
인천시 문화콘텐츠산업 진흥 기본계획 수립 용역

2024. 1.



인천광역시
Incheon Metropolitan City



한국기업지식연구원
KOREA ENTERPRISE INSTITUTE

제 출 문

인천시장 귀하

본 보고서를 「인천시 문화콘텐츠산업 진흥 기본계획 수립
용역」의 결과보고서로 제출합니다.

2024년 1월

연구기관	한국기업지식연구원		
연구책임자 :	정우식	대 표 이 사	
참여연구원 :	류준모	실 장	
	박윤진	책 임	
	신우용	책 임	
	이재은	책 임	
	강수지	선 임	

목 차

제 1장 연구 개요	1
제 1절 연구 배경 및 목적	3
1. 연구배경	3
2. 연구목적	7
3. 연구수행체계 및 방법	8
4. 연구 추진 결과	10
제 2절 연구 차별점	11
1. 선행연구 요약	11
2. 연구 차별점	12
 제 2장 환경분석	 13
제 1절 문화콘텐츠산업의 정의 및 분류	15
1. 문화콘텐츠산업에 대한 정의	15
2. 문화콘텐츠산업에 대한 구분	18
3. 문화콘텐츠산업 관련 법령	21
제 2절 내부 환경분석	23
1. 인천광역시 일반현황	23
2. 내부환경분석 시사점	41
제 3절 콘텐츠산업 환경분석	42
1. 정책환경	42
2. 경제환경	62
3. 사회환경	82
4. 기술환경	90
5. 종합 시사점	100

목 차

제 4절 문화콘텐츠산업 사례조사	104
1. 국내사례	104
2. 국외사례	122
3. 종합 시사점	143
제 5절 인천시 문화콘텐츠산업 현황	144
1. 산업 담당기관	144
2. 사업 성과분석	150
 제 3장 전문가 자문 및 설문조사	 159
제 1절 전문가 자문	161
1. 개요	161
2. 자문 내용	162
제 2절 설문조사	163
1. 개요	163
2. 설문지 구성	165
3. 설문 결과	166
 제 4장 비전 및 전략수립	 175
제 1절 전략 도출	177
1. 전략 체계도	177
2. SWOT 분석 및 추진 전략 도출	178
3. 전략 방향	184
4. 인천시 문화콘텐츠산업 중장기 로드맵	198
제 2절 서비스 세부 내용	200
1. 사업 세부 추진계획	200
2. 추진일정 및 투자계획	215

목 차

제 5장 지원방안	217
제 1절 정책 연계방안	219
1. 타 기관 정책	219
2. 연계 전략	221
제 2절 운영조직 체계 수립	224
1. 운영조직 필요성	224
2. 타 기관 조직분석	225
3. 운영조직 개편 방향	228
제 3절 앵커기업	230
1. 추진목적	230
2. 앵커기업 유치방안	232
3. 앵커기업 유치사례	235
제 4절 콘텐츠 융복합	241
1. 콘텐츠 산업기반 환경	241
2. 신기술 융합지원	243
3. 협력 거버넌스	244
제 5절 인재양성	245
1. 창의인재 양성	245
2. 거버넌스 기반 교육지원	246
3. 장르특화 인재양성	247
제 6절 인프라 구축	249
1. 인천시 인프라 현황	249
2. 인프라 구축 안	252

|| 목 차 ||

제 7절 펀딩 자원 조달	254
제 8절 이스포츠 산업	260
1. 이스포츠 산업 개요	260
2. 이스포츠 산업 시장 및 사업	261
3. 이스포츠 산업 효과	263
4. 인천시 이스포츠 산업 현황	265
 참고문헌	 267
 별첨부록	 271
1. 조사지(실태, 정책)	273
2. 설문조사 결과	285

표 목차

[표 1] 전국 문화콘텐츠산업 현황	5
[표 2] 인천 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향	5
[표 3] 연구추진 결과 및 페이지	10
[표 4] 기존 선행연구와의 차별점	12
[표 5] 문화콘텐츠산업에 대한 정의	15
[표 6] 문화콘텐츠산업에 대한 타 시도 조례안	16
[표 7] 문화콘텐츠산업 구분	19
[표 8] 본 연구에서 다룬 문화콘텐츠 분야	20
[표 9] 문화콘텐츠산업 관련 법령(목적·산업에 대한 정의)	21
[표 10] 인천광역시 연령별 인구 분포	23
[표 11] 인천광역시 연도별 인구 분포	23
[표 12] 인천광역시 지역별 인구 분포	24
[표 13] 인천광역시 지역별 인구 증감	24
[표 14] 전국 사업체 현황	25
[표 15] 인천시 내 업종별 사업체 현황	25
[표 16] 인천시 내 규모별 사업체 현황	25
[표 17] 전국 사업체 종사자 현황	26
[표 18] 인천시 내 업종별 종사자 현황	26
[표 19] 인천시 내 규모별 종사자 현황	26
[표 20] 광역시 제조업 사업체·종사자 현황	27
[표 21] 인천시 내 제조업 업종 현황	27
[표 22] 인천시 내 제조업 규모 현황	27
[표 23] 인천시 내 도소매업 사업체·종사자 현황	28
[표 24] 인천시 내 규모별 종사자 현황	28
[표 25] 인천광역시 8대 전략산업 및 핵심과제	29
[표 26] 전국 총 생산액	30
[표 27] 인천시 업종별 총 생산액	30
[표 28] 인천시 업종별 총 생산액	30
[표 29] 전국 수출입액	31
[표 30] 인천시 품목별 수출입액	31
[표 31] 인천시 국가별 수출입액	31

표 목차

[표 32] 전국 경제성장률	32
[표 33] 전국 고용률	32
[표 34] 전국 실업률	32
[표 35] 산업단지 현황	34
[표 36] 경제자유구역 현황	35
[표 37] 인천항 접안·하역 능력	36
[표 38] 인천항 접안·하역 능력	36
[표 39] 인천항 접안, 하역 능력	37
[표 40] 인천항 접안, 하역 능력	37
[표 41] 시도별 문화기반시설	38
[표 42] 수도권·광역시 문화기반시설	38
[표 43] 제물포 르네상스 주요 추진계획	39
[표 44] 국정과제 58번 추진현황(~2023년 2분기)	43
[표 45] 2023 중점 추진 방향(지원사업 제도개선 사항)	51
[표 46] 한국콘텐츠진흥원 주요사업 예산 및 결산 금액	53
[표 47] 중국의 문화산업 관련 정책	60
[표 48] 콘텐츠산업 사업체 수 현황	63
[표 49] 콘텐츠산업 지역별 사업체 수 현황(2021년)	64
[표 50] 콘텐츠산업 매출액 현황	65
[표 51] 콘텐츠산업 지역별 매출액 현황-1(2021년)	66
[표 52] 콘텐츠산업 지역별 매출액 현황-2(2021년)	66
[표 53] 콘텐츠산업 콘텐츠 제작 관련 비용(2021년)	67
[표 54] 콘텐츠산업 수출액 현황	68
[표 55] 콘텐츠산업 수출입 차액	69
[표 56] 콘텐츠산업 지역별 수출액 현황	69
[표 57] 콘텐츠산업 종사자 현황	70
[표 58] 콘텐츠산업 규모별 종사자 현황	71
[표 59] 콘텐츠산업 지역별 사업체 수 현황(2021년, 상위 5곳)	72
[표 60] 전세계 분야별 시장 변화	74
[표 61] 국가별 콘텐츠 시장 규모 및 전망, 2017-2016	76
[표 62] 북미 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2017-2026	77

표 목차

[표 63] 중남미 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2017-2026	78
[표 64] 유럽 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2017-2026	79
[표 65] 아시아·태평양 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2017-2026	80
[표 66] 중동·아프리카 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2017-2026	81
[표 67] OTT 유형별 특징	82
[표 68] OTT 플랫폼별 콘텐츠 투자 예상 규모	84
[표 69] 문화기술에 대한 정의	90
[표 70] 문화기술 R&D 사례	91
[표 71] 중점 추진 과제	93
[표 72] 주요 기관 2023 기술 트렌드 전망	96
[표 73] 주요 기관 2023 기술 트렌드 전망	99
[표 74] 수도권(서울, 경기, 인천) 비중	101
[표 75] 서울특별시 강남구 문화콘텐츠산업 육성 및 지원 조례 주요 내용	106
[표 76] 부산정보산업진흥원 추진과제 및 사업분야	107
[표 77] 부산 영화의전당 미션, 비전 및 추진 목표	109
[표 78] 콘텐츠산업 지원내용	111
[표 79] 본부별 사업 목표 및 추진 계획	113
[표 80] 투자진흥지구 대상 직종	114
[표 81] 투자진흥지구 인센티브	115
[표 82] 경기콘텐츠진흥원 2023 사업	117
[표 83] 지식산업센터 세제혜택	120
[표 84] 창조산업 분류, 문화미디어체육부(DCMS)	122
[표 85] 엔터테인먼트 산업 분류(복미산업분류체계)	124
[표 86] 정보통신산업 분류(일본표준산업분류)	125
[표 87] 미국(캘리포니아주)의 세제지원 주요 내용	129
[표 88] 영국의 세제지원 주요 내용	130
[표 89] 프랑스의 세제지원 주요 내용	131
[표 90] 헝가리의 세제지원 주요 내용	132
[표 91] 주요 프로젝트	134
[표 92] 푸젠성 영화 촬영지 주요 특징	140
[표 93] 대만의 주요 문화창의파크	142

표 목차

[표 94] 문화체육관광국 세부 팀 조직	145
[표 95] 문화정책과 문화콘텐츠 팀 주요 업무	145
[표 96] 문화콘텐츠센터 지원사업	147
[표 97] 문화콘텐츠센터 지원사업	149
[표 98] 2022년 추진사업 실적	150
[표 99] 콘텐츠 산업 10대 주요 성과	151
[표 100] 엑셀러레이팅 집중지원 프로세스 및 주요 성과	152
[표 101] 분야별 ESG프로그램 추진 및 콘텐츠산업 홍보 세부내용	153
[표 102] 2022년 사업 추진 실적	154
[표 103] 2023년 추진사업 요약	157
[표 104] 전문가 자문내용	162
[표 105] 설문조사 일정	164
[표 106] 설문조사 대상 범주	164
[표 107] 설문지 구성 내용	165
[표 108] 설문조사 응답자 특성표	166
[표 109] 재무현황(평균)	167
[표 110] 인력현황	168
[표 111] 평균연령대(정규직)	169
[표 112] 평균연령대(비정규직)	170
[표 113] 평균연령대(외주인력)	170
[표 114] 관계부서에 바라는 정책 분야	172
[표 115] SWOT 분석	179
[표 116] 전략대안 도출	181
[표 117] 전략방향성 도출	182
[표 118] 추진 과제별 기대 효과	196
[표 119] 서비스 우선순위 평가결과	198
[표 120] 정책 근거 및 연계 표	222
[표 121] 앵커기업 추진방안	230
[표 122] 관련 산업 개발 TF	230
[표 123] 콘텐츠 산업 재편	231
[표 124] 콘텐츠 산업 가치사슬	231

표 목차

[표 125] 인천시 앵커기업 발굴 TF팀 구성	233
[표 126] 정책지원 수단	235
[표 127] 생산설비 확충을 위한 정책 지원 수단	236
[표 128] 유턴기업 세제지원 방안	236
[표 129] 인천 문화콘텐츠 기반조성 사업	241
[표 130] 인천 문화콘텐츠 기반시설	242
[표 131] 기술지원 R&D 주요 내용(예시)	243
[표 132] 주요 시설	249
[표 133] 지원사업	250
[표 134] 주요 시설	250
[표 135] 지원 프로그램	251
[표 136] 지원 공간	251
[표 137] 해외(민간) 스튜디오 사례	252
[표 138] 펀드명 및 조성 규모	254
[표 139] 한국콘텐츠진흥원 기업보증상품 현황	255
[표 140] 23년 서울비전 2030 펀드 조성 계획	256
[표 141] 서울시 애니메이션 펀드 현황	257
[표 142] 부산시 벤처펀드 운용 현황(2020년)	258
[표 143] 주요 투자 작품들	259
[표 144] 2023년 KeSPA 총목선정 결과	260
[표 145] 이스포츠 사업 종합	262
[표 146] 주요 지원사업 내용	265

그림 목차

<그림 1> 2022 콘텐츠산업 주요 변화의 흐름	3
<그림 2> 세계 콘텐츠 시장규모 및 전망(2017~2026)	4
<그림 3> 인천 문화콘텐츠산업 마스터플랜(2020) 특화분야 및 비전체계도	6
<그림 4> 인천 문화콘텐츠산업 진흥 기본계획 수립 연구목적	7
<그림 5> 연구수행 체계	8
<그림 6> 연구수행 범위	9
<그림 7> 선행연구 주요 수행 내용	11
<그림 8> 인천광역시 산업단지 현황	33
<그림 9> 인천경제자유구역 주요 사업	35
<그림 10> 청라 영상문화복합단지 조감도	40
<그림 11> 문체부 2023년 업무계획, 비전 및 핵심 추진 과제	48
<그림 12> 한국콘텐츠진흥원 2023 경영목표	52
<그림 13> 2023년도 예산 현황	54
<그림 14> 콘텐츠산업 연도별 사업체 수 현황 그래프	63
<그림 15> 콘텐츠산업 연도별 매출액 현황 그래프	65
<그림 16> 콘텐츠산업 연도별 종사자 현황 그래프	71
<그림 17> 콘텐츠산업 지역별 연도별 종사자 현황	72
<그림 18> 세계 콘텐츠 시장 규모 및 전망(2017~2026)	73
<그림 19> 세계 콘텐츠 시장 산업별 점유율(2017 / 2021 / 2026)	74
<그림 20> 콘텐츠산업의 2023(상) 2024(하) 전망 요약	87
<그림 21> 문화기술 R&D 비전과 중점 추진 과제	94
<그림 22> 경기 침체기와 기술 혁신	97
<그림 23> 디지털 분야 트렌드 도출 프로세스	98
<그림 24> 서울경제진흥원 7대 정책	104
<그림 25> 콘텐츠본부 주요 사업	105
<그림 26> 부산정보산업진흥원 조직도	108
<그림 27> 대구디지털혁신진흥원 경영목표·전략과제	110
<그림 28> 대구디지털혁신진흥원 조직도	111
<그림 29> 광주정보문화산업진흥원 미션 및 비전	112
<그림 30> 경기콘텐츠진흥원 추진전략 및 전략과제	116
<그림 31> 광교테크노밸리 성공 요인	118

그림 목차

<그림 32> 광고테크노밸리 성공 요인	119
<그림 33> 일산 테크노밸리 개발 컨셉	121
<그림 34> 주요 국가 콘텐츠산업 범주 비교(한·영·미·일)	127
<그림 35> 사바나(Sabana) 도시재개발 사업	135
<그림 36> 샤먼 영상산업클러스터(좌)와 푸젠 타이닝 영상기지(우)	140
<그림 37> 인천시청 조직도	144
<그림 38> 인천테크노파크 비전	146
<그림 39> 인천영상위원회 비전 및 목표	148
<그림 40> 우수 스타트업 유치 확보(위) / 인천 콘텐츠산업 아카이브 시스템(아래)	151
<그림 41> 인천시청 중앙홀 실감콘텐츠 체험존 설치 전경	152
<그림 42> 서포터즈 활동 지원 및 콘텐츠산업 홍보 세부 내용	153
<그림 43> 2023년 사업추진 전략 및 사업별 추진계획	156
<그림 44> 설문조사 개요	163
<그림 45> 추후 지원 정책과제	171
<그림 46> 전략수립 프레임워크	180
<그림 47> 비전(안)	182
<그림 48> 미션·비전	183
<그림 49> 빅블러 현상(예)	186
<그림 50> 신기술 협업 협의체 구성 방안	189
<그림 51> 기업지원모델	189
<그림 52> 창의인재 사업 선순환 구조	191
<그림 53> 수요기반 인재양성 프로세스	192
<그림 54> IFEZ K-콘텐츠산업 마스터플랜	219
<그림 55> K-콘텐츠 융복합 클러스터 비전 및 전략	220
<그림 56> 인천시 문화콘텐츠 기본계획 연계 방향성	221
<그림 57> 인천광역시 문화콘텐츠 담당기관 조직	224
<그림 58> 한국콘텐츠진흥원 조직도	225
<그림 59> 경기콘텐츠진흥원 조직도	226
<그림 60> 경북문화재단 콘텐츠진흥원 조직도	227
<그림 61> 문화체육관광국 조직개편 (안)	228
<그림 62> 인천콘텐츠진흥원 조직도(안)	229

그림 목차

<그림 63> 콘텐츠 기업 대상 LIST	234
<그림 64> 인천형 협력 거버넌스 추진(안)	244
<그림 65> 수준별 인재양성 총괄 (안)	245
<그림 66> 인력양성 협의체 기반 원스탑 지원체계 구축(예시)	246
<그림 67> 투트랙 사업체계 마련	247
<그림 68> 인천 문화콘텐츠 대학 운영 (안)	248
<그림 69> 주요 사업	249
<그림 70> 지원시설 운영 네트워크 구축	253
<그림 71> 2024한국콘텐츠진흥원 지원사업 설명회 자료	255
<그림 72> 부산 ‘역뉴딜벤처펀드’	258
<그림 73> 해외 이스포츠 시장 규모(상) / 관객규모(하)	261
<그림 74> 이스포츠 관객 규모와 전통 스포츠의 관객 규모 비교	263
<그림 75> 방송사에서 진행한 게임 관련 콘텐츠 프로그램	263
<그림 76> 고척 스카이돔 월드컵 경기장	264
<그림 77> 인천 e스포츠 포럼 주요 주제	266

인천 문화콘텐츠산업 진흥 기본계획 수립



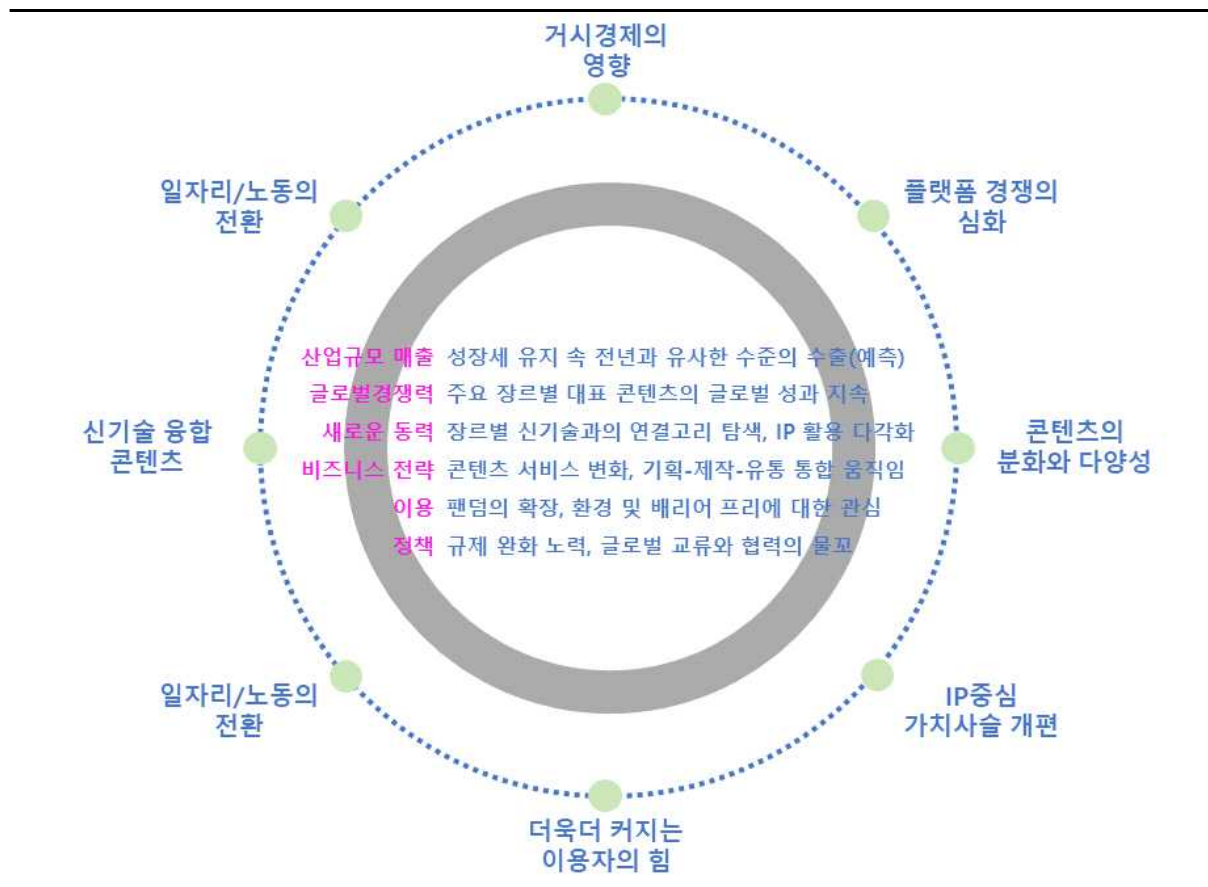
제 1장 연구 개요

제 1절 연구 배경 및 목적

1. 연구배경

- 국내 콘텐츠산업 환경은 코로나19의 종결과 새로운 기술의 개발, 글로벌 시장으로의 확산으로 인해 급변하는 중에 있음
 - － (산업규모) 매출 성장세 유지속 전년도와 유사한 수준의 수출(2022년, 예측)
 - － (글로벌 경쟁력) 주요 장르별 대표 콘텐츠의 글로벌 성과 지속
 - － (새로운 동력) 장르별 신기술과의 연결고리 탐색, IP 활용 다각화
 - － (비즈니스 전략) 콘텐츠 서비스 변화, 기획-제작-유통 통합 움직임
 - － (이용) 팬덤의 확장, 환경 및 배리어 프리에 대한 관심
 - － (정책) 규제 완화 노력, 글로벌 교류와 협력의 물꼬

<그림 1>2022 콘텐츠산업 주요 변화의 흐름



[출처] 한국콘텐츠진흥원/ 문화체육관광부, 콘텐츠사업 2022 결산 2023 전망(2022)

○ 국외 역시 콘텐츠 시장 10개 산업 모두 증가하여 시장규모 2조 5,138억달러로 집계되었으며, 침체 이후 빠른 회복속도를 보여 2024년은 3조 58억달러까지 이를 전망

- (음악) 디지털 음악 소비가 늘면서 전년 대비 27.6% 성장. 공연음악 재개와 디지털 음악 소비가 상보적 관계를 형성함에 따라 향후 성장세를 이어갈 것으로 예상
- (게임) 코로나19로 인해 모바일 게임 소비가 늘면서 크게 성장. 가상현실과 증강현실 등 기술이 적용되면서 몰입도 높은 경험을 제공하고 있어 모바일 시장 성장이 전체 게임 시장의 성장을 견인 예상
- (광고) 온라인 콘텐츠 수요가 늘면서 이에 따른 온라인 광고시장이 대폭 확대되었으며, 2021년 27.5%에서 2026년 29.1%로 점차 확대될 전망
- (출판) 인쇄출판시장이 하향하면서 2021년까지 시장규모가 계속해서 감소하였으며, 2026년까지 약보합세가 이어질 것으로 예상. 하지만 비교적 감소세가 완만하고 2021년 시장규모가 소폭 증가하였는데 전자출판시장이 활성화되고 있기 때문으로 파악

<그림 2> 세계 콘텐츠 시장규모 및 전망(2017~2026)

[단위: 십억달러]



[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2022 해외콘텐츠시장 분석(2023)

- 인천의 문화콘텐츠산업은 17개 시도 중 5위이며, 축제문화의 브랜드화, 역사 문화유산 구현 등 특성화 사업을 활성화를 위해 노력 중에 있음

[표 1] 전국 문화콘텐츠산업 현황

[단위: 백만원, %]

순위	시도	총매출액	CAGR
1	서울	87,779,517	2.8
2	경기	32,801,545	8.7
3	부산	2,824,526	0.6
4	대구	2,034,754	0.9
5	인천	1,723,156	0.8
6	대전	1,615,206	3.4
7	제주	1,581,295	7.2

[출처] 문화체육관광부, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

[표 2] 인천 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

구분	내용
축제문화의 브랜드화	<ul style="list-style-type: none"> • 펜타, 다큐, 북스포트 육성을 통한 대표 축제문화 정착 • 축제와 관광을 연계한 지역 경제 활성화 및 신규 일자리 창출
인천만의 역사문화유산 특성화 구현	<ul style="list-style-type: none"> • 인천의 역사문화를 테마별로 스토리텔링하여 정체성 확립 • 관광 자원의 활성화 • 지역 고유의 문화자원을 브랜드화 하고 특화된 문화상품으로 제작해 인천을 대표하는 콘텐츠로 육성
창의인재 양성 및 콘텐츠산업 육성	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠코리아랩 전용 복합 문화시설 건립 및 프로그램 운영 • 문화콘텐츠 유망기업 및 선도프로젝트 육성사업(지역콘텐츠 제작)
SW융합 클러스터	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 스타트업 지원(글로벌 창업지원 지원, 멘토링 프로그램 등) • R&D 지원(바이오-IT-SW 산업 간 융합기술 개발) • SW융합 클러스터 공동 사업(클러스터 간 협력사업 기획 추진)

[출처] 인천시 홈페이지 수정

- 인천시는 2020년에 “인천 문화콘텐츠산업 육성 마스터플랜”을 통해 인천시에 대한 문화콘텐츠 방향을 수립하였지만, 3년 동안 변화한 환경과 발전된 기술에 맞추어 여건에 맞추어 체계적이고 종합적인 문화콘텐츠산업 진흥계획을 수립이 필요

<그림 3> 인천 문화콘텐츠산업 마스터플랜(2020) 특화분야 및 비전체계도

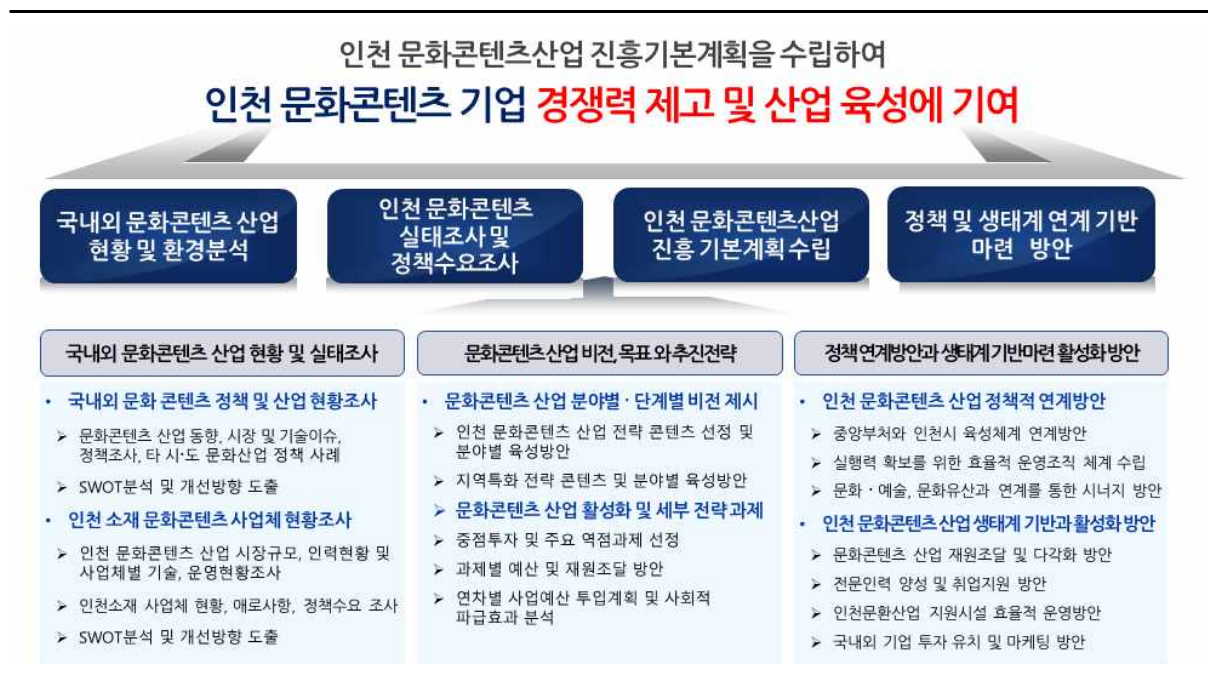


[출처] 한국기업지식연구원, 인천 문화콘텐츠산업 마스터플랜수립연구(2020)

2. 연구목적

- 본 연구는 국내외 문화콘텐츠산업 환경분석 및 인천 문화콘텐츠 사업체 현황 조사·분석, 산업육성 마스터플랜 수립을 통해 인천 문화콘텐츠 기업 경쟁력을 제고하고, 산업육성에 기여하는 것이 목적임
- － 선행 연구사례 분석 및 문화콘텐츠산업 정책 환경 조사
- － 문화콘텐츠 대내·외 환경분석
- － 인천시 문화콘텐츠산업 실태조사 및 분석
- － 문화콘텐츠산업 비전과 목표, 추진전략 및 이행과제
- － 문화콘텐츠산업 진흥 추진체계 및 정책적 연계방안 제시
- － 문화콘텐츠산업 육성 생태계 기반 마련 및 활성화 방안

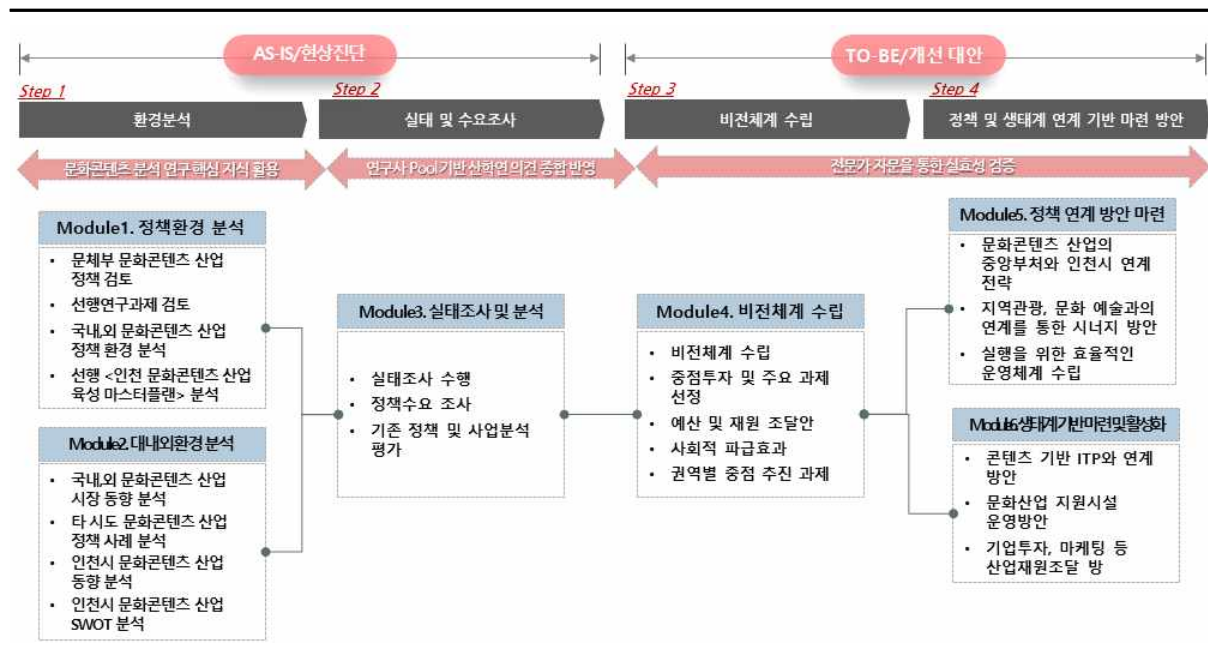
<그림 4> 인천 문화콘텐츠산업 진흥 기본계획 수립 연구목적



3. 연구수행체계 및 방법

- 현상진단을 통해 인천 문화콘텐츠산업 발전을 위한 개선 및 대안을 도출하여 인천시 문화콘텐츠산업 진흥 기본계획을 수립
 - － (환경분석) 문화콘텐츠산업에 대한 외부 환경분석과 인천시에 대한 내부환경 분석을 통해 인천시의 문화콘텐츠 현황 파악
 - － (실태 및 수요조사) 인천시 내 문화콘텐츠산업 기업에 대한 경쟁력 진단과 현황파악을 위한 실태조사와 체계적이고 종합적인 인천시의 문화콘텐츠산업 비전 및 목표설정을 위한 정책방향 수요조사
 - － (비전체계 수립) 환경분석과 실태 및 수요조사를 바탕으로 인천시의 문화콘텐츠산업 진흥 기본계획 방향성 제시, 비전수립 및 세부 사업과제 도출
 - － (정책 생태계 연계 기반 마련 방안) 비전 달성과 사업수행을 위한 인천시 및 유관기관, 중앙정부와의 정책 생태계 연계방안 제시

<그림 5> 연구수행 체계



- 사업 특성에 맞는 과업수행 방법을 도출하여 참여주체 간의 긴밀한 협력을 통해 과업을 수행

<그림 6> 연구수행 범위

구분	과업내용 및 범위	방법론	산출물	추진 체계도
정책환경 조사	<ul style="list-style-type: none"> 문화콘텐츠산업 관련 정책 및 선행 연구과제 검토 문화콘텐츠산업 국내외 정책환경 인천시 문화콘텐츠산업의 강점, 제약 요소, 기회 요인 분석 관련분야 연구 보완등 차별화 	<ul style="list-style-type: none"> 정책자료 분석 데스크 리서치 	<ul style="list-style-type: none"> 국내외 정책환경 분석 기존 연구분석 및 시사점 	<p>(STEP1) 환경분석</p> <p>정책환경 대내외환경</p> <p>현재 한계점 및 개선 과제 도출</p>
문화콘텐츠 대내외 환경분석	<ul style="list-style-type: none"> 문화콘텐츠산업 국내외 시장 동향 타 시도 문화콘텐츠산업 정책 사례 SWOT 분석 및 개선방향 도출 	<ul style="list-style-type: none"> 시장자료 분석 데스크 리서치 	<ul style="list-style-type: none"> 문화콘텐츠 환경분석 SWOT분석 	<p>(STEP2) 실태 및 수요조사</p> <p>실태조사 정책수요조사</p> <p>기존 사업 및 정책 평가</p>
실태조사 및 분석	<ul style="list-style-type: none"> 인천시 문화콘텐츠산업 실태조사 인천시 문화콘텐츠산업 정책 수요조사 인천시 문화콘텐츠산업의 성과와 과제(기존 지원정책 및 사업분석 평가) 	<ul style="list-style-type: none"> 대면/서면 조사 심층 조사(FGI 등) 전문가 평가 통계분석 등 	<ul style="list-style-type: none"> 실태조사 결과 정책수요조사 결과 기존 지원정책 및 사업 분석 평가 결과 	
비전체계 수립	<ul style="list-style-type: none"> 인천시 문화콘텐츠산업 분야별 단계별 비전 제시(24~27, 4개년) 환경변화에 따른 전략 콘텐츠 선정 및 분야별 육성 방안 문화콘텐츠산업 활성화 및 경쟁력 제고를 위한 세부 전략 과제 	<ul style="list-style-type: none"> 전문가 자문 전략체계 방법론 	<ul style="list-style-type: none"> 인천시 콘텐츠 산업 비전체계 수립 	<p>(STEP3) 비전체계 수립</p> <p>현황시사점 전략도출 방법론 전문가 회의</p> <p>비전체계 수립</p>
정책연계방안	<ul style="list-style-type: none"> 인천광역시 문화콘텐츠산업 육성체계와 중앙부처 연계 전략 인천경제자유구역 K콘텐츠산업 육성 연구계획과 연계 실행력 확보를 위한 효율적 운영조직 체계 수립 지역 관광 및 도시재생 콘텐츠와 연계 전략 관련 분야(문화예술, 문화유산 등)와의 연계를 통한 시너지 방안 마련 	<ul style="list-style-type: none"> 전문가 의견 수렴 	<ul style="list-style-type: none"> 사업별 정책 연계방안 도출 	
산업육성 생태계 기반마련	<ul style="list-style-type: none"> 인천시 문화콘텐츠 산업 자원 조달(예산 민간투자 등) 및 다각화방안 전문인력 양성 및 취업지원 방안 콘텐츠 클러스터 조성 등 콘텐츠 기반 조성방안(연구용역 연계) 인천광역시 문화산업 지원시설 효율적 운영방안 국내외 기업 투자유치 마케팅 방안등 	<ul style="list-style-type: none"> 전문가 의견 수렴 	<ul style="list-style-type: none"> 산업육성 생태계 기반 마련 및 활성화 방안 	<p>(STEP4) 정책 및 생태계 연계 기반 마련 방안</p> <p>정책연계 산업육성 생태계연계</p>

4. 연구 추진 결과

○ 사업을 통해 도출된 결과물은 아래와 같음

[표 3] 연구추진 결과 및 페이지

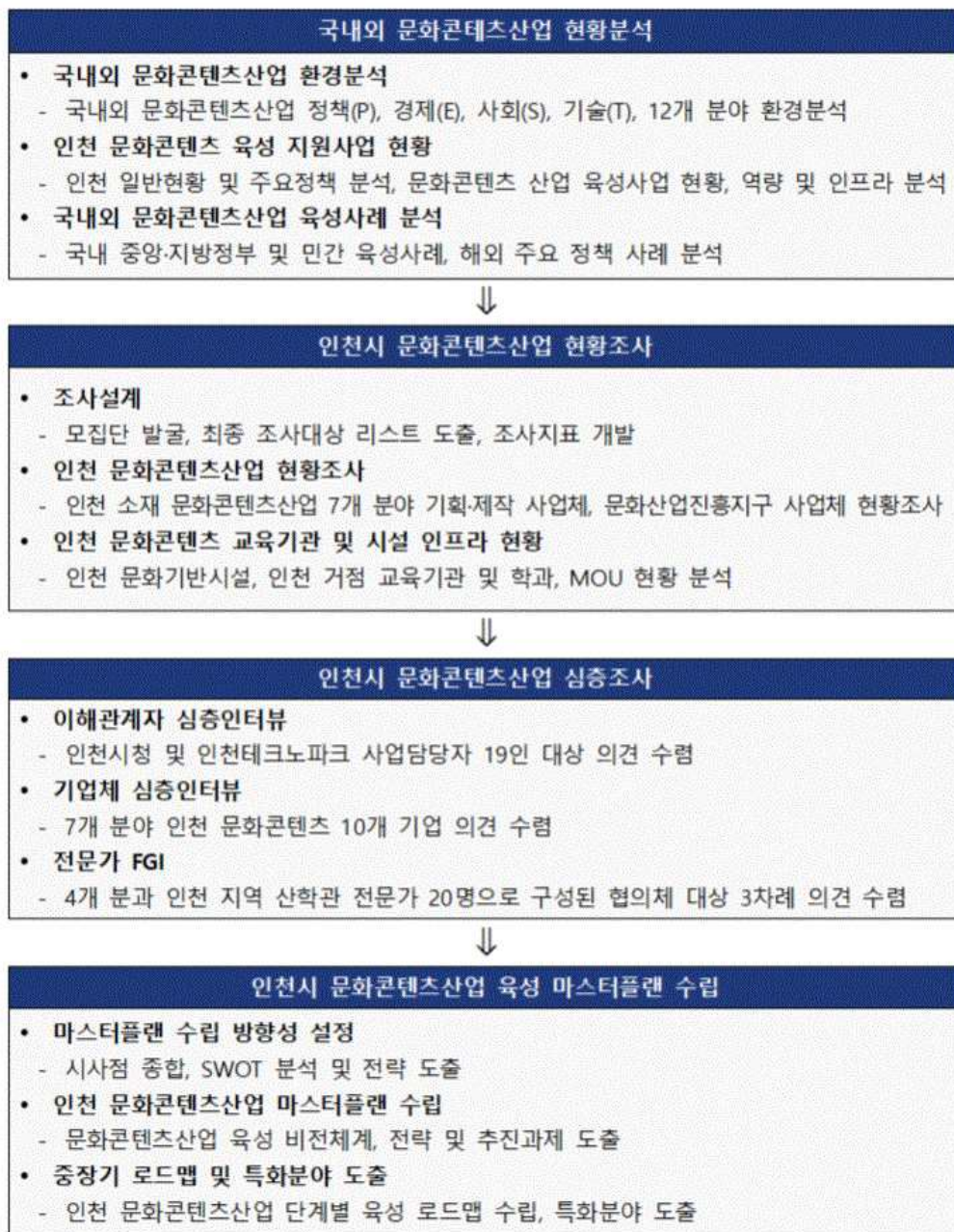
과업내용	세부사항	페이지
선행 연구사례 분석 및 문화콘텐츠산업 정책 환경 조사	• 문화콘텐츠산업 관련 정책 및 선행 연구과제 검토	p. 42~61 p. 219~220
	• 문화콘텐츠산업 국내·외 정책환경	p. 42~61
	• 인천시 문화콘텐츠산업의 강점, 제약 요소, 기회 요인 분석	p. 23~41
	• 기존 “인천 문화콘텐츠산업 마스터플랜 수립 연 구”분석(2020년) ⇒ 영상산업 등 관련분야 연구 보완등 차별화	p. 11~12
문화콘텐츠 대·내외 환경 분석	• 문화콘텐츠산업 국내·외 시장 동향	p. 42~103
	• 타 시·도 문화콘텐츠산업 정책 사례	p. 104~121
	• SWOT 분석 및 개선방향 도출	p. 177~183
인천시 문화콘텐츠산업 실태조사 및 분석	• 인천시 문화콘텐츠산업 실태조사	3장(p. 161~174)
	• 인천시 문화콘텐츠산업 정책 수요조사	부록(p. 273~326)
	• 인천시 문화콘텐츠 산업의 성과와 과제(기존 지 원정책 및 사업분석 평가)	p. 144~157
문화콘텐츠산업 비전과 목표, 추진전략 및 이행과제	• 인천시 문화콘텐츠산업 분야별·단계별 비전 제 시('24~'27, 4개년)	p. 177~183 p. 198, 215
	• 환경변화에 따른 전략 콘텐츠 선정 및 분야별 육성 방안	p. 184~197
	• 문화콘텐츠산업 활성화 및 경쟁력 제고를 위한 세부 전략 과제	p. 200~214
문화콘텐츠산업 진흥 추진체계 및 정책적 연계방안 제시	• 인천광역시 문화콘텐츠산업 육성체계와 중앙부 처 연계 전략	p. 219~223
	• “인천경제자유구역 K-콘텐츠산업 육성 연구계 획”과 연계한 콘텐츠 산업전략 추진	
	• 실행력 확보를 위한 효율적 운영조직 체계 수립 (영상위, ITP 등 인천시 문화콘텐츠산업 진흥 추 진체계 정비 방안)	p. 225~229
	• 지역 관광 및 도시재생 콘텐츠와 연계 전략	p. 200
	• 관련 분야(문화·예술, 문화유산 등)와의 연계를 통한 시너지 방안 마련	p. 200, 202
문화콘텐츠산업 육성 생태계 기반 마련 및 활성화 방안	• 인천시 문화콘텐츠 산업 자원 조달(예산, 민간투 자 등) 및 다각화 방안	p. 213 p. 254~259
	• 전문인력 양성 및 취업지원 방안	p. 245~248
	• 콘텐츠 클러스터 조성 등 콘텐츠 기반 조성방안 (ITP 연구용역 연계)	p. 219~223
	• 인천광역시 문화산업 지원시설 효율적 운영 방안	p. 211 p. 239~253
	• 국내외 기업 투자유치, 마케팅 방안 등	p. 230~238

제 2절 연구 차별점

1. 선행연구 요약

- (2020 인천 문화콘텐츠산업 마스터플랜 수립 연구) 대내외 및 인천 문화콘텐츠 산업 환경분석과 ‘20년도 인천 문화콘텐츠산업 실태조사, FGI 및 심층 인터뷰를 통하여 도출된 결과를 종합하여 마스터플랜 수립 방향성을 제시

<그림 7> 선행연구 주요 수행 내용



2. 연구 차별점

○ 본 연구는 기존의 연구와

- (현황분석) 코로나 19 이후 회복된 문화콘텐츠 시장 분석 및 문화콘텐츠 분야 최신 정책, 경제, 사회, 기술 현황 조사
- (현황조사·심층분석) 문화콘텐츠 분야 제한 및 이를 바탕으로 기업 수요실태조사와 정책 수요조사 실시
- (마스터플랜 수립) 변화한 산업환경, 수요조사, 전문가 자문을 바탕으로 하여 기존의 타 연구(인천연구원, 클러스터 등)를 포함한 종합적인 비전과 세부사업 제시

[표 4] 기존 선행연구와의 차별점

구분	내용
선행연구 분석	<ul style="list-style-type: none"> • 문화콘텐츠 분야 최신 정책, 경제, 사회, 기술 현황 조사 • 코로나 이후 변화된 국내외 문화콘텐츠 트렌드 반영 • 문화콘텐츠-관광 연계를 위한 다양한 국외사례(도시재생, 근대화 유물, 관광산업 등) 조사 • 민선 8기 정책 공약 및 최신 정책 동향 반영(제물포 르네상스, K-콘텐츠 융복합 클러스터 조성사업 등) • 이스포츠 산업 분야 내용 추가
현황조사·심층분석	<ul style="list-style-type: none"> • 인천시와의 협의를 통해 콘텐츠산업 분야 일부 제한(명확한 문화콘텐츠산업의 범위 산출을 위함) • 인천시 내 100여 기업의 실태조사/수요조사를 통한 인천시 내 문화콘텐츠기업 현황 조사 • 기업의 수요를 바탕으로 한 정책방향 제시
마스터플랜 수립	<ul style="list-style-type: none"> • 변화한 문화콘텐츠환경, 현 트렌드, 기업 정책수요조사를 바탕으로 기본계획 제시 • 타 진행 연구(itp, 인천연구원 등)를 포괄하여 종합적인 비전 제시 • 앵커기업 유치와 인재양성에 초점을 맞추어 세부과제 제안
세부과제	<ul style="list-style-type: none"> • 국정과제, 중앙정부(문화체육관광부)의 방향성과 동일하게 정책방향 설정 • 인천연구원과 ITP의 연구를 포함할수 있는 개괄적이고 포괄적인 기본계획 제시 • 우선순위 및 실현가능성을 바탕으로 예산 제안



제 2장 환경분석

제 1절 문화콘텐츠산업의 정의 및 분류

1. 문화콘텐츠산업에 대한 정의

- 문화콘텐츠는 문화(culture)와 콘텐츠(contents)의 복합어로 창조에 바탕을 둔 소프트웨어적인 제품 또는 서비스를 말하며, 문화적 요소가 내포된 형태의 콘텐츠를 의미함.
- － 문화콘텐츠산업은 보다 넓은 의미로 사용되며 문화콘텐츠산업을 정의하는 선행연구들을 살펴보면, 아래와 같음

[표 5] 문화콘텐츠산업에 대한 정의

구분	내용
콘텐츠산업 진흥법 (콘텐츠산업)	“콘텐츠산업”이란 경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 포함한다)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업으로 정의
문화산업 진흥법 (문화산업)	“문화산업”이란 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말하며, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 포함
서울특별시 문화 콘텐츠산업 육성 및 지원 조례 (서울특별시)	"문화콘텐츠산업"이란 문화와 예술을 상품화하여 경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 관련된 산업
부산광역시 문화 콘텐츠산업 진흥 조례 (부산광역시)	"문화콘텐츠산업"이란 「문화산업진흥 기본법」 제2조 제1호에 따른 문화산업으로서 「콘텐츠산업 진흥법」 제2조 제1항 제2호에 따른 콘텐츠산업
문화콘텐츠산업의 동향과 전망 및 기술 혁신 전략(ETRI)	문화적 가치가 내포된 상품을 기획·제작·가공하여 생산하거나 유통, 마케팅 및 소비과정에 참여하여 경제적 부가가치를 창출하거나, 이를 지원하는 모든 연관산업
문화콘텐츠산업 진흥조례 (인천광역시)	“문화콘텐츠산업”이라 함은 문화적 요소가 체화(體化)되어 경제적 부가 가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 말한다)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업을 말함

[출처] 국가법령정보센터

○ 타 지자체의 문화콘텐츠산업에 대한 조례안을 살펴보면, 그 내용이 각기 목적이나 방향성에 따라 다름

[표 6] 문화콘텐츠산업에 대한 타 시도 조례안

지역	구분	내용
부산광역시	부산광역시 게임산업 진흥에 관한 조례(2017.11)	<ul style="list-style-type: none"> • 게임산업 진흥계획 수립, 시행 • 게임산업 진흥사업 추진 • 게임산업 지원센터 설치, 운영
	부산광역시 문화콘텐츠산업 진흥 조례(2011.7)	<ul style="list-style-type: none"> • 문화콘텐츠산업 진흥 기본계획 수립 • 사업자에 대한 지원 • 제작 및 유통지원 • 창업 지원 • 이전기업 지원 • 외국인 투자유치 촉진 • 기술개발 촉진 • 전문인력 양성 • 해외진출 및 국제교류
	부산광역시 영상산업 진흥조례 (2008.11)	<ul style="list-style-type: none"> • 영상산업 발전계획 수립, 시행 • 영상산업 진흥 및 지원 • 영상시설의 설치 및 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 영화의 전당 - 부산문화콘텐츠 컴플렉스 - 부산영화촬영 스튜디오 - 부산영상후반작업시설 - 영상산업센터 /- 부산아시아영화학교
	부산광역시 이스포츠 (전자스포츠)진흥에 관한 조례(2019.4)	<ul style="list-style-type: none"> • 진흥계획 수립, 시행 • 이스포츠 진흥 사업 • 이스포츠 시설 • 국제이스포츠 R&D 센터 • 국제교류지원
광주광역시	광주광역시 문화콘텐츠 진흥 조례(2010.5)	<ul style="list-style-type: none"> • 계획의 수립 • 창업 지원 • 제작자 지원 • 기술 및 문화콘텐츠 개발의 촉진 • 전문인력 양성 • 기업유치 • 해외진출 지원 • 세제지원 • 투자조합 활성화
	광주광역시 영상·영화 진흥 조례(2019.7)	<ul style="list-style-type: none"> • 기본계획 수립 • 영상·영화문화산업 육성 • 영화센터의 설치 • 영화제의 지원 • 영상물의 제작 및 촬영지원
	광주광역시 이스포츠 (전자스포츠) 진흥 조례 (2019.10)	<ul style="list-style-type: none"> • 진흥계획 수립, 시행 • 이스포츠 진흥사업 • 이스포츠 시설 • 재정적 지원
	광주광역시 지역서점 활성화 조례(2019.5)	<ul style="list-style-type: none"> • 지원계획 • 지역서점 지원

지역	구분	내용
경기도	경기도 문화콘텐츠산업 진흥조례(2008.12)	<ul style="list-style-type: none"> • 문화콘텐츠산업 중장기 기본계획 수립 • 기업에 대한 지원 • 시군에 대한 재정지원 • 제작지원 • 창업지원 • 외국인 투자유치 촉진 • 기술개발 촉진 • 전문인력 양성 • 국제교류
	경기도 영화·영상산업 진흥에 관한 조례 (2011.7)	<ul style="list-style-type: none"> • 진흥계획 수립 • 사업 • 시·군지원 • 기업지원
	경기도 음악산업 육성 및 진흥 조례 (2017.8)	<ul style="list-style-type: none"> • 육성계획 수립 • 사업 • 음악 클러스터
	경기도 지역영상미디어센터 지원 조례(2019.7)	<ul style="list-style-type: none"> • 계획 수립 • 재정지원
	경기도 한류월드 조성사업 공기업 설치 조례(2004.8)	<ul style="list-style-type: none"> • 특별회계의 설치 등

[출처] 국가법령정보센터

○ 본 연구에서는 연구의 배경이 되는 콘텐츠산업 진흥법과 문화산업 진흥법에 기반한 인천광역시의 조례를 따름

- 인천광역시의 조례는 인천광역시 문화콘텐츠산업의 육성 및 지원에 필요한 사항을 정하여 문화콘텐츠산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 시민의 문화적 삶의 질 향상과 지역경제 활성화에 이바지함을 목적으로 함
- 4년마다 문화콘텐츠산업의 진흥에 관한 기본계획을 수립·시행하여야 함
- 조례 기본사항으로 제3조 기본계획수립, 제4조 문화콘텐츠기업에 대한 지원, 제5조 제작 및 사업화 지원, 제6조 창업의 지원 등, 제6조의2 투자조합 운영 지원, 제7조 기업 등 유치, 제8조 외국인 투자유치의 촉진, 제8조의2 국제교류 및 국외진출 지원 등, 제9조 기술개발, 제10조 전문인력의 양성, 제11조 문화산업단지 및 문화산업진흥지구의 조성 등, 제12조 문화콘텐츠산업지원센터 설치, 제13조 문화콘텐츠산업진흥위원회 설치 및 기능

2. 문화콘텐츠산업에 대한 구분

- 문화콘텐츠산업에 대한 구분은 기본적으로 “콘텐츠산업 특수분류”를 따르며, 조사의 목적이나 방향성에 따라 실태조사나 기타 통계 조사에서는 그 범주를 조금씩 달리함
 - － (넓은 의미로의 문화산업 구분) 문화산업에 대한 정의를 바탕으로 그 대상을 영화·비디오물부터 음악, 게임, 출판·인쇄 등 보다 넓은 범위로 문화산업 구분¹⁾
 - － (국제기준 참조 및 국내 산업 특성 반영) 콘텐츠산업 진흥정책을 일원화하기로 결정됨에 따라 해당 정책을 지원하며, OECD(콘텐츠미디어산업분류)와 UNESCO(2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics)가 작성한 국제기준을 참조하고 국내산업의 특성을 반영하여 작성됨. 12개 대분류, 49개 중분류, 128개 소분류로 구성²⁾
 - － (한국표준산업분류 연계) 콘텐츠산업 특수분류의 한국표준산업분류(KSIC) 제 10차 개정사항 반영과 분류 정확성 향상을 위한 분류명칭 변경 및 산업분류 연계표 정비한 것으로, 기본적으로 콘텐츠산업 특수분류의 12개 구분을 모두 포함³⁾
 - － (콘텐츠산업 특수분류에서 공연산업 제외 11개 분야) 콘텐츠산업 분야의 신뢰성 있는 통계자료 확보 및 콘텐츠산업 정책의 합리적 의사결정을 위한 지표 제공이 주목적으로 시행되며, 콘텐츠산업 특수분류 12개 구분에서 공연산업을 제외(공연산업 총괄 규모가 별도로 집계되는 점 감안)한 11개 산업규모를 조사⁴⁾
 - － (한국콘텐츠진흥원 지원사업 기준 9개 분야) 사업체 및 인력 등에 대한 실태조사를 통해 각 지역별 신뢰성 있는 통계자료 생산을 위해 실시하며 한국콘텐츠진흥원이 지원하는 9개산업 사업체 대상⁵⁾

1) 문화산업진흥법

2) 통계청, 콘텐츠산업 특수분류(2014)

3) 통계청, 한국표준산업분류 연계표, KSIC 제 10차(2019)

4) 한국콘텐츠진흥원, 2021 콘텐츠산업 실태조사(2023)

5) 한국콘텐츠진흥원, 2022 지역 콘텐츠기업 현황 및 창작자 실태조사(2023)

○ 이상위에서 설명한 문화콘텐츠산업에 대한 구분을 정리하면 아래와 같음

[표 7] 문화콘텐츠산업 구분

콘텐츠산업 특수분류	문화산업 진흥법	한국표준 산업분류(10차)	2021 콘텐츠산업	2022 지역 콘텐츠기업	본 연구 산업 분야
출판	출판·인쇄	출판	출판		
만화		만화	만화	만화	
음악	음악	음악	음악	음악	음악
영화	영화	영화	영화	영화	영화
게임	게임	게임	게임	게임	게임
애니메이션	만화·애니메이션	애니메이션	애니메이션	애니메이션	애니메이션
방송	방송영상물	방송	방송	방송	방송
광고	광고	광고	광고		광고
캐릭터	캐릭터	캐릭터	캐릭터	캐릭터	캐릭터
지식정보		지식정보	지식정보	지식정보	지식정보
콘텐츠솔루션	디지털콘텐츠	콘텐츠 솔루션	콘텐츠솔루션	콘텐츠솔루션	콘텐츠솔루션
공연	공연	공연			
	비디오				
	문화재				
	에듀테인먼트				
	모바일문화				
	디자인				
	사용자제작콘텐츠				

- 본 연구에서 다룰 문화콘텐츠 분야 산업은 콘텐츠산업 특수분류를 기반으로 한 “2021 콘텐츠산업 실태조사”를 따름
- 인천시와의 협의를 통해 출판과 만화를 제외한 음악, 영화, 게임, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션의 총 9개 분야로 정함

[표 8] 본 연구에서 다룰 문화콘텐츠 분야

구분	내용	비고
음악	음악제작업, 음악오디오물 온라인 음악 유통업, 음악공연업	노래방 산업 제외
영화	영화 제작 지원 및 유통업	
게임	게임 제작 및 배급업	
애니메이션	애니메이션 제작업	
방송	방송영상물 제작업	1인 미디어 콘텐츠 제작자 포함
광고		
캐릭터	캐릭터 제작업	도소매업 제외
지식정보	e-Learning업, 기타 데이터베이스및 온라인정보제공업, 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업, 가상세계 및 가상 현실업	
콘텐츠솔루션	콘텐츠솔루션, CG 제작업	

3. 문화콘텐츠산업 관련 법령

○ 본 연구에서 다룬 문화콘텐츠 9개 분야와 관련된 법령을 살펴보면 아래와 같음

[표 9] 문화콘텐츠산업 관련 법령(목적·산업에 대한 정의)

구분	법령 명	주요 내용
음악	음악산업진흥에 관한 법률	<ul style="list-style-type: none"> 제1조(목적) 이 법은 음악 산업의 진흥에 필요한 사항을 정하여 관련 산업의 발전을 촉진함으로써 국민의 문화적 삶의 질을 높이고 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 한다. 제2조(정의) 2. “음악 산업”이라 함은 음악의 창작·공연·교육, 음반·음악 파일·음악 영상물·음악 영상 파일의 제작·유통·수출·수입, 악기·음향기기 제조 및 노래연습장업 등과 이와 관련된 산업을 말한다.
영화	영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률	<ul style="list-style-type: none"> 제1조(목적) 이 법은 영화 및 비디오물의 질적 향상을 도모하고 영상문화 및 영상산업의 진흥을 촉진함으로써 국민의 문화생활 향상과 민족문화의 창달에 이바지함을 목적으로 한다. 제2조(정의) 1. “영화”라 함은 연속적인 영상이 필름 또는 디스크 등의 디지털 매체에 담긴 저작물로서 영상상영관 등의 장소 또는 시설에서 공중(公衆)에게 관람하게 할 목적으로 제작한 것을 말한다. 2. “영화산업”이라 함은 영화의 제작·활용·유통·보급·수출·수입 등에 관련된 산업을 말한다.
게임	게임산업진흥에 관한 법률	<ul style="list-style-type: none"> 제1조(목적) 이 법은 게임 산업의 기반을 조성하고 게임 물의 이용에 관한 사항을 정하여 게임 산업의 진흥 및 국민의 건전한 게임 문화를 확립함으로써 국민경제의 발전과 국민의 문화적 삶의 질 향상에 이바지함을 목적으로 한다. 제2조(정의) 3. “게임 산업”이라 함은 게임물 또는 게임 상품(게임물을 이용하여 경제적 부가가치를 창출하는 유·무형의 재화·서비스 및 그의 복합체를 말한다. 이하 같다)의 제작·유통·이용제공 및 이에 관한 서비스와 관련된 산업을 말한다.
애니메이션	애니메이션산업 진흥에 관한 법률	<ul style="list-style-type: none"> 제1조(목적) 이 법은 애니메이션 산업 육성·지원에 필요한 사항을 정하여 애니메이션 산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 한다. 제2조(정의) 2. “애니메이션산업”이란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 말한다. 가. 애니메이션 및 애니메이션상품(애니메이션을 이용하여 경제적 부가가치를 창출하는 유형·무형의 재화·서비스 및 그 복합체를 말한다. 이하 같다)의 창작·기획·제작·활용·유통·배급·수출·수입 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업 나. 애니메이션 및 애니메이션상품을 대상으로 하는 견본상품박람회, 무역상담회, 박람회 및 축제 등과 관련된 산업

구분	법령 명	주요 내용
방송	방송법	<ul style="list-style-type: none"> 제1조(목적) 이 법은 방송의 자유와 독립을 보장하고 방송의 공적 책임을 높임으로써 시청자의 권익보호와 민주적 여론형성 및 국민문화의 향상을 도모하고 방송의 발전과 공공복리의 증진에 이바지함을 목적으로 한다.
	방송통신발전 기본법	<ul style="list-style-type: none"> 제1조(목적) 이 법은 방송과 통신이 융합되는 새로운 커뮤니케이션 환경에 대응하여 방송 통신의 공익성·공공성을 보장하고, 방송 통신의 진흥 및 방송 통신의 기술기준·재난관리 등에 관한 사항을 정함으로써 공공복리의 증진과 방송 통신 발전에 이바지함을 목적으로 한다.
광고	방송광고판매대행 등에 관한 법률	<ul style="list-style-type: none"> 제1조(목적) 이 법은 방송 광고의 판매대행 등 방송 광고에 관한 사항과 한국방송 광고진흥공사의 설립에 필요한 사항을 규정함으로써 방송 광고 판매시장의 경쟁을 촉진하고, 공정한 거래질서를 확립하여 방송 광고시장 활성화와 방송의 공공성, 공익성 및 다양성 구현에 이바지함을 목적으로 한다.
캐릭터	-	-
지식정보	지식재산 기본법	<ul style="list-style-type: none"> 제1조(목적) 이 법은 지식재산의 창출·보호 및 활용을 촉진하고 그 기반을 조성하기 위한 정부의 기본 정책과 추진 체계를 마련하여 우리 사회에서 지식재산의 가치가 최대한 발휘될 수 있도록 함으로써 국가의 경제·사회 및 문화 등의 발전과 국민의 삶의 질 향상에 이바지하는 것을 목적으로 한다. 제3조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “지식재산”이란 인간의 창조적 활동 또는 경험 등에 의하여 창출되거나 발견된 지식·정보·기술, 사상이나 감정의 표현, 영업이나 물건의 표시, 생물의 품종이나 유전자원(遺傳資源), 그 밖에 무형적인 것으로서 재산적 가치가 실현될 수 있는 것을 말한다. 2. “신지식재산”이란 경제·사회 또는 문화의 변화나 과학기술의 발전에 따라 새로운 분야에서 출현하는 지식재산을 말한다. 3. “지식재산권”이란 법령 또는 조약 등에 따라 인정되거나 보호되는 지식재산에 관한 권리를 말한다.
콘텐츠솔루션	콘텐츠산업 진흥법	<ul style="list-style-type: none"> 제1조(목적) 이 법은 콘텐츠산업의 진흥에 필요한 사항을 정함으로써 콘텐츠산업의 기반을 조성하고 그 경쟁력을 강화하여 국민생활의 향상과 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다. 제2조(정의) ① 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “콘텐츠”란 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보를 말한다. 2. “콘텐츠산업”이란 경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 포함한다)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업을 말한다.
기타	저작권법	<ul style="list-style-type: none"> 제1조(목적) 이 법은 저작자의 권리와 이에 인접하는 권리를 보호하고 저작물의 공정한 이용을 도모함으로써 문화 및 관련 산업의 향상발전에 이바지함을 목적으로 한다.

[출처] 국가법령정보센터

제 2절 내부 환경분석

1. 인천광역시 일반현황

1.1. 인구현황⁶⁾

□ 인천광역시 인구 분포

○ 인천광역시의 인구는 2023년 8월 기준 2,985,152명으로 광역시 기준 서울특별시, 부산광역시를 이은 3위의 규모를 가지고 있음

- － 연령대별 비중을 살펴보면 50~59세가 17.1%로 가장 많은 비중을 차지하고 있고 그 다음으로 40~49세(16.1%), 60~69세(14.6%)를 차지하고 있음

[표 10] 인천광역시 연령별 인구 분포

[단위: 명, %]

구분	0-9	10~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70~79	80~89	90~99	100세 이상
인구	204,094	272,235	367,246	409,654	480,869	511,512	436,589	194,751	93,178	14,509	515
비중	6.84	9.12	12.30	13.72	16.11	17.14	14.63	6.52	3.12	0.49	0.02

[출처] 행정안전부, 주민등록 인구 통계(2023)

* 외국인 인구수 제외

○ 인구 추이를 살펴보면 2020년도를 제외하고 꾸준히 증가하였으며, 2023년 8월 기준 인구 증감률은 0.6%로 나타남

- － 2022년 기준 국내 인구는 3년 연속 감소하였으나, 인천광역시는 18,939명 증가하여 광역지자체 중에는 2번째로 많이 증가하였으며, 인구 증가율은 0.64%로 1위를 차지함

[표 11] 인천광역시 연도별 인구 분포

[단위: 명, %]

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023
인구	2,954,642	2,957,026	2,942,828	2,948,375	2,967,314	2,985,152
증가인원	—	2,384	-14,198	5,547	18,939	17,838
증감률	—	0.08	-0.48	0.19	0.64	0.60

[출처] 행정안전부, 주민등록 인구 통계(2023)

* 외국인 인구수 제외

** 2018~2022는 12월 기준, 2023은 8월 기준 인구

6) 행정안전부 주민등록 인구 통계 <https://jumin.mois.go.kr/#>

□ 지역별 인구 분포

- 지역별 인구를 살펴보면 서구가 614,123명으로 약 20%를 차지하고 있으며, 그 다음으로 남동구 497,181명(16.66%), 부평구 488,696명(16.37%)의 순으로 나타남

[표 12] 인천광역시 지역별 인구 분포

[단위: 명, %]

지역	중구	동구	마추출구	연수구	남동구	부평구	계양구	서구	강화군	옹진군
인구	157,127	59,922	405,633	389,310	497,181	488,696	283,422	614,123	69,265	20,473
비중	5.26	2.01	13.59	13.04	16.66	16.37	9.49	20.57	2.32	0.69

[출처] 행정안전부, 주민등록 인구 통계

* 외국인 인구수 제외

** 2023년 8월 기준 인구

- 지역별 인구증감을 살펴보면 서구의 인구가 25,110명으로 가장 크게 증가하였으며, 남동구 9,000명, 계양구 5,434명 순으로 감소함

- 인구가 증가한 지역들은 국제도시나 도시개발로 만들어진 신도시가 위치해 있으며, 중구는 영종국제도시, 연수구는 송도 국제도시, 서구는 루원시티와 검단 신도시에서 인구가 증가
- 남동구와 계양구는 지역 내 재개발 사업지들의 철거와 착공으로 인해 주민들의 이주로 인구가 감소한 것으로 파악
- 인구 소멸위험 지역인 강화군과 옹진군은 자연스러운 인구 감소 현상이 나타남

[표 13] 인천광역시 지역별 인구 증감

[단위: 명]

지역	중구	동구	마추출구	연수구	남동구	부평구	계양구	서구	강화군	옹진군
인구 (22.12)	152,931	58,999	406,004	385,796	506,181	489,118	288,856	589,013	69,803	20,613
인구 (23.8)	157,127	59,922	405,633	389,310	497,181	488,696	283,422	614,123	69,265	20,473
증감	4,196	923	-371	3,514	-9,000	-422	-5,434	25,110	-538	-140

[출처] 행정안전부, 주민등록 인구 통계(2023)

* 외국인 인구수 제외

** 2022년 12월 과 2023년 8월 기준 인구수 증감

1.2. 산업현황⁷⁾

□ 산업구조

○ (사업체) 총 사업체는 30만 8,892개로 전년도 대비 0.9% 증가하였음

－ 전국 대비 5.1% 비중을 차지하고 있으며, 광역시 중 2위 차지

[표 14] 전국 사업체 현황

[단위: 100개, %]

구분	전국	부산	인천	대구	광주	대전	울산
사업체	60,797	4,013	3,089	2,798	1,710	1,641	1,154
비중	100	6.6	5.1	4.6	3.0	2.9	2.1

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

○ (업종) 도소매업이 78,576개로 사업체 중 22.7% 비중 차지

－ 숙박 음식점 41,800여개(18.1%), 운수창고업 38,800여개(12.5%), 제조업 33,600여개(12.2%)로 그 뒤를 이음

[표 15] 인천시 내 업종별 사업체 현황

[단위: 100개, %]

구분	도소매업	숙박음식점업	운수창고업	제조업	건설업	금융업	기타업종
사업체	786	418	388	336	250	24	889
비중	22.7	18.1	12.5	12.2	3.1	0.9	30.0%

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

○ (규모) 1~4명의 영세 사업체가 26만 6,656개로 전체 86.3% 차지

[표 16] 인천시 내 규모별 사업체 현황

[단위: 개, %]

구분	1~4명	5~49명	50~99명	100~299명	300~1,000명+
사업체	266,656	39,690	1,644	715	187
비중	86.3	12.8	0.5	0.2	0.1

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

7) 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

□ 종사자 현황

○ (총 종사자) 총 종사자는 122만 3,448명으로 전년도 대비 1.3% 증가

－ 전국 대비 4.9% 비중을 차지하고 있으며, 광역시 중 2위 차지

[표 17] 전국 사업체 종사자 현황

[단위: 100명, %]

구분	전국	부산	인천	대구	대전	광주	울산
종사자	249,316	15,445	12,234	10,046	6,885	6,763	5,440
비중	100	6.2	4.9	4.0	2.8	2.7	2.2

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

○ (업종별 종사자) 제조업이 25만 357명으로 전체 20.5% 비중

－ 도소매업 17만 3,100여명(14.1%), 숙박음식점업 10만 3,100여명(8.4%)으로 그 뒤를 이음

[표 18] 인천시 내 업종별 종사자 현황

[단위: 100명, %]

구분	제조업	도소매업	숙박음식점업	운수창고업	건설업	금융업	기타업종
종사자	2,503	1,731	1,031	952	874	240	4,903
비중	20.5	14.1	8.4	7.8	7.1	2.0	40.1

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

○ (규모별 종사자) 5~49명의 사업체 종사자가 44만 4,136명으로 전체 36.3% 비중

[표 19] 인천시 내 규모별 종사자 현황

[단위: 100개, %]

구분	1~4명	5~49명	50~99명	100~299명	300~1,000명+
종사자	3,892	4,441	1,125	1,228	1,646
비중	31.8	36.3	9.2	9.2	13.5

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

□ 제조업·기타업종 현황

○ (제조업 사업체·종사자) 인천 제조업 사업체는 3만 3,574개로 광역시 중 2위, 제조업 종사자 수는 25만 357명으로 광역시 중 1위

－ 사업체 수는 전국대비 5.8%, 종사자 수는 전국대비 5.9% 차지

[표 20] 광역시 제조업 사업체·종사자 현황

[단위: 100개, 100명, %]

구분	전국	부산	인천	대구	광주	대전	울산
사업체 (비중)	5,791 (100)	381 (6.6)	336 (5.8)	327 (5.6)	116 (2.0)	110 (1.9)	100 (1.7)
종사자 (비중)	42,175 (100)	2,130 (5.1)	2,504 (5.9)	1,698 (4.0)	873 (2.1)	672 (1.6)	1,774 (4.2)

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

○ (제조업 업종) 금속가공업이 6,694개로 제조업 중 19.9% 비중

[표 21] 인천시 내 제조업 업종 현황

[단위: 100개, %]

구분	금속가공	기계장비	전기장비	음식료품	전자부품	고무 플라스틱	자동차	기타제조
사업체	66	56	26	26	26	19	7	13,236
비중	19.9	16.8	8.0	7.9	7.8	5.8	2.3	39.4

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

○ (제조업 규모별 종사자) 1~4명의 규모 업체가 2만 3,531개로 70.1% 비중

[표 22] 인천시 내 제조업 규모 현황

[단위: 개, %]

구분	1~4명	5~49명	50~99명	100~299명	300~1,000명+
사업체	23,531	9,428	384	195	36
비중	70.1	28.1	1.1	0.6	0.1

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

○ (도소매업) 소매업이 5만 1,522개(65.6%), 9만 8,846명(57.1%) 비중

[표 23] 인천시 내 도소매업 사업체·종사자 현황

[단위: 100개, 명, %]

구분	전체	소매업	도매 및 상품 중개업	자동차 및 부품판매업
사업체 (비중)	785 (100)	515 (65.6)	240 (30.6)	30 (3.9)
종사자 (비중)	173,100 (100)	98,846 (57.1)	64,537 (37.3)	9,717 (5.6)

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

○ (운수창고업) 육상운송업이 3만 5,562개(91.7%), 6만 2,889명(66.0%) 비중

[표 24] 인천시 내 규모별 종사자 현황

[단위: 개, 명, %]

구분	전체	육상운송업	창고운송업	수상운송업	항공운송업
사업체 (비중)	38,766 (100)	35,562 (91.7)	2,959 (7.6)	200 (0.5)	45 (0.1)
종사자 (비중)	95,243 (100)	62,889 (66.0)	29,244 (30.7)	1,189 (1.2)	1,921 (2.0)

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

□ 8대 전략산업 중장기 육성8)

○ 지역 주력산업과 인천만의 입지적 강점을 바탕으로 8대 전략산업 선정 및 육성방안 수립

- － 주력 기반산업과 연계성 큰 산업, 지역 및 글로벌 산업환경 트렌드에 적합한 성장 가능 산업 선정
- － 산업계, 학계, 전문가, 시민이 참여하는 거버넌스 행정체계를 구축하여 협업에 의한 포괄적 중장기계획 수립

[표 25] 인천광역시 8대 전략산업 및 핵심과제

분야	강점 및 목표	핵심과제
항공	<ul style="list-style-type: none"> 인천은 공항·항만 등 우수한 국제교동망으로 동북 아시아 지역의 허브 역할 수행 2050년 세계 항공산업 7위, 고용 8만 5천명, 항공부품기업 100개 육성 	<ul style="list-style-type: none"> 동북아 허브 공항만 인프라 구축(인천신항, 국제여객터미널, 공항 3단계) 배후물류단지 조기 조성 및 투자 유치 인천 종합 물류지원센터 설립 인천항 기능 재배치와 항만 관리 권한 이관 한중 항로 완전 개방 및 수도권 규제개혁 추진
첨단 자동차	<ul style="list-style-type: none"> 인천은 2017년까지 첨단부품·소재 관련 R&D중심의 인천하이테크 조성 2050년 생산액 70조원, 수출 500억 달러, 고용창출 3만명 달성 	<ul style="list-style-type: none"> 첨단자동차 부품산업 클러스터 구축(자동차융합기술 집적화센터 건립) 2025년 기업유치 40개사 오토에코클러스터 구축 (자동차 친환경해체단지 등) 자동차 After market 수출지원시스템 구축
로봇	<ul style="list-style-type: none"> 인천 로봇기업 총 수출액 '13년 2억 불 달성('12년 대비 127.4% 증가) 창조형 로봇생태계 기반구축(~2018) 인간-로봇 공존 시범도시 조성(~2050) 	<ul style="list-style-type: none"> 로봇생태계(인천로봇랜드) 조성 특화분야(에듀테인먼트, 물류, 의료) 육성 로봇문화 확산 및 인력양성 국제항공·항만 물류로봇 클러스터 구축
바이오	<ul style="list-style-type: none"> 인천 송도국제업무지구 내 첨단바이오단지 조성(2003 ~ 2009) 7개 우수기업 2050년 세계 50위권 글로벌 기업 3개 신규고용 25만명, 수출 33조원 달성 	<ul style="list-style-type: none"> 임상시험수탁기관 및 의약품 생산 대행 기업 유치 송도 바이오프론트 조성사업 지속 추진 BT센터 건립 해양바이오자원 연계산업 육성
물류	<ul style="list-style-type: none"> 항공화물처리량 세계 3위(2,558천톤) 인천창조경제혁신센터를 통한 스마트물류 거점 조성 경쟁력있는 물류거점인프라 구축과 인천형 고부가가치물류Biz-Model 개발 	<ul style="list-style-type: none"> 동북아 허브 공항만 인프라 구축(인천신항, 국제여객터미널, 공항 3단계) 배후물류단지 조기 조성 및 투자유치 인천 종합물류지원센터 설립 인천항 기능 재배치와 항만 관리권한 이관 한중 항로 완전개방 및 수도권 규제개혁 추진
관광	<ul style="list-style-type: none"> LOCZ 복합리조트 2016년 착공 방한 의료관광객 급증 50억 요우커를 겨냥한 인천형 관광산업 대약진을 통한 관광 메카 구현 	<ul style="list-style-type: none"> 주제가 있는 섬 관광 육성 영종도 복합리조트 클러스터 조성과 동북아 '인천판 라스베이거스 시티' 조성 송도 뷰티 의료관광 복합단지 설립 마리나를 활용한 송도 해양복합 레저단지 조성 송도 그린 스마트 MICE 시티모델 구현
뷰티	<ul style="list-style-type: none"> 인천 화장품 공동브랜드 어울 개발(2014) 국내외 뷰티산업엑스포 39회 참여 2050년 매출 15조원, 일자리 10만 개 창출 	<ul style="list-style-type: none"> 뷰티산업 EXPO 유치 및 개최 화장품 품질검사기관 구축 청라 뷰티상품 제조 및 서비스 클러스터 조성 뷰티 융복합 종합 연구단지 조성 공항 인근 뷰티 테마파크 조성
녹색 기후 금융	<ul style="list-style-type: none"> 녹색기후기금(GCF)유치 인천녹색기후 관련 복합클러스터 조성 및 인천기후변화센터 설립 추진 	<ul style="list-style-type: none"> 인천기후변화센터 설립 인천녹색기후 관련 복합클러스터 조성(서구 자원순환 및 폐기물, 송도 수처리 및 에너지 등) 국책 송도녹색기후 투자은행 설립 글로벌 아시아 녹색기후금융 협업사업 추진

[출처] 인천광역시 비즈OK 홈페이지

8) 인천광역시 홈페이지, https://bizok.incheon.go.kr/open_content/publicity/strategy.jsp

1.3. 경제현황⁹⁾

□ 지역내 총 생산(GRDP)

- (총생산) 총 생산액은 97조 8,944억 원으로 전국 4.7% 비중, 광역시 중 2위
- 1인당 총생산 3,329만 원, 총소득 31,267달러로 광역시 중 2위

[표 26] 전국 총 생산액

[단위: 천억, %, 천원(1인당 총생산), 달러(1인당 총소득)]

구분	전국	부산	인천	울산	대구	대전	광주
총생산 (비중)	20,763 (100)	987 (4.8)	979 (4.7)	777 (3.7)	609 (2.9)	464 (2.2)	435 (2.1)
1인당 총생산	40,125	69,133	33,287	31,362	29,583	29,649	25,492
1인당 총소득	35,416	27,946	31,267	51,805	25,623	29,514	28,606

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

- (업종별 생산액) 제조업의 총 생산액은 23조 4,733억 원으로 8.5% 증가, 전 업종 비중 26.5%

[표 27] 인천시 업종별 총 생산액

[단위: 천억, %]

구분	제조업	운수창고업	부동산업	건설업	도소매업	금융보험업	숙박음식점업
총생산	235	88	79	75	58	39	18
비중	26.5	10.0	8.9	8.4	6.6	4.4	2.0

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

- (제조업 업종별 생산액) 기계장비가 5조 6,335억 원으로 제조업 비중 24.0%

[표 28] 인천시 업종별 총 생산액

[단위: 천억, %]

구분	기계장비	전기전자	금속제품	석유화학	음료식품	목재종이	섬유가죽
총생산	56	55	54	44	12	11	2
비중	24.0	23.3	23.0	18.8	5.1	4.8	1.0

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

9) 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

□ 수출입 현황

- (수출입 현황) 수출액은 542억 7,029만 달러로 전국 7.9% 비중, 광역시 중 2위이며, 수입액은 682억 9,632만 달러로 전국 9.3% 비중, 광역시 중 1위

[표 29] 전국 수출입액

[단위: 백만불, %]

구분	수출액	비중	증감	수입액	비중	증감
전국	683,585	-	6.1	731,370	-	18.9
울산	90,093	13.2	21.3	52,180	7.1	28.2
인천	54,270	7.9	18.1	68,296	9.3	27.8
광주	17,946	2.6	8.1	9,714	1.3	20.7
부산	16,190	2.4	9.3	16,817	2.3	9.3
대구	10,641	1.6	34.1	8,115	1.1	54.9
대전	4,684	0.7	-5.4	4,473	0.6	17.3

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 한국 무역협회(2022) 기준

- (품목별 수출입액) 반도체 수출액이 167억 8,780만 달러로 37.8% 급증하였으며, 수입 역시 152억 7,200만 달러로 32.6% 급증

[표 30] 인천시 품목별 수출입액

[단위: 백만불, %]

수출품목	수출액	비중	증감	수입품목	수입액	비중	증감
반도체	16,788	30.9	37.8	반도체	15,272	22.4	32.6
자동차	5,406	10.0	36.0	천연가스	14,318	21.0	76.7
의약품	4,187	7.7	21.8	원유	5,121	7.5	26.0
철강판	3,234	6.0	5.0	석탄	4,928	7.2	97.4
화장품	2,025	3.7	-7.6	철강	2,266	3.3	-24.8

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 한국 무역협회(2022) 기준

- (국가별 수출입액) 중국 수출액이 176억 200만 달러로 1위, 수입액 역시 1위

[표 31] 인천시 국가별 수출입액

[단위: 백만불, %]

수출품목	수출액	비중	증감	수입국가	수입액	비중	증감
중국	17,602	32.4	23.6	중국	9,119	13.4	6.5
미국	9,359	17.2	20.6	호주	8,483	12.4	31.0
베트남	4,196	7.7	11.7	미국	7,972	11.7	45.8

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 한국 무역협회(2022) 기준

□ 경제성장률 · 고용현황

○ (경제성장률) 인천시의 경제성장률은 6.0%로 광역시 중 1위

[표 32] 전국 경제성장률

[단위: %]

구분	전국	인천	대구	광주	울산	대전	부산
총생산	4.2	6.0	4.4	4.0	3.7	2.8	2.3

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

○ (고용률) 인천시의 고용률은 62.7%로 광역시 중 1위

[표 33] 전국 고용률

[단위: %]

구분	전국	인천	대전	대구	광주	울산	부산
총생산	62.1	62.7	61.6	59.1	58.6	59.2	57.1

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

○ (경제성장률) 인천시의 실업률은 3.3%로 광역시 중 1위

[표 34] 전국 실업률

[단위: %]

구분	전국	인천	대구	광주	울산	부산	대전
총생산	2.9	3.3	2.9	2.9	3.2	3.0	2.4

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 통계청- 사업체 통계(2021 기준)

○ 2022년 기준(국가·일반) 산업단지 총생산 51조 2,178억 원, 총고용 15만 2,967명

[표 35] 산업단지 현황

[단위: km², 개, 명, 억 원, 백만불]

구분	면적	입주업체	고용	생산액	수출액
남동국가	9,574	7,807	85,606	296,587	480,391
부평국가	609	1,753	10,638	32,678	61,335
주안국가	1,177	1,284	12,630	43,783	153,345
인천기계	350	178	2,487	2,799	1,577
인천지방	1,136	584	6,949	56,826	21,672
뷰티폴파크	2,251	1,029	10,990	8,908	3,850
인천서부	939	290	5,531	15,917	87,297
청라1지구	194	35	772	2,287	2,169
송도지식	2,402	135	9,302	28,800	107,520
강화하점	59	12	116	209	-
강화일반	462	80	905	2,686	7,341
서운일반	525	70	3,522	16,654	92,610
자원순환	56	23	91	84	-
I-Food (조성중)	283	78	1,589	793	1
영종항공 (조성중)	495	-	-	-	-
IHP 첨단	1,171	402	1,839	3,166	4,252
합계	21,683	13,760	152,967	512,178	1,023,360

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

□ 인천 경제자유구역(IFEZ)

○ 인천경제자유구역(IFEZ, Incheon Free Economic Zone)은 송도, 영종, 청라 등 3개 권역을 잇는 글로벌 비즈니스 도시

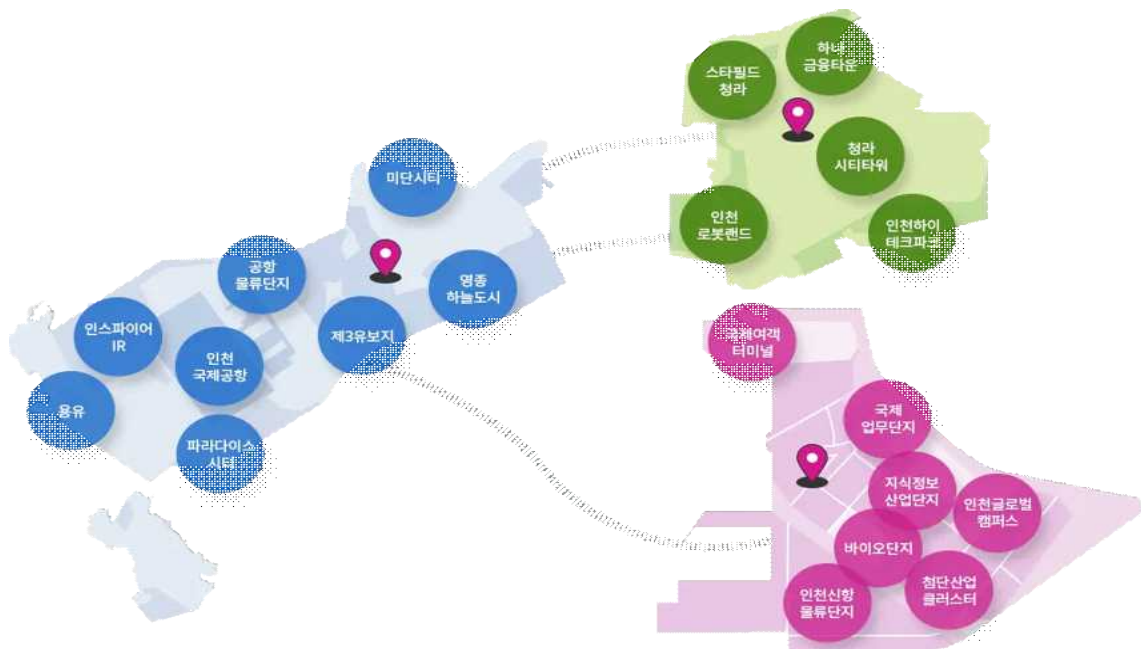
- (송도국제도시) IT·BT의 첨단 지식 및 서비스 산업의 글로벌 거점으로 육성
- (영종국제도시) 세계적 공항시설을 갖춘 물류와 관광산업의 최적지
- (청라국제도시) 업무와 주거가 공존하는 신개념 비즈니스 타운

[표 36] 경제자유구역 현황

구분	송도경제자유구역	영종경제자유구역	청라경제자유구역
면적	53.36km ²	51.26km ²	17.80km ²
사업비	21조 5,442억 원	14조 5,579억 원	6조 5,965억 원
사업기간	2003~2030	2003~2027	2003~2024
계획인구	265,611명	181,024명	98,060명
인구수	194,704명	110,217명	114,538명
외국인수	4,352명	1,808명	1,086명
FDI 신고액	82억 9천만 불	52억 9천만 불	8억 3천만 불
외국투자기업	71개	13개	5개
사업체수(2021)	2,169개	706개	606개

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

<그림 9> 인천경제자유구역 주요 사업



[출처] IFEZ 인천경제자유구역 홈페이지

□ 물류(인천공항 · 인천항)

- (인천공항 규모) 총 여객수 1,787만 명으로 전년대비 458.6% 증가, 총 화물량은 330만 톤으로 전년대비 3.6% 감소

[표 37] 인천항 집안·하역 능력

[단위: 편, 만명, 만톤]

구분	운항	여객			하역능력		
		합계	유·무임	환승여객	합계	화물	환적화물
2022년도	171,253	1,787	1,521	266	330	291	39
전년대비	30.7	458.6	465.5	422.1	-3.6	-11.2	165.6

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 국토교통부 항공통계 AirPortal(2022 기준)

- (국가별 여객 · 화물 규모) 미국이 운항여객(15.6%)과 화물(환적 포함, 27.5%) 1위 비중

[표 38] 인천항 집안·하역 능력

[단위: 명, %, 편, 톤]

여객기준	상위 5개 국가	여객	비중	운항	비중
1	미국	2,782,298	15.6	40,630	23.8
2	베트남	2,465,277	13.8	18,280	10.7
3	일본	2,188,605	12.3	18,889	11.1
4	태국	1,375,602	7.7	7,146	4.2
5	필리핀	1,312,148	7.4	8,031	4.7
화물기준	상위 5개 국가	화물	비중	환적화물	비중
1	미국	691,964	23.5	305,459	27.3
2	중국	494,387	16.8	245,042	21.9
3	일본	281,878	9.6	128,473	11.5
4	홍콩	223,847	7.6	97,494	8.7
5	베트남	216,156	7.3	67,789	6.1

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 국토교통부 항공통계 AirPortal(2022 기준)

○ (인천항 규모) 총 선석 114개, 부두길이 26,736m

[표 39] 인천항 접안, 하역 능력

[단위: DWT, 개, m, 천RT, 천TEU]

구분	접안능력		부두길이	하역능력	
	선박규모	선석		BULK	CONT
신항	2,000~3,000	6	1,600	-	2,162
내항	2,000~50,000	43	9,405	31,671	-
남항	2,000~100,000	30	5,018	17,404	762
연안항	500~40,000	9	1,429	-	-
북항	500~180,000	26	6,413	13,970	-

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 해양수산부 Port-Mis(2022 기준)

○ (인천항 화물) 총 물동량 1억 4,986만톤, 환적량 89만 2천톤

○ (인천항 컨테이너) 총 물동량 319만TEU, 환적량 7만 2천톤

[표 40] 인천항 접안, 하역 능력

[단위: 천톤R/T, 천TEU, %]

구분	물동량	외항			내항
		수출	수입	환적	연안
화물(천톤R/T)	149,858	24,351	98,267	892	26,348
전년대비	-5.0	-6.1	-5.4	-5.4	-2.3
컨테이너(천TEU)	3,189	1,542	1,593	72	4
전년대비	-4.7	-4.9	-5.7	32.2	54.7

[출처] 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)

* 해양수산부 Port-Mis(2022 기준)

1.5. 문화콘텐츠 정책 현황

□ 문화기반시설 인프라¹⁰⁾

- 문화기반시설은 경기도가 554개(18.9%)로 가장 많으며, 인천은 110개로 광역시 중 2위

[표 41] 시도별 문화기반시설

[단위: 개, %]

지역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기
개수 (비율)	424 (14.4)	113 (3.8)	84 (2.9)	110 (3.7)	66 (2.2)	58 (2.0)	44 (1.5)	21 (0.7)	554 (18.9)
지역	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	합계
개수 (비율)	222 (7.6)	135 (4.6)	164 (5.6)	166 (5.7)	217 (7.4)	212 (7.2)	217 (7.4)	129 (4.4)	2,936 (100)

[출처] 국토연구원 국가균형발전지원센터, 지역간 삶의 질 격차: 문화·보건·보육(2022)

* 문화체육관광부(2021) 「전국 문화기반시설 총람」 기준

- 수도권·광역시의 문화기반시설 종류를 살펴보면, 도서관은 경기도가 많으며 박물관은 서울이 많고 인천은 상대적으로 수가 적음

[표 42] 수도권·광역시 문화기반시설

[단위: 개]

지역	국공립도서관	박물관	미술관	문예회관	지방문화원	문화의집
서울	191	131	47	25	25	5
경기	287	128	54	44	31	10
인천	55	29	5	10	10	1
부산	47	32	8	11	15	-
대구	44	14	4	11	8	-
광주	24	12	14	7	5	4
대전	25	15	5	5	5	3
울산	19	11	-	5	5	4

[출처] 국토연구원 국가균형발전지원센터, 지역간 삶의 질 격차: 문화·보건·보육(2022)

* 문화체육관광부(2021) 「전국 문화기반시설 총람」 기준

10) 국토연구원 국가균형발전지원센터, 지역간 삶의 질 격차: 문화·보건·보육(2022)

□ 제물포 르네상스 프로젝트

○ (추진배경) 원도심과 신도시 간 불균형 심화로 특단의 대책 방안 마련 요구

- 내항 재개발 주도권 확보로 시민 니즈(needs) 반영 및 신속 추진
- 원도심 마중물 사업인 상상플랫폼 조성사업을 조속 완료 및 개관
- 숲길, 바람길, 산책길 조성으로 살아 숨쉬는 활기찬 원도심 조성

○ (비전과 전략) 초일류도시 인천 실현을 위한 제물포 르네상스

- (목표) 문화와 관광·산업이 융합되는 사람 중심의 원도심 구현

[표 43] 제물포 르네상스 주요 추진계획

구분	내용
원도심 Renaissance	① [Jemulpo] 프로젝트 수립 및 지원체계 구축으로 활성화 방안 마련 ② [Effect] 속도감 있는 신속한 추진으로 체감 효과 제고 ③ [Momentum] 강력한 추진력으로 원도심 앵커 핵심사업 추진
문화관광 Renaissance	④ [Unknown] 알려져 있지 않은 문화관광 콘텐츠 개발 ⑤ [Level up] 기존 문화관광 시설을 새롭게 더 업그레이드 ⑥ [Promenade] 숲길·바람길·산책길로 즐길 수 있는 관광명소 조성
산업경제 Renaissance	⑦ [Only] 원도심의 산업경제를 살리는 오직 목표로 성장동력 마련 ⑧ [Re] 청년 창업공간 및 스타트업 등 환경조성으로 다시 도약 ⑨ [Naissance] 원도심을 새롭게 탄생시켜 일자리 창출 도모
내항개발 Renaissance	⑩ [Great] 비전과 계획을 크고 체계적으로 수립하여 개발 선도 ⑪ [Pro] 전문가 및 유관기관 등과 협업하여 항만기능 조기종료 ⑫ [Ject] 마스터플랜을 현 실정에 맞게 재검토하여 내실화

JEMULPO ReNaissance Great Project



원도심



문화관광



산업경제



내항개발

[출처] 인천광역시, 제물포르네상스 프로젝트 추진계획(2023)

□ 청라 영상문화복합단지

- (개요) 인천 서구 청라동 1-820번지 18만 8000여㎡ 규모부지에 들어서는 대규모 영상산업 클러스터
 - － 기존 영상산업 집적지인 서울 상암동·목동, 경기 일산 등과 근접
 - － 인천공항 및 차이나타운 등 특색 있는 관광 인프라와 인접, 영상산업과 관광문화산업을 접목한 복합단지 개발에 유리
- (시설구성) 준공업지역과 준주거지역으로 나누어 조성
 - － (준공업지역) 영화·드라마 촬영 스튜디오 외 가상현실(VR) 및 증강현실(AR) 체험 공간, 수중촬영 스튜디오, 컴퓨터그래픽(CG) 촬영 스튜디오(면적의 70%)
 - － (준주거지역) 주거 및 상업시설

<그림 10> 청라 영상문화복합단지 조감도



[출처] 서울신문, 청라 영상문화복합단지 정상궤도에 올라 ... 상암 일산 이어 3번째 규모

2. 내부환경분석 시사점

내부환경 시사점

- 인천은 전국 3위의 인구 규모에 꾸준히 증가하는 추세에 있으며, 신도시 개발이 진행되는 지역의 인구 유입이 지속적으로 진행되는 것으로 나타나 인적자원이 풍부함
- 사업구조는 업체 수는 도소매업이 가장 많으나 종사자 수는 제조업이 가장 많으며, 항구·공항을 소재하고 있는 도시의 특징답게 금속가공과 운수창고업의 비중이 높은 것으로 나타나 장기적인 관점에서는 타 산업으로의 전환이 필요
- 주력산업과 인천만의 입지 강점을 바탕으로 항공, 첨단자동차, 로봇, 바이오, 물류, 관광, 뷰티, 녹색기후금융의 8대 전략산업을 지정하여 핵심과제를 육성
- 인천은 지역 내 총생산 광역시 중 2위, 경제성장률과 고용률은 광역시 중 1위, 수출입 현황 광역시 중 2위로 주요 경제활동 지표에서 상위권을 차지하고 있으며, 수출입 대상으로는 가장 가까운 중국의 비중이 가장 높은 것으로 나타나 지속적으로 시장을 공략할 필요가 있음
- 20개의 산업단지와 인천경제자유구역에서 규제완화와 육성정책을 통해 비즈니스 효율을 극대화 하고 있으며, 물류의 중심지인 인천공항과 인천항을 통해 수출입에 대한 주도권을 선점하고 있음
- 수도권 중 서울, 경기와 비교하여 문화콘텐츠 관련 인프라는 적은 편이나, 인천시를 중심으로 대규모 문화콘텐츠 관련 정책과 인프라 조성을 추진 중에 있어 정책을 통한 문화콘텐츠산업 성장 및 정책들 사이의 시너지가 기대됨

제 3절 콘텐츠산업 환경분석

1. 정책환경

1.1. 국내 정책환경

□ 국정과제¹¹⁾

1) 과제 58번 K-콘텐츠의 매력을 전 세계로 확산(문체부)

○ 과제목표

- 한류 영향력 지속·확대를 위한 해외진출 지원을 강화하여 K-콘텐츠의 매력을 전 세계로 확산
- K-콘텐츠의 지속가능한 발전을 위한 공정하고 탄탄한 미디어·콘텐츠산업 생태계 구축

○ 주요내용

- (K-콘텐츠 기반조성) 관계부처*와 함께 미디어·콘텐츠산업의 컨트롤타워설치 추진, 정책금융 지원으로 세계적인 콘텐츠 IP 보유 기업육성, 창작자 중심 공정환경 조성, 저작권 보호로 문화주권 강화 등(*문체부, 방통위, 과기정통부 등)
- (K-콘텐츠 대표 장르 육성) K-팝, 게임, 드라마, 영화, 웹툰을 대표 장르로 집중 육성하기 위한 체계적 지원으로 콘텐츠 강국 도약
 - 장르별 인재 양성(게임인재원, 한국영화아카데미, 스토리창작센터)-인프라 구축 (거점 대중음악 전용 공연장, 종합촬영소)-창·제작(드라마펀드, IP 활용 2차 저작물 제작 지원)-해외 진출(해외 마켓 참가, 네트워킹 및 비즈매칭 연계 등) 지원 등
- (K-콘텐츠 매력 확산) 10만 K-콘텐츠 기업의 해외 거점 구축으로 해외 진출 지원 강화, 한류 연관산업(뷰티, 패션 등) 연계로 경제적 시너지효과 창출, 쌍방향 문화교류 확대로 한류 지속가능성 제고
- (K-콘텐츠로 신시장 개척) 메타버스·실감콘텐츠·OTT 등 신시장 주도를 위한 콘텐츠 제작 지원 및 인력양성, 문화기술 투자 확대

11) 정부업무평가 <https://www.evaluation.go.kr/web/index.do>

○ 기대효과

- K-콘텐츠 매출액 128조원('20년)→200조원('27년), K-콘텐츠 수출액 119조원('20년)→230조원('27년), 한류팬 수 1.2억명('20년)→3.6억명('27년) 달성
- 한류 효과 확장 및 지속으로 대한민국의 소프트파워 제고

2) 추진현황

- 현 국정과제 58번의 4가지 범주(K-콘텐츠 기반조성, K-콘텐츠 대표장르 육성, K-콘텐츠 매력 확산, K-콘텐츠로 신시장 개척)에 대한 추진 경과를 정리하면 아래와 같음

[표 44] 국정과제 58번 추진현황(~2023년 2분기)

실천과제	연도	분기	추진현황
58-1 K-콘텐츠 기반 조성	2022	2분기	<ul style="list-style-type: none"> • 정책금융 지원으로 세계적인 콘텐츠 IP 보유 기업육성 - '22년 모태펀드 문화계정 운용사 8개소 선정 및 자펀드 결성 진행 (4~6월) - 완성보증 256건, 1,079억 원 공급, 이차보전 187개소, 516억 원 규모 대출의 이자 지원 ('22.6월 말 기준) • 스토리 창작센터 입주작가 모집 및 선정 (3월/40명) • 웹툰 분야 상생협의체 운영(3월~) • 대중문화예술인 표준계약서 개선 연구용역 착수(4월)
		3분기	<ul style="list-style-type: none"> • 정책금융 지원으로 세계적인 콘텐츠 IP 보유 기업육성 - '22년 모태펀드 문화계정 2개 분야 총 2,488억 원 조성 완료('22.9월) - 콘텐츠 제작자금 공급을 위해 386개 제작 프로젝트에 총 1,619 억원 완성보증 공급('22.9 월 기준) - 콘텐츠 기업 214개소, 576억 원 규모 대출의 이차지원 ('22.9월 기준) - 콘텐츠 정책금융 공급 확대를 위한 '23년 예산안 2,440 억원 편성 • 만화분야 표준계약서 개선 연구용역 착수(8월) • 이야기 창작발전소 1기 운영(8~9월) • 제1회 미디어교육사 자격시험 시행계획 공고('22.9.15.) • 세계가 공감하는 원천 콘텐츠 IP 발굴 및 유통 활성화 - '세종도서' 최종 선정 (학술 400종, 교양 550종)('22.9월) • 온라인 불법복제물 신속처리절차 도입(9월) • 필리핀 법집행기관 초청 국제 온라인 콘텐츠 보호 세미나 개최(9.6.)
		4분기	<ul style="list-style-type: none"> • K-콘텐츠 펀드, 완성보증 등 '22년 콘텐츠 정책금융 5,268억원 공급(12월 기준) • 스토리, 웹툰 등 콘텐츠 IP 2차 사업화 및 유통 지원을 위한 콘텐츠 IP 박람회 개최(2022 콘텐츠 IP산업전, 11.10~11.12.) • 「대중문화예술인 표준계약서 개선연구」 연구용역 완료 (12월) • 불법 저작물 모니터링부터 심의까지 연계하는 저작권 침해 종합대응 시스템 구축 (1단계)완료(12월 말)

실천과제	연도	분기	추진현황
	2023		<ul style="list-style-type: none"> 태국 법집행기관 초청 국제 온라인 콘텐츠 보호 세미나 개최(11.1.) 미디어교육 분야 전문 인력 양성을 위한 '제 1회 미디어교육사 자격시험(2급)' 실시(11.20.) <찾아가는 뉴욕도서전>수출상담회 개최(11.15~11.16), 출판유통 통합전산망 기능 고도화 완료(12.26.)
		1분기	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠 IP 펀드 등 역대 최대규모의 K-콘텐츠 펀드 조성 - K-콘텐츠 펀드 출자(2,400억원 출자, 4,100억원 조성) 공고('23.1월) 출판유통 통합전산망 이용 활성화 홍보영상 제작 완료 및 배포(3월) K-콘텐츠 불법유통 근절 범부처 협의체 발족(3.28.)
		2분기	<ul style="list-style-type: none"> K-콘텐츠 펀드 운용사 선정 추진 (1차) 14개 운용사, 총 4,262억원 규모 선정(4월), (2차) 1개 운용사 260억원 규모 선정(6월), (3차) 1개 운용사 모집 공고 중 (~7.14) 콘텐츠 창의인재 동반사업 플랫폼 및 참여자 선정 완료(6월) 대중문화 예술제작 스태프 (패션·매니지먼트)표준계약서 제정 관련 연구용역 진행 (노동환경 실태 파악 및 제도 기반 연구 등) 만화 표준계약서 개정 관련 협·단체 간담회 진행(4월, 만화가협회, 웹툰협회 등), 의견수렴을 통한 창작자·업계·학계 분과별 협의체 운영(6월~) 인터폴 I-SOP 지역공조회의 개최 (5.30.~6.2.)
58-2 K-콘텐츠 대표장르 집중육성	2022	2분기	<ul style="list-style-type: none"> 한국영화아카데미 작품 국내외 영화제 초청 및 수상 (11건 초청, 1건 수상/5월~, 누적) 다양성만화 제작 지원사업 공모 및 선정(4월/65개 과제) 만화 해외 플랫폼 구축 및 운영 지원사업 공모 및 선정(4월 /10개사) 게임인재원 4기(65명) 모집공고 실시(6.8.) 및 교수진 보강 - 신입교수(3명) 최종 선발 완료(6.28.)
		3분기	<ul style="list-style-type: none"> 한국영화아카데미 작품 국내외 영화제 초청 및 수상 (37건 초청, 4건 수상/5월~, 누적) 한국영화아카데미 글로벌과정 작품 해외 로케이션 및 국내 촬영 완료(9월) 우수 대중음악 해외진출 지원(9월/독일 '리퍼반 페스티벌') 게임인재원 제2기 졸업식 개최(8.30.) 및 제2 캠퍼스 구축공사 추진 - 졸업생 53명 중 31명 (58%)조기 취창업 완료 - 제2 캠퍼스 공사 계약체결 및 착공 (8.10.) *공사진행률 30% 2022년 국제방송영상마켓 (BCWW)개최 ('22.8.31. ~ 9.2./동대문디자인플라자)
		4분기	<ul style="list-style-type: none"> 케이팝 쇼케이스 및 비즈니스 콘퍼런스(Korea Spotlight Tokyo/11.8.~9.)개최 한국영화아카데미 작품 국내외 우수 영화제 초청 및 수상 (10~12월/38건 초청, 7건 수상) 게임인재원 신입생 (5기)모집 공고 및 제2캠퍼스 준공(11월) 다양성 만화 65개 과제(중편 45개, 단편 20개) 제작지원 및 중소 웹툰 플랫폼 10개사 해외 구축 및 운영 지원(12월 기준)

실천과제	연도	분기	추진현황
58-3 K-콘텐츠 매력 확산			<ul style="list-style-type: none"> • 해외 주요 국제방송영상마켓 참가(프랑스 MIPCOM 10월, 두바이 DICM 11월, 싱가포르 ATF 12월) • 방송영상콘텐츠 기획안 공모 선정작 피칭 및 비즈매칭(피치온)개최 (10.28)
	2023	1분기	<ul style="list-style-type: none"> • 2023 게임 기획지원/제작지원 사업 설명회(2.16.) • 한국영화 아카데미 입학식 및 부트캠프 실시(2.13.~2.24.) • 한국영화 아카데미 졸업영화제 개최(3.3~5.) • 국제방송영상마켓 참가 지원 (홍콩 FILMART 3.13.~16.) • '2023 대한민국 방송영상콘텐츠 기획안 공모전' 개최 (2.28.~3.27.)
		2분기	<ul style="list-style-type: none"> • 2023년도 전주국제영화제 기간 한국영화아카데미 40주년 기념 특별전 개최(4.30.~5.6.) • 다양성만화 제작지원 109개 과제 선정(4.10) 및 협약체결(4.26), 지원금 교부 • 온오프라인 음악 영상 제작지원 업체 선정 및 협약체결(4.10.), 중소 기획사 및 뮤지션 대상 사업설명회 개최(6.30.) • 국제방송영상마켓 참가 지원(프랑스 MIPTV 4.17.~19.) • 수출용 방송콘텐츠 재제작 지원 참가기업 공고 및 선정(1차, 5월) • 방송콘텐츠 유통상담회 개최(미주 LA 스크리닝 연계, '23.5.17.~19.) • 해외 대중음악 쇼케이스 개최(6.22.~23./카자흐스탄 알마티)
	2022	2분기	<ul style="list-style-type: none"> • K-콘텐츠 화상 수출상담회 개최(7.6~7.7) • K-콘텐츠 엑스포 싱가포르 개최(7.26~7.2)
		3분기	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 수출마케팅 플랫폼을 통한 수출정보 제공(국·영문) 1,476건, 해외진출지원센터 상담지원 180건(~9.30) • 패션산업 지원체계 개편 현장 간담회(8.26) • '모꼬지 코리아' 우즈베키스탄 개최('22.9.24.~25, 우즈벡 타슈켄트)
		4분기	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 수출마케팅 플랫폼 (WelCon)'온라인 전시관 운영 (12월~) • K-콘텐츠 엑스포 개최 (10.4.~7./ 스페인) • '모꼬지 코리아' 말레이시아 개최('22.11.12.~13, 쿠알라룸푸르) • 관계부처 합동 K-박람회 개최(10.15~18,10.27~28/베트남) • 2022 한국문화축제 개최 ('22.9.30.~10.8./경복궁, 광화문 및 잠실) • 관계부처 합동 해외홍보관 (Korea 360, 인도네시아)구축 (10월), 시범운영(11월), 공식 개관행사 개최 (12.3~5)
	2023	1분기	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 수출마케팅 플랫폼 웰콘(WelCon) 및 해외진출지원센터 운영을 통해 수출정보 제공 및 상담지원 * 수출정보 592건, 해외 진출 비즈니스 상담 40건 등 ('23.1 분기 실적) • 관계부처 합동 해외홍보관 (Korea360, 인도네시아)운영 * 266개 브랜드 2,566개 유·무형 상품 전시 ('23.3 월 말 기준) • <2023 모꼬지 대한민국> 운영 대행 용역 입찰 공고 (3월) • 민관협력 사회공헌 사업 협력기관 공모 (3월)

실천과제	연도	분기	추진현황
58-4 K-콘텐츠로 신시장 개척	2022	2분기	<ul style="list-style-type: none"> • 동반성장 디딤돌 대행사 입찰 공고(4.4.~4.24) 및 선정(6월) • 콘텐츠 번역아카데미 수강생 모집 ('23.4.3.~4.21), 합격자 발표 (6월) • K-콘텐츠 화상수출상담회 개최 (6.28.~29.) * 국내 콘텐츠기업 57개사, 해외 바이어 (중국)61개사 참가
		2분기	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스 콘텐츠 발전 입법 추진 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 「메타버스콘텐츠 진흥에 관한 법률」 제정안 발의 (김승수의원, 6.27) - 「문화산업진흥기본법」 개정안, 「콘텐츠산업진흥법」 개정안 발의 (김승수 의원 대표발의, 6.16) • 해외 실감콘텐츠 전시(미국 뉴욕, 5.2~5.14/워싱턴 5.26 ~6.9) • NFT 거래시 유의해야 할 저작권 안내서 발간 (6.14) • 메타버스, NFT 저작권 협의체 발족·운영 (5~10월)
		3분기	<ul style="list-style-type: none"> • OTT 자체등급분류 제도 도입을 반영한 영화비디오법 개정안 국회 통과 (9.7.) 및 공포 (9.27.) * '23.3.28. 시행 예정 • 영상콘텐츠 제작비 세액공제를 OTT 콘텐츠까지 확대하는 「조세특례 제한법」 일부개정 법률안 국회 제출 지원(기재부, 9.1.) • OTT·콘텐츠 특성화 대학원 특화 교과과정 운영 (9월 개강) • 메타버스 콘텐츠 발전 관련 법안 3건 상임위 상정 (9.20) • 실감콘텐츠 분야 창업 초기기업을 지원하는 '뉴콘텐츠 기업지원센터' 개소 (서울 역삼, 9.21) • 해외 실감콘텐츠 전시 (멕시코 과나후아토, 10.12~30)
		4분기	<ul style="list-style-type: none"> • 신기술융합콘텐츠 해외 체험관 운영 (10~12월, 멕시코·UAE) • 국내외 여행객 대상 신기술융합콘텐츠 전시공간인 'VIVID SPACE' 개관(12.2, 인천국제공항) • OTT 자체등급분류 제도 도입에 따른 영화비디오법 하위법령 개정 추진 (11월~) • 영상콘텐츠 제작비 세액공제 OTT 콘텐츠까지 확 - OTT 영상콘텐츠 세액공제 도입을 포함한 조세특례 제한법 개정안 국회 본 회의 의결 (12.23) • OTT·콘텐츠 특성화 대학원 특화 교과과정 운영 (9월~12월) • 제 6차 방송영상산업진흥 중장기계획 수립 및 발표 (12.27)
	2023	1분기	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스 콘텐츠 발전 입법 추진 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 「콘텐츠산업진흥법」 개정안 소관 상임위 의결(1.31.) - 「메타버스콘텐츠진흥에 관한 법률」 공청회 개최 (3.29.) • 메타버스 콘텐츠 발전 TF 운영 ('23.1~3월, 3회) • OTT 콘텐츠 제작비 세 액 공제 시행 (1월) • OTT 특화콘텐츠 제작 지원작 27편 선정(3월)
		2분기	<ul style="list-style-type: none"> • 뉴콘텐츠기업지원센터 멤버십 기업 모집 (4월, 20개 기업) • OTT 자체등급 분류 사업자 첫 지정 (5.31./7개 업체), 제도 본격 시행 (6월~)

[출처] 정부업무평가포털 국정과제 추진현황(2023)

□ 문화체육관광부¹²⁾

1) 추진 성과에 대한 평가

○ 수출시장의 떠오르는 강자, 케이-콘텐츠

- 콘텐츠산업은 연평균('17~'21년) 매출 5%, 수출 9% 급성장, 미래먹거리 산업으로 부상
- 오징어 게임의 에미상 수상, '이상한 변호사 우영우'의 글로벌 성공, 방탄소년단(BTS)에 대한 전 세계적 환호 등 케이-콘텐츠의 세계 위상 강화
- 케이 콘텐츠 신산업 성장을 위한 디딤돌 마련(온라인 동영상 서비스(OTT) 자체등급분류제 도입 및 세액공제 적용, 방송영상산업진흥 중장기계획 발표 등)

○ 전 세계 관광의 본보기(롤모델)로서 한국(케이) 관광 기틀마련

- 22년 외국인 관광객 전년 대비 235% 증가(318만 명/잠정)
- 개방된 청와대를 역사, 문화예술, 자연유산(수목원), 전통 문화재가 국민 속에서 살아 숨 쉬는 공간으로 재구성
- 민관이 함께 '한국문화(케이컬처)와 함께하는 관광매력국가'로 도약을 다짐하는 새 정부 첫 관광 진흥계획 수립(12월, 국가관광전략회의)

○ “약자 친화(프렌들리)” 정책 공세적 확대

- 역대 정부 최초 “장애 예술인 문화예술활동 지원 계획(9월)” 수립
- “대한민국 문화도시 추진계획” (12월)을 통해 문화가 이끄는 지역균형발전 기반 마련
- 2030 청년자문단 선발(21명, 12월)로 청년의 시각에서 새로운 문화정책 발굴·개선

○ 한국 스포츠의 새로운 도약을 위한 개혁과 글로벌 확장

- 학생선수의 운동을 가로막는 불합리한 제도 개혁, 경기장 안팎을 잇는 민관 협력 안전 모델 창출, 역대 최대규모의 전국 체전
- 2027 세계대학경기대회 유치(11월), 국가올림픽위원회총연합회(ANOC) 총회 성공적 개최 및 카타르 월드컵 참가로 스포츠와 한국문화(케이컬처)융합의 새로운 지평 확장

12) 문화체육관광부, 2023년 업무계획(2022)

2) 2023년 업무추진 여건 및 주요 방향

- 케이-콘텐츠·한국(케이) 관광, 국가도약을 이끄는 전략산업으로 육성
 - 자금 부족으로 지식재산권(IP) 해외 유출, 국가적 육성 전략 부족
 - 한국문화(케이컬처) 융합을 통한 독보적 매력으로 관광산업 재도약 추진
- 코로나 19로 심화된 격차를 회복하고, 균형발전을 이끄는 문화
 - 문화·체육·관광 활동 회복이 더디며, 인구구조 변화로 격차 심화
 - 고유의 문화매력 발굴로 지역균형발전을 선도, 국민 행복 추구
- 창의적·도전적 예술 성과를 한국예술(케이아트)로 체계적 육성
 - 차세대 한국문화(케이컬처), 한국예술(케이아트) 육성
 - 예술산업 육성 및 신기술 융합 미래예술 기반 강화 필요
- 현장의 걸림돌을 제거하는 체육인 중심 스포츠 정책
 - 마음 놓고 운동할 수 있는 환경조성

<그림 11> 문체부 2023년 업무계획, 비전 및 핵심 추진 과제

비전

국민이 함께하는 문화매력국가
한국문화(케이컬처)가 이끄는 국가도약, 국민행복

가치

자유·혁신 공정·연대

목표

케이-콘텐츠, 수출 강자 위상 강화	한국(케이) 관광으로 국제관광 무대 주도	국민의 공정한 문화접근기회 확대
콘텐츠 수출액 (21) 124억 달러 →(23) 150억 달러 →(27) 220억 달러	외국인 관광객 수, 관광 수입 (21) 97만 명 103억 달러 →(23) 130만 명 160억 달러 →(27) 330만 명 300억 달러	문화·체육활동 참여율 (문화) 34% / 61% (체육) 75% / 64% →(27) 85% / 70%

핵심
추진
과제

(자유·혁신) 한국문화 (케이컬처)가 이끄는 국가번영	① 케이콘텐츠 수출 지평을 바꾸는 승부수(게임체인저)
	② 2023년, 관광대국으로 가는 원년
(공정·연대) 한국문화 (케이컬처)로 행복해지는 국민	③ 한국문화(케이컬처)의 차세대 주자, 예술
	④ 문화의 힘으로 지역균형발전
	⑤ 공정한 문화 접근기회 보장
	⑥ 현장 속으로, 다시 뛰는 한국(케이) 스포츠

문화체육관광부 2023년도 업무계획 6대 중점과제

국민이 함께하는 문화매력국가

K-컬처가 이끄는 국가도약, 국민행복

K-콘텐츠, 수출지평을 바꾸는 게임체인저

- 콘텐츠 스타트업·벤처 전 주기 지원
- 역대 최대 7,900억 원 정책금융 지원
- 1인당 콘텐츠 인계 양성
- 해외 거점 15개소로 콘텐츠 기업 진출 확대
- K-콘텐츠 홍보관 K-박람회 등을 통해 연관 산업 수출 지원

2023년, 관광대국 원년

- 2023 한국관광의 해 선포
- K-컬처 이벤트 100선 및 세계 15개 도시 K-관광 로드쇼 개최
- 청와대 역사문화관광플랫폼 본격 조성

예술, K-컬처의 차세대 주자

- 청년예술인 생애 첫 지원 및 예술대학생 역량 강화 (신규 58억 원)
- 한국문화 유물품앗이(KLWWA) 운영 등 분야별 해외 진출 지원
- '아트코리안랩' 조성(23.6월 초)

문화로 이끄는 지역균형발전

- 대한민국 문화도시 지정(7개소)
- 문화취약지역 맞춤형 지원
- K-관광 유망벨트(삼천포 3조 원 '23-'23)·기초 삼천포 K-관광 성 등 지역관광 활성화

'약자 프렌들리'로 모두가 누리는 문화

- 장애인예술인 창작을 우선구매 시행(3월) 및 장애인예술인 표준 공연장 개관(8월)
- 박물관·미술관 무장애 관람환경 조성, 장애인 아스포츠 대회 개최
- '이마기힐메니'를 활용한 스타 발굴

다시 뛰는 K-스포츠

- '운동하는 국민 인턴십 프로젝트' 도입 (최대 5만 원, 1만 명)
- 학교 운동부 창단 지원 사업 신설(20개교)
- 학생선수 출석인정일수 기준 완화
- 씨름 등 K-스포츠 대표 브랜드 육성

문화체육관광부

[출처] 문화체육관광부 2023년 업무계획(2022)

3) 문화콘텐츠 관련 주요 업무 추진계획

○ 기획·개발 지원

- 예비창업자·창업초기기업의 콘텐츠 기획안이 창업·사업화로 이어지도록 기획·개발 단계부터 지원
- 게임(50억 원), 영화(70억 원), 방송(18억 원), 웹툰(33억 원), 패션(4억 원)
- 단계별(창업초기-도약-글로벌 진출 등)로 사업화 자금, 사업 모델 혁신(법률, 노무, 마케팅 등) 지원(103억 원)

○ 미래 인재 양성 지원

- 현장형 교육으로 취·창업 지원('23년, 564억원/3년간 1만명)
- (신기술콘텐츠 융복합아카데미) 콘텐츠 기획·제작과 첨단기술 역량을 고루 갖춘 기술융합 전문인력 양성
- (창의인재 동반사업) 전문가를 통한 도제식 멘토링 지원

○ 신산업 모델 지원

- 신(新)사업 모델(웹툰 전문 번역 등), 신(新)기술(인공지능, 확장가상세계 등) 기반 콘텐츠 프로젝트 및 기술개발 지원
- 방송(70억 원), 웹툰(15억 원), 음악(27억 원), 패션(10억 원), 출판(12억 원), 기술개발(74억 원)

○ 불공정행위 근절

- 문화산업공정법 제정('23) 및 콘텐츠분쟁조정위원회 기능 강화
- (표준계약서 사용) 방송제작진(스태프) 노무 상담, 제작지원작(作) 대상 의무 사용 지속 확대

○ 정책금융 지원

- (케이-콘텐츠 펀드) 중소기업 위주, 콘텐츠산업에 대해 펀드를 통한 자금 조달 확대('23년 4,100억 원 조성목표)
- (지식재산권 펀드) 세계적인 지식재산권(IP) 보유 콘텐츠 기업 육성을 위한 콘텐츠 지식재산권 펀드 조성('23년 1,500억 원 조성목표)
- (모니터링) 콘텐츠업계 자금경색 상황 주기적으로 점검, 민관합동 지원방안 마련

○ 콘텐츠 분야별 맞춤 지원

- (케이팝) 비대면·글로벌 확산(80억 원) 및 ‘음악+신기술의 결합’ (82억 원)을 통한 온라인 케이팝 공연지원
- (영화·드라마) 제작-체험-인력양성 기능 집약형 콘텐츠 기반 마련을 위한 특수영상 클러스터(~ ’25년, 총 1,476억 원) 및 부산종합촬영소(’23 ~ ’25년, 총 660억 원) 구축 지원
- (온라인동영상서비스) 온라인동영상서비스(OTT) 콘텐츠 제작비 세액공제 적용(1월), 자체등급분류제도입(3월), 영화관람료 문화비 소득공제 대상 포함(7월) 등 제도·규제 혁신 및 온라인 동영상서비스 특화콘텐츠 제작지원(454억 원), 다국어자막·더빙·시각효과 등 후반작업 지원(300억 원) 등
- (게임) 다년도 제작지원 도입(90억 원, 신규) 및 콘솔 등 전략 플랫폼 육성, 이스포츠 대회 확대(대통령배, 1회→2회)로 우수 선수 발굴 지원
- (웹툰·웹소설) 웹툰융합센터(’23년 6월 개소, 총 500억 원)를 통한 작가 기업 종합 지원 및 저작권 보호 강화(불법 웹툰·웹소설 사이트 집중 모니터링, 웹툰 불법복제 방지기술 개발, 수사 전문화 등)

○ 콘텐츠 수출 지원

- (해외 진출 지원거점 확대) 10만 영세 콘텐츠 기업의 콘텐츠 수출 전방위 지원(80.5억 원, ’22년 10개소→’23년 15개소→’27년 30개소 목표)
- (한류 데이터센터 구축) 데이터 기반 맞춤형 수출지원(15억 원)
- (언어별 저작권 침해정보 수집시스템 구축) 침해 신속 대응(12억 원)

○ 연관산업 수출 확대 지원

- 케이-콘텐츠를 중심으로 한 케이 유행(신드롬) 활용, 콘텐츠+제조업·서비스업 동반 해외 진출 확대
- (케이-브랜드 홍보관) 콘텐츠, 화장품, 식품 등 공동홍보(’22년 12월 개소, 인니/40억 원)
- (케이 박람회) 콘텐츠-소비재 동반 해외 진출 지원(20억 원), 한류연계 마케팅(45억 원) 등

○ 추진체계 혁신

- (한국콘텐츠진흥원 내 수출전담조직 신설) 7개 본부→5개 본부로 축소해 기관 생산성·효율성 증대, 수출지원 강조
- (한류지원본부) 콘텐츠·연관산업 해외 진출 지원 추동력 확보

□ 한국콘텐츠진흥원

1) 개요

- 한국콘텐츠진흥원은 “콘텐츠산업 진흥으로 문화강국 실현과 국민행복에 기여”라는 미션을 두고 “K-콘텐츠 혁신성장을 선도하는 진흥기관”이라는 비전을 둠
 - － 핵심가치는 창의혁신, 미래선도, 포용성장의 세 방향으로 정함
 - － 주요 핵심 전략은 1. 콘텐츠 기업의 경쟁력 강화 지원 2. 콘텐츠산업의 미래 성장 기반 확충 3. 지속가능한 경영체계 확립
 - － 2023년에 진행되는 지원사업 관련 개선사항은 아래 표와 같음

[표 45] 2023 중점 추진 방향(지원사업 제도개선 사항)

제도개선	주요 내용
1. 변화하는 산업환경에 대응하기 위해 심사평가위원 풀 전면 재구축	<ul style="list-style-type: none"> • 공신력 있는 민간 현장 전문가의 평가 참여가 확대될 수 있도록 평가위원 풀 전면 재구축 • 한시 운영 중이던 공정평가담당관 제도 폐지 • ARS 평가위원 섭외시스템 도입 등 평가행정 효율화
2. 한국콘텐츠진흥원 제작지원 수행 기업 인증제 시행	<ul style="list-style-type: none"> • 제작지원 작품의 국내외 마케팅 활성화를 위해 제작지원 인증서 국영문 발급
3. 11개 콘텐츠 시상 수상작 서면 평가 가점 부여 신설	<ul style="list-style-type: none"> • 2023년 한국콘텐츠진흥원의 전체 지원사업 적용
4. 청년세대 기회확대를 위한 생애 최초·청년기업 쿼터제 추진	<ul style="list-style-type: none"> • 한국콘텐츠진흥원 지원사업에 처음 참여하는 청년 창업기업을 최소 30% 선발하여 신규·청년 기업의 사업 참여 기회 확대
5. 철저한 사업관리를 위한 부정수급 방지 시스템 도입	<ul style="list-style-type: none"> • 부정수급 근절을 위해 감사실 내 부정수급 점검·예방을 위한 「보조금 부정수급 점검반」 신설 • 지원과제 수시 모니터링, 현장점검, 제보 활성화 등을 통해 부정수급 적발 시, 신속한 사후조치(참여제한 등) 시행
6. 복합금융(지원사업+융자) 제작지원 신설.	<ul style="list-style-type: none"> • 한국콘텐츠진흥원 지원사업에 선정됨과 동시에 보증평가를 진행하여 제작지원금과 금융지원(대출)을 동시에 지원 • 대출희망 기업에 한해 선정단계 및 중점심사단계(신용보증)를 거쳐 지원 • '23년 게임, 방송 등 주요 장르 제작지원에서 시범 추진 후 단계적으로 확산 시행
7. 제작지원 다년도(2년) 지원사업 도입	<ul style="list-style-type: none"> • 다년도 지원사업(2년)을 도입하여 충분한 사업 수행기간을 제공하여 안정적인 제작여건 보장
8. 제작지원 정부지원금 최대 30억 상향	<ul style="list-style-type: none"> • 중소제작사 콘텐츠 IP확보 및 비즈니스 경쟁력 강화를 위해 시행

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2023한국콘텐츠진흥원 지원사업 설명회(2022)

<그림 12> 한국콘텐츠진흥원 2023 경영목표

미션	콘텐츠산업 진흥으로 문화강국 실현과 국민행복에 기여		
비전	K-콘텐츠 혁신성장을 선도하는 진흥기관		
핵심가치	창의혁신	미래선도	포용성장
2030 목표	매출·수출 지원성과 2조원 투융자 1,400억원	R&D사업화 지원성과 6백억원 일자리 창출 5만명(누적)	고객만족도 최고 등급 안전수준평가 최고 등급

콘텐츠기업의 경쟁력 강화를 지원하겠습니다.

 <p>기업 맞춤형 제작지원</p> <ul style="list-style-type: none"> • 게임방송애니 등 장르별 제작지원 • 신기술 접목 콘텐츠 지원 강화 • 현장 수요 기반 지원체계 고도화 	 <p>K-콘텐츠 글로벌 진출지원</p> <ul style="list-style-type: none"> • 신규해외 거점 및 신흥시장 확대 • 관광 등 연관산업 한류마케팅강화 • 콘텐츠 기업 맞춤형 해외심층 정보 제공 	 <p>스타트업 단계별 성장지원</p> <ul style="list-style-type: none"> • 예비초기성장도약단계별 지원 • 입주·보육지원을 통한 성장기반 제공 • 스타트업 맞춤형 글로벌 진출지원 	 <p>가치중심 정책금융 활성화</p> <ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠가치평가모형, 서비스 고도화 • 민간자본 연계 투융자 활성화 • 금융재원 확보 등 정책금융 역량 강화
--	--	--	---

콘텐츠산업의 미래성장 기반을 확충하겠습니다.

 <p>기술기반 신산업분야 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> • 메타버스 등 신기술 융합콘텐츠지원 • 문화체육관광 R&D 거버넌스 구축 • 디지털·온라인 신사업 발굴 및 육성 	 <p>융복합 미래인재 양성</p> <ul style="list-style-type: none"> • 신기술 기반 융복합 창의인재 양성 • 장르별 수요 기반 창의인재 양성 • 구직자 맞춤형 역량강화 지원 	 <p>지역 주도 산업 생태계 조성</p> <ul style="list-style-type: none"> • 지역 특화 콘텐츠 제작 지원 • 지역거점을 통한 거버넌스 확립 • 지역별 콘텐츠 향유문화 확산 	 <p>콘텐츠산업 정책기능 강화</p> <ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 정책정보 데이터 제공 확대 • 제도개선, 일자리 등 선제적 현안 대응 • 차세대 콘텐츠산업 중장기 계획 수립
---	--	--	--

지속가능한 경영체계를 확립하겠습니다.

 <p>기관 경영·사업구조 혁신</p> <ul style="list-style-type: none"> • 이해관계자 소통 기반 경영혁신 • 콘텐츠 특화 ESG 경영체계 확립 • 환경변화 대응 기능 사업 조직 효율화 	 <p>윤리·인권경영 내재화</p> <ul style="list-style-type: none"> • 신규해외 거점 및 신흥시장 확대 • 관광 등 연관산업 한류마케팅강화 • 콘텐츠 기업 맞춤형 해외 심층정보 제공 	 <p>안전·환경 수준 제고</p> <ul style="list-style-type: none"> • 예비초기성장도약단계별 지원 • 입주·보육지원을 통한 성장기반 제공 • 스타트업 맞춤형 글로벌 진출지원 	 <p>동반성장 문화 확산</p> <ul style="list-style-type: none"> • 동반성장 추진체계 고도화 • 임직원 동반성장 문화 내재화 • 콘텐츠산업의 공정거래 문화 확산
--	---	--	--

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2023한국콘텐츠진흥원 지원사업 설명회(2022)

2) 2023년 예산 현황

- 한국콘텐츠산업진흥원 2023년 주요사업 예산 합계는 625,134백만 원으로 2022년 결산 합계인 547,174백만 원보다 77,960백만 원 증가

[표 46] 한국콘텐츠진흥원 주요사업 예산 및 결산 금액

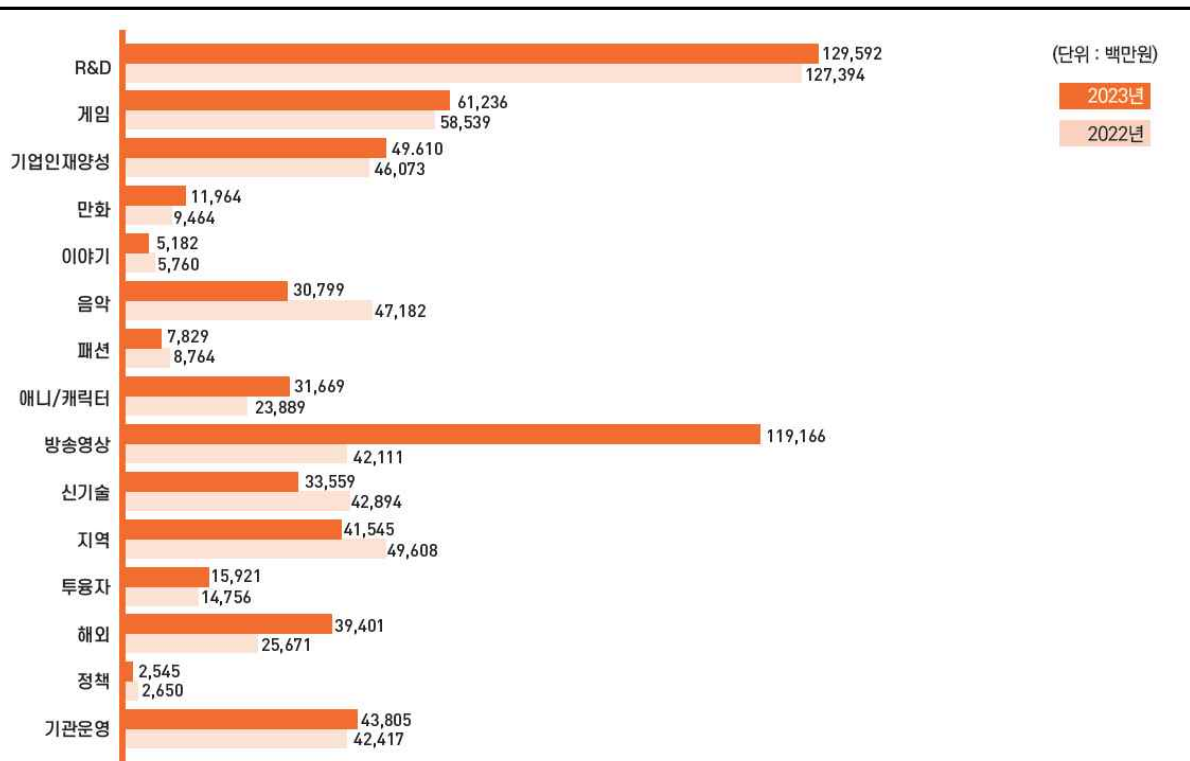
[단위: 백원]

사업구분	2018년 결산	2019년 결산	2020년 결산	2021년 결산	2022년 결산	2023년 예산
문화콘텐츠 진흥환경조성	97,752	106,117	126,185	124,181	125,508	135,327
문화콘텐츠 산업육성	106,775	154,664	178,636	258,324	226,205	214,582
문화콘텐츠 산업기술지원	54,204	53,747	73,263	78,730	88,190	84,646
문화산업 기관지원	22,056	0	0	0	0	0
저작물이용 및 유통환경조성	0	7,913	130	361	14,100	18,774
방송영상콘텐츠 및 광고산업활성화	18,913	25,432	29,432	36,314	42,111	119,077
종합정책연구	0	0	0	0	6,690	6,690
국어문화진흥	300	0	0	0	0	0
해외문화홍보원운영	0	350	0	0	0	0
관광인프라조성	0	700	0	0	0	0
국내관광육성지원	0	2,345	1,523	2,901	4,425	6,650
스포츠산업연구 및 기술개발	0	4,583	107	230	20,679	18,922
기타재원사업	15,848	15,485	14,899	15,687	14,236	14,279
자체재원사업	10,247	11,230	5,638	4,868	5,030	6,187

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2023년 경영공시자료 참조

- 장르·기능별로 예산을 살펴보면 전체 예산은 전년도에 비해 14% 증가하였으며, 방송영상이 전년대비 183%의 증가율을, 음악이 전년대비 34%가 감소
- － R&D(20.80%), 방송영상(19.10%) 게임(9.80%) 기업·인재양성(8.00%) 기관운영(7.0%)의 순으로 많은 비중을 차지하고 있으며 해당 분야들은 전년대비 예산이 모두 증가
- － 예산이 감소한 분야는 음악(34.70%), 신기술(21.80%), 지역(16.30%), 패션(10.70%), 이야기(10.0% 감소), 정책(4.0%)의 순으로 감소

<그림 13> 2023년도 예산 현황



[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2023한국콘텐츠진흥원 지원사업 설명회(2022)

* 2023년도 예산(안) 국회 의결 전 작성된 자료로, 예산 확정 후 추후 변동될 수 있음

3) 2023년 주요사업 현황¹³⁾

○ 문화콘텐츠 진흥환경 조성사업

- (문화산업정책개발 및 평가) 국내외 콘텐츠산업에 대한 체계적인 조사·분석을 통해 실효성 있는 콘텐츠산업 정책수립을 위한 근거 지표로 활용
- (문화콘텐츠 국제협력 및 수출기반 조성) 콘텐츠 수출기업의 성장단계별(준비-진입-성장) 맞춤형 지원으로 해외진출 역량 강화하고 신흥시장 개척 등 수출시장 다변화로 콘텐츠 기업 해외진출에 기여
- (문화콘텐츠 투자 활성화) 신뢰성 있는 가치평가 제공으로 민간 금융권 투융자 활성화하고 콘텐츠기업 투자활성화를 통해 창업에서 재투자까지 콘텐츠 산업의 선순환 금융 생태계 조성
- (문화콘텐츠산업 생태계 조성) 콘텐츠산업이 혁신성장 산업의 핵심 축으로 성장할 수 있도록 상상력을 창작으로, 창작을 창업으로 견인할 수 있는 지원 체계 마련
- (지역콘텐츠산업 균형발전 지원) 지역별 특화된 문화콘텐츠산업의 활성화를 통해 지역의 새로운 일자리 창출로 지역경제 활성화
- 콘텐츠산업 전문인력양성지원(ODA)(신규)

○ 문화콘텐츠산업육성

- (영상콘텐츠산업육성) 애니메이션, 캐릭터 콘텐츠 제작·해외 진출 지원, 창작기반 강화 및 활성화 지원 등
- (음악산업 및 대중문화산업 육성) 음악산업 콘텐츠 창작기반 강화와 활성화 및 해외진출을 지원하고, 대중문화예술산업 기반조성 및 대중문화예술인 권익 보호
- (게임산업 육성) 문화산업 중 부가가치와 성장 가능성이 높은 게임산업 육성을 통한 국내 게임산업 성장 및 국제 경쟁력 강화
- (실감콘텐츠산업육성) 실감콘텐츠 제작지원 지원 확대, 실감콘텐츠 향유 인프라 확산을 통한 체험기회 확산, 실감콘텐츠 분야 인재 양성 등을 통해 통한 실감 콘텐츠산업 진흥 및 대국민 문화향유권 확대
- (한국콘텐츠진흥원 지원) 문화산업 전문기관인 한국콘텐츠진흥원의 기관 운영을 위한 인건비, 경상비(경상 운영비, 경상사업비) 및 기관 운영 사업비 지원

13) 한국콘텐츠진흥원, 2023년 경영공시자료

- (패션문화산업 육성) 창작 지원을 통한 패션산업의 창의성의 원천인 디자이너 브랜드 육성하고, 디자이너 브랜드의 유통망 확보를 위한 국내외 유통 활로 개척 지원
- (만화산업 육성) 창작자 및 기업 육성 지원을 통한 만화산업 성장 유도하고 만화한류 중심인 ‘웹툰’의 글로벌 확산을 통한 한국만화의 가치 격상
- (이야기 산업육성) 대한민국 스토리 공모대전 등을 통해 세계 콘텐츠 관계자의 마음을 사로잡을 수 있는 우수 스토리 지속 발굴

○ 문화콘텐츠산업기술지원

- (CT 기반조성) CT R&D의 기획·평가·관리 및 사업화 촉진 등 문화기술 R&D 기반 조성 및 성과제고를 위한 전문기관 지원과 문화기술연구 주관기관의 안정적 연구 활동 지원
- (문화기술 연구개발) 콘텐츠산업의 고도화를 위한 핵심 기술, 현장 맞춤형 기술개발 등을 통해 지속가능한 문화예술 산업 생태계 조성
- (지역연계 첨단 CT 실증사업) 지역문화공간을 활용한 5대 첨단 문화공간(박물관, 테마파크, 공연장, 경기장, 축제) 구축 및 실증 추진
- (문화콘텐츠 R&D 전문인력 양성) 문화기술 분야 세계적 수준의 석·박사 고급 인재, 융합형 인력양성
- (글로벌 가상공연 핵심 기술개발) 글로벌 가상공연 핵심기술 개발을 통해 관객과 소통하는 실연-가상 공연환경을 조성하여 메타버스 기반 가상공연 신패러다임을 창출하기 위한 R&D 추진
- (문화체육관광 R&D 기획평가관리사업) 기존 전문기관 및 사업별로 분산되어 있던 기획평가관리비를 통합 관리·운영
- 메타버스 콘텐츠 IP구축 연구개발(신규)

○ 저작물이용 및 유통환경조성

- (저작권 보호 및 이용활성화 기술개발) 스마트 환경에서의 공정한 저작물 유통 및 창작자의 권익 보호를 위한 기술 선점형 원천기술 개발
- (소프트웨어 저작권 연구개발) 새로운 소프트웨어 생산·유통 환경에서 SW 저작권 분쟁 대응을 위한 SW저작권 기술 연구개발
- (차세대 실감콘텐츠 저작권 핵심기술개발) 메타버스 플랫폼 발전 및 확대에 따른 新디지털 콘텐츠의 저작권 정보 관리 및 안전한 유통환경 조성

○ 방송영상콘텐츠 및 광고산업 활성화

- (방송영상콘텐츠 제작지원) 방송영상콘텐츠 제작여건 개선, 창작역량 강화, 해외진출기반 조성 등을 위한 다양한 지원 사업 추진을 통한 국내 방송영상 산업 진흥, 국제 경쟁력 제고 및 해외진출 활성화

○ 종합정책연구

- (장르 기반 메타버스 콘텐츠 활성화 지원) 게임 및 애니메이션 기반 메타버스 콘텐츠 제작 및 한류 IP를 활용한 마케팅·해외 진출 등 지원

1.2. 국외 정책환경

□ 미국의 문화콘텐츠산업 정책¹⁴⁾

- 바이든 정부는 출범 이후, GAFA(구글, 애플, 페이스북, 아마존)를 규제하는 법안을 제출, 2021년 6월 법사위원회를 통과시켰으며 규제안의 내용은 아래와 같음
 - GAFA는 플랫폼 사업만 하며 직접적인 재화 및 용역사업은 하지 못함
 - 자사의 상업활동에 영향을 미칠 수 있는 기업의 인수합병을 할 수 없음
 - 빅테크 기업이 플랫폼 내에서 특허를 제공(자사 우대)하거나 경쟁사에 불이익을 주는 행위를 금지
 - 빅테크 기업의 개인정보 및 데이터 독점을 막고 플랫폼 간 정보 이동을 위해 데이터 표준을 준수하도록 함
- 법무부와 연방거래위원회는 빅테크 기업들의 독과점을 방지하기 위해 지속적인 감시와 조사 중
 - (구글) 막대한 광고 사업을 통해 벌어들인 수입으로 계약 등에 있어 우위를 선점하려고 했으며, 자사 플랫폼을 온라인 활동의 기본값으로 만들어 경쟁자를 제거하려고 했다고 법무부 기록(2020년 10월)
 - (애플) 자사의 마켓 플레이스인 앱스토어 관리에서 권력을 남용하고 있다고 법무부 기록(2019년 6월)
 - (메타) GIF 플랫폼인 Giphy의 인수와 관련한 리뷰 및 인스타그램과 왓츠앱 등의 경쟁사를 인수함으로써 소셜미디어 산업에서 페이스북이 독점기업이 될 수 있는지에 대한 연방거래위원회의 조사를 받음(2021년 6월 · 12월)
 - (아마존) 마켓 플레이스를 이용해 다른 경쟁자들에게 피해를 끼치지 않는지 연방거래위원회 조사(2019년 9월), MGM을 인수함으로써 MGM이 가진 영향력이 아마존의 영향력을 확대하는데 기여하는지에 대한 리뷰 진행(2021년 7월)

14) 한국콘텐츠진흥원 미국비즈니스센터, 미국콘텐츠산업동향(2022)

□ 일본의 문화콘텐츠산업 정책¹⁵⁾

- 글로벌 콘텐츠 시장 내에서 입지가 협소를 타결하기 위해 자국이 보유하고 있는 다양한 매력적인 콘텐츠를 사업적으로 수익화하고 글로벌 시장에서 자국 콘텐츠를 효과적으로 전파하기 위해 다양한 정책을 개발
 - － (쿨재팬, Cool Japan) 국가 차원에서 자국 콘텐츠를 수출하고 해외 시장에서 이른바 ‘일본붐’ 창출을 도모하기 위한 정책
 - － (콘텐츠 글로벌 수요 창출 촉진 및 기반 정비 사업비 보조금(J-LOD) 정책) 일본 경제산업성(經濟産業省)은 매력적인 일본 콘텐츠의 발굴 및 개발부터 해외 진출을 위한 로컬화와 프로모션에 이르는 전 과정에 대한 포괄적 지원
 - － (대규모 행사) 일본국제콘텐츠페스티벌(CoFesta)과 도쿄국제영화제 및 온라인 콘텐츠 마켓플레이스를 병행한 TIFFCOM 2020 등의 행사 운영
- 온라인 기반 콘텐츠 유통이 보편화됨에 따라 불법 콘텐츠 유통 근절은 지속적으로 콘텐츠 정책에 화두
 - － 지적재산전략본부(知的財産戦略本部)는 통해 인터넷 해적판 대응 종합 공정표를 발표하며 부처별·단계별 대응 전략을 제시(2019년 10월)
 - － 경제산업성은 콘텐츠해외유통촉진기구(CODA)와 산업 단체를 통해 해적판 콘텐츠 근절 캠페인인 ‘STOP! 해적판’ 만화 콘텐츠를 온라인 공개
- 인구 감소·초고령화 문제를 해결하기 위해 방창생전략(地方創生戰略)을 추진, 지역 단위의 국가 전략 특구를 지정하여 규제 완화와 산업 활성화 교부금 지급
 - － 콘텐츠 분야에서는 다케시바(竹芝) 지구와 삿포로(札幌)가 특구로 지정, 국제적 디지털 콘텐츠 허브 육성과 영상 콘텐츠 거점 지역화를 위한 사업추진
- 코로나19 이후 비대면 사회로의 전환과 물리·아날로그 기반 콘텐츠 수요 저하에 따라 기존 콘텐츠의 디지털화를 위한 노력과 투자 진행
 - － 경제산업성과 문화청(文化庁)은 콘텐츠 제공자의 사업 지속성 지원과 문화예술 활동가들의 디지털 서비스 전환 지원
 - － 다케시바 지구의 사업 추진체인 CiP 협의회(CiP協議会)는 코로나19로 위축된 엔터테인먼트 업계의 콘텐츠 수요를 환기시키기 위한 전략적 방향성 제시

15) 한국콘텐츠진흥원 일본 비즈니스 센터, 일본 콘텐츠산업 정책 특집(2020)

□ 중국의 문화콘텐츠산업 정책¹⁶⁾

○ 중국은 11·5 계획(2005년)을 발표하면서 문화산업을 정부의 지주산업으로 발전시키기 시작함

- － 2009년 발표된 「문화산업진흥계획」을 시작으로 국가적 차원에서 문화산업을 발전시키기 위한 육성정책이 연이어 발표되었으며, 주요 정책들을 살펴보면 아래와 같음

[표 47] 중국의 문화산업 관련 정책

정책명	년도	주요내용
12·5 계획	2010	<ul style="list-style-type: none"> • 현대적 문화시장 체계를 구축하여 중국 문화산업의 브랜드 경쟁력을 키움 • 지역별 문화자원의 산업화를 통해 문화산업의 발전격차를 줄이는 것을 주요 목표 • 「12·5 문화산업 배증계획」을 발표하여 문화산업의 중점 산업을 11가지로 제시
13·5 계획	2016	<ul style="list-style-type: none"> • 문화 분야를 과학, 기술, 사회, 경제 등의 요소와 융합하여 국가의 신성장 동력으로 자리매김하는데 초점 • 문화를 중심으로 파생산업의 중요성 강조
문화창의산업혁신 발전촉진을 위한 의견	2018	<ul style="list-style-type: none"> • 문화산업의 디지털 혁신과 IP(지식 재산권)를 발전 방향으로 확정 • 문화공간 확대, 중점 기업과 브랜드 육성, 문화소비 수준 향상, 문화혁신 인재육성 등 다방면으로 지원을 확대
14·5 계획	2021	<ul style="list-style-type: none"> • 2035년까지 과학기술 자주 혁신, 산업 구조 고도화, 녹색 성장, 문화 소프트웨어 강화, 문화의 해외진출 등 종합적인 국가역량을 키워 선진국 대열에 합류하겠다는 목표 제시 • 정부 정책, 기술 혁명, 산업 변혁 등 세 가지 주요 내용을 바탕으로 문화산업의 디지털화 전략을 강조
국가 문화 디지털화 전략실시에 관한 의견	2022	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 공산당 중앙위원회 판공청과 국무원 판공청 주관 • ① 중국 문화 데이터베이스 구축 ② 플랫폼 확대, 각종 문화 기관의 디지털화 ③ 온라인과 융합된 문화 체험 실현 ④ 공공 문화디지털 콘텐츠 공급 역량 강화 ⑤ 새로운 문화 기업육성을 통한 문화산업의 디지털화 방향 제시 ⑥ 문화디지털화 거버넌스 체계구축 ⑦ 문화데이터에 대한 관리·감독 강화 등 8가지 중점 임무 및 관련 내용을 포함

[출처] 대외경제정책연구원, 중국 문화산업: '문화+과학기술'의 융합과 확장(2022)

16) 대외경제정책연구원, 중국 문화산업: '문화+과학기술'의 융합과 확장(2021)

□ 중동의 문화콘텐츠산업 정책¹⁷⁾

○ (UAE) 정부의 디지털 전환에 초점을 맞추어 협의체 구성 및 인프라 구축

- (디지털 전환) 디지털 국가 전환을 위한 국가 디지털 혁신 위원회(National Digital Transformation Committee)를 구성, 디지털 정부를 구현하기 위한 올바른 솔루션을 결정하는 데 도움이 되는 핵심 도구를 정부에 제공하는 것을 목표
- (VR 기술의 적극적 도입) 아부다비 지역사회 개발부(DCD)가 가족 개발 재단(FDF)과 협력하여 노인을 위한 VR 이니셔티브 실험을 진행하였으며, 추후 자연경관 감상, 여행, 문화 및 사회 교육 콘텐츠뿐만 아니라 더 큰 엔터테인먼트산업으로 이니셔티브를 확장할 것으로 예상
- (e스포츠 생태계 구축) 무바다라 투자사(Mubadala Investment Company PJSC)와 아부다비 게이밍은 아부다비에 강력한 게임 및 e-스포츠 생태계를 구축하기 위한 양해각서(MOU)를 체결하여 VR, 코딩, 디자인 및 개발을 포함한 여러 분야의 기술을 발전시키는 것을 목표로 함

○ (사우디아라비아) 비석유 분야에 대한 투자 확대를 통해 엔터테인먼트 분야의 국가 경쟁력 재고

- (비 석유 분야 투자 확대) 국가 경제 체질 자체를 바꾸고 ICT 산업을 육성하기 위해 ICT 산업에 공격적인 투자를 하고 있으며 비석유 수출 부문 총생산(GDP) 비중을 지난 2016년 16%에서 2030년까지 50%까지 높일 계획
- (엔터테인먼트 분야 투자) 사우디아라비아의 비전 2030(Vision 2030) 프로젝트의 일부로 엔터테인먼트 부문에 640억 달러를 투자할 계획을 발표하였으며, 독창성에 핵심을 둔 완전히 새로운 개념의 엔터테인먼트를 구축해 국민들의 삶을 개선할 뿐만 아니라 사우디가 전 세계의 엔터테인먼트 허브가 되기를 희망
- (VR/AR 지원) 첨단기술이 적용되어 구축 중인 네옴 프로젝트 목표에 VR/AR 기술, 데이터 센터, 사물인터넷 및 전자상거래 계획이 포함되어 차세대 엔터테인먼트 기술을 끌어올릴 혁신적 리더로 자리매김할 것을 기대

17) 한국콘텐츠진흥원 UAE 비즈니스센터, 중동 콘텐츠산업동향(2023)

2. 경제환경

2.1. 국내 경제환경¹⁸⁾

□ 콘텐츠산업 사업체 수 현황

○ 콘텐츠산업 사업체 수는 10만 8,628개로 전년 대비 9.1% 증가했으며, 2017년부터 2021년까지 연평균 0.7% 증가

- (출판산업) 사업체수가 3만 4,011개로 전체 콘텐츠산업 사업체 수의 31.3%를 차지해 가장 높은 비중으로 전년 대비 34.7% 증가, 연평균 7.1% 증가
- (음악산업) 사업체 수는 3만 4,001개로 31.3%의 비중을 차지했으며 전년 대비 2.6% 증가, 2017년부터 2021년까지 연평균 1.5% 감소
- (게임산업) 사업체 수는 1만 991개로 10.1%의 비중을 차지했으며 전년 대비 4.8% 감소, 연평균 4.0% 감소
- (지식정보산업) 사업체 수는 1만 108개로 9.3%의 비중을 보였으며, 전년 대비 1.6% 증가, 연평균 2.5% 증가
- (광고산업) 사업체 수는 6,627개로 6.1%의 비중을 차지했으며, 전년 대비 4.6% 증가, 연평균 2.2% 감소
- (만화산업) 사업체 수는 4,919개로 전체 중 4.5%의 비중을 보였으며, 전년 대비 19.9% 감소, 연평균 9.0% 감소
- (캐릭터산업) 사업체 수는 2,901개로 2.7%의 비중을 차지했으며, 전년 대비 7.4% 증가, 연평균 6.4% 증가
- (콘텐츠솔루션산업) 사업체 수는 2,256개로 2.1%의 비중을 보였으며, 전년 대비 11.6% 증가, 연평균 4.8% 증가
- (방송산업) 사업체 수는 1,133개로 전체 1.0%의 비중을 차지했으며, 전년 대비 5.9% 증가, 연평균 1.8% 증가
- (영화산업) 사업체 수는 1,034개로 1.0%의 비중을 보였으며, 전년 대비 12.9% 증가, 연평균 7.4% 감소
- (애니메이션산업) 사업체 수는 647개 업체로 0.6%를 차지해 가장 작은 비중을 보였으며, 전년 대비 32.0% 증가, 연평균 7.1% 증가

18) 한국콘텐츠진흥원, 2021 기분 콘텐츠산업조사(2023)을 바탕으로 분석

[표 48] 콘텐츠산업 사업체 수 현황

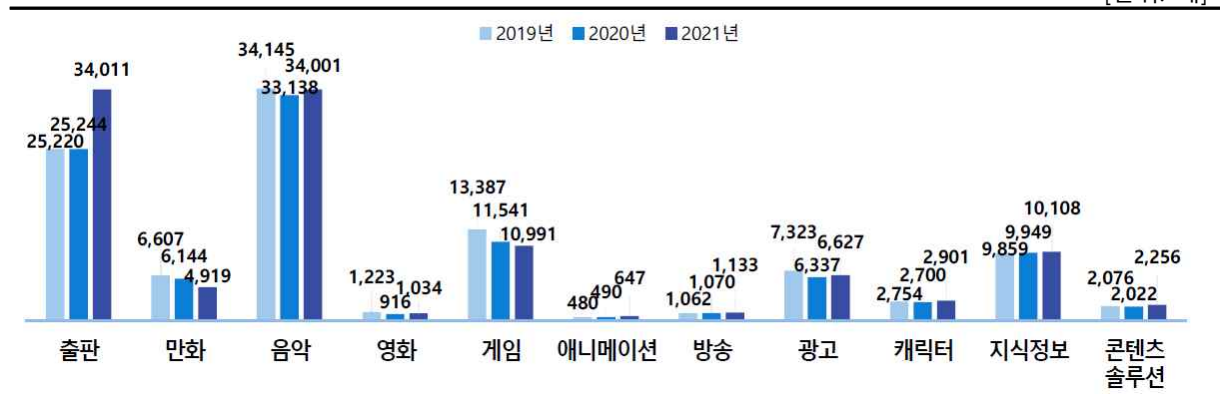
[단위: 개]

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
출판	25,829	24,995	25,220	25,244	34,011	31.3	34.7	7.1
만화	7,172	6,628	6,607	6,144	4,919	4.5	△19.9	△9.0
음악	36,066	35,670	34,145	33,138	34,001	31.3	2.6	△1.5
영화	1,409	1,369	1,223	916	1,034	1.0	12.9	△7.4
게임	12,937	13,357	13,387	11,541	10,991	10.1	△4.8	△4.0
애니메이션	492	509	480	490	647	0.6	32.0	7.1
방송	1,054	1,148	1,062	1,070	1,133	1.0	5.9	1.8
광고	7,234	7,256	7,323	6,337	6,627	6.1	4.6	△2.2
캐릭터	2,261	2,534	2,754	2,700	2,901	2.7	7.4	6.4
지식정보	9,149	9,724	9,859	9,949	10,108	9.3	1.6	2.5
콘텐츠솔루션	1,872	2,120	2,076	2,022	2,256	2.1	11.6	4.8
합계	105,475	105,310	104,136	99,551	108,628	100.0	9.1	0.7

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

<그림 14> 콘텐츠산업 연도별 사업체 수 현황 그래프

[단위: 개]



[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

○ 2021년 콘텐츠산업의 지역별 사업체 수 현황을 살펴본 결과 서울 지역의 사업체 수가 3만 5,331개로 전체의 32.5% 차지

- － 경기도가 2만 3,683개로 21.8%, 부산이 5,702개로 5.2%, 대구가 4,956개로 4.6%, 경상남도가 4,864개로 4.5%, 인천이 4,850개로 4.5% 차지
- － (수도권 집중) 콘텐츠산업 사업체 수의 절반 이상이 서울, 경기 지역에 집중

[표 49] 콘텐츠산업 지역별 사업체 수 현황(2021년)

[단위: 개]

구분	출판	만화	음악	영화	게임*	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	합계	비중(%)
서울	13,959	1,164	8,055	594	2,057	412	786	3,001	959	2,985	1,359	35,331	32.5
부산	1,493	288	1,829	30	583	19	32	658	171	525	74	5,702	5.2
대구	1,359	219	1,752	15	581	3	18	409	103	433	64	4,956	4.6
인천	1,070	221	2,375	19	510	8	14	104	124	361	44	4,850	4.5
광주	769	161	1,182	16	414	34	19	262	61	214	27	3,159	2.9
대전	1,027	197	1,324	12	296	4	21	347	57	285	103	3,673	3.4
울산	367	99	789	2	225	2	5	86	31	255	22	1,883	1.7
세종	224	33	153	1	-	1	3	29	11	53	5	513	0.5
경기	7,519	1,114	7,933	170	2,764	112	125	431	894	2,285	336	23,683	21.8
강원	578	135	902	24	443	5	21	151	62	264	41	2,626	2.4
충북	657	155	1,159	20	404	1	7	159	55	284	13	2,914	2.7
충남	806	170	1,292	26	588	5	10	172	75	353	11	3,508	3.2
전북	863	202	864	29	397	8	11	152	65	274	17	2,882	2.7
전남	668	148	825	21	435	16	13	110	43	242	12	2,533	2.3
경북	1,040	220	1,557	24	541	2	5	200	61	532	52	4,234	3.9
경남	1,239	280	1,683	24	582	4	13	289	91	608	51	4,864	4.5
제주	373	113	327	7	171	11	14	68	38	155	25	1,302	1.2
합계	34,011	4,919	34,001	1,034	10,991	647	1,117	6,627	2,901	10,108	2,256	108,612	100.0

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

* 세종시 게임산업 사업체는 충남에 포함

□ 콘텐츠산업 매출액 현황

- 2021년 콘텐츠산업 매출액은 전년 대비 7.2% 증가, 2017년부터 2021년까지 연평균 5.0% 증가하였으며, 연평균 증감률을 살펴본 결과 캐릭터산업(△19.5%)과 영화산업(△12.3%)을 제외한 9개 산업의 매출액 증가
- 만화산업(18.5%), 콘텐츠솔루션산업(14.9%), 음악산업(12.7%), 게임산업(12.4%)은 연평균 10.0% 이상 증가

[표 50] 콘텐츠산업 매출액 현황

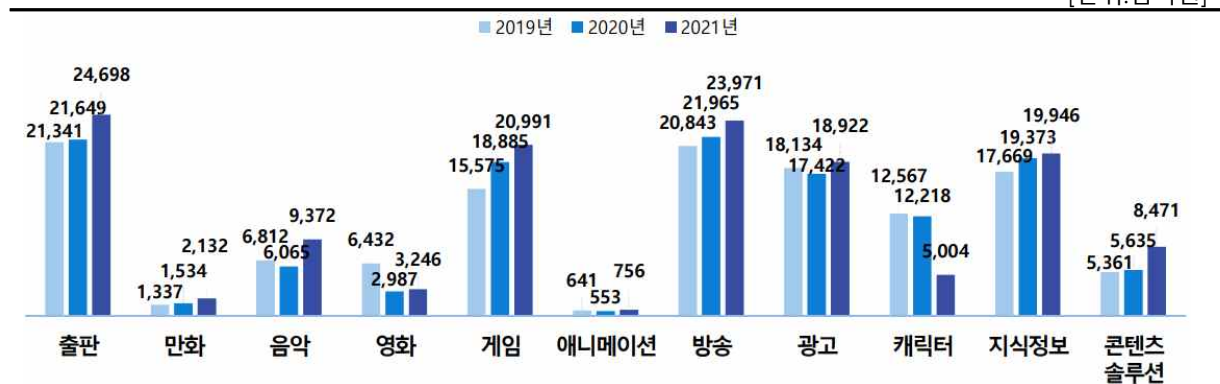
[단위: 백만원]

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
출판	20,755,334	20,953,772	21,341,176	21,648,849	24,697,753	18.0	14.1	4.4
만화	1,082,228	1,178,613	1,337,248	1,534,444	2,132,149	1.6	39.0	18.5
음악	5,804,307	6,097,913	6,811,818	6,064,748	9,371,728	6.8	54.5	12.7
영화	5,494,670	5,889,832	6,432,393	2,987,075	3,246,109	2.4	8.7	△12.3
게임	13,142,272	14,290,224	15,575,034	18,885,484	20,991,342	15.3	11.2	12.4
애니메이션	665,462	629,257	640,580	553,290	755,520	0.5	36.6	3.2
방송	18,043,595	19,762,210	20,843,012	21,964,722	23,970,709	17.4	9.1	7.4
광고	16,413,340	17,211,863	18,133,845	17,421,750	18,921,883	13.8	8.6	3.6
캐릭터	11,922,329	12,207,043	12,566,885	12,218,076	5,003,908	3.6	△59.0	△19.5
지식정보	15,041,370	16,290,992	17,669,282	19,373,367	19,946,243	14.5	3.0	7.3
콘텐츠솔루션	4,851,561	5,094,916	5,360,990	5,635,230	8,470,614	6.2	50.3	14.9
합계	113,216,468	119,606,635	126,712,264	128,287,034	137,507,958	100.0	7.2	5.0

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

<그림 15> 콘텐츠산업 연도별 매출액 현황 그래프

[단위:십억원]



[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

○ (지역별) 2021년 콘텐츠산업 지역별 매출액은 서울이 85조 7,795억 원(62.4%)으로 가장 크며, 경기도는 32조 8,015억 원(23.9%)임

- － 부산은 2조 8,245억 원 (2.1%), 대구는 2조 348억 원(1.5%), 인천은 1조 7,232억 원(1.3%), 대전이 1조 6,152억 원(1.2%), 제주도는 1조 5,813억 원(1.2%)임
- － (지역 편중) 경남, 광주, 전북, 경북, 충남, 강원, 울산, 충북, 전남, 세종 지역의 매출액은 전체 매출액의 1.0%를 넘지 못하여 콘텐츠산업 매출액의 지역 편중 현상 존재

[표 51] 콘텐츠산업 지역별 매출액 현황-1(2021년)

[단위: 백만원]

구분	합계	서울	경기	부산	대구	인천	대전	제주
출판	24,697,753	13,137,502	5,951,132	690,183	640,279	603,372	606,468	110,768
만화	2,132,149	924,064	927,393	25,465	30,773	28,787	14,698	20,312
음악	9,371,728	6,556,214	1,406,215	168,468	156,801	256,248	95,794	29,380
영화	3,246,109	2,417,564	551,770	43,559	7,888	34,346	4,654	2,521
게임	20,991,342	8,855,052	9,849,361	200,759	223,714	143,836	89,132	804,284
애니메이션	670,732	489,232	98,875	15,016	706	11,542	4,324	2,926
방송	23,970,709	18,872,853	3,497,970	233,797	144,187	95,351	99,213	58,289
광고	18,921,883	15,627,438	1,052,634	630,191	377,139	102,571	291,974	33,573
캐릭터	5,003,908	2,079,707	1,715,721	142,914	91,642	180,028	23,653	386,265
지식정보	19,946,243	10,641,524	6,289,212	493,094	251,751	210,301	251,193	109,654
콘텐츠솔루션	8,470,614	6,178,367	1,461,262	181,080	109,876	56,775	134,102	23,322
합계	137,423,170	85,779,517	32,801,545	2,824,526	2,034,754	1,723,156	1,615,206	1,581,295
비중(%)	100	62.4	23.9	2.1	1.5	1.3	1.2	1.2

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

[표 52] 콘텐츠산업 지역별 매출액 현황-2(2021년)

[단위: 백만원]

구분	경남	광주	전북	경북	충남	강원	울산	충북	전남	세종
출판	475,043	447,148	374,492	352,692	339,897	216,062	213,598	268,418	169,797	100,902
만화	15,618	25,899	18,551	22,883	16,854	18,243	7,408	17,243	13,647	4,311
음악	134,636	81,613	54,277	106,223	61,794	61,995	46,693	50,090	101,601	3,687
영화	33,952	7,178	82,959	5,030	23,757	6,852	12,939	6,600	4,517	23
게임*	115,688	108,104	122,905	92,432	114,330	67,435	38,254	73,930	92,126	-

구분	경남	광주	전북	경북	충남	강원	울산	충북	전남	세종
애니메이션	2,025	28,107	2,809	367	4,316	3,929	613	317	4,802	828
방송	176,782	97,335	92,306	139,204	71,005	124,204	77,399	86,827	98,571	5,418
광고	89,400	181,617	118,954	100,379	55,085	63,302	68,939	67,514	54,129	7,043
캐릭터	37,938	51,162	60,969	19,549	120,562	32,004	11,532	35,935	12,934	1,394
지식정보	271,627	170,955	179,912	262,605	155,368	167,866	240,297	88,126	126,768	35,989
콘텐츠솔루션	62,323	38,649	43,968	41,626	19,638	54,011	17,649	30,283	10,382	7,301
합계	1,415,031	1,237,767	1,152,102	1,142,989	982,605	815,904	735,321	725,283	689,273	166,896
비중(%)	1	0.9	0.8	0.8	0.7	0.6	0.5	0.5	0.5	0.1

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

세종시 게임산업 사업체는 충남에 포함

□ 콘텐츠산업 제작비용 현황

○ 2021년 콘텐츠 제작비용 구성 내역 중 작품제작에 소요되는 비용은 1조 5,536 억 원 (78.7%)으로 가장 큰 비중 차지

－ 마케팅 홍보비용이 1,896억 원으로 9.6%를 차지했으며, 연구개발 비용 1,137 억 원(5.8%), 로열티 지출 비용 968억 원(4.9%), 기타 비용 192억 원(1.0%) 순

[표 53] 콘텐츠산업 콘텐츠 제작 관련 비용(2021년)

[단위: 개, 백만원]

구분	사업체 수	총비용	사업체당 비용	제작비 구성				
				작품제작	로열티지출	마케팅홍보	연구개발	기타
출판	1,417	609,511	430	493,436	30,015	61,746	20,640	3,674
만화	107	39,198	366	26,765	4,394	5,757	1,300	982
음악	245	148,767	607	128,062	2,814	14,837	2,035	1,019
애니메이션	187	113,161	605	97,046	2,270	11,618	1,102	1,125
캐릭터	208	65,125	313	55,169	4,516	2,690	1,625	1,124
지식정보	481	347,484	722	258,147	20,389	36,311	24,696	7,941
콘텐츠솔루션	565	649,748	1,150	495,023	32,396	56,689	62,296	3,345
전체	3,210	1,972,994	615	1,553,648	96,795	189,648	113,692	19,211
비중(%)				78.7	4.9	9.6	5.8	1.0

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

□ 콘텐츠산업 수출액 현황

○ 2021년 콘텐츠산업 수출액은 124억 5,290만 달러로 전년 대비 4.4% 증가, 2017년부터 2021년까지 연평균 9.0% 증가

- － (최고 수출액) 게임산업은 86억 7,287만 달러를 수출해서 전체 수출액의 69.6%, 전년 대비 5.8% 증가, 연평균 10.0% 증가한 수치
- － (수출액 증가) 광고산업은 전년 대비 115.3% 증가, 연평균 29.0% 증가, 만화산업은 전년 대비 30.7% 증가, 연평균 23.5% 증가, 출판산업은 전년 대비 23.8% 증가, 연평균 18.0% 증가해 매우 큰 폭으로 증가
- － (수출액 감소) 캐릭터산업(△42.3%), 영화산업(△20.5%), 지식정보산업(△4.5%)

[표 54] 콘텐츠산업 수출액 현황

[단위: 천달러]

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
출판	220,951	248,991	214,732	345,960	428,379	3.4	23.8	18.0
만화	35,262	40,501	46,010	62,715	81,980	0.7	30.7	23.5
음악	512,580	564,236	756,198	679,633	775,274	6.2	14.1	10.9
영화	40,726	41,607	37,877	54,157	43,033	0.3	△20.5	1.4
게임	5,922,998	6,411,491	6,657,777	8,193,562	8,672,865	69.6	5.8	10.0
애니메이션	144,870	174,517	194,148	134,532	156,835	1.3	16.6	2.0
방송	362,403	478,447	539,214	692,790	717,997	5.8	3.6	18.6
광고	93,230	61,293	139,083	119,935	258,167	2.1	115.3	29.0
캐릭터	663,853	745,142	791,338	715,816	412,990	3.3	△42.3	△11.2
지식정보	616,061	633,878	649,623	691,987	660,850	5.3	△4.5	1.8
콘텐츠솔루션	201,508	214,933	227,881	233,196	244,527	2.0	4.9	5.0
합계	8,814,442	9,615,036	10,253,881	11,924,284	12,452,897	100.0	4.4	9.0

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

- (수출입 차액) 광고산업을 제외한 10개 산업에서 모두 수입액보다 수출액이 큼
- 게임산업의 수출입 차액은 83억 6,053만 달러로 수입보다 수출이 많으며, 광고산업의 수출입 차액(수출액-수입액)은 △8,349만 달러임

[표 55] 콘텐츠산업 수출입 차액

[단위: 천달러]

구분	수출	수입	수출입
출판	428,379	317,939	110,440
만화	81,980	7,584	74,396
음악	775,274	14,031	761,243
영화	43,033	37,897	5,136
게임	8,672,865	312,331	8,360,534
애니메이션	156,835	8,524	148,311
방송	717,997	60,761	657,237
광고	258,167	341,654	△83,487
캐릭터	412,990	81,226	331,764
지식정보	660,850	9,314	651,536
콘텐츠솔루션	244,527	13,443	231,084
합계	12,452,897	1,204,704	11,248,193

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

- (지역별) 중화권¹⁹⁾이 42억 5,192만 달러(36.0%)로 가장 큰 비중 차지
- 동남아는 22억 57만 달러(18.6%), 일본은 18억 1,825만 달러(15.4%), 북미는 15억 7,265만 달러(13.3%), 유럽은 12억 8,322만 달러(10.9%), 그 외 지역은 6억 8,696만 달러(5.8%)임

[표 56] 콘텐츠산업 지역별 수출액 현황

[단위: 천달러]

구분	중화권	일본	동남아	북미	유럽	그 외	합계
출판	48,349	78,458	130,717	124,308	12,548	33,981	428,379
만화	15,381	22,776	15,139	11,778	14,959	1,947	81,980
음악	146,142	310,503	140,569	114,094	34,406	29,559	775,274
영화	15,647	6,864	5,017	1,894	646	12,965	43,033
게임	3,714,506	913,075	1,477,546	1,092,410	1,087,565	387,763	8,672,865
애니메이션	21,488	33,860	6,010	62,210	28,606	4,662	156,835

19) <2021 기준 콘텐츠산업조사>에서는 중국, 홍콩, 대만의 3개 국가를 '중화권'으로 통합하여 산출함

구분	중화권	일본	동남아	북미	유럽	그 외	합계
방송	74,835	72,990	14,400	21,649	1,338	151,631	336,844
캐릭터	122,661	36,438	82,975	81,615	60,384	28,917	412,990
지식정보	58,742	261,811	278,525	36,060	14,059	11,652	660,850
콘텐츠솔루션	34,164	81,473	49,669	26,632	28,709	23,880	244,527
합계	4,251,915	1,818,249	2,200,568	1,572,650	1,283,220	686,957	11,813,577
비중(%)	36.0	15.4	18.6	13.3	10.9	5.8	100.0

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

□ 콘텐츠산업 종사자 수 현황

○ 2021년 콘텐츠산업 종사자 수는 총 61만 4,734명으로 전년 대비 4.3% 감소, 2017년부터 2021년까지 연평균 1.2% 감소

- 출판산업의 종사자 수가 17만 5,898명(28.6%)으로 가장 큰 비중이며, 애니메이션산업은 6,131명(1.0%)으로 종사자 수가 가장 적은 산업
- (증감률) 영화산업 종사자 수가 전년 대비 26.1% 증가해 가장 큰 증가 폭을 보였고, 2017년부터 2021년까지 연평균 18.2% 감소

[표 57] 콘텐츠산업 종사자 현황

[단위: 명]

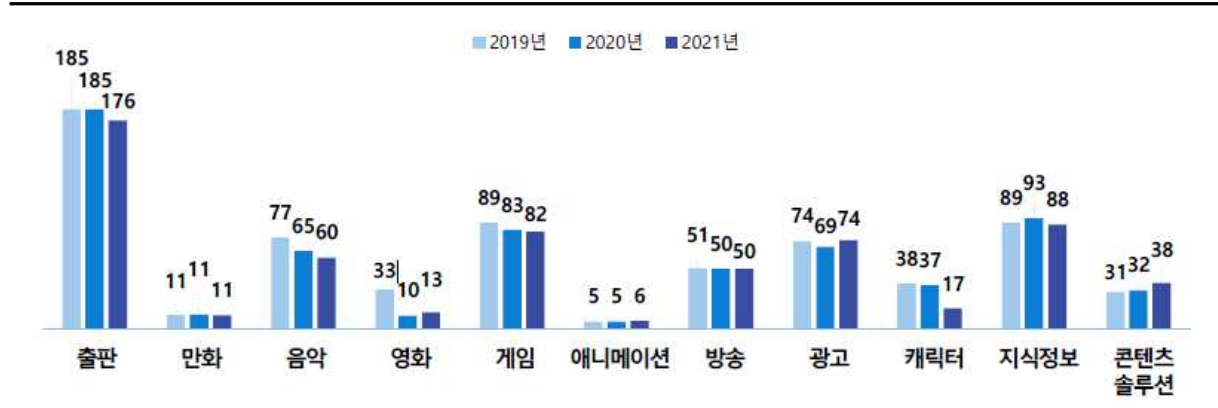
구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
출판	184,794	184,554	185,270	185,444	175,898	28.6	△5.1	△1.2
만화	10,397	10,761	11,079	11,230	10,825	1.8	△3.6	1.0
음악	77,005	76,954	77,149	65,464	59,583	9.7	△9.0	△6.2
영화	29,546	30,878	32,566	10,497	13,240	2.2	26.1	△18.2
게임	81,932	85,492	89,157	83,303	81,856	13.3	△1.7	△0.0
애니메이션	5,161	5,380	5,436	5,472	6,131	1.0	12.0	4.4
방송	45,337	50,286	51,006	50,239	50,160	8.2	△0.2	2.6
광고	65,159	70,827	73,520	68,888	74,485	12.1	8.1	3.4
캐릭터*	34,778	36,306	37,521	36,505	16,597	2.7	△54.5	△16.9
지식정보	82,470	86,490	89,286	93,182	87,704	14.3	△5.9	1.6
콘텐츠솔루션	28,268	29,509	30,655	31,863	38,256	6.2	20.1	7.9
합계	644,847	667,437	682,644	642,086	614,734	100.0	△4.3	△1.2

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

* 캐릭터산업 내 캐릭터상품 유통업 종사자 중 인터넷쇼핑몰, 홈쇼핑, 편의점, 재래시장, 인터넷/모바일/게임콘텐츠(아바타 등) 관련 종사자 제외

<그림 16> 콘텐츠산업 연도별 종사자 현황 그래프

[단위: 천명]



[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

○ (규모별) 1인 이상 9인 이하 규모의 종사자 수는 24만 3,109명(41.1%), 50인 이상 규모 21만 4,034명(36.2%), 10인 이상 49인 이하 규모 13만 3,793명(22.6%)

[표 58] 콘텐츠산업 규모별 종사자 현황

[단위: 명]

구분	1~9인	10~49인	50인 이상	합계
출판	79,023	36,832	36,245	152,100
만화	5,985	1,928	2,912	10,825
음악	49,930	5,017	4,635	59,583
영화	2,387	4,829	6,024	13,240
게임	39,085	8,621	34,150	81,856
애니메이션	1,816	2,523	1,792	6,131
방송	2,301	8,469	39,390	50,160
광고	18,403	27,945	28,136	74,485
캐릭터	8,098	4,908	3,591	16,597
지식정보	30,097	17,981	39,626	87,704
콘텐츠솔루션	5,983	14,740	17,533	38,256
합계	243,109	133,793	214,034	590,936
비중(%)	41.1	22.6	36.2	100.0

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

○ (지역별) 1인 이상 9인 이하 규모의 종사자 수는 24만 3,109명(41.1%), 50인 이상 규모 21만 4,034명(36.2%), 10인 이상 49인 이하 규모 13만 3,793명(22.6%)

- (수도권 집중) 지역별 종사자는 서울 종사자는 31만 5,626명 (53.4%), 경기도 12만 1,092명(20.5%)으로 콘텐츠산업 종사자의 대부분인 73.9%가 서울과 경기도에 집중
- 그 외 지역으로는 부산은 2만 270명(3.4%), 대구 1만 7,500명(3.0%), 인천이 1만 4,402명(2.4%)이었으며, 제주도(0.9%), 세종(0.2%)의 비중은 1.0% 미만으로 낮게 나타남

[표 59] 콘텐츠산업 지역별 사업체 수 현황(2021년, 상위 5곳)

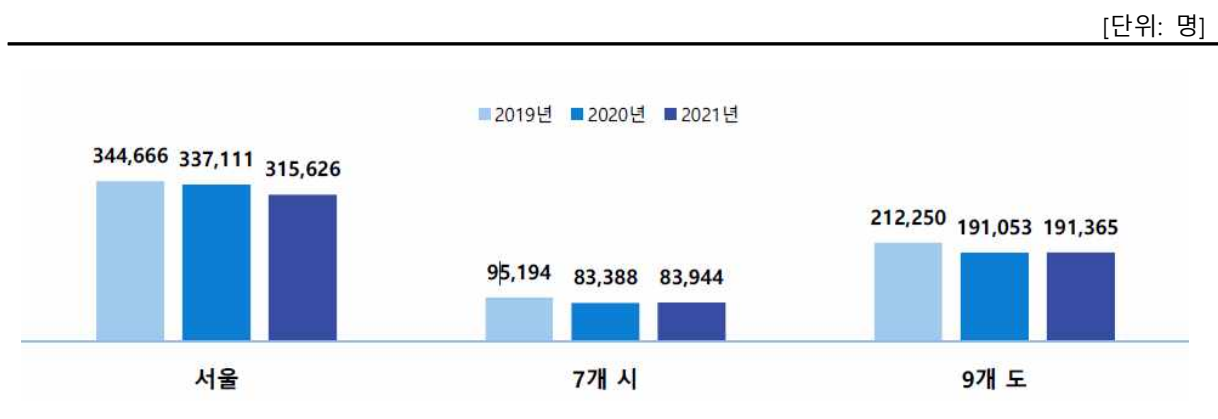
[단위: 명]

구분	출판*	만화	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식 정보	콘텐츠 솔루션	합계	비중 (%)
서울	76,946	4,328	21,949	8,064	26,158	4,316	39,616	52,479	6,782	48,231	26,759	141,761	53.4
경기	35,382	2,933	10,757	2,031	29,118	905	4,592	5,780	5,160	17,482	6,951	121,092	20.5
부산	5,107	331	2,322	630	3,112	165	763	3,620	768	2,691	760	11,667	3.4
대구	4,169	324	2,787	113	3,371	18	665	2,730	520	2,112	689	10,782	3.0
인천	4,099	334	3,167	269	1,995	64	243	736	772	2,313	410	14,402	2.4

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

*출판산업 중 계약배달 판매업(신문배달판매) 종사자 제외

<그림 17> 콘텐츠산업 지역별 연도별 종사자 현황



[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)

2.2. 국외 경제환경²⁰⁾

□ 글로벌 콘텐츠 시장규모 및 전망

○ 2021년 세계 콘텐츠 시장은 모든 산업분야가 증가하며 전체 11.2% 증가한 약 2조 5,138억 달러 규모로 파악됨

○ 시장 확장의 주요 요인은 아래와 같음

- 팬데믹으로 인한 대면 콘텐츠 시장이 침체되었지만 온라인을 통한 콘텐츠 소비가 급격하게 증가함
- 영상 스트리밍 시장의 확대와 온라인 콘텐츠 시장의 성장(모바일 게임과 디지털 만화 등)
- 세계콘텐츠 시장은 지속적으로 성장할 것으로 예측되지만 그 성장의 폭은 점차 줄어들 것으로 전망
- 온라인 플랫폼 간 경쟁이 심화되고, 외부활동 재개로 인한 대면 콘텐츠 시장 활성화로 온라인 콘텐츠 시장은 새로운 성장동력 발굴이 필요함

<그림 18> 세계 콘텐츠 시장 규모 및 전망(2017-2026)

[단위: 십억달러]



*러시아 및 베트남은 콘텐츠 산출방식 차이로 집계에서 제외
[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2022 해외 콘텐츠시장 분석, (2022)

20) 한국콘텐츠진흥원, 2022 해외 콘텐츠시장 분석(2022)

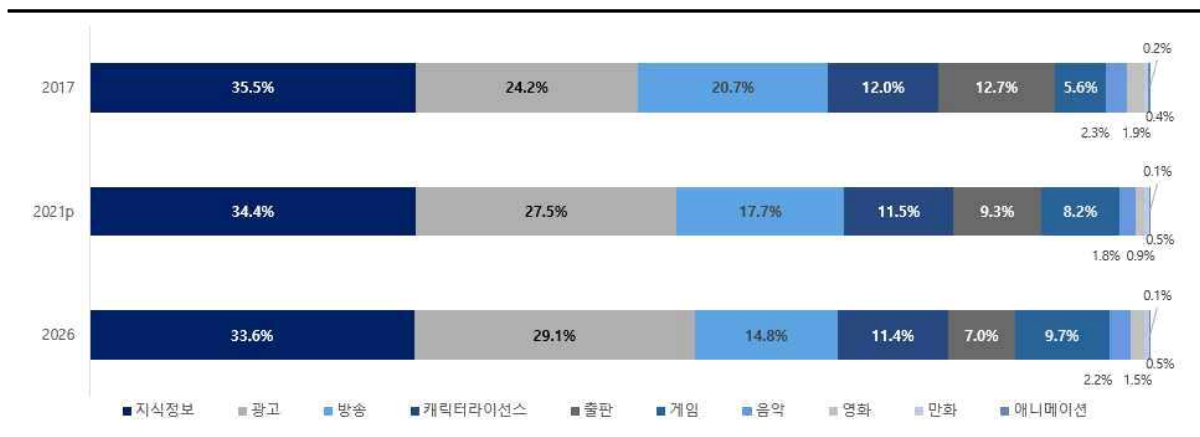
○ 주요 분야별 시장 상황과 변동내용은 아래와 같음

[표 60] 전세계 분야별 시장 변화

구분	내용
영화 및 애니메이션	<ul style="list-style-type: none"> 2021년 오프라인 극장의 영업 재개와 신작 개봉으로 인해 다시 활기가 돌기 시작하며 전년 대비 각각 82.8%, 36.3% 증가 영화시장은 2023년에 코로나19 이전 수준까지 회복될 것으로 예측
음악	<ul style="list-style-type: none"> 공연음악 시장이 침체되는 위기가 있었으나 디지털 음악 소비가 늘면서 시장 회복 2021년 전 세계 음악 시장규모는 전년 대비 27.6% 성장 공연음악 재개와 디지털 음악 소비가 대립되는 것이 아닌 상보적 관계를 성함에 따라 향후 성장세를 이어갈 것으로 예상
게임	<ul style="list-style-type: none"> 코로나19로 인해 모바일 게임 소비가 늘면서 크게 성장하였으며, 2021년이후에도 성장세가 이어질 전망 글로벌 시장조사기관 Statista에 따르면 2021년 5월 기준 전 세계 모바일 인터넷 사용자 수는 46억 명 이상으로 추정되며 약 27억명 가량이 모바일게임을 즐기는 것으로 조사 다양한 장르의 모바일 게임이 출시되고 인기 PC게임이 모바일 게임으로 재탄생하면서 모바일 게임 이용자 유입을 이끔 가상현실과 증강현실 등 기술이 적용되면서 몰입도 높은 경험을 제공하고 있어 모바일 시장 성장이 전체 게임 시장의 성장을 견인할 것으로 예상
광고·방송	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 콘텐츠 수요가 늘면서 이에 따른 온라인 광고시장이 대폭 확대 2017년 전체 콘텐츠시장에서 24.2% 비중을 차지하였으며 2021년 27.5%, 2026년 29.1%로 점차 확대될 전망 방송시장은 2017년 20.7%에서 2026년 14.8%로 비중이 점차 감소하고 있는데, 영상 스트리밍 시장의 확대로 TV, 라디오 등 전통적 미디어 시장이 침체에 빠졌기 때문으로 해석
출판	<ul style="list-style-type: none"> 인쇄출판시장이 하향하면서 2021년까지 시장규모가 계속해서 감소하였으며, 2026년까지 약보합세가 이어짐 비교적 감소세가 완만하고 2021년 시장규모가 소폭 증가한 것은 전자출판시장이 활성화가 영향을 미친 것으로 해석

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2022 해외 콘텐츠시장 분석, (2022)

<그림 19> 세계 콘텐츠 시장 산업별 점유율(2017 / 2021 / 2026)



[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2022 해외 콘텐츠시장 분석, (2022)

*러시아 및 베트남은 콘텐츠 산출방식 차이로 집계에서 제외

□ 국가별 콘텐츠 시장규모 및 순위

○ 주요 국가별 콘텐츠시장 규모 및 순위를 정리하면 아래와 같음

- (미국) 전 세계 국가 중 가장 큰 시장규모를 가지고 있음. 9,795억 달러규모를 11.6%의 전년대비 증가
- (중국) 시장규모는 4,461억 달러 규모로 전년 대비 11.1% 증가
- (일본) 시장규모는 2,082억 달러 규모로 전년 대비 6.8% 증가
- (유럽) 영국(1,203억 달러), 독일(1,130억 달러), 프랑스(773억 달러) 순으로 4, 5, 6위를 잇고 있으며, 영국은 2020년 독일에 이은 5위를 기록하였으나, 2021년에는 4위로 성장함
- (한국) 콘텐츠 시장규모는 702억 달러로 8.5% 증가한 것으로 나타나며 최근 5년간 상위권(7위)을 유지하고 있음. 앞으로 연평균 4.26%의 성장률이 예측되어 2026년에는 864억달러 규모로 예측됨

○ 전년도 대비 높은 성장률을 보인 국가들을 살펴보면 아래와 같음

- (튀르키예) 전년도 대비 가장 큰 폭의 성장률을 보이며 2020년 92억 달러에서 2021년 111억 달러로 20.8% 성장
- (영국) 전년도 대비 17.7% 성장
- (남아프리카공화국) 전년도 대비 15.3% 성장
- (이집트) 추후 가장 높은 연평균 성장률을 보일 것 같은 국가는 이집트로, 약 10.88%의 성장률이 예측되어 2026년 71억 달러까지 성장할 것으로 전망

[표 61] 국가별 콘텐츠 시장 규모 및 전망, 2017-2016

[단위: 억달러, %]

순위	국가명	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	21-26 CAGR
1	미국	7,953	8,416	8,944	8,783	9,798	10,573	11,120	11,588	11,965	12,307	4.67
2	중국	3,384	3,702	3,927	4,014	4,461	4,837	5,209	5,566	5,920	6,273	7.05
3	일본	1,874	1,946	2,001	1,949	2,082	2,175	2,238	2,297	2,351	2,403	2.91
4	영국	957	1,016	1,063	1,023	1,203	1,309	1,329	1,457	1,514	1,566	5.41
5	독일	1,028	1,057	1,094	1,036	1,130	1,209	1,272	1,316	1,348	1,377	4.04
6	프랑스	699	720	743	697	773	834	871	903	325	344	4.08
7	한국	582	601	631	647	702	753	791	819	843	864	4.26
8	캐나다	557	579	607	592	662	721	763	798	828	852	5.19
9	이탈리아	410	413	420	390	438	476	499	517	531	544	4.46
10	호주	371	388	388	370	422	457	482	502	516	527	4.55
11	인도	299	309	341	353	405	451	595	535	578	625	9.05
12	스페인	330	346	356	335	369	402	427	449	470	489	5.80
13	브라질	290	314	338	332	362	394	421	444	464	484	5.97
14	멕시코	227	245	266	249	284	314	339	358	375	391	6.63
15	인도네시아	155	178	204	216	242	269	291	312	332	351	7.69
16	대만	177	178	183	185	201	213	221	227	232	237	3.37
17	태국	151	163	171	170	180	191	201	209	216	223	4.39
18	사우디	129	128	140	154	170	189	205	220	233	246	7.62
19	스웨덴	144	147	149	143	162	174	181	188	193	198	4.08
20	폴란드	109	112	116	113	127	141	150	157	163	168	5.72
21	필리핀	88	96	113	112	124	134	141	146	152	158	4.97
22	남아공	88	95	102	102	117	128	138	146	153	160	6.44
23	튀르키예	65	73	84	92	111	127	140	152	163	173	9.39
24	말레이시아	85	91	95	94	100	107	112	116	120	124	4.26
25	오스트레일리아	74	75	77	75	82	92	100	107	113	117	7.47
26	이스라엘	65	67	71	67	75	80	85	89	92	95	4.83
27	뉴질랜드	60	63	65	64	72	78	81	83	86	87	3.83
28	칠레	59	64	67	65	72	78	83	88	92	96	5.92
29	싱가포르	73	66	66	61	68	74	77	80	83	86	4.77
30	페루	52	52	54	50	56	61	65	69	72	74	6.02
31	아르헨티나	32	37	43	44	47	53	58	62	66	70	8.11
32	이집트	17	20	31	37	42	49	55	61	66	71	10.88

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2022 해외 콘텐츠시장 분석, (2022)

*러시아 및 베트남은 콘텐츠 산출방식 차이로 집계에서 제외

□ 주요 권역별 콘텐츠 시장 분석

○ (북미) 2021년 기준 1조 459억 1,500만 달러로 전년 대비 11.6% 증가함

- 지식정보(29.9%) 광고(29.0%), 방송(20.9%), 캐릭터 라이선스(17.8%) 등이 높은 비중을 차지함
- 영화시장이 가장 급격한 성장을 이루었는데(99.6%), 이는 할리우드 블록버스터 영화제작과 극장 개봉으로 인한 결과로 파악됨
- 애니메이션 시장 역시 전년 대비 63.9%로 높은 성장률을 보임
- 연평균 20% 이상 성장이 전망되는 분야들(영화, 애니메이션, 음악 등)을 통해 2026년까지 북미 콘텐츠시장은 연평균 4.7% 성장할 것으로 예측됨

[표 62] 북미 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2017-2026

[단위: 백만달러, %]

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	21-26 CAGR
출판	86,134	85,027	83,012	74,764	76,101	75,822	75,213	74,724	74,400	74,168	-0.51
만화	1,015	1,095	1,210	1,280	2,075	2,079	2,092	2,115	2,150	2,194	1.12
음악	20,431	21,752	23,480	15,869	21,129	27,923	30,316	31,486	32,276	32,765	9.17
게임	28,205	32,936	43,077	53,430	57,168	63,074	68,893	74,772	80,790	86,948	8.75
영화	12,029	12,597	12,483	2,470	4,929	9,795	12,252	12,387	12,520	12,672	20.79
애니메이션	1,755	1,881	2,506	443	726	876	1,058	1,278	1,544	1,866	20.78
방송	224,597	224,480	221,967	215,120	218,712	218,065	217,566	219,169	218,522	218,495	-0.22
광고	218,060	236,700	251,373	248,132	303,639	335,340	356,995	375,055	386,875	395,534	5.43
지식정보	250,526	270,111	294,560	293,873	312,481	335,728	353,511	370,315	385,758	400,605	5.09
캐릭터라이선스	157,662	162,580	169,671	162,060	186,083	200,909	211,379	220,306	227,517	234,046	4.69
산술합계	1,000,414	1,049,159	1,103,339	1,067,441	1,183,043	1,289,612	1,329,275	1,381,688	1,422,352	1,459,238	4.29
합계*	850,957	899,542	955,145	937,550	1,045,915	1,129,338	1,188,374	1,238,610	1,279,232	1,315,963	4.70

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2022 해외 콘텐츠시장 분석, (2022)

* 시장 간 중복값 제거한 합계 값

○ (중남미) 브라질과 멕시코, 칠레, 페루, 아르헨티나로 구성된 중남미 시장은 2021년 820억 3,000만 달러로, 전년 대비 11.0% 증가함

- 지식정보(41.3%), 방송(22.6%), 광고(20.4%), 캐릭터라이선스(14.7%) 등이 높은 비중을 차지함
- 영화시장이 빠른 회복 속도를 보이며 전년 대비 73.5% 성장
- 음악과 게임 시장의 온라인 콘텐츠 소비가 증가를 통해 전년 대비 20% 이상의 성장률을 기록
- 대부분의 시장이 2026년까지 연평균 6.3% 성장할 것으로 예측
- 출판시장은 감소세로 예측되는데(11.3% 감소), 그 이유로는 인쇄출판시장의 침체가 원인으로 보임
- 영화와 애니메이션시장은 연평균 30% 이상, 음악과 게임시장 역시 11% 이상의 연평균 성장률을 통해 중남미 콘텐츠시장 규모가 전망됨

[표 63] 중남미 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2017-2026

[단위: 백만달러, %]

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	21-26 CAGR
출판	6,355	6,251	6,024	5,232	5,340	5,339	5,286	5,222	5,140	5,040	-1.13
만화	50	52	53	53	55	57	59	61	64	64	4.03
음악	805	900	1,012	835	1,060	1,370	1,547	1,667	1,752	1,806	11.25
게임	1,583	1,852	2,418	2,685	3,228	3,676	4,183	4,703	5,189	5,662	11.89
영화	1,743	1,853	1,929	403	699	1,607	2,330	2,522	2,704	2,891	32.84
애니메이션	458	357	576	64	71	93	125	166	222	298	33.23
방송	18,179	18,876	19,285	17,863	18,570	19,665	20,603	21,400	22,078	22,750	4.14
광고	13,654	14,530	15,479	13,921	16,767	18,762	20,158	21,215	22,060	22,883	6.42
지식정보	24,151	27,308	30,627	31,876	33,890	36,505	38,846	41,040	43,037	44,927	5.80
캐릭터라이선스	9,681	10,283	10,903	10,109	12,063	13,213	14,201	15,000	15,710	16,393	6.33
산술합계	76,659	82,262	88,306	83,041	91,744	100,289	107,340	112,997	117,955	122,72	5.99
합계*	65,933	71,291	76,939	73,891	82,030	89,894	96,624	102,033	106,844	111,477	6.33

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2022 해외 콘텐츠시장 분석, (2022)

* 시장간 중복값 제거한 합계 값

** 전체 시장 규모는 브라질, 멕시코, 칠레, 페루, 아르헨티나 시장 규모를 합한 값

○ (유럽) 4,312억 4,600만 달러 규모로 전년 대비 12.7% 증가

- 지식정보(32.7%) 시장이 가장 큰 규모를 차지하고 있으며, 광고(26.9%), 방송(16.3%), 출판(13.7%) 등이 높은 비중을 차지
- 북미나 중남미와 동일하게 영화 및 애니메이션 시장이 회복되면서 전년보다 크게 성장(영화시장은 47.3%, 애니메이션 시장은 50.0%)
- 음악시장과 광고시장이 각각 33.2%, 27.8% 성장한 것으로 나타나는데 이는 온라인 시장의 영향을 크게 받는 산업 분야임
- 2026년까지 5,459억 5,300만 달러 규모로 성장할 전망이며(연평균 4.83%)특히 음악과 영화, 애니메이션 시장이 시장규모를 견인할 것으로 예측됨

[표 64] 유럽 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2017-2026

[단위: 백만달러, %]

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	21-26 CAGR
출판	65,536	64,107	62,968	56,448	58,924	58,916	58,167	57,502	56,841	56,216	-0.94
만화	1,496	1,588	1,721	1,934	2,240	2,348	2,439	2,542	2,636	2,729	4.03
음악	13,723	13,857	14,408	8,416	11,212	14,392	15,879	16,783	17,518	18,062	10.01
게임	20,590	23,211	26,240	31,135	33,865	37,021	40,139	43,108	45,916	48,595	7.49
영화	7,423	7,215	7,571	2,067	3,044	6,069	7,163	7,522	7,787	8,043	21.45
애니메이션	1,105	958	1,501	226	339	409	492	595	716	866	20.63
방송	62,931	64,072	63,750	63,037	70,083	72,578	73,892	75,679	76,632	77,717	2.09
광고	85,674	90,787	95,486	90,637	115,847	126,992	134,449	140,515	144,562	147,825	5.00
지식정보	130,469	135,252	139,800	133,928	141,088	151,915	161,580	169,401	176,473	183,012	5.34
캐릭터라이선스	42,103	43,865	45,551	42,603	47,908	51,834	54,764	57,101	59,063	60,837	4.89
산술합계	431,050	444,912	458,996	430,431	484,549	522,472	548,965	570,748	588,144	603,903	4.50
합계*	374,277	388,421	402,570	382,706	431,246	467,089	493,031	513,744	530,745	545,953	4.83

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2022 해외 콘텐츠시장 분석(2022)

* 시장 간 중복값 제거한 합계 값

** 전체 시장규모는 독일, 영국, 프랑스, 이탈리아, 스페인, 스웨덴, 폴란드, 튀르키예 시장 규모를 합한 값

○ (아시아·태평양) 9,059억 6,000만 달러 규모로 전년 대비 10.0% 증가

- 지식정보(39.0%) 시장이 가장 큰 범주를 차지하고 있으며, 광고(27.1%), 방송(14.5%), 게임(12.1%), 출판(10.1%) 등이 높은 비중을 차지
- 코로나19 발생 이전과 비교하였을 때 지식정보와 방송, 출판시장 비중은 감소
- 게임시장은 증가(8.7% > 12.1%) 하였는데, 한국, 일본, 중국 등의 기존의 게임 강국과 새롭게 성장하고 있는 인도, 동남아시아 등의 시장에서 성장하고 있기 때문으로 파악됨
- 게임시장은 전년 대비 9.6% 증가하였으며 2026년까지 9%대의 높은 성장으로 지속할 것으로 예측됨

[표 65] 아시아-태평양 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2017-2026

[단위: 백만달러, %]

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	21-26 CAGR
출판	110,422	99,001	98,059	88,045	91,425	91,033	90,721	90,458	90,118	89,862	-0.34
만화	5,294	5,559	6,360	7,543	8,187	8,976	9,727	10,450	11,104	11,892	7.75
음악	11,072	12,332	12,949	10,157	11,578	14,372	15,430	16,083	16,578	16,903	7.86
게임	63,408	73,871	82,430	100,002	109,620	121,695	133,530	145,360	157,526	169,415	9.10
영화	17,574	18,651	19,709	6,578	12,093	17,283	20,630	21,918	23,116	24,354	15.03
애니메이션	1,721	1,565	3,529	711	836	945	1,075	1,226	1,403	1,609	13.99
방송	114,166	119,618	121,439	119,709	131,176	136,828	140,577	144,453	147,558	150,786	2.83
광고	173,653	191,573	208,994	206,261	245,491	273,100	297,688	321,045	342,537	362,445	8.10
지식정보	308,143	321,439	330,634	337,513	353,510	367,730	381,687	395,434	409,495	424,953	3.75
캐릭터라이선스	33,310	35,330	37,240	36,388	39,581	42,350	44,616	46,693	48,633	50,557	5.02
산술합계	828,761	878,940	921,343	912,907	1,008,466	1,074,316	1,135,688	1,198,117	1,249,068	1,302,772	5.36
합계*	729,766	778,155	818,731	823,521	905,960	973,952	1,033,810	1,089,256	1,142,673	1,195,713	5.71

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2022 해외 콘텐츠시장 분석(2022)

* 시간간 중복값 제거한 합계 값

** 전체 시장규모는 일본과 중국, 한국, 인도, 호주, 뉴질랜드, 대만, 태국, 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르 시장규모를 합한 값

○ (중동·아프리카) 486억 5,100만 달러로, 전년 대비 11.7% 증가

- 지식정보 시장이 가장 큰 비중을 차지해 절반 이상으로 나타나며(51.3%), 이어서 광고(18.2%), 방송(14.5%), 캐릭터 라이선스(9.4%) 이 높은 비중을 차지
- 대부분의 시장이 전년도보다 성장(캐릭터 라이선스 1.75% 감소)
- 사우디와 아랍에미리트의 영화시장 성장을 기반으로 영화시장이 크게 성장 199.2%로 크게 성장하였는데, 사우디아라비아와 아랍에미리트 영화시장이 성장을 주도
- 음악시장 역시 전년 대비 38.0% 성장하였는데, 2026년까지 두 자릿수 성장을 지속할 것으로 예측됨

[표 66] 중동·아프리카 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2017-2026

[단위: 백만달러, %]

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	21-26 CAGR
출판	3,153	3,044	2,948	2,508	2,537	2,488	2,446	2,397	2,354	2,322	-1.76
만화	24	27	29	31	32	34	35	37	39	40	5.08
음악	328	351	391	245	338	509	603	684	745	797	18.72
게임	1,249	1,460	1,743	2,079	2,374	2,667	2,955	3,207	3,423	3,611	8.75
영화	602	619	755	250	748	1,066	1,311	1,436	1,550	1,670	17.43
애니메이션	74	53	94	21	25	30	37	43	52	62	19.92
방송	6,611	6,482	6,441	6,487	7,054	7,532	7,856	8,160	8,380	8,495	3.79
광고	6,969	7,053	7,675	7,514	8,869	10,049	11,008	11,968	12,823	13,528	8.81
지식정보	17,823	18,636	21,033	22,509	24,950	27,343	29,545	31,611	33,524	35,184	7.12
캐릭터라이선스	4,440	4,328	4,502	4,650	4,570	5,058	5,496	5,895	6,254	6,562	7.50
산술합계	41,273	42,053	45,611	46,294	51,498	56,773	61,292	65,440	69,144	72,273	7.01
합계*	37,326	38,445	42,126	43,564	48,651	53,738	58,154	62,183	65,788	68,891	7.20

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2022 해외 콘텐츠시장 분석(2022)

* 시간간 중복값 제거한 합계 값

** 전체 시장규모는 사우디아라비아, 아랍에미리트, 이집트, 남아프리카공화국, 이스라엘 시장규모를 합한 값

3. 사회환경

3.1. 국내 사회환경

□ OTT(Over The Top)의 성장

- 2020년 코로나19 확산 이후 팬데믹으로 사람들 사이에 대면 및 영화관에서의 영화관람 등 외부활동이 어려워졌고, 이에 대한 반사이익으로 OTT(Over The Top) 플랫폼 구독 증가²¹⁾
 - 2019년 41.0%에서 2020년 72.2%, 2021년 81.7%로 코로나19 확산 및 장기화를 계기로 국내 OTT 서비스 이용률 급격하게 증가함
- OTT(Over The Top)는 케이블이나 위성 방송을 시청할 때 수신기 위에 두는 컨버터인 셋톱박스를 넘는다는 의미로, 셋톱박스를 거치지 않고 다양한 디바이스(스마트폰, 태블릿 PC, 모바일, IPTV 등)를 통해 인터넷 스트리밍으로 콘텐츠를 시청할 수 있게 제공하는 서비스²²⁾
 - 수익모델을 기준으로 광고형(Advertising VOD: AVOD), 거래형(Transactional VOD: TVOD), 가입형(SubscriptionVOD: SVOD), 혼합형으로 분류²³⁾

[표 67] OTT 유형별 특징

유형	특징	콘텐츠 수급	비용 지출	대표 서비스
광고형 (AVOD)	• 고객당 창출 가능한 수익이 적음	• 이용자 제작 콘텐츠, MCN 등 무료 콘텐츠 및 방송 콘텐츠 클립 등	• 이용자가 콘텐츠를 제작하는 형태로 적은 투자로 수익 창출 가능	• 유튜브 • 페이스북 • 네이버TV(국내) • 카카오TV(국내)
거래형 (TVOD)	• 수익 예측 어려움	• 최소보장금액 PP에 제공해야 수급 가능	• 필요한 콘텐츠만 확보 가능하여 가입형에 비해 비용 부담 경감	• 아이튠즈 • 국내 유료방송 단품 구매
가입형 (SVOD)	• 예상 가능한 수익 창출 가능	• 일정 기간 동안 콘텐츠 이용에 대한 판권 구매로 콘텐츠 수급에 유리	• 판권 구매에 따른 비용 지출이 큼	• 넷플릭스 • 디즈니+ • 애플 TV+ • 왓챠 플레이(국내)
혼합형	• 거래형과 가입형의 혼합으로 실시간 채널과 VOD 혼합	• 판권구매, PP에 최소보장금 제공	• 가입형보다는 비용 지출이 적고, 거래형보다는 비용 부담이 큼	• 티빙(국내) • 웨이브(국내)

[출처] 한국개발연구원, OTT 시장의 변화와 국내 콘텐츠산업 경쟁력(2022)

21) 한국개발연구원, OTT 시장의 변화와 국내 콘텐츠산업 경쟁력(2022)

22) 한국콘텐츠진흥원, OTT 환경에서의 방송영상콘텐츠 기획개발 지원정책 개선방안 연구(2022)

23) 한국개발연구원, OTT 시장의 변화와 국내 콘텐츠산업 경쟁력(2022)

- 글로벌 OTT 플랫폼과 국내 OTT 플랫폼의 등장으로 전통적인 공급채널인 방송사 이외에 새로운 채널들이 등장하면서 콘텐츠 공급 채널이 다변화되었고, 이에 따라 콘텐츠 제작에 대한 수요 증가²⁴⁾
 - － 2021년, 넷플릭스가 한국 콘텐츠 5,500억 원을 투자하는 등 글로벌 OTT의 영향력이 커짐에 따라 국내 방송사나 OTT도 이에 대응하는 형태²⁵⁾
 - － 오리지널 콘텐츠 제작과 콘텐츠 IP(Intellectual property) 확보 경쟁이 치열해지고, 제작비 확보 방식과 콘텐츠 소재 선정 경향에도 변화된 모습이 보이며 콘텐츠 수요가 높아지며 스튜디오 및 콘텐츠 제작사에게도 성장의 계기가 되고 있음²⁶⁾

□ 콘텐츠 생산 형태 변화

- 독점 공급할 수 있는 자체 콘텐츠 IP의 확보가 플랫폼의 경쟁력으로 이어지기 때문에 글로벌 OTT 플랫폼들은 유통뿐만 아니라 콘텐츠 기획, 제작, 홍보 등 프로세스 전반에 관여하는 경향²⁷⁾
 - － 콘텐츠 IP(Intellectual property)는 본래 법적 권리인 지식재산권에서 시작해서 콘텐츠로 개념을 확장하며, 특히나 영상산업에서 콘텐츠 IP는 투자, 제작, 유통, 부가 사업에 이르기까지 글로벌 OTT의 영향력을 통해 시장성이 입증되며 필수 요소로 부상²⁸⁾
- 정보통신기술(ICT) 등 테크 영역은 물론이고 미디어·콘텐츠 영역에서도 원천 IP를 활용한 플랫폼·서비스 경쟁력을 강화하는 전략이 주목받고 있으며, 지식을 기반으로 만들어진 창작물 IP가 다방면으로 활용할 수 있다는 데서 점차 가치가 높아지고 있음²⁹⁾
 - － 최근 넷플릭스, 디즈니플러스와 같은 글로벌 OTT 사업자들이 세계 각국에서 콘텐츠 IP를 확보하기 위한 경쟁이 치열해짐에 따라, 영화, 드라마, 게임 등 다른 장르로 확장 가능한 웹소설이나 웹툰 IP에 대한 관심도 높아진 상황³⁰⁾

24) 한국개발연구원, OTT 시장의 변화와 국내 콘텐츠산업 경쟁력(2022)

25) 한국콘텐츠진흥원, OTT 환경에서의 방송영상콘텐츠 기획개발 지원정책 개선방안 연구(2022)

26) 한국개발연구원, OTT 시장의 변화와 국내 콘텐츠산업 경쟁력(2022)

27) 한국콘텐츠진흥원, OTT 환경에서의 방송영상콘텐츠 기획개발 지원정책 개선방안 연구(2022)

28) 방송과기술, 콘텐츠 IP로 경쟁력을 확장하라(2023.8.30)

29) Media Issue & Trend, 콘텐츠 IP의 OSMU를 통한 산업 경쟁력 강화 ‘스토리위즈’ (2021.11.12)Vol.47

30) 한국지식재산연구원, OTT 빅뱅시대의 콘텐츠(2021), IP Focus 제2021-13호

- 넷플릭스에서 방영되고 있는 한국 드라마들이 아시아권에서 좋은 반응을 얻으며 신한류를 주도, 이는 OTT 사업자들의 국내 콘텐츠 투자 확대로 이어지며 콘텐츠 시장 전반의 제작비 상승과 더불어 콘텐츠 완성도를 향상 및 콘텐츠 제작 환경개선에 일부 기여함³¹⁾
- 국내 방송사 제작비 규모는 100억 원 미만의 규모로(16부작 기준), 회당 제작비는 약 4~5억 원 수준임을 감안할 때, 넷플릭스 오리지널로 방영된 킹덤(회당 23억 원)이나 방영권 라이선스 계약을 한 미스터션샤인(회당 12억 원)의 제작비는 월등히 높은 편으로, 콘텐츠 제작비가 대폭 상승함
- 국내 OTT 플랫폼 사업자들도 적게는 수백억 원에서-조 단위의 자금을 콘텐츠 제작에 경쟁적으로 쏟아붓고 있음³²⁾

[표 68] OTT 플랫폼별 콘텐츠 투자 예상 규모

[단위: 원]

구분	티빙	웨이브	쿠팡 플레이	왓차 플레이
투자 예상 규모	4000억 (~2023년)	1조 (~2025년)	1000억 (2021년)	360억 (2020년)

[출처] 한국콘텐츠진흥원, OTT 환경에서의 방송영상콘텐츠 기획개발 지원정책 개선방안 연구(2022)

- 콘텐츠 생산의 중심이 개별 제작사 및 1인 미디어 크리에이터로 이동하면서 새로운 생산 주체의 부상이 가시화되며, 특히 1인 미디어는 새로운 플랫폼에서 크리에이터, 유튜버, 인플루언서, 스트리머 등 다양한 이름으로 불리며 제작자, 작가, 연출자, 진행자, 연기자로서 활동하고 있음³³⁾
- 1인 미디어 크리에이터가 만들어내는 콘텐츠는 게임 플레이, 먹방, 요리, 헬스, 일상 브이로그, 커머스 등 다양한 장르와 형식으로 성장하며 레거시 미디어 콘텐츠와 차별화된 특징을 보이고 있음

31) 한국지식재산연구원, OTT 빅뱅시대의 콘텐츠(2021), IP Focus 제2021-13호

32) 한국콘텐츠진흥원, OTT 환경에서의 방송영상콘텐츠 기획개발 지원정책 개선방안 연구(2022)

33) 한국문화관광연구원, 콘텐츠산업 트렌드 2025(2020)

□ 콘텐츠 이용 형태 변화

- OTT 서비스의 확산과 코로나19의 장기화로 인해 콘텐츠산업의 급격한 디지털 전환이 이뤄졌고, 이용자의 콘텐츠 이용 형태가 능동적인 방식으로 변화함
 - － 이용자는 기존의 전통적인 미디어 매체로서의 TV 외에도 PC, 태블릿, 스마트폰 등을 이용하여 인터넷 연결을 통해 스스로의 취향에 맞는 동영상을 언제 어디서나 시청할 수 있게 되었으며 콘텐츠에 대해 다양한 시청방식의 통제권을 갖게 됨³⁴⁾
 - － 몰아보기(binge watching)나 다시 보기 등의 비선형적인 편성을 통해 소비자는 제약조건에서 벗어나 원하는 콘텐츠와 이용 경로 등을 자유롭게 선택할 수 있으며 OTT 서비스를 통해 이용자 스스로 원하는 콘텐츠를 능동적으로 선택하여 다양하게 시청하는 경향
- 개개인의 콘텐츠 소비 행위가 콘텐츠 창작에 직접적으로 영향을 미치는 사례인 이용자가 만들어낸 ‘밈(meme)’을 활용하는 콘텐츠가 늘어나고 있는데, 1990~2000년대 레트로 콘텐츠에 대한 재조명, 재치 있는 댓글들과 패러디 영상 등이 대표적임³⁵⁾
 - － ‘밈(meme)’ 콘텐츠가 기존 콘텐츠의 ‘파생’ 형태라면, 온라인 스트리밍 또는 영상 콘텐츠에 대한 시청자들의 실시간 대화, 댓글 참여, ‘후원’과 그에 대한 출연자의 ‘리액션’ 등 콘텐츠 이용자들의 콘텐츠 참여 자체가 콘텐츠 일부로써 활용되는 사례도 확산되고 있음

□ 콘텐츠산업 주요 변화의 흐름(2023~2024)³⁶⁾

- (2023 전망) 한국콘텐츠진흥원은 2022년의 콘텐츠산업을 키워드를 바탕으로 2023년의 10가지 모습을 예측함
 - － (거시경제, W곡선) 글로벌 팬데믹, 인플레이션, 러·우 전쟁 등의 경기침체 요소로 콘텐츠산업에도 부정적인 영향을 예상하나, 콘텐츠 시장은 지속성장 가능성 전망

34) 연령대별 소비자의 OTT 서비스 이용행태 분석(2022), 소비자정책교육연구 제18권 3호

35) 한국문화관광연구원, 콘텐츠산업 트렌드 2025(2020)

36) 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 콘텐츠산업 2022 결산 2023 전망(2022)

문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 콘텐츠산업 2023 결산 2024 전망(2023)

- (플랫폼, ‘이탈’ 주의보) 사회적 거리두기 해제로 인한 OTT 서비스 수요 감소와 기존 플랫폼 간 경쟁 심화로 인한 플랫폼 시장 성장세 둔화를 극복하기 위한 이용자 이탈 방지 비즈니스 전략 다변화(광고 기반 요금 & 서비스 구축 등)
 - (다양성, 소수에서 자연수로) 다양성과 포용(Diversity & Inclusion)가 콘텐츠 업계 핵심가치로 부상(성소수자, 장애인, 다문화, 고령층 등)
 - (IP, 본격가동, K-스튜디오 시스템) 기업 간 인수합병 및 제휴 협력 강화, IP 확보 및 공동 보유를 기반으로 한 수익 배분 논의 확대
 - (IP, 콘고지신) 콘텐츠 IP 활용 및 성공사례 증가로 인해 콘텐츠 기획단계에서부터 IP 활용 방안 모색 및 전략 수립 필요
 - (이용자, 당신의 콘BTI는?) V(가상세계), I(의견 피력 요구), P(생산) Short(빠른) 으로 콘텐츠 소비 유형의 변화에 따른 소구 포인트 파악 및 전략 필요
 - (이용자, 주문을 받습니다) 팬덤의 적극적 수요 반영 콘텐츠가 확대, 몰입소비 흐름에 따라 n차 콘텐츠 기획·제작·유통·소비 가속화
 - (글로벌, K-콘텐츠, 공감과 교류로 지속 확장) K-콘텐츠의 수요가 지속되고, 세계적인 관심에 따른 ‘문화감수성’ 인식 확산 필요
 - (신기술, 한걸음 더, 현실과 가상 사이) 메타버스, NFT, 버추얼 등 신기술과 융합된 새로운 제작방식에 대한 다양한 실험과 과제 및 법제도 정비 필요
 - (일자리, 창의노동, 변곡점에 서다) 세분화·전문화 되는 다양한 노동 형태를 바탕으로 현장 수요 중심의 실효성 있는 인력양성 프로그램 발굴 필요
- (2024 전망) 한국콘텐츠진흥원은 2023년의 콘텐츠산업을 키워드를 바탕으로 2024년의 8가지 모습을 예측함
- (퍼플오션) 글로벌 경기 침체·경쟁 심화의 어려움(레드오션) 속 새로운 기회와 가치(블루오션)를 만드는 콘텐츠산업임
 - (뉴 트라이앵글) K-콘텐츠 수출 다변화를 위한 지리적-전략적 삼각구도
 - (UR 콘텐츠) 기술로 구현하는 무한한 세계, 압도적인 몰입감이 있는 콘텐츠
 - (챗 크리에이터) 기술과 콘텐츠 창·제작 능력을 동시에 겸비한 전문인력
 - (콘화위복) 콘텐츠플레이션(콘텐츠 제작·이용에서의 콘텐츠 물가상승) 극복 전략, 콘텐츠로 전화위복
 - (입체적 IP시점) 콘텐츠, 장르 확장을 넘어 일상으로의 파고 듬

- (콘덕) 좋아하는 콘텐츠를 덕질하는 행위, 또는 사람
- (기후행동) 기후위기에 대응하는 친환경 콘텐츠 행동

<그림 20> 콘텐츠산업의 2023(상) 2024(하) 전망 요약

01 W 곡선

- 경기 침체와 시장 위축 우려: 불확실성을 헤쳐나갈 또다른 기회를 만들어야 할 시기

02 '이탈' 주의보

- 이탈하는 이용자들을 막고 지속적인 소비 습관 형성을 위한 콘텐츠의 중요성은 더욱 증가

03 소수에서 자연수로

- '장애없는' 콘텐츠: 다양한 내용·다양한 창작자 · 다양한 이용자가 만드는 더 좋은 사회

04 본격가동, K-스튜디오 시스템

- 글로벌 가치사실 확장과 IP 가치 극대화, K-콘텐츠 재도약의 발판

05 콘고지신

- 콘텐츠 IP는 핵심적인 창의 자원, 다양한 장르와 형식적으로 기획·활용될 수 있는 전략의 중요성 심화

06 당신의 콘BTI는?

- 이용자의 소비 특성은 콘텐츠 시장의 미래 변화를 엿볼 수 있는 열쇠

07 주문을 받습니다

- 적극적인 팬덤의 의견 표현과 적극적으로 수용하는 제작사의 선순환: '콘텐츠의 재미와 힘은 더욱 커진다'

08 K-콘텐츠, 공감과 교류로 지속 확장

- 세계인과 함께 즐기는 K-콘텐츠, 글로벌 문화감수성으로 더욱 성장

09 한 걸음 더, 현실과 가상 사이

- 낮아진 콘텐츠 창작의 벽, 신기술 콘텐츠로 新활로 개척

10 창의노동, 변곡점에 서다

- 현장수요 중심의 미래형 창의 인력 양성은 콘텐츠산업 발전을 위한 핵심 과제

2024 콘텐츠산업 전망 키워드

01. 퍼플 오션

- 글로벌 경기 침체 경쟁 심화의 어려움(레드오션) 속 새로운 기회와 가치(블루오션)을 만드는 콘텐츠산업

02. 뉴 트라이앵글

- K-콘텐츠의 수출 다변화를 위한 지리적-전략적 삼각구도

03. UR 콘텐츠

- 기술로 구현하는 무한한 세계, 압도적인 몰입감이 있는 콘텐츠

04. 핫 크리에이터

- 기술과 콘텐츠 창·제작 능력을 동시에 겸비한 전문인력

05. 콘화위복

- 콘텐츠플레이션(콘텐츠 제작-이용에서의 콘텐츠 물가상승) 극복 전략, 콘텐츠로 전화위복

06. 입체적 IP 시점

- 콘텐츠 IP, 장르 확장을 넘어 일상으로 파고들다

07. 콘덕

- 좋아하는 콘텐츠를 덕질하는 행위 또는 사람

08. 기후행동

- 기후위기에 대응하는 친환경 콘텐츠 행동



[출처] 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 콘텐츠산업 2022 결산 2023 전망(2022)

문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 콘텐츠산업 2023 결산 2024 전망(2023)

3.2. 국외 사회환경³⁷⁾

□ 북미권

- (정부의 역할 확대) 기존에 시장은 산업의 성숙으로 정부의 역할을 최소화 하였지만, 일부 빅테크 플랫폼 기업들이 시장을 장악한다고 판단하여 정부가 규제를 가하기 시작
- (OTT 시장 성장의 둔화) 온라인 콘텐츠 소비의 감소와 플랫폼 시장의 포화로 인해 성장세가 둔화
- (신기술 적용을 통한 음악시장 성장) NFT가 콘텐츠 제작자의 수익창출 방법으로, 메타버스는 플랫폼으로 활용되어 새로운 방향성 제시
- (빅블러 현상) 게임시장을 중심으로 타 콘텐츠산업과의 경계가 사라지며 산업이 확장되는 현상 지속적으로 발생

□ 중남미권

- (중남미 시장의 잠재력 증가) 모바일 사용의 확대에 의한 온라인 콘텐츠 소비가 급증하여 글로벌 플랫폼의 중남미 시장 개척과 이를 방어하기 위한 현지 로컬콘텐츠 의무 할당 규제나 기존 플랫폼의 통신사 제휴 등 전략 수립
- (모바일 사용의 확대) 젊은 세대를 중심으로 디지털 음악 콘텐츠가 발달하였으며, 게임시장은 결제 솔루션이 발달하여 NFT를 사용하는 게임도 존재
- (한국 웹툰 플랫폼의 진출) 본래는 북미나 일본의 만화가 대중적이었으나 한국의 웹툰 플랫폼이 스페인어 서비스를 제공하여 인지도가 확대 중
 - － 네이버웹툰의 2021년 7월 멕시코에서 월간 활성 이용자 수(MAU) 1위
 - － 카카오엔터테인먼트의 <나 혼자만 레벨업>이 출간 첫 주에 브라질 아마존에서 판매 1위

37) 한국콘텐츠진흥원, 2022 해외 콘텐츠시장 분석(2022)

□ 유럽권

- (기업 대상 규제) 「디지털시장법(Digital Market Act, DMA)」 및 「디지털 서비스법(Digital Service Act, DSA)」을 통해 플랫폼 사용자의 권리 보호
- (OTT 플랫폼의 경쟁) 콘텐츠 차별화와 수익구조 개선, 중계권 확보 등 콘텐츠 차별화를 통한 경쟁력 강화 노력
- (음악·게임·만화 시장의 성장) 다수의 음악 스트리밍 플랫폼이 탄생하여 서비스를 확장하고 있으며, 게임 시장과 만화 시장이 특정 국가들을 중심으로 지속적으로 성장

□ 아시아·태평양

- (로컬 플랫폼·콘텐츠 선호) 주로 로컬 플랫폼과 콘텐츠를 선호하며, 소비자 니즈에 맞는 플랫폼과 콘텐츠를 제공하기 위한 현지 기업과의 제휴 모색
- (높은 게임시장 성장) 많은 인구수를 바탕으로 게임시장에 영향력을 미치고 있으며, 각 국가별로 게임산업 진흥 정책과 규제를 병행하여 시장을 선점
- (디지털 만화시장의 성장) 일본, 한국, 중국의 만화시장이 눈에 띄게 성장하고 있으며 디지털로의 전환이 가속

□ 중동·아프리카

- (산업 진흥을 위한 투자) 기존의 석유사업 외에 새로운 산업을 발전시키기 위한 콘텐츠산업 특구 지정, 인프라 구축 등 사우디아라비아와 아랍에미리트의 막대한 투자 진행
- (OTT 시장의 성장) 플랫폼 수요가 크게 늘면서 오리지널 콘텐츠가 대폭 확장되었고, 시장 진출을 위해 다양한 언어의 지원이 플랫폼 경쟁의 주요 전략으로 적용
- (현지 음악 플랫폼의 선호) 현지 로컬 플랫폼이 소비자의 결제 특성과 선호 콘텐츠에 대한 높은 이해를 바탕으로 음악 스트리밍 시장에서 선전하며 여성의 제한적 사회활동으로 인해 여성의 높은 팟캐스트 수요 존재

4. 기술환경

4.1. CT(문화기술)

□ 문화기술의 정의

○ 문화기술(Culture Technology)은 문화예술분야의 발전을 위해 활용되는 기술로서, 다양한 정의를 가지고 있음

- － 공통적으로 문화산업에 대해 새로운 기술을 적용시켜, 그 산업을 촉진시키거나 가치를 더하는 의미를 지님
- － 문화산업의 발전을 위한 기술을 실현하고 이것을 보다 현실적이고 구체적으로 구현하여 문화 생태계를 조성하는 것을 지향

[표 69] 문화기술에 대한 정의

구분	정의
문화산업진흥기본법	<ul style="list-style-type: none"> 문화기술은 ① 문화상품의 제작에 사용되는 기법 기술(법 제2조제16호) ② 문화산업과 관련된 기술(법 제17조제1항) 으로 정의
GIST, 한국문화기술연구소	<ul style="list-style-type: none"> 문화상품의 부가가치를 높이기 위해 소용되는 모든 형태의 유무형적 기술
한국국제문화교류진흥원 (2020)	<ul style="list-style-type: none"> (좁은 의미) 콘텐츠의 기획, 창작, 제작, 생산, 유통, 소비 등에 활용되거나 관련된 서비스에 사용되는 기술 (넓은 의미) 정보통신을 포함하는 이공학적인 기술뿐만 아니라 인문사회학, 디자인, 예술 분야의 지식과 노하우를 융합적으로 활용하여 인간의 문화 활동, 예술 활동, 창작 활동 등을 지원하여 삶의 질을 향상시키고, 미래의 새로운 부가가치를 창출하는 융합 기술의 총합
문화콘텐츠 특수성을 반영한 문화기술(CT) 분류체계 연구 (2013)	<ul style="list-style-type: none"> 좁은 의미로는 문화산업을 발전시키는데 필요한 요소로써 문화콘텐츠기획, 상품화, 미디어 탑재, 전달 등의 가치사슬 과정에 사용되는 기술 광의적 개념으로는 이공학적인 기술뿐만 아니라 인문사회학, 디자인, 예술 분야의 지식과 노하우를 포함한 복합적인 기술을 총칭하는 개념을 아우른다
초연결·초지능 사회의 플랫폼, 문화기술(CT)(2022)	<ul style="list-style-type: none"> 문화와 기술을 결합하여 문화콘텐츠의 기획, 상품화, 미디어 탑재, 전달 등 기획부터 유통까지의 모든 가치사슬에 부가가치를 더해주는 기술

□ 문화기술 R&D 사례

- 문화체육 관광부는 한국콘텐츠진흥원(콘텐츠), 한국저작권위원회(저작권), 한국 문화관광연구원(문화·관광), 국민체육진흥공단(R&D)의 R&D 기능을 통합하여 한국콘텐츠진흥원 산하 부설 문화체육관광기술진흥센터 설립

－ 해당 기관에서 나타내는 문화기술 분야 R&D 성과를 정리하면 아래와 같음

[표 70] 문화기술 R&D 사례

기관	기술 명	내용
주식회사 수퍼톤 supertone Intelligent Audio for Creativity	인공지능 (AI) 가창 합성 시스템	<ul style="list-style-type: none"> 가수의 녹음데이터로부터 음색 및 창법을 추출하고 실제 부른 적 없는 가사도 노래 할 수 있는 심층신경망 기반의 가창합성 모델을 개발 상용콘텐츠로 활용 가능한 CD 품질의 고음질 가창 음원 생성
한국과학 기술연구원 kist 한국과학기술연구원 Korea Institute of Science and Technology	홀로그램 기반의 차세대 증강현실 플랫폼 기술	<ul style="list-style-type: none"> 홀로그램 및 증강현실 기술을 기반으로 사용자의 시각적 특성을 반영한 실감형 콘텐츠를 제공
	AR HMD 개발	<ul style="list-style-type: none"> 세계 최고수준의 고해상도와 원거리에서도 식별이 쉬운 고시인성, 광(廣)시야각의 4K급 투시형 증강현실 영상 구현
한국전자 통신연구원 ETRI 한국전자통신연구원 Korea Electronics and Telecommunications Research Institute	지능형라이브 서비스를 위한 게임운영 시나리오 최적화 플랫폼 기술	<ul style="list-style-type: none"> 행위 데이터를 기반으로 사용자들의 선호도와 경향을 분석하여 게임수명 연장과 고수익 콘텐츠 확대를 유도하기 위한 최적의 운영 시나리오를 생성
브랜드 BRANDI commerce platform builder	MCN 동영상 콘텐츠 기반의 오픈마켓 서비스 모델 및 통합 관리 기술	<ul style="list-style-type: none"> 인플루언서들의 제품 홍보력과 브랜드의 물류·배송 등 판매과정의 경험을 합쳐 크리에이터가 동영상으로 상품을 판매할 수 있는 비디오 마켓 플랫폼을 개발
닷밀 dotmill	숲/공원 환경에 지속 가능한 자연 친화적 미디어아트 콘텐츠 적용을 위한 표현기술	<ul style="list-style-type: none"> 아트-콘텐츠-환경기술 분야를 융합한 친환경 아트기술로 자연경관을 훼손하지 않는 신개념 자연 친화적 문화-기술융합 콘텐츠
셀빅 CELLBING	증강현실 애니메이션 및 맵핑 기술 개발로 ICT 를 결합한 새로운 교육 모델	<ul style="list-style-type: none"> 딥러닝 활용 Free Drawing 캐릭터 인식 및 애니메이션 적용을 통해 자유롭게 그려진 손 그림을 자동 캐릭터화 및 애니메이션화 하는 기능을 제공
모아이스 moais	딥러닝 모델 경량화를 통한 AI 골프 스윙 코치 기술	<ul style="list-style-type: none"> On-device 인공지능기반 골프 스윙 분석 기술과 인공지능 클럽 피팅 기술 연구개발을 통해 ‘골프픽스’라는 AI 기반 골프코칭 앱 서비스
디알엠인사이드 D DRM INSIDE	EPUB3 기반 대용량 전자책의 실시간 이용을 지원하는 DRM 기술 개발 및 표준화	<ul style="list-style-type: none"> 오디오 및 동영상이 포함된 수 기가바이트 이상 대용량 EPUB3 전자책의 실시간 이용을 지원하는 DRM 기술개발

[출처] 한국콘텐츠진흥원 공식 블로그, 꽃피우는 문화기술(CT), 문화체육관광 연구개발 지원사례

□ 문화기술 연구개발 기본계획(2023~2027)

- 문화체육관광부는 「문화산업진흥 기본법」 제4조³⁸⁾에 근거하여 2008년부터 5년 단위로 3차에 걸쳐 ‘문화기술 연구개발 기본계획’을 수립하여 문화기술에 대한 발전을 촉진, 다양한 성과 달성
 - － (예산확대) 지난 6년간 연평균 6.3% 증액, ‘22년에는 1,323억 원으로 ’ 17년 대비 약 570억 원 증액
 - － (정량적 성과) 문화체육관광 R&D는 국가R&D 평균 대비 1.5~2배 내외의 특허 및 사업화 실적을 도출하고, 각 부문에 걸쳐 성과
 - － (우수 사례) 영화·방송·공연·음악 등 다양한 분야에서 성공사례 다수 축적되어 콘텐츠산업의 질적·양적 성장 견인(한계)
- 제3차 기본계획이 2022년에 만료됨에 따라 지금까지의 한계를 분석하고, 2022년 12월 제4차 문화기술 연구개발 기본계획(2023~2027) 발표
 - － (투자규모) ’ 22년 기준, 문체부 R&D 예산(1,323억원)은 정부 전체 R&D 예산(29.8조원) 대비 0.45% 수준에 불과, 산업의 중요성 및업계 수요 등에 비해 작은 규모
 - － (기술수준) K-콘텐츠는 전 세계인이 공감할 수 있는 보편성과 독창성을 바탕으로 글로벌 경쟁력을 인정받고 있으나, 콘텐츠제작 핵심기술은 최고국 대비 다소 부족한 수준
 - － (연구개발 기반) 문화기술(CT) 전담 연구원 부재로, 장기적인 로드맵에 기반한 도전적인 R&D 추진 및 전문 연구인력 양성 불가
- 확장가상세계(메타버스), 확장현실(XR), 인공지능 등 첨단기술의 발전 속도에 맞추어 문화산업이 고부가가치를 창출하는 미래 핵심 성장동력이자 국민 전환자(게임 체인저)의 역할 하는 것이 목적
 - － (미래 핵심성장 동력) 글로벌 경제 저성장 기조 속에서 문화산업은 경쟁력이 탁월하고 잠재력이 무한하여, 고부가가치 창출이 가능한 게임 체인저
 - － (국민 행복 기반) 문화서비스는 일상의 풍요를 위한 전제 조건으로써, 서비스 품질 및 접근성 확대를 통해 국민 행복에 기여

38) 제4조(문화산업의 중·장기 기본계획 수립 등) ① 문화산업정책은 문화체육관광부장관이 총괄한다. ② 문화체육관광부장관은 이 법의 목적을 달성하기 위하여 문화산업 진흥에 관한 기본적인고 종합적인 중·장기 기본계획(이하 “중·장기 기본계획”이라 한다)과 문화산업의 각 분야별 및 기간별로 세부시행계획(이하 “세부시행계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.

- － (기술 기반 대전환) 인공지능, 메타버스 등의 첨단기술을 기반으로 시·공간에 구애받지 않는 디지털 대전환의 시대로 진화 중

[표 71] 중점 추진 과제

구분	내용	세부과제
1. 신기술 기반 콘텐츠산업·기업 육성	핵심분야 선도기술로 신산업 선도	<ul style="list-style-type: none"> • (가상융합세계) 가상세계를 문화서비스 공간으로 확장 • (클러스터) 신기술 기반 창·제작 클러스터 조성 기술 개발 • (디지털 플랫폼) 온라인에서 콘텐츠 창·제작-유통-소비 활성화
	단계별 문화기술 기업 성장 지원	<ul style="list-style-type: none"> • (창업) 창업기업, 신생 중소기업 연구개발 지원 및 컨설팅 • (성장) 업력 7년 이상 대상 고도화를 위한 지원 • (도약) 우수과제의 후속지원, 고도화, 투·융자유치 지원
	융복합형·임무지향형 R&D 추진	<ul style="list-style-type: none"> • 문화산업과 타 산업 연결, 기술 융복합형 R&D 추진 • 프로젝트 기반의 임무중심형 R&D 추진
2. 모두가 누리는 문화 창작·향유 환경 조성	문화소외계층을 위한 향유·창작기술 개발	<ul style="list-style-type: none"> • (향유) 이용자의 참여 편의성이 높아지도록 기술 개발 • (창작) 고령층 및 시·청각 장애인이 창·제작 주체가 되기 위한 기술개발
	분야별(산·학·연) / 기업 규모별 협력 강화	<ul style="list-style-type: none"> • (협력강화) 중소기업과 대기업이 연구개발 및 상품화를 협업 및 분업 • (시설공유) 연구기관(기업)이 공동으로 활용할 수 있는 연구시설·장비·플랫폼 등 구축
	신기술·신산업 대응에 따른 선제적 저작권 보호	<ul style="list-style-type: none"> • (신기술 대응) 새로운 콘텐츠 분야의 등장·확대에 대한 기술적 보호조치 연구 • (글로벌 침해 대응) K-콘텐츠의 안전한 확산을 위한 글로벌 저작권 보호기술
3. 현장 중심 정교한 문화 기술 R&D 체계 구축	K-콘텐츠 문화기술 창의인재 양성	<ul style="list-style-type: none"> • (창의인재) 역량을 고루 갖춘 기술 융합 콘텐츠 전문인력 양성 • (시장 맞춤형 인재) 시장 맞춤형 인력 확보
	기술사업화 촉진을 위한 지원체계 강화	<ul style="list-style-type: none"> • (시스템 구축) 기업별 기술경쟁력 강화 및 기업·기술별 맞춤형 사업화 지원 • (사업화 촉진) 미래포럼 및 대국민 성과 전시, 국제 비즈매칭 행사참여 강화
	문화기술 R&D 거버넌스 구축·강화	<ul style="list-style-type: none"> • (체계 구축) 민간 주도 문화기술 연구개발을 위한 대국민 의견 수렴 • (위상 강화) 전담 연구기관 설립 검토 • (역량 강화) 기술강국과의 문화기술 분야 전략적 파트너십 지원
선결 핵심과제	K-CT 세계 최고수준 도달을 위한 R&D 투자 확대	
	R&D 생태계 선순환 견인하는 제도 개선	

<그림 21> 문화기술 R&D 비전과 중점 추진 과제



[출처] 문화체육관광부, 제4차 문화기술 연구개발(R&D) 기본계획 요약(2022)

4.2. 2023 기술 전망

□ 글로벌 2023 기술 전망³⁹⁾

- 한국과학기술평가원(KISTEP)은 주요 기관들이 발표한 2023년 기술트렌드와 배경 정리하여 시사점 도출
- (최적화, 확장, 개척) 가트너는 2023년은 어려운 경제 시기를 감안, 경영 효율성 등을 강조하며 디지털 전환의 중요성을 부각⁴⁰⁾
 - － (최적화 Optimize) : IT 시스템을 최적화하여 안정성을 높이고 데이터 기반 의사 결정을 개선하며 현재 만들고 있는 인공지능 (AI) 시스템의 가치와 무결성을 유지
 - － (확장 Scale) : 수직적 제공을 가속하고 제품 제공 속도를 높이는 동시에 모든 곳에서 연결할 수 있게 실현함
 - － (선도 Pioneer) : 비즈니스 모델 변경을 가능하게 하고, 직원 및 고객과의 관계를 재발명하고, 새로운 가상 시장을 활용해 새로운 비즈니스 전략을 수립하고 추진
- (신뢰) 딜로이트는 기술, 사이버 및 신뢰, 핵심 현대화 비즈니스, 상호 작용, 정보, 컴퓨팅 등 6대 거시적 요인을 고려해 향후 18~24개월 동안 비즈니스 혁신에 영향을 미치는 트렌드를 선정⁴¹⁾
 - － 2023년 기술 트렌드에서 ‘신뢰’가 중요하며, 기업은 채택 및 영향에 대한 사용자 신뢰의 중요성을 인식하기 때문
- (10대 기술 트렌드) Inc는 2023년 등장하는 혁신적인 기술과 비즈니스 트렌드는 비즈니스 성장과 기업의 혁신 추진 동력이자 현명한 투자의 판단 근거가 될 것이라고 주장⁴²⁾
- (10대 기술 트렌드) 포보스는 모두가 대비해야 하는, 우리의 디지털 세계를 형성할 새로운 기술 동향 발표⁴³⁾

39) 한국과학기술기획평가원, 2023년 기술 트렌드와 시사점[이슈분석 230호](2023)
https://now.k2base.re.kr/portal/issue/ovsealssued/view.do?poliisueId=ISUE_000000000001026&menuNo=200&pageIndex=2

40) 가트너(Gartner) <https://www.gartner.com/en/articles/gartner-top-10-strategic-technology-trends-for-2023>

41) 딜로이트(Deloitte) <https://www2.deloitte.com/uk/en/insights/focus/tech-trends.html#feet-firmly-on-the-ground>

42) Inc, 매거진 <https://www.inc.com/anis-uzzaman/top-technology-business-trends-for-2023.html>

43) 포보스(Forbes) <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2022/11/21/the-top-10-tech-trends-in-2023-everyone-must-be-ready-for/?sh=1562d8a17df0>

[표 72] 주요 기관 2023 기술 트렌드 전망

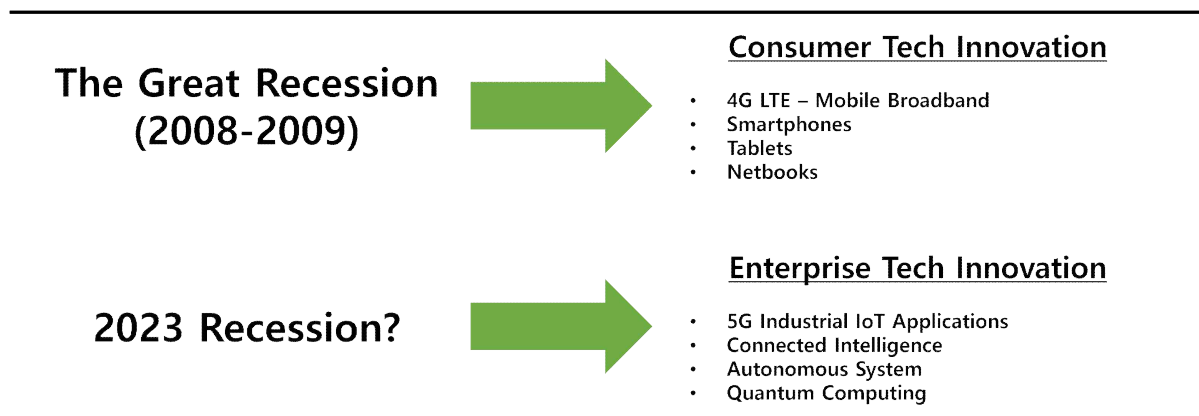
기관 명	세부과제
가트너	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 면역 시스템(Digital Immune System) • 응용된 관측성(Applied Observability) • AI 신뢰, 위험 및 보안관리(AI Trust, Risk and Security Management - AI TRISM) • 산업 클라우드 플랫폼(Industry Cloud Platforms) • 플랫폼 엔지니어링(Platform Engineering) • 무선 네트워크 가치 실현(Wireless-Value Realization_ • 슈퍼앱(Super apps) • 적응형 AI(Adaptive AI) • 메타버스(Metaverse) • 지속 가능한 기술(Sustainable Technology)
딜로이트	<ul style="list-style-type: none"> • 기업을 위한 몰입형 인터넷 (Through the glass: Immersive internet for the enterprise) • AI 동료로 신뢰하는 법 배우기 (Opening up to AI: Learning to trust our AI colleagues) • 다중 클라우드 혼돈 길들이기 (Above the clouds: Taming multi cloud chaos) • 기술 인력 재구상 (Flexibility, the best ability Reimagining the tech work force) • 분산되는 아키텍처 및 생태계 (In us we trust: Decentralized architectures and ecosystems) • 메인프레임 현대화의 본격화 (Connect and extend: Mainframe modernizaiotn hits its stride)
INC 매거진	<ul style="list-style-type: none"> • 청정에너지와 지속 가능성(Clean Energy and Sustainability) • 우주 탐사 기술과 위성 기반 인터넷 (Space Exploration Technology and Satellite-Based Internet) • 컴퓨팅 성능에 대한 높은 수요: 양자 컴퓨팅, 빅데이터 시뮬레이션 및 새로운 AI 칩(High Demand for Computing Power: Quantum Computing, Big Data Simulation, and New A.I. Chips) • 웹 3.0 기술과 메타버스 기술은 계속 유망 (Web 3.0 Technology and Metaverse Will Remain Prominent) • 공급망 안정성, 안전 및 보안: 로봇 공학 및 AI 기반 산업, 제조 및 공급망 자동화의 성장(Supply Chain, Stability, Safety, and Security: Robotics and A.I.-Based Industry, Manufacturing, and Supply Chain Automation Will Grow) • 농업의 자동화: 온실 농업의 성장, 로봇 공학 적용 및 작물의 이미지 처리, 첨단 드론의 활용(Focus on Agriculture and Farming Automation : Growth in Greenhouse Farming, Application of Robotics, and Image processing for Crops: Advanced Drones Will Push the Industry) • 반도체 산업의 성장과 진화 (Semiconductor Industry Will Grow and Evolve) • 슈퍼앱의 보편화(Super Apps Will Become Common) • 사이버 보안이 중심(Blockchain Technology Prevails)

기관 명	세부과제
포보스	<ul style="list-style-type: none"> • 어디에나 있는 AI(AI Everywhere) • 메타버스의 일부가 현실이 된다(Parts of the Metaverse Will Become Real) • web 3.0의 발전(Progress in Web3.0) • 디지털 세계와 물리적 세계를 연결(Bridging the Digital and Physical World) • 점점 더 편집 가능한 특성(Increasingly Editable Nature) • 양자 진보(Quantum Progress) • 녹색 기술의 발전(Progress in Green Technology) • 로봇은 더 인간적이 될 것이다(Robots Will Become More Human) • 자율 시스템의 발전(Progress in Autonomous System) • 더 지속 가능한 기술(More Sustainable Technology)

○ 주요 기관들의 기술트렌드 전망을 바탕으로 도출한 시사점은 아래와 같음

- (2023년 R(경기침체)공포 연습) 2023년 세계 경제는 긴축통화 정책의 영향이 본격화되면서 경기침체 국면으로 진입
- (기술 헤게모니 (Tech Hegemony)) 코로나19 팬데믹으로 인한 공급망 차질과 탈세계화 가속화되면서 우방국 중심의 블록경제(Bloc Economy)에서 기술 헤게모니(Tech Hegemony) 중심의 블록경제가 형성
- (지속가능성과 ESG Innovation) ESG 주요 영역에 대한 글로벌 규제 및 정책이 강화되고 있으며, ESG Innovation을 본격적으로 추진
- (자동화와 가상현실을 통한 경제의 진화) 산업 현장에서 상용되는 자동화 및 가상화 기술의 발전 발판을 마련할 것으로 예상
- (메타버스의 잠재성) 메타버스는 기초 기술 발전 단계를 넘어, 실제 사용되고 산업화되는 과정에 오르면서 잠재성에 대해 주목

<그림 22> 경기 침체기와 기술 혁신



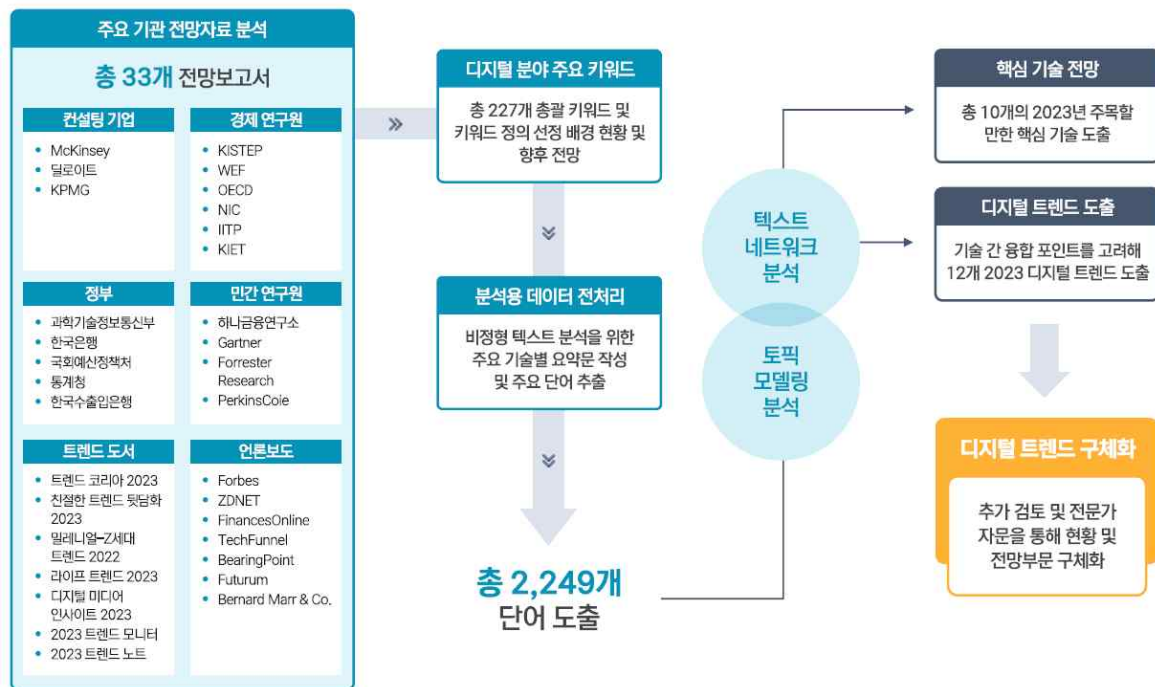
[출처] 한국과학기술기획평가원, 2023년 기술 트렌드와 시사점[이슈분석 230호](2023)

□ 2023년 12대 디지털 트렌드⁴⁴⁾

○ 한국지능정보사회지능원(NIA)는 주요 기관 전망 자료와 전문가 자문을 통해 2023년 디지털 트렌드를 전망

- (전망보고서 분석) 컨설팅기업, 경제연구원, 정부 보고서, 민간 연구원, 트렌드 도서, 언론보도 등 33개의 전망 보고서 분석
- (키워드 도출) 총 227개의 디지털 분야 주요 키워드 및 비정형 텍스트 분석을 통해 2,249개 단어 도출
- (디지털 트렌드 도출) 텍스트 네트워크 분석과 토픽 모델링 분석을 통해 총 10개의 핵심기술 도출, 기술 간 융합 포인트를 고려해 12개 디지털 트렌드 최종 도출

<그림 23> 디지털 분야 트렌드 도출 프로세스



[출처] 한국지능정보사회지능원, NIA가 전망한 2023년 12대 디지털 트렌드(2023)

44) 한국지능정보사회지능원, NIA가 전망한 2023년 12대 디지털 트렌드(2023)

[표 73] 주요 기관 2023 기술 트렌드 전망

주요 기술 전망	내용 및 동향
자동화에서 자율형으로 고도화되는 인공지능	<ul style="list-style-type: none"> • 보안 강화 및 자동화 자율화를 통한 메디컬·헬스케어, 도시, 사회문제, 국방, 식품, 커머스 등 다양한 분야 서비스 고도화/기회 확대 • Generative AI의 창작활동 및 RPA와 톨 제작 적용 • 급격한 외부 환경의 변화에 대응 Adaptive AI • 인공지능 반도체의 혁신
디지털 전환과 혁신의 열쇠, 데이터	<ul style="list-style-type: none"> • 이용자의 상황과 맥락 데이터를 분석하여 필요한 서비스 제공 • Datafication을 통해 우리 삶의 모든 것을 데이터로 변환 • 인공지능 기반의 데이터 분석 기술은 사람이 예방과 치료에 집중하여 선제적이고 탄력적인 보안 태세를 위한 개발 가능
사람과 함께 하고 협력하는 로봇	<ul style="list-style-type: none"> • 스스로 인식, 학습, 판단하여 능동적으로 작업하는 자율형 로봇 • 사용자/상황 지식 축적 기반의 생활보조 반려 로봇 • 초연결 지능화를 통한 공간자체의 로봇화 진화 • 로봇과의 협력 및 자동화 • 활동증진 로봇 슈트
5G 상용화와 6G 개발을 위한 초고속 네트워크	<ul style="list-style-type: none"> • 6G 기술과 양자통신 발전을 통한 기존 네트워크 경계를 넘어선 무한 확장 기대 • 5G 기술 확대로 메타버스, 클라우드 게임 분야 성장 • 지상 네트워크와 비지상 네트워크 연계 • UAM, 스마트카, 자율주행차 등의 이동체 연결 확대
디지털 트윈과 엣지 디바이스	<ul style="list-style-type: none"> • 자동차/선박/비행체/로봇 등의 이동체의 자율화 기술 확대 • 모든 사물이 연결되고 지능화 되어 사물-사람간 사물-사물간의 상호작용
온오프 믹스 메타버스	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 분야에서 메타버스 전초기지 및 시범 운영 프로젝트들이 진행 • NFT와 크립토크런시를 통한 경제시스템 융합 • 메타버스를 이용한 협업 및 업무 효율 향상 • 디지털 트윈을 통한 문제 해결 • 차량 안전 및 인포테인먼트 시스템 • 아바타와 가상인간을 이용한 콘텐츠 제작 및 활동(버튜버) • 오감기술, 광시야각 대화면 등의 실감형 기술을 통한 초몰입감 제공
디지털 자산의 핵심기술 블록체인	<ul style="list-style-type: none"> • 창작자의 디지털 자산의 가치 평가 및 보상 확대 • 탈중앙화로 산업과 비즈니스의 거래/의사소통/수행 자동화 진화 • 비즈니스 영역에서의 기업이 ID, 데이터, 브랜드, 저작권 등의 디지털 자산을 만들고 관리하는 방법을 재구성
프로비저닝 XaaS 클라우드	<ul style="list-style-type: none"> • 거의 모든 장치와 기기의 컴퓨터화로 인해 컴퓨팅 하위가 중요한 이슈 • 모든 것이 서비스화 되고 소유에서 이용으로 XaaS 혁신 • 하이브리드 클라우드와 멀티 클라우드를 통한 컴퓨팅 파워와 스토리지 활용 효율화
민간이 주도하는 항공우주	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 테크기업 중심의 민간주도의 뉴 스페이스 시대 • 저궤도 위성을 통한 인터넷, 우주 엣지 컴퓨팅, 우주 클라우드 등의 디지털 영역 확대
디지털기술의 지속가능성/사회적 책임	<ul style="list-style-type: none"> • 기업과 국가의 지속가능성을 위해 디지털 기술을 활용하여 탄소저감, ESG, 디지털불평등 해소 등을 위한 노력 • 테크기업들의 탄소감축 전략과 실행방안 발표 및 리사이클링, 친환경 에너지 활용 기술/제품 적용

[출처] 한국지능정보사회진흥원, NIA가 전망한 2023년 12대 디지털 트렌드(2023)

5. 종합 시사점

5.1. 정책환경 시사점

국내 시사점

- 문화콘텐츠 분야를 국가도약을 이끌 전략산업으로 육성하기 위해 목표 설정(게임 체인저), 수출 강조를 위해 분야별 콘텐츠 지원 강조 및 수출까지의 연계 지원
 - 2021년 콘텐츠분야 수출액은 124억 달러로, 가전(86), 이차전지(86), 전기차(69), 디스플레이 패널(36) 추월하여 새로운 굴뚝 없는 산업으로의 성장
- 문화콘텐츠산업과 신기술과의 연계를 통해 생태계 구축, 기반강화 목표(미래인재 육성, 신산업 모델 지원 등)
- 여전히 메타버스에 대한 긍정적 시각이 존재하여 메타버스와 콘텐츠 연계 지원사업 신규 생성(메타버스 콘텐츠 IP 구축 연구개발)

국외 시사점

- (미국) 빅테크 기업들의 문화콘텐츠 독점을 막기 위한 정부차원의 규제와 감시가 이루어지고 있으며, 구체적인 법안과 제도로 발전
- (일본) 글로벌 시장에서의 문화콘텐츠 영향력 축소, 코로나 19와 인구문제 등의 사회문제로 인해 정부 주도의 적극적인 문화콘텐츠 정책 진행
- (중국) 문화를 중심으로 확장 및 융복합되는 산업, 즉 문화+관광, 문화+도시, 문화+플랫폼 등 중국이 보유한 문화자원과 과학기술, 정부정책과 전략을 중심으로 파생효과를 극대화
- (중동) 정부 정책의 지원으로 VR/AR 시장에 대한 활발한 투자 움직임을 보여주고 있으며 이에 따른 수요 증대와 공급 증대가 기대되며 인프라 구축을 위한 투자 진행

5.2. 경제 환경 시사점

국내 시사점

- 콘텐츠 사업체 수 증가했지만 종사자 수는 감소하여 영세업체 비중이 늘어난 것으로 파악
- 모든 문화콘텐츠 관련 항목(사업체 수, 매출액, 종사자 수)은 인천을 제외한 수도권(서울, 경기)에 집중되어 있으며, 특히 매출액은 약 86%를 차지하고 있음
 - － 경남, 광주, 전북, 경북, 충남, 강원, 울산, 충북, 전남, 세종 지역의 매출액은 전체 매출액의 1.0%를 넘지 못하여 콘텐츠산업 매출액의 지역 편중 현상 심각

[표 74] 수도권(서울, 경기, 인천) 비중

[단위: %]

구분	서울	경기	서울+경기	인천
사업체수	32.5	21.8	54.3	4.5
매출액	62.4	23.9	86.3	1.3
종사자수	53.4	20.5	73.9	2.4

- 만화, 콘텐츠솔루션, 음악, 게임산업은 연평균 10% 이상 고성장 중에 있어 적극적인 투자 및 지원을 할 필요가 있음
- 중화권 수출액이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 그다음으로 동남아, 일본, 북미 순이며, 현재 발생하는 한류열풍과 연계하여 수출을 확대할 필요가 있음

국외 시사점

- 비대면을 통해 대면 콘텐츠 시장은 침체, 온라인 소비의 폭발적인 증가하였으며, 온라인 플랫폼끼리의 경쟁이 심해짐
- 전반적으로 문화콘텐츠 시장의 확대가 예상되지만, 출판분야는 약세이며 시장규모의 지속적인 감소 진행
- 아시아를 제외한 주요 권역별은 영화 분야가 코로나 이후 회복의 영향을 받아 급격한 성장을 이루었으며, 아시아·태평양은 게임시장이 급격하게 성장(평균 9%대)
- 한국은 세계에서 약 7위의 규모를 지니고 있으며 타 국가와의 시장규모를 비교 하였을때 보다 성장할 여지가 존재함

5.3. 사회 환경 시사점

국내 시사점

- OTT 시장이 급격하게 성장하였으며, 글로벌 플랫폼들의 국내시장 영향력 확장에 대비하기 위해 국내 방송사들 역시 투자 확대 등으로 대응
- IP 확보가 플랫폼의 경쟁력으로 이어지며, 플랫폼들은 단순 유통이 아닌 기획, 제작, 광고, 프로세스 전반으로 확대
- 콘텐츠의 생산이 1인 미디어·개인으로 이동하면서 차별화된 경쟁력과 다양한 콘텐츠를 바탕으로 영향력 확대
- 소비자가 단순 콘텐츠의 소비에서 창작에도 영향을 미쳐 콘텐츠로 생성되는 현상 확대

국외 시사점

- 미국과 유럽은 플랫폼 대기업의 규제를 막기 위한 국가적 차원에서 제도적 장치 규제방안 마련
- 모바일 기기의 확대는 게임시장·음악시장의 지속적인 성장 가능성에 대한 조건을 충족시켜 해당 시장의 높은 성장률을 뒷받침
- 문화콘텐츠 분야와 새로운 기술의 융합을 통해 새로운 분야가 개척(메타버스 AI, NFT 등)
- OTT 시장은 전 세계적으로 성장이 둔화되는 추세이며, 각 플랫폼들은 경쟁을 통해 시장을 선점하기 위해 다양한 전략 모색(각국의 언어 지원, 현지 콘텐츠 제작 등)
- 중국·중동·아프리카 지역은 현지 플랫폼을 선호하며, 해당 국가로의 시장 진출을 위해선 국가의 선호도나 문화적 배경, 현지 기업과의 연계 등 충분한 고민이 이루어져야 함
- 한국의 웹툰 분야가 각국에 수출되어 눈에 띄만한 성과를 도출하고 있음

5.4. 기술 환경 시사점

국내외 시사점

- 문화콘텐츠 분야와 새로운 기술의 융합을 통해 새로운 분야개척(NFT, 메타버스 등)
- 메타버스, 웹3.0 확대 등 NFT 등 전망 분야 신기술 키워야 하며, 특히 메타버스와 AI는 지속적인 기술의 발전과 그에 따른 산업발전 전망성 존재
- 생성형 AI를 통한 문화콘텐츠 제작 및 기술개발에 대하여 투자 필요, AGI로의 급격한 발전이 예상
- 문화기술 영역에 대하여 지속적인 R&D 개발 확대와 다양한 사례발굴 및 우수사례 보급
- 문화기술 영역 뿐만 아니라 유망되는 타 기술분야(지속가능성, 네트워크, 클라우드 등)와의 접목을 통해 융복합 지향

제 4절 문화콘텐츠산업 사례조사

1. 국내 사례

1.1. 서울특별시

□ 서울경제진흥원(서울특별시)

- 서울경제진흥원은 서울특별시의 경제 진흥 및 활성화를 위해 창업 촉진, 기업 성장, 산업육성에 기여함을 목적으로 중소기업 진흥에 관한 법률 및 동법 시행령과 서울경제진흥원 설립 및 운영 조례에 따라 설립
- 서울의 산업 및 기업혁신을 통한 서울 경제 미래 성장 동력 확보를 위해 7개의 정책 과제를 중심으로 사업을 추진

<그림 24> 서울경제진흥원 7대 정책



[출처] 서울경제진흥원, 서울경제진흥원 기관소개서(2023)

- (콘텐츠산업육성) 웹툰, 게임, 애니메이션 등 콘텐츠 제작 및 기술 지원, 마케팅 지원을 통해 콘텐츠산업을 육성
 - (상상타운 조성 및 운영) 서울애니메이션센터 중심의 남산 일대를 상상 산업의 집적지이자 시민이 즐겨찾는 세계적인 명소 ‘상상타운’으로 조성, 지역 경제를 활성화하고 문화콘텐츠산업발전을 도모
 - (콘텐츠기업 발굴 및 육성) 유망 콘텐츠 기업을 발굴하여 민관협력 기반의 ‘제작·투자·마케팅·일자리’ 지원을 통한 콘텐츠산업에 성장동력 제공
 - (1인 미디어 산업 및 콘텐츠 후반작업 지원) 빠르게 변화하는 미디어 콘텐츠 환경에 1인 미디어 창작자 및 서울 콘텐츠 기업이 적극 대응 할 수 있도록 1인 미디어 크리에이터 육성 및 콘텐츠 후반작업 지원을 통한 콘텐츠산업 활성화 도모
 - (서울 게임산업 육성 및 e스포츠 활성화) 게임콘텐츠 제작 및 마케팅 지원을 통해 경쟁력 있는 우수 성공사례 창출, 글로벌 e스포츠 대회 개최를 통해 e스포츠 저변 활성화 및 문화 확산

<그림 25> 콘텐츠본부 주요 사업



만화, 애니메이션, 게임, 캐릭터 관련 제작 및 창작지원

- 공모를 통해 선정된 기획안이 우수한 만화, 애니메이션, 게임, 캐릭터 작품으로 완성될 수 있도록 제작 지원
- 유망업체의 입주 지원을 통한 창작 및 컨설팅 지원



국내외 마켓 참가 및 배급지원

- SPP 행사 개최 및 국내외 페스티벌에 참가하여 다양한 채널을 통한 마케팅 지원
- 국내의 우수한 문화 콘텐츠 작품 및 유망업체, 작가 등의 세계시장 진출을 위한 글로벌 배급지원



문화콘텐츠 기술지원 및 1인미디어 활성화를 위한 미디어콘텐츠센터 운영

- 영상작품의 후반작업을 위한 최첨단 디지털 설비 및 장비 구비
- 콘텐츠 제작사와 창작자들에게 최고의 장비와 기술을 통해 원스톱 후반작업 지원



문화콘텐츠 전문교육 및 어린이, 청소년 교육 실시

- 어린이, 청소년을 대상으로 체험교실과 키즈툰애니틴 스쿨 운영
- 인근 초등학교 미술교과와 연계한 애니메이션 상상교육 운영



문화콘텐츠 관련 자료를 갖춘 만화의집 운영

- 국내외 만화, 애니메이션, 게임, 캐릭터 문화콘텐츠 관련 도서 및 영상자료 보유
- 학생 및 일반시민과 업계 관계자들에게 유용한 정보를 제공

[출처] 서울경제진흥원, 서울경제진흥원 기관소개서(2023)

□ 서울특별시 문화콘텐츠산업 육성 및 지원 조례(강남구)

- ‘서울시 강남구 문화콘텐츠산업 육성 및 지원 조례안’ (이하 ‘문화콘텐츠산업 육성 조례안’)과 ‘서울시 강남구 문화예술 진흥 조례안’ (이하 ‘문화예술 진흥 조례안’)을 원안 가결(2023년 2월)
- 강남구 문화콘텐츠산업 경쟁력을 강화하고 지역경제 활성화에 기여하기 위해 마련. 특히 4차 산업혁명 시대에 발맞춰 현재 전 세계적인 트렌드로 주목받고 있는 XR, AI, VR, 메타버스 등 신기술을 접목한 콘텐츠 개발에 대한 내용도 다룸
- 서울시 조례 외에 서울 자치구 중에는 강남구 조례가 최초
 - (문화콘텐츠산업육성 조례안) 강남구 문화콘텐츠산업 육성 및 지원에 관한 종합계획 수립과 인프라 구축, 신기술 콘텐츠 접목 관련 컨설팅, 전문인력 양성 등에 관한 내용을 규정
 - (문화예술 진흥 조례안) 강남구 문화예술 진흥을 위한 시책의 수립과 문화예술진흥사업 추진, 관련 위원회 설치 등에 관한 사항을 규정. 또한 문화예술 공간의 발굴, 문화예술 관련 인력양성, 장애인 및 문화 소외계층에 대한 문화예술복지 증진에 관한 내용 명시

[표 75] 서울특별시 강남구 문화콘텐츠산업 육성 및 지원 조례 주요 내용

조	내용	조	내용
1조	목적	8조	위원의 해촉
2조	정의(문화콘텐츠산업, 콘텐츠, 디지털콘텐츠, 에듀엔터테인먼트)	9조	위원장의 직무
3조	구청장의 책무	10조	위원회의 운영
4조	종합계획 수립 등	11조	관계기관 등의 협조 요청
5조	문화콘텐츠산업 육성 및 지원사업	12조	수당 등
6조	문화콘텐츠산업 육성위원회	13조	시행규칙
7조	위원회의 구성		

[출처] 국가법률정보센터

1.2. 부산광역시

□ 부산정보산업진흥원

- (설립목적) 부산지역의 정보통신 및 문화콘텐츠산업을 지원·육성함으로써 지역 관련 산업의 경쟁력 강화 및 발전에 기여
- (비전) “부산을 넓히는 디지털 융복합 확산 기관” 아래 세 가지 목표 지향
 - － (미래가치 개척) 양자 정보기술, 메타버스 등
 - － (디지털 경제 확장) 경제사회 전 분야 융합·확산
 - － (디지털 포용 확대) 시민 누구나 향유하는 디지털
- (추진과제) 부산발 디지털 융복합 파도를 통해 부산 경제체질을 개선하고, 역동적인 기회를 창출

[표 76] 부산정보산업진흥원 추진과제 및 사업분야

4대 W.A.V.E.	9대 중점과제
1. Widen our chance 디지털 융복합 확장 허브	1-① 전산업 ICT 융합 및 디지털 경제 확장 1-② 클라우드 확산 및 스마트시티 선도
2. Accelerate creation 글로벌 디지털 성장 허브	2-① 미래 디지털 핵심기술 경쟁력 확보 2-② 디지털 인재양성 및 일자리 창출
3. Value change 부산 인디 콘텐츠 허브	3-① 콘텐츠 융복합 및 비즈니스 기반 강화 3-② 축제와 산업이 동반성장하는 게임 선도도시 조성 3-③ 건강한 디지털 포용 문화 확산
4. Energy boost 고객만족 소통경영 허브	4-① 경영 효율화 및 전문기관 경쟁력 강화 4-② 소통확대 및 고객만족 경영 추진

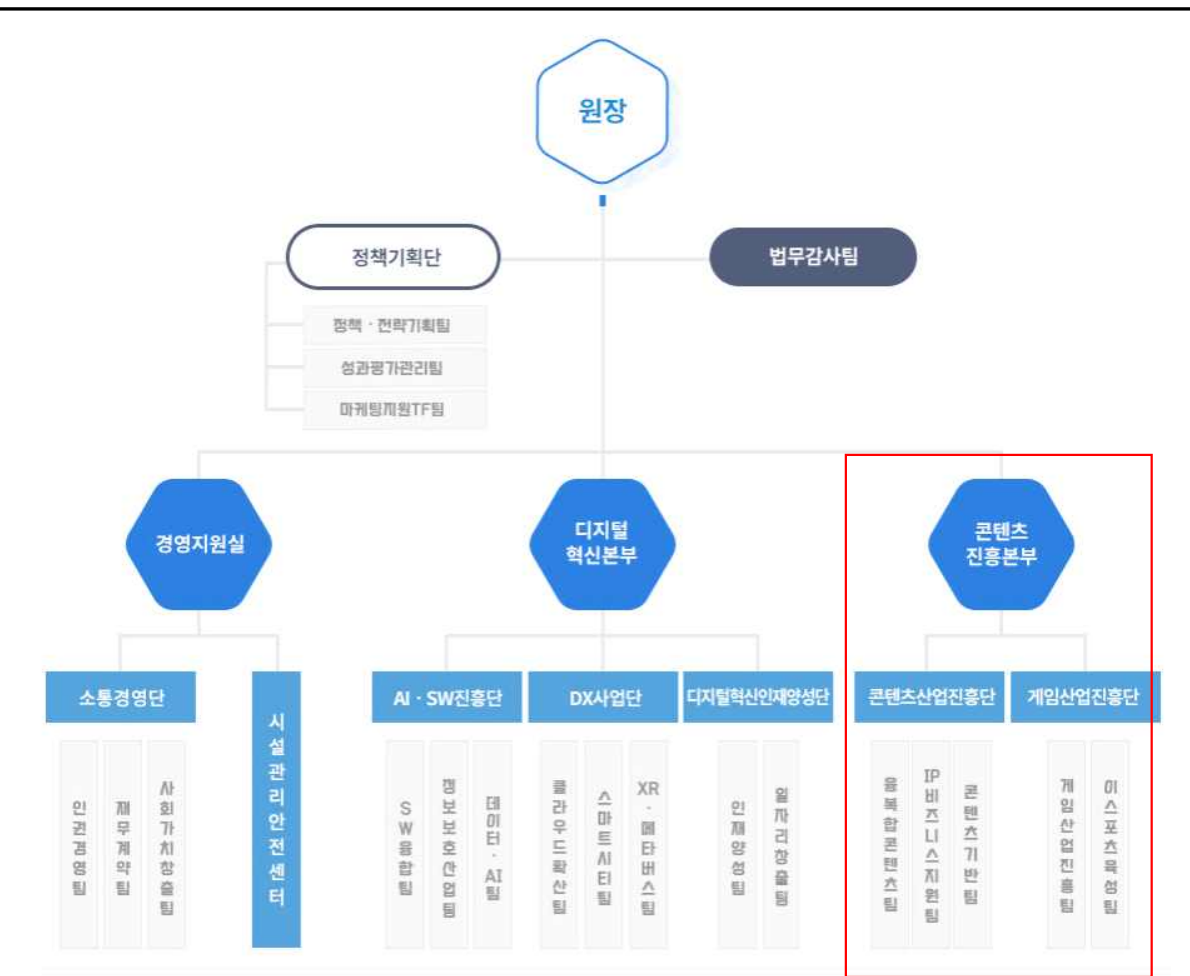


[출처] 부산정보산업진흥원 홈페이지

○ (조직도) 2본부 1실 예하 6개의 단과 센터로 구성되어 있으며, 콘텐츠 진흥본부에서 콘텐츠 관련 산업 주관

- (콘텐츠산업진흥단) 지역 CT산업 육성 및 기업지원, 대중문화산업 육성 및 창작자 지원, CT분야 인력양성 및 교육지원, 일자리 업무, 실감형 콘텐츠 관련 사업 추진 등
- (게임산업진흥단) 지역 게임산업 육성 및 기업지원, 지스타 개최 등 글로벌 마케팅 지원 및 게임산업 활성화, 게임산업 등 관련 인력양성 및 교육지원, 일자리 업무, e-스포츠산업 육성 등

<그림 26> 부산정보산업진흥원 조직도



[출처] 부산정보산업진흥원 홈페이지

□ 영화의 전당

- (목적) 부산광역시 해운대구 센텀시티에 위치한 영상 복합문화 공간으로 부산 국제영화제의 전용관
 - － 2005년 오스트리아 ‘쿱힘멜브라우’의 디자인이 선정되었으며 2008년 10월 기공, 2011년 9월 29일에 개관
 - － 순우리말인 두레(함께 모여)와 라움(즐거움)을 조합한 ‘함께 모여 영화를 즐기는 자리’라는 의미인 ‘두레라움(Dureraum)’ 애칭 존재
- (비전) 영화·공연·전시·행사 등을 통한 시민 문화향유 기회 확대
 - － (핵심가치) ① 도전과 창조 ② 소통과 배려 ③ 개방과 포용 ④ 친절과 감사

[표 77] 부산 영화의전당 미션, 비전 및 추진 목표

비전	영화·공연·전시·행사 등을 통한 시민 문화향유 기회 확대
미션	<ul style="list-style-type: none"> • 시민을 위한 영화의 전당 • 시민과 함께하는 영화의 전당 • 모두가 행복한 영화의전당
핵심가치	<div> <div>도전과 창조</div> <div>소통과 배려</div> <div>개방과 포용</div> <div>친절과 감사</div> </div>
목표	내용
문화산업(영화·영상·전시) 활성화	<ul style="list-style-type: none"> • 문화사업 활성화를 위한 프로그램 운영 및 이벤트 확대 • 유관기관과의 협력으로 창의적인 프로그램 운영
부산 문화 생태계 조성 기여	<ul style="list-style-type: none"> • 유네스코 영화창의도시 연계 지영중소영화제·지역단체 지원 • 문화 접근성 향상을 위한 영화 공연 아카데미 운영
시민참여 확대	<ul style="list-style-type: none"> • 관객친화 프로그램 운영으로 시민참여 기회 확대 • 시민대상 무료 콘텐츠 운영으로 문화산업 저변 확대
고객·구성원 만족 경영	<ul style="list-style-type: none"> • 시민안전을 최우선으로 하는 시민안전경영 추진 • 고객중심 경영체제 운영 및 ESG 경영체제 추구

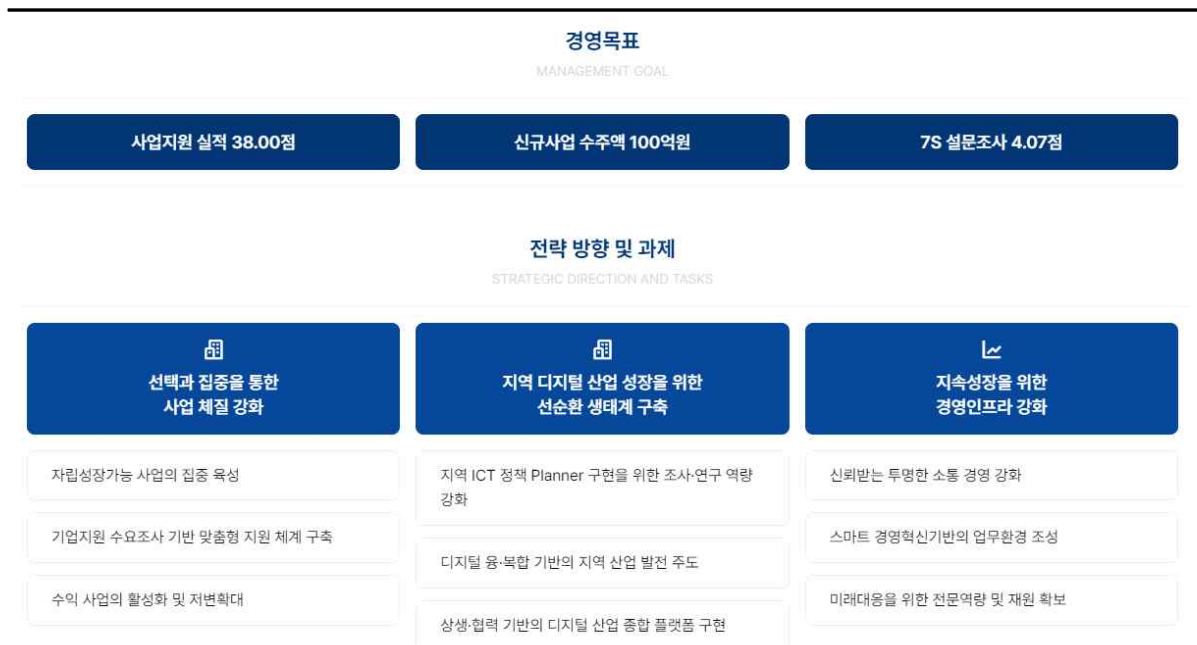
[출처] 부산 영화의전당 홈페이지

1.3. 대구광역시

□ 대구디지털혁신진흥원

- (설립개요) 대구 지역의 디지털 혁신을 통한 디지털 행정 구현 지원과 디지털 경제 활성화를 위한 기반 조성 및 관련 기업의 경쟁력 강화를 지원
 - － 국가 및 지역경제 발전에 이바지함을 목적으로 관련 법령 및 대구디지털혁신진흥원 설립 및 운영에 관한 조례에 따라 설립
- (설립목적) 대구광역시의 소프트웨어, 정보통신 및 문화콘텐츠산업 등을 효율적으로 육성하기 위한 기반 조성 및 관련 기업의 경쟁력 강화를 지원함으로써 국가 및 지역경제 발전에 기여
 - － (비전 2025) 대구 미래가치를 창출하는 믿음의 디지털 혁신 파트너
 - － (핵심가치) 도전(Challenge), 창의(Creativity), 투명(Clearness)

<그림 27> 대구디지털혁신진흥원 경영목표·전략과제



[출처] 대구디지털혁신진흥원 홈페이지

- (조직도) 4본부 2실의 형태로 구성되어 있으며 콘텐츠진흥본부에서 콘텐츠 관련 사업 전담

<그림 28> 대구디지털혁신진흥원 조직도



[출처] 대구디지털혁신진흥원 홈페이지

[표 78] 콘텐츠산업 지원내용

구분	지원사업
콘텐츠산업육성	<ul style="list-style-type: none"> 대구콘텐츠코리아 랩 운영 지역특화콘텐츠 개발 지원 대구콘텐츠비즈니스센터 운영 대구콘텐츠기업지원센터 운영 문화콘텐츠 창업성장플러스 지원
게임	<ul style="list-style-type: none"> 대구 글로벌게임센터 운영 게임콘텐츠 청년인재 채용지원
웹툰	<ul style="list-style-type: none"> 대구 웹툰캠퍼스 운영(웹툰 저변확산) 대구 웹툰산업 육성(웹툰기업 지원)
미디어	<ul style="list-style-type: none"> 대구 1인 미디어센터 운영 대구 디지털미디어센터 운영

[출처] 대구디지털혁신진흥원 홈페이지

1.4. 광주광역시

□ 광주정보문화산업진흥원

○ (미션) 콘텐츠와 ICT융합산업의 육성으로 지속가능한 창의적 경제도시 실현

－ (비전) 콘텐츠와 ICT로 새로운 가치창출 선도기관

<그림 29> 광주정보문화산업진흥원 미션 및 비전



[출처] 광주정보문화산업진흥원 홈페이지

○ 2023년 주요사업 추진 방향

- － 주요 혁신 과제(사전정보공개, 기업정보 등록, 전문가 등록 등)고도화 및 ESG경영·탄소중립선언 실천으로 시민행복 기여
- － 산업의 확장 전략 추진
- － ICT·콘텐츠 인재도시로 브랜딩화
- － 글로벌 유니콘 기업 육성 고도화
- － 인공지능산업 연계 성장 가속화 - 인공지능기반 ICT·SW 산업육성 - 인공지능과 콘텐츠 융합 기반 강화

○ (조직 및 사업) 4개의 본부에서 방향성에 맞는 사업 진행

- － (실감콘텐츠 본부) 실감콘텐츠 주도 문화산업 혁신
- － (기업지원 본부) 콘텐츠 기업 성장 강화
- － (콘텐츠융합본부) 문화콘텐츠 생산 도시 광주 조성
- － (ICT 융합본부) 디지털 혁신 권역거점 역할 강화

[표 79] 본부별 사업 목표 및 추진 계획

본부	사업목표	추진계획
실감콘텐츠 본부	<ul style="list-style-type: none"> • 실감콘텐츠산업 지면 확대 • 2030년 실감콘텐츠기업 매출 1조원 달성 • 실감콘텐츠산업 일자리 창출: 2022년 100명 > 2030년 10,000명 	<ul style="list-style-type: none"> • 실감콘텐츠 전문기업 발굴 및 육성 • 실감콘텐츠 융합 전문인력 양성 : 시융합 인재, 문화콘텐츠 인재 양성 사업
기업지원 본부	<ul style="list-style-type: none"> • 기업유치 : 글로벌 우수(상장)콘텐츠 기업 유치 • 전문인력양성 : 광주 문화콘텐츠 전문인력양성 브랜드 확립 • 신규 창업기업 육성 : (2030년) 창업 500개사 이상 • 창업기업 마케팅 지원을 통한 매출 증대 : (2021년) 500억 원 → (2030년) 2조 원 	<ul style="list-style-type: none"> • 광주형 실감콘텐츠산업 융합인재양성 • ACBC 기업종합지원센터
콘텐츠 융합본부	<ul style="list-style-type: none"> • 기업육성 : (2030년) 지역 내 콘텐츠 상장사 5개사 • 시민 체감 콘텐츠 향유 브랜드 확립 • 4대 콘텐츠(게임,애니·캐릭터,웹툰,음악) 대표기업 집중 육성 • 슈퍼 IP 기반 콘텐츠 집중 육성으로 기업 매출 증대 	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠의 다양성 확보를 위한 기본모수 • 상상력과 기술기반의 콘텐츠 융합 • 슈퍼 원천 IP 발굴로 콘텐츠의 규모화
ICT 융합본부	<ul style="list-style-type: none"> • 기업 직접화 : (2021년) 25개 → (2030년) 450개(누적) 창업 및 유치 • 매출액 : (2020년) 1조 7천억원 → (2030년) 5조 원 • 종사자 : (2021년) 7,100명 → (2030년) 20,000명 • 상장 기업 육성 : (2030년) 지역 ICT/SW 분야 기업 2개 	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털혁신파크 조성사업(비즈니스 지원센터, 기업지원센터, 전문인력교육센터)

[출처] 광주정보문화산업진흥원, 광주정보문화산업진흥원 2023년 사업계획(안)(2022)

□ 광주 문화산업 투자 진흥지구⁴⁵⁾



○ (목적) 아시아문화 중심도시 조성사업 일환으로 문화산업체 투자유치 강화와 도심 속 문화산업 육성 및 클러스터 구축을 위해 필요한 지역을 지정하여 조세 및 자금지원 등의 혜택을 부여하는 특례지구

○ (시행령) 아시아문화중심도시 조성에 관한 특별법 시행령

- 제12조(투자진흥지구에서의 투자 기준) 법 제16조 제1항 각 호 외의 부분에서 “대통령령이 정하는 투자유치금액 등의 기준에 해당하는 투자”란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 투자를 말함
- 「관광진흥법」, 「청소년활동 진흥법」, 「건축법 시행령」 각 목의 어느 하나에 해당하는 투자: 투자유치금액 30억 원 이상
- 「문화산업진흥 기본법」 제2조 제1호에 따른 문화산업에 대한 투자: 투자유치금액 5억원 이상

○ (대상 직종) 문화콘텐츠 분야 관련 대상기업

[표 80] 투자진흥지구 대상 직종

권역	대상 직종	지원시설
 국립아시아문화전당 권역	<ul style="list-style-type: none"> 관광 숙박업, 공연, 전시, 음악, 공예·디자인 관련 사업, 에듀테인먼트 등 ACC와 연계한 도심문화 복합공간으로 활용 경제/사회/문화/ 중심지로 구도심 활성화 전기 마련 지역경제 활성화로 새로운 성장 기능 및 상징성 회복 	전일빌딩, 종합지원센터
 광주CGI센터권역	<ul style="list-style-type: none"> 방송, 영상, 영화VFX, UHD 콘텐츠, 3D·4D 입체영상, 3D 애니메이션, VR/AR, 게임, 융합콘텐츠 SW, 디지털콘텐츠, 스톱모션, 모바일 콘텐츠, 게임 제작 등 문화산업 관련 업체 CGI 센터 건립 운영 목적에 부합하는 기업으로서 디지털 콘텐츠 원천기술 및 제작기술 보유 기업 	종합촬영스튜디오, 영상편집실, 디지털보정실, 음향제작실, 렌더팜실, 영상시사실, 3D 프린팅센터
아킴보 호텔 권역	<ul style="list-style-type: none"> 관광호텔 조성으로 주변 관광자원 인프라 활성화 국립아시아문화전당 권역 인접, 우수 관광자원 활용 가능 	-

[출처] 광주정보문화산업진흥원 홈페이지

45) 광주정보문화산업진흥원 홈페이지 <https://www.gicon.or.kr/menu.es?mid=a11009010100>

○ (지원 혜택) 투자진흥지구 혜택, 국·공유재산 혜택, 지원자금, 이전 촉진 지원 등으로 구성

○ (지원절차) 사업계획서 제출, 보조금 신청 안내 및 접수, 회계검토, 위원회 개최, 결과안내, 인센티브 지급의 순으로 지원

[표 81] 투자진흥지구 인센티브

구분			지원규모 및 조건	
① 세제 혜택	국세	법인세 소득세	최초부터 3년까지는 100% 감면, 4~5년은 50% 세액감면	
	지방세	취득세	면제(사업 개시일 ~ 15년 이내 취득 부동산)	
		재산세	15년 범위 내에서 감면·공제 비율, 감면·공제 기간은 자치구 조례로 정함	
② 국·공유재산 혜택			입주기업에게 사용·수익, 임대, 매각 가능(임대기간 50년 이내, 갱신 가능) 매입대금 연기(1년 범위), 분할납부 가능(20년 범위 내, 이자율 3~5%내) 공장 등 영구시설물 축조 가능 임대료 감면 가능(건물 등의 가액의 10/1000 이내에서 25% 이내 감면)	
③ 자금 지원	국가자금지원 (문체부)		임대 용지매입비 용자, 토지임대료 감면, 개발사업 등에 소요되는 자금 - 시에서 요청하면 문체부에서 파급효과 등 고려하여 결정	
	지방비지원 (시,구)	입지보조금	분양가(매입가) 20% 범위 내, 국가재정 자금이 지원되는 수도권 소재 기업은 분양가(매입가) 45% 범위 내	
		이전보조금	실질적 근무자가 10명 초과시 초과인원 1인당 100만원 이하(기업당 최고 5억원 한도)	
		설비투자보조금	용지매입비를 제외한 투자액의 17% 범위 내	
		고용보조금	신규채용 상시고용 10명 초과시 1인당 12월 범위 내 월 100만원 이내	
		교육훈련보조금	신규채용 상시 고용 10명 초과시 1인당 6개월 범위 내 100만원 이내	
		컨설팅 보조금	총 투자액의 5% 이내 기업당 1억원 이내	

[출처] 광주정보문화산업진흥원 홈페이지

1.5. 경기도

□ 경기콘텐츠진흥원

- 경기콘텐츠진흥원은 경기도 산하 기관으로서, 콘텐츠 창업, 스타트업을 지원하며 북부경기문화창조허브, 판교경기문화창조허브, 경기게임문화센터 등을 운영
- (미션) 문화를 산업으로 확장시키는 연결점
 - － (비전) 문화의 힘을 성장동력으로, 세계화를 이끌어가는 콘텐츠 산업 진흥 기관
 - － (핵심가치) 글로벌, 협업, 최적화, 연결

<그림 30> 경기콘텐츠진흥원 추진전략 및 전략과제



[출처] 경기콘텐츠진흥원 홈페이지

- (경기문화창조허브, G-HUB) 지역별 거점을 통해 아이디어 보유자와 기업을 연결하고 창업자 및 스타트업에게 자금, 멘토링, 네트워킹, 공간 등을 지원
 - － 서부(부천) 콘텐츠, 제품융합
 - － 남부(판교) 콘텐츠, ICT 융합
 - － 북부(의정부) 콘텐츠, 디자인 융합
 - － 동부(여주) 콘텐츠, 지역자원 융합

○ (조직 및 주요 사업) 경기콘텐츠진흥원은 4본부 1위원회의 체제로 운영되고 있으며, 경영본부, 콘텐츠산업본부, 지역육성본부, 미래산업본부에서 각 사업을 담당

○ 2023년 기준 각 본부의 정책 방향성과 주요 사업들은 아래와 같음

[표 82] 경기콘텐츠진흥원 2023 사업

본부	방향성	팀	주요업무
콘텐츠산업본부	장르의 경계를 허물다	콘텐츠산업	출판·웹툰·음악산업·육성·해외진출·디지털전환·K-콘텐츠 IP융복합
		문화기술산업팀	문화기술산업 육성·지변확대·연구개발 경기도 특화 콘텐츠 개발)
		영상산업팀	영화영상산업·다양성 영화·1인 크리에이터육성 스토리작가창작소
		[신규] K-콘텐츠 제작지원	음악/애니 영화·영상물 제작지원
미래산업본부	기술의 한계를 넘어서다	게임디지털 혁신팀	게임산업 육성 경기 게임아카데미 PlayX4 B2B 운영
		미래콘텐츠팀	메타버스 산업육성 경기 XR 센터 경기 VR·AR 제작거점센터
		게임문화팀	게임문화 활성화 e스포츠 육성
지역육성본부	지역 생태계를 조성하다	서부권역센터	경기 서부권역 창업지원 콘텐츠 전문인력 양성
		남부권역센터	경기 남부권역 창업지원 경기콘텐츠코리아랩
		북부권역센터	경기 북부권역 창업지원 디자인 기반 지원사업
		동부권역센터	경기 동부권역 창업지원 지역자원 콘텐츠 지원사업

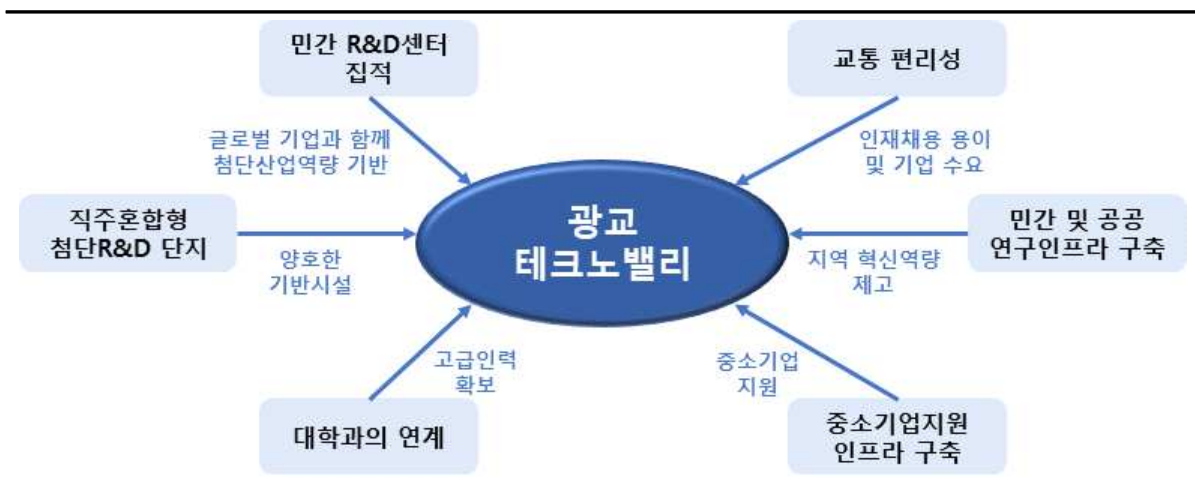
[출처] 경기콘텐츠진흥원, 경기도콘텐츠진흥원 2023년 사업 설명회(2022)

1.6. 타 산업 클러스터 사례

□ 광교테크노밸리

- (목적) 차세대 성장원동력 산업의 전략적 육성과 첨단 기술개발 촉진 기반으로 세계적 수준의 R&D 조성
 - IT NT BT 등 첨단 R&D 산업의 집적기반 조성으로 지역경제 활성화, 우수 연구인력 양성 및 국가경쟁력 제고 추진
 - 복합 기술융합거점, 기초 원천기술 개발 및 사업화 거점, 과학기술 전문 인력 양성, 신기술산업화기업 집적지 조성 등
- (성공요인) 편리한 교통과 고급 인력확보, 중소기업 지원 인프라 구축 등 안정적인 기반 마련
 - (민간 R&D) 센터 집적 삼성전자, 현대자동차, LG전자, 하이닉스 등 글로벌 기업 입지
 - (고급인력 확보) 성균관대, 아주대, 경희대 등 대학과 단지 내 서울대학교 차세대융합기술연구원, 공과 전문 대학원 등으로 인한 전문인력 양성
 - (인프라 구축) 경기도 경제과학진흥원, 경기신용보증재단 등 중소기업 관련 기관 집적 및 한국나노기술원, 차세대융합기술연구원, 경기바이오센터, 경기 R&DB 센터 등 연구 인프라 구축

<그림 31> 광교테크노밸리 성공 요인

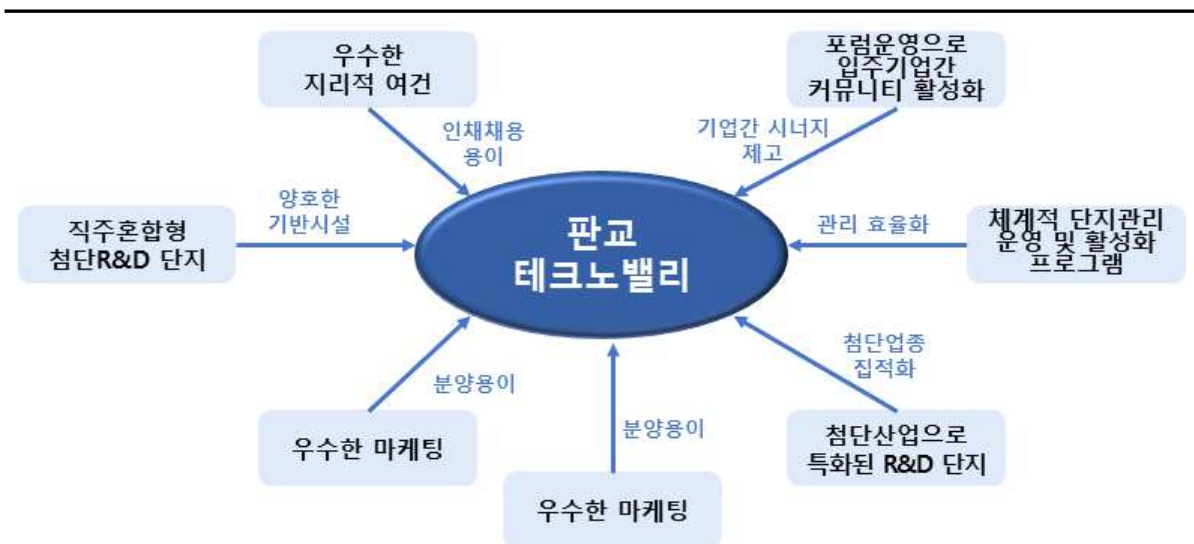


[출처] 경기연구원, 고양 일산테크노밸리 기업유치방안 연구(2020)

□ 판교테크노밸리

- (목적) IT 및 융합기술에 기반한 글로벌 R&D 클러스터로 조성된 비즈니스 허브로, 판교 신도시의 자족기능 확보를 위해 조성
- (개발방향) 선진형 저밀도 전원도시를 위한 저층·저밀도의 친환경 시가지 조성, 선 교통·후 입주를 통한 교통 혼잡 최소화, 지구단위계획을 토대로 쾌적한 주거환경 조성·관리
- (성공요인) 우수한 지리적 여건과 체계적인 관리를 바탕으로 첨단산업 특화
 - － (우수한 지리적 여건) 서울 강남과 인접, 교통이 편리하여 인력 채용 용이
 - － (부지 마케팅) 인근 지가 대비 상대적으로 저렴한 분양가 및 임대료와 용지의 4개 용도 구분(초청·일반연구, 연구지원, 주차장)하여 관리
 - － (첨단산업 특화) IT, BIT CT 등 첨단산업 업종 제한과 주변의 NC소프트, 네오위즈, 넥슨, NHN, 카카오, 한컴, 판도라TV, 안랩 등 선두기업 집적
 - － (체계적 단지 관리 운영) 경기경제과학진흥원 판교테크노밸리 지원본부가 단지 관리 운영, R&D 지원프로그램 기획, 포럼, 브랜드화 등 전담
 - － (커뮤니티 활성화) 국내외 선진 기술개발 정보공유(교류) 및 R&D 및 환경 인프라 구축을 통한 선진화 노력

<그림 32> 판교테크노밸리 성공 요인



[출처] 경기연구원, 고양 일산테크노밸리 기업유치방안 연구(2020)

□ 제2 판교 공공지식산업센터(기업성장센터)

- (목적) 판교 지식산업센터의 판을 넓히고 빠른 비즈니스 속도로 성공의 비전을 높이기 위한 지식산업센터의 중심 지역
- (기업성장센터 마스터플랜) 기업생태계를 구축하고 기업의 성장을 지원할 수 있도록 공공이 건립, 운영하는 일종의 공공지식 산업 센터
 - － 창업인큐베이터에서 배출된 성장기업 또는 유망 강소기업 약 300개 사에 저렴한 업무공간 제공
 - － 기술혁신 지원을 위해 벤처 인증, 신기술·신제품 인증기관 등의 분소 설치하고, 주기적인 모니터링 및 지원 서비스 제공
 - － 기업성장센터 등 주요 시설에 어린이집을 설치, 종사자들의 육아부담 최소화
 - － 청년 창업인에게 맞춤형 창업지원주택(200호) 제공
- (지식산업센터 세제혜택) 세제 감면(취득세 등) 및 다양한 정책자금 활용을 통한 입주비용 절감
 - － 중소기업육성자금, 신성장기반 자금 등 시설 자금 지원, 산업단지 내 재산 취득시 취득세 3배 중과세 적용 제외
 - － 취득세 50% 감면, 재산세 37.5% 감면(2022년 12월 31일까지)

[표 83] 지식산업센터 세제혜택

구분	5년 이상 법인		5년 이하 법인	
취득세	1%	취득세(2%) X 50% 감면	1%	취득세(2%) X 50% 감면
등록세	1%	취득세(2%) X 50% 감면	3%	취득세(2%) X 3배 중과 50% 감면
농어촌 특별세	0.1%	취득세(1%) X 10%	0.1%	취득세(1%) X 10%
지방 교육세	0.2%	취득세(1%) X 20%	0.6%	취득세(3%) X 20%
합계	2.3%		4.7%	
예외사항	산업단지 내 취득시 취득세 중과 제외 (5년 이하 법인 취득세 50% 감면)			

* 상기 감면 사항은 지식산업센터 입주적격업체에 한함

** 2011년 법 개정으로 취/등록세 포함

[출처] 경기연구원, 고양 일산테크노밸리 기업유치방안 연구(2020)

□ 고양 일산 테크노밸리

○ (목적) 첨단지식산업이 입지할 수 있는 산업 시설직접단지 조성을 통해 고부가가치의 신규 일자리 창출, 지역경제 제고, 도시 경쟁력 강화

- 경기 남·북부간 산업편중 해소 및 고양시 자족기능 확충
- 사업추진에 따른 고용효과 2,326명, 향후 운영 고용효과 51,270명, 전국단위 경제적 파급효과로 생산유발액 4,641억 부가가치유발액 1,517억 취업유발인원 2,753명

○ (의의) 서울로부터의 접근성이 좋고 주변 개발사업과 함께 첨단 서비스산업의 집적지 형성

- 일산테크노밸리 개발사업으로 경기도는 취약한 첨단 서비스 부문의 발전 도모
- 고양시는 주변 개발사업과 함께 방송영상산업의 메카로 육성 가능
- 창릉신도시와 함께 고양시의 경제적 자족 기반 확보 및 일자리 창출에 기여

<그림 33> 일산 테크노밸리 개발 컨셉



[출처] 경기연구원, 고양 일산테크노밸리 기업유치방안 연구(2020)

2. 국외 사례

2.1. 국외 문화콘텐츠 구분⁴⁶⁾

□ 영국의 창조산업 정의와 범위

- (정의) 개인의 창의성, 기술, 재능에 기원을 둔 산업이며, 지적 재산의 생성과 활용을 통해 부와 일자리 창출의 잠재력을 가진 산업
 - － 광고, 건축, 예술 및 골동품 시장, 공예, 디자인, 디자이너 패션, 영화 및 비디오, 인터랙티브 레저 소프트웨어, 음악, 공연 예술, 출판, 소프트웨어 및 컴퓨터 서비스, 텔레비전과 라디오를 포함
- (구분) 문화미디어체육부(DCMS)는 영국표준산업분류(United Kingdom Standard Industrial Classification, UKSIC)를 기반으로 창조산업(Creative Industries)을 분류
 - － 미디어 기반의 콘텐츠산업에, 창의성을 중심으로 한 예술분야를 포함하며 국내에서 포함하지 않는 건축이나 패션 등의 분야도 포함

[표 84] 창조산업 분류, 문화미디어체육부(DCMS)

하위부문	설명
광고 및 마케팅 Advertising and marketing	<ul style="list-style-type: none"> 홍보 및 커뮤니케이션 활동(Public relations and communication activities) 광고 대행사(Advertising agencies) 미디어 표현(Media representation)
건축 Architecture	<ul style="list-style-type: none"> 건축 활동(Architectural activities)
공예 Crafts	<ul style="list-style-type: none"> 보석 및 관련 제품 제조(Manufacture of jewellery and related articles)
디자인 및 디자이너 패션 Design and designer fashion	<ul style="list-style-type: none"> 전문 디자인 활동(Specialised design activities)
영화, TV, 영상, 라디오 및 사진 Film, TV, video, radio and photography	<ul style="list-style-type: none"> 영화, 비디오 및 TV 프로그램 제작 활동(Motion picture, video and television programme production activities) 영화, 비디오 및 TV 프로그램 포스트프로덕션 활동(Motion picture, video and television programme post-production activities) 영화, 비디오 및 텔레비전 프로그램 배급 활동(Motion picture, video and television programme distribution activities) 영화 프로젝션 활동(Motion picture projection activities) 라디오 방송(Radio broadcasting) 텔레비전 프로그래밍 및 방송 활동(Television programming and broadcasting activities) 사진 활동(Photographic activities)

46) 이록수, 콘텐츠산업의 국내외 제도적 분류체계 연구(2023), 중앙대학교 석사학위논문

하위부문	설명
IT, 소프트웨어 및 컴퓨터 서비스 IT, software and computer services	<ul style="list-style-type: none"> • 컴퓨터 게임 출시(Publishing of computer games) • 기타 소프트웨어 출시(Other software publishing) • 컴퓨터 프로그래밍 활동(Computer programming activities) • 컴퓨터 컨설팅 활동(Computer consultancy activities)
출판 Publishing	<ul style="list-style-type: none"> • 도서 출판(Book publishing) • 안내책자 및 메일링 목록 출판(Publishing of directories and mailing lists) • 신문 출간(Publishing of newspapers) • 저널 및 정기 간행물 출판(Publishing of journals and periodicals) • 기타 출판 활동(Other publishing activities) • 통번역 활동(Translation and interpretation activities)
박물관, 갤러리 및 도서관 Museums, galleries and libraries	<ul style="list-style-type: none"> • 도서관 및 아카이브 활동(Library and archive activities) • 박물관 활동(Museum activities)
음악, 공연 및 시각예술 Music, performing and visual arts	<ul style="list-style-type: none"> • 음원 및 음원 퍼블리싱 활동(Sound recording and music publishing activities) • 문화 교육(Cultural education) • 공연 예술(Performing arts) • 공연예술 활동 지원(Support activities to performing arts) • 예술 창작(Artistic creation) • 예술시설 운영(Operation of arts facilities)

[출처]: Standard Industrial Classifications used in DCMS subsector estimates

□ 미국의 엔터테인먼트 산업의 정의와 범위

○ (정의) 한국의 콘텐츠산업과 유사한 개념이지만, 법으로 엔터테인먼트 산업의 정의와 범위를 규정하고 있지는 않음

— 콘텐츠산업을 전담하는 정부 부처는 별도로 존재하지 않으며, 활동 영역이 겹치는 기관이나 부처를 통해 지원

○ (구분) 미국 행정관리 예산국이 관리하는 표준산업분류인 북미산업분류체계 (NAICS)에 기반하여 문화산업의 경제 규모를 측정

— ‘정보산업(information)’ 대분류를 신설하여 정보통신서비스업과 함께 콘텐츠산업 영역을 포괄하며, 엔터테인먼트산업의 상당 부분은 이 범주에 소속

— 일부는 예술, 엔터테인먼트 그리고 레크레이션산업 범주에 소속

[표 85] 엔터테인먼트 산업 분류(북미산업분류체계)

대분류	중분류	세분류
51 정보산업 Information	정보 및 문화상품의 제작 및 유통 Producing and distributing information and cultural products	<ul style="list-style-type: none"> • 영화 및 비디오 산업(Motion Picture and Video Industries) • 음향 녹음 산업(Sound Recording Industries) • 신문, 정기 간행물, 도서 및 디렉토리 출판업(Newspaper, Periodical, Book, and Directory Publishers) • 소프트웨어 출시업(Software Publishers)
	데이터 또는 통신뿐만 아니라 이러한 제품을 전송하거나 배포할 수 있는 수단 제공 Providing the means to transmit or distribute these products as well as data or communications	<ul style="list-style-type: none"> • 라디오 및 텔레비전 방송국(Radio and Television Broadcasting Stations) • 미디어 스트리밍 배급 서비스, 소셜 네트워크 및 기타 미디어 네트워크 및 콘텐츠 제공자(Media Streaming Distribution Services, Social Networks, and Other Media Networks and Content Providers) • 유선 및 무선 통신(위성 제외)Wired and Wireless Telecommunications(except Satellite) • 위성 통신(Satellite Telecommunications) • 기타 통신업(All Other Telecommunications)
	데이터 처리 Processing data	<ul style="list-style-type: none"> • 컴퓨팅 인프라 제공업체, 데이터 처리, 웹 호스팅 및 관련 서비스(Computing Infrastructure Providers, Data Processing, Web Hosting, and Related Services) • 웹 검색 포털, 도서관, 기록 보관소 및 기타 정보 서비스(Web Search Portals, Libraries, Archives, and Other Information Services)
71 예술, 엔터테인먼트 그리고 레크리에이션산업 Arts, Entertainment, and Recreation		<ul style="list-style-type: none"> • 공연 예술 단체(Performing Arts Companies) • 관람 스포츠(Spectator Sports) • 공연 예술, 스포츠 및 유사 행사 프로모터(Promoters of Performing Arts, Sports, and Similar Events) • 예술가, 운동선수, 연예인 및 기타 공공 인물을 위한 에이전트 및 매니저(Agents and Managers for Artists, Athletes, Entertainers, and Other Public Figures) • 독립 예술가, 작가 및 연주자(Independent Artists, Writers, and Performers) • 박물관, 역사적인 장소 및 유사 기관(Museums, Historical Sites, and Similar Institutions) • 놀이공원 및 아케이드(Amusement Parks and Arcades) • 도박 산업(Gambling Industries) • 기타 레크리에이션 산업(Other Amusement and Recreation Industries)

[출처]: 2022 NAICS(<https://www.census.gov/naics/?58967?yearbck=2022>)

□ 일본 정보통신산업의 정의와 범위

○ (정의) 정보통신업((情報通信業)이 콘텐츠산업과 가장 유사한 산업분류로 지정되어 있음

－ 정보통신업은 다양한 정보와 통신 기술을 활용하여 정보의 전달, 처리, 제공, 인터넷 부수 서비스 제공, 정보를 가공하는 사업

○ (구분) 일본표준산업분류는 대분류 20, 중분류 99, 소분류 530로 구성되어 있으며, 정보통신업은 5개의 중분류와 20개의 소분류, 45개의 세분류로 구성

－ 정보통신업에는 정보전달 사업체, 정보처리 및 제공 사업체, 인터넷 부가서비스 제공 사업체, 정보 가공 사업체로 구성

[표 86] 정보통신산업 분류(일본표준산업분류)

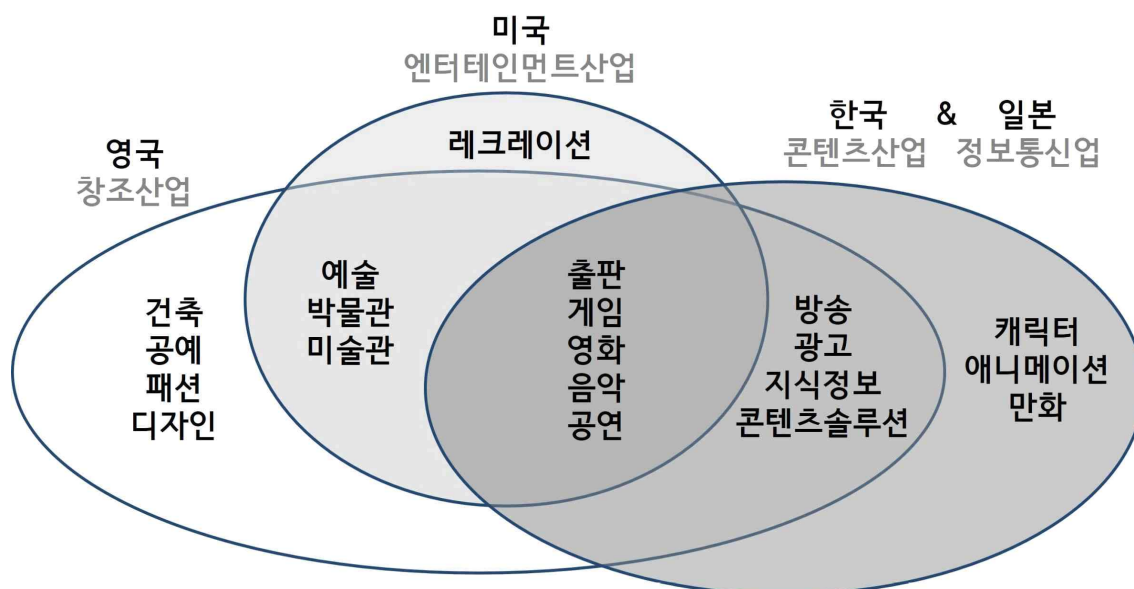
대분류	중분류	세분류
37. 통신 Communications	행정적 또는 보조 경제 활동을 수행하는 기관 Establishments engaged in administrative or ancillary economic activities	<ul style="list-style-type: none"> • 경영활동을 주로 하는 본사(Head offices primarily engaged in managerial operations) • 행정적 또는 보조 경제 활동을 수행하는 기타 기관(Miscellaneous establishments engaged in administrative or ancillary economic)
	고정 통신 Fixed telecommunications	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 방송 전화를 제외한 지역 통신(Regional telecommunications, except wired broadcast telephones) • 장거리 통신(Long-distance telecommunications) • 유선 방송 전화(Wired broadcast telephones) • 기타 고정 통신(Miscellaneous fixed telecommunications)
	이동 통신 Mobile telecommunications	<ul style="list-style-type: none"> • 이동 통신(Mobile telecommunications)
	통신 부가 서비스 Services incidental to telecommunications	<ul style="list-style-type: none"> • 통신 부가 서비스(Services incidental to telecommunications)
38. 방송 Broadcasting	행정적 또는 보조 경제 활동을 수행하는 기관 Establishments engaged in administrative or ancillary economic activities	<ul style="list-style-type: none"> • 경영활동을 주로 하는 본사(Head offices primarily engaged in managerial operations) • 행정적 또는 보조 경제 활동을 수행하는 기타 기관(Miscellaneous establishments engaged in administrative or ancillary economic)
	케이블 방송을 제외한 공영 방송 Public broadcasting except cablecasting	<ul style="list-style-type: none"> • 케이블 방송을 제외한 공영 방송(Public broadcasting except cablecasting)
	케이블 방송을 제외한 민간 방송 Private-sector broadcasting except cablecasting	<ul style="list-style-type: none"> • 위성 방송을 제외한 텔레비전 방송(Television broadcasting except satellite broadcasting) • 위성 방송을 제외한 라디오 방송(Radio broadcasting, except satellite broadcasting) • 위성 방송(Satellite broadcasting) • 기타 민간 방송(Miscellaneous private-sector broadcasting)

대분류	중분류	세분류
	Cablecasting 케이블 방송	<ul style="list-style-type: none"> 케이블 텔레비전 방송(Cable television broadcasting) 케이블 라디오 방송(Cable radio broadcasting)
39. 정보서비스업 Information Services	행정적 또는 보조 경제 활동을 수행하는 기관 Establishments engaged in administrative or ancillary economic activities	<ul style="list-style-type: none"> 경영활동을 주로 하는 본사(Head offices primarily engaged in managerial operations) 행정적 또는 보조 경제 활동을 수행하는 기타 기관 (Miscellaneous establishments engaged in administrative or ancillary economic)
	컴퓨터 프로그래밍 및 기타 소프트웨어 서비스 Computer programming and other software services	<ul style="list-style-type: none"> 맞춤형 소프트웨어 서비스(Custom software services) 임베디드 소프트웨어 서비스(Embedded software services) 패키지 소프트웨어 서비스(Package software services) 게임 소프트웨어 서비스(Game software services)
	데이터 처리 및 정보 서비스 Data processing and information services	<ul style="list-style-type: none"> 데이터 처리 서비스(Data processing services) 마케팅 또는 의견 조사 서비스를 제외한 정보 서비스(Information services, except marketing or opinion research services) 시장 조사, 의견 조사 및 사회 조사 서비스(Market research, opinion survey and social survey services) 기타 데이터 처리 및 정보 서비스(Miscellaneous data processing and information services)
40. 인터넷 부가 서비스 Services incidental to Internet	Establishments engaged in administrative or ancillary economic activities 행정적 또는 보조 경제 활동을 수행하는 기관	<ul style="list-style-type: none"> 경영활동을 주로 하는 본사(Head offices primarily engaged in managerial operations) 행정적 또는 보조 경제 활동을 수행하는 기타 기관 (Miscellaneous establishments engaged in administrative or ancillary economic)
	Services incidental to internet 인터넷과 관련된 부가 서비스	<ul style="list-style-type: none"> 웹 포털 제공업체(Web portal providers) 응용 프로그램 서비스 제공업체(Application services providers) 인터넷 지원 서비스(Internet support services)
41 영상 정보, 음성 정보, 문자 정보 제작 및 배포 Video picture information Sound information Character information production and Distribution	행정적 또는 보조 경제 활동을 수행하는 기관 administrative or ancillary economic activities	<ul style="list-style-type: none"> 경영활동을 주로 하는 본사(Head offices primarily engaged in managerial operations) 행정적 또는 보조 경제 활동을 수행하는 기타 기관 (Miscellaneous establishments engaged in administrative or ancillary economic)
	비디오 영상 정보 제작 및 배급 Video picture information production and distribution	<ul style="list-style-type: none"> 영화 및 비디오 제작(텔레비전 프로그램 및 애니메이션 제외)(Motion picture and video production, except television program and animation) 텔레비전 프로그램 제작(애니메이션 제외)(Television program production, except animation production) 애니메이션 제작(Animation production) 영화, 비디오 및 텔레비전 프로그램 배급(Motion picture, video and television program distribution)

대분류	중분류	세분류
	음향 정보 제작 Sound information production	<ul style="list-style-type: none"> 녹음 및 디스크 제작(Recording and disk production) 라디오 프로그램 제작(Radio program production)
	신문 발행사 Newspaper publishers	<ul style="list-style-type: none"> 신문 발행사(Newspaper publishers)
	신문을 제외한 출판사 Publishers, except newspapers	<ul style="list-style-type: none"> 신문을 제외한 출판사(Publishers, except newspapers)
	상업적 예술 및 그래픽 디자인 Commercial art and graphic design	<ul style="list-style-type: none"> 상업적 예술 및 그래픽 디자인(Commercial art and graphic design)
	비디오 영상 정보, 음향 정보, 캐릭터 정보 제작 및 배급과 관련된 부가서비스 Services incidental to video picture information, sound information, character information production and distribution	<ul style="list-style-type: none"> 뉴스 시신디케이트 (뉴스 공급자)(News syndicates (News suppliers)) 비디오 영상 정보, 음향 정보, 캐릭터 정보 제작 및 배급과 관련된 기타 부가서비스 (Miscellaneous services incidental to video picture information, sound information, character information production and distribution)

[출처]: JSIC(Rev. 13, October 2013), (https://www.soumu.go.jp/english/dgpp_ss/seido/sangyo/san13-3a.htm#g)

<그림 34> 주요 국가 콘텐츠산업 범주 비교(한·영·미·일)



[출처] 콘텐츠산업의 국내외 제도적 분류체계 연구(2023)

시사점

- (한국) 산업 가치사슬 구조를 파악하기 용이 하고, 산업 전반에 대한 진단 및 정책에 활용도가 높은 장점에 반해, 국가에서 포함하고 있는 패션, 디자인, 건축 등의 분야는 미포함되어 있는 한계 존재
- (영국) 분류체계는 산업별 가치사슬을 반영하여 체계화되어 있지만, 창의성을 중심으로 분류되어 있어서 콘텐츠산업 이외의 분야를 포함하고 있음
- (미국) 여러 분야별 전문 기관들이 시장 수요에 의해 통계를 생산한다는 장점이 있지만, 중분류는 산업별로 일관성 있는 가치사슬을 반영하지 못함
- (일본) 한국과 유사한 형태를 가지며, 매년 체계적이고 객관적인 통계를 생산하는 장점이 있지만, 패션과 디자인 등의 분야는 미포함

2.2. 국외 방송영상산업 세제지원⁴⁷⁾

□ 미국

○ (배경 및 목표) 캐나다와 유럽으로 빠져나간 자국의 프로덕션을 미국으로 다시 유입시키고, 그로 인한 경제적 효과를 창출하려는 목적에서 시작

－ 2002년 루이지애나주의 세제지원 정책으로 영상산업이 급속도로 성장하자, 다른 주들도 서둘러 세제지원 프로그램을 도입하여 2009년까지 44개주에 세제지원 프로그램 마련

○ 연방정부의 정책(Internal Revenue Code Section 181)과 주정부에서 제공하는 프로그램들로 나뉘며, 주 정부의 지원 프로그램은 각기 주마다 다름

－ 하단의 내용은 캘리포니아주의 세제지원 내용

[표 87] 미국(캘리포니아주)의 세제지원 주요 내용

구분	내용
지원대상 (미포함 장르)	<ul style="list-style-type: none"> 모든 플랫폼을 통해 배포된 방송 프로그램 및 영화 (애니메이션, 다큐멘터리, 뉴스, 광고 등)
세제지원 방식 및 규모	1) 독립영화: 지출금의 25%양도 가능한 세액공제 2) 상업영화 및 TV 시리즈: 지출금의 20% 양도 불가능한 세액공제 3) 촬영지 변경한 TV 시리즈: 지출금의 25% 양도 불가능한 세액공제 ※ 공제 대상은 소득세(환급불가) 또는 판매 및 이용세(환급가능) ※ 적용기간 5년(이월 가능) ※ 추가 세제지원 존재
주요 기준	1) 전체 제작비의 최소 75% 또는 전체 본 촬영의 75%가 주 내에서발생 2) 지원 대상마다 최소 제작비 및 러닝타임 다르게 적용 3) 거주민 고용 비율을 기준으로 1차 선정
해외 제작사 지원 방식	<ul style="list-style-type: none"> 파트너십 같은 형태의 공동 제작일 경우 가능

[출처]: 영상콘텐츠산업 세제지원 제도 비교 연구:미국, 영국, 프랑스, 헝가리 사례를 중심으로(2020), 문화정책 총논 34(3) 5-33

47) 유지원 외, 영상콘텐츠산업 세제지원 제도 비교 연구:미국, 영국, 프랑스, 헝가리 사례를 중심으로(2020), 문화정책 총논 34(3) 5-33

□ 영국

- (배경 및 목표) 영화산업을 중심으로 세제지원이 발전하였으며 창의산업의 지속가능성을 획득하기 위함
 - － (문화적 내셔널리즘) 창의산업이 자국의 문화적 정체성을 지켜나가는데 필요한 핵심적인 자원이라는 사회적 인식 존재
 - － (경제적 개입) 정부의 인위적 지원 없이는 스스로 지속가능하지 않은 시장 실패 산업이라는 논리적 근거
- 창의산업 전체를 아우르는 CITR(the Creative Industry Tax Reliefs) 세제지원 프로그램을 통해 총 8개의 개별 산업이 관리되며, 각 산업별로 서로 다른 법률에 의거해 세제 지원
 - － 영화, 애니메이션, 방송, 어린이 방송, 연극, 오케스트라, 게임, 그리고 박물관 및 미술관이 포함

[표 88] 영국의 세제지원 주요 내용

구분	내용
지원대상 (미포함 장르)	<ul style="list-style-type: none"> • 극장 상영 영화 및 온라인 스트리밍을 포함한 방송과 애니메이션 • (광고, 뉴스, 토론, 라이브 퍼포먼스 등)
세제지원 방식 및 규모	1) 이익 발생 시 강화된 지 출금의 100%(제작비가 20만 파운드 이하) 혹은 80%(제작비가 20만 파운드 이상)를 추가 소득공제 2) 손실 발생 시 손실액의 25%(제작비 20만 파운드 이하) 혹은 20%(제작비 20만 파운드 이상)를 한도 내에서 현금으로 환급
주요 기준	1) 모든 지원 대상 문화적 테스트 통과 2) 지원 대상마다 플랫폼 및 지출금 기준 다르게 적용
해외 제작사 지원 방식	<ul style="list-style-type: none"> • 문화적 테스트, 영국양자공동제작조약 및 유럽영화공동제작협약을 통해 자격을 획득한 경우 가능

[출처]: 영상콘텐츠산업 세제지원 제도 비교 연구:미국, 영국, 프랑스, 헝가리 사례를 중심으로(2020), 문화정책 총논 34(3) 5-33

□ 프랑스

- (배경 및 목표) 2000년대 초 저예산 프랑스 영화들의 제작비 상승으로 인한 시장실패를 바탕으로 정부의 영화산업 세제 지원제도 도입
 - － 문화적 다양성을 보장하고, 프랑스 내에서 만들어지고 있는 국내 제작영화의 재정적 생존성을 보장하며, 프랑스 제작 분야의 경쟁력을 자극
 - － 2004년 도입 후 2005년 방송 및 애니메이션 분야로, 2009년 해외 제작사들을 위한 세제 혜택 도입
- (지원 대상에 따른 구분) 투자자에게 제공(SOFICA), 영화 제작자에게 제공(CIC), 방송 및 애니메이션 제작자에게 제공(CIA) 해외 제작사에게 제공(TRIP)
 - － (CIC) 지원 가능한 영화 장르는 픽션물, 다큐멘터리, 애니메이션이며, 프랑스 제작사에만 제공되는 혜택이기 때문에 지원할 제작사는 CNC에 등록된 법인세 납부 대상자
 - － (CIA) 방송과 애니메이션을 대상이며, 지원 가능한 장르, 방식 및 지원 프로그램의 조건은 영화와 동일
 - － 광고, 퀴즈 프로그램, 시사 및 스포츠 관련 프로그램은 지원받을 수 없음

[표 89] 프랑스의 세제지원 주요 내용

구분	내용
지원대상 (미포함 장르)	<ul style="list-style-type: none"> • 픽션, 다큐멘터리, 애니메이션 장르를 포함한 영화 및 방송 프로그램 • (광고, 퀴즈, 시사 및 스포츠 프로그램 등)
세제지원 방식 및 규모	1) 투자자 세제지원: OFICA를 통해서 투자한 경우 투자금액의 30% 소득세에서 세액공제(상한액 18,000 유로 혹은 총 순소득의 5%) 2) 제작사 세제지원: 인정되는 지출의 0%(제작비 백만 유로 이상) 혹은 30%(제작비 4백만 유로 이하)를 법인세에서 감면. ※ 감면세액이 실제 세액보다 많을 경우 차액을 현금으로 지불받음
주요 기준	1) 프랑스어 혹은 프랑스의 지역에서 사용하는 언어 사용 2) 장르마다 다른 최소 제작비 기준 충족 3) 주요 제작은 프랑스 영토 내에서 진행 4) 프랑스 및 유럽의 영화방송, 애니메이션의 창작 발전과 다양성 증진에 기여
해외 제작사 지원 방식	<ul style="list-style-type: none"> • 별도의 RIP 프로그램을 통해 인정되는 지출의 30%를 법인세에서 감면 ※ 공동제작 형태 ※ 문화적 테스트 통과

[출처]: 영상콘텐츠산업 세제지원 제도 비교 연구:미국, 영국, 프랑스, 헝가리 사례를 중심으로(2020), 문화정책 총론 34(3) 5-33

□ 헝가리

- (배경 및 목표) 자국의 영상산업을 발전시키고, 해외 제작사를 적극적으로 유치함으로써 콘텐츠의 경쟁력을 강화하고, 경제적 파급효과를 얻기 위해 2004년에 처음 도입
 - － 2008년, 2013년, 2018년의 개정을 거치며 지속적으로 지원 범위 확대
- 프랑스와 유사하게 두 가지 방식의 세제지원 정책을 시행
 - － 제작사들에게 제작비의 일정부분을 현금으로 환급
 - － 영화에 투자하는 기업들에게 투자금액만큼 법인세의 과세표준을 낮춰서 세액 공제를 제공
- 헝가리 영화위원회(the Hungarian Film Office, HFO)와 헝가리 국세청에서 담당
 - － 논픽션물, 시리즈물 및 다큐멘터리를 포함한 모든 장르의 영화와 방송 프로그램, 그리고 애니메이션에 세제 혜택을 제공
 - － 성인용 영화나 과도한 폭력물, 상업광고, 리얼리티쇼 및 일일 연속극 등은 지원 대상에서 제외

[표 90] 헝가리의 세제지원 주요 내용

구분	내용
지원대상 (미포함 장르)	<ul style="list-style-type: none"> • 시리즈 및 다큐멘터리를 포함한 영화, 애니메이션, 방송 프로그램 • (성인용 영화, 과도한 폭력물, 상업광고 등)
세제지원 방식 및 규모	1) 제작사 세제지원: 헝가리 내에서 사용된 지출의 30% 를 현금으로 환급 ※ 헝가리 외에서 사용된 지출의 5%도 합산가능 2) 투자사 세제지원: 투자사에게 투자금액만큼 법인세의 과세표준을 낮춰 세액공제 제공. ※ 사용되지 못한 공제금은 최대 3년간 이월 가능
주요 기준	<ul style="list-style-type: none"> • 문화적 테스트 통과 ※ 문화적 기준보다 산업적 기준을 중심으로 구성된 테스트
해외 제작사 지원 방식	<ul style="list-style-type: none"> • 헝가리 제작사와 공동 제작일 경우 동일하게 지원 ※ 문화적 테스트 통과

[출처]: 영상콘텐츠산업 세제지원 제도 비교 연구:미국, 영국, 프랑스, 헝가리 사례를 중심으로(2020), 문화정책 총논 34(3) 5-33

시사점

- 현지 로케이션에 대한 세제지원이 활성화 필요
 - － 사례였던 헝가리, 미국은 촬영지에 대한 세액 공제를 별도로 마련
 - － 북미 및 유럽 및 중국에서도 현지 로케이션에 대한 세제지원을 확대
 - － 지역 인력 고용을 비롯해서 제작비용의 현지 소비를 통한 경제적 효과 창출 및 지역 홍보를 통한 관광산업 활성화까지도 도모
- 공동 제작에 참여하는 해외 제작사들에 대한 세제 혜택이 마련
 - － 사례 국가들은 해외 제작사들에 대한 세제지원을 제공
 - － 국가 간 상호협약이나 MOU 등이 맺어져 있거나, 문화테스트를 통과하는 등의 일정 조건을 충족할 경우, 국내 제작사와 거의 동일한 수준의 혜택 부여
- 투자자에 대한 세제지원이 조금 더 체계적으로 활성화
 - － 프랑스나 헝가리의 경우는 제작자에 대한 세제지원과는 별도로, 투자자에 대한 세제지원 제도를 마련하여 지속적인 투자 유인을 촉진
 - － 국내도 투자자에 대한 세제지원 정책이 마련되어 있지만, 산업의 특성상 리스크가 크고 예산회계가 투명하지 않아 민간 VC나 모태펀드 등을 통한 투자가 매우 위축

2.3. 문화콘텐츠 활용 도시재생 사례

□ 중국 역사유적지의 복원·정비⁴⁸⁾

○ (중국 시안의 고도보존정책) 시안은 주나라 문왕에서부터 한나라, 당나라에 이르기까지 약 1,200년 동안 중국의 정치·경제·문화·예술의 중심지였던 고도(古都)로, 진시황릉·병마용갱 등의 문화유적이 자리함

○ 시안은 고도보존을 위해 두 가지 측면을 강조

- 첫째, 도시의 기능에 대한 전체적인 규제를 통해 역사문화명성도시(历史文化名城)⁴⁹⁾ 보호에 필요한 조건을 마련
- 둘째, 도시 내 중요한 유적지에 대한 직접적인 보존을 진행
- 그 외 시각통로 확보와 건축물 높이 규제, 개발행위 제한 등 유적지를 넘어 도시 전체적 차원에서 법적 규제를 진행하며, 시내 기능 이전과 교통 개선 등을 통한 도시화 수준을 정책적으로 제고

[표 91] 주요 프로젝트

프로젝트	내용
대명궁 국가유적공원 복원·정비와 주변지구 개선 프로젝트	<ul style="list-style-type: none"> • 2,500만 호의 주택을 철거하고 10만여 명의 주민을 이주 • 철거 대상 주민들은 별도의 추가부담금 없이 주변에 조성된 신도시에 정착할 수 있는 제도 마련 • 유적원형 보호·전시, 유적 보호 전시관 건립, 국부적인 기초유적 복원·보호·전시, 녹화표시·전시, 지면부동재질표시·전시 등의 방법 채택 • 3D IMAX 기술을 사용해 영화 ‘대명궁전기’(大明宮傳奇) 제작
한양릉박물관, 병마용갱의 발굴과 전시	<ul style="list-style-type: none"> • 철골조로 보호시설을 만들어 전시관 내부에 유구를 노출시켜 전시 • 토용의 제작 방법 영상 상영 등 다양한 전시 방법을 활용
화청지 복원과 장한가 (長恨歌) 공연을 통한 활용	<ul style="list-style-type: none"> • 역사문화콘텐츠를 적극적으로 활용함으로써 보다 큰 가치를 창출

[출처] 국토연구원 해외리포트, 도시재생 라이브러리 세계도시 사례, 중국 역사유적지의 복원·정비 사례 및 시사점(2018)

48) 국토연구원, 해외리포트 도시재생 라이브러리 세계도시 사례, 중국 역사유적지의 복원·정비 사례 및 시사점(2018)

49) 중국의 문물 보호를 위해 역사적 가치나 기념 가치가 높고, 현재도 계속해서 사용되고 있는 지역을 보호하는 제도

□ 콜롬비아 보고타 도시재개발(사바나 재개발 사업지)⁵⁰⁾

- (도시재개발 추진 배경) 보고타는 급속한 도시화와 불균등한 공간 개발로 인해 지역 전체 면적의 23%가 불법 도시화(pirate urbanization)와 중심지 편중(fragmented) 현상을 겪고 있었음
 - 1990년대 들어 공공공간 회복을 목적으로, 다양한 프로그램을 시행
 - 도시기본계획을 통해 2014년 지방정부는 도시재개발을 위한 세부 규정을 만들고 사업 이해관계자들의 참여를 도모하고 원활한 추진을 지원함
- (사바나 재개발 사업지) 국가문화유산으로 지정된 콜롬비아 최고(古) 기차역인 사바나 중앙역(Sabana Central Station) 주변 세개 블록 내에 있는 51개 건물 이 사업 대상
 - 문화유산을 보호하면서 부족한 주택을 공급해 낙후된 지역을 재개발하는 방향으로 본격적인 사업이 추진
 - 2008년 사업계획이 발표되었으나 민간기업과 보고타 건설부, 문화부 간의 협상이 5년 동안 진행되어 2015년 최종 사업계획 확정

<그림 35> 사바나(Sabana) 도시재개발 사업



[출처] 국토연구원 해외리포트, 도시재생 라이브러리 세계도시 사례, 콜롬비아 보고타(Bogota) 도시재개발 사례와 시사점(2019)

50) 국토연구원 해외리포트, 도시재생 라이브러리 세계도시 사례, 콜롬비아 보고타(Bogota) 도시재개발 사례와 시사점(2019)

□ 요코하마시의 근대문화유산 활용을 통한 도심 재생⁵¹⁾

- (개항도시 요코하마) 요코하마는 1859년 개항하여 상업과 무역의 도시로 발전하였지만, 자연재해와 전쟁피해로 도시기능이 마비됨
 - － 역설적으로 자연재해와 전쟁피해로 인해 도시계획이 촉진되는 계기가 됨
- (근대문화 유산의 복원) 개항기념사업을 통해 역사적 건조물의 적극적인 복원과 활용 진행함
 - － 요코하마시가 내세운 요코하마의 “새로운 얼굴 만들기”라는 문구에는 역사 유산을 재창조하여 항구도시 요코하마의 정체성을 드러내려는 지향점이 나타남
- (근대문화유산의 창조적 활용) 요코하마의 문화와 역사적 자원을 최대한 활용하기 위해 “문화예술창조도시-크리에이티브시티 요코하마 형성을 지향하는 제언” 도출
 - － ‘신문화 유입의 창구’ 정서를 지닌 도시 정체성을 기반으로 그 위에 ‘창조도시’라는 새 얼굴을 표방함
 - － 근대문화유산 건물의 ‘활용’보다 중요한 것은 그 장소에서 행해지는 사람들의 소통과 교류
- (BankArt1929 프로젝트) 한일교류라는 목적 아래 조선 통신사를 영접했던 역사적 사실을 재해석하여 강연 개최 등의 조선통신사 프로젝트 진행, 역사연구와 문화예술의 콜라보 프로젝트 진행
 - － 근대 문화유산으로서의 역사적 건조물 활용을 넘어 역사를 다시 읽어내려는 시도
 - － 역사연구와 문화예술의 콜라보레이션을 통해 시간의 이어짐, 도시라는 공간의 이어짐, 사람들의 이어짐을 나타냄

51) 도심재생에 있어서 ‘근대문화유산’ 활용에 관한 고찰(2018), 일본학보 116. 09-232

□ 스페인 빌바오의 문화도시⁵²⁾

- 공업·산업도시였던 빌바오는 제철소와 조선소의 폐업과 홍수, 전염병 등으로 인해 도시 쇠퇴가 진행되었으며, 회생을 위해 새로운 도시의 건설, 살기 좋은 문화중심 도시로의 전환을 계획함
 - － 거시적인 전략 수립과 소프트웨어이자 랜드마크가 될 상징적 건축물 건설의 두가지 방향 설정
- 거시전략은 미션설정, 실행방법, 기대효과 세 가지로 구성
 - － (미션설정) 도시의 역사성 계승과 환경개선, 산업거점 개편, 교통 및 생활 교육 인프라 구축, 수질 개선, 문화콘텐츠 발굴, 공공시설 이전 및 공공기관 유치, 선도적인 도시 마케팅, 명품 문화도시로의 전환
 - － (실행방법) 사업의 연속성과 지속성, 자율성 확보, 민관 협업체제 구축, 도시 성격 전환에 따른 반대 여론을 되돌리기 위한 지역민 설득, 지원은 하되 간섭은 배제하는 공적 예산 집행의 자율성 보장
 - － (기대효과) 지역경제 활성화, 시민들의 삶의 질 향상, 일자리 창출, 독창적인 도시 이미지 연출, 세계적인 관광 명소 부각, 시민들의 자부심과 자긍심 고취
- 문화도시를 위한 건축물 건설은 최고의 미술관 건립으로 결정
 - － 문화 및 교육시설 유치와 보행자 전용공간 정비, 교통 해소를 위한 트램 부활을 통해 시민들의 삶의 질 향상과 생활 편의성 도모
 - － 25년 동안의 장기 프로젝트와 구겐하임 미술관 건립을 통한 기존의 산업도시에서 문화관광 도시로의 패러다임 전환
 - － 빌바오시의 공사비 전액 부담, 부지를 무상 제공하되 설계 권한, 관리 및 미술품 수집 권한을 재단에 일임하는 파격적인 지원 제공

52) 지방시대위원회(NAVIS), 도시를 바꾼 예술, 지역을 살린 스페인 빌바오 구겐하임 미술관

시사점

- (중국 시안) 역사유적지의 보존뿐 아니라 복원 및 재현을 통해 입체적인 가시화를 시도하고, 역사유적지의 가치 증진을 위한 다양한 활용을 시도함
 - － 단지 박제화된 문화재가 아닌 역사유적지 주변 지역의 주민이 이용할 수 있는 공원으로, 문화콘텐츠 발굴을 통해 역사·문화·교육 체험의 장 등으로 활용도와 가치를 높임
- (콜롬비아 보고타) 문화유산과 인접한 특성 때문에 다른 사업과 비교할 때 사업계획·실시 전 단계에서 복잡한 이해관계 구조 형성
 - － 지방자치단체, 중앙정부, 개별 건설사와 공사(公社), 문화부 개입
 - － 문화부의 사바나 중앙역 보호를 위한 종합계획 수립에 민간기업이 재정을 지원하면서 절차가 더욱 복잡해짐
 - － 다양한 이해관계자가 참여했음에도 해당 지역 주민의 참여는 최소한의 기준만 충족된 점은 한계로 지적
- (일본 요코하마) 개항도시로서의 장점을 극대화하여 근대문화유산을 통한 도시재생의 성공사례
 - － 복원에 있어서 건축물이 가지고 있는 역사와 그 정체성을 대표할 수 있는지에 대한 고려 필요
 - － 같은 개항도시인 인천시의 개항장 역사문화지구와 비교하여 문화가 유입된 흔적과 방향성을 연결해야 하는 고민이 필요
- (스페인 빌바오) 문화정책이 성과를 거두기까지는 많은 예산과 시간이 소요되기 때문에, 장기전략 아래 사업의 지속성과 일관성이 보장 필요
 - － 단순 예산투자나 건축이 아닌, 인프라 개선과 의식 전환을 포함한 패러다임의 전환이 필요

2.4. 해외 문화콘텐츠산업 사례

□ 문화산업을 통한 지역발전 촉진(푸젠성)

- 푸젠성의 문화산업은 13차 5개년 계획(2016~2020년)을 통해 질적인 도약을 이룸
 - GDP에서 문화 및 관련 산업의 부가가치가 차지하는 비중이 전국 5위 정도로 경쟁력을 가지고 있음
- (발전 목표) 푸젠성 14차 5개년 계획에서도 문화산업을 푸젠성 4대 주력 경쟁 산업 중 하나로 지정하여, 2025년까지 중국에서 손꼽히는 문화산업 중심지로 부상을 목표
 - (방송 및 영상산업의 번영과 발전 촉진) 푸젠성 영화 고급화 전략과 푸젠 방송 텔레비전 및 인터넷 영상 고급화 전략, 스마트 라디오 방송 산업을 활성화하고 인터넷 시청 및 최첨단 영상산업을 적극 발전
 - (크리에이티브 디자인 산업 통합 발전 촉진) 지속적으로 ‘푸젠 문화 혁신상’과 같은 문화 혁신 대회를 개최
 - (애니메이션 게임산업의 건강한 발전 촉진) 기업의 경쟁력 제고 및 게임산업 전시회 개최 지원
 - (음악산업 육성) ‘음악산업 발전 실행 계획(省音乐产业发展实施方案)’ 수립
- (게임 애니메이션 산업) 푸젠성 온라인 게임 시장규모는 1,278억 위안에 달하여 전년 대비 231% 성장
 - 모바일 게임이 푸젠성 온라인 게임 시장을 주도하고 있으며 지역적으로는 샤먼시가 푸젠성 게임산업의 탄탄한 산업기반 보유
 - 샤먼시 스밍구(思明区)는 2022년 5월 ‘스밍구 소프트웨어 및 정보 서비스 산업발전 3개년 행동방안(思明区软件和信息服务发展三年行动方案)’(2022-2024)’을 발표하여 애니메이션 게임, 영상미디어, 디지털 예술 등 분야를 중점 육성
 - 푸젠성 발전개혁위원회는 푸젠성에 국가급 디지털 경제 혁신 발전 시범구를 조성하여 디지털 경제를 육성하고 푸젠성 e 스포츠산업을 진흥계획을 밝힘

○ (영상산업) 샤먼, 핑탄, 타이닝의 3대 영화 촬영지가 갖춰져 있고 성 전역에 30개의 영화 야외촬영지를 집중육성해 영화 및 영상기업의 수는 1,500개사 돌파

－ 영상물이 인기를 얻게 되면 해당 촬영지가 관광 필수 코스가 될 수 있기 때문에, 영상산업은 관광산업을 긴밀히 연계한 상생발전에 주력

[표 92] 푸젠성 영화 촬영지 주요 특징

지역	테마	내용
샤먼	도시소재	<ul style="list-style-type: none"> 호수 부근의 련파동난텐디(联发东南天地)는 과거 알루미늄공장이었던 곳을 영상 테마 종합 문화파크로 변경, 이곳을 영상산업 클러스터로 재편. 현재 문화 콘텐츠 기업이 80% 이상을 차지 현재 샤먼시에는 2,287개의 영상기업이 있으며 총 등록 자본은 174억 5천만 위안
핑탄시	바다풍경	<ul style="list-style-type: none"> 대만과 가깝다는 지리적 장점과 국제 관광 섬을 내세워 양안 영상산업 협력을 촉진 아름다운 섬 풍경을 필름에 담아 국제 관광 도서로서의 경쟁력 증대 젊은 영화 제작자들의 교류와 협력을 촉진하고자 'IM 양안 청년 영화제(IM 两岸青年影展)'를 개최
타이닝 현	농촌·시대극	<ul style="list-style-type: none"> 타이닝 영상기지는 높은 산과 큰 호수, 아름다운 노을, 험준한 협곡뿐만 아니라 송명시대의 고성, 천년 된 마을, 민간유적 등을 제공해 연중 전역을 풀타임으로 촬영할 수 있는 '대자연 스튜디오' 창작 인큐베이팅, 영상 촬영, 제작 운영, 부대 서비스가 원스톱으로 제공되는 복합 영상문화단지 사극, 농촌, 공산당, 무협 등 장르 촬영에 특화

[출처] 한국콘텐츠진흥원 해외산업동향, 중국(심천)콘텐츠산업 동향(문화산업으로 지역 발전 촉진하는 푸젠성)(2023)

<그림 36> 샤먼 영상산업클러스터(좌)와 푸젠 타이닝 영상기지(우)



[출처] 한국콘텐츠진흥원 해외산업동향, 중국(심천)콘텐츠산업 동향(문화산업으로 지역 발전 촉진하는 푸젠성)(2023)

□ 대만 문화창의파크와 지역문화의 상생

- 문화창의파크(文化創意園區: Cultural and Creative Park)는 도시 내부에서 더 이상 사용하지 않는 폐건물, 버려진 공간 등을 활용하여 문화·예술·콘텐츠 등 다목적 활동을 펼침으로써 시민과 관광객의 유입을 통해 궁극적으로는 창조적인 문화콘텐츠의 생산과 소비가 이뤄질 수 있도록 재생된 장소를 명칭
 - － 문화콘텐츠 상품의 생산: 영상, 전시, 캐릭터, 디자인 등
 - － 문화콘텐츠 상품의 교역: 거주민, 관광객 등
 - － 문화콘텐츠 레저의 체험: 디지털, 건축물, 가드닝, 물놀이 등
 - － 문화콘텐츠 창작자 거주: 크리에이터 거주 공간 제공 등
- 도시재생의 개념과 방법을 문화 재생으로 분명한 주제와 방향을 설정하여 전국 도시의 주요 거점을 구현
 - － 민간의 요구와 정부의 호응을 통해 설립되었으며 중앙정부와 지방정부의 적극적인 의지와 기획, 예산 배정화 집행이 뒷받침 됨
 - － 설치가 결정된 이후에는 민간 위탁을 통해 공간 구성과 자율적인 운영을 보장
 - － 순수예술, 대중문화, 상업문화, 문화기술 등 특정 가치나 영역을 배제하지 않고 모두 포함하는 ‘문화콘텐츠’ 중심의 운영으로 예술, 교육, 생산, 소비, 여가, 업무 등이 모두 가능한 포괄적 가치 공간으로 운영됨
 - － 철저한 로컬리티 중심의 기획과 운영으로 지역 주민의 적극적 참여와 개입을 보장함으로써 문화콘텐츠와 지역 상생을 위한 모델을 구축
- 대만에는 주요 도시에 10여 곳의 문화창의파크가 존재
 - － 일제시대의 폐공장 등을 활용하여 문화 재생을 추진
 - － 역사적 공간 활용을 통한 문화 재생, 일상적 참여 중심의 운영, 시대적 요구 충족, 종합적 기능 확충 등의 특징을 구현

[표 93] 대만의 주요 문화창의파크

명칭	내용	전경 및 사진
화산 1914 문화창의산업파크	<ul style="list-style-type: none"> • 중앙예문공원(中央藝文公園)과 연결되며, ‘화산대초원’(華山大草原)으로 불림 • 실내 디자인 브랜드 입주, 광장 노천 시장 형성 • 상인/농민이 직접 제작/재배한 상품 판매 • 전시관, 서점, 식당, 카페 등 배치 	
쑹산 문화창의파크	<ul style="list-style-type: none"> • 세계무역센터빌딩, 101빌딩 근처 번화가 • 디자인 브랜드 상품 전시 및 판매 • 전시회, 바자회 등 상시 개최 • 노점과 산책로 연결로 동선 편리 • 해외 관광객에게 높은 호응도 	
룽진스광 생활파크	<ul style="list-style-type: none"> • 타이베이 진화가(金華街)에 위치 • 일제시대 타이베이 형무소 관사 지역 • 일본식 건축물, 붉은 벽돌 주택 보존 • 아름드리나무와 공용 목욕탕 등 볼거리, 쉼거리 제공 	
완화사탕수수 문화파크	<ul style="list-style-type: none"> • 완화 기차역 근처에 위치 • 작은 사탕수수밭과 기차 보존 • 붉은 벽돌 공장 건물 보존 • 지역 주민들의 일상적 휴식처 기능 	
췌춘 문화파크	<ul style="list-style-type: none"> • 타이베이 번화가인 신이구(信義區)에 위치 • 대륙 출신 외성인 군인 가족의 집거지를 재생 • 잔디언덕은 현재 방공호로 활용 • 대만 현대사의 스토리텔링 활용 	
타이베이 기억창고	<ul style="list-style-type: none"> • 타이베이역과 북문 사이에 위치 • 단수이(淡水), 다다오청(大稻埕)부두와 인접 • 일제시기 붉은 벽돌 건축물로 역사성 보존 • 타이베이 역사 전시관으로 재생 	
스팟타이베이	<ul style="list-style-type: none"> • 타이베이 MRT 중산역 근처 위치 • 대만 문화부 지정 3 급 고적(古蹟) • 복합 예술문화 공간: 영화관, 스타일숍, 애프터눈티(afternoon tea), 전시, 펍 등 제공 • 유명 감독 허우샤오셴의 운영으로 해외 관광객에게 주목함 	

[출처] 한국콘텐츠진흥원 해외산업동향, 중국(심천)콘텐츠산업 동향(문화산업으로 지역 발전 촉진하는 푸젠성)(2023)

3. 종합 시사점

국내 시사점

- 주요 지자체들은 문화콘텐츠산업을 통한 지역 경제 활성화를 목적으로 핵심 정책을 추진하고 있으며, 산업육성부터 인프라 구축까지 다양(세부 장르별 특화 또는 융복합 분야를 중점하여 지원하는 조례나 사업 증가)
- 영상융복합(메타버스 포함), 게임 분야는 대부분 지자체들이 모두 사업을 지원하고 있으며, 광주·전남은 실감 콘텐츠를 중점적으로 지원
- 문화콘텐츠 기업을 지원하기 위한 정부와 민간이 연계된 펀드 조성
- 산업 클러스터가 성공하기 위해선 인력확보, 인프라 구축, 지리적 여건, 마케팅 등 다양한 요인들이 필요
- 클러스터 입주에 따른 지원은 주로 세제 혜택이 많으며, 그 외 자금지원 등의 다양한 정책자금 활용

국외 시사점

- 지역별 산업육성 환경과 배경, 역사가 상이 하지만 핵심 테마를 중심으로 도시 재생과 연계하여 성공을 유도하는 추세
- 정책적 관점에서는 생태계를 활성화시키는 방안으로 빅테크기업에 대한 규제를 검토하거나 모니터링을 지속적으로 추진
- 문화콘텐츠산업 구분은 타 산업과 밀접하게 연계되어 있으며 객관적인 통계조사를 통해 데이터 축적이 용이하고 정책 활용도가 높음
- 국내는 영상산업 세제 혜택과 관련하여 현지 로케이션에 대한 세제 활성화나 투자자에 대한 세제지원이 조금 더 체계적으로 활성화 되어야 함
- 역사적 문화콘텐츠를 활용하여 도시재생을 할 시, 단순한 복원이나 복구가 아닌 스토리나 의미를 부여하여 정체성을 형성할 필요가 있음
- 영상산업은 영상물이 인기를 얻게 되면 해당 촬영지가 관광 필수 코스가 될 수 있기 때문에, 관광산업을 긴밀히 연계한 상생발전에 주력할 필요가 존재

제 5절 인천시 문화콘텐츠산업 현황

1. 산업 담당기관

1.1. 인천시청

□ 개요

- 인천시의 문화콘텐츠 산업은 ‘문화체육관광국’에서 담당하고 있으며, 예하 문화정책과, 예술정책과, 문화유산과, 문화기반과, 체육진흥과, 관광마이스과로 구성되어 있음
- － 그중 문화콘텐츠 관련 정책지원은 ‘문화정책과’에서 주로 전담

<그림 37> 인천시청 조직도



[출처] 인천시청 홈페이지

[표 94] 문화체육관광국 세부 팀 조직

조직	세부 팀
문화정책과	• 문화정책팀, 문화콘텐츠팀, 중무문화팀, 도서관정책팀
예술정책과	• 예술정책팀, 공연예술팀, 문화진흥팀, 음악도시팀
문화유산과	• 유산정책팀, 유산보호팀, 유산계승팀, 시사연구팀
문화기반과	• 문화기반팀, 뮤지엄파크팀, 시립미술관팀,
체육진흥과	• 체육정책팀, 생활체육팀, 체육시설팀, 스포츠산업팀, 스포츠교류팀
관광마이스과	• 관광마이스 정책팀, 관광마케팅팀, 관광마이스산업팀, 마이스유치팀, 관광개발팀,

[출처] 인천시청 홈페이지

○ 문화정책과의 ‘문화콘텐츠 팀’의 주요 업무내용을 살펴보면 아래와 같음

[표 95] 문화정책과 문화콘텐츠 팀 주요 업무

담당자	담당 업무
팀장	• 문화콘텐츠 팀 업무 총괄
주무관 A	<ul style="list-style-type: none"> • (사)영상위원회 운영 • 영상사업 육성에 관한 사항 • 디아스포라 영화제 추진 • 애관극장 보전 및 활성화 방안 • 로케이션 촬영 유치 및 지원에 관한 사항 • 문화콘텐츠사업 기본계획수립 • 각종 현안 사항
주무관 B	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠산업 육성·지원에 관한 사항 • 게임산업 육성(대회 개최 및 전문인력 양성) • 국립세계문자박물관 건립 지원에 관한 사항 • 비영리(이스포츠) 단체 설립에 관한 사항
주무관 C	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트미디어콘텐츠 산업 육성 • 인천 국제 1인 미디어 페스티벌 개최에 관한 사항 • 국어책임관제 및 국어활성화 관련 사항 • 지역특화 콘텐츠 개발지원 • 인천 콘텐츠코리아랩 운영 • XR 콘텐츠 산업 육성
주무관 D	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 기업 지원사업 • 음악산업진흥에 관한 사항 • 영화상영관, 비디오물·게임물, 애니메이션 관련 사항 • 공공저작물에 관한 사항 • 팀 서무

[출처] 인천시청 홈페이지

1.2. ITP(인천테크노파크)

□ 개요

- 인천지역의 기업, 대학, 유관기관의 유기적인 협력을 통해 기술혁신 역량을 결집함으로써, 기업의 기술 고도화와 경쟁력 강화를 통한 지역경제 활성화에 기여하기 위해 2016년 인천경제통상진흥원, 인천정보산업진흥원, 인천테크노파크의 통합으로 출범

<그림 38> 인천테크노파크 비전



[출처] 인천테크노파크 홈페이지

□ 주요 사업

- 디지털SW사업단의 문화콘텐츠센터에서 문화콘텐츠 사업·정책 전담하여 지원사업운영

[표 96] 문화콘텐츠센터 지원사업

구분	내용		구분	내용		
인천콘텐츠기업지원센터 운영	기업 인프라 및 성장지원 프로그램	<ul style="list-style-type: none">입주시설 지원대관시설 운영콘텐츠기업 마케팅 프로그램	강화 DMZ 스마트 체험존 설치사업	<ul style="list-style-type: none">VR 망원경 / AR 동물원 / AR 포토존		
	콘텐츠 제작 및 사업화 지원	<ul style="list-style-type: none">콘텐츠 제작지원콘텐츠 사업화 지원	인천 VR-AR 제작 거점센터 운영	<ul style="list-style-type: none">인프라지원 1) 시설지원, 2) 장비지원시설 인프라 활용 지원 1) 시설교육 2) 기술지원기업지원 1) 개발지원 2) 사업화지원전문교육 1) 재직자/구직자 2) 일반인/학생시민참여 저변확산		
	콘텐츠기업 역량강화 지원	<ul style="list-style-type: none">콘텐츠기업 역량 강화 지원				
지역특화콘텐츠 개발지원	<ul style="list-style-type: none">지역특화콘텐츠개발지원콘텐츠산업 지역거점기관 운영		스마트미디어 콘텐츠산업 육성	<ul style="list-style-type: none">스마트 미디어 콘텐츠 중소기업 지원스마트 미디어 콘텐츠 인재 양성스마트 미디어 콘텐츠 시민참여 활성화		
인천형 핵심성장 콘텐츠제작 지원사업	<ul style="list-style-type: none">문화콘텐츠산업 육성 (콘텐츠 제작지원)문화콘텐츠산업 활성화 (콘텐츠산업 아카이브 유지관리)문화콘텐츠산업 활성화 (클러스터 조성 타당성 연구용역)					
문화콘텐츠맞춤형 사업화 지원	<ul style="list-style-type: none">문화콘텐츠 맞춤형 사업화		인천국제 1인 미디어페스티벌	<ul style="list-style-type: none">무대행사 / 부대행사		
인천형 콘텐츠 유망 기업 발굴육성	<ul style="list-style-type: none">기업 성장로드맵 수립 및 경영혁신 지원콘텐츠 R&D 집중지원 (인천 콘텐츠 유망기업 선정 과제지원)		인천 콘텐츠 코리아랩 운영사업	Into The Contents	조성 및 확산	<ul style="list-style-type: none">콘텐츠 크리에이티브 콘서트마이 리틀 콘텐츠내안의 콘텐츠를 깨워라
생활 SOC 기반 실감형 콘텐츠 체험존	<ul style="list-style-type: none">실감콘텐츠 제작 및 개발실감콘텐츠 체험공간 고도화체험공간 대외 홍보추진				교육 및 창작	<ul style="list-style-type: none">창작 아카데미★(신규)콘텐츠 메이킹쉽하고 핫한 콘텐츠
실감콘텐츠체험관 탐 운영	<ul style="list-style-type: none">체험관 운영			Into The Business	사업화 및 시제품	<ul style="list-style-type: none">스타트업 부스터 프로젝트★(신규)캐릭터 콘텐츠 고도화사업화 베이스먼트 멘토링스타트업 아카데미
게임문화 콘텐츠 육성	<ul style="list-style-type: none">인천 이스포츠 챌린지인천 이스포츠 챌린지 스쿨리그대통령배 KeG 대회 참가지원인천 이스포츠 대회 운영 아카데미게임산업 전문인력 양성교육게임 풀뿌리 캠프지역연고 게임구단 지원게임포럼인천 게임 콘텐츠홈페이지 구축 및 운영				네트워킹	<ul style="list-style-type: none">상상워크숍크리에이터 비즈니스 네트워킹
				마케팅	<ul style="list-style-type: none">포트폴리오 퍼블리싱★(신규)콘텐츠 리빙랩	
청년 콘텐츠 우수 인재 양성 사업	<ul style="list-style-type: none">청년 콘텐츠 우수인재 양성 사업콘텐츠 제작 실무교육일자리 네트워킹			Into The Market	시장진출 및 투자유치	<ul style="list-style-type: none">콘텐츠 커리어콘텐츠 온라인 마켓 입점 지원콘텐츠 팝업스토어 판매 지원콘텐츠 스케일업 프로젝트콘텐츠 펀딩 프로젝트

[출처] 인천테크노파크 홈페이지

1.3. 인천영상위원회

□ 개요

○ 2006년 인천 영상문화산업 진흥을 목표로 인천문화재단 내에 설립되었으며 2013년부터 독립 사단법인으로 출범

- － 문체부 ‘영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률’ 및 인천광역시「영상 산업 육성 조례」에 근거

<그림 39> 인천영상위원회 비전 및 목표



[출처] 인천영상위원회 홈페이지

○ 지역 영상문화산업 진흥을 목표로 인천광역시의 영상산업 진흥을 목표

- － 지역 영상 생태계 조성
- － 영상 문화도시 브랜드 형성
- － 시민 중심 영상문화 증진

□ 주요사업

○ 인천영상위원회는 창작자와 시민을 위해 세 가지 방향성을 가지고 사업을 운영

- (Supporter) 국내외 창작자들이 인천에서 더 쉽고 편리하게 촬영과 제작을 할 수 있도록 지원
- (Creator) 시민들이 더 많은 영상문화를 즐기고 친숙할 수 있도록 지원
- (Incubator) 인천의 영화인들이 인천에서 성장하고 정주할 수 있도록 지원

[표 97] 문화콘텐츠센터 지원사업

구분	내용	
로케이션	<ul style="list-style-type: none"> • DB검색 • 촬영지원 	
지원사업	기획개발지원	<ul style="list-style-type: none"> • 인천스테이 • 로케이션 스카우팅 투어
	제작지원	<ul style="list-style-type: none"> • 로케이션 인센티브 • 킬러콘텐츠 제작지원 • 지역장편영화 제작지원
	배급지원	<ul style="list-style-type: none"> • 지역장편영화 유통 및 배급지원
	인천영상인지원	<ul style="list-style-type: none"> • 인천영화아카데미 • 지역영상인력 지원 ‘씨네인천’ • 지역영상단체 지원 ‘씨네인천’
문화사업	영화제	<ul style="list-style-type: none"> • 디아스포라 장편/단편 • 온라인 상영관 등
	아카데미	<ul style="list-style-type: none"> • 아카데미 • 교육 프로그램
	미디어	<ul style="list-style-type: none"> • 뉴스레터 • Diaff TV/Magazine

[출처] 인천영상위원회 홈페이지

2. 사업 성과분석

2.1. 2022년 성과⁵³⁾

□ 성과 전반

- 콘텐츠산업이 성장하는데 필요한 세가지 요소인 인프라, 자금, 인력 분야의 지원체계를 구축
- 2022년은 적극적인 제도개선 및 사업규모 확대를 통해 문화콘텐츠 산업 육성 및 일자리 창출, 시민 향유 극대화 등 일정한 성과 시현
 - － 2021년 6개 사업 5,654백만 원 → 2022년 9개 사업 6,710백만 원으로 전년대비 18.6% 증가

[표 98] 2022년 추진사업 실적

구분	분야	내용
산업 육성 및 일자리 창출	기업지원 91개 사, 인력양성 192명, 일자리창출 187명	
	인프라지원	<ul style="list-style-type: none"> 스타트업육성 및 산업 생태계 조성을 위한 거점 시설 운영 － 인천콘텐츠기업지원센터 운영
	자금지원	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠기업이 콘텐츠 기획·제작부터 유통까지 각 단계에 필요한 자금을 다양한 방식으로 지원 － 콘텐츠 제작 및 사업화 자금, 투·융자 연계지원(엑셀러레이팅사업) 등
	인력지원	<ul style="list-style-type: none"> 현장 실무인재 양성을 위해 맞춤형 교육프로그램 운영 － 청년 콘텐츠 우수인재 양성
오프라인 행사 활성화	시민향유 11,666명	
	시민향유	<ul style="list-style-type: none"> 게임콘텐츠 행사개최, 체험공간 구축·운영 지원 및 시설 위탁운영

[출처] 인천테크노파크, 2023년 문화콘텐츠산업 육성사업 추진계획(2023)

53) 인천시청 내부자료 활용

○ ‘지속가능한 콘텐츠산업 생태계 조성’을 위해 △기업육성 △시민향유 △성과관리 △성과확산 등 4개 부문에서 지원체계 고도화

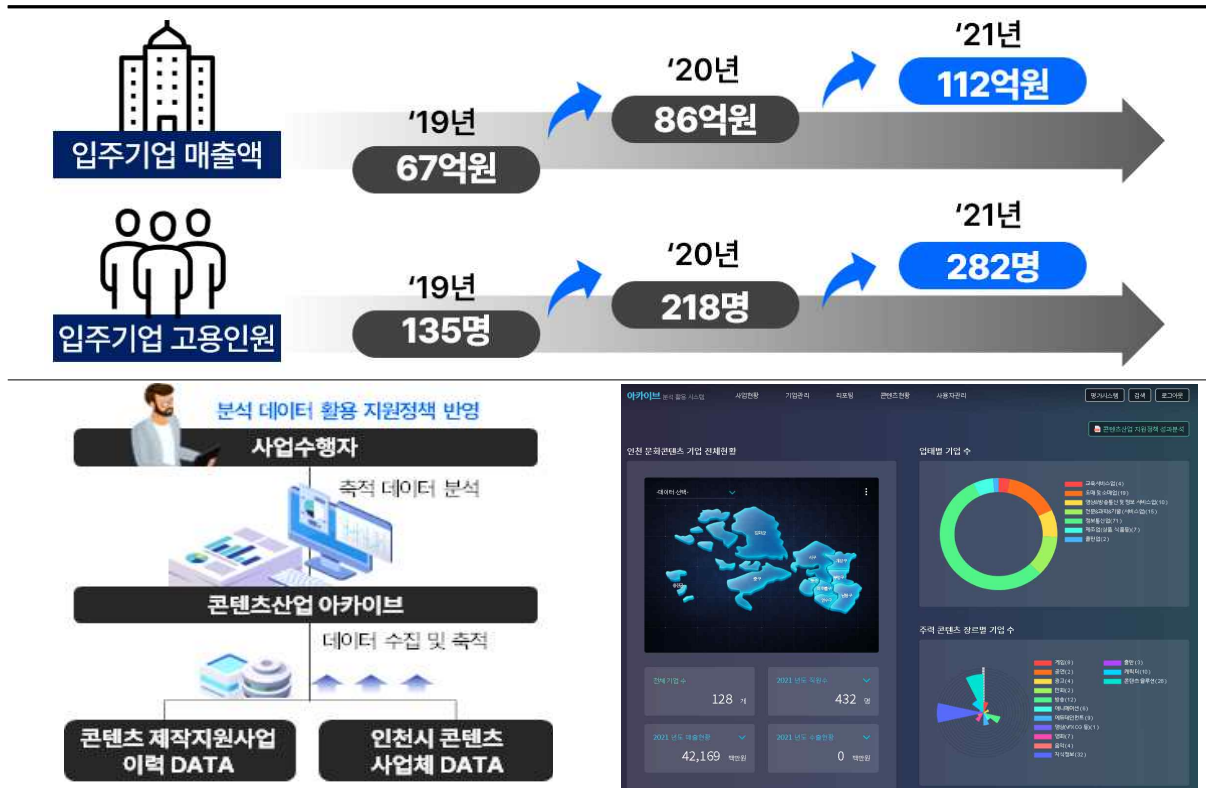
－ 콘텐츠산업 성장기반 구축 강화 ⇒ 10대 주요성과 창출

[표 99] 콘텐츠 산업 10대 주요 성과

구분	내용
기업육성	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠기업 지원체계 고도화로 유망 콘텐츠기업 발굴 촉진 ① 기업육성센터 지원체계 고도화를 통한 우수기업 발굴 강화 ② 엑셀러레이팅 집중지원을 통한 콘텐츠기업 투자유치 강화 ③ 성장단계별 지원체계 구축 및 제도 안착 ④ 기업간담회 확대 추진으로 콘텐츠 기업 간 교류 활성화
시민향유	<ul style="list-style-type: none"> 코로나로 지친 시민의 일상회복을 위한 문화향유 사업추진 강화 ⑤ 오프라인 행사 확대로 청소년 여가문화 활력 촉진 ⑥ 신규 체험존 발굴을 통한 시민 문화향유 확대
성과관리	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠산업 아카이브 시스템 구축을 통한 성과관리 체계마련 ⑦ 콘텐츠산업 빅데이터 확보 및 성과관리 체계적 기반 마련
성과확산	<ul style="list-style-type: none"> 기업 및 일반인의 눈높이를 고려한 맞춤형 성과확산 ⑧ 서포터즈 선발을 통한 콘텐츠 산업 홍보 활성화 ⑨ ESG활동 홍보를 통한 콘텐츠 산업 홍보 활성화 ⑩ 콘텐츠산업 허브사이트 구축을 통한 수요자 편의성 향상

[출처] 인천영상위원회 홈페이지

<그림 40> 우수 스타트업 유치 확보(위) / 인천콘텐츠산업 아카이브 시스템(아래)



[출처] 인천테크노파크, 2023년 문화콘텐츠산업 육성사업 추진계획(2023)

□ 세부 성과

○ (기업육성) 콘텐츠기업 지원체계 고도화로 유망 콘텐츠기업 발굴 촉진

- 기업육성센터 지원체계 고도화를 통한 우수 기업 발굴 강화
- 액셀러레이팅 집중지원을 통한 콘텐츠기업 투자유치 강화
- 성장단계별 지원체계 구축 및 제도 안착
- 기업간담회 확대 추진으로 콘텐츠기업 간 교류 활성화

[표 100] 액셀러레이팅 집중지원 프로세스 및 주요 성과

구분	내용		
프로세스	상담회	지원	후속연계
	투·융자 정책 관심제고를 위한 설명회 및 상담회 개최(69개사)	투자유치 가능성이 높은 잠재력 있는 기업 선별 및 집중지원(15개사)	후속연계 등 맞춤형 지원 강화
주요 내용	 <p>인천지식재산센터 이재민 팀장</p> <ul style="list-style-type: none"> • 전문분야별 유관기관과의 협력을 통한 콘텐츠기업 지원정책 설명회 및 상담회 개최 ➢ 설명회 69명 참여 ➢ 상담 70건 지원 	 <ul style="list-style-type: none"> • 15개사 선별 및 액셀러레이팅 집중지원 ➢ 액셀러레이팅 컨설팅: 누적 79건 지원 기업진단 30건, IR고도화, IP고도화 등 49건 ➢ 모의 IR 운영(9/6): 10개사 참가 ➢ IR 데모데이 개최(10/12): 7개사 참가 	 <ul style="list-style-type: none"> • 맞춤형 컨설팅, 투자IR 기회 제공 등 투자연계를 통한 투자유치 성공 ➢ 2022년 실적: 총 10개사 21억원 • 기업진단 결과에 따른 맞춤형 지원 ➢ 프로그램 참여기업 정부지원사업/프로그램 총 39건 선정 ➢ IP고도화 컨설팅을 통해 지식재산권 출원 및 등록 23건(출원 9건, 등록 22건)

[출처] 인천테크노파크, 2023년 문화콘텐츠산업 육성사업 추진계획(2023)

○ (시민향유) 코로나로 지친 시민의 일상 회복을 위한 문화향유 사업추진 강화

- 오프라인 행사 확대로 청소년 여가문화 활력 촉진
- 신규 체험존 발굴을 통한 시민 문화향유 확대

<그림 41> 인천시청 중앙홀 실감콘텐츠 체험존 설치 전경



[출처] 인천테크노파크, 2023년 문화콘텐츠산업 육성사업 추진계획(2023)

- (성과관리) 콘텐츠산업 아카이브시스템 구축을 통한 성과관리 체계 마련
 - 지원이력, 실효적 효과(고용, 매출 등)의 데이터 축적 및 분석 시스템 설계 및 구축
 - 효과적인 성과를 도출할 수 있는 성과관리 체계 마련(시스템 1식 구축)
- (성과확산) 기업 및 일반인의 눈높이를 고려한 맞춤형 성과확산
 - 서포터즈 선발을 통한 콘텐츠산업 홍보 활성화
 - ESG활동 홍보를 통한 콘텐츠산업 홍보 활성화
 - 콘텐츠산업 허브사이트 구축을 통한 수요자 편의성 향상

[표 101] 분야별 ESG프로그램 추진 및 콘텐츠산업 홍보 세부내용

구분	내용
분야별(E,S,G) 참여기회 제공	<ul style="list-style-type: none"> 기업 임직원의 위라벨 증진을 위한 문화프로그램 공연 : 총 5회, 202명 ESG 각 분야별(사회, 환경, 지배구조) 프로그램 추진 : 총 6회 <ul style="list-style-type: none"> 환경(E)분야: 그린캠페인(일회용품줄이기) 1회, 제로웨이스트 샴푸바 만들기 1회 사회(S)분야: 기부 1회, 복지관 봉사 1회 지배구조(G) 분야: ESG 분야 토크콘서트 2회
콘텐츠기업 ESG 지원정책 발굴·모색	<ul style="list-style-type: none"> 인천콘텐츠산업 발전협의회 정례회의를 개최(3회)하여 ESG 연계 활성화를 위한 관련 정책 수립 및 추진현황 파악 창업초기펀드(콘텐츠 및 ESG) 보유 투자기관(AC, VC) 초청 IR 데모데이 개최(1회)
콘텐츠산업 홍보	<ul style="list-style-type: none"> ESG 활동 및 프로그램 홍보를 통한 인천의 콘텐츠산업 홍보 강화 SNS 활성화: 월 평균 8회, 인스타그램의 정기적인 콘텐츠 업로드를 통한 지속적 팔로워 수 증가(81명 > 1,522명) 보도자료 배포: 58건

[출처] 인천테크노파크, 2023년 문화콘텐츠산업 육성사업 추진계획(2023)

<그림 42> 서포터즈 활동 지원 및 콘텐츠산업 홍보 세부내용



[출처] 인천테크노파크, 2023년 문화콘텐츠산업 육성사업 추진계획(2023)

[표 102] 2022년 사업 추진 실적

총괄실적

6,710백만 원 예산 ⇒ 기업지원 91개 사, 시민향유 11,666명, 인력양성 192명, 일자리창출 187명

[단위: 백만원, 개사, 명]

구분	사업명	신규/계속	예산	기업지원	시민향유	인력양성	일자리창출
인력	청년 콘텐츠 우수인재 양성	신규	110			25	3
자금	인천형 콘텐츠 유망기업 발굴육성	신규	800	4			22
	문화콘텐츠 맞춤형 사업화 지원	신규	450	30			
	인천형 핵심성장 콘텐츠 제작지원	계속	800	5			12
	지역특화콘텐츠 개발지원	계속	800	4			18
인프라	인천콘텐츠기업 지원센터 운영	계속	2,100	48			132
시민향유	인천 게임문화 콘텐츠 육성	계속	750		2,305	167	
	실감형 콘텐츠 체험관 운영지원	계속	600		2,134		
	동구 실감콘텐츠 체험관 위탁운영	계속	300		7,227		
합계			6,710	91	11,666	192	187

기업지원
사업경쟁률

성장단계별 지원사업의 안정적인 수요 뒷받침(157개사 접수, 91개 선정) 등 제도안착

[단위: 개사]

구분		사 업 명	지원대상	접수	선정	경쟁률
제작 지원	초기	초기단계 제작지원 사업 (인천콘텐츠기업지원센터 운영)	업력 3년 이내 또는 매출액 1.5억 원 미만	30	8	3.75:1
	성장	인천형 핵심성장 콘텐츠 제작지원	업력 3년 이상 또는 매출액 1.5억 원 이상	14	5	2.8:1
	성공	인천형 콘텐츠 유망기업 발굴육성	업력 3년 이상 및 3개년 평균매출액 3억 원 이상인 콘텐츠R&D기업	8	4	2:1
	지역 특화	지역특화콘텐츠 개발지원	인천소재 콘텐츠기업	6	4	1.5:1
사업화 지원	초기	초기단계 사업화지원 사업 (인천콘텐츠기업지원센터 운영)	업력 3년 이내 또는 매출액 1.5억 원 미만	29	15	1.93:1
		공동전시 참가지원 (인천콘텐츠기업지원센터 운영)	인천소재 콘텐츠기업	11	10	1.1:1
		IR역량강화 프로그램 운영 (인천콘텐츠기업지원센터 운영)	창업 7년 이내 인천소재 콘텐츠기업	21	15	1.4:1
	성장	문화콘텐츠 맞춤형 사업화 지원	업력 3년 이상 또는 매출액 1.5억 원 이상	38	30	1.26:1
합계				157	91	1.72:1

[출처] 인천테크노파크, 2023년 문화콘텐츠산업 육성사업 추진계획(2023)

2.2. 2023년 추진계획

□ 2023년 개선사항

○ 우수 콘텐츠 발굴을 위한 인센티브 제도 신설

- 중간 평가 시 결과물 퀄리티에 따른 인센티브 지급으로 제작지원 사업을 통한 경쟁력 있는 콘텐츠 발굴 강화
- 기업당 최대 1.8억 원까지 지원되고 있으며, 최종 평가시 일정 점수 이상으로 적격과제로 분류되면 최초 과제 선정 시 확정된 지원금 지원('22년 기준)

○ 기업수요 반영을 통한 사업화 지원사업 공고 방법 변경

- 사업화 지원사업의 신청수요 확보 및 수요자 만족도 극대화를 위해 공고 방법 변경
- 제작 및 사업화 지원사업 : '22년 성장단계별 지원체계 구축에 따라 통합 공고(2월) 추진

○ 경제여건 및 정부정책 동향을 고려한 액셀러레이팅 사업 고도화

- 경제여건(高금리 등에 따른 투자시장 위축) 및 정부동향(TIPS 집중·확대) 등에 따라 콘텐츠기업 투자유치 역량강화 지원사업의 추진방향 전환
- 펀드결성 규모 축소에 따라 후속 라운드 투자유치가 어려워 질 것으로 예상

○ 시 정책과의 유기적 연계 강화 및 공약사업 수행 철저

- 지원사업의 각종 결과물(콘텐츠 등)이 시 정책에 연계·활용될 수 있도록 사전 사업기획 강화

○ 성과관리·사업연계를 통한 콘텐츠산업 지원정책 성과확산 강화

- 그간 구축한 성과관리 및 홍보 활성화 체계를 기반으로 하여 기업 및 일반인의 눈높이를 고려한 맞춤형 성과확산 강화
- 인천콘텐츠산업 아카이브시스템, 인천콘텐츠 서포터즈 운영 등

□ 2023년 사업 추진계획

<그림 43> 2023년 사업추진 전략 및 사업별 추진계획

비 전	‘사람 · 문화와 함께 성장하는 콘텐츠산업’ 육성		
추진 목표	콘텐츠기업 육성 기업지원 84개사 이상	전문인력 양성 150명 이상	문화향유 확대 13,405명 이상
추진 전략 (4)	<p>① (인프라)지속가능한 운영체계 확립으로 콘텐츠 산업 마중물 역할 강화</p> <ul style="list-style-type: none"> - 인천콘텐츠기업지원센터 기능강화 : 수익금을 활용한 시설고도화 (중대재해처벌법 대응 등) 및 문화창업 초기기업의 이용 활성화 <p>② (자금)공공 · 민간과의 전략적 네트워크를 확대하여 우수 콘텐츠 제작 및 사업화 촉진</p> <ul style="list-style-type: none"> - 지정공모 사업 확대 : 22년 2개(인천관광공사 연계) → 23년 4개(인천관광공사, 콘텐츠 선도기업(MBC플레이비), 광역·기초지자체 연계) <p>③ (인력)사업 간 유기적 연계 등으로 콘텐츠 실무인재 양성체계 및 취업역량 강화</p> <ul style="list-style-type: none"> - 프로젝트 기반교육의 결과물 공공활용 확대 : 공공활용을 통한 양질의 포트폴리오 구축지원(청년인재양성사업 교육 결과물-인천기업 및 시정활동 홍보 등 연계)으로 취업 활성화 및 성과홍보 활성화 <p>④ (시민향유)인천 고유의 문화적 가치창출 극대화</p> <ul style="list-style-type: none"> - 인천의 우수한 문화관광자원을 활용한 콘텐츠 확산 및 행사개최로 인천에 대한 애향심 고취 및 문화적 가치창출 극대화 		
핵심 분야(4)		중점 과제(10)	
① 인프라 지원		① 인천콘텐츠기업지원센터 운영	
② 제작 및 사업화 자금 지원		② 인천형 핵심성장 콘텐츠 제작지원(공약연계) ③ 문화 콘텐츠 맞춤형 사업화지원 ④ 인천형 콘텐츠 유망기업 발굴육성 ⑤ 지역특화 콘텐츠 개발지원(공약연계)	
③ 인력 지원		⑥ 청년 콘텐츠 우수인재 양성	
④ 시민향유 지원		⑦ 게임문화 콘텐츠 육성(공약연계) ⑧ 생활SOC기반 실감형 콘텐츠 체험존 구축운영 지원 ⑨ 동구 실감형 체험관 탐 운영 ⑩ 강화 DMZ 전망대 스마트 체험존 설치사업(신규사업)	

[출처] 인천테크노파크, 2023년 문화콘텐츠산업 육성사업 추진계획(2023)

[표 103] 2023년 추진사업 요약


4개 분야 10개 사업 7,118백만원 예산
⇒ 기업지원 84개사, 인력양성 150명, 시민향유 13,405명

[단위: 백만원, 개사, 명]

구분	사업명	재원구분	예산	기업지원	인력양성	시민향유
인프라	① 인천콘텐츠기업지원센터 운영 • 입주기업(33개사) 및 인프라 관리운영 • 콘텐츠기업 멤버십프로그램 운영(200명) • 우수 콘텐츠 제작지원(6개사) • 콘텐츠 사업화지원(25개사) • 콘텐츠기업 역량강화 지원(15개사)	국비	1,950	46		
	② 인천형 핵심성장 콘텐츠 제작지원 • 콘텐츠 제작 지원(5개사) • K-콘텐츠 융복합 클러스터 조성 연구용역(공약) • 아카이브시스템 유지관리	시비	750	5		
자금	③ 문화 콘텐츠 맞춤형 사업화지원 • 성장단계 사업화 지원(25개사)	시비	450	25		
	④ 인천형 콘텐츠 유망기업 발굴육성 • 콘텐츠 R&D개발자금 지원(4개사) • 유망기업 로드맵수립 및 경영혁신 지원	시비	800	4		
	⑤ 지역특화 콘텐츠 개발지원 • 지역특화 콘텐츠 개발지원(4개사) • 거점기관 운영(콘텐츠산업 발전협의회 운영) • 성과공유 네트워킹 개최 • 거리조성사업 수요조사 및 계획수립(공약)	국비	720	4		
	⑥ 청년 콘텐츠 우수인재 양성 • 프로젝트기반 콘텐츠 제작교육(25명) • 청년 콘텐츠 서포터즈 운영(10명) • 일자리네트워킹 개최(1회)	시비	110		25	
	⑦ 게임문화 콘텐츠 육성 • 인천 이스포츠 대회 확대개최(공약) • KeG 대통령배 이스포츠 대회 참가지원 • 게임포럼 개최 및 게임구단 지원(4개사 내외) • 풀뿌리 캠프 및 게임 전문인력 양성 • SNS구축 및 운영	시비	1,000		125	2,305
시민향유	⑧ 생활SOC기반 실감형 콘텐츠 체험존 구축운영 • 체험공간 고도화(유지보수, 콘텐츠 개발(2식)) • 신규 체험존 발굴(콘텐츠 개발(2식))	시비	600			3,000
	⑨ 동구 실감형 체험관 탐 운영 • 동구 체험관 시설 위탁운영(스텝 8명)	구비	338			8,100
	⑩ 강화 DMZ 전망대 스마트 체험존 설치사업(신규) • 콘텐츠 개발 및 설치(3식)	구비	400			
	합계		7,118	84	150	13,405

[출처] 인천테크노파크, 2023년 문화콘텐츠산업 육성사업 추진계획(2023)

인천 문화콘텐츠산업 진흥 기본계획 수립

An abstract graphic consisting of several overlapping, curved, concentric-like lines that form a shape resembling a stylized 'C' or a partial circle. The lines are in various shades of gray, creating a sense of depth and movement. This graphic is positioned on the left side of the page, partially overlapping the central text area.

제 3장 전문가 자문 및 설문조사

제 1절 전문가 자문

1. 개요

- (목적) 인천시 문화콘텐츠산업의 방향성을 설정하고, 기업 실태조사 및 수요 조사를 실시하기 위한 전문가 자문실시
- (일시) ‘23.09.01(금) 10:30~11:30 / 2:00~3:00, 09.08(금) 10:30~11:30
- (장소) 인천테크노시티, 인천영상위원회, 인천테크노파크 운영사무실
- (대상) 영상기업, 인천영상위원회, 인천테크노파크
- (질의내용) 인천시 문화콘텐츠산업의 문제점과 장단점, 기술 트렌드 등
 - － 문화콘텐츠산업의 특징
 - － 문화콘텐츠 산업의 전망
 - － 코로나 이후 문화콘텐츠산업 트렌드
 - － 국정과제·중앙정부 문화콘텐츠 정책 방향
 - － 문화콘텐츠 기술개발 방향성
 - － 인천시의 문화콘텐츠 특징
 - － 인천시 문화콘텐츠 정책 방향
 - － 인천시 문화콘텐츠 장·단점
 - － 인천시 유망 문화콘텐츠산업
 - － 문화콘텐츠 기업 필요 지원정책
 - － 기업의 인천시 정주 요건
 - － 수도권(서울·경기)와 비교하여 기업입주의 장단점
 - － 앵커기업 핵심인재 유치 방안
 - － 기타 논의사항

2. 자문내용

○ 전문가들의 주요 자문내용을 정리하면 아래와 같음

[표 104] 전문가 자문내용

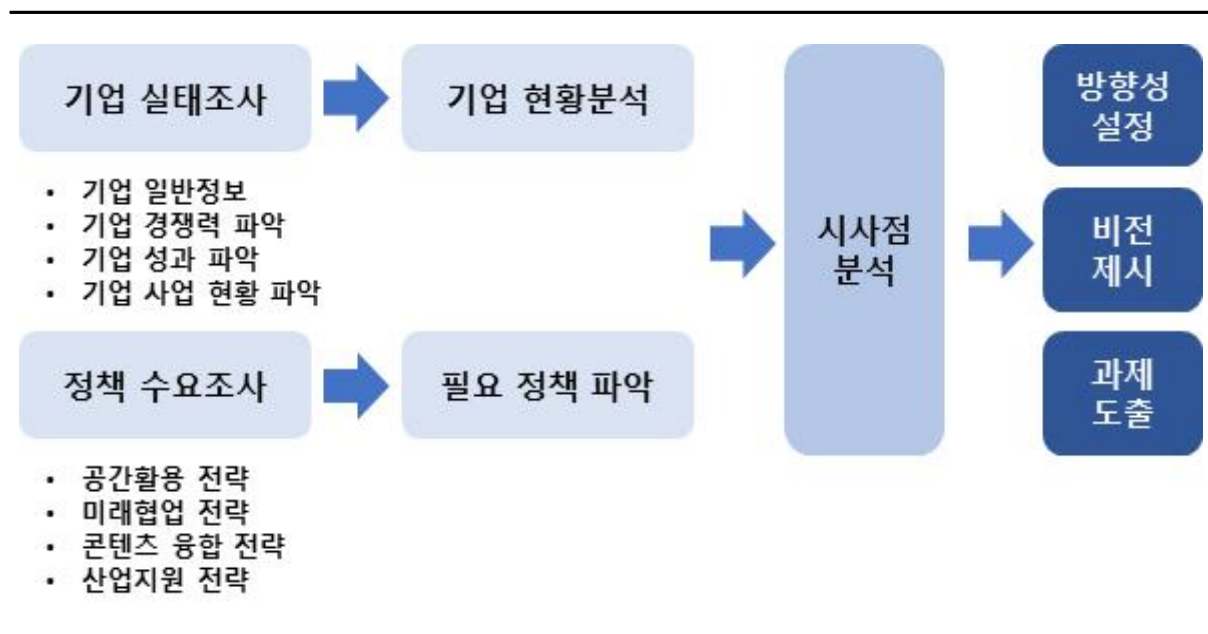
구분	주요 내용
영상기업	<ul style="list-style-type: none"> • 인천은 서울과 경기도가 너무 가까워 특색이 없음. 인천시 조례에 기반해 계획을 세워야 함 • 콘텐츠에 대한 경계와 범주가 애매함. 어떤 것들은 제조업으로 포함이 됨. • 콘텐츠 기업, 직원들에 대한 속성을 파악할 수 있으면 좋음 • 서울에 있는 큰 기업을 끌고 들어오면 좋으며, 다른 기업들도 같이 들어올 수 있음. 신규 기업보다는 데스밸리 3년을 넘긴 기업 • 연속성에 있어서, 중장기를 바라보는 지원책이 없음, 단발적으로 진행 중. • 본래 실감 콘텐츠, 인천에서 제일 먼저 시작함. 장기적으로 살리지 못함 • 기존의 인력양성 따로, 콘텐츠 제작 지원 따로 진행되는 것이 아닌 하나로 통합되어 지원되어야 함 • 영상 장비를 운영 해 줄 수 있는 용역사, 장비업체, 주변에서부터 상황을 만들어주어야 함
인천영상위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 인천을 영화나 영상의 중심을 놓기보단 인천에 올 수밖에 없는 이유를 만들어야 함 • 자본과 기획이 서울 중심으로 돌아가기 때문에, 그 자본이 쓰여지는 도시로 포지셔닝 할 필요가 있음 • 영상은 스튜디오 촬영을 선호. 일종의 로케이션, 날씨에 제한, 소음, 빛, 컨트롤을 할 수 없음. 이를 위한 공공 스튜디오 구축 • 여력이 되면 단지 조성, 그렇지 않으면 그 단지의 컨셉만 결정하고 민자유치 • 기둥 없는 건물 여러 개로 실내 박스형 스튜디오를 구축하면 베이스캠프를 차림. 모든 비용이 절감되며 인천의 로케이션 자원도 확보 • 특화 스튜디오로 개항기 오픈 스튜디오 필요. 여건이 갖추고. 촬영을 하지 않더라도 관광자원 활용 • 활용 위치는 상상 플랫폼, 부두 근처, 공간은 있지만 지대 가격이 관건 • 영상 스튜디오 오퍼레이터는 어느 정도 수준이다 라고 말하긴 어렵지만, 게임 엔진을 활용해서 재현하는 것이기 때문에 실력은 충분히 되어야 함
인천테크노파크	<ul style="list-style-type: none"> • 인천은 정주 자원은 많은데, 융합이 되지 않아 인천의 특색이 잘 나타나지 않음 • 해외 그래파 행사, 그래픽만 전문적으로 하는 페어, 대구가 유치하려고 노력을 하는 중. 아직 못함. 공향이 없기 때문 • 인천이 수도권이랑 가까움. 수도권에 지식정보 산업이 많음. 10년 동안 IT 기업, 물류 관리 시스템, 이미지 처리 시스템, 커머스 플랫폼 만드는 기업들, 우리가 IT 기업이라고 하는 것 콘텐츠 기업들이 몇 개 있음 • 방법론은 문제가 없음, 어떤 방법을 쓰던 상관없음. 재원이 들어가는 것이 고민 • 시가 개입해서 자원을 투입하면 자생이 되지 않기 때문에, 공공에서는 기반을 닦아주는 역할을 하고 자족자생을 유도해야 함 • 마중물식으로 지원하고 스토리가 되면 사람이 옴. 그렇게 하다보면 엔지니어, 인프라, 기업도 지원 가능 • 비슷한 해외 사례를 벤치마킹하여 영역, 테마를 바꿔주면 됨

제 2절 설문조사

1. 개요

- (목적) 인천시 내 문화콘텐츠산업 기업에 대한 현황을 파악하기 위한 기업 실태조사와 그 기업들에 대한 정책지원을 위한 정책 수요조사 실시
- － (기업 실태조사) 인천시 내 문화콘텐츠산업 기업에 실태조사를 통해 경쟁력 진단 및 현황 파악
 - 기업 일반정보
 - 기업 경쟁력 파악
 - 기업 성과 파악
 - 기업 사업 현황 파악
- － (목적) 체계적이고 종합적인 인천시의 문화콘텐츠산업 비전 및 목표설정을 위한 정책방향 수요조사
 - 공간활용 전략(스튜디오, 클러스터 등)
 - 미래협업 전략(기업유치·인재유치)
 - 콘텐츠 융합 전략(산업연계·기술 발전)
 - 산업지원 전략(투자, 기반 조성) 등

<그림 44> 설문조사 개요



- (설문일정) 발주처와의 협의를 통해 설문지 수정보완, 설문조사 대상을 정한 후 설문조사 진행 및 분석

[표 105] 설문조사 일정

기간	구분	내용
8.28-9.8	설문조사 준비	<ul style="list-style-type: none"> 설문조사 대상 설정 설문조사 분야 설정 설문지 작성 및 발주처 검토, 의견조율
9.11-10.25	설문조사 조율 및 진행	<ul style="list-style-type: none"> 발주처와 검토한 설문지 수정 2차 확인을 통한 설문지 최종 확정 설문조사 진행
10.26-11.3	설문조사 분석	<ul style="list-style-type: none"> 조사된 설문내용 정리 데이터 클리닝
11.6-11.8	결과 검토 시사점 도출	<ul style="list-style-type: none"> 설문조사 분석 및 시사점 도출 보고서 반영

- (설문대상) “2021 콘텐츠산업 실태조사”의 대상이 되는 11개 산업분야 중, 인천시와의 협의를 통해 출판과 만화를 제외한 음악, 영화, 게임, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션의 총 9개 분야로 정함

[표 106] 설문조사 대상 범주

대분류	중분류	대분류	중분류
1. 음악	<ul style="list-style-type: none"> 음악제작업 음악·오디오물 온라인 음악유통업 음악공연업 	6. 광고	<ul style="list-style-type: none"> 광고 (종합) 대행업 광고 제작업 온라인업 기타업
2. 영화	<ul style="list-style-type: none"> 영화제작, 지원 및 유통업 	7. 캐릭터	<ul style="list-style-type: none"> 캐릭터 제작업
3. 게임	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 온라인 유통업 	8. 지식정보	<ul style="list-style-type: none"> E-Learning 업 기타 데이터베이스 및 온라인 정보 제공업 포털 및 인터넷 정보 매개 서비스업 가상세계 및 가상현실업
4. 애니메이션	<ul style="list-style-type: none"> 게임 제작 및 배급업 		
5. 방송	<ul style="list-style-type: none"> 방송영상물제작업 	9. 콘텐츠 솔루션	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠 솔루션 CT 제작업

2. 설문지 구성

- 설문지는 한국콘텐츠진흥원에서 실시한 “2021 기준 콘텐츠산업 조사”를 기본으로 하여 본사에서 수행했던 “2020 인천문화콘텐츠산업 마스터플랜 수립 연구”와 “K-콘텐츠 융복합 클러스터 조성사업 타당성 조사 연구용역”을 참조하여 수정 보완 및 재구성 함
- 리서치 전문업체인 리서치&리서치를 통해 설문조사 진행하였으며, 설문지 본 문은 [첨부 1] 참조

[표 107] 설문지 구성 내용

구분	목적	설문지 구성
2021 기준 콘텐츠산업 조사	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠산업 분야의 신뢰성 있는 통계자료 확보 및 콘텐츠산업 정책의 합리적 의사 결정을 위한 지표 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 사업체 정보 사업체 현황 종사자 현황 사업체 해외거래(수출·수입여부)
2020 인천문화콘텐츠산업 마스터플랜 수립연구	<ul style="list-style-type: none"> 인천 문화콘텐츠산업육성 마스터플랜 수립을 위한 현황 조사 및 분석 인천광역시 내 문화콘텐츠산업 기업체를 대상으로 한 실태 파악 기업 현황 분석을 통한 향후 육성정책 수립 근거 마련 	<ul style="list-style-type: none"> 기업일반현황 경영현황 인력현황 콘텐츠 개발 및 제작 현황 해외진출현황 마케팅 현황 사업자 입지 조건 자금조달 및 투자현황 인천 문화산업 육성정책 수요 기타 의견
K-콘텐츠 융복합 클러스터 조성사업 타당성 조사 연구용역	<ul style="list-style-type: none"> 인천 콘텐츠 기업의 수요를 반영한 클러스터 주요 정책 방향 설정 	<ul style="list-style-type: none"> 클러스터 방향성 클러스터 지원 프로그램 클러스터 공간 활용 클러스터 입주 의향 협업수요 및 애로사항 기업 일반현황



본 연구 설문지 구성	기업 실태조사	정책 수요조사
	<ul style="list-style-type: none"> 기업 일반현황 경영현황 인력 현황 콘텐츠 개발 및 제작 현황 사업장 입지 조건 자금조달 및 투자현황 해외진출 현황 	<ul style="list-style-type: none"> 지원사업 수행 여부 지원사업 개선 방향 인천 특화분야(기술·산업) 인천 특화분야(기업·인재) 인천 특화분야(기타 애로사항)

3. 설문 결과

3.1. 기업 실태조사

□ 기업 일반현황

- 응답기업은 총 100개사로 콘텐츠산업특수분류표 기준 콘텐츠솔루션 분야가 48개사(48.0%)로 가장 많았으며, 지식정보(이러닝) 20개사(20%), 영화 15개사(15.0%), 방송(미디어) 9개사(9.0%), 게임 6개사(6.0%), 애니메이션 / 캐릭터 각각 1개사(1.0%)의 순을 따름
- － 사업자 형태는 회사법인이 85개사(85.0%)로 대부분을 차지함
- － 사업체 구분은 단독사업체가 87개사(87.0%)로 가장 많았으며 본사 10개사(10.0%)가 뒤를 이음
- － 기업 상장여부는 100개 모두 비상장이었으며, 벤처 기업지정 여부는 24개(24.0%)로 나타남

[표 108] 설문조사 응답자 특성표

구분	중분류	사례수	비중(%)
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	6.0
	영화	15	15.0
	애니메이션	1	1
	방송(미디어)	9	9.0
	캐릭터	1	1.0
	지식정보(이러닝)	20	20.0
	콘텐츠솔루션	48	48.0
사업자 형태	개인사업체	15	15.0
	회사법인	85	85.0
	기타	3	3.0
사업체 구분	단독사업체	87	87.0
	본사	10	10.0
	공장	1	1.0
	기타	2	2.0
기업상장여부	비상장	100	100
벤처기업지정여부	대상	24	24.0
	비대상	76	76.0
합계		100	100.0

□ 경영현황(재무현황)

○ 기업의 재무현황은 총 88곳이 응답하였으며, 세부 내용은 아래와 같음

- 자본금은 지식정보(이러닝)이 153.9백만원으로 가장 많았으며 방송(미디어)가 84.6백만원으로 뒤를 이음
- 총매출은 지식정보(이러닝)이 2,539.6백만원으로 가장 많았으며 영화가 1,057.2백만원으로 뒤를 이음
- 수출액은 게임이 29.3백만원으로 가장 많았으며 영화가 18.6백만원으로 뒤를 이음
- 연간 인건비는 방송(미디어)와 지식정보(이러닝)이 414.4백만원으로 가장 높았으며 영화가 370.1백만원으로 뒤를 이음
- 투자규모는 지식정보(이러닝)이 127.1백만원으로 가장 높았으며 콘텐츠솔루션 9.5백만원을 제외하고 나머지는 미미한 수치로 나타남

[표 109] 재무현황(평균)

[단위: 백만원]

구분	중분류	사례수	자본금	총매출	수출액	연간 인건비	투자 유치규모
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	49.5	236.8	29.3	156.4	0.0
	영화	14	27.5	1,075.2	18.6	370.1	0.0
	애니메이션	1	5.0	790.0	0.0	184.0	0.0
	방송(미디어)	9	84.6	746.5	0.9	414.4	0.7
	캐릭터	1	55.0	33.0	0.0	188.0	0.0
	지식정보(이러닝)	16	153.9	2,539.6	6.3	414.4	127.1
	콘텐츠솔루션	41	74.0	563.7	10.2	256.4	9.5
합계		88	79.6	1013.2	10.9	305.4	28.4

□ 인력 현황

○ 기업의 인력 현황은 총 100곳이 응답하였으며(중복응답), 세부 내용은 아래와 같음

- 응답 전체로 보았을 때 외주인력이 3,001명(평균 30.0명)으로 가장 많았으며 정규직 694명(평균 6.9명), 비정규직 115명(평균 1.2명)의 순으로 나타남
- 지식정보(이러닝) 분야는 외주인력이 압도적으로 많았으며, 해당 분야를 제외하고 모든 분야는 비정규직이나 외주인력보다 정규직 인원이 많은 것으로 나타남
- 방송(미디어) 분야는 정규직과 외주인력의 분포가 비슷하게 나타남(정규직 평균 7.6명, 외주인력 7.1명)
- 벤처기업 지정 여부로 구분은 지정 대상은 정규직이(평균 12.5명), 비대상은 외주 인력이(평균 38.8명)으로 나타남

[표 110] 인력현황

[단위: 명]

구분	중분류	사례수	정규직		비정규직		외주인력		전체	
			평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	4.3	26.0	0.5	3.0	0.8	5.0	5.7	34.0
	영화	15	9.3	139.0	0.6	9.0	2.7	41.0	12.6	189.0
	애니메이션	1	10.0	10.0	6.0	6.0	0.0	0.0	16.0	16.0
	방송(미디어)	9	7.6	68.0	0.7	6.0	7.1	64.0	15.3	138.0
	캐릭터	1	8.0	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0	8.0
	지식정보(이러닝)	20	8.1	161.0	2.1	41.0	141.0	282.0	151.1	3022.0
	콘텐츠솔루션	48	5.9	282.0	1.0	50.0	1.5	71.0	8.4	403.0
벤처기업 지정여부	대상	24	12.5	300.0	1.8	42.0	2.2	52.0	16.4	394.0
	비대상	76	5.2	394.0	1.0	73.0	38.8	2949.0	44.9	3416.0
합계		100	6.9	694	1.2	115	30.0	3001	38.1	3,810

□ 평균연령대

- 평균연령대를 정규직, 비정규직, 외주인력으로 나누어 살펴보면 아래와 같음
- (정규직) 30대가 53%로 가장 많았으며 20대가 20%, 40대 16% 50대 이상 11% 순으로 나타남
 - － 게임산업은 30대가 83.3%로 가장 높은 비중을 차지함
 - － 지식정보(이러닝)은 30대와 40대가 비슷한 비중을 차지하였으며, 콘텐츠 솔루션은 30대가 가장 큰 비중을 차지함
 - － 벤처기업 지정여부 구분으로 보았을 때는 모두 30대가 가장 큰 비중을 차지함

[표 111] 평균연령대(정규직)

[단위: %]

구분	중분류	사례수	20대	30대	40대	50대 이상
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	0.0	83.3	16.7	0.0
	영화	15	20.0	60.0	6.7	13.3
	애니메이션	1	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송(미디어)	9	22.2	44.4	0.0	33.3
	캐릭터	1	100.0	0.0	0.0	0.0
	지식정보(이러닝)	20	5.0	45.0	40.0	10.0
	콘텐츠솔루션	48	25.0	54.2	12.5	8.3
벤처기업 지정여부	대상	24	33.3	58.3	4.2	4.2
	비대상	76	15.8	51.3	19.7	13.2
합계		100	20.0	53.0	16.0	11.0

- (비정규직) 30대가 48.3%로 가장 많았으며 20대가 41.4%, 40대 6.9%, 50대 이상 3.4%의 순으로 나타남
 - － 지식정보(이러닝)과 콘텐츠 솔루션 분야에서 비정규직 사례가 많았으며 30대, 20대가 높은 비중을 차지함
 - － 40대 이상 비정규직은 방송·미디어(100%), 지식정보(이러닝)(12.5%), 콘텐츠 솔루션(7.7%)에서만 나타남

[표 112] 평균연령대(비정규직)

[단위: %]

구분	중분류	사례수	20대	30대	40대	50대 이상
콘텐츠산업 특수분류표	게임	2	50.0	50.0	0.0	0.0
	영화	4	25.0	75.0	0.0	0.0
	애니메이션	1	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송(미디어)	1	0.0	0.0	100.0	0.0
	캐릭터	0				
	지식정보(이러닝)	8	37.5	50.0	12.5	0.0
	콘텐츠솔루션	13	46.2	46.2	0.0	7.7
벤처기업 지정여부	대상	8	62.5	37.5	0.0	0.0
	비대상	21	33.3	52.4	9.5	4.8
합계		29	41.4	48.3	6.9	3.4

○ (외주인력) 외주인력은 30대가 48.8%로 가장 많았으며 20대 30.2%, 40대 16.3%, 50대 이상 4.7%의 순으로 나타남

- 게임, 영화, 방송·미디어 분야에서 30대의 비중이 50% 이상으로 나타남
- 벤처기업 지정 여부 구분은 대상, 비대상 모두 30대가 가장 높았으나(70.0%, 42.4%), 비대상은 20대가 33.3%의 적지 않은 비중을 차지함

[표 113] 평균연령대(외주인력)

[단위: %]

구분	중분류	사례수	20대	30대	40대	50대 이상
콘텐츠산업 특수분류표	게임	2	50.0	50.0	0.0	0.0
	영화	11	45.5	54.5	0.0	0.0
	애니메이션	0				
	방송(미디어)	6	16.7	50.0	16.7	16.7
	캐릭터	0				
	지식정보(이러닝)	8	0.0	37.5	50.0	12.5
	콘텐츠솔루션	16	37.5	50.0	12.5	0.0
벤처기업 지정여부	대상	10	20.0	70.0	10.0	0.0
	비대상	33	33.3	42.4	18.2	6.1
합계		43	30.2	48.8	16.3	4.7

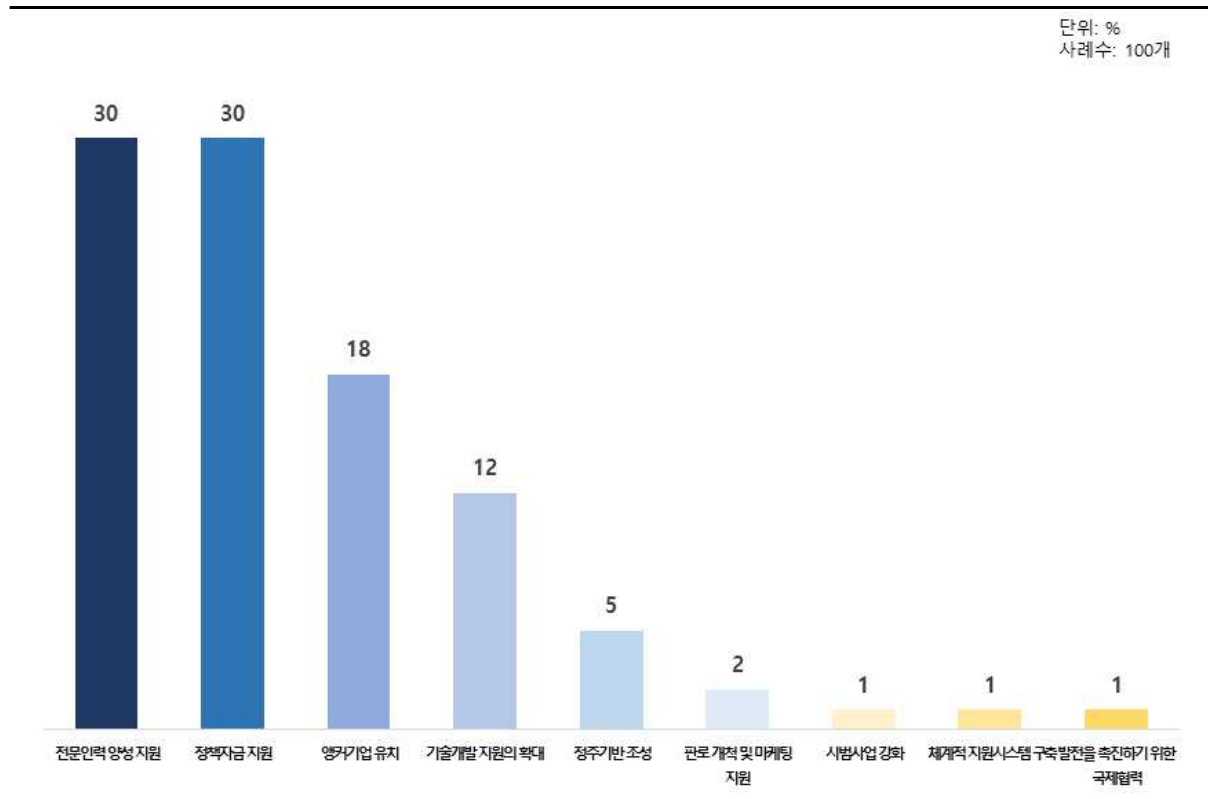
3.2. 정책 수요조사

□ 문화콘텐츠사업 활성화를 위한 추후 지원 정책과제

○ 문화콘텐츠사업 활성화를 위한 추후 지원 정책과제를 묻는 질문에 “전문인력 양성지원” 과 “정책자금지원” 이 30.0%로 가장 높게 나타났으며 “앵커기업 유치” 18.0%. “기술개발 지원의 확대” 12.0%, “정주기반 조성” 5.0%의 순으로 나타남

- 산업별로 살펴보면 게임(50.0%), 영화(33.3%), 애니메이션(100.0%), 방송(미디어)(33.3%), 캐릭터(100.0%)에서 “전문인력 양성지원” 이 높게 나타남
- 영화(40.0%), 콘텐츠솔루션(33.3%)에서 “정책자금지원” 이, 영화(26.7%), 방송(미디어)(33.3%)에서 “앵커기업 유치” 가 높게 나타남
- 1+2순위로 살펴보면 “전문인력 양성지원” 이 58.0%로 가장 높게 나타났으며, “정책자금지원” 이 52.0%, “앵커기업 유치” 40.0%. “기술개발 지원의 확대” 31.0%, “정주기반 조성” 8.0%의 순으로 1순위와 동일하게 나타남

<그림 45> 추후 지원 정책과제



□ 바라는 정책 분야

- 관계부서에 바라는 정책분야를 묻는 질문에서는 “정책자금지원”이 80.00점으로 가장 높게 나타났으며, “콘텐츠 전문인력 양성교육 프로그램 지원”이 70.75점, “콘텐츠 제작 인프라(테스트베드 등) 비즈매칭 영역(Zone) 지원”이 64.75점, “정주기반 조성”이 63.75점, “앵커기업 유치”가 62.75점, “전주기별 지원시스템”이 58.50점의 순으로 나타남
- － 세부적으로 살펴보면 “정책자금지원” 항목은 산업 전반적으로 고르게 응답되었으며, 게임분야에서 75.00점으로 가장 낮게 응답됨
 - － “콘텐츠 전문인력 양성교육 프로그램 지원” 항목은 애니메이션과 캐릭터 분야에서 평균보다 높게 응답됨
 - － “전주기별 지원 시스템”은 캐릭터와 방송(미디어) 분야에서 평균보다 높게 응답 됨
 - － 해당 점수분포는 앞선 질문인 “문화콘텐츠사업 활성화를 위한 추후 지원 정책과제”의 “전문인력 양성지원”과 “정책자금지원”이 가장 높은 응답이 나온 방향과 일치함
 - － “전주기별 지원 시스템”이 가장 낮게 응답된 이유로는 인천시 내 문화콘텐츠 기업들이 지원사업에 대한 혜택을 많이 받지 못하여, 지속적인 지원의 방향성까지는 미치지 못하는 것으로 파악

[표 114] 관계부서에 바라는 정책 분야

[단위: %]

구분	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	5점 평균	100점 평균
	①	②	③	④	⑤		
정책자금 지원	0.0	0.0	0.0	80.0	20.0	4.20	80.00
콘텐츠 전문인력 양성교육 프로그램 지원	0.0	0.0	19.0	79.0	2.0	3.83	70.75
콘텐츠 제작 인프라(테스트베드 등) 비즈매칭 영역(Zone) 지원	0.0	0.0	59.0	41.0	0.0	3.59	64.75
전주기별 지원 시스템	0.0	0.0	66.0	34.0	0.0	3.34	58.50
정주기반 조성	0.0	0.0	46.0	53.0	1.0	3.55	63.75
앵커기업 유치	0.0	0.0	52.0	45.0	3.0	3.51	62.75

3.3. 시사점

기업 실태조사 시사점

- 자본금, 총매출, 연간 인건비, 투자규모에서 지식정보(이러닝)이, 수출액은 게임 분야와 콘텐츠 솔루션에서 높게 나타남
- 인력확보 현황은 매우 어려운 상황으로 파악되며, 인력확보가 어렵다고 응답한 83개 기업은 근무지 조건이 가장 큰 제약으로 나타남. 인력확보가 원활하다고 응답한 17개 기업은 전문/숙련인구 풍부가 가장 높게 나타남. 인천이라는 지리적 위치가 인력확보가 어려운 것으로 파악되지만, 인력의 숙련도나 역량이 낮지는 않은 것으로 파악됨
- 콘텐츠 개발 제작 상황은 호전 중으로 파악되며, 어려운 점으로는 내부 역량 및 개발 경험 부족이, 중점 지원 사항으로는 최신 정보제공이 가장 높게 나타나 각 기업들에게 트렌드 파악 및 신기술 안내 등을 통한 정보제공과 제작 경험 공유 등을 통해 개발 역량을 키워야 함
- 기업의 10곳 중 9곳은 지역을 옮긴 적이 없는 것으로 나타나 인천지역에서 시작한 기업의 비중이 높은 것으로 나타남. 사업장 입지 조건과 타 지역 이전 요인에서 전문인력 확보 용이와 임대료, 입지 비용이 높게 나타나 인력과 부대비용이 기업의 입지 조건에 가장 중요한 것으로 나타나 이에 대한 지원이 필요
- 자금조달은 대부분 자기자본으로 나타났으며, 정부지원은 미미한 수준으로 파악됨. 우선 투자 분야로 콘텐츠 관련 투자, 기존 설비 확대, 신규사업 투자 등이 높게 나타났으나 자기자본의 형태인 기업들이 대부분이라 기존 인프라 임차비 등으로 지출되어 적극적인 투자 여력이 많지 않음
- 해외 진출 경험은 적은 것으로 나타났으며 애로사항으로 정보부족과 해외 거래처 및 바이어 발굴 역량 부족이 높게 나타남. 이는 지식재산권이 국내에 비해 국외가 부족한 것과도 연계됨. 인천이 해외로 진출하기 쉬운 지리적 요건과 가까운 중국 시장의 수출입 비중이 높다는 것을 바탕으로 기업들의 적극적인 해외 진출과 활동을 위한 지원이 필요함

정책 수요조사 시사점

- 사업지원에 대하여 약 70%가 혜택을 받지 못한 것으로 파악되며, 그 이유로 혜택이나 지원사업이 있는지 모른다는 응답이 가장 높은 것으로 나타남. 개선점에서도 제작지원사업 개선 및 확대가 가장 높게 응답된 것으로 보아 더 효과적인 홍보나 안내, 사업 대상 확대 필요
- 지원사업을 수혜받은 기업들은 대체적으로 보통 이상으로 만족하였으며, 혜택 내용 역시 좋았다가 가장 높은 것으로 나타나 지원받은 내용에 사업들은 내실있고 적합한 것으로 파악 됨
- 인천 지역 특화를 위한 기술 수요로는 데이터(기술·산업)·인공지능(미래 콘텐츠) / 방송·영상제작 스튜디오(기반 콘텐츠)들이 뽑혔으며, 해당 기술들을 도입하기 위한 지원으로는 인재유치와 기업유치가 높게 나타남. 단순 기술의 개발뿐만 아니라 인재와 기업의 육성을 통해 기반기술을 만들어 내고 산업으로 연결되는 구조를 만들 필요가 있음
- 유치 앵커기업으로는 지식정보 분야 수요가 높아 기업 실태조사 시장규모와 일치하였으며, 장점으로는 고용창출과 파생산업 생성을 기대하여 앵커기업 유치를 통한 지역 경제를 활성화가 예측됨
- 앵커기업 유치를 위한 혜택으로 세제혜택과 전문인력 양성이 높게 나타나 파격적이고 장기적인 세제혜택을 고민할 필요가 있으며, 기업들의 수요를 바탕으로 인력양성과 연계하여 기업지원 혜택을 만들 필요가 있음
- 서울 경기에 비하여 부족한 분야에 대하여 전문인력 확보와 생활의 편리성(주거, 교통 문화 등) 이 높게 나타나 수도권으로서 인천의 한계를 나타내고 있음. 인천은 상대적으로 서울 경기에 대하여 한계를 보이고 있기 때문에, 공항, 항만 등의 인천만의 장점을 통해 글로벌 진출이나 수출의 교두보 역할 등의 전략적인 방향을 취해야 함
- 추후 정책지원 과제에서 인력양성과 정책자금지원이 높게 나타나 기업지원에 있어서 설문 전반적인 부분에서 인력과 재정이 필요한 것으로 나타남. 인력유입 뿐만 아니라 정주환경이나 인프라 개선 등을 통해 유출의 방지도 고민해야 하며, 재정지원은 기업이 실제로 필요한 세제혜택이나 관리비 공과금, 자본 대출 등 수요를 바탕으로 지원이 될 필요가 있음
- 기타 바라는 정책 분야 역시 정책자금 지원, 인력 양성교육 프로그램 지원, 등의 순으로 나타나 유사한 방향성을 보이고 있으며, 전주기별 지원시스템이 가장 낮은 점수를 보였는데 이는 많은 기업들이 지원혜택을 받지 못하여 전주기적 지원의 필요성까지 생각하진 못하는 것으로 해석 됨



제 4장 비전 및 전략수립

제 1절 전략 도출

1. 전략 체계도



2. SWOT 분석 및 추진 전략 도출

☐ 환경분석

- 우수한 인적자원 · 인프라
- 기존의 제조업, 도소매업 위주에서 부가가치가 높은 문화콘텐츠산업으로의 전환 필요성
- 공항, 항만 등을 통한 해외 진출의 용이, 가까운 중국 수출입 1위
- 시에서 중점적으로 진행하는 대규모 문화콘텐츠 정책 · 인프라 구축
- 국가 경쟁력 증대를 목적으로 적극적인 문화콘텐츠 수출 활성화
- 출판물 제외한 모든 문화콘텐츠 분야 시장 성장세
- 증가하는 1인 미디어 산업과 확대되는 산업구조
- 신기술의 도입을 통해 새로운 시장 개척 및 타산업과의 연계 진행

☐ 사례분석

- 서울, 경기도는 종합적인 문화콘텐츠 지원, 광주·전남은 실감콘텐츠 중심 지원, 부산은 영화 중심
- 산업클러스터를 구축하기 위해선 세제혜택, 정주조건, 인프라 확보 등 다양한 요인 필요
- 문화콘텐츠산업을 지원하기 위한 전담 조직 존재
- 기업들의 지원을 위한 민간 · 정부 연계 펀드 운용
- 문화콘텐츠의 관광 자원화를 통한 지역사회 발전 및 도시재생

☐ 설문조사

- (지원사업 확대) 정책 수혜대상을 확대하기 위한 범위 확대와 정책 안내 설명회 · 수요조사 필요
- (기업 유치에 위한 혜택) 파격적인 세제 혜택, 정주조건을 위한 인프라 구축 등 적극적인 혜택 필요
- (문화콘텐츠 기업 역량 확대) 단기적으로는 정책의 대상을 확대하고 재정을 지원을 확대하는 방향으로, 장기적으로는 기업 역량을 키울 수 있는 전주기 · 고도화 방향의 정책 필요
- (인천만의 전략 필요) 수도권에서의 인천만의 전략을 통해 서울 경기와 차별화된 문화콘텐츠 전략 수립 필요(글로벌 진출의 교두보 마련, 기업 해외진출 지원 등)

□ SWOT 분석에 따른 전략방향 모색

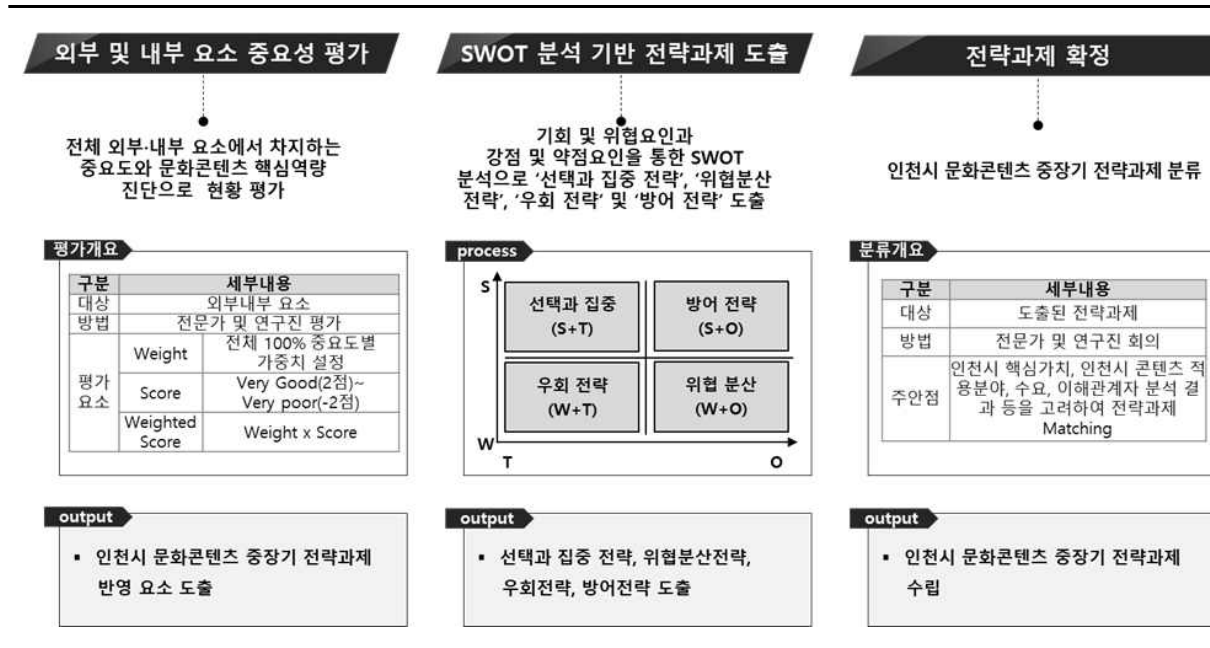
[표 115] SWOT 분석

강점 요인(Strength)	약점 요인(Weakness)	
(S1)광역시 2위의 경제, 인구, 산업구조 (S2)우수한 산업 인프라와 교통 인프라 보유 (공항, 섬) : 개화기 도시 문화콘텐츠 도시 정체성(지역특색을 통한 관광자원화)가능 (S3)섬, 개화기 문화 등 풍부한 관광자원 보유 (S4)서울, 경기도 비교적 가까워 인재를 끌어다 쓸 수 있음 (S5)XR/영상/미디어 부문 기업의 높은 선호도 (S6)로케이션 지역 2위(2023년 촬영지원 통계) (S7)인천시의 지속적 문화콘텐츠산업 육성 의지(문화산업을 일관되게 육성) (S8)대규모 도시개발사업 등 인구 증가세(르네상스, 영상문화지구 등)	(W1)서울과 경기도에 비하여 부족한 정주기반(주거, 교통 등 인재들의 정주환경이 조성이 필요함) (W2)서울, 경기도와 가까우며, 인천시 특징적인 차별화 부족 (W3)핵심인력 및 앵커기업의 부재 (W4)기업의 중장기적(전략적) 지원이 없으며, 통합지원 미비(기업고용, 세제혜택, 제작지원 등 기업환경조성이 미비함) (W5)첨단 실내스튜디오 부족(첨단 VX스튜디오 등 제작환경) (W6)기업들의 낮은 지원사업 수혜 (W7)관련산업기반 취약, 규모 영세성, R&D역량 취약 (W8)부족한 문화콘텐츠 기술 및 인프라 부족 (W9)인천시 특징적 (국제)행사가 없음	
기회 요인(Opportunity)	위협 요인(threat)	
(O1)지속적으로 성장하는 문화콘텐츠 시장의 관광자원화 가능 (O2)콘텐츠 및 타 산업과의 융복합 활발 (O3)실감콘텐츠, AI융합, 콘텐츠 IP 융복합 등 솔루션 (O4)지역혁신기관 간 협업을 통한 문화 융합 기술개발 활성화 가능 (O5)첨단산업 중심 고부가가치 경제 전환	(T1)인재와 기업의 인천 외 수도권으로의 유출 (서울·인천지역의 과밀화, 균형발전 중요성) (T2)글로벌 단위의 IP(지식재산) 확보 경쟁 심화(IP 포트폴리오 발굴 시급) (T3)기업 자생이 부족하여, (공공 지원)기업·인재·자원을 활용할 재원 지원이 부족함 (T4)로컬 및 글로벌 경쟁 심화(모든 지역에서 문화콘텐츠산업 육성을 위해 적극적인 투자가 이루어지고 있으며, 이에 따라 지역간 경쟁이 심화)	
▼		
전 략 1 지역기반기업 동반성장 (글로벌, 융합)	전 략 2 미래 신산업 발굴 (강소기업 기술연합)	전 략 3 기반 인프라 조성 (인재, 인프라)

□ 전략수립 프레임워크

- 전략방향성은 ICT 환경변화, 정책, 시장, 기술 등 외부환경 분석과 기업 및 수요 분석을 통해 디지털트윈 생태계에 영향을 미치는 SWOT 요소를 도출하고 SWOT 분석으로 전략을 수립함

<그림 46> 전략수립 프레임워크



□ 전략대안 도출

- SWOT 분석을 통해 총 9개의 전략 대안을 도출함

- (SO 전략) ① 지속적인 투자 의지를 통한 산업(문화)융합 개발 활성화, ② 개화기 도시문화 등 스토리를 통한 다양한 장르 개발지원, ③ 지속적 지원을 통한 기업들 IP 비즈니스 개발지원
- (WO 전략) ④ 야외촬영과 공공 실내스튜디오 보완을 통한 통합촬영지, 후반 작업(제작장소) 기반 마련, ⑤ 앵커기업을 유치하여, 관련 기업들 협업 전략, 1인(소규모) 콘텐츠, 작가발굴 플랫폼(활동공간·영역) 개발 필요, 사업간 연계를 통한 전주기 지원체계 확충
- (ST 전략) ⑥ 기술강소기업+인천토종기업 연합을 통한 기술전수, ⑦ 글로벌 교통요지로 글로벌화 강화
- (WT 전략) ⑧ 대학 인재 양성을 통한 기업협력체계 강화, ⑨ 서울, 경기도에 집중된 관련 부족하며, (특화된)인프라 소비지 전략

[표 116] 전략대안 도출

<div>외부환경</div> <div>내부역량</div>	기회요인(Opportunities)	위협요인(Threats)
	(O1)지속적으로 성장하는 문화콘텐츠 시장의 관광자원화 가능 (O2)콘텐츠 및 타 산업과의 융복합 활발 (O3)실감콘텐츠, AI융합, 콘텐츠 IP 융복합 등 솔루션 (O4)지역혁신기관 간 협업을 통한 문화 융합 기술개발 활성화 가능 (O5)첨단산업 중심 고부가가치 경제 전환	(T1)인재와 기업의 인천 외 수도권으로의 유출 (T2)글로벌 단위의 IP(지식재산) 확보 경쟁 심화 (T3)기업 자생이 부족하여, (공공 지원)기업·인재·자원을 활용할 자원 지원·활동 영역이 부족함 (T4)로컬 및 글로벌 경쟁 심화
강점요인(Strengths)	선택과 집중 전략(SO전략)	우회 전략(ST전략)
(S1)광역시 2위의 경제, 인구, 산업구조 (S2)우수한 산업 인프라와 교통 인프라 보유(공항, 섬) :개화기 도시 문화콘텐츠 도시 정체성(지역특색을 통한 관광자원화)가능 (S3)섬, 개화기 문화 등 풍부한 관광자원 보유 (S4)서울, 경기도가 비교적 가까워 인재를 끌어다 쓸 수 있음 (S5)XR·영상·미디어 부문 기업의 높은 선호도 (S6)로케이션 지역 2위 (S7)인천시의 지속적 문화콘텐츠 산업 육성 의지 (S8)대규모 도시개발사업 등 인구 증가세	① 지속적인 투자 의지를 통한 산업(문화)융합 개발 활성화	⑦ 기술강소기업+인천토종기업 연합을 통한 기술전수
	② 개화기 도시문화 등 스토리를 통한 다양한 장르 개발 지원	
	③ 지속적 지원을 통한 기업들 IP 비즈니스 개발지원	⑧ 글로벌 교통요지로 글로벌화 강화(해외 인재 유입 용이(활발))
약점요인(Weaknesses)	위협분산 전략(WO전략)	방어 전략 (WT전략)
(W1)서울과 경기도에 비하여 부족한 정주기반 (W2)서울, 경기도와 가까우며, 인천시 특징적인 차별화 부족 (W3)핵심인력 및 앵커기업의 부재 (W4)기업의 중장기적(전략적) 지원이 없으며, 통합지원 미비 (W5)첨단 실내 스튜디오 부족 (W6)관련산업 기반취약, 규모 영세성, R&D 역량 취약 (W7)부족한 문화콘텐츠 기술 및 인프라 부족	④ 앵커기업을 유치하여, 관련 기업들 협업 전략	⑨ 대학 인재 양성을 통한 기업 협력체계 강화
	⑤ 사업간 연계를 통한 전주기 지원체계 확충	
	⑥ 1인(소규모) 콘텐츠, 작가발굴 등 플랫폼 개발 필요	⑩ 서울, 경기도에 집중된 관련 부족 (특화된)인프라 소비지 전략

□ 전략방향성 수립

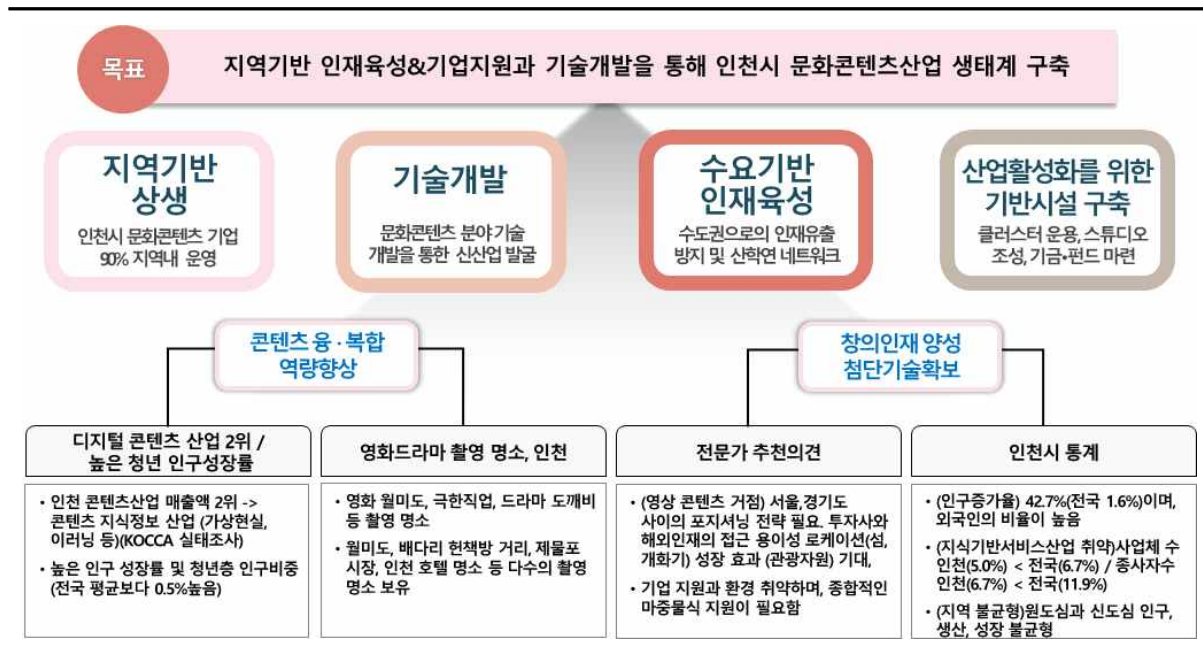
○ 도출된 전략대안에 따라 추진전략과 전략방향성을 도출함

[표 117] 전략방향성 도출

근거	전략대안	추진전략	전략방향성
WO1	앵커기업을 유치하여, 관련 기업들 협업 전략	미래 신산업(기술) 발굴	기술발전 저변 확대
SO1	지속적 지원을 통한 기업들 IP 비즈니스 개발지원		
ST1	기술강소기업+인천토종기업 연합을 통한 기술전수		
SO2	개화기 도시문화 등 스토리를 통한 다양한 장르 개발 지원	지역기반 자원활용 (글로벌, 융합)	산업생태계 조성
ST2	글로벌 교통요지로 글로벌화 강화(해외 인재 유입 용이(활발))		
WT1	서울, 경기도에 집중된 관련 부족 (특화된)인프라 소비지 전략	기반 인프라 조성 (펀딩, 인프라)	
SO3	지속적인 투자 의지를 통한 산업 (문화)융합 개발 활성화		
WO2	사업간 연계를 통한 전주기 지원체계 확충		
WO3	1인(소규모) 콘텐츠, 작가발굴 등 플랫폼 개발 필요	창의인재 양성	
WT2	대학 인재 양성을 통한 기업협력체계 강화		

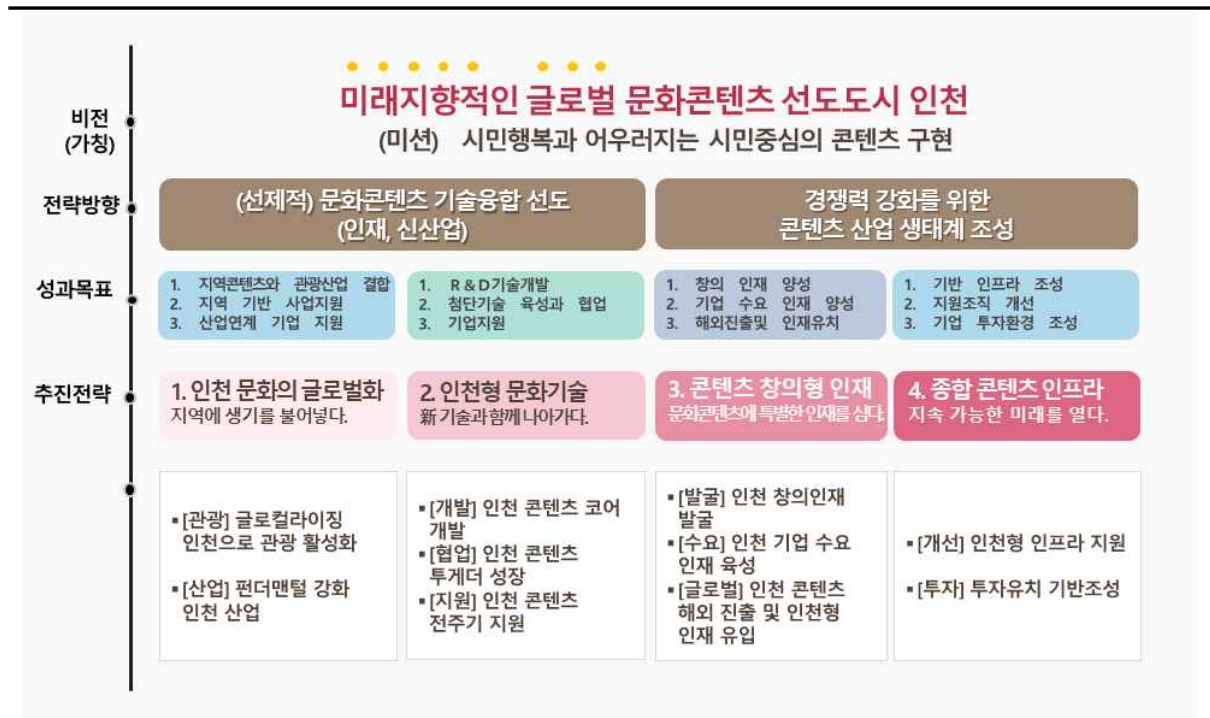
□ 비전(안)

<그림 47> 비전(안)



□ 비전 및 전략체계(안)

<그림 48> 미션·비전



□ 세부과제 목록

전략	핵심 전략과제	세부과제	페이지
① 인천 문화의 글로벌화 [지역기반]	1. 지역기반 환경조성	① 지역특화 도시콘텐츠	202
		② 인천 시민참여형 콘텐츠	203
	2. 산업 연계 지원	① 동반성장 더블업 (Double-up)	204
② 인천형 문화기술 콘텐츠 [기술분야]	1. 기술개발	① 인천형 IP(Intellectual Property) 개발	205
	2. 기술협업	① 기업연계 기술혁신	206
		② 산학연관 혁신성장 네트워크	207
	3. 기업지원	① AtoZ 콘텐츠 기업 육성 청사진 (Blue Print)	208
		② 콘텐츠 기업 맞춤형 육성 (Accelerating)	209
③ 콘텐츠 창의형 인재 [인재양성]	1. 창의 인재발굴	① 콘텐츠 융복합 플랫폼 I (Incheon+I)	210
	2. 기업수요 인재양성	① 기업주도 창의인재 배출 프로그램	211
	3. 해외진출/인재유입	① 글로벌 인재(Talents) 인큐베이팅(Incubating)	212
④ 종합 콘텐츠 인프라 [인프라]	1. 인프라 개선	① 첨단(Next Level) 콘텐츠 혁신 인프라	213
		② 콘텐츠산업 육성 전담조직	214
	2. 투자유치 인프라 조성	① 콘텐츠 성장기업 모태펀드	215
		② 콘텐츠 융복합 앵커기업 정착	216

3. 전략 방향

전략방향 1 인천 문화의 글로벌화

1-1 지역기반 환경조성

□ 추진배경

- (인천의 관광자원 활용 필요) 인천의 관광 잠재력을 활용하여 콘텐츠 산업과의 적용을 통해 시너지 효과 필요
 - － (인천의 관광 잠재력) 인천은 섬·바다·산이 모두 있는 도시로, 수도권이라는 지리적 이점과 세계적인 공항과 항구가 있는 교통의 요충지임. 지역의 특색을 콘텐츠화하여 관광산업을 활성화 방안 필요
 - － (시민참여를 유도하는 다양한 방안 활용) 시민참여 콘테스트, 페스티벌 등을 활용하여 인천의 고유 지역자원을 활용하여 시민들에게 친숙하게 다가갈 수 있는 원천 IP를 개발하는 등 인천의 지역 콘텐츠를 활용하는 방안을 도출함

□ 서비스 세부내용

- (콘텐츠 발굴 지원사업) 다양한 분야를 연계한 융복합 콘텐츠를 개발하고, 시민이 참여하는 인천만의 스토리 발굴
- (인천 관광 콘텐츠 개발) 인천이 보유하고 있는 관광자원(섬, 개화기 문화유산)에 문화콘텐츠 역량을 접목시켜 인천의 특색을 표현, 관광 자원화하여 관광객의 장기 체류 유도
- (도시재생) 기존에 진행되고 있는 문화콘텐츠 사업이나 도시재생사업과 연계하여 시너지 효과 추구
- (지역 문화콘텐츠 페스티벌) 기업이 주관, 지역 학생(고등학교·대학교)과 시민이 참여하는 지역 문화콘텐츠 페스티벌 진행
- (찾아가는 문화콘텐츠 박물관) 문화콘텐츠 취약계층을 위한 찾아가는 문화콘텐츠 서비스 지원

□ 기대효과

- 인천시 지역문화 발전 및 관광산업 연계 발전
- 인천시만의 특색있는 문화콘텐츠 브랜드 활성화
- 학생들의 참여로 인한 문화콘텐츠 인력 조기 양성 및 발굴
- 시민참여로 인한 인천시에 대한 소속감 증대
- 지역소멸 위기 해소 및 지역경제 활성화

1-2 지역산업 연계지원

□ 추진배경

- (빅 블러 현상) 타 콘텐츠 산업과의 경계가 사라지는 현상
 - － 인기 게임이 동명의 드라마 및 영화로 제작되는 등 타 콘텐츠 산업과의 경계가 희미해지고 있으며 그 중심에는 게임이 자리 잡고 있음
 - － 소비자가 게임에 기대하는 역할도 ‘킬링타임’의 수단을 넘어 다른 사용자와 소통하고 협력하는 일종의 소셜 네트워크로 발전 중
 - － 영화 촬영지나 세트 장소가 콘텐츠가 유명해지며 관광 자원으로 활용 가능
- (타산업과 연계) 문화콘텐츠와 타 산업 연계를 통한 두 산업 간 시너지 효과 상승
 - － 제조업 홍보를 위한 캐릭터·애니메이션 활용 사례
 - － VR/XR 등을 활용한 제조업 제조혁신 사례

□ 서비스 세부내용

- (산업 내 연계) 지역기반 문화콘텐츠 산업 내 연계
- (산업 간 연계) 문화콘텐츠 산업과 인천시 주요 산업(관광, 제조업, 물류·운송 등)의 수요와 필요를 기반으로 한 연계

□ 기대효과

- (생태계 확장) 인천시 문화콘텐츠 산업의 생태계 확장
- (경쟁력 강화) 인천형 문화콘텐츠산업 전략구축을 통한 경쟁력 강화
- (과급효과 확산) 타 산업과의 연계를 통한 문화콘텐츠산업 과급효과 확산

<그림 49> 빅블러 현상(예)

흐릿해지는 경계

KEYWORD 빅블러



빅블러(Big Blur) 현상이란 Big에 흐릿해지다를 뜻하는 블러(Blur)를 합쳐 만든 용어로 산업 간의 경계가 허물어지는 현상을 의미합니다

판매자와 소비자, 제품과 서비스, 온라인과 오프라인 등 모든 환경에서 혁신이 일어나고 있는데요. 특히 콘텐츠 빅뱅 시대를 맞이해 다양한 분야의 콘텐츠가 서로 결합되며 지금까지 보지 못한 새로운 시도들이 탄생하고 있습니다

KEYWORD 빅블러



권요원 <요리를 활용한 글쓰기 '구김라이팅'>

<요리를 활용한 글쓰기 '구김라이팅'>은 문학, 요리 그리고 글쓰기가 결합된 새로운 형식의 콘텐츠입니다

책 속의 주인공인 '다운', '지왕'이가 유튜브 크리에이터가 되어 '구김 메이킹' 이야기 속 요리 레시피를 배우며 글 쓰는 방법을 익히는 등 다양한 분야를 조화롭고 재치 있게 담아냈습니다

[출처]: 온라인미디어 예술활동 카드뉴스

2-1 기술개발 · 협업

☐ 추진배경

- 이종 장르 · 산업 융합, 기술 융합이 활성화되는 초융합 사회로 변화되고 있음. 4차 산업시대 콘텐츠는 OSMU(One Source Multi Use)산업으로 동일 산업 부류에서 다양한 융복합 가치가 창출 가능함
- 새로운 기술과 서비스가 나타나면서, 미래기술에 대한 산업 변화가 불가피하여, 지역기업의 기술력 성장을 통하여 콘텐츠 지역 생태계를 활성화 하고자 함
- 라이선스에 대한 안목과 이를 뒷받침 할 수 있는 비즈니스 전문가 양성이 필요하며, 권리보호, 사업 확장 등 에이전시 육성도 갖추어야 함
- 인천시 방향과 지원에 맞는 선도기업을 발굴하고, 협력사업을 추진 필요

☐ 서비스 세부내용

- 기술 선도기업과 인천시 기업과 연합을 통한 기술 이전 및 노하우 전수하고, 민간자원을 투입하여 자생적 산업 생태계를 조성하고자 함
- 콘텐츠 산업 특성상 개발/솔루션의 시의성을 반영한 기획이 필요함
- 육성트랙을 통한 선도기업과 지역기업 발굴과 육성을 추진하며, 협업 트랙을 통하여 기술선도 기업과의 협력사업 추진

☐ 기대효과

- 신종 장르 개발 및 부가가치 창출
- 동일 산업, 다양한 융복합 가치 창출

2-2 기업지원

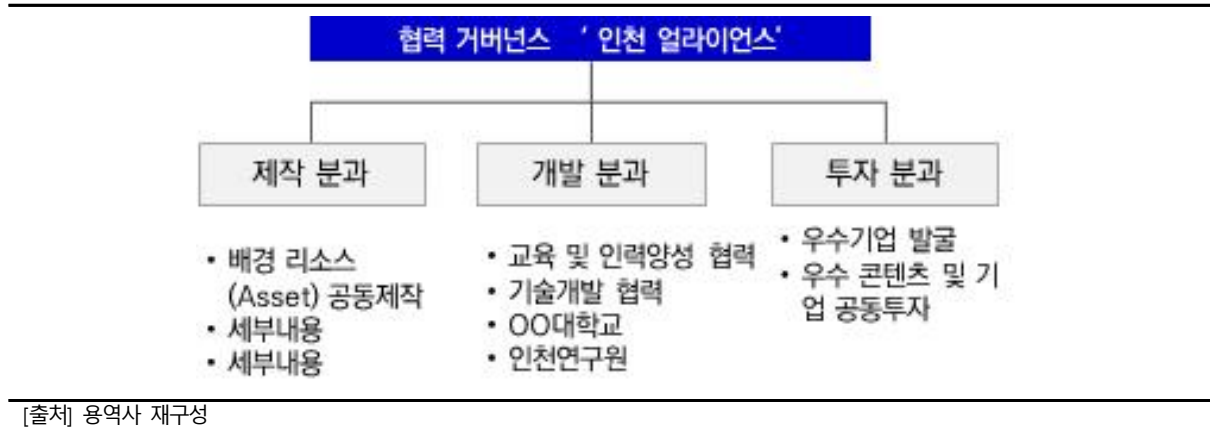
□ 추진배경

- (소통과 협업) ‘기업 - 부처’, ‘기업 - 기업, 연구소’ 등 소통과 의견교환이 필수적이나 상호 전문 분야에 대한 이해와 채널의 부족으로 소통의 어려움을 겪고 있음
- (부처간 협업 협의체 필요) 콘텐츠 진흥 관련 법안 의견조율, 개별로 이루어지는 사업에 대한 조율 및 역할 분담 등 논의 체계 필요
 - 전략 실행을 위한 범부처 협의회 조직 구성 - 전체 사업에 대한 통합적인 거버넌스 구축(문화콘텐츠-관광산업과 등)
 - 부처별로 사업 영역을 구분하고(예: VR박물관 - 관광과), 사업별 업무 조율 및 연계·협력 방안을 협의회를 통해 분담
 - 기술자문위원회, 및 조정위원회 구축
 - 기술협력과 정책과 심의를 결정(신기술 얼라이언스 등 기업 의견 수렴 병행을 통해 산·학·관·민 의견을 반영한 심의 및 결정)

□ 서비스 세부내용

- (기업지원 협의체 구축) 인천시가 주도하여 유관기관과 협력하는 기술 네트워크 협력 체계 구축. 정책적 협의와 산업육성 그리고 기업지원에 대한 전방위 분야 계획 수립 및 지원 방향 설정
- (기술 육성) 기업지원 협의체를 구축하고, 특화 기업 간(강소·토종기업) 협력 방안, 기술특화 프로젝트(학·연) 등 논의를 통해 토종기업의 기술 발전을 추진
 - 선도기업과 인천시 기업과의 프로젝트 사업을 통한 기술 전수 및 인재 교류 진행
- (기업지원) 인천 클러스터를 통한 창업 및 보육을 통하여 기업 전주기 지원(코칭 및 마케팅 등)
- (신기술 전략 프로젝트 지원) 콘텐츠 전략 프로젝트 회의를 통해 선도적 첨단 기술개발 프로젝트를 발굴하고 민간 주도형의 얼라이언스 전략 프로젝트 지원
 - (업종별 프로젝트 발굴) VX(특수), 융복합 기술, 필요 기술 등 업종 분야별 프로젝트 발굴

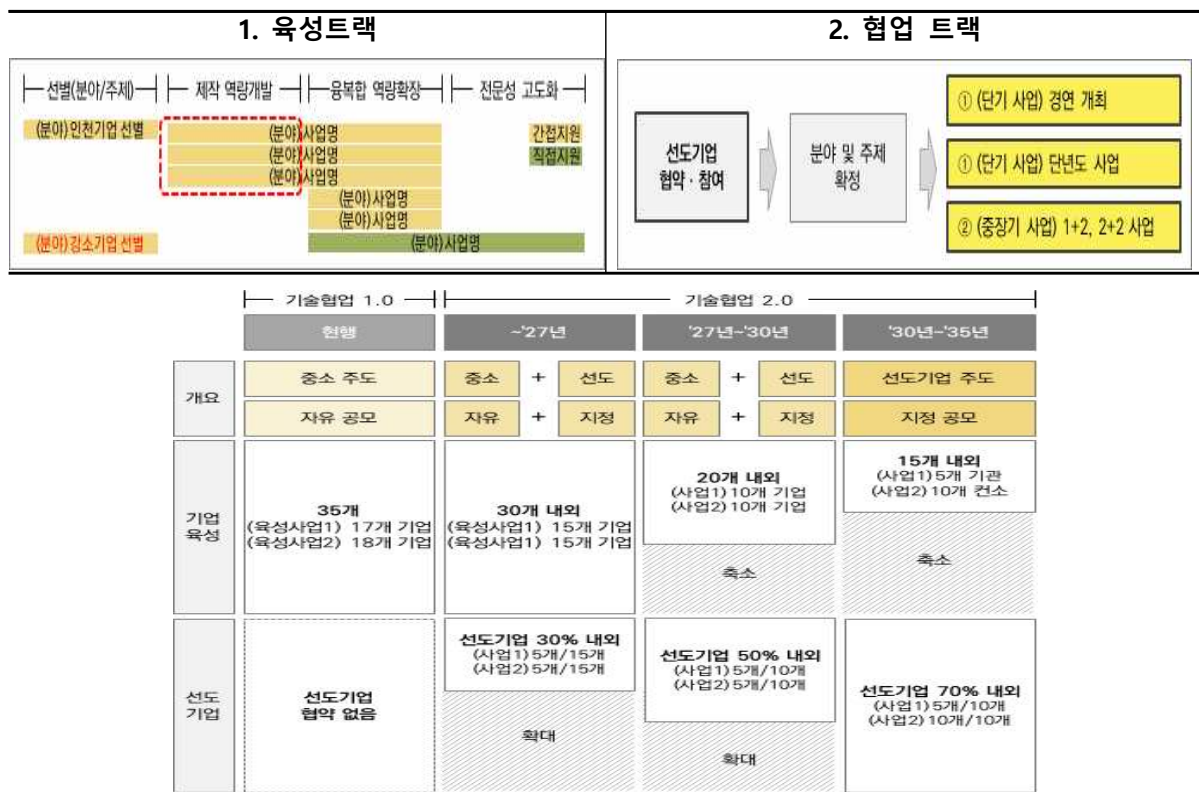
<그림 50> 신기술 협업 협의체 구성 방안



□ 기대효과

- 인천시 후발 기업들이 선도기업의 기술 습득 및 벤치마킹을 통한 기업 성장 지원
- 소통과 협업 채널을 통한 인천시 기업들의 요구사항, 지원 방향성 확보
- 인천클러스터를 통한 기업 전주기 지원 강화

<그림 51> 기업지원모델



3-1 창의 인재발굴

□ 추진배경

- (수도권으로의 인재 유출 지속) 인천시 내 문화콘텐츠 기업들은 대부분 인천 지역에서 시작하여 지역을 이동하지 않으나, 산업종사 인력들이 지속적으로 수도권으로 유출
- (지역 인재 발굴) 인천시 거주 1인·소규모 콘텐츠 사업자 발굴을 통해 인천시 내의 콘텐츠 기반 마련 필요
 - － (인천 거주 IP 개발 인력확보 필요) 현재 인천시의 콘텐츠 개발 종사 인력이 부족하여 관련 인력의 확보가 필요
 - － (체계적 교육·시스템 부재) 문화콘텐츠 산업에 필요한 인재를 키우기 위한 기초, 실습, 우수 콘텐츠에 대한 사업화 지원 필요
- (인재관리 플랫폼 필요) 발굴한 인재와 산출된 콘텐츠 축적을 위한 플랫폼 구축을 통해 체계적인 관리 요망

□ 서비스 세부내용

- (창의인재 양성) 콘텐츠산업의 창의인재를 양성하고, 콘텐츠와 기술 융합 그리고 사업화를 선도할 인재 양성
 - － 기초 이론부터 실습 프로그램까지 문화콘텐츠 분야의 전문적이고 체계적인 교육을 통한 인재 양성
 - － 양성한 인재들에 대하여 콘텐츠 경진대회를 진행, 우수한 결과물은 사업화 지원
- (플랫폼 구축·관리) 창의인재 양성을 하며 길러진 인재와 그 결과물을 관리하기 위한 플랫폼 구축

<그림 52> 창의인재 사업 선순환 구조



□ 기대효과

- 지역사회를 기반으로 하는 인천시 문화콘텐츠 산업 인력 양성
- 인력양성을 통해 콘텐츠를 생산하고 사업으로 확산시켜 다시 필요 인력을 양성하는 선순환 구조 형성
- 결과물의 축적과 지속적인 관리를 통한 콘텐츠들의 질 관리 지속

3-2 기업 수요 인재양성

□ 추진배경

- (전문인재 양성 필요) 인천 거주 콘텐츠 전문인력 확보를 위해 인천시 내의 대학교와 전문인력 양성 기관 등과의 협력으로 콘텐츠 거주 인력양성
 - (콘텐츠 산업의 고도화) 콘텐츠 산업은 융합기술 방향으로 산업이 발전하고 있으며, 이로 인해 관련 전문 기술자들이 필요한 시점임. 영상 및 미디어 콘텐츠 산업 기업은 이러한 기술자들의 구인난에 처해 있음
 - (대학과의 연계 인재양성) 인천 시내의 전문대학 및 4년제 대학, 전문인력 양성 기관과 앵커기업 및 핵심 기술 콘텐츠 기술사의 협력으로 교육을 통해 수요 인재를 양성하는 방안이 필요함

□ 서비스 세부내용

- (단계별 교육) 실무 위주의 기본과정과 산업 고도화의 심화과정으로 나누어 수준별 인재 양성 교육
- (우수인재 후속지원) 교육 이후 평가를 통한 사업화, 창업공간, 고도화 자금 지원
- (산학연 연계) 대학의 관련학과 인재와 국내외 기업 연계를 통한 맞춤 지원

□ 기대효과

- 인천시 기업의 필요인력 양성
- 앵커기업(중·대)의 핵심인력을 활용한 관련 전문인력 유입 및 신 산업 기반 마련

<그림 53> 수요기반 인재양성 프로세스



3-3 해외진출 / 인재유입

□ 추진배경

- (해외진출의 교두보) 인천은 세계에서 손꼽히는 국제공항을 보유하고 있으며, 인천항, 중국과의 가까운 거리로 인해 해외진출의 지리적 이점을 가지고 있음
- (해외국 콘텐츠 IP 육성 지원) 인천의 지리적 특성과 장점을 활용하여(공항·항구 등)해외 인력 확보 및 국내 인원 해외진출 지원
 - (국제적인 K-콘텐츠 트렌드) K콘텐츠의 영향력으로 인해 현재 해외국의 콘텐츠 사업자, 인플루언서 등 국내에 대한 관심 및 영향도가 높음. 이로인해 국내 여행객도 증가하고 있는 추세이나, 국내에서 영상 미디어 콘텐츠 사업자들이 적절히 작업하고 업무할 수 있는 공간이 부족
 - (해외 미디어 크리에이터 양성 지원) 인천공항 및 인천 도심 근처에 해외 미디어 크리에이터들이 단기 거주 및 작업할 수 있는 환경 제공을 제공하고 콘텐츠 개발지원을 통해 국내 및 인천에 유입할 수 있도록 인센티브를 제공이 필요함

□ 서비스 세부내용

- (해외 유입) 해외 문화콘텐츠산업 종사자 및 기업의 유치를 위한 지원사업 및 혜택 제공
- (해외 진출) 1인 미디어 크리에이터 / 기타 해외진출을 원하는 기업들에 대한 인프라 제공

□ 기대효과

- 인천을 문화콘텐츠 해외 진출 / 유입을 위한 전략적 거점으로 육성
- 인천시 외국인 체류 증가 및 관광산업 연계 발전 가능
- 글로벌 콘텐츠 인재를 활용한 인천 IP 개발 기반 마련
- 해외 크리에이터들의 인천시 활동을 통해 인천시 홍보 효과

4-1 인프라 개선

☐ 추진배경

- (문화콘텐츠 육성 인프라 개편) 기존의 인천시 내부 조직 개선을 통해서 문화콘텐츠 산업을 효율적이고 효과적으로 개편이 필요함
- (문화콘텐츠 산업 담당 조직 개편) 기존의 인천시 내부 조직 개선을 통해서 문화콘텐츠 산업을 효율적이고 효과적으로 개편이 필요함
 - (현 인천시 조직 인프라 현황) 현재 인천시 내 문화콘텐츠 산업 전담기관 부재
 - (방향성) ITP, 영상위 등 나누어져 있는 인천시 문화콘텐츠 지원사업 일원화

☐ 서비스 세부내용

- VP스튜디오 조성(공공/민간 스튜디오 단지공간 조성)
- VP스튜디오(또는 OTT) 스튜디오 운영(버추얼프로덕션)
- 융합콘텐츠 제작장비 시설지원
- (초실감) 영상 VP (또는 OTT) 스튜디오 활용 제작 지원
- 버추얼 프로덕션 활용 영상·콘텐츠 플래그십 프로젝트 지원
- 디지털 콘텐츠 실증 테스트 지원
- (중기) 인천시 문화정책과 조직 개편
- (장기) 인천 콘텐츠산업진흥원 설립

☐ 기대효과

- 조직개편을 통한 효율적인 문화콘텐츠 생태계 구축 지원
- 인천시 공공/민간 콘텐츠 관련 인프라 조성

4-2 투자 / 유치 인프라 조성

☐ 추진배경

- 인천의 대표적인 산업 또는 기업 육성을 위한 투자유치 및 인프라 조성기여
- 문화콘텐츠 스타트업 및 기술파급효과 증대를 위한 초석 마련

☐ 서비스 세부내용

- 앵커기업 유치를 통한 인천시 기업들의 파급효과
- 인천시 문화콘텐츠 펀드 조성

☐ 기대효과

- 문화콘텐츠 산업 전문성 증대 및 중앙정부 정책과의 연계성 강화
- 효율적인 사업지원 및 중복지원 등의 문제 해결
- 앵커기업 유치
- 관련 기업 펀드 조성을 통한 기업 자금지원

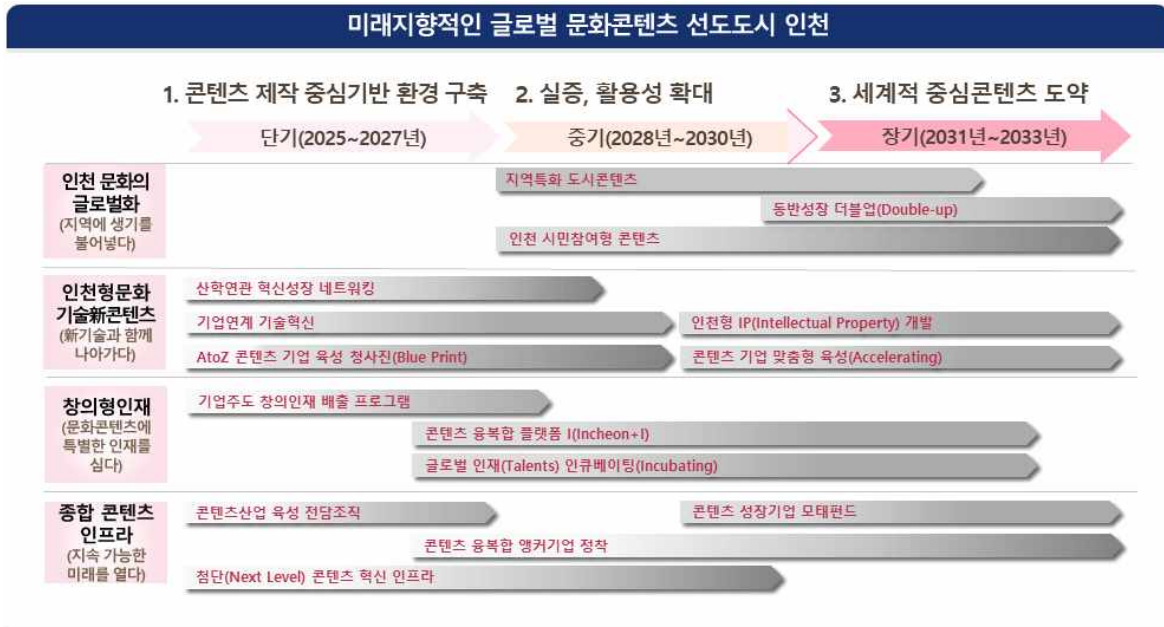
[표 118] 추진 과제별 기대 효과

추진전략	분야	세부과제	추진과제	기대효과
인천 문화의 글로벌화	지역기반 환경조성	1. 지역특화 도시콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> • 인천 관광 콘텐츠 개발 • 콘텐츠 발굴 지원사업 • 타 정책사업과 연계 	<ul style="list-style-type: none"> • 인천시 문화콘텐츠 정체성 확립 • 시민 주도형 문화콘텐츠 산업 활성화 • 지역보유 인프라 관광지화, 관광객 유입
		2. 인천 시민참여형 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 문화콘텐츠 페스티벌 • 찾아가는 문화콘텐츠 박물관 	<ul style="list-style-type: none"> • 대학간 협력 네트워킹 강화, 우수인재 조기 양성 • 문화콘텐츠 역량 확대, 복지 실현
	지역산업 연계지원	3. 동반성장 더블업 (Double-up)	<ul style="list-style-type: none"> • 산업 내 연계 • 산업 간 연계 	<ul style="list-style-type: none"> • 인천시 문화콘텐츠 산업 생태계 확장 • 문화콘텐츠 산업 파급효과 확산
인천형 문화기술 新콘텐츠	기술개발	4. 인천형 IP(Intellectual Property) 개발	<ul style="list-style-type: none"> • 대표 원천 IP 개발 • 글로벌 진출 방안 	<ul style="list-style-type: none"> • MICE 산업 연계 기반 지역 특색 부여 • 원천 IP 콘텐츠 보유를 통한 경쟁력 강화
	기술협업	5. 기업연계 기술혁신	<ul style="list-style-type: none"> • 협력사업 발굴 및 육성 • 기술 협업 	<ul style="list-style-type: none"> • 토종기업의 기술력 및 노하우 획득 • 선도기업 협업을 바탕으로 거점화 추진
		6. 산학연관 혁신성장 네트워킹	<ul style="list-style-type: none"> • 협의체 구성 • 협의체 역할 및 기능 • 협력사업 기획 	<ul style="list-style-type: none"> • 기업 기술 협력을 통한 네트워크 확장 • 인재교류, 인력 양성 • 기술융합 신기술, 응용기술 솔루션 기반 마련
	기업지원	7. AtoZ 콘텐츠 기업 육성 청사진(Blue Print)	<ul style="list-style-type: none"> • 기업지원 • 마케팅 • All in one 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 기업 친화적 지원 • 기업지원 기준마련을 통한 체계적 관리 • 전주기적 지원을 통한 창업기업 안정성 부여
		8. 콘텐츠 기업 맞춤형 육성(Accelerating)	<ul style="list-style-type: none"> • 기업지원 • 우수기업 선정 및 지원 • 인천 산하 기관 연계 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 인천 문화콘텐츠 유망기업, 스타기업 육성 • 우수사례 파급효과를 통한 산업 활성화

추진전략	분야	세부과제	추진과제	기대효과
콘텐츠 창의형 인재	창의 인재발굴	9. 콘텐츠 융복합 플랫폼 I (Incheon+I)	<ul style="list-style-type: none"> 창의 인재 양성 플랫폼 구축 관리 	<ul style="list-style-type: none"> 신규 일자리 창출 기업협력, 민관 문화콘텐츠 네트워크 구축
	기업수요 인재양성	10. 기업주도 창의인재 배출 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> 단계별 교육 우수인재 후속지원 산·학연계 	<ul style="list-style-type: none"> 단계적 체계적 전문인력 양성 산업계 수요 기반 프로젝트 수행 실무교육을 통한 창업 인큐베이팅
	해외진출/ 인재유입	11. 글로벌 인재(Talents) 인큐베이팅(Incubating)	<ul style="list-style-type: none"> 해외 유입 해외 진출 	<ul style="list-style-type: none"> 인천을 통한 해외 문화콘텐츠 교류 비즈니스 교두보 정체성 확립 1인 미디어 시장 양성을 통한 인천 홍보
종합 콘텐츠 인프라	인프라 개선	12. 첨단(Next Level) 콘텐츠 혁신 인프라	<ul style="list-style-type: none"> 인프라 조성 인프라 운영 인프라 활용 	<ul style="list-style-type: none"> 인프라 운영 노하우·전문기술인력 양성 인프라 제공을 통한 인천시 인지도 향상 관련 인천 주변 산업 확대
		13. 콘텐츠산업 육성 전담조직	<ul style="list-style-type: none"> 인천콘텐츠진흥원 설립 문화콘텐츠 정책과 조직개편 	<ul style="list-style-type: none"> 전문성 강화 및 정책의 일원화 효율적인 문화콘텐츠 생태계 구축 지원
	투자 / 유치 인프라 조성	14. 콘텐츠 성장기업 모태펀드	<ul style="list-style-type: none"> 인천 콘텐츠 펀드 조성 TF 설립 맞춤형 금융 조달 클라우드 펀드 투자 방향성 설정 	<ul style="list-style-type: none"> 벤처, 중소기업에 대한 투자 활성화 지역 경제 성장 및 고용 창출 효과
		15. 콘텐츠 융복합 앵커기업 정책	<ul style="list-style-type: none"> 인천시 앵커기업 유치 전담 추진기구 설립 및 운영 인천시 앵커기업 유치 단계별 전략 수립 및 추진 	<ul style="list-style-type: none"> 협업기업, 관련 기업의 이동 및 고용효과 앵커기업 산하 협력 업체들의 연쇄 이동 효과 인천시 기업들과의 기술, 인적 교류 효과

4. 인천시 문화콘텐츠산업 중장기 로드맵

□ 인천시 문화콘텐츠 선두를 달성하기 위한 중장기 로드맵 제시



□ 세부사업 우선순위 평가

- 중장기 실행을 위하여, 정책반영도, 시급성, 효과성, 실현가능성 등을 고려하여 우선순위에 따라 추진 시기를 결정하고 향후 5년간 단계적으로 이행될 수 있도록 함
 - － (정책적합성) 인천시에서 추진할 계획이 있거나 서비스의 추진방향이 국가 유관 정책방향과의 부합정도
 - － (시급성) 산업별 수요와 부합하거나 콘텐츠산업 서비스 확산과의 부합정도
 - － (효과성) 비용과 활용도 측면에서의 적합성 정도
 - － (실현가능성) 서비스가 구현되고 그 내용이 충실히 실현될 가능성 정도
- ※ KEI 내부 연구진 2인 및 전문가 3인의 검토 결과를 종합하여 우선순위 평가결과 도출(5점 만점)

[표 119] 서비스 우선순위 평가결과

상위		구분	정책 적합성	사업성	효과성	실행 가능성	평가결과	
							총계	순위
인천 문화의 글로벌화	지역기반 환경조성	지역특화 도시콘텐츠	3.2	3.5	3.5	3.5	3.43	11
		인천 시민참여형 콘텐츠	3.5	3	3	3.1	3.15	13
	지역산업 연계지원	동반성장 더블업 (Double-up)	3.2	2.7	2.5	3.5	2.98	14
인천형 문화기술 新콘텐츠	기술개발	인천형 IP(Intellectual Property) 개발	3.2	4	3.2	2.7	3.28	12
	기술협업	기업연계 기술혁신	4	3.2	3.8	3.4	3.6	5
		산학연관 혁신성장 네트워킹	3.2	4.3	4	3.5	3.75	3
	기업지원	AtoZ 콘텐츠 기업 육성 청사진 (Blue Print)	3.5	4	3.6	3.3	3.6	6
		콘텐츠 기업 맞춤형 육성 (Accelerating)	3.6	4.4	3.6	3.7	3.83	2
콘텐츠 창의형 인재	창의 인재발굴	콘텐츠 융복합 플랫폼 I(Incheon+I)	3.6	4	3.5	3.3	3.6	6
	기업수요 인재양성	기업주도 창의인재 배출 프로그램	3.8	3.5	3.2	3.8	3.58	8
	해외진출/ 인재유입	글로벌 인재(Talents) 인큐베이팅(Incubating)	2.9	3.5	4.5	3.2	3.53	10
종합 콘텐츠 인프라	인프라 개선	첨단(Next Level) 콘텐츠 혁신 인프라	3.3	4.2	3.4	3.3	3.55	9
		콘텐츠산업 육성 전담조직	3.7	3.8	3.9	4.2	3.9	1
	투자/유치 인프라 조성	콘텐츠 성장기업 모태펀드	3	2.5	3.2	2.8	2.88	15
		콘텐츠 융복합 앵커기업 정착	2.5	4.5	4.5	3.2	3.68	4

제 2절 서비스 세부 내용

1. 사업 세부 추진계획

1 지역특화 도시콘텐츠

구분	세부내용									
서비스명	지역특화 도시콘텐츠									
전략방향	인천시가 보유하고 있는 관광자원에 문화콘텐츠 산업 접목 인천만의 스토리 발굴, 접목									
추진전략	<ul style="list-style-type: none">• 인천시가 보유하고 있는 개화기 근대문화유산, 섬 등의 인프라 활용• 단순 관광지 개발이 아닌, 스토리를 부여하여 문화콘텐츠와 관광 연계• 현재 인천에서 진행되고 있는 타 도시재생 정책 연계, 시너지 발휘									
추진배경	<ul style="list-style-type: none">• 인천시는 개항도시로서 수도권과 근접하여 접근성이 좋으며, 다양한 근대문화유산 보유• 섬을 관광에 초점을 맞춰 연차별 사업 진행 중(매력있는 인천 섬 만들기)									
개념도	개화기 문화유산 관광지화(군산)					제물포 르네상스(문화관광)				
										
추진내용	<ul style="list-style-type: none">■ (콘텐츠 발굴 지원사업) 인천기반 스토리 발굴 지원(작가, 시민참여 콘테스트 등)<ul style="list-style-type: none">• (콘텐츠 작가 발굴) 콘텐츠 내용 발굴 및 인천의 스토리를 접목한 콘텐츠 작가 지원 및 발굴• (시민참여 콘테스트) 인천시민이 참여하고 만들어가는 문화콘텐츠 콘테스트 개최• (지역소재 기반 스토리 발굴 지원) 지역 스토리 파일럿 콘텐츠 제작 및 2차 저작물 제작 지원■ (인천 관광 콘텐츠 개발) 인천시가 보유하고 있는 관광여건에 문화콘텐츠를 접목시켜 관광 자원으로서의 개발<ul style="list-style-type: none">• (개화기 문화유산) 인천의 개화기 문화유산에 스토리텔링을 부여• (섬 관광) 인천의 섬에 문화콘텐츠 적용, 관광 자원으로서의 개발(사업 지속)■ (도시재생) 인천시에서 진행되고 있는 타 도시재생 사업과의 연계를 통한 시너지 효과 발휘<ul style="list-style-type: none">• (제물포 르네상스) 민선8기 공약으로 진행되고 있는 사업인 “제물포 르네상스” 연계• (도시재생지원센터) 도시재생 지원센터에서 진행되고 있는 사업과 연계하여 문화 콘텐츠를 중심으로 한 주민공모사업 혹은 도시재생 거버넌스 구축									
기대효과	<ul style="list-style-type: none">• 인천만의 스토리 발굴로 인한 인천시 문화콘텐츠의 정체성 적립• 시민주도형 문화콘텐츠 산업 활성화를 통한 시민들의 문화 향유• 지역 보유 인프라에 문화콘텐츠를 적용시켜 관광지화, 지역경제 활성화 및 수도권 관광객 유입									
추진기간 추진예산 (억원)	구분	2024	2025	2026	2027	2028	국비	자비	민자	계
	인천 관광 콘텐츠 개발						5	10	2	17
	콘텐츠 발굴 지원사업						18	25	10	70
	정책사업 연계						2	5		8

2 인천 시민참여형 콘텐츠

구분	세부내용									
서비스명	인천 시민참여형 콘텐츠									
전략방향	인천 지역 문화콘텐츠 활성화									
추진전략	<ul style="list-style-type: none"> 문화콘텐츠 페스티벌 지원 찾아가는 문화콘텐츠 체험관 									
추진배경	<ul style="list-style-type: none"> 인천 지역 내 문화콘텐츠산업 활성화를 위한 페스티벌 개최 지역 내 문화콘텐츠 취약계층을 위한 복지 증진 									
개념도	<div> <div> 경기 메타버스 해커톤(경기콘텐츠진흥원) </div> <div> </div> <div> 2023년 8월 7일(월)~9월 6일(수) </div> </div> <div> 울릉도로 찾아가는 콘텐츠학교(경북 콘진원) </div> <div> </div>									
추진내용	<p>■ (지역 문화콘텐츠 페스티벌) 기업이 주관하고 고등학교·대학을 중심으로 학생들이 참여하는 인천특화 문화콘텐츠 페스티벌 개최</p> <ul style="list-style-type: none"> (학생 중심 페스티벌) 지역 고등학교·대학교 중심 참여로 문화콘텐츠 인재 조기 양성 및 발굴 (기업 네트워크) 기업의 지원을 통해 인적 네트워크 형성, 인력 연결 (인천 특화 콘텐츠 제작) 인천 특화 콘텐츠 제작지원을 통한 인지도 향상 (서포터즈 운영) 문화콘텐츠 시민 서포터즈 운영으로 시민 참여 증대 (제작지원) 인천 국제 1인 미디어 페스티벌 확대 지원 인천 특화 OTT 제작지원 <p>■ (찾아가는 문화콘텐츠 박물관) 문화콘텐츠 취약계층 및 소외계층을 대상으로 문화콘텐츠 서비스 제공</p> <ul style="list-style-type: none"> (방문형 체험지원) 인천시 내 문화 취약계층(장애인, 노인, 저소득층) 지원기관 및 소외지역을 대상으로 문화콘텐츠 체험 (서포터즈 연계) 위촉된 서포터즈 활용을 통한 인력 지원 									
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> 대학 간 협력 네트워킹 활성화 및 학생교류를 통한 문화콘텐츠 우수인재 조기 양성 기업이 필요한 인재 조기 양성 및 인적 네트워크 형성 문화콘텐츠 역량 확대를 통한 지역 복지실현, 지역 문화콘텐츠 인지도 향상 									
추진기간 추진예산 (억원)	구분	2024	2025	2026	2027	2028	국비	자립비	민자	계
	지역 문화콘텐츠 페스티벌						3	6	5	14
	찾아가는 문화콘텐츠 박물관						1	2		3

3 동반성장 더블업(Double-up)

구분	세부내용									
서비스명	동반성장 더블업(Double-up)									
전략방향	필요 기반 산업간 연계 지원									
추진전략	<ul style="list-style-type: none"> 문화콘텐츠 산업 내 수요 연계 타 산업과 문화콘텐츠 산업 수요 연계 									
추진배경	<ul style="list-style-type: none"> 타 콘텐츠 산업과의 경계가 사라지는 빅블러(Big Blur) 현상 발생 타 산업군과 문화콘텐츠 산업의 연계를 통해 파급효과 증대 									
개념도	<p>The diagram illustrates the 'Double-up' strategy through two types of linkages: 'Intra-industry Linkage' (산업 내 연계) and 'Inter-industry Linkage' (산업 간 연계). 산업 내 연계 (Intra-industry Linkage): Shows a bidirectional flow between two boxes representing the 'Cultural Content Industry (Demand/Supply Enterprises)'. Each box lists: 음악 (Music), 영화 (Film), 게임 (Game), 애니메이션 (Animation), 방송 (Broadcasting), 광고 (Advertising), 캐릭터 (Character), 지식정보 (Knowledge/Information), and 콘텐츠 솔루션 (Content Solutions). 산업 간 연계 (Inter-industry Linkage): Shows a bidirectional flow between two boxes. The left box represents 'Other Industry (Demand Enterprises)' and lists: 제조업 (Manufacturing), 관광업 (Tourism), 패션업 (Fashion), 도·소매업 (Wholesale/Retail), 물류업 (Logistics), 운송업 (Transportation), 교육서비스업 (Education/Service), 보건·사회복지업 (Health/Social Welfare), and 공공기관 (Public Institutions). The right box represents the 'Cultural Content Industry (Supply Enterprises)' with the same list as in the intra-industry linkage.</p>									
추진내용	<p>■ (산업 내 연계) 문화콘텐츠 산업군 내 수요를 바탕으로 연계를 통한 문화콘텐츠 산업 활성화</p> <ul style="list-style-type: none"> (수요조사) 문화콘텐츠 산업 내 수요기업과 콘텐츠 공급기업 조사를 통한 기업 매칭(인력, 기술, 콘텐츠, 인프라 등) (단계별 지원) 1년차-목표설정 및 사업계획서 구성, 2년차-기술이전/ 중간점검, 3년차-성과물 산출 및 피드백을 통한 체계적인 지원과 관리 (우수사례 도출) 지원사업 종료 후 우수사례 선정 및 우수사례집 제작을 통한 롤 모델 제시 <p>■ (산업 간 연계) 문화콘텐츠 산업과 타 산업(제조업, 관광업, 공공기관, 등)과의 수요를 바탕으로 연계를 통한 문화콘텐츠 산업 생태계 확대</p> <ul style="list-style-type: none"> (수요조사) 타 산업군의 문화콘텐츠 산업 수요 조사 (단계별 지원) 1년차-목표설정 및 사업계획서 구성, 2년차-기술이전/ 중간점검, 3년차-성과물 산출 및 피드백을 통한 체계적인 지원과 관리 (우수사례 도출) 지원사업 종료 후 우수사례 선정 및 우수사례집 제작을 통한 롤 모델 제시 (수요공급 기업 추적관리) 수요공급 기업관리를 통한 기업 풀 추적 									
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> 인천시 문화콘텐츠 산업의 생태계 확장 인천형 문화콘텐츠산업 전략구축을 통한 경쟁력 강화 타 산업과의 연계를 통한 문화콘텐츠산업 파급효과 확산 									
추진기간 추진예산 (억원)	구분	2024	2025	2026	2027	2028	국비	자립비	민자	계
	산업 내 연계						25	25		50
	산업 간 연계						15	15		30

4 인천형 IP(Intellectual Property) 개발

구분	세부내용									
서비스명	인천형 IP(Intellectual Property) 개발									
전략방향	주력산업에 대한 글로벌 원천IP 제작지원									
추진전략	<ul style="list-style-type: none">첨단기술과 융합, 아이디어를 통한 원천IP 확보콘텐츠 제작기업과 스토리작가 협업을 통한 장기 성공모델 도출									
추진배경	<ul style="list-style-type: none">기술 및 콘텐츠의 형태 변화 : 디지털 전환 가속으로 제작, 유통, 서비스, 마켓의 플랫폼화 중심으로 재구성되고 있음기존의 가치사슬이 해체되고, 새로운 가치사슬로 재구성됨(콘텐츠 IP)									
개념도	<div><p>분석방법</p><pre>graph TD; A[콘텐츠 기술 및 형태 변화] <--> B((콘텐츠산업 정책변화)); B <--> C[콘텐츠 생산 및 소비 문화 변화]; B <--> D[콘텐츠 산업구조 및 시장 변화]; C <--> D;</pre></div>					<div><p>콘텐츠산업구조 및 시장 변화</p><pre>graph LR; A[음악, 영화, 게임, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠 솔루션] --> B(콘텐츠IP (환영콘텐츠)); B --> C(팬덤); C --> D[창트확장, 산업 연계, 글로벌 파트너, 소비 주기 연장];</pre></div>				
추진내용	<div><p>■ 대표 원천 IP개발 지원</p><ul style="list-style-type: none">(IP 개발) 대기업과 협업을 통한 IP개발 지원(대기업 IP와 인천 중소기업 협업)]<ul style="list-style-type: none">- 대기업 보유IP를 바탕으로 파생상품 사업 진행(브랜드, 캐릭터 등)AI 융합 미디어 콘텐츠 창작 지원MICE산업과 연계된 지역특화 콘텐츠 개발(웹툰, 애니메이션, 캐릭터, 관광 등)<ul style="list-style-type: none">- 지원 방향(유형)을 선정- 사업화를 위한 스토리 매칭과 관련 지원(플랫폼 등)- 시나리오 개발/기획 시 단계별 전문 멘토의 코칭 지원<p>■ 글로벌 진출 방안</p><ul style="list-style-type: none">콘텐츠와 첨단기술이 융합된 우수IP 해외 진출 지원인천형 IP를 개발 지원하여 경쟁력 강화</div>									
기대효과	<ul style="list-style-type: none">지역 스토리 발굴 및 기반 콘텐츠 지원 및 사업화관광 및 타 분야와의 선순환 구조 마련									
추진기간 추진예산 (억원)	구분	2024	2025	2026	2027	2028	국비	지방비	민자	계
	스토리 개발지원 (지원금, 코칭 비용)						2	2		4
	사업화 매칭 지원						5	10		15
	해외 진출 지원							5	2	7

6 산학연관 혁신성장 네트워크

구분	세부내용									
서비스명	산학연관 혁신성장 네트워크									
전략방향	산학연 연계를 통한 관련 생태계 확장 및 운영 전문화									
추진전략	<ul style="list-style-type: none">민관, 대·중·소 기업 간 컨소시엄 구성과 협력분야별 생태계 완성									
추진배경	<ul style="list-style-type: none">영상 및 첨단기술 제작 기술·솔루션, 기술 노하우, 운영 인력 등 종합 역량을 기반으로 하는 콘텐츠 제작 과정임관련 민간 생태계 내에서 대·중소형 제작사 간 컨소시엄 구성이 이루어지고 있음분야별 전문 그룹 간 협력으로 운영 전문화와 생태계 확장이 필요함									
개념도	<div>추진체계 구성(안)</div> <div><div>협력 거버넌스 '인천 얼라이언스'</div><div><div>제작 분과</div><ul style="list-style-type: none">배경 리소스 (Asset) 공동제작세부 내용세부 내용</div><div><div>개발 분과</div><ul style="list-style-type: none">교육 및 인력양성 협력기술개발 협력</div><div><div>투자 분과</div><ul style="list-style-type: none">우수기업 발굴우수 콘텐츠 및 기업 공동투자</div></div> <div><div>주요 구성 주체</div><div><div>기업</div><div>콘텐츠 제작사</div><div>IP 보유 기업</div><div>기술/솔루션 보유 기업</div><div>...</div></div><div><div>지자체</div><div>인천 담당(관계)자</div><div>담당(관계)자</div><div>그 외 타 지역</div><div>...</div></div><div><div>관계기관 및 전문가</div><div>산업분야 협단체</div><div>연구소/대학/학회</div><div>분야/장르 전문가</div><div>...</div></div></div>									
	<div><div>추진 기반</div><div><div>협력 추진체계 구성·운영</div><div><div>산</div><div>학</div><div>연</div></div></div></div> <div><div>인력 양성 영역</div><div><div>전방위 인재교육</div><div>콘텐츠 제작 인력</div><div>취·창업지원 기업연계</div></div><div>인재교육부터 역량강화, 취업까지 연계를 통한 인력양성의 선순환 체계</div></div> <div><div>기반 강화 영역</div><div><div>문화콘텐츠 인프라 구축</div><div>기술개발 R&D지원</div><div>운영조직 개편</div></div><div>문화콘텐츠의 기반 강화를 통한 산업영역 확장 및 네트워크 구축</div></div> <div><div>생태계 확장 영역</div><div><div>산업간 연계</div><div>산업 내 연계</div><div>해외진출 교두보 마련</div><div>산업연계 관광연계</div><div>지역스토리 연계</div></div><div>부분 협력과 전략수립, 연계 사업들을 통한 문화콘텐츠 생태계 형성</div></div>									
기대효과	<ul style="list-style-type: none">기업 기술 협력을 통한 네트워크 확장인재 교류 및 인력 양성 효과각종 기술 융합 및 신기술, 응용기술 및 솔루션 융합, 개발 기반 마련									
추진기간 추진예산 (억원)	구분	2024	2025	2026	2027	2028	국비	자비	민자	계
	협의체 구축 및 운영						1	2		3
	정보공유 확산 시스템 구축						0.5	1.5		2
	공동 프로젝트						3	5		8

7 AtoZ 콘텐츠 기업 육성 청사진 (Blue Print)

구분

서비스명

전략방향

추진전략

추진배경

예시

추진내용

기대효과

추진기간
추진예산
(억원)

세부내용

AtoZ 콘텐츠 기업 육성 청사진 (Blue Print)

잠재력 있는 콘텐츠 기업 및 프로세스 개발 육성
콘텐츠 대표기업의 노하우와 플랫폼을 활용

- 스타트업 발굴과 육성
- 유망 스타트업 지원

- 인천 스타트업 기업 육성
- 인천클러스터와 연계하여 지원

배출사례54)

엑셀러레이터	배출기업	배출기업 서비스 설명	투자 회수 내용
프라이어	쿼켓	모바일 중고장터 앱'번개장터'	2013년 11월 NHN 네이버에 인수(약 100억 원)
	텔레톡비	자동 영상 큐레이션 서비스	2014년 8월 MAKEUS에 M&A
	몬캐스트	SNS 기반 인기영상 제공 서비스	
Spark Lab	5Rocks	모바일 게임 고객생애가치 (LTV : Life Time Value) 극대화 및 분석과 마케팅 운영 플랫폼	2014년 8월 글로벌 기업 Tapjoy에 인수(금액 비공개)
더 벤처스	셀잇	디지털 기기 중고거래 전문 서비스 '셀잇'	2015년 5월 다음카카오 케이벤처그룹에 인수(약 100억 원)
	파킹스케어	주차장 정보, 예약 서비스 '파크히어'	카카오 그룹에 인수(약 100억 원)

대상과 역할

구분	Accelerator	발굴 및 육성 대상
	유망기업 발굴 및 육성	원천 IP, 플랫폼, 기업 간 협업모델, 노하우, 새로운 가치 창출

전문가 양성

- 스타트업 전문 엑셀러레이터 양성 프로그램
- 임기제 전문 엑셀러레이터 경력직 채용을 통한 협업 모델 구축

사업화 (크리에이터) 양성

- 작가, 감독 등 아이디어 사업화 지원


아이디어 유망 기업 육성

아이디어의 사업화

구분	2024	2025	2026	2027	2028	국비	자비비	민자	계
전문가 양성							3		3
사업화 지원(아이디어)							5	3	5

54) 이정우, “창업대중화의 주역, 엑셀러레이터”, Entrepreneurship Korea, 제1호(2016), pp.7-11.

8 콘텐츠 기업 맞춤형 육성 (Accelerating)

구분	세부내용									
서비스명	콘텐츠 기업 맞춤형 육성 (Accelerating)									
전략방향	유망기업, 스타기업 양성(대표기업 양산) 인천클러스터 입주기업의 역량 강화 촉진·스타기업 후보기업의 발굴									
추진전략	우수기업, 창업기업 집중 육성									
추진배경	<ul style="list-style-type: none"> 서울, 경기도 대비 기업 수와 유망기업 수가 부족하여, 선별적으로 집중지원을 통하여 대표기업을 육성 기업 니즈 대응을 위한 채널간 소화를 통해 수요대응 R&D 활성화 									
개념도										
추진내용	<p>■ 기업지원</p> <ul style="list-style-type: none"> 인천 콘텐츠 기업 엑셀러레이팅 지원 인천 콘텐츠 기업 제작 콘텐츠 홍보 지원 사업 인천 K-콘텐츠 스타기업 선정 및 글로벌화 지원 인천 클러스터를 통한 기업 코칭 및 애로사항 해결 활용 고객 분석을 통한 마케팅 활용 지원 인천 콘텐츠 기업 제작콘텐츠 홍보 지원 사업 <p>■ 우수기업 선정 및 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> (1단계 입주기업 선발: 30개사 이상) 성장 가능성과 유망성을 보유한 인천 소재 또는 인천 이주 예정 콘텐츠 기업 (2단계 선발: 우수 15개사 이내) 시장검증, 컨설팅 수행사항, 콘텐츠 제작 사항 등 점검 (3단계 선발: 스타기업 후보 5개사 이내) 시장 출시 목표 사업화 자금 및 유통 마켓 활동 등 지원 ⇒ 인천 스타기업 후보기업으로 집중지원 강화 <p>■ 마케팅</p> <ul style="list-style-type: none"> 실증 지원을 통하여 투자 유치 기업별 성장전략 <p>■ 종합(All in one) 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> 중소기업이 보유한 기술을 기술완성도(Technology), 시장성(Marketability), 사업화 역량(Capability) 관점측정, 지원대상을 분류하여 맞춤형 지원을 수행함 지원대상 기업 편의에 따라 첨단기술개발, 원천IP개발 등 지원 부문을 다양화 기본적인 지원을 '자금지원' 하며, 기업으로 하여금 선택 가능한 대안의 폭을 확장 									
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> 유망기업, 스타기업 양성 인천시 유망기업과 대표기업 육성 									
추진기간 추진예산 (억원)	구분	2024	2025	2026	2027	2028	국비	지방비	민자	계
	기업지원						55	55	10	110
	마케팅						10	10		20

9 콘텐츠 융복합 플랫폼 [(Incheon+I)]

구분	세부내용									
서비스명	콘텐츠 융복합 플랫폼 I (Incheon+I)									
전략방향	<ul style="list-style-type: none"> 인천시의 대표콘텐츠 개발을 위한 산업육성 기반 플랫폼 1인(소규모) 콘텐츠 활동공간(작가발굴) 									
추진전략	<ul style="list-style-type: none"> 아이디어를 모으고 활동할 수 있는 플랫폼 구축 플랫폼 구축을 바탕으로 콘텐츠의 축적 및 종합 관리 									
추진배경	<ul style="list-style-type: none"> 인천시 융복합과 1인 미디어 대두를 통한 경제적 가치창출 지속 다양한 창작자 유입을 통한 문화콘텐츠산업 인재 양성 									
개념도	<p>인천시 콘텐츠 산업발전을 통한 콘텐츠 대표 도시</p> <pre> graph TD A[창작 활동 인프라 구축] --> B[문화 역량 강화] B --> C[지역성장] C --> D[일자리 창출] D --> E[인천 방향성 확립] </pre> <p>상세 내용:</p> <ul style="list-style-type: none"> 창작자의 인프라 기반: 창작자, 기업, 아이디어 제안/활동 무대 제시, 관련 산업 개발 문화 역량 강화: 문화와 플랫폼의 연동 강화, 문화의 관광 자원화, 불거리/역거리/항유 지역성장: 관광과 스토리 등을 통한 지역경제 활성화, 인천시 인구증가, 인천 기업과 동반성장 일자리 창출: 플랫폼 상주하며, 사업화 지원, 콘텐츠 생태계 조성 인천 방향성 확립: 인천시만의 콘텐츠 도시 방향성 정립, 타 도시와의 차별성 부각 									
추진내용	<p>■ (콘텐츠 융복합 허브) 플랫폼을 기반으로, 인천 시민들의 다양한 아이디어를 모으고, 활동 할 수 있는 기반 마련</p> <ul style="list-style-type: none"> (플랫폼 구축) 창작자 스튜디오 플랫폼 구축을 통해 창작자들이 제작하는 콘텐츠 관리 및 축적 (개별 코칭) 콘텐츠 등록 후 작품 사업화, 마케팅, 작품 등에 대한 추가 고도화 등 전문가 멘토링 지원 (홍보 지원) IR피칭, 산업계 네트워킹, 유관기관 연계 등을 통한 마케팅 지원 <p>■ (생태계 개발) 아이디어의 기획, 제작 그리고 기업활동의 유통과 신규 판로 개척, 인력수급, 교육 등 콘텐츠 사업화의 생태계 개발</p> <ul style="list-style-type: none"> (마케팅 지원) IR피칭, 산업계 네트워킹, 유관기관 연계 등을 통한 마케팅 지원 (시너지 효과) 다양한 아이디어의 융복합을 통한 사업화 지원 (시스템 구축) 활동공간 보장(환경조성, 시스템 제시)하여, 인천시민 누구나 접속 및 활용 가능한 공간을 제시하여 콘텐츠 생태계 개발 									
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠 생태계 개발 문화콘텐츠 창작자-기업 간의 지속적인 연결고리 역할 수행 									
추진기간 추진예산 (억원)	구분	2024	2025	2026	2027	2028	국비	지방비	민자	계
	콘텐츠 융복합 허브운영							2		2
	플랫폼 구축·관리						1	1.5		1.5

10 기업주도 창의인재 배출 프로그램

구분	세부내용									
서비스명	기업주도 창의인재 배출 프로그램									
전략방향	실제 산업에서 필요한 인재를 대학에서부터 지원									
추진전략	<ul style="list-style-type: none"> • 단계별 인재양성을 통한 체계적이고 전문적인 인력 양성 • 산학연 연계 네트워크 구축을 통한 인력 양성 									
추진배경	<ul style="list-style-type: none"> • 문화콘텐츠산업의 기술 인재의 수도권 유출 및 인재확보 어려움 지속 • 산업현장 수요 맞춤형 전문인재 양성 필요성 대두 									
개념도										
추진내용	<p>■ (단계별 교육) 기본과정과 전문개발자 집중양성 위한 개발 '심화과정' 투트랙 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> • 기본과정 : 실무 향상을 위한 개발엔진, 3D툴, 오픈소스 기반 콘텐츠 제작 교육 • 심화과정 : 고급 프로그래밍, 프로젝트 기반(PBL) 지향 및 고난도 아트 모델링 교육 등 <p>■ (우수인재 후속지원) 학습평가를 통해 우수 교육생(팀) 발굴하여, 스타기업육성 프로그램과 연계한 프로젝트 고도화 및 사업화 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> • (사업화 지원) 기업가 정신, 콘텐츠 마케팅 등 창업 인큐베이팅 지원 • (창업공간 지원) 우수팀 중심으로 입주공간 지원(4~8인실, 1년+1년 지원) • (고도화 자금지원) 추가 아이디어 기획 및 개발을 위한 비용 지원(3천만원 내외) <p>■ (산·학 연계) 국내외 기업과 연계해 프로젝트 수행 및 멘토링 등 맞춤형 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> • (인턴십/일자리 매칭) 참여희망 기업, 교육생 대상 매칭데이 운영 • (일대일 멘토링) 기업 실무자(기획·개발·디자인·유통·마케팅), 교육생 매칭 밀착지원 • (세미나/강의) 문화콘텐츠산업 현황 및 참여기업 비즈니스 사례 중심 분석 									
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> • 체계적 교육과정 운영으로 도내 문화콘텐츠 분야 전문 인력양성 • 산업계 수요 기반 프로젝트 수행 및 실무교육으로 창업 인큐베이팅 역할 모색 									
추진기간 추진예산 (억원)	구분	2024	2025	2026	2027	2028	국비	자비	민자	계
	단계별 교육						2	2		4
	산·학 연계						3	3		6
	우수인재 후속 지원						4	4		8

11 글로벌 인재(Talents) 인큐베이팅(Incubating)

구분	세부내용									
서비스명	글로벌 인재(Talents) 인큐베이팅(Incubating)									
전략방향	인천의 지리적 이점을 활용한 전략적 글로벌 진출									
추진전략	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 문화콘텐츠 종사자 및 기업 유치를 통한 인천시 문화콘텐츠 경쟁력 강화 • 1인 미디어 산업 발전을 위한 크리에이터 양성 및 해외진출 지원 • 첨단 VP 활용 1인 미디어 콘텐츠 제작 지원 									
추진배경	<ul style="list-style-type: none"> • 수도권 유일 공항 보유라는 이점을 바탕으로 해외 유입·진출 지원 • 1인 미디어 크리에이터 양성 및 해외 진출을 통한 인천 문화콘텐츠 인지도 확대 									
개념도										
추진내용	<p>■ (해외 유입) 해외 문화콘텐츠산업 인력·기업 정착 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> • (대상) 해외 문화콘텐츠사업 종사자, 인플루언서, 기업 • (혜택) 거주비자 조건 완화, 기업 세제 혜택 및 인프라 제공, 장기 취업시 5년 국내 체류 가능 비자 발급 등 • (박람회 개최) 국외 문화콘텐츠 종사자 및 해외 1인 미디어 종사자들을 위한 박람회 개최(게임, 영화, 애니메이션, 기타 콘텐츠 4개 분야), 체류비 지원 • (기타) 1인 미디어 창작자 인프라 구축 시 외국인 전용 공간 별도 구축 <p>■ (해외 진출) 인천형 1인 미디어 크리에이터 양성 및 해외진출 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> • (대상) 인천 내 1인 미디어 콘텐츠 제작자 / 크리에이터 • (혜택) 1인 미디어 창작자 혹은 기업을 위한 인프라 및 업무공간 제공 • (혜택) 1인 미디어 창작자 해외 진출 시 예산 지원 									
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 문화콘텐츠 비즈니스 연계를 위해 인천으로 가서 비즈니스 교류의 발판을 다진다는 인식을 확산 • 사업 유지와 체류비가 높은 서울의 특성을 고려하여 해외 우수 스타트업 및 제작사를 유입하는 계기 마련 • 1인 미디어 시장 양성을 통한 생태계 조성, 새로운 시장 개척 및 문화콘텐츠산업 활성화 • 해외 크리에이터들의 인천시 활동을 통해 인천시 홍보 효과 									
추진기간 추진예산 (억원)	구분	2024	2025	2026	2027	2028	국비	지방비	민자	계
	해외 문화콘텐츠산업 인력·기업 정착 지원						60	30	10	100
	인천형 1인 미디어 크리에이터 양성 및 해외진출 지원						40	30		80

12 첨단(Next Level) 콘텐츠 혁신 인프라

구분	세부내용									
서비스명	첨단(Next Level) 콘텐츠 혁신 인프라									
전략방향	공공·민간 스튜디오 조성을 통한 운영과 관련 인재 양성									
추진전략	<ul style="list-style-type: none"> 인천시 자원을 활용한 공공·민간 인프라 조성 조성된 인프라 운영을 통한 활용과 관련 전문인재 양성 인프라 활용을 통한 선순환 모델 개선 									
추진배경	<ul style="list-style-type: none"> 인천클러스터가 추진 중인 스튜디오 활용한 인재양성 공공·민간 출자를 통한 가상스튜디오(대규모) 제작 스튜디오의 운영과 관련 인재 양성 필요 									
개념도	<pre> graph TD A[인천시 인프라 조성 (수요자 수요조사)] --> B["(공공)운용기술회사 운영"] B --> C["(공공)클러스터/영상위등 (인간)관련 회사"] C --> D[인프라 구축 및 지속 고도화] </pre>									
추진내용	<p>■ 인프라 조성</p> <ul style="list-style-type: none"> VP스튜디오 조성(공공·민간 스튜디오 단지공간 조성) 계획을 통한 개발 및 전문 운영사를 통한 활용방안 마련 기존 운영 인프라 고도화(광주 사례) 운영 관련 활용 인재 양성(전문기관-인천시 인재 활용 협의) 및 기술 인력 양성 <p>■ 인프라 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> 버추얼 프로덕션 활용 영상·콘텐츠 플래그십 프로젝트 지원 디지털 콘텐츠 실증 테스트 지원 융합콘텐츠 제작 장비 시설지원 (초실감) 영상) VP (또는 OTT) 스튜디오 활용 제작 지원 <p>■ 인프라 활용</p> <ul style="list-style-type: none"> (제작) 관련 인프라 활용을 통한 제작 지원 (아바타 공연) 모션캡처 기술을 활용하여 K-POP 가수 아바타의 공연 시현, 관람권 판매를 통해 수익 창출 (대규모 가상 스타디움 공연 추진) K-POP 가수 컴백 무대, K-POP 합동 공연 등 대규모 공연 추진 									
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> 인프라 운영 노하우와 인프라 운용 전문 기술인력 양성 인프라 제공을 통한 인천시 인지도 향상 관련 인천 주변 산업 확대 									
추진기간 추진예산 (백만원)	구분	2024	2025	2026	2027	2028	국비	지방비	민자	계
	가상 스튜디오 조성(공공/민간)						100	100		200
	스튜디오 운영						40	40	20	100
	관련 연계 기술인력 양성						20	20		40

13 콘텐츠산업 육성 전담조직

구분	세부내용									
서비스명	콘텐츠산업 육성 전담조직									
전략방향	문화콘텐츠산업 지원을 서포트 조직 개편									
추진전략	<ul style="list-style-type: none"> 인천 문화콘텐츠 지원팀 신설 및 인력 증대 인천콘텐츠진흥원 설립 									
추진배경	<ul style="list-style-type: none"> 인천시 내 문화콘텐츠 전담기관 부재 문화콘텐츠 관련 생태계를 체계적으로 육성(관광 연계 등) 및 행정 전반에서 지원 필요 									
개념도	<div> <div>1안_사업별</div> <div>문화콘텐츠정책과</div> <div> <div>기업육성</div> <div>인재양성</div> <div>해외진출</div> <div>거버넌스</div> <div>인프라</div> <div>관광연계</div> </div> </div> <div> <div>2안_추진전략별</div> <div>문화콘텐츠정책과</div> <div> <div>지역기반 동반성장</div> <div>기술개발</div> <div>인재육성</div> <div>인프라</div> </div> <div> <div> <ul style="list-style-type: none"> 게임산업 영상산업 관광산업 </div> <div> <ul style="list-style-type: none"> 자금지원 기술매칭 R&D 사업 </div> <div> <ul style="list-style-type: none"> 수요기반 공급관리 해외진출 </div> <div> <ul style="list-style-type: none"> 인프라운용 인프라연계 인프라확장 </div> </div> </div>									
추진내용	<p>■ (문화콘텐츠 정책과 조직개편) 인천시 조직개편을 통한 효율적인 문화콘텐츠산업 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> (전담조직 신설) 가칭 '문화콘텐츠 인천 팀' 신설 및 인력 증원 (문화콘텐츠 관련 정책 총괄) 산업육성, 생태계 인프라 구축, 전문인력 양성 등 사업 추진 및 각 분야별 시민 서비스 수행(소관부서 별도)를 위한 사전검토.컨설팅 업무 진행 (관광산업 연계) 문화콘텐츠 팀 내 관광 연계 인력을 별도로 배치하여 산업연계 <p>■ (인천콘텐츠진흥원 설립) 인천 내 문화콘텐츠 사업 전담 및 전문기관 설립</p> <ul style="list-style-type: none"> 기업, 사업지원 체계화와 일원화 문화콘텐츠 관련 사업 지원의 일원화 정부 정책지원 방향과 일원화 ITP, 영상위원회 등 기관 통합 및 역량 확대 									
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> 문화콘텐츠 전문기관 설립을 통한 전문성 강화 및 정책의 일원화 조직 개편을 통한 효율적인 문화콘텐츠 생태계 구축 지원 									
추진기간 추진예산 (백만원)	구분	2024	2025	2026						
	인천콘텐츠진흥원 설립									
	문화콘텐츠 정책과 개편									

14 콘텐츠 성장기업 모태펀드

구분	세부내용									
서비스명	콘텐츠 성장기업 모태펀드									
전략방향	국가 모펀드 활용									
추진전략	<ul style="list-style-type: none">투자·유치 인프라 조성(VC/AC 연계 투자 유치 엑셀러레이팅)공공+민간 공동 출자									
추진배경	<ul style="list-style-type: none">지역활성화 투자펀드지방자치단체 펀드 조성(인천빅웨이브모펀드(Fund of funds) 사례, 3년 6,000억원)									
개념도	<p>맞춤형 금융 조달</p>					<p>(자금조달 다양화)인천 모펀딩 모델</p>				
	<p>■ 인천 콘텐츠 펀드 조성 TF설립</p> <ul style="list-style-type: none">(목적) 융복합이 필요한 콘텐츠 중소·벤처기업의 사업 영역 및 규모 확대를 위한 인수·합병 활성화 등을 지원(대상) 서비스를 구현하는 주요 기반 기술 관련 중소·벤처기업(금액) 400억원 이상 펀드 조성 목표, 정부 240억원 / 민간 160억원익명 펀딩을 통한 투자 리스크 완화 하고, 유연한 자금조달 방안 설계담보 없이, 창의 아이디어(기술력)과 관련 정책 부합성 요건을 충족한 자금 조달 방식 적용 <p>■ 맞춤형 금융조달</p> <ul style="list-style-type: none">기업진단을 통한 기존 금융지원 기관과의 연계 강화 지원 <p>■ 클라우드 펀드 투자 및 방향성 설정</p> <ul style="list-style-type: none">초기투자 비율이 높을수록 관리보수를 많이 받을 수 있는 구조로 관리보수 지급 기준 개선투자 플랫폼 구축 → 투자 유치 → 성공사례 발굴(선순환) 및 투자유치 지속									
기대효과	<ul style="list-style-type: none">자금 조달에 어려움을 겪고 있는 벤처, 중소기업에 대한 투자 활성화지역 경제 성장 및 고용 창출 효과									
추진기간 추진예산 (백만원)	구분	2024	2025	2026	2027	2028	국비	자비비	민자	계
	콘텐츠 펀드 조성 TF설립							3		3
	펀드 투자 및 방향성 설정							1		1
	펀드 조성							2		2

15 콘텐츠 융복합 앵커기업 정착

구분	세부내용									
서비스명	콘텐츠 융복합 앵커기업 정착									
전략방향	앵커기업 유치를 통한 관련 산업 활성화 및 일자리, 소비, 기술발전 등 생태계 조성 앵커기업 주위의 산하 벤더사와 기존 기업과의 융복합 유무형 가치 창출									
추진전략	인천시 이전 기업 인센티브 제공방안, 인천시와 상호교감을 통한 추진전략									
추진배경	<ul style="list-style-type: none">지역 콘텐츠산업의 첨단화 및 구조고도화를 위한 구체적 비전 및 추진전략 수립산업구조 개편은 통한 지역 산업의 새로운 발전 방향 제시고부가가치 창출과 지역경제 활성화 모색									
개념도	새로운 가치 사슬					앵커사업 TF팀 구성				
	<div>I C O N</div> <div>IP 콘텐츠 지식재산 → CS 콘텐츠 서비스 → OS 운영체제 → NT 네트워크</div> <div>패밀 기반의 원천 콘텐츠(IP) 트랜스 미디어 전략 기획-제작단계 콘텐츠 아카이브 콘텐츠-이용자 접점의 서비스 1차 유통단계 개별 콘텐츠 서비스 (웹의 디바이스별 유통 플랫폼) 2차 유통단계 온라인 연결 단계의 네트워크 서비스 정보통신 인프라</div>					유치분야	내부	외부	담당자	
						영상	연구위원	교수	문화정책과	
						애니메이션	영상위	기업가	문화정책과	
						캐릭터	ITP	KOCCA		
						원천IP개발	인천연구원			
						신기술				
					클러스터					
추진내용	■ 인천시 앵커기업 유치 전담 추진기구 설립 및 운영 <ul style="list-style-type: none">유치추진 기구 설립<ul style="list-style-type: none">(유치기구) 인천시가 주도하고 앵커 기업 유치를 위해 다양한 경험과 인맥을 가진 민간 전문가, 관련 사업 관련 단체 및 기업인 대표, 국회의원, 도의원과 시의원 등으로 구성된 앵커기업 유치추진 기구를 설립명확한 역할 분담과 책임(시장 직속 기구)<ul style="list-style-type: none">(기구의 역할이 책임) 명목상의 기구가 아닌 실질적 유치를 위한 기구이므로 명확한 역할 분담과 책임이 중요함. 자문기구가 아닌 집행력을 가지는 실질적인 의사결정기구이므로 확정 될 때까지 지속 운영(시장직속) 관련된 의사 결정하고 집행을 해야 하므로 독립적, 자율적 기구의 편의와 실효성을 확보하기 위하여 시장을 단장으로 하는 직속 편제를 해야 함									
	■ 인천시 앵커기업 유치 단계별 전략 수립 및 추진 <ul style="list-style-type: none">1단계 : 앵커기업 리스트 작성<ul style="list-style-type: none">(주력산업) 인천시 주력산업 관련 국내외 대표기업 선정(리스트)(정보파악) 리스트를 바탕으로 기업의 상황 및 전략 등 정보파악(연계성) 리스트와 국책사업과의 연관성을 파악2단계 : 기업 인센티브 결정<ul style="list-style-type: none">(기업혜택) : 기업들에게 제시할 수 있는 파격적인 부지 공급가, 정책자금, 세제혜택, 행정서비스 등 범위와 내용 결정(부지 공급가, 정책자금, 세제혜택, 행정서비스)3단계 : 기업 접촉 및 적극적 유도 시도<ul style="list-style-type: none">(접 촉) 리스트 기업 중 인천시가 제안하는 인센티브에 호의적인 기업들을 중심접촉(간담회) 국내외 기업 유관기관, 협회 및 투자기관과의 투자유치 간담회 개최(의견청취) 투자기업 입장의 Pain-point/Needs 청취(조율) 이해도 및 관심도 높은 기업 대상 개별 IR 진행(기업 연락 및 섭외, 타깃기업 사전 정보제공, 면담 일정 조율, 기업 관심내용 확인, 결과 보고서 작성(담당자) 기업당 1:1 유치 책임자를 선정하고, 접촉 및 유치를 추진함									
기대효과	<ul style="list-style-type: none">주요 기업의 협업기업, 관련 기업의 이동 및 고용효과앵커기업 산하 협력 업체들의 연쇄 이동 효과앵커기업과 인천시 기업들과의 기술, 인적 교류 효과									
추진기간 추진예산 (백만원)	구분	2024	2025	2026	2027	2028	국비	자비	민자	계
	전담 기구 설립							1		1
	앵커기업 유치 추진							5		5

2. 추진일정 및 소요재원

과제별		추진일정					소요재원(억원)		
1. 인천 문화의 글로벌화		'24	'25	'26	'27	'28	국비	지방비	계
1-1 지역기반 환경조성									
	지역특화 도시콘텐츠		6	6	4	4	8	12	20
	인천 시민참여형 콘텐츠	2	2	2	3	3	4	8	12
1-2 지역산업 연계지원									
	동반성장 더블업 (Double-up)		20	20	20	20	40	40	80
2. 인천형 문화기술 新콘텐츠									
2-1 기술개발									
	인천형 IP(Intellectual Property) 개발		7	7	6	6	7	17	26
2-2 기술협업									
	기업연계 기술혁신		20	20	20	15	25	50	75
	산학연관 혁신성장 네트워킹	3	3	5	5	4	9	11	20
2-3 기업지원									
	AtoZ 콘텐츠 기업 양성 청사진 (Blue Print)	10	10	10	10	10	20	30	50
	콘텐츠 기업 맞춤형 육성 (Accelerating)	20	20	30	30	30	65	65	130
3. 콘텐츠 창의형 인재									
3-1 창의 인재발굴									
	콘텐츠 융복합 플랫폼 I (Incheon+I)		2	1	1	0.5	1	3.5	4.5
3-2 기업수요 인재양성									
	기업주도 창의인재 배출 프로그램	3	3	3	4	5	9	9	18
3-3 해외진출/인재유입									
	글로벌 인재(Talents) 인큐베이팅 (Incubating)	30	30	40	40	40	100	80	180
4. 종합 콘텐츠 인프라									
4-1 인프라 개선									
	첨단(Next Level) 콘텐츠 혁신 인프라		100	100	100	20	160	160	320
	콘텐츠산업 육성 전담조직	2	3	3	2	2.5	6	6.5	12.5
4-2 투자 / 유치 인프라 조성									
	콘텐츠 성장기업 모태펀드		4	4	3	3	5	9	14
	콘텐츠 융복합 앵커기업 정착		3	3	3	3		12	
합계		94	258	280	278	194	459	513	962



제 5장 지원방안

제 1절 정책 연계방안

1. 타 기관 정책

□ IFEZ K-콘텐츠산업 육성 연구(인천연구원)

○ 인천연구원은 IFEZ(인천경제자유구역)의 입지, 최근 OTT 시장 등 기회를 활용하여 ‘K-콘텐츠산업 월드’로 도약하기 위한 콘텐츠산업 육성 방향 제시

- － 콘텐츠산업에 기반한 경쟁력 있는 산업생태계 구현 계획 수립
- － 변화된 환경에 대응하는 미래지향적 IFEZ 산업육성정책 수립

○ (마스터플랜 비전) 아시아 콘텐츠 허브, IFEZ

- － IFEZ를 아시아 콘텐츠산업의 미래 허브로 조성
- － 바이오와 반도체를 중심으로 아시아 첨단산업의 허브로 부상하고 있는 IFEZ의 위상에 걸맞는 콘텐츠산업의 생산과 소비 거점으로 육성
- － 창의적인 콘텐츠와 혁신산업생태계의 조화로운 융합 지향

<그림 54> IFEZ K-콘텐츠산업 마스터플랜

비전	K-콘텐츠 공연과 제작 아시아 허브, IFEZ			
연도별 목표	단기(2024-2025)	중기(2026-2028)	장기(2029-2030)	
	K-콘텐츠 소비시장 구축	K-콘텐츠 제작 생태계 조성	K-콘텐츠 융복합 허브 구축	
K-콘텐츠 제작 인프라 구축	아시아 콘텐츠 제작 융복합 클러스터 지정	청라 영상문화복합단지 및 G-Tech City 조성	아시아 최대 융복합 스튜디오 단지 조성	
K-콘텐츠 이벤트 기획 및 개최	펜타포트 록 페스티벌 연계 행사 2건/년 참여자인원 : 5천 명/년	SXSW IFEZ 기획 및 개최 참여자인원 : 10만 명/년	핵심 콘텐츠 이벤트 유치 및 확대	
콘텐츠산업 인재 육성	3대 특화 분야 교육 프로그램 이수자 60명/년	3대 특화 분야 교육 프로그램 이수자 80명/년	3대 특화 분야 교육 프로그램 이수자 100명/년	
콘텐츠 기업 육성	3대 특화 분야 콘텐츠 기업 창업 유치 30개/년	3대 특화 분야 콘텐츠 기업 창업 유치 45개/년	3대 특화 분야 콘텐츠 기업 창업 유치 60개/년	
전략별 과제	아시아 콘텐츠 제작 융복합 허브	IFEZ 콘텐츠 향유·소비시장 조성을 통한 생태계 활성화	IFEZ 콘텐츠산업 인재 및 기업 육성을 통한 생태계 기반 조성	IFEZ 콘텐츠산업 육성 거버넌스 정비
	IFEZ 내 콘텐츠 제작 융복합 클러스터 조성	IFEZ 특화 콘텐츠 기반 페스티벌 기획과 개최	콘텐츠 분야 인재 양성	지역 콘텐츠산업 육성을 위한 조직 간 소통 강화
	로케이션 기반 영상 콘텐츠 제작 생태계 활성화	콘텐츠 이벤트 유치로 통한 IFEZ 브랜딩	콘텐츠 제작 분야 특화기업 육성 프로그램 운영	콘텐츠산업 거버넌스의 전문성 확보
전략별 핵심사업	4대 전략	10대 핵심사업		
	아시아 콘텐츠 제작 융복합 허브	① IFEZ 콘텐츠 제작 융복합 클러스터 지정 ② 아시아 최대 융복합 스튜디오 단지 조성 ③ 영화/방송 콘텐츠 창작/제작 지원 공간 조성 사업 ④ IFEZ 로케이션 기반 영상 콘텐츠 제작 지원		
	IFEZ 콘텐츠 향유·소비시장 조성을 통한 생태계 활성화	⑤ SXSW IFEZ 개최 ⑥ 펜타포트 록 페스티벌 연계 유망사업 개최		
	IFEZ 콘텐츠산업 인재 및 기업 육성을 통한 생태계 기반 조성	⑦ IFEZ 디지털미디어 인재원 설립 ⑧ IFEZ 글로벌 o스포츠 센터 구축 ⑨ 게임 스타트업 창업 및 성장단계별 지원		
	IFEZ 콘텐츠산업 육성 거버넌스 정비	⑩ IFEZ 콘텐츠산업 육성 전문위원회 및 담당조직 설치		

인천연구원, IFEZ K-콘텐츠산업 육성 연구(2023)

□ K-콘텐츠 융복합 클러스터(ITP)

○ 인천 콘텐츠 산업의 체계적인 육성과 이를 통한 경제, 콘텐츠의 고부가 가치성, 디지털 융복합 확대를 위한 클러스터 구축 제안

－ 인천시에 도입이 가능한 2가지 클러스터 대안을 제시

○ (1안) 첨단 디지털 미디어 영상미디어 융복합 혁신 클러스터

－ 현재 중앙정부의 정책 방향인 디지털 전환과 흐름을 같이 첨단 디지털 영상 미디어 클러스터를 조성

－ 콘텐츠 제작·유통 전 과정에서의 AI, 버추얼 프로덕션, XR 등 디지털 전환 기술의 융합을 통해 콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력 확보

－ 인천을 디지털 기반의 미래 미디어 산업의 거점으로 조성

○ (2안) 인천 콘텐츠 IP 비즈니스 클러스터

－ OSMU(One source Multi Use) IP 무한 확장 시대가 도래함에 따라 우수 IP를 활용한 관광 연계, 문화향유 등 비즈니스 활용 활성화 추진

－ 슈퍼 IP 개발 또는 우수 IP 유치(네이버, 카카오 등)를 기반으로 하여 캐릭터, 영상, XR 콘텐츠 등 융합 콘텐츠 사업화 사업 수행

－ 글로벌 관문인 인천을 첨단 융합 IP 활용의 거점으로 활용

<그림 55> K-콘텐츠 융복합 클러스터 비전 및 전략

첨단 디지털 미디어 영상미디어 융복합 혁신 클러스터	인천 콘텐츠 IP 비즈니스 클러스터
<p>비전</p> <p>고부가가치 미래 디지털 영상미디어를 선도하는 글로벌 혁신 거점 인천첨단 디지털 영상·미디어혁신 클러스터</p> <p>목표</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ '30년까지 고부가가치 첨단 디지털 영상 플러그인 프로젝트 10건 수행 ◇ 첨단 디지털 융합 콘텐츠 기획·제작·실증·사업화 전주기 지원 체계 마련 ◇ 디지털 융합 콘텐츠 전문인재 연간 100명 육성 / 1인 미디어 크리에이터 인플루언서 연간 20명 산출 ◇ 버추얼 스튜디오, AI 융합 제작 지원 체계 완비 <p>추진방향</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 디지털 전환형 영상·콘텐츠 제작 지원: 버추얼 스튜디오, AI 융합 콘텐츠 제작 지원 체계 확충 2 디지털 융합 기술 콘텐츠 전주기 활용 지원: 첨단 디지털 융합 기술의 콘텐츠 활용·작업 지원 3 1인 미디어 글로벌 크리에이터 지원: 첨단 디지털 융합 1인 미디어 육성 4 콘텐츠 유통·실증·사업화 지원: 첨단 디지털 융합 콘텐츠 5 미래 디지털 미디어 인프라, 인재 확충: 첨단 디지털 융합 콘텐츠 인프라 확충 및 전문인재 육성 <p>분야</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 디지털 전환형 영상·콘텐츠 제작지원: 우수 콘텐츠 제작 2 디지털 융합 기술 콘텐츠 전주기 활용 지원: 디지털 융합 기술 확대 지원 3 1인 미디어 글로벌 크리에이터 지원: 글로벌 인플루언서 육성 4 콘텐츠 유통·실증·사업화 지원: 디지털 콘텐츠 유통·사업화 지원 5 미래 디지털 미디어 인프라 확충: 전국 최고 디지털 미디어 인프라 조성 <p>전략과제</p> <ul style="list-style-type: none"> · 버추얼 프로덕션 활용 영상 콘텐츠 플러그인 프로젝트 지원 · 인천특화 OTT 제작 지원 · 인천 대표 디지털 IP 콘텐츠 제작 · 초실감 융합 게임 제작 지원 · 생성형 AI 융합 미디어 콘텐츠 창작 지원 · 디지털 융합 콘텐츠 제작 · AI 활용 번역·자막·대본 등 후방 제작 지원 · AI 활용 고화 분색을 통한 마케팅 활용 지원 · 인천 국제 1인 미디어 페스티벌 확대 지원 · 해외국 인플루언서 참여 글로벌 미디어 크리에이터 육성 지원 · 한인 VP 활용 1인 미디어 콘텐츠 제작 · 인천형 1인 미디어 크리에이터 육성 지원 · 인천 국제 공공 수요 연계 콘텐츠 사업화 · 인천 전통산업 콘텐츠 비즈니스 지원 · VC/AC 연계 투자 유치 액셀러레이팅 · 한인 VP 활용 1인 미디어 콘텐츠 제작 · 디지털 콘텐츠 실증 테스트 지원 · 버추얼 스튜디오 조성 · 초실감 콘텐츠 체험존 조성 · 레저전시 조성 	<p>비전</p> <p>글로벌 IP-비즈니스 허브 인천 K-콘텐츠 클러스터</p> <p>목표</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 인천 K-콘텐츠 '30년까지 수출액 220억원' 달성 ◇ 인천을 대표할 K-콘텐츠 스타기업 Top 5 육성 ◇ 인천 특화 K-콘텐츠 Big 프로젝트 5건 ◇ K-콘텐츠 전진기지 클러스터 구축 <p>추진방향</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 K-콘텐츠 수출 전진기지 인천 인프라 구축: 우수기업 입주 공간, 실증·사업화·시연 공간, 관광 연계 시민 참여 공간 등 구축 2 인천 관광·역사 문화 연계 길러 콘텐츠 제작: 인천 특화 길러 콘텐츠 제작, Big 프로젝트 추진 3 관광·축제 연계 우수 콘텐츠 실증 및 사업화 지원 강화: 인천 관광 지원 연계 실증 및 사업화 지원 4 K-콘텐츠 스타기업 단계별 육성: 인천 대표 콘텐츠 스타기업 육성 <p>분야</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 인천 관광·역사 문화 연계 길러 콘텐츠 제작: 유해 IP 콘텐츠 제작 2 One-stop 우수 콘텐츠 제작·실증·사업화 체계 구축: 콘텐츠 실증·사업화 지원 3 K-콘텐츠 스타기업 단계별 육성: 인천 대표 콘텐츠 스타기업 육성 4 K-콘텐츠 수출 전진기지 인천 조성: 인프라 구축 <p>전략과제</p> <ul style="list-style-type: none"> · (중점) 관광축제 활용 뉴 미디어 콘텐츠 제작 · (중점) 인천 스키 대표 캐릭터 제작 지원 · (중점) K-OTT / 버추얼 프로덕션 제작지원 · (중점) 글로벌 진출형 게임 제작 지원 · 인천 국제 공공 수요 연계 콘텐츠 사업화 지원 · 콘텐츠 VC/AC 연계 투자 유치 액셀러레이팅 · 디지털 콘텐츠 실증 테스트 지원 · 콘텐츠 상용사업 지원 · 인천 K-콘텐츠 스타기업 후보기업 육성 지원 · 인천 K-콘텐츠 스타기업 선정 및 글로벌화 지원 · 인천 콘텐츠 코리아 클-기업 육성 지원센터 연계 체계 강화 · 실증·사업화·시연 공간 운영 (콘텐츠 제작·제작·제작·LED 등) · OTT 스튜디오 운영 · 융합형 미디어 전시·공연 운영 · 우수기업 입주공간 제공

한국기업지식연구원, IFEZ K-콘텐츠산업 육성 연구(2023)

2. 연계 전략

- 기본계획의 흐름은 중앙정부 및 한국콘텐츠진흥원의 방향성과 연계하여 진행하고, 세부 과제의 내용들은 유관기관 사업과 연계하여 진행하는 전략을 취함
- 중앙정부, 한국콘텐츠진흥원의 정책 방향성을 반영하기 위한 4가지 방향성 설정(지역기반 동반성장, 미래 신산업 발굴, 창의인재 양성, 기반 인프라 조성)
 - (중앙정부) 문화콘텐츠 기술개발을 통한 기업지원과 경쟁력 확보(AI-디지털 전환 가속화로 글로벌 경쟁력 확보 / 미디어 DX 트레이닝 등)
 - (한국콘텐츠진흥원) 인프라 조성, 문화콘텐츠 환경조성을 통한 생태계 구축(문화콘텐츠 진흥환경 조성사업 / 저작물 이용 및 유통환경 조성 등)
- 세부 과제 도출시 IFEZ K-콘텐츠 육성(인천연구원), K-콘텐츠 융복합 클러스터(ITP) 과제들을 참조, 정책 연계 시너지효과를 위해 유사과제 연계
 - (인천연구원) 기업의 인재양성을 통한 수요기반 콘텐츠 산업 인재양성 연계
 - (ITP) 클러스터 구축 시 기반 인프라 활용, 세부사업 연계 및 클러스터를 활용한 기업 지원

<그림 56> 인천시 문화콘텐츠 기본계획 연계 방향성



[표 120] 정책 근거 및 연계 표

전략	분야	세부과제	근거	인천연구원	인천클러스터	국정과제/인천시
1. 인천 문화의 글로벌화	지역기반 환경조성	1. 지역특화 도시콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> • 벤치마킹 (요코하마 /야외촬영과 도시환경개선 • 인천 섬 관광 활성화 정책 지속 • 민선 8기 공약 제물포 르네상스 진행 중 • 문화콘텐츠 적용을 통한 도시재생 사례 	<ul style="list-style-type: none"> • 미디어아트로 경험하는 IFEZ • 기후행동 콘텐츠 기반 환경 페스티벌 "쿨해지구 " 	<ul style="list-style-type: none"> • 인천 특화 뉴미디어 관광콘텐츠 IP 개발 • 인천 대표 캐릭터 IP 개발 	<ul style="list-style-type: none"> • [문체부] 민관협력을 통해 한국문화에 대한 인지도와 호감도를 한국관광 수요로 전환 • ‘문화유산 3대 축전’, ‘문화유산 방문 캠페인’등 활용 관광브랜딩육성
		2. 인천 시민참여형 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> • 인천만의 문화콘텐츠 내용 부재 • 콘텐츠 인력 조기양성 및 기업이 원하는 인재 채용 • 타 지자체의 문화 취약 계층을 위한 복지 사례 	<ul style="list-style-type: none"> • SXSW IFEZ 개최 • 펜타포트 록 페스티벌 연계 뮤직마켓 개최 • 사운드 디플로마시 <뮤직 시티 컨벤션 > 유치 • K-뷰티 & 패션 워크 		<ul style="list-style-type: none"> • [인천시] INK, MICE, 국제 영화제 • [문체부] 장애인 문화 향유권 제고
	지역산업 연계지원	3. 동반성장 더블업 (Double-up)	<ul style="list-style-type: none"> • 문화콘텐츠 산업의 경계가 사라지는 빅블러 현상 • 문화콘텐츠와 타 산업 연계를 통한 시너지 사례 존재 	<ul style="list-style-type: none"> • IFEZ 로케이션 기반 영상 콘텐츠 제작 지원 • IFEZ 3D 로케이션 DB 제작 • IFEZ 로케이션 지도 플랫폼 		<ul style="list-style-type: none"> • [문체부] 케이 -콘텐츠를 중심으로 한 케이 유행 (신드롬)을 활용 ① 콘텐츠 ② 제조업·서비스업 동반 해외 진출 확대
2. 인천형 문화기술 新콘텐츠	기술개발	4. 인천형 IP(Intellectual Property) 개발	<ul style="list-style-type: none"> • 문체부, 콘텐츠원의 문화 콘텐츠 분야 기술 지원 		<ul style="list-style-type: none"> • 생성형 AI 활용 콘텐츠 제작 지원 (시범사업) • 글로벌 진출형 게임 제작 지원 (글로벌 IP 확보) 	<ul style="list-style-type: none"> • [중기부] 시장 친화적 방식의 기술개발확대 • [과기부] 전략기술 분야 R&D 투자확대 • [과기부] 민관합동 R&D 프로젝트 착수
	기술협업	5. 기업연계 기술혁신	<ul style="list-style-type: none"> • 자금의 부족으로 인한 기술연구 부족 및 콘텐츠 제작 역량 필요 (설문조사) 	<ul style="list-style-type: none"> • •Pre-CAST 협업 콘텐츠 기획 지원 사업 	<ul style="list-style-type: none"> • VP 스튜디오 활용 인천형 OTT 제작 지원 • 인천 (기업) 활용 XR 디지털 콘텐츠 제작 지원 • 인천 민간·공공 수요 연계 콘텐츠 R&BD 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 123[문체부] 신(新)사업 모델 (웹툰 전문 번역 등), 신(新)기술 개발 지원 • 인공지능 (AI), 확장 가상 세계 (메타버스) 등 기반 콘텐츠 프로젝트 및 기술개발지원
		6. 산학연관 혁신성장 네트워킹	<ul style="list-style-type: none"> • 인천시 내 문화콘텐츠 전담기관 부재 	<ul style="list-style-type: none"> • 인천시 IFEZA-인천 TP 간 콘텐츠산업협의체 운영 		
	기업지원	7. AtoZ 콘텐츠 기업 육성 청사진(Blue Print)	<ul style="list-style-type: none"> • 광주 콘텐츠 클러스터 조성을 통한 기업 집중 육성, 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 게임 스타트업 창업 및 성장단계별 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 인천 K-콘텐츠 스타기업 선정 및 글로벌화 지원 • 인천 기업 성장 사다리 지원 	
		8. 콘텐츠 기업 맞춤형 육성(Accelerating)	<ul style="list-style-type: none"> • 인천시 내 기업 70%가 지원사업 혜택 부재 (설문조사) 		<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 실증 지원 • 인천 콘텐츠 기업 액셀러레이팅 지원 (공통) 	

전략	분야	세부과제	근거	인천연구원	인천클러스터	국정과제/인천시
3. 콘텐츠 창의형 인재	창의 인재발굴	9. 콘텐츠 융복합 플랫폼 I(Incheon+I)	<ul style="list-style-type: none"> 수도권으로의 인재 유출 (설문조사) 인천 내 문화콘텐츠 기업의 90%가 지역 내 이동하지 않음 			
	기업수요 인재양성	10. 기업주도 창의인재 배출 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> 기업 설문조사 결과 인재양성 정책 필요 (1위) 콘텐츠 분야별 필요 인재 수급 필요 인천내 대학 (연세대, 인천대, 인하대) 활용 전주기적 지원 정책 필요 (전문가 자문) 	<ul style="list-style-type: none"> IFEZ 디지털미디어 인재원 설립 OTT 자막 번역 인력 양성 프로그램 게임 창작자 양성 사업 	<ul style="list-style-type: none"> 인천 1인 미디어 크리에이터 지원 사업 	<ul style="list-style-type: none"> [문체부] 잠재력높은 인력에 대한 현장형 교육으로 취창업 지원
	해외진출 인재유입	11. 글로벌 인재(Talents) 인큐베이팅(Incubating)	<ul style="list-style-type: none"> 공항보유 및 지리적 위치로 인해 해외 유입·진출 용이 중국 무역 1위 (수출입) 공항보유 및 지리적 위치로 인해 해외 유입·진출 용이 1인 미디어 시장의 급격한 증가 (사회환경) RAPA 1인 미디어 콤플렉스 (지원센터) 			<ul style="list-style-type: none"> [과기부] '브레인 풀(Brain Pool)' [법무부] 첨단 분야 인턴 비자' [중기부] 최대 6억원의 바우처·기술개발(R&D) 및금융 집중 지원 신(新)한류 열풍이 강한 중동, 남미 등 신흥국 시장을 대상 소비재 수출 확대
4. 종합 콘텐츠 인프라	인프라 개선	12. 첨단 (Next Level) 콘텐츠 혁신 인프라	<ul style="list-style-type: none"> 수도권 (경기, 인천)과 비교하여 문화콘텐츠 인프라 부족 타 지자체 비교하여 전문 클러스터 부재 (추진 중) 			
		13. 콘텐츠산업 육성 전담조직	<ul style="list-style-type: none"> 부산, 광주, 경기도 문화 콘텐츠 전담기관 존재 정부정책 (문체부, 코카) 와 문화콘텐츠 정책 연계 	<ul style="list-style-type: none"> IFEZ 콘텐츠 제작 융복합 클러스터 지정 울왕산 IFUS HILL 개발 아시아 최대 융복합 스튜디오 단지 조성 영화·방송 콘텐츠 창작·제작 지원 공간 조성 사업 	<ul style="list-style-type: none"> 클러스터 인근 첨단 디지털 미디어 콘텐츠 체험 거리 조성 IFEZ 글로벌 e 스포츠 센터 구축 	<ul style="list-style-type: none"> [인천시] K-pop Arena 건립 (인천시장 공약) 영상산업단지 조성 등 (인천시장 공약)
	투자유치 인프라 조성	14. 콘텐츠 성장 기업 모태펀드	<ul style="list-style-type: none"> 효율적인 사업지원을 통한 문화콘텐츠 생태계 조성 서울시, 경상남도 등 문화 콘텐츠 분야 펀드 조성 	<ul style="list-style-type: none"> IFEZ 콘텐츠산업 육성 전문위원회 및 담당조직 설치 		
		15. 콘텐츠 융복합 앵커기업 정착	<ul style="list-style-type: none"> 앵커기업 유치를 통한 인천시 문화콘텐츠 기업 인력, 기술 향상 (설문조사) 			<ul style="list-style-type: none"> 모태출자펀드 : 한국벤처 투자 KMC [인천시] 인천빅웨이브 모펀드 (2021~2024) [문체부] (케이 -콘텐츠 펀드)중소기업 위주 콘텐츠 산업에 대해 펀드를 통한 자금조달 확대

2. 타 기관 조직분석

□ 한국콘텐츠진흥원

○ 한국콘텐츠진흥원은 문화산업의 진흥·발전을 효율적으로 지원하기 위해 기존의 한국문화콘텐츠진흥원, 한국게임산업진흥원, 한국방송영상산업진흥원을 통합하여 설립

－ 통합 전 기관인 게임, 방송, 콘텐츠 분야를 담당하는 본부와 더불어 경영분야, 한류분야를 전담하는 5본부 체제로 구성

<그림 58> 한국콘텐츠진흥원 조직도

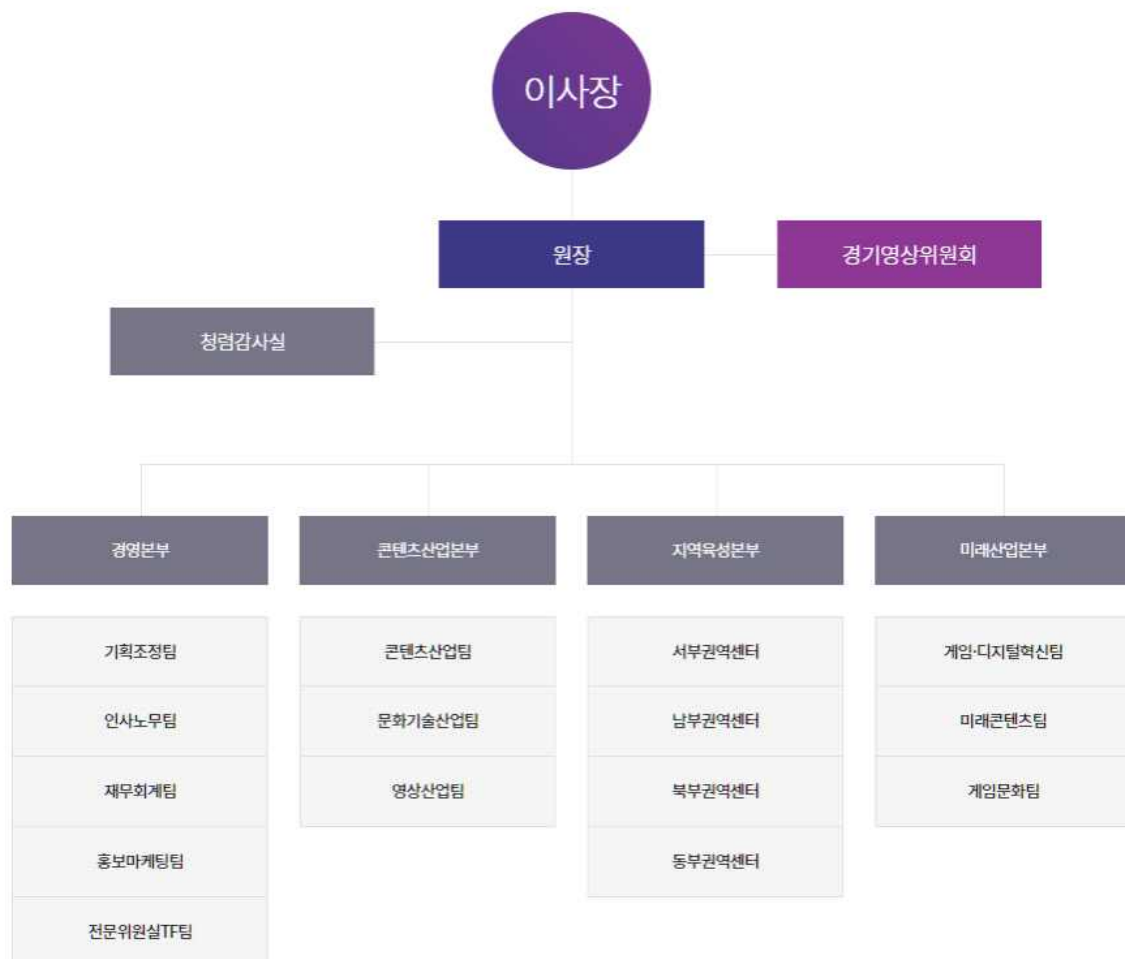


[출처] 한국콘텐츠진흥원 홈페이지

□ 경기콘텐츠진흥원

- 경기콘텐츠진흥원은 경기도 산하기관으로서, 콘텐츠 창업, 스타트업을 지원하며 북부경기문화창조허브, 판교경기문화창조허브, 경기게임문화센터 등을 운영
- － 진흥원 내 영화영상 분야 전문가들로 구성된 ‘경기영상위원회’를 자문기구로 두어 정책 추진
- － ‘경영본부’와 콘텐츠산업, 문화기술산업, 영상산업을 담당하는 ‘콘텐츠산업본부’, 경기도 각 지역의 콘텐츠산업 육성지원을 담당하는 ‘지역육성본부’, 미래콘텐츠를 발굴하고 메타버스, VR·AR 기술을 담당하는 ‘미래산업본부’의 4본부로 구성

<그림 59> 경기콘텐츠진흥원 조직도



[출처] 경기콘텐츠진흥원 홈페이지

□ 경북문화재단 콘텐츠진흥원

- 2022년 산하 공공기관 축소 구조개혁을 통해 2023년 ‘경북문화재단’과 ‘경북콘텐츠진흥원’을 통합하여 운영
 - － 민선 8기 취임 직후 밝힌 ‘1개 분야 1개 재단’이라는 정책 기조에 근거
- 문화재단 이사장 아래 콘텐츠진흥원장과 사무국장이 위치해 있으며, 4개 팀과 2개 센터로 구성
 - － 전반적인 경영과 홍보운업을 담당하는 ‘경영관리팀’, 협력사업 및 기관 중점사업을 담당하는 ‘전략사업팀’, 콘텐츠산업 및 문화산업을 담당하는 ‘콘텐츠산업팀’, IP산업과 영상산업, 실감산업을 담당하는 ‘융복합콘텐츠팀’의 4팀 구성
 - － 경북 동남권 지역의 산업과 기업을 담당하는 ‘동남권 센터’와 콘텐츠 기업과 교육, 투자유치 등 기업지원을 전반적으로 담당하는 ‘경북콘텐츠기업지원센터’의 2개 센터 구성

<그림 60> 경북문화재단 콘텐츠진흥원 조직도

경영기획팀 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 인사, 총무, 조직, 회계, 재산관리 ▶ 이사회 운영 및 계규정 관리 ▶ 중장기 발전계획수립 및 성과관리 ▶ 입주기업 및 청사시설·장비 관리 ▶ 재난·안전관리 ▶ 홍보 운영관리 	전략사업팀 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 전략사업 연구 및 정책개발 ▶ 중앙 및 도 공모사업 유치 ▶ 협력사업 연계추진 ▶ 기관 중점추진사업 운영 	콘텐츠산업팀 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 콘텐츠 기업육성 및 지원 ▶ 문화산업 인프라 구축 ▶ 산업지원 및 기초사업 추진 ▶ 지자체, 유관기관 네트워크 및 컨설팅 협력 ▶ 콘텐츠산업 관련 사업발굴·지원 및 운영
융복합콘텐츠팀 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 융복합콘텐츠관련 사업발굴·지원 및 운영 ▶ 스토리·IP 산업 지원 ▶ 영화·드라마 등 영상산업 지원 ▶ 실감미디어콘텐츠 육성 ▶ 리키비움 운영 	동남권센터 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 경북·동남권 콘텐츠 산업 육성지원 ▶ 경북·동남권 융복합 콘텐츠산업 기반 조성 및 대외협력 ▶ 경북·동남권 콘텐츠 기업육성 및 창작자 지원 ▶ 신 한류사업 발굴 및 지원 	경북콘텐츠기업지원센터 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 경북 콘텐츠 기업육성 및 성장 지원 ▶ 융합콘텐츠 개발 및 사업화 지원 ▶ 콘텐츠 제작 교육 및 창작장비 대여업무 ▶ 입주기업 및 센터 시설 운영 및 대관운영 ▶ 투자 유치 및 기업 인큐베이팅 ▶ 지자체, 유관기관 네트워크 및 컨설팅 협력

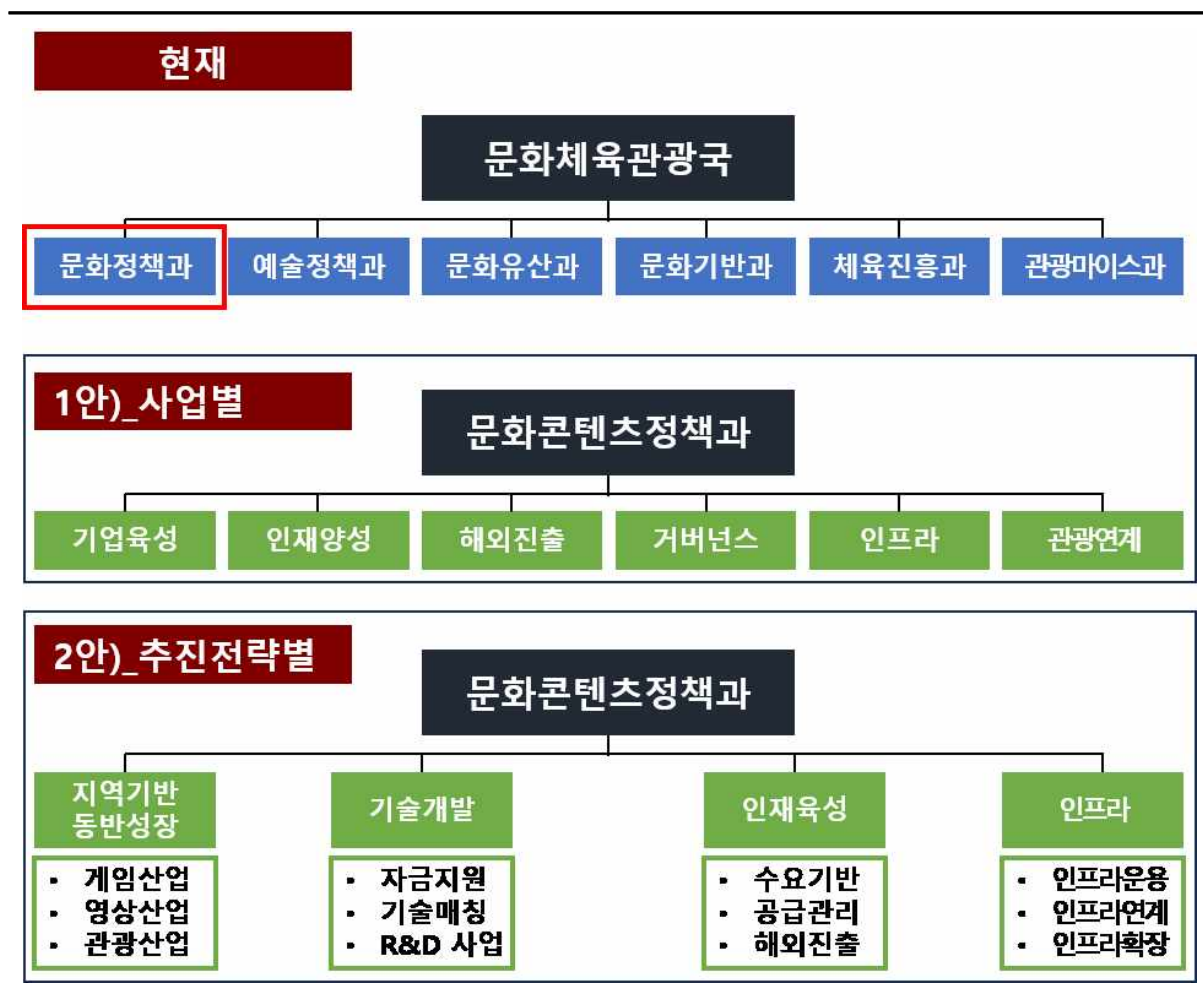
[출처] 경북문화재단 콘텐츠진흥원 홈페이지

3. 운영조직 개편 방안

□ 문화정책과 조직 개편

- 인천시 문화콘텐츠 산업 기본계획의 실행력 확보를 위한 문화정책과를 조직 개편
 - － 문화체육관광국의 관광마이스, 문화기반, 문화유산과 인원 및 업무 재정비 필요
- (1안) 전문성 향상 및 효율성을 위한 사업 중심 조직개편으로 각 분야별 집중 지원
- (2안) 추진 전략별 기본계획의 지원 방향성(지역기반, 기술개발, 인재양성, 인프라) 4개 분야 집중 지원

<그림 61> 문화체육관광국 조직개편 (안)

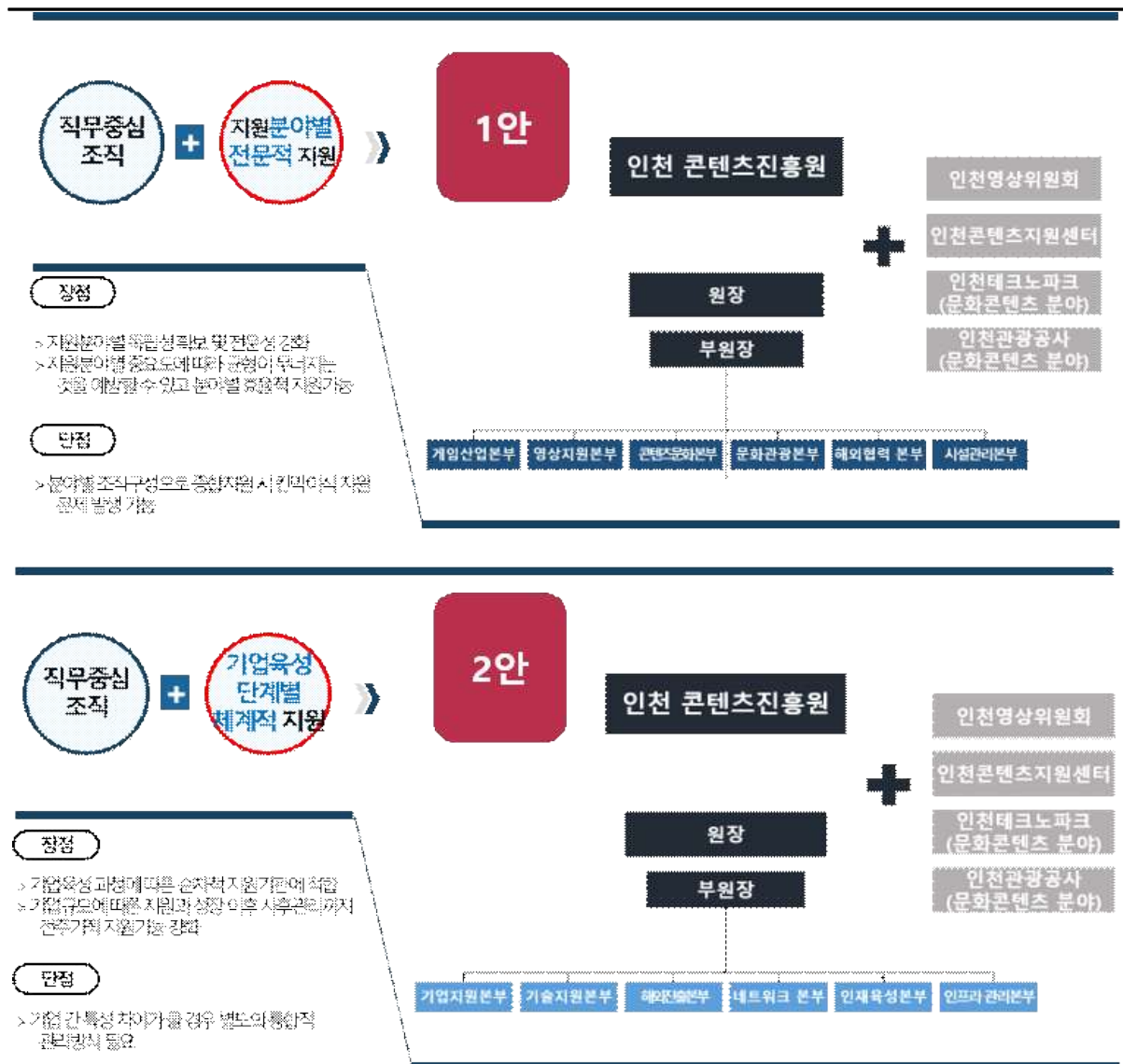


□ 인천콘텐츠진흥원 설립

○ 인천광역시의 문화콘텐츠산업을 촉진하고 전문성 향상을 위한 ‘인천 콘텐츠 진흥원’ 설립

- 기존 ‘인천광역시 문화콘텐츠산업 진흥 조례’ 개정을 통한 인천 콘텐츠진흥원 설립 근거 마련
- 정부정책과의 일관성 추구 및 지원사업 관리의 일원화
- 기존 문화콘텐츠 관련 기관 / 조직들의 통합 및 재정비를 통한 효율적인 문화콘텐츠 산업 지원(인천영상위원회, 인천콘텐츠지원센터, 인천테크노파크, 인천관광공사 등)

<그림 62> 인천콘텐츠진흥원 조직도(안)



제 3절 앵커기업

1. 추진 목적

- 인천시 문화콘텐츠산업의 경쟁력 제고를 위한 체계적이고 종합적인 문화콘텐츠산업 진흥계획을 수립을 위해 추진
 - － 대규모의 자금과 인력, 장기간의 시간이 소요되며, 앵커기업을 유치함으로써 맞춤형 산업도시 조성을 추진
- (앵커기업 추진 방안) 개발을 위해서는 안정적인 금융지원 시스템 마련이 요구됨. 산업도시 개발은 정부 협력에 기반을 두어 추진되는 사업이며, 대규모 재원이 소요되기 때문에 산업은행 단독으로 수행하기 어려움 존재함
 - － 고속련 기능 인력과 고급 기술인력 양성을 지원해야 함. 인턴십을 통해 업무와 경험을 축적하고, 유관 업종에 취업할 수 있도록 교육과정 지원이 필요함

[표 121] 앵커기업 추진방안

구분	내용
1. 미래 산업 유망 분야	1-1. 2025 콘텐츠산업 핵심 트렌드 후보군(한국문화관광연구원) 1-2. 콘텐츠산업 2023 전망(KOCCA)
2. 인천시 유망분야	2-1. 인천시 공약사항 및 8대 전략산업 + 르네상스 2-2. 전문가 의견 2-3. 인천시 SWOT분석 결과(자료조사+설문조사 등) 2-4. 결론 : 핵심 방향(특수기술, 관광)-->분야별 순위 리스트
4. 기업 유치방안	4-1. 기업 유치방안

[출처] 용역사 재구성

[표 122] 관련 산업 개발 TF

구분	역할	대상
정부	<ul style="list-style-type: none"> 산업도시 개발 예산 확보 기관 지원체계 마련 	<ul style="list-style-type: none"> 산업부, 문체부, 중기부, 교육부, 국토부, 인천시
공공기관	<ul style="list-style-type: none"> 시장 경제 현황조사 분석 기술사업화, 금융지원 	<ul style="list-style-type: none"> 영상위, ITP
앵커기업	<ul style="list-style-type: none"> 분야별 대기업 	<ul style="list-style-type: none"> 관련 대기업
중소기업	<ul style="list-style-type: none"> 대기업과 가치사슬을 공유하며, 협력 가능한 기술이나 품목 도출 	<ul style="list-style-type: none"> 대기업 협력기업 관련 산업 종사 기업

[출처] 용역사 재구성

○ (콘텐츠 가치사슬) 디지털 융합과 영상 콘텐츠산업 재편 사례

- 미래 콘텐츠의 가치사슬의 방향성은 콘텐츠 IP와 콘텐츠 서비스(Content Service)로 나누어서 확인이 필요함

[표 123] 콘텐츠 산업 재편

콘텐츠 IP	콘텐츠 서비스(Content Service)
<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 영역(장르)에서 제작되는 콘텐츠를 묶어주는 핵심요소이며, 다양한 장르 확장과 산업 연계가 가능함 • 경쟁력을 갖춘 기업들의 영향력은 커질 예정 	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 스크린과 실제 이용자들이 콘텐츠 접점을 만들어 내는 것 • 디지털 미디어-스크린 ==> 애플리케이션 or 웹서비스로 제공됨 • UX나 추천 등 디지털 서비스로 좌우됨
<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰, 웹소설 분야 ==> 네이버, 카카오 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 일종의 Channel역할. OS(Operating System)과 네트워크(Streaming)

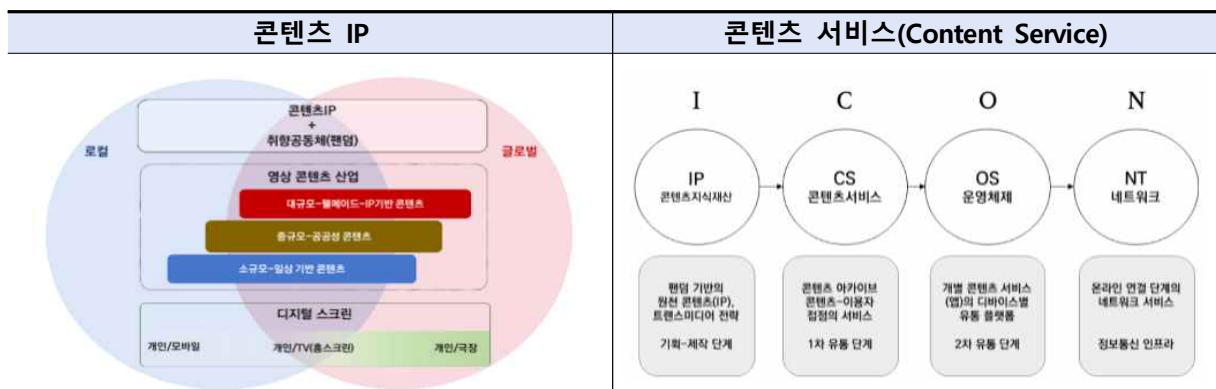
예) 콘텐츠 IP확대와 D2C(Direct to Consumer)

* BHO, 디즈니 플러스는 콘텐츠 기획제작 역량(IP)를, 구독이라는 비즈니스 모델(BM)을 통하여 D2C콘텐츠 서비스(CS)를 제공

* JTBC(IP)는 D2C서비스 구독모델을 제공하는 TVing과 지상파 3사 연합하여 Wavve로 경쟁함

* Wavve와 TVing은 웹툰 IP분야의 강자인 카카오와 네이버 전략적 협력을 확대 중

[표 124] 콘텐츠 산업 가치사슬



* 레거시 미디어 영향력 감소하고, 통신 미디어 기업, 제작사, 플랫폼의 전략적 제휴 및 연합을 통한 콘텐츠 시장의 급격한 지각변동 예상

* 대형 미디어 플랫폼 시장독점(하청기지, 콘텐츠 블랙홀)을 통한 양극화 발생으로 중소영상콘텐츠 없애 자생력 상실되어 법 제도 개선을 통한 규제 강화(10억 미만 89%, 10인 미만 90.7%)⁵⁵⁾

[출처] 한국콘텐츠진흥원, 2019 콘텐츠산업 통계조사(2021)

○ (전문가 의견) 인천에 대한 전략적인 접근 필요

- (포지셔닝 전략) 인천의 장점을 바탕으로, 특색있는 정책 포지셔닝 필요
- (기업 육성 및 자족자생 유도) 관련 산업 기반을 마련하고, 기업 친화적 정책 추진
- (통합지원) 모든 지원이 통합적, 전략적 지원 필요

55) 2019년 콘텐츠산업 통계조사(2021)

2. 앵커기업 유치 방안

□ 인천시 앵커기업 유치 전담 추진기구 설립 및 운영

○ 유치추진 기구 설립

- (유치기구) 인천시가 주도하고 앵커기업 유치를 위해 다양한 경험과 인맥을 가진 민간 전문가, 관련 사업 관련 단체 및 기업인 대표, 국회의원, 도의원 과 시의원 등으로 구성된 앵커기업 유치추진 기구를 설립

○ 명확한 역할 분담과 책임(시장 직속 기구)

- (기구의 역할이 책임) 명목상의 기구가 아닌 실질적 유치를 위한 기구이므로 명확한 역할 분담과 책임이 중요함. 자문기구가 아닌 집행력을 가지는 실질적인 의사결정기구이므로 확정될 때까지 지속 운영
- (시장직속) 관련된 의사 결정하고 집행을 해야 하므로 독립적, 자율적 기구의 편의와 실효성을 확보하기 위하여 시장을 단장으로 하는 직속 편제 필요

□ 인천시 앵커기업 유치 단계별 전략 수립 및 추진

○ 1단계 : 앵커기업 리스트 작성

- (주력산업) 인천시 주력산업 관련 국내외 대표기업 선정(리스트)
- 콘텐츠 기업 대상(Kisline 정보 포함) (상장여부, 매출액, 이익, 자산, 종업원 수, 기업 평가등급 등)
- (의견수렴) 전문가, 인프라 등 각종 의견 수렴
- (정보파악) 리스트를 바탕으로 기업의 상황 및 전략 등 정보파악
- (연계성) 리스트와 국책사업과의 연관성을 파악

○ 2단계 : 기업 인센티브 결정

- (기업혜택) : 기업들에게 제시할 수 있는 파격적인 부지 공급가, 정책자금, 세제혜택, 행정서비스 등 범위와 내용 결정
- 부지 공급가, 정책자금, 세제 혜택, 행정서비스 등

○ 3단계 : 기업 접촉 및 적극적 유도 시도

- (접 촉) 리스트 기업 중 인천시가 제안하는 인센티브에 호의적인 기업들을 중심으로 긴밀한 접촉을 통한 추진
- (간담회) 국내외 기업 유관기관, 협회 및 투자기관과의 투자유치 간담회 개최
- (의견청취) 투자기업 입장의 Pain-point/Needs 청취
- (조 율) 이해도 및 관심도 높은 기업 대상 개별 IR 진행(기업 연락 및 섭외, 타깃기업에 사전 정보 제공, 면담 일정 조율, 기업 관심 내용 확인, 결과 보고서 작성, 후속 조치 등) (그림 63번 기업대상 LIST참조)
- (담당자) 기업당 1:1 유치 책임자를 선정하고, 접촉 및 유치를 추진함

○ 앵커기업 발굴 기준

- 인천시 콘텐츠 관련분야로 앵커 기업을 유치하는 데 있어 핵심적 역할을 하는 사업
- 국내·외 환경변화와 정부의 국정 기조에 부합하는 사업
- 인천시 주변 인프라를 활용하여 연계 가능한 사업
- 인천시에서 많은 일자리를 창출할 수 있는 사업
- 인천시에서 산학연관 협력 체제를 구축하여 콘텐츠 개발, 원천기술 개발, 해외시장 진출에 이르는 전 과정에서 긴밀한 협력이 가능한 사업

[표 125] 인천시 앵커기업 발굴 TF팀 구성

유치분야	내부	외부	인천시 담당자
<ul style="list-style-type: none"> • 영상분야 • 애니메이션 • 캐릭터 • 원천 IP 개발 • 신기술 분야 • 클러스터 	<ul style="list-style-type: none"> • 위촉위원 • 영상위원회 • ITP • 인천연구원 	<ul style="list-style-type: none"> • 교수 전문가 • 기업가 • KOCCA 	<ul style="list-style-type: none"> • 인천시 담당 • 인천시 MICE • 인천시장 • 관련 공무원 • 기초단체 위원 • 지역구 국회의원

<그림 63> 콘텐츠 기업 대상 LIST

[illegible]

[출처] : NICE DB 추출

3. 앵커기업 유치사례

□ 기업 유치 혜택

○ 앵커기업 유치 성공사례(리턴기업 유치사례)

- 경기도는 앵커기업 생산시설 부근에 도로와 폐수처리장 건설을 지원하고, 전라남도는 공장부지 무상 임대, 전라북도는 지원금 조례 제정 등을 실행

[표 126] 정책지원 수단

구분	국내 생산설비 신·증설 지원	리쇼어링 활성화 지원
세제혜택	<ul style="list-style-type: none"> 법인세 납부 연기(가속상각제도) 생산성 향상시설 투자세액 1~3%↑ 	<ul style="list-style-type: none"> 국내사업장 증설에 대한 법인세 감면 (조특법 개정)
입지지원	<ul style="list-style-type: none"> 부지 제공, 도로확장 등(지자체 지원) 	<ul style="list-style-type: none"> 국·공유재산 장기임대, 임대료 감면 등
금융지원	<ul style="list-style-type: none"> 설비투자 붐업 프로그램 신설(총 4.5조 원 특별 정책자금 조성) ‘①공장부지 구매 기업 ②국내 복귀 기업, ③소부장 기업’ 최저 1.5% 금리 적용 	

[출처] 울산발전연구원, 투자유치 활성화를 위한 인센티브 개편방안 연구(2018), 산업통상자원부, 대외 의존형 산업구조 탈피를 위한 소재·부품·장비 경쟁력 강화대책(2019)

○ 금융지원 사례

- 「신규 설비투자 촉진 금융지원 프로그램」: 산업은행, 기업은행, 수출입은행이 중소·중견기업의 신규 설비투자에 대해 총 4.5조 원 규모의 특별 정책자금을 지원
- 최저 1.5%의 금리가 적용(금융위원회, 2020). 조기 공급 안정성 확보가 필요한 소재·부품·장비 생산기업의 경우, 국내 공장 신증설 인허가를 조기 승인하고, 현금보조금은 토지 매입가액의 최대 50%, 설비투자 금액의 34%, 기업별 시설투자에 대한 융자 한도는 100억 원까지 지원(산업통상자원부, 2019).
- 유턴기업 활성화와 관련한 정부의 지원정책은 「해외진출 기업의 국내복귀 지원에 관한 법률」에 근거
- 본 법률에 따르면 국내 복귀기업의 유형은 기존 국내사업장의 유무와 해외사업장의 철수 방식에 따라 네 가지 유형으로 구분되며 유형별, 그리고 중소중견·대기업 구분과 복귀 지역에 따라 지원 사항이 다르게 적용(대외경제정책연구원, 2018).

○ 국내 복귀기업의 주요 혜택

- 법인세, 소득세, 관세 등에 대한 조세감면, 입지와 설비투자에 대한 보조금, 고용보조금 및 인력지원, 입지지원 등이며 유형별 지원내용

[표 127] 생산설비 확충을 위한 정책 지원 수단

기업 유형	복귀 지역	국내 사업장	해외 사업장	조세		보조금		인력지원	
				법인세 소득세	관세	입지	설비	보조금	외국인 비자
중소 중견 기업	비수도권	미보유	청산·양도	○	○	○	○	○	○
			유지·축소	○	○	○	○	○	○
		보유	청산·양도	○	○	○	○	○	○
			축소	○	○	○	○	○	○
	수도권	미보유	청산·양도	X	X	X	X	○	○
			유지·축소	X	X	X	X	○	○
		보유	청산·양도	X	X	X	X	○	○
			축소	X	X	X	X	○	○
대기업	비수도권	미보유	청산·양도	○	×	×	×	×	○
			유지·축소	×	×	×	×	×	○
	수도권	보유	청산·양도	○	×	×	×	×	○
			축소	×	×	×	×	×	○
	비수도권	미보유	청산·양도	×	×	×	×	×	○
			유지·축소	×	×	×	×	×	○
	수도권	보유	청산·양도	×	×	×	×	×	○
			축소	×	×	×	×	×	○

[출처] 대외경제정책연구원, 리쇼어링의 결정요인과 정책 효과성 연구(2018)

○ 유턴기업 세제지원 확대방안

[표 128] 유턴기업 세제지원 방안

기존	개선
<ul style="list-style-type: none"> • 해외 사업장 청산·양도, 축소·유지 후 국내 사업장 신설·창업 → 5년 / 3년간 100% + 2년간 50% 감면 	<ul style="list-style-type: none"> • (추가) 국내 사업장 증설의 경우, 증설로 인한 사업소득에 대하여 법인세 감면

[출처] 관계부처 합동, 코로나 바이러스 감염증-19 기업애로 해소 및 수출지원 대책(2020)

○ (주) 대동모빌리티

유치연도	~2024년
투자금액	1,214억 투자
일자리 창출	697명
유치기관	대구국가산단
주력산업	e-바이크, AI로봇, 모빌리티

관련사진



[출처] 동양뉴스, 대구시, 보유 산업용지 '앵커기업' 유치 성사

○ HD로보틱스

유치연도	2018년 8월 준공
투자금액	500억 원
일자리 창출	120명 협력사 동반유치:동명정기·일성엠텍·세신공업·선우로보텍·유명엔지니어링
유치기관	대구테크노폴리스
주력산업	5G 기반 첨단 제조로봇, 서비스 로봇, 제조용 로봇
관련사진	

[출처] 조선일보, 첨단 스타기업들, 테크노폴리스에 자리잡다.

○ 롯데케미칼(주)

유치연도	2017년
투자금액	500억 원
일자리 창출	120명
유치기관	대구시 물산업클러스터
주력산업	수처리용 멤브레인사업
관련사진	

[출처] 전자신문, 롯데케미칼, 대구국가산단에 수처리 분리막 생산공장 착공

○ KB와이퍼시스템

유치연도	2017년
투자금액	2,469억 원(대구시 30억 원)
일자리 창출	700명
유치기관	대구국가산업단지
주력산업	<ul style="list-style-type: none"> 와이퍼 시스템, 와이퍼 모터, 와이퍼 암&블레이드 등 자동차의 와이퍼와 관련 부품 보쉬의 모터 및 시스템 기술과 경창의 와이퍼 암, 블레이드기술을 합병해 와이퍼 시스템 전체를 설계·제조·공급하는 일관체계를 갖춘 세계에서 유일한 회사가 될 것으로 기대

관련사진



[출처] 매일경제, 보쉬, 대구에 와이퍼 시스템 합작회사 설립

○ 쿠팡

유치연도	2019년 4월
투자금액	3,100억 원
일자리 창출	2,000명
유치기관	대구국가산업단지 쿠팡 첨단물류센터
주력산업	첨단물류

관련사진



[출처] 매일경제, 쿠팡, 대구국가산단에 첨단물류센터 첫 삽...3200억원 투입해 2021년 9월 운영

○ 롯데쇼핑몰

유치연도	2022년 4월
투자금액	5,000억원
일자리 창출	8,000명
유치기관	대구경북경제자유구역청(대구수성의료지구)
주력산업	쇼핑몰

관련사진






[출처] 서울경제, 롯데몰 착공으로 투자 유치 기대감 커지는 대구 수성의료지구

제 4절 콘텐츠 융·복합

1. 콘텐츠 산업기반 환경

- (필요성) 신기술을 활용한 문화콘텐츠 연계, 개인-공동체-지역 연계, 시민참여와 지역 연계를 통한 관광 상품화
- － 인천시 문화예술, 공연 등을 지역-창작-교육-체험-향유-유통의 시민참여형 문화 플랫폼 조성 전략 필요
- － 4차 산업혁명과 함께 신기술·신산업 적용하고, 디지털 콘텐츠기술 개발을 통하여 중점 성장 사업으로 제시

[표 129] 인천 문화콘텐츠 기반조성 사업

사업	내용	관련사진
복합문화 공간 '라키비움(Larchiveum)' 조성	<ul style="list-style-type: none"> 인천 문화산업진흥지구 내, '도서관+기록관+박물관' 개념, 인천시민이 일상에서 문화를 향유할 수 있는 플랫폼 마련 매주 문화콘텐츠 플리마켓 프로그램을 운영하여 기업 및 콘텐츠 홍보 	
인천시 스마트도시와 연계한 '리빙랩 (Living Lab)' 시범사업 추진	<ul style="list-style-type: none"> 인천 스마트 도시 사업과 연계하여 문화콘텐츠를 활용하여 지역사회 문제 해결을 위한 '리빙랩' 시범사업을 추진 예술가, 기업, 지역 주민이 주체가 되어 TF형 프로젝트 주도하며, 우수 사례를 선발하여 인큐베이팅 프로그램 진행 	
인천시 캐릭터 상품 출시 및 키즈 체험교육 공간 조성	<ul style="list-style-type: none"> 인천시 캐릭터를 활용하여 이모티콘, 문구류 등 브랜드 상품 출시 인천시에 정박이물범 캐릭터 키즈 체험교육 공간 및 오픈 스토어를 조성하여 지역 연계형 문화콘텐츠 사업 개발 	
문화유산 AR/VR 콘텐츠 개발	<ul style="list-style-type: none"> 보존 및 실감형 콘텐츠를 활용하여 인천시 문화유산을 활용하여 체험형 관광 콘텐츠 개발 인천시 소재 AR/VR 기업과 협력하여 온, 오프라인을 연결하는 문화유산 AR/VR 콘텐츠 개발 	

[출처] 인천광역시 홈페이지, ITP 홈페이지

○ 글로벌 문화재창조 공간으로 입지 구축

- 지역성과 국제성을 겸비한 글로벌 문화 인프라로 성장시키기 위한 전략 마련
- 문화예술교육 중심의 플랫폼 구축을 위한 전략 마련
- 창작-교육-체험-향유-유통의 시민참여형 문화 플랫폼 조성 전략 마련
- 지역사회와 연계하여 문화콘텐츠 기업 인큐베이터로 활용

[표 130] 인천 문화콘텐츠 기반시설

기반시설	내용	관련사진
인천아트 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> • (개요) 근대건물을 리모델링한 복합예술공간 • (활용방안) 입주 문화콘텐츠 창작자와 구직자를 1:1로 매칭해 도제방식으로 창작교육 프로그램 및 레지던시 제공 	
트라이볼	<ul style="list-style-type: none"> • (개요) 트라이볼은 (재)인천문화재단이 운영하고 있는 원형경기장 형태의 복합문화예술공간 • (활용방안) 문화예술콘텐츠를 활용하여 도시 문제를 해결하는 지역연계형 기업 ‘리빙랩’ 인큐베이팅 공간으로 활용 	
실감콘텐츠 체험관‘탐’	<ul style="list-style-type: none"> • (개요) 인천 동구의 역사·문화콘텐츠를 최첨단 가상현실 기술을 활용해 직접 체험해 볼 수 있는 실감콘텐츠 인터랙션 체험공간 • (활용방안) 인천시 캐릭터 ‘점박이물범친구들’을 활용하여 키즈 실감콘텐츠 체험교육 공간 마련 	
옥토끼 우주센터	<ul style="list-style-type: none"> • (개요) 국내 최초의 항공우주과학 테마파크 • (활용방안) 인천 소재 VR, AR 기업과 연계하여 우주체험 실감콘텐츠를 제작하여 전시공간 마련 	

[출처] 인천광역시 홈페이지, ITP 홈페이지

2. 신기술 융합지원

- (필요성) 신기술(인공지능·블록체인·가상증강현실 등) 시장 확대, 신기술 인력수급의 어려움 지속, 기존 기업들의 신기술 개발의 한계 등
 - － 4차 산업혁명과 함께 신기술·신산업 적용이 가속화되고 있으며, 콘텐츠 산업에서도 디지털 콘텐츠가 중점 성장 분야로 부상.
 - － 신기술의 중요성이 증대되어 질적으로 우수한 기술을 양성하는 것이 산업 현안이지만, 기존의 산업체계 및 기업에서 신기술을 개발하는 데 한계
- (개선 및 보완) 양질의 신기술 인재에 대한 업계 수요가 지속되고 있고, 다수의 연차 사업으로 진행되어 온 기존 사업의 효과성을 보완하기 위하여 2년 장기과정으로 통합하여 신기술 R&D 지원
 - － 대기업 협업을 통한 IP 개발 지원(1+1년), 인천시 내 중소기업과의 협업을 통해 원천 IP 개발 지원
 - － 인천 내 기술 강소기업+인천 토종기업의 연합을 통해 기술전수, 협력 산업 추진

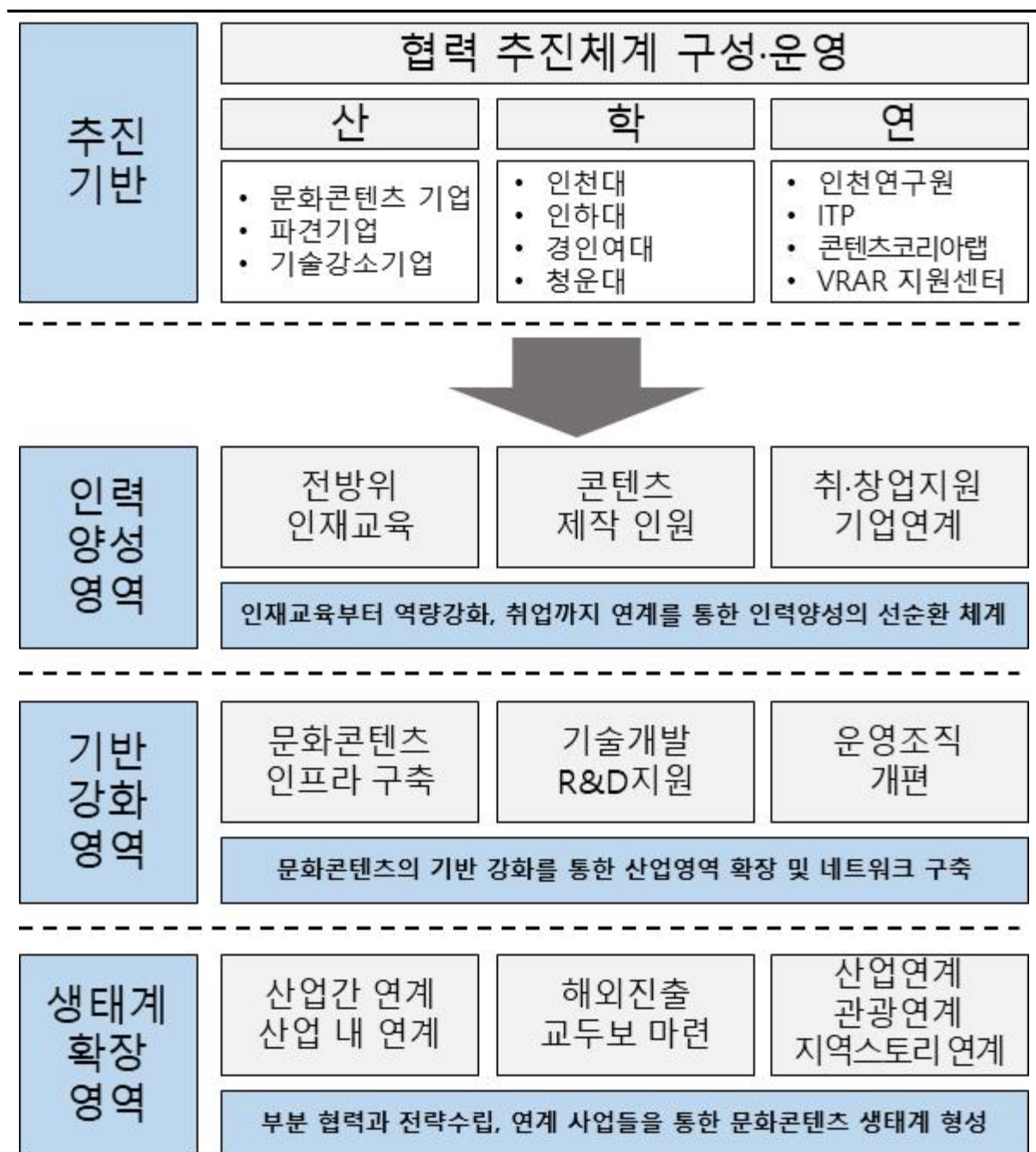
[표 131] 기술지원 R&D 주요 내용(예시)

구분	내용
지원목적	<ul style="list-style-type: none"> 산업에 즉각 투입할 수 있는 기술개발을 위한 기업 지원
지원기업	<ul style="list-style-type: none"> 인천 내 문화콘텐츠 산업 종사 기업 인천 내 문화콘텐츠 산업 기술 보유 기업 인천 내 중소기업, 강소기업
지원내용	<ul style="list-style-type: none"> 공급기업과 수요기업의 매칭을 통한 기술 이전, R&D 지원 (공급기업) 대기업, 중견기업, 기술 보유 강소기업 (수요기업) 3~5인 이하 영세기업, 중소기업, 3년 이내 기업 역량향상 기간 및 기업 니즈를 고려한 1+1, 총 2년 지원
비고	<ul style="list-style-type: none"> 과제 종료 후 사후평가를 통한 고도화 지원 사례 축적 및 우수사례 보급을 통한 성과 확산
기술지원 프로세스	<ul style="list-style-type: none"> (기술탐색) 기업 보유기술 / 필요 기술 수요 조사 (이전상담) 기술정보 제공 기업 연계 상담 추진 (이전협상) 기술료 및 이전 조건 협의 (계약체결) 내부 심의를 통한 계약 체결 (사후관리) 기술지도 사후 기업 모니터링

3. 협력 거버넌스

- (필요성) 영상 제작 기술/솔루션, 기술 노하우, 운영 인력 등 종합역량을 기반으로 하는 콘텐츠 제작과정
- － 이러한 특징으로 민간 생태계 내에서도 대·중소형 제작사 간 컨소시엄 구성이 이루어짐
- － 산업·기술 분야별 전문 그룹 간 협력으로 운영 전문화와 생태계 확장 필요

<그림 64> 인천형 협력 거버넌스 추진(안)



제 5절 인재양성

1. 창의인재 양성

- 인천시 문화콘텐츠 분야 창의인재 양성을 위한 체계적이고 분야별 수준에 맞는 통합 인재양성 프로그램 제시
 - 1수준~2수준을 중심으로 창의인재 동반사업 · 원캠퍼스 등 대표사업을 도입 · 운영 필요
 - 콘텐츠 창제작 환경이 장르별 독자적 발전보다는 IP를 중심으로 장르 간 활용성을 높이는 방식으로 발전
 - 순수창작 인력양성 시 1~3수준을 포괄하여, 슈퍼IP 발굴 - 2차 콘텐츠 제작 - 글로벌 유통의 산업 밸류체인에 맞춘 실무형 인재공급 강화

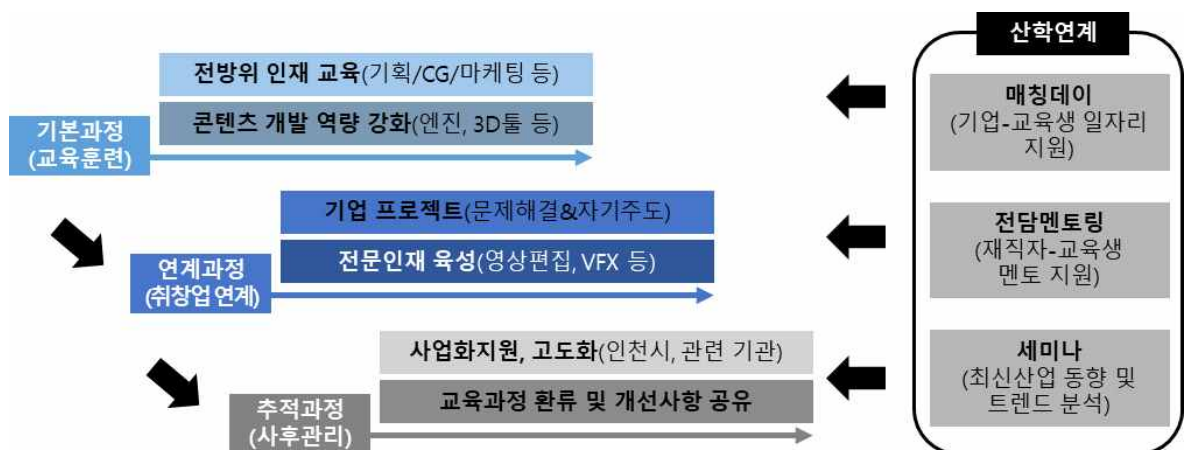
<그림 65> 수준별 인재양성 총괄 (안)

수준	분야	내용	참여/과정
1~2수준	기반사업	인재양성 기초사업	선도기업 참여
		기업지원 동반사업	중소·강소기업 주도
3수준	장르특화	특수/영상전문	2년과정
		시나리오 전문	1년과정
		영상 CG	2년과정
		OTT 특성화	2년과정
		게임	2년과정
4수준	융복합인재	기술 융복합	IP, 기술지원
		장르별 연계	특화 인원 교차 교육
		산업분야별 연계	타 산업분야 인원 참여
공통수준	공통	분기별 단기특강	분기별 기업 특강 교육
		문화콘텐츠 트렌드 교육	트렌드, 주요 이슈 제공

2. 거버넌스 기반 교육지원

- (필요성) 정부 예산의 독자적 투입으로 민간 인력공급의 한계, 타 부처 업계 네트워크 확대, 교육생 교육훈련과 후속 단계인 취·창업까지 종합지원 필요
 - － 정부 인력양성정책 추진 시 협업체계가 강화되고 있으며, 고용노동부·과기정통부의 민간연계형 교육사업에 (예시 CJ ENM, 네이버, 카카오 등) 참여함으로써 콘텐츠 분야 선도기업이 타 부처 협력주체로 참여
 - － 정부의 행·재정지원과 민간의 기술·인적 노하우 결합은 교육훈련의 질적 수준을 높이고, 교육부터 취·창업까지 종합지원 기반으로 활용범위 확장 필요
- (개선 및 보완) 인천시 문화체육관광국 내 부서 간 협력 및 대외 산학연관 자원 연계를 통해 종합지원 협의체 마련
 - － 교육훈련 단계에서 양질의 교육·훈련 제공 및 연관 현장실습 진행
 - － 실무역량 바탕으로 한 취·창업 경력경로 다양화 지원
 - － 협의체 구성 > 교육훈련 > 취·창업 연계 > 추적관리를 통한 후속지원 강화

<그림 66> 인력양성 협의체 기반 원스탑 지원체계 구축(예시)

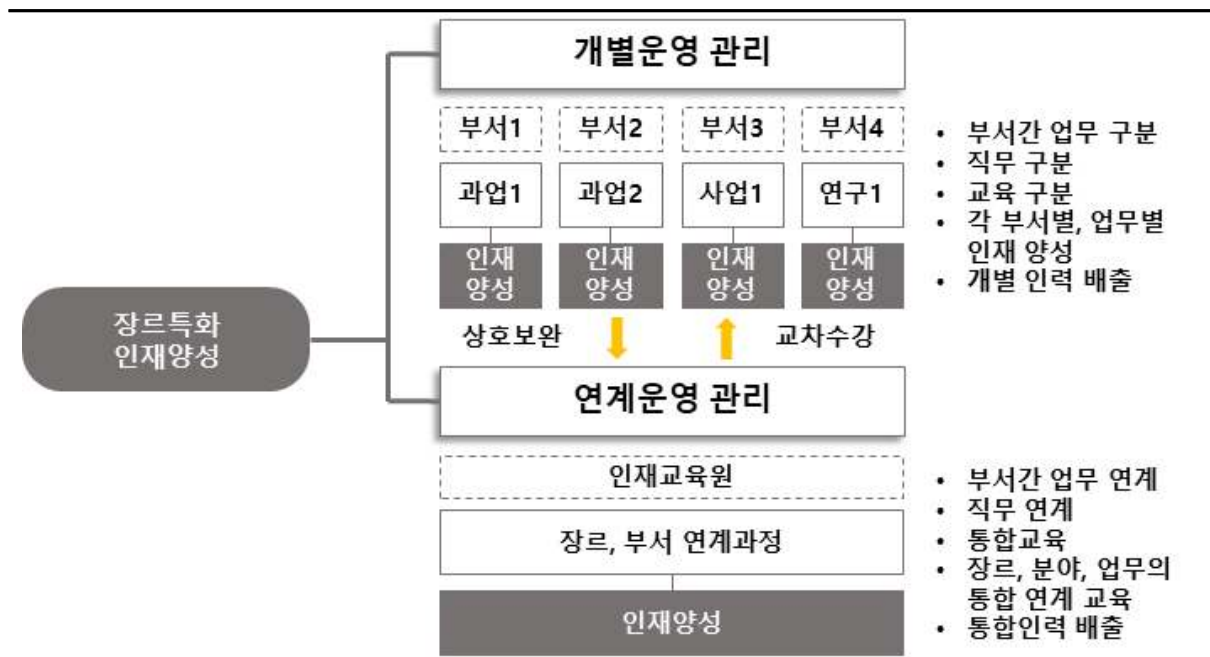


- 실무역량 바탕의 취·창업 경력, 경로 다양화 지원
 - － 장기·실전형 교육 후 창업지원 강화
 - － 실무역량 향상을 위해 진행되는 창의콘텐츠스쿨의 경우 다양한 경력 경로 지원 필요

3. 장르특화 인재양성

- (필요성) 산업현장의 장르별 경계를 넘나드는 콘텐츠 제작, 장르 부서별 개별화 및 연계성 미흡, 신기술·신사업(OTT)·게임분야 장기·전문화 대비 적기 대응 단기방안 미흡 등
 - － 콘텐츠 산업은 IP를 중심으로 장르 간 경계를 넘나드는 콘텐츠 제작이 활성화
 - － 장르 간 구분에 의한 분절적 인력양성에서 나아가 탈장르 또는 장르 간 연계 활용성을 높일 수 있는 창작인력 양성 필요
- (개선 및 보완) 장르 부서별 인력양성사업(기존)·연계 과정(신설)의 투트랙 체계 마련
 - － 기존 장르 부서에서 운영하는 개별 사업을 유지, 신설사업으로 연계과정 마련
 - － 장르 부서에서 통합적으로 추진하기 어려운 장르 연계형 또는 탈장르형 창작인력 양성 교육을 강화

<그림 67> 투트랙 사업체계 마련



○ 공동육성체계 구축 및 “인천 문화콘텐츠 대학” 운영

- 공동추진단 참여기업은 인천시와 ‘인천 문화콘텐츠 대학(가칭)’ 협약(MOU)을 체결, 교육과정 설계·운영의 협력 주체로 참여
- 학기제 운영, 1기수 x 40명 x 연 2회 = 80명(연), 3년간 240명 배출

<그림 68> 인천 문화콘텐츠 대학 운영 (예시 안)

<공동추진단>		<인천 문화콘텐츠 대학(가칭) 운영 안>				
위원장	공동위원장(3인)	월	화	수	목	금
	<ul style="list-style-type: none"> 주무부처 대표 기업 대표 대학 담당자 	공통교육	공통교육	공통교육	공통교육	공통교육
		이론교육	이론교육	이론교육	프로그램	프로그램
위원	각 기관 20명 내외	씨제이	씨제이	씨제이	프로그램	프로그램
공공	<ul style="list-style-type: none"> 주무부처 4인 공공기관 4인 	씨노엑스	SM	크래프톤	엔티비	엔피
민간	<ul style="list-style-type: none"> 선도기업 8인 대학교수 4인 	씨노엑스	엔피	SM	엔티비	크래프톤

교육기간	<ul style="list-style-type: none"> 3개월 1학기, 1년 2학기 3년 과정 				
교육기준	<ul style="list-style-type: none"> 3년 과정 총 이수, 실무 인재 배출 + 취업 연계 				
성과지표	<ul style="list-style-type: none"> 대학, 기업, 공공의 연계를 통한 안정적 운영 투입·산출·결과 단계별 목표 설정 				
	단계별 KPI 설정				
	구분		26년	29년	32년
	투입	참여 기업 수	50%	60%	70%
	산출	3개년 지속인원	20%	30%	40%
	결과	취,창업률(%)	30%	40%	50%

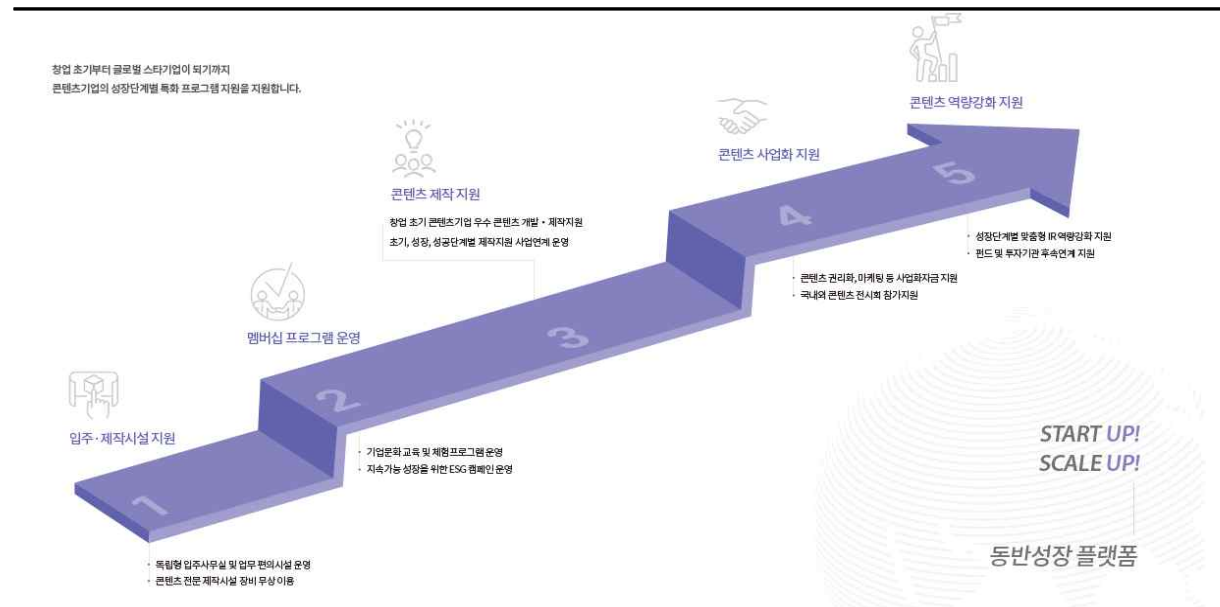
제 6절 인프라 구축

1. 인천시 인프라 현황

□ 인천 콘텐츠기업센터

- 입주·제작시설 지원, 콘텐츠제작 및 사업화지원, 투자, 전문 컨설팅 등 콘텐츠 기획에서 사업화까지 콘텐츠 분야 스타트업과 강소기업의 성장을 지원하는 원스톱 육성 플랫폼

<그림 69> 주요 사업



[출처] 인천 콘텐츠기업지원센터 홈페이지

[표 132] 주요 시설

시설명	내용	지원시설	사진
Private Office	업무에 집중할 수 있는 5~20인 규모의 다양한 독립형 오피스	<ul style="list-style-type: none"> · 기업입주사무실 (5인실, 8인실, 15인실, 20인실) 	
Shared Space	비즈니스 및 휴식·네트워킹을 위한 다양한 편의시설을 제공	<ul style="list-style-type: none"> · 라운지&카페 · 여성센터 · 공용 OA실 · 회의실 · 분장실/탈의실 · 커뮤니케이션룸 · 공유키친 	
Creative Studio	콘텐츠 제작과 테스트에 필요한 전문 제작 시설 및 장비를 제공	<ul style="list-style-type: none"> · 스튜디오A · 스튜디오B · 조정실/편집실 · 다목적홀 	

[출처] 인천 콘텐츠기업지원센터 홈페이지

□ 인천 VR·AR 제작거점센터

○ 인천의 미래성장동력인 인천특화 전략산업 VR·AR 플랫폼 구축






- 산업 성장을 견인하고 허브 역할을 수행 할 지역거점 플랫폼으로 자리매김
- 산업간 융합형 전문인력 양성 아카데미 운영으로 양질의 관련 기업 인력수요 충족 및 산업 일자리 창출 기여
- VR·AR 기업 글로벌 진출 퍼블리싱 지원으로, 관련 산업의 제품 및 서비스에 대한 글로벌 시장진출 전진기지 역할 수행

[표 133] 지원사업

사업명	사업내용
2023년 특화산업 융합형 XR·메타버스 콘텐츠 개발지원	<ul style="list-style-type: none"> 항공 또는 IOT 산업에 활용 가능한, XR·메타버스 콘텐츠 개발을 위한 비용 지원
XR·메타버스 콘텐츠 개발지원 (수요조사 기반형)	<ul style="list-style-type: none"> 시장의 수요를 반영한 XR·메타버스 콘텐츠 개발 비용 및 개발된 콘텐츠의 고도화 비용 지원
인천 XR·메타버스 기업 사업화 지원	<ul style="list-style-type: none"> XR·메타버스 콘텐츠 사업화 비용 지원, 총 2억원, 8개사 내외(기업당 최대 2천5백만원 규모)
2023년 인천 XR전문인력 양성교육	<ul style="list-style-type: none"> (정규교육) XR·메타버스 전문인력 단계별 성장 프로그램(일반→중급→전문) 및 산업 트렌드에 맞춘 특강과정 프로그램 운영 (기타교육) 인천 초·중·고등학생 대상 산업 저변확산 및 사회적 가치 창출을 위한 체험과정, 진로특강과정, 시설교육과정 운영

[출처] 인천 VR·AR 제작거점센터 홈페이지

[표 134] 주요 시설

시설명	내용	사진
오픈스튜디오	<ul style="list-style-type: none"> VR 항공기 정비 콘텐츠 건설 기계 교육 시뮬레이션 콘텐츠 XR 인터랙션 스포츠 콘텐츠 퀘스트2 공식배포 First Step 콘텐츠 	
시뮬레이터룸	<ul style="list-style-type: none"> 3축 시뮬레이터 6축 시뮬레이터 아케이드 시뮬레이터 소형 비행 시뮬레이터 	
콘텐츠제작실	<ul style="list-style-type: none"> 모션 캡처 시스템 버추얼 유튜브 페이셜 트래킹 다수 VR관련 장비 지원 가능 	
교육실	<ul style="list-style-type: none"> VR/AR 전문인력 양성 공간 VR/AR 교육 프로그램 운영 	
운영사무실	<ul style="list-style-type: none"> 인천 VR/AR 제작거점센터의 운영 및 관리공간 	

[출처] 인천 VR·AR 제작거점센터 홈페이지

□ 인천 콘텐츠코리아 랩

○ 콘텐츠 창작자 양성, 창업·창직 집중 심화교육, 콘텐츠 제작과 시연이 가능한 복합 테스트베드 및 창작 스튜디오 시설을 제공

－ 지역기반 콘텐츠 창작 생태계 활성화를 위한 인천 콘텐츠코리아랩만의 특화된 창작 프로그램을 운영

[표 135] 지원 프로그램

프로그램 구분	지원 프로그램	
콘텐츠 입문	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠 크리에이티브 콘서트 마이 리틀 콘텐츠 내안의 콘텐츠를 깨워라 	<ul style="list-style-type: none"> 창작 아카데미 힙하고 핫한 콘텐츠 콘텐츠 메이킹
사업화 지원	<ul style="list-style-type: none"> 스타트업 부스터 프로젝트 캐릭터 콘텐츠 고도화 사업화 베이스먼트 멘토링 	<ul style="list-style-type: none"> 스타트업 아카데미 상상워크숍 크리에이터 비즈니스 네트워킹
창업지원	<ul style="list-style-type: none"> 포트폴리오 퍼블리싱 비즈니스 스کیل업 프로젝트 콘텐츠 커리-업 콘텐츠 온라인 마켓 입점 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠 팝업스토어 판매 지원 콘텐츠 스케일업 프로젝트 콘텐츠 펀딩 프로젝트

[출처] 인천콘텐츠코리아랩 홈페이지

[표 136] 지원 공간



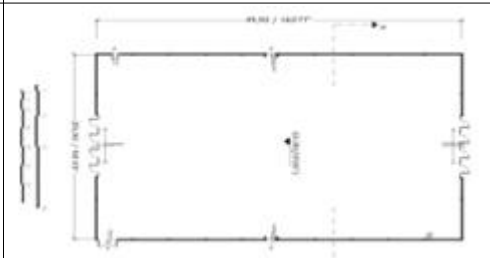
층	지원 공간	사진	
1층	<ul style="list-style-type: none"> 다목적홀 		
2층	<ul style="list-style-type: none"> 다목적 전시홀 카페테리아 		
3층	<ul style="list-style-type: none"> 교육실 1 커뮤니케이션공간 편집실 		
4층	<ul style="list-style-type: none"> 회의실 녹음실 화상회의실 스튜디오 교육실2, 3 		

[출처] 인천콘텐츠코리아랩 홈페이지

2. 인프라 구축(안)

- (필요성) 대형 촬영 단지 내에 버추얼 스튜디오를 추가로 구축한 사례와 촬영 스테이지 여러 개와 부대시설을 하나의 건물에 구축한 사례 존재
 - － 촬영 현장 인력에게 필요한 소품실, 분장실, 사무실 등의 각종 부대시설을 단지/건물 내에 보유
- (개선 및 보완) 버추얼 스튜디오는 시설 형태와 상관없이 주로 주 출입구 기준 너비보다 깊이가 있는 직사각형 형태로 구축
 - － 스튜디오에는 촬영 공간만이 아니라, 필요에 따라서 대기실, 분장실 등의 촬영지원 부대시설은 물론 운영에 필요한 사무실을 보유

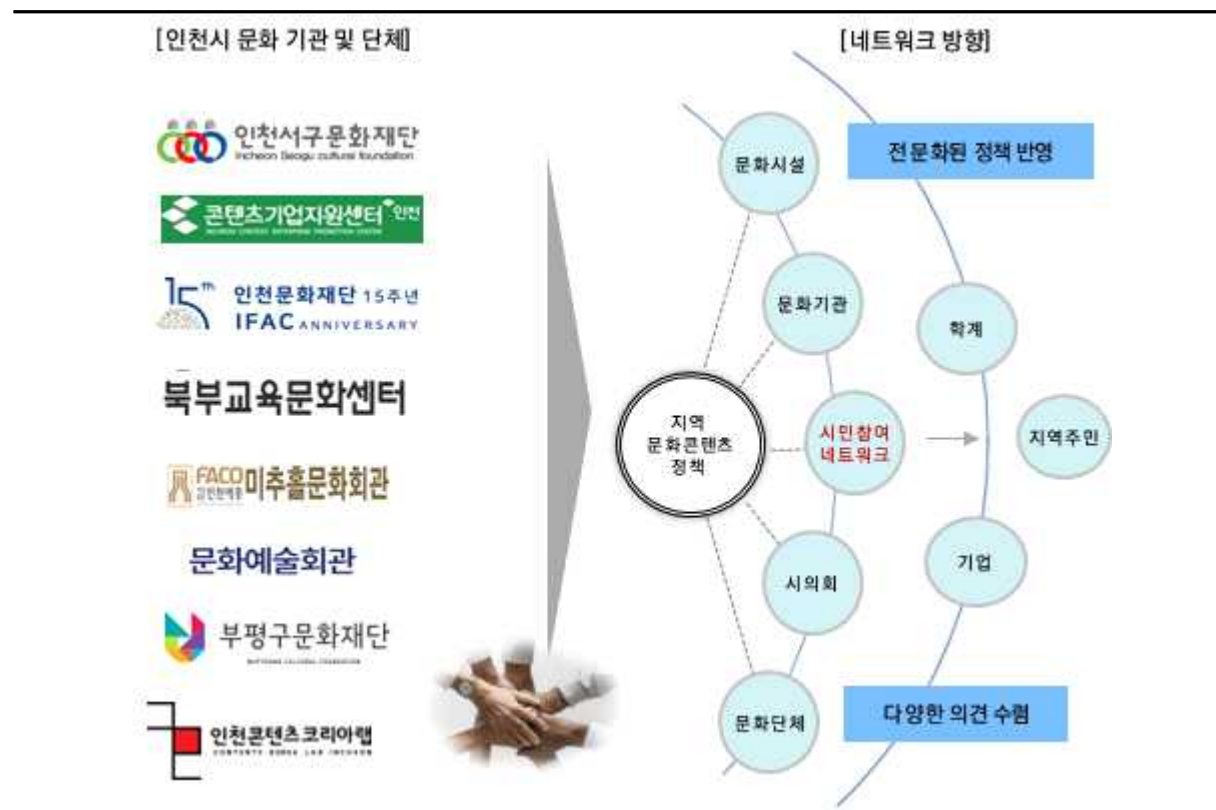
[표 137] 해외(민간) 스튜디오 사례

명칭	LED 규모	시설형태	스튜디오 실면적	시설정보
스튜디오 바벨스베르크 -다크베이	타원형 55m*7m +턴테이블	단지 내 개별 건물	약 1,675 m ² W: 29.9m D: 56.03 H: 14m	<ul style="list-style-type: none"> 건물 내 : 세트 사전 조립 구역 단지 내 : 스튜디오 총 22 개, 야외 촬영장, 동별 사무실, 보조실 등
	스튜디오 바벨스베르크 (Studio Babelsberg) 단지 배치도		다크베이(Darkbay) 평면도	
				
시네시타 스튜디오스-T18	커브형52m*8m +턴테이블	단지 내 개별 건물	약 1,500 m ² W: 29.9m D: 49.9m H: 12.9m (유효고 : 9.9m)	<ul style="list-style-type: none"> 건물 내 : 사무실, 의상실, 분장실, 샤워실, 대형소품실 단지 내 : 스튜디오 22 개, 4 백여 개 부대시설(사무실, 의상실, 리허설룸 등)
	시네시타 스튜디오스 (Cinecitta Studios) 단지 배치도		버추얼 스튜디오 - T18	
				

명칭	LED 규모	시설형태	스튜디오 실면적	시설정보
Vū Studio -Orlando	J 형47 m*8m	건물 내 일부	약 2,787 m ² 부대시설 및 스테이 지 2개 포함	<ul style="list-style-type: none"> 건물 내 : 스테이지 총 3개, 스테이지별 분장실, 회의실, 휴 게실 등
	Vū 스튜디오 - Orlando 조감도		Vū 스튜디오 - Orlando 평면도	
				

- (지원시설 효율적 운영) 지역 소재 문화콘텐츠 기업, 기관 등과 중장기 협력 방안을 체계적이고 구체적으로 제안, 완성도 높은 네트워킹 및 시너지 창출
- 시의회, 지역 문화공간 또는 전문가, 지역문화단체를 망라한 문화콘텐츠 정책 결정 효율화 방안 제시
 - 인천시 문화콘텐츠 거버넌스와 파트너십 구축을 통한 소통과 협력 강화

<그림 70> 지원시설 운영 네트워크 구축



제 7절 펀딩 재원조달

□ 목적 및 필요성

- 콘텐츠 기업 재원조달 및 기업자금지원 필요
- 인천 기업의 지원효과를 극대화하기 위해 직접 대출 외 보증과 민간은행 연계 추진
- 정책금융 확대를 바탕으로 콘텐츠 혁신 기업 도약 지원
- 인천시 펀드 예산 확보하고 출자사업 진행, 출자자 모집, 펀드 운영 구축

* 문화산업진흥기금 운용개시(2018. 1. 문화체육관광부)

□ 문화체육관광부 사례

- 문화체육관광부는 2,400억 원 정부 출자·1,700억 원 민간투자를 통한 역대 최고 수준 정책금융 지원으로, 산업 내 선순환 생태계를 조성하고 K-콘텐츠를 수출 지형을 바꾸는 게임 체인저로 집중 육성
- 콘텐츠 지식재산(IP) 펀드, 문화 인수합병(M&A) 펀드, 유니콘 펀드, 문화 상생 펀드, 밸류펀드, 문화일반 펀드 등 6종 펀드를 제공

[표 138] 펀드명 및 조성 규모

[단위: 억원]

펀드명	출자액	조성규모	정부출자비율
K-콘텐츠 IP 펀드	900	1,500	60%
K- M&A 펀드	400	667	60%
K-유니콘 펀드	300	500	60%
K-밸류 펀드	200	333	60%
K-소외장르 펀드	300	500	60%
K-문화일반펀드	300	600	50%
6종	2,400	4,100	58.5%

[출처] 문화체육관광부, 2023년도 모태펀드 문화계정 운용계획

○ (K-콘텐츠 IP 펀드) ①문화콘텐츠 원천 IP를 소유(확보 포함)한 콘텐츠 중소·벤처기업, ②문화콘텐츠 기획·제작사가 단독 보유하거나 유통사와 공동 보유하고 있는 IP를 활용한 프로젝트, ③문화콘텐츠 원천 IP를 유통·배급하는 중소·벤처기업에 약정총액의 60% 이상 투자

－ (제작사 IP 확보 지원) 제작사 단독 IP를 소유하거나 유통사와 IP 공동 소유한 프로젝트에 투자하여 제작사의 IP 확보 지원

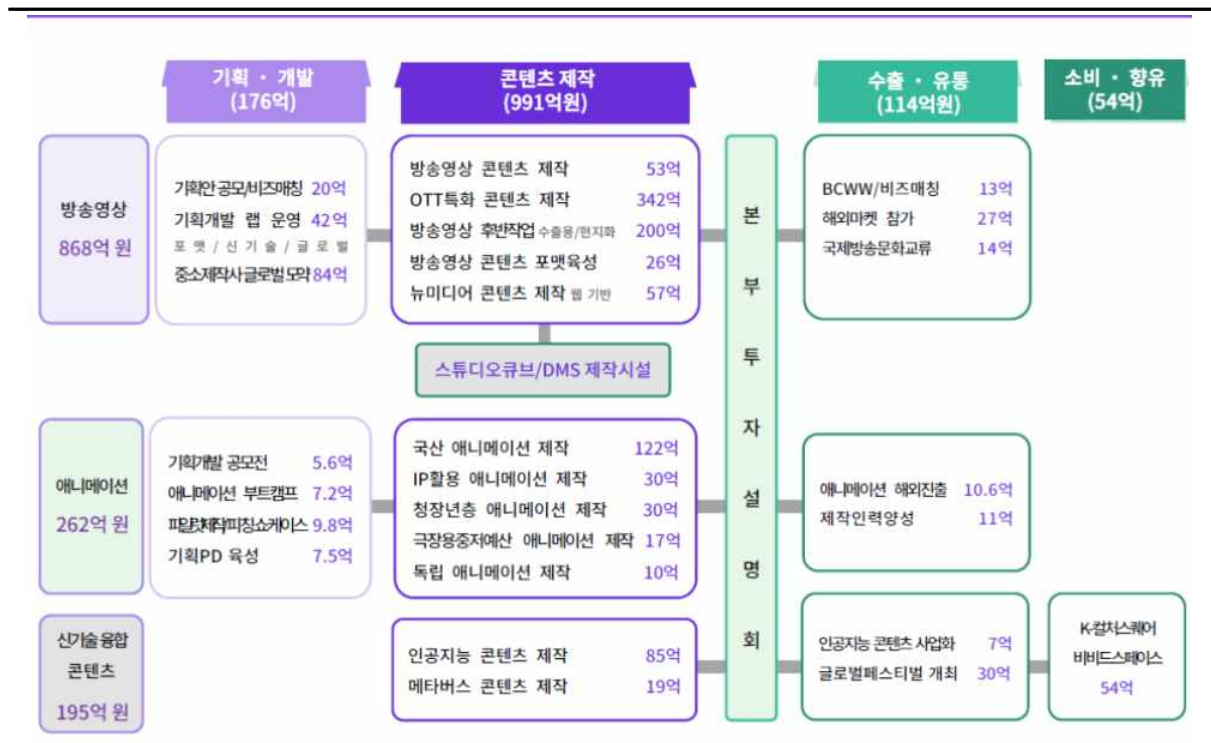
－ (IP 공급 및 유통 활성화) IP를 확보하는 제작사 및 유통하는 플랫폼에 투자하여 콘텐츠 IP 시장규모 확대 및 활성화에 기여

○ 한국콘텐츠진흥원 기업보증

[표 139] 한국콘텐츠진흥원 기업보증상품 현황

신청대상	상품구분	신청대상자금	보증한도	보증기간
콘텐츠 기업	콘텐츠 기획보증	콘텐츠 기획단계 필요자금	최대 3억원 이내	최대5년
	콘텐츠 제작보증	콘텐츠 제작자금 (제작 착수후 ~ 제작완료 전)	최대 5억원 이내	최대5년
	콘텐츠 사업화보증	콘텐츠 유통·마케팅 자금 (콘텐츠 완성 이후)	최대 10억원 이내	최대3년

<그림 71> 2024한국콘텐츠진흥원 지원사업 설명회 자료



□ 서울특별시 사례

- (서울비전 2030 펀드) 서울시는 4년간 총 5조 원을 조성('23~'26년)해 로봇·바이오·의료·핀테크·인공지능 등 미래산업의 스타트업 육성체계를 다지고, 혁신 스타트업이 유니콘으로 성장하도록 투자
 - － 4년간 ▲스케일업 펀드(1조 4천억 원), ▲디지털대전환펀드(1조 원), ▲창업지원펀드(1조 원), ▲서울바이오펀드(7천 5백억 원), ▲문화콘텐츠펀드(6천억 원), ▲첫걸음동행 펀드(2천 5백억 원) 투자
- (2023 계획) 예산 700억 원을 출자해 정부 모태펀드와 민간투자자금을 연계, 연내 1조 650억 원의 펀드 조성을 시작. 조성된 펀드는 초기 단계부터 후기단계까지 전(全)주기에 걸쳐 혁신기업을 대상으로 집중 투자
 - － 4년간 3,500억 원 자체 예산을 확보하고 정부 모태펀드와 민간투자자금을 연계해 총 5조 원의 펀드를 조성할 계획
 - － 미래 4차산업 육성을 위한 유망산업 분야별 전략투자는 물론 스타트업의 해외 진출에도 투자를 강화해 얼어붙은 벤처투자시장에 활력을 불어넣을 계획

[표 140] 23년 서울비전 2030 펀드 조성 계획

[단위: 억 원]

구분		조성목표	서울시 출자액
스케일업	오픈이노베이션	1,350	100
	글로벌	1,350	100
디지털대전환	디지털	2,000	50
	로봇		50
창업지원	재도약	800	40
	일반	1,200	60
바이오		1,900	100
문화콘텐츠		1,500	100
첫걸음 동행		500	100
합계		10,600	700

[출처] 서울특별시 분야별 정보, 경제, 창업지원정책

* 창업지원 펀드 : 경제위기 등 일시적 경영난으로 위기에 빠진 스타트업 및 재창업 기업과 유망기술을 보유한 창업기업을 지원

* 문화콘텐츠 펀드 : 서울문화콘텐츠 브랜드 이미지 제고를 위해 유망 스타트업과 서울시 창업지원시설 내 문화콘텐츠 분야 입주기업에 적극 투자

* 첫걸음 동행 펀드 : 서울형 R&D 지원 사업에 참여한 유망기업, 뷰티·패션기업, 창업 3년 이내 서울시 창업지원시설 입주(졸업)기업 등에 집중투자

○ 서울 애니메이션센터 펀드 구성

[표 141] 서울시 애니메이션 펀드 현황

서울시 4차 산업혁명 펀드(2019)	SBA 일신 뉴코리안 웨이브 3호(2019)
<ul style="list-style-type: none"> • 캡스톤 파트너스 • 500억 • 2~10억원 미만 기업 	<ul style="list-style-type: none"> • 일신창업투자 • 220억 • 애니메이션, 콘텐츠 제작 분야
서울시 문화콘텐츠 펀드(2019)	SBA 서울 애니메이션센터펀드(2019)
<ul style="list-style-type: none"> • KB인베스트먼트 • 400억 • 7년 이내 기업 	<ul style="list-style-type: none"> • 유니온 슈퍼 IP 투자조합 • 156억 • 애니메이션, 콘텐츠 제작 슈퍼 IP투자조합
성남벤처펀드(2018)	성남시 청년창업펀드(2019)
<ul style="list-style-type: none"> • KB인베스트먼트 • 1,360억 • 4차산업 원천기술 보유기업 	<ul style="list-style-type: none"> • 보광창업투자, 어니스트벤처스 • 340억 • AR, VR, AI, IoT, 빅데이터 관련 창업 초기기업

□ 경상남도 사례

○ (가이아K콘텐츠IP투자조합) 문화콘텐츠 등 비제조 산업으로 경남의 미래 성장 동력을 다변화하기 위해 지난 10월 「경남 비제조 창업 활성화 계획」을 수립

- 문화콘텐츠 펀드 조성은 그 중 핵심과제로, 경상남도에서 최초로 출범하는 문화콘텐츠 펀드이며 결성액은 260억 원 규모
- 한국모태펀드 150억 원, 경남도 10억 원, 한국만화영상진흥원 15억 원을 비롯해 키다리스튜디오, 오콘, 에스에이엠지 엔터테인먼트 등 국내 대·중견 콘텐츠 기업이 출자에 참여

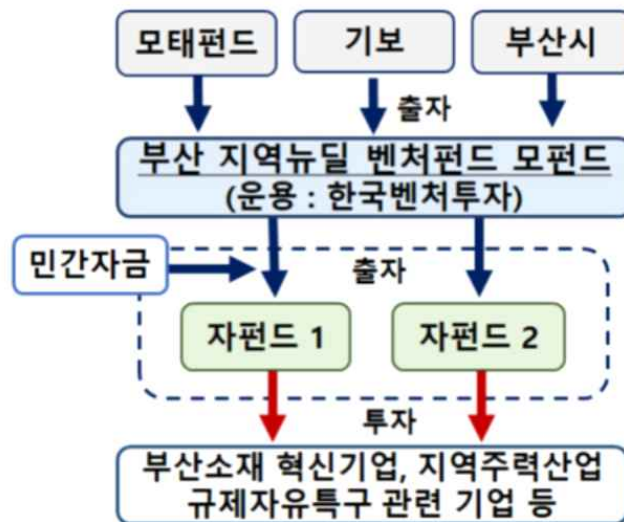
○ 부산시 ‘부산 미래성장 벤처펀드’ 56)

56) ‘부산시, 모펀드 조성 추진’, 부산시 <https://blog.naver.com/coolbusan/223222007588>

[표 142] 부산시 벤처펀드 운용 현황(2020년)

	분야	펀드명	운용사	중점투자대상	조성액(억원)			
					합계	모태	시비	민자
1	창업초기	We Start-up 펀드1호	위벤처스	창업기업 (3년 이내) 60%	500	300	30	170
2	관광기업 육성	게이브릿지 관광산업 레벨업 투자조합	케이브릿지 인베스트먼트	관광관련중소 벤처기업 65%	208	145	50	13
3	ICT기반	BNK 지역균형 성장 투자조합	BNK벤처투자	IT, CT관련 지역기업	160	80	15	65
4	개인투자 조합	재피러스랩 개인투자 조합 제1호	제피러스랩	창업기업(3년 이내) 60%	50	30	5	15
합계					918	555	100	263

<그림 72> 부산 '역뉴딜벤처펀드'



□ 기업은행(문화콘텐츠 투자) 사례

- (개요) 2012년부터 한국 문화콘텐츠산업을 육성하는 동시에 새로운 성장 동력을 확보하고자 은행권 최초로 문화콘텐츠 금융팀 운영
- － (투자금액) ‘22년 300억 원
- － (투자 분야) 영상 콘텐츠에 200억 원, 비영상 콘텐츠에 50억 원, 뉴미디어 콘텐츠에 50억 원

- (투자방식) 투자로 발생하는 수익을 분배받는 프로젝트 투자와 주식이나 채권 등에 투자하는 방식, 전문운용사를 통해 투자하는 방식 등

[표 143] 주요 투자 작품들

구분	작품들
영화	범죄도시2, 브로커, 헤어질 결심, 히말라야, 대호, 탐정, 암살, 연평해전, 악의연대기, 국제시장, 명량, 군도, 신의한수, 끝까지 간다, 수상한 그녀 등
드라마	달콤살벌 패밀리, 여왕의 꽃, 순정에 반하다, 힐러, 복면검사, 끝없는 사랑, 야경꾼 일지, 내일도 칸타빌레, 트라이앵글 등
공연 음악	프랑켄슈타인, 오케피, 캣츠, 뮤지컬 외탄지연, 디셈버, 지킬엔하이드, 레미제라블, 조용필 콘서트 등
애니 캐릭터	뽀로로, 로보카폴리, 브루미즈, 넷잡, 로보텍스 등

[출처] 뉴스웨이, 10년간 5.6조 투자한 문화콘텐츠 '큰손'...기업은행, 투자 카테고리 확대한다

제 8절 이스포츠 산업

1. 이스포츠 산업 개요

- (정의 및 법률) 국내 이스포츠에 대한 주요 정의나 관련 법률을 살펴보면 아래와 같음
 - － (이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 법률) 게임물을 매개(媒介)로 하여 사람과 사람 간에 기록 또는 승부를 겨루는 경기 및 부대 활동
 - － 이스포츠의 문화와 산업의 기반조성 및 경쟁력 강화를 도모하고 이스포츠를 통하여 국민의 여가선용 기회 확대와 국민경제의 건전한 발전
 - － (게임산업진흥에 관한 법률) 게임산업의 진흥 및 국민의 건전한 게임 문화를 확립함으로써 국민경제의 발전과 국민의 문화적 삶의 질 향상
- (게임 종목) KeSPA의 종목선정 및 대회 규모 등을 고려해봤을 때, 외국 개발사의 IP 의존도가 높음

[표 144] 2023년 KeSPA 종목선정 결과

종목구분		선정종목	종목사	IP 국적 구분
정식 종목 (13)	전문 종목 (6)	리그 오브 레전드	라이엇 게임즈	해외
		배틀그라운드	크래프톤	국내
		배틀그라운드 모바일	크래프톤	국내
		EA SPORTS FIFA 온라인 4	넥슨코리아	해외
		카트라이더: 드리프트	넥슨코리아	국내
		발로란트	라이엇 게임즈	해외
	일반 종목 (7)	서든어택	넥슨코리아	국내
		클래시 로얄	슈퍼셀	해외
		A3: 스틸얼라이브	넷마블	국내
		하스스톤	블리자드엔터테인먼트	해외
		스타크래프트2	블리자드엔터테인먼트	해외
		크로스파이어	스마일게이트	국내
		이터널리턴	닐블뉴런	국내
시범종목(3)		eFootball 2023	유니아나	해외
		오디션	한빛소프트	국내
		브롤스타즈	슈퍼셀	해외

[출처] KeSPA 홈페이지

2. 이스포츠 산업 시장 및 사업

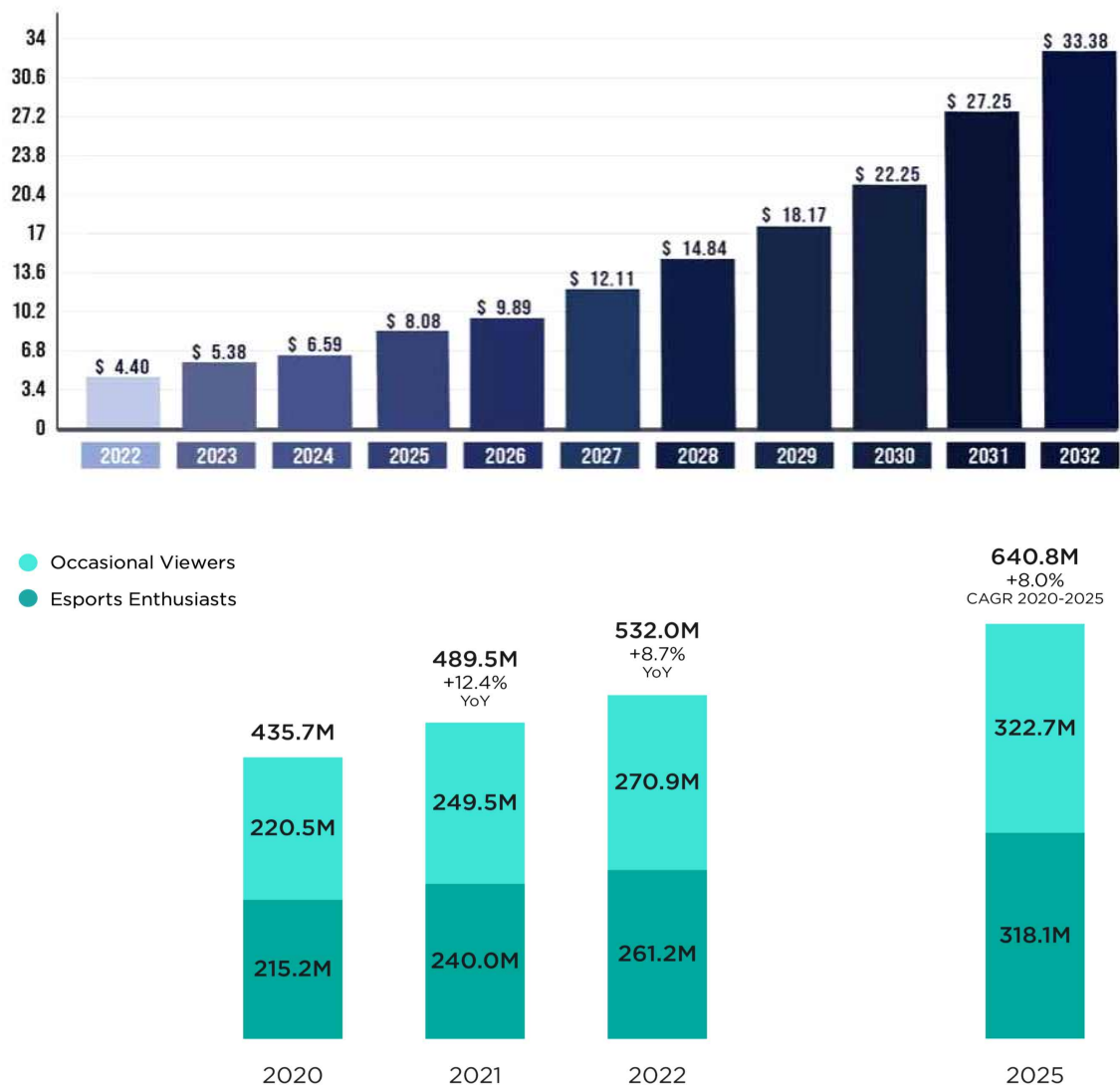
○ (시장규모) 2022년 44억 달러의 시장 규모가 2032년 338억 달러 시장 규모로 성장 예상

— 연평균 22.47%의 성장률을 기록할 것으로 예상

○ (관객) 2020년 435,700,000명의 시청자를 가졌던 이스포츠가 2025년, 640,800,000명의 시청자를 가질 것으로 예상

— 연평균 8%의 성장률을 기록할 것으로 예상

<그림 73> 해외 이스포츠 시장 규모(상) / 관객규모(하)



[출처] eSports Market 2023-2032, Precedence Research(2023) Esports Audience growth, New zoo(2022)

- (사업 종류) 한국콘텐츠 진흥원과 한국 이스포츠협회(KeSPA)를 중심으로 공공과 민간에서 이스포츠 산업 진흥을 위한 다양한 사업 진행 중

[표 145] 이스포츠 사업 종합

주체	사업명	사업목적	비고	
정부	한국 콘텐츠 진흥원 (KOCCA)	전국장애학생 e페스티벌	장애인e스포츠 생활체육 참여기회 제공, 장애인e스포츠의 저변확대 및 전국대회 개최를 통한 공동체 의식 함양과 자긍심 고취 등	
		이스포츠 전시관 운영 및 아카이브 구축 확대	국내 e스포츠의 사회·문화·경제적 가치를 세우고, 종주국으로서 그 위상을 높이기 위해 조성	‘18년 이관
		이스포츠 상설경기장 BI 개발	이스포츠 육성의 중추적 역할을 담당하는 이스포츠 상설경기장으로서 대표성과 통일성을 가진 이미지 구현을 통한 대국민인지도 제고	단년도 사업
		이스포츠 선수 표준 계약서 개발 및 교육	이스포츠 선수 표준계약서 개발을 통한 이스포츠 산업의 공정 상생 가치 확보	
		이스포츠 실태조사	이스포츠 산업 시장 규모 및 잠재력을 정확히 파악·진단하고, 이스포츠 산업 육성을 위한 정책 수립을 위한 기초자료를 제공	
		이스포츠 정책연구	이스포츠 산업 및 문화의 연구 조사를 통한 산업정책 토대 마련	
		국제 이스포츠 페스티벌 개최지원	한국, 중국을 비롯한 주요국가 대학생 및 아마추어 청소년들의 이스포츠 대회 개최를 통한 문화교류 증진	
		이스포츠 상설경기장 구축	지역 단위의 이스포츠 생태계 조성·활성화를 위한 기반구축	
		이스포츠 상설경기장 운영 프로그램	지역 단위의 이스포츠 생태계 조성·활성화 및 관광연계가 가능한 체험형 인프라 조성을 통하여 지역 활성화	
민간	한국 이스포츠 협회 (KeSPA)	대통령배 전국 아마추어 e스포츠 대회	지역 e스포츠 균형 발전, e스포츠 유망주 발굴과 아마추어 e스포츠 저변확대	
		e스포츠 대학리그	대학 e스포츠 활성화를 통해 아마추어 활성화와 e스포츠 산업기반 조성	
		이스포츠 명예의 전당 (e스포츠 전시관 및 아카이브 운영)	국내 e스포츠의 사회/문화/경제적 가치를 세우고, 종주국으로서 그 위상을 높이기 위해 조성	
		가족 e스포츠 페스티벌	게임과 e스포츠를 매개로 가족 간, 세대 간 유대감을 형성하고 소통을 강화하고, 건전한 게임 문화를 정착시키기 위해 진행	‘18년 종료
		글로벌 콘텐츠 제작지원	이스포츠를 다양한 국가 및 계층에게 소개	단년도 사업
		종목선정기관 및 산업지원센터 운영	e스포츠 종목선정을 통한 산업 활성화 유도, 업계 의견 수렴과 연구를 통한 사업 발굴 및 산업 육성을 위한 행정적 지원 정책 수립	
		e스포츠 전용 연습센터	아마추어 선수양성, 교육 프로그램, 스크림대회 등의 개최를 통한 체계적인 선수양성 시스템을 구축하고 대한민국 e스포츠의 국제 경쟁력을 강화	
		동호인대회	e스포츠 활성화 및 기초 경기시설 확보, 건전한 게임 문화 정착, 동호인 활성화 도모	
		한중일 이스포츠 대회	지속성장 가능한 이스포츠 국가대표 체계 구축 및 선수파견의 안정적 지원	
	국제 이스포츠 연맹 (IeSF)	세계 이스포츠 대회	전 세계 이스포츠 선수들과의 경쟁 및 세계 이스포츠를 하나로 융합	
		국제이스포츠연맹 정기총회	국제이스포츠연맹의 사업 방향과 회원국의 의견을 수렴	
		세계 이스포츠 정상회의	이스포츠 및 각국의 관계자들이 세계 이스포츠 산업 현황을 공유하고 상호 교류를 통한 시너지를 창출	

[출처] 각 협회 홈페이지

3. 이스포츠 산업 효과

- 스포츠 관객 규모와 관객들의 높은 관여도(engagement)가 지닌 가치로 인해 이스포츠의 지위는 프로페셔널 스포츠의 수준으로 격상됨
 - － 게임 전문 리서치 업체 뉴주(Newzoo)는 2018년 이스포츠 시청자 규모를 1억 6,700백만으로 추산, 이는 메이저리그(Major League Baseball)보다 높은 수치임
 - － 매년 평균 14% 성장을 예상하였을 때, 이스포츠의 시청자 규모는 2022년에는 2억 7,600만에 도달할 것으로 기대됨

<그림 74> 이스포츠 관객 규모와 전통 스포츠의 관객 규모 비교



[출처] 한국콘텐츠진흥원 INDUSTRY POLICY 2, 방송영상콘텐츠 시장, 이스포츠 시장을 잡아라(2020)

- 국내 방송사에서는 단지 이스포츠 경기가 편성되는 것을 넘어 관련 프로그램도 적극적으로 도입함
 - － 이스포츠 소재의 지상과 등장으로 단순히 중계와 소개 중심에서 벗어나 점차 더 강력한 컨버전스를 향함

<그림 75> 방송사에서 진행한 게임 관련 콘텐츠 프로그램



[출처] 한국콘텐츠진흥원 INDUSTRY POLICY 2, 방송영상콘텐츠 시장, 이스포츠 시장을 잡아라(2020)

- 대형 게임대회 유치를 통한 경제적 파급효과 발생의 예로, 롤드컵 개최로 인한 직·간접적 경제 효과가 2,000억 원대 추산
 - － 2023년 롤드컵은 지난 11월 10일부터 부산(예선~4강)과 서울(결승)을 오가며 대회를 진행
 - － 고척스카이돔은 1만 8,000석 전석 매진, 서울 광화문에서 진행된 길거리 응원에는 1만 5,000여명의 인파, CGV는 극장 44관을 롤드컵 생중계관 운영
 - － 결승전 티켓 예매 관객 중 15%는 외국인으로 관광객 유치 효과
- 이스포츠 대회의 상징성과 경제적 효과를 정부는 대회 개최 비용에 대한 세액 공제 필요성에 공감대를 형성, 법안 발의 중
 - － (유경준 국민의힘 의원) ▲5년간 게임팀 운영비용의 20% 공제 ▲e스포츠 대회 개최 시 소요 비용의 20%를 5년간 법인세에서 공제
 - － (진선미 더불어민주당 의원) 게임팀 운영비용 공제율은 그대로 ▲e스포츠 대회 개최 시 소요 비용의 10% 세액 공제 추가

<그림 76> 고척 스카이돔 롤드컵 경기장



[출처] 조선일보, 롤드컵 개최 '2000억 경제 효과'에... 힘 받는 'e스포츠 대회 비용 세액 공제'

4. 인천시 이스포츠 산업 현황

- 인천시는 인천테크노파크에서 게임산업 육성을 위한 다양한 사업을 진행 중
- (사업 목적) 인천 이스포츠챌린지 등 국제행사 성공개최, 사업추진 효과 극대화 및 집중을 위해 인프라 구축 등 경쟁력 있는 게임콘텐츠산업 기반 마련

[표 146] 주요 지원사업 내용

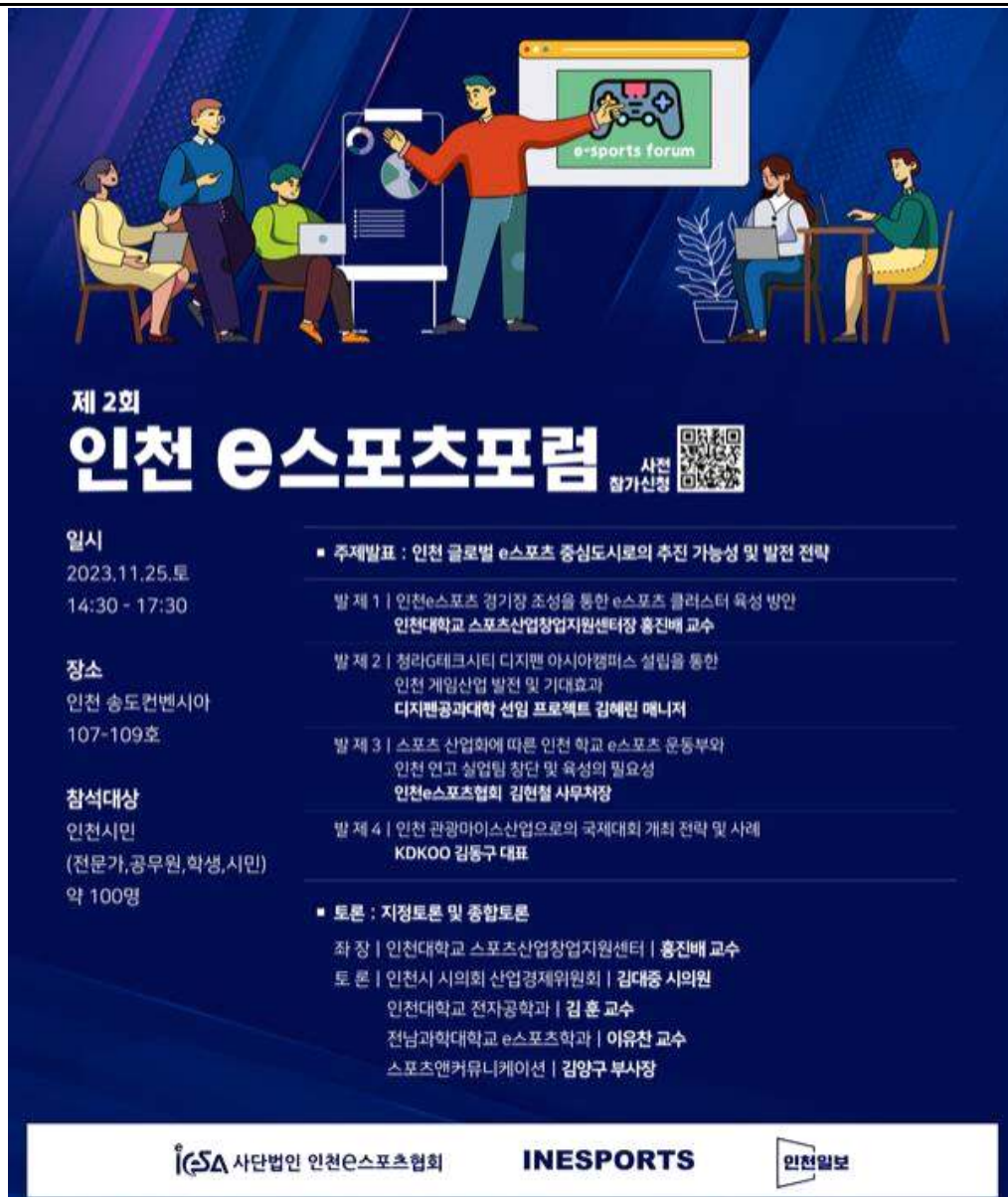
구분	사업내용	참여대상	경기종목/지원내용
인천 이스포츠 챌린지	이스포츠 아마추어 대회 개최	전국 일반인, 대학생 등	PC2개 (리그오브레전드/발로란트), 인플루언서 인비테이셔널 2개 (스타크래프트/피파 온라인4)
인천 이스포츠 챌린지 스쿨리그	이스포츠 주 소비계층인 학생들을 위한 학원 이스포츠 대회 개최	전국 초, 중, 고등학생	PC2개 (리그오브레전드/발로란트), 인플루언서 인비테이셔널 2개 (스타크래프트/피파 온라인4)
대통령배 KeG대회 참가지원	전국 대통령배 KeG대회 결선 참가 지원(인천 대표선수단 운영 및 관리)		PC게임 및 모바일 게임(개인전, 팀전)
인천 이스포츠 대회 운영 아카데미	이스포츠 마케팅, 해설, 중계 등 대회 운영 관련 전반적인 교육 실행	이스포츠 분야 취업을 꿈꾸는 만19세 이상 누구나	온·오프라인 멘토링 및 특강, 온라인 대회 개최
게임산업 전문인력 양성교육	게임콘텐츠 분야 전문 교육(이스포츠 코치양성 과정)	취업준비생, 현업종사자 등	온·오프라인 교육, 멘토링
게임 풀뿌리 캠프	게임을 통한 소통, 강연, 체험 등의 경험 제공	인천 거주 청소년 대상 실시(4인1팀)/25팀 이내	오프라인 게임강연, 게임체험, 팀별 네트워크
지역연고 게임구단 지원	지역 연고 게임구단 지원	인천광역시 관내 위치한 게임단 운영 사업자 (4개 구단 내외)	지역 연고 게임단 마케팅 및 사업화, 운영 지원
게임포럼	게임 세미나 개최	게임 및 이스포츠에 관심 있는 누구나 참여 가능	연사 주제발표, 기타 부대 이벤트 등
인천 게임 콘텐츠 홈페이지 구축 및 운영	인천 게임산업 홈페이지 구성 및 SNS 홍보 마케팅		

[출처] 인천테크노파크 홈페이지

○ 인천 이스포츠협회는 포럼을 통해 인천의 게임과 이스포츠 산업 육성에 대한 논의를 진행하였으며, 해당 포럼에서 나온 내용을 정리하면 아래와 같음

- (관광마이스 산업형 국제 e스포츠 개최) 인천은 빅 이벤트를 개최할 수 있는 아레나, 호텔 환경이 잘 조성되어 있고 관련 예산도 어느 정도 확보되어 있으며, 관람 및 참여자의 수가 충분함
- (게임과 e스포츠 산업 앵커 시설의 필요성) 현재 논의 중인 e스포츠 경기장을 중심으로 한 e스포츠 클러스터 조성. 인천은 전용 경기장, 게임센터, 그리고 관련 기업들의 입주가 상대적으로 부족한 현실임

<그림 77> 인천 e스포츠 포럼 주요 주제



제 2회
인천 e스포츠포럼 사전 참가신청

일시
2023.11.25.토
14:30 - 17:30

장소
인천 송도컨벤시아
107~109호

참석대상
인천시민
(전문가, 공무원, 학생, 시민)
약 100명

■ **주제발표** : 인천 글로벌 e스포츠 중심도시로의 추진 가능성 및 발전 전략

발 제 1 | 인천e스포츠 경기장 조성을 통한 e스포츠 클러스터 육성 방안
인천대학교 스포츠산업창업지원센터장 **홍진배 교수**

발 제 2 | 청라G테크시티 디지털 아시아캠퍼스 설립을 통한 인천 게임산업 발전 및 기대효과
디지털공과대학 선임 프로젝트 **김해린 매니저**

발 제 3 | 스포츠 산업화에 따른 인천 학교 e스포츠 운동부와 인천 인고 실업팀 창단 및 육성의 필요성
인천e스포츠협회 **김현철 사무처장**

발 제 4 | 인천 관광마이스산업으로의 국제대회 개최 전략 및 사례
KDKOO 김동구 대표

■ **토론** : 지정토론 및 종합토론

좌 장 | 인천대학교 스포츠산업창업지원센터 | **홍진배 교수**
토 론 | 인천시 시의회 산업경제위원회 | **김대중 시의원**
인천대학교 전자공학과 | **김 훈 교수**
전남과학대학교 e스포츠학과 | **이유찬 교수**
스포츠엔커뮤니케이션 | **김양구 부사장**

IGSA 사단법인 인천e스포츠협회 INESPORTS 인천일보

[출처] stn NEWS, "e스포츠는 인천의 넥스트 패러다임" 제2회 인천e스포츠 포럼 개최

참고 문헌

<국문자료>

1. 관계부처 합동, 코로나 바이러스 감염증-19 기업애로 해소 및 수출지원 대책(2020)
2. 광주정보문화산업진흥원, 광주정보문화산업진흥원 2023년 사업계획(안)(2022)
3. 국토연구원 국가균형발전지원센터, 지역 간 삶의 질 격차: 문화·보건·보육(2022)
4. 국토연구원 해외리포트, 도시재생 라이브러리 세계도시 사례, 중국 역사유적지의 복원·정비 사례 및 시사점(2018)
5. 국토연구원 해외리포트, 도시재생 라이브러리 세계도시 사례, 콜롬비아 보고타(Bogota) 도시재개발 사례와 시사점(2019)
6. 경기연구원, 고양 일산테크노밸리 기업유치방안 연구(2020)
7. 경기콘텐츠진흥원, 경기도콘텐츠진흥원 2023년 사업 설명회(2022)
8. 대외경제정책연구원, 리쇼어링의 결정요인과 정책 효과성 연구(2018)
9. 대외경제정책연구원, 중국 문화산업: '문화+과학기술'의 융합과 확장(2022)
10. 도심재생에 있어서 '근대문화유산' 활용에 관한 고찰(2018), 일본학보 116. 09-232
11. 문화체육관광부, 2023년도 모태펀드 문화계정 운용계획
12. 문화체육관광부, 제4차 문화기술 연구개발(R&D) 기본계획 요약(2022)
13. 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 콘텐츠산업 2022 결산 2023 전망(2022)
14. 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 콘텐츠산업 2023 결산 2024 전망(2023)
15. 문화체육관광부, 2021 기준 콘텐츠산업조사(2023)
16. 문화체육관광부, 2023년 업무계획(2022)
17. 산업통상자원부, 대외의존형 산업구조 탈피를 위한 소재·부품·장비 경쟁력 강화대책(2019)
18. 서울경제진흥원, 서울경제진흥원 기관소개서(2023)
19. 연령대별 소비자의 OTT 서비스 이용행태 분석(2022), 소비자정책교육연구 제18권 3호
20. 영상콘텐츠산업 세제지원 제도 비교 연구:미국, 영국, 프랑스, 헝가리 사례를 중심으로(2020), 문화정책 총논 34(3) 5-33
21. 울산발전연구원, 투자유치 활성화를 위한 인센티브 개편방안 연구(2018)
22. 인천광역시, 제물포르네상스 프로젝트 추진계획(2023)
23. 인천상공회의소, 2023 SUMMARY 인천경제통계(2023)
24. 인천연구원, IFEZ K-콘텐츠산업 육성 연구(2023)
25. 인천테크노파크, 2023년 문화콘텐츠산업 육성사업 추진계획(2023)
26. 지방시대위원회(NAVIS), 도시를 바꾼 예술, 지역을 살린 스페인 빌바오 구겐하임 미술관
<https://www.nabis.go.kr/coverStoryDetailView.do?menucd=320&gbnCode=COM&refCode=140&comIdx=1021>
27. 콘텐츠산업의 국내외 제도적 분류체계 연구(2023), 중앙대학교 석사학위논문
28. 통계청, 콘텐츠산업 특수분류(2014)
29. 통계청, 한국표준산업분류 연계표, KSIC 제 10차(2019)
30. 한국문화관광연구원, 콘텐츠산업 트렌드 2025(2020)
31. 한국개발연구원, OTT 시장의 변화와 국내 콘텐츠산업 경쟁력(2022)
32. 한국기업지식연구원, 인천 문화콘텐츠산업 마스터플랜수립연구(2020)
33. 한국지능정보사회진흥원, NIA가 전망한 2023년 12대 디지털 트렌드(2023)
34. 한국콘텐츠진흥원, 문화체육관광부, 콘텐츠사업 2022 결산 2023 전망(2022)

35. 한국콘텐츠진흥원 미국비즈니스센터, 미국콘텐츠산업동향(2022)
36. 한국콘텐츠진흥원 일본 비즈니스 센터, 일본 콘텐츠산업 정책 특집(2020)
37. 한국콘텐츠진흥원 해외산업동향, 중국(심천)콘텐츠산업 동향(문화산업으로 지역 발전 촉진하는 푸젠성)(2023)
38. 한국콘텐츠진흥원 해외산업동향
<https://www.kocca.kr/kocca/bbs/list/B0158950.do?menuNo=204160>
39. 한국콘텐츠진흥원, 2019 콘텐츠산업 통계조사(2021)
40. 한국콘텐츠진흥원, 2021 콘텐츠산업 실태조사(2023)
41. 한국콘텐츠진흥원, 2022 해외콘텐츠시장 분석(2023)
42. 한국콘텐츠진흥원, 2022 지역 콘텐츠기업 현황 및 창작자 실태조사(2023)
43. 한국콘텐츠진흥원, 2023년 경영공시자료 참조
44. 한국콘텐츠진흥원, 2023 한국콘텐츠진흥원 지원사업 설명회(2022)
45. 한국콘텐츠진흥원 INDUSTRY POLICY 2, 방송영상콘텐츠 시장,e스포츠 시장을 잡아라(2020)
46. 한국콘텐츠진흥원, OTT 환경에서의 방송영상콘텐츠 기획개발 지원정책 개선방안 연구(2022)
47. 한국콘텐츠진흥원 UAE 비즈니스센터, 중동 콘텐츠산업동향(2023)
48. Media Issue & Trend, 콘텐츠 IP의 OSMU를 통한 산업 경쟁력 강화 '스토리위즈'(2021.11.12.)Vol.47

<해외자료>

1. eSports Market 2023-2032, Precedence Research(2023)
2. Esports Audience growth, New zoo(2022)
3. Inc, 매거진 <https://www.inc.com/anis-uzzaman/top-technology-business-trends-for-2023.html>
4. JSIC(Rev. 13, October 2013), (https://www.soumu.go.jp/english/dgpp_ss/seido/sangyo/san13-3a.htm#g),
5. Standard Industrial Classifications used in DCMS subsector estimates
6. 가트너(Gartner)
<https://www.gartner.com/en/articles/gartner-top-10-strategic-technology-trends-for-2023>
7. 딜로이트(Deloitte)
<https://www2.deloitte.com/uk/en/insights/focus/tech-trends.html#feet-firmly-on-the-ground>
8. 포브스(Forbes)
<https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2022/11/21/the-top-10-tech-trends-in-2023-everyone-must-be-ready-for/?sh=1562d8a17df0>
9. 2022 NAICS(<https://www.census.gov/naics/?58967?yearbck=2022>)

<기사>

1. 뉴스웨이, 10년간 5.6조 투자한 문화콘텐츠 '큰손'...기업은행, 투자 카테고리 확대한다
<https://www.newsway.co.kr/news/view?ud=2022082614482570053>
2. 방송과기술, 콘텐츠 IP로 경쟁력을 확장하라(2023.8.30.)
<http://tech.kobeta.com/%EC%BD%98%ED%85%90%EC%B8%A0-ip%EB%A1%9C-%EA%B2%BD%EC%9F%81%EB%A0%A5%EC%9D%84-%ED%99%95%EC%9E%A5%ED%95%98%EB%9D%BC/>
3. 동양뉴스, 대구시, 보유 산업용지 '앵커기업' 유치 성사
<https://www.dynews1.com/news/articleView.html?idxno=528689>
4. 매일경제, 보수, 대구에 와이퍼 시스템 합작회사 설립
<https://www.mk.co.kr/news/business/6775134>
5. 매일경제, 쿠팡, 대구국가산단에 첨단물류센터 첫 삽...3200억원 투입해 2021년 9월 운영

- <https://www.mk.co.kr/economy/view.php?sc=50000001&year=2019&no=1096938>
6. 서울경제, 롯데몰 착공으로 투자 유치 기대감 커지는 대구 수성의료지구
<https://www.sedaily.com/NewsView/22M7DWA4XD>
 7. 서울신문, 청라 영상문화복합단지 정상궤도에 올라 ... 상암 일산 이어 3번째 규모
<https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20221217500029>
 8. 전자신문, 롯데케니칼, 대구국가산단에 수처리 분리막 생산공장 착공
<https://www.etnews.com/20170912000241>
 9. 조선일보, 월드컵 개최 '2000억 경제 효과'에... 힘 받는 'e스포츠 대회 비용 세액 공제'
https://biz.chosun.com/policy/policy_sub/2023/11/25/R2SGJWGN4JDINJXZULRZCONGBM/
 10. 조선일보, 첨단 스타기업들, 테크노폴리스에 자리잡다.
https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2017/11/22/2017112202128.html
 11. stn NEWS, "e스포츠는 인천의 넥스트 패러다임" 제2회 인천e스포츠 포럼 개최
<https://www.stnsports.co.kr/news/articleView.html?idxno=209835>

<홈페이지>

1. 국가법령정보센터 <https://www.law.go.kr/>
2. 광주정보문화산업진흥원 홈페이지 <https://www.gicon.or.kr/main/>
3. 경기콘텐츠진흥원 홈페이지 <https://www.gcon.or.kr/>
4. 경북문화재단 콘텐츠진흥원 홈페이지 https://gcube.or.kr:1021/home/sub6/sub2_3.asp
5. 대구디지털혁신진흥원 홈페이지 <https://www.dip.or.kr/home/main.ubs>
6. 부산정보산업진흥원 홈페이지 <http://www.busanit.or.kr/>
7. 부산영화의 전당 홈페이지 <https://www.dureraum.org/bcc/main/main.do?rbsldx=1>
8. 서울특별시 분야별 정보, 경제, 창업지원정책 <https://news.seoul.go.kr/economy/archives/547817>
9. 인천광역시 비즈OK 홈페이지 https://bizok.incheon.go.kr/open_content/publicity/strategy.jsp
10. 인천광역시 홈페이지 <https://www.incheon.go.kr/index>
11. 인천영상위원회 홈페이지 <https://www.ifc.or.kr/user/index.php>
12. 인천테크노파크 홈페이지 <https://www.itp.or.kr/>
13. 인천 콘텐츠기업지원센터 홈페이지 <https://www.incc.or.kr/user/contents.php?sq=75>
14. 인천콘텐츠코리아랩 홈페이지 <https://www.inckl.or.kr/user/content/view.do?sq=20>
15. 인천 VR·AR 제작거점센터 홈페이지 <https://www.invr.or.kr/user/contents.php?sq=63>
16. 정부업무평가포털 국정과제 추진현황 <https://www.evaluation.go.kr/web/index.do>
17. 한국콘텐츠진흥원 공식 블로그, 꽃피우는 문화기술(CT), 문화체육관광 연구개발 지원사례
<https://m.post.naver.com/viewer/postView.naver?volumeNo=34283594&memberNo=28980604>
18. 한국콘텐츠진흥원 홈페이지 <https://www.kocca.kr/kocca/organsearch/list.do?menuNo=204294>
19. 행정안전부, 주민등록 인구 통계 <https://jumin.mois.go.kr/>
20. IFEZ 인천경제자유구역 홈페이지 <https://www.ifez.go.kr/intro.do>
21. KeSPA 홈페이지 <http://www.e-sports.or.kr/>



제 6장 별첨부록

☐ 설문조사지

2023년 인천시 문화콘텐츠산업 기업실태조사

안녕하십니까?

인천지역 내 문화콘텐츠산업의 정확한 실태를 조사하고자 설문조사를 진행하고 있습니다.
바쁘시더라도 잠시만 시간을 내어 설문조사원의 안내에 따라 조사문항에 성의껏 응답하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

귀하가 응답해 주시는 내용은 통계적 목적으로만 사용될 뿐 개인정보 등은 「통계법」 제33조(비밀의 보호) 제 ①, ②항에 의거하여 철저히 비밀이 보장됩니다.

[통계법 제33조(비밀의 보호 등)]

통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.

※ 응답해주신 모든 분들께는 모바일 상품권을 발송해드립니다. (조사 완료 후 1달 이내)
적극적인 관심과 참여 부탁드립니다.

2023년 9월

조사 주관기관 인천시

조사 담당기관 한국기업지식연구원

문의 연락처 Tel : 070-7603-5747 / Fax : 02-0000-0000 / E-mail :

< 답례품 수령을 위한 개인정보 수집·이용에 관한 동의서 >

아래는 답례품 지급을 위해 필요한 정보입니다. 귀하께서 작성해주시는 개인정보는 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집 및 이용) 및 동법 제21조(개인정보 파기)에 따라 보호됩니다.

※ 관련법규 : 개인정보보호법 제15조, 제22조, 제24조

수집·이용 목적	답례품 발송 및 응답내용 확인을 위한 수집·이용
수집 필수 항목	응답자명, 휴대전화번호
제공받는 자	(주)리서치앤리서치
동의 거부권리 안내	본 개인정보 수집·이용에 대한 동의를 거부할 수 있으며, 동의하지 않을 경우에는 답례품이 제공되지 않습니다.
개인정보 보유 및 이용기간	이용목적 달성 후 답례품 발송 확인을 위한 기간인 6개월 후에 지체없이(5일 이내) 파기합니다.

* 개인정보 제공 동의 거부 권리 및 동의 거부에 따른 제한사항 : 귀하는 개인정보제공 동의를 거부할 권리가 있으며, 동의 거부에 따른 불이익은 없습니다. 다만 위 제공사항은 본인 식별 및 조사 답례품 발송에 반드시 필요한 사항으로 거부하실 경우 조사 답례품 발송이 불가함을 알려드립니다.

☐ 동의합니다

☐ 동의하지 않습니다

A

기업 일반 현황

사업체명			창업시기	년 월
사업자번호				
대표자	이름		성별	① 남성 ② 여성
	연령	① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상		
사업자 형태	① 개인사업체 ② 회사법인	사업체 구분	① 단독사업체 ② 본사	
	③ 회사외 법인 ④ 기타		③ 지사 ④ 영업소 ⑤ 공장 ⑥ 기타()	
전화번호			E-mail	@
콘텐츠 산업특수분류 (* 중복가능)	① 게임 ② 영화(영상, 특수영상 등) ③ 애니메이션 ④ 방송(방송영상 제작) ⑤ 캐릭터 ⑥ 지식정보(VR·AR·MR, 음악제작·개발, 웹툰, e-book 등) ⑦ 콘텐츠솔루션(콘텐츠 기술, 플랫폼 제작 및 운영, 공연문화기술 등)			
주요 상품 및 서비스	① ② ③			
주력 콘텐츠	① ② ③			
기업상장여부	① 거래소 ② 코스닥/코넥스 ③ 비상장			
벤처기업 지정여부	① 대상 (□벤처투자기업 □연구개발기업 □기술평가보증기업 □예비벤처기업)			
	② 비대상			

1. 영화, 방송, 게임 중 단순 유통, 배급, 중개업은 제외
2. 주요 상품 및 서비스란 해당 사업체에서 매출이 발생하는 상품 혹은 제품, 서비스 등을 의미함
3. 주력 콘텐츠란 해당 사업체에서 대부분의 매출이 발생하는 상품(제품) 및 서비스, 혹은 현재 많은 매출이 발생하지는 않으나 향후 큰 수익을 기대할 수 있어 많은 투자가 진행되고 있는 상품(제품) 및 서비스를 의미함

소재지	본사	① 중구 ② 동구 ③ 미추홀구 ④ 연수구 ⑤ 남동구 ⑥ 부평구 ⑦ 계양구 ⑧ 서구 ⑨ 강화군 ⑩ 용진군
	사업장	① 중구 ② 동구 ③ 미추홀구 ④ 연수구 ⑤ 남동구 ⑥ 부평구 ⑦ 계양구 ⑧ 서구 ⑨ 강화군 ⑩ 용진군
	공 장	① 중구 ② 동구 ③ 미추홀구 ④ 연수구 ⑤ 남동구 ⑥ 부평구 ⑦ 계양구 ⑧ 서구 ⑨ 강화군 ⑩ 용진군
	연구소	① 중구 ② 동구 ③ 미추홀구 ④ 연수구 ⑤ 남동구 ⑥ 부평구 ⑦ 계양구 ⑧ 서구 ⑨ 강화군 ⑩ 용진군
사업체 입지유형		① 오피스빌딩 ② 오피스텔 ③ 근린상가 ④ 아파트형 공장 ⑤ 공장 ⑥ 창업보육센터 ⑦ 기업지원기관 입주시설 ⑧ 기타()

* 문화산업진흥지구에 대한 자세한 내용은 마지막 페이지 별첨 참조

B

경영 현황

문1. 귀사의 재무현황에 대해 기입해주십시오.

항 목	세부내용
(1) 자본금	백만원
(2) 총매출	백만원
(3) 수출액	백만원
(4) 연간 인건비	백만원
(5) 투자 유치 규모	백만원

C

인력 현황

문2. 귀사의 인력현황을 기입해주십시오.

구 분		전체	평균연령대			
고용 형태	정규직	명	① 20대	② 30대	③ 40대	④ 50대 이상
	비정규직	명	① 20대	② 30대	③ 40대	④ 50대 이상
	외주인력* (프리랜서 등)	명	① 20대	② 30대	③ 40대	④ 50대 이상

※ 2023년 9월 기준(인력현황, 인력구조)

※ 직무 겸직 인원인 경우 직무별 업무비중에 맞게 나누어 인원을 분배 기입(예: 0.7명+0.3명=1명)

※ 제작(녹음, 촬영, CG, 그래픽 등) 항목 기입 시 게임 산업의 경우 버그픽스나 패치 인력 포함

※ Game Management 인력은 마케팅/홍보에 포함

※ 외주인력이란 귀 사업체가 직접 고용하지 않고, 외부업체, 개인을 통하여 공급 받은 인력을 의미

문3. 귀사가 체감하고 있는 인력확보 상황은 어느 정도입니까?

인력확보 상황 (2022년 대비)	악화	<-----	보통	----->	호전
	①	②	③	④	⑤

※ 신규창업기업은 창업 당시 대비 작성해 주십시오.

※ 2022년 기준으로 평가해 주십시오.

문4. [문3에서 ①,②,③번 응답/ ④,⑤번 응답자] 귀사의 인력 확보가 어려운 주요 원인은 무엇입니까?
(1~2순위)

1순위	2순위
-----	-----

① 급여수준이 낮아서 / 비교적 괜찮음

③ 전문/숙련 인력 부족 / 풍부함

⑤ 근무환경 열악해서 / 편리함

⑦ 야간근무가 많아서 / 적음

⑨ 직무 분야에 적합한 인재 확보 어려움 / 쉬움

⑪ 지원자 수 자체가 적음 / 많음

⑬ 기타()

② 근무지 조건(위치 등으로 인한 출퇴근 불편)(편리)

④ 회사 홍보 어려움 / 회사 홍보가 좋음

⑥ 중소기업이라서

⑧ 회사 주변 인프라가 열악해서 / 괜찮음

⑩ 구인/구직 간의 기대 임금 수준의 차이가 큼/없음

⑫ 잦은 이직으로 인한 불안정성 / 오래 다님

D

콘텐츠 개발 및 제작 현황

문5. 귀사의 지식재산권 현황을 기입해주시시오.

구 분	특허 등록	특허 출원중	실용신안	디자인권	등록된 저작권	프로그램	상표권	해외 인증
국 내	건	건	건	건	건	건	건	건
국 외	건	건	건	건	건	건	건	

※ 2023년 9월 기준

문6. 귀사가 체감하고 있는 콘텐츠 개발 및 제작에 애로사항은 어느 정도입니까?

콘텐츠 개발 및 제작 애로사항 (2022년 대비)	심각	<-----	보통	----->	원활
	①	②	③	④	⑤

※ 신규창업기업은 창업 당시 대비 작성해 주십시오.

※ 2022년 기준으로 평가해 주십시오.

문6-1. [문6에서 ①, ②, ③번 응답자만] 귀사의 최근 3년간(20~22년) 콘텐츠 제작 관련하여 체감하는 문제점은 무엇입니까?

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 자금 부족
 ③ 연구 설비 기자재 부족
 ⑤ 개발·제작 기간의 장기화
 ⑦ 인력 확보 어려움
 ⑨ 제품인증 확보의 어려움
- ② 내부 역량 및 개발 경험 부족
 ④ 짧은 기술수명주기
 ⑥ 지식재산권 보호 미흡
 ⑧ 인력의 잦은 이직
 ⑩ 기타 ()

문7. 귀사의 콘텐츠 개발 및 제작을 위해 중점적으로 지원해야 할 방향은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 최신 정보 제공
 ③ 기술도입 및 알선 지원
 ⑤ 산학연 협력 강화
 ⑦ 기타()
- ② 지식재산권 및 인증 획득 지원
 ④ 개발기술 및 이전기술의 사업화 지원 강화
 ⑥ 융합 사업에 대한 연계 지원

E

사업자 입지 조건

문9. 귀사가 사업장 입지와 관련하여 가장 중요하게 생각하는 요인은 무엇입니까? (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 고객 혹은 공급업체와의 근접성
 ③ 전문 인력 확보의 용이성
 ⑤ 저렴한 임대료 혹은 입지비용
 ⑦ 지자체(인천광역시) 혹은 지원기관의 지원정책
 ⑨ 창업자 혹은 경영진의 연고
 ⑪ 기타
- ② 동종 혹은 지원업체와의 근접성
 ④ 관련 연구소, 대학 등의 근접성
 ⑥ 주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성
 ⑧ 도시브랜드와 기업 이미지의 조화
 ⑩ 낮은 인건비

문10. 타 지역 이전을 고려하신다면 가장 주된 이유는 무엇입니까? (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 고객 혹은 공급업체와의 근접성

② 동종 혹은 지원업체와의 근접성
- ③ 전문인력 확보의 용이성

④ 관련 연구소, 대학 등의 근접성
- ⑤ 저렴한 임대료 혹은 입지비용

⑥ 주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성
- ⑦ 타지자체 혹은 지원기관의 지원정책

⑧ 도시브랜드와 기업이미지의 조화
- ⑨ 창업자 혹은 경영진의 연고

⑩ 낮은 인건비
- ⑪ 기타 ()

문8. 귀사는 창업 이후 타 지역에 사업장을 이전한 경험이 있는지 표기해주시요.

- ① 이전 경험이 있음
- ② 이전 경험이 없음

F

자금 조달 및 투자현황

문11. 귀사의 자금 조달 방법은 무엇입니까? (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 자기자본

② 개인자금
- ③ 금융권 대출

④ 투자유치
- ⑤ 정부지원

⑥ 기타 ()

문12. 귀사가 체감하고 있는 자금조달에 애로사항은 어느 정도입니까?

자금조달 상황 (전년 대비)	심각	<-----	보통	----->	원활
	①	②	③	④	⑤

문12-1. [문13에서 ①, ②, ③번 응답자만] 귀사의 자금조달과 관련하여 체감하고 있는 문제점은 무엇입니까? (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 내수부진(소비위축)

② 판매대금 회수부진
- ③ 납품조건 악화

④ 금융기관 대출의 어려움(담보부족 등)
- ⑤ 원가 상승

⑥ 투자 증가
- ⑦ 임대료, 인건비 등 고정비용 상승

⑧ 기타 ()

문13. 향후 1~2년 사이 귀사가 투자를 계획하고 있거나 우선적으로 투자를 필요로 하는 분야를 모두 선택 해주십시오. (복수응답 가능)

- ① 신규사업을 위한 투자

② 기존설비 확대를 위한 투자
- ③ 자동화 시스템 투자

④ 환경관련 투자
- ⑤ 연구개발 투자

⑥ 시장개척을 위한 투자
- ⑦ IT/SW 관련 투자

⑧ 콘텐츠 관련 투자
- ⑨ 융합분야 투자

⑩기타()

해외진출 현황

문14. 귀사에서는 해외진출 경험이 있습니까?

- ① 진출경험이 있음** **② 진출경험이 없음 (→ 문19로 이동)**

문15. 귀사는 해외진출과 관련하여 주로 어떤 활동을 하였습니다습니까? (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 직접 진출 유통 ② 해외전시회 개최/참가 ③ 온라인 판매
④ 현지 법인과 협력 ⑤ 전문 에이전트를 통한 진출 ⑥ 공공기관 지원/협력 진출
⑦ 기타()

문16. 귀사에서는 해외진출은 주로 어떤 형태로 진행되었습니까? (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 완제품 ② 라이선스 ③ OEM ④ 기술 및 서비스 이전 ⑤ 기타()

문17. 귀사에서 발생한 수출액 및 업종별 수출액 비중을 기입해주시요.

항 목	2022년 말 기준							
연간 총 수출액	()천달러							
수출 대상국가별 비중	미국	일본	중국	동남 아시아	남미	중동	기타 ()	합계
	%	%	%	%	%	%	%	100%

문18. 해외진출 시 애로사항을 선택해주십시오. (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 해외 거래처 및 바이어 발굴 역량 부족
- ② 현지 제휴·합작투자 파트너 발굴 곤란
- ③ 소비 트렌드, 시장규모 등 해외시장에 대한 정보 부족
- ④ 현지 법규, 상관행 등에 대한 이해 부족
- ⑤ 경쟁제품, 통관 등 현지 투자여건에 대한 정보 부족
- ⑥ 계약, 통관 등 수출 실무경험 인력 확보 어려움
- ⑦ 해외시장 진출을 위한 기술경쟁력 확보 어려움
- ⑧ 해외투자 자금조달 곤란
- ⑨ 현지투자자에 관한 종합컨설팅 지원 미흡
- ⑩ 기타()

문19. 향후 해외 진출을 하게 된다면 어느 국가로의 진출을 희망하는지 기재해주시시오.

--

참고

인천시 기업 지원사업 내용

1. 인천영상위원회

구분	내용			
로케이션	<ul style="list-style-type: none"> DB검색 촬영지원 		기획개발 지원	<ul style="list-style-type: none"> 인천스테이 로케이션 스카우팅 투어
문화사업	영화제	<ul style="list-style-type: none"> 이다스포라 장편 /단편 온라인 상영관 등 	지원사업	<ul style="list-style-type: none"> 로케이션 인센티브 킬러콘텐츠 제작지원 지역장편영화 제작지원
	아카데미	<ul style="list-style-type: none"> 아카데미 교육 프로그램 		<ul style="list-style-type: none"> 지역장편영화 유통 및 배급지원
	미디어	<ul style="list-style-type: none"> 뉴스레터 Diaff TV/Magazine 		<ul style="list-style-type: none"> 인천영화아카데미 지역영상인력 지원 '씨네인천' 지역영상단체 지원 '씨네리전'

2. 인천테크노파크(디지털SW사업단, 문화콘텐츠센터)

구분	내용		구분	내용		
인천콘텐츠기업지원센터 운영	<ul style="list-style-type: none">기업 인프라 및 성장지원 프로그램	<ul style="list-style-type: none">입주시설 지원대관시설 운영콘텐츠기업 멤버십 프로그램	강화 DMZ 스마트 체험존 설치사업	<ul style="list-style-type: none">VR 망원경 / AR 동물원 / AR 포토존		
	<ul style="list-style-type: none">콘텐츠 제작 및 사업화 지원	<ul style="list-style-type: none">콘텐츠 제작지원콘텐츠 사업화 지원	인천 VR-AR 제작 거점센터 운영	<ul style="list-style-type: none">인프라지원 1) 시설지원, 2) 장비지원시설 인프라 활용 지원1) 시설교육, 2) 기술지원기업지원 1) 개발지원 2) 사업화지원전문교육 1) 재직자/구직자 2) 일반인/학생시민참여 저변확산		
	<ul style="list-style-type: none">콘텐츠기업 역량강화 지원	<ul style="list-style-type: none">콘텐츠기업 역량강화 지원				
지역특화콘텐츠개발지원	<ul style="list-style-type: none">지역특화콘텐츠개발지원콘텐츠산업 지역거점기관 운영		스마트미디어 콘텐츠산업 육성	<ul style="list-style-type: none">스마트 미디어 콘텐츠 중소기업 지원스마트 미디어 콘텐츠 인재 양성스마트 미디어 콘텐츠 시민참여 활성화		
인천형 핵심성장 콘텐츠제작 지원사업	<ul style="list-style-type: none">문화콘텐츠산업 육성 (콘텐츠 제작지원)문화콘텐츠산업 활성화 (콘텐츠산업 아카이브 유지관리)문화콘텐츠산업 활성화 (클러스터 조성 타당성 연구용역)		인천국제 1인 미디어페스티벌	<ul style="list-style-type: none">무대행사 / 부대행사		
문화콘텐츠맞춤형 사업화 지원	<ul style="list-style-type: none">문화콘텐츠맞춤형사업화		인천 콘텐츠 코리아 랩 운영사업	Into The Contents	조성 및 확산	<ul style="list-style-type: none">콘텐츠 크리에이티브 콘서트
인천형 콘텐츠 유망 기업 발굴육성	<ul style="list-style-type: none">기업 성장로드맵 수립 및 경영혁신 지원콘텐츠 R&D 집중지원 (인천 콘텐츠 유망기업 선정 과제지원)					교육 및 창작
					생활 SOC 기반 실감형 콘텐츠 체험존	
실감콘텐츠체험관 탐 운영	<ul style="list-style-type: none">체험관 운영					Into The Business
				게임문화 콘텐츠 육성	<ul style="list-style-type: none">인천 이스포츠 챌린지인천 이스포츠 챌린지 스쿨리그대통령배 KeG 대회 참가지원인천 이스포츠 대회 운영 아카데미게임산업 전문인력 양성교육게임 풀뿌리 캠프지역연구 게임구단 지원게임포럼인천 게임 콘텐츠홈페이지 구축 및 운영	
청년 콘텐츠 우수 인재 양성 사업	<ul style="list-style-type: none">청년 콘텐츠 우수인재 양성 사업콘텐츠 제작 실무교육일자리 네트워킹					
				<ul style="list-style-type: none">콘텐츠 커리어업콘텐츠 온라인 마켓 입점 지원콘텐츠 팝업스토어 판매 지원콘텐츠 스케일업 프로젝트콘텐츠 펀딩 프로젝트		

[다음 항목부터 지원사업 만족도에 관한 내용입니다.]

문20. 귀사는 인천시(또는 TP/영상위 등) 문화콘텐츠 관련 사업에 지원* 및 혜택을 받은 적이 있습니까? (* 정책자금, 시설이용 등)

① 그렇다 (→ 20-1문항으로 이동)

② 아니다 (→ 20-3문항으로 이동)

문20-1. [문21에서 ①번 응답자만] 귀사가 지원 및 혜택을 받으셨다면 만족도는 어느 정도입니까?

만족도	매우낮음	<-----	보통	----->	매우높음
	①	②	③	④	⑤

문20-2. 귀사가 지원 및 혜택과 관련하여 체감하고 있는 문제점은 무엇입니까? (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 받은 지원 및 혜택이 부족했다.(좋았다)
- ② 다른 지역 또는 지원기관의 지원이 더 좋다.(좋지 않아서)
- ③ 지원받은 기간이 부족했다.(충분했다)
- ④ 문화콘텐츠 제작을 위한 인프라가 미약했다.(충분했다)
- ⑤ 기대했던 산·학·연 협력 및 시너지 효과가 부족했다.(충분했다)
- ⑥ 기타()

→ 22번 문항으로 이동하세요

문20-3. [문20에서 ②번 응답자만] 지원 및 혜택을 받은 적이 없다면 그 이유는 무엇입니까? (복수응답 가능)

- ① 지원 자격대상이 되지 않았다.
- ② 선호하는 지원 및 혜택이 없었다.
- ③ 다른 지역 또는 지원기관에서 하는 더 좋은 조건의 지원혜택을 받았다.
- ④ 어떤 종류의 지원과 혜택이 있는지 모른다.
- ⑤ 기타()

문20-4. 인천광역시가 지원하는 장비, 시설 등 제작 인프라에 관한 공동 활용체계(Shared System)를 경험하였을 때 가장 큰 단점은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 인프라의 접근성이 낮아서
- ② 제공되는 인프라가 사업목적에 부합하지 않아서
- ③ 원하는 시간에 이용할 수 없어서
- ④ 예약이 불편해서
- ⑤ 전문운영인력(숙련공)이 부족해서
- ⑥ 기타()

문22. 귀사는 인천지역 문화콘텐츠 기업에게 실질적인 지원효과를 제공하기 위해 어떻게 개선이 되었으면
합니까? (1~2순위)

1순위	2순위
-----	-----

- | | |
|--------------------------|--------------------------------|
| ① 콘텐츠 제작지원 사업 개선 및 확대 | ② 금융, 세제 지원 강화 |
| ③ 고용 유지 지원 강화 | ④ 국내외 산업동향, 기업경영(법률,세무 등)정보 제공 |
| ⑤ 콘텐츠 유통·배급지원 사업 개선 및 확대 | ⑥ 콘텐츠산업 관련 기술개발(R&D) 지원 |
| ⑦ 해외시장 진출 지원 강화 | ⑧ 산업 전문 인력 양성 및 매칭 강화 |
| ⑨ 법·제도 개선 및 보완 | ⑩ 기타 () |

- * 특화 콘텐츠 : 문화콘텐츠 관련 사업 중 국가/인천지역에서의 유망사업이라고 생각하는 사업의 콘텐츠 분야
 * 미래 콘텐츠 : 문화콘텐츠 관련, 국가/인천지역에서의 미래 사회 콘텐츠로 집중 조명받을 분야
 * 기반 콘텐츠 : 문화콘텐츠산업 중 국가/인천지역에서의 지속적인 성장 또는 유지되는 유망 콘텐츠 분야

문23 [인천시 특화산업] 귀사는 인천지역의 특화된 문화콘텐츠 기업을 육성하기 위해 필요한 기술이 무엇
이라고 생각하십니까? (콘텐츠별 복수 응답 가능)

분야	세부내용(기술분야)
4-1. 특화 콘텐츠	① 메타버스(가상/증강현실) ② 블록체인/NFT* ③ 게임 ④ 영상(CG, VFX 등) ⑤ 인공지능AI ⑥ 클라우드 ⑦ 데이터 ⑧ 푸드테크* ⑨ 기타()
4-2. 미래 콘텐츠	① 버추얼 비잉(virtual Being)* ② 인공지능AI ③ 블록체인/NFT* ④ 의료/헬스Tech* ⑤ 로보틱스 ⑥ 웹3.0(데이터 웹)* ⑦ 기타()
4-3. 기반 콘텐츠	① 방송·영상제작 스튜디오(가상, 실내 등) ② 캐릭터 디자인 및 제작 ③ UGC(사용자 생성 콘텐츠)* ④ 기타()

** 기술 분야(KISTEP, NIA(가트너, 딜로이트 등), CES(Consumer Electronics Show)의 2023 주요 기술트렌드 종합

- 1) **블록체인(blockchain security technology)** : 분산형 데이터 저장기술, 여러 대의 컴퓨터가 기록을 검증하여 해킹을 막음
- 2) **NFT(Non Fungible Token)** : 블록체인에 기반한 고유한 디지털 수집품
- 3) **푸드테크(Food Tech)** : '레알팜'(게임과 연계), 식품의 생산·유통·소비 전반에 정보기술(IT)·생명공학(BT)·인공지능(AI) 등 첨단기술 등이 결합된 신산업, K-푸드를 관광상품으로 개발하고, 한류 콘텐츠와 연계가 가능한 부가가치가 높은 분야임(짜빠구리, 떡볶이 등 영화 속 콘텐츠)
- 4) **버추얼 비잉(virtual Being) 가상세계** : 디지털 휴먼(3D콘텐츠 제작+대화형 AI, 사람중심으로 재편하며, 디지털 미디어와 엔터테인먼트 결합으로 강화됨 메타버스로 버추얼 유튜버(V-Tuber, 일명 버튜버) 증가
- 5) **의료/헬스Tech** : 물리적 건강과 정신적 건강을 향상시키기 위하여 더욱 적극적인 기술에 의지하여 예방과 치료에 이르는 단계에서의 변화
- 6) **웹 3.0(User-Centric)** : 웹2.0시대에서는 개인이 생산한 콘텐츠 데이터를 대형 플랫폼 회사(구글, 페이스북)에 제공하고 그 소유권이 기업에 있었지만, 3.0시대에서는 내 콘텐츠, 내 데이터는 기업이 소유(NFT, 블록체인, 메타버스, 탈중앙화 포함)
- 7) **UGC(User-Genetated Content, 사용자 생성 콘텐츠)** : 콘텐츠가 무료이고, 사용자의 관심사를 다루고 있으며, 시청이 편리하며 항상 새로운 콘텐츠 생성함

문24. (문4 응답기준) 귀사는 특화산업/해당기술의 도입을 위해 인천시의 필요한 지원이 무엇이라고 생각하십니까? (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① (앵커)기업유치 ② 인재유치 ③ 투자지원(펀드 등) ④ R&D 지원
 ⑤ 사업화 지원 ⑥ 기술검증 지원 ⑦ 법·제도 보완 ⑧ 매칭 강화(기업·인재)
 ⑨ 산업경영정보 제공 ⑩ 시설 및 장비(인프라) 지원 ⑪ 산학연 네트워크 지원 ⑫ 기타(_____)

K 인천 특화분야 정책 수요(기업·인재)

* 앵커기업이란? :
 특정 산업이나 지역에서 주도적인 역할을 하는 기업으로 해당 산업의 발전을 촉진하고, 일자리를 창출하며, 지역 경제를 활성화하는 데 중요한 역할을 한다.

예시) 부천시(만화전문) - 웹툰 제작사인 레드아이스 스튜디오, ㈜에이투지 등
 판교(IT/게임) - 네이버, 카카오, NC소프트, 넥슨

문25. 귀사는 인천시의 문화 콘텐츠산업발전을 위해 어떠한 종류의 앵커기업*이 유치되어야 한다고 생각하십니까? (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 게임 ② 캐릭터 ③ 애니메이션
 ④ 방송(방송·영상관련 제작) ⑤ 영화(영상, 특수영상(VFX,CG 등)
 ⑥ 지식정보(VR·AR·MR, 음악제작·개발, 웹툰, e-book 등)
 ⑦ 콘텐츠솔루션(콘텐츠 기술, 플랫폼 제작 및 운영, 공연문화기술 등)
 ⑧ 기타(_____)

문26. 귀사는 앵커기업*의 유치 시 장점이 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 고용창출 ② 파생산업 생성 ③ 소득증대 ④ 지역경제 활성화
 ⑤ 문화콘텐츠산업 고도화 ⑥ 도시경쟁력 강화 ⑦ 기타(_____)

문27. 해당 기업을 유치하기 위해서 인천시에서는 어떠한 혜택을 주어야 한다고 생각하십니까? (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 부지·공간 지원 ② 전문인력 양성지원 ③ 세제 혜택 ④ 성과 인센티브 확대
 ⑤ 기업 투자지원 ⑥ R&D 지원 ⑦ 국제 협력 지원 ⑧ 운영비(전기/임대료 등) 감면
 ⑨ 개발 및 제작 장비 등 인프라 지원 ⑩ 기타(_____)

* 문화콘텐츠산업 활성화를 위한 투자 방법과 지원 내용)

문28. 인천에서 문화 콘텐츠사업 영위 시 애로사항은 무엇이라고 생각하십니까? (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- | | |
|-----------------------------------|------------------------|
| ① 콘텐츠 기획·제작 프로세스의 효율화 | ② 자금조달·운용 등 자금관리 |
| ③ 인력의 확보 및 유지 관리 | ④ 제품 홍보 및 마케팅 어려움 |
| ⑤ 신기술 개발 및 적용 어려움 | ⑥ 불공정 계약, 관행 등으로 인한 분쟁 |
| ⑦ 각종 규제 애로 | |
| ⑧ 해외진출 어려움/국내외 신규 유통·배급 판로개척의 어려움 | |
| ⑨ 국내외 산업동향, 기업경영(법률, 세무 등) 정보 획득 | |
| ⑩ 기타 () | |

문29. [인천의 문화 콘텐츠산업] 인천이 서울·경기에 비하여 부족한 분야는 무엇이라고 생각하십니까? (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- | | |
|------------------------|----------------------------|
| ① 고객 혹은 공급업체와의 근접성 | ② 동종 혹은 지원업체와의 근접성 |
| ③ 전문인력 확보의 용이성 | ④ 관련 연구소, 대학 등의 근접성 |
| ⑤ 주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성 | ⑥ 지자체(인천광역시) 혹은 지원기관의 지원정책 |
| ⑦ 도시브랜드와 기업 이미지의 조화 | ⑧ 기타 () |

문30. 인천광역시가 문화콘텐츠산업의 활성화를 위해 추후 지원해야 하는 정책과제는 무엇이라고 생각하십니까? (1~2순위)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- | | |
|--------------------|-----------------------------|
| ① 전문인력 양성 지원* | ② 앵커기업 유치* |
| ③ 기술개발 지원의 확대 | ④ 판로 개척 및 마케팅 지원 |
| ⑤ 전주기별 지원 시스템* | ⑥ 시범사업 강화 |
| ⑦ 체계적 지원시스템 구축 | ⑧ 정주기반 조성* |
| ⑨ 인증 및 지식재산권 획득 지원 | ⑩ 인프라 지원(인큐베이팅 센터, 테스트베드 등) |
| ⑪ 정책자금 지원* | ⑫ 발전을 촉진하기 위한 국제협력 |
| ⑬ 기타 () | |

[내용확인]

* 앵커기업 유치: 문화콘텐츠 영향력 있는 기업 유치

* 정책자금 지원: 경영안정자금, 업종구조고도화자금, 산업구조고도화 자금 (은행자금 협조융자, 인천시 중소기업육성기금 융자)

* 전문인력 (콘텐츠) 양성교육 프로그램 지원 : 기술분야(AR/VR, CG/VFX, 홀로그램, NUI/NUX 등)별 전문가 자문을 활용하여 현장 맞춤형, 융합형 인재양성을 위한 교육 지원

* 전주기별 지원 시스템: 콘텐츠 기획, 제작, 유통 전주기 단계별 원스톱 지원 시스템

* 정주기반 조성: 인재들의 인천시에 정착 및 유입 기반 시스템 조성

문31. 인천광역시에서 문화산업육성을 담당하는 관계부서에 바라는 정책분야를 응답해 주시기 바랍니다.

분야	세부 지원 내용	중요도				
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
정책자금 지원	경영안정자금, 업종구조고도화자금, 산업구조고도화 자금 (은행자금 협조용자, 인천시 중소기업육성기금 용자)	①	②	③	④	⑤
콘텐츠 전문인력 양성교육 프로그램 지원	기술분야(AR/VR, CG/VFX, 홀로그램, NUI/NUX 등)별 전문가 자문을 활용하여 현장 맞춤형, 융합형 인재양성을 위한 교육 지원	①	②	③	④	⑤
콘텐츠 제작 인프라 (테스트베드 등) 및 비즈매칭 영역(Zone) 지원	콘텐츠 직접 제작에 필요한 실용성이 높은 공동 활용체계(Shared System) 지원, 비즈매칭 영역(Zone) 지원 등	①	②	③	④	⑤
전주기별 지원 시스템	콘텐츠 기획, 제작, 유통 전주기 단계별 원스톱 지원 시스템	①	②	③	④	⑤
정주기반 조성	인재들의 인천시에 정착 및 유입 기반 시스템 조성	①	②	③	④	⑤
앵커기업 유치	문화콘텐츠 영향력 있는 기업 유치	①	②	③	④	⑤

※ 설문조사원이 인터뷰를 통해 직접 작성

응답자 성명		직급	
휴대전화번호			

※ 응답자 성명(직급) 및 전화번호는 답례품 제공을 위한 문항입니다.

바쁘신 시간에 적극 협조해주셔서 대단히 감사합니다.

※ 문화콘텐츠산업분류: ① 게임 ② 영화(영상, 특수영상 등) ③ 애니메이션 ④ 방송(방송영상 제작) ⑤ 캐릭터 ⑥ 지식정보(VR·AR·MR, 음악, 웹툰, e-book 등) ⑦ 콘텐츠솔루션(콘텐츠기술, 플랫폼 제작 및 운영, 공연문화기술 등)
--

02 설문조사 결과

1. 기업 실태조사

1.1. 기업 일반현황

- 응답기업은 총 100개사로 콘텐츠산업특수분류표 기준 콘텐츠솔루션 분야가 48개사(48.0%)로 가장 많았으며, 지식정보(이러닝) 20개사(20%), 영화 15개사(15.0%), 방송(미디어) 9개사(9.0%), 게임 6개사(6.0%), 애니메이션 / 캐릭터 각각 1개사(1.0%)의 순을 따름
- － 사업자 형태는 회사법인이 85개사(85.0%)로 대부분을 차지함
 - － 사업체 구분은 단독사업체가 87개사(87.0%)로 가장 많았으며 본사 10개사(10.0%)가 뒤를 이음
 - － 기업 상장여부는 100개 모두 비상장이었으며, 벤처 기업지정 여부는 24개(24.0%)로 나타남

[표 1] 설문조사 응답자 특성표

구분	중분류	사례수	비중(%)
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	6.0
	영화	15	15.0
	애니메이션	1	1
	방송(미디어)	9	9.0
	캐릭터	1	1.0
	지식정보(이러닝)	20	20.0
	콘텐츠솔루션	48	48.0
사업자 형태	개인사업체	15	15.0
	회사법인	85	85.0
	기타	3	3.0
사업체 구분	단독사업체	87	87.0
	본사	10	10.0
	공장	1	1.0
	기타	2	2.0
기업상장여부	비상장	100	100
벤처기업지정여부	대상	24	24.0
	비대상	76	76.0
합계		100	100.0

1.2. 경영현황(재무현황)

- 기업의 재무현황은 총 88곳이 응답하였으며, 세부 내용은 아래와 같음
- － 자본금은 지식정보(이러닝)이 153.9백만원으로 가장 많았으며 방송(미디어)가 84.6백만원으로 뒤를 이음
 - － 총매출은 지식정보(이러닝)이 2,539.6백만원으로 가장 많았으며 영화가 1,057.2백만원으로 뒤를 이음
 - － 수출액은 게임이 29.3백만원으로 가장 많았으며 콘텐츠솔루션이 10.2백만원으로 뒤를 이음
 - － 연간 인건비는 방송(미디어)와 지식정보(이러닝)이 414.4백만원으로 가장 높았으며 영화가 370.1백만원으로 뒤를 이음
 - － 투자규모는 지식정보(이러닝)이 127.1백만원으로 가장 높았으며 콘텐츠솔루션 9.5백만원을 제외하고 나머지는 미미한 수치로 나타남

[표 2] 재무현황(평균)

[단위: 백만원]

구분	중분류	사례수	자본금	총매출	수출액	연간 인건비	투자 유치규모
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	49.5	236.8	29.3	156.4	0.0
	영화	14	27.5	1,075.2	18.6	370.1	0.0
	애니메이션	1	5.0	790.0	0.0	184.0	0.0
	방송(미디어)	9	84.6	746.5	0.9	414.4	0.7
	캐릭터	1	55.0	33.0	0.0	188.0	0.0
	지식정보(이러닝)	16	153.9	2,539.6	6.3	414.4	127.1
	콘텐츠솔루션	41	74.0	563.7	10.2	256.4	9.5
합계		88	79.6	1,013.2	10.9	305.4	28.4

1.3. 인력 현황

□ 인력 현황

○ 기업의 인력현황은 총 100곳이 응답하였으며(중복응답), 세부 내용은 아래와 같음

- 응답 전체로 보았을 때 외주인력이 3,001명(평균 30.0명)으로 가장 많았으며 정규직 694명(평균 6.9명), 비정규직 115명(평균 1.2명)의 순으로 나타남
- 지식정보(이러닝) 분야는 외주인력이 압도적으로 많았으며, 해당 분야를 제외하고 모든 분야는 비정규직이나 외주인력보다 정규직 인원이 많은 것으로 나타남
- 방송(미디어) 분야는 정규직과 외주인력의 분포가 비슷하게 나타남(정규직 평균 7.6명, 외주인력 7.1명)
- 벤처기업 지정 여부로 구분은 지정대상은 정규직이(평균 12.5명), 비대상은 외주 인력(평균 38.8명)으로 나타남

[표 3] 인력현황

[단위: 명]

구분	중분류	사례수	정규직		비정규직		외주인력		전체	
			평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	4.3	26.0	0.5	3.0	0.8	5.0	5.7	34.0
	영화	15	9.3	139.0	0.6	9.0	2.7	41.0	12.6	189.0
	애니메이션	1	10.0	10.0	6.0	6.0	0.0	0.0	16.0	16.0
	방송(미디어)	9	7.6	68.0	0.7	6.0	7.1	64.0	15.3	138.0
	캐릭터	1	8.0	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0	8.0
	지식정보(이러닝)	20	8.1	161.0	2.1	41.0	141.0	282.0	151.1	3022.0
	콘텐츠솔루션	48	5.9	282.0	1.0	50.0	1.5	71.0	8.4	403.0
벤처기업 지정여부	대상	24	12.5	300.0	1.8	42.0	2.2	52.0	16.4	394.0
	비대상	76	5.2	394.0	1.0	73.0	38.8	2949.0	44.9	3416.0
합계		100	6.9	694	1.2	115	30.0	3001	38.1	3,810

□ 평균연령대

- 평균연령대를 정규직, 비정규직, 외주인력으로 나누어 살펴보면 아래와 같음
- (정규직) 30대가 53%로 가장 많았으며 20대가 20%, 40대 16% 50대 이상 11% 순으로 나타남
 - 게임산업은 30대가 83.3%로 가장 높은 비중을 차지함
 - 캐릭터 산업은 20대가 100% 비중을 차지하였지만, 사례 수가 한 개라 대표성을 띄기 어려움
 - 지식정보(이러닝)은 30대와 40대가 비슷한 비중을 차지하였으며, 콘텐츠 솔루션은 30대가 가장 큰 비중을 차지함
 - 벤처기업 지정여부 구분으로 보았을 때 모두 30대가 가장 큰 비중을 차지함

[표 4] 평균연령대(정규직)

[단위: %]

구분	중분류	사례수	20대	30대	40대	50대 이상
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	0.0	83.3	16.7	0.0
	영화	15	20.0	60.0	6.7	13.3
	애니메이션	1	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송(미디어)	9	22.2	44.4	0.0	33.3
	캐릭터	1	100.0	0.0	0.0	0.0
	지식정보(이러닝)	20	5.0	45.0	40.0	10.0
	콘텐츠솔루션	48	25.0	54.2	12.5	8.3
벤처기업 지정여부	대상	24	33.3	58.3	4.2	4.2
	비대상	76	15.8	51.3	19.7	13.2
합계		100	20.0	53.0	16.0	11.0

- (비정규직) 30대가 48.3%로 가장 많았으며 20대가 41.4%, 40대 6.9%, 50대 이상 3.4%의 순으로 나타남
 - 지식정보(이러닝)과 콘텐츠 솔루션 분야에서 비정규직 사례가 많았으며 30대, 20대가 높은 비중을 차지함
 - 40대 이상 비정규직은 방송 미디어(100%), 지식정보 이러닝(12.5%), 콘텐츠 솔루션(7.7%)에서만 나타남

[표 5] 평균연령대(비정규직)

[단위: %]

구분	중분류	사례수	20대	30대	40대	50대 이상
콘텐츠산업 특수분류표	게임	2	50.0	50.0	0.0	0.0
	영화	4	25.0	75.0	0.0	0.0
	애니메이션	1	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송(미디어)	1	0.0	0.0	100.0	0.0
	캐릭터	0				
	지식정보(이러닝)	8	37.5	50.0	12.5	0.0
	콘텐츠솔루션	13	46.2	46.2	0.0	7.7
벤처기업 지정여부	대상	8	62.5	37.5	0.0	0.0
	비대상	21	33.3	52.4	9.5	4.8
합계		29	41.4	48.3	6.9	3.4

○ (외주인력) 외주인력은 30대가 48.8%로 가장 많았으며 20대 30.2%, 40대 16.3%, 50대 이상 4.7%의 순으로 나타남

- 게임, 영화, 방송미디어 분야에서 30대의 비중이 50% 이상으로 나타남
- 벤처기업 지정 여부 구분은 대상, 비대상 모두 30대가 가장 높았으나(70.0%, 42.4%), 비대상은 20대가 33.3%의 적지 않은 비중을 차지함

[표 6] 평균연령대(외주인력)

[단위: %]

구분	중분류	사례수	20대	30대	40대	50대 이상
콘텐츠산업 특수분류표	게임	2	50.0	50.0	0.0	0.0
	영화	11	45.5	54.5	0.0	0.0
	애니메이션	0				
	방송(미디어)	6	16.7	50.0	16.7	16.7
	캐릭터	0				
	지식정보(이러닝)	8	0.0	37.5	50.0	12.5
	콘텐츠솔루션	16	37.5	50.0	12.5	0.0
벤처기업 지정여부	대상	10	20.0	70.0	10.0	0.0
	비대상	33	33.3	42.4	18.2	6.1
합계		43	30.2	48.8	16.3	4.7

□ 체감 인력확보 상황

○ 체감 인력확보 현황 질문에서는 분야 전반적으로 5점 만점에 2.12점, 100점 만점에 28.00점으로 인력확보가 매우 어려운 상황으로 나타남

- 분야별로 살펴보면 영화가 5점 평균 기점 1.83점으로 가장 낮게 나타났으며 지식정보(이러닝), 애니메이션, 방송(미디어)가 2.00점, 콘텐츠솔루션이 2.05점의 순으로 나타남
- 인력확보가 호전되고 있다는 응답은 하나도 선택되지 않은 것으로 나타남
- 벤처기업 지정 여부 구분은 벤처기업 대상(1.79점)이 비대상(2.22점)보다 인력확보가 어려운 것으로 나타남

[표 7] 체감 인력확보 상황

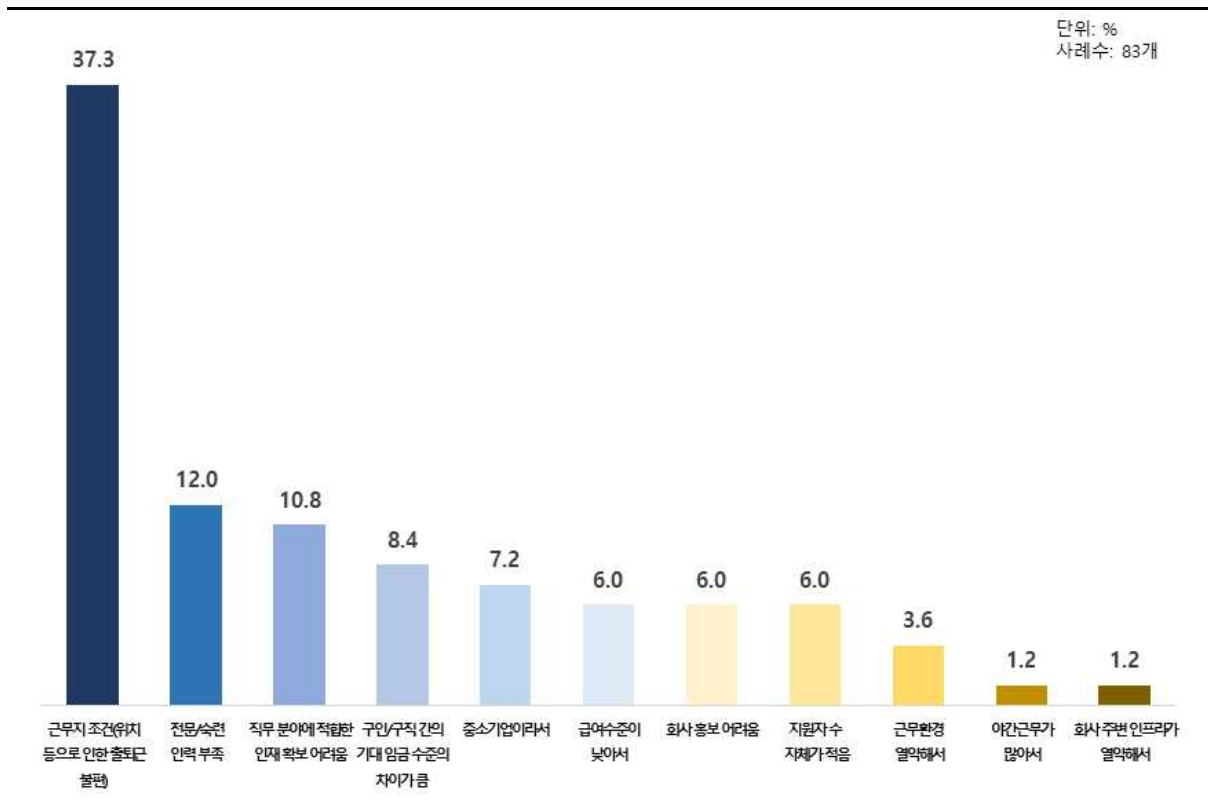
[단위: %]

구분	중분류	사례수	악화	←	보통	→	호전	5점 평균	100점 평균
			①	②	③	④	⑤		
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	16.7	83.3	0.0	0.0	0.0	2.12	28.00
	영화	15	40.0	33.3	13.3	13.3	0.0	1.83	20.83
	애니메이션	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	2.00	25.00
	방송(미디어)	9	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	2.00	25.00
	캐릭터	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	2.33	33.33
	지식정보(이러닝)	20	30.0	50.0	5.0	15.0	0.0	2.00	25.00
	콘텐츠솔루션	48	29.2	41.7	10.4	18.8	0.0	2.05	26.25
벤처기업 지정여부	대상	24	33.3	58.3	4.2	4.2	0.0	1.79	19.79
	비대상	76	28.9	40.8	9.2	21.1	0.0	2.22	30.59
합계		100	30.0	45.0	8.0	17.0	0.0	2.12	28.00

□ 인력확보 어려움 이유

- 체감 인력확보 상황에서 ①~③의 구간을 선택한 83개의 기업을 대상으로 조사한 인력확보가 어려운 이유를 살펴보면 “근무지 조건(위치 등으로 인한 출퇴근 불편)”이 37.3%로 가장 높은 비중을 차지함
- “전문/숙련인력 부족”이 12.0%, “직무 분야에 적합한 인재확보에 어려움”이 10.8%, 구인/구직 간의 “기대임금 수준의 차이가 큼”이 7.2%의 순으로 나타남
 - 1+2순위를 합친 결과를 살펴보면 “근무지 조건(위치 등으로 인한 출퇴근 불편)”이 54.2%로 가장 높은 비중을 차지하였으며, “전문/숙련인력 부족”이 27.7%, “직무 분야에 적합한 인재확보에 어려움”이 24.1%, “회사 홍보 어려움”이 21.75%의 순으로 1순위와 비슷한 순서로 나타남

<그림 1> 인력확보 어려움 이유(1순위)



1.4. 콘텐츠 개발 및 제작 현황

□ 지식재산권 현황(국내)

○ 지식재산권 현황(국내)을 살펴보면(합계) 특허등록이 114건으로 가장 많았으며 상표권(55건), 특허출원 중(38건), 등록된 저작권(34건)의 순으로 나타남

- － 전반적으로 콘텐츠솔루션 분야의 지식재산권 보유 현황이 가장 많은 것으로 나타남
- － 벤처기업 지정 여부 구분은 대상기업의 지식재산권 현황이 비대상 기업보다 더 많은 것으로 나타남

[표 8] 지식재산권 현황(국내, 평균/합계)

[단위: 건]

구분	중분류	사례수	평균						
			특허 등록	특허 출원중	실용 신안	디자인 권	등록된 저작권	프로 그램	상표권
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	0.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.17	0.00
	영화	15	0.73	0.07	0.13	0.13	0.07	0.00	0.60
	애니메이션	1	10.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	방송(미디어)	9	0.44	0.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	캐릭터	1	8.00	2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
	지식정보(이러닝)	20	0.85	0.40	0.05	0.10	1.00	0.00	0.55
	콘텐츠솔루션	48	1.25	0.50	0.29	0.15	0.27	0.48	0.71
벤처기업 지정여부	대상	24	3.88	1.17	0.33	0.38	1.21	0.63	1.25
	비대상	76	0.28	0.13	0.12	0.03	0.07	0.12	0.33
합계		100	1.14	0.38	0.17	0.11	0.34	0.24	0.55
구분	중분류	사례수	합계						
			특허 등록	특허 출원중	실용 신안	디자인 권	등록된 저작권	프로 그램	상표권
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	4.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00
	영화	15	11.00	1.00	2.00	2.00	1.00	0.00	9.00
	애니메이션	1	10.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	방송(미디어)	9	4.00	3.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	캐릭터	1	8.00	2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
	지식정보(이러닝)	20	17.00	8.00	1.00	2.00	20.00	0.00	11.00
	콘텐츠솔루션	48	60.00	24.00	14.00	7.00	13.00	23.00	34.00
벤처기업 지정여부	대상	24	93.00	28.00	8.00	9.00	29.00	15.00	30.00
	비대상	76	21.00	10.00	9.00	2.00	5.00	9.00	25.00
합계		100	114.00	38.00	17.00	11.00	34.00	24.00	55.00

□ 지식재산권 현황(국외)

○ 지식재산권 현황(국외)를 살펴보면 국내와 비교하여 상대적으로 부족한 것으로 나타남

- － 영화분야의 디자인권 부분이 20건으로 가장 많았으며, 그 다음으로 콘텐츠 솔루션 분야의 프로그램 부분이 10건으로 뒤를 이음
- － 벤처기업 대상 여부 구분은 특허출원과 디자인권 분야는 비대상이, 프로그램 분야는 대상이 많은 것으로 나타남

[표 9] 지식재산권 현황(국내, 평균/합계)

[단위: 건]

구분	중분류	사례수	평균						
			특허 등록	특허 출원중	실용 신안	디자인 권	등록된 저작권	프로 그램	상표권
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.67	0.00
	영화	15	0.00	0.13	0.00	1.33	0.00	0.07	0.00
	애니메이션	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	방송(미디어)	9	0.00	0.33	0.00	0.00	0.00	0.33	0.00
	캐릭터	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	지식정보(이러닝)	20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.25	0.00
	콘텐츠솔루션	48	0.00	0.02	0.00	0.04	0.00	0.21	0.00
벤처기업 지정여부	대상	24	0.00	0.04	0.00	0.08	0.00	0.63	0.00
	비대상	76	0.00	0.07	0.00	0.26	0.00	0.11	0.00
합계		100	0.00	0.06	0.00	0.22	0.00	0.23	0.00
구분	중분류	사례수	합계						
			특허 등록	특허 출원중	실용 신안	디자인 권	등록된 저작권	프로 그램	상표권
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.00	0.00
	영화	15	0.00	2.00	0.00	20.00	0.00	1.00	0.00
	애니메이션	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	방송(미디어)	9	0.00	3.00	0.00	0.00	0.00	3.00	0.00
	캐릭터	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	지식정보(이러닝)	20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.00	0.00
	콘텐츠솔루션	48	0.00	1.00	0.00	2.00	0.00	10.00	0.00
벤처기업 지정여부	대상	24	0.00	1.00	0.00	2.00	0.00	15.00	0.00
	비대상	76	0.00	5.00	0.00	20.00	0.00	8.00	0.00
합계		100	0.00	6.00	0.00	22.00	0.00	23.00	0.00

□ 콘텐츠 개발 및 제작 애로사항

○ 기업이 체감하는 콘텐츠 제작의 애로사항 여부 질문에 5점 만점에 3.57점, 100점 만점에 64.25로 보통 이상으로 호전을 체감하는 것으로 나타남

- 방송(미디어) 분야가 77.78점으로 가장 높게 나타났으며 영화가 73.33점, 콘텐츠 솔루션이 65.10점으로 뒤를 이음
- 캐릭터 분야(0점)와 애니메이션 분야(25.00점)은 상황이 악화되는 중이라고 답하였으나, 사례의 수가 각각 한 개씩이라 일반화하기는 어려움
- 벤처기업 대상 여부 구분 대상(62.5점) 및 비대상(64.80점) 모두 평균과 비슷한 정도의 호전 체감 정도를 나타냄

[표 10] 콘텐츠 개발 및 제작 애로사항

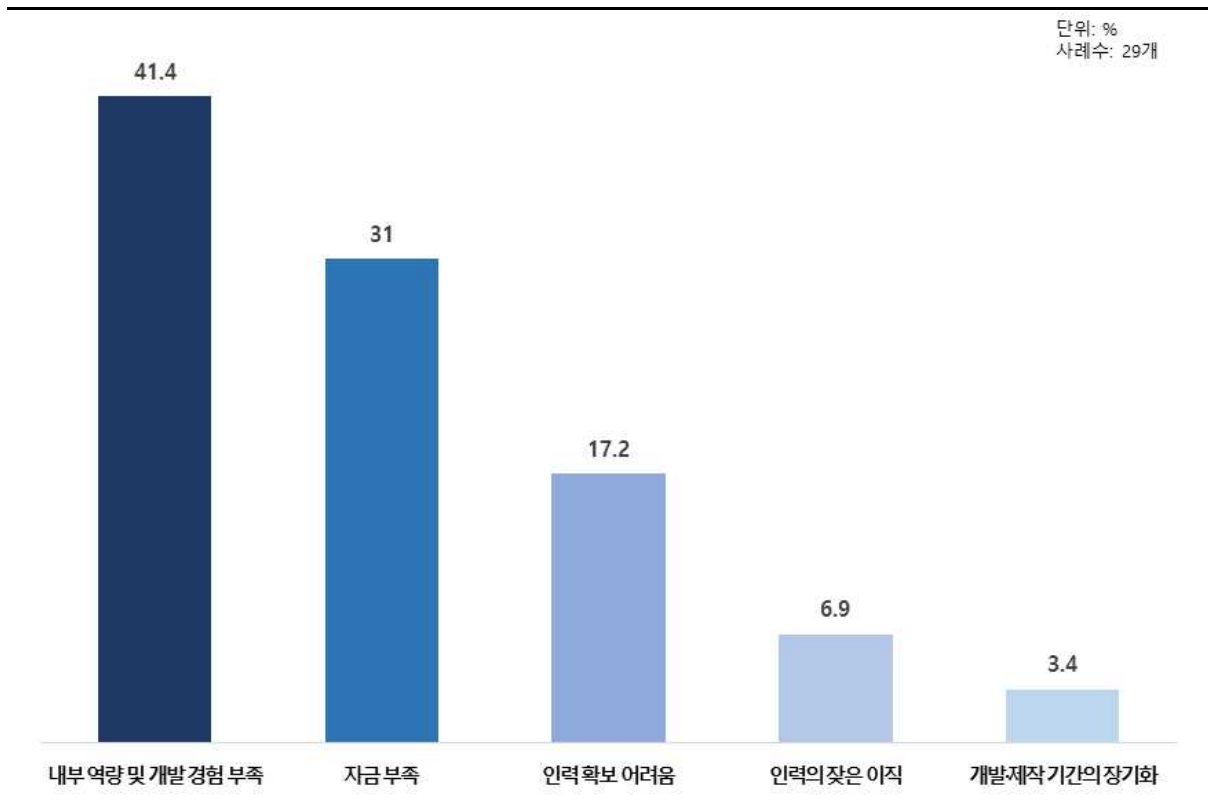
[단위: %]

구분	중분류	사례수	악화	←	보통	→	호전	5점 평균	100점 평균
			①	②	③	④	⑤		
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	0.0	16.7	33.3	50.0	0.0	3.33	58.33
	영화	15	0.0	0.0	13.3	80.0	6.7	3.93	73.33
	애니메이션	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	2.00	25.00
	방송(미디어)	9	0.0	0.0	0.0	88.9	11.1	4.11	77.78
	캐릭터	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.00	0.00
	지식정보(이러닝)	20	5.0	20.0	25.0	45.0	5.0	3.25	56.25
	콘텐츠솔루션	48	0.0	14.6	10.4	75.0	0.0	3.60	65.10
벤처기업 지정여부	대상	24	4.2	12.5	12.5	70.8	0.0	3.50	62.50
	비대상	76	1.3	13.2	14.5	67.1	3.9	3.59	64.80
합계		100	2.0	13.0	14.0	68.0	3.0	3.57	64.25

□ 콘텐츠 개발 및 제작과 관련된 문제점

- 콘텐츠 개발 및 제작 애로사항에서 ①~③의 구간을 선택한 29개의 기업을 대상으로 이유를 살펴보면 “내부역량 및 개발 경험 부족”이 41.42%로 가장 높은 비중을 차지함
- “자금부족”이 31.0%, “인력확보 어려움”이 17.2%, “인력의 잦은 이직”이 6.9%의 순으로 나타남
 - 1+2순위를 살펴보면 “내부역량 및 개발 경험 부족”이 69%로 가장 높은 비중을 차지했으며 “자금부족” 55.2%, “인력확보 어려움” 34.5%, “개발·제작 기간의 장기화” 20.7%의 순으로 나타남
 - 벤처기업 대상여부 구분은 비대상(22곳) 기업들의 1+2순위 답변 중 “내부역량 및 개발 경험 부족”이 72.7%로 매우 높게 나타남

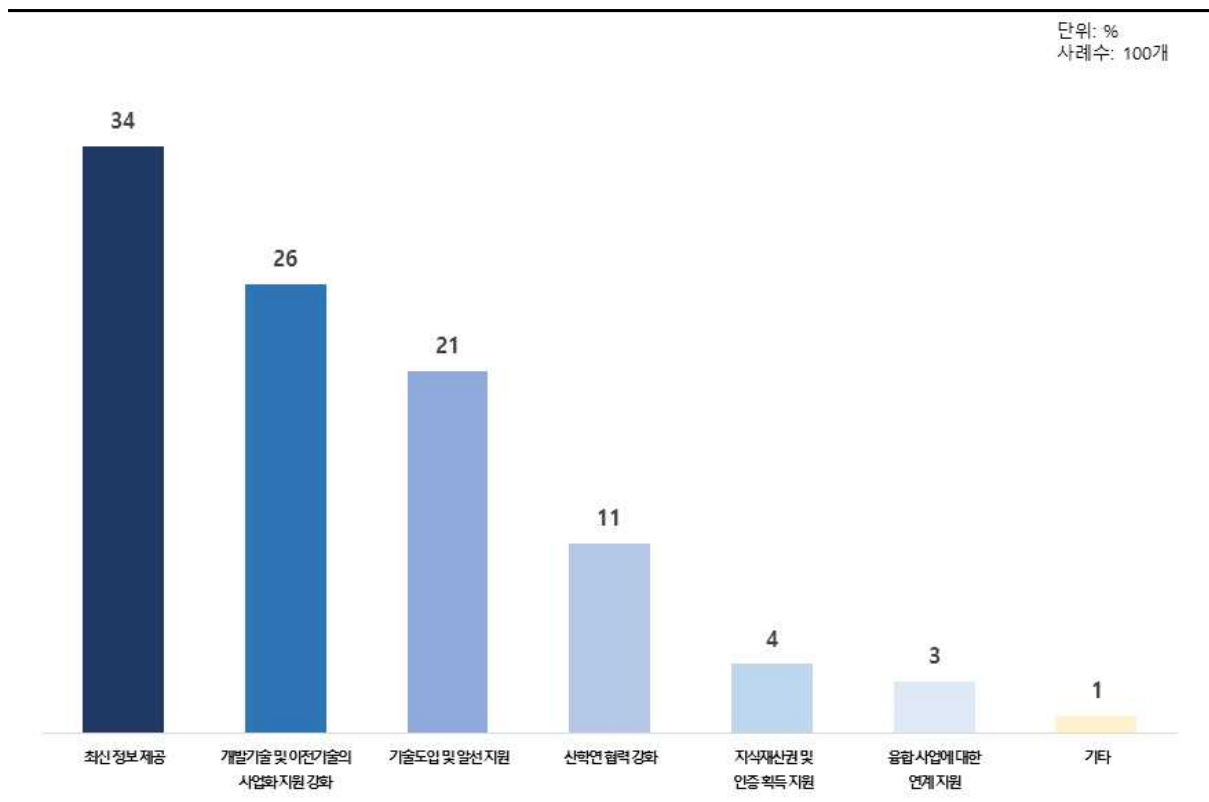
<그림 2> 콘텐츠 개발 및 제작과 관련된 문제점(1순위)



□ 콘텐츠 개발 및 제작을 위해 중점적으로 지원해야 할 방향

- 중점 지원 방향 질문에서는 “최신 정보제공”이 34.0%로 가장 높게 나타났으며 “개발 기술 및 이전 기술의 사업화 지원 강화”가 26.0%, “기술도입 및 알선 지원”이 21.0%, “산·학·연 협력 강화” 11.0%의 순으로 나타남
- 산업 분야별로 살펴보면 게임 분야에서 “기술도입 및 알선 지원”이(50.0%), 영화 분야에서 “개발 기술 및 이전 기술의 사업화 지원 강화”가(40.0%)가 높게 나타나 기술 분야에 대한 지원이 필요한 것으로 나타남
 - “최신 정보제공” 분야는 게임을 제외한 각 분야에서 전반적으로 필요한 것으로 나타남
 - 벤처기업 대상 여부 구분 대상기업은 “개발 기술 및 이전 기술의 사업화 지원 강화”가 33.3%로, 비대상 기업은 “최신 정보제공”이 35.5%로 가장 높게 나타남

<그림 3> 콘텐츠 개발 및 제작을 위해 중점적으로 지원해야 할 방향

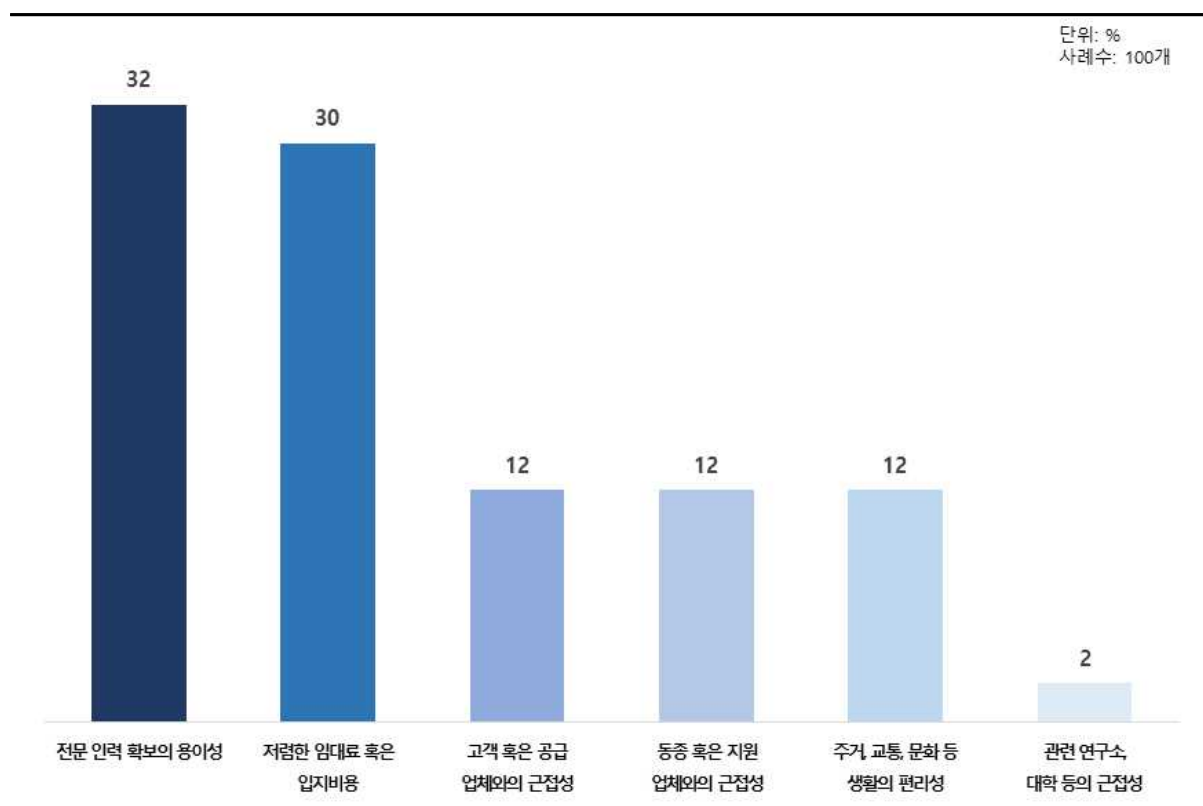


1.5. 사업장 입지 조건

□ 사업장 입지와 관련하여 중요하게 생각하는 요인

- 사업장 입지 관련 중요 요인에 대해서는 “전문인력 확보의 용이성” 이 32.0%로 가장 높게 나타났으며 “저렴한 임대료 혹은 입지 비용” 이 30.0%, “고객 혹은 공급업체와의 접근성”, “동종 혹은 지원 업체와의 근접성”, “주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성” 이 12.0%로 나타남
- － 산업별로 살펴보면, 영화 분야에서는 “저렴한 임대료 혹은 입지비용” 이 40.0%, “동종 혹은 지원 업체와의 근접성” 이 26.7%로 나타남
- － 방송(미디어) 분야에서는 “전문인력 확보의 용이성” 이 44.4%, “저렴한 임대료 혹은 입지 비용” 과 “동종 혹은 지원 업체와의 근접성” 이 22.0%로 나타남
- － 1+2순위로 살펴보면, “저렴한 임대료 혹은 입지 비용” 이 60.0%로 가장 높게 나타났으며 “전문인력 확보의 용이성” 이 53.0%, “주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성” 이 43.0%의 순으로 나타남

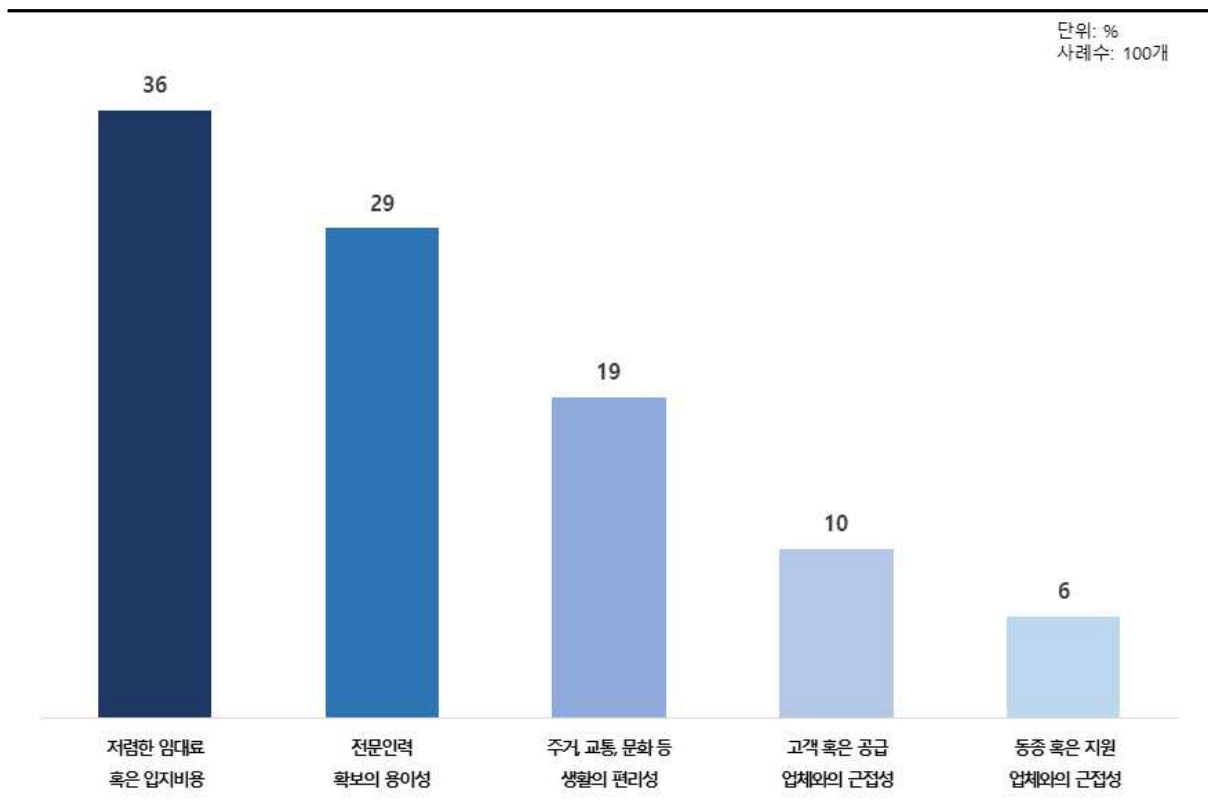
<그림 4> 사업장 입지와 관련하여 중요하게 생각하는 요인(1순위)



□ 타 지역으로 이전시 고려하는 요인

- 타 지역으로 이동시 고려하는 요인에 대해서는 “저렴한 임대료 혹은 입지 비용”이 36.0%로 가장 높게 나타났으며 “전문인력 확보의 용이성”이 29.0%, “주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성”이 19.0%의 순으로 나타남
- 산업별로 살펴보면 “저렴한 임대료 혹은 입지비용”에서 영화(60.0%), 방송(미디어)(55.6%) 분야가 가장 높게 나타남
 - “전문인력 확보의 용이성”에서 애니메이션(100.0%), 지식정보(이러닝)(35.0%), 콘텐츠솔루션(33.3%) 분야가 가장 높게 나타남
 - 1+2순위로 살펴보면 “저렴한 임대료 혹은 입지 비용”이 65.0%로 가장 높게 나타났으며 “주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성”이 55.0%, “전문인력 확보의 용이성”이 47.0%의 순으로 나타나 1+2순위에서는 입지 비용은 동일하게 가장 높게 나타났으며, 인력보다 생활의 편리성을 더 원하는 것으로 나타남

<그림 5> 타 지역으로 이전시 고려하는 요인(1순위)

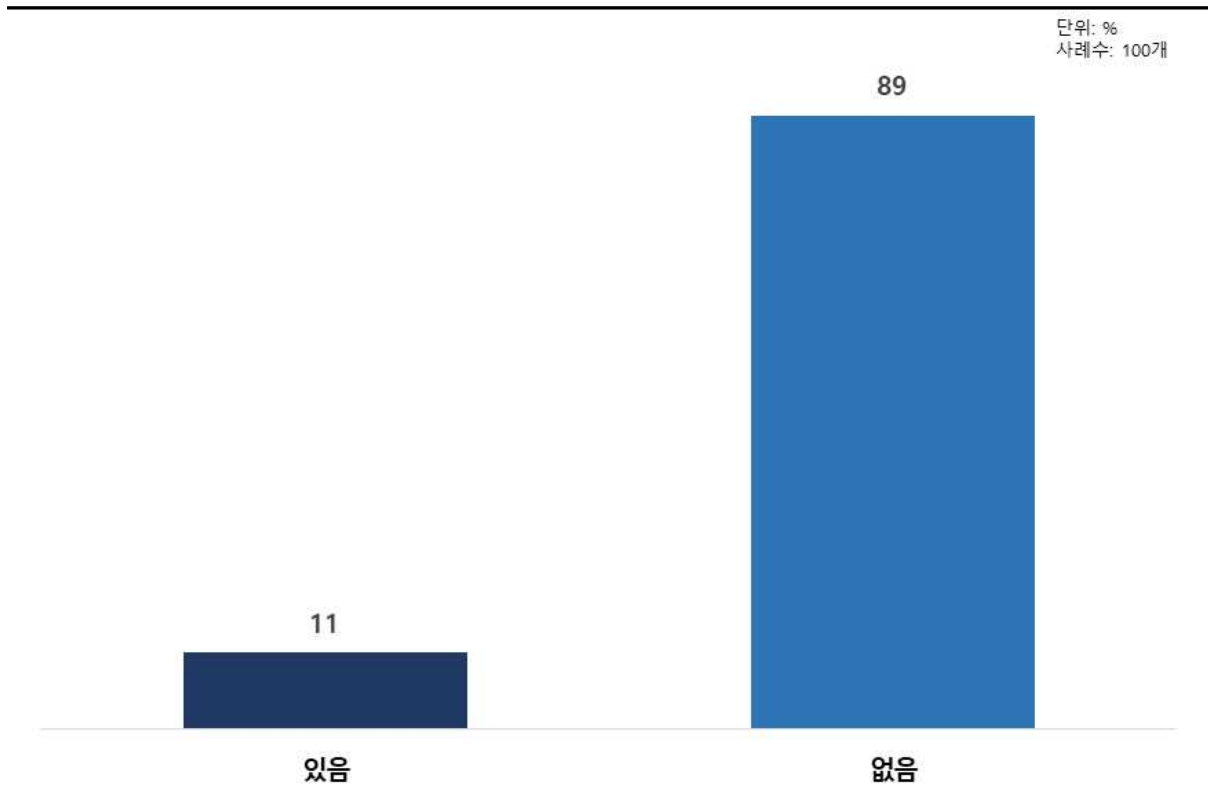


□ 타 지역 사업장 이전 경험

○ 사업장 이전 경험이 있는 사업체가 11%, 경험이 없는 사업체가 89%로 10곳 중 9곳은 인천지역을 벗어난 적이 없는 것으로 나타남

- 이전 경험이 있는 사업체를 산업 분야별로 살펴보면 영화(20.0%), 방송(미디어)(11.0%), 지식정보(이러닝)(5.0%), 콘텐츠솔루션(12.5%)으로 나타남
- 벤처기업 지정 여부 구분은 이전 경험이 있는 기업이 대상기업 16.7%, 비대상 기업이 9.2%로 대상기업이 더 높게 나타남

<그림 6> 타 지역 사업장 이전 경험



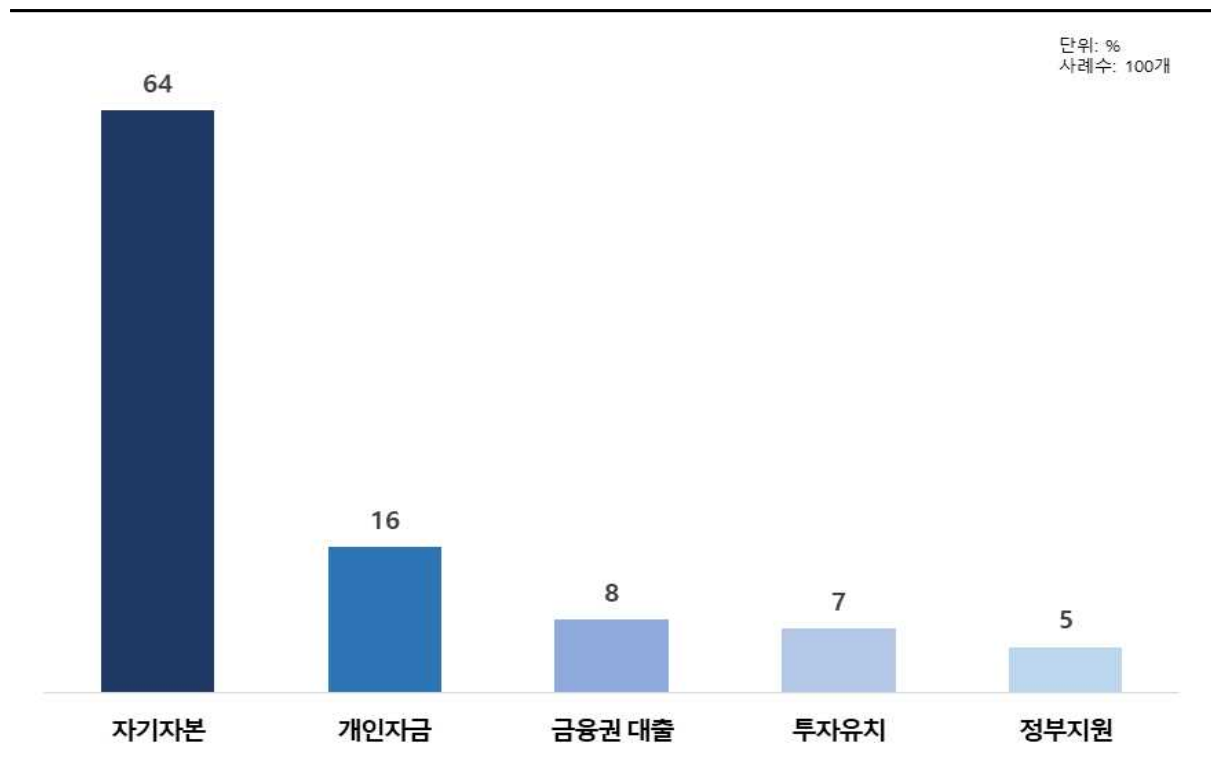
1.6. 자금 조달 및 투자현황

□ 자금 조달 방법

○ 자금 조달 방법 질문에서는 “자기자본” 이 64.0%, “개인자금” 이 16.0%, “금융권 대출” 8.0%, “투자유치” 7.0%의 순으로 나타남

- 산업 분야별로 살펴보면 “자기자본” 은 게임, 애니메이션 분야는 100%로 나타났으며, 영화 분야 80.0%, 방송(미디어)분야 77.8%로 높게 나타남
- 캐릭터 분야는 100% 정부 지원으로 나타났으나, 사례가 한곳이라 일반화 하기는 어려움. 그 외 영화 6.7%, 지식정보(이러닝) 5.0%, 콘텐츠 솔루션 4.2%에서 정부 지원을 통해 자금을 조달하는 것으로 나타남
- 1+2순위에서는 “자기자본” 이 80.0%로 동일하게 가장 높게 나타났으며 “개인자금” 33.0%, “투자유치” 31.0%, “금융권 대출” 28.0%, “정부지원” 27.0%의 순으로 나타남
- 벤처기업 지정여부 구분은 대상기업과 비대상 기업 모두 자기자본이 가장 높으며(54.2%, 67.1%), 그 다음으로 개인자금(20.8%, 14.5%)의 순으로 나타남

<그림 7> 자금 조달 방법(1순위)



□ 자금조달 애로사항

○ 자금조달 애로사항을 묻는 질문에서는 전체 5점평균 3.11, 100점 평균 52.75 정도로 나타나 중간 정도로 나타남

- 산업 분야별로 살펴보면 캐릭터가 75.00점으로 가장 높게 나타났으며, 영화 61.67점, 방송(미디어) 55.56점, 콘텐츠솔루션 53.13점의 순으로 나타남
- 지식정보(이러닝)(45.00점), 게임(45.83점), 애니메이션(50.00)은 평균보다 낮은 점수를 나타내 상대적으로 자금 조달 사항이 어려운 것으로 나타남
- 벤처기업 대상 여부 구분은 대상기업(51.04)보단 비대상 기업(53.29)가 상대적으로 자금 조달 사항이 원활한 것으로 나타남

[표 11] 자금조달 애로사항

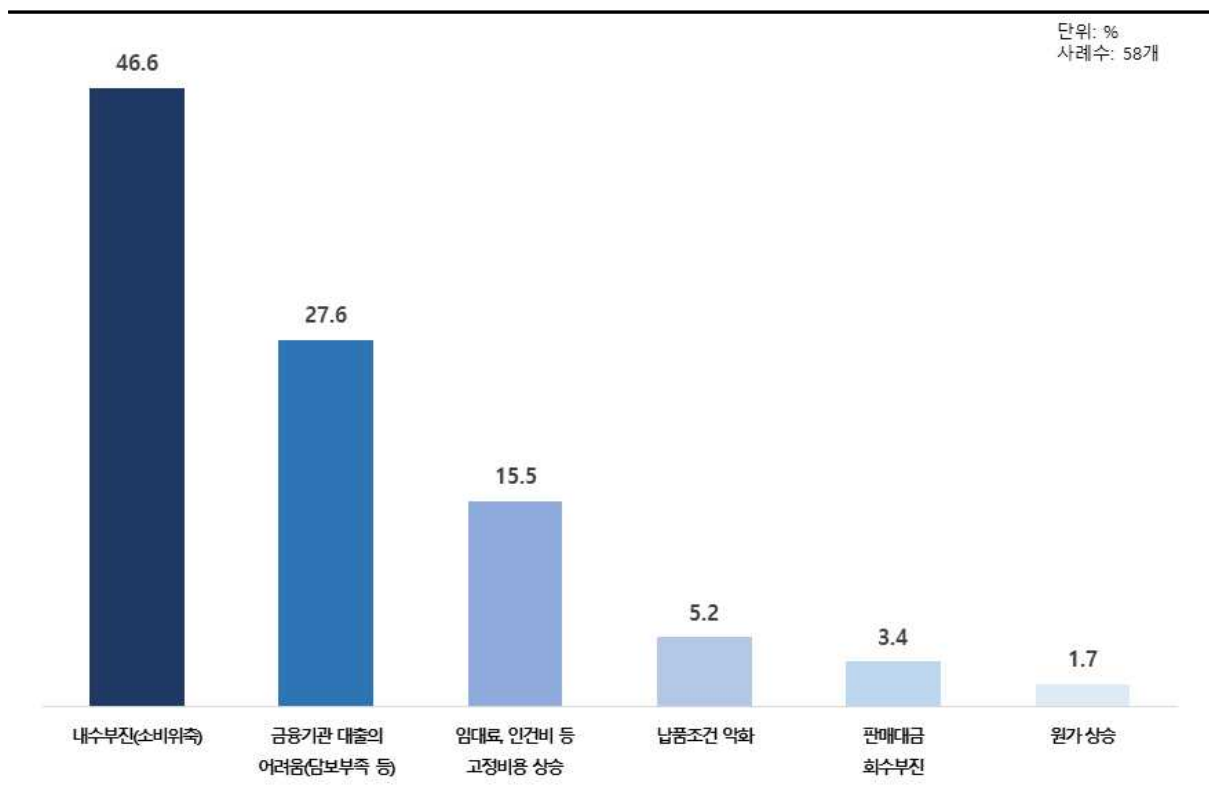
[단위: %]

구분	중분류	사례수	악화	←	보통	→	호전	5점 평균	100점 평균
			①	②	③	④	⑤		
콘텐츠산업 특수분류표	게임	6	0.0	33.3	50.0	16.7	0.0	2.83	45.83
	영화	15	0.0	20.0	20.0	53.3	6.7	3.47	61.67
	애니메이션	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	3.00	50.00
	방송(미디어)	9	0.0	33.3	11.1	55.6	0.0	3.22	55.56
	캐릭터	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	4.00	75.00
	지식정보(이러닝)	20	0.0	55.0	15.0	25.0	5.0	2.80	45.00
	콘텐츠솔루션	48	0.0	33.3	25.0	37.5	4.2	3.13	53.13
벤처기업 지정여부	대상	24	0.0	33.3	33.3	29.2	4.2	3.04	51.04
	비대상	76	0.0	35.5	19.7	40.8	3.9	3.13	53.29
합계		100	0.0	35.0	23.0	38.0	4.0	3.11	52.75

□ 자금조달 문제점

- 자금조달 애로사항에서 ①~③의 구간을 선택한 58개의 기업을 대상으로 체감 문제를 살펴본 결과 “내수 부진(소비위축)”이 46.6%로 가장 높았으며 “금융기관 대출의 어려움(담보 부족 등)” 27.6%, “임대료, 인건비 등 고정비용 상승” 15.5%의 순으로 나타남
- 산업 분야별로 살펴보면 “내수 부진(소비위축)”이 영화(66.7%), 지식정보(이러닝)(57.1%), 콘텐츠 솔루션(42.9%)에서 가장 높게 나타남
 - “임대료, 인건비 등 고정비용 상승”은 방송(미디어)(50.0%), 게임(40.0%)에서 높게 나타남
 - 1+2순위로 살펴보면 “금융기관 대출의 어려움(담보 부족 등)”이 74.1%로 가장 높게 나타났으며 “내수 부진(소비위축)”이 69.0%, “임대료, 인건비 등 고정비용 상승”이 24.1%의 순으로 나타남
 - 벤처기업 대상 여부 구분은 “내수 부진(소비위축)”과 “금융기관 대출의 어려움(담보 부족 등)”이 대상기업은 각각 37.5%로 동일하게, 비대상 기업은 50.0%와 23.8%로 나타남

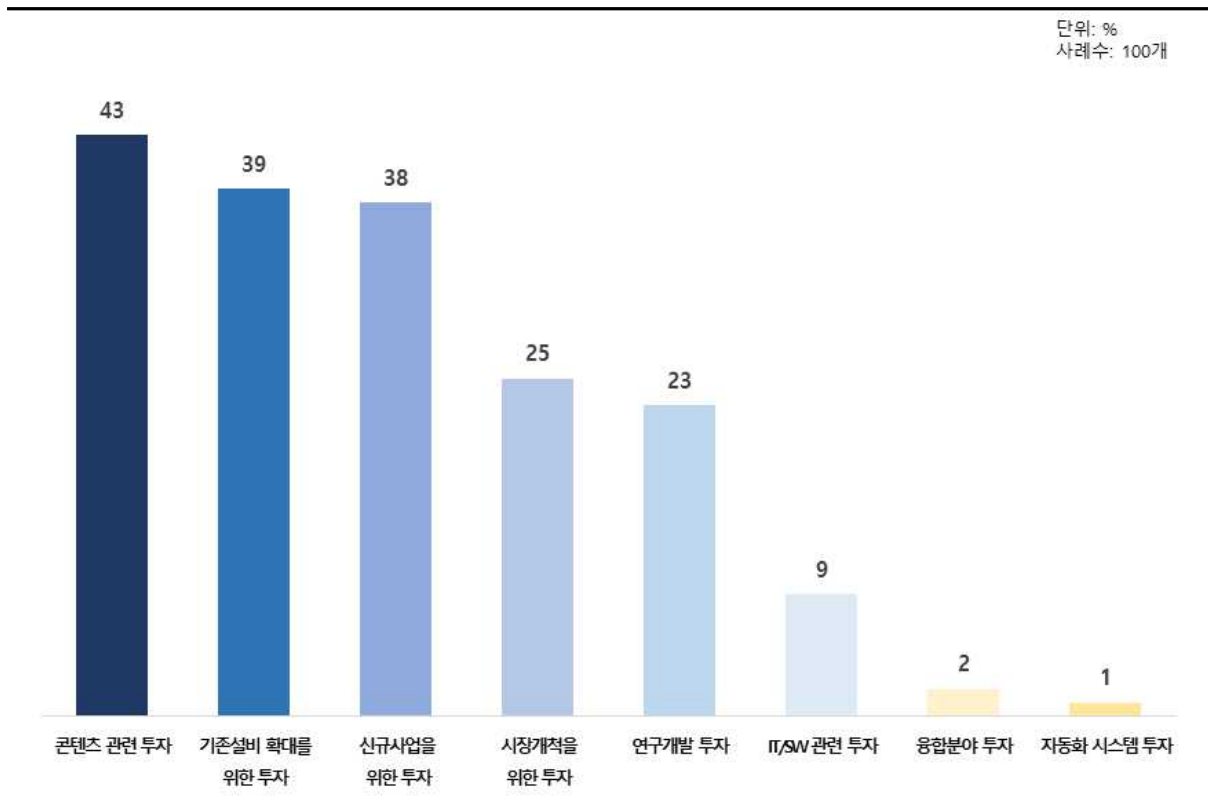
<그림 8> 자금조달 문제점(1순위)



□ 향후 투자계획 · 우선투자 필요 분야

- 투자분야를 묻는 질문에서는 “콘텐츠 관련 투자”가 43.0%로 가장 높게 나타났으며 “기존 설비 확대를 위한 투자” 39.0%, “신규사업을 위한 투자” 38.0%, “시장개척을 위한 투자” 25.0%, “연구개발 투자”가 23.0%로 나타남
- － 산업 분야별로 살펴보면 “콘텐츠 관련 투자”는 게임(33.0%), 영화(33.0%), 방송(미디어)(66.75), 지식정보(이러닝)(40.0%), 콘텐츠솔루션(45.8%)에서 전반적으로 높게 나타남
- － “기존 설비 확대를 위한 투자”는 영화(46.7%), 방송(미디어) 55.6%, 지식정보(이러닝)(35.0%), 콘텐츠솔루션(35.4%)에서 높게 나타남
- － “IT/SW 관련 투자”와 “융합 분야 투자”, “자동화 시스템 투자” 부분은 상대적으로 계획이 없는 것으로 나타남
- － 벤처기업 지정 여부 구분 대상기업은 “기존 설비 확대를 위한 투자”가 50.0%로, 비대상 기업은 “콘텐츠 관련 투자”가 47.4%로 가장 높게 나타남

<그림 9> 향후 투자계획·우선투자 필요 분야

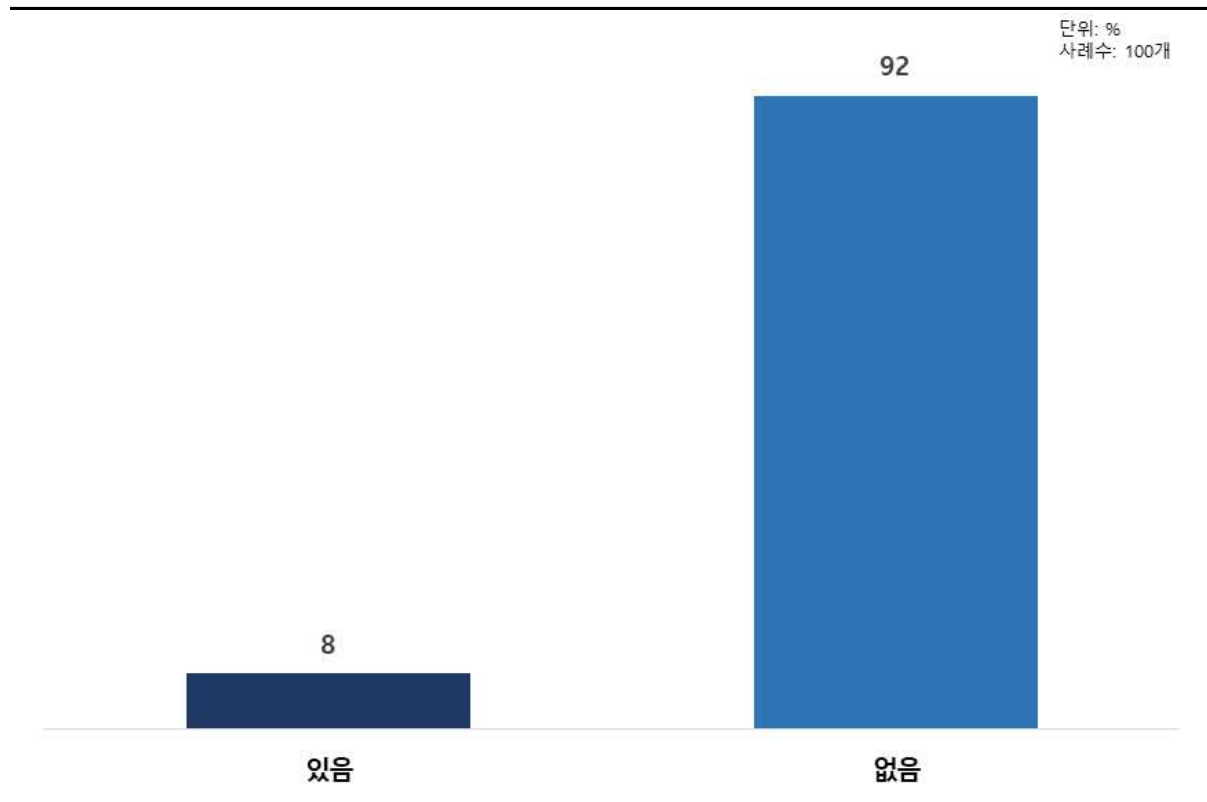


1.7. 해외진출 현황

□ 해외진출 경험

- 해외진출 경험을 묻는 질문에서는 “진출 경험이 있음” 이 8.0%, “진출 경험이 없음” 이 92.0%로 대부분 기업이 해외진출 경험이 없는 것으로 나타남
 - － 산업 분야별로 살펴보면 “진출 경험 있음” 이 게임(33.0%), 영화(13.3%), 방송(미디어)(11.1%), 지식정보(이러닝)(5.0%), 콘텐츠솔루션(4.2%)의 비중 순으로 나타남
 - － 분야별 비중은 차이가 있지만, 응답 기업의 개수를 고려하였을 때 각 분야별 실제 해외진출 경험 기업 개수는 1~2곳으로 매우 적은 것으로 나타남
 - － 벤처기업 지정 여부 구분 “진출 경험 있음” 이 대상기업은 12.5%, 비대상기업은 6.6%로 비중은 대상기업이 높으나 실제 진출한 개수는 비대상 기업이 많은 것으로 나타남

<그림 10> 해외진출 경험



□ 해외진출과 관련된 활동

- 해외진출 경험 유무에서 “있음”에 응답한 기업 8개를 대상으로 관련된 활동을 묻는 질문에서는 “직접 진출 유통”, “해외 전시회 개최/참가” 등의 답변이 나타남
- 1+2순위 답변에서는 “해외 전시회 개최/참가”, “온라인 판매”, “직접 진출 유통”, “현지 법인과 협력” 등의 답변이 나타남
 - 벤처기업 지정 여부 구분 대상기업은 “직접 진출 유통” 이(66.7%), 비대상기업은 “해외 전시회 개최 참가” (60.0%)가 가장 높게 나타남

[표 12] 해외진출과 관련된 활동

[단위: %]

구분	중분류	사례수	1순위		1+2순위			
			직접 진출유통	해외 전시회 개최/참가	해외 전시회 개최/참가	온라인 판매	직접진출 유통	현지법인 과의협력
콘텐츠산업 특수분류표	게임	2	50.0	50.0	50.0	100.0	50.0	0.0
	영화	2	50.0	50.0	100.0	50.0	50.0	0.0
	방송(미디어)	1	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0
	지식정보(이러닝)	1	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0
	콘텐츠솔루션	2	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0
벤처기업 지정여부	대상	3	66.7	33.3	66.7	66.7	66.7	0.0
	비대상	5	40.0	60.0	60.0	60.0	40.0	40.0
합계		8	50.0	50.0	62.5	62.5	50.0	25.0

□ 해외진출 형태

- 해외진출 경험 유무에서 “있음”에 응답한 기업 8개를 대상으로 해외진출 형태를 묻는 질문에서는 “완제품” 62.5%, “라이선스” 37.5%의 순으로 나타남
- － 1+2순위 답변에서는 “완제품”이 87.5%로 가장 높게 나타났으며 “기술 및 서비스 이전”이 62.5%, “라이선스”가 50.0%의 순으로 나타남
 - － 벤처기업 지정 여부 구분 대상기업(66.7%)과 비대상 기업(60.0%) 모두 “완제품” 형태가 가장 높게 나타남

[표 13] 해외진출 형태

[단위: %]

구분	중분류	사례수	1순위		1+2순위		
			완제품	라이선스	완제품	기술 및 서비스 이전	라이선스
콘텐츠산업 특수분류표	게임	2	50.0	50.0	50.0	100.0	50.0
	영화	2	50.0	50.0	100.0	50.0	50.0
	방송(미디어)	1	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0
	지식정보(이러닝)	1	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0
	콘텐츠솔루션	2	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0
벤처기업 지정여부	대상	3	66.7	33.3	100.0	66.7	33.3
	비대상	5	60.0	40.0	80.0	60.0	60.0
합계		8	62.5	37.5	87.5	62.5	50.0

□ 수출액 및 업종별 수출액 비중

- 해외진출 경험 유무에서 “있음”에 응답한 기업 8개를 대상으로 수출액 합계 및 평균을 살펴보면 합계 962.0천달러, 평균 120.3천달러로 나타났으며, 주요 수출 대상 국가는 미국 33.8%, 일본 32.5%, 중국 22.5%로 나타남
- － 수출액을 산업 분야별로 살펴보면(평균) 콘텐츠솔루션 분야가 209천달러로 가장 높았으며 영화 130천달러, 지식정보(이러닝) 100천달러, 게임 88천달러, 방송(미디어) 8천달러의 순으로 나타남
- － 수출 대상 국가를 살펴보면 분야 대부분 미국, 일본, 중국에 집중되어 있으며 동남아시아, 남미, 중동으로의 수출은 미비하게 나타남
- － 벤처기업 대상여부 구분 수출액은(평균) 대상기업 99.3천달러, 비대상기업 132.8천달러로 비대상 기업이 더 높게 나타남

[표 14] 수출액 및 업종별 수출액 비중

[단위: 천달러, %]

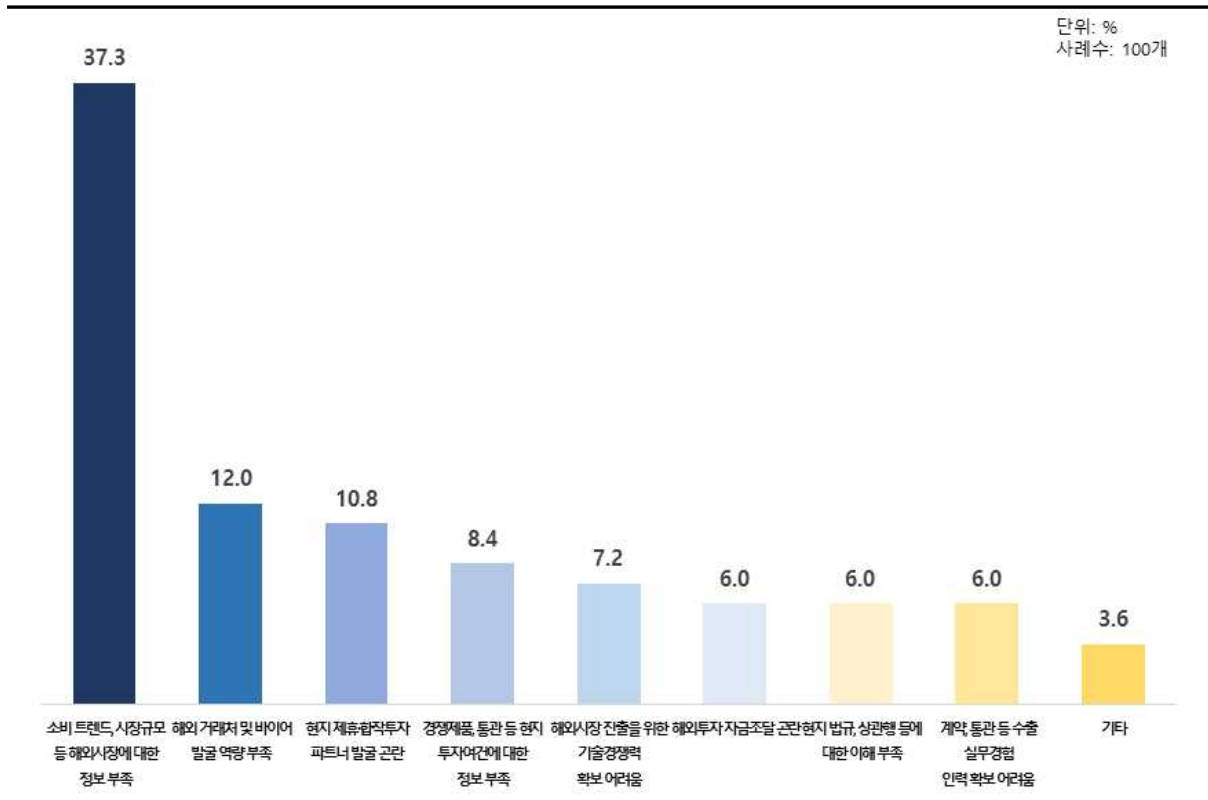
구분	중분류	사례수	연간수출액		수출 대상국가별 비중						
			합계	평균	미국	일본	중국	동남 아시아	남미	중동	기타
콘텐츠산업 특수분류표	게임	2	176.0	88.0	20.0	15.0	50.0	0.0	15.0	0.0	0.0
	영화	2	260.0	130.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	방송(미디어)	1	8.0	8.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	지식정보(이러닝)	1	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	콘텐츠솔루션	2	418.0	209.0	15.0	40.0	15.0	5.0	0.0	0.0	50.0
벤처기업 지정여부	대상	3	298.0	99.3	66.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	비대상	5	664.0	132.8	14.0	42.0	36.0	2.0	6.0	0.0	0.0
합계		8	962.0	120.3	33.8	32.5	22.5	1.3	3.8	0.0	50.0

□ 해외진출시 애로사항

○ 해외진출시 애로사항을 묻는 질문에서 “소비트렌드, 시장규모 등 해외시장에 대한 정보 부족”이 32.0%로 가장 높게 나타났으며 “해외 거래처 및 바이어 발굴 역량 부족”이 26.0%, “현지 제휴·합작투자 파트너 발굴 곤란”이 15.0%, “경쟁제품, 통관 등 현지 투자 여건에 대한 정보 부족”이 13.0%의 순으로 나타남

- － 1+2순위로 살펴보면 “소비트렌드, 시장규모 등 해외시장에 대한 정보 부족”이 54.0%로 가장 높게 나타났으며 “해외 거래처 및 바이어 발굴 역량 부족”이 40.0%, “현지 제휴·합작투자 파트너 발굴 곤란”과 “경쟁제품, 통관 등 현지 투자 여건에 대한 정보 부족”이 23.0%의 순으로 1순위와 동일하게 나타남
- － 벤처기업 대상 여부 구분 대상기업은 “소비트렌드, 시장규모 등 해외시장에 대한 정보 부족”과 “해외 거래처 및 바이어 발굴 역량 부족”이 29.2%로 가장 높게 나타났으며 비대상 기업은 “소비트렌드, 시장규모 등 해외시장에 대한 정보 부족”이 32.9%로 가장 높게 나타남

<그림 11> 해외진출시 애로사항(1순위)



2. 정책 수요조사

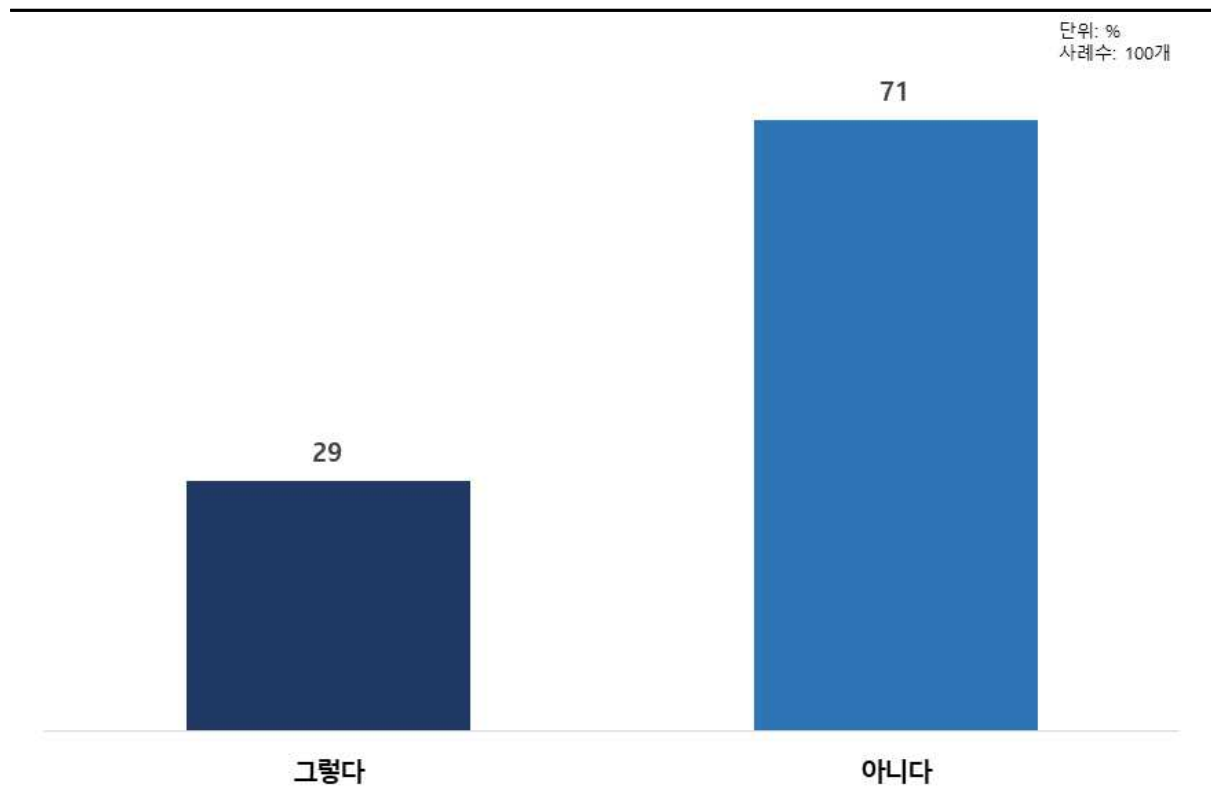
2.1. 인천시 문화콘텐츠 지원사업 수행 여부

□ 문화콘텐츠 관련 사업 지원 및 혜택 여부

○ 인천시(인천테크노파크 / 인천 영상위원회 등)의 문화콘텐츠 관련 사업에 지원을 하거나 혜택을 받은적이 있는지를 묻는 질문에 대하여 “그렇다”가 29%, “아니다”가 71%로 나타남

- 산업 분야별로 살펴보면 사업지원 및 혜택을 받은 기업이 게임(50%), 영화(33%), 지식정보(이러닝)(30.0%), 콘텐츠솔루션(22.9%), 방송(미디어)(22.2%)의 순으로 나타남
- 애니메이션과 캐릭터 분야는 응답기업 수가 한곳이라, 그렇다(100%)에 응답하였지만, 일반화 시키기는 어려움
- 벤처기업 지정 여부 구분 대상기업은 41.7%, 비대상 기업은 25.0%로 비중은 대상기업이 높지만, 기업 수는 비대상 기업이 많음

<그림 12> 문화콘텐츠 관련 사업 지원 및 혜택 여부



□ 지원 및 혜택 만족도

○ 사업지원 및 혜택 여부에서 “그렇다”에 응답한 기업 29곳에 대하여 만족도 조사를 실시한 결과 5점 평균 3.59, 100점 만점에 64.66점으로 나타나 보통 이상의 만족도를 보이는 것으로 나타남

- － 응답자들 중 매우 낮음과 보통 사이인 ①, ② 구간을 선택한 기업은 없었음
- － 산업 분야별로 애니메이션 분야가 75.00점으로 가장 높은 만족도를 보였고 콘텐츠 솔루션 69.18점, 지식정보(이러닝)과 게임 분야 66.67점, 방송(미디어) 분야가 62.50점의 순으로 나타남
- － 벤처기업 지정여부 구분 비대상 기업이 65.79점, 대상기업이 62.50점으로 대상기업보다 비대상 기업이 지원 및 혜택에 만족하고 있는 것으로 나타남

[표 15] 지원 및 혜택 만족도

[단위: %]

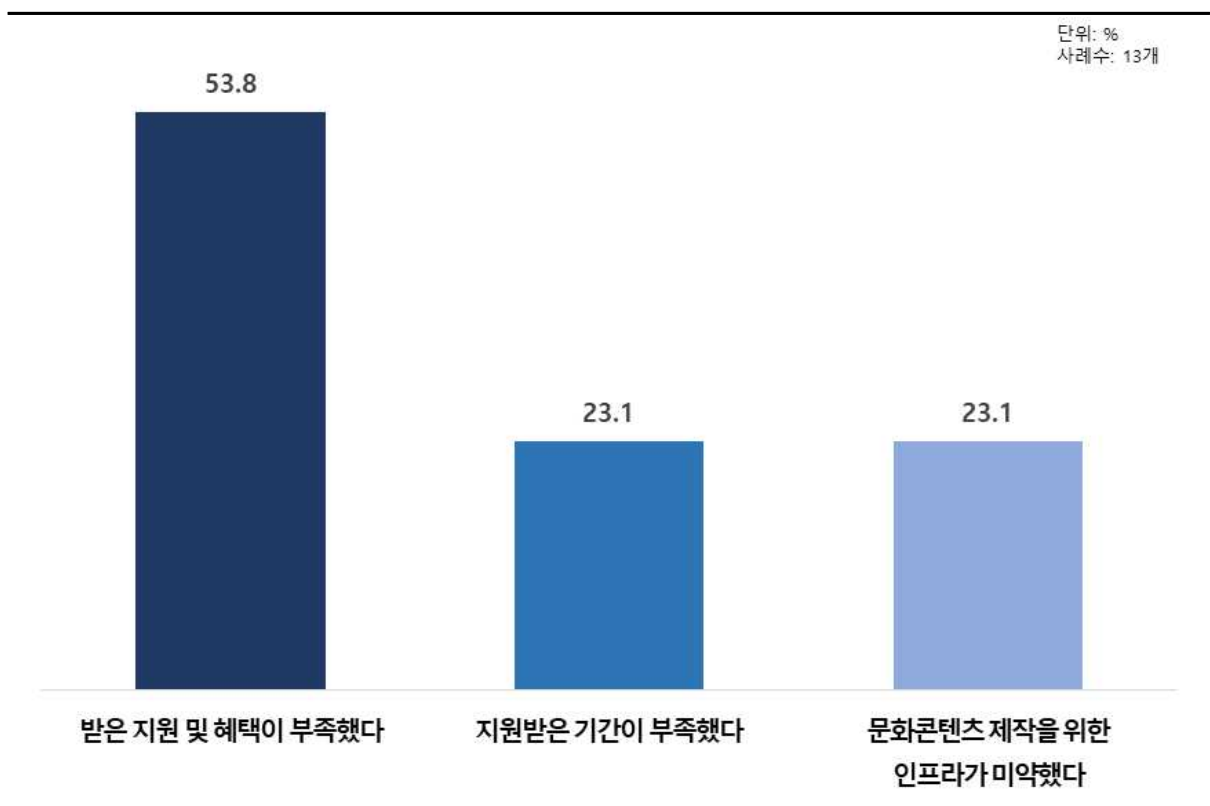
구분	중분류	사례수	매우 낮음	←	보통	→	매우 높음	5점 평균	100점 평균
			①	②	③	④	⑤		
콘텐츠산업 특수분류표	게임	3	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	3.67	66.67
	영화	5	0.0	0.0	80.0	20.0	0.0	3.20	55.00
	애니메이션	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	4.00	75.00
	방송(미디어)	2	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	3.50	62.50
	캐릭터	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	3.00	50.00
	지식정보(이러닝)	6	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	3.67	66.67
	콘텐츠솔루션	11	0.0	0.0	36.4	54.5	9.1	3.73	68.18
벤처기업 지정여부	대상	(10)	0.0	0.0	60.0	30.0	10.0	3.50	62.50
	비대상	(19)	0.0	0.0	36.8	63.2	0.0	3.63	65.79
합계		29	0.0	0.0	44.8	51.7	3.4	3.59	64.66

□ 지원 및 혜택 체감 문제점(①~③ 응답자)

○ 사업지원 및 혜택 만족도 조사에서 ①~③ 구간을 체크한 기업 13곳을 대상으로 체감 문제점을 조사한 결과 “받은 지원 및 혜택이 부족했다”가 53.8%로 가장 높게 나타났으며 “지원받은 기간이 부족했다”와 “문화콘텐츠 제작을 위한 인프라가 미약했다”가 각각 23.1%로 나타남

- 1+2순위로 살펴보면 “받은 지원 및 혜택이 부족했다”가 76.9%로 가장 높았으며, “지원받은 기간이 부족했다”가 53.8%, “문화콘텐츠 제작을 위한 인프라가 미약했다”가 46.2%로 동일한 순서로 나타났으며, “기대했던 산·학·연 협력 및 시너지 효과가 부족했다”가 15.4%, “다른 지역 또는 지원기관의 지원이 더 좋다” 7.7%의 응답도 도출됨

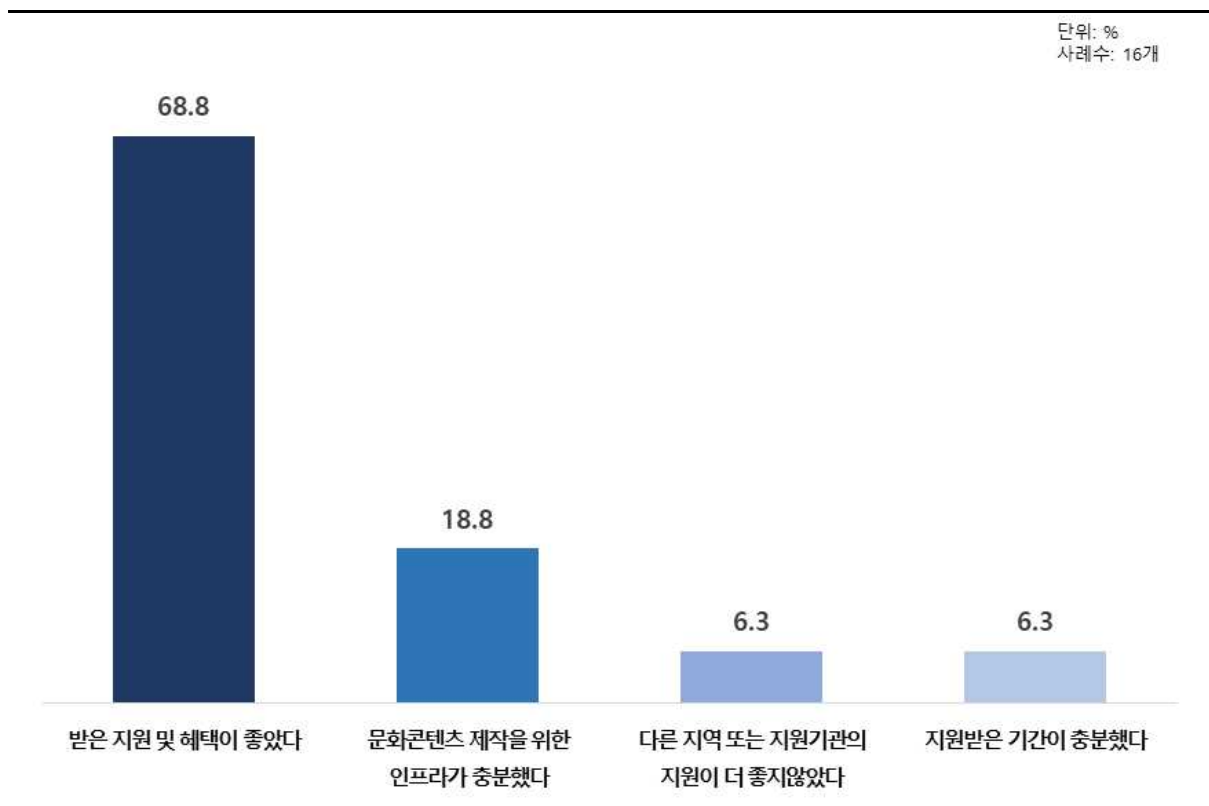
<그림 13> 지원 및 혜택 체감 문제점(①~③ 응답자)



□ 지원 및 혜택 체감 장점(④~⑤ 응답자)

- 사업 지원 및 혜택 만족도 조사에서 ④~⑤ 구간을 체크한 기업 16곳을 대상으로 체감 장점을 조사한 결과 “받은 지원 및 혜택이 좋았다”가 68.8%로 가장 높게 나타났으며 “문화콘텐츠 제작을 위한 인프라가 충분했다” 18.8%, “다른 지역 또는 지원기관의 지원이 더 좋지 않았다”와 “지원받은 기간이 충분했다”가 각각 6.3%로 나타남
- － 1+2순위로 살펴보면 “받은 지원 및 혜택이 좋았다”가 87.5%로 가장 높게 나타났으며 “지원받은 기간이 충분했다”와 “문화콘텐츠 제작을 위한 인프라가 충분했다”가 50.0%, “다른 지역 또는 지원기관의 지원이 더 좋지 않았다”와 “기대했던 산·학·연 협력 및 시너지 효과가 충분했다”가 6.3%의 순으로 나타남

<그림 14> 지원 및 혜택 체감 장점(④~⑤ 응답자)

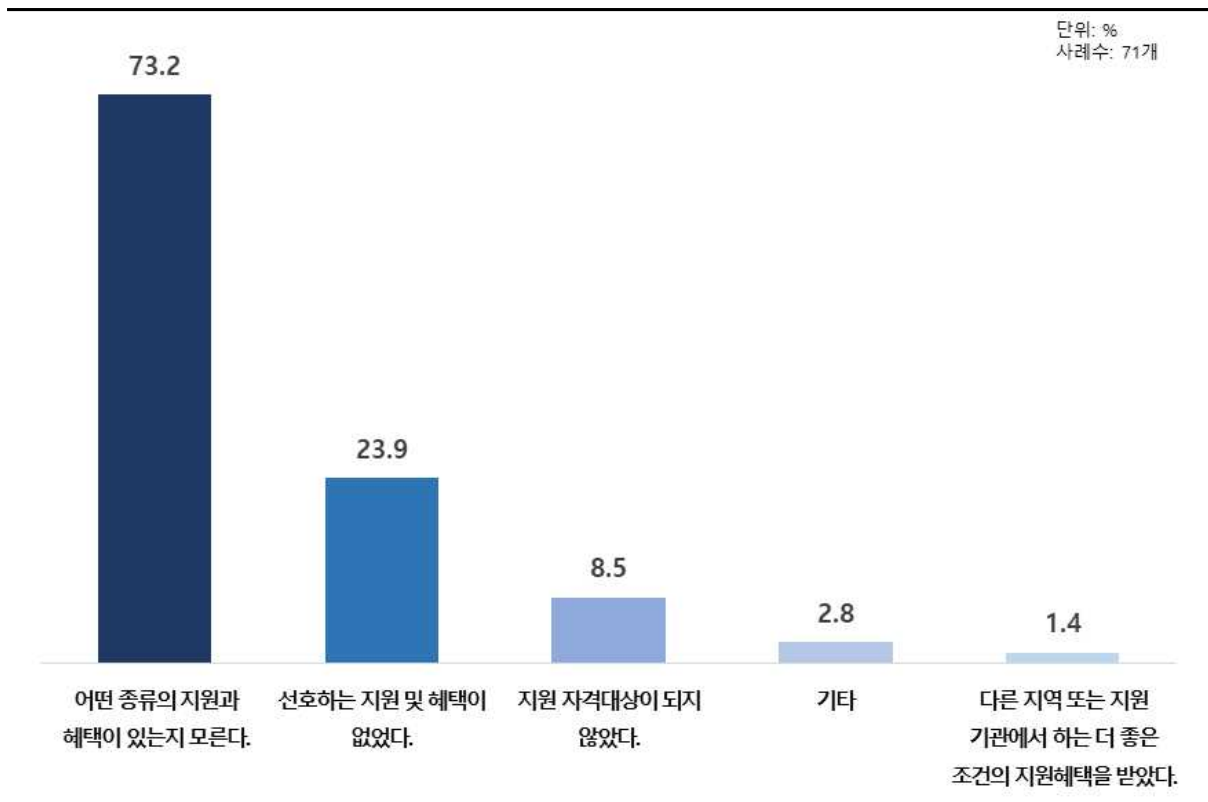


□ 지원 및 혜택을 받은적이 없는 이유.

○ 사업 지원 및 혜택 여부에서 “아니다”에 응답한 기업 71곳에 대하여 받은 적이 없는 이유를 조사한 결과 “어떤 종류의 지원과 혜택이 있는지 모른다.”가 73.2%로 가장 높게 나타났으며 “선호하는 지원 및 혜택이 없었다.” 23.9%, “지원 자격대상이 되지 않았다.” 8.5%의 순으로 나타남

- 산업 분야별로 살펴보면, 대부분의 분야에서 “어떤 종류의 지원과 혜택이 있는지 모른다.”가 가장 높게 응답 되었으며 그 다음으로 “어떤 종류의 지원과 혜택이 있는지 모른다.”가 응답됨
- 영화 분야는 “지원 자격 대상이 되지 않았다”가 20%로 타 산업 분야에 비해 높은 응답률을 보임
- 벤처기업 지정 여부 구분 역시 대상기업, 비대상 기업 동일한 순서로 나타났으며, 비대상 기업에서 “지원 자격 대상이 되지 않았다”가 10.5% 응답됨

<그림 15> 지원 및 혜택을 받은적이 없는 이유(중복응답)

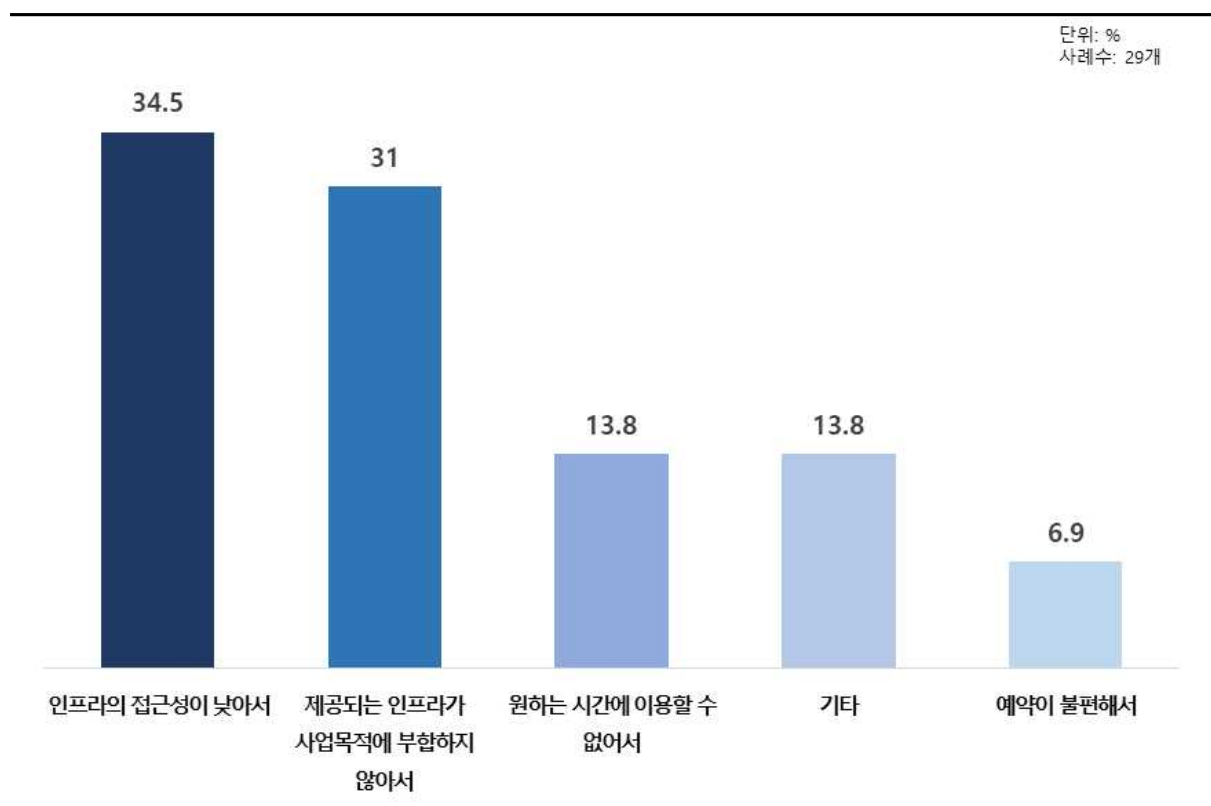


2.2. 인천시 문화콘텐츠 지원사업의 개선방향

□ 제작 인프라에 관한 공동활용체계의 단점

- 사업지원 및 혜택 여부에서 “그렇다”에 응답한 기업 29곳에 대하여 제작 인프라에 관한 공동활용체계의 단점을 조사한 결과 “인프라의 접근성이 낮아서”가 34.5%로 가장 높게 나타났으며, “제공되는 인프라가 사업목적에 부합하지 않아서” 31.0%, “원하는 시간에 이용할 수 없어서”와 “기타” 13.8%, “예약이 불편해서” 6.9%의 순으로 나타남
- 산업분야별로 살펴보면, “인프라의 접근성이 낮아서”와 제공되는 인프라가 사업목적에 부합하지 않아서”가 많이 응답됨
 - 영화(20.0%)와 지식정보(이러닝)(16.7%)에서 “예약이 불편해서” 부분이 높게 응답됨
 - 벤처기업 지정 여부 역시 대상기업 비대상 기업 유사하게 “인프라의 접근성이 낮아서”와 제공되는 인프라가 사업목적에 부합하지 않아서”가 많이 응답됨

<그림 16> 제작 인프라에 관한 공동활용체계의 단점

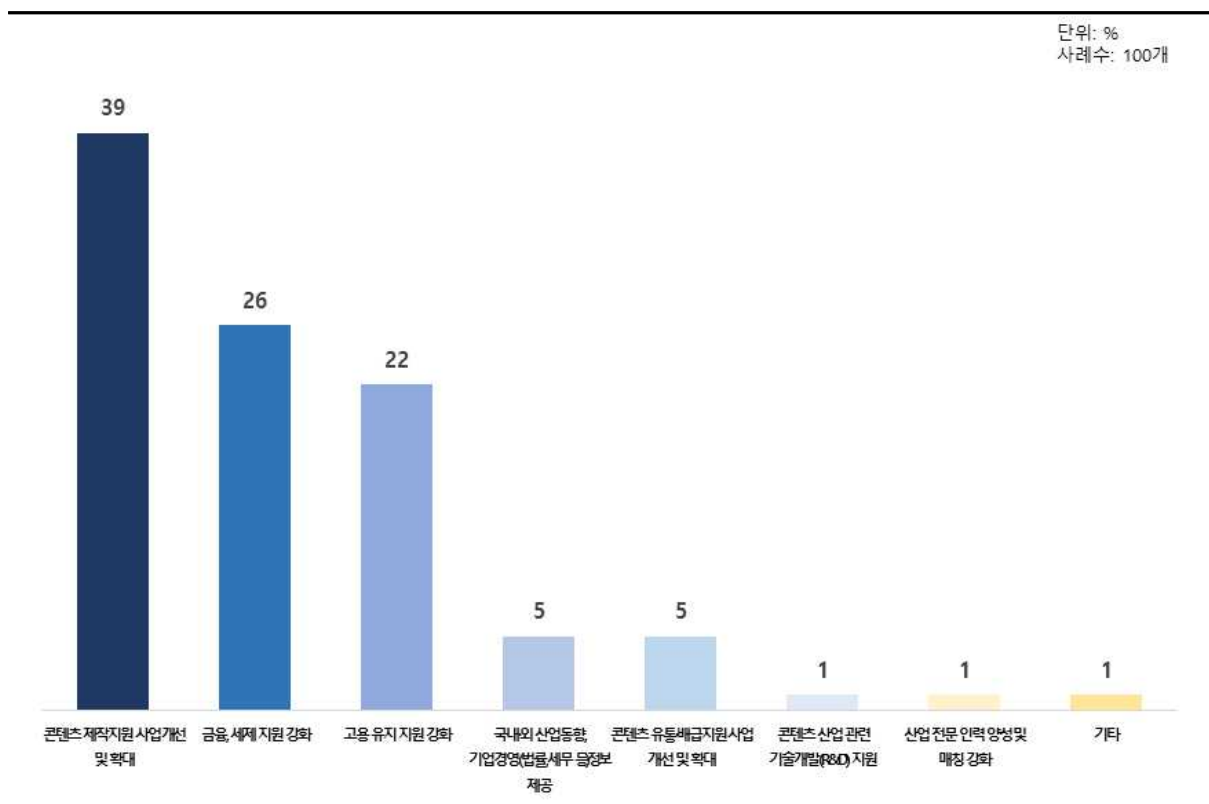


□ 실질적 지원효과 제공을 위한 개선점

○ 인천지역 문화콘텐츠 기업에게 실질적 지원효과 제공을 위한 개선점을 묻는 질문에 “콘텐츠 제작 지원사업 개선 및 확대”가 39.0%로 가장 높게 나타났으며 “금융, 세제지원 강화” 26.0%, “고용 유지 지원 강화” 22.0%의 순으로 나타남

- 산업 분야별로 살펴보면 “콘텐츠 제작지원 사업 개선 및 확대”에 영화(60.0%)와 지식정보(이러닝)(40.0%)가 높게 응답함
- “금융 세제지원 강화”에는 게임(33.3%)와 콘텐츠솔루션(35.4%)가 높게 응답됨
- 1+2순위로 살펴보면 “금융, 세제지원 강화”가 53.0%로 가장 높게 나타났으며 “콘텐츠 제작 지원사업 개선 및 확대” 50.0%, “고용 유지 지원 강화” 49.0%, “콘텐츠 유통·배급지원 사업 개선 및 확대” 22.0%, “국내·외 산업동향, 기업경영(법률, 세무 등)정보 제공” 16.0%의 순으로 나타남

<그림 17> 실질적 지원효과 제공을 위한 개선점(1순위)

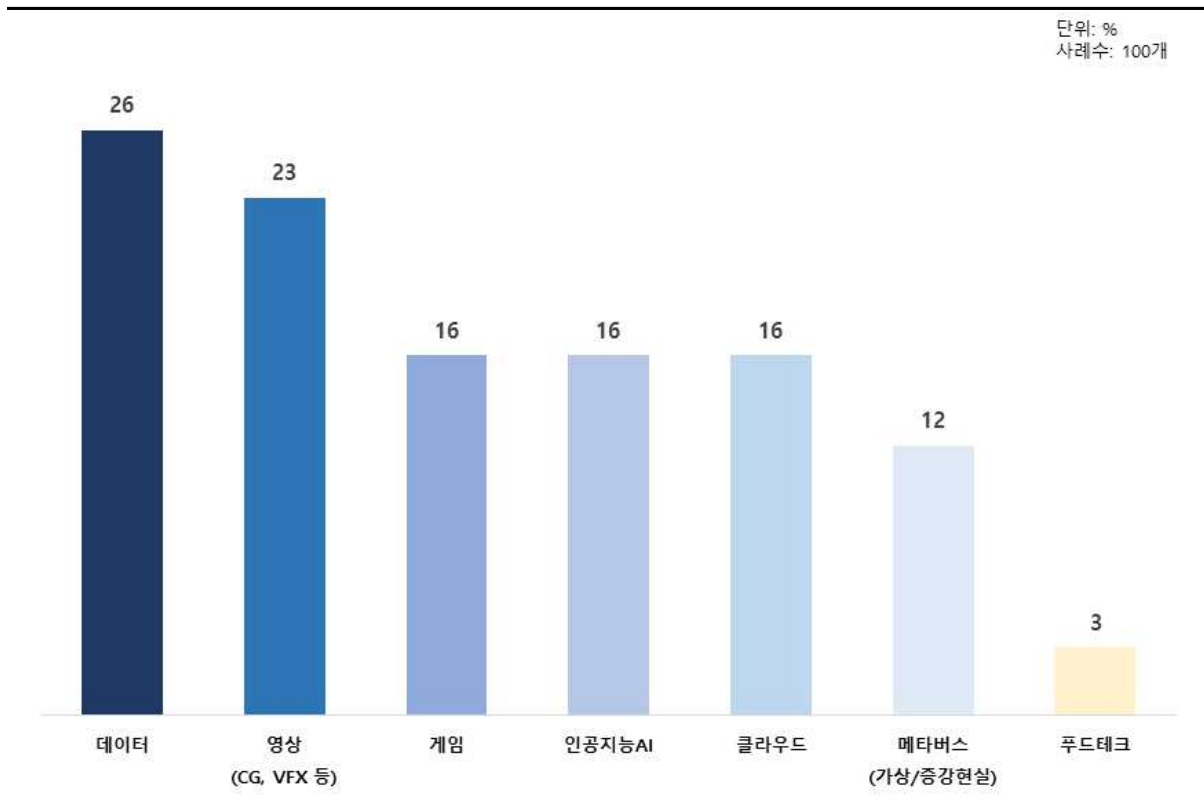


2.3. 인천 특화분야 정책 수요(기술·산업)

□ 인천지역 특화 문화콘텐츠 기업 육성을 위한 필요 기술

- 특화 콘텐츠 기술 분야를 묻는 질문에 “데이터”가 26.0%로 가장 높았으며 “영상(CG, VFX 등)” 23.0%, “게임”, “인공지능 AI”, “클라우드”가 16.0%, “메타버스(가상/증강현실)” 12.0%, “푸드테크” 3.0%의 순으로 나타남
- － 산업 분야별로 살펴보면 “데이터”에 지식정보(이러닝)(45.0%), 콘텐츠솔루션(33.3%)이 높게 응답함
- － “영상(CG, VFX 등)”에 영화(46.7%), 방송(미디어)(77.8%)이 높게 응답됨
- － “인공지능 AI”에 애니메이션(100.0%), 지식정보(이러닝)(20.0%), 콘텐츠 솔루션(20.8%)이, “클라우드”에 캐릭터(100.0%), 지식정보(이러닝)(30.0%) 게임(16.7%), 콘텐츠 솔루션(16.7%)이 높게 응답됨

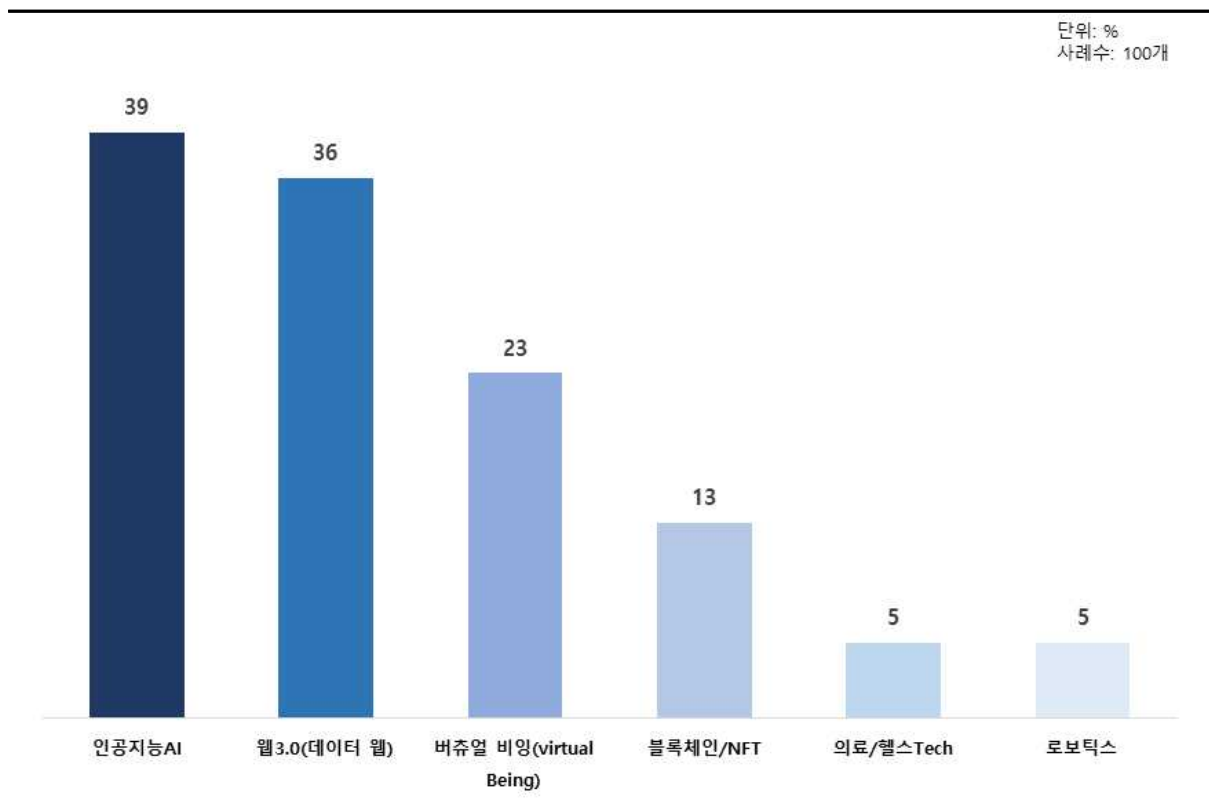
<그림 18> 특화 콘텐츠(중복응답)



○ 미래 콘텐츠 기술 분야를 묻는 질문에 “인공지능 AI”가 39.0%로 가장 높았으며 “웹3.0(데이터 웹)” 36.0%, “버추얼 비잉(virtual Being)” 23.0%, “블록체인/NFT” 13.0%, “의료/헬스 Tech”와 “로보틱스”가 5.0%로 나타남

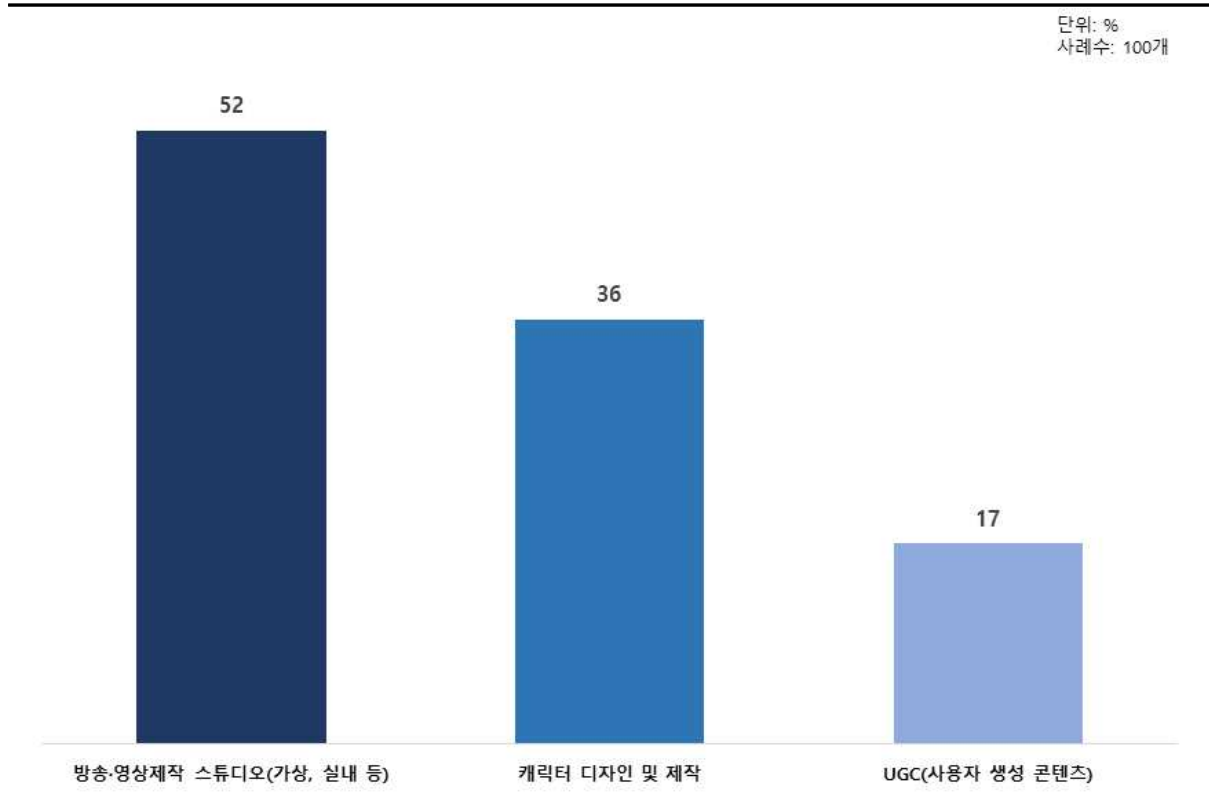
- 산업 분야별로 살펴보면 “인공지능 AI”에 애니메이션(100.0%), 캐릭터(100.0%), 콘텐츠 솔루션(45.8%), 지식정보(이러닝)(40.0%), 방송(미디어) 33.3%가 높게 나타남
- “웹3.0(데이터 웹)”에 방송(미디어)(66.7%), 영화(46.7%), 지식정보(이러닝)(40.0%)가 높게 나타남
- “버추얼 비잉(virtual Being)”은 영화(40.0%)에서, “블록체인/NFT”은 게임(50.0%)에서 높게 나타남

<그림 19> 미래 콘텐츠(중복응답)



- 기반 콘텐츠 기술 분야를 묻는 질문에 “방송·영상 제작 스튜디오(가상, 실내 등)”가 52.0%로 가장 높게 나타났으며 “캐릭터 디자인 및 제작” 36.0%, “UGC(사용자 생성 콘텐츠)” 17.0%의 순으로 나타남
- 산업 분야별로 살펴보면 “방송·영상 제작 스튜디오(가상, 실내 등)”에 방송(미디어)(88.9%), 지식정보(이러닝) 55.0%, 영화(53.3%)가 높게 나타남
 - “캐릭터 디자인 및 제작”에 애니메이션(100.0%), 게임(83.3%), 영화(46.7%)가 높게 나타남
 - UGC(사용자 생성 콘텐츠)”에 캐릭터(100.0%), 지식정보(이러닝)(35.0%)가 높게 나타남

<그림 20> 기반 콘텐츠(중복응답)

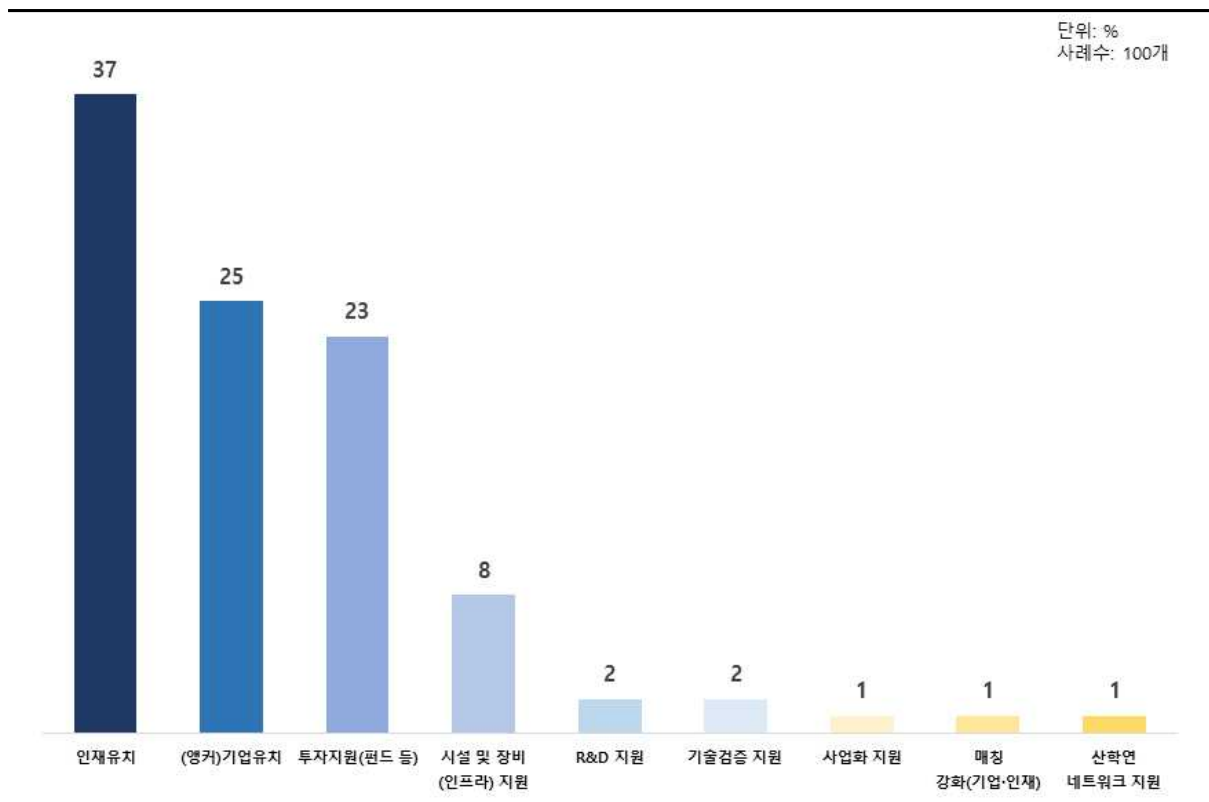


□ 특화산업 / 해당기술의 도입을 위해 필요한 인천시의 지원

○ 특화산업 / 해당기술의 도입을 위해 필요한 인천시의 지원을 묻는 질문에 “인재 유치”가 37.0%로 가장 높게 나왔으며 “(앵커)기업 유치” 25.0%, “투자지원(펀드 등)” 23.0%, “시설 및 장비(인프라) 지원” 8.0%의 순으로 나타남

- 산업별로 살펴보면 영화(26.7%), 애니메이션(100.0%), 캐릭터(100.0%), 지식정보(이러닝)(45.0%), 콘텐츠솔루션(41.7%)는 “인재 유치”가, 게임(33.3%), 방송(미디어)(55.6%)는 “(앵커) 기업 유치”가 높게 나타남
- “투자지원(펀드 등)”은 영화(40.0%)에서 높게 나타남
- 1+2순위로 살펴보면 “인재 유치”가 74.0%로 가장 높게 나타났으며 “투자지원(펀드 등)” 52.0%, “(앵커) 기업 유치” 43.0%, “시설 및 장비(인프라) 지원” 16.0%의 순으로 나타남

<그림 21> 필요한 인천시의 지원(1순위)

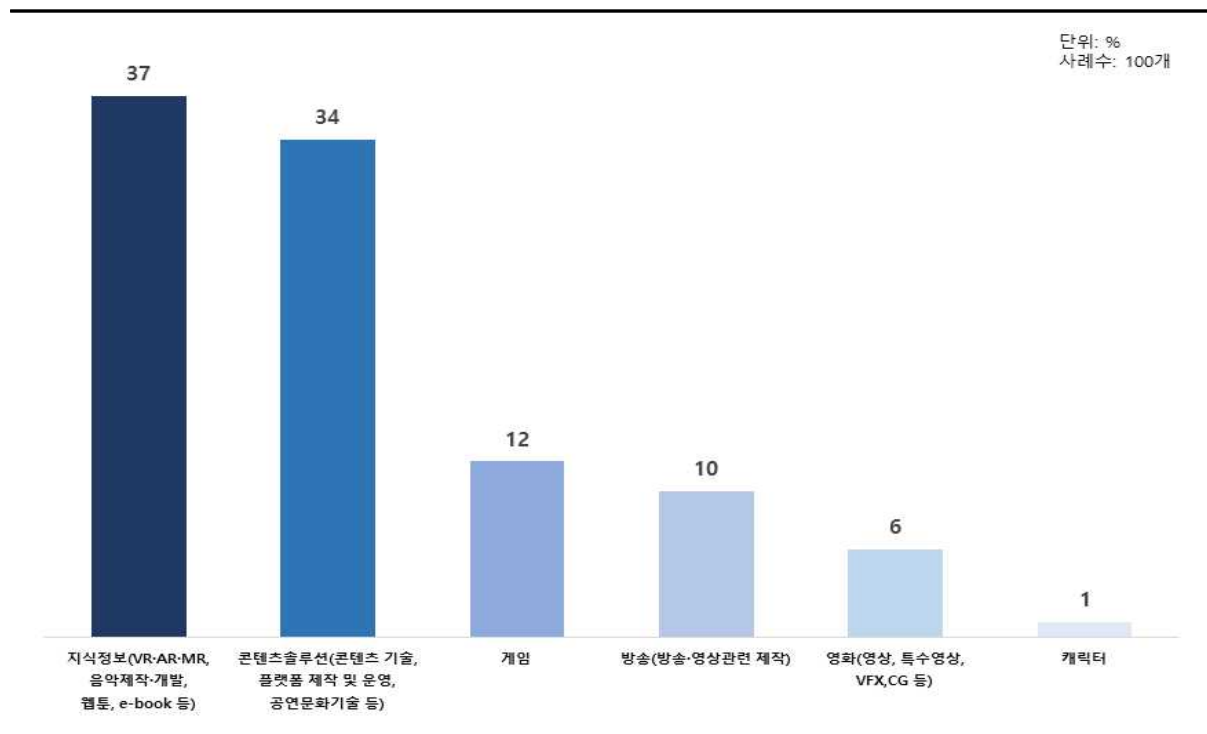


2.4. 인천 특화분야 정책 수요(기업 · 인재)

□ 유치 앵커기업

- 인천시의 문화콘텐츠 발전을 위해 유치되어야 할 앵커기업의 종류를 묻는 질문에 “지식정보(VR · AR · MR, 음악 제작 · 개발, 웹툰, e-book 등)”가 37.0%로 가장 높게 나타났으며 “콘텐츠솔루션(콘텐츠 기술, 플랫폼 제작 및 운영, 공연문화기술 등)” 34.0%, “게임” 12.0%, “방송(방송 · 영상 관련 제작)” 10.0%의 순으로 나타남
- － 산업별로 살펴보면 애니메이션(100.0%), 캐릭터(100.0%), 지식정보(이러닝)(80.0%)에서 “지식정보(VR · AR · MR, 음악 제작 · 개발, 웹툰, e-book 등)”가, 콘텐츠 솔루션에서 “콘텐츠솔루션(콘텐츠 기술, 플랫폼 제작 및 운영, 공연문화기술 등)”이, 게임(83.3%)에서 “게임” 분야가 각각 높게 나타나 본인의 산업 분야에 맞는 앵커기업 유치를 원하는 것으로 나타남
- － 1+2순위로 살펴보면 “콘텐츠솔루션(콘텐츠 기술, 플랫폼 제작 및 운영, 공연문화기술 등)”이 63.0%로 가장 높게 나타났으며 “지식정보(VR · AR · MR, 음악제작 · 개발, 웹툰, e-book 등)”이 42.0%, “방송(방송 · 영상관련 제작)”이 28.0%, “게임”이 23.0%, “캐릭터” 18.0%의 순으로 나타남

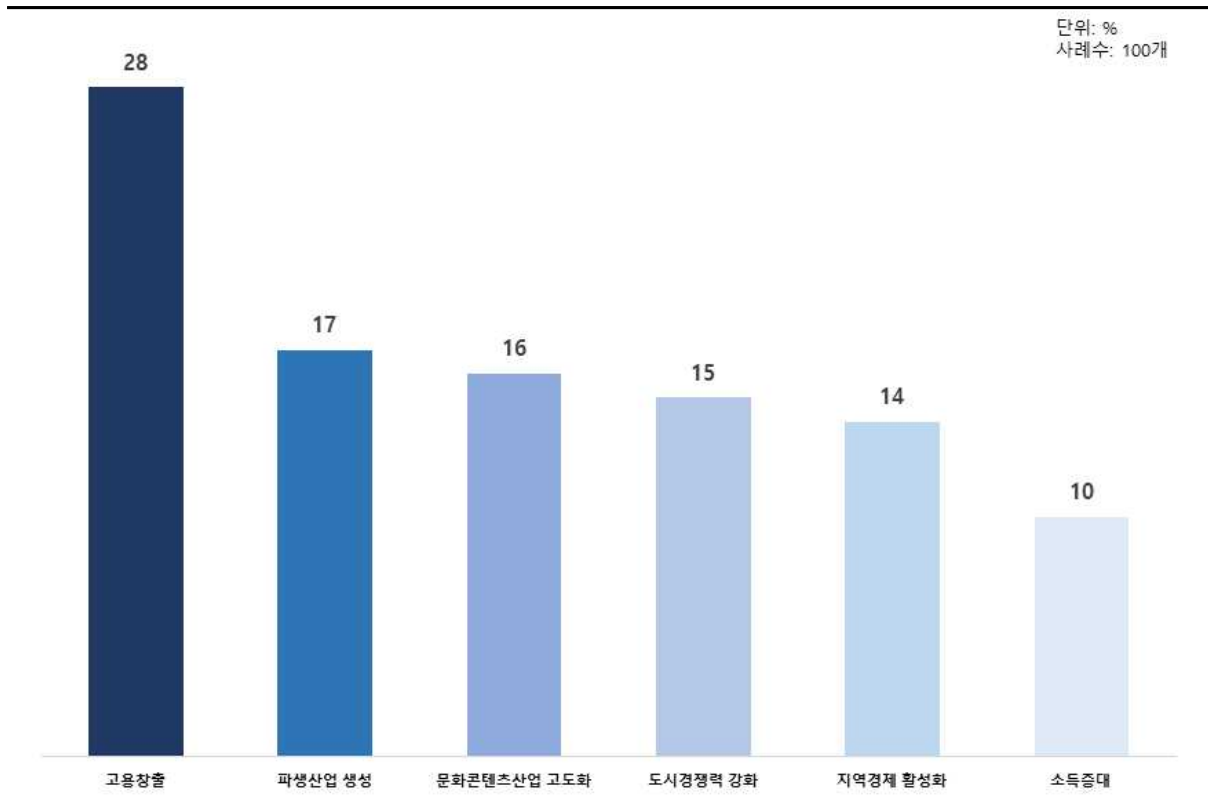
<그림 22> 유치 앵커기업(1순위)



□ 앵커기업 유치시 장점

- 앵커기업 유치시 장점을 묻는 질문에 “고용 창출”이 28.0%로 가장 높게 나타났다으며 “파생산업 생성” 17.0%, “문화콘텐츠산업 고도화” 16.0%, “도시 경쟁력 강화” 15.0%, “지역경제 활성화” 14.0%, “소득증대” 10.0%의 순으로 나타남
- － 산업별로 살펴보면 “고용 창출”은 캐릭터(100.0%)와 지식정보(이러닝)(50.0%)에서, “파생산업 생성”은 게임(33.3%)와 애니메이션(100.0%)에서, “문화콘텐츠산업 고도화”는 게임(33.3%), 영화(33.3%), 방송(미디어)(44.4%)에서 높게 나타남
 - － 벤처기업 지정 여부 구분 대상기업은 “고용 창출”과 “파생산업 생성”이 29.2%로 나왔으며 비대상 기업은 “고용 창출” 27.6%, “문화콘텐츠산업 고도화” 21.1%의 순으로 나타남

<그림 23> 앵커기업 유치시 장점

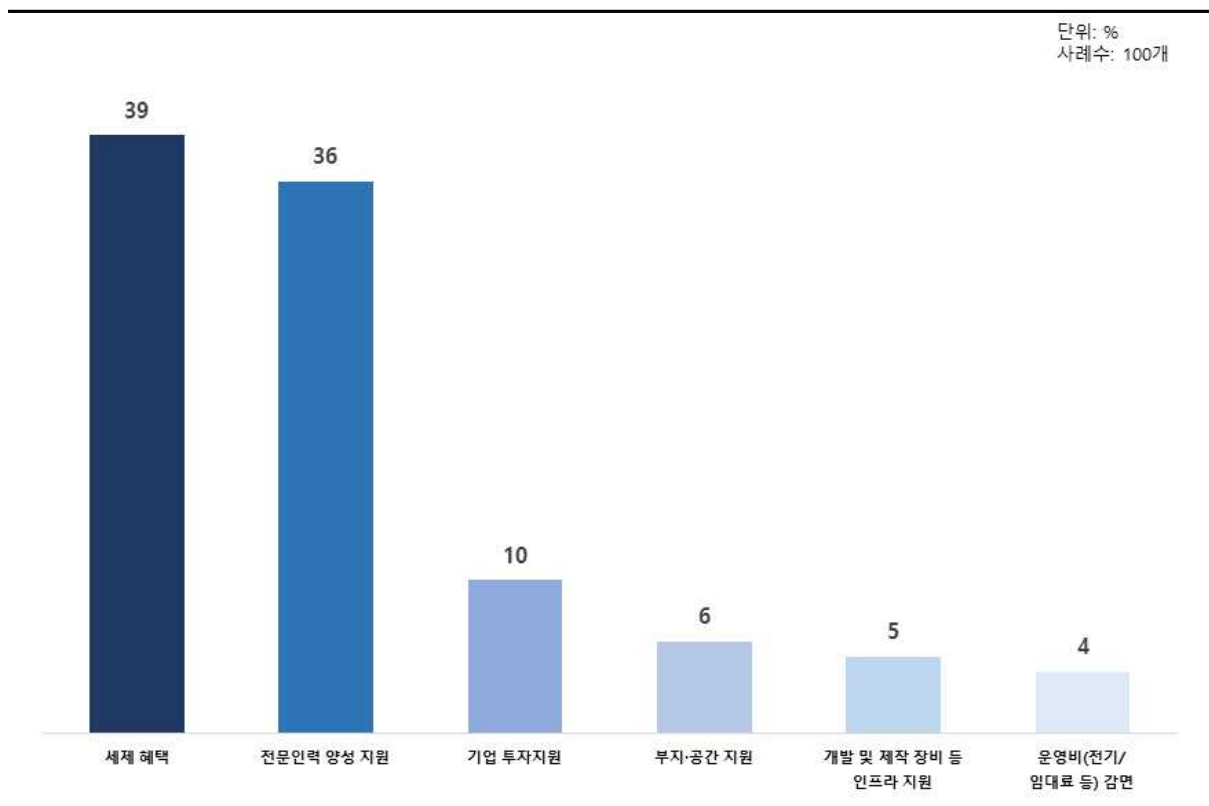


□ 앵커기업 유치를 위한 혜택

○ 앵커기업 유치를 위한 혜택을 묻는 질문에 초의 순으로 나타남

- 산업별로 살펴보면 영화(40.0%), 지식정보(이러닝)(65.0%)는 “세제혜택” 이, 게임(66.7%), 애니메이션(100.0%), 방송미디어(33.3%), 콘텐츠솔루션(41.7%)는 “전문인력 양성 지원” 이 높게 나타남
- 방송(미디어)는 “개발 및 제작 장비 등 인프라 지원” 22.2%, “운영비(전기/임대료 등) 감면” 22.2%도 높게 나타남
- 1+2순위를 살펴보면 “세제혜택” 이 78.0%로 가장 높았으며 “전문인력 양성 지원” 61.0%, “기업 투자지원” 28.0%, “운영비(전기/임대료 등) 감면” 15.0%의 순으로 나타남

<그림 24> 앵커기업 유치 혜택(1순위)



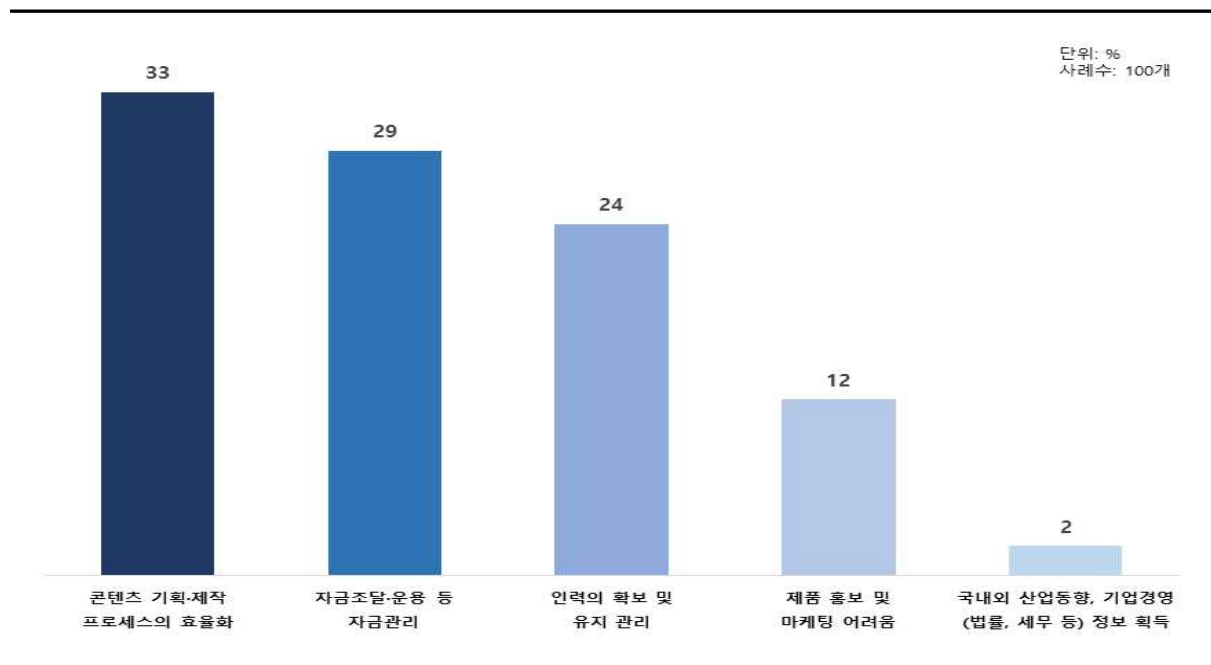
2.5. 인천 특화분야 정책 수요(기타 애로사항)

□ 문화콘텐츠사업 영위 시 애로사항

○ 문화콘텐츠 사업 영위 시 애로사항을 묻는 질문에 “콘텐츠 기획·제작 프로세스의 효율화”가 33.0%로 가장 높게 나타났으며 “자금 조달·운용 등 자금관리” 29.0%, “인력의 확보 및 유지 관리” 24.0%, “제품 홍보 및 마케팅 어려움” 12.0%, “국내외 산업 동향, 기업경영(법률, 세무 등) 정보 획득”이 2.0%로 나타남

- 산업별로 살펴보면 영화(40.0%), 애니메이션(100.0%), 캐릭터(100.0%), 지식정보(이러닝) 40.0%는 “콘텐츠 기획·제작 프로세스의 효율화”에서, 게임(33.3%), 영화(33.3%), 지식정보(이러닝)(30.0%), 콘텐츠솔루션(31.3%)는 “자금 조달·운용 등 자금관리”에서 높게 나타남
- 게임(50.0%)과 방송(미디어)(44.4%)는 “인력의 확보 및 유지 관리” 역시 높게 나타남
- 1+2순위로 살펴보면 “인력의 확보 및 유지 관리”가 71.0%로 가장 높게 나타났으며 “콘텐츠 기획·제작 프로세스의 효율화” 57.0%, “자금 조달·운용 등 자금관리” 43.0%, “제품 홍보 및 마케팅 어려움” 22.0%의 순으로 나타남

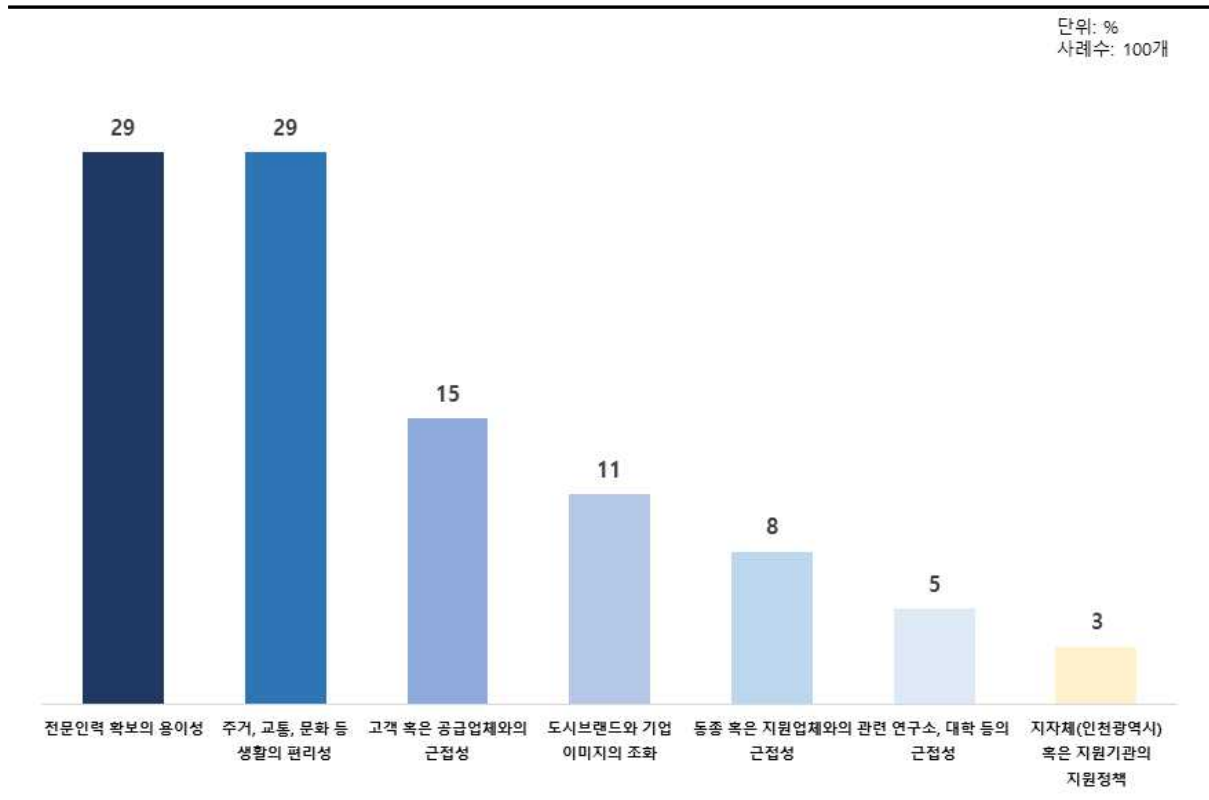
<그림 25> 문화콘텐츠사업 영위시 애로사항



□ 인천이 서울·경기에 비해 부족한 분야

- 인천이 서울·경기에 비해 부족한 분야를 묻는 질문에 “전문인력 확보의 용이성”과 “주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성”이 29.0%로 가장 높게 나왔으며 “고객 혹은 공급업체와의 근접성” 15.0%, “도시브랜드와 기업 이미지의 조화” 11.0%, “동종 혹은 지원 업체와의 근접성” 8.0%의 순으로 나타남
- 산업별로 살펴보면 영화(33.3%), 방송(미디어)(55.5%), 지식정보(이러닝)(40.0%)는 “전문인력 확보의 용이성”이, 게임(33.3%), 영화(33.3%), 캐릭터(100.0%), 지식정보(이러닝)(35.0%)는 “주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성”이 높게 나타남
 - 1+2순위로 살펴보면 “주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성”이 67.0%로 가장 높게 나타났으며 “전문인력 확보의 용이성” 54.0%, “고객 혹은 공급업체와의 근접성” 27.0%, “도시브랜드와 기업 이미지의 조화” 22.0%, “지자체(인천광역시) 혹은 지원기관의 지원정책” 11.0%, “동종 혹은 지원 업체와의 근접성” 10.0%, “관련 연구소, 대학 등의 근접성” 8.0%의 순으로 나타남

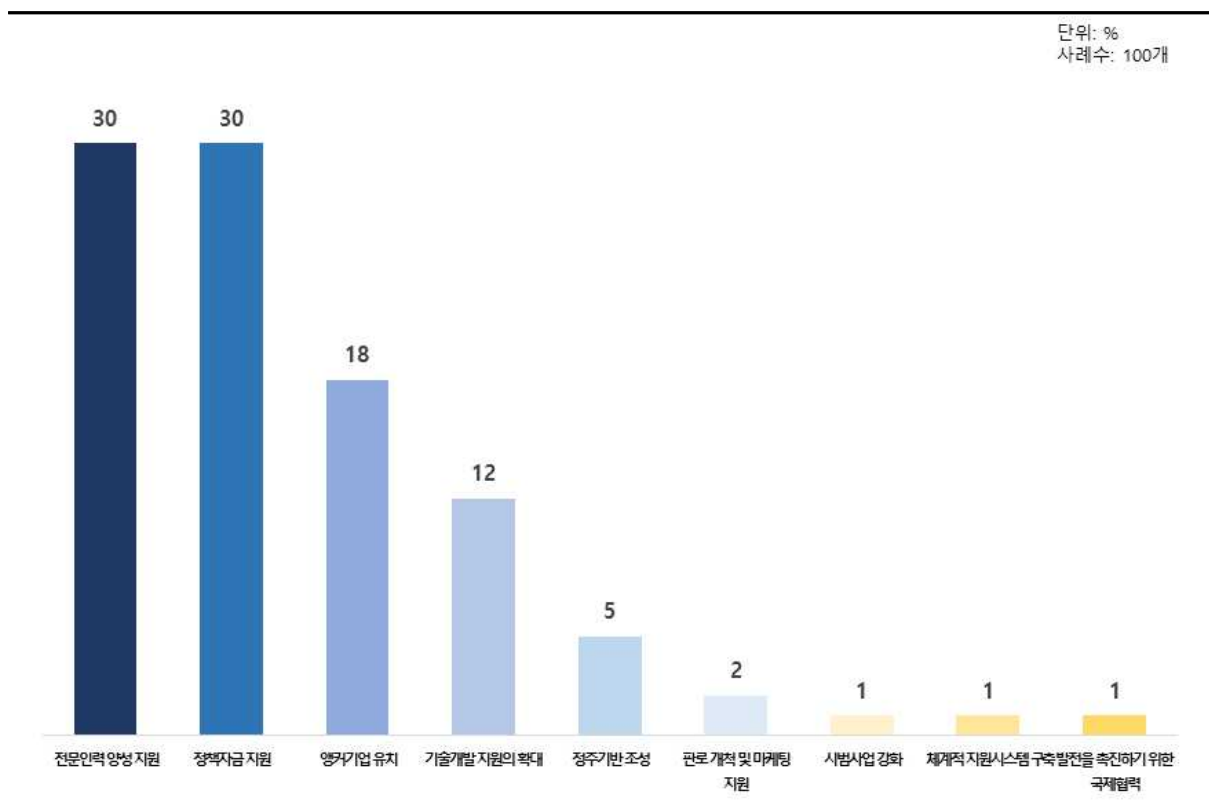
<그림 26> 서울·경기에 비해 부족한 분야



□ 문화콘텐츠사업 활성화를 위한 추후 지원 정책과제

- 문화콘텐츠사업 활성화를 위한 추후 지원 정책과제를 묻는 질문에 “전문인력 양성지원” 과 “정책자금지원” 이 30.0%로 가장 높게 나타났으며 “앵커기업 유치” 18.0%, “기술개발 지원의 확대” 12.0%, “정주기반 조성” 5.0%의 순으로 나타남
- － 산업별로 살펴보면 게임(50.0%), 영화(33.3%), 애니메이션(100.0%), 방송(미디어)(33.3%), 캐릭터(100.0%)에서 “전문인력 양성 지원” 이 높게 나타남
- － 영화(40.0%), 콘텐츠솔루션(33.3%)에서 “정책자금지원” 이, 영화(26.7%), 방송(미디어)(33.3%)에서 “앵커기업 유치” 가 높게 나타남
- － 1+2순위로 살펴보면 “전문인력 양성지원” 이 58.0%로 가장 높게 나타났으며, “정책자금지원” 이 52.0%, “앵커기업 유치” 40.0%, “기술개발 지원의 확대” 31.0%, “정주기반 조성” 8.0%의 순으로 1순위와 동일하게 나타남

<그림 27> 추후 지원 정책과제



□ 바라는 정책 분야

- 문화산업 육성 담당 관계부서에 바라는 정책분야를 묻는 질문에는 “정책자금지원” (80.00점)이 가장 높게 나타났으며, “콘텐츠 전문인력 양성교육 프로그램 지원” (70.75점), “콘텐츠 인프라(테스트 베드 등)비즈매칭 영역(Zone) 지원” (64.75점)의 순으로 나타남
- － 해당 항목의 응답 순위는 문화콘텐츠산업 활성화를 위해 추후 지원해야 할 정책과제 응답과 유사한 방향성을 보이고 있음(정책자금지원, 인력 양성)
 - － 전주기별 지원 시스템이 가장 낮은 점수를 보였는데 이는 많은 기업들이 지원혜택을 받지 못하여 전주기적 지원의 필요성까지 생각하진 못하는 것으로 파악 됨

[표 16] 관계부서에 바라는 정책 분야

[단위: %]

구분	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	5점 평균	100점 평균
	①	②	③	④	⑤		
정책자금 지원	0.0	0.0	0.0	80.0	20.0	4.20	80.00
콘텐츠 전문인력 양성교육 프로그램 지원	0.0	0.0	19.0	79.0	2.0	3.83	70.75
콘텐츠 제작 인프라(테스트 베드 등) 비즈매칭 영역(Zone) 지원	0.0	0.0	59.0	41.0	0.0	3.59	64.75
전주기별 지원 시스템	0.0	0.0	66.0	34.0	0.0	3.34	58.50
정주기반 조성	0.0	0.0	46.0	53.0	1.0	3.55	63.75
앵커기업 유치	0.0	0.0	52.0	45.0	3.0	3.51	62.75