



## III. 금주의 핫 이슈



### 日, 경제산업성 「아시아 콘텐츠 이니셔티브」 책정

#### □ 「아시아 콘텐츠 이니셔티브」 책정의 배경 및 목적

- 2008년 7월, 日 경제산업성은 콘텐츠 산업의 아시아 전개 촉진을 위한 「아시아 콘텐츠 이니셔티브」를 책정
  - 한국에서는 1990년대 말부터 정부 주도로 콘텐츠 산업의 진흥과 국제화를 도모하여 한류 붐의 발생 및 정착으로 연결
  - 중국에서는 애니메이션 제작을 위한 동만 기지(動漫 基地)를 각지에 설립하여 정부 주도로 콘텐츠 제작 능력 향상을 위해 적극적으로 나서고 있음(동만(動漫): 동화(動畵) 즉 애니메이션 + 만화(漫畵))
  - 아시아 각국의 경제 성장은 중산층이 주도하는 소비 사회를 이끌어내고 있는 바, 이들 국가의 견실한 성장에 어질 경우 막대한 잠재 소비시장이 형성될 수 있음
  - 중국과 인도를 비롯한 아시아 각국 경제성장에 콘텐츠 산업이 미치는 영향을 매우 중요
    - ※ 콘텐츠 시장 성장은 GDP 성장률보다 훨씬 클 것으로 예상되고 있음
- 「아시아 콘텐츠 이니셔티브」는 「아시아 콘텐츠 공동체」를 실현할 때까지 방향성을 나타내는 전략적인 지침
  - 아시아의 경제 성장과 동반한 콘텐츠 산업의 성장, 일본 고유 콘텐츠 산업 특성의 국제화, 뛰어난 인재의 국제적 교류 증가, 환경 문제와 기타 산업과의 '연계' 등을 목적으로 책정한 글로벌 콘텐츠 산업 전략

#### □ 아시아 콘텐츠 산업 분석

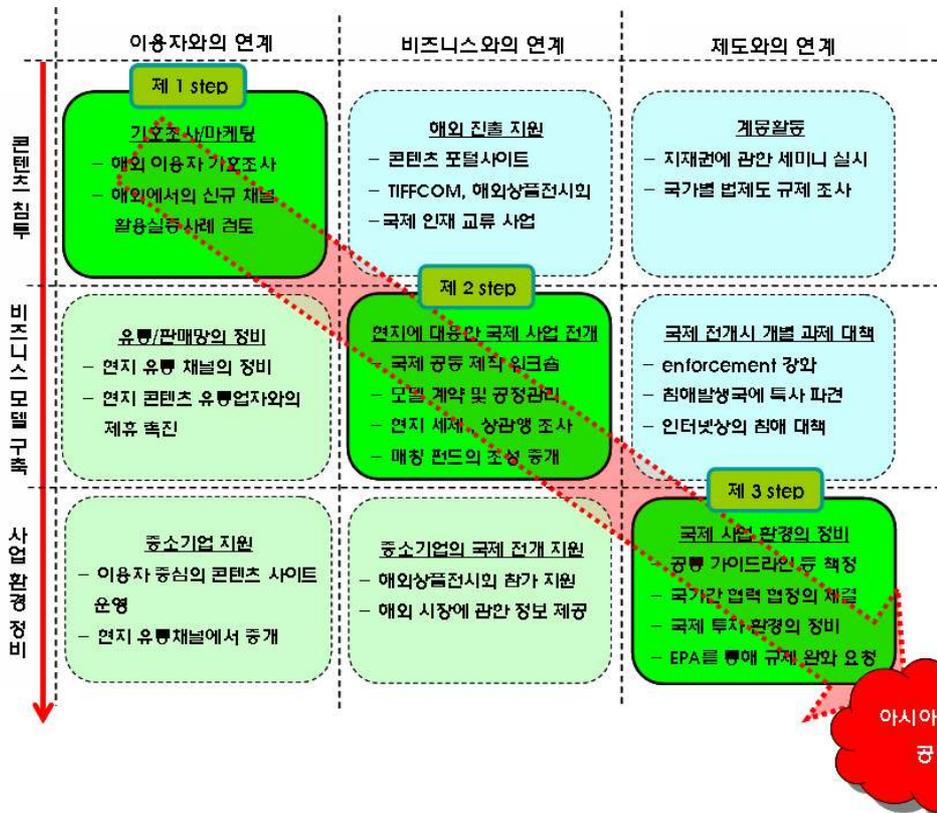
- 「아시아 콘텐츠 공동체」를 실현하기 위해 중장기적인 정책이 요구되는데, 이는 「콘텐츠 정책 분석 매트릭스」를 통해 시행해 나갈 예정
  - 「콘텐츠 정책 분석 매트릭스」는 「아시아 콘텐츠 공동체」 실현까지의 기간을 3단계로 나누고, 각 단계별로 핵심 목표(main target)를 설정함으로써 구체적 목표 시책을 정리하는 체계
  - 「3개 단계」와 「3개 연계」로 구성되는 3×3 매트릭스 상에 시책을 매핑하여 중점적으로 추진해야 할 시책을 설정하고, 시책의 우선순위를 부여
    - ※ 「3개 단계」는 콘텐츠 침투, 비즈니스 모델 구축, 사업 환경 정비 순으로 전개
    - ※ 「3개 연계」는 이용자와의 연계, 비즈니스와의 연계, 제도와의 연계로 구성
- 또한 「콘텐츠 정책 분석 매트릭스」를 분석해 우선 시책 부여는 기본적으로 4개의 시점에 입각
  - 이용자의 시점, 아시아에서의 시점, 전략적 시점, 비즈니스의 시점이 요구

그림 III-1 「아시아 콘텐츠 공동체」 구축을 위한 3개 단계와 3개 연계



<자료>: 日, 경제산업성, 2008. 7.

그림 III-2 콘텐츠 정책 분석 매트릭스



<자료>: 日, 경제산업성, 2008. 7.



## □ 일본의 국가별 대응 시책

- 아직 「콘텐츠 침투」 단계에 머물러 있는 ASEAN, 인도에 대해서는 일본 콘텐츠의 「이용자 형성」에 초점을 두고, 공적개발원조(ODA: Official Development Assistance)를 활용한 정책 전개 및 타 산업의 진출과도 연계한 시책 전개
- 「비즈니스 모델 구축」 단계에 있는 중국에 대해서는 정규 비즈니스 모델 구축에 의한 「콘텐츠 침투」에 초점을 두고 규제 검열 등 과도한 제도 완화를 촉구
- 「사업 환경 정비」 단계에 있는 한국, 대만, 홍콩에 대해서는 「비즈니스의 연결」을 촉진하는데 초점을 두고 현지 비즈니스 파트너의 관점에서 일본 콘텐츠 산업의 비즈니스 특성 국제화, 인재 육성이나 자금 제도의 정비 및 온라인 지적권 대책의 국제 제휴

표 III-1 국가별 콘텐츠 이니셔티브 세부 내용

콘텐츠 침투	ASEAN	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 산업 기반 구축 지원, 환경 기술 지원 등 기타 산업의 ASEAN 전개에 맞추어 일본 콘텐츠의 침투를 도모, TV프로나 영화를 통해 캐릭터 침투를 도모하고 있는 미국의 마켓 전략을 참고</li> <li>▶ 해외 콘텐츠 전시회를 이용해 마케팅 활동을 강화</li> <li>▶ 인재 육성, 자금 조달, 계약의 표준화 등을 ASEAN 각국에 제공</li> <li>▶ 기타 산업과 연계한 콘텐츠 제작·유통을 실시하는 등 기타 업종과의 제휴를 포함한 종합적인 마케팅 전개 촉진</li> <li>▶ 지적권 제도의 보호를 위한 법제도 정비, 운용 체제의 정비 등</li> <li>▶ ASEAN은 「아시아 경제·환경 공동체」 구상의 최대 상승효과가 전망되는 지역</li> </ul>
	인도	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 비즈니스상의 장벽이 되는 제도는 비교적 존재하지 않기 때문에 우선은 콘텐츠의 침투에 초점을 맞춤</li> <li>▶ 인도 시장은 다양성이 풍부하기 때문에 지역, 이용자 특성, 콘텐츠 분야마다 전개 전술이 요구 우선은 일본이 강점을 가지는 게임·애니메이션을 대상으로 영어권에 있는 도시지역 젊은층을 목표 이용자로서 일본 콘텐츠의 침투를 실시</li> <li>▶ 산업 기반 구축이나 환경 기술 지원, 통신·휴대 사업자의 해외 전개와의 제휴 등 다른 산업의 인도 진출에 맞추어 일본 콘텐츠의 전개를 고려. ASEAN, 인도에 거국적으로 엔터테인먼트 산업 진출을 진행하고 있는 한국의 전개 사례를 참조</li> <li>▶ 저작권 제도의 정비 촉구, 해적판 대책 등의 법운용을 위한 체계 구축, 역량제고지원 등</li> </ul>
비즈니스 모델 구축	중국	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 환경 문제나 에너지 절약 등 중국 정부의 관심 내용을 테마로 한 콘텐츠를 제작하는 등, 일본 콘텐츠 침투를 위한 실마리를 중국 정부와의 제휴를 통해 마련</li> <li>▶ 지적권 대책에 대해서는, 다른 산업과도 보조를 맞추어 협력·요청의 기본 방침 아래, 패키지 해적판, 온라인상 부정 콘텐츠 등에 대한 대책 실시</li> </ul>
사업 환경 정비	한국	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 이미 한일 양국 간 콘텐츠가 일반적으로 침투하여 국제 공동 제작 사례가 많기 때문에 향후 한일 쌍방의 시장 수익을 최대화하기 위한 비즈니스 모델 구축이 과제</li> <li>▶ 국제 공동 제작이나 국제 분업 체제 구축에 있어서 계약서나 회계 제도, 세제도 등에 대한 표준화 지원</li> <li>▶ 한일 EPA(경제연대협정) 교섭을 계기로 한국과 정부 차원의 교섭이 촉진될 것으로 기대</li> </ul>
	대만	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 중화권의 게이트웨이로서 대만에서 성공하면, 홍콩이나 중국, 동남아시아, 더 나아가 한국에서도 성공하는 계기가 될 것으로 판단</li> </ul>
	홍콩	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 중국 본토의 게이트웨이가 되는 것을 인지하여 CEPA(홍콩·중국 경제 무역 긴밀화 협정)를 활용하고, 홍콩의 영화 제작 및 자금 능력도 최대한 활용</li> </ul>

〈자료〉: 日, 경제산업성, 2008. 7.

## □ 일본의 경제산업성이 제안한 정책적 과제

- 국제 공동제작 촉진
  - 「비즈니스 모델 구축」 단계에 있는 중국과 「사업 환경 정비」 단계에 있는 홍콩 등을 중심으로 각국·지역의 강점을 살린 국제 공동 제작을 활성화하는 시책을 검토
  - ※ 일본의 원작, 홍콩의 제작 기능, 중국의 대규모 시장을 조합해 홍콩을 게이트웨이로 중국 시장과의 seamless한 관계 구축



※ 일본의 원작, 싱가포르의 자금, 중국 및 ASEAN 국가의 시장을 조합해 싱가포르를 게이트웨이로 중국 및 ASEAN 시장과의 seamless한 관계를 구축, 이러한 사례를 지원하기 위해 경제산업성은 비즈니스 마케팅 지원책의 정비, 국제 공동 제작 협정 등에 의한 지원 scheme 정비

## ○ 현지 단속 기관 및 파트너를 적극적으로 활용한 지재권 보호 체제 확립

- 아시아 지역의 해적판 대책을 추진하는 한편 효과적인 지재 보호 체제의 확립이 지극히 중요
- 일본의 인적자원에만 의존하지 않고 미국을 비롯한 콘텐츠 수출국 및 현지 파트너 등과 적극적으로 제휴해 침해 사례의 조사·적발
- 또한 현지 파트너에 대해서, 법적 대리권(Attorney of law)을 부여하여 지재권의 침해에 대한 법적 조치를 신속히 처리할 수 있는 체제를 확립
- 온라인 콘텐츠의 유통과 관련해, 콘텐츠 홀더와 플랫폼 사업자간의 제휴가 필요

## ○ 기술 전략 맵을 활용한 기술 개발과 인적 교류 강화

- 일본의 기술을 각국에서 활용할 수 있도록 선진 기술을 가진 연구자의 교류의 장소를 정비, 일본의 기술이 아시아에서 사실상 표준(de facto standard)으로 보급 되도록 촉진
- 「JAPAN 국제 콘텐츠 페스티벌」을 통한 인적 교류의 강화

## ○ 「콘텐츠 비즈니스 서밋」(가칭)의 개최

- 정부·일본경제단체연합회·콘텐츠 업계·일본무역진흥기구(JETRO), 「JAPAN 국제 콘텐츠 페스티벌」로 구성된 100인 위원회를 포함한 관민 합동 협의회를 주최함과 동시에 축제에 맞추어 「콘텐츠·비즈니스·서밋」를 개최
- 각국의 콘텐츠 산업 관계자를 모아 아시아의 비즈니스 기지화 추진, 또한 아시아·콘텐츠 현장을 책정해 아시아 지역의 콘텐츠 산업 관련 기본 방침 확립

## ○ 이 외에 콘텐츠 해외전개 촉진을 위한 관계 간 제휴, 비즈니스 모델 구축을 위한 협의회 설립 등을 추진

## □ 시사점

### ○ 2012년까지 연평균 13%가 넘는 성장이 지속될 것으로 전망되는 디지털 콘텐츠 산업

- 한국소프트웨어진흥원이 금년 1월에 발표한 ‘2007년 해외 디지털 콘텐츠 시장조사’ 보고서에 따르면, 세계 디지털콘텐츠 시장은 2007년 2,895억 달러 규모에서 2012년 5,565억 달러 규모로 성장할 전망

### ○ 일본의 시장 지배가 우려되는 아/태 디지털 콘텐츠 시장

- 2007년~2012년 동안 세계 디지털 콘텐츠 시장이 연평균(CAGR) 13.3% 정도 성장할 것으로 예상되는 반면 중국은 25.9%, 아/태 지역은 19.5%의 성장이 예상되고 있음
- 일본은 이번 「아시아 콘텐츠 이니셔티브」를 통해 자국 콘텐츠 산업의 진출 정도에 따라 분류하고, 분류된 정도에 따라 시장 공략 시책을 마련하는 등 향후 가장 빠른 성장이 기대되는 중국을 포함한 아시아 시장 공략에 만전을 기하고 있는 양상을 보이고 있음
- 일본 콘텐츠 산업의 역내 확산을 견제하고 한류 붐의 원천이기도 한 국내 콘텐츠 산업의 지속적 확대 발전을 위한 노력이 시급하며, 그 일환으로 이번 일본의 「아시아 콘텐츠 이니셔티브」 또한 면밀히 분석해 볼 필요가 있음

“Weekly IT BRIEF”는 정보통신연구진흥원 정보서비스단에서 수행하는 “IT통계조사 및 동향분석지원” 사업 결과의 일부로 산출된 것입니다.

- 사업 책임자 : 이 효 은
- 과제 책임자 : 김정환, 강회일
- 참여 연구원 : 이윤철, 이장우, 조성선, 문형돈, 김용균, 이성휘  
홍승표, 정지범, 정해식, 김진희, 조근희, 이승민, 김현중

본 자료의 내용을 전제할 수 없으며, 인용할 경우 그 출처를 반드시 명시하여 주시기 바랍니다.



305-348

정보서비스단  
정보조사분석팀/통계분석팀

대전광역시 유성구 화암동 58-4번지  
전화 : (042) 710-1370/1390, 팩스 : (042) 710-1379