



ISSUE PAPER



『 日 콘텐츠 성장전략 연구회 보고서 』

- 2010년 4월 5일, 일본 경제산업성은 '문화산업을 21C 리딩산업으로'라는 캐치프레이즈 하에 자국의 콘텐츠 산업에 관한 육성정책 방향을 '문화대국'으로 발표한 바 있음
- 위와 같은 정책방향은 금년 초 '신 성장전략(기본방침)'에 의해 발족한 '콘텐츠산업 성장전략에 관한 연구회'를 통해 지속적으로 검토, 보완된 결과가 반영된 것으로, 4월 발표에 이에 보다 구체적인 콘텐츠산업 성장전략의 내용을 포함한 보고서를 지난 5월 14일 발표한 바 있어, 이에 대한 주요내용을 소개하고자 함

I. 검토의 경위 및 연구회 소개

II. 검토의 배경

- 콘텐츠산업의 중요성 및 일본 크리에이션의 힘
- 콘텐츠산업을 둘러싼 환경변화와 과제

III. 목표로 하고자 하는 미래상

- 2020년의 모습, 콘텐츠산업의 성장을 위한 공정표,

IV. 구체적인 콘텐츠산업 성장시책

1. 콘텐츠산업을 지원하는 인재육성
2. 해외시장 획득 : 잠재적 이익의 현실화 및 수익력 강화
3. 국내 구조개혁과 새로운 시장의 개척

V. 참고자료

1. 국제적으로 활약하는 아시아 감독·프로듀서
2. 각국·지역의 콘텐츠 정책(한국 포함)

I. 『검토 경위 및 연구회 소개』

□ 「검토 경위」

- ‘신 성장전략(기본방침)’에 의해, 콘텐츠의 대외발신 등 채택된 것을 토대로 콘텐츠 산업이 일본의 경제성장을 견인하는 주체로서, 2020년의 목표를 제시하고 그 실현을 위한 과제와 대응방안을 정리해서, 공정표로서 종합함

※참고 : ‘신 성장전략(기본방침)’ 관련내용 발취

(3)아시아 경제전략 ‘아시아 수익확대’를 통한 성장기회의 확대

- 확대한 아시아 시장에 대해, 일본의 콘텐츠, 디자인, 패션, 요리, 전통문화, 미디어 예술 등의 ‘크리에이티브산업’을 대외발신하고, 일본 브랜드 향상 및 외교력 강화와 연계함은 물론 저작권 침해대책에 대한 국제적 협조 확보

(4)관광입국·지역 활성화 전략

- 자연, 문화유산, 다양한 지역성 등 풍부한 관광자원을 통해 자국의 관광 잠재력을 최대한 높임

□ 「연구회 멤버」

- 浜野 保樹(동경대대학원 교수, 좌장)
- 北川 直樹(음악산업·문화진흥재단 이사장)
- 剛田 裕介(도에이 대표이사 사장)
- 野間 省伸(코단샤 부사장)
- 和田 洋一(컴퓨터엔터테인먼트협회 회장)
- 高井 英幸(도호 대표이사 사장)
- 角川 歴彦(지적재산전략본부 본부원)
- 布川 郁司(일본동화협회 이사장)
- 依田 巽(일본경단연엔터테인먼트콘텐츠산업부회장)
- 中鈴 良治(디지털콘텐츠협회 회장)

□ 「연구회 개최 일정」

- 제1회 개최 : 2010년 1월 25일
- 제2회 개최 : 2010년 2월 26일
- 제3회 개최 : 2010년 4월 23일

II. 『검토 배경』

□ 「콘텐츠산업의 중요성 : 'Content is King'」

- 서적, 음악, 연극, 영상 등 인생을 풍요롭게 하는 '생활필수품'이자 상품 및 서비스의 가치를 표현하고, 그 부가가치의 대소를 좌우
- 콘텐츠를 통한 그 나라의 이미지 형성을 통해 무역, 관광, 시민 교류, 외교 등을 좌우
- 콘텐츠는 문화면, 경제면에서도 '왕(King)'과 같아서, 각국은 콘텐츠 산업의 강화를 위한 투자를 경쟁적으로 대처하고 있음

□ 「일본 크리에이션(창조력)의 힘」

- 천년을 넘은 크리에이션의 축적이 존재
 - 다채로운 스토리, 캐릭터, 음악 등을 지지하는 역사적 소재가 풍부
- 풍요로운 자연과 다채로운 지방문화, 세계 최고수준의 표현의 자유, 눈을 의심할 정도의 거대한 소비시장의 존재
- 세계 최고수준의 인터넷 환경과 더불어, 초고성능 정보처리 단말기를 상시 휴대하고 도보하는 생활공간(수도권)이 있음

□ 「콘텐츠산업을 둘러싼 환경변화와 과제」

- 크리에이션 강화를 위해, 크리에이션의 원천이 되는 사업담당 인재의 육성에 주력하는 것이 중요
 - 또한 잠재적 이익의 현실화 및 수익력 강화를 위해,
 - 위법 콘텐츠 대책의 추진, 부정유통에 의한 손실이익의 회복
 - 인재육성, 자금조달, 정보수집 등에 의한 해외시장의 획득 추진
 - 국내에서는 제작현장에의 정당한 이익환원과 서적 등 디지털화 대응 등 새로운 비즈니스 창조기반의 정비 필요성
- ⇒ 「위와 같은 대책을 밸런스 있게 동시 추진하는 것이 중요하므로, 향후 10년 이후의 '집중 Action Plan'을 실행하도록 함」

Ⅲ. 『목표로 하고자 하는 미래상』

□ 「2020년의 모습(목표)」

구분		2020년 모습	비고
국내외 매출		합계 20조엔	· 15조엔 → 20조엔
해외	매출	3배 증가	· 0.7조엔 → 2.3조엔
	수출	수출산업 TOP 5위 입성	· 해외매출비율 5% → 12%
고용		5만명 증가	· 1인당 매출 15% 증가 · 고용규모 31만명 → 36만명

□ 「콘텐츠산업 성장 공정표」

구분	2010년 ~	집중 Action Plan
인재 육성	<ul style="list-style-type: none"> · 제작현장을 담당하는 인재의 육성·확보 - 애니메이션, 게임인재의 육성·확보 · 프로듀서 인재의 육성·확보 - 해외유학제도 창설, 프로듀서 커리큘럼 개정 등 · 젊은 인재의 육성(CoFesta 강화) - 젊은 크리에이터 발굴사업, 표창제도의 확충 · 고급 외국인 인재의 유입 확대 - 법무성 입국관리제도(전문인재) 개정예의 대응 	<ul style="list-style-type: none"> · 대학 등에, 고급 애니메이터 육성용 커리큘럼 채택 추진 등으로 제작현장을 담당하는 고급인재 육성 · 프로듀서 커리큘럼의 국내/아시아에서의 보급 및 OJT 기회확대, 국제사업전개 인재의 양적/질적 확보 추진. 또한 지역 콘텐츠인재육성 커리큘럼 보급 추진 · CoFesta를 활용, 차세대담당 크리에이터 발굴 및 해외 유능한 인재유치 환경 정비
해외 시장 획득	<ul style="list-style-type: none"> · 제작활동·유통망의 글로벌화 - 제작 : 국제공동제작, 대규모 CG영상분야 참여 - 유통 : 포탈사이트 구축 검토(애니, 음악) · 해외전개에 필요한 자금 등의 공급 - 콘텐츠 해외전개 펀드창설 · 정부간 대화와 해적판 대책 - 아시아콘텐츠비즈니스서밋 등 활용, ACTA 추진 등 · 국제견본시, 발신력, 정보수집체제의 강화 - CoFesta 계속추진, 집객력 향상 및 해외전개 강화 - 세계적 지원향상 및 분야 횡단적 프로그램 추진 	<ul style="list-style-type: none"> · 영화, 애니메이션에서, 국제공동제작 실적축적 - 각국제도 연구, 세제상 지원방안 검토 · 대규모 CG영상제작 분야 참여 - 이를 통한 해외수익 증대 및 국제사업 담당 인재의 양적/질적 확보 · 애니, 음악의 인터넷 활용 국제사업전개 · 해외 정보수집 추진, 정부간 대화로 산업협력 및 해외시장진출 원활화. 또한 CODA활용 위법콘텐츠대책 추진에 의한 손실이익 회복 및 CoFesta활용 세계적 콘텐츠 견본시로 자리 구축
국내 구조 개혁 등	<ul style="list-style-type: none"> · 국내 구조개혁의 추진 - 액세스 컨트롤 회피규제의 강화 등 - 하청 가이드라인 책정 다원형 권리처리시스템 정비 · 새로운 시장의 개척 - 서적 디지털 화 원활화 를 정비, 규격의 국제화 - 기술전략 Map 책정(3D, 서비스 로봇 등) 	<ul style="list-style-type: none"> · 프로바이더와 권리자가 협동해서, 인터넷상 콘텐츠 침해방지 대책 도모 (프로바이더 책임제한법 검토로 등) · 하청구조 개선, 다원형 권리처리제도로 제작현장의 정당한 가치환원 환경정비 · 영화관 디지털화, 서적 전자서비스 추진 이외 콘텐츠활용 새로운 서비스 진흥도모

IV. 『구체적인 콘텐츠산업 성장시책』

1. 콘텐츠산업을 지원하는 인재육성

- 일본 콘텐츠산업의 주요한 과제가 해외전개인데, 제작현장을 담당하는 인재부터 사업전개를 담당하는 인재까지, 필요한 지식·기능을 습득할 필요가 있음
- 이와 같은 지식·기능은 OJT로부터 습득하는 부분이 많으나, 민간 베이스에서 해외전개가 적극적으로 실행되도록 지원하는 것이 인재의 확보·육성의 기본
이므로 아래와 같이 보완대책을 수립함

□ 시책(1) : 「제작현장을 담당하는 인재의 육성·확보」

구분	시책 주요내용
애니메이션 제작자 육성	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 애니메이션은, 국내외 해외 인기도 높으며, 다양한 영화제에서도 수상 - 그러나 최근 제작공정 일부의 해외 외주 등으로 OJT 기회가 감소 - 한국, 중국 등의 애니메이션 제작역량이 높아지고, 미국 3D애니메이션이 유행하는 상황에서, 일본 애니메이션은 새로운 기술대응 인재육성이 과제 • 이런 상황에서, 애니메이션산업을 세계시장에서 적극적으로 전개하기 위해서는 2D, 3D기술에 정통한 세계에서 통용되는 애니제작자 육성 시급 - 지금부터 대학, 전문학교 등의 교육기관과 애니 제작현장이 연계해서, 인재육성 거점을 정비, 커리큘럼의 책정, 모범강좌 실시 등 추진
게임 제작자 육성·확보	<ul style="list-style-type: none"> • 경제산업성은 게임업계의 우수한 인재확보를 목표로, CEDEC(CESA Developer Conference) 병설 이벤트로서, 게임업계 지망자 대상 업계연구 페어를 2009년부터 개최했으며, 금년도 개최 예정 ※ 컴퓨터엔터테인먼트협회(CESA)주최, 산/학/관 참여 최신기술/비즈니스 정보교환

□ 시책(2) : 「사업전개를 담당하는 인재(프로듀서)의 육성·확보」

구분	시책 주요내용
프로듀서 커리큘럼 개정 등	<ul style="list-style-type: none"> • 경제산업성은 2003년 콘텐츠 프로듀서 기능의 기반강화를 위해, '프로듀서 커리큘럼'을 종합, 금년에는 아시아에서도 통용되도록 개정작업 전개 • (사)지적재산교육협회가 '08년부터 실시하는 '지적재산관리기능검정' 중 특히 전문업무 1급시험에 '콘텐츠 전문업무'가 추가, 금년가을부터 시행 - 콘텐츠 국제전개가 가능한 비즈니스 프로듀서 육성정책의 일환 - 리스크매니지먼트, 계약, 인포메이션, 자금조달 등 전문스킬 습득 유도
해외 사업인재 육성·확보	<ul style="list-style-type: none"> • 국제 공동제작 추진 및 콘텐츠 해외전개지원 펀드 등에 의한 OJT기회 창출 • 해외교육기관을 이용한 인재육성 등 추진
지역/관광 진흥연계 인재 육성·확보	<ul style="list-style-type: none"> • 최근 지역매력 홍보영상 해외발신으로 관광객 및 투자증가가 가능한 상황에서 지역콘텐츠 산업발전과의 선순환 연계가능성이 높아짐 • 이에 따라 금년부터 지역 대학중심으로 지역경제에의 참가, 영상제작과 지역진흥의 연계, 노하우의 커리큘럼화 등을 통해 그 성과를 각 지역 대학에 보급해 나가고 있음

□ 시책(3) : 「CoFesta의 젊은 인재육성 기능 강화」

구분	시책 주요내용
기본 취지	<ul style="list-style-type: none"> · CoFesta(JAPAN국제콘텐츠페스티벌) 견본시를 통한 해외전개는 물론 젊은 제작자 육성기능의 역할도 수행 - 콘텐츠마켓/아시아뮤직마켓에서는, 젊은 크리에이터가 해외바이어에게 자신을 어필하는 기회를 제공
젊은 인재 육성기능 강화방안	<ul style="list-style-type: none"> · 국내외의 Top 크리에이터 등이 책임을 지고 차세대 젊은 인재를 발굴하고, CoFesta에 오는 국내외 일류 바이어 및 프로듀서 등에게 어필하는 사업 ⇒ 「<u>젊은 영상 크리에이터 육성사업</u>」 전개 · 국내외 젊은 영화감독의 등용문의 하나인 '<u>Pia Film Festival</u>'을 CoFesta 주요 이벤트로서 만들어, 해외 영화감독과의 교류를 통해 해외까지 활약할 수 있는 장 확대 · CoFesta의 NHK '<u>일본상</u>' 교육콘텐츠 국제 콩쿠르를 금년부터 인터넷을 이용한 새로운 교육콘텐츠(예 : Interactive한 게임 등) 대상의 <u>경제산업 대신상(Innovative · Media상)</u>을 창설하도록 함

□ 시책(4) : 「고급 외국인재의 유입 확대」

구분	시책 주요내용
기본 취지	<ul style="list-style-type: none"> · 유능한 외국의 고급인재 유입을 통해서, 국내의 제작자가 외국 인재의 노하우 및 다양한 문화, 습관으로부터 나오는 <u>발상을 접할 수 있는 기회</u> 확대 · 이와 같은 조치는 국내기업의 인재유입 니즈에 대응하는 동시에, 국제적으로 통용되는 콘텐츠 제작에의 기여가 기대되는 조치
제4차 출입국 관리기본계획 (법무성) <‘10년 3월>	<ul style="list-style-type: none"> · 국내 사회의 활력을 불러일으키는 외국인의 원만한 유입에 대해, <ul style="list-style-type: none"> - 예술, 스포츠, 기능분야 등은 물론, - 다양한 분야의 전문성, 기술성을 보유하고 있는 외국인에 대해, 적극적으로 지속적인 유입을 추진해 나간다고 명시

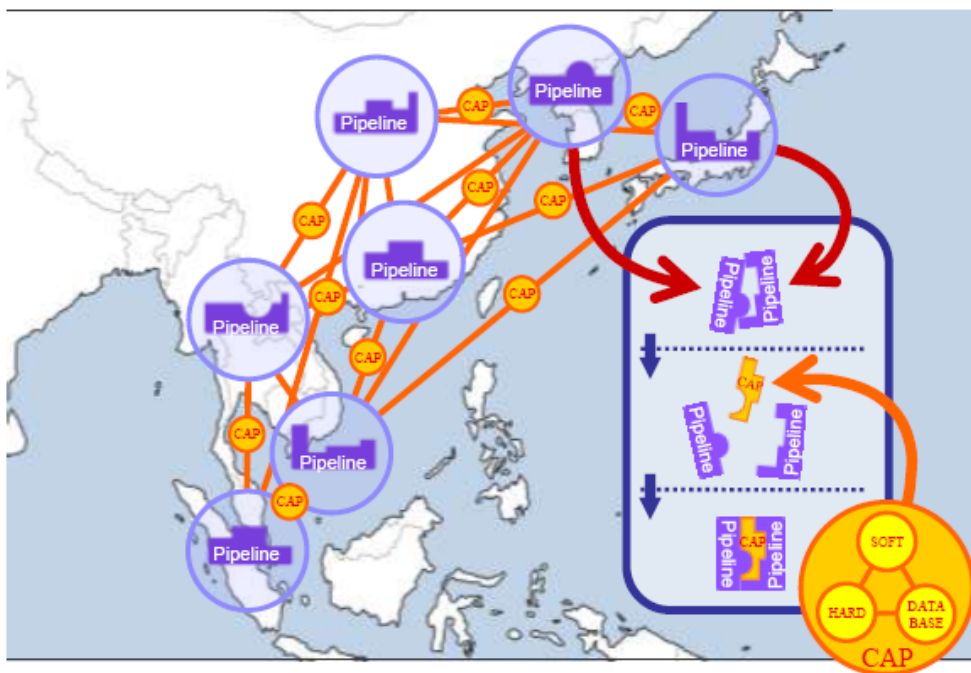
2. 해외시장 획득 : 잠재적 이익의 현실화 및 수익력 강화

□ 시책(1) : 「제작활동의 글로벌화」

구분	시책 주요내용
영화 · 영상 <아시아지역 내 공동제작 및 노하우 공유/축적>	<p>①국제 공동제작의 추진</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국제공동제작은, 해외시장겨냥 대규모 작품의 제작자금 확보, 해외시장의 획득뿐 아니라 <u>제작방법 노하우의 습득/축적</u>을 통해 콘텐츠산업의 <u>글로벌화</u>를 촉진할 가능성이 많음 · 또한 해외시장에서 캐릭터 전개 등 <u>파생적 비즈니스 가능성</u>도 넓어짐 ⇒ 이를 위해 해외 각국의 제도를 참고, 인센티브로서 <u>국내제작비의 일정 비율</u>을 조성하여 <u>세제상의 지원</u>을 하는 방안 검토

구분	시책 주요내용
영화·영상 (계속)	<p>②국제사업 전개를 프로듀스 할 수 있는 인재육성</p> <ul style="list-style-type: none"> · 아시아지역에서의 국제공동제작 추진을 위해서는, 법무·회계·자금조달 등의 글로벌 스탠더드의 지식습득에, 아시아지역의 프로듀서 간 실제 공동제작 경험을 수집/축적할 필요가 있음 · 이를 위해, 우선 미국 등 최첨단 영화·영상제작관련 교육기관에의 유학 지원제도 창설을 통한 글로벌 스탠더드 지식습득 추진 · 두 번째로, 아시아지역에서의 프로듀서 체험 공유 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 아시아공통 텍스트로서 커리큘럼을 아시아관계자 협동에 의해 작성 - 이를 아시아 각 지역 내 주요 교육기관에서 채택하도록 촉진
	<p>③대규모 CG 영상제작에의 진입</p> <ul style="list-style-type: none"> · 대규모 CG영화는, 양호한 흥행수입을 올리는 경우가 많은 분야이지만, 그 제작에는 서버, S/W 및 이에 대한 통합 공정관리를 하는 거대한 S/W(즉 파이프라인)이 필요함 · 대규모 파이프라인 구축에는 수십억엔 투자가 필요하고, 이를 지속는 사업환경이 필요하기 때문에 현재 할리우드가 독주하고 있는 상황 · 따라서 대규모 CG영상제작분야 진입을 위해 금년 3월 홍콩에서 관계국 회의를 통해 제안된 '아시아지역에서의 CG애니메이션 공동제작을 위한 인프라 구축구상(Creative Asian Pipeline구상)' 실현 <ul style="list-style-type: none"> - 즉, 제작회사간 파이프라인 연결을 통해, 필요 관리 및 생산지원 틀 등 공급하게 되면, 낮은 코스트로 제작이 가능하고, 다양한 메리트 발생 기대-

[圖 : Creative Asian Pipeline (CAP) 構想]

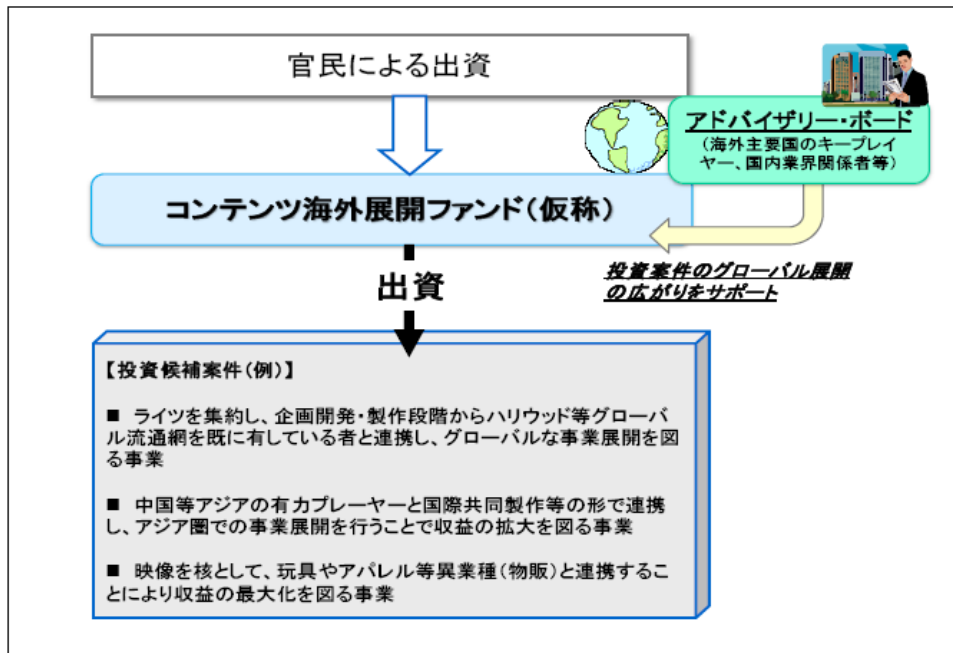


[出典 : 「アジア・コンテンツ・ビジネスサミット香港セミナー」 発表資料より]

□ 시책(2) : 「해외전개에 필요한 자금(펀드)/인재 공급」

구분	시책 주요내용
콘텐츠 해외전개 펀드 창설	<ul style="list-style-type: none"> · 이미 많은 나라가 콘텐츠 제작을 지원하는 기금을 보유하고 있는데, 일본의 경우, 해외전개를 적극적으로 기획하는 기업에 대해 지원하는 <u>절차(틀)의 구축</u>이 시급 · 이를 위해 <u>관민 공동</u>으로, 콘텐츠 업계내외로부터 <u>노하우, 인재</u> 등을 <u>집결</u>하여 해외전개를 시행하는 사업에의 지원을 위한 '<u>콘텐츠 해외전개 펀드(가칭)</u>' 창설 <ul style="list-style-type: none"> - 수익가능성이 큰 <u>잠자고 있는 국내 콘텐츠</u>를 대상, 자금/인재를 공급하고, <u>이업종 연계</u>를 촉진하여 해외에서의 큰 수익을 올리는 <u>혁신사례 창출</u> - 국내콘텐츠 업계관계자의 협력을 얻어, 해외시장에서의 사업전개 <u>원활화·확대</u>의 관점부터, 한국/미국/중국/홍콩 등 <u>주요국 관계자와의 제휴</u> 체제 구축에 의한 수익확대 도모
	<p>[투자 후보사례 (예)]</p> <ul style="list-style-type: none"> · Right를 집약해서, 기획개발·제작단계부터 할리우드 등 <u>글로벌 유통망</u>을 이미 보유하고 있는 기업과 연계, <u>글로벌 한 사업전개</u>를 도모하는 사업 · 중국 등 <u>아시아 유력 Player</u>와 국제 공동제작 등의 형태로 연계해서, 아시아권에서의 사업전개를 행함으로써 수익확대를 도모하는 사업 · <u>영상을 중심으로</u>, 완구 등 <u>이업종(물건판매)과의 제휴</u>함으로써 보다 수익을 최대화하는 사업

[圖 : 콘텐츠海外展開ファンド(イメージ)]



□ 시책(3) : 「글로벌 유통망 확보」

구분	시책 주요내용
애니메이션 /만화	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 글로벌 서비스 포털사이트 구축 · 동화투고 사이트에 세계로부터의 유저 액세스가 가능하도록 만든다면, 전 세계 티켓의 인터넷서비스에 의한 유통망 확보의 유효한 수단이 될 것임 ※ 또한 인터넷서비스는, 해적판 및 위법서비스, 법적규제 등에 의한 해외전개 지체요인을 타파하는 수단으로서도 기대됨 · 민간사이트에서는, 애니메이션 권리자 합동으로 글로벌서비스 포털 사이트의 구축 등의 구상이 진행되고 있는데, 정부로서는 민간사이트의 니즈에 대해 상기와 같은 지원 검토
음악	<ul style="list-style-type: none"> ☞ SYNC MUSIC JAPAN · 금년 3월, (사)일본음악사업자협회, (사)음악출판협회, (사)법인음악제작자 연맹에 의해 구성된 '음악단체협의회'가, 국내 아티스트 정보의 세계발신을 위한 전용 홈페이지 (SYNC MUSIC JAPAN)의 시험운용 개시를 통해 자국 아티스트의 해외진출을 지원하기 위함

□ 시책(4) : 「해외 정보수집 체제 강화 : 해외거점 정비」

구분	시책 주요내용
기본 취지	<ul style="list-style-type: none"> · 해외시장 개척을 위해 각국의 최신동향, 정보는 불가결하며, 특히 중국을 비롯한 아시아 각국, 신흥국에 대한 정보 수집은 필수 - 각국 정부의 규제동향, 고객 티켓, 마켓 Player, 시장 등
거점 정비	<ul style="list-style-type: none"> · 이와 같은 정보 수집을 위해 해외 정보수집 거점 정비함은 물론, · 국내 및 현지 콘텐츠 사업정보에 정통한 자(변호사, 회계사 등의 어드바이스팀)를 활용하여, 국내외 관계기관 등과의 제휴 등을 통한 지원 · 최초년도인 금년에는 연내 중국 등에 거점을 정비하여 준비 진행

□ 시책(5) : 「정부간 대화에 따른 아시아시장 활성화」

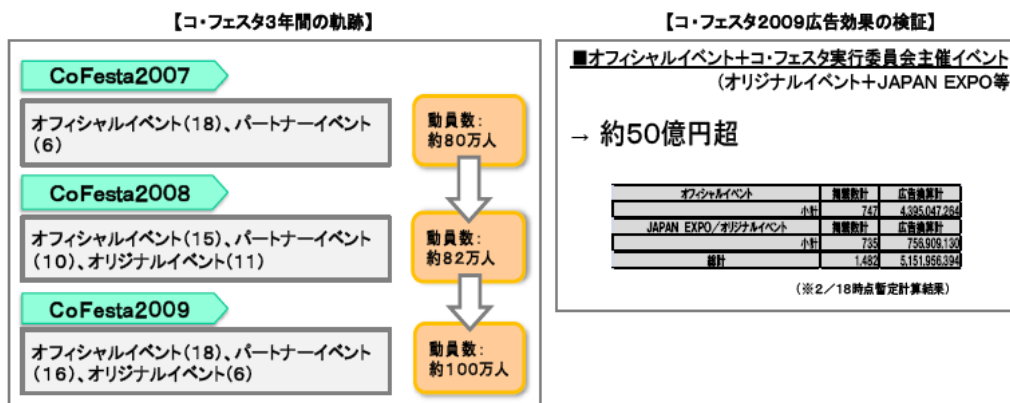
구분	시책 주요내용
아시아 각국 기초통계 정비	<ul style="list-style-type: none"> ☞ '한중일 문화콘텐츠산업포럼' 활용 · 금년 상기 포럼의 결과로, 3개국 공동조사·공동프로젝트 실시를 위한 Task Force 설치 (※ 진행결과는 아시아콘텐츠비즈니스서밋 연계관리) - 산업계 니즈조사 및 협력을 통한 각국 시장데이터 공동조사 및 상호 공유 · 또한 3개국 협력 가능한 공동프로젝트도 향후 검토해서 진행할 예정
아시아 지역 내 공동 Project 계기 부여	<ul style="list-style-type: none"> · 아시아의 다양성 중에서 공통적인 부분을 발견, 'Made-In-Asia'라는 새로운 매력을 창출하기 위해 '09년부터 'Asia Content Biz Summit' 개최 · 동 회합은 산업계 교류·비즈니스 창출의 장으로서, 아시아 각국의 선도적 사례를 공유하고 더 나아가 비즈니스 창출을 목적으로 추진 · 일부 아시아 국가에서는, 해외콘텐츠에 대한 진입규제가 존재하는바, 일본콘텐츠의 해외전개 강화를 위해 이와 같은 규제에의 대응 필요 - 국가간 협정 등이 아닌 공동제작 프로젝트, 시장진입 돌파구가 되는 성공사례 등의 축적을 통해 추진

□ 시책(6) : 「위법 콘텐츠 대책 추진 : CODA 활용」

구분	시책 주요내용
기본 취지	<ul style="list-style-type: none"> · 국경을 초월한 위법 콘텐츠 문제는, 특히 일본 콘텐츠사업자입장에서 상당히 큰 손실요인이 되기 때문에 전략적 대응이 필요 · 현재 지적재산권 집행에 대한 높은 레벨의 규율형성을 목표로 교섭중인 '모방품·해적판확산방지조약(ACTA)'은 금년 중 타결 목표
CODA의 활용	<ul style="list-style-type: none"> · 콘텐츠해외유통촉진기구(CODA)를 통한 권리집행의 경우 <ul style="list-style-type: none"> - 패키지상품 침해에 대해서는 CJ마크를 활용한 상표권·저작권 권리집행 - 작년부터는 인터넷상 위법콘텐츠 삭제요청에 의한 실증실험을 중국 동화 공유사이트 등에 대해서 개시 - 금년에는 실효성 확보를 위해, 일중저작권 협의 및 중국당국, 동화공유 사이트 관계자와의 세미나 개최 등으로 확대 노력

□ 시책(7) : 「해외 전개 발판 확보 : CoFesta 발신」

구분	시책 주요내용
CoFesta의 의미	<ul style="list-style-type: none"> · 과거 3년간 개최를 통해, 일본콘텐츠 발신의 장(내장자 100만명 초과, 광고효과 50억엔), 해외전개 전개의 발판(TIFFCOM2009의 상담건수 2,871건), 업계 횡단적인 네트워크 형성의 장으로서 일정성과 창출
CoFesta가 국제견본시로서 기능 강화 방안	<p>①지속적인 개최</p> <ul style="list-style-type: none"> · 글로벌 집객력을 가진 해외 유명 견본시와 같이, 지속적인 개최를 통해 고객의 신뢰획득 및 지명도 향상 도모 <p>②국제견본시 이벤트의 통합화·집약화를 통한 해외 바이어 등 집객 강화</p> <ul style="list-style-type: none"> · 콘텐츠마켓, 라이선싱아시아 행사 통합, 동경애니메이션페어와 TIFFCOM간 마케팅 상호연동 등 대외 청구력 강화 · 금년부터 집객력 향상을 위해 전체운영을 담당하는 '프로듀서팀' 설치 <p>③해외전개의 강화(특히 프랑스의 Japan EXPO)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 현지에서의 정보수집 및 비즈니스 기능 정비 · 타 관련 산업과의 일체적 전개(패션, 디자인, 음식 등) <p>④세계에서 개최되는 CoFesta</p> <ul style="list-style-type: none"> · 파리 패션쇼와 같이, 세계 바이어 및 디자이너가 주목하는 마켓이 되기 위해 단순히 일본콘텐츠의 발신뿐 아니라 세계 유명 콘텐츠의 일본으로부터의 발신 추진 - TIFFCOM, DC EXPO 등 견본시에 해외 각국 우수한 작품 모집/발신



3. 일본 구조개혁과 새로운 시장개척

□ 시책(1) : 「인터넷상 부정유통 대책 강화」

구분	시책 주요내용
기본 취지	<ul style="list-style-type: none"> · 인터넷상 유저 편리성을 고려, 기기전송, 백업 등을 유연하게 하여 카피 컨트롤 이외에 기기인증 등의 액세스·컨트롤에 의한 콘텐츠 보호방식 증가 · 한편, 게임, DVD의 액세스 컨트롤을 부정하게 회피하는 행위가 다발, 제품개발, 연구개발이 위축되지 않는 적절한 제외규정을 정비하는 한편, 형사처벌 강화 등의 제도적 규제강화도 도입 목표
공유사이트상 대책	<ul style="list-style-type: none"> · 동화 및 파일공유사이트 등을 통한 저작권침해를 개선하기 위해, 프로바이더와 관리자가 협력하여, 인터넷상 침해콘텐츠에 대한 새로운 대책 마련 - 경고메일 전송, 전송 및 기술수단을 활용한 검열 등 · 또한 현행 프로바이더 책임제한법의 검증을 통해, 실효성 담보제도로 개선

□ 시책(2) : 「제작현장에 대한 정당한 대가환원의 거래환경 정비」

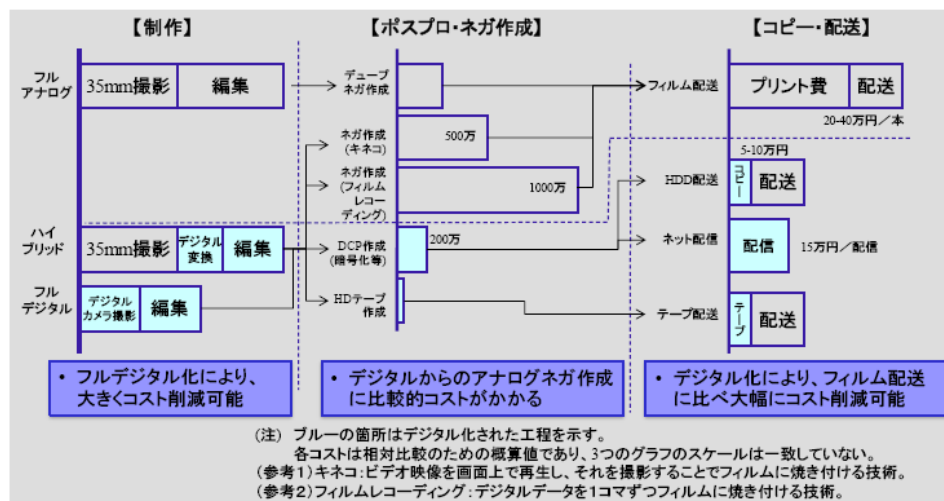
구분	시책 주요내용
하청구조의 개선	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 하청 가이드라인 정비 · 2004년 4월 제정된 하청대금지불지연방지법(이하 '하청법')이 개정되어, 종래의 '제조위탁'과 '수리위탁'에, 새롭게 '정보성과물작성위탁'과 '역무제공위탁'이 하청법의 대상거래로 추가됨 · 2008년 6월, 광고업(아트·콘텐츠)에서의 하청가이드라인 설정, 2010년 2월에는 총무성에서 방송업 하청가이드라인이 책정되었으며, 현재, 애니메이션 및 인쇄분야 가이드라인 책정이 검토 진행 중
콘텐츠 거래의 원활화	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 제작자의 실력에 대한 권리처리 시스템 정비 · 인터넷상 콘텐츠 유통확대를 위해서는, 권리처리 거래코스트 저하가 필요하며, 이를 위해 권리처리 원활화를 위한 시스템 구축 불가결 · 이때 권리자 시각에서 그 실력에 따른 대가환원 가능 권리처리시스템 확립 필요 · 이를 위해, 디지털콘텐츠의 권리자 및 콘텐츠 홀더 자신들이 승낙, 이용제어, 가격설정을 행한 '다원형 권리처리시스템'을 IT기술을 이용한 계약·거래코스트의 인하의 시점으로 복수 검토해서, 시스템의 기본설계 및 실증사업 전개

□ 시책(3) : 「영화관의 디지털화」

구분	시책 주요내용
디지털화의 의미	<ul style="list-style-type: none"> · 제작~배급 각 단계에서의 코스트 대폭 삭감이 가능하며, 디지털시네마는 고화질, 고음질 및 3D화에 의한 고부가가치화 이외 Other Digital Stuff(ODS) : 영화이외 디지털콘텐츠, 영화관에서의 콘서트, 스포츠 중계 등)를 통한 새로운 흥행수입 가능성 개척 · 특히, 디지털화된 지역 영화관은, 세계 다양한 콘텐츠를 접촉, 사람들이 모여서 오락을 즐기는 거점이 되기도 함

구분	시책 주요내용
디지털화 각국 동향	<ul style="list-style-type: none"> · 세계적으로는 디지털 3D작품의 성공을 계기로 영화관에의 디지털 영사기 도입이 급속히 추진되고 있음 · 아시아지역에서는, 중국정부가 도시부에서 10,000스크린의 디지털화를 목표로 디지털시네마 도입지원책 구상 · 한국의 경우, 민간회사에 의한 도입촉진 구조로 보다 급속하게 영화관의 디지털화가 진행되고 있음
일본 동향 및 정책	<ul style="list-style-type: none"> · 일본의 경우, 2009년말 현재 440스크린의 디지털화, 이중 351스크린이 3D대응이 가능하며, 향후 민간베이스에서의 도입촉진 구조로 진행 · 경제산업성에서는 작년도 상점가의 활성화 목적으로, 중소영화관의 디지털화를 실행하였으며, 지속적으로 영화관의 디지털화 추진

参考 8 : 映画館デジタル化による製作・流通過程のコスト構造変化



[出典:「映画産業のビジネスモデル研究会報告書」(平成20年度経済産業省委託事業)]

□ 시책(4) : 「서적 등 전자 서비스」

구분	시책 주요내용
디지털화 · 전자서비스 대응	<ul style="list-style-type: none"> · iPad 등 전자서적단말의 급속한 보급은, 서적 등의 전자화 흐름을 가속화 · 이미 출판업계가 만화 등의 휴대전화 서비스 등 디지털화에의 대응에 적극적인데, 향후 독서전용 단말의 국내 판매와 더불어 활자, 잡지분야의 디지털화도 진행될 예정 · 결과적으로 '지식의 확대재생산', '지식의 액세스'가 확대되어 국민편익을 향상시킬 것으로 기대
주요 대책	<ul style="list-style-type: none"> · 이를 위해, 현재 총무성, 문부과학성 및 경제산업성 부대신, 정무관 주도로, 작가, 출판업자, 인쇄회사, 서점, 단말메이커, 통신사업자, 국립도서관 등 다양한 관계자로 구성된 '디지털·네트워크회사에 의한 출판물 이용추진에 관한 간담회'를 개최, 6월중 기본적인 추진방안을 마련할 예정

□ 시책(5) : 「콘텐츠를 활용한 새로운 비즈니스 창조기반 정비」

구분	시책 주요내용
3D영상콘텐츠 공급 확대	<ul style="list-style-type: none"> · 2010년은 '3D원년'으로, 특히 방송서비스용 3D콘텐츠가 세계적으로 부족한 상태에서 3D영상 관련산업 전체의 발전에 매력적인 3D 영상콘텐츠의 충실화는 필수불가결 · 향후 3D영상 콘텐츠 공급확대를 위한 조치는 다음과 같음 <ul style="list-style-type: none"> a) 매력적인 3D영상 제작기술·기법의 개발 b) 제작 Work Flow "개선" 연구 c) 3D영상의 생체 안정성 가이드라인의 정밀화 d) 3D에 의한 새로운 영상표현의 실험 e) 3D애니메이션 제작자 육성
기술전략 Map 개정 (*)	<ul style="list-style-type: none"> · 콘텐츠 창조와 기술진보와의 사이에는, 다양한 상호관계 존재 <ul style="list-style-type: none"> - 기술진보가 크리에이션의 새로운 표현수법을 제작자에 제공하여 표현의 폭 확대 - 반대로 크리에이션의 표현욕구 자체가 기술진보를 재촉할 가능성도 있음 · 금년도는 콘텐츠를 활용한 새로운 미디어창출을 촉진하기 위해 기술개발 및 표준화 지원, 제도정비 등을 추진하기 위해 장기전략 구축 <ul style="list-style-type: none"> - 3D, Location Based Service(위치정보연동서비스), 서비스 로봇 등에 대해 과제를 추출하면서 넓게 보급 공표

※참고 : 「기술전략 Map」 주요 내용

A. < 개요 및 경과 >

- 경제산업성은 2008년 4월 NEDO(신에너지·산업기술종합개발기구) 등의 협력 하에 "기술전략 MAP 2008"을 발표, 총 29개의 기술 분야로 확대 분류
 - 최신 기술동향 및 시장동향, 연구개발 성과, 모든 기술 분야에 관한 재검토 및 확충, 신규로 지속가능한 개발 분야, 서비스 공학 분야, 콘텐츠분야 등이 추가
- 기술전략 MAP의 의미와 목적
 - 신산업을 창조하기 위해 필요한 기술목표, 제품·서비스·콘텐츠의 수요를 창조하기 위한 방책을 보여주는 지표
 - 폭넓게 산/학/관에 제공해서, 비전과 기술적 과제를 공유, 이분야·이업종과의 제휴, 기술적 융합의 촉진에 기여하는 목적

B. < 전반적인 특징 >

- "기술전략 Map 2008~콘텐츠 분야"의 전체 구성
 - 1. 도입 시나리오 2. 기술 Map 3. 기술 로드맵 4. 종언
 - 로드맵 참고자료로는 현재, 2010~2025년까지를 5년 단위로 분석, 콘텐츠 기술의 방향성 제시

○ **내용관점 주요 특징**

- 기존 콘텐츠 정의에 얽매이지 않고, 콘텐츠를 “인간감성에 작용하는 것”으로 확대 파악하여, 안심, 안전, 쾌적한 생활을 실현하기 위한 기술로 이해
- **유저 중심주의 관점**으로, 콘텐츠를 실제 활용하는 생활공간 및 생활 모습을 상상한 상태에서, 이를 실현하기 위해 필요한 시스템, 기술을 추출(즉, **Seeds-Put형 분석**)

C. < 중요기술의 4가지 지표 >

① **Creativity(창조력)**

- 크리에이터의 창조력을 서포트하고 높이는 기술, 우수한 문화, 예술의 탄생 및 표현기술
- 가시화, Visualization 기술, 콘텐츠의 질을 평가하는 기술

② **User · Communication**

- 콘텐츠의 기능성 · 이용편리성 향상기술, 이해하기/알기 쉽고, 지식의 격차를 해소하는 기술

③ **기술 우위도 · 장래성**

- 국제적인 우위성 보유기술, 선진성, 진보성이 있고, 장래성이 높은 기술

④ **시장 Impact**

- 시장의 창출, 확대 가능성이 있는 기술, 다분야 파급효과가 큰 기술, 산업계 공통 Core 기술
- 콘텐츠 유통제고를 위한 표준 인터페이스 기술 · 플랫폼 기술 등

D. < 콘텐츠 기술 로드맵 >

실현해야 하는 콘텐츠/시스템	요소기술	중요기술의 평가				현재	2010년
		창조력	커뮤니케이션	기술	시장		
개별 기술 고령자들이 장벽을 느끼지 않고 즐거워 생활 기분을 느끼게 하는 주의환기 시스템, 장수지원 시스템	조로기술 (加齡工學)	◎				고령자의 신체/감각 데이터등 제기능의 계측 데이터를 수집	조로테크노로직 정보기술을 융합하여 e-Care 시스템 구축
	기분밝게/기력 높게 만드는 기술	◎				‘눈으로보고 안다’ ‘귀로 듣고 안다’ 등 디지털콘텐츠가, 감정과신체에 미치는 영향에 관한 연구 진행	콘텐츠가 감성, 감정에 미치는 특성이 데이터화되어, 콘텐츠와의 감성특성이 사용베이스로 현재정도를 판단 가능
	Sensibility 기술	◎	○			인간감정을 희/노/애/락/평상/흥분의 6개로 분류인식. 음성인식, 전화용대 피향환을 파악하여 감정추출	인간의 소리와 얼굴 표정을 크게 읽어내, 반응하는 로봇, 어시트스를 개발
	색채기술	◎				색채에 대응하는 인간의 심리특성에 기반, 색채환경의 쾌적도 계측기 개발	색채에 연계된 심리적, 생리적, 물리적 성질과 특징이 데이터화되어 생활환경을 쾌적하고 능률적으로 하는 배색 추천
	고차원 음향시스템	◎		○	○	디지털방송 및 차세대 디스크미디어의 보급등에 맞춰, 5.1채널 음향 등의 2차원음향 보급 촉진	2.2, 2채널을 대표하는 3차원 음향시스템의 연구가 촉진, 보다 현장감있는 음향재생 가능
	Hyper Sonic	◎		○	○	가시청상한을 넘어 초고주파를 풍부하게 포함한 고복합성의 소리가 인간의 뇌네트를 활성화시키고 심신기능을 높이는 현상	뇌를 활성화하는 Hyper-Sonic사운드콘텐츠의 표준화 등 기록, 편집, 미디어제작, 재생 등 기반기술의 확립

V. 『참고 자료』

□ 「국제적으로 활약하는 아시아 감독·프로듀서」

1. < 존 우 (중국, 감독) >

- '여자태권 군영회'('73)로 데뷔. 그 영상미는 '홍콩 르느와르'라고 불림
- '93년 할리우드 데뷔. 2000년에는 톰 크루즈의 인기 시리즈 '미션 임파서블 2' 감독
※전 세계 총 5억 5,500만달러 흥행수입 기록
- '08년 아시아권에서의 대작 '적벽대전'(제작 : 중국, 홍콩, 일본, 한국, 대만) 감독
※일본에서는 적벽대전-Part1 50.5억엔, Part2 55.5억엔 흥행수입 기록

2. < 진가신 (홍콩, 감독) >

- 19세 LA로 유학, 홍콩에서 '금지옥엽'(94) 등 제작
- '97년 할리우드로 이동, '러브레터'('99, 드림웍스)로, 할리우드 데뷔
- 2000년 이후에는, 다국적 합작작품 다수 제작
- 현재 중국에 거점을 두고, 신영화제작회사를 설립하는 등 아시아지역내 적극 활

3. < 이 안 (대만, 감독) >

- 대만 국립예술학교 졸업. 미국으로 건너가, 일리노이드대, 뉴욕대에서 영화제작 공부
- '결혼피로연'('93)과 '센스, 센서빌리티'('95)로 베르린영화제 금곰상 수상
- '와호장룡'('00)으로 아카데미상 외국어영화상 수상

4. < 빌 콩 (홍콩, 프로듀서) >

- 홍콩을 거점으로 활동하는 아시아 대표 프로듀서
- 미국 아카데미상 4개 부문에 빛나는 '와호장룡'('00)을 비롯하여, 'HERO'('02), 'LOVERS'('04), '색, 계'('07) 등 다수의 히트작 프로듀스

□ 「각국 · 지역의 콘텐츠 정책」

1. < 한국 : 한류 붐에 의한 한국제품 경쟁력 강화, 콘텐츠산업 집중 육성 >

- '문화대통령 선언(1998)' 중에, '2007년까지 세계 5대 콘텐츠강국'을 목표로 제시
- 콘텐츠 진흥펀드 설립(약 500억엔) 이후 연 9% 성장 실현
- 2014년까지 콘텐츠산업에 관민 6조 5,000억원 투자 예정
- 2013년까지 콘텐츠산업 해외전개를 위해 2,000억원 규모의 관민펀드 설립예정

2. < 중국 : 문화산업진흥계획 하에, 중국문화산업투자기금설립, 지원 실시 >

- 중국정부는, 문화산업진흥계획 발표(2009년 9월)
 - 지역 · 업종을 초월한 경영실시에 의한 강력한 시장경쟁력을 지닌 1,300억엔의 초대형 기업 형성 발표
- '중국문화산업투자기금'을 설립 예정(총 규모 약 1,300억엔 규모)
 - 주식투자 등의 형식으로 국내 문화산업 기업지원 실행

3. < 영국 : Cool Britannica하에, 창조산업육성에 주력, 금융기능 강화 >

- 'Cool Britannica'라는 슬로건을 내걸고(1998년), 창조산업육성을 적극 전개
- '2001년에는, 디지털콘텐츠를 GDP대비 10%산업으로 하는 목표 제시
 - 예를 들면, 디자인산업 약 2.7조엔, 고용자수 18만명 달성 등

4. < 프랑스 : 전통적으로 강한 문화산업정책을 'Digital France'로 보다 강화 >

- 연간 약 50억엔의 특별재원을 기반으로, 콘텐츠 개발, 인재육성 등 지원
- 'Digital France2012'(2008년 10월) 공표
 - 창조산업육성 및 신기술에 의한 콘텐츠 제작에의 지원 등 강화

5. < 독일 : 운택한 필름인센티브에 의한 해외 영화제작자 유치 >

- 연방정부와 각 지역을 포함, 연간 총액 3억 6,000만달러의 필름 · 인센티브 제공
- 독일에서 촬영된 국제 공동제작 작품에, 최대 20% 세액공제를 인정하는 연방영화 펀드(DFFF, 연 8,000만달러) 보유

6. < 홍콩 : 홍콩 영화발전국 하에, '영화발전기금'을 활용, 영화제작비 지원 >

- 홍콩영화산업의 발전을 목표로, 홍콩 영화발전국이라는 정부기관 설립(2007년 4월)
- 홍콩영화산업의 진흥에 기여하는 프로젝트, 각종 활동에 투자제공 목적의 '영화발전기금' 설립
 - 2007년 7월, 홍콩특별행정구정부는 3억 홍콩달러(약 42억엔) 자금 투입