

2003년 국내 문화콘텐츠산업 주요 트렌드

- 문화콘텐츠산업에 영향을 미치는 요인들 중 2003년 특히 큰 영향을 미칠 변화를 중심으로 선정
 - 문화콘텐츠산업에 영향을 미치는 요인들 중에서 제도적 측면 기술적 측면 업계 동향, 소비환경 측면 및 거시적인 경제의 변화 등을 종합하여 주요 트렌드 선정
 - IT산업의 기술은 빠른 속도로 변화하는 반면 대내외적인 시장여건은 상대적으로 좋지 않을 것으로 전망되고 있어 업체의 수익성 확보를 위한 노력이 확대될 전망

트렌드 1. 동북아 및 해외진출 확대

□ 동북아지역 부상

- 최근 동북아지역은 중국의 WTO 가입을 계기로 그 위상이 제고되고 있는 가운데 세계 3대교역권(EU, NAFTA, 동북아)의 하나로 비중이 계속 확대
 - 한국 전체수출입에서 차지하는 아시아지역 비중 47.4%로 전년대비 2%p 상승
- 중국 문화콘텐츠산업 연평균 83% 성장 일본 문화콘텐츠 생산 강국으로서의 위상 유지 전망에 따라, 한국, 중국, 일본을 축으로 하는 동북아지역이 문화콘텐츠산업의 중심권으로 부상
- 현재 음악, 만화산업, 캐릭터산업의 해외진출은 주로 아시아 시장에 국한되어 있으며, 온라인게임과 모바일게임은 일본과 중국, 대만 지역을 중심으로 수출

□ 중국 인프라 확산으로 콘텐츠 수요증대

- 중국문화산업 시장규모 2001년 현재 2,581억위엔(한화 약 38조원)으로 GDP의 2.7%, 북경, 상해, 광주 등 대도시는 GDP의 5% 규모
 - 문화산업 관련기구는 5만여개, 종사자수는 130여만명
- 인프라의 확산 등으로 중국문화산업 환경여건 호전되어 2005년 시장규모 5,500억위엔(한화 약 83조원) 전망
 - 2003년 네티즌은 2002년보다 46% 증가한 8,630만명이 예상되며, 온라인 게임시장은 2006년 83.4억위엔 전망
- 중국은 한국문화에 대해 상대적으로 호의를 가지고 있으며, 경쟁력 있는 시장으로 한국문화콘텐츠 수요 증가
 - 한류로 대표되는 드라마, 대중음악에 이어 온라인게임 및 모바일콘텐츠 수요 증가
 - 마시마로, 뿌까 등 한국캐릭터, '엽기적인 그녀' 등 영화 및 애니메이션 만화에 대한 관심 증대

□ 문화콘텐츠 중국시장 진출 확대

- 2003년도에는 음반, 만화, 캐릭터, 애니메이션, 모바일 등 분야에서 중국시장 진출이 활발해 질 전망
 - 2003년부터 컬러휴대폰 확산과 함께 고급서비스가 가능하므로 무선 인터넷업체의 중국사업도 강화될 전망

- 선우엔터테인먼트 중국 상해필름공사와 '스페이스 힙합덕'을 공동제작 계약 후, 아툰즈, 카르마엔터테인먼트, 씬엔터테인먼트 등 국내 애니메이션 업체 중국진출 가속

□ 게임 중심 한류 지속

- 2002년 중국 온라인게임시장에서 한국산 게임이 차지하는 비율이 80%에 이를 정도로 드라마, 가요, 캐릭터 등에 이어 게임에 의한 한류 지속
 - 2002. 7월말 현재 온라인게임 상위 10위안에 미르의 전설2, 천년, 드로이만, 드래곤라자, 천상비, 레드문, 헬브레스 등 7개 진입하여 시장점유율 78% 차지
 - 2003년도에는 미르의 전설2, 프리스톤테일, 천년, 뮤, 드로이만, 레드문, 라그나로크 등이 10위권에 진입할 예정이며 시장점유율도 확대 될 전망으로 중국에서의 국산 온라인게임 열풍 지속될 전망
- 2003년 2월부터 중국업체와 합작조건으로 게임시장을 개방하며, 7월 중국 정부가 처음으로 개최하는 국제게임전시회에 국내 20여개 업체가 참여할 예정
- 2003년도에는 게임의 유료화 확대 전망
 - 위지소프트 "포가트사기2온라인" 유료화 35만달러계약금에 매출액 25% 로열티조건으로 수출 (2002.6)
 - 위즈게이트의 "네오다크세이버" 2003년 2월 현지서비스 시작 및 계약금 25만달러 매출의 26% 로열티
- 2003년 3월 전면시행 하게 될 온라인 등급제도는 국내게임 업체에 적지

않은 타격을 줄 전망

□ 내수부진을 수출로 타개하려는 움직임 지속

- 내수부진에 따라 2002년의 애니메이션, 캐릭터 등의 산업 수출로 타개하려는 움직임 2003년에도 지속될 전망
- 캐릭터 업체는 내수시장 침체로 해외시장 진출을 본격화하기 위해 해외사업 비중 증가
 - 씨엘코엔터테인먼트(중국), 김스라이센싱(북미, 유럽), 부즈엔터테인먼트(일본), 위즈엔터테인먼트 등
- 해외시장 진출 노력은 수출을 위한 노력 뿐 아니라 제작 및 유통에서도 해외시장을 겨냥

트렌드 2. 원소스멀티유즈 확산 및 극장용 창작애니메이션 제작 확대

- 원소스멀티유즈가 특징인 문화콘텐츠산업이 다양한 콘텐츠 구현 인프라 확산으로 더욱 심화될 전망
- 콘텐츠 기획 및 제작과정에서 콘텐츠장르간 수평적연계, 정보의 공유, 사용료, 권리관계 등에 대한 계약 환경 조성으로 원소스멀티유즈가 확대될 전망
 - 업계의 사업다각화 과정에서 원소스멀티유즈 필요성 및 각 장르간 만남의 필요성에 대한 인식이 증대
 - 각 영역간의 경계가 약해지고, 상호 연계 수요가 급증하는 추세
 - 포럼, 전시회 등을 통하여 장르간, 수평적 수직적 만남이 활성화될 전망

- 최근 저작권 관련하여 수익분배, 명확한 권리관계 정립 등 계약 환경조성

□ 애니메이션원작 멀티유즈 확산

- 본격적 모바일서비스시대 도래로 원소스멀티유즈의 활용으로 저비용 고수익 실현 가능성이 증대됨에 따라 기획 및 분야별 연계사업 증대

- 원소스멀티유즈가 특징인 문화콘텐츠산업이 다양한 콘텐츠 구현 인프라 확산으로 더욱 심화될 전망

예) 애니메이션: TV 방영 후 주인공, 등장인물 활용한 게임, 캐릭터, 카드사업, 주제가- 음반산업, 스토리- 출판사업 등으로 연계

- 김스애니컴의 지상파 3D애니메이션 “로봇축구” 원작으로 PC게임 및 모바일게임 진출, TV애니메이션 “용도리패밀리” 라이브스크린제공 등
- 텃하우스는 아케이드 게임업체인 이오리스와 공동으로 히든캐치, 건슈팅 등 2~3종의 게임기 개발하여 개봉 예정인 극장용 애니메이션 ‘원더풀데이즈’의 개봉에 맞춰 시판 예정

□ 게임원작 원소스멀티유즈 확산

- 인기 게임을 원작으로 캐릭터상품이나 애니메이션으로 제작하는 ‘원소스멀티유즈’ 바람

- 온라인게임업체 넥슨과 CCR이 자사의 인기 게임을 애니메이션으로 제작, 액토즈소프트는 최근 게임속 캐릭터를 보석으로 제작 및 게임 OST 음반 출시, 게임 원작으로 한 소설과 누드집 3월 출간 예정

- 게임의 인기에 편승해 부가가치를 최대화하려는 전략으로 부가상품을

통해 게임의 인지도 높이는 마케팅 수단으로도 활용

- 특히 캐릭터 상품의 경우 일단 인기를 얻으면 폭발적인 수요로 게임 못지 않은 매출 기대

- 지난 2001년 TV애니메이션 '탑블레이드'가 장난감이나 캐릭터 상품으로 시판돼 1000억여원에 달하는 부가가치 창출을 창출하고, 게임도 히트 한 대표적 사례
- 온라인게임 '비엔비'를 TV애니메이션으로 제작, 비엔비 캐릭터 삽입한 필통, 공책 등 시판 예정
- 인기 온라인게임 '포트리스'를 서비스중인 CCR은 일본 반다이와 공동으로 제작중인 애니메이션 포트리스를 오는 4~5월께 TV 방영 계획, 방영에 맞춰 봉제인형, 팬시상품 등 캐릭터사업을 대폭 강화 예정

□ 만화원작 멀티유즈 사례 증가

- 현재 만화원작이 영화, 애니메이션, 드라마, 뮤지컬, 게임, 광고 분야에 다양하게 활용되고 있으며, 특히 1990년대 후반부터 '리니지', '바람의 나라', '레드문', '라그나로크' 등 만화원작을 배경으로 한 온라인게임 개발이 활발하게 이루어지고 있음
- 리니지 게임을 개발한 엔씨소프트의 경우 매출 1,000억원 대 이상의 대기업으로 성장
- 문화콘텐츠산업의 원작으로서 만화의 중요성이 부각되면서 만화원작을 중심으로 한 다양한 멀티유즈 사례가 증가할 전망

□ 극장용 애니메이션 수출 원년 기대

- 2003년 스타프로젝트 원더플데이즈 및 오디션 등 2편을 포함한 국산 창작애니메이션 7편 개봉예정
 - 원더플데이즈, 오세암 (4월), 스쿼시, 엘리시움, 오디션, 헤머보이망치 (6~8월), 아크 (연내)
- OEM시장 축소로 애니메이션 창작활동 지속적 증가 전망이며, 극장용 애니메이션 성공여부에 따라 문화콘텐츠산업에 큰 영향을 미칠 전망
 - 극장용 창작애니메이션의 성공여부는 애니메이션 산업뿐 아니라 관 산업 및 자금시장에도 큰 영향 미칠 전망
- 성공사례가 부족한 문화콘텐츠산업에 특히 2003년 개봉되는 극장용 애니메이션 첫작품이 성공할 경우 산업전체에 큰 활력 줄 것임

트렌드 3. 디지털융합에 따른 디지털콘텐츠수요 급증

□ 방송과 통신의 융합

- 방송과 통신 융합에 따른 디지털콘텐츠의 유형은 멀티미디어형태의 전문정보, 일반정보, 디지털출판, 디지털게임, 디지털영상, 교육용 콘텐츠, e뮤직, 원격서비스, 메일링서비스, 모바일콘텐츠 등 다양화
- 방송과 통신의 융합, 네트워크의 광대역화와 양방향화 진전등으로 콘텐츠 수요 대폭 확대 및 접근성 증대
- 콘텐츠 유통플랫폼이 다양화되면서 디지털 콘텐츠의 품질이 사업자의 생존여부 결정하는 등 방송환경도 디지털콘텐츠 중심으로 급속히 변화

□ 디지털방송 본격화

- 지상파 방송 HDTV 의무 방송시간 확대 및 케이블 방송의 디지털 방송 서비스 연내 실시 예정 등으로 콘텐츠 수요 증가 전망
 - 지상파방송의 HDTV의무 방송시간 주 10간에서 주 15시간으로 확대
 - 스카이라이프 2003년 상반기 중 양방향 TV서비스 개시, 하반기 HDTV 전문채널 운영계획
- 디지털TV, DVD 등 새로운 매체 보급 확대로 콘텐츠 수요 증대 전망
 - 디지털 TV 보급 2002년 11월말 60여만대, 2003년초 100만대 돌파 가능
- 위성방송 게임 차세대 서비스 등장
 - 스카이라이프 위성데이터 방송용 셋톱박스 5월 일반공급 및 시험서비스, 2004년 초 상용서비스 예정

□ 유선과 무선의 융합

- 유무선 인터넷망 개방으로 유선망 사업자의 모바일 시장진입이 활발해 지고 기존 인터넷과 모바일이 자유롭게 연계되고 통합되는 유무선 연동네트워크가 확대될 전망
 - 유무선인터넷망 개방은 기존 통신사업자가 가입자수, 단말기, 통신망 인프라 등 새가지 핵심리소스를 활용한 신규 시장영역으로 진출 가속화시키며, 신규시장 영역으로 유무선 포털이 부상
 - SKT는 2001년 7월부터 출시되는 신규단말기에 초기 URL 변경이

가능하도록 조치하여, 변경 후에는 변경된 포털로 바로 접속되도록 서비스 시행 중

- KTF와 LGT는 초기접속 메뉴 개선을 위한 단말기업체와 협의하여, 각각 2002년 1월과 3월부터 출시되는 신규단말기에 초기접속 메뉴변경 기능을 탑재하여 서비스 시행 중

- KT 초고속인터넷과 KTF의 무선인터넷서비스 결합한 유무선 통합서비스 '네스팟 스윙' 2월제공

○ 디지털 환경변화에 따라서 디지털콘텐츠의 수요가 급증할 전망 (2003년 디지털콘텐츠산업 66% 성장전망)

트렌드 4. 모바일 콘텐츠 급성장

○ 모바일 산업은 CDMA-1x서비스가 상용화 되고 Virtual Machine(VM)이 내장된 컬러휴대폰이 본격화 된 2001년 5월 이후 부상

- 국내모바일게임시장 규모 2002년 360억원에서 2003년 280% 성장한 1,74억원 전망(SK텔레콤, 2002.5)

- 모바일콘텐츠시장의 초기성장동인은 이동전화가입자수의 폭발적 증가로 2002년말 휴대폰가입자 3,250만명

- 모바일콘텐츠시장규모 2001년 380억원에서 2002년 최대 2,580억원에 이를 전망 (한국문화콘텐츠진흥원)

□ 모바일 멀티미디어서비스 확대

- 이동전화가입자수 증가와 IMT 2000 서비스의 시작으로 VOD, AOD 등 서비스 확대
 - 동기식 3세대 서비스(CDMA2000 1xEV-DO) 및 비동기식서비스(W-CDMA) 상용서비스 시작으로 멀티미디어 콘텐츠 수요 증가
 - 동기식 서비스인 준(SK)과 펴(KTF)에 1월 현재 가입자 각각 6만, 8만이나 기기보급 등으로 2003년 20만 이상으로 확대 될 전망
 - 비동기식서비스는 KTF 3월, SK 9월 등 하반기에 상용서비스 시작 예정

□ 장르간 융합으로 복합 장르 출현

- 콘텐츠 이용의 편리함과 다양화, 복합화를 요구하는 이용자의 니즈에 따라 콘텐츠 장르간의 “융합 현상이 나타나 복합콘텐츠 출현
 - 놀면서 공부하는 이른바 에듀테인먼트(교육 + 게임, 만화, 애니메이션, 음악 등) 창업이 최근 인기몰이
 - 학습만화 ‘만화로 보는 그리스로마신화’ 1,000만부 이상 판매
 - 학습·교양만화 판매비율은 대형서점 51.7%, 중소형 45.0%로 높게 나타남

□ 새로운 비즈니스 수익모델 개발

- 콘텐츠장르간 융합현상 대두로 새로운 비즈니스 수익모델이 개발

- IMT 2000서비스로 동영상, 라이브스크린, 라이브벨 등 서비스시장에 콘텐츠수요 급증으로 애니메이션 및 캐릭터, 음반업계 관심 증대
- 캐릭터라이브스크린(대기화면) 서비스로 플래시애니메이션, 2D, 3D 애니메이션, 뮤직비디오, 드라마 등 콘텐츠 수요증가
- 애니메이션 업체 기존작품 수정 등으로 진입비용이 낮은 모바일 산업이 새로운 수익모델로 등장
 - . 선우엔터테인먼트는 모바일산업을 2003년 핵심사업으로 주력, 드림픽처스21, 키스애니컴 등이 진출
- 음악산업은 산업구조가 음원중심으로 이동하여 애니메이션, 게임 등 다양한 장르에 음악사용이 증대될 전망
- 모바일 애니메이션, 모바일 만화, 모바일 캐릭터 등
- 3세대 휴대폰 보급대수가 관건이나 IMT 2000서비스 이후 50만대에 육박할 것으로 보여 향후 수익 창출이 가능

□ 멀티미디어 콘텐츠 수요 증대

- 이용자의 니즈와 기술의 발전에 따라, 콘텐츠 제작/표현/제공/소비 방식의 멀티미디어화 (텍스트+음성+화상)현상이 대두
- 이동통신사인 KTF는 지상파 방송 3사와 멀티미디어 콘텐츠 공급에 관한 제휴를 맺고 각종 동영상 프로그램 제공중
- 동영상 방송(멀티큐), VOD 콘텐츠(멀티비전), 3차원 그래픽 콘텐츠, 스트리밍, 화상전화, 방송생중계 등 특화된 서비스를 지속적으로

개발해 나갈 예정

- 캐릭터벨소리, Multimedia Message Service(목소리+동영상+음악+캐릭터) 등 멀티미디어 콘텐츠 수요 증가

트렌드 5. 저작권 확립 기반 조성

- 2002년 저작권자와 이용자간의 분쟁을 통해 저작권에 대한 인식확대를 바탕으로 저작권확립, 사용료 징수, 계약표준화, 기술표준화 등의 논의가 활발하게 진행될 전망

□ 불법복제로 시장규모 급감

- 신규매체의 발달로 음악산업구조는 음반산업에서 악곡을 중심으로 하는 인터넷, 모바일을 통한 음악산업 급성장 전망
- 그러나 무료 다운로드 서비스 등 불법복제의 피해가 가장 큰 국내 음악산업의 경우, 2000년 4,100억원에 달하는 시장규모가 2001년에 3,700억원대, 2002년에는 2,800억원대 까지 급감한 것으로 추정
- 국내 개봉 전 복제된 상당수의 영화들이 와레즈나 P2P 서비스를 통해 인터넷에 유포

< 불법음반 · 비디오물 정화실적(2002.1~12) >

음반물	건수		591 건	- 건	6,887 건	7,478 건
	레코드		- 매	- 매	- 매	- 매
	카세트		137,924 개	- 개	499,941 개	637,865 개
	CD		85,011 매	- 매	59,059 매	144,070 매
	조립복사기		22 대	- 대	- 대	22 대
	기기류		70 대	- 대	- 대	70 대
	인쇄물		81 BOX	- BOX	- BOX	81 BOX
	기타		78,017 점	- 점	- 점	78,017 점
	소계(수량)		301,125 점	- 점	559,000 점	860,125 점
비디오물	건수	일반	3 건	- 건	8 건	11 건
		음란물	3 건	- 건	- 건	3 건
	비디오	일반	423 개	- 개	120 개	543 개
		음란물	390 개	- 개	120 개	510 개
	VCD	일반	4,040 매	- 매	1,516 매	5,556 매
		음란물	513 매	- 매	- 매	513 매
	VTR		- 대	- 대	- 대	- 대
	기기류		4 대	- 대	- 대	4 대
	인쇄물		- BOX	- BOX	- BOX	- BOX
	기타		00- 점	- 점	- 점	- 점
소계(수량)	일반	4,467 점	- 점	1,636 점	6,103 점	
	음란물	(903 개)	(- 개)	(120 개)	(1,023 개)	
게임	건수		2 건	- 건	2 건	4 건
	게임CD		783 매	- 매	380 매	1,163 매
	게임기		- 대	- 대	- 대	- 대
	기타(기판)		- 점	- 점	- 점	- 점
	소계(수량)		783 점	- 점	380 점	1,163 점
총계	건수	일반	596 건	- 건	6,897 건	7,493 건
		음란물	(3 건)	(- 건)		(3 건)
	수량	일반	306,375 점	- 점	561,016 점	867,391 점
		음란물	(903 점)	(- 점)	점(120점)	(1,023 점)

- 주: 1) 인쇄물은 1BOX당 1만매 기준으로하여 1점으로 계산함.
 2) 음란물은 건수나 수량 모두 총계에 포함된 수치임.
 3) 컴퓨터 하드에 내장된 MP3 200곡을 기타 1점으로 처리함.

자료: 한국음반산업협회

□ 저작권 강화 움직임 활발

- 최근 저작물 중점이 어문저작물에서 음악, 미술, 편집저작물 등으로 다변화됨에 따라 각 분야의 저작권 등록 증가 추세
- 현 국회계류중인 저작권법 개정안 국회통과시 디지털콘텐츠 등록 증가 예상

- 국내 저작자들의 인식 고양으로 저작권 관련 등록이 급증
- 인터넷과 멀티미디어기술의 발달로 음악 저작물이 온라인상에서 이용될 경우 저작권의 침해 가능성이 높아짐에 따라 인터넷상의 음악저작물에 대한 저작권 사용료 논의 진행
- 국내저작권법 개정 및 저작권 관련 소송확대 등으로 인터넷상의 저작권 기반 확립되면 온라인음악시장 활성화와 관련 산업에 긍정적 영향을 줄 전망

□ 음악분야 불법사이트 단속 강화 전망

- 한국 음반산업협회 스트리밍 및 다운로드 사이트 소송 확대 등으로 불법사이트 단속 본격화 전망
 - 2002년 8월 법원이 소리바다 서비스중지 가처분
 - 한국음반산업협회는 30개 회원사로부터 소송위임장 및 음원목록 받아 2월 벅스뮤직, 뮤직캐스트, 푸키 등 음악사이트에 대한 대대적 단속 및 소송예정
 - 2003년 1/4분기 중 음원제작자협회 문화관광부로부터 신탁관리업 허가 취득 가능
- 인터넷 서비스 등과 관련한 주요 3대 권리(저작권, 실연권, 저작인접권)가 집중관리 되어 인터넷 음악 서비스 산업이 본격화 될 전망
- 한국음반산업협회는 온라인상의 음악파일 불법 공유 행위 근절을 위해 2003년 1월부터 4개월 동안 네티즌들을 대상으로 '음악 사랑 캠페인'을 전개

- 음반산업협회는 음반사별로 불법복제 대응방식에서 벗어나 창구를 협회로 일원화해 적극 대응하며, 서비스 운영자뿐 아니라 불법행위에 참여한 네티즌에 대해서도 직접 형사고발할 계획

□ 콘텐츠 유료화 가속

- 온라인 유료 콘텐츠 시장의 2개 축은 모바일시장과 게임시장으로 두 시장을 중심으로 콘텐츠 유료화 가속 전망
- 저작권 확립 등으로 2003년도에는 온라인콘텐츠의 유료화가 가속될 전망
 - 2001년 6월 SBSi의 드라마 대본 보기를 유료 회원제로 전환을 비롯해, 2001년 9월 EBS의 일부 VOD 유료화, 2002년 8월 KBS의 고속 VOD 유료화에 이어 올 4월 iMBC도 유료화 전환 계획

□ 저작권 보호기술 서비스 적용

- 디지털콘텐츠 보호기술로는 DRM(Digital Right Management), 워터마킹(Watermarking), DOI(Digital object Identifier) 등이 있음
 - DRM(Digital Right Management)은 암호화 기술을 바탕으로 디지털 콘텐츠 불법복제를 방지하여 저작권을 보호하기 위한 하드웨어와 소프트웨어를 포함한 포괄적인 저작권관리기술
- 온라인 유료 음악 서비스 시장 진입 등에 따라 DRM 등 복제 방지 기술의 서비스가 적용 될 전망
 - 2003년 온라인 불법복제 단속의 강화와 콘텐츠 유료화 확산 등으로 DRM 등 불법복제방지서비스 적용 가능성이 증대함

□ 디지털 유통에 따른 비즈니스환경 구축 움직임 활발

- 디지털 유통을 촉진시키기 위한 저작권과 보안기술 표준화 등 법·제도적 정비 움직임 활발
 - 디지털 환경의 활성화와 디지털유통 확대에 따른 사용료 문제, 메타데이터 표준화 움직임, 콘텐츠제작 수익분배 모델개발, 계약 표준화 등 비즈니스환경구축 움직임이 활발해질 전망

트렌드 6. 수익구조 개선을 위한 사업다각화 확대

□ 비용절감 위한 노력 확대

- 애니메이션의 경우 제작비에 비해 국내 시장이 매우 협소하며 risk가 크고, 제작기간이 상당히 길다는 특성으로 인해 투자자들의 투자를 이끌어내기 어려운 실정임
 - 제작비는 높은 반면 수익을 만드는 구조가 복잡하여 수익성확보가 어려우며 사업의 대표장르인 TV시리즈는 수익구조가 복잡하고 수익률이 낮은 편으로 업계의 제작비 절감을 위한 노력 확대
 - 한신코퍼레이션, 코코엔터프라이즈는 게임, IMI2000 등 진출 대원C&A홀딩스 디지털 위성방송용 애니메이션 채널 애니원 개국
 - 동우애니메이션, 한호홍업, 드림픽처스21 등 애니메이션 제작사들 게임산업진출
 - 선우, 김스애니컴 등 일부 메이저업체들 IMT 2000서비스로 확대되는 모바일 산업에 진출하는 등 사업다각화 노력

□ 애니메이션 및 게임업계의 캐릭터 사업 확장

- 애니메이션, 게임업계 등의 캐릭터 사업 확장
- 교육 프로그램 방귀대장 뽕뽕이 캐릭터 인형, 물놀이 용품 등으로 확장
- 3D 애니메이션 '큐빅스' 캐릭터 인형 2002년 5월 초 출시 15만개 이상 판매
- 게임업체 한빛소프트는 미국 블리자드 게임을 이용한 악세서리, 아바타, 프라모델 등 캐릭터 사업 본격화
- 애니메이션 업계의 중국과의 공동제작 및 제휴 확대는 제작비 절감 및 중국 TV 방영 등 효과 기대에 따라 지속적으로 증가할 전망

□ 캐릭터 및 음반업계의 사업다각화 노력도 확대될 전망

- 캐릭터업계의 애니메이션, 모바일 등으로 사업채널을 다각화하려는 움직임이 확대될 전망
- 음반산업은 메이저음반사를 중심으로 종합엔터테인먼트사로 변신이 시도 되고 있으며 영화, 드라마제작 등 관련 산업으로의 진출 시도가 증대될 전망

트렌드 7. 해외업체와의 공동제작 붐

□ 국내외 경기부진에 따른 자금사정 악화로 해외 공동제작 증가

- 국내외 벤처캐피탈 시장의 불황으로 직접금융시장에서 자금사정 어려울 전망이며 이에 따라 해외공동제작이 증가할 전망

- 선진국의 경기회복 지연에 따라 문화콘텐츠산업 투자심리 위축으로 제작비의 자국내 편당의 어려움으로 해외공동제작 증가할 전망
- 따라서 해외시장 특히 한국시장에 관심이 증가하여 국내업체에 기회요인으로 작용할 수 있음
- 최근 국내 애니메이션 업계의 뚜렷한 특징 중 하나는 외국업체와의 협업을 통해 새로운 비즈니스 모델이 창출되고 있음
 - 외국업체 합작시 ‘글로벌 프로젝트 파이낸싱’ 전략을 통해 공동제작, 공동 수익배분의 형태로 시장확대
- 비용절감 및 중국시장 진출을 위한 중국과 국내애니메이션 업체의 협작이나 공동제작도 증가 전망

트렌드 8. 디지털콘텐츠 유통기반 구축으로 창작기반 확대

□ 콘텐츠 창작기반 확대

- 유통환경조성 및 창작기반 활성화
 - 전통문화유산, 미술, 패션, 생활양식, 도서 및 자료, 기타 예술창작물 관련 텍스트, 이미지, 동영상 등 다양한 형태의 공공콘텐츠 유통을 촉진하여 창작 소재로 활용할 수 있는 기반조성
- 표준 메타데이터 정보 공유 환경 조성
 - 캐릭터, 음악, 출판만화, 애니메이션, 전자책 등 민간이 보유 개발한 문화콘텐츠에 대해서는 각 산업장르별로 데이터베이스 구축을 유도하고, 이를 유통시스템과 연계하여 운영

□ 저작권 기반 콘텐츠 유통체계 정립 노력

- 저작권 소유자와 이용자, 정부간 콘텐츠유통의 저작권 보호, 유통 정보처리, 과금체계, 사용료 표준안 등 협상진전
- 공공무문이 보유관리, 개발한 콘텐츠의 디지털화, 표준화, 저작권 확인관련 지원 등으로 공공부문 인터넷 유통 활성화

트렌드 9. 지역문화콘텐츠산업 육성 노력 확산

□ 지방문화자원의 산업화를 통한 지역경제 활성화 움직임

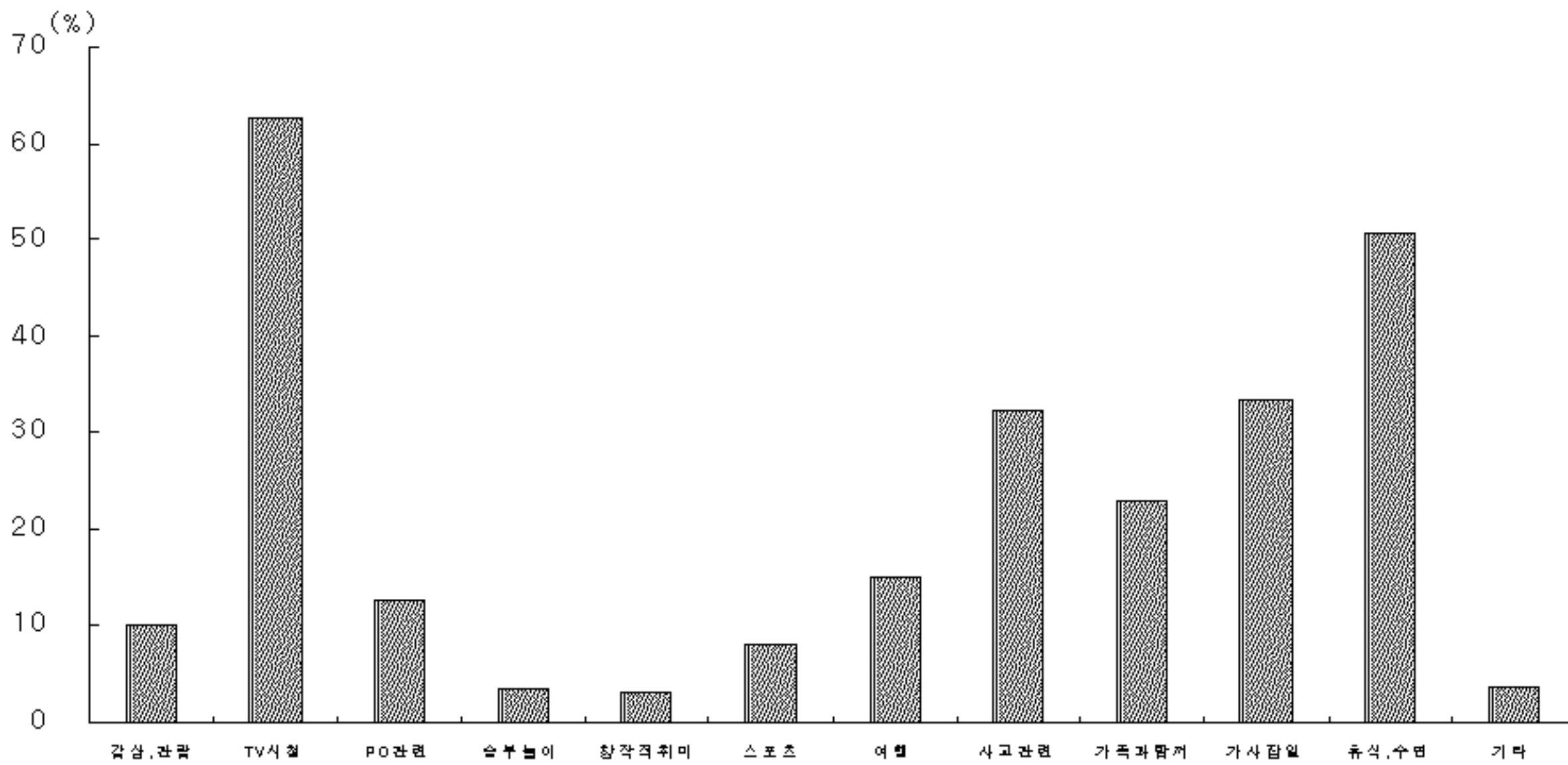
- 새정부의 지방분권 강화 움직임으로 지역문화에 대한 관심이 확대되고 있으며, 지역문화자원을 산업화하여 지역경제 발전과 연계하려는 움직임이 확산
- 지역문화 클러스터 조성에 대한 구체적 사업이 진행될 전망
- 지역에서 보유한 문화자원을 문화콘텐츠산업으로 전환시키기 위한 방법론적 논의가 활발하게 진행될 전망
 - 지역문화산업 발전을 위한 산학연계프로그램 및 인력양성사업에 대한 관심 확대
 - 지역문화산업의 근본적 발전을 위해서는 인력양성이 필요
- '부산국제영화제', '춘천애니타운페스티벌' 등 지역별 특성화 된 페스티벌이 활성화 될 전망

트렌드 10. 여가문화 확산 및 에듀테인먼트 증가

□ 여가문화 확산

- 주5일제 근무 확산에 따른 여가시간 확대로 문화관련 여가활동 증대 추세
 - 지난 1991년 도시가계의 교양오락비는 41,100원으로 가계소비지출의 5%를 차지하였으나 1998년 IMF의 여파로 4.5%까지 감소하였던 교양오락비 비중은 2001년 4.9%까지 증가함
- 1999년 통계청의 생활시간조사에 따르면 주말이나 휴일의 여가활용방법 (15세이상)은 'TV시청(62.7%)', '휴식·수면(50.7%)', '가사잡일(33.5%)', '사교관련 (32.3%)', '가족과 함께(22.8%)' 순으로 나타남
 - 'TV시청'과 '휴식·수면'을 제외하고 여가활용방법의 특징을 보면 10대는 'PC관련', 20대는 '사교 관련', 30대는 '가족과 함께', 40세이상은 '가사잡일'순임
 - 교육정도별는 학력이 높아질수록 '감상 관람', '창작적 취미', '스포츠', '여행'의 비중이 높게 나타나고 있음

< 여가활용방법 (중복 응답) >



□ 홈엔터테인먼트 증가

- 주5일제 근무 확산 및 재택근무 등 여가 문화확산과 생활환경의 엔터테인먼트화 가속화로 아웃도어레저, 홈엔터테인먼트용 콘텐츠 증가 전망

- 광대역화, 유무선망개방, 방송과 통신의 융합, HDTV 보급증대 등 인터넷환경 변화에 따라 테크놀로지와 콘텐츠를 결합하여 가정내 인터넷 활용을 극대화 할 수 있는 홈엔터테인먼트 사업 부상

- 두루넷은 코리아닷컴의 영화, 교육, 방송, 만화등 디지털콘텐츠를 TV로 즐기도록 한 '온TV'서비스 실시 등 홈네트워킹 사업 추진

- 무선 인터넷에서 주로 이용하는 콘텐츠는 캐릭터나 벨소리 전송서비스30.7%, 게임 20.5%, 이메일 14.6%, 방송연예정보 6.3%, 증권금융 4.1% 등

- 인터넷이용은 자료정보(82%), 메일(66%), 게임(45%), 오락(13%), 신문잡지(11.6%), 쇼핑(10%), 학습 등(복수응답, 한국인터넷정보센터)

- 2003년 국내 레저시장 20조 규모로 전년대비 15.7% 증가가 전망되며
가계지출에서 차지하는 레저비 비중도 5.2%로 증가 전망

□ 문화콘텐츠를 활용한 에듀테인먼트 확산

- 디지털콘텐츠개발서비스 부문에서 가장 큰 비중을 차지하는 오락·게임
콘텐츠 분야가 258.3%로 큰 증가를 보임
 - 게임업체들이 대학수학능력 시험을 치르는 수험생들을 겨냥하여
롤플레이팅게임(RPG), 전략시뮬레이션, 경영시뮬레이션 등 다양한
분야의 게임을 내놓고 기존 게임들을 대대적으로 업데이트 하면서
생산이 신장됨
 - 교육업체에서도 게임을 이용한 교육프로그램을 선보이면서 오락·
게임콘텐츠 분야에 크게 작용
 - 교육용 콘텐츠 매출은 2001년 11월에 비해 전년 11월에는 88.3%가 증가
 - 디지털출판물 및 디지털영상물의 수요의 증가에 따라 지속적 성장

< 디지털 콘텐츠개발서비스 부문별 매출액 >

(단위: 백만원, %)

구 분	2001년 11월	2002년 11월	전년동월대비
디지털콘텐츠개발서비스	54,427	173,490	218.8 %
교육용	11,754	22,131	88.3 %
생활문화정보용	2,272	6,254	175.3 %
오락·게임	37,037	132,701	258.3 %
디지털출판물	469	2,960	531.1 %
디지털영상물	1,999	7,327	266.5 %
기타콘텐츠	896	2,117	136.3 %

- 유료콘텐츠 중 교육용 콘텐츠이용 경험은 21.7%로 나타나고 있으며 성별로는 여성(37.1%)이 높게 나타나고 있으며 연령별로는 30대(28.7%)와 6~19세(27.3%)가 높게 나타남

< 유료콘텐츠 이용 경험률 >

(단위 : %)

		온라인 게임	성인용	영화	교육용 콘텐츠	뉴스, 신문	증권 정보	매일 용량 추가 사이버 저장 공간	업무/연구 목적 자료	커뮤니티, 동호회	음악	기타
전체		28.5	10.6	30.2	21.7	2.7	5.6	2.6	9.2	7.8	7.4	10.1
성별	남성	35.3	13.9	32.3	13.2	3.0	6.9	3.6	11.0	5.6	6.9	9.4
	여성	16.1	4.4	26.4	37.1	2.1	2.1	0.8	5.9	11.8	8.2	11.3
연령별	6~19세	46.1	2.0	20.7	27.3	1.5	0.0	0.9	0.0	11.4	1.4	12.0
	20대	27.6	8.4	35.1	14.5	2.0	4.6	4.3	11.4	10.8	10.9	9.2
	30대	21.3	18.2	30.3	28.7	3.7	8.0	2.3	9.4	3.9	8.5	9.5
	40대 이상	24.6	11.8	26.9	21.9	4.1	10.6	0.0	13.5	2.3	1.3	12.0

자료: 한국인터넷정보센터, 2002

□ 맞춤형 콘텐츠 확산

- 사회의 다양화, 개성화 추세에 따라 소비의 고급화, 명품화, PB형 서비스 추세가 문화콘텐츠에도 확산되어 소비자 개별욕구를 충족시키는 맞춤형 문화콘텐츠상품 개발
 - 무선 인터넷 매직[®](KTF)은 이용자 취향대로 콘텐츠를 선택할 수 있는 멀티미디어 콘텐츠를 서비스로 차세대무선인터넷시장 선점 전략 (현재 5000명 대상으로 ‘매직[®] 멀티팩서비스 체험행사’)
- 현재의 대량 생산적 콘텐츠에서 특징인, 특정지역, 특정상황에 맞는 퍼스널콘텐츠 서비스가 커질 전망