

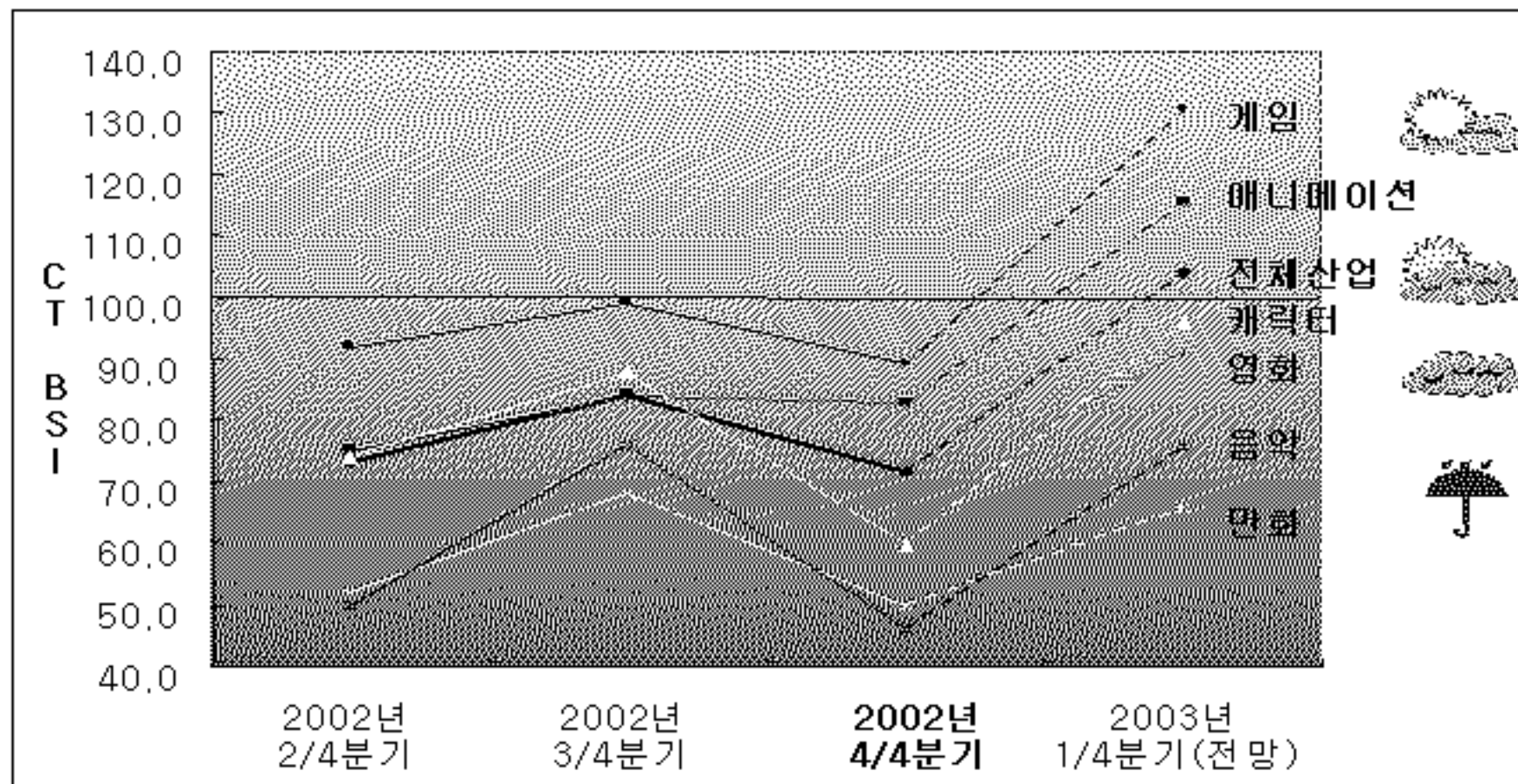
2002년 국내문화콘텐츠산업 동향

1) 총괄

□ 문화콘텐츠산업 전반적인 침체

- 문화콘텐츠진흥원의 문화콘텐츠산업 기업경기실사지수(CT-BSI)¹⁾에 따르면 2002년 문화콘텐츠산업은 영화와 게임을 제외한 분야의 전반적으로 침체하였으며, 특히 음반산업 및 만화산업이 내수시장 침체로 심각한 불황을 겪음

< 2003년 1/4분기 CT-BSI >



- 애니메이션산업 주축을 이루던 OEM 물량 축소로 시장 다소 위축되었으며, 기획 및 창작 활동 활발하였으나 완성도 높은 프로그램의 공급이 충분하지 못함
- 캐릭터산업은 내수시장 침체 극복 위한 방안으로 해외진출이 증가함

1) Culture Technology - Business Survey Index : 가중치를 부여한 고유의 문화콘텐츠산업 BSI 지수로 BSI가 100 이상이면 전분기 보다 호전, 100 미만이면 전분기 보다 악화, 100이면 전분기와 보합을 나타냄. 조사내용은 업황, 기획활동, 제작활동, 수주, 내수, 수출, 경상이익, 자금사정, 고용 등임

- 음반산업은 불법복제, 월드컵, 가요계 PR비 비리수사 등으로 구매심리 위축되어 최근의 불황이 심화됨
- 만화산업 심각한 침체가 지속되는 가운데 학습만화시장이 상대적으로 성장
- 모바일분야는 상반기까지도 수익창출이 어려웠던 모바일 게임분야가 다운로드형태의 게임 급성장에 힘입어 모바일콘텐츠분야의 활성화를 주도함

< 우리나라 문화산업의 시장 규모 >

(단위: 억원)

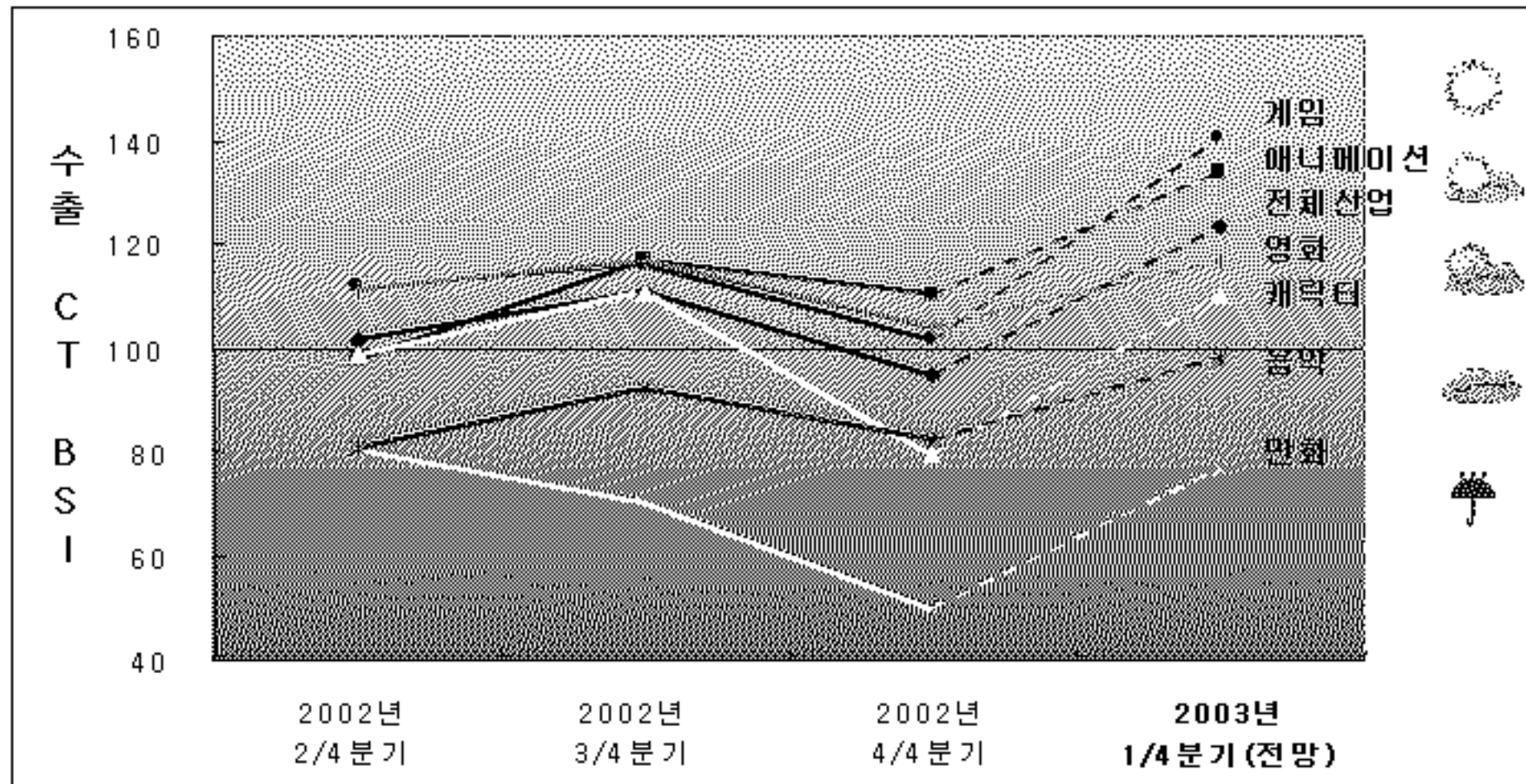
구분	1999	2001	2003	연평균성장률 (1999 ~ 2003)
영화	6,614	10,350	11,425	14.6%
방송	31,631	60,834	88,000	29.1%
음반	3,800	4,925	6,650	15.0%
게임	9,014	9,985	15,655	14.8%
애니메이션	2,700	3,360	4,050	10.7%
캐릭터	32,200	41,200	59,332	16.5%
합 계	85,078	130,388	179,300	21.1%

주: 2001년의 영화, 음반, 애니메이션은 추정치, 게임은 출하규모 기준
 자료: 문화관광부, 문화산업백서, 2002.

□ 2002년 해외진출 확대

- 2001년 문화산업 수출실적은 3억 2,827만달러로 전체산업 수출액의 0.22%의 비중 차지
- 2002년 국내 주요 문화콘텐츠산업(애니메이션, 캐릭터, 출판만화, 음반, 게임)의 해외 수출액은 약 3억 5천만불로서 국내 시장규모의 약 8% 비중

< 분야별 수출 CT-BSI 추이 >



< 국내 주요 문화산업 수출 및 수입규모 >

(단위: 천 \$, %)

구분	1999년		2000년		2001년	
	수출	수입	수출	수입	수출	수입
방송	12,736	28,733	13,111	29,093	18,920	20,442
영화	5,969	26,934	7,054	46,223	11,250	48,482
애니메이션	81,663	0	85,000	5,394	80,000	6,000
비디오	8,400	36,833	9,500	45,000	10,000	48,333
게임	107,657	46,646	101,500	55,874	130,470	65,100
음반	8,833	3,500	8,583	7,166	9,166	7,666
출판	62,152	81,611	64,207	118,520	67,787	145,073
만화	290	58	370	148	685	309
합계	287,700	224,315	289,325	307,418	328,278	341,405

자료 : 국정감사 (2002. 9. 23. 전자신문)

□ 해외건본시 수출 성과

- 2002년도 NATPE 및 MIPTV 참가를 통해 약 1,570만 달러(약 204억) 상당의 공동제작 및 판매 계약 체결

< 2002년 수출지원 추진성과 >

구분			참가업체	실적	지역
해외견본 시	애니 메이션	NATPE2002	11개사	530만불 상담	미국
		TAF2002	12개사	41건 상담	일본
		MIPTV	25개사	2천만불 상담 (1천만불 계약)	프랑스
		MIPCOM		1100만불 상담 1200만불 계약	프랑스
	음악	MIDEM2002	49개사	1000만불 상담	프랑스
		Popkomm	17개사	670만불 상담	독일
	만화	앙굴렘2002	100작품	40건 상담	프랑스
	캐릭터	LIMA2002	24개사	932만불 상담 (271만불 계약) 1000만불 투자유치	미국
투자로드 쇼	중국지역	한중디지털네트 워크	41개사	1500만불 상담 (666만불 계약)	중국
	미주지역	BANFF	6개사	270만불 상담	캐나다

2) 애니메이션산업

(1) 2002년 수출 사례 및 현황

□ 북미시장 및 동남아지역 진출 가시화

- 대원 C&A홀딩스, 빅필름, 루크필름, 필름앤웍스양철집, 김스컴 등 국내애니메이션 제작업체 북미시장(미국/캐나다)진출 가시화

- (주)시네픽스 3D 애니메이션 ‘로봇 큐빅스’ 미국에 수출되어 전체 시청률 1위 기록, 550만 달러(약 70억 원) 투자 및 매년 판매액의 14%(외국), 50%(국내) 로열티 받을 예정

- (주)애니웨이가 미국 등 세계시장을 겨냥한 크리스마스용 어린이 특집물

'스톤 크리스마스'를 기획, 미국의 배급회사 파세4와 직배급 체결

- 투니파크는 미국 파이프레이즈사와 공동으로 제작한 극장용 애니메이션 '더킹'의 전세계 판권을 미국의 포치라이트 디스트리뷰션사에 400만 달러에 판매
- 하나로통신과 북한의 삼천리총회사와 공동 제작한 3D 애니메이션 '게으른 고양이 덩개의 방영권 및 상품화 권리 동남아 지역 수출계약 (2002. 5)

□ 국제 프로그램 견본시 'MIP-COM 2002' 수출계약 성과

- 프랑스 칸에서 열린 제 18회 국제 프로그램 견본시 'MIP-COM 2002'에서 국내 애니메이션 및 방송영상 업체들이 1429만7000달러의 수출계약
- 선우엔터테인먼트 플래시 애니메이션 '미니비' 캐나다 어린이전문 방송 프로그램 제작사인 디코드사와 52부작 미니시리즈로 공동 제작 합의 300만달러 투자유치 등 행사기간 중 총 1238만4000달러의 수출 계약 성사

□ 세계 4대 애니메이션페스티벌(안시, 자그레브, 히로시마, 오타와)등 국제페스티벌에 한국애니메이션 대거 진출

- 국산 창작 애니메이션이 국내외 페스티벌에서 수상하는 등 호평
- 2002년 한해 동안 세계 최대 규모의 애니메이션 페스티벌 안시에 5편, 세계 4대 애니메이션 페스티벌의 하나인 자그레브에 9편 본선 진출

< 2001년, 2002년 세계 4대 국제 애니메이션 페스티벌 진출현황 >

페스티벌	진 출 내 용
안시 페스티벌 (프랑스, 2001년 6월)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 본선 진출 4편 - 조성연의 <Grandma>, 전하목의 <Auto> 김은수팀 <아빠하고 나하고>, 김혁범팀 <O'clock>
안시 페스티벌 (프랑스, 2002년 6월)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경쟁부문 진출 3편 - 이성강의 <마리 이야기>:장편 그랑프리 수상 - 김현석의 <만항>, 김경숙의 <흰떡갈나무 이야기>:학생부문
자그레브 페스티벌 (크로와티아, 2002년 6월)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 공식경쟁부문 2편 - 정진희팀의 <동(冬)>, 조상석팀의 <Sunya> ○ 학생경쟁부문 4편 - 김상남의 <일곱살>:특별명예상 수상 - 신영재의 <구멍 맞추기>, 김수진의 <종이인간 이야기>, 김경숙의 <흰떡갈나무 이야기>
페스티벌	진 출 내 용
히로시마 페스티벌 (일본, 2002년 8월)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경쟁부문 진출 2편 - 임아론의 <엔젤>:특별상 수상 - 조예원의 <트라일레머> ○ 초청상영 5편 - 김희연의 <삼>, 주희진의 <Enter Count> 장석조팀의 <교차로>, 정진희의 <동(冬)> 홍덕표팀의 <사이>
오타와 페스티벌 (캐나다, 2002년 10월)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경쟁부문 진출 1편 - 정아영, 최승원의 <Outside> ○ 비경쟁부문 진출 1편 - 한병아 <이상한 나라> ○ 한국특별상영회 개최: 독립작가 단편작품 30 여편

- '마리 이야기' 안시 국제 애니메이션페스티벌 장편 경쟁부문 대상 수상
- '엔젤', '트라일레머', 히로시마 국제애니메이션페스티벌의 경쟁부문 진출, 단편 애니메이션 '아웃사이더', '이상한 나라', '오타와 애니메이션 페스티벌 2002' 본선 진출

< 창작 애니메이션 수출현황 >

(단위: 달러)

	프로그램	형식	수출국	미니엄 개런티
(주)금강기획 (2000)	레스톨특수구조대	TV시리즈(30분×52화)	필리핀	27,000
	해모수	TV시리즈(30분×26화)	태국	33,000
	짱이와 깨모	TV시리즈(30분×94화)	기타	133,000
MBC 프로덕션 (2001)	머털도사	TV스페셜(80분×3화)	중국((지상파/CATV/ 위성)	15,000
			대만 CATV	1,800
	요정핑크	TV스페셜(80분×1화)	중국(지상파/CATV/ 위성)	5,000
	귀여운 쫄쫄미	TV시리즈(25분×13화)	미국 CATV	1,300
	꿈돌이	TV시리즈(30분×26화)	-	15,100
	보거스는 내친구	TV시리즈(20분×42화)	-	2,400
한신코퍼레이션 (2001)	Turtle Hero (별주부해로)	극장용 장편	러시아	5,000
	이스라엘		4,000	
	Hero Hero (동글동글 해룡이)	TV시리즈(5분×104화)	유럽(불어권 제외)	78,000
한길프로덕션 (2001)	태권왕 강태풍	TV시리즈(30분×26화)	유럽	470,000
			남미	21,500
에펙스디지털 2002	환상마을 토포토포	TV시리즈(30분×26화)	미국 (시그맥스엔터테인먼트)	2,000,000
	브레멘밴드	TV시리즈(30분×26화)		

자료: 문광부, 문화산업백서, 2002

< 방송용 프로그램 수출입현황(2001년) >

구분	수입		수출	
	편수	금액(천\$)	편수	금액(천\$)
방송프로그램	4,851	19,676	13,032	12,538
지상파	3,183	17,266	12,079	10,906
케이블 TV	1,414	1,689	481	300
프로그램제작사	254	721	472	1,332
독립제작사	51	26	318	731
애니메이션제작사	203	695	154	606

자료: 방송위원회, 2002

(2) 기획 및 제작 동향

□ 창작애니메이션 기획 및 제작 증가

- 한국애니메이션제작자협회에 따르면, 2002년 제작되었거나 제작 중인 창작 애니메이션은 '원더풀 데이즈', '힙합' 등을 비롯하여 100여 편

< 창작애니메이션 기획 및 제작 현황 (2002.12.31 현재) >

	시 간		작품수 (타이틀당)	비율 (시간)	비율 (타이틀)
	분	시간			
총계	92,065	1,534.4	235	100 %	100 %
극장판	3,935	65.6	45	4.3 %	19 %
TV용	87,480	1,458.0	182	95.7 %	81 %
OVA	650	10.8	8		

- 주 : 1. TV와 OVA 구분없이 '방송용'으로 조사된 경우, 모두 TV용에 포함시켰음
 2. '에픽스디지털'의 <범퍼킹> 2003. 3월 SBS 방영확정

자료: 한국애니메이션제작자협회

< 애니메이션산업 매출액(2001년) >

구 분	매출액(만원)
애니메이션 매출액	22,453,783
극장 매출액	3,005,720
방송사 수출액	151,080
계	25,610,583

- 주 : 1) 애니메이션 매출액 : "02 애니메이션 통계조사'에서 조사된 매출액
 2) 극장 매출액 : 영화진흥위원회에서 집계한 전체일반영화 관객수와 서울지역 애니메이션 관객수 등으로 추정한 수치임. 관람객 1인당 7000원으로 산출하였음
 3) 방송사 수출액은 1\$ 당 1,200원으로 환산한 수치임

자료: 문화관광정책연구원 제공

- 창작 애니메이션 증가는 애니메이션 제작 업체들이 OEM 방식의 한계를 자각하고 창작 애니메이션에 주력하는 것으로 전략을 수정
- 3D와 2D 결합 애니메이션 제작 활기
 - 2D와 3D, 미니어처를 결합한 국산 애니 '원더풀 데이즈(감독 김문생)가 2003년초개봉 예정으로 대만과는 이미 99년에 30만 달러의 판권계약을 맺었으며, 미국과 일본에서의 동시개봉 추진 중
 - 서울무비, 선우엔터테인먼트, 씬엔터테인먼트 등 애니메이션 제작사들은 작품의 컨셉트와 장면의 특성에 맞춰 2D와 3D를 적절히 조화시킨 애니메이션을 기획, 제작
- 극장용 대작 애니메이션의 제작
 - '원더풀 데이즈', '엘리시움', '아크', '오세암', '오디션', '위싱 스타' 등 극장용 대작 제작
- '마스크맨 프로젝트'(바른손), '마테오 프로젝트'(동우애니메이션), '스팅키즈'(드림미디어), '에그콜라'(인디펜던스), '원더풀데이즈'(틴하우스), '오디션' 등 스타프로젝트 실시

□ 해외합작 애니메이션 제작 부문

- 국내시장은 물론 해외시장을 겨냥하여 외국 애니메이션업체들과 공동제작 활발하게 전개
 - 자금력, 기획력, 해외 마케팅력 부족 등으로 기대만큼의 성과를 거두지 못했던 국내 애니메이션 업체들이 합작을 통해 활로 모색
- 중국과 국내 애니메이션 업체의 합작이나 공동제작이 증가

- 자국 프로그램 보호를 우선으로 하는 중국방송 관련법을 피해 중국 TV애니메이션 시장을 뚫기 위한 시도의 일환과 중국 애니메이터들의 저렴한 인건비도 합작 증가 요인 중 하나로 작용
- 중국정부가 성 이상 행정구역의 방송사들에 매월 900분 이상을 애니메이션으로 편성하도록 의무화하는 '영화·만화 10.5 발전계획'을 발표하고 애니메이션 산업 육성
- 웹애니메이션 전문 제작업체 아툰즈 중국국제방송음상출판사와 아동용 방송 프로그램 배급 및 공동제작 계약, 중국 내 150여개 방송국에 애니메이션을 배급하고 교육용 비디오·VCD 등 2차 콘텐츠를 공동 제작할 계획
- 카르마엔터테인먼트는 '디콘2002'에서 중국 CCTV 애니메이션 외주 제작사인 시온미디어와 한·중 애니메이션 합작사 설립계약
- 썸엔터테인먼트는 CCTV와 중국 애니메이션 배급대행 및 공동제작 계약 예정, 현재 기획 완료된 TV용 3D애니메이션 '네티비' 공동 제작 계획
- 미국 및 유럽지역과의 공동제작 증가
 - 나래디지털(대표 장민호)은 미국 애니메이션업체인 UIFC와 3D 애니메이션인 '더 그레이트 워' 공동제작 및 배급계약 체결
 - 한신코퍼레이션 이탈리아 몬도TV와 극장용 만화애니메이션인 '벤허' 공동제작 계획

□ 사업다각화 움직임 활발

- 내수시장의 협소함으로 애니메이션사업만으로 수익성확보 어려움

- 협소한 내수시장, 복잡한 수익구조 및 높은 제작비용으로 수익성 확보 어려움
- 애니메이션 기반 원소스멀티유즈의 보편화로 게임, 모바일 등으로 사업다각화 움직임 활발
 - 한신코퍼레이션 코코엔터프라이즈는 게임 IMI2000 등 진출, 대원C&A홀딩스 디지털 위성방송용 애니메이션 채널 애니원 개국
 - 동우애니메이션, 한호홍업, 드림픽처스21 등 애니메이션 제작사들 게임산업진출
 - 한호홍업 TV애니메이션인 '날아라 슈퍼보드' 기반으로 한 PC게임 '미스터 손과 하이드로 퀘스트' 출시

□ 애니메이션 방영시간 축소 및 방송법 개정움직임

- 국산애니메이션 방영시간 축소
 - 평균 애니메이션 방영시간(창작물·외화포함) 2001년 309분에서 2002년 258분으로 대폭 축소

< 국산애니메이션 방송 쿼터제 변동 현황 >

구 분	1998. 7	2000. 5	2001. 3	2002. 4
KBS, MBC	25%	40% 이상	45% 이상	45%이상
기타 지상파	15%	35% 이상	42% 이상	
지상파외 (케이블PP)	-	35% 이상	40% 이상 (교육, 종교전문 4%)	40%이상(교육전문 8%, 종교전문 4%)

2000. 3. 「통합방송법」에 의해 방송위원회 고시로 이관

자료: 방송위원회

- 2000년 방송법 개정으로 기존의 국산 애니메이션 의무방영제가 총량제에서 '전체 애니메이션방영 중 45% 이상 국산 애니메이션 방영'으로 변경되어 국산 애니메이션 방영 시간 대폭 축소
- 애니메이션 시간대 오후 5시대로 주 시청자층인 청소년 시청률 저조

< 국내 방송 3사의 애니메이션 방영현황(2000.5~2001.6) >

(단위: 주평균, 분)

구분	전체 애니메이션 방영시간	국산 애니메이션 방영시간	국산 방영 비율	의무 방영 비율
KBS	361	160	44.2(%)	40(%)
MBC	283	114	40.1(%)	40(%)
SBS	312	110	35.5(%)	35(%)
총계(평균)	956(318.7)	384(128)	-	-

자료: 방송위원회

- 한국애니메이션제작자협회 등에서 국산 창작 애니메이션의 지상파 방송 총량제 제정을 위해 방송법개정을 추진

(3) 투자 및 자금사정

□ 정부 및 투자사의 애니메이션 투자 증가

- 아이픽처스, 삼성벤처투자 등 투자전문회사의 펀드를 중심으로 애니메이션 업계에 대한 투자가 확대
 - 일신애니메이션 투자조합, 손오공 신보투자조합 등 투자펀드 탄생
- 한국문화콘텐츠진흥원 애니메이션, 음악 등 문화콘텐츠산업 집중 투자

< 애니메이션 관련 투자조합 출자 현황 >

영화진흥위원회 소속 투자조합

투자조합명	업무집행 조합원	조합 규모	위원회 출자액	결성일 (등록일)	특별조합원	비고
2000 드림영상IT벤처1 호 T. 556-7351	드림벤처 캐피탈 (37억)	135억원	20억원	2000.6.2 (2000.6.8)	중진공(40억)	영화 50%이상 유니케이 코리아
	일반조합원 출자 : mbc프로(3),대원제지공업(1),염태순(28), 김창일(2),임용주(1),이평용(1),이재홍(1)김주현(1)					
"코웰멀티미디어 T. 3476-4520	코웰창투 (10억)	100억원	10억원	2000.6.2 (2000.6.12)	중진공(30억)	영화 40%이상 박도준
	일반조합원 출자 : 디지털임팩트(15),판타그램(5),김석한(10) 김진훈(5),박금순(3)강영금(7),신보희(2),주영태(3)					
"튜브영상 1호 T. 784-2823	튜브인베스트 먼트 (25억)	100억원	20억원	2000.12.21(2000.12.27)	중진공(40억)	영화관련 60% 튜브픽처 스
	일반조합원 출자 : 문성준(5), 장홍선(10)					
"소빅멀티미디어 T. 3771-2200	소빅창투 (10억)	100억원	15억원	2000.12.21(2000.12.27)	중진공(30억)	영화 50%이상 케이엠컬 쳐
	일반조합원 출자 : km컬쳐(15), 소빅(30)					
"MVP창투 1호 T. 540-3696	MVP창투 (10억)	100억원	13억원	2000.12.29(2000.12.30)	중진공(40억)	영화 50%이상 시네마서 비스
	일반조합원 출자: 시네마서비스(10),로커스홀딩스(10),스타맥스(5), 제일이엔에스(2.5),천정현(3)천정우(3)박동찬(3),김수룡(0.5)					
"일신애니메이션 T. 786-9933	일신창업투 자주식회사 (5억)	50억원	9억원	2000.12.2 9(2000.12.3 0)	중진공(20억)	애니관련 60%이상 일신창투
	일반조합원 출자 : 애니컨텐츠(6),애니메이션인터내셔널(5) 디씨피(3), 함영준(1), 황창연(1)					
"벤처플러스멀티미디어 T. 6203-2727	벤처플러스 (15억)	100억 원	13억원	2000.12.2 9 (2000.12.30)	중진공(40억)	영화 60%이상 강제규필 름
	일반조합원 출자 : 강제규(25),고순종(7)					
소계		685억원	100억원		240억원	
2001 KTB 시네마 1호 T. 3466-2455	KTB네트워크 (60억)	100억원	20억원	2001.8.10	-	영화60%이상 KTB 엔터테인먼트
	일반조합원 출자 : 엔터원(20)					
"mbc무한영상2호 T. 559-4512	무한기술투자 (20억)	100억원	20억원	2001.9.20 (2001.10.15)	-	영화60%이상 아이픽처스
	일반조합원 출자 : 대한지방행정공제회(20),문화방송(15), 사이더스(10),선우엔터테인먼트(10),엔터원(5)					
"MVP창투 2호 T. 540-3696	MVP창투 (11억)	100억 원	17억원	2002.1.15 (2002.1.26)	-	영화60%이상 아이엠픽처스
	일반조합원출자 : 아이엠픽처(10), 로커스홀딩스(5), 랜드마크아시아(10),제일이엔에스(3), 스타맥스(10), SBS(5),개인 15명(29)					
소계		300억원	57억원		240억원	
계		985억원	157억원		240억원	

자료: 영화진흥위원회 내부자료

한국문화콘텐츠진흥원 문화콘텐츠전문투자조합 운영상황

2002. 08.19 현재

펀드명	펀드금액	분야	주간창업투자
투자조합 1호	123억	애니메이션, 만화, 캐릭터	IMM 창업투자
투자조합 2호	108억	e-Book, 멀티미디어, 모바일 및 인터넷콘텐츠 및 기타 문화콘텐츠분야	한국기술투자
투자조합 3호	100억	문화콘텐츠 제작/유통/배급 및 연관산업분야(게임포함)	한솔창업투자
투자조합 4호	200억	문화콘텐츠분야 전반	Lee & Co
투자조합 5호	100억	해외공동제작 문화콘텐츠 분야	삼성벤처투자
투자조합 6호	100억	해외공동제작 문화콘텐츠 분야	한국창업투자
투자조합 7호	107억	캐릭터관련기업 및 프로젝트 분야 및 기타 문화콘텐츠	KTB네트웍
SKY Life 콘텐츠투자조합	200억	방송용 애니메이션 분야	IT벤처투자
방송콘텐츠조합	150억	방송콘텐츠등	드림디스커버리

민간 영상전문투자조합 결성 현황

	조합명	업무집행조합원	규모	결성일	결성기간
1999	미래영상벤처 1호	미래에셋캐피탈	50억원	1998.10.21	5년
		조합원 : 개인투자자			
	미래에셋김동주영상펀드	미래에셋캐피탈	50억원	1999.10.12	
		조합원 : 지방행정공제회(5억) 등			
2000	svic영상1호신기술사업	삼성벤처투자	100억원	2000.3	7년
	svic영상2호신기술사업	삼성벤처투자	50억원	2000.3	5년
2001	MBC무한영상2호	무한기술투자	55억원	01.09.	5년
		조합원 : 무한(8), mbc(42), 스타맥스(5)			
2002	에이라인 1호	삼성벤처투자	50억	02.06	3년
		영화P&A투자			
	ktb시네마2호	ktb네트웍	50억	02.05	
계	7개 조합		405억원		

자료: 영화진흥위원회 내부자료

중소기업진흥공단 참가 영상전문투자조합 결성 현황

	조합명	업무집행조합원	결성일	결성금액	중진공출자
1999	무한영상벤처1호	무한기술투자	99.12	115억원	20억원
		조합원(출자금액) : 무한(20),로커스홀딩스, 네티앙(10),시네마서비스(20)			
2000	드림애니메이션IT 벤처2호	드림벤처캐피탈	00.12	50억원	20억원
		조합원(출자금액) : 드림(5)			
	kmav 1호 투자조합	한능벤처기술투자		50억원	20억원
		조합원(출자금액) : 한능(3),새롬(27)			
		2개 조합		215억원	60억원
2001	페타엔터테인먼트 1호	페타캐피탈	01.03.29	100억원	30억원
	센츄리온멀티미디어	센츄리온기술투자	01.03.31	60억원	18억원
	튜브영상투자조합2호	튜브인베스트먼트	01.03.31	100억원	30억원
		조합원(출자금액) : 튜브(5)			
	드림영상it벤처3호	드림벤처캐피탈	01.04.06	80억원	24억원
	씨제이엔터테인먼트	드림디스커버리	01.04.06	80억원	24억원
	제우메가영상벤처투자조합	제우창투	01.05.23	80억원	24억원
		조합원(출자금액) : 메가박스(31억)			
손오공 신보투자조합	신보창투	01.05.23	70억원	21억원	
		7개 조합		570억원	171억원
2002	소빅창투 2호조합	소빅창투	02.04.12	50억원	15억원
		조합원(출자금액) : 소빅(7.5)삼성(10)씨엠필름(7.5)			
	호서문화콘텐츠투자조합	호서창투	02.6.26	100억원	30억원
		조합원(출자금액) : 메가박스(30억), 호서(10억)			
				150억원	45억원
계	10개 조합			935억원	276억원

자료: 영화진흥위원회 내부자료

□ 자금사정 전반적으로 열악

- 2002년 애니메이션업계의 자금사정은 열악
 - 높은 제작비(일반 드라마제작의 4~5배)와 긴 제작기간(극장용 애니메이션 제작기간 2년 이상 소요)에 비해 흥행성이 보장받지 못하기 때문에 자금 유치의 어려움
 - 2002년 상반기 ‘마리아야기’의 해외 호평에도 불구하고 국내 흥행 부진에서 알 수 있듯이 국내 내수시장의 협소함과 수요 부족이 자금사정의 악화를 부추긴 가장 큰 요인

(4) 고용동향

- 하반기 채산성 악화로 고용감소
 - 2000년 기준 169개의 애니메이션 업체중 종사자수 4인 이하의 비중은 11.2%, 5~9인 23.7%, 10~19인 15.4%, 20~49인 26.0%, 50~99인 10.6%, 100~199인 11.2%, 300인 이상 1.7%임(문화산업통계, 2002)
 - 전체 업체수의 35%정도가 10명 미만의 고용규모이며, 100명상의 고용규모는 전체 사업체수의 13%정도임
 - 2002년 전반적인 고용의 큰 증감은 없었으나 하반기 채산성 악화 등으로 4/4분기 들어서 소폭의 고용 감소

3) 캐릭터산업

(1) 2002년 수출사례 및 현황

□ 내수시장 침체 수출로 만회

- 국산캐릭터의 수출 확대
 - 씨엘코엔터테인먼트 '마시마로' 2002년 150만달러 이상 수출 (전년 세배 이상 규모)
 - 2001년 수출실적 전무한 부즈엔터테인먼트 '뿌까' 캐릭터로 2002년 중국, 대만, 홍콩 업체들과 65만달러 규모 라이선스 계약 체결. 약 10만달러 규모 캐릭터상품 미국, 대만, 홍콩 등에 수출

- 김스라이센싱 'MR.김치'와 '몽크' 2002년 각각 40만달러와 10만달러 수출
- 아이코닉스 일본, 중국, 대만 등 7개국에 '딩가' 약 14만달러 수출
- 월드컵, 모바일 콘텐츠, 대선 등으로 주춤했던 캐릭터 내수 부족을 수출로 만회

(2) 기획 및 제작 동향

□ 대형문구, 팬시회사들의 캐릭터시장 본격진출

- 바른손, 모닝글로리, 아트박스 등의 대형문구 및 팬시회사들이 2002년 캐릭터시장에 본격진출
 - 바른손 '마스크맨', 모닝글로리 '바부', '블루베어' 등
- 국산캐릭터 선호증가로 인한 일부 디자인회사들 캐릭터개발로 업종 변경 등으로 캐릭터 개발사 폭증으로 경쟁 가속

□ 디지털 캐릭터 아바타 열풍

- 인터넷상에서 자신을 표현하는 디지털 캐릭터 '아바타' 월드컵 바람 타고 초강세
 - 아바타 유료 서비스는 2002년 1000억대로 전년 4배 성장

□ 애니메이션, 게임 등 업계 캐릭터사업 확장

- 애니메이션, 방송, 게임 등 관련업계의 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

(3) 투자 및 자금사정

- 캐릭터 전문투자조합 결성
 - 캐릭터산업 고도화 위해 '캐릭터 비즈니스 전문펀드' 조성, 만화, 애니메이션 등 연계 제작할 수 있는 '공동제작실' 조성

□ 캐릭터업계 자금사정 전반적으로 열악

- 재고부담과 신규 히트 캐릭터 부재로 인한 자금 압박 심화
 - 4/4분기 들어서 자금사정 더욱 악화
 - 연관산업과 시너지 효과가 큰 산업 특성상 애니메이션, 만화 등의 경기 침체가 캐릭터 산업에까지 영향을 미침

(4) 고용동향

- 경기침체 등으로 캐릭터산업 고용 감소
 - 종사자수 100명 이상 업체는 극히 소수의 제조업체이며, 대다수의 업체는 10명 이하 규모

- 2001년 ‘마시마로’ 등 플래쉬 애니메이션 성공에 캐릭터산업 진출했던 일부 업체의 경우, 2002년에 별다른 히트작을 내지 못함에 따라 휴폐업 및 업종 변경으로 고용감소

4) 음악산업

(1) 2002년 수출사례 및 현황

- 한류열풍으로 ‘베이비 박스’, ‘신화’, ‘강타’ 등 중국진출 성공
- 수출형태는 완제품이 주를 이루고 실질 수요자는 현지 교민이 주를 이루고 있음
- 보아, 오리콘 앨범차트 1위 등극, 2002년 현재 한국과 일본 양국에서 음반 330만장 판매
- 음반수출은 1998년을 112억원을 기점으로 하락하여 2001년 94억원 수준임
- 수입은 외환위기 이후 1997년 171억원에서 1998년 23억원으로 급격히 하락한 후 지속적으로 증가하여 2001년 117억원으로 2001년 수입이 수출을 23억원 초과함

< 연도별 음반 수출입 >

(단위: 억원)

구 분 \ 연 도	1996	1997	1998	1999	2000	2001
수 입	94	171	23	42	86	117
수 출	85	94	112	106	103	94

자료: 음반산업협회

(2) 기획 및 제작동향

□ 음반시장 침체로 기획·제작활동 위축

- 2002년 음반시장 심각한 불황으로 시장규모 전년대비 약 20%축소 된 2400억원 규모 추정
- MP3 음악파일 불법복제 기승, 월드컵, 가요계 PR비 수사, 선거와 같은 악재 겹치면서 소비자 구매심리 대폭 위축

< 국내음반시장 규모 >

(단위 : 억원)

구 분	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002(추정)
시장규모	3,790	4,045	4,104	3,530	3,800	4,104	3,733	2,800

자료: 음반산업협회

< 국내 음반생산물량 및 매출액 >

(단위:백만원, 천개)

구 분	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
생산물량	184,086	187,833	236,262	200,800	259,888	283,284	277,618
매출액	137,890	150,361	196,362	166,900	183,590	205,620	201,508

자료: 음반산업협회

- 음반시장의 급격한 위축으로 기획사, 레코드사, 음반도매상, 공연사 등 관련업계가 모두 불황
- 밀리언셀러 없고 2002년 50만장 이상 팔린 앨범은 ‘쿨 7집’, ‘코요태 4집’, ‘보아 2집’ 등 3장에 불과

< 50만매 이상 음반판매현황 >

년도	타이틀/대표수록곡	장르	연주자	출시일	판매량(매)	기획제작사/유통사
2001	연가/사랑할수록 외	발라드	다양	01.1.15	1,770,681	지엠기획/도레미미디어
	GOD 4집/길	발라드	GOD	01.11.15	1,588,215	(주)싸이더스/예전미디어
	김건모 7집/미안해요	발라드	김건모	01.5.14	1,376,581	건음기획/도레미미디어
	조성모 4집/잘가요 내사랑	발라드	조성모	01.9.3	961,539	지엠기획/도레미미디어
	브라운아이즈/벌써일년	R&B	브라운	01.6.7	639,019	SM/IK POP
	쿨 6집/JUMP MAMBO	댄스	쿨	01.7.4	588,226	SM/IK POP
	왁스 2집/화장을 고치고	댄스	왁스	01.8.9	696,724	대영AV/IK POP
2002	쿨 7집/진실	댄스	쿨	02.7.4	641,636	오노/웅진코웨이
	보아 2집/no.1	댄스	보아	02.4.12	536,952	SM/SM
	코요테 4집/비몽	댄스	코요테	02.3.15	508,196	예당/IKPOP

자료: 음반산업협회

□ 편집음반 열기

- 시장성이 불투명한 신보음반 제작보다 판매량이 보장되는 히트곡 위주의 편집음반(컴필레이션)이 붐
- 다양한 가수의 히트곡을 여러 장의 앨범에 묶어 저렴한 가격으로 판매하는 편집음반이 대거 제작
 - 편집음반 호황으로 정규앨범 판매량에 악영향
- 음반시장의 전체적인 불황 속에서 드라마-OST의 선전
 - KBS 드라마 ‘겨울연가’의 OST 30만장 판매, MBC 드라마 ‘로망스’의 OST 10만장 판매

□ 음악산업구조 음반중심에서 악곡중심 구조로 변화

- 음반중심(package Media)의 시장에서 악곡(Source)을 중심으로 하는 인터넷시장 형성

< 국내 인터넷 음악업체의 매출규모 >

(단위: %)

	1억 미만	1~5억	5~10억	10~50억	50억~	모름/무응답	평균
2000년	15.8	21.1	31.6	5.3	0	26.3	6억7천
2001년	5	20	15	15	5	40	29억3천

주: 응답업체수 20개(2000년은 19개)

자료: KIPA(2001. 12)

□ 음악저작권 시장 급성장

- 음악저작권 시장이 2001년 368억원, 2002년 391억원에서 올해는 442억원에 이를 전망
 - 음악저작권 신탁관리단체인 한국음악저작권협회(KOMCA) 자료에 따르면 올 협회가 징수하는 음악저작권료가 전년대비 13% 증가한 442억원에 이를 전망
(방송3사 및 지역민방 90억원, 노래방사용료 89억원, 유흥주점 69억원, 단란주점 33억원, 뮤직폰.인터넷 및 PC통신.무선인터넷 음악서비스 전송사용료 23억원 등)
- 음반제작에 따른 저작권도 2002년 65억원에서 올해는 18.5% 증가한 77억원 전망
 - 올해 중순 신보음반전면인세제가 시행되면서 신보음반에 대한 저작권 원천징수가 가해져 이 부문에서만 약 16억원 예상

□ 음반시장 불황에도 록밴드의 선전 등으로 대중음악 다양화

- 음반시장의 전반적 불황에도 불구하고 체리필터, 크라이넛, 언니네이발관, 자우림, 윤도현밴드 등 록밴드 선전으로 댄스음악 위주의 대중음악계 다양화
- 한대수, 신중현, 윤희주, 송창식, 김세환, 김도향, 김수철, 김완선 등 음악철학과 가창력을 갖춘 중견가수들 대거 컴백
 - 10대 위주 대중음악시장 보다 확대하는 효과 기대

□ 음반시장 침체로 과점 심화

- 오프라인 음반시장 축소로 음반사의 시장 과점 및 특정 음반에 대한 시장 편중 현상 심화
 - 음반판매 부진에 따라 기존 도,소매 유통망의 급속한 축소 현상이 심화
 - . 도매상(32개→20여개), 소매점(5,000여점→2,000여점미만)
 - 음반 시장의 상위 5개사가 전체 시장의 67.4%를 차지하는 과점구조 심화
 - 시장위축에 상대적으로 영향을 적게 받는 스타급 가수 앨범 위주로 음반시장 양극화

□ 온라인 불법복제 서비스 온라인 음악 시장 장악

- 인터넷 통한 MP3 다운로드 서비스 등으로 기존시장(CD/MC) 위축시키는 결과 초래
- 인터넷 무료 스트리밍 서비스 및 P2P서비스 확산으로 기존 오프라인 음악시장 감소에 대응하는 신시장으로서의 온라인 음악 시장 형성을 어렵게 함

< 불법음반 단속실적 >

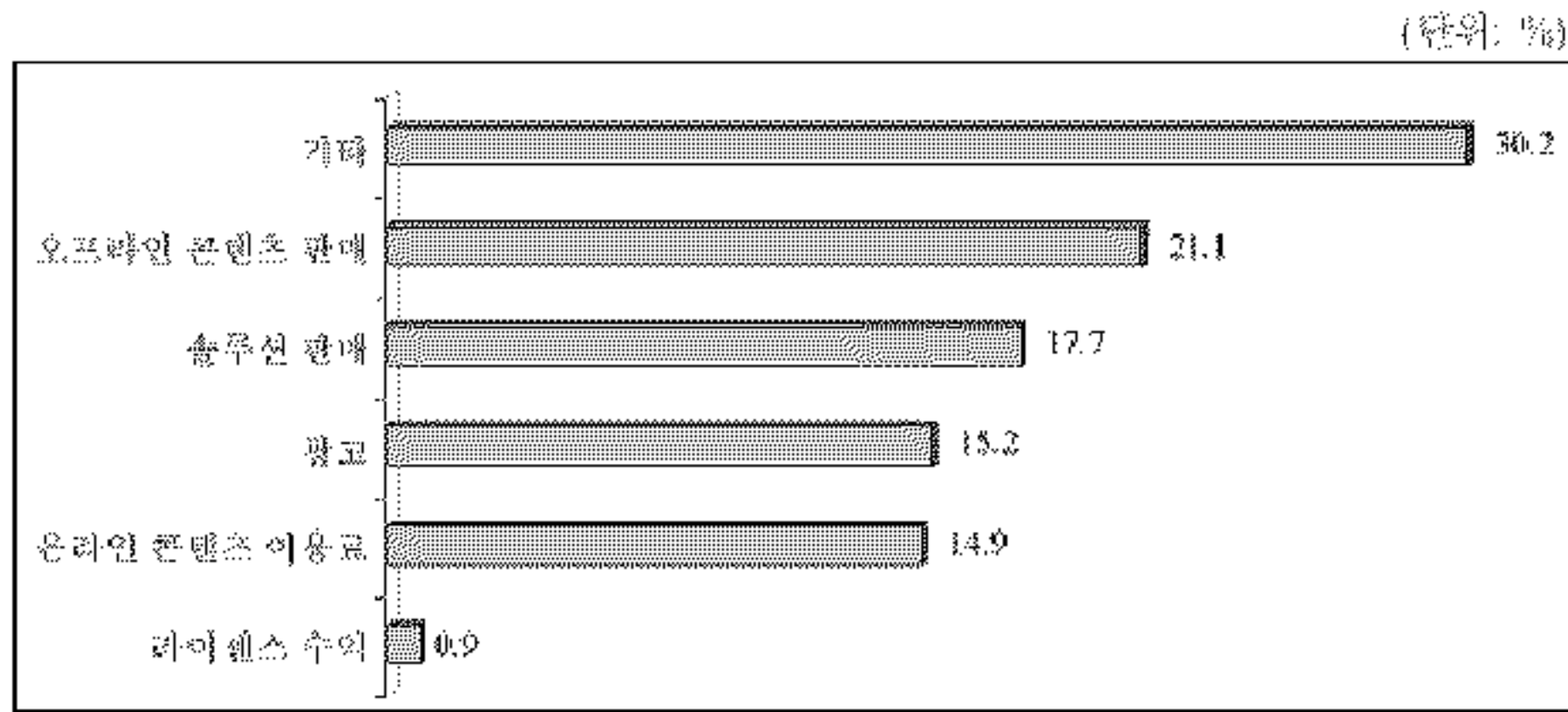
(단위, 조치내역:건, 단속실적:점)

		1995	1996	1997	1998	1999	2000
조치내역	행정 조치	8,193	5,367	4,807	4,013	10,479	113
	형사고발	320	436	438	652	1,071	3,164
합계	8,513	5,803	5,245	4,665	11,550	3,277	
단속실적	음반	1,953,016	3,029,669	3,316,488	2,657,171	3,980,839	2,099,270
	비디오	182,690	244,920	119,428	110,201	167,979	75,652
게임	-	-	-	-	-	41,448	
합계	2,135,706	3,274,589	3,435,916	2,767,372	4,148,818	2,216,370	

자료: 한국음반산업협회

- 인터넷 음악업체의 매출구조중 콘텐츠 이용료는 약 15%로 매우 낮으며 디지털음악 유통이 정착하지 못하는 것은 무료다운로드 서비스 등을 통해서 음악다운로드 받기 때문으로 추정됨

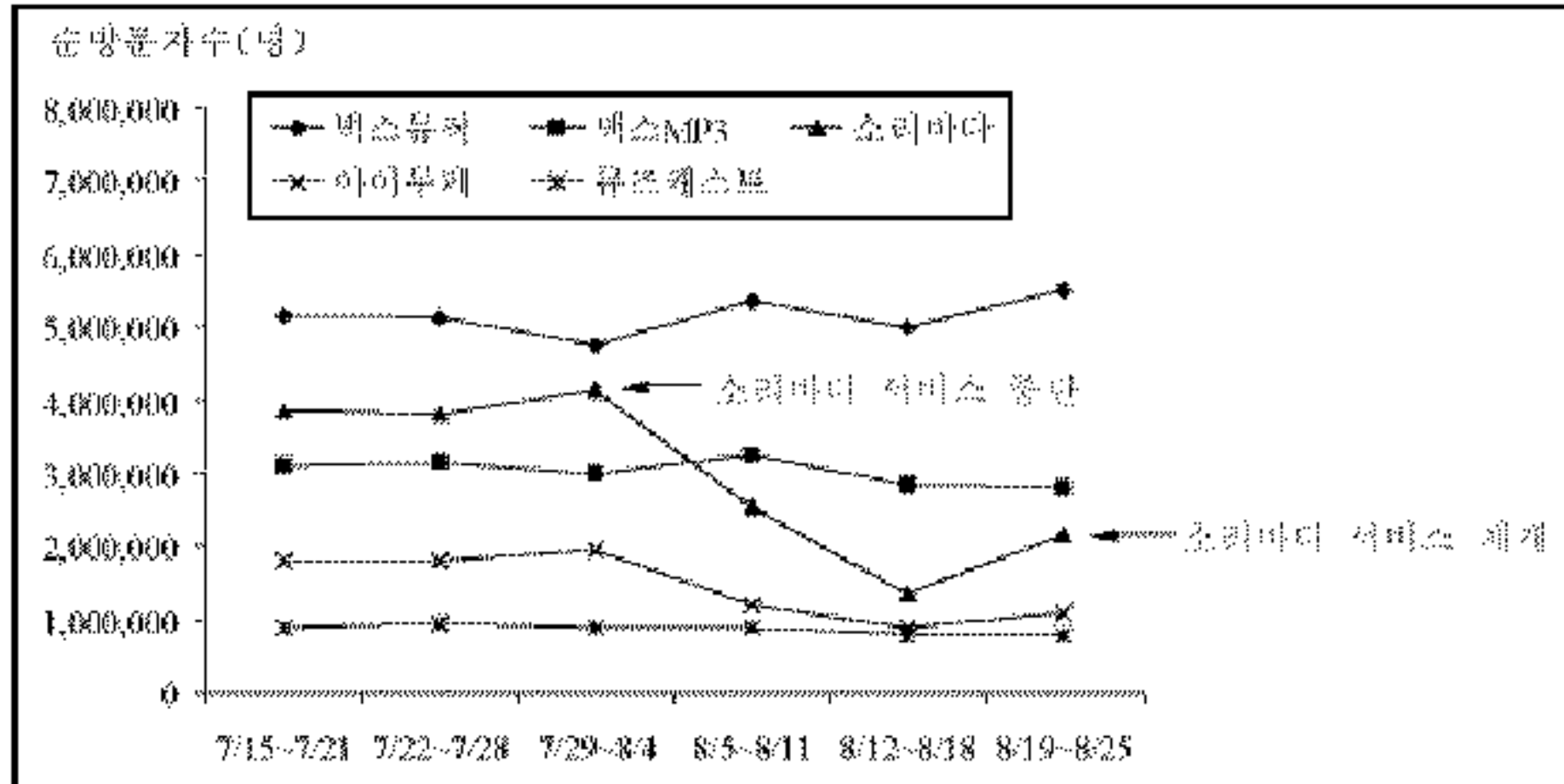
< 국내 인터넷 음악업체의 매출구조(2001년) >



주: 조사업체수 20개
 자료: KIPA(2001)

- 온라인 음악 사이트 이용 네티즌 2,000만명 상회 추정

< 국내 주요 인터넷음악업체의 순방문자수 추이 >



자료: KoreanClick(2002. 8)

- 다운로드와 스트리밍서비스 연 3,000~4,000억대 잠재시장, 음악다운로드, 스트리밍, 인터넷 방송 등의 주 서비스와 노래방, 음악 편지, 배경음악 등 부가서비스시장 등 감안 시 온라인시장 연 5,000억원전망

□ 무선 인터넷 음악 서비스 등 신규 음악시장의 본격 확대

- 벨소리, 노래방 서비스 위주 무선 음악시장 2002년 2.5G 서비스 확산 및 통화 연결음 서비스 폭발적 성장에 따라 원음 서비스 및 뮤직비디오 (VOD) 등으로 급속히 확산
 - 이동전화 2002년 10월 현재 약 3,150만대 보급
 - 모바일 음악서비스 시장은 벨소리, 음악편지, 노래방, 통화연결음, 등 급속히 다양화
 - 모바일 벨소리, 다운로드, 음악편지 등 2,000억원대 시장형성(2001)

□ 소리바다 서비스 중지 가처분 등 저작권 관련 소송 진행

- 2002년 8월 법원 소리바다 서비스 중지 가처분으로 온라인 불법복제에 대한 논의 확산 및 정규 음악서비스시장 확산 계기 마련

소리바다 공방일지

- 2000년 5월 : MP3 파일공유 커뮤니티 '소리바다' 서비스 개시
- 2001년 1월 : 한국음반산업협회에서 '소리바다' 운영자 고소
- 2001년 8월 : 검찰이 저작권법 위반 방조혐의로 운영자 불구속기소
- 2002년 7월 : 소리바다 음반복제 등 금지 가처분 결정 및 소리바다의 검색에 사용되는 서버 3대의 서비스 중지
- 2002년 8월 : '소리바다2'로 서비스 운영 재개
- 2002년 9월 : 2차공판
- 2003년 2월 : 소리바다 서버중지 최종확정

- 소리바다는 2002년 법원으로부터 서비스 중지명령 받았으나 '소리바다2'라는 버전으로 서비스 재개
- 벅스뮤직 2001년 말 싸이더스에 의해 저작권법 위반혐의로 고소당한 데 이어 2002년 10월 음반기획사에 의해 저작권법 위반 고소 됨

□ 음악사이트 유료화 및 반불법복제 캠페인

- 음악계 최대 화두인 '음악사이트 유료화' 로 음악시장 새로운 활력 전망
 - MP3 음악파일 유료 사이트 증가, 불법서비스에 대한 강도 높은 단속 통해 양성화 유도 방침
- 한국음반산업협회는 온라인에서 불법으로 음악이 유통되는 것을 근절시키기 위한 음악사랑 캠페인 실시

- 2003년 1월부터 4개월동안 다음(www.daum.net)과 야후(www.yahoo.com), 위즈맥스(www.mpcat.com) 등 국내 대표적인 인터넷사이트를 통해 우리 음악 사랑에 대한 인터넷 배너광고를 실시

(3) 투자 및 자금사정

□ 음반시장 위축에 따라 투자 및 자금사정 악화

- 음반시장 위축에 따른 투자 활동 부진
- 음반시장의 침체는 투자에 대한 기피로 이어져 편집음반 발매 등 단기 수익성 위주 음반 발매 현상 심화
- 밀리언셀러 음반이 없을 만큼 판매가 부진함에 따라 자금사정도 매우 열악해짐
 - P2P 사이트와 스트리밍 사이트 증가로 전통적 메이저 음반사들의 자금사정이 더욱 악화
 - 인터넷 보급과 복제의 대중화로 전통적 음반 매체 쇠퇴

(4) 고용동향

- 2002년 문화산업 통계에 따르면 2000년 기준 음반산업의 총사업체수는 292개, 종사자수는 2,738명으로 평균종사자수는 9.37명
 - 전체 사업체중 4인이하 종사자 비중은 40.8%, 5~9인 32.2%, 10~19인 15.8%, 20~49인 8.9%, 50~99인 2.0%, 100인이상 0.3%로 전체 사업체수의 73%가 10인미만의 고용규모임

- 전반적인 경기 침체로 인한 자금 악화가 인건비 부담으로 이어져 일부 메이저 음반사의 경우 대대적인 인원 감축 단행
- 방송, 영화, 모바일 등의 사업 진출. 기획, 제작, 유통을 포함한 대형 엔터테인먼트사의 대두로 음악 업체의 대규모 움직임 보임

5) 만화산업

(1) 2002년 수출사례 및 현황

□ 동남아 및 미국, 유럽시장 진출 확대

- 한국만화의 대외 수출지역은 일본이 대부분이었으나, 점차 중국, 대만, 인도네시아, 베트남 등 동남아국가를 비롯하여 미국, 유럽지역 등 국제시장 진출이 확대되는 추세
 - 대만과 동남아시아 시장진출은 대원CI, 서울문화사 등이 90년대 중반부터 대만, 태국, 말레이시아, 인도네시아 등에 진출하면서 시작됨
 - 대만에서는 일본만화와 인기순위를 다투는 좋은 성과를 거두었고, 태국에서는 국내 만화만을 소개하는 만화잡지도 발간됨
- IMF이후 동남아시아와 대만에 5.6종과 4.8종을 수출하여 가장 높은 비율을 보였고, 동남아시아에는 42권을 수출함
- 2002년 7월 국내 만화(백성민 '오즈의 마법사', 김형배 '캐릭터 헌터', 김광성 '순간에 지다', 안수길 '호랑이' 등)와 미국 만화전문 에이전시인 '침프 테리 스튜디오'와의 판권계약이 성사됨으로써 미국·유럽 진출

계기 마련

- 2002년 8월 만화 아기공룡 둘리를 중국어 번역, 출판 공식 계약
 - 2003년 1월 둘리 만화책이 전 10권으로 연변대학출판사에서 발간된 이후, 본격적인 수출이 확대될 전망
- 만화작가 형민우의 '뚝슬레이브'는 최근 미국 파워하우스사와 수출계약, 미국 전역에서 10만부 출간 예정 (2002. 10)

□ 만화산업 중국진출

- '가을동화' 등 한국드라마와 가요가 대만에서 폭발적 인기를 얻은 데 힘입어 한국만화도 중국시장 진출
 - 일본만화가 석권하고 있는 대만시장에서 한국만화가 대만 만화잡지에 연재
 - '열혈강호', '아일랜드', 'P.K!', '가디록' 등

□ 앙굴렘 국제만화페스티벌 주빈국 초대

- '앙굴렘 국제만화페스티벌'(Angouleme International Comics Festival)에서 '한국만화 특별전시회' 개최 결정
 - 국내 출판만화의 국제경쟁력 제고 및 수출 확대 도모하기 위한 정부 결정에 따라 열리게 된 이 전시는 '만화의 본고장'인 유럽에 한국만화를 정식으로 소개하는 최초의 기회

(2) 기획 및 제작 동향

□ 2001만화 제작시장 규모 1,565.2억원, 소비시장 규모 6,033억원

- 2001년 국내 만화산업 제작시장 규모는 학습만화시장을 제외하고 약 1,565.2억원으로 추정

< 만화제작시장규모 >

(단위: 억원)

주요3사	일일판 출판사	기타출판사	합계
712	470.4	382.8	1,565.2

- 일일판 출판매출 : 400권(월발행권수)×3500원(평균단가)×2800곳(만화가계수)×12개월 = 470.4억원
- 기타 출판사 매출 : 11.6억원(주요3사 제외 출판사 매출평균)×33(주요3사 및 일일판출판사 제외 출판사 수) = 382.3억원

자료: 한국문화콘텐츠진흥원

- 5대문화콘텐츠산업(애니메이션, 캐릭터, 음악, 만화, 게임) 시장규모 5조 5,000억원의 약 2.8%
- 소비시장규모는 6,033억원으로 대여시장규모 5,140억원, 판매시장규모 723.6억원, 온라인만화시장 169.4억원
 - 만화소비시장의 85%이상을 차지하는 대여시장은 수요를 고려하지 않은 과다 공급
 - 소비시장에서 국산만화 점유율은 37.4%규모인 2,255.3억원 수준이며 대다수가 일본만화가 점유

< 소비시장에서 한국만화 점유율과 규모 >

구분	시장규모(억원)	한국만화점유율	한국만화시장규모(억원)
만화가게	1,523	40%	609.2
대여점	3,617	30%	1,085.1
서점	723.6	65%	470.3
종합포털사이트	10.7	92%	9.8
만화전문사이트	(126.2-35)	76%	69.2
온라인서점	32.5	36%	11.7
합계	6,033	37.4%	2,255.3

주: 1) 만화전문사이트시장규모의 '35'는 일본만화전문사이트의 규모를 제한 것이고, 76%는 페이지뷰 비율을 나타냄

2) 포털사이트의 92%는 콘텐츠 비율임

3) 만화가게와 대여점의 40%와 30%는 업계종사자 인터뷰를 통해 대여율을 추정한 수치임

자료: 한국문화콘텐츠진흥원

- 2000년까지 꾸준히 증가하던 만화출판이 2001년부터 감소세로 돌아서기 시작함

< 최근 만화발행부수 추이 >

구분	1997	1998	1999	2000	2001	2002
만화	23,605,460	33,025,623	36,665,233	44,537,041	42,151,591	35,944,520
출판전체	212,313,339	190,535,987	112,506,184	112,945,032	117,172,347	117,499,547

자료: 대한출판문화협회(2003)

- 2002년에 들어서는 아동도서가 증가한 반면 만화분야의 감소가 나타남
 - 학습·참고(38.6%), 아동(28.3%) 등 이 큰 폭으로 발행 종수가 증가

하였으며 발행부수에서는 아동이(28.6%) 크게 증가한 반면 만화는 발행 종수에선 0.6%, 발행부수로는 14.7% 감소함

< 2002년 상반기 출판통계 현황 >

구 분	신간발행종수			신간발행부수			평균부수		평균정가	
	2002	2001	증감%	2002	2001	증감%	2002	2001	2002	2001
일반도서	27,126	25,162	7.8	81,555,027	75,020,756	8.7	3,006	2,981	14,729	12,902
만 화	9,060	9,117	▼0.6	35,944,520	42,151,591	▼14.7	3,967	4,623	3,621	3,308
합 계	36,156	34,279	5.5	117,499,547	117,172,347	0.2	3,246	3,418	11,959	10,351

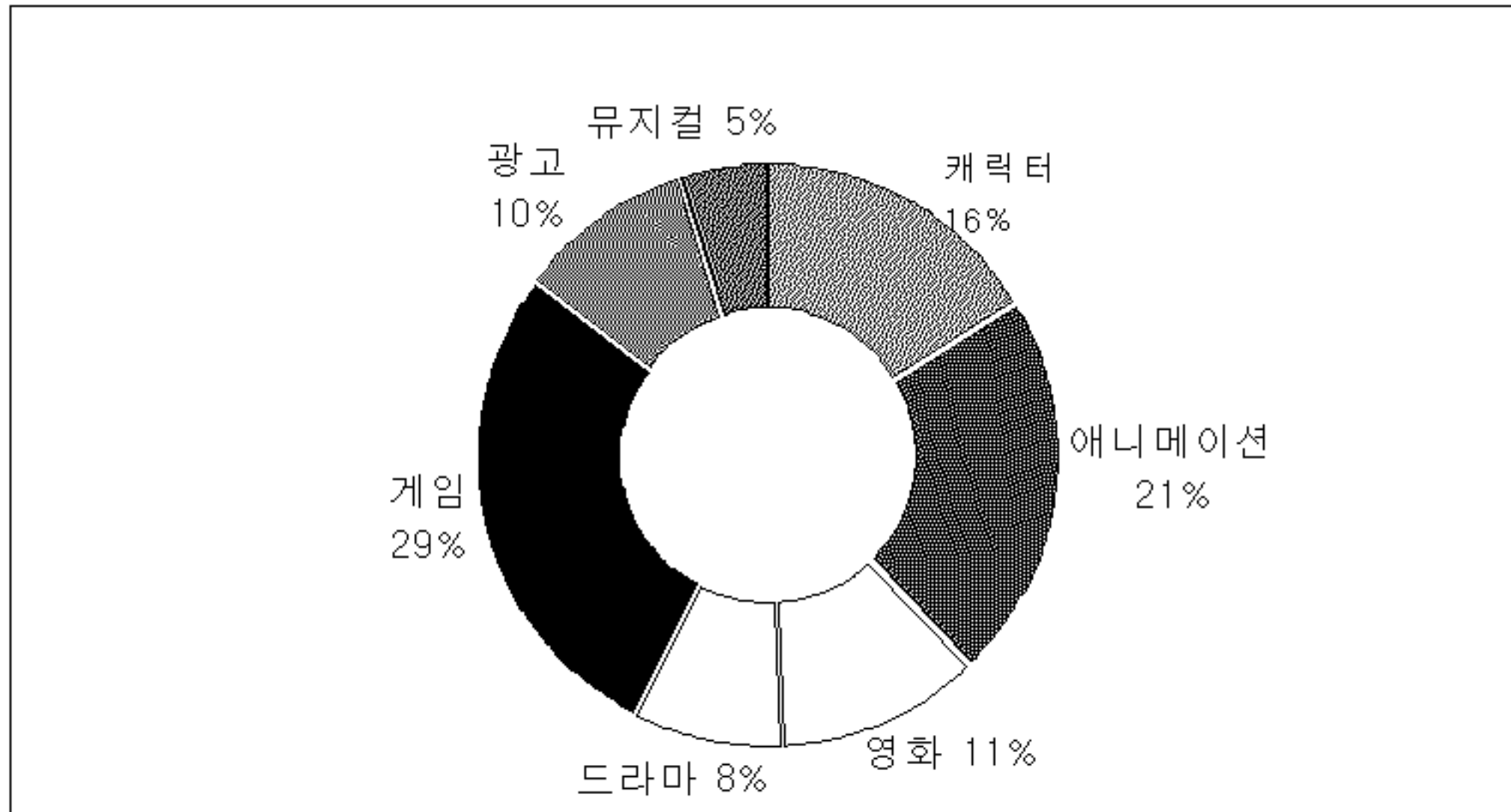
주 : 이 자료의 '만화'에는 일반적인 만화 외에 '학습·교양만화'도 포함돼 있음

자료 : 대한출판문화협회, 2002

□ 원소스멀티유즈 제작 활발

- 원소스멀티유즈의 기본이 되는 콘텐츠인 만화원작의 애니메이션, 게임, 캐릭터 제작 활발하게 진행 또한 게임 소재로 한 출판 만화도 등장
- '천국의 신화'가 세계시장 겨냥 극장용 애니메이션으로 제작 예정이며, '만화로 보는 그리스 로마 신화' 를 원작으로 한 애니메이션 '올림포스 가디언' 방송
- '짱' 게임으로 개발, 출시 및 '타짜'가 온라인게임으로 선보일 예정이며, '강가던' 뉴버전 출간 및 게임, 캐릭터 사업진행

< 만화의 원소스멀티유즈 사례 >



주: 1975년부터 2002년까지의 주요 만화 대상 조사 중 35개가 원소스멀티유즈로 사용

□ 복간만화 및 애장판 만화 본격화

○ 복간 및 애장판(완전판)만화 출간 본격화

- 서울, 대원, 학산 등 기존 메이저 출판사들의 자사의 과거 히트작들 복간
- '불의검', '고우영 삼국지', '구르믈 버서난 달처럼', '객주', '상자하자' 등 성인 대상 단행본, '철인 칸타우', '로봇찌빠', '강가던' 등 어린이 대상, '로보트 킹', '바람의 파이터', '로보트태권브이', '나 어릴 적에', '이겨라 벤' 등

□ 학습만화 및 교양만화 강세 지속

- 2002년 출판 만화계의 가장 큰 특징은 학습만화의 강세와 절판된 만화 복간 붐
- 단행본 만화시장의 극심한 불황에 대한 대안으로 학습·교양만화 붐이

이어져 당분간 지속될 전망

- '만화로 보는 그리스로마신화' 현재까지 1,000만부 이상 판매 등 베스트셀러 순위에 오름

□ 만화유통 다양화 및 전문화

- 2002년에도 인터넷을 통한 만화 서비스 강제 및 유료화
 - 대표적 만화 채널인 라이코스코리아가 유료화를 실시한 데 이어 만화 콘텐츠를 제공하는 인터넷 포털들이 차례로 유료화를 선언
- 대형 서점에 대규모 만화 전문매장이 신설되는 등 만화 유통이 다각화, 전문화 추세

□ 저작권 관련 법적 분쟁 확산

- 2002년에는 온라인을 통한 만화서비스가 본격화되면서 온라인 서비스 업체와 만화가들 사이에 저작권과 관련된 법적 분쟁
- 인터넷 만화 서비스 제공업체인 게임벤처는 대원씨아이, 서울문화사, 학산문화사 등 5개 만화출판사와 공동으로 인터넷 만화콘텐츠 불법복제 방지 및 원작자 저작권 보호 위해 '만화저작권 보호협의회' 출범
- 온라인 만화 'X2Comix'를 서비스하는 GV 다음커뮤니케이션 상대로 온라인 만화 서비스 금지 가처분 신청서 서울 지방법원에 제출

(3) 투자 및 자금사정

□ 출판업체의 자금사정 악화

- 최근 몇 년동안 이어져온 출판업체의 자금사정이 더욱 악화되어 만화 잡지 폐간
- 잡지 폐간에 따른 작가들의 활동부진, 대작 부족에 따른 다품종 소량 생산 방식이 자금 사정 악화를 가속화
- 유통 인프라 부재로 인한 반품 및 재고 발생, 대여시장 과밀화에 따른 판매시장의 위축도 자금사정 악화를 부추김

□ 창작 및 유통활성화 투자

- 국내 출판만화의 창작 및 유통활성화 위해 만화전문서점 개설에 40억 원, 만화잡지 발간에 30억 원 등 총 70억 원의 융자 실시

(4) 고용동향

□ 경기침체로 고용감소 지속

- 2002년 한국문화콘텐츠진흥원 조사에 따르면 만화출판사의 평균종사자수는 22명으로 5인이하가 23.8%, 6~10인 26.2%, 11~20인 17.0%, 21~40인 17.0%, 41~100인 10.0%, 100인 이상 4.8% 등 고용규모 10인 이하가 약 50%에 달하는 등 매우 영세한 규모로 운영됨
- 2002년 동안 경기침체로 지속적인 고용 감소가 이루어짐
- 전문 기획 및 마케팅 인력 부족

- 만화인력양성프로그램이 대부분 창작인력에 집중되어 있어, 실제 업계가 필요로 하는 인력은 충분히 양성되지 못함

6) 디지털콘텐츠

(1) 디지털 콘텐츠 해외진출사례

□ 모바일 콘텐츠 해외진출 사례

- 현대종합상사는 독일의 무선인터넷 포털업체인 핸디디를 통해 캐릭터 벨소리 등 국내 콘텐츠를 서비스 제공
- 웹이엔지코리아는 프랑스의 무선인터넷게임업체인 루디왁에 게임 및 캐릭터를 제공
- 나스카는 스웨덴의 무선인터넷 게임업체인 피코편과 자사의 시뮬레이션게임인 키스뮤 서비스 계약 체결
- 다날은 인도네시아의 통신사업자인 인도셋을 통해 벨소리 서비스 제공

□ 모바일 게임 해외수출 사례

- 앤아이박스는 필리핀의 이동통신 업체인 스마트와 글로브에 모바일 게임을 수출했으며 최근 대만 및 유럽 수출을 추진중
- 모바일컬처는 모토로라에서 운영하는 마이모바일소프트에 게임 3종을 수출했으며 필리핀 1위의 이동통신업체인 스카트와 대만의 이동통신 업체인 FET, 싱가포르텔레콤에도 모바일 게임을 공급

- 컴투스(Com2uS)는 현지 이동통신업체인 KDDI를 통해 제공중인 모바일 게임 '미니게임천국'의 이용자가 최근 4만5,000명을 넘어서 올해 일본에서 벌어들이는 로열티 수익이 3억원대에 이를 전망

< 주요 모바일 업체 진출 현황 >

업체명	진출지역	추진지역	주요사업분야
컴투스	일본, 북미, 유럽	중국, 유럽	게임
웹이엔지	일본, 유럽, 홍콩	북미, 중국, 동남아	게임
엠드림	중국, 일본	북미	게임
모바일게임	북미		게임
지오인터랙티브	북미		게임
인포허브	일본, 중국		벨소리
야호커뮤니케이션	인도네시아	중국, 말레이시아	벨소리
텔미정보통신	인도네시아	동남아, 중국	벨소리
포켓스페이스	일본, 이스라엘	미국, 유럽	게임
일렉트릭아일랜드	일본	유럽, 동남아	게임
앤아이박스	필리핀		기타 콘텐츠

자료: 문광부, 문화산업백서 2002

(2) 모바일 콘텐츠 시장규모

- 국내인터넷콘텐츠와 모바일 콘텐츠시장 규모가 현재 비슷한 수준이나 2003년 모바일콘텐츠시장의 비약적 성장으로 시장규모 역전 전망

< 주요국 모바일콘텐츠 시장규모 비교 >

(단위: 억원)

주요국	벨소리	통화연결음	캐릭터	게임	기타 (동영상 포함)	총계
한국	500	500	100	1,000	480	2,580
유럽	31,200			37,200	15,600	84,000
중국	445	-	-	480	N/A	1,000~1,500
일본	6,000	-	-	2,500	N/A	10,000~12,000

주: 2002년 추정치, \$1=₩1,200

자료: BIK(BUILTINKOREA) 정리

- 국내 디지털콘텐츠 시장규모는 2001년말 2.4조원에서 연평균 약 38.9%씩 성장하여 2005년에는 약 9조원에 이를 전망
- PC 보급확대, 초고속통신망 확충, 무선인터넷의 발달 등으로 디지털 콘텐츠의 지속적 성장 전망
- 2001년말 현재, 국내디지털기업은 총 1,359개사로 제작업이 65%를 차지하고 있으며 서비스지원과 유통업이 각각 17%와 18%를 차지함
- 디지털콘텐츠 제작업체(877개)는 정보콘텐츠(29.1%), 게임(24.1%), 영상(12.7%) 등의 순으로 높으며 출판(3.6%)분야가 가장 낮음

< 국내 디지털콘텐츠 시장규모 및 전망 >

(단위 : 억원)

구분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2002-2005평 균성장률
디지털출판	589	675	773	1,046	1,366	1,862	28.8%
디지털영상	3,441	3,500	3,560	3,620	3,681	3,743	1.7%
인터넷음악	455	973	1,200	1,850	2,674	3,790	40.5%
게임	8,902	8,966	12,073	14,934	17,449	19,472	21.4%
온라인게임	1,628	2,985	3,745	4,412	4,965	5,517	16.6%
PC게임	1,323	1,810	2,202	2,497	2,765	3,024	13.7%
비디오게임	90	146	1,920	2,400	2,830	2,900	111.1%
아케이드	5,844	3,528	3,352	3,702	3,887	4,159	4%
모바일게임	17	497	854	1,923	3,002	3,872	67%
정보콘텐츠	6,380	9,802	15,415	24,195	36,716	60,226	57%
합계 (억달러)	19,767 (15.2)	23,916 (18.4)	33,021 (25.4)	45,645 (35.1)	61,886 (47.4)	89,093 (68.5)	38.9%

자료 : 2001년 디지털콘텐츠산업 시장조사 보고서(한국소프트웨어진흥원, 2002. 2)
2002 게임산업연차보고서(한국첨단게임산업협회, 2002.8) 재구성

< 디지털콘텐츠 제작업체 비중 >

구분	정보	게임	영상	음악	출판	기타
비중	29.1%	24.1%	12.7%	7.4%	3.6%	23.1%

자료: 한국소프트웨어진흥원, 2001년 디지털콘텐츠산업 시장보고서, 2002

□ 모바일 시장 폭발적 성장 전망

- 영상전화 등 양방향 멀티미디어 서비스 및 고품질의 유무선 통합서비스 제공으로 멀티미디어 형태의 복합 콘텐츠제작 및 유통 가능

- IMT 2000 서비스와 무선망 개방 등으로 2003년 모바일시장 폭발적 성장전망 (2002년말 현재 CDMA가입자수 약 1,500만명으로 전체 이동전화가입자 3,250만명(이동전화 보급률 68%)의 약 46% 수준)
- 무선인터넷시장 2002년 1조6천억원으로 성장속도 150% 상회, 2003년 2조원대 전망 및 이동통신시장에서 무선인터넷비중 10.3% (대우증권 리서치본부추정)
- 전화벨소리 다운로드, 전화 노래방 서비스 등 모바일 음악시장규모는 약 1,000억원, 캐릭터다운로드는 약 300억원 수준, 모바일 게임시장은 2003년 1,923억원으로 성장 전망
- 모바일 VOD시장은 2002년도 하반기에 상용서비스가 시작되어 시장 형성기로 2003년 VOD, AOD 서비스를 합산하여 약 1,000억원의 매출 예상 등 성장세 전망

(3) 기술 및 표준화

□ 콘텐츠기술

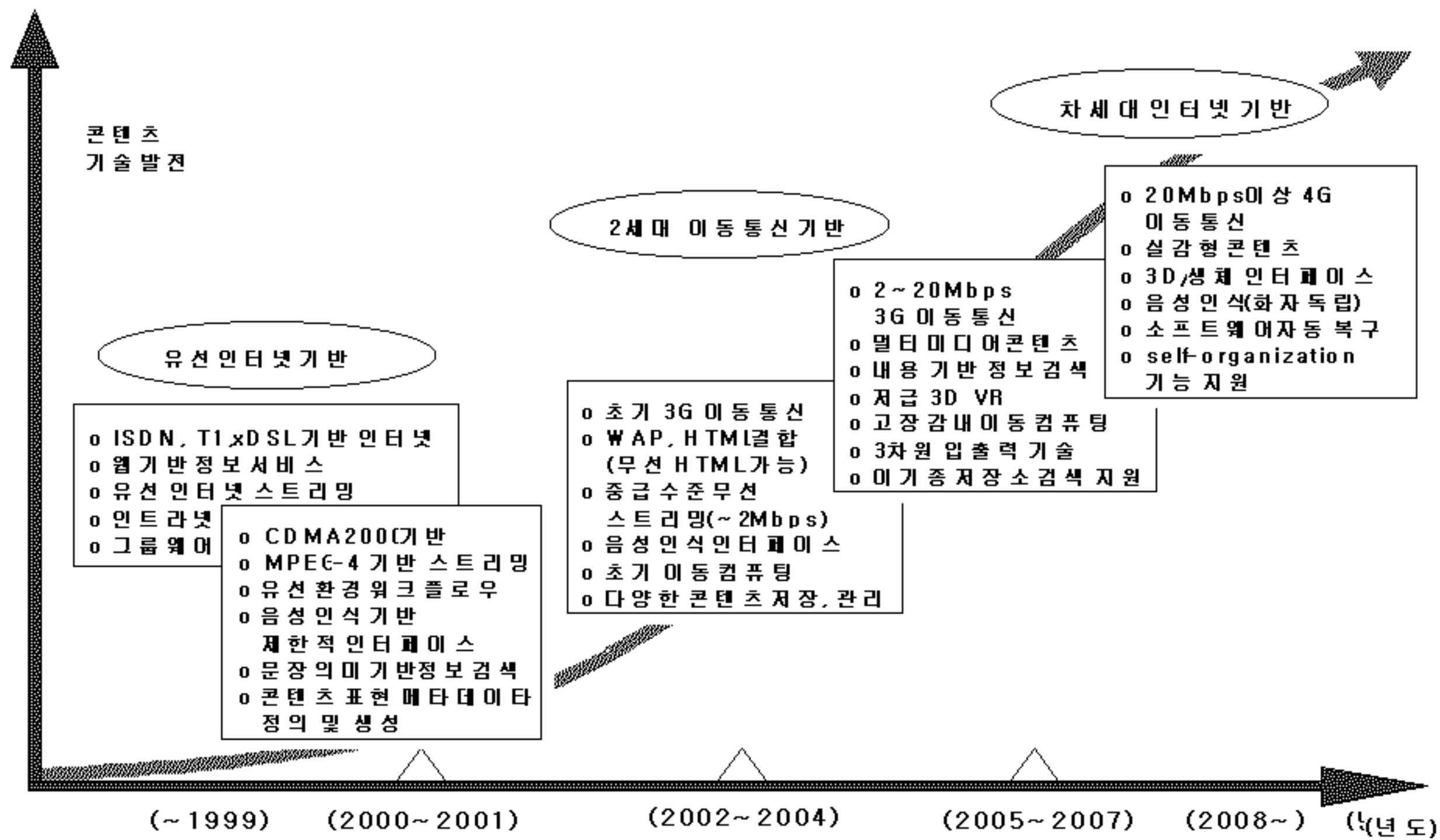
- 초고속인터넷 발전과 더불어 영화, 게임, 음악, e-book 등과 같은 다양한 형태의 디지털콘텐츠 산업 발달
- 콘텐츠의 생성, 저장, 유통, 보호, 서비스 등 제반 기술들이 유기적으로 결합된 콘텐츠기술발전이 선행되어야 콘텐츠산업 발전
- 콘텐츠유통과 보호 위한 CDN과 DRM은 기업비즈니스능률 증진, 리치미디어, 유비쿼터스(Ubiquitous)시대의 선구자 역할 수행
- 유비쿼터스는 라틴어로 “모든곳에 있다”는 뜻으로 물리공간과 전자공간을

상호융합하는 기술로 2010년경 언제 어디서나 자유롭게 모든 서비스를 사용할 수 있는 네트워크 실현 전망

□ 기술현황과 전망

- VR(Virtual Reality), CG(Computer Graphics), 3차원 게임 등 기술 등장으로 신개념의 첨단 콘텐츠 개발 가능
- 워터마킹과 암호화, 인증 및 추적기술 등을 통하여 콘텐츠를 효율적으로 유통시키고 콘텐츠 저작권을 보호하는 DRM(Digital Rights Management) 기술이 핵심기술로 등장

< 콘텐츠 기술 전망 >



자료 : 정보통신기술전망(ETRI, 2002. 2)

- Mobile Application Layer의 주요 기술적 이슈

- Mobile Application Provider Layer의 주요 기술이슈를 세분화하면 SyncML, 휴대폰 결제서비스, 무선인터넷 보안, Mobile Groupware의 4가지로 나눌 수 있음

○ Mobile Device Platform Layer

- VM(Virtual Machine)은 애플리케이션 및 콘텐츠 사업자가 제공하는 S/W와 콘텐츠가 다양한 무선단말기상에서 구동되게끔 하는 기반기술로 단말기 기종과 운영체제의 구애를 받지 않는 하드웨어 독립적인 형태로 간단히 소프트웨어만 수정하면 탑재가 가능한 미들웨어의 일종

< VM기술로 제공 가능한 핵심콘텐츠 >

게임 다운로드	빠른 화면 전환이 필요한 슈팅, 격투게임 스토리가 연결되는 대규모 어드벤처 게임 여러 명의 사용자가 동시에 참여할 수 있는 네트워크 게임
멀티미디어 다운로드	노래방, DDR 스포츠 중계 서비스 이미지/배경음악/메시지가 동시 전송되는 mCard
기타 서비스	그래프와 함께 제공되는 주식정보 이미지/문장/음성이 함께 제공되는 어학교육 콘텐츠 위치별 지도이미지를 제공하는 지리/위치정보 서비스

□ 표준화 동향

- W3C(World Wide Web Consortium)이 DRM 표준화 추진
 - 음악 표준화 기구인 SDMI(Secure Digital Music Initiative)와 e-Book 표준화 기구인 EBX(Electronic Book Exchange)와 OEBPS(Open eBook Publication Structure)가 DRM 표준 정의

- 디지털콘텐츠의 전자상거래를 지원하기 위한 메타데이터 표준 프레임워크 국제적 공동개발 위한 INDECS (Interoperability of Data in E-Commerce Systems) 프로젝트 유럽 주도

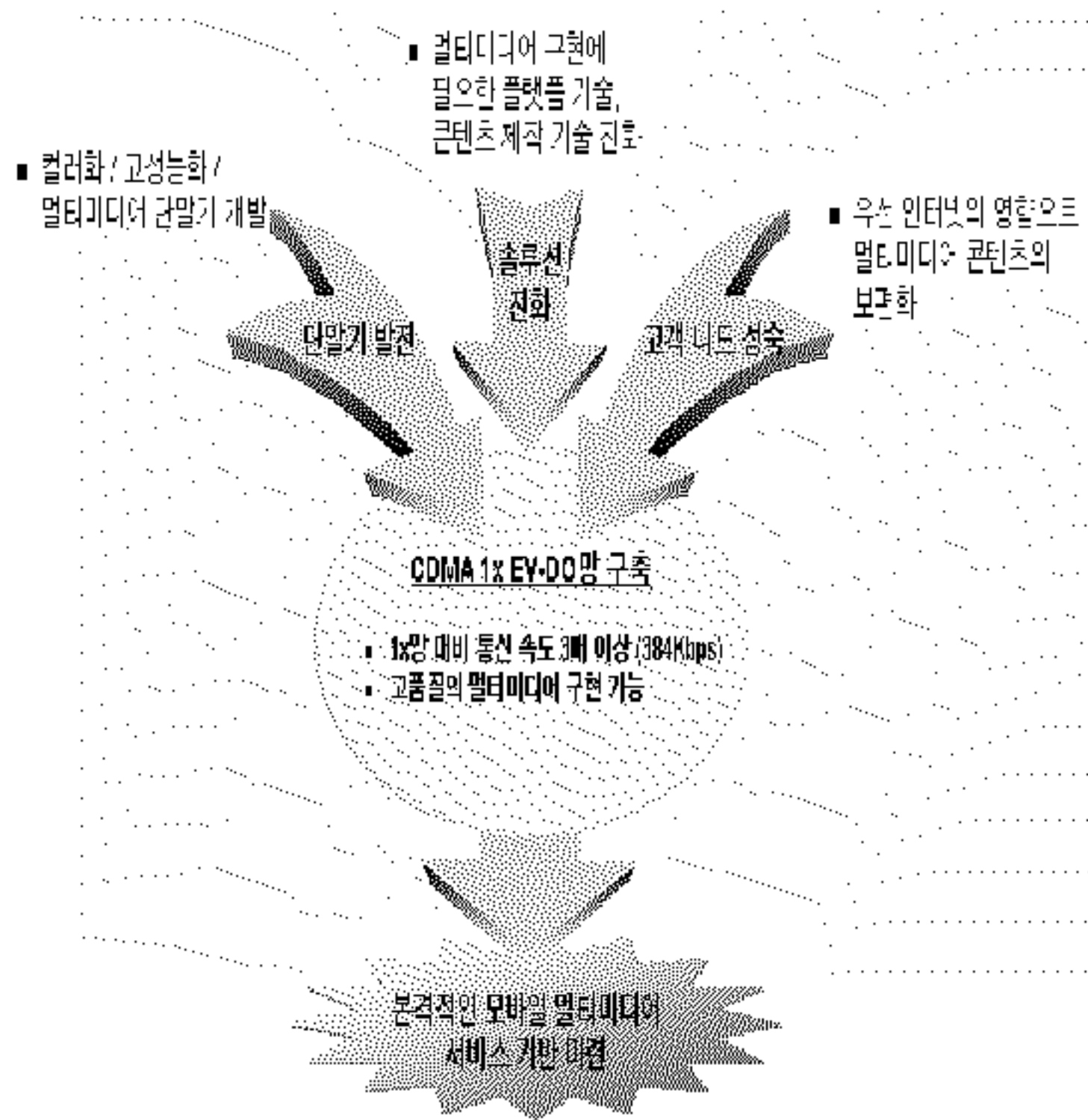
□ 콘텐츠 발전전망

- 영상, 사진, 음악 등 멀티미디어콘텐츠를 대규모로 유통시킬 수 있는 초고속 정보통신망을 기축으로 전자상거래, 원격의료, 재택근무, 원격교육 등이 일반화
- 기업에서도 지식기반 경영 시스템 및 고품질의 인터넷을 이용한 마케팅, 홍보, 원격공동작업 등 다양한 e-business 활성화
- 무선콘텐츠 최대 2.4Mbps 속도의 데이터 전송 가능한 CDMA 2000x EV-DO 서비스 등 상용화로 질적·양적 확대 전망
- 정보단말기의 지능화 및 유비쿼터스 컴퓨팅 환경 발전으로 언제, 어디서나 정보서비스 가능한 컴퓨팅 환경에 필요한 고품질 VR 콘텐츠 수요 증가

□ 본격적 모바일 멀티미디어 서비스로 진화

- 모바일콘텐츠는 단말기 발전, 솔루션 진화, 고객니즈 성숙이 이동통신망의 진화와 맞물려 본격적인 모바일 멀티미디어 서비스로 진화

< 모바일콘텐츠 산업의 진화분석 >



출처 : BIK(BUILTINKOREA) Analysis

□ 문화콘텐츠 기반 기술

- 문화콘텐츠 기반기술은 다양한 문화콘텐츠 설계, 제작, 공급, 소비에 핵심적으로 활용되는 기반 및 응용기술로서, 디지털미디어 활용과 관련된 기술, 콘텐츠 제작을 뒷받침하는 인문사회학적 기반과 디자인 및 예술 기반 등 핵심 인프라로 구성
- 미디어 창작기술은 문화콘텐츠 기반기술 가운데 가장 근간이 되는 기술군으로서 전산학, 인문사회학 및 디자인학의 세부분야 중 콘텐츠 설계와 제작에 직접적으로 관련되는 기술
- 각미디어 기술은 컴퓨터그래픽스, 가상현실, 시각디자인 등의 기술로서 영화, 방송영상, 애니메이션, 게임, 캐릭터 등 시각에 바탕을 둔 문화 콘텐츠 제작의 기반기술

- 미디어시스템 기술은 콘텐츠 설계, 제작 및 전송에 관련된 디지털 시스템 기술로서, 타 기술보다 국제적인 표준규격에 좌우되는 요소가 비교적 큼
- 최근에는 플래시애니메이션 기법을 이용한 에듀테인먼트 증가 추세로 문화콘텐츠 기반기술의 활용범위 확대

< 문화콘텐츠기반기술 >

문화콘텐츠 기반기술	<ul style="list-style-type: none"> • 미디어 창작기술 (Media Creation Technologies) 	▶ 자연어처리 응용기술
		▶ 인공지능 응용기술
		▶ 디지털콘텐츠 내용기반 검색기술
		▶ 디지털콘텐츠를 위한 시나리오 디자인 기술
		▶ 디지털서사 기술
		▶ 계산언어학 응용기술
		▶ 서사자동생성기술
		▶ 하이퍼텍스트/하이퍼미디어 기술
	<ul style="list-style-type: none"> • 시각미디어 기술군 (Visual Media Technologies) 	▶ 지식공학 응용기술
		▶ 디지털 배우
		▶ CG+실사 합성기술
		▶ CG애니메이션 활용기술
		▶ 영화제작 특수효과 생성기술
		▶ 가상현실 응용기술
		▶ 삼차원 입체영상기술
	▶ 디지털영상 디자인기술	
	<ul style="list-style-type: none"> • 청각미디어 기술군 (Auditory Media Technologies) 	▶ 컴퓨터 악기 개발 및 활용기술
		▶ 음향디자인 및 편집기술
		▶ 삼차원 입체음향기술
	<ul style="list-style-type: none"> • 미디어 시스템 기술군 (Media Systems Technologies) 	▶ 가상스튜디오 기술
		▶ 게임엔진 제작 및 활용기술
		▶ 디지털 콘텐츠 저작도구
		▶ 디지털식별체계기술
		▶ 저작권보호 및 관리기술
		▶ 영화/영상/디지털미디어 표준화 기술
		▶ 스튜디오 디지털화 기술