

**K O C C A**

***I s s u e P a p e r***

**2009. 3. 18**

# **금융위기가 문화콘텐츠산업에 미치는 영향과 대응방안**

**- 목차 -**

**I. 금융위기가 국내 경제에 미치는 영향**

**II. 금융위기가 국내 문화콘텐츠산업에 미치는 영향**

**III. 장르별 업계 동향**

**IV. 대응방안**

**KOCCA**  
**한국문화콘텐츠진흥원**

## < 요약 >

금융위기로 수출 감소와 국내 경제의 성장 둔화가 전망되는 가운데 문화콘텐츠산업의 투자 위축 및 소비 감소 예상

### 금융위기가 국내 문화콘텐츠산업에 미치는 영향

- ☐ **금융위기로 인한 신용경색은 타산업에 비해 문화콘텐츠산업에 더 큰 타격을 줄 것으로 예상**
  - 대다수의 문화콘텐츠 창작 및 제작기업이 영세한 상황으로 물적 담보에 의존하는 시스템과 투자위험성으로 인해 자금조달이 더욱 어려움
- ☐ **문화콘텐츠 상품 및 서비스 수출 둔화 예상**
  - 장기적인 금융위기는 국내외 가처분소득 감소와 이로 인한 소비 위축, 문화상품과 서비스의 수요 감소로 인한 수출 둔화를 초래
- ☐ **소비 지출 중 문화콘텐츠 소비 축소 클 것으로 예상**
  - 문화콘텐츠산업은 소득 증감에 민감한 산업으로 가계 소비 지출 중 가장 먼저 축소될 것으로 예상
  - 반면, 싸고 접근이 쉬운 문화상품 및 서비스를 소비하려는 욕구 증대 예상 → 경기불황 시 미디어 소비 증가
- ☐ **인력 감축을 통한 문화콘텐츠 기업 비용절감 노력**
  - 매출액 감소, 자금조달 기회 축소 등으로 인해 문화콘텐츠 기업들은 자사가 고용한 인력 감축을 통해 비용 절감 노력

### 장르별 업계 동향

- ☐ **(방송) 리스크가 큰 방송 영상제작물 제작 투자 위축**



- 경기침체는 기업들의 광고 지출을 감소시킴으로써 방송광고 매출 감소를 초래하고, 이는 제작투자 위축으로 이어져 결국 방송영상물의 질적 저하 및 경쟁력 저하를 야기

#### □ (게임) 환율상승으로 환차익 및 수출 증대 기대

- 게임산업은 수출 증가율이 가장 높고 로열티 비중도 높아 환율 상승으로 인한 환차익 및 수출 증대 예상

#### □ (애니메이션) 대규모 프로젝트성 해외공동제작 타격

- 환율 변동성으로 인해 해외 공동제작 시 제작비용 산정 및 분담 조정 어려움 발생과 경기침체에 의한 해외 방송사의 애니메이션 구매 감소로 인한 배급 차질 우려

#### □ (만화) 환율 급등으로 인한 국내 만화출판사 부담 증대

- 국내 만화출판시장의 70%가 수입(번역)만화, 이중 69%가 일본(번역)만화로 원화 대비 엔화 가치 급등은 국내 만화출판사 부담 증대

#### □ (캐릭터) 제조비용의 상승과 내수침체 가속화

- 중국 OEM 제조 완구 상품의 단가 상승으로 제조비용 2배 상승 및 국내 경기 침체로 내수 판매 40% 감소

#### □ (음악) 환율 상승으로 인한 외국 아티스트 공연 취소

- 해외진출 아티스트 홍보 및 프로모션 활동 비용 증대와 해외 유명 아티스트 내한 공연 무산

### 대응방안

- (투자활성화) 문화콘텐츠산업 전문 투·융자지원을 위한 콘텐츠진흥기금 마련, 완성보증제도 활성화, 문화콘텐츠 가치평가 모델 및 기준 마련 등을 통한 금융시스템 구축 필요

- 콘텐츠진흥기금 마련을 통해 금융위기로 인한 문화콘텐츠산업 업체들의 투자 위축을 해소하고 민간투자 유도
- 완성보증제도 활성화와 문화콘텐츠 가치평가 모델 및 기준 마련 등으로 문화콘텐츠 시장 환경 변화에 맞춘 다양한 투자방식 도입 필요
- 글로벌 콘텐츠기업 육성을 위한 외자유치 및 M&A 지원과 세제지원 개선을 통한 콘텐츠 개발로의 재투자 구조 마련
- 합리적인 수익분배 구조 확립 및 흥행위험 보장제도 도입

□ **[수출활성화] 수출금융 지원 강화를 통한 글로벌 시장개척 및 수출용펀드 조성 필요**

- 문화콘텐츠 수출기업에 대한 무담보 소액대출, 수출거래계약에 대한 지원 및 무형자산 담보가치 인정 등 수출금융지원 확대와 해외진출 지원 체계화
- 수출용 펀드 조성 및 글로벌 콘텐츠 OSMU 비즈니스를 위한 선순환 구조 정립

□ **[소비증대] 문화콘텐츠 소비 활성화 지원**

- 쿠폰 활용 마케팅 장려 지원 및 문화콘텐츠 부가시장 활성화를 위한 가격할인 제도 시행

□ **[고용창출] 문화콘텐츠 업체 채용 유도 및 창업 지원**

- 취업종합지원센터를 통해 채용정보, 취업가이드 등 지원
- 대중문화예술인 지원센터를 통해 음악, 방송연예, 모델 등에 대한 비즈니스 컨설팅, 재교육 프로그램 운영, 복지제도(4대 보험, 공제회) 개선
- 고용 보조금 제도를 통한 고용유발 및 1인 창조기업 등 창업 활성화

## I. 금융위기가 국내 경제에 미치는 영향

### 대미 수출 감소와 국내 경제의 성장 둔화 야기

#### □ 경상수지 적자폭 심화

- 수출 증가세가 최근 급속히 둔화되면서 경상수지 적자폭이 당초 예상보다 커질 것이라는 우려가 나오고 있음
- 환율이 오르면 수출이 잘 되는 것이 정상이나 최근 환율 상승에도 불구하고 경기침체로 미국 등에서 소비가 급감하면서 수출도 힘든 상황

#### □ 마이너스 성장 전망

- 하반기 경제운용계획 발표에서 금년도 경제성장률 전망치를 연간 4.7%로 전망했던 기획재정부는 국제금융시장 불안이 상당기간 지속될 것으로 전망됨에 따라 당초 예상했던 4.7% 성장률 달성이 어렵다고 밝힘
- 이와 관련해 지식경제부는 최근(2월) 무역수지 적자폭이 예상외로 확대되고 있다며 경제성장률 전망치를 -2.2%로 수정 전망하였음.
  - 삼성경제연구소는 GDP증가율(=경제성장률)을 지난해 11월 3.2%에서 -2.4%로 5.6%p 하향 조정
  - 현대경제연구원도 올해 경제성장률을 지난 연말 3.1%에서 -2.2%로 수정 전망



## □ 기업 투자 급감 & 고용 부진

- 유가 하락으로 인한 수출단가 하락, 환율 급등에 따른 수입단가 급증으로 기업의 수익 규모가 크게 줄어들면서 기업의 신규설비 투자가 위축되고 있는 가운데, 주식시장의 하락으로 기업의 유상증자 감소 및 기업공개(IPO) 연기
  - ※ 2009년 1월 중 주식 발행 규모는 4,101억원으로 전월(6,005억원) 대비 31.7% 감소, 지난 1월 중 기업공개는 4건 189억원, 유상증자는 6건 3912억원
  - ※ 지난해 금융위기로 대형 기업공개(IPO) 연기, 상장 여부 올해 3월 중 결정될 것
- 기업 부도 증대 및 구조조정으로 인해 일자리 감소 가속화
- 일반 기업은 물론 공기업까지도 신규 채용을 크게 줄이거나 연기하고 있는 상황이라 좁은 취업문이 더욱 좁아질 것으로 예상

## □ 가계 소비 위축

- 원·달러 환율 상승, 고용여건 부진 등으로 가계 소비가 크게 위축되고 있음
- 특히 최근 들어 가계의 대출금리 변동폭 확대, 가계 부채의 원리금 상환 부담이 크게 증가해 소비 경기를 더욱 부정적으로 만들고 있음

## II. 금융위기가 국내 문화콘텐츠산업에 미치는 영향

### 창작 및 제작(투자)

#### □ 금융위기로 인한 신용경색은 타산업에 비해 문화콘텐츠산업에 더 큰 타격을 줄 것으로 예상

##### ○ 대다수 문화콘텐츠 창작 및 제작 기업이 영세한 상황

- 문화콘텐츠 기업이 대부분 영세하여, 금융권의 여신기준상 신용불가 등급(수출입은행의 경우 7등급) 이하
- 물적 담보력이 낮아 채권보전 요건에 부합하기 어려움

※ 2007년 종사자 규모(1~4인) 및 매출액 규모(1억 미만)별 문화콘텐츠 업체수

구분	종사자규모(1~4인)		매출액 규모(1억 미만)	
	업체수	비중(%)	업체수	비중(%)
출판산업	11,821	77.9	6,581	43.4
만화산업	10,163	97.9	9,750	93.9
음악산업	1,906	81.0	1,553	66.0
애니메이션산업	138	48.8	35	12.4
캐릭터산업	755	49.3	251	16.4
에듀테인먼트산업	96	41.4	51	22.1

출처: 2008 문화산업통계(2007년 기준)

##### ○ 물적담보에 의존하는 투융자 시스템과 높은 불확실성 및 투자 위험성을 가진 문화산업의 특성은 현 금융위기와 맞물려 문화산업체의 자금조달을 더욱 어렵게 함

- 신용경색으로 인한 금리상승은 유동성 축소 및 자금조달비용을 상승시켜 영세한 문화콘텐츠산업 중소기업체들의 투자를 더욱 위축시킴

#### □ 블록버스터 영화 개봉 늦추고 신규투자 축소 中

“ 할리우드에서는 지금 제작을 완료하고 개봉을 앞둔 블록버스터 영화들이 개봉시기를 늦추고 있고 새롭게 준비하던 영화는 투자 규모를 대폭 줄이려는가 하면, 직원 해고를 비롯해 예산 절감을 위한 노력을 병행하고 있다.”

“ 파라마운트의 발표에 따르면 내년 출시 예정이던 작품 수를 20% 가량 축소 한 20편 수준에 맞추므로써 모두 6천만 달러의 비용을 절감할 계획이다.”

출처: 월스트리트 ‘한파’에 할리우드 ‘꽂꽂’ (2008/11/04 위클리경향)

### 유통(수출)

#### □ 문화콘텐츠 상품 및 서비스 수출 둔화 예상

- 문화콘텐츠의 유통 창구가 방송사 및 이통사에 주로 한정됨에 따라 기업의 비용감축을 위하여 **비용감축분을 CP·PP에게 전가할 가능성이 커질 것으로 예상**

#### □ 방송채널용사업자(PP)들 환율위기 속에서 대책을 세우느라 분주

- 일반 소비재의 경우 원자재 가격이나 환율이 오르면 대개 판가에 반영을 시켜 손실을 최소화할 수 있지만 콘텐츠는 고스란히 부담을 떠안아야 하는 구조임

출처: 콘텐츠업계 환율위기를 극복하려면, 디지털 타임즈, 2008.10.12

- 단기적으로 환율상승은 문화상품 및 서비스 수출기업의 수익을 증대시키고 수출상품 가격경쟁력 강화로 수출 증대 예상. 반면, 수입기업의 경우 수익률 하락과 가격경쟁력 약화로 수입 감소 예상
- 문화콘텐츠산업 수출은 2006년 대비 2007년(15억5500만달러) 13.27% 증가하였고, 수입은 2007년 31억 8800만달러를 기록하



## 며 2006년 대비 -2.7% 감소

### □ 원·달러 환율이 고공행진을 펼치는 요즘, 게임업계 켜재

- 게임업은 무형의 문화콘텐츠산업이란 점에서 로열티가 차지하는 비중이 매우 높음
- 요즘 같은 고환율 시대에 달러 강세 현상은 로열티로 유입되는 실제 환산액을 높여주는 요인. 특히 한국 온라인 게임산업이 깊은 불황의 골에 빠져들고 있지만 수출 지향적인 업체들의 경우 이를 비껴가는 모습

출처: 예당 온라인 '달러 보너스'에 켜재, 스포츠월드, 2008.10.16

### □ 中 온라인게임 한류 재접속

- 지난 2년 동안 내리막길을 걸었던 한국 온라인게임의 중국 시장 내 인기가 다시 상승세로 돌아섬
- 중국의 각종 게임 순위 조사에서 한국 온라인게임이 상위권을 차지
  - : 중국 최대 포털 바이두의 게임 검색 순위 1위 던저애포이터, 4위 크로스파이어, 9위 아이온, 10위 카트라이더
  - : 게임포털 17173의 다운로드 순위 1위 아이온, 4위 카운터스트라이크온라인, 5위 오디션, 6위 크로스파이어, 7위 드래고니카, 8위 던전애포이터, 10위 카트라이더
- 2008년 중국 온라인 게임 시장은 207억8000만위안(약 4조8000억원), 매년 20% 이상 성장을 통해 2012년 686억위안(약 15조7000억원)에 이를 것으로 전망

출처: 中 온라인게임 '韓流' 재접속, 전자신문, 2009.3.16

### ○ 장기적으로 금융위기가 세계경제 침체를 야기할 경우, 국내외 가처분소득 감소와 이로 인한 소비 위축은 문화상품과 서비스의 수요를 감소시켜 수출 둔화를 초래

- 문화상품은 타 산업상품에 비해 소득탄력도가 민감하여 수요 감소폭이 클 것으로 예상. 따라서 수출 둔화폭도 클 것으로 전망

### ○ 결론적으로 환율상승에 따른 수출 증대 효과는 경기침체로 인한 수요 감소가 수출 감소로 이어져 수출 증대분을 상쇄시킬 것으로 예상

## 소비

### □ 가게 소비 지출 중 문화콘텐츠의 소비가 가장 먼저 축소될 것으로 예상

- 대한상공회의소가 최근 수도권 520여 가구를 대상으로 조사한 결과 77.2%가 1년 전에 비해 소비규모를 줄인 것으로 나타났으며, 가장 먼저 지출을 줄인 부분은 의복구입비(20.5%), 문화·레저비(17.2%), 외식비(16.5%) 등임

#### □ 소비자 동향지수 통계

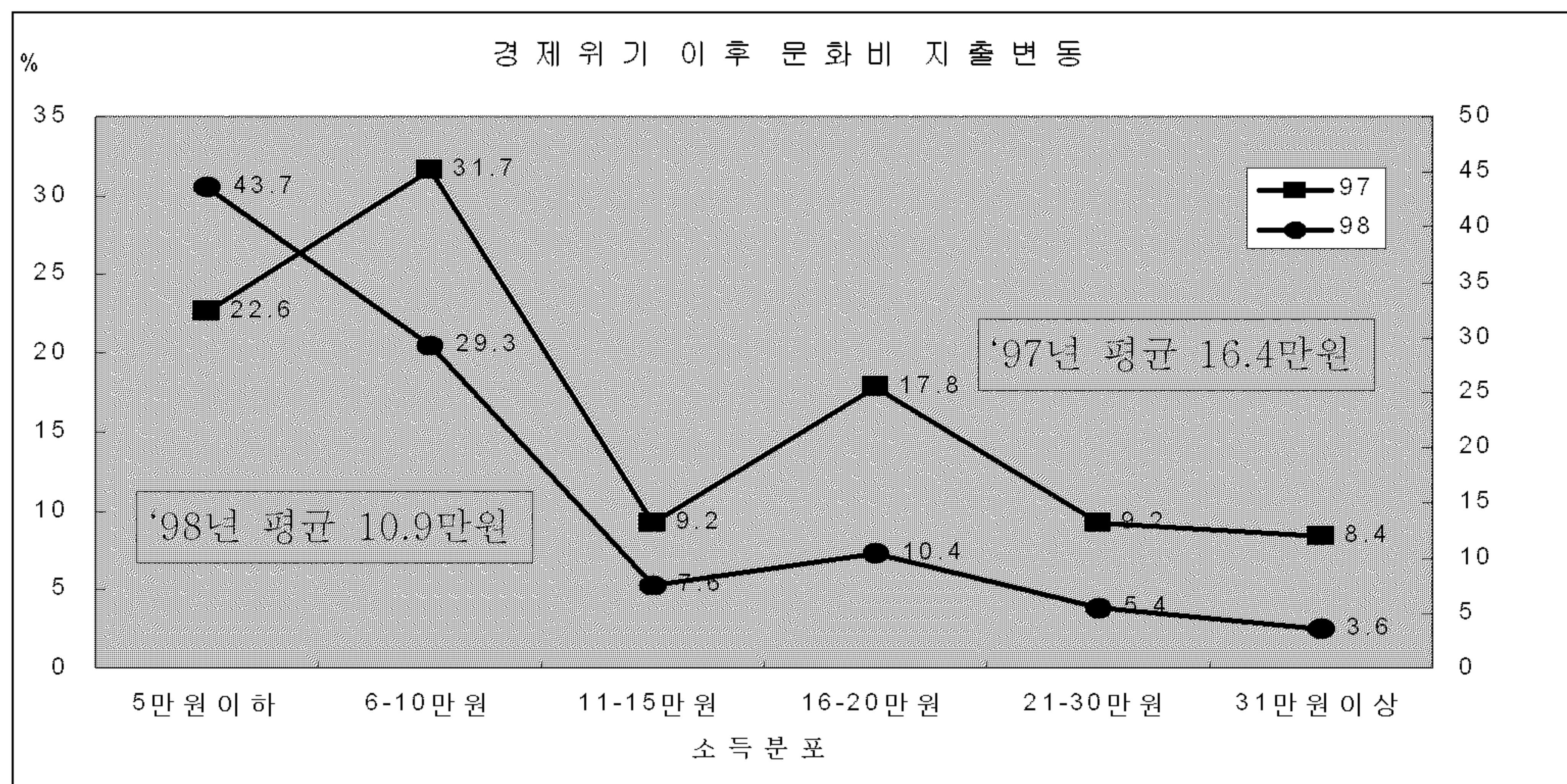
	2008								2009		(B-A)
	1/4	2/4	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월(A)	2월(B)	
소비자심리지수	102	85	84	96	96	88	84	81	84	85	(+1)
내구재	94	88	85	89	88	83	79	73	75	76	(+1)
의류비	103	91	90	96	95	91	86	80	84	83	(△1)
<b>외식비</b>	<b>89</b>	<b>79</b>	<b>75</b>	<b>83</b>	<b>83</b>	<b>76</b>	<b>70</b>	<b>65</b>	<b>68</b>	<b>68</b>	<b>[0]</b>
<b>여행비</b>	<b>90</b>	<b>80</b>	<b>73</b>	<b>79</b>	<b>80</b>	<b>71</b>	<b>64</b>	<b>58</b>	<b>62</b>	<b>62</b>	<b>[0]</b>
교육비	115	109	107	108	111	106	101	98	100	100	(0)
의료·보건비	121	118	117	118	117	115	110	109	108	108	(0)
<b>교양·오락·문화비</b>	<b>95</b>	<b>87</b>	<b>84</b>	<b>91</b>	<b>90</b>	<b>84</b>	<b>77</b>	<b>73</b>	<b>76</b>	<b>75</b>	<b>[△1]</b>
교통·통신비	118	117	114	115	113	111	105	102	103	102	(△1)

※ 소비자심리지수는 100을 넘으면 앞으로 생활형편이나 경기, 수입 등이 좋아질 것으로 보는 사람이 많다는 뜻이며 100 미만이면 그 반대임

출처: 한국은행 '2009년 2월 소비자동향조사 결과'

- 문화콘텐츠산업은 소득의 증감에 민감하게 영향을 받는 산업임. 1997년 IMF 환란 당시에도 문화 등 여가활동에 지출한 금액이 1년 사이에 약 34%나 감소한 경험 있음
- 특히 뮤지컬, 대중음악 등 공연분야는 높은 가격 때문에 가장 큰 타격을 받을 것으로 예상





출처: 한국문화정책개발원(1998), 「경제위기 이후 문화향수 실태조사」

## ○ 보다 싸고 손쉬운 방법을 통해 문화상품 및 서비스를 소비하려는 욕구 발생 예상

- 영화산업의 경우 극장매출의 감소 및 홀드백 시점이 지난 2차 창구에서의 영화 관람으로의 변화 예상됨.
- 음반, DVD 등 매체를 통하여 유통되는 경우에는 불법 다운로드 등 불법이용자가 증가할 가능성이 높음

### □ 경기 침체 장기화에 기업들 저가 마케팅 치열

“ 20일 업계에 따르면 외환위기를 맞았던 1997년 등장한 천원솜은 당시 시장 규모가 40억원 정도였지만 매년 매출이 늘어 지난해에는 4000억원 수준까지 치솟았다. 올해 시장규모는 5000억원으로 추정하고 있다.”

출처: 세계일보 (2009/2/20)

### □ 불황속 ‘저가’ 공연 인기

“ 실제로 한 인터넷 사이트의 조사 결과, 만원대 이하의 저가 공연 예매율이 작년 12월에 비해 50% 넘게 증가한 걸로 나타나..”

출처: MBC 뉴스 (2008/12/24)

## ○ 경기침체에 따라 기업의 문화콘텐츠에 대한 투자 및 수요



## 감소 예상

- 경기침체 시 기업들은 광고 비용부터 축소하기 때문에 **광고 산업의 경우 타 산업 및 타 문화콘텐츠산업 보다 경기에 더욱 민감**

### □ 미국

“ 3분기 미국 신문 광고 수익이 전년도 동기 대비 18% 하락했으며 온라인 광고 수익 역시 2분기 연속 하락세를 보이고 있다고 미국신문협회(NAA)가 밝혔다.”

“ 26일 발표된 보고서에 따르면 신문의 지면 광고 수익은 지난해 3분기 101억5000만 달러를 기록했던 것에 비해 18.1% 감소한 81억9000만 달러로 줄어들었다. 온라인 광고 수익 역시 전년도 대비 3% 떨어진 7억 4980만 달러를 기록했으며, 이는 지난 2004에서 2007년까지 온라인 광고시장이 2배의 성장을 보였던 것과는 매우 대조적인 결과다.”

출처: 뉴시스(2008/12/02)

### □ 일본

“ 일본 광고전문회사인 덴쓰(電通)의 자료에 따르면, **2008년 일본 광고시장은 2007년보다 4.7% 줄어든 6조6천926억엔**(약 105조6천645억원)으로 집계됐다. 이는 5년만에 처음으로 감소 추세로 돌아선 것.”

“ 이러한 광고 시장 위축은 세계적인 경기침체와 엔고에 따른 경기 후퇴, 그리고 베이징 올림픽에 의한 광고주 이탈에 따른 것으로 분석됐다.”

출처: 아이뉴스

### □ 한국

“ 방송통신위원회, 한국방송광고공사(이하, 코바코)가 국회 문방위원회 허원제 의원에게 제출한 자료에 따르면, **지상파(TV,라디오)는 약 -9%, 신문·잡지는 약 -7% 역성장 한 반면, 케이블TV·인터넷 등 뉴미디어는 오히려 약 10%성장 한 것으로 나타났다.**”

“ 이는 지난 5년간(2004년~2008년) 매체별 연평균 성장률(지상파 -3.4%, 신문·잡지 -0.6%)을 훨씬 상회하는 것으로 이에 대한 자구책 마련과 정책적 지원이 절실히 요구된다. ”

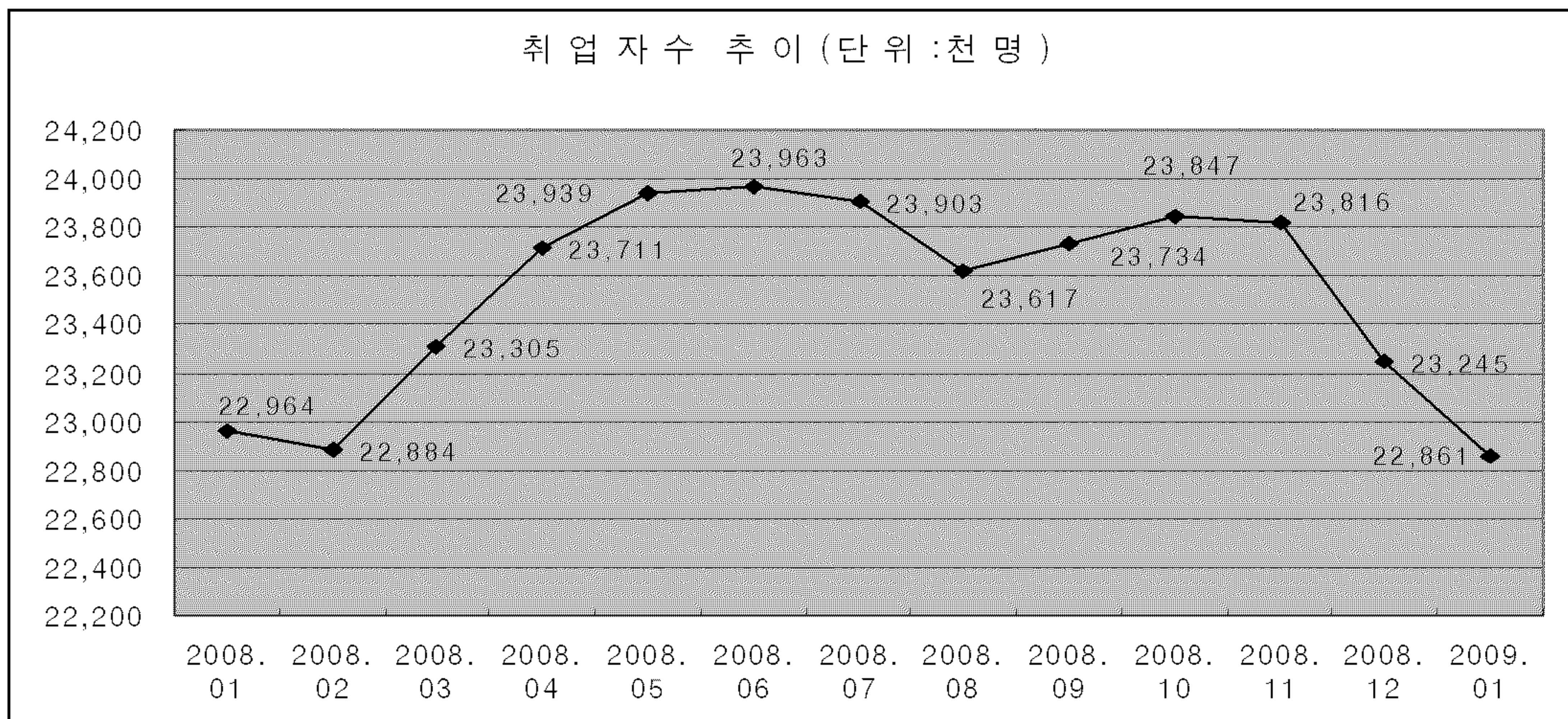
출처: 아이뉴스



## 인력(고용)

### □ 인력 감축을 통한 비용절감 노력 예상

- 글로벌 금융시장 불안과 실물 경기침체, 구조적인 실업문제가 겹치면서 **고용시장이 악화되고 있음**
  - 통계청 발표에 따르면 2009년 1월 취업자는 2286만 1000명으로 작년 같은 달에 비해 10만3000명이 줄었음
  - 고용률은 57.3%로 2001년 2월 56.1%이후 8년 만에 최악을 나타냄



출처: 통계청

- 매출액 감소, 자금조달 기회 축소 등으로 문화상품 및 서비스 생산을 축소시킬 수밖에 없는 **문화콘텐츠 기업들은 1차적으로 자사가 인력 감축을 통해 비용 절감 노력**
  - 비숙련 노동부터 해고를 감행할 것이며, 경기 후퇴의 깊이나 속도에 따라 숙련노동에 대한 작업도 줄이려고 할 수 있음
  - **장기적으로 볼 때 노동력의 질 저하, 학습능력의 저하를 가져오게 되며 산업의 경쟁력을 악화시키는 결과를 초래**
- ※ 미국의 3대 독립영화제작사인 파라마운트 픽처하우스, 뉴라인, 워너인디펜던트는 올해 자금난으로 직원의 90%가량 감축



### III. 장르별 업계 동향

- 단기적으로 환율 급등에 따른 환차익 발생은 매출액 증가보다는 **해외 마케팅 비용이나 원가 상승 등으로 인해 상쇄**
- 환율상승 및 경기침체는 문화콘텐츠산업 장르별로 상이한 수출입 효과 발생
  - 환율변동은 문화콘텐츠산업 전반에 걸쳐 환차손익 발생. 수출액보다 수입액이 많은 문화콘텐츠산업은 환율변동에 의해 추가비용 발생과 함께 개별 장르별 수출입 구조의 상이함으로 추가수익도 발생
- 장기적으로는 경기 침체로 인한 매출 감소 우려
- 뚜렷한 해결방안이 제시되지 못한 채 **대금 지급 지연이나 계약 보류 등을 통해 환율 하락을 기대하고 있는 실정**
- 산업계에서는 **해외 마케팅이나 홍보, 신규 시장 개척 등의 사업 확대를 요구**하고 있으며 **해외 진출을 위한 프리·포스트 프로덕션 단계의 비용에 대한 환율 우대** 등을 요청

#### 방송

#### □ 리스크가 큰 방송영상물 제작투자 위축

- 제작에 대한 민간자본의 투·융자 감소
- 방송통신융합으로 플랫폼과 채널이 증가하고 있는 상황에서 제작투자 위축은 **국내 방송영상물 수급에 불균형을 초래**하고, 결국 **방송영상물의 질적 저하 및 경쟁력 저하를 야기**
- 금융위기는 기업들의 **광고 지출을 축소시킴으로써 방송광고 매출 감소 초래**
  - 인터넷(온라인) 광고의 성장으로 방송광고매출 성장률이 점차 약화되는 상황에서 주요 광고주의 광고 중단은 방송영상사업자의 경영 위기를 초래
  - 지상파 3사는 드라마 제작비 상승 및 광고시장 위축 등을 이



유로 주말특별극, 단막극, 일일극, 금요드라마 등을 폐지기로 결정

※ 드라마 제작비는 일반 프로그램의 3배, 제작비 대부분을 광고수입으로 대체

- IPTV 콘텐츠 공급을 위한 신규 프로그램 제작비의 투자유치가 곤란
  - 해외 촬영시 환율상승으로 인한 제작비 상승, 해외에서 유치된 자금의 이자 부담 가중

※ “초록뱀미디어”의 경우 30억 이상의 환손실 예상

## 게임

### □ 고위험·고수익 산업인 게임산업에 대한 투자 위축 및 자금조달 비용 상승

- 온라인 게임 서비스는 게임서버 등 높은 비용의 설비 투자가 요구되며, 게임업체는 초기 및 서비스 운영시 지속적인 자금 수요 증가

### □ 게임산업은 환율상승으로 환차익 및 수출 증대 기대

- 게임산업은 수출 증가율이 가장 높고 로열티 비중이 높은 산업(전체:13.7% 추정, 게임산업: 15%(게임백서))으로 환율상승에 따른 환차익이 가장 높을 것으로 예상. 반면, IT장비, S/W 사용이 많은 업계의 특성상 외국산 구입비용에 대한 부담은 증가

※ NHN·넥슨·엔씨소프트 등 3대 게임업체의 해외 매출액은 지난해 보다 20% 늘어난 5,280억원으로 예상

※ '08년 게임산업의 수출입액(추정치 898백만달러(수출액), 429백만달러(수입액)) → '07년 평균 환율(929.20) 기준, '08년 평균 환율 1100

원으로 가정하면, 수출액 1534억원 증가, 수입액 733억원 증가하는 효과가 발생. 즉, 추가수익 801억원 발생

※ 엔씨소프트는 환율상승으로 외국산 장비 구입에 대한 외환송금액이 150억원 증가(2008)

## 애니메이션

### □ 대규모 프로젝트성 해외공동제작 타격

- 큰 폭의 환율 변동성으로 해외 공동제작 시 제작비용 산정 및 분담 조정 어려움 발생
- 해외에서 이뤄지는 포스트 프로덕션 및 마케팅 비용 급증에 따라 50% 이상의 비용 추가 발생
- 세계 경기침체 현상에 따라 해외 방송사의 애니메이션 구매가 감소하면서 해외 배급 차질 우려

## 만화

### □ 환율 급등으로 인한 국내 만화출판사 부담증대

- 환율 급등, 특히 원화 대비 엔화 가치 급등에 따른 국내 만화출판사 부담 증대
  - 현재 국내 만화출판시장의 70%를 수입(번역)만화가 점유하고 있으며, 이중 69%가 일본(번역)만화임
- \* 출처: 한국문화콘텐츠진흥원(산업진흥본부), 환율 급등에 따른 산업계 동향보고(2008.10.30)
- 만화출판시장의 60% 이상을 점유하고 있는 메이저 3개사(대원·학산·서울)가 전체 일본 번역만화 출판의 76%를 차지하고 있어 이들 3개사를 중심으로 타격이 큼



- 국산 만화의 수출에 집중하면서, 수입 번역만화에 대한 계약 체결이나 대금지급을 보류하는 상황
- 종이 등 원자재 값 상승, 환율 인상에 의한 출판원가 상승으로 인한 비용 부담 증대

## 캐릭터

### □ 제조비용의 상승과 내수침체 가속화

- 중국에서 OEM 방식으로 제조되는 완구 상품 등의 단가 상승과 원자재 상승으로 전년도 대비 2배 가량의 제조비용 소요
  - 원자재 가격이 30% 내외 상승
  - 중국의 노동법 개정에 따른 임금 상승
  - 중국내 OEM 업체의 부가세 환급 금지 조치
- 국내 경기 침체에 따라 국내 시장의 판매량도 약 40% 감소되면서 내수 침체가 가속화

## 음악

### □ 환율 상승에 따라 외국 아티스트 공연 취소

- 해외진출을 위한 아티스트 홍보 및 프로모션 활동 비용에 대한 업계 부담 가중
- 해외 유명 아티스트의 내한 공연 기획이 무산되고 있는 실정
  - 치솟는 환율과 기업협찬의 불분명, 관객감소로 인해 2009년 내한공연은 외국 팝스타 콘서트 거의 없고 유명 교향악단 연주도 50% 감소



## IV. 대응방안

- 금융위기 및 경기침체는 문화상품 및 서비스에 대한 소비, 투자, 수출을 감소시킴
- ☞ 이러한 위기를 정책적 지원을 통하여 극복하게 된다면 문화콘텐츠산업 체질이 더욱 강화될 것임

### 각국의 경제위기 극복을 위한 문화콘텐츠산업 대응전략

#### □ 영국

- 영국의 국립과학기술예술재단(NESTA)은 'Attacking the Recession'(2008년 12월)에서 경기침체를 극복하기 위한 전략 제시
  - 디지털산업(비디오게임, 디지털효과, 시뮬레이션 등), 지식 기반 서비스, 저탄소기술과 환경서비스, 고령화시대에 따른 건강관리 용품과 서비스 분야는 위기를 극복하고 장기적으로 사회적인 변화를 가져올 수 있는 성장가능성이 높은 분야임
  - ※ 경기침체에 따른 투자 위축 등 영국 미디어 산업의 어려움을 극복하고자 이종매체간 교차소유, 비유럽 외국 자본의 투자허용, 텔레비전·라디오·신문 등 미디어 시장의 소유규제 개정
  - 모든 사람들이 교육, 공공서비스, 문화, 경제의 교류 혁신을 통해 더욱 창의적으로 이용할 수 있어야 함
  - 온라인 사회교류 혹은 1대1 창업지원, 사회복지금지원이 아닌 교육적 차원의 지원 등 인적자원전략을 수립해야함
- 영국의 'Creative Britain'은 모든 미디어 콘텐츠의 핵심이 '창의력'이라는 점에 주목하고, 정부가 직접 투자하여 콘텐츠 연구 지원, 창의적인 비즈니스 지원, 창의력을 키울 수 있는 아카데미 개설, 어린이 창의력 증진 교실 등을 직접 관리
  - ※ 소규모 창조기업과 창업을 위해 예술위원회 투자 프로그램, 영

국 영화위원회 같은 정부산하기관, 기금, 박물관, 도서관 및 아카이브 협의회, 지방자치단체 등을 통한 공공부문 투자 지원

- 영국 무역투자청(UK Trade&Investment)는 창조산업의 국제경쟁력 향상을 위해 5개년 전략 수립
  - 5개년 창조산업 마케팅 전략 개발을 위해 기업 및 공공부문 영역과 공동 진행. 다음의 3가지 주제로 요약
  - 창조 국가로써 영국의 흥미로운 이미지를 해외 바이어, 투자자들에게 알릴 수 있는 강력한 메시지 개발
  - 프로모션 활동을 개척하여 영향 극대화. 예를 들어, 음악과 패션을 연계, 2010년 상하이 엑스포와 2012년 올림픽과 같은 글로벌 이벤트를 활용
  - 시장을 통해 영국의 창조산업을 촉진하는 새로운 사업 개발
- ※ 영국은 문화콘텐츠산업과 예술 전반에 걸쳐 투자를 촉진하고 있음

## □ 중국

- 중국에서 열린 2009 제 6회 국제문화산업포럼에서 리웨이(Li Wuwei) 의장은 중국의 경제가 위기를 맞이하고 있지만, 문화와 창조산업(영화, TV, 인터넷 게임 등)은 지속적으로 성장하고 있다고 말함
- ‘경제 위기는 문화산업이 성장할 수 있는 기회가 된다’고 주장
  - 문화산업은 친환경적, 기술집약적, 고성장가능성 산업이며, 산업구조개선에 대한 국가적 요구를 따르는데 적은 자원이 소비되는 산업임
  - 문화콘텐츠산업은 ‘국내 소비증진과 내수 증대’라는 국가 요구와 맞아 떨어짐
  - 경제 위기는 전통적인 수출기반 기업들에 영향을 미쳤으나 중



국 문화콘텐츠산업의 수출에는 기회를 만들었음

- 내수관점에서 문화소비가 경제성장의 새로운 요소가 되고 있음
- o 특히 문화콘텐츠산업 중 큰 비중을 차지하고 있는 뉴미디어산업이 성장을 견인할 것
- 현재 뉴미디어산업도 금융위기 및 경기침체로 인해 광고수입의 감소, 벤처 자본 투자의 감소로 타격이 불가피

- 금융위기 및 경기 침체는 중국의 뉴미디어산업을 위축
  - 각국 기업들은 금융위기에 대처하기 위해 광고 지출을 삭감, 전 세계 온라인 광고 업무는 5년 연속 고속발전을 이룩하였으나 2008년 성장이 정체
  - 중국에서도 광고주가 2009년 마케팅 비용을 절감할 것이며, 절감 비용은 20~30%가 될 것으로 전망

- 그러나 경제위기는 소비자들의 문화소비 구조와 관념에 변화를 초래하여 경제 침체 시 미디어 엔터테인먼트 문화상품 소비 확대로 뉴미디어산업에 기회

- 중국 국내 소비증진과 내수 증대는 뉴미디어산업 도약 기회
  - 예를 들어 2009년 1월 7일 중국 정부는 3G영업 허가증을 정식으로 발급. 차이나 모바일(中國移動)은 TD-SCDMA영업 허가증을 받았고, 차이나 텔레콤(中國電信)은 CDMA2000영업 허가증을 받았으며, 차이나 유니콤(中國聯通)은 WCDMA영업 허가증을 발급받음
  - 업계 한 전문가는 향후 3년 내에 이 산업사슬이 1조 8000억~2조 위안의 사회투자를 이끌어 낼 것이며, 경제 성장에 있어 10조 위안 이상의 기여를 하게 될 것이라고 전망
  - 3G와 함께 네트워크 건설, 단말기 설비 제조, 운영 서비스, 정보 서비스를 포함한 산업사슬은 점차 수면위로 부상하고 있으며, 이로 인한 3G 기반 뉴미디어 콘텐츠 생산은 뉴미디어 산업에 있어 엄청난 기회를 제공

- 뉴미디어산업은 정보산업, 제조업, 수출입과 가장 밀접한 관계에 있는 문화콘텐츠산업

## □ 일본

- 일본의 신산업 창조전략은 1990년대 버블붕괴 이후 일본경제가 “잃어버린 10년”을 반성하면서 혁신과 수요의 긍정적 순환을 형성하고 확산
- 이를 위한 7대 전략분야에는 콘텐츠가 포함되며 이는 광범위한 연관산업에 대한 파급효과를 나타내어 이들의 시너지효과에 의해 일본산업에 성장과 고부가가치화를 가져다 줄 것으로 기대함
- 콘텐츠분야는 2001년에 11.3조 엔의 시장규모에서 2010년에 16.5조 엔의 시장으로 성장
- 특히 영화 등의 오락 서비스 산업을 중심으로 하는 對개인서비스산업에 파급되어 그 파급효과가 6조 엔에 달할 것으로 전망, 또 통신, 방송산업의 확대에도 기여할 것으로 봄

### □ 대공황기 미국의 문화 관광 정책

#### ■ 문화분야 뉴딜정책 개요

- 경제위기에 따라 예술가들의 일거리가 줄어들자 예술가들의 고용창출과 안정을 위한 일자리 창출 프로젝트를 실시하였으며 예술가의 개인적(예술단체) 활동 지원 보다는 예술의 사회적 가치에 초점을 두어 사업을 추진

#### ■ 성과

- ① **예술인의 고용창출** : 5백만 달러가 소요되었고 예산의 90%가량이 작가들의 급여로 지급되었음. 제작된 작품에 대한 1966년의 가액평가에 따르면 약 4억5천만달러 이상의 가치를 갖는 것으로 알려져 있음.
- ② **문화향유 기회가 적었던 지역에 문화예술 공급과 예술의 지역사회 정착 계기** : 미술교육의 혜택을 받지 못했던 지방 소도시 주민들이 이 프로젝트의 야간학교 강좌 등 일반교육 프로그램을 통해 교육받게 되었고 8백만 명의 국민이 각종 프로그램을 통해 이 프로젝트를 이용함
- ③ **조사연구 기능의 활성화로 중요한 기록의 보존** : 공공사업을 통하여 당시 미국의 문화자원과 문화유산을 기록 보존하여 문화예술발전의 토대를 마련



- 공공 교육을 위한 지원, 보건 및 공공 레크리에이션 등 많은 사회복지 프로그램도 뉴딜 정책 프로그램에 지원하고 있음.
- ④ 뉴딜 프로그램은 문학, 음악 및 연극 등의 발전에 기여 : 당시의 프로그램들은 오늘날까지 계승 및 운영 중
- ⑤ 예술의 사회적 가치 제고 : 예술적 가치, 개인적 선호에 의한 후원 중심의 예술지원을 예술의 사회적 가치에 초점을 둔 공공지원, 체계적 지원의 기틀을 마련하고 예술과 지역사회의 연계성을 강화

출처: 대공황기 미국의 문화관광 정책 사례분석 및 대응방향, 한국문화관광연구원, 2008.12

## 투자 활성화

### □ 문화콘텐츠산업 전문 투자·융자지원을 위한 콘텐츠진흥기금 마련 등 금융시스템 구축 필요

- 문화산업진흥기금이 2006년 12월 폐지됨에 따라 유일한 문화 콘텐츠 융자지원제도가 사라짐. 중소기업청 융자 중 문화산업 융자는 1% 내외로 미미한 수준
- 또한 담보융자 시스템으로 비교적 담보여력을 보유한 출판 장르에 편중되어 있고 출판을 제외한 '영화, 방송, 공연, 게임, 기타' 장르에 대한 융자는 연간 100억 원 내외로 0.3%~0.4% 수준에 불과한 현실

※ 중소기업청 융자

(단위: 억원)

구분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
총 융자	26,603	26,265	31,387	미집계	미집계
문화산업융자 (비율)	207 (0.8)	243 (0.9)	428 (1.4)	미집계	미집계
· 출판	88	149	316		
· 영화·방송·공연·게임·기타	119	94	112		

- 콘텐츠진흥기금 마련을 통해 금융위기로 인한 문화콘텐츠산업 업체들의 투자 위축을 해소하고 민간투자 유도
- 논의되고 있는 콘텐츠진흥기금 등을 통해 융자재원 확보 시급

- 용자재원 확보 후 다양한 문화콘텐츠 용자 제도 도입
- 정부가 문화기업체에 대한 신용보증 범위 확대 등을 통해 금리인하 및 자금조달비용 감소를 유도하여 투자 확대

## □ 민간 투자 유도 및 제작자의 다양한 자금조달 수단을 위한 완성보증제도 활성화 필요

### ○ 2008년 완성보증제도 시범사업 진행

- 완성보증지원기관(한국문화콘텐츠진흥원)내에 설치된 추천위원회의 추천과 완성보증운용기관(기술보증기금)의 기술평가를 거쳐 선정
- 기술보증기금 보증서 발급 현황은 게임, 애니, 영화, 방송 분야 각 1건씩 총 4건, 9억원

※ 보증대상 조건 : 선구매계약 10%

### ○ 향후 정부 출연의 독립계정 설치 및 문화콘텐츠 사업구조 및 제작사별 특수성을 고려한 평가방법 및 기준 개발을 통해 제도의 효과 극대화 필요

- 문산법 제10조의2에 의하여 문화체육관광부장관은 문화산업 제작 및 투자의 활성화를 위하여 신용보증기금 또는 기술신용보증기금 중 장관이 정하는 조건에 부합하는 기관에 완성보증계정을 설치

※ 완성보증계정 출자 계획

(단위 : 백만원)

	2009년	2010년	2011년	합 계
계정출자	2,500	3,500	4,000	10,000

※ 향후 추진될 가치평가모델과 병행 추진



□ 궁극적으로는 문화콘텐츠 가치평가 모델 및 기준 마련 등으로  
문화콘텐츠 시장환경 변화에 맞춘 다양한 투자방식 도입 필요

- 문화콘텐츠기업들이 다양한 방식의 자금조달을 통해 안정적인  
제작·투자기반을 마련함으로써 민간 투자 활성화
  - 프리세일 제도가 미성숙한 한국시장 환경에서 콘텐츠 완성리  
스크 및 투자리스크의 보전을 위한 제도(저작권 평가 및 담보  
력 측정) 마련 절실

□ 일본 지적재산권을 담보로 융자 촉진

- 일본특허청 특허권 등의 지적재산권을 담보로 금융기관의 융자를 촉진  
시키기 위한 평가하는 제도 마련하기로 함
  - 이 제도는 특허청과 일본개발은행 및 중소기업금융공고, 상공중금 등이  
제휴
  - 구체적으로는 벤처기업 등이 특허권을 담보로 융자신청을 한 경우 신  
청을 받은 금융기관이 그 특허의 담보가치 평가를 특허청에 의뢰하고,  
특허청은 기술수준이나 독자성의 측면서 종합적으로 평가하여 A, B, C  
등급으로 판정
  - 금융기관은 평가와 실제 사업규모, 사업의 전망 등을 심사하여 융자액  
이나 상환조건 등을 정함

<참고>자료일부 발췌 :日刊工業新聞」(도요다 마사오)/특허와 상표

- 물적 담보력을 보유하지 못하고 있는 대다수의 문화콘텐츠 기  
업이 콘텐츠의 저작권에 대한 평가를 통해 담보력을 확보할  
수 있는 기반 조성
- 공신력 있는 문화콘텐츠 가치평가기구 설치를 통한 저작권  
평가로 콘텐츠의 완성 및 흥행리스크를 줄이고, 이를 통해  
일반 금융권으로부터 원활한 자금조달 유도

## □ 글로벌 콘텐츠기업 육성을 위한 외자유치 및 M&A 지원

- 미국의 금융위기로 인해 할리우드도 구조조정 시작. 아랍의 오일펀드 등 글로벌 펀드는 아시아 영화산업에 투자할 가능성이 높아짐. 즉, 미국의 금융위기가 아시아 영화에는 기회로 작용할 수 있음

### □ 10월 4~5일 부산의 한 호텔에서 열린 제1회 아·태 영상정책포럼

- 최근 월스트리트를 넘어 전 세계를 강타 중인 미국의 금융위기가 아시아 영화산업에 어떤 영향을 미칠 것인지에 대해 논의
- ‘영상산업의 이동, 할리우드에서 아시아로’ 세미나에 참여한 마이클 레이크 대표(WWE 스튜디오)는 “아랍의 오일 펀드는 투자할 곳을 찾고 있다. 미국의 펀드가 도탄에 빠진 상황에서 아시아 영화산업에 투자할 가능성이 있다”고 말했다.
- 이는 미국의 금융위기가 곧 아시아 영화에는 긍정적으로 작용할 수 있음을 내비친 것

출처: 美 금융위기 亞영화산업 호재 아랍의 오일펀드 투자 가능성, 경향신문, 2008.10.6

- 정부와 문화콘텐츠산업계는 외국자본의 적극적인 유치와 국내외 M&A활성화 유도로 세계 유망한 문화콘텐츠 기업들과의 전략적 제휴 필요
- 외국과의 공동제작 영화 및 해외 영화의 국내제작 등 외자유치 및 M&A시 세제지원, 금융지원, 컨설팅지원, 합병 후 초기 금융지원 등을 통한 글로벌 콘텐츠기업 육성

## □ 세제지원 개선을 통한 콘텐츠 개발로의 재투자 구조 마련

- 기존의 단편적이고 개별적인 세제지원 조항들로는 지원 효과에 한계가 있음을 인식하고 보다 현실적이고 구체적인 산업현황을 반영한 세제지원 개선
  - 조세특례제한법에 문화콘텐츠산업의 정의 조항 구체화를 통해



## 업체들이 조세특례 적용

- ※ 현재 문화산업에 해당되는 업종은 방송업, 영화산업, 공연산업, 전문디자인업, 광고업 포함
- ※ 현재 세법상 중소기업 업종기준에는 명시적으로 만화산업, 애니메이션산업, 캐릭터산업, 게임산업 등이 중소기업 대상 업종으로 분류되어 있지 않음. 따라서 이의 명시화 규정 필요
- ※ 중소기업투자세액공제(조특법 제5조), 중소기업 정보화지원 산업에 대한 조세특례(조특법 제5조의2), 창업중소기업 등에 대한 세액감면(조특법 제6조), 중소기업에 대한 특별세액감면(조특법 제7조), 기업의 어음제도 개선을 위한 세액공제(조특법 제7조의2), 중소기업지원설비에 대한 손금산입의 특례(조특법 제8조)의 규정을 적용받을 수 있음
- 고부가가치산업, 지식기반산업인 문화산업 전반에 대한 연구 및 인력개발을 위한 R&D 관련 세제지원
  - ※ 게임의 경우 게임 등의 창작이 기술개발로 인정되지 못하는바, 문화산업의 창작성을 인정할 수 있는 세제지원의 방안 제시 → 온라인 게임을 개발하는데 투여되는 연구소 또는 전담부서의 인력개발지출비용, 기술개발지출비용(예, 인건비 및 위탁연구비 등)에 대한 조세지원정책을 마련. 2008년 세제개편(안)에서 문화산업진흥기본법상의 문화산업관련 ‘창작연구소’를 연구개발전담부서로 추가할 예정이므로 현실적으로 실현될 가능성이 매우 높음
- 투자관련 세제지원과 관련해서는 임시투자세액공제를 통해 현재는 방송업, 영화산업, 공연산업 등만이 적용대상으로 분류되고 있으나, 문화산업 전반으로 확대
  - ※ 게임산업의 경우, ‘수도권과밀억제권역의 투자에 대한 조세감면 배제’ 예외를 인정받기 위해 조세특례제한법 제130조 제1항, 제2항 및 같은법 시행령 제124조에서 규정하고 있는 “대통령령이 정하는 디지털방송장비 및 대통령령이 정하는 정보통신장비를 제외한다”는 부분에 “대통령령이 정하는 온라인게임 개발전용장비”를 추가하여야 함

## □ 합리적인 수익분배 구조 확립

- 가치사슬체계 하에서 상생할 수 있는 합리적이고 체계적인 수익분배 구조 확립 필요
  - 합리적인 수익 배분 비율은 시장경쟁체제에 입각하여 결정되어야 하지만 문화콘텐츠산업 내 장르별 산업의 특성과 형평성을 충족하지 못하고 있음
  - ※ 영화산업의 경우 극장과 영화제작 및 배급 간의 수익 배분 비율이 국내영화의 경우 5대5, 외국영화의 경우 4대6임. 그런데 스크린쿼터의 축소로 국내영화가 상영일수를 보호받지 못함에 따라 수익 악화
  - ※ 음악산업에서는 디지털 음원 다운로드에 대한 수익 배분에 대해 음원 저작권자와 이통사 간 의견 대립. 이통사의 디지털 음원 유통 및 독점에 따른 유통 수수료 과다 논쟁이 진행 중이나 합리적인 기준 미흡
  - ※ 정보통신 기기들이 빠르게 보급되면서 인터넷 특히, 모바일 인터넷 시장의 매출 급격히 확대. 그러나 이동통신의 보급률과 모바일콘텐츠의 매출액은 국가별로 다른 양상
    - 일본의 경우 이동통신 기기의 보급률이 우리나라에 비해 낮지만 콘텐츠 매출액은 높음
    - 일본이 높은 모바일콘텐츠 매출을 얻을 수 있는 가장 큰 요인은 콘텐츠 제작사 주도의 비즈니스 구조 때문 즉, 이동통신망의 개방으로 콘텐츠 제작업체들이 이동통신사의 유통망을 거치지 않고 자사의 유통망을 통해 소비자에게 직접 전달
    - 결론적으로 수익분배 체계에 있어서 변화와 망 개방에 따른 이동통신사와 콘텐츠의 대등한 관계 부여 등으로 콘텐츠 제작사 중심의 비즈니스 구조를 형성

## □ 공연 등 흥행위험 보장제도 도입

- 공연 등 불경기로 인한 흥행 수익률 저조에 따른 투자원금 손실에 대비하여 보험·재보험 회사를 통한 리스크 분산으로 원



## 금보장 체제 구축

### 수출활성화

#### □ 문화상품별 세계 소비자 구매패턴 변화 파악 필요

- 금융위기와 경기침체로 인해 미국 등 소비자들은 소득이 감소하면서 더 싼 제품을 찾고자 하는 경향이 두드러질 것으로 예상되며 이러한 구매패턴을 고려한 문화상품 개발 등으로 수출 활성화 도모

□ 외부적인 위기로인 속에서 지상파 방송 3사를 중심으로 한 방송콘텐츠 수출의 지속적인 성장은 국가전략산업으로서 방송콘텐츠산업의 가치를 높여주고, 불안정한 시장에 희망의 기폭제로 작용

- 방송콘텐츠 수출은 이미 지난 1997년 IMF 상황에서도 수출 효자 종목으로서의 역할을 수행함으로써 위기에 강한 문화상품으로서의 입지를 강화한 적이 있음
- 하루 평균 40여개의 기업이 쓰러졌던 IMF 위기상황에서도 방송콘텐츠 수출은 38.7%라는 놀라운 수출 성장률을 보였고, 1997년을 전후한 한국 문화수출의 정착기·확장기에 해당하는 1990년대 하반기 5년 동안에는 연평균 58.4%라는 경이로운 성장률을 기록

출처: 방송콘텐츠 수출, 희망의 기폭제로, 디지털타임즈, 2008.10.13

#### □ 문화콘텐츠 수출기업에 대한 금융지원 강화 등을 통한 글로벌 시장개척 지원

- 수출입은행, 수출보험공사 등을 통해 문화콘텐츠 수출기업에 대한 무담보 소액대출, 수출 거래계약에 대한 지원 및 무형자산 담보가치 인정 등 수출금융 지원 확대
- 문화콘텐츠 기업이 해외진출시 필요한 마케팅 비용의 보전과 계약 불이행에 대한 비용보전을 내용으로 하는 수출보

## 험 도입 및 확대를 통해 국내 기업의 해외시장 개척 활성화 유도

※ 현재 영화 부문에 적용되는 수출보험공사의 수출보험제도\*를 다른 콘텐츠 장르로 확대 적용 추진(수출보험공사)

\* 수출보험제도는 영화 투자사 등이 수출을 전제로 한 영화에 투자한 투자금이 흥행 부진 등을 이유로 회수할 수 없는 경우, 손실을 보전해 주는 제도

- 진흥원에서 추진하는 글로벌 프로젝트 지원사업과 연계하여 저리의 융자자금 지원 필요

## o 한국콘텐츠진흥원\* 설립 하에 콘텐츠 해외진출 지원 체계화 즉, 글로벌콘텐츠센터\* 등을 통한 맞춤형 해외진출 지원 강화

\* 한국콘텐츠진흥원 : 09.1월 문화산업진흥기본법 개정을 통해 설립되는 한국문화콘텐츠진흥원, 한국방송영상산업진흥원, 한국게임산업진흥원, 한국소프트웨어진흥원 디지털콘텐츠사업단, 문화콘텐츠재단 등 통합 콘텐츠 진흥기관

\* 글로벌콘텐츠센터 : 한국문화콘텐츠진흥원 산하 해외진출 원스톱 서비스 제공 센터(08.11월, 상암동 문화콘텐츠센터 내 개소)

→ 해외 출원·등록·계약·소송 지원 등 해외진출 종합 컨설팅

### □ 한국수출보험공사가 한국 영화 제2의 전성기를 열기 위해...

- 수출보험공사는 한국 영화 투자를 활성화하고 영화수출을 촉진하기 위해 출시한 문화수출보험의 첫 지원작으로 심형래 감독(영구아트)의 '라스크갓파더(Last Godfather)'를 선정하고 11일 서울 서린동 본사에서 투자보증 협약식을 체결한다고 10일 밝혔음
- 이번 협약을 통해 영구아트는 차기작이 극장 및 부가판권시장(DVD시장 등)에서 투자수익을 내지 못하더라도 총제작금의 최대 70%까지 보장받게 됨
- 또한 문화수출보험을 통해 외국과의 대형 합작투자 영화를 지원할 수 있는 방안을 마련하는 등 자본조달문제로 제작에 어려움을 겪는 영화산업이 활성화 될 수 있도록 적극 지원할 계획

출처: 수출보험공사, '라스트 갓파더' 문화수출보험 통해 지원, 아시아경제, 2008.3.10



## □ 글로벌 콘텐츠 개발과 수출용펀드 조성

- 글로벌 콘텐츠 개발과 수익극대화를 위한 OSMU 시스템 구축 지원 및 글로벌 콘텐츠 OSMU 비즈니스 관련 산업의 선순환 구조 정립
  - 국내 콘텐츠산업의 창작기반 취약성 및 글로벌 경쟁 가속화 환경에 대응하기 위하여 글로벌 경쟁력을 갖춘 고품질의 콘텐츠 개발 역량 확보 및 IPTV 등 뉴미디어 발전에 따른 전세계적인 콘텐츠 수요를 해결할 콘텐츠 개발 시급
    - ※ 국산 게임의 세계시장 점유율 하락 : 05년 10.2%→07년 3.5%
    - ※ 한국영화의 관객점유율 하락 : 06년 63.1%→07년 50.8%→08년 41.9%
  - 글로벌 콘텐츠 OSMU화를 위해 체계적이고 통합적인 시스템 구축을 통한 치밀한 사전 기획 필요
  - 미국과 일본은 콘텐츠에 대한 저작권 보호 시스템을 바탕으로 다양한 OSMU를 통한 수익창출이 가능한 환경으로 OSMU로 창출된 수익은 저작권을 근거로 다시 창작영역에 투입되어 원작산업으로서 창작활동을 활성화시킴
- 수출용펀드 조성으로 글로벌 콘텐츠를 전폭 지원
  - 내수시장 한계 및 메이저 배급사(자본)에 대한 제작자의 교섭력 약화로 수익성이 악화되는 상황에서 우리 문화콘텐츠의 세계시장 진출을 추진하는 대규모의 '수출용펀드' 결성

## 소비 증대

## □ 문화콘텐츠 소비 활성화 지원

- 소비활성화를 위하여 쿠폰 활용 마케팅 장려 지원

※ 많은 기업들이 불경기 타파 및 경쟁우위를 획득하기 위한 마케팅 전략으로 쿠폰을 활용(신문, 우편 등 광고매체 활용, CMS의 할인쿠폰, 계산할 때 또 다른 쿠폰이 무료로 발행되는 체크아웃 쿠폰 등)

- 쿠폰은 짧은 기간 내에 매출을 향상시킬 수 있는 가장 효율적인 방법
- 가정경제가 어려워질수록 사용도가 높아지는 할인쿠폰은 제조업계에는 매출 신장을, 소비자에게는 저렴한 가격으로 물건을 구입할 수 있는 기회를, 유통업계에는 매출 활성화를 기대할 수 있는 자본주의 시장경제가 낳은 매력적인 마케팅 방법
- 전국적인 쿠폰연합회가 구성되어 있으며 쿠폰 교환소가 활성화된 만큼 쿠폰 사용이 대중화된 미국을 살펴볼 때, 우리나라는 향후 10년간 매년 최소 30% 이상의 성장을 기대
- 2004년 기준, 9조원에 달하는 미국 쿠폰 시장에서 연간 2580억장의 쿠폰이 발행
- 우리나라 역시 최근 소비자들의 쿠폰 인지도와 활용도가 높아짐에 따라 발전 가능성이 높음

출처: 하재봉, “제3의 화폐 할인쿠폰”, 세계일보, 2006. 12. 14.

## □ 문화콘텐츠 부가시장 활성화를 위한 가격할인 제도 시행

### ○ 문화콘텐츠 연계상품(OSMU)의 할인 적용

- 문화콘텐츠 상품 구매 횟수 및 단계에 따라 누적할인을 적용하여 최소 10%에서 최대 70%까지 할인

※ 만화단행본(구매시) → 극장영화·유료영화(할인) → 유료드라마(할인) → DVD·OST(할인) → 게임(할인) → 캐릭터상품(할인) → 기타(할인)

### ○ 가격할인 제도 시행시 문화콘텐츠 중소기업 제작 및 서비스 기업체에 대하여 확산 및 산업 안정화 정착을 위한 일시적(3~5년) 정부지원

※ 법인세(상한선 25%), 부가가치세(12.5%), 특별소비세 등 조세감면 추진 필요(<중소기업창업 지원법>, <조세특례제한법> 등 개정)



## □ 합법적 소비를 유도하기 위한 콘텐츠 저작권 보호

- 웹하드·포털·P2P 등에서의 저작권 보호 강화, OSP와 저작권자들의 상설협의체 구성, 일반인 대상의 저작권 보호캠페인 강화
- 민간의 문화콘텐츠 소비행태가 더욱 저렴한 이용 방식으로의 전환이 기대됨에 따라 이미 만연해 있는 불법 다운로드 등 저작물에 대한 온라인, 오프라인 불법이용 감시 필요
- ※ 저작물의 무단 전재 및 배포시 **저작권법** 136조에 의거 최고 5년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금에 처하거나 이를 병과할 수 있음

## 고용창출

## □ 문화콘텐츠 취업종합지원센터를 통한 인력 활용 및 채용 활성화 유도

- 인력수급 예측, 채용정보 및 취업가이드, 영세업체 경력관리 및 경영관리 컨설팅 지원 등

## □ 대중문화예술인 지원센터 구축

- 대중문화예술인 복지 지원 및 창작 환경 개선 등을 통한 대중문화예술인 증대 유도를 위해 대중문화예술인 지원센터 구축 필요
- 대중문화예술인 지원센터를 통해 음악, 방송연예, 모델 등에 대한 비즈니스 컨설팅, 재교육 프로그램 운영, 복지제도(4대 보험, 공제회) 개선

## □ 고용 보조금 제도를 통한 고용유발 및 창업 지원 필요

- 신규채용 인력에 대한 인건비 (일부)지원을 통해 실업자에 대한 취업기회 확대 및 실업률 감소
- 현재 검토 중에 있는 '1인 창조기업' 프로젝트를 활용하여 창업 활성화
  - 1인 창조기업의 시범사업 대상으로 콘텐츠 분야를 선정('08.11 월 현재)
    - ※ 1인 창조기업이란 창의적 아이디어, 지식 및 콘텐츠 등의 생산, 거래 및 활용을 통해 경제적 부가가치를 창출하는 1인 서비스 기업
  - Korea Idea Bank 운영(소액 융자, 공공구매, Gateway), R&D IC(개인 창의성 기반 연구개발 활동), 1인 창조기업 인증제도 등 1인 창조기업 지원의 체계화를 통해 1인 창조기업 설립 및 생존을 위한 전방위적 육성

### □ 미국

- 미국의 1인 기업협회(NASE)는 이미 오래전부터 1인 기업의 비중이 산업과 고용에서 상당한 비중을 차지하고 있기 때문에 이를 통해 다양한 혜택과 지원을 제공하고 있음
  - NASE Advocacy Program' 운영을 통해 1인 기업의 세금 감면, 공제 혜택 등 관련 법률 조항 개정에 대한 변호 지원

### □ 영국

- 영국은 인구 노령화가 진행된 지 오래되어 이에 대한 타개책으로 노인과 여성 인구의 1인 기업 창업에 대한 지원과 관심이 집중되었음
  - 정부가 운영하는 'Business Link' 사이트에서는 1인 기업 창업에 대한 가이드라인을 비롯하여 각종 세금과 보험 제도 등 이들에 대한 모든 정보를 제공하고 있음
  - 문화산업 분야의 스킬셋(Skillset) 제도는 인적자원에 대한 정보 수집 및 교육 제공을 목적으로 설립되었는데, 특히 프리랜서들을 위한 교육/훈련프로그램과 방송과 영화 분야의 프리랜서 기금 등이 운영되고 있음



## 집필진

- 한국문화콘텐츠진흥원

- 감 수 : 김준한 (전략기획본부장)
- 책임집필 : 노준석, 조용순, 김은정, 김수진, 김유진, 정병덕 (정책개발팀)

- 참고자료

- 한국게임산업진흥원, 금융위기에 따른 게임산업 향후 대책
- 한국방송영상산업진흥원, 금융위기의 국내 방송영상산업 파급 효과와 대응 방안
- 문화체육관광부, 콘텐츠산업 분야 금융위기 영향 및 대책

본 이슈페이퍼는 위콘 정책라운지(<http://www.wecon.kr>)의 <이슈 & 정책>에 게재되는 보고서로서 본 이슈페이퍼를 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀 주시길 바랍니다.

(문의) 정책개발팀 김은정 (02-2016-4042/ejkim@kocca.kr)

금융위기가 문화콘텐츠산업에 미치는 영향과 대응방안 (09 - 4)

발행인 안 경 모

발행처 한국문화콘텐츠진흥원

서울시 강남구 논현로 448

전화 02-2016-4114 팩스 02-2016-4116

<http://www.kocca.or.kr>