

창조경제시대 지역 콘텐츠사업 발전전략

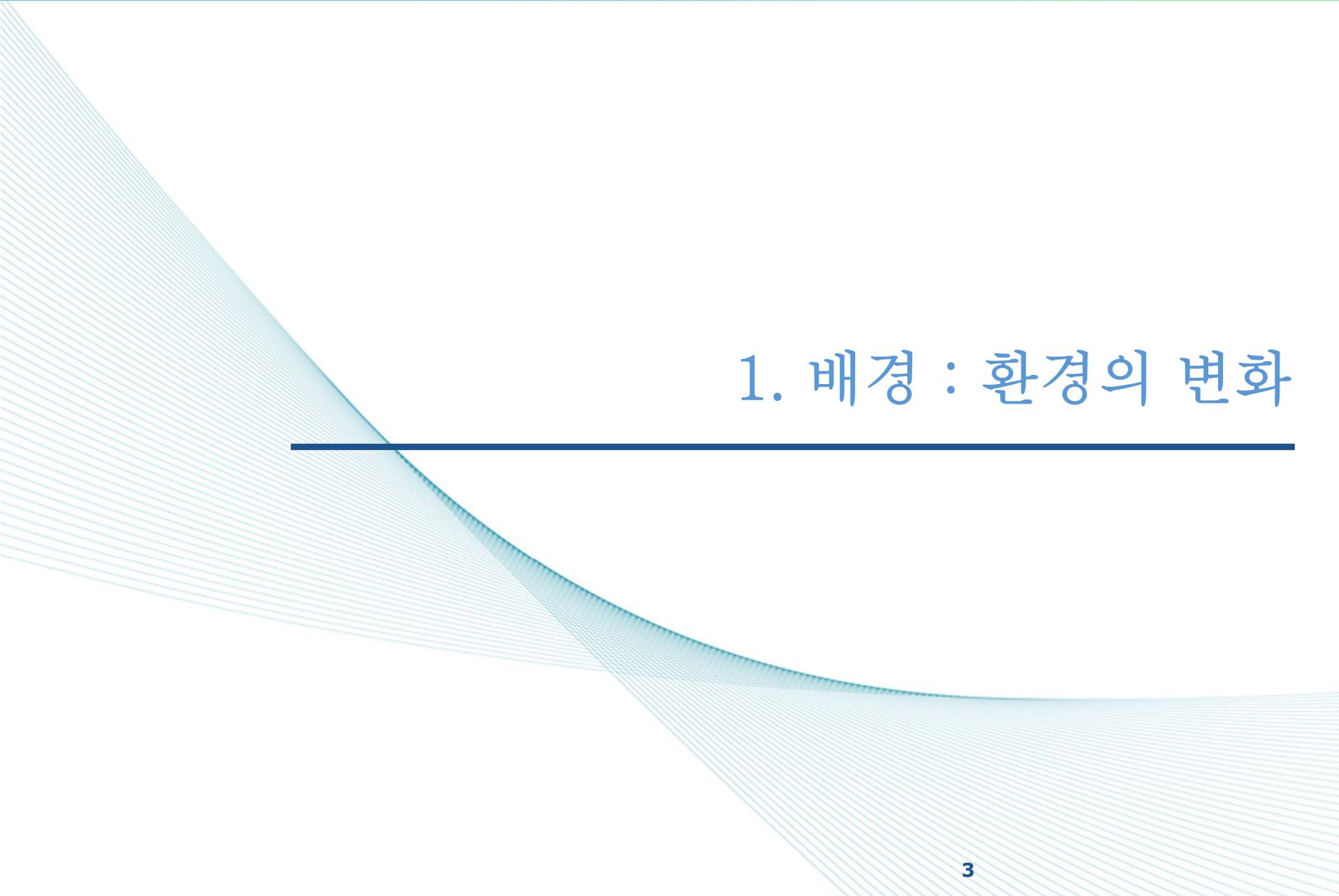


2012. 2. 28

이병민
(건국대학교 문화콘텐츠학과)

CONTENTS

- 1 배경: 환경의 변화
- 2 콘텐츠산업의 특성
- 3 현황과 전망: 콘텐츠산업의 발전방향
- 4 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 콘텐츠 육성방향
- 5 결 론



1. 배경 : 환경의 변화

■ Post-Fordism 시대의 변화

internationalization		globalization
Fordism		Post-Fordism
Modernism		Post-Modernism
Welfare-Statism	<-- 이전	Workfare-Statism
Economies of Scale		Economies of Scope
Hierarchy		Network
Central Place Theory		Network Urbanization
Mass-production/ consumption	1970년 대중반	Fragmentation of consumption
Enterprization	--> 이후	innovation/venture capitals
Urbanism		Metropolitanism(city-region)

■ 배경과 필요성

- 최근 정부에서 지역산업을 육성·지원하기 위한 각종사업의 **전반적인 개편방안 수립**
 - 정부의 새로운 지역혁신구도 정립과 함께 지역발전의 한 단계 도약을 위한 지역산업 개편방안 수립
 - 또한, 광역경제권 육성정책에 맞춰 지역 클러스터사업의 개편 필요성이 제기
 - 이는 창조경제시대 지역 콘텐츠산업의 경우도 예외가 아님
- 창의력·상상력이 경쟁력의 핵심이 되는 **창조경제시대 도래**
 - 소위 '포드주의'로 대변되던 대량생산에서 정보, 혁신, 지식을 거쳐 창조경제라는 화두로 변화
 - 발전척도 또한 단순 산업단위에서 문화·창의성이 증시되는 소프트파워 단위산업으로 변화
- 문화를 기반으로 주민 삶의 질을 높이고, 지역경제 경쟁력을 높이는 인프라로서, **'콘텐츠산업'** 발전 부각
 - 지역경제에서 콘텐츠산업은 다양한 파급효과를 통해 타산업의 부가가치를 높이고, 지역주민의 삶의 질을 향상시킨다는 점에서 매우 큰 의미를 가짐
 - 창의성과 상상력을 통해 문화도시에서 더 나아간 창조도시와 관련된 성장모델도 점차 일반화

■ 배경과 필요성

- 광역경제권으로의 패러다임 변화
 - 행정구역을 초월하여 지역의 여건과 특성을 바탕으로, 특성화된 지역발전과 지속적인 경제성장, 실천적 지방분권, 지역간 상생발전을 통한 지역 및 국가의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 지역발전정책
- 콘텐츠산업에서도 광역경제권 체계에 맞는 공간집적 전략과 창조지역 개편

기 존

혁신클러스터 정책

+

생산기능 위주의 제조업 집적지

재 편

문화콘텐츠 중심의
서비스산업 클러스터 재편

기업중심의 산-학-연-관
개방형 네트워크 촉진

- 연계협력 활성화라는 측면에서 지역 차원의 콘텐츠 산업 집적지 구축 전략 틀 마련
- 거버넌스 구조 재편과 산-학-연-관 간의 다양한 연계 활성화 전략 마련



2. 콘텐츠산업의 특성

■ 콘텐츠산업의 개념

- 콘텐츠산업은 문화산업, 창조산업, 엔터테인먼트산업 등 다양한 용어로 혼용되고 있기는 하지만, 법상으로는 '문화산업'에 근간을 둬
 - 일반적으로 문화산업은 “문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업”을 뜻한다고 알려지고 있음
 - 관련하여 특히 '문화콘텐츠'는 콘텐츠에 문화적 요소(예술성, 창의성, 오락성 등)를 추가한 개념으로 이해되고 있어 내용적으로는 거의 유사하게 표현
- 영국, 미국 등 다양한 국가별로 상이하며, 최근 디지털 컨버전스 현상이 가속화됨에 따라 직접적인 비교가 어려워, 대략적인 수준에서 콘텐츠산업에 대한 이해가 이루어짐
 - 장르적으로는 문화콘텐츠의 경우 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 에듀테인먼트 등 10개 장르를 중심.
 - 최근에는 '콘텐츠'산업으로 변경되어 디지털영역과 융합의 의미를 보다 잘 드러내기 위해 관련된 자료도 출간되는 실정

■ 지역과 콘텐츠산업 : 창조도시

- 창조성이 부각되면서 도시의 역할이 증대되고 있는 이유
 - 창조경제의 호순환을 만드는데 필요한 핵심적 구성요소 대부분이 도시라는 환경에 배태되어 있음
 - 도시는 창조적 인재들이 물려들 수 있는 다양성, 도시 거리 경관, 주거환경, 공연과 만남으로 시끄러운 buzz 밤거리, 개방적 분위기, 진입비용이 높지 않는 사회적 상호작용, 밀집되어 있는 네트워크망, 도시의 진본성(authenticity) 을 갖고 있기 때문
 - 창조계층이 살기를 원하는 장소나 지역
 - 창조적 주거환경이 존재하는 것은 아님
 - 창조계층도 매우 다양하기 때문에 선호하는 거주환경도 다양할 수 있음
 - 창조적이고 혁신적인 능력을 가진 사람들이 살기 원하는 장소
 - Openness, Tolerance, Diversity, 3T (Talent, Technology, Tolerance)
 - 자연과 문화를 동시에 즐길 수 있는 장소를 선호
- * 최근 오래된 산업지대나, 도크랜드, 쇠퇴한 물류시설을 재개발하여 활용하는 사례 많음



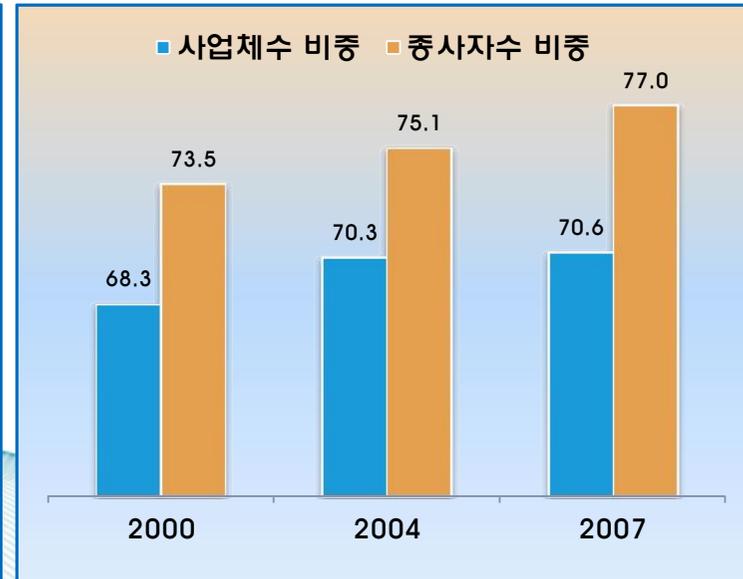
3. 현황과 전망 : 콘텐츠산업의 발전방향

3. 현황과 전망 : 콘텐츠산업의 발전방향

■ 콘텐츠 및 문화산업의 지역별 변화 추이

- 콘텐츠산업의 **사업체 수 약 71%, 종사자 수 약 77% 수도권 집중 (2007)**
 ※수도권내 지역별 집중도(사업체 수 기준) : 서울 82%, 경기 15%, 인천 3% 분포
- 콘텐츠산업의 사업체 수 약 **51%, 종사자 수 약 64% 수도권 집중 (2007)**

		2000년	2004년	2007년	2000년	2004년	2007년
문화 콘텐츠	수도권	5,466	5,732	6,800	84,654	90,348	101,627
	서울	4,640	4,823	5,556	73,977	77,436	84,956
	인천	140	135	167	2,104	1,925	1,866
	경기	686	774	1,077	8,573	10,987	14,805
문화산업	수도권	61,138	56,383	50,261	228,197	230,861	229,294
	서울	34,856	30,627	27,553	161,382	154,976	152,977
	인천	6,095	5,601	4,698	13,569	13,828	12,060
	경기	20,187	20,155	18,010	53,246	62,057	64,257



▲ 콘텐츠관련 산업의 지역별 변화 추이

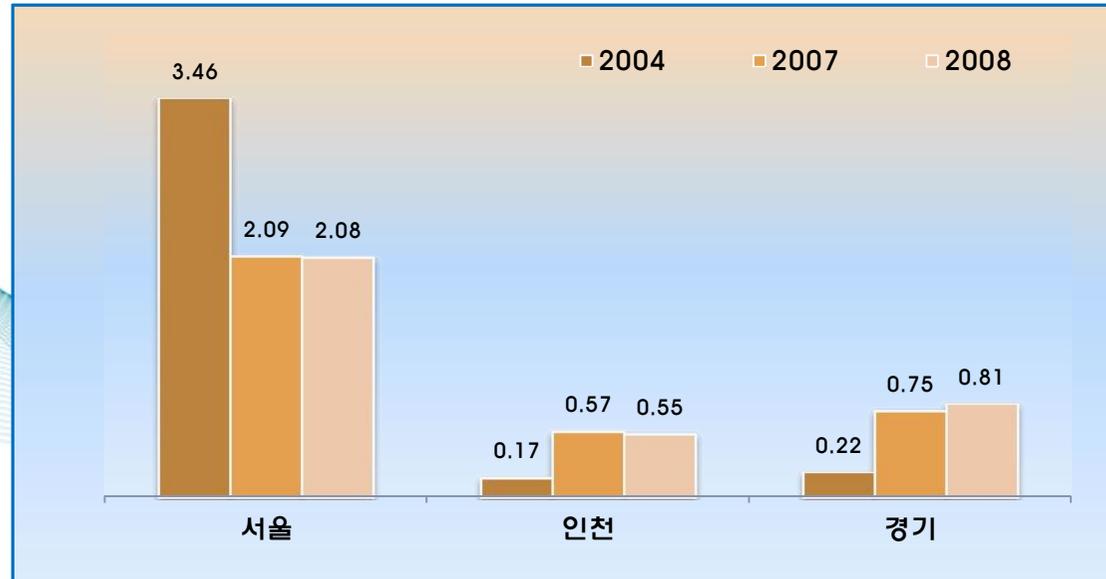
▲ 예) 수도권 콘텐츠산업의 변화추이

※ 통계자료 : 사업체기초통계조사를 역추적하여 업체의 항목별 자료를 합산 후 시계열 비교

■ 콘텐츠산업의 지역별 고용특성(LQ)

- 콘텐츠산업 기준 고용특성 기반 입지계수 **서울 2.08, 경기 0.81, 인천 0.55** (2008)
 - 문화산업단지 기지정지역을 포함하는 광역경제권 지역들의 입지계수가 높게 나타남
- ※ 서울>광주>제주>대전>경기>대구>부산>전북>인천 순임

지역	2004년	2007년	2008년
서울	3.46	2.09	2.08
부산	0.22	0.70	0.67
대구	0.12	0.78	0.73
인천	0.17	0.57	0.55
광주	0.29	1.02	0.97
대전	0.15	0.88	0.83
울산	0.00	0.45	0.42
경기	0.22	0.75	0.81
강원	0.06	0.45	0.43
충북	0.15	0.51	0.5
충남	0.02	0.43	0.38
전북	0.07	0.58	0.61
전남	0.01	0.36	0.37
경북	0.02	0.50	0.53
경남	0.02	0.44	0.42
제주	0.15	0.84	0.84



▲ 수도권 3개 시도 콘텐츠산업 고용특성 입지계수 변화추이

▲ 콘텐츠산업 지역별 고용특성 입지계수(LQ)

※ 통계자료 : 문화산업통계 및 통계청 자료 토대 정리

3. 현황과 전망 : 콘텐츠산업의 발전방향

■ 콘텐츠산업의 지역별 매출액현황(2009)

- 매출비중은 서울 (72.5%), 경기도, 부산, 대구 등 중심
- 많은 지역에서 2%대를 넘지 못함
- 장르별로는 출판산업의 감소세가 두드러지며, 지식정보와 콘텐츠 솔루션은 증가세임
- 종사자의 경우에도 50%이상이 서울에 집중

구분	출판	만화	음악	영화	애니메이션	광고	캐릭터	방송 (독립 제작사)	지식 정보	콘텐츠솔루션	합계	구성비
서울	10,547,078	348,861	1,375,330	2,461,105	245,121	8,613,806	2,728,588	692,903	4,349,655	1,496,520	32,858,967	72.5
부산	482,488	24,706	118,493	61,719	12,318	89,277	220,092	5,796	48,900	41,231	1,105,020	2.4
대구	344,052	11,272	105,446	72,456	6,563	161,322	175,544	3,729	38,816	36,285	955,485	2.1
인천	210,481	13,923	106,519	21,829	4,982	15,038	151,094	2,887	37,333	36,137	600,223	1.3
광주	189,923	8,278	56,724	55,297	10,331	21,346	100,707	4,132	28,486	29,121	504,345	1.1
대전	179,409	9,965	56,093	18,704	2,040	52,895	110,295	1,096	35,730	26,393	492,620	1.1
울산	75,223	5,053	43,878	2,698	-	2,812	50,053	432	15,244	12,135	207,528	0.5
경기	2,790,996	225,725	421,025	319,847	60,576	144,667	1,130,149	79,869	533,966	213,655	5,920,475	13.1
강원	59,897	5,022	47,220	28,431	5,139	23,159	48,688	1,835	17,869	19,326	256,586	0.6
충북	67,386	5,720	50,068	78,834	3,668	4,964	98,796	998	26,150	21,335	357,919	0.8
충남	95,222	5,957	59,065	9,254	1,629	8,607	58,513	683	25,023	19,662	283,615	0.6
전북	65,076	4,550	42,030	50,913	3,328	16,231	71,629	172	18,917	18,335	291,181	0.6
전남	33,405	4,294	46,644	28,754	296	6,361	39,948	365	17,079	16,215	193,361	0.4
경북	208,622	8,674	84,752	55,815	-	7,305	85,508	597	25,959	21,285	498,517	1.1
경남	163,490	9,277	90,701	84,412	1,885	11,681	128,553	446	30,283	23,112	543,840	1.2
제주	38,994	1,476	16,498	12,747	627	7,407	160,115	235	5,775	5,615	249,489	0.6
합계	15,551,742	692,753	2,720,486	3,362,815	358,503	9,186,878	5,358,272	796,175	5,255,185	2,036,362	45,319,171	100.0

3. 현황과 전망 : 콘텐츠산업의 발전방향

■ 콘텐츠산업의 지역별 종사자현황(2009)

구분	출판	만화	음악	영화	애니 메이션	광고	캐릭터	방송	독립 제작사	지식 정보	콘텐츠슬루 션	합계	구성비
서울	48,685	4,545	18,910	16,644	2,951	25,916	11,335	24,788	3,882	34,249	11,328	199,351	54.9
부산	4,067	534	4,971	820	145	1,207	1,168	1,180	50	730	362	15,184	4.2
대구	3,021	361	4,532	949	82	1,337	873	930	33	596	355	13,036	3.6
인천	2,149	342	4,650	654	48	236	754	324	27	577	316	10,050	2.8
광주	2,711	250	2,484	707	123	904	488	423	42	411	237	8,738	2.4
대전	2,215	247	2,480	393	22	977	493	456	13	463	198	7,944	2.2
울산	936	155	2,110	121	-	20	240	414	4	217	131	4,344	1.2
경기	14,893	2,469	15,479	3,786	600	1,491	5,077	2,356	615	5,638	1,863	53,652	14.8
강원	1,189	132	2,275	540	60	404	257	546	34	213	145	5,761	1.6
충북	1,455	148	2,181	398	46	100	448	445	8	298	161	5,680	1.5
충남	1,484	217	2,824	166	19	15	251	183	9	296	182	5,637	1.5
전북	1,740	146	2,001	546	41	158	352	506	5	226	175	5,891	1.6
전남	1,204	144	2,206	281	4	281	237	380	6	210	166	5,113	1.4
경북	2,962	244	4,126	869	-	120	377	464	5	319	183	9,664	2.7
경남	2,763	356	4,426	994	22	184	579	524	12	357	114	10,319	2.8
제주	750	41	723	173	7	159	477	389	4	97	51	2,867	0.8
합계	92,224	10,331	76,378	28,041	4,170	34,308	4,748	33,509	23,406	44,897	15,967	363,231	100.0

■ 융합환경의 변화 : 콘텐츠의 중요성 증가

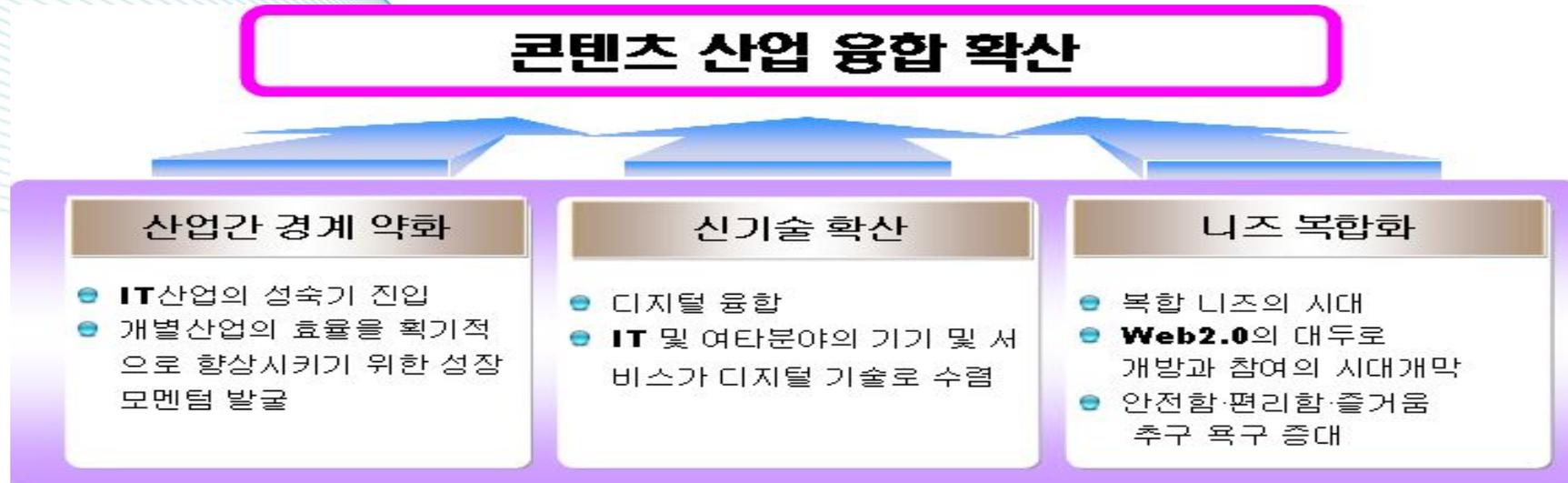
- 디지털 기술의 발달은 콘텐츠의 속성, 서비스 형태의 변화를 촉발
 - 콘텐츠 산업은 아날로그에서 디지털 복합 형태로 진화: 다양한 BM 등장 및 선진화된 유통구조로 전환
 - 지역에서도 콘텐츠산업은 방송통신 융합환경의 변화에 따라 콘텐츠 발전이 기대

주요 콘텐츠 변화추이

❖ 주요 콘텐츠 :	아날로그 콘텐츠	➡	디지털콘텐츠	➡	융복합 콘텐츠
❖ 시 기 :	[~ 1995]		[1995 ~ 2005]		[2005 ~]
❖ 변 화 요 인 :	정보통신 인프라 확충		디지털 융복합		

■ 콘텐츠 융합확산의 특징

- 융합콘텐츠산업은 3D화, 스마트화, 융복합화라는 패러다임 변화에 직면, 급성장
 - 산업간 경계약화로 인한 성장모멘텀 발굴, 신기술 확산에 의한 디지털 융합, 복합 니즈의 시대에 따른 소비자 욕구의 증대 등이 나타남



자료: 문화체육관광부(2008. 10), 차세대 융합형 콘텐츠 육성 전략

■ 문화미디어 제조·서비스 연계 콘텐츠

문화/
미디어
연계

예술 및 전통분야

- 미디어아트, 디자로그 공연
- 폐광/폐교 등을 활용한 박물관/미술관화
- 문화원형 디지털콘텐츠화

스포츠분야

- 태권도(정신문화)
- 스포츠게임(축구/야구 등)
- 스크린골프
- 체험형 게임(닌텐도 위 등)

지역 및 관광 분야

- 한식의 세계화
- 템플스테이
- 한류스타관광
- 지역테마축제(머드축제 등)

서비스
연계

교육 및 재난분야

- e러닝/u러닝/에듀테인먼트
- 전자책(e-book)
- 가상세계영어마을
- 워게임
- 재난방재(유비쿼터스 먼지)

보건 및 디자인 분야

- 보건(스트레스진단, 가상음주 측정, 영상 테라피, 원격진료)
- 디자인(지역상징 캐릭터 스토리북, 지역 특화상품과 관광연계)

공공·법률·금융분야

- 실시간 교통/문화정보
- 모의법정
- 모의주식투자
- 재테크 프로그램
- 소셜네트워크서비스(SNS)

제조
연계

주요 제조분야

- 자동차·조선·철강·반도체·가전 소재의 영상(드라마/영화) 제작
- 가상 선박도장 및 제조용접
- 자동차(자동차극장/가상운전교육 등)

로봇 및 첨단 분야

- 로봇(엔터테인먼트, 애완동물/도우미/교육용 로봇)
- 책임어주는 휴대폰
- 4D 실감콘텐츠

섬유 및 조명 분야

- 섬유(스마트의류, 패션문화쇼, MP3선글라스 등)
- 조명분야(불꽃축제, 다리/건축물 조명)

■ 지역콘텐츠산업 활성화 위한 육성의 한계

- 하드웨어를 기본으로 하는 자본재 위주의 투자 정책
 - 기본 인프라를 구축하는데는 성공했으나, 시대의 흐름 변화에 따라 방향 선회필요
- 지역 수요기반의 미확충으로 지역 자생력이 미흡
 - 지역 내수시장의 경제규모 미달과 수도권 집중으로 인한 상대적 불리
- 지역과 지역간의 연계사업이 미흡
 - 융합환경 OSMU 효과를 충분히 활용하지 못함
- 전략적인 지역 특성화 전략이 부족
 - 전 국토 차원의 조정과 마스터플랜 부재
- 실질적으로 지역에 도움이 되는 창의적 활성화 전략이 미흡
 - 매출과 고용증대, 다양한 융합 트렌드의 반영 통한 BM의 마련

■ 지역콘텐츠산업 관련 예산 비중(국고, 지자체 등)

- 지역별 총예산에서 국비지원금의 비중은 평균 40% 미만으로 나타남
- 이 또한 대부분 시설, 장비 등 인프라 구축에 편중되어 있으며, 소프트웨어 측면 지원
- 문화산업진흥기본법에 기반을 두고 예산을 지원하고 있으나 미미한 실정 - 지원책 마련이 필요

구분	지원금_국고	비중	지원금_지자체	비중
2008	29,765,459	36.8	51,048,140	63.2
2009	42,061,983	42.7	56,393,020	57.3
2010	43,908,034	38.8	69,276,312	61.2
계	115,735,476	39.6	176,717,472	60.4

▲ 지역 콘텐츠산업 지원 관련 예산 국고, 지자체 비중 (단위: 천원, %)

4. 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 콘텐츠 육성방향

- 1) 새로운 전략방향의 제시
- 2) 지역 콘텐츠산업 발전을 위한 과제

4. 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 콘텐츠 육성방향

창조경제시대 지역 콘텐츠산업의 선순환 구조 마련

삶과 일터를 조화롭게 만드는
공간의 지향점

소프트웨어적인 프로그램과
시민들의 열린 마음

문화적 맥락따라
문화토양 순차적 조성
/ 다문화시대 개방성

도시 문화정책 운용 기반 및
자원으로서의 창조적인 인력들의
능력

도시의 개방환경과 관용성
(Tolerance)

다양한 융복합화 촉진을
위한 열린 공간

지역 콘텐츠산업의 생태계
구축

창의적인 인력의 공급 (Talent)

도시문화콘텐츠의
발굴과 이식
/ IT 결합된 창조지대

기술기반 창조적 시스템 구축
(Technology)

문화를 통한 교육
/ 공교육의 정상화

페이스북 등 새로운 소셜네트워크
관련 지역콘텐츠 개발 등

인프라로서의 시설과
기술적인 요소를 구비

비제조업 및 창의적인 연구개발
부문의 강조
- 콘텐츠 R&D 범위 확대

■ 지역 콘텐츠산업 발전을 위한 전략방향 : 인력양성

- 지역 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 창의적인 인력의 공급
 - 지역의 발전을 위한 인간의 창의성, 열정, 동기, 상상력과 창조적인 생각 발현
 - 지역 삶의 양식과 깊은 관련 : 쾌적성, 환경, 자연경관, 자녀들의 삶과 교육 보장 등
 - 특히, 창조성 교육과 활동에 중심 : 특히 지역내 초중등교육에서의 창조성 강조
 - 문화예술과 콘텐츠 창조능력과 향수능력을 증대시키고, 문화적-미적 감성과 상상력 개발
- 창의적인 인력양성과 함께 고용창출에도 힘을 기울임
 - 미래 고급인력의 중요성을 깨닫고 창의적 인재의 시장진출 지원방안 등을 고민
 - '창직'의 단계로 나아갈 수 있도록 '1인 창조기업' 활성화 등에도 관심을 쏟음
 - 지역내 통합 창업지원센터 마련 및 공동협력과제의 개발과 사업 실시 등

4. 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 콘텐츠 육성방향

■ 지역 콘텐츠산업 발전을 위한 전략방향 : 자기 창조시스템의 구축

- 하드웨어와 선순환구조를 이루는 인프라의 조성이 중요
 - 교통과 건강, 쾌적성 등을 이루는 지원서비스의 마련
 - 지역내 연구기관, 교육시설, 문화시설, 기타 만남의 장소 등 조성
 - 광역경제권내에서 창의적인 아이디어를 발현시키는 창조적인 환경 조성에 주력
- IT와 콘텐츠산업의 시너지효과에 주력: 창의적 클러스터를 조성
 - 지역내 문화예술과 과학분야 공통 창조성에 주목 및 다양한 결합
 - 문화원형과 IT, 콘텐츠, SNS를 TGIF를 토대로 연계
 - 실용성을 담보에 둔 실질적 성과를 창출하여 지역 지역경제에 도움
 - 예) 지역 문화관광자원의 온라인 DB, 아카이브 및 공동활용 -> 공동상품 개발 등

4. 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 콘텐츠 육성방향

■ 지역 콘텐츠산업 발전을 위한 전략방향 : 개방과 관용성 환경 조성

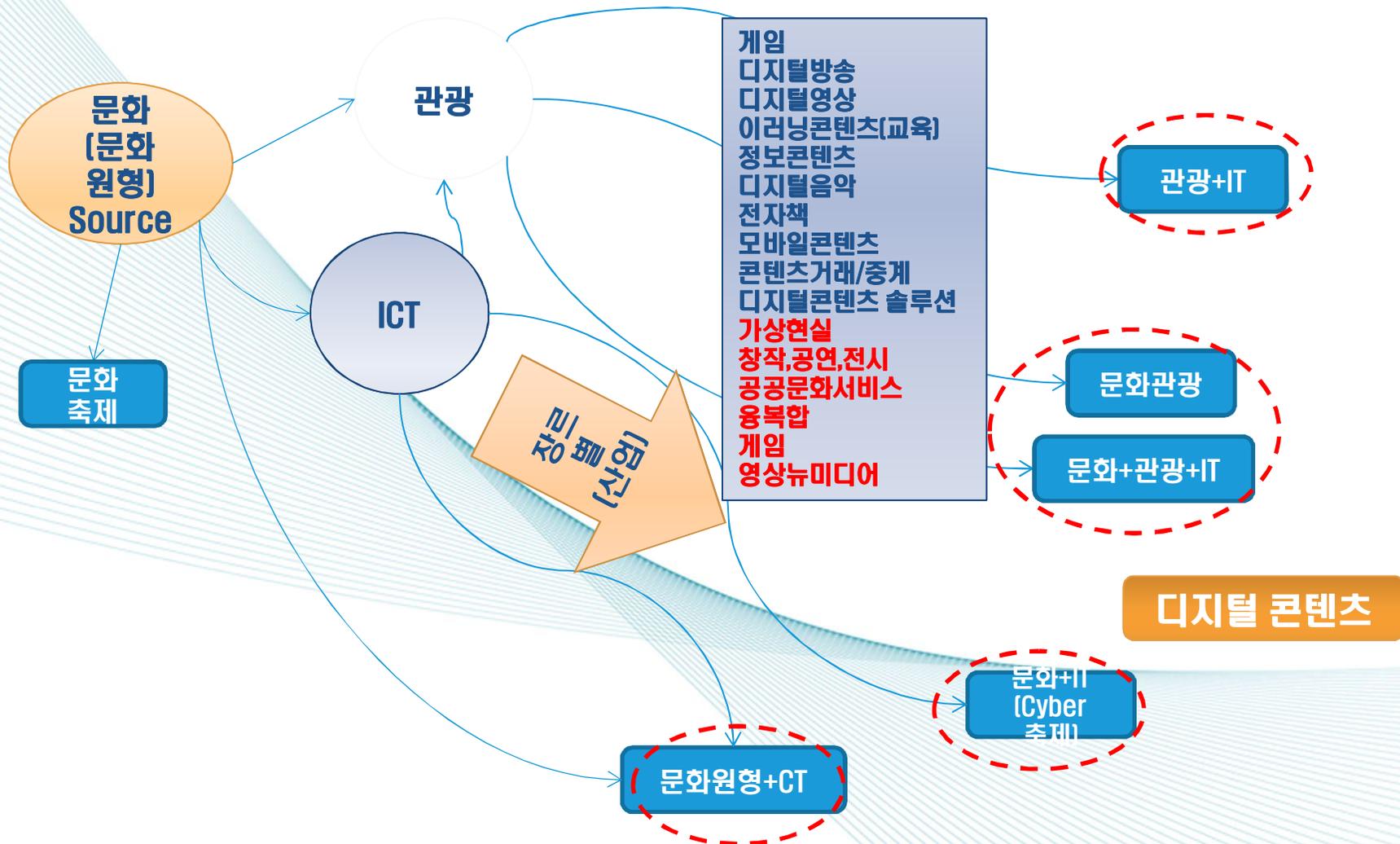
- 지역 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 창조적 환경과 개방적 분위기 조성
 - 소프트웨어 인프라와 사회적 네트워크의 구성을 통해 자유로운 인적교류 유도
 - 클럽, 비공식단체의 정기모임, 비즈니스클럽, 마케팅 협회 등 자연스러운 자발적 모임
 - 다양한 커뮤니티 구성 및 자생의 환경 마련이 지역 콘텐츠 생성에 중요
 - 랜드마크, 축제, 콘텐츠의 체험, 다양한 프로그램의 유기적인 지원도 필요
 - 창조적인 콘텐츠 중심 도시의 지침 및 기준도 지역내에서 합의가 필요한 부분
- 관용성 증대를 위한 사업의 추진 (다문화사회 활성화를 위한 콘텐츠 전략)
 - 다문화가정 자녀들을 위한 콘텐츠 교육 등
 - 지역내 공통 교과과정에 다문화 국가 문화콘텐츠의 내용 교육 및 참고자료 제작 배포
 - 문화의 이해, 문화교류차원, 어머니 교사 채용 및 여성인력 교용확대 등 기여

4. 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 콘텐츠 육성방향



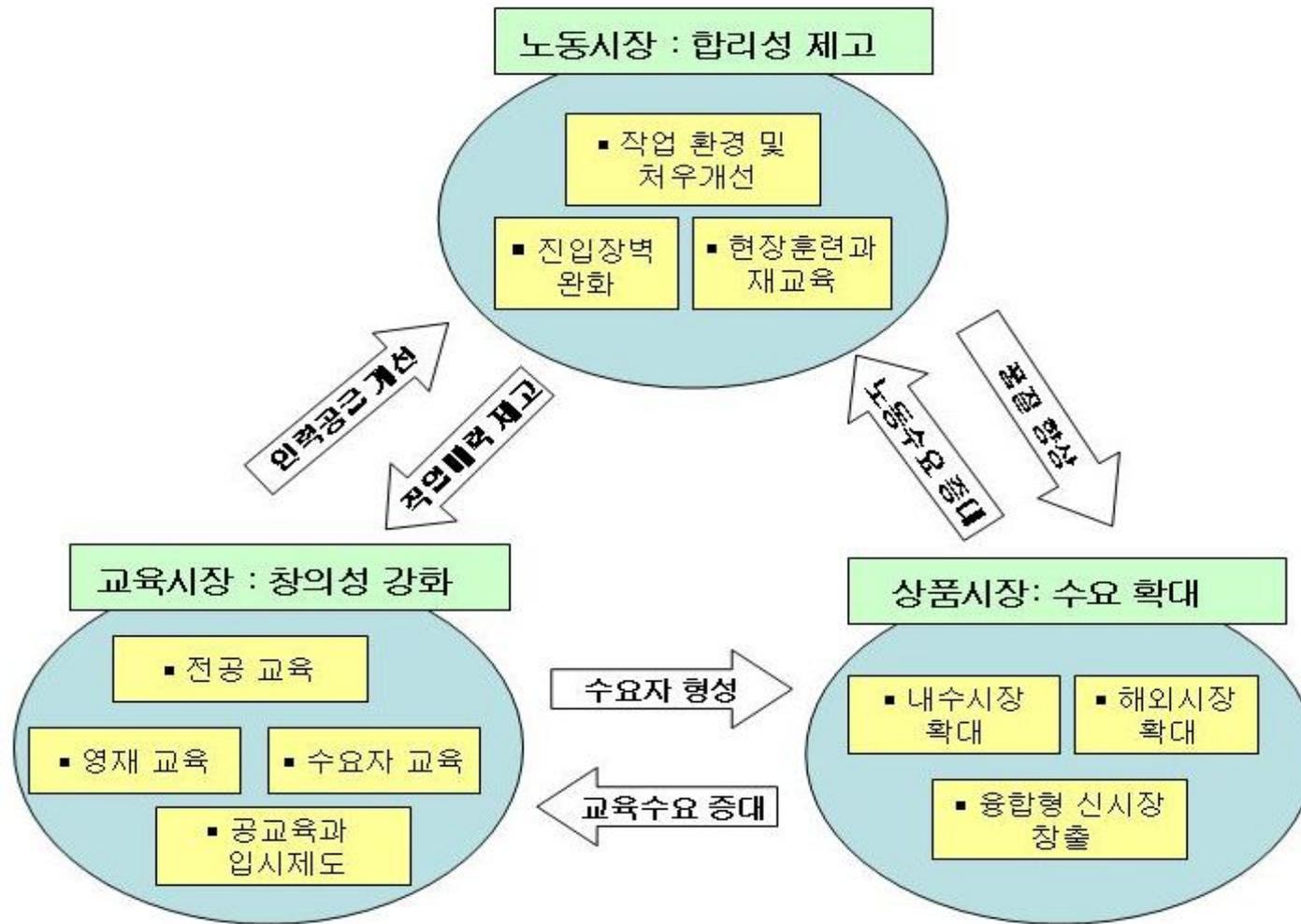
4. 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 콘텐츠 육성방향

기술기반 자기창조적 시스템의 구축 (예)

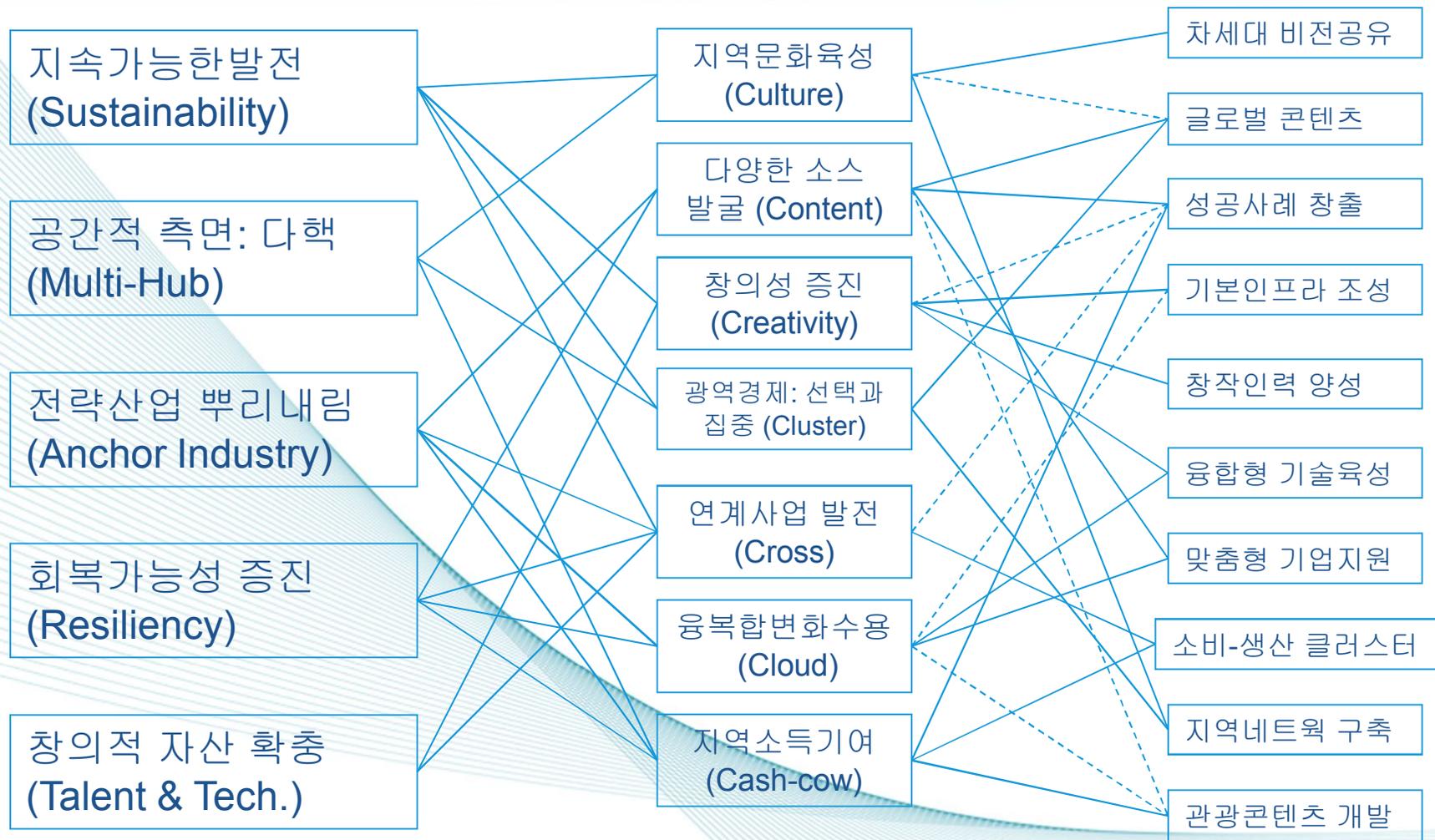


4. 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 콘텐츠 육성방향

- 콘텐츠 생태계 조성을 위한 역할 분담: 지역내 선순환구조 마련



4. 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 콘텐츠 육성방향



새로운 시대, 새로운 콘텐츠 중심 스마트 클러스터 완성

전 환

광역경제권 정책

컨버전스 시대 도래

글로벌(Global+local)

개방성·네트워킹

다양한 인프라 구축

...

- 문화콘텐츠와 산업발전전략 운용에 많은 변화가 예견
- 광역경제권 발전에 따라 거버넌스 구조와 정부의 지원사업 방향은 시대흐름에 맞게 변화
- 산업육성 측면에서는 중앙부처와의 중복성 고려, 공공-시장영역간의 충돌 방지
- 지역내 입지한 문화콘텐츠업체들의 글로벌 진출 및 마케팅 효율화 지원방안 마련
ex) 서울 상암동 지역을 글로벌 문화콘텐츠 원스톱지원센터로 조성
→ 관련 기업뿐 아니라 서비스지원을 위한 법률, 엔지니어링, 광고, 디자인업체 등 연관 입지
- IT-문화콘텐츠산업-디자인산업-공공디자인-관광산업의 조화로운 연계, 소득창출 효과

Creativity

- 시민의 창조성 · 자발성 고양
- 지역 자원성에 바탕을 둔 아이디어도출 경쟁력 있고 차별적인 콘텐츠 확보

Amenity

- 사람, 장소, 기후 등이 만드는 쾌적함
- 관광 · 생활의 편의제공으로 만족감 제고 : 기술적 효율성 결합 시너지

Profitability

- 관광 및 도시 환경 변화에 유연
- 일정 수준의 수익성 확보
- 스마트경제 기반 신BM 마련

Beauty

- 도시 경관의 아름다움 - 인프라.기술
- 도로,광장,교량,공원,가로수,건물 정비

Atractiveness

- 특징적 관광자원 및 도시환경 확보
- 관광객의 방문 동기 유발 + 기술결합 볼거리 / 랜드마크

Productivity

- 창조경제 기반 스택워크 활동
- 생산요소의 충족, 인프라 제공
- 산학연관간, 기업간 협력과 네트워크



감사합니다.

Q & A

yurifin@konkuk.ac.kr

