

2019년 결산과 2020년 전망 세미나

★ 대한민국 ★  
콘텐츠산업

📅 2019년 12월 3일 14:00~17:00

📍 SAC 아트홀  ART HALL (서울 강남구 삼성로 534)

## 2019년 결산과 2020년 전망 세미나

# ★ 대한민국 ★ 콘텐츠산업

| 구 분                           | 시 간               | 주제 및 발표자                                 |
|-------------------------------|-------------------|------------------------------------------|
| 개 회                           | 14:00~14:10 (10') | 환영 인사                                    |
| 제1부 콘텐츠산업 2019년 결산 및 2020년 전망 |                   |                                          |
| 1발제                           | 14:10~14:40 (30') | 주제 : 2019년 콘텐츠산업 결산                      |
| 2발제                           | 14:40~15:10 (30') | 주제 : 2020년 콘텐츠산업 전망                      |
| 휴 식                           | 15:10~15:25 (15') | 중간 휴식                                    |
| 제2부 전문가와 함께 전망하는 2020년 콘텐츠산업  |                   |                                          |
| 라운드<br>테이블                    | 15:25~16:35 (70') | 모더레이터 : 강명석 / ize 편집장                    |
|                               |                   | 김유창   한국웹툰산업협회장                          |
|                               |                   | 안병도   카카오게임즈 대외협력팀장                      |
|                               |                   | 이영한   롯데엔터테인먼트 투자제작팀장                    |
|                               |                   | 이은재   스프스뉴스 PD                           |
|                               |                   | 임석봉   JTBC 방송정책팀장                        |
|                               |                   | 현민아   A&T(아트앤테크놀로지센터) 연구원 · +XR Producer |
|                               | 16:35~16:50 (15') | 플로어 질의응답                                 |
| 폐 회                           | 16:50~17:00 (10') | 폐회 인사                                    |



## [ CONTENTS ]

[ 주제발표 1 ]

### 숫자로 보는 2019년 콘텐츠산업

백승혁 한국콘텐츠진흥원 정책본부 미래정책팀장

- 05 -

[ 주제발표 2 ]

### 키워드로 전망하는 2020년 콘텐츠산업

박혁태 한국콘텐츠진흥원 정책본부 산업정책팀장

- 23 -

2019년 결산과 2020년 전망 세미나

# ★ 대한민국 ★ 콘텐츠산업

[ 주제발표 1 ]

## 숫자로 보는 2019년 콘텐츠산업

백승혁 한국콘텐츠진흥원 정책본부 미래정책팀장



2019년 결산과 2020년 전망 세미나

★ 대한민국 ★ 콘텐츠산업

문화체육관광부

한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2019년 결산과 2020년 전망 세미나

★ 대한민국 ★  
콘텐츠산업

문화체육관광부

한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

숫자로 보는  
2019년  
콘텐츠산업

백승혁 한국콘텐츠진흥원  
정책본부 미래정책팀장

# [ 숫자로 보는 2019년 콘텐츠산업 ]

## 2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

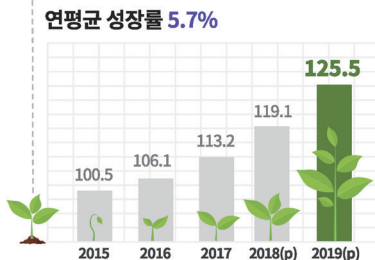
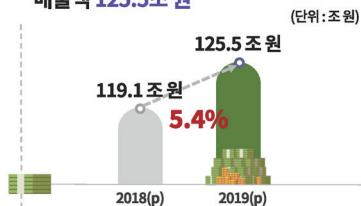
# 2019 국내 콘텐츠산업 주요통계

## 2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

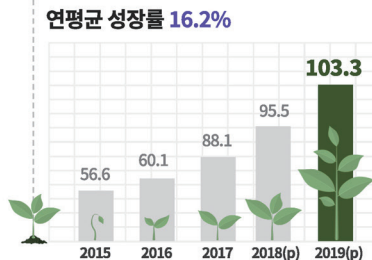
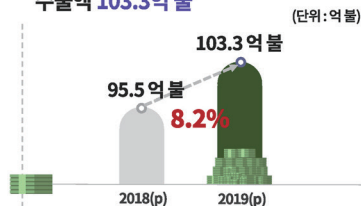
## 2019 국내 콘텐츠산업 주요 통계

### 2019 콘텐츠산업

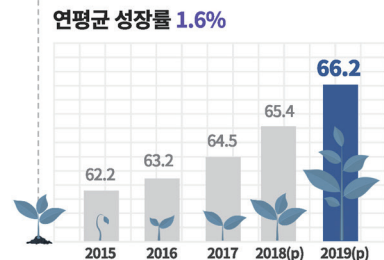
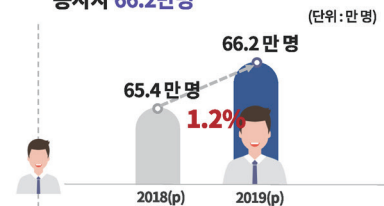
매출액 125.5조 원



수출액 103.3억 불



종사자 66.2만 명



### 2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

#### 산업별 매출성과

애니메이션 0.7조 원

• 5년간 연평균 성장률 3.1%

지식정보 18.4조 원

• 5년간 연평균 성장률 10.5%

광고 17.8조 원

• 5년간 연평균 성장률 5.3%

게임 14.7조 원

• 5년간 연평균 성장률 8.3%

만화 1.2조 원

• 5년간 연평균 성장률 7.5%

콘텐츠 솔루션 5.4조 원

• 5년간 연평균 성장률 5.7%



출판 21.0조 원

• 5년간 연평균 성장률 0.6%



음악 7.0조 원

• 5년간 연평균 성장률 8.8%



영화 5.8조 원

• 5년간 연평균 성장률 3.4%



방송 20.2조 원

• 5년간 연평균 성장률 5.2%



캐릭터 13.3조 원

• 5년간 연평균 성장률 7.2%

문화체육관광부

한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

2019  
숫자로 보는  
콘텐츠산업

# [ 숫자로 보는 2019년 콘텐츠산업 ]

2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

## 변화

콘텐츠, 혁신의 기준이 되다

2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부

한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

### “넷플릭스하다” : 전략적 동맹

웨이브 콘텐츠 수  
(MBC+KBS+SBS)+SKT

22만 편

넷플릭스 오리지널과 정면 승부



- CJ ENM과 JTBC, OTT 합작법인 설립, 내년 1분기 신규 OTT 플랫폼 출범  
: 스튜디오드래곤과 제이콘텐트리와의 오리지널 콘텐츠 제공
- SK텔레콤-카카오 전략적 파트너십 체결  
: 네트워크와 플랫폼의 상승효과, 콘텐츠 부문 제휴 급증 예상



- CJ ENM-스튜디오드래곤, JTBC, 넷플릭스와 장기적 파트너십 체결(넷플릭스에 드라마 장기공급)
- 넷플릭스의 시장 잠식을 우려하던 지상파의 ‘투 트랙 전략’  
: 넷플릭스 동시 서비스 ((KBS) <동백꽃 필 무렵>) / 넷플릭스 제작비 절반 부담 ((SBS) <배가본드>)  
: 넷플릭스의 아시아 시장 선점 전략(오리지널 콘텐츠 확보 최우선)



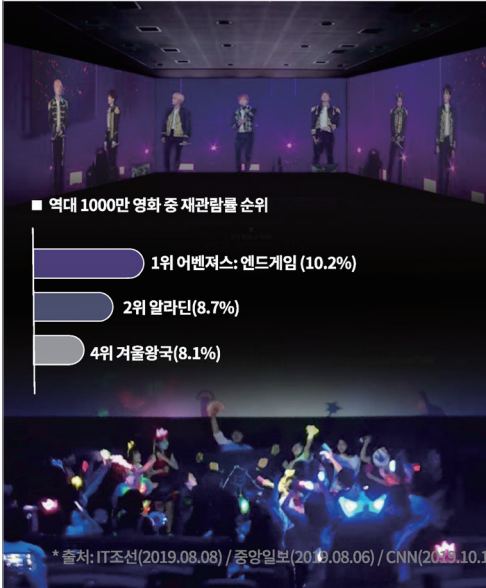
- 오리지널 콘텐츠가 핵심: 콘텐츠 기업의 경쟁력 확대  
: 제작사에게 유리한 환경, 제작비 단가 상승, 대형 플랫폼과 대형 제작사 성장 기반 강화(자본력)  
cf) <옥자>: 전달 대비 넷플릭스 가입자 3배 이상 증가  
<킹덤>: 넷플릭스 유료가입자 3배 확대 / LGU+, 넷플릭스와 단독 제휴로 가입자 증가 효과

\* 출처: SK텔레콤(2019.10.27) / JTBC(2019.11.25) / 한국경제(2019.03.28)

### 2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

#### ‘넷플릭스로 볼 영화’와 ‘영화관에서 볼 영화’



특수관 매출  
전년대비

25억 원 증가

2019년 상반기 특수관 관객 수 352만 명(전년 동기 대비 32만 명 증가)

#### ■ 특수관, 극장의 새로운 활로로 주목: 특수관에 적합한 기획전 개최

: (4DX) <엑시트> 가스체험, <알라딘> 댄서동(노래+춤) 상영회  
\* <알라딘> 국내 개봉 4DX 최초 117만 명 돌파, 일반 상영관 33.8%, 4DX 73.6%  
(스크린X) <러브 유어셀프 인 서울> 관객 22만 명

#### ■ N차 관람 주도하는 특수관 열풍

: 역대 1,000만 영화 중 재관람률 순위 특수관 흥행 순위

#### ■ 영화관도 스트리밍 서비스

: 미국 AMC시어터스: 온라인 비디오 스토어인 'AMC 시어터스 온 디맨드' 출시, 넷플릭스와 디즈니에 도전  
: 2018년 6월 'AMC 스텝스 A 리스트' 구독형 티켓 서비스 → 스트리밍 서비스

### 2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

#### 이동하는 소비자, 콘텐츠 유목민

2019.8 웨이브 출범 전  
넷플릭스 유료 가입자 수

191만 명

2019.10 웨이브 출범 후  
넷플릭스 유료 가입자 수

200만 명

웨이브 유료 가입자 수 140만 명('19.10월 기준)  
동시가입(문어발족), 갈아타기(노마드족) 증가

#### ■ 소비자의 대세 '콘텐츠 유목민'

: 채널이나 방송사에 관심·신경 無: 선호 기준이 플랫폼이 아닌 콘텐츠 그 자체로 변화  
: 플랫폼을 병행해서 이용하는 것이 특징  
: 몰아보기 → 분방사수 → 해외수출  
ex) 시청률: <SKY 캐슬> 1.7% → 22.3%, <동백꽃 필 무렵> 6.1% → 23.8%  
cf) 넷플릭스 유료이용자 5배 급증('18.2월 40만 명 → '19.10월 200만 명 / 2030세대 전체 69%)

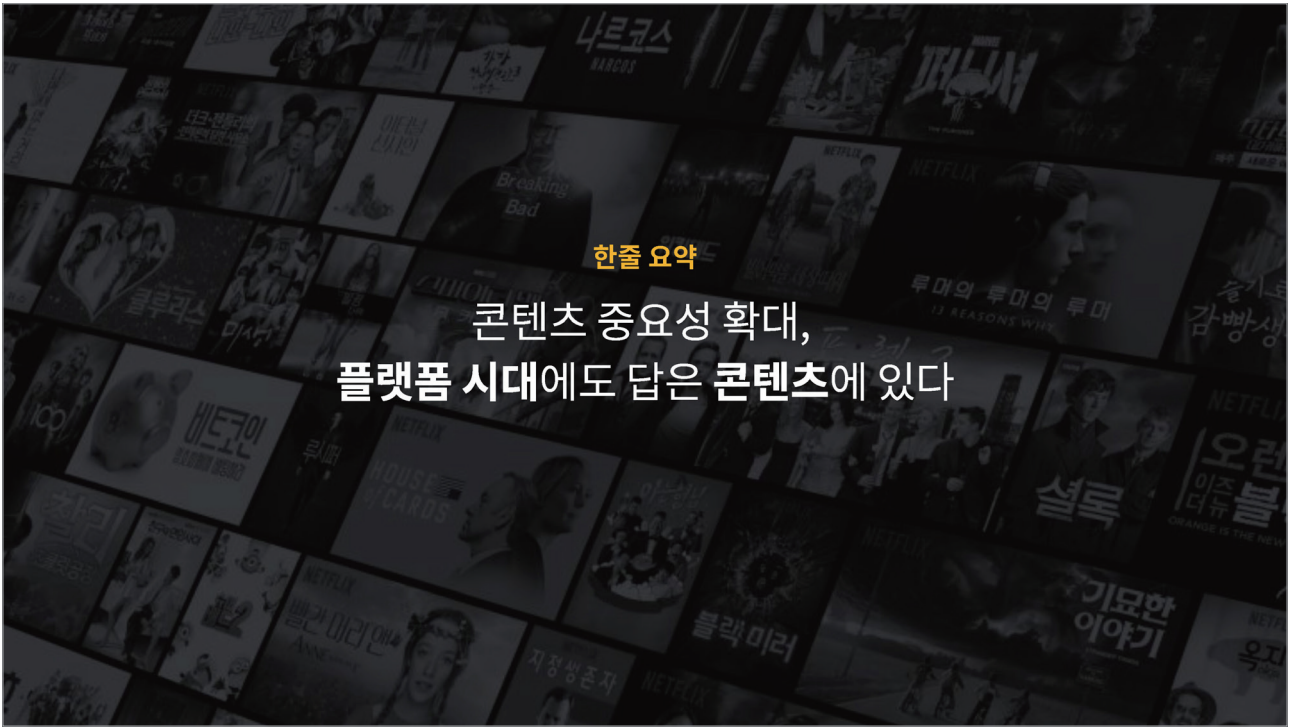
#### ■ 유목민을 잡아라

: 통합 OTT 서비스 출현 가능성 증가  
ex) 로쿠(Roku), 플루토TV(Pluto TV), 프리다이버(Freedive) 등

\* 출처: 인사이트코리아(2019.11.12)



## [ 숫자로 보는 2019년 콘텐츠산업 ]



## 2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

# 대세

밀레니얼에 의한, 밀레니얼을 위한, 밀레니얼의 콘텐츠



### 2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

#### 한국형 '콘텐츠 클래식' 정착

콘텐츠 제작과  
소비자의 세대교체

<순풍산부인과>  
유튜브 누적조회수

1990 5,000 만



\* 출처: 뉴시스(2019.08.29) / ZDNet KOREA(2019.11.20) / 게임톡(2019.04.19) / 매일경제(2019.07.26)

대중문화 네이티브의 성장 → 인터넷 네이티브 → 유튜브 네이티브

- 8090세대(밀레니얼세대)가 콘텐츠 주요 소비층, 성장배경인 90년대 소재 증가
  - : 영화 <별새> 전 세계 영화제 36관왕
  - : 엔씨소프트 <리니지 2M> 사전예약 700만 국내 신기록 달성
  - : 넥슨 <크레이지아케이드 BnB M> 서비스 29일만에 누적다운로드 1,000만 건 돌파
  - : JTBC <캠핑클럽> 핑클 14년 만의 완전체 무대

옛것에서 새로움을 찾는 1020세대

- 재해석되어 밀레니얼세대와 Z세대 모두에게 인기
  - : SBS <순풍산부인과> TV 방영 당시 평균 시청률 25%, 유튜브 누적조회수 5,000만 이상
- 같은 90년대, 다른 해석
  - : 2010년대 초반, 단순한 재현·추억여행 → 2019년, 새로운 감성의 재해석

### 2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

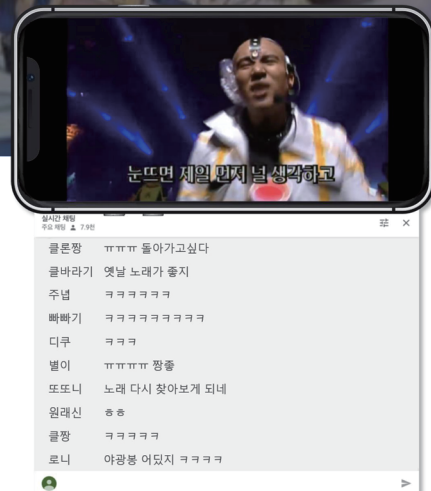
#### 신기술과 능동적 소비자의 만남으로 '봄 업'

<달빛천사> OST  
클라우드펀딩 목표금액 7,989%

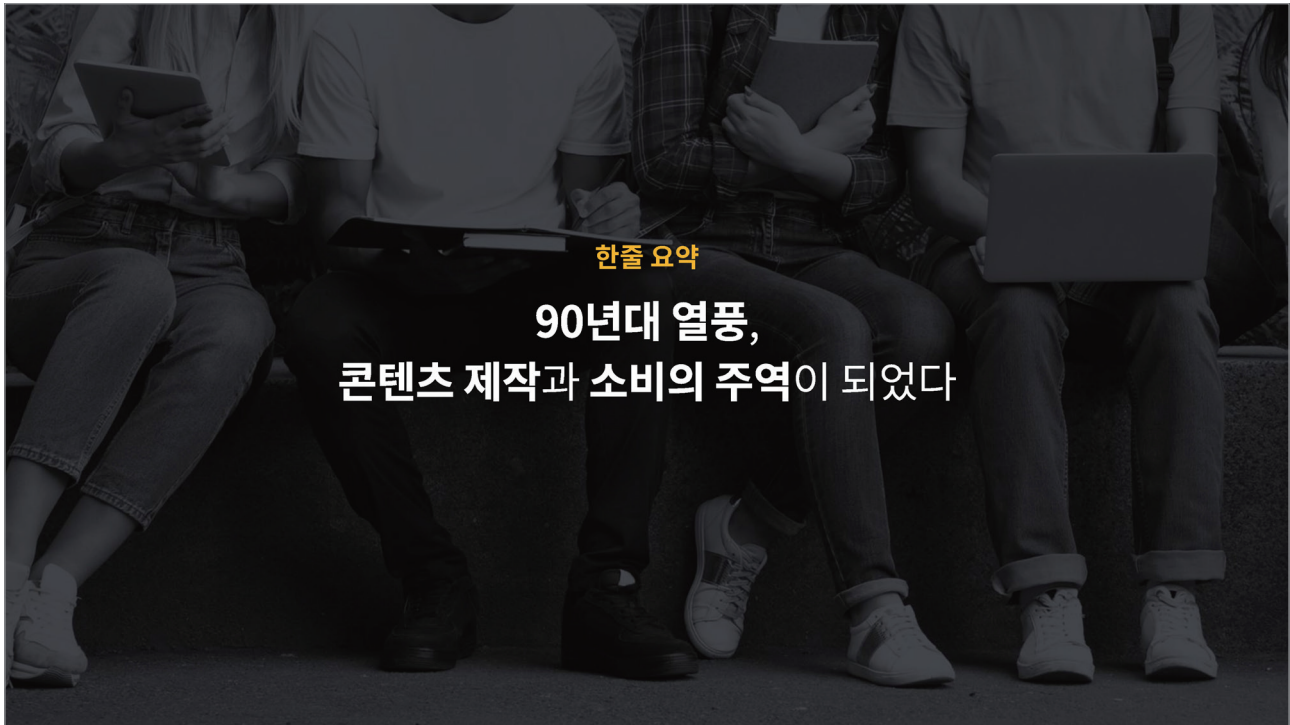
현재의 뉴트로붐, 원하는 것을 직접 만들고 소비  
밀레니얼세대 → 유튜브, 클라우드펀딩 → 새로운 해석과 능동적 소비

- 유튜브, 클라우드펀딩 등 새로운 기술/시스템을 바탕으로 소비자가 이끄는 능동적인 붐
  - : <SBS K팝 클래식> 3주 만에 동시 접속자수 최고 2만 2,000명 돌파
- 직접 제품을 기획하고 제작하는 소비자: 아이돌 팬덤에서 영화, 캐릭터 등 콘텐츠산업 전반으로 확대
  - : 팬슈머(fansumer) 증가 / <82년생 김지영>, <사자>, <천문> 3편 포스트폴리오 클라우드펀딩 투자(7억 모금 성공)
  - : 불법 콘텐츠 제보, 스스로 자정하고 정화해 나가는 특징적 소비 형태

\* 출처: 한겨레(2019.11.21) / 와디즈(2019.07.23) / 「트렌드코리아 2020」 (2019)



## [ 숫자로 보는 2019년 콘텐츠산업 ]



한줄 요약

**90년대 열풍,  
콘텐츠 제작과 소비의 주역이 되었다**

2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

# 확장

틀을 깬 소비자, 콘텐츠산업을 넓히다



### 2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

#### 소비의 틀을 깨다, 국내 소비자의 콘텐츠 수용 범위 확장

<열혈사제>  
최고 시청률 **22.0%**

##### ■ 장르물(정치/스릴러/범죄수사/케이퍼) 인기 증가

(장르드라마) <SKY 캐슬> 최고 시청률 23.8%, <열혈사제> 최고 시청률 22.0%  
<동백꽃 필 무렵> 최고 시청률 23.8%

(장르소설) 장르소설 판매량 올해 역대 최고 기록 25만 7,000권 / 지난해 같은 기간 대비 20.7% 급증  
소설 분야 베스트셀러 순위 TOP 20에 9종 포함  
한국 주요 SF작가들의 단편집 <토피아 단편선> 출간 직후 1,500권 세트 판매  
인터넷서점 알라딘 소설 분야 종합 1위 차지

##### ■ B급 코드의 유행, 더 이상 B급이 아니다! → B급 코드 = 입소문 효과

: 유튜브 B급 코드 광고 SK하이닉스 <반도체 의인화> 시리즈 / tvN 드라마 <쌈니다 천리마마트>  
스튜디오를룰랄라 <워킹맨> / EBS '평수'의 인기  
: 개연성을 고려하지 않는 것이 무기, 자유로움, 편견 없는 창의력: B급 정서 트렌드(힐링), 친밀감, 즐거움

\* 출처: 중앙일보(2019.01.24) / 연합뉴스(2019.11.22) / 중앙일보(2019.02.02) / 닐슨코리아

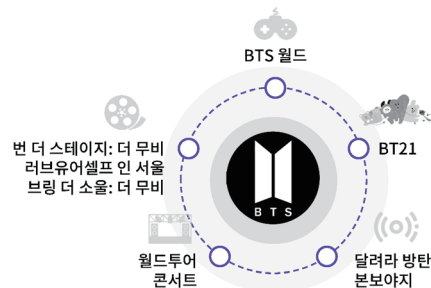


### 2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

#### 유통의 틀을 깨다, IP 활용의 장르 확장

**+α** 에서 **∞** 로 진화(장르 = IP = 플랫폼)



##### ■ 웹소설이나 웹툰 IP의 활용이 최근 게임, 연극, 뮤지컬 등으로 장르 확대

: 웹툰 라이선싱/저작권 매출 규모 255억 원('17년 산업 전체 매출액 3,799억 원의 6.7%)

##### ■ IP 활용 다각화

(소설 ▶ 게임) 판타지 최대 베스트셀러 소설 기반 <달빛조각사>, 구글 매출 TOP5 안착

(웹툰 ▶ 뮤지컬) <이토록 보통의>(누적 조회수 1억 건) 뮤지컬 개막

(영상 ▶ 게임) 컴투스, 넷플릭스 오리지널 시리즈 <킹덤> IP 소재로 새로운 스토리게임 계획

##### ■ IP가 장르고, 플랫폼이다

: 기존 콘텐츠산업 비즈니스 모델 공식 타파 → 장르와 영역의 무한대 확장

\* 출처: 한국콘텐츠진흥원 「2018 웹툰 사업체 실태조사」 (2019) / 매일경제(2019.10.17)

# [ 숫자로 보는 2019년 콘텐츠산업 ]

2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

## 제작의 틀을 깨다, 제작인력의 영역 확장

드라마 <저스티스>  
수목극 시청률 **1위**

### ■ 시사프로그램 PD와 작가, 범죄수사 드라마 연출·집필

: <추적 60분> 정찬미 작가 ▶ 드라마 <저스티스> 집필  
: <그것이 알고 싶다> 박준우 PD ▶ 드라마 <닥터탐정> 연출

### ■ 전문가가 직접 만드는 콘텐츠

: 이낙준 의사, 네이버 '시리즈' 웹소설 <중증외상센터: 골든아워> 연재  
출시 두 달 만에 200만 다운로드 돌파  
: 최유나 이혼 전문 변호사, 웹툰 단편집 <우리 그만 헤어져요> 발간



## 한줄 요약

콘텐츠 수용범위의 확대가  
장르의 다양한 질적 상승을 견인했다

2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

# 글로벌

한류, 너는 계획이 다 있구나

2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

## 기초 탄탄! 실력 쑥쑥! 한류 기초체력 상승



2019.11월 기준 <기생충> 전 세계 박스오피스 매출 총합 **1억 1,000만 달러**

### ■ 높은 완성도로 전 세계 트렌드를 구축하는 한류 콘텐츠

: 봉준호 감독 <기생충> 한국 영화 최초 칸 황금종려상 수상, 1,000만 관객 돌파  
\* 북미 누적 매출 1,127만 8,976달러(131억 391만 원) 돌파(11.10기준), 올해 북미 개봉 외화 최고 수입

### ■ 글로벌 한류 캐릭터 <아기상아>, 유튜브 조회수 37억 회 기록

: 전 세계 유튜브 동영상 5위, 전체 조회수 87% 미국 발생, 시청국가 1위 미국, 전 세계 195개국 시청  
\* 미국 100개 도시 순회공연 완판 행진, 프로야구 워싱턴팀 응원가 채택

### ■ 정치와 문화 교류를 분리하는 일본 3세대 한류의 정착

: 한일 관계 악화에도 불구하고, 일본 한류 소비에 미치는 영향 미미  
(BTS) 월드투어 중 일본 4회 공연 21만 명 관객 동원, 7월 일본 발매 싱글 100만장 이상 출하,  
일본 레코드협회 밀리언 인증  
(트와이스) 10월부터 일본 7개 도시 17회 공연(월드투어 17개 도시 27회 공연 중 절반 이상)  
: 세대별 한국 호불호 : 18~29세 '한국 좋다' 응답 23%('싫다' 응답의 2배)

\* 출처: 아사히신문(2019.09)

# [ 숫자로 보는 2019년 콘텐츠산업 ]

2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

## 협업과 교류로 진화하는 한류

창조101(중국판 프듀 101)  
시즌 1 방영 당시 조회 수

47억 뷰



### ■ K팝 시스템의 수출: 현지와의 협업 증진을 위해, 한국의 제작 노하우(시스템) 활용

: K팝 분야에서 한국의 기획, 트레이닝 시스템을 통해 현지인 아이돌 육성

(BOY STORY) JYP 중국인 아이돌그룹, 7월 발매 <Too Busy> MV 중국 아이돌그룹으로서는 이례적으로 유튜브 조회수 250만 뷰 이상 기록  
(기타 사례) 제니스미디어의 7개국 출신 K팝 아이돌 Z-Stars, 중국판 <프로듀스 101> 출신 걸그룹 로켓걸스, 보이그룹 R1SE

### ■ 글로벌 팬덤과 교류하는 한류 콘텐츠

: 해외 K팝 팬들의 참여를 장려하는 쌍방향 교류형식의 예능포맷 등장

(대표사례) 외국인 K팝 댄싱 서바이벌 <스테이지 K>, 다국적 소녀들의 K팝 유학생활동을 다룬 <유학소녀>

2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

## 한류를 위협하는 대내외 리스크 발생

반한류 부정적 인식의 원인  
'지나친 상업성'

1위



### ■ 반한류 부정적 인식의 원인

: '지나친 상업성' 1위(27.4%), '한류스타, 유명인의 부적절한 언행' 5위(7.7%), '한국과의 정치 외교적 갈등' 7위(5.1%)

### ■ 공든 K팝 무너뜨리는 버닝썬 사태와 <프로듀스 101> 투표 조작

: 버닝썬 스캔들과 마약파문으로 K팝 스타의 이미지 타격

: 상업적 이익에만 집착하는 공장형 K팝 시스템에 대한 문제 대내외적으로 제기

\* 출처: 한국국제문화교류진흥원 「2019 해외한류실태조사」 (2019)



2019년 결산과 2020년 전망 세미나

★ 대한민국 ★ 콘텐츠산업

한줄 요약

퀄리티 높은 콘텐츠와 탄탄한 글로벌 팬덤으로  
한류에 찾아온 위기를 극복할 수 있었다

2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

진흥

너의 시작을 응원해!

# [ 숫자로 보는 2019년 콘텐츠산업 ]

## 2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

### 중소 콘텐츠기업 특화 정책금융 확대

#### ■ 2019 모태펀드 문화계정 출자 분야 다양성 확대

: 산업장르 중심 → 다양한 분야의 펀드 출자(총 1,265억 원 결성 예정)

△ 청년콘텐츠 펀드 490억 원 △ 지역콘텐츠 펀드 275억 원 △ 콘텐츠 민간제안 펀드 500억 원

#### ■ 정책보증 신설 및 규모 확대

: (신설) 한류와 콘텐츠 기업의 수출자원을 목적으로 하는 '신한류보증' 출시  
(확대) 완성보증 출연규모 사상 최대: 100억 원(2018) → 200억 원(2019)

#### ■ 콘텐츠산업 정책금융 확대 발표

: 콘텐츠 모험투자펀드 신설

\* 기획개발/제작초기 및 소외장르 집중 투자 펀드 조성, 2022년까지 4,500억 원 조성



## 2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

### 실감형 콘텐츠산업 성장 환경 조성 및 규제 혁신

2019년 4월 3일 밤 11시  
세계 최초 스마트폰 상용화 **5세대 이동통신**

#### ■ 8분기 만에 무선매출 전년동기대비 상승 전환, 국내 5G 가입자 420만 명('19.11월 기준)

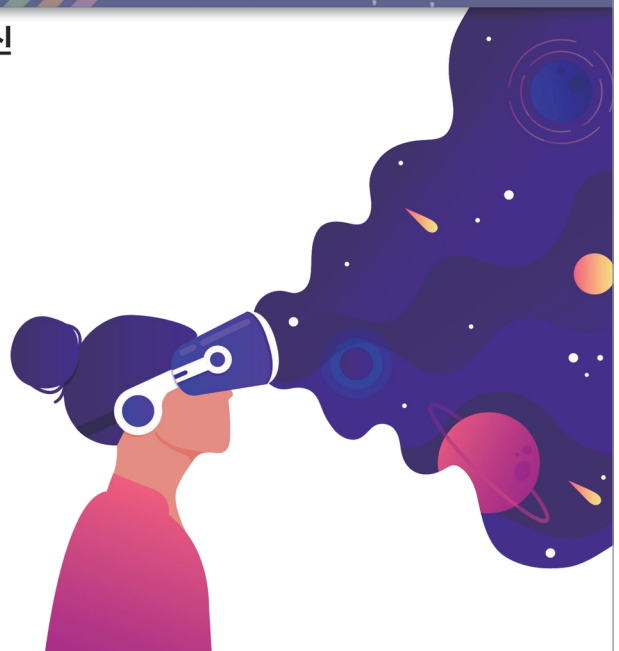
#### ■ '신산업 현장 애로 규제 혁신 방안' 중 가상현실과 관련된 9개 과제 개선 계획 발표

: VR 시뮬레이터에 게임뿐만 아니라 연령별 등급을 받은 VR 영화도 허용('20.3월)

→ 도심에서 다채로운 VR 체험 활성화

: PC 게임·모바일 게임 등 멀티 플랫폼용 게임등급 중복심의 개선('20.1월)

→ 중복심의에 따른 낭비요인(비용·시간) 제거 및 다양한 플랫폼별 게임개발 활성화



\* 출처: 디지털데일리(2019.10.31) / 데일리시큐(2019.11.26)

### 2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

#### 저작권 보호 범위 확장

콘텐츠 합법저작물  
시장 침해규모(침해량)

**9억 558 만 개**

콘텐츠 합법저작물  
시장 침해규모(금액)

**2조 4,916 억 원**

#### ■ 게임규칙의 저작권 인정 국내 첫 사례 : 킹닷컴의 모바일 퍼즐게임 <팜 히어로 사가> ('19.7월)

: 고정된 표현물이 아닌 게임방식에 대하여도 저작권법상 보호할 가능성 확장의 의미

한국 게임업체 위메이드 <미르의 전설2> 중국에서 저작권 침해 첫 승소('18.12월)

: 게임표절에 대한 중국에서의 첫 승소, 정식 라이선스 획득의 중요성 및 인식제고 의미

#### ■ 뮤지션 음원수익 배분 현황

: 음원징수규정 개정, 음원 이용료 중 원작자 지급 비중이 60%에서 65%로 상향('19.1월)

: 블록체인을 통한 음원 수익배분 구조 개선과 저작권 관리 투명화

(소리바다) 블록체인 도입, (유튜브) '콘텐츠 ID'라는 AI 알고리즘을 개발, 저작자에게 수익을 분배하는 방안 모색



\* 출처: 한국저작권보호원 「저작권보호연차보고서」 (2019) / 일간스포츠(2018.12.30) / 전자신문(2019.03.17, 2019.08.29)

#### 한줄 요약

창작자와 기업을 지원하는  
다양한 정책과 규제 혁신이 시작되었다



## [ 숫자로 보는 2019년 콘텐츠산업 ]

2019 대한민국 콘텐츠산업 결산

감사합니다  
**THANK YOU**

---

2019년 결산과 2020년 전망 세미나

# ★ 대한민국 ★ 콘텐츠산업

[ 주제발표 2 ]

## 키워드로 전망하는 2020년 콘텐츠산업

박혁태 한국콘텐츠진흥원 정책본부 산업정책팀장

2019년 결산과 2020년 전망 세미나

★ 대한민국 ★ 콘텐츠산업

문화체육관광부

한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

# 키워드로 전망하는 2020년 콘텐츠산업

박혁태 한국콘텐츠진흥원  
정책본부 산업정책팀장

2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

## 플랫폼 전쟁 : 네버 엔딩 게임

# [ 키워드로 전망하는 2020년 콘텐츠산업 ]

2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

## 플랫폼 전쟁 : 네버 엔딩 게임



### 클라우드 게임 서비스 본격화

- 플랫폼-개발사-통신사간 공생&경쟁 관계 형성
  - \*플랫폼 입점을 위한 개발사간 경쟁 vs. 대작 게임 유치를 위한 플랫폼간 경쟁
  - \*대작IP 유치를 위한 플랫폼의 제작사 개발비 지원
- 차별화된 과금 정책 출시
  - \*프리미엄 게임, 일반 게임, 무료 게임 다양화
  - \*정액제 → 부분 유료화 → 무료(인게임 광고) 변화 예상
- 클라우드 서비스에 특화된 새로운 BM 발생
  - \*게임IP와 연결된 콘텐츠(영상, 웹툰, 캐릭터 등) 서비스



### OTT서비스 경쟁 심화

- 해외vs.토종 OTT 극한 경쟁의 서막
  - \*넷플릭스, 디즈니+, 애플TV vs. 웨이브, 티빙
- K-Drama 중심 국내 OTT의 해외 진출 원년
  - \*웨이브고 출시('19.10월)
- 제작사의 탈 비상파/종편 가속화
- 제작사 수요 확대 vs. 대형 플랫폼 중심 시장구도



### 프리미엄 콘텐츠의 다변화

- 생존을 위한 선택, 독점 콘텐츠 차별화
  - \*플랫폼 전용 오리지널 콘텐츠(영상물, 게임) 제작 확대
  - \*전 연령 대상 애니메이션 수요 확대
  - \*AVOD, SVOD 등 서비스 모델 다변화
- Z세대를 타킷하다, 프리미엄 숏폼(short-form)
  - \*틱톡(TikTok) : 15초 영상
  - \*퀴비(Quibi) : 분당 제작비 1억원

## INSIGHT

사용자의 니즈가  
플랫폼을 살린다

2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

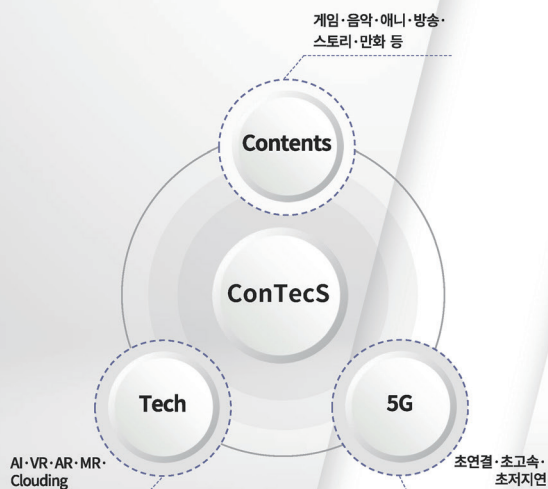
## Connect를 위한 ConTecS

2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

문화체육관광부

한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

### Connect를 위한 ConTecS



#### 나와의 Connect

- 비정형 스토리텔링을 기반으로 한 이용자 의도형 콘텐츠
  - 지역·취향·기분 등 다양한 이용자 정보를 반영한 맞춤형 콘텐츠
- \*AI 알고리즘 기반 맞춤형 음악 작곡

#### 공간의 Connect

- VR·AR 기반 라이브 음악 및 콘서트 생중계
- 5G 기반 멀티앵글 영상 서비스
- 클라우드 기반 글로벌 단위의 원거리 제작 분업 및 협업(공동제작)

#### 오감의 Connect

- e스포츠+VR·AR+5G로 '보는 게임'의 시각적 즐거움 극대화
  - VR·AR 기반 체험형 영상 콘텐츠 본격화
- \*공연, SF·역사 드라마, 다큐멘터리, 여행, 교양·교육, 방송 프로그램의 부가체험형 VR 콘텐츠 등



## [ 키워드로 전망하는 2020년 콘텐츠산업 ]



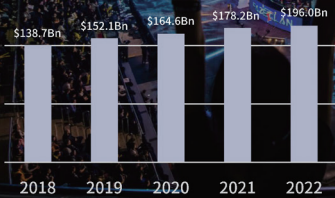
2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

# 게임은 달리고 싶다

### 2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

#### 게임은 달리고 싶다



#### 시장 지속 성장 전망

- 글로벌 게임시장 8~10% 성장 예상
- 소수의 빅 타이틀이 산업 성장 리드
- 기존 성공한 IP 활용, MMORPG 개발 지속
- PS, Xbox 등 차기 콘솔 출시 예정

#### 모바일 플랫폼 집중 강화

- PC기반 프로젝트 제작 매년 감소
- 개발 및 수익창출에 유리한 모바일 게임 개발 집중
- 차기 콘솔의 모바일 대응 강화 예상

#### 클라우드 스트리밍 서비스 본격화

- 5G 안정화, 서버 기술 발전 기반 서비스 장르 확대  
\*퍼즐, 캐주얼 → FPS, MMORPG
- '소유' → '대여' 하는 게임 보편화
- PC·모바일·콘솔·아케이드 플랫폼 경계 완화  
\*언리얼, 유니티, 별칸 등 게임엔진 및 하드웨어 기업과 제휴

#### INSIGHT

재도약을 위한  
숨 고르기의 한 해

# [ 키워드로 전망하는 2020년 콘텐츠산업 ]

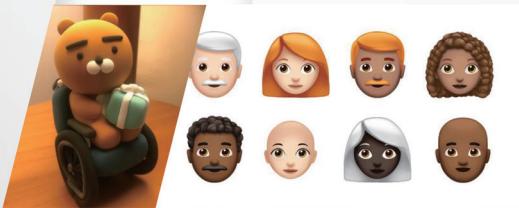
2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

## 소셜 무브먼트 콘텐츠

2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

### 소셜 무브먼트 콘텐츠



#### 이질성의 포용

■ 캐릭터를 통해 낯설고 어려운 사회적 메시지를 친숙하게 전달

\*무의(muui) : SNS에서 '휠체어 탄 라이언 챌린지' 캠페인 전개

\*애플 : 타인종 및 동성 간 연애관계, 장애를 주제로 한 이모티콘 출시

#### 이슈를 던지는 움직임

■ 젠더프리, 평등과 다양성, 친환경 등 사회와 소비자의 요구에 응답하는 패션

\*2020 S/S 파리 컬렉션 : 레인보우 그래픽 트렌드

\*메종 마르자엘라 : 하이힐을 신은 남성 모델

\*마린 세레 : 미세먼지 마스크를 착용한 모델

■ 이익 추구보다 환경을 먼저 생각하는 공연

\*콜드플레이 : 환경 보호를 위해 세계 투어 잠정 중단. 유튜브 통해 공연 중계

INSIGHT

콘텐츠로 사회적 이슈에 대해  
이용자와 소통하다

2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

Good Bye Buying,  
Hello Subscribing

# [ 키워드로 전망하는 2020년 콘텐츠산업 ]

2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

## Good Bye Buying, Hello Subscribing

### 비(非)소유, 구독/렌탈 콘텐츠 확산

- 방송 서비스 영역에서 주로 활용되는 구독 모델이 게임 등 타 콘텐츠 서비스로 확대  
\*구글 스테디아, 애플 아케이드: 구독 기반 게임 서비스  
\*Disney, Amazon, Apple: 동영상-게임-뉴스-음악 등 포괄하는 구독형 서비스 결합 요금제
- 순환경제, 친환경 이슈로 패션 렌탈 및 중고시장에 대한 관심 고조  
\*The RealReal: 올해 6월 IPO, 13억 달러 기업 가치 기록  
\*Le Tote: Lord&Taylor 75백만 달러에 인수

### 콘텐츠 경험과 선택을 도와주는 새로운 직업의 등장

- 시를 넘어선 인간 큐레이션 전문가
- 재판매 패션 전문가, 인플루언서 마케팅 매니저, 온라인 커뮤니티 매니저



## INSIGHT

생활 밀착형 서비스로  
콘텐츠 경험을 판매하다



2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

# 공평하고 올바르게

2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

## 공평하고 올바르게



### 콘텐츠 생태계 자정 노력 확산

- 아동/청소년 보호 논의 확대
- 음원/음반 사재기 및 암표 근절 노력 지속
- SI 활용 가짜뉴스 대항 콘텐츠 부각
- 악플에 대한 성찰, 성숙한 댓글 문화 확산



### 콘텐츠 보호 및 공정배분 이슈 확대

- 해외플랫폼 내 국내 콘텐츠 저작권 보호 정책 강화
  - \*유튜브 등 해외 사이트에 행정조치 요구
- 정부차원의 불법복제물, 불법사이트 단속 강화
  - \*민-관 합동 '불법사이트 침해대응협의체' 운영
- 음원 저작권료 공정 배분 논의 확대
  - \*해외플랫폼-국내사업자간 차별 규제 개선
  - \*음악 저작권 징수규정 개선 및 저작권 관리시스템 구축



### 삶의 질 향상 정책 전개

- '주52시간 근로제' 적용 확대
  - \*워라벨, 자기계발 vs. 임금하락, 제작 효율성 감소
- 창작자, 제작자 중심의 근로환경 조성
  - \*표준계약서 보급 확대
  - \*콘텐츠 분야 성폭력 대응 전담기관 운영



## [ 키워드로 전망하는 2020년 콘텐츠산업 ]



2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

### IP, 산업의 경계를 허물다

---

2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원  
Korea Creative Content Agency

IP, 산업의 경계를 허물다

열혈 팬층의 충성도를 확보한 게임 IP 리메이크 확산

- 30~40대에게 익숙한 게임 IP들의 활용 확대
- 온라인 게임의 모바일화를 넘어 캐주얼, 스포츠 게임 등까지 장르 확대 가속화
- 클래식 서버 등의 이름으로 재오픈하는 트렌드 발생

IP 경영전략 중요성 확대

- 플랫폼과 포맷을 넘나드는 캐릭터IP 활약  
\*EBS 자이언트펍TV '펍수', MBC '유산술'
- 비 방송 사업자의 자체IP 영상화 움직임, 지상파/중편의 자체IP확보 노력 가속화
- IP주체에 대한 합당한 권리계약 이슈 점화  
\*저작권, 초상권, 수익배분 등



INSIGHT

통합적 스토리와 세계관 구축이 가능한  
핵심 콘텐츠IP를 가진 자는 누구인가?

# [ 키워드로 전망하는 2020년 콘텐츠산업 ]

2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

## 관계형 금융, 포용의 첫 걸음

2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

문화체육관광부

한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

### 관계형 금융, 포용의 첫걸음

#### 관계형 금융의 도입 가속화

- 금융권의 중소기업 대출의 새로운 대안으로 떠오른 관계형 금융  
\*6조('17년) → 7조 6천억 원('18년) → 8조 3천억 원('19년 상반기)  
\*신한은행: 약 3조 원('19년 상반기), 대구은행: 9,000억 원('19년 상반기)
- 관계형 금융의 대상 확대: '20년 상반기, 우수 중소기업 외 3년 이상 자영업자, 신생 및 저산출 중소기업까지 확대(금융감독원)

#### 관계형 금융으로 기업과 금융권 간 상생문화 정착

- 관계형 금융의 시중·정책 금융 전방위 확산을 위한 평가지표 개선, 금융권의 컨설팅 역량 강화 노력 확산
- 금융소비자 특성에 맞는 다양한 금융상품 및 서비스 개발·제공

#### 콘텐츠산업 정책금융의 중소기업 포용 확대

- 콘텐츠기업에 대한 운전자금 3~5년 장기 대출 확대  
\*콘텐츠가치평가를 통한 우수 중소기업 콘텐츠 보증 추천제도 확대
- 우수 콘텐츠기업 발굴 및 투자역량 제고를 위한 지원 확대  
\*IR교육, 컨설팅, 투자유치설명회 확대 개최



INSIGHT

중소기업과 금융의  
이유 있는 상생의 시작

2020 대한민국 콘텐츠산업 전망

감사합니다  
**THANK YOU**



문화체육관광부

한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY