베트남 콘텐츠 산업동향

2024년 18호

베트남 내 키즈 콘텐츠 제작 및 소비 동향

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

베트남 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF VIETNAM

2024년 18호

구분(장르)	제 목	Key Word
테마리포트	**I. 베트남 내 키즈 콘텐츠 제작 및 소비 동향** 1. 베트남 키즈 콘텐츠 시장 개요 2. 키즈 콘텐츠 사업 관련 법률 체계 3. 베트남 키즈 콘텐츠 시장 잠재력 및 베트남 시장 진출 희망 한국 기업의 주의사항	베트남 키즈 콘텐츠/ 베트남 법률 체계/ 베트남 키즈 콘텐츠 시장 잠재력

작성 | 한국콘텐츠진흥원 베트남비즈니스센터

유통 | 2024.10.31

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

테마리포트

I. 베트남 내 키즈 콘텐츠 제작 및 소비 동향

목차

1. 베트남 키즈 콘텐츠 시장 개요
1) 시장 개요
2) 베트남 내 키즈 콘텐츠 소비 트렌드
3) 베트남 내 키즈 콘텐츠 제작 현황
2. 키즈 콘텐츠 사업 관련 법률 체계
1) 키즈 콘텐츠 분야 기업 관련 일반 규정
2) 키즈 광고 및 미디어 관련 규정
3) 키즈 콘텐츠 수입 · 제작 · 출시 · 배급 관련 규정
4) 어린이를 위한 통신 네트워크, 온라인 서비스 제공 관련 규정
5) 어린이를 위한 비디오 게임 관련 규정
3. 베트남 키즈 콘텐츠 시장 잠재력 및 베트남 시장 진출 희망 한국 기업의 주의사항
1) 게임 시장 및 교육 · 엔터테인먼트 관련 디지털 콘텐츠 시장 잠재력
2) 베트남 시장 진출 희망 한국 기업의 주의사항

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

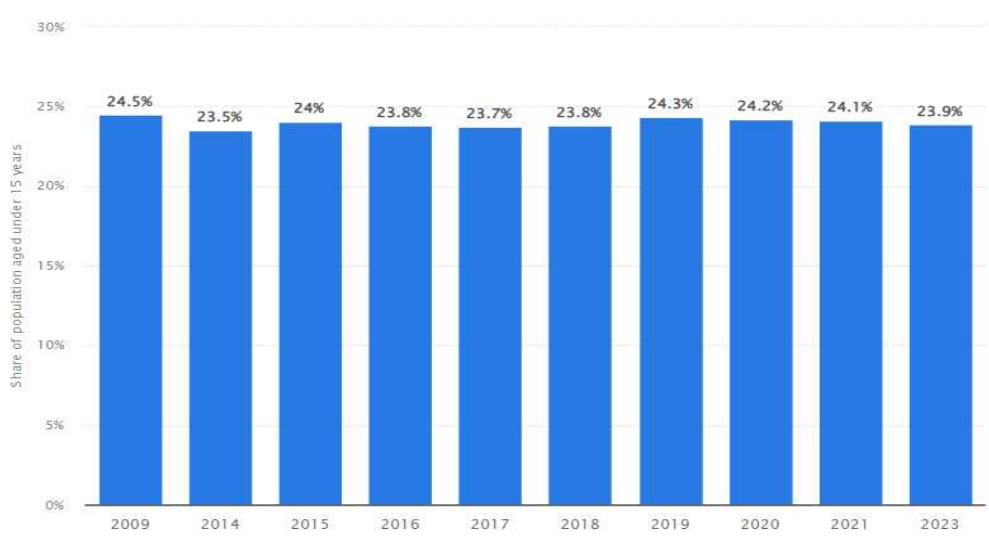
1 베트남 키즈 콘텐츠 시장 개요

1. 시장 개요

- 베트남 통계청에 따르면 2023 년 베트남의 인구는 1 억 30 만 명에 달하며, 남성과 여성의 인구 성비는 비교적 균형을 이룸(남성 49.9%, 여성 50.1%)[1]. 베트남은 인도네시아와 필리핀에 이어 동남아시아에서 세 번째로 인구가 많은 국가이며, 세계 15 위에 해당함[2]. 또한 베트남은 최근 몇 년간 급격한 도시화 과정을 겪고 있는 국가로[3], 이러한 추세와 더불어 베트남의 경제 발전 또한 두각을 나타내며, 특히 중산층 인구의 빠른 증가세는 아세안 국가 내 가장 높은 연간 성장률을 기록 중임[4]

1) 베트남 통계청(2023), 2023년 4분기 및 연간 인구, 고용 현황 관련 보도 자료
2) UN 데이터 웹사이트(data.un.org)의 최신 통계에 따르면, 2023년 인도네시아의 인구는 2억 7,880만 명, 필리핀의 인구는 1억 1,290만 명임
3) Worldometers (2024), Vietnam Population (2024) - Worldometer
4) Statista (2024), Demographics in Vietnam - statistics & facts

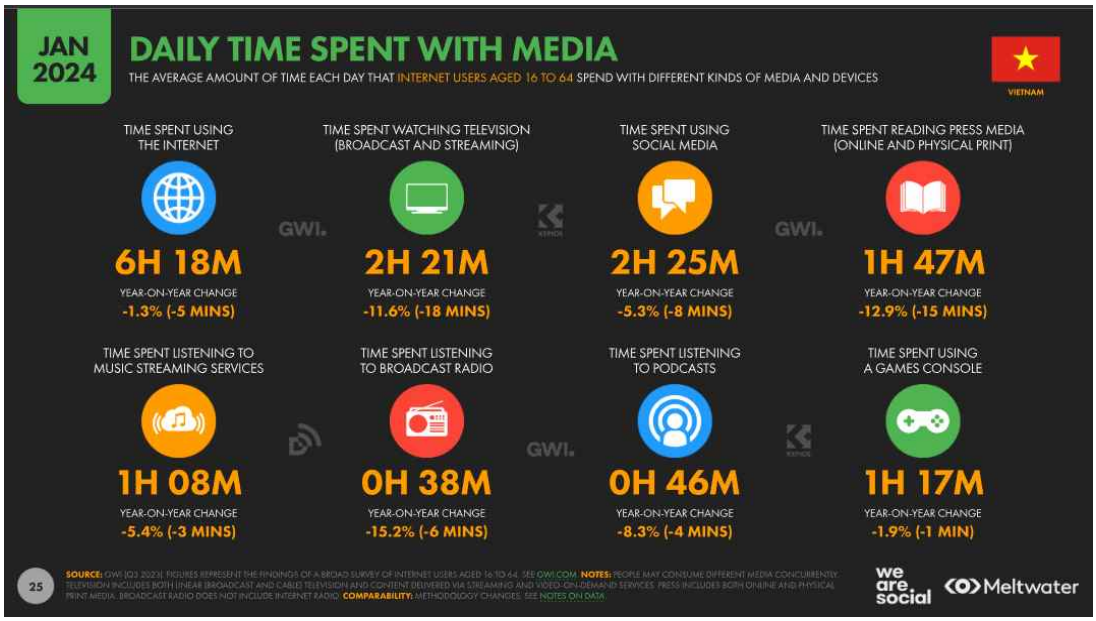
- 오늘날 베트남은 인구 '황금기'를 맞이한 국가로, 2023 년 기준, 노동가능인구 층에 해당하는 15~59 세 인구는 62.2%를 차지하며[5], 베트남 내 18 세 이하 어린이는 2,800 만 명 이상으로[6], 이는 전체 인구의 28%에 해당함. 또한 15 세 이하 어린이는 2,300 만 명 이상으로 전체 인구 중 23.9%를 차지함[7]



|그림 1| 베트남 내 15세 미만 인구 비율
※출처: Statista, 2022

- 2024 년 1 월 기준, 베트남 내 인터넷 사용자 수는 7,844 만 명으로 전체 인구 중 79.1%에 해당하며(DataReportal, 2024)[8], 그중 소셜 미디어 사용자 수는 7,270 만 명으로 전체 인구 중 73.3%를 차지함. DataReportal(2024)의 통계에 따르면, 베트남 내 모바일 온라인 연결 수는 총 1 억 6,850 만 개로, 전체 인구 중 169.8%에 해당하며 많은 수의 아동 사용자도 포함함. 특히 베트남 인터넷 사용자는 소셜 미디어, 비디오 · TV · 뉴스 시청, 음악 스트리밍, 게임 등 다양한 유형의 엔터테인먼트 콘텐츠 소비를 위해 하루 평균 6 시간 이상을 할애함

5) 2023년 4월 1일 기준 인구 변동 및 가족 계획 예비조사 결과
6) UNICEF (2023), How many children are there in Vietnam
7) Statista (2023), Share of population aged under 15 years in Vietnam from 2009 to 2023
8) DataReportal (2024), Digital 2024: Vietnam



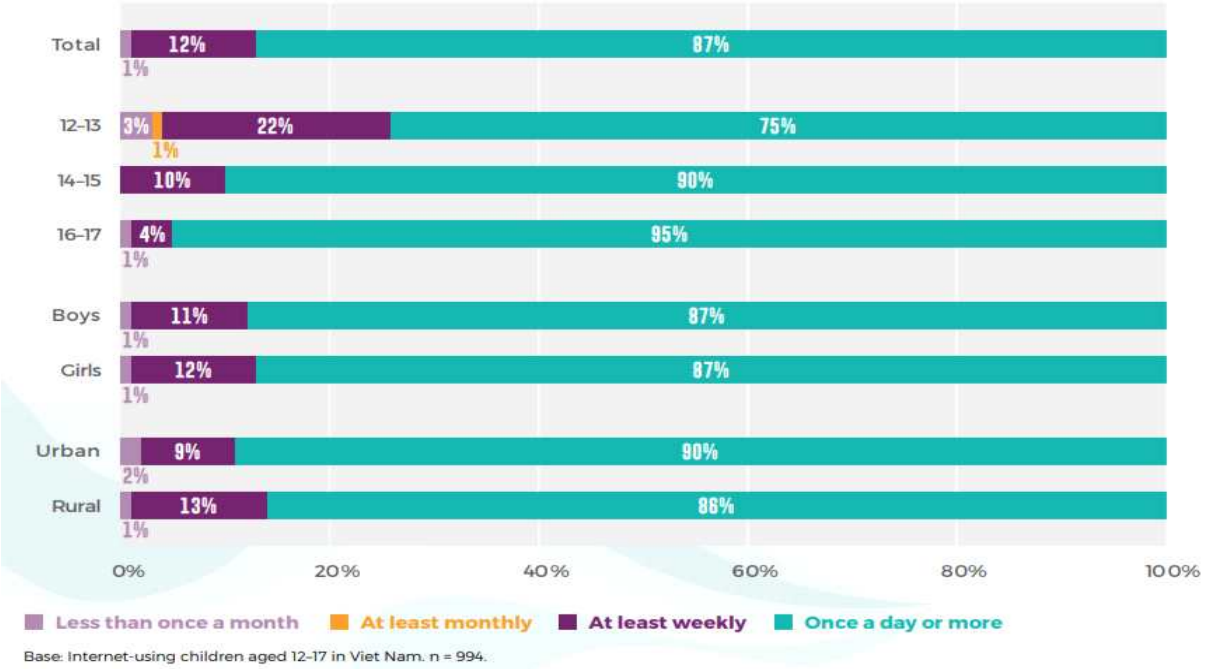
|그림 2| 베트남 내 모바일, 인터넷 및 소셜 미디어 사용자 통계
※출처: We are social, 2024

- 인터넷 사용자 비율, 인터넷 접속 및 디지털 콘텐츠 소비 시간이 비교적 높은 베트남은 젊은 세대 및 키즈를 위한 콘텐츠 잠재 시장으로 주목받음. 특히, 베트남 정부 주도의 적극적인 통신 인프라 투자를 통한 4G 네트워크 지속 확장 및 5G 로의 통신망 전환 등을 볼 때, 해당 시장의 발전 가능성 또한 높음

2. 베트남 내 키즈 콘텐츠 소비 트렌드

- ECPAT, INTERPOL, UNICEF 가 2022 년 공동 발표한 "베트남 내 유해 행위 방지 보고서"에 따르면, 베트남 12~17 세 아동 중 89%가 인터넷을 사용하고 있는 것으로 나타났으며[9]. 타 국가들과 마찬가지로[10], 베트남에서도 14~17 세 어린이의 인터넷 사용 경향이 높음. 구체적으로 12~13 세 어린이 중 82%, 14~15 세 청소년 중 93%, 16~17 세 청소년 중 97%가 인터넷을 사용하는 것으로 나타남. 어린이, 청소년의 인터넷 사용 빈도에 있어 성별 차이는 적은 것으로 분석됨

9) ECPACT, INTERPOL, UNICEF (2022), Disrupting Harm In Viet Nam Evidence on online child sexual exploitation and abuse
10) Global Kids Online: http://globalkidsonline.net/.



|그림 3| 베트남 내 12~17세 어린이의 인터넷 사용 빈도
※출처: ECPACT, INTERPOL, UNICEF, 2022

- UNICEF 연구에 따르면, 연구에 참여한 모든 어린이가 가정에서 인터넷을 사용하고 있으며[11], 베트남 어린이는 평균 9 세부터 인터넷을 사용하기 시작하는 것으로 나타나, 이는 전 세계 평균 대비 약 4 년 빠른 시기임[12]. 2023 년 베트남 노동보훈사회부의 조사에 따르면, 베트남 어린이 중 89%가 인터넷을 사용하며, 이 중 87%는 매일 사용하는 것으로 나타남[13]. 이는 베트남 어린이들에게 있어 인터넷은 일상의 필수 요소가 되었음을 보여주는 통계임. 세부 통계에 따르면 베트남 어린이는 하루 평균 약 1 시간 22 분 동안 스마트폰을 사용하며[14], 학습 시간을 제외하고 하루 5~7 시간을 소셜 미디어에 할애함. 이는 세계보건기구(WHO) 권장 사용 시간인 1 일 2~3 시간을 크게 초과하는 수치임[15]. 베트남 어린이들의 온라인상 주요 활동은 동영상 시청, 소셜 미디어 사용, 메시지, 학습, 뉴스 검색 등을 포함함
- ECPAT, INTERPOL, UNICEF(2022)의 연구에 따르면, 어린이, 청소년 연령대 중 나이가 많을수록 소셜 미디어 플랫폼 참여, 실시간 소통 및 메시지 전달, 인터넷 및 뉴스 검색, 학습 활동 빈도가 증가하는 경향을 보임[16]. 인터넷 사용자 중 남성은 온라인 게임 목적이 69%로 여성 대비(33%) 상당히 높으며, 여성은 가족, 친구 간 메시지, 유명인 팔로우 등의 경향이 높음. 그러나 베트남의 어린이는 동영상이나 블로그 콘텐츠 제작, 사회적 이슈 관련 토론, 공통 관심사를 가진 사용자 커뮤니티 참여 등의 자발적인 콘텐츠 창작 활동에는 상대적으로 적게

11) Smahel, D., Machackova, H., et al. (2020). EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries. Florence: UNICEF Office of Research – Innocenti.
12) Vietnam News (2024), Urgent legal improvements needed to insure children's safety on the internet
13) 베트남 정보통신부 (2023), 베트남 어린이, SNS에 하루 평균 5~7시간을 할애함
14) Qandme (2023), Smartphone usage among Vietnamese children
15) Vietnam News (2024), Urgent legal improvements needed to insure children's safety on the internet
16) ECPACT, INTERPOL, UNICEF (2022), Disrupting Harm In Viet Nam Evidence on online child sexual exploitation and abuse

참여하는 것으로 나타남. 이는 베트남 내 엔터테인먼트 콘텐츠를 어린이들의 적극적이고 주도적인 창의 활동 참여 유도 목적으로 제작할 필요성이 높음을 시사함

- 베트남 어린이들의 인터넷 웹사이트상 최다 검색 콘텐츠 유형은 '오디오, 비디오'(44.7%), '소셜 미디어'(32.53%), '컴퓨터 게임'(8.62%)임[17]. 그중 유튜브는 다양한 비디오 콘텐츠를 제공하는 대표 플랫폼으로 어린이 28.82%가 사용하는 가장 인기 있는 플랫폼인데 주요 이유는 유튜브 내 콘텐츠 종류가 어린이 대상 콘텐츠가 많고 다양하기 때문임[18]. 두 번째는 메시지 애플리케이션 잘로(Zalo)(15.67%)가, 세 번째는 소셜 미디어 애플리케이션 페이스북(15.01%)이 뒤를 이음. 베트남 지속가능발전관리연구소(MSD)와 국제 아동 구호단체 'Save the Children'이 2020 년 실시한 '어린이의 목소리' 연구에 따르면, 베트남 어린이들의 주요 인터넷 사용 목적은 학습(83%), 오락(71%), 친구 사귀기(71%), 정보 공유(23%), 쇼핑(30%), 라이브 스트리밍(6.3%)으로 나타남[19]
- 상기 연구 결과는 베트남의 어린이들이 다양한 기기를 통해 타 국가 어린이 대비 이른 시기부터 인터넷 사용 경향을 지님을 보이며 이들은 다양한 콘텐츠 소비를 위해 많은 시간을 할애함을 알 수 있음. 인터넷 주요 사용 목적으로는 단순 오락을 포함하여 학습, 사교 등이 있으며, 콘텐츠 창작 및 창의적 콘텐츠 소비 행위의 경우 성별, 나이에 따라 차이를 보이는데, 특히 나이가 많을수록 콘텐츠 소비 욕구 또한 증가하는 경향을 보임

3. 베트남 내 키즈 콘텐츠 제작 현황

개요

- 어린이들의 온라인 플랫폼 사용 및 콘텐츠 소비 습관의 경우 주로 유튜브, 틱톡 등 각종 소셜 미디어 플랫폼 내 활발히 이뤄지고 있으며, 그 외 학습, 오락 관련 애플리케이션 또한 제작과 유통이 증가세에 있음. 해당 플랫폼 내 제공 콘텐츠는 애니메이션, 어린이 노래, 학습 영상 등이 주를 이룸
- 2022 년 VTV 통계에 따르면, 베트남 내 소셜 미디어 플랫폼을 통한 수익 창출 크리에이터 수는 약 20,000 명에 달하며, 총 수익은 약 8 억 USD(약 1 조 5 천억 VND)을 초과함[20]. 디지털 콘텐츠 중 키즈 콘텐츠 시장은 베트남 내 지속 성장 중인 잠재력이 매우 큰 시장으로[21], 2024 년 9 월 통계에 따르면, 베트남 내 가장 많은 구독자를 보유한 유튜브 채널 10 개 중 4 개가 어린이 대상 채널임. 대표적으로, 베트남의 ToRung, POPS Kids, Kenh Thieu Nhi(어린이 채널), BHMedia 등이 있으며, 이러한 유튜브 채널들은 어린이를 위한 유머 영상, 음악 영상, 애니메이션 등 다양한 종류의 콘텐츠를 제공하며, 주요 목적은 오락성에 초점을 둠

17) Tuoi Tre(2021), 베트남 어린이, 유튜브, 잘로(Zalo), 페이스북을 가장 많이 사용함
18) Tuoi Tre(2021), 베트남 어린이, 유튜브, 잘로(Zalo), 페이스북을 가장 많이 사용함
19) Vietnam News (2023), Children face risks in cyberspace with 87 per cent accessing internet daily
20) VTV (2024), 베트남 디지털 콘텐츠 시장의 점진적 발전
21) VTV (2024), 베트남 디지털 콘텐츠 시장의 점진적 발전

Rank	Grade	Username	Uploads	Subs	Video Views
1st	A+	ToRung	355	31.8M	19,519,951,281
2nd	A	BEN EAGLE	5,011	28.4M	14,440,868,871
3rd	A-	Like Nastya VNM	720	20.3M	11,496,895,401
4th	A-	POPS Kids	3,648	18M	12,364,232,345
5th	A	H&T Official	896	17.5M	8,350,409,207
6th	B+	FAPTV	1,248	14.1M	5,365,526,734
7th	A-	Kênh Thiếu Nhi - BHMEDIA	9,797	12.7M	11,073,116,934
8th	B+	Son Tùng M-TP Official	199	11.1M	3,019,966,339
9th	B+	Cris Devil Gamer	1,438	11M	3,206,360,254
10th	B+	Vie Channel	10,824	10.9M	5,393,960,245

|그림 4| 베트남 내 최다 구독자 보유 TOP 10 유튜브 채널
※출처: Socialblade, 2024년 9월

- 키즈 콘텐츠 소비 수요 및 해당 분야의 사업성은 2018 년 구글의 베트남 내 "유튜브 키즈(YouTube Kids)" 출시부터 뚜렷하게 나타남[22]. 이에 따라 베트남 국내외 기업들의 베트남 어린이 대상 콘텐츠 제작 및 유통사업 관련 관심 또한 증가함. 디지털 콘텐츠 중 음악 및 애니메이션 관련 비디오 콘텐츠가 상대적으로 우세하며 베트남 내 어린이를 위한 뮤직비디오와 애니메이션은 현재 베트남 내 최다 조회 수를 기록하고 있는 콘텐츠 유형임. DTM Consulting 에 따르면, 2024 년 6 월 기준, 베트남 유튜브 내 최다 시청 동영상 상위 10 편 중 9 편이 어린이 음악 콘텐츠로, "오리 한 마리, 오리 다섯 마리 애니메이션(Mot con vit – Hoat hinh 5 chu vit con)" 뮤직비디오는 유튜브 내 10 억 조회 수를 돌파하며 베트남 곡으로는 최초 10 억 달성 곡으로 기록됨[23]
- 베트남에는 애니메이션 제작을 비롯한 다양한 콘텐츠 제작 역량을 지닌 크고 작은 제작사 약 200 개가 다양한 애니메이션 제작 작업에 참여 중임.[24]. 베트남 제작사들은 일반적으로 해외 영화제작사 외주 작업 및 자체 애니메이션 콘텐츠 개발 역량을 보유함. 그 밖에, 베트남 내 유통되는 콘텐츠 중 일부는 수입 및 외국에 원류를 둔 콘텐츠도 포함되어 있음

베트남 인기 분야, 어린이용 비디오 게임 개발 및 유통

- 베트남의 게임 시장은 게임 회사, 게임 상품, 어린이 게임 증가로 매우 활발한 발전을 보이고 있으며, Statista(2024)에 따르면, 베트남 내 게임 시장 매출은 2024 년 13 억 달러로 예상됨[25]. 또한, 베트남의 높은 인터넷 접근성, 스마트 디바이스 사용 증가, 어린이 게임 수요증가로, 다수 국내외 기업들은 어린이 게임을 다양하게 출시 중임. DTM Consulting 에

22) VTV (2018), 키즈 디지털 콘텐츠 시장 – 베트남 새롭게 떠오르는 분야
23) Lao Dong (2024), 유튜브 조회 수 10억 최초 돌파 베트남 음악 뮤직비디오는 얼마만큼의 수익을 올렸을까?
24) Nhan Dan (2024), 베트남 애니메이션, 디지털 콘텐츠 성장 및 밝은 전망
25) Statista (2024), Games – Vietnam

따르면, 최근 어린이 인기 게임 유형으로는 주로 모바일 게임과 캐주얼 게임이 주를 이룸. 대부분의 어린이용 게임은 구글 플레이와 앱스토어 등의 모바일 애플리케이션 마켓 내 출시되며, 특히 안드로이드 운영 체제를 사용 기기를 통해 다수 제공됨. 이에 따라, 베트남 모바일 게임 유통사는 주로 안드로이드 플랫폼을 중심으로 게임을 유통하고 있으며[26], 구글의 경우 애플과 비교하였을 때 베트남 시장을 주요 담당하기 위한 전담팀까지 운영함

- 어린이용 게임의 테마는 주로 퍼즐, 오락, 교육과 오락의 결합, 디자인, 요리 등이 주를 이루며, Similar Web 의 2024 년 7 월 통계에 따르면, 구글 플레이와 애플 앱스토어 내 교육 관련 게임 상위 10 위 목록에는 어린이를 위한 교육 및 교육과 오락이 결합된 게임, 퍼즐 게임이 전체 차지함. 이러한 게임들은 2D 애니메이션 그래픽, 경쾌한 음악, 밝고 다채로운 색상 등 다양한 요소를 결합하여 어린이들의 관심을 끌어모음

1	Toca Boca World
2	Cube Cipher - Cube Solver
3	Baby Panda World: Kids Games
4	Toddler Games for 2-3 Year Old
5	Coloring Book - Games for Kids
6	Little Panda's Game: My World
7	Math&Logic games for kids
8	Sago Mini World: Kids Games
9	Toddler Drawing Games For Kids
10	123 Number Games for Kids

1	Loomi World: Your Avatar Life
2	Toca Boca World
3	Baby Panda World: Kids Games
4	Baby Panda's Kids Play
5	BabyBus Kids: Video&Game World
6	Little Panda's Game: My World
7	Tizi Town: My Princess Games
8	Little Panda's Chinese Recipes
9	Doll Color: Princess Coloring
10	Little Panda's Ice Cream Games

|그림 5| 베트남 구글 플레이 및 애플 앱스토어 내 교육용 게임 TOP 10
※출처: Similar Web, 2024

- 글로벌 게임의 베트남 내 출시 외에 베트남 국내 개발사 및 유통사 또한 어린이 게임 시장에 적극적으로 참여함. 실제, 에스코넥트(S-connect) 창립 10 주년 행사에서 2024 년 9 월 기준, 54 개의 게임이 교사 승인 자격을 인증받았으며 베트남 기록원(VietKings)은 에스코넥트(S-connect)를 "베트남 내 최다 구글 플레이의 Teacher Approved 를 인증받은 어린이용 울푸(Wolfoo) 게임 시리즈 제작 및 유통사"로 기록함[27]. 에스코넥트(S-connect)는 2 년 만에 200 여 개 이상의 게임을 출시했으며, 월평균 300 만 건 이상의 다운로드를 기록하였고, 울푸(Wolfoo) 게임 시리즈는 미국과 유럽 시장에서 많은 사용자층을 보유하며 총 5 천만 건 이상의 다운로드를 기록함
- 이처럼, 어린이용 게임 시장은 베트남 게임 산업 내 가장 활발한 분야 중 하나로 자리 잡음. 특히 기술의 빠른 발전 및 모바일 기기, 광대역 인터넷의 보급은 어린이용 게임의 성장을 위한 이상적인 환경을 제공함

26) KOCCA VIETNAM (2022), 2022 베트남 게임백서, Nguyen Duc Giang Game Studio 대표 전문 의견
27) VTV (2024), '메이드 인 베트남' 교육 게임, 베트남 기록 수상

베트남 내 잠재 비즈니스 분야, 어린이 만화 제작 및 유통

- 베트남의 어린이 콘텐츠 시장에서 만화 시장은 매우 활발한 성장세를 보이는데, 이는 전반적인 사용자, 특히 어린이들의 수요가 매우 높기 때문임[28]. 대표 아동 도서 출판사 Kim Dong, Dinh Ti, Nha Nam, Tre 등 주요 출판사들의 총매출 중 만화 관련 분야의 차지 비중은 상당히 높으며, 특히 베트남 내 가장 큰 아동 일반도서 및 출판사 중 하나인 Kim Dong 출판사의 경우 만화로 인한 수익이 전체 매출 중 60%를 차지함[29]. 이러한 배경 속에서, 소비자의 요구 충족을 위해 베트남 내 만화 시장은 형식, 종류, 주제 면에서 매우 다양화되고 있으며 출판은 주로 전통적 서적 형태 또는 온라인 플랫폼을 통한 웹 만화 형식으로 유통되고 있음. 전통 만화 서적은 서점 및 전자상거래 사이트를 통해 판매되고 있으며, 웹 만화의 경우 웹사이트, 모바일 애플리케이션 등 저작권을 보유한 콘텐츠의 형태로 다양한 플랫폼을 통해 제공됨

|그림 6| 베트남 온라인 상점 내 유통 중인 종이 서적 만화 콘텐츠
※출처: DTM Consulting, 2024

- 베트남 내 출판되는 만화 대부분은 외국에 기원을 둔 것으로, 주로 일본, 한국, 중국 등 아시아 국가로부터 유입된 작품임. 통계에 따르면, 베트남 내 출판되는 만화의 약 90%가 외국 만화이며[30], Kim Dong 출판사 통계에 따르면, 베트남 만화 시장 점유율 중 70%는 일본 만화, 20%는 한국과 중국을 비롯한 타 국가 작품이며, 베트남 국내 제작 만화는 10%에 불과함[31]
- 상기 언급한 바와 같이 외국 어린이 만화가 베트남 내 주류를 이루는 가운데 많은 베트남 국내 기업은 해당 시장 진입을 시도하고 있으며, 실제 Comicola, POPS Comic, Du But 등 몇몇 베트남 회사들은 베트남 만화 출판 시장에 진입을 시작함. 그 외 몇몇 베트남 기업들은 만화 창작 및 출판 경험이 있는 해외 파트너와의 협력 강화를 진행 중임. 예로, Kim Dong 출판사는 2022 년 7 월, 베트남 최초 축구 만화 시리즈 "Son, Goal!"을 출판하였는데, 이 프로젝트는 일본과 베트남 합작 제작팀이 협력하여 이룬 성과로, 베트남을 배경으로 한 첫 번째 만화로, 비록 협업은 있었으나

28) Zing News (2022), 베트남의 활발한 만화 시장
29) Zing News (2022), 만화 시장의 잠재력
30) Phap Luat (2022), 베트남 만화의 국제 시장 진출을 위한 장벽 해소
31) Phu Nu Thu Do (2022), 외국 만화, 베트남 시장을 점령함

제작 및 출판 과정 대부분에서 다수의 베트남 팀이 참여해 '순수 베트남 국내' 콘텐츠로 평가받음

- 이처럼 베트남 국산 만화 제작 및 유통의 시도는 지속되고 있으나, 국내 만화의 수는 여전히 제한적이며, 시장 수요 또한 충족하지 못하고 있음. 베트남 독자들은 더욱더 다양하고 화려한 그림을 포함한 도서에 관심을 보이며[32], 특히 창의적이고 독창적인 내용의 작품들이 젊은 독자층에 인기를 보여 베트남에서는 여전히 외국 만화의 수입 및 출판이 주를 이룸[33]

2 키즈 콘텐츠 사업 관련 법률 체계

- 현재, 베트남 정부의 콘텐츠 제작 · 출시 · 배급 관련 법적 규정 및 정책은 키즈 콘텐츠 사업 기업 관련 세부 규정과 지침이 있으며, 그 밖에 정부는 건전한 콘텐츠 접근성 및 해로운 콘텐츠로부터의 보호 권리를 포함한 아동의 권리 및 이익 보호를 위한 다수의 법적 규정을 제정함. 구체적인 베트남 키즈 콘텐츠 사업 관련 법적 규정은 다음과 같음
  - 2006 년 영화법 (2009 년, 2022 년 수정 · 보완)
  - 2012 년 광고법
  - 2016 년 아동법
  - 2018 년 출판법
  - 2018 년 사이버 보안법
  - 인터넷 서비스 및 온라인 정보 관리 · 제공 · 사용 관련 정부의 2013 년 7 월 15 일 자 공표된 제 72/2013/ND-CP 호 시행령의 일부 조항 수정 및 보완에 관한 정부의 제 27/2018/ND-CP 호 시행령
  - "2021~2025 년 5 개년 온라인 환경에서의 어린이의 건전하고 창의적인 상호작용을 위한 보호 및 지원" 프로그램

1. 키즈 콘텐츠 분야 기업 관련 일반 규정

- 2017 년 6 월 1 일부터 시행된 제 102/2016/QH13 호 아동법에 근거하여 베트남 정부는 키즈 콘텐츠 제작을 포함한 모든 활동에서의 아동 보호 일반 원칙을 도입함. 이는 경제 기관 및 조직의 금지 행위(제 6 조), 책임(제 93 조) 등을 포함함
- 키즈 콘텐츠 관련 분야 내 운영 기업 관련 금지 행위는 다음과 같음
  - 인터넷 서비스 및 기타 서비스 제공; 어린이용이나 어린이의 건강한 성장에 영향을 미치는 출판물, 장난감, 게임 및 기타 제품 등 콘텐츠의 제작 · 복사 · 유통 · 운영 · 전파 · 소유 · 운송 · 보안 및 거래
  - 환경 오염 유발, 유독가스 및 화재 폭발에 직접적 위험성을 지닌 서비스 시설, 생산지, 창고 등의 아동 보호 서비스 제공업체의 어린이를 위한 교육 · 의료 · 문화 · 엔터테인먼트 시설 인근 배치
  - 학습, 엔터테인먼트, 아동 보호 서비스 활동 관련 인프라의 오용 및 법률에 반하는 침해 행위
- 기업의 책임에 있어, 제작 및 사업 과정 전 단계에서 관할기관의 규정 및 지침에 따라 아동에게

32) Zing News (2024), 베트남 만화, 젊은 독자들에 다가가기 위한 노력
33) Cong An Nhan Dan (2021), 'Made in Vietnam' 만화: 아직은 미개척 잠재 시장?

안전하고 교육적이며 해를 끼치지 않고 아동의 권리를 침해하지 않는 제품 및 서비스 제공을 보장하기 위해 모든 절차 및 표준을 지켜야 함. 또한, 인터넷 서비스 및 온라인 정보 관리 · 제공 · 사용 관련 정부의 2013 년 7 월 15 일 자 공표된 제 72/2013/ND-CP 호 시행령의 일부 조항 수정 및 보완에 관한 정부의 제 27/2018/ND-CP 호 시행령에 따르면, 인터넷상 키즈 콘텐츠의 제작 및 출시 과정에 참여하는 기업과 개인은 어린이 연령대에 부적합한 콘텐츠를 포함한 불건전 콘텐츠로부터 어린이 보호 관련 규정을 엄중히 준수하여야 함. 동시에 인터넷상 키즈 콘텐츠 자체도 엄격하게 관리되어야 하며, 명확한 연령대 분류 시스템을 구비하고, 시장 출시 전 세부 검열을 거쳐야 함

2. 키즈 광고 및 미디어 관련 규정

- 2018 년 공표한 제 47/VBHN-VPQH 호 광고법에 따르면, 베트남 정부는 어린이 대상 광고 콘텐츠에 대해 다음과 같이 규정함
  - ·· 담배, 주류, 건강 유해 제품, 또는 어린이 성장에 부적합한 제품, 불건전하거나 어린이 연령대에 적합하지 않은 제품 및 서비스 광고를 금지함. 특히 학교 내 광고 및 어린이 출판물은 엄중히 통제함
  - ·· 어린이의 도덕과 미풍양속에 반하는 사상, 언어, 행동 등을 유발하는 광고 및 어린이 건강, 안전 또는 발달 및 성장에 부정적인 영향을 미치는 광고 콘텐츠를 금지함
  - ·· 어린이 대상 제품 및 서비스 광고는 지적, 신체적, 도덕적 발달에 도움이 되는 긍정적인 내용을 포함하여야 함
- 또한 문화체육관광부가 2017 년 제정한 제 4149/QD-BVHTTDL 호 결정문 제 10 조 1 항(광고 활동 행동 지침)에 따르면, 어린이 대상 광고에는 다음 내용 표시를 금함
  - ·· 신체적, 정신적, 심리적 또는 도덕적으로 해를 끼칠 수 있는 내용
  - ·· 어린이의 순수한 정신을 이용하여 제품 및 서비스 구매를 유도하고 부모에게 제품 및 서비스를 강요하는 목적을 지닌 내용
  - ·· 어린이의 현재 신체, 성격, 능력 등에 대한 자신감을 상실시키거나, 어린이의 언어 및 성격 발달에 방해하는 언어 및 대화 방식 사용 장려 내용
  - ·· 폭력성을 지닌 콘텐츠 및 신체적, 정신적 학대 행위 묘사 표현, 어린이의 잘못된 행동으로 이어질 수 있는 사회적으로 허용되지 않은 비정상적인 행동을 포함한 내용
  - ·· 어린이에게 폭력을 갈등 해결 방법으로 이해시키거나 폭력 자체를 조장하는 행위를 포함한 내용
- 그 밖에 규정 내에는 다음의 광고 콘텐츠를 금지함
  - ·· 내기, 도박, 확률성 게임 관련 광고에 어린이 이미지의 사용을 금지함
  - ·· 어린이 의류, 용품, 장난감과 기타 제품에 주류, 담배 상표, 로고 또는 브랜드명 사용을 금지함
  - ·· 어린이를 위해 특별 제작된 의류, 용품, 장난감 광고를 제외한 어린이에게 성인의 관리 없이 제품 또는 서비스를 스스로 사용하도록 조장하는 내용을 금함

3. 키즈 콘텐츠 수입 · 제작 · 출시 · 배급 관련 규정

- 2006 년 영화법(2009 년, 2022 년 수정 · 보완), 영화법 몇몇 조항 세부 규정 관련 제 131/2022/ND-CP 호 시행령의 주요 내용은 다음과 같음
  - ·· 어린이를 위한 영화의 제작 · 출시 · 배급은 안전, 건전성, 연령대 관련 기준을 준수해야 함
  - ·· 어린이를 위한 영화 출시 · 배급은 연령별로 분류되어야 하며, 어린이 심리 및 인격에 부정적인 영향을 미치거나 도덕적, 사회적 가치에 대한 허위 사실을 포함한 내용을 금지함
  - ·· 어린이의 연령대에 부합하는 영화 시청의 보장을 위한 필요 기술적 조치를 완수하여야 하며, 부모 또는 보호자가 자체적으로 관리할 수 있도록 안내하여야 함. 세부 내용은 다음과 같음. (1) 어린이용 계정 포함 다중 사용자 계정 체계의 개발, 계정 생성 시 비밀번호, 계정 변경 확인, 자녀 계정 조회 기록 관련 소유자 알람 시스템 등을 갖춰야 함. (2) 비 어린이용 영화/드라마 접속 시 연령대 확인 메시지 노출. (3) 유사한 관련 기타 제반 관리 체계를 포함함

4. 어린이를 위한 통신 네트워크, 온라인 서비스 제공 관련 규정

- 2018 년 사이버 보안법에 따르면, 사이버 공간 내 아동 보호 제도는 다음과 같이 구체적으로 규정됨
  - ·· 어린이는 사이버 공간 접속 시 보호, 정보 접근, 사회·엔터테인먼트 활동 참여, 개인 비밀 및 정보 보호 등의 권리 및 기타 권리를 지님
  - ·· 통신 네트워크, 인터넷 서비스 및 사이버 공간 부가가치 서비스 제공 정보 시스템 관리자와 해당 기업은 어린이의 권리가 침해당하지 않기 위해 침해치 않기 위한 정보 시스템 또는 기업 제공 서비스 관련 정보 콘텐츠의 통제, 어린이의 권리 침해 내용을 지닌 정보 공유의 관리 및 삭제, 해당 문제 관련 공안부 산하 사이버 보안 보호 전담팀으로의 즉시 통보 및 협조 등의 책임을 지님
  - ·· 사이버 공간 활동 기관, 단체, 개인은 2018 년 사이버 보안법 및 아동에 관한 법률에 따라 사이버 공간상 어린이의 권리 보장 및 어린이 유해 내용 정보 방지 담당 관할기관과 협력할 책임을 지님
  - ·· 기관, 단체, 부모, 교사, 보육교사 및 기타 관련인은 아동에 관한 법률에 따라 사이버 공간 참여 시 아동의 권리 보장 및 아동 보호 책임을 지님
  - ·· 사이버 보안 보호 전문부서 및 관할기관은 사이버 공간을 활용한 아동 유해, 아동의 권리 침해 행위를 야기 방지하고, 발견 시 차단하며, 처벌을 위한 조치를 취할 책임을 지님
- 동시에 통신 네트워크, 인터넷상 서비스 및 사이버 공간 부가가치 서비스 제공기업은 다음을 포함한 사이버 공간 내 아동 사생활 관련 비밀 정보 보호 조치를 마련해야 함
  - ·· 사이버 공간 서비스 제공 기관, 단체, 기업과 개인은 아동의 사생활 관련 비밀 정보 등록 시 부모, 보육교사, 7 세 이상 아동의 허가를 받아야 하며, 아동의 정보보안 보장 책임을 지님
  - ·· 사이버 공간 서비스 제공 기관, 단체, 기업은 아동 사생활 관련 비밀 정보 관련 안전 보장 조치 및 도구를 사용하고, 아동이 자신의 사생활 관련 비밀 정보의 제공 또는 변경 시 발생할

수 있는 위험성 경고 메시지 등을 사용하여야 함

·· 특히, 아동의 부모, 보육교사는 7세 이상의 아동 관련 법률 규정에 따라 아동 보호 담당 기관, 단체, 개인 및 사이버 공간 서비스 제공 기관, 단체 및 사이버 공간 내 활동에서의 아동의 안전과 이익 보장을 위해 아동 사생활 관련 비밀 정보 삭제를 요청할 권리를 지님

- 또한 2017년 베트남 정부가 공표한 아동법의 몇몇 조항 내 상세 규정에 관한 제56/2017/ND-CP호 시행령에 따르면, 기업들은 사이버 공간상 정보 교환 및 제공을 위해 아동의 안전과 관련하여 다음의 내용을 보장하여야 함
  - ·· 사이버 공간 활동 기관, 단체, 개인은 사이버 공간상 아동 정보의 안전 보장을 위해 관할기관, 기타 단체 및 개인과 협력해야 하며, 사이버 보안 관련 법률에 따른 아동 유해 정보를 차단하여야 함
  - ·· 사이버 공간 업체 및 서비스 제공기업은 아동 사용자 보호를 위한 서비스 사용 조치를 마련해야 함
  - ·· 사이버 공간 업체 및 서비스 제공기업은 아동 유해 정보 및 서비스, 아동의 정당한 권리와 이익을 침해하는 허위 사실 및 정보, 서비스 관련하여 경고 및 삭제해야 함
  - ·· 사이버 비디오 게임 서비스 제공기업은 이용 시간 통제 등, 과도한 비디오 게임 이용 또는 중독으로부터 아동 보호 도구를 마련해야 함
  - ·· 사이버 공간상 활동 중인 서비스 제공 단체, 기업, 개인은 사이버 공간 내 아동 보호 소프트웨어 및 도구를 구축하여 활용하고 배급하여야 함

5. 어린이를 위한 비디오 게임 관련 규정

- 베트남 정부는 키즈 콘텐츠 장르 중 어린이 비디오 게임 관련 법적 규정을 제정함. 베트남 정부 규정에 따르면 베트남 내 어린이용 온라인 비디오 게임 서비스 제공기업은 다수 규정을 준수해야 함. 제72/2013/ND-CP호 시행령을 수정 · 보완한 제27/2018/ND-CP호 시행령에 근거하여 어린이 온라인 비디오 게임은 연령대로 분류되어야 하며, 출시 전 엄격히 검수하여야 함
- 유통업체 책임 관련하여 기업은 다음의 내용을 준수하여야 함
  - ·· 본 조 1항에 명시된 사용자 연령대에 다른 비디오 게임 분류
  - ·· G1 비디오 게임 콘텐츠 및 시나리오 승인 신청서, G2, G3 및 G4 비디오 게임 서비스 제공 통지서 등에 사용자 연령대에 따른 비디오 게임 분류 결과를 표시함. 사용자 연령대에 따른 분류는 G1 비디오 게임의 심의 내용 중 하나임
  - ·· 사용자가 비디오 게임 서비스를 이용하는 동안 광고 프레임 및 일반화면 왼쪽 상단에 플레이어 연령대 분류 결과를 표시함
  - ·· 온라인 비디오 게임 서비스 제공기업은 어린이용 비디오 게임 제공 관련 규정 외에 제27/2018/ND-CP호 시행령에 명시된 권리 및 의무 관련 규정도 준수해야 함
- 상기 내용과 같이 베트남은 키즈 콘텐츠 관리 · 제작 · 배급 · 출시 관련 상세 법률 체계를 구축해 옴. 이러한 규정은 어린이를 부정적인 콘텐츠로부터 보호하고, 지적, 신체적, 정신적 모든 측면에서의 건강한 성장을 지원하며, 어린이를 위한 안전한 엔터테인먼트 및 학습 환경 조성을 위함임. 출판사, 콘텐츠 제작자 및 디지털 플랫폼은 베트남 내 장기적이고 지속 가능한 사업을 위해 이러한 규정을 엄중히 준수하여야 함

3 베트남 키즈 콘텐츠 시장 잠재력 및 베트남 시장 진출 희망 한국 기업의 주의사항

1. 게임 시장 및 교육 · 엔터테인먼트 관련 디지털 콘텐츠 시장 잠재력

- 베트남은 키즈 콘텐츠 산업은 매력적인 시장으로 부상하고 있으며, 학부모들의 수요 및 관심이 증가함에 따라 꾸준하고 활발한 성장세를 보임. 그중 엔터테인먼트와 학습이 결합된 교육용 게임 분야는 부모와 아이 모두의 관심을 유치함[34]. 이러한 콘텐츠는 어린이의 자연스러운 학습으로 이어질 뿐만 아니라 호기심과 문제 해결 능력을 키우는 데에도 도움이 되며 게임 산업 관련 개발사에는 학습과 엔터테인먼트 요소가 결합된 복합적인 수요를 충족시켜주는 고품질 제품을 만드는데 좋은 기회로 작용함. 실제, 어린이 대화형 게임을 통한 영어 학습 게임 '몽키 주니어'(Monkey Junior), 다양한 활동을 통한 베트남 문화 및 역사 학습 게임 '비엣 키즈'(Viet Kids), 몬테소리 교육 방법[35] 기반 에스코넥트(S-connect)에서 연구 개발한 게임 시리즈 '울푸(Wolfoo)' 등과 같은 교육과 엔터테인먼트를 결합한 게임은 큰 성공을 거두며 많은 사용자로부터 긍정적인 평가를 받음[36]. 교육용 게임 시장은 정부의 적극적인 지원 및 게임 산업 관련 대학 교육 프로그램 구축 등 많은 지원과 정책이 뒷받침되어 잠재력을 지닌 신규 시장으로 성장하고 있음[37]. 특히 한국 기업 관련하여, 베트남은 현재 관계를 확장하고 있으며 한국의 기관, 단체, 기업과의 협력 및 합작 관계, 게임 관련 기술 및 지식 교환의 장 마련 등 다양한 기회를 통해 넓혀가고 있음. 실제, 2022 년 베트남과 한국 간 외교관계의 승격 후 베트남 게임 유통사와 한국 게임 제작 기업 간 협력 계약이 증가함. 예로, 베트남 시장에서는 베트남의 VNG 와 한국의 해긴(HAEGIN) 간 협력을 통해 '플레이투게더'(Play Together) 게임이 공식 출시되며 베트남의 타 국가와의 비디오 게임 산업 내 상호작용을 보여주는 예시가 됨
- 게임 외에도 디지털 엔터테인먼트 콘텐츠 중, 특히 어린이용 건전하고 교육적인 디지털 콘텐츠 관련 베트남 사용자 수요가 급증함. 이는 베트남 내 어린이용 소셜 네트워크와 인터넷에 연령대와 맞지 않는 부적합 콘텐츠 비디오 노출의 증가에서 비롯된 수요임[38]. 베트남 내 어린이 부적합 콘텐츠에는 폭력적인 콘텐츠, 교육적이지 않은 콘텐츠 등이 있음. 한편, 앞서 언급한 바와 같이 10 세 이상 어린이들은 엔터테인먼트와 학습을 위해 애니메이션 비디오, 동요 등에 접근하는 경우가 많음
- 또한, 베트남 정부의 지원 정책도 키즈 콘텐츠산업 발전을 촉진하는 중요한 요소임. 어린이용 건전한 교육 및 엔터테인먼트 주제를 기반으로 한 디지털 콘텐츠 중, 특히 게임은 베트남 정부로부터 꾸준한 지원을 받고 있음. 구체적으로 영화법(2022 년)과 제 09/2017/TT-BTTTT 호 시행규칙에는 어린이용 교육 및 엔터테인먼트 콘텐츠 제작 및 배급 관련 규칙과 혜택을 규정함. 영화법에 따르면 베트남은 현재 어린이, 오지 및 도서 지역, 베트남 문화적 가치 등을 주제로

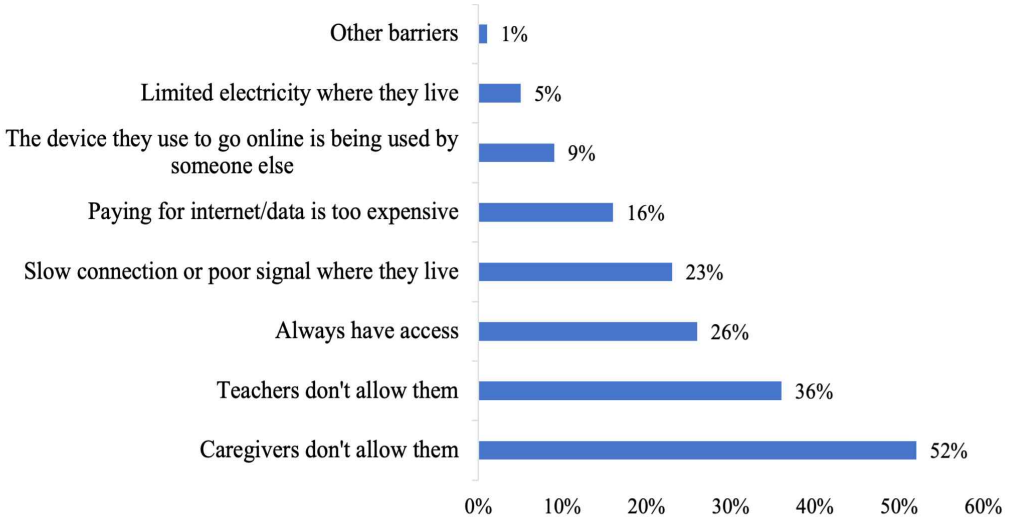
34) Nhan Dan 신문(2024), 베트남 게임의 지속적인 편견 배제 및 잠재력 강조
35) 몬테소리 방법은 이탈리아의 의사이자 교육자인 마리아 몬테소리 박사에 의해 개발된 교육적 접근법임. 그것은 전통적인 교육법처럼 아이들이 책상에 앉아있는 대신 자기 주도적인 학습과 실습 활동을 강조함. 몬테소리 방법은 전체 운동과 미세 운동 기술을 세련시키고, 배움에 대한 사랑을 기르며, 자기 훈련을 강조하는 것으로 생각됨
36) Nhan Dan 신문(2024), 베트남 게임은 지속적인 편견 배제 및 잠재력 강조
37) 베트남 방송전자정보국(2024), 베트남 게임 산업을 10억 달러 규모의 여정으로 이끌기 위한 협력
38) Thanh Hoa 신문(2023), 어린이용 폭력 비디오의 잠재적 위험성

한 영화/드라마 제작을 지원하며, 제 09/2017/TT-BTTTT 호 시행규칙에 따르면 아동 유해 행위 방지 및 발견, 어린이를 위한 생활 기술 및 안전 학습 등을 포함한 콘텐츠는 우선 제작할 수 있음. 이러한 정책은 콘텐츠 발전을 위한 유리한 초석을 세워주며 동시에 어린이용 제품의 교육, 안전 표준 등을 충족시킴

- 위와 같은 이유로 어린이용 교육 콘텐츠 제품 중, 특히 게임 제품은 베트남 내 한국 기업에 잠재적인 시장으로 여겨질 수 있음

2. 베트남 시장 진출 희망 한국 기업의 주의사항

- 베트남의 키즈 콘텐츠 시장 잠재력은 높으나, 여전히 많은 애로사항을 지님. 가장 큰 애로사항 중 하나는 어린이의 인터넷 접속 및 기술 사용의 제한임. 노동보훈사회부 산하 아동청의 조사에 따르면, 89%의 어린이가 인터넷을 사용하지만, 사이버 안전 관련 교육을 받는 어린이는 단 36%에 불과함[39]. 동시에, 조사에 참여한 인터넷 사용 어린이의 74%는 인터넷 접속 및 사용에 대한 고충이 많음[40]. 사용 시간과 장소 관련 보육교사, 교사의 제한은 베트남 어린이의 인터넷 사용에 있어 가장 큰 고충 사항임. 그러나 이는 인터넷상 부적절 콘텐츠 및 잠재적인 위험 요소에 노출되는 것에 위험을 느끼는 부모의 우려에서 비롯되는 것으로 볼 수 있음
- 위 설문 조사 결과에 따르면, 발생 빈도는 낮으나, 열악한 인터넷 연결성 및 높은 인터넷/데이터 비용은 베트남 어린이의 인터넷 사용에 대한 또 다른 애로사항임. 특히, 열악한 인터넷 연결성은 도시 지역 대비 농촌 지역 내 어린이의 인터넷 사용을 더욱 어렵게 만듦. 이는 학습과 엔터테인먼트 관련 콘텐츠 접근성에 있어 도시 어린이와 농촌 어린이 간 격차로 나타남. 인터넷 비용의 경우 농촌과 도시 지역의 어린이 모두 비슷한 영향력을 보임



|그림 7| 베트남 어린이의 인터넷 사용 간 고충
※출처: UNICEF, 2022

- 마지막으로, 콘텐츠 저작권 침해 문제는 기업이 항상 주의를 기울여야 할 문제임. 현재 저작권 침해는 베트남 콘텐츠 산업의 지속 가능한 발전의 주요 방해 요소로 작용하는데, 이는 베트남

39) VOV(2023), 어린이의 안전하고 효과적인 인터넷 사용을 위한 솔루션은 무엇인가
40) ECPACT, INTERPOL 및 UNICEF (2022), Disrupting Harm In Viet Nam Evidence on online child sexual exploitation and abuse

내 콘텐츠 제품의 불법 복제 및 배급에서 알 수 있음. 예로, 온라인 플랫폼상 배급 콘텐츠 제품은 소셜 네트워크 플랫폼과 온라인 사이트에 재 업로드되어 불법 배포됨. 현재 베트남에는 무료, 불법 영화/드라마와 게시 플랫폼이 많음. 심지어 일부 어린이 만화책은 판권을 인수한 출판사보다도 1 년 일찍 불법 출판되기도 함. 이러한 부분은 베트남 정부의 지속적인 정책 변화 및 지원을 통해 개선해야 하는 한계점으로 남아 있음

베트남 비즈니스센터 담당자 연락처		
성임경 센터장	+84.24.3202.2488	imksman@kocca.kr
응웬녹안 대리	+84.24.3202.2488	ngocanh96@kocca.kr

베트남 콘텐츠산업 동향

2024년 18호

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	성임경 센터장 (베트남 비즈니스센터장)
집필자	Nguyen Thi Hoang Yen
발행인	유현석 (한국콘텐츠진흥원장 직무대행)
발행일	2024년 10월 31일
발행처	한국콘텐츠진흥원
주소	전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전화	1566-1114
홈페이지	www.kocca.kr
ISSN	2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 〈콘텐츠지식〉에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”

OPEN 공공누리 출처표시 상업용금지 변경금지 공공저작물 자유이용허락