

2013-17

기본연구

제주문화의 콘텐츠산업화 방안 연구

문순덕 · 김영철

Bandung issue research

Basic research

Commissioned research

Policy research

Jeju Development Institute 제주발전연구원

기본연구 2013-17

제주문화의 콘텐츠산업화 방안 연구

문 순 덕 · 김 영 철

▣ 발간사

한류가 세계를 강타하고 있습니다. 이런 한류의 핵심에는 한국문화가 있고 여기에 창조적 기술을 접목한 콘텐츠산업이 있습니다. 현재 제주도는 관광자원이 풍부하여, 연일 국내외 관광객이 증가하고 있습니다. 따라서 다양한 관광객의 문화소비를 해소할 수 있는 문화콘텐츠 개발이 무엇보다 중요합니다.

요즘 화두가 되고 있는 창조산업은 창의성과 지적 자본을 활용하여, 재화와 서비스를 창조하고 생산하고 분배하는 일련의 과정을 가리킵니다. 창조산업의 대표격인 콘텐츠산업은 경제적 부가가치를 창출할 수 있는 주요소를 갖고 있습니다.

일반적으로 문화콘텐츠라고 하면 애니메이션, 캐릭터, 게임, 음악, 영화, 영상, 방송, 디지털, 콘텐츠, 광고 등을 가리키는데 이 분야를 그대로 제주지역에 적용하기에는 무리가 있습니다.

이에 <제주문화의 콘텐츠산업화 방안 연구>를 통해 콘텐츠 영역 중에 제주 지역에서 산업화 가능성이 있는 대상을 분석하고, 콘텐츠산업을 육성하기 위하여 필요한 정책을 수립할 수 있는 방안을 제안하였습니다. 또한 제주문화를 콘텐츠화하는 방안을 찾아보고 산업으로 육성할 수 있는 방법을 제시하고자 했습니다.

제주도는 문화자원이 풍부하다는 인식이 퍼져 있으나 이 자원을 활용한 콘텐츠산업은 활성화되지 못했다고 봅니다. 또한 문화자원을 어떻게 목록화하고, 이를 산업의 재원으로 사용할 수 있는지에 대한 정책도 부족한 편입니다. 따라서 정부의 콘텐츠산업 정책을 참고하여 향후 제주도에서 추진해야 할 사업을 선정하고, 콘텐츠산업이 융성할 수 있는 방향을 점검해 보았습니다.

박근혜 정부 들어와서 창조경제가 새로운 화두로 대두되면서 콘텐츠산업이 국가의 핵심 분야로 부상(浮上)하게 되었습니다. 이런 취지에 부합하도록 이제 제주도에서도 기존의 문화를 활용하여 콘텐츠산업화하려는 노력이 필요하기에 인적·물적 인프라 구축을 서둘러야 할 시점입니다.

앞으로 제주문화를 산업화하는데 이 연구가 기초자료로 활용되기를 바랍니다.

2013년 11월

제주발전연구원 원장 **공 영 민**

연구요약

I. 개 요

1. 연구 목적과 필요성

- 우리나라에서는 1990년대부터 문화산업과 문화콘텐츠가 신조어로 등장했고, 2000년대 들어와서는 ‘스토리텔링’이 대중성을 띠게 되었음. 이는 문화적 가치를 재화적 가치로 전환하는 주요소로 콘텐츠산업이 부각되고 있음을 대변함.
- 문화산업, 문화콘텐츠, 스토리텔링은 문화를 근간으로 하므로 경제적 효용 가치를 창출할 수 있는 제주문화의 콘텐츠산업 육성 정책이 필요하다고 봄.
- 콘텐츠산업은 제주지역의 제조업, 관광산업, 첨단산업(IT, BT), 서비스업 등 연관 산업의 동반성장을 유도하는 고부가가치산업임에 틀림없음. 따라서 제주의 문화를 자원으로 하는 문화원형을 산업화 할 수 있는 콘텐츠 개발 방향과 산업화 방안을 제시함.
- 이 연구에서는 제주의 문화자원 중 콘텐츠화할 수 있는 대상을 찾아보고, 콘텐츠산업 유망 분야를 선정하여 향후 제주지역의 콘텐츠산업 육성 방안을 제안함.

2. 연구 범위와 내용

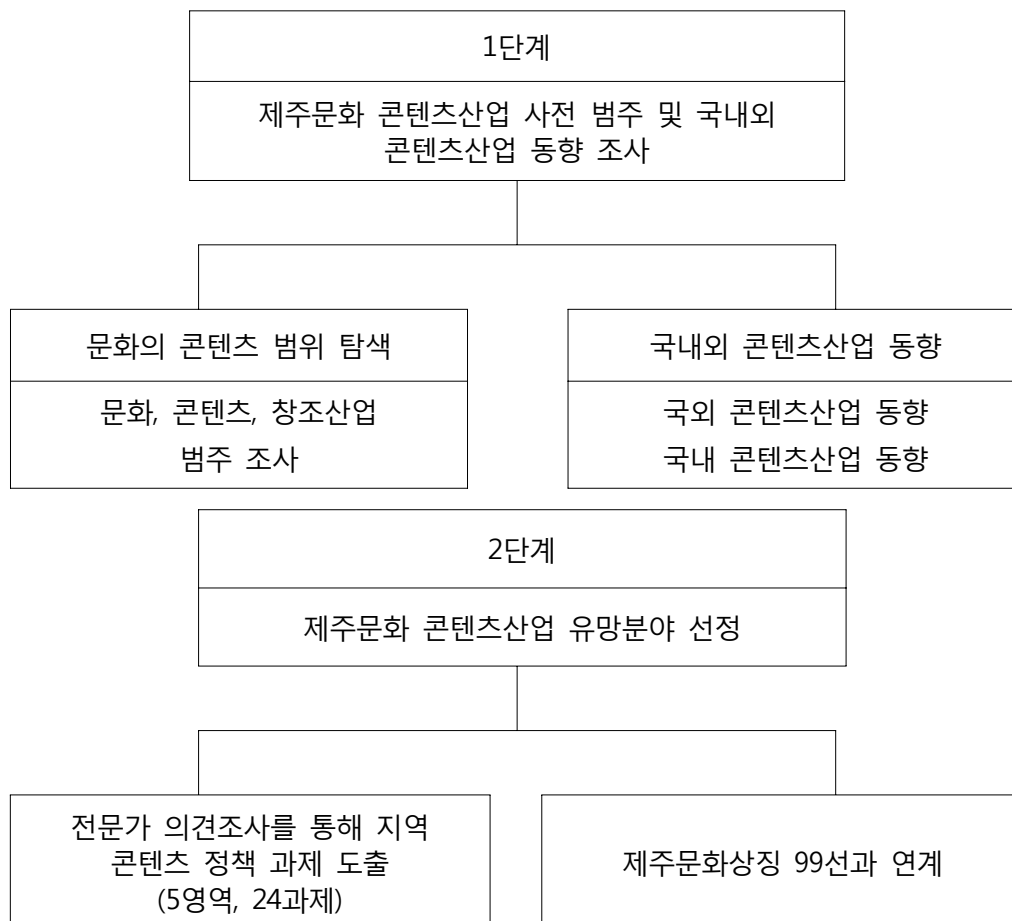
- 콘텐츠 영역 중에 제주지역의 콘텐츠산업화 가능성이 있는 분야로는 영화, 애니메이션, 만화, 공연 등이 있으나, 제주지역은 이를 그대로 적용할 수 없는 여건임. 따라서 이 연구에서는 문화자원을 디지털 콘텐츠산업화에 중점을 두었음.
- 제주문화의 콘텐츠산업화 방안 모색을 위하여 국내외 콘텐츠산업 동향과 현황을 분석하고 제주문화가 콘텐츠산업에서 차지하는 위치를 확인함. 또 이 산업이 경제적 재화가 될 수 있는 창조경제의 핵심임을 다루었음.

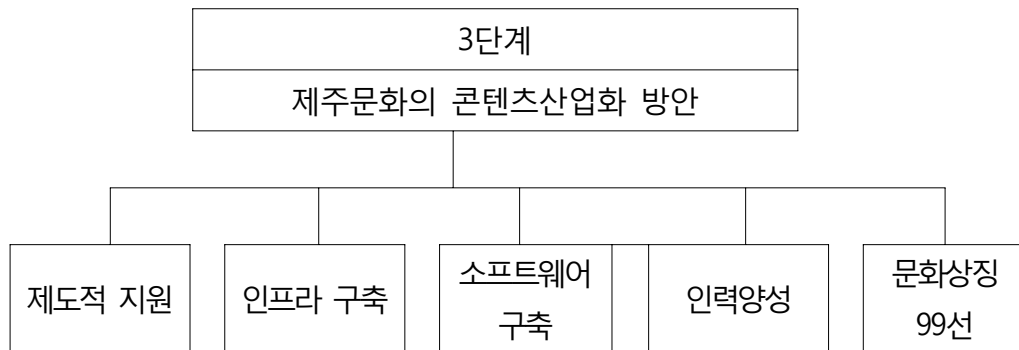
- 이 연구에서는 제주의 문화자원 중 콘텐츠화할 수 있는 영역을 별도로 선정하지 않고, 기존의 연구물인 『제주문화상징』(제주특별자치도, 2008)을 참조하였음. 문화예술 분야의 콘텐츠화는 논의하지 않았음.

3. 연구 방법

- 1) 문헌조사
- 2) 전문가 의견 수렴
- 3) 제주문화상징 활용

<표 1> 연구계획수립 절차





4. 용어 정의

□ 콘텐츠산업(Content Industries)

- OECD에서는 콘텐츠를 “인간을 위해 조직화된 메시지로써 미디어와 결합하여 공중에게 전달되는 상품”으로 정의함.
- 「문화산업진흥기본법」에서는 콘텐츠를 “부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보”로 정의함.
- 「콘텐츠산업진흥법」(법률 제11690호)에서는 콘텐츠를 “경제적 부가 가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 포함한다)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업”으로 정의함.

II. 제주문화의 콘텐츠산업 현황

1. 국내외의 콘텐츠산업 동향

1) 국외 콘텐츠산업 동향

- 국외콘텐츠 시장은 2011년 글로벌 경제위기에도 불구하고 4.9% 성장하였고 향후 시장도 성장이 예상됨. 2012년 세계 콘텐츠 시장 규모는 전년 대비 5.4% 증가해 1조 6,909억 달러로 추정됨(한국문화콘텐츠진흥원, 2013 : 61).

2) 국내 콘텐츠산업 동향

- 한류를 기반으로 한 국내 콘텐츠산업의 전망을 보면 글로벌 경쟁력이 강화되고 스마트폰의 보급 확대와 스마트 TV보급 등 콘텐츠의 고품질화를 위해 Contents-Platform-Network-Device 산업 간에 상생과 동반 성장하는 추세임.
- 애니메이션 부분은 20년전 일본시장을 중심으로 단순 하도급 시장이었으나, 지금은 창의성과 기획력을 갖춘 뽀로로, 라바(Larva) 등의 우수작품이 창작됨. 현재 유럽, 남미, 아시아권 전역의 약 120여 개국으로 수출됨.
- 스마트 디바이스 기반에서는 콘텐츠 품질이 높아지는 추세이고, 장르 간 융합이 이루어지고 있음.
- 멀티플랫폼의 성장과 경쟁이 심화됨.
- 지적재산권과 특허 침해 등 기업 간 갈등이 심화됨.
- 건강과 행복을 중시하는 힐링서비스가 확산되고 있음.
- SNS와 결합한 B2C 시장으로 새로운 시장 영역이 창출됨.

2. 제주문화의 콘텐츠산업 현황

1) 제주지역의 문화콘텐츠 산업체 현황

〈표 2〉 제주지역 ICT기업

(단위: 기업수-개사, 매출액-억원, 종종사자수-명)

| 구분 | | 응답기업 | | | | | | | | 합계 |
|------|-------|---------|--------|-------------|-------|-------|---------|----------|-------|--------|
| | | IT분야 | | | | CT분야 | | | | |
| | | 정보통신서비스 | 정보통신기기 | SW및컴퓨터관련서비스 | 소계 | 문화콘텐츠 | 문화응용서비스 | 문화공통기반기술 | 소계 | |
| 사업체수 | 사업체수 | 64 | 13 | 122 | 199 | 61 | 5 | 29 | 95 | 294 |
| | 비율(%) | 21.8% | 4.4% | 41.5% | 67.7% | 20.7% | 1.7% | 9.9% | 32.3% | 100.0% |
| 매출액 | 매출총액 | 1,004 | 1,186 | 1,361 | 3,551 | 2,537 | 31 | 245 | 2,813 | 6,364 |
| | 비중(%) | 15.8% | 18.6% | 21.4% | 55.8% | 39.9% | 0.5% | 3.8% | 44.2% | 100.0% |
| 종사자수 | 총종사자수 | 1,527 | 294 | 659 | 2,480 | 751 | 55 | 152 | 958 | 3,438 |
| | 비중(%) | 44.4% | 8.6% | 19.2% | 72.2% | 21.8% | 1.6% | 4.4% | 27.8% | 100.0% |

3. 제주문화의 콘텐츠산업 유형

- 1) 캐릭터 & 애니메이션 콘텐츠
- 2) 모바일콘텐츠

Ⅲ. 제주문화의 콘텐츠산업 유망 분야 선정

1. 제주지역의 콘텐츠산업 유망 분야 선정 기준

- 콘텐츠산업 진흥계획 중 전문가 토론을 통하여 지역 내 적합한 사업군을 도출하였음.
- 다른 지방자치단체보다 우선 도입이 필요한 정책
- 정부의 정책과 유사한 기능을 할 수 있는 제주지역에 필요한 정책
- 제주의 특화된 분야를 정부 사업에 반영할 수 있는 정책
- 이를 통해 24개 정책과제에 우선순위 부여

〈표 3〉 전문가 선정 유망 콘텐츠산업 육성 정책

| 추진 과제 | | 소관 부처 | 전문가 평점 | 순위 |
|--|-----|----------|-----------|----|
| 1. 창의성과 상상력을 지원하는 창조기반 조성 | | | | |
| 1-1. 위풍당당콘텐츠코리아 펀드 조성 | 문 | 4 | 15 | |
| 1-2. 디지털콘텐츠코리아 펀드조성 | 미 | 4.7 | 11 | |
| 1-6. N스크린 기술개발 및 UHD 콘텐츠제작 | 미 | 3 | 20 | |
| 2. 창업활성화 및 창의인재 양성 | | | | |
| 2-1. 문화융합형 콘텐츠코리아랩 설립 운영 | 문 | 5 | 1 | |
| 2-2. 디지털선도형 콘텐츠코리아랩 설립 운영 | 미 | 5 | 1 | |
| 2-3. 문화벤처, 창업보육센터, 1인창조기업 등 콘텐츠분야 창업지원 | 중,문 | 5 | 1 | |
| 2-5. 창의인재 동반사업 | 문 | 4.7 | 6 | |
| 2-6. 현업종사자에 대한 맞춤형 교육 강화 | 문,미 | 3 | 20 | |
| 2-7. 디지털콘텐츠분야 특수대학원 설립 | 미 | 5 | 1 | |
| 2-8. 차세대 기획인력 학위과정 및 직군별 교육확대 | 미 | 3 | 20 | |

| 추진 과제 | 소관 부처 | 전문가 평점 | 순위 |
|-------|----------|-----------|----|
|-------|----------|-----------|----|

3. 글로벌 콘텐츠 육성 및 지역기반 강화

| | | | |
|---------------------------------------|-----|-----|----|
| 3-1. 글로벌 펀드 및 해외마케팅 전문펀드 조성 | 문 | 3 | 20 |
| 3-2. 해외진출 지원단 운영 및 글로벌 마켓 정보 조사·제공 강화 | 미,문 | 3 | 20 |
| 3-5. 드라마·영화·애니 등 국제공동제작 활성화 추진 | 문,미 | 3.6 | 16 |
| 3-6. 한·중 평요우 프로젝트 추진 | 미,문 | 4.7 | 6 |
| 3-9. 유망 스마트콘텐츠 발굴 지원 | 미 | 4.7 | 6 |
| 3-10. 패션·스토리·출판·만화 등 유망 콘텐츠 육성 | 문 | 3.3 | 18 |
| 3-11. 5대 글로벌 킬러콘텐츠 육성 | 문 | 4.7 | 6 |
| 3-12. 한국형 디지털 테마파크 조성 | 미,문 | 4.3 | 11 |
| 3-13. 작은영화관 등 지역의 영화향유권 제고 | 문 | 4.3 | 11 |

4. 건강한 콘텐츠 생태계 조성

| | | | |
|-----------------------|-----|-----|----|
| 4-6. 대중소기업 컨소시엄 구성 지원 | 미 | 4.3 | 11 |
| 4-8. 건강한 콘텐츠 이용문화 형성 | 문,미 | 5 | 1 |

5. 거버넌스 체계 구축

| | | | |
|----------------------------------|-----|-----|----|
| 5-1. 콘텐츠산업진흥위원회 운영 | 문,미 | 4.7 | 6 |
| 5-2. C-P-N-D 연계협력 지원체계 마련 | 미,문 | 3.3 | 18 |
| 5-3. ICT특별법, 대중문화예술산업법 등 법·제도 정비 | 미,문 | 3.6 | 16 |

· 문 : 문화체육관광부, 미 : 미래창조과학부, 중 : 중소기업청

2. 제주문화의 유망 콘텐츠산업화 선정 내용과 방안

1) 콘텐츠산업화 선정 대상

- 이 연구에서는 제주의 문화원형을 새롭게 분류하여 정의하지 않고, 기존의 연구물(『제주문화상징』, 2008)을 활용하여 콘텐츠산업화 방안을 제안함.

〈표 4〉 제주문화상징물 99선의 콘텐츠 분류

| 구분 | 제주문화상징물 99선 대상 | |
|-------|------------------|---|
| 유형문화 | 지리 및 역사적 (배경) | 한라산, 오름, 용암동굴, 돌담, 꽃지왁, 마라도, 바람, 성산일출봉, 내창, 용두암, 용천수와 봉천수, 아흔아홉굴, 영주십경, 사림발자국화석, 산방산, 무덤과 산담, 해안일주도로, 삼성혈, 제주고산리신석기유적, 제주목관아, 관덕정, 향파두리향몽유적지, 환해장성, 원당사지오층석탑, 봉수와 연대, 오현단, 제주도식고인돌, 호적중초, 제주삼양동선사유적, 잣성, 진지동굴, 법화사지, 읍성과 진성, 개밭[浦口] |
| | 동식물 (의인화 캐릭터) | 제주마, 제주한라왕벚나무, 검은도새기, 문주란, 검은쇠[黑牛], 노루, 폭낭(팽나무), 굴, 정낭(정주목), |
| | 인물 (캐릭터) | 해녀, 권당과 삼춘, 테우리, 심방 |
| | 소재 (음식, 생활) | 오메기술·고소리술, 돛통시, 테우, 갈옷, 허벅, 말총공예, 빙떡, 자리화, 물방애, 애기구덕, 뭍국, 원(垣), 제주초가, 정동벌립, 소금빌레, 남방애, 고광분리, 번쇄와 멤쇄, 방사탑, 돌하르방, 동자석, 동·서자복, 당, 포제 |
| 스토리기반 | 역사적 스토리 | 모듬벌초, 수놓음, 제주4·3사건, 유배의 땅, 하멜의 표도, 김만덕, 출륙금지, 고득중, 탐라, 제주민요, 영감놀이, 제주어, 탐라순력도, 추사와 세한도 |
| | 추상적 스토리 | 신구간, 내왓당무신도, 설문대할망, 자청비, 본풀이, 한라산신, 삼승할망, 넋들임, 이어도, 입춘굿, 제주굿, 제주칠머리당 영등굿, 걸궁 |

Ⅳ. 제주문화의 콘텐츠산업화 방안

1. 제도적 지원 방안

- 제주지역의 콘텐츠 관련 클라우드펀딩 등 소규모 펀딩을 통한 콘텐츠의 창작 재원을 마련하여 콘텐츠 관련 기업 및 잠재적 창업자들을 위한 안정적인 기반 조성이 필요함.
- 제주지역의 문화행복지수를 개발하고 이와 연동된 문화재정의 척도를 제시할 수 있는 제도적 지원이 있어야 함. 정기적인 문화 관련 센서스를 실시함으로써 제주도민들은 문화를 통한 소통과 문화의 가치를 인식하게 되고, 연관 산업의 고부가가치 창출에도 기여하게 됨.

2. 인프라 구축 방안

- 제주지역에 콘텐츠코리아랩(전국 23개소 중)을 우선적으로 설립 방안이 필요함.
- 여행자를 위한 맞춤형 문화탐방 콘텐츠 빅데이터 처리 시스템 도입 추진이 필요함.
- 문화콘텐츠 관련 사회적기업 육성, 공공부문이 제주지역콘텐츠 매입 제도를 시행함으로써 문화사회적기업과 함께 창의적 문화활동의 주체인 잠재적 문화창업자를 양성해야 함.
- 아시아 CGI창조센터 구축이 예정됨. 한·중·일 영화CG, 드라마CG, CGI애니메이션 제작사 등이 CG영상콘텐츠의 기획, 제작 등을 협업할 수 있는 지원시설을 구축함.

3. 소프트웨어와 네트워크 구축 방안

- 제주가 중국 관광객이 가장 선호하는 관광지로 부각된 점을 이를 십분 활용하여 한중 콘텐츠 공동제작보다는 제작 시사회 개최, 공동 제작을 위한 CG센터 구축 및 한중 콘텐츠아카이브센터, 포럼의 제주 유치 등을 통한 정책 개발로 접근하는 것이 중요함.
- 콘텐츠산업화 과정에서 지식재산권에 대한 분쟁이 심화될 것으로 예상됨에 따라 제주지식재산센터, 제주테크노파크 및 지역 대학을 중심으로 지식재산권 교육을 통한 활성화 방안이 있음.
- 제주지역은 애니메이션, 캐릭터와 증강현실을 기반으로 하는 콘텐츠 시장을 특화를 통해 소프트웨어 구축이 가능함.

4. 제주지역 대학과 산업체 인력양성 방안

- 1인 창조기업 지원센터는 제주테크노파크의 제주벤처마루에 시설되어 운영 중임. 관련시설을 활성화하는 방향과 제주도내 창업보육센터를 중심으로 신설하는 방안이 있음. 또한 콘텐츠 관련 협동조합 설립에 대해서는 그 모델 방안에 대한 정책적 연구와 추진이 중요함.

- 아시아 CGI창조센터 내에 글로벌 CGI 전문인력 양성 및 기업 지원 사업에 20억원 투입할 예정이므로 이를 통하여 콘텐츠 교육인프라 구축 및 인력양성, 창업보육, 한중일 연계 프로젝트 추진 등 CGI 전문인력 양성을 추진함.

5. 제주문화상징 99선 활용 방안

- 제주문화상징을 활용하여 기념품 산업에 기여하고, 1차산업 제품에 응용 가능한 디자인과 접목하여 산업적 효과를 증대할 수 있음.
- 제주지역은 영상기반이 우수한 경관과 고난의 역사를 갖고 있어 다양한 스토리텔링이 가능함.

목 차

| | |
|--|----|
| I. 개 요 | 1 |
| 1. 연구 목적과 필요성 | 1 |
| 2. 연구 범위와 내용 | 2 |
| 3. 연구 방법 | 3 |
| 4. 용어 정의 | 5 |
| II. 제주문화의 콘텐츠산업 현황 | 11 |
| 1. 국내외의 콘텐츠산업 동향 | 11 |
| 2. 제주문화의 콘텐츠산업 현황 | 21 |
| 3. 제주문화의 콘텐츠산업 유형 | 36 |
| 4. 제주산업에서 문화콘텐츠산업의 위치 | 46 |
| III. 제주문화의 콘텐츠산업 유망 분야 선정 | 48 |
| 1. 제주지역의 콘텐츠산업 유망 분야 선정 기준 | 48 |
| 2. 제주문화의 유망 콘텐츠산업화 선정 내용과 방안 | 59 |
| IV. 제주문화의 콘텐츠산업화 방안 | 75 |
| 1. 제도적 지원 방안 | 75 |
| 2. 인프라 구축 방안 | 77 |
| 3. 소프트웨어와 네트워크 구축 방안 | 80 |
| 4. 제주지역 대학과 산업체 인력양성 방안 | 83 |
| 5. 제주문화상징 99선 활용 방안 | 85 |

| | |
|------------|----|
| 참고문헌 | 87 |
|------------|----|

| | |
|----------------|----|
| ABSTRACT | 88 |
|----------------|----|

부록

| | |
|-------------------------------------|----|
| 1. 콘텐츠산업 진흥계획 대상 전문가 의견 수렴 결과 | 89 |
| 2. 콘텐츠산업 진흥계획 | 91 |
| 3. 제주지역의 콘텐츠산업 기업체 목록 | 93 |

표 목차

| | |
|---|----|
| 〈표 1〉 연구계획수립 절차 | 4 |
| 〈표 2〉 제주지역 ICT기업 총괄지표 | 22 |
| 〈표 3〉 2013년도 제주지역사업평가원 콘텐츠 관련 추진사업 현황 | 25 |
| 〈표 4〉 2013년 제주테크노파크 콘텐츠 관련 추진사업 | 27 |
| 〈표 5〉 제주영상위원회 영상미디어센터 주요 교육추진내용 | 29 |
| 〈표 6〉 제주테크노파크 영상편집실 장비내역 | 33 |
| 〈표 7〉 제주테크노파크 HD제작실 장비내역 | 33 |
| 〈표 8〉 제주테크노파크 음향편집실 장비내역 | 34 |
| 〈표 9〉 제주테크노파크 부조정실 및 스튜디오 장비내역 | 35 |
| 〈표 10〉 2011년 제주지역 총생산과 문화콘텐츠산업의 비교 | 47 |
| 〈표 11〉 전문가 선정 유망 콘텐츠산업 육성 정책 | 50 |
| 〈표 12〉 문화융합형 ‘콘텐츠코리아 랩’ 구성 | 53 |
| 〈표 13〉 제주문화상징물 99선 목록 | 60 |
| 〈표 14〉 제주문화상징물 99선의 콘텐츠 분류 | 61 |
| 〈표 15〉 내왓당무신도 콘텐츠기반 기념품 제작 사례 | 74 |

그림 목차

| | |
|--|----|
| [그림 1] 세계 콘텐츠산업 시장 규모 | 11 |
| [그림 2] PCC(Personal Cloud Computing) 서비스 | 17 |
| [그림 3] 제주지역 문화콘텐츠산업 유형 | 23 |
| [그림 4] 아트피큐의 아이엠몽니 애니메이션 | 36 |
| [그림 5] 아트피큐 문화콘텐츠사업 포트폴리오 | 37 |
| [그림 6] 아트피큐 몽니캐릭터 라이선싱 계약 국가 | 38 |
| [그림 7] 넥스트이지의 퀘네깃또 캐릭터 | 39 |
| [그림 8] 나우엔터의 대표브랜드 비엔토 | 39 |
| [그림 9] 시와월드의 제돌이 캐릭터 | 40 |
| [그림 10] 제주어 이야기 | 42 |
| [그림 11] 곱을락 앱 | 43 |
| [그림 12] 대진애니메이션 작품소개 | 46 |

I. 개 요

1. 연구 목적과 필요성

- 우리나라에서는 1990년대부터 문화산업과 문화콘텐츠가 신조어로 등장했고, 2000년대 들어와서는 ‘스토리텔링’이 대중성을 띠게 되었음.
- 문화산업, 문화콘텐츠, 스토리텔링은 문화를 근간으로 하므로 경제적 효용 가치를 창출할 수 있는 제주문화의 콘텐츠산업 육성 정책이 필요하다고 봄. 즉 문화적 가치를 재화적 가치로 전환하는 주요소로 콘텐츠산업이 부각되고 있음.
- 일반적으로 문화콘텐츠는 문화와 기술의 결합이라 할 수 있으므로, 이는 창의성에 기반을 두고 경제적 가치를 창출하는 지적 재산에 해당됨. 따라서 문화를 자원으로 인식하고, 이 문화자원이 경제적 재화를 창출하는 것을 문화산업 또는 콘텐츠산업이라 할 수 있음.
- IT산업이 발전하면서 문화자원을 접목할 수 있는 콘텐츠 분야가 부각되기 시작하여 국가차원에서는 한국의 문화를 소재로 한 예술장르(영화, 음악, 드라마, 애니메이션, 게임 등)의 산업화가 부흥하고 있음.
- 반면 제주지역은 전통문화자원은 풍부한 편이나 이를 산업화할 수 있는 환경 조성이 미흡한 편이라고 판단됨.
- 콘텐츠산업은 제주지역의 제조업, 관광산업, 첨단산업(IT, BT), 서비스업 등 연관 산업의 동반성장을 유도하는 고부가가치산업임에 틀림없음. 따라서 제주의 문화를 자원으로 하는 문화원형을 산업화 할 수 있는 콘텐츠 개발 방향과 산업화 방안을 제시하고자 함.

- 이 연구에서는 제주의 문화자원 중 콘텐츠화 할 수 있는 대상을 찾아보고, 콘텐츠산업 유망 분야를 선정하여 향후 제주지역의 콘텐츠산업 육성 방안을 제안하고자 함.

2. 연구 범위와 내용

- 이 연구의 범위를 설정하기 위하여 먼저 문화콘텐츠 영역을 살펴보면 다음과 같음. 이 분류는 관련 기관에 따라 조금씩 차이가 있음.
 - 문화체육관광부에서는 애니메이션, 캐릭터, 게임, 음악, 영화, 영상, 방송, 디지털, 콘텐츠, 광고 등 10개 분야로 구분하였음.
 - 「문화산업진흥기본법」에는 출판, 음반, 미술품 및 전통공예품, 공연, 영화 및 비디오, 방송, 광고, 게임 및 멀티미디어 콘텐츠, 문화재 관련 산업, 캐릭터 등 10개 분야로 구분되어 있음.
 - 유네스코에서는 인쇄 자료 및 문헌, 음악, 시각예술, 공연예술, 영화, 텔레비전, 문화유산, 사회문화활동, 체육활동, 자연문화의 일반 운영 등 11개 분야로 구분하고 있음.
 - 캐나다와 호주는 박물관, 도서관, 문화행정, 예술행정 등을 문화콘텐츠 영역에 포함하였음.
- 콘텐츠 영역 중에 제주지역의 콘텐츠산업화 가능성이 있는 분야로는 영화, 애니메이션, 만화, 공연 등이 있으나, 제주지역에는 이를 그대로 적용할 수 없는 여건이므로 이 연구에서는 문화자원을 디지털 콘텐츠산업화에 중점을 두고자 함.
- 문화자원을 콘텐츠로 가공하거나 변형하는 과정을 콘텐츠화라고 함. 문화콘텐츠는 창조성과 상업성을 띠며, 주로 디지털에 근거한 콘텐츠를 가리키므로 ‘문자, 영상, 소리 등의 정보를 제작하고 가공하여 소비자에게 전달하는 정보상품’ 이라 할 수 있음.

I. 개요

- 현재 문화콘텐츠는 문화에서 문화자원으로, 이것이 문화콘텐츠로 의미가 전이되었음. 결국 콘텐츠는 모든 내용물을 가리키는데, 우리나라에서는 문화 관련 대상을 문화콘텐츠라 보고 있음.
- 이 용어가 대중성을 띠면서 유형·무형의 자원이 콘텐츠가 될 수 있으므로, 국가나 지방자치단체에서는 이를 재화화하기 위하여 기술을 적용하여 산업화 정책을 시도하고 있음.
- 제주문화의 콘텐츠산업화 방안 모색을 위하여 국내외 콘텐츠산업 동향과 현황을 분석함. 또한 제주문화가 콘텐츠산업에서 차지하는 위치를 확인하고 이 산업이 경제적 재화가 될 수 있는 창조경제의 핵심임을 다루고자 함.
- 문화콘텐츠는 문화산업에 쓰이는 ‘내용물’을 가리키는데 ‘그 내용물’을 토대로 하여 산업화하는 것을 가리킴. 여기에는 디지털에 기반한 온라인과 그렇지 않은 오프라인 콘텐츠로 구분할 수 있음.
 - 온라인 콘텐츠는 디지털 문화콘텐츠로 음성, 이미지, 텍스트 등이 해당됨. 디지털콘텐츠는 문화원형화 작업과 문화산업화 작업이 병행됨.
 - 오프라인 콘텐츠의 대표적인 문화상품에는 축제개발과 공예상품 개발이 있음.
- 이 연구에서는 제주의 문화자원 중 콘텐츠화할 수 있는 영역을 별도로 선정하지 않고, 기존의 연구물인 『제주문화상징』(제주특별자치도, 2008)을 참조하였음. 문화예술 분야의 콘텐츠화는 논의하지 않았음.

3. 연구 방법

1) 문헌조사

- 문화산업과 문화콘텐츠 관련 문헌 고찰

2) 전문가 의견 수렴

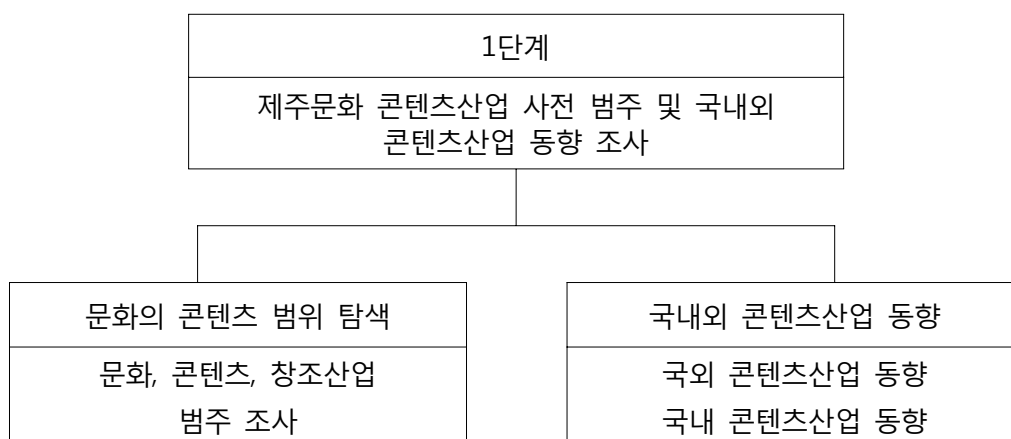
- 2013년 7월 미래창조과학부와 문화체육관광부에서는 ‘콘텐츠산업 진흥 계획’을 발표하였음. 이는 콘텐츠 업계 대표와 민간 전문가가 함께 참여하는 간담회와 정책포럼을 통해 개선과제를 발굴하여 진흥계획에 반영한 것임
- 제주의 콘텐츠산업은 우수한 인력육성과 함께 중앙정부 및 지자체의 정책과 연동하여 추진하는 방향에서 중앙에서 도출된 과제를 지역 내 전문가와의 토론을 통해 제주지역에 적합한 정책으로 특화하여 도출함.
- 전체 5개 영역, 44개 과제 중 중앙정부 차원에서 추진해야 할 과제 외에 제주에서 추진하거나 도입해야 할 아이디어를 전문가 토론을 통해 순위별로 5개 영역 24개 사업을 선정하여 추진 정책을 제시함.

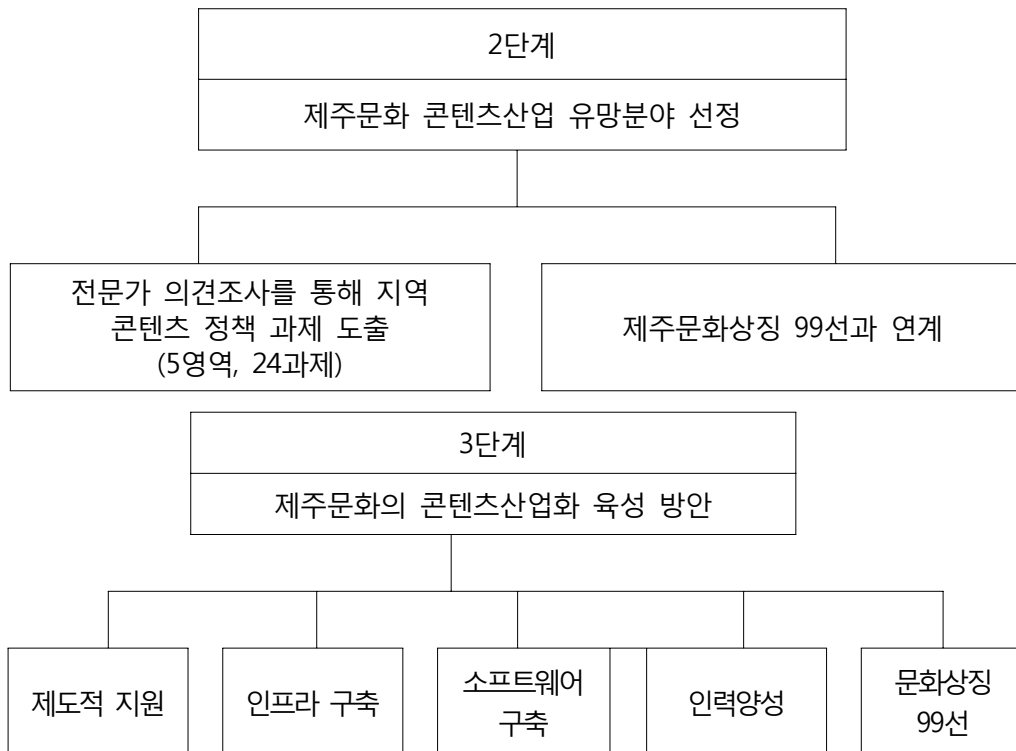
3) 제주문화상징 활용

- 제주문화 중 콘텐츠산업으로 활용 가능한 대상을 별도로 선정하지 않고 기존의 자료를 활용함.
- 제주문화상징 99선과 콘텐츠정책 후보 간 협력 방안을 도출함.

4) 연구 계획 수립 절차

〈표 1〉 연구계획수립 절차





4. 용어 정의

- 이 연구와 관련이 있는 ‘문화산업, 콘텐츠산업, 문화창조산업, 저작권산업, 창조산업’ 등을 정의하면 다음과 같음.

1) 문화산업(Cultural Industries)

- UNESCO(유네스코 한국위원회 사이트 참조)에서는 문화산업을 “유형 또는 무형의 예술적·창조적인 결과물을 생산하는 산업으로써 문화 자산을 활용하고 지식기반의 재화와 서비스의 생산을 통해 부를 창출하고 소득을 형성하는 잠재성을 지닌 산업”으로 정의함.
- UNESCO에서 말하는 문화산업이란 “개인의 창의성에 기초하여 생산보급되는 문화와 예술 분야의 상품 및 서비스 전반을 포괄하는 광범위한 개념으로서 일반적으로 디자인, 공예, 출판, 음악, 영화 및 TV 프로덕션” 등을 포함함.

- 「문화산업진흥기본법」(법률 제11845호)에 의하면 문화산업이란 “문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말하며, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 포함.” 한다고 정의하고 있음.
 - 영화·비디오물과 관련된 산업
 - 음악·게임과 관련된 산업
 - 출판·인쇄·정기간행물과 관련된 산업
 - 방송영상물과 관련된 산업
 - 문화재와 관련된 산업
 - 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일문화콘텐츠·디자인(산업디자인은 제외한다)·광고·공연·미술품·공예품과 관련된 산업
 - 디지털문화콘텐츠, 사용자제작문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업
 - 전통적인 소재와 기법을 활용하여 상품의 생산과 유통이 이루어지는 산업으로서 의상, 조형물, 장식용품, 소품 및 생활용품 등과 관련된 산업
 - 문화상품을 대상으로 하는 전시회·박람회·견본시장 및 축제 등과 관련된 산업. 다만, 「전시산업발전법」 제2조 제2호의 전시회·박람회·견본시장과 관련된 산업은 제외함.

- 한국콘텐츠진흥원에서는 문화산업통계조사를 위해 다음과 같이 문화산업을 정의하고 분류하였음.
 - 문화산업이란 “문화상품을 생산, 유통, 소비하는데 관련된 산업” 으로 정의함.
 - 문화산업의 범위는 ‘출판, 만화, 음악, 게임, 영화 및 비디오, 애니메이션, 광고, 방송, 캐릭터, 에듀테인먼트’ 등 10개로 분류함.

- 「문화예술진흥법」(법률 제11901호)에서는 문화산업이란 “문화예술의 창작물 또는 문화예술 용품을 산업 수단에 의하여 기획·제작·공연·전시·판매하는 것을 업으로 하는 것” 이라 정의함.

I. 개요

- 동 법에 의하면 문화예술로는 “문학, 미술(응용미술을 포함한다), 음악, 무용, 연극, 영화, 연예(演藝), 국악, 사진, 건축, 어문(語文), 출판 및 만화”를 포함하고 있음.

2) 콘텐츠산업(Content Industries)

- OECD에서는 콘텐츠산업을 “인간을 위해 조직화된 메시지로써 미디어와 결합하여 공중에게 전달되는 상품”으로 정의함.
- 「문화산업진흥기본법」에서는 콘텐츠를 “부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보”로 정의함.
- 「콘텐츠산업진흥법」(법률 제11690호)에서는 콘텐츠산업을 “경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 포함한다)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업”으로 정의함.
- 문화체육관광부에서는 콘텐츠산업 통계조사 시 콘텐츠산업 분야를 ‘출판, 만화, 음악(공연 포함), 게임, 영화, 애니메이션, 광고, 방송, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션’ 등 11개로 분류함.
- 강현구 외(2005 : 12)에 의하면 문화콘텐츠란 협의로는 “미디어 혹은 플랫폼에 담기는 문화적·예술적 내용물”로 정의하고 있음. 또한 광의로는 “문화기호들의 연쇄적 조합이 창출한 결과물이면서 커뮤니케이션의 다양한 채널을 통해 상업화할 수 있는 재화”로 정의함.

3) 문화창조산업(Cultural & Creative industries)

- UNESCO에서도 문화산업은 “문화적 속성을 지닌 무형의 창조적인 콘텐츠를 창조, 생산, 상업화로 결합된 산업”으로 정의하면서, 재화와 서비스

스 형태인 콘텐츠는 전형적으로 저작권에 의해 보호받는다고 기술. 반면 창조산업은 문화산업을 포함할 뿐만 아니라 모든 문화적, 예술적 생산 활동으로 영역을 더 넓혀 포괄하는 산업으로 정의함.(한국콘텐츠진흥원, 2013 : 4).

4) 저작권산업(Copyright industries)

- 저작권산업은 한국문화관광정책연구원(2003, 12 : 41)을 참조하여 정리하였음.
- 세계지적재산권기구인 WIPO(World Intellectual Property Organization)에 의하면 저작권이란 “문학작품, 음악, 과학 또는 예술작품을 만드는 순간 그 제작자에게 부여되는 권리”로 정의하였음.
- 저작권산업을 정의하는 두 가지 요소를 보면 첫째, 연구대상이 되는 범위를 결정함. 둘째, 그 산업들을 그들의 저작권에 기반을 둔 정도에 따라 카테고리로 배열하는 것을 들고 있음.
- WIPO에서는 저작권을 ‘핵심(Core), 상호의존(Interdependent), 부분(Partial), 비관련 지원(non-dedicated support)’ 등 4가지 범주로 분류하고 있으며, 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같음.
- 핵심(core)산업은 ‘출판 및 문학, 음악, 극장생산, 오페라, 영화 및 비디오, 라디오 및 TV방송, 사진, 소프트웨어와 데이터베이스, 시각예술 및 그래픽아트, 광고서비스, 저작권신탁관리업’ 등 9개 그룹으로 구분되어 있음.
- 상호의존(interdependent)산업에는 ‘CD/DVD플레이어, TV, 라디오, VCR, PC, 전자게임기, 음향기기, 복사기, 사진 및 촬영기, 기타 저장장치 등의 도소매업’ 등이 포함됨.

I. 개요

- 부분(partial)산업에는 ‘섬유, 귀금속, 가구, 장난감, 인형, 완구류, 신발, 박물관, 건축, 엔지니어링, 실내장식, 기타 공예품’ 등이 포함됨.
- 비관련 지원(non-dedicated support)산업에는 ‘일반적인 도소매업, 운송업, 전화 및 인터넷’ 등이 포함됨.

5) 창조산업(creative industries)

- UNCTAD(국제연합무역개발협의회)에 의하면 창조산업이란 “창의성과 지적자본을 주요 투입물로 사용하여 재화와 서비스를 창조, 생산, 분배하는 과정”으로 정의함.
- 이 기구에서는 창조산업을 크게 ‘유산부문, 예술부문, 미디어부문, 기능적 창조물부문’으로 구분하였음. 이를 세부적으로 구분하면 ‘전통문화 표현, 문화유적지, 시각예술, 공연예술, 출판 및 인쇄, 시청각, 디자인, 뉴미디어, 창조서비스’ 등이 있음.

6) 제주문화

- 문화에 대한 정의는 연구 분야와 학자에 따라 조금씩 차이가 있으나 대체적으로 “자연 상태에서 벗어나 일정한 목적 또는 생활 이상을 실현하기 위하여 사회 구성원에 의하여 습득, 공유, 전달되는 행동양식이나 생활양식의 과정 및 그 과정에서 이룩하여 낸 물질적·정신적 소득을 통틀어 이르는 말로 의식주를 비롯하여 언어, 풍습, 종교, 학문, 예술, 제도 따위를 모두 포함” (문순덕·고희송, 2010 : 3)하는 것이라 할 수 있음.
- 문화의 보편적 정의를 참고하면 제주문화란 “제주사회의 여러 요소가 반영되어 제주인이 창조한 모든 것”이라 할 수 있음.

7) 문화원형

- 문화원형(文化原型)의 사전적 의미는 ‘문화의 원래 존재 형태’라는 뜻으로 쓰임. 문화원형을 소재로 하여 콘텐츠화하려면 애니메이션, 만화, 음악, 공연, 게임, 영화, 방송 등 여러 콘텐츠 영역에 기술을 접목하고 창조성을 가미하여 개발이 가능함. 따라서 문화와 기술이 융합하여 디지털콘텐츠산업으로 발전한다고 봄.
- 제주문화원형이란 제주문화가 오랫동안 전승되면서 축적된 전통적인 요소라 할 수 있음.
 - 여기에는 제주의 역사, 설화(신화, 전설, 민담), 사건, 민속, 인물 등이 해당됨. 이러한 원형 중에 가공할 수 있는 대상을 콘텐츠라 할 수 있고, 이 콘텐츠는 상품 개발로 이어지는 산업화가 가능함.
 - 따라서 산업화가 가능한 콘텐츠를 발굴하기 위하여 문화원형을 축적해 두어야 하고, 문화원형을 콘텐츠로 개발하려면 콘텐츠산업이 육성되어야 함.

II. 제주문화의 콘텐츠산업 현황

1. 국내외의 콘텐츠산업 동향

1) 국외 콘텐츠산업 동향

- 국외콘텐츠 시장은 2011년 글로벌 경제위기에도 불구하고 4.9% 성장하였고 향후 시장도 성장이 예상됨. 2012년 세계 콘텐츠 시장 규모는 전년 대비 5.4% 증가해 1조 6,909억 달러로 추정됨(한국문화콘텐츠진흥원, 2013 : 61).

(단위: 십억 달러)

| 구분 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012p | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | '12~'16 CAGR(%) |
|-----------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------------|
| 영화 | 82.3 | 82.0 | 83.4 | 84.9 | 85.4 | 87.9 | 90.7 | 93.7 | 96.7 | 99.7 | 3.1 |
| 애니메이션 | 12.0 | 12.5 | 12.7 | 14.1 | 13.8 | 14.8 | 15.2 | 16.0 | 16.8 | 17.0 | 4.2 |
| 방송 | 383.6 | 397.5 | 393.1 | 425.0 | 446.3 | 474.1 | 497.9 | 535.5 | 560.5 | 602.2 | 6.3 |
| 게임 | 44.7 | 54.3 | 55.5 | 57.8 | 59.0 | 62.7 | 66.6 | 71.6 | 77.3 | 83.4 | 7.2 |
| 음악 | 56.8 | 54.2 | 53.2 | 49.3 | 49.9 | 51.1 | 52.8 | 54.8 | 57.1 | 59.7 | 3.7 |
| 출판 | 397.3 | 388.5 | 357.9 | 358.5 | 355.3 | 356.1 | 358.9 | 363.5 | 369.8 | 377.1 | 1.2 |
| 만화 | 6.3 | 6.5 | 6.3 | 6.1 | 6.1 | 6.2 | 6.3 | 6.4 | 6.5 | 6.4 | 0.9 |
| 광고 | 495.4 | 491.1 | 438.3 | 468.7 | 485.7 | 512.9 | 539.0 | 581.0 | 611.7 | 660.9 | 6.4 |
| 지식 정보 | 419.4 | 441.2 | 442.1 | 465.8 | 508.1 | 545.5 | 586.6 | 627.0 | 672.2 | 719.7 | 7.2 |
| 캐릭터 | 159.5 | 167.9 | 149.8 | 50.6 | 152.9 | 157.6 | 163.0 | 169.5 | 176.7 | 184.2 | 3.8 |
| 전체 | 1,461.6 | 1,501.3 | 1,464.5 | 1,530.2 | 1,604.6 | 1,690.9 | 1,781.6 | 1,889.9 | 1,994.2 | 2,120.1 | 5.7 |

* 영화, 방송, 게임, 출판, 지식정보콘텐츠시장 규모에는 각 분야별 광고시장 통계치가 합산되어 있으며 이 금액은 광고분야에도 포함되어 있음. 따라서 전체 합계에는 중복되는 부분을 제외한 금액만 반영함

**애니메이션과 만화의 시장규모는 각각 영화, 방송, 출판시장 규모에도 포함되어 있음. 따라서 전체 합계에는 중복되는 부분을 제외한 금액만 반영함

*** 캐릭터시장의 경우 엔터테인먼트, 패션, 스포츠, 대학 등의 프로퍼티와 로고 등을 라이선싱한 상품의 소비 시장규모는 전체 콘텐츠시장 규모에는 포함되지 않음

출처 : PWC(2012), MPAA, FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

[그림 1] 세계 콘텐츠산업 시장 규모

- 2012년 세계 영화시장 규모는 879억 달러로 3D 영화 흥행 부진 때문에 낮은 성장세를 기록하였음. 박스오피스가 가장 큰 시장을 형성하고 있으며 홈비디오 부문에서는 지속적으로 감소하고 있음. OTT(Over The Top)/스트리밍시장은 급격히 증가하는 추세임.

- 2012년 애니메이션시장 규모는 148억 달러로 전년 대비 시장성장률은 7.1%를 기록했으며, 향후 5년간 애니메이션시장은 지속적으로 상승할 것으로 보임. 박스오피스 애니메이션 영화 시장이 가장 크며 홈비디오는 지속적으로 하락하는 추세임. 방송용 애니메이션 시장도 성장하고 있음. 특히 디지털 배급은 최근 4년 동안 시장 규모가 2배 이상 증가하여 가장 빠른 성장세를 기록하고 있으므로 향후 높은 성장이 예상됨.
- 2012년 세계 음악시장 규모는 511억 달러로 수년간 감소하다가 2011년에 이어 증가세를 유지하고 있음. 오프라인 음반시장의 급격한 하락과 2012년부터는 디지털음악 시장 규모가 오프라인 음반시장 규모의 60% 이상 비중으로 성장하고 있음. 공연 수익시장 역시 꾸준한 성장이 예상됨. 공연 수익시장이 전체 시장의 50% 이상을 차지하고 있으며 오프라인 음반시장이 침체하고 디지털 음악 분야가 성장하는 추세임.
- 2012년 세계 게임시장 규모는 627억 달러로 콘솔게임 시장과 PC게임시장이 부진한 반면, 온라인게임과 모바일게임 성장을 바탕으로 향후 성장이 예상됨. 콘솔/핸드헬드가 가장 큰 시장을 형성하고 있으며, 온라인 게임이 두 번째 시장임. PC게임은 최근 몇 년간 시장 규모가 꾸준히 감소하고 있음. 세 번째로 큰 시장인 모바일게임은 소비자 지출 분야 중 온라인과 더불어 높은 성장이 기대됨.
- 2012년 세계 캐릭터/라이선스 시장 규모는 1,576억 달러로 성장 추세임. 캐릭터 산업의 성장 속도는 매우 완만한 편임.
- 2012년 만화시장 규모는 62억 달러로 완만한 성장을 보임. 이는 전체 만화시장의 90% 이상을 차지하고 있는 인쇄만화 시장이 하락세를 보인데다가 최근에 급격한 성장을 보인 디지털만화 시장의 전자책 단가가 낮아 성장률에 비해 매출증가분이 크지 않았던 것으로 분석할 수 있음.
- 2012년 만화시장 규모는 62억 달러로 완만한 성장을 보임. 이는 전체 만화시장의 90% 이상을 차지하고 있는 인쇄만화 시장이 하락세를 보인데에 원인이 있다고 봄.

II. 제주문화의 콘텐츠산업 현황

- 2012년 세계 출판시장 규모는 3,561억 달러임. 신문 분야가 가장 큰 시장을 형성하고 있으며 도서 분야가 그 뒤를 따르고 있음. 잡지시장은 2008년부터 시장 규모가 지속적으로 감소하고 있음. 도서 부문은 저가의 디지털도서 부문이 인쇄도서 매출을 잠식하며 도서가 증가했음에도 불구하고 전체 시장규모는 감소하였음.
- 2012년 세계 방송시장 규모는 4,752억 달러로 2009년 글로벌 경제위기로 광고시장이 급격히 냉각되면서 하락하다가 2010년에는 회복세로 돌아섰음. TV부문 시장 규모가 방송시장의 90%대를 점유하고 하고 있으며 라디오가 나머지 시장을 점유하고 있음.
- 2012년 세계 광고시장은 5,129억 달러를 기록하였음. 이 분야 중에 TV 부문의 시장 규모가 가장 크고, 신문과 인터넷이 그 뒤를 따르고 있음. 인터넷은 광고 매체로 중요성이 부각되고 있으며, 향후 전망에서도 광고 분야 중 독보적인 성장이 기대됨. 특히, 게임광고 시장은 규모는 작지만 향후 인터넷 다음으로 빠른 성장이 기대되는 분야임.
- 지식정보 콘텐츠산업은 비즈니스 정보, 디렉토리, 산업잡지, 전문서적, 인터넷 접속 등의 시장으로 구성됨. 비즈니스 정보시장은 대체적으로 ‘금융 정보’, ‘마케팅 정보’, ‘산업 정보’ 등 3가지 분야로 나뉨. 비즈니스 정보시장은 주로 기업이나 정부기관 등에서 구입하는 고가의 비즈니스 정보를 가리킴. 이 정보들은 산업 데이터, 산업분석, 산업 전망 등의 내용을 담고 있으며 금융, IT, 에너지, 통신, 법률, 부동산 등 다양한 분야를 다루고 있음.

2) 국내 콘텐츠산업 동향

- 한류를 기반으로 한 국내 콘텐츠산업의 전망을 보면 글로벌 경쟁력이 강화되고 스마트폰의 보급 확대와 스마트 TV보급 등 콘텐츠의 고품질화를 위해 Contents-Platform-Network-Device 산업 간에 상생과 동반 성장하는 추세임.

- 2012년 싸이의 ‘강남스타일’의 폭발적인 인기를 정점으로 하여 한국의 대중문화는 세계적으로 경쟁할 수 있는 문화의 힘이 더욱더 부각되었음. 특히 ‘듣는 음악’에서 ‘보는 음악’으로 일대 전환하는 주체로 K-Pop과 한국드라마가 주도적으로 영향을 미치고 있음. 또한 한국의 음악과 드라마가 세계적으로 전파됨에 따라 영화, 애니메이션, 게임 등 다른 콘텐츠산업에도 한류의 잠재력이 확산되고 있음.
- 애니메이션 부문은 20년전 일본시장을 중심으로 한 단순 하도급 시장에 불과하였으나 지금은 창의성과 기획력을 갖춘 뽀로로와 같은 우수 작품이 창작되어 프랑스, 영국 등 유럽과 멕시코, 칠레 등 남미는 물론 인도, 중국, 대만 등 아시아권까지 전 세계 약 120여 개국으로 수출됨.
 - 슬랩스틱 코미디 애니메이션 ‘라바’(Larva)가 국제 에미상 애니메이션 부문 후보에 오르고 2013년 6월 아시아 최대 TV 축제인 상하이 TV페스티벌에서 애니메이션 부문 최우수상을 수상했음.
- 게임부문의 동향을 보면 국내 시장이 2012년 약 10조원을 돌파하고 세계 시장의 5~6%를 점유하고 있어서 앞으로도 지속적인 성장이 예상됨. 특히 모바일게임시장으로 여성과 30대 구매자가 유입되고 있음.
- 2개 이상의 채널을 소유한 복수방송채널사업자가 자체 콘텐츠 제작력을 확보하여 방송시장 영향력이 확대되고 있음. 또한 방송, 영화, 음악, 공연, 게임 등 다양한 미디어 콘텐츠와 플랫폼 서비스를 제공하는 종합 콘텐츠 기업이 성장하여 글로벌 경쟁력을 갖추고 있는 실정임.
 - SKT, KT, LG U+ 등 통신 3사의 미디어콘텐츠기업화가 가속화됨.
 - LG U+는 콘텐츠 마켓인 ‘U+스토어’를 중심으로 게임·전자책·VOD·라이프·FUN·음악 등 6개 카테고리로 구성하여 운영 중임.
 - SK플래닛의 ‘T스토어’는 2013년에 2,100만 명이 가입했음. 여기에 등록된 콘텐츠만 45만 건에 이르고 카페·외식·패션·뷰티·디지털가전·여가·생활 관련 5,000여 개의 실물 상품이 판매되고 있음.
 - KT의 앱 장터인 올레마켓도 모바일 앱·영화·음악 등의 콘텐츠와 오

II. 제주문화의 콘텐츠산업 현황

프라임 상품을 구매·이용할 수 있는 종합 마켓 서비스를 시행하고 있으며, 2010년 서비스를 시작한 이래 현재 850만 명이 이용하고 있음.

- 국내 3대 포털서비스기업인 NHN, 다음커뮤니케이션, SK커뮤니케이션즈는 구글과 페이스북, 트위터 등 해외업체와 경쟁하여 게임, 만화 웹툰 등 자체 제작 콘텐츠를 강화하면서 위기를 기회로 삼기 위한 경쟁에 주력하고 있음.

○ 스마트 디바이스 기반에서는 콘텐츠 품질이 높아지는 추세이고, 장르간 융합이 이루어지고 있음.

- 고해상도 화질과 다채널, 고품질 음질을 제공하는 차세대 방송기술인 UDTV용 콘텐츠로 영역이 확대되고 있음. SNS의 개방성과 함께 메시지의 폐쇄성이 융합되는 융합의 트렌드가 나타남.
- 카카오톡과 카카오톡스토리, 네이버 밴드 등 기존의 게임콘텐츠도 SNS와 결합하는 추세임. 애니팡, 쿠키런, 윈드러너, 달려라마블, 몬스터길들이기, 팔라독 등 카카오톡과 연계된 게임의 인기 몰이가 한창임.

○ 상생과 동반 성장을 위한 콘텐츠 제작지원이 확대되는 추세임.

- 기기-서비스-콘텐츠의 선순환 생태계 조성을 위해서 2011년에 시작한 차세대콘텐츠 ‘대중소기업 연계형 프로젝트’는 2013년 투자액이 1,000억 원을 넘길 것으로 예상되며 투자금액의 80% 이상을 대기업이 출자함.
- KT는 2012년 중소 CP나 PP 등을 지원할 수 있는 1,000억 원 규모의 펀드를 조성해 3년간 운영할 계획을 밝힘.
- 3D 디지털 융합, 융합 콘텐츠 등 새로운 콘텐츠 산업이 탄생되고 융합 콘텐츠 활성화를 위한 창의 인재 육성, 제작지원, 이중 산업간 융합정책 추진이 예상됨.

○ 멀티플랫폼의 성장과 경쟁이 심화됨.

- 지상파TV의 디지털 전환으로 유료 방송시장이 구조적으로 성장할 것으로 전망됨. 아날로그 방송 종료로 기존 케이블TV 아날로그 가입자

들의 유입을 두고, IPTV와 위성TV 등 유료 방송사업자들의 경쟁이 심화됨.

- 삼성전자-LG전자가 주도하는 일체형 스마트TV 시장에서 셋톱박스를 내세운 IPTV가 분리형 스마트TV의 새로운 플레이어로 떠오르고 있으며 LG U+, KT, SK브로드밴드(이하 SKB) 등 통신기업간 경쟁이 두드러짐.
- LTE 등 네트워크 인프라가 확대되면서 방송과 콘텐츠 업체들의 N스크린 서비스가 본격화됨. CJ헬로비전의 티빙(tiving), 지상파사업자가 연합한 폭(pooq)이 경쟁 관계에 놓임.

○ 인터넷상에서 쏟아지는 정보 가운데 이용자 개인이 필요로 하는 검증된 콘텐츠를 골라주는 서비스인 소셜 큐레이션(Social Curation)이 성장하는 추세임.

- 큐레이터가 전시를 기획하듯이 쇼핑몰의 전문 매니저가 직접 좋은 제품을 엄선해서 구매자에게 일정 기간 할인된 가격으로 제공하는 큐레이션 커머스가 본격적으로 진행됨.

○ 모바일 플랫폼 시장에서 NHN, 다음커뮤니케이션, SK커뮤니케이션즈 등 전통 포털들의 모바일 플랫폼 시장 진입이 가속화되고 있음.

- 카카오톡은 모바일 메신저 서비스에서 모바일 플랫폼으로 발전시켜 광고, 전자상거래, 게임, 콘텐츠 유통 플랫폼을 건설하게 구축하고 있음.

○ 한류의 위상 강화에 따라 외국인 관광객 수요가 2012년 11월에 1천만을 돌파하는 성과를 달성하였음.

○ 스마트 스토리지(S.S.) & 퍼스널 아카이브(P.A.)로 진화됨.

- 클라우드(Cloud)와 빅데이터(Big Data) 추세로 대용량, 실시간성, 다양성의 특성을 갖는 데이터 관련 시장 성장이 예상됨. 스마트폰, 태블릿 PC의 판매 증대로 더욱더 빅데이터 시장 성장이 예상됨.
- 보건의료, 범죄·자연재해, 교통 등 생활 속 빅데이터 활용도가 증가함.
- 온라인 쇼핑몰의 선구자 아마존(Amazon)은 고객의 도서 구매 데이터를

분석해 특정 책을 구매한 사람이 추가로 구매할 것으로 예상되는 도서 추천 시스템을 개발함.

- 미디어 콘텐츠 유통기업인 넷플릭스(Netflix)는 이용자의 영화 대여 목록에 기초하여 새로운 영화를 추천해 주는 시네매치(Cinenatch) 시스템을 개발하였음.
- 구글 드라이브, 다음 클라우드, 드롭박스, 스카이 드라이브, 아이클라우드, N드라이브 등 PCC(Personal Cloud Computing) 서비스가 확산되고 있음.



[그림 2] PCC(Personal Cloud Computing) 서비스

- 지적재산권과 특허 침해 등 기업 간 갈등이 심화됨.
 - 삼성-애플 간의 특허권 분쟁과 같이 핵심특허를 보유한 기업이 산업 주도권 확보를 강화하고 있음. 특히 스마트폰 중심의 모바일 분야는 스마트폰 제조사, 운영체제와 애플리케이션 개발사, 비즈니스 모델 등과 관련 저작권, 특허 분쟁이 격화될 것으로 예상됨.
 - 국내에서 저작권의 침해가 심각한 사회문제가 되면서 정부의 지원제도와 정책이 최근 다양하게 제시되고 있는 상황임.
- 건강과 행복을 중시하는 힐링서비스가 확산되고 있음.
 - 현대인의 스트레스와 건강을 회복시켜줄 힐링서비스가 확산되고 아날로그적 감성을 지닌 힐링 뮤직, 힐링 음반이 성장하고 있음.
 - 게임분야에서도 선정성과 폭력성을 덜어낸 소위 착한 게임이 등장함. 또한 디지털에 친숙한 Young실버세대가 등장하고 있음. 2013년에는

지능형 감성로봇, 실버세대를 위한 기능성 게임, 영화제와 연극제 등 실버세대를 위한 다양한 콘텐츠가 더욱 많아질 것으로 전망됨.

- 7080세대, 397(30대, 90년대 학번, 70년대 출생)세대의 문화소비가 강세할 것으로 보임.

○ 스마트폰 확산으로 스마트커머스 시장이 본격화됨.

- 스마트폰 등의 스마트미디어가 소셜 네트워킹을 기반으로 쇼핑에서 유통 및 마케팅에 이르는 커머스 3.0시대가 도래함.
- T(Television)-커머스 시장이 도래하고 모바일 기반 콘텐츠 이용이 급증하고 있음. 특히 모바일 웹(모바일 전용 웹사이트를 의미)에 대한 이용이 증가함.

○ SNS와 결합한 B2C 시장으로 새로운 시장 영역이 창출됨.

- SNS와 게임이 결합되어 커뮤니티서비스와 게임을 동시에 즐길 수 있는 SNG(Social Network Game, 이하 SNG) 인기가 지속됨.
- 카카오톡의 애니팡, 캔디팡, 드래곤 플라이트를 넘어서는 게임의 성장이 예상됨.
- 소셜 북(Social Networked Book)과 모바일 도서유통 플랫폼이 본격화되고 있음.
- 콘텐츠 주유소 역할을 하는 개인 미디어와 소셜 커뮤니티 확산에 따라 라이프 캐싱(life cashing ; 일상을 기록하는 자가발전형 콘텐츠) 글쓰기가 확산되고 있음.
- 페이스북과 트위터 등 SNS와 오픈캐스트 콘텐츠를 활용한 출판 등 소셜 미디어 기반의 출판콘텐츠가 증가하고 있음.
- 카카오톡과 같은 모바일 메신저를 통한 도서 유통 플랫폼으로 카카오프라이드 서비스가 시작됨.

3) 정부의 콘텐츠산업 정책 동향

- 박근혜 정부는 국정목표의 3번째로 창의교육과 문화가 있는 삶을 구현하기 위하여 13번째 전략으로 ‘나를 찾는 문화, 모두가 누리는 문화 구현’

II. 제주문화의 콘텐츠산업 현황

을 제시하였음. 정부의 문화콘텐츠산업 정책을 살펴보면 다음과 같음.

- 문화재정 2% 달성 및 문화기본법 제정
- 예술인 창작 안전망 구축 및 지원 강화
- 문화향유 기회 확대와 문화격차 해소
- 문화유산 보존·활용 및 한국문화 진흥
- 스포츠 활성화로 건강한 삶 구현
- 관광산업 경쟁력 강화
- 생태휴식 공간 확대 등 행복한 생활문화공간 조성

○ 문화재정 2% 달성 및 문화기본법 제정은 다음과 같음.

- 문화재정 2.0%를 위해 일반회계 등 예산과 별도 세입이 있는 기금 재원 확충
- 국민행복, 사회통합, 갈등치유와 소통을 위한 문화의 역할과 가치에 대한 새로운 인식과 시대적 요청에 부응하여 국민의 문화기본권 보장과 문화 진흥을 위한 국가적 책무를 규정한 「문화기본법」 제정(2013년 제정안 발의)
- 국민 문화행복지수를 개발하고(2013), 정기적인 문화센서스 실시(2014~)

○ 예술인 창작안전망 구축 및 지원 강화는 다음과 같음.

- 문화예술 후원 활성화 기반 마련을 위해 미술품 감정평가제 도입 및 기업 미술품 구입시 손비인정 범위 확대
- 순수기초예술 및 독립·인디·다양성 장르 등 지원 강화를 위해 폐산업시설과 舊군사시설(서계동 등)의 문화관광 공간 재조성 지원
- 문화예술단체의 안정적 활동을 위한 비영리 문화법인 제도 도입
- 예술창작지원센터 조성 등 장애인 문화예술 창작활동 지원
- CT 5대 핵심기술 개발 및 문화콘텐츠 공정거래 환경 조성

○ 문화향유기회 확대와 문화격차 해소 정책은 다음과 같음.

- 주민센터, 문예회관 등을 리모델링, 복합문화 커뮤니티센터 조성(조성 후 3년간 인큐베이팅 단계에서는 모델 프로그램 개발 및 제도 정착 지원)

○ 문화유산 보존·활용 및 한국문화 진흥을 위한 내용은 다음과 같음.

- 무형문화유산 법률 제정 및 문화재 보호기금 확충(문화유산 디지털 DB 구축)
- 권역별 국립 수장고 건립 및 미륵사지유물전시관의 국립 승격 등
- 한국학, 한국어, 전통문화, 문화유산을 연계하여 정신문화 진작
- 남북한 동질성 회복과 협력기반 조성 및 문화다양성 증진
- 국제문화교류진흥 법률 제정 및 국제문화교류진흥원 설립
- 재외 한국문화원 확대, 뉴욕·파리 코리아센터 전환
- 세종학당 확대·전문성 강화 및 한국어 교육 총괄 조정기능 수행

○ 스포츠 활성화로 건강한 삶 구현 내용은 다음과 같음.

- 100세까지 건강하게, 생애주기별 스포츠 활동 지원시스템 구축
- 시·군·구(227개)에 문화법인형 공공스포츠클럽 설립
- 생애주기별 스포츠활동 지원 및 선수 출신 지도자의 일자리 창출
- 국가대표 경력자 지도자 자격 취득 요건 완화로 취업 지원
- 태릉선수촌 기능 유지, 국가대표훈련장 단계적 기능 분담
- 체육인 명예의 전당·호텔·컨벤션을 갖춘 올림픽 스포츠콤플렉스 조성
- 학교 스포츠강사에 대한 처우 개선

○ 관광산업 경쟁력 강화 정책은 다음과 같음.

- MICE, 의료, 한류, 크루즈, 역사·전통문화 체험, 레저·스포츠 등 고부가가치 6대 관광·레저산업 육성
- 관광을 통한 국민 행복, 관광복지 실현(한국형 체크바캉스 제도[프랑스 근로자 여행장려제도] 도입 추진)
- 관광 일자리 창출과 근로조건 개선
- 지역 관광업체, 문화계, 상공인, 지역주민, 지자체 등이 참여하는 지역 관광협의회(CVB: Convention & Visitor's Bureau) 설립을 지원하여 지역관광 활성화 추진
- 저가관광을 탈피하여 고품격 관광으로 근본적 체질 개선
- 소외계층 여행바우처 지원 및 무장애환경(barrier free) 인프라 확충
- 고부가가치 창출 관광객에 대한 고품격 출입국행정서비스 제공

II. 제주문화의 콘텐츠산업 현황

- 생태휴식 공간 확대 등 행복한 생활문화공간 조성을 위한 정책은 다음과 같음.
 - (생태휴식공간 확충) 국가도시공원, 동네쉼터, 도시농업 공간, 생활권 마을숲, 생태놀이터 등 도심 생태휴식공간 확충
 - (품격 있는 도시공간 조성) 높아진 국가 위상에 어울리는 아름답고 품격이 흐르는 도시·건축문화 형성 및 국토경관축 조성
 - (생활환경 개선) 작지만 국민의 일상 속 영향이 큰 불편사항 해소
- 정부의 콘텐츠산업 정책 이외에 해당 부처에서 향후 추진 계획을 수립하였음.
- 문화체육관광부·미래창조과학부에서는 2013년 7월 4일, 제12차 경제관계장관회의에서 ‘콘텐츠산업 진흥계획’을 합동으로 발표함.
- 이는 콘텐츠산업 진흥 기능 중 디지털콘텐츠 분야가 정부 조직 개편에 (2013년 3월) 따라 미래창조과학부로 이관되면서 원활한 업무 추진을 위해 부처 간 협업에 따른 계획임.
- 따라서 이 계획은 2017년까지 콘텐츠 분야에 펀드 9,000억 원을 추가로 조성하고, 콘텐츠코리아 랩 23개소를 설립하는 등 창의적 콘텐츠로 손에 잡히는 창조경제를 실현하는 데 중점을 두겠다는 내용임.

2. 제주문화의 콘텐츠산업 현황

1) 제주지역의 문화콘텐츠 산업체 현황

- 제주테크노파크의 『ICT산업통계조사』에 따르면 2011년 12월 기준 제주지역의 문화콘텐츠 분야 기업은 총 95개사로 나타남. 총 매출액은 2,813억 원이며 종사자수는 958명임.
 - 1인당 매출의 경우 문화콘텐츠 분야가 3.38억 원으로 문화응용서비스

의 0.56의 6배에 달해 분야별 편차가 매우 심함을 알 수 있음.

- 기업당 매출의 경우 문화콘텐츠 관련 기업이 41.59억 원으로 제주지역 지상파방송사의 매출액을 포함하여 향토기반 문화콘텐츠 기업의 평균 매출을 높인 것으로 판단됨.

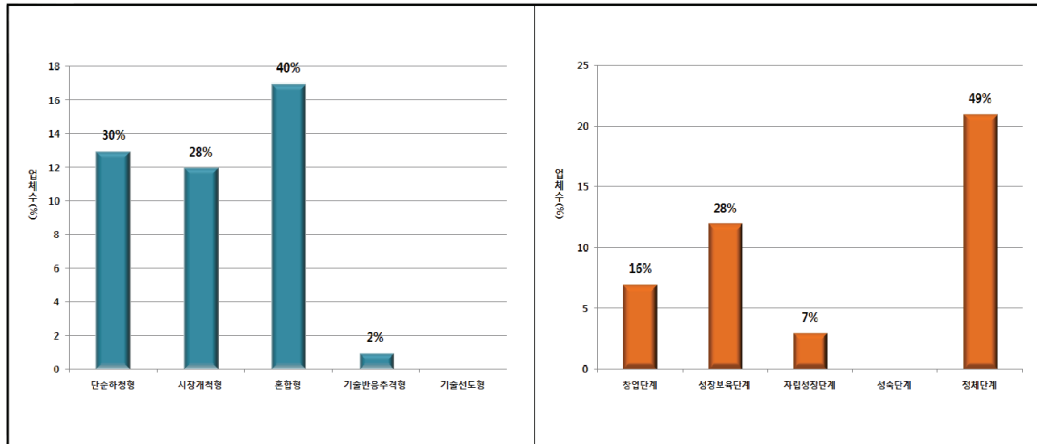
〈표 2〉 제주지역 ICT기업 총괄지표

(단위: 기업수-개사, 매출액-억원, 총종사자수-명)

| 구분 | | 응답기업 | | | | | | | | 합계 |
|----------|-----------|-----------------|----------------|---------------------------|-------|-----------|-----------------|------------------|-------|--------|
| | | IT분야 | | | | CT분야 | | | | |
| | | 정보 통신 서비스 | 정보 통신 기기 | S/W 및 컴퓨터 관련 서비스 | 소계 | 문화 콘텐츠 | 문화 응용 서비스 | 문화 공통 기반기술 | 소계 | |
| 사업체 수 | 사업체수 | 64 | 13 | 122 | 199 | 61 | 5 | 29 | 95 | 294 |
| | 비율(%) | 21.8% | 4.4% | 41.5% | 67.7% | 20.7% | 1.7% | 9.9% | 32.3% | 100.0% |
| 매출액 | 매출총액 | 1,004 | 1,186 | 1,361 | 3,551 | 2,537 | 31 | 245 | 2,813 | 6,364 |
| | 비중(%) | 15.8% | 18.6% | 21.4% | 55.8% | 39.9% | 0.5% | 3.8% | 44.2% | 100.0% |
| 종사자 수 | 총종사자 수 | 1,527 | 294 | 659 | 2,480 | 751 | 55 | 152 | 958 | 3,438 |
| | 비중(%) | 44.4% | 8.6% | 19.2% | 72.2% | 21.8% | 1.6% | 4.4% | 27.8% | 100.0% |

- 제주지역에서 문화콘텐츠를 기반으로 한 기업 부설 연구소는 없는 것으로 나타남. 벤처기업은 1개사, 이노비즈 기업도 2개사로 문화콘텐츠 기술기반이 취약한 것으로 나타나고 있음.
- 문화콘텐츠 기업의 수출액은 120백만원으로 대상 지역은 중국으로 나타남. 자금의 차입은 문화콘텐츠 390백만원, 문화응용서비스 20백만원, 문화공통기반기술이 290백만원의 자금을 조달한 것으로 나타남.
- 제주지역사업평가원이 ‘2013년도 지역특화산업육성사업’ 공고를 통하여 지역내 문화관광콘텐츠 산업은 단순하청형과 시장개척형, 혼합형 중심의 산업 육성 전략이 필요함을 제시하였음.
- 사업화(마케팅) 지원 사업은 시장개척형 기업과 혼합형 기업에서 수요

가 높고 이들 기업들이 기술혁신형 기업으로 도약 할 수 있도록 마케팅 지원이 필요함을 강조하였음.



[그림 3] 제주지역 문화콘텐츠산업 유형

○ 제주지역사업평가원(2013년)에서는 문화관광콘텐츠 기술지원사업과 사업화지원사업과 관련하여 다음과 같이 세부전략을 제시하고 있음.

○ 기술지원사업 세부 추진전략

- 제주 역사문화 기반의 융합형 콘텐츠 및 실감형 기술 기반의 교육콘텐츠 제작지원으로 관련 문화기술 고도화 및 융합콘텐츠 고부가가치화
- 지역발전 가능한 유망기업을 선정, 집중 지원을 통해 해외수출, 매출증대, 고용창출 등 지역을 선도하는 기업 육성을 통한 성공모델 제시
- 국내외 특허 및 인증지원으로 지역 융합콘텐츠의 신뢰성, 안전성 확보 지원
- 해외 시장 진출에 꼭 필요한 지식재산권 인증 지원 등 수출지향 전방위 지원
- 제주지역의 열악한 문화기술 개선을 위해 전문연구기관 유망기술 이전 및 사업화 연계지원, 애로기술 진단 및 자문으로 특화산업 기술경쟁력 강화
- 기 구축된 제주멀티미디어지원센터의 시설 장비를 최대한 활용한 기술장비 지원 추진

○ 사업화지원사업 세부 추진전략

- 문화기술 기반 도내외 기업 공동사업 발굴 및 기술교류 확대 등 도내 기업 역량 강화
- 문화원형, 문화예술을 활용한 우수 스토리 발굴 및 상품화
- 국내외 시장진출을 위한 기업별, 다양한 전략에 대응하여 효과적으로 지원할 수 있는 수요 중심적 마케팅 지원
- 기업 공동 브로셔 및 홍보 동영상 제작을 통한 마케팅 비용 절감 등 상호 협력과 신규시장 진출을 위한 신규 채널 확보 및 도내 기업 주력 제품 홍보
- 국내외 정보력, 해외 현지경험, 전문 컨설팅 보유 기업과의 연계지원을 통한 우수 수출기업 해외 판로 개척
- 유망 제품에 대한 사업화 지원 활성화를 통한 기업성장 촉진 및 사업화 주체 간 사업화 연계·협력 활성화

2) 제주지역의 문화콘텐츠 지원사업 현황

- 제주지역 콘텐츠산업화를 위한 지원은 제주지역사업평가원, 제주테크노파크, 제주대학교, 제주영상위원회를 중심으로 추진되고 있음.
- 제주지역사업평가원은 2013년도 지역특화산업육성사업을 통해 제주 천혜의 자연환경 및 설화전설, 역사, 문화에 담긴 의미와 가치(원형성, 잠재성, 활용성)를 기반으로 한 문화기술(CT) 융합콘텐츠 개발을 지원하고 있음.
- 제주지역사업평가원에서 2013년에 지원한 연구개발 사업은 다음과 같음(홈페이지 참조).

〈표 3〉 2013년도 제주지역사업평가원 콘텐츠 관련 추진사업 현황

| 분 야 | 사 업 명 |
|---------|---|
| 합 계 | 5개 사업 |
| 네오인터넷 | 제주 흑돼지 캐릭터를 기반으로 한 모바일게임 및 애니메이션 개발 |
| 제주넷 | 사물인식과 증강현실을 활용한 실감체험형 제주의 신화·전설, 애니메이션 서비스 App 기술개발 |
| 위눅스 | 고부가 제주역사, 설화 실감체험형 콘텐츠 개발 및 상품화 |
| 대진애니메이션 | 제주문화유산과 ‘곶자왈’ 생태계 보존을 위한 교육적 요소와 오락적 요소를 겸비한 고품질의 콘텐츠 제작기술 개발 |
| 라비다 | 제주로 나온 박물관 |

- 네오인터넷의 제주 흑돼지 캐릭터를 기반으로 한 모바일 게임 및 애니메이션 개발은 흑돼지 캐릭터 개발, 모바일 게임 및 SNS개발, 플래시 애니메이션 개발, 캐릭터를 이용한 팬시 제작 및 마케팅사업을 추진함.
 - 제주도 설화를 모티브화한 스토리텔링 작업 및 제주 토종 흑돼지 캐릭터 개발, 기존 제주도 설화, 제주흑돼지, 재미요소, RPG기능, 캠페인(스토리) 및 모바일 SNS기능 구현 예정.
- 제주넷의 사물인식과 증강현실을 활용한 실감체험형 제주의 신화와 전설, 애니메이션 서비스 App 기술개발은 제주의 신을 기반으로 다양한 전설, 이야기가 숨어있는 섬을 주제로 관광객의 어플리케이션 사용을 통한 제주문화의 이해를 들 수 있는 콘텐츠를 증강현실 기술을 통하여 구현하였음.
 - 자기위치 기반의 증강현실 서비스, 증강현실 서비스를 이용한 사물인식(카메라 영상 피사체 거리인식 및 POI활용), 정밀도 증대방안 기획, 적용 및 푸시(PUSH) 기능 구현.
 - 실감체험형 콘텐츠 선별, 기획, 애니메이션, 특수효과, 카툰 등으로 구성.
- 위눅스의 고부가 제주역사, 설화 실감체험형 콘텐츠 개발 및 상품화는 제주 100년사 동영상 50편 제작을 통한 디지털갤러리 구축 및 제주설화 3D 애니메이션 개발을 추진함.

- 2D 이미지의 동영상 제작을 위한 action script 개발 및 자동프로그램 개발, script 및 plugin 자동화과정의 3D 입체 기술 개발.
 - 인터랙티브 영상합성 자동화 시스템은 영상합성을 위한 자동화 셋톱 박스를 개발하며 증강현실 인터랙션 시스템 개발 포함.
- 대진애니메이션은 제주도 배경설정과 캐릭터 개발, 2D+3D기술융합 개발, 국내외 라이선싱사업을 추진하고 있음. 또한 각종 부가사업 선 구매계약 추진, 국내외 행사를 통한 홍보 및 마케팅, 해외 공동투자유치 추진, 세계시장 진출 및 수출 증대, 고용창출로 지역경제 활성화를 목표로 꽃자왈을 주제로 한 콘텐츠를 개발함.
- 핵심기술로는 모션 캡처 장비 운용, 인체 관절 모델 기반 3D 캐릭터 제작기술, 모션 캡처 기반 기초 제어 기술 개발 등이 있음.
 - 3D 사람 표정 모델링 기술, 3D 캐릭터 표정 모델링 기술, 안면 인식 기반 3D 캐릭터 표정 제어 기술 및 깊이 영상 기반 입체영상생성 기술 등이 있음.
- 라비다의 거리로 나온 박물관은 WordPress 기반의 아카이브 솔루션 사이트 개발, 지역 콘텐츠 확보(1차 : 기성콘텐츠&창작콘텐츠), 지역 콘텐츠와 증강현실 기술을 융합한 모바일 앱 개발임.
- 주요 콘텐츠로는 제주역사 사진 콘텐츠를 활용하고, 국립제주박물관 자료집 관련 자료를 활용함.
- 제주테크노파크는 2013년 23개 사업 부문에 9,188백만 원을 투입하여 콘텐츠 및 유관사업 부문을 지원하고 있음.
- 2011년 모바일방송통신융합센터를 준공하여 방송장비 인프라 구축 및 국내외 우수기관 연구소 유치 등을 수행함.
 - 제주벤처마루에 멀티미디어지원센터를 구축 운영 중임.
 - 디지털융합센터에서는 청정자원 네이처콘텐츠 개발 지원 사업을 추진 (2011 ~ 2012)하여 지역 기업이 보유한 캐릭터(꼬마해녀 몽니)를 활용하여 TV방송용 애니메이션을 제작하여(22편) 방영함(SBS에서 2013년 5월까지 방영).

II. 제주문화의 콘텐츠산업 현황

- 페이스북 기반의 웹게임(1종), 모바일 어플리케이션(2종) 등을 개발함.
- 제주지역 내 IT/CT 신기술 개발 및 우수콘텐츠 제작 지원을 통하여 중력센서 기반 모바일 전투 슈팅 게임 앱(App) 등 3개 과제를 제품화함.

〈표 4〉 2013년 제주테크노파크 콘텐츠 관련 추진사업

| 분 야 | 사 업 명 | 비고(예산출처) |
|------------------------|-----------------------|--------------|
| 합 계 | 23개 사업 | |
| 인 프 라 조성·운영 (4) | 모바일방송통신융합센터 활용사업 | 자 체 |
| | 방송장비산업 인프라 구축사업 | 지식경제부 |
| | 지역SW지원센터 운영지원 사업 | 자 체 |
| | 지역벤처마루 운영지원 사업 | 자 체 |
| 제품개발 및 기업지원 (14) | 청정자원 내이치콘텐츠 개발지원 사업 | 문화체육관광부 |
| | 양방향 융합콘텐츠 제작지원 사업 | 문체부, 방송통신위원회 |
| | IT/CT융합 마케팅 지원 사업 | 지경부 신지역특화사업 |
| | 차세대 IT 글로벌 인력양성 지원사업 | 지경부 신지역특화사업 |
| | 벤처기업육성촉진지구활성화사업 | 중소기업청 |
| | 제주특화 IT융합산업 생태계 지원사업 | 지경부 신지역특화사업 |
| | 지역특화 방송통신융합 활성화 지원사업 | 지경부 신지역특화사업 |
| | 융합형 콘텐츠기업 생태계 조성사업 | 지경부 신지역특화사업 |
| | 병원학교 시스템 업그레이드 | 자 체 |
| | U-City 구축 시범사업 연구학교지원 | 자 체 |
| | 지역 SW기업 성장지원 사업 | 지경부 |
| | 지역 SW융합지원 사업 | 지경부 |
| | 지역 IT/CT 신기술 개발지원 사업 | 자 체 |
| | TV 유희대역 실험서비스 사업 | 방통위 |
| 지식재산 진흥지원 (5) | IP스타기업육성지원 | 특허청 |
| | 특허정보 종합컨설팅 사업 | 특허청 |
| | 지역브랜드 가치제고 사업 | 특허청 |
| | 지역디자인 가치제고 사업 | 특허청 |
| | 지식재산 창출 활성화 | 자 체 |

· 예산출처에서 자체는 지방비를 가리키고, 정부부처명은 국비 지원사업을 뜻함.

- 제주대학교는 산업통상자원부가 추진한 광역경제권 연계·협력사업에 '증강체험형 관광상품 개발사업단'과 '제주유배문화 스토리텔링 콘텐츠 개발사업단'이 선정되었음.
- 증강체험형 관광상품개발사업단은 관광과 물, 1차산업 등 청정제주를 대표하는 브랜드 상품과 증강현실 기술을 결합한 새로운 체험관광 상품 마케팅 기반을 마련하였음.
- 제주유배문화 스토리텔링 콘텐츠개발사업단 추진 사업을 보면 제주도가 조선시대 우리나라의 대표적인 유배지임을 보여주는 내용임. 추사 김정희와 면암 최익현, 광해군 등 수백 명이 유배생활을 했으며, 국내의 다른 지방과 비교해 보아도 다양한 유배문화를 지니고 있음을 부각하여, 이를 21세기에 맞게 첨단 IT기반기술로 스토리텔링 콘텐츠 웰빙 체험 관광상품을 개발하였음.
- 제주영상위원회는 제주미디어센터, 제주영상문화예술센터, 제주시나리오마켓 운영 및 제주영상콘텐츠공모전을 개최하였음.
- 제주영상미디어센터는 청소년을 포함한 일반시민들이 급격하게 변화하는 미디어 환경에 능동적으로 적응하기 위하여 설립됨.
 - 영상제작 및 미디어 교육사업은 미디어 읽기와 제작능력 교육을 통한 리터러시 능력 함양, 영상미디어 제작능력을 지닌 영상미디어 매니아 양성 및 미디어 교육에 대한 인식 증진에 주력하고 있음.
 - 퍼블릭 액세스 활성화 사업을 통하여 미디어 주권자로서 공적접근(Public Access)권 확보. 퍼블릭 액세스 제작과정 프로그램 및 시민단체와 연계한 프로그램을 제작함.
- 영상전문인력 양성 및 창작지원 사업을 통하여 지역 내 고급 영상제작 교육 시설에 대한 욕구 충족 및 영상인력 인프라 형성과 지역 내 독립영화 제작자의 창작활동을 지원함.

II. 제주문화의 콘텐츠산업 현황

- 지역영상문화의 베이스캠프로서 영상미디어 센터 기능을 강화하기 위하여 어린이, 청소년 및 주부 등을 대상으로 한 영상미디어 체험활동과 지역 내 학교, 시민단체와 연계한 맞춤형 교육 프로그램을 운영함.
- 영상미디어센터는 고급편집실, 회의실, 예술극장, 제주신산갤러리, 음향스튜디오, 방송스튜디오 및 강의실을 구축하고 있음.

- 영상미디어센터가 보유한 특수장비로는 흡착식 다용도 카메라 거치대, 그립형 다용도 카메라 거치대, 스테디캠, 파나집(리백JB-30HD), 트랙달리, 6mm지미집, 무소음발전차 등이 있음.
- 조명장비로는 Two-way Light, 조명조절기, Sun-Gun, 텡스텐라이트, Kino Fio, 녹음장비로는 무선마이크 세트와 붐마이크 세트를 보유하고 있음.
- 촬영장비로는 DV-디지털캠코더, HDV 디지털캠코더 장비를 보유하고 있음.

〈표 5〉 제주영상위원회 영상미디어센터 주요 교육추진내용(2012년~2013년)

| 교육명 | 주요교육내용 |
|------------------------------|---|
| 미디어교사 양성 프로그램(입문과정) | <ul style="list-style-type: none"> 표현과 소통, 미디어 리터러시, 지역이해·분석, 표현과 소통, 미디어이론, 교육설계, 미디어 교육론 |
| 영상으로 '제(제주어)미(미디어)소(소통)' 짓다! | <ul style="list-style-type: none"> 만남 그리고 소통, 소멸위기의 언어 제주어, 미디어 속 제주어, 영상미디어의 이해, 영상언어의 이해 카메라작동법, 기획과 스토리텔링, 이야기 만들기 스토리보드, 영상제작(야외촬영, 편집, 영상마무리, 상영) |
| "고치 부는 미디어 바람" | <ul style="list-style-type: none"> 장애인·비장애인 맞춤형 미디어 교육 서비스를 투입하여 이질적이었던 장애인·비장애인의 벽을 허물고 같은 인격체로서 서로의 의견과 사고를 공유하면서 동반자적 관계형성을 지향 |
| 순수한 사진가 (순간을 수놓는) | <ul style="list-style-type: none"> 사진의 역사, 촬영의 실제, 카메라의 수동조절(1, 2), 셔터속도의 조절에 따른 효과, 조리개와 초점조절, 카메라 렌즈의 특성, 풍경사진, 인물사진 |
| 프로페셔널 영상제작 프로젝트 | <ul style="list-style-type: none"> 저작권법, 영상연출 및 기획, 촬영, 모니터링 및 재촬영, 종합편집(1, 2) |

| 교육명 | 주요교육내용 |
|---|--|
| 단편영화제작 전문가과정 특강계획 | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 연출 : 연출이란?, 영상 만들기, 감독노트(1, 2) ▪ 시나리오 : 스토리텔링하기, 가까운데서 찾자, 작법(1, 2) ▪ 촬영 : DSLR 기초, 고급, 실습, 스마트시네마 이해 및 촬영 ▪ 색보정 : After Effect 프로그램 이해, 종류와 활용, 실습 ▪ 조명 : 조명장비 종류와 활용, 세팅, 필터사용, 광선 콘트롤, 실습 ▪ 음향 : 음향의 이해, Adobe Audition 이해, 오디오 이펙트 이해(1,2), 디지털편집(1,2), 효과음 활용 및 제작(1, 2) |
| 장애인, 비장애인 통합 미디어 교육 프로그램 “고치부는 미디어 바람 시즌2” | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 장애인-사회복지사 맞춤형 미디어 교육 <ul style="list-style-type: none"> - 장애인의 사회진출의 방법을 함께 모색 ▪ 장애인-사회복지사 미디어 교육활동가 양성 <ul style="list-style-type: none"> - 장애인을 대상으로 한 미디어교육 활동가 양성 ▪ 밀착형 영상실무 교육을 통한 고용창출 극대화 <ul style="list-style-type: none"> - 지역사회-일반인-장애인이 함께 다양한 사회진출방법 모색 |
| 秀翔(수상)한 미디어 스쿨 | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 전국적으로 주5일 수업제 전면 시행에 따라 청소년들의 건강한 여가시간 조성을 위해 문화예술교육을 통한 창의성 및 인성교육 ▪ 제주지역 청소년들에게 주체로서의 자긍심과 협동심을 기르고 창작활동을 통한 문화적 감수성 자극과 더불어 미래 진로 탐색의 기회를 마련할 수 있는 장 |
| 일반인 영상제작 전문가 입문과정 “영상제작기초” | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 영상제작이해, 영상 기획 및 제작의 이해, 카메라의 구조 및 조작법(조명 및 음향), 촬영 문법 및 미학 1, 2, 디지털 편집 1, 2, 종합편집1(내레이션 녹음), 종합편집2(후반작업) |

- 제주영상문화예술센터 1관에서는 무료영화 상영과 더불어 오전과 오후 시간에는 단체주문 영화를 상영하고 있음. 2관에서는 기관과 단체 등이 행사를 진행할 수 있는 행사장이 마련되어 있음.
- 제주시나리오마켓은 제주특별자치도의 다양한 공모전 등을 통해 발굴된 문화콘텐츠의 상품화를 활성화하기 위해 구축됨.
 - 제주지역에서 생산된 문화콘텐츠가 전국의 문화·영상산업 관계자들이 손쉽게 접근하여, 상품화될 수 있는 환경 조성에 목적이 있음.
 - 2008년부터 시작된 제주문화원형 활용 전국 콘텐츠 공모전 수상작품과

매년 제주영상위원회에서 주최하고 있는 제주시나리오 공모전의 우수 작품들을 DB로 구축하여 게재하고 있음.

- 콘텐츠에 대한 마켓 등록을 희망하는 작가들의 작품도 회원가입을 통해 등록할 수 있도록 함. 또한 운영의 활성화를 위해 영화진흥위원회, 한국콘텐츠진흥원, PGK(한국영화프로듀서조합) 등 홈페이지 링크를 통해 연계할 수 있도록 지원하고 있음.
- 뉴스레터, 공모전 소식, 영화사 소식, 마켓 당선작 소개 등 시나리오와 관련된 소식과 시나리오를 거래할 수 있도록 시나리오 열람 및 작가, 영화사 DB를 구축하고 있음.
- 제주시나리오마켓이 문을 연 이후 2012년 11월 등록 작품 60여 편 가운데 매매가 성사되고 또 무대에 올리는 작품으로 모던아츠 예술극장(대표 홍정호 예술감독)의 창작뮤지컬 '수상한 이어도'가 뮤지컬로 가 공되어 상연됨.

3) 지식재산권을 통한 콘텐츠 기술 수준 현황

- 제주지역 문화콘텐츠에 대한 기술 수준은 산업기술 특허맵을 통하여 가늠해 볼 수 있음(제주테크노파크, 2012).
- 모바일 앱 기술분야를 보면 국내외 주요 출원인들은 주로 애플리케이션의 구동방법에 대한 원천적 기술을 출원하는데 비해 제주지역은 아주 협소한 권리 범위만 갖는 앱 기술을 보유하고 있음.
 - 제주대학교에서는 멀티미디어서비스 포맷 변환 기술과 영상 통화 연결 서비스 기술에 대한 특허를 보유하고 있음. 또한 '모바일 개인 맞춤형 대중교통 정보 안내 시스템 및 방법' 과 '위치이력 데이터를 이용한 공택시 배치 기법' 에 대한 특허도 보유하고 있음.
 - 위치 기반 서비스는 콘텐츠와 연계되는 핵심기술 중 일부이며 네비게이션 시스템에 다양하게 응용이 가능함.
 - 모바일콘텐츠를 이용한 비즈니스 모델 서비스와 관련하여 게임, 관광, 광고, 교육, 금융, 쿠폰이나 복권 서비스 등과 같이 다양하게 출원됨.

- 연구 분야로는 응용 어플리케이션보다 권리 범위가 넓은 단말기 구동 방법 기술에 대한 지속적인 연구 개발과 지식재산권 확보가 필요하다는 입장임.
- 3D 기술 분야를 보면 3D 영상을 생성하는 기술에 대하여 국내외 출원인들에 의해 다수의 특허가 출원되고 있음. 3D 영상에서 2D 영상으로 역호환성이 가능한 기술에 대한 지식재산권 선점이 필요함을 강조함.
- 제주대학교 증강현실센터를 중심으로 증강현실에 대한 기술이 경쟁력을 갖추고 연구되고 있음.
- 제주한라대학교에서는 3D 리그 등 촬영장비에 대한 연구도 활발히 진행되고 있음.
- DMB와 관련해서는 제주테크노파크에서 연구되고 있는데, 이는 대부분 DMB에 부가정보를 제공하고, 콘텐츠를 제공하는 방법과 같은 응용기술에 대한 것임.
- 기본적인 DMB 기술을 활용하는 응용기술에서 연구개발 방향을 찾는 것이 바람직할 것으로 판단됨.
- 지상파 방송만이 아니라 MICE산업과 연계된 방송기술은 도내 기업이 연구를 지속적으로 추진 중임.
- 부가정보 서비스 분야는 디지털 방송 신호에 부동산 정보나 재해 정보 또는 광고 콘텐츠 등을 결합시켜서 보여주는 기술에 대하여 출원하고 있음.
- 따라서 방송 신호를 2차로 가공해서 유용성을 높이는 기술로 연구개발을 진행하는 것이 바람직한 것으로 판단됨.

4) 도내 지원기관 및 장비 현황

- 문화콘텐츠를 제작할 수 있는 시설로 제주테크노파크는 벤처마루에 멀티미디어지원실을 운영하고 있으며, 제주첨단과학기술단지 내 방송통신융합사업단도 다수의 장비를 보유하고 있음.

II. 제주문화의 콘텐츠산업 현황

- 주요시설로는 벤치마루 내에 더빙부스 및 음향녹음실, 부조정실 및 촬영 스튜디오를 보유하고 있음.
- 영상편집실은 가편집 및 선형/비선형 장비가 각각 설치되어 있으며, 다양한 영상물과 영상편집 시스템간의 데이터 호환 및 BetaCam, VCR 등과 연동이 가능토록 구축됨.

〈표 6〉 제주테크노파크 영상편집실 장비내역

| 품 명 | 장비내역 | 수량 |
|-------------|--------------------------------------|----|
| 1:1 가편집 시스템 | ▪ Digital Beta VTR-DVW A500 Recorder | 1 |
| | ▪ MSW M2100 Player-Multi Player VTR | 1 |
| | ▪ DV CAM VTR-DSR2000 Recorder | 1 |
| | ▪ DV CAM VTR-DSR1800 Player | 1 |
| | ▪ Analog Beta VTR-PVW2800 Recorder | 1 |
| | ▪ Analog Beta VTR-PVW2650 Player | 1 |

○ HD제작실은 HD고화질 동영상 제작을 위한 시스템을 구축하고 있음.

〈표 7〉 제주테크노파크 HD제작실 장비내역

| 품 명 | 장비내역 | 수량 |
|--------|--------------------------------------|----|
| HD 카메라 | ▪ HD Camera HDW-F900 | 1 |
| | ▪ HD ENG Zoom Lens | 1 |
| | ▪ HD ENG Wide Zoom Lens | |
| | ▪ SD/HD 6" LCD Waveform Monitor | 1 |
| | ▪ HD Camera Adaptor | |
| | ▪ Cam Align Chart, Chroma Du Mode 24 | 1 |
| | ▪ Back Focus Chart, BF | |
| | ▪ Tripod 20 Plus Long | |
| | ▪ Tripod Short | |
| | ▪ BVM D9H5U급 | |
| 기타 | ▪ DV CAM PD-170 | |
| | ▪ DV CAM PD-150 | |
| | ▪ 지미짚 트라이 앵글 7.6m(SUPER) | |

- 음향편집실은 MIDI 편집환경 구축과 애니메이션, 게임음악 등 캐릭터와 전체적인 분위기에 어울리는 감각적 사운드를 창작해낼 수 있는 환경이 조성됨.

〈표 8〉 제주테크노파크 음향편집실 장비내역

| 품 명 | 장비내역 | 수량 |
|--------------------|--|----|
| Edit System | ▪ Apple Power MAC G4 1Ghz Dual | 1 |
| Audio Mixer | ▪ Audio Mixer Yamaha DM2000 | 1 |
| D.A.W | ▪ Digidesign Pro Tools HD 6.0 | 1 |
| MID | ▪ AMT 8, Module(k2600k), Lexicon PCM91 | 1 |
| Audio Interface | ▪ Digidesign 192 I/O | 1 |
| | ▪ Digidesign 192 A/D Extention Card | 1 |
| Syncronizer | ▪ Digidesign Sync I/O | 1 |
| Multi Port | ▪ MIDI I/O | 1 |
| CD Player | ▪ SONY CDP-D11 | 1 |
| CD Recorder | ▪ TASCAM CDRW 2000 | 1 |
| Speaker | ▪ Surround Monitor Systems(YAMAHA MSP 10M) | 5 |
| | ▪ Surround Sub Woofer(YAMAHA SW10) | 1 |
| Mic Pre AMP | ▪ Mic AMP Focusrite RED 1 | 1 |
| Compressor/Limiter | ▪ TubeTech CL1B | 2 |
| Sampler | ▪ Sample Cell II Plus | 1 |
| Sound Module | ▪ Roland XV 5080 | 1 |
| Synthesizer | ▪ Motif 8 | 1 |
| Sound LIB | ▪ Hollywood Edge Sound Library series | 1 |
| 모니터링 | ▪ 25" Samsung CT-25M6 | 1 |
| VCR | ▪ DV CAM DSR-2000 | 1 |
| | ▪ DV/S-VHS VCR(JVC HR-DVS3KR) | 1 |
| Microphone | ▪ Studio Project C3 | 3 |
| | ▪ Dynamic Mic Shure Beta 87A | 2 |
| | ▪ Mic Stand Chang Young Boom Stand | 3 |

- 부조정실과 스튜디오는 촬영 및 가편집, 종합편집이 이루어지도록 구성이 되어 있으며, VR(3D가상스튜디오) 스튜디오 장비가 구축되어 있음.

〈표 9〉 제주테크노파크 부조정실 및 스튜디오 장비내역

| 품 명 | 장비내역 | 수량 |
|--------------------|--|----|
| Digital VTR | ▪ SONY DVW-A500 | 1 |
| Analog VTR | ▪ SONY PVW-2800 | 1 |
| | ▪ SONY PVW-2650 | |
| DV CAM VCR | ▪ SONY DSR-2000 | 1 |
| | ▪ SONY DSR-1800 | 1 |
| DME Switcher | ▪ SONY DFS-700 | 1 |
| Editing Controller | ▪ SONY BVE-2000 | 1 |
| 카메라 | ▪ SONY DVW-790WS | 1 |
| | ▪ DVCam Sony(EFP) DXC-D35WSL | 1 |
| | ▪ DVCam(EFP)(DXC-D50WSL) | 1 |
| 계측기 | ▪ Waveform Monitor-5860V | 1 |
| | ▪ Vector Scope-5850V | 1 |
| 문자발생기 | ▪ 컴팩스 천하통일 4000 | 1 |
| 프롬프터 | ▪ Auto Cue-Prompter ▪ LCD 15인치 모니터 | 1 |
| Pedstal | ▪ Vario Pedstal 2-75 | 1 |
| 가상 스튜디오 | ▪ 가상Virtual System-Brainstrom e-studio | 1 |

○ 제주영상위원회는 고급영상편집실, 예술극장, 신산갤러리 및 음향스튜디오, 방송스튜디오 시설을 보유하고 있음.

- 특수장비로는 흡착식 다용도 카메라 거치대, 그립형 다용도 카메라 거치대, 스테디캠, 파나집, 트랙달리, 6mm지미집 및 무소음 발전차를 보유
- 조명장비로는 Two-way Light, 조명조절기, Sun-Gun, 텡스텐라이트, Kino Fio 등을 보유
- 녹음장비로는 무선마이크와 붐 마이크를 보유하고 촬영장비로는 DV디지털캠코더, HDV디지털캠코더 보유
- 장비는 일정 사용료를 납부하여야 하며 장비의 도외 반출은 금지

3. 제주문화의 콘텐츠산업 유형

1) 캐릭터 & 애니메이션 콘텐츠

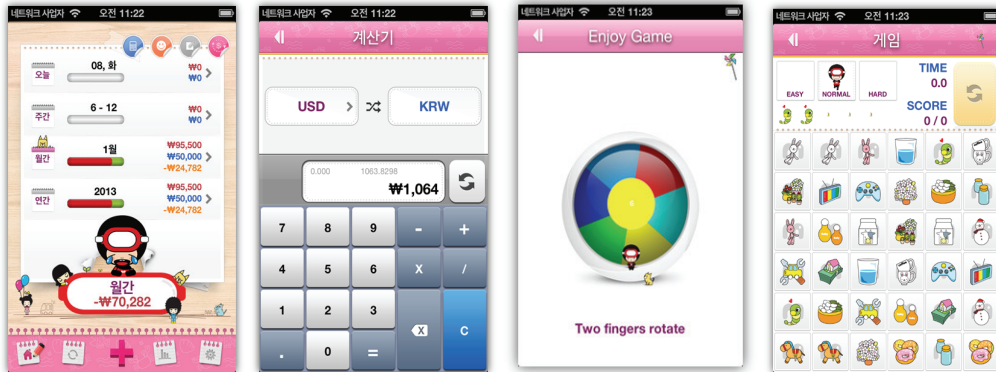
- (주)아트피큐는 2005년 꼬마해녀 ‘몽니’ 캐릭터를 개발한 이후 제주테크노파크의 지역문화산업연구센터 지원사업으로 ‘토종캐릭터 활용한 해녀 기반 제주 네이처콘텐츠 제작 및 상용화 사업’을 통해 애니메이션을 제작하였음.
- 꼬마해녀 몽니 캐릭터를 활용한 TV애니메이션(아이엠 몽니), 웹 게임(몽니랜드), 스마트폰 어플리케이션(몽니가계부, 제주여행사진관리, 한글숫자 배우기) 등의 콘텐츠와 캐릭터를 기반으로 한 한샘못씀(OSM U : One Source Multi Use)을 구현하는 등 제주지역의 캐릭터 및 애니메이션 산업을 선도하는 지역기업으로 발돋움하였음.
- 꼬마해녀 몽니가 2012년 12월 3일부터 SBS방송을 통해 방영됨. 제목은 아이엠 몽니로 2D 애니메이션 형식의 15분 52편이 방영됨.
- 게임 개발 전문기업인 BAG비에이지엔터테인먼트사와 공동으로 몽니랜드(가칭)라는 소셜 네트워크 게임(SNG)을 개발함.
- 캐릭터 사업은 많은 시간과 투자가 필요한 사업으로 주로 서울과 경기 지역에 한정되어 있을 정도로 힘든 사업이며, 지역콘텐츠를 사업화하여 성공하기는 더욱더 어렵다고 할 수 있음.
- 애니메이션 방영으로 인지도를 높이는데 큰 역할을 할 것이며 국내외 캐릭터 라이선스에도 큰 역할을 할 것으로 기대됨.



[그림 4] 아트피큐의 아이엠몽니 애니메이션

II. 제주문화의 콘텐츠산업 현황

- 몽니 캐릭터를 기반으로 청소년과 여성층을 겨냥한 스마트폰 애플리케이션(앱) ‘몽니가계부’를 (주)인포마인드와 협력하여 안드로이드 버전으로 출시함.



- (주)아트피큐의 몽니 캐릭터를 기반으로 한 포트폴리오를 보면 제주향토기업이 문화콘텐츠 전문 기업으로 성장하기 위한 다각적인 노력을 볼 수 있음.
 - 문화예술상품 개발, 캐릭터 애니메이션, 디지털콘텐츠 제작 및 유통, 관광기념품 디자인 개발, 제주의 문화예술 인프라 구축 및 홈페이지 개발로 구성됨.

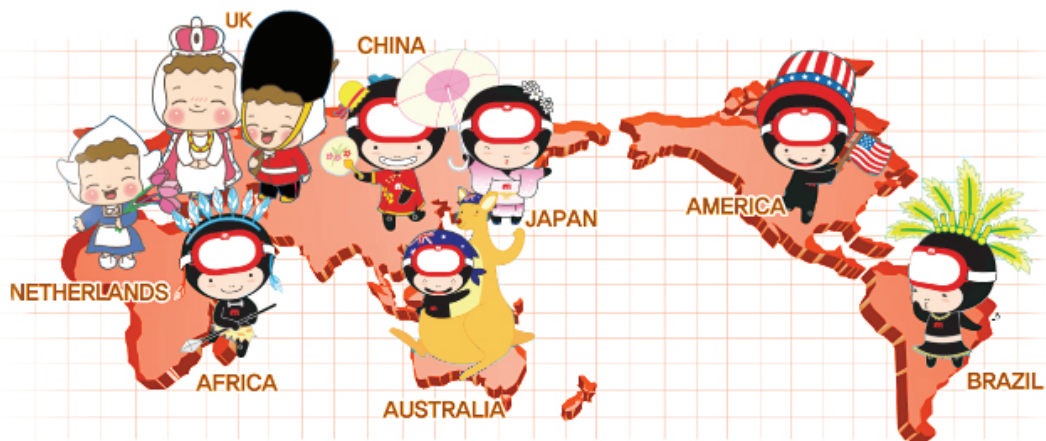


[그림 5] 아트피큐 문화콘텐츠사업 포트폴리오

- 포트폴리오가 시사하는 바는 기존의 캐릭터 및 애니메이션이 투자단계를 넘어서 수익단계에 접어들기 이전에는 다각적인 재원 마련이 필요하고, 제주가 관광지라는 특성에 기초하여 제주관광기념품 개발을 사업의 한 영역으로 편입해야 함을 보여줌.
- 홈페이지 개발은 지역 내 홈페이지 개발 및 운영 유지 보수를 위해 초창기부터 사업을 시작한 영역으로 가장 많은 수익원을 창출하고 있으나 부가가치가 상대적으로 작은 영역임. 다만 홈페이지 개발 및 운영 유지 보수를 통하여 인터넷 관련 기술력을 꾸준히 확보할 수 있는 장점이 있음.

Promotion 프로모션

홍콩, 영국, 태국, 브라질, 베트남에 라이선스 수출계약체결
머천다이즈, 출판, 디지털 콘텐츠 분야에 몽니와 소종이 캐릭터의 라이선싱



[그림 6] 아트피큐 몽니캐릭터 라이선싱 계약 국가

- (주)넥스트이지는 제주문화원형 디지털콘텐츠 응용상품 개발로 제주동자석을 캐릭터화한 ‘바치와 바리’, 제주신화 기반의 TV용 애니메이션 ‘케네깃또’를 제작하였음.
- 넥스트이지의 와룡탕 케네깃또는 제주전통음식과 전설 속 인물을 결합한 ‘제주 식신(食神) 와룡탕 케네깃또’를 제작한 것임.



[그림 7] 넥스트이지의 퀘네깃또 캐릭터

- (주)나우엔터는 제주마 대표브랜드인 ‘비엔토’의 대표 애니메이션 캐릭터인 따구를 개발하였음. 비엔토는 조선시대 제주마를 일컫던 토마에서 따온 명칭으로 ‘나는 제주마’란 뜻임.



[그림 8] 나우엔터의 대표브랜드 비엔토

- (주)시와월드에서는 꼬마 하루방 제돌이 3D 캐릭터를 개발하였음. 제주도를 상징하는 돌하르방을 기본 컨셉으로 하여 친근성, 주목성, 지역성을 갖춘 캐릭터로 개발하였음.
- 기본 캐릭터를 바탕으로 하여 문구류 외 캐릭터 저금통, 분실 방지 이어캡, 봉제인형, 의류 등 오프라인 제품 개발로 확산됨.



[그림 9] 시와월드의 제돌이 캐릭터

- (주)그리매는 제주 뚱돼지를 캐릭터화한 응까 캐릭터를 개발하였음. 디자인 전문회사 디룸은 ‘제주디자인스토리’를 기반으로 3가지 제주 동물 관련 캐릭터를 개발했음. (주)씨타민은 비만 고양이 알쏭과 낭만 강아지 달쏭, 강력한 청소기 캐릭터 치우마, 귀여운 제주 도끼비 캐릭터 오르미를 개발하였음.
- 제주의 문화를 기반으로 한 캐릭터 비즈니스는 지역 내에서 가장 선호하는 장르로 지역 내 문화원형을 기반으로 지속적으로 성장 중에 있음.
- 대부분의 기업이 디자인 능력을 갖추고 캐릭터를 기반으로 한샘뭇섬 (OSMU) 형태의 비즈니스 영역을 확장 중임.



2) 모바일콘텐츠

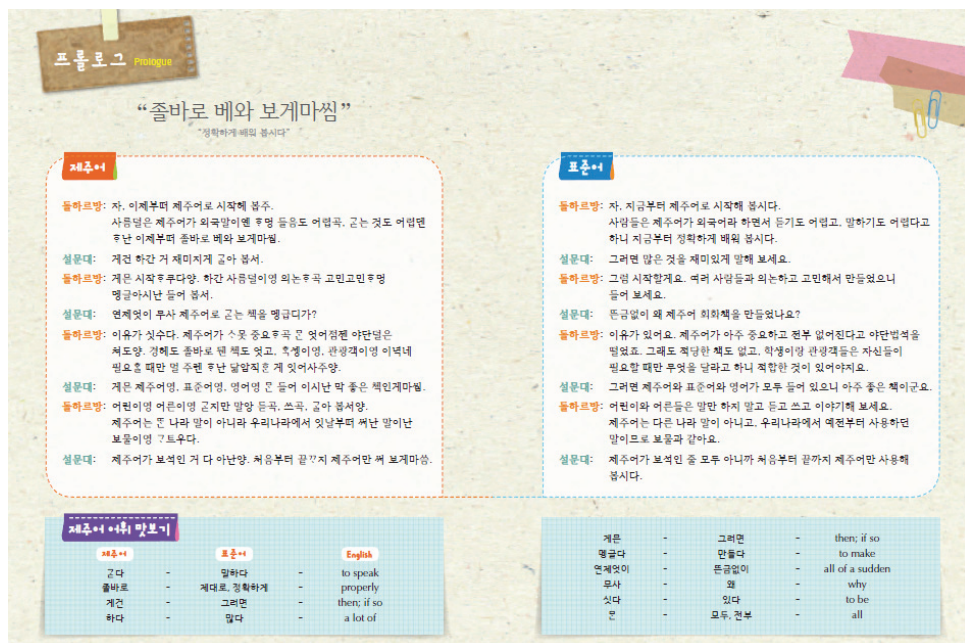
- 제주지역의 모바일콘텐츠는 IT기업을 중심으로 2010년부터 집중 제작되는 추세임. 실제로 안드로이드 마켓을 대상으로 ‘제주’ 라는 키워드로 검색할 경우 240개의 모바일앱이 검색됨.
- 대부분 관광정보를 기반으로 비즈니스로 연계된 서비스를 제공하고 있음. 전반적인 관광관련 모바일포털 서비스 제공부터 할인쿠폰, 숙소, 맛집 관련 등 매우 다양한 관광정보를 제공하고 있음.



- 제주지역의 렌터카정보, 항공관련, 버스정보 등 지역을 기반으로 한 특화된 관광정보를 제공하는 등 모바일콘텐츠 분야는 지역 내 기업을 중심으로 하여 개발 사업이 아주 활발함.
- 문화와 관련된 모바일 앱으로는 ‘위대한 자연유산, 제주’가 있음. 이는 제주MBC와 두드림이 공동제작한 앱으로 유네스코 지정 자연과학분

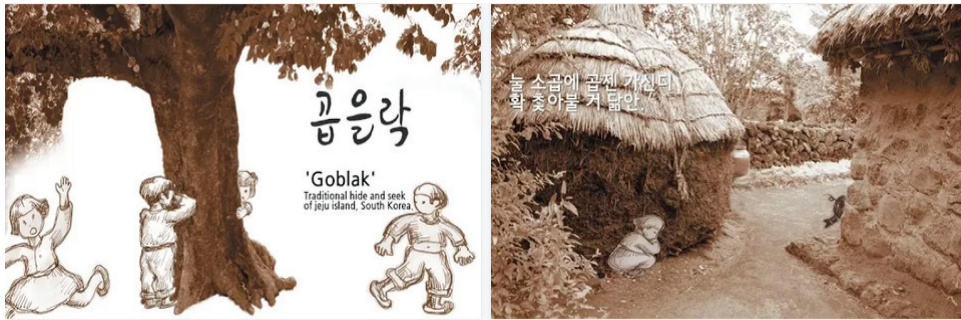
야에서 세계자연유산, 생물권보전지역, 세계지질공원 3관왕을 차지한 'UNESCO Triple Crown JeJu'에 대한 정보를 제공하고 있음. 이는 방송통신위원회와 한국인터넷진흥원에서 지원하는 양방향 방송프로그램 제작지원 사업으로 제작된 앱이고, 다큐멘터리 3부작과 제주의 관광정보를 동시에 제공하고 있음.

- 제주어와 관련하여 제주어와 표준어 그리고 영어로 이야기하는 제주어 이야기가 제주발전연구원에서 발간됨(2012).



[그림 10] 제주어이야기(제주발전연구원 제주학연구센터)

- 제주어는 2010년 12월 유네스코에서 4단계인 아주 심각하게 위기에 처한 언어(criticcally endangered language)’로 분류하였음. 이후 제주지역에서는 제주어 자료제작과 제주어를 대상으로 하는 모바일 앱 ‘곶을락’ 과 제주어 앱이 출시되었음.
- ‘곶을락’이라는 앱은 한글을 사용하는 ‘제주어’를 널리 알리고 후세에 전하기 위해서 제작된 어플리케이션이며, ‘제주어, 표준어, 영어’로 구성되어 있음.
- 깨알러닝-제주패키지는 제주의 역사와 문화를 알려주는 앱으로 구성됨.



[그림 11] 곱을락 앱(제주그림책연구회 원작, 아이피로드 앱 개발)

- 전국적으로 구축된 한국의 문화유산, 공공문화예술정보, 문화와 문화유산 등 전문적인 문화정보가 존재하는데 비해 제주지역에서는 문화만을 콘텐츠화하기보다는 관광과 연계선상에서 서비스 콘텐츠를 구축하는 경향이 강함.
- 대구, 부산, 서울, 전북 등 광역권에서는 해당 지역의 문화와 관련된 전문적인 콘텐츠가 서비스되고 있음. 반면 기초 지방자치단체들은 문화와 관광을 겸비한 서비스를 제공하고 있음.
- 광역자치단체가 문화재단을 중심으로 모바일 콘텐츠를 제공하고 있는데, 제주는 문화콘텐츠의 전문성을 갖춘 모바일 제공 서비스 체계를 갖추지 못한 것으로 보임.

3) 기타 유형

- ‘신화의 섬, 디지털제주21’은 한국문화콘텐츠진흥원과 서울시스템이 공동으로 제주의 문화원형 관련 300여종이 넘는 신화와 전설을 디지털 콘텐츠화하여 제공하는 시스템임. 이는 제주문화와 관련하여 초창기 콘텐츠사업이라 할 수 있으며, 방대한 콘텐츠를 집대성하였음.
- 이 콘텐츠는 제주대학교 탐라문화연구소에서 발간된 『제주설화집성』, 『탐라문화』, 『탐라문화총서』를 비롯하여 각종 문헌자료와 멀티미디어 콘텐츠를 2002년 5월부터 2003년 4월까지 1년 동안 수록하여 개발된 콘텐츠임.

- 애니메이션, 웹콘텐츠, 캐릭터, 모바일, 게임 및 테마관광 관련 문화원형 자료를 제공하고 있음.
 - 이미지 2,500장, 동영상 128편, 오디오 241, 시나리오 873개를 수록하였음.
- 제주테크노파크와 (주)커뮤시티는 삼별초 문화원형을 개발하였음. 삼별초가 꿈꾸는 해양왕국이라는 스토리를 기반으로 삼별초의 숨겨진 많은 이야기, 인물, 구비전승 등의 소재를 영화, 드라마, 다큐멘터리, 애니메이션, 캐릭터 등을 창작의 소재화로 이용함.
- 이미지 394장, 동영상 123편, 시나리오 158개를 수록하고 있음.
- 제주테크노파크에서는 2013년 단편 콘텐츠 제작 지원 사업에 5편을 선정함.
- 선정 작품으로는 제주감귤송(3D애니메이션), 테왁(2D애니메이션), 자전 거도독·빈집·소녀의 꿈(단편영화) 등이 있음.
 - 선정된 작품들은 국내외 영화제에 출품할 수 있는 기회를 제공하고, 제주의 전통문화와 자연환경 홍보로 이용할 예정임.
- (주)피엔아이시스템은 2003년 설립 이후 2011년 제주로 이전한 대표적인 콘텐츠기업임. 주요 사업 분야에는 웹에이전시(홈페이지 개발 및 유지보수), 온라인 교육콘텐츠 개발 및 서비스, 3D 콘텐츠 및 영상개발 등이 있음.
- 피엔아이시스템은 이러닝 콘텐츠 개발 및 서비스 전문 기업으로 VR(가상현실) 및 AR(증강현실)을 접목한 이러닝 콘텐츠 개발을 완료하였음. 또한 기존 2D기반의 이러닝 콘텐츠에 3D기술을 접목한 콘텐츠를 개발하여 기술혁신중소기업(이노비즈)으로 인증됨.
- 피엔아이시스템은 2012년 도서출판 넥서스와 공동으로 성인 어학 e러닝 콘텐츠 개발 사업을 진행하였음. 어학 포털 사이트인 넥서스온(www.nexuson.com)을 오픈하는 등 활발한 활동을 펼치고 있으며, 어린이 영어 콘텐츠, 3D 교육 게임 콘텐츠 개발 등으로 사업 분야 확대에 주력하고 있음.

II. 제주문화의 콘텐츠산업 현황

- 이 회사는 제주 이전을 계기로 하여 제주의 다양한 문화관련 콘텐츠 제작을 계획하고 있음.
- 대진애니메이션은 수도권 이전 기업이며, 제주한라대학교의 문화콘텐츠 산업 전문인력 양성과 연계하여 영상, 게임, 애니메이션, 모바일에 관한 전문인력 양성과정을 공동으로 운영하고, 현장실습 및 취업지원 등에 상호 협력하기로 협약하였음.
- 이 회사는 일본 TMS 엔터테인먼트와 3년간 총 150억 원의 영상물 제작 수주계약에 성공함으로써 업계에서 화제가 되고 있음. 주요 사업내용은 다음과 같음.
 - Product 부문 : 2D애니메이션, 3D CG 디자인 제작(TV 애니메이션 부문 및 게임 영상 부문 : 현재 고품질, 고부가가치 부문에 집중).
 - Studio 부문 : 영상 콘텐츠 제작 과정 현장 견학 및 직접 제작 체험. 제주도의 설화를 소재로 창작 기획 및 제작.
 - Academy 부문 : 애니메이션 2D/3D CG 전문가 교육을 통한 지속적인 고급인력의 확보와 배출을 위해 제주지역의 산학 관련 프로젝트와 연계.
 - Theme Park 부문 : 콘텐츠와 연계된 관광프로그램 만화, 만화영화, 캐릭터, 게임 등 새로운 대중문화 콘텐츠의 교육 및 체험관 국내 최초의 국제 애니메이션 박물관 유치.
- 대진애니메이션은 일본에서 애니메이션 수주를 받아 제작하는 사업을 더욱더 확장하여 동북아권의 애니메이션 관련 전문인력 양성의 거점으로 제주에 이전한 후 매출의 대부분이 수출 실적임.
 - 주요작품으로는 트랜스포머, 명탐정코난, 기동전사 건담AGE, 루팡3세, HELLSING, 은하철도999 등이 있음.



[그림 12] 대전애니메이션 작품소개

4. 제주산업에서 문화콘텐츠산업의 위치

- 2011년 기준 제주지역의 총생산은 11조 1,290억 원이고, 1인당 지역내 총생산은 20,148.7천원임(<표 18> 참조).
- 제주지역의 총생산에서 문화콘텐츠산업이 차지하는 비중은 약 2.53%로 나타남. 이는 제조업 4.0%보다 낮고 전가·가스·수도업의 2.0% 보다 조금 높은 것으로 나타나고 있음.
- 1인당 매출을 1인당 총생산과 단순 비교한 결과 문화콘텐츠산업은 상대적으로 전 산업부문의 평균보다 높은 145%를 초과하고 있음. 이는 문화콘텐츠산업에 지상파 방송사 등을 분류하여 상대적으로 높게 나타난 것이며, 이를 제외하면 다소 비슷한 1인당 총생산을 나타낼 것으로 보임.
- 사업체수는 95개 기업으로 제주지역 전체 사업체인 47,144사의 0.2%을 차지하고 있음. 종사자수는 958명으로 전체대비 0.47%임. 법인 사업체수가 1.52%인데 비해 개인 등의 사업체수가 상대적으로 적어서 전체 사업체수가 작은 비율을 차지하는 데도 1인당 총생산이 상대적 높은 비율로 나타남.

〈표 10〉 2011년 제주지역 총생산과 문화콘텐츠산업의 비교

| 구분 | 총생산 (억원) | 1인당 총생산 (백만원) | 사업체수 | | | 종사자수 |
|----------|-------------|---------------------|--------|-------|--------|---------|
| | | | 전체 | 법인 | 개인 등 | |
| 도내 산업 | 111,290 | 20.149 | 47,144 | 3,813 | 43,331 | 203,757 |
| 문화콘텐츠 산업 | 2,813 | 29.363 | 95 | 58 | 37 | 958 |
| 비율 | 2.53% | 145.73% | 0.20% | 1.52% | 0.08% | 0.47% |

· 출처 : 제주테크노파크 ‘2012 제주ICT산업 현황’ 과 제주특별자치도 통계를 비교하여 재구성

- 제주테크노파크의 통계조사(『ICT산업통계조사』, 2012 : 163)에 따르면 제주지역의 콘텐츠산업을 활성화하기 위하여 지역기반산업의 선진화, 서비스 상품개발 확대, 수출시장 및 상품구조 다변화, 중앙정부 지원 사업 적극 활용 등을 제안하고 있음. 이를 구체적으로 보면 다음과 같음.
- 지역기반산업 선진화를 위하여 기업의 영세성과 R&D 투자를 확대하는 방안과 대표적 기업 육성 방안이 제시됨.
 - 서비스 상품 개발의 확대는 단순한 지역 수요를 벗어나 다양한 서비스 상품 개발이 필요하고 제조업, 농수축 1차산업과 연계하고, 지역 대표 산업인 관광산업과 적극적인 연계성을 제안하고 있음.
 - 내수시장 위주에서 수출시장으로 다변화하고 제주라는 지역적 특성을 살린 문화콘텐츠 상품 개발을 지방자치단체에서 적극적으로 지원해야 함을 주장함.
 - 정부 지원사업을 적극적으로 활용하기 위하여 지역 전담조직을 구성하고, 지방 고급인력의 주거여건 조성 과 지방경제 활성화 방안을 제안함.

Ⅲ. 제주문화의 콘텐츠산업 유망 분야 선정

1. 제주지역의 콘텐츠산업 유망 분야 선정 기준

- 콘텐츠산업에 대한 정부의 체제 개편(문화체육관광부 중심에서 미래창조과학부 중심으로 변경)으로 수립된 콘텐츠산업진흥계획은 최근의 콘텐츠 산업관련 향후 5개년을 수립하고 있음.
 - 콘텐츠산업관련 인프라, 제도 및 자금 등 전방위 콘텐츠산업 계획을 제시하고 있음. 또한 지방자치단체 간 경쟁과 협력을 유도하고 있어 향후 제주지역 콘텐츠 관련 계획도 상위 계획을 기반으로 제주지역으로 특화해야 함.
 - 이에 정부 계획을 토대로 하여 전문가 토론을 통해 정부에서 직접 추진해야 할 사업을 제외하고, 제주지역에 적합한 사업을 도출함.
 - 도출된 사업을 중심으로 하여 제주지역에 특화하는 방안을 수립함.
- 먼저 콘텐츠진흥계획안의 비전과 추진전략을 살펴보고자 함. 콘텐츠진흥계획안은 창조경제 실현을 위한 계획으로 2017년 시장 규모 102조원, 수출규모 100억 달러, 고용규모 69만 명을 목표로 하고, ‘콘텐츠산업으로 창조경제 견인, 국민소득 3만불 시대 실현’을 비전으로 제시함.
- 이 계획안의 주요 전략은 다음과 같음.
 - 첫째, 창의성과 상상력을 지원하는 창조기반 조성전략으로 창의적 콘텐츠 제작지원을 위한 모태펀드 조성, 과학기술·ICT와 문화의 융합으로 새로운 시장 창출 및 제도개선 방안을 제시함.
 - 둘째, 창업 활성화 및 창의인재 양성전략으로 콘텐츠코리아 랩을 전국 23개소에 설립하고 콘텐츠 분야의 창작, 창업 활성화 및 고용기반을 마련함. 또한 콘텐츠 관련 핵심인재 육성을 제시하고 있음.
 - 셋째, 글로벌 콘텐츠 육성 및 지역기반 강화 전략으로 콘텐츠의 해외진출을 확대하고 지역 콘텐츠산업 육성을 목표로 추진함. 디지털포렌식(저작권 침해 범죄의 디지털 증거자료의 증거력 확보를 위한 과학적 수사기법)지원

확대 등 저작권 침해 유형별 보호체계를 수립함.

- 넷째, 건강한 콘텐츠 생태계 조성 전략으로 저작권 기반 강화를 통한 비즈니스 환경을 구축하고 콘텐츠의 공정거래 기반을 조성함.
- 다섯째, 콘텐츠 육성 거버넌스 구축 전략을 제시하고 있음. 콘텐츠산업 진흥위원회를 신설하여 범정부 산업 육성 체계를 마련하고 규제를 완화하는데 있음.

1) 전문가 의견 수렴 결과 제주 콘텐츠산업 정책안 선정

- 콘텐츠산업 진흥계획 중 전문가 토론을 통하여 지역 내 적합한 사업군을 도출하였음.
 - 다른 지방자치단체보다 우선 도입이 필요한 정책
 - 정부의 정책과 유사한 기능을 할 수 있는 제주지역에 필요한 정책
 - 제주의 특화된 분야를 정부 사업에 반영할 수 있는 정책
 - 이를 통해 24개 정책과제에 우선순위 부여
- 사업 선정 방법으로는 먼저 ‘콘텐츠산업 진흥계획’ (2013년 7월 제12차 경제관계장관회의 합동 발표 정책)을 전반적으로 분석하고, 향후 제주 지역에서 중점적으로 추진해야 할 콘텐츠사업 여부를 협의하였음. 협의 과정으로는 토론 방식과 5점 척도 방식을 적용하였음.
 - 정부의 계획은 5개 영역 44개 사업이 수립되었으며, 이 중에 제주지역이 국비와 지방비로 추진 가능성이 있는 사업으로 5개 영역 24개를 선정하였음.
 - 우선과제의 도출을 위하여 토론 후 도출된 과제에 대한 5점 척도를 실시하여 최종 24개 정책을 도출한 후 이에 대한 제주특화 방안을 검토함.
- 전문가 의견 수렴 결과를 요약하면 다음과 같음. 1순위 사업으로 선정된 것이 5건으로 이는 가정 먼저 추진이 필요하다는 입장을 보였음.
 - 문화융합형 콘텐츠코리아랩 설립 운영이 필요하다고 보았음. 특히 디지털선도형 콘텐츠코리아랩 설립과 관련하여, 전국을 대상으로 설립될 예정인 콘텐츠코리아랩이 제주지역에 설립을 유치할 수 있도록 추진

필요성이 제기됨.

- 문화벤처, 창업보육센터, 1인창조기업 등 콘텐츠분야 창업지원, 디지털 콘텐츠분야 특수대학원 설립 등 콘텐츠분야 창업 분위기 조성 및 기술적 난이도가 높은 부문의 인력양성이 필요하다는 의견이 있었음. 건강한 콘텐츠 이용문화 형성을 제1순위 정책으로 선정함.

○ 차 순위로 선정된 정책을 보면 창의인재 동반사업, 한중 평요우 프로젝트 추진, 유망 스마트콘텐츠 발굴 지원, 5대 글로벌 킬러콘텐츠 육성 등 콘텐츠의 직접적 개발 등이 제주지역 정책에 반영해야 한다는 의견을 제시함. 국가의 콘텐츠산업진흥위원회와 같이 제주지역의 콘텐츠산업을 지휘할 컨트롤타워인 위원회 설립이 선결 조건으로 제시됨.

- 디지털콘텐츠코리아 펀드조성, 한국형 디지털 테마파크 조성, 작은영화관 등 지역의 영화향유권 제고, 대중소기업 컨소시엄 구성 지원, 위풍당당콘텐츠코리아 펀드 조성 등 제주지역의 콘텐츠 관련 기업이 성장할 수 있도록 펀드지원이 필요하고 대중소기업과 상생을 통한 시장 진출이 대안으로 제시됨.
- 드라마·영화·애니 등 국제공동제작 활성화 추진, ICT특별법, 대중문화예술평산업법 등 법·제도 정비, 패션·스토리·출판·만화 등 유망 콘텐츠 육성, C-P-N-D 연계협력 지원체계 마련 및 N스크린 기술개발 및 UHD 콘텐츠제작을 제시하여 조래 수준의 선행적 법제도 및 차세대 콘텐츠인 UHD, CPND처럼 콘텐츠의 전 생태계를 지원할 수 있는 조직체계 구성이 중요하다고 의견을 제시함.

〈표 11〉 전문가 선정 유망 콘텐츠산업 육성 정책

| 추진 과제 | | 소관 부처 | 전문가 평점 | 순위 |
|----------------------------------|-----------------------|-------|--------|----|
| 1. 창의성과 상상력을 지원하는 창조기반 조성 | | | | |
| 1-1. | 위풍당당콘텐츠코리아 펀드 조성 | 문 | 4 | 15 |
| 1-2. | 디지털콘텐츠코리아 펀드조성 | 미 | 4.7 | 11 |
| 1-6. | N스크린 기술개발 및 UHD 콘텐츠제작 | 미 | 3 | 20 |

III. 제주문화의 콘텐츠산업 유망 분야 선정

| 추진 과제 | | 소관 부처 | 전문가 평점 | 순위 |
|--|-----|----------|-----------|----|
| 2. 창업활성화 및 창의인재 양성 | | | | |
| 2-1. 문화융합형 콘텐츠코리아랩 설립 운영 | 문 | 5 | 1 | |
| 2-2. 디지털선도형 콘텐츠코리아랩 설립 운영 | 미 | 5 | 1 | |
| 2-3. 문화벤처, 창업보육센터, 1인창조기업 등 콘텐츠분야 창업지원 | 중,문 | 5 | 1 | |
| 2-5. 창의인재 동반사업 | 문 | 4.7 | 6 | |
| 2-6. 현업종사자에 대한 맞춤형 교육 강화 | 문,미 | 3 | 20 | |
| 2-7. 디지털콘텐츠분야 특수대학원 설립 | 미 | 5 | 1 | |
| 2-8. 차세대 기획인력 학위과정 및 직군별 교육확대 | 미 | 3 | 20 | |
| 3. 글로벌 콘텐츠 육성 및 지역기반 강화 | | | | |
| 3-1. 글로벌 펀드 및 해외마케팅 전문펀드 조성 | 문 | 3 | 20 | |
| 3-2. 해외진출 지원단 운영 및 글로벌 마켓 정보 조사·제공 강화 | 미,문 | 3 | 20 | |
| 3-5. 드라마·영화·애니 등 국제공동제작 활성화 추진 | 문,미 | 3.6 | 16 | |
| 3-6. 한·중 평요우 프로젝트 추진 | 미,문 | 4.7 | 6 | |
| 3-9. 유망 스마트콘텐츠 발굴 지원 | 미 | 4.7 | 6 | |
| 3-10. 패션·스토리·출판·만화 등 유망 콘텐츠 육성 | 문 | 3.3 | 18 | |
| 3-11. 5대 글로벌 킬러콘텐츠 육성 | 문 | 4.7 | 6 | |
| 3-12. 한국형 디지털 테마파크 조성 | 미,문 | 4.3 | 11 | |
| 3-13. 작은영화관 등 지역의 영화향유권 제고 | 문 | 4.3 | 11 | |
| 4. 건강한 콘텐츠 생태계 조성 | | | | |
| 4-6. 대중소기업 컨소시엄 구성 지원 | 미 | 4.3 | 11 | |
| 4-8. 건강한 콘텐츠 이용문화 형성 | 문,미 | 5 | 1 | |
| 5. 거버넌스 체계 구축 | | | | |
| 5-1. 콘텐츠산업진흥위원회 운영 | 문,미 | 4.7 | 6 | |
| 5-2. C-P-N-D 연계협력 지원체계 마련 | 미,문 | 3.3 | 18 | |
| 5-3. ICT특별법, 대중문화예술산업법 등 법·제도 정비 | 미,문 | 3.6 | 16 | |

· 문 : 문화체육관광부, 미 : 미래창조과학부, 중 : 중소기업청

2) 선정 결과에 따른 제주특별자치도의 정책 추진 방향

- <표 11>에서 보듯이 전문가 의견 수렴 결과 제주특별자치도에서 추진해야 할 콘텐츠산업 정책을 세부적으로 분석하면 다음과 같음. 1순위 선정 사업 중심으로 설명함.
- 전문가들은 창업활성화 및 창의인재 양성과 건강한 콘텐츠 생태계 조성 영역에 있는 정책과제가 우선적으로 추진 가능하다는 입장을 피력함. 2순위로는 글로벌 콘텐츠 육성 및 지역기반 강화 영역에 속한 정책이 주로 선정됨. 선정 과제를 보면 제주지역의 콘텐츠산업 정책 방향을 가늠할 수 있음.
- 24개 선정 과제를 중심으로 하여 제주지역에 특화된 정책을 제시하고자 함.

■ 문화융합형 콘텐츠코리아랩 설립 운영

- 정부에서는 2017년까지 전국에 총 23개소를 설립할 계획을 발표함. 이에 전문가들은 전국 시도단위의 콘텐츠코리아랩이 설치 운영될 경우 이를 우선적으로 제주지역 설립을 유치해야 한다는 의견을 제시했음.
- 콘텐츠코리아랩은 창작자를 위한 장르간 네트워킹, 창작실험, 협업공간, 창작 장비와 투자 피칭, 경연 멘토링 등을 지원하는 핵심 기구로 콘텐츠 관련 수익모델 개발 및 유통지원 등을 담당하게 됨.
- 문화융합형과 디지털선도형으로 나누어 추진하며 디지털선도형이 모바일·TV앱, UHD 연계 콘텐츠, 양방향 콘텐츠 중심으로 추진할 것임. 이는 지역대학과 정보문화진흥원을 중심으로 추진하는 것이 바람직함.
- 콘텐츠코리아랩이 제주도에 설립된다면 문화융합형 콘텐츠랩으로 콘텐츠 장르 간, 순수예술과 첨단기술의 융합에 기반을 두고 새로운 창작과 비즈니스 사업화를 위한 창작 플랫폼 공간 제공형태를 선호함.

〈표 12〉 문화융합형 ‘콘텐츠코리아 랩’ 구성 (2014년 상반기 개소 예정)

| 구분 | 대상 | 공간 구성 |
|------|------|--|
| 열림마당 | 완전개방 | 공개 워크숍, 특별 강연, 라운지, 카페 |
| 지움마당 | 소액회원 | 첨단 장비(3D 프린터, 모션 캡처, 사운드 편집실, 연습실, 촬영·녹음 스튜디오 등) |
| 키움마당 | 선발 | 회의실, 공동 작업실, 워크숍 공간, C&D Lab |

■ 디지털선도형 콘텐츠코리아랩 설립 운영

- 디지털선도형 콘텐츠코리아랩 설립 운영도 필요하다고 응답하였음. 디지털선도형은 유망 디지털콘텐츠 분야에 대한 법률·회계·마케팅 등 맞춤형 지원을 위해 프로젝트 기반 랩으로 설치·운영하는 것임.
- 정부에서는 디지털선도형 콘텐츠코리아랩을 전국 시도단위의 지역 대학·정보문화진흥원 등과 연계하여 전문성과 경험을 갖춘 창업희망자부터 일반인까지 단계적으로 지원하여 성공사례를 확산할 계획임.

■ 문화벤처, 창업보육센터, 1인창조기업 등 콘텐츠분야 창업지원

- 문화벤처, 창업보육센터, 1인창조기업 등 콘텐츠분야 창업지원에 대하여 문화벤처 설립 활성화를 위한 관련 기술성 및 사업성 개선이 제기됨.
- 정부는 문화콘텐츠분야 창업보육센터(3개소) 운영 활성화(중소기업청) 및 콘텐츠분야 1인 창조기업 지원(공간, 법무, 네트워킹 등), 콘텐츠를 개발·제작·유통할 수 있는 협동조합 설립을 장려하는 정책을 수립 중임(실태조사, 모델개발 등).

■ 디지털콘텐츠분야 특수대학원 설립

- 디지털콘텐츠분야 특수대학원 설립안에 대해서는 콘텐츠 분야의 특수대학원 또는 전문대학내 대학원 과정의 신설이 가능하다는 의견을 제시함.
- 정부계획은 (대학/원) 콘텐츠 융합형 교육 활성화(CT 대학원, 융합형 교육과정 개발대학 12개교 등), 차세대 디지털콘텐츠 기획인력 학위과정 확대(18명→100명) 등이 있음.

- 국외 전문가 연계 교육(국외 거장 마스터 클래스 등)으로 글로벌 인재를 육성하려는 계획임.
- 중소기업 사내대학 과정, 단기 직무과정, 전략지역 전문가 연수 등 현업인 대상 콘텐츠 아카데미 운영 정책을 제시함.

■ 건강한 콘텐츠 이용문화 형성

- 건강한 콘텐츠 이용문화 형성을 위해 제주지역 전체로 확산하는 방안이 제시됨.
 - 기존공간(주민자치센터, 복지관, 청소년수련원)을 문화복지형 콘텐츠 향유 공간으로 활용하는 전략으로 사회교육에서 콘텐츠 리터러시 교육을 확대하는(콘텐츠 리터러시 : 콘텐츠를 올바르게 이해하고 즐기고 창작하고 표현하는 능력) 방안임.
 - 아동·청소년·가족용 영화(애니) 제작 지원, 가족친화 공간(영화관, 키즈카페, 노래연습장 등) 활성화 등 가족·친구와 함께 즐기는 여건 마련이 해당됨.

■ 창의인재 동반사업

- 창의인재 동반사업에 대해서 젊은 인재들에 대한 도제식 창의과정이 필요하고 도내에 콘텐츠 명장을 위촉하고 멘토로 지정하여 후진 양성이 필요하다는 입장임.
 - 젊은 인재들에게 도제식 창의숙성 과정을 지원하고, 콘텐츠의 미래를 이끌 창의인재를 육성하는(8개 분야, 연 250여명) 방안임.
 - 도제식 창의숙성 과정은 멘토링, 명사특강, 워크숍 및 투자유치 지원 등이 있음.
 - 우수 과제의 상업화 지원 등 후속 창작과정 개설로 안정적인 직업정착 지원이 가능함.

■ 한·중 평요우 프로젝트

- 한·중 평요우 프로젝트 추진 시 제주가 참여하여야 함
 - 정부가 추진하는 프로젝트로 콘텐츠의 중국 시장진출을 위한 성격임.

III. 제주문화의 콘텐츠산업 유망 분야 선정

현재 제주가 중국과 교류가 많은 점을 고려하여 이 프로젝트 추진 시 제주지역의 참여 방안이 요구됨.

- 프로젝트의 내용에는 한·중 문화산업포럼 설치 및 정례 개최, 영화 공동제작협정 체결 추진 등이 있음.
- 양국 정례 교류(연 1회 현지 로드쇼 등) 및 디지털콘텐츠 공동제작 지원, 현지 CG 시장진출을 위한 지원센터 구축 등이 포함됨.

■ 유망 스마트콘텐츠 발굴 지원

- 유망 스마트콘텐츠 발굴 지원이 필요하다는 의견이 있음. 이를 위하여 중소기업을 대상으로 업무 생산성 향상을 위한 모바일오피스, 협업지원시스템 등에 대한 콘텐츠 개발을 지원하거나 중소 스마트콘텐츠 기업과 해외 바이어를 연결하는 온라인 B2B플랫폼을 구축하여 네트워크, 서버, 보안·결제 솔루션 등을 제공하는 형태임.
- 언어, 캐릭터, 시나리오, 매뉴얼 등 원활한 현지 서비스에 필요한 콘텐츠 변환 지원 및 Test-Bed(베타테스트) 구축·운영이 포함됨.

■ 5대 글로벌 킬러콘텐츠 육성

- 5대 글로벌 킬러콘텐츠 육성 중 제주는 힐링게임, 애니메이션 및 캐릭터, 영화 부문에 집중해야 함.
- (게임) 중소·창업 모바일 게임 기업 대상 기획·시나리오·마케팅 등 제작 전 과정을 원스톱으로 지원함. 이 산업의 성장기반을 마련하는 계획으로 모바일게임센터는 (2013년) 1개소(경기) → (2017년) 전국 5개소로 확대 구축 예정임.
- 힐링·교육 등 기능성 게임 제작지원(2013, 11개→2017, 25개) 및 공공구매와 연계 보급 확대, 체험관 조성(2014) 등 아케이드게임 재도약기반을 마련함.
- (애니·캐릭터) 아동·청소년·가족용 애니메이션 제작 지원에 해당됨. 주 시청시간 대 방송 편성을 지원하고, ‘애니메이션 제작센터’를 설립함. 국산캐릭터 창작 및 상품 발굴 지원, 상품 보증제도 도입 및 애니메이션·캐릭터 전문펀드 확대가 포함됨.

- (영화) 부산시에 이미 글로벌 스튜디오를 건립하고 있으므로 제주는 예술독립영화 제작지원 확대를 요구할 수 있음.

■ 콘텐츠산업진흥위원회 설립 및 ICT특별법, 대중문화예술산업법 등 법·제도 정비

- 콘텐츠산업진흥위원회 및 관련 법 제정이 이루어지면 제주지역은 이를 선도적으로 추진하는 기구 및 조례 제정을 추진해야 함.
 - 국가단위 콘텐츠산업진흥위원회가 콘텐츠 관련 범정부 산업육성 체계 확립을 위해 설립되므로 제주지역 단위의 제주콘텐츠산업진흥위원회 설립을 추진함.
 - 국가의 콘텐츠산업진흥위원회 구성을 보면 위원장(총리), 문화체육관광부(간사), 미래창조과학부, 안전행정부, 보건복지부 등 12개 부처 장관, 민간위원 8명으로 이루어지는 체계로 제주의 경우 콘텐츠 관련 부문이 참여 가능함.
 - 이 위원회의 주요 역할은 제주지역의 디지털콘텐츠 제작 및 유통실태를 주기적으로 조사하고, 콘텐츠 전문기업 지원 및 활성화를 위한 제도개선을 추진할 수 있음.

■ 디지털 콘텐츠코리아 펀드조성 및 위풍당당 콘텐츠코리아 펀드 조성

- 국가단위의 펀드가 조성됨에 따라 제주지역의 많은 콘텐츠기업이 디지털콘텐츠코리아 펀드 및 위풍당당콘텐츠코리아의 수혜를 받을 수 있도록 지원을 요구함.
 - 민간 투자를 유도하기 위한 콘텐츠펀드(모태펀드)를 확대하고, 창의적 아이디어가 콘텐츠로 제작되고 영세 콘텐츠 기업의 성장을 위해 투자할 것임.
 - 이 기금의 조성규모를 보면 (2012)9,200억 원 → (2017 목표) 1조 8,200억 원 조성을 목표로 하고 있음.
 - 문화콘텐츠 장르, 인문예술 융합콘텐츠 등의 제작 단계별 및 글로벌 진출을 지원하는 ‘위풍당당 콘텐츠코리아펀드’를 조성함.
 - 방송통신·ICT 연계형 디지털콘텐츠의 제작 및 창업을 지원하는 ‘디지털 콘텐츠코리아 펀드’ 조성 및 통신사·포털사 등 대기업의 참여를 유도함.

■ 한국형 디지털 테마파크 조성

- 한국형 디지털 테마파크 조성은 증강현실 및 3D 등을 기반으로 테마파크를 조성하는 사업이므로 제주가 풍부한 관광지 및 박물관 인프라를 구축하고 있어서 이에 대한 참여가 요구됨.
- 증강현실·3D 등 차세대 콘텐츠 기술을 활용한 첨단 대표 콘텐츠를 개발·시연하고, 국내외 보급 및 글로벌 시장 진출을 지원함.
- 국내외 수요 및 타당성 검토 후, 정부·지방자치단체·기업·연구소의 역량을 결집하여 유망 분야를 선정하고, 기획·기술개발·시연 등을 추진할 예정임.

■ 작은영화관 등 지역의 영화향유권 제고

- 작은영화관 등 지역의 영화향유권 제고로 제주지역의 읍면단위 지역으로 확대 가능함. 제주지역 읍면의 인구가 다른 지방자치단체에 비해 많은 현실을 감안하여 문화향유권을 읍면단위로 확대 요청이 가능함.
- 작은영화관 설립, 찾아가는 영화관 확대 등을 통해 ‘영화가 있는 삶’을 확산하여 영화향유권 격차를 해소할 수 있음. 정부는 전국적으로 극장이 없는 시군구 109개 지역을 대상으로(2014년 말까지 20개소 시범운영) 하여 운영할 계획임. 따라서 정부의 정책을 미리 파악하고 제주지역에 추진 가능한 사업을 요구함.
- 정부에서는 지역 영상미디어센터 확대(2013년 15개→2017년 23개) 및 시민창작 교육프로그램 확대로 지역 문화콘텐츠클럽 1만개를 양성할 계획이므로, 제주지역에서 이 사업을 추진할 수 있는 정책을 수립함.

■ 대·중소기업 컨소시엄 구성 지원

- 대·중소기업 컨소시엄 구성 지원이 필요함. 제주지역은 수도권에서 이전한 기업과 협력을 통해서 지원이 가능한 형태를 제시할 수 있는 이점이 있음.
- 분야별 동반성장 협의회, 차세대·디지털콘텐츠 개발을 위한 대·중소기업 컨소시엄 구성 등 대·중소기업 협력을 강화하려는 사업임.

■ 드라마·영화·애니 등 국제공동제작 활성화

- 드라마·영화·애니 등 국제공동제작 활성화 추진이 가능함.
 - 드라마·영화·애니메이션·다큐 등 유망 콘텐츠의 국제공동제작 활성화 및 TV포맷 수출 확대 추진이 가능함.
 - 세계 주요 아웃소싱 시장인 할리우드·중국 등의 3D/CG 프로젝트에 대한 국내 기업의 수주를 지원하려는(수주금액의 25%, 건당 15억 원 이내) 계획임.

■ 패션·스토리·출판·만화 등 유망 콘텐츠 육성

- 지역내 패션기반이 미약하여 스토리 및 만화 부문을 중점 육성분야로 선정하였음.
- 스토리·만화 등 유망 콘텐츠 육성 사업
 - (스토리·만화) 뿌리산업인 스토리 및 차세대 한류콘텐츠 산업을 육성함. 이야기 원천소재를 활용하여 스토리를 개발하고 다양한 콘텐츠로 활용되는 과정을 지원하는 스토리산업을 지원함.
 - 스토리 전문회사 육성, 스토리 사업모델 발굴 지원 등을 추진함.
 - 우수만화 창작 및 징검다리 콘텐츠 제작 지원, 다음과 연계한 웹툰 미디어 지원, 번역지원 등 만화생태계 조성이 가능함.

■ C-P-N-D 연계 협력된 지원 체계 마련

- 스마트디바이스의 발전에 따라 인터넷 네트워크의 발전, 콘텐츠의 디지털화, 유통체계 확립 등 콘텐츠 생태계를 말함.
 - C-P-N-D는 C : Contents, P : Platform, N : Network, D : Device의 약자임.
- Contents 제작 이후 플랫폼, 네트워크, 디바이스 분야에 대한 연계협력 체계가 부족한 현실로 P-N-D는 대규모 설비 및 운용 능력이 가능함.
- 제주지역 내 수도권 이전 기업과 연계하여 추진하는 방안과 그 동안 제주지역에서 필요성이 꾸준히 제기된 IDC센터 도입을 연계하여 추진하는 방안이 있음.

■ N스크린 기술개발 및 UHD 콘텐츠 제작

- 제주테크노파크 방송융합사업단을 중심으로 N-Screen 및 UHD관련 시설 및 장비 인프라 및 교육이 이루어지고 있음.
 - 콘텐츠공모전 및 기획전 등 도내 콘텐츠기업이 적은 자본으로 N-Screen을 구현하기 위한 지원이 있어야 함.
 - 저작된 콘텐츠를 N-Screen으로 유통하기위한 전문화된 지원 조직이 있어야 함.

■ 현업종사자에 대한 맞춤형 교육 강화

- 현업종사자들에 대한 학위과정 연계형 교육 등으로 산학융합지구사업 및 산업단지캠퍼스 사업 등을 통하여 산학연계 맞춤형 교육을 추진함.
 - 제주지역의 대학별 특성에 맞는 전문화 교육을 진행함.

■ 차세대 기획인력 학위과정 및 직군별 교육확대

- 제주대학교 대학원 스토리텔링 과정처럼 특화된 기획인력 과정 확대
- MICE산업과 연계한 콘텐츠융합형 과정 신설
 - MICE의 창의적 기획자 양성 시에 콘텐츠 관련 기술과 연계된 인력 양성

■ 해외진출 지원단 운영 및 글로벌 마켓 정보 조사·제공 강화

- 지역산업특화 지원사업으로 진행되는 비R&D사업을 통하여 통합적인 해외진출지원 체계를 확립하고 글로벌 마켓정보 종사는 제주도내 KOTRA지사 및 KOCCA와 연계하여 추진이 가능함.

2. 제주문화의 유망 콘텐츠산업화 선정 내용과 방안

1) 콘텐츠산업화 선정 대상

- 일반적으로 우리들은 제주 문화원형이 풍부하여, 문화원형 발굴과 자료가 정밀하게 구축이 되어 있다고 여기지만 현실은 그렇지 않음. 문화원형으

로 생각되는 것들이 인문·사회·자연 분야에 걸쳐 있으나 콘텐츠산업화 가능성이 있는 대상을 선정하고 활용하는 단계로 진입하지 못한 실정임.

○ 따라서 이 연구에서는 제주의 문화원형을 새롭게 분류하여 정의하지 않고 기존의 연구물(『제주문화상징』, 2008)을 활용하여 콘텐츠산업화 방안을 제안하고자 함.

○ 제주의 문화원형은 다양한 방법으로 발굴하고 선정하여야 하지만 2008년 선정된 제주문화상징 99선은 제주문화의 콘텐츠로 충분하다고 봄.

〈표 13〉 제주문화상징물 99선 목록

| 제주문화상징물 선정 분야 | 제주문화상징물 99선 대상 |
|---------------|---|
| 자연분야 | 한라산, 오름, 용암동굴, 돌담, 꽃자왈, 제주마, 제주한란, 마라도, 바람, 성산일출봉, 왕벚나무, 내창, 용두암, 용천수와 봉천수, 아흔아홉골, 영주십경, 사람발자국화석, 검은도새기, 문주란, 검은쇠[黑牛], 노루, 산방산, 폭낭(팽나무) |
| 사회 및 생활분야 | 해녀, 원(垣), 테우, 갈옷, 허벅, 정낭(정주목), 제주초가, 테우리, 굴, 말총공예, 빙떡, 자리회, 소금빌레, 수놀이, 돛통시, 정동별립, 오메기술·고소리술, 밀방애, 애기구덕, 모듬별초, 무덤과 산담, 켜당과 삼춘, 뭍국, 개말[浦口], 남방애, 고팡분리, 변쇄와 땀쇄, 해안일주도로 |
| 역사분야 | 삼성혈, 제주고산리신석기유적, 제주목관아, 관덕정, 향파두리항몽유적지, 환해장성, 원당사지오층석탑, 제주4·3사건, 유배의 땅, 하멜의 표도, 김만덕, 봉수와 연대, 오현단, 제주도식고인돌, 호적중초, 제주삼양동선사유적, 잣성, 진지동굴, 출륙금지, 범화사지, 고득중, 읍성과 진성, 탐라 |
| 신앙·언어·예술분야 | 신구간, 제주굿, 방사탑, 제주칠머리당영등굿, 걸궁, 탐라순력도, 내왓당무신도, 추사와 세한도, 제주민요, 설문대할망, 돌하르방, 동자석, 동·서·자·복, 당, 포제, 심방, 입춘굿, 영감놀이, 자청비, 본풀이, 한라산신, 삼승할망, 뉘들임, 이어도, 제주어 |
| 제주10대 문화상징 | 한라산, 해녀, 제주어, 제주4·3사건, 돌문화, 제주굿, 제주초가, 갈옷, 굴, 오름 |

III. 제주문화의 콘텐츠산업 유망 분야 선정

- 제주문화상징 99선을 콘텐츠의 장르와 연관성을 갖기 위하여 유형문화, 스토리기반으로 나누어 배치하고 이를 콘텐츠 장르와 연계하여 다양하고 유망한 콘텐츠를 도출하고자 함.
- 제주문화상징 99선을 유형문화와 스토리기반으로 나누어 보면 <표 10>과 같음. 모든 분야가 스토리기반으로 활용될 수 있으나 유형문화를 우선 분류하고 남은 상징물을 스토리기반으로 배치하였음.

<표 14> 제주문화상징물 99선의 콘텐츠 분류

| 구분 | 제주문화상징물 99선 대상 | |
|-------|------------------|---|
| 유형문화 | 지리 및 역사적 (배경) | 한라산, 오름, 용암동굴, 돌담, 꽃자왈, 마라도, 바람, 성산일출봉, 내창, 용두암, 용천수와 봉천수, 아흔아홉골, 영주십경, 사람발자국화석, 산방산, 무덤과 산담, 해안일주도로, 삼성혈, 제주고산리신석기유적, 제주목관아, 관덕정, 향파두리향몽유적지, 환해장성, 원당사지오층석탑, 봉수와 연대, 오현단, 제주도식고인돌, 호적중초, 제주삼양동선사유적, 잣성, 진지동굴, 법화사지, 읍성과 진성, 개말[浦口] |
| | 동식물 (의인화 캐릭터) | 제주마, 제주한란,왕벚나무, 검은도새기, 문주란, 검은췌[黑牛], 노루, 폭낭(팽나무), 굴, 정낭(정주목), |
| | 인물 (캐릭터) | 해녀, 권당과 삼춘, 테우리, 심방 |
| | 소재 (음식, 생활) | 오메기술고소리술, 돛통시, 테우, 갈옷, 허벅, 말총공예, 빙떡, 자리회, 물방애, 애기구덕,몸국, 원(垣), 제주초가, 정동벌립, 소금빌레, 남방애, 고팡분리, 번췌와 멤췌, 방사탑, 돌하르방, 동자석, 동서자복, 당, 포제 |
| 스토리기반 | 역사적 스토리 | 모듬벌초, 수눌음, 제주43사건, 유배의 땅, 하멜의 표도, 김만덕, 출륙금지, 고득중, 탐라, 제주민요, 영감놀이, 제주어, 탐라순력도, 추사와 세한도 |
| | 추상적 스토리 | 신구간, 내왓당무신도, 설문대할망, 자청비, 본풀이, 한라산신, 삼승할망, 뉘들임, 이어도, 입춘굿, 제주굿, 제주칠머리당 영등굿, 걸궁 |

2) 선정 내용과 활용 방향

- 제주문화상징 99선 중에 콘텐츠산업으로 적용 가능한 사례를 예시하면 다음과 같음.

(1) 한라산 콘텐츠 분야

- 스토리텔링을 위한 신비감을 지닌 소재의 원형에 해당됨.
 - 1789년 한 귀족이 알프스의 작은 마을 ‘에비앙’에서 요양하면서 그 지역의 물을 먹고 병을 고친 스토리텔링으로 단순한 물이 아닌 약이라는 브랜드 스토리를 갖게 됨.
 - 이후 월드스타인 ‘마돈나’가 투어 콘서트를 할 때 머무는 호텔마다 욕조 가득 에비앙을 채워달라는 조건을 걸었다고 함. 1990년대를 풍미했던 ‘김 베이싱어’는 에비앙으로 머리를 감았고, 팝스타 고(故) 마이클 잭슨 역시 에비앙으로 얼굴을 씻었다는 스토리텔링이 등장함.
- 한라산은 제주 관련 모든 콘텐츠의 기본적인 모티브를 제공할 수 있는 스토리텔링의 대상이고, 모든 장르에서 활용이 가능한 대상임. 다만, 한라산 관련 스토리텔링을 제주지역의 산업관련 제품의 광고 부문으로 확대하여 수자원, 관광상품, 농식품 등 브랜드별 스토리를 세분화하는 방안이 있음.
 - 한라산국립공원 내에 휴양림, 등산로, 산책로 등의 힐링코스를 기반으로 한 5D체험관 콘텐츠를 개발하여 수도권 등 5D체험관을 보유한 체험관에 제공함.
 - 5D체험관의 특성은 4D체험관에 후각을 더한 것으로 한라산 숲의 기능성 공기를 연상하는 피톤치드와 뽕새오름의 청정한 바람결을 콘텐츠화함.
- 한라산은 화산섬이 생성되면서 생겨난 화산으로 재난영화의 대상으로도 잠재적인 특징을 갖고 있음. 화산폭발을 다룬 ‘단테스피크’, ‘볼

케이노' 에서처럼 잠자는 화산섬이 깨어나는 사건을 기반으로 다양한 스토리 전개를 기대해 볼 수 있음. 디지털적인 상상력을 추가한다면 한라산 정상을 기반으로 하여 각 오름을 비롯한 동굴, 용암분출에 대한 GIS적 자료를 기반으로 보다 정교한 영상제작이 가능함.

- 이와 같은 영상제작을 위해서는 웨타(Weta) 스튜디오에 대한 벤치마킹이 필요함. 1993년 피터 잭슨 감독이 설립한 '웨타 스튜디오' 는 아카데미 시상식에서 3년 연속 시각효과상을 수상한 작품 '반지의 제왕' 시리즈를 비롯하여 '킹콩', '아바타' 를 제작한 최신의 디지털을 기반으로 한 스튜디오임.
- 2010년 11월 제주가 뉴질랜드 웨타(Weta)스튜디오 역할을 할 수 있는 최적지란 조언이 전문가 그룹에서 제기되었음.
- Weta 출신 전문가에 의해서 제시된 내용을 보면 제주가 3D영상 실사촬영과 후반부작업을 할 수 있는 최적지이고 시각효과 전문기업을 육성하여 전세계 영화들이 웨타스튜디오에서 후반부 작업을 하기 위해 몰려드는 것처럼 제주를 그 거점으로 육성하는 노력이 필요하다고 제시함.
- 전문가는 제주에서 3D실사촬영과 편집, 후반부 작업을 원스톱으로 할 수 있는 제타스튜디오를 제안했음.

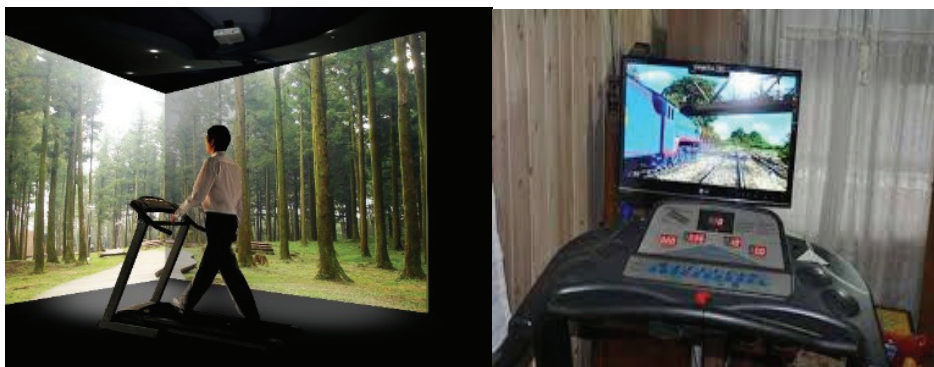
○ 최근 '아시아 컴퓨터 영상 합성 기술(CGI, Computer Generated Image) 애니메이션 창조센터' 구축사업이 제주를 대상으로 추진되고 있으며 CG영상콘텐츠의 메인프로덕션 전용시설을 구축하는 것으로 아시아 CG영상콘텐츠시장 선점을 위해 마련됨.

- 이 센터는 2015년에 완공 예정임. 장비관리와 서비스분야에서 고용 창출 효과가 클 뿐만 아니라, 현지 로케촬영 후 세트장은 자연스럽게 관광지로 탈바꿈하게 되는 만큼 관광객 유치 효과로도 이어지는 승수 효과가 있음.



(2) 오름 콘텐츠 분야

- 제주지역에 산재되어 있는 오름들은 각각의 고유한 지명을 갖고 있음. 오름은 그 난이도가 완만하여 느낌의 미학을 대표하는 올레코스 에 나타나는 대표적인 콘텐츠 대상임.
- 오름을 힐링콘텐츠화하기 위한 노력으로 런닝머신에 3D콘텐츠를 적용하여 가상기반 오름 런닝머신을 개발하는 것도 한 가지 방법임.



- 스크린골프 사례를 보면 실내에서 골프를 즐길 수 있도록 제작된 시스템이 개발된 골프 시뮬레이터(Golf simulator)는 우리나라의 업체들이 세계 시장의 90% 이상을 선점하고 있음. 이 시스템을 이용한 일명 골프방이라고 하는 신규 창업아이템이 각광받고 있음. 이들 시뮬

레이터에는 현존하는 골프장의 코스를 사실화하여 제작함으로써 골프프매니아들에게 보다 친숙한 서비스를 제공할 수 있음.

- 제주지역 기업들 중에는 골프빌이라는 골프시뮬레이터를 개발하고 국내 및 중국 등에 수출하는 등 관련 유사 기술을 보유하고 있음.
- 제주 오름의 콘텐츠는 힐링이라는 최근의 추세를 감안하여 피톤치드가 부는 바람의 소재와 함께 산책, 걷기, 등산 등의 스포츠 부문과 연계하여 개발이 가능함. 특히, 4D의 소재로 그 다양성을 갖추고 있음
- 또한 오름이 가지는 이름을 기반으로 의인화하거나 캐릭터를 부여함으로써 오름을 통한 다양한 창작 시나리오로 제시도 가능함.
- 오름에 대하여 보다 문화원형적 기반에 대한 조사가 필요하고, 이를 통하여 제2의 창작활동에 활용이 가능한 시나리오를 재창출할 수 있게 함.

(3) 동굴 콘텐츠 분야

- 세계유산으로 지정된 지역은 한라산, 성산일출봉, 거문오름용암동굴계 등 3개임. 거문오름용암동굴계는 약 10~30만년 전에 거문오름에서 분출된 용암으로 만들어진 여러 개의 용암동굴임. 현재 일반인들의 탐방이 불가능하므로 이 동굴계를 기반으로 한 4D형 체험관을 구축할 수 있음.
- 상상속의 세계를 현실에서 체험할 수 있게 하는 생동감 있는 라이드들이 오프라인 게임에서 확대되고 있음.
- 보편적으로 영화는 2D(2차원, Two Dimension) 영화를 지칭하며 입체안경을 사용해 영화를 즐기는 3D(3차원, Three Dimension) 영화인 아바타가 대성공을 거두면서 4D라 불리는 체험형 실감 영화가 개발되고 있음.
- 입체영상 전문가들을 중심으로 교육적 의미를 전하는 콘텐츠, 공포를 체험할 수 있는 콘텐츠, 롤러코스터를 그대로 느낄 수 있는 콘텐츠 등이 개발되고 있는 추세임.
- 생동감 있는 콘텐츠로 다양한 연령층 및 남녀노소가 즐길 수 있는

놀이공간이라는 장점이 있음.

- 라이더는 항공기나 탱크, 자동차 등 가상공간에서 교육용으로 많이 사용하고 있는 가상 시뮬레이터임.
- 유압(Oil Pressure)을 사용하고 6축의 구조를 가지며 상·하·전·후·좌·우 평형이동 등 많은 움직임을 만들어 낼 수 있고, 안전벨트를 사용할 정도로 움직임이 매우 강한 특성이 있음.

○ 시각장치로는 3D를 기반으로 제작 가능함.

- 신비한 동굴 입구에서부터 번개효과를 낼 수 있는 스트로브 라이트 동굴의 분위기는 LED 조명을 사용함.
- 해저동굴에서 숨 쉬며 올라오는 기포를 형상화한 버블 장치, 동굴내의 음산한 안개 분위기를 만드는 포그 장치 등을 사용함.
- 동굴을 나오면서 별빛이나 체험의 마지막을 장식하는 레이저빔 장치, 체험의 시기가 겨울이면 하얗게 만드는 눈(Snow) 장치 등이 있음. 동굴내의 설명은 메아리치는 웅장한 소리의 스피커 등 관련된 기술이 총체적으로 구축되어 있어야 함.

○ 4D에는 동굴의 어디에선가 나오는 바람을 내보내는 팬 장치, 동굴 내 어디에선가 강한 바람을 일으키는 공기 발사기, 놀이동산의 롤러코스터를 타는 느낌의 아찔한 모션 의자의 낙하 운동, 동굴 탐험에서 갑자기 나타나는 동물이 스쳐지나가면서 관람 중에 갑자기 옆구리를 찌르는 솔레노이드 장치, 무서운 동굴을 달리며 빠져나오면서 자동차처럼 몸을 떨어주는 진동 스피커 등 4D 기술도 많은 메카트로닉스 기술이 요구됨.

○ 또한, 소프트웨어적 제어기술로 영상이 재생되는 미디어서버에서 ‘연+월+일+시간+분+초+프레임’의 데이터를 기반으로 하여 미리 프로그래밍된 시간에 대해 각각의 장치에 명령을 전송하여 제어함.

- 조이스틱과 같은 모션 입력 장치를 이용해 의자의 움직임 정보를 제어하고 번개, 바람, 간지럼, 찌르기 등의 효과를 추가로 삽입해 4D용 메타데이터를 완성함.

III. 제주문화의 콘텐츠산업 유망 분야 선정

- 동굴라이더 체험형 영화에는 스토리텔링 작가, 연출자, 영상제작자, 오디오 기술자, 실감형 하드웨어 기술자, 미디어 제어기술자 등이 상호 협업하고 기술의 융합에 의해 제작이 가능함.
- 체험관의 구성은 라이더형태로 동굴이 갖는 서늘함과 바람을 복합화하고 체험장의 디스플레이는 전면과 좌우면을 배치하여 실감미디어를 더욱 사실감 있게 구성하는 노력이 수반되어야 함.
- 세계자연유산에 걸맞은 용암동굴계를 교육적, 판타지적으로 결합하여 제작함으로써 제주관련 새로운 콘텐츠를 발굴하려는 노력이 중요함.



(4) 돌담 콘텐츠 분야

- 제주 발담은 2013년 ‘국가농업유산’에 등재되었고, 향후 ‘세계중요농업유산’에 등재하기 위해 다각적인 방안을 마련 중임. 국제연합식량농업기구(FAO)에서 심사하는 세계중요농업유산 입후보로 등재를 신청한 상태로 제주발담을 포함한 제주 돌의 가치와 중요성을 국제적으로 알리는 계기가 될 것임.
- 제주의 돌은 현무암이고, 돌의 쓰임은 다양함. 밭의 경계로 쌓은 발담, 집 주위를 두른 울담, 울레에 있는 올렛담, 목장에 있는 잣담, 바다에 있는 원담, 묘지를 둘러싼 산담 등이 있음. 이 외에도 용천수를 보호하는 돌담과, 제주의 풍광을 제주 돌에 새긴 마애명 등 제주 돌은 다양한 콘텐츠 개발이 가능함.

- 돌담에 대한 유래와 기능 설명을 곁들이고, 조형적인 안내판과 함께 위치기반의 콘텐츠 서비스 제시가 가능하게 함.
 - 돌담은 모두 야외에 소재하고 있으므로 GPS기반의 콘텐츠 서비스를 제작함으로써 누구나 제주를 방문하고 스마트폰을 활용한 서비스가 가능함.
 - 제주 돌담의 소재지에 대한 GIS 관점에서 DB구축과 더불어 돌담이 갖는 문화원형적 요소를 활용함은 물론 세계적으로 다양한 축성(築城)방식 등에 대한 비교 정보를 통하여 e러닝 콘텐츠 제공이 가능함.
- 제주 돌의 다양한 형태는 신화와 연관성을 갖고 있으므로 제주 돌의 기묘한 형상을 통한 수석(壽石)을 의인화하여 다양한 콘텐츠로 활용이 가능함. 특히, 동자석 콘텐츠가 이미 개발되어 이를 활용한 의인화 작업이 가능함.
 - 무형물의 의인화 작업에는 형태적으로나 디자인상으로 뚜렷한 구별이 어려워도 상품화가 가능한 캐릭터를 창출할 수 있음.
 - 무형물인 제주 돌을 의인화하기 위하여 제주 돌이 가지고 있는 고유의 성격과 개성 있는 외모를 가지고 캐릭터화가 필요함. 제주 돌이 소비자에게 친근감을 줄 수 있으려면 제주 돌이 유연하면서도 강함, 다양한 형상, 군집으로 묶였을 때의 강인함 등의 속성을 중심으로 캐릭터화가 요구됨.
 - 이미 제주 돌에 대해서는 고유한 성격이나 형태가 인지되어 있으므로 상품적 가치가 높다고 봄.
 - 다음에 제시한 사진은 ‘설문대여신’ 과 ‘영등할망’ ‘삼승할망’ 등 신화의 주인공을 돌로 형상화한 사례임.

(4) 제주마 콘텐츠 분야

- 제주도는 고려시대부터 말의 육성지로 알려졌으며, 지금은 제주마의 품종을 보존하고 말을 산업화하기 위하여 여러 정책을 추진하고 있음.
 - 제주마는 1986년 2월 8일 천연기념물 제347호로 지정됨.
 - 제주 목축문화의 핵심에 말(馬)이 놓여 있으며, 제주마’ 는 제주문화 상징으로 선정됨(2008).

III. 제주문화의 콘텐츠산업 유망 분야 선정



- 제주도 문헌신화인 「삼성신화」에 망아지가 나오는데 탐라의 건국시기에 이미 말이 등장했음.
- 『고려사』 「고려사절요」에는 고려 충렬왕 2년(1276)에 원나라에서 말 160필을 갖고 와서 목축하였다고 기록되어 있음. 『고려사』 「지리지」에는 충렬왕 3년(1277)에 목마장이 설치된 것으로 봐서 적어도 13세기 후반부터 제주도는 말 육성지로 선정되었다고 봄.
- 조랑말박물관이 개관됨(2013년, 표선면 가시리 소재). 이 박물관에서는 2013년 8월 안드로이드용 앱인 ‘조랑말체험공원’을 출시하여 전시품과 박물관을 소개하고 있음.
- 국내 영화 ‘각설탕’은 제주말을 소재로 제작됨(2005).
- 2010년 지역문화산업연구센터 지원 사업으로 ‘제주마 스토리텔링과 애니메이션 개발’이 선정됨.
- 스토리텔링 부분에는 영화 시나리오와 드라마 극본이 있음.

- 애니메티크스에는 바람돌풍, 따꾸(TACCU)가 있음. 따꾸(TACCU) 캐릭터 상품이 20종 및 3D애니메이션이 개발됨.



- 제주말을 활용하여 다양한 드라마콘텐츠 개발이 가능함.
 - 태조 왕건, 제국의 아침, 무인시대에서 불멸의 이순신으로 이어지는 드라마를 제작할 때, 제주를 주 무대로 한 삼별초와 목호의 난 등 고려시대의 주요 드라마가 제작되지 못함.
 - 최영 장군과 고려군사 2만5천명이 범환동 앞 바다에 있는 범섬에서 최후까지 저항하는 목호들을 제거하여 100년간 지속된 원의 지배에 종지부를 찍게 됨.
 - 따라서 제주말을 주제로 할 때 고려 말의 시대적 배경을 결합한 시나리오를 기반으로 역사드라마 또는 영화화를 추진할 수 있음.
- 잣성과 연계한 목마문화체험 콘텐츠 개발이 가능함.
 - 역사적인 인물인 현마공신 김만일을 문화콘텐츠로 활용함. 김만일이 관장했던 목장 일대를 중심으로 잣성을 복원하여 콘텐츠로 활용하고, 십소장을 연결하는 ‘마로(한라산, 중산간로), 마차로’ 만들기 등이 가능함.
 - 김만일 묘와 생가터 이용, 수산평(서귀포시 남원읍 의귀리, 수망리, 가시리 일대)을 활용하여 말 콘텐츠산업이 가능함. 또한 목축의례로 전해오는 테우리고사와 마조제(馬祖祭)를 재현하여 목마문화를 콘텐츠화할 수 있음.

III. 제주문화의 콘텐츠산업 유망 분야 선정

- 제주마 캐릭터를 활용한 애니메이션 제작 및 그 캐릭터를 기반으로 승마 등의 교육용 콘텐츠가 가능함.
 - 제주마와 관련된 콘텐츠는 다수가 개발되어 활용되고 있음. 그러나 캐릭터가 보조적 수단으로만 활용될 뿐이고, 제주마를 기본 테마로 한 콘텐츠 개발은 미진한 편임.
 - 제주마 캐릭터를 기반으로 승마와 관련된 4D 기구 개발 등 기존의 캐릭터가 다양하게 활용될 수 있는 기반 마련 방안이 있음.
 - 특히, 제주마와 관광을 연계한 캐릭터 활용은 다양한 기념품, 패션, 오프라인게임 등으로 다각화가 요구됨

(5) 동식물 의인화 콘텐츠

- 제주한란, 왕벚나무, 검은도새기, 문주란, 검은쇠[黑牛], 노루, 폭낭(팽나무), 굴, 정낭(정주목) 등의 동식물을 기반으로 한 캐릭터화가 가능함. 동식물 의인화 캐릭터 활용이 가능한 분야는 다음과 같음.
 - 의류산업 : 캐릭터를 통한 의류, 악세서리 등
 - 게임산업 : 게임의 등장인물, 몬스터 등으로 활용
 - 이 외에도 캐릭터, 아바타, 테마파크, 건축 등의 소재로도 활용이 가능함.

(6) 음식과 생활소재 콘텐츠

- 제주음식을 소재로 한 관광콘텐츠를 발굴하고, 이를 토대로 관광상품 소재를 발굴함. 테마형 관광상품을 개발하여 음식관광산업 활성화를 도모할 수 있음.
- 제주음식과 함께 전통문화(K-Culture)를 외국인 관광객에게 소개하여 음식관광 잠재수요 창출에 기여할 수 있음.
 - 외국인들이 쉽게 따라할 수 있는 레시피를 개발하고 소개함.
 - 외국인 선호 메뉴 중 50품을 선정하여 포함함.
 - 영문본과 국문본 인쇄본, e-Book 제작이 가능함.

- K-Pop, Drama+K-Food 연계 전략으로 제주음식 홍보 강화를 위한 사업을 대상으로 하여 추진함.
- 음식재료, 계량단위에 대한 콘텐츠를 개발함. 채소, 곡물 등 음식재료는 이미지를 포함하여 소개하고 조리를 위한 계량단위를 사용하고 현지 조달 가능한 음식재료를 예시함.

(7) 역사적 콘텐츠

- 제주43사건, 유배의 땅, 하멜의 표도, 김만덕, 추사와 세한도 등 제주의 역사적 콘텐츠를 활용한 시나리오를 기반으로 K-드라마, 영화 등으로 제작이 가능함.



(8) 추상적 콘텐츠

- 2005년 제주지식산업진흥원에서는 내왓당무신도 10신위와 관련된 콘텐츠를 개발하였음.

III. 제주문화의 콘텐츠산업 유망 분야 선정

- 10신위와 영웅의 복식과 아이템 디자인이 있음. 내왓당 무신도 10폭에서 6폭은 남신상이고 4폭은 여신상임. 남신상들은 대부분 모자와 부채를 착용하고 있으며, 부채를 들고 있지 않은 손의 손톱은 모두 용발톱이나 새와 같은 동물의 발톱이 그려져 있음.
 - 복식과 소장 아이템을 적용하여 관광상품화가 가능함. 신들의 땅, 신들의 섬이라 불리는 제주도는 문화콘텐츠의 보물섬임. 제주가 갖는 독특한 문화적 소재의 활용과 문화자산에 대한 자긍심과 이해를 바탕으로 추출된 응용디자인을 활용하여 이를 관광상품화에 적용이 가능함.
- 내왓당무신도의 제석천왕마노라는 농경신임. 제주는 천혜의 자연을 간직한 청정지역이므로 이 농경신을 농산물 관련 상품에 응용이 가능함. 할락궁이는 ‘질병과 치료의 신’ 이므로 향후 제주지역의 전략산업으로 전망되는 BT와 의료분야에 응용이 가능함. 삼승할망은 ‘잉태와 출산을 관장’ 하는 여신이므로 신혼부부와 아이를 바라는 사람들이 관심을 표출할 수 있는 무형의 상품으로 콘텐츠화가 가능함.
- 애니메이션, 오페라, 뮤지컬, 연극, 영화, 만화 부문의 시나리오를 제공할 수 있음. 영화 ‘반지의 제왕’ 이 유럽의 신화와 전설을 이용하여 만들어진 소설을 영화화하였듯이 ‘본풀이’ 를 이용한 다양한 시나리오가 재탄생될 수 있음.
- 제주큰굿의 주 자료인 ‘열두본풀이’ 에 나오는 다양한 신들 간의 갈등 구조와 화해구조를 파악하면, 인간세상의 갈등을 그대로 옮겨 놓은 것과 유사할 것임.
- 다양한 등장인물과 신들의 족보 관계 및 사랑, 우정, 가난, 풍요, 배신, 시기, 경쟁 등 인간사의 모든 요소들이 극적으로 표현되어 있음.
 - 제주굿을 대상으로 하여 현대적 오페라, 뮤지컬, 연극 등으로 공연할 수 있는 창작품을 기대해 볼 수 있음.
 - 현재, 열두본풀이 중 ‘세경본풀이’ 의 주인공인 ‘자청비’ 는 오페라로 제작·시연되었음.

- 내왓당무신도는 게임 아이템 제공이 가능함. 무신도의 소장 아이템과 복식은 게임 아이템 구성요소로 활용이 가능함. 이를 본풀이와 연결하여 만들 수도 있고, 소장 아이템만을 소재로 활용할 수도 있음.

〈표 15〉 내왓당무신도 콘텐츠기반 기념품 제작 사례

| | | |
|---|---|--|
| <p>원망위</p>  <p>원망위 - 전통적/역사적 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> <p>원망위 - 의상 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> <p>원망위 - 의상 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> | <p>원망위</p>  <p>원망위 - 의상 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> <p>원망위 - 의상 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> <p>원망위 - 의상 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> | <p>원망위</p>  <p>원망위 - 의상 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> <p>원망위 - 의상 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> <p>원망위 - 의상 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> |
| <p>원망위의 부채를 이용한 목걸이와 귀걸이 제품 (귀금속)</p> | <p>원망위 부채를 모티브로 하여 디자인된 머리핀</p> | <p>원망위 부채를 모티브로 디자인한 젊은층을 위한 아이디어 레터(편지지)</p> |
| <p>원망위</p>  <p>원망위 - 향수병 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> <p>원망위 - 향수병 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> <p>원망위 - 향수병 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> | <p>원망위</p>  <p>원망위 - 향수병 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> <p>원망위 - 향수병 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> <p>원망위 - 향수병 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> | <p>원망위</p>  <p>원망위 - 향수병 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> <p>원망위 - 향수병 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> <p>원망위 - 향수병 원망위는 전통적으로 어린이들이 착용하던 장신구로, 장난감을 가지고 놀 때 소리가 나도록 만들어졌다. 주로 노랑색과 빨간색을 사용하며, 길쭉한 끈에 종이를 붙여 만든다.</p> <p>색상 노랑, 빨간, 흰색</p> |
| <p>원망위 부채를 모티브로 한 여성 향수병(리필병)</p> | <p>원망위 부채를 모티브로 한 구두헤더</p> | <p>원망위 문양을 이용하여 디자인된 머플러</p> |

IV. 제주문화의 콘텐츠산업화 방안

1. 제도적 지원 방안

- 제주지역의 콘텐츠 관련 크라우드펀딩 등 소규모 펀딩을 통한 콘텐츠의 창작 재원을 마련하여 콘텐츠 관련 기업 및 잠재적 창업자들을 위한 안정적인 기반을 조성함.
 - 제주영상산업을 주도하는 제주영상위원회에 대한 다각적인 재정지원 방안이 해당됨. 제주를 기반으로 한 영화와 드라마 제작에 관여하는 제주영상위원회는 제주미디어센터, 제주영상문화예술센터, 제주시나리오마켓, 공모전 등을 중심으로 콘텐츠를 통한 제주 홍보에 주력하고 있음.
 - 제주영상위원회가 열악한 여건에서도 시나리오마켓 등을 개설하는 노력을 기울이고 있으나 자체적인 자금 확보가 어려운 상황에서 독립적인 프로젝트를 진행하기 어려움.
- 최근 크라우드펀딩 형태의 자금 조달 방식을 참조하여 지원하는 방안이 있음. 크라우드펀딩은 인터넷을 통해 불특정 다수(crowd)로부터 자금을 조달하는 기법을 말하며 소셜네트워크서비스(SNS) 확산과 함께 발전하여 ‘소셜 펀딩’ 이라고도 불림.
 - 크라우드펀딩 성공 사례를 보면 한국문화예술위원회가 ‘예술나무트리’라는 크라우드펀딩 사이트를 통해 ‘이원국 발레단 후원 프로젝트’를 진행하여 총 101명의 후원자가 참여하여 모금 목표액 5백만원을 넘어서는 펀딩에 성공했음.
- 제주지역의 창작 콘텐츠를 대상으로 크라우드펀딩 시스템 도입을 통한 지원 방안이 있음.
 - 금융감독위원회는 2013년 크라우드펀딩제도 도입을 추진한다고 밝혔음. 이는 창업가가 온라인을 통해 다수의 소액투자자로부터 사업자금을 십시일반 모아 조달하는 방법임. 이 시스템이 활성화되면 창업가들이 유망사업 계획이나 아이디어가 있어도 사업화 자금이 없어서 창작물이 사장되는 사례를 방지할 수 있음.

- 펀드는 제주지역의 문화콘텐츠 기업에 필요한 요소이지만 지역 기업의 영세성에 따라 펀드 유치가 힘든 것도 사실임. 그러나 최근 수도권 기업이 제주로 이전해 옴에 따라 수도권 기업과 향토문화콘텐츠 기업 간 연계를 통하여 펀드 유치를 지원하는 정책이 필요함. 펀드 유치를 위하여 기업들에 대한 IR피칭 등의 경험을 쌓을 수 있는 지원이 요구됨.

- 제주지역의 문화행복지수를 개발하고 이와 연동된 문화재정의 척도를 제시할 수 있는 제도적 지원이 있어야 함. 정기적인 문화 관련 센서스를 실시함으로써 제주도민들은 문화를 통한 소통과 문화의 가치를 인식하게 되고, 연관 산업의 고부가가치 창출에도 기여할 것임.
- 콘텐츠산업에 대한 주기적인 지표를 개발하여 공표하고, 매년 콘텐츠산업 활성화 정책을 수립함.

- 정부에서 시행하고 있는 문화행복을 위한 체크바캉스제도를 제주지역에 우선 도입하는 방안이 있음. 현재 소외계층 여행마우처 대상 지역 우선 선정 등의 정책이 추진되고 있음.
- 제주지역은 정부의 체크바캉스제도 도입에 따라 여행목적지로 제주지역과 연계하는 매력적인 콘텐츠산업 육성이 요구됨. 또한 체크바캉스제도 도입 시행에 앞서 제주지역을 목적지로 하는 문화관광 콘텐츠의 틀을 제시할 필요가 있음.
- 정부에서는 콘텐츠산업진흥위원회를 신설하여 운영하고 있음. 제주지역에서도 독자적으로 제주콘텐츠산업진흥위원회를 조직하여 제주지역의 콘텐츠산업진흥 기본계획 및 시행계획을 주기적으로 수립할 수 있도록 조례 제정 등 제도적 보완을 검토해야 함. 또한 이 위원회에서는 정례적으로 정책 협의체를 개최하여 콘텐츠산업과 연계협력, 콘텐츠 전문기업 금융지원, 기술융합 등을 지원할 수 있도록 운영함.

- 제주지역은 풍부한 문화자원을 보유하고 있어서 미래의 콘텐츠에 대한 풍부한 자산을 지니고 있다고 볼 수 있음.
- 제주의 문화를 기반으로 정기적이고 중기적인 법정 계획 수립이 필요하므로, 이를 추진하기 위한 제주콘텐츠위원회를 설립하는 것이 바람직하다고 봄.

- 콘텐츠산업은 인프라-소프트웨어 경쟁력-전문인력이 어우러지는 산업 영역이므로 산업적 환경을 조성하기 위해 제도적 기반을 마련해 주는 것이 중요한 요소임.
- 콘텐츠산업은 기획단계에서부터 투자가 이루어지는 특성을 갖고 있어 최근의 소셜펀딩 등 투자유치를 활성화할 필요가 있음. 이를 위하여 제주지역의 기업들에 대한 IR피칭 등 교육훈련이 체계적으로 이루어질 수 있도록 지원을 마련해야 함.
- 최근 수도권기업이 제주로 이전함으로써 지역 내 기업과 협업적 프로젝트 마련을 통해 콘텐츠의 제작-유통에 대한 채널을 제공하고 있음.
- 정부의 콘텐츠코리아랩 유치와 제주지역의 콘텐츠관련 제작시설에 대한 상호 보완적인 구축 및 정보공유 체계를 마련하는 것이 중요하다고 봄.

2. 인프라 구축 방안

- 제주지역에 콘텐츠코리아랩(전국 23개소 중)을 우선적으로 설립하는 방안이 필요함.
- 문화체육관광부와 미래창조과학부에서 추진하는 정책 방향에 대해 제주지역에서는 산학이 연대하여 각 부처별 업무에 따른 사업을 체계적으로 준비하는 것이 중요함.
- 제주지역의 창작자를 위한 장르 간 네트워킹, 창작 실험, 협업 공간, 창작 장비와 투자 피칭, 경영 멘토링 등을 지원할 수 있는 공간으로는 제주테크노파크의 멀티미디어지원센터, 방송통신융합센터와 영상위원회 정도가 있음. 그러나 이 기관들이 보유하고 있는 시설과 장비는 낙후하므로 문화융합형 콘텐츠코리아랩을 설립함으로써 인프라 구축에 기여할 것임.
- 디지털선도형의 경우 제주지역의 문화콘텐츠 전문기관을 통한 서비스 지원 형태로 모바일·TV앱, UHD 연계 콘텐츠, 양방향 콘텐츠 등이 있음. 이는 제주테크노파크 방송통신융합센터를 통한 특화가 가능하나 유망 프로젝트가 부족한 제주지역의 현실을 감안하면 우선 문화원형 단계의 콘텐츠랩을 설립한 후 디지털선도형으로 운영하는 방안이 있음.

- 제주지역은 Contents-Platform-Network-Device 기반이 부족한 것이 현실이므로 기술적 인프라보다 콘텐츠에 오히려 더 집중하는 전략 선택이 중요하다고 봄. 그러나 콘텐츠가 한샘못씀(OSMU) 및 고화질화 됨에 따라 이에 대한 콘텐츠 제작여건도 열악한 편임.
 - 제주테크노파크 방송융합센터 및 제주한라대학교 중심의 3D시설 등 제주 지역대학과 기관의 제작 인프라 간 협력을 통해 시설과 장비를 공동으로 활용하고, 상영 공간을 특화 가능.
- 여행자를 위한 맞춤형 문화탐방 콘텐츠 빅데이터 처리 시스템 도입이 필요함.
 - 제주를 여행하는 관광객들이 가장 많이 찾는 정보, 가장 많은 여행경로 등을 수집한 정보체계를 기반으로 제주관광과 문화를 연계한 빅데이터 (여행자가 찾는 정보, 여행자가 탐방하는 정보 등) 시스템을 구축함.
 - 이를 통하여 여행자의 데이터를 분석하여 특정 여행을 추가로 구매할 것으로 예상되는 추천 시스템을 개발할 수 있음.
- 문화콘텐츠 관련 사회적기업 육성, 공공부문이 제주지역 콘텐츠 매입 제도를 시행함으로써 문화사회적기업과 함께 창의적 문화활동의 주체인 잠재적 문화창업자를 양성해야 함.
 - 문화활동에 대한 시설장비의 바우처제도 도입 등 직접적인 문화콘텐츠 창작 활동에 대한 정책적 자금 마련
 - 사전 콘텐츠 제작비용을 지원하는 것과 유사하게 사전 심의를 통하여 선정되고 제작된 콘텐츠에 대한 소비를 촉진할 수 있도록 제주지역 콘텐츠 매입 제도를 마련하는 방안임. 이를 위해 현금성 자산만이 아니라 지역 내 시설 장비를 임차할 수 있는 권리를 부여하는 등 인프라를 적극적으로 활용할 수 있는 기반 마련
 - 독립·인디·다양성 장르 등 지원 강화를 위해 문화관련 공간 및 시설에 대한 정비 및 이들 시설공간을 언제나 자유롭게 활용할 수 있는 공간 활용 풀제도 정립
- 농어촌의 비활용 산업시설의 문화공간화 활용을 통한 인프라 구축(폐어항 및 에뉴알레 등) 방안이 있음.

III. 제주문화의 콘텐츠산업 유망 분야 선정

- 에너지기술연구원이 최근 에뉴알레를 통하여 지역 내 공간에 과학과 예술이 조화된 새로운 장르의 문화콘텐츠를 개발하여 전시한 사례를 참고하여 지역 내 문화콘텐츠를 제주지역 전체의 공공시설에서 활용될 수 있도록 지원 정책 추진.
 - 특히, 폐어항 및 공공기관이 보유하고 있는 문화복합시설 등에 작은 전시회를 허용하는 등 보다 적극적인 공간 개방화 정책 추진.
 - 이와 함께 콘텐츠가 실현되는 이벤트를 적극적으로 홍보.
 - 제주 영상위원회를 중심으로 작은영화관 설립 및 운영 등을 지속적으로 지원함.
 - Platform, Network, Device에 대한 제주지역 기업이 접근하기 힘든 부문이 있음. 이를 보완하기 위해 창의적 콘텐츠 생산에 집중하고 정책적으로 도내 기업을 Platform, Network, Device 사업자와 연계 방안 마련.
 - 제주테크노파크의 방송통신융합센터를 중심으로 N스크린 및 UHD 콘텐츠 방송기술개발 등을 특화하여 국내외 기업들이 UHD 및 N스크린 시장 도래에 대한 테스트베드 및 인증센터 구축.
- 기존 공간은 하드웨어 중심으로 구축되어 있으므로 하드웨어와 연계한 콘텐츠 제작 시범사업(기존 공간 내 지역기업이 제작한 보드게임, 아케이드게임 관련 등 시설 개선), 또는 기존의 하드웨어를 콘텐츠 중심으로 개선하는(컴터 내 가구 및 놀이기구를 도내 기업 캐릭터 콘텐츠 기반으로 대체) 방안이 있음.
- 아시아 CGI창조센터 구축이 예정되어 있음. 한·중·일 영화CG, 드라마CG, CGI애니메이션 제작사 등이 CG영상콘텐츠의 기획, 제작 등을 협업할 수 있는 지원시설 구축이 가능함.
- 아시아 CGI창조센터 구축 대상으로는 CG영상콘텐츠 대량 제작 환경 구축, CGI 시스템, 랜더팜, 특수영상편집장비 (500node 규모 랜더팜, 3D편집, HD편집, 영상마스터, 스토리지 등), 책상 등 기자재 구입 및 건물 증축, 리모델링 등이 있음.
 - 국내 CG관련 제작지원시설은 포스트 프로덕션에 집중하고 있어서, 메인

프로덕션 전용시설이 없음. 이에 관련 업체들이 상시 이용할 수 있는 공동제작 시설이 필요함. 특히, 중소 제작업체들을 입주시켜 대규모 공동 제작센터에서 CG 메인 프로덕션 작업 진행이 가능함.

- 글로벌 CGI 전문인력 양성 및 기업 지원 사업에 20억 원을 투입하여 교육 인프라 구축 및 인력양성, 창업보육, 한중일 연계 프로젝트를 추진하는 방안이 있음.
- 2000년대 들어 제주지식산업진흥원(현 제주테크노파크), 제주영상위원회 등에서는 제주지역의 콘텐츠 관련 사업과 기술을 지속적으로 육성한 노력에 힘입어 제주의 문화를 기반으로 하여 다양한 콘텐츠가 개발되고 있음.
 - 콘텐츠가 산업으로 인식되는 사고의 전환점을 맞이하여 지역 내 기업들 중심으로 다양한 문화적 요소에 대한 디지털화가 진전되는 사실을 알 수 있음.
- 스토리텔링을 위한 공모전, 제2의 창작을 위한 공모전 개최를 통해 제주지역의 콘텐츠산업 발전을 위한 제주도민의 관심을 유도하는 등 제주의 문화원형 기반 위에 콘텐츠산업화가 추진될 수 있도록 여건을 조성함.

3. 소프트웨어와 네트워크 구축 방안

- 제주가 중국 관광객이 가장 선호하는 관광지로 부각된 점을 이를 십분 활용하여 한중 콘텐츠 공동제작보다는 제작 시사회 개최, 공동 제작을 위한 CG센터 구축 및 한중 콘텐츠아카이브센터, 포럼의 제주 유치 등을 통한 정책 개발로 접근할 필요가 있음.
- 뽀로로는 아이코닉스가 기획하고 오콘, SK브로드밴드, 삼천리총회사, EBS 등이 공동 제작한 풀 3D 애니메이션임. 기획 단계부터 제작, 상품화과정까지 섬세하고 체계적인 조사와 검증과정을 거쳐서 완성되었음.
 - 제주문화의 캐릭터를 기반으로 한 애니메이션 제작은 가장 유망한 분야로 인식되고 있음. 이미 (주)P&I, 대진애니메이션이 수도권 기업으로 제주

III. 제주문화의 콘텐츠산업 유망 분야 선정

로 이전하였고 제주지역의 기업으로는 (주)아트피큐가 몽니 캐릭터를 기반으로 시장 창출 노력을 기울이고 있음

- 그러나 다른 애니메이션 성공사례에서 나타나듯이 기획, 제작, 상품화까지는 전문적인 기업들과 연계하여 지원하는 정책이 필요함. 따라서 현재 제주지역 기업들을 중심으로 대형 제작사 및 유통사를 대상으로 한 투자유치 및 투자유치 사전 단계인 IR피칭 등 사업화 지원 노력이 요구됨.

○ 모바일 서비스 부문에서는 통신 3사에 속한 미디어콘텐츠기업과 연계하여 소프트웨어를 교류할 수 있도록 장기적인 지원을 할 수 있음.

○ 모바일 플랫폼 기업인 다음커뮤니케이션이 제주지역에 기반을 갖추고 있음에도 불구하고 지역 내 콘텐츠 및 기술기반 기업과 연계성이 부족한 상황임. 이에 정책적으로 다음커뮤니케이션 서비스와 연계한 모바일 서비스를 지원하는 방안임.

- 지역기반 콘텐츠가 제작한 상품이 플랫폼 사업자를 통해 서비스되는 현재의 구조에서는 지역기업과 플랫폼 사업자의 연계를 통한 서비스가 현실적인 방안임.
- 유료콘텐츠를 보유한 사업자가 카카오페이지를 통해서 콘텐츠를 유통시키는 것처럼 제주를 기반으로 한 콘텐츠를 다음, NHN, 카카오와 연계하여 런칭하는 방안 마련이 중요함.

○ 콘텐츠산업화 과정에서 지식재산권에 대한 분쟁이 심화될 것으로 예상됨에 따라 제주지식재산센터, 제주테크노파크 및 지역 대학을 중심으로 지식재산권 교육을 통한 활성화 방안이 있음.

- 지식재산권의 지속적인 창출을 위한 지원제도 확충.
- 지식재산의 창출과 함께 개발된 문화관련 지식재산권 콘텐츠를 로열티 기반 또는 협력을 기반으로 하여 다양한 산업에서 활용되도록 노력하는 채널 마련.

○ 제주문화유산 3D디지털화, 제주어 관련 문화콘텐츠 보존 및 활용이 요구됨.

- 제주의 유형문화유산과 더불어 무형문화유산에 대한 형상화 작업이 해

당됨. 제주굿 등 무형문화가 3D로 디지털화 되어 원형을 유지할 수 있으므로 다른 문화예술 활동에 기준점을 제시하는 등 제주와 관련된 무형문화에 대한 형상화된 디지털화를 활성화해야 함.

○ 생애주기별 스포츠 콘텐츠 개발 지원 및 지역 내 컨벤션의 미니스포츠콤플렉스 조성 방안이 있음.

- 제주도민과 관광객이 즐길 수 있는 스포츠 관련 콘텐츠를 개발함.

○ 제주지역은 애니메이션, 캐릭터와 증강현실을 기반으로 하는 콘텐츠 마케팅 특화를 통해 소프트웨어 구축이 가능함.

- 제주지역의 유망 스마트콘텐츠에 대한 전자상거래형 지원이 이루어진 사례가 있으나 콘텐츠마켓이 활성화되지 못했음. 또한 중앙단위에서 모바일오피스 및 협업지원시스템을 구축할 때 이를 적극적으로 활용할 수 있는 지원시스템이 요구됨.

- 국제영화제 등은 이미 부산시 등이 선점하고 있으므로 영화부문은 필름마켓 지원 중심으로 추진하는 방법이 있음. 애니·캐릭터 부문은 지역 내에 여러 기업이 상용화 부문까지 접근해 있으므로 이를 집중 지원하는 전략이 요구됨. 게임부문에서는 지역 내 청정자원 등과 연계된 힐링 기반 모바일게임 부문에 대한 지원이 있어야 함.

- 제주지역의 증강현실기반 기술이 제주대학교 증강현실사업단을 중심으로 확보되어 있으나 이를 시연할 수 있는 공간 및 시설에 대한 투자가 이루어져야 함. 특히, 지역 내 박물관 중심의 테마파크 조성이 필요하고 이에 대한 투자는 민관 또는 펀드를 유치하는 것도 한 방법이라 할 수 있음.

- 지역 내 대기업의 부재에 따른 수도권 이전 기업을 중심으로 한 컨소시엄 구성이 시급함.

- 이야기 원천 소재를 바탕으로 스토리텔링산업을 육성하고 지역 내 다음 커뮤니케이션 등과 협력하여 중소 웹툰 미디어 지원 등으로 특화하는 방안이 있음.

4. 제주지역 대학과 산업체 인력양성 방안

- 소셜 큐레이션(Social Curation)이 성장함에 따라 큐레이터가 전시를 기획하듯이 쇼핑몰의 전문 매니저가 직접 좋은 제품을 엄선하여 구매자에게 일정 기간 할인된 가격으로 제공하는 큐레이션 커머스의 본격화가 예상됨.
 - 제주 관광정보를 기반으로 한 서비스인 좋은 문화여행 상품을 엄선하는 소셜 큐레이션 제도 도입임.

- 1인 창조기업 지원센터는 제주테크노파크의 제주벤처마루에 시설되어 운영 중임. 관련시설을 활성화하는 방향 및 제주도내 창업보육센터를 중심으로 신설하는 방안이 있음. 또한 콘텐츠 관련 협동조합 설립에 대해서는 그 모델 방안에 대한 정책적 연구와 추진이 중요함.
 - 제주지역에는 대학원 과정에 스토리텔링 학과가 개설되어 있으므로 이를 특화하여 디지털콘텐츠 분야 특수대학원을 설립하고 이를 활성화할 수 있도록 지원함. 또한 대학 내 융합형 교육과정의 지속적 개발 및 수도권 이전 기업과 함께 트랙 및 중소기업 사내대학 과정을 중심으로 특화함.

- 도제식 창의숙성 과정은 지역 내 풍부한 무형문화를 보유한 기반으로 제주지역 내에서는 기존의 창업지원단 사업 및 산학협력 선도 대학사업 등을 통한 멘토링 및 명사특강 등을 지원할 수 있어야 함.
 - 제주지역 내에 대진애니메이션, P&I, 아트피큐 등이 이미 글로벌시장 진출 및 국제공동제작에 대한 경험을 보유하고 있으므로 기업의 선택과 집중을 통한 지원이 있어야 함. 또한 3D/CG 관련 프로젝트를 위한 인력양성 기반 조성이 수반되어야 함.
 - 청년실업 해소 및 여성 재취업 커리큘럼에 적용함으로써 현장 실무교육 완성, 외국 애니메이션 전문 인력 유치가 가능함. 따라서 단기간에 애니메이션 수출 물량을 확보하고 장기적으로 국내 보조인력의 전문가과정 교육을 습득할 수 있도록 지원함.

- 아시아 CGI창조센터 내에 글로벌 CGI 전문인력 양성 및 기업 지원 사업에 20억원을 투입할 예정임. 이를 통하여 콘텐츠 교육인프라 구축 및 인력양성, 창업보육, 한중일 연계 프로젝트 추진 등 CGI 전문인력을 양성할 수 있도록 함.
- 콘텐츠 관련 창의인재를 양성하는 교육과정으로 제주지역에서 추진 가능한 특화 사업이 있음.
 - 3D입체콘텐츠 관련 전문인력 양성 방법으로는 제주한라대학 및 방송통신융합사업단에서 보유하고 있는 시설과 장비를 활용할 수 있는 인력육성.
 - MICE 부문과 연계한 융합형 인력양성 사업으로 방송 및 앱 등의 기술을 기반으로 한 MICE 지원시스템 구축이 있음. MICE부문은 컨퍼런스에 필요한 방송, 음향, 앱, 웹서비스 등 콘텐츠기반이 필요한 사업으로 주력산업인 MICE와 연계한 교육과정 개발.
 - 창의적 기획자 양성과 우수 프로젝트 발굴 및 선진창작기법 등의 스토리텔링이 가능한 기획자 육성.
 - 카네기멜론 대학의 ETC 프로그램은 예술과 기술이 결합된 독특한 커리큘럼임. 여기서는 엔터테인먼트기술 분야 석사학위를 수여하며, 프로젝트 중심의 수업방식으로 컴퓨터 프로그래밍부터 가상세계의 디자인까지 콘텐츠 융합 전문가 육성.
 - 교육과정으로는 멀티미디어, 디지털콘텐츠, 게임, 컴퓨터 그래픽스, 가상현실, 인간공학, 웹디자인, 애니메이션, 대화형 인터페이스, 인지심리학 등 다양한 콘텐츠 분야에 대학 교육 실시.
 - 아시아 CGI 센터를 중심으로 한중일 언어 관련 교육도 병행하여 추진.
- 콘텐츠산업에 필요한 창작인력, 제작인력, 유통인력 등 분야별 인력 육성 정책을 마련하고 기술에 치우친 콘텐츠를 창의성을 기반으로 한 인문학 중심으로 육성할 필요가 있음.
 - IT기업을 중심으로 제주 문화원형에 기반한 콘텐츠가 개발되어 인문학적 감성의 기반보다 기술 중심으로 추진되어 콘텐츠의 질에 대한 성과는 기대에 미치지 못함.

- 기업이 영세하여 콘텐츠의 개발 단계에서 그치는 사례가 나타나 콘텐츠의 안정적인 유통을 위한 시장형성도 중요한 요소임.

5. 제주문화상징 99선 활용 방안

- 제주문화상징 중 해녀, 제주마, 검은도새기 등 일부는 이미 콘텐츠화가 활발히 진행되고 있음.
 - 해녀와 제주마는 공공부문의 지원에 힘입어 캐릭터 단계를 벗어나서 애니메이션이 제작되어 TV로 방영되는 등 활발히 산업화가 추진되고 있음.
 - 그러나 현실적으로는 제주문화상징 99선에 대해 전반적으로 뚜렷한 콘텐츠화가 추진되지 못한 실정임.
- 이런 점을 감안하여 이 연구에서는 제주문화를 콘텐츠산업으로 활성화하기 위하여 제주문화상징을 기반으로 한 융복합적 콘텐츠 개발을 통하여 연관산업과 동반 발전 유도를 제안하고자 함.
 - 제주문화상징을 핵심적인 콘텐츠로 이용하면 오프라인게임, 테마파크, 건축 등 다양한 분야로 활용이 가능함. 특히 제주문화상징을 테마로 한 힐링 콘텐츠 형태의 4D형 체험 기술은 제주지역의 기술로도 제작이 가능함.
 - 영상기술과 메카트로닉스 기술을 활용한 4D형 체험관 구축 기술은 지속적인 콘텐츠 개발이 뒤따라야만 활성화가 가능함.
 - 이 분야는 다양한 기술이 필요하므로 지역 내에 여러 분야의 인력을 양성하는데도 효과를 거둘 수 있으므로 일자리 창출에도 중요한 요소로 작용할 것임.
- 제주문화상징을 활용하여 기념품 산업에 기여하고, 1차산업 제품에 응용 가능한 디자인과 접목하여 산업적 효과를 증대할 수 있음.
 - 캐릭터 등 다양한 문화상징은 의류, 패션 등 제주지역의 기념품 산업에 활용할 수 있는 다양한 소재 제공.
 - 또한 제주지역의 청정식품산업과 향장산업의 발전과 더불어 디자인과 제품에도 응용할 수 있도록 사업 추진이 가능함.

- 제주지역은 영상기반이 우수한 경관과 고난의 역사를 갖고 있으므로 다양한 스토리텔링이 가능함.
- 제주문화상징에 나타난 우수한 스토리를 기반으로 하여 UHD기반 영상의 확보와 3D기반의 기술을 접목하여 풍부한 영상콘텐츠를 지속적으로 확보하여야 함.

참고문헌

- 강현구·김종태·장은석(2005), 『문화콘텐츠와 인문학적 상상력』, 도서출판 글누리.
- 문순덕 외(2009), 『제주문화상징물 99선 활용 방안 연구』, 제주발전연구원.
- 문순덕·고희송(2010), 『제주도 문화자원 분포 현황 조사 및 활용 방안 연구』, 제주발전연구원.
- 문순덕·오승훈(2012), 『제주어와 영어로 걷는 제주이야기』, 제주발전연구원.
- 문화체육관광부·미래창조과학부(2013), 『콘텐츠산업진흥계획』.
- 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2012), 『문화원형콘텐츠총람(2002~2010)』.
- 오재환·김형균·김영표(2007), 『부산지역 문화자원의 문화산업화 전략』, 부산발전연구원.
- 제주테크노파크(2012), 『산업기술 특허맵 수립 보고서(IT/CT부문)』.
- 제주테크노파크(2012), 『ICT산업통계조사』.
- 제주특별자치도(2008), 『제주문화상징』.
- 한국문화관광정책연구원(2004), 『저작권산업의 경제적 기여도와 산업연관분석』.
- 한국문화콘텐츠진흥원(2012), 『2012 콘텐츠산업 백서』.
- 한국콘텐츠진흥원(2013), 『세계창조산업전략과 시사점』 2013-05호(통권 71호).
- 유네스코한국위원회 인터넷사이트.(www.unesco.or.kr)
- 제주영상위원회 인터넷사이트.(www.jejuvc.or.kr)
- 제주지역사업평가원 인터넷사이트.(jeju.irpe.or.kr)
- 한국문화콘텐츠진흥원 인터넷사이트.(www.kocca.kr)

ABSTRACT

A study on commercializing content of Jeju culture

Moon Soon Deok & Kim Young Cheol

This study tried to identify cultural resources of Jeju that can be commercialized content and selected potential field in content industry, suggesting future policy direction for promoting content industry of Jeju.

Movie, animated film, cartoon, concert, etc are the possible content for commercialization, but it is hard to apply this into content companies in Jeju. Therefore, this study focused on making culture content into digital content.

To make Jeju culture into commercialized content, it analyzed current trends and progresses on domestic and international content industry . Also, it identified its status of Jeju culture in terms of content industry and analyzed for its importance as the core of creative economy, which can be the economic goods.

Content industry utilizing Jeju culture include character, animated film, mobile content, short film, etc. In addition, it suggested commercialized content using the cultural symbol of Jeju including Hallasan mountain content, Oreum(parasite volcano) content, cave content, stone wall content, Jeju pony content.

To promote Jeju culture-based content industry, it is imperative to provide a wide range of supports such as policy support, implementation of infrastructure, software, networking, and HR training.

Key Word: Jeju culture, content, cultural archetype, content industry.
culture industry, creative economy

부록1

콘텐츠진흥계획 대상 전문가 의견 수렴 결과

〈전문가 의견 수렴용 유망 콘텐츠산업 육성 정책〉

※ 문:문화체육관광부, 미:미래창조과학부, 기:기획재정부, 방:방통신위원회, 국:국토부, 경:경찰청, 고:고용노동부, 안:안전행정부

| 추진 과제 | 소관부처 | 전문가 평점 | 순위 |
|---|------|-----------|----|
| 1. 창의성과 상상력을 지원하는 창조기반 조성 | | | |
| 1-1. 위풍당당콘텐츠코리아 펀드 조성 | 문 | 4 | 15 |
| 1-2. 디지털콘텐츠코리아 펀드 조성 | 미 | 4.3 | 11 |
| 1-3. 완성보증제도 및 공제조합 추진 | 문 | 1 | 48 |
| 1-4. 문화와 기술이 융합한 선도적 콘텐츠기술 개발 | 문, 미 | 2 | 26 |
| 1-5. 교육 등 타산업과 기술의 융합 | 공통 | 2 | 26 |
| 1-6. N스크린 기술개발 및 UHD 콘텐츠제작 | 미 | 3 | 20 |
| 1-7. 공공부문 데이터 공통 플랫폼 및 미래인터넷 실증환경 구축 | 미 | 2 | 26 |
| 1-8. 콘텐츠산업 제도 개선 | | 0.7 | 52 |
| - 저작권 신탁단체 체계 개선 | 문 | 2.7 | 25 |
| - 제한상영가영화 전용극장 제도 개선 | 문 | 1.7 | 34 |
| - 수출입은행의 글로벌콘텐츠 투자 확대 | 기, 문 | 1.7 | 34 |
| - 작은영화관 활성화를 위한 위탁제도 개선 | 문, 안 | 1.7 | 34 |
| - 창조경제 시대에 걸맞는 등급심의제 마련 | 문 | 1.7 | 34 |
| - 전기통신사업자 및 외주제작사 제도 개선 | 미, 방 | 1.3 | 42 |
| - 파주출판도시 산업단지 계획 보완 | 문, 국 | 1.3 | 42 |
| - 도로 등 영상물 촬영협조 세부지침 마련 | 경 | 2 | 26 |
| 2. 창업활성화 및 창의인재 양성 | | | |
| 2-1. 문화융합형 콘텐츠코리아랩 설립 운영 | 문 | 5 | 1 |
| 2-2. 디지털선도형 콘텐츠코리아랩 설립 운영 | 미 | 5 | 1 |
| 2-3. 문화벤처, 창업보육센터, 1인창조기업 등 콘텐츠분야 창업지원 | 미, 문 | 5 | 1 |
| 2-4. 직업군발굴, 창작인턴제, 유망창업기업 지원, 영화스태프 경력개발지원 등 고용지원 | 고, 문 | 2 | 26 |
| 2-5. 창의인재 동반사업 | 문 | 4.7 | 6 |
| 2-6. 현업종사자에 대한 맞춤형 교육 강화 | 문, 미 | 3 | 20 |
| 2-7. 디지털콘텐츠분야 특수대학원 설립 | 미 | 5 | 1 |
| 2-8. 차세대 기획인력 학위과정 및 직군별 교육확대 | 미 | 3 | 20 |
| 2-9. 창의인재 개발원 설립 검토 | 문 | 1 | 48 |

<전문가 의견 수렴용 유망 콘텐츠산업 육성 정책>

| 추진 과제 | | 소관부처 | 전문가 평점 | 순위 |
|---------------------------------------|------|------|-----------|----|
| 3. 글로벌 콘텐츠 육성 및 지역기반 강화 | | | | |
| 3-1. 글로벌 펀드 및 해외마케팅 전문펀드 조성 | 문 | 3 | 20 | |
| 3-2. 해외진출 지원단 운영 및 글로벌 마켓 정보 조사·제공 강화 | 미, 문 | 3 | 20 | |
| 3-3. 글로벌 창업지원센터 등과 연계한 해외창업 지원 | 미, 문 | 1.7 | 34 | |
| 3-4. 글로벌 3D/CG 프로젝트 수주 및 해외기업 인수 등 지원 | 미, 문 | 1 | 48 | |
| 3-5. 드라마·영화·애니 등 국제공동제작 활성화 추진 | 문, 미 | 3.7 | 16 | |
| 3-6. 한·중 평요우 프로젝트 추진 | 미,문 | 4.7 | 6 | |
| 3-7. 해외 쇼케이스 및 견본시 참가 지원 확대 | 문,미 | 2 | 26 | |
| 3-8. 빛마루 개관·운영 | 미,문 | 1 | 48 | |
| 3-9. 유망 스마트콘텐츠 발굴 지원 | 미 | 4.7 | 6 | |
| 3-10. 패션·스토리·출판·만화 등 유망 콘텐츠 육성 | 문 | 3.3 | 18 | |
| 3-11. 5대 글로벌 킬러콘텐츠 육성 | 문 | 4.7 | 6 | |
| 3-12. 한국형 디지털 테마파크 조성 | 미,문 | 4.3 | 11 | |
| 3-13. 작은영화관 등 지역의 영화향유권 제고 | 문 | 4.3 | 11 | |
| 4. 건강한 콘텐츠 생태계 조성 | | | | |
| 4-1. 디지털포렌식 등 튼튼한 저작권 보호체계 구축 | 문 | 1.3 | 42 | |
| 4-2. 초상재산권 보호법 제정 추진 | 문 | 1.7 | 34 | |
| 4-3. 공공저작물 이용활성화 및 직권조정제 도입 | 문 | 1.3 | 42 | |
| 4-4. 디지털콘텐츠 유통실태 조사 | 미 | 1.3 | 42 | |
| 4-5. 분야별 동반성장 협의회 운영 | 문 | 1.3 | 42 | |
| 4-6. 대중소기업 컨소시엄 구성 지원 | 미 | 4.3 | 11 | |
| 4-7. 콘텐츠와 디지털 유통 업계간 상생협력 체계 구축 | 문,미 | 2 | 26 | |
| 4-8. 건강한 콘텐츠 이용문화 형성 | 문,미 | 5 | 1 | |
| 4-9. 노약자·장애인 소외계층 콘텐츠 접근성 제고 | 문,미 | 2 | 26 | |
| 4-10. UHD·3D 차세대콘텐츠 이용 안전성 제고 | 미 | 1.7 | 34 | |
| 4-11. 스마트콘텐츠 불법유통 방지기술 지원 | 미 | 1.7 | 34 | |
| 5. 거버넌스 체계 구축 | | | | |
| 5-1. 콘텐츠산업진흥위원회 운영 | 문,미 | 4.7 | 6 | |
| 5-2. C-P-N-D 연계협력 지원체계 마련 | 미,문 | 3.3 | 18 | |
| 5-3. ICT특별법, 대중문화예술산업법 등 법·제도 정비 | 미,문 | 3.7 | 16 | |

부록2

콘텐츠산업진흥계획

제작일: 2013. 7. 16.
콘텐츠산업 진흥계획 발표 인포그래픽 1

문화체육관광부
문화가 있는 삶, 행복한 대한민국



넓게 들겠습니다. 빠르게 알리겠습니다!

[자료 출처] 문화체육관광부 (www.mcst.go.kr) 미래창조과학부 (www.msip.go.kr)

대한민국 정부
인포그래픽스

제작일: 2013. 7. 16.
콘텐츠산업 진흥계획 발표 인포그래픽 2

문화체육관광부
문화가 있는 삶, 행복한 대한민국



넓게 들겠습니다. 빠르게 알리겠습니다!

[자료 출처] 문화체육관광부 (www.mcst.go.kr) 미래창조과학부 (www.msip.go.kr)

대한민국 정부
인포그래픽스

□ 콘텐츠산업 진흥계획의 비전 및 목표

| | |
|-----------|--|
| 비전 | 콘텐츠산업으로 창조경제 견인, 국민소득 3만불 시대 실현 |
|-----------|--|

| | | | | |
|-----------|-------------|--------------|---|--------------|
| 목표 | | 2012년 | | 2017년 |
| | 시장규모 | 88조원 | ⇒ | 120조원 |
| | 수출규모 | 48억달러 | | 100억달러 |
| | 고용규모 | 61만명 | | 69만명 |

전략1. 창의성과 상상력을 지원하는 창조기반 조성

(추진과제1-1) 창의적 콘텐츠 제작지원을 위한 투융자 활성화

(추진과제1-2) 과학기술·ICT와 문화의 융합으로 새로운 시장 창출

(추진과제1-3) 창조경제 시대에 부응하는 제도 개선

전략2. 창업 활성화 및 창의인재 양성

(추진과제2-1) 창작과 창업의 공간, 콘텐츠코리아 랩 설립

(추진과제2-2) 콘텐츠 분야 창작·창업 활성화 및 고용안정 지원

(추진과제2-3) 콘텐츠 창의인재 양성

전략3. 글로벌 콘텐츠 육성 및 지역기반 강화

(추진과제3-1) 콘텐츠 해외진출 지원 확대

(추진과제3-2) 경쟁력 있는 콘텐츠산업 육성

(추진과제3-3) 지역 콘텐츠 산업 육성

전략4. 건강한 콘텐츠 생태계 조성

(추진과제4-1) 저작권 기반 강화를 통한 비즈니스 환경 구축

(추진과제4-2) 콘텐츠 공정거래 및 동반성장 환경 조성

(추진과제4-3) 행복하고 안전한 콘텐츠 이용환경 조성

전략5. 콘텐츠 육성 거버넌스 구축

부록3

제주지역의 콘텐츠산업 기업체 목록

| 번호 | KSIC코드 | 기업명 |
|----|--------------------|-----------------|
| 1 | 광고영화 및 비디오물 제작업 | 제이앤앤(주) |
| 2 | | AD TV 제주 |
| 3 | | TN미디어 |
| 4 | | 굿제주 |
| 5 | | 네모광고기획 |
| 6 | | 다인기획 |
| 7 | | 디지털아트 |
| 8 | | 라이브 COMPANY |
| 9 | | 리드클럽 |
| 10 | | 매직편 |
| 11 | | 미디어포커스 |
| 12 | | 비엠비 |
| 13 | | 삼원기획 |
| 14 | | 스쿠버Tv |
| 15 | | 애드랜더 |
| 16 | | 예원씨앤씨 |
| 17 | | 오렌지광고기획 |
| 18 | | 제주극동방송 |
| 19 | | 제주방송광고 |
| 20 | | (주)아름다운 제주 |
| 21 | | (주)114전화정보 |
| 22 | | (주)라비다 |
| 23 | | (주)애드프로덕션 |
| 24 | | (주)에이팀 |
| 25 | | (주)위놉스 |
| 26 | | (주)이미지팩토리 |
| 27 | | (주)피애피 |
| 28 | | (주)한국케이블티브이제주방송 |
| 29 | | 초록물고기 |
| 30 | | 한솔광고기획 |
| 31 | | 현대광고 |
| 32 | | 제주교육미디어 |
| 33 | | (주)나이테 |
| 34 | | 케이스튜디오 |
| 35 | | 코리아공사 |

| 번호 | KSIC코드 | 기업명 |
|----|-------------------------------|----------------|
| 36 | | (주)아리랑국제방송 |
| 37 | | 온니크래프트 |
| 38 | | (주)씨타민 |
| 39 | | (주)대진애니메이션 |
| 40 | | (주)시와월드 |
| 41 | | 에스엠피엔터테인먼트 |
| 42 | | (주)아이티나인필름 |
| 43 | | (주)피엔아이시스템 |
| 44 | 온라인 모바일 게임 소프트 웨어 개발 및 공급업 | (주)엔엑스씨 |
| 45 | | 에이오디 |
| 46 | | (주)NXC |
| 47 | | (주)아이코스 |
| 48 | | 메티스정보(주) |
| 49 | | (주)블루앤아이 |
| 50 | | (주)아인스에스엔씨 |
| 51 | | (주)엠비에스 |
| 52 | | (주)제이티엠엔비 |
| 53 | | (주)탐클래스직업능력개발원 |
| 54 | | 클라우드 |
| 55 | | 더파인소프트 |
| 56 | | 포인트제주 |
| 57 | | (주)시스콘이앤에프 |
| 58 | | 라이트닝소프트 |
| 59 | | (주)비제이씨앤씨 |
| 60 | | 한국디지털콘텐츠(주) |
| 61 | 데이터베이스 및 온라인정보 제공업 | 씨앤블루(주) |
| 62 | | (유)제주의 소리 |
| 63 | | 뉴스제주 |
| 64 | | 뉴스제주취재본부 |
| 65 | | 서귀포신문 |
| 66 | | 시사제주 |
| 67 | | 제민일보 |
| 68 | | 제주 프레스 |
| 69 | | 제주교차로 신문사 |
| 70 | | 제주도민일보 |
| 71 | | 제주매일일보 |
| 72 | | 제주일보사 |
| 73 | | 제주투데이 |
| 74 | | (주)글로벌뉴스 |

| 번호 | KSIC코드 | 기업명 |
|-----|--------------------|------------------|
| 75 | | (주)제주관광신문 |
| 76 | | (주)제주포커스인터넷뉴스 |
| 77 | | (주)한라일보사 |
| 78 | | 여동닷컴(주) |
| 79 | | (주)넥슨네트웍스 |
| 80 | | 과드몬 |
| 81 | | (주)에프엘소프트 |
| 82 | | (주)진스토리 |
| 83 | | (주)나와소프트 |
| 84 | | (주)제주투자금융 |
| 85 | | (주)코리아인터넷방송 |
| 86 | | (주)아름씨엔씨 |
| 87 | | (주)동성미디어 |
| 88 | 인문 및 사회과학 연구개발 서비스 | 아이교육 소학당 |
| 89 | | 정우통신교육 |
| 90 | | (주)초콜릿랜드 |
| 91 | | (사단)제주스마트그리드기업협회 |
| 92 | | (사단)제주관광학회 |
| 93 | | 제주국제대학교산학협력단 |
| 94 | | (사단)제주향토음식문화연구소 |
| 95 | | (사단)제주해변302연구소 |
| 96 | | (주)한바당알앤디 |
| 97 | 시각 디자인업 | 예쁜손글씨 이슬 POP |
| 98 | | 유니드디자인 |
| 99 | | CMI커뮤니케이션 |
| 100 | | 공간디자인 |
| 101 | | 디룸 |
| 102 | | 디자인이즈 |
| 103 | | 민기획 |
| 104 | | 민들레 엔터테인먼트 |
| 105 | | 삼다이엔티 |
| 106 | | 오너디자인연구소 |
| 107 | | 이투디자인 |
| 108 | | 프라임커뮤니케이션 |
| 109 | | 디자인 이즈 |
| 110 | | (주)시와월드 |

| 번호 | KSIC코드 | 기업명 |
|-----|-------------------------|-------------------|
| 111 | | 보노디자인 |
| 112 | | 플러그스 |
| 113 | | (주)비오비컴즈 |
| 114 | | 디자인스폰 |
| 115 | 무용 및 음악단체 | (사단)국제전통무용협회 |
| 116 | 기타공연단체 | (주)노리안마로 |
| 117 | | (사단)용화문화예술회 |
| 118 | | 사물놀이 마로 |
| 119 | 그외 기타 창작 및 예술관련 서비스업 | 모빌 |
| 120 | | 소리공간 |
| 121 | 그외 기타 창작 및 예술관련 서비스업 | (재단)왈종후연 미술문화재단 |
| 122 | | (사단)제주선문화진흥원 |
| 123 | | (주)이에도사나 |
| 124 | | (사단)제주큰굿보존회 |
| 125 | | (주)녹청 |
| 126 | | 우리음향 |
| 127 | | (주)판씨앤씨 |
| 128 | | (주)누리커뮤니케이션 |
| 129 | | (주)제주 이벤트 해피웨이 기획 |
| 130 | | (주)티제이엔터테인먼트 |
| 131 | | (주)세하라인 |
| 132 | | 예락 |
| 133 | | (주)엔엑스씨엘 |
| 134 | | 초도연 |
| 135 | | 강타이벤트 |
| 136 | | 하늘엔터테인먼트 |
| 137 | 박물관 운영업 | (주)제주유리의성 |
| 138 | | (주)우삼개발 |
| 139 | | (주)아프리카박물관 |
| 140 | | 닥종이인형박물관 |
| 141 | | 유리박물관 |
| 142 | | (주)나인스클라우드 |
| 143 | | 제주어트랙션(주) |
| 144 | | (주)제주인체테마박물관 |
| 145 | | 제주테마파크 |
| 146 | | (주)이생강엔터테인먼트 |
| 147 | | (주)누리 |
| 148 | | 비엘바이크파크박물관(주) |

| 번호 | KSIC코드 | 기업명 |
|-----|-----------------------|--------------------|
| 149 | | (주)신비수석박물관 |
| 150 | | (재단)리준만국평화재단 |
| 151 | | (주)스카이버드박물관 |
| 152 | | (주)제주도시환경디자인연구소 |
| 153 | | (주)로케디오월드 |
| 154 | | (주)테디베어코리아 |
| 155 | | (주)테디베어 |
| 156 | | (주)테디베어테마파크 |
| 157 | | (주)헨스 |
| 158 | | 제주티파크 |
| 159 | | (주)유통의아트월드 |
| 160 | | (주)초록뱀씨앤디 |
| 161 | | (주)산굼부리 |
| 162 | | (주)제주마그마 |
| 163 | | 도깨비공원 |
| 164 | | 오름조형연구소 |
| 165 | | 나비레 |
| 166 | | (주)나비레 |
| 167 | | (주)미라클아트뮤지엄 |
| 168 | | (주)타임파크 |
| 169 | | (주)가마오름 |
| 170 | | 제주뮤지엄컴플렉스(주) |
| 171 | | (주)제주버터플라이월드 |
| 172 | 시스템 소프트웨어 개발 및 공급업 | (주)제이에스소프텍 |
| 173 | | 자바정보기술(주) |
| 174 | | (주)인포마인드 |
| 175 | | (주)이지정보기술 |
| 176 | | 주)이엠엘스아이 |
| 177 | | (주)섬엔지니어링 |
| 178 | | 쓰리에스텍(주) |
| 179 | | (주)디티브이 인터랙티브 제주지사 |
| 180 | | 인켈전기통신 |
| 181 | | 진일정보통신 |
| 182 | | 베스트인포시스템(주) |
| 183 | | 올인(주) |
| 184 | | (유한)제주물산 |
| 185 | | (주)엑트비즈 |
| 186 | | 엠커뮤니티 |

| 번호 | KSIC코드 | 기업명 |
|-----|----------------------|----------------|
| 187 | | (주)에스앤제이테크놀로지 |
| 188 | | 비즈제주 |
| 189 | | (주)아비프 |
| 190 | | (주)가오누리 |
| 191 | | (주)아라커뮤니케이션즈 |
| 192 | | 하나정보기술(주) |
| 193 | | 씨제이넷(주) |
| 194 | | 제주물(주) |
| 195 | | (주)유컴스 |
| 196 | | (주)제이엔에프씨 |
| 197 | | 디지털 |
| 198 | | (주)아트피큐 |
| 199 | | (주)제이에스아이 |
| 200 | | 삼성SIT |
| 201 | | 지스퀘어 |
| 202 | | 어빌리언스 |
| 203 | | (주)실크로드코리아 |
| 204 | | 코지라인 |
| 205 | | (주)넥스트이지 |
| 206 | | (주)제주넷 |
| 207 | | (주)나우엔터 |
| 208 | | (주)씨에스 |
| 209 | | (주)큐텔소프트 |
| 210 | | 다락에스앤씨(S&C) |
| 211 | | (주)휴먼크래프트 |
| 212 | | 한국HSG |
| 213 | | (주)유미덱스 |
| 214 | | (주)진우소프트 이노베이션 |
| 215 | | (주)디엘에스 |
| 216 | | (주)네오인터넷 |
| 217 | | 풍운연 |
| 218 | | 한즈커뮤니케이션 |
| 219 | | (주)글로벌비트 |
| 220 | 응용 소프트웨어 개발 및 공급업 | (주)유니위즈 |
| 221 | | (주)두드림 |
| 222 | | (주)제이티엠앤비 |
| 223 | | (주)라이크제주 |
| 224 | | (주)더조이 |
| 225 | | (주)티아이제주 |

| 번호 | KSIC코드 | 기업명 |
|-----|-------------|--------------|
| 226 | | (주)제주스마트 |
| 227 | | (주)제주로드 |
| 228 | | (주)에스지솔루션연구소 |
| 229 | | 비비트리(주) |
| 230 | | (주)제니 |
| 231 | | 엔엔티시스템즈(주) |
| 232 | | (주)성우이앤씨 |
| 233 | | 대성정보기술 |
| 234 | | 유비즈 정보기술(주) |
| 235 | | 주)인투비 |
| 236 | | (주)로보벤처 |
| 237 | | (주)씨에스 |
| 238 | | (주)아라커뮤니케이션즈 |
| 239 | | (주)아이엘소프트 |
| 240 | | (주)우리정보기술 |
| 241 | | 플라이비 |
| 242 | | (주)나인커뮤니케이션 |
| 243 | | (주)제이엘조명 |
| 244 | | (유한)디앤디드림 |
| 245 | | (주)어플레이 |
| 246 | | (주)링커 |
| 247 | | (주)블루앤아이 |
| 248 | | (주)마랑정보기술 |
| 249 | | (주)비전텔리넷 |
| 250 | | (주)바이오아이티 |
| 251 | | (주)유니 |
| 252 | | 링커(Linkr) |
| 253 | 지상파방송업 | 제주문화방송(주) |
| 254 | | (주)제주방송 |
| 255 | 유선통신업 | (주)피앤씨솔루션 |
| 256 | | (주)스마트웨어티앤씨 |
| 257 | | (주)에이치에스 |
| 258 | | (주)에스제이기획 |
| 259 | 그외 기타 전기통신업 | 엔디피에스(주) |
| 260 | | 유티에스(주) |
| 261 | | 광명D&C |
| 262 | | 대영정보통신 |
| 263 | | 토탈미디어 |
| 264 | | (주)청운엔지니어링 |

| 번호 | KSIC코드 | 기업명 |
|-----|--------------------------|----------------|
| 265 | | (주)에이에스정보통신 |
| 266 | | (주)나유타 |
| 267 | | (주)제주아름 |
| 268 | 컴퓨터 프로그래밍 서비스업 | 오션스솔루션(주) |
| 269 | | 어메니티 |
| 270 | | 오름정보시스템 |
| 271 | | 시스넷 정보기술 |
| 272 | | 영재정보통신 |
| 273 | | 우리정보통신 |
| 274 | | 월드전자 |
| 275 | | 이노네트웍스 |
| 276 | | (주)유비코어 |
| 277 | | (주)한솔소프트웨어 |
| 278 | | (주)한국디지털종합도서관 |
| 279 | | (주)나우다 |
| 280 | | 디자인그림 |
| 281 | | 디자인블루레이 |
| 282 | | 비주얼팩토리 |
| 283 | 기타 정보기술 및 컴퓨터 운영 관련 서비스업 | 제주와이드웹 |
| 284 | | 픽셀리즘(주) |
| 285 | | 스타키드 |
| 286 | 포털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업 | (주)다음커뮤니케이션 |
| 287 | | (주)랑커뮤니케이션 |
| 288 | | (주)인터넷뉴스제주 |
| 289 | | (주)NXC |
| 290 | | (주)제주정보네트웍 |
| 291 | | (주)제주인터넷뉴스 |
| 292 | | (주)이슈제주 |
| 293 | | (주)샘틀포유 |
| 294 | | (주)제주청소년인터넷신문사 |
| 295 | | (주)위드제주 |
| 296 | | (주)우리케어 |
| 297 | | (주)포도 |
| 298 | | (주)제주사랑24 |
| 299 | | (유한)제주교육문화신문 |

· 출처 : 제주테크노파크

연구진

| | | |
|------|-----|---------------------------|
| 연구책임 | 문순덕 | 제주발전연구원 책임연구원 |
| 공동연구 | 김영철 | 제주대학교 LINC사업단 산학협력중점교수 |

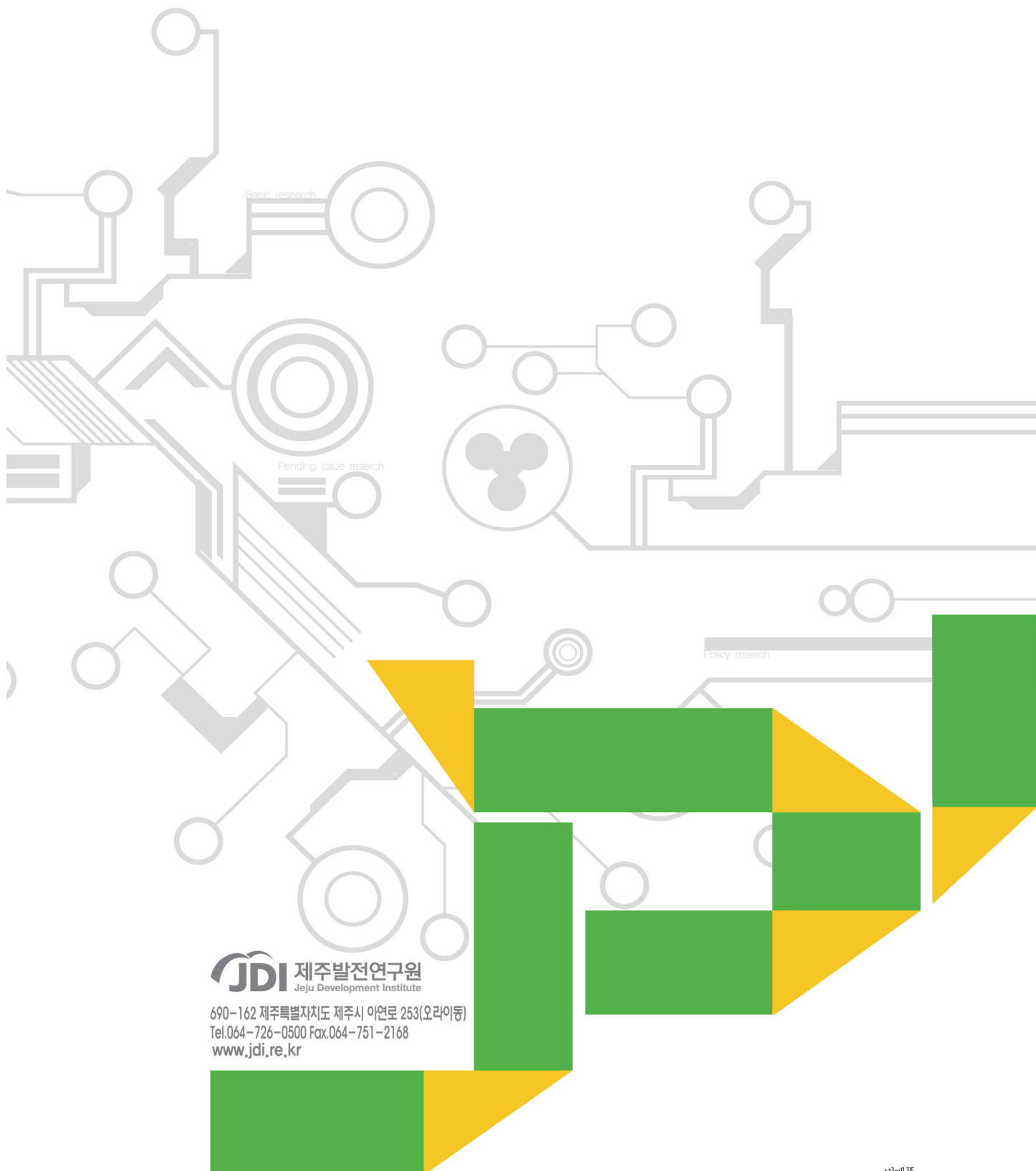
기본연구 2013-17

제주문화의 콘텐츠산업화 방안 연구

발행인 || 공영민
발행일 || 2013년 11월
발행처 || 제주발전연구원
690-162 제주시 아연로 253(오라2동)
전화: (064) 726-0500
팩스: (064) 751-2168
홈페이지: www.jdi.re.kr
인쇄처 || 경신인쇄사

ISBN : 978-89-6010-339-9 93090

* 이 보고서의 내용은 연구진의 입장이며, 제주특별자치도의 정책적
입장과는 다를 수 있습니다. 또한 이 보고서의 내용은 출처를
밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단전재나 복제는 금합니다.



JDI 제주발전연구원
Jeju Development Institute

690-162 제주특별자치도 제주시 아연로 253(오라이동)
Tel.064-726-0500 Fax.064-751-2168
www.jdi.re.kr

비매품



9 788960 103399
ISBN 978-89-6010-339-9