

콘텐츠코리아랩 사업의 C-P-N-D 틀을 통한 지원현황 분석 및 지역 콘텐츠 정책의 방향성 연구

성 중 현*

*경북문화재단 콘텐츠진흥원, 경북콘텐츠기업지원센터장

Analysis of the Content Korea Lab Project through the C-P-N-D Framework and a Study on the Direction of Regional Content Policies

Jong-Hyun Sung*

*Director, Gyeongbuk Content Enterprise Promotion Center, Gyeongbuk Arts & Culture Foundation Creative Content Agency, Pohang 37725, Korea

[요 약]

본 연구는 C-P-N-D 콘텐츠 산업 생태계 관점으로 전국 지역에서 추진하고 있는 ‘콘텐츠코리아랩’이라는 지원사업의 지원현황 분석을 통해 지속 성장 가능한 지역 콘텐츠 정책과 지원사업의 방향성을 제시하고자 한다. 콘텐츠코리아랩 사업의 지원현황 분석 결과 지역 콘텐츠 지원사업의 몇 가지 방향성과 시사점을 도출할 수 있었다. 첫째, 콘텐츠 제작 시설·장비가 구비되어야 하며 지역 융합형 콘텐츠 제작 지원이 필요하다. 둘째, 고객의 니즈에 충족하는 프로그램과 콘텐츠 상용화를 위한 시장확보, 유통·마케팅 지원사업을 고민해야 한다. 셋째 인력양성, 교육, 자금지원, 컨설팅, 멘토링을 통한 기업 자립화 방안을 도모해야 한다. 넷째, 지역형 성과관리 체계와 콘텐츠 기업 지원시스템을 만들어 관리하는 방안을 발전시켜 나가야 한다. 다섯째, 지역 특화 콘텐츠 장르 육성 과 코로나19와 같은 이슈 발생 시 대응 전략이 필요하다.

[Abstract]

This study intends to suggest the direction of sustainable regional content policies and support projects by analyzing the current state of support for the support project called 'Contents Korea Lab', which is being promoted nationwide from the viewpoint of the C-P-N-D content industry ecosystem. As a result of analyzing the support status of the Content Korea Lab project, several directions and implications for the local content support project could be derived. First, content production facilities and equipment must be provided, and regional convergence content production support is required. Second, it is necessary to think about securing a market for commercialization of programs and contents that meet customer needs, as well as distribution and marketing support projects. Third, plans for self-sufficiency of companies should be promoted through manpower training, education, financial support, consulting, and mentoring. Fourth, it is necessary to develop a regional performance management system and a plan to create and manage a content company support system. Fifth, it is necessary to develop a regionally specialized content genre and a strategy to respond to issues such as COVID-19.

색인어 : CPND 생태계, 콘텐츠 산업, 콘텐츠 정책, 지역 콘텐츠, 콘텐츠코리아랩

Keyword : CPND Ecosystem, Content Industry, Content Policy, Regional Content, Content Korea Lab

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2023.24.5.933>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 09 May 2023; Revised 16 May 2023

Accepted 17 May 2023

*Corresponding Author; Jong-Hyun Sung

Tel: 

E-mail: moviesjh@hanmail.net

1. 서론

4차 산업 혁명 시대 코로나19, 디지털 트랜스포메이션 등 이슈가 대두되면서 비대면 콘텐츠가 부각됨과 동시에 지역 인물, 역사, 스토리 자원을 중심으로 상상력과 창의력, 정보통신 기술(ICT; Information & Communication Technology) 이 융합된 콘텐츠 산업이 국가 신성장 산업으로 조명받고 있다.

콘텐츠 산업은 국가 경제적 부가가치를 창출할 뿐 아니라 미래를 대비하는 중요한 산업으로 국가의 브랜드와 이미지 제고 등 전 세계에 영향을 주는 미래형 고부가가치 산업이다. 세계 각국에서는 지식기반 경제에서 콘텐츠 산업의 사회경제적 가치가 확대되면서, 국가 맞춤형 콘텐츠 산업 분류체계를 정비하고 정책을 수립하여 콘텐츠 산업을 적극적으로 육성하고 있다[1].

국내 콘텐츠 산업 동향과 정책에 관한 선행연구를 분석해 본 결과, 수도권역은 메이저 콘텐츠 기업을 중심으로 방송·드라마, 음악, 게임, 영화 등의 콘텐츠 장르에서 ‘한류’라는 이름으로 전 세계의 주목을 받았고 지금도 성장하고 있다. 또한 중앙부처와 콘텐츠 진흥기관을 중심으로 수도권역 콘텐츠 인프라 지원과 개발에 중점을 둔 지원정책이 주류를 이루고 있다. 반면 수도권을 제외한 지역의 콘텐츠 산업 실태는 대부분 인력 부족, 인프라 부족, 기업의 수도권 이전 등 지속 성장이 어렵고, 지역 특성을 살린 콘텐츠는 재미와 흥미에 대한 기본 조건이 누락 되는 경우가 많아 정부의 지속적 지원이 없으면 대중적인 콘텐츠를 생산하기 어렵고 사업체를 운영하기 어려운 여건이다[2]. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 지역 콘텐츠 산업 정책의 현황을 분석하고 지역 실정에 맞는 지원사업을 추진하고자 하는 적극적인 자세가 필요하다.

지역형 콘텐츠 정책과 지원사업은 지역 콘텐츠 산업 생태계와 밀접한 연관성을 가진다. 콘텐츠 산업의 생태계는 C(Content: 콘텐츠 기획 및 창·제작 과정), P(Platform: 콘텐츠 IP 고도화 및 플랫폼 탑재), N(Network: 5G 혹은 6G 유·무선 네트워크 전송), D(Device: 콘텐츠 유통 및 사용자 서비스)로 나눌 수 있다. C의 과정으로 양질의 콘텐츠가 제작되더라도 P에 탑재되지 않거나 N의 기술이 없다면 D와 같은 원활한 사용자 서비스가 이루어질 수 없다. 결국 콘텐츠 산업 생태계(C-p-n-d: 대문자로 표기한 C가 중심)는 문화자원, 저작권, 문화기술 등을 매개로 하여 콘텐츠의 창조뿐만 아니라 유통체계까지도 포함하는 개념이며, 더 나아가 ICT 생태계(c-P-N-D: 대문자로 표기한 P-N-D가 중심)를 포괄하는 개념이다. 이는 콘텐츠(C) 생태계의 범주 내에 ICT 생태계(c-P-N-D)가 함께 포함되는 의미로서 통신, 방송 등 제 분야가 콘텐츠(C)를 중심으로 융합되고, 콘텐츠(C)를 중심으로 C-p-n-d가 결합 되어 상호작용이 본격화되는 것이라 볼 수 있다[3].

지역 콘텐츠 산업의 생태계도 마찬가지다. 지역은 예술, 전통, 민속, 생활방식 등 많은 지역 문화자원을 가지고 있다. 이러한 서비스, 문화, 예술적 콘텐츠 자원을 토대로 새로운 상상력과 창의성을 발휘하여 콘텐츠 부가가치를 창출하고 지역

활성화 전략을 찾아내기 위한 작업이 활발히 진행되고 있다 [4]. 그러나 지역 콘텐츠 산업은 콘텐츠(C) 제작 이후의 과정(p-n-d)에 한계가 있다. 결국 콘텐츠(C)의 질적 수준뿐만 아니라 P-N-D 부문을 강화하여 콘텐츠를 중심으로 융합되어야 시너지 효과를 발휘해 콘텐츠 산업을 통한 국력 신장의 길로 갈 수 있는 것이다.

이러한 연유로 지역 콘텐츠 산업을 분석하기 위해서는 콘텐츠 생태계 과정의 각 특성을 세부적으로 살펴볼 필요가 있다. 최근 비즈니스의 영역과 프로세스 중 일부 혹은 전부를 디지털 기술(IoT, 빅데이터, 인공지능) 혹은 기존의 ICT와 결합하여 기업의 전통적인 운영 방식과 서비스 등을 혁신하는 디지털 트랜스포메이션(Digital Transformation)[5] 시대가 열렸다. 지역 콘텐츠를 진흥하는 지자체와 지역 콘텐츠 진흥기관은 이러한 환경 변화에 적응하면서 새로운 가치를 창출하기 위해 ‘융합·연결·협업’ 등에 주목하면서 콘텐츠 제작 지원에 중점을 둔 C-P-N-D 콘텐츠 생태계 성장정책과 지원사업으로 수정·보완하는 혁신이 필요한 시점이다.

따라서 본 연구에서는 국내 지역 콘텐츠 규모와 지역 콘텐츠 정책의 연구 현황은 어떠한가? 또한 지역 콘텐츠 산업의 진흥을 위한 비교·분석 기준은 어떻게 되는가? 그에 따른 지역 콘텐츠 창작자와 기업에서 필요한 콘텐츠 진흥정책과 지원사업은 어떻게 설계되어야 하는가? 에 대한 시사점을 모색하고자 한다. 결국 최근 융합콘텐츠 산업의 빠른 성장세 속에 지역 콘텐츠 창작자와 기업이 필요한 콘텐츠 지원정책과 지원사업에 능동적으로 대처할 방안을 모색하고자 한다. 또한 C-P-N-D 콘텐츠 산업 생태계 관점으로 전국 지역에서 추진하고 있는 ‘콘텐츠코리아랩’이라는 지원사업의 지원현황 분석을 통해 지속 성장 가능한 지역 콘텐츠 정책과 지원사업의 방향성을 제시하고자 한다.

II. 지역 콘텐츠 산업 정책 선행연구 분석

정부와 지방자치단체는 지역 고유의 자원을 활용한 콘텐츠 산업 육성을 위해서 지원정책과 지원사업을 추진하고 있다. 그러나 지역의 콘텐츠 산업진흥 정책과 지원사업에 관한 선행연구는 많지 않다. 특히 지역 콘텐츠 현황과 그동안의 성과를 분석하여 지역 콘텐츠 산업을 지원하는 사업과 정책을 다룬 연구는 찾아보기 어렵다. 그 원인은 우리나라의 경우 한류를 중심으로 K-pop, K-드라마가 인기를 끌고 주목받으면서 콘텐츠 인프라와 환경이 다른 지역 콘텐츠 산업을 비교·분석 또는 조망하기가 어려웠기 때문일 것이다. 지역 콘텐츠 산업의 진흥정책에 관한 연구가 많지 않은 상황에서 연구 방향과 직·간접적으로 관련 있는 선행연구를 정리해 보면 아래 표 1과 같다.

선행연구 분석 결과, 지역 콘텐츠 산업 활성화를 위한 연구자들의 다양한 관점과 문제점을 인식하기 위한 시도는 의미가 있었다. 그러나 오롯이 지역의 관점에서 필요한 진흥정책

표 1. 지역 콘텐츠 산업 진흥정책 선행연구 정리
Table 1. Summary of preceding studies on regional content industry promotion policy

Researcher (year)	Research topic	Research limitations
Mikyung Jeon (2012)	Development of cultural content using traditional cultural resources	Subjective judgment on the planning and production of cultural content. There is no specific plan for content creation.
Seungjae Kim (2012)	A Study on the Local Culture Governance System in Bucheon	It is not possible to present a framework for analyzing the variables affecting the local cultural governance system or to present specific factors.
Yongtak Kim (2013)	Network analysis of regional cultural industry clusters	A case study of one area in Daegu. The FGI survey response rate is 58%, and the representativeness is irrational.
Jinkyu Kim (2013)	A study on the content industry promotion plan based on the business model	Need to objectify components of business success model research model. Need to expand from domestic market to overseas market.
KOCCA (2016)	Development and consulting of regionally-specific content success factors indicators	Failure to present policy proposals and efforts to solve problems, such as the appropriateness of the role of the government and local governments.
Hojun Seo (2017)	Analysis of the efficiency of the cultural content industry by metropolitan city and province	I tried to present a policy centered on the Incheon area, but the measurement variables were small and monotonous.
Chansoo park (2017)	A study on support policies for overseas expansion of publishing content	Less relevance to content promotion policy proposal research. Reinterpretation of research results conducted for other purposes.
KOCCA (2020)	COVID-19 and content use	Lack of information on evaluation of content industry promotion policies and specific strategies. Lack of policy proposals and recommendations.

과 지원사업에 관한 연구는 여전히 미흡했다. 콘텐츠 산업 진흥정책과 지역 콘텐츠 산업 지원방안에 관한 연구는 있었지만 본 연구 목적으로 볼 수 있는 C-P-N-D의 개념을 아우르는 대표사업의 성과와 지역 콘텐츠 산업의 성장을 위한 정책과 지원사업에 주목한 연구는 찾아볼 수 없었다. 다만 선행연구에서 지역 콘텐츠 진흥정책을 조망하고자 하는 다양한 연구 방안은 본 연구 추진에 방향성을 모색하는데 시사점을 제공해 주었다.

III. 연구배경 및 방법

본 연구의 시간적 범위는 2012년부터 2021년까지로 설정하였으며, 연구 대상은 지역 원스톱 콘텐츠 지원사업인 ‘콘텐

츠코리아랩’을 주목하였다. 공간적인 범위는 전국 16개 지역으로 설정했다. 이렇게 연구범위를 설정한 배경은 다음과 같다.

본 연구의 시간적 범위를 2012년부터 2021년까지로 설정한 이유는 본 연구의 공간적 범위로 설정한 전국 16개 지역의 콘텐츠 산업진흥의 네트워크의 장 역할을 하는 전국 콘텐츠 산업 지원기관 협의체가 중앙정부와 한국콘텐츠진흥원을 대상으로 열악한 지역의 문화 콘텐츠 산업을 진흥할 수 있도록 공식적으로 지원해 달라고 요청한 해가 2012년부터이며, 이후 콘텐츠코리아랩이라는 지역 콘텐츠 산업 원스톱 지원사업이 실시되었고 이때부터 지역 콘텐츠 산업이 집중적으로 성장 발전해 왔기 때문이다.

연구 대상은 정부와 지자체가 협업해서 지역 콘텐츠 산업 진흥을 위한 정책을 토대로 시행되고 있는 콘텐츠코리아랩을 대상으로 하였다. 콘텐츠코리아랩 사업은 우리나라 지역의 창작자와 콘텐츠 기업이 원활한 콘텐츠 사업을 추진할 수 있도록 원스톱 지원 프로그램이 포함된 대표적 성격을 띠고 있으며, 본 사업을 수행하고 있는 전국 지역 콘텐츠 진흥기관을 중심으로 비교·분석할 수 있다. 정부와 지방자치단체에서 재원을 마련하고 지역 콘텐츠 산업진흥의 허브 기능을 하는 진흥기관이 참여하여 추진되는 사업이기 때문에 본 사업의 성과를 비교해 보는 것은 앞으로 지역 콘텐츠 산업진흥을 위한 정책과 사업추진 방향에 시사점을 도출에 도움이 될 것으로 판단하였다.

본 연구의 연구방법은 한국생산성본부(2014)에서 언급한 콘텐츠코리아랩 산출 성과지표[6]와 콘텐츠 창작자-기업 성과를 달성하기 위한 정책평가 방법론에 따른 것이다. 콘텐츠코리아랩 사업의 성과 비교분석 도구는 ‘C-P-N-D 콘텐츠 생태계 관점 지역 콘텐츠 지원 연구모형’을 활용하였다. 연구모형 요소로 ‘콘텐츠 선순환 강화’(주 활동)와 ‘콘텐츠 지원’(자원 활동)으로 구분하여 분석하였으며, 2014년부터 2021년까지 전국 16개소가 구축되어 운영하고 있는 콘텐츠코리아랩 사업을 C-P-N-D 콘텐츠 생태계의 지원 프로그램이 포함되어 있는 지역 콘텐츠 원스톱 지원사업 ‘콘텐츠코리아랩’ 사례를 지정하여 분석하고 지역 콘텐츠 산업 지원 방향을 제시하고자 한다.

정부와 지역 콘텐츠 산업을 객관적인 시각에서 바라보고 분석하기 위해서는 지역 콘텐츠 산업의 특성, 지역 콘텐츠 산업에 미치는 외부 환경적인 요소, 콘텐츠 이슈를 고려한 연구모형이 필요하다. 이에 따라 연구모형 및 연구모형과 관련한 선행연구를 살펴보고 C-P-N-D 콘텐츠 생태계 관점의 지역 콘텐츠 지원 연구모형을 제시하고자 한다.

이상호(2021)는 미디어 콘텐츠 산업의 혁신과 분쟁 이슈연구 CPND 분석 모형[7]에서 Kandiah and Gossain(1998) 연구[8]를 바탕으로 새로운 비즈니스 모델을 정의할 때 가치사슬과 생태계를 설명하면서 후학들이 CPNT(content platform network terminal), CPND(content platform network device) 등으로 응용하여 연구를 하면서 보편적인 분석틀로 자리잡았다고 주장하였다.

박경숙, 이철우(2007)는 가치사슬과 다른 가치사슬의 연결을 통해 상호작용뿐만 아니라 가치사슬 외적인 타 산업과의 네트워크를 통해 가치를 창출하는 개념을 Hartwick(1998)의 연구를 토대로 콘텐츠 창작, 콘텐츠 제작, 홍보·마케팅, 유통·배급과 같은 가치사슬의 ‘주요활동(결절:node)’과 이와 연계된 ‘부분(part)’으로 구성된 ‘전체(totality)’로 정의하였다[9].

최정수(2006)은 가치사슬을 창작, 제작, 홍보·마케팅, 유통·배급의 4단계로 구분하고 가치사슬 단계별로 부가가치, 노동력, 기업 간 네트워크를 살펴봄으로써 경북 문화산업의 가치사슬 특성을 분석하였다[10].

이들의 연구는 지역의 문화산업을 ‘가치사슬’이라는 관점으로 연구한 사례이다. 주로 다룬 내용은 문화산업 기업의 특성이나 인력에 대한 표준화로 가치사슬을 4단계로 구분하고 단계별로 특성을 분석한 연구라고 볼 수 있으며 본 연구에 가치사슬 구성에 참고가 되었다.

또한 김용탁(2013)의 콘텐츠 생태계(창작, 생산, 홍보, 유통)와 외부환경요인(정부·지원기관·대학·기업·연구기관)의 네트워크 구조와 특성을 고려한 연구모형 수립에 관한 연구[11]와 김진규(2013)의 가치사슬 경쟁력 강화(인력양성, 기술개발, 기획, 제작, 유통, 고객서비스)와 외부환경 조성(금융, 인프라, 법, 제도, 정책)을 고려한 연구모형 수립에 관한 연구[12]를 살펴보았다. 이 두 연구에서 등장한 연구모형은 지역 콘텐츠 진흥정책을 콘텐츠산업과 실질적으로 연계성을 가지고 있는 요소들에 주목한 관점으로 ‘C-P-N-D 콘텐츠 생태계 관점 지역 콘텐츠 지원 연구모형’의 골격을 다지는데 시사점을 제공해 주었다.

한편, Michael Porter와 Urbig은 경쟁우위[13]의 기원을 규명·분석하는 도구로서 가치사슬을 제안하였으며[14], 가치사슬 분석은 지역 산업의 현 경쟁우위와 잠재적 경쟁우위를 발견하는 데 중요한 역할을 한다고 주장했다. 가치사슬 분석은 기존의 정량적 산업분석과는 다르게 분석의 초점이 단순 제조에서부터 제품과 서비스를 소비자에게 공급하는 활동에까지 맞추어지기 때문에[15] 급속도로 다변화하고 있는 콘텐츠 산업의 특성과 정책을 분석하는데 유용한 연구모형이라 하겠다.

따라서 지역 콘텐츠 산업을 통한 수익 창출이라는 경제적 파급효과를 위해서는 언급한 주요 가치사슬 단계와 외부 환경 요소를 고려한 정책과 지원사업이 설계되어야 한다.

C-P-N-D 생태계 모델은 ICT를 기반으로 하는 정보통신 관련 산업을 네 가지 영역으로 나누어 거시적 관점에서 살펴보는 연구에 활용되었다[16]. 또한 ICT 생태계를 서비스 제공자 구성의 기준으로 4가지 계층인 C-P-N-D로 구분하여 프레임워크를 제시[17]하였다.

이후 C-P-N-D 생태계 모델은 전 세계적으로 다양한 산업 분야에서 활용되게 되었다. 우리나라 ETRI는 조직 개편에 기초·원천형 C-P-N-D 체계와 일몰형 조직체계를 구분하여 연구개발 사업별 특성에 따라 운영하기도 했다[18]. 이렇듯 C-P-N-D 생태계 모델이 다양한 산업 분야에서 활용되는 중요한 이유는 융복합 산업에서 개별적으로 흩어져 있는 핵심

이해관계자를 유기적으로 통합하여 산업 육성전략에 활용할 수 있기 때문이다.

C-P-N-D 생태계를 분석해 보면, 전통적인 산업 가치사슬에 포함되지 않았던 분야까지 고려하여 활용[19]할 수 있다. 이 과정을 통해 C-P-N-D 제공자의 협업과 컨소시엄 과정으로 가치를 전달하면 건강한 ICT 생태계 발전 방향의 대안이 만들어질 수 있다[20]는데 시사점을 얻을 수 있었다.

이러한 C-P-N-D 생태계 모델은 지역의 고유한 자원을 활용한 지역 콘텐츠 산업진흥을 분석하는 데 여러모로 유용하게 활용될 수 있는 모델로 특히 지역의 특수한 콘텐츠 산업 환경을 가치사슬에 담아 부진한 정책을 분석하고 활성화할 수 있는 정책 제시가 가능하다. 따라서 C-P-N-D는 지역 콘텐츠 산업 진흥정책 연구모형 설계에 고려해야 하는 중요한 요소라는 사실을 확인할 수 있다.

이를 종합하여 지역 콘텐츠 산업의 가치사슬 개념과 C-P-N-D 생태계 모델을 지역 콘텐츠 산업의 측면에서 바라보는 진흥정책 연구모형을 새롭게 정리한 것이 그림 1이다. 결국, C-P-N-D 생태계 모델을 활용한 콘텐츠 산업 진흥정책은 콘텐츠 선순환 강화와 콘텐츠 지원으로 구분하여 바라볼 수 있다.

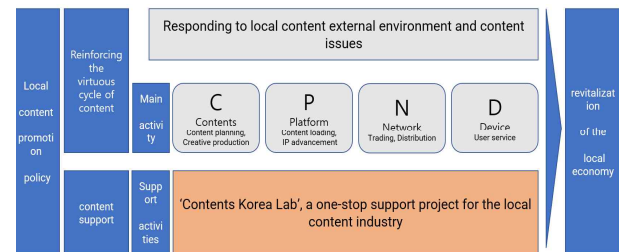


그림 1. C-P-N-D 콘텐츠 생태계 관점 지역 콘텐츠 지원 연구모형

Fig. 1. C-P-N-D content ecosystem perspective regional content support research model

IV. CPND생태계 관점의 콘텐츠코리아랩 분석

본 장에서는 전국의 지역 콘텐츠 진흥기관이 추진하는 지원사업 가운데 앞서 제시한 연구모형의 C-P-N-D의 지원 요소를 모두 가지고 있는 <지역 기반형 콘텐츠코리아랩 운영지원>사업을 대상으로 분석하고자 한다. 콘텐츠코리아랩은 2014년부터 2020년까지 16개소가 구축·운영되고 있으며, 본 사업으로 15개 지역 콘텐츠코리아랩 실무자와 책임자는 콘텐츠코리아랩 협의체라는 채널을 구축하여 주기적으로 소통하고 있다. 주된 업무로는 지역 콘텐츠 생태계 진흥을 위한 아이디어 발굴, 교육, 시제품 지원 등 콘텐츠 기획 및 제작 지원부터 플랫폼 진출을 위한 지원사업, ICT 기술을 중심으로 한 융합콘텐츠 제작 지원 및 교육, 디바이스 지원 등 지역 콘텐츠 산업 진흥을 위한 윈스톱 지원사업을 추진한다. 추진된

고 있는 지원사업은 각 기관 홈페이지의 정보를 기반으로 분석하였고, 찾아보기 어려운 사업자료와 데이터는 업무의 특수성을 고려하여 지역별 콘텐츠 산업 정책 및 추진 사업의 연관성이 높은 관계자와 경력직원의 심층 인터뷰 결과를 토대로 작성하였다.[21] 전국의 16개 콘텐츠코리아랩의 사업현황 비교 분석을 위해 C-P-N-D 콘텐츠 생태계 관점의 지원사업 현황 연구모형을 아래 표 2와 같이 수립하였다.

표 2. 콘텐츠코리아랩 지원사업 현황 연구모형

Table 2. Current status of Content Korea Lab support project research model

Category		C	P	N	D
		Content	Platform	Network	Device
Internal factors	Content value (local resources and content)	Can the content be produced in a differentiated way using local resources, and can the quality level and specialization be confirmed?			
	Content provision (customer, marketability, distribution, marketing)	Is it designed as a support project to set early, mid, and long-term target customers and secure marketing and channels to secure customers?			
	Content production (Manpower, Funds, Network, Technology, Copyright, Support)	Is it possible to nurture manpower and provide financial support necessary for content production? Are you networked with a consortium that can systematically produce content according to the value chain? Is support from local governments possible, such as content technology and copyright support?			
	Content performance (revenue, ripple effect)	Is it supported to generate profits for content companies and regional ripple effects?			
External factors	Region-specific content genre	Do you nurture specialized content genres that consider the characteristics and environment of the region?			
	Content issue	Are you adapting to content issues and rapidly changing environments such as COVID-19 and the metaverse?			

콘텐츠코리아랩 지원사업 현황 연구모형은 C-P-N-D 가치사슬의 각 단계를 표현하고 있으며, 콘텐츠 생태계를 크게 내부적 요소와 외부적 요소로 나누었다. 내부적 요소는 다시 콘텐츠 가치(지역자원, 콘텐츠), 콘텐츠 제공(고객, 시장성, 유통, 마케팅), 콘텐츠 생산(인력, 자금, 네트워크, 기술, 저작권, 지원), 콘텐츠 성과(수익, 파급효과)로 분류하였다. 그리고 외부적 요소로는 지역특화 콘텐츠 장르와 콘텐츠 이슈로 분류하여 연구모형을 제시하였다.

콘텐츠코리아랩 지원사업 현황 연구모형을 활용하여 분석한 결과[21] 아래와 같이 정리할 수 있다. 먼저 콘텐츠코리아랩을 대상으로 콘텐츠 가치적 측면의 시설/장비, 콘텐츠 제작을 분석해 보면 아래 표 3과 같다.

콘텐츠 가치적 관점에서 전국 16개 콘텐츠코리아랩을 비교·분석해 보면 지역 콘텐츠 진흥 생태계에서 C(Content)에 해당하며, 전국 16개 콘텐츠코리아랩 모두 각 지역의 정책과

표 3. 국내 콘텐츠코리아랩 콘텐츠 가치 관점 비교

Table 3. Comparison of content value perspectives in Korea Content Korea Lab

Content Korea Lab	C(Content)	
	Facility/equipment	content creation
Seoul City	0	0
Gyeonggi-do	0	0
Incheon City	0	0
Busan City	0	0
Daegu City	0	0
Gyeongsangbuk-do	0	0
Jeollabuk-do	0	0
Gwangju City	0	0
Chungcheongnam-do	0	0
Chungcheongbuk-do	0	0
Jeollanam-do	0	0
Ulsan city	0	0
kangwon-do	0	0
Daejeon-si	0	0
Gyeongsangnam-do	0	0
Jeju-do	0	0

환경에 따라 차별성 있는 콘텐츠를 창작 혹은 제작할 수 있는 콘텐츠 시설·장비가 구축되어 있었다. 콘텐츠 시제품 혹은 콘텐츠 제작 관련 교육사업과 콘텐츠 제작을 직접 체험해 보는 체험형 제작 지원사업이 병행되어 추진되고 있는 것으로 조사되었다.

또한 콘텐츠코리아랩을 대상으로 고객, 시장성, 유통, 마케팅 중심의 콘텐츠 제공적 측면에서 지원사업을 분석해 보면 아래 표 4와 같다.

표 4. 국내 콘텐츠코리아랩 콘텐츠 제공 관점 비교

Table 4. Domestic Content Korea Lab comparison of content provision points

Content Korea Lab	C(Content)		P(Platform)-N(Network)-D(Device)	
	Customer promotion	Marketability	Circulation	Marketing
Seoul City	0	0	0	0
Gyeonggi-do	0	0	0	0
Incheon City	0	-	0	0
Busan City	0	-	0	0
Daegu City	0	0	0	0
Gyeongsangbuk-do	0	0	0	0
Jeollabuk-do	-	0	0	0
Gwangju City	0	0	0	0
Chungcheongnam-do	-	0	0	0
Chungcheongbuk-do	-	0	0	0
Jeollanam-do	0	0	0	0
Ulsan city	0	0	-	0
kangwon-do	0	0	0	0
Daejeon-si	0	-	0	0
Gyeongsangnam-do	0	0	0	0
Jeju-do	0	-	0	0

위와 같이 분석한 결과, 콘텐츠코리아랩에서 추진하는 콘텐츠 제공적 관점에서 C(Content)는 고객 홍보와 관련이 있고 P(Platform)-N(Network)-D(Device)는 시장성, 유통, 마케팅과 관련이 있는 것으로 나타났다.

고객 홍보와 관련된 지원사업은 대부분 콘텐츠코리아랩에서 추진하고 있으나, 고객 타겟 설정을 위한 교육 지원사업이나 기업 컨설팅 지원사업으로 추진되고 있었다. 콘텐츠 가치 단계에서 콘텐츠를 제작하는 기획 단계부터 콘텐츠 고객에 대한 고민이 시작된다. 전북 콘텐츠코리아랩, 충남 콘텐츠코리아랩, 충북 콘텐츠코리아랩에서는 지역 콘텐츠 기업의 홍보와 관련된 지원사업이 부족하거나 지원되지 않고 있는 것으로 분석되었다.

시장성과 관련된 지원사업은 컨설팅과 자문 형태의 지원사업으로 대부분 콘텐츠코리아랩에서 추진하고 있으며 인천 콘텐츠코리아랩, 부산 콘텐츠코리아랩, 대전 콘텐츠코리아랩, 제주 콘텐츠코리아랩에서는 시장성 관련 지원사업이 부족하거나 지원하지 않고 있는 것으로 분석되었다. 그러나 고객 홍보와 시장성은 서로 유기적 관련이 있으며 고객 홍보와 시장성 관련 지원사업 모두를 추진하지 않는 콘텐츠코리아랩은 없었다.

유통과 관련된 지원사업은 컨설팅과 공모 지원사업 형태로 울산을 제외한 전국 콘텐츠코리아랩에서 추진되고 있다.

마케팅과 관련된 지원사업은 콘텐츠코리아랩에서 모두 추진하고 있으며 컨설팅과 네트워킹 형태의 지원사업으로 추진되고 있는 것으로 확인되었다.

다음으로, 콘텐츠코리아랩을 대상으로 인력, 자금, 네트워크, 기술, 저작권 중심의 콘텐츠 생산적 측면에서 지원사업을 분석해 보면 아래 표 5와 같다.

표 5. 국내 콘텐츠코리아랩 콘텐츠 생산 관점 비교
Table 5. Domestic Content Korea Lab comparison of content production perspective

Content Korea Lab	P(Platform)-N(Network)				D(Device)
	Manpower	Funds	Network	Technology	Copyright
Seoul City	0	0	0	0	-
Gyeonggi-do	0	0	0	0	-
Incheon City	0	0	0	0	0
Busan City	0	0	-	0	0
Daegu City	0	0	0	-	-
Gyeongsangbuk-do	0	0	0	-	0
Jeollabuk-do	0	0	0	-	-
Gwangju City	0	0	-	0	-
Chungcheongnam-do	0	-	0	0	-
Chungcheongbuk-do	-	0	0	0	-
Jeollanam-do	-	-	0	0	-
Ulsan city	0	0	0	-	0
kangwon-do	-	0	0	0	0
Daejeon-si	-	-	0	-	-
Gyeongsangnam-do	0	0	0	-	-
Jeju-do	-	0	0	-	0

콘텐츠코리아랩에서 추진하는 콘텐츠 생산적 관점에서 P(Platform)-N(Network)은 인력, 자금, 네트워크, 기술과 관련이 있고 D(Device)는 저작권과 관련이 있는 것으로 나타났다.

인력과 관련된 지원사업은 전국 콘텐츠코리아랩에서 공모를 통해 콘텐츠 인력의 인건비를 지원해 주거나 교육형 지원사업을 통해서 콘텐츠 전문인력을 양성하는 형태로 추진된다. 충북 콘텐츠코리아랩, 전남 콘텐츠코리아랩, 강원 콘텐츠코리아랩, 대전 콘텐츠코리아랩, 제주 콘텐츠코리아랩은 교육사업 중심의 지원사업을 일부 추진하고 있고, 인건비를 지원해 주는 사업은 추진하지 않고 있다.

자금과 관련된 지원사업은 공모를 통한 지원금 지급과 피칭을 통한 자금투자, 금융과 VC를 통한 투자 등 다양하게 추진되고 있다. 충남 콘텐츠코리아랩, 대전 콘텐츠코리아랩을 제외하고는 지원사업을 추진하고 있으며 콘텐츠코리아랩에서는 자금투자 이전 단계에 해당하는 피칭기술과 콘텐츠 사업 모델 수립을 위한 교육 지원사업과 병행되어 추진되는 것으로 조사되었다.

네트워크와 관련된 지원사업은 부산 콘텐츠코리아랩과 광주 콘텐츠코리아랩을 제외하고 모두 추진하고 있다. 지역 콘텐츠 창작자와 기업은 협업의 체계가 필요하므로 만남과 교류의 장, 전시회 등 여러 가지 측면의 소통을 자연스럽게 할 수 있도록 하는 분위기로 진행되며, 오랫동안 콘텐츠코리아랩을 운영해오던 지역은 엑셀러레이팅 프로그램 속에 포함되는 경향을 보인다.

기술 관련 지원사업은 대구 콘텐츠코리아랩, 경북 콘텐츠코리아랩, 전남 콘텐츠코리아랩, 울산 콘텐츠코리아랩, 대전 콘텐츠코리아랩, 경남 콘텐츠코리아랩, 제주 콘텐츠코리아랩에서 추진되었다. 그러나 지원사업과 융복합 콘텐츠를 유도하는 공모형 자금 지원사업을 추진하는 곳은 언급한 콘텐츠코리아랩을 제외하고 추진되었다.

저작권과 관련된 지원사업은 인천 콘텐츠코리아랩, 부산 콘텐츠코리아랩, 경북 콘텐츠코리아랩, 울산 콘텐츠코리아랩, 강원 콘텐츠코리아랩, 제주 콘텐츠코리아랩에서 지식재산권, 수익 분배, 이용자와 유통사 등을 위한 법률 지원 및 컨설팅 자문 형태로 콘텐츠코리아랩 자체 프로그램을 설계하여 추진하고 있고, 서울 콘텐츠코리아랩, 경기 콘텐츠코리아랩, 대구 콘텐츠코리아랩, 전남 콘텐츠코리아랩, 전북 콘텐츠코리아랩, 광주 콘텐츠코리아랩, 충남 콘텐츠코리아랩, 충북 콘텐츠코리아랩, 대전 콘텐츠코리아랩, 경남 콘텐츠코리아랩은 추진하지 않고 있거나, 저작권센터와 전략적으로 연계하여 콘텐츠코리아랩 외적으로 추진하는 것으로 확인되었다.

다음으로 전국 지역 콘텐츠코리아랩의 콘텐츠 성과적 측면으로는 ‘콘텐츠 기업 수익 및 지역 파급효과가 창출될 수 있도록 지원되는가?’ 라는 문제를 해결할 수 있는 진흥정책 방안과 방향이 모색되어야 한다. 수도권 지역을 제외하고 거의 모든 지역의 콘텐츠 산업환경이 부족한 인력, 제작 인프라 부족 등 어려운 여건 속에서 콘텐츠 사업을 추진하고 있다. 그럼에도 소수의 콘텐츠 기업은 사업적인 성공을 거두는 사례

도 있지만, 수도권으로 이전하는 경우가 빈번하다. 이런 특성으로 지역 콘텐츠 기업은 지속 성장하기 어려워지고 단기적 선도기업 배출, 지원을 받기 위한 페이지 기업, 본사가 아닌 지역 사무소 등 미미한 수준의 성과가 반복되고 있다. 따라서 콘텐츠코리아랩과 같은 지역 콘텐츠 산업 진흥 인프라는 체계적인 성과 창출을 위한 전략이 필요하다.

전국의 콘텐츠코리아랩은 회원수, 융합 프로그램 운영, 프로그램 참여자, 멘토링, 창작 지원기관 제휴, 창업팀 구성, 공모전, 매출 발생, 투자 유치 활동, 창작 원천소재, 저작권, 지역특화 프로그램, 지역 간 연계 창업, 글로벌 제휴 등 지역 콘텐츠 산업의 대표적인 성과지표를 관리해야 한다. 콘텐츠코리아랩을 통한 콘텐츠 성과는 콘텐츠를 창작자와 기업이 일차리 창출과 매출의 성과를 거두기 위한 초기 지원사업으로 볼 수 있으며, 이러한 지원사업이 곧 지역 콘텐츠 산업을 키우는 불씨가 될 수 있다. 결론적으로 지역 콘텐츠 진흥기관은 콘텐츠 창작자와 기업에 경쟁력 있는 성과지표를 제시하여야 한다. 또한 콘텐츠코리아랩의 특화된 성과지표와 지원사업을 고민하고, 성과관리 체계와 콘텐츠 기업 지원시스템을 만들어 관리하는 방안을 발전시켜 나가야 한다.

콘텐츠코리아랩을 대상으로 지역특화 콘텐츠 장르에 대한 지원사업을 분석해 보면 아래 표 6과 같다.

표 6. 국내 콘텐츠코리아랩 지역특화 관점 비교
Table 6. Domestic Content Korea Lab Comparison of regionally specialized perspectives

Content Korea Lab	C(Content)-P(Platform)-N(Network)-D(Device)	
	Regional specialization	
Seoul City	-	-
Gyeonggi-do	-	-
Incheon City	O	MCN, New media
Busan City	O	MCN, Board games, Web novels
Daegu City	-	-
Gyeongsangbuk-do	-	-
Jeollabuk-do	O	MCN, Illustration, Web toon
Gwangju City	O	Media, Convergence, Web content
Chungcheongnam-do	O	Convergence
Chungcheongbuk-do	O	Pop music, MCN, Character, Education
Jeollanam-do	O	Web toon, Video
Ulsan city	-	-
kangwon-do	-	-
Daejeon-si	O	MCN, Fashion, Webtoon
Gyeongsangnam-do	-	-
Jeju-do	-	-

위와 같이 분석한 결과, 콘텐츠코리아랩의 지역 특화 콘텐츠 장르적 관점에서 C(Content)-P(Platform)-N(Network)-D(Device) 전체와 관련이 있는 것으로 나타났다. 전국 16개 콘텐츠코리아랩 중 9개 콘텐츠 코리아랩이 지역특화 콘텐

츠 장르를 선정하여 육성하고 있었으며 세부적으로 인천 콘텐츠코리아랩은 'MCN'(Multi Chanel Network), '뉴미디어' 분야를 지역 특화 콘텐츠 장르로 선정하였고, 부산 콘텐츠코리아랩은 'MCN', '보드게임', '웹소설'을 특화 콘텐츠 장르로 선정했다.

또한 전북 콘텐츠코리아랩은 'MCN', '일러스트', '웹툰', 광주 콘텐츠코리아랩은 '미디어', '융복합', '웹콘텐츠', 충남 콘텐츠코리아랩은 '융복합', 충북 콘텐츠코리아랩은 '대중음악', 'MCN', '캐릭터', '교육', 전남 콘텐츠코리아랩은 '웹툰', '영상', 대전 콘텐츠코리아랩은 'MCN', '패션', '웹툰'을 지역 특화 콘텐츠 장르로 선정하였다.

또한 5개 콘텐츠코리아랩에서 'MCN'을 지역 특화 장르로 선정하여 가장 큰 비율을 차지했다. 최근 코로나19 등 비대면 콘텐츠와 유튜브, OTT 플랫폼을 통한 크리에이터 양성에 많은 지자체가 관심이 있고, 콘텐츠 창작자와 기업이 MCN 관련 콘텐츠코리아랩 프로그램에 참여하고자 하는 의지가 반영된 것으로 추정된다.

콘텐츠코리아랩을 대상으로 코로나19와 같은 콘텐츠 이슈에 대한 대응방안을 분석해 보면 아래 표 7과 같다.

표 7. 콘텐츠 이슈에 따른 대응방안 비교
Table 7. Comparison of countermeasures according to content issues

Content Korea Lab	C(Content)-P(Platform)-N(Network)-D(Device)	
	Countermeasures	
Seoul City	O	Preference for moving to the COVID-19 Customized Content Development Center
Gyeonggi-do	O	V-commerce video production for on-tact marketing
Incheon City	O	Non-face-to-face content creator training (room creation center), on-tact BM pitching
Busan City	O	Non-face-to-face marketing in response to COVID-19 (social venture marketing support program)
Daegu City	O	Non-face-to-face start-up idea contest
Gyeongsangbuk-do	O	Opening of online training programs
Jeollabuk-do	O	E-commerce platform support and online content fair
Gwangju City	-	-
Chungcheongnam-do	-	-
Chungcheongbuk-do	O	Non-face-to-face realistic content advancement support project
Jeollanam-do	-	-
Ulsan city	-	-
kangwon-do	-	-
Daejeon-si	-	-
Gyeongsangnam-do	O	Know-how creative academy (non-face-to-face online course)
Jeju-do	-	-

코로나19로 인해 콘텐츠코리아랩 지원사업에 끼치는 영향은 지역 콘텐츠 생태계 관점에서 C(Content)-P(Platform)-N(Network)-D(Device) 전체와 관련이 있는 것으로 나타났다.

전국 16개 콘텐츠코리아랩은 대부분 코로나19로 시설·장비에 대한 대관을 줄이고 오프라인 중심의 교육에서 비대면 온라인 중심의 교육으로 전환되어 추진되는 사례가 많았다. 단순한 코로나 대응과 사회적 거리두기의 일환으로 추진된 지침이 아닌 코로나19 사태에 대응하는 지원사업을 추진한 전국 콘텐츠코리아랩은 다음 8개소와 같다. 서울 CKL기업지원센터는 ‘코로나19 맞춤형 콘텐츠 개발’기업을 대상으로 센터 입주 심사에서 우대점수를 부여하는 조건으로 비대면 콘텐츠 개발을 독려했고, 경기 콘텐츠코리아랩은 ‘온택트 마케팅용 V커머스 영상제작’사업을 추진하여 코로나19 상황에서도 비대면으로 ‘콘텐츠 상품 마케팅 지원’을 추진하였으며, 대구 콘텐츠코리아랩은 ‘비대면 분야 창업아이디어 경진대회’를 추진하여 코로나19 상황 속에서도 비대면 콘텐츠 분야의 창업을 활성화하고자 하였다. 경북 콘텐츠코리아랩은 ‘온라인 프로그램’을 자체적으로 개설하여 코로나19 상황에서도 온라인으로 언제든지 교육을 받아볼 수 있는 플랫폼을 제공하였다. 전북 콘텐츠코리아랩은 ‘이커머스 플랫폼 지원’, ‘온라인 콘텐츠 박람회’ 추진을 통해 비대면 콘텐츠 산업을 활성화하는 지원사업을 추진하였고, 충북 콘텐츠코리아랩은 ‘비대면 실감형 콘텐츠 고도화 지원사업’을 추진하면서 비대면 실감형 콘텐츠의 완성도를 높여 콘텐츠 상용화될 수 있는 환경을 조성하고자 하였다. 경남 콘텐츠코리아랩은 ‘노하우 크리에이티브 학원’ 사업을 추진하면서 온라인 콘텐츠 강의 플랫폼을 운영하였다. 물론 언급되지 않은 콘텐츠코리아랩은 일부 코로나19에 따른 비대면 콘텐츠 교육 및 작은 프로그램을 추진하였으나, 근본적 코로나19 콘텐츠 지원사업으로는 볼 수 없다.

지금까지 콘텐츠코리아랩 지원사업을 내부요소(콘텐츠 가치·제공·생산·성과)와 외부요소(지역특화, 콘텐츠 이슈)로 살펴본 결과 아래와 같은 표 8로 정리할 수 있다.

전국 콘텐츠코리아랩에서 추진하는 지원사업의 현황을 ◎(대다수 지역 지원사업 모델 운영 및 지원사업 정착단계), ○(과반수 지역 지원사업 모델 운영 및 안정화 단계), △(일부 지역 지원사업 모델 운영 및 과도기 단계), X(지원사업 모델 운영 미흡 및 재개발이 필요한 단계) 4가지 단계로 분류하고 각 항목별로 분석한 결과 콘텐츠 가치의 시설·장비와 콘텐츠 제작, 콘텐츠 제공의 유통과 마케팅, 콘텐츠 생산의 네트워크에 해당하는 지원사업은 대다수 지역에서 추진되고 있으며 지원사업이 정착단계에 이르렀음을 알 수 있었다. 그리고 콘텐츠 제공의 고객·홍보와 시장성, 콘텐츠 생산의 인력과 자금, 콘텐츠 성과에 해당하는 지원사업은 과반수 지역에서 지원사업이 추진되고 있었으며, 지원사업이 안정화 단계로 접어들어 정착단계로 발전할 수 있는 가능성을 보였다. 그러나 콘텐츠 생산의 기술, 지역 특화 콘텐츠, 코로나19에 해당하는 지원사업은 일부 지역에서만 추진되고 있어 아직 지원사업 모델이 과도기 단계에 있음을 알 수 있었고, 콘텐츠 생산의 저작권에

표 8. 콘텐츠코리아랩 지원사업 모델 분석 결과
Table 8. Content Korea Lab support business model analysis results

Category		C(Content)-P(Platform)-N(Network)-D(Device)	Content Korea Lab
Internal factors	Content value	Facility/Equipment	◎
		Content creation	◎
	Content provision	Customer · Public Relations	○
		Marketability	○
		Circulation	◎
		Marketing	◎
	Content production	Manpower	○
		Funds	○
		Network	◎
		Technology	△
		Copyright	X
	Content production	Regional ripple effect, performance management system	○
	External factors	Regional specialization	Nurturing specialized content genres
Issue response		Nurturing specialized content genres	△

해당하는 지원사업은 시행되지 않거나 미흡한 실정이라는 결과를 알 수 있었다.

V. 결론

이 연구는 C-P-N-D 콘텐츠 산업 생태계 관점에서 지역 콘텐츠 산업 원스톱 지원사업인 콘텐츠코리아랩을 살펴본다. 이를 통해 콘텐츠코리아랩 사업의 지원 현황을 분석하여 지역 콘텐츠 정책의 방향성을 제시하고자 하였다.

그동안 지역 콘텐츠 지원 현황을 분석한 지역 콘텐츠 지원사업과 정책에 관한 연구는 찾아보기 어려웠기 때문에 일반적인 콘텐츠 산업진흥 연구모형의 요소와는 다른 지역 콘텐츠 산업환경에 맞는 연구모형이 필요하다는 것을 강조하였다. 이러한 연유로 본 연구에서는 지역 콘텐츠 정책과 지원사업을 객관적으로 바라보는 연구모형을 새롭게 제시하였다. 또한 이 연구모형 안에서 C-P-N-D 생태계 관점의 지역 콘텐츠 산업 원스톱 지원사업인 콘텐츠코리아랩을 분석하여 미래 실효성 있는 정책과 지원사업 방향을 살펴보았다는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다.

먼저 C-P-N-D 콘텐츠 생태계 관점의 중앙주도형 정책과 지원사업을 분석한 결과, Content(콘텐츠 기획 및 창·제작) 지원은 기업 니즈에 맞는 프로그램 추진을 위해 중앙과 지역이 더욱 긴밀히 상호 네트워킹으로 수요에 맞는 지원사업 설계가 필요하다는 사실을 알 수 있었다. Platform(플랫폼 지원과 콘텐츠 IP 고도화) 지원은 지역 기업에 더 많은 기회를 주

기 위해서 지역 맞춤형 플랫폼 진출과 IP 고도화 지원사업의 독자적인 설계가 선행되어야 한다. Network(5G 유무선 네트워크)지원은 지역 기업의 실감 콘텐츠 등 분야에서 경쟁력 있는 BM 모델이 필요하다. Device(유통, 사용자 서비스) 지원은 지역 실정에 맞는 O2O 서비스, 디지털 콘텐츠솔루션, 디지털만화, 실감 콘텐츠 개발을 모색하는 지원사업이 필요하다는 사실을 확인하였다.

다음으로 C-P-N-D 콘텐츠 생태계 관점으로 콘텐츠코리아랩 지원현황을 분석한 결과 지역 콘텐츠 지원사업의 몇 가지 방향성과 시사점을 도출할 수 있었다. 첫째, 콘텐츠 가치적 측면으로는 전국 지역 콘텐츠코리아랩에 구비된 시설·장비는 지역 창작자와 기업의 니즈 조사를 통해 구비하고 운영되어야 한다. 또한 제작 지원사업 추진 방향은 지역 특화 콘텐츠 상품의 상용화를 위해 지역 창작자와 기업에 맞는 지원사업을 기획해야 한다. 그리고 지역융합형 콘텐츠 창작 지원에 집중함으로써 차별성 있는 콘텐츠가 제작될 수 있도록 하고, 질적 수준과 특화성 있는 콘텐츠가 탄생 되도록 지원 방향을 유도하여야 한다.

둘째, 콘텐츠 제공적 측면으로는 콘텐츠코리아랩의 프로그램을 충분히 인식할 수 있는 홍보 방안을 고려해야 한다. 이렇게 확보된 회원과 고객을 대상으로 콘텐츠 IP를 상용화할 수 있는 시장확보와 유통·마케팅 지원사업이 병행되어야 한다. 반면 콘텐츠 창작자와 기업은 콘텐츠 결과물과 경쟁력이 검증될 때까지 시행착오를 겪고 성장하는 단계를 거쳐야 한다. 이후 수정 보완된 콘텐츠 결과물을 고도화된 유통·마케팅 지원사업과 연계하는 전략이 필요하다.

셋째, 콘텐츠 생산적 측면으로는 콘텐츠 산업 관련 협력체계 구축과 유기적 네트워킹을 통해 중복되지 않는 전문과정 개설과 연계될 수 있는 교육사업 설계를 해야 한다. 또한 산·학 연계 과정으로 일자리를 창출하고, 중장기 계획 수립하여 콘텐츠 기업 현장으로 연결할 수 있는 사업을 추진이 중요하다. 그리고 자금지원은 공정한 공모 과정을 거쳐 콘텐츠 전문가의 컨설팅과 멘토링을 통해 성공적으로 사업이 추진될 방법과 자립화를 위한 교육이 병행되어야 한다. 이러한 원동력을 얻기 위해서는 지방자치단체와 지역 콘텐츠 진흥기관의 지원의지가 필수적이다. 적극 행정을 위해서 지역 내 콘텐츠 창작자와 기업의 현황 파악이 적극적으로 이루어져야 하고, 지방자치단체 주도의 콘텐츠 산업 진흥정책이 추진되어야 한다.

넷째, 콘텐츠 성과적 측면으로는 콘텐츠 창작자와 기업에 경쟁력 있는 성과지표를 제시하여야 하며 지역형 일자리 창출과 매출의 성과를 거두기 위한 성과지표 항목을 고민해야 한다. 그리고 성과관리 체계와 콘텐츠 기업 지원시스템을 만들어 관리하는 방안을 발전시켜 나가야 한다.

다섯째, 지역 특화 콘텐츠는 경쟁력 있는 특화 콘텐츠 장르를 개발해서 지원해야 지역 콘텐츠 기업의 수도권 역외 유출을 방지할 수 있다. 또한 지역 특화 콘텐츠 장르를 선도적으로 추진할 수 있는 지원정책을 개발하고 지역 콘텐츠 관련 인프라를 적극적으로 활용해야 한다.

여섯째, 코로나19와 같은 콘텐츠 이슈 대응 전략으로는 콘텐츠 진흥기관·창작자·기업의 소통과 네트워킹을 확대하여 수요자가 필요로 하는 지원사업 설계가 필요하다. 이를 위해 콘텐츠 이슈를 해결할 수 있는 프로그램을 구성하고 콘텐츠 창작자와 기업에 쉽게 정보를 제공하는 서비스 방안을 강구해야 한다.

이상으로 분석된 결과는 향후 지역 콘텐츠 지원사업의 설계와 방향성 기획에 있어서 참고할 수 있는 자료로 활용될 수 있으며, 국내 지역 콘텐츠 진흥기관에서 추진하는 사업을 분석하여 현장에 반영하는 실행연구로서 학문적 의의가 있다. 다만 본 고에서 제시한 지역 사례들과 현황에 대한 분석으로 일반화를 시도하는 것은 한계가 있으며 지역 콘텐츠 진흥정책 비교 연구모형의 핵심 요소 객관화를 검증할 수 있는 연구가 계속되어야 한다. 또한 국내 지역 콘텐츠 산업분석과 콘텐츠코리아랩 사업에 그치지 않고 해외 지역 콘텐츠 산업 정책 및 지원사업으로 확대하여 비교·분석하는 연구가 필요하다.

참고문헌

- [1] H. W. Lee, E. Y. Yoo, J. G. Kang, and Y. I. Park, Content Industry Classification System and Statistical Survey Status in Major Countries Around the World, Korea Creative Content Agency, Seoul, Kocca Focus 2014-08-85, 2014.
- [2] K. S. Park and S. H. Lim, 2020 Survey on Local Content Industry and Creators, Seoul: Korea Data Network Co., Ltd., 2021.
- [3] C. H. Choi, *CPND Ecosystem and Content Convergence*, Seoul: Pakyoungsa, 2017.
- [4] J. A. Ryu, *Korean Festivals and Local Cultural Content*, Seoul: CommunicationBooks, 2012.
- [5] G. S. Noh, *Strategic Management Innovation in the Age of Digital Transformation*, Gyeonggi: Bookstar, 2022.
- [6] Korea Productivity Center, A study on the Establishment of a Mid- to Long-term Operational Roadmap for Content Korea Lab, Korea Creative Content Agency, December 2014.
- [7] S. H. Lee, "A Study on the Innovation & Conflict Issues in Media Content Industry : Focusing on the Application of the CPND Analysis Model," *Journal of Corporation and Innovation*, Vol. 44, No. 4, pp. 3-26, December 2021. <https://doi.org/10.22778/jci.2021.44.4.3>
- [8] G. Kandiah and S. Gossain, "Reinventing Value: The New Business Ecosystem," *Strategy & Leadership*, Vol. 26, No. 5, pp. 28-33, May 1998. <https://doi.org/10.1108/eb054622>
- [9] G. S. Park and C. W. Lee, "The Impact of Value Chain Reorganization on Regional Economy: The Case of Daegu

Cultural Content Industry,” *Journal of the Economic Geographical Society of Korea*, Vol. 13, No. 4, pp. 601-622, April 2010.

<https://doi.org/10.23841/egsk.2010.13.4.601>

- [10] J. S. Choi, “The Value Chain of Cultural Industry in Gyeongbuk,” *Journal of the Economic Geographical Society of Korea*, Vol. 9, No. 1, pp. 39-60, 2006.
- [11] Y. T. Kim, Network Analysis of Regional Cultural Industry Clusters, Ph.D. Dissertation, University of Seoul, Seoul, 2013.
- [12] J. K. Kim, A Study on the Content Industry Promotion Plan Based on the Business Model, Ph.D. Dissertation, Hankuk University of Foreign Studies, Seoul, 2013.
- [13] M. Porter, *On Competition*, Boston: Harvard Business School Press, pp. 560-570, 1998.
- [14] D. Urbig, “The Value Chain's Values: Interpretations and Implications for Firm and Industry Analysis,” in *Proceedings of Perspective in Business Informatics Research (BIR) Berlin 2003*, Germany: Shaker Verlag, pp. 1-15, January 2003.
- [15] C. Pietrobelli and R. Rabelotti, Upgrading in Clusters and Value Chains in Latin America : The Role of Policies, Inter-American Development Bank, MSM-124, January 2004.
- [16] Y. D. Choi, B. H. Baek, and H. I. Kwon, “Evaluation of Key Elements and Priorities for Activating the Industry of Digital Wellness Service from CPND Ecosystem Perspective,” *Journal of Wellness*, Vol. 16, No. 3, pp. 9-16, August 2021.
<https://doi.org/10.21097/ksw.2021.08.16.3.9>
- [17] M. Fransman, “Innovation in the New ICT Ecosystem,” *International Journal of Digital Economics*, Vol. 68, No. 4, pp. 89-109, 2007.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511676130.005>
- [18] ETRI Performance Promotion Office, Technology That Will Change the World the Future Dreamed of by Digital, Seoul: ContentHADA, 2018.
- [19] Y. B. Na, J. S. Yoo, and S. H. Lee, “Study on Analysis of the Corporate Requirements and CPND Value Chain for e-Book Market Activation,” *Journal of Digital Convergence*, Vol. 14, No. 4, pp. 163-171, April 2016.
<https://doi.org/10.14400/jdc.2016.14.4.163>
- [20] H. Y. Kwon and K. Y. Kim, “The Government Reorganization and Improvement of the Regulatory Framework for ICT : Allocation of Government Functions for CPND System,” *Journal of Law & Economic Regulation*, Vol. 6, No. 1, pp. 172-187, 2013.
- [21] J. H. Sung, A Study for Promotion Policies That Can

Innovate a Local Content Industry: With a Focus on Support Projects of Content Korea Lab and Content Enterprise Promotion Center, Ph.D. Dissertation, Sangmyung University, Seoul, 2022.



성종현 (Jong-Hyun Sung)

2012년 : 경북대학교 정책정보대학원 언론홍보(석사)

2022년 : 상명대학교 일발대학원 글로벌 문화콘텐츠학과(문학박사)

2002년~2006년: 수중영상연구소 기획팀장

2006년~2010년: 경상북도 영상위원회 사무국장

2010년~2012년: 안동영상미디어센터 콘텐츠기획팀장

2012년~현 재: 경북콘텐츠진흥원 전략기획팀장,
경북콘텐츠기업지원센터 센터장

※ 관심분야 : 메타버스(Metaverse), 인간-컴퓨터 상호작용
(Human-Computer Interaction), 콘텐츠정책
(Content Policy)