

*All That Contents*

# CONTENTS KOREA 2022

- I LOVE Character Licensing Show -

## 콘텐츠 비즈니스 포럼 2022

2022. 11. 23. (Wed) - 11. 24. (Thu)

KINTEX, 208호실

[www.contents-korea.com](http://www.contents-korea.com)

# 콘텐츠 비즈니스포럼 2022

콘텐츠 제작/유통과 첨단기술 집중조명을 위한 핵심정보 교류

## 행사개요

- 행사명 콘텐츠비즈니스 포럼 2022
- 일시 2022년 11월 23일 ~ 24일 (2일)
- 장소 일산 KINTEX, 208호 회의실
- 주요내용 콘텐츠 개발, 콘텐츠 활용사례, 첨단기술 콘텐츠, 콘텐츠 유통
- 슬로건 콘텐츠 제작 / 유통과 첨단기술 집중 조명을 위한 핵심정보 교류

## 프로그램

| 일자               | 시간                                 | 발표 주제                        | 연사                                               |
|------------------|------------------------------------|------------------------------|--------------------------------------------------|
| 2022. 11. 23 (수) | Session I : 콘텐츠 비즈니스 개발            |                              |                                                  |
|                  | 09:00 - 10:00                      | 참가자 등록 & Coffee Break        |                                                  |
|                  | 10:00 - 10:40                      | 캐릭터 이코노미 시대가 온다              | [한신대] 허태운 교수                                     |
|                  | 10:50 - 11:30                      | 국내외 출판 콘텐츠 시장의 현황과 전망        | [교보문고] 류영호 부장                                    |
|                  | 11:30 - 12:10                      | 콘텐츠 개발과 Storytelling         | [고즈닉이엔티] 배선아 대표                                  |
|                  | 12:10 - 13:20                      | 점심                           |                                                  |
|                  | Session II : 공공 캐릭터 및 지역 콘텐츠 활용 사례 |                              |                                                  |
|                  | 13:20 - 14:20                      | 일본 구마모토현 쿠마몬 콘텐츠 마케팅 사례 분석   | [일본 구마모토현 쿠마몬 그룹]<br>마쓰카와 아키히로/AKIHIRO MATSUKAWA |
|                  | 14:30 - 15:30                      | 고양시 고양 고양이 콘텐츠 마케팅 사례 분석     | [고양특례시청 언론홍보담당관]<br>최서영 SNS홍보 담당자                |
|                  | 15:40 - 16:20                      | 일본의 지역 콘텐츠를 활용한 관광 활성화 사례 분석 | [한일관광교류연구소] 송나영 박사                               |

| 일자               | 시간                               | 발표 주제                         | 연사                        |
|------------------|----------------------------------|-------------------------------|---------------------------|
| 2022. 11. 24 (목) | Session III : 콘텐츠 산업과 4차산업 기술 접목 |                               |                           |
|                  | 09:00 - 10:00                    | 참가자 등록 & Coffee Break         |                           |
|                  | 10:00 - 10:40                    | 미디어 콘텐츠의 융복합                  | [남서울대학교] 이태은 교수           |
|                  | 10:50 - 11:30                    | 국외 메타버스 시장 동향                 | [소프트웨어정책연구소] 한상렬 연구원      |
|                  | 11:30 - 12:10                    | 캐릭터 콘텐츠의 융복합과 비즈니스 모델         | [페코토이] 박재모 대표             |
|                  | 12:10 - 13:20                    | 점심                            |                           |
|                  | Session IV : 콘텐츠 유통 마케팅          |                               |                           |
|                  | 13:20 - 14:20                    | 인공지능 발전에 따른 문화예술 콘텐츠의 미래 시나리오 | [홍익대학교] 고정민 교수            |
|                  | 14:30 - 15:30                    | 개발 콘텐츠 비즈니스 마케팅 사례            | [캐리소프트] 박창신 대표            |
|                  | 15:40 - 16:20                    | 한류 IP콘텐츠 유통 전략 및 사례           | [비즈니스매니지먼트코퍼레이션] 크리스 권 대표 |

# 콘텐츠 비즈니스포럼 초록

## 콘텐츠 개발과 Storytelling



**배선아**  
고즈닉이엔티 대표

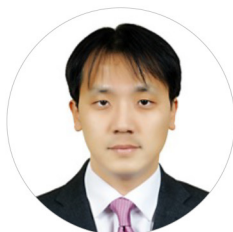
### 연사정보

- (현) 고즈닉이엔티 대표
- 에이투지엔터테인먼트 IP부문대표
- 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠비즈니스 자문위원
- 서울국제여성영화제 피치&캐치 심사위원
- 대한민국 콘텐츠대상 문화체육관광부장관 표창
- 건국대 박사 수료 (문화콘텐츠 커뮤니케이션)
- 연세대 교육학 석사
- 연세대학교 졸업

### 발표초록

바야흐로 IP 전쟁의 시대에 어떠한 콘텐츠로 승부를 볼 것인가는 콘텐츠 업계에 종사하는 사람들 모두의 화두이다. <기생충>, <오징어 게임> 등 성공과 해외 유수의 시상식에서 잇단 수상으로 우리나라 콘텐츠의 경쟁력이 글로벌 시장에서 인정받고 있는 가운데, 글로벌 시장에서 잠재적 가능성이 높은 '오리지널 콘텐츠' 기획과 개발이 그 어느 때보다 중요시 되고 있다. 이에 본 포럼에서는 콘텐츠 기획에서 중요하게 다뤄져야하는 스토리의 요소와, 콘텐츠 개발에 있어 출판, 영화, 드라마, 게임, 공연 등으로 미디어를 넘나들며 부가가치 창출하는 트랜스미디어 스토리텔링 전략에 대해 다루고자 한다.

## 국내외 출판 콘텐츠 시장의 현황과 전망



**류영호**  
교보문고 DBS플랫폼 사업단 부장

### 연사정보

주로 커머스/콘텐츠 부문 사업 개발, 마케팅, 제휴 협력 업무 등을 담당함.

저서로 <아마존닷컴 경제학>  
<세계 전자책 시장은 어떻게 움직이는가>  
<출판혁명> 등이 있음.

### 발표초록

디지털 시대로의 급속한 이동과 코로나19 팬데믹으로 인해 출판 콘텐츠 시장도 큰 영향을 받았다. 비대면으로 인한 오프라인의 감소와 온라인의 증가 등 유통 채널의 변화가 가속화되고 있다. 소셜미디어를 통한 입소문과 인플루언서의 추천이 콘텐츠 마케팅의 주류로 자리 잡고 있다. 시장은 디지털과 모바일 기반의 쓰기 and 읽기 문화의 변화와 맞물려서 발전하고 있다. 빅데이터, 인공지능, 증강현실, 메타버스, NFT 등 혁신적 기술과의 연결은 출판 콘텐츠 시장에 새로운 도전과 성과를 만들고 있다. 국내외 주요 사례 분석을 통해 시장을 전망한다.

# 콘텐츠 비즈니스포럼 초록

## 캐릭터 이코노미 시대가 온다



**허태운**

한신대학교 IT콘텐츠학과 교수

### 연사정보

- (현) ADASIA 2023 Seoul 사무총장
- (현)브랜드 칼럼니스트, 중앙일보, 이코노미스트
- 제일기획 인도법인장, 수석국장
- 제일기획 북미총괄 법인장, 상무
- 제일기획 본사 글로벌본부 담당 상무
- 한국공항공사 마케팅본부장
- 한국마사회 마케팅 본부장
- 스타트업 팝스라이프(AR Commerce Company)공동대표
- 한국외대 정치행정언론대학원 객원 교수

### 발표초록

캐릭터가 만드는 캐릭터 이코노미시대다. 한국콘텐츠진흥원에 따르면 우리나라의 캐릭터 산업 규모는 2018년 이미 12조원을 넘어섰으며 올해에는 20조를 넘어설 것으로 예상 된다. 캐릭터가 콘텐츠 산업에서 중요한 위상을 차지하는 것을 넘어 브랜드로 확장되는 현상을 어떻게 보아야 할까? 이번 강연은 콘텐츠 시대 브랜드는 물론, 지방자치단체, 개인에 이르기 까지 캐릭터가 창조하는 엄청난 캐릭터 이코노미에 대해 논의함은 물론, 다가올 메타버스 시대에 만들어질 캐릭터 이코노미를 상상해 보고자 한다.

## 일본 구마모토현 구마몬 콘텐츠 마케팅 사례분석



**마쓰카와 아키히로**

구마모토현 쿠마몬 그룹 / 과장 보좌

### 연사정보

- 1999년
- 구마모토현청 입청(근속 23년)
- 2013 ~ 2018년
- 국제교류 및 인바운드 사업 담당
- 2021 ~ 2022년
- 쿠마몬 그룹에서 쿠마몬 프로모션 담당

### 발표초록

구마모토현을 대표하는 캐릭터이면서 요즘 일본사람 대부분이 아는 일본을 대표하는 캐릭터 “쿠마몬”. 행정청인 구마모토현이 규슈 신칸센의 전선 개업을 계기로 구마모토현의 PR을 하기 위해 만들어진 캐릭터였지만, 유니크함과 당초, 아무도 예상하지 않았던 다양한 효과를 구마모토현에 가져오는 데 성공했다. 강연에서는 그 유니크한 시도 내용과 그것이 구마모토현에 가져온 효과, 성공의 이유에 대해서 설명한다. 더불어 현재 상태에 만족하지 않고, 더 높은 성장을 바라는 구마몬이 지금 어떤 일을 하고, 어떤 어려움에 직면하여 앞으로 어떤 것을 목표로 하고 있는지에 대해서도, 소개한다.

# 콘텐츠 비즈니스포럼 초록

## 고양시 고양 고양이 콘텐츠 마케팅 사례 분석



### 최서영

고양특례시 SNS홍보담당자/주무관

#### 연사정보

· 고양특례시청 언론홍보담당관 SNS홍보팀  
고양특례시 SNS홍보담당자 / 주무관

#### 발표초록

독창적 캐릭터 마케팅을 통한 전국 지자체 최고 SNS 운영 - 잘 만든 캐릭터 하나가 회사를 먹여 살리는 시대다. 기관의 상징물과 연계성을 무시하고 오로지 시민의 사랑만을 받기 위해 탄생한 고양시 고양고양이 캐릭터. 캐릭터 하나가 도시 브랜드 이미지를 탈바꿈 시켰다. 10년 전 처음으로 고양고양이 캐릭터를 제작하고 지금까지 고양고양이 캐릭터를 활용한 마케팅을 하고 있는 홍보 담당자가 그간의 10년 묵은 노하우를 전수한다. 홈페이지 업무만을 전담하던 디지털홍보팀에서 무자본으로 지원 하나 없이 고양 고양이이라는 캐릭터를 개발한 이야기. 그 히스토리를 공개한다.

## 일본 지역콘텐츠를 활용한 관광 활성화 사례 분석



### 송나연

한일관광교류연구소 연구실장/박사

#### 연사정보

· 2019 ~ 현재  
: 한국관광거버넌스연구원 연구위원  
· 2022 ~ 현재  
: 관광정책연구학회 학술위원  
: 한일관광교류연구소 연구실장

#### 발표초록

지역 콘텐츠를 활용한 관광 활성화 정책이 주목을 받고 있다. 일본의 경우, 유류카라라고 불리는 지역 캐릭터 콘텐츠가 지방정부 차원에서 관광객을 유치하는 마케팅 수단으로 적극 활용되어 큰 효과를 거두고 있다. 관광마케팅 차원에서 볼 때, 지역 캐릭터 콘텐츠는 지역주민을 대상으로 한 지역 정보 제공, 지역 자긍심 고취 등의 내부마케팅 기능을 갖고 있으며, 관광객을 대상으로 한 관광PR, 이벤트 홍보, 지역 특산품 판매 등 외부마케팅의 기능을 지닌다. 본 발표에서는 일본의 지역 캐릭터 콘텐츠를 활용한 관광 활성화 사례를 살펴보고 이를 바탕으로 우리나라 지역관광마케팅 활동에 필요한 시사점을 도출하고자 한다. 본 발표는 지방정부 실무자나 캐릭터 산업분야 관계자들에게 유용한 정보를 제공할 것으로 기대된다.

# 콘텐츠 비즈니스포럼 초록

## 미디어 콘텐츠의 융복합



**이태은**

남서울대학교 가상증강현실학과,  
시각정보디자인과 교수

### 연사정보

- (현) 남서울대학교 가상증강현실학과 교수
- (현) 남서울대학교 시각정보디자인과 교수
- (현) 미군문화콘텐츠랩 대표
- (전) 국립아시아문화전당(아시아문화원) 어린이문화원 팀장
- (전) 루동대학교(중국) 예술학원 디지털콘텐츠 교수
- (전) SBS미디어넷(SS비전) 미술팀장
- (전) MBN 미술부 디자이너
- (전) KMTV CG팀 디자이너

### 발표초록

IT 기술의 발달로 고도화되고 있는 미디어콘텐츠의 융복합을 콘텐츠와 콘텐츠(장르-장르간), 콘텐츠와 기술의 관점에서 본인이 연구 또는 기획과 제작에 참여했던 프로젝트(VFX, VR스튜디오, VR광고, 복합문화공간, 문화유산 활용, VR·실감콘텐츠 등)를 통하여 시대적 흐름과 그 변화를 알아보고 이러한 융복합 콘텐츠들의 맥락을 관통하는 가상/증강현실, 실감콘텐츠의 확장성과 미래에 대하여 전망해본다.

## 국외 메타버스 시장 동향



**한상렬**

한일관광교류연구소 연구실장/박사

### 연사정보

- 이승환, 한상렬 (2022), "메타버스 활성화 전략연구", SPRi 연구보고서
- 한상렬 (2022), "메타버스 신인류, 디지털 휴먼", SPRi 이슈리포트
- 이승환, 한상렬 (2021), "메타버스 비긴즈(BEGINS) : 5대 이슈와 전망", SPRi 이슈리포트
- 한상렬, 김항규 (2021), "VR(Virtual Reality) 원격협업 사용경험 조사" SPRi 이슈리포트
- 이승환, 한상렬 (2020), "비대면 시대의 게임 체인저, XR" SPRi 이슈리포트
- 한상렬 (2019), "고령화에 대응한 인공지능 활용 동향·돌봄 서비스를 중심으로", SPRi 산업동향
- 양희태, 한상렬(교신) (2020), "Understanding virtual reality continuance: an extended perspective of perceived value", Online Information Review (SSCI)
- 한상렬 외. (2018), "Understanding adoption of intelligent personal assistants: A parasocial relationship perspective", Industrial Management and Data Systems (SCIE)
- 한상렬 외. (2017), "Understanding makerspace continuance : A self-determination perspective", Telematics and Informatics (SSCI)
- 한상렬 외. (2015), "오픈소스 하드웨어 기반의 사물인터넷 비즈니스 생태계 전략", Telecommunications Review (KCI)

### 발표초록

메타버스는 가상과 현실이 융합된 공간에서 사람·사물이 상호작용하며 경제사회문화적 가치를 창출하는 세계(플랫폼)을 의미한다. 본 발표에서는 메타버스 시장 전망과 XR 기기, 플랫폼, NFT, 디지털 휴먼 등 메타버스 관련 주요 이슈 동향, 주요국 정책 동향 등을 살펴본다. 참고로 본 주제 발표의 주요 대상 분야로는 메타버스 관련 기업체, 학교, 기관을 들 수 있다

# 콘텐츠 비즈니스포럼 초록

## 캐릭터 콘텐츠의 융복합과 비즈니스 모델



**박재모**

사단법인 한국캐릭터협회 회장

### 발표초록

캐릭터IP콘텐츠의 융복합은 다양해진 유저의 플랫폼, 기술적 환경 등 미디어의 발달에 힘입어 무한확장을 하고 있다. 플랫폼과 네트워크를 기반으로 인플루언서, 유튜버는 자유로운 만큼 다양하고 창의적인 캐릭터 콘텐츠 개발의 시도가 활발하게 이루어지고, 메타버스와 NFT시장의 등장은 게임 시장과 함께 현실에서 가상공간까지 캐릭터 콘텐츠의 커스터마이징이 가능한 비즈니스모델을 새롭게 선보이고 있다. 이에 본 포럼에서는 캐릭터IP에 새로운 형태의 융복합 사례와 비즈니스 유형을 살펴보고 앞으로의 캐릭터 시장의 변화를 예측하여 보고자 한다.

### 연사정보

- 2021. Wlsen 캐릭터 신규IP사업 총괄 진행
- 2019. 지구와사람과동물 캐릭터 sns, 유튜브 영상 제작 100편 제작
- 2018. 로보로보 챌린지 웹툰 제작 진행 총괄프로듀서
- 2018. 삼성CES 홍보 뉴스로 애니메이션 제작 감독
- 2017. 지구와사람과동물 애니메이션 90편 제작 총괄프로듀서
- 2016. 도티와 잠들 페이지퍼토이 홍보 애니메이션 제작 감독
- 2015. 하이브리드 웹드라마 "발그레 발키레" 10편 총괄 프로듀서
- 2012. 세계명작동화 애니메이션 30편 감독, 현충원 청소년 교육 애니메이션 제작
- 2011. 일동제약 메디폼 TV CF 제작
- 2010. 현대홈쇼핑 TV CF 제작
- 2007. 농협 목우촌 토래오래 치킨 TV CF 제작
- 2006. 단편 애니메이션 "러브스테이션" 문화콘텐츠진흥원 지원작 선정
- 2004. 애니메이션 "탈" 일본 TBS방송국 디지털 6 우수상 수상, 테헤란, 타이완 애니 페스티벌 초청작, 제천시 캐릭터 "박달이와 금붕이" 개발
- 2002. 단편 애니메이션 "리사이클링" 대한민국 애니메이션대전 문화관광부 장관상, 춘천 애니타운 페스티벌 춘천시장상 수상, 동아LG 애니메이션 페스티벌 우수상 수상
- 2001. 성곡미술관 선정 "금단의 열매전" 영상 설치 미술 전시
- 2001. 전라남도 장성군 캐릭터 홍길동 "길똥클럽" 개발
- 2000. 삼성전자 IMT-2000 디지털 제안 전 P.T 애니메이션 제작
- 1999. 단편 시리즈 Animation "할로윈 보이즈" 제작
- 1991~ 1996. 삼성물산 SS패션, 애버랜드, 한성기업CF, 오리온 치토스 등 다수의 광고 제작

## 인공지능 발전에 따른 문화예술 콘텐츠의 미래 시나리오



**고정민**

홍익대학교 문화예술경영 대학원 교수  
미래산업전략 연구소 소장

### 연사정보

- (현) 홍익대학교 문화예술경영대학원 교수
- (현) 미래산업전략연구소 소장
- (현) 한국예술경영학회 편집위원장
- (현) 기재부 재정사업평가위원 분과위원장
- (현) 한국만화영상진흥원 이사
- (현) 서울시 민간투자사업 평가위원
- (현) 한국지방행정연구원 지방투자사업관리센터 자문위원
- (현) 저작권보호원 저작권 오케이 심사위원
- (현) 문화산업포럼 연구위원
- (현) 콘텐츠미래연구회 위원
- (현) 문화체육관광부 재정사업 평가위원
- (전) 한국문화경제학회 회장
- (전) 영화진흥위원회 부위원장
- (전) 한국콘텐츠진흥원 설립위원
- (전) 문화관광연구원 이사
- (전) 세종학당 재단 이사
- (전) 삼성경제연구소 수석연구원(1986~2009)
- (전) 삼성영상사업단 팀장

# 콘텐츠 비즈니스포럼 초록

## 개발 콘텐츠 비즈니스 마케팅 사례



**박창신**

(주)캐리소프트 대표이사  
한국애니메이션산업협회 부회장

### 연사정보

- (현) (주)캐리소프트 대표이사
- (현) 한국애니메이션산업협회 부회장
- (전) 조선일보 미디어연구소 연구실장
- (전) 조선일보, 디지털타임스, 세계일보 기자

### 발표초록

'콘텐츠가 좋으면 저절로 돈이 된다'는 신념만으로 좌절을 가져오기 십상이다. 재산과 영혼을 쏟아부어 역작을 만들었지만, 사업화에 실패하는 사례가 제법 많다. 안타깝게도 콘텐츠의 제작비용과 그 경제적 가치는 결코 비례적 관계가 아니다. 콘텐츠 비즈니스가 어려운 점이다. 콘텐츠 사업의 핵심은 콘텐츠 소비와 효용에 있고, 대중의 소비를 이끄는 교량이 미디어다. 콘텐츠와 미디어는 불가분 관계이기에, 미디어를 통한 콘텐츠의 배포, 이를 통해 효용과 수익 창출의 메커니즘을 이해하고 실천해야만 콘텐츠 사업을 성공으로 이끌 수 있다. 창작과 제작이 아닌 유통과 소비의 관점에서도 진중하게 바라봐야 한다.

## 한류 IP콘텐츠 유통 전략 및 사례



**크리스 권**

비즈니스매니지먼트코퍼레이션 대표

### 연사정보

- (현) 국내최초 비즈니스기획사 (주)비즈니스 매니지먼트 코퍼레이션 대표
- (현) 스우파 댄스crew 복수팀계약, 정산 비즈니스 매니저
- (현) 얼라이즈 에이전시 기획이사
- 삼일PWC 회계법인 파트너 컨설턴트
- 화우 법무법인 파트너 컨설턴트
- 시우 법무법인 파트너 컨설턴트
- (현) YG, 블랙레이블, JYP, SM, 하이브, 스타쉽, 젤리피쉬 등 다수 기획사 소속 연예인 비즈니스 매니저

### 발표초록

콘텐츠의 유통 마케팅 전략으로 콘텐츠 개발 이후의 비즈니스 마케팅 (K팝, K드라마 등 한류 연예인 IP 활용 현장 사례 등) 콘텐츠의 확장영역 융복합을 통한 확장가능성은 무한하다. 영향력의 중심에는 콘텐츠를 구현하기 위한 IP가 중요하고 그 발현에는 플레이어로서의 가수, 배우 등 연예인이 있다. 현장에서는 일부 플랫폼 기업에서는 연예인 자체를 콘텐츠라고도 부르기까지 한다. 그러나 실제로 소속사가 아닌 기업이나 마케팅으로서 이러한 콘텐츠나 IP 연예인의 영향력을 필요로 하는 누군가가 연예인을 콘텐츠로 확장하여 산업에 활용한다는 것이 실사례에서는 쉽지 않다 그 실제와 사례 시행착오 등을 중심으로 콘텐츠 마케팅 전략으로서의 활용을 알아보자 K한류 콘텐츠를 가지고 확장하는 방법과 타산업과의 융합 사례, 한류 콘텐츠를 활용한 비즈니스 마케팅 현장에서의 실사례와 콘텐츠 확장을 위한 대안으로 공유형 기획사 모델을 공유하며 연예인 콘텐츠를 활용할 때 주의할 점이라던지 현장에서 생기는 실수들을 통해 타산 지식의 경험이 되시길 바란다.