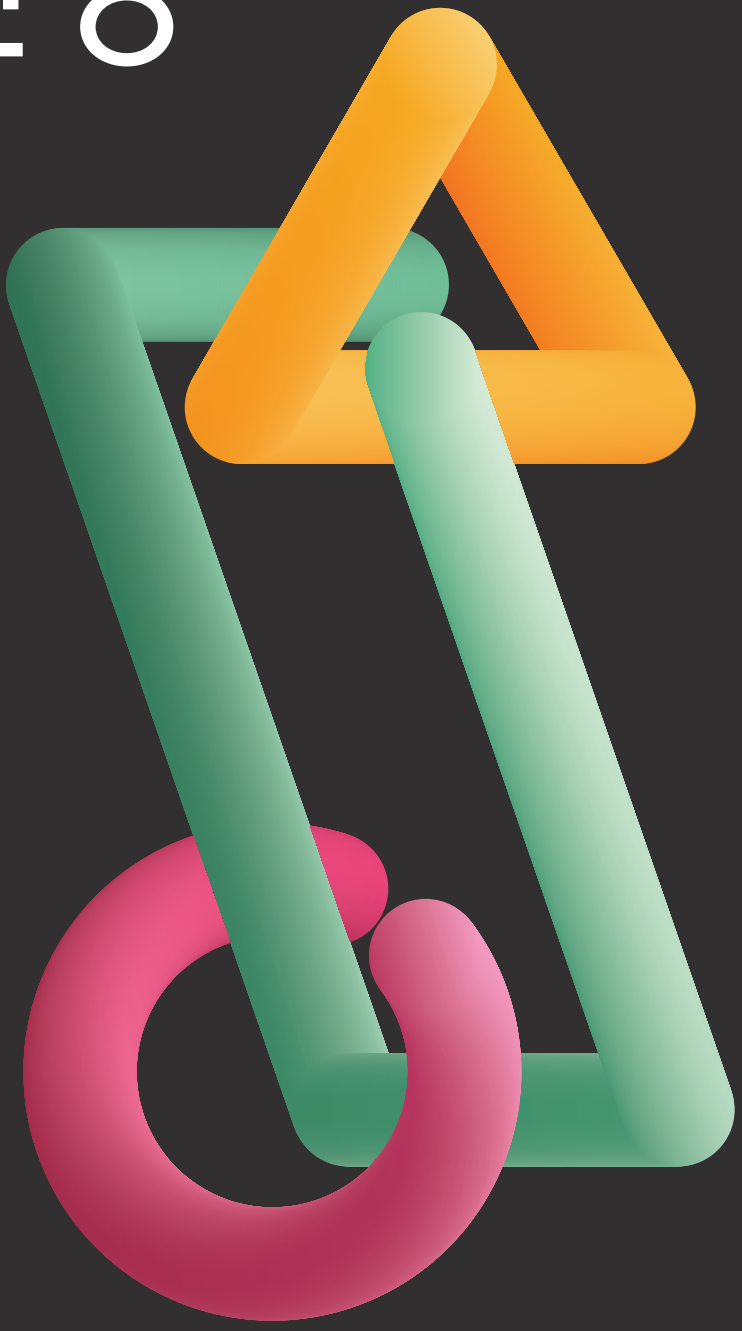
문화체육관광부

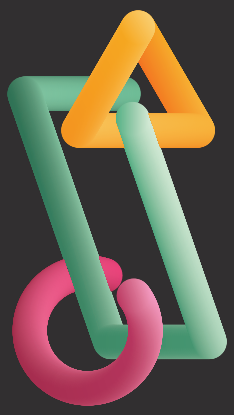
한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

콘텐츠산업 2023 결산 2024 전망

2023. 11. 22 (수) 14:00
CKL스테이지



콘텐츠산업 2023 결산 2024 전망



01. 데이터로 결산하는 2023년 콘텐츠산업

한국콘텐츠진흥원 콘텐츠산업정책연구센터

02. 키워드로 전망하는 2024년 콘텐츠산업

한국콘텐츠진흥원 콘텐츠산업정책연구센터

03. 전문가와 함께 전망하는 2024 콘텐츠산업

좌장 **윤태진** 연세대학교 커뮤니케이션대학원 교수

패널 **방찬식** 현대백화점 IP사업팀 팀장

백현정 CJ ENM 신사업추진팀 팀장

송 진 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠산업정책연구센터 센터장

이정훈 하이크 코리아 한국 지사장

정윤재 스튜디오N 프로듀서

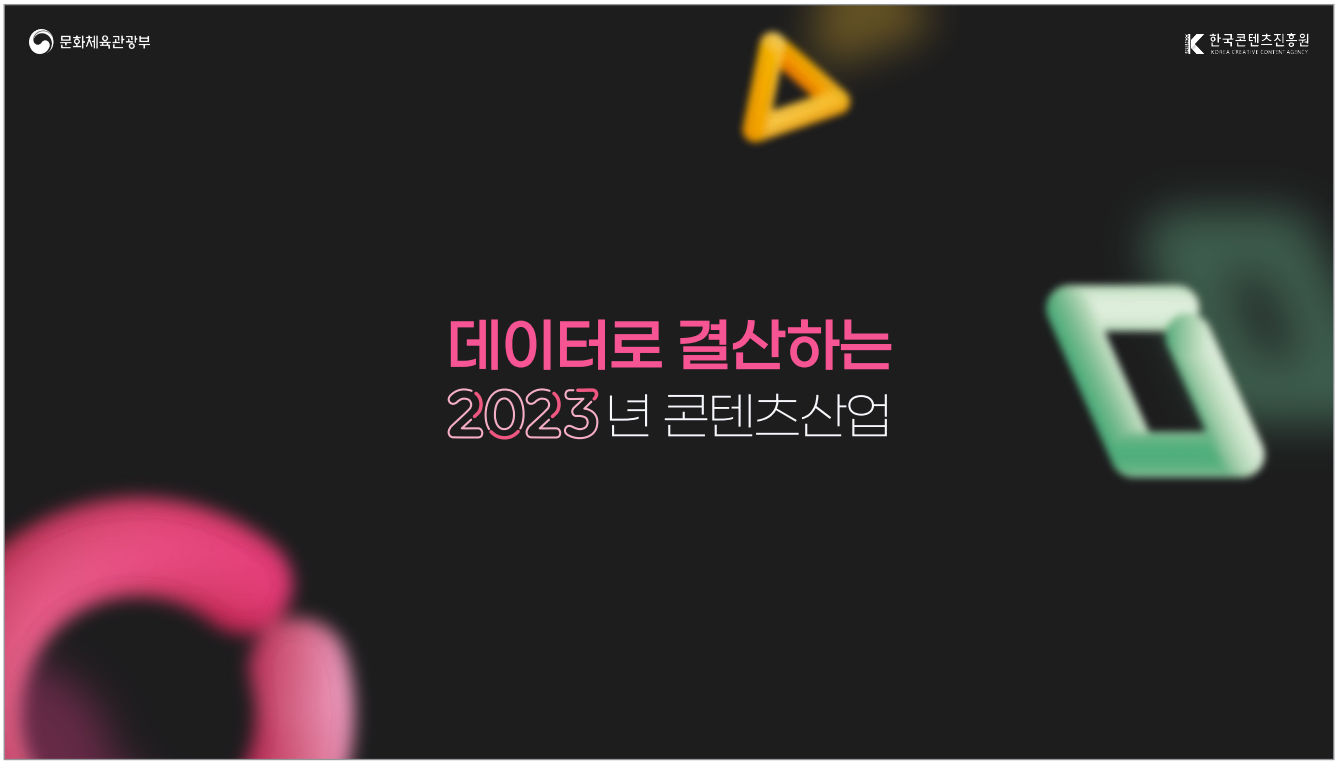
한다혜 서울대학교 소비트렌드분석센터 박사

콘텐츠산업
2023 결산
2024 전망

01. 데이터로 결산하는 2023년 콘텐츠산업

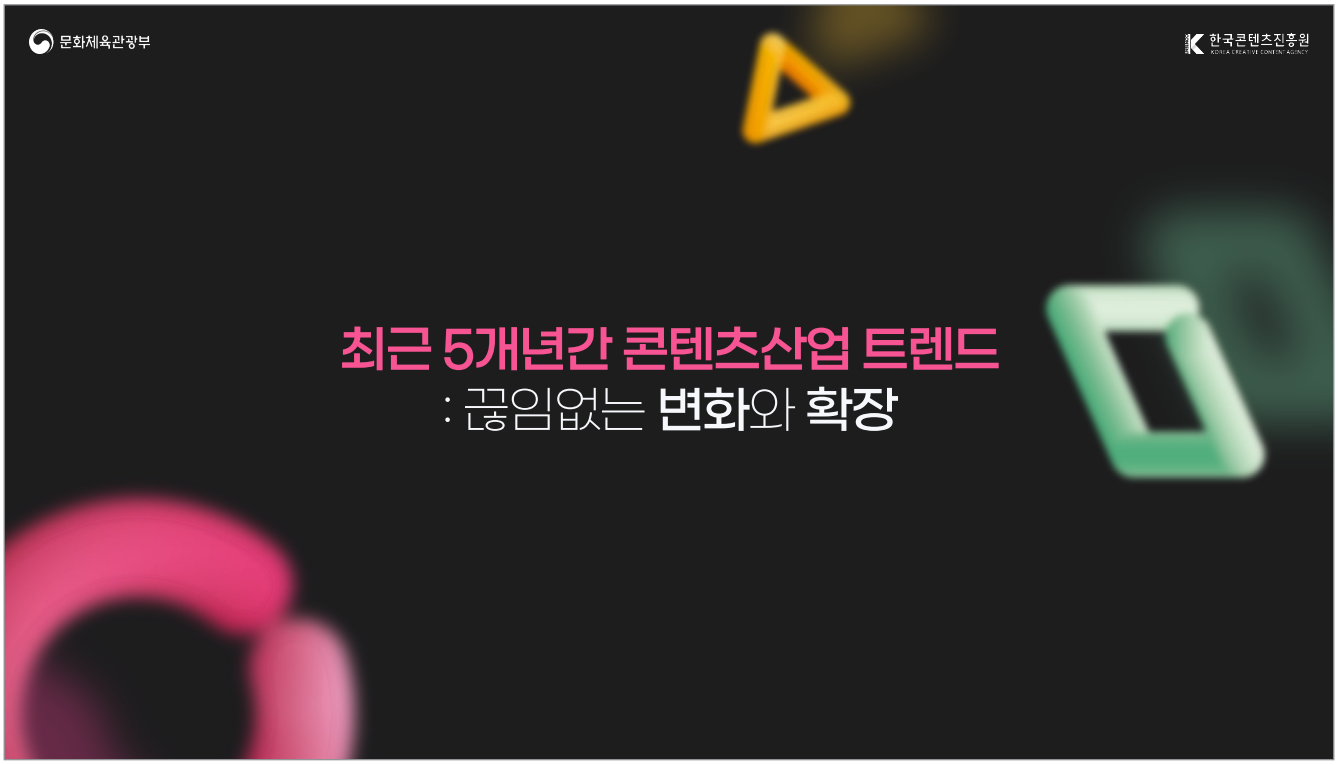
한국콘텐츠진흥원 콘텐츠산업정책연구센터

문화체육관광부
한국콘텐츠진흥원
콘텐츠산업
2023결산
2024전망


문화체육관광부
한국콘텐츠진흥원
데이터로 결산하는
2023년 콘텐츠산업

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

최근 5개년간 콘텐츠산업 트렌드
: 끊임없는 변화와 확장



끊임없이 변화하고 확장하는 K-콘텐츠

2023 콘텐츠산업 결산

신기술의 등장과 연결,
미래 K-콘텐츠를 이끌 변화의 동력이 되다

콘텐츠 플랫폼의 무게 중심 이동,
유통과 이용 방식의 변화로 이어지다

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

최근 5년간 콘텐츠산업과 KOCCA

2023 콘텐츠산업 결산

기술
사업
- 실감콘텐츠 사업화 지원사업
- 메타버스 활용 패션 마케팅 지원사업

연구
- 클라우드 게임 생태계 활성화 연구
- 콘텐츠 분야 메타버스 생태계 활성 연구

글로벌
사업
- 장르별 해외 마켓, 마케팅, 홍보 지원 사업
- 콘텐츠해외진출 종합 컨설팅 지원사업(웰콘)

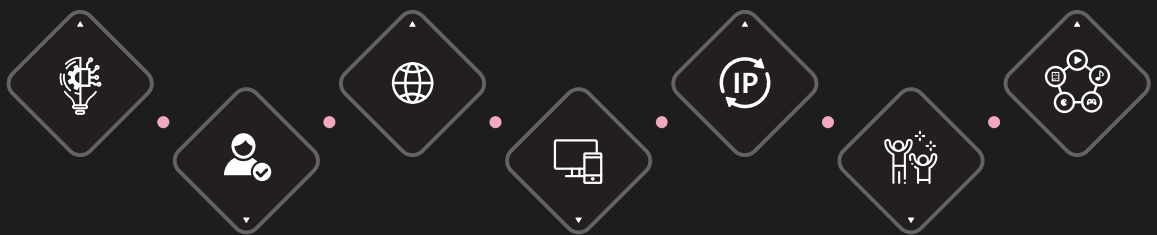
연구
- 해외 콘텐츠시장 분석 연구
- K-콘텐츠 해외진출 현황조사

IP
사업
- 콘텐츠 IP 협업 프로젝트 창작 지원사업
- IP연계 실감콘텐츠 제작 지원사업

연구
- 이야기 IP거래 확장사례 분석 및 활성화 방안 연구

콘텐츠
사업
- 실버 콘텐츠 제작 지원사업
- 전국 장애 학생 e 페스티벌

연구
- 장애인의 방송영상콘텐츠 출연 확대방안 연구
- 콘텐츠산업의 ESG 경영 확산을 위한 친환경 콘텐츠 제작 가이드라인 개발 연구



인력
사업
- 콘텐츠 창의인재 동반사업
- 콘텐츠 현업인 재교육 사업

연구
- 콘텐츠산업 고용구조 분석 연구
- 창의인력 실태조사
- 웹툰, 방송, 게임 분야 노동환경 실태조사

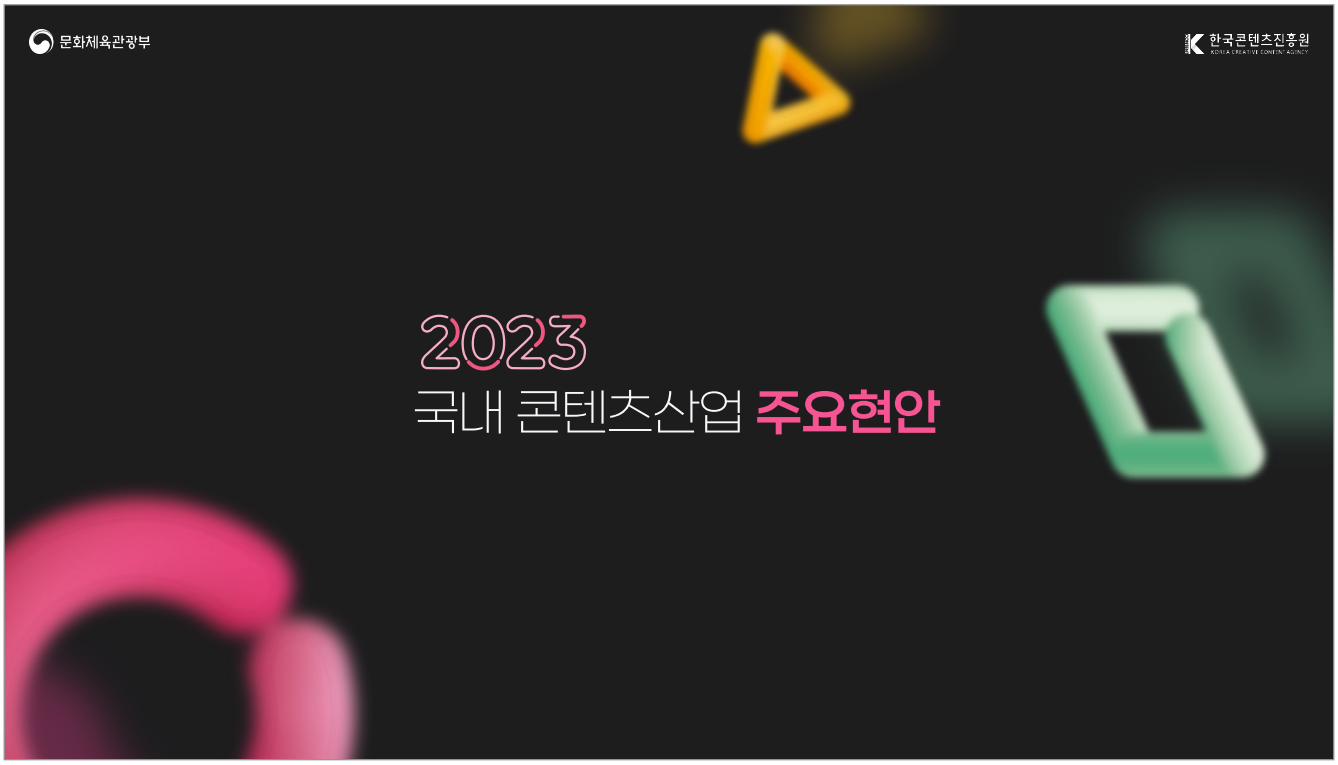
플랫폼
사업
- 뉴미디어 방송콘텐츠 제작 지원사업
- OTT 특화 방송영상콘텐츠 제작 지원사업

연구
- OTT 사업체 및 이용행태 조사
- 글로벌 OTT 동향분석 보고서

이용
사업
- 대중음악 온라인 공연 및 영상 제작 지원 사업
- 캐릭터라이선싱페어

연구
- 만화, 애니, 캐릭터, 음악, 게임, 방송 이용자 실태조사
- 게임분야 팬덤연구

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원



CONTENTS

01. 기술
02. 플랫폼
03. IP
04. 이용
05. 정책·제도

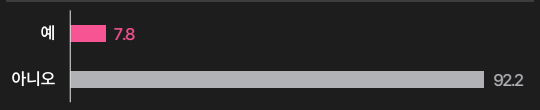
01. 기술

[기술]

01. 생성형 AI가 콘텐츠산업에 미치는 영향

콘텐츠기업 생성형 AI 도입 비율 7.8%

콘텐츠산업 생성형 AI 도입 여부 (단위: %)



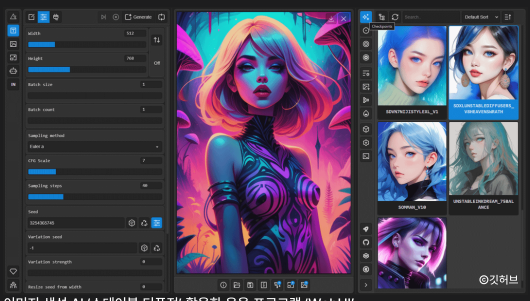
주: 콘텐츠산업 1,500개 기업 조사 결과
* 출처: 한국콘텐츠진흥원 자체조사 결과(2023).

창·제작 환경 생성형 AI 도입 비율 72.6%

콘텐츠산업 생성형 AI 도입 비율 (단위: %)

	빈도 수	업무 환경	제작 환경	창작자 환경	플랫폼 환경	기타
전체	(117)	17.1	59.8	12.8	8.5	1.7

* 출처: 한국콘텐츠진흥원 자체조사 결과(2023).



이미지 생성 AI '스테이블 디퓨전' 활용한 응용 프로그램 'WebUI'

콘텐츠산업 생성형 AI 도입

- 콘텐츠 제작 툴→콘텐츠 제작 툴 효율화, 콘텐츠 직접 생성(창·제작) 영역으로 확대

장르별 생성형 AI 활용 시도

- (게임) 넥슨,<더 파이널스> AI가 생성한 음성 사용
  드래곤플라이, <아도르: 수호의 여신> 생성형 AI 활용
  로블록스, 생성 AI 도구 기반 로블록스 스튜디오 출시
- (웹툰) 네이버웹툰, 작가별 맞춤형 생성형 AI 툴 개발 중
- (방송) CJ ENM, AI 기반 '오픈 모델' 구축 중

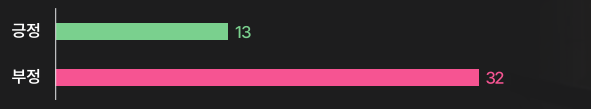
문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

[기술]

01. AI 도입에 따른 일자리

AI가 고용환경에 크게 영향을 미칠 것 62%

AI 도입에 대한 고용 영향력 단위: %



* 출처: pew research center(2023).

콘텐츠산업 인력전환 움직임

- (게임) AI 기술 전문가 채용 공고
- (방송영상) 넷플릭스, 기계학습 제품 관리자 모집 공고

AI 도입에 따른 고용 불안정

- (방송영상) 미국작가조합(WGA) 파업: 주요 의제 "AI 도입에 따른 작가 권리 보호 문제"

AI도구 활용 잠정 합의(2023.09.27.)

영화 · TV제작자연맹(AMPIP), 미국작가조합(WGA) 소속 작가 대본 AI 활용할 권리 확보
미국작가조합(WGA), 부분적으로 AI 도입하더라도 전체 대본 작업 보상 확보

02. 플랫폼

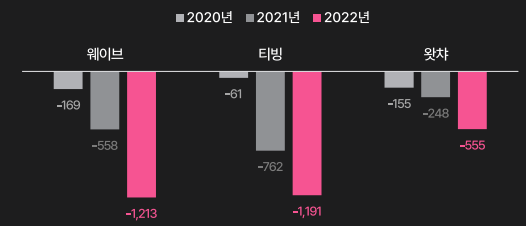
[플랫폼]

02. 국내 OTT 실적 악화/구독료 상승

2023 콘텐츠산업 결산

국내 OTT 플랫폼 영업손실 규모 2,959억 원

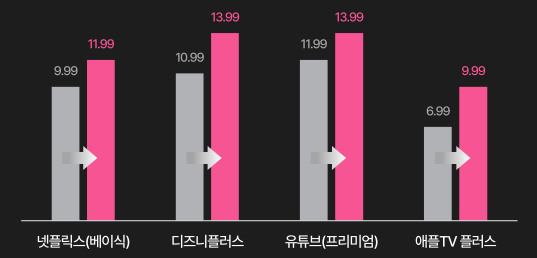
국내 OTT 사업자 2022~2022년 영업손실 규모 단위: 억 원



- 국내 OTT 영업손실 확대→오리지널 콘텐츠 제작 축소

OTT 월 구독료 평균 25% 인상

OTT 월 구독료 인상 단위: 달러



- 주요 글로벌OTT 월 구독료 인상
  - 이용자 부담 증가
    - 콘텐츠 이용자 애로사항 중 경제적 비용 부담 42.5%
- 수익구조 개편 단계 돌입
  - 광고요금제 도입,
  - 계정 공유 금지, 요금 인상

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

* 출처: 미디어오늘(2023.04.22.) / 동아일보(2023.10.27.) /
한국콘텐츠진흥원(2021). 「디지털전환 시대 콘텐츠 이용 트렌드 연구」

[플랫폼]

02. 플랫폼의 진화와 시장확대

Steam Deck 판매량

('23년 예측치)

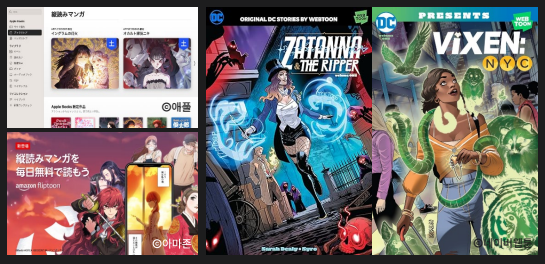
300만대

- 휴대용 게임PC (UMPC) 제작 판매 확대
- 새로운 게임 플랫폼 제시

네이버 WEBTOON 미국 웹툰 이용 앱

('23년 11월 기준)

1위



- 네이버웹툰, 글로벌시장 영향력 확대→DC코믹스와 공동 기획 웹툰 단행본 출간
  - 배트맨: <웨인 패밀리 어드벤처>, 빅슨: <NYC>, <자타나 앤 더 리퍼>
- 애플(애플북스), 아마존(플립툰): 글로벌 웹툰 서비스 참전
- 글로벌 시장에서 웹툰 플랫폼 경쟁 심화
- 국내 웹툰 창작자/제작사 글로벌 진출 기회 확대

* 출처: Omdia(2023) / Similarweb(2023.11.07.)

03. IP

[IP]

03. 원천 IP의 생명력

2차 저작권 매출 중 드라마 비중 약 40%

2차 저작권 매출 중 세부 분야별 비중 (단위: %)

구분	사례 수	드라마 (웹드라마)	영화	애니메이션	게임	캐릭터 (굿즈 포함)	공연 (연극, 뮤지컬 등)	오디오, 드라마/오디오북	기타 수익
전체	30	40.0	1.5	5.1	0.4	21.9	3.3	9.6	18.3
구분	플랫폼	20.0	0.0	0.0	0.0	70.0	0.0	10.0	0.0
	CP사	41.0	1.6	5.2	0.4	20.2	3.5	9.6	19.0

* 자료: 한국콘텐츠진흥원(2023). 「2023 웹툰 사업체 실태조사」 재구성.

- (영상화) 웹툰 원작 드라마 성공사례 증가, 원천 IP↔2차 제작물 선순환 공식 구조화
  - 네이버웹툰 영상화 프로젝트 진행 작품 300여 개
- (애니메이션화) 본격적인 웹툰 애니메이션화 제작
  - <그녀가 공작저로 가야했던 사정>, <이두나!>, <낮에 뜨는 달>
- 국내 IP 발굴 경쟁 심화
  - 해외 IP 발굴 움직임: 래몽래인 <마에스트라>, 와이낫미디어 코단샤, 코분샤 협약 등

* 출처: NAVER 실적 발표(2023.3분기)

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

[IP]

03. 원천 IP의 생명력

2023 콘텐츠산업 결산

네이버웹툰 팝업스토어 '툰페스티벌'(2차) 방문객

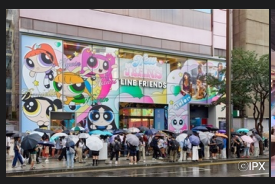
약 63,000 명

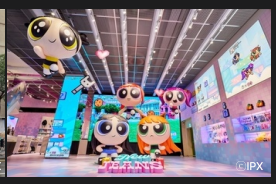
- 온라인에서 감상하던 웹툰·웹소설, 오프라인으로 확장
  - 네이버웹툰, '툰페스티벌' 팝업스토어
    : 1인 평균 구매금액 72,000원, 1인 최대 구매금액 106만 1,900원
  - 카카오 <데뷔 못 하면 죽는 병 걸림> 팝업스토어
    : 1인 평균 구매금액 50만 원, 팝업스토어 방문객 상품 구매 비율 약 50%
- 원천 IP 활용하여 수익모델 창출

뉴진스 팝업스토어 누적 방문객

(서울, 인도네시아, 미국)

약 100,000 명





- K-POP 팝업스토어 대중화
  - 포토존, 다양한 체험 공간 마련 및 다양한 굿즈 판매
  - 뉴진스 <파워퍼프 걸> 협업, 자체 캐릭터 '버니니' 활용 등
    : 인도 자카르타 '버니랜드' 팝업스토어 약 2만 명 방문

* 출처: 이코노미스트(2023.10.23.) / 조선비즈(2023.09.04.) / 매일경제(2023.09.04.)

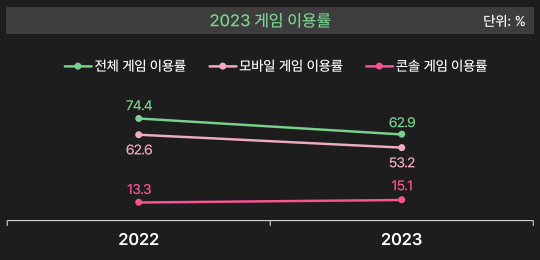
문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

04. 이용

[이용]
04. 콘솔/인디 게임의 약진

전체 게임 이용자 중 콘솔 게임 이용률

15.1%



* 자료: 한국콘텐츠진흥원(2023). 「2023 게임 이용자 실태조사」 재구성.

- 전체 게임 이용자 중 모바일 게임 이용률 감소, 콘솔 게임 이용률 증가

스팀 인디 게임 수
('23년 11월 기준)

60,400개

- '새로운 게임+간단하고 쉬운 게임' 선호로 대중화 확산
  - <스컬>, <산나비> 등
- 넥슨, 네오위즈, 스마일게이트 등 국산 인디 게임 제작 활성화 관심
- 인디 게임 관련 행사 개최
  - '부산 인디 커넥트 페스티벌(BIC)' 참관객 1.8만 명 방문
  - '방구석인디게임쇼 2023' 국내 237개 게임 개발사 및 해외 인디 게임 참가

* 출처: 매일경제(2023.10.05.)

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

[이용]

04. 서브 캐릭터, 극장용 애니메이션 열풍

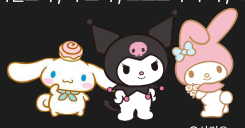
메인 캐릭터 외 서브 캐릭터 선호 비율 (산리오 캐릭터즈 기준) 6.1%

최선호 캐릭터 비율 단위: %

연도	산리오 캐릭터즈		뽀롱뽀롱 뽀로로	
	헬로키티 (메인 캐릭터)	마이멜로디, 쿠로미 등 (서브 캐릭터)	뽀로로 (메인 캐릭터)	루피, 크롱 등 (서브 캐릭터)
2022년	2.1	1.1	7.3	1.3
2023년	3.2	6.1	9.5	4.9

응답대상: 전국 만 3~69세 캐릭터 이용자
* 자료: 한국콘텐츠진흥원(2023). 「2023 캐릭터 이용자 실태조사」 재구성.

- MZ세대의 캐릭터 소비 활성화와 서브 캐릭터의 약진
  - 산리오의 '마이멜로디', '쿠로미', 뽀로로의 '루피', '크롱' 등 서브 캐릭터 인기

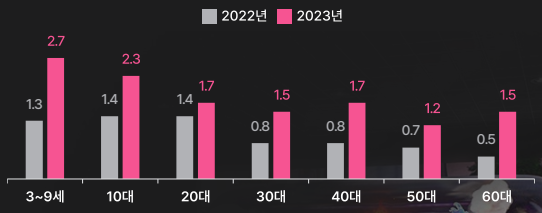


◎산리오

◎아이코닉스

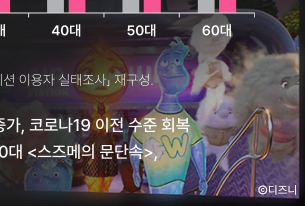
전년 대비 극장 애니메이션 평균 관람 횟수 1.7배 증가

극장 애니메이션 평균 관람 횟수 단위: 회



응답대상: 전국 만 3~69세 애니메이션 이용자
* 자료: 한국콘텐츠진흥원(2023). 「2023 애니메이션 이용자 실태조사」 재구성.

- 전 연령대에서 애니메이션 소비 고르게 증가, 코로나19 이전 수준 회복
  - 연령대별 3~9세 <미니언즈2>, 10~20대 <스즈메의 문단속>, 30~40대 <더 퍼스트 슬램덩크> 인기



◎디즈니

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

[이용]

04. 숏폼을 매개로 변주하는 콘텐츠

'나이트 댄서' 틱톡 누적 조회 수 12억회

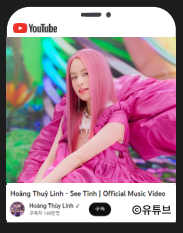
◎위버스

◎X

- 숏폼 콘텐츠 배경음악 인기 → 음원 스트리밍 차트 영향
- 숏폼 콘텐츠 배경음악 '챌린지 맞춤형 곡' 인기가 J-POP, V-POP 수용 확산
  - (J-POP) 이마세의 '나이트 댄서' 댄스 챌린지 등 '나이트 댄서' 리믹스 버전 한국어로 개사
  - (V-POP) 호앙 투 링의 '시 팅(See Tinh)' 이른바 띵띵땅땅송 인기
  - 일본 애니메이션 OST 국내 차트 진입 및 숏폼 콘텐츠 배경음악 증가

'씨 팅' 챌린지 틱톡 동영상 수 370만 개 이상

◎틱톡



◎유튜브

- 원곡 속도 변주하는 스페드 업(Sped up), 짧아지는 원곡의 길이 등 형식도 변화
  - 스테이시 '버블(Bubble)' 영어 스페드 업 버전 앨범 내 수록
  - 뉴진스 2집 곡당 평균 러닝타임 2분 중반, 6곡 총합 러닝타임 12분 16초
- 창작의 접근성이 높아지며 숏폼 콘텐츠 제작 일상화

* 출처: 매일경제(2023.10.05.) / 쿠키뉴스(2023.04.16)

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

05. 정책·제도

[정책 · 제도]

05. 2023 콘텐츠산업 주요 정책 변화

2023 콘텐츠산업 결산

「만화진흥에 관한 법률」 개정 시행 (2023.09.22.)

- 만화 정의 개정하여 '웹툰'을 만화에 포함
- 웹툰에 만화 분야 표준계약서 사용 확대 장려
  - 표준계약서 사용 만화사업자에 관련 재정 지원 우대
- 만화 실태조사 등의 법적 근거 마련

「게임산업 진흥에 관한 법률」 개정안 통과 (2023.02.27.)

- 확률형 아이템 확률 정보 공개 ('24.3월 시행 예정)
  - 게임물 및 홈페이지, 광고·선전물마다 확률 정보 표시

「대중문화예술산업발전법」 개정안 소위 통과 (2023.04.02.)

- 엔터사 회계 내역 및 정산 사항 소속 연예인에 연 1회 이상 정기적 제공 의무

* 템퍼링(전속 계약 종료 전 사전 접촉) FA제도 논의

영상콘텐츠 세액 공제 확대 발표 (2023.07.27.)

- 영상콘텐츠 제작비용 세액공제율 상향 ('24.1월부터 적용)
- 대기업 5/ 중견기업 10/ 중소기업 15%
- 추가공제율 발표 예정 ('23.12월 이내)

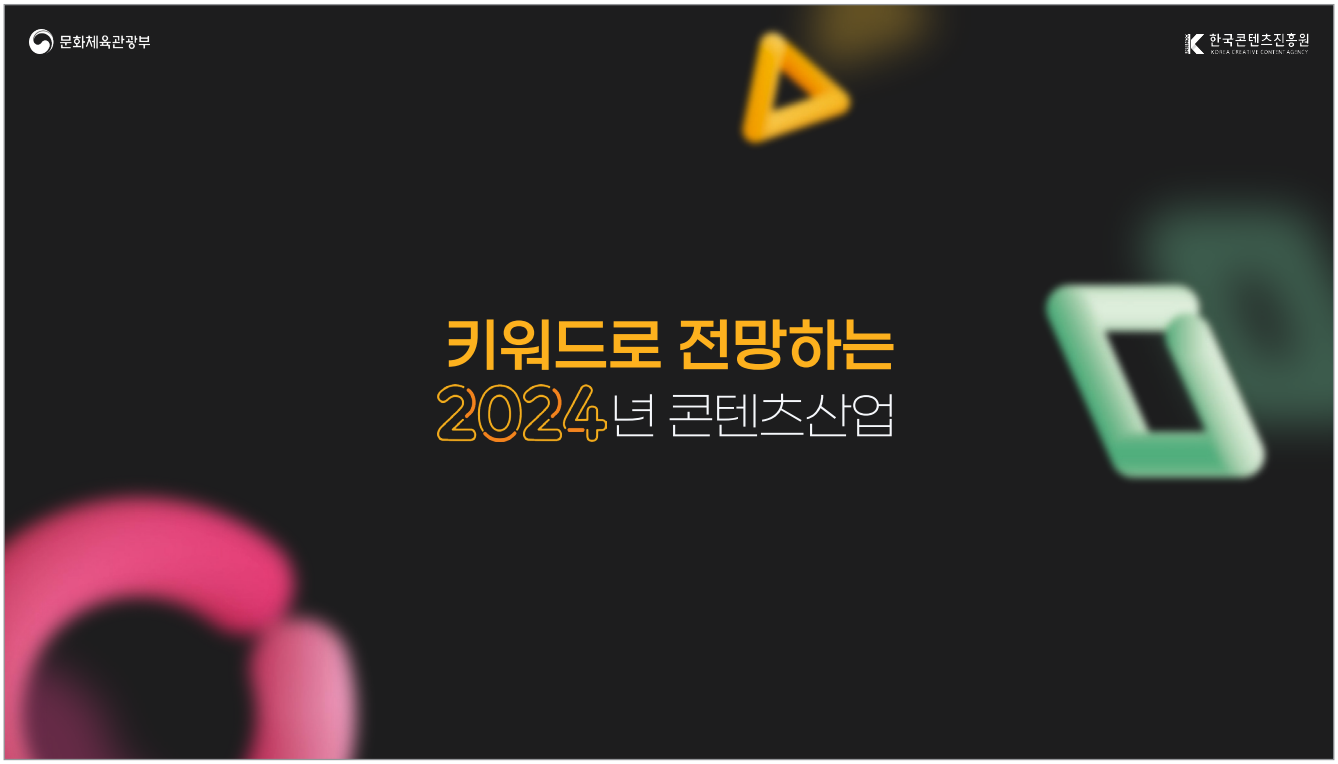
문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

콘텐츠산업
2023 결산
2024 전망

02. 키워드로 전망하는 2024년 콘텐츠산업

한국콘텐츠진흥원 콘텐츠산업정책연구센터

문화체육관광부
한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY
콘텐츠산업
2023결산
2024전망


문화체육관광부
한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY
키워드로 전망하는
2024년 콘텐츠산업

CONTENTS

01. [경제] 퍼플 오션
02. [경제] 뉴 트라이앵글
03. [기술] UR 콘텐츠
04. [기술] 챗 크리에이터
05. [플랫폼] 콘화위복
06. [IP] 입체적 IP 시점
07. [이용자] 콘덕
08 [정책 · 제도] 기후행동

2024 콘텐츠산업
위기의 전환, 새로운 기회의 퍼플오션

[경제]

01. 퍼플 오션

글로벌 경기 침체·경쟁 심화의 어려움(레드오션) 속 새로운 기회와 가치(블루오션)를 만드는 콘텐츠산업

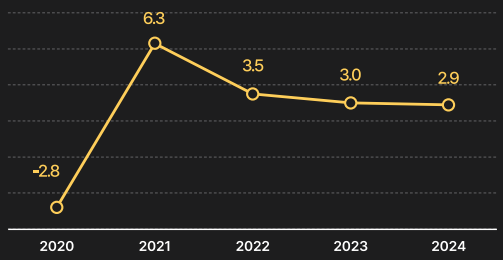
01. 퍼플 오션

2024년 경제 전망

▶ 2024년 글로벌 경제: 스태그플레이션 우려

- 이스라엘-하마스 무력 충돌 장기화로 국제유가 변동 불확실성 증가
- 미국-중국 기술 패권 경쟁 심화
  - 고물가-고금리-저성장 경기침체 위기

국제통화기금(IMF)의 세계 경제성장률 추이 단위: %



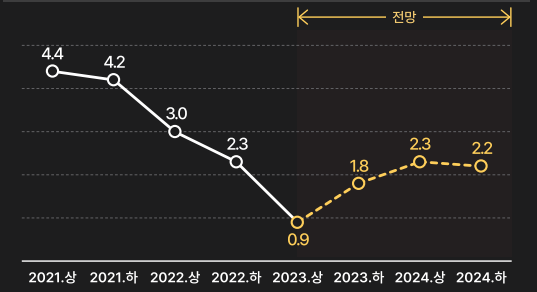
주: 2023년 10월 기준, 2023~2024년 추정치

* 출처: IMF(2023), 「세계경제전망(World Economic Outlook)」.

▶ 2024년 국내 경제: 완만한 성장 예측

- 2023년 하반기 완만한 소비 회복과 수출 부진 완화→국내 경제 개선 가능성
  - 국내 경제 성장률: 1.4%(2023년)→2.2%(2024년)

한국 경제성장률 전망경로 단위: 전년동기대비, %



* 출처: 한국은행(2023.08월), 「경제전망보고서」.

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

01. 퍼플 오션

글로벌 콘텐츠산업 성장 전망

▶ 글로벌 엔터테인먼트&미디어산업 향후 5년간 성장 가능성

(2022년) 2조 3,200억 달러 → (2027년) 약 2조 8,000억 달러 전망 / PwC(2023)

K-콘텐츠, 국가 성장과 브랜드 가치를 높여줄 퍼플 오션

▶ 산업·문화·기술 발전의 핵심, K-콘텐츠

산업 파급효과

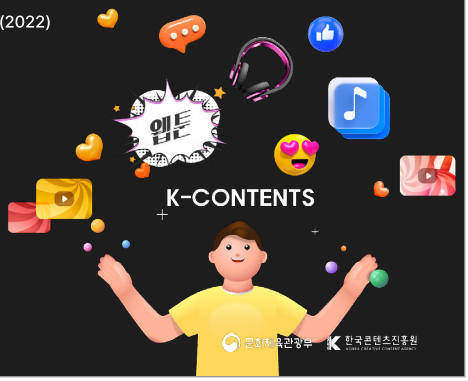
- 2017-2021 한류 경제적 효과: 생산유발 37조 원, 부가가치유발 13.2조 원 / 한국경제연구원(2022)
- K-콘텐츠 수출 1억 달러 증가 시 → 생산유발액 5.1억 달러 증가, 취업유발인원 2,982명 증가 / 한국수출입은행(2022)
- 웹툰, 웹소설 기반의 풍부한 원천IP 생산+2차 창작물 및 타 산업과의 연계 가능성 확장

문화 파급효과

- 한국의 문화 영향력 세계 7위 / U.S. News & World Report(2023)
- 한국 국가이미지 긍정 평가 요인1위 현대/대중문화(65.6%), 인물 1위 BTS(12.0%) / 해외문화홍보원(2023)

기술 파급효과

- 해외 진출 확대: 덱스터스튜디오-태국 칸타나 미디어 그룹 VP(Virtual Production) 컨설팅 사업 계약 체결
- 신기술과 접목한 콘텐츠 투자 증가: 버추얼 IP 스타트업 '블래스트(VLAST)' 20억 원 투자 유치



* 출처: 지디넷코리아(2023.03.30)

INSIGHT

K-콘텐츠가 주도하는 퍼플 오션 전략, 글로벌 시장에서 기회를 모색하다

[경제]

02. 뉴 트라이앵글

K-콘텐츠 수출 다변화를 위한 지리적-전략적 삼각구도

02. 뉴 트라이앵글

2024 콘텐츠산업 전망

K-콘텐츠 수출 다변화 방안 ① 지리적 삼각 구도

▶ K-콘텐츠의 확산 잠재력이 높은 신흥 시장 공략

중동

- 문체부, 제4차 수출전략회의 '콘텐츠 수출을 통한 '제2의 중동 붐' 선도 방안' 발표(2023년)
- (방송영상) <힘쎈여자 강남순> 넷플릭스 TV쇼 부문 카타르 1위, 오만 3위 기록

인도

- (게임) 인도 게임시장 수익 규모 1.6배 성장 전망: (2023년) 2,976백만 달러 → (2027년) 4,700백만 달러
- (방송영상) 인도 OTT 시장 2027년 70억 달러 수익 창출 전망(2022년 대비 2배 이상 성장)

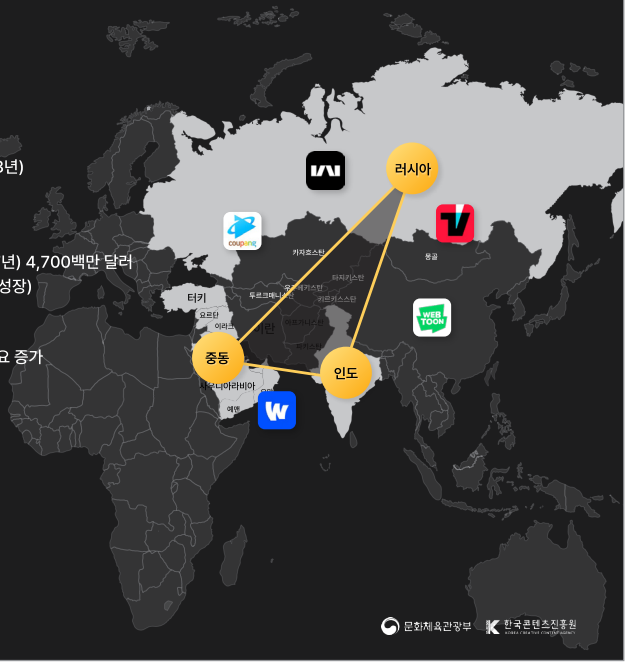
러시아

- (방송영상) 넷플릭스, 디즈니플러스 철수(2022년)→러시아 로컬 OTT 내 K-콘텐츠 수요 증가
  <슬기로운 의사생활>, <소년심판>, <갯마을 차차차> 등 인기

▶ 국가별 특성을 고려한 진출 전략 모색 필요

K-콘텐츠 지속적 노출 및 홍보 마케팅 강화

현지어 번역 및 문화 다양성(종교·문화) 를 고려한 재제작



* 출처: FlixPatrol(2023.10.23.) / Statista(2023.08월) / 한국저작권위원회(2022)

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

2024 콘텐츠산업 전망

02. 뉴 트라이앵글

K-콘텐츠 수출 다변화 방안 ② 전략적 삼각 구도

▶ 전통 강호시장으로의 새로운 도전

▌북미
- (게임) 넥슨, <데이브 더 다이버> 닌텐도 스위치 버전 출시 후 전체 게임 순위 북미 3위
- (음악) 블랙핑크, K-POP 아티스트 최초 '2023 코첼라' 헤드라이너 공연

▌유럽
- (게임) 네오위즈, <P의 거짓> 출시 주간 유럽 비디오 게임 판매 순위 영국, 프랑스 3위
- (웹툰) 네이버웹툰, 프랑스 '어메이징 페스티벌' 대표 웹툰 플랫폼 자격 참가, 웹툰·만화 앱 매출 1위

▶ 대표 K-콘텐츠의 성장 모멘텀 지속 강화

▌K-드라마
- <더글로리>, <카지노>, <무빙> 등 K-드라마 글로벌 성공 사례 지속 창출

▌웹툰
- 네이버웹툰, 카카오엔터 등 세계 웹툰 플랫폼 선점, 글로벌 시장 선도

▶ 콘텐츠-연관산업(관광, 패션, 뷰티, 푸드 등) 동반수출 견인

▌콘텐츠-관광
- K-드라마 촬영지 및 K-POP 콘서트와 관광 상품 연계

▌콘텐츠-푸드
- 유명 캐릭터 IP의 글로벌 인지도 활용, 식품 수출 확대

※ K-콘텐츠의 글로벌 확산을 위한 정책
- 해외 비즈니스센터 거점 확대: '24년 13개국 15개소 → '27년 50개 거점 확대 목표
- 국가별 특성화 전략 기반 콘텐츠 엑스포 개최
- 콘텐츠 기업별 해외 온라인 프로모션, 장르별 해외 주요 마켓 참가 및 비즈매칭 지원

* 출처: 디스이즈게임(2023.11.01.) / 전자신문(2023.11.06.) / 매일일보(2023.07.17.)

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

INSIGHT

K-콘텐츠 수출 다변화,
지리적-전략적 뉴 트라이앵글로 답을 찾다

[기술]

Unlimited Reality

03. UR 콘텐츠

기술로 구현하는 무한한 세계, 압도적인 몰입감이 있는 콘텐츠

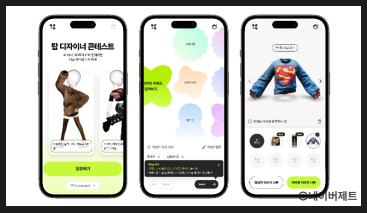
03. UR 콘텐츠

2024 콘텐츠산업 전망

기술의 활성화가 불러오는 콘텐츠의 가능성 무한 확장

▶ 몰입형 콘텐츠: 가상-현실 공간의 확장으로 현실 같은 깊은 몰입감 구현

창작의 한계와 몰입감을 확장해주는 생성형 AI



- 콘텐츠 기획-제작-유통-이용 전단계에서 생성형AI 활용 증가
- 넷플릭스, 단편 애니메이션 <개와 소년>
- 제페토, AI 기반 3D 콘텐츠 제작사 리콘랩스 협업

가상 환경을 실시간으로 구현해주는 버추얼 프로덕션

- 가상 공간, XR 등 시각효과 활용하는 가상 스튜디오
- 덱스터스튜디오, 영화 <더 문> 우주 정거장 재현
- 브이에이코퍼레이션, 삼성 오디세이 브랜드 필름 * 게임 <리그 오브 레전드> 배경 재현

MR, VR 등 경험을 확장해주는 헤드셋 디바이스

- 메타 퀘스트3 출시, 애플 '애플 비전 프로' 출시 예정
- 국내 게임 업계 VR 게임 진출 확대 움직임
- 댄스 게임 <삼바 데 아미고: 즐거운 파티> MR 구현

03. UR 콘텐츠

기술의 활성화가 불러오는 콘텐츠의 가능성 무한 확장

▶ 교류형 콘텐츠: 가상 인물과 사실감 있는 상호작용으로 색다른 즐거움 구현

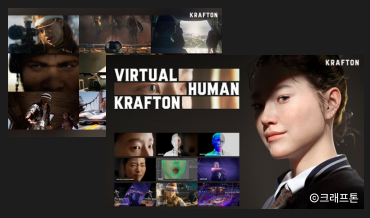
실시간 대화를 나눌 수 있는 버추얼 휴먼

- 버추얼 아이돌 '메이브', 대화형 '페르소나 AI' 개발

실제 플레이어처럼 자연스럽게 대화하는 NPC

- 실시간 반응하는 메타버스 아바타, 게임 NPC
- 엔비디아, <카이로스> 플레이어의 행동에 따라 바뀌는 반응 구현

함께 플레이할 수 있는 버추얼 프렌드



- 플레이어와 함께 멀티플레이 게임 즐기는 AI
- 크래프톤, 버추얼 프렌드 2024년 출시 목표

부 한국콘텐츠진흥원

INSIGHT

진화하는 기술과 결합한 무한한 콘텐츠
미래 경쟁력의 필수 열쇠

[기술]

04. 챗 크리에이터

기술과 콘텐츠 창·제작 능력을 동시에 겸비한 전문인력

04. 챗 크리에이터

2024 콘텐츠산업 전망

기술과 대화하는 크리에이터

▶ 기술 활용(챗GPT, 생성형 AI 툴, 프로그래밍) 능력+ 콘텐츠 크리에이터(기획, 제작 등) 능력 결합한 챗 크리에이터 중요성 주목

▌기술 기반 콘텐츠 제작 과정에서 기술 인력과 제작 인력 간의 각기 다른 "관점"과 "언어" 조율 필요성 확대

- 프롬프트 엔지니어링(생성형 AI 질문 능력)
- 머신러닝 엔지니어(머신러닝 모델 개발 및 배포)
- VP 오퍼레이팅(영상시스템 엔지니어링)
- 레벨 디자이너(에셋 디자이너)

- 콘텐츠 기획 및 제작
- 내러티브 및 시나리오 구성
- 콘텐츠 유통 플랫폼 활용
- 콘텐츠 마케팅

- 뉴콘텐츠 아카데미 1기(2023) 콘텐츠산업 트렌드(기획/저작권/윤리 등), 콘텐츠 신기술(기술 툴) 교육 확대 지원
- MBC <PD가 사라졌다> 제작/연출 코딩 → AI PD 엠파고가 연출하는 예능 프로그램(2024년 방영 예정)

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

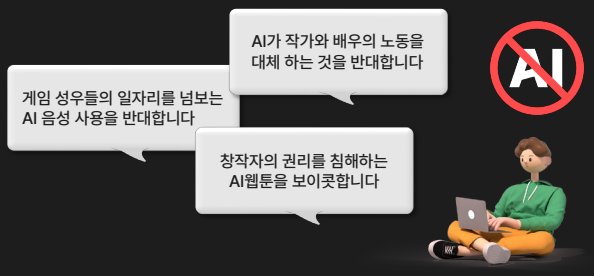
04. 챗 크리에이터

기술의 발전으로 인한 우려 제기

▶ 창작의 영역을 둘러싼 논의 지속 전망

▌창작을 둘러싸고 AI와 인간이 공존할 수 있는 균형점을 찾기 위한 논의 지속
- (긍정) AI 산업 발전을 위해 허용 vs. (부정) 창작 생태계 무너질 것

▌AI 창작 영역에 대한 혼돈 지속
- (웹툰) 네이버 웹툰 이용자, 창작자 권리를 침해하는 AI 웹툰 보이콧
- (음악) 음저협, AI 작곡가 '이봄(EvoM)'이 작곡한 곡에 저작권료 지급 중단



▶ 노동환경에 대한 불안감 지속 전망

▌기술이 특정 직군을 대체할 수도 있다는 불안감 지속
- (게임) 엠바크 스튜디오 '더파이널스' 생성형 AI 음성 활용: 해외 성우 중심 연이어 유감 표명 vs. 성우들의 업무 편의성 개선 가능
- (방송영상) 미국작가조합(WGA) 파업

▶ 기술의 발전에 따른 명과 암

▌딥페이크, 딥보이스 등 기술을 둘러싼 논의 지속 전망
- (긍정) 영상 제작에 활용 가능 vs. (부정) 범죄 등에 악용되는 부작용 발생

* 미국작가조합(WGA) 파업: 데이터로 결산하는 2023 콘텐츠산업 "01.기술" 부분 참조

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

INSIGHT

기술발전과 콘텐츠산업 변화에 대응하는 인력양성 및 정책·제도 준비 시점

[플랫폼]

05. 콘화위복

콘텐츠플레이션(콘텐츠 제작-이용에서의 콘텐츠 물가상승) 극복 전략, 콘텐츠로 전화위복

05. 콘화위복

콘텐츠플레이션

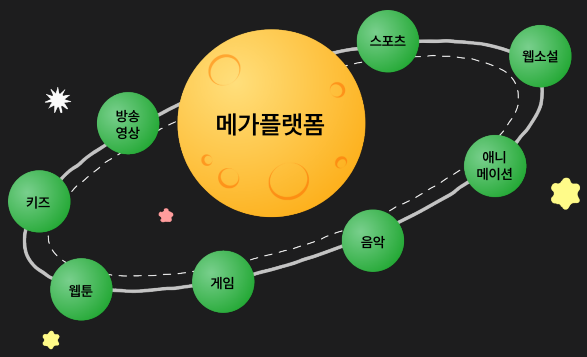
▶ 콘텐츠+인플레이션(Inflation): 콘텐츠 제작-이용에서의 '콘텐츠 물가상승'

- 드라마 회당 평균제작비 10억 원 내외, 총제작비 300억 원 초과 드라마 제작 증가
  - SBS <7인의 탈출> 총 제작비 462억 원, 디즈니플러스 <무빙> 총제작비 650억 원
- OTT서비스도 구독료 인상 움직임
  - (국내) '티빙' 23년 12월부터 요금제별 20% 상승
  - (국외) 글로벌 OTT 구독료 평균 25% 인상

콘텐츠플레이션 극복 ①: 메가플랫폼化

▶ 플랫폼 경쟁우위 확보를 위한 '콘텐츠 합종연횡'

- 기업 간 결합 + 콘텐츠 장르 확장 → 메가플랫폼 진화 전망
  - 마이크로소프트, 액티비전 블리자드 인수 완료(2023.10월). '공룡 게임사'로 발돋움
  - 아마존, 웹툰 서비스 '플립툰' 일본 진출
  - 애플, 2023~2032 10년간 미국프로축구(MLS) 독점 중계 진행 및 영국프로축구(EPL) 중계권 확보 추진



* 글로벌 OTT 구독료 인상: 데이터로 결산하는 2023 콘텐츠산업 "02.플랫폼" 부분 참조
* 출처: 매일경제(2023.08.13.) / 조선일보(2023.10.17.) / 지디넷코리아(2023.09.24.)

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

05. 콘화위복

콘텐츠플레이션 극복 ②: 리애드(Re: Ad) 작전

▶ 콘텐츠 유통 경쟁 심화 및 OTT 가입 증가세 둔화 전망

OTT 구독 해지, 사이클링 유저 증가

- SVOD 고객 이탈률 44%, 재구독율 24% / 딜로이트(2023)

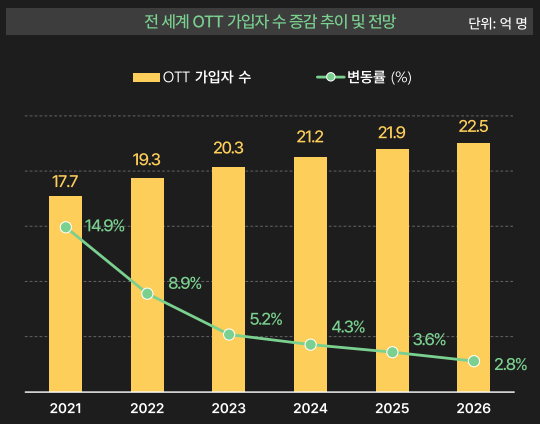
▶ 영상콘텐츠 전통 BM의 귀환: 광고 모델

FAST(Free Ad-supported Streaming TV) 이용 증가 전망

- 미국 FAST 시장 성장 전망: '23년 40~60억 달러 → '27년 80~100억 달러 / OMDIA, VARIETY(2023)

K-콘텐츠, FAST 플랫폼으로 글로벌 유통망 확장 가능

- 미국 FAST 플랫폼에 유통되는 글로벌 FAST 채널 내 K-콘텐츠 관련 채널 40% 차지 / VIP+(2023)



* 출처: Insider Intelligence(2022.12월)

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

INSIGHT

제작비 상승과 이용자 이탈주의보,
플랫폼 · BM 다양화로 이용자와 K-콘텐츠 접점 확대

[IP]

06. 입체적 IP 시점

콘텐츠 IP, 장르 확장을 넘어 일상으로 파고들다

06. 입체적 IP 시점

2024 콘텐츠산업 전망

콘텐츠 IP → 일상 생활 공간으로 파고들며 IP 입체화

- 콘텐츠 IP가 일상과 관련한 연관산업으로 진출하며 새로운 수익 창출 모델 구축
  - 유통 · 관광 · 여가 · 패션 · 식품 · 금융 등 콘텐츠 IP 활용 본격화
  - 콘텐츠 체험 공간 마련, 콘텐츠 연계 이벤트, 굿즈 및 콜라보 상품 출시 등

콘텐츠 IP ↔ 장르 간 확장은 꾸준히 지속 전망

- 원천 IP 발굴 노력 및 핵심 IP 콘텐츠 장르 간 활용
  - K-POP, 캐릭터, 웹툰, 애니메이션, 영상, 게임 등
  - 원천 IP 타 장르 확장 시, 문법에 맞는 각색 필요

• 더 현대, 슬램덩크 팝업스토어 오픈

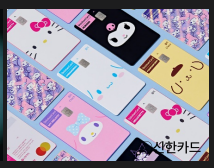
• 더 현대, 메이플스토리 팝업스토어 오픈

• 디즈니플러스, 마블런2023

• 스타벅스, 블랙핑크 콜라보 상품 출시

• 스파오, '데못죽' 콜라보 의류 출시

• 신한카드, 산리오캐릭터즈 카드 출시



문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

06. 입체적 IP 시점

창 · 제작 활성화와 권리 보호를 위한 제도 재정비 필요

기존의 제도가 포괄하지 못하는 영역의 발생

(K-POP) 안무 저작권 논의 본격화 전망

- K-POP 인기와 안무 챌린지 등을 계기로 안무 저작권 관심 증가
- 안무 관련 저작권 인식 미흡 및 법률상 범위 모호
- 한국안무저작권학회 출범, 안무 DB 아카이브 시스템 구축 등 안무 저작권 보호를 위한 움직임 지속 전망

(VP) 에셋 라이브러리 관련 제도 필요성 증대

- 버추얼 프로덕션 제작 에셋 라이브러리와 관련한 제도적 기반 조성 필요

* 에셋 라이브러리(Asset Library): 반복하여 사용할 수 있는 디지털 자산(Asset)을 모아두는 것

[스우파2] #스모크챌린지 Choreo by 바다 | Smoke (Prod. Dynamicduo, ...

[#스우파2] 본인 등판💥 - 미연&우기 #트월크챌린지

[스우파2] #트월크챌린지 Choreo by 레나 | 트월크 (Prod. Czaer) - 미연 ...

[스우파2] 잼 리퍼블릭 (JAM REPUBLIC) | 희사 신곡 시안 미션 #힙리챌린지

©TheChoom

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

INSIGHT

시점의 전환,
IP를 더욱 입체적으로 바라보는 방법

[이용자]

07. 콘덕

좋아하는 콘텐츠를 덕질하는 행위 또는 사람

07. 콘덕

2024 콘텐츠산업 전망

당신의 콘텐츠 덕질 지수는?

2024년 콘텐츠 시험

콘덕 영역

제 1교시

한국콘텐츠진흥원

* 해당하는 항목에 체크 표시 바랍니다.(중복 가능)

1. 좋아하는 콘텐츠가 있다.
   ① 예 ② 아니오

1-1. 콘텐츠 커뮤니티에서 활동을 한다.
   ① 예 ② 아니오

1-2. 콘텐츠의 부가 콘텐츠를 이용한다.
   ① 밈, 짤 등 ② 굿즈 구매 ③ 스핀오프, 후속물 ④ 타 장르 콘텐츠

1-3. 오프라인에 적극적이다.
   ① 팝업스토어 ② 콘서트 ③ 이벤트(사인회, 상영회 등) ④ 핫플 투어

1-4. 연관 콘텐츠를 직접 생산한다.
   ① 밈, 짤 등 ② 굿즈 ③ 리뷰 ④ 덕질로그

2. 친환경, 다양성과 포용을 고려한다.
   ① 예 ② 아니오

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

07. 콘덕

2024 콘텐츠산업 전망

진심으로 덕질하는 콘덕

▶ 덕질하는 콘텐츠의 장르, 세대, 유형 세분화

콘덕은 세대불문

- 덕질하는 세대가 청년층에서 중 · 장년층으로 확산
- 2023 임영웅 전국투어 콘서트 360도 무대
  * 영웅시대(팬덤) '참된 덕후 교실' 운영(2021년)

콘덕은 장르 불문

- 덕질하는 장르 K-POP, 애니, 웹소설 등 확대
- <더 퍼스트 슬램덩크>, 원작 만화 속 농구 경기일자에 맞춘 인터하이 상영
  * 8월 3일 오전 11시 30분 일본, 중국, 대만, 한국 등

깊고 풍성하게 콘텐츠를 즐기는 콘덕!

- 굿즈 제작 및 판매, 덕질 브이로그 제작으로 덕력 상승
  * 덕질로그: 앨범 및 굿즈 개봉기, 덕후 투어, 리액션 등

▶ 콘덕의 영향력: 콘텐츠 분야 외 타 산업도 콘덕 주시

금융-덕질 결합 상품 출시

- 토스뱅크 '같이 덕질하기 서비스', 카카오뱅크 '최애적금'

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

INSIGHT

다양하고 세분화되는 콘덕,
덕질을 자극하는 "진심" 콘텐츠

[정책 · 제도]

08. 기후행동

기후위기에 대응하는 친환경 콘텐츠 행동

08. 기후행동

2024 콘텐츠산업 전망

콘텐츠 기업의 기후 위기 대응을 요구하는 제도적 움직임 본격화

▶ EU, 탄소국경조정제도 (Carbon Border Adjustment Mechanism, CBAM)* 도입 확정. 2026년부터 강화된 법률안으로 본격 시행 예정

* CBAM: EU의 탄소배출권 거래제에 따른 탄소누출 방지를 위해 탄소비용이 반영되지 않은 수입품에 대해 EU 생산제품과 동일한 수준의 탄소비용을 부과하는 제도

▌EU 수출 시, 수입품에 내재된 탄소배출량에 상응하는 CBAM 인증서를 구매하여 EU 당국에 제출 의무 발생

▶ 美 증권거래위원회(SEC) 기후 관련 리스크 정보 제공을 위한 공시 의무화 초안* 발표. 2024년부터 단계적 의무화 추진

* 기후공시: 공시 대상 기업은 공급망 내 관련 기업을 포함하여 온실가스 배출량, 기후 관련 리스크를 식별·평가하여 의무적으로 공개하도록 명시

▌미국에 상장된 국내 기업은 SEC 공시 의무에 대응해야 하는 상황이며,
상장사가 아니더라도 공시 대상 기업의 공급망 내 속한 기업 또한 탄소배출량 보고 등 대비 필요

※ 미 기후공시 주요 내용 및 공시 대상 정보

- 공시 대상은 미국 내 모든 상장사(해외 기업 포함)
- 온실가스배출량(scope 1 · 2 · 3 공시 시기는 기업 규모에 따라 단계적 적용, 소규모 기업의 경우 scope 면책조항 도입)
- scope 1 · 2 공시에 대해서는 제3자 검증을 의무화
  - (2024년) 제한적 검증부터 적용
  - (2026년) 합리적 검증으로 강화

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

08. 기후행동

2024 콘텐츠산업 전망

콘텐츠 기업의 기후행동

▶ 친환경 콘텐츠 제작을 위한 기후행동 확산 전망: 폐기물 감축, 탄소배출 저감, 재활용 소재 활용 등

▌(방송) 버추얼 프로덕션 활용 친환경 콘텐츠 제작

- CJ ENM/스튜디오드래곤, 버추얼 프로덕션
  - 물리적 이동, 작업시간 단축을 통한 탄소 배출 저감
  - 세트 설치/철거 최소화를 통한 폐기물 저감

▌(음악) 스마트(플랫폼) 앨범 제작

- SM엔터테인먼트, 스마트앨범 'Smini' 버전 발매
  - NCT DREAM 정규 3집, 겨울 스페셜 미니앨범 등

▌(캐릭터) 재활용 소재 활용 친환경 토이 브랜드 제작

- 오로라월드, 친환경 토이 브랜드 '에코네이션' 출시
  - 페페트병 재활용한 원단을 인형 소재로 활용
  - 원단, 솜 포함 100% 재생 소재 활용

국내 콘텐츠산업의 글로벌 규제 대응 강화를 위한 정책 기반 조성 필요

▶ 업계 이해도 증진 및 인식 제고

▌기후위기 대응 필요성에 대한 업계 종사자, 콘텐츠 제작 구성원 이해도 증진을 위한 정책 추진 필요

▶ 콘텐츠 제작 과정에서 발생하는 탄소배출량 측정을 위한 계산기 개발

▌탄소배출량 측정에 반영할 콘텐츠 제작 과정의 탄소 배출 항목에 대한 업계 의견 수렴 및 합의 도출 필요

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원

INSIGHT

기후위기 대응을 위한 콘텐츠산업의 관심
'중요한 것은 꺾이지 않는 기후행동'

2024 콘텐츠산업 전망 키워드

01. 퍼플 오션
- 글로벌 경기 침체 경쟁 심화의 어려움(레드오션) 속 새로운 기회와 가치(블루오션)를 만드는 콘텐츠산업

02. 뉴 트라이앵글
- K-콘텐츠의 수출 다변화를 위한 지리적-전략적 삼각구도

03. UR 콘텐츠
- 기술로 구현하는 무한한 세계, 압도적인 몰입감이 있는 콘텐츠

04. 챗 크리에이터
- 기술과 콘텐츠 창·제작 능력을 동시에 겸비한 전문인력

05. 콘화위복
- 콘텐츠플레이션(콘텐츠 제작-이용에서의 콘텐츠 물가상승) 극복 전략, 콘텐츠로 전화위복

06. 입체적 IP 시점
- 콘텐츠 IP, 장르 확장을 넘어 일상으로 파고들다

07. 콘덕
- 좋아하는 콘텐츠를 덕질하는 행위 또는 사람

08. 기후행동
- 기후위기에 대응하는 친환경 콘텐츠 행동

콘텐츠산업
2023 결산
2024 전망

03. 전문가와 함께 전망하는 2024 콘텐츠산업

좌장

윤태진 연세대학교 커뮤니케이션대학원 교수

패널

방찬식 현대백화점 IP사업팀 팀장
백현정 CJ ENM 신사업추진팀 팀장
송　진 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠산업정책연구센터 센터장
이정훈 하이크 코리아 한국 지사장
정윤재 스튜디오N 프로듀서
한다혜 서울대학교 소비트렌드분석센터 박사

좌장

윤태진

연세대학교 커뮤니케이션대학원 교수

연세대학교 커뮤니케이션대학원 교수이며 게임과학연구원장도 맡고 있습니다.
텔레비전, 게임, 웹툰 등 대중문화 콘텐츠와 수용자에 대한 연구를 해왔고,
『The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality』,
『여성 게이머는 총을 쓸 수 있는가』 등의 책을 펴낸 바 있습니다.

2024년도 콘텐츠 산업 전망

TV가 보편화된지 50년, 웬만하면 누구든 PC를 쓰기 시작한지 20년이 지났고,
청장년층의 90% 이상이 스마트폰을 가지게 된지도 10년이 지났습니다.
이제 콘텐츠 소비는 너무나 일상적인 일이 되었습니다. 게임도 웹툰도 소수의
특별한 여가가 아닙니다. 연령과 성, 지역을 초월하는 콘텐츠 소비의 보편화 경향은
더욱 강화될 것입니다.

패널

방찬식

현대백화점 IP사업팀 팀장

- 現 현대백화점 본사 IP사업팀 팀장
  (디즈니스토어 운영 및 자사 IP인 '흰디' 캐릭터 사업 운영)
- 현대백화점 본사 테넌트 팀장(2021~2022년)
- 현대백화점 본사 아웃도어 바이어(2017~2021년)
- 현대백화점 21년 근무 : 점포 스포츠 담당 / 온라인, 아울렛 바이어 역임

2024년도 콘텐츠산업 전망

지속적인 IP 산업의 강세가 예상됩니다. 특정 캐릭터, 게임, 영화, OTT의 굿즈 사업
에 대한 관심도가 증폭될 것이며, 유통 업체 또한 집객과 차별화를 위한 노력으로
IP(테넌트 포함) 사업에 지속적인 관심을 기울일 것입니다.
고객의 취향은 더욱 빠르게 변해가는 가운데 'Ditto 소비(트렌드코리아 2024 참고)'
트렌드는 더욱 확고해질 것이며, K-POP/Culture의 확산 또한 견고해질 것으로
예상됩니다.

패널

백현정

CJ ENM 신사업추진팀 팀장

CJ ENM 성장전략담당 조직에서 사업 개발을 추진하고 있습니다.
K-콘텐츠 산업의 지속 경쟁력 강화를 위해 디지털, AI 기반 콘텐츠 제작 환경 고도화 및 신규 사업 모델 개발을 추진하고 있습니다.

2024년도 콘텐츠산업 전망

디지털, OTT 환경으로 촉발된 미디어 산업 변화가 지속될 것으로 생각합니다.
K-콘텐츠의 글로벌 시장 기회가 증대되는 만큼 경쟁 환경도 심화될 것 입니다.
고객의 니즈는 더욱 다양해지고 세분화 됨에 따라 경쟁력 있는 콘텐츠를 안정적으로 제공하는 기반 마련이 매우 중요할 것 입니다.

패널

송 진

한국콘텐츠진흥원 콘텐츠산업정책연구센터 센터장

대한민국 콘텐츠산업 진흥 총괄기관 한국콘텐츠진흥원의 콘텐츠산업정책연구센터를 맡고 있습니다. K-콘텐츠의 더 큰 성장과 발전에 밑거름이 되는 미래정책과 산업정보를 생산하고, 분석하고, 연구합니다.

2024년도 콘텐츠산업 전망

콘텐츠산업을 둘러싼 다양한 차원에서 "지속가능성"에 대한 논의가 본격화되리라 생각합니다. 불확실한 경제 상황에 대응하는 비즈니스 전략, 콘텐츠 생산과 소비를 매개하는 이용자의 변화, 신기술을 활용하는 크리에이티브의 변화, 그 관계맺음 속에서 새로운 성장동력이 도출되리라 기대합니다.

패널

이정훈

하이크 코리아 한국 지사장

엔씨소프트, 넷마블 등에서의 게임 개발 리더를 거쳐 현재는 종합 엔터테인먼트 기업 HIKE의 한국 지사를 맡고 있습니다.
우수한 인디게임들의 글로벌 퍼블리싱을 전개해 성과를 거두고 있으며, 한국의 콘텐츠 개발사들이 글로벌에서 성공을 거둘 수 있도록 애니메이션 등의 분야에서 높은 경쟁력을 갖춘 일본 현지 콘텐츠 사업부서와 연결하는 역할을 하고 있습니다.

2024년도 콘텐츠 산업 전망

치열한 글로벌 시장에서 살아남기 위해 2024년도 콘텐츠 산업은 더욱 '정면 승부'에 집중하는 해가 될 것이라고 생각합니다.
특히 게임 콘텐츠 업계는 기존의 성공 방정식과 매출 위주의 포트폴리오에서 벗어나, 보다 다양한 장르에 도전해 콘텐츠 본연의 완성도를 높이고 경쟁력을 강화하는 것에 노력을 기울일 것으로 점쳐집니다

패널

정윤재

스튜디오N 프로듀서

콘텐츠제작사 스튜디오N의 정윤재 프로듀서입니다.
2023년 <사냥개들> (NETFLIX), <비질란테> (Disney Plus)의 총괄프로듀서이고,
2024년 극장용 애니메이션 <유미의세포들>, TV시리즈 애니메이션 <나노리스트>, <여신강림>의 프로듀서와 사업관리를 맡고 있습니다.

2024년도 콘텐츠 산업 전망

K-콘텐츠가 글로벌로 인정을 받아 여러 측면에서 성장했지만,
국내 극장용 영화 투자, 방송용 시리즈 편성, 글로벌 플랫폼 환경 등
2024년에는 콘텐츠의 기획, 제작 역량과 IP Business의 확장이 더욱더
중요한 시기이고 원천 콘텐츠 개발에 대한 장기 플랜이 필요한 것 같습니다.

패널

한다혜

서울대학교 소비트렌드분석센터 박사

매년 대한민국의 소비트렌드를 전망하는 <트렌드코리아> 공저자입니다.
서울대 소비트렌드분석센터에서 연구위원으로 재직하며 삼성, LG, SK 등
기업을 대상으로 트렌드 기반 미래전략 연구를 수행하고 있습니다.

2024년도 콘텐츠 산업 전망

시간 효율성이 극도로 중시되는 사회적 경향성 때문에 콘텐츠 산업에서의
시간쟁탈전은 더욱 심화될 것입니다. 특히 2024년 K-콘텐츠는 생략서사를
선호하고 변화된 재미를 추구하는 잘파세대로 인해 한층 다채로워질 전망입니다.

친환경
환경부

콘텐츠산업 2023 결산 2024 전망 세미나
발제 자료집은 콘텐츠산업 기후행동을 위해
친환경 용지와 소이 잉크로 제작하였습니다.

문화체육관광부

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY