

콘텐츠 IP

콘텐츠 시장에서의 IP(Intelligent Property) 비즈니스 전략



데이터분석본부 수도권지원 선임연구원 **최광훈** Tel: 02-3299-6084 e-mail: ckh@kisti.re.kr

KEY FINDING

1. 불확실성이 높고, 환경의 변화에 민감하게 반응하는 콘텐츠 시장에서 기대효용이 큰 콘텐츠 IP를 확보함으로써 경쟁 우위를 가지고 시장의 선도자 기회를 얻을 수 있다. 특히, 영상 산업에서 콘텐츠 IP는 투자, 제작 유통, 부가 사업에 이르기까지 글로벌 OTT의 영향력을 통해 시장성이 입증되고 있다.
2. 세계 콘텐츠 시장은 2017년 2조 580억 달러의 규모를 형성하였고, 2021년부터 연평균 5.19% 성장하여 2026년에는 3조 2,380억 달러의 시장을 형성할 것으로 전망된다.
3. 국내 콘텐츠 시장 규모는 2021년 702억 달러로 집계되었으며, 2021년 이후 6년간 연평균 4.26% 성장하여 2026년 864억 달러에 이를 것으로 예상된다.
4. 콘텐츠 IP 비즈니스의 방향성이 기존의 '완결' 패러다임에서 '연계' 패러다임으로 변화하고 있다. 이에 따른 콘텐츠 IP를 둘러싼 사업 전략 요소로서 콘텐츠 확장, 세계관 구축, 수익모델 다각화, 이용자 참여 및 팬덤 활용 등을 고려해야 한다.
5. 특히, 콘텐츠 IP가 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 글로벌 시장을 겨냥한 킬러 원천 IP 발굴 및 장르 간 세계관 확장 등의 차별화된 콘텐츠 전략을 마련해야 한다.

1) 시장의 개요

콘텐츠 시장의 개념은 1998년 OECD의 '신성장 산업으로서 콘텐츠(content as a new growth industry)'에서 디지털 기술로 인한 네트워크 기반의 콘텐츠 환경 변화를 언급하면서 처음 논의되었고, 국내에서는 「문화산업진흥 기본법」 및 「콘텐츠 산업 진흥법」에 근거하여 경제적 부가가치를 창출하는 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및

영상 등의 자료 또는 정보에 해당하는 콘텐츠(Contents) 또는 이를 제공하는 서비스의 제작, 유통, 이용 등과 관련한 분야로 정의한다.

최근 콘텐츠 시장에서 지식재산권(IP; Intelligent Property)이 콘텐츠의 장리적 다양성과 부가 사업의 확장성 측면에서 핵심적인 요소로 부상되고 있다. 콘텐츠 IP는 주로 문화예술 분야의 작품을 이용하여 이익을 얻을 수 있는 독점권을 저작권(Copyright) 형태로 부여하고 있으며, 활용 범주가 상표권까지 확장되고 있다. 물리적 속성을 가

진 일반 재화와 달리 콘텐츠는 자연적 속성에 의해 가치가 결정되지는 점에서 정보재(Information Goods)¹⁾의 성격을 가지며, 이런 정보재 생산에 필요한 비용을 부담할 수 있도록 일종의 재산권을 부여하여 일시적 독점권을 행사할 수 있도록 법적인 권리를 부여하는 것이 콘텐츠 IP의 전략적 가치라고 할 수 있다. 비즈니스 관점에서 보면 불확실성이 높고, 환경의 변화에 민감하게 반응하는 콘텐츠 시장에서 기대효용(Expected Utility)이 큰 콘텐츠 IP를 확보함으로써 잠재적 경쟁자에 비해 우위를 가지고 한시적으로 독점적 지위와 시장의 퍼스트 무버(First Mover)로서의 기회를 얻을 수 있다. 특히, 영상 산업에서 콘텐츠 IP는 투자, 제작 유통, 부가 사업에 이르기까지 글로벌 OTT의 영향력을 통해 시장성이 입증되고 있다.

개별적인 성공에 집중했던 과거 방식과 달리, 현재와 같은 역동적인 미디어 환경에서는 양질의 콘텐츠 IP가 시장에서의 핵심 동인으로 고

려되고 있으며, 이는 콘텐츠 시장 접근 방식이 변화되었음을 의미한다. 콘텐츠 IP는 원천 콘텐츠 제작뿐만 아니라, 다양한 채널과 콘텐츠로 활용 범위를 확장할 수 있고, 다른 사업자와의 협력을 통해 새로운 비즈니스로도 연계될 수 있다. 최근 글로벌 콘텐츠 시장에서 인기 콘텐츠 즉, '킬러 IP'의 중요성이 더욱 부각되고 있으며, 이러한 킬러 IP 기반의 세계관과 캐릭터가 확장되면서 콘텐츠 시장 영역 간의 경계가 모호해지고 있다. 이처럼 콘텐츠 시장에서 IP가 주목받는 이유는 한계 비용이 거의 없이 추가적인 경제적 가치를 창출할 수 있는 이른바 규모의 경제(Economies of Scale)가 작동하는 비즈니스 모델이 가능하여 시너지를 낼 수 있기 때문이다. 특히 웹소설, 웹툰과 같은 웹 콘텐츠는 영화나 드라마, 게임과 같은 기존 콘텐츠에 비해 상대적으로 투입 비용이 적으면서도 콘텐츠의 활용도가 높아 시장의 관심이 증대되고 있다.

표 1 콘텐츠 시장의 주요 변화 흐름

구분	국내 시장 현황('22년 기준)	콘텐츠 시장 변화의 주요 흐름
산업 규모	매출 성장세 유지 속 예년과 유사 수준의 수출	<ul style="list-style-type: none"> · 거시경제의 영향 · 일자리/노동의 전환 · 신기술 융합 콘텐츠 · 글로벌 시장 확장 · 플랫폼 경쟁의 심화 · 콘텐츠의 분화와 다양성 · IP 중심 가치사슬 개편 · 커지는 이용자의 힘
글로벌 경쟁력	주요 장르별 대표 콘텐츠의 글로벌 성과 지속	
새로운 동력	장르별 신기술과의 연결고리 탐색, IP 활용 다각화	
비즈니스 전략	콘텐츠 서비스 변화, 기획-제작-유통 통합 움직임	
이용	팬덤의 확장, 환경 및 배리어 프리에 대한 관심	
정책	규제 완화 노력, 글로벌 교류와 협력의 물꼬	

출처 : 콘텐츠 산업 2022 결산 2023 전망, 문화체육관광부, 2022.12, KISTI 재작성

2) 정책 및 규제현황

지식재산권 보호 및 시장 활성화를 위한 정책적 프레임 내에서 콘텐츠 IP와 관련된 진흥정책은 주로 문화체육관광부와 산하 기관인 한

국콘텐츠진흥원이 담당한다. 해당 기관을 중심으로 특허청을 포함한 정부 각 부처, 지방자치단체 등이 상호 연계하여 세부 정책이 추진되고 있다.

콘텐츠 IP와 관련된 영역별 진흥정책 추진 방향은 <표 2>와 같다.

표 2 국내 콘텐츠 IP 진흥정책 추진 방향

구분	정책 추진방향	관련 사업 예시	관련 부처
창출	· 방송영상, 게임, 디지털콘텐츠, 인쇄/출판, 문화 산업물 제작 지원	· 신규 캐릭터 IP 개발 지원사업 · 콘텐츠 IP 보증제도, · 콘텐츠 IP 사업화 지원사업	문화체육관광부 (콘텐츠진흥원)

1) 정보재(Information Goods)는 '디지털화할 수 있는 모든 것'으로 정의되고 고정비용이 높고 한계 비용이 낮아, 한계 비용 이상의 가격을 받는 것은 경제적으로 비효율적이기 때문에 생산자가 독점 이익을 기대할 수 없다면 재화가 생산될 수 없다는 역설적 측면이 있음

구분	정책 추진방향	관련 사업 예시	관련 부처
활용	<ul style="list-style-type: none"> 저작권 라이선스 통합 관리시스템 구축 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 저작권 거래소 구축, 운영 및 유통 정책 수립 - 저작권 양도 시스템 개발 및 운영 - 저작권 이용 사이트 구축, 운영 저작권 신탁 	<ul style="list-style-type: none"> 공공누리 사이트 공공저작물 활용창작 공모전 공유저작물 창작 공모전 게임 자료 공유마당 운영사업 	문화체육관광부 (한국문화정보원, 콘텐츠진흥원, 한국저작권위원회)
보호	<ul style="list-style-type: none"> 저작권 침해 대응, 온라인 불법복제 단속, 콘텐츠 이용 보호, 위조품 및 해적판 단속, 민형사 구제 (저작권) 등 	<ul style="list-style-type: none"> 한류 콘텐츠 IP 보호 (시범) 지원사업 	문화체육관광부 (콘텐츠진흥원, 저작권조정위원회), 법무부(검찰청), 행정자치부(경찰청)
기반	<ul style="list-style-type: none"> 방송, 게임, 만화 등 저작권 분야 우수인력 양성지원 	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠 IP 라이선싱 교육 콘텐츠 IP × 크리에이터 교육 	문화체육관광부 (콘텐츠진흥원), 특허청(한국발명진흥회)

출처 : 콘텐츠 지식재산(IP)과 가치사슬 변화 연구, 한국문화관광연구원, 2021.06, KISTI 재작성

또한, 콘텐츠 IP 생태계 활성화 정책 일환으로 콘텐츠 IP 기반 우수 기업을 발굴하기 위해 민-관 상호협력이 이어지고 있으며, 콘텐츠 기업의 안정된 성장을 위한 콘텐츠 IP 자금조달 및 정책금융 등이 지원되고 있다. 콘텐츠 IP의 가치를 장기적인 수익 관점에서 보면 다양한 금융의 흐름과 이와 연계한 수익모델을 창출해 낼 수 있을 것으로 기대되고 있지만, 저작권과 상표권 등 산업재산권의 권리가 결합된 콘텐츠 IP는 그 수익 구조와 가치평가에 있어서 기술 기반의 지식재산과는 다른 속성을 가지고 있기에, 향후 콘텐츠 IP만의 특성을 고려한 가치평가와 구체적인 금융모델의 적용 방식에 대한 제도적 논의를 확대해 나갈 필요가 있다.

콘텐츠 시장에서의 규제는 개인정보 프라이버시, 청소년 보호, 저작권 침해, 콘텐츠 유통 및 결제 등의 영역에서 관련 법령²⁾에 따라 시행되고 있다. 규제의 실효성 측면에서 최근 쟁점이 되고 있는 현안 중 첫 번째로, 콘텐츠, 플랫폼, 네트워크, 기기가 연결되어 서비스화(as-a-service)되는 디지털 환경 변화를 고려한 통합적이면서 합리적인 규제 개선책 마련이 요구된다. 특히, 콘텐츠 시장 활성화를 위한 수단으로 자율규제에 따른 콘텐츠 등급 분류의 도입 필요성이 높아지고 있다. 자율규제를 활성화하기 위해서 자율규제 참여에 대한 인센티브 및 자율규제 불이행에 대한 제재 수단의 발굴이 필요하며, 이러한 자체 등급 분류의 도입은 새로운 규제 방식의 시험대이기도 하다. 즉, 정부 주도의 '포지티브 규제' 방식에서 벗어나 민간 주도의 '네거티브 규제'로 전환하는 것이라 할 수 있다. 두 번째로, 콘텐츠 IP의 확장성이 증대되고 콘텐츠 시장의 가치사슬이 다변화됨에 따라 새로운 규제

의 도입도 제기되고 있다. 콘텐츠의 거래, 유통을 위한 플랫폼들이 늘어나면서, 콘텐츠 플랫폼 대비 창작자/제작자의 협상력이 저하 될 수 밖에 없는 구조적 문제로 인해 합리적이지 못한 저작권 계약과 수익 분배의 손해로 이어질 수 있다. 이러한 구조적 관행을 개선하기 위한 새로운 규제의 도입이 강조되는 반면, 선부른 규제를 통해 콘텐츠 IP 비즈니스 생태계의 선순환 구조를 저해하는 역기능에 대해서도 우려하고 있다. 다만, 대형 플랫폼이 IP 비즈니스를 전면적으로 주도하게 될 경우, 콘텐츠의 다양성 저해, 원작자/제작자와의 부적정한 이익분배, 플랫폼 사업자 간 역전 불가능한 격차 발생 등의 문제가 발생할 수 있다는 문제의식과 소규모 콘텐츠 IP의 지속적인 성장을 위한 전략적 차원에서 지원 체계 구축이 필요하다.

3) 시장동향 및 전망

■ 시장 규모

한국콘텐츠진흥원의 해외 콘텐츠 시장 분석 보고서에 따르면, 세계 콘텐츠 시장은 2017년 2조 580억 달러의 규모를 형성하였고, 2021년부터 연평균 5.19% 성장하여 2026년에는 3조 2,380억 달러의 규모를 형성할 것으로 전망되었다. 콘텐츠 시장은 코로나19 영향에 따라 2020년에는 역성장하였으나, 2021년 이후 예년 수준 이상으로 시장 규모가 증가하며 빠른 회복 속도를 보였다. 팬데믹 당시

2) 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률, 위치 정보의 보호 및 이용에 관한 법률, 통신비밀보호법, 저작권법, 콘텐츠 산업 진흥법, 게임산업진흥법, 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률, 음악산업진흥에 관한 법률, 전자상거래 등에서 소비자 보호에 관한 법률, 청소년 보호법, 아동 청소년 성 보호법, 전자금융거래법, 전자서명법 등

대면 콘텐츠 시장이 침체에 빠졌으나, 온라인을 통한 콘텐츠 소비가 폭발적으로 증가하면서 시장 변화를 이끌었다. 특히, 영상 스트리밍 시장이 확대됨에 따라 모바일 게임과 디지털 만화 등 온라인 콘텐츠

시장이 성장할 것으로 전망되지만, 그 성장의 폭은 점차 감소할 것으로 전망된다. 팬데믹 이후 '뉴 노멀(New Normal)' 을 고민하는 시점에서 콘텐츠 시장에서도 새로운 성장 동력 발굴이 필요하다.

표 3 콘텐츠 관련 세계시장 현황 및 전망

(단위: 억 달러, %)

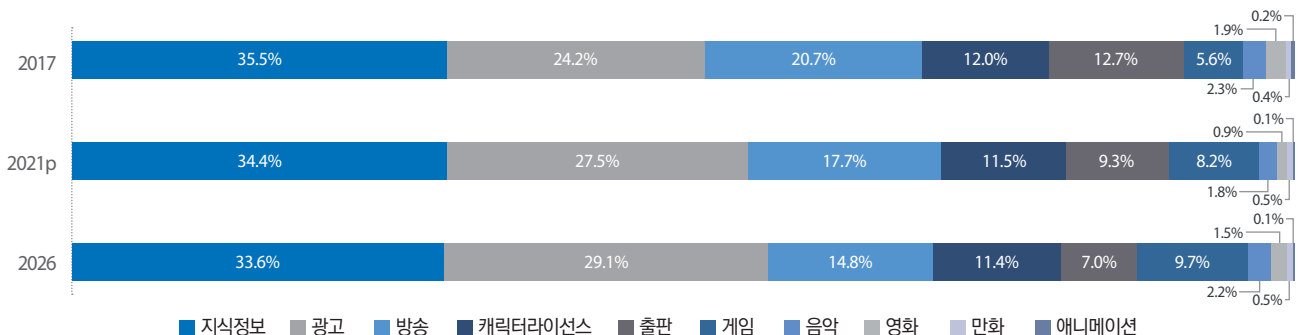
구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	CAGR ('21-'26)
세계시장	20,580	21,760	22,960	22,610	25,140	27,140	28,700	30,060	31,250	32,380	5.19

출처 : 2022 해외 콘텐츠 시장 분석 보고서, 한국콘텐츠진흥원, 2022.12, KISTI 재작성

콘텐츠 시장 분야는 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 지식정보, 캐릭터 라이선스로 구분될 수 있으며, 지식정보, 광고, 방송 등의 분야에서 높은 점유율을 차지해왔다. 지식정보 분야는 2017년과 대비하여 큰 비중의 변화가 없을 것으로 전망되며, 코로나19 팬데믹으로 인해 급격히 위축되었던 영화 및 애니메이션 분야는 2021년 오프라인 극장의 영업 재개와 신작 개봉으로 인해 다시 활기가 돌기 시작하며 2023년에는 코로나19 이전 수준까지 회복될 것으로 보인다. 음악 분야 역시 공연 음악시장이 침체되는 위기가 있었으나 디지털 음악 소비가 늘면서 시장 회복세에 접어들었다. 게임 분야는 모바일 게임 소비가 늘면서 크게 성장하였으며, 2021년 이후에도 성장세가 이어질 전망이다. 광고 분야는 온라인 콘텐

츠 수요가 늘면서 이에 따른 온라인 광고시장이 대폭 확대되었다. 그 결과 2017년 전체 콘텐츠 시장에서 24.2% 비중을 차지하였으며 2021년 27.5%, 2026년 29.1%로 점차 확대될 전망이다. 반면, 방송시장은 2017년 20.7%에서 2026년 14.8%로 비중이 점차 감소될 것으로 전망된다. 이는 영상 스트리밍 시장의 확대로 TV, 라디오 등 전통적 미디어 시장이 침체에 빠졌기 때문이다. 출판시장의 경우 인쇄출판 시장이 하향하면서 2021년까지 시장 규모가 계속해서 감소하였으며 2026년까지 약보합세가 이어질 것으로 보인다. 하지만 비교적 감소세가 완만하고 2021년 시장 규모가 소폭 증가한 것은 전자출판 시장이 활성화되고 있기 때문으로 분석된다.

그림 1 콘텐츠 관련 세계시장 분야별 점유율 변화 및 전망



출처 : 2022 해외콘텐츠 시장 분석 보고서, 한국콘텐츠진흥원, 2022.12

주요 국가별로 살펴보면 2021년 기준 전 세계 국가 중 콘텐츠 시장 규모가 가장 큰 국가는 미국으로 9,798억 달러를 기록하며 전체 콘텐츠 시장성장과 비슷한 수준인 11.6%의 전년대비 증가율을 보였다. 이어서 중국의 콘텐츠 시장 규모는 전년 대비 11.1% 증가한 4,461억 달러로 집계되었으며, 일본 시장 규모는 2,082억 달러

로 6.8% 성장하였다. 영국 1,203억 달러, 독일 1,130억 달러, 프랑스 773억 달러 순으로 그 뒤를 잇고 있다. 국내 콘텐츠 시장 규모는 2021년 702억 달러로 집계되었으며, 2021년 이후 6년간 연평균 4.26% 성장하여 2026년에는 864억 달러에 이를 것으로 예상된다.

표 4 콘텐츠 관련 주요 국가별 시장 현황 및 전망

(단위: 억 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	CAGR ('21-'26)
미국	7,953	8,416	8,944	8,783	9,798	10,573	11,120	11,588	11,965	12,307	4.67
중국	3,384	3,702	3,927	4,014	4,461	4,837	5,209	5,566	5,920	6,273	7.05
일본	1,874	1,946	2,001	1,949	2,082	2,175	2,238	2,297	2,351	2,403	2.91
영국	957	1,016	1,063	1,023	1,203	1,309	1,392	1,457	1,514	1,566	5.41
프랑스	699	720	743	697	773	834	871	903	925	944	4.08
한국	582	601	631	647	702	753	791	819	843	864	4.26

출처 : 2022 해외 콘텐츠 시장 분석 보고서, 한국콘텐츠진흥원, 2022.12, KISTI 재작성

경쟁 현황

현재 콘텐츠 IP 시장은 디즈니, 마블, 넷플릭스 등과 같은 미국 사업자들이 주도하고 있다. 기술의 발전으로 장르를 넘어서는 융합이 중요해지고, OTT라는 새로운 미디어가 성숙단계에 진입하면서 오랜 기간 축적된 IP와 수직-수평 계열화된 IP 생태계로의 잠금 효과

(Lock-in effect)를 높이는 팬덤 전략, 글로벌 서비스로서의 장점을 활용한 협력 관계를 바탕으로 시장을 이끌고 있다. 일본도 반다이 남코 홀딩스, 닌텐도 등이 자사 보유 콘텐츠 IP의 다양화와 비즈니스 유연성 강화를 통해 사업 다각화를 모색하고 있다. 국내에서는 네이버, 카카오 등의 사업자들이 자신들이 보유하고 있는 주요 자원을 기반으로 콘텐츠 IP를 확보하기 위해 차별화된 전략을 추진 중이다.

표 5 콘텐츠 IP 시장 주요 플레이어

플레이어	국가	관련 부처
디즈니	미국	• 전통적인 OSMU(One-Source Multi-Use) ³⁾ 전략에서부터 트랜스 브랜딩을 통한 콘텐츠 IP의 다각화 및 확장, 라이선싱(Licensing) 활용 등으로 수익모델 창출
마블 스튜디오	미국	• 마블 크리에이티브 위원회(Marvel Creative Committee)를 통해 개별 작품의 플롯, 설정, 캐스팅, 캐릭터 등 전체를 관통하는 세계관을 공유하면서 IP 가치 극대화
넷플릭스	미국	• 글로벌 단위의 오리지널 원천 IP의 지속적인 축적과 활용, 글로벌 동시 유통 등의 IP 전략으로 글로벌 1위 멀티미디어 엔터테인먼트 OTT 기업으로 성장
반다이 남코 홀딩스	일본	• 반다이와 남코가 합병한 법인으로, 반다이 남코가 보유한 각종 콘텐츠 IP를 중심으로 영화, 장난감, 게임, 카드, 피규어, 아케이드 기기, 음반 등 각종 제품과 서비스를 제공
닌텐도 주식회사	일본	• 닌텐도 캐릭터 기반 비디오 게임 플랫폼 외에, 디지털 분야의 라이선스 비즈니스 유연성 강화를 통한 사업 다각화 실현 (머천 다이즈, 테마파크, 모바일, 비주얼 콘텐츠 등)

3) OSMU(One-Source Multi-Use) : 하나의 원천소스를 여러 번 활용한다는 의미로 콘텐츠 IP의 대표적인 전략

플레이어	국가	관련 부처
네이버	한국	• 콘텐츠 IP 확보 및 다각화 활용을 위해 관련 사업자와 협력체계를 구축, 글로벌 확장성에 중점 투자 (세계 최대 웹소설 플랫폼 왓패드 100% 지분 인수 등)
카카오	한국	• 카카오 내 수직계열화로 통합한 밸류체인 구축을 통해 축적한 IP 비즈니스 노하우와 역량을 기반으로 콘텐츠 IP의 확장과 사업 다각화를 추진

출처 : 콘텐츠 지식재산(IP)과 가치사슬 변화 연구, 한국문화관광연구원, 2021.06, KISTI 재작성

4) 분석자 인사이트

콘텐츠 IP 비즈니스의 주된 방향성은 기존의 '완결' 패러다임에서 '연계' 패러다임으로 변화했다는 점이다. 콘텐츠 IP를 둘러싼 사업 전략의 핵심적 요소로 콘텐츠 확장과 연계, 세계관 구축, 수익모델 다각화, 이용자 참여 및 팬덤 활용 등이 고려된다. 무엇보다도, 콘

츠 IP가 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 글로벌 시장을 겨냥한 킬러 원천 IP 발굴 및 장르 간 세계관 확장 등의 차별화된 콘텐츠 전략을 마련해야 한다. 또한, 현재보다도 IP를 중심으로 한 다양한 기업 간 협력이 늘어날 전망이다. 대체적으로 창작자와 플랫폼의 영향력이 일정 부분 증대될 것으로 예상되며, 장기적으로 콘텐츠 IP 비즈니스 생태계가 소수 플랫폼 위주로 재편될 것으로 전망된다.

그림 2 콘텐츠 IP 시장의 신사업 기회 분석



① 콘텐츠 IP 금융모델과 연계한 자금조달 전략 수립

저작권과 상표권 등 산업재산권의 권리가 결합된 콘텐츠 IP는 그 수익 구조와 가치의 평가에 있어서 특허 등 기술 기반 지식재산과는 다른 속성을 가지고 있다. 최근 콘텐츠 분야의 정책금융과 관련해서는 콘텐츠 IP의 특성을 고려한 IP 가치평가와 완성보증 제도를 통합하려는 시도가 진행되고 있다. 이러한 흐름 속에서 콘텐츠 기업의 생애주기를 고려한 자금조달 시스템을 구축하기 위해서는 IP 금융모델과의 연계를 고려한 전략 수립이 필요하다.

② 콘텐츠 IP 확장을 위한 원천 IP 확보전략 수립

원천 콘텐츠 IP의 발굴과 확장은 콘텐츠 시장에서의 비즈니스 전략 요소 중 가장 핵심적인 동인이라 할 수 있다. 특히, 국내외 OTT를 비롯하여 미디어 플랫폼들이 인기 있는 원천 IP 수혈을 위해 노력하고 있지만, 일부 원천 IP를 제외하고는 지속성과 확장성에 대한 한계가 나타난다. 이는 원천 IP에 투자하거나 새로운 원천 IP를 개발하여 지속성을 확보하기보다 짧은 시간 안에 많은 거래를 발생시켜 IP의 단가를 높이는 것이 더 중요하게 여기는 데에서 비롯된다. 킬러 IP의 발굴


을 위해서는 지속성과 확장성에 초점을 맞춘 IP 창작 투자 환경 및 인프라 구축이 요구된다.

③ 네트워크 외부효과 기반 비즈니스 모델 설계

다면 시장(Multi-Sided Market)의 속성을 가지고 있는 콘텐츠 시장의 네트워크 외부효과를 활용하여 이용자-창작자, 이용자-사업자를 중개하고, 나아가 해당 시장에서 형성된 콘텐츠 경험 자본을 기반으로 IP 활용 사업 전략을 모색해야 한다. 방영권 판매, 음원을 통한 가치 창출, 재료 콘텐츠 활용, MD(Merchandise) 판매, 브랜드 협업 등 다양한 직거래 또는 중개 비즈니스 모델 설계를 고려할 수 있다.

④ 신기술을 활용한 콘텐츠 제작 및 서비스 개발

콘텐츠 시장에서도 디지털 전환의 형태로 디지털 기술을 이용하여 업무 방식을 개선하거나 제품 또는 고객 서비스를 개선하는 사업 다각화 전략이 늘어나고 있다. 콘텐츠의 창작 과정에 디지털 기술을 적용하여 새로운 방식 또는 크게 개선된 방식을 통해 제작비를 절

감, 콘텐츠 품질 향상을 도모하는 경우로서 원격 가상제작 시스템의 도입, 메타버스, NFT 개발 등이 이에 해당된다. 또한, 고객 맞춤형 AI 추천 서비스 등 디지털 지식정보 기술과 결합된 새로운 사업 영역을 발굴하여 기존과 다른 방식으로 가치를 창출하고 획득하는 방식도 있다. 



참고문헌

- [1] 2022 해외 콘텐츠 시장 분석 보고서, 한국콘텐츠진흥원, 2022.12
- [2] OTT 빅뱅 시대의 콘텐츠, 한국지식재산연구원, 2021.12
- [3] 방송영상콘텐츠 IP 비즈니스 활성화 방안 연구, 한국콘텐츠진흥원, 2023.01
- [4] 영상 콘텐츠 산업 환경 변화에 따른 국내 주요 사업자의 IP 확보전략, 한국방송통신전파진흥원, 2021.04
- [5] 콘텐츠 IP 확장 유형별 특성과 한계, 한국콘텐츠진흥원, 2022.10
- [6] 콘텐츠 산업 2022 결산 2023 전망, 문화체육관광부, 2022.12
- [7] 콘텐츠 지식재산(IP)과 가치사슬 변화 연구, 한국문화관광연구원, 2021.06

