

보도 일시	2022. 6. 13.(월) 09:00	배포 일시	2022. 6. 13.(월) 09:00
담당 부서	미디어정책국 방송영상광고과	책임자	과장 강지은 (044-203-3231)
		담당자	사무관 김민지 (044-203-3239)

온라인동영상서비스 콘텐츠 집중 육성해 문화 매력 국가 위상 강화한다

- 온라인동영상서비스 특화 콘텐츠 발굴, 제작, 해외 진출 등 지원 -

문화체육관광부(장관 박보균, 이하 문체부)는 한국콘텐츠진흥원(원장 조현래, 이하 콘진원)과 함께 온라인동영상서비스(OTT)를 중심으로 시장이 재편되는 등의 미디어 환경 변화에 대응해 국내 온라인동영상서비스업계가 콘텐츠 경쟁력을 기반으로 세계시장을 주도할 수 있도록 지원한다.

온라인동영상서비스 연계 방송영상콘텐츠 기획안 10편 선정, 투자 유치 지원

문체부와 콘진원은 경쟁력 있는 콘텐츠를 제작하기 위한 기획안 개발의 중요성이 커지고 있는 만큼 지난 4월부터 5월까지 ‘온라인동영상서비스 연계 방송영상콘텐츠 기획안’을 공모해 참신한 콘텐츠를 선정하고, 선정작들이 제작비를 투자받을 수 있도록 돕는다. 이번 공모에서는 작품 총 150편이 접수돼 15:1의 경쟁률을 기록한 가운데 외부 전문가 등의 2차 심사를 거쳐 <만화전쟁>, <노웨이아웃> 등 드라마 5편과 <라이프라인>, <왕게임> 등 예능·교양 5편 등 총 10편을 최종 선정(6. 13.)했다.

선정된 10편에 대해서는 각 2,500만 원을 지원하고, 제작비 투자를 유치할 수 있도록 6월 29일(수)부터 7월 1일(금)까지 ‘방송콘텐츠 기획개발 지식재산(IP) 유통상담회’를 열어 국내외 온라인동영상서비스사와의 연계를 지원한다. 지난해 유통상담회에서는 투자 상담 총 161건을 진행하고 중소 제작사들이 온라인동영상서비스사와의 새로운 연계망을 형성해 높은 만족도를 나타내는 등 성과를 낸 바 있다.

올해도 선정된 기획안 10편을 비롯해 우수한 기획안을 보유한 16개 국내 중소제작사와 티빙(TVING), 웨이브(WAVVE), 왓챠(WATCHA), 카카오티브이(TV), 뷰(Viu) 등 국내외 온라인동영상서비스사가 참여해 작품에 대한 투자 유치, 공동제작, 선판매 등 다양한 사업화 기회를 모색한다.

온라인동영상서비스 특화 콘텐츠 116억 원 규모로 제작 지원, 올해 안에 방영

아울러 문체부는 ‘온라인동영상서비스(OTT) 특화 콘텐츠 제작 지원’ 사업 규모를 전년 대비 101억 원을 증액한 116억 원으로 대폭 확대해 추진한다. 이를 위해 지난 1월부터 4월까지 드라마 장편과 중단편, 비드라마 장편과 중단편 등 4개 부문으로 나누어 제작 지원 대상을 공모해 총 14편을 선정*했다.

* 총 151편 접수, 평균 10.8:1 경쟁률 기록

선정된 ▲ 드라마 장편 4편에는 작품당 14억 4천만 원을, ▲ 드라마 중단편 5편에는 작품당 7억 2천만 원을, ▲ 비드라마 장편 3편에는 작품당 5억 원을, ▲ 비드라마 중단편 2편에는 작품당 2억 5천만 원을 지원한다. 이번에 선정된 작품은 티빙, 웨이브, 왓챠, 케이티(KT) 시즌, 쿠팡플레이 등 국내 온라인동영상서비스를 통해 올해 안에 방영될 예정이다. 이처럼 국내 온라인동영상서비스가 우수한 콘텐츠를 확보하게 되면 경쟁력을 강화하고 제작사와 동반 성장할 수 있을 것으로 기대된다.

특히 올해 제작 지원 대상인 <위기의 엑스(X): 아재니까 아프다>는 지난해 기획안 개발 공모 당선작으로서, 기획부터 제작, 온라인동영상서비스 방영까지 전 과정을 지원받았다. 문체부는 앞으로도 기획개발과 제작 지원을 연계한 성공사례를 지속적으로 확산할 계획이다.

국내 온라인동영상서비스의 세계 도약 위한 콘텐츠 재제작, 해외 진출 지원

국내 온라인동영상서비스업계는 자막, 번역 등 콘텐츠 재제작과 현지화 비용 부담 등을 해외 진출 시 어려움으로 꼽은 바 있다. 이에 문체부는 온라인동영상서비스업계의 어려움을 해소하고자 지난해 많은 인기를 끌었던

<술꾼도시여자들>과 <돼지의 왕>을 비롯해 12개 제작사의 작품 총 28편의 재제작을 지원한다.

또한 경쟁력이 있는 한국 콘텐츠를 해외 주요 시장에 지속적으로 홍보해 한국 콘텐츠의 해외 유통을 활성화한다. 지난 3월 홍콩에서 열린 ‘필마트(FILMART)’에서는 총 27개사가 참가해 총 63건, 5백만 달러에 해당하는 계약을 체결했고, 지난 5월 북미 최대 콘텐츠 시장 ‘엘에이(LA) 스크리닝’에서는 한국 콘텐츠 형식(포맷) 13편을 홍보(쇼케이스)했다. 10월 프랑스(미프콤, MIPCOM), 11월 일본(도쿄필름마켓, TIFFCOM), 12월 싱가포르(아시아 티브이 포럼&마켓, ATF) 등 해외에서 열리는 주요 방송시장에서도 한국 콘텐츠 유통을 지원할 계획이다.

문체부 황성운 미디어정책국장은 “흡인력 있는 콘텐츠는 온라인동영상 서비스의 영향력이 커지는 변화 속에서도 계속 인기를 누린다.”라며 “국내 온라인동영상서비스가 차별화된 한류 콘텐츠로 문화 매력 국가로서의 대한민국 위상을 강화할 수 있도록 지속적으로 지원하겠다.”라고 밝혔다.

붙임 온라인동영상서비스 연계 방송영상콘텐츠 기획안 공모 선정 결과



□ 드라마 부문 : 5편

구분	업체명	작품명
1	메이퀸픽처스	만화전쟁
2	스타포스	노웨이아웃
3	스튜디오엠포	이노센트
4	영화사도로시(주)	소녀시대
5	66E스튜디오	불량 레이스

□ 예능/교양 부문 : 5편

구분	업체명	작품명
1	주식회사 레드피터	라이프라인
2	주식회사 디턴	왕게임
3	부뚜막고양이	멀티 팩토리얼
4	(주)토마토미디어	치매 VR체험
5	놀이터미디어	세상의 모든 전쟁