

---

# 신한류 진흥정책 추진 계획

---

2020. 7. 16.

관계부처 합동

## 순 서

I. 추진배경 .....	1
II. 문제점 및 개선방향 .....	3
III. 추진전략 .....	4
IV. 중점 추진과제 .....	5
1. 한류 콘텐츠 다양화로 파급력 제고 .....	5
2. 한류로 연관산업 동반성장 견인 .....	16
3. 지속가능한 한류 확산의 토대 형성 .....	25
참고. 부처별 주요 한류사업 일정 .....	29

## I. 추진 배경

- 콘텐츠 산업의 성장은 한류 확산 및 긍정적 파급효과 창출
  - (콘텐츠 산업) 콘텐츠 시장 규모 세계 7위, 콘텐츠 수출 최근 10년간('10~'19년) 연평균 13.9% 증가로 비약적 성장\*
    - \* '18년 기준 세계 콘텐츠시장 규모는 총 약 2.4조 달러로 미국과 중국이 1,2위, 한국은 623억 달러 시장규모(점유율 2.6%)로 세계 7위('19년, PwC)
  - (한류 확산) 아시아에서 전 세계로, 대중문화에서 한국문화 전반으로 관심 확대, 전 세계 한류 애호층 수 약 1억 명에 육박
    - \* 해외 한류동호회 회원수('19년, 국제교류재단): 9,932만명
  - (파급효과) 소비재 수출 촉진, 관광 활성화 등 연관산업 성장 견인\* 및 한국의 국가브랜드 가치 제고
    - \* 콘텐츠 수출 100달러 증가 시 소비재 수출 248달러 증가('19년, 한국수출입은행)

### 【한류의 파급효과 주요 조사결과】

구 분	2016년	2019년	연평균 증가율(%)
한류 연계 소비재·관광 수출액 (국제문화교류진흥원)	75.6억불	123.2억불	17.7%
한류관광객 수 (한국관광공사)	136만명	222만명	17.7%

- 코로나19 위기와 새로운 한류 창출의 기회
  - (코로나19) 콘텐츠 및 연관산업 타격\*과 동시에, K-방역, 무관중 스포츠 중계 등 신속하고 창의적인 대응에 세계가 주목
    - \* (영화) 국내 영화관 총 관객 수 전년대비 89% 감소('20.3~6월),  
(관광) 방한 관광객 수 전년대비 96.3% 감소('20.3~6월) 등
  - (새로운 한류정책) 한류의 다양화 및 세계화에 대응, 전 세계 대상 맞춤형 지원정책 및 홍보의 종합 관리 필요

### 신한류(K-Culture)의 의의

- ▲다양한 한국 콘텐츠를 세계인의 일상 속에서 향유토록 하고,
- ▲연관산업 융합을 통해 경제적 파급효과를 효율적으로 확보하며,
- ▲쌍방향 문화교류를 통해 지속가능한 한류 창출

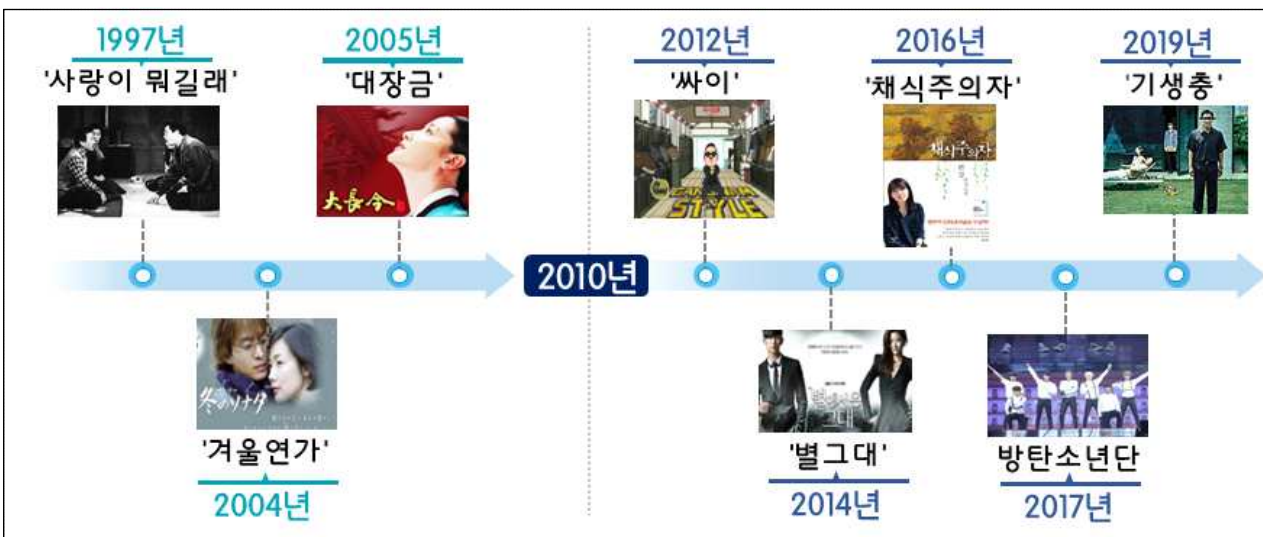
## 한류의 발전과 신한류(K-Culture)

### 【한류의 구분】

구분	한류 1.0	한류 2.0	한류 3.0	신 한류(K-Culture*)
시기	1997년~ 2000년대 중반	2000년대 중반~ 2010년대 초반	2010년대 초반~ 2019년	2020년~
특징	한류의 태동 영상콘텐츠 중심	한류의 확산 아이돌스타 중심	한류의 세계화 세계적 스타상품 등장	한류의 다양화 + 세계화(온라인 소통)
핵심분야	드라마	대중음악	대중문화	한국문화 + 연관산업
대상국가	아시아	아시아, 중남미, 중동, 구미주 일부 등	전 세계	전 세계(전략적 확산)
소비자	소수 마니아	10~20대	세계시민	세계시민(맞춤형 접근)

\* 케이-컬처(K-Culture)는 신한류의 영문 명칭 겸 국제 홍보브랜드

- **【태 동】** '90년대 말 아시아권 국가들의 한국드라마 열풍 이후,  
전 세계에 케이팝 등 대중문화 콘텐츠들에 대한 인기 급상승
- **【확 산】** 글로벌 온라인 플랫폼을 활용, 전 세계와의 실시간  
직접 소통을 통해 해외 한류 콘텐츠 소비층과의 접촉 확대
- **【성 과】** 최근 방탄소년단(BTS), 기생충 등 세계적인 한류 상품의  
등장으로 한류 확산의 새로운 계기 마련



## II. 문제점 및 개선방향

### □ 한류의 지속 확산을 위한 체계적 노력 필요

- 한류의 범위가 여전히 대중음악·드라마 등 대중문화에 편중되어 있고, 순수예술 등 콘텐츠 다양화는 미흡

\* 해외 외국인의 한국 관련 접촉 분야 : 대중문화 37.8% > 문화유산 10.5% > 스포츠 8.3% > 순수예술 2.4%('19년, 해외문화홍보원)

- 비대면 경제 변화에 선제적인 콘텐츠 개발·유통 필요성 증대

⇒ 한류 분야 확대, 온라인 서비스 개발 등 콘텐츠 다양화 및 서비스 확충

### □ 한류와 타 산업 연계에 대한 요구 증대

- 화장품·패션·의료·식품 등 소비재 수출을 위한 협력사업 발굴이 부족하고, 한류를 활용한 서비스 산업 홍보·마케팅 미흡

\* 수출 마케팅에 한류를 활용하는 중소기업은 27.6%에 불과('19년, 중기부)

⇒ 타 산업과의 연계 확대로 한류의 경제적 효과 극대화 추진

### □ 반[反] 한류 정서에 대한 관리 필요

- 중국·일본·동남아 등 일부 소비시장 중심으로 과도한 상업적 해외진출에 따른 반 한류 분위기 형성

\* 반 한류 공감도 : '15년 16.2% → '19년 26.6%로 증가('19년, 국제문화교류진흥원)

⇒ 한류 애호층 관리, 쌍방향 교류 증진으로 한류 지속 기반 강화

### □ 부처별 정책 추진으로 한류 효과 극대화에 한계

- 한류 관련 정책은 여러 부처들과 관련되어 있지만, 정책 총괄, 국가브랜드 종합 홍보 및 관계부처 간 협력·조정 기능 미비

⇒ 한류 정책 총괄 및 협력을 위한 범부처 한류 정책 협의체 구성

### Ⅲ. 추진전략

## 비전 문화와 경제를 이끄는 신한류, K-Culture



전략 1	한류 콘텐츠 다양화로 파급력 제고
확 산	<p>1-1 경쟁력 높은 한류 콘텐츠 지속 발굴</p> <p>1-2 한국문화 전반으로 한류의 저변 확장</p> <p>1-3 비대면 경제 변화에 대응하는 온라인 서비스 강화</p>
전략 2	한류로 연관산업 동반성장 견인
융 합	<p>2-1 한류 활용 소비재 산업 마케팅 지원</p> <p>2-2 한류 연계를 통한 서비스산업 육성</p> <p>2-3 한류와 산업 간 마케팅 공조 강화</p>
전략 3	지속가능한 한류 확산의 토대 형성
기 반	<p>3-1 한류 정책 협력체계 구축</p> <p>3-2 한류 소비층 확대 및 문화교류 증진</p> <p>3-3 저작권 보호를 통해 한류 지속 확산 지원</p>

## IV. 중점 추진 과제

### [전략1] 한류 콘텐츠 다양화로 파급력 제고

케이팝 등 대중문화 뿐만 아니라 예술·전통문화·스포츠 등 세계적 관심을 끌 잠재력이 있는 한국문화 전반으로 콘텐츠를 다양화

#### 1. 경쟁력 높은 한류 콘텐츠 지속 발굴

##### □ 게임·이스포츠의 세계적 한류 콘텐츠화 (문체부·중기부)

- (산업 기반 강화) 게임산업 규제 완화 및 기업 육성 지원 확대
  - 모바일·실감형 등 게임 등장 등 산업환경 변화에 따라, 현 아케이드 게임 규제 중심의 관련 법령(게임산업진흥법 등) 전면 개정\*(20년 하반기)
  - \* 신유형 게임 등 대비 '게임물'을 '게임'으로 변경, 부정적 인식 표현 정비 등
  - 상담·정보제공 등 기업이 원하는 분야를 선택하여 지원받을 수 있는 맞춤형 제작·유통 지원체계 도입
  - 온라인 플랫폼 기업(구글)과의 협업을 통해 모바일 게임·앱 분야 등 창업기업의 사업화 및 교육·상담·해외진출 지원(20년, 80개사)
- (국가 간 교류행사) 국가별 대표급 선수들이 참여하는 '제1회 한중일 이스포츠 대회' 개최(20.11월, 서울)
  - 국산게임 포함 이스포츠 종목 선정, 이스포츠의 세계 콘텐츠화 추진
- (종주국 위상 강화) 이스포츠 지역 상설경기장, 시설 지정 등 기반 구축\*과 함께 '이스포츠 국제표준' 마련
  - \* 지역 상설경기장 부산·대전·광주 3개소 설립, 피시방 88개소 지정(20년)
  - 지역 상설경기장 활용, 상설리그 운영(일반인·동호인 등) 및 외국구단 국내 전지훈련 유치, 지역행사 연계 관광상품 개발
  - 국제대회 운영 규정 및 시설·장비, 인력양성 등 표준 마련

## □ 실감형 한류 콘텐츠 확충 (문체부·과기정통부)

- (인프라 확충) 문화시설 체험 공간 조성 및 광화문 프로젝트 추진
  - 박물관·미술관 등 자원 활용 체험공간('19년 4개소→'20년 10개소) 및 문화·관광거점(광화문 일대)에 실감콘텐츠 체험공간 조성('20년)
  - 5G 기반 문화재(창덕궁, 덕수궁) 활용 실감콘텐츠 서비스 제공('20년)



- 해외 한류 실감콘텐츠 체험공간 조성 추진('20년, 파리 한국문화원)
- (제작 활성화) 가상·증강현실(VR·AR) 콘텐츠 제작 지원 확대
  - 실감형 미디어·소통·생활양식 등 기업-소비자 거래(B2C) 3대 분야 제작 지원('20년, 30개 과제)
  - 실감형 방송영상 콘텐츠 제작 지원, 전문가 교류 기획·개발 및 시범 프로그램 제작 지원('20년)
- (해외시장 진출 지원) 해외거점 연계 시장 다변화 추진('20년)
  - \* 미국·베트남·싱가폴 등 정보통신산업진흥원 해외사무소 5개소

## □ 한국 영화산업의 신시장 창출 (문체부)

- (투자 확대) 영화산업 투자펀드 및 독립예술영화 지원 강화
  - 경쟁력 있는 중소 영화제작사 육성을 위한 투자펀드\* 확충('20년)
    - \* 중·저예산 영화 순제작비 50% 내외 투자(기금출자 210억원, 결성 300억원)
  - 독립예술영화 제작·유통·개봉 및 전용관 지원 확대('20년)



○ **(인력 양성) 장편 제작교육 확대 및 기술전문과정 신설 등 영화 아카데미(KAFA)\* 교육 확대('20년)**

\* 한국영화진흥위원회가 운영하는 영화 전문인력 양성 교육기관으로 1984년 설립 이래 봉준호 감독 등 700여명의 영화인 배출

- 시나리오창작센터 중심 영화 기획 개발 지원('20년, 한국영화진흥위원회)

○ **(한국영화 100년 자산 활용) 한국영화 거대자료(빅데이터) 구축 추진 및 해외 진출 마케팅 지원 검토**

- 한국영화 관련 기초·전문·산업 자료 확보 및 집적·활용을 위한 거대자료 통합망 구축 추진

- 칸·베를린 영화제 등 국제행사 참가 해외 현지 마케팅 지원 확대

□ **원천 콘텐츠로서 출판 한류 지원 확대** (문체부)

○ **(수출 플랫폼 활용) 시장진출 다변화 및 지식재산권(IP) 활용 2차 저작물(OSMU) 판권 수출\***을 위한 마케팅 지원

\* 예 '엄마를 부탁해'(미국 드라마 수출), '보건교사 안은영'(넷플릭스 오리지널 시리즈 제작), '잘자요 엄마'(영국 드라마 제작), '설계자들'(영화 제작 수출)

- 온라인 수출 플랫폼(K-Book) 활용 상설 비대면 화상 상담시스템 운영 및 국제 도서전 등 행사 참가\*('20년, 한국출판문화산업진흥원)

\* '20년 하반기 서울 온라인 저작권 전시(8~12월), 온·오프라인 서울국제 도서전(9월), 모스크바 국제도서전 온라인 주빈국(10월) 등 참가

○ **(권역별 특화콘텐츠 전략) 전 세계 권역별 선호분야 고려 콘텐츠 집중 육성 및 전략적 출판 한류 마케팅 시행**

- **일본**(여성주의 문학 등)\*, **중국**(미용·패션·건강 등 실용서), **유럽**(범죄소설 등 장르문학), **동남아**(학습만화), **중남미**(청소년 문학 및 교육교재) 등

\* 예 '82년생 김지영'(15만부), '애쓰지 않고 편안하게'(선인세 2천만엔, 역대 최고액) 등

## 2. 한국문화 전반으로 한류의 저변 확장

### □ [문화유산] 한류 원형을 국제적 감각으로 재창조

(문체부·농식품부·문화재청/외교부)

- (한식) 한식문화의 국가 이미지 제고 및 전 세계 홍보·확산을 위한 해외 한식당 한국적 이미지 강화 사업 추진
  - 해외 중점 확산 도시(3개 도시)의 한식당(도시당 2~3개소)에 한국적 이미지 적용 외관 개선 및 보급물품 집중 설치('20년)



- 민간위원(15명) 포함 문체부·농식품부 공동 ‘한식이미지위원회’ 운영
- (태권도) 해외 태권도 교육·홍보 확대 및 태권도 체험시설 조성
  - 해외 태권도 사범 파견 확대('19년 40개국 41명→'20년 70개국 71명) 및 태권도 소재 영상·웹툰·게임 등 콘텐츠 제작('20년)
  - 무주 태권도원 ‘태권스테이\*’ 시범 도입('20.8월) 및 복합체험 시설화
    - \* 태권도 기술 체계를 기반으로 한 치유-건강 융합 수련·체험 콘텐츠 개발
  - 100여개 재외공관 참여 대한민국 대사배 태권도대회 개최('20.11월)
- (문화재) 유·무형 문화재의 해외 전시·체험기회 확대
  - 국립 박물관·미술관 해외 전시 및 해외박물관 한국실 지원('20년, 7개국 12개관)으로 한국 대표 문화재 관람 기회 확대
  - 국내 거주 외국인 대상 국가무형문화재 전승자 참여 ‘K-무형유산 한류공연’('20.8월, 국립무형유산원)

○ (전통문화) 한류의 원형, 전통문화의 해외 진출 활성화 지원

- 국내외 활동 외국인 1인 창작자(크리에이터) 활용, '매력적인 한국의 전통문화 콘텐츠' 생산('20년)
- 세종학당 온라인 세종문화아카데미 개설, 전통문화 전문가 참여 문화 체험 비대면 강의 운영('20년)
- 재외공관 협업 해외 한복·한지·놀이 등 전통문화 통합 전시·체험 시범행사 개최 추진

부처 협업계획	
주요 내용	주관/협력부처
○ <b>한식 이미지 제고</b> : 문체부·농식품부 공동 '한식 이미지 위원회' 운영('20.5월~), 물품보급(농식품부)·홍보마케팅(문체부)	문체부·농식품부
○ <b>태권도 문화교류 확대</b> : 태권도 사범 해외 파견(비자발급), 해외 국·공립·사립학교 공교육 연계 프로그램 확대	문체부/외교부
○ <b>문화재 해외 체험기회 확대</b> : 행사기획, 국내외 협력기관 섭외, 재외공관·한국문화원 온라인 홍보 등 협업	문체부·문화재청/외교부

□ [예술] 세계 속 '예술한류' 확산 (문체부/외교부·중기부)

○ (문학) 번역·출판 지원 확대, 한국문학의 전략적 해외 진출 도모

- 영어 등 주요 언어권 외 전략 언어 10개\*를 선정, 홍보 콘텐츠 제작 등 해외 진출지역 다변화 지원('20년)

\* 태국어, 베트남어, 인도네시아-말레이어, 터키어, 불가리아어, 아랍어, 페르시아어, 포르투갈어, 스페인어, 우즈베키스탄어

- 번역아카데미 내 중국어·일본어 정규과정 신설('20년)
- 한류로 변화된 해외 문학 출판시장 특성 및 언론 동향, 한국문학 인지도 등 권역별 시장분석 기반 전략 수립('20년)

○ (시각예술) 한국미술·공예의 세계시장 접근성 제고

- 한국미술을 해외 미술 비평·전문가에게 소개할 수 있는 전문서적의 집필, 번역, 배포 등 단계적 출판지원('20년)

\* 예 '16~'17년 지원으로 '20년 출판된 「Korean Art from 1953」은 뉴욕타임즈 특집 기사('20.2월, 6월) 등 해외매체 소개, 아마존 예술서적 부문 베스트셀러 1위

- 해외 온라인 플랫폼 활용 전시 및 콘텐츠 제작 지원('20년, 15건)

- 해외 주요 공예기관·단체 참여 국제공예포럼 개최('20.12월)\*

\* 2020 공예트렌드페어 연계 개최, 기획·창작·판매·연구자 200여명 참석

○ (공연예술) 전략적 해외진출 지원 및 해외 공연 기회 확대

- 비대면 온라인 공연예술 견본시('20년, 서울아트마켓) 및 해외홍보 영상 제작 등 해외 예술시장 온라인 공개행사 지원('20년, 20건)

- 공연예술 분야 국가 간 협력 강화(중국·일본·대만·홍콩·싱가포르 등) 및 국립예술단체의 해외 예술교류\* 확대 추진

\* (국립오페라단) 한-이탈리아 예술가 협업 창작오페라 공동제작,  
(코리안심포니오케스트라) 방한 초청 다국적 클래식 아카데미 운영 등

- 전통예술 기반 한류 공연콘텐츠 개발 및 무용한류 확산을 위한 현대무용 신작 공연 개발 추진

부처 협업계획

주요 내용	주관/협력부처
○ 해외 주요 박람회 참가 지원 : 참여 공예작가 사전교육, 현장직원 파견 및 구매자 관리, 거래관리 지원	문체부/중기부
○ 해외진출 거점 개발 및 공연 기회 확대 : 현지 협력기관 섭외 및 정보공유, 재외공관 온라인 매체 활용 협력홍보	문체부/외교부

□ **[스포츠] 한국의 우호감을 높이는 ‘스포츠 한류’ 강화** (문체부/외교부)

- (스포츠 교류 확대) 해외 스포츠 지도자 파견 확대(‘19년 6종목→’20년 12종목, 대한체육회)를 통해 스포츠 한류 파급효과\* 창출 기회 마련

\* 예 ‘19.6월 삼성전자 갤럭시 ‘박항서 한정판’ 현지 출시로 한 달 만에 완판, 신한은행 베트남 법인은 박항서 감독 홍보대사 위촉 후 고객 50% 증가

- 신남방·신북방 협력국과 친선 경기·합동 훈련 등 지원

\* 예 한아세안특별정상회의 계기 라오스 야구 국가대표팀 한국 특별 초청, 한국 합동훈련·친선경기, 야구용품 지원 등

- (평창올림픽 유산 확산) 개도국 청소년 초청 드림프로그램 운영

- 참가자 확대(한국어·한국문화·스포츠외교 관심자 등) 및 평창올림픽 시설 활용 다양한 스포츠·문화체험 제공

- 신남방 동계종목 유망주 대상 훈련 지원 및 스포츠 가치 교육 등 2022 베이징 동계올림픽 계기 지원 확대(‘20년)

- ‘2024 강원 동계청소년올림픽’\* 연계 한류·전통·평화 주제 공식 문화교육 프로그램 운영(‘24년)

\* ‘24.1.19~2.2 강원도 평창·강릉 등, 70여개국 2,600여명 참가 예정

**부처 협업계획**

주요 내용	주관/협력부처
○ 스포츠 교류 확대 : 개도국 대상 스포츠 지도자 파견 시 비자발급 등 현지 체류 및 사업홍보 협조	문체부/외교부
○ 평창동계올림픽 유산 확산 : 청소년 초청 프로그램 현지 스포츠 유관기관 협력 홍보 및 참가자 섭외	

### 3. 비대면 경제변화에 대응하는 온라인 서비스 강화

#### □ 온라인 확산에 적합한 분야의 한류 콘텐츠 집중 육성 (문체부 과기정통부)

- (웹툰) 모바일에 최적화되고, 영화·드라마 등의 원천 콘텐츠로서 활용 부가가치가 높은 웹툰 산업을 신한류 콘텐츠로 육성
  - 얼굴인식·VR 등 신기술 융합 웹툰 제작 지원('20년)
  - 웹툰 플랫폼 대상 서버구축·마케팅 등 해외진출 지원('20년)
  - 한류스타 연계 웹툰 제작 지원 및 한국관광 홍보 등을 위한 지역 소재 만화 제작 지원('20년)



- 플랫폼 폐쇄 등으로 소실되기 쉬운 웹툰 자료의 체계적 보관 및 2차 제작 활성화를 위한 '웹툰 아카이브' 구축 추진
- (애니메이션) 언어·연령·문화장벽이 낮고, 캐릭터 등 연관산업 견인효과가 높은 애니메이션을 전략적 육성
  - 온라인 플랫폼 기반 애니메이션 제작 지원('20년, 7개 내외 과제)
    - \* 예 스마트스터디사 제작 어린이 교육용 콘텐츠 <핑크퐁>은 유튜브 기반으로 전 세계적 인기 확산, 누적조회 230억뷰 달성
  - 한국애니메이션 디지털 아카이빙(데이터 수집·기록·보존)을 통해 새로운 기획과 연구·교육 자료로 활용('20년)
  - 국산 애니메이션 해외 방영 지원('20년, 5작품)

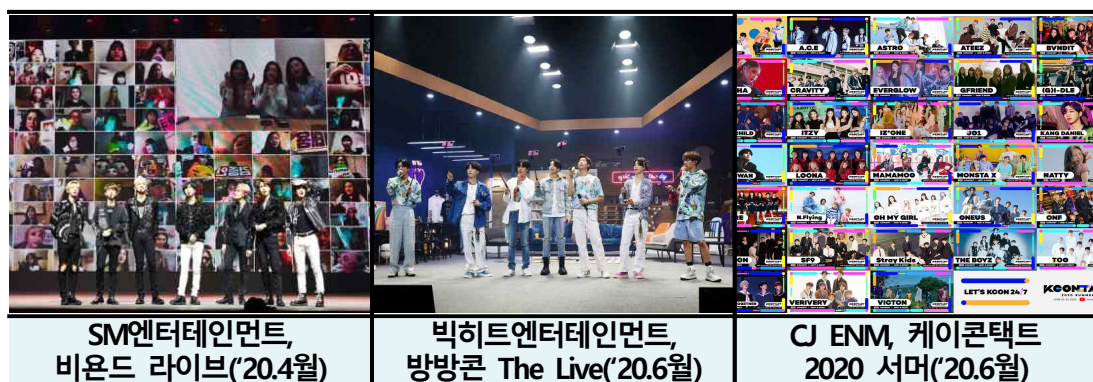
- (1인 콘텐츠) 1인 콘텐츠 창작을 신한류 핵심분야로 육성
  - 국내 1인 콘텐츠 창작 활성화를 위해 '뉴미디어 콘퍼런스'('20.9월) 및 '대한민국 1인 미디어 대전'('20.11월) 개최
  - 1인 미디어 창작자의 발굴을 위한 공모전 추진('20년), 해외진출을 위한 국제공동제작 캠프 운영 등 전 주기 지원체계 구축
  - 1인 광고창작자 육성을 위한 온라인 광고 창작 교육·지원 및 중소기업 광고·홍보 연계 지원('20년)
- (방송·영상콘텐츠) 온라인 중심 영상 콘텐츠 유통·소비 행태에 맞추어 신 유형 콘텐츠 제작·플랫폼 수출 지원 확대
  - 온라인에 특화된 짧은 영상(숏폼), 웹드라마·웹예능·다큐멘터리 등 형식의 제한 없는 방송·영상 콘텐츠 제작 지원('20년)
  - 국내 온라인 동영상 플랫폼(OTT) 협업 공모전으로 드라마 등 영상콘텐츠 기획안 발굴·제작 지원('20년)

부처 협업계획	
주요 내용	주관/협력부처
○ 웹툰 플랫폼 해외진출 : 웹툰 플랫폼 장비·마케팅 지원 (문체부), 해외 구매자 연결 및 현지 정착 지원(산업부)	문체부/산업부
○ 1인 광고콘텐츠 창작자 육성 : 청년 광고 예비인력 교육 (문체부), 광고 제작이 필요한 중소기업 연결(중기부)	문체부/중기부



## □ 5G 기반 온라인 문화콘텐츠 제작 및 서비스 확대 (문체부)

- (문화예술) 온라인·비대면 방식을 통한 문화·예술 해외진출 확대
  - 온라인·디지털 분야에 관심있는 예술가 대상 미디어 활동 지원, 예술계 진입 및 창작 작품 발표 기회 제공('20년, 2,720명)
  - 우수 공연 촬영 및 생중계('20년, 15편), 공연 기록물의 온라인 상영('20년, 189회), 실감기술 활용 차세대 공연영상 콘텐츠 제작 추진
  - 국립박물관·미술관 온라인 전시·해설 영상 제작 지원('20년)
- (스포츠) 프로스포츠\* 온라인 콘텐츠 개발 및 유망기술 발굴
  - \* 예 '20.5월 무관중으로 개최된 한국프로축구 개막전은 전 세계 1,900만명 시청, 한국프로야구 경기는 전 세계 130여개국 방송 송출 등
  - 우리 프로스포츠의 독특한 응원문화, 구단 이벤트\* 등의 온라인 콘텐츠화 및 관심 지속을 위한 해외 마케팅·중계 지원('20년)
  - \* 구단·선수별 응원가, 야구공 모양 풍선에 들어가 시구하는 '버블 언택트 시구' 등
  - 5G 기반 초실감·몰입형 스포츠 관람·참여 서비스 기술 개발, 스포츠 신성장 분야(비대면 스포츠 등) 진출 지원 추진
- (대중음악) 신기술 결합 지원으로 새로운 음악 시장 선도
  - 온라인 대중음악 공연에 최적화된 '온라인 케이팝 공연 제작 전문 스튜디오' 구축 및 온라인 공연 제작 지원 추진



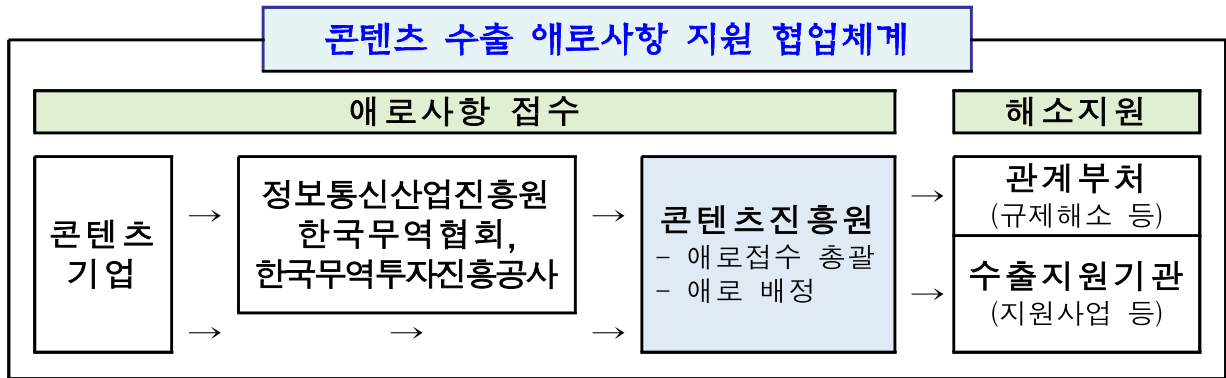
- 음악-정보통신기술(ICT) 융복합 서비스 개발 지원('20년)



□ **한류 콘텐츠 온라인 수출 지원** (문체부/산업부·과기정통부·중기부)

- (수출 지원체계 구축) 관계부처·유관기관\* 간 신속대응체계 운영, 지원사업 연계 등으로 콘텐츠 수출기업 애로사항 신속 지원

\* 한국콘텐츠진흥원, 정보통신산업진흥원, 한국무역협회, 한국무역투자진흥공사



- 기관별 지원사업, 시장 정보, 해외 구매자 등 콘텐츠 수출 관련 통합정보를 제공하는 '콘텐츠 수출지원체계' 구축 운영\*(20년)

\* 콘텐츠진흥원 운영 정보망 '웰콘(WelCon)'을 통한 유관기관 수출정보 통합 제공

- (비대면 마케팅 강화) 콘텐츠 분야 온라인 수출 상담회, 수출용 콘텐츠 현지화 지원 등을 통해 한류 콘텐츠 해외진출 지원

- 콘텐츠 분야 온라인 수출상담회 개최(20년 하반기, 콘진원·무역협회), 비대면 해외 마케팅 행사 '온라인 K-콘텐츠 엑스포' 개최(20.10월)

- (현지화 지원) 언어 장벽 극복을 위한 번역 등 현지화 지원 확대

- 수출용 콘텐츠 현지화(통·번역, 출원·등록 등) 인력 지원(20년)

부처 협업계획	
주요 내용	주관/협력부처
○ 수출 지원체계 구축 : 콘텐츠 기업 애로사항 공유 및 이관, 부처별 콘텐츠 기업 지원사업 및 수출정보 연계	문체부/산업부·과기정통부
○ 온라인 수출상담회 개최 : 해외 유력 구매자 발굴, 구매자 및 국내기업 매칭, 화상상담 인프라 제공	문체부/중기부

## [전략2] 한류로 연관산업 동반성장 견인

한류의 경제적 파급효과를 활용, 우리 소비재 및 서비스 산업의 경쟁력을 높여 연관산업 동반성장 유도

### 1. 한류 활용 소비재 산업 마케팅 지원

#### □ 한류 활용 미용산업(K-뷰티) 지원 (복지부/중기부·산업부·식약처)

- (신홍시장 진출 강화) 반짝매장(팝업부스), 화장품 홍보·판매장, 시장개척단 고도화를 통한 한국 화장품 입지 강화('20년)
  - 해외 화장품 홍보·판매장(싱가포르·베트남·러시아), 홍보 반짝매장(인도·필리핀 등) 운영으로 중소기업의 판로개척 지원
- (해외판로 개척) 중국 시장개척단, 수출상담회 등 수출지원('20년)
  - 중소기업 진출 수요가 많은 중국 도시 내 협력 사업자 발굴 및 기업 간 거래 지원(2개 지역, 총 30여개사)
    - \* '20년은 코로나19 확산에 따라 국내기업의 중국 인허가 획득 지원으로 변경
  - 미국·유럽 등 선진시장 온·오프라인 마케팅(4개국, 총 250여개사)
- (홍보관 상설 운영) 국내 'K-뷰티 종합 체험관' 신설 추진
  - 주요 소비층(외국인·여성층) 등 유동인구가 많은 거점상권에 설치, 체험 프로그램과 뷰티 강좌, 사업자 연결 및 상담 등 제공



뷰티 체험 프로그램



뷰티 강좌



뷰티 상품 전시 및 판매

## □ 한류 활용 식품산업(K-푸드 · K-피쉬) 지원

(농식품부·해수부/중기부·외교부)

- (전략시장 진출) 신남방·신북방·중화권 등 한류 확산지역 마케팅
  - 해외 대형마트·영화관 연계 판촉전\*, 한국 농산물 전용 판매관 (5개국 48개), 수산물 반짝매장 및 편의점 판매 지원(11개국 163개)
  - \* 농식품 40개국 350회, 수산물 중화권 10개 CGV 영화관 연계('20년)
  - 해외 구매자 초청 상담회(Buy Korea Food) 개최(온라인 상담회 등 14회)
  - 청년해외개척단·수출선도기업을 연결, 시장개척 활동 지원(29개사 34명)
- (한류 연계 마케팅) 한류행사 및 한류스타 활용 한국식품 홍보
  - 해외 수출 거점도시 '한국식품 박람회(K-Food Fair)\*' 개최 (5개국 5회) 및 케이콘(KCON) 등 한류행사 연계 식품 홍보
  - \* '20년 행사는 코로나19 확산에 따라 소규모 또는 비대면으로 전환
  - 한류스타 연계 K-푸드(15개사)\*, K-피쉬\*\* 상품 제작 및 현지 홍보
  - \* 조여정(김치·홍삼 등), SF9 로운(떡볶이) 등 한류스타 연계 홍보·마케팅 활용
  - \*\* 대형유통할인매장·식당·공항 등(8개국 166개), 재외공관 연계 홍보(4개국)
  - 현지 유력인사 및 젊은층 참여 'K-피쉬 서포터스' 운영('20년)
  - \* 일본·베트남·말레이시아 3개국 60명을 선발, 유튜브·페이스북 등 홍보
- (비대면 유통 지원) 해외 유명 전자상거래 플랫폼 연계 홍보
  - 아마존(미국)·라자다(동남아) 등 온라인몰·배달앱 및 근접배송 활용 마케팅 지원('20년, 농식품 16개국 102회, 수산물 13개국 79회)
  - K-피쉬 온라인 전용관·전시관 운영(중국 타오바오·샤오홍수) 및 세계 한인무역협회 비대면 유통채널 연계 판촉 홍보('20년)

### 부처 협업계획

주요 내용	주관/협력부처
○ 한류 연계 행사 개최 및 참가 : 한국식품 박람회 개최 및 공동참여, 케이콘 등 연계 대규모 행사 개최 및 참가	농식품부/중기부·해수부
○ 재외공관 연계 홍보 : 재외공관 사업수요 조사, 협력홍보 등	농식품부·해수부/외교부

□ **한류 활용 패션산업(K-패션) 지원** (문체부·산업부·중기부)

- (한국패션 홍보) 한류 콘텐츠 속 패션 노출 효과를 활용, ‘한국만의 독특한 패션’ 인식 확산을 통해 K-패션 인지도 제고
  - 한류스타와 중소 패션 브랜드, 개별 한복 디자이너 간 협업을 통한 제품 기획·개발 및 홍보 지원(‘20년)
  - 해외 패션 디자인 관련 학교에 한복 강좌 개설 지원



- (해외진출 지원) K-패션의 온·오프라인 해외 판촉 강화
  - 국내외 패션 전시장 운영 및 공동 홍보행사 개최
    - \* 뉴욕 '더 셀렉츠'(문체부), 서울 '르돔'(산업부), '하이서울 쇼룸'(서울시) 등 운영
  - 주요 패션행사 기간 중 한국 브랜드 연합 패션쇼(컨셉 코리아) 및 계기별 해외 구매자 초청 대규모 패션 수주행사\* 개최
    - \* 패션문화마켓(문체부), K패션오디션·트렌드페어(산업부), 서울패션위크(서울시) 등
  - 중화권 등 온라인 쇼핑몰에 패션 기업 입점 지원(‘20년)

부처 협업계획	
주요 내용	주관/협력부처
○ <b>한국 패션 홍보</b> : 한류스타와 패션업계 간 연계 지원, 융합콘텐츠 제작 및 패션쇼 추진 시 공동 홍보 등	문체부·산업부
○ <b>해외진출 지원</b> : 홈쇼핑 해외 방송채널(12개국 23개) 활용 우수 패션제품 해외홈쇼핑 방송 판매 지원	중기부/문체부

## □ 한류 활용 온라인 판매(K-세일) 지원 (중기부)

- (온라인 진출) 한국 대중음악 연계, 국내외 소비자의 관심 유도\*
  - \* 예 대중음악과 연계한 ‘대한민국 동행세일’ 행사의 경우, 네이버 ‘V LIVE’ 시청 수 84만회, ‘좋아요’ 4,500만개, 실시간 댓글 15만개 기록
- 온라인 기반 실시간 방송판매(라이브커머스) 활성화\* 지원
  - \* 독립적인 방송 송출 및 안정적인 시스템 운영을 위한 ‘가치샵시다 플랫폼’ 시스템 고도화 및 주제별(패션, 식품, 가전 등) 전문 스튜디오 구축
- 대중음악 및 다양한 판촉·할인행사와 병행한 실시간 방송판매 지원으로 우수 중소기업·소상공인의 온라인 판로 활용 촉진



- (복합공간 조성) 무인점포(키오스크), 디지털 공연 예술(대중음악), 온라인 주문·판매 등이 접목된 새로운 마케팅 공간 구축 추진
  - 공연, 전시 등과 소상공인 우수제품을 결합한 체험 행사를 기획하고, 가상현실(VR)로 즐기는 대중음악 공연시설을 조성
  - 국내외 관광객 대상 브랜드K, 백년가게 등 우수 중소기업·소상공인 상품 온라인 판매\*
- \* 제품 정보무늬(QR코드)를 통해 ‘가치샵시다 플랫폼’ 등 온라인 구매 연계



## 2. 한류 연계를 통한 서비스산업 육성

- **한류와 관광산업 연계 강화** (문체부·문화재청/농식품부·중기부·외교부)
- (한류관광 활성화) 한류 활용 관광 매력도 제고 및 관광상품 개발
    - ‘한국문화축제’(K-Culture Festival, 연 2회), 대형공연·공개방송 등 한류행사 연계 관광상품 개발 및 홍보·마케팅 지원
    - 한류스타 활용 한국관광 해외광고\* 콘텐츠 제작(‘20.6~7월)
      - \* 소녀시대 윤아, 샤이니 태민 등 코로나19 극복 응원 및 한국관광 광고 제작
  - (문화유산 활용) 국내 대표 문화유산 활용 관광 프로그램 개발·홍보
    - 문화유산 방문 코스\* 제공 및 한류스타 활용 온라인 홍보\*\*
      - \* ‘왕가의 길(서울, 경기)’, ‘천년 정신의 길(경주, 안동)’ 등 7개 코스
      - \*\* 한류스타의 ‘문화유산 방문코스 방문기’ 영상 제작·홍보(‘20.8월)
    - 공연과 함께 하는 문화유산(KOREA on Stage), 유네스코 등재 세계유산 주제 공연·체험·전시 등 체험관광 콘텐츠 개발
    - 인천공항 내 ‘한국문화 브랜드관’ 조성(‘20.10월)
  - (전통시장 연계) 국내 역사·문화·관광자원과 연계, 전통시장을 즐길 수 있는 체험형 한류 콘텐츠 개발·운영
    - 유명 관광지, 전통시장 연계 기차·버스 여행코스 개발(‘20년, 45개소)
  - (지역 가치 발굴) 지역의 가치를 새롭게 창출하여 관광 자원으로 활용하는 지역혁신창업가(로컬크리에이터)를 집중 육성
    - 지역 특색을 살린 지역관광 창업 사업화 지원(‘20년, 280개사)

### 부처 협업계획

주요 내용	주관/협력부처
○ 한국문화 축제(K-Culture Festival) 개최 : 한식(식품), 중소기업 대상 참여기업 모집, 기업·제품 홍보관 참여 지원	문체부 /농식품부·중기부
○ 문화유산 방문캠페인 홍보 지원 : 한국문화원, 관광공사 해외지사 활용 홍보영상 상영 및 소개자료 비치 등	문화재청/문체부

## □ 한류와 의료산업 연계 강화 (복지부·문체부)

- (한국의료 홍보·국제공조 강화) 한국의료의 가치(환자중심)와 중증 치료기술 우수성 전파를 위한 브랜드 개선(‘20년)
  - 온라인 기반 환자 중심 스토리 콘텐츠·채널 활성화\*
  - \* (종전) 학술회의·토론회 등 오프라인 채널을 통한 정량 중심의 정보 전달  
→ (개선) 누리소통망(유튜브·인스타그램 등)을 통한 스토리 중심의 소통
  - 글로벌헬스기술연구기금\*(RIGHT Fund)을 통해 감염병 치료제·백신·진단기기 개발 연구 및 주요 개도국 지원 추진
  - \* 정부·빌게이츠재단·국내기업이 공동 출자 총 500억원 규모 펀드
- (의료·치유 관광 육성) 코로나19 계기 우수하고 안전한 의료·치유 관광 중심국가로의 도약을 위한 업계 경쟁력 강화 및 상품 개발
  - 의료관광객 유치업체 육성 및 분야별 교육 제공(‘20년)
  - 치유 관광 프로그램 이용에 따른 신체적·정신적 개선효과 측정, 분석 및 활용 모형 개발, 업계 확산 추진
  - 국제회의 참가자 등 방한객 대상 의료·치유 관광상품 홍보(‘20년)
  - 국내 여행사 대상 공모를 통한 치유 관광상품 확보 추진

### 부처 협업계획

주요 내용	주관/협력부처
○ 의료관광 정보제공 : 의료관광 안내센터 이용 방문객 대상 의료 정보 안내 및 관광지 소개	문체부·복지부
○ 의료·웰니스 관광상품 개발 : 관광코스 개발 시 의료관광 관련 연계 가능 국내 의료기관 정보 공유 및 홍보	문체부·복지부

□ **한류와 교육 연계 강화** (교육부·문체부/외교부)

- **(K-교육 해외 확산)** 대한민국의 우수 교육시스템을 세계에 공유
  - 한국형 원격교육\* 체제 개발, 공유 및 확산('20년)
  - \* 교원·정책가 연수·상담을 통해 현지 원격교육 체제 구축 지원
  - 신남방·신북방 등 전략지역 중심 인적교류 강화\*, 국내 대학의 시스템·자원·경험 등을 개도국 대학에 전수\*\*
  - \* 학위과정 정부초청장학생(GKS) 규모 확대('19년 873명→'20년 1,300명) 및 아세안 지역 교수 초청 장학사업 신설
  - \*\* 국제협력선도대학 지원대상 확대('19년 11개교→'20년 15개교)
- **(한국어 교육 기반 강화)** 전 세계 세종학당 지정·운영 확대 ('20년, 213개소) 및 온·오프라인 한국어 교육 확대
  - 한국어교원 파견 확대('20년, 180명), 교원 양성과정 운영('20년, 100명)
  - 누리-세종학당·모바일 앱 등을 통한 온라인 교육 프로그램 강화
  - 한국어-외국어 병렬 거대자료(빅데이터) 구축(15종, 3천만어절)을 통해 인공지능(AI) 기반 자동번역 지원, 학습앱 개발 등 추진
- **(현지 교육기관 협력 확대)** 해외 현지 정규 교육 분야 협력에 기반하여 한국어·한국학 확산
  - 해외 초·중교 한국어 정규과목 채택 지원('20년, 41개국 약 1,700개교)
  - 현지 초·중교 한국어 교원 양성을 위해 국내와 현지 대학 간 온·오프라인 연계 교원양성 과정 개설·운영
  - 해외한국학 씨앗형 및 중핵대학육성사업 확대, 해외한국학 거점 전략연구소 신설('20년, 1개소) 등 해외 한국학 교육·연구 확대

부처 협업계획	
주요 내용	주관/협력부처
○ <b>한국어 교원 파견·양성 확대</b> : 현지 학교·세종학당 교원 파견, 현지 초·중등 한국어 교원 및 세종학당 한국어 교원 양성	교육부·문체부·외교부



### 3. 한류와 산업 간 마케팅 공조 강화

#### □ 민간 및 부처 협력에 기반한 해외홍보 확대

(문체부·산업부·해수부·중기부)

- (민관협력 강화) 민간 한류행사 연계 콘텐츠·소비재 마케팅 강화
  - 중소기업 제품 한류 마케팅의 대표 사례인 '케이콘'(KCON) 행사를 한국 콘텐츠 업계도 참여하는 형태로 확대('20년, 2회)
  - 소규모 케이콘(Mini KCON) 신설, 한류 신흥지역에 한류스타 및 한류 첫걸음 기업(20개사) 간 협업 추진
  - 음악방송 등 민간행사 연계 콘텐츠 진출 지원('20년, 2회)
- (부처 합동 한류행사) 부처 협력을 통해 한류와 연관산업 공동 홍보
  - 관계부처 합동 해외 '한류박람회' 개최로 한국의 유망 소비재·서비스 제품 및 한류 콘텐츠의 수출 홍보 지원('20년, 2회)
  - 한국문화에 관심이 높은 해외 국가 대상 한류 콘텐츠와 생활문화 등을 종합 소개하는 '모꼬지 대한민국' 행사 개최('20년, 2개 국가)
- (한류 연계상품 개발) 한류 연계 중소기업 상품 개발 지원
  - 콘텐츠·소비재 기업(뷰티·생활용품 등)의 해외진출을 위해 한류 콘텐츠를 활용한 중소기업 상품 기획·홍보·유통 지원('20년, 60개사)

#### 부처 협업계획

주요 내용	주관/협력부처
○ 한류박람회 : 공동기획, 참여기업 모집 및 홍보관 참여	문체부·산업부· 해수부·중기부 등
○ 모꼬지 대한민국 : 현지 진출기업 연결, 기업·제품 홍보관 참여	문체부 /중기부·해수부 등
○ 한류 콘텐츠 연계 상품 개발 : 산업 분야별 협력기관 선정·관리(문체부), 중소기업 대상 홍보(중기부) 등 협업	문체부·중기부

□ **브랜드K 활용 수출 지원** (중기부·문체부·복지부·해수부 등)

- (브랜드K 육성) 화장품·식품·수산물 등 해외진출 가능성이 높은 제품군 내 우수 중기 제품을 '브랜드K'로 선정·지원('20년, 120개)
  - 제품 개선 등 대외 경쟁력 제고를 위해 수출바우처(업체당 최대 1억원), 투·융자 등 정책 자금 연계 지원\*('20년 하반기)
  - \* 브랜드K 전용 수출바우처, 신시장 진출지원자금(100억원), 기술보증 우대 등
  - 온라인 홍보 콘텐츠\* 제작, 다양한 채널로 홍보('20년 하반기, 100개)
  - \* 예 방송 판매자가 브랜드K 제품을 직접 체험·소개하는 형식으로 관심 유발
  - 거점장소(면세점·공항 등)에 중기명품 체험 판매장 구축 추진
  - \* 제품 판매 외 정책홍보, 제품 체험, 문화·휴식 공간 등을 복합적으로 연계
- (해외진출 지원) 시장별 맞춤형 온·오프라인 진출 지원 확대
  - 순방 등 국가행사 및 한류행사 연계 현지 유통망 진출 지원
  - 수출지원기관의 온라인 기업 간 거래(B2B) 플랫폼(고비즈코리아)에 '브랜드K 전시관' 개설, 구매자 발굴·매칭 지원
  - 해외 온라인 플랫폼\* 내 한국관 확대 구축('20년 3개→'21년 10개) 및 국내 온라인몰 인기상품의 해외 플랫폼 자동연계 지원('20년 1,000개사)
  - \* (美)아마존, (日)라쿠텐, (中)티몰·알리바바·타오바오, (신남방)쇼피·큐텐 등

부처 협업계획	
주요 내용	주관/협력부처
○ <b>브랜드K 육성</b> : 화장품·식품·수산물 등 분야별 우수 중소기업 제품 발굴 및 추천 등	중기부/문체부·농식품부·해수부 등
○ <b>체험 판매장 운영</b> : 브랜드K 및 K-뷰티 분야 우수 중소기업 제품 홍보·판매관 공동 구성 및 운영	중기부·복지부
○ <b>온라인 상품관 운영</b> : 한국관 구축 및 국내·해외 온라인몰 연계(중기부), K-브랜드 분야별 입점·판매지원(관계부처)	중기부/문체부·농식품부·해수부 등

### [전략3] 지속가능한 한류 확산의 토대 형성

한류 관련 정책·정보를 전략적으로 관리하고, 한류 소비층 확대 및 문화교류를 통해 한류에 대한 우호적 인식 확산

#### 1. 한류 정책 협력체계 구축

##### □ 한류협력위원회로 범정부 한류 지원정책 총괄 (관계부처 합동)

- (구성) 문화체육관광부 장관(위원장) 및 관계부처 차관, 관련 공공기관장, 민간 전문가 등으로 구성('20.2월 출범)
  - \* 관계부처(13개 부처): 문체부·기재부·교육부·과기정통부·외교부·농식품부·해수부·산업부·복지부·중기부·방통위·식약처·문화재청
  - \* 공공기관(12개 기관): 콘텐츠진흥원·국제문화교류진흥원·세종학당재단 등
  - \* 민간 전문가: 문화·예술·콘텐츠·연관산업 등 각 분야 전문가(안건별 참여)
- (운영) 정례위원회(반기별) 및 실무위원회(수시) 운영
  - 정례위원회(문체부 장관 주재): 한류 지원정책 추진 및 협업 논의, 각 부처·기관 관련 업무 계획 및 정보 공유, 추진상황 점검 등
  - 실무위원회(문체부 차관 주재): 협업 실무 논의, 전문가 자문 등
  - \* 한류협력위원회 법제화를 통한 안정적 협업 기반 마련('20년 하반기)

##### □ 한류 관련 통합 정보망 및 분석 체계 구축 (관계부처 합동)

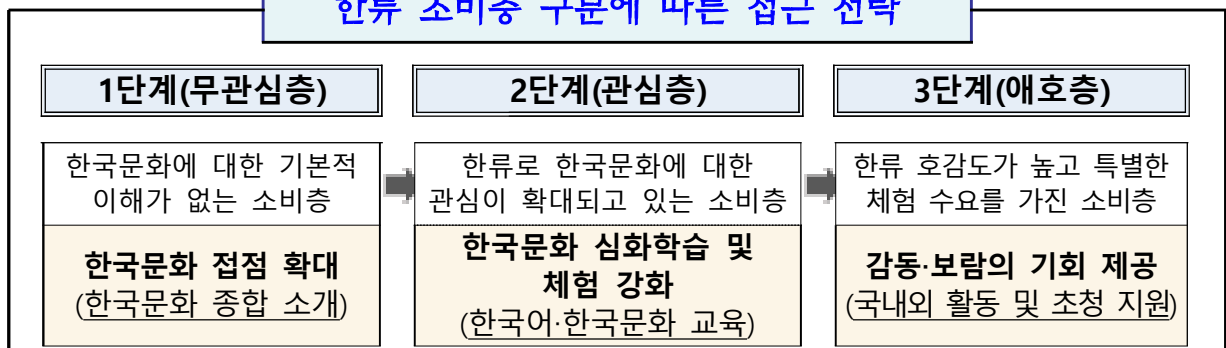
- (통합정보망 구축) 각 부처·기관별 보유 한류 관련 정보들을 연계하여 통합정보망을 구축하고 상호 활용('20.11월)
  - \* 콘텐츠진흥원이 운영하는 수출정보망(WelCon)을 활용, 각 기관들의 한류 관련 행사, 지원 정책, 현지 정보, 사업자·구매자 정보 등을 취합
- (정보분석 체계 구축) 주요 한류 소비 지역별 및 분야별 관심도, 시계열 분석 등을 위한 거대자료(빅데이터) 구축 추진
  - 각 지역 거대자료를 분석하여 현지 수요에 맞춘 한류 정책 수립

## 2. 한류 소비층 확대 및 문화교류 증진

### □ 한류 소비층 확대 (교육부·외교부·문화부)

- (무관심층) 무관심했던 사람들이 우연한 체험만으로 한국에 대한 호감을 가질 수 있도록 행사 개최 또는 자료 지원
  - 재외 한국문화원별 ‘한국문화제’ 개최, 해외 도서관 내 한국자료실 설치 지원(‘20년, 카자흐스탄), 외국인 대상 국립박물관 원격교육 등
  - 정부 대표 다국어포털(9개어) 코리아넷\*을 통해 한국 문화 홍보
    - \* 월 평균 방문자수 159만명, 월 평균 페이지뷰 670만회(‘19년)
- (관심층) 참여형 체험 축적으로 한국문화에 대한 친밀감 강화
  - 국내외 거주 ‘외국인 명예기자단’ 확대(‘19년 595명→‘20년 2,154명)
  - 한국문화 소재 국제 콘텐츠 공모전(Talk Talk Korea)\* 개최(‘20년)
    - \* ‘19년 167개국 32,519건 접수, 수상작 선정과정 등 참가자 직접 참여 유도
  - 세종학당 세종문화아카데미 확대(‘19년 35개소→‘20년 60개소), 온라인 콘텐츠 개발 및 한국어 학습 연계 교재 발간(‘20년)
- (애호층) 각 개인에게 감동과 보람을 줄 수 있는 계기 마련
  - 해외 한류 동호회 활동 지원 및 방한 초청 등 문화체험 제공
    - \* 한류 동호회 축제 및 한국 대중음악 경연대회(케이팝 월드 페스티벌) 개최
  - 1인 창작자 방송의 홍보 파급력을 고려, ‘한류 유튜브 채널’을 구축해 한류 유튜버 육성 및 맞춤형 홍보 지원(‘20년)
  - 한류 확산 및 문화교류에 기여한 외국인 대상 정부포상 장려

### 한류 소비층 구분에 따른 접근 전략



□ **국제 문화교류 증진** (외교부·문체부·산업부·문화재청)

- (계기 활용) 수교기념 및 국제행사 계기 다양한 문화교류 추진
  - 수교기념국 협력 집중 문화교류 행사 개최('20년, 러시아·UAE 2개국)
  - 동북아 연속 올림픽\* 계기 코리아하우스 운영 및 두바이엑스포('21.10월~'22.2월) 한국관 연계 한국 문화관광 홍보 추진
  - \* 2021 도쿄올림픽, 2022 베이징동계올림픽, 2024 강원동계청소년올림픽
- (콘텐츠 산업 국제협력) 시장 잠재력이 높고 미래 세대가 선호하는 콘텐츠 분야를 중심으로 국가 간 정보 공유 및 협력사업 추진
  - '한-아세안 영화 기구' 설립 및 영화 분야 협력사업 검토
  - 세계 문화 분야 비전을 논의하는 '문화혁신포럼' 개최
  - \* '19년 한-아세안 특별정상회의 부대행사인 '문화혁신포럼' 정례화
  - 국립아시아문화전당의 아시아 문화콘텐츠 교류 플랫폼 기능 강화, 아세안문화원의 가상현실(VR) 체험 등 디지털 콘텐츠 개발
- (문화 ODA 및 국제기구 활동) 개발도상국 협력 강화, 국제기구 활동 적극 참여를 통한 전 지구적 협력 확대 및 국제위상 강화
  - 개도국 문화예술·콘텐츠·관광 등 분야별 행정가·전문가 초청, 전문연수 및 공동창작을 통한 전문역량 강화 지원
  - 한국의 세계적 문화유산 보수·복원기술을 신남방·신북방 등에 지원\*
  - \* 라오스·미얀마·캄보디아·우즈베키스탄 등 보수·복원 및 관광자원화 지원
  - 유네스코 '문화다양성 협약' 정부위원회 의장국 활동('21.2월)

**부처 협업계획**

주요 내용	주관/협력부처
○ 한국 대중음악 경연대회(K-Pop World Festival) 개최 : 한국문화원 교육사업(K-Pop Academy) 연계, 예산 지원	문체부·외교부
○ 두바이엑스포 한국관 운영 : 두바이엑스포 한국관 연계 한류행사 개최 및 한국관광 홍보관 운영	산업부·문체부

### 3. 저작권 보호를 통해 한류 지속 확산 지원

#### □ 해외 저작권 보호 지원체계 정비 (문체부/외교부·산업부 등)

- (협업 체계) 국가별·장르별 맞춤형 보호와 유관기관 총력 대응을 위한 해외지식재산보호협의회\* 운영(반기·계기별)

\* 6개 정부부처, 8개 공공기관, 15개 권리자단체 등 합동 협의체 운영 중

- (사이버 저작권 수사대) 국제화·지능화되는 저작권 범죄\*에 대한 적시 대응을 위해 저작권특별사법경찰 역할 강화

\* 국내 단속을 피해 서버 해외이전(국내 불법유통 사이트 서버 90% 이상이 미국 소재), 불법 사이트 운영자가 외국에 거주해 기소중지 되는 사례 증가

- (국제 사법공조 강화) 한류 콘텐츠 저작권 침해 해외 사이트의 조직 범죄화 대응을 위한 국내외 관계기관 사법 공조체계 마련

#### □ 저작권 보호를 위한 국제협력 강화 (문체부)

- (저작권 보호환경 개선) 개도국 대상 불법복제물 추적관리시스템(I-COP)\* 등 저작권보호 시스템·기술 전수 및 인식개선 분야 협력

\* 웹하드 등 온라인상 불법복제 정보 자동 수집, 침해사실 통보 등을 수행

- (국제분쟁 조정제도 지원) 소송 대비 저비용·고효율 분쟁해결 수단인 WIPO의 대체적 분쟁해결제도(ADR) 소개\* 및 이용 지원

\* 국제 저작권·콘텐츠 분쟁 조정 조사 및 안내서 제작·배포('20년)

#### 부처 협업계획

주요 내용	주관/협력부처
○ 국제 사법공조 강화 : 인터폴 적색수배(경찰청), 범죄인 송환(법무부), 여권 무효화(외교부)	문체부·경찰청· 법무부·외교부
○ 해외지식재산보호협의회 운영 : 지식재산 침해 현황 파악 및 범부처·유관기관 공동대응 방안 논의	문체부/산업부· 외교부·경찰청 등

## 참고

## 부처별 주요 한류사업 일정

부처명	사업내용	국가·지역	시기	협조부처
문화부	관계부처 합동 한류박람회	말레이시아	11월	산업부
	K-콘텐츠 엑스포	UAE	11월	외교부
		온라인	10월	-
	민관합동 콘텐츠 동반진출 지원	러시아	미정	복지부, 농식품부, 해수부, 중기부, 식약처 등
	한국문화축제(2회)	국내	7월/10월	농식품부, 중기부
	한류 연계 콘텐츠 기획·개발 지원	국내	연중	중기부
	모꼬지 대한민국	온라인	10월	중기부, 해수부
	국제방송영상마켓 개최(BCWW, BCM)	서울/부산	9월/11월	
	서울드라마어워즈(SDA) 개최	서울	9월	
	수교기념 문화교류 행사 개최	러시아	하반기	-
		UAE	10~11월	
	한류 홍보 유튜브 종합 채널	-	연중	-
	해외 한류동호회와 함께하는 한국문화축제 개최	온라인	10월	외교부
	문화혁신포럼 개최	국내	10월	-
교육부	원격교육 역량 강화	-	-	-
	정부초청장학생 선발 지원	인도네시아, 베트남 등 150여개국	연중	-
	국제협력선도대학 선정 지원	스리랑카, 베트남, 몽골 등(7)	연중	-
	현지 정규 한국어 교육 확대	전 세계 41개국	연중	-
	해외 한국학 확대	전 세계 30여개국	연중	-
과기정통부	1인 미디어 대전	국내	11월	-
	해외한국어방송인대회	국내	11월	-
외교부	K-포럼 개최	국내	11월	-
	K-Pop 월드페스티벌 지역 예선	전 세계 100여개국	연중	문화부
	대사관배 태권도 대회	전 세계 100여개국	연중	문화부
농식품부	K-FOOD FAIR 개최	하노이	9월	문화부, 해수부, 중기부, 식약처 등
		파리	10월	
		자카르타	10월	
		방콕	11월	
		상하이	11월	
산업부	관계부처 합동 한류박람회(2회)	온라인	6월	문화부, 복지부, 농식품부, 중기부, 식약처
		말레이시아	11월	

부처명	사업내용	국가·지역	시기	협조부처
복지부	해외 화장품 판매장 운영	싱가포르, 베트남, 러시아	연중	-
	해외 화장품 팝업부스 운영	인도, 필리핀 등	하반기	-
	해외로드쇼 개최	네덜란드, 미국(뉴욕) 등	하반기	-
	중국 화장품 시장개척단 파견 * '20년은 인허가 지원 사업으로 변경추진	중국	하반기	-
	K-뷰티 홍보관 상설 운영	국내	'21년~	중기부
해수부	재외공관 연계 K-피쉬 홍보	미국, 중국, 일본 등	하반기	외교부
	해외 K-피쉬 팝업부스 운영	필리핀, 싱가포르, 러시아	하반기	-
	한류 연계 해외 유명 홍보·유통채널 활용 마케팅	중국, 베트남, 러시아 등	5~12월	-
	K-피쉬 서포터즈 운영	일본, 베트남, 말레이시아	6~12월	-
중기부	케이콘 연계 소비재 진출지원	러시아	미정	문체부, 복지부, 농식품부, 해수부, 식약처 등
		일본 도쿄	미정	
		미국 뉴욕	미정	
		미국 LA	8월	
		태국 방콕	9월	
	3기 브랜드K 제품 추가선정	-	'21.3월	-
	온라인 콘텐츠 제작·홍보	-	8~12월	문체부
	브랜드K 플래그십 스토어 구축운영	국내, 해외	'21년~	복지부
	온라인 한국관(B2B, B2C)구축운영	미국, 중국, 신남방 등	7월~	문체부, 복지부, 농식품부, 해수부 등
	모바일 게임 등 창업기업 육성	국내, 해외	연중	문체부
	로컬크리에이터 집중 육성	국내	7월~	-
	라이브커머스 시스템 구축운영	국내	9월~	-
	복합 마케팅 공간 조성	국내	'21년~	문체부, 농식품부, 해수부
방통위	방송콘텐츠 국제마켓 주빈국 개최	프랑스	10월	과기정통부, 문체부 등
	방송 공동제작 협정체결 추진	러시아, 터키, 캐나다 등	연중	-
	방송 공동제작 국제 컨퍼런스	-	11월	-
식약처	K-코스메틱 세계 로드쇼	러시아	미정	문체부, 산업부, 복지부, 중기부 등
	글로벌 코스메틱 포럼	국내	미정	
문화재청	'K-무형유산 한류공연' 개최	국내	8월	-
	미얀마 바간 사원 벽화 보존처리·유지보수 체계 구축	미얀마	11월	외교부, 문체부