

I. 추진 경과 [2020~2021년]

□ 범정부 한류협업 전략 수립 및 부처간 협력 강화

- 부처별 한류 정책·정보를 총괄하고, 전략적으로 관리하여 한류의 경제적 파급효과를 제고하기 위한 **한류협력위원회** 출범('20.2월)
 - 문체부 내 한류 지원 전담조직인 '**한류지원협력과**' 신설('20.6월)
- 범정부 한류정책 추진전략 '**신한류 진흥정책 추진계획***' 발표('20.7월)
 - * 추진전략 : ①콘텐츠 다양화(확산), ②타 산업 연계(융합), ③지속기반 강화(기반)
- 유관부처 협업을 **상품개발부터 홍보·마케팅, 해외진출까지** 공동지원

□ 한류 확산을 위해 민간의 참여 유도

- 정책 수립·추진을 위한 민간 차원의 담론 형성 및 대국민 홍보, 콘텐츠 해외진출 유공자 격려를 위해 **문화훈장(1점)** 신설

□ 한류사업 내실화 및 민관 협력 추진

- 일자리 지원(약 2,000명), 화상 수출상담회 개최('20.6월, '21.6월), 한류 연계 협업상품 개발(63개사) 등 **콘텐츠 및 연관산업의 동반진출** 추진
- 한류를 매개로 **세계 속 한국문화 확산** 지원 및 문화교류·조사 연구·인력양성 등 **한류 지속기반 조성**

【참고1】 한류 콘텐츠 및 연관산업 성과 ('20~21년)

□ 최근 한류 콘텐츠는 전례 없는 성과를 창출, 국제적 경쟁력 입증

* '21년 상반기 우리나라 저작권 무역수지 흑자는 **19억 6천만 달러**로, 10년간 **연평균 28% 성장**('21.9월, 한국은행)

- 국내외 콘텐츠 투자 확대 유도, **선순환 산업생태계** 구축

□ 코로나19에도 불구하고, 한류로 인한 소비재 수출 증대 예상

* 한류로 인한 소비재 수출액 : '19년 34.3억 달러 → '20년 36.2억 달러 예상, 전년대비 **5.5% 증가**('21.3월, 한국국제문화교류진흥원)

□ 한류 콘텐츠를 매개로 우리나라 소프트파워 성장에 기여

- **외국인의 80.5%**가 우리나라의 국가이미지를 긍정적으로 평가, 특히 케이팝·영화 등의 대중문화는 호감도 상승에 크게 기여

II. 정책환경 분석

- **[강점] 한류의 전 세계적 확산 및 소비층 증가**
 - 한류 확산의 기념비적 성과 창출, 전 세계 두터운 소비층 확보
 - 콘텐츠 수출은 코로나19에도 성장('20년 119.2억불, 5년간 연평균 18.7% 증가)
- **[약점] 콘텐츠 다양화 및 연관산업 분야 연계 필요**
 - 한류의 범위가 여전히 대중문화에 편중, 예술 등 콘텐츠 다양화는 미흡
 - 한류의 경제적 파급효과를 연관산업에 활용한 정책과제는 부족
- **[기회] 온라인 플랫폼을 및 신산업을 통한 한류 확산의 전기 마련**
 - 코로나19 이후 온라인 콘텐츠 소비 급증, 비대면 콘텐츠 시장 확대
 - 문화자원과 최신기술을 융합한 신산업 시장 선점을 위한 경쟁 치열
- **[위협] 낮은 관심과 부정적 인식 등 한류 위기요인 상존**
 - 한류 콘텐츠의 높은 인기에도 불구하고, 한류 '무관심층' 존재
 - 한류 콘텐츠의 급속한 해외진출 과정에서 반 한류 정서 등이 지속 발생

【참고2】 한류 콘텐츠 해외진출 현황

- **세계 콘텐츠시장 현황**
 - (시장 규모) 세계 콘텐츠산업 시장은 2조 3,157억 달러('20년), 미국이 세계시장의 36.5%(1위), 한국은 2.6%(7위) 점유(PwC 2021)
 - (OTT 소비) 코로나19 이후 전세계 온라인 콘텐츠의 소비 급증, 온라인게임·웹툰·동영상·음원서비스 등 비대면 콘텐츠 시장 확대
- **콘텐츠산업 수출 현황**
 - (산업 전반) '19년 콘텐츠산업 수출액은 약 101.9억 달러, 한류 영향으로 최초 100억 달러 돌파, 최근 5년간 연평균 18.7% 증가
 - (지역별) 중화권(38.3%, 45.7억불), 동남아(14.1%, 20.3억불), 북미(12.3%, 14.7억불), 일본(10.2%, 12.1억불) 등 순
 - (산업별) 게임(68.7%, 81.9억불), 캐릭터(6%, 7.2억불), 방송·지식정보(5.8%, 6.9억불), 음악(5.7%, 6.8억불) 등 순

III. 추진방향

비전

문화로 한류, 한류로 문화강국

목표

**한류를 통해 높아진 국가이미지와 연계,
인/아웃바운드 전략으로 가시적 협업성과 창출**

지표

콘텐츠 수출	소비재산업 수출 파급효과	해외 한류 팬 수
119.2억달러('20)	36.8억달러('20 ^e)	1억 478만명('20)
⇒ 약 139억달러('22)	⇒ 약 41.2억달러('22)	⇒ 약 1억 1,900만명('22)

**추진
과제**

[혁신] 한류의 미래를 이끌 성장동력 육성

- 1-1 세계적 추세에 발맞춘 콘텐츠 생산역량 강화
- 1-2 한류의 파급효과를 연관산업으로 확장

[도약] K-컬처의 영향력 확대

- 2-1 K-콘텐츠 해외진출 활성화
- 2-2 한국문화 전반으로 한류 다변화

[지속가능성] 한류 인·아웃바운드 플랫폼 조성

- 3-1 재외한국문화원 중심 아웃바운드 창구 체계화
- 3-2 방한 유도를 위한 인바운드 플랫폼 구축
- 3-3 국제문화교류 증진 및 동반성장 지원

[추진체계] 범부처 한류협력위원회 운영

IV. 추진과제

1

[혁신] 한류의 미래를 이끌 성장동력 육성

1-1. 세계적 추세에 발맞춘 콘텐츠 생산역량 강화

- (메타버스) 한류IP·전통문화·예술 등을 활용한 메타버스 콘텐츠 제작 및 콘텐츠 기업의 메타버스 전환 지원하여 K-콘텐츠 일상화
- (영상콘텐츠 육성) ▲드라마펀드 조성, ▲OTT 특화콘텐츠 제작지원, ▲인재육성, ▲초기 기획개발 지원 등 해외 수요 확대에 대응
- (문화자원과 기술의 융합) 콘텐츠 IP와 기술을 융합한 콘텐츠 제작 및 문화 R&D 활성화로 해외 확산을 위한 콘텐츠 발굴
- (신산업 적응력 제고) ▲문화자원의 데이터화, ▲저작권 보호, ▲제도적 육성기반 마련 등 변화하는 추세에 대한 민간의 적응 지원

1-2. 한류의 파급효과를 연관산업으로 확장

- (K-브랜드 해외확산) 4대 연관산업(문화·식품·미용·브랜드K) 중심으로 ▲해외박람회, ▲한류마케팅 등 다부처 협력사업 본격 추진('22년 신규)
- (식품) ▲한류 연계 한식 홍보, ▲해외 한식당의 한국적 이미지 제고, ▲식품기업의 수출역량 강화(온라인몰 입점 등) 등 K푸드 산업 육성
- (미용) ▲K-뷰티 체험·홍보관 운영, ▲해외 유망시장 입점지원 등 K-뷰티 인지도 제고 및 유망시장 진출 지원
- (브랜드K) ▲브랜드K 제품 선정 확대, ▲정부지원사업 우대, ▲국내외 거점·행사 활용 홍보 등을 통한 중소기업 대표상품 육성

2

[도약] K-컬처의 영향력 확대

2-1. K-콘텐츠의 해외진출 활성화

- (비대면 해외진출 지원) ▲수출 관련 정보 통합제공(Welcon), ▲콘텐츠 현지화 및 홍보·마케팅, ▲수요·공급 비대칭 해소 등 기반 마련

- (장르별 지원) ▲게임, ▲애니메이션·캐릭터, ▲방송영상, ▲대중음악, ▲영화, ▲만화·웹툰 ▲패션 등 콘텐츠 특성에 맞는 해외유통 지원

2-2. 한국문화 전반으로 한류 다변화

- (K-컬처 해외진출) 공연예술·시각예술·문학 등 한국문화 해외홍보
- (전통문화·문화유산) 한국문화의 원형을 전시·체험·공연 등 신한류 콘텐츠로 개발·홍보
- (한국어 확산) ▲기업·대학 협업, ▲한류 활용 학습 콘텐츠 개발, ▲교원·교재 현지화 등으로 한국어 수요 지속 창출

3 [지속가능성] 인·아웃바운드 플랫폼 조성

3-1. 재외문화원 중심 아웃바운드 창구 체계화

- (아웃바운드 협업체계 정립) 재외한국문화원 중심의 아웃바운드 확산과제 발굴·추진 및 국내외 협업 시스템 체계화
- (해외거점·협업체계 확충) 재외문화원·콘진원·세종학당 등 증가하는 한류 수요에 대응하기 위한 거점 확충 및 지식소통 강화(KDI 등)

3-2. 방한 유도를 위한 인바운드 플랫폼 구축

- (문화 인프라 조성) ▲‘하이커’, ▲‘코리아둘레길’, ▲콘텐츠 테마파크, ▲지역문화시설 등 방한 관광객 유치를 위한 인프라 조성
- (관광의 리포지셔닝) 해외 한류 팬 대상 한국관광 홍보 강화 및 고유 문화자원의 관광상품화로 코로나19 이후 관광 수요에 대비

3-3. 국제문화교류 증진 및 동반성장 지원

- (쌍방향·참여형 문화교류) ▲코리아콘텐츠워크 개최, ▲상호이해 증진을 위한 콘텐츠 발굴·제작, ▲참여형 한류향유문화 조성 등
- (권역별 문화교류) ▲동아시아(우호 분위기 조성), ▲미주·유럽(한국 문화 관심 제고), ▲신남방·신북방(동반성장 지원) 등 맞춤형 교류

IV. 과제별 소관부처

추진과제		소관부처
1. (혁신) 한류의 미래를 이끌 성장동력 육성		
(1) 세계적 추세에 발맞춘 콘텐츠 생산역량 강화		
	■ 메타버스에서 시·공간 제약 없이 K-콘텐츠 일상화	문체부
	■ 글로벌 수요 확대에 대응, OTT 영상콘텐츠 육성	문체부
	■ 문화자원과 기술을 결합한 융합 콘텐츠 발굴 및 확산	문체부, 외교부, 과기정통부
	■ 변화하는 산업환경에 대한 적응력 제고	문체부, 과기정통부, 문화재청
(2) 한류의 파급효과를 연관산업으로 확장		
	■ 분야 간 협업을 통한 K-브랜드의 해외확산	문체부, 산업부, 농식품부, 복지부, 해수부, 중기부
	■ 한류와 연계한 수출시장 다변화 및 한식 홍보 활성화	농식품부, 해수부, 문체부, 중기부
	■ 국내외 체험기회 확대를 통한 K-뷰티 인지도 제고	복지부
	■ 한류의 매력 활용, 브랜드K 영향력 확대	중기부
2. (도약) K-컬처의 영향력 확대		
(1) K-콘텐츠의 해외진출 활성화		
	■ K-콘텐츠의 세계시장 안착 도모	문체부
	■ 장르별 특성에 맞는 콘텐츠 해외유통 지원	문체부
(2) 한국문화 전반으로 한류 다변화		
	■ K-컬처의 해외진출 기반 확대	문체부, 외교부
	■ 한국문화의 원형을 신한류 콘텐츠로 개발·홍보	문체부, 문화재청
	■ 한류 확산기반 조성을 위한 한국어 세계화	문체부, 교육부, 농식품부, 외교부
3. (지속가능성) 인·아웃바운드 플랫폼 조성		
(1) 재외문화원 중심 아웃바운드 창구 체계화		
	■ 한류 확산을 위한 국내외 아웃바운드 협업체계 마련	문체부
	■ 폭발적으로 증가하는 한류 수요에 대응, 해외거점 확충	문체부
(2) 방한 유도를 위한 인바운드 플랫폼 구축		
	■ 방한 관광객 유치를 위한 문화 인프라 조성	문체부, 행안부, 농식품부, 해수부, 문화재청
	■ 코로나19 이후를 대비한 인바운드 관광의 리포지셔닝	문체부, 중기부, 문화재청
(3) 국제문화교류 증진 및 동반성장 지원		
	■ 쌍방향 및 참여형 문화교류 활성화	문체부, 문화재청
	■ 권역별 특성을 고려한 맞춤형 문화교류 확대	문체부, 외교부, 문화재청

별첨 2

「한국문화축제 개최계획」 요약

□ 추진 방향

○ 기존 케이팝 위주 행사에서 드라마, 전통문화, 현대미술, 연관산업까지 연계한 **종합 한류행사이자 인바운드 관광자원으로 육성**

- K-팝·드라마를 양대 축으로 하되, “**이 시기에 한국을 방문하면 한국의 모든 것을 만나볼 수 있다**”고 인식되도록 다채롭게 구성

☞ **관련 부처·기관의 홍보부스 참여 독려를 통해 한류의 연관산업 견인 효과 극대화**

* ▲(문체부) 홍보공간 제공(코엑스), ▲(관련 부처·기관) 체험·판매 등 홍보콘텐츠 기획·추진

□ 행사 개요

○ (행 사 명) 2022 한국문화축제(K-Pop&Drama Festival)

○ (기간/장소) '22.9.23.(금)~10.1.(토), 9일간 / 서울시 3개 권역*

* 광화문, 상암 월드컵경기장·난지한강공원, 강남 코엑스 예정

○ (주요내용) 개·폐막식*, 공연, 퍼레이드, 연관산업 마켓, 팬 참여 행사 등

* (개막식/드라마) 서울드라마어워즈 연계, (폐막식/K-팝) (가칭)K-그랑데 어워즈

시상식·공연	본 행사
<ul style="list-style-type: none"> · 서울드라마어워즈(개막식) · (가칭)K-그랑데 어워즈(폐막식) · K-Pop 공연, 레드카펫 · OST 공연, 드라마 전시·체험관 등 	<ul style="list-style-type: none"> · K-컬처 퍼레이드, 국제 컨퍼런스 · 제작 발표회, 음악산업 쇼케이스 · 한식, 패션·뷰티, 소비재 등 전시 부스 · 팬 참여형 이벤트(공모전, 어워즈) 등

○ (추진체계) 문체부·국제문화교류진흥원을 중심으로 유관부처·기관 협력

