
2014 이야기산업 실태조사



이 보고서는 국고 사업으로 수행된 연구결과입니다.
본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 「이야기산업 산업범위 확정과 실태조사」에 대한 연구 용역 중
『이야기산업 실태조사』의 결과 보고서로 제출합니다.

2014년 10월

목 차

1. 서론	9	3. 조사 내용 및 문항 설계	61
1.1. 조사의 배경 및 목적	10	3.1. 조사 공통 항목	62
1) 조사의 배경	10	1) 일반 현황	62
2) 조사의 목적	11	2) 이야기산업의 현황과 전망	64
1.2. 조사의 범위	12	3.2. 이야기산업별 조사 내용	66
1) 이야기산업의 개념 정의	12	1) 기초 이야기산업	66
2) 이야기산업의 유형별 분류 체계	13	2) 콘텐츠 이야기산업	68
3) 이야기산업 분류 체계에 따른 실태조사 범위	18	3) 일반 이야기산업	70
1.3. 조사의 방법	21	3.3. 설문 문항 설계도	71
1) 조사 수행 개요	21		
2) 조사 진행 절차	22		
2. 조사 대상 설정	23	4. 실태조사 결과 분석	73
2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상	25	4.1. 종합 분석 및 주요 시사점	75
1) 기초 이야기산업의 산업군 및 직업군 분류	25	4.2. 기초 이야기산업 결과 분석	107
2) 기초 이야기산업의 모집단 도출	35	4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석	133
2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상	39	4.4. 일반 이야기산업 결과 분석	167
1) 콘텐츠 이야기산업의 산업군 및 직업군 분류	39	[부록] 이야기산업 실태조사 설문지 3종	194
2) 콘텐츠 이야기산업의 모집단 도출	50	- 기초 이야기산업 실태조사 설문지	
2.3. 일반 이야기산업의 조사 대상	54	- 콘텐츠 이야기산업 실태조사 설문지	
1) 일반 이야기산업의 산업군 및 직업군 분류	54	- 일반 이야기산업 실태조사 설문지	
2) 일반 이야기산업의 모집단 도출	59		

표 목 차

<표 1-1> 이야기산업 유형별 분류체계	14
<표 1-2> 이야기산업 실태조사 수행 개요	21
<표 1-3> 이야기산업 실태조사 조사업무 흐름도	22
<표 2-1> 기초 이야기산업의 산업군 및 직업군 도출	25
<표 2-2> 기초 이야기산업의 산업군 분류	26
<표 2-3> 기초 이야기산업의 직업군 분류	30
<표 2-4> 기초 이야기산업의 직업군을 기초로 한 모집단 도출	36
<표 2-5> 기초 이야기산업의 주요 협회 및 단체	38
<표 2-6> 콘텐츠 이야기산업의 산업군 및 직업군 도출	40
<표 2-7> 콘텐츠 이야기산업의 산업군 분류	41
<표 2-8> 콘텐츠 이야기산업의 직업군 분류	46
<표 2-9> 한국표준산업분류와 콘텐츠산업 특수분류에서의 산업군 비교를 통한 모집단 추출	51
<표 2-10> 콘텐츠 이야기산업의 실태조사 모집단 수	52
<표 2-11> 콘텐츠 이야기산업의 주요 협회 및 단체	53
<표 2-12> 일반 이야기산업의 산업군 및 직업군 도출	55
<표 2-13> 일반 이야기산업의 산업군 분류	56
<표 2-14> 일반 이야기산업의 직업군 분류	58
<표 2-15> 일반 이야기산업의 주요 협회 및 단체	60
<표 3-1> 기초 이야기산업의 분야별 조사 내용	67
<표 3-2> 콘텐츠 이야기산업의 분야별 조사 내용	69
<표 3-3> 일반 이야기산업의 분야별 조사 내용	70
<표 3-4> 2014년 이야기산업 실태조사 설문 문항 설계도	71

그림 목차

〈그림 1-1〉 이야기산업의 산업적 포지셔닝	17
〈그림 2-1〉 이야기산업 실태조사를 위한 체계	24

I. 서 론

1.1. 조사의 배경 및 목적

1) 조사의 배경

- 창의성의 보고일 뿐만 아니라 창의적 상상력이 가장 명징하게 표현되고 향유되는 분야로서 ‘콘텐츠’ 산업의 중요성이 날로 강조되고 있는바, 이야기산업은 출판, 만화, 영화, 방송 등 주요 콘텐츠산업의 ‘뿌리 산업’일 뿐 아니라 관광, 교육이나 제조업과 같은 일반산업의 경쟁력을 제고할 수 있는 ‘감성 R&D 산업’으로서 새롭게 주목을 받고 있음
- ‘이야기’가 주요 산업의 부가가치를 확대할 수 있는 효과적인 방안으로 주목 받게 되고 이야기의 ‘산업화’에 대한 필요성이 절실히 대두됨에 따라, 문화체육관광부는 2014년을 ‘이야기 산업화 원년’으로 삼고 콘텐츠산업과 일반산업의 발전을 추동할 수 있는 새로운 동력산업으로서 이야기산업을 체계적으로 지원하기 위한 거버넌스 체계의 구축 및 환경인프라 조성을 적극 추진하고 있음
- 『이야기산업 산업범위 확정과 실태조사』는 2013년 한국콘텐츠진흥원이 ‘이야기산업’과 관련하여 최초로 실행한 정책 연구인 『이야기산업 활성화 중장기 정책방향 수립 연구』의 후속 연구로서, 이야기산업의 역할에 대한 기대가 날로 높아져가는 상황에서 이야기산업에 대한 체계적인 연구와 이에 기초한 산업 실태조사를 통해서 ‘이야기의 산업화 토대 마련’과 ‘법 제정 기초자료 생산’에 기여하려는 목적을 가짐

1.1. 조사의 배경 및 목적

2) 조사의 목적

- 2014년에 진행된 후속연구, 『이야기산업 산업범위 확정과 실태조사』는 그 제목에서도 알 수 있듯이 크게 두 파트로 구분됨
 - 먼저 ‘산업범위 확정’ 파트는 이야기산업에 관한 제도적 개념정의와 산업적 포지셔닝을 실시하고, 표준산업분류와 표준직업분류 체계를 참조하여 이야기산업의 산업범위를 규정하는 내용으로서, 연구 결과는 『이야기산업 산업범위 확정 연구』에 담겨 있음
 - ‘실태조사’ 파트는 ‘산업범위 확정 연구’ 결과에 입각하여 이야기산업 종사자 및 기업체의 실태를 파악하기 위한 설문조사로 구성되며, 본 보고서 『2014 이야기산업 실태조사』에 해당 조사의 개요 및 결과를 상술할 것임
- 본 실태조사의 목적은 아래와 같이 크게 네 가지로 정리할 수 있음

이야기산업 실태조사의 목적

- ① 이야기산업 유형별 세부 현황 파악
- ② 이야기산업 종사자 인식 및 욕구 실태 조사
- ③ 이야기산업 생태계 발전을 위한 맞춤형 지원 방안 모색
- ④ 이야기산업 산업화를 위한 법 제정 기초자료 생산

1.2. 조사의 범위

- 본 실태조사는 ‘이야기산업’의 실태를 파악하기 위한 조사로서, 이야기산업의 개념 정의 및 이야기산업 분류 체계 구성 등을 통해 아래와 같이 조사의 범위를 확정하였음

1) 이야기 산업의 개념 정의

- 이야기산업의 정의는 『이야기산업 산업범위 확정 연구』에 따라, 다음과 같이 규정함

상상력과 창의성의 원천인 이야기의 조사·발굴·기획·개발·창작·유통·거래 등과 관련한 산업 및 이야기를 기반으로 한 상품과 기법을 통해 부가가치를 창출하는 산업

※ 이야기란, 주로는 ‘수용자의 정서적 반응을 이끌어내기 위하여 발신자가 인물, 사건, 배경 등의 요소를 배열하여 만들어낸 줄거리’를 의미하며, ‘정서적 공감을 기초로 움직임을 이끌어내기 위해 만든 서사구조’의 의미까지 포함함

1.2. 조사의 범위

2) 이야기산업의 유형별 분류 체계

- 『이야기산업 산업범위 확정 연구』에서의 유형 구분에 따라 이야기산업은 다음과 같이 크게 세 가지로 분류할 수 있음: ①기초 이야기산업, ②콘텐츠 이야기산업, ③일반 이야기산업
- 이 세 가지 유형은 ‘이야기가 관계 맺는 산업 분야’를 기준으로 구분한 것이며, 각 분야에 따라 이야기가 관계 맺는 산업 분야 및 산업 활동을 아래와 같이 정리할 수 있음
 - 기초 이야기산업은 이야기 원천소재의 조사와 발굴, 이야기의 기획과 개발 등 이야기가 콘텐츠 또는 상품으로 기획·제작되기 이전 단계의 산업 활동을 포함하며, 이야기 자체가 상품으로 기능하는 분야를 지칭함
 - 콘텐츠 이야기산업은 이야기가 콘텐츠산업과 관계하며 산업화되는 분야를 지칭하며 현재 가장 활발하게 산업화되어 있는 분야임
 - 일반 이야기산업은 이야기가 콘텐츠산업을 제외한 나머지 산업 분야에서 상품 마케팅 및 회사 브랜딩을 위한 요소로 기능하며 산업화되는 분야를 의미함

1.2. 조사의 범위

<표 1-1> 이야기산업 유형별 분류체계

이야기 원천소재의 조사 발굴	이야기 기획 개발 창작	이야기 유통과 거래	산업 구분	콘텐츠 매체화 및 상품화 (기획 제작)	
기초 이야기산업 분야			콘텐츠 산업	출판	(핵심분야) 콘텐츠 이야기산업
				만화	
				영화	
				애니메이션	
				방송	
				공연	
				음악	
				게임	
				캐릭터	
				광고	
			일반 산업	지식정보	(활용분야) 일반 이야기산업
				콘텐츠솔루션	
				관광	
				축제/전시/이벤트	
				교육/강연	
				제조업	
				서비스업	(활용분야)
				기타	

1.2. 조사의 범위

- 한편 이야기산업의 세 유형을 각 산업 분야 내에서 ‘이야기가 차지하는 위상 및 역할’을 근거로 세분화하면 <표 1-1>과 같이 콘텐츠 이야기산업과 일반 이야기산업을 각기 콘텐츠 이야기산업-핵심 분야와 콘텐츠 이야기산업-활용 분야, 그리고 일반 이야기산업-핵심 분야와 일반 이야기산업-활용 분야로 구분할 수 있음

- [Category I] 기초 이야기산업

- 기초 이야기산업에서는 ‘이야기’ 자체가 상품으로 기능하는바, 이야기가 지적재산권의 가치를 지닌 상품으로서 조사·발굴·기획·개발·창작·유통·거래되는 분야를 포함함
 - 이야기산업의 기초를 마련하는 단계에 해당하는 기초 이야기산업은 콘텐츠산업 및 일반산업의 뿌리산업으로서 기능하며 내용원천인 이야기가 생성되는 범위를 포함함
 - 이 유형의 이야기 상품에는 이야기 자체, 출판원고, 시나리오, 희곡, 극본 등 매체화 및 상품화를 전제로 한 이야기가 해당됨

- [Category II-1] 콘텐츠 이야기산업-핵심 분야

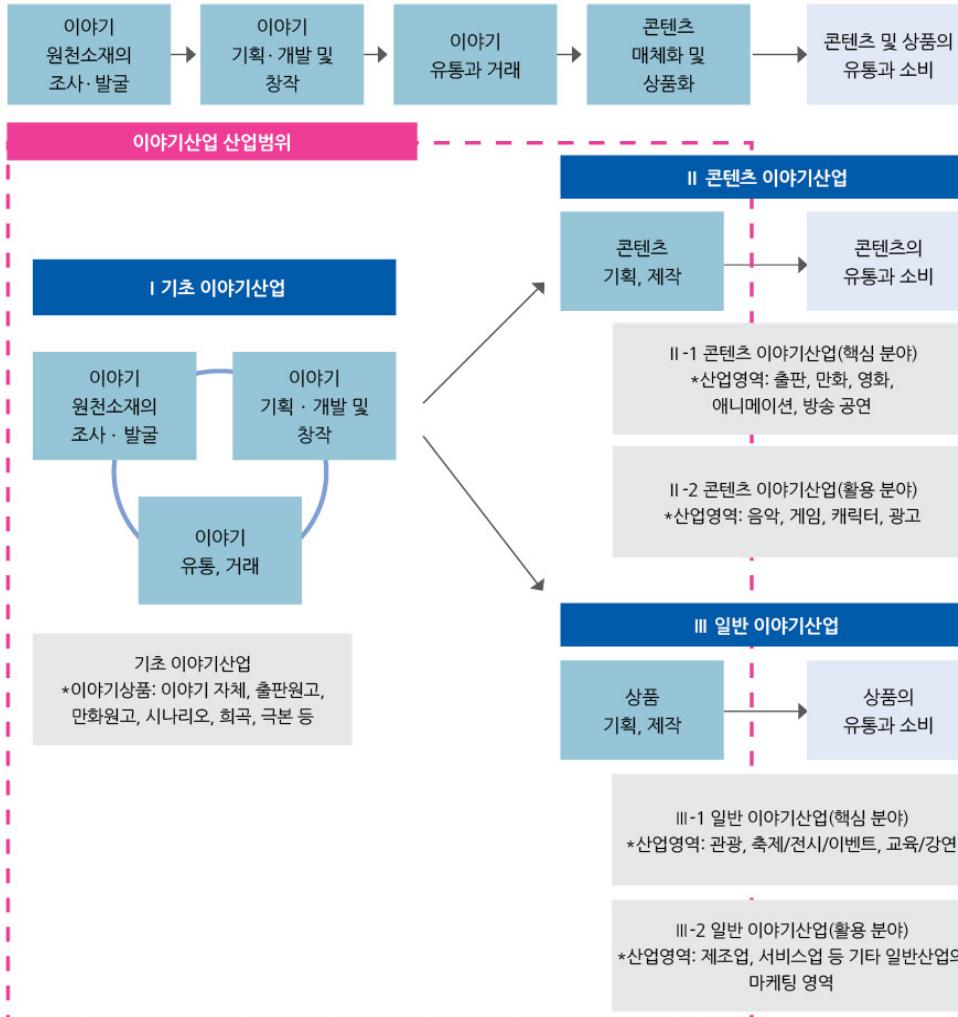
- 콘텐츠 이야기산업-핵심 분야에서 ‘이야기’는 콘텐츠를 이루는 필수요소로서, 콘텐츠매체화 과정에서 없어서는 안 되는 핵심 구성요소로 기능함
 - 이 분야에는 콘텐츠산업 중 출판업, 만화산업, 영화산업, 애니메이션산업, 방송산업(드라마, 다큐 등), 공연산업(연극, 뮤지컬 등)의 영역이 해당되며, 해당 영역의 기획·제작 단계까지로 산업범위를 한정함

1.2. 조사의 범위

- [Category Ⅱ-2] 콘텐츠 이야기산업-활용 분야
 - 콘텐츠 이야기산업-활용 분야에서 ‘이야기’는 콘텐츠를 이루는 부분요소로서 기능하며, 콘텐츠매체화 과정에서 선택적으로 활용됨
 - 이 분야에는 콘텐츠산업 중 음악산업, 게임산업, 캐릭터산업, 광고산업 영역이 해당되며, 해당 영역의 기획·제작 단계까지로 산업범위를 한정함
- [Category Ⅲ-1] 일반 이야기산업-핵심 분야
 - 일반 이야기산업-핵심 분야에서 ‘이야기’는 상품 기획 및 제작의 필수요소로서, 상품의 구성 및 마케팅 단계에서 스토리텔링 및 이야기기법으로 도입되어 없어서는 안 되는 핵심 구성요소로 기능함
 - 이 분야에는 일반산업 중 스토리텔링 기법을 적용한 관광산업 영역과 축제/이벤트/전시 영역, 그리고 이야기 기법을 적용한 교육/강연 산업의 영역 등이 해당되며, 해당 영역의 기획·제작 단계까지로 산업범위를 한정함
- [Category Ⅲ-2] 일반 이야기산업-활용 분야
 - 일반 이야기산업-활용 분야에서 ‘이야기’는 상품 기획 및 제작에 활용되는 부분요소로서, 상품화 과정에서 스토리텔링 및 이야기기법의 방식으로 선택적으로 활용됨
 - 이 분야에서 이야기는 마케팅을 위한 STP 구성요소로 기능하면서 상품의 기획과 제작에서부터 브랜드, 기업의 포지셔닝, 이미지 및 홍보전략 등을 위한 산업 마케팅의 전반적인 영역과 관계함

1.2. 조사의 범위

- 이야기산업 활동의 가치사슬 및 세 가지 산업분야 유형을 토대로 확정한 이야기산업의 산업 범위는 <그림 1-1>과 같이 형상화할 수 있음



<그림 1-1> 이야기산업 유형별 분류체계

- * 그림에 제시된 산업 유형들은 산업 전체가 아닌, 이야기와 연관된 범위만을 포함하는 것임
- * 콘텐츠산업과 일반산업에서 이야기산업은 콘텐츠 또는 상품의 기획·제작은 포함하나 유통과 거래는 포함하지 않음. 단, 일반 이야기산업-활용분야의 경우는 상품의 제작 역시 포함되지 않음
- * 콘텐츠산업과 일반산업에서 핵심 분야와 활용 분야의 산업 영역으로 설정된 산업들은 해당 유형에 고정된 것이 아니며, 핵심과 활용 분야의 구분은 산업과 트렌드의 변화에 따라 두 분야를 오갈 수 있는 탄력적인 구분임

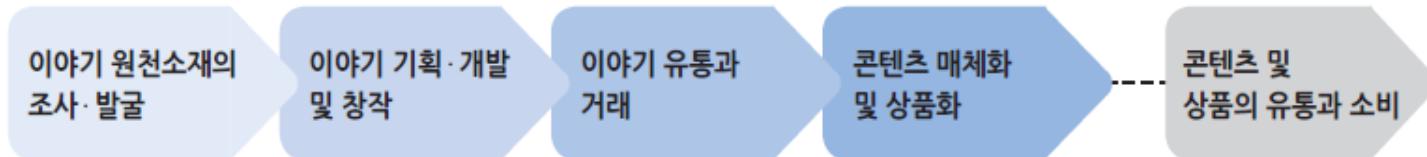
1.2. 조사의 범위

3) 이야기산업 분류 체계에 따른 실태조사 범위

- 이야기산업 실태조사의 범위는 앞에서 살펴본 이야기산업의 산업범위에 따라 크게 세 가지 분류 유형으로 구분할 수 있음
 - 이야기산업 유형 분류 체계에 따라 이야기산업 실태조사 조사 범위를 기초 이야기산업, 콘텐츠 이야기산업, 일반 이야기산업의 세 가지로 구분함
 - 이야기산업의 세 가지 유형의 구분은 ‘이야기가 관계 맺는 산업 분야’의 기준에 의한 구분이므로, 이야기 관련 산업 활동의 종류와 각 분야별 해당 산업 종사자에서 차이가 나타남
 - 기초 이야기산업의 산업 활동은 이야기 산업 활동의 가치사슬에서의 [이야기 원천소재의 조사·발굴], [이야기 기획·개발·창작], [이야기 유통과 거래]가 주를 이루며, 이 분야의 산업 종사자는 이야기 기획자와 창작자가 주요 대상임
 - 콘텐츠 이야기산업의 산업 활동은 이야기 산업 활동의 가치사슬에서 [이야기 유통과 거래], [이야기를 활용한 콘텐츠의 기획과 제작]에 전문성을 갖고 있으며, 이 분야의 산업 종사자는 콘텐츠 기획자와 콘텐츠 제작자가 주요 대상임
 - 일반 이야기산업의 산업 활동은 이야기 산업 활동의 가치사슬에서의 [이야기 유통과 거래], [이야기를 활용한 일반산업 상품의 기획과 제작]이 주를 이루며, 이 분야의 산업 종사자는 일반산업의 상품 기획자와 마케팅 담당자가 주요 대상임

1.2. 조사의 범위

- [참고] 이야기 산업 활동의 가치사슬



- 이와 같이 각 분야별로 이야기가 관계 맺는 산업 분야가 다르고, 이로 인해 이야기 관련 산업 활동 및 산업 종사자가 모두 다르므로 분야별로 별도의 실태조사를 시행해야 함
- 이에 따라 이야기산업 실태조사의 설문은 세 가지 유형의 분야별로 별도의 설문을 설계하여 조사를 시행하기로 함

1.2. 조사의 범위

- 이야기산업 실태조사 조사범위를 세 가지로 구분하되, 한 단계 더 나아가 고려할 층위가 있음. 다시 말해서, 콘텐츠 이야기산업과 일반 이야기산업에서 장르적 특성을 고려한 구분, 즉 콘텐츠 이야기산업-핵심 분야와 콘텐츠 이야기산업-활용 분야의 구분, 일반 이야기산업-핵심 분야와 일반 이야기산업-활용 분야의 구분을 적용한 층위가 존재함
- 이 구분은 콘텐츠산업 및 일반산업과 관계 맺는 과정에서 차지하게 되는 ‘이야기의 위상 및 역할’의 기준에 의한 구분이므로, 각 산업 내에서 콘텐츠 또는 상품의 기획과 제작을 위해 이야기가 소비되고 활용되는 방식과 양상, 이야기를 활용하는 목적 및 효과에서 차이가 나타날 것으로 판단됨
- 그러나 이야기 관련 산업 활동의 종류 및 조사 대상자에서 차이가 발생하지는 않으므로, 설문지 구성에서는 세 가지 유형의 이야기산업만을 구분하고 콘텐츠 이야기산업과 일반 이야기산업 내에서 핵심 분야와 활용 분야를 구분하여 실시하지는 않음
- 다만 분석 과정에서 핵심 분야와 활용 분야의 차이를 인지하여 장르별 상황을 파악하고 시사점을 도출하는 과정에 유의미한 기준으로 활용할 것임

1.3. 조사의 방법

1) 조사 수행 개요

- 이야기산업 실태조사는 다음의 방식으로 설계하였음

<표 1-2> 이야기산업 실태조사 수행 개요

조사대상	이야기산업 분야 종사자
조사지역	전국
모집단	이야기 창작자, 콘텐츠 관련 업체 종사자, 이야기 또는 이야기기법을 활용하고 있는 일반 기업 종사자
표본크기	총 500명 (기초 이야기산업 분야 225명, 콘텐츠 이야기산업 분야 225명, 일반 이야기산업 분야 50명)
조사도구	구조화된 Web 설문
조사방법	E-mail 등 온라인을 통한 Web 설문 및 전화, 문자 등의 독려 병행
조사기간	2014년 9월 23일~2014년 10월 17일
조사대행	주식회사 코리아리서치

1.3. 조사의 방법

2) 조사 진행 절차

- 이야기산업 실태조사는 다음과 같은 절차에 따라 진행함

<표 1-3> 이야기산업 실태조사 조사업무 흐름도

절차	내용
1) 이야기산업 산업군 및 직업군 분류	이야기산업 산업범위에 따라 한국표준산업분류(KSIC), 한국표준직업분류(KSCO) 중 이야기산업 관련 산업군 및 직업군 분류
2) 이야기산업 유형별 모집단 도출	1)에서 분류한 산업군 및 직업군을 기준으로, 모집단을 도출함 (콘텐츠-이야기산업의 경우 <콘텐츠산업통계>의 분류표 비교 병행)
3) 모집단 규모 파악	2)에서 도출한 모집단 리스트를 통해 모집단 사전조사 및 상황 파악
4) 협조공문 발송	이야기산업 관련 협단체 및 기업 대상 실태조사 리스트 제공 및 기타 조사 관련 협조 공문 발송
5) 표본 리스트 정리	기초 이야기산업, 콘텐츠 이야기산업, 일반 이야기산업 분야별 이야기산업 종사자 대상 표본 리스트 정리
6) 본 조사	구조화된 Web 설문으로 조사 실시(전화, E-mail, 문자 등을 통한 독려 병행)
7) 분석 및 추정	항목무응답 점검 및 이상치 파악 등
8) 결과 집계	통계값 처리 및 주관식 응답에 대한 내용 집계를 통한 기초 결과자료 작성
9) 최종보고서 작성	기초 결과자료의 내용 분석 및 시사점 도출의 최종보고서 작성

II. 조사 대상 설정

II. 조사 대상 설정

- 이야기산업 실태조사는 다음과 같은 체계에 따라 조사 범위를 확정하고 모집단 도출을 진행하였음

<그림 2-1> 이야기산업 실태조사를 위한 체계



- 먼저 실태조사를 위한 기초 작업으로서 ‘산업범위 유형별 산업 분야 설정’을 위해서 이야기산업의 세 가지 유형 별로 실질적인 조사가 이루어져야 하는 분야를 분명하게 설정하였음
- 다음으로 실태조사의 범위와 대상을 구체화하기 위해 유형별로 설정한 이야기산업 분야에서 가치사슬 단계별로 도출할 수 있는 ‘산업군과 직업군’을 제시함
- 이야기산업에 대한 실태조사가 기존 통계 체계와 연계될 수 있도록 한국표준산업분류(KSIC)와 한국 표준직업분류(KSCO)를 분석하여, 이야기산업에 해당하는 ‘산업군과 직업군을 분류’하고 이를 앞 단에서 이야기산업 산업활동에 기초하여 설정한 산업군 및 직업군 분류와 매칭함
- 마지막으로 기존의 분류체계와 이야기산업에 기초한 분류체계를 비교 매칭하여 정리한 산업군과 직업군을 토대로 각 분야별 모집단을 도출함

* 산업군과 직업군 분류표에서 기존의 KSIC와 KSCO의 분류가 이야기산업으로 설정한 산업군 및 직업군과 매칭하는 경우 이에 해당하는 세세분류를 파란색으로 표시하였음. 한편 기존의 산업분류가 이야기산업의 분류와 일대일로 매칭되는 것을 찾아볼 수 없거나 정확하게 매칭되지 않는 경우도 있음. 이러한 경우 정확하지 않으나 유사한 분류로 대체가 가능한 것에 한해 유사 산업군과 직업군을 표기하고 식별할 수 있도록 회색으로 처리하였음

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

1) 기초 이야기산업의 산업군 및 직업군 분류

- 기초 이야기산업의 모집단을 구체화하기 위해 우선 기초 이야기산업 분야의 산업군 및 직업군 분류를 설정하였음
 - 기초 이야기산업은 이야기 산업 활동의 가치사슬 중 [이야기 원천소재의 조사 · 발굴], [이야기 기획 · 개발 · 창작], [이야기 유통과 거래] 단계를 포함하는 분야임
 - 따라서 기초 이야기산업의 산업군과 직업군 분류는 이 세 단계에 해당하는 이야기 관련 산업 활동에 따라 산업군과 직업군을 도출, 정리하였음

<표 2-1> 이야기산업 실태조사를 위한 체계

산업 분야	이야기산업 가치사슬	① 산업군 설정	② 직업군 설정
I 기초 이야기 산업	이야기 원천소재의 조사 · 발굴	-이야기 조사발굴업	-이야기 조사발굴자
		-이야기 기록관리업	-이야기 기록관리사
		-이야기 연구교육업	-이야기 연구교육자
	이야기 기획 · 개발 및 창작	-이야기 기획개발업	-이야기 기획개발자
		-이야기 창작업	-이야기 창작자
	이야기 유통과 거래	-이야기 유통업 (이야기 에이전시, 이야기 플랫폼)	-이야기 에이전트 -이야기/작가 매니저

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

□ 기초 이야기산업의 산업군 분류

- <표 2-1>과 같이 설정한 기초 이야기산업의 산업군에 따라 실태조사가 실질적으로 이루어질 수 있도록 하기 위해 기존의 분류체계인 한국표준산업분류와 비교 매칭함

<표 2-2> 기초 이야기산업 분야의 산업군 분류표

구분	이야기산업 산업군 설정	한국표준산업분류에 따른 해당 산업군 분류	
I 기초 이야기 산업	이야기 원천소재의 조사 · 발굴	-이야기 조사발굴업	N/A 별도의 산업군 분류 없음
		-이야기 기록관리업	R 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업(90~91) 대분류
			90 창작, 예술 및 여가관련 서비스업 중분류
			902 도서관, 사적지 및 유사 여가관련서비스업 소분류
			9021 도서관, 기록보존소 및 독서실 운영업 세분류
			• 90211 도서관 및 기록보존소 운영업 세세분류
			• 90212 독서실 운영업 세세분류

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

구분	이야기산업 산업군 설정	한국표준산업분류에 따른 해당 산업군 분류		
I 기초 이야기 산업	이야기 원천소재의 조사 · 발굴	-이야기 연구교육업	M 전문, 과학 및 기술 서비스업(70~73) 70 연구개발업 702 인문 및 사회과학 연구개발업 7020 인문 및 사회과학 연구개발업 • 70209 기타 인문 및 사회과학 연구개발업 P 교육 서비스업(85) 853 고등 교육기관 8530 고등 교육기관 • 85301 전문대학 • 85302 대학교 • 85303 대학원 * 국어국문학과, 문예창작학과, 역사학과 등 이야기 관련 학과만을 포함함 856 기타 교육기관 8569 그 외 기타 교육기관 • 85699 그 외 기타 분류안된 교육기관 * 방송아카데미, 창작아카데미, 스토리텔링아카데미 등 이야기 관련 전문교육기관을 포함함	별도의 산업군 분류 없음

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

구분	이야기산업 산업군 설정	한국표준산업분류에 따른 해당 산업군 분류	
I 기초 이야기 산업	이야기 기획 · 개발 및 창작	-이야기 기획개발업	N/A
		-이야기 창작업	N/A
	이야기 유통과 거래	-이야기 유통업 (이야기 에이전시, 이야기 플랫폼)	별도의 산업군 분류 없음
			M 전문, 과학 및 기술 서비스업(70~73)
			73 기타 전문, 과학 및 기술 서비스업
			739 그 외 기타 전문, 과학 및 기술 서비스업
			7390 그 외 기타 전문, 과학 및 기술서비스업
			• 73901 매니저업
			• 73903 사업 및 무형 재산권 중개업
			• 73904 물품감정, 계량 및 검본 추출업
			• 73909 그 외 기타 분류안된 전문, 과학 및 기술 서비스업
			* 이야기 유통 플랫폼이 이에 해당함

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

- 기초 이야기산업의 산업군으로 설정한 항목과 동일한 산업 활동에 해당하는 산업군을 한국표준산업분류에서 추출하여 모집단 범위를 설정하고자 하였음
 - 그러나 기초 이야기산업 분야의 산업군 설정과 한국표준산업분류의 산업군을 비교한 결과, <표 2-2>에서 알 수 있듯이, [이야기 원천소재의 조사 · 발굴], [이야기 기획 · 개발 · 창작], [이야기 유통과 거래] 활동에 해당하는 산업군과 적확히 매칭되는 산업군을 기존의 분류 체계에서는 별도로 분류되어 있는 경우가 거의 발견되지 않음
- 기존의 분류 체계에서 확인할 수 없는 산업군의 경우 이야기산업과 관련한 산업군을 포함할 수 있을 것이라고 여겨지는 항목으로 대체하여 추출, 정리하였으며, 이는 이후 이야기산업의 분류를 정립하고자 할 때 참고자료로 활용할 수 있을 것임

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

□ 기초 이야기산업의 직업군 분류

- 기초 이야기산업의 산업군 분류 방식과 마찬가지로, 직업군의 경우도 기존의 분류체계인 한국표준직업분류와 비교 매칭하여 살펴보았음

<표 2-3> 기초 이야기산업의 직업군 분류표

구분	이야기산업 직업군 설정	한국표준직업분류에 따른 해당 직업군 분류	비고
I 기초 이야기 산업	이야기 원천소재의 조사 · 발굴	-이야기 조사발굴자	N/A 별도의 직업군 분류 없음
		-이야기 기록관리사	2 전문가 및 관련 종사자 대분류
			28 문화, 예술, 스포츠 전문가 및 관련직 중분류
			282 큐레이터, 사서 및 기록물 관리사 소분류
			2822 사서 및 기록물관리사 세분류
			• 28221 사서 • 28222 기록물관리사 세세분류

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

구분	이야기산업 직업군 설정	한국표준직업분류에 따른 해당 직업군 분류	비고
I 기초 이야기 산업	이야기 원천소재의 조사 · 발굴	<p>2 전문가 및 관련 종사자</p> <p>21 과학 전문가 및 관련직</p> <p>212 인문 및 사회 과학 전문가</p> <p>2121 인문과학 연구원</p> <ul style="list-style-type: none"> • 21211 철학 연구원 • 21212 역사학 연구원 • 21213 언어학 및 문학 연구원 • 21214 인류학 연구원 • 21215 교육학 연구원 • 21216 심리학 연구원 • 21219 그 외 인문과학 연구원 <p>25 교육 전문가 및 관련직</p> <p>251 대학 교수 및 강사</p> <p>2511 대학 교수</p> <ul style="list-style-type: none"> • 25111 인문계열 교수 • 25112 사회계열 교수 • 25113 자연계열 교수 • 25114 공학계열 교수 • 25115 의약계열 교수 • 25117 예, 체능계열 교수 <p>* 국어국문학과, 문예창작학과, 역사학과 등 이야기 관련 학과에 종사하는 고등교육기관 교수 및 연구원만을 포함함</p>	별도의 직업군 분류 없음

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

구분	이야기산업 직업군 설정	한국표준직업분류에 따른 해당 직업군 분류	비고	
I 기초 이야기 산업	이야기 기획 · 개발 및 창작	-이야기 기획개발자	2 전문가 및 관련 종사자	대분류
			28 문화, 예술, 스포츠 전문가 및 관련직	중분류
			281 작가, 기자 및 출판 전문가	소분류
			• 28120 번역가	세세분류
			• 28130 통역가	세세분류
			2815 출판물전문가	세분류
			• 28151 출판물 기획자	세세분류
			• 28152 출판물 편집자	세세분류
			283 연극, 영화 및 영상 전문가	소분류
			2831 감독 및 기술감독	세분류
	이야기 창작자	-이야기 창작자	• 28311 감독 및 연출가	세세분류
			• 28312 기술감독	세세분류
			• 28319 그 외 감독 및 연출가	세세분류
			2 전문가 및 관련 종사자	대분류
	이야기 기획 · 개발 및 창작	-이야기 기획개발자	28 문화, 예술, 스포츠 전문가 및 관련직	중분류
			281 작가, 기자 및 출판 전문가	소분류
			2811 작가 및 관련 전문가	세분류
			• 28111 방송작가	세세분류
			• 28112 작가 및 평론가	세세분류
			• 28113 광고문 작성가	세세분류
			• 28114 스크립터	세세분류
			• 28119 그 외 작가 및 관련 전문가	세세분류

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

구분	이야기산업 직업군 설정		한국표준직업분류에 따른 해당 직업군 분류	비고
I 기초 이야기 산업	이야기 기획, 개발 및 창작	-이야기 창작자	2 전문가 및 관련 종사자	대분류
			28 문화, 예술, 스포츠 전문가 및 관련직	중분류
			284 화가, 사진가 및 공연예술가	소분류
			2843 만화가 및 만화영화 작가	세분류
			• 28431 만화가	세세분류
			• 28432 만화영화 작가	세세분류
	이야기 유통과 거래	-이야기 에이전트 -이야기/작가 매니저	N/A	별도의 직업군 분류 없음

- 비교 결과, 산업군의 경우와 달리, 기초 이야기산업 분야와 관련한 직업군은 기존의 분류 체계와 매칭되는 항목을 많이 찾아볼 수 있었음
 - 특히 [이야기 기획 · 개발 · 창작] 활동과 관련한 직업군이 대부분인바, 이 단계와 관련한 기초 이야기산업 분야의 직업군은 기존의 분류 체계에서도 대체로 잘 정리되어 있다고 판단됨
 - 이는 기초 이야기산업 분야가 [이야기 기획 · 개발 · 창작]을 중심으로 산업 활동이 이루어지고 있기 때문이라고 볼 수 있음

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

- 또한 기존 분류 체계에서 산업군에는 분류되어 있지 않고 직업군을 중심으로 분류 체계가 정리되어 있다는 사실은 기초 이야기산업 분야의 산업 활동이 산업체보다는 이야기 기획개발자 및 이야기 창작자로 분류되는 개인의 활동들을 기반으로 주로 이루어지고 있음을 확인할 수 있는 지점임
- [이야기 기획 · 개발 · 창작]과 달리 [이야기 원천소재의 조사 · 발굴], [이야기 유통과 거래] 활동과 관련한 직업군은 산업군 분류와 크게 다르지 않게 별도의 직업군이 분류되어 있는 경우를 찾아보기가 힘들었음
 - 이야기 산업 활동의 가치사슬에 따라 이 두 단계 또한 이야기가 산업화되는 과정에서 필요한 활동임에도 산업 활동이 활발히 이루어지고 있지 않거나 이와 관련한 종사자들이 충분하지 않음을 추정할 수 있음
 - [이야기 기획 · 개발 · 창작] 활동 못지않게 [이야기 원천소재의 조사 · 발굴]과 [이야기 유통과 거래]의 산업 활동 또한 기초 이야기산업 분야의 활성화 및 건강한 생태계 마련을 위해 중요하게 다루어야 하는 단계임
 - 따라서 [이야기 기획 · 개발 · 창작] 관련 내용 뿐 아니라 [이야기 원천소재의 조사 · 발굴]과 [이야기 유통과 거래]에 대한 내용 또한 실태조사에 반영하여 기초 이야기산업 분야에 대한 지원 및 활성화 정책을 수립하는 데 유용한 기초 자료를 마련하고자 함

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

2) 기초 이야기산업의 모집단 도출

- 기초 이야기산업의 산업군 및 직업군 분류를 한국표준산업분류 및 한국표준직업분류와 비교하여 살펴 결과, 기초 이야기산업의 경우 직업군을 기준으로 모집단을 도출하는 것이 적절함
 - 앞에서도 살펴보았듯이, 기초 이야기산업 분야는 이야기 기획개발자 및 이야기 창작자의 활동을 주 기반으로 하여 산업 활동이 이루어지고 있으며, 따라서 기초 이야기산업 분야의 조사 대상자는 [이야기 기획 · 개발 및 창작] 단계에서 활동하는 종사자들을 주요 대상으로 하여 모집단을 도출하였음

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

<표 2-4> 기초 이야기산업의 직업군을 기초로 한 모집단 도출

기초 이야기산업 직업군 설정		한국표준직업분류에 따른 해당 직업군 분류
이야기 원천소재의 조사·발굴	-이야기 기록관리사	<ul style="list-style-type: none"> • 28222 기록물관리사
	-이야기 연구교육자	<ul style="list-style-type: none"> • 21213 언어학 및 문학 연구원
		<ul style="list-style-type: none"> • 25111 인문계열 교수
		<ul style="list-style-type: none"> • 25117 예, 체능계열 교수
		* 국어국문학과, 문예창작학과, 역사학과 등 이야기 관련 학과에 종사하는 고등교육기관의 교수 및 연구원만을 포함함
이야기 기획·개발 및 창작	-이야기 기획개발자	<ul style="list-style-type: none"> • 28120 번역가
		<ul style="list-style-type: none"> • 28151 출판물 기획자
		<ul style="list-style-type: none"> • 28311 감독 및 연출가
	-이야기 창작자	<ul style="list-style-type: none"> • 28111 방송작가
		<ul style="list-style-type: none"> • 28112 작가 및 평론가
		<ul style="list-style-type: none"> • 28113 광고문 작성가
		<ul style="list-style-type: none"> • 28114 스크립터
		<ul style="list-style-type: none"> • 28119 그 외 작가 및 관련 전문가
이야기 유통과 거래	-이야기 에이전트	
	-이야기/작가 매니저	N/A

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

- 각 범위에 속한 산업군과 이에 해당하는 직업군을 대표하는 협회 및 단체의 목록을 조사하였음
 - ‘이야기산업’의 경우 문화체육관광부가 새롭게 주조하여 사용하고 있는 개념이기 때문에 통계청이나 관세청의 관련 자료가 존재하지 않고, 사업체를 위주로 진행하고 있는 콘텐츠산업 통계조사 역시 콘텐츠-이야기산업을 제외하면 참조할 부분이 많지 않음
 - 특히 이야기 창작자들이 프리랜서 형태로 많이 활동하고 있는 기초 이야기산업의 경우 공식적인 방식으로 조사 대상자 명단을 확보할 수 있는 유일한 창구가 이야기 창작자들이 조직한 ‘협회’들이었으며, 다음으로는 그 수가 많지는 않지만 이야기의 발굴, 조사에서부터 기획과 창작 및 유통과 거래까지 모두 관여하고 있는 이야기 전문회사들이 존재함
- 기초 이야기산업 종사자들에 대한 표본 대상 추출을 위해 작성한 모집단 리스트는 다음과 같은 협회 및 회사들의 도움으로 구성되었음
 - 일차적으로 아래와 같은 주요 협회들 및 20여 개의 이야기전문기업을 콘택트하여 모집단 리스트를 구체화함. 주요 협회와 단체들의 홈페이지에 올라와있는 이사진 및 회원 명단, 그리고 협조공문을 통해 협회가 발송해준 명단을 통해서 작성하였음

2.1. 기초 이야기산업의 조사 대상

<표 2-5> 기초 이야기산업의 주요 협회 및 단체

활동 영역	기초 이야기산업 관련 주요 협·단체
출판	(순수문학) 한국문인협회, 한국작가회의 등
	(대중문학) 한국대중문학작가협회 등
만화	한국만화가협회, 한국만화연대 등
영화	시나리오작가협회, 시나리오작가조합 등
방송	한국방송작가협회 등
공연	한국희곡작가협회 등
기타	한국여행작가협회 등
전문기업	이야기 창작, 유통, 에이전시 등의 사업으로 영위하는 기업

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

1) 콘텐츠 이야기산업의 산업군 및 직업군 분류

- 콘텐츠 이야기산업 분야도 기초 이야기산업 분야와 마찬가지로 모집단을 구체화하기 위한 일환으로 산업군 및 직업군 분류를 설정하였음
 - 콘텐츠 이야기산업 분야는 이야기 산업 활동의 가치사슬 중 [이야기를 활용한 콘텐츠 기획 및 제작] 단계를 포함함
 - 콘텐츠 이야기산업 분야도 [이야기 유통과 거래] 활동에 참여하고 있으나 [이야기 유통과 거래]와 관련한 산업군 및 직업군은 기초 이야기산업 분야에 해당하는 것으로 보고 콘텐츠 이야기산업 분야에는 포함되지 않는 것으로 함
- 콘텐츠 이야기산업 분야는 콘텐츠산업 특수분류를 기초로 하여 콘텐츠산업 특수분류 12개의 장르 중 10개에 해당하는 장르에 대해 콘텐츠 이야기산업 산업범위를 확정하였으며(한국콘텐츠진흥원, 『이야기 산업 산업범위 확정보고서』, 2014 참고), 이에 따라 산업군 및 직업군 분류도 콘텐츠산업 특수분류의 장르 별 구분에 근거하여 다음과 같이 설정하였음

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

<표 2-6> 콘텐츠 이야기산업의 산업군 및 직업군 도출

구분	장르 구분	① 산업군 설정	② 직업군 설정
II 콘텐츠 이야기산업 (핵심 분야)	출판	-출판 기획제작업	-출판 발행인 -출판 기획자 -출판 편집자
	만화	-만화출판 기획제작업	-만화 발행인 -만화 기획자 -만화 편집자
	영화	-영화 기획제작업	-영화 기획제작자 -영화 감독
	애니메이션	-애니메이션 기획제작업	-애니메이션 기획제작자 -애니메이션 감독
	방송	-방송 프로그램 기획제작업	-방송 기획제작자 -방송 감독
	공연	-공연 기획제작업	-공연 기획제작자 -연극 연출가 -뮤지컬 연출가 -그 외 공연 연출가
III 콘텐츠 이야기산업 (활용 분야)	음악	-음악 기획제작업	-음악 기획제작자
	게임	-게임 기획제작업	-게임 기획제작자 -게임 개발자
	캐릭터	-캐릭터 기획제작업	-캐릭터 기획제작자 -캐릭터 개발자
	광고	-광고 기획제작업	-광고 기획제작자 -광고 감독

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

□ 콘텐츠 이야기산업의 산업군 분류

- <표 2-6>과 같이 설정한 콘텐츠 이야기산업의 산업군을 기준의 분류체계인 한국표준산업분류와 비교 매칭함

<표 2-7> 콘텐츠 이야기산업의 산업군 분류표

구분	산업군 설정	한국표준산업분류에 따른 해당 산업군 분류	
II 콘텐츠 이야기 산업 (핵심 분야)	-출판 기획제작업	J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58~63)	대분류
		58 출판업	중분류
		581 서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업	소분류
		5811 서적 출판업	세분류
		• 58111 교과서 및 학습서적 출판업	세세분류
		• 58112 만화 출판업	세세분류
		• 58119 기타 서적 출판업	세세분류
		J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58~63)	대분류
		58 출판업	중분류
	-만화출판 기획제작업	581 서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업	소분류
		5811 서적 출판업	세분류
		• 58111 교과서 및 학습서적 출판업	세세분류
		• 58112 만화 출판업	세세분류
		• 58119 기타 서적 출판업	세세분류

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

구분	산업군 설정	한국표준산업분류에 따른 해당 산업군 분류	
II 콘텐츠 이야기 산업 (핵심 분야)	-영화 기획제작업	J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58~63)	대분류
		59 영상, 오디오 기록물 제작 및 배급업	중분류
		591 영화, 비디오물, 방송프로그램 제작 및 배급업	소분류
		5911 영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작업	세분류
		• 59111 일반 영화 및 비디오물 제작업	세세분류
		• 59112 애니메이션 영화 및 비디오물 제작업	세세분류
		• 59113 광고 영화 및 비디오물 제작업	세세분류
		• 59113 방송 프로그램 제작업	세세분류
		J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58~63)	대분류
-애니메이션 기획제작업		59 영상, 오디오 기록물 제작 및 배급업	중분류
		591 영화, 비디오물, 방송프로그램 제작 및 배급업	소분류
		5911 영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작업	세분류
		• 59111 일반 영화 및 비디오물 제작업	세세분류
		• 59112 애니메이션 영화 및 비디오물 제작업	세세분류
		• 59113 광고 영화 및 비디오물 제작업	세세분류
		• 59113 방송 프로그램 제작업	세세분류
		J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58~63)	대분류
		59 영상, 오디오 기록물 제작 및 배급업	중분류
-방송 프로그램 기획제작업		591 영화, 비디오물, 방송프로그램 제작 및 배급업	소분류
		5911 영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작업	세분류
		• 59111 일반 영화 및 비디오물 제작업	세세분류
		• 59112 애니메이션 영화 및 비디오물 제작업	세세분류
		• 59113 광고 영화 및 비디오물 제작업	세세분류
		• 59113 방송 프로그램 제작업	세세분류
		J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58~63)	대분류
		59 영상, 오디오 기록물 제작 및 배급업	중분류
		591 영화, 비디오물, 방송프로그램 제작 및 배급업	소분류

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

구분	산업군 설정	한국표준산업분류에 따른 해당 산업군 분류	
II 콘텐츠 이야기 산업 (핵심 분야)	-공연 기획제작업	R 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업(90~91)	대분류
		90 창작, 예술 및 여가관련 서비스업	중분류
		901 창작 및 예술관련 서비스업	소분류
		9019 기타 창작 및 예술관련 서비스업	세분류
		• 90191 공연 기획업	세세분류
		• 90192 공연 및 제작관련 대리업	세세분류
		• 90199 그 외 기타 창작 및 예술관련 서비스업	세세분류
III 콘텐츠 이야기 산업 (활용 분야)	-음악 기획제작업	J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58~63)	대분류
		59 영상, 오디오 기록물 제작 및 배급업	중분류
		592 오디오물 출판 및 원판 녹음업	소분류
		5920 오디오물 출판 및 원판 녹음업	세분류
		• 59201 음악 및 기타 오디오물 출판업	세세분류
		• 59202 녹음시설 운영업	세세분류
	-게임 기획제작업	J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58~63)	대분류
		58 출판업	중분류
		582 소프트웨어 개발 및 공급업	소분류
		5821 게임 소프트웨어 개발 및 공급업	세분류
		• 58211 온라인, 모바일 게임 소프트웨어 개발 및 공급업	세세분류
		• 58219 기타 게임 소프트웨어 개발 및 공급업	세세분류
	-캐릭터 기획제작업	C 제조업(10~33)	대분류
		33 기타 제품 제조업	중분류
		334 인형, 장난감 및 오락용품 제조업	소분류
		3340 인형, 장난감 및 오락용품 제조업	세분류
		• 33401 인형 및 장난감 제조업	세세분류

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

구분	산업군 설정	한국표준산업분류에 따른 해당 산업군 분류	
Ⅲ 콘텐츠 이야기 산업 (활용 분야)	-광고 기획제작업	J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58~63)	대분류
		58 출판업	중분류
		581 서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업	소분류
		5812 신문, 잡지 및 정기간행물 출판업	세분류
		• 58121 신문 발행업	세세분류
		• 58122 잡지 및 정기간행물 발행업	세세분류
		• 58123 정기 광고간행물 발행업	세세분류
		J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58~63)	대분류
		59 영상, 오디오 기록물 제작 및 배급업	중분류
		591 영화, 비디오물, 방송프로그램 제작 및 배급업	소분류
		5911 영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작업	세분류
		• 59111 일반 영화 및 비디오물 제작업	세세분류
		• 59112 애니메이션 영화 및 비디오물 제작업	세세분류
		• 59113 광고 영화 및 비디오물 제작업	세세분류
		• 59113 방송 프로그램 제작업	세세분류
		M 전문, 과학 및 기술 서비스업(70~73)	대분류
		71 전문서비스업	중분류
		713 광고업	소분류
		7131 광고대행업	세분류
		• 71310 광고대행업	세세분류
		7139 기타 광고업	세분류
		• 71391 옥외 및 전시 광고업	세세분류
		• 71392 광고매체 판매업	세세분류
		• 71393 광고물 작성업	세세분류
		• 71399 그 외 기타 광고업	세세분류

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

- 비교 결과, 콘텐츠 이야기산업에 해당하는 산업군의 경우는 각 장르별로 기존의 분류 체계에 고르게 정리되어 있음을 확인할 수 있었음
 - R 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업으로 분류되어 있는 공연산업과 C 제조업에 분류되어 있는 캐릭터산업(제조업)을 제외하고, 나머지 콘텐츠 이야기산업 분야의 모든 장르가 J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업으로 함께 분류되어 있음
 - 산업군이 분류 체계의 다른 카테고리 하에 산발적으로 흩어져 있거나 별도의 산업군 분류가 없는 항목이 많았던 기초 이야기산업의 산업군과 달리, 콘텐츠 이야기산업의 산업군은 대체로 하나의 카테고리 아래 정리되어 있고 누락된 항목이 거의 없는 것으로 보아 콘텐츠산업의 분류 체계가 잘 정리되어 있음을 파악할 수 있었음

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

□ 콘텐츠 이야기산업의 직업군 분류

- 산업군과 마찬가지로, <표 2-6>에서 설정한 콘텐츠 이야기산업의 직업군을 기준의 분류체계인 한국 표준직업분류와 비교 매칭함

<표 2-8> 콘텐츠 이야기산업의 직업군 분류표

구분	직업군 설정	한국표준직업분류에 따른 해당 직업군 분류	
II 콘텐츠 이야기 산업 (핵심 분야)	-출판 발행인 -출판 기획자 -출판 편집자	2 전문가 및 관련 종사자	대분류
		28 문화, 예술, 스포츠 전문가 및 관련직	중분류
		281 작가, 기자 및 출판 전문가	소분류
		2815 출판물전문가	세분류
		• 28151 출판물 기획자	세세분류
		• 28152 출판물 편집자	세세분류
	-만화 발행인 -만화 기획자 -만화 편집자	2 전문가 및 관련 종사자	장르별 별도의 산업군 분류 없음
		28 문화, 예술, 스포츠 전문가 및 관련직	
		281 작가, 기자 및 출판 전문가	
		2815 출판물전문가	
		• 28151 출판물 기획자	
		• 28152 출판물 편집자	

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

구분	직업군 설정	한국표준직업분류에 따른 해당 직업군 분류	
II 콘텐츠 이야기 산업 (핵심 분야)	-영화 기획제작자 -영화 감독	2 전문가 및 관련 종사자	대분류
		28 문화, 예술, 스포츠 전문가 및 관련직	중분류
		283 연극, 영화 및 영상 전문가	소분류
		2831 감독 및 기술감독	세분류
		• 28311 감독 및 연출가	세세분류
		• 28312 기술감독	세세분류
		• 28319 그 외 감독 및 연출가	세세분류
	-애니메이션 기획제작자 -애니메이션 감독	2 전문가 및 관련 종사자	장르별 별도의 산업군 분류 없음
		28 문화, 예술, 스포츠 전문가 및 관련직	
		283 연극, 영화 및 영상 전문가	
		• 28311 감독 및 연출가	
		• 28312 기술감독	
	-방송 기획제작자 -방송 감독	2 전문가 및 관련 종사자	장르별 별도의 산업군 분류 없음
		28 문화, 예술, 스포츠 전문가 및 관련직	
		283 연극, 영화 및 영상 전문가	
		• 28311 감독 및 연출가	
		• 28312 기술감독	
		• 28319 그 외 감독 및 연출가	
-공연 기획제작자 -연극 연출가 -뮤지컬 연출가 -그 외 공연 연출가	-공연 기획제작자 -연극 연출가 -뮤지컬 연출가 -그 외 공연 연출가	2 전문가 및 관련 종사자	장르별 별도의 산업군 분류 없음
		28 문화, 예술, 스포츠 전문가 및 관련직	
		283 연극, 영화 및 영상 전문가	
		• 28311 감독 및 연출가	
		• 28312 기술감독	
		• 28319 그 외 감독 및 연출가	

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

구분	직업군 설정	한국표준직업분류에 따른 해당 직업군 분류	
III 콘텐츠 이야기 산업 (활용 분야)	-음악 기획제작자	2 전문가 및 관련 종사자	대분류
		28 문화, 예술, 스포츠 전문가 및 관련직	중분류
		284 화가, 사진가 및 공연예술가	소분류
		2845 지휘자, 작곡가 및 연주가	세분류
		• 28451 지휘자	세세분류
		• 28452 작곡가 및 편곡가	세세분류
		• 28453 연주가	세세분류
	-게임 기획제작자 -게임 개발자	2 전문가 및 관련 종사자	대분류
		22 정보통신 전문가 및 기술직	중분류
		222 정보시스템 개발 전문가	소분류
		2223 응용 소프트웨어 개발자	세분류
		• 22231 응용 소프트웨어 프로그래머	세세분류
		• 22232 게임프로그래머	세세분류
		• 22233 네트워크 프로그래머	세세분류
		• 22239 그 외 응용 소프트웨어 프로그래머	세세분류
	-캐릭터 기획제작자 -캐릭터 개발자	N/A	장르별 별도의 산업군 분류 없음

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

구분	직업군 설정	한국표준직업분류에 따른 해당 직업군 분류	
III 콘텐츠 이야기 산업 (활용 분야)	-광고 기획제작자 -광고 감독	2 전문가 및 관련 종사자	대분류
		27 경영, 금융 전문가 및 관련직	중분류
		273 상품기획, 홍보 및 조사 전문가	소분류
		2733 광고 및 홍보 전문가	세분류
		• 27331 광고 전문가	세세분류
		• 27332 홍보 전문가	세세분류
		2 전문가 및 관련 종사자	대분류
		28 문화, 예술, 스포츠 전문가 및 관련직	중분류
		283 연극, 영화 및 영상 전문가	소분류
		2831 감독 및 기술감독	세분류
		• 28311 감독 및 연출가	세세분류
		• 28312 기술감독	세세분류
		• 28313 광고문 작성가	세세분류
		• 28314 스크립터	세세분류
		• 28319 그 외 감독 및 연출가	세세분류

- 콘텐츠 이야기산업 분야의 직업군 분류를 기준의 분류 체계인 한국표준직업분류와 비교한 결과, 산업군과 달리 콘텐츠 이야기산업 분야의 직업군을 별도로 분류하고 있지 않은 장르가 대부분
 - 만화, 애니메이션, 방송, 공연의 경우 각 장르별로 분류된 별도의 직업군이 없는 관계로 만화의 경우는 출판산업에 해당하는 직업군으로, 애니메이션, 방송, 공연의 경우는 연극, 영화 및 영상 전문가의 직업군으로 대체하여 정리하였음

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

2) 콘텐츠 이야기산업 분야의 모집단 도출

- 콘텐츠 이야기산업의 산업군 및 직업군 분류를 한국표준산업분류 및 한국표준직업분류와 비교한 결과, 콘텐츠 이야기산업의 경우 산업군을 기준으로 모집단을 도출하는 것이 적절함
 - 콘텐츠 이야기산업은 [이야기 기획·개발 및 창작]과 관련한 개인의 활동이 주를 이루는 기초 이야기산업과 달리 산업 활동이 주로 산업체를 중심으로 일어나기 때문에, 직업군보다는 산업군을 중심으로 모집단 분류를 설정하여 산업체를 대상으로 실태조사를 실시하는 것이 효율적임
- 나아가, 보다 분명한 규모의 모집단으로 실체화하기 위해 콘텐츠 이야기산업을 한국표준산업분류와 비교하여 도출, 정리한 산업군을 콘텐츠산업 특수분류의 분류체계와 다시 비교하여 콘텐츠산업 특수분류 내 해당 산업군과 매칭하였음
 - 매년 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 ‘콘텐츠산업을 영위하는 전국의 모든 사업체’를 목표 모집단으로 삼고 진행해오고 있는 콘텐츠산업 통계조사의 대상 사업체 중 ‘콘텐츠 기획 및 제작’ 부문에 종사하는 모든 사업체들이 모집단에 해당한다고 할 수 있음
 - 이는 콘텐츠 이야기산업의 산업범위를 콘텐츠 유통과 소비는 제외하고 ‘콘텐츠 기획 및 제작’만을 포함하는 것으로 설정하였기 때문임
 - 콘텐츠 이야기산업의 산업범위에 따라 정리한 산업군을 기준으로 한국표준산업분류에서 산업군을 도출하고, 이를 콘텐츠산업 특수분류와 비교, 정리한 모집단 범위는 다음과 같음

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

<표 2-9> 한국표준산업분류와 콘텐츠산업 특수분류에서의 산업군 비교를 통한 모집단 추출

한국표준산업분류에 따른 해당 산업군 분류	콘텐츠 이야기산업 산업군 설정	콘텐츠산업 특수분류에 따른 해당 산업군 분류		
		종분류	소분류	
58119 기타 서적 출판업	-출판 기획제작업	1-1 출판업	1-1-1 서적출판업	
58112 만화 출판업	-만화출판 기획제작업	2-1 만화출판업	2-1-1 만화출판사	
			2-1-2 일반 출판사(만화 부문)	
		2-2 온라인 만화 제작, 유통업	2-2-1 인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	
59111 일반 영화 및 비디오물 제작업	-영화 기획제작업	4-1 영화 제작,지원 및 유통업	4-1-1 영화 기획 및 제작	
59113 광고 영화 및 비디오물 제작업			4-1-3 영화제작 지원	
59112 애니메이션 영화 및 비디오물 제작업	-애니메이션 기획제작업	6-1 애니메이션 제작업	6-1-1 애니메이션 창작 제작업	
59113 방송 프로그램 제작업	-방송 프로그램 기획제작업		6-1-2 애니메이션 하청 제작업	
			6-1-3 온라인 애니메이션 제작업	
	7-1 지상파방송	7-1-1 지상파방송 사업자		
90191 공연 기획업	-공연 기획제작업	7-2 유선방송	7-2-1 종합유선방송 사업자	
		7-6 방송영상물 제작업	7-6-0 방송영상독립제작사	
		12-1 공연업	12-1-1 공연기획 및 제작업	
59201 음악 및 기타 오디오물 출판업	-음악 기획제작업	3-1 음악제작업	3-1-1 음악 기획 및 제작업	
		3-2 음악 및 오디오물 출판업	3-2-1 음악 오디오물 출판업	
		3-6 음악공연업	3-6-1 음악공연 기획 및 제작업	
58211 온라인, 모바일 게임 소프트웨어 개발 및 공급업	-게임 기획제작업	5-1 게임 제작 및 배급업	5-1-1 게임 기획 및 제작업	
58219 기타 게임 소프트웨어 개발 및 공급업				
33401 인형 및 장난감 제조업	-캐릭터 기획제작업	9-1 캐릭터 제작업	9-1-1 캐릭터 개발 및 라이선스업 9-1-2 캐릭터상품 제조업	
58123 정기 광고간행물 발행업	-광고 기획제작업	8-1 광고(종합) 대행업	8-1-1 광고대행, 매체대행 8-1-2 광고기획, 전략대행	
59113 광고 영화 및 비디오물 제작업			8-2-1 CM,영상,카피,그래픽 제작	
71310 광고대행업		8-2 광고제작업	8-2-2 온라인 제작	
71393 광고물 작성업			8-2-4 CI 제작	

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

- 〈표 2-9〉와 같이 정리한 모집단을 기준으로, 『2013 콘텐츠산업 통계조사』의 업종별 사업체 수 현황을 참고하여 콘텐츠 이야기산업의 모집단에 종사하는 사업체의 수를 추출하였음
 - 이야기산업 실태조사에서 두 번째 유형 설문지를 통해 조사하게 될 콘텐츠 이야기산업에 종사하는 사업체 수는 총 11,917개로 집계되며, 이 중에서 실태조사를 위한 표본 대상은 한국콘텐츠진흥원과의 협의를 통해서 약 10% 가량으로 선정하였음

<표 2-10> 콘텐츠 이야기산업의 실태조사 모집단 수

구분	산업군 설정	해당 산업군 별 사업체 수			모집단 수
II 콘텐츠 이야기 산업 (핵심 분야)	-출판 기획제작업	출판업	서적출판업	1,907	1,907
	-만화출판 기획제작업	만화출판업	만화출판사	92	257
			일반 출판사(만화 부문)	121	
	온라인 만화 제작, 유통업	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공	44		
	-영화 기획제작업	영화 제작, 지원 및 유통업	영화 기획 및 제작	599	874
			영화제작 지원	275	
	-애니메이션 기획제작업	애니메이션 제작업	애니메이션 창작 제작업	151	260
			애니메이션 하청 제작업	102	
			온라인 애니메이션 제작업	7	
	-방송 프로그램 기획제작업	지상파방송	지상파방송 사업자	53	663
		유선방송	종합유선방송 사업자	94	
		방송영상을 제작업	방송영상독립제작사	516	
	-공연 기획제작업	공연	공연단체	2,108	2,108
III 콘텐츠 이야기 산업 (활용 분야)	-음악 기획제작업	음악제작업	음악 기획 및 제작업	1,192	1,722
		음악 및 오디오물 출판업	음악 오디오물 출판업	44	
		음악공연업	음악공연 기획 및 제작업	486	
	-게임 기획제작업	게임 제작 및 배급업	게임 기획 및 제작업	957	957
	-캐릭터 기획제작업	캐릭터 제작업	캐릭터 개발 및 라이선스업	292	690
			캐릭터상품 제조업	398	
	-광고 기획제작업	광고	광고(종합)대행업	1,490	2,479
			광고제작업	989	

* 해당 산업군 별 사업체 수는 『2013 콘텐츠산업 통계조사』에서 사용한 특수 분류상의 산업군과 이야기산업의 산업군을 비교 매칭하여, 관련 사업체 수를 합산한 결과임

2.2. 콘텐츠 이야기산업의 조사 대상

- 다음으로 <표 2-11>과 같은 협회 및 회사들의 협조를 받아 콘텐츠-이야기산업 종사자들에 대한 실태조사의 실질적인 표본 대상 추출을 위한 모집단 리스트를 구체화하였음
- 아래와 같은 주요 협회들의 홈페이지에 올라와있는 이사진 및 회원 명단, 그리고 협조공문을 통해 협회가 발송해준 명단을 통해서 작성하였음

<표 2-11> 콘텐츠 이야기산업의 주요 협회 및 단체

활동 영역	콘텐츠 기획 제작과 관련한 주요 협·단체
출판	대한출판협회 등
만화	한국만화출판협회 등
영화	(사)한국영화제작가협회, (사)한국영화프로듀서조합, (사)한국영화감독협회, (사)한국영화감독조합 등
애니메이션	애니메이션제작자협회 등
방송	한국방송협회, (사)독립제작사협회, 독립프로듀서협회 등
공연	공연프로듀서협회 등
음악	한국음반산업협회 등
게임	한국게임개발자협회 등
캐릭터	서울캐릭터라이선싱페어조직위원회 등
광고	광고산업협회, 한국광고영상제작사협회 등

2.3. 일반 이야기산업의 조사 대상

1) 일반 이야기산업 분야의 산업군 및 직업군 분류

- 기초 이야기산업 분야의 성과(이야기 창작물이나 스토리텔링 기법)를 일반 산업의 기획, 제작 과정에 적용하는 일반 이야기산업 분야는 사실 이야기를 활용하고 있거나 활용하고자 하는 모든 산업이 그 대상이 될 수 있음
 - 일반 이야기산업 분야의 산업범위를 확정하기 위해 우선 일반산업 내에서 이야기와 이야기기법을 이미 활발히 활용하는 산업체와 분야를 중심으로 일반 이야기산업-핵심 분야로 구분한바, 관광, 축제/이벤트/전시, 교육/강연이 이에 해당함
 - 그리고 나머지 이야기 및 이야기기법을 활용할 가능성을 지닌 모든 일반산업이 일반 이야기산업-활용 분야에 속한다고 할 수 있음
 - 다만 콘텐츠 이야기산업 분야와 마찬가지로 상품의 유통과 소비는 제외하고 각 분야 상품의 기획 및 제작까지만을 포함함

2.3. 일반 이야기산업의 조사 대상

- 이러한 관점을 반영하여 다음과 같이 일반 이야기산업 분야의 산업군과 직업군을 다음과 같이 도출, 정리하였음

<표 2-12> 일반 이야기산업 의 산업군 및 직업군 도출

구분	산업 구분	① 산업군 설정	② 직업군 설정
IV 일반 이야기산업 (핵심 분야)	관광	-관광상품 기획개발업	-관광상품 기획개발자
	축제/이벤트/전시	-축제/이벤트/전시 기획개발업	-축제/이벤트/전시 기획개발자
	교육/강연	-교육/강연 기획개발업	-교육/강연 기획개발자
V 일반 이야기산업 (활용 분야)	제조업	-상품 기획개발업 -상품 홍보마케팅업	-상품 기획개발자 -상품 홍보마케터
	서비스업		
	기타 일반산업		

2.3. 일반 이야기산업의 조사 대상

□ 일반 이야기산업 분야의 산업군 분류

- <표 2-12>와 같이 설정한 일반 이야기산업 분야의 산업군을 기준의 분류체계인 한국표준산업분류와 비교 매칭함

<표 2-13> 일반 이야기산업의 산업군 분류표

구분	산업군 설정	한국표준산업분류에 따른 해당 산업군 분류	
IV 일반 이야기 산업 (핵심 분야)	-관광상품 기획개발업	N 사업시설관리 및 사업지원 서비스업(74~75)	대분류
		75 사업지원 서비스업	중분류
		752 여행사 및 기타 여행보조 서비스업	소분류
		7521 여행사업	세분류
		• 75211 일반 및 국외 여행사업	세세분류
		• 75212 국내 여행사업	세세분류
	-축제/이벤트/전시 기획개발업	N 사업시설관리 및 사업지원 서비스업(74~75)	대분류
		75 사업지원 서비스업	중분류
		752 여행사 및 기타 여행보조 서비스업	소분류
		7521 여행사업	세분류
		• 75211 일반 및 국외 여행사업	세세분류
		• 75212 국내 여행사업	세세분류

2.3. 일반 이야기산업의 조사 대상

구분	산업군 설정	한국표준산업분류에 따른 해당 산업군 분류	
IV 일반 이야기 산업 (핵심 분야)	-축제/이벤트/전시 기획개발업	N 사업시설관리 및 사업지원 서비스업(74~75)	대분류
		759 기타 사업지원 서비스업	중분류
		7591 사무지원 서비스업	소분류
		7599 그 외 기타 사업지원 서비스업	세분류
		• 75991 콜센터 및 텔레마케팅 서비스업	세세분류
		• 75992 전시 및 행사 대행업	세세분류
		• 75993 신용조사 및 추심 대행업	세세분류
		• 75994 포장 및 충전업	세세분류
		• 75999 그 외 기타 분류안된 사업지원 서비스업	세세분류
	-교육/강연 기획개발업	J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58~63)	대분류
		58 출판업	중분류
		581 서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업	소분류
		5811 서적 출판업	세분류
		• 58111 교과서 및 학습서적 출판업	세세분류
		• 58112 만화 출판업	세세분류
		• 58119 기타 서적 출판업	세세분류
		P 교육 서비스업(85)	대분류
V 일반 이야기 산업 (활용 분야)	제조업 서비스업 기타	85 교육 서비스업	중분류
		856 기타 교육기관	소분류
		8564 직원훈련기관	세분류
		• 85640 직원훈련기관	세세분류
		8569 그 외 기타 교육기관	세분류
	-상품 기획개발업	• 85691 컴퓨터 학원	세세분류
		• 85699 그 외 기타 분류안된 교육기관	세세분류
		N/A	별도의 산업군 분류 없음

2.3. 일반 이야기산업의 조사 대상

□ 일반 이야기산업 분야의 직업군 분류

<표 2-14> 일반 이야기산업의 직업군 분류표

구분	직업군 설정	한국표준산업분류에 따른 해당 직업군 분류	
IV 일반 이야기 산업 (핵심 분야)	-관광상품 기획개발자	2 전문가 및 관련 종사자	대분류
		27 경영, 금융 전문가 및 관련직	중분류
		273 상품기획, 홍보 및 조사전문가	소분류
		2732 여행상품 개발자	세분류
		• 27320 여행상품 개발자	세세분류
	-축제/이벤트/전시 기획개발자	2 전문가 및 관련 종사자	대분류
		27 경영, 금융 전문가 및 관련직	중분류
		273 상품기획, 홍보 및 조사전문가	소분류
		2735 행사 기획자	세분류
V 일반 (활용 분야)	-교육/강연 기획개발자	• 27351 이벤트 전문가	세세분류
		• 27352 행사 전시 기획자	세세분류
		• 27353 국내 및 국제 회의 기획자	세세분류
		2 전문가 및 관련 종사자	대분류
		25 교육 전문가 및 관련직	중분류
		254 문리, 기술 및 예능 강사	소분류
		2549 기타 문리, 기술 및 예능 강사	세분류
	제조업	• 25491 교육연수기관 강사	세세분류
		• 25492 기업체 직무훈련 강사	세세분류
	서비스업	• 25499 그 외 문리・기술 및 예능강사	세세분류
		2 전문가 및 관련 종사자	대분류
		27 경영, 금융 전문가 및 관련직	중분류
		273 상품기획, 홍보 및 조사전문가	소분류
		2731 상품기획 전문가	세분류
	기타	• 27311 상품 기획자	세세분류
		• 27312 마케팅 전문가	세세분류

2.3. 일반 이야기산업의 조사 대상

2) 일반 이야기산업의 모집단 도출

- 일반 이야기산업 분야의 모집단은 앞의 두 부문과는 달리 너무나 광범위하기 때문에 보통의 통계조사 과정을 따라서 모집단과 표본 대상을 추출하는 것이 어렵고 큰 의미가 없다고 할 수 있음
 - 또한 실상 거의 모든 일반산업이 일반 이야기산업 분야에 포함될 수 있는 가능성을 지니고 있기 때문에 분야에 대한 산업범위 확정은 가능하더라도, 실질적인 모집단에 대한 경계 및 그 규모를 구체화하기 어려움
- 따라서 일반 이야기산업 분야의 경우는 인터넷 자료 검색, 전문가 인터뷰에서 제시된 사례 종합, 스노우볼 샘플링 기법 등을 동원하여 모범사례(best practice)라고 할 수 있는 사업체들을 추출하였으며, 이들을 대상으로 한 설문조사를 통해서 통계분석이라기보다는 사례연구의 형식으로 실태조사를 진행하도록 설계하였음

2.3. 일반 이야기산업의 조사 대상

- 보다 구체적으로 말해서, 일반 이야기산업-핵심 분야의 경우 관광, 축제/전시/이벤트, 교육/강연으로 특정한 분야를 정해놓았기에 일반 이야기산업-활용분야와는 달리 어느 정도의 경계 설정이 가능하기에, <표 2-15>와 같은 협회를 중심으로 홈페이지에 올라와있는 이사진 및 회원 명단, 그리고 협조공문을 통해 협회가 발송해준 명단을 통해 작성하였음
- 이와 달리 일반 이야기산업-활용 분야의 경우 실태조사를 위해서는 해당 상품이나 서비스의 기획 및 제작에 이야기 창작물이나 스토리텔링 기법을 적극적으로 활용한 경험이 있는 단체 및 기업을 파악하고자 하였음

<표 2-15> 일반 이야기산업의 주요 협회 및 단체

활동 영역	일반 이야기산업 관련 주요 협·단체
관광/축제/전시/이벤트	한국 MICE 협회 등
교육/강연	(사)한국검인정교과서 등
기타 일반산업	-

III. 조사 내용 및 문항 설계

3.1. 조사 공통 항목

1) 일반 현황

□ 조사 설문 첫 단계에 응답대상의 일반현황에 대한 다음의 물음들을 공통 항목으로 설정하였음

- 이야기산업 분야 내 주요 활동 장르 및 산업 영역
- 창작자 직업형태 및 이야기 관련 산업체의 기업 현황
- 이야기산업 관련 산업 활동의 양상 및 운영 현황

① 이야기산업 분야 내 주요 활동 장르 및 산업 영역

- 이야기산업은 기초 이야기산업 분야, 콘텐츠 이야기산업 분야, 일반 이야기산업 분야의 세 가지 유형에 따라 구분될 뿐 아니라, 각 산업 분야 내에서도 각 장르별 산업 활동의 양상이 다르게 나타나기 때문에 이에 대한 분석을 수행하기 위해 꼭 필요한 문항임
- 기초 이야기산업 분야의 종사자들은 이야기산업에 포함되는 전 영역에 걸쳐 있는 것으로 파악되기 때문에 모든 장르를 대상으로 조사를 실시해야 하며, 콘텐츠 이야기산업과 일반 이야기산업의 경우 각 산업별로 그에 해당하는 장르 및 산업분야 중 주로 활동하는 영역에 대한 문항으로 구성하였음

3.1. 조사 공통 항목

② 창작자 직업형태 및 이야기 관련 산업체의 기업 현황

- 기초 이야기산업 분야의 경우는 응답자의 대부분이 이야기 기획개발자 및 이야기 창작자이기 때문에 응답자 개인의 일반 현황에 대한 문항으로 구성, 창작자로서의 직업형태를 조사함
- 콘텐츠 이야기산업 분야와 일반 이야기산업 분야의 경우 기업형태, 매출액, 고용형태, 종사자 수 등 산업체의 일반 현황을 조사함

③ 이야기산업 관련 산업 활동의 양상 및 운영 현황

- 기초 이야기산업 분야의 경우 이야기 기획개발자 및 이야기 창작자 개인을 대상으로, 작업시간, 평균 수입과 주요 소득원 등에 대한 문항을 설계함
- 콘텐츠 이야기산업 분야와 일반 이야기산업 분야의 경우 산업체의 산업 활동 양상으로 이야기 관련 부서 설치 여부 및 이야기 담당 인력 배치 현황에 대한 문항을 설계함
- 특히 일반 이야기산업 분야의 경우 이야기 및 이야기기법을 활용하는 산업체를 중심으로 실태조사를 수행하고자 하나, 일반산업의 경우 이야기를 전담하는 부서 및 인력에 대한 운영을 하고 있는지에 대한 의문이 있음. 이 문항을 통해 이야기산업이 일반산업으로 어느 정도 확장되어 있고, 또 얼마나 체계적으로 운영되고 있는지에 대한 기초적인 분석이 가능할 것임

3.1. 조사 공통 항목

2) 이야기산업의 현황과 전망

① 이야기산업 관련 법적, 제도적 욕구 파악

- 이야기산업 종사자들을 대상으로 지원 정책이 필요한 분야와 부문에 대한 조사를 실시하여 현장의 목소리를 듣는 과정은 매우 중요함
- 정부 차원의 지원과 제도화가 필요한 부문을 조사하고 그것의 우선순위를 파악함으로써, 이야기산업의 건강한 생태계 조성 및 활성화를 위한 법적, 제도적 지원에 대한 기초자료를 마련할 수 있음

② ‘이야기 유통과 거래’ 전문 기관 설치의 필요성 및 의견 검토

- 이야기산업의 공정한 거래질서 확립은 이야기산업 관련 가장 중요한 이슈에 속함
- [이야기의 유통과 거래]와 관련한 전문 기관의 설치는 작가와 산업체 간의 계약이 공정하게 이루어지고 이야기 창작자의 권익을 보호할 수 있도록 하기 위해 제안된 정책 중 하나임
- 이야기 유통과 거래 전문 기관은 이야기전문기업, 이야기 거래소 등의 형태로 제안되고 있는바, 전문 기관의 필요성에 대한 인식과 이야기 유통과 거래 전문 기관이 담당해야 하는 부문에 대한 조사 문항을 설계함

3.1. 조사 공통 항목

③ 이야기산업의 확장 가능성

- 이야기 활용이 일반산업으로 확장되는 경향과 효과에 대한 인식을 조사함으로써 이야기 활용 실태와 더불어 이야기산업의 확장 가능성에 대한 전망을 살필 수 있는 문항을 설계함
- 또한 이야기산업의 해외 시장 진출 경쟁력에 대한 조사와 함께 국제적 측면에서의 경쟁력을 강화하기 위해 필요한 지원 정책을 모색하기 위한 설문 문항을 설계함

3.2. 이야기산업 유형별 조사 내용

- 3.1.에서 살펴본 실태조사의 공통 항목 외에 기초 이야기산업, 콘텐츠 이야기산업, 일반 이야기산업에서 각 유형별로 특정되는 사항들에 대한 조사 문항을 설계하였음
 - 이야기 산업 활동 가치사슬에 따라 발생하는 산업 활동이 각 분야마다 다른 양상을 보이고, 각 분야의 산업 종사자들이 위치한 처지와 상황 또한 모두 다르기 때문에 각 분야별 조사는 이야기산업의 실질적인 실태를 파악하기 위해 꼭 필요한 조사임
 - 분야별 조사는 각 산업 분야별, 장르별, 이야기산업 가치사슬의 단계별로 주요하게 논의되는 사항들을 중심으로 다루고자 하였으며, 각 분야별 내용은 다음과 같음

1) 기초 이야기산업

- 기초 이야기산업에서는 주로 이야기산업의 뿌리 역할을 하고 있다고 볼 수 있는 이야기 기획자 및 창작자들의 현황에 주목하여 기초 이야기산업의 실태를 살피고자 하였음
 - 이야기 기획자 및 창작자의 경우 개별적으로 활동하는 경우가 대부분이고 체계적인 생태계가 마련되어 있지 않기 때문에, 이들에 대한 지원과 보호 방안 마련이 시급한 상황임
 - 따라서 기초 이야기산업 분야의 종사자들의 활동 현황과 욕구를 파악하는 것이 이 유형에 대한 조사의 핵심 내용이라고 할 수 있음

3.2. 이야기산업 유형별 조사 내용

- 이러한 관점에서 특히 주목해야 할 부분이 이야기 기획자 및 창작자의 성과물이 콘텐츠와 상품으로 기획 제작되는 과정에서 발생하는 ‘이야기 유통과 거래’와 관련한 문제들이며, 이야기 전별 평균 고료, 표준계약서 및 부가판권 등 계약과 관련한 사항, 법률적 문제 해결 방식 등이 이에 해당함

<표 3-1> 기초 이야기산업의 유형별 조사 내용

	A. 기초 이야기산업	B. 콘텐츠 이야기산업	C. 일반 이야기산업
	창작자 개인	사업체 종사자	
I. 일반 현황	<ul style="list-style-type: none">• 주요 활동 장르• 직업형태• 주당 작업시간• 평균 수입 및 소득원	<ul style="list-style-type: none">• 해당 장르• 기업형태• 고용형태 및 종사자수• 이야기산업 관련 업무 담당 부서 및 설치 현황 (B, C 공통)	

3.2. 이야기산업 유형별 조사 내용

2) 콘텐츠 이야기산업

- 콘텐츠 이야기산업의 경우 이야기 활용 현황을 중심으로 이야기가 콘텐츠로 기획, 제작되는 방식에 대해 주로 살펴보고자 하였음
 - 콘텐츠 이야기산업은 기초 이야기산업에서 활동하는 이야기 기획자 및 이야기 창작자들과 가장 긴 밀한 관계를 맺고 있는 산업 분야로, 기초 이야기산업과 콘텐츠 이야기산업이 만나게 되는 접점들에 대한 내용이 분야별 조사 설문의 많은 비중을 차지함
 - 이야기가 콘텐츠로 기획 제작되는 과정에서 이야기 창작자와 콘텐츠 기획제작사 간에 발생하는 산업 활동들에 주목하여 설문을 설계하였는바, 이야기 창작자 발굴 경로, 표준계약서 사용 현황과 부가판권 계약 현황을 포함하는 창작자와 제작사 간의 계약과 관련한 사항 등이 이에 해당함

3.2. 이야기산업 유형별 조사 내용

<표 3-2> 콘텐츠 이야기산업의 유형별 조사 내용

	A. 기초 이야기산업	B. 콘텐츠 이야기산업	C. 일반 이야기산업
II. 이야기 산업 활동의 가치사슬	이야기 원천소재의 조사와 발굴		
	<ul style="list-style-type: none"> • 원천소재 조사방식 조사 시 애로사항 및 문제점 파악 	<ul style="list-style-type: none"> • 기획을 위한 원천소재 조사 방식 	<ul style="list-style-type: none"> • 일반산업 내 이야기산업 관련 종사자들의 '이야기'에 대한 인식
	이야기 기획, 개발, 창작		
	<ul style="list-style-type: none"> • 아이디어 경로 • 단독창작 또는 집단창작 등 창작방식 조사 • OSMU 개발 경험 여부 	<ul style="list-style-type: none"> • 이야기 기획 방식 • 이야기 창작자 발굴 경로 및 현황 	<ul style="list-style-type: none"> • 이야기 활용을 위한 이야기 직접 개발 방식 • 이야기 활용을 위한 외주 용역 발주 현황 • 상품 기획개발비 내 이야기 관련 비용의 비중 • 이야기 전담 부서 및 인력 현황과 운영 계획
이야기 유통			
<ul style="list-style-type: none"> • 창작자와 제작사 간의 이야기 유통 경로 • 이야기 건별 평균 고료, 계약 시 이야기 원고 형태, 표준계약서 사용 현황, 부가 판권의 계약 현황, 이야기 유통의 법률적 문제 해결 방식 (A, B 공통) • 이야기 전문기업의 필요성 인식 정도와 의견 • 이야기 거래소의 필요성 인식 정도와 의견 (A, B, C 공통) 			
이야기를 활용한 콘텐츠 또는 상품의 기획 및 제작			
(해당 없음)		<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 기획, 제작, 유통 현황 • 콘텐츠산업 내 이야기 활용의 애로사항 및 문제점 파악 	<ul style="list-style-type: none"> • 이야기 및 이야기기법의 활용 현황 및 효과 • 일반산업 내 이야기 및 이야기기법 활용의 애로사항 및 문제점 파악 • 이야기 및 이야기기법 활용의 성공 사례

3.2. 이야기산업 유형별 조사 내용

3) 일반 이야기산업

- 일반 이야기산업 분야의 경우 이야기 활용 현황과 효과, 그리고 이야기 활용에 대한 산업 종사자들의 인식을 주로 살펴보고자 하였음
 - 관광산업, 축제, 교육/강연산업 뿐 아니라 제조업과 서비스업 등 일반산업의 전 범위로 이야기 활용이 확대되어 가고 있는 현상에 주목하여, 이야기산업 확장의 지속 여부와 그에 따른 효과 및 문제점을 파악하고자 함
 - 이야기를 활발하게 활용하고 있는 산업체를 조사 대상으로 어떠한 방식으로 이야기를 활용하고 있는지 그 방식과 현황과 더불어 이야기 활용 성공사례를 알아볼 수 있는 설문 문항을 설계함

<표 3-3> 일반 이야기산업의 유형별 조사 내용

	A. 기초 이야기산업	B. 콘텐츠 이야기산업	C. 일반 이야기산업
III. 이야기 산업의 현황, 전망	<ul style="list-style-type: none">• 이야기산업 활동의 가치사슬의 각 단계별 현황 및 전망• 이야기산업 활성화를 위한 지원정책 등 법적, 제도적 욕구 파악• 이야기 활용의 일반산업으로의 확장 경향에 대한 인식 및 전망• 국내 창작 이야기의 해외 시장 진출 경쟁력 및 필요한 지원 정책 (A, B, C 공통)		

3.3. 설문 문항 설계도

- 조사 설문지는 이야기산업의 세 가지 유형인 기초 이야기산업, 콘텐츠 이야기산업, 일반 이야기산업을 기준으로, 세 가지 종류의 설문으로 설계하였으며, 정리하면 다음과 같음

<표 3-4> 2014년 이야기산업 실태조사 설문 문항 설계도

	A. 기초 이야기산업	B. 콘텐츠 이야기산업	C. 일반 이야기산업
I. 일반 현황	창작자 개인		산업체 일반
	• 주요 활동 장르, 직업형태, 주당 작업시간, 평균 수입	(B, C 공통) • 해당 장르, 기업형태, 고용형태 및 종사자수 • 이야기산업 관련 업무 담당 부서 및 설치 현황	
	이야기 원천소재의 조사와 발굴		
	• 원천소재 조사방식, 조사 시 애로사항 및 문제점 파악	• 기획을 위한 원천소재 조사 방식	• 일반산업 내 이야기산업 관련 종사자들의 '이야기'에 대한 인식
	이야기 기획, 개발, 창작		
	• 아이디어 경로, 단독창작 또는 집단창작 등 창작방식 조사, OSMU 개발 경험 여부	• 이야기 기획 방식 • 이야기 창작자 발굴 경로 및 현황	• 이야기 활용을 위한 이야기 직접 개발 방식 • 이야기 활용을 위한 외주 용역 발주 현황 • 이야기 전담 부서 및 인력 현황과 운영 계획
	이야기 유통		
	(A, B 공통) • 창작자와 제작사 간의 이야기 유통 경로, 이야기 건별 평균 고로, 계약 시 이야기 원고 형태, 표준계약서 사용 현황, 부가 판권의 계약 현황, 이야기 유통의 법률적 문제 해결 방식	(A, B, C 공통) • 상품 기획을 위해 외부 작가의 이야기 및 이야기기법 활용 시 이야기 유통 경로	
	(A, B, C 공통) • 이야기 전문기업의 필요성 인식 정도와 의견 • 이야기 거래소의 필요성 인식 정도와 의견		
	이야기를 활용한 콘텐츠 또는 상품의 기획 및 제작		
II. 이야기 산업 활동의 가치사슬	(해당 없음)	• 콘텐츠 기획, 제작, 유통 현황 • 콘텐츠산업 내 이야기 활용의 애로사항 및 문제점 파악	• 이야기 및 이야기기법의 활용 현황 및 효과 • 일반산업 내 이야기 및 이야기기법 활용의 성공 사례 및 애로사항 파악
	(A, B, C 공통) • 이야기산업 활동의 가치사슬의 각 단계별 현황 및 전망 • 이야기산업 활성화를 위한 지원정책 등 법적, 제도적 욕구 파악 • 이야기 활용의 일반산업으로의 확장 경향에 대한 인식 및 전망 • 국내 창작 이야기의 해외 시장 진출 경쟁력 및 필요한 지원 정책		
III. 이야기산업의 현황, 전망			

IV. 실태조사 결과 분석

조사 수행 개요

- 본 조사는 이야기 및 콘텐츠, 일반 산업 종사자를 대상으로 하여 온라인 조사를 실시함

이야기산업 분야

기초 이야기산업

콘텐츠 이야기산업

일반 이야기산업

조사 대상

이야기창작자,
이야기 관련 협회 회원 및
이야기 전문기업 종사자

광고, 게임, 출판, 만화, 캐릭터,
방송, 음악 등 관련 종사자

관광, 축제/전시/이벤트,
교육/강연, 제조 및 서비스업,
일반산업 마케팅 관련 종사자

조사 방법

온라인조사

조사 범위

전국

표본 크기

총 524명 (기초 273명, 콘텐츠 201명, 일반 50명)

표본 추출 방법

리스트를 활용한 할당 추출 (Quota Sampling)

조사 기간

2014년 9월 25일 ~ 10월 17일 (총 23일간)

| 이야기산업 종합

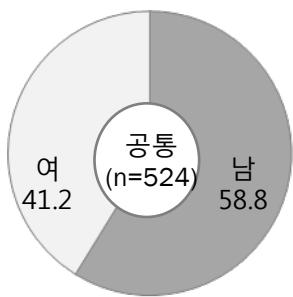
4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

1) 응답자 현황 및 특성

□ 이야기산업(공통) 응답자

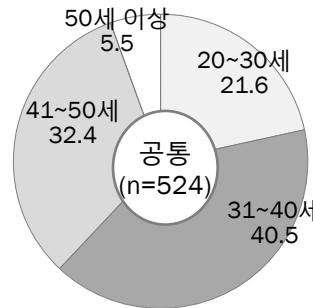
- 본 2014년 이야기산업 실태조사 응답자의 성별은 ‘남성(58.8%)’, ‘여성(41.2%)’으로 분포
- 연령별로 ‘31~40세(40.5%)’, ‘41~50세(32.4%)’, ‘20~30세(21.6%)’ 등의 순으로 분포

▶ 성별



(Base : 전체, %)

▶ 나이



(Base : 전체, %)

Base:전체	산업별		
	기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업	일반 이야기 산업
사례 수	(273)	(201)	(50)
남	57.5	63.2	48.0
여	42.5	36.8	52.0

Base:전체	산업별		
	기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업	일반 이야기 산업
사례 수	(273)	(201)	(50)
20~30세	26.7	13.9	24.0
31~40세	39.2	41.3	44.0
41~50세	28.6	38.3	30.0
50세 이상	5.5	6.5	2.0

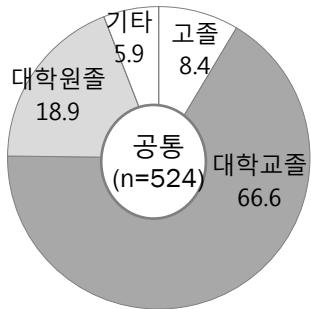
Q. 성별/연령별

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

- 학력별로 ‘대학교 졸(66.6%)’, ‘대학원졸(18.9%)’ 등이 주요 구성 층
- 전공별로는 주로 ‘인문/예술(63.2%)’, ‘사회과학(16.4%)’ 등으로 구성
- 경력별로는 ‘10년 이상(44.7%)’, ‘5~10년(23.1%)’, ‘2~5년(19.5%)’ 등의 순으로 분포

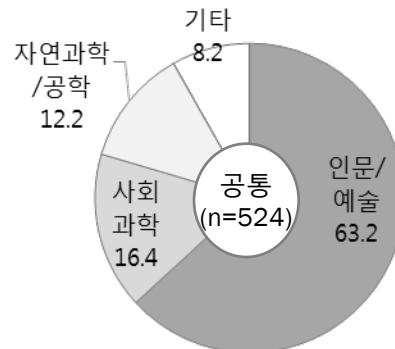
▶ 학력

(Base : 전체, %)



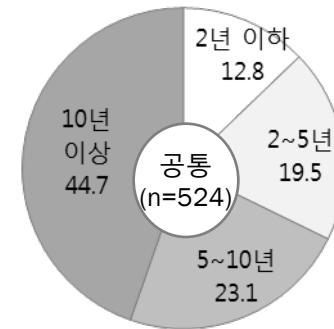
▶ 전공

(Base : 전체, %)



▶ 경력

(Base : 전체, %)



Base:전체	산업별		
	기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업	일반 이야기 산업
사례 수	(273)	(201)	(50)
고졸	13.6	3.5	2.0
대학교 졸	63.4	72.6	60.0
대학원 졸	15.8	19.4	34.0
기타	7.3	4.5	4.0

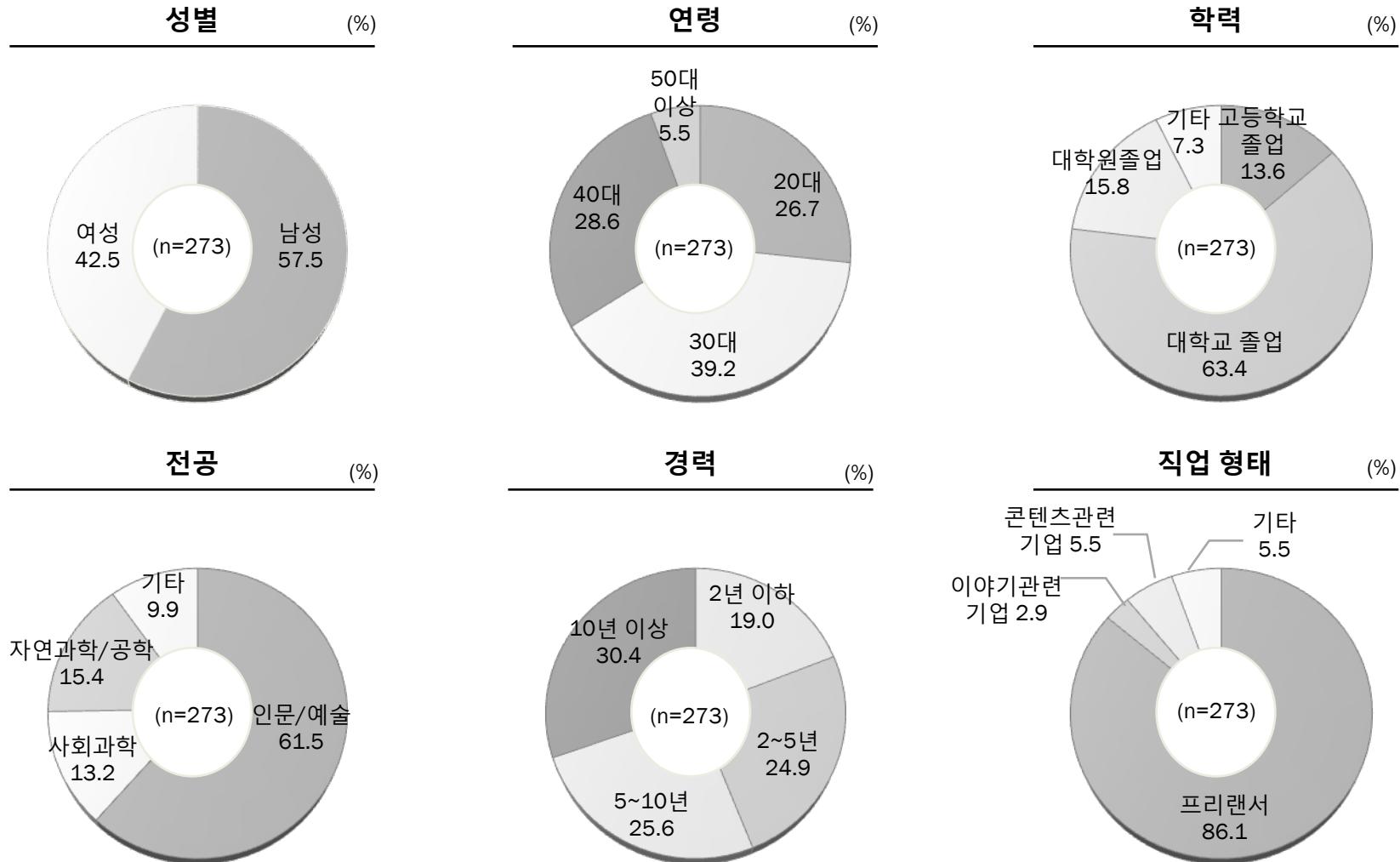
Base:전체	산업별		
	기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업	일반 이야기 산업
사례 수	(273)	(201)	(50)
인문/예술	61.5	70.1	44.0
사회과학	13.2	16.9	32.0
자연과학/공학	15.4	8.5	10.0
기타	9.9	4.5	14.0

Base:전체	산업별		
	기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업	일반 이야기 산업
사례 수	(273)	(201)	(50)
2년 이하	19.0	5.5	8.0
2~5년	24.9	10.4	26.0
5~10년	25.6	16.9	34.0
10년 이상	30.4	67.2	32.0

Q. 학력별/전공별/경력별

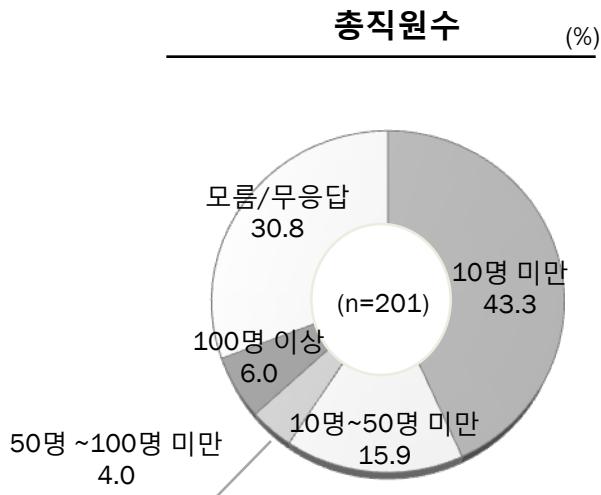
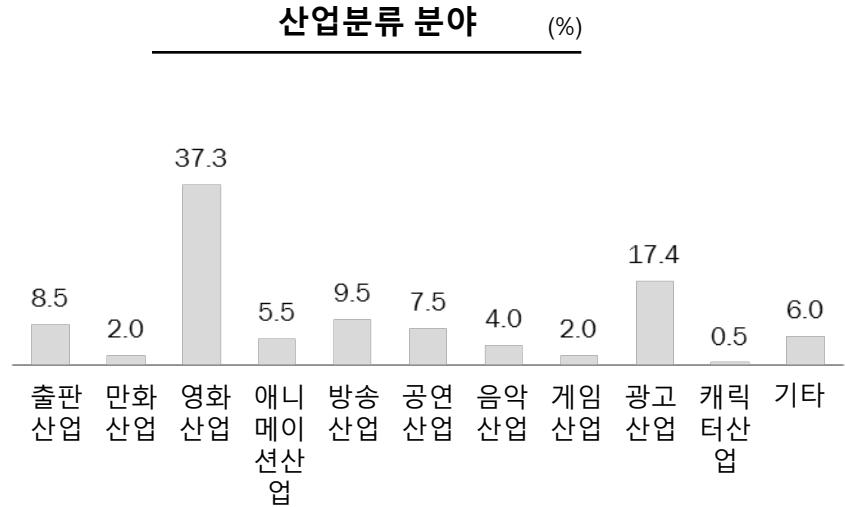
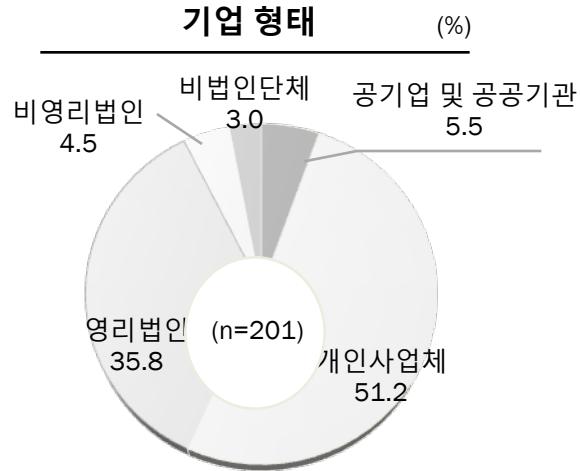
4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 기초 이야기산업 응답자



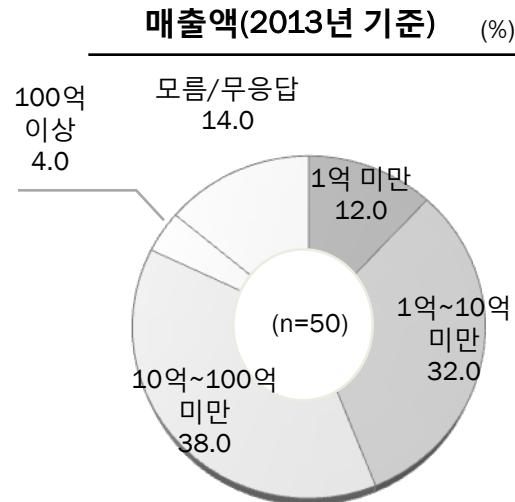
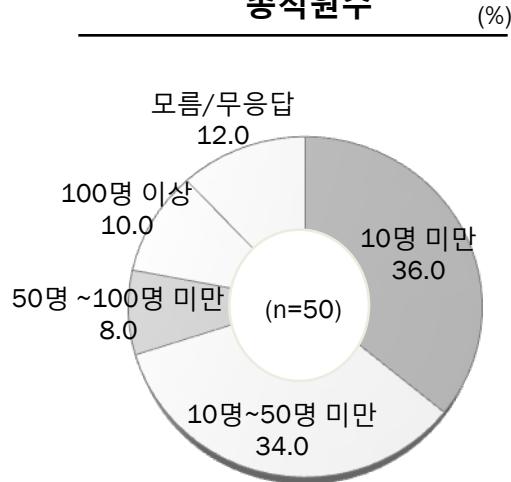
4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 콘텐츠 이야기산업 응답자



4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 일반 이야기산업 응답자

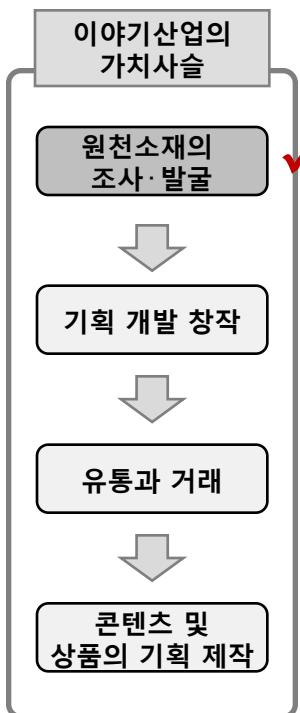


4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

2) 이야기산업 가치사슬 별 현황 및 특성

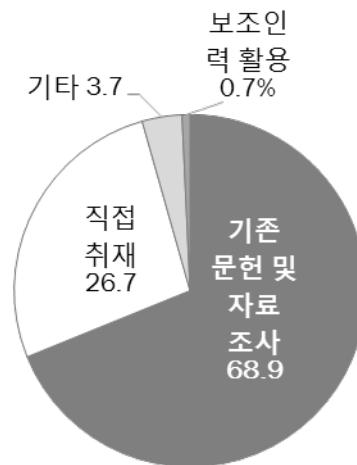
□ 원천소재 조사·발굴 시 애로 사항

- 이야기 창작자들은 주로 ‘기존 문헌 및 자료 조사(68.9%)’를 통해 이야기 원천소재를 조사·발굴하며, 다음으로 ‘직접 취재’(26.7%)의 비율이 높음
- 이야기 원천소재 조사 · 발굴 시 ‘재정적 부담(84.2%)’에 있어 어려움을 겪는 비중이 가장 높으며, 차순위로는 ‘양질의 이야기 발굴의 어려움’, ‘조사를 위한 시간 부족’등의 순



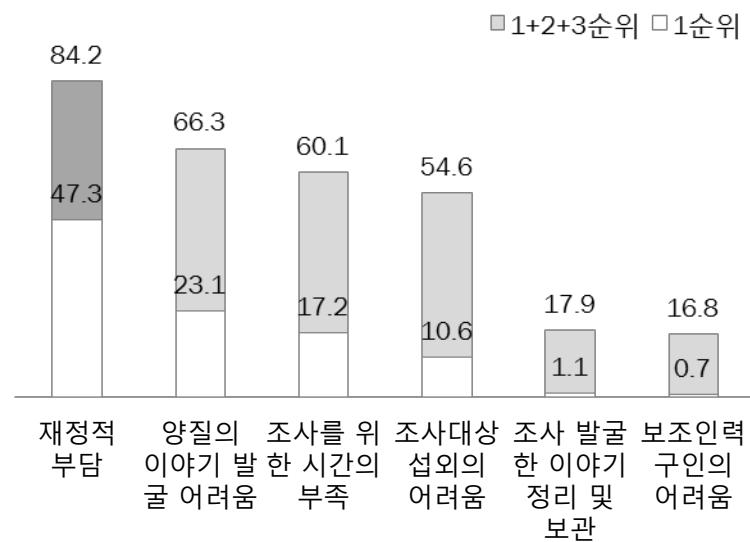
▶ 이야기 원천소재 조사·발굴 방법

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)



▶ 이야기 원천소재 조사·발굴 시 어려운 점

(Base : 기초 이야기산업, n=273, 복수응답, 1+2+3순위, %)



문10) 창작을 위해 이야기 원천소재를 조사 또는 발굴할 때 주로 어떤 방식을 사용하시나요?

문11) 창작을 위해 이야기 원천소재를 조사 또는 발굴할 때 어려운 점은 무엇입니까? 우선순위에 따라 순서대로 3개를 선택해주세요.

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

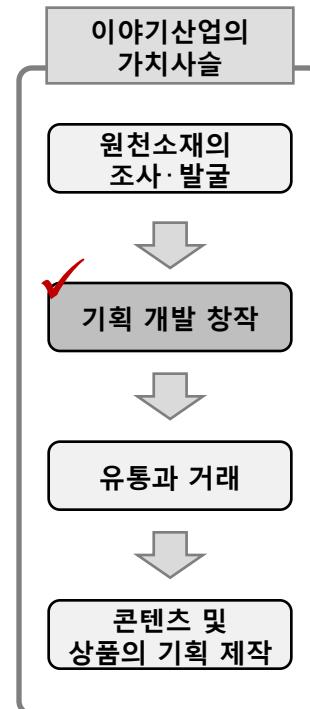
□ 이야기산업 가치사슬의 활동단계와 핵심단계

- 기초 이야기산업과 콘텐츠 이야기산업의 응답자 모두 본인이 현재 활동하고 있는 단계와 이야기산업 가치사슬의 핵심 단계가 ‘이야기 기획 개발 및 창작’이라고 응답 → 활동 단계와 핵심 단계 일치
- 콘텐츠 이야기산업 응답자는 ‘이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작’을 본인의 활동 단계라고 응답한 비율이 높으며 가치사슬의 핵심 단계라고 응답한 비율 또한 상대적으로 높음

▶ 이야기산업 가치사슬 중 본인의 활동 단계

(Base : 기초 이야기산업+콘텐츠 이야기산업, n=474, 복수응답, %)

Base:전체	전체	산업분류	
		기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업
사례 수	(474)	(273)	(201)
이야기 원천소재의 조사, 발굴	28.7	28.9	28.4
이야기 기획, 개발 및 창작	79.3	<u>89.0</u>	<u>66.2</u>
이야기 유통과 거래	13.7	7.3	22.4
이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작	30.4	13.6	53.2



▶ 이야기산업의 가치사슬 핵심 단계

(Base : 기초 이야기산업+콘텐츠 이야기산업, n=474, %)

Base:전체	전체	산업분류	
		기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업
사례 수	(474)	(273)	(201)
이야기 원천소재의 조사, 발굴	10.5	9.2	12.4
이야기 기획, 개발 및 창작	60.8	<u>65.9</u>	<u>53.7</u>
이야기 유통과 거래	11.8	12.1	11.4
이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작	16.9	12.8	22.4

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 이야기 창작자의 ‘창작 활동’ 시 애로 사항

- 이야기 창작자의 가장 큰 애로 사항은 ‘생계 유지의 어려움(75.5%)’이며, 그 다음으로는 ‘작품 유통의 어려움’(54.2%)과 ‘계약 및 권리 관리의 어려움’(43.6%)이 주목됨
- 특히 프리랜서 이외 기업 소속 창작자는 ‘다른 경제활동으로 인한 창작 시간 확보 어려움’, ‘작품 활동 홍보’ 측면에서 상대적으로 애로 사항이 존재

▶ 창작 활동 애로 사항

(Base : 기초 이야기산업, n=273, 복수응답, 1+2+3순위, %)

Base:기초 이야기산업	전 체	직업 형태		성별		연령별			
		이야기/ 프리랜서	콘텐츠/ 기업소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)
생계 유지의 어려움	60.1 75.5	79.6	50.0	68.2	49.1	64.4	67.3	47.4	53.3
저작권 확보 등 계약 및 권리 관리의 어려움	9.9 43.6	44.3	39.5	9.6	10.3	13.7	5.6	12.8	6.7
작품 유통의 어려움	8.8 54.2	53.6	57.9	3.8	15.5	4.1	6.5	16.7	6.7
창작 공간 확보의 어려움	8.1 41.0	40.9	42.1	7.0	9.5	6.8	4.7	10.3	26.7
다른 경제활동으로 인한 창작 시간 확보의 어려움	7.3 41.0	39.1	52.6	5.7	9.5	4.1	11.2	6.4	-
작품 활동에 대한 홍보의 어려움	4.8 41.0	39.1	52.6	4.5	5.2	6.8	3.7	3.8	6.7
기타	1.1 3.7	□ 1순위 □ 1+2+3순위	3.4	5.3	1.3	0.9	-	0.9	2.6

문6) 귀하의 창작 활동에 있어 애로 사항은 무엇입니까? 우선순위에 따라 순서대로 3개를 선택해주세요.

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 이야기 창작자의 창작 활동을 통한 연 평균 수입액

- 창작활동을 통한 연 평균 수입액으로는 ‘100만원 미만(31.5%)’에 대한 응답이 가장 높게 나타남
- 특히, 20대 창작자의 경우 창작활동을 통한 연 평균 수입액은 ‘500만원 미만’ 응답자가 68.5%로 다른 연령대에 비해 상대적으로 낮음
- 또한 이야기 창작자의 41.8%는 창작 외 소득이 없는 것으로 나타남

▶ 연 평균 수입액

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

Base: 기초 이야기산업	전 체	연령별				교육수준별			
		20대	30대	40대	50대 이상	고졸	대학교 졸	대학원 졸	기타
사례 수	(273)	(73)	(107)	(78)	(15)	(37)	(173)	(43)	(20)
100만원 미만	31.5	49.3	30.8	17.9	20.0	32.4	30.1	37.2	30.0
100~500만원 미만	16.5	19.2	15.9	15.4	13.3	18.9	15.0	18.6	20.0
500~1,000만원 미만	15.4	4.1	21.5	15.4	26.7	10.8	17.3	14.0	10.0
1,000~2,000만원 미만	13.2	6.8	18.7	10.3	20.0	5.4	16.2	9.3	10.0
2,000~3,000만원 미만	11.4	13.7	7.5	14.1	13.3	10.8	11.6	4.7	25.0
3,000만원 이상	12.1	6.8	5.6	26.9	6.7	21.6	9.8	16.3	5.0

문4) 창작활동을 통한 귀하의 연 평균 수입액은 얼마입니까?

문5) 창작 외, 주 소득원은 다음 중 어떤 것입니다?

▶ 창작 외 주 소득원

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

Base: 기초 이야기산업	전 체	직업 형태	
		이야기/ 프리랜서 콘텐츠 기업소속	기타
사례 수	(273)	(235)	(38)
창작 외 분야의 고용상태	22.7	19.6	42.1
가족의 지원	14.7	16.2	5.3
기타	9.2	9.4	7.9
자영업	5.9	4.3	15.8
일용직	5.9	6.8	-
없음	41.8	43.8	28.9

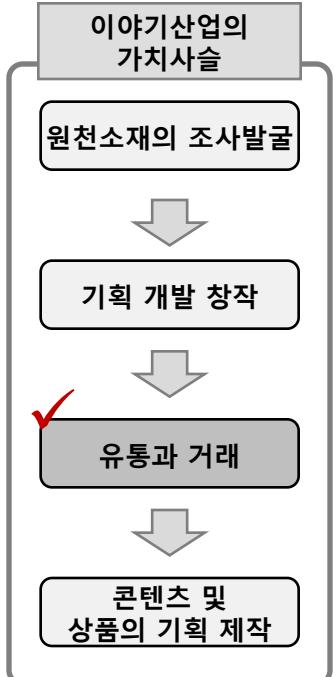
4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ ‘이야기 유통’, 가장 어려움이 많은 단계!

- 이야기산업 가치사슬의 전 단계에서 이야기 창작자들이 가장 어려움을 겪는 단계로 ‘**이야기 유통과 거래(38.5%)**’의 응답률이 가장 높으며, 차순위로는 ‘**이야기 기획 · 개발 및 창작(35.5%)**’ 단계가 꼽힘
- 프리랜서 이야기 창작자의 경우 ‘유통과 거래’ 단계에, 이야기 및 콘텐츠 관련 기업 소속 창작자는 ‘상품의 기획, 제작’ 단계에 있어 상대적인 어려움이 존재 → **직업 형태에 따른 상대적 차이가 존재**

▶ 어려움을 겪는 이야기산업의 가치사슬 단계

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)



```

graph TD
    A[이야기산업의 가치사슬] --> B[원천소재의 조사발굴]
    B --> C[기획 개발 창작]
    C --> D[유통과 거래]
    D --> E[콘텐츠 및 상품의 기획 제작]
  
```

The flowchart illustrates the progression of the story industry value chain. It starts with '원천소재의 조사발굴' (Survey of raw materials), followed by '기획 개발 창작' (Planning, development, creation), then '유통과 거래' (Distribution and trade), and finally '콘텐츠 및 상품의 기획 제작' (Content and product planning/production). A red checkmark is placed next to the '유통과 거래' button.

Base:전체	전 체	직업 형태		성별		연령별			
		프리랜서	이야기/콘텐츠 기업소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)
이야기 원천소재의 조사, 발굴	9.2	9.4	7.9	10.2	7.8	16.4	7.5	5.1	6.7
이야기 기획, 개발 및 창작	35.5	35.7	34.2	41.4	27.6	37.0	36.4	34.6	26.7
이야기 유통과 거래	38.5	40.0	28.9	36.3	41.4	37.0	38.3	37.2	53.3
콘텐츠 및 상품의 기획, 제작	16.8	14.9	28.9	12.1	23.3	9.6	17.8	23.1	13.3

문9) 이야기 기획에서부터 콘텐츠 또는 상품으로 제작하기까지 과정에서 가장 어려움을 겪는 단계는 어느 단계입니까?

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 이야기 창작자의 ‘이야기 유통’ 시 애로 사항

- 이야기를 콘텐츠 또는 상품으로 유통하고 거래하는 데 있어서 ‘낮은 고료(73.3%)’가 가장 큰 어려움
- 다음으로 ‘기획제작사와의 연결고리 부족으로 인한 유통의 어려움’(64.8%), ‘부가판권 등 제작사에게 유리한 일방적 계약’(56.4%) 등의 순으로 애로 사항이 있다고 응답

▶ 이야기를 콘텐츠 또는 상품으로 유통하고 거래하는 데 있어서 어려운 점

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

Base: 기초 이야기산업	전 체	직업 형태		성별		연령별					
		프리랜서	이야기/ 콘텐츠 기업소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상		
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)		
낮은 고료	38.5	73.3		71.9	81.6	81.5	62.1	78.1	72.0	66.7	93.3
기획제작사와의 연결고리 부족 으로 인한 유통의 어려움	33.3	64.8		65.5	60.5	62.4	68.1	63.0	64.5	61.5	93.3
부가판권 등 제작사에게 유리한 일방적 계약	15.8	56.4		55.7	60.5	55.4	57.8	54.8	52.3	65.4	46.7
거래 이후 제작 일정의 연기 및 취소	5.5	37.4		37.0	39.5	31.2	45.7	26.0	45.8	39.7	20.0
고료 지급의 불투명성	4.8	44.3		46.4	31.6	47.8	39.7	41.1	50.5	41.0	33.3
법률적 문제 대응의 어려움	1.8	20.1		20.0	21.1	20.4	19.8	30.1	14.0	20.5	13.3
기타	0.4	3.7	□ 1순위 ■ 1+2+3순위	3.4	5.3	1.3	6.9	6.8	0.9	5.1	0.0

문18) 귀하의 이야기를 콘텐츠 또는 상품으로 제작하기 위해 유통하고 거래하는 데 있어 어려운 점이 있다면 무엇입니까?
우선순위에 따라 순서대로 3개를 선택해주세요.

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 향후 가장 활성화될 단계는?

- 이야기산업(공통) 응답자들은 본인의 활동 단계이며 가치사슬에서 핵심 단계라고 응답한 ‘**이야기 기획 · 개발 및 창작**’ 단계에서 현재 이야기 산업 활동이 가장 활발히 이루어지고 있다고 인식하고 있음
- 한편, 일반 이야기산업 응답자들은 ‘**콘텐츠 및 상품의 기획, 제작**’이 가장 활발하다고 인식
- **5년 후** 산업활동이 활발해질 단계로는 ‘**콘텐츠 및 상품의 기획, 제작**’ 단계를 꼽음 (콘텐츠 및 일반 이야기산업 응답자에 한하여 설문)

▶ 현재 산업 활동이 가장 활발히 이루어지는 단계

(Base : 전체, n=524, %)

Base:전체	전체	산업분류			사례 수
		기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업	일반 이야기 산업	
사례 수	(524)	(273)	(201)	(50)	
이야기 원천소재의 조사, 발굴	8.4	7.7	9.0	10.0	
이야기 기획, 개발 및 창작	43.3	45.1	44.3	30.0	
이야기 유통과 거래	18.1	19.8	17.9	10.0	
이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작	30.2	27.5	28.9	50.0	

이야기산업의 가치사슬

원천소재의 조사·발굴

기획 개발 창작

유통과 거래

콘텐츠 및 상품의 기획 제작

▶ 5년 후 산업활동이 활발해질 것이라고 생각하는 단계

(Base : 콘텐츠산업+일반산업, n=251, %)

Base:전체	전체	산업분류		사례 수
		콘텐츠 이야기 산업	일반 이야기 산업	
사례 수	(251)	(201)	(50)	
이야기 원천소재의 조사, 발굴	4.8	4.5	6.0	
이야기 기획, 개발 및 창작	29.9	29.4	32.0	
이야기 유통과 거래	22.7	22.9	22.0	
이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작	42.6	43.3	40.0	

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

3) 이야기 유통과 거래

□ 이야기산업의 이야기 값

- 이야기산업 공통의 작품 건별 평균 고료는 약 1,303만원
- 기초 이야기산업의 이야기 창작자들이 응답한 작품 건별 평균 판매액은 약 990만원, 콘텐츠 이야기산업 응답자들의 작품 건별 평균 구매액은 약 2,178만원으로, 유형별 평균 고료의 차이가 존재함
- 작품 건별 평균 고료는 콘텐츠 이야기산업 내에서도 장르별로 눈에 띠는 차이가 존재하며, 이것이 기초 이야기산업과 콘텐츠 이야기산업의 평균 고료의 차이를 가져온 것이라고 사료됨

▶ 작품 건별 평균고료(판매액, 구매액)

(Base : 각 이야기산업 분야별 판매 및 구매 경험자, n=437, %)

Base: 전체	전체	이야기산업 분야별		
		기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업	일반 이야기 산업
사례 수	(474)	(273)	(119)	(45)
100만원 미만	15.6	14.7	4.2	51.1
100만원~ 1000만원 미만	31.8	<u>30.8</u>	30.3	42.2
1000만원 이상	30.2	18.7	<u>65.5</u>	6.7
모름/무응답	22.4	35.9	-	-
평균 : (만원)	1,303	990	2,178	206

▶ 작품 건별 평균고료(판매 및 구매액)

(Base : 콘텐츠산업 장르별, 기초+콘텐츠 이야기산업 응답자, %)

Base: 기초, 콘텐츠	콘텐츠산업 장르별					
	출판 산업	만화 산업	음악 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업
100만원 미만	14.5	12.0	20.0	-	7.7	10.4
100만원~ 1000만원 미만	<u>49.7</u>	<u>32.0</u>	80.0	3.1	23.1	14.6
1000만원 이상	9.7	20.0	-	<u>78.1</u>	38.5	<u>39.6</u>
모름/무응답	26.2	36.0	-	18.8	30.8	35.4
평균 : (만원)	408	1,405	132	2,886	2,633	2,823

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 이야기산업의 이야기 유통 경로

- 이야기 창작자는 이야기를 콘텐츠 및 상품으로 제작하기 위해서 주로 ‘기획/제작사에 직접 투고’하거나 ‘기존 함께 작업하던 제작자와 거래’를 통해 거래하며, 콘텐츠 이야기산업의 응답자는 ‘기존에 활동하는 작가에게 연락’하여 이야기를 구매하는 경로가 대다수
- 연령별로, 저연령층 일수록 ‘기획/제작사에 직접 투고’하며 고연령층 일수록 ‘기존 제작자와 거래’하는 이야기 거래 활동의 특성을 보임

▶ 이야기 창작자의 이야기 유통 경로

(Base : 기초 이야기산업, n=273, 복수응답, 1+2+3순위, %)

Base: 기초 이야기산업	전 체	연령별			
		20대	30대	40대	50대 이상
사례 수	(273)	(73)	(107)	(78)	(15)
기존에 함께 작업하던 제작자와 주로 거래	23.8 62.6	45.2 61.7 75.6 86.7			
기획/제작사에 직접 투고	17.9 63.0	72.6 57.9 65.4 40.0			
지인(다른 작가 또는 타 제작사)의 추천	9.5 51.6	30.1 53.3 66.7 66.7			
소속되어 있는 협회 및 단체의 추천	3.7 26.4	31.5 24.3 23.1 33.3			
공모전 출품	25.6 53.8	52.1 64.5 43.6 40.0			
이야기전문기업을 통한 유통	15.0 34.4	52.1 31.8 21.8 33.3			
기타	4.4 8.1 □ 1순위 □ 1+2+3순위	16.4 6.5 3.8 -			

문15) 귀하의 이야기는 콘텐츠 또는 상품으로 제작되기 위해 주로 어떤 경로를 통해 거래가 이루어집니까? 활용빈도가 높은 순서대로 3개를 선택해주세요.

▶ 콘텐츠 제작자의 이야기 유통 경로

(Base : 콘텐츠, 외부작가의 이야기 구매 경험 기업, n=120, 복수응답 %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전 체	산업분류	
		핵심 분야	활용 분야
사례 수	(120)	(99)	(21)
기존에 활동하는 작가에게 연락하여 창작 요청	41.7 87.5	85.9 95.2	
작가가 직접 투고한 작품들 중 선정	31.7 69.2	73.7 47.6	
퍼블리싱 된 작품의 판권 구매	15.0 54.2	57.6 38.1	
다른 작가 또는 타 제작사로부터의 추천	5.8 60.0	58.6 66.7	
작가 발굴을 위해 자체적으로 공모전을 개최	4.2 14.2	14.1 14.3	
이야기전문기업을 활용	0.8 8.3	3.0 33.3	
기타	0.8 6.7 □ 1순위 □ 1+2+3순위	7.1 4.8	

문11-1) 귀사가 콘텐츠 제작을 위해 외부 작가의 이야기를 구매할 경우, 주로 어떤 경로를 통해 작가(이야기 창작자) 또는 이야기를 찾으십니까? (활용빈도가 높은 순서대로 3개를 선택해주세요.)

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 이야기산업의 제작 계약 시 원고의 형태

- 이야기 산업 분야의 제작 계약 시 주로 ‘초고 이상의 완성도 갖춘 원고(트리트먼트)’ 및 ‘완성본’으로 계약하나, 장르별 차이를 보임
- ‘출판’ 산업의 경우 주로 ‘완성본’과 ‘초고 이상의 완성도를 갖춘 원고’의 형태로, ‘영화’ 및 ‘방송’ 산업의 경우 ‘초고 이상의 완성도를 갖춘 원고(트리트먼트)’ 형태로 계약을 진행함. 한편, ‘광고’ 산업의 경우 ‘기획안’, ‘초고 및 시놉시스’로 계약을 진행하는 비중이 상대적으로 높음

▶ 제작 계약시 원고의 형태

(Base : 각 콘텐츠 산업 분야별, %)

Base:전체	전체	산업별													기타
		출판 산업	만화 산업	음악 산업	게임 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	광고 산업	캐릭터 산업	공연 산업	관광 산업	교육, 강연	제조업, 서비스 업 등 일반산 업	
사례 수	(474)	(151)	(25)	(9)	(4)	(114)	(19)	(54)	(37)	(4)	(24)	(9)	(4)	(1)	(19)
초고 이상의 완성도를 갖춘 원고(트리트먼트 등)	31.6	34.4	44.0	11.1	25.0	43.0	26.3	31.5	2.7	-	29.2	11.1	25.0	-	21.1
완성본	29.5	37.7	32.0	33.3	-	18.4	52.6	27.8	13.5	50.0	29.2	44.4	75.0	-	26.3
초고 및 시놉시스	18.1	13.2	24.0	11.1	-	27.2	5.3	11.1	32.4	-	20.8	-	-	-	21.1
기획안	11.6	6.0	-	33.3	75.0	4.4	5.3	22.2	35.1	25.0	8.3	22.2	-	100.0	15.8
기타	4.0	4.6	-	-	-	5.3	5.3	7.4	8.1	-	8.3	-	-	-	5.3
아이디어	5.1	4.0	-	11.1	-	1.8	5.3	-	8.1	25.0	4.2	22.2	-	-	10.5

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 이야기 창작자의 애로 사항 – 법률적 문제 발생 시 대처 방안의 부재

- 이야기 창작자의 경우 이야기 관련 법률적 문제 발생시, 주로 ‘혼자서 대응(39.9%)’을 하거나 ‘선배의 도움으로 해결’하며, 법률적으로 문제를 해결하는 경우는 9.5%로 낮은 수준
- 콘텐츠 이야기산업 기업은 이야기 관련 법률적 문제 발생 시, ‘별도의 법률 자문(33.8%)’, ‘법조계 지인의 도움(27.9%)’ 등의 법률적으로 문제를 해결하는 경우가 61.7%로 기초 이야기산업의 이야기 창작자들과 대처 방안의 차이를 보임

▶ 이야기에 대한 법률적 문제 대처 방안 (기초 이야기산업 VS 콘텐츠 이야기산업)

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

Base: 기초 이야기산업	전체	직업 형태		
		프리랜서	이야기/ 콘텐츠 기업소속	기타
사례 수	(273)	(235)	(38)	
✓ 혼자서 대응	39.9	42.1	26.3	
경험이 있는 업계 선배의 도움	28.6	29.4	23.7	
소속되어 있는 협회 및 이야기전문기업에 일임	12.8	11.5	21.1	
법조계 지인의 도움	8.4	6.8	18.4	
별도의 법률 자문이 있음	1.1	1.3	-	
기타	9.2	8.9		

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	산업분류	
	콘텐츠 이야기산업	기타
사례 수	(141)	
✓ 별도의 법률 자문이 있음	33.8	61.7%
법조계 지인의 도움	27.9	
자체 대응	19.4	
경험이 있는 업계 동료의 도움	15.9	
기타	3.0	

문23) 귀하(귀사)의 이야기에 대한 법률적 문제(계약서, 저작권 등)는 어떻게 해결하는 편입니까?

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

4) 이야기산업의 계약 현황

□ 제작 계약 형태

- 제작 계약 형태로는 ‘부가판권을 포함한 일괄 계약(47.3%)’이 가장 높고, ‘매체에 한정한 판권 계약(41.6%)’도 비슷한 응답률을 보이나, 분야별로 조금 다른 양상을 보임
- 기초 이야기산업의 경우, 상대적으로 ‘판권 계약’을 진행하는 반면, 콘텐츠 이야기산업의 경우 ‘부가판권을 포함한 일괄 계약’의 비율이 상대적으로 높음
- ‘영화, 방송’ 산업의 경우 ‘부가판권을 포함한 일괄 계약’을 주로 진행하는 반면, ‘광고’ 산업의 경우 ‘판권계약’ 형태로 계약

▶ 제작 계약 형태

기초 이야기산업 + 콘텐츠 이야기산업

(Base : 기초 이야기산업+콘텐츠산업, n=474, %)

Base:전체	전체	산업분류		사례 수
		기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업	
사례 수	(474)	(273)	(201)	
해당 매체에 한정한 판권 계약	41.6	45.1	36.8	
해당 매체와 부가판권을 포함한 일괄 계약	47.3	52.2		
기타	11.2	11.4	10.9	

▶ 제작 계약 형태

이야기산업(공통) 장르별

(Base : 각 콘텐츠 산업 분야별, %)

Base:전체	산업별												제조업, 서비스업 등 일반산업	기타
	출판 산업	만화 산업	음악 산업	게임 산업	영화 산업	애니메이션 산업	방송 산업	광고 산업	캐릭터 산업	공연 산업	관광 산업	교육, 강연		
사례 수	(151)	(25)	(9)	(4)	(114)	(19)	(54)	(37)	(4)	(24)	(9)	(4)	(1)	(19)
해당 매체에 한정한 판권 계약	40.4	56.0	77.8	25.0	27.2	63.2	31.5	62.2	50.0	62.5	33.3	75.0	-	42.1
해당 매체와 부가판권을 포함한 일괄 계약	49.7	44.0	11.1	50.0	65.8	15.8	51.9	27.0	25.0	25.0	66.7	25.0	-	26.3
기타	9.9	-	11.1	25.0	7.0	21.1	16.7	10.8	25.0	12.5	-	-	100.0	31.6

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 부가판권 계약 형태

- 부가 판권은 ‘별도의 사용허락과 사용료를 구체적으로 명기한 형태’로 계약한다는 응답률이 높음
- ‘출판’ 산업의 경우 ‘별도의 사용허락과 사용료를 구체적으로 명기한 형태’로 진행하는 반면, ‘방송, 광고’ 산업의 경우 주로 ‘구체적 명기 없이 추가 계약을 예정한 형태’로 계약을 진행함. ‘영화’ 산업의 경우 ‘별도의 사용허락과 사용료가 없는 재산권 양도 형태’로 계약

▶ 부가판권 계약 형태

기초 이야기산업 + 콘텐츠 이야기산업

(Base : 기초이야기산업(부가판권 계약 경험자)+콘텐츠산업, n=312, %)

Base:전체	전체	산업분류	
		기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업
사례 수	(312)	(111)	(201)
별도의 사용허락과 사용료를 구체적으로 명기한 형태	39.4	56.8	29.9
별도의 사용허락과 사용료에 대해 구체적 명기 없이 추가 계약을 예정한 형태	29.2	27.0	30.3
별도의 사용허락과 사용료가 없는 재산권 양도 형태	22.1	10.8	28.4
기타	9.3	5.4	11.4

▶ 부가판권 계약 형태

이야기산업(공통) 장르별

(Base : 각 콘텐츠 산업 분야별, %)

Base:전체	산업별											
	출판 산업	만화 산업	음악 산업	게임 산업	영화 산업	애니메이션 산업	방송 산업	광고 산업	캐릭터 산업	공연 산업	관광 산업	교육, 강연
사례 수	(81)	(16)	(8)	(4)	(85)	(14)	(29)	(36)	(1)	(18)	(4)	(2)
별도의 사용허락과 사용료를 구체적으로 명기한 형태	67.9	68.8	-	25.0	25.9	35.7	27.6	25.0	100.0	27.8	100.0	50.0
별도의 사용허락과 사용료에 대해 구체적 명기 없이 추가 계약을 예정한 형태	21.0	31.3	62.5	25.0	29.4	14.3	41.4	38.9	-	22.2	-	50.0
별도의 사용허락과 사용료가 없는 재산권 양도 형태	8.6	-	12.5	25.0	40.0	28.6	13.8	16.7	-	33.3	-	42.9
기타	2.5	-	25.0	25.0	4.7	21.4	17.2	19.4	-	16.7	-	14.3

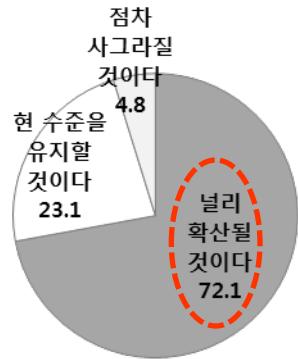
4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

5) 이야기산업의 확산 전망

- 일반 이야기산업에서의 이야기 활용 지속성에 대해서는 72.1%는 긍정적으로 평가 특히, 콘텐츠 이야기산업 응답자가 상대적으로 긍정적인 평가를 내림
- 국내 창작 이야기의 해외 시장 진출을 위한 경쟁력에 있어서 긍정률은 58.4%

▶ 일반산업 분야에서의 이야기 활용에 대한 지속 여부

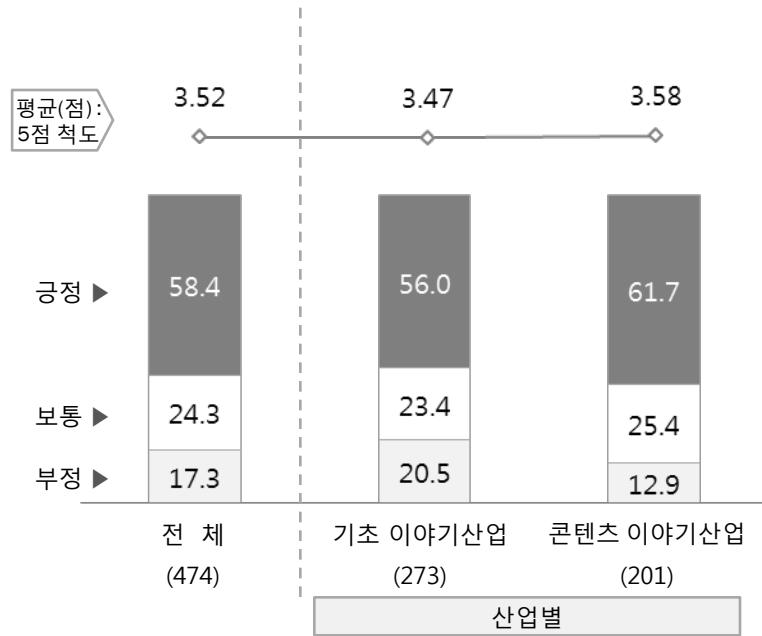
(Base : 콘텐츠 이야기산업+일반 이야기산업, n=251, %)



Base:전체	산업별	
	콘텐츠 이야기산업	일반 이야기산업
사례 수	(201)	(50)
널리 확산될 것이다	75.1	60.0
현 수준을 유지할 것이다	18.9	40.0
점차 사그라질 것이다	6.0	-

▶ 해외 시장 진출을 위한 국내 창작 이야기의 경쟁력

(Base : 기초 이야기산업+콘텐츠 이야기산업, n=474, %)

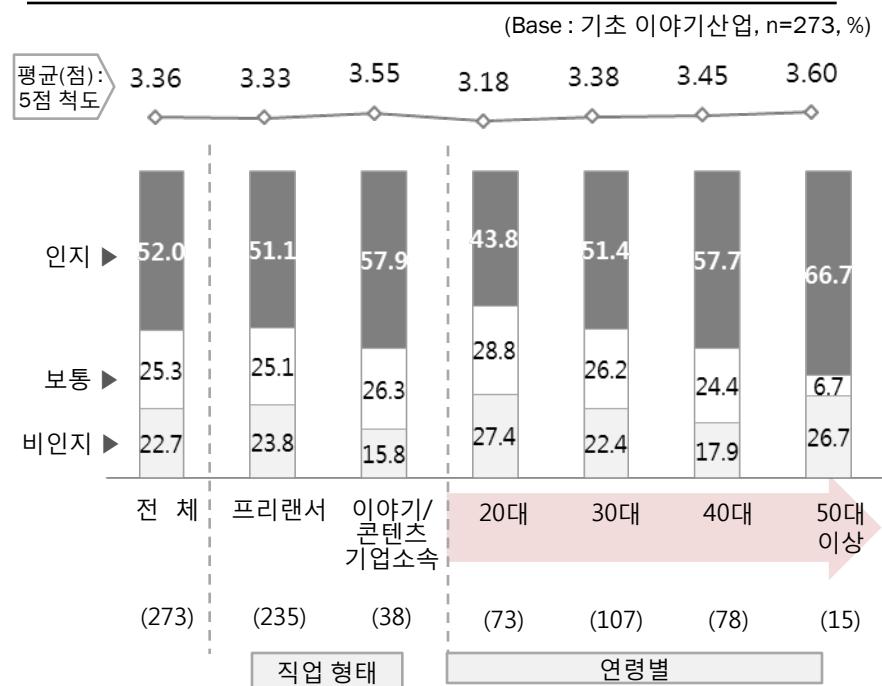


4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

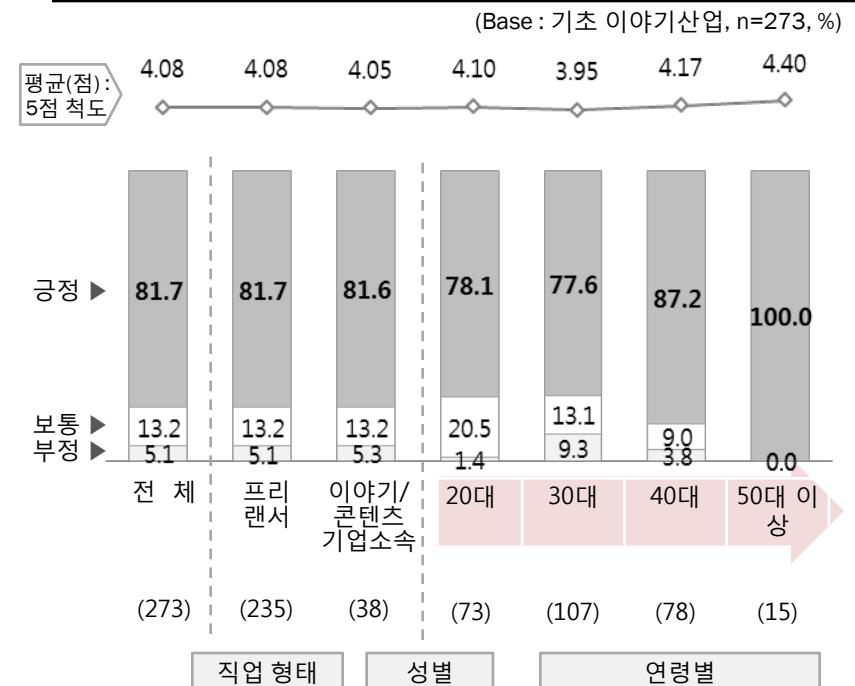
□ 이야기 창작자의 일반산업에의 참여 의향

- 이야기 창작자에게 있어 일반산업 분야 내 이야기의 필요성에 대한 인지율은 52.0%
- 이야기 창작자의 콘텐츠 업계 외 일반산업 이야기 활용 프로젝트 참여 경험률은 23.8%
- 향후 콘텐츠 업계 외 프로젝트 참여 의향은 81.7%로 비교적 높은 수준이며, 고연령층 일수록 인지도와 참여 의향에 대한 긍정적인 답변율이 높음

▶ 최근 일반산업 분야 내 이야기의 필요성에 대한 동향 인지



▶ 향후 콘텐츠 업계 외 프로젝트 참여 의향



문32) 최근 콘텐츠 업계 이외에 관광, 축제, 교육은 물론 제조업이나 서비스업 등 일반산업 분야에서도 이야기를 필요로 하고 있는 실정입니다. 이러한 최근 동향에 대해 알고 계셨습니까?

문34) 콘텐츠 업계 이외의 이야기 활용 프로젝트 참여 기회가 생긴다면 (앞으로도) 참여하실 의향이 있으십니까?(①. ②. 답변 시 34-1 문항으로)

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 일반산업에서의 이야기 창작자 인력의 활용 효과성

- 일반 이야기산업의 응답자가 속한 기업에서 이야기 전담 부서를 운영하고 있는 곳은 4%로 매우 낮은 수준. 대부분은 ‘**이야기 전담 부서 또는 이야기 전담 인력이 없음**’(82.0%)
- 일반 이야기산업에서 이야기 창작자 인력을 활용하는 것에 대해 이야기산업(공통)에서 77.9%의 높은 긍정률을 보임. 특히 기초 이야기산업 응답자의 긍정률이 가장 높음

▶ 일반산업 내 이야기 전담 인력 및 부서 운영 현황

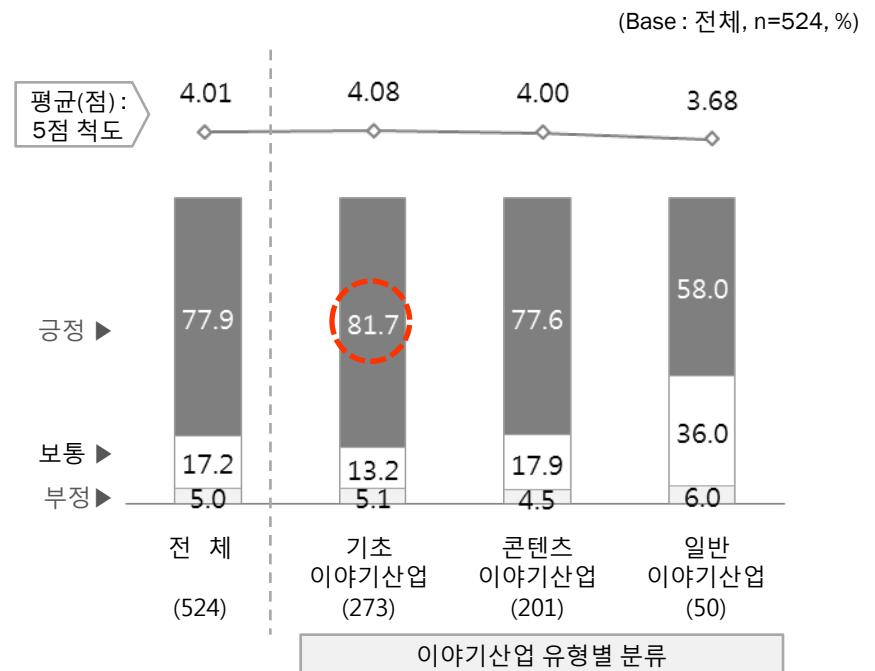
Base: 일반 이야기산업	전체
사례 수	(50)
이야기 전담부서를 운영하고 있음	4.0
별도의 부서는 없으나 이야기를 전담하는 인력이 있음	14.0
이야기 전담부서 또는 이야기 전담 인력이 없음	82.0

문13) 귀사에는 이야기 전담부서 또는 이야기 전담인력이 있습니까?

문30) 이야기 창작자 인력이 콘텐츠 산업 외에 일반 산업 분야의 이야기 활용 프로젝트에서도 활용되는 것을 긍정적으로 보십니까?

그 이유는 무엇입니까?

▶ 일반산업에서 이야기 창작자 인력 활용에 대한 긍정성 평가



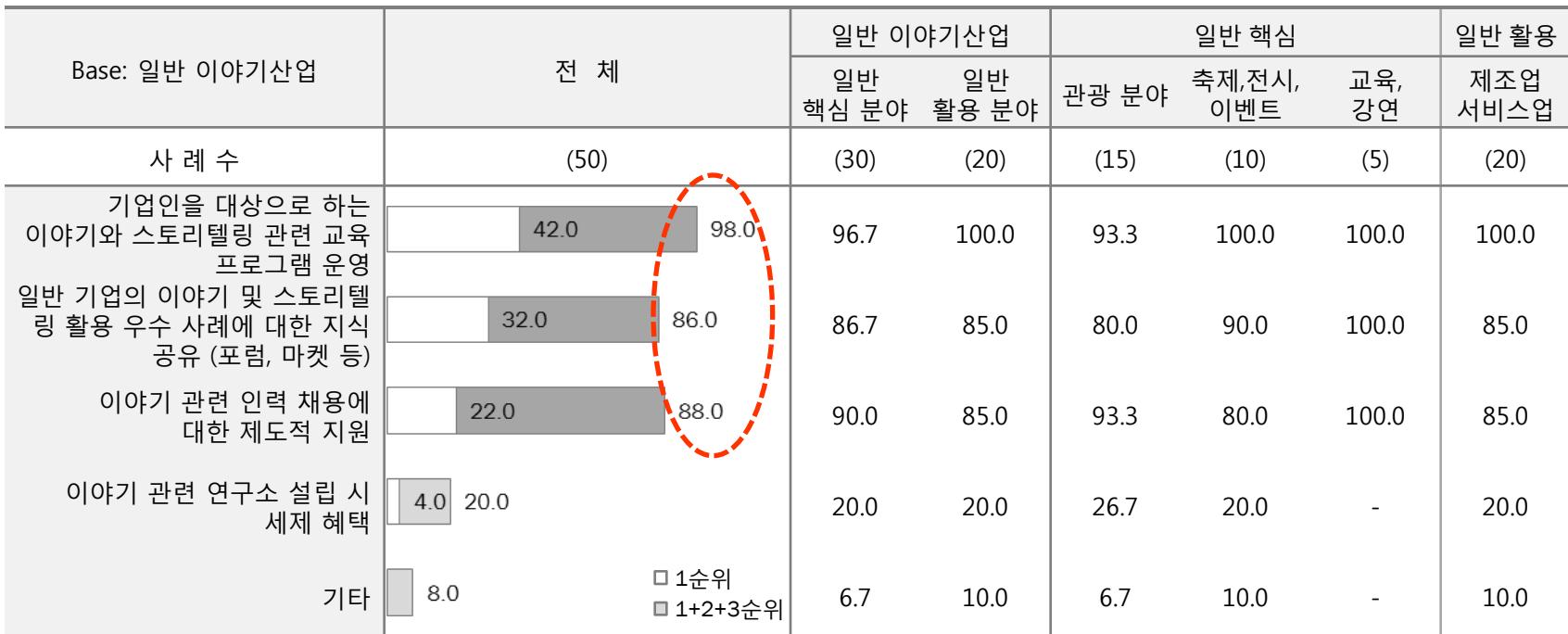
4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 일반산업 내 이야기 활용에 대한 정부 지원 필요 항목

- 기업 또는 기업내 상품과 이야기를 보다 원활하게 접목하기 위한 정부의 지원이 필요한 분야로 ‘기업인 대상 이야기와 스토리텔링 관련 교육 프로그램 운영(98.0%)’, ‘이야기 관련 인력 채용에 대한 제도적 지원(88.0%)’, ‘이야기 활용 우수 사례에 대한 지식 공유(86.0%)’ 등의 순으로 나타남

▶ 이야기 산업 활성화를 위해 필요한 정부 지원분야

(Base : 일반 이야기산업, n=50, 복수응답, 1+2+3순위, %)



문16) 귀사 또는 귀사의 상품과 이야기를 보다 원활하게 접목하기 위해 정부 차원의 지원이 필요하다고 생각되는 것은 무엇입니까? 중요하다고 생각되는 순서대로 3개를 선택해주세요.

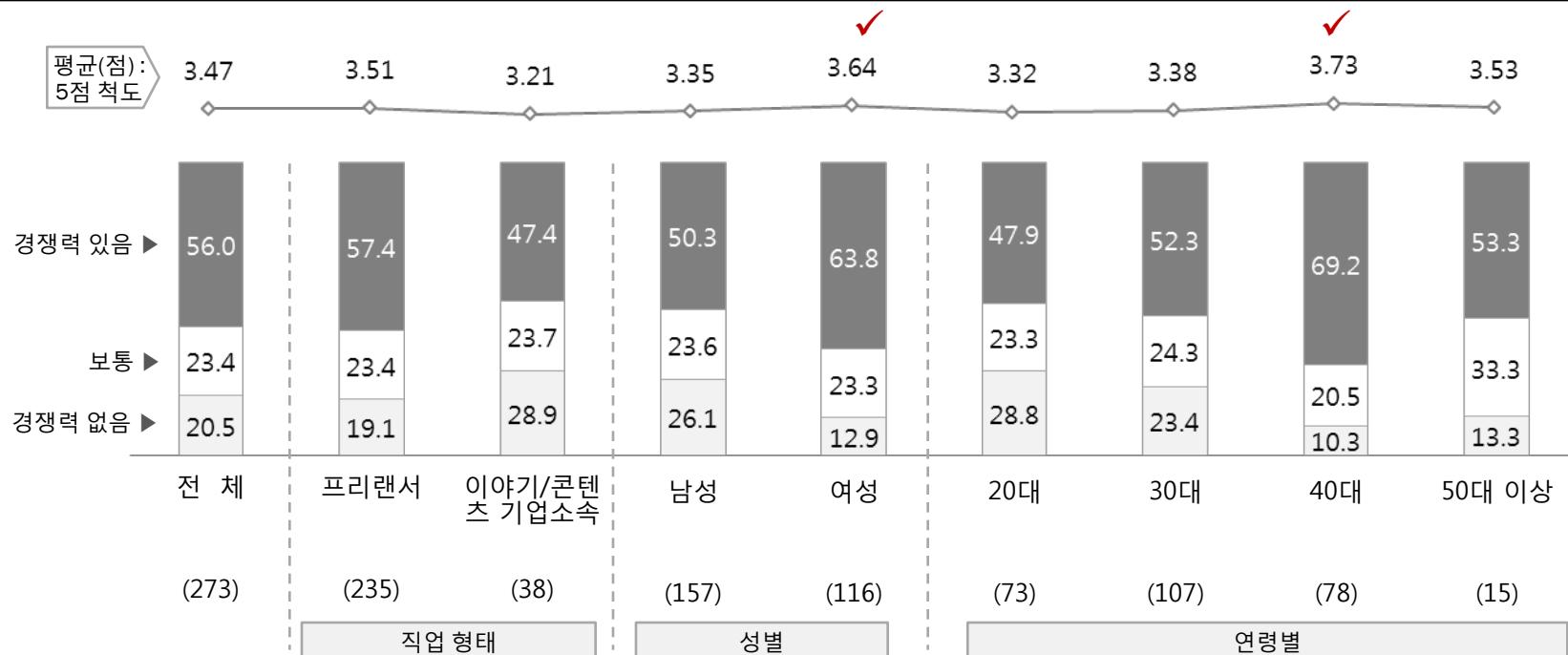
4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 해외 시장 진출을 위한 국내 창작 이야기의 경쟁력 (기초 이야기산업)

- 기초 이야기산업(이야기 창작자) 응답자에게 있어 국내 창작 이야기의 해외 시장 진출을 위한 경쟁력에 대한 긍정률은 56.0%
- 프리랜서와 프리랜서 외 창작자에 따라, 경쟁력의 인식 차이가 존재
- 또한, 40대 및 여성 창작자의 경우 국내 창작 이야기의 경쟁력에 대해 상대적으로 더 긍정적인 평가

▣ 해외 시장 진출을 위한 국내 창작 이야기의 경쟁력 평가

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)



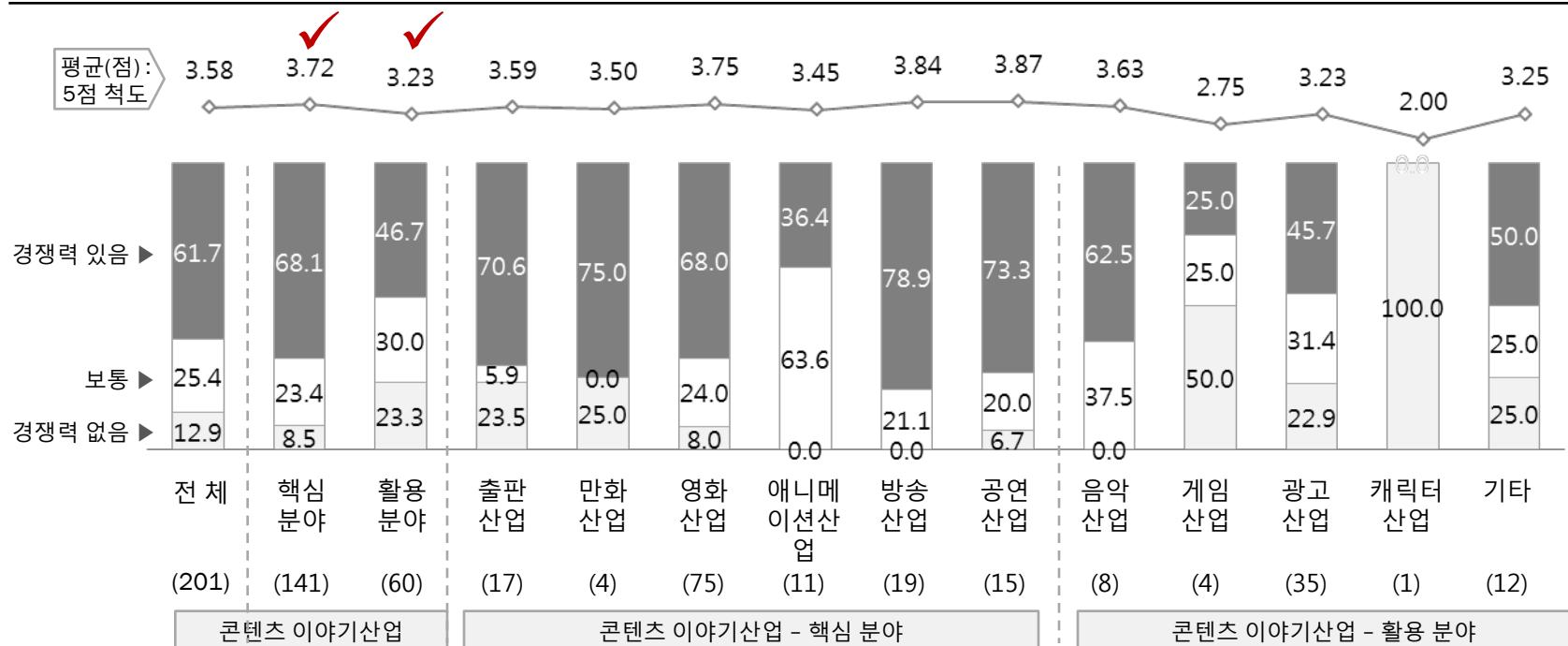
문30) 귀하는 해외 시장 진출을 위한 국내 창작 이야기의 경쟁력에 대해서 어떻게 생각하십니까?

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

- 해외시장 진출을 위한 국내 창작 이야기의 경쟁력 (콘텐츠 이야기산업)
 - 콘텐츠 이야기산업 응답자의 경우 국내 창작 이야기의 해외 시장 진출을 위한 경쟁력의 긍정률은 61.7%
 - 산업 분류에 따라 국내 창작 이야기의 경쟁력의 인식 차이가 존재 (핵심분야(68.1%) > 활용분야 (46.7%))

▣ 해외 시장 진출을 위한 국내 창작 이야기의 경쟁력 평가

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)



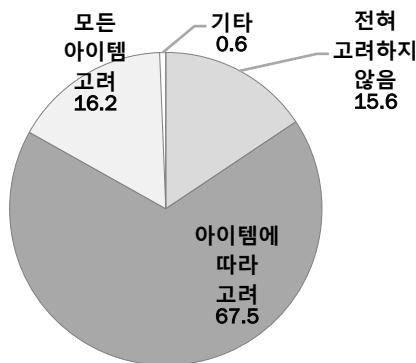
문30) 귀하는 해외 시장 진출을 위한 국내 창작 이야기의 경쟁력에 대해서 어떻게 생각하십니까?

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

- 국내 창작 이야기의 해외 시장 진출을 위해 고려해야 할 점
- 이야기산업 분야 종사자들은 주로 ‘작업하는 아이템에 따라 해외시장 진출을 고려(67.5%)’
 - 국내 창작 이야기의 해외 시장 진출의 위한 필요 영역으로는 ‘번역 등 언어 장벽 해소 지원(35.0%)’, ‘해외 판매를 위한 플랫폼 개발 및 발굴(32.7%)’에 있어서 필요하다고 인식
 - 특히, 기초 이야기산업 응답자의 경우 ‘언어 장벽 해소’에 필요하다고 인식하는 반면, 콘텐츠 이야기산업 응답자의 경우 ‘플랫폼 개발 및 발굴’이 상대적으로 필요하다고 인식

▶ 해외시장에 대한 고려 여부

(Base :기초 이야기산업+콘텐츠 이야기산업, n=474, %)



Base:전체	산업별	
	기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업
사례 수	(273)	(201)
작업 시 전혀 고려하지 않는다	20.5	9.0
작업하는 아이템에 따라 고려한다	65.2	70.6
모든아이템을 해외시장을 고려	13.9	19.4
기타	0.4	1.0

▶ 국내 창작 이야기의 해외 시장 진출을 위한 지원 요구

(Base :기초 이야기산업+콘텐츠 이야기산업, n=474, %)

Base:전체	전체	산업분류	
		기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업
사례 수	(474)	(273)	(201)
번역 등 언어 장벽 해소를 위한 지원	35.0	46.2	19.9
해외 판매를 위한 플랫폼 개발 및 발굴	32.7	27.8	39.3
해외 시장에 대한 정보, 교육 제공	17.3	16.5	18.4
해외 네트워크가 강한 기업과의 연계	11.8	5.9	19.9
기타	3.2	3.7	2.5

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

6) 이야기산업의 정책적 요구

□ 이야기 창작자의 가치사슬 단계별 어려움

- ‘원천소재 조사발굴’ 및 ‘기획 개발 창작’단계 → 소재 개발과 생계 유지에 대한 어려움
- ‘유통과 거래’ 단계 → 작품 홍보 및 제작사와 연결의 어려움
- ‘콘텐츠 및 상품의 기획 제작’ → 제작비와 관련한 경제적 어려움에 대한 내용이 주로 언급

▶ 이야기산업의 가치사슬 단계별 어려움

(Base : 가치사슬 단계별 응답자, 복수응답, %)

이야기산업의 가치사슬

* 주요 의견만 제시

원천소재의 조사발굴 (n=25, 9.2%)	기획 개발 창작 (n=97, 35.5%)	유통과 거래 (n=105, 38.5%)	콘텐츠 및 상품의 기획 제작 (n=46, 16.8%)
• 소재 개발 어려움 48.0	• 새롭고 재밌는 스토리를 기획 19.6	• 작품 홍보의 어려움 14.3	• 콘텐츠 상품으로 기획, 제작하는 단계에서 표절 및 저작권 분쟁 6.5
• 자료조사와 확보에 대한 어려움 36.0	• 생계유지의 어려움 15.5	• 유통과 거래에 인프라가 없음 11.4	• 제작에 기간, 돈이 많이 들어주로 제작까지 가는 게 어렵다 6.5
• 생계유지의 어려움 16.0	• 소재 개발 어려움 15.5	• 제작사 연결이 어렵다 8.6	• 기획준비 시 투자가 어렵다 6.5
• 제한된 시간에 따른 촉박함 12.0	• 참신한 아이디어가 부족 7.2	• 시장축소 6.7	• 제작사 연결이 어렵다 6.5
• 비싼 개발비 8.0	• 제한된 시간에 따른 촉박함 7.2	• 가격 책정과 계약조건 성립 5.7	• 제작사 규모나 여건이 열악하다 4.3
• 인터뷰에 있어 어려움 8.0	• 독자들의 요구에 맞도록 작품을 가공하고, 방향성 유지 6.2	• (신인) 창작한 작품 판매 채널의 부재 3.8	• 믿을만한 제작사와 데뷔하지 못한 신인 작가와 만남과 소통. 4.3
• 새롭고 재밌는 스토리 기획 4.0	• 비싼 개발비 5.2	• 유통 채널 및 기업과의 초기 연계 3.8	• 비싼 개발비 4.3
		• 계약 관계에 있어서의 권리 보호 3.8	

문9-1) 앞에서 답하신 단계(문9)에서 겪는 어려움은 무엇입니까?

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 이야기산업의 정책 방향 및 정부 지원 필요 분야

- 정책 방향 중 중요 영역으로는 ‘창작자, 기획자 등 전문 직업군 및 일자리 창출’, ‘콘텐츠 산업의 뿌리 산업으로 육성’ 등의 순 → 산업 분류별로 중요 정책에 대한 인식 차이가 존재
- 이야기 활성화를 위한 정부의 지원 분야로는 ‘창작 지원(66.6%)’, ‘공정한 거래 질서 확립(55.0%)’ 등 의 순. 특히, 콘텐츠 이야기산업의 경우 ‘이야기 경쟁력이 있는 콘텐츠 제작 집중 지원’이 필요하다는 인식이 상대적으로 높음

▶ 이야기산업의 정책 방향 중 중요 영역

(Base : 기초 이야기산업+콘텐츠 이야기산업, n=524, %)

Base: 기초 이야기산업, 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		
		기초 이야 기산 업	콘텐 츠이 야기 산업	일반 이야 기산 업
사례 수	(524)	(273)	(201)	(50)
이야기 창작자, 기획자 등 전문 직업군 및 일자리 창출	31.5	30.0	36.3	20.0
이야기산업을 콘텐츠 산업의 뿌리 산업으로 육성	25.8	24.5	29.9	16.0
이야기산업의 건강한 생태계를 위한 법, 제도 마련	25.2	32.2	15.9	24.0
이야기산업과 일반산업의 접목을 통한 고부가 가치 창출	14.3	9.5	15.4	36.0
이야기 문화/산업계의 선도 국가로 국내외 위상 강화	3.2	3.7	2.5	4.0

▶ 이야기 활성화를 위한 정부의 지원이 필요한 분야

(Base : 기초 이야기산업+콘텐츠 이야기산업, n=524, 복수응답, %)

Base: 기초 이야기산업, 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		
		기초 이야 기산 업	콘텐 츠이 야기 산업	일반 이야 기산 업
사례 수	(524)	(273)	(201)	(50)
이야기 창작 지원	66.6	70.0	67.2	46.0
공정한 거래질서 확립	55.0	64.5	47.3	34.0
이야기 경쟁력이 있는 콘텐츠 제작 집중 지원	47.7	37.0	61.2	52.0
이야기 유통과 거래 제도화	43.1	49.8	35.8	36.0
이야기 기획/개발/창작 교육	35.5	31.9	40.3	36.0
이야기 활용 서비스의 확대	27.9	31.1	17.4	52.0
이야기 원천소재의 수집 및 DB 구축	22.7	14.7	28.9	42.0
기타	1.5	1.1	2.0	2.0

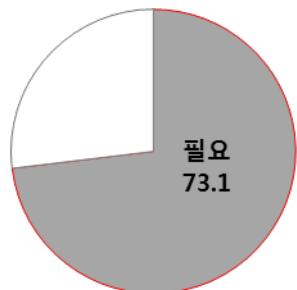
4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 이야기 전문기업의 필요성

- 이야기산업 분야 종사자의 73.1%는 이야기 거래와 관련한 계약 등 업무를 대행하는 전문기업이 필요하다고 평가. 특히, 기초 이야기산업(창작자)의 경우 필요하다는 인식이 상대적으로 높음
- 기초 이야기산업 응답자의 경우 이야기 전문기업이 수행해야 하는 주요 임무로 ‘창작자 발굴과 저작권등, 권리 보호(90.6%)’에 대한 응답이 가장 높음
반면, 콘텐츠 및 일반 산업의 경우 ‘산업 활성화를 위한 기획·개발·제작활동’이 주요 임무라고 평가

▶ 업무를 대행하는 이야기 전문 기업 필요 여부

(Base : 전체, n=524, %)



Base:전체	산업별		
	기초 이야기산업	콘텐츠 이야기산업	일반 이야기산업
사례 수	(273)	(201)	(50)
필수	<u>82.4</u>	61.7	68.0

▶ 이야기전문기업이 수행해야 하는 주요 임무

(Base : 이야기 전문 기업 필요 응답자, n=383, 복수응답, 1+2+3순위, %)

	1순위 1+2+3순위	전체	산업별		
			기초 이야기산 업	콘텐츠 이야기산 업	일반 이야기산 업
사례 수	(383)	(383)	(225)	(124)	(34)
이야기산업 활성화를 위한 이야기 기획·개발·제작활동	39.2	76.8	68.0	<u>88.7</u>	<u>91.2</u>
이야기 유통 경로의 확대를 위한 플랫폼 역할	28.7	85.9	91.6	78.2	76.5
이야기 창작자의 발굴과 저작권 이야기값 대리협상 부기판 권 권리 확보 등 창작자의 권리 보 호	28.5	90.6	<u>97.3</u>	87.9	55.9
콘텐츠 및 일반 기업의 이야기활 용에 대한 분석과 자문	3.7	45.2	41.8	43.5	73.5
기타	1.6		1.3	1.6	2.9

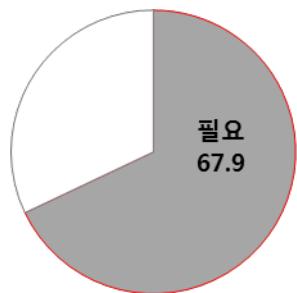
4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

□ 이야기 거래소(가칭)의 필요성

- 이야기산업(공통) 응답자의 67.9% 이야기 거래소가 필요하다고 평가
- 이야기 거래소 운영에서 주안점을 두어야 하는 부분으로는 '등록한 이야기의 저작권의 확보 및 보호 대책(93.0%)', '등록된 이야기의 구매자 확보를 위한 홍보/마케팅' 등의 순으로 나타남
- 응답률이 가장 높은 '저작권 확보 및 보호 대책'을 1순위로 꼽은 응답자가 70.2%에 달함

▶ 이야기 거래소(가칭) 필요 여부

(Base : 전체, n=524, %)



Base:전체	산업별		
	기초 이야기산업	콘텐츠 이야기산업	일반 이야기산업
사례 수	(273)	(201)	(50)
필요	<u>77.3</u>	57.7	58.0

▶ 이야기 거래소(가칭) 운영 시 주안점을 두어야 할 부분

(Base : 이야기 거래소 필요 응답자, n=356, 복수응답, 1+2+3순위 %)

사례 수	(356)	전체	산업별		
			기초 이야기 산업	콘텐츠 이야기 산업	일반 이야기 산업
등록한 이야기의 저작권 확보 및 보호 (무단도용, 표절 방지 대책)	70.2	93.0	93.8	96.6	72.4
등록된 이야기의 구매자 확보를 위한 홍보/마케팅	17.4	71.3	74.4	64.7	75.9
국내외 이야기 구매자 정보 (예: 제작사, 기획사, 콘텐츠 및 일반기업 이야기 담당자 등) 제공	4.8	42.7	36.5	50.9	55.2
등록한 이야기의 거래 과정에서 법률 자문 등 지원 제공	4.2	50.8	49.8	54.3	44.8
해외 시장으로의 진출을 대비하기 위한 번역 서비스 제공	2.8	40.2	44.1	30.2	51.7
기타	0.6	2.0	1.4	3.4	- 104

4.1. 종합 분석 및 주요 시사점

- 이야기 거래소(가칭) 설치에 대한 부정적 의견 (콘텐츠 이야기산업)
 - 콘텐츠 이야기산업 응답자의 42.3%는 이야기 거래소 필요하지 않다고 평가
 - 이야기 거래소가 필요하지 않은 이유는 기초 이야기산업 응답자의 경우와 마찬가지로 정부 차원으로 해결될 영역이 아니라는 의견이 다수로 언급

▶ 이야기 거래소(가칭) 필요 여부

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)



	산업분류	
	핵심분야	활용분야
시례수	(141)	(60)
불필요	43.3	40.0

▶ 이야기 거래소가 필요 하지 않는 이유

(Base : 콘텐츠 이야기산업, 이야기 거래소 불필요 응답자, n=85, 복수응답, %)

내용	%
시장 중심으로 자율적으로 형성되어야지 정부가 주도하는 것 아닌 것 같다	20.0
정부 산하로는 활성화되기 어려울 것 같다.	15.3
민간 차원에서 활성화되어야 하는 영역이지 정부가 관리나 운영해 서는 안된다	14.1
정부가 주관하면 창조적인 이야기 내용에 제한이 생길 것 같다	12.9
필요성을 느끼지 못한다	10.6
실요성이 없을 것 같다	10.6
보안이 잘 안될 것 같다	2.4
작품에 퀄리티가 제각각이어서	2.4
...	

문19) 정부에서 관리 또는 위탁 운영하여 이야기 작품을 등록하고 구매자와 판권을 거래할 수 있는 이야기 거래소(가칭)가 필요하다고 생각하십니까?
문19-2) 이야기 거래소(가칭)가 필요하지 않다면, 그 이유는 무엇입니까?

| 기초 이야기산업

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

1) 일반 현황

□ 직업 형태

- 이야기 창작자의 86.1%는 프리랜서로 활동
- 40대 연령층의 경우 ‘콘텐츠 관련 기업 소속’으로 활동하는 비율이 상대적으로 높음

▶ 직업 형태

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

Base: 기초 이야기산업	전체	성별		연령별				교육수준별				연평균 수입액					
		남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상	고졸	대학 교졸	대학 원졸	기타	100 만원 미만	100~ 500 만원 미만	500~ 1,000 만원 미만	1,000~ 2,000 만원 미만	2,000~ 3,000 만원 미만	3,000 만원 이상
사례 수	(273)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)	(37)	(173)	(43)	(20)	(86)	(45)	(42)	(36)	(31)	(33)
프리랜서		86.1	87.3 84.5	86.3 90.7	80.8	80.0	91.9	88.4	79.1	70.0	86.0	82.2	85.7	94.4	80.6	87.9	
콘텐츠 관련 기업 소속	5.5	3.8 7.8	1.4 2.8	<u>12.8</u>	6.7	-	5.8	7.0	10.0	-	2.3	6.7	4.8	5.6	6.5	12.1	
이야기 관련 기업 소속	2.9	2.5 3.4	8.2 0.9	1.3	-	2.7	2.9	-	10.0	-	1.2	6.7	4.8	-	6.5	-	
기타	5.5	6.4 4.3	4.1 5.6	5.1	13.3	5.4	2.9	14.0	10.0	-	10.5	4.4	4.8	-	6.5	-	

문2) 귀하의 직업 형태는 무엇입니까?

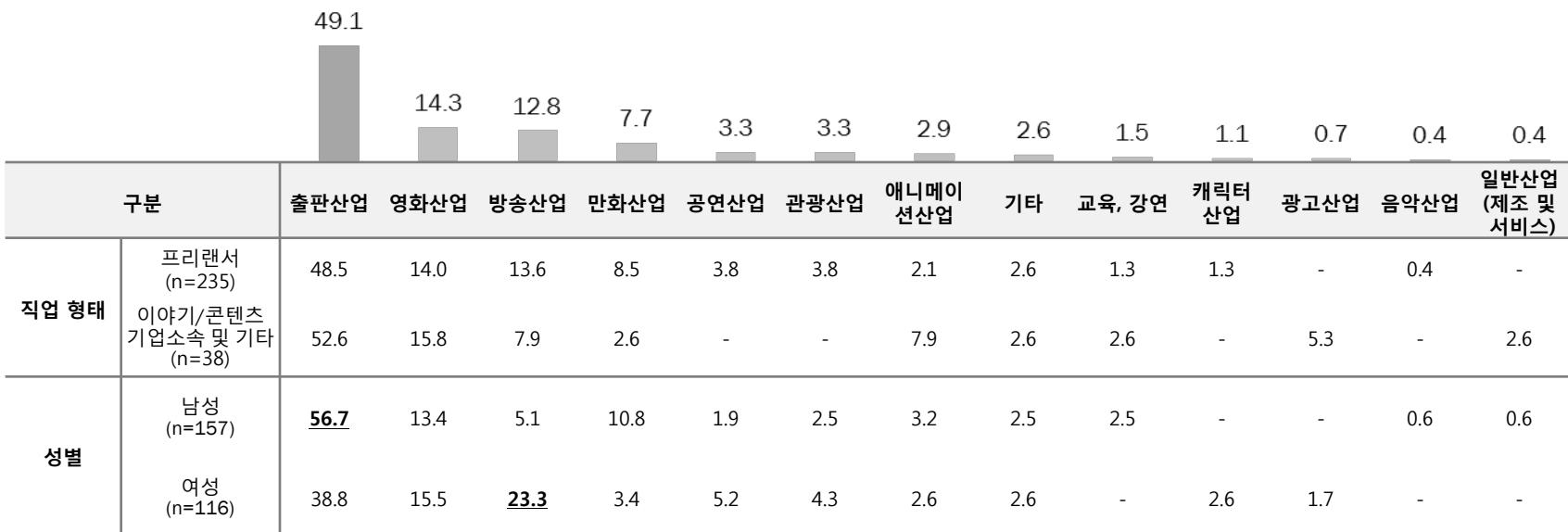
4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 활동 분야

- 이야기 창작자들의 주 작품 활동 분야는 ‘출판산업(49.1%)’
- 남성 창작자의 주 작품 활동 분야는 ‘출판산업’, 여성의 경우 ‘방송산업’ 분야에서 활동
→ 성별에 따라 작품 활동 분야의 차이가 존재

▶ 주 작품 활동 분야

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)



문1) 귀하는 다음 산업 중 어느 분야의 작품 활동을 주로 하십니까?

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 작업시간

- 이야기 창작자의 주당 작업 시간은 ‘하루 5~7시간(24.9%)’ > ‘하루 3~5시간(21.6%)’ > ‘하루 7~9시간(16.8%)’ 등의 순

▶ 주당 작업시간

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

Base: 기초 이야기산업	전체	직업 형태		성별		연평균 수입액					
		프리랜서	이야기/ 콘텐츠 기업소속 및 기타	남성	여성	100 만원 미만	100~500 만원 미만	500~ 1,000만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000 만원 이상
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(86)	(45)	(42)	(36)	(31)	(33)
주당 약 10시간 미만 (하루 2시간 미만)	8.8	6.4	23.7	5.7	12.9	20.9	11.1	2.4	-	-	-
주당 약 10-20시간 (하루 2-3시간)	16.1	14.9	23.7	17.2	14.7	24.4	24.4	11.9	5.6	9.7	6.1
주당 약 20-35시간 (하루 3-5시간)	21.6	23.4	10.5	20.4	23.3	23.3	28.9	28.6	16.7	12.9	12.1
주당 약 35-50시간 이상 (하루 5-7시간 이상)	24.9	26.4	15.8	25.5	24.1	16.3	22.2	16.7	41.7	29.0	39.4
주당 약 50-65시간 (하루 7-9시간)	16.8	16.6	18.4	15.9	18.1	7.0	8.9	23.8	22.2	29.0	27.3
주당 약 65시간 이상 (하루 9시간 이상)	11.7	12.3	7.9	15.3	6.9	8.1	4.4	16.7	13.9	19.4	15.2

문3) 이야기 창작자로서 귀하의 주당 작업시간은 얼마나 되십니까?

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 연 평균 수입액

- 창작활동을 통한 연 평균 수입액으로는 ‘100만원 미만(31.5%)’에 대한 응답이 가장 높게 나타남
- 특히, 20대 창작자의 경우 창작활동을 통한 연 평균 수입액이 ‘500만원 미만(68.5%)’으로 상대적으로 낮음

▶ 연 평균 수입액

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

Base: 기초 이야기산업	전 체	직업 형태 프리 랜서 이야기/ 콘텐츠 기업 소속 및 기타	성별		연령별				교육수준별				
			남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상	고졸	대학교 졸	대학원 졸	기타	
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)	(37)	(173)	(43)	(20)
100만원 미만	31.5	31.5	31.6	31.8	31.0	49.3	30.8	17.9	20.0	32.4	30.1	37.2	30.0
100~500만원 미만	16.5	15.7	21.1	10.8	24.1	19.2	15.9	15.4	13.3	18.9	15.0	18.6	20.0
500~1,000만원 미만	15.4	15.3	15.8	16.6	13.8	4.1	21.5	15.4	26.7	10.8	17.3	14.0	10.0
1,000~2,000만원 미만	13.2	14.5	5.3	14.0	12.1	6.8	18.7	10.3	20.0	5.4	16.2	9.3	10.0
2,000~3,000만원 미만	11.4	10.6	15.8	11.5	11.2	13.7	7.5	14.1	13.3	10.8	11.6	4.7	25.0
3,000만원 이상	12.1	12.3	10.5	15.3	7.8	6.8	5.6	26.9	6.7	21.6	9.8	16.3	5.0

문4) 창작활동을 통한 귀하의 연 평균 수입액은 얼마입니다?

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 창작 외 주 소득원

- 이야기 창작자의 41.8%는 창작 외 소득이 없는 것으로 나타남
- 특히, 성별에 따른 차이가 존재
→ 남성의 경우 창작 외, 주 소득원이 없는 비율이 상대적으로 높음
(남성(48.4%) > 여성(32.8%))

▶ 창작 외 주 소득원

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

Base: 기초 이야기산업	전 체	직업 형태		성별		연령별			
		프리랜서	이야기/ 콘텐츠 기업 소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)
창작 외 분야의 고용상태	22.7	19.6	42.1	20.4	25.9	20.5	30.8	15.4	13.3
가족의 지원	14.7	16.2	5.3	10.2	20.7	16.4	13.1	10.3	40.0
기타	9.2	9.4	7.9	6.4	12.9	8.2	5.6	16.7	0.0
자영업	5.9	4.3	15.8	7.6	3.4	4.1	5.6	7.7	6.7
일용직	5.9	6.8	-	7.0	4.3	12.3	4.7	2.6	0.0
없음	41.8	43.8	28.9	48.4	32.8	38.4	40.2	47.4	40.0

문5) 창작 외, 주 소득원은 다음 중 어떤 것입니까?

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 창작 활동 애로 사항

- 창작 활동에 있어 가장 큰 애로 사항은 ‘생계 유지의 어려움(75.5%)’
- 특히, 프리랜서 외 창작자는 ‘다른 경제활동으로 인한 창작 시간 확보 어려움’, ‘작품 활동 홍보’ 측면에서 창작 활동 시 상대적으로 애로 사항이 존재

▶ 창작 활동 애로 사항

(Base : 기초 이야기산업, n=273, 복수응답, 1+2+3순위, %)

Base: 기초 이야기산업	전 체	직업 형태		성별		연령별						
		프리랜서	이야기/ 콘텐츠 기업소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상			
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)			
생계 유지의 어려움	60.1	75.5	79.6	50.0	68.2	49.1	64.4	67.3	47.4	53.3		
저작권 확보 등 계약 및 권리 관리의 어려움	9.9	43.6	44.3	39.5	9.6	10.3	13.7	5.6	12.8	6.7		
작품 유통의 어려움	8.8	54.2	53.6	57.9	3.8	15.5	4.1	6.5	16.7	6.7		
창작 공간 확보의 어려움	8.1	41.0	40.9	42.1	7.0	9.5	6.8	4.7	10.3	26.7		
다른 경제활동으로 인한 창작 시간 확보의 어려움	7.3	41.0	39.1	52.6	5.7	9.5	4.1	11.2	6.4	-		
작품 활동에 대한 홍보의 어려움	4.8	41.0	39.1	52.6	4.5	5.2	6.8	3.7	3.8	6.7		
기타	1.13.7				3.4	5.3	1.3	0.9	-	0.9	2.6	-
				□ 1순위	■ 1+2+3순위							

문6) 귀하의 창작 활동에 있어 애로 사항은 무엇입니까? 우선순위에 따라 순서대로 3개를 선택해주세요.

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

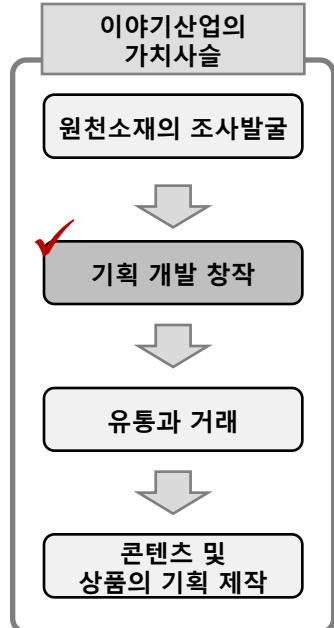
2) 이야기 산업 활동의 가치사슬

□ 본인 활동 단계

- 이야기 창작자의 대다수는 ‘이야기 기획, 개발 및 창작(89.0%)’ 단계에서 활동
- 프리랜서 외 창작자의 경우 ‘이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작’의 단계에서 활동하는 비율이 상대적으로 높음

▶ 이야기산업 가치사슬 중 본인의 활동 단계

(Base : 기초 이야기산업, n=273, 복수응답, %)



Base: 기초 이야기 산업	전 체	직업 형태		성별		연령별			
		프리랜서	이야기/콘텐츠 기업소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)
이야기 원천소재 조사, 발굴	28.9	29.8	23.7	31.8	25.0	30.1	32.7	24.4	20.0
이야기 기획, 개발 및 창작	89.0	89.4	86.8	89.8	87.9	90.4	91.6	87.2	73.3
이야기 유통과 거래	7.3	6.4	13.2	7.6	6.9	9.6	6.5	6.4	6.7
콘텐츠 및 상품의 기획, 제작	13.6	10.2	<u>34.2</u>	10.2	18.1	11.0	11.2	20.5	6.7

문7) 이야기산업의 가치사슬을 위의 그림과 같이 정리한다면, 귀하는 가치사슬 중 어느 단계의 활동을 하고 계십니까?

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 핵심(중요)단계

- 창작자들의 이야기산업의 가치사를 중 핵심(중요) 단계로는 ‘이야기 기획, 개발 및 창작(65.9%)’ 단계로 창작자들의 주 활동 단계와 일치
- 프리랜서 외 창작자의 경우 ‘이야기 기획 개발 및 창작’ 단계에 있어 상대적으로 중요하다고 인식

▶ 이야기산업의 가치사를 핵심(중요)단계

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

```

graph TD
    A[이야기산업의 가치사슬] --> B[원천소재의 조사발굴]
    B --> C[기획 개발 창작]
    C --> D[유통과 거래]
    D --> E[콘텐츠 및 상품의 기획 제작]
  
```

The flowchart illustrates the hierarchy of value creation steps in the story industry. It starts with '이야기산업의 가치사슬' (Value Chain of Story Industry), leading to '원천소재의 조사발굴' (Investigation and Development of Raw Materials), then '기획 개발 창작' (Planning, Development, and Creation), followed by '유통과 거래' (Distribution and Trading), and finally '콘텐츠 및 상품의 기획 제작' (Content and Product Planning and Production). A red checkmark is placed next to the '기획 개발 창작' step.

Base: 기초 이야기산업	전 체	직업 형태		성별		연령별			
		프리랜서	이야기/ 콘텐츠 기업소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)
이야기 원천소재 조사, 발굴	9.2	9.4	7.9	8.9	9.5	13.7	5.6	10.3	6.7
이야기 기획, 개발 및 창작	65.9	64.3	<u>76.3</u>	68.2	62.9	67.1	66.4	65.4	60.0
이야기 유통과 거래	12.1	12.8	7.9	10.8	13.8	13.7	13.1	10.3	6.7
콘텐츠 및 상품의 기획, 제작	12.8	13.6	7.9	12.1	13.8	5.5	15.0	14.1	26.7

문8) 위의 이야기산업 가치사를 중 가장 중요한 단계는 어느 단계라고 생각하십니까?

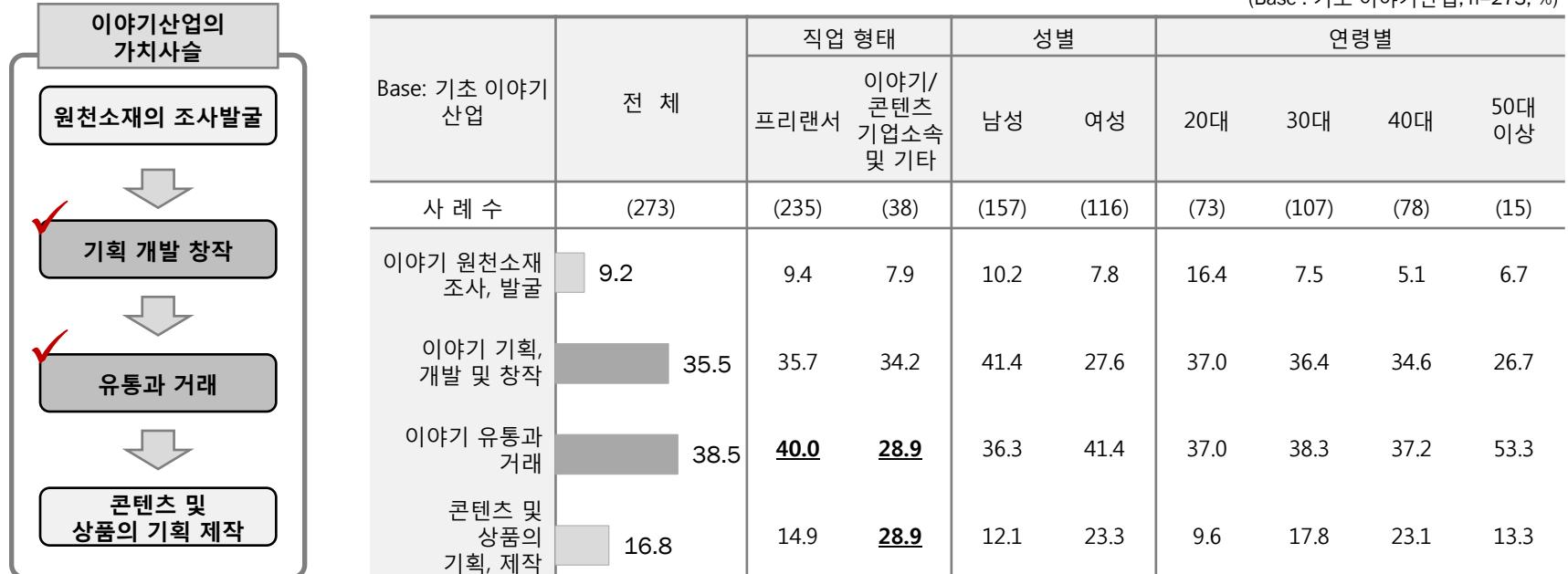
4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 고충(어려움) 단계

- 이야기 기획부터 콘텐츠 및 상품의 제작 과정에 있어 가장 어려움을 겪는 단계로는 ‘유통과 거래(38.5%)’, ‘기획, 개발 및 창작(35.5%)’ 단계
- 프리랜서 창작자의 경우 ‘유통과 거래’단계, 프리랜서 외 창작자는 ‘상품의 기획, 제작’ 단계에 있어 상대적으로 어려움이 존재 → 직업 형태에 따른 상대적 차이가 존재

▶ 어려움을 겪은 이야기산업의 가치사슬 단계

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)



문9) 이야기 기획에서부터 콘텐츠 또는 상품으로 제작하기까지 과정에서 가장 어려움을 겪는 단계는 어느 단계입니까?

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 고충(어려움)의 단계별 이유

- ‘원천소재 조사발굴’ 및 ‘기획 개발 창작’단계 → 소재 개발에 대한 어려움
- ‘유통과 거래’단계 → 홍보 / ‘콘텐츠 및 상품의 기획 제작’ → 경제적 어려움에 대한 내용이 주로 언급

▼ 이야기산업의 가치사슬 단계별 어려움

(Base : 기초 이야기산업, 가치사슬 단계별 응답자, 복수응답, %)

이야기산업의 가치사슬

원천소재의 조사발굴 (n=25)	기획 개발 창작 (n=97)	유통과 거래 (n=105)	콘텐츠 및 상품의 기획 제작 (n=46)
• 소재 개발 어려움 48.0	• 새롭고 재밌는 스토리를 기획 19.6	• 작품 홍보 어려움 14.3	• 콘텐츠 상품으로 기획, 제작하는 단계에서 표절 및 저작권 분쟁 6.5
• 자료조사와 확보에 대한 어려움 36.0	• 생계유지의 어려움 15.5	• 유통과 거래에 인프라가 없음 11.4	• 제작에 기간, 돈이 많이 들어 주로 제작까지 가는 게 어렵다 6.5
• 생계유지의 어려움 16.0	• 소재 개발 어려움 15.5	• 시장축소 6.7	• 기획준비 시 투자가 어렵다 6.5
• 제한된 시간에 따른 촉박함 12.0	• 참신한 아이디어가 부족 7.2	• 가격 책정과 계약조건 성립 5.7	• 제작사 연결이 어렵다 6.5
• 비싼 개발비 8.0	• 제한된 시간에 따른 촉박함 7.2	• 제작사 연결이 어렵다 4.8	• 제작사 규모나 여건이 열악하다 4.3
• 인터뷰에 있어 어려움 8.0	• 독자들의 요구에 맞도록 작품을 가공하고, 방향성 유지 6.2	• (신인) 창작한 작품 판매채널X 3.8	• 믿을만한 제작사와 데뷔하지 못한 신인 작가와 만남과 소통. 4.3
• 새롭고 재밌는 스토리 기획 4.0	• 비싼 개발비 5.2	• 작사와 접근성이 어려움 3.8	• 계약 관계에 있어서의 권리 보호 3.8
		• 유통 채널 및 기업과의 초기 연계 3.8	
		• 계약 관계에 있어서의 권리 보호 3.8	

문9-1) 앞에서 답하신 단계(문9)에서 겪는 어려움은 무엇입니까?

* 주요 의견만 제시

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

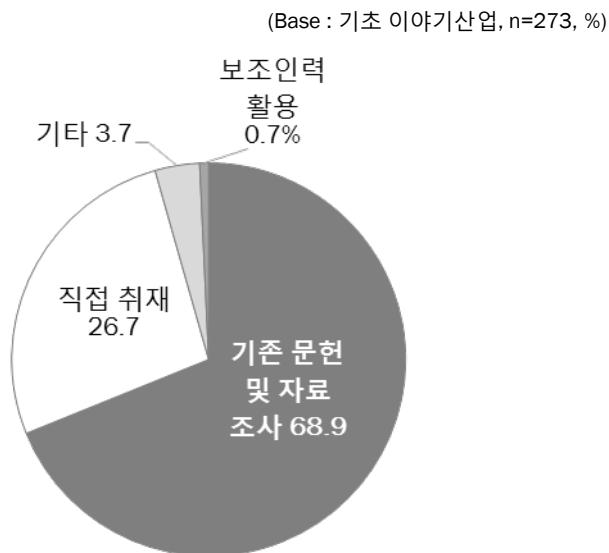
3) 기초 이야기산업의 가치사슬 별 특성

① 이야기 원천소재의 조사, 발굴

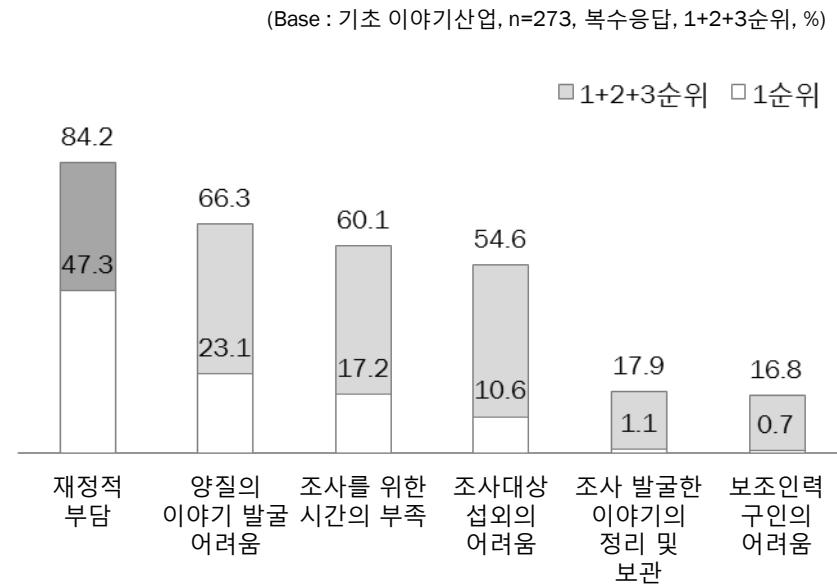
□ 이야기 원천소재의 조사, 발굴 방법 및 어려운 점

- 이야기 창작자들은 주로 ‘기존 문헌 및 자료 조사(68.9%)’를 통해 창작을 위한 이야기 원천소재 조사·발굴을 함
- 이야기 원천소재 조사발굴 시 ‘재정적 부담(84.2%)’에 있어 어려움을 겪는 비중이 가장 높으며, 차순위는 ‘양질의 이야기 발굴 어려움’, ‘조사를 위한 시간 부족’ 등임

▶ 창작을 위한 이야기 원천소재 조사/발굴 시 사용 방식



▶ 창작을 위한 이야기 원천소재 조사/발굴 시 어려운 점



문10) 창작을 위해 이야기 원천소재를 조사 또는 발굴할 때 주로 어떤 방식을 사용하시나요?

문11) 창작을 위해 이야기 원천소재를 조사 또는 발굴할 때 어려운 점은 무엇입니까? 우선순위에 따라 순서대로 3개를 선택해주세요.

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

② 이야기 기획, 개발 및 창작

□ 이야기 기획 및 창작 시 아이디어 습득 경로

- 이야기 기획, 창작 시 주로 ‘개인의 상상(71.8%)’으로부터 아이디어를 습득
- 특히, 아이디어 습득 경로 중 ‘개인의 상상’, ‘언론보도’에 있어 성별에 따른 차이가 존재

▶ 기획/창작 시 이야기 아이디어 습득 경로

(Base : 기초 이야기산업, n=273, 복수응답, 1+2+3순위, %)

Base: 기초 이야기산업	전 체	직업 형태		성별		연령별			
		프리랜서	이야기/ 콘텐츠 기업소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)
개인의 상상	44.0 71.8	71.9	71.1	83.4	56.0	78.1	73.8	62.8	73.3
개인의 인생 경험	24.9 51.3	53.2	39.5	51.6	50.9	53.4	54.2	46.2	46.7
역사적 사실	14.3 54.2	54.0	55.3	52.2	56.9	52.1	49.5	59.0	73.3
언론보도	5.5 37.0	36.6	39.5	25.5	52.6	26.0	39.3	46.2	26.7
다른 작품	4.0 40.3	39.1	47.4	47.1	31.0	49.3	40.2	33.3	33.3
타학문 분야	3.3 28.9	28.5	31.6	28.0	30.2	24.7	28.0	33.3	33.3
지인	2.2 9.5	9.4	10.5	7.0	12.9	9.6	7.5	12.8	6.7
자연 환경	1.5 5.5	□ 1순위 ■ 1+2+3순위	5.5	5.3	2.5	9.5	5.5	6.5	3.8
기타	0.4 1.5	■ 1+2+3순위	1.7	-	2.5	-	1.4	0.9	2.6

문12) 기획 또는 창작 시 주로 어디서 이야기의 아이디어를 얻습니까? 우선순위에 따라 순서대로 3개를 선택해주세요.

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 창작자의 창작 작업 방식

- 이야기 창작 방식으로 주로 ‘모든 과정을 단독 창작(65.9%)’을 통해 진행
- 프리랜서 외 창작자의 경우 필요 시, 다른 창작자들의 도움을 받아서 작업을 하는 비율이 상대적으로 높음

▶ 창작 작업 방식

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

Base: 기초 이야기산업	전 체	직업 형태		성별		연령별			
		프리랜서	이야기/ 콘텐츠 기업 소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)
모든 과정을 단독으로 창작함	65.9	68.1	52.6	71.3	58.6	72.6	60.7	64.1	80.0
단독으로 창작하지만 필요 시 다른 창작자들 의 도움을 받음	28.2	26.8	<u>36.8</u>	26.1	31.0	24.7	29.9	30.8	20.0
별도의 창작팀에 소속되어 있음	4.8	4.7	5.3	2.5	7.8	2.7	7.5	3.8	-
기타	1.1	0.4	5.3	-	2.6	-	1.9	1.3	-

문13) 다음 중 어떤 방식으로 창작 작업을 하십니까?

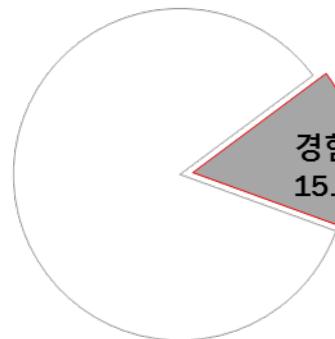
4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 개발 현황

- 창작자의 15.8%는 본인의 창작 작품이 OSMU 방식으로 개발 경험 有
- OSMU 개발 경험 창작자의 1개의 이야기는 주로 2~3가지 장르로 개발(93.1%)

■ OSMU(one source multi use)방식 개발 여부

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)



Base:기초 이야기산업	전 체	직업 형태	
		프리랜서	이야기/콘텐츠 기업소속 및 기타
사례 수	(273)	(235)	(38)
경험	15.8	16.6	10.5

■ 장르 개발 횟수

(Base : OSMU방식 개발 경험자, n=43, %)

Base:기초 이야기산업	전 체	직업 형태	
		프리랜서	이야기/콘텐츠 기업소속 및 기타
사례 수	(43)	(39)	*(4)
2가지	69.8	71.8	50.0
3가지	23.3	20.5	50.0
4가지	4.7	5.1	-
5가지 이상	2.3	2.6	-

문14) 자신이 창작한 작품이 OSMU(one source multi use)방식으로 개발된 적이 있습니까?

문14-1) 개발된 적이 있다면, 하나의 이야기가 최대 몇 가지의 장르로 개발되었습니까?

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

③ 이야기 유통과 거래

□ 이야기 창작자의 이야기 유통 경로

- 이야기를 콘텐츠 및 상품으로 제작하기 위해서 주로 ‘기획, 제작사에 직접 투고(63.0%)’, ‘기존 함께 작업하던 제작자와 거래(62.6%)’를 통해 거래
- 연령별로, 고연령층 일수록 ‘기존 제작자와 거래’를 하며, 저연령층 일수록 ‘기획/제작사에 직접 투고’를 통해 거래 활동의 특성을 보임

▼ 이야기를 콘텐츠 또는 상품으로 제작되기 위한 거래 경로

(Base : 기초 이야기산업, n=273, 복수응답, 1+2+3순위, %)

Base: 기초 이야기산업	전 체	직업 형태		성별		연령별			
		프리랜서	이야기/ 콘텐츠 기업소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)
공모전 출품	25.6 53.8	54.5	50.0	47.1	62.9	52.1	64.5	43.6	40.0
기존에 함께 작업하던 제작자와 주로 거래	23.8 62.6	63.4	57.9	60.5	65.5	45.2	61.7	75.6	86.7
기획, 제작사에 직접 투고	17.9 63.0	63.4	60.5	68.2	56.0	72.6	57.9	65.4	40.0
이야기전문기업을 통한 유통	15.0 34.4	34.9	31.6	45.2	19.8	52.1	31.8	21.8	33.3
지인(다른 작가 또는 타 제작사) 의 추천	9.5 51.6	51.1	55.3	45.2	60.3	30.1	53.3	66.7	66.7
소속되어 있는 협회 및 단체의 추천	3.7 26.4	24.7	36.8	25.5	27.6	31.5	24.3	23.1	33.3
기타	4.4 8.1 □ 1순위 □ 1+2+3순위	8.1	7.9	8.3	7.8	16.4	6.5	3.8	-

문15) 귀하의 이야기는 콘텐츠 또는 상품으로 제작되기 위해 주로 어떠한 경로를 통해 거래가 이루어집니까? 활용빈도가 높은 순서대로 3개를 선택해주세요.

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

- 기초 이야기산업의 작품 건별 평균 고료
 - 창작자들의 작품 건별 평균 고료는 약 990만원
 - 하지만, 작품 판매 경험이 있는 창작자의 대부분은 본인은 평균 고료는 적정하지 못하다고 평가 (93.1%)

▶ 작품 건별 평균고료(판매액)

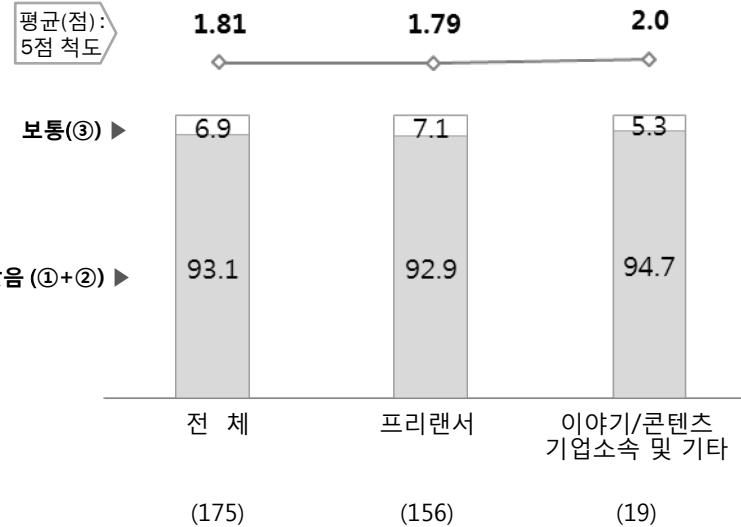


(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

(평균) 990.2만원

▶ 작품 건별 평균고료의 적정성

평균(점):
5점 척도



Base : 기초 이야기산업	직업 형태	
	프리랜서	이야기/콘텐츠 기업소속 및 기타
사례 수	(235)	(38)
100만원 미만	14.9	13.2
100만원~ 1000만원 미만	32.8	18.4
1000만원 이상	18.7	18.4
모름/무응답	33.6	50.0
평균 : (만원)	1,008.0	843.7

문16) 귀하의 작품 건별 평균 고료(판매액)는 얼마입니까?

문17) 귀하의 작품 건별 평균액이 적정하게 책정되어 있다고 생각하십니까?

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 유통에 있어 이야기 창작자의 어려운 점

- 이야기를 콘텐츠 또는 상품으로 유통하고 거래하는 데 있어서 ‘낮은 고료(73.3%)’가 가장 큰 어려움
- 다음으로 ‘기획제작사와의 연결고리 부족으로 인한 유통의 어려움’(64.8%), ‘부가판권 등 제작사에게 유리한 일방적 계약’(56.4%) 등의 순

▶ 이야기를 콘텐츠 또는 상품으로 유통하고 거래하는 데 있어서 어려운 점

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

Base: 기초 이야기산업	전 체	직업 형태		성별		연령별				
		프리랜서	이야기/ 콘텐츠 기업소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상	
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)	
낮은 고료	38.5	73.3	71.9	81.6	81.5	62.1	78.1	72.0	66.7	93.3
기획제작사와의 연결고리 부족 으로 인한 유통의 어려움	33.3	64.8	65.5	60.5	62.4	68.1	63.0	64.5	61.5	93.3
부가판권 등 제작사에게 유리한 일방적 계약	15.8	56.4	55.7	60.5	55.4	57.8	54.8	52.3	65.4	46.7
거래 이후 제작 일정의 연기 및 취소	5.5	37.4	37.0	39.5	31.2	45.7	26.0	45.8	39.7	20.0
고료 지급의 불투명성	4.8	44.3	46.4	31.6	47.8	39.7	41.1	50.5	41.0	33.3
법률적 문제 대응의 어려움	1.8	20.1	20.0	21.1	20.4	19.8	30.1	14.0	20.5	13.3
기타	0.4 3.7	□ 1순위 ■ 1+2+3순위	3.4	5.3	1.3	6.9	6.8	0.9	5.1	0.0

문18) 귀하의 이야기를 콘텐츠 또는 상품으로 제작하기 위해 유통하고 거래하는 데 있어 어려운 점이 있다면 무엇입니까?
우선순위에 따라 순서대로 3개를 선택해주세요.

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

④ 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작

□ 기초 이야기산업에서 제작 계약 시 이야기 상품(원고)의 형태

- 대부분 제작 계약 시, ‘완성본(39.9%)’, ‘초고 이상의 완성도를 갖춘 원고(33.3%)’ 형태의 수준에서 계약 체결

▶ 제작 계약시 원고의 형태

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

Base: 기초 이야기산업	전체	직업 형태		성별		연령별			
		프리랜서	이야기/ 콘텐츠 기업 소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)
완성본	39.9	41.7	28.9	45.2	32.8	38.4	40.2	42.3	33.3
초고 이상의 완성도를 갖춘 원고	33.3	32.3	39.5	29.3	38.8	32.9	34.6	33.3	26.7
초고 및 시놉시스	12.1	11.9	13.2	12.7	11.2	11.0	14.0	10.3	13.3
기획안	7.7	7.2	10.5	5.7	10.3	9.6	4.7	10.3	6.7
아이디어	3.7	3.0	7.9	2.5	5.2	4.1	3.7	1.3	13.3
기타	3.3	3.8	-	4.5	1.7	4.1	2.8	2.6	6.7

문19) 귀하의 원고는 주로 다음 중 어떠한 형태로 제작 계약이 이루어집니까?

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

4) 기초 이야기산업의 계약 현황

□ 기초 이야기산업에서 제작 계약 형태

- 제작사와 계약 시, 제작 계약 형태는 ‘판권계약(45.1%)’, ‘일괄 계약(43.6%)’로 비슷한 수준
- 프리랜서 창작자의 경우 주로 ‘일괄 계약’, 프리랜서 외 창작자의 경우 ‘판권 계약’ 형태로 계약 체결
→ 프리랜서와 프리랜서 외 창작자에 따라, 계약 형태의 차이가 존재

▶ 제작사와 계약 시 제작 계약 형태

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

Base: 기초 이야기산업	전체	직업 형태		성별		연령별			
		프리랜서	이야기/ 콘텐츠 기업 소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)
해당 매체에 한정한 판권 계약	45.1	41.3	68.4	43.9	46.6	46.6	42.1	48.7	40.0
해당 매체와 부가판권을 포함한 일괄 계약	43.6	46.8	23.7	48.4	37.1	39.7	43.9	46.2	46.7
기타	11.4	11.9	7.9	7.6	16.4	13.7	14.0	5.1	13.3

문21) 귀하는 제작사(출판사, 영화제작사, 방송제작사 등)와 계약 시 주로 다음 중 어떠한 형태로 제작 계약을 하십니까?

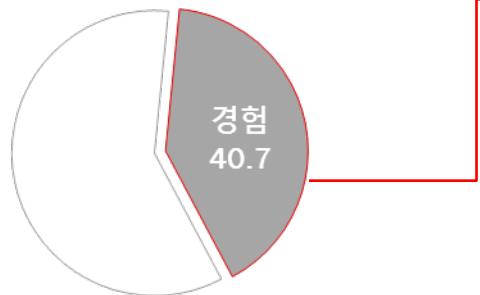
4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 기초 이야기산업에서 부가 판권 계약 형태

- 창작자들의 40.7%는 제작사와 부가 판권에 대한 계약 경험 有 특히, 프리랜서 창작자의 경우 상대적으로 부가 판권 계약 경험이 많음
- 부가 판권의 계약 형태는 주로 ‘사용허락과 사용료를 구체적으로 명기한 형태(56.8%)’로 진행

▶ 제작사와 부가 판권에 대해 계약 경험 여부

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)



▶ 부가 판권 계약 형태

(Base : 부가판권 계약 경험자, n=111, %)

Base: 기초 이야기산업	전 체	직업 형태 프리 랜서	성별		연령별				
			남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상	
사례 수	(111)	(102)	(9)	(73)	(38)	(23)	(44)	(37)	(7)
별도의 사용허락 과 사용료를 구체적 으로 명기한 형태	56.8	57.8	44.4	63.0	44.7	65.2	52.3	56.8	57.1
별도의 사용허락 과 사용료에 대해 구 체적 명기 없이 추 가 계약을 예정한 형태	27.0	26.5	33.3	24.7	31.6	26.1	25.0	27.0	42.9
별도의 사용허락 과 사용료가 없는 재 산권 양도 형태	10.8	10.8	11.1	9.6	13.2	8.7	18.2	5.4	-
기타	5.4	4.9	11.1	2.7	10.5	-	4.5	10.8	-

문22) 귀하의 이야기가 콘텐츠 매체 또는 상품으로 제작될 때 해당 제작사와 (2차 저작
문22-1) 부가 판권은 주로 어떠한 형태로 계약하십니까?

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 법률적 문제 발생 시 대처 방안

- 이야기 관련 법률적 문제 발생시 주로 ‘혼자서 대응(39.9%)’을 하거나 ‘선배의 도움으로 해결(28.6%)’
- 법률적으로 문제를 해결하는 경우는 9.5%로 낮은 수준

▶ 이야기에 대한 법률적 문제 해결방법

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)

Base: 기초 이야기산업	전 체	직업 형태		성별		연령별			
		프리랜서	이야기/ 콘텐츠 기업 소속 및 기타	남성	여성	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수	(273)	(235)	(38)	(157)	(116)	(73)	(107)	(78)	(15)
혼자서 대응	39.9	42.1	26.3	42.0	37.1	28.8	43.9	43.6	46.7
경험이 있는 업계 선배의 도움	28.6	29.4	23.7	24.8	33.6	38.4	32.7	17.9	6.7
소속되어 있는 협회 및 이야기 전문기업에 일임	12.8	11.5	21.1	12.7	12.9	13.7	8.4	16.7	20.0
법조계 지인의 도움	8.4	6.8	18.4	9.6	6.9	6.8	5.6	14.1	6.7
별도의 법률 자문이 있음	1.1	1.3	-	1.9	-	1.4	-	2.6	-
기타	9.2	8.9		8.9		11.0	9.3	5.1	

문23) 귀하의 이야기에 대한 법률적 문제(계약서, 저작권 등)는 어떻게 해결하는 편입니까?

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

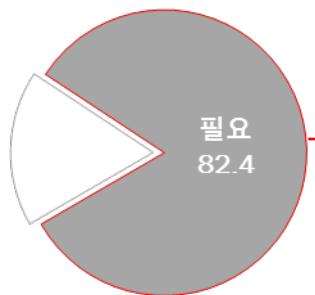
5) 이야기산업의 정책적 요구

□ 이야기 전문기업의 필요성

- 기초 이야기산업의 응답자인 이야기 창작자의 82.4%는 이야기 거래와 관련한 계약 등 업무를 대행하는 이야기 전문기업이 필요하다고 평가
- 이야기 전문기업이 수행해야 하는 주요 임무로 ‘창작자의 발굴과 저작권, 부가판권 권리 확보 등(97.3%)’, ‘유통 경로의 확대를 위한 플랫폼 역할(91.6%)’이 높게 나타남

▶ 업무를 대행하는 이야기 전문기업 필요 여부

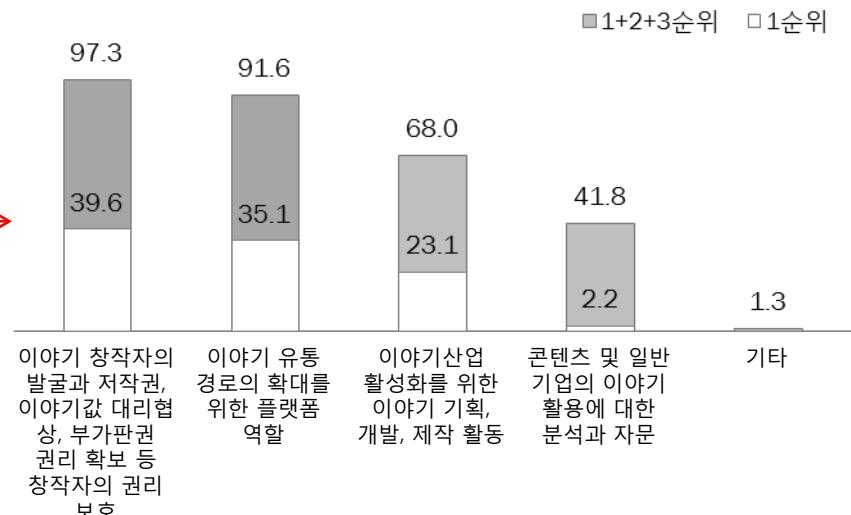
(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)



Base: 기초 이야기산업	직업 형태	
	프리랜서	이야기/콘텐츠 기업 소속 및 기타
사례수	(235)	(38)
필요	81.3	89.5

▶ 이야기 전문기업이 수행해야 하는 주요 임무

(Base : 이야기 전문기업 필요 응답자,
n=225, 복수응답, 1+2+3순위, %)



문24) 이야기를 기획, 개발, 제작, 분석, 자문, 제공, 알선하거나 이야기 거래와 관련한 계약 등의 업무를 대행하는 이야기전문기업이 필요하다고 생각하십니까?
문24-1) 필요하다면, 이야기전문기업이 수행해야 하는 주요 임무가 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

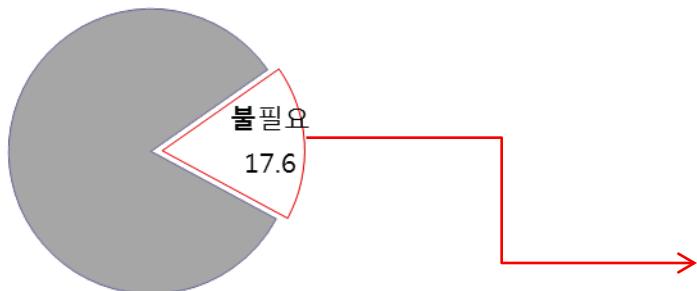
4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 전문기업에 대한 우려

- 창작자의 17.6%는 이야기 거래와 관련한 계약 등 업무를 대행하는 이야기 전문기업이 필요하지 않다고 평가
- 불필요 이유로는 ‘콘텐츠 산업의 획일화를 가져올 우려 존재(10.4%)’, ‘정체가 모호하고 하는 일에 대한 불명확(8.3%)’ 등의 내용이 언급

▶ 업무를 대행하는 이야기 전문기업 필요 여부

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)



Base: 기초 이야기산업	직업 형태	
	프리랜서	이야기/콘텐츠기업 소속 및 기타
사례수	(235)	(38)
불필요	18.7	10.5

▶ 이야기 전문기업이 필요하지 않은 이유

(Base : 이야기 전문기업 불필요 응답자, n=48, 복수응답, %)

내용	%
콘텐츠산업의 획일화를 가져올 우려 존재	10.4
정체가 모호하고 하는 일이 무엇인지 불명확	8.3
글을 씀에 있어 모든 과정은 작가가 직접 해야 하기 때문에 중간 브로커 같은 느낌	8.3
전문기업보다는 개인에게 정보를 알려주는 공기업이 필요	6.3
다양한 분야에서 이미 유사한 매니지먼트는 존재	6.3
현재의 고료도 낮은데 수수료를 떼어줄 여력이 없음	6.3
현재 국내 시스템상 이야기 그룹이 여러 개 있지만 대표만 돈버는 구조	6.3
업체에서 제공하는 기획의 퀄리티를 보장성 결여	6.3
창작자가 속해 있는 기업 중 창작자에게 제대로 된 고료 지급이 없음	4.2
특별히 필요성을 못 느끼겠음	4.2
투명성과 공정성이 보장될지 장담할 수 없기 때문에	4.2
기업에 소속될 경우 창작 활동에 오히려 자유롭지 못할 것이 염려	4.2
전문성이 결여	4.2

문24) 이야기를 기획, 개발, 제작, 분석, 자문, 제공, 알선하거나 이야기 거래와 관련한 계약 등의 업무를 대행하는 이야기 전문기업이 필요하다고 생각하십니까?
문24-1) 필요하다면, 이야기전문기업이 수행해야 하는 주요 임무가 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 거래소의 필요성

- 창작자의 77.3%는 이야기 거래소가 필요하다고 평가
- 이야기 거래소 운영 시, 유의점으로는 ‘등록한 이야기의 저작권 확보 및 보호대책(93.8%)’, ‘등록된 이야기의 구매자 확보를 위한 홍보/마케팅(74.4%)’이 높게 나타남

▶ 이야기 거래소(가칭) 필요 여부

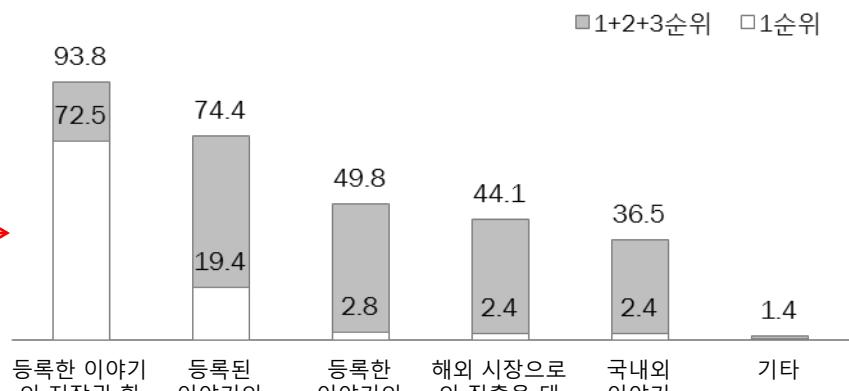
(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)



Base: 기초 이야기산업	작업 형태	
	프리랜서	이야기/콘텐츠 기업 소속 및 기타
사례수	(235)	(38)
필요	79.1	65.8

▶ 이야기 거래소 운영 시, 유의점

(Base : 이야기 거래소 필요 응답자,
n=211, 복수응답, 1+2+3순위, %)



문25) 정부에서 관리 또는 위탁 운영하여 이야기 작품을 등록하고 구매자와 판권을 거래할 수 있는 이야기 거래소(가칭)가 필요하다고 생각하십니까?
문25-1) 이야기 거래소(가칭)를 운영하게 될 경우, 가장 유의해야 할 부분이 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

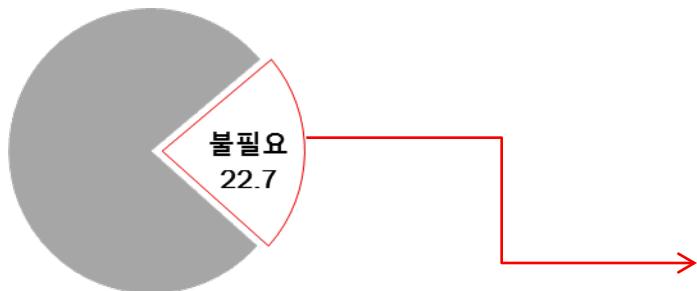
4.2. 기초 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 거래소에 대한 우려

- 창작자의 22.7%는 이야기 거래소가 필요하지 않다고 평가
- 이야기 거래소가 필요하지 않은 이유로 창작에 있어서는 정부적 차원으로 해결될 영역이 아니라는 의견이 다수로 언급

▶ 이야기 거래소(가칭) 필요 여부

(Base : 기초 이야기산업, n=273, %)



Base: 기초 이야기산업	직업 형태	
	프리랜서	이야기/콘텐츠기업 소속 및 기타
사례수	(235)	(38)
불필요	20.9	34.2

▶ 이야기 거래소가 필요 하지 않는 이유

(Base : 이야기 거래소 불필요 응답자,
n=62, 복수응답, %)

내용	%
창작은 정부 주도로 해서 될 일이 아님	25.8
정부에서 관리할 수 있을지 믿을 수 없음	11.3
정부의 과도한 개입이 가져올 부정적 영향이 우려	9.7
작품이 완전한 권리보호를 받기 힘든 상황에서 노출이 되어 자신의 아이디어를 남에 의해 활용 당할 확률 존재	8.1
현 시장은 스토리 작가와 컨텐츠 기획사 등을 통해 유통이 이루어지고 있어 정부관리하의 이야기 거래소는 예산낭비라는 인식	6.5
권력을 갖는 집단이 타락하게 되어 금세 자신들의 이익만 채우려고 함	4.8
전문가가 없어서	3.2
시나리오 마켓처럼 활용성에 대한 의문	3.2
검열을 통한 이야기 자체에 대한 제제 규칙 더 생길 것 같다	3.2

문25) 정부에서 관리 또는 위탁 운영하여 이야기 작품을 등록하고 구매자와 판권을 거래할 수 있는 이야기 거래소(가칭)가 필요하다고 생각하십니까?
문25-1) 이야기 거래소(가칭)를 운영하게 될 경우, 가장 유의해야 할 부분이 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

| 콘텐츠 이야기산업

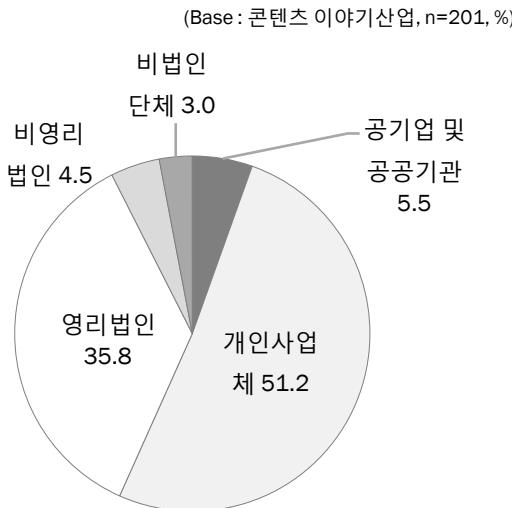
4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

1) 일반 현황

□ 기업 형태 및 산업분류

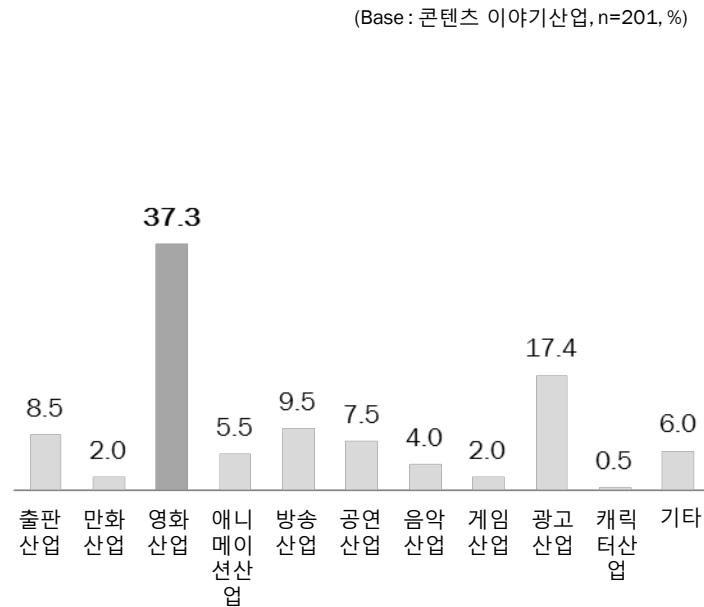
- 콘텐츠 이야기산업 응답자가 종사하는 기업 형태는 개인사업체(51.2%), ‘영리법인’ 등의 순임
- 산업 분류로는 ‘영화산업(37.3%)’, ‘광고산업(17.4%)’ 등의 응답자 특성을 보임

▶ 기업 형태



- 문1) 귀사의 직장의 기업 형태는 무엇입니까?
문2) 귀사는 다음 산업분류 중 어디에 속합니까?(중복될 경우 주된 분야 택1)

▶ 산업 분류



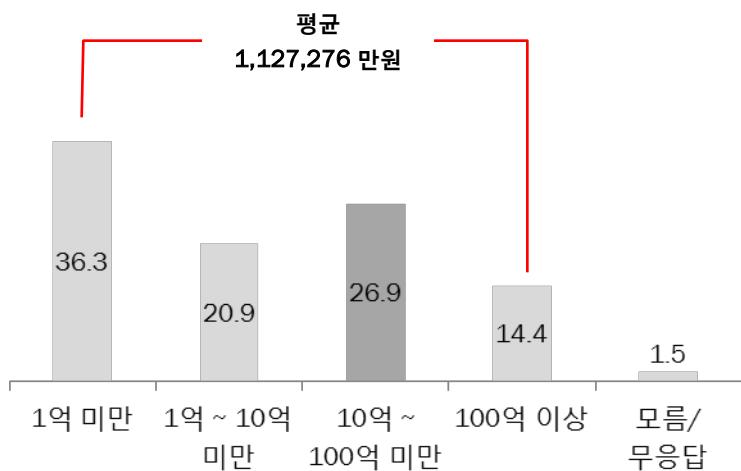
4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 평균 매출액 및 종사자 수

- 콘텐츠 이야기산업 응답자가 종사하는 기업들의 2013년 평균 매출액은 1,127,276만원
- 해당 기업들의 평균 종사자수는 84명 (정규직:70명, 비정규직:14명)

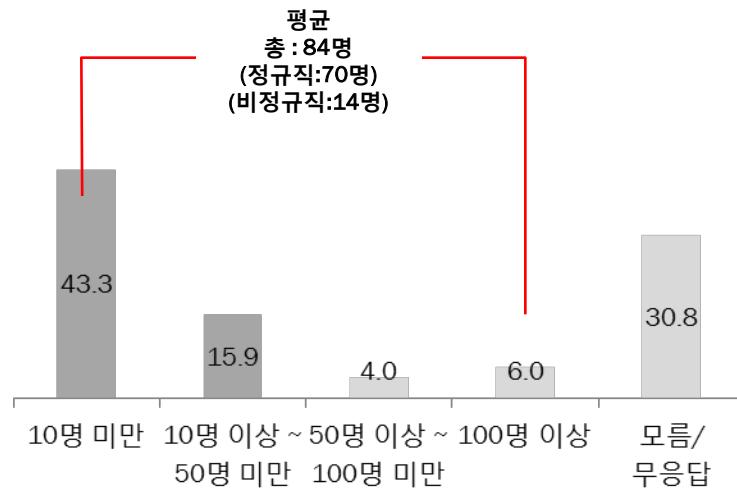
▶ 매출액 (2013년 기준)

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)



▶ 종사자 수

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)



4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

2) 콘텐츠 이야기산업의 가치사슬 별 현황 및 특성

□ 본인 활동 단계

- 콘텐츠 이야기산업 관련 기업 종사자들은 주로 '이야기 기획, 개발 창작(66.2%)', '콘텐츠 및 상품의 기획, 제작(53.2%)' 단계에서 활동

▶ 이야기산업 가치사슬 중 본인의 활동 단계

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, 복수응답, %)

이야기산업의 가치사슬	Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	핵심분야							활용분야						
			핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타	
원천소재의 조사발굴		사례 수	(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
기획 개발 창작	이야기 원천 소재의 조사, 발굴	28.4	32.6	18.3	41.2	-	36.0	45.5	21.1	20.0	25.0	-	22.9	-	8.3	
유통과 거래	이야기 기획, 개발 및 창작	66.2	64.5	70.0	70.6	25.0	72.0	63.6	52.6	46.7	87.5	50.0	65.7	100.0	75.0	
콘텐츠 및 상품의 기획 제작	이야기 유통과 거래	22.4	27.0	11.7	29.4	50.0	28.0	9.1	26.3	26.7	12.5	0.0	8.6	100.0	16.7	
	콘텐츠 및 상품의 기획, 제작	53.2	56.7	45.0	47.1	75.0	53.3	72.7	57.9	66.7	25.0	75.0	45.7	-	50.0	

문8) 이야기산업의 가치사슬을 위의 그림과 같이 정리한다면, 귀하는 가치사슬의 어느 단계에서 활동하고 계십니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 핵심(중요) 단계

- 콘텐츠 이야기산업 관련 기업 종사자들은 가치사슬 중 핵심(중요) 단계로는 ‘이야기 기획, 개발 및 창작(53.7%)’ 단계로 주 활동 단계와 일치
- 특히 음악, 게임, 광고, 캐릭터 산업 등 활용분야 기업의 종사자들은, 상대적으로 ‘이야기 원천 소재의 조사 및 발굴(21.7%)’ 단계의 활동을 중요하다고 인식함

▶ 이야기산업의 가치 생태계 조성을 위한 핵심(중요) 단계

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

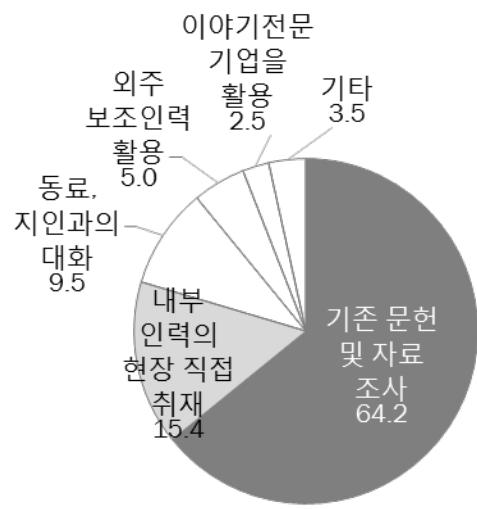
이야기산업의 가치사슬	Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	핵심분야							활용분야					
			핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타
원천소재의 조사발굴		사례 수 (201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
기획 개발 창작	이야기 원천소재의 조사, 발굴	12.4	8.5	21.7	5.9	-	6.7	9.1	15.8	13.3	12.5	25.0	25.7	100.0	8.3
유통과 거래	이야기 기획, 개발 및 창작	53.7	58.2	43.3	52.9	50.0	61.3	45.5	52.6	66.7	50.0	-	48.6	-	41.7
콘텐츠 및 상품의 기획 제작	이야기 유통과 거래	11.4	12.1	10.0	11.8	25.0	13.3	-	15.8	6.7	37.5	-	-	-	25.0
	콘텐츠 및 상품의 기획, 제작	22.4	21.3	25.0	29.4	25.0	18.7	45.5	15.8	13.3	-	75.0	25.7	-	25.0

문9) 위의 이야기산업 가치사슬 중 이야기산업의 활성화와 건강한 생태계 조성을 위해 가장 중요한 단계는 어느 단계라고 생각하십니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 원천소재 조사, 발굴

- 콘텐츠 이야기산업 관련 기업 종사자들은 주로 '기존 문헌 및 자료 조사(64.2%)'를 통해 이야기 원천 소재를 발굴



Base: 콘텐츠 이야기산업	산업분류		핵심분야						활용분야					(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)
	핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이 션산 업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐 릭터 산업		
사례 수	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)	
기존 문헌 및 자료 조사	63.1	66.7	70.6	75.0	62.7	81.8	57.9	46.7	12.5	100.0	85.7	100.0	33.3	
내부 인력의 현장 직접 취재	15.6	15.0	17.6	0.0	10.7	9.1	36.8	20.0	62.5	0.0	2.9	0.0	25.0	
동료, 지인과의 대화	7.8	13.3	5.9	0.0	10.7	0.0	0.0	13.3	12.5	0.0	8.6	0.0	33.3	
외주 보조인력 활용	5.0	5.0	5.9	0.0	5.3	0.0	5.3	6.7	12.5	0.0	2.9	0.0	8.3	
이야기전문기업을 활용	3.5	0.0	0.0	25.0	2.7	9.1	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
기타	5.0	0.0	0.0	0.0	8.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

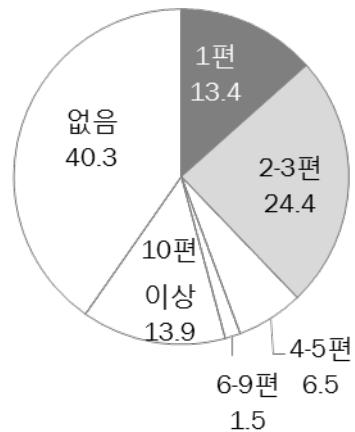
문10) 콘텐츠 기획을 위해 이야기의 원천소재를 조사 또는 발굴할 때 주로 어떤 방식을 사용하시나요?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 구매 개발 경험

- 최근 3년 동안 콘텐츠 이야기산업 관련 기업의 외부 작가의 이야기 구매 경험은 59.7%
- 특히, 콘텐츠 이야기산업-핵심 분야의 소속 기업들은 외부 작가 이야기 구매 경험이 상대적으로 높음
- 외부 작가의 이야기 구매 후 개발 횟수는 ‘2-3편(24.4%)’, ’10편 이상(13.9%)’ 등의 순

▶ 외부 작가의 이야기 구매 및 개발 횟수



Base: 콘텐츠 이야기산업	산업분류		핵심분야						활용분야				
	핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이 션산 업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐 릭터 산업	
			(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(1)	(12)
사례 수			17.0	5.0	-	-	25.3	-	10.5	20.0	12.5	50.0	-
1편			28.4	15.0	23.5	25.0	30.7	27.3	31.6	20.0	37.5	-	14.3
2-3편			7.8	3.3	-	-	12.0	-	10.5	-	12.5	-	-
4-5편			0.7	3.3	-	25.0	-	-	-	-	-	5.7	-
6-9편			16.3	8.3	52.9	50.0	5.3	9.1	15.8	26.7	-	-	14.3
10편 이상			29.8	65.0	23.5	-	26.7	63.6	31.6	33.3	37.5	50.0	65.7
없음													91.7

문11) 귀사가 최근 3년 동안 제작하여 판매한 작품 가운데 외부 작가의 이야기를 구매하여 개발한 것은 몇 편입니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 구매 시 탐색 경로

- 콘텐츠 이야기산업 관련 기업은 ‘기존에 활동하는 작가에게 연락 (87.5%)’하여 이야기를 구매하는 경로가 대다수
- 핵심 분야의 기업의 경우, ‘작가가 직접 투고한 작품들 중 선정 (73.7%)’하는 비율이 상대적으로 높은 반면 활용 분야의 기업의 경우, ‘이야기전문 기업을 활용 (33.3%)’하는 비율이 상대적으로 높음

▶ 작가의 이야기 구매 시 탐색 경로

(Base : 외부작가의 이야기 구매 경험 기업, n=120, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		핵심분야						활용분야						
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타		
사례 수	(120)	(99)	(21)	(13)	(4)	(55)	(4)	(13)	(10)	(5)	(2)	(12)	(1)	(1)		
기존에 활동하는 작가에게 연락하여 창작 요청	41.7	87.5	85.9	95.2	100.0	100.0	80.0	100.0	84.6	90.0	100.0	100.0	91.7	100.0		
작가가 직접 투고한 작품들 중 선정	31.7	69.2	73.7	47.6	69.2	25.0	90.9	-	53.8	60.0	100.0	-	33.3	-	100.0	
퍼블리싱 된 작품의 판권 구매	15.0	54.2		57.6	38.1	38.5	50.0	61.8	75.0	61.5	50.0	40.0	100.0	33.3	-	-
다른 작가 또는 타 제작사로부터의 추천	5.8	60.0		58.6	66.7	53.8	50.0	60.0	100.0	53.8	50.0	40.0	50.0	75.0	100.0	100.0
작가 발굴을 위해 자체적으로 공모전을 개최	4.2	14.2		14.1	14.3	23.1	50.0	1.8	-	30.8	40.0	20.0	-	8.3	100.0	-
이야기전문기업을 활용	0.8	8.3		3.0	33.3	7.7	25.0	1.8	-	-	-	-	58.3	-	-	
기타	0.8	6.7	□ 1순위 ■ 1+2+3순위	7.1	4.8	7.7	-	3.6	25.0	15.4	10.0	-	50.0	-	-	-

문11-1) 귀사가 콘텐츠 제작을 위해 외부 작가의 이야기를 구매할 경우, 주로 어떤 경로를 통해 작가(이야기 창작자) 또는 이야기를 찾으십니까? (활용빈도가 높은 순서대로 3개를 선택해주세요.)

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 구매 시, 적정 구매방법

- 외부 작가의 이야기 구매 시, ‘기존에 활동하는 작가에게 연락하여 창작을 요청(34.2%)’하거나 ‘작가가 직접 투고한 작품들 중 선정(25.8%)’하는 방법 순으로 바람직하다고 인식
- 특히, 활용 분야의 기업에서 ‘기존에 활동하는 작가에게 연락하여 창작을 요청’하는 방법이 상대적으로 바람직하다고 인식

▼ 외부 작가의 이야기 구매 시, 적정 구매방법

(Base : 외부작가의 이야기 구매 경험 기업, n=120, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		핵심분야						활용분야				
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타
사례 수	(120)	(99)	(21)	(13)	(4)	(55)	(4)	(13)	(10)	(5)	(2)	(12)	(1)	(1)
기존에 활동하는 작가에게 연락하여 창작 요청	34.2	30.3	52.4	30.8	50.0	27.3	50.0	30.8	30.0	60.0	50.0	50.0	-	100.0
작가가 직접 투고한 작품들 중 선정	25.8	27.3	19.0	7.7	-	36.4	-	23.1	30.0	20.0	-	25.0	-	-
퍼블리싱 된 작품의 판권 구매	15.8	16.2	14.3	15.4	-	21.8	25.0	-	10.0	-	50.0	16.7	-	-
작가 발굴을 위해 자체적으로 공모전을 개최	14.2	16.2	4.8	23.1	25.0	7.3	-	38.5	30.0	20.0	-	-	-	-
다른 작가 또는 타 제작사로부터의 추천	5.0	4.0	9.5	23.1	-	-	25.0	-	-	-	-	8.3	100.0	-
이야기전문기업을 활용	3.3	4.0	-	-	25.0	3.6	-	7.7	-	-	-	-	-	-
기타	1.7	2.0	-	-	-	3.6	-	-	-	-	-	-	-	-

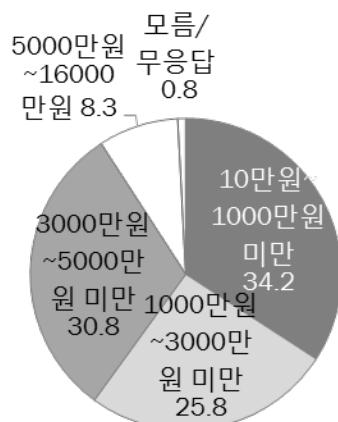
문11-2) 콘텐츠 제작을 위해 외부 작가의 이야기를 구매할 경우, 가장 바람직하다고 생각하시는 방법은 무엇입니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 작품 건별 구매액

- 콘텐츠 이야기산업 관련 기업의 작품 건별 평균 구매액은 평균 2178.2만원
- 활용분야의 기업의 경우 작품 건별 평균 구매액은 2,507만원으로, 활용 분야(평균:447만원) 대비 상대적으로 높음
→ 산업 분류별 작품 건별 평균 구매액 차이가 존재

▶ 작품 건별 평균 구매액



(Base : 작품 건별 구매 경험 기업, n=120, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	산업분류		핵심분야						활용분야				
	핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타
사례 수	(101)	(19)	(11)	(4)	(58)	(5)	(13)	(10)	(4)	(1)	(10)	(1)	(3)
10만원~1000만원 미만	23.8	89.5	100.0	50.0	-	60.0	15.4	60.0	100.0	100.0	90.0	100.0	66.7
1000만원~3000만원 미만	28.7	10.5	-	25.0	32.8	-	53.8	20.0	-	-	10.0	-	33.3
3000만원~5000만원 미만	36.6	-	-	-	58.6	-	7.7	20.0	-	-	-	-	-
5000만원~16000만원	9.9	-	-	25.0	6.9	40.0	23.1	-	-	-	-	-	-
모름/무응답	1.0	-	-	-	1.7	-	-	-	-	-	-	-	-
평균 : (만원)	2,507.1	446.9	354.5	1,975.0	2,921.1	2,730.0	3,716.2	1,045.0	140.0	10.0	502.2	100.0	933.3

문12) 귀사가 이야기 창작자에게 제공하는 작품 건별 평균 고료는 얼마입니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 콘텐츠 이야기산업에서 제작 계약 시 이야기 상품(원고)의 형태

- 계약 시, 주로 ‘초고 이상의 완성도를 갖춘 원고(29.4%)’, ‘초고 및 시놉시스(26.4%)’ 형태의 원고 수준에서 작가와의 제작계약이 체결됨
- 그러나, 활용분야의 기업의 경우 ‘기획안’ 수준의 원고 단계에서 계약을 진행하는 비율이 상대적으로 높음(36.7%)

▶ 작가와의 계약 시, 주로 이루어지는 원고 제작 단계

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		핵심분야						활용분야					
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타	
사례 수	(201)	(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
초고 이상의 완성도를 갖춘 원고(트리트먼트)	29.4	38.3	8.3	47.1	50.0	41.3	27.3	21.1	40.0	12.5	25.0	2.9	-	16.7	
초고 및 시놉시스	26.4	27.0	25.0	29.4	50.0	33.3	9.1	21.1	6.7	12.5	-	31.4	-	25.0	
기획안	16.9	8.5	36.7	11.8	-	5.3	-	21.1	13.3	37.5	75.0	37.1	-	25.0	
완성본	15.4	16.3	13.3	5.9	-	12.0	45.5	26.3	20.0	25.0	-	11.4	100.0	8.3	
아이디어	4.5	2.1	10.0	-	-	1.3	9.1	-	6.7	12.5	-	8.6	-	16.7	
기타	7.5	7.8	6.7	5.9	-	6.7	9.1	10.5	13.3	-	-	8.6	-	8.3	

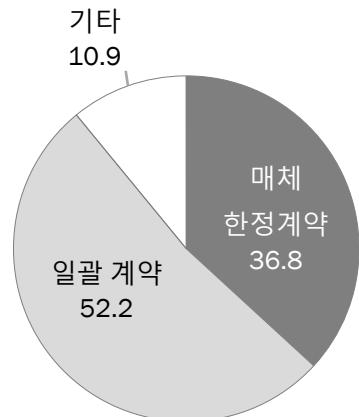
문13) 귀사는 콘텐츠 매체 제작을 위한 작가와의 계약에서, 주로 어느 단계의 원고로 제작 계약이 이루어집니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 제작 계약 형태

- 작가와 계약 시, 주로 ‘부가판권을 포함한 일괄 계약’ 형태로 진행(52.2%)
- 핵심분야의 기업은 주로 ‘일괄 계약’, 반면, 활용분야의 기업은 ‘판권 계약’ 형태로 계약 체결 → 산업 분류에 따라, 계약 형태의 차이가 존재

▶ 계약 진행 형태



		(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)											
Base: 콘텐츠 이야기산업	산업분류	핵심분야						활용분야					
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업
사례 수	(141) (60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)	
해당 매체에 한정한 판권 계약	28.4	56.7	11.8	25.0	22.7	63.6	21.1	60.0	75.0	25.0	62.9	100.0	33.3
해당 매체와 부가판권을 포함한 일괄 계약	63.8	25.0	88.2	75.0	72.0	18.2	63.2	26.7	12.5	50.0	25.7	0.0	25.0
기타	7.8	18.3	0.0	0.0	5.3	18.2	15.8	13.3	12.5	25.0	11.4	0.0	41.7

문15) 귀사는 콘텐츠 매체 제작을 위해 작가와 계약 시 주로 어떠한 형태로 계약을 진행하십니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 부가판권 계약

- 추가적인 부가판권에 대한 계약 체결 시, 주로 ‘기본적인 사항으로 포함(56.2%)’하여 계약을 진행
- 그러나, 활용분야 기업의 경우 부가판권 계약을 대부분 하지 않는 것으로 나타남

▶ 작가와의 계약 시 부가판권 계약 진행 여부

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		핵심분야							활용분야				
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타	
사례 수	(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)	
계약 시 기본적인 사항으로 포함시켜 계약한다	56.2	66.7	31.7	88.2	75.0	72.0	54.5	57.9	33.3	37.5	75.0	25.7	100.0	25.0	
신인작가 등 몇몇의 경우를 제외하고는 대부분 하는 편이다	3.0	4.3	-	5.9	-	1.3	-	15.8	6.7	-	-	-	-	-	
작가의 요구가 있는 경우에만 계약한다	14.9	12.1	21.7	-	25.0	10.7	18.2	15.8	20.0	37.5	-	22.9	-	16.7	
대부분 하지 않는다	25.9	17.0	46.7	5.9	-	16.0	27.3	10.5	40.0	25.0	25.0	51.4	-	58.3	

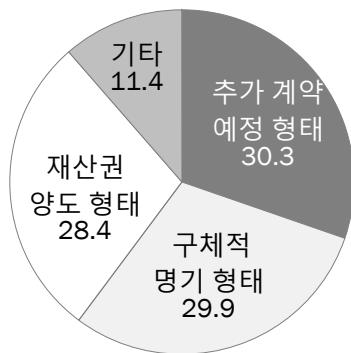
문16) 작가와의 계약 시 추가적으로 (2차 저작물에 대한) 부가판권 계약을 진행하십니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 부가 판권 계약 형태

- 부가 판권의 계약형태는 ‘명기 없이 추가 계약을 예정(30.3%)’, ‘구체적으로 명기(29.9%)’, ‘재산권 양도(28.4%)’형태 순으로 진행
- 핵심분야 기업의 경우 ‘구체적으로 명기(34%)’하는 비율이 가장 높지만,
활용분야 기업의 경우 ‘명기 없이 추가 계약을 예정(38.3%)’하는 비율이 가장 높음
→ 기업 분야에 따라, 부가 판권 계약 형태의 차이가 존재

▶ 부가 판권 계약 형태



(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	산업분류		핵심분야						활용분야				
	핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	
사례 수	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
명기 없이 추가 계약을 예정한 형태	27.0	<u>38.3</u>	11.8	25.0	28.0	9.1	47.4	26.7	62.5	25.0	40.0	0.0	25.0
구체적으로 명기한 형태	<u>34.0</u>	20.0	70.6	75.0	26.7	36.4	26.3	26.7	0.0	25.0	25.7	100.0	8.3
재산권 양도 형태	31.2	21.7	11.8	0.0	41.3	36.4	15.8	26.7	12.5	25.0	14.3	0.0	50.0
기타	7.8	20.0	5.9	0.0	4.0	18.2	10.5	20.0	25.0	25.0	20.0	0.0	16.7

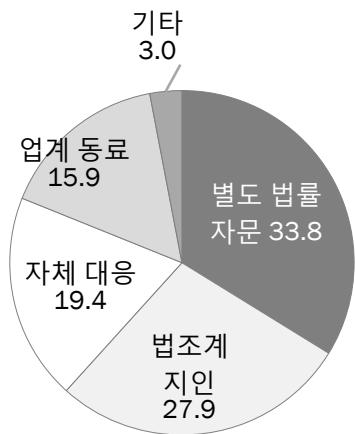
문16-1) 부가 판권은 주로 어떠한 형태로 계약하십니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 법률적 문제 해결방법

- 콘텐츠 이야기산업에 종사하는 응답자들은 이야기 관련 법률적 문제 발생시, ‘별도의 법률 자문(33.8%)’, ‘법조계 지인의 도움(27.9%)’ 등의 법률적인 측면에서 문제를 해결
- 특히, 핵심 분야 소속 기업의 경우, 상대적으로 ‘별도의 법률 자문’을 통해 문제를 해결

▶ 이야기에 대한 법률적 문제 해결방법



(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	산업분류		핵심분야							활용분야				
	핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이 션산 업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐 릭터 산업	기타	
			(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)
별도의 법률 자문이 있음	41.1	16.7	52.9	50.0	37.3	36.4	42.1	46.7	-	50.0	14.3	-	25.0	
법조계 지인의 도움	26.2	31.7	5.9	25.0	34.7	27.3	21.1	13.3	50.0	-	40.0	-	8.3	
자체 대응	16.3	26.7	35.3	-	9.3	27.3	10.5	33.3	12.5	25.0	25.7	-	41.7	
경험이 있는 업계 동료의 도움	14.9	18.3	5.9	25.0	17.3	9.1	21.1	6.7	25.0	-	17.1	100.0	16.7	
기타	1.4	6.7	-	-	1.3	-	5.3	-	12.5	25.0	2.9	-	8.3	

문17) 귀사는 이야기에 대한 법률적 문제(계약서, 저작권 등)를 어떻게 해결하는 편입니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

3) 콘텐츠 이야기산업의 콘텐츠 기획 및 제작

□ 콘텐츠 기획

- 연간 기획하는 콘텐츠 개수는 대체로 ‘1~5편(50.2%)’
- 특히, 활용분야 기업의 경우 11편 이상 콘텐츠를 기획하는 횟수는 핵심분야에 비해 상대적으로 높음
(핵심분야(19.1%) < 활용분야(53.3%))

▶ 연간 기획 콘텐츠 개수

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		핵심분야						활용분야				
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타
사례 수	(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
1-5편	50.2	56.7	35.0	11.8	25.0	68.0	90.9	47.4	46.7	50.0	75.0	20.0	100.0	50.0
6-10편	20.4	24.1	11.7	47.1	-	25.3	-	26.3	13.3	25.0	-	11.4	-	8.3
11-15편	10.0	5.7	20.0	11.8	25.0	4.0	-	10.5	-	12.5	-	28.6	-	8.3
16-20편	1.5	1.4	1.7	-	-	-	-	-	13.3	-	-	2.9	-	-
21-30편	10.9	7.8	18.3	23.5	50.0	-	9.1	15.8	6.7	-	-	31.4	-	-
기타	7.0	4.3	13.3	5.9	-	2.7	-	-	20.0	12.5	25.0	5.7	-	33.3

문20) 귀사는 연간 몇 편의 콘텐츠를 기획합니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 콘텐츠 제작

- 연간 제작하는 콘텐츠 개수는 '0~1편(40.3%)', '2~5편(22.9%)' 등의 순
- 특히, 6편 이상 콘텐츠를 제작하는 횟수는 핵심분야에 비해 활용분야 기업의 경우가 상대적으로 높음 (핵심분야(26.2%) < 활용분야(61.7%))

▶ 연간 제작 콘텐츠 개수

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		핵심분야						활용분야					
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타	
사례 수	(201)	(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
0-1편	40.3	46.8	25.0	17.6	25.0	61.3	27.3	42.1	33.3	37.5	25.0	17.1	-	41.7	
2-5편	22.9	27.0	13.3	5.9	-	28.0	54.5	31.6	26.7	12.5	75.0	8.6	100.0	-	
6-10편	9.5	7.1	15.0	23.5	-	1.3	-	10.5	20.0	25.0	-	17.1	-	8.3	
11-15편	7.0	4.3	13.3	11.8	25.0	4.0	-	-	-	12.5	-	20.0	-	-	
16-20편	10.4	6.4	20.0	17.6	25.0	-	9.1	10.5	13.3	-	-	28.6	-	16.7	
기타	10.0	8.5	13.3	23.5	25.0	5.3	9.1	5.3	6.7	12.5	-	8.6	-	33.3	

문21) 귀사는 연간 몇 편의 콘텐츠를 제작합니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 콘텐츠 유통

- 연간 유통하는 콘텐츠 개수는 ‘1편(38.8%)’, ’10편 이상(26.4%)’, ’2~3편(22.9%)’등의 순
- 특히, 활용분야 기업의 경우 ‘10편 이상’의 대량의 콘텐츠를 유통하는 비율이 상대적으로 높음

▶ 연간 유통 콘텐츠 개수

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		핵심분야						활용분야				
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타
사례 수	(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
1편	38.8	41.8	31.7	17.6	-	58.7	27.3	31.6	20.0	37.5	50.0	20.0	100.0	50.0
2-3편	22.9	27.0	13.3	5.9	25.0	26.7	45.5	31.6	33.3	12.5	50.0	8.6	-	16.7
4-5편	6.0	6.4	5.0	5.9	-	4.0	9.1	10.5	13.3	12.5	-	2.9	-	8.3
6-9편	6.0	6.4	5.0	17.6	-	5.3	-	5.3	6.7	12.5	-	5.7	-	-
10편 이상	26.4	18.4	45.0	52.9	75.0	5.3	18.2	21.1	26.7	25.0	-	62.9	-	25.0

문22) 귀사는 연간 몇 편의 콘텐츠를 유통시킵니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

- 콘텐츠가 제작·유통되지 않는 이유로는 ‘이야기의 완성도 미비(39.3%)’가 가장 높게 나타나며 다음으로 ‘유통, 배급 등 업계 환경(24.4%)’, ‘재정적 이유(21.9%)’등의 순
- 핵심 분야 기업의 경우 ‘이야기의 완성도 미비’ 활용 분야 기업의 경우 ‘유통, 배급 등 업계 환경의 이유’가 주된 이유
→ 산업 분야별 인식 차이가 존재

▶ 콘텐츠가 제작 또는 유통되지 않은 경우, 주된 이유

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		핵심분야						활용분야				
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	
사례 수	(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
이야기의 완성도 미비	39.3	<u>48.9</u>	16.7	58.8	100.0	54.7	27.3	42.1	20.0	37.5	-	20.0	-	-
유통, 배급 등 업계 환경의 이유	24.4	19.9	<u>35.0</u>	11.8	-	16.0	27.3	36.8	26.7	25.0	25.0	40.0	-	33.3
재정적 이유	21.9	22.0	21.7	17.6	-	21.3	36.4	15.8	33.3	25.0	25.0	17.1	-	33.3
회사의 조직적 이유	9.0	5.0	18.3	11.8	-	2.7	9.1	-	13.3	12.5	50.0	14.3	100.0	16.7
기타	5.5	4.3	8.3	-	-	5.3	-	5.3	6.7	-	-	8.6	-	16.7

문23) 귀사의 콘텐츠가 제작 또는 유통되지 않은 경우, 그 주된 이유는 무엇입니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 콘텐츠가 기대 이하의 결과를 거둔 가장 큰 원인

- 콘텐츠가 기대 이하의 결과를 거둔 가장 큰 원인은 ‘미흡한 이야기 완성도(45.3%)’
- 활용분야의 기업의 경우 ‘프로덕션 진행상의 미흡함’ 또한 원인으로 생각하는 비중이 상대적으로 큼

▶ 콘텐츠가 기대 이하의 결과를 거둔 경우, 가장 큰 원인

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		핵심분야						활용분야				
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타
사례 수	(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
이야기 완성도의 미흡함	45.3	51.1	31.7	29.4	75.0	62.7	36.4	47.4	26.7	37.5	-	42.9	-	8.3
마케팅 전략의 실패	18.9	15.6	26.7	35.3	25.0	6.7	27.3	21.1	20.0	37.5	25.0	22.9	-	33.3
프로덕션 진행상의 미흡함	14.4	9.9	<u>25.0</u>	11.8	-	5.3	9.1	10.5	33.3	12.5	50.0	20.0	100.0	33.3
시장 분석의 오류	12.4	12.8	11.7	17.6	-	13.3	9.1	10.5	13.3	12.5	25.0	11.4	-	8.3
기타	9.0	10.6	5.0	5.9	-	12.0	18.2	10.5	6.7	-	-	2.9	-	16.7

문24) 귀사의 콘텐츠가 기대 이하의 결과를 거둔 경우, 가장 큰 원인은 무엇이었습니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

4) 이야기산업의 현황과 전망

□ 산업 활동

- 콘텐츠 이야기산업 응답자들은 이야기산업의 가치사슬 중 ‘이야기 기획, 개발 및 창작(44.3%)’ 단계에 있어 산업활동이 가장 활발하게 이루어진다고 인식
- 반면, 활동분야의 기업의 경우 ‘콘텐츠 및 상품의 기획, 제작’의 단계에서 산업활동이 가장 활발하게 이루어지고 있다고 인식
→ 산업 분류별 인식 차이가 존재

▶ 이야기산업의 가치사슬 중 산업 활동이 가장 활발히 이루어지는 단계

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

이야기산업의 가치사슬	Base: 콘텐츠 이야기산업	전 체	핵심분야							활용분야					
			핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터산업	기타
원천소재의 조사발굴		(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
기획 개발 창작	이야기 원천소재의 조사, 발굴	9.0	7.1	13.3	17.6	-	4.0	18.2	-	13.3	12.5	-	11.4	-	25.0
유통과 거래	이야기 기획, 개발 및 창작	44.3	<u>50.4</u>	30.0	52.9	-	54.7	54.5	42.1	46.7	50.0	25.0	25.7	-	33.3
콘텐츠 및 상품의 기획, 제작	이야기 유통과 거래	17.9	19.9	13.3	11.8	50.0	20.0	18.2	31.6	6.7	25.0	-	14.3	-	8.3
	콘텐츠 및 상품의 기획, 제작	28.9	22.7	<u>43.3</u>	17.6	50.0	21.3	9.1	26.3	33.3	12.5	75.0	48.6	100.0	33.3

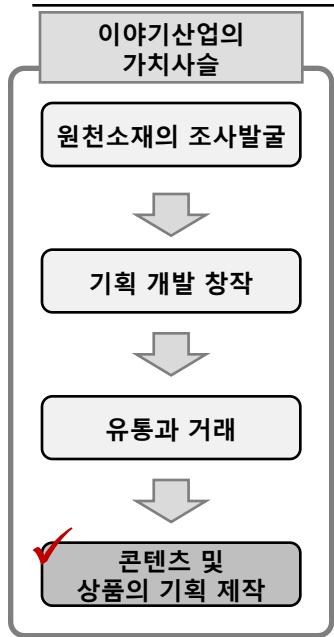
문25) 이야기산업 가치사슬 중 어느 단계에서의 산업 활동이 가장 활발히 이루어지고 있다고 생각하십니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

- 콘텐츠 이야기산업 관련 기업은 5년 후, ‘이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작(43.3%)’ 단계 활동이 가장 활발할 것이라고 예상

■ 5년 후 이야기산업의 가치사슬 중 가장 활발해질 것이라고 생각하는 단계

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)



The flowchart illustrates the progression of activities in the story industry over 5 years:

- 이야기산업의 가치사슬 (Value Chain of Story Industry)
- 원천소재의 조사발굴 (Survey of Raw Materials)
- 기획 개발 창작 (Planning, Development, Creation)
- 유통과 거래 (Distribution and Trading)
- 콘텐츠 및 상품의 기획 제작 (Content and Product Planning, Production) - marked with a red checkmark

Table Data:

Base: 콘텐츠 이야기산업	전 체	산업분류		핵심분야						활용분야				
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터산업	기타
사례 수	(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
이야기 원천소재의 조사, 발굴	4.5	5.7	1.7	11.8	-	6.7	-	-	6.7	-	-	2.9	-	-
이야기 기획, 개발 및 창작	29.4	33.3	20.0	23.5	-	41.3	18.2	42.1	13.3	37.5	25.0	20.0	-	8.3
이야기 유통과 거래	22.9	19.9	30.0	5.9	50.0	20.0	9.1	21.1	33.3	37.5	-	28.6	-	41.7
콘텐츠 및 상품의 기획, 제작	43.3	41.1	48.3	58.8	50.0	32.0	72.7	36.8	46.7	25.0	75.0	48.6	100.0	50.0

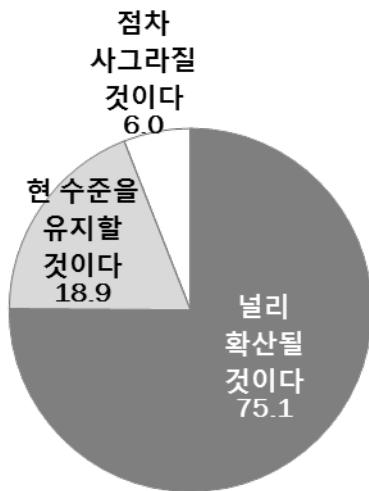
문26) 5년 후 이야기산업 가치사슬 중 어느 단계에서의 산업 활동이 가장 활발해질 것이라고 생각하십니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 일반산업 분야에서의 이야기 활용 지속성 평가

- 일반산업 분야에서의 이야기 활용 지속성에 대해서 75.1%는 긍정적으로 평가
- 특히, 핵심 분야 기업에서 상대적으로 긍정적인 평가

▶ 일반산업 분야에서의 이야기 활용에 대한 지속 여부



		Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %											
Base: 콘텐츠 이야기산업	산업분류	핵심분야						활용분야					
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이 션산 업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐 릭터 산업
사례 수	(141) (60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)	
널리 확산될 것이다	78.7	66.7	64.7	100.0	78.7	90.9	78.9	80.0	37.5	50.0	77.1	-	66.7
현 수준을 유지할 것이다	17.0	23.3	35.3	-	16.0	9.1	15.8	13.3	62.5	25.0	14.3	100.0	16.7
점차 사그라질 것이다	4.3	10.0	-	-	5.3	-	5.3	6.7	-	25.0	8.6	-	16.7

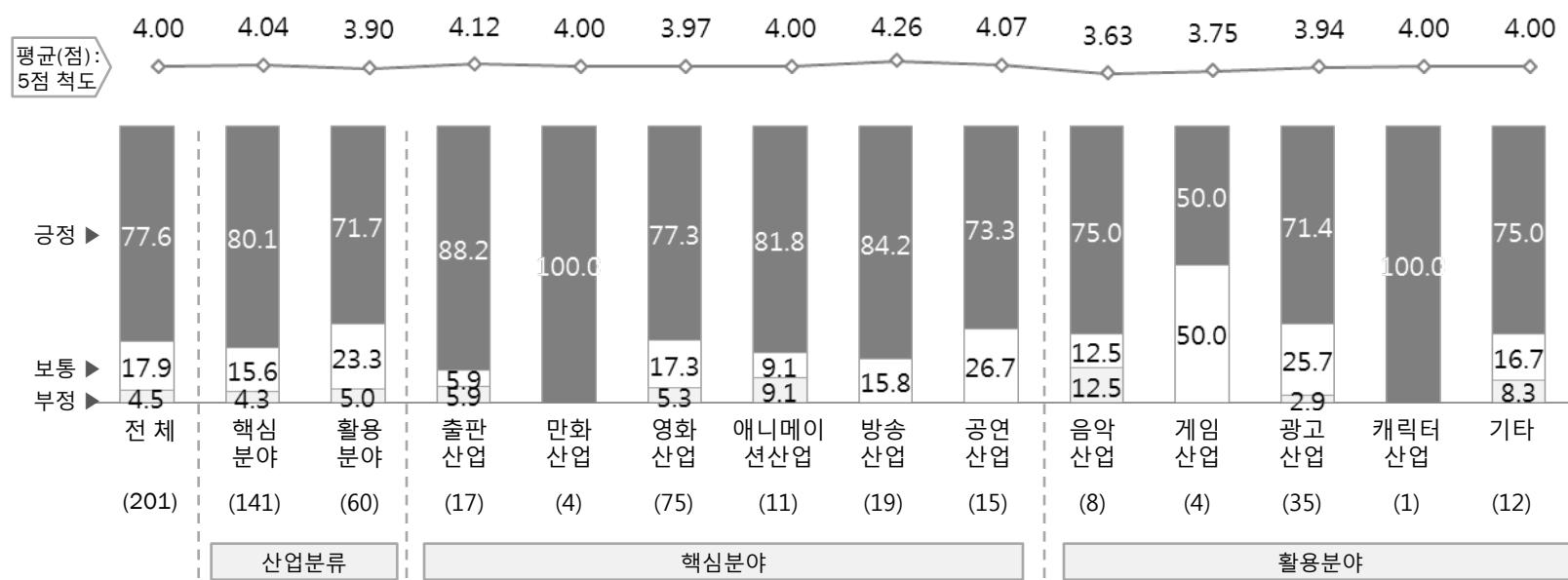
문32) 최근 콘텐츠 업계 이외에 관광, 축제, 교육은 물론 제조업이나 서비스업 등 일반산업 분야에서 이야기를 활발하게 활용하고 있습니다. 이러한 경향이 지속될 것으로 보십니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

- 이야기 창작자 인력의 콘텐츠 업계 이외의 프로젝트 활용에 대한 긍정성 평가
 - 이야기 창작자가 콘텐츠 업계 이외 프로젝트 활용에 대한 긍정성은 77.6%
 - 특히, 핵심 분야 기업이 상대적으로 긍정적으로 평가

■ 이야기 창작자 인력이 콘텐츠 업계 이외 프로젝트 활용에 대한 긍정성 평가

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)



문33) 이야기 창작자 인력이 콘텐츠 업계 이외의 이야기 활용 프로젝트에 활용되는 것을 긍정적으로 보십니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

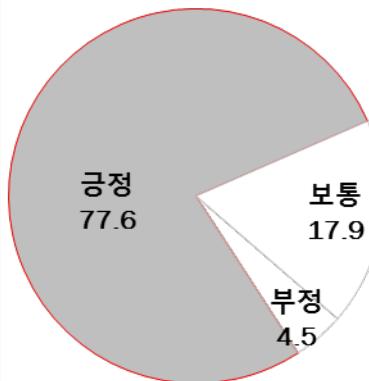
- 일반산업 분야 내 이야기 창작 인력 활용에 대해서 긍정적 평가 이유로는 “스토리텔링이 모든 산업의 기반이기 때문에”, “다양한 영역으로 활용이 가능해서”등의 내용이 언급
- 부정적 평가 이유로는 “아직 별다른 성과가 없어서”, “이야기 산업에 대한 인식 부족”등의 내용이 언급

▶ 일반산업 분야 내 이야기 창작 인력 활용에 대한 효과평가

<긍정 이유>

(Base : 긍정응답자, n=156, %)

내용	%
스토리텔링이 모든 산업의 기반이 되고 중요하므로	25.0
다양한 영역으로 활용이 가능해서	17.3
요즘의 추세가 그러하기때문에	8.3
다양한 컨텐츠를 개발 할 수 있어서	7.1
독특하고 창의적인 이야기를 개발할 수 있어서	6.4
다른 산업과의 연계로 시너지 효과를 얻을 수 있어서	5.8
스토리텔러에게 경제적으로 도움을 줄 수 있어서	5.8
콘텐츠가 시장을 주도 할 것 같아서	4.5
모름/무응답	4.5
전문적인 스토리텔러가 필요하므로	3.8
창작자들에게 기회를 제공해줘서	3.8
다양한 방면에서 아이디어를 획득 할 수 있어서	2.6
필요성을 느껴서	2.6
...	



문33-1) (문 33번 응답값 제시)라고 하신 이유는 무엇입니까?

<보통+부정 이유>

(Base : 보통+부정응답자, n=45, %)

내용	%
아직 별다른 성과가 없어서	24.4
이야기 산업에 대한 인식이 부족해서	11.1
정부기관이 주도하는 건 바람직하지 않다	8.9
콘텐츠 확보의 한계가 있어서	6.7
양질의 컨텐츠를 생산할 수 없을 것 같아서	6.7
작가들 간에 분야별 장벽이 존재하므로	4.4
콘텐츠 업계의 이야기 전문 인력 부족하므로	4.4
스토리텔링이 모든 산업의 기반이 되고 중요하므로	2.2
요즘의 추세가 그러하기때문에	2.2
상황 변화에 빠르게 대응 할 수 있어서	2.2
너무 이야기 중심적이라서	2.2
이야기 소재가 그시기의 트랜드에만 집중	2.2
이익이 일부에게만 돌아간다	2.2
이야기 산업에 더 집중하길 원해서	2.2

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 해외 시장 진출

- 콘텐츠산업 관련 기업들은 주로 ‘작업하는 아이템(70.6%)’에 따라 해외 시장 진출을 고려

▶ 이야기 기획 및 창작 시 해외 시장에 대한 고려 여부

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		핵심분야						활용분야						
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타		
사례 수	(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)		
작업 시 전혀 고려하지 않는다	9.0			9.9	6.7	11.8	-	5.3	9.1	10.5	33.3	12.5	-	2.9	-	16.7
작업하는 아이템에 따라 고려한다	70.6	70.9	70.0	70.6	100.0	77.3	36.4	63.2	66.7	87.5	50.0	77.1	-	50.0		
작업하는 모든 아이템을 해외시장을 고려해 작업한다	19.4			17.7	23.3	17.6	-	14.7	54.5	26.3	-	-	50.0	20.0	100.0	33.3
기타	1.0			1.4	-	-	-	2.7	-	-	-	-	-	-	-	-

문29) 귀하는 이야기 기획, 창작시 해외 시장에 대해 어떻게 생각하고 작업을 하시는 편이십니까?

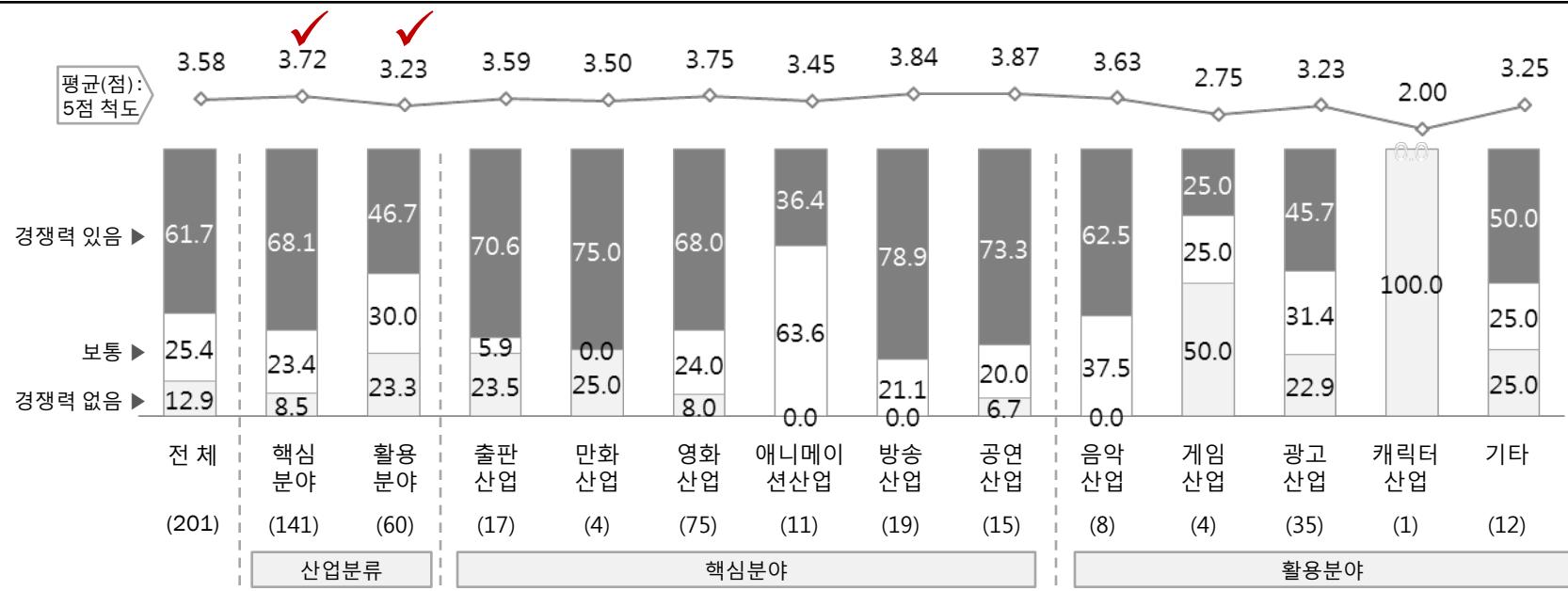
4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 국내 창작 이야기의 경쟁력 평가

- 국내 창작 이야기의 해외 시장 진출을 위한 경쟁력에 있어서 긍정율은 61.7%
- 산업 분류에 따라 국내 창작 이야기의 경쟁력의 인식 차이가 존재 (핵심분야(68.1%) > 활용분야 (46.7%))

▣ 해외 시장 진출을 위한 국내 창작 이야기의 경쟁력 평가

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)



문30) 귀하는 해외 시장 진출을 위한 국내 창작 이야기의 경쟁력에 대해서 어떻게 생각하십니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 해외 시장 진출을 위한 필요영역

- 국내 창작 이야기의 해외 진출을 가장 필요한 영역은 ‘해외 판매를 위한 플랫폼 개발 및 발굴(39.3%)’,
- 특히, 핵심 분야 기업에서의 ‘해외 네트워크가 강한 기업과의 연계’ 영역에 있어 상대적으로 필요하다고 인식

▶ 국내 창작 이야기의 해외 시장 진출을 위한 가장 필요한 부분

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		핵심분야						활용분야				
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타
사례 수	(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
해외 판매를 위한 플랫폼 개발 및 발굴	39.3	35.5	48.3	35.3	25.0	36.0	9.1	42.1	46.7	12.5	50.0	57.1	-	50.0
번역 등 언어 장벽 해소를 위한 지원	19.9	17.7	25.0	41.2	-	16.0	36.4	5.3	6.7	50.0	25.0	20.0	-	25.0
해외 네트워크가 강한 기업과의 연계	19.9	24.1	10.0	11.8	50.0	18.7	36.4	36.8	33.3	-	-	11.4	100.0	8.3
해외 시장에 대한 정보, 교육 제공	18.4	19.9	15.0	-	25.0	28.0	9.1	15.8	13.3	37.5	25.0	11.4	-	8.3
기타	2.5	2.8	1.7	11.8	-	1.3	9.1	-	-	-	-	-	-	8.3

문31) 국내 창작 이야기의 해외 시장 진출을 위해 가장 필요한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

5) 이야기산업의 정책적 요구

□ 정책 방향

- 이야기산업의 정책 방향 중 중요 영역으로는 ‘창작자, 기획자 등 전문 직업군 및 일자리 창출 (36.3%)’, ‘콘텐츠산업의 뿌리산업으로 육성(29.9%)’등의 순

▶ 이야기산업의 정책 방향 중 중요 영역

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		핵심분야						활용분야				
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타
사례 수	(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
창작자, 기획자 등 전문 직업군 및 일자리 창출	36.3	38.3	31.7	23.5	-	44.0	45.5	21.1	53.3	12.5	50.0	34.3	-	33.3
콘텐츠산업의 뿌리산업으로 육성	29.9	31.2	26.7	47.1	75.0	29.3	27.3	31.6	13.3	12.5	25.0	31.4	-	25.0
건강한 생태계를 위한 법, 제도 마련	15.9	15.6	16.7	17.6	25.0	13.3	9.1	21.1	20.0	37.5	-	14.3	-	16.7
일반산업의 접목을 통한 고부가가치 창출	15.4	13.5	20.0	5.9	-	13.3	18.2	26.3	6.7	25.0	25.0	20.0	-	16.7
문화/산업계의 선도 국가로 국내외 위상 강화	2.5	1.4	5.0	5.9	-	-	-	-	6.7	12.5	-	-	100.0	8.3

문27) 이야기산업의 정책 방향 중 가장 중요하다고 생각하는 것은 무엇입니까?

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 정부 지원 필요 분야

- 이야기산업 활성화를 위한 정부의 지원 분야로는 ‘이야기 창작 지원(67.2%)’, ‘이야기 경쟁력이 있는 콘텐츠 제작 집중 지원(61.2%)’등의 순
- 특히, 핵심 분야 기업의 경우 상대적으로 ‘이야기 창작 지원’ 영역에 있어 상대적으로 지원이 필요하다고 나타남

▶ 이야기산업 활성화를 위한 정부의 지원이 필요한 분야

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, 복수응답, %)

Base: 콘텐츠 이야기산업	전체	산업분류		핵심분야						활용분야				
		핵심 분야	활용 분야	출판 산업	만화 산업	영화 산업	애니 메이션 산업	방송 산업	공연 산업	음악 산업	게임 산업	광고 산업	캐릭터 산업	기타
사례 수	(201)	(141)	(60)	(17)	(4)	(75)	(11)	(19)	(15)	(8)	(4)	(35)	(1)	(12)
이야기 창작 지원	67.2	71.6	56.7	70.6	75.0	76.0	72.7	52.6	73.3	87.5	50.0	45.7	-	75.0
이야기 경쟁력이 있는 콘텐츠 제작 집중 지원	61.2	65.2	51.7	52.9	75.0	64.0	81.8	73.7	60.0	25.0	50.0	54.3	100.0	58.3
공정한 거래질서 확립	47.3	44.7	53.3	35.3	25.0	49.3	36.4	52.6	33.3	75.0	25.0	65.7	-	16.7
이야기 기획/개발/창작 교육	40.3	38.3	45.0	17.6	25.0	38.7	27.3	36.8	73.3	37.5	100.0	42.9	-	41.7
이야기 유통과 거래 제도화	35.8	34.0	40.0	52.9	50.0	30.7	9.1	42.1	33.3	50.0	-	40.0	100.0	41.7
이야기 원천소재의 수집 및 DB 구축	28.9	27.0	33.3	23.5	-	28.0	45.5	26.3	20.0	25.0	25.0	37.1	-	33.3
이야기 활용 서비스의 확대	17.4	17.7	16.7	41.2	50.0	12.0	27.3	15.8	6.7	-	50.0	14.3	100.0	16.7
기타	2.0	1.4	3.3	5.9	-	1.3	-	-	-	-	-	-	-	16.7

문28) 귀하의 생각에 정부가 이야기산업 활성화를 위해 지원정책을 시행할 경우 우선 지원이 필요하다고 생각하는 분야를 3가지 선택해주십시오.

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 전문기업의 필요성

- 콘텐츠 이야기산업 응답자의 61.7%는 이야기 거래와 관련한 계약 등 업무를 대행하는 이야기 전문 기업이 필요하다고 평가
- 이야기 전문기업이 수행해야 하는 주요 임무로 ‘이야기산업 활성화를 위한 활동(88.7%)’, ‘창작자의 발굴과 권리 보호(87.9%)’ ‘유통 경로의 확대를 위한 플랫폼 역할(78.2%)’ 등이 높게 나타남

▶ 업무를 대행하는 이야기 전문 기업 필요 여부

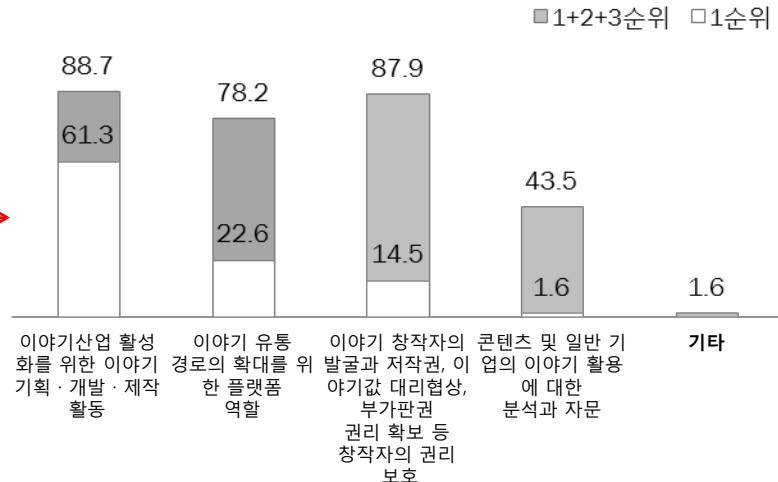
(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)



Base: 콘텐츠 이야기산업	콘텐츠 이야기산업 분류	
	핵심분야	활용분야
사례수	(141)	(60)
필요	61.0	63.3

▶ 이야기 전문기업이 수행해야 하는 주요 임무

(Base : 이야기 전문기업 필요 응답자, n=124, 복수응답, 1+2+3순위, %)



문18) 이야기를 기획, 개발, 제작, 분석, 자문, 제공, 알선하거나 이야기 거래와 관련한 계약 등의 업무를 대행하는 이야기전문기업이 필요하다고 생각하십니까?
문18-1) 필요하다면, 이야기 전문기업이 수행해야 하는 주요 임무가 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

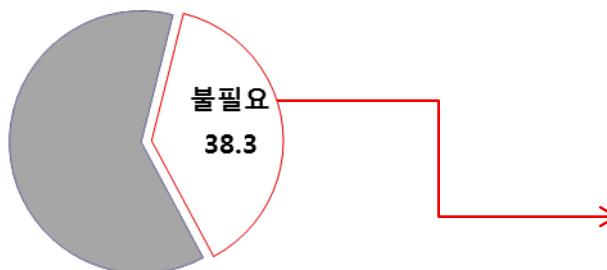
4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 전문기업에 대한 우려

- 콘텐츠 이야기산업 응답자의 38.3%는 이야기 전문기업이 필요하지 않다고 평가
- 불필요 이유로는 ‘자체적 처리가 가능(18.2%)’, ‘현실성 부족(9.1%)’등의 내용이 언급

▶ 업무를 대행하는 이야기 전문기업 필요 여부

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)



Base: 콘텐츠 이야기산업	콘텐츠 이야기산업 분류	
	핵심분야	활용분야
사례수	(141)	(60)
불필요	39.0	36.7

▶ 이야기 전문기업이 필요하지 않은 이유

(Base : 이야기 전문기업 필요 응답자,
n=77, 복수응답, %)

내용	%
자체적으로 처리가 가능해서	18.2
아직은 현실성이 부족하다	9.1
자체적으로 콘텐츠를 기획 제작하고 있으므로	7.8
이야기 전문 기업의 전문성을 믿을 수 없어서	7.8
전문기업이 생긴다고 문제점이 해결되지는 않을 것 같다	6.5
이미 시장에 콘텐츠를 제공하는 제공자가 넘친다.	6.5
분야가 너무 다양함	5.2
역량있는 작가 부족	5.2

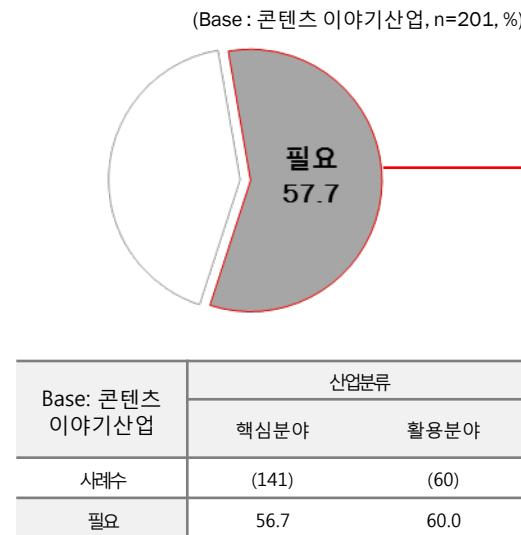
문18) 이야기를 기획, 개발, 제작, 분석, 자문, 제공, 알선하거나 이야기 거래와 관련한 계약 등의 업무를 대행하는 이야기 전문기업이 필요하다고 생각하십니까?
문18-1) 필요하다면, 이야기 전문기업이 수행해야 하는 주요 임무가 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

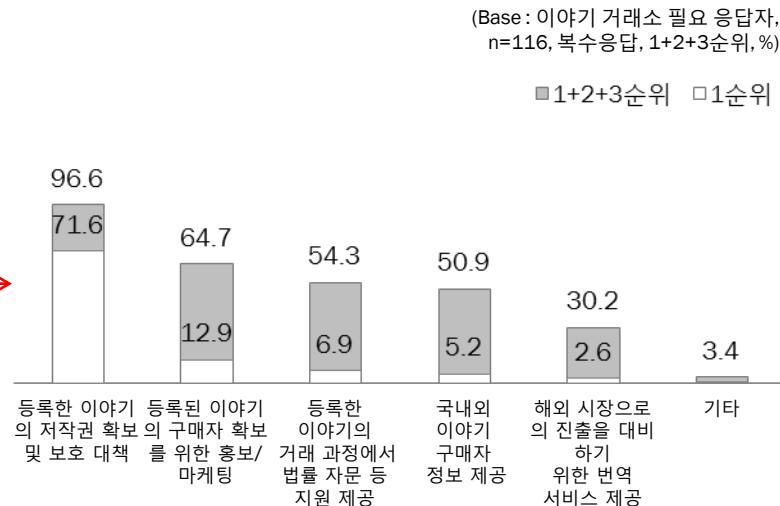
□ 이야기 거래소의 필요성

- 이야기 거래소가 필요하다고 생각하는 응답자는 57.7%
- 이야기 거래소 운영 시, 유의점으로는 ‘이야기 저작권 확보 및 보호 대책(96.6%)’, ‘등록된 이야기의 구매자 확보를 위한 홍보 마케팅(64.7%)’이 높게 나타남

▶ 이야기 거래소 필요 여부



▶ 이야기 거래소 운영 시, 유의점



문19) 정부에서 관리 또는 위탁 운영하여 이야기 작품을 등록하고 구매자와 판권을 거래할 수 있는 이야기 거래소(가칭)가 필요하다고 생각하십니까?

문19-1) 이야기 거래소(가칭)를 운영하게 될 경우, 가장 유의해야 할 부분이 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

4.3. 콘텐츠 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 거래소에 대한 우려

- 콘텐츠 이야기산업 응답자의 42.3%는 이야기 거래소가 필요하지 않다고 평가
- 이야기 거래소가 필요하지 않은 이유는 정부적 차원으로 해결될 영역은 아니라는 의견이 다수로 언급

▶ 이야기 거래소 필요 여부

(Base : 콘텐츠 이야기산업, n=201, %)



Base: 콘텐츠 이야기산업	산업분류	
	핵심분야	활용분야
사례수	(141)	(60)
불필요	43.3	40.0

▶ 이야기 거래소가 필요 하지 않는 이유

(Base : 이야기 거래소 불필요 응답자,
n=85, 복수응답, %)

내용	%
시장 중심으로 자율적으로 형성되어야지 정부가 주도하는 것 아닌 것 같다	20.0
정부 산하로는 활성화되기 어려울 것 같다.	15.3
민간 차원에서 활성화되어야 하는 영역이지 정부가 관리나 운영해서는 안된다	14.1
정부가 주관하면 창조적인 이야기 내용에 제한이 생길 것 같다	12.9
필요성을 느끼지 못한다	10.6
실요성이 없을 것 같다	10.6
보안이 잘 안될 것 같다	2.4
작품에 퀄리티가 제 각각이어서	2.4
...	

문19) 정부에서 관리 또는 위탁 운영하여 이야기 작품을 등록하고 구매자와 판권을 거래할 수 있는 이야기 거래소(가칭)가 필요하다고 생각하십니까?
문19-2) 이야기 거래소(가칭)가 필요하지 않다면, 그 이유는 무엇입니까?

| 일반 이야기산업

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

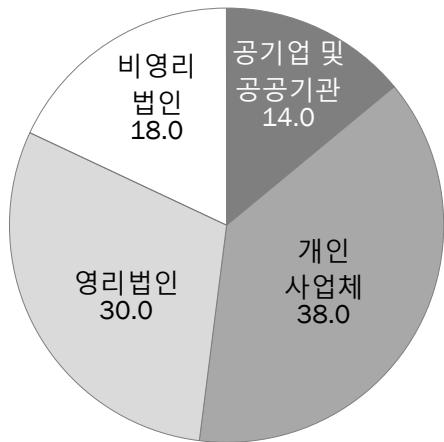
1) 일반 현황

□ 기업 형태 및 산업분류

- 일반 이야기산업 응답자의 소속 기업 형태는 ‘개인사업체(38.0%)’, ‘영리법인(30.0%)’등의 순
- 산업 분류로는 ‘관광(30.0%)’, ‘서비스업(22.0%)’, ‘축제, 전시 이벤트 분야(20.0%)’등의 응답자 특성을 보임

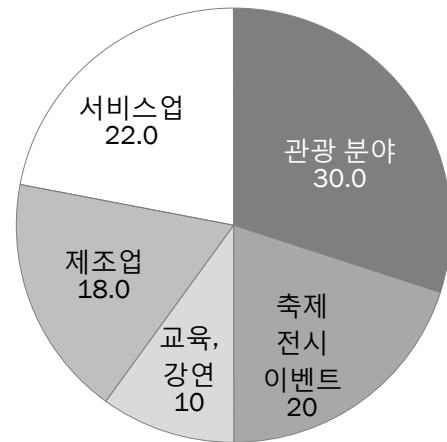
▶ 기업 형태

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)



▶ 산업 분류

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)



문1) 귀사의 직장의 기업 형태는 무엇입니까?

문2) 귀사는 다음 산업분류 중 어디에 속합니까?(중복될 경우 주된 분야 택1)

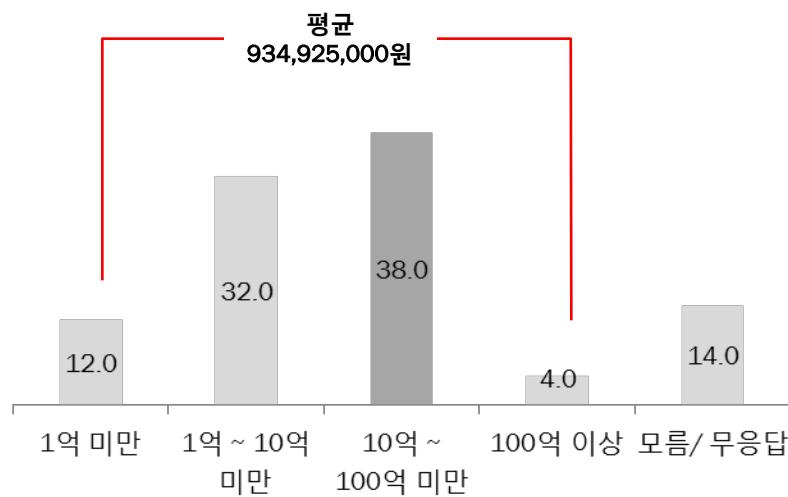
4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 매출액 종사자 수

- 일반 이야기산업 응답자가 속한 기업들의 2013년 평균 매출액은 934,925만원
- 평균 종사자수는 213명 (정규직:108명, 비정규직:105명)

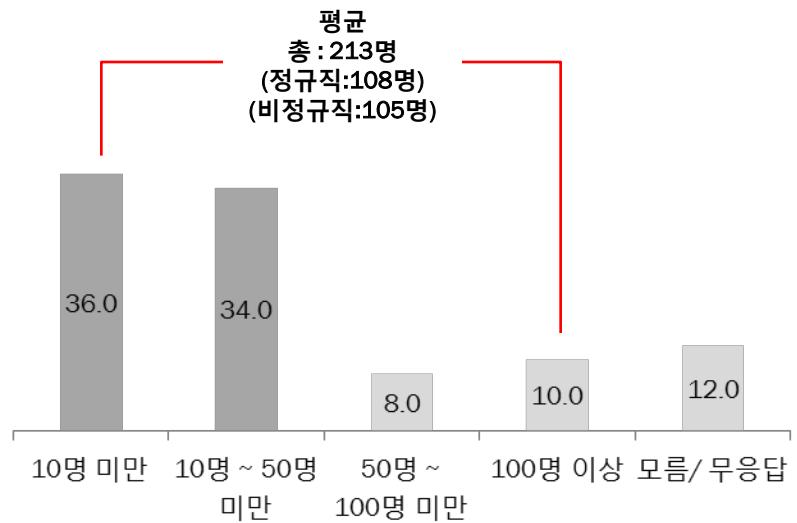
▶ 매출액(2013년 기준)

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)



▶ 종사자 수

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)



4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

2) 일반 이야기산업에서의 이야기 활용 일반

‘이야기’에 대한 인식 및 이해

- 일반 이야기산업의 응답자들은 이야기를 ‘고객 커뮤니케이션을 용이하게 하는 내용’ 및 ‘기업과 브랜드의 가치체계를 구축하거나 설명하는 내용’으로 이해
- 특히, ‘교육, 강연 분야’에서 상대적으로 ‘기업과 브랜드의 가치 체계 구축 및 설명’으로 이해하는 경향이 높음

▶ 이야기 이해 형태

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)

Base: 일반 이야기산업	전 체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제, 전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
고객 커뮤니케이션을 보다 쉽게 하도록 만드는 것	42.0	36.7	50.0	40.0	50.0	-
우리 기업과 브랜드의 가치 체계를 구축하거나 설명하는데 필요한 것	36.0	40.0	30.0	26.7	50.0	60.0
제품, 서비스 등을 기획하기 위한 영감의 원천	16.0	16.7	15.0	20.0	-	40.0
고객 사이에서 회자되는 우리 브랜드에 대한 입소문	6.0	6.7	5.0	13.3	-	-

문7) 귀사가 이해하는 ‘이야기’는 다음 중 어떤 것에 가깝습니까?

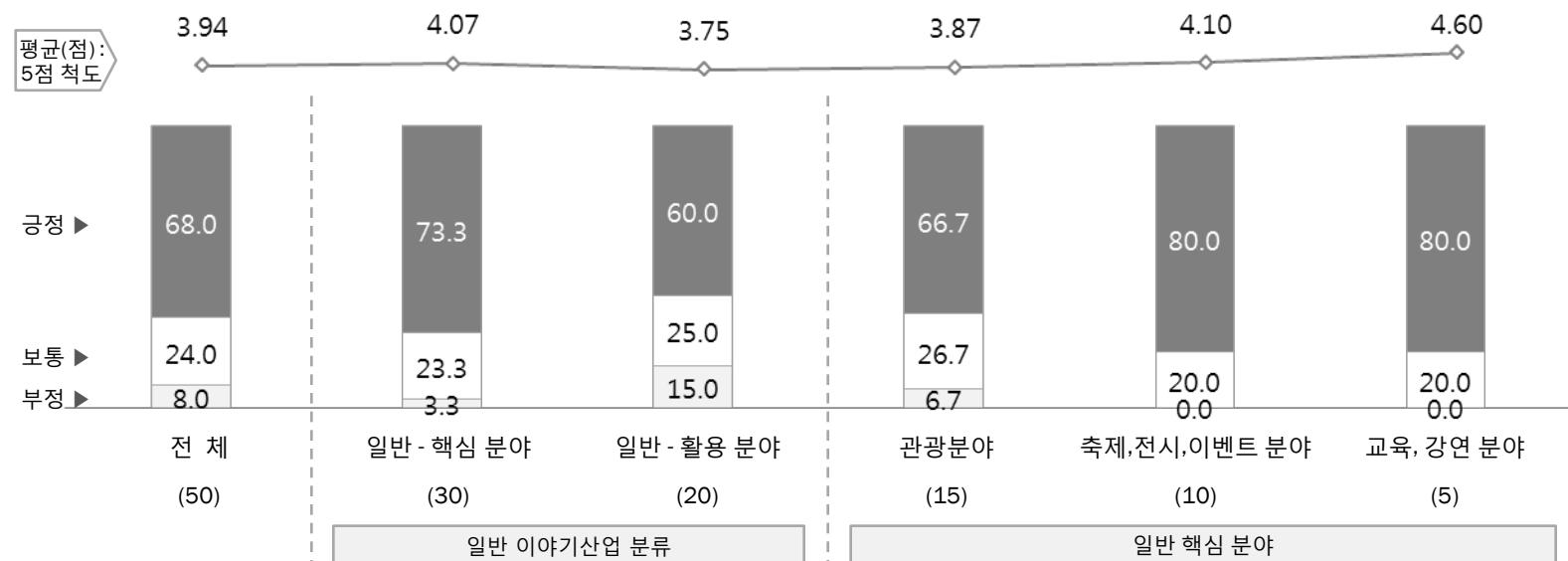
4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 활용의 효과성 인식

- 이야기 또는 이야기 기법을 상품의 기획·개발·제작·생산·유통·홍보의 과정에서 활용하는 것에 대한 효과성에 있어서의 긍정율은 68.0%
- 특히, ‘축제, 전시, 이벤트’ 및 ‘교육, 강연’ 분야에서 상대적으로 효과성에 있어서 긍정적으로 인식하는 것으로 나타남

▶ 이야기 or 이야기 기법을 상품의 전반적 활동에서 활용하는 것에 대한 효과 정도 평가

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)



문8) 귀사의 업종에도 이야기 또는 이야기 기법(스토리텔링)을 상품의 기획·개발·제작·생산·유통·홍보의 과정에서 활용하는 것이 효과적이라고 생각하십니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 이야기의 효과적 활용 단계

- 일반 이야기산업의 응답자들은 ‘상품의 홍보, 판매’의 단계가 이야기를 효과적으로 활용할 수 있는 단계라고 평가함
→ ‘상품의 홍보, 판매’ 단계에서 이야기의 활용은 고객과의 커뮤니케이션을 위해 효과적으로 활용할 수 있다고 인식

▶ 가장 효과적으로 활용할 수 있는 단계

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)

Base: 일반 이야기산업	전 체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제, 전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
상품의 기획, 개발	38.0	33.3	45.0	40.0	20.0	40.0
상품의 제작, 생산	2.0	3.3	-	-	10.0	-
상품의 유통	2.0	3.3	-	-	10.0	-
상품의 홍보, 판매	58.0	60.0	55.0	60.0	60.0	60.0

문9) 이야기 또는 이야기 기법(스토리텔링)을 가장 효과적으로 활용할 수 있는 단계는 무엇이라고 생각하십니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 일반 이야기산업에서의 이야기 활용의 어려움

- 브랜드나 제품, 서비스 등에 이야기를 활용하는 데 있어 ‘효과성에 대한 의문(40.0%)’이 가장 어려운 점이며, 다음으로 ‘예산 부재(26.0%)’, ‘이야기의 개념에 대한 이해 부족(24.0%)’등의 순으로 어려움을 겪고 있음

▶ 브랜드나 제품, 서비스 등에 관한 이야기 활용 시 어려운 점

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)

Base: 일반 이야기산업	전 체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제, 전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
효과성에 대한 의문	40.0	36.7	45.0	46.7	20.0	40.0
해당 항목의 예산 부재	26.0	26.7	25.0	13.3	30.0	60.0
이야기의 개념에 대한 이해 부족	24.0	23.3	25.0	26.7	30.0	-
이야기 전문가 섭외의 어려움	8.0	13.3	-	13.3	20.0	-
기타	2.0	-	5.0	-	-	-

문14) 귀사가 브랜드나 제품, 서비스 등에 관한 이야기를 활용할 때 있어 가장 어려운 점은 무엇입니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 활용을 위해 필요한 요건

- 이야기가 보다 효율적으로 활용되기 위해서는 ‘이야기의 효과 예측(40.0%)’에 대한 필요성이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘이야기 전문가 네트워크 확보(26.0%)’, ‘이야기 관련 별도 예산 배정(22.0%)’등의 순으로 나타남

▶ 이야기 효율적 활용을 위한 선행사항

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)

Base: 일반 이야기산업	전 체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제,전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
이야기의 효과 예측	40.0	36.7	45.0	40.0	30.0	40.0
이야기 전문가 네트워크 확보	26.0	30.0	20.0	46.7	20.0	-
이야기 관련 별도 예산 배정	22.0	23.3	20.0	6.7	40.0	40.0
이야기 활용에 대한 임직원 대상의 교육	12.0	10.0	15.0	6.7	10.0	20.0

문15) 귀사가 이야기를 보다 효율적으로 활용하기 위해서 선행되어야 할 것은 무엇이라고 생각하십니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 전담 인력 및 부서 운영 현황

- 일반 이야기산업 응답자들이 속한 기업에서 이야기 전담부서를 운영하고 있는 곳은 4.0%로 매우 낮은 수준
- 대부분은 이야기 전담 부서 또는 이야기 전담 인력이 없음(82.0%)

▶ 기업 내 이야기 전담 인력 및 부서 운영 여부

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)

Base: 일반 이야기산업	전 체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제,전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
이야기 전담부서를 운영하고 있음	4.0	3.3	5.0	6.7	-	-
별도의 부서는 없으나 이야기를 전담하는 인력이 있음	14.0	16.7	10.0	20.0	20.0	-
이야기 전담부서 또는 이야기 전담인력이 없음	82.0	80.0	85.0	73.3	80.0	100.0

문13) 귀사에는 이야기 전담부서 또는 이야기 전담인력이 있습니까? (②, ③ 답변 시 문 13-1로)

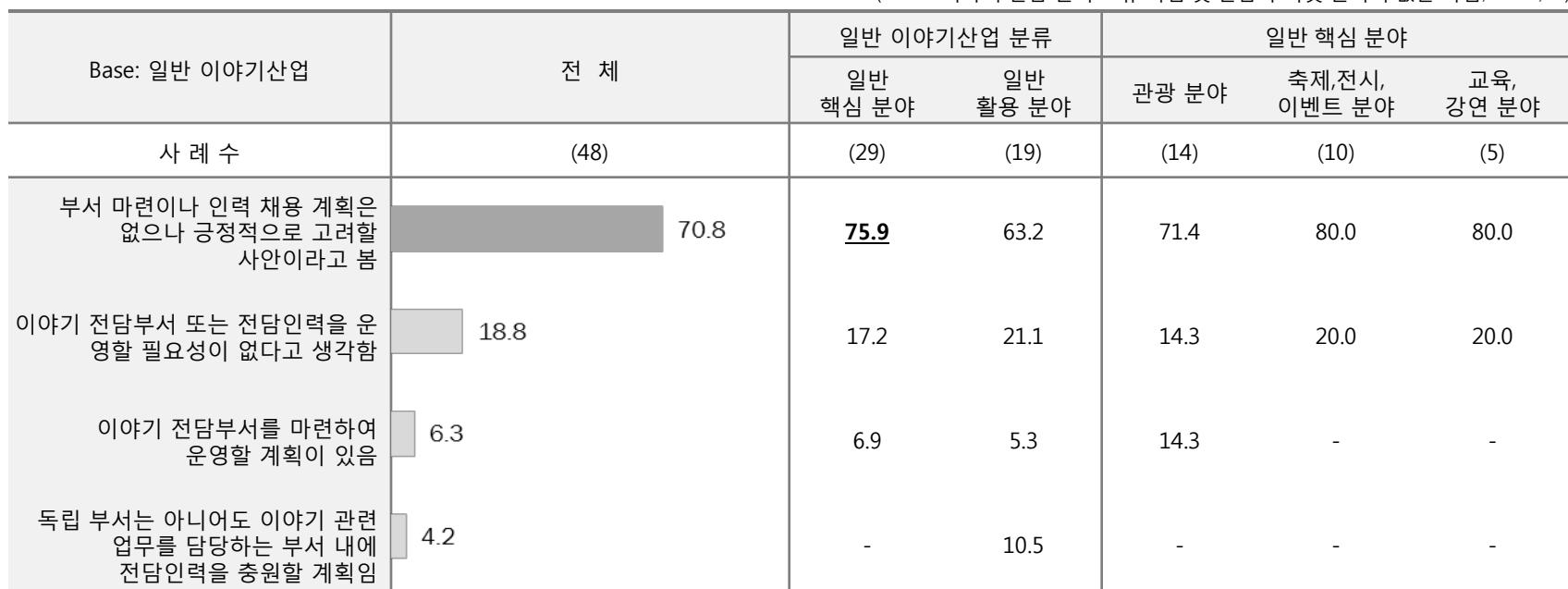
4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 전담 인력 및 부서 운영 계획

- 향후 기업에서 이야기 전담 인력 충원 및 전담 부서의 운영에 대해서는 대부분 ‘계획은 없으나, 긍정적으로 고려해볼 사안(70.8%)’이라고 인식
- 특히, 핵심 분야의 응답자들은 활용 분야의 응답자 대비 상대적으로 이야기 전담 인력 및 부서 운영을 긍정적으로 인식하고 있음

▶ 향후 이야기 전담 인력 충원 및 전담부서 운영 계획

(Base : 이야기 전담 인력 보유 기업 및 전담 부서 및 인력이 없는 기업, n=48, %)



문13-1) 앞으로 이야기 전담인력을 충원하고 전담부서를 운영할 생각이 있으십니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

3) 일반 이야기산업의 상품 기획 및 제작

□ 상품 기획을 위한 이야기 개발 방법

- 상품 기획을 위한 이야기 활용 시 주로 ‘내부의 전문화된 팀, 직원들이 직접 개발’을 통해 이야기를 개발하는 것으로 나타남
- 특히 ‘활용 분야’의 경우, 외부 아웃소싱을 통한 이야기 개발 비율이 상대적으로 높음

▶ 상품 기획을 위한 이야기 개발 방법

(Base : 일반 이야기산업, n=50, 복수응답, 1+2+3순위, %)

Base: 일반 이야기산업	전 체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제, 전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
내부의 전문화된 팀 또는 직원들이 직접 개발	46.0 94.0	93.3	95.0	86.7	100.0	100.0
비전문화된 직원들이 직접 개발	20.0 60.0	70.0	45.0	80.0	60.0	60.0
개인 작가 섭외	16.0 36.0	36.7	35.0	26.7	40.0	60.0
기존의 광고 에이전시를 활용	10.0 50.0	40.0	<u>65.0</u>	46.7	20.0	60.0
이야기전문기업을 통한 아웃소싱	6.0 48.0	40.0	<u>60.0</u>	40.0	50.0	20.0
기타	2012.0 □ 1순위 □ 1+2+3순위	20.0	-	20.0	30.0	-

문11) 귀사는 상품 기획을 위해 이야기를 활용할 때 주로 어떤 통로를 이용하십니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 직접 개발 시 이야기 원천소재의 활용 현황

- 상품 기획을 위해 이야기를 직접 개발할 경우, 주로 ‘출판물, 캐릭터 등 유행하고 있는 창작물을 활용’하거나, ‘실존하는 공공재, 문화유산 등 역사적, 문화적 소재를 활용’하는 것으로 나타남

▶ 상품 기획을 위한 이야기 개발 시 원천소재 활용 현황

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)

Base: 일반 이야기산업	전 체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제, 전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
출판물, 캐릭터 등 유행하고 있는 창작물을 활용	42.0	33.3	55.0	33.3	30.0	40.0
실존하는 공공재 또는 문화유산 등 역사적, 문화적 소재를 활용	40.0	46.7	30.0	60.0	50.0	-
고전, 신화 등 원천 소스 활용	16.0	16.7	15.0	6.7	10.0	60.0
기타	2.0	3.3	-	-	10.0	-

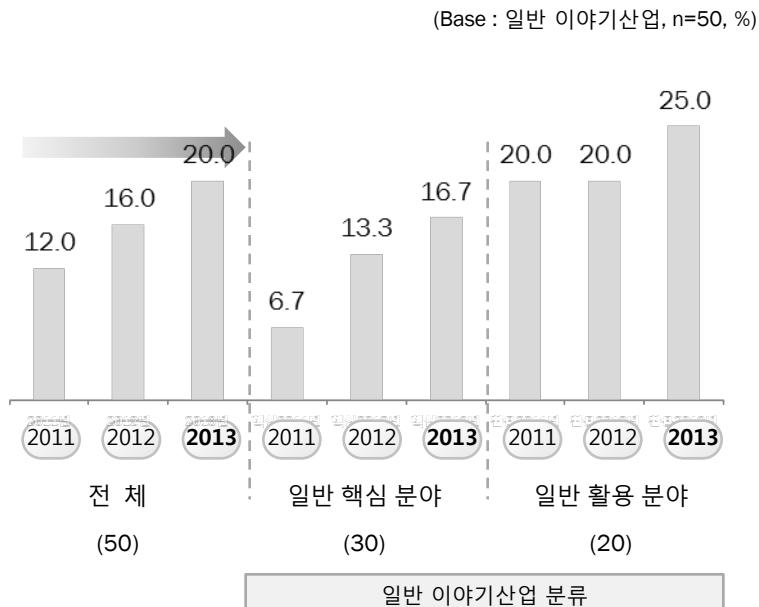
문12) 귀사는 상품 기획을 위해 이야기를 개발할 경우 주로 어떤 방안을 활용하십니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

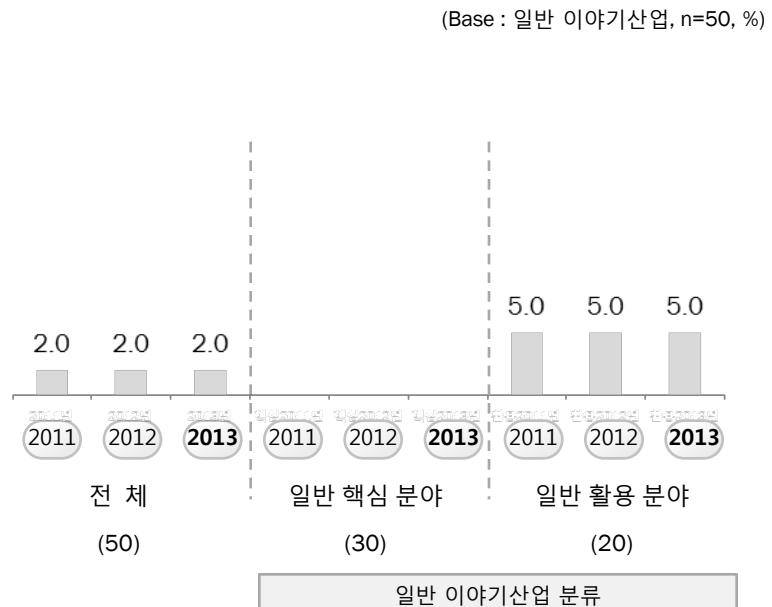
□ 이야기 개발의 외주 용역 현황

- 이야기 개발 관련 외주 용역을 국내 기업에게 발주한 경험은 13년 기준 20.0%로 나타남 (11년 이후 소폭 증가 추세)
- 반면, 해외 기업에게 발주한 경험은 매우 낮은 수준

▶ 국내 - 이야기 개발 용역 발주 경험



▶ 국외-이야기 개발 용역 발주 경험



문17) 최근 3년간 이야기 개발과 관련한 외주 용역을 국내 기업에게 발주한 경험이 있으십니까? 연도별로 응답해주세요.

문18) 최근 3년간 이야기 개발과 관련한 외주 용역을 해외 기업에게 발주한 경험이 있으십니까? 연도별로 응답해주세요..

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 개발을 위한 외부 이야기 창작자 섭외 경로

- 이야기 개발을 위한 창작자 섭외 시, 주로 ‘동종 업계 종사자를 통한 추천(50.0%)’ 방식을 활용하고 있으며, 다음으로 ‘내부 리서치를 통해 작가를 선정하여 직접 연락(26.0%)’하는 형태로 섭외하는 것으로 나타남

▶ 이야기 개발을 위한 창작자 섭외 시, 섭외 경로

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)

Base: 일반 이야기산업	전 체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제, 전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
동종 업계 종사자에게 문의하고 추천을 받음	50.0	56.7	40.0	66.7	50.0	40.0
내부 리서치를 통해 작가를 선정하여 직접 연락함	26.0	30.0	20.0	26.7	30.0	40.0
이야기전문기업에 의뢰	12.0	6.7	20.0	-	10.0	20.0
이야기 관련 협단체에 의뢰하여 추천을 받음	4.0	-	10.0	-	-	-
공고 또는 공모를 통해 작가 모집	4.0	3.3	5.0	6.7	-	-
기타	4.0	3.3	5.0	-	10.0	-

문19) 이야기를 활용하기 위해 이야기 창작자를 섭외하고자 할 경우, 귀사는 주로 어떠한 경로를 통해 이야기 창작자를 찾으십니까?

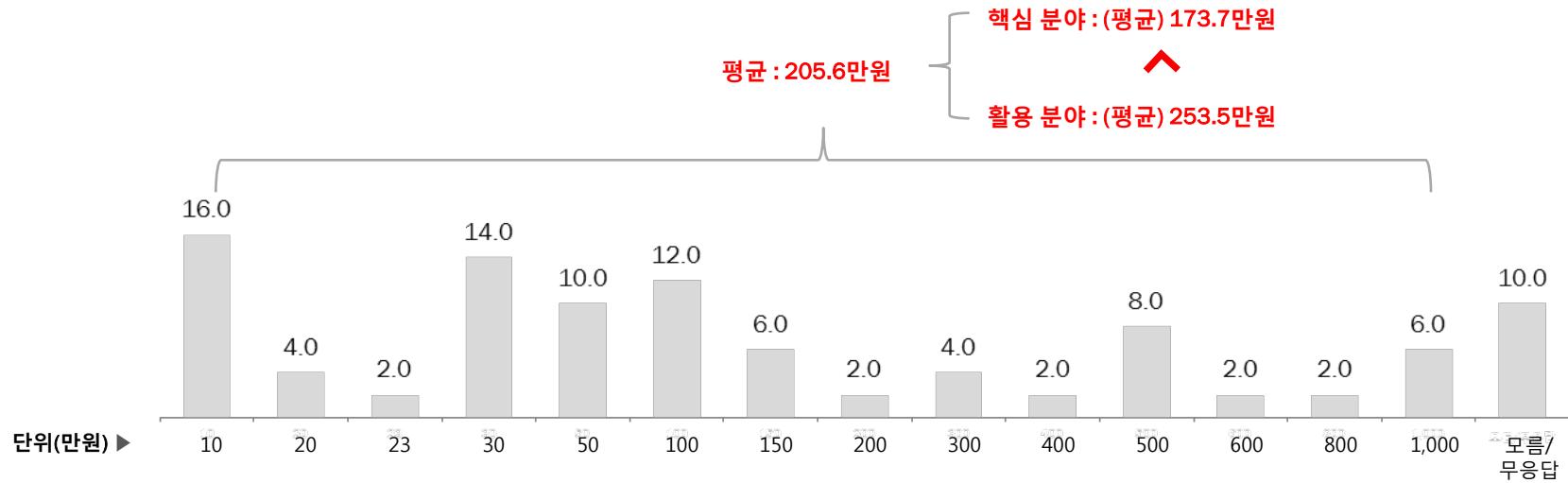
4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 일반 이야기산업의 작품 건별 평균 고료

- 이야기 활용을 위한 외주 용역 발주 시, 제공 건별 고료액은 평균 205.62만원
- 활용분야 소속 기업의 경우 상대적으로 제공하는 평균 고료액이 더 높게 나타남(+79.8 만원)

▶ 이야기 활용을 위한 외주 용역 발주 시, 건별 고료액

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)



문20) 이야기를 활용하기 위해 외주 용역을 발주한 경우, 귀사가 이야기 창작자에게 제공하는 건별 평균 고료는 얼마입니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 상품 기획개발비 중 적정 이야기 활용비 비중

- 일반 기업의 상품 기획 개발비 중 적정 이야기 활용비로 5~30%에 대한 응답이 전체의 80.0%로 나타남

■ 상품 기획개발비 중 적정 이야기 or 이야기 기법 활용 비중(%)

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)

Base: 일반 이야기산업	전 체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제, 전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
5% 미만	6.0	3.3	10.0	-	10.0	-
5-10%	32.0	36.7	25.0	46.7	30.0	20.0
10-20%	22.0	26.7	15.0	20.0	20.0	60.0
20-30%	26.0	20.0	35.0	20.0	20.0	20.0
30-50%	8.0	6.7	10.0	6.7	10.0	-
50% 이상	6.0	6.7	5.0	6.7	10.0	-

문10) 귀하는 이야기 또는 이야기 기법(스토리텔링)을 상품의 기획·개발·제작·생산·유통·홍보 등의 목적으로 활용할 경우, 상품 기획개발비 중 몇 퍼센트(%)의 비용을 사용하는 것이 적정하다고 생각하십니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

- 일반 이야기산업에서 이야기 활용 시 매출 상승도
 - 일반 기업에서는 이야기 활용을 통한 매출 상승 효과를 약 30~50% 정도로 파악하는 관점이 가장 높게 나타남

▶ 이야기 활용 시 매출 상승도

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)

Base: 일반 이야기산업	전체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제, 전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
70% 이상	4.0	6.7	-	6.7	10.0	-
50% 이상	18.0	20.0	15.0	33.3	-	20.0
30% 이상	78.0	73.3	85.0	60.0	90.0	80.0

문21) 이야기 활용으로 어느 정도의 매출상승 효과를 얻었다고 보십니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 또는 이야기기법의 성공 사례

- 기업 내 이야기 또는 이야기 기법(스토리텔링) 활용 사례는 “장소(관광지/역사/시장)홍보 영역” 및 “상품 홍보” 등을 중심으로 다양한 영역에서 활용 되는 것으로 파악됨

▶ 이야기 또는 이야기기법(스토리텔링)을 성공적 활용 사례

(Base : 이야기 or 이야기기법 성공적 사례 응답 기업, n=6, %)

이야기를 활용한 상품명	활용 내용
소식지	➤ 관광지를 소개하는 내용을 스토리 텔링식으로 풀어서 좋은 반응을 얻음
한양도성 스토리텔링 북	➤ 기존의 역사이야기 중심 콘텐츠에 이야기와 여행이 결합된 콘텐츠로 결합하여 시민들에게 공유됨
호랑이 바위로 쌓아올린 도성	➤ 장소 특성에 부합하는 이야기와 현장성
한산오일장 이야기 전통상점	➤ 쇠락한 전통시장의 홍보 활성화
매물도미역	➤ 상품에 어울리는 스토리텔링에 창의적인 포장재 개발
Z/N 이야기	➤ 건강재를 소비자 입장에서 선택하는 방법을 짧지사와 재미있게 설명

문24) 귀하가 생각하시기에, 귀사에서 이야기 또는 이야기기법(스토리텔링)을 성공적으로 활용한 사례가 있다면 소개해주세요.

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

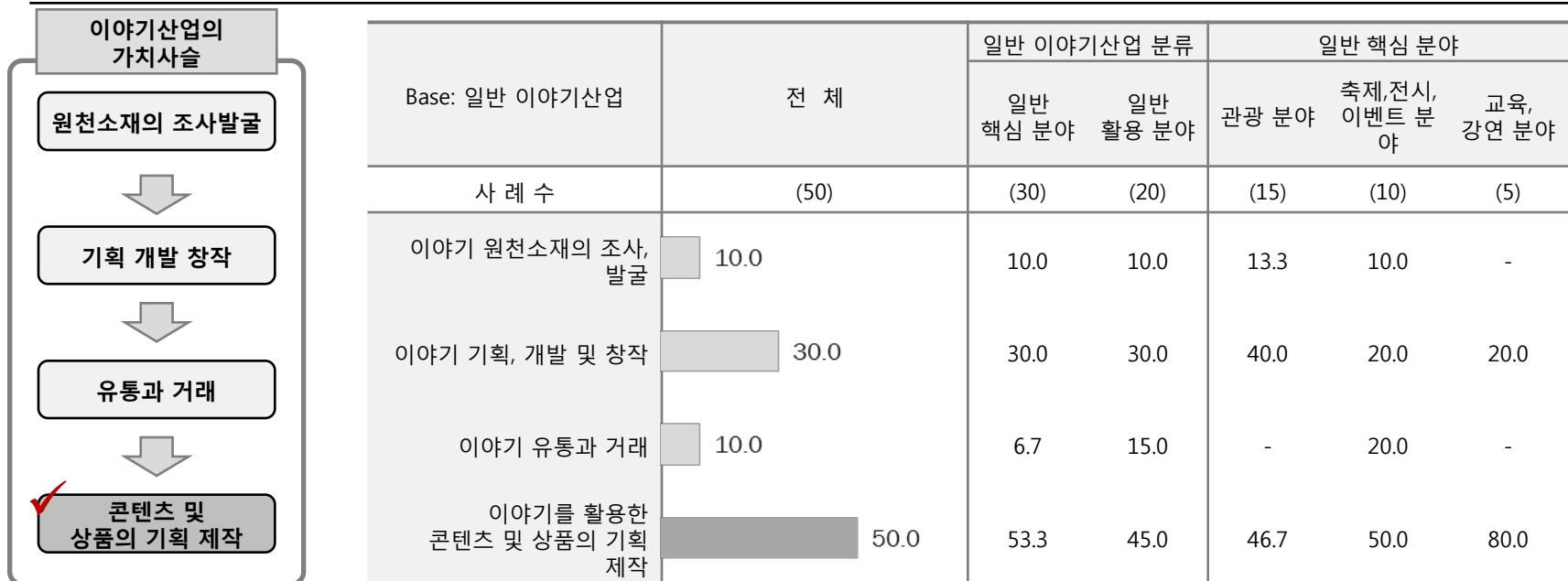
4) 이야기산업의 현황과 전망

□ 산업 활동

- 일반 이야기산업 종사자들은 이야기산업의 가치사슬 단계 중 ‘이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작’ 단계에서 가장 산업 활동이 활발히 이루어지고 있다고 인식하고 있음

▶ 이야기산업의 가치사슬 중 산업 활동이 가장 활발히 이루어지는 단계

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)



문25) 이야기산업의 가치사슬을 위의 그림과 같이 정리한다면, 이야기산업 가치사슬 중 어느 단계에서의 산업 활동이 가장 활발히 이루어지고 있다고 생각하십니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

- 또한, 5년 후에도 ‘이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작’ 활동이 가장 활발해질 것이라고 인식하고 있음
- 핵심 분야 소속 기업의 경우 ‘기획, 개발 및 창작’ 활동이 활발해질 것으로 평가한 응답자 비율이 활용 분야에 비해 상대적으로 높음

▶ 5년 후 이야기산업의 가치사슬 중 가장 활발해질 것이라고 생각하는 단계

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)

이야기산업의 가치사슬	Base: 일반 이야기산업	전 체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
			일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제, 전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)	
이야기 원천소재의 조사 발굴	6.0		6.7	5.0	13.3	-	-
이야기 기획, 개발 및 창작	32.0		40.0	20.0	46.7	30.0	40.0
이야기 유통과 거래	22.0		13.3	35.0	6.7	30.0	-
이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획 제작	40.0		40.0	40.0	33.3	40.0	60.0

문26) 5년 후 이야기산업 가치사슬 중 어느 단계에서의 산업 활동이 가장 활발해질 것이라고 생각하십니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 일반산업 분야에서의 이야기 활용 지속성 평가

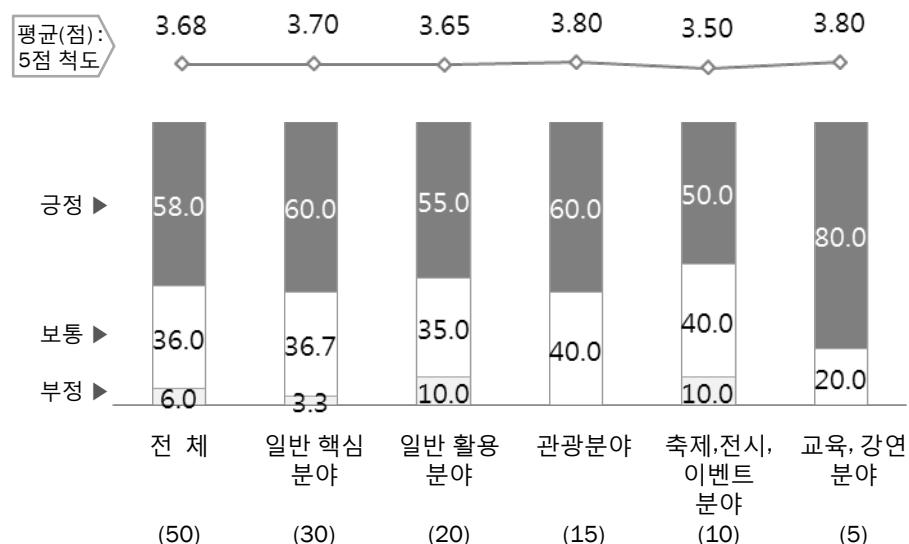
- 일반산업 분야에서의 이야기 활용에 대해서는 ‘널리 확산(60.0%) > 현 수준 유지(40.0%)’로 지속성에 대하여 긍정적인 평가를 보임
- 또한, 이야기 창작 인력이 콘텐츠 산업 외 일반 산업 분야의 이야기 활용 프로젝트에서 활용되는 것에 대한 긍정율은 58.0%

▶ 이야기 활용에 대한 지속성 평가 (Base : 일반 이야기산업, n=50, %)



	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
	일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제, 전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
널리 확산	66.7	50.0	73.3	60.0	60.0
현 수준유지	33.3	50.0	26.7	40.0	40.0

▶ 이야기 창작 인력의 일반산업 분야의 활용에 대한 효과



문29) 최근 관광, 축제, 교육은 물론 제조업이나 서비스업 등 일반산업 분야에서도 이야기를 활발하게 활용하고 있습니다. 이러한 경향이 지속될 것으로 보십니까?

문30) 이야기 창작자 인력이 콘텐츠 산업 외에 일반 산업 분야의 이야기 활용 프로젝트에서도 활용되는 것을 긍정적으로 보십니까? 그 이유는 무엇입니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 창작자 인력의 콘텐츠 업계 외 프로젝트 활용에 대한 긍정성 평가

- 일반산업 분야 내 이야기 창작 인력 활용에 대해서 긍정적 평가 이유로는 “마케팅에 있어서 중요하여”, “스토리텔링의 효과가 가시적이라면 확산될 수 있어서” 등의 내용이 언급됨
- 부정적 평가 이유로는 “일반 산업군의 개념이 잘 잡혀있지 않아서”, “이야기의 효율성에 대해 의문이 들어서” 등의 내용이 언급됨

▶ 일반산업 분야 내 이야기 창작 인력 활용에 대한 효과평가

<긍정 이유>

(Base : 긍정응답자, n=29, %)

마케팅이 중요	10.3
스토리텔링의 효과가 가시적이라고 판단되면 더욱 확산될 것이라고 생각됨	10.3
쉽게 그리고 집중할 수 있는 방법으로 확산되고 있기 때문에	6.9
히트하는 제품과 콘텐츠는 소비자의 감성에 어필의 주요 수단이 이야기가 될 것이기에	6.9
무궁한 가치가 잠재되어있는 산업이며 콘텐츠가 있어 존속이 가능하기 때문에	3.4
긍정적인 효과를 줄 수 있어서	3.4
Fun 요소와 더불어 스토리가 있는 콘텐츠는 고객에게 홍보나 마케팅을 할 때 더욱 효과적이라서	3.4
제작, 홍보, 유통 등 전 단계에서 다양화가 가능하기 때문	3.4
개별적인 감동적인 이야기는 그 자체만으로 경쟁력이 되기 때문	3.4
다양한 상품들이 나올 수 있는 기회	3.4
고부가가치 산업	3.4
모름/우응답	10.3

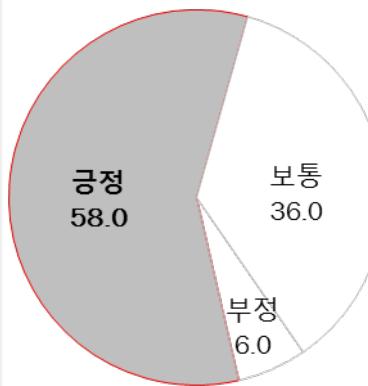
<보통+부정 이유>

(Base : 보통+부정응답자, n=21, %)

아직까지 일반 산업군의 개념이 잘 잡혀있지 않아서	14.3
일반 산업 부분에서 이야기의 효용성에 대해 의문임	14.3
빠른 시일 안에 정착하긴 힘들어 보임	9.5
시장적 가치가 있어 보이나 명확한 실적을 보여준 적이 없으므로 현 단계에서는 다소 유보적임	4.8
현업과의 연관성이 떨어짐	4.8
아직 뚜렷한 성공사례를 본 적이 없음	4.8
기존 경제, 경영 패러다임과 이질감이 존재	4.8
모름/우응답	42.9

문30) 이야기 창작자 인력이 콘텐츠 산업 외에 일반 산업 분야의 이야기 활용 프로젝트에서도 활용되는 것을 긍정적으로 보십니까? 그 이유는 무엇입니까?

문30-1) (긍정/보통+부정)라고 하신 이유는 무엇입니까?



(Base : 전체, n=50, %)

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

5) 일반 이야기산업의 정책적 요구

□ 정책 방향

- 이야기산업의 정책 방향 중 가장 중요하다고 생각하는 영역으로는 ‘이야기산업과 일반산업의 접목을 통한 고부가가치 창출’에 대해서 중요 영역으로 평가하고 있으며, 다음으로는 ‘이야기산업 생태계 기반 조성’, ‘이야기 전문 직업군 및 일자리 창출’등의 순으로 나타남

▶ 이야기산업의 정책 방향 중 중요 영역

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)

Base: 일반 이야기산업	전 체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제,전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
이야기산업과 일반산업의 접목을 통한 고부가가치 창출	36.0	36.7	35.0	40.0	40.0	20.0
이야기산업 생태계 기반 조성	24.0	26.7	20.0	26.7	30.0	20.0
이야기 창작자, 기획자 등 전문 직업군 및 일자리 창출	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
이야기산업을 콘텐츠산업의 뿌리산업으로 육성	16.0	16.7	15.0	13.3	10.0	40.0
이야기 문화/산업계의 선도 국가로 국내외 위상 강화	4.0	-	10.0	-	-	-

문27) 이야기산업의 정책 방향 중 가장 중요하다고 생각하는 것은 무엇입니까?

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 일반 이야기산업의 이야기 활용을 위한 정부 지원 필요 분야

- 기업 또는 기업내 상품과 이야기를 보다 원활하게 접목하기 위한 정부의 필요 지원 분야의 1순위로는 ‘기업인 대상 이야기와 스토리텔링 관련 교육 프로그램 운영(98.0%)’, ‘채용에 대한 제도적 지원(88.0%)’ 등의 순으로 나타남

▶ 이야기 활용을 위해 필요한 정부 지원 분야

(Base : 일반 이야기산업, n=50, 복수응답, 1+2+3순위, %)

Base: 일반 이야기산업	전체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제, 전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
기업인을 대상으로 하는 이야기와 스토리텔링 관련 교육 프로그램 운영	42.0	98.0	96.7	100.0	93.3	100.0
일반 기업의 이야기 및 스토리텔링 활용 우수 사례에 대한 지식 공유 (포럼, 마켓 등)	32.0	86.0	86.7	85.0	80.0	90.0
이야기 관련 인력 채용에 대한 제도적 지원	22.0	88.0	90.0	85.0	93.3	80.0
이야기 관련 연구소 설립 시 세제 혜택	4.0	20.0	20.0	20.0	26.7	20.0
기타	8.0	□ 1순위 ■ 1+2+3순위	6.7	10.0	6.7	10.0

문16) 귀사 또는 귀사의 상품과 이야기를 보다 원활하게 접목하기 위해 정부 차원의 지원이 필요하다고 생각되는 것은 무엇입니까? 중요하다고 생각되는 순서대로 3개를 선택해주세요.

4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 이야기산업 활성화를 위한 정부 지원 필요 분야

- 이야기산업의 활성화를 위한 정부의 지원 필요 분야로는 ‘경쟁력이 있는 콘텐츠 제작 집중 지원(52.0%)’, ‘이야기 활용 서비스의 확대(52.0%)’, ‘이야기 창작 지원(46.0%)’등이 주요하게 제시됨
- 특히, 일반 활용 분야에서 상대적으로 ‘콘텐츠 제작 집중 지원’이 지원 필요 분야로 제시됨

▶ 이야기산업 활성화를 위한 정부의 지원이 필요한 분야

(Base : 일반 이야기산업, n=50, 복수응답, %)

Base: 일반 이야기산업	전 체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제,전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(50)	(30)	(20)	(15)	(10)	(5)
이야기 경쟁력이 있는 콘텐츠 제작 집중 지원	52.0	46.7	60.0	53.3	40.0	40.0
이야기 활용 서비스의 확대	52.0	50.0	55.0	66.7	40.0	20.0
이야기 창작 지원	46.0	50.0	40.0	40.0	70.0	40.0
이야기 원천소재의 수집 및 DB 구축	42.0	46.7	35.0	46.7	40.0	60.0
이야기 유통과 거래 제도화	36.0	33.3	40.0	33.3	20.0	60.0
이야기 기획/개발/창작 교육	36.0	40.0	30.0	40.0	50.0	20.0
공정한 거래질서 확립	34.0	30.0	40.0	13.3	40.0	60.0
기타	2.0	3.3	-	6.7	-	-

문28) 귀하의 생각에 정부가 이야기산업 활성화를 위해 지원정책을 시행할 경우 우선 지원이 필요하다고 생각하는 분야를 3가지 선택해주십시오.

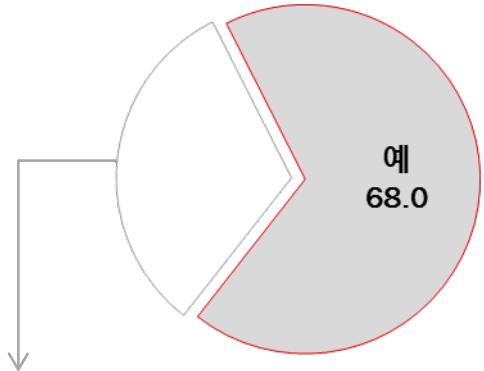
4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 전문기업의 필요성

- 이야기의 기획·개발·제작 등 전반적인 업무 및 거래 관련한 계약 등의 업무를 대행하는 이야기 전문기업의 필요성에 대해서는 68.0%가 필요하다고 인식
- 이야기 전문기업은 ‘이야기 산업 활성화를 위한 기획·개발·제작 활동’ 영역에서 중점적으로 업무를 수행해야 한다고 평가

▶ 업무를 대행하는 이야기 전문 기업 필요 여부

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)



- ✓ 실효성이 없다
- ✓ 본인 기업과의 연관성이 떨어지기 때문에
- ✓ 별도의 부서 없이 내부적으로 활용이 가능해서
- ✓ 전문기업의 경우 창의력 및 참신성이 떨어질 것 같다
-

문22) 이야기를 기획, 개발, 제작, 분석, 자문, 제공, 알선하거나 이야기 거래와 관련한 계약 등의 업무를 대행하는 이야기 전문기업이 필요하다고 생각하십니까?
 문22-1) (필요 응답자)필요하다면, 이야기전문기업이 수행해야 하는 주요 임무가 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.
 문22-2) (불필요 응답자)필요하지 않다면, 그 이유는 무엇입니까?

▶ 이야기 전문기업의 주요 임무

(Base : 이야기 전문기업 필요 응답자, n=34, %)

사례 수	전체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제, 전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
34	(34)	(20)	(14)	(9)	(6)	(5)
이야기산업 활성화를 위한 이야기 기획·개발·제작 활동	64.7	91.2	95.0	85.7	88.9	100.0
콘텐츠 및 일반 기업의 이야기 활용에 대한 분석과 자문	20.6	73.5	60.0	92.9	66.7	50.0
이야기 유통 경로의 확대를 위한 플랫폼 역할	8.8	76.5	90.0	57.1	88.9	100.0
이야기 창작자의 발굴과 저작권, 대리협상, 부가판권 권리 확보, 창작자의 권리 보호	5.9	55.9	50.0	64.3	44.4	50.0
기타	2.9	5.0	-	11.1	-	-

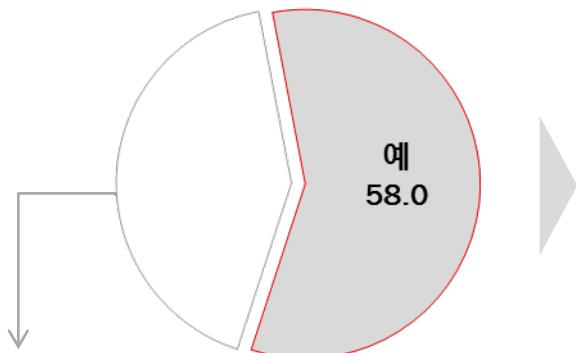
4.4. 일반 이야기산업 결과 분석

□ 이야기 거래소의 필요성

- 정부에서 관리 또는 위탁 운영하여 이야기 작품을 등록하고 구매자와 판권을 거래할 수 있는 이야기 거래소에 대해서는 58.0%는 필요하다고 인식
- 이야기 거래소 운영 시, 유의해야 하는 부분으로는 ‘등록한 이야기의 저작권 확보 및 보호 대책’, ‘등록된 이야기의 구매자 확보를 위한 홍보, 마케팅’ 등으로 나타남

▶ 이야기 거래소 필요 여부

(Base : 일반 이야기산업, n=50, %)



- ✓ 별도로 만들 정도로 활용도가 높지 않을 것 같다
- ✓ 획일화된 이야기가 생성될 문제 가능성.
- ✓ 이야기 산업의 활성화가 선행
- ✓ 무형자산으로 자기만의 이야기 개발이 중요
- ✓ 이야기가 거래되는 것 자체에 좀 거부감
-

▶ 이야기 거래소에서 주목해야 할 부분

(Base : 이야기 거래소 필요 응답자, n=34, 복수응답, 1+2+3순위, %)

□ 1순위 □ 1+2+3순위	전 체	일반 이야기산업 분류		일반 핵심 분야		
		일반 핵심 분야	일반 활용 분야	관광 분야	축제, 전시, 이벤트 분야	교육, 강연 분야
사례 수	(29)	(16)	(13)	(7)	(6)	(3)
등록한 이야기의 저작권 확보 및 보호 대책(무단도용, 표절 방지 대책)	48.3	72.4	75.0	69.2	42.9	100.0
등록된 이야기의 구매자 확보를 위한 홍보/마케팅	20.7	75.9	87.5	61.5	85.7	100.0
국내외 이야기 구매자 정보제공	20.7	55.2	62.5	46.2	42.9	66.7
해외 시장으로의 진출을 대비하기 위한 번역 서비스 제공	6.9	51.7	43.8	61.5	71.4	33.3
등록한 이야기의 거래 과정에서 법률 자문 등 지원 제공	3.4	44.8	31.3	61.5	57.1	-

문23) 정부에서 관리 또는 위탁 운영하여 이야기 작품을 등록하고 구매자와 판권을 거래할 수 있는 이야기 거래소(가칭)가 필요하다고 생각하십니까?

문23-1) 이야기 거래소(가칭)를 운영하게 될 경우, 가장 유의해야 할 부분이 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

| 부록 – 2014년 이야기산업 실태조사 설문지 3종

- 기초 이야기산업 설문지
- 콘텐츠 이야기산업 설문지
- 일반 이야기산업 설문지

부록 1. 기초 이야기산업 실태조사 설문지

안녕하십니까?

본 설문조사는 영화, 방송, 게임, 캐릭터, 애니메이션, 공연 등 콘텐츠산업의 핵심 요소일 뿐만 아니라 관광산업, 교육산업, 제조업 등 일반 산업의 기반을 튼튼히 하는 뿌리산업인 '이야기산업'의 현황을 파악하기 위해 실시하는 설문조사입니다.

설문지에서 사용되고 있는 '이야기산업'은 이야기 자체의 창작과 거래를 중심으로 하는 이야기 기초산업과 콘텐츠산업 및 일반산업과 접목되어 가치와 경쟁력을 높이는 이야기 활용산업을 포함하고 있습니다. 이야기산업 안팎에 종사하시는 관계자들의 응답과 의견수렴을 통해, 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 향후 이야기산업의 제도적 기반을 마련하는데 필요한 실증적 분석결과를 제공하고자 합니다.

조사 결과는 통계적 목적으로만 활용됩니다. 조사를 위해 귀한 시간을 내주셔서 진심으로 감사합니다.

2014년 9월

연구기관: 한국콘텐츠진흥원, 문화체육관광부

연구담당: 이양환 (한국콘텐츠진흥원 정책연구실 산업정책팀 책임연구원)

연구수행: 메타기획컨설팅

조사기관: 코리아리서치

창작자 성별	<input type="checkbox"/> 남 <input type="checkbox"/> 여
창작자 나이	<input type="checkbox"/> 20~30세 <input type="checkbox"/> 31~40세 <input type="checkbox"/> 41~50세 <input type="checkbox"/> 50세 이상
창작자 학력	<input type="checkbox"/> 고졸 <input type="checkbox"/> 대학교졸 <input type="checkbox"/> 대학원졸 <input type="checkbox"/> 기타
창작자 전공	<input type="checkbox"/> 인문/예술 <input type="checkbox"/> 사회과학 <input type="checkbox"/> 자연과학/공학 <input type="checkbox"/> 기타 ()
창작자 경력	<input type="checkbox"/> 2년 이하 <input type="checkbox"/> 2~5년 <input type="checkbox"/> 5~10년 <input type="checkbox"/> 10년 이상

SECTION 1. 일반 현황

문1) 귀하는 다음 산업 중 어느 분야의 작품 활동을 주로 하십니까?

- ① 출판산업 ② 만화산업 ③ 음악산업
④ 게임산업 ⑤ 영화산업 ⑥ 애니메이션산업
⑦ 방송산업 ⑧ 광고산업 ⑨ 캐릭터산업
⑩ 공연산업 ⑪ 관광산업 ⑫ 축제, 이벤트, 전시 분야
⑬ 교육, 강연 ⑭ 제조업, 서비스업 등 일반산업 ⑮ 기타

문2) 귀하의 직업 형태는 무엇입니까?

- ① 프리랜서 ② 이야기관련 기업 소속
③ 콘텐츠 관련 기업 소속 ④ 기타

문3) 이야기 창작자로서 귀하의 주당 작업시간은 얼마나 되십니까?

- ① 주당 약 10시간 미만 (하루 2시간 미만) ② 주당 약 10-20시간 (하루 2-3시간)
③ 주당 약 20-35시간 (하루 3-5시간) ④ 주당 약 35-50시간 이상 (하루 5-7시간 이상)
⑤ 주당 약 50-65시간 (하루 7-9시간) ⑥ 주당 약 65시간 이상 (하루 9시간 이상)

문4) 창작활동을 통한 귀하의 연 평균 수입액은 얼마입니까?

- ① 100만원 미만 ② 100~500만원 미만 ③ 500~1,000만원 미만
④ 1,000~2,000만원 미만 ⑤ 2,000~3,000만원 미만 ⑥ 3,000만원 이상

문5) 창작 외, 주 소득원은 다음 중 어떤 것입니까?

- ① 없음 ② 자영업 ③ 가족의 지원
④ 창작 외 분야의 고용상태 ⑤ 일용직 ⑥ 기타

부록 1. 기초 이야기산업 실태조사 설문지

- 문6) 귀하의 창작 활동에 있어 애로 사항은 무엇입니까?(우선순위에 따라 복수응답 가능)
- ① 생계 유지의 어려움 ② 창작 공간 확보의 어려움
 - ③ 작품 유통의 어려움 ④ 저작권 확보 등 계약 및 권리 관리의 어려움
 - ⑤ 작품 활동에 대한 홍보의 어려움 ⑥ 다른 경제활동으로 인한 창작 시간 확보의 어려움
 - ⑦ 기타

SECTION 2. 이야기 산업 활동의 가치사슬



문7) 이야기산업의 가치사슬을 위의 그림과 같이 정리한다면, 귀하는 가치사슬 중 어느 단계의 활동을 하고 계십니까?(복수응답 가능)

- ① 이야기 원천소재의 조사, 발굴 ② 이야기 기획, 개발 및 창작
- ③ 이야기 유통과 거래 ④ 이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작

문8) 위의 이야기산업 가치사슬 중 가장 중요한 단계는 어느 단계라고 생각하십니까?

- ① 이야기 원천소재의 조사, 발굴 ② 이야기 기획, 개발 및 창작
- ③ 이야기 유통과 거래 ④ 이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작

문9) 이야기 기획에서부터 콘텐츠 또는 상품으로 제작하기까지 과정에서 가장 어려움을 겪는 단계는 어느 단계입니까?

- ① 이야기 원천소재의 조사, 발굴 ② 이야기 기획, 개발 및 창작
- ③ 이야기 유통과 거래 ④ 이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작

문9-1) 9번 문제에서 답변하신 단계에서 겪는 어려움은 무엇입니까?
()

SECTION 2-1. 이야기 원천소재의 조사, 발굴

문10) 창작을 위해 이야기 원천소재를 조사 또는 발굴할 때 주로 어떤 방식을 사용하시나요?

- ① 직접 취재 ② 기존 문헌 및 자료 조사
- ③ 보조인력 활용(취재원 및 조사원 등) ④ 기타

문11) 창작을 위해 이야기 원천소재를 조사 또는 발굴할 때 어려운 점은 무엇입니까? 순서대로 3개를 선택하여 주십시오.

- ① 조사를 위한 시간의 부족 ② 재정적 부담(인력비, 사례비, 교통비 등)
- ③ 보조인력 구인의 어려움 ④ 조사대상 섭외의 어려움
- ⑤ 양질의 이야기 발굴의 어려움 ⑥ 조사 발굴한 이야기의 정리 및 보관

SECTION 2-2. 이야기 기획, 개발, 창작

문12) 기획 또는 창작 시 주로 어디서 이야기의 아이디어를 얻습니까? 순서대로 3개를 선택하여 주십시오.

- ① 개인의 인생 경험 ② 개인의 상상 ③ 지인
- ④ 역사적 사실 ⑤ 언론보도 ⑥ 다른 작품
- ⑦ 자연 환경 ⑧ 타학문 분야 ⑨ 기타

문13) 다음 중 어떤 방식으로 창작 작업을 하십니까?

- ① 모든 과정을 단독으로 창작함 ② 별도의 창작팀에 소속되어 있음
- ③ 단독으로 창작하지만 필요시 다른 창작자들의 도움을 받음 ④ 기타

문14) 자신이 창작한 작품이 OSMU(one source multi use)방식으로로 개발된 적이 있습니까?

- ① 있다(문14-1로 이동) ② 없다(문15로 이동)

문14-1) 개발된 적이 있다면, 하나의 이야기가 최대 몇 가지의 장르로 개발되었습니까?

- ① 2가지 ② 3가지
- ③ 4가지 ④ 5가지 이상

SECTION 2-3. 이야기 유통과 거래

문15) 귀하의 이야기는 콘텐츠 또는 상품으로 제작되기 위해 주로 어떠한 경로를 통해 거래가 이루어집니까?(활용빈도가 높은 순서대로 복수응답 가능)

- ① 기획/제작사에 직접 투고 ② 기존에 함께 작업하던 제작자와 주로 거래
- ③ 지인(다른 작가 또는 타 제작사)의 추천 ④ 소속되어 있는 협회 및 단체의 추천
- ⑤ 이야기전문기업을 통한 유통 ⑥ 공모전 출품
- ⑦ 기타

부록 1. 기초 이야기산업 실태조사 설문지

문16) 귀하의 작품 건별 평균 고료(판매액)는 얼마입니까?

- ① 작품 건별 평균 고료 (판매액) ()만원 ② 판매 해본 적 없음

문17) 귀하의 작품 건별 평균액이 적정하게 책정되어 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 낮다 ② 낮다
③ 적정하다 ④ 높다
⑤ 매우 높다

문18) 귀하의 이야기를 콘텐츠 또는 상품으로 제작하기 위해 유통하고 거래하는데 있어 어려운 점이 있다면 무엇입니까? (순서대로 복수응답 가능)

- ① 기획제작사와의 연결고리 부족으로 인한 유통의 어려움 ② 낮은 고료
③ 부가판권 등 제작사에게 유리한 일방적 계약
④ 거래 이후 제작 일정의 연기 및 취소
⑤ 고료 지급의 불투명성 ⑥ 법률적 문제 대응의 어려움
⑦ 기타

문19) 귀하의 원고는 주로 다음 중 어떠한 형태로 제작 계약이 이루어집니까?

- ① 아이디어 ② 기획안
③ 초고 및 시놉시스 ④ 초고 이상의 완성도를 갖춘 원고(트리트먼트 등)
⑤ 완성본
⑥ 기타

문20) 제작을 목적으로 제작사와 계약 시 정부 또는 협회가 보장하는 표준계약서를 사용하십니까?

- ① 사용한다 ② 사용할 때도 있고 사용하지 않을 때도 있다
③ 사용하지 않는다 ④ 해당 분야의 표준계약서가 존재하지 않는다

문21) 귀하는 제작사(출판사, 영화제작사, 방송제작사 등)와 계약 시 주로 다음 중 어떠한 형태로 제작 계약을 하십니까?

- ① 해당 매체에 한정한 판권 계약 ② 해당 매체와 부가판권을 포함한 일괄 계약
③ 기타

문22) 귀하의 이야기가 콘텐츠 매체 또는 상품으로 제작될 때 해당 제작사와 (2차 저작물에 대한) 부가 판권에 대해 계약한 경험이 있으십니까? (① 답변 시 22-1 문항으로)

- ① 있다 (문22-1로 이동) ② 없다 (문23로 이동)

문22-1) 부가 판권은 주로 어떠한 형태로 계약하십니까?

- ① 별도의 사용허락과 사용료가 없는 재산권 양도 형태
② 별도의 사용허락과 사용료를 구체적으로 명기한 형태
③ 별도의 사용허락과 사용료에 대해 구체적 명기 없이 추가 계약을 예정한 형태
④ 기타

문23) 귀하의 이야기에 대한 법률적 문제(계약서, 저작권 등)는 어떻게 해결하는 편입니까?

- ① 혼자서 대응 ② 경험이 있는 업계 선배의 도움
③ 법조계 지인의 도움 ④ 별도의 법률 자문이 있음
⑤ 소속되어 있는 협회 및 이야기전문기업에 일임 ⑥ 기타

문24) 이야기를 기획, 개발, 제작, 분석, 자문, 제공, 알선하거나 이야기 거래와 관련한 계약 등의 업무를 대행하는 이야기전문기업이 필요하다고 생각하십니까?

- ① 예 (문24-1로 이동) ② 아니오 (문24-2로 이동)

문24-1) 필요하다면, 이야기전문기업이 수행해야 하는 주요 임무가 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

- ① 이야기산업 활성화를 위한 이야기 기획, 개발, 제작 활동
② 이야기 유통 경로의 확대를 위한 플랫폼 역할
③ 이야기 창작자의 발굴과 저작권, 이야기값 대리협상, 부가판권 권리 확보 등 창작자의 권리 보호
④ 콘텐츠 및 일반 기업의 이야기 활용에 대한 분석과 자문
⑤ 기타(문25-1로 이동)

문24-2) 이야기전문기업이 필요하지 않다면, 그 이유는 무엇입니까?

()

문25) 정부에서 관리 또는 위탁 운영하여 이야기 작품을 등록하고 구매자와 판권을 거래할 수 있는 이야기 거래소(가칭)가 필요하다고 생각하십니까?

- ① 예 (문25-1로 이동) ② 아니오 (문25-2로 이동)

문25-1) 이야기 거래소(가칭)를 운영하게 될 경우, 가장 유의해야 할 부분이 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

- ① 등록한 이야기의 저작권 확보 및 보호 대책(무단도용, 표절 방지 대책)
② 등록된 이야기의 구매자 확보를 위한 홍보/마케팅
③ 해외 시장으로의 진출을 대비하기 위한 번역 서비스 제공
④ 등록한 이야기의 거래 과정에서 법률 자문 등 지원 제공
⑤ 국내외 이야기 구매자 정보(예: 제작사, 기획사, 콘텐츠 기업 및 일반기업체 이야기 담당자 등) 제공
⑤ 기타

문25-2) 이야기 거래소(가칭)가 필요하지 않다면, 그 이유는 무엇입니까?

()

부록 1. 기초 이야기산업 실태조사 설문지

SECTION 3. 이야기산업의 현황과 전망

문26) 이야기산업 가치사슬 중 어느 단계에서의 산업 활동이 가장 활발히 이루어지고 있다고 생각하십니까?

- ① 이야기 원천소재의 조사, 발굴
- ② 이야기 기획, 개발 및 창작
- ③ 이야기 유통과 거래
- ④ 이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작

문27) 이야기산업의 정책 방향 중 가장 중요하다고 생각하는 것은 무엇입니까?

- ① 이야기산업의 건강한 생태계를 위한 법, 제도 마련
- ② 이야기 창작자, 기획자 등 전문 직업군 및 일자리 창출
- ③ 이야기산업을 콘텐츠산업의 뿌리산업으로 육성
- ④ 이야기산업과 일반산업의 접목을 통한 고부가가치 창출
- ⑤ 이야기 문화. 산업계의 선도 국가로 국내외 위상 강화

문28) 귀하의 생각에 정부가 이야기산업 활성화를 위해 지원정책을 시행할 경우 우선 지원이 필요하다고 생각하는 분야를 3가지 선택해주세요.

- ① 이야기 원천소재의 수집 및 DB 구축
- ② 이야기 창작 지원
- ③ 이야기 유통과 거래 제도화(컨설팅/판매대행을 하는 이야기전문회사 육성, 이야기거래소 운영 등)
- ④ 공정한 거래질서 확립(저작권 보호, 표준계약서 사용 등)
- ⑤ 이야기 경쟁력이 있는 콘텐츠 제작 집중 지원
- ⑥ 이야기 활용 서비스의 확대(스토리텔링 적용 분야)
- ⑦ 이야기 기획/개발/창작 교육(예비 창작자 지원)
- ⑧ 기타

문29) 귀하는 이야기 기획, 창작시 해외 시장에 대해 어떻게 생각하고 작업을 하시는 편이십니까?

- ① 작업 시 전혀 고려하지 않는다.
- ② 작업하는 아이템에 따라 고려한다.
- ③ 작업하는 모든 아이템을 해외시장을 고려해 작업한다.
- ④ 기타

문30) 귀하는 해외 시장 진출을 위한 국내 창작 이야기의 경쟁력에 대해서 어떻게 생각하십니까?

- ① 매우 경쟁력이 있다
- ② 경쟁력이 있는 편이다
- ③ 보통이다
- ④ 경쟁력이 없는 편이다
- ⑤ 매우 경쟁력이 없다

문31) 국내 창작 이야기의 해외 시장 진출을 위해 가장 필요한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 해외 시장에 대한 정보, 교육 제공
- ② 번역 등 언어 장벽 해소를 위한 지원
- ③ 해외 네트워크가 강한 기업과의 연계
- ④ 해외 판매를 위한 플랫폼 개발 및 발굴
- ⑤ 기타

문32) 최근 콘텐츠 업계 이외에 관광, 축제, 교육은 물론 제조업이나 서비스업 등 일반 산업 분야에서도 이야기를 필요로 하고 있는 실정입니다. 이러한 최근 동향에 대해 알고 계셨습니까?

- ① 매우 잘 알고 있다
- ② 알고 있는 편이다
- ③ 보통이다
- ④ 잘 모른다
- ⑤ 전혀 들어본 적 없다

문33) 콘텐츠 업계 이외의 이야기 활용 프로젝트에 참여하신 경험이 있습니까?

- ① 있다
- ② 없다

문34) 콘텐츠 업계 이외의 이야기 활용 프로젝트 참여 기회가 생긴다면(앞으로도) 참여하실 의향이 있으십니까?

- ① 매우 그렇다(문34-1로 이동)
- ② 그렇다(문34-1로 이동)
- ③ 보통이다
- ④ 그렇지 않다
- ⑤ 매우 그렇지 않다

문34-1) (문34의 ①, ②번 응답자만) 콘텐츠 산업 이외에 어떤 분야에서 활동하고 싶으신가요?

- ① 상품 기획
- ② 기업 브랜딩
- ③ 관광, 축제 등 지역 활성화
- ④ 기업체 및 공공기관의 교육, 강연
- ⑤ 기타

부록 2. 콘텐츠 이야기산업 실태조사 설문지

안녕하십니까?

본 설문조사는 영화, 방송, 게임, 캐릭터, 애니메이션, 공연 등 콘텐츠산업의 핵심 요소일 뿐만 아니라 관광산업, 교육산업, 제조업 등 일반 산업의 기반을 튼튼히 하는 뿌리산업인 '이야기산업'의 현황을 파악하기 위해 실시하는 설문조사입니다.

설문지에서 사용되고 있는 '이야기산업'은 이야기 자체의 창작과 거래를 중심으로 하는 이야기 기초산업과 콘텐츠산업 및 일반산업과 접목되어 가치와 경쟁력을 높이는 이야기 활용산업을 포함하고 있습니다. 이야기산업 안팎에 종사하시는 관계자들의 응답과 의견수렴을 통해, 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 향후 이야기산업의 제도적 기반을 마련하는데 필요한 실증적 분석결과를 제공하고자 합니다.

조사 결과는 통계적 목적으로만 활용됩니다. 조사를 위해 귀한 시간을 내주셔서 진심으로 감사합니다.

2014년 9월

연구기관: 한국콘텐츠진흥원, 문화체육관광부

연구담당: 이양환 (한국콘텐츠진흥원 정책연구실 산업정책팀 책임연구원)

연구수행: 메타기획컨설팅

조사기관: 코리아리서치

창작자 성별	<input type="checkbox"/> 남 <input type="checkbox"/> 여
창작자 나이	<input type="checkbox"/> 20~30세 <input type="checkbox"/> 31~40세 <input type="checkbox"/> 41~50세 <input type="checkbox"/> 50세 이상
창작자 학력	<input type="checkbox"/> 고졸 <input type="checkbox"/> 대학교졸 <input type="checkbox"/> 대학원졸 <input type="checkbox"/> 기타
창작자 전공	<input type="checkbox"/> 인문/예술 <input type="checkbox"/> 사회과학 <input type="checkbox"/> 자연과학/공학 <input type="checkbox"/> 기타 ()
창작자 경력	<input type="checkbox"/> 2년 이하 <input type="checkbox"/> 2~5년 <input type="checkbox"/> 5~10년 <input type="checkbox"/> 10년 이상

SECTION 1. 일반 현황

문1) 귀하의 직장의 기업 형태는 무엇입니까?

- ① 공기업 및 공공기관 ② 개인사업체
③ 영리법인 ④ 비영리법인
⑤ 비법인단체

문2) 귀사는 다음 콘텐츠산업 분류 중 어디에 속합니까?(중복될 경우 주된 분야 택 1)

- ① 출판산업 ② 만화산업 ③ 음악산업
④ 게임산업 ⑤ 영화산업 ⑥ 애니메이션산업
⑦ 방송산업 ⑧ 광고산업 ⑨ 캐릭터산업
⑩ 공연산업 ⑪ 기타

문3) 귀사의 2013년 매출액에 대해 응답해 주십시오. (2013. 12. 31. 기준)
(매출액 약 만원)

문4) 귀사 직원의 고용 형태에 대해 응답해 주십시오.

2013.12.31 기준
정규직 ()명
비정규직 ()명
총계 ()명

부록 2. 콘텐츠 이야기산업 실태조사 설문지

문5) 귀사 직원의 연령별 종사자 수에 대해 응답해 주십시오.

2013.12.31 기준
29세 이하 ()명
30-34세 ()명
35-39세 ()명
40세 이상 ()명

문6) 귀사 직원의 이야기 관련 종사자 수에 대해 응답해 주십시오.

6-1) 콘텐츠 기획 시 이야기 개발만을 위한 직원
남자 ()명 / 여자 ()명 / 계 ()명
6-2) 전문 작가 직원
남자 ()명 / 여자 ()명 / 계 ()명

문7) 귀사에서 이야기 관련 업무를 담당하는 곳은 어느 부서입니까? 관련 부서와 각 부서의 담당 업무를 모두 적어주세요.

(* 이야기 관련 업무란 이야기 자체 개발, 이야기 또는 작가의 발굴과 섭외 등 콘텐츠 기획 및 제작 단계에서 이루어지는 이야기 기획, 개발, 창작, 유통, 거래 등을 말함)

1. 부서명: () / 이야기관련 담당 업무: ()
2. 부서명: () / 이야기관련 담당 업무: ()

SECTION 2. 이야기 산업 활동의 가치사슬



문8) 이야기산업의 가치사슬을 위의 그림과 같이 정리한다면, 귀하는 가치사슬의 어느 단계에서 활동하고 계십니까?(복수응답 가능)

- ① 이야기 원천소재의 조사, 발굴
- ② 이야기 기획, 개발 및 창작
- ③ 이야기 유통과 거래
- ④ 이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작

문9) 위의 이야기산업 가치사슬 중 이야기산업의 활성화와 건강한 생태계 조성을 위해 가장 중요한 단계는 어느 단계라고 생각하십니까?

- ① 이야기 원천소재의 조사, 발굴
- ② 이야기 기획, 개발 및 창작
- ③ 이야기 유통과 거래
- ④ 이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작

문10) 콘텐츠 기획을 위해 이야기의 원천소재를 조사 또는 발굴할 때 주로 어떤 방식을 사용하시나요?

- ① 내부 인력의 현장 직접 취재
- ② 기존 문헌 및 자료 조사(온라인, 오프라인 포함)
- ③ 외주 보조인력 활용(취재원 및 조사원 등)
- ④ 이야기전문기업을 활용
- ⑤ 동료, 지인과의 대화
- ⑥ 기타

문11) 귀사가 최근 3년 동안 제작하여 판매한 작품 가운데 외부 작가의 이야기를 구매하여 개발한 것은 몇 편입니까?

- ① 1편
- ② 2-3편
- ③ 4-5편
- ④ 6-9편
- ⑤ 10편 이상
- ⑥ 없음 (문항추가) (문12로 이동)

문11-1) 귀사가 콘텐츠 제작을 위해 외부 작가의 이야기를 구매할 경우, 주로 어떤 경로를 통해 작가(이야기 창작자) 또는 이야기를 찾으십니까?(활용빈도가 높은 순서대로 복수응답 가능)

- ① 작가가 직접 투고한 작품들 중 선정
- ② 기존에 활동하는 작가에게 연락하여 창작 요청
- ③ 다른 작가 또는 타 제작사로부터의 추천
- ④ 퍼블리싱 된 작품의 판권 구매
- ⑤ 작가 발굴을 위해 자체적으로 공모전을 개최
- ⑥ 이야기전문기업을 활용
- ⑦ 기타

문11-2) 콘텐츠 제작을 위해 외부 작가의 이야기를 구매할 경우, 가장 바람직하다고 생각하시는 방법은 무엇입니까?

- ① 작가가 직접 투고한 작품들 중 선정
- ② 기존에 활동하는 작가에게 연락하여 창작 요청
- ③ 다른 작가 또는 타 제작사로부터의 추천
- ④ 퍼블리싱 된 작품의 판권 구매
- ⑤ 작가 발굴을 위해 자체적으로 공모전을 개최
- ⑥ 이야기전문기업을 활용
- ⑦ 기타

문12) 귀사가 이야기 창작자에게 제공하는 작품 건별 평균 고료는 얼마입니까?

- ① 작품 건별 평균 고료 (판매액) 만원
- ② 작품을 구입한 적 없음

부록 2. 콘텐츠 이야기산업 실태조사 설문지

문13) 귀사는 콘텐츠 매체 제작을 위한 작가와의 계약에서, 주로 어느 단계의 원고로 제작 계약이 이루어집니까?

- | | |
|-------------|----------------------------|
| ① 아이디어 | ② 기획안 |
| ③ 초고 및 시놉시스 | ④ 초고 이상의 완성도를 갖춘 원고(트리트먼트) |
| ⑤ 완성본 | ⑥ 기타 |

문14) 귀사는 콘텐츠 매체 제작을 위해 작가와의 계약 시 정부 또는 협회가 보장하는 표준계약서를 사용하십니까?

- | | |
|------------|---------------------------|
| ① 사용한다 | ② 사용할 때도 있고 사용하지 않을 때도 있다 |
| ③ 사용하지 않는다 | ④ 해당 분야의 표준계약서가 존재하지 않는다 |

문15) 귀사는 콘텐츠 매체 제작을 위해 작가와 계약 시 주로 어떠한 형태로 계약을 진행하십니까?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| ① 해당 매체에 한정한 판권 계약 | ② 해당 매체와 부가판권을 포함한 일괄 계약 |
| ③ 기타 | |

문16) 작가와의 계약 시 추가적으로 (2차 저작물에 대한) 부가판권 계약을 진행하십니까?

- | | |
|-----------------------------------|--|
| ① 계약 시 기본적인 사항으로 포함시켜 계약한다 | |
| ② 신인작가 등 몇몇의 경우를 제외하고는 대부분 하는 편이다 | |
| ③ 작가의 요구가 있는 경우에만 계약한다 | |
| ④ 대부분 하지 않는다 | |

문16-1) 부가 판권은 주로 어떠한 형태로 계약하십니까?

- | | |
|---|--|
| ① 별도의 사용허락과 사용료가 없는 재산권 양도 형태 | |
| ② 별도의 사용허락과 사용료를 구체적으로 명기한 형태 | |
| ③ 별도의 사용허락과 사용료에 대해 구체적 명기 없이 추가 계약을 예정한 형태 | |
| ④ 기타 | |

문17) 귀사는 이야기에 대한 법률적 문제(계약서, 저작권 등)를 어떻게 해결하는 편입니까?

- | | |
|--------------|--------------------|
| ① 자체 대응 | ② 경험이 있는 업계 동료의 도움 |
| ③ 법조계 지인의 도움 | ④ 별도의 법률 자문이 있음 |
| ⑤ 기타 | |

문18) 이야기를 기획, 개발, 제작, 분석, 자문, 제공, 알선하거나 이야기 거래와 관련한 계약 등의 업무를 대행하는 이야기전문기업이 필요하다고 생각하십니까?

- | | |
|-----------------|-------------------|
| ① 예 (문18-1로 이동) | ② 아니오 (문18-2로 이동) |
|-----------------|-------------------|

문18-1) 필요하다면, 이야기전문기업이 수행해야 하는 주요 임무가 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

- | | |
|--|--|
| ① 이야기산업 활성화를 위한 이야기 기획, 개발, 제작 활동 | |
| ② 이야기 유통 경로의 확대를 위한 플랫폼 역할 | |
| ③ 이야기 창작자의 빌굴과 저작권, 이야기값 대리협상, 부가판권 권리 확보 등 창작자의 권리 보호 | |
| ④ 콘텐츠 및 일반 기업의 이야기 활용에 대한 분석과 자문 | |
| ⑤ 기타 | |

문18-2) 필요하지 않다면, 그 이유는 무엇입니까?

()

문19) 정부에서 관리 또는 위탁 운영하여 이야기 작품을 등록하고 구매자와 판권을 거래할 수 있는 이야기 거래소(가칭)가 필요하다고 생각하십니까?

- | | |
|-----------------|-------------------|
| ① 예 (문19-1로 이동) | ② 아니오 (문19-2로 이동) |
|-----------------|-------------------|

문19-1) 이야기 거래소(가칭)를 운영하게 될 경우, 가장 유의해야 할 부분이 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

- | | |
|--|--|
| ① 등록한 이야기의 저작권 확보 및 보호 대책(무단도용, 표절 방지 대책) | |
| ② 등록된 이야기의 구매자 확보를 위한 홍보/마케팅 | |
| ③ 해외 시장으로의 진출을 대비하기 위한 번역 서비스 제공 | |
| ④ 등록한 이야기의 거래 과정에서 법률 자문 등 지원 제공 | |
| ⑤ 국내외 이야기 구매자 정보(예: 제작사, 기획사, 콘텐츠 기업 및 일반기업체 이야기 담당자 등) 제공 | |
| ⑥ 기타 | |

문19-2) 이야기 거래소(가칭)가 필요하지 않다면, 그 이유는 무엇입니까?

()

부록 2. 콘텐츠 이야기산업 실태조사 설문지

SECTION 3. 콘텐츠 기획 제작

문20) 귀사는 연간 몇 편의 콘텐츠를 기획합니까?

- ① 1-5편 ② 6-10편 ③ 11-15편 ④ 16-20편 ⑤ 21-30편 ⑥ 기타 (약 편)

문21) 귀사는 연간 몇 편의 콘텐츠를 제작합니까?

- ① 0-1편 ② 2-5편 ③ 6-10편 ④ 11-15편 ⑤ 16-20편 ⑥ 기타 (약 편)

문22) 귀사는 연간 몇 편의 콘텐츠를 유통시킵니까?

- ① 1편 ② 2-3편 ③ 4-5편 ④ 6-9편 ⑤ 10편 이상

문23) 귀사의 콘텐츠가 제작 또는 유통되지 않은 경우, 그 주된 이유는 무엇입니까?

- ① 재정적 이유 ② 이야기의 완성도 미비
③ 회사의 조직적 이유 ④ 유통, 배급 등 업계 환경의 이유
⑤ 기타

문24) 귀사의 콘텐츠가 기대 이하의 결과를 거둔 경우, 가장 큰 원인은 무엇이었습니까?

- ① 시장 분석의 오류 ② 이야기 완성도의 미흡함
③ 프로덕션 진행상의 미흡함 ④ 마케팅 전략의 실패
⑤ 기타

SECTION 4. 이야기산업의 현황과 전망

문25) 이야기산업 가치사를 중 어느 단계에서의 산업 활동이 가장 활발히 이루어지고 있다고 생각하십니까?

- ① 이야기 원천소재의 조사, 발굴 ② 이야기 기획, 개발 및 창작
③ 이야기 유통과 거래 ④ 이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작

문26) 5년 후 이야기산업 가치사를 중 어느 단계에서의 산업 활동이 가장 활발해질 것이라고 생각하십니까?

- ① 이야기 원천소재의 조사, 발굴 ② 이야기 기획, 개발 및 창작
③ 이야기 유통과 거래 ④ 이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작

문27) 이야기산업의 정책 방향 중 가장 중요하다고 생각하는 것은 무엇입니까?

- ① 이야기산업의 건강한 생태계를 위한 법, 제도 마련
② 이야기 창작자, 기획자 등 전문직업군 및 일자리 창출
③ 이야기산업을 콘텐츠산업의 뿌리산업으로 육성
④ 이야기산업과 일반산업의 접목을 통한 고부가가치 창출
⑤ 이야기 문화, 산업계의 선도 국가로 국내외 위상 강화

문28) 귀하의 생각에 정부가 이야기산업 활성화를 위해 지원정책을 시행할 경우 우선 지원이 필요하다고 생각하는 분야를 3가지 선택해주십시오.

- ① 이야기 원천소재의 수집 및 DB 구축 ② 이야기 창작 지원
③ 이야기 유통과 거래 제도화 ④ 공정한 거래질서 확립 (저작권 보호 등)
⑤ 이야기 경쟁력이 있는 콘텐츠 제작 집중 지원
⑥ 이야기 활용 서비스의 확대 (스토리텔링 적용 분야)
⑦ 이야기 기획/개발/창작 교육 (예비 창작자 지원) ⑧ 기타

문29) 귀하는 이야기 기획, 창작시 해외 시장에 대해 어떻게 생각하고 작업을 하시는 편이십니까?

- ① 작업 시 전혀 고려하지 않는다. ② 작업하는 아이템에 따라 고려한다.
③ 작업하는 모든 아이템을 해외시장을 고려해 작업한다. ④ 기타

문30) 귀하는 해외 시장 진출을 위한 국내 창작 이야기의 경쟁력에 대해서 어떻게 생각하십니까?

- ① 매우 경쟁력이 있다 ② 경쟁력이 있는 편이다
③ 보통이다 ④ 경쟁력이 없는 편이다
⑤ 매우 경쟁력이 없다

문31) 국내 창작 이야기의 해외 시장 진출을 위해 가장 필요한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 해외 시장에 대한 정보, 교육 제공 ② 번역 등 언어 장벽 해소를 위한 지원
③ 해외 네트워크가 강한 기업과의 연계 ④ 해외 판매를 위한 플랫폼 개발 및 발굴
⑤ 기타

문32) 최근 콘텐츠 업계 이외에 관광, 축제, 교육은 물론 제조업이나 서비스업 등 일반 산업 분야에서 이야기를 활발하게 활용하고 있습니다. 이러한 경향이 지속될 것으로 보십니까?

- ① 널리 확산될 것이다
② 현 수준을 유지할 것이다
③ 점차 사그라질 것이다

문33) 이야기 창작자 인력이 콘텐츠 업계 이외의 이야기 활용 프로젝트에 활용되는 것을 긍정적으로 보십니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다
③ 보통이다 ④ 그렇지 않다
⑤ 전혀 그렇지 않다

문33-1) (문 33번 응답값 제시)라고 하신 이유는 무엇입니까?

()

부록 3. 일반 이야기산업 실태조사 설문지

안녕하십니까?

본 설문조사는 영화, 방송, 게임, 캐릭터, 애니메이션, 공연 등 콘텐츠산업의 핵심 요소일 뿐만 아니라 관광산업, 교육산업, 제조업 등 일반 산업의 기반을 튼튼히 하는 뿌리산업인 '이야기산업'의 현황을 파악하기 위해 실시하는 설문조사입니다.

설문지에서 사용되고 있는 '이야기산업'은 이야기 자체의 창작과 거래를 중심으로 하는 이야기 기초산업과 콘텐츠산업 및 일반산업과 접목되어 가치와 경쟁력을 높이는 이야기 활용산업을 포함하고 있습니다. 이야기산업 안팎에 종사하시는 관계자들의 응답과 의견수렴을 통해, 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 향후 이야기산업의 제도적 기반을 마련하는데 필요한 실증적 분석결과를 제공하고자 합니다.

조사 결과는 통계적 목적으로만 활용됩니다. 조사를 위해 귀한 시간을 내주셔서 진심으로 감사합니다.

2014년 9월

연구기관: 한국콘텐츠진흥원, 문화체육관광부

연구담당: 이양환 (한국콘텐츠진흥원 정책연구실 산업정책팀 책임연구원)

연구수행: 메타기획컨설팅

조사기관: 코리아리서치

창작자 성별	<input type="checkbox"/> 남 <input type="checkbox"/> 여
창작자 나이	<input type="checkbox"/> 20~30세 <input type="checkbox"/> 31~40세 <input type="checkbox"/> 41~50세 <input type="checkbox"/> 50세 이상
창작자 학력	<input type="checkbox"/> 고졸 <input type="checkbox"/> 대학교졸 <input type="checkbox"/> 대학원졸 <input type="checkbox"/> 기타
창작자 전공	<input type="checkbox"/> 인문/예술 <input type="checkbox"/> 사회과학 <input type="checkbox"/> 자연과학/공학 <input type="checkbox"/> 기타 ()
창작자 경력	<input type="checkbox"/> 2년 이하 <input type="checkbox"/> 2~5년 <input type="checkbox"/> 5~10년 <input type="checkbox"/> 10년 이상

SECTION 1. 일반 현황

문1) 귀하의 직장의 기업 형태는 무엇입니까?

- ① 공기업 및 공공기관 ② 개인사업체
③ 영리법인 ④ 비영리법인
⑤ 비법인단체

문2) 귀사는 다음 산업분류 중 어디에 속합니까?(중복될 경우 주된 분야 택 1) (문항순서 변경)

- ① 관광 분야 ② 축제, 전시, 이벤트 분야
③ 교육, 강연 분야 ④ 제조업
⑤ 서비스업

문3) 귀사의 2013년 매출액에 대해 응답해 주십시오. (2013. 12. 31. 기준)
(매출액 약) 만원)

문4) 귀사 직원의 고용 형태에 대해 응답해 주십시오.

2013.12.31 기준
정규직 ()명
비정규직 ()명
총계 ()명

부록 3. 일반 이야기산업 실태조사 설문지

문5) 귀사 직원의 연령별 종사자 수에 대해 응답해 주십시오.

2013.12.31 기준
29세 이하 ()명
30-34세 ()명
35-39세 ()명
40세 이상 ()명

문6) 귀하의 소속부서와 주요 업무를 적어주세요.

소속부서: ()
주요업무: ()

SECTION 2. 이야기 활용

SECTION 2-1. 이야기 활용 일반

문7) 귀사가 이해하는 '이야기'는 다음 중 어떤 것에 가깝습니까?

- ① 고객 커뮤니케이션을 보다 쉽게 하도록 만드는 것
- ② 고객 사이에서 회자되는 우리 브랜드에 대한 입소문
- ③ 우리 기업과 브랜드의 가치 체계를 구축하거나 설명하는데 필요한 것
- ④ 제품, 서비스 등을 기획하기 위한 영감의 원천
- ⑤ 기타

문8) 귀사의 업종에도 이야기 또는 이야기 기법(스토리텔링)을 상품의 기획·개발·제작·생산·유통·홍보의 과정에서 활용하는 것이 효과적이라고 생각하십니까?

- ① 전혀 그렇지 않다
- ② 별로 그렇지 않다
- ③ 보통이다
- ④ 대체로 그렇다
- ⑤ 매우 그렇다

문9) 이야기 또는 이야기 기법(스토리텔링)을 가장 효과적으로 활용할 수 있는 단계는 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 상품의 기획, 개발
- ② 상품의 제작, 생산
- ③ 상품의 유통
- ④ 상품의 홍보, 판매

문10) 귀하는 이야기 또는 이야기 기법(스토리텔링)을 상품의 기획·개발·제작·생산·유통·홍보 등의 목적으로 활용할 경우, 상품 기획개발비 중 몇 퍼센트(%)의 비용을 사용하는 것이 적정하다고 생각하십니까?

- ① 5% 미만
- ② 5-10%
- ③ 10-20%
- ④ 20-30%
- ⑤ 30-50%
- ⑥ 50% 이상

SECTION 2-2. 이야기 활용 현황

문11) 귀사는 상품 기획을 위해 이야기를 활용할 때 주로 어떤 통로를 이용하십니까?
(활용빈도가 높은 순서대로 복수응답 가능)

- ① 비전문화된 직원들이 직접 개발
- ② 내부의 전문화된 팀 또는 직원들이 직접 개발
- ③ 기존의 광고 애이전시를 활용
- ④ 이야기전문기업을 통한 아웃소싱
- ⑤ 개인 작가 섭외
- ⑥ 기타

문12) 귀사는 상품 기획을 위해 이야기를 개발할 경우 주로 어떤 방안을 활용하십니까?
(① 출판물, 캐릭터 등 유행하고 있는 창작물을 활용 ② 고전, 신화 등 원천 소스 활용
③ 실존하는 공공재 또는 문화유산 등 역사적, 문화적 소재를 활용 ④ 기타)

문13) 귀사에는 이야기 전담부서 또는 이야기 전담인력이 있습니까?

- ① 이야기 전담부서를 운영하고 있음
- ② 별도의 부서는 없으나 이야기를 전담하는 인력이 있음 (문13-1로 이동)
- ③ 이야기 전담부서 또는 이야기 전담인력이 없음 (문13-1로 이동)

문13-1) 앞으로 이야기 전담인력을 충원하고 전담부서를 운영할 생각이 있으십니까?

- ① 이야기 전담부서를 마련하여 운영할 계획이 있음
- ② 독립 부서는 아니어도 이야기 관련 업무를 담당하는 부서 내에 전담인력을 충원할 계획임
- ③ 부서 마련이나 인력 채용 계획은 없으나 긍정적으로 고려할 사안이라고 봄
- ④ 이야기 전담부서 또는 전담인력을 운영할 필요성이 없다고 생각함

문14) 귀사가 브랜드나 제품, 서비스 등에 관한 이야기를 활용할 때 있어 가장 어려운 점은 무엇입니까?

- ① 이야기의 개념에 대한 이해 부족
- ② 이야기 전문가 섭외의 어려움
- ③ 효과성에 대한 의문
- ④ 해당 항목의 예산 부재
- ⑤ 기타

부록 3. 일반 이야기산업 실태조사 설문지

문15) 귀사가 이야기를 보다 효율적으로 활용하기 위해서 선행되어야 할 것은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 이야기 활용에 대한 임직원 대상의 교육
- ② 이야기 전문가 네트워크 확보
- ③ 이야기의 효과 예측
- ④ 이야기 관련 별도 예산 배정
- ⑤ 기타

문16) 귀사 또는 귀사의 상품과 이야기를 보다 원활하게 접목하기 위해 정부 차원의 지원이 필요하다고 생각되는 것은 무엇입니까?(중요하다고 생각되는 순서대로 복수 응답 가능)

- ① 이야기 관련 연구소 설립 시 세제 혜택
- ② 이야기 관련 인력 채용에 대한 제도적 지원
- ③ 기업인을 대상으로 하는 이야기와 스토리텔링 관련 교육 프로그램 운영
- ④ 일반 기업의 이야기 및 스토리텔링 활용 우수 사례에 대한 지식 공유(포럼, 마켓 등)
- ⑤ 기타

문17) 최근 3년간 이야기 개발과 관련한 외주 용역을 국내 기업에게 발주한 경험이 있으십니까? 연도별로 응답해주세요.

- 2011년 ① 있다 ② 없다
- 2012년 ① 있다 ② 없다
- 2013년 ① 있다 ② 없다

문18) 최근 3년간 이야기 개발과 관련한 외주 용역을 해외 기업에게 발주한 경험이 있으십니까? 연도별로 응답해주세요.

- 2011년 ① 있다 ② 없다
- 2012년 ① 있다 ② 없다
- 2013년 ① 있다 ② 없다

문19) 이야기를 활용하기 위해 이야기 창작자를 섭외하고자 할 경우, 귀사는 주로 어떤 경로를 통해 이야기 창작자를 찾으십니까?

- ① 이야기전문기업에 의뢰
- ② 이야기 관련 협단체에 의뢰하여 추천을 받음
- ③ 내부 리서치를 통해 작가를 선정하여 직접 연락함
- ④ 동종 업계 종사자에게 문의하고 추천을 받음
- ⑤ 공고 또는 공모를 통해 작가 모집⑥ 기타

문20) 이야기를 활용하기 위해 외주 용역을 발주한 경우, 귀사가 이야기 창작자에게 제공하는 건별 평균 고료는 얼마입니까?

(귀사의 이야기 개발 건별 평균 고료 _____ 만원)

문21) 이야기 활용으로 어느 정도의 매출상승 효과를 얻었다고 보십니까?

- ① 100% 이상
- ② 70% 이상
- ③ 50% 이상
- ④ 30% 이상

문22) 이야기를 기획, 개발, 제작, 분석, 자문, 제공, 알선하거나 이야기 거래와 관련한 계약 등의 업무를 대행하는 이야기전문기업이 필요하다고 생각하십니까?

- ① 예 (문22-1로 이동)
- ② 아니오 (문22-2로 이동)

문22-1) 필요하다면, 이야기전문기업이 수행해야 하는 주요 임무가 무엇이라고 생각 하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

- ① 이야기산업 활성화를 위한 이야기 기획, 개발, 제작 활동
- ② 이야기 유통 경로의 확대를 위한 플랫폼 역할
- ③ 이야기 창작자의 발굴과 저작권, 이야기값 대리협상, 부가판권 권리 확보 등 창작자의 권리 보호
- ④ 콘텐츠 및 일반 기업의 이야기 활용에 대한 분석과 자문
- ⑤ 기타

문22-2) 필요하지 않다면, 그 이유는 무엇입니까?

()

문23) 정부에서 관리 또는 위탁 운영하여 이야기 작품을 등록하고 구매자와 판권을 거래할 수 있는 이야기 거래소(가칭)가 필요하다고 생각하십니까?

- ① 예 (문22-1로 이동)
- ② 아니오 (문22-2로 이동)

문23-1) 이야기 거래소(가칭)를 운영하게 될 경우, 가장 유의해야 할 부분이 무엇이라고 생각하십니까? 생각하시는 중요도 순서대로 3개를 선택해주세요.

- ① 등록한 이야기의 저작권 확보 및 보호 대책(무단도용, 표절 방지 대책)
- ② 등록된 이야기의 구매자 확보를 위한 홍보/마케팅
- ③ 해외 시장으로의 진출을 대비하기 위한 번역 서비스 제공
- ④ 등록한 이야기의 거래 과정에서 법률 자문 등 지원 제공
- ⑤ 국내외 이야기 구매자 정보(예: 제작사, 기획사, 콘텐츠 기업 및 일반기업체 이야기 담당자 등) 제공
- ⑥ 기타

문23-2) 이야기 거래소(가칭)가 필요하지 않다면, 그 이유는 무엇입니까?

()

문24) 귀하가 생각하시기에, 귀사에서 이야기 또는 이야기기법(스토리텔링)을 성공적으로 활용한 사례가 있다면 소개해주세요.

- 1. 상품명: () / 이유: ()
- 2. 상품명: () / 이유: ()

부록 3. 일반 이야기산업 실태조사 설문지

SECTION 3. 이야기산업의 현황과 전망



문25) 이야기산업의 가치사를 위의 그림과 같이 정리한다면, 이야기산업 가치사를 중 어느 단계에서의 산업 활동이 가장 활발히 이루어지고 있다고 생각하십니까?

- ① 이야기 원천소재의 조사, 발굴 ② 이야기 기획, 개발 및 창작
③ 이야기 유통과 거래 ④ 이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작

문26) 5년 후 이야기산업 가치사를 중 어느 단계에서의 산업 활동이 가장 활발해질 것이라고 생각하십니까?

- ① 이야기 원천소재의 조사, 발굴 ② 이야기 기획, 개발 및 창작
③ 이야기 유통과 거래 ④ 이야기를 활용한 콘텐츠 및 상품의 기획, 제작

문27) 이야기산업의 정책 방향 중 가장 중요하다고 생각하는 것은 무엇입니까?

- ① 이야기산업 생태계 기반 조성
② 이야기 창작자, 기획자 등 전문 직업군 및 일자리 창출
③ 이야기산업을 콘텐츠산업의 뿌리산업으로 육성
④ 이야기산업과 일반산업의 접목을 통한 고부가가치 창출
⑤ 이야기 문화·산업계의 선도 국가로 국내외 위상 강화

문28) 귀하의 생각에 정부가 이야기산업 활성화를 위해 지원정책을 시행할 경우 우선 지원이 필요하다고 생각하는 분야를 3가지 선택해주십시오.

- ① 이야기 원천소재의 수집 및 DB 구축 ② 이야기 창작 지원
③ 이야기 유통과 거래 제도화 (컨설팅/판매대행을 하는 이야기전문회사 육성, 이야기거래소 운영 등)
④ 공정한 거래질서 확립 (저작권 보호, 표준계약서 사용 등)
⑤ 이야기 경쟁력이 있는 콘텐츠 제작 집중 지원
⑥ 이야기 활용 서비스의 확대 (스토리텔링 적용 분야)
⑦ 이야기 기획/개발/창작 교육 (예비 창작자 지원)
⑧ 기타

문29) 최근 관광, 축제, 교육은 물론 제조업이나 서비스업 등 일반산업 분야에서도 이야기를 활발하게 활용하고 있습니다. 이러한 경향이 지속될 것으로 보십니까?

- ① 널리 확산될 것이다
② 현 수준을 유지할 것이다
③ 점차 사그라질 것이다

문30) 이야기 창작자 인력이 콘텐츠 산업 외에 일반 산업 분야의 이야기 활용 프로젝트에서도 활용되는 것을 긍정적으로 보십니까? 그 이유는 무엇입니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다
③ 보통이다 ④ 그렇지 않다
⑤ 전혀 그렇지 않다

문30-1) (문 30번 응답값 제시)라고 하신 이유는 무엇입니까?

()

연 구	총 팔	최 도 인 메타기획컨설팅 Knowledge 본부장
연 구	책 임	정 종 은 메타기획컨설팅 Knowledge 부소장
연 구	P M	이 성 민 메타기획컨설팅 Knowledge 컨설턴트
연 구	구 원	곽 동 근 메타기획컨설팅 Knowledge 컨설턴트 오 성 원 메타기획컨설팅 경영전략부 부장 조 한 백 코리아리서치 수석연구원 김 진 범 코리아리서치 연구원

kocca 연구보고서 14-22

2014 이야기산업 실태조사

발행인 | 홍상표

발행일 | 2014년 11월 14일

발행처 | 한국콘텐츠진흥원

전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)

전화 1566-1114

팩스 (061) 900-6015

인터넷 <http://www.kocca.kr>

ISBN 978-89-6514-382-6 (93600)

이 책은 저작권법에 따라 보호받는 저작물이므로 무단전제와 무단복제를 금지하며, 이 책의 전부 또는 일부를 이용하려면 반드시 저작권자의 서면 동의를 받아야 합니다.