

“선진국형 지원시스템 갖춰 체계적인 정부지원 뒷받침하겠다”

정부에 대한 기대치 높은 건 당연 ... 요구사항 실현토록 노력 중

“온라인 디지털 콘텐츠 산업의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않습니다. 차세대 유망산업일 뿐 아니라 다른 산업에 미치는 영향도 엄청나죠. 한마디로 미래 국가경제의 ‘핵심성장엔진’이라고 해도 과언이 아닌 것이 디지털 콘텐츠 산업입니다.”

한국소프트웨어진흥원(이하 KIPA) 콘텐츠사업단(www.dck.or.kr)을 이끌고 있는 허문행(51) 단장을 만나 앞으로 정부가 추진하는 디지털콘텐츠 산업활성화 계획에 따른 콘텐츠사업단의 역할과 계획에 대해 들어보았다.

취재 김진경 기자 사진 한정수 기자

한국소프트웨어진흥원(KIPA)
허문행 콘텐츠사업단 단장



“디지털콘텐츠 강국으로 도약하느냐 못하느냐에 따라 우리나라 IT 미래가 좌우할 것이다. 디지털콘텐츠를 차세대 성장엔진으로 자리매김 할 수 있도록 하기 위해서 정부의 지원체계를 정립할 때이다. 정부의 역할을 구체화하고 업체를 지원할 수 있는 기관으로서 조직을 정립해 나가도록 하겠다.”

KIPA 콘텐츠사업단의 수장을 맡고 있는 허문행 단장은 체계적인 정부지원 1단계로 조직개편을 단행했다. 국내시장 분석 및 세미나 등 업무를 맡는 콘텐츠기획팀, 해외 마켓분석 및 신규 비즈니스 발굴에 주력하는 시장개발팀, 온라인 유통 및 지원시스템 등 디지털콘텐츠 유통 활성화를 지원하는 상거래지원팀, 해외 진출 및 현지화 사업을 지원하는 대외사업팀으로 구성됐다.

정통부 지원 프로그램 적극 활용하길...

조직개편과 함께 주력한 것은 정통부와 디지털콘텐츠기업 간 가교 역할을 제대로 하겠다는 것. 허 단장은 기업들은 정부가 어떤 지원 프로그램을 가동하고 있는지 알지 못해 활용하지 못하는 경우가 비일비재하다며, 정통부의 계획을 미리 알고 지원을 요청할 수 있도록 ‘사업 안내서’를 제작했다고 말했다.

콘텐츠사업단이 가장 주력하는 것 중의 하나가 디지털콘텐츠 기업의 해외진출. 해외 바이어들이 국내 기업정보를 쉽게 접할 수 있도록 ‘영문편람’을 만들어 iPark과 GPP(Global Publishing Post)를 통해서 제공할 수 있도록 하고 있다.

“해외 디지털콘텐츠 관계자들을 만나면 자주 듣는 얘기가 ‘한국에서 잘 나가는 게임이 무엇인가? 뜨는 모바일 콘텐츠는 무엇인가?’ 등 국내 기업들의 정보이다”

해외 마케터들이 필요로 하는 정보를 적재적소에 제공하기 위해 기업들의 제품소개, 영업실적 등을 담은 '디지털콘텐츠 분야별 제품 디렉토리'를 만들고, 매년 업데이트된 정보로 국내 기업들의 해외진출을 지원하겠다고 말했다.

DC업체 해외진출 '서포터즈'

콘텐츠사업단의 해외 진출 프로그램으로 눈길을 끄는 것은 GPP(Global Publishing Post) 프로그램과 비즈니스 상담회, 그리고 국내 기업을 집중적으로 지원하기 위해 계획한 '멤버십 프로그램' 등이다.

콘텐츠사업단이 최근 기획한 'DCK(Digital Contents Korea) 멤버십 프로그램'은 글로벌 기업으로 성장하기 위해 노력하는 국내 디지털콘텐츠 기업의 창업/성장 및 해외진출을 맞춤 지원하기 위한 것.

허 단장은 "신생기업, 수출기업 등 각 기업의 성장단계와 분야별 특성에 맞게 그룹핑해서 지원할 예정"이라며 "온라인 등록과 간단한 승인 절차를 거쳐 멤버십이 구성되면 6월 본격 가동하게 될 것"이라고 밝혔다.

온디콘법 시행계획 수립 중

"디지털콘텐츠산업육성기본계획이 범부처적으로 완성됐고, 이제 세부 시행계획을 작성 중에 있다."

허 단장은 Pre-Production 단계에 제품 표준규격에 맞는 '시범제작 지원 프로그램'을, Main-Production 단계에 '차세대 콘텐츠 개발 지원'을, Post-Production 단계에 해외진출 기업들의 '해외 현지화 지원'을 수립·시행하고 있다고 밝혔다. 또 정부는 차세대 기술이 적용된 인터랙티브 콘텐츠, IMT-2000 콘텐츠, 실감형 콘텐츠 등 선도성 콘텐츠를 제작할 수 있도록 지원할 계획을 갖고 있다고 덧붙였다. 그 외 Post-Production 단계의 '해외 현지화 지원' 사업으로 디지털영상, 게임, 모바일 콘텐츠를 현지 네트워크 환경 및 소비자 환경에 맞출 수 있도록 현지어 번역, 플랫폼 변환, 유저 인터페이스 변화 등 컨버전스 작업을 지원해 주고 있다고 설명했다.



"디지털콘텐츠를 차세대 성장엔진으로 자리매김 할 수 있도록 하기 위해서 정부의 지원체계를 정립할 때"

2005년 동북아 허브 'DCM 구축'

온라인디지털콘텐츠산업발전법의 핵심으로 자리하고 있는 것은 '디지털콘텐츠멀티플렉스(DCM)'로 우리나라를 디지털콘텐츠 생산과 유통의 세계적인 메카로 만든다는 야심찬 계획.

허 단장은 "DCM 기본 내용은 시너지 효과를 낼 수 있는 전문가들이 물리적인 공간에 모여 작업할 수 있는 환경을 조성하도록 한다는 것이다. 통신망 인프라, 창업컨설팅, 컨퍼런스 룸 등을 갖춘 것이며, 2004년이 DCM조성 원년이 될 것"이라며 "정부는 영화·3차원 애니메이션 등 컴퓨터그래픽 기반의 핵심 제작 기술을 개발하기 위해 ETRI에 '영상콘텐츠기술지원센터'를 설치·운영키로 했다"고 설명했다.

세제혜택, 투자유치, 인력양성 공통적 요구

콘텐츠사업단은 온라인게임, 모바일 콘텐츠, 애니메이션 등 디지털콘텐츠 각 분야별 CEO들과의 모임을 정례화해 업

계의 요구사항을 수렴하고 있다. 업계에서 공통적으로 요구하는 사항을 보면 세제혜택, 투자유치 등으로 집중된다고 한다. 허문행 단장은 각 요구사항에 대해 입장을 밝혔다.

첫 번째, 세제혜택을 주기 위해서는 산업분류체계가 명확해야 한다. 디지털콘텐츠 기업들이 세제혜택을 받을 수 있도록 하려면 관련법 10여개가 정리돼야 하는데, 관련법을 모두 정비해야 하기 때문에 어려운 작업이다. 하지만 정부에서 세제혜택에 대해 긍정적으로 검토하고 있다.

두 번째, 우리나라는 프로젝트 단위의 투자패턴에 익숙하지 않다. 또 디지털콘텐츠는 IT 기술처럼 기존의 방법으로는 평가하기 어려운 점 등이 투자유치의 어려움을 야기하고 있다.

허 단장은 콘텐츠사업단을 운영하면서 어려운 점은 정부의 역할을 대행하는 '기관'으로서 표준이 되는 모델이 없다는 점이라며, 늘 계획하고 실행하는 지원 프로그램들이 '업계에 실질적인 도움이 되는 것인가' 하는 의문을 늘 갖게 된다고 말했다.

한국소프트웨어진흥원 콘텐츠사업단 허문행 단장이 고민하고 있듯이 디지털콘텐츠 업계에 실질적인 도움이 되는 기관으로 위상을 정립하고, 확고하게 자리매김 하길 기대해 본다.