

가장 경험하고 싶은
콘텐츠의 중심지,
서울

가장 경험하고 싶은 콘텐츠의 중심지, 서울

목차

한눈에 보는 서울의 콘텐츠산업 02

하나의 장르가 된 K-콘텐츠, 그 중심의 서울 03

국내 콘텐츠 기업의 가치를 알아본 해외 투자자들 10

서울 콘텐츠산업 트렌드 11

1. 웹툰
2. 게임
3. K-POP(엔터테인먼트 산업)
4. 영상콘텐츠(드라마, 예능)
5. 영화

올해보다 더 기대되는 내년, 이 기업들에 주목하세요 19

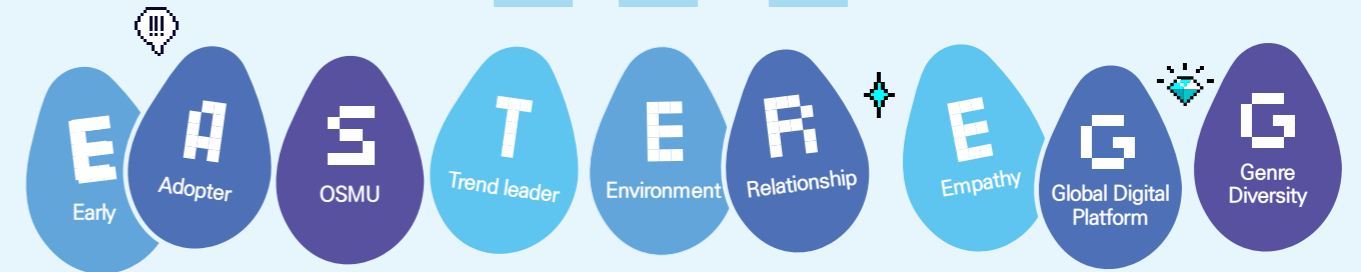
해외투자유치 성공사례
유망 기업

인베스트서울이 함께 합니다 21

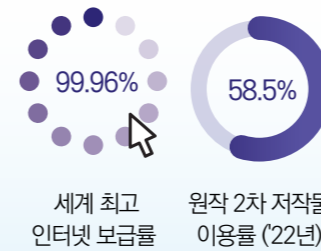
주목해야 할 콘텐츠 기업 22

한 눈에 보는 서울의 콘텐츠 산업 트렌드

EASTER EGG

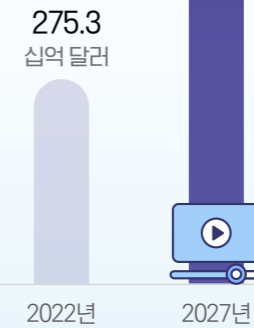


웹툰

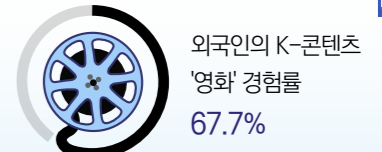


영상 콘텐츠

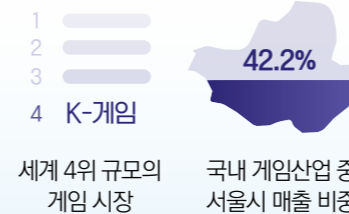
OTT 시장 매출액
476.7
십억 달러



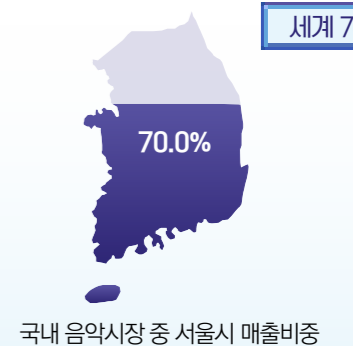
영화



게임



엔터테인먼트



트렌드 분야

- 보편적인 공감을 이끌어 내는 소재와 한국 로컬문화가 담긴 '영화산업'이 글로벌 영화 시장에서 주목받고 있음
- 차별화된 스토리텔링을 바탕으로 다양한 장르의 '영상 콘텐츠(드라마, 예능)' 을 기획·제작함
- 세로 스크롤 형태와 빠른 전개속도가 장점인 '웹툰/애니메이션 산업' 지적재산권(IP)을 활용하여 타 산업으로 시너지 확대
- 새로운 장르, 화려한 그래픽, 높은 게임성을 갖춘 '게임' 을 개발
- 톡톡 튀는 개성과 출중한 실력 중심의 인재를 발굴·양성하고, 팬들이 대중 문화의 주체로서 적극적으로 참여하는 풍토가 한국 '엔터테인먼트 산업'에 경쟁력을 끌어 올림

하나의 장르가 된 K-콘텐츠 - 그 중심의 서울

K-콘텐츠시장, 글로벌 7위

K-콘텐츠는 세계인의 공감과 연대를 끌어내 할리우드가 강세였던 글로벌 시장에서 싹쓸이로 떠오르며 전 세계적으로 사랑을 받고 있다.

- 한국 콘텐츠 시장규모는 약 709억 달러(2023년 전망치)로 세계 7위 수준이며, 지난 20여 년 동안 글로벌 시장에서 '한류'의 명성을 꾸준히 이어가고 있다.

세계 7위 콘텐츠산업 국가, 한국 단위: 십억달러

국가	2019	2020	2021p	전년대비 증감률(%)
1 미국	894.4	878.3	979.8	11.6
2 중국	392.7	401.4	446.1	11.1
3 일본	200.1	194.9	208.2	6.8
4 영국	106.3	102.3	120.3	17.6
5 독일	109.4	103.6	113.0	9.1
6 프랑스	74.3	69.7	77.3	10.9
7 한국	63.1	64.7	70.2	8.5
8 캐나다	60.7	59.2	66.2	11.8

출처: 한국콘텐츠진흥원 - 2022 해외 콘텐츠시장 분석 자료 재가공 / 국가별 순위는 '21년 기준

오징어게임, 넷플릭스 역대 최단기간 최다시청 기록



순위	넷플릭스 시리즈	시청 계정 수	공개일
1	오징어게임	1억 1,100만 개	2021년 9월 17일
2	브리저튼 : 시즌1	8,200만 개	2020년 12월 25일
3	워킹 : 파트1	7,600만 개	2021년 1월 8일
4	위쳐 : 시즌1	7,600만 개	2019년 12월 20일
5	섹스/라이프 : 시즌1	6,700만 개	2021년 6월 25일

출처: 미국 대중문화 전문 매체 버라이어티 Variety

- 2021년 전 세계인을 사로잡았던 한국드라마 '오징어게임'을 두고 넷플릭스 본사는 당시 3분기 실적을 발표하면서 주주서한을 통해 "오징어 게임이 '문화적 시대정신'을 사로잡았다"라고 표현하기도 하며, 뉴욕타임스는 "넷플릭스를 통한 한국 콘텐츠의 세계적 인기는 한국적인 정서에 집중한 덕분"이라고 한국 콘텐츠에 세계적인 관심이 쏟아지는 것을 언급하기도 하였다.

K-콘텐츠를 접한 외국인의 절반 가까이 "한국산 제품 구매할 것"

해외 주요 국가들을 대상으로 한국에 대해 가장 먼저 떠올리는 연상 이미지를 물어본 결과, K-POP(14.3%), 한식(13.2%), 한류스타(7.4%), 드라마(6.6%) 순으로 대답해 K-콘텐츠가 한국을 대표하는 이미지로써 상위권을 차지하고 있는 것을 알 수 있다 ¹⁾

- 2022년에 진행했던 같은 조사에서 K-콘텐츠를 접한 약 40%의 외국인은 잘 모르는 브랜드라도 한국산 제품에 대한 구매 의향을 보였다. 이처럼 콘텐츠는 '움직이는 국가 브랜드'로서 홍보 및 문화외교 역할을 수행하며 국가 이미지 및 브랜드 제고에 기여한다.

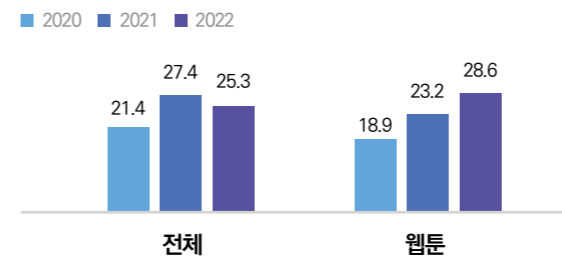
¹⁾ 문화체육관광부(2023), '2023년 해외 한류 실태조사(2022년 기준)' 결과

- 콘텐츠산업은 기업과 국가 이미지를 상승시켜 제조업, 관광산업, 기타 서비스업 등 연관산업의 동반성장을 유도하는 영향력이 큰 산업이며* 한국의 콘텐츠산업은 타 서비스산업 대비 높은 성장률, 높은 부가가치 및 수출을 보이는 고성장·고부가가치산업이다.**

* 넷플릭스 한국드라마 <오징어게임>은 전 세계 94개국 이상 방영되어 모든 국가에서 1위를 차지함. 특히 자국의 방송영상콘텐츠 파워가 강한 인도에서 방영 후, 11주 동안 1위, 28주 동안 '톱10'에 선정됨. 이에 대한 파급효과는 인도 내의 K-내구소비재로 확산하여 LG-삼성 등 한국 가전제품(PDP TV, 세탁기 등)이 인도 시장점유율 1위를 차지하기도 함

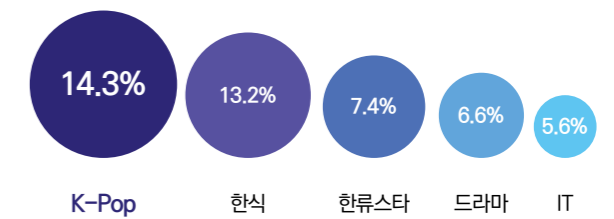
** 지식재산 집약 산업의 직접적인 일자리 기여 29.1%, GDP 기여 27.3%(한국지식재산연구원, 2018)

한국 문화콘텐츠 소비 비중



출처: 문화체육관광부 (2023)

2022 한국 연상 이미지



출처: 문화체육관광부 (2023)

미래산업의 핵심은 콘텐츠와 ICT 기술의 접목

콘텐츠는 미래 혁신 성장동력으로서 부각되고 있으며, 특히 ICT(정보통신기술)를 접목한 융복합 문화콘텐츠는 문화적 다양성의 확장, 편의성, 만족도를 증대시킬 수 있어 귀추가 주목된다.

- 국내외 콘텐츠산업 분야에서는 기술 융합(콘텐츠와 기술), 장르 융합(콘텐츠와 콘텐츠), 산업 융합(콘텐츠와 산업)으로 융합되어 발전하고 있다.
- 콘텐츠의 소비환경을 ICT 기술이 최적화하여 맞춤형 서비스를 제공하고 전통적인 문화콘텐츠를 다양한 방식으로 전달하고 있다.

자료: 정보통신산업진흥원, 디지털 경제에서의 콘텐츠 융합 및 서비스 동향, 2017



콘텐츠와 ICT 기술 융합에 선도적으로 대응 중인 한국

미래 ICT산업 수출의 큰 비중을 차지할 것으로 예상하는 분야는 콘텐츠산업으로서 K-콘텐츠산업의 고도화, 가속화를 위해 4차 산업 기술을 접목하고자 국내에서는 ICT와 콘텐츠의 융합을 전략적으로 추진하고 있다.

M.앨런의 AI 제작 작품 '스페이스 오페라 극장'

자료: CNN Business



이러한 창작방식은 AI 웹툰, AI 음악과 같은 사례로도 활용되고 있다.

* 2022년 9월 미국 '콜로라도 주립 박람회 미술대회'의 디지털 아트 부문에서 AI 제작 작품 '스페이스 오페라 극장'이 1위를 수상한 사례

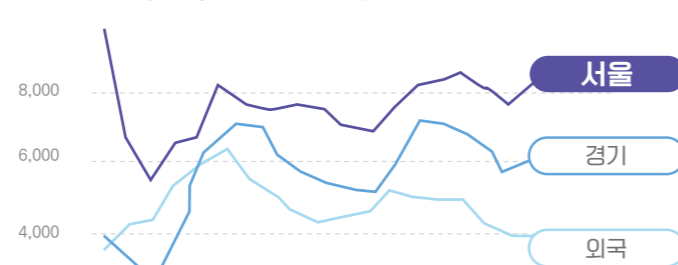
- 코로나19를 겪으면서 경제·산업 전반에 비대면 서비스가 확산하고 기술의 발전으로 디지털 전환이 가속화되면서 메타버스 기술, 플랫폼의 확장, NFT 기술을 활용한 콘텐츠의 저장 및 거래 방식으로 ICT를 활용한 콘텐츠의 세계는 무한 확장되고 있다.
- AI 기술의 경우 인간의 창의성에만 의존하던 기존의 전통적인 문화 장르 콘텐츠가 ICT 기술과 융합하여 AI가 생성한 그림*, 글, 음악과 같은 콘텐츠 분야에서 또 다른 창작이 이뤄지고, 인간 창작자들이 AI 작품을 피드백하며 재창조하는 또 다른 창작의 양식이 만들어지고 있다.

국내 최고의 ICT 기술을 보유한 서울

한국은 높은 수준의 ICT 기술과 보급률을 바탕으로 ICT 글로벌 리더로 평가받고 있다. 2) 그중에서도 서울시는 ICT 생산액이 전국의 22.9%, 소프트웨어 및 디지털 콘텐츠 68%, 정보통신 방송서비스 66.8% 등 전국에서 차지하는 비중이 압도적으로 크다.

- 지난 20년간의 서비스 특허 규모를 살펴봐도 서울은 콘텐츠 분야에서 상위권을 안정적으로 유지하고 있으며 독보적인 ICT 기술을 보유하고 있다.

서울시의 독보적인 ICT 기술력 출처: KIPRIS 특허검색시스템 단위: 특허건



2) WEF(World Economic Forum), 국가경쟁력보고서 스페셜 에디션, 2020

- 나아가 서울은 증강현실(AR), 가상현실(VR), 홀로그램 (HR) 기술을 포함하는 메타버스* 등을 활용한 융복합 문화콘텐츠로 세계인을 대상으로 콘텐츠 접근성을 높이고 편의성을 증대하며 문화적 다양성을 확장하고 있다.

* Meta와 Universe의 합성어로, 가상과 현실이 상호작용하여 그 속에서 사회·경제·문화적 활동을 하며 가치 창출이 가능한 디지털 세계 (예시: 로블록스, 마인크래프트, 제페토 등)

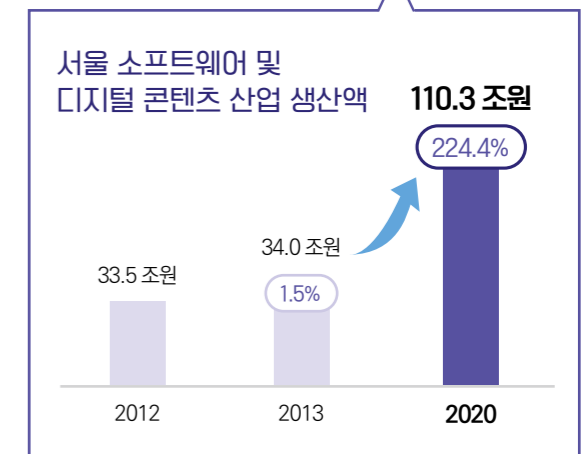
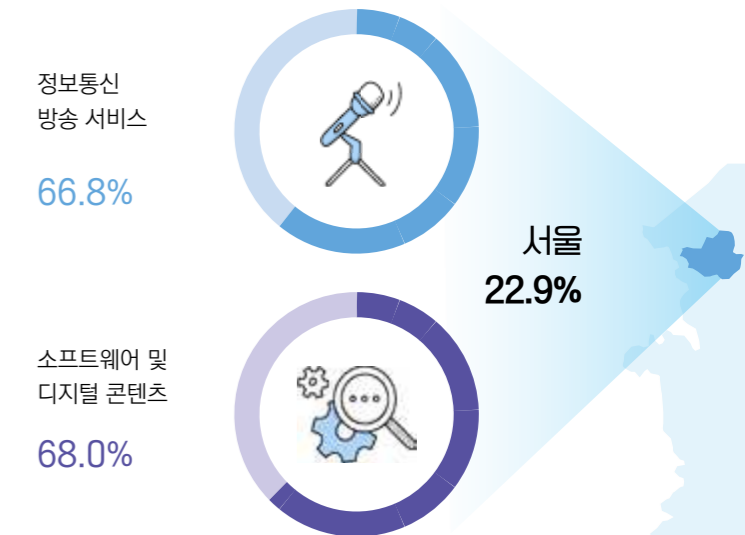
- 국내 가상증강현실 기술 수준은 미국 대비 85.9%로, AR 디바이스, 공간 컴퓨팅, 초실감화 콘텐츠 환경 관련 기술개발을 활발히 하고 있다.
- 이러한 기술은 게임, 엔터테인먼트(K-POP), 이동통신산업을 중심으로 디바이스 및 서비스 플랫폼 기술개발 경쟁이 활발하게 진행되고 있으며, 중소기업을 위주로 3D 인터랙티브 콘텐츠 제작 기술이 빠르게 발전해 나가고 있다. 3)
- 특히 서울은 콘텐츠산업 관련 기술이 풍부하고 새로운 기술을 적용하는데 도전적인 도시로, 이러한 실감 콘텐츠를 발 빠르게 적용하고 있다. 서울 소재 기업 넷마블의 경우 '메타버스 엔터테인먼트'를 설립하고 VR 플랫폼을 개발하여 버추얼 아이돌 '메이브'라는 그룹을 제작하였고, 메이브 IP로 '카카오엔터'와 연계하여 웹툰 시장을 함께 공략하고 있다.

서울 게임 기업의 메타버스 관련 산업 추진현황

회사명	내용
넷마블	손자회사 「메타버스 엔터테인먼트」 설립 - VR 플랫폼 개발, 버추얼 아이돌 매니지먼트 게임콘텐츠 제작
컴투스	VFX 기업 '위지웍스튜디오' 지분인수 통해 최대주주 등극

3) 정보통신기획평가원, 디지털 대전환 시대 주요 ICT 동향분석 보고서, 2022

ICT산업 생산액 전국대비 서울 비중



자료: ICT통계포털 지역별통계(ITSTAT) 재구성

- 국내 대형 기획사 SM 엔터테인먼트 소속 그룹 '에스파'의 가상 캐릭터 'ae'를 제작한 VFX 및 XR 콘텐츠 제작 회사 '자이언트스텝'과 2021 정부 추진 'XR 메타버스 생태계 구축 프로젝트'의 플랫폼 구축 주관사인 '맥스트' 등, 콘텐츠에 적용되는 핵심 실감기술을 선도하는 주요 기업들이 서울에 소재하고 있다.

서울의 주요 콘텐츠 핵심기술 보유 기업

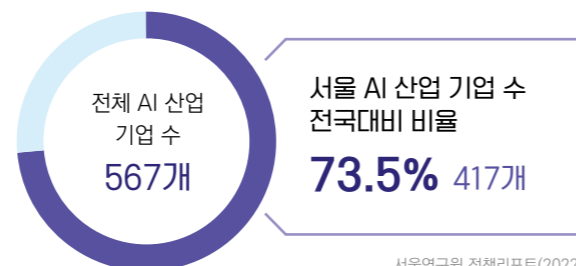
회사명	내용
자이언트 스텝	<ul style="list-style-type: none"> VFX 및 XR 콘텐츠 제작 기업 SM 엔터테인먼트 소속 걸그룹, '에스파' 가상 캐릭터 제작
	 <p>자료: 자이언트스텝 홈페이지</p>
맥스트 (Maxst)	<ul style="list-style-type: none"> 국내 유일 AR SDK(AR앱 및 콘텐츠 저작 도구)를 제공하는 플랫폼 운영기업 공간기반 AR 플랫폼 'MAST VPS' 출시 2021 정부 추진 중인 XR 메타버스 생태계구축 프로젝트에서 플랫폼 구축 주관사로 선정

• 서울은 국내 전체 AI 기업 중 73.5%가 모여있는 도시이며, AI 자연어 처리 부문에 있어서 미·중 다음으로 세계 3위, 컴퓨터 비전 분야에 있어서 세계 8위로 높은 수준을 보유하고 있다.

서울 각 분야별 AI 기술 수준

자연어 처리 분야		컴퓨터 비전 분야	
1	베이징 (중국)	1	광둥성 (중국)
2	캘리포니아 (미국)	2	베이징 (중국)
3	서울 (대한민국)	
4	뉴욕 (미국)	8	서울 (대한민국)

서울연구원 정책리포트(2022)



양재시미래융합혁신지구 위치 및 시허브 소속기업 현황



• 서울의 AI 양재 허브는 양재 R&D캠퍼스, AI 지원센터 등이 조성되어 고성능 컴퓨팅 인프라를 형성하고 교육 프로그램을 지원하며 기업이 활용할 수 있는 공간을 제공하는 역할을 한다.

• 실제로 양재 허브에서는 AI 분야 기업의 사업역량 강화 및 마케팅 활성화를 지원하고, 전문 인재 양성을 위한 교육 프로그램을 시행하고 있으며, 스타트업이 자금을 유치할 수 있도록 연계를 도와 사업역량을 강화하도록 촉진한다.

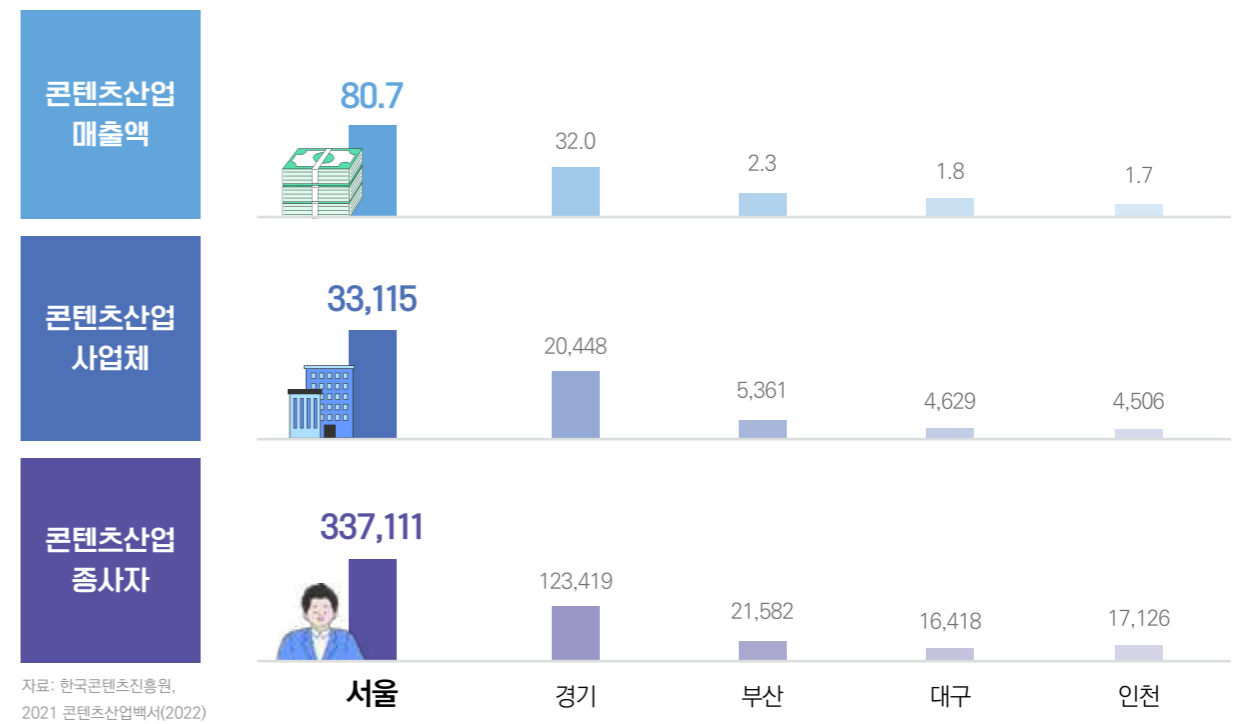
입주기업 수	멤버십기업 수	졸업기업 수	전체
77	135	80	292

자료: 서초구청 홈페이지

국내 최고 규모의 콘텐츠산업 시장, 서울

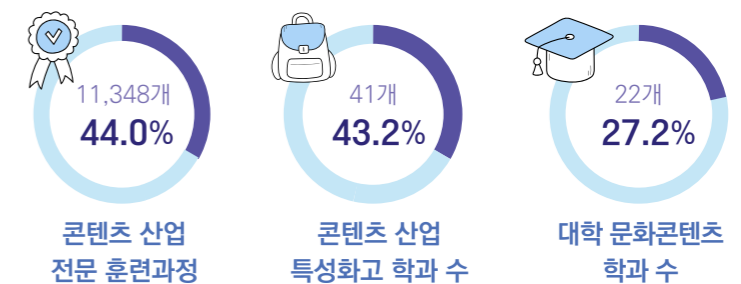
서울은 문화유산과 관광자원이 풍부한 융복합 콘텐츠 산업의 주요 입지로서 타 지역 대비 매출액, 사업체 수, 종사자 수에서 압도적으로 높은 우위를 점하고 있다. 국내 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 62.9%, 사업체 수 33.3%, 종사자 수 55.1%로 서울이 국내 콘텐츠산업 대부분을 차지하고 있다.

국내 최고의 콘텐츠산업 인프라를 가진 서울



국내 최고의 콘텐츠산업 예비인력을 가진 서울

• 서울은 단지 콘텐츠산업 종사자뿐 아니라 미래 인재들을 육성하는 교육기관이 가장 많이 집적한 도시이다. 전체 지역대비 콘텐츠산업 전문 훈련과정이 44.0%, 특성화고 학과 수가 43.2%, 대학 문화콘텐츠 학과가 27.2%로 콘텐츠산업의 예비인력들이 모여있다고 할 수 있다.



자료: 문화콘텐츠산업인력현황(2020)(전문 훈련과정), 문화콘텐츠산업인력현황 보고서(2022)(특성화고) 재가공

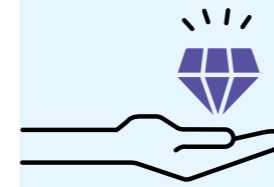
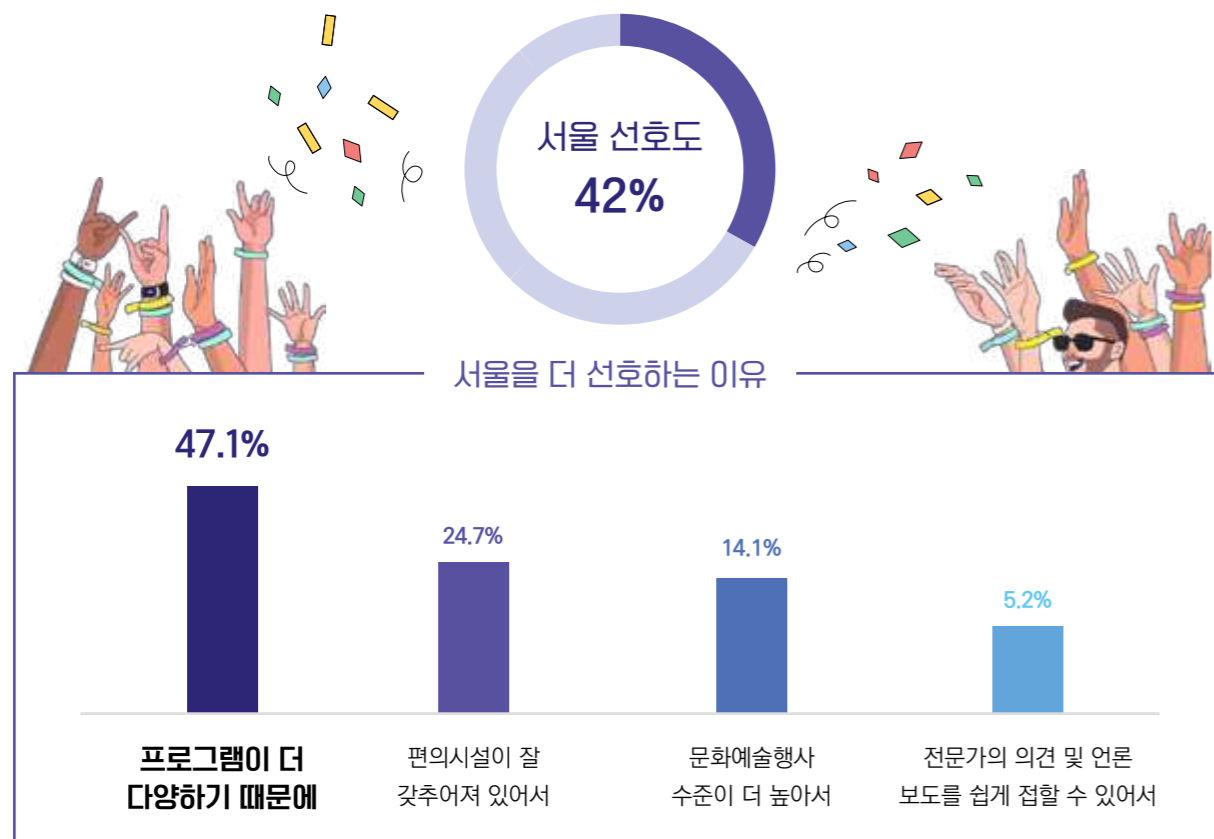
전국 1위의 경제 수준과 높은 문화예술활동 참여율 보유

서울은 국내 전국 1위의 경제도시이면서 타 지역 대비 문화예술활동 참여가 높은 도시로서, 다양한 문화 경험과 활동을 중시하는, 경제력 있는 서울시민이 많이 살고 있어 투자하기 좋은 환경을 갖춘 도시이다.

- 서울시는 대한민국 인구수의 1/5에 해당하는 인구가 살고 있으면서 **지역 내 GRDP는 약 47.1조 원**으로 전국 대비 1위의 높은 경제 수준을 지닌 도시이다.
- 이러한 높은 경제 수준을 바탕으로 2021년 기준 전국 평균 국민 문화예술활동 참여율 12.2% 대비 **서울시 인구의 약 75.6%가 문화예술활동에 참여한** 경험이 있는, 문화예술에 대한 관심이 압도적으로 높은 지역이다.
- 이뿐만 아니라 인근 지역 경기도민 42%는 더 다양한 프로그램을 접하고, 더 높은 수준의 문화예술 행사를 즐기고 싶어 **서울에 방문할 정도로** 타 지역 대비 보유하고 있는 **문화예술 환경이 뛰어나다.**

문화예술행사 선호지역 서울

자료: 경기문화재단, 경기도민 문화예술 향유실태 조사



국내 콘텐츠 기업의 가치를 알아본 해외 투자자들

넷플릭스, 서울에 향후 5년간 1억 달러 규모 투자

2022년 넷플릭스 자회사인 '아이라인 스튜디오'는 인베스트서울이 주관하는 '서울투자자포럼(Seoul Investors' Forum)'에서 첨단기술을 활용한 국내 시각효과 및 버추얼 프로덕션 제작 법인, 특수효과 영상 스튜디오 신설을 위해 **향후 5년간 1억 달러(약 1,370억 원) 규모의 투자**를 발표했다.

- 국내 콘텐츠의 글로벌 시장 내 유망성과 관련 인력의 우수성을 바탕으로 투자 결정하였으며, 향후 5년간 **최소 200명의 신규 인력 채용**으로 고용 창출의 효과가 있을 것으로 기대한다.
- 서울시와 특수효과 및 영상 제작 분야의 전문 인력양성을 위한 채용 연계형 교육사업 추진을 통해 국내 영화 및 드라마 제작 산업 발전에 기여할 것이다.

자료: 인베스트서울 제공



- 싱가포르 '가레나*'는 2022년 국내 게임 개발사 '빅게임스튜디오'에 **350억 규모**의 투자를 리드했다.
* 가레나벤처스는 한국법인 '가레나 코리아' 설립으로부터 2019년부터 한국 시장 공략을 본격화함
- 이들은 국내 스타트업에 대상으로 초기 투자를 넓히면서 한국 기업에 대한 투자를 강화하고 있다. 2021년 이용자 참여형 스토리 플랫폼을 개발하는

스타트업 '테일버스'에 200만 달러(약 23억 원), 2022년 '크루세이더 퀘스트' 개발사인 '로드컴플릿'에 150억 원(시리즈B), 2023년에는 신생 개발사 '블랙스툼'의 '프로젝트XT'와 '프로젝트NB' 시드 투자에 참여한 바 있다. '블랙스툼'의 경우 글로벌 투자 그룹인 '그리핀'으로부터도 투자를 유치했다.

01 서울 콘텐츠 산업 트렌드

웹툰

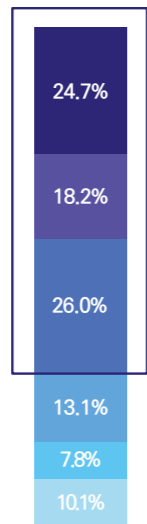
웹툰, 외국인들이 가장 많이 구매하는 K-콘텐츠 (28.6%)

수많은 콘텐츠 중 웹툰이 외국인들에게 가장 많이 소비될 정도로 한국 웹툰에 대한 세계시장 반응이 뜨겁다.

웹툰 이용 빈도

- 거의 매일
- 일주일에 3~4번
- 일주일에 1~2번
- 1개월에 2~3번
- 1개월에 한 번
- 4개월~1년에 한 번

일주일에
1회 이상



자료: 시리즈, 카카오페이지, 네이버 웹툰

- 코로나19를 계기로 세계인들도 K-콘텐츠를 접하게 되면서 해외시장까지 웹툰 이용자가 확장되었으며* 국내에서 또한 2022년을 기준으로 웹툰 이용자의 10명 중 7명은 1주일에 1번 이상 웹툰을 소비하고 있다 (68.9%) 4)

* 네이버 웹툰은 글로벌 월간 활성 이용자(MAU) 8,200만명 돌파(2022년 기준), 미국 내 월간 이용자 수 약 1,200만명, 미국 내 누적 어플리케이션 다운로드 및 수익 1위, 해외 거래액 국내 3배 규모의 실적을 지니고 있음

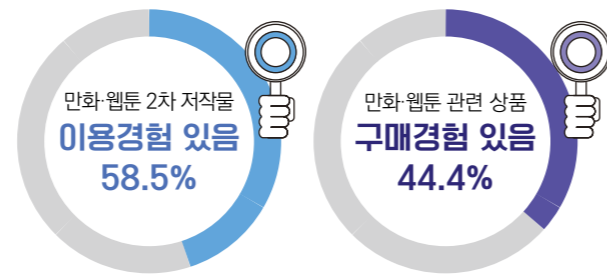
- 스마트폰이 등장하고 5G가 도입되어 유비쿼터스 환경이 되면서 사람들은 네이버 웹툰, 카카오페이지와 같은 모바일 플랫폼을 이용하여 소위 말해 “스낵을 먹듯 짧은 시간에도 콘텐츠를 소비”하게 되었다*.

* 스낵컬처: 이동시간 등 짧은 시간에 스낵처럼 쉽게 즐길 수 있는 새로운 형식의 문화 소비 트렌드

이용자 과반수가 2차 저작물을 이용하는 IP 확장 가능성이 큰 시장

- 웹툰산업은 'OSMU(One Source Multi Use)가 잘 통하는 산업'으로서, 2022년 기준 만화·웹툰 원작 2차 저작물*을 58.5%가 이용한 것으로 보아 대다수가 IP 확장을 통한 2차 저작물에 대한 반응이 긍정적이며, 문구/팬시, 모바일 메신저 이모티콘, 식품/음료, 패션의류/잡화 등의 관련 상품의 구매(44.4%)로 이어지기도 한다. 5)

* 드라마, 영화, 애니메이션 등



(Base: n=3,500)

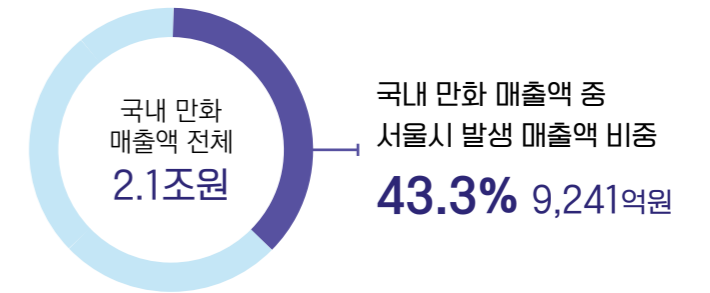


자료: 한국정경신문, 게임인사이드

4), 5) 한국콘텐츠진흥원, 2022 만화산업백서, 2022

195억 달러 규모의 글로벌 만화시장을 주도할 서울

- 글로벌 만화시장규모는 2028년까지 연평균 7% 성장하여 195억 달러 규모일 것으로 예상하는 가운데6) 국내 만화시장은 지난 4년간 97.0%의 성장을 보이며 2배 가까이 큰 폭으로 확장되었다. 이러한 성장세에 있는 국내 만화 매출액의 43.3%가 서울에서 발생하고 있다. 7)



- 2013년 세계 만화시장에서 웹툰 비중은 7.4%에 불과했으나 2022년도에는 18.5%(7.27 십억 달러)로 급증하여 미래 만화시장의 대세로 올라섰다.
- 특히 급격히 성장하고 있는 웹툰 시장을 공략할 인력이 국내 사업체 60.5%, 종사자 61.6%로 서울에 집중되어 있으며,8) 서울시는 '상상비즈아카데미(SBA 운영)'를 통해 작가 데뷔를 희망하는 청년 창작자를 지원하는 등 관련 정책도 뒷받침하고 있다.

02 서울 콘텐츠 산업 트렌드

게임

세계 4위, 코로나19 확산세에 매출“경풍”

게임산업은 코로나19 이후 게임 이용시간 증가 및 매출 확대의 수혜를 입으면서 '불경기에도 끄떡없는 산업 (Recession-proof)'임이 증명되었다.

- 2021년 국내 콘텐츠산업의 수출액 125억 달러 중 게임산업 수출액은 약 87억 달러 (69.6%)로 타 콘텐츠에 비해 수출 규모가 현저히 우세하다. 9)

구분	2021 수출액	비중	연평균 증감률 (%)
합계	12,453 백만달러	100	9
출판	428 백만달러	3.4	18
만화	82 백만달러	0.7	23.5
음악	775 백만달러	6.2	10.9
게임	8,673 백만달러	69.6	10
애니메이션	157 백만달러	1.3	2
방송	718 백만달러	5.8	18.6

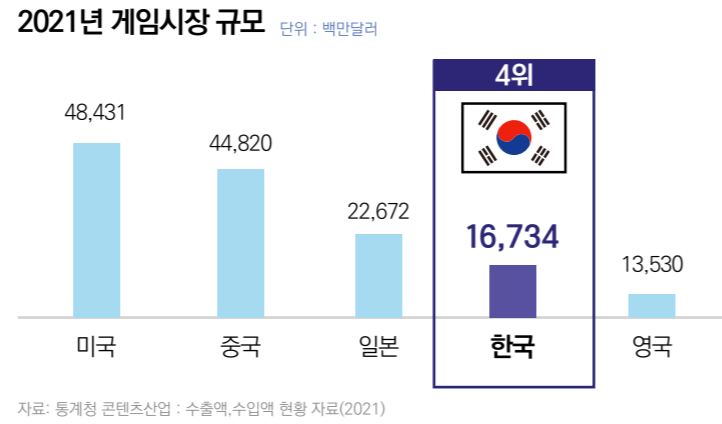
6) QYResearch Group, 「Global Comic Book Market Size, Status and Forecast 2022-2028」, 2022

7) 통계청, 2021년 만화산업 지역별 매출액 현황, 2023

8) 서울연구원, 디지털경제시대 서울 웹툰산업 성장과 정책과제, 2021

9) 통계청, 콘텐츠산업 수출액 현황, 2023

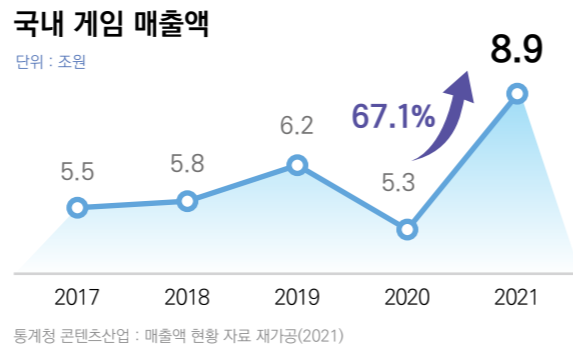
- 2021년 기준 167억 3천만 달러로 세계 게임시장규모 4위를 기록한 한국은 세계 모바일 게임시장에서도 52억 8천만 달러(약 6조 5,767억 원)로 4위를 차지했다 (2022년 기준). 장르로는 RPG(Role Playing Game)의 글로벌 매출 점유율이 31%로 가장 높았고, 국내 RPG 점유율은 엔씨소프트의 '리니지W'를 선두로 68%를 차지하고 있다. 10)



한국 게임시장의 42.2%를 차지하는 핵심 도시, 서울

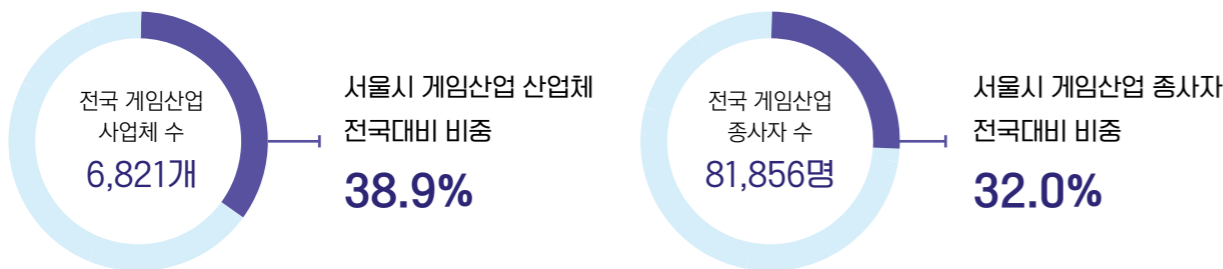
서울은 국내 게임산업 매출액 20.99조 원 중 42.2%(8.86조 원), 약 절반을 차지하고 있으며 관련 사업체 수(38.9%) 및 종사자 수(32.0%)가 가장 많은 한국 게임시장의 핵심 도시이다.

- 이러한 바탕에는 서울시가 지난 5년간 500억의 예산을 투입하여 게임개발 스타트업과 인디게임 개발자 육성을 위해 투자하고, VR·AR·AI 등 신기술과 게임콘텐츠를 융합하여 타 산업과 동반 성장하도록 지원한 '서울시 게임산업 육성 종합계획'과도 연관이 있다.



게임산업 사업체 및 종사자 현황

2021 기준 콘텐츠산업조사(문화체육관광부) 자료 재가공



10) Data.ai(구 엠애니)

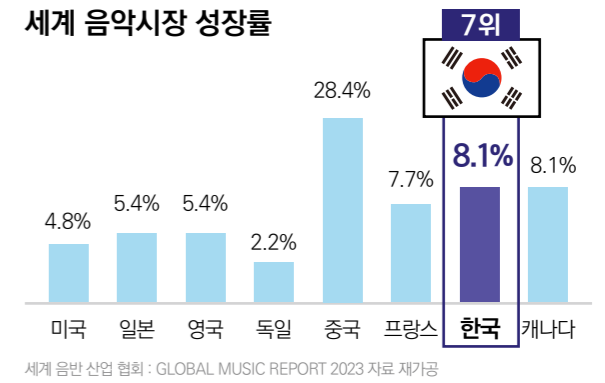
03 서울 콘텐츠 산업 트렌드 K-POP (엔터테인먼트 산업)

글로벌 음악 시장을 흔들며 놓은 세계 7위, K-POP

2022년 글로벌 음악 시장은 레코드, 스트리밍 시장이 각각 9.0%, 11.5% 성장하면서 29.1십억 달러 규모를 기록하였다. 이중 한국은 전년 대비 8.1% 성장하며 세계 7위 규모를 차지했다. 11)

- 국제음반산업협회의 GLOBAL MUSIC REPORT 2023 에 따르면, 음반 베스트셀러와 가장 인기 있는 아티스트 TOP10에 한국 아이돌이 3개 그룹*, 앨범차트에는 4개 그룹** 이 순위에 오르면서, 4개의 주요 K-POP그룹이 글로벌 시장에서 큰 역할을 했다.
- 위드코로나를 기점으로 성장이 멈추거나 저하할 것이라 예견했던 K-POP은 최근까지도 BTS의 멤버 정국의 'Seven'이 빌보드 1위, 지민의 'Like Crazy'와 뉴진스의 'Super Shy'가 빌보드 핫100에 차트인 하면서 여전히 성장세에 올라 있다.

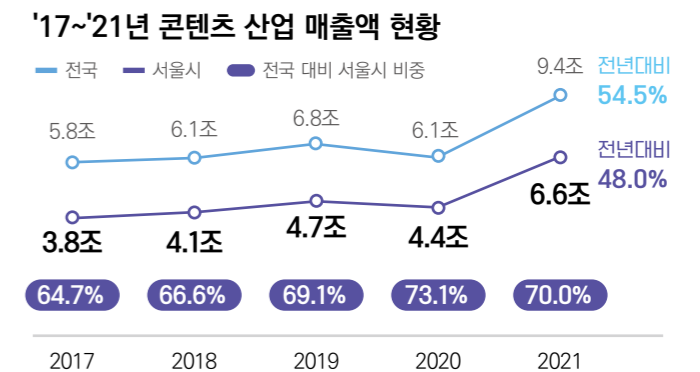
* 음반 베스트셀러 & 가장 인기 있는 아티스트 : BTS, SEVENTEEN, Stray Kids
 ** 앨범차트: BTS, Stray Kids, SEVENTEEN, BLACKPINK



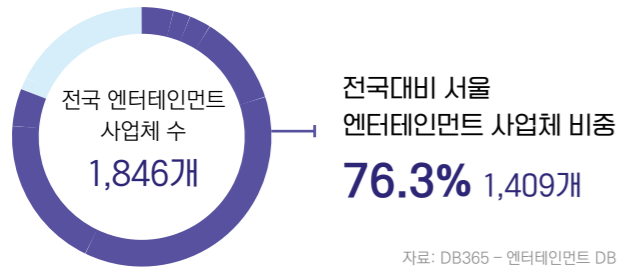
K-POP의 뿌리, 서울

국내 음악 시장은 2021년 기준 매출 9.37조 원이며, 이 중 6.56조 원 규모는 서울로 전국 대비 약 70.0%를 차지하고 있다. 전국과 서울은 작년 대비 각각 54.5%, 48.0% 증가하여 한국의 음악시장을 대표하는 도시라고 할 수 있다.

통계청 콘텐츠산업 : 매출액 현황 자료 재가공(2021)



11) IFPI, GLOBAL MUSIC REPORT 2023



• 서울은 K-POP 아이돌 육성 시스템을 개발하고 혁신적인 비즈니스 모델*을 만들어낸 주요 엔터테인먼트社를 포함한 국내 엔터테인먼트 사업체 76.3%가 모여있다.

* SM, 하이브, JYP, YG의 total management system

• 이러한 엔터테인먼트社들은 서울의 AR, VR과 같은 IT 기술을 팬 플랫폼*과 접목**하여 팬데믹 시기 유료 온라인 공연 개최를 시도하고 현재는 오프라인 공연을 넘어 온라인 공연 시장까지 확장하였다.

* HYBE의 'Weverse', SM Ent.의 'Dear U bubble', '광야클럽(GWANGYA CLUB)

** K-pop은 기존에 음원 중심의 사업에서 탈피하여 아이돌 자체를 상품으로 하는 비즈니스 모델을 제시하며 듣는 음악에서 보는 음악으로 변신한 성공사례임

• 아울러 K-POP 그룹을 육성하는 엔터테인먼트社에 투자하는 주요한 이유는 근래 K-POP 그룹들의 1년 내 앨범 판매량이 100만 장을 돌파하면서 신기록을 갱신하고 있다는 점과 하이브와 JYP 엔터테인먼트가 미국의 레코드 레이블 그룹인 '유니버설 뮤직'과 합작하여 현지 감성에 걸맞는 미국 그룹을 준비하는 등 글로벌 확장을 노리고 있다는 점이다.

• 서울시는 '콘텐츠산업 3대 혁신전략'을 통해 VR, AR 콘텐츠산업을 육성하여 K-POP 공연에 활용하는 등 5세대 이동통신 기반 실감형 방송영상콘텐츠 제작을 지원하고 실감형 방송영상콘텐츠 연구소를 운영하면서 관련 기술 역량도 탄탄히 하고 있다.

04 서울 콘텐츠 산업 트렌드 영상콘텐츠 (드라마, 예능)

넷플릭스, K-콘텐츠에 25억 달러 투자 결정

블룸버그에 따르면, 넷플릭스 구독자 가운데 60% 이상이 한국의 콘텐츠를 시청하고 있는 것으로 나타난다. 실제로 외국인들은 1년 내 경험한 한국의 문화콘텐츠 중 드라마(74.2%)를 가장 많이 본 것으로 나타났다. 12)

• OTT(온라인 기반 비디오)로 유통·소비되는 콘텐츠 산업은 코로나19 이후 최대 호황 중으로 2022년 기준 약 2,753억 달러로 추정되며, 2027년까지 약 4,767억 달러까지 증가할 것으로 전망된다. 13)

• 한국은 다양한 플랫폼에 서비스되는 콘텐츠 제작에 집중하고 있으며, 한국 영상콘텐츠는 양극화, 빈부격차와 같은 현실을 담아내고 심리 묘사에 집중하여 시청자의 공감*을 자아내는 것이 특징으로 꼽힌다.

* 예시: 독특한 정서 소재로 꼽히곤 하는 공동체 판타지 정(情)



Source : The Glory, Netflix

12) 문화체육관광부, 2023년 해외 한류 실태조사, 2023

13) 대한무역투자진흥공사, 2023 외국인투자유치 종합계획, 2022

윤석열 한국 대통령과 넷플릭스 대표(CEO) 테드 사란도스



• 넷플릭스는 지난 5년간 한국 영상콘텐츠에 총 5억 달러를 투자했으며, 시장조사업체 미디어파트너스 아시아에 따르면 연간 한국 투자액이 10억 달러에 육박하며 향후 역대 최대 규모로 한국 콘텐츠산업에 25억 달러(3조 3,000억원)를 투자하기로 하였다(2023.4.).

• 이처럼 K-콘텐츠의 성과는 K-콘텐츠에 대한 투자로 이어지고 있으며 국내 콘텐츠산업의 대규모 투자는 ▲국내 콘텐츠 제작사의 제작 역량 강화 ▲미래 인재양성 등 국내 콘텐츠산업 환경을 더욱 크게 발전시킬 것이다.

영상 제작 1위 핵심 도시, 서울

2022 방송영상 산업백서에 의하면 서울은 국내 방송영상독립제작사*의 전체 사업체 수 75.8%, 전체 매출액 91.3%, 전체 종사자 수 83.0%가 모여있는 도시로, 2013년부터 현재까지 방송영상 분야에서 압도적으로 높은 비중을 차지하고 있는 곳이다.

* 방송영상독립제작사란 방송영상물을 제작하여 「방송법」에 따른 방송사업자에게 제공하는 사업을 하는 자를 말함 (「문화산업진흥기본법」제2조 제20호)

방송영상독립제작사 연도별·지역별 분포 현황/매출액 현황/종사자 현황

연도	제작사 분포 현황			매출액 현황		종사자 현황	
	전체	서울	비율	전체	서울	전체	서울
2018	728개	550개	75.5%	2,456,536 백만원	2,215,93 백만원	12,998 명	10,825 명
2019	658개	502개	76.4%	3,171,316 백만원	3,060,982 백만원	13,453 명	12,088 명
2020	671개	511개	76.2%	3,952,961 백만원	3,545,115 백만원	13,106 명	10,694 명
2021	732개	555개	75.8%	4,569,106 백만원	4,171,431 백만원	13,568 명	11,257 명

출처: 방송영상 산업백서(2022)



• 서울경제진흥원 콘텐츠 본부는 더욱 커지고 있는 K-콘텐츠 시장에서, 성공적인 콘텐츠를 지속적으로 생산하고 공급하고자 'SPP 국제콘텐츠마켓 2022'를 개최했다. 해당 행사는 2001년부터 시작된 콘텐츠 전문



자료: 서울경제진흥원

마켓으로 판권 구매, 공동제작, 투자유치를 포함한 다양한 콘텐츠 비즈니스가 이루어지는 국내 최대 규모의 콘텐츠 마켓이다. 2022년부터는 애니메이션, 캐릭터 전문 마켓에서 웹툰/웹소설/게임/음악/드라마/영화 등 콘텐츠 전분야로 참가대상을 확대하여 43개국 763개의 국내외 기업이 참가하여 약 2,800건의 매칭 상담이 이루어졌다.

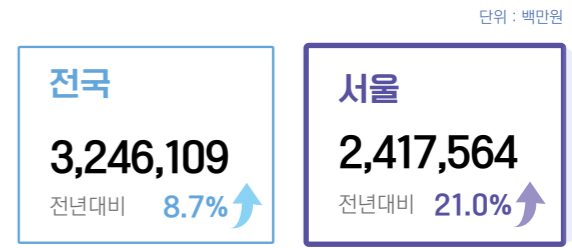


자료: 네이버 시리즈온

• 외국인들의 한국의 콘텐츠 1년 내 경험률을 살펴보면 음식(72.3%), 영화(67.7%)순으로 2위를 차지하여 높아진 인지도와 더불어 많은 외국인이 한국의 영화를 경험한 것으로 나타났다. 14)

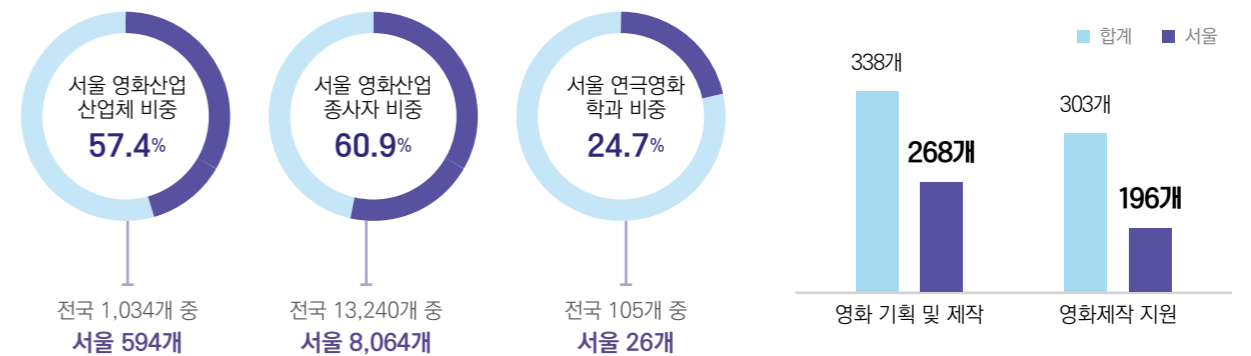
국내 영화산업을 주도하는 도시, 서울

• 2021년 국내 영화시장 3.25조 원 규모의 매출 중 2.42조 원, 전국 대비 74.5%가 서울에서 나온 것으로 대부분을 차지하고 있다. 전국과 서울 각각 작년 대비 8.7%, 21.0%의 증가를 기록하여 작년 대비 서울의 매출은 더욱 증가했다.



자료: 통계청, 콘텐츠산업 매출액 현황 자료(2021)

• 이러한 이유에는 서울에는 2021년 기준 영화산업의 사업체 57.4%, 영화기획 및 제작, 제작 지원 사업체 수는 총 464개로 전체의 약 72.4%가 서울에 있어 관련 산업이 발달하기 좋은 인프라를 구축하고 있다.
• 또한, 실제 종사자 60.9%, 예비 인력에 해당하는 연극영화과 24.7%로 전체 지역 중 가장 많은 인력이 모인 도시이기도 하다.



자료: 2021 기준 콘텐츠산업조사(문화체육관광부) 자료 재가공

자료: 통계청

14) 문화체육관광부, 2023년 해외 한류 실태조사, 2023

05 서울 콘텐츠 산업 트렌드 영화

글로벌 매출 규모 7위, 1.71조 원 시장

2022년 글로벌 극장 매출액은 251억 7천만 달러로 2019년 대비 60.3%를 회복하였고, 세계시장에 콘텐츠의 질적 완성도를 인정받은 한국 영화시장의 규모는 2022년 기준 1.71조 원, 75.9% 성장률로, 전 세계 극장에서 매출 규모 7위이다.

• 이와 더불어 2020년 봉준호 감독의 '기생충'을 시작으로 2021년 '미나리', 2022년 '헤어질 결심' 등 한국영화가 미국 아카데미, 칸 국제 영화제 등에서 수상을 하며 글로벌 시장에서 작품성도 인정받았다.

주요 국가별 극장 시장 매출 및 성장률

순위	국가	2022년 극장 시장 매출 (백만달러)	전년대비 극장 시장 성장률 (%)
1	미국	6,900.0	61.5 %
2	중국	4,457.4	-39.2 %
3	일본	1,567.9	6.3 %
4	인도	1,272.3	154.1 %
5	영국	1,111.3	45.1 %
6	프랑스	1,062.5	40.4 %
7	한국	897.9	75.9 %
8	독일	758.2	71.8 %

자료: 영화진흥위원회, 2022년 한국 영화산업 결산 보고서 자료

올해보다 더 기대되는 내년,

이 기업들에 주목하세요.

해외투자유치 성공사례 | 콘텐츠랩블루



한국의 '웹툰'이 만화강국 일본과 미국에 뿌리 내리도록 하는 것이 비전이자 목표입니다.

인하우스 제작방식, 글로벌 제작 프로세스를 기반으로 웹툰을 제작·유통하는 기업



콘텐츠랩블루는 어떤 기업인가요?

저희는 로맨스, 판타지, 드라마 등 다양한 장르의 웹툰을 제작하여 유통하는 웹툰 프로덕션입니다. 작가 개인의 역량에만 의존하던 기존 웹툰 제작방식에서 벗어나 인하우스, 즉 회사 내 다수의 작가와 함께 집단 창작의 형태로 웹툰을 제작하는 프로세스를 구축하였습니다. 이를 통해 작품 제작 역량을 내재화하고 회사에 IP를 귀속시켜 웹툰 제작 전 과정을 비즈니스화하는 구조를 만들 수 있었습니다.

어떤 제품 및 서비스를 제공하고 계신가요?

5년에 걸친 인하우스 제작 시스템을 통해 글로벌 11개 국가로 시장을 확장하여 웹툰을 유통하고 '접근 불가 레이디'(글로벌 조회수 8,500만), '검술명가 막내아들'(글로벌 조회수 5,100만)과 같은 인기 웹툰 IP가 탄생했습니다. 인기 IP를 활용한 드라마/애니메이션 제작, 단행본 출간, 굿즈 제작 등 OSMU(One Source Multi Use)를 추진하여 다양한 서비스를 제공하고 있습니다. 한국, 일본, 태국 3개 법인의 'CLB-BELT'라는 글로벌 공동제작 프로세스를 구축하고, 각 국가의 강점을 활용하여 작품의 퀄리티를 높이고 비용을 효율화하고 있습니다.

사업 모델(BM모델)에 대한 소개 부탁드립니다

웹소설, 출판만화, 게임, 영화 시나리오 등 다양한 원천 IP를 기반으로 웹툰을 제작하고, 제작된 웹툰을 카카오페이지, 네이버 웹툰과 같은 플랫폼에 유통하여 서비스하고 있습니다. 소설을 기반으로 웹툰을 제작하는 '노블코믹스'가 현재 저희 회사 비즈니스의 근간을 이루고 있으며, 그밖에 유명 출판만화, 영화/드라마/게임 시나리오를 기반으로 한 웹툰 제작까지 활발히 진행하고 있습니다.

해외 투자 유치에 성공하게 된 요인이 무엇이라고 생각하세요?

일본에서 웹툰 플랫폼인 '픽코마(ピッコマ)'가 인기를 끌면서 일본 콘텐츠 기업이 한국 웹툰에도 관심을 보이기 시작했습니다. 저희 Series B 앵커투자자 '미디어두(メディアドゥ)'는 일본 시장에 웹툰을 공급하길 원했고 저희와 전략적 협업을 목표로 지분 투자에 관심을 보였습니다. 일본 만화 산업 상황과 일치하면서 저희의 글로벌 제작 프로세스와 제작 능력을 인정받아 5억 엔(한화 약 47억 원)을 투자유치 할 수 있었습니다.

해외투자유치를 받고자 하는 기업에 조언해주실 수 있을까요?

각 국가 상황에 맞는 차별화된 전략이 필요한 것 같습니다. 저희는 일본시장이 만화강국임에도 웹툰에 보이는 관심을 포착하였고, 웹툰산업은 폭발적으로 성장할 것이라는 믿음이 있었기 때문에 다른 회사보다 앞서 일본 현지법인을 설립할 수 있었습니다. 해외 투자 유치를 위해 해당 국가의 산업이 어떤 스테이지에 있는지, 투자자들에게 어떻게 인식되고 있는지를 면밀히 분석·파악하여 각국에 부합하는 전략을 세워야 기업의 가능성이나 시장성에 대해 설득할 수 있는 것 같습니다.

투자유치에 성공한다면 향후 기대되는 바는 무엇인가요?

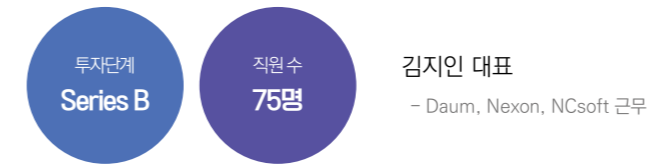
저희는 '웹툰'을 만화강국인 일본과 미국에 뿌리내리도록 하는 것이 비전이자 목표입니다. 일본과 미국은 아직 웹툰 인지도가 높지 않기 때문에 현지 유명 IP를 웹툰화하여 기존 팬층을 웹툰으로 유입하는 등 현지 기업과 협업하여 시장에 진입하는 전략을 채택하고 있습니다. 향후에도 이러한 전략을 통해 일본과 미국의 유명 IP를 선점하고 해외 구독자 수를 확보하여 시장을 확장할 수 있을 것으로 기대합니다.

유망기업 | 그램퍼스



글로벌 팬층과 함께 나아갈 '미디어컴퍼니'로 진화하는, 그램퍼스 생태계

라이브게임을 개발하는 '게임디비전'과 게이미피케이션(Gamification)을 활용하여 공동사업을 전개하는 '메타디비전'을 기반으로 사업기회를 모색하고 발전하는 기업



그램퍼스는 어떤 기업인가요?

캐주얼게임 DNA를 바탕으로 서비스 경쟁력을 키우는 그램퍼스입니다. Daum과 NEXON 그리고 NCSoft라는 회사를 다니면서 해외 트렌드를 파악하고 전략을 세워 8명의 초기멤버와 그램퍼스를 창업했습니다. 창업 후 2년간은 북미 소셜카지노에서 'Bingo Adventure'라는 게임을 서비스하여 백만 유저를 모았습니다. 유저를 더 유치하기 위해서는 스타트업이 감당하기에는 큰 비용이 필요했기 때문에 사업을 축소하고 상대적으로 경쟁이 덜 한 여성, 캐주얼, 글로벌 타겟의 게임으로 눈을 돌렸습니다.

어떤 제품 및 서비스를 제공하고 계신가요?

'Cooking Adventure'와 '마이리틀세프'라는 약 3천만의 누적 다운로드와 300억 원의 누적 매출을 거둔 시뮬레이션 캐주얼 게임을 개발하고 있습니다. 올해 4분기에 방탄소년단(BTS)의 타이니탄(TinyTAN)을 활용한 게임을 글로벌 출시할 예정입니다. BTS가 월드투어 했던 도시를 팬층 아미(ARMY)와 함께 요리, 음악, 댄스라는 공식으로 플레이하며 힐링하는 게임입니다.

사업 모델(BM모델)에 대한 소개 부탁드립니다

저희의 '게임디비전'은 캐주얼 게임인 Cooking Adventure, 마이리틀세프, Norma In Metaland라는 Web3 게임을 개발하고 운영하는 조직입니다. 주로 부분유료화 게임이며 광고사업을 함께 하고 있습니다. '메타디비전'은 메타서비스를 담당하며, '게이미피케이션' 요소를 커머스·엔터테인먼트와 연계하여 서비스업을 만들고 공동사업을 전개하고 있습니다. 서비스 구축 컨설팅비용과 앱 개발비용을 받고, 부분유료화 수익을 나눠 갖는 방식을 비즈니스 모델로 하고 있습니다.

다른 기업과 차별되는 특징 혹은 장점이 있다면 어떤 것인가요?

'게임디비전'에서 만든 게임이 TOP10 시장을 유지하는 이유는 '알고리즘에서 일어나는 재미' 때문이라고 봅니다. 유저를 연결하고 관계 속에서 스토리와 게임성을 극대화하는 기능은 저희가 낼 수 있는 독특한 재미입니다. 올해 출시예정인 방탄소년단(BTS) 게임에도 비슷한 알고리즘이 게임성을 확장시키기 때문에 글로벌 팬층에게도 재미있고 인상적인 게임으로 느껴질 것입니다. '메타디비전'에서 만들고 있는 메타서비스에는 저희만의 인공지능엔진, 미니게임 큐레이션, 다이내믹 애드(Dynamic Ads) 기능을 연결시켰습니다.

투자유치에 성공한다면 향후 기대되는 바는 무엇인가요?

Series B 투자금 약 30%는 K-POP 아티스트와 협력 체결 및 라인업을 확충하는데 사용될 예정이며, 약 40%는 연구개발 및 마케팅, 나머지 약 30%는 파트너사 영입 및 콘텐츠 퍼블리싱에 사용할 예정입니다. 저희는 그램퍼스만의 독특한 공식을 가미하여 글로벌 팬층과 함께 나아갈 '미디어컴퍼니'로 진화할 것입니다.



인베스트서울이 함께 합니다

인베스트서울은 투자하기 좋은 매력적인 글로벌 도시, 서울을 목표로 서울시가 설립한 외국인투자유치 촉진기관입니다. 새로운 투자 기회를 찾는 글로벌 기업을 서울에 유치하여 혁신과 경제 성장의 선순환구조를 만들고, 서울의 투자유망 기업과 해외투자자를 연결하여 보다 큰 성장의 기회를 지원합니다. 외국인투자 관련 풍부한 지식과 다양한 경험을 바탕으로 산업별 전문기관, 분야별 민간 전문가, 중앙정부 등과 협력하여 외국인 투자자와 기업의 니즈에 최적화된 서비스를 제공하는 등 투자자와 기업의 혁신과 성공을 위해 함께 달리고 있습니다.

인베스트서울 단계별 지원 서비스



- Step 1 투자탐색**
 - 서울의 투자환경 홍보
 - 투자정보 제공
 - 외국인 투자 절차/방법/인센티브 안내
 - 서울의 전략산업, 산업별 투자 트렌드 및 산업 클러스터 홍보
 - 산업별 투자유망 기업 소개
 - 글로벌 기업의 서울진출을 위한 시장조사 비용 지원
- Step 2 투자검토 및 실행**
 - 해외투자자와 투자유망 서울기업 투자 매칭 지원
 - 투자의향 확정 해외투자자와 기업 대상 1:1 투자심의, 실사 비용 지원
 - 투자계약 시 법률 자문 비용 지원
 - 글로벌 기업의 법인 설립 비용 및 투자/경영/정착 지원
- Step 3 투자완료 및 후속관리**
 - 글로벌투자자 초청 네트워킹 행사 개최 (Seoul Investors Forum)
 - 외국인투자기업의 증액투자 시 법무비용 지원
 - 외국인투자기업 경영지원 (법률, 세무회계, 노무, 구인, 지적권, 비자 등)

투자 인센티브

현금지원	첨단기술 및 첨단제품 사업을 위한 공장(또는 사업장)의 신·증설을 대상으로 토지 또는 건물의 매입비, 임대료나 건축비, 자본재 및 연구기자재의 구입비, 기반시설의 설치비, 고용 보조금 및 교육훈련보조금 등을 지원한다.
조세감면	외국인투자자가 공장 또는 사업장의 신설을 하거나 미화 2백만 달러 이상 투자를 하는 경우 부동산에 대한 취득세 및 재산세 감면과 관세, 개별소비세, 부가가치세를 면제받을 수 있다.
고용보조금 및 교육훈련보조금	서울시 8대 신성장동력산업 분야인 IT·융합, 녹색산업, 디지털 콘텐츠, 비즈니스 서비스, 패션·디자인, 금융, 관광·컨벤션, 바이오에 투자하는 외국인 투자기업과 외국인투자유치 사업 MOU 체결 등을 통해 서울시에서 직접 유치한 기업을 대상으로 고용보조금 및 교육훈련보조금을 지급한다.

☎ 02 6361 4120
 ✉ investseoul@sba.seoul.kr
 📍 서울시 종로구 종로 38(서울글로벌센터빌딩) 6층



주목해야 할 콘텐츠 기업



기업명	대표자명	대표 서비스/제품	투자단계	기업 홈페이지 링크
1 키다리스튜디오	김영훈	콘텐츠 제작 및 플랫폼 레진코믹스, 북툰 운영	Series C	https://kstd-lezhin.career.greetinghr.com/
2 콘텐츠랩블루	고영도	웹툰 프로덕션, 웹툰 제작 및 번역 콘텐츠 제작	Series A	https://contentslabblue.com/
3 비브스튜디오스	김세규	버추얼 프로덕션 및 AI 기반 메타버스 콘텐츠 전문 기업	Series B	http://vivestudios.com/v2/web/index
4 포스타입	신규섭	후원 기반 창작 콘텐츠 플랫폼 포스타입 운영	Series B	https://www.postype.com/
5 툰스퀘어	이호영	인공지능 활용 스마트 웹툰 플랫폼 투닝 운영	Series A	https://toonsquare.co/home
6 콘텐츠퍼스트	방선영	글로벌 웹툰 플랫폼 태피툰 운영	Series B	https://about.tappytoon.com/
7 와이랩	심준경	웹툰 콘텐츠 제작 사업 운영	Series B	http://www.ylabcomics.com/sub/index.php
8 노틸러스	이성업	지식 교양 웹툰 플랫폼 이만배 운영	pre-A	https://www.emanbae.com/main/home
9 클로버게임즈	윤성국	카툰 스타일의 모바일 RPG 개발	Series B	https://www.clovergames.com/
10 그램퍼스	김지인	멀티플랫폼 게임 기업	Series B	http://grampus.co/
11 모노버스	이재현	게임 및 콘텐츠 FRUTTIDINO, 블록체인 서비스 지원	Pre-A	https://monoverse.io/
12 크리스피	손대균	롤러코스터보이 노리	Pre-A	https://www.xrisp.com/ko
13 쉐어박스	신연식	영상콘텐츠 기술 5면 인터랙션 존, <X-Rumpusbox>	Pre-A	http://ssharebox.com
14 하이브로	원세연	기술 기반 시뮬레이션 게임 드래곤빌리지 개발	Series A	https://www.dragonvillage.net/
15 마코빌	이주현	엔터테인먼트 콘텐츠 기업	Series A	https://www.macovill.com/
16 알로하팩토리	이호진	블록 퍼즐게임 블록퍼즐 1010 개발	Series A	https://www.aloha-corp.com/
17 달콤소프트	김현걸	K-POP IP 기반 모바일 리듬게임 개발	Series A	https://dalcomsoft.com/
18 하이그라운드	김환철	영화/드라마 제작	Series A	http://www.higround.co.kr/
19 테오	이승준	예능 방송 콘텐츠 서울체코인, 지구마블 세계여행 제작	Series A	https://www.instagram.com/teo.universe/

2023 서울 산업 보고서

가장 경험하고 싶은
콘텐츠의 중심지, 서울



invest
Seoul