콘텐츠 분야
성공적인 창업을 위한
전문가 세미나

2012. 11.14

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY 중소기업청 Small & Medium Business Administration

콘텐츠 분야 성공적인 창업을 위한 전문가 세미나

2012. 11.14

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY 중소기업청 Small & Medium Business Administration

콘텐츠 분야 성공적인 창업을 위한 전문가 세미나

| 개 요 |

일 시 : 2012년 11월 14일(수) 14:00~17:20

장 소 : DMS 12층 다목적홀

대 상 : 예비 창업자, 1인 창조기업 및 3년 미만 초기 기업

주 최/주 관 : 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 중소기업청

| 프로그램 |

	사 전 등 록		13:30~14:00
주제발표 및 지정토론	[1주제] 새로운 일자리 창출을 위한 효율적인 콘텐츠 창업지원방안		
	발제	이홍 교수(광운대 경영학과, 자기창조조직의 저자)	14:00~15:00
	[2주제] 콘텐츠 창조기업 비즈니스의 성공 전략 – "빼꼼"콘텐츠 성공사례를 중심으로		
	발제	김강덕 대표 (RG스튜디오 대표, "빼꼼" PD)	15:00~16:00
	토론	황준석 과장 (문화체육관광부 문화산업정책과)	16:00~16:50
		김배호 팀장 (한국관광공사 관광벤처팀)	
		윤현진 대표 (힘컨텐츠, 2011년 창업기업)	
		김재현 대표 (블리스소프트웨어, 2011년 창업기업)	
		김유진 대표 (김유진제작소)	
질의응답	방청객 질의응답		16:50~17:25
	네트워킹 파티 (1층 콘텐츠종합지원센터)		17:25~

* 상기 프로그램은 사정에 따라 변동될 수 있습니다.

콘텐츠 분야
성공적인 창업을 위한
전문가 세미나

새로운 일자리 창출을 위한 효율적인 콘텐츠 창업지원방안

발제자 : 이홍 교수

– 광운대학교 경영학과 교수

– 광운대학교 경영대학장

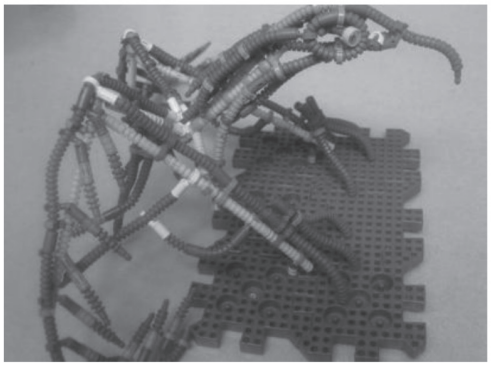
– 지식경영학회 회장 (2007~현재)

– 주요저서 : 「자기 창조 조직」, 「지식과 창의성 그리고 뇌

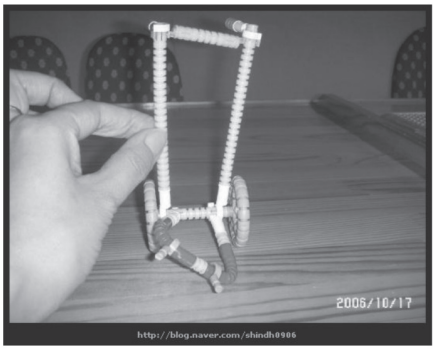
창업?

창업자의 고백

버그토이 (이해곤)



http://blog.naver.com/shsbgood1?Redirect=Log&logNo=150082830929



http://blog.naver.com/shindh0906?Redirect=Log&logNo=140030151517

창의교육 교구재 버그박사 발명
황토느타리버섯 개발
㈜매니푸니·㈜버그박사 사장
민족사관고 창의교육연구소 소장
유한대학 창의력개발센터 소장

- 고등학교 1학년 중퇴,
- 춘천교대 (검정고시) 2학년 중퇴
- 농촌에서 느타리버섯 재배 실패
- 나이키 한국지사 꼴찌 입사. 생산성 극대화 '라스팅 클립' 발명
- 나이키로부터 70억원(1켤레 당 7원)배당
- 중국 북경 버섯 씨 공장설립 외환위기로 실패
- 운동화끈 결속장치 발명 ㈜매니푸니 창업 사업화 단계에서 난관

성공하는 창업자가 되기 위한 5계명

1) 선행 기술 존재 유무를 조사하라.

2) 개발 비용을 측정하라.

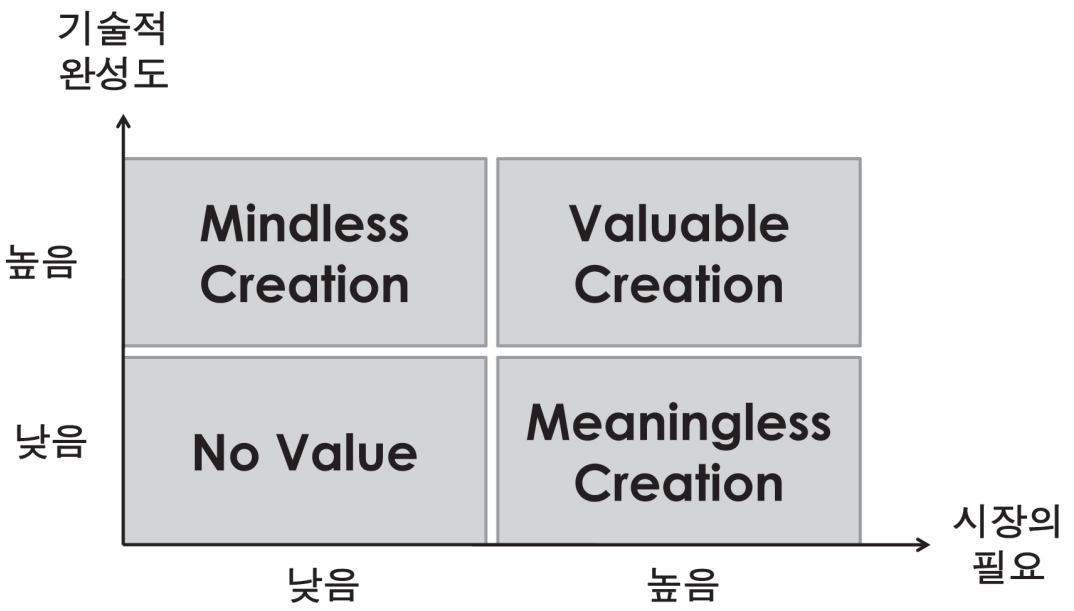
3) 특허출원 절차와 범위를 확실하게 하라.

4) 발명과 사업화는 별개다.

5) 마케팅 전략을 수립하라.

첫 단추?

실패를 부르는 창업



Mindless Creation의 위험성

http://search.naver.com/

변대규 (휴맥스)

벤처기업이 망하는 3가지 중 첫 번째

시장을 고려치 않는 제품 개발
망하는 벤처기업의 약 90%가 여기에 해당
자신들이 관심 있는 제품을 개발
특히 엔지니어 출신 경영자들이 함정에 빠지기 쉬움 시
장과 상관없이 '새로운 기술'로 승부
그러다 성공한 최초의 제품: 가라오케 반주기

휴맥스도 초기 이런 제품 개발 행태를 반복

창업동지들과 술을 마시면서 "우리가 가라오케 머신이나 만들려고 창업했냐. 좀 더 기술지향적으로 가야 하는 것 아니냐"는 회의였다.

Wristomo의 실패

Mindless Creation

(일) NTT 도코모 휴대전화 Wristomo

2003년 5월 출시

처음 출시 폭발적 인기

리스토모 구매자의 90% 이상이 남성

SF소설이나 만화에서 보던 것을 실제로 소유하고 싶어하는 마음 자극

소비자 외면으로 제품생산 중단

어느 용도에 쓸 것인가?

미 노스웨스턴대 바토츠 그지보브스키 (Grzybowski) 교수: 자동 삭제 문서개발

자료원: 조선일보 2009.9.22

2006년 제록스사 (팔로알토연구소): 자동 삭제 종이 개발

특정한 파장의 빛에서만 색이 변하는 잉크 입자를 이용 종이에 인쇄된 글자나 그림이 시간이 지나면 보이지 않는 기술

모노즈쿠리(物作り) → 고토즈쿠리 (事作り)

전략수정

http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2011070790071

안 팔리는 일제 에어컨

일본 에어컨 제조업체들의 목표
세상에서 가장 조용한 에어컨을 만드는 것

고도의 기술 + 비용

에어컨이 많이 팔리는 인도
소음엔 관심이 없음
차고 바람이 잘나오는 것 선호

→인도에서 조용하고 비싼 일본 에어컨이 안 팔리는 이유

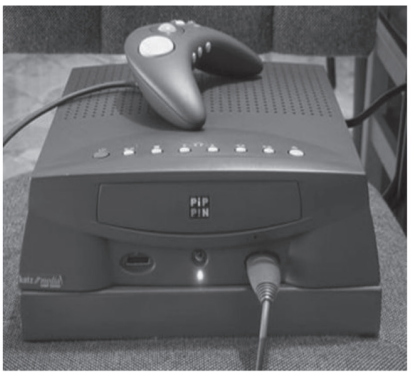
애플의 실패

Meaningless Creation

Macintosh TV(1993)

Apple Pippin(1995)

일 반다이와의 합작



Motorola ROKR(2005)

모토로라와의 합작 휴대폰(2005)

실패하지 않는
비즈니스의 시작

비즈니스에 대한 생각

요리인재 필요조건은 오감+상상력"

프랑스 요리학교 르코르동블루
앙드레 쿠앵트로 회장

쿠앵트로 회장은 "단순히 **기술**을 연마하는 데 그치지 말고 요리를 위한 상상력을 기르라"고 조언했다. 그는 "인문학적 상상력을 기르고, 다른 문화를 받아들이는 데 대한 거부감을 없애는 능력을 키워야 창조적인 요리를 **만들어낼** 수 있다"고 덧붙였다.

http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2012100736321&sid=01191415&nid=000&ltype=1

상상을 하지 마라

이석우 카카오 공동대표

카카오가 직원들에게 강조하는 제1 원칙은 '상상해서 서비스를 만들지 말아라'다. 직원들이 머릿속에서 '좋은 서비스인 것 같다'고 생각해 내놓은 상품은 거의 대부분 소비자의 외면을 받는다는 것이다. 서비스 제공자가 아니라 '사용자'의 의견과 욕구에 철저하라는 주문이다.

http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2012091056901

시마노의 전략

"낚시꾼 마음 알자" 45일간 배 탄 日 시마노 신사업팀

http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2012100901681

1921년 오사카에서 동네 철공소로 출발해 한 해 3조원 이상의 매출을 올리며 5500명의 직원을 거느린 세계 최대 자전거부품업체(시마노가 없으면 세계 자전거의 80%가 멈춘다)

낚시용품 사업에 뛰어들기 위해 고심하던 1970년대. 신사업개발팀 전원이 "낚시하러 간다"는 한마디를 남기고 모두 사라졌다. 도중에 아무런 연락도 없었다. 본사가 어렵사리 수소문해 한 달 반 만에 찾아냈다. 그들은 여전히 배를 타고 있었다. 낚시꾼의 마음을 아직도 모르겠다면서….

지금 이 회사의 매출 20%는 낚시용품에서 올리고 있다. 스포츠 저널리스트인 야마구치 가즈유키는 그의 책 시마노 이야기에서 "디자이너가 미국에 가서 3개월이나 구체적인 성과 없이 소매점만 둘러보고 있어도 한마디도 하지 않는 회사가 바로 시마노"라고 했다.

무엇을 관찰? 1

윤홍근

http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2010010713481968037

기존 비즈니스의 문제

㈜마니커 영업부장에서 제너시스 BBQ 회장으로

무엇을 관찰? 2

타인의 문제 = 전략적 기회-비즈니스의 시작

김용복 서울영동농장
명예회장

http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2009/11/05/2009110501897.html?srchCol=news&srchUrl=news1

사우디 사막서 배추농사

사우디에 오일 달러가 넘쳐 한국 건설업체들이 몰려들 때였다. 문득 그의 머리를 스친 것은 '김치'였다.

"사막에 무·배추 농사를 지어 김치를 담가 건설회사에 납품해야겠다고 생각했어요"

주변 사람들은 "미쳤다"며 뜯어말렸다.

땅 2만평 임대, 한국 농부 고용
지하 1000m에 관정
현지 양계장의 닭똥으로 퇴비
1979년 4월 20일, 배추 500㎏ 생산
15만 건설인력들에게 야채 공급
79년부터 83년까지 1100만달러 한국으로 송금

샐러리맨의 낮잠:
무엇을 드러내고 있는가?

관찰?

문제?

해결?

http://nownews.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20100913601009

무엇을 관찰? 3

하이얼 (1998)

타인의 해결책

적극적 해결의 특징:
- 용도변경
- 자가제작

세계 최대 자전거부품업체, 시마노 (자전거업계의 인텔)

MTB의 탄생

1981년 창업주의 막내 아들이자 해외영업을 총괄하고 있던 시마노 요시조가 미국 서해안에서 일본 본사로 전화를 걸었다. “샌프란시스코 북쪽에 있는 산에 갔더니 어떤 녀석들이 자전거를 개조해 타고 내려가며 놀고 있던데, 혹시 우리가 만들 수 없을까.”

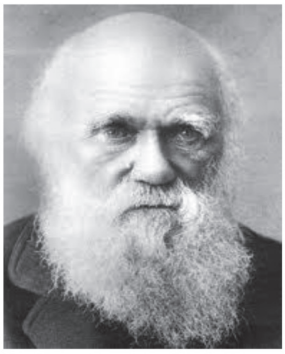
산에서 타는 자전거? 당시 상식과는 역행하는 발상이었다. 엔지니어들은 마뜩잖았다. 그래도 새로운 아이디어가 나온 이상 주요 부서가 모두 모여 머리를 맞댔다. 그게 시마노의 전통이었다.

http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2012100901681

비즈니스 성공 조건

비즈니스 흥망성쇠의 비밀

다위니즘의 원리



1. 변화의 발생
2. 부적합성의 발생

비즈니스 성과 = f (외부환경과의 적합성)

외부환경과의 적합성?

$$\text{소비자 가치} = \frac{\text{즐거움}}{\text{고통}}$$

적합성 판단을 위한 세 가지 질문

타겟 소비자는 누구인가? 얼마나 되는가?
어떤 즐거움/고통에 반응하는가?
나는 무엇을 주고 있는가?

타겟 소비자는 누구인가?: 소비조건 이해
얼마나 되는가?: 소비조건에 해당하는 사람수

베드포드사, 기존제품의 1억 달러 투자해
2륜 전동스쿠터 개발함.
세그웨이 획기적 이동수단으로 주목 받았음

2001~2009년 5만대 판매에 그쳤음

3000~7000달러의 높은 가격대 와 주행여건 미비로 소비자여건을 고려하지 못함

어떤 즐거움과 고통에 반응하는가?

BYD는 전 세계 전기자동차 산업의 선구적인 존재

2008년에 양산형 플러그인 하이브리드차인 F3DM 출시

비즈니스위크 선정 미래 성장가능성이 가장 높은 세계 100대 정보기술(IT)기업 1위

http://www.ecoroko.com/160

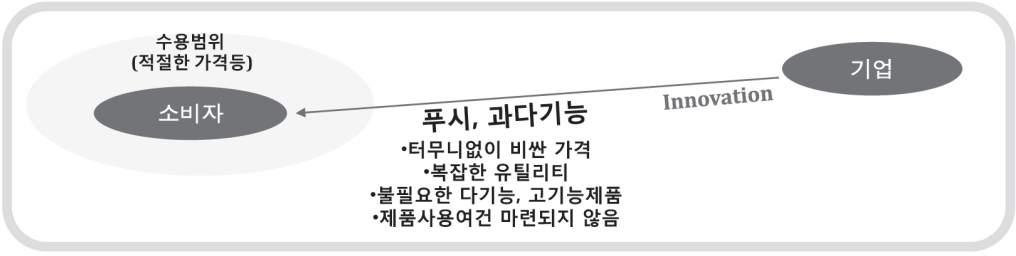
BYD 전기자동차

E6, 한번 충전으로
300km 주행
최고시속 140km

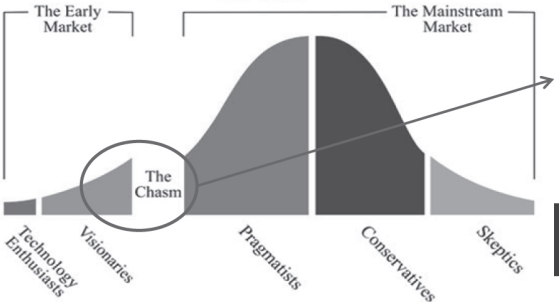
셀로판과 나일론을 발명하여 성공을 거둔 듀폰사는 철보다 5배나 강하고 무게는 5분의 1밖에 안 되는 신비의 Kevlar을 발명. 5억 달러의 설비 투자를 타이어 공장 설립.

1년 만에 타이어 제조회사에서 철로 짜여진 타이어를 더 선호하여 생산 중단.

비즈니스 설득



참고자료 . The Chasm theory



The chasm의 극복
Early Adopters Early Majority와의 간극
일반인들이 사용하기까지 넘어야 하는 침체기

아무리 기술이 혁신적일지라도
소비자의 여건 시장상황 살펴야 함

사기의 정석?

http://news.heraldm.com/view.php?ud=20120607000211&md=20120607093057_A

유명연예인이 광고한 소셜커머스, 백억대 '먹튀'

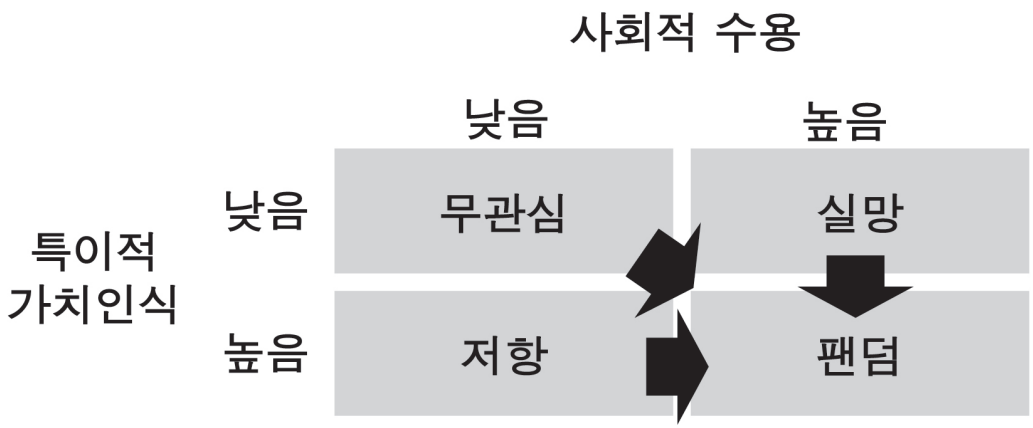
쿠엔티는 지난 4월부터 최근까지 SK, GS 주유상품권과 롯데, 신세계 백화점 상품권을 최대 30% 할인해주는 딜을 수차례 진행했다. 30만원부터 90만원, 120만원 묶음 상품권을 3개월, 6개월, 12개월에 걸쳐 분할 배송하는 방식과 50만원, 100만원 묶음 상품권을 일괄, 즉시 배송하는 방식을 사용했다.

이들은 전직 아나운서 출신 유명 연예인을 모델로 기용하는 것을 비롯해 지상파 인기 연예 프로그램에 협찬하고 포털 사이트 광고를 진행하는 등 신뢰도를 내세우기 위해 사전에 치밀한 계획을 했던 것으로 보인다. 또한 전형적인 사기 수법을 동원해 처음 몇 번은 제대로 상품권을 보내줘 구매자들을 안심시킨 다음 잠적한 것으로 보인다.

어떻게 설득?

사회적 수용 + 차별적 가치

창조적 산물에 대한 반응



說得?

경험적 신뢰제공

주방세제 마셨는데 멀쩡?
… 천연세제 맞나봐
슈가버블

http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2010062114641

소재춘 사장: 1998년 포스코 산하 포항산업과학연구원 연구원직을 그만두고 슈가버블 시작

1년6개월이 넘는 연구 끝에 사탕수수에 올리브 오일을 섞어 무독성 무자극의 천연세제 개발
–미국 식품의약국(FDA)과 한국화학시험연구원 의 실험을 거쳐 인체에 무해하다는 판정

몇 달 후 공장 가동 중단
– 제품이 잘 알려지지 않은 탓

소 사장은 직접 세제를 마시고 눈에 넣는 '마루타' –
주부들의 입소문과 인터넷 등을 통해 급속히 전파
– 롯데마트 이마트 등 대형 할인점에 납품 성공

OTIS

E.G Otis

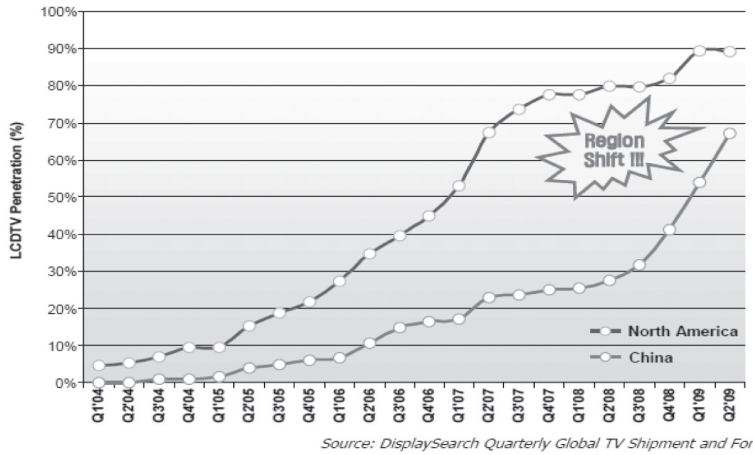
1852년: 낙하방지 장치 발명
1853: 자신이 탑승 후 낙하 시험

타이밍

소니의 실패: 3D TV, LED TV

북미 대 중국 LCD TV시장 성장도

- LCDTV Penetration in North America is almost saturated, while PDPTV is still alive.
- China now gaining momentum and enjoying flat panel share jump from Q4'08



Source: DisplaySearch Quarterly Global TV Shipment and Forecast Report

맥락적 설득

“비 소식이 기다리고 있습니다. 날씨였습니다.” 지난 25일 저녁 TV 뉴스가 기상캐스터의 일기예보를 마지막으로 끝나고 이어지는 광고에서 두 사람이 카카오톡으로 대화를 나눈다. “방금 날씨 봤어? 비 온대~” “그럼 내일 트레킹 취소?” “아니! 준비만 잘하고 와!”. 이후 광고 주인공들은 “방금 일기예보에서 주말에 비가 온다고 했으니 **방수**가 잘 되는 트레킹 재킷을 입고 산행을 가자”며 상품을 소개한다.

맥락 광고는 방송 내용과 연관성이 높은 광고를 해당 프로그램이 끝난 직후 내보내 효과를 극대화시키는 기법이다.

아웃도어 브랜드 K2의 ‘날씨 맞춤형’ 광고는 일기예보에 따라 내용이 달라진다. 광고 주인공이 방금 방송된 일기예보를 본 듯한 대화를 나눈다. 비오는 날, 따뜻한 날, 추운 날 등 날씨에 따라 달리 제작된 광고를 내보낸다. SK텔레콤은 음악 프로그램이 끝나자마자 ‘방금 듣던 노래를 데이터 걱정 없이 무제한으로 감상하는 방법’이라는 자막과 함께 ‘SKT LTE’ 광고를 최근 내보냈다. LG생활건강은 드라마 ‘해를 품은 달’ 직후 주연 배우인 한가인을 모델로 한 화장품 광고를 했다. 케이블TV 영화 채널에서 ‘트랜스포머2’ 방송 도중 스포츠카 ‘카마로’가 변신하는 쉐보레 광고를 내보낸 것도 맥락 광고의 대표적인 사례다.

http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2012102821161&sid=010405&nid=000&ltype=1

특이적 가치 인식

통큰 치킨

http://www.daejonilbo.com/news/newsitem.asp?pk_no=952402

M&Ms – Melts in your mouth not in your hand

밀러 라이트 – Taste great, Less filling

긍정적 표현

왜에서 Why로

예림당 Why? 시리즈

http://blog.daum.net/bookstore2011/21

초등학생용 과
학학습만화

누적 판매량
2011년 5월 말 기준 4000만부 돌파
단일 콘텐츠로 4000만부 이상
Why?시리즈가 처음

1989년: 왜 시리즈
'왜'라는 표현에 대해 부정적인 느낌
2001년 'Why?'로 변경
2006년 1000만부 돌파

중국인들 홀린 해표김 매력은… 8절 8매

http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2011/04/20/2011042002195.html

중국인이 가장 좋아하는 색은 빨간색으로
역시 '복과 행운'을 상징한다

"현지 대형마트의 중국인 바이어들
은 한 술 더 떠서 우리 김을 '바링바
(808)'라고 부르고 있었다

기능성 한방 바이오 샴푸 제조업체 한방명가

일본 시장 진출 전략
한방에 생소한 일본인을 위해 한글 카탈로그보다 효능에 대해 자세한 설명
"일본인이 좋아하는 단어, 싫어하는 단어, 자주 사용하는 문구 등을 고려한 카탈로그를 제작하는 데 4개월 이상 걸렸다“
2010년 일본의 한 유통업체와 12만달러 수출계약

콘텐츠 분야
성공적인 창업을 위한
전문가 세미나

콘텐츠 창조기업 비즈니스의 성공 전략
"빼꼼" 콘텐츠 성공사례를 중심으로

발제자 : 김강덕 대표

– RG스튜디오 대표

– 애니메이션「빼꼼」감독

– 2008 한국애니메이션학회, 작품상

– 2007 대한민국 캐릭터 애니메이션 대상, 문화부장관상

– 2007 AACC Festival in China, The Best Work Award

목 차

1. 빼 꼼
2. 창 업
3. 생 존
4. 미 래

156편의 ‘빼꼼’ 시리즈

장편 애니메이션
‘머그잔여행’

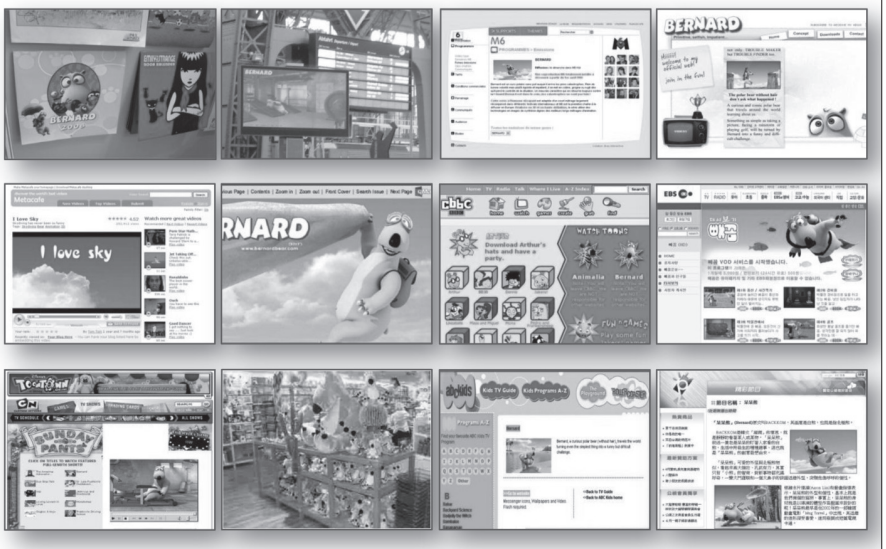
관객 15만 명

BIG-SCREEN DEBUT FOR BERNARD

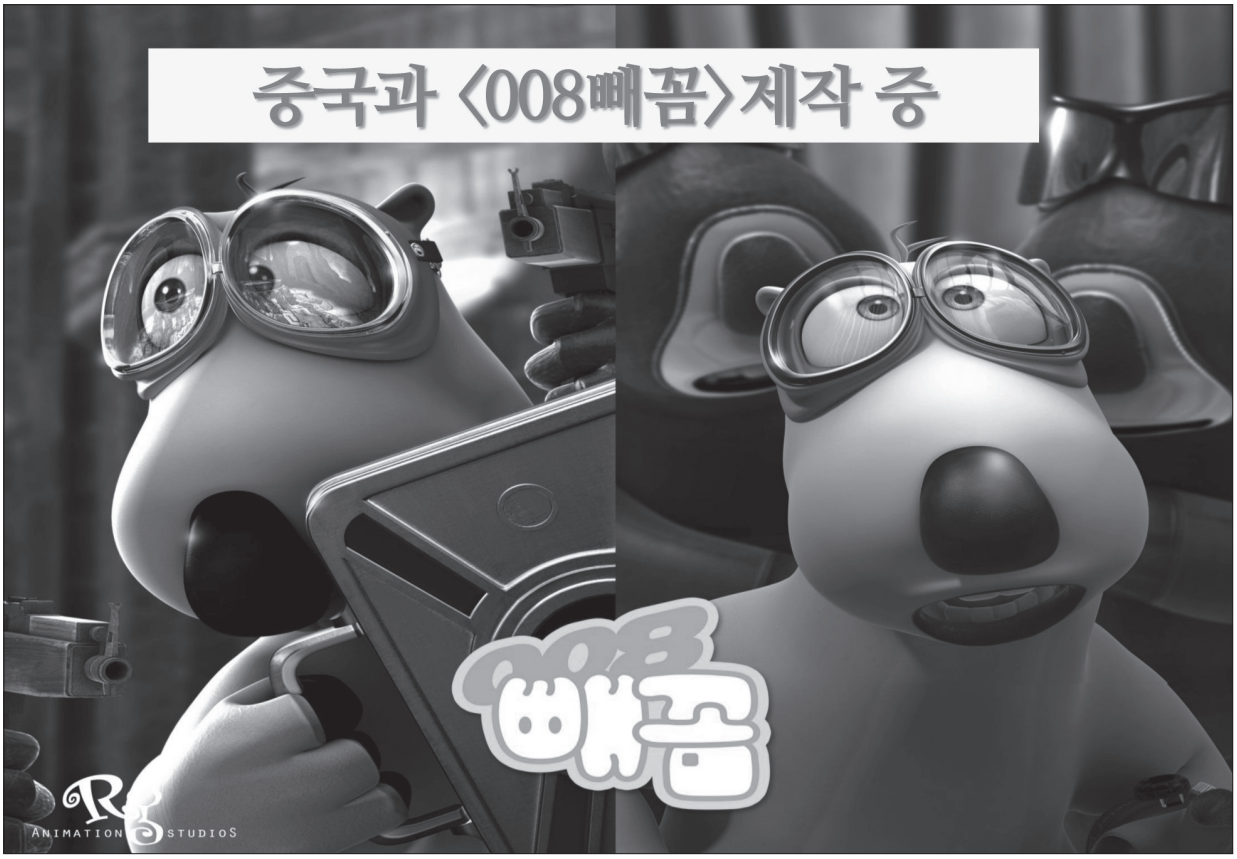
KOREAN animation studios RG and Synergy have announced plans for a feature film based on the animated series Bernard, a co-production with the Spanish animation studio BRB Internacional, which has now been aired in 80 countries. The first two series about the polar bear who travels the world have been broadcast on numerous channels, including Cartoon Network US, the UK's BBC and France's M6. Aside from the feature film, there are also plans to produce a third TV series.

Synergy's Eugene Kang (left), BRB Internacional's Carlos Biern and RG's Kang-deok Kim

전 세계 80개국 수출



21개 업체 130여 개 상품 개발


중국과 〈008빼꼼〉제작 중
008
빼꼼
ANIMATION STUDIOS

스페인과 〈수퍼 빼꼼〉 기획 중
DANGER
SUPER
빼꼼
SUPER
빼꼼
ANIMATION STUDIOS

중국시장 빼꼼 진출 현황

1. 학습 출판사업
2. 키즈 까페 사업
3. 캐릭터 머천 사업

창 업

1. 무모한 창업....

- 목적 : 멋진 장편 애니메이션을 만들자.
- 타겟 : 유아용 장편 시장
- 자금 : 4 천 만원
- 인력 : 11 명
- 생존 : 정부 지원금으로.....

2. 운 좋게 만들어진 빼꼼.

- 개같이 생긴 귐이다.
- 뛰어난 슬랩스틱 애니메이션.
- 페스티벌 수상의 효과 인지.
- 인터넷을 통한 홍보 활동.

3. 정부자금으로 콘텐츠 제작

- 부천 만화정보센터 입주 : 임대료
- 코카 파일럿제작지원 : 4천 5백만 원
- 키파 첨단콘텐츠제작지원 :1억 8천만 원
- 영진위예술영화제작지원: 2억 원
- 중소기업창업벤처융자: 8천 만 원

4. 페스티벌 수상으로 홍보

2009년~2005년

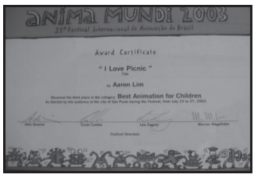
-2009 KOREA content Awords 2009
-2008 KOCCA Animation & Character Contest, Most Popular Animation Award
-2008 ASKO(Animation Society Of Korea), Best Work Award
-2007 KOCCA Animation & Character Contest, Awards of Minister in Animation & Character
-2007 AACC, Best Work Award
-2006 KOCCA Animation Awards, Awards of Minister in Animation Section
-2006 Indi-Anifest 2006, Seoul, Korea, Jury's Special Award

- 2008 Giffoni Film Festival invited
- 2008 7th.INTERNATIONAL FILM FESTIVAL "NUEVA MIRADA" invited
- 2008 7th Edition of the international festival of animated films invited
- 2008 the Hong Kong International Film Festival invited
- 2008 18th Cairo International Film Festival for Children invited
- 2007 PISAF, invited
- 2007 Zagreb World Festival of Animated Films, Finalist
- 2007 Pusan International Children Animation Festival, Finalist
- 2007 Indi-Anifest, Seoul, Korea, Finalist
- 2007 the International Coordinator of Taiwan International Animation Festival, Finalist
  -

4. 페스티벌 수상으로 홍보

2004년~2002년

- 2004 Mip Junior, Licensing Challenge, France, Best of Best Award
- 2004 Digicon6 (TBS), Japan, Grand Prize
- 2004 DIFECA (Dong-a LG International Cartoon & Animation Festival), Education & Children Award
- 2002 Korea Digital Contest, Korea, Special Award
- 2002 Seoul Micro Movie Festival, Korea, Award in Best Animation
- 2002 Ansan Animation & Character Contest, Korea, Golden Award
- 2002 Korea Animation Contest, Korea, Best Award
- 2003 Anima Mundi, Brazil, 1st Award in Best Video / 3rd Award in Best Animation For Children
- 2003 Digital Contents Grand Frix, Japan, New Talented Award
- 2002 Hiroshima Animation Festival, Japan, Special Award of Jury



4. 페스티벌 수상으로 홍보

2004년~2002년

- 2004 Resfest, Korea-U.S.A., Finalist
- 2004 SICAF(Seoul International Cartoon & Animation Festival), Korea, Finalist
- 2003 Miseen Scene Short Film Festival, Korea, Finalist in Animation
- 2004 Angcy, France, Special Screening
- 2004 Jeon-ju International Film Festival, Korea, Finalist
- 2004 The 3rd Annual International Festival of Animated Films, Checoslovakia, Bohemian, Finalist
- 2003 Asiana International Short Film Festival, Korea, Finalist
- 2003 Cartoons on the Bay, Italy, Finalist in Showcase
- 2003 7th Competition of the 7th International Short Film Festival, Winterthur, Swiss, Nominated
- 2003 36th Sitges International Film Festival, Spain, Invited for Screening
- 2003 Anncy International Animation Festival, France, Finalist in Panorama
- 2003 Pusan Asia Short Film Festival, Korea, Finalist in Animation World
- 2003 Jeon-ju International Film Festival, Korea, Invited for Screening
- 2003 Seoul International Cartoons & Animation Festival, Korea, Finalist
- 2003 Kwang-ju International Film Festival, Korea, Finalist in Animation section
- 2003 Miseen Scene Short Film Festival, Korea, Finalist in Animation
- 2003 Seoul Net Film Festival, Korea, Finalist in Animation
- 2003 Resfest in Seoul, Korea, Finalist in Animation
- 2003 Pucheon International Student Animation Festival, Korea, Invited for Screening
- 2002 Rasfest, USA, Finalist
- 2002 SIGRAPH, USA, Animation Theaters Finalist
- 2002 ANNECY, France, Finalist in Panorama
- 2002 ZAGREB, Republic of Croatia, Finalist in Panorama
- 2002 Brussels Cartoon and Animated Film Festival, Belgium, Finalist
- 2002 Santa Barbara International Film Festival, USA, Finalist
- 2002 2nd Seoul Net Festival, Korea, Finalist
- 2002 Digital Express Online, Korea, Finalist

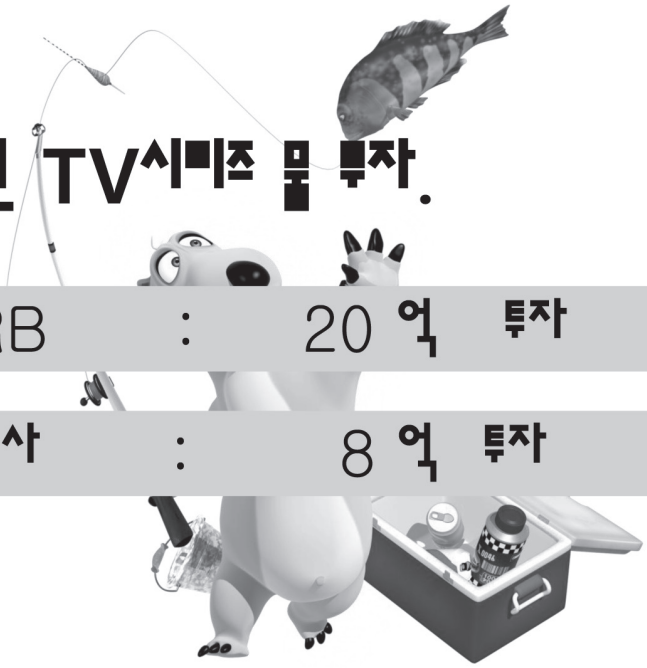
4. 페스티벌 수상으로 홍보

2001년~1999년

- 2001 Digital Contents Grand Frix, Japan, New Talented Award / Culture & Contents Agency Award
- 2001 Jeon-ju International Film Festival, Korea, Award in Best Short Film
- 2001 GwangJu International Film Festival, Korea, Award in Best Animation
- 2001 Korea Cartoon & Animation Award, Korea, Award of Director
- 1999 Crested Butte Reel Fest, Crested Butte, CO, Aug. 12~15 1999, 1st Prize in Animation
- 1999 Korea computer Art Contest 99, Seoul, Korea 1999, Grand Prize in Computer Animation
- 1999 Film Action 99, Paris, France, 3rd Prize in Short Story Film
- 1999 Vancouver Effects & Animation Festival 99, Vancouver, Canada, 3rd Prize
- 1999 DIFECA 99, Seoul, Korea 1999, 2nd Prize in Computer Animation
- 1999 Spring Show 99, SF, CA 1999, 3rd Prize in Computer Animation
- 1999 Chicago INTERCOM 99, Chicago, IL 1999, 3rd Prize in animation
- 1999 Korea CG Contest 99, Seoul, Korea 1999, Grand Prize

- 2001 The London Effect & Animation Festival, England, Nominated in Short Film
- 2001 27th Korea Independent Short Film Festival, Korea, Finalist
- 2001 Anchorage Film Festival, Korea, Finalist in Animation
- 2001 Folioscope / Festival du dessin Animation, Finalist
- 2001 BIG KAHUNA, USA, Finalist
- 2001 SeNefian, Korea, Finalist
- 2000 Brussels Cartoon and Animated Film Festival, Brussels, Belgium Feb. Finalist
- 1999 SIGGRAPH 99, LA, CA, Aug. 08~13, Finalist for Animation Theater
- 1999 Media Masters Awards, Long Beach, Finalist for DV Expo …etc

4. 투자유치 성공 그러나....



장편이 아닌 TV시리즈 물 투자.

- 스페인 BRB : 20 억 투자
- EBS 방송사 : 8 억 투자

생 존

1. 비용을 줄이자.

- 임대료 줄이기
  - 정부 지원 진흥원 입주.
  - 소프트웨어 검열 타겟.
- 인건비 줄이기
  - 프로젝트 노무투자 계약
  - 청년 인턴 제도 활용
- 최악의 예산안으로 자금 집행하기

2. 최소 투자로 최대 효과를

- 진흥원 입주 지원 프로그램
- 파일럿 제작지원 프로그램
- 본편 제작 지원프로그램
- 후반 작업 제작지원프로그램
- 해외 마켓 참가 지원 프로그램
- 국내외 연수 프로그램

3. 비즈니스 네트웍 구축

- 페스티벌 수상을 통해 회사 알리기
- 협회활동으로 회사 알리기 및 정보수집
- 국내외 전시회 뒤풀이 참가하기
- 어떤 미팅도 거절하지 않기

4. 회사를 생존하게 한 것들

- 회사의 생존이 최고의 미덕.
- 킬러 컨텐츠를 가지고 있었다.
- 자금을 바닥내지 않았다.
- 반드시 계약을 하고 움직였다.
- 소프트웨어 검열에 대비했다.

5. 대표가 알아야 할 것들

- 투자자로부터 자신의 컨텐츠를 지켜라.
- 스트레스로부터 자신을 지켜라.
- 무지하지 말고 배워라.
- “수퍼갑”에게 까불지 마라.
- 떠나는 사람을 잘 배웅해라.

살았다.

1. 기회의 땅, 중국 시장

- 많은 정서적 공감대가 있는 한자 문화권.
- 한류의 영향으로 한국에 대한 우호적 자세.
- 문화에 대한 자신감 회복으로 문화산업개방.

2. 성장하는 가족용 애니메이션 시장

가족쇼핑

+

패밀리 레스토랑

+

극장

3. 나의 미래

스토리를 가지고,

중국시장을 간다.

감사합니다

콘텐츠 분야
성공적인 창업을 위한
전문가 세미나

한국콘텐츠진흥원

서울시 마포구 월드컵북로 400 (상암동 1602), 121-904

E-mail. ideal@kocca.kr **Tel.** 02-3153-1409 **Fax.** 02-3153-1107

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY 중소기업청 Small & Medium Business Administration