

(研究ノート)

韓国における地域コンテンツ産業育成政策—変遷と論点—

Development Policy for the Regional Content Industry in Korea—It's Changes and Issues—

高橋 哲郎

TAKAHASHI Tetsuro

ソウル（および首都圏）への一極集中が進む韓国経済において、地域産業活性化策のひとつとして地域コンテンツ産業育成政策が注目されている。韓国における地域コンテンツ産業育成政策の変遷および論点をまとめた韓国研究機関の資料を中心に、韓国における地域コンテンツ産業政策現状を紹介し、主な論点を要約した。

キーワード：コンテンツ産業、地域コンテンツ育成、産業政策

はじめに

近年の韓国経済は「韓流」に代表されるように、コンテンツ産業の成長が著しく他産業への波及効果も顕著である¹。韓国政府はコンテンツ産業を地域経済の成長エンジンに位置づけ、その育成に力を入れている。全国各地に「文化産業団地」、「文化産業振興地区」、「地域文化産業支援センター」を設置し、地域ごとに特化したコンテンツ産業を育成している。また、2014年6月には韓国におけるコンテンツ全分野を総括する行政機関、韓国コンテンツ振興院をソウルから全羅南道羅州市に移転し、地域からコンテンツ産業を育成する体制を整えている。

本稿は韓国における「地域コンテンツ産業」政策の変遷と論点を把握するため、韓国コンテンツ振興院が2015年10月に発刊した『地域コンテンツ産業発展中長期ロードマップ樹立研究』より関係部分を訳出し、韓国における地域コンテンツ産業政策の現状を紹介し検討する。

1. 韓国地域コンテンツ産業政策の変遷

1) 法制度整備期(1999～2001)

まず、地域コンテンツ産業政策の変遷を整理する。1999年、文化産業振興基本法が制定され、文化産業団地、文化産業振興施設造成の法的根拠が用意され、以後韓国政府の地域文化産業振興政策は文化産業クラスターを創出する政策が中心となった²。

¹ 例えば、韓流ドラマに自社の商品（化粧品、家電製品等）を意識的に露出させる「プロダクト・プレイスメント」という手法を採用されている。

² 2006年2月「文化産業支援基本法」を改定し、「文化産業振興地区」制度が追加された

この政策は1960～70年代、韓国の地域開発と効率的な産業化を目的に造成された産業団地造成政策によって特定産業立地のため政府は総合計画を樹立、集団的な形態で土地を開発して管理した手法と同様であるといえる³。

地域文化産業クラスターは文化産業分野で有望な企業を誘致して集積化を成し遂げ、これを通じて情報交流、製作施設共有、販路開拓などでシナジーを創り出し、地域文化産業を活性化するためのもので、当該地域の企業、大学、研究所などが共同で文化産業に関連した研究、訓練、交流などをできるようにするために作った産業団地である。このようなクラスター政策を中心に推進される地域文化産業振興戦略のための法制度基盤の準備が1999年から2001年の政策活動の中心であった。

1999年2月、文化産業振興基本法制定で法的根拠が用意されて以後、同年9月には「先端文化産業団地造成支援基本計画」が樹立された。2000年には「地方文化産業創業インキュベーションセンター造成計画」が樹立され、文化産業団地政策と創業政策の連携を促した。2001年には「地域文化産業支援センター設立運営指針および推進計画」を樹立し、文化産業団地造成と関連して、事前および事後段階を管理できる主導者に関する計画が用意された。

このような過程で2001年には「京畿コンテンツ振興院」、「全州情報文化産業振興院」、「清州市文化産業振興財団」などが設立され、7つの地域文化産業団地(大田、春川、富川、清州、光州、全州、慶州)が指定され、本格的な地域文化産業政策推進のための多角的な次元での準備がはじまった。

2) クラスターおよび地域文化産業研究センター(Culture Research Center: CRC) 造成期

法制度基盤が整備されて以後、本格的に開始された「クラスターおよびCRC造成期」を地域文化(コンテンツ)産業のハードウェアが全国に造成された時期となる。非首都圏地域に文化産業クラスターを作るため、文化産業支援センター、文化産業研究センター、地域メディアセンターなどを造成、設立した。

文化産業クラスター造成政策

過去の産業団地造成と類似の方式で政府は1999年4地域にテクノパークを造成し、これを中心に情報通信部⁴(ソフトウェア支援センター)と文化観光部⁵(文化産業クラスター、マルチメディア支援センター)が地域産業振興のための新しい事業を推進し始めた。

このような方式で地域の戦略産業を育成する事業は2002年から地域別に2～4の戦略事業を選定して支援する方式で拡大し、2008年以後では広域経済圏別に2つの先導事業を選定し、集中支援方式に変わった。

地域文化産業クラスター政策を通じて2000～2010年の間に2カ所の文化産業団地(清州、春川)と16の地域文化産業支援センターが設立、11地域を文化産業振興地区に指定した。

地域文化産業クラスター政策の総事業費は2000年から2010年まで6,000億ウォン(国費3,000億ウォン、地方費3,000億ウォン)で、この内、1,462億ウォンが文化産業団地造成のために国庫で支援された。ゲーム、アニメーション、映像、音楽など関連ジャンル別に企業が密集し産業的潜在力が高い地域

³一般的に産業団地造成のために事前段階で総合的マスタープランを樹立、入居企業のための生産支援施設提供、管理機関を通じた事後管理および支援などが必ず要請される。

⁴2008年2月29日に廃止となり、所管事務は行政安全部、文化体育観光部、知識経済部に移管された。

⁵2008年2月29日、韓国国政の広報等を担う国政広報処を吸収し、文化体育観光部に改編された。

を育成候補地とし、企画・製作・生産・流通関連施設および大学、研究所などを集積して地域別で特化したジャンルを育成しようとした。

三類型の文化産業クラスター：文化産業振興団地、地区、施設

2002年、清州を地域文化産業団地に指定し、2008年には春川を地域文化産業団地に指定、この二つ団地(清州市文化産業振興財団、江原情報文化振興院所在地)に対し、国庫と地方費を他に比べて大規模に投入した。二団地の重点産業は、清州はエデュテイメントで、春川はアニメーションとした。

2006年に文化産業振興基本法を改正して地域文化産業振興地区制度を導入し、2008年に9地域(釜山、大邱、大田、富川、全州、天安、済州、仁川、高陽)を文化産業振興地区に指定し、2010年に2地域(城南、安東)を文化産業振興地区に追加指定した。

文化産業振興地区は人為的に企業集積を誘導する政策ではなく、すでに集積した地域を選定して、地域内相互交流および相互協力に集中できるように誘導してクラスター事業の完成度を高めることを意図している。文化産業振興地区を指定する場合、各地域別に重点誘致業種(放送、映画、映像、ゲーム、漫画、アニメーション、キャラクター、モバイルコンテンツ、次世代実感型コンテンツ、工芸、公演など)を設定したが、実際には各振興地区が誘致した業種間には差別性があまりなかった。

文化産業振興施設としては2007年に文化コンテンツセンターを、2011年に韓国マンガ映像振興院を指定した。

文化産業クラスター政策と地域文化産業支援センター設立

2002年から2005年の間、地域に合計10の地域文化産業支援センター(京畿、全州、清州、江原、光州、大邱、釜山、仁川、高陽、忠南)が設立されたが、このセンターの建物と装備の整備費として地域文化産業クラスター政策予算の大部分が投入された。但し、2007年以後設立された地域文化産業支援センター(大田、全南、慶南、蔚山、慶北、済州)は、それまでとは違って建物と設備の構築に国庫の支援はなされなかった⁶。

地域文化産業研究センター(CRC)

CRC事業は2005年から「均衡発展特別会計」を通じて国家均衡発展の次元から推進された地域文化産業政策事業である。文化産業資源がソウル圏域に集中している状況を打破し、創意的で未来指向的な研究条件を地域で設定し、地域文化産業の国際競争力を向上させる核心人材養成および文化産業 R&D 力量強化」を助けるためのプロジェクト形態の支援事業である。

支援事業は「文化産業の産・学・研の連携を通じた地域革新ネットワークを構築して地域文化産業クラスターの力量向上および成功事例創出」を目的とした。このために主管研究機関の特性により下記三類型に区分した。

- (1)地域文化産業クラスター中心型(地域文化産業支援センター主管、地域大学および研究所参加、地域内外業者などの関連機関コンソーシアム)
- (2)地域大学および研究所中心型(地域所在大学および研究所主管、地域内外業者および地域関連機

⁶ 例外は2009年に富川に設立された韓国マンガ映像振興院で、国庫と地方費による支援を受け、大規模設備を備えることになる。

関コンソーシアム)

(3)公共機関中心型(地方自治体公共機関主管、地域所在大学および研究所参加、地域内外業者など関連機関コンソーシアム)

一方 CRC 事業の主な支援分野は 2005 年スタート時には文化産業の基盤、工学および自然系技術開発および研究を推進する、技術開発中心型センター(Culture Technology Center)と人文・芸術基盤でコンテンツ分析およびデジタル文化研究、創作素材企画、文化商品活性化のために政策、研究開発、プロジェクト企画などに集中する、リソース開発中心型センター(Content Resource Center)に区分された。

2006 年以後 CRC 事業は地域特化戦略商品開発を目的とした技術、人材、コンテンツ確保のための「基盤造成型」、すでに開発された試作品を地域文化空間と連携して地域特化文化商品を開発するための「創作プロジェクト型」、そして特化商品を活用してメディアミックス化、ブランド化し、マーケティングを推進するための「ブランドマーケティング型」の三種類で再調整し支援事業が推進された。

CRC 事業は 2005 年～2010 年間に実施され、地域文化産業研究センター(CRC)および地域文化産業支援機関(ソウル・京畿道は除外⁷⁾)を対象に 1 プロジェクト最大年間 3 億ウォン、事業費の 70%以内で最大 3 年間支援を実施する体制が整備された。

2005 年～2010 年の間に 36 のプロジェクトが実行され、事業予算は年間約 20～40 億ウォンが支援された。この事業は 2010 年 7 月に終了した。これ以後全国的な次元で CRC 事業は進行していない⁸⁾。

地域メディアセンター設立

2002 年に文化部傘下の映画振興委員会が初めてメディアセンターを設立して以後、文化体育観光部、放送通信委員会、放送文化振興会、地方自治体など多様な主導者が地域メディアセンターを設立した。

設立機関別にその目的は少しずつ違うが、全体的に地域メディアセンターはメディアリテラシー拡大を通じて地域住民の享有権拡大、地域映像産業基盤およびインフラ構築、斬新な若手人材発掘などの目的を共有している。

文化体育観光部が設立したメディアセンターは 2014 年現在、全体 36 機関の中の 17 機関を占めている。放送通信委員会が設立した傘下機関の放送通信振興院が運営しているメディアセンターは、文化体育観光部が設立したメディアセンターに比べて数は少ないが(5 機関)、その規模と予算は相対的に大きいといえる。

地域メディアセンター設立および運営支援事業は、創作・製作支援のためのハードウェアや研究支援に焦点を合わせている CRC と比べ、視線を低くして一般住民やアマチュア創作者のための教育と支援により多くの関心を持つという点で違いがある。

今後、地域メディアセンターの活性化のため、また共同体メディアのハブになるため、地域資源との連携、参加的メディア活性化のための拠点の役割強化、メディア教育支援強化、文化享有権確保の拠点化などを推進する方向性である。

⁷但し、京畿道内文化産業振興地区と指定された地域は例外的に支援対象となった。

⁸例外的に済州テクノパークは CRC 事業を継続して 2014 年まで支援し、全南情報文化産業振興院は 2015 年にも同名の事業を進めている。

3) 李明博政権期

李明博（イ・ミョンバク）政権時には地域産業支援事業が5+2 広域経済圏戦略(2009)に転換した⁹。5+2 広域経済圏とは全国土を七つの広域圏に区分し、各々の広域圏別にその現況や特性を基盤とし、経済活性化と地域競争力強化を進めていく国土計画である。5 大広域経済圏と2 大特別広域経済圏を指す。5 大広域経済圏は首都圏（ソウル、仁川、京畿道）、忠清圏（大田、忠南・北道）、湖南圏（光州、全南・北道）、大慶圏（大邱、慶北道）、東南圏（釜山、蔚山、慶南道）、2 大特別広域経済圏は江原圏（江原道）、済州圏（済州特別自治区）である。各広域経済圏に2 か所、先導事業を育成する戦略の実現のために、既存の国家均衡発展特別会計を2010 年度から広域地域発展特別会計に改編した¹⁰が、2010 年広域発展特別会計勘定、地域発展特別勘定導入以後、地域コンテンツ産業予算は減少した。

中央政府次元の地域政策が広域発展特別会計で縛られ、コンテンツ産業における政府の役割が機能しなくなった。地域ですら文化産業政策は他の優先順位に比べて後に置かれはじめた¹¹。この時期は暗中摸索期であり、既存の重点事業が中断され変化した環境に似合った新しい地域文化産業政策パラダイムに対する悩みが進行した時期であるといえる。

この時期を代表する二つの事業、すなわち「文化産業クラスター造成」事業と「CRC 事業」は全国的な次元の支援事業としては2010 年に実質的に終了したが、以後この事業を発展的に継承し、創造的に代替する先導事業が現れていない状況である。

クラスター事業がハードウェアに焦点を合わせた事業ならば、CRC 事業はそのハードウェアを活用したソフトウェアおよび人材養成に焦点を合わせた事業といえることができる。両者が体系的に関連し大きい絵に向かってシナジーを発揮して実効を納めたといえ、これを越えることができる政策事業に対する要求が高まった時期といえる。

4) 朴槿恵政権期

朴槿恵（パク・クネ）政権では、地域文化発展の新しい政策枠組みになる地域文化関連主要法令が制定され、施行される重要な転換点が用意された¹²。

文化基本法(2013.12)は、文化に関する国民の基本的な権利と国家および地域の役割を土台に文化政策の方向を提示し、支援する制度的基盤を準備するという趣旨から制定された。

地域文化振興法(2014.1.)は、より具体的に地域固有の文化価値とアイデンティティに符合する文化発展のための新しい法制度的基盤を目標に制定された。

地域文化振興法制定に足並みをそろえて、文化体育観光部は2014 年に<地域文化振興基本計画 2020>を発表した。「文化で幸せな地域創造」というビジョンの下、「持続可能な地域文化基盤構築」、「地域文化の均衡発展の土台作り」、「文化を通じた地域価値創出」という三種類の推進目標が提示された。

一方、朴槿恵政権が大統領直属の「文化隆盛委員会」主管で2014 年7 月に全国9 地域で地域コンテンツ企業の意見を取りまとめた内容は下記のとおりである¹³。

⁹ 李明博政権での地域発展政策の基本方向は、李起培[2011]を参照した。

¹⁰ 鞠重鎬[2015]p.107 参照

¹¹ 韓国コンテンツ振興院[2015] p.42

¹² 以下の政策およびその成果内容は、2016 年12 月、崔順実（チェ・スンシル）による国政介入疑惑に端を発した朴槿恵大統領弾劾訴追以前の状況であることを留意されたい。

¹³ 韓国コンテンツ振興院[2015] p.44

人材需給の問題：地域コンテンツ企業は新規人材とプロジェクトマネージャー級の人材確保の困難を経験している。これを克服するために、地域大学でのインターンシップおよび現場実習強化、教育者派遣、コンテンツ産業従事者兵役特例などが提案されている。

税制および財政支援の必要性：次に税制と財政支援方式を地域コンテンツ企業に適合するように調整しなければならないという意見が多数提起された。投資振興地区の免税恩恵を30億ウォンから10億ウォンに調整し、担保や保証提供の免税、制作インフラに対する電気料金減免に対する必要性が提案された。また、財政支援要件を地域企業の実情に合うように調整して地域コンテンツ産業白書の発刊、コンテンツ支援予算のうち一部の地域優先割当、大型地域フェスティバルでの地域コンソーシアム義務化、地域コンテンツ専門担当部署の設置なども今後の課題として提示される。

流通およびマーケティング支援要求：インターネットモール¹⁴事業者の手数料の引き下げ要求や、インターネットモール事業者と出店事業者間に標準契約書を適用する協力方案の要求が提示された。地域コンテンツの海外販売のために海外専門家との連携や外国専門担当者の採用支援も必要で、公益的コンテンツ普及のための認証制度整備と販路開拓支援なども考慮が必要との意見が出された。

以上のような中央政府次元の強力な流れの変化により、地域コンテンツ産業を取り巻く雰囲気も新しく転換しているが、これと直接的に関連した内容は以下のように整理することができる。

まず、「2014年コンテンツ産業振興計画実行計画」¹⁵ではコンテンツ産業振興のため、17の重点推進課題のうちの一つとして「地域コンテンツ産業育成」が提示されており、このために地域文化産業育成体系構築、地域密着型文化資源構築、地域住民のコンテンツ享有権向上が細部課題として提示された。

地域文化産業育成体系構築のためには「政府－地方政府-産業界間ガバナンス構築」と地域コンテンツ産業の「体系的管理および支援のためのロードマップ樹立」、地域コンテンツ産業のグローバル競争力向上のための「代表的コンテンツの開発推進」が主な課題として提示されている。

地域密着型文化資源構築のためには地域ストーリーラボの拠点化および相互連携強化および地域コンテンツ制作基盤連携強化(製作装備、支援施設関連ポータル運営など)が主要課題として提示される。

最後に、地域住民のコンテンツ享有権向上のためには地域映像メディアセンターの新規建設および文化疎外地域を中心とした小規模映画館の新規設置などが主な課題として提示された。

地域基盤型コンテンツコリアラボ開所：コンテンツコリアラボは2014年5月、「融合先導型」ラボとしてソウル、大学路(テハンノ)に第1センターが開所して以後、京畿、仁川、大邱、釜山、全北、慶北に「地域基盤型」ラボが開設中である。

既存のジャンル中心の支援事業やハードウェア中心の空間用の次元から抜け出してジャンル融合型プロジェクトやコンテンツスタート業育成のための多彩なプログラムを提供することを奨励するコンテンツコリアラボ事業は、地域のコンテンツ振興機関従事者に過去とは異なる斬新な政策企画事例として受け入れられている。

¹⁴ 韓国語では「オープンマーケット プラットホーム (오픈마켓 플랫폼)」という。

¹⁵ 韓国コンテンツ振興院[2015] p.45

地域ストーリーラボ育成：「地域ストーリーラボプログラム育成支援」事業は「地域特性を反映したストーリー創作および事業化支援と地域の自然発生的なストーリー産業活性化のための基盤造成支援」を目標に、ストーリー創作支援、事業化、ストーリーテラー養成、インフラ構築、R&D など地域基盤インフラを活用してストーリー発掘、創作、事業化プロジェクトを支援する事業である。

2014年4月、8地域の5課題を選定して始まった「地域ストーリーラボ事業」は予算規模が大きくはないが、2015年には合計10地域の8課題で拡大して地域の物語産業活性化のためのハブの役割を担っている。

韓国コンテンツ振興院「地域コンテンツ支援チーム」は<2015 地域特化文化コンテンツ開発支援>事業を主管して「地域特化コンテンツの発掘・育成と地域コンテンツ産業成長支援」を目的として約80億ウォンに達する予算を地域コンテンツ産業関連政策機関および事業に支援して、先導事業不在で活気を失っていた地域コンテンツ産業現場に今一度躍動感を高める契機を提供している。

2. 韓国地域コンテンツ産業政策の成果および限界

1) 主な成果および限界

以上で考察した韓国地域コンテンツ産業政策の成果と限界はそれぞれ下記のように整理することができる。1999年を基点に本格化した地域文化産業およびコンテンツ産業振興政策は過去10余年間「クラスター政策」を中心に展開してきた。主な成果はクラスター政策の評価を中心に把握できる。

地域別集積化を通じた規模の経済：文化産業やコンテンツ産業の概念もあいまいな時期に地域別で関連産業の集積化を支援して産業発展のための基本的な水準の規模の経済を実現した。

政策および事業蓄積の基盤提供：地域でもコンテンツ産業に対する関心を持って多様な政策事業を試みることができたし、企業も情報交流や共同プロジェクト等を通して産業化の機会を用意できた。例えば、クラスター政策が持続して2006年にはコンテンツクラスター評価モデルを開発して標準化し、評価結果に対するコンサルティングを実施するなど体系的な評価体系を導入して、以後これを体系構築に力を傾けて関連情報とノウハウを中央-地域に蓄積することができた。

地域コンテンツ産業振興のための利害関係者協力体系形成：コンテンツクラスター造成のためには、中央と地方間の役割分担が必須であったため中央-地域間のガバナンス体系を構築し、地域内では文化コンテンツ産業と関連した多様な利害関係者(stakeholders)の産学研官ネットワークが形成され、さらには色々な地域のコンテンツ産業振興機関の間に協力ネットワークも形成することができた。

すなわち中央-地域間ネットワーク、地域内産学研官ネットワーク、地域間振興機関ネットワークなど多彩な協力体系がコンテンツクラスターを媒介に形成された。

地域間協力体系の形成では2003年から地域を巡回して開催してきた「地域文化産業政策フォーラム」が重要な役割を果たしたが、このフォーラムは2008年からは「全国文化産業政策ワークショップ」に発展して開催されている¹⁶。

地域経済活性化および雇用創出：全国的に造成された文化産業振興地区、単に、施設などを通じて新

¹⁶ 2013年には麗水で第13回、2014年には春川で第14回全国文化産業政策ワークショップが開催された。

規業者が入居恩恵を得て新規雇用が創出されたし(2008年基準として総計16,715業者と合計66,009人の雇用創出)、クラスターの売り上げおよび輸出は粘り強い成長の勢いを記録した¹⁷。

一方、以上のような一定の成果にもかかわらず、地域コンテンツ産業政策は色々な層で多様な問題点と限界を露呈してきたことが把握されている¹⁸。

トップダウン意志決定方式と地域力量・重点分野の不一致：地域コンテンツ産業支援時事業発掘や執行が中央中心のトップダウンで行われてきた。この過程から地域の文化産業クラスターが自分たちの力量よりも政府が重点を置いている分野や市場展望の良い産業に注力し、地域別差別性を持つという点では成功しなかった。

短期的・単発的・一般的支援：ハードウェア造成を越えてソフトウェア活性化を追求する段階では長期的な基盤造成が必要だが、CRC事業など文化産業のソフトウェアを振興するための事業が短期的・単発的支援が多く、支援対象面でも一般的なジャンル別、媒体別支援と大差なく個別的なコンテンツを中心に支援が成り立った。

生産者偏重および経済的価値偏重支援：既存の地域コンテンツ産業関連支援は生産者に焦点を合わせたケースが大部分であり、したがって享有次元を含む広い意味の生態系的接近が不足した。また、歴史が古くなったその他産業のクラスター政策を模倣する過程で経済的価値を過度に強調して文化的価値に対する問題が関連政策にそのまま反映されていないという問題点がある。

集積中心、企業誘致中心のクラスター造成：クラスターの外観は作ったがクラスターの実効性を担保するための知識・情報交流、人材交流など実質的な活動の振興には力を傾けられなかった。同じように、コンテンツ産業に従事する地域企業の成長のための環境造成よりも単純誘致に比重を置いた政策事業が進行されたという批判も存在する。

政策境界および連携政策の狭小性：地域コンテンツ産業政策は、ほとんどのコンテンツ産業関連企業や振興機関の境界の中に留まったし、このような直接的利害関係者を越えて地域住民に訴求するプログラムが不足した。同じ脈絡で地域コンテンツ産業の領域に対する狭い理解によって地域文化資源との連携や地域人材養成戦略との積極的で攻勢的な連携ができていない。後続事業での地域の多様な文化資源や特化産業との連携が不十分である。

2)新しい方向の摸索

以上のような問題点を解消するために最近の関連研究で提示された<地域コンテンツ産業活性化方案>を整理すると表1のとおりである。表1示された方案は一定部分重要な方向性を提示しているが、現政権のコンテンツ産業政策と地域産業政策に関連した、変化した環境と方向を直接的に反映できないという限界を持つ。したがって、地域コンテンツ産業政策の流れおよび該当政策の成果と限界に対する考

¹⁷ 文化産業クラスターの2004~2008年間の売上額は毎年22.8%ずつ成長、輸出額は毎年41%ずつ増加した。

¹⁸ 文化体育観光部[2010]、チョン・ホニル[2011]、韓国コンテンツ振興院[2014]より引用。

察を中心に、今後、地域コンテンツ産業発展のための政策方向設定におけるいくつかの考慮事項を次の通り整理する。

表1 韓国における地域コンテンツ産業活性化方案

文化体育観光部(2010)	文化観光研究院(2011)	韓国コンテンツ振興院(2014)
1. 広域経済権クラスター生態系造成	1. 地域文化産業推進ガバナンス再編	1. ボトムアップ式支援方式の導入
2. 地域創業および投資活性化	2. 研究開発(R&D)力量強化およびネットワーク/協力最大化	2. 特化コンテンツ集中支援
3. 地域コンテンツ産業の創造力向上	3. コンテンツプロジェクト人材の流動性環境造成	3. 地域コンテンツ産業支援規模拡大
4. 法制度改善	4. コンテンツ企業およびアーティストの財源造成環境構築	4. 地域特化コンテンツ拡大支援

出所:韓国コンテンツ振興院[2015] 『地域コンテンツ産業発展中長期ロードマップ樹立』p.49 より
抜粋引用

第一に、韓国コンテンツ産業政策における地域コンテンツ産業は、これまで注目を浴びることがなかった分野であり、これまで地域文化産業クラスター造成(主にインフラ造成)中心に政策が展開し、政策的企画や実験が多様性を得られないまま単純に推進されてきたという事実を直視するところから出発する。

第二に、創造経済・文化隆盛論議を中心にコンテンツ産業に対する新しい接近が試みられれば、地域コンテンツ産業の役割および地位にも重要な変化の契機が用意される。Hope プロジェクト¹⁹のような地域産業発展のパラダイムも、新たな推進方式および新たな地域単位での理解を基に一新された。地域コンテンツ産業のための新しい一頁が開かれると期待される²⁰。

第三に、このような状況で地域コンテンツ産業発展のための体系的・長期的計画樹立のための中長期ロードマップは、コンテンツ産業政策と地域産業政策が交差する地点で上位計画との有機的な連結を通じて地域コンテンツ産業が跳躍できる座標を模索する方向を提示するべきで、既存の地域コンテンツ産業政策の限界点を克服するための対案を内包している。

3. 示唆点および総合分析

以上、述べてきた韓国における地域コンテンツ産業発展の中長期ロードマップの重点は表2のとおり

¹⁹ HOPE プロジェクトとは、朴槿恵大統領が就任直後から始めた地方の経済活性化を目指すプロジェクト。キャッチフレーズは「国民に幸せを、地域に希望を」「地域の幸せが大韓民国の幸せ」である。HOPEはHappiness、Opportunity、Partnership、Everywhereの略字で、首都圏を含め各地域の人々がそれぞれの生活の中で幸せを感じられるよう、身の回りの小さいことから地域を変えていこうという政策。

²⁰ 文化体育韓国部の世宗(セジョン)市への移転、コンテンツ振興院の羅州への移転など。

である。

地域コンテンツ産業政策の新しい方向を模索するために考慮すべき主な論点としては、地域コンテンツ産業政策の変遷を考察して導き出した既存政策の限界点を克服することにある。

また、今後地域コンテンツ産業発展のための政策方案が当面の課題だと言える。

表2 韓国における「地域コンテンツ産業発展中長期ロードマップ樹立」のための重点事項

区分	内容	細部方向
支援方式 および体系	地域主導-中央 支援の原則適 用	地域が主導し中央が支援する方式の地域別コンテンツ産業振興 計画樹立および実行プロセスを通じて、自律性と効果を担保 する地域コンテンツ産業振興体系を構築し、これを通じて地域 別振興力量と経験を蓄積するようにしなければならない。
支援範囲 および対象	長期的観点の パッケージ型 支援体系構築	短期的・単発的・一般的次元の製作支援事業だけでは地域コンテ ンツ産業振興の効果が不備なので、長期的・段階的・特殊性観点 で生態系基盤造成および製作・流通並行支援など多様な事業体 系的に展開することが必要。
支援目標	「二兎を追う」 ための創造的 事業構成必要	地域間均衡(生態系基盤造成)、地域別特化(代表産業育成)とい う二種類の目標を同時に考慮して支援事業を構成し、経済的価 値と文化的価値を同時に向上することができる事業構成、地域 生産者(企業/創作者)だけでなく享有者(消費者/生産消費者)に も訴求できる事業構成が必要。
支援方向	連係と融合促 進、実効性と 体感度向上の 事業方向	地域コンテンツ産業の振興方向は市場規模の狭小性により基礎 体力が不足する地域の現実を勘案して、コンテンツ産業内部に 限定した育成戦略よりも地域の他産業との連係と融合戦略を追 求する必要がある。他地域との連携など多様な次元の育成戦略 を通じて企業体の成長のための実効性提供はもちろんのこと、 (コンテンツ産業の地位と役割に対する)地域社会の体感度を向 上していくことが必要。

出所:韓国コンテンツ振興院[2015]『地域コンテンツ産業発展中長期ロードマップ樹立』p.53 より
抜粋引用

これまで整理した問題点に対する代案は下記のとおりである。

- ・ トップダウンからボトムアップ式意志決定方式への転換
- ・ 短期的な支援から長期的な観点の体系的な支援への転換
- ・ 孤立的な接近でなく地域文化資源や特化産業との積極的連携および融合
- ・ 外観ではなく実効性に焦点を合わせた企業成長および創作者育成プロジェクトの実施
- ・ 地域社会の体感度向上のための積極的マーケティングおよび享有拡大支援

4. 残された課題

本稿では韓国における地域コンテンツ産業育成政策の変遷および論点を整理した。この政策の効果を計るための各地域コンテンツ産業の現状分析は次稿の課題としたい。

参考文献・資料

韓国コンテンツ振興院[2015] 『地域コンテンツ産業発展中長期ロードマップ樹立研究』

韓国コンテンツ振興院[2014] 「[KOCCA FOCUS]地域コンテンツからグローバルコンテンツへ」
通巻 83 号（「[KOCCA FOCUS]」）

文化体育観光部[2010] 『2009 コンテンツ産業白書』

文化体育観光部[2011] 『2010 コンテンツ産業白書』

鞠 重鎬[2015] 『韓国の財政と地方財政』 春風社

李 起培[2011] 「韓国の李明博政権の新地域発展構想に関する研究」、日本都市計画学会『都市計画報告集』、No.10

チョン・ホニル[2011] 『コンテンツ産業人材養成専門機関設立に関する研究』 韓国文化観光研究院