

목 차

제1장 연구의 개요	3
제1절 연구의 배경 및 목적	3
1. 연구 배경	3
2. 연구 목적	4
제2절 연구의 내용 및 방법	4
1. 연구의 내용	4
2. 연구의 방법	5
3. 연구의 흐름	6
제2장 모바일콘텐츠산업 현황	9
제1절 모바일콘텐츠산업 개요	9
1. 모바일산업 개요	9
2. 모바일콘텐츠산업	12
제2절 세계 모바일콘텐츠 시장 동향	15
1. 모바일콘텐츠 시장규모	15
2. 모바일콘텐츠 시장 현황	17
3. 모바일콘텐츠 트렌드	21
제3절 국내 모바일콘텐츠 시장 동향	24
1. 국내 모바일콘텐츠 시장 현황	24
2. 국내 모바일콘텐츠산업의 성장	31
3. 국내 지원 정책	35
제3장 모바일콘텐츠 기업활동 프로세스 분석	45
제1절 콘텐츠 개발 프로세스 분석 개요	45
1. 개요	45
2. 콘텐츠 개발 프로세스 흐름	47

제2절 모바일콘텐츠 개발 프로세스 모형화	49
1. 모바일콘텐츠 개발 기본 프로세스	49
2. 모바일콘텐츠 개발 상세 프로세스	54
제3절 개발 프로세스 분석	55
1. 기업규모 및 분업화 정도에 따른 프로세스	55
2. 다양한 프로세스	58
제4절 프로세스 분석 결과 및 시사점	70
1. 분석의 방법	70
2. 핵심 요인별·기업규모별 프로세스 분석 및 시사점	70
제4장 모바일콘텐츠 기업 육성 전략	77
제1절 서울시 향후 지원방향	77
1. 서울소재 콘텐츠기업 정책관련 키워드	77
2. 전략의 두 가지 방향	78
제2절 향후 육성전략	82
1. 서울시 주도 지원전략	82
2. 관련기관 공동 지원전략	95
참고문헌	101
부 록	105
영문요약	115

표 목 차

〈표 2-1〉	국내외 모바일산업 수익 전망	10
〈표 2-2〉	이동통신 3사의 스토어 콘텐츠 분야별 카테고리	13
〈표 2-3〉	해외 스토어 콘텐츠 분야별 카테고리	14
〈표 2-4〉	모바일 미디어 시장 규모	15
〈표 2-5〉	스마트폰용 모바일콘텐츠 세계시장 규모 예측(Gartner)	17
〈표 2-6〉	해외 모바일콘텐츠 스토어	18
〈표 2-7〉	해외 스토어별 모바일콘텐츠 보유 개수(2010년 기준)	20
〈표 2-8〉	세계 모바일콘텐츠 다운로드 수 현황 및 전망	21
〈표 2-9〉	국내 앱 개발업체 규모	25
〈표 2-10〉	국내 모바일콘텐츠 스토어	26
〈표 2-11〉	이동통신 3사의 스토어 콘텐츠 총 수(음악카테고리(MP3) 제외)	28
〈표 2-12〉	국내 모바일게임 유통 등급분류 현황	31
〈표 2-13〉	앱개발 교육과정 세부내용	35
〈표 2-14〉	서울 앱개발센터 사업내용	39
〈표 2-15〉	서울시 모바일콘텐츠관련 지원사업	40
〈표 3-1〉	서브프로세스 구성	53
〈표 3-2〉	기업규모별 프로세스 분석 결과	73
〈표 4-1〉	지원전략과 프로세스 간 연관성	82
〈표 4-2〉	지원전략과 정책 키워드 간 연관성	82

그림 목차

〈그림 1-1〉 연구 흐름도	6
〈그림 2-1〉 모바일산업	9
〈그림 2-2〉 세계 모바일산업 구성비	10
〈그림 2-3〉 국내 모바일산업(음성, 데이터) 수익 전망	11
〈그림 2-4〉 해외 모바일산업(음성, 데이터) 수익 전망	11
〈그림 2-5〉 세계 스마트폰 가입자 추이 및 전망	12
〈그림 2-6〉 모바일콘텐츠 시장과 주요 이슈	12
〈그림 2-7〉 서비스 유형별 모바일 미디어 시장규모	15
〈그림 2-8〉 세계 모바일 지불거래규모	16
〈그림 2-9〉 세계 모바일 앱시장 규모	16
〈그림 2-10〉 앱마켓별 애플리케이션 수(2011년 3월 기준, 미국)	19
〈그림 2-11〉 안드로이드마켓 애플리케이션 수(2012년 1월 기준)	19
〈그림 2-12〉 해외 모바일콘텐츠 스토어별 점유율	20
〈그림 2-13〉 해외 모바일콘텐츠 카테고리별 점유율	20
〈그림 2-14〉 해외 모바일콘텐츠 트렌드 분석	24
〈그림 2-15〉 T스토어 애플리케이션 총 등록수	26
〈그림 2-16〉 올레마켓 애플리케이션 총 등록수	27
〈그림 2-17〉 OZ스토어 애플리케이션 총 등록수	27
〈그림 2-18〉 삼성앱스 애플리케이션 총 등록수	28
〈그림 2-19〉 국내 모바일콘텐츠 스토어별 점유율	29
〈그림 2-20〉 국내 성별 스마트폰 활용 비교	29
〈그림 2-21〉 국내 및 미국의 스마트폰 이용자 사용패턴	30
〈그림 2-22〉 스마트콘텐츠와 모바일콘텐츠의 관계	32
〈그림 2-23〉 기존 모바일콘텐츠 유통 및 수익구조	33
〈그림 2-24〉 스마트콘텐츠 유통 및 수익구조	33
〈그림 2-25〉 애플사 앱스토어 콘텐츠 수익모델	34
〈그림 2-26〉 정부 콘텐츠 개발 지원사업	36
〈그림 2-27〉 글로벌앱지원센터 지원사업 내용	37

〈그림 2-28〉 서울앱개발센터 지원사업 내용	38
〈그림 2-29〉 서울앱개발센터 지원사업 실적	41
〈그림 3-1〉 국내 모바일콘텐츠 개발 프로세스 흐름	47
〈그림 3-2〉 프로세스 기본구성 모형	48
〈그림 3-3〉 개발 프로세스 반복 폭포수 모형	49
〈그림 3-4〉 기본 프로세스 구성 개념도	50
〈그림 3-5〉 기본 개발프로세스 세분화 작업(Mind Map 활용)	51
〈그림 3-6〉 상세 프로세스 구성 개념도	54
〈그림 3-7〉 기업규모별 프로세스 분업화 개념도	56
〈그림 3-8〉 콘텐츠 자체개발 프로세스	58
〈그림 3-9〉 콘텐츠 개발납품 프로세스	61
〈그림 3-10〉 필링크 e-book 개발납품 프로세스	61
〈그림 3-11〉 콘텐츠 자체개발 프로세스(임베디드)	63
〈그림 3-12〉 A-Team 콘텐츠 자체개발 프로세스	64
〈그림 3-13〉 앱 개발 후 퍼블리셔 협력	65
〈그림 3-14〉 크리에이티브 앱(PD 중심, 비정형화된 프로세스)	67
〈그림 3-15〉 크리에이티브 앱(PD 중심, 정형화된 프로세스)	67
〈그림 3-16〉 기업용 앱 개발 프로세스	69
〈그림 3-17〉 콘텐츠 프로세스 문제점 분석의 방법(Cause-Effect diagram 예시)	70
〈그림 4-1〉 모바일콘텐츠 기업의 VOC와 정책관련 키워드	77
〈그림 4-2〉 지원전략 기본 방향을 감안한 지원 부분	79
〈그림 4-3〉 서울시가 보완해야 할 지원 사업(안)	80
〈그림 4-4〉 관련기관 공동지원 사업(안)	81
〈그림 4-5〉 아이템-사람-자금 매칭시스템 운영 : 모바일콘텐츠 윈스톱센터	84
〈그림 4-6〉 창업의 생애주기형 지원	88
〈그림 4-7〉 콘텐츠 개발에서 품질관리 효과	90
〈그림 4-8〉 예비 창업자를 위한 공간 지원 제공	92
〈그림 4-9〉 경력자 창업을 위한 공간 제공	93

〈그림 4-10〉 정부, 지자체, 민간의 사업지원에 관한 통합정보센터 운영	94
〈그림 4-11〉 서울시 경제진흥실 조직도	95
〈그림 4-12〉 서울시 정보화기획단 조직도	95
〈그림 4-13〉 글로벌애펜터 글로벌 앱 지원사업(국가 맞춤형멘토링 지원)	95
〈그림 4-14〉 글로벌애펜터 글로벌 앱 지원사업(해외 마케팅 지원)	96
〈그림 4-15〉 G-Star 2011년 추진실적	97