

---

(사)한국애니메이션학회 창립 20주년 기념  
**‘콘텐츠 IP 생태계 미래비전’ 국제포럼**

International Forum on  
Future Vision of the Content IP Ecosystem

---

일시 : 2025년 9월 26일(금) 13:00

장소 : 서울파트너스하우스 컨퍼런스홀

주최 : (사)한국애니메이션학회

주관 : 만화비평과연구, (사)한국애니메이션제작자협회,  
(사)한국애니메이션산업협회, (사)한국웹툰산업협회,  
(사)한국애니메이션예술인협회, 한양대학교문화콘텐츠전략연구소

후원 : 서울경제진흥원(SBA), 한국콘텐츠진흥원(KOCCA)

협찬 : 동우A&E(주), (주)아이코닉스

---



---

본 포럼은  
서울경제진흥원(SBA), 한국콘텐츠진흥원(KOCCA)의 후원과  
동우A&E(주), (주)아이코닉스의 협찬으로 진행되는 행사입니다.

---

‘콘텐츠 IP 생태계 미래비전’ 국제포럼  
International Forum on Future Vision of the Content IP Ecosystem

[ Program ]

제 1 부

(사)한국애니메이션학회 20주년 행사

사회 : 이진 (한양대학교 교수 / (사)한국애니메이션학회 총무이사)

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 개회<br>13:00~13:10     | 개회선언 및 내빈소개                                     |
| 개회사<br>13:10~13:15    | 김영재 (사)한국애니메이션학회 회장                             |
| 축사<br>13:15~13:25     | 강문주 (사)한국애니메이션제작자협회 회장<br>박창신 (사)한국애니메이션산업협회 회장 |
| 연혁보고<br>13:25~13:30   | 김세훈 (사)한국애니메이션학회 5,6대 회장                        |
| 동영상 상영<br>13:30~13:45 | (사)한국애니메이션학회 연혁 동영상                             |
| 감사패 증정<br>13:45~13:55 | (사)한국애니메이션학회 전임회장단                              |

# ‘IP 확장과 생성형 AI : 아시아 콘텐츠 생태계를 조망하다’

IP Expansion and Generative AI :  
A Panorama of the Asian Content Ecosystem

## 제 2 부

| 포럼 개회<br>Opening of the Forum<br>사회 : 이진 (한양대학교 교수 / (사)한국애니메이션학회 총무이사) |  |
|---|--|
| <b>내빈소개</b><br>Acknowledgment<br>of Guests<br>14:30~14:40               | 포럼 개회 및 내빈소개   |
| <b>축사</b><br>Congratulatory<br>Speech<br>14:40~14:50                    | <b>이현주</b> 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠 IP 진흥본부 / 본부장<br><i>Hyun-joo Lee / Director</i><br>Content IP Promotion Division, Korea Creative Content Agency<br><b>전대현</b> 서울경제진흥원 창조산업본부 / 본부장<br><i>Dae-hyun Jeon / Director</i><br>Creative Industry Department, Seoul Business Agency |
| <b>기념촬영</b><br>Commemorative<br>photo shoot<br>14:50~15:00              | 참석자 단체 촬영<br>Group photo of the attendees  |

[ Session 1 ]

15:00~15:45

IP의 구축과 확장

Build-up and Expansion of Content IP

사회 : 이진 (한양대학교 교수 / (사)한국애니메이션학회 총무이사)

|   |  |
|---|--|
| <p>주제발표 1<br/>Topic 1<br/>15:00~15:15</p> | <p>일본 만화작품이 글로벌 IP 비즈니스의 원류로<br/>계속 남기 위해서 필요한 한 가지<br/>和田誠 / 小学館 第二コミック局 局長<br/><br/>What is needed for Japanese Manga to Continue to be<br/>the Source of Global IP Business?<br/>Makoto Wada / Director<br/>The 2nd Comics Bureau, Shogakukan</p>                   |
| <p>주제발표 2<br/>Topic 2<br/>15:15~15:30</p> | <p>&lt;나 혼자만 레벨업&gt; 웹소설/웹툰의 IP 비즈니스 사례<br/>박진해 / (주)디앤씨미디어 해외사업본부 본부장<br/><br/>The 'Solo Leveling' Case: IP Business for Web Novels and<br/>Webtoons<br/>Jinhae Park / Director<br/>Overseas Business Division, D&amp;C Media</p>                                     |
| <p>주제발표 3<br/>Topic 3<br/>15:30~15:45</p> | <p>SNS 기반 애니메이션의 글로벌 IP화 전략:<br/>&lt;빵빵이의 일상&gt; 사례를 통해 본 확장성<br/>이샛별 / (주)스파이스터키스튜디오 대표<br/><br/>Strategy for Global IP Expansion of SNS-Based Animation:<br/>A Case Study on Expandability of Bbangbbang's Diary<br/>Saet-byul Lee / CEO<br/>Spice Turkey Studio</p> |

[ Session 2 ]

16:00~16:30

생성형 AI와 IP 구축

Generative AI and IP Building

사회 : 이진 (한양대학교 교수 / (사)한국애니메이션학회 총무이사)

|   |   |
|---|---|
| <p>주제발표 1<br/>Topic 1<br/>16:00~16:15</p> | <p>중국 애니메이션 산업의 AI 활용<br/>魏春玲 / 中物联讯(北京)科技有限公司 联合创始人 &amp; 副总裁<br/><b>AI Application in the Chinese Animation Industry</b><br/><i>Wei Chunling / Co-founder &amp; Vice President</i><br/>China IoT Telecommunication Technology</p> |
| <p>주제발표 2<br/>Topic 2<br/>16:15~16:30</p> | <p>아바타에서 디지털 로봇까지: 버추얼 휴먼과 결혼하는 시대<br/>오제욱 / (사)한국버추얼휴먼산업협회 협회장<br/><b>From Avatars to Digital Robots :<br/>The Era of Marrying Virtual Humans</b><br/><i>OJ Wook / Chairman</i><br/>Korea Virtual Human Industry Association</p>   |

## [ Session 3 ]

16:35~17:20

### 만화 IP의 가능성

Potential of Comic IP

사회 : 이진 (한양대학교 교수 / (사)한국애니메이션학회 총무이사)

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| 주제발표 1<br>Topic 1<br>16:35~16:50 | <b>웹툰 IP 생태계와 스토리월드 구축 가능성</b><br>박기수 / 한양대학교 교수<br><b>The Potential for Building a Webtoon IP Ecosystem and Storyworld</b><br><i>Ki-soo Park / Professor, Hanyang University</i> |
| 주제발표 2<br>Topic 2<br>16:50~17:05 | <b>문화적 측면에서 본 만화 IP</b><br>한상정 / 인천대학교 교수<br><b>Comic IP from a Cultural Perspective</b><br><i>Sang-Jung Han / Professor, Incheon National University</i>                         |
| 주제발표 3<br>Topic 3<br>17:05~17:20 | <b>일본 만화시장에서의 한국 웹툰 현지화</b><br>김예지 / 국민대학교 강사<br><b>Localization of Korean Webtoons in the Japanese Manga Market</b><br><i>Yeji Kim / Instructor, Kookmin University</i>          |

## [ 종합토론 ]

17:30~17:45

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| 종합토론<br>Comprehensive<br>Discussion | <b>한창완</b> 세종대학교 교수 (좌장 Chair)<br><i>Chang Wan Han / Professor, Sejong University</i><br><b>박재우</b> 세종대학교 교수<br><i>Jae-woo Park / Professor, Sejong University</i><br><b>박창신</b> (사)한국애니메이션산업협회 회장<br><i>Chang-shin Park / Chairman, The Korea Animation Industry Association</i> |
|-------------------------------------|---|

## [ Contents ]

### Session 1 : IP의 구축과 확장 Build-up and Expansion of Content IP

- 일본 만화 작품이 글로벌 IP 비즈니스의 원류로 계속 남기 위해서 필요한 한 가지 ..... 04  
What is needed for Japanese Manga to Continue to be the Source of Global IP Business?  
和田誠 / 小学館 第二コミック局 局長
- <나 혼자만 레벨업> 웹소설/웹툰의 IP 비즈니스 사례 ..... 22  
The 'Solo Leveling' Case: IP Business for Web Novels and Webtoons  
박진해 / (주)디앤씨미디어 해외사업본부 본부장
- SNS 기반 애니메이션의 글로벌 IP화 전략: <뽕뽕이의 일상> 사례를 통해 본 확장성 · 28  
Strategy for Global IP Expansion of SNS-Based Animation:  
A Case Study on Expandability of 'Bbangbbang's Diary'  
이셋별 / (주)스파이시터키스튜디오 대표

### Session 2 : 생성형 AI와 IP 구축 Generative AI and IP Building

- 중국 애니메이션 산업의 AI 활용 ..... 40  
AI Application in the Chinese Animation Industry  
魏春玲 / 中物联讯(北京)科技有限公司 联合创始人 & 副总裁
- 아바타에서 디지털 로봇까지: 버추얼 휴먼과 결혼하는 시대 ..... 66  
From Avatars to Digital Robots : The Era of Marrying Virtual Humans  
오제욱 / (사)한국버추얼휴먼산업협회 협회장

### Session 3 : 만화 IP의 가능성 Potential of Comic IP

- 웹툰 IP 생태계와 스토리월드 구축 가능성 ..... 86  
The Potential for Building a Webtoon IP Ecosystem and Storyworld  
박기수 / 한양대학교 교수
- 문화적 측면에서 본 만화 IP ..... 96  
Comic IP from a Cultural Perspective  
한상정 / 인천대학교 교수
- 일본 만화시장에서의 한국 웹툰 현지화 ..... 100  
Localization of Korean Webtoons in the Japanese Manga Market  
김예지 / 국민대학교 강사

- [첨부] (사)한국애니메이션학회 연혁 및 정관 ..... 115

## Session 1

---

(사)한국애니메이션학회 창립 20주년 기념  
'콘텐츠 IP 생태계 미래비전' 국제포럼

**'IP 확장과 생성형 AI : 아시아 콘텐츠 생태계를 조망하다'**  
IP Expansion and Generative AI : A Panorama of the Asian Content Ecosystem

# 'IP의 구축과 확장'

Build-up and Expansion of Content IP



---

일본 만화 작품이 글로벌 IP 비즈니스의 원류로  
계속 남기 위해서 필요한 한 가지

What is needed for Japanese Manga  
to Continue to be the Source of Global IP Business?



和田誠

小学館 第二コミック局 局長



日本の漫画作品が、  
世界に通ずる IP ビジネスの源流で  
あり続けるために、  
今やるべきたった一つのこと

小学館 第二コミック局 局長 和田誠

일본 만화가 글로벌 IP 비즈니스의  
원류로 남기 위해 지금 필요한 한 가지

小学館 第二コミック局 局長 和田誠

쇼가쿠칸 제2코믹국 국장 와다 마코토

その答えは…

## 週刊少年漫画雑誌を 発行し続けることです



週刊少年サンデー  
1959年創刊  
発行/小学館



週刊少年マガジン  
1959年創刊  
発行/講談社



週刊少年ジャンプ  
1968年創刊  
発行/集英社



週刊少年チャンピオン  
1969年創刊  
発行/秋田書店

그 답은…

## 주간 소년 만화 잡지를 계속 발행하는 것



주간 소년 선데이  
1959년 창간  
발행/소학관



주간 소년 매거진  
1959년 창간  
발행/코단샤



주간 소년 점프  
1968년 창간  
발행/슈에이샤



주간 소년 챔피언  
1969년 창간  
발행/아키타서점

☆日本のアニメーション作品とそれに付随するIPビジネスの原作として、最も多いものは漫画です。  
(その他には、ゲームやオリジナルアニメなど)。

☆また、日本で生まれた世界的に人気のあるキャラクターは、漫画原作が圧倒的に多い。

☆何故なのか？

☆それは、およそ70年の歴史を持つ日本独自のプラットフォーム「漫画雑誌」があるからです。

☆特にその中でも週刊少年漫画誌からは、数々の大ヒット作品が生まれています。

☆日本のアニメーション作品とIPビジネスの原作として最も多いのは漫画です。  
(それ以外にはゲームやオリジナルアニメーションなど)。

☆また、日本で生まれた世界的に人気のあるキャラクターは、漫画原作が圧倒的に多いです。

☆なぜでしょうか？

☆それは、約70年の歴史を持つ日本独自のプラットフォーム「漫画雑誌」があるからです。

☆特にその中でも週刊少年漫画誌からは、数々の大ヒット作品が生まれています。

何故週刊少年漫画雑誌から人気作品が生まれるのか？

## 日本発の作品・キャラクターが、 世界的な人気を獲得するサイクル



왜 주간 소년 만화 잡지에서 인기 작품이 탄생하는가?

## 일본發 작품·캐릭터가, 세계적인 인기를 얻는 사이클



# ① 漫画作品の発表

## 漫画雑誌への連載

・日本では様々なジャンルの漫画雑誌が発行されている 性別 年齢 趣味/嗜好



小学生男児



小学生女児



成年男子



シニア



成年女子

☆話題性の高い作品は、この段階でアニメ化の打診がある。  
(人気漫画家の次回作・ネットでの評判など)

# ① 만화작품의 발표

## 만화잡지에 연재

・일본에서는 다양한 장르의 만화잡지가 발행된다 (성별, 연령, 취미/기호별)



초등학생 남아



초등학생 여아



성인 남자



시니어



성인 여자

☆ 화제성이 높은 작품은, 이 단계에서 애니메이션화가 진행된다.  
(인기 만화가의 차기작·인터넷에서의 평판 등)



## ②コミックス発売

初版発行数 数千部~100万部



利益獲得機会 フェーズ①



## ② 단행본 발매

초판 발행수 수천~100만부



이익 획득기회 단계①

### ③アニメ化決定

- \* 現在日本において大ヒット作品となる可能性が一番高いのは、地上波テレビ局での放映  
(昔と変わりが無い。テレビ局の、固定されたアニメ番組枠は、週刊漫画雑誌の存在意義と似ています)
- \* 付随して、各種配信プラットフォームでの放映が、人気を拡大させる
- \* アニメ化となる作品は、ほんの一握り
- \* 様々な企業が、各作品毎に出資して作品成立
- \* アニメ化の判断基準⇒
  - ・ 売れ行き好調な作品
  - ・ 海外で人気が出るか
  - ・ その他

### ③ 애니메이션화 결정

- \* 현재 일본에서 대히트 작품이 될 가능성이 가장 높은 것은 지상파 TV 방송  
(예전과 다르지 않음. TV 방송국의 고정 애니메이션 편성은 주간 만화잡지 존재의 의미와 유사)
- \* 각종 배급 플랫폼에서의 방영이 인기를 확장
- \* 애니메이션화 되는 작품은 단 한 줌에 불과
- \* 다양한 기업이 각 작품에 출자함으로써 작품이 성립
- \* 애니메이션화 판단 기준⇒
  - 판매량이 뛰어난 작품
  - 해외에서도 인기가 있을 것인지 여부, etc.

## ④アニメ制作

- \* 制作期間：三年 どんなに早めても二年
- \* 制作話数：まずは1クール（12ストーリー）。
- \* 好評であれば、期間をおいて次クールを制作
- \* 同時に、海外放映権のセールスもスタートする  
⇒近年は、日本制作アニメ作品においての、  
収益化の重要ポイント

## ④애니메이션 제작

- \* 제작 기간: 3년, 빨라도 2년
- \* 제작 에피소드 수: 우선 1쿨(12화)
- \* 호평일 경우, 기간을 두고 다음 쿨 제작
- \* 동시에 해외 방송권 판매도 시작  
⇒최근 일본 제작 애니메이션에서, 수익화의 중요한 포인트

## ⑤アニメ放映スタート

☆人気作品であれば、日本での放映と世界各国での配信  
スタート時期は、ほぼタイムラグがない。

➡世界的なヒットが出やすい状況が形成されつつある

☆かつては、

日本でのヒットから世界的ヒットまで時間がかかった。

➡ ローカライズ  
世界での放映  
世界的ヒット

## ⑤ 애니메이션 방영 스타트

☆ 인기 작품이라면, 일본 방송과 세계 각국 배포 시작 시기가 거의  
차이가 없음.

➡ 세계적인 히트가 나올 수 있는 환경이 형성

☆ 한때는 일본에서의 히트부터 세계적 히트까지 시간이 걸렸음.

➡ 현지화  
해외 방영  
세계적 히트

## ⑥ 作品の二次利用 = IPビジネスの本格化

- ・ 各種グッズ…玩具、フィギュア、衣料、文具
- ・ ゲームソフト…コンシューマー、アプリ
- ・ 映画化
- ・ イベント

利益獲得機会 フェーズ②

## ⑥ 작품의 2차 이용 = IP비즈니스 본격화

- ・ 각종 상품…완구, 피규어, 의류, 문구
- ・ 게임 소프트웨어…컨슈머, 앱
- ・ 영화화
- ・ 이벤트

이익 획득기회 단계 ②

⑦大人気作品となる

日本国内でのブーム



世界規模でのブームに

利益獲得 フェーズ③

⑦ 대인기작이 된다

일본 국내에서 Boom

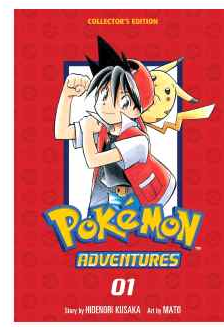
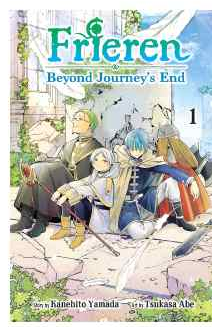
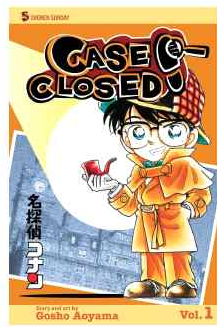
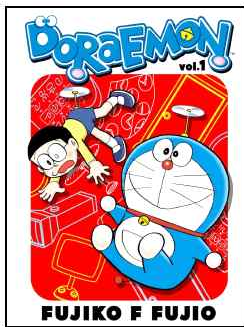


세계적인 Boom

이익 획득 기회 단계 ③

## ⑧ 세계 규모でのコミックス販売増

作品が世界各国で翻訳出版される

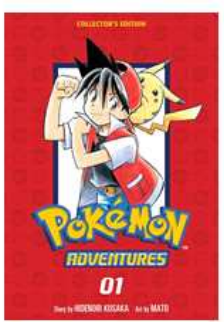
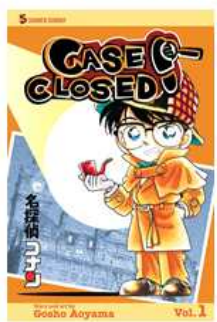
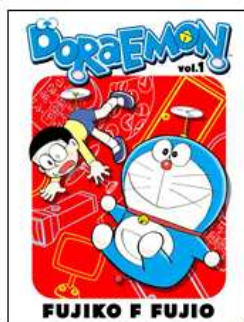


その国でアニメが放映され、人気となってから売れ始める

利益獲得機会フェーズ④ = 最大規模の出版社への利益還流達成

## ⑧ 세계 규모의 단행본 판매 증가

작품이 세계 각국에서 번역 출판



그 나라에서 애니메이션이 방영되어 인기를 얻고 나서 팔기 시작한다!

이익 획득 기회 단계 ④ = 출판사에 최대 규모 이익 환원 달성

何故ヒットアニメを生み出すのに、  
漫画雑誌が必要なのか？

漫画雑誌の中でも、  
何故週刊少年漫画雑誌なのか？

왜 히트 애니메이션을 만들기  
위해 만화잡지가 필요할까요?

만화잡지 중에서도  
왜 주간 소년 만화잡지일까요?

## ① 圧倒的な作品数



☆週刊少年漫画誌の連載作品数 = 20作品  
1雑誌あたり1年間 ⇒ 20作品 × 50週  
= 1000話

☆4誌計 4000話

厳しい競争環境の中から、読者に選ばれた  
作品は、圧倒的に面白い



## ① 압도적인 작품 수



☆주간 소년 만화잡지 연재작 수 =  
20작품/잡지, 1년간 → 20작품 × 50주 =  
1000화

☆4개 잡지 합산 4000화

치열한 경쟁 환경에서 독자에게 선택된  
작품은 압도적으로 재미가 있음



## ② 전통과 신뢰

『週刊少年ジャンプ』の  
最高発行部数

1995年1月発売  
「1995年新年3・4合併号」  
で記録した653万部。



漫画雑誌だけでなく、  
日本における定期刊行物  
全体の歴代最高発行部数  
記録。

\* 最近10年で漫画アプリが台頭して来た。が、まだ主流とはなっていない。アプリからヒット作は生まれているが、雑誌を上回ったとはいえない。だが、やがては主流となる可能性もある。

## ② 전통과 신뢰

"주간 소년 점프"  
최고 발행 부수

1995년 1월 발매

"1995년 신년 3·4 합병호"로  
기록한 653만부.



만화잡지뿐 아니라  
일본의 정기간행물 전체  
역대 최고 발행 부수 기록.

\* 최근 10년동안 만화 앱이 대두되었으나 아직 주류가 되지는 않았습니다. 앱에서도 히트작은 발생하고 있지만, 잡지를 웃돌았다고는 말할 수 없습니다. 그러나 곧 주류가 될 가능성도 있지요.

## 週刊少年漫画雑誌の現在

- ①雑誌は利益を生むプラットフォームから、  
作品を周知・宣伝するプラットフォームへと転換
- ②現在の収益の主流はコミックス。  
だが、雑誌がなければコミックスは生まれない。  
⇒描き下ろしのコミックスは存在しない

## 주간 소년 만화 잡지의 현재

- ① 잡지는 이익을 낳는 플랫폼에서,  
작품을 주지·선전하는 플랫폼으로 전환.
- ② 현재 수익의 주류는 단행본.  
하지만, 잡지가 없으면 만화는 태어나지 않는다  
⇒ 잡지를 거치지 않는 만화는 존재하지 않는다

## 最後に

日本のアニメーション作品、IPビジネスにおいては、「週刊少年漫画雑誌」というプラットフォームを守ることが、  
良質な作品を生み出し続ける唯一の方法である。



## 마지막으로

일본 애니메이션 작품, IP 비즈니스에서는, 「주간 소년만화 잡지」라는 플랫폼을 지키는 것이, 양질의 작품을 계속 생산하는 유일한 방법입니다.



---

<나 혼자만 레벨업>  
웹소설/웹툰의 IP 비즈니스 사례

The 'Solo Leveling' Case: IP Business for Web Novels and Webtoons'



**박진혜**  
(주)디앤씨미디어 해외사업본부 본부장

---

---

# '나 혼자만 레벨업'

## 웹소설/웹툰의 IP 비즈니스 사례

2025.09.26 D&C MEDIA



## 1. 웹소설

▶▶ 성과: 카카오페이지 연재 중 웹소설 1위 유지, 3년 연속 카카페 인기 검색어 1위, 단행본 전세계 12개국 출간 누적부수 약 100만부



### 카카오페이지 연재

작가: 추공  
2016.3~2018.3 연재  
본편 243화 + 외전 27화  
4.7억 view  
평점 9.9점

### 해외 연재

영미권: 타파스, 우시아월드, 웹노블  
일본: 픽코마

### 단행본 출간

전 1-8권

### 해외 출간

12개국 출간

미국, 멕시코, 브라질, 아르헨티나  
프랑스, 이탈리아, 독일, 스페인  
일본, 인도네시아, 태국, 대만, 중국(예정)  
러시아, 튀르키예



## 2. 웹툰

▶▶ 웹툰의 성과: 글로벌 143억 뷰, 단행본 전세계 26개국 출간 누적 판매 부수 약 1,000만부 이상, 2024 '월드 웹툰 어워즈' 대상, 일본 '픽코마 베스트 오브 2024' 웹툰 1위



### 카카오페이지 연재

작가: 레드아이즈, 추공  
2018.3~2021.12 본편 179화 연재  
2023.1~2023.5 외전 21화 연재  
5.6억 view & 평점 10점

### 해외 연재

영미권: 태퍼튼, 타파스, 웹노블, 만타 외  
일본: 픽코마, 라인망가, 메차코미 외  
중국: 콰이칸, 빌리빌라, 텐센트  
기타: 멜리톤, ONO

스핀오프 (나혼렙 라그나로크) 2023.4~ 연재중

### 단행본 출간

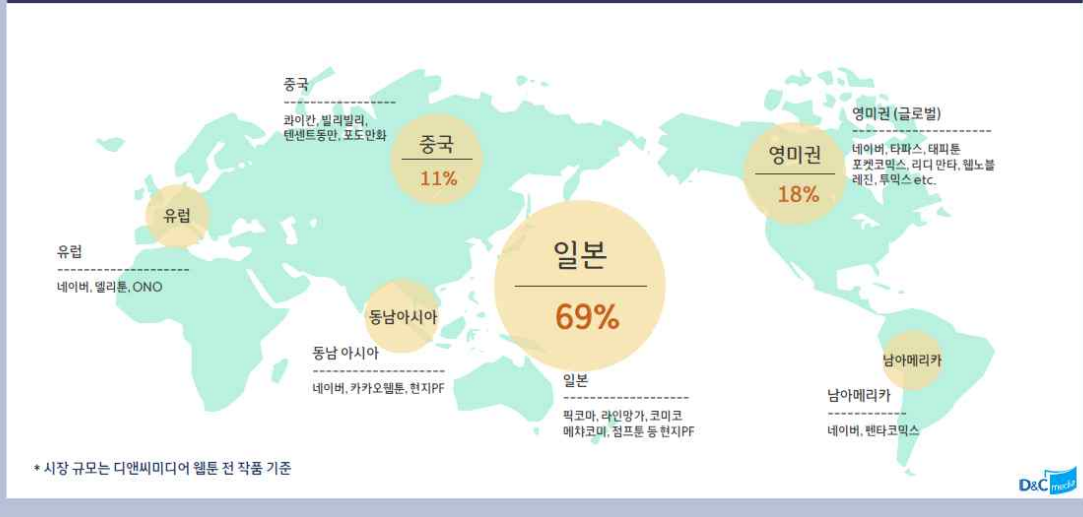
본편: 전 13권  
외전: 전 2권  
스핀오프 (라그나로크) 발행 예정

### 해외 출간

한국 포함 26개국 출간  
5페이지 상세 내용 표기



## 2-1. 참고) 웹툰의 글로벌 전개 현황 (플랫폼 연계)



## 2-2. 참고) 웹툰의 글로벌 전개 현황 (단행본)



### 3. 애니메이션 (웹툰 기반)

▶▶ 성과: 전세계 30개국 방영. 1기 넷플릭스 10개국 톱 10, 크런치롤 1위, 중국 빌리빌리 애니메이션 1위, 크런치롤 'Anime Awards 2025' 올해의 애니메이션 상 외 9관왕 수상



- ▶ 제작: ANIPLEX & A1 Pictures
- ▶ 애니메이션 1기 2024년 1-3월 전 12화 방영
- ▶ 애니메이션 2기 2025년 1-3월 전 13화 방영



### 4. 게임 (웹툰 기반)

▶▶ 성과: 글로벌 174개국 정식 출시 후 141개국 '다운로드 1위', 21개국 '최고 매출 1위', 105개국 매출 '톱10' 누적 이용자 수 6,000만명 초과, 2024년 대한민국 게임대상 '대상' 수상



- ▶ 나 혼자만 레벨업: 어라이즈
- ▶ 제작: 넷마블 네오
- ▶ 모바일 & PC용 액션 RPG 게임

플랫폼 확장  
스팀 & 콘솔 버전



애니메이션 기반 신규 게임

- ▶ 나 혼자만 레벨업: KARMA
- ▶ 로그라이트 액션 RPG 게임
- ▶ 2026년 출시 예상

## 5. 기타 OSMU

▶▶ 성과: 넷플릭스 시리즈 드라마화 확정, 11월 전시 이벤트 오픈, 12월 아이스링크쇼 개최, 다양한 상품화 사업 진행 등



# 감사합니다!

A : 1301, 30, Digital-ro 32-gil, Guro-gu, Seoul, Korea (08390)  
 T : + 82-2-333-2513 E : rights@dncmedia.co.kr  
 H : <https://dncmedia.co.kr/>

---

SNS 기반 애니메이션의 글로벌 IP화 전략:

<빵빵이의 일상> 사례를 통해 본 확장성

Strategy for Global IP Expansion of SNS-Based Animation:

A Case Study on Expandability of 'Bbangbbang's Diary'



이섿별

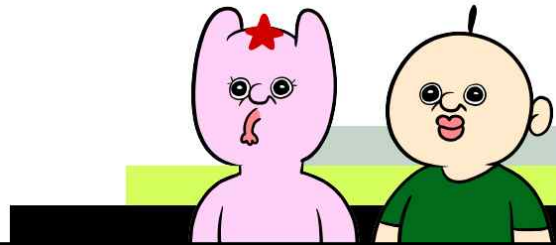
㈜스파이시터키스튜디오 대표

---

## SNS 기반 애니메이션의 글로벌 IP화 전략

### 「빵빵이의 일상」 사례를 통해 본 확장성

<콘텐츠 IP 생태계 미래 비전> 국제포럼  
스파이스터키스튜디오 이솝별



## Table of Contents

01 SNS 생태계 속 콘텐츠 IP 탄생 배경

03 SNS 애니메이션 「빵빵이의 일상」

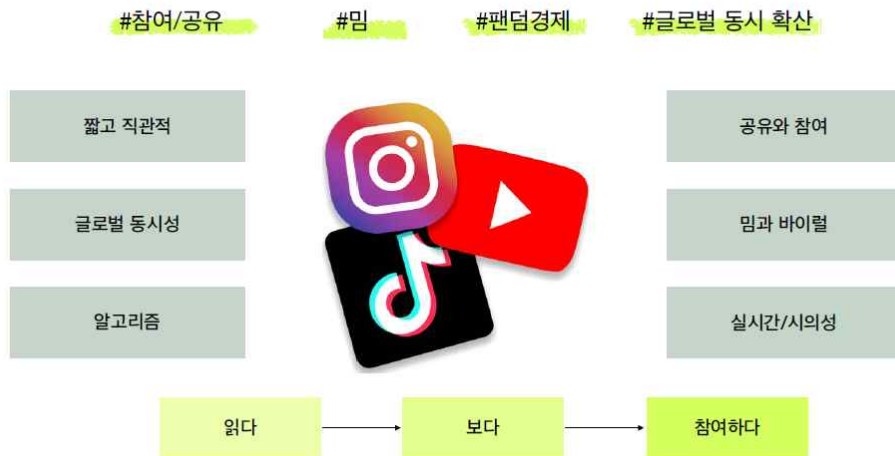
02 SNS 콘텐츠 IP 특징

- 01) 소개
- 02) 히스토리
- 03) 글로벌 사업
- 04) 향후 전략

## SNS 생태계 속 콘텐츠 IP 탄생 배경



## SNS 콘텐츠 특징



# SNS 애니메이션

## 「빵빵이의 일상」



### 소개

|         |                        |
|---------|------------------------|
| 장르      | 코미디                    |
| 에피소드 구성 | 본편 (3~5분) / 숏츠 (1분 내외) |
| 에피소드 편수 | 본편 (47편) / 숏츠 (38편)    |
| 즐거리     |                        |

남들 보다 조금 더 소심하고, 조금 더 겁이 많지만, 이 세상 그 누구보다 욕지를 사랑하는 사랑꾼 '빵빵이'와 남들 보다 더 많이 과격하고 그 누구보다 폭력적이지만, 빵빵이를 언제나 지켜주는 욕지. 그들이 이 작품의 주인공 커플이다.

그들의 기상천외한 일상은 때로는 작은 방 안에서 시작해서 드넓은 우주로 끝나 공간을 초월하기도 하고, 단조로운 오늘을 살지만 가끔은 버라이어티한 먼 미래로 시간을 초월하며 펼쳐지기도 한다. 여딘가에 있을 법한 연인들의 일상을 개성넘치는 캐릭터들을 통해 어디에서도 볼 수 없는 이야기들을 만들어 내는 8급 감성 넘치는 이야기 전개는 팬들에게 유쾌한 웃음을 선사한다.

또한, 주인공 커플인 빵빵이와 욕지 외에도 그들의 일상을 함께하는 영동한 친구들도 작품의 빼놓을 수 없는 즐거움이다.


앞으로 펼쳐질 흥미 진진한 그들의 일상은 이제부터 시작이다.



## 소개

**유통 채널**    유튜브, 인스타그램, 틱톡, 빌리빌리 (중국)


**유통 언어**    한국어, 영어, 일본어, 중국어



**YOUTUBE**

---


구독자 수 243만



**INSTAGRAM**

---


팔로워 수 52만



**TIKTOK**

---


팔로워 수 120만



**BILYBILY**

---

구독자 수 약 73만  
(중국 채널)



## 히스토리

2016년 페이스북  
웹툰으로 시작

2022년 7월,  
유튜브 애니메이션 채널 론칭

2023년 6월  
유튜브 구독자 100만 달성

2023년 6월  
유튜브 구독자 100만 달성

2024년 2월  
일본 기프트쇼에서 첫 공개

2023년 12월  
일본 Sony Creative Products  
마스터 라이선싱 계약 체결

2023년 12월  
2nd 팝업 오픈  
(570평 규모)


2023년 7월 26일  
1st 팝업 오픈  
사업의 가능성 확인

2024년 7월  
일본 하라주쿠 라포레 콜라보

2024년 9월  
중국 Reesee 와  
마스터 라이선싱 계약 체결

2024년 9월  
중국 빌리빌리 오피스실관 오픈  
2024년 11월  
50만 구독자 달성  
2025년 2월  
누적 조회수 5천만뷰 달성

글로벌 확장  
및  
새로운 포맷 기획 검토 중



## 글로벌 사업

SNS 콘텐츠의 특징을 모두 가진, 한/중/일 시장을 동시에 연 이례적인 애니메이션 캐릭터 IP

**방방이의 일상**

한국

- '23년 7월, 1차 팝업으로 사업 가능성 확인
- '23년 7월 - 12월,
  - 캐릭터 비즈니스를 위한 인프라 구축
  - 2차례 팝업 오픈
- '24년 사업의 다각화
  - 팝업 위주 -> 라이선싱/해외/유통 사업추가
- '23년 7월 - '24년 12월
  - 약 1년 6개월 만에 100억대 매출 달성
- 25년, 유튜브 팬페스트 13개 채널 중 선정
  - 유일한 애니메이션 채널
- 3개년 전략 목표, 소비 세대 총 확장 및 에버그린 IP로 성장할 수 있는 콘텐츠 전략 수립 및 실행

**パンパンの日常**

일본

- '23년 12월 일본 Sony Creative Products 일본 마스터 에이전트 계약 체결
- '24년 전략
  - K-Culture들에게 향한 캐릭터 IP/ 시고 싶어도 시기 어려운 캐릭터 IP로 브랜딩
- '25년 전략
  - 유통 확대 및 브랜드 콜라보 통해 일본 전국 단위로 인지도 확장 (unki호데, 파프코, 메일리마드, 라이프카드 등)
- 3개년 전략 목표, 일본 내 100억 매출 불품만들 수 있는 캐릭터 IP로 육성

**邦邦的日常**

중국

- '24년 9월 중국 Reesee Entertainment
- 중국 본토 마스터 에이전트 계약 체결
- '24년 9월 중국 내 영상 플랫폼 '빌리빌리' 공식 채널 개설
  - '24년 11월 두달 만에 구독자 50만 달성
  - '25년 2월 누적 조회수 5000만 달성
  - '25년 빌리빌리 Youth Day 크리에이터로서 참여, 1.4만표 투표, 2-3위
- '24년 12월 - 1월 상하이 팝업 오픈
- '25년, 1개년차 인지도 확장 및 브랜딩을 위한 기업 콜라보 다수 계획
- 3개년 전략 목표, 중국 내 70억 매출 불품 만들 수 있는 캐릭터 IP로 육성



## 한국



한국

BR baskin robbins × 방방이의 일상



일본



일본



일본



중국



중국



## 향후 전략

### 콘텐츠

#### 콘텐츠 제작 편수 확대

- 숏츠 영상을 통해 시의성을 높이고, 스펠오프 시도
- SNS 스택 콘텐츠 제작을 통해 한/중/일 글로벌 팬덤 락인
- 분편 영상을 통해, 세계관과 캐릭터성 확대

#### 미디어믹스

- 장편 애니메이션 기획 제작
- 게임화 시도

### 사업

#### 타겟화, 글로벌화

- 10-30대 팬덤 공략 유통채널
- 10-30대 공략 오프라인 사업 모델 개발
- 캐릭터성으로 영유아/초등세대 공략
- 홍콩/마카오/대만을 비롯하여 사업 국가 확대

글로벌 에버그린 애니메이션/캐릭터로 성장

E.O.D

## Session 2

---

(사)한국애니메이션학회 창립 20주년 기념

‘콘텐츠 IP 생태계 미래비전’ 국제포럼

‘IP 확장과 생성형 AI : 아시아 콘텐츠 생태계를 조망하다’

IP Expansion and Generative AI : A Panorama of the Asian Content Ecosystem

# ‘생성형 AI와 IP 구축’

Generative AI and IP Building



---

# 중국 애니메이션 산업의 AI 활용

AI Application in the Chinese Animation Industry



魏春玲

中物联讯(北京)科技有限公司 联合创始人 & 副总裁

---

# 中国动画产业的AI应用状况

AI applications in the Chinese animation industry

—— 汇报人：中物联讯 魏嘉 ——

# 중국 애니메이션 산업의 AI 활용 현황

AI applications in the Chinese animation industry

—— 발표자：中物联讯 魏嘉 ——

# 目录

Contents

- 01 AI应用前中国动画产业概况  
Overview of China's animation industry before AI technology applications
- 02 AI在中国动画产业的应用状况  
Application status of AI technology in the Chinese animation industry
- 03 国内基于AI技术进行动画创作的典型案例  
Typical cases of AI-based animation creation in China
- 04 挑战与前景预测  
Challenges of AI technology in animation creation

# 목차

Contents

- 01 AI 활용 이전 중국 애니메이션 산업 현황  
Overview of China's animation industry before AI technology applications
- 02 중국 애니메이션 산업에서의 AI 활용 현황  
Application status of AI technology in the Chinese animation industry
- 03 중국 내 AI 기술 기반 애니메이션 제작의 대표 사례  
Typical cases of AI-based animation creation in China
- 04 도전 및 미래 전망  
Challenges of AI technology in animation creation

01

# AI 应用前中国动画产业概况

Overview of China's animation industry before AI technology applications

01

# AI 활용 이전 중국 애니메이션 산업 현황

Overview of China's animation industry before AI technology applications

# AI 应用前中国动画产业概况

01

## 中国动画产能

China's animation production capacity

从年产出量来看, 根据国家广电总局公布的数据, **2018年至2022年间**, 全国动画片年备案数量保持在**400-500部**之间, 实际年完成并取得发行许可证的电视动画片约**300部**。总体来看, 国产动画产能已具备相当规模, 但精品比例仍不高。



# AI 활용 이전 중국 애니메이션 산업 현황

01

## 중국 애니메이션 생산 규모

China's animation production capacity

연간 산출량을 기준으로 볼 때, 국가광전총국이 발표한 자료에 따르면 2018년부터 2022년까지 전국 애니메이션 연간 등록 편수는 400~500편 수준을 유지하였으며, 실제로 매년 완성되어 배급 허가를 받은 TV 애니메이션은 약 300편에 달한다. 전반적으로 국산 애니메이션 생산 능력은 이미 상당한 규모를 갖추었으나, 작품 중 우수 콘텐츠의 비율은 여전히 높지 않다.



# AI 应用前中国动画产业概况

## 02 主要创作团队

Main creative team

市场已形成“头部公司+中型工作室+大量小型团队”的格局。  
头部企业：方特动漫、彩条屋影业、玄机科技、若森数字等。  
此外，绘梦动画、幻维数码、艾尔平方等也在网络动画领域占据重要地位。



## 03 存在的问题

Existing problems

行业仍普遍存在制作周期长、人力成本高、特效渲染资源消耗大等问题。一部高品质三维动画剧集通常需2-3年完成，资金投入动辄数千万元。

制作周期长

人力成本高

特效渲染资源消耗大

# AI 활용 이전 중국 애니메이션 산업 현황

## 02 主要制作团

Main creative team

시장에는 이미 '대형 기업 + 중형 스튜디오 + 다수의 소형 팀'으로 구성된 구조가 형성되어 있다.

대표적 대형 기업으로는 판타월드 애니메이션(方特动漫), 차이타오 필름(彩条屋影业), 위안칭 테크놀로지(玄机科技), 루어스 디지털(若森数字) 등이 있다. 또한 화몽 애니메이션(绘梦动画), 환웨이 디지털(幻维数码), 에어 스퀘어드(艾尔平方) 등도 웹 애니메이션 분야에서 중요한 위치를 차지하고 있다.



## 03 문제점

Existing problems

애니메이션 업계 전반에는 여전히 제작 주기가 길고 인건비가 높으며, 특수효과 렌더링 과정에서 자원 소모가 큰 등의 문제가 존재한다. 고품질 3D 애니메이션 시리즈 한 편을 완성하기 위해서는 보통 2~3년의 기간이 필요하며, 제작 자금은 수천만 위안에 이른다.

제작 주기가 길다

인건비가 높다

특수효과 렌더링 과정에서  
자원 소모가 크다

02

## AI 技术在中国动画产业的应用状况

Application status of AI technology in the Chinese animation industry

02

## 중국 애니메이션 산업에서의 AI 활용 현황

Application status of AI technology in the Chinese animation industry

## 国内学术界的研究情况

### 香港中文大学

“

香港中文大学、腾讯PCG ARC实验室和北京大学联合开发ToonComposer系统。

采用“稀疏草图注入”机制与空间低秩适配器 (SLRA) 技术, 实现了基于极简输入的全动画序列自动生成。”



ToonComposer 使用稀疏关键帧草图生成的视频样本



香港中文大学



腾讯PCG ARC实验室



北京大学

## 중국 학계의 연구 동향

### 홍콩중문대학교

“

홍콩중문대학교, 텐센트 PCG ARC 연구실 및 베이징대학교가 공동으로 ToonComposer 시스템을 개발하였다.

희소 스케치 주입 (sparse sketch injection) 메커니즘과 공간 저계수 적응기 (SLRA) 기술을 적용하여, 최소한의 압력으로 전체 애니메이션 시퀀스를 자동 생성하는 것을 구현하였다.”



ToonComposer가 희소 키프레임 스케치를 활용하여 생성한 영상 샘플



香港中文大学



腾讯PCG ARC实验室



北京大学

## 国内学术界的研究情况

### 中国传媒大学

“

中国传媒大学创作团队根据生成式人工智能技术擅长的叙事、画面及表现的特点。

用水墨画素材对AIGC模型开发调整, 训练出拥有自主知识产权的人工智能模型“墨池”(Inkstone), 实现了对传统水墨艺术风格的数字化重构。”



Inkstone  
墨池模型



基于Inkstone模型创作的短片《龙门》成为国内首部全部以人工智能生成技术制作的水墨动画短片, 并入围巴西Tiete国际电影节。

## 중국 학계의 연구 동향

### 중국전매대학교

“

중국전매대학교 제작팀은 생성형 인공지능 기술이 강점을 보이는 서사, 화면 및 표현적 특성을 기반으로 창작을 진행하였다.

수묵화 소재를 활용하여 AIGC 모델을 개발·조정함으로써 자주적 지식재산권을 보유한 인공지능 모델 ‘묵지(Inkstone)’를 훈련하였으며, 이를 통해 전통 수묵 예술 스타일의 디지털 재구성을 실현하였다.”



Inkstone  
墨池模型



Inkstone 모델을 기반으로 제작된 단편 애니메이션 《용운》은 전편이 인공지능 생성 기술만으로 완성된 국내 최초의 수묵 애니메이션 단편으로, 브라질 티에테(Tiete) 국제영화제에 공식 초청되었다.

## 国内学术界的研宄情况

### 香港大学

“ 香港大学与腾讯ARC实验室联合开发多镜头动画数据集 AnimeShooter是一个专为参考引导的多镜头动画生成而构建的大规模数据集。

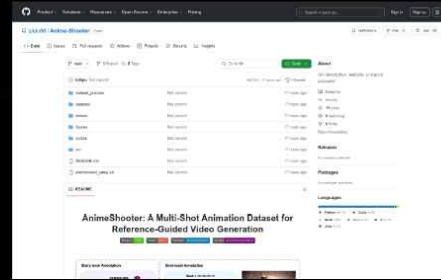
AnimeShooter包含了丰富的故事和镜头级注释,以及精确的角色参考图像,旨在解决AI生成动画中角色一致性和叙事连贯性的难题。”



香港大学



腾讯ARC实验室



AnimeShooter 数据集开源代码

## 중국 학계의 연구 동향

### 홍콩대학교

“ 홍콩대학교와 텐센트 ARC 연구실이 공동으로 개발한 다중 시점 애니메이션 데이터셋 AnimeShooter는, 참조 기반의 다중 시점 애니메이션 생성을 위해 구축된 대규모 데이터셋이다.

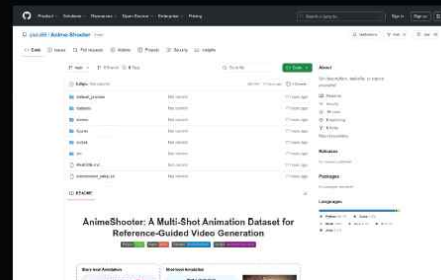
AnimeShooter는 풍부한 스토리와 샷 단위 주석, 그리고 정밀한 캐릭터 참조 이미지를 포함하고 있으며, AI 애니메이션 생성 과정에서 발생하는 캐릭터 일관성과 서사적 연속성의 문제를 해결하는 것을 목표로 한다.”



香港大学



腾讯ARC实验室



AnimeShooter 데이터셋의 오픈소스 코드

## 国内学术界的研 究情况

| 研究机构      | 项目名称            | 主要研究方向       | 核心技术/贡献                      | 解决的关键问题                      |
|-----------|-----------------|--------------|------------------------------|------------------------------|
| 中国传媒大学    | '墨池'模型          | 艺术风格化探索、流程构建 | 模型微调与二次开发、自主产权模型训练、AIGC动画全流程 | 传统艺术风格的AIGC复现、专属美学价值探索、流程标准化 |
| 港中文/腾讯/北大 | ToonComposer    | 生产效率提升、工具开发  | 稀疏草图注入、空间低秩适配器 (SLRA)        | 动画中间帧自动生成、真实风格模型向卡通风格的迁移     |
| 港大/腾讯     | AnimeShooter数据集 | 叙事一致性、基础数据建设 | 大规模多镜头动画数据集构建、精细注释           | 镜头角色一致性、故事连贯性、为复杂叙事生成提供数据基础  |

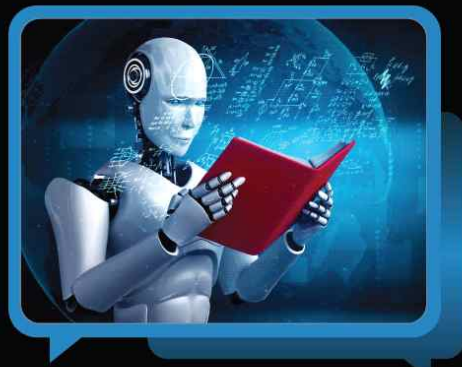
学术界AI应用于动画创作的案例



## 중국 학계의 연구 현황

| 연구 기관                       | 프로젝트명             | 주요 연구 방향            | 핵심 기술/기어  | 해결한 핵심 문제   |
|-----------------------------|-------------------|---------------------|---|---|
| 중국 전매대학교<br>中国传媒大学          | '묵지(墨池)' 모델       | 예술 스타일화 탐색, 프로세스 구축 | 모델 미세 조정 및 2차 개발, 지주적 지식재산 모델 학습, AIGC 애니메이션 전 과정 | 전통 예술 스타일의 AIGC 재현, 고유성이 가치 탐색 및 프로세스 표준화         |
| 홍콩 중문대학교/<br>텐센트/<br>베이징대학교 | ToonComposer      | '생산 효율 향상, 도구 개발    | 희스 스케치 주입 및 공간 저차 적용기 (SLRA)                      | 애니메이션 중간 프레임 자동 생성 및 실사 스타일 모델의 카툰 스타일 전환         |
| 홍콩대학교<br>교수센터               | AnimeShooter 데이터셋 | 서사 일관성, 기초 데이터 구축   | 대규모 다중 상 애니메이션 데이터셋 구축 및 정밀 주석                    | 샷 간 캐릭터 일관성, 이야기 연속성 확보 및 복잡한 서사 생성을 위한 데이터 기반 채움 |

학계에서 AI를 활용한 애니메이션 창작 사례



# 产业界AI动画创作发展状况

## 01 国家队的引领与示范

The national team's leadership and exemplary demonstration

### 1、《千秋诗颂》

由CCTV-1与人教社合作制作的国内首部文生视频AI系列动画片。聚焦国家统编语文教材中的200多首诗词，依托“央视听媒体大模型”，通过AIGC技术将诗词制作为水墨国风动画。



### 2、《团员令》

2024年央视联合北京新影联影业等企业制作的AIGC动画电影，通过AI大模型的生成能力，省去了传统流程中的建模、材质、骨骼绑定等环节，推动了动画电影制作的智能化和高效化。



# 산업계 AI 애니메이션 창작 발전 현황

## 01 국가 대표팀의 선도와 시범 역할

The national team's leadership and exemplary demonstration

### 1、《천추시송(千秋诗颂)》

CCTV-1과 인민교육출판사(人教社)가 공동 제작한 국내 최초의 텍스트-투-비디오 AI 기반 시리즈 애니메이션은 국가 통합 국어 교과서에 수록된 200여 수의 시를 중심으로 한다. 'CCTV 음성 미디어 대모델'을 토대로 AIGC 기술을 활용하여 시를 수묵 국풍 애니메이션으로 재현한 대표적 작품이다.



### 2、《단원령(团员令)》

2024년 CCTV가 베이징 신영연영업 등 기업과 공동으로 제작한 AIGC 애니메이션 영화로, AI 대모델의 생성 능력을 활용하여 전통 제작 공정에서의 모델링, 재질, 뼈대 바인딩 등의 절차를 생략함으로써 애니메이션 영화 제작의 지능화와 효율화를 촉진하였다.



# 产业界AI动画创作发展状况

02

## 业内大厂的商业化探索与技术驱动

Commercialization exploration by industry-leading companies

### 3、腾讯哔啵svt的Sora系统

面向游戏开发者的视频生成AI系统，包括角色创建、动作捕捉、数字资产管理、智能NPC四大核心管线，通过AI技术系统性提升游戏美术生产效率与质量。



### 4、阿里魔动—Animate Anyone 2

关注角色与环境的融合和互动，通过AI技术提升角色在虚拟场景中的表现力，支持角色与环境的交互，提升角色的真实感和沉浸感。



# 산업계 AI 애니메이션 창작 발전 현황

02

## 업계 대형 기업의 상업화 탐색과 기술 주도

Commercialization exploration by industry-leading companies

### 3、腾讯哔啵svt的Sora系统

面向游戏开发者的视频生成AI系统，包括角色创建、动作捕捉、数字资产管理、智能NPC四大核心管线，通过AI技术系统性提升游戏美术生产效率与质量。



### 4、阿里魔动—Animate Anyone 2

关注角色与环境的融合和互动，通过AI技术提升角色在虚拟场景中的表现力，支持角色与环境的交互，提升角色的真实感和沉浸感。



# 产业界AI动画创作发展状况

## 各大厂AI动画工具汇总



# 产业界AI动画创作发展状况

## 主要企业别AI动画工具汇总



## 产业界AI动画创作发展状况

03

### 民间资本的创新与突破

Innovation and breakthroughs in private capital

#### 与光同尘团队《有山灵》

《有山灵》通过零手绘、零三维、零渲染的即梦AI全流程创作而成。

与光同尘仅通过5人AI核心制作团队，包括00后主创、资深AI影视编导、控图师、动画剪辑师以及声音制作人在8个月内进行了角色设定、场景风格确定、分镜脚本、剪辑成片直至配音，完成了一部长篇动画作品。



## 产业界AI动画创作发展状况

03

### 民间资本的创新与突破

Innovation and breakthroughs in private capital

#### 与光同尘团队《有山灵》

《有山灵(有山灵)》은 제로 핸드드로잉, 제로 3D, 제로 렌더링의 '즉몽(即梦) AI' 전 공정 창작 방식을 통해 완성되었다. 여광동진(与光同尘) 팀은 단 5명의 AI 핵심 제작진(00후반 주창작자, 베테랑 AI 영상 연출가, 이미지 컨트롤러, 애니메이션 편집자 및 사운드 프로듀서)으로 구성되어, 8개월간 캐릭터 설정, 배경 스타일 확정, 콘티 작성, 편집 및 후반 더빙까지 수행하여 장편 애니메이션 작품을 완성하였다.



03

## 国内基于AI技术进行 动画创作的典型案例

Typical cases of animation creation based on AI  
technology in China

03

## 중국 내 AI 기술 기반 애니메이션 제작의 대표 사례

Typical cases of animation creation based on AI  
technology in China

## 《哪吒之魔童闹海》

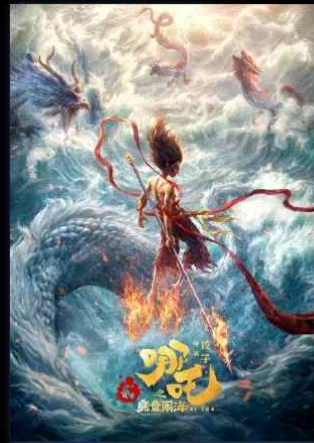
中物联讯  
IOT-VR

### 美术设计

Base团队引入AI工具ControlNet，创作天数由数周压缩至3天，达代概念图生成形象1200张，生成形象800+版，最终选定“魔童哪吒”版本。

### 关键动作设定环节

对关键帧动作捕捉进行“智能升级”。借助stable Diffusion的图生图功能，原画师仅勾勒角色线稿，AI即可自动填充色彩、光影细节，并生成连贯动作序列。



## 《나차지 마동뇌해》 (哪吒之魔童闹海)

中物联讯  
IOT-VR

### 미술 디자인

Base 팀은 AI 도구 ControlNet을 도입하여 제작 일정을 수 주에서 3일로 단축하였다. 그 과정에서 약 1,200장의 콘셉트 이미지와 800여 종의 생성 이미지를 산출하였으며, 최종적으로 '마동 나차' 버전을 확정하였다.

### 핵심 동작 설정 단계

핵심 키프레임 모션 캡처를 '지능형 업그레이드' 하였다. Stable Diffusion의 이미지-투-이미지 기능을 활용하여, 원화는 단순히 캐릭터 선화를 스케치하기만 하면 AI가 자동으로 색채와 광원-음영 세부를 채워 넣고, 연속적인 동작 시퀀스를 생성한다.



## 《哪吒之魔童闹海》

中物联讯  
IOT-VR

### 面部表情调整 (Facial) 环节

团队采用AI微表情迁移技术也为角色增添了细腻的情感表达，以真人演员的52种表情为基础，再通过生成对抗网络 (GAN) 映射到角色面部。

### 降本增效

据《哪吒2》特效制作方Base Media透露AI将特效制作效率提升400%，单帧渲染成本从300元降至18元。



## 《나차지 마동뇌해》 (哪吒之魔童闹海)

中物联讯  
IOT-VR

### 안면 표정 조정 (Facial) 단계

팀은 AI 미세 표정 전이 기술을 도입하여 캐릭터에 섬세한 감정 표현을 부여하였다. 실제 배우의 52종 표정을 기반으로, 생성적 적대 신경망(GAN)을 통해 이를 캐릭터 얼굴에 매핑하였다.

### 비용 절감과 효율 제고

《나차 2》 특수효과 제작사인 Base Media에 따르면, AI는 특수효과 제작 효율을 400% 향상시켰으며 단일 프레임 렌더링 비용은 300위안에서 18위안으로 절감되었다.



## 《哪吒之魔童闹海》的AI应用

中物联讯  
IOT-VR



## 《나차지 마동뇌해》의 AI 활용

中物联讯  
IOT-VR



# 《愚公移山》首部国产全流程AI动画电影

中物联讯  
IOT-VR

## 01 真人动捕，训练AI学习表演范式

采用“人在回路” (Human-in-the-Loop) 机制，强调动画师的主导地位。先由动画师依据美术风格设定表演的夸张或写实程度，再指导演员进行动作捕捉，为AI提供结构化、风格化的训练数据。

## 02 AI提升画面稳定性

通过过滤数据噪声、结合实时渲染引擎中的AI去噪与光效预测，显著提升了生成画面的流畅度和稳定性，同时降低了计算成本。

## 03 AI审美一致性训练

团队自主开发专为中国风格设计的IP Role (角色系统) 和IP Scene (场景系统)。通过对中国传统艺术元素定向训练和数据库构建，确保了角色与场景的文化契合度和视觉统一性。



# 《우공이산(愚公移山)》 - 중국 최초의 전 공정 AI 애니메이션 영화

中物联讯  
IOT-VR

## 01 실사 모션 캡처를 통해 AI가 연기 패턴을 학습하도록 훈련

‘휴먼 인더루프(Human-in-the-Loop)’ 메커니즘을 도입하여 애니메이터의 주도적 역할을 강조하였다. 우선 애니메이터가 미술 스타일에 따라 과장 혹은 사실적 표현 정도를 설정하고, 이후 배우의 모션 캡처를 지도하여 AI에 구조화되고 스타일화된 학습 데이터를 제공한다.

## 02 AI를 통한 화면 안정성 향상

데이터 노이즈를 필터링하고, 실시간 렌더 링엔진 내의 AI 기반 디노이즈와 광효과 예측을 결합함으로써 생성화면의 유연성과 안정성을 크게 향상시키는 동시에 연산 비용을 절감하였다.

## 03 AI 심미 일관성 훈련

팀은 중국 스타일에 특화된 IP Role(캐릭터 시스템)과 IP Scene(장면 시스템)을 자주적으로 개발하였다. 중국 전통 예술 요소에 대한 방향성 학습과 데이터베이스 구축을 통해, 캐릭터와 장면의 문화적 적합성과 시각적 통일성을 보장하였다.



## 《愚公移山》—北京卫视报道

中物联讯  
IOT-VR



## 《우공이산(愚公移山)》— 베이징위성TV 보도

中物联讯  
IOT-VR



04

挑战与前景预测

Challenges and Prospects Forecast

04

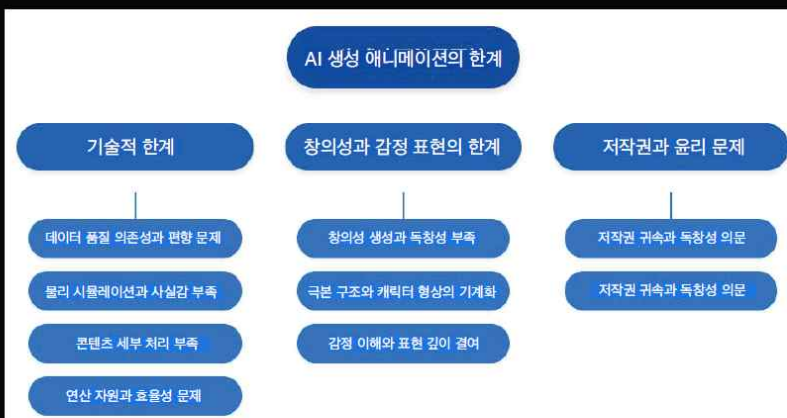
도전 및 미래 전망

Challenges and Prospects Forecast

## AI 技术在动画创作中面临的挑战



## 애니메이션 창작에서 AI 기술이 직면한 도전



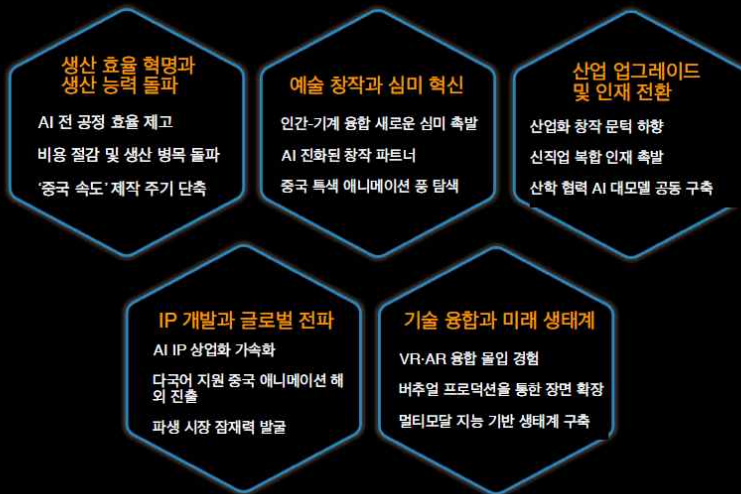
## 应用前景预测

中物联讯  
IOT-VR



## 응용 전망 예측

中物联讯  
IOT-VR





**中物联讯**  
I O T - V R

致力于打造中国领先的智慧物流与供应链教育企业  
Is committed to building China's leading intelligent logistics and supply chain education enterprise



个人微信号



企业公众号

---

# 아바타에서 디지털 로봇까지: 버추얼 휴먼과 결혼하는 시대

From Avatars to Digital Robots:  
The Era of Marrying Virtual Humans

오제욱  
(사)한국버추얼휴먼산업협회 협회장



# 아바타에서 디지털 로봇까지 버추얼휴먼과 결혼하는 시대

한국버추얼휴먼산업협회 오제욱  
@heartpreneur.im

안녕하세요,  
오제욱입니다!

- ㈜이퀄소울 대표이사
- 상해진기상무유한공사 동사장
- 사단법인 한국버추얼휴먼산업협회 공동협회장
- 사단법인 브라운(브라운 입양센터, 브라운 동물병원) 이사
  
- 전 ㈜디오비스튜디오 대표이사
- 전 ㈜티그라운드 대표이사
- 전 ODK Media Deputy Director
- 전 SBS콘텐츠허브 중화권 사업 개발
- 전 골프존 해외 사업 개발



**KOYHIA** 한국버추얼휴먼산업협회





# 버추얼휴먼

캐릭터

로봇

아바타

학술적 관점

Transhuman

Digital Robot

Virtual  
Human

산업적 관점

Digital Avatar

Virtual Idol

**트랜스 휴먼**  
**Transhuman**

완전을 꿈꾸는 인류가 디지털 진화를 이룬 결과







# 디지털 로봇 Digital Robot

디지털 세상에서만 존재하는 로봇



- sinyejin748 3주 좋아요 1개

inae951 다운아 그림 진짜 예쁘다 그림 잘 그린다 3주 댓글 달기
- ccssmm888888 자가 안녕 나 다운이야 너 진짜 멋있어ㅠㅠ 2주 좋아요 2개 댓글 달기

juyoun0821 다운아 ㅋㅋ 너 여친이 몇명이야? 나두 포함요~ 1주 댓글 달기

2주 댓글 달기
- jing\_ayeon4 너무 잘 그린다 잘생겼어 다운아❤️ 3주 좋아요 2개 댓글 달기

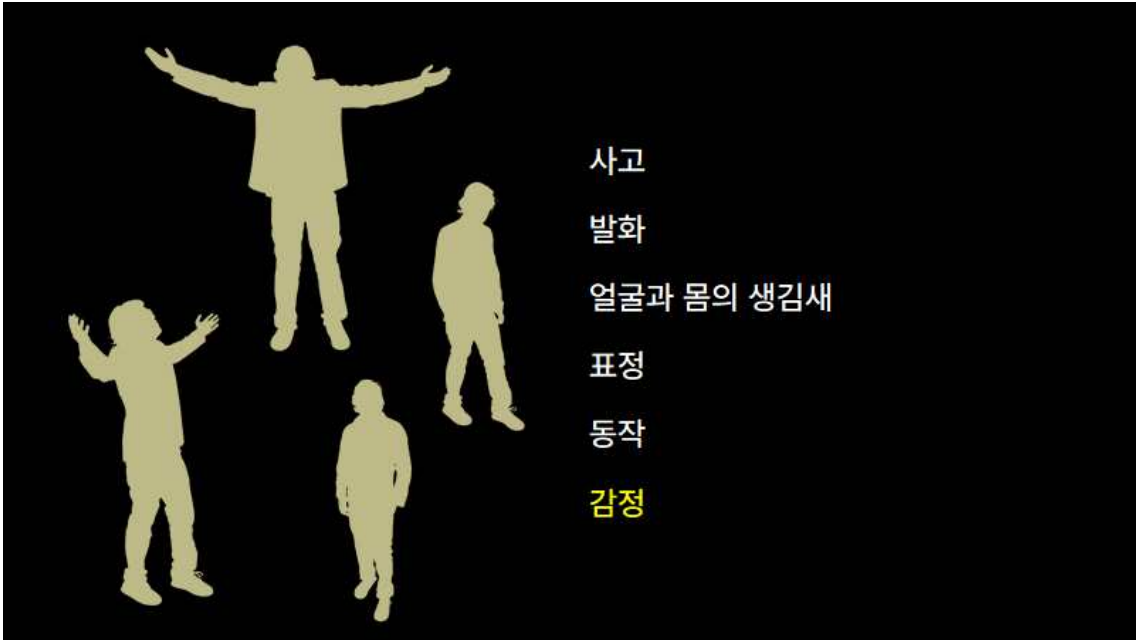
ieunbyeol6 3주 댓글 달기
- ceonjihye606 다운아 특종 봐줘~~ 부탁이야 3주 좋아요 1개 댓글 달기

minjiyeon121 다운아.. 자기가 몇명이야..? 댓글에 자기가 자기가 그려는데.. 나랑 사귀는 거 아니었어..? 2주 좋아요 4개 댓글 달기

야자수랑 구름도 선 내게 지파 같이 따즈 자 표현하고 그려 크 리는 오후도 정말 : gimsumin900 다운아는 나랑 사귀고 있지 그림 속으로 뽀! 하 2주 댓글 달기

끼면서 바닷가에서 복한 여름이야~! ㅎㅎ <img alt="emojis" /> 3주 좋아요 3개 댓글 달기

@dob Studio, Scatterlab



## 디지털 아바타 Digital Avatar

실존 인물을 복제하여 일정 업무를 대신하게 한 캐릭터





## 버추얼 아이돌 Virtual Idol

디지털 세상에서만 만날 수 있는 아이돌



©METaverse ENTERTAINMENT, VLAST





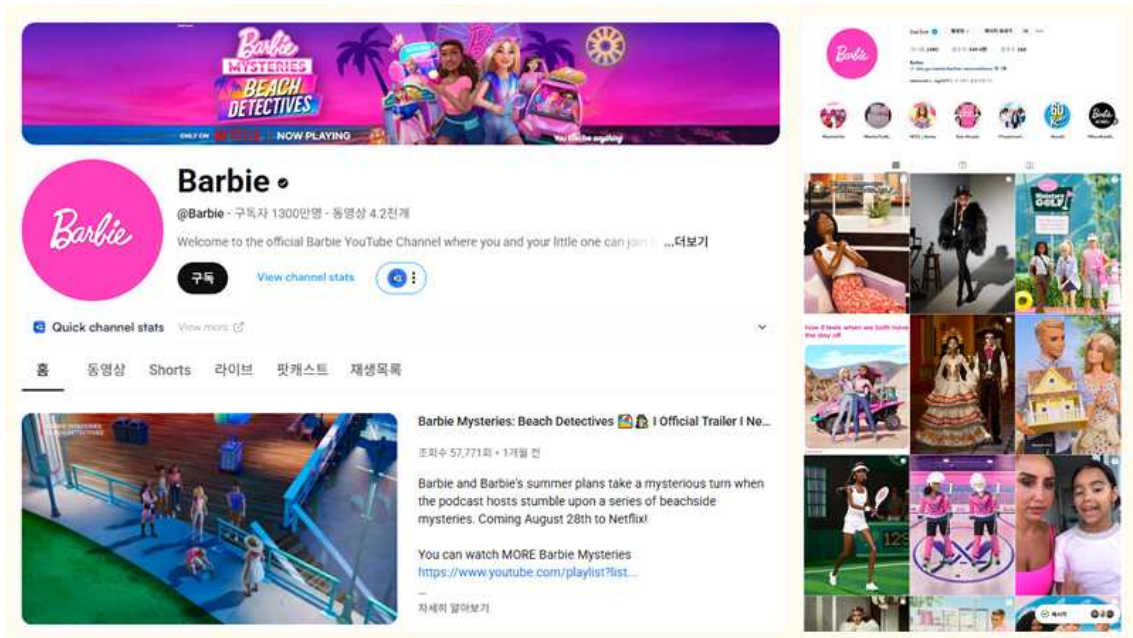
©VLAST, MEDIHILL



©VLAST, MEDIHILL

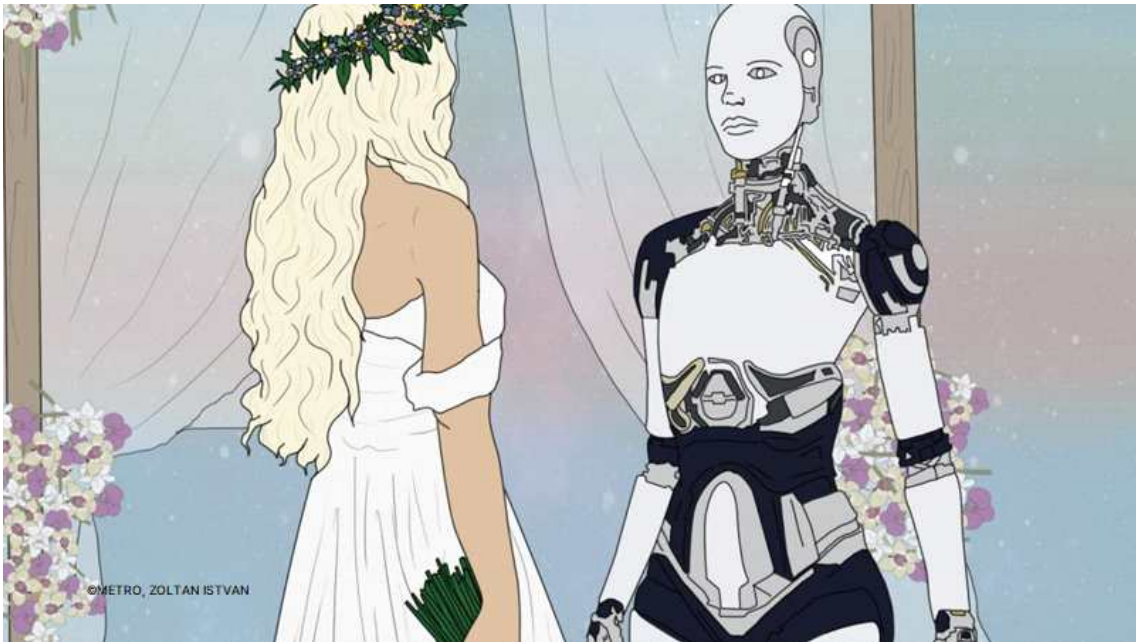






**사람인 척 하는 버추얼휴먼**

**그냥 사람인 버추얼휴먼**





**감사합니다.**

한국버추얼휴먼산업협회 오제욱  
@heartpreneur.im

## Session 3

---

(사)한국애니메이션학회 창립 20주년 기념

‘콘텐츠 IP 생태계 미래비전’ 국제포럼

‘IP 확장과 생성형 AI : 아시아 콘텐츠 생태계를 조망하다’

IP Expansion and Generative AI : A Panorama of the Asian Content Ecosystem

# ‘만화 IP의 가능성’

Potential of Comic IP



---

# 웹툰 IP 생태계와 스토리월드 구축 가능성

The Potential for Building a Webtoon IP Ecosystem and Storyworld

박기수  
한양대학교 교수





# 웹툰IP생태계와 스토리월드 구축 가능성

박기수

한양대학교 문화콘텐츠학과



## 목차

1. IP의 정체
2. IP, 무엇이 문제인가?
3. 어떻게 IP가치를 발굴-지속-강화-확장할 것인가
4. IP 비즈니스의 핵심 전제
5. IP 비즈니스의 전개
6. IP 기반의 조형적 가로지르기
7. 원천IP로 웹툰에 주목하는 이유
8. 웹툰IP의 연결과 확장
9. IP 기반 스토리월드의 정체와 구현
10. 원천IP의 조형적 증식
11. 원천IP 영상화의 문제
12. 웹툰IP에 적합한 트랜스미디어스토리월드 구축 방안



## IP(Intellectual Property)의 정체

콘텐츠를 기반으로 다양한 장르 확장과 부가 사업을 가능하게 하는 일련의 지식재산권 portfolio(이성민)

IP는 권리를 주장할 수 있는 콘텐츠

그것과 분명한 연계를 통해 융합적으로 확장할 수 있는 세계관, 향유요소, 팬덤 등을 포괄할 수 있는 고유성 기반의 콘텐츠

공유 가능한 세계관  
(Universe)

- 동일성에 대한 최소의 정체성 유지
- 향유자 체험 연결-확장-공유



부가적 이해  
(Additive comprehension)

- 새로운 즐거움의 추가적 창출
- 참여와 체험의 지속적 확충

IP의 가치 창출은 발굴/지속/강화/확장의 매커니즘에서  
참여, 연결, 융합, 공유 등을 얼마나 지속적으로 활성화할 수 있는냐의 문제

3



## IP, 무엇이 문제인가?

IP의 중요성에 대한 강조  
이미 충분!

Why

IP의 가치 창출, 가치 극대화

What

IP, Super IP, 원천IP

How

Transmedia Storytelling?

### 문제는 어떻게 구현할 것인가!

조형적, 개방적 자세로 구현 시도 필수  
선행 성공 사례의 벤치마킹 필수

4



## 어떻게 IP가치를 발굴-지속-강화-확장할 것인가

1. 장르별로 배타적 권리인 IP 비즈니스는 권리를 미리 확보하는 것 우선 과제
2. 사업 확장을 통한 규모의 경제 구축을 위한 지속/확장 가능한 IP확보는 최우선 과제
3. IP활용은 콘텐츠 비즈니스의 불확실성을 줄이기 위한 노력(Risk hedge 전략)
  - IP활용은 결국 1) IP의 가치를 지속/심화, 2) IP를 다양한 분야로 확장, 3) 향유자 체험의 위계 구현의 지속적 모색
  - 지속/확장 가능한 IP발굴, IP Adaptation, 확장 순서 및 전략, 브랜드 가디언스, 트랜스미디어스토리월드 등의 종합적인 전략 필요
4. IP를 중심으로 권리자들끼리의 협력 생태계 구축 필요

5



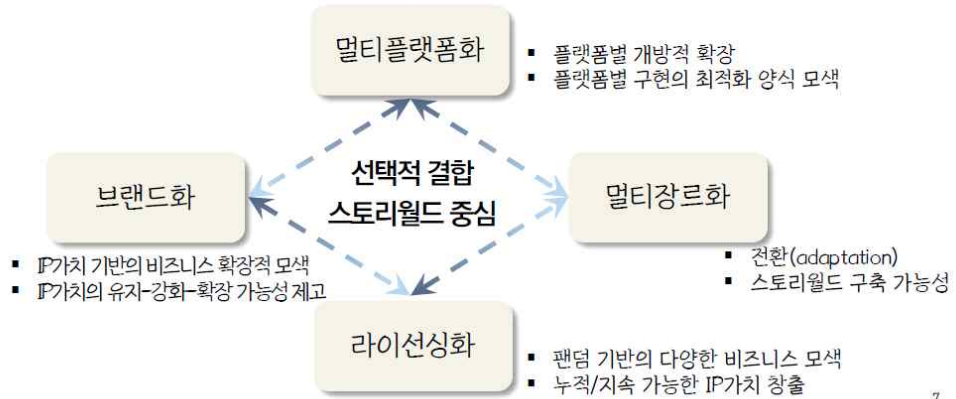
## IP 비즈니스의 핵심 전제



6

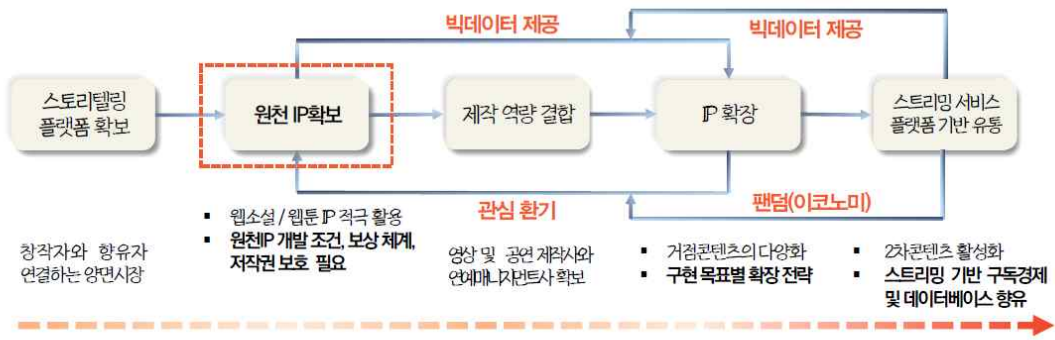
## 💡 IP 비즈니스의 전개

### 단계별 구현 목표와 전략을 구분/연결하여 구체화



7

## 💡 IP 기반의 조형적 가로지르기

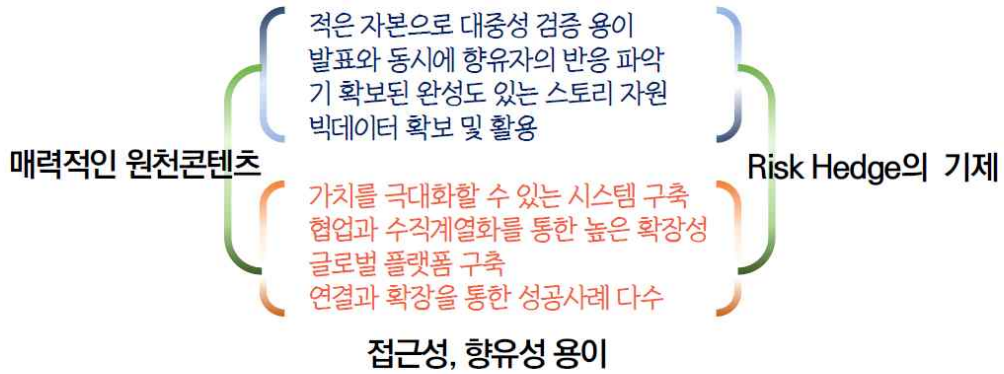


수직 계열화를 통한 종합 엔터테인먼트 생태계 구현  
 향유자의 적극적인 참여와 체험에 기반한 빅데이터 활용 활성화  
 콘텐츠, 미디어, 플랫폼, 구현 기기의 경계를 가로질러 트랜스미디어의 효과를 극대화

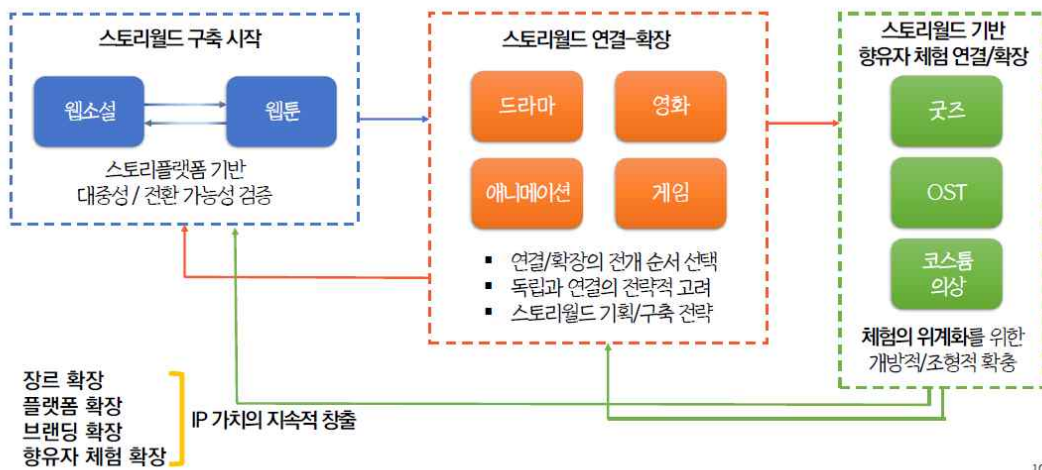
8

## 💡 원천IP로 웹툰에 주목하는 이유

### 콘텐츠 무한경쟁 체제



## 💡 웹툰IP의 연결과 확장

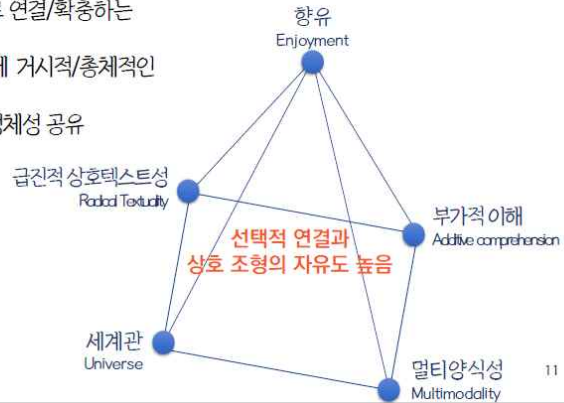




## IP 기반 스토리월드의 정체와 구현

향유자 체험을 강화하기 위해 지속적으로 구축/연결/확장하는 스토리세계

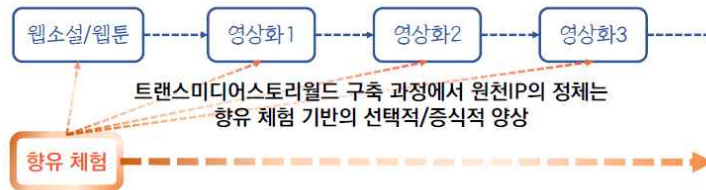
- 복수의 미디어/텍스트/플랫폼/향유자를 지속적으로 연결/확충하는 진행형의 증식성과 개방성 지향
- 개별 미디어는 자족적인 콘텐츠로 존재하는 동시에 거시적/총체적인 스토리월드 구성요소로서 기능
- 향유자 체험중심의 연결-확장-공유를 위한 최소 정체성 공유



11



## 원천IP의 조형적 증식



트랜스미디어 전개 단계별로 전략적 차원의 원천IP의 파악 필수  
 → 왜 / 무엇을 원천IP로 볼 것인가의 문제!  
 전환 단계에서 원천IP의 세계관과 부가적 이해를 어떻게 파악할 것인가의 문제  
 → 정전의 문제가 아니라 향유자 체험 기반 전략의 문제

12



## 원천IP 영상화의 문제

영상화 기반의 트랜스미디어스토리월드 구축은 당위가 아니라 구현 전략의 문제

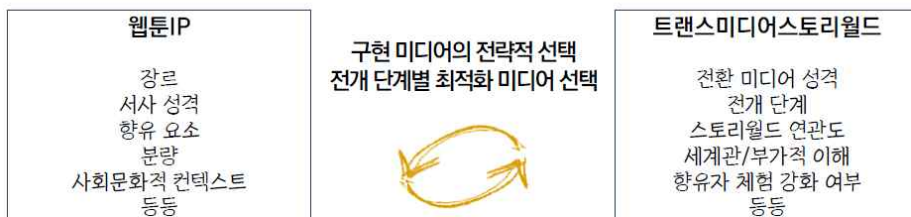
- 영상화 여부, 적합성 평가 체크리스트 구성
- 미디어의 특성, 미디어 전개 순서/단계, 미디어 간 콜라보 여부 등을 고려한 구체화 전략 필수
- 플랫폼별, 미디어별, 전개 단계별 최적화 전략 필수
- 웹툰IP의 스토리, 빅데이터, 트랜스 양상 등을 고려한 구체화 전략

13



## 웹툰IP에 적합한 트랜스미디어스토리월드 구축 방안

웹툰IP의 장르, 서사, 향유요소, 분량, 사회문화적 컨텍스트 등을 전략적으로 고려한 트랜스미디어스토리월드 구축 방안 모색



14

웹투IP 가치 창출  
문제는 당위가 아니라 구체화  
트랜스미디어스토리월드에 길을 묻다

15

Q & A

경청해 주셔서 감사합니다.

---

# 문화적 측면에서 본 만화 IP

Comic IP from a Cultural Perspective




한상정

인천대학교 교수

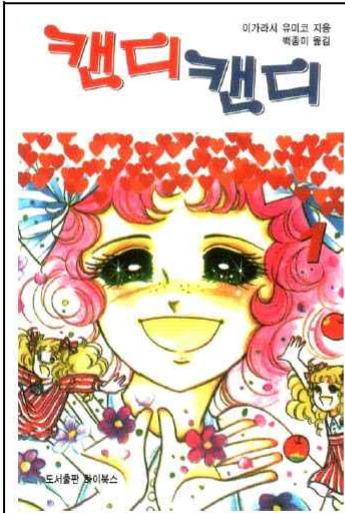


## 문화적 측면에서 본 만화 IP

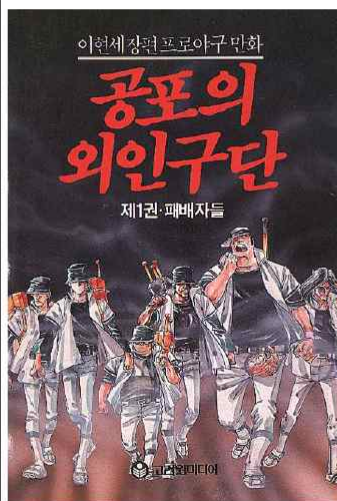
한상정  
인천대학교(불어불문학/문화대학원)

|  |  |   |
|--|--|---|
|  <p>No. 1 JUNE, 1938<br/><b>ACTION COMICS</b><br/>10¢</p> |  <p>© ZUIKO SHOGAKU SHINSHU</p> |  <p>GROSSES SONDERBAND I<br/><b>Asterix</b><br/>DER GALLIER<br/>2,80 DM<br/>TEXT: GOSCHNY<br/>ZEICHNUNGEN: BERZIO<br/>DUPA-VERLAG<br/>DARMSTADT</p> |
| 1938 : 87년   | 1951 : 74년   | 1961 : 64년  |

콘텐츠 IP 생태계 미래비전 국제포럼



1975 : 50년

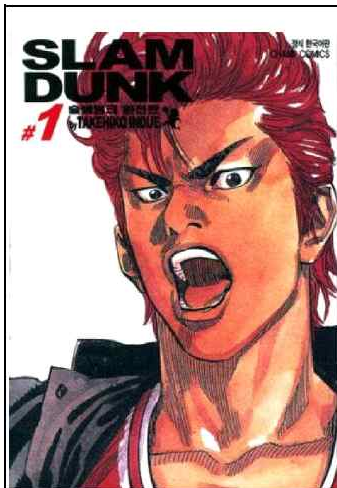


1983 : 42년



1983 : 42년

콘텐츠 IP 생태계 미래비전 국제포럼



1990 : 35년



1992 : 33년



1999 : 26년

콘텐츠 IP 생태계 미래비전 국제포럼

|                   |                   |                   |
|-------------------|-------------------|-------------------|
|                   |                   |                   |
| <p>2006 : 19년</p> | <p>2012 : 13년</p> | <p>2013 : 12년</p> |

콘텐츠 IP 생태계 미래비전 국제포럼

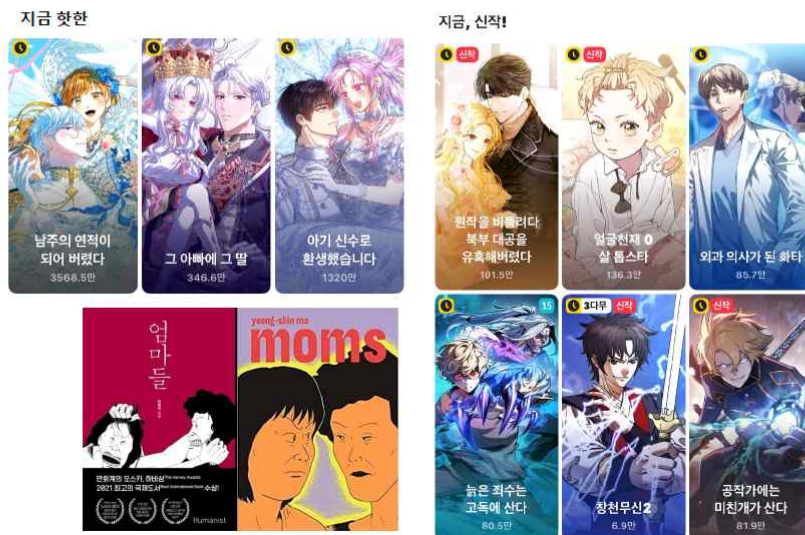
1. 만화 IP의 유의미성 : 문화적 파급효과에서 시작해서, 경제적 파급효과로
  - 1-1. 문화적 파급효과는 어떻게 가능한가 ?
  - 1-2. 어떤 경우에 이 파급효과가 오래 지속되는가 ?
2. 만화 IP만의 특성이 있을까?

1-1. 문화적 파급효과는 어떻게 가능한가 ?

- 작가가 보여주고 있는 세계가 새롭고 놀라우면서도 재미있다
- 이 '세계'는 시각적으로, 문장적으로, 전체적으로
- '이런 세계가 있는 줄 몰랐다' → 인지를 확장시키고, 실 세계의 변화를 야기함  
로봇이? 농구가? 역사가? 처절함이? 절박함이?  
; 슬프게도, 이것이 꼭 대중적인 인기를 보장하는 것은 아니다  
→ 생태계나 문화생태계나 '다양성'만이 대안  
; 작품이 너무 많다 - > 누구도 모든 작품을 리뷰할 수 없다  
→ 달라야 한다

- 시각적, 연출적 특성은(당연히 '만화적'으로),

작가가 표현하려고 하는 세계의 특성과 닮아 있음



콘텐츠 IP 생태계 미래비전 국제포럼

- 언어적으로도(대사들)

“외로워도 슬퍼도 나는 안 울어(캔디캔디)”

“인생은 언제나 예측불허. 그리하여 생은 그 의미를 갖는다(아르미안의 네딸들)”

: 7-80년대 새로운 여성서사의 가능성을 탐색

“회사가 전쟁터라고? 밖은 지옥이다(미생)”

: 2010년대 우리사회 평범한(?) 회사원과 비정규직에 대한 서사

“서있는 데가 바뀌면 풍경도 달라지는 거야”

“패배는 죄가 아니요. 우리는 벌 받기 위해 사는 게 아니란 말이요!  
우리는 달리기를 하는게 아니라 삶을 사는 거요(송곳)...”

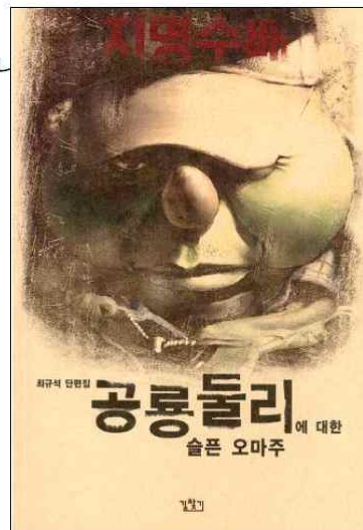
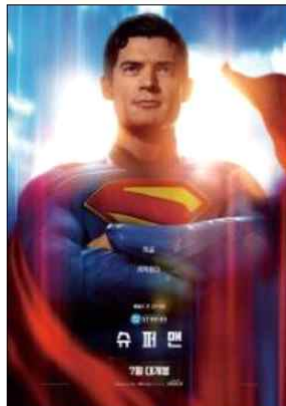
: 우리사회 비정규직/노조에 대한 기록

콘텐츠 IP 생태계 미래비전 국제포럼

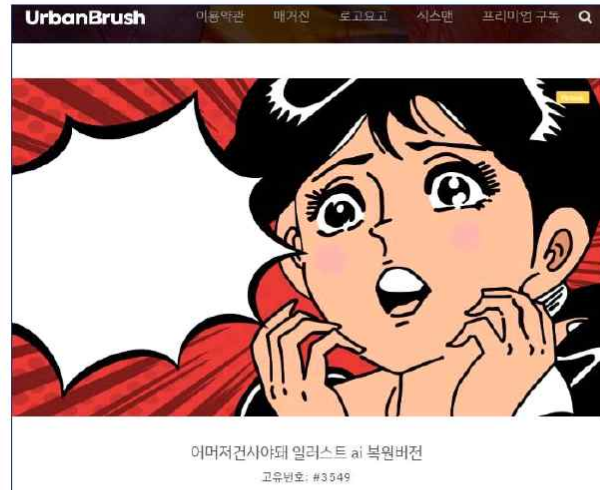
1-2. 어떤 경우에 이 파급효과가 오래 지속되는가?

- 오래 이어질 때, 아니면 계속해서 새롭게 해석되어 만화로 재창작될 때 : <슈퍼맨>, <아스테릭스>, <둘리> ...

- 재해석은 아니더라도 다른 표현형식(게임, 영화, 애니메이션 등)으로 이전, 재창작될 때



- 독자들이 적극적으로 활용할 때 : 독자/팬덤과의 상호작용 속에서 의미가 확장



[https://whitefaceone.tistory.com/2310?utm\\_source](https://whitefaceone.tistory.com/2310?utm_source)

## 2. 만화 IP의 특성이 있을까?

→ 만화형식의 특성에서 기인

- 소리도, 움직임도 없는 이미지 서사라는 점
- 결정적으로 독자의 개입이 필수라는 점
- 새로운 개입의 '여지'가 많으며, 이미지의 존재가 가이드 역할을 함

---

# 일본 만화시장에서의 한국 웹툰 현지화

Localization of Korean Webtoons  
in the Japanese Manga Market



김예지  
국민대학교 강사

---

# 일본 만화시장에서의 한국 웹툰IP와 현지화

김예지

## 일본 디지털만화의 성장과 한국 웹툰의 등장

- 2010년 전후로 일본 내 디지털 만화 성장의 가속화
- 2017년, 디지털 만화의 판매액이 종이만화 단행본 판매액을 추월
- 만화시장에서 차지하는 디지털 만화의 비중이 커지는 중
- 종이만화의 보조적인 위치를 벗어나, 종이만화와 연계하면서도 독립적인 생태계를 구축
- 디지털만화의 성장이 시작된 2010년대 후반부터, 일본 디지털만화 시장에 한국 웹툰 대량 유통 시작  
⇒라인망가, 픽코마 등 한국계 웹툰 플랫폼이 주도
- 한국 웹툰이 일본 디지털 만화 시장에서 중요한 위치를 확립



● 利用したことがあるコミックアプリ・サービス (複数) ※年代別、上位3サービス按份

| 10代 (n=580)   |               | 20代 (n=1,131) |               | 30代 (n=1,191) |               |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 1位            | LINEマンガ 49.3% | 1位            | LINEマンガ 39.6% | 1位            | LINEマンガ 37.2% |
| 2位            | 픽코마 43.3%     | 2位            | 픽코마 35.5%     | 2位            | 픽코마 36.9%     |
| 3位            | 少年ジャンプ+ 39.1% | 3位            | 少年ジャンプ+ 33.6% | 3位            | 少年ジャンプ+ 30.5% |
| 40代 (n=1,243) |               | 50代 (n=948)   |               | 60代 (n=434)   |               |
| 1位            | 픽코마 40.6%     | 1位            | 픽코마 47.2%     | 1位            | 픽코마 47.2%     |
| 2位            | LINEマンガ 38.5% | 2位            | LINEマンガ 41.7% | 2位            | LINEマンガ 39.6% |
| 3位            | めちぇコミック 28.3% | 3位            | めちぇコミック 27.7% | 3位            | めちぇコミック 27.2% |

MMD研究所調べ

이용한 적이 있는 국내 어플리케이션 서비스(복수)

출처: MMD연구소([https://mmdlabo.jp/investigation/detail\\_2376.html](https://mmdlabo.jp/investigation/detail_2376.html))

인기 만화 어플리케이션 이용자수 추이(2020~2022)  
출처: VALUES(<https://manamina.valuesccg.com/articles/1988>)

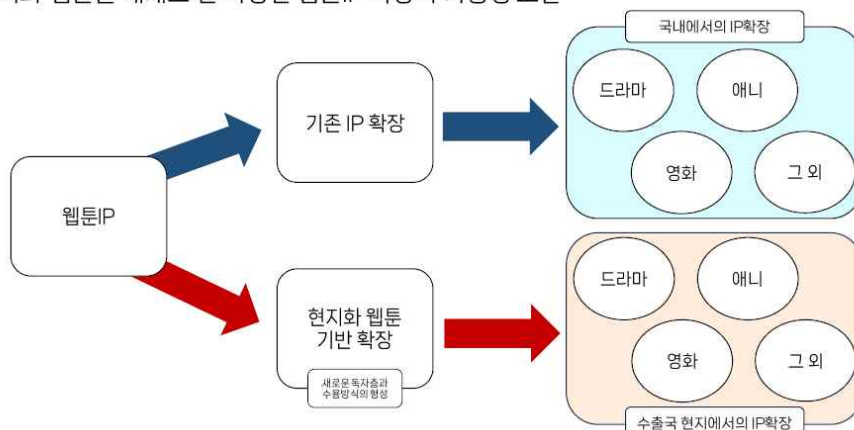
## 일본 시장에서의 한국 웹툰IP

- 일본에서의 웹툰 유통은 IP의 확장이라는 문화·산업적 의미를 갖는 현상
- K-Pop, 드라마, 영화와 같은 타 미디어와 상호적·순환적/로 연결되어 상호 향유 확장



## 현지화 웹툰 연구목표

- 한국 웹툰의 일본 현지화 과정을 IP 확장의 새로운 경로로 제안
- 웹툰-타 미디어 전환 중심의 기존 IP 확장 개념에 대한 재검토
- 현지화 웹툰을 매개로 한 다양한 웹툰IP 확장의 가능성 고찰



## 일본에서의 한국 웹툰의 현지화 : 등장인물 이름의 현지화



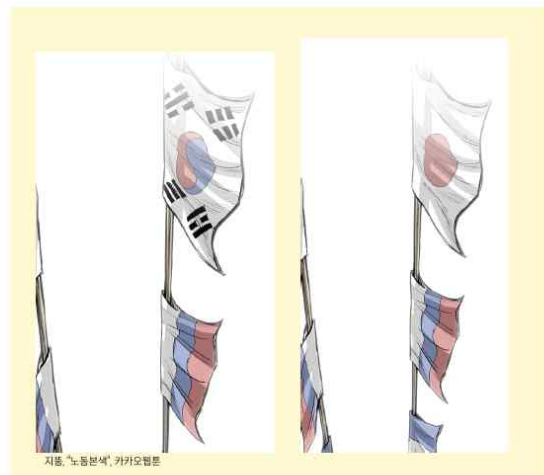
손끼치즈 인 디 트랩 한국어판(좌)과 일본어판(우)의 등장인물 소개 페이지

솔티, 단청, 레지피소 남주를 고시려던 건 아니었습니다 한국어판(좌)과 일본어판(우)의 주인공 소개

## 일본에서의 한국 웹툰의 현지화 : 배경그림, 소품의 현지화



강기영이경, "아기가 생겼어요", 카카오페이지



지름, "노동분세", 카카오페이

## 일본에서의 한국 웹툰의 현지화 : 읽기 방식의 현지화



이이리(이영수)용오일파타르드, "새로운함", 네이비

## 현지화를 통한 '문화의 냄새'의 전환

- 소비장에서 '산출/제조국'의 이미지와 그를 둘러싼 담론이야말로 문화상품에 '문화의 냄새'를 자아낸다 (이와부치 코이치 2016 : 36)
- 웹툰의 현지화
  - ✓ 텍스트에서 한국적인 '문화의 냄새'를 삭제하고 '일본의 '문화의 냄새'를 이식하는 과정
  - ✓ 언뜻 보기에 원작 제작지가 모호해지는 효과



<www>(한양)>(theaterny 라면집은 비어)



<www>(한양)>(theaterny 라면집은 비어)



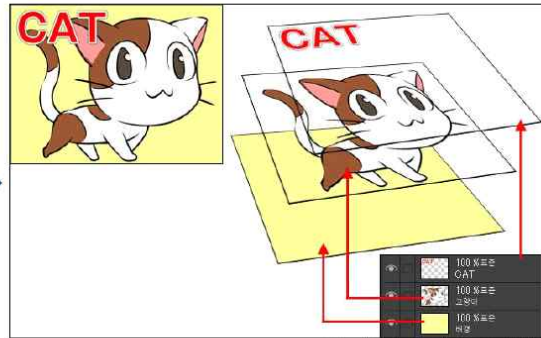
<www>(한양)>(theaterny 라면집은 비어)

## 유동하는 웹툰과 변화하는 만화의 의미

- 웹툰 원작 텍스트는 다양한 버전을 생성할 수 있는 '모체'이자 '틀'로 변모
- 하나의 모체로부터 파생된 현지화 작품은 단순한 복제물이 아닌, 수출국 현지의 고유한 문화적 맥락과 '문화의 냄새'를 지닌 또 하나의 '원작'으로서의 가능성 내포



출처: YouTube 「LOOKArtMedia」 (URL: <https://youtu.be/LYoGbVnckE>)



출처: <https://www.clipstudio.net/drawing/archives/157180>

## 원작의 경계가 불분명한 웹툰의 등장

- 원작-번역판 사이의 경계가 모호한 웹툰
- 히가시무라 아키코 <나를 기억하나요>(카카오페이지) → 한일 동시연재
- 한국어판과 일본어판 두 버전 모두 '원작'으로 간주되는 사례



한국어판



일본어판

히가시무라 아키코  
<나를 기억하나요>  
(카카오페이지)

## 경계를 넘나드는 웹툰 IP



<DOG 웹툰> (브랜딩: 본베니 스튜디오)



노민우, 나래, 김유진 주연 <DOG> (TBS)

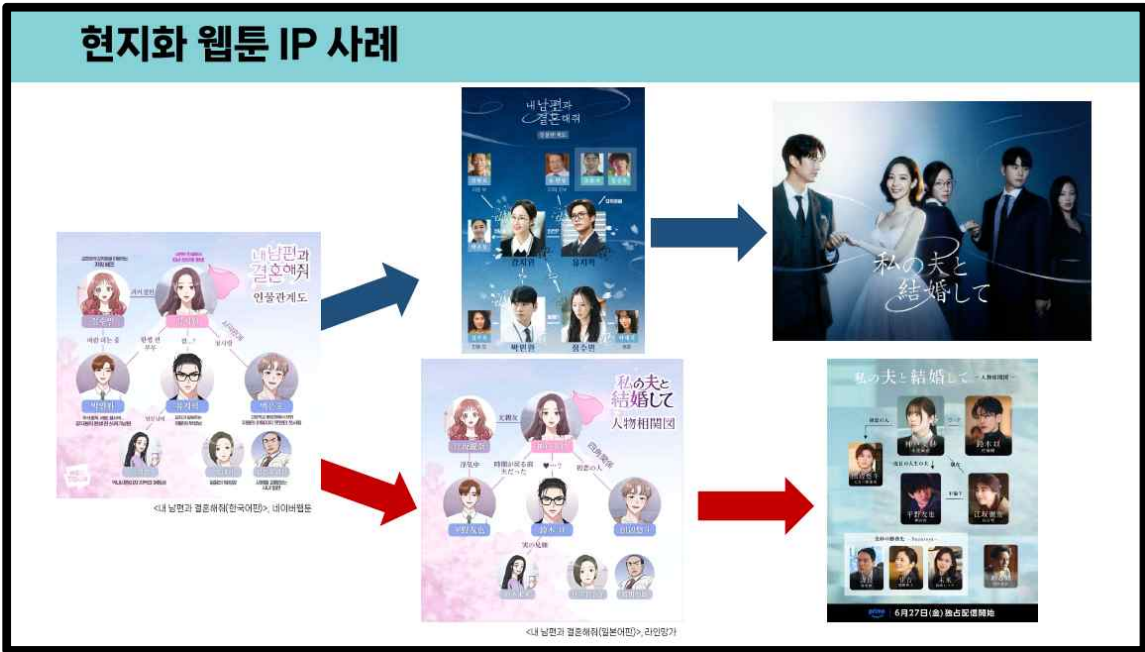
- '스튜디오툰'의 예시
- 네이버웹툰×일본 TBS×샤인 파트너스 3사 합작 웹툰 전문 제작 스튜디오
- 오리지널 웹툰을 네이버웹툰/라인망가에서 연재→TBS가 영상화하여 일본 시장에 유통
- 한국에서 제작된 작품이 한/일합작을 통해 IP를 확장하는 사례  
→ 한/일 두 시장을 동시에 겨냥한 웹툰IP의 등장

## 현지화 웹툰 IP 파생 드라마



- 웹툰 <이태원 클래스>와 일본 현지화판 <梨泰院 클래스>의 사례
- 현지화 웹툰을 토대로 드라마 제작(TV아사히, 2020)
- 한국어판 원작을 토대로 <이태원 클래스> 일본에서 뮤지컬 제작
- 원작→현지화→드라마 IP 확장 경로
- 하나의 원작으로부터 '현지화 버전'을 토대로 한 드라마 리메이크판과 원작을 기반으로 한 뮤지컬 판, 이중적 IP 확장 양상이 나타남
- 원작 IP 확장의 두 가지 경로
  - ✓ 현지화판 경우
  - ✓ 원작 직결

## 현지화 웹툰 IP 사례



## 현지화 웹툰 IP 사례

- <나 혼자만 레벨업>(카카오페이지)
  - ✓ 현지화 작품이 일본에서 유통되고 높아진 인기를 바탕으로 애니메이션 제작
  - ✓ 일본어판은 현지화 문법에 따라 이름/배경을 일본식으로 수정
  - ✓ 그러나 애니메이션은 원작의 설정을 그대로 사용
  - 현지화 작품이 있음에도 원작 기반으로 IP가 확장된 사례
- IP확장에 있어서 원작과 현지화 작품 중 선택 가능성
- IP확장에 있어서 원작vs현지화 선택의 문제 제기



## 웹툰 IP 확장의 새로운 양상

:미디어-간 확장에서 미디어-내 확장으로

- 이름/배경설정/읽기 방식의 현지화를 거치며, 원작과 현지화 작품 사이의 경계가 모호해지고 있는 현상
  - 웹툰 IP의 새로운 확장 가능성 부상
- 현지화는 IP 확장의 새로운 매개물로 작동
- 웹툰-애니메이션-드라마-영화 등 미디어 전환을 통해 이루어졌던 OSMU형 확장을 넘어, 원작 웹툰→현지화 웹툰과 같이 원작이 파생물로 전환되는 다층적 확장 양상 등장
  - 미디어-간 확장에 더해 미디어-내 확장 양상의 부상
- 웹툰IP는 현지화는, 문화적 번안을 통해 원전과 번역 텍스트(원작성과 파생성)의 경계를 재구성하며, 문화산업 차원에서 IP 확장의 다층적 경로를 형성

감사합니다

## (사)한국애니메이션학회 연혁

|      |   |
|------|---|
| 2005 | 2005. 03. 06. 한국애니메이션학회 발기인 대회 및 창립대회<br>2005. 06. 30. 학술지 <애니메이션연구> 1호 발간<br>2005. 07. 10 학회 홈페이지 오픈<br>2005. 11. 12. 제1회 ASKO & CMC 국제학술대회 및 작품전 개최<br>2005. 12. 30. <애니메이션연구> 2호 발간                        |
| 2006 | 2006. 07. 01. 한국애니메이션학회 정기총회<br>2006. 09. 20. 한국애니메이션학회 2006 국제심포지움<br>2006. 12. 09. 제2회 ASKO & CMC 국제학술대회 및 작품전  |
| 2007 | 2007. 03. 14. 사단법인 설립 허가 (문화관광부)<br>2007. 06. 04. 2007 디지털콘텐츠 미디어정책 공동세미나<br>2007. 11. 15. 제1회 신동헌 애니메이션상 제정 및 시상식<br>2007. 11. 16. 2007 캐릭터 & 애니메이션 국제 공동학술 세미나<br>2007. 11. 17. 제3회 ASKO & CMC 국제학술대회 및 작품전 |
| 2008 | 2008. 04. 23. 2008 대구 애니충격전 / 아카데미 개최<br>2008. 06. 05. '2008 뉴미디어 시대의 애니메이션 산업' 정책포럼<br>2008. 11. 06. '지역콘텐츠산업 육성방안'을 위한 국제학술세미나<br>2008. 12. 30. <애니메이션연구> 학술진흥재단 등재후보학술지 선정                                 |
| 2009 | 2009. 01. 21. 제2회 신동헌 애니메이션상 시상식<br>2009. 07. 31. 커뮤니케이션북스, 학술지 출판계약 체결<br>2009. 10. 31. 국내학술지 지원사업 선정 (한국연구재단)   |
| 2010 | 2010. 06. 11. 2010 Aisagraph in Shanghai 참가<br>2010. 11. 12. 2010 International ASKO Celebration  |
| 2011 | 2011. 05. 28. 제7회 춘계학술대회<br>2011. 09. 02. 중국 길림 국제애니메이션/만화/게임포럼 참가<br>2011. 12. 31. <애니메이션연구> 누리미디어 전자출판 개시   |
| 2012 | 2012. 01. 26. 2012 앙굴렘 국제만화축제 참가<br>2012. 01. 31. '스마트환경에서 애니메이션 플랫폼과 콘텐츠' 연구용역<br>2012. 01. 31. <애니메이션연구> 한국연구재단 등재지 선정  |
| 2013 | 2013. 06. 29. 제11회 춘계학술대회<br>2013. 11. 30. 제12회 추계학술대회 및 ASKO 국제영상초대전   |

|      |   |
|------|---|
| 2014 | 2014. 05. 31. 2014 ASKO 춘계학술대회<br>2014. 12. 13. 2014 추계학술대회 및 ASKO 국제영상전  |
| 2015 | 2015. 06. 30. <애니메이션연구> 제33호, 특별호 발간<br>2015. 08. 14. 부천 국제만화컨퍼런스 심포지엄<br>2015. 09. 16. 제10차 MBC 미래방송포럼   |
| 2016 | 2016. 07. 06. 제20회 SICAF 대학관 공동주관<br>2016. 07. 31. ‘만화/웹툰이론총서’, ‘만화/웹툰작가평론선집’ 발간 사업   |
| 2017 | 2017. 07. 19. 2017 부천국제만화컨퍼런스 심포지엄<br>2017. 09. 01. 2차 ‘만화/웹툰 이론총서/작가평론선집’ 발간사업   |
| 2018 | 2018. 07. 15. ‘만화/웹툰 이론총서/작가평론선집’ 50권 발간<br>2018. 07. 20. 3차 ‘만화/웹툰 이론총서/작가평론선집’ 발간사업<br>2018. 08. 16. 2018 부천국제만화컨퍼런스 심포지엄<br>2018. 09. 03. ‘애니메이션/캐릭터 산업 중장기발전계획’ 연구용역                              |
| 2019 | 2019. 07. 17. 캐릭터라이선싱페어 라이선싱콘 개최<br>2019. 09. 27. 대전정보문화산업진흥원 MOU 체결  |
| 2020 | 2020. 09. 30. 제1회 재난관리 및 복원력 애니메이션 공모전<br>2020. 12. 12. 추계학술대회 및 ASKO 국제작품전   |
| 2021 | 2021. 04. 21. 기후환경 이모티콘 공모전 공동주관<br>2021. 09. 04. 제24회 부천국제만화축제(BICOF)공식 후원<br>2021. 10. 15. ‘2021 한중 메타버스 산학포럼’ 공동개최   |
| 2022 | 2022. 06. 28. 애니메이션 정책토론회 공동주관<br>2022. 07. 21. 만화/웹툰이론총서 & 작가평론선집 100권 출간기념회   |
| 2023 | 2023. 02. 28. 실감미디어콘텐츠 산학연계 워크샵<br>2023. 06. 23. 한국애니메이션학회/한국캐릭터학회 공동학술대회<br>2023. 08. 17. OTT환경 K-애니메이션 지원제도개선 토론회 공동주관<br>2023. 10. 27. 애니메이션+XR+AI융합기술 세미나<br>2023. 12. 22. (사)한국애니메이션산업협회 업무협약 체결 |
| 2024 | 2024. 04. 26. (재)국립아시아문화전당재단 업무협약 체결<br>2024. 07. 27. (사)한국캐릭터학회 공동학술대회 및 ASKO 작품전<br>2024. 09. 30. ‘한국애니메이션 성장정책 토론회’ 공동주관   |

---

(사)한국애니메이션학회 정관

---

2007년 3월 14일 제정

2016년 6월 25일 개정

2025년 0월 0일 개정

## 제 1 장 총 칙

### 제 1 조 (명칭)

본회는 “한국애니메이션학회” (이하 “본회” 라 한다)라 하고, 영문명으로는 ‘The Animation Society of Korea’라 한다.

### 제 2 조 (소재지)

본 회 의 주 사무 소 는 전국 을 대 상 으 로 대 표 자 의 지 역 에 소 재 지 를 둘 수 있 으 며, 각 지방에 지부를 둘 수 있다.

### 제 3 조 (목적)

본회는 애니메이션의 전반에 대한 학술연구 조사 및 정보 교육을 통한 애니메이션의 진흥과 회원 상호간의 친목도모를 목적으로 한다.

### 제 4 조 (사업)

본회는 제3조의 목적을 달성하기 위하여 다음의 사업을 한다.

1. 애니메이션 학술지 발간 및 관련도서의 출판물 간행
2. 국내외 애니메이션 학술 세미나, 워크샵, 전시회, 강연회 등의 개최
3. 애니메이션 관련 산업 및 창작활동 진흥을 위한 교육 및 학술 지원
4. 애니메이션 관련 콘텐츠의 기술개발을 위한 연구 지원
5. 국내외 애니메이션 관련정보, 자료수집 및 배포
6. 국내외 애니메이션 활동과 관련된 사회봉사 및 자문
7. 해외 애니메이션학회 및 제 관계 기관과의 교류
8. 회원의 친목도모 및 권익보호
9. 기타 본회의 목적 달성에 필요한 사업

### 제 5 조 (수익사업)

1. 본 회 는 제4조에 규정한 목적사업의 경비를 충당하기 위하여 필요한 때에는 그 본질에 반하지 아니하는 범위 안에서 수익사업을 할 수 있다.
2. 본 회 가 제1항의 규정에 의한 수익사업을 하고자 할 때에는 미리 문화체육관광부 장관의 승인을 얻어야 한다.

### 제 6 조 (이익의 제공)

1. 본 회 는 제4조의 목적사업을 수행함에 있어 수혜자에게 제공하는 이익은 이를 무상으로 하며, 수혜자에게 그 대가의 일부를 부담시킬 때에는 미리 문화체육관광부 장관의 승인을

얻어야 한다.

2. 본 회의 목적사업으로 제공하는 이익은 특별히 그 목적을 한정된 경우를 제외하고는 수혜자의 출생지, 출신학교, 직업, 성별, 기타 사회적 지위 등에 의하여 부당하게 차별되어서는 아니된다.

## 제 2 장 회 원

### 제 7 조 (회원의 구분)

본 학회 회원은 정회원, 준회원, 법인회원으로 구분하고 명예회원을 포함할 수 있으며, 다음의 자격을 가진 자로서 본회의 설립 취지에 찬동하고 소정의 입회신청서를 제출하여 이사회의 승인을 얻은 개인 또는 단체로 한다.

#### 1. 정회원

본 학회 정회원은 4년제 대학졸업자, 전문대학 졸업 후 2년 이상의 연구 경력을 가진 자, 혹은 기타 운영위원회가 적당하다고 인정한 자

#### 2. 준회원

애니메이션관련 대학원생 및 애니메이션분야 종사자로서 정회원 1인 이상의 추천을 받은 자

#### 3. 명예회원

퇴임한 회원 및 본회 발전에 공헌이 많은 자로서 본 학회 발전에 기여할 수 있는 인사로서 운영위원회에서 심의하고 인준 여부를 결의한다.

#### 4. 법인회원

학회발전에 기여할 수 있는 기업으로서 본 학회 정회원의 추천을 얻어 운영위원회에서 심의하고 인준 여부를 결의한다.

### 제 8 조 (회원의 자격)

학회 회원은 본 학회의 목적에 찬동하고 본 학회 발전에 기여할 수 있는 자로 한다.

### 제 9 조 (회원의 권리와 의무)

회원은 총회를 통하여 본회의 운영에 참여할 권리를 가지며, 명예회원과 준회원은 총회에 출석 하여 발언할 수 있으나 의결권은 없다.

1. 본 학회의 정회원은 다음의 권리를 갖는다.

- 1) 총회의 소집 요청권
- 2) 정관에 정한 발언권, 의결권, 선거권, 피선거권
- 3) 본 학회 활동에 대한 참여권

2. 본 학회의 정회원은 다음 사항을 준수할 의무를 갖는다.

- 1) 본 학회의 정관 및 제 규정 준수
- 2) 총회 및 이사회의 의결사항 준수
- 3) 제 부담금의 납부의무

#### **제 10 조 (회원의 의무)**

회원은 다음의 의무를 진다.

1. 본회의 정관 및 제 규약의 준수
2. 총회 및 이사회의 결의사항 이행
3. 회비 및 제 부담금의 납부
4. 자격정지 : 연회비를 2회 이상 납부하지 아니한 회원이 새로운 회계연도를 시작하게 될 때 자동으로 자격이 정지되고 회원자격정지로 분류한다. 자격 정지 후 2년 이내에 자격 정지의 원인을 해소치 않을 경우에는 자동 제명된다.
5. 회원 자격정지는 해당 규정의 절차에 의해서 자격이 회복될 수 있다.

#### **제 11 조 (법인회원 권리와 의무)**

1. 본 학회의 법인회원은 다음의 권리와 의무를 갖는다.
2. 본 학회의 정관 및 제 규정 준수
3. 본 학회 활동에 대한 참여권
4. 학회 출판물 및 영상물을 통한 홍보
5. 총회 및 이사회의 의결사항 준수
6. 휴회 : 회원이 질병, 해외연수 등의 사유로 1년 이상 회원으로서의 활동을 할 수 없는 경우에는 사무국에 소정의 서류를 제출하여 휴회할 수 있으며, 휴회 기간 중에는 회원으로서의 권리와 의무가 정지된다.

#### **제 12 조 (회원의 탈퇴)**

회원은 회장에게 탈퇴서를 제출함으로써 자유롭게 탈퇴할 수 있다.

#### **제 13 조 (회원의 상벌)**

1. 본회의 회원으로서 본회의 발전에 기여한 자에 대하여는 이사회의 의결을 거쳐 포상할 수 있다.
2. 본회의 회원으로서 본회의 목적에 위배되는 행위 또는 명예와 위신에 손상을 가져오는 행위를 하거나 제 9조의 의무를 이행하지 아니한 자에 대하여는 이사회의 의결을 거쳐 회장이 제명 견책 등의 징계를 할 수 있다.

### **제 3 장 임 원**

#### **제 14 조 (임원의 종류와 정수)**

본회는 다음과 같은 임원을 둔다.

1. 고문 : 약간 명
2. 회장 1인
3. 부회장 1인 이상 10인 이내

4. 이사 및 간사 약간 명
5. 감사 2인
6. 사무국장, 사무차장을 둔다.
7. 법원 등기 이사는 회장과 부회장 중 3인으로 한다.

#### **제 15 조 (임원의 선출)**

본회의 임원은 다음과 같이 선출 임명한다.

1. 회장은 회장후보추천위원회에서 추천하고 총회에서 선출하고, 부회장 및 이사는 총회 이후 회장이 임명하며, 감사는 총회에서 선출한다. 그 취임에 관하여 지체 없이 **문화체육관광부장관**에게 보고하여야 한다.
2. 고문은 회장을 역임한 자 및 학회활동에 현격한 공헌을 한 사람 중에서 운영위원회의 추천으로 회장이 위촉한다.
3. 회장은 총회에서 재적회원 과반수의 출석과 출석회원 과반수의 찬성을 얻어 선출한다. 단, 정족수 미달로 인한 유회 시에는 이사회에 위임하여 선출할 수 있다.
4. 감사는 총회에서 출석회원 과반수의 찬성을 얻어 선출한다.
5. 부회장과 이사는 회장이 임명하며, 운영위원회의 승인을 얻는다.
6. 새로운 임원의 선출은 임기만료 2개월 전까지 하여야 한다.
7. 징계위원회는 운영위원 중에서 회장이 선임한다.

#### **제 16 조 (회장후보추천위원회 구성)**

1. 회장후보추천위원회는 운영위원회와 고문단으로 구성한다.

#### **제 17 조 (임원의 해임)**

1. 임원이 다음 각 호의 1에 해당하는 행위를 한 때에는 총회의 의결을 거쳐 해임할 수 있다.
  - 1) 본회의 목적에 위배되는 행위
  - 2) 임원간의 분쟁, 회계부정 또는 기타 현저한 부당행위
  - 3) 본회의 업무를 방해하는 행위
2. 제 1항의 징계종류는 다음과 같다.
  - 1) 제명
  - 2) 정권/1년 이내의 권리정지
  - 3) 견책

#### **제 18 조 (임원의 선임제한)**

1. 임원의 선임 시, 이사는 이사 상호간에 민법 제 777조에 규정된 친족관계에 있는 자가 이사 정수의 반을 초과할 수 없다.
2. 감사는 감사 상호간 또는 이사와 민법 제777조에 규정된 친족관계가 없어야 하며, 감사 상호간 또는 이사 정수의 반을 초과할 수 없다.

### 제 19 조 (임원의 임기)

1. 회장 및 고문의 임기는 2년으로 하되 연임할 수 있다.
2. 이사를 포함한 임원의 임기는 2년으로 하되 연임 및 중임할 수 있다.
3. 임원은 임기가 만료된 경우에도 후임자가 취임하기까지는 그 직무를 수행하여야 한다.
4. 보선에 의하여 취임한 임원의 임기는 전임자의 잔여기간으로 한다.
5. 결원으로 인한 보임자의 임기는 전임자의 잔여 임기로 한다.

### 제 20 조 (임원의 직무)

1. 고문은 회장의 자문에 응하며, 모든 회의의 구성원이 된다.
2. 회장은 본회를 대표하고 본회의 업무를 통할하며, 총회 및 이사회 의장이 된다.
3. 부회장은 회장을 보좌하여 업무를 수행하고, 회장이 사고나 궐위 등의 부득이한 사유로 업무수행이 불가능할 시 회장의 직무를 대행한다.
4. 이사는 이사회에 출석하여 본회의 업무에 관한 사항을 의결하며 이사회 또는 회장으로 부터 위임받은 사항을 처리한다.
5. 감사는 본 학회의 재정 및 사무에 관한 사항을 감사하여 총회 및 이사회에 보고하며, 운영위원회에 참석하여 발언할 수 있으며, 다음의 직무를 행한다.
  - 1) 본회의 재산상황을 감사하는 일
  - 2) 총회 및 이사회 운영과 그 업무에 관한 사항을 감사하는 일
  - 3) 제1호 및 제2호의 감사결과 부정 또는 부당한 점이 있음을 발견한 때에는 이사회 또는 총회에 그 시정을 요구하는 일
  - 4) 제 3호의 보고를 하기 위하여 필요한 때에는 총회 또는 이사회 소집을 요구하는 일
  - 5) 총회나 이사회에 출석하여 의견을 진술하는 일
6. 이사는 이사회에 참석하여 본 학회 운영에 관한 사항을 심의 의결한다.

### 제 21 조 (회장의 직무대행)

1. 회장의 유고 및 궐위 시에는 부회장 중 연장자가 직무를 대행하고, 회장과 부회장이 사고가 있을 시는 이사 중 최고 연장자가 회장의 직무를 대행한다.
2. 제1항의 규정에 의한 이사회는 재적이사 과반수가 소집하고, 출석이사 중 최고 연장자의 사회 아래 출석이사 과반수이상의 찬성으로 선출된 이사를 회장의 직무 대행자로 임명한다.
3. 제2항의 규정에 의하여 회장의 직무를 대행하는 이사는 지체 없이 회장선출의 절차를 밟아야 한다.

### 제 22 조 (고문)

1. 본회는 회장의 자문에 응하게 하기 위하여 고문을 둘 수 있다.
2. 고문은 이사회 의 동의를 거쳐 회장이 위촉한다.
3. 고문에 관한 세부규정은 이사회에서 정한다.

## 제 4 장 총회

### 제 23 조 (총회의 구성)

1. 본 회 회의는 총회와 이사회, 운영위원회, 편집위원회, 특별위원회로 한다.
2. 총회는 본회의 최고의결기관이며 회원으로 구성한다.

#### 제 24 조 (총회 구분 및 소집)

총회는 정기총회와 임시총회로 구분하며 회장이 소집한다.

1. 정기총회는 연 1회 **12월**에 소집하는 것을 원칙으로 한다. 다만, 이사회의 의결로 이를 조정할 수 있다.
2. 임시총회는 회장이 필요하다고 인정할 때, 이사 또는 회원 1/10의 요청이 있을 때 회장이 소집한다.
3. 총회 소집은 총회 15일 이전에 회원들에게 통지되어야 하며 홈페이지, 이 메일 및 기타의 수단을 이용하여 공고할 수 있다.
4. 회장은 총회에 부의할 사항 중 긴급을 요하는 사항에 관하여는 이를 서면으로 의결할 수 있다. 이 경우에 회장은 그 결과를 차기 이사회에 보고하여야 한다

#### 제 25 조 (총회소집의 특례)

1. 회장은 다음 각 호의 1에 해당하는 소집요구가 있을 때에는 그 소집요구일로부터 20일 이내에 총회를 소집하여야 한다.
  - 1) 재적이사 과반수가 회의의 목적을 제시하여 소집을 요구한 때
  - 2) 제20조 제5항 제3호의 규정에 의하여 감사가 소집을 요구한 때
  - 3) 재적회원 3분의 1이상이 회의의 목적을 제시하여 소집을 요구한 때
2. 총회 소집 권 자가 궐위되거나 소집을 기피함으로써 7일 이상 총회소집이 불가능한 때에는 재적 이사 과반수 또는 재적회원 3분의 1이상의 찬성이 총회를 소집할 수 있다.
3. 제2항의 규정에 의한 총회는 출석이사 중 최고 연장자의 사회아래 그 의장을 선출한다.

#### 제 26 조 (의결정족수)

1. 총회는 재적 회원 과반수의 출석으로 개의하고 출석**회**원 과반수 이상의 찬성으로 의결한다.
2. 총회의 의결권은 총회에 참석하는 다른 회원에게 서면으로 위임할 수 있으며, 위임장은 총회 개시 전까지 의장에게 제출하여야 한다.

#### 제 27 조 (총회의 기능)

총회는 다음의 사항을 의결한다.

1. 임원의 선출 및 해임에 관한 사항
2. 본회의 해산 및 정관변경에 관한 사항
3. 기본재산의 처분 및 취득과 자금의 차임에 관한 사항
4. 예산 및 결산의 승인
5. 사업계획의 승인
6. 정관에 규정된 사항
7. 소집 요청자가 결의를 요구하는 사항
8. 이사회 및 운영위원회에서 부의한 사항
9. 제 규정의 제정 및 개폐의 승인

## 10. 본 학회의 해산

### 제 28 조 (총회의결 제적사유)

회원이 다음 각 호의 1에 해당하는 때에는 그 의결에 참여하지 못한다.

1. 임원의 선출 및 해임에 있어서 본인에 관한 사항을 의결할 때
2. 금전 및 재산의 수수에 관련되는 사항으로서 본인과 본회의 이해가 상반되는 사항

### 제 29 조 (총회의사록의 서명날인)

총회의사록의 서명날인은 임원 중 회장, 부회장 1인, 이사 2인, 감사 1인 이상이 서명 날인 하도록 한다.

## 제 5 장 이 사 회

### 제 30 조 (이사회의 구성)

1. 이사회는 고문, 회장, 부회장, 이사, 사무국장, 사무차장으로 구성된다. 회장이 필요하다고 인정할 때는 위 임원 이외의 회원을 참석케 하여 의견을 청취할 수 있다.

### 제 31 조 (구분 및 소집)

1. 이사회는 정기이사회와 임시이사회로 구분하며, 회장이 이를 소집한다.
2. 정기이사회는 매 회계연도 개시1월 전까지 소집하며, 임시이사회는 회장이 필요하다고 인정할 때에 소집한다.
3. 이사회의 소집은 회장이 회의 안건, 일시, 장소 등을 명기하여 회의개시 7일전까지 문서로 각 이사 및 감사에게 통지하여야 한다. 다만 긴급한 경우에 한해 회의개시 2일 전까지 유무선 통신으로 통지할 수 있다.

### 제 32 조 (이사회의 기능)

- 1) 정관에 규정된 사항
- 2) 총회에 부의할 사항
- 3) 총회에서 위임한 사항
- 4) 제 규정의 제정 및 폐지에 관한 사항
- 5) 회장이 의결을 필요로 한다고 인정한 사항
- 6) 기타

### 제 33 조 (이사회 소집의 특례)

1. 회장은 다음 각 호에 해당하는 소집요구가 있는 때에는 그 소집 요구일로부터 20일 이내에 이사회를 소집하여야 한다.
  - 1) 재적이사 과반수가 회의의 목적을 제시하여 소집을 요구한 때
  - 2) 제20조 제4항 제4호의 규정에 의하여 감사가 소집을 요구한 때
2. 이사회 소집권 자가 궐위되거나 소집을 기피함으로써 7일 이상 이사회 소집이 불가능 한 때에는 재적이사 과반수의 동의를 거쳐 이사회를 소집할 수 있다.
3. 제 2항의 규정에 의한 이사회는 출석이사 중 최고 연장자의 사회 아래 의장을 선출한다.

### 제 34 조 (서면결의)

1. 회장은 이사회에 부의할 사항 중 경미한 사항 또는 긴급을 요하는 사항에 관하여는 이를 서면으로 의결할 수 있다. 이 경우에 회장은 그 결과를 차기 이사회에 보고하여야 한다.
2. 제1항의 서면결의 사항에 대하여 재적이사 과반수가 이사회에 부의할 것을 요구하는 때에는 회장은 이에 따라야 한다.

### 제 35 조 (의결정족수)

1. 이사회는 재적이사 과반수의 출석으로 개의하고 출석이사 과반수이상의 찬성으로 의결한다. 다만, 가부동수인 경우에는 의장이 결정한다.
2. 이사회는 의결권은 위임할 수 없다.

### 제 36 조 (이사회 의결사항)

이사회는 다음의 사항을 심의·의결한다.

1. 업무집행에 관한 사항
2. 사업계획의 운영에 관한 사항
3. 예산 결산서의 작성에 관한 사항
4. 정관변경에 관한 사항
5. 재산관리에 관한 사항
6. 총회에 부의할 안건의 작성
7. 총회에서 위임 받은 사항
8. 정관의 규정에 의하여 그 권한에 속하는 사항
9. 기타 본회의 운영상 중요하다고 회장이 부의하는 사항

## 제 6 장 운영위원회

### 제 37조 (구성 및 소집)

1. 운영위원회는 고문, 회장, 부회장, 이사, 사무국장, 사무차장으로 구성된다.
2. 운영위원회는 회장이 필요하다고 인정할 때나 운영위원 과반수의 요청이 있을 때 회장이 소집 한다.

### 제 38 조 (운영위원회의 기능)

운영위원회는 다음의 사항을 토의한다.

1. 총회에 제출할 사항을 토의한다.
2. 총회에서 위임한 사항을 토의한다.
3. 신입회원의 학회가입을 인준한다.
4. 제 규정의 제정 및 폐지에 관한 내용을 토의한다.
5. 기타 본 학회 활동과 운영을 위한 제반 사항을 토의한다.
6. 회장 및 소집요구자가 의결을 요구하는 사항

## 제 8 장 편집위원회

### 제 39 조 (편집위원회)

1. 편집위원회는 논문편집위원회와 작품편집위원회로 한다.
2. 각 편집위원회는 편집위원장과 15명 내외의 편집위원으로 구성한다.
3. 각 편집위원은 운영위원회의 과반수의 찬성을 얻어 회장이 위촉하며, 각 편집위원장은 편집위원 중 편집위원의 추천으로 회장이 위촉한다.
4. 각 편집위원회는 학술논문 및 작품집 발간과 관련하여 편집위원장이 필요하다고 인정할 때나 편집위원 과반수의 요청이 있을 때 편집위원장이 소집한다.
5. 각 편집위원은 조형관련 분야의 박사학위 소지자, 조형 관련 분야에서 10년 이상 재직하고 있는 교수, 또는 위 사항과 동등한 자격을 갖춘 회원으로 한다.
6. 편집위원회는 다음의 사항을 심의 의결한다.
  - 1) 연구논문 및 작품의 게재 여부에 관한 사항
  - 2) 연구논문 및 작품의 심사위원 위촉에 관한 사항
  - 3) 편집과 관련한 제 규정의 제정 및 개폐에 관한 사항
  - 4) 기타 연구 논문집 및 작품집에 관한 사항

### 제 40 조 (편집위원장의 선출)

각 편집위원 운영위원회의 과반수의 찬성을 얻어 위촉하며, 각 편집위원장은 편집위원 중 편집위원회에서 선출한다.

### 제 41 조 (자격조건)

편집위원장, 간사, 편집위원은 다음과 같은 자격을 갖춘 자로 선임한다.

1. 편집위원장
  - 1) 대학 정교수 이상 혹은 이에 상응하는 자격을 갖춘 자로서 운영위원회의 추천으로 회장이 임명한다.
  - 2) 본 위원회를 대표하고 업무를 총괄한다.
2. 간사
  - 1) 본회의 회원으로서 위원장이 임명한다.
  - 2) 학회지 논문의 심사, 편집 및 출판에 대한 행정실무를 담당한다.
3. 편집위원
  - 1) 편집위원은 애니메이션 분야의 박사학위 소지자, 애니메이션 분야에서 10년 이상 재직하고 있는 교수, 또는 위 사항과 동등한 자격을 갖춘 회원으로 한다.
  - 2) 세부 전공영역을 분류하여 각 영역에 따른 적정 인원을 선정한다.
  - 3) 학회지 발간 시 원칙적으로 2편 이상의 논문에 대한 심사를 우선 담당한다.
  - 4) 위원장의 추천으로 운영위원회의 인준을 받아 학회장이 임명한다.

#### **제 42 조 (편집위원회의 기능)**

편집위원회에서는 다음의 사항을 의결한다.

1. 연구논문 및 작품의 게재여부에 관하여 토의, 의결한다.
2. 연구논문 및 작품의 심사위원 위촉에 관하여 토의, 의결한다.
3. 제 규정의 제정 및 개폐에 관하여 토의, 의결한다.
4. 기타 연구 논문집에 관련된 제반 사항에 관하여 토의, 의결한다.

### **제 9 장 특별위원회**

#### **제 43 조 (구분 및 소집)**

본회의 운영상 정관에 규정되지 않은 사항이 있을 시 특별위원회를 둘 수 있다.

1. 각 특별위원회는 위원장과 약간 명의의 위원으로 구성되며 위원장은 운영위원회의 추천으로 회장이 임명한다.
2. 각 특별위원회는 그 위원회에 해당되는 사안에 따라 위원장이 필요하다고 인정할 때나 위원 과반수의 요청이 있을 때 회장이나 위원장이 소집한다.
3. 각 특별위원회의 소관 사항은 총회 또는 이사회에서 위임한다.

#### **제 44 조 (특별위원회 기능)**

1. 각 위원회에 해당되는 사안에 관하여 토의, 의결한다.
2. 제 규정의 제정 및 개폐에 관하여 토의, 의결한다.
3. 기타 각 위원회에 관련된 제반 사항에 관하여 토의, 의결한다.

### **제 10 장 재산과 회계**

#### **제 45 조 (재산의 구분)**

1. 본회의 재산은 다음과 같이 기본재산과 보통재산으로 구분한다.
  - 1) 기본재산은 본회 설립 시 그 설립자가 출연한 재산과 이사회에서 기본 재산으로 정한 재산으로 한다.
  - 2) 보통재산은 기본재산 이외의 재산으로 한다.

#### **제 46 조 (기본재산의 처분)**

본회의 기본재산을 매도·증여·임대·교환 또는 담보로 제공하거나 의무의 부담, 권리의 포기 및 기채를 하고자 할 때에는 총회의 의결을 거쳐야 한다.

#### **제 47 조 (수입금)**

본회의 수입금은 회원의 회비, 입회비, 보조금, 찬조금, 수익사업 이익금 등 기타의 수입으로 충당한다.

#### **제 48 조 (차입금)**

본회가 목적사업을 위하여 장기차입을 하고자 할 때에는 이사회 의결을 거쳐 총회의 승인

을 얻어야 한다.

#### **제 49 조 (회계연도)**

본회의 회계연도는 12월부터 익년도 11월까지로 한다.

#### **제 50 조 (예산편성)**

본회의 예산은 매 회계연도 개시 1월 전까지 편성하여 이사회의 의결을 거쳐 총회의 승인을 얻어 정한다.

#### **제 51 조 (결산)**

본회는 매 회계연도 종료 후 2월 이내의 결산서를 작성하여 이사회의 의결을 거쳐 총회의 승인을 얻어야 한다.

#### **제 52 조 (회계감사)**

감사는 회계감사를 연 1회 이상 실시하여야 한다.

#### **제 53 조 (임원의 보수)**

모든 임원에 대하여는 보수를 지급하지 아니한다. 다만, 학회 비영리고유사업 업무수행에 필요한 실비는 지급할 수 있다. 또한 학회수익사업을 추진함에 있어 직원을 둘 수 있고, 보수를 지불할 수 있다.

### **제 11 장 사무부서**

#### **제 54 조 (사무국)**

1. 회장의 지시를 받아 본회의 사무를 처리하기 위하여 사무국을 둔다.
2. 사무국에는 사무국장, 차장 및 간사 약간 명을 둔다.
3. 사무국장, 차장 및 간사는 회장이 임명한다.
4. 사무국의 직제 및 운영은 회장의 승인을 얻어 사무국장이 정한다.
5. 사무총장 및 차장은 모든 회의의 구성원이 된다.
6. 사무국의 조직 및 운영에 관한 사항은 이사회의 의결을 거쳐 별도로 정한다.

### **제 12 장 보칙**

#### **제 55 조 (법인해산)**

본회가 해산하고 할 때에는 총회에서 재적회원 3분의 2 이상의 찬성으로 의결하여 해산한다.

#### **제 56 조 (정관변경)**

이 정관을 변경하고자 할 때에는 총회에서 재적회원 3분의 2 이상으로 찬성으로 의결하여 변경한다.

**제 57 조 (온라인 화상회의)**

1. 본 회의는 필요하다고 인정되는 경우 온라인 화상회의 방식으로 총회, 이사회, 운영위원회를 개최하고 의결할 수 있다. 이 경우, 의결의 효력은 직접 출석과 동일하게 인정된다.
2. 온라인 화상회의를 통해 의결을 진행하는 경우, 사전에 회의 안건 및 관련 자료를 모든 구성원에게 충분히 공유하여야 한다.
3. 온라인 화상회의 시에는 출석 확인, 의견 개진, 표결 등의 절차가 명확하게 이루어질 수 있도록 하여야 한다.

**제 58 조 (업무보고)**

익년도의 사업계획서 및 예산서와 당해 연도 사업실적서 및 수지 결산서는 회계연도 종료 후 2월 이내에 문화체육관광부장관에게 보고하여야 한다. 이 경우에 재산목록과 업무현황 및 감사결과보고서도 함께 제출하여야 한다.

**제 59 조 (규칙제정)**

이 정관에 정한 것 외에 본회의 운영에 관하여 필요한 사항은 이사회의 의결을 거쳐 규칙으로 정한다.

**부 칙**

**제 1 조 (시행일)**

이 정관은 문화관광부장관의 허가를 받아 법원에 등기를 한 날로부터 시행한다.

**제 2 조**

정관제정 2005년 2월

**제 3 조**

본 정관은 2005년 3월 26일 창립총회에서의 의결 이후부터 그 효력을 발휘한다.

**제 4 조**

본 정관의 회칙에 명시하지 않은 사항은 관례에 준한다.

**제 5 조 (경과조치)**

이 정관 시행 당시 법인설립을 위하여 발기인 등이 행한 행위는 이 정관에 의하여 행한 것으로 본다.

2007년 3월 14일 개정

2016년 7월 21일 개정

2025년 0월 00일 개정

---

(사)한국애니메이션학회 창립 20주년 기념  
**‘콘텐츠 IP 생태계 미래비전’ 국제포럼**

International Forum on  
Future Vision of the Content IP Ecosystem

2025. 9. 26.

---

인쇄일 2025. 9. 22.  
발행일 2025. 9. 25.  
발행처 (사)한국애니메이션학회 사무국  
15588 경기도 안산시 상록구 한양대학로 55 국제문화대학 301호  
전 화 031-400-5819  
이 메 일 asko2013@naver.com  
홈페이지 www.koreananimation.org  
학회계좌 우리은행 1006-201-267916

학회장 김영재  
포럼준비위원회 위원장 : 이 진  
김종익, 김탁훈, 김효용, 박기수, 이승진, 한창완 (가나다 순)  
사무국 오윤지, 임정희, 유혜민, 주정함, 팻싸판, 김현우