

2021년 사회적기업가 육성사업 창업팀 중간평가 보고서

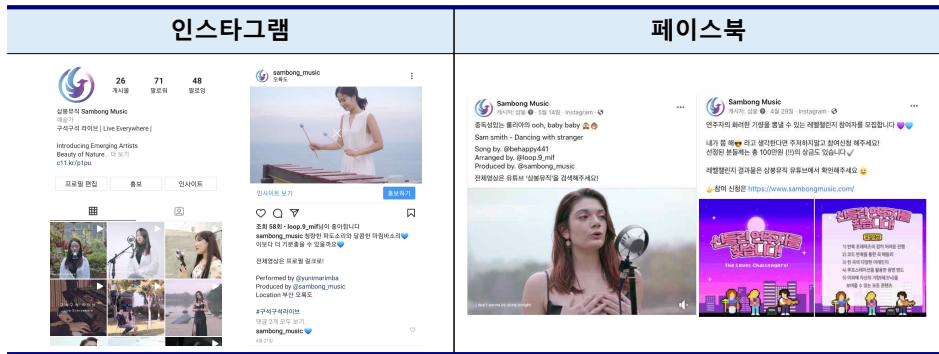
| 창업팀명 | | 구분 | 창업여부 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--------------------------------------|-----------|-------------------------|----|------------------------|-----------|-----|-----------|------|-------|--|------|--------------------------------------|---------|------|-----------------|----|------|------|
| 주식회사 플레이이엔에이 | | 초기창업 | 창업여부 | ○ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 대표자 | 손수영 | | 창업일자 | 2021년 6월 29일 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | 조직형태 | 주식회사 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 소셜미션 | 인디 아티스트의 창작지원, 대중과의 소통 연계를 통한 자립적 문화예술생태계 제시 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 아이템 | 온라인 인디 문화예술 콘텐츠 제작·전시·유통 플랫폼 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 팀 구성 | 성명 | 역할 | 참여도 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 손수영 | 운영·기획 | 100% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 한민창 | 제작·기획 | 100% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 박재영 | 기획·지원 | 100% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 사업비집행 | 1천만원 / 1천만원 (100% 집행) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 사업추진 및 성과달성도 | 1. 협약 체결일부터 평가 기준 시점까지의 사업 계획 추진 실적 * 4월 초 창업팀 협약 체결일 이후 지원금 지급 및 집행이 기존 계획보다 늦어진 바, '4월 17일~7월 16일(지난 3달)'까지의 사업 계획 추진 실적을 기준으로 함. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ■ 영업 및 투자 활동 실적 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1) 창작지원 플랫폼 실적 (유튜브 채널) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ① 지난 4월 창업팀 선정 당시 전반기 목표 대비 평균 202% 달성 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <table border="1"> <thead> <tr> <th>항목</th> <th>목표</th> <th>결과(지난 3달)</th> <th>달성률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>일 평균 조회 수</td> <td>500회</td> <td>1871회</td> <td>368%</td> </tr> <tr> <td>월 매출</td> <td>50,000원</td> <td>55,225원</td> <td>110%</td> </tr> <tr> <td>월 평균 콘텐츠 업로드 횟수</td> <td>2회</td> <td>2.6회</td> <td>130%</td> </tr> </tbody> </table> | | | | 항목 | 목표 | 결과(지난 3달) | 달성률 | 일 평균 조회 수 | 500회 | 1871회 | 368% | 월 매출 | 50,000원 | 55,225원 | 110% | 월 평균 콘텐츠 업로드 횟수 | 2회 | 2.6회 | 130% |
| | 항목 | 목표 | 결과(지난 3달) | 달성률 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 일 평균 조회 수 | 500회 | 1871회 | 368% | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 월 매출 | 50,000원 | 55,225원 | 110% | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 월 평균 콘텐츠 업로드 횟수 | 2회 | 2.6회 | 130% | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ② 유튜브 채널의 타겟층 변화 및 글로벌 시장으로 확장 - 국내 위주의 소비가 아시아 시장으로 확대. 1분기 대비 조회 수 2배 이상 상승 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">시청자: 국내 및 인도 양분 (1/4분기)</th> <th colspan="2">시청자: 아시아 시장 전반 (2/4분기)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2"> </td> <td colspan="2"> </td> </tr> <tr> <td colspan="2"> 1위: 인도 2위: 대한민국 (1% 차이) 조회 수: 82,736회 </td> <td colspan="2"> 1위: 인도네시아, 2위: 필리핀 조회 수: 174,904회 </td> </tr> </tbody> </table> | | | | 시청자: 국내 및 인도 양분 (1/4분기) | | 시청자: 아시아 시장 전반 (2/4분기) | | | | | | 1위: 인도 2위: 대한민국 (1% 차이) 조회 수: 82,736회 | | 1위: 인도네시아, 2위: 필리핀 조회 수: 174,904회 | | | | | | |
| 시청자: 국내 및 인도 양분 (1/4분기) | | 시청자: 아시아 시장 전반 (2/4분기) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1위: 인도 2위: 대한민국 (1% 차이) 조회 수: 82,736회 | | 1위: 인도네시아, 2위: 필리핀 조회 수: 174,904회 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

③ 총 33건의 창작지원 콘텐츠 제작

| 제작 콘텐츠 주요대상 | 제작 콘텐츠 수 | 업로드 횟수 |
|--------------|----------|--------|
| 가수 및 그룹 | 21 | 6 |
| 연주자 및 작곡가 개인 | 12 | 2 |

④ SNS 마케팅을 활용한 유튜브 채널 유입 확대

- 인스타그램, 페이스북 페이지 개설하여 유튜브 채널 및 회사 소식 홍보



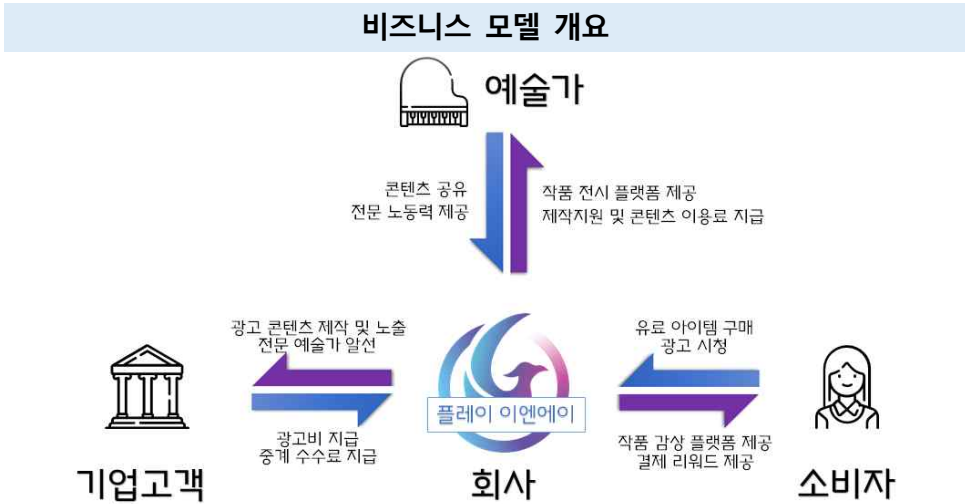
2) 창작 자생 플랫폼 사업진행 실적 (플랫폼 앱)

- 7월 12일 모바일 플랫폼 앱 사업기획 1안 완료 (일정보다 30일 조기 달성)

① 브랜드 명 및 사업 아이템 기획

| | |
|--------|---|
| 사업명 | <p>예술가를 위한 창작품 전시·매거진 플랫폼 아트뱅크(ARTBANQ)</p> |
| 사업설명 | <p>전 장르의 예술가가 자신의 작품을 스스로 쉽고 빠르게 전시·판매할 수 있는 국내 최초 미디어·모바일 기반 창작품 공유 플랫폼 '예술가들의 만찬(Artist's Banquet)'</p> |
| 세부 서비스 | <ul style="list-style-type: none"> - 예술가가 직접 전시·홍보하는 'SNS 숏폼 영상작품 공유 서비스' - 예술가 큐레이션 및 창작품 판매로 인한 부가수익 창출 - 예술가-소비자-기업 간 '협업 네트워킹 서비스'로 인프라 확대 |

②비즈니스 모델 정립



- **비즈니스 모델** : 예술가의 창작활동을 위한 서비스를 제공하고, 이를 통해 생성된 부가가치에 대해 수요자에게 수수료를 청구
- **주요 수요자** : 1. 예술 콘텐츠를 손쉽게 소비하고자 하는 MZ 세대 모바일 유저
2. 브랜드 가치를 향상시켜 줄 수 있는 창작품 혹은 홍보활동이 필요한 기업 및 관공서
- **주요 공급자** : 본인의 창작품을 온라인 판매를 통해 수익 창출하고자 하는 만 19세-만 39세의 청년 예술가

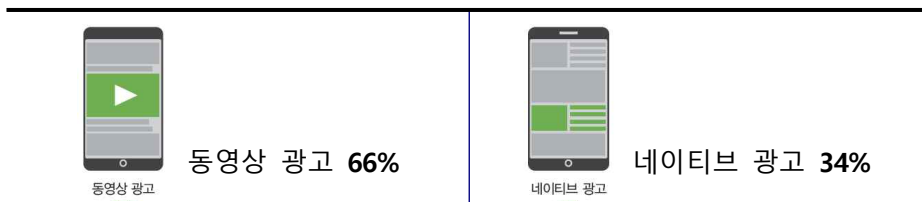
③수익모델 구체화

- 수익원별 이해관계자 및 분배방식 등 해당 플랫폼 내 수익 창출방식 구체화

(1) 수익원: 광고수익

Ⓐ 수익방식

- 광고 발주 기업의 광고를 앱 화면에 노출 (빈도율 10%)



Ⓑ 이해관계자

| 구분 | 광고주 | 플레이 이엔에이 | 예술가 |
|----|----------------|-------------|----------------------|
| 역할 | 광고 내용 및 광고비 지불 | 플랫폼 내 광고 삽입 | 콘텐츠 제공을 통한 소비자 유입 유도 |

Ⓒ 수익구조

- 예술가와 자사 간 광고비 분배

| 플레이 이엔에이 | 예술가 |
|----------|-----|
| 30% | 70% |

(2) 수익원: 인력중개 수수료

㉠ 수익방식

- 기업 헤드헌팅 의뢰에 적합한 '아트뱅크' 예술가를 직·간접적으로 매칭

㉢ 이해관계자

| 구분 | 정부·기업 | 플레이 이엔에이 | 예술가 |
|----|---------------------|------------------------|------------------|
| 역할 | 사업에 필요한 예술가 헤드헌팅 의뢰 | AI 매칭 및 컨설팅을 통한 예술가 주선 | 콘텐츠 제작 혹은 노동력 제공 |

㉣ 수익구조

- 기업으로부터 매칭 방식에 따른 수수료 청구 (최대 10%)

(3) 수익원: 후원 및 구독 수수료

㉠ 수익방식

- 플랫폼 이용자의 결제금액에 대한 수수료 정산

㉢ 이해관계자

| 구분 | 유료 구매자 | 플레이 이엔에이 | 예술가 |
|----|------------------------|--------------|------------------|
| 역할 | 앱에서 사용 할 수 있는 유료 재화 구입 | 사용자의 유료구매 유도 | 콘텐츠 제작 혹은 노동력 제공 |

㉣ 수익구조

- 건당 100원~ 1천만 원의 유료 서비스에 대한 수수료 분배

| 유료 구매자 | 플레이 이엔에이 | 예술가 |
|------------|-------------------|----------------|
| 포인트 리워드 제공 | 아이템에 따라 10~70% 정산 | 아이템에 따라 60% 정산 |

④ 사업 개시연도별 예상매출 산정

- 산출방식

| 가변요소 | CPM | 노출 증가 수 | 보정 값 | 광고 노출 비율 |
|------|--|--|---------------------------------------|----------|
| 수치 | 연평균 3000 <small>*연차별 CPM 상승반영</small> | 0.18*보정 값 <small>*현 플랫폼 이용 산출</small> | 0.8-(N/2) <small>*연차 및 분기별</small> | 평균 10% |



- 연차별 예상매출

| 항목 | 1년차 | 2년차 | 3년차 | 4년차 |
|----------|----------|------------|--------------|----------------|
| 월 평균 조회수 | 55,745회 | 1,298,757회 | 30,258,554회 | 704,966,144회 |
| 연 매출 | ₩133,789 | ₩4,675,524 | ₩127,085,887 | ₩3,383,837,493 |

■ 사회환원 활동 실적

1) 저소득 청년 예술인 창작지원

①유튜브 콘텐츠 기획·제작 13건 중 10건, 저소득 청년 지원

| 일시 | 지원사업 내용 | 저소득 해당 예술인 | 활동 사진 |
|--------|--------------------------------------|-----------------------|---|
| 21년 4월 | 구석구석 라이브 '아티스트의 온라인 라이브 콘서트지원' | -싱어송라이터 'JIN' 외 1명 |  |
| 21년 6월 | 레벨 챌린지 '연주자의 포트폴리오 영상 제작지원' | -피아니스트 '다은' 외 7명 |  |

②앨범 제작 지원 4건중 3건 취약계층

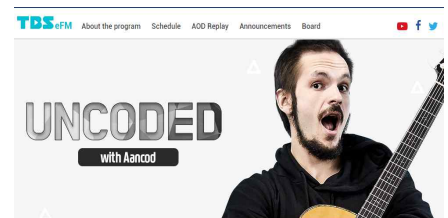
| 아티스트 (취약계층 굵은 글씨) | 앨범명 | 장르 | 지원항목 |
|----------------------|-----------|-------------|-------------|
| JIN | 친구지 그치 | 가요/포크/락 | 믹스/마스터링 |
| Loulia | Magical U | 팝/일렉트로닉/R&B | 믹스/마스터링/레코딩 |
| Grace Kim | The Waves | 팝/일렉트로닉/R&B | 믹스/마스터링/레코딩 |
| JIN | 마저 갈게 | 가요/포크/락 | 믹스/마스터링 |

③지원사업 혜택 아티스트의 해당 사업 참여 이후 활동 실적 및 만족도

- 퍼커셔니스트 '유니마림바'는 해당 사업참여 후 이승윤, 이무진과 함께 맥심커피 CM제작 및 광고출연



- 싱어송라이터 Grace Kim은 해당 사업참여 후 TBS 라디오 방송 섭외 연결



- 레벨챌린지 콘텐츠 출연 청년 예술가의 지원사업 만족도 92.5%

*만족도 설문조사실시

2) 취약지역 공연

- 문화예술 취약지역에서 무료 공연 진행

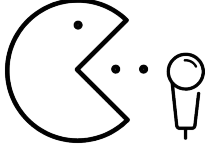
| 일시 | 장소 | 출연진 | 활동 사진 |
|--------|------------|----------------------------------|---|
| 21년 4월 | 경기도 가평군 상면 | -퍼커셔니스트 '유니마림바' -싱어송라이터 'JIN' |  |
| 21년 7월 | 전남 보성군 보성읍 | -아카펠라 그룹 '나린' |  |
| 21년 7월 | 전남 완도군 완도읍 | -부산 퓨전 국악밴드 '초아' |  |

■ 기타 사업계획 추진 실적


1) 사업아이템 확장

비즈니스 모델을 바탕으로 사업아이템 2가지 추가

① 지역 예술 인프라 지원사업

| | | | | |
|-----------------------------|---|-----|-----------|------------|
| 사업명 | 지역 예술인을 위한 합리적인 음악 스튜디오 플레이 스튜디오(Play Studio) | | | |
| |  플레이 스튜디오 Recording, Mixing, Mastering | | | |
| 사업설명 | 지역 예술인에게 음원 창작물 제작에 필요한 레코딩 및 사운드 엔지니어링 서비스를 합리적인 가격으로 제공하는 기초 창작활동 보조 사업 | | | |
| 세부 서비스 | - 녹음실 및 엔지니어 제공 서비스 - 지역 예술가 50% 할인 서비스 - 음원 및 영상 후반 작업 서비스 | | | |
| 사업 개시 후 예상 이용률 (할인적용) | - 1년차 | 이용률 | 약 360시간 | 연매출 1천80만원 |
| | - 2년차 | 이용률 | 약 1,800시간 | 연매출 5천4백만원 |
| | - 3년차 | 이용률 | 약 3,000시간 | 연매출 9천만원 |
| | - 4년차 | 이용률 | 약 3,300시간 | 연매출 9천9백만원 |

② 예술 인식 개선 사업

| | |
|----------|--|
| 사업명 | <p>예술 다양성 및 예술가 권리확보 교육</p>  |
| 사업설명 | <p>예술인의 법적 권리 및 의무사항에 대한 교육과 문화예술시장의 다양성에 관한 교육을 통한 문화예술산업 선진화 사업</p> |
| 세부 서비스 | <ul style="list-style-type: none"> - 표준근로계약을 바탕으로 한 계약서 작성법 및 부당대우 대처 방법 교육 - 예술 전문가 초빙 강연을 통한 문화예술 다양성에 대한 세미나 실시 - 지역주민과 예술가가 함께하는 직접 체험 가능한 다양한 문화예술 활동 제공 |
| 사업 수주 계획 | <p>기초 지자체 관련 위탁 사업 연 2건 수행 예정 (약 2,000만원)</p> |

2. 사전진단 컨설팅을 통해 담임 멘토와 협의한 성과목표 및 달성 정도

■ 창업팀 공통 성과목표

| 성과목표 | 세부내용 | 달성여부 | 비고 |
|-----------------|----------|------|-----------------------|
| 사회적기업 조직 형태 설립 | 조직 유형 결정 | 완료 | |
| | 임원/주주 확보 | 완료 | |
| | 사업장 확보 | 완료 | |
| | 정관 작성 | 완료 | |
| | 등기 완료 | 완료 | |
| 사업 개시 및 영업활동 수행 | 사업자등록 | 완료 | |
| | 기업활동 수행 | 완료 | |
| | 영업활동 수행 | 완료 | |
| (예비) 사회적기업 진입 | 요건 충족 완료 | 완료 | 경남 예비사회적기업 지원 결과 대기 중 |
| | 신청 | 완료 | |
| | 완료 | 대기중 | |

■ 담임멘토 컨설팅 달성 정도

1) 담임멘토 권유 성과목표

| 성과목표 | 세부내용 | 달성여부 | 비고 |
|-------|--------------------|------|-----------|
| 고용성과 | 정규직 고용 | 준비 중 | 12월 고용 예정 |
| 매출성과 | 영업활동 연간 3회 이상 | 완료 | 현재 8회 |
| | 매출액 연간 50만 원 이상 | 진행 중 | 현재 44% |
| 사회적성과 | 사회서비스 제공 연간 10회 이상 | 완료 | 현재 13회 |

2) 담임멘토 컨설팅 반영내용

① 비즈니스 모델 및 사업아이템 개선

- 핵심 관계자, 가치, 역할, 수익 창출방식 등 비즈니스 모델 정립 및 구체화
- 기존 창업 아이템 (창작지원 및 자생 사업)의 수익창출방식 개선
- 고정비 해결을 위한 추가 사업아이템 연구

| 前 비즈니스 모델 인디플레이어 | 現 비즈니스 모델 플레이 이엔에이 |
|---|--|
| | |
| <p>저소득 청년 예술가의 콘텐츠 제작지원을 통한 콘텐츠 판매 수수료 획득</p> | <p>저소득 청년 예술가에게 창작 활동을 위한 서비스를 제공하고, 이를 통해 생성된 부가가치에 대해 수요자에게 수수료를 청구하는 방식</p> |

② 핵심 고객 구체화

- STP 전략에 따른 시장 분석을 바탕으로 핵심 고객 및 가치를 세분화

| 前 핵심고객 | 現 핵심고객 |
|---------------------------|---|
| ① 소통을 원하는 독립 예술가 | ① 본인의 창작품을 온라인 판매를 통해 수익 창출하고자 하는 만 19세-만 39세의 청년 예술가 |
| ② 예술 작품을 구매하고자 하는 콘텐츠 시청자 | ② 고품질 예술 콘텐츠를 합리적으로 소비하고자 하는 MZ 세대 모바일 유저 |
| ③ 예술인 고용을 원하는 기업 | ③ 창의성·차별성·주도성을 기반으로 브랜드 가치를 향상해 줄 수 있는 창작품이 필요한 기업과 관공서 |

③ 환원 목표 세분화 및 확장

- 실제 이익 잉여금에 대한 환원 목표 세분화 및 비율 책정

| 前 환원 목표 | 現 환원 목표 |
|---|---|
| ① 인디 아티스트의 상업 플랫폼 진출 지원 ② 문화예술 취약 지역 무료 음악 콘서트 ③ 소외계층 교육지원을 통한 고용 창출 기여 | ① 아티스트 창작 지원 (300만 원) ② 도서 지역 문화지원 (200만 원) ③ 청소년 예술교육 (100만 원) ④ 예술 발전 기금 (70만 원) |

3. 법인 설립 및 고용, 매출 발생, 예비사회적기업 진입 준비 현황

■ 법인 설립

| 법인 설립 시기 | 사업 등록 시기 | 사업장 소재 | 사업장 용도 |
|----------|----------|---------|----------------|
| 21.06.29 | 21.07.09 | 창원시 팔용동 | 사무실, 회의실, 스튜디오 |

* 예정보다 1개월 단축

■ 고용 현황

- 향후 6개월 이내 2명 고용 계획
(2021년 12월 정규직 1명, 2022년 01월 정규직 1명)

■ 매출 발생

- 2021년 07월 15일 기준, 월평균 55,225원, 총매출 약 22만 원 발생



■ 예비사회적기업 진입 준비 현황

1) 지역형 신청 완료

- 7월 경남 예비사회적기업 지정 신청 완료

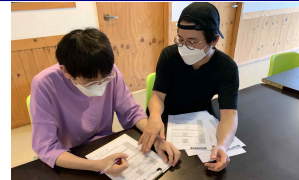
2) 부처형 신청 준비

- 9월 문체부 예비사회적기업 지정 신청 준비

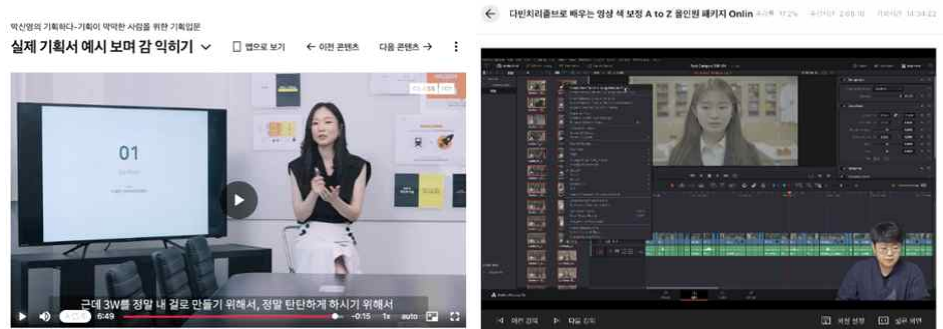
4. 기타 사업추진 실적·성과

■ 인디 예술인 권리 개선 사업 시행

- 표준 계약서 의무 이행 및 설명



■ 교육을 통한 팀원의 전문능력 향상



| 교육과정 | 수혜 팀원 | 효과 |
|------------|----------|----------------|
| 기획·마케팅 | 박재영, 한민창 | 문서 작성 효율 상승 |
| 콘텐츠 제작 | 손수영, 박재영 | 콘텐츠 생산력 상승 |
| 영상 촬영/보정 | 손수영, 한민창 | 콘텐츠 퀄리티 상승 |
| 앱 개발 프로그래밍 | 한민창 | SI개발 기초 이해도 상승 |

■ 자사 사업 수혜자 일람

2021.07.16일 기준

| 수혜인원 | 청년 취약계층 | 취약계층 비율 |
|------|---------|---------|
| 22 | 10 | 45% |

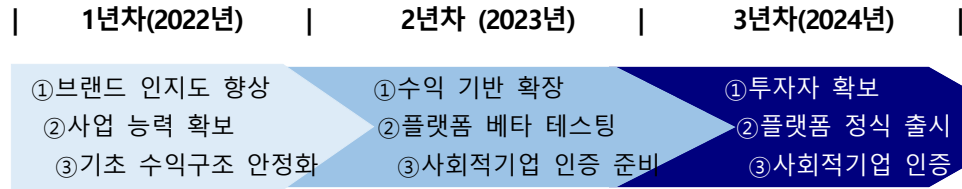
1. 향후 세부 사업 추진 계획

■ 향후 계획 (사회적기업가 육성사업 내)

향후계획

| | |
|-----|---|
| 8월 | <ul style="list-style-type: none"> ① SNS/웹사이트 마케팅 <ul style="list-style-type: none"> - 웹사이트 공사 및 SNS를 통한 유튜브 채널 홍보(8월~12월 지속) ② 아티스트 크라우드 펀딩 프로젝트 <ul style="list-style-type: none"> - 예술가와 협업한 자사 제작 앨범 판매 및 홍보 ③ 예비사회적기업 진입 대비 <ul style="list-style-type: none"> - 9월 부처형 문체부 예비사회적기업 지정 신청 대비 이전 서류 보완 ④ 창작지원 콘텐츠 배포 <ul style="list-style-type: none"> - 8월 구석구석 라이브 외 콘텐츠 업로드 4건 ⑤ 신규 콘텐츠 배포 채널 개설 <ul style="list-style-type: none"> - 새로운 창작지원 콘텐츠의 홍보를 위한 YouTube 채널 개설 |
| 9월 | <ul style="list-style-type: none"> ① 아티스트 창작 지원 프로젝트 <ul style="list-style-type: none"> - 창작 지원을 통한 2건의 콘텐츠 제작 ② 모바일 플랫폼 제작 기획 <ul style="list-style-type: none"> - 앱 디자인 연구 및 스케치 ③ 예비사회적기업 신청(지역형 미발표 혹은 탈락 시) <ul style="list-style-type: none"> - 부처형 문체부 예비사회적기업 지정 신청 ④ 창작지원 콘텐츠 배포 <ul style="list-style-type: none"> - 9월 레벨챌린지 콘텐츠 외 업로드 8건 |
| 10월 | <ul style="list-style-type: none"> ① 지역 관공서를 통한 홍보 <ul style="list-style-type: none"> - 지역 예술인 커뮤니티 및 관공서를 통한 적극적인 홍보 ② 3/4분기 실적 분석 및 사업 계획 검토 <ul style="list-style-type: none"> - 실적 분석을 통한 사업 계획 검토 및 수정 ③ 아티스트 창작 지원 프로젝트 <ul style="list-style-type: none"> - 창작 지원을 통한 2건의 콘텐츠 제작 ④ 지역 예술가 지원 사업 준비 <ul style="list-style-type: none"> - 자체 스튜디오 구축을 위한 인테리어 컨설팅 ⑤ 창작지원 콘텐츠 배포 <ul style="list-style-type: none"> - 10월 레벨챌린지 콘텐츠 외 업로드 8건 |
| 11월 | <ul style="list-style-type: none"> ① 광고모델별 실적 점검 <ul style="list-style-type: none"> - 광고모델별 실적 비교 분석 및 개선사항 적용 ② 모바일 플랫폼 제작 기획 <ul style="list-style-type: none"> - 핵심 이해관계자 파악 등 시장조사 ③ 지역 예술가 지원 사업 준비 <ul style="list-style-type: none"> - 자체 스튜디오 구축을 위한 재료 구입 및 공사 ④ 창작지원 콘텐츠 배포 <ul style="list-style-type: none"> - 11월 구석구석 라이브 콘텐츠 외 업로드 4건 |
| 12월 | <ul style="list-style-type: none"> ① 모바일 플랫폼 제작 기획 <ul style="list-style-type: none"> - 파트너십을 위한 외주용역 업체 선별 및 컨설팅 ② 아티스트 창작 지원 프로젝트 <ul style="list-style-type: none"> - 창작 지원을 통한 10건의 콘텐츠 제작 기획 ③ 지역 예술가 지원 사업 준비 <ul style="list-style-type: none"> - 해당 사업 개시 전 스튜디오 및 기자재 사전 점검 및 사업개시 ④ 창작지원 콘텐츠 배포 <ul style="list-style-type: none"> - 12월 구석구석 라이브 콘텐츠 외 업로드 8건 |

■ 향후 계획 (예비사회적 기업 지정 후)



2. 향후 투입 예산 계획 (자부담 포함)

■ 세목별 예정 투입 예산 표

- 인건비, 인테리어비 등은 해당 표에 산정되지 않음
- 자부담 400만원 포함

| 세부항목 | | 산출근거 | 금액(천원) | 비율(%) |
|----------|---------|----------------------------|--------|--------|
| 사업모델 개발비 | 사업추진비 | 사업추진을 위한 인건비 등 | 1,000 | 2.3% |
| | 재료비 | 사업추진콘텐츠 촬영을 위한 촬영보조 장비 | 1,400 | 12.3% |
| | | 사업추진콘텐츠 녹음을 위한 음향보조 장비 | 4,020 | |
| | 기자재 구입비 | 사업추진콘텐츠 촬영을 위한 촬영장비 | 3,880 | 39.4% |
| | | 사업추진콘텐츠 녹음을 위한 음향장비 | 13,450 | |
| | 외주용역비 | 촬영 용역비 | 1,000 | 2.3% |
| | 홍보 마케팅비 | 온라인 마케팅 광고비 | 3,550 | 8.1% |
| 소 계 (A) | | | 28,300 | 64.4% |
| 운영경비 | 일반운영비 | 사무용품 구입, 공과금, 부가세, 임차료 등 | 14,000 | 22.7% |
| | 여비 | 국내 출장 경비 | 200 | 0.4% |
| | 활동비 | 회의비, 소모품 구입비 등 300,000원*5회 | 1,500 | 3.4% |
| | 소 계 (B) | | | 11,700 |
| 합 계(C) | | | 44,000 | 100% |

■ 예산 투입 주요 항목

1) 창작지원 콘텐츠 개발 및 연구를 위한 비용

① 2021년 하반기 창작지원 행사 소요비용

- 행사 진행인건비, 촬영 용역비, 공간 대관료 등 200만원

2) 기반 사업 지속성 및 확장성을 고려한 투자비용

① 브랜드 및 사업아이템 홍보비

- 온·오프라인을 통한 브랜드 및 사업아이템 홍보 마케팅비 355만원

② 사업 직접운영 전환을 위한 기자재 및 재료비

- 사업 지속성을 고려, 용역 및 대여 비용으로 드는 비용의 절감을 위한 투자비
- 카메라 1대 및 촬영에 필요한 조명장비 등 388만원
- 사업 개발 또는 제작에 자주 사용될 것으로 예상되는 악기·음향장비 중 예술가 개인이 소지하기 힘든 악기 등 690만원

3) 지역 예술가 지원사업을 위한 투자비용

① 공간 임대료 및 공과금

- 지역예술가 지원 및 사업운영을 위한 사무공간 및 대여공간 비용 1,000만원

② 예술 지원 인프라 구축을 위한 기자재 및 재료비

- 예술지원 인프라 구축 사업 개발과 운영에 필요한 음향장비 등 560만원