

**미래**  
**성장동력으로서의**  
**콘텐츠산업**  
**발전전략**

정 상철  
(한국문화관광연구원)

## 목차

1. 콘텐츠산업의 미래 성장동력화의 근거
2. 콘텐츠산업의 미래 성장동력화 의의
3. 접근방향 및 발전전략
4. 제언

## 미래 성장동력 : 유사 개념

### ■ 전략산업(Strategic Industry)

- 국민경제 전체적으로 생산 및 고용 파급효과가 큰 산업
  - 안보(security) 차원에서 접근할 경우, 국가(또는 국민)의 생존에 반드시 필요한 산업으로 정의할 수 있음

### ■ 선도산업(Leading Industry)

- 경제적 파급효과가 큰 산업
  - 전략산업과 같은 의미로 사용하기도 함

### ■ 기간산업(Key Industry)

- 한 나라 경제의 토대가 되는 필수적인 산업
  - 정태적인 측면이 강함

### ■ 성장동력산업(Growth Engine Industry)

- 중장기적으로 경제성장 및 고용, 외화 획득 등 국가경제발전에 크게 기여할 수 있는 산업

# 콘텐츠산업 관련 기존 미래 성장 동력 사업

- 6대 미래유망신기술(2001) : ‘과학기술기본계획’ 하에 CT 선정
- 미래국가유망기술21(2005)
- 녹색기술연구개발종합대책(2009)
- 차세대 성장동력추진계획(2003)과 신성장동력발전전략(2009)

| 구분  | 콘텐츠 산업 관련 내용  |
|---|---|
| <p>차세대<br/>성장동력<br/>사업<br/>(2004~<br/>2008)</p> | <p>– 감성형 문화콘텐츠 기술<br/>: 상용화에 근접해 있지만 국내 기업 역량이 상대적으로 부족한 디지털 콘텐츠 기술격차 및 기술 수준 상향<br/>: 이동성 실감형 상호작용을 강조하고 멀티 플랫폼을 지원하는 디지털 콘텐츠 개발을 목표로 함</p>  |
| <p>신성장<br/>동력산업<br/>(2009~<br/>2013)</p>        | <p>– 콘텐츠 · 소프트웨어<br/>: 게임(메타버스, 기능성 게임, 울트라 HD급 실시간 게임), 차세대 영상 뉴미디어(8K급 초고해상도 영상서비스, 오감체험형 디지털시네마, 대화형 Full 3D 방송), 가상현실콘텐츠(모바일 혼합현실 기반 체험 투어, 가상현실 테마파크, 가상 융합형 산업 콘텐츠), 창작 · 공연 · 전시(스토리 마스터링 S/W, 디지털로그 공연/무대, 실감 몰입형 인터랙티브 전시), 융복합 콘텐츠(체험형 스포츠 콘텐츠, 감성웨어 Affective ware, u-러닝 및 학습 서비스)/ 가상현실콘텐츠, 양방향 인터랙티브콘텐츠, 가상세계, 컴퓨터 그래픽 콘텐츠</p> |

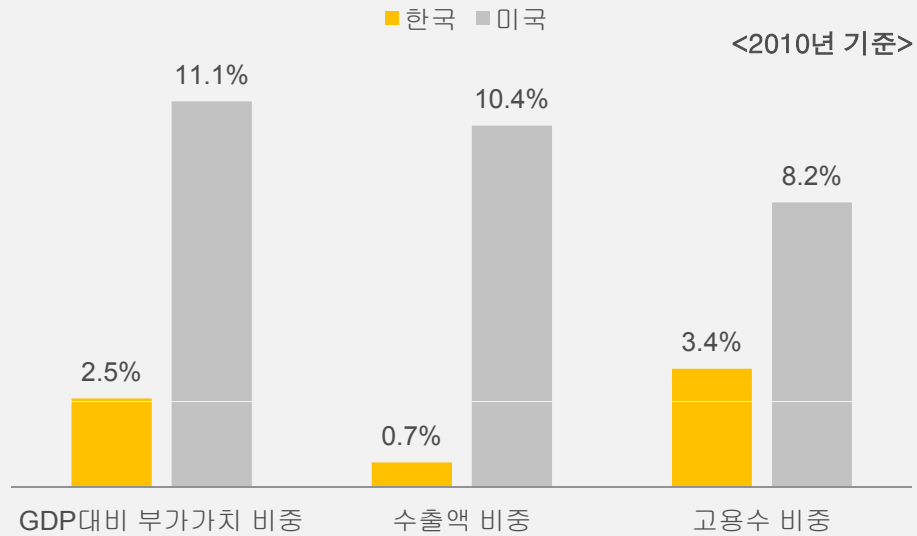
## 콘텐츠산업의 미래 성장동력화의 근거

- 경제적 측면, 문화적 측면, 사회적 측면에서 살펴보기로 함
- 콘텐츠산업에서의 시장실패나 콘텐츠가 가치재(공공재)라는 주장은 정부 개입의 근거는 될 수 있지만, 콘텐츠산업이 미래 성장동력 산업이어야 한다는 근거로는 부족함
  - 1) 정보의 외부성(Information externalities)
  - 2) 조정의 외부성(Coordination externalities)
  - 3) 불완전 경쟁(Imperfect competition)
  - 4) 환경의 외부성(Environmental externalities)

# 1. 경제적 측면

- 콘텐츠산업은 일자리 창출 잠재력과 파급효과가 크고, 부가가치와 성장을 또한 높음
  - 참여정부에서 차세대 성장동력사업, 이명박 정부에서 신성장동력산업으로 선정됨으로서 미래 성장동력 산업으로 인식되고 있음
- 콘텐츠산업은 그 자체로서의 경제적 중요성도 크지만, 그것이 중간재로서 다른 산업에 활용됨으로써 그 파급력이 높아지고 있음
  - 경제의 문화화
  - 문화적 요소를 경쟁우위의 원천으로 인식
  - 지식서비스의 중간재투입 비중은 1980년 4.3%에서 2005년 15.5%로 성장함
- 콘텐츠산업은 국민경제 측면에서 고용, 경제성장, 물가측면에 기여

# 콘텐츠산업의 국민경제 기여도



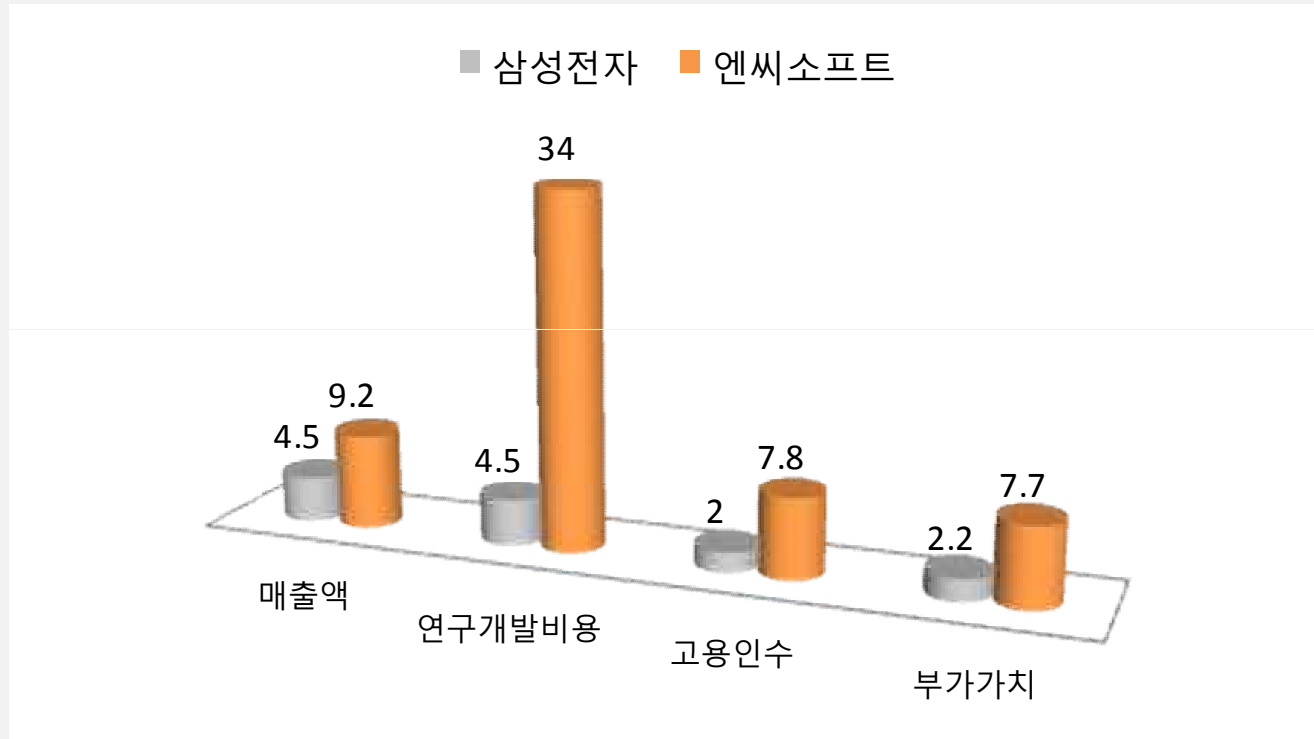
| 구분 | 부가가치               | 수출액       | 고용인구     |
|----|--------------------|-----------|----------|
| 한국 | 29조원<br>(약 256억달러) | 32억 달러    | 58만 명    |
| 미국 | 16,269억 달러         | 1,340억 달러 | 1,060만 명 |

출처 : 문화체육관광부(2012), 2011콘텐츠 산업 통계, 한국은행 경제통계시스템

IIPA(2011), Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2011 Report

# NC Soft vs 삼성전자

단위 : 배



주 : 매출액, 연구개발비용, 종업원 수는 양사의 2000년 대비 2010년 배율이며, 부가가치의 경우 2000년 대비 2005년 배율



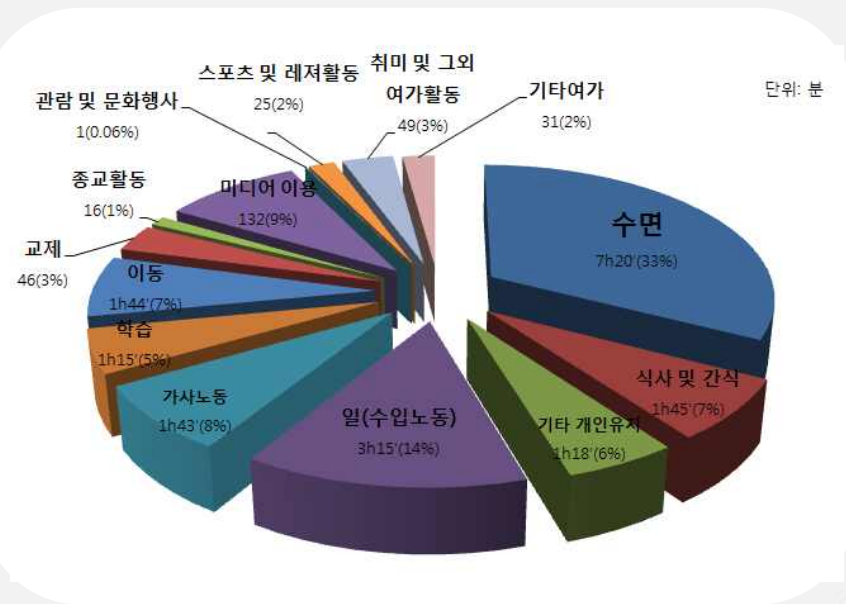
## 2. 문화적 측면

- 콘텐츠는 당시 시대상을 반영할 뿐 아니라 문화적 자산으로 문화재와 같은 존재가치가 있음
  - 콘텐츠의 존재가치는 아래에서 언급하는 바와 같이, 새로운 콘텐츠 창작의 중요한 자본으로 기능함(Frey, 2003)
  - 콘텐츠가 성공을 하면 명성을 얻게 되고, 창작자 및 국가의 문화적 정체성을 높이며, 국가 브랜드가치를 높이는 문화적 가치를 가짐
- 기존의 콘텐츠는 미래 콘텐츠 창작의 중요한 자산 및 자원임
  - 새로운 콘텐츠는 무수한 기존 콘텐츠 기반 위에서 창작됨. 기존 콘텐츠의 스토리와 포맷, 제작기술에 일정한 변형 및 혁신적 요소를 첨가시켜 새로운 콘텐츠 제작
  - Weizman(1996)이 경제성장 과정을 이전에 조합되지 않았던 요소들 간의 성공적 결합에 의해 새로운 것이 창출되는 과정으로 이해하면서, 이를 ‘이화수정 과정(hybridizing growth process)’ 이라고 명명한 것과 같음

### 3. 사회적 측면

- 콘텐츠산업의 발전은 다양한 외부효과로 사회적 발전을 견인함
  - 러스킨(John Ruskin)의 고유가치(intrinsic value)
    - 콘텐츠를 포함한 문화는 인간의 생활과 생명 발달에 기여
  - 플로리다(Florida, 2005)의 3T(Technology, Tolerance, Talent)와 랜드리(Charles Landry)의 창조도시
    - 어메니티(amenity)를 높이면 기업과 노동자가 도시로 유입되면서 고용이 늘어난다고 봄

- 콘텐츠는 일상생활(everyday life)의 중요한 부분
  - 복지와의 연결



출처 : 2009년 생활시간조사(통계청)

## 콘텐츠산업의 미래성장동력화 의의

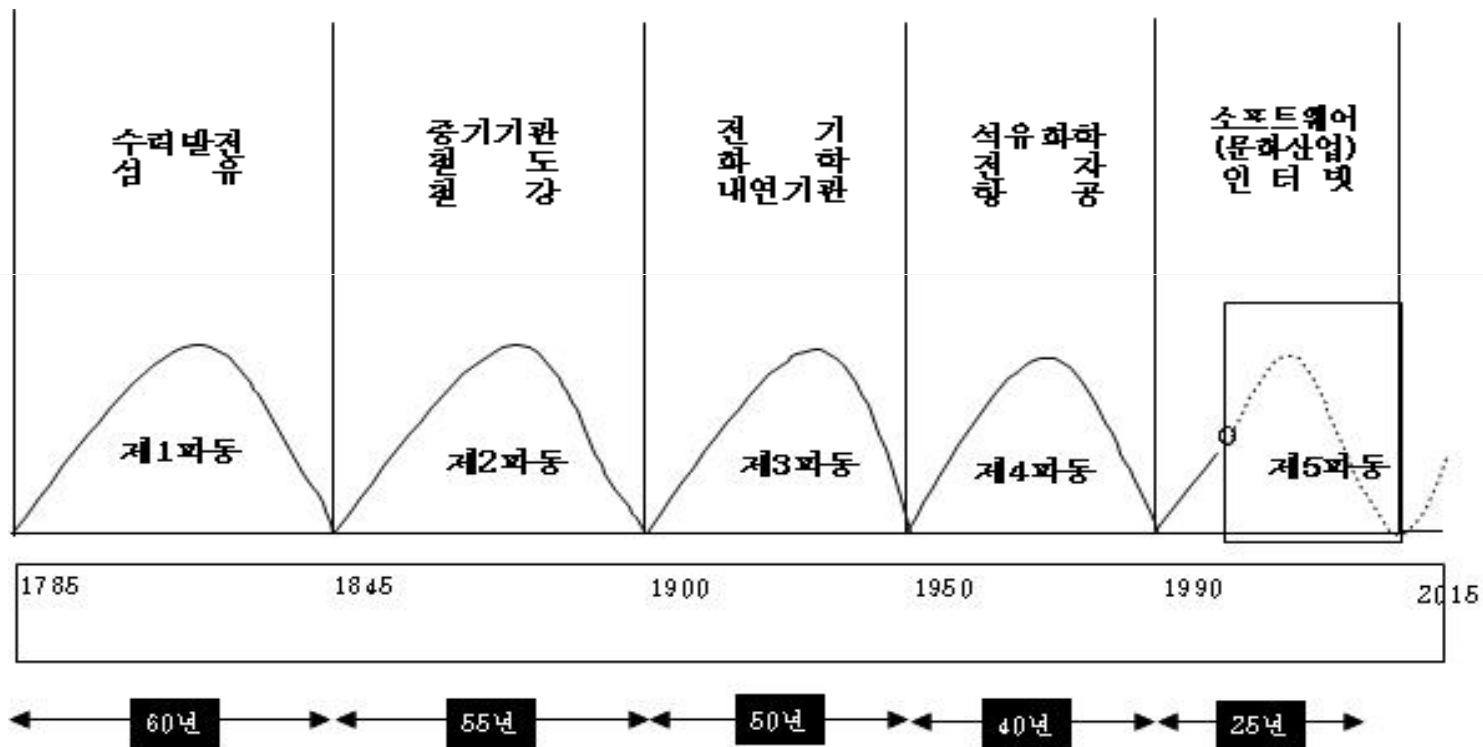
- 앞에서 열거한 콘텐츠산업의 경제성 및 파급효과를 감안하면, 콘텐츠 산업에 대한 국가적 투자는 사회적으로 수익률이 높은 사회적 투자임

|         | 1990년대     | 2000년대       |
|---------|------------|--------------|
| 1만불→2만불 | 8.2년 (9개국) | 14.3년 (3개국)  |
| 2만불→3만불 | 5.2년 (5개국) | 11.9년 (14개국) |

- 창조경제 패러다임에서 콘텐츠 산업에 대한 투자는 경제전반의 활력과 동력을 불어넣는 전략적 투자임
  - 경제적 부(Wealth)는 물질 자본보다는 인간의 상상력과 창조력에서 나오는 비중이 더 높을 것임(제레미 러프킨, 2010)

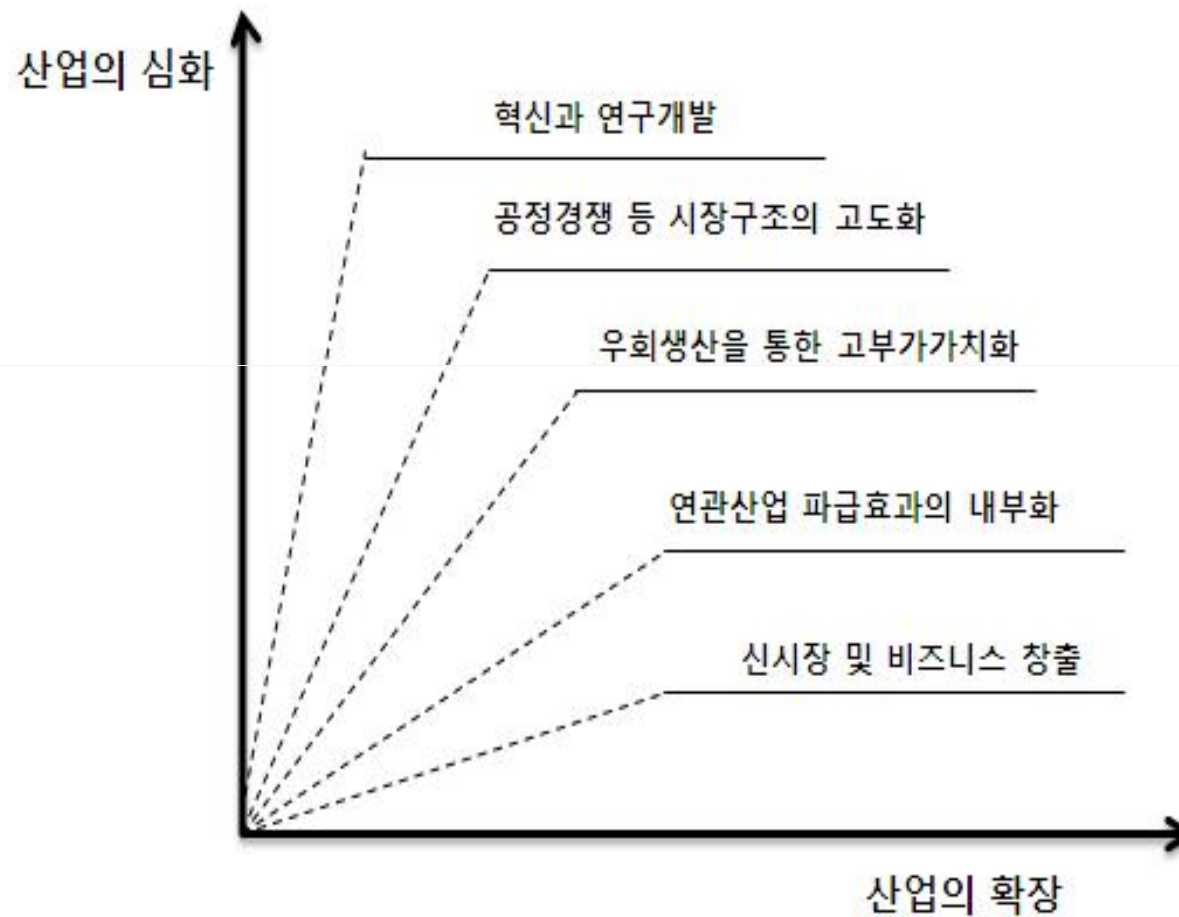
# 콘텐츠산업과 5차 장기파동론

- 경제의 서비스화의 핵심은 경험과 체험인 점을 감안하면 전략적 투자의 대상은 바로 콘텐츠 산업임(경제활동의 중심부에서는 인간의 경험이 판매되고 구입됨)



출처 : The Economist(1999)의 내용을 보완 수정하였음

## 접근 방향 및 발전전략

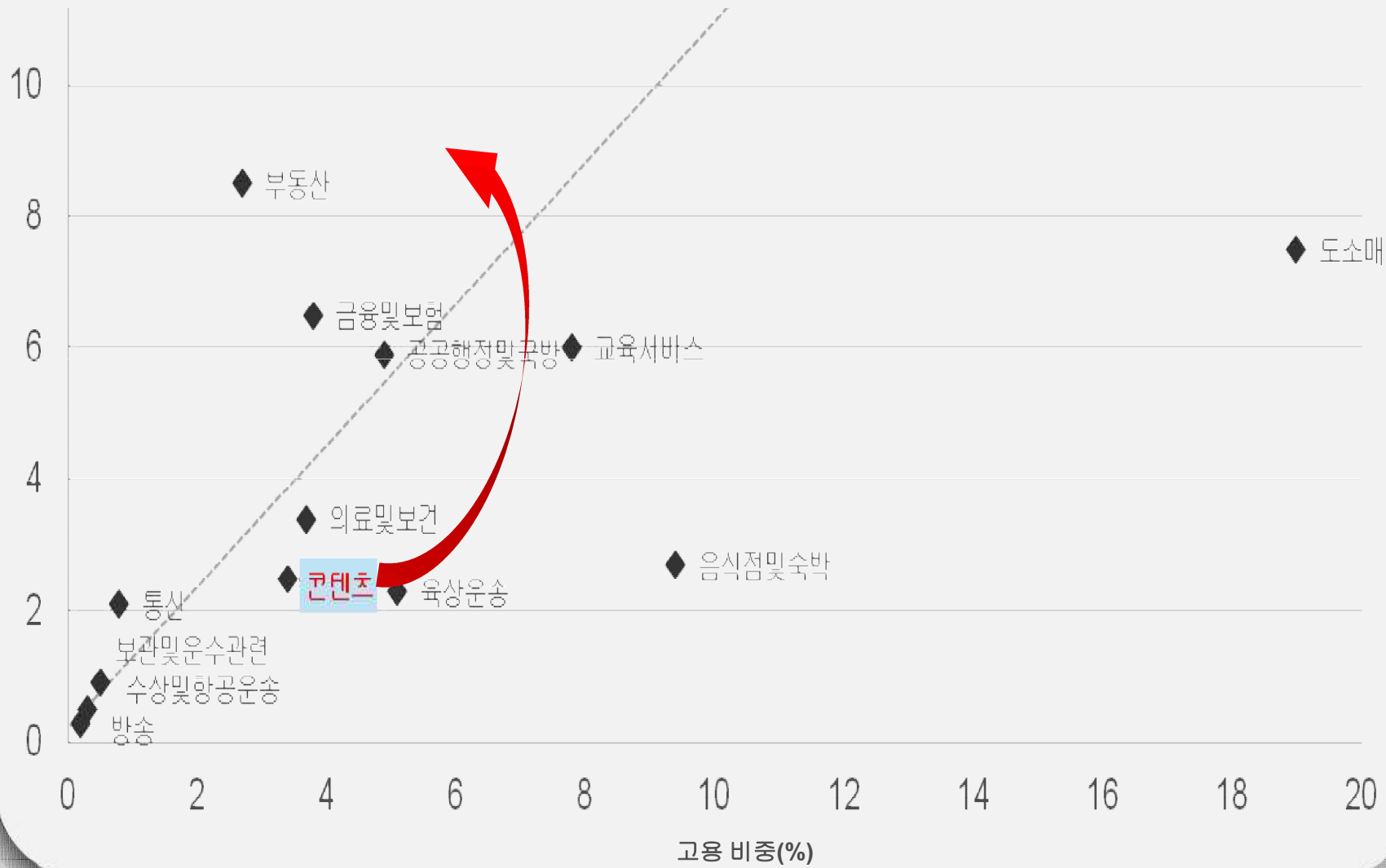


## 접근방향 1 : 산업의 확장(widening)과 심화(deepening)

- 새로운 니즈와 가치를 창출함으로써 새로운 시장 개척을 통해 콘텐츠 산업의 경계를 확대
  - 수요자 측면에서는 콘텐츠 향수능력을 키워주는 것이 산업의 크기를 늘리는 데 중요함 (러스킨)
  - 콘텐츠 산업과의 연관 파급효과가 높은 산업을 내부화(internalization). 영국은 상호 연관 관계가 높은 콘텐츠 산업을 창조산업으로 묶으면서 경제적 이익을 극대화함
- 산업의 확장이 콘텐츠 산업 영역(시장)의 확대라면, 산업의 심화는 콘텐츠의 단위 부가가치를 높이는 차원을 말함
  - 창작과정과 제작과정에서 보다 많은 우회생산을 통해 고부가가치화(전문화)
  - 혁신과 연구개발투자로 생산비용을 줄이는 한편 혁신적인 콘텐츠 제작으로 새로운 수요 창출
  - 공정경쟁 등 콘텐츠 산업 시장구조의 고도화

부가가치  
비중(%)

<2009년 기준>



## 접근방향 2 : 창조와 혁신의 전략

- 창조와 혁신의 아이콘은 콘텐츠 산업

Infrastructure → Connectivity → Content → Creativity

(John & Hartley, 2005)

- 네트워크 서비스 및 스마트 환경으로 온라인 및 디지털 콘텐츠의 비중 ↑

$$CE = CP * T$$

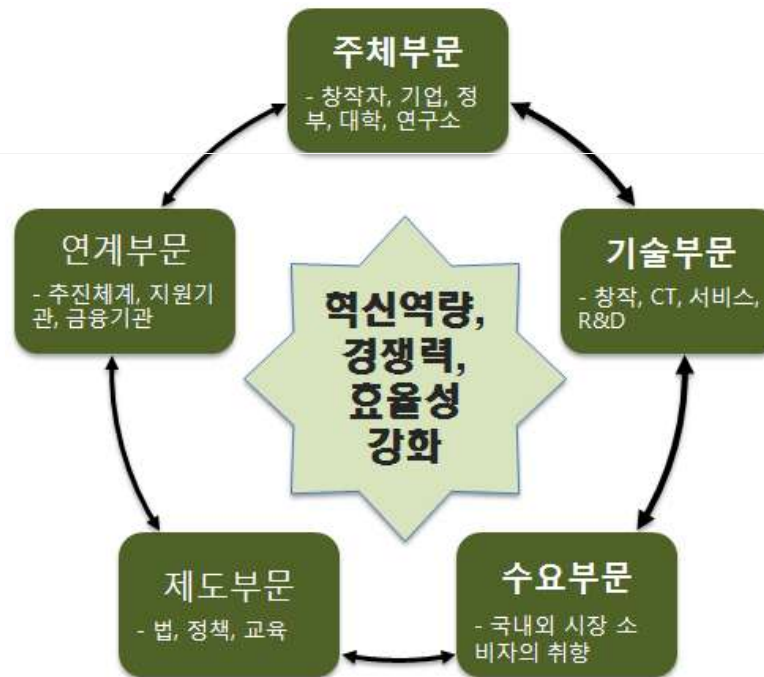
CE=Creative Economy, CP=Creative Product, T=거래량 (J. Howkins, 2008)

- 국민의 정부에서 '지식산업강국 구축' 하에 벤처산업과 문화콘텐츠 산업 육성
  - 벤처산업 육성 : IT제조업 → IT 서비스로 IT산업의 영역 확장
  - 콘텐츠산업 : 문화계정 1% 확보



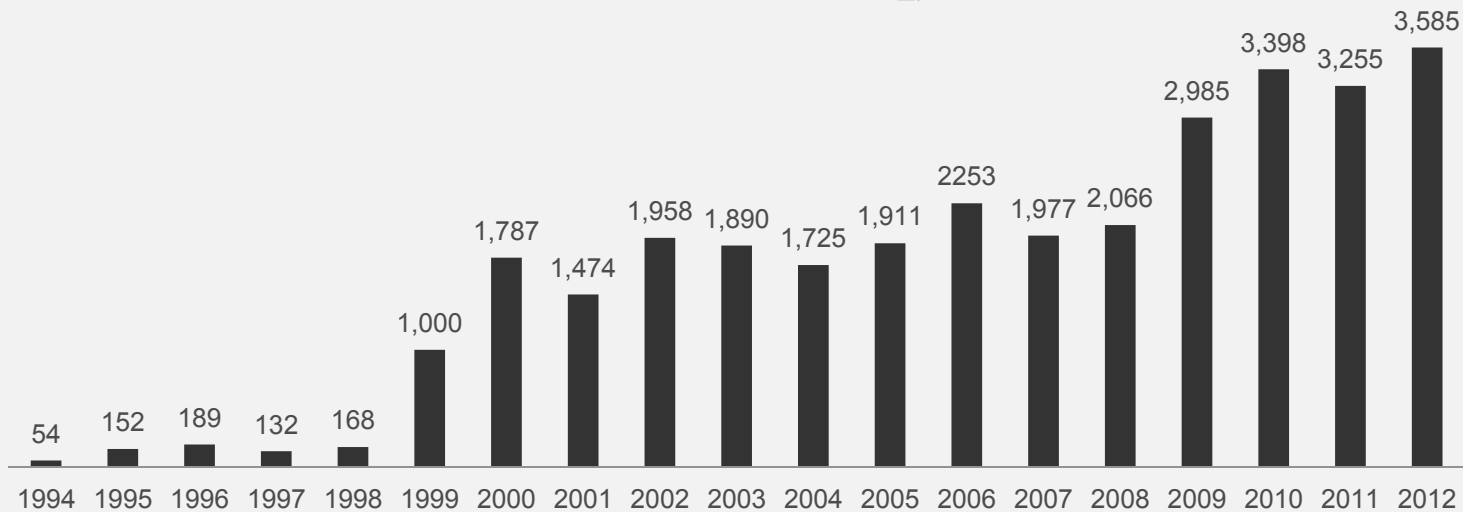
## 접근방향 3 : 콘텐츠 산업 혁신시스템 구축 및 역량 강화

- 산업의 혁신시스템은 특정산업의 혁신 능력을 결정하는 상호 관련된 제도들의 집합으로 정의할 수 있음(Nelson & Rosenberg, 1993)
  - 이들 각 부문들의 상호작용의 정도에 따라 혁신시스템의 경쟁력이 좌우될 수 있음



- 문화산업진흥기금 폐지(06. 4 문화산업진흥기본법 개정) 및 중소기업청의 모태펀드로 이관
  - 현재 모태펀드를 통한 콘텐츠 지원에 있어 편중투자가 이루어짐(영화 48.4%)
  - 향후 콘텐츠 산업을 성장시키기 위해서는 필연적으로 자금이 필요하지만 현 재원은 만족할 만한 수준이 되지 못하며, 관련 예산을 늘리는 것은 거의 불가능함

■ 콘텐츠산업 부문 예산 (단위 : 십억 원)



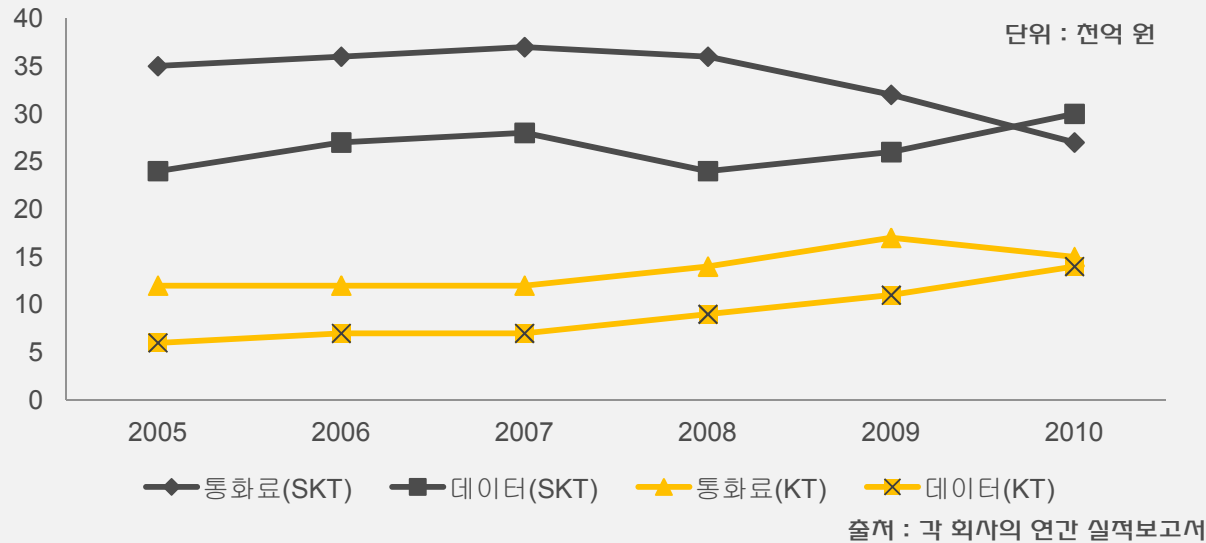
## 기금 관련 제언 : 주파수 할당대가 활용 검토

### ▪ 주파수 할당대가에 대한 콘텐츠 지분

- 정보통신진흥기금의 주된 재원은 통신사업자의 주파수 할당대가임
- 통신사업자의 수익구조상 콘텐츠가 기여하는 바가 높아지고 있음

### ▪ 방통위는 기존의 방송발전기금을 통합하여 방송통신발전기금을 신설

- 2010년 11월에 지경부와 방통위가 주파수 할당대가를 55:45로 배분
- 정보통신진흥기금: 11,297억원( '12), 방송통신발전기금: 8,259억원( ' 12)



- 정부조직 개편과 맞물려 이슈화 : 기금의 활용방안을 고민

- 콘텐츠산업진흥법( '10. 12) 으로 개별산업 진흥법→콘산법→문산법의 적용 체계를 갖춤  
- 향후 산업 및 기술변화를 고려하여 '융합 콘텐츠' 에 대한 법적 근거를 마련하는 것을 검토
- 규제관련 추진 체계의 혼선을 정비할 필요가 있음. 최근 일련의 게임산업에 대한 규제 논의는 극복해야 할 가장 대표적인 사례임  
- 섯다운제(여성가족부, 문화체육관광부), 쿨링오프제(교육과학기술부), 게임 등급분류 및 유해성조사(교육과학기술부, 여성가족부), 게임사 연 매출 1% 강제 징수(여성가족부, 문화체육부) 등이 실행되었거나 논의되고 있음
- 게임 산업의 산업적 측면 및 사회적 요구 사항을 절충할 수 있도록 게임물 규제 권한을 가능한 일원화하고, 새로운 규제를 신설하기보다는 기존 규제를 보완하는 방향으로 정책 방향 설정이 필요  
- 위와 함께, 콘텐츠 산업의 경제적 잠재력이나 사회적 파급효과에 대한 체계적인 대국민 홍보로 콘텐츠 산업에 대한 인식을 제고시키고, 그에 따른 콘텐츠 산업 지원정책에 대한 동력도 높일 필요가 있음

# 게임관련 규제 현황

| 구분               |   | 운영 근거법  | 문제점  |
|------------------|---|---|--|
| 이용시간<br>제한       | 셋다운제  | 강제적 셋다운제(여성부/2011.11.시행)<br>- 16세 미만의 청소년에게 심야시간의 인터넷 게임제공을 제한                        | - 청소년보호법 제 26조   |
|                  |   | 선택적 셋다운제(문화부/2012.07시행 예정)<br>- 청소년 이용자의 회원 가입 시 부모 동의 의무화, 연매출 300억 원 이상 게임 기업 대상 규제 | - 게임산업진흥에 관한 법령 제 12조의 3제 1항                                     |
|                  | 쿨링오프제(교과부) - 청소년들의 게임 이용 시간을 최대 4시간, 연속해서 2시간 미만으로 제한   | - 초중등학생의 인터넷게임중독의 예방 및 해소에 관한 특별법안 제 10조  | - 유예 대상 폭이 커 실효성 부족<br>- 청소년의 심야시간 게임이용률에 대한 분석이 선행되지 않은 상태에서 도입 |
| 등급<br>분류         | 등급분류(문화부) - 국내 유통되는 게임물 전반에 대하여 유통 전에 게임물등급위원회의 연령별 등급분류를 받도록 함   | - 게임산업진흥에 관한 법률 제21조  | - 게임중독 유발 가능성과 관련성이 적은 게임사업자의 재정·인력 규모를 기준으로 적용대상을 설정한 한계점을 가짐   |
|                  | 유해성조사(교과부, 여성부) - 유통되고 있는 청소년 이용가능 등급의 게임물이 학생들에게 미치는 부정적인 영향 가능성을 조사하고, 게임물 등급위원회는 위 조사결과를 반영하여 게임물등급 재 분류 | - 초중등학생의 인터넷게임중독의 예방 및 해소에 관한 특별법안 제 12조  |  |
| 사업자<br>부담금<br>논의 | 게임사<br>연매출 1%<br>강제 징수  | - (여성부)인터넷 게임 제공자에게 인터넷게임 중독예방부담금 부과 징수   | - 규제 중복(현재 시행중인 셋다운제의 내용을 보완해도 실시할 수 있는 사항)                      |
|                  |   | - (문화부)게임사업자에게 게임과 몰입치유 부담금 부과징수  | - 게임산업진흥에 관한 법률 일부 개정법률안   |

출처 : 국회입법조사처(2012) 수정 및 보완

## 추진체계(거버넌스)의 내실화

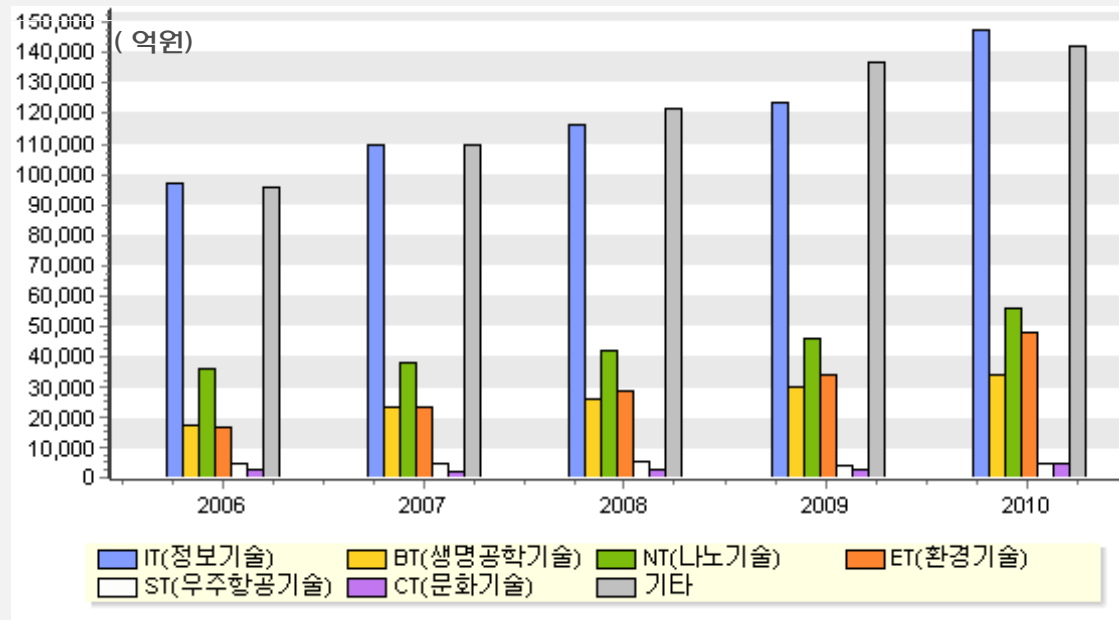
# 03

- 국무총리소속인 콘텐츠산업진흥위원회 보다 대통령 소속인 국가지식재산위원회  
와 국가정보화전략위원회가 우위에 있음
- 세 위원회에서의 콘텐츠 진흥 전략 등과 관련하여 상반된 의견이 발생 할 시, 콘텐츠 산업  
진흥위원회는 양 위 원회의 의견을 반영 해야 한다는 문제가 발생할 수 있음

| 구분         | 설립일        | 위상            | 관련 법령    | 기능                   |
|------------|------------|---------------|----------|----------------------|
| 콘텐츠산업진흥위원회 | 2011.04.13 | 국무총리          | 콘텐츠산업진흥법 | 콘텐츠 산업 진흥정책의 총괄적 조정  |
| 국가정보화전략위원회 | 2009.11.10 | 국무총리 →<br>대통령 | 국가정보화기본법 | 국가정보화 산업 정책 총괄조정     |
| 국가지식재산위원회  | 2011.07.28 | 대통령           | 지식재산기본법  | 지식 재산분야 관련 정책의 총괄 조정 |

- 다른 위원회와 견주어 위상을 더욱 높이는 것도 중요하지만, 콘텐츠산업진흥위  
원회를 통해 실질적인 성과를 내는 것도 중요
- 게임관련 규제만이라도 일원화

- 연구개발투자는 산업의 성장 잠재력을 높일 수 있고 연구개발투자의 파급효과가 크기 때문에 거의 모든 나라가 연구개발 투자에 관심을 기울이고 있음
  - CT R&D 투자는 현재 정부 전체 R&D 예산에 1.1%(5,029억원, '10년 기준) 수준임
  - 서비스산업발전기본법 으로 향후 서비스산업 R&D 사업은 확대
  - 기초연구가 아닌 융합/상작방향의 R&D사업, 신시장 창출형 R&D사업 추진
  - R&D시스템의 효율화



- 2010년 기준, 콘텐츠 관련학과 수 1,478개, 입학생 수 41,002명, 졸업생수 35,710명으로 08년 대비 꾸준한 증가세를 보이고 있음(KOCCA, 2010)
  - 콘텐츠학과 졸업생 취업률은 63.4%(대학 전체 취업률은 50.4%). 이 중 콘텐츠산업분야 취업은 36.3%(2010년 기준)에 불과함
  
- 우수한 인력의 콘텐츠 산업계로 입직, 재훈련의 내실화
  - (가칭) '문화산업인력협의회'를 구성하여 콘텐츠 산업 관련 고등교육기관과 재교육(재훈련) 프로그램에 대한 체계적인 지원을 모색
  - 문화산업 인력수급 및 현황분석, '교육훈련투자기금' 조성을 통한 인력양성 및 재훈련 내실화
    - 문화산업의 대부분의 고용형태가 정규직 보다는 계약직, 프리랜서 등과 같은 비 정규직('08, 영화 55%, 방송37%, 애니 55%)에 의존하면서, 인력에 대한 체계적 교육 훈련이 부족함
    - 문화산업 근로자들의 교육훈련 참가율 저조하나(영화 18%, 게임 16%, 방송 19.8%), 교육훈련 참여의향은 높음(영화 64.6%, 게임 41.2%, 방송 56.8%)



**■ 콘텐츠 한상(韓商) 네트워크의 조직과 활용**

- 콘텐츠 산업계에 종사하는 해외동포와 한국계 현지인들을 대상으로 네트워크 구축
- 기업가정신, 현지 경험과 지식을 활용하여 국내 기업과 인력들의 해외진출에 활용
- 이미 한류가 진출한 지역뿐 만 아니라 신흥시장의 해외진출에 적극 활용

**■ 정책추진의 성과 평가시스템 확보**

- 전략산업 육성의 경우 상당한 시간에 걸쳐 진행되기 때문에 일정기간 마다 그간의 성과를 평가하고, 그 결과를 향후 추진계획에 참고하는 피드백 과정이 원활하게 이루어져야 정책의 효율성을 담보할 수 있음

**■ 워킹그룹(working group)의 활성화**

- 콘텐츠 산업 육성에 있어 핵심영역 및 핵심이슈를 전담하는 또는 사업추진의 장애를 해소하기 위한 워킹그룹을 활성화 할 필요가 있음
- 현재 실무위원회는 콘텐츠산업진흥위원회로부터 위임된 사항을 심의· 검토하는 보좌적 성격의 기구 이므로 장기적 핵심과제를 심도 깊게 연구· 추진하는 워킹그룹으로서의 역할로는 부적합

- 미래 성장동력화 과정은 상당한 시간과 노력을 요하는 과정이므로 정책의 일관성을 가지고 지속적으로 추진
- 한 산업의 성장은 결국 민간기업의 성장을 통하여 궁극적으로 달성되는 것이므로 미래 성장동력화 과정에서 민간의 역할이 매우 중요
  - 정부지원이 민간부문을 구축(crowding-out)하여 콘텐츠산업의 자생력 상실, 정부 의존적 구조로 가지 않도록, 민간과 정부의 역할 분담이 필요
  - 특정산업이 아니라 특정 활동에 정책 개입
    - : 더 많은 수의 산업정책이 아니라, 더 질 높은 산업정책이 요구됨
  - 정부지원의 반대 급부로 불공정 관행 시정, 각종 데이터를 공개하도록 유도

A hand is holding a white rectangular card in the lower right quadrant of the image. The card has the Korean text '감사합니다' (Thank you) written in a bold, black, sans-serif font. The background is a light gray rounded rectangle with a white interior and a solid orange header at the top. The hand is positioned as if presenting the card.

**감사합니다**