

서울경제

SEOUL ECONOMIC BULLETIN
May 2015 vol.122

이달의 이슈

영화산업의 경제적 효과와
서울 경제
최봉헌
한국 영화산업의 투자구조와
시사점
김윤지

생생리포트

아시아 대표 첨단 영화 중심지 서울
박대우
인포그래픽스
서울 시민들은 영화를 얼마나 볼까?
시민경제연구소

경제동향

생산/소비/고용/물가
부동산/금융/수출입
경제통통
FOCUS/ZOOM IN
HOT ISSUE/PHOTO@NEWS
김가영

서울 시민들은 영화를 얼마나 볼까?

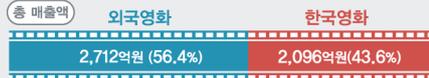
2014년 인구 1인당 평균 영화 관람 횟수 높은
세계 대표 도시 5개



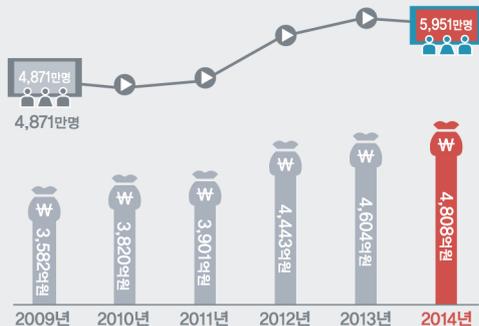
주: 세계 대표 도시는 암스테르담, 베를린, 보고타, 부에노스아이레스, 이스탄불, 오펜하이머, 런던, 마드리드, 몬트리얼, 모스크, 뮌헨, 파리, 리우데자네이루, 상파울로, 서울, 상하이, 싱가포르, 스톡홀름, 시드니, 도쿄, 토론토 등 22개 도시

자료: Mayor of London, The World Cities Culture Report 2014

2014년 서울의 영화 상영



서울의 영화관 관객 수와 매출액



2014년 인구 1인당 평균 영화 관람 횟수 높은
국내 광역시·도 5개



자료: 영화진흥위원회(각년도), 한국 영화산업 결산

- 이달의 이슈** 3 **영화산업의 경제적 효과와 서울 경제**
최봉현(산업연구원 서비스산업연구실 연구위원)
- 11 **한국 영화산업의 투자구조와 시사점**
김윤지(한국수출입은행 해외경제연구소 연구위원)

- 생생리포트** 23 **아시아 대표 첨단 영화 중심지 서울**
박대우(서울특별시청 문화융합경제과 과장)

- 인포그래픽스** 35 **서울 시민들은 영화를 얼마나 볼까?**
조달호(서울연구원 시민경제연구실 연구위원)
장윤선(서울연구원 시민경제연구실 연구위원)

- 경제동향** 43 **요 약**
45 **생 산**
47 **소 비**
48 **고 용**
45 **물 가**
52 **부동산**
54 **금 융**
61 **수출입**
장윤선(서울연구원 시민경제연구실 연구위원)
정의영(서울연구원 시민경제연구실 연구위원)

- 경제통통** 67 **FOCUS/ZOOM IN/HOT ISSUE/PHOTO@NEWS**
김가영(서울특별시청 경제진흥본부)

영화산업의 경제적 효과와 서울 경제



최 봉 현*

산업연구원 서비스산업연구실 연구위원

choice@kiet.re.kr

1. 들어가며

최근 높은 부가가치의 창출과 지식집약적인 특성 때문에 세계적으로 영화산업 육성이 큰 주목을 받고 있다. 특히, 시장이 폭발적으로 성장하고 있는 중국과 같은 나라는 국가적으로 영화산업 육성에 많은 공을 들이고 있다. 뉴질랜드에서는 반지의 제왕 시리즈를 통해 관광산업이 활성화되었다.

지난해 봄 서울에서는 미국의 블록버스터 영화 ‘어벤져스’의 속편 촬영이 이루어졌다. 국내의 영화관련 기관을 포함한 여러 기관이 영화제작사와 양해각서(MOU)를 체결하는 등 상당한 경제적 지원과 편의를 제공하기도 하였다. 1년이 지난 올해 4월 말 ‘어벤져스 2’가 드디어 국내에서 개봉하였다. 이 영화는 소위 ‘어벤져스 효과’라고 불릴 만큼 수입

* 저자 학력, 경력 및 최근 연구:

- 서울시립대 경제학 박사
- 제주 영상산업 진흥 중장기계획 수립 연구(2015), 중국영화시장 진출을 위한 한중 협력방안(2014), 부산종합촬영소 건립 타당성 조사 및 기본계획 수립(2012) 등

영화 흥행과 관련된 여러 기록을 차례차례 경신하고 있다. 개봉 13일차인 5월 5일까지 ‘어벤져스2’는 총 833만 명의 관객을 동원하는 등 역대 외화 최단기간 800만 관객 돌파 신기록을 달성하였다. 이 영화는 개봉 13일 동안 무려 15개 흥행 기록 부문에서 새로운 흥행 역사를 쓰고 있으며 역대 외화 중에서 최단기간 900만, 1,000만 관객 돌파 기록을 눈앞에 두고 있다.

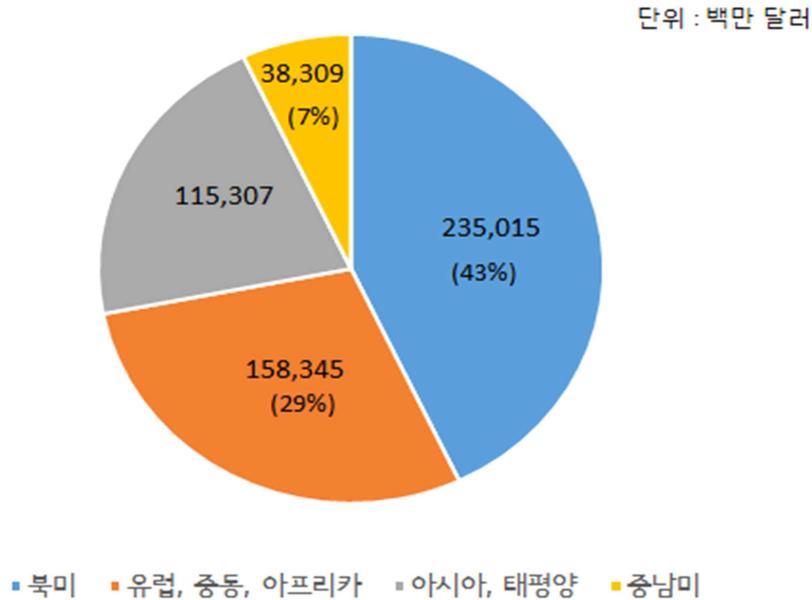
이 영화의 경쟁력은 어디서 오는 것일까? 할리우드 대작영화로서 영화 자체의 높은 상품성도 중요한 이유겠지만, 이 영화의 배경 중 하나가 바로 우리에게 익숙한 서울이라는 점이 국내 흥행에 큰 영향을 미친다는 점을 간과할 수 없다. 우리가 잘 알고 있는 눈에 익은 풍경들이 세계적으로 개봉되는 영화의 배경으로 나타나기에 이 영화가 국내 관객들의 호기심을 더욱 자극하는 것이다. 정부까지 나서서 할리우드 블록버스트 촬영을 유치한 이유가 바로 거기에 있다.

이 글에서는 세계 영화산업과 한국영화산업 현황, 그리고 한국 영화산업에서 차지하는 서울의 경쟁력에 관하여 살펴보고자 한다.

2. 세계와 한국의 영화산업 현황

세계 영상산업 분야에서는 미국이 독보적인 위상을 유지하고 있으며, 이런 추세는 앞으로도 계속될 것으로 예상된다. 콘텐츠 제작비 규모, 제작 노하우와 기술 그리고 전 세계적인 배급망을 가지고 있는 만큼 세계 어느 나라도 미국을 쉽게 따라잡기 힘들다. 영화산업에서 미국의 경쟁력은 세계에서 규모가 가장 큰 내수시장과 할리우드를 중심으로 한 탄탄한 산업조직에 있다.

영화뿐만 아니라 콘텐츠 시장 전반에서 미국은 50%가 넘는 세계시장 점유율을 갖고 있다. 콘텐츠 시장에서의 일본, 독일, 영국, 프랑스 등 선진국 시장점유율은 한자리 수에 불과하며, 한국의 시장점유율은 2%대를 유지하고 있다. 세계 콘텐츠산업 중에서 영화를 포함한 영상산업의 분야별 경제적 규모를 살펴보면, 2013년 기준 방송산업(4,453억 달러)이 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 영화산업(883억 달러)과 애니메이션산업(134억 달러)이 그 뒤를 따르고 있다. 여기서 미국을 포함한 북미시장의 점유율은 43%에 달한다.

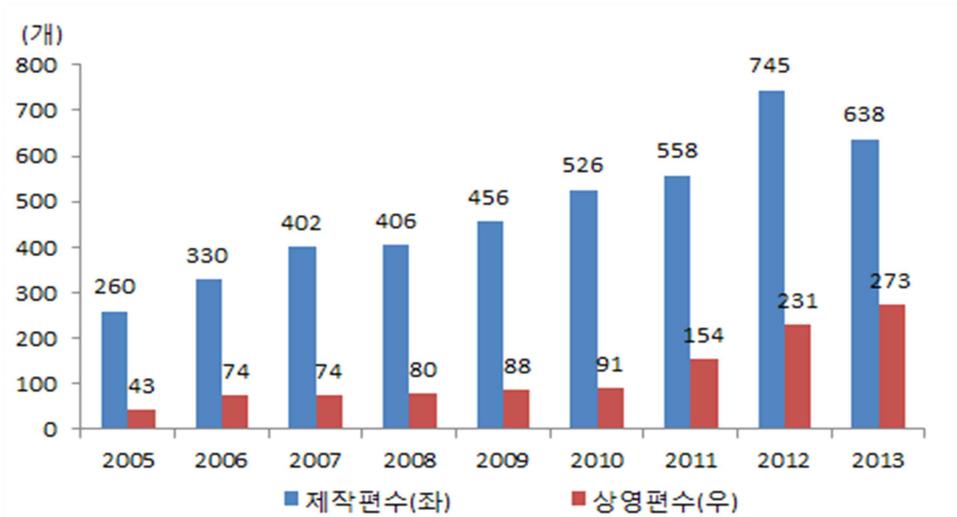


자료: 한국콘텐츠진흥원, <2014 해외콘텐츠시장 동향조사> 재구성

주: 영화, 애니메이션, 방송규모를 합산하여 산출함.

[그림 1] 권역별 세계 영상산업 현황(2013)

최근 세계 영상산업에서 나타나고 있는 또 다른 주목할 만한 변화는 중국 시장의 급격한 부상을 들 수 있다. 중국은 국가 정책적 차원에서 문화산업에 대한 지원 정책을 강화하고 있으며, 중산층이 증가하면서 엔터테인먼트 산업의 수요가 크게 증가하고 있다. 이런 이유로 문화산업의 핵심 분야로 꼽히는 영상산업은 앞으로도 빠른 성장세를 유지할 것으로 예상된다. 중국은 영화 내수시장 매출 규모가 지난 10년간 연평균 35.5% 정도로 급성장하는 등 세계에서 잠재력이 가장 큰 영화시장으로 부상하고 있다. 2013년 중국의 극장 매출액은 217억 7,000만 위안으로 전년보다 27.5% 증가하였으며, 2013년 관객 수는 6억 1,000만 명으로 전년보다 약 29.8% 증가하였다. 2013년 중국의 인구 1인당 영화 관람횟수는 0.45편으로 성장잠재력이 여전히 높으며, 중국 정부의 내수활성화 추진 정책에 따라 문화·여가 산업의 성장, 소득 증가에 따른 대중문화 소비 확대가 이루어질 것으로 보인다.



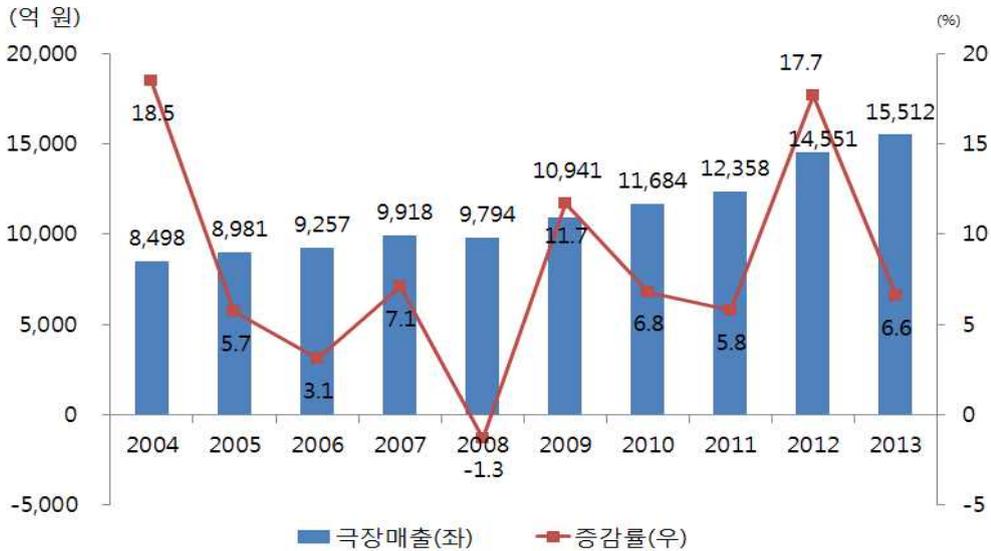
자료: 영화진흥위원회(www.kofic.or.kr)

[그림 2] 중국영화의 제작 및 상영편수

우리나라 영화산업도 그동안 빠르게 성장해왔다. 2000년대 중반 투자부문이 위축되면서 성장세가 둔화되었으나 2010년부터 다시 빠른 회복세를 보이고 있다. 2013년 영화산업의 연간 시장규모는 1조 8,839억 원에 이르며, 이 중에서 극장매출액은 1조 5,512억 원에 달한다. 한국영화의 빠른 성장세에 힘입어 관객 수도 크게 증가하여 2013년에는 2억 명을 돌파하였고, 1인당 연간 영화관람 횟수도 4.25회로 세계 최대의 영화시장인 미국의 약 3.5회보다 더 높은 수치를 기록하고 있다.

빠른 성장세에도 불구하고 세계시장에서 한국 영화산업의 비중은 크지 않다. 그러나 한국은 세계 영화시장에서 독특한 입지를 구축하고 있다. 세계적으로 자국 영화시장에서 국산영화의 시장점유율이 50%를 넘는 나라는 미국, 중국, 인도, 한국 등 손에 꼽을 정도에 불과하며, 영화를 주요 수출품으로 수익을 창출해 내는 나라는 미국이 거의 유일하다. 나머지 나라들은 국민들의 심금을 울릴만한 걸작이 나오지 않는 한 자국시장에서 자국영화 시장점유율의 절반을 넘기는 경우가 거의 없으며, 심지어 영국, 호주, 캐나다 등 영어권 국가들도 자국영화의 시장점유율이 30%에도 미치지 못한다. 중국은 사회주의 국가로

서 정부가 사실상 영화시장을 취약피락하고 있으며, 인도는 독특한 인도식 영화(발리우드)로 특화되어 있다. 그리고 보면, 자국 영화시장을 개방하고 있는 나라 중 할리우드의 공세에 맞서 자국영화의 시장 경쟁력을 상당히 확보하고 있는 나라는 전 세계에서 한국이 거의 유일하다. 이러한 이유로, 자국영화를 사랑하는 해외 영화인들과 영화정책 담당자들에게 한국 영화산업은 귀감이 되고 있다.



[그림 3] 한국 영화산업의 극장 매출액 추이

3. 한국 영화산업과 서울의 경쟁력

빠르게 성장하고 있는 한국 영화산업에서 서울의 입지는 독보적이다. 국내에서는 블록버스터 영화를 통한 관광객 유치 등 영화산업이 갖는 부수적인 경제적 효과들을 고려하여 부산을 필두로 전주, 제주 등 지방자치단체들이 영화산업 유치를 위해 영상위원회를 설치하고 지역 로케이션 유치에 경쟁적으로 나서고 있다. 그러나 영화산업의 입지에는 경쟁요소의 부존 상태뿐만 아니라 외형적으로 보이지 않는 제작, 투자, 산업시스템과 같은 내재된 산업 역량도 중요하다. 이러한 이유 때문에, 부산, 전주 등이 영상도시로서의 목표를 내걸고 국제 영화제를 개최하고 지역 영상산업 육성을 위해 적극 노력하고 있지만, 우

리나라 영상산업의 중심은 여전히 서울이다. 지방자치단체가 영상산업 육성으로 얻을 수 있는 이익만 고려하고, 지역에서 영상산업의 경쟁요소를 구비하는 것이 매우 어렵다는 점은 간과하였기 때문이다.

영화산업은 전문화된 창의적 인력에 대한 의존도가 높고, 관련 산업의 집적을 통한 교류와 협업이 중요한 반면, 부동산 가격, 임대료 등은 상대적으로 그 중요성이 덜하다. 또한 관련 전문 인력은 연기자나 연출자 개개인의 경쟁력도 중요하지만 산업 전체 인적자원의 풀이 두터워야 경쟁력을 유지할 수 있는데, 지자체들이 제공하는 인센티브만으로는 지방에 우수한 영상인력의 풀을 형성하는 데 한계가 있다.

[표 1] 영상산업 가치사슬과 업종별 경제적 특성

분류		특성(상품 및 서비스 특성/비용/시장조직/성장성/기타)
기획		시나리오, 전문 인력 집적
투자		자본조달 능력, 운용능력이 핵심이며, 금융업의 특성
제작	프리프로덕션	콘티, 캐스팅, 미술, 세트 기획 등 사전준비
	스튜디오/세트장	스튜디오 시설 자체, 지리적 인접성
	야외촬영 (로케이션)	일조량, 행정당국의 협조
	후반작업	전문기술인력, 제작설비(음향, 미술 등), 숙련도 요구
	VFX	기술인력 공급, 작업 공간, 컴퓨터, 도시형 산업, 숙련도 요구
유통		방송, 인터넷, 블루레이 매체 등 수출입
파생 산업	영화제	영상을 테마로 하는 축제
	세트장 관람 서비스	영상물(영화, 드라마) 제작시설의 사후활용
	영상테마 시설	한류영상체험관 등 영상물의 2차적 활용도 증대
	기타	영화 촬영지 관광 코스화 등

영화산업의 기능 및 가치사슬에 따른 분류는 먼저 기획에서 배급에 이르는 내부의 가치사슬과 영화산업으로부터 파생되는 파생산업으로 분류할 수 있다. 영상물과 관련된 산업 업종은 영상물 자체의 경제적 특성과 달리 매우 다양한 특성을 가지고 있다. 영상물로부터 파생되는 비즈니스모델 또는 서비스는 영상물이 가지는 생산 및 소비 특성과 별개의 것으로 봐야 한다. 한편, 영화산업에서 지역의 역할은 제작 촬영 분야에서의 로케이션 유치와 지역 소비기반에 기초한 최종매출이 대부분을 차지한다. 영화산업의 이런 산업적 특성 때문에 서울은 국내 영화산업 매출의 60% 이상을 차지한다.

[표 2] 영화산업 지역별 연도별 매출액 현황

(단위: 백만 원)

	2010	2011	2012	2012 구성비(%)
전국	3,577,948	3,920,019	4,527,865	100.0
서울	2,821,320	2,550,077	2,866,433	63.3
6개 광역시	240,441	517,229	667,576	14.7
10개도	516,187	852,713	993,856	22.0

자료: 한국콘텐츠진흥원, <2013 콘텐츠산업 통계조사> 재정리

4. 맺음말

요즘 영화는 종합예술작품을 넘어 지역홍보, 관광, 광고 등 종합미디어로서의 역할까지 하고 있다. 그러므로 서울시는 자체적으로 보유하고 있는 영화산업의 경쟁요소를 더 적극적으로 활용할 필요가 있다.

국내에서 영화산업 육성에 가장 적극적인 부산시의 예를 보자. 부산시는 미국의 LA를 벤치마킹하여 아시아에서는 두 번째, 한국에서는 최초로 영상위원회를 설치하였다. 부산시는 도시와 농촌, 강과 바다 등 다양한 입지 특성을 내세우는 동시에, 지역의 관련 공공기관과 단체들의 유기적인 협조 체계를 구축하고 지역민들의 적극적인 협조를 이루어 내면서 매년 평균 10 ~ 30편 내외의 장편 극영화를 유치하고 있다. 이 같은 과정을 총괄하는 부산 영상위원회는 지역 영상위원회 중 가장 성공적인 케이스로 꼽히고 있다.

[표 3] 2005~2009년 부산 지역 장편영화 촬영편수와 경제적 파급효과

연도	촬영편수	촬영일수	제작사 직접 지출 비용(백만 원)	경제적 파급효과 (백만 원)
2005	30	821	11,753	43,367
2006	43	1,216	14,486	53,700
2007	43	1,036	9,818	43,701
2008	28	726	6,200	32,021
2009	30	927	8,755	30,115

자료: 부산영상위원회, 부산발전연구원

물론 서울시가 다른 지방자치단체와 경쟁관계를 의식하면서 퍼주기 식의 묻지마 지원 정책을 펼칠 이유는 없다. 지난해 서울영상위원회의 해외 영상물 로케이션 지원은 20건을 넘어섰으며, 해외 영상물의 유치는 촬영기간에 발생하는 지역경제에 대한 지출효과와 더불어 영상물 속에 포함되는 지역 이미지 광고의 간접적인 효과도 상당하다. 이 같은 맥락에서, 현재 진행 중인 ‘어벤져스2’의 세계적 흥행과 이를 통한 서울시의 대외적인 홍보 성과를 면밀히 분석하고 서울시 영상산업 지원정책의 내실화를 추구할 필요가 있다.

아울러 서울시는 중국인 관광객 유치 전략과 연계하여 중국과의 영화산업 협력에 더 많은 관심을 가져야 할 것으로 생각한다. 이미 미국을 비롯한 세계 각국은 중국과 활발하게 공동제작과 협력을 추진하고 있다. 중국에서는 한국의 창작능력과 인력에 대한 수요가 높아 영상 콘텐츠의 한-중 공동제작이 늘어나고 있으며, 한국 정부도 한중 FTA 타결 이후 영화 공동 제작 펀드를 조성하는 등 양국 영화산업의 제휴와 협력에 적극적으로 나서고 있다. 이런 가운데 서울시 역시 중국과의 영화산업 협력 분야를 적극적으로 모색해 나가는 것이 바람직할 것이다.

한국 영화산업의 투자구조와 시사점

김 윤 지*

한국수출입은행 해외경제연구소 연구위원

yzkim@koreaexim.go.kr



1. 들어가며

최근 천만 관객 이상을 끌어들이는 국내 영화들이 늘어나면서 영화산업 투자에 대한 관심이 늘어나고 있다. 2014년에는 <변호인>(1,138만 명), <명량>(1,761만 명) 등 천만 관객을 동원한 국내 영화가 한 해에 두 편이나 등장했고, 특히 <명량>은 전체 인구의 3분의 1이 넘는 관객을 끌어들이며 역대 최고 기록을 경신하기도 하였다.

하지만 영화산업 전반적으로 살펴보면 투자 수익률이 해마다 큰 차이가 나 여전히 투자의 불확실성이 높고, 자본 유입의 변동도 큰 편이다. 2013년에 평균 투자수익률이 14.1%로 오르면서 영화 투자에 대한 관심이 크게 증가했지만, 2014년에는 평균 투자수익률이 0.3%로 떨어져 투자에 대한 관심도 다시 주춤하고 있는 상황이다. 실제로 과거에도 영화산업 투자에 대한 관심이 매우 높았던 시기가 있었으나, 수익률 저조로 이어지면

1) 저자 학력, 경력 및 최근 연구:

- 서울대 경제학 박사
- 한류수출 파급효과 분석 및 금융지원 방안(2012), 창조경제 활성화를 위한 ICT산업 파급효과 제고 방향(2013), 한국 영화산업 투자구조와 수익성 현황 및 개선방향(2014) 등

서 금융권의 영화 투자가 중단된 사례가 있어 최근의 변화가 이전과 어떤 차이점을 갖는지 비교 분석할 필요성이 제기되고 있다.

이 글에서는 현재 한국 영화산업 현황과 투자구조를 극장 소유 대기업과 모태펀드가 주요 투자자로 자리 잡으면서 정착하게 된 ‘한국형 메인투자 시스템’을 중심으로 살펴보고, 과거와 어떤 차이가 있는지 비교 분석을 수행하였다. 더불어 경쟁력이 향상되고 있는 한국 영화산업이 앞으로 더욱더 성장하기 위해 어떤 개선이 필요할지에 관해 논의해보고자 한다.

2. 한국 영화산업 현황

2013년을 기준으로 우리나라 문화콘텐츠 산업의 매출액은 전년 대비 4.9% 증가한 91조 5,300억 원이다. 2013년 국내 총생산액(GDP)이 1,135조 원이므로, 전 산업에서 문화콘텐츠 산업이 차지하는 비중은 약 7.7% 수준이다. 또한, 문화콘텐츠 산업의 2013년 수출액은 2012년보다 10.8% 증가한 51.1억 달러로 역대 최초로 수출액 50억 달러를 돌파하였다. 한편, 2013년 우리나라의 총 수출액인 5,596억 달러에서 문화콘텐츠 산업이 차지하는 비중은 0.9% 수준으로, 문화콘텐츠 산업이 국내 총수출에서 차지하는 비중은 국내 총생산에서 차지하는 비중에 비해 크게 떨어진다. 이는 문화콘텐츠 산업이 전형적으로 내수 위주로 성장해온 산업이기 때문이다.

2013년 문화콘텐츠 산업 중 매출과 수출 부문 모두에서 두각을 나타낸 분야는 음악과 영화 분야이다. 음악은 K팝의 국제적 인기에 힘입어 2012년 대비 매출은 10.6%, 수출은 17.0% 성장했다. 영화는 2년 연속 한국 영화가 연간 관객 1억 명을 돌파하면서 2012년 대비 매출이 9.9%, 수출은 83.7% 증가하였다.

영화산업이 이처럼 비약적으로 성장할 수 있었던 배경으로, 과거 10여 년 동안 수많은 시행착오를 거치며 산업 내부의 투자시스템이 안정적으로 정착되면서 산업의 경쟁력이 향상된 점을 들 수 있다. 현재 우리나라의 자국 영화 시장점유율은 59.7%로 미국(91.1%)을 제외하고는 거의 세계 최고 수준이다. 한국 영화는 프랑스(40.2%), 독일(18.1%)과 비교하면 할리우드 영화의 독주 속에서 내수 시장을 매우 탄탄하게 다져온 셈이다. 2014년

기준 1인당 연간 평균 영화관람 횟수 역시 4.19회로 아이슬란드(4.28회)를 제외하고는 미국(3.83회)과 프랑스(2.99회)를 넘어선 세계 최고 수준을 자랑한다.

그러나 이와 같은 수치는 한편으로는 여태까지의 내수 중심의 성장 전략이 머지않아 한계에 다다를 것임을 시사한다. 지난 해 한국영화 총 관객 수는 1억 770만 명으로 3년 연속 1억 명을 넘어섰지만, 현재 인구 수준에서 국내 관객 수를 과거 성장세만큼 높여가는 것은 어려운 전망이다. 수출 및 부가 서비스 시장 확대를 통해 성장 방식을 전환해야 할 시기가 임박했으며, 투자 시점부터 이런 부분에 중점을 두는 것이 필요한 시기가 됐다는 의미이다.

3. 한국 영화산업 투자구조 변천 과정과 수익성

영화산업은 문화콘텐츠 산업 중에서도 투자 시스템이 가장 잘 정착된 분야로 손꼽힌다. 한국 영화산업의 투자구조는 크게 산업 외부 자본이 유입되기 전과 후로 나눌 수 있으며, 외부 자본 역시 대기업 자본과 금융자본의 진입 전과 후로 구분할 수 있다. 이 시기는 특성에 따라 토착자본 주도기(1990년대 이전), 대기업 자본 진출기(1990~1997년), 재무적 투자자 진입기(1998~2004년), 투자 공급 과잉기(2004~2011년) 등으로 나눌 수 있으며, 현재는 투자 공급 과잉기를 벗어나 새로운 5기로 도약하고 있는 것으로 보인다.



자료 : 한국 영화산업 투자구조와 수익성 현황 및 개선방향 (2014)

[그림 1] 국내 영화산업 투자 패러다임 변화 과정

1990년대 이전까지는 국내·외 외화 수입배급업자와 지방 극장업자와 같은 영화산업 내부 토착자본이 한국 영화 제작과 투자의 주체였던 ‘토착자본 주도기’였다. 이 시기에는 외

국 영화 수입사들이 일정 편수의 한국 영화에 투자해야만 외국 영화를 수입할 수 있었기 때문에 외화 수입배급업자들이 주요 투자자로 활동하였다. 당시에는 외화의 입장료가 한국 영화보다 평균 200~500원 높고 관객 동원 능력도 월등했기 때문에 외화수입 독점권을 가진 수입배급업자 및 지방 극장업자들의 자금력이 막강했으며, 이를 기반으로 국내 영화 제작이 이루어졌다. 그러나 1980년대 말부터 UIP와 같은 할리우드 배급사들이 국내로 진출하면서 기존 외화 수입배급업자들의 독점적 이익이 사라지게 되고, 토착자들의 자금력도 약화되기 시작하면서 이들의 투자는 위축되기 시작했다.

1990년대에 비디오 붐이 일면서 비디오 플레이어나 비디오테이프 등을 생산 판매하던 삼성, 대우, SK 등의 대기업들이 영화산업에 진출하기 시작하였다. 이 시기를 ‘대기업 자본 진출기’라고 부른다. 대기업 진출을 통해 영화산업에 나타난 두드러진 변화로 제작비 증가와 제작 편수 감소와 같은 ‘선택과 집중’ 전략을 들 수 있다. 1990년대 초반까지만 해도 충무로의 평균 제작비는 5~6억 원에 불과했으나, 대기업 진출 뒤 3~4년 만에 평균 제작비가 15~20억 원으로 상향 조정되었고, 연평균 100편대를 유지하던 한국 영화 제작 편수도 1993년을 기점으로 60편대로 감소하였다. 대기업들은 비디오 붐이 케이블 TV로 이어지기를 기대하며 영화산업에 투자했으나, 시장이 확대되지 못하면서 고전을 면치 못했고 1997년 외환위기(IMF사태)가 발생하면서 영화시장에서 철수하였다.

IMF사태를 벗어나면서 세계적으로 인터넷 산업 중심의 벤처 붐이 조성되었다. 이러한 조류와 함께 국내의 금융회사들이 영화산업에 지분 투자를 하기 시작한 ‘재무적 투자자(Financial Investor) 진입기’가 펼쳐졌다. 코스닥 시장 열풍으로 자본이 크게 증가하여 새로운 투자 영역을 발굴해야 했던 창업투자회사(이하 창투사)들이 정부의 문화산업진흥 정책이 시행되면서 대거 영화투자를 시작했기 때문이다.

창투사들이 영화 투자에 관심을 보인 것은 영화산업 투자가 일반 벤처기업 투자와 달리 투자 자금을 빨리 회수할 수 있는 틈새시장의 성격을 지니고 있기 때문이다. 일반적으로 창투사는 IT기업이나 제조업에 투자한 뒤 IPO(기업 공개)를 통해 자금 회수를 한다. 보통 IPO과정에 이르기까지 통상 5~7년 이상의 기간이 소요되기 때문에, 창투사 입장에서는 투자 회수를 실현하기까지 비교적 많은 시간이 필요하다는 문제가 있었다. 반면 영화 투자는 프로젝트에 직접 투자하는 방식이기 때문에 기업 투자보다 투자 자금 회수를 훨씬

빠르게 할 수 있다는 장점이 있다. 이러한 산업 특성으로 인하여 자금 운용 과정에서 단기 수익을 창출해야 하는 벤처캐피털들이 영화 투자에 큰 관심을 보이게 되었다.

수익률을 목표로 영화 투자를 하는 재무적 투자자가 등장하면서 우리나라 영화산업은 질적으로 도약하는 발판을 마련하였다. 특히, 이 시기 기획 프로듀서들이 금융 자본과 결합하여 관객들의 큰 호응을 불러일으킨 쉬리(1999년), 공동경비구역 JSA(2000년), 친구(2001년) 등과 같은 다양한 기획영화들을 생산하였다. 이 시기 한국 영화는 산업적 경쟁력뿐만 아니라 문화적 경쟁력까지 확보했다는 평가를 받았고, 2001년에는 평균 투자수익률이 41.46%까지 상승하는 기업을 토하기도 하였다.

하지만 2004년 이후 영화 투자 시장에 자금이 과도하게 집중되면서 ‘투자-공급 과잉’ 문제가 생기기 시작했다. 엔터테인먼트 기업들의 코스닥 시장 우회 상장, 통신기업의 뭉치듯 투자 등으로 인하여 대규모 투자 자금이 시장에 유입되었고, 정부의 정책적인 투자를 등에 업은 모태펀드의 영상 관련 전문투자조합이 늘어나면서 양적 팽창이 가속화되었다. 여기에 극장 소유 대기업들이 제작투자뿐만 아니라 멀티플렉스 영화관을 이용해 배급까지 함께 관리하는 ‘메인투자 모델’이 등장하면서 영화 제작 투자 규모가 크게 확대되었다.

영화산업에 대규모 투자가 늘어나면서 실미도(2003), 태극기 휘날리며(2004), 왕의 남자(2005), 괴물(2006) 등 천만 관객 영화들이 탄생하는 성과도 거두었지만, 한편으로는 영화 제작 편수와 제작비가 크게 늘어나 편당 매출액이 떨어지는 역효과가 나타나게 되었다. 2001년 25.5억 원이던 한국영화 평균 제작비가 2006년 40.2억 원으로 증가하였으며, 연간 제작편수도 2001년 65편에서 2006년 110편으로 두 배 가까이 증가하였다. 영화관 매출은 2배 늘어나는 비약적 성장을 거두었지만, 3배가량 늘어나는 총제작비 증가를 따라갈 수 없어 2008년 한국영화 평균 투자수익률은 -43.5%까지 하락하였다.

투자 수익률이 악화되면서 투자자들은 보수적으로 투자를 하게 되고, 극장 소유 대기업이 주요 투자자로 진행되는 프로젝트에 투자가 몰리는 투자집중화 부작용도 심화되기 시작했다. 투자자들은 급속도로 철수하기 시작해 2005년에 약 7개가 결성되었던 영상전문투자조합이 2006년에는 4개로 줄어들었고, 2007년에는 한 개 조합도 신규로 조성되지 못하였다. 이렇게 국내 영화시장에 자금줄이 끊기자 2007년부터 집행되기 시작한 정부의 모태펀드가 영화산업의 유력한 자금 공급원으로 등장하였고, 지금까지도 가장 든든한 버

팀목으로 기능하고 있다.

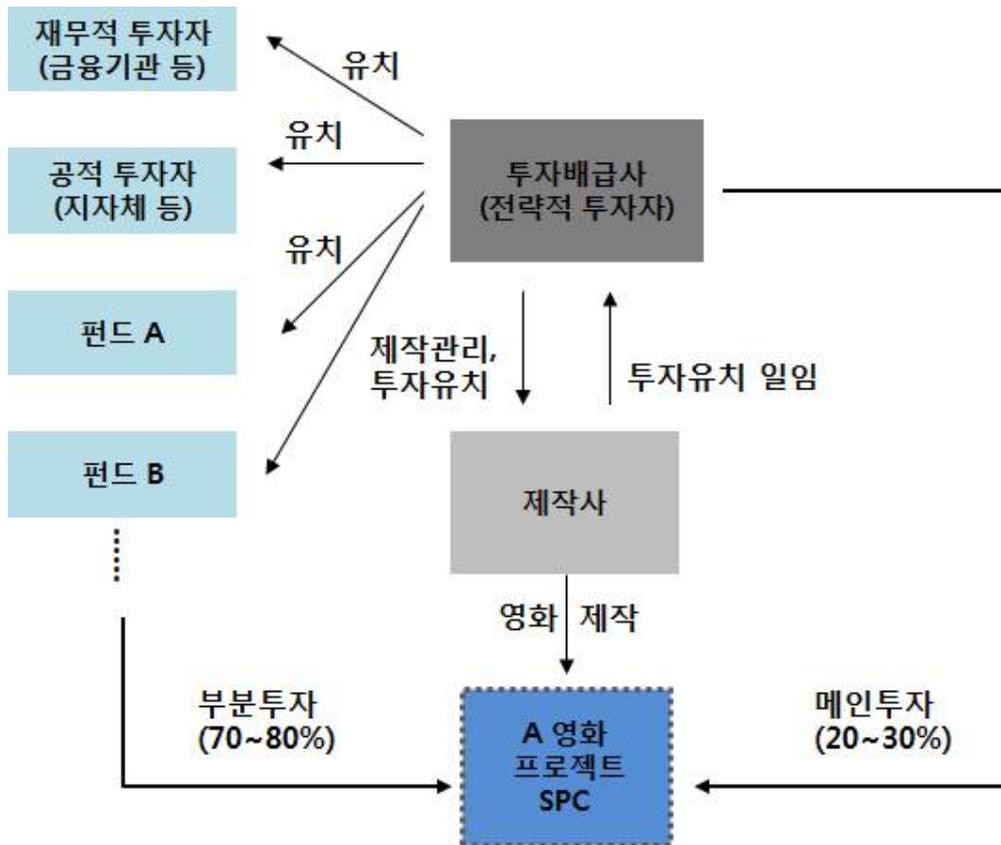
2012년부터를 새로운 도약기로 나눌 수 있는 까닭은 투자 시장이 경색되면서 6년간 마이너스를 기록했던 영화산업의 평균 투자수익률이 2012년 13.3%, 2013년 15.2%를 기록하는 등 시장 상황이 크게 개선되면서 투자 패턴이 변화하였기 때문이다. 수익률이 개선된 이유는 여러 가지가 있을 수 있겠지만, 시행착오를 거치며 살아남은 투자자들의 영화산업에 대한 안목이 높아졌다는 점이 가장 중요하다. 감독이나 배우만 보고 투자를 결정하던 과거와 달리 시나리오, 배우, 감독, 제작자 등을 총체적으로 검토하고 투자를 결정하는 시스템이 자리 잡게 된 것이다. 영화 제작사들도 자금을 효율적으로 활용하게 되면서 제작비 대비 작품의 질이 좋아졌다. 이와 같은 변화가 정착되면서 이전에는 영화 투자를 하지 않던 은행권, 증권사, 자산운용사 등도 영화 투자에 나섰으며, 포털, 콘텐츠 유통사, 기타 기업들도 신규 투자처로 영화산업에 관심을 갖기 시작했다.



[그림 2] 한국 영화 투자수익률 및 극장 매출액

4. 한국 영화 파이낸싱 구조

지난 십여 년간의 투자 과잉과 위축의 반복 속에서 자리 잡은 한국 영화 투자 파이낸싱 구조는 전략적 투자자 중심으로 투자가 결정되고 집행되는 ‘한국형 메인투자 시스템’이라고 할 수 있다. 한국형 메인투자 시스템에서는 CJ, 롯데, 쇼박스 등 극장체인 및 케이블 채널을 소유한 대기업 투자 배급사들이 ‘전략적 투자자(Strategic Investor)’로서 메인투자를 하면서 투자 유치를 전담한다. 전략적 투자자들이 감독, 배우 섭외 및 비용 관리 등 제작 전반의 기본적인 판을 짜고 제작비 중 20~30%의 메인투자를 하면, 창투사의 콘텐츠 투자조합 및 모태펀드의 지원을 받는 펀드 7~8개가 부분투자를 하는 형태이다. 이 때 지자체나 기타 금융기관, 공공기관들도 함께 부분투자에 참여할 수 있다.



[그림 3] 한국형 메인투자 시스템 구조

한국형 메인투자 시스템에는 장단점이 있다. 영화 제작사들이 프로젝트 전체에 대한 통제력을 발휘하기가 점점 어려워지면서 배급권을 가진 메인투자자에게 권권을 양도하기 시작하였고 이 과정에서 투자유치 의무와 제작관리 책임까지 메인투자자들이 갖게 되었다. 현재 한국형 메인투자 시스템은 이와 같은 과정을 통해 정착한 시스템이기 때문에 시장의 투명성은 다소 제고되었다는 장점이 있다. 재무적 투자자들이 영화산업에 진입하면서 가장 큰 불만으로 제기해왔던 사항이 제작사들이 너무 영세하고 회계 처리가 불투명해 투명성이 보장되지 않는다는 점이었던 때문이다. 하지만 제작사가 모든 권한을 메인투자자에게 양도하게 됨에 따라 제작사들의 협상력이 약화되고, 이에 따라 이들이 대기업 메인투자자의 하청기업 형태로 전락하게 된 부작용도 있다. 또한 재무적 투자자들은 리스크 관리가 가능하다는 이유로 대기업이 통제하는 영화의 투자를 선호하고 있어, 대기업 라인업 영화로 자본이 집중되는 현상이 심화되고 있다.

5. 한국 영화산업 투자구조 문제점 및 시사점

한국 영화의 수익률이 개선되면서 영화투자를 중단했던 벤처캐피털, 은행권 등 다양한 투자자가 영화투자에 다시 관심을 보이기 시작하면서 한국 영화산업 투자 시장은 다시 한 번 도약의 기회를 맞고 있다. 과거에는 기업 지분 투자나 우회 상장 등의 방식을 선호하기도 했지만, 이제는 금융권들도 정책 자금이 종갓돈 역할을 하는 모태펀드에 출자하고, 이 펀드가 개별 영화 프로젝트에 투자하는 간접투자방식이 자리 잡음으로써 투자 부작용도 많이 사라지고 있다.

그러나 이 과정에서 대기업 투자배급사들의 역할이 확대되고 이들이 배급·투자하는 영화로 투자가 집중되는 ‘쏠림현상’이 더욱 커지고 있는 실정이다. 또한 수익 배분 방식이 극장 등의 유통 회사 중심이고 부가수익 및 수출 비율이 낮아 일반 벤처투자에 비해 여전히 수익률이 낮다. 현재 영화 매출의 대부분을 차지하는 극장 매출(85%)을 낮추고 해외수출(3%) 및 부가수익(12%) 확대를 통해 수익률을 제고하는 것이 필요하다는 뜻이다.

한편 늘어나는 영화 투자액이 영화산업의 성장으로 이어지는 선순환 고리를 강화하기 위해서는 극장 유통수익 및 부가수익 분배 구조를 개선하는 것도 필수적이다. 현재 영화

1편에 대한 극장 마진은 40%에 이를 정도로 높다. 영화 관람료 7천 원을 세금을 제외하고 극장과 투자·제작사가 각각 3천 원씩 나눠 갖는 구조다. 어떤 유·무형 상품과 비교해도 영화의 높은 유통 마진은 산업의 성장을 위해 개선될 필요가 있다.

이와 같은 점들을 개선하기 위해 영화에 투자되는 다양한 정책자금이 개별 목적을 갖도록 하는 것도 한 방법이 될 수 있다. 예를 들어 2005년부터 정부 출자 펀드를 통해 개별 산업 펀드에 투자하는 ‘모태펀드’는 2006년부터 문화계정, 영화계정 등을 통해 문화콘텐츠 산업에 투자해 왔다. 특히 모태펀드는 영화와 드라마(18.9%)에 가장 많은 투자를 해오므로써 영화산업 투자가 경색되었던 시기에도 영화산업의 든든한 버팀목 역할을 하였다. 그러나 최근 모태펀드의 영화 투자가 지나치게 대기업 영화에 집중된다는 점이 지적되면서 차별화된 목적별 펀드를 조성하는 것이 바람직하다는 의견이 대두되고 있다. 지금까지는 수익성 문제 때문에 대기업 영화에 주로 투자를 했다면, 해외진출 활성화나 영세 제작사들의 제작기반 확충과 같은 목적을 가진 펀드를 조성하여 수익성 이외의 목적 달성 여부로 펀드를 평가하자는 것이다. 이미 많은 정책 자금이 투자되고 있기 때문에 이제는 수익성 이외의 가치를 실현하는 것에도 목표를 두자는 의미이다.

서울시는 인구 1인당 영화 관람횟수가 5.89회로 전국에서 가장 많고, 극장 매출액도 전국의 28.9%를 차지하여 영화산업 전반에 기여하는 비중이 상당히 높다. 서울 시민들의 건전한 여가 활동 보장이라는 차원에서 영화산업에 대한 지원과 투자를 고민해 볼 수 있으며 이때에 서울시의 정책 목표를 고민하고 이에 부합하는 방식으로 접근하는 것이 중요하다. 예컨대 대기업 투자 배급사의 자본 집중 심화를 완화하기 위해 독립배급사용 전용관을 제공할 수도 있으며 제작 인력의 임금을 선순위로 보장하는 펀드를 조성할 수도 있다. 영화산업에 공공 부문이 참여할 수 있는 기회가 이미 많이 열려 있기 때문에, 공공 부문의 정책 목표를 영화산업 투자를 통해 달성하는 동시에, 한국 영화산업의 투자구조 문제를 개선하도록 노력할 필요가 있다는 뜻이다.

참고문헌

1. 김도학, 2009, “영화산업 수익률 제고를 위한 현안과 대책”, 천정배 의원실 “영화산업 수익률 제고를 위한 현안과 대책 정책토론회” 자료 中
2. 김윤지, 2014, 「한국 영화산업 투자구조와 수익성 현황 및 개선방향」, 한국수출입은행
3. 문철우, 2014, “모태펀드를 통한 영화산업 정부지원 확대 방안”, “영화산업, 상생의 길을 찾다” 정책 세미나 자료 中
4. 영화진흥위원회, 2014, 「2012년 한국 영화산업 실태조사와 한국영화 투자 수익성 분석」
5. 영화진흥위원회, 2015, 「2014년 한국 영화산업 결산」
6. 최영준·최수영 외, 2008, “한국영화산업 투자환경 및 자본조달구조”, 영화진흥위원회

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

생생리포트

생
생
리
포
트

■ 아시아 대표 첨단 영화 중심지 서울

박대우(서울특별시청 문화융합경제과 과장)

아시아 대표 첨단 영화 중심지 서울

박대우
서울특별시청 문화융합경제과 과장
daewoo10@seoul.go.kr

- I. 할리우드 영화 '어벤저스2'에 등장한 서울
- II. 영화산업 현황
- III. 서울 영화문화산업 발전 계획
 - 1. 비전 및 목표
 - 2. 사업내용
- IV. 아시아 대표 첨단 영화 중심지 서울

1. 할리우드 영화 ‘어벤져스2’에 등장한 서울

요즘 극장가에는 할리우드 블록버스터 ‘어벤져스-에이지 오브 울트론(이하 어벤져스 2)’ 상영이 한창이다. 이 작품은 약 1년 전 서울에서 촬영을 진행하면서 마포대교, 세빛섬, 상암 DMC, 강남대로 등 서울의 다양한 풍경을 담았다. 정부는 어벤져스2의 한국촬영으로 인한 홍보효과 및 국가브랜드 가치 상승 등 장밋빛 전망을 내놓았고, 서울시도 교통 통제 및 버스노선 변경, 시민 홍보 등 다양한 촬영 지원을 하였다. 어벤져스2는 개봉 첫날 100만 명의 관객을 동원하고 개봉 13일 만에 800만 관객을 넘는 등 순조로운 흥행을 보이고 있다. 하지만 스크린 독과점 논란과 함께 영화 스토리가 빈약하고 반복되는 액션으로 다소 지루하다는 평가, 당초 예상과 달리 서울 촬영 분량이 적게 등장했다는 의견, 서울 촬영은 할리우드 영화의 현지화 전략을 위한 고도의 마케팅 전략으로 실제 서울의 매력을 제대로 나타내지 못했다는 등 비판적 의견도 만만치 않게 제기되고 있다.

여러 면에서 논란의 여지는 있으나 할리우드 영화가 서울에서 촬영된 사실 자체는 주목할 만한 일이며, 이를 계기로 세계 여러 나라의 영화가 우리나라를 배경으로 촬영된다면 장기적으로 도시 홍보와 경제 활성화에 긍정적 영향을 미칠 수 있을 것이다.



<어벤져스2>

<아메리칸 넥스트 탑모델21>

<센스8>

[그림 1] 2014 서울에서 촬영된 해외 작품

영국, 뉴질랜드, 호주 등 세계 각국에서는 오래 전부터 관광유발 효과를 고려한 대작 영화나 드라마 유치 경쟁이 심화되고 있으며, 각국 정부는 다양한 세제 혜택 및 인센티브 제도 등을 운영하고 있다. 영국은 ‘어벤져스2’ 유치를 위해 500억 원에 달하는 영화 세금 공제를 지원했고, 뉴질랜드는 ‘아바타’ 속편 유치를 위해 관련법을 개정하기도 했다. 로케이션 유치를 통한 대표적 성공사례는 <반지의 제왕> 촬영지인 뉴질랜드를 꼽을 수 있다.

3편의 시리즈가 개봉하는 동안 뉴질랜드는 ‘가장 가보고 싶은 여행 장소’로 꼽혔고, 실제 영화가 개봉했던 2001년부터 2003년 사이 총 400만명의 관광객이 이 영화 때문에 뉴질랜드를 방문하는 등 관광 파급효과만 38억 달러에 달한다는 분석도 있다. 우리나라도 <헬로 스트레인저>라는 태국 영화가 전체 장면의 95% 이상을 서울에서 촬영하였는데, 현지에서 흥행이 성공하면서 서울을 방문한 태국 관광객이 증가하였고, 개봉 후 2개월만에 영화 촬영지를 방문하는 서울투어 패키지 상품을 4,000여 명이 이용하기도 하였다.

이러한 예를 보아도 알 수 있듯이 로케이션 유치를 포함하여 영화산업 전반의 영향력은 크다고 할 수 있으며 한국 영화산업도 이제는 국내를 넘어 세계로 진출하는 중이다.

한국 영화산업의 이런 성장에 따라 할리우드 등 해외에서도 서울에 대한 관심이 증가하고 있는 만큼 더 적극적인 마케팅이 필요한 때이다.



<여의도 윤중로>



<남산 N타워>



<덕수궁 돌담길>

[그림 2] 태국영화 ‘헬로 스트레인저’ 속 서울의 모습

II. 영화산업 현황

1. 세계 영화산업

'13년 세계영화 시장 규모는 약 882억 7,300만 달러(약 95조 원)로 시장규모는 북미권(미국캐나다)이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며. 분야별 영화시장은 박스오피스(43.9%), 홈비디오 판매(29.1%), 디지털 배급(15%), 홈비디오 대여(12.1%) 순으로 비중이 크다.¹⁾

세계 영화산업의 시장 규모는 지속적으로 확대되어 14년 이후 연평균 성장률 4.5%로 추산 시 '18년에는 1,100억 92백만 달러에 이를 것으로 예상되며²⁾, 분야별로는 홈비디오 대여 분야는 감소하는 반면, 온라인 및 디지털 시장은 더욱 확대될 것으로 예측된다.



[그림 3] 세계 영화산업 시장 규모

2. 한국 영화산업

'13년 한국영화 시장 규모는 약 2,967백만 달러로 미국(35.3%), 일본(7.6%), 영국(6.9%), 프랑스(4.3%) 등에 이어 세계 영화시장의 약 3.4%를 차지하고 있다³⁾. 한국영화 산업은 2006년을 정점으로 점점 하락세를 보이다가 2011년부터 회복세를 보이기 시작해, '12년, '13년 2년 연속 한국영화 관람객 1억 명을 돌파하는 등 극장 관객과 매출이 가파른 증가세를 보이고 있다. 특히 '13년에는 흥행 10위권 중 무려 9편이 한국영화일 정도로 한국영화가 흥행을 주도하였다. 그러나 한편으로는 산업 생태계의 양극화 심화에 따른

1) 2014, PWC, "Global Entertainment and Media Outlook, 2014-2018"

2) 2014, PWC, "Global Entertainment and Media Outlook, 2014-2018"

3) 2014, PWC, "Global Entertainment and Media Outlook, 2014-2018"

구조적 문제점 노출, 대기업 자본과 연계된 영화의 배급·상영 등 독과점 심화로 흥행 위주의 대작이 증가하는 한편, 10억 원 미만의 저예산 영화가 전체 개봉작의 68.7%를 차지⁴⁾하는 등 부익부 빈익빈 현상은 더욱 심화되고 중급 규모의 영화 제작은 줄어드는 등 한국영화의 앞날을 우려하는 목소리도 높아지고 있는 상황이다.



[그림 4] 주요 국가 영화시장 규모 및 한국 영화시장 관객 및 매출액 변화

3. 서울 영화산업

서울은 한국영화산업 매출의 62%, 종사자의 45%가 집중⁵⁾하는 등 명실상부한 한국 영화산업의 중심지로 상영관 등 영화 인프라 및 기획, 제작사 및 전문인력 대부분이 서울에 집중되어 있고, 연관 산업인 방송, 광고산업과 금융의 중심지이기도 하다. 또한 우리나라 국민은 1년에 평균 4.2회의 영화관람을 하는데, 서울시민의 평균 관람횟수는 5.9회로 국내 최대의 영화문화 소비시장을 형성하고 있기도 하다.⁶⁾



[그림 5] 영화산업의 중심 서울

4) 2014년도판 한국영화산업 결산, 영화진흥위원회
 5) 2014 콘텐츠산업 통계, 한국콘텐츠진흥원
 6) 2014년도판 한국영화산업 결산, 영화진흥위원회

서울의 영화산업은 70~80년대 충무로를 거쳐 90년 이후는 강남이 중심지가 되었으며 현재는 서울시 영화창작공간을 비롯한 한국영상자료원, MBC, CJ엔터테인먼트 등 영화 관련 기관, 방송시설 등이 밀집한 상암동으로 확대·이동하는 추세이다.

한편 서울 역시 대기업 위주의 산업생태계 형성, 제작기반 시설의 부족, 독립예술 영화의 제작·상영 여건 악화 및 관객 감소 등의 문제점과 함께 영화진흥위원회를 비롯한 한국콘텐츠진흥원 등 중앙기관의 지방 이전에 따른 인프라 확보, 고양, 파주 등 인근 지방 자치단체의 영화관련 기업 적극 유치 등에 따른 어려움을 겪고 있다. 그러나 디지털 영화 제작기술을 활용한 영화드라마 제작의 흥행 및 지속적 영화 문화수요 증가, 아시아는 물론 할리우드 등 해외 영화 촬영지로서의 관심 증가 등 서울은 여전히 영화 중심지로서 다양한 발전의 요소를 내포하고 있다.

서울시는 이런 영화산업의 강점과 기회요인을 더욱 살려 한국을 넘어선 아시아 대표 영화 중심지로 우뚝 서고자 노력하고 있으며 이에 맞는 종합발전계획을 수립해, 체계적으로 진행해 나갈 예정이다.

서울 영화 산업

<p>강점(Strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 영화 전문인력, 인프라 집적 • 방송·광고산업과 금융 중심지 • 국내 최대 영화 소비시장 • 안정적인 한국영화 시장 점유율 	<p>약점(Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 대기업 위주 산업 생태계 형성 • 활용 가능한 제작기반시설 부족 • 독립·예술영화 상영시설 부족 • 타 기관(산업) 간 연계·발전 미흡 • 촬영환경 열악 및 시민의식 미흡
<p>기회(Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 영화제작기술 활용 영화·드라마 제작증가 및 흥행 • 지속적인 영화문화 수요 증가 • 해외영상물 촬영지로서 관심 증가 	<p>위협(Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 영화진흥위원회 부산 이전 • 관련 기업 지역이전(고양, 파주 등) • 국내 지방자치단체 간 과열 경쟁

[그림 6] 서울 영화산업 SWOT 분석

III. 서울 영화문화산업 발전 계획

1. 비전 및 목표



[그림 7] 서울 영화산업 **영화 콘텐츠의** 비전 및 목표 **관광자원화**

2. 주요 사업내용

1) 창조적 영화인프라 조성

한국영화의 상징적 장소인 충무로에 복합 영상문화 공간 ‘서울 시네마테크’를 건립하고 이를 통해 충무로의 전통과 명성을 되살릴 예정이다. 2018년까지 약 5천㎡ 규모로 건립될 예정인 서울 시네마테크는 ‘고전·독립영화 상영관’과 ‘영화박물관’, 영상자료 열람 및 보관을 위한 ‘아카이브’, ‘영상미디어센터’, ‘영화전시관’ 등으로 구성된다.

또한 약 7천㎡ 규모의 영화제작 전문 ‘실내스튜디오’와 다양한 촬영이 가능한 ‘도심형세



[그림 8] 충무로 시네마테크
건립 예정지

트장'도 조성해 서울을 명실상부한 한류콘텐츠 개발의 핵심기지로 구축할 예정이다. 2018년까지 조성 예정인 '실내스튜디오'는 세트촬영이 가능한 3개의 스튜디오와 관람체험시설로 구성되며 제작스튜디오 기능은 물론 영화감독 마스터클래스 등 영화제작 교육프로그램 운영, 한류 연계 전시·체험시설로도 활용될 계획이다.

2) 독립·예술영화 지원 확대

대기업과 상업영화의 스크린 독점으로 상영 기회조차 갖지 못하는 독립·고전·예술영화의 제작과 안정적 상영을 집중적으로 지원하는 독립영화 제작-마케팅-상영-배급까지 원스톱 지원시스템을 구축할 예정이다. 먼저 독립고전·예술영화전용관에 대한 지원을 2018년까지 3개소로 확대하고, 지난해 6개소에서 진행했던 공공상영회를 올해는 12개소로 확대 운영하고 상영관 수도 점차 늘려갈 계획이다. 독립영화 제작을 위한 지원책도 정비하여 우수 독립영화는 '제작→마케팅→상영·배급'에 이르는 전 단계에 대한 지원을 펼친다. 또한 서울배경 독립영화 지원 편수도 올해 25편에서 2018년까지 35편으로 점진적으로 확대할 예정이다.



<독립영화전용관>

<공공상영회-작품소개>

<공공상영회-CGV>

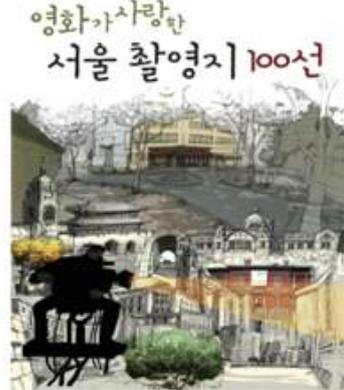
[그림 9] 서울 독립예술영화 지원 확대

3) 촬영하기 좋은 영화도시 서울 조성

국내·외 영화의 서울 촬영을 책임지고 지원하는 전담인력 확보 등 '서울 로케이션 시스템'을 구축해 '촬영하기 좋은 영화도시 서울'을 만든다. 이 시스템은 경찰청, 문화재청 등 주요 공공기관과 협력체계를 구축하고, 제작사가 촬영현장과 직접 접촉하는 것이 아닌

시 소속 ‘촬영지원 디렉터’가 현장섭외를 총괄하는 방식으로 진행될 예정이다. 이를 위해 우리 시는 이미 지난해 8월에 영화 관련 전공자를 선발해, ‘전문관’으로 임명하는 등 다양한 영상물의 서울촬영 유차지원을 적극적으로 추진하고 있다.

또한 국내·외 우수 지원 사례 분석을 통해 촬영 지원효과를 극대화할 수 있는 방안도 모색 중이다. 런던은 시 및 31개 자치구·교통국·경찰청과 민간기업, 330개 이상의 단체가 공동으로 만든 ‘필름 런던’을 중심



[그림 10] 서울 촬영지 소개 책자

으로 원스톱 지원시스템을 구축·운영하고 있다. 이외에도 해외영상물의 서울촬영 유치 확대를 통한 서울 브랜드 이미지 제고 및 경제효과를 창출하는 한편, 국내 영상물에 대한 제작지원도 확대하여 서울촬영 비중이 높은 중·소 규모 한국영화에 스태프 인건비, 촬영 장비 대여, 세트장 및 스튜디오 제공 등 다양한 인센티브 제도를 도입할 예정이다.

4) 영화산업 창작역량 강화

영화창작 주체인 감독·PD·시나리오 작가 등 창작자 지원을 확대할 예정이다. 현재 소수의 인지도 있는 사람을 제외한 대다수의 영화창작자는 열악한 여건에서 작품을 개발하고 있는 실정으로, 역량 있는 창작자들의 작품이 제작·투자로 연결될 수 있도록 안정적 작업 공간과 창작지원비 등을 체계적으로 지원할 계획이다. 이를 위해 영화감독·PD·시나리오 작가 및 중·소규모 영화제작사 등 평균 100여 명의 영화 인력이 상주하고 있는 상암동 ‘영화창작공간’에 대한 지원을 대폭 확대한다. 먼저 영화의 ‘기획·개발에서 제작까지’ 원스톱으로 지원하는 작품을 지난해 18편에서 2018년까지 30편으로 늘리고 창작활동비(기획·개발비)도 현재 1인 7백만 원에서 1천 5백만 원(18년)으로 단계적으로 확대할 계획이다.

또한 경쟁력 있는 중·저예산 영화와 독립영화 투자 활성화를 위해 500억 원 규모(서울시 200억 원, 민간투자 300억 원)의 ‘영화전문펀드’도 조성할 예정이다. 영화전문펀드는 '09년부터 총 974억 원 규모로 운용되던 문화산업펀드가 '16년 종료됨에 따라 이후

회수되는 펀드를 활용, 정부·민간 전문투자 등과 연계해 조성할 계획이다.

영화제작 비율을 높이기 위한 노력도 계속할 계획이다. 1~3인 내외의 소규모 제작사를 위한 공간을 조성해, 지속·안정적인 창작활동을 돕고, 투자의사가 있는 중소 투자자, 개인·소셜 펀드와 제작자를 연결하는 등 다양한 경로의 투자 유치를 펼친다.

마지막으로 시민들이 영상매체를 통해 의견을 표현하고 소통할 수 있는 ‘마을미디어 사업 활성화’, ‘지역미디어센터 조성’, ‘서울영화문화페스티벌’ 등도 개최해 영화를 매개로 한 주민 간 소통도 지원한다.



영화창작공간(감독PD)

영화창작공간(시나리오 작가)

영화창작공간(제작사)

[그림 11] 영화산업 창조역량 강화를 위한 영화창작공간

IV. 아시아 대표 첨단 영화 중심지 서울

21세기는 문화의 시대라고 한다. 해외 선진국들도 문화융성을 외치며 다양한 전략을 구사하고 있는 상황에서 우리나라도 더 이상 예외일 수 없다. 그동안 한국경제 성장의 원동력이었던 IT산업이 2000년대 들어 점차 한계를 드러내기 시작하면서 새로운 성장 동력으로서 문화콘텐츠 산업이 주목받게 되었다. 영화는 문화산업의 핵심에 있는 장르로 미래의 먹거리를 창출할 수 있는 산업이다. 따라서 서울시는 영화산업의 발전을 위해 더욱 열심히 뛰어, 서울을 한국을 넘어 아시아를 대표하는 첨단 영화 중심지로 만들어 나가야 할 것이다.

서울에서 ‘아바타’를 뛰어넘을 블록버스터 영화가 제작되고 서울의 아름다운 골목골목이 ‘미드나잇 인 파리’와 같은 영화 속에서 소개될 날이 멀지 않았다. 가까운 미래에는 박찬욱, 봉준호를 뛰어넘는 세계적인 영화 거장들이 서울에서 탄생하게 될지도 모른다. ‘매일 영화가 촬영되고 상영되는 영화 도시’, ‘아시아 대표 첨단 영화 중심지’ 서울을 만들기 위해 우리 시는 더욱 노력할 것이다.

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

인포그래픽스

인
포
그
래
픽
스

■ 서울 시민들은 영화를 얼마나 볼까?

조달호 (서울연구원 시민경제연구실 연구위원)

장윤선 (서울연구원 시민경제연구실 연구위원)

서울 시민들은 영화를 얼마나 볼까?

서울연구원 시민경제연구실
조달호 연구위원 dhcho@si.re.kr
장윤선 연구원 changys@si.re.kr

서울 시민들은 영화를 얼마나 볼까?

2014년 인구 1인당 평균 영화 관람 횟수 높은
세계 대표 도시 5개



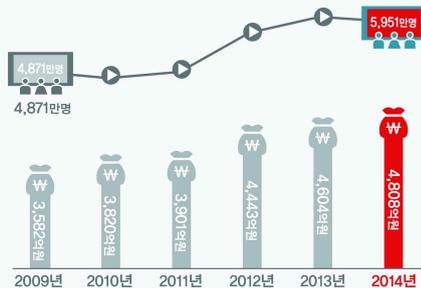
주: 세계 대표 도시는 암스테르담, 베를린, 보고타, 부에노스아이레스, 이스탄불, 오후네스버그, 런던, 마드리드, 몬트리얼, 모스크, 뮌헨, 파리, 리우데자네이루, 상파울로, 서울, 상하이, 싱가포르, 스톡홀름, 시드니, 도쿄, 토론토 등 22개 도시

자료: Mayor of London, The World Cities Culture Report 2014

2014년 서울의 영화 상영



서울의 영화관 관객 수와 매출액



2014년 인구 1인당 평균 영화 관람 횟수 높은
국내 광역시·도 5개



자료: 영화진흥위원회(각년도), 한국 영화산업 결산

서울 시민의 1인당 평균 영화 관람 횟수는 연간 5.9회로 세계 대표 도시 중 가장 높게 나타남

서울에서 상영된 영화는 외국영화가 한국영화보다 더 많지만, 1편당 관객 수는 한국영화가 6만5천 명으로 더 높게 나타남

- 서울 시민의 1인당 평균 영화 관람 횟수는 연간 5.9회로 세계 대표 도시 중 가장 높게 나타남
 - 그 다음으로 높은 도시는 런던 5.3회, 파리 4.9회, 토론토와 시드니 4.8회 순
 - 서울의 1인당 평균 영화 관람 횟수는 국내 광역시·도 중에서 가장 높게 나타났으며, 전국의 관람 평균은 연간 4.2회

- 서울에서 외국영화가 한국영화보다 더 많이 상영되었지만, 1편당 관객 수는 한국영화가 6만5천명으로 더 높게 나타남
 - 2014년 서울에서 상영된 외국영화는 1,138편(73.8%), 한국영화는 405편(26.2%)으로 외국영화가 한국영화보다 2.9배 상영됨
 - 1편당 매출액은 ‘한국영화’가 5억2천만 원이며, 1편당 관객 수도 6만5천 명으로 모두 ‘외국영화’ 보다 높게 나타남

- 서울의 영화관 관객 수와 매출액 비중은 각각 28.9%, 27.7%로 전국에서 가장 높게 나타남
 - 2014년 서울에서 영화를 관람한 관객 수는 5,951만 명(28.9%)이며, 매출액은 4,808억원(27.7%)
 - 서울의 영화관 매출액은 지난 5년간 꾸준히 증가하는 추세이며, 관객 수는 2012년에 큰 폭으로 증가(18.1%)한 이후 2014년에는 조금 감소한(-0.1%) 것으로 나타남

<표 1> 2014년 세계 대표 도시 영화 관람객 영화관 수

(단위: 개)

	인구 1인당 평균 영화 관람 횟수	영화 관람객 수 (백만 명)	영화관 수	영화관 스크린 수
Seoul	5.9	60.1	91	537
London	5.3	41.5	108	566
Paris	4.9	58.2	302	1,003
Sydney	4.8	22	67	295
Toronto	4.8	12.6	56	297
Singapore	4.5	24.6	30	207
São Paulo	4.4	50	46	293
Buenos Aires	3.8	11	76	N/A
Montréal	3.4	6.4	20	192
Amsterdam	3.1	7.1	39	134
Berlin	2.6	9.1	94	266
RiodeJaneiro	2.5	15.6	42	189
Madrid	2.5	8	43	244
Stockholm	2.5	5.3	21	136
Bogotá	2.3	17.5	46	243
Tokyo	2.2	29.2	82	334
Johannesburg	1.3	13	47	368
Shanghai	1.0	22.8	230	670
Moscow	1.0	12	112	585
Mumbai	0.9	10.9	105	232
Istanbul	0.8	10.2	118	501
New York	N/A	N/A	117	501
Los Angeles	N/A	N/A	133	1,073
Hong Kong	N/A	N/A	46	198

자료 : Mayor of London, The World Cities Culture Report 2014

〈표 2〉 2014년 서울 영화 상영편수, 매출액, 관객 수

(단위: 개, 원, 명, %)

		외국영화	한국영화	전체
상영편수	상영편수	1,138	405	1,543
	비중	73.8	26.2	100.0
매출액	매출액	271,250,835,958	209,573,532,802	480,824,368,760
	비중	56.4	43.6	100.0
관객 수	관객 수	33,030,150	26,479,242	59,509,392
	비중	55.5	44.5	100.0
1편 당	매출액	238,357,501	517,465,513	311,616,571
	관객 수	29,025	65,381	38,567

자료 : 영화진흥위원회(2015), 2014년 한국 영화산업 결산

〈표 3〉 2009년~2014년 서울 영화관 관객 수 및 매출액

(단위: 명, %)

		2009	2010	2011	2012	2013	2014
관객	관객 수	48,708,009	46,278,808	47,880,098	56,544,859	60,089,222	59,509,889
	전년대비 증감	N/A	-5.0	3.5	18.1	6.3	-1.0
	관객 점유율	31.1	31.3	30.0	29.0	28.2	27.7
매출	매출 (백만원)	358,163	382,031	390,102	444,318	460,370	480,829
	전년대비 증감	N/A	6.7	2.1	13.9	3.6	4.4
	매출 점유율	32.8	33.0	31.6	30.5	29.7	28.9
인구 수		10,208,302	10,312,545	10,249,679	10,195,318	9,991,064	10,103,233
1인당 관람횟수		4.8	4.5	4.7	5.6	6.0	5.9

자료 : 영화진흥위원회(각년도), 한국 영화산업 결산

〈표 4〉 2014년 광역시도별 1인당 영화 관람 횟수 및 관객, 매출 점유율

(단위: 회, %)

광역시도	1인당 관람횟수	관객 점유율	매출 점유율
서울시	5.9	27.7	28.9
광주시	5.7	3.9	3.6
대전시	5.1	3.6	3.6
대구시	5.0	5.8	5.8
부산시	4.8	7.8	7.7
울산시	3.9	2.1	2.2
경기도	3.9	22.1	22.0
인천시	3.6	4.9	5.0
충청북도	3.6	2.7	2.5
전라북도	3.5	3.1	2.9
경상남도	3.4	5.3	5.1
제주도	3.4	1.0	0.9
강원도	3.2	2.3	2.3
충청남도	3.2	3.0	2.9
경상북도	2.4	3.0	2.9
세종시	2.1	0.2	0.1
전라남도	2.0	1.8	1.6
합계	4.2	100.0	100.0

자료 : 영화진흥위원회(2015), 2014년 한국 영화산업 결산

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

경제동향

■ 요약

■ 생산 제조업지수/재고지수

■ 소비 대형소매점 판매액

■ 고용 경제활동인구/취업자/실업률·고용률

■ 물가 소비자물가/ 신선식품

장윤선 연구원(서울연구원 시민경제연구실)

■ 부동산 주택매매가격/주택전세가격

■ 금융 가계대출/개인파산/신용보증

■ 수출입 수출입액/수출입 품목/국가별 품목

정의영 연구원(서울연구원 시민경제연구실)

| 요약 | 3월 서울의 경제동향

생산

- 서울의 3월 제조업생산지수는 98.6으로 전년 동월 대비 7.1% 감소하여 생산 부진
- 3월 제조업 출하지수는 전년 동월 대비 5.8% 감소, 재고지수는 3.3% 증가

소비

- 서울의 3월 대형소매점 판매액은 2조 1,483억 원으로 전국(6조 4,003억 원)의 33.6% 차지
- 3월 백화점 판매액은 전년 동월 대비 9.4% 감소, 대형마트 판매액은 전년 동월 대비 5.7%로 증가

고용

- 서울의 3월 취업자는 509만 명으로 전년 동월 대비 3만 7천 명(-0.7%) 감소
- 서울의 3월 고용률은 59.5%로 전년 동월 대비 0.9%p 감소, 실업률은 4.8%로 전년 동월 대비 0.1%p 증가

물가

- 2015년 3월 서울시 소비자물가지수는 110.2(2010년=100.0)로 전년 동월 대비 0.8% 상승하여 저물가 기조 지속
- 전기·수도·가스(-7.2%), 신선식품지수(-1.8%), 생활물가지수(-0.1%) 하락

부동산

- 서울의 3월 주택매매가격지수는 재건축 이주수요, 도심 출퇴근 수요, 신혼부부 수요 발생의 영향을 받아 전월 대비 0.4% 상승한 100.7 기록
- 서울의 3월 주택전세가격지수는 전월 대비 0.87% 상승한 112.2를 기록. 이는 재건축 이주 수요, 봄 이사철 수요 증가 등의 요인이 복합적으로 작용한 결과

금융

- 서울의 3월 전체 대출금 잔액은 602조 6,040억 원으로 전월 대비 0.59% 증가
- 서울의 3월 은행 가계대출은 192조 7,218억 원으로 전월 대비 1% 증가
- 서울의 3월 신설법인 수는 2,715개로 전월 대비 36.6% 증가
- 서울의 3월 부도법인 수는 27개로 전월 대비 17.4% 증가
- 서울의 3월 보증금액, 보증지원건수는 각각 1,070억 원, 4,973건으로 전월 대비 각각 63.9%, 56.1% 증가

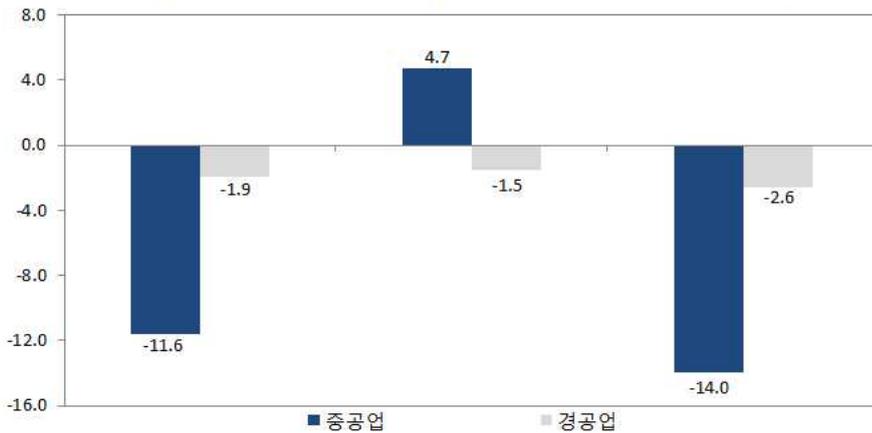
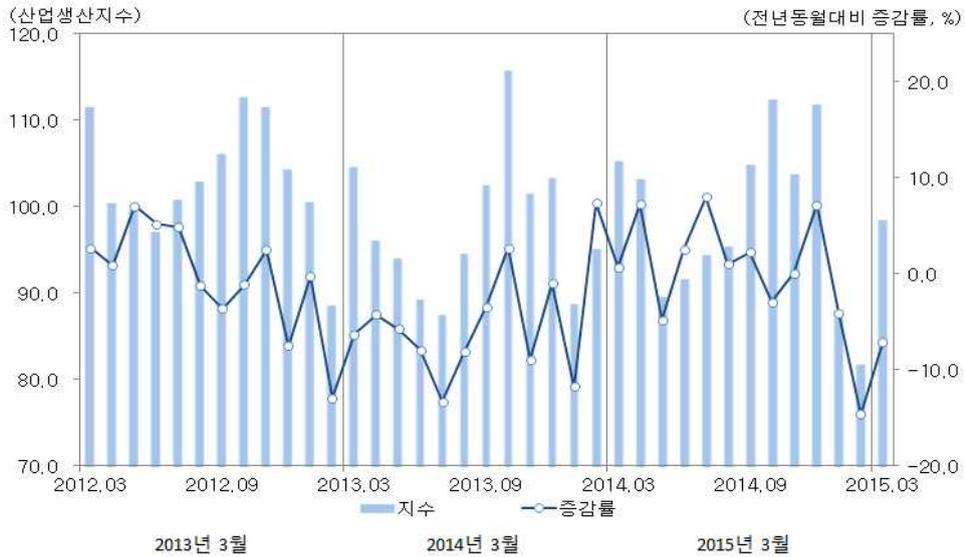
수출입

- 서울의 3월 수출은 48.6억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 8.3% 감소, 품목별로는 자동차 부품, 국가별로는 중국이 1순위 차지
- 서울의 3월 수입은 125.7억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 17.3% 증가, 품목별로는 원유, 국가별로는 중국이 1순위 차지

| 생 · 산 |

■ 서울의 3월 제조업생산지수는 98.6(2010=100)으로 전년 동월 대비 7.1% 감소

- 공업구조별로 전년 동월 대비 중공업 부문은 14.0%, 경공업은 2.6%로 모두 감소
- 제조업 부문별로 전년 동월 대비 금속가공(63.6%), 전기·가스·중기업(33.6%), 식료품(14.5%) 등은 증가, 의료정밀과학(-39.4%), 가죽 및 신발(-18.8%), 전자부품·컴퓨터·영상음향통신(-12.6%) 등은 감소



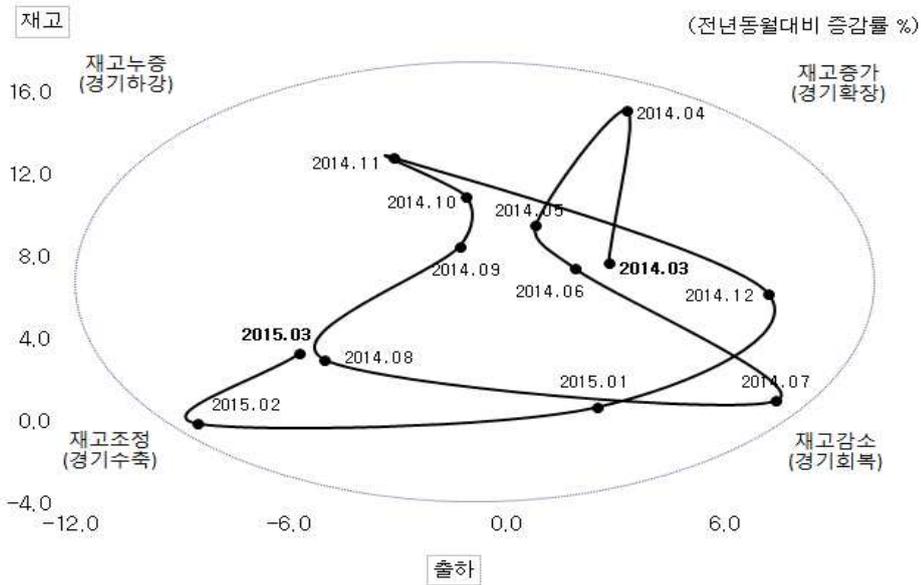
자료: 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

<그림> 산업생산 추이 및 증감률

| 출하 · 재고 순환 |

■ 서울의 3월 제조업 출하지수는 전년 동월 대비 감소, 재고지수는 전년 동월 대비 증가

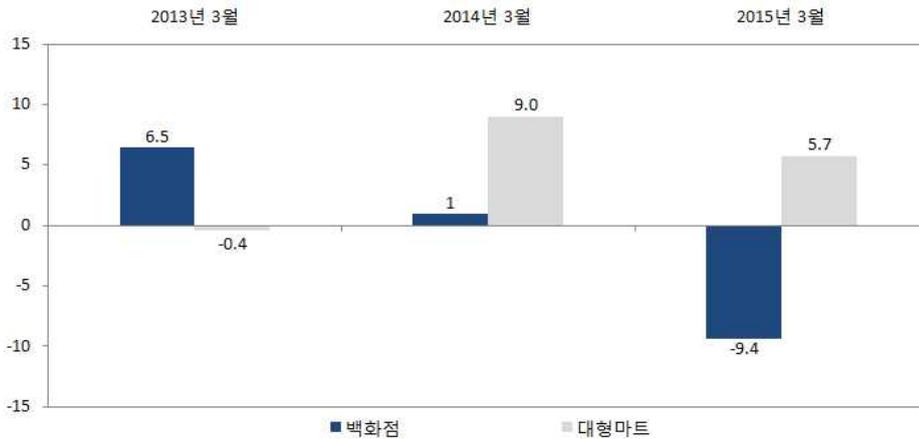
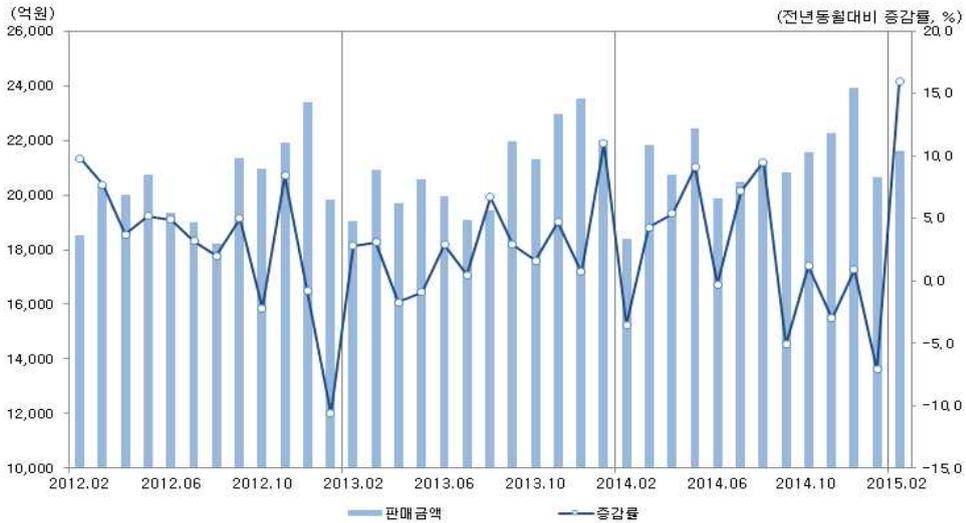
- 서울의 3월 출하지수는 105.6(2010=100.0)로 전년 동월 대비 5.8% 감소
- 서울의 3월 재고지수는 120.4(2010=100.0)로 전년 동월 대비 3.3% 증가



| 소 · 비 |

■ 서울의 3월 대형소매점 판매액은 전년 동월 대비 2.5% 감소

- 서울의 3월 대형소매점 판매액은 2조 1,483억 원으로 전국(6조 4,003억 원)의 33.6%
- 3월 백화점 판매액은 1조 733억 원으로 전국(2조 3,988억 원)의 44.7%, 대형마트 판매액은 1조 750억 원으로 전국(4조 16억 원)의 26.9%를 차지



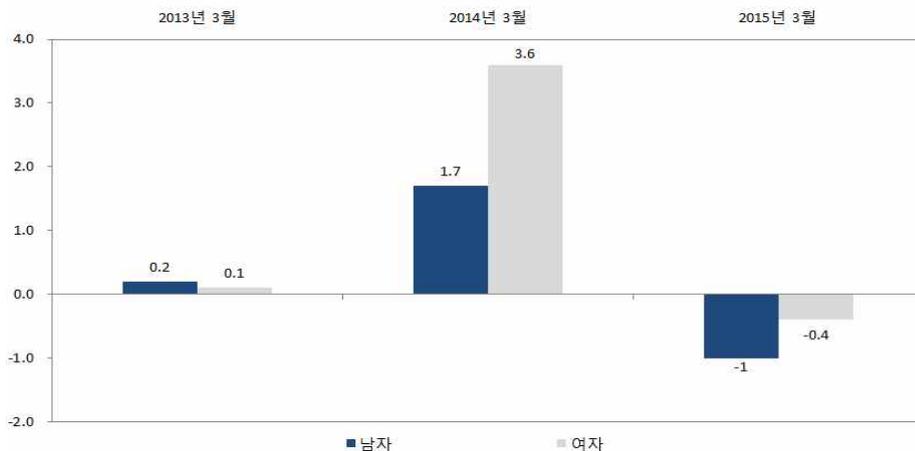
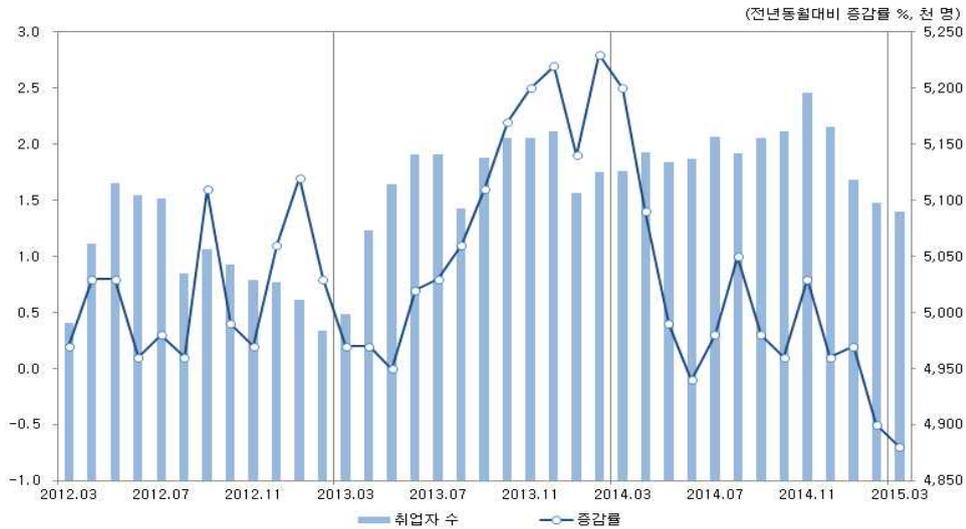
자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울의 대형소매점 판매 추이 및 증감률

| 취·업·자 |

■ 서울의 3월 취업자 수는 전년 동월 대비 0.7% 감소

- 서울의 3월 취업자는 509만 명으로 전년 동월 대비 3만 7천 명(-0.7%) 감소
- 성별로 보면, 남자는 283만 8천 명으로 전년 동월 대비 2만 8천 명(-1.0%) 감소하고, 여자도 225만 1천 명으로 9천 명(-0.4%) 감소
- 산업별로 보면, 건설업이 7천 명(2.4%), 도소매·숙박음식업이 5만 5천 명(4.0%) 증가

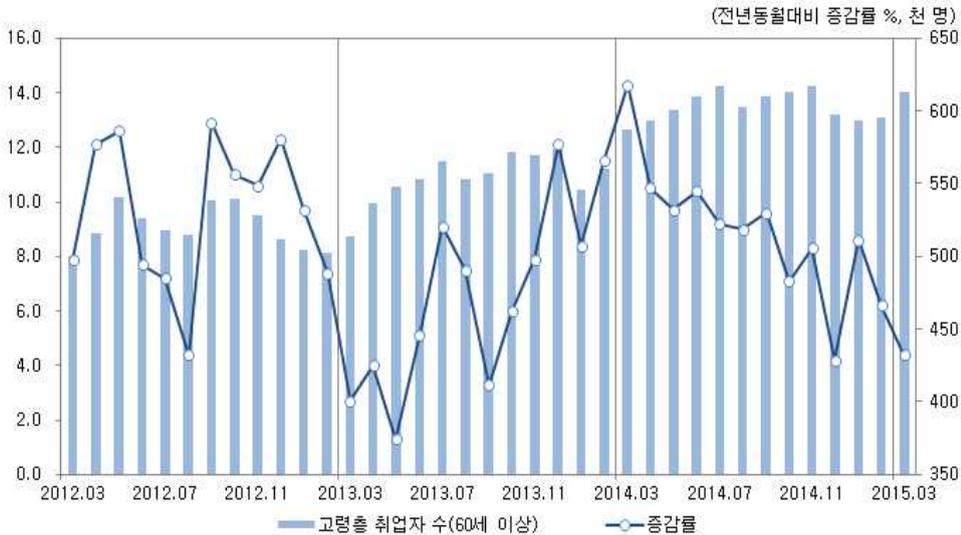


자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울의 월별 취업자 추이 및 증감률

■ 서울의 3월 고령층(60세 이상) 취업자 수는 올해 초부터 지속적으로 증가 추세

- 서울의 3월 청년층(15세~29세) 취업자는 87만 2천 명으로 전년 동월 대비 1.3% 증가
- 청년층 취업자 수는 11월부터 88만 7천 명에서 87만 2천 명으로 지속적으로 감소
- 서울의 3월 고령층(60세 이상) 취업자는 61만 3천 명으로 전년 동월 대비 4.4% 증가해 지속적 증가세 시현



자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울의 월별 청년층 및 고령층 취업자 추이

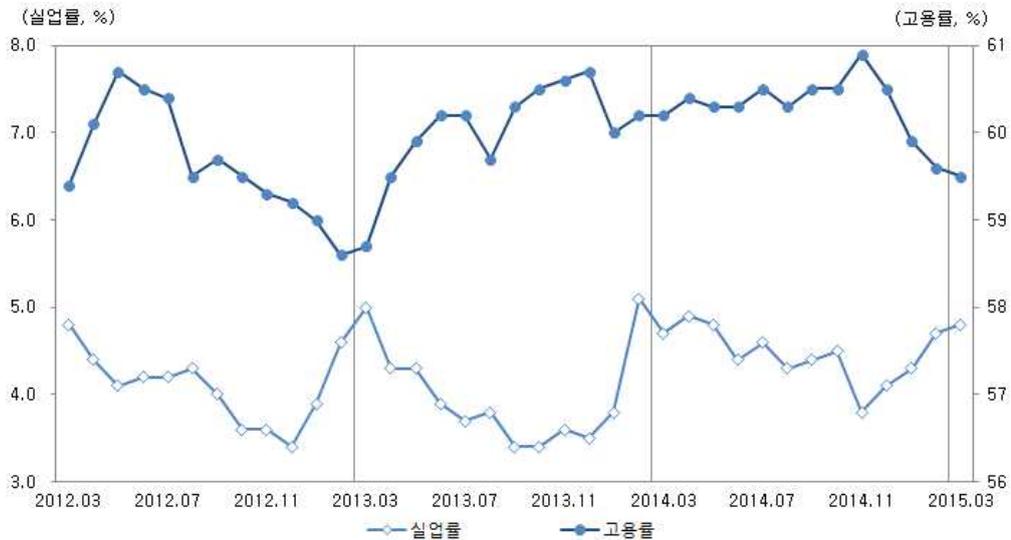
| 고·용·률·및·실·업·률 |

■ 서울의 3월 고용률은 전년 동월 대비 다소 감소하여 전국과 동일한 수준

- 서울의 3월 고용률은 59.5%로 전년 동월 대비 0.9%p 감소
- 성별로 보면, 남자는 69.3%로 전년 동월 대비 0.9%p, 여자는 50.5%로 0.5%p 각각 감소
- 서울시 고용률은 11월부터 지속적으로 전국보다 높았으나, 3월에는 전국(59.5%)과 동일한 수준

■ 서울의 3월 실업률은 전년 동월 대비 소폭 상승했으며, 전국 대비 높은 수준

- 서울의 3월 실업자는 25만 5천 명으로 전년 동월 대비 2천 명(0.6%) 증가
- 실업률은 4.8%로 전년 동월 대비 0.1%p 증가
- 성별로 보면, 남자는 4.9%로 전년 동월 대비 0.1%p 감소, 여자는 4.6%로 전년 동월 대비 0.3%p 증가
- 2015년 3월 서울시 실업률은 전국(4.0%)에 비하여 0.8%p 높은 수준



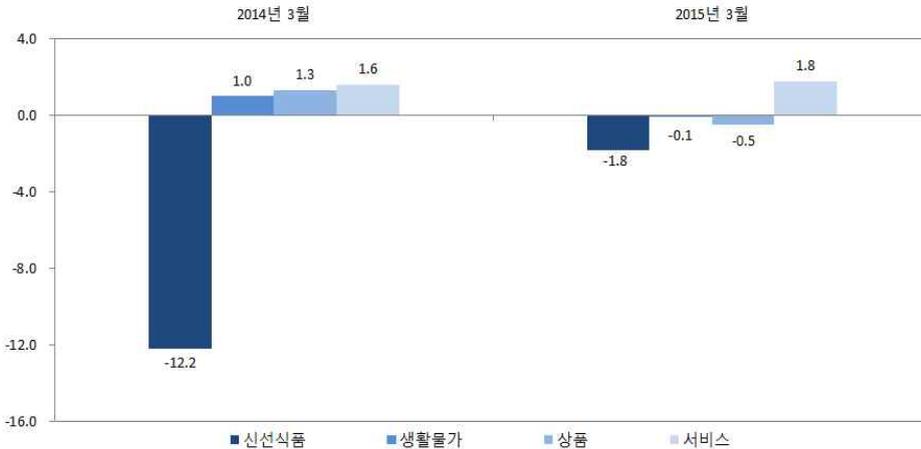
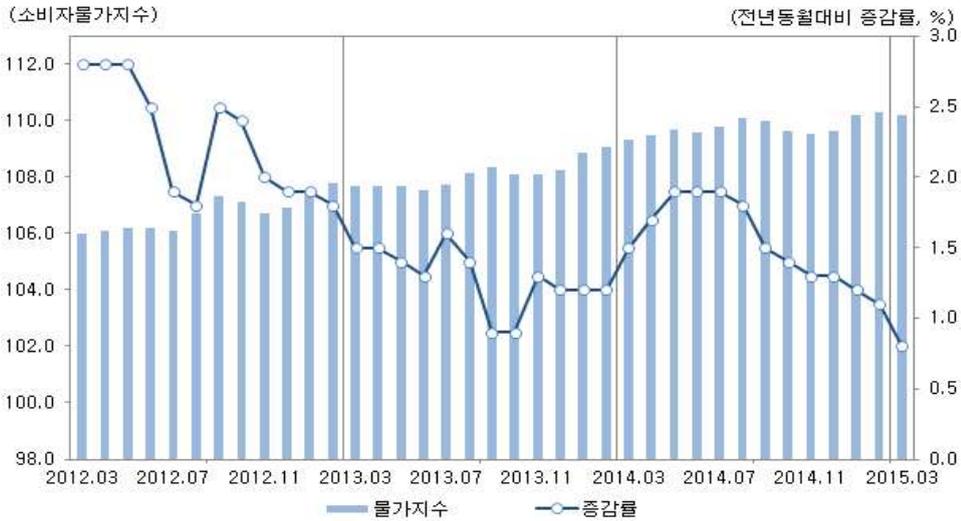
자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울 실업률, 고용률 추이

| 물 · 가 |

■ 서울의 3월 소비자물가지수는 전년 동월 대비 0.8% 상승

- 2015년 3월 서울시 소비자물가지수는 110.2(2010년=100.0)로 전년 동월 대비 0.8% 상승
- 전년 동월 대비 주요 등락 부문을 보면, 신선식품지수(-1.8%), 상품물가지수(-0.5%), 생활물가지수(-0.1%)는 하락, 서비스물가지수(1.8%)는 상승



자료: 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

<그림> 서울의 소비자물가 추이 및 동향

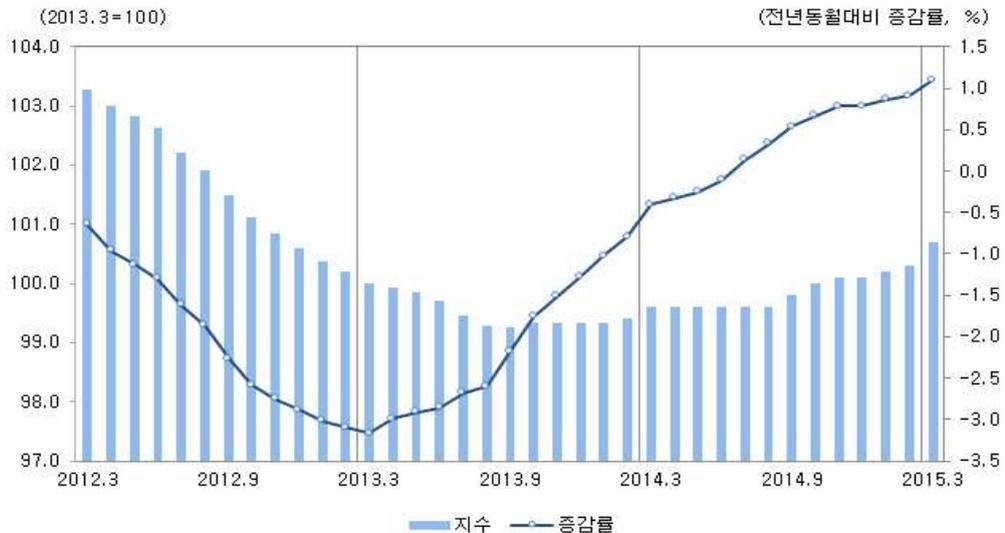
| 주·택·매·매·가·격 |

■ 서울의 3월 주택매매가격지수는 전월 대비 상승

- 서울의 3월 주택매매가격지수는 100.7으로 전월 대비 0.4% 상승하였으며, 전월 대비 0.36% 상승한 강남지역은 재건축 이주 수요 발생이, 전월 대비 0.35% 상승한 강북지역은 도심 출퇴근 수요 및 신혼부부 수요 발생이 각각 영향을 미친 것으로 판단됨
- 주요 상승지역: 강동구(0.63%), 강남구(0.56%), 마포구(0.6%), 노원구(0.54%)

■ 전국의 3월 주택매매가격지수는 전월 대비 상승

- 전국의 3월 주택매매가격지수는 103.4으로 전월 대비 0.41% 상승함. 이는 전세가격 상승으로 인한 매매전환 수요 발생과 봄 이사철 수요 증가 등이 결합된 결과. 5개 광역시, 수도권, 기타지방 모두 전월 대비 각각 0.59%, 0.39%, 0.25% 상승



자료 : 국민은행연구소

<그림> 서울 주택 매매가격 종합지수와 증감률 추이

■ 서울의 3월 아파트 평당 매매가격, 매매거래건수는 전월 대비 상승

- 아파트 평당 평균 매매가격(1,680만 원), 매매거래건수(13,016건)는 전월 대비 각각 0.64%, 52.3% 상승
- 매매거래건수의 급증에 비해 상대적으로 매매 가격은 안정세 시현

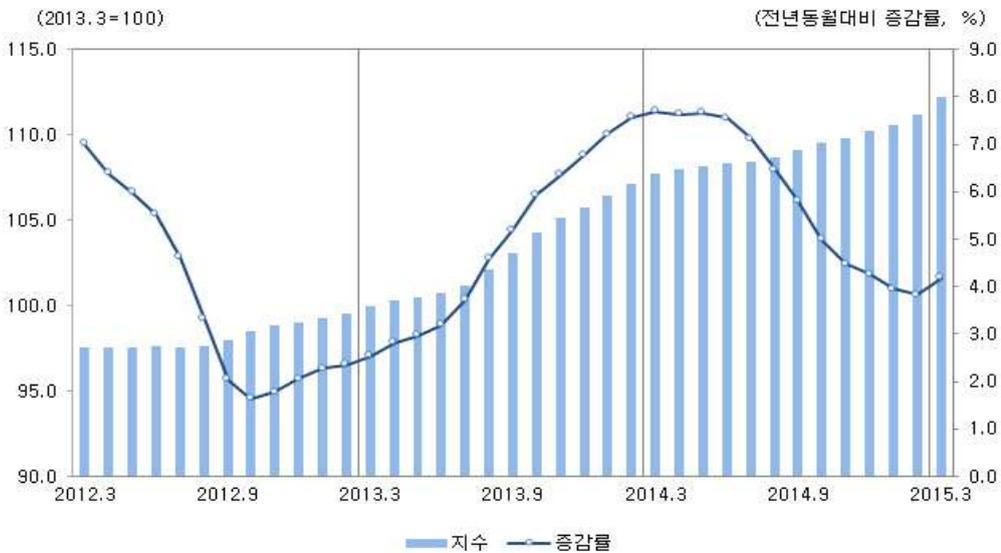
| 주·택·전·세·가·격 |

■ 서울의 3월 주택전세가격지수는 전월 대비 상승

- 서울의 3월 주택전세가격지수는 112.2로 전월 대비 0.87% 상승. 전체적으로 전세 매물이 부족한 가운데, 강남지역(0.80%)의 경우 재건축 이주 발생에 따른 전세매물 수요 증가가, 강북지역(0.94%)의 경우 타 지역 대비 상대적으로 저렴한 전세 가격으로 인한 유입 증가가 각각 영향을 미친 결과
- 주요 상승지역: 강동구(1.5%), 서초구(0.99%), 강북구(1.17%), 성동구(1.09%)

■ 전국의 3월 주택전세가격지수는 전월 대비 상승

- 전국의 2월 주택전세가격지수는 전월 대비 0.59% 상승한 110.0이며 이는 전세 매물 부족, 전세의 월세 전환, 봄 이사철 수요 증가 등의 효과가 복합적으로 작용한 결과. 5개 광역시, 수도권, 기타지방 모두 전월 대비 각각 0.51%, 0.75%, 0.26% 상승



자료 : 국민은행연구소

<그림> 서울 주택 전세가격 종합지수와 증감률 추이

■ 서울의 3월 아파트 평당 전세가격, 전세거래건수 모두 전월 대비 증가

- 평당 전세가격(1,097만 원), 전세거래건수(13,500건)는 전월 대비 각각 2.0%, 1.8% 증가

| 가 · 계 · 대 · 출 |

■ 3월 기준 서울의 전체 대출금 잔액은 전월 대비 증가

- 전체 대출금 잔액(602조 6,040원)은 전월 대비 0.59% 증가
- 그 중 예금은행(502조 6,836억 원)과 비예금은행(99조 9,204억 원)은 전년 동월 대비 각각 7.1% 증가, 3.9% 감소

■ 3월 기준 전국의 전체 대출금 잔액은 전월 대비 증가

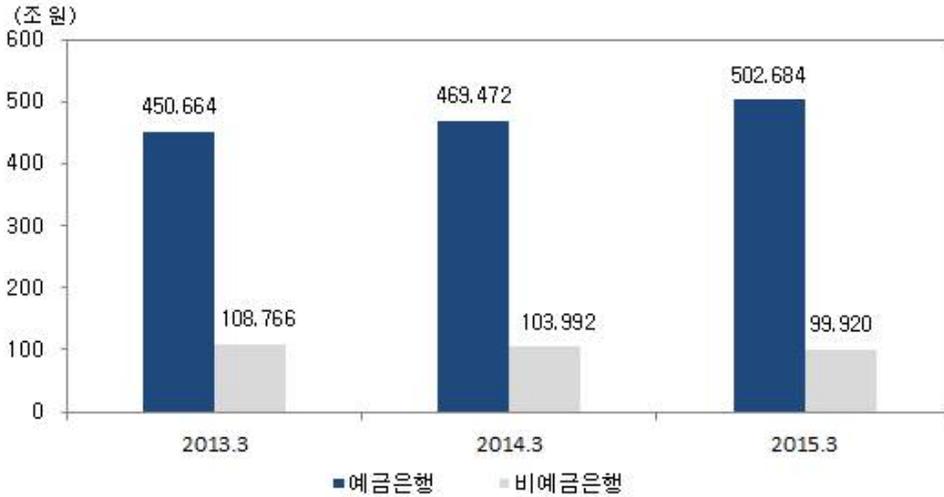
- 전체 대출금 잔액(1,654조 6,176억 원)은 전월 대비 0.38% 증가
- 그 중 예금은행 잔액은 1,273조 767억 원이며 비예금은행 잔액은 381조 5,409억 원



주 : 말잔 금액, 대출금은 예금은행과 비예금금융기관(한국수출입은행, 종합금융회사, 신탁회사, 상호저축은행, 상호금융, 새마을금고, 신용협동조합)의 총합

자료 : 한국은행

<그림> 서울시 금융기관 대출금 잔액과 증감률 추이

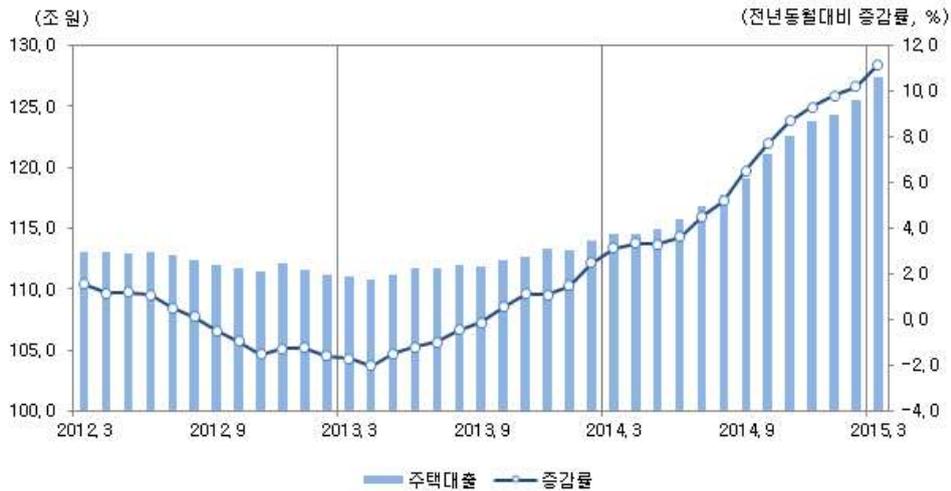


자료 : 한국은행

<그림> 서울시 예금은행과 비예금은행의 대출금 잔액

■ 3월 중 서울의 은행 가계대출은 전월 대비 증가

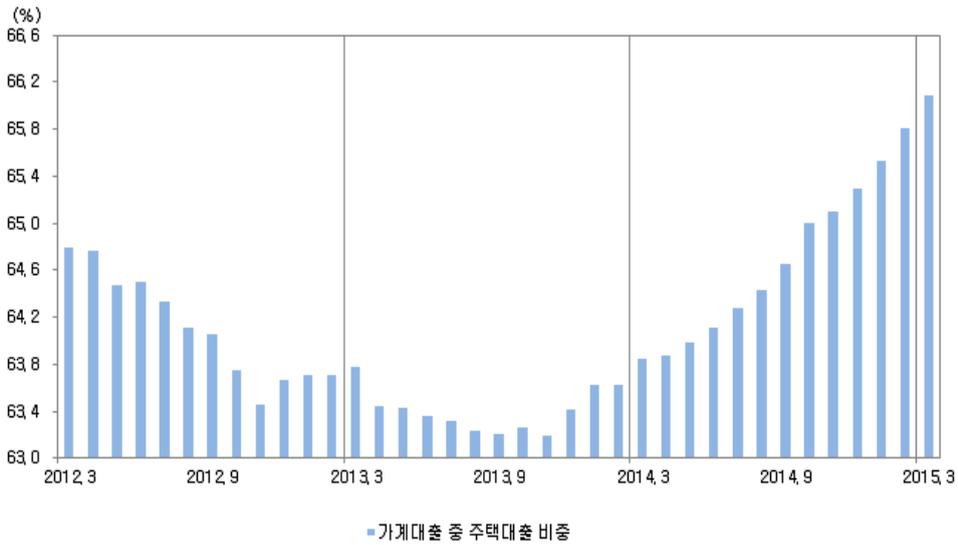
- 은행 가계대출(192조 7,218억 원)은 전월(190조 7,963억 원) 대비 1% 증가
- 그 중 주택대출(127조 3,717억 원)은 전월 대비 1.5% 증가하였고, 가계대출 중 주택대출 비중은 66.1% 차지



주 : 말잔 금액, 주택대출은 주택담보대출과 주택관련 집단대출 중 주택담보 이외의 대출의 총합

자료 : 한국은행

<그림> 서울의 은행 주택대출 추이

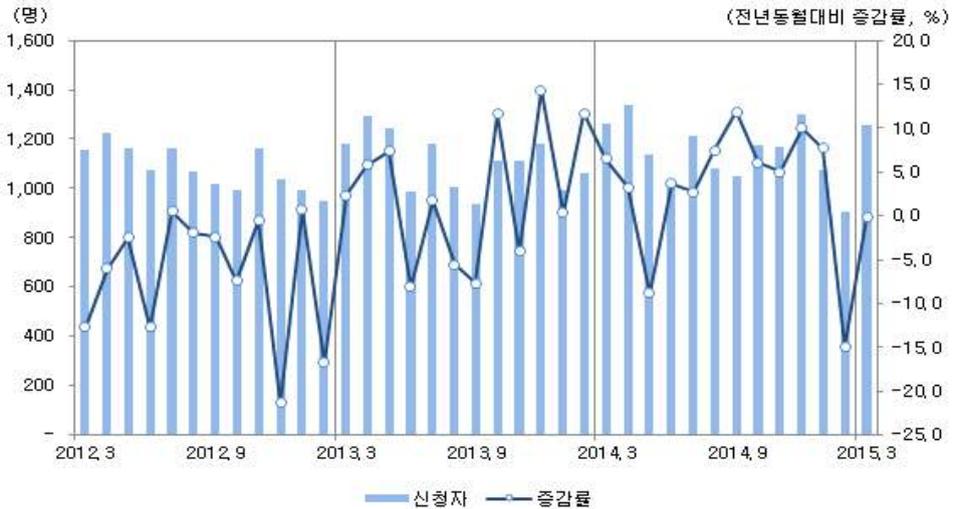


자료 : 한국은행

<그림> 서울의 은행 가계대출 중 주택대출의 비중 추이

■ 3월 중 개인파산 신청자는 전월 대비 증가

- 개인파산 신청자(1,259명)는 전월(904명) 대비 39.3% 증가



자료 : 대법원

<그림> 서울시 개인파산 신청자 추이

| 신·설·및·부·도·법·인 |

■ 서울의 3월 신설법인 수는 전월 대비 증가

- 서울의 3월 신설법인 수는 2,715개로 전월(1,988개) 대비 36.6%, 전년 동월(2,321개) 대비 17.0% 증가



자료 : 중소기업청

<그림> 서울시 신설법인 추이

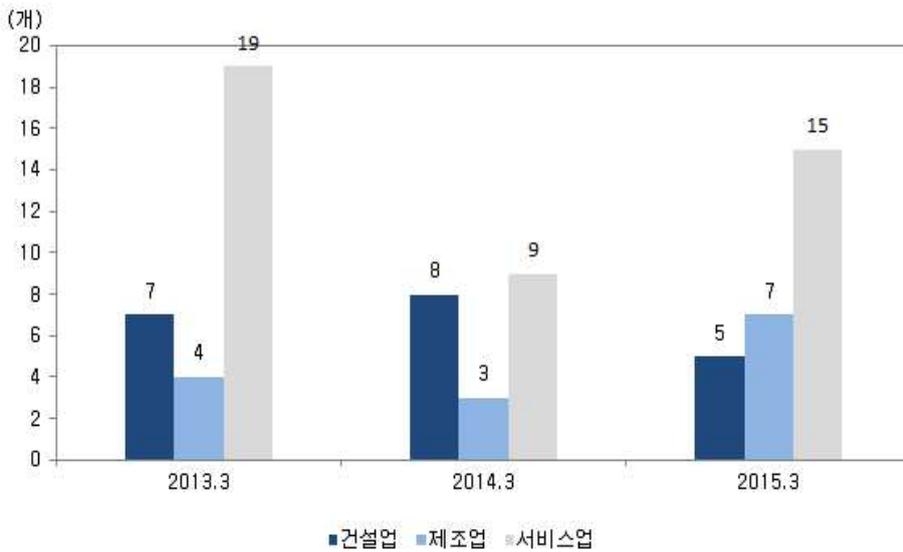
■ 서울의 3월 부도법인 수는 전월 대비 증가

- 서울의 3월 부도법인 수는 27개로 전월(23개) 대비 17.4% 증가, 전년 동월(21개) 대비 28.6% 증가
- 업종별 부도업체 수는 제조업 7개, 서비스업 15개, 건설업 5개이며, 전월 대비 각각 보합, 6개 증가, 1개 감소하였으며, 전년 동월 대비 133.3%, 66.7% 증가, 37.5% 감소



자료 : 한국은행

<그림> 서울시 부도법인 추이



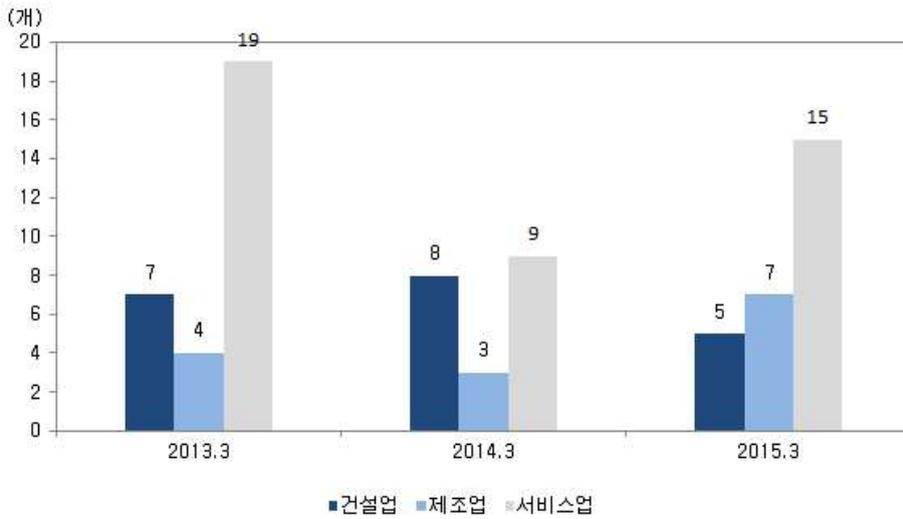
자료 : 한국은행

<그림> 서울시 산업별 부도법인 현황



자료 : 한국은행

<그림> 서울시 부도법인 추이



자료 : 한국은행

<그림> 서울시 산업별 부도법인 현황

| 신·용·보·증 |

■ 서울의 3월 보증금액, 보증지원건수 전월 대비 증가

- 서울신용보증재단을 통한 서울시 신용보증공급은 월중 1,070억 원 / 4,973건
- 보증금액과 보증지원건수는 전월 대비 각각 63.9%, 56.1% 증가, 건당 평균 지원 금액(21.5백만 원)은 전월 대비 4.9% 증가
- 전년 동월 대비 보증금액과 보증지원건수는 각각 7.1% 감소, 5.4% 증가, 건당 평균 지원 금액은 11.9% 감소



자료 : 서울신용보증재단

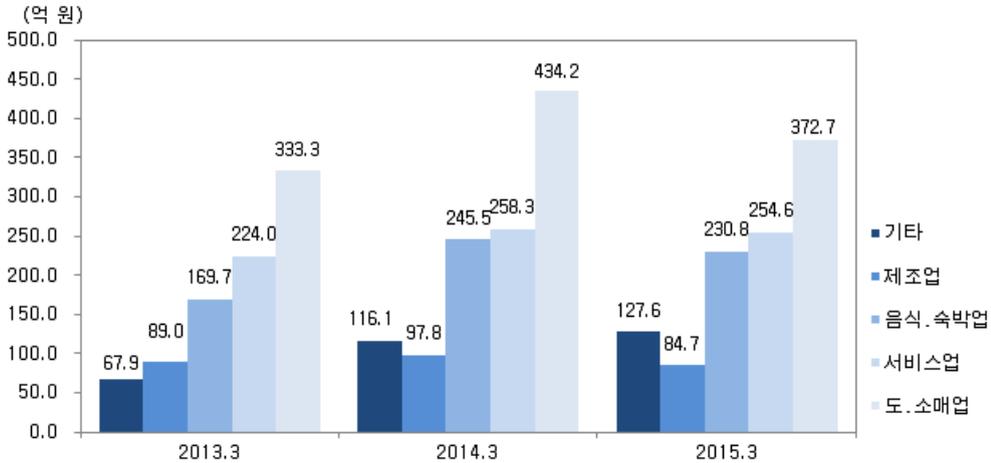
<그림> 서울의 보증금액과 건당 평균 지원 금액 추이

■ 보증금액은 업종 모두에서 전월 대비 상승하였으나 전년 동월 수준은 여전히 하회

- 도소매업에 대한 보증금액은 372.7억 원으로 전년 동월 대비 14.2% 감소하였으며 공급금액기준 보증지원비중은 전월 대비 0.4%p 상승한 34.8%
- 제조업에 대한 보증금액은 84.7억 원으로 전년 동월 대비 13.4% 감소하였으며 공급 금액기준 보증지원비중은 7.9%로 전월 대비 1.5%p 하락
- 서비스업에 대한 보증금액은 전년 동월 대비 1.4% 감소한 254.6억 원
- 도소매업 보증지원건수는 1,642건이며 제조업 보증지원건수는 324건

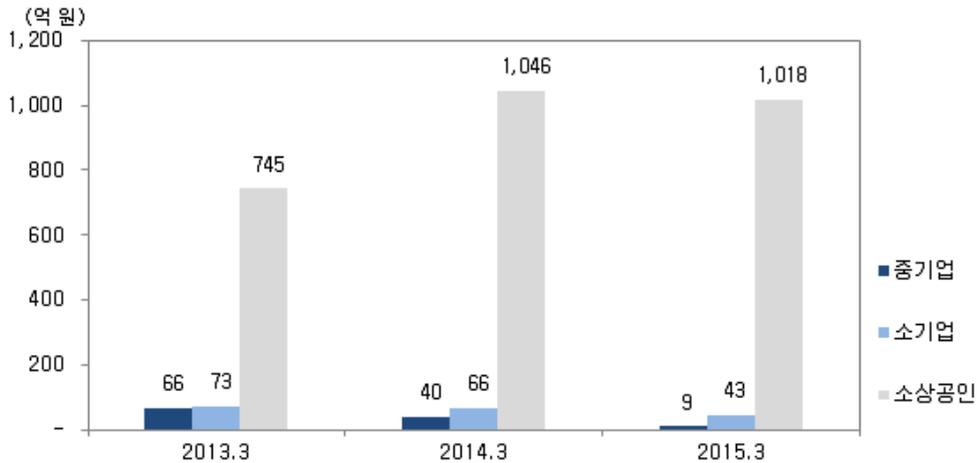
■ 소기업, 소상공인 보증 자원은 전월 대비 증가, 전 기업규모에서 보증 자원은 전년 동월 대비 감소

- 소상공인에 대한 보증금액은 전년 동월 대비 2.7% 감소한 1,018억 원으로, 공급금액 기준 전체보증금액의 95.1%를 차지하고, 보증지원건수는 4,876건
- 소기업에 대한 보증금액은 전년 동월 대비 34.1% 감소한 43.4억 원으로 공급금액 기준 전체보증금액의 4.1%를 차지하고, 보증지원건수는 87건
- 중기업에 대한 보증금액은 전년 동월 대비 77.3% 감소한 9.2억 원으로 공급금액 기준 전체보증금액의 0.9%를 차지하고, 보증지원건수는 10건



자료 : 서울신용보증재단

<그림> 업종별 공급금액 기준



자료 : 서울신용보증재단

<그림> 기업규모별 공급금액 기준

| 수 · 출 · 입 |

■ 서울의 3월 수출은 전년 동월 대비 감소, 수입은 전년 동월 대비 증가

- 서울의 수출은 48.60억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 8.3% 감소하였고, 수입은 125.67억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 17.3% 증가
- 전국의 수출은 468.79억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 4.5% 감소하였고, 수입은 384.60억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 15.6% 감소

■ 서울의 3월 수출 1순위는 자동차부품, 수입 1순위는 원유

- 서울의 품목별 수출은 자동차부품이 508백만 달러로 가장 많았고 다음으로 합성수지, 반도체, 편직물, 고무제품 순
- 서울의 품목별 수입은 원유가 1,125백만 달러로 가장 많았고 다음으로 자동차, 반도체, 석유제품, 컴퓨터 순



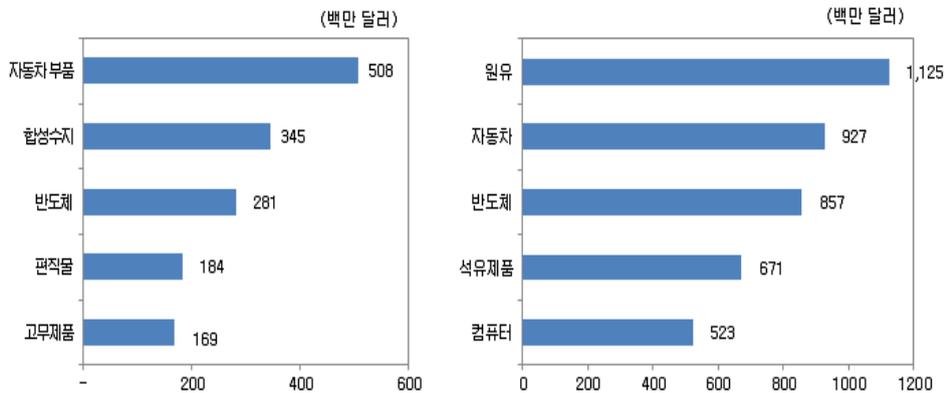
자료 : 무역협회

<그림> 서울시 수출액과 증감률 추이



자료 : 무역협회

<그림> 서울시 수입액과 증감률 추이



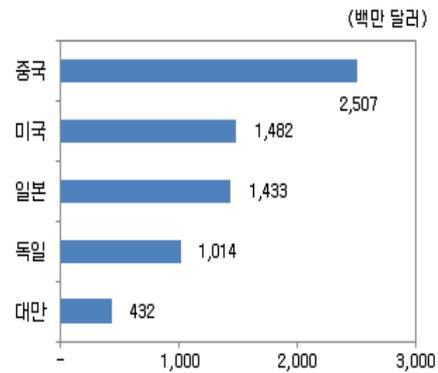
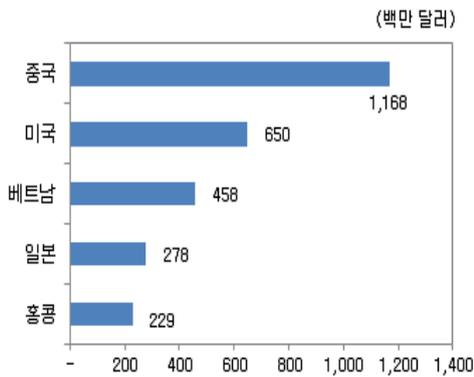
자료 : 무역협회

<그림> 3월 서울시 품목별 수출액

<그림> 3월 서울시 품목별 수입액

■ 서울의 3월 수출·수입 1순위 상대국은 중국

- 서울의 국가별 수출은 중국이 전년 동월 대비 28.1% 감소한 1,168백만 달러를 기록하여 가장 큰 비중을 차지하였고, 다음으로 미국, 베트남, 일본, 홍콩 순
- 대 미국 수출은 전년 동월 대비 14.6% 증가하여 지난달에 이어 가장 큰 상승세를 보여주고 있으며 베트남으로의 수출도 전년 동월 대비 14.3% 증가
- 서울의 국가별 수입은 중국이 전년 동월 대비 7.8% 감소한 2,507백만 달러를 기록하여 가장 큰 비중을 차지하였고, 다음으로 미국, 일본, 독일, 대만 순
- 대 독일 수입은 외제차 수입 증가의 영향으로 전년 동월 대비 20.9% 상승한 1,014백만 달러 기록



자료 : 무역협회

<그림> 3월 서울시 국가별 수출액

<그림> 3월 서울시 국가별 수입액

| 자 · 료 · 출 · 처 |

경인지방통계청, 「2015년 3월 서울시 산업활동동향」
 경인지방통계청, 「2015년 3월 서울시 고용동향」
 경인지방통계청, 「2015년 3월 서울시 소비자물가동향」
 경제통계시스템, 「<http://ecos.bok.or.kr>」
 농수산물유통공사, 「<http://www.garak.co.kr/youtong>」
 관세청, 「2015년 3월 수출입 및 무역수지동향」
 국민은행연구소, 「2015년 3월 전국주택가격동향조사」
 부동산114, 「2015년 3월 서울시 아파트 평당매매가격」
 중소기업청, 「2015년 3월 중 신설법인 동향」
 중소기업청, 중소기업조사통계시스템, 「<http://stat2.smba.go.kr>」
 통계청, 「2015년 3월 산업활동동향」
 통계청, 「2015년 3월 고용동향」
 통계청, 「2015년 3월 소비자물가동향」
 통계청, 통계정보시스템, 「<http://kosis.kr>」
 한국무역협회, 무역정보네트워크, 「<http://stat.kita.net>」
 한국은행, 「2015년 3월 중 어음부도율 동향」
 한국은행, 「2015년 3월 중 금융시장 동향」
 한국은행, 경제통계시스템, 「<http://ecos.bok.or.kr>」
 서울특별시, 서울부동산정보광장, 「<http://land.seoul.go.kr/land>」

FOCUS

- 서울시, 전국 지자체 최초로 노동행정 개념 도입
- 사회적 경제 대표 연구기관 '칼 폴라니硏', 亞 최초 서울에 개소

ZOOM IN

- 주말마다 도심 곳곳서 '농부의 시장' 개장

HOT ISSUE

- 컨데나스트 럭셔리 콘퍼런스, 내년에 서울 개최
- 사회적 경제 기업가 경험 공유, 토크 콘서트

PHOTO@NEWS

- 공정무역페스티벌 / 영천시장 독립장 / 2015년 유니브 엑스포

김가영(서울시 경제진흥본부 gykim@seoul.go.kr)

| 서울시, 전국 지자체 최초로 노동행정 개념 도입

노동존중특별시, 서울_Vision



‘노동이 존중받는 서울시를 만들기 위한 변화가 시작된다.

서울시가 전국 지자체 최초로 노동행정 개념을 도입한 ‘서울시 노동정책기본계획’을 발표하고 ‘서울형 노동정책 모델’을 만들어 나갈 계획이라고 밝혔다.

• 노동정책 기본계획 발표… 박원순 시장 “노동존중특별시 만들 것”

먼저 서울시는 노동 교육과 상담 사업을 확대해 나가기로 했다. 공무원에 대한 노동교육을 대폭 강화하고 일반 시민과 사업장 등을 직접 찾아가는 상담을 실시하여 시민 모두가 노동의 참 의미를 알 수 있도록 할 계획이다.

둘째, 여성·청소년·감정노동자 등을 포함한 취약계층과 최근 급격하게 증가하고 있는 택배·대리기사 등과 같은 특수 고용형태 종사자에 대한 다양한 지원방안도 마련한다. 여성 쉼터 확대, 아르바이트 청(소)년 권리보호센터 등의 시설을 마련하고 심리적 스트레스를 받고 있는 서비스업종 종사자를 위한 ‘감정노동자 가이드라인’ 마련 및 감정노동자 인권보호 기업 MOU도 확대할 계획이다.

셋째, △고용안정 △적정임금 △근로시간 △노사협력 △직장 내 괴롭힘 등 5대 노동현안에 대한 선도적 모델을 개발하여 민간으로의 확산을 유도할 계획이다.

넷째, 시민의 생명과 직결될 뿐만 아니라 노동정책에서 중요한 부분을 차지하고 있는 근로자 노동 안전 문제에 주목하고 서울시 발주 공사장 근로자 및 관리자들을 대상으로 심리상담 추진, 건설 현장 외국인 근로자 안전교육 등 다양한 개선방안을 마련한다.

마지막으로 노동정책 기본계획의 실행력을 담보하고, 지속적인 발전을 할 수 있도록 근로자권익보호위원회 개최 정례화, 노동권익센터와 4개 자치구 노동복지센터 간의 유기적 협업체계 구축, 서울노동포럼(가칭) 개최를 통해 서울시 노동정책의 방향을 설정할 계획이다.

박원순 시장은 “현장에서 어려움을 겪고 있는 노동자가 체감하고 실질적으로 도움을 받을 수 있는 정책, 서울의 특성을 반영한 정책을 선도적으로 실천해 노동의 존귀함을 실천하는 노동존중 특별시를 만들어 나가겠다”고 발표하였다.



노동정책과

| 사회적 경제 대표 연구기관 ‘칼 폴라니研’, 2년 최초 서울 개소

사회적 경제 대표 연구기관인 ‘칼 폴라니 사회경제연구소(KPIA:Karl Polanyi Institute Asia)’가 아시아에서는 최초, 세계에서는 3번째로 서울에 문을 연다.

‘칼 폴라니 정치경제연구소’는 ...

세계적으로 각광을 받고 있는 사회적 경제의 이론적 배경을 제공한 칼 폴라니의 학술적 성과를 계승하고 사상을 전파하기 위해 1988년 설립됐으며, 현재 폴라니의 딸인 캐리 폴라니 레빗(Kari Polanyi-Levit) 맥길대 경제학과 교수가 이사장을, 사회적 경제의 석학 마거릿 멘델(Marguerite Mendell)이 소장을 맡고 있으며 캐나다 퀘벡주 몬트리올에 거점을 두고 있다.

• 칼 폴라니 이론, 서울형 사회적 경제 모델 구축 · 한국형 모델 제시

이번에 서울에 문을 여는 ‘칼 폴라니 사회경제연구소’는 연구자, 후원자, 조합원 등 다양한 주체가 연구소를 이끄는 협동조합 형태로 운영된다. 개소 후에는 칼 폴라니 이론과 사상을 발전시키고 이를 기반으로 서울과 한국형 사회적 경제 모델, 나아가 아시아 사회적 경제 발전 모델을 구현하는 데 중점을 둘 계획이다. 이와 함께 사회적 경제 이론적 기반 강화와 사회적 신 우수사례 공유 등의 역할도 한다.



또한 서울의 ‘칼 폴라니 사회경제연구소-몬트리올의 ‘칼 폴라니 정치경제연구소-파리의 ‘칼 폴라니 연구소’ 등 사회적 경제 대표기관이 네트워크를 결성하여 명실상부한 세계적 사회적 경제 연결망을 완성한다는 계획이다.

서울시는 이번 연구소 개소가 서울 사회적경제의 제2의 도약발전 계기는 물론 ‘사회적 경제 중심도시’로의 자리매김에 큰 역할을 할 것으로 기대하고 있다.



사회적경제과

| 주말마다 도심 곳곳서 ‘농부의 시장’ 개장

주말마다 서울 시내 공원, 한강공원, 명동 등 도심 곳곳에서 전국 각지에서 올라온 싱싱한 농수특산물을 저렴한 가격에 구매할 수 있는 장터가 열린다.

올해로 4년째를 맞는 ‘농부의 시장’은 오는 12월까지 도심공원 5개소, 한강공원 7개소, 도심 지역 3곳 등에서 340회 가량 열릴 예정이다.

매월 첫째 주말에는 ‘은평구 서울혁신파크’, 둘째 주말은 ‘강남구 마루공원’, 셋째 주말은 ‘동작구 보라매공원’, 넷째 주말에는 ‘강북구 북서울 꿈의 숲’, 그리고 광화문광장에서는 매주 일요일에 ‘농부의 시장’이 정기적으로 개최된다.

• 5월부터 12월 까지 67개 시·군 200여 개 농수특산물, 시중가보다 최대 30% 할인 판매

농부의 시장에서는 서울시와 MOU를 체결한 완도군, 수원시 등 18개 지방자치단체를 중심으로 가평 잣, 영월 옥수수, 평창 메밀 등 전국 67개 시·군에서 온 200여 개 농수특산물을 시중 가격보다 10~30% 저렴하게 판매한다. 특히 이날 판매하는 농수특산물은 해당 시·군에서 엄선·추천한 우수 상품으로, 안심하고 구입할 수 있다는 장점이 있다.

• 한강공원에서는 한강주변 지역 농수특산물, 시내에서는 도시농부 수확물 판매

한강공원에서도 주말마다 농부의 시장이 열린다. 뚝섬과 잠실지구에서는 매주 주말, △여의도 △반포 △양화 △망원 △이촌 등 5곳에서는 격주로 시장이 개장되는데 이곳에선 양평군, 광주시와 같은 한강주변 지역의 싱싱한 농산물을 만날 수 있다.

이외에도 △명동 △혜화동 △양재시민의 숲에서 월 1회 시금치, 부추와 같은 유기농 작물과 콩가루, 참기름 등과 같은 1차 가공식품을 판매할 예정이다.



| 2016년 ‘컨데나스트 럭셔리 콘퍼런스’ 서울 개최

전 세계 럭셔리 브랜드 CEO와 패션 크리에이티브 디렉터가 한자리에 모이는 글로벌 패션산업 대표행사인 ‘컨데나스트 인터내셔널 럭셔리 콘퍼런스(Condé Nast International luxury conference)’가 서울에서 열린다. 지난 4월 이탈리아 피렌체 베키오궁에서 열린 ‘2015 컨데나스트 콘퍼런스’에서 콘퍼런스의 내년 개최지로 서울이 확정된 것이다.

• 럭셔리 브랜드 CEO, 디자이너 등 500여명 한자리에… 글로벌 패션산업의 대표행사



‘컨데나스트 콘퍼런스’는 세계최고 패션 매거진 보그(Vogue), 지큐(GQ), 얼루어(Allure)를 비롯한 143개 잡지를 발간해 5,400만 명에 이르는 독자를 확보하고 있는 미디어 그룹 ‘컨데나스트 인터내셔널’이 주최하고, 세계적인 패션저널리스트이자 보그 인터내셔널 에디터인 ‘수지 멘키스(Suzy Menkes)’가 주관 및 진행을 책임지고

있는 세계적인 행사

‘2016 컨데나스트 콘퍼런스’는 내년 4월 중 개최될 계획이며, 30여 개국에서 500여 명이 참가해 패션에 대한 의견을 나눌 계획이다.

서울시는 콘퍼런스 개최가 서울시의 국제적 위상을 높이고 패션산업 플랫폼을 구축하여 세계 패션도시로 서울이 도약할 수 있는 계기가 됨은 물론 전세계 패션브랜드 CEO와 패션계 인사들에게 서울을 아시아의 패션허브로 인식시킬 계획이다.

더불어 국내 디자이너와 해외 패션기업 CEO 면담 주선, 글로벌 브랜드 육성화 전략 공유기회 등을 제공해 국내 패션디자이너와 기업의 해외 진출 네트워크 기반을 마련할 수 있는 교두보 역할도 할 것으로 기대하고 있다.



문화융합경제과

| ‘사회적 경제 기업가 경험 공유’ 토크 콘서트 열린다

“살기 좋은 세상을 만들려면 소수의 몇 명이 아니라 세상 모든 사람이 변화 창조자(change maker)가 되어야 한다” 세계 최대 사회적 기업가 네트워크인 ‘아쇼카 재단’ 설립자 빌 드레이튼(Bill Drayton)의 말이다.

• 4월부터 11월 19일 까지 총 7회 개최 ... 청년, 주거, 지역재생 등 다양한 사회문제 해결책 논의

The poster features a network diagram background with nodes and connecting lines. The main title is '2015 사회적경제 토크콘서트' (2015 Social Economy Talk Concert). Below it, the text reads '서울, 사회적경제에 질문을 던지다' (Seoul, Asking Questions to Social Economy). At the bottom, there is a list of topics and dates for the seven events.

<p>이제 사회적경제에 관심이 있는 시민이 많아졌고, 사회적경제를 통해 문제를 해결할 수 있을까? 서울 사회적경제에 질문을 던지다를 통해 시민 의식이 함께 성장할 수 있겠다.</p>	<p>1회 4/20 사회적경제 활동은 왜? 무엇이 가장 중요하며 어떤 방향으로 가야 할까? 사회적경제의 역할과 가치에 대해 알아본다.</p> <p>2회 5/17 청년의 사회적경제 참여 기회는 어디에 있는가? 청년의 사회적경제 참여를 위한 사회적경제의 역할과 가치에 대해 알아본다.</p> <p>3회 6/14 주거와 사회적경제의 역할과 가치에 대해 알아본다.</p> <p>4회 7/12 사회적경제의 역할과 가치에 대해 알아본다.</p> <p>5회 8/19 사회적경제의 역할과 가치에 대해 알아본다.</p> <p>6회 9/16 사회적경제의 역할과 가치에 대해 알아본다.</p> <p>7회 11/19 사회적경제의 역할과 가치에 대해 알아본다.</p>
<p>일시 2015. 4월 20일 (월) 19:00~21:00</p> <p>장소 LINC서울(신도림점) 337(한신빌딩)</p> <p>문의처 02-6458-11950</p> <p>참가신청 www.wisdo.me</p>	<p>주최 서울특별시</p> <p>주관 서울특별시 사회적경제지원센터</p> <p>주최자 한국사회적기업진흥원</p>

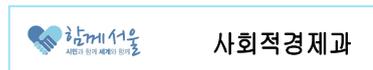
시민 모두가 변화의 창조자가 될 수 있도록 사회적 경제를 알리고, 사회적 경제 기업가의 경험을 공유하기 위한 토크 콘서트가 열린다.

서울시는 4월부터 11월 19일(목)까지 매월 셋째 주 목요일, 총 7회에 걸쳐 「2015년 사회적 경제 토크 콘서트」를 개최하고 있다.

올해 사회적 경제 토크 콘서트에서는 ‘서울, 사회적 경제에 질문을 던지다’를 주제로 청년, 주거, 공유경제, 지역재생 등 다양한 사회문제에 관해 사회적경제가 어떤 해결책을 제시할 수 있는지를 알아본다.

토크 콘서트는 사회적 경제 관련 종사자가 실제 운영으로 체득한 경험과 지식을 이야기 방식으로 설명, 청중들과 공유하고 강의 후엔 시민들의 궁금한 점을 해결해 주는 참여형식으로 꾸며진다. 또한 일회성에 그치지 않고 매월 콘서트를 진행해 관심 있는 시민, 사회적 경제 관련 종사자들이 주기적으로 모일 수 있는 만남의 장을 제공하고, 참가자들 간 네트워크를 형성할 수 있도록 지원한다.

사회적 경제에 관심 있는 시민이면 누구나 참여할 수 있으며, 참여를 원하는 시민은 온라인(위즈덤 홈페이지 <http://www.wisdo.me/11950>)으로 신청 후, 오후 7시까지 콘서트 장소로 오면 강연을 들을 수 있고 콘서트는 회당 100명씩 참가가 가능하다.





5월 9일 서울시와 (사)한국공정무역 단체협의회가 서울시청 서소문청사 주변과 덕수궁 돌담길 일대에서 공동으로 개최한 '2015 세계 공정무역의 날' 행사에서 박원순 시장이 필리핀 빈민의 성자라고 알려진 세이 컬린 신부와 함께 공정무역도시 서울 달성 지지 선언문에 서명을 하고 있다.

@사회적경제과



전통시장을 지역경제생태계의 중심이자 사회적 활력의 장소로 육성하기 위해 영천시장 '동립장'에서는 입맛대로 음식을 구매해 나만의 도시락을 꾸밀 수 있는 런치박스가 운영 중이다. 이 행사는 11월까지 매월 둘째, 넷째 토요일에 진행된다.

@소상공인지원과



5월 2일 '대학생, 행복에 미치다'를 주제로 적성, 진로, 취업, 연애, 취미 등 수많은 고민과 생각을 공유하고 문제 해결방법을 찾는 '2015 유니브엑스포 서울'이 고려대학교에서 진행되었다. @일자리정책과