

경제포커스

문화산업의 현황 및 육성정책

박 위 진 (문화관광부 콘텐츠진흥과장)

문화향수 확대를 위한 문화마케팅전략

라 도 삼 (서울시정개발연구원 연구위원)

박 종 구 (서울시정개발연구원 부연구위원)

이 종 규 (서울시정개발연구원 선임연구위원)

공 자 원 (서울시정개발연구원 연구원)



문화산업의 현황 및 육성정책

박위진 경영학박사
wjpark1@mct.go.kr
문화관광부 콘텐츠진흥과장

문화산업의 개념 및 산업적 특징

○ 문화산업의 개념

- 문화산업진흥기본법 제 2 조에 의하면 문화산업은 문화상품의 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 및 서비스와 관련된 산업을 말함
- 문화상품이란 문화적 요소와 경제적 부가가치가 결합되어 상품화된 유무형의 재화 및 서비스를 총칭
- 과거엔 영화, 음반, 비디오, 게임(아케이드게임), 출판만화 등 아날로그적 문화상품이 문화산업의 주된 영역이었으나 최근에는 디지털 기술의 발달에 따라 디지털로 제작 또는 전송될 수 있는 영화, 음원, 게임(온라인게임), 애니메이션 등의 디지털 문화산업이 시장을 주도하고 있음
- 디지털 기술은 문화상품의 기획·제작·유통·소비에 이르는 가치사슬 전 과정에 직접 사용되면서 문화산업이라는 명칭보다는 문화콘텐츠산업이라는 명칭이 더 일반적으로 사용되고 있음
- 오늘날에는 과거 아날로그식으로 제작된 콘텐츠의 경우에도 거의 모두 디지털화 하여 전송 및 이용할 수 있을 정도로 기술이 발달해 있기 때문에 아날로그식 문화산업과 디지털 문화산업을 구분하지 않고 통칭하여 포괄적인 의미에서 문화콘텐츠산업 또는 콘텐츠산업이라고 말하고 있음

○ 문화콘텐츠산업의 특징

- 다양한 활용가능성(One Source, Multi Use; OSMU) : 해리포터(소설), 포켓몬(캐릭터), 디즈니(만화) 등의 사례에서 볼 수 있듯이 문화콘텐츠의 원 소스는 소설, 캐릭터, 만화

등에서 시작하였지만, 소비자들의 인기를 끌 경우 그것이 영화, 게임, 애니메이션, 문구, 의류, 방송드라마 등으로 콘텐츠 제작이 활성화되면서 부가가치와 수명을 늘려갈 수 있는 장점이 있음

- 기업고유의 경영자원으로서의 저작권 : 기업은 주어진 경영환경속에서 자신이 가진 경영자원을 효과적으로 활용하여 이윤극대화 및 성장을 추구하는 것이 일반적인 바, 문화콘텐츠기업의 경영자원은 콘텐츠에 대한 무형의 저작권이 가장 핵심적인 경영자원이므로 저작권 보호가 산업발전에 필수적 조건이 됨
- 공공재적 성격 : 문화상품은 한 소비자가 소유를 통해 독점적으로 사용할 수 있는 재화라기보다는 여러 소비자가 함께 사용하는 재화로서 공공재적 성격을 갖고 있음. 콘텐츠는 초기 창작비용이 많이 들지만 한계 재생산 비용은 거의 영에 가깝기 때문에 보다 많은 소비자들에게 노출시켜 사용을 촉진하는 것이 콘텐츠산업 마케팅의 기본구조를 이루고 있음
- 성공에 대한 불확실성 : 영화, 음악, 게임 등 주요 문화상품의 경우 성공확률이 10% 미만이라는 것이 업계의 정설로 받아들여지고 있음. 따라서 문화콘텐츠분야의 주요 투자자들은 투자 포트폴리오 구성에 심혈을 기울이고 있음

차세대 성장동력으로서의 문화산업

○ 21세기 지식정보시대의 핵심전략산업

- 21세기는 지식정보산업의 경쟁력이 국가경쟁력을 결정하는 지식정보산업시대가 될 것으로 여러 전문가들이 지적하고 있는바, 세계적 미래학자 Peter Drucker도 21세기 국가경쟁력은 문화콘텐츠산업에서의 승패가 결정할 것이라고 설파한 것과 같이 문화콘텐츠산업은 지식정보산업에 있어서 가장 핵심적 위치를 차지할 미래 전략산업임

○ 경제적·문화적 파급효과가 큰 산업

- 한류의 사례와 같이 국가이미지 제고 및 타 제조업의 상품수출에 대한 연계 파급효과가 매우 큼



<그림 1> 문화산업의 경제적·문화적 파급효과

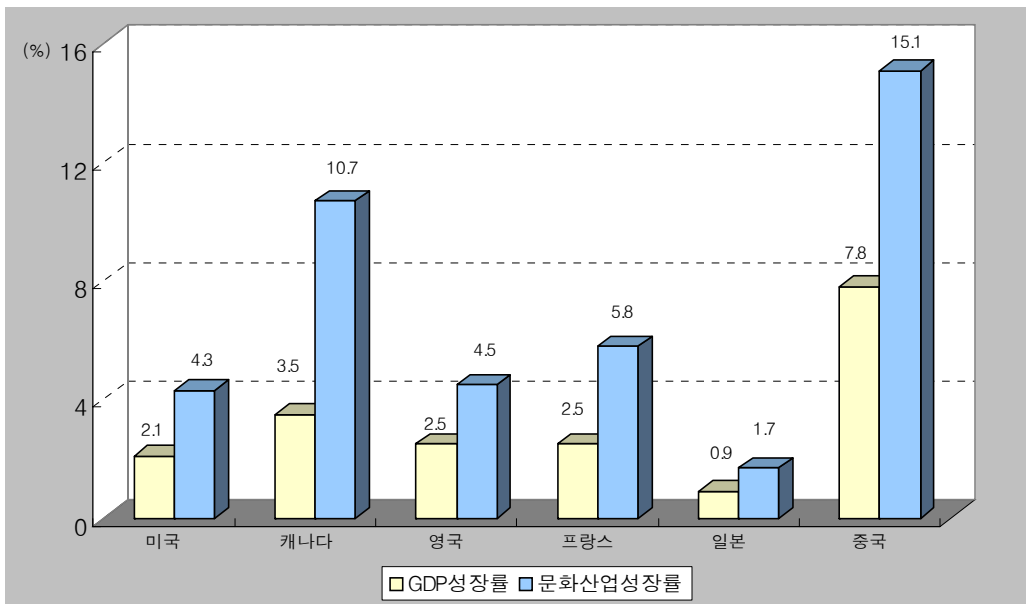
<표 1> 문화산업과 기타 산업의 경제적 파급효과 비교

비교기준	문화산업	제조업	서비스업
생산유발계수	2.11	1.96	1.68
경제영향력계수	1.13	1.06	0.90
고용유발계수(10억원 투입 시)	15.9명	9.4명	14.9명

출처: 한국문화콘텐츠진흥원, 2004

○ 성장률이 매우 높은 차세대 성장산업

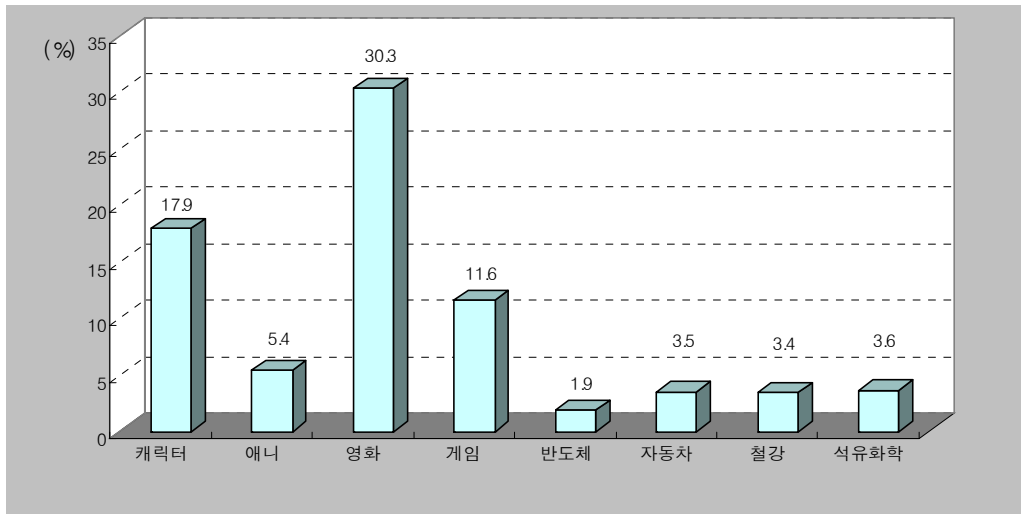
- 주요국의 GDP와 문화산업 성장률 비교



<그림 2> 주요국의 GDP와 문화산업성장률

출처: Global Entertainment and Media Outlook: 2003-2007(price water house Coopers, 2003), International Finance Statistics(IMF), Main Economic Indicators(OECD)

- 한국의 주요 제조업과 문화산업의 성장률 비교



<그림 3> 한국의 주요 제조업과 문화산업의 성장률 비교(1999-2002)

주: 문화콘텐츠산업은 매출액 기준, 제조업은 생산량기준
출처: 문화산업백서(2004), 산업자원부

○ 세계 주요국가별 대응

<표 2> 세계 문화콘텐츠산업의 국가별 시장 점유율 (2002)

(단위 : %)

순위	국가	점유율	비고
1	미국	40.2	
2	일본	10.1	• 만화산업 세계시장 62% 점유
3	독일	5.5	• 유럽최대 IT 시장
4	영국	4.4	
5	프랑스	3.3	• 문화콘텐츠 전분야 고른 성장
6	캐나다	2.1	
7	이탈리아	2.1	
8	중국	1.9	• 문화산업 성장률 14.9%로 고성장
9	한국	1.5	• 온라인게임 세계 2위, 모바일 게임 3위
10	스페인	1.5	

<표 3> 주요국의 문화콘텐츠산업 현황 및 육성전략

미국	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 최고 문화산업 강국으로 군수산업과 함께 미국경제를 이끄는 2대 산업 • 미디어 콘텐츠 산업 수출은 889.7억 달러로 화학제품, 자동차, 항공기 등의 수출효과 • 미디어 콘텐츠 산업 고용은 2001년 4백 70만 명으로 전 산업 고용의 3.5%
영국	<ul style="list-style-type: none"> • 영국 창작산업은 약 790억 달러(GDP의 8.2%), 수출액 164억 달러(총 수출의 4.2%) • 창작산업의 고용인력은 195만 명으로 전 산업 고용의 7% • 2000년 디지털콘텐츠 육성실천계획 수립 발표 및 범정부차원의 전담기구 설립(창작산업추진반, 창작산업수출진흥자문단)
프랑스	<ul style="list-style-type: none"> • 유럽시장에서 애니메이션 제작 규모 1위로 CNC(국민영화센터)를 통해 체계적 지원 • 칸느영화제(영화), MIPCOM, MIPTV, 안시 페스티벌(이상 애니메이션), 앙굴렘(만화), MIDEM(음악) 등 주요 국제 전시회 개최를 통해 문화산업 최대 Market Place 제공
일본	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 2위 문화산업 강국, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 만화 분야 세계 최고 수준 • 문화산업 시장규모 약 1,000억 달러(GDP의 2.1%), 고용인력 120만 명 • 2002년 일본의 미국 애니메이션 수출규모 43.5억 달러(철강 수출의 약 4배) • 2003년 3월 지적재산전략본부(위원장: 고이즈미 총리)설치, 콘텐츠 산업 육성 계획 수립 • 2004년 3월 자민당 콘텐츠 창조 보호 및 활용촉진에 관한 법률(안) 발의
중국	<ul style="list-style-type: none"> • 정부 차원 및 상해, 광서성, 저장자치구 중심으로 문화산업 적극 육성중 • 2001년 중국 문화산업은 서비스 산업에서 차지하는 비중 8%(GDP의 2.7%) • 문화산업 연평균 성장률 14.9% 증가(1995~2001)
대만	<ul style="list-style-type: none"> • 2002년 대만경제부는, ‘양조쌍성(兩兆雙星)산업발전계획’ 발표 (양조-반도체, 디스플레이 / 쌍성-바이오, 콘텐츠) • 문화산업의 수출비중 : 2001년 10%에서 2006년 30%이상 목표 설정 • 문화산업진흥 기금마련, 인재육성, 기술개발, 국산영화의 디지털화 등 추진중

주요 장르별 한국 문화산업의 현황

○ 한국의 주요 문화산업 분야별 매출규모 : 총 44조원(2003말)

<표 4> 한국의 주요 문화산업 분야별 매출

(단위 : 억원)

주요분야	매출규모	비고
출판	147,620	만화부문 제외
애니메이션	2,699	업계, 직배사 매출
만화	7,591	제작, 판매, 대여, 온라인 매출
캐릭터	48,085	개발, 제조, 유통 시장
음악	17,935	음반, BMC, 음원 등 전체 음악산업 매출
게임	39,387	플랫폼 규모, PC방·게임장 매출
모바일콘텐츠	13,187	벨소리, 모바일 콘텐츠 등 매출
방송영상	71,366	방송사업자 매출
영화	23,444	극장, DVD, 영화기획, 배급사 등 매출
합계	441,956	

○ 애니메이션산업

- 시장규모 : 2,699억원(2003)
- 1960년대부터 시작, OEM방식의 하청제작에서 최근 창작위주로 방향 전환후 국산 애니메이션 제작 활발(원더풀데이즈, 오세암, 엘리시움, 해머보이망치, 왕후심청, 아찌와 씨팍...)
- 기술력은 좋으나 기획 및 시나리오 측면에서 세계적 수준에는 미흡

○ 만화산업

- 시장규모 : 7,591억원(2003)
- 만화원작을 활용, 애니메이션, 캐릭터, 게임, 영화 등 연관 콘텐츠 제작 활발(다모, 궁, 라그나로크, 비천무...)
- 일본의 Manga에 대응하여 Manhwa 브랜드로 세계 시장 진출을 시도 (앙굴렘, 샌디에고 코믹콘, 프랑크푸르트 참가)하여 수출규모 대폭 증가 추세
 - 69만불('01)→170만불('02)→411만불('03)

○ 캐릭터산업

- 시장규모 : 4조 8,085억원(2003)
- 2001년 이후 국산 캐릭터의 시장점유율 지속 증가
 - 10%('00)→30%('01)→35%('02)→38%('03)
- 캐릭터 라이선싱 사업으로 수익 다변화(봉제, 완구, 팬시→모바일, 동화책 등)
 - 마시마로(엽기토끼)는 플래시 애니메이션으로 출발하여 2000가지가 넘는 다양한 캐릭터 상품 판매

○ 음악산업

- 시장규모 : 1조 7천935억원(2003)
- 음반(CD, DVD)에서 디지털 음원 유통 중심으로 산업구조 전환
 - 음반시장 : 4,104억원('00)→3,733억원('01)→2,861억원('02)→1,833억원('03)

- 음악저작권 : 368억원('01)→391억원('02)→442억원('03)
- 보아, 주얼리, 베이비복스, NRG 등 일본, 중국 등 해외시장진출 활발(한류의 원천)

○ 게임산업

- 시장규모 : 3조 9,387억원(2003)
- PC게임이나 오락실용 아케이드 게임은 침체, 온라인 게임 및 모바일 게임시장은 비약적 발전
 - 온라인게임은 미국에 이어 세계 2위, 모바일 게임은 미국, 일본 다음으로 세계 3위 규모
- 동북아 게임 중심국가의 이미지 부각
 - 중국, 대만, 태국 등에서 국산 온라인 게임 열풍(미르의 전설, 뮤, 리니지, 포트리스, 라그나로크...)
 - 2003년 수출실적 18,154만불(전년대비 50% 성장)

○ 방송영상산업

- 시장규모 : 7조 1,366억원(2003)
- 아시아 시장에서의 수요증가 및 경쟁력 우위 유지(한류의 기폭제)
 - 수출액 : '97년 \$ 831만 → '03년 \$ 4,213만 (3.5배 성장)
 - 대만 : 가을동화, 대장금 / 일본 : 겨울연가 / 필리핀 : 파리의 연인

○ 영화산업

- 시장규모 : 1조 3,574억원(2003기준, 영화관 매출, DVD 복제 및 제작 등 포함)

<표 5> 최근 4년간 극장수입 추이

(단위 : 억원, %)

구분	2000년		2001년		2002년		2003년		
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중	
흥행 수입	한국영화	1,163	35.3	2,609	49.8	3,068	48.5	3,823	53.3
	외국영화	2,132	64.7	2,425	50.2	3,259	51.5	3,348	46.7
	계	3,295	100	5,237	100	6,327	100	7,171	100

- 성장속도가 빠르고 방송, 게임, 음반 등 연관산업 부가가치 창출효과가 큰 종합 예술산업
- 수출액 : '97년 \$50만 → '03년 \$4,729만(95배 성장)
- 살인의 추억(\$250만), 실미도(\$30만) 등의 아시아 및 유럽시장 진출

○ 모바일콘텐츠산업

- 시장규모 : 1조 3,188억원(2003)
- 안정적 수요기반(이동전화 가입자수 : 3700만명)을 토대로 시장규모 급성장
 - 380억원('01)→ 2,580억원('02)→1조 3,188억원('03)
- 향후 DMB 보급에 따라 다양한 장르의 모바일콘텐츠 수요 증가 예상
- 콘텐츠 제작사와 통신사업자간 사용료 분배 등과 관련한 논란

<표 6> 한국 문화산업 수출현황

구 분	1999년	2003년
애니메이션	8,166	7,572
캐릭터	6,577	11,631
만화	29	4,113
음악	815	13,312
게임	10,766	18,154
영화	1,437	4,729
모바일 콘텐츠	-	1,690
출판	6,215	14,964
방송영상	1,274	4,213
합계 (A)	35,279	64,698
전산업 (B)	14,368,546	19,381,744
비중 (A/B)	0.25%	0.33%

출처 : 2003문화산업백서, 2004문화산업통계

한국 문화산업의 문제점

○ 민간투자 위축

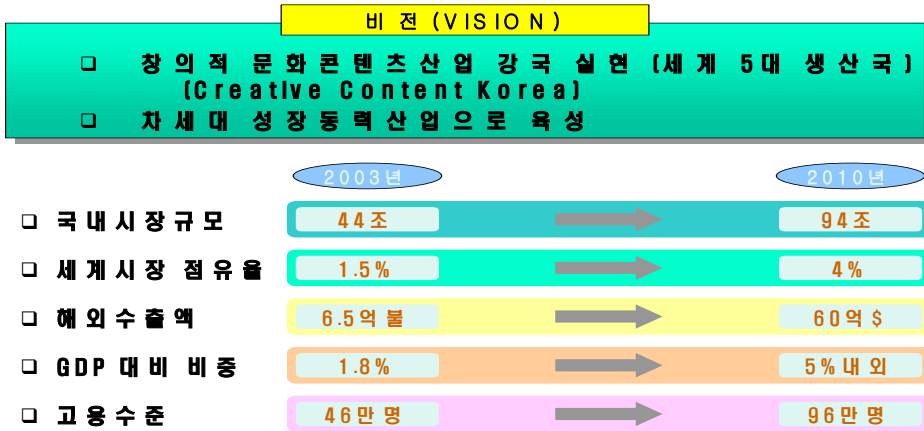
- 성공에 대한 불확실성 및 전반적 경기침체 등으로 인해 민간투자 위축

- 핵심인력 양성체계 미흡
 - 단순제작인력 중심의 인력양성시스템으로써, 콘텐츠관련 상품기획, CT 기술, 문화산업 경영 관련 학제적 교육 미흡
- 문화기술(CT) 개발을 주도할 통합추진체계 미흡
 - 기술발전에 따른 다양한 CT 개발 방향설정 및 연구개발을 추진할 예산 및 추진체계 미흡
- 해외진출 전략 및 역량 미흡
 - 라이선싱 또는 FDI(해외직접투자)의 해외진출방식 선택에 있어 기업 및 산업의 경쟁력에 미칠 영향에 대한 전략적 분석 없이 즉흥적 해외진출방식 선택
 - 해외시장에 대한 정보부족, 자금 및 인력규모의 영세성으로 인해 독자적 해외진출의 어려움
- 전근대적 유통구조 및 문화산업에 대한 인식 부족
 - 디지털 문화콘텐츠의 식별체계 미비, 저작권보호 미흡 등으로 인한 전근대적 유통구조
 - 게임, 만화, 애니메이션 등이 어른보다는 어린이들의 전유물이며, 학업에 방해가 되기 때문에 금지해야 한다는 부정적 인식 상존

한국의 문화산업육성정책

- 개요
 - 한국의 문화산업육성정책은 '94년 문화체육부내 문화산업국 신설을 계기로 본격 시도되었으나, 예산규모 및 인프라 미비 등으로 인해 시장에 미치는 효과는 미흡
 - '98년 이후 문화산업진흥기본법의 제정, 문화산업기금마련, 예산규모 대폭 증가 등을 통해 문화산업육성정책은 비약적 발전

○ 문화산업육성정책 비전



<그림 4> 한국 문화산업의 비전

○ Porter의 다이아몬드 모델 관점에서의 한국문화산업육성정책 추진경과

- Porter의 다이아몬드 모델은 산업의 경쟁력 비교에 많이 사용되는 모델이므로 한국의 문화산업 경쟁력 향상을 위해 1998년 이후 추진해온 주요 정책들을 동 모델에 따라 다음의 표와 분류하여 정리해볼 수 있음

<표 7> 연도별 한국의 주요 문화산업정책

	1998	1999	2000	2001
Factor	· 예산(98년168억)	· 문화산업기금시설 (5백억) · 예산확충(1000억)	· 기금투자지원개시 · 기금용자확대 · 예산확충(1787억),예술종합학교영상원 개원	· 기금지원확충(2천억) · 예산확충(1475억), · 게임아카데미 개원, · 문화산업MBA과정개설
Demand	· 문화상품권 보급	· 국제영화제 (부산, 부천) · SICAF · 도서상품권 보급	· 국제영화제(전주추가), · SICF지속발전, B2B, B2C 콘텐츠 코리아 FAIR, 해외견본시 참가 지원	· 한국콘텐츠해외투자 로드 쇼를 통한 수출지원 · 한국음반현지어버전제작 보급 해외공통제작펀드결성추진
R & S	· 정보통신인프라구축 확대 · 관련단체지원	· 저가형 컴퓨터보급 · 인터넷 교육, 게임종합지원센터	· 문화산업교재발간, 문화산업통계조사 및 기준제정립, 문화경제학회, 문화문역학회, 콘텐츠학회 창립지원, 지방문화산업지원센터 개설(3곳)	· 지방문화산업지원센터개설(5곳) · 문화산업지원기관협의회 구성 · 문화콘텐츠의 기공도 높은 DB구축
S.S.R	· 문화산업진흥중장기 계획수립준비 · 문화산업진흥기본법제정	· 지식기반경제 및 문화관광진흥(국정비표), 법률제정 및 개정, 일본대중문화개방을 통한 경쟁유도	· 문화산업지원센터 · 문화산업비전21 · 일본대중문화(영화, 애니메이션 등) 2차개방	· 차세대성장산업육성전략수립(CT등) · 콘텐츠산업육성종합계획수립, 콘텐츠진흥원개설 (서울, 중국, 일본)

	2002	2003	2004	2005
Factor	<ul style="list-style-type: none"> · 투자조합확대(2736억원) · 특성화교육 지원 · 예산증액(1958억) · 공공문화콘텐츠관리 	<ul style="list-style-type: none"> · 문화산업진흥기금확충(2600억) · 문화산업투자조합 확충(2898억) · KOOCA의 인력양성기능 강화 	<ul style="list-style-type: none"> · 기술신용보증제도도입 · 인력양성종합계획 · 카네기ETC와 인력양성 MOU누리사업 협의회 	<ul style="list-style-type: none"> · 문화산업모태펀드(5천억) · CT 대학원 · CFC · 카네기ETC연수
Demand	<ul style="list-style-type: none"> · 문화산업수출대상 · 한중일 문화산업포럼개시 	<ul style="list-style-type: none"> · 문화제휴카드제도도입 · 기술발전에 따른 디지털저작권보호 강화(저작권법 개정) 	<ul style="list-style-type: none"> · 한류확대지원(겨울연가) · DVD공동물류센터 구축 · 공동영화제작협정(프,뉴) 	<ul style="list-style-type: none"> · 아시아문화산업포럼 · 저작권보호센터 설립 · 아시아 및 신시장 개척을 위한 조사연구
R & S	<ul style="list-style-type: none"> · 디자인, 미술, 공연, 공예, 관광 등 문화상품의 소스 다각화 · 문화원형의 디지털콘텐츠화(150억) · CT지원개시(246억) 	<ul style="list-style-type: none"> · 문화원형의 디지털콘텐츠화 지속 · CT개발 지원확대 · 중진공 영화투자유도 · 파주출판단지 완료 	<ul style="list-style-type: none"> · 문화산업포럼(전 장르 업계, 투자사, 학자, 언론 등) · 전경련 문산위원회 개설 · 문화부/정통부 MOU 	<ul style="list-style-type: none"> · CT 핵심기술 및 전략제품 개발지원(96억) · KOTRA와 KOOCA의 해외진출 MOU · KOOCA & ETRI간 MOU
S.S.R	<ul style="list-style-type: none"> · 문화산업진흥중장기계획수립준비 · 문화산업진흥법 제정준비 · 문화산업진흥기본법 제정준비 · 우수파일럿 및 스타 프로젝트 지원개시 	<ul style="list-style-type: none"> · 참여정부 문화산업정책비전 · 문화산업장르별 5개년 계획(게임, 캐릭터, 만화, 음악 등) 	<ul style="list-style-type: none"> · 세계문화산업기업총람 · 문화산업수출종합정보시스템(CEIS) · 게임종합정보시스템 구축(GITISS) · 음악산업 메타 DB구축 	<ul style="list-style-type: none"> · CT 중장기 로드맵 · CT 전략센터(기술이전 등) · 스타프로젝트(해외투자, 배급연계지원) · 일본사무소 확대 이전

주: Factor(Factor Condition), Demand(Demand Condition), R & S(Related & Supporting Industry), S.S.R(Stratgy, Structure, & Rivalry)

○ 향후과제

- 산업현장의 수요에 맞는 맞춤형 전문인력 양성
- 문화산업에 대한 산업적 가치와 파급효과에 대한 인식 전환을 통한 산산(産産) 협력 확대
- 저작권보호, 투명한 경영관행 정착 등을 통해 문화산업에 대한 민간투자 확대
- 문화산업의 해외진출 확대를 위한 공동제작, 해외투자유치, 글로벌 마케팅 역량강화

참고문헌

- 문화관광부, 「2003 문화산업백서」
- 문화관광부, 「2004 문화산업백서」
- 문화관광부, 「문화산업통계 2004」
- Price water house Coopers, 2003, 「Global Entertainment and Media Outlook: 2003-2007」
- IMF, 「International Finance Statistics」
- OECD, 「Main Economic Indicators」