

# 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.

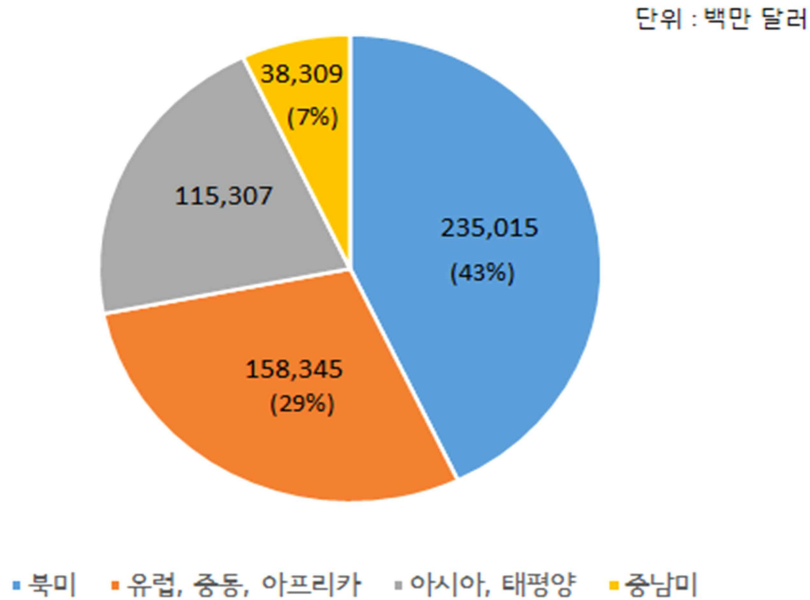
이 영화의 경쟁력은 어디서 오는 것일까? 할리우드 대작영화로서 영화 자체의 높은 상품성도 중요한 이유겠지만, 이 영화의 배경 중 하나가 바로 우리에게 익숙한 서울이라는 점이 국내 흥행에 큰 영향을 미친다는 점을 간과할 수 없다. 우리가 잘 알고 있는 눈에 익은 풍경들이 세계적으로 개봉되는 영화의 배경으로 나타나기에 이 영화가 국내 관객들의 호기심을 더욱 자극하는 것이다. 정부까지 나서서 할리우드 블록버스트 촬영을 유치한 이유가 바로 거기에 있다.

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.

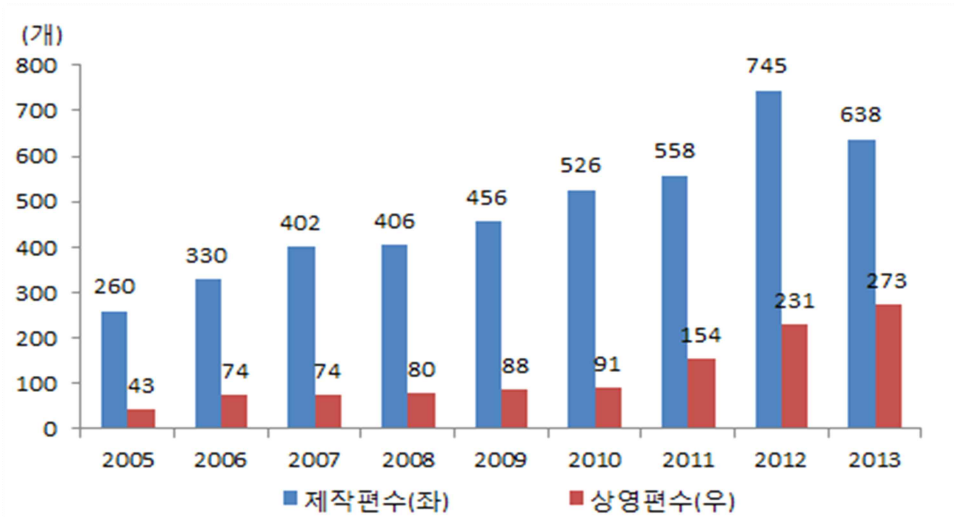


자료: 한국콘텐츠진흥원, <2014 해외콘텐츠시장 동향조사> 재구성

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 문화여가 산업의 성장, 소득 증가에 따른 대중문화 소비 확대가 이루어질 것으로 보인다.



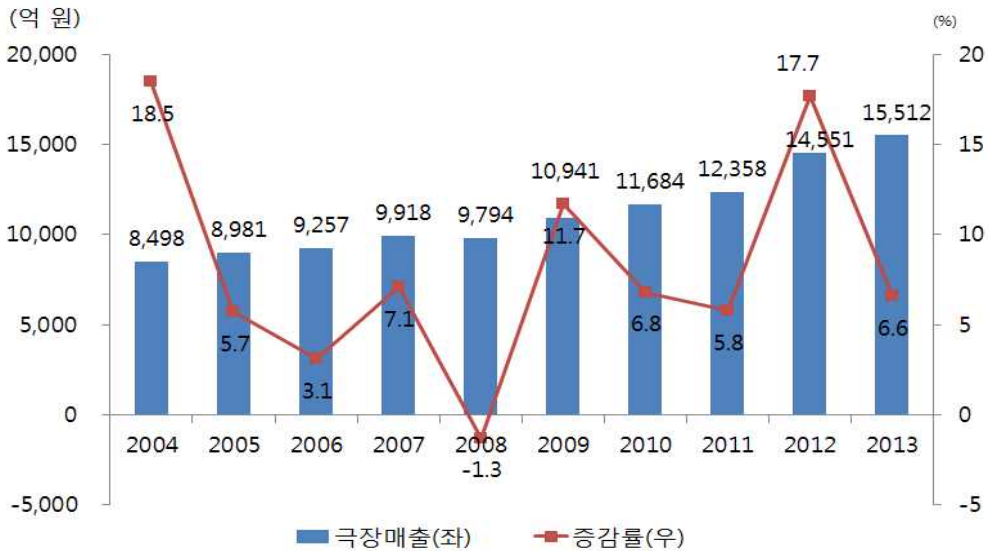
자료: 영화진흥위원회(www.kofic.or.kr)

[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 자국영화가 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

요즈음 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.