

현안보고서 Vol. 73

-콘텐츠 경쟁력 연구 시리즈 제6호-

콘텐츠 산업 경쟁력 강화를 위한 과제

전은경(산업자원팀 입법조사관)

유재국(산업자원팀 입법조사관)

김봉주(산업자원팀 팀장)

2010. 3. 9



국회입법조사처
NATIONAL ASSEMBLY RESEARCH SERVICE

요 약

현재 세계 각국은 콘텐츠 산업을 21세기 주력산업으로 선정하고 그에 대한 지원과 투자를 계속하고 있다. 이에 따라 우리 정부도 신성장 동력 산업의 하나로 콘텐츠 산업을 선정하여 적극 지원, 육성해왔다. 하지만 2008년 기준으로 콘텐츠 산업의 수입이 수출의 1.45배에 달하여 국내 콘텐츠 산업의 대외 경쟁력은 높지 않은 것으로 나타났으며, 부가가치율도 전년도 대비 1.76%p밖에 증가하지 않는 등 콘텐츠 산업의 고도화는 원활하게 진행되지 못하고 있는 상황이다.

콘텐츠 산업은 다양성의 경제와 규모의 경제가 있고, 불공정거래 가능성이 높으며 산업 네트워크를 통한 자기강화가 강한 고위험 고수익 산업이라는 특징을 갖고 있다. 우리나라 콘텐츠 산업은 세계적 금융위기 속에서도 지속적으로 성장하고 있으나 콘텐츠시장의 선순환 구조 형성과 콘텐츠 산업에 대한 투자는 미흡한 실정이다.

2010년 문화체육관광부의 콘텐츠 정책은 콘텐츠 시장 활성화와 글로벌 마케팅 강화에 초점을 맞추고 있다. 가장 많은 예산이 투입된 분야는 '콘텐츠 산업 핵심기술(CT)을 개발하기 위한 R&D 투자확대'로서 2010년도 총 예산은 934억원에 달하고 있다. 또한 2010년 1월 21일 문화체육관광부는 콘텐츠 산업의 양적, 질적 성장을 도모하기 위해 모태펀드, 영상펀드의 출자확대와 완성보증제도의 본격 시행 및 대출지급보증제도의 도입 등을 내용으로 하는 “콘텐츠 산업 금융·투자 활성화 방안”을 발표하였다. 그 외에도 원천콘텐츠의 생산을 촉진시키기 위한 신화창조 프로젝트, 스토리텔링 클럽 지원 등을 추진 중이다.

정부 정책의 한계를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 정부의 콘텐츠 산업 활성화 정책은 콘텐츠 산업의 불확실성과 시장성을 충분히 고려하지 않았으며 금융지원 재원을 한정된 국고에 주로 의존하

고 있어 정책의 유효성이 부족한 것으로 보인다. 또한 중소기업이 대부분인 콘텐츠생산부문의 기획력 부족, 영세한 규모 등의 구조적 문제를 해결하기 위한 인력이나 조직의 공유, 연계 등을 지원하는 인프라 구축보다는 금융지원에 중점을 두어 콘텐츠 산업의 부가가치창출 효과는 크지 않을 것으로 보인다.

둘째, 유통부문 중심의 수익 배분 구조에 대한 해결노력 부족 등 실질적인 공정거래 제도 기반 조성 및 실행에 대한 지원이 미흡한 것으로 보인다.

셋째, 정부의 지원이 콘텐츠 산업의 핵심기술 개발 등 하류부분에 집중되어 문화 예술 분야의 실무자들이 필요로 하는 콘텐츠 생산기반 구축에 대한 지원은 부족한 것으로 보인다.

넷째, 인구구조 변화로 인한 콘텐츠 상품에 대한 국내 수요 감소 추세는 매출액 감소뿐만 아니라 산업수출을 위한 테스트베드의 약화를 의미하나 효과적인 정부 대응책은 없는 것으로 보인다.

우리나라의 콘텐츠 산업 경쟁력 강화를 위한 정책제언은 다음과 같다.

첫째, 시장성을 철저히 고려하여 콘텐츠의 교환가치를 높이는 문화의 상품화 전략을 수립하는 것이 필요하다. 즉 정부의 문화예술에 대한 지원은 생산의 양적 확대보다는 문화의 상품화를 촉진하고 예술과 산업의 연계를 강화하는 방향으로 경영원리에 따라 수행되는 것이 요구된다. 또한 기업간 네트워크 형성을 지원하는 인프라를 구축하는 등 창조적 상생을 유도하는 정책 지원도 요구된다. 한편 정책 추진기관의 중복에 따른 비효율성을 개선하는 등 콘텐츠 산업 진흥을 위한 정부예산의 효율적 집행도 필요하다.

둘째, 경쟁을 활성화하고 가치 생산에 부합되는 수익배분 구조를 갖출 수 있도록 유통과 생산 부문이 상생하는 공정거래 제도 기반을 정립하고, 수동적인 저작권 보호를 넘어서서 저작권 선점을 통해 수익을 극대화하려는 능동적 관점을 갖는 저작권관련 정책도 필요하다.

셋째, 콘텐츠 생산 부진의 원인 중 하나인 고위험 구조를 개선하기 위해

콘텐츠기업의 대형화와 함께, 중소기업간 네트워크 형성에 대해 지원하는 것이 필요하다. 이렇게 함으로써 중소기업들이 대기업의 유효한 경쟁자로 역할을 하게 하면서 동시에 기업가정신을 지닌 혁신적 선도기업으로 성장할 수 있는 기회를 제공할 수 있다. 또한 성숙한 프로슈머를 양성하여 국내수요의 창출과 생산을 동시에 증진시킬 수 있는 기반을 마련하는 것이 요구된다. 이를 위해서는 1인기업 및 프리랜서들이 생산한 콘텐츠 거래의 불공정성 등을 개선하기 위하여 특허나 인터넷 거래에서 활용되고 있는 에스크로 제도를 콘텐츠 분야에 활용할 수 있을 것이다.

넷째, 디지털 융합이 가속화되면서 콘텐츠 생산부문에서 세계화를 추진하는 노력이 필요하므로 제작 부문에도 다양한 문화적 배경을 가진 제작자가 등장할 수 있도록 콘텐츠 세계화를 위한 플랫폼의 형성을 적극적으로 지원하는 것도 필요하다.

차 례

□ 요약

I. 문제 제기 / 1

II. 콘텐츠 산업 개요 및 현황 / 3

1. 콘텐츠 산업의 개요	3
가. 콘텐츠 산업의 정의	3
나. 콘텐츠 산업의 특징	3
(1) 고위험 고수익 산업	3
(2) 다양성의 경제와 규모의 경제가 있는 산업	6
(3) 불공정거래 가능성이 높은 산업	7
(4) 네트워크를 통한 순환적 확대가 강한 산업	8
2. 콘텐츠 산업 현황	10

III. 콘텐츠 산업 정책 / 17

1. 해외 주요국의 콘텐츠 산업정책	17
가. 미국: 거대 콘텐츠 복합기업의 세계시장 확대 지원	17
나. 일본: 콘텐츠 산업 육성으로 세계 속의 일본 브랜드 향상	19
다. 영국: 예술과 산업의 연계와 창조적 디지털 분야 성장 지원	22
라. 시사점	25
2. 우리나라의 주요 콘텐츠 산업정책	28

IV. 콘텐츠 산업 정책의 평가 / 34

1. 콘텐츠 산업 활성화 정책의 유효성 부족 34
2. 적극적인 공정거래 제도 기반 조성 노력 미흡 35
3. 콘텐츠 생산부문에 대한 지원 부족 36
4. 콘텐츠 내수 진작을 위한 대응책 미비 38

V. 경쟁력 강화를 위한 과제 / 40

1. 시장 친화적 정책방향 설정 40
2. 상생의 공정거래 제도 기반 정립 42
3. 고위험 구조의 개선을 통한 콘텐츠 생산부문 강화 43
 - 가. 콘텐츠 산업 선도기업 육성 44
 - 나. 성숙한 프로슈머의 양성기반 지원 47
4. 콘텐츠 세계화를 위한 플랫폼의 형성 토대 마련 50

참고문헌

[부표 1] 정부의 콘텐츠 산업 지원 사업 가이드 분류

[부표 2] 영화산업의 수익배분 방식 사례

[부표 3] 2009 신화창조 프로젝트의 대한민국 스토리 공모대전

표 차례

[표 1] 최근의 문화산업의 업체수, 종사자, 매출액 (2008년)	11
[표 2] 최근 콘텐츠 산업의 분야별 부가가치 및 부가가치율	12
[표 3] 장르별 수익배분 구조 예시	13
[표 4] 2008년도 콘텐츠 산업의 수입/수출 배수	15
[표 5] 주요 국가의 콘텐츠 시장규모, 성장률, 유용한 접속성	27
[표 6] 문화부의 콘텐츠 산업 경쟁력 강화 계획안	30
[표 7] 콘텐츠 산업 경쟁력 강화와 건전한 저작권 생태계 구축을 위한 예산	31

그림 차례

[그림 1] 콘텐츠 산업의 가치사슬	6
[그림 2] 미디어기기와 콘텐츠의 상호 의존성에 의한 콘텐츠의 확산	9
[그림 3] 콘텐츠 산업과 소비자의 관계	10
[그림 4] 2004년도 산업별 종업원 1인당 부가가치 창출액 비교	16
[그림 5] 연령대별 콘텐츠 소비자층의 변동 전망	39
[그림 6] 인적 자원·미디어 기기·지식 축적의 순환구조	46
[그림 7] 콘텐츠 에스스로 제도의 개념도	49

I. 문제 제기

- 현재 세계 각국은 콘텐츠 산업을 21세기 주력산업으로 선정하고 그에 대한 지원과 투자를 계속하고 있음¹⁾
 - 특히 주요 선진국은 제조업에선 더 이상 경쟁력을 찾기 어렵다는 사실을 간파하고 일찌감치 콘텐츠 산업에 뛰어들어 실질적인 성과를 거두고 있는 상태임
 - 21세기는 더 이상 제조업이나 단순 서비스 산업의 시대가 아닌, 콘텐츠 산업이 국가의 경쟁력을 좌우하는 시대가 되었음
- 이에 우리 정부도 1999년 2월 「문화산업진흥기본법」을 제정한 이후 콘텐츠 산업을 적극적으로 지원, 육성해왔음²⁾
 - 2009년 5월, 경제발전의 새로운 돌파구로 삼기위해 신성장 동력 산업의 하나로 콘텐츠 산업을 선정했음³⁾
 - 또한 콘텐츠 산업 경쟁력 강화와 건전한 저작권 생태계 구축을 위해 2010년도의 예산을 2,433억원으로 책정하여 2009년의 1,744억원에 비해 39.5%를 증액하였음⁴⁾
- 그러나 정부의 노력에도 불구하고 2008년도 콘텐츠 산업은 수입액이 수출액의 1.45배에 달하는 무역역조 현상을 보이고 있으며 부가가치율의 증가폭도 높지 않은 상황임⁵⁾

1) 정창권, “문화콘텐츠 스토리텔링”, 북코리아, 2008

2) 정창권, 상계서

3) 지식경제부 보도자료, “62개 스타브랜드를 중심으로 신성장동력 본격 추진”, 2009년 5월 26일

4) 문화체육관광부, “2010년도 예산·기금운용계획 개요”, 2010.1

- 전체 콘텐츠 산업의 부가가치율은 전년도 대비 1.76%p 성장했을 뿐임
 - 또한 콘텐츠 생산이나 활용보다는 유통, 기술부문에 투자가 집중되는 데서 오는 불균형 문제로 인해 지식기반경제로의 전환에 어려움을 겪고 있음
 - 그 외에도 문화예술 등 관련 산업과 연계 부족, 콘텐츠 생산부문과 유통부문간 불공정거래, 저작권에 대한 국민의식의 부족 등의 문제가 있음⁶⁾
- 이에 본 보고서는 콘텐츠 산업 현황과 주요국의 정책동향을 살펴본 후, 현재 콘텐츠 산업이 부가가치, 무역 등에서 드러난 성장의 한계를 극복하고 고부가가치 신성장동력으로 도약할 수 있는 정책방안을 모색하고자 함

5) 문화체육관광부, “2009 문화산업통계”, 2010; “ 2008년 문화산업백서”, 2009

6) 정창권, “문화콘텐츠 스토리텔링”, 북코리아, 2008 일부 인용

II. 콘텐츠 산업 개요 및 현황

1. 콘텐츠 산업의 개요

가. 콘텐츠 산업의 정의

- 콘텐츠 산업은 영화, 음반, 게임 등과 같은 콘텐츠의 기획, 제작, 유통, 소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업임⁷⁾
- 콘텐츠 산업에서의 콘텐츠는 기존의 콘텐츠⁸⁾ 개념에 문화적 요소(예술성, 창의성, 오락성 등)를 추가한 개념으로 산업의 범위는 최근 정보통신기술의 발전 및 디지털화의 진전 등으로 크게 확대됨

나. 콘텐츠 산업의 특징

(1) 고위험 고수익 산업

- 양질의 콘텐츠가 출현하면 공급이 수요를 창출하는 세이의 법칙(Say's Law)이 성립 가능하며, 아주 적은 추가비용만 들고도 무한 복제가 가능함
- 이른바 킬러 콘텐츠(Killer Contents)⁹⁾라 지칭되는 몇 개의 대중적 인지도를 지닌 작품들이 매출을 주도함

7) 「문화산업진흥기본법」 제2조

8) 부호, 문자, 음성, 음향 및 영상 등의 형태로 이루어진 자료 또는 정보

9) 킬러 콘텐츠란 ‘죽여주는 콘텐츠’의 영어식 표현으로 대중들의 마음을 사로잡는 콘텐츠를 지칭함

- 우리나라 영화산업의 경우 관람객 동원 1위 작품과 2위 작품 간에는 매출에 있어 상당한 격차를 보이고 있으며 2009년 말까지 한국 영화 역사상 1,000만 관객을 동원한 작품은 5개에 불과함
- 콘텐츠 산업은 OSMU¹⁰⁾라는 속성상 제조업, 방송·통신업, 관광업 등 타 산업의 동반성장을 촉진하여 연쇄적 부가가치 창출이 가능한 경제적 파급효과가 큰 산업임¹¹⁾
- 우리나라 콘텐츠인 드라마, 음악 등이 해외에서 인기를 얻으면서 생성된 한류(韓流)현상으로 한국문화에 대한 관심이 높아져 한국제품의 이미지가 개선되고 관광객도 증가¹²⁾
- 하지만 콘텐츠 산업은 시장의 법칙에 지배되지만 소비자들의 성향, 기호 등을 미리 예측하기 어렵고, ‘구전효과(word of mouth)’ 등에 의한 소비자들의 풀림현상으로 이 산업분야에서 개별기업이 부담하는 위험부담은 매우 높음
- 개별기업 입장에서 고수익을 올릴 수 있는 킬러콘텐츠의 개발은 쉽지 않다는 점에서 콘텐츠 산업은 고위험 산업이고, 이러한 위험을 사회 전체적으로 공유·분산하는 제도 없이 지속적으로 산업의 부가가치를 향상시킬 수 없음

10) 원소스 멀티유스(One-Source Multi-Use)의 약자로서 한 장르에서 성공한 원작이 영화, 게임, 음반, 애니메이션, 캐릭터, 출판 등 다른 장르의 콘텐츠로 재생산되어 사용된다는 의미

11) 이병희, 문제철, “문화콘텐츠산업의 현황과 과제”, 한국은행, 2009

12) 정재승·배명렬·문희철, “Web2.0 시대의 중소기업 인터넷수출지원시스템 구축에 관한 연구 - 문화콘텐츠산업을 중심으로 -”, 2007. 12

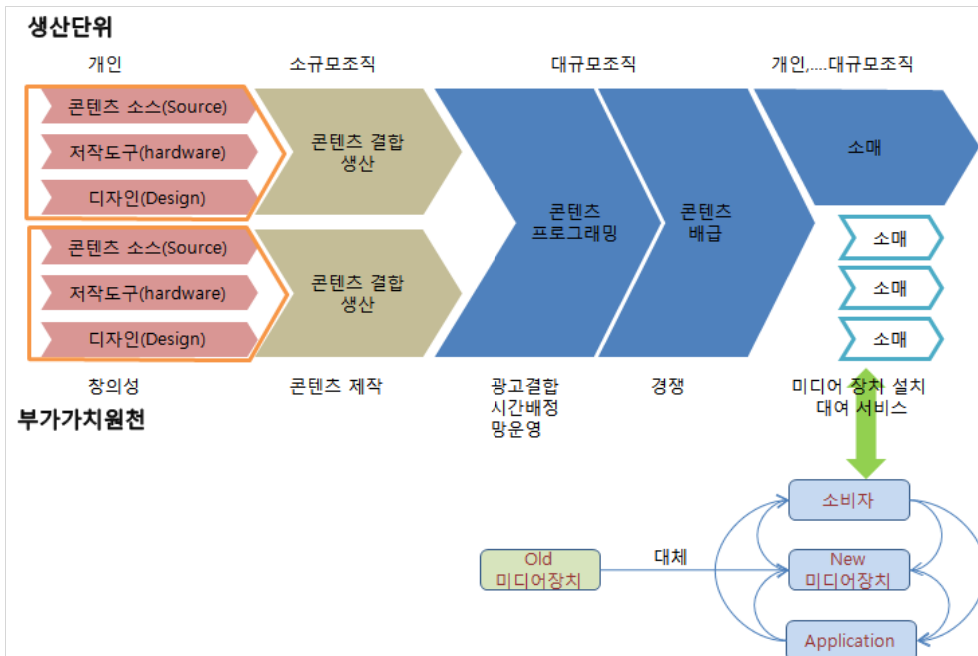
- 예를 들어 영화는 다른 상품과 달리 그 라이프사이클이 매우 짧으며 겨우 몇 주안에 극장에서의 일차적인 소비가 끝나고, 구전효과는 영화 상품의 선택에 있어서 커다란 영향을 미치므로 투자 수익의 불확실성이 높음¹³⁾
- 특히 국내 우수 영화가 해외 대작과 상영시기가 겹치는 경우 언론매체의 주목을 받기 어려울 뿐 아니라 상영권 확보가 용이하지 않아 흥행에 실패하는 경우가 발생함

13) 이수범, “‘아바타’ 열풍… 대안제시 아쉬워”, 서울신문, 2010. 1. 21

(2) 다양성의 경제¹⁴⁾와 규모의 경제가 있는 산업

□ 콘텐츠 산업의 가치사슬은 [그림 1]과 같으며 가치사슬의 상류부문에는 스토리텔링을 비롯한 원천콘텐츠 제작이, 하류부문에는 배급 및 소매로 구성되어 있음

[그림 1] 콘텐츠 산업의 가치사슬



14) ‘다양성의 경제(economies of diversity)’는 경제지리학에서 도시의 집중 현상을 설명하기 위해 Jane Jacobs이 도입한 개념임. 이는 다양한 배경과 관심을 가진 사람들이 사는 도시에서 다른 시각을 가진 사람들의 아이디어 교환이 활발해 지고 이에 따라 새로운 아이디어, 상품, 공정 등의 개발을 촉진하는 긍정적인 경제효과가 있음을 말함. 그런데 콘텐츠 산업은 기본적으로 창의적인 인력과 그들 간의 상호작용에 의해 상승작용을 일으킨다는 점에서 다양성의 경제가 강하게 작용한다고 볼 수 있음.

- 디지털기술 발전으로 가치 사슬의 모든 부문에서 다양성의 경제와 규모의 경제가 작용하지만 원천콘텐츠 제작 등 상류에 가까울수록 다양성의 경제가, 하류에 가까울수록 규모의 경제의 특성이 강하게 나타남
- 상류에 속하는 양질의 원천콘텐츠의 생산은 창의성과 다양성의 증가에서 비롯되므로 재능 있는 많은 사람이 '경쟁과 협력(coopetition)'을 통해 창의적 생산자로 성장할 수 있도록 다양한 창작 기회가 주어질 때 가능함
 - 이는 창의적인 인적자본의 축적과 연관이 있으며 생산이 거듭될수록 생산능력은 성숙하므로 원천콘텐츠의 생산자수와 생산 빈도를 증가시킬수록 사회전체의 원천 콘텐츠 생산능력이 성장할 수 있음
 - 콘텐츠 산업이 성공확률이 낮은 고위험 산업임을 고려하면, 사회 전체적으로 다양한 콘텐츠의 적정한 생산규모를 유지할 때 위험이 분산되어 안정적 수익을 유지할 수 있음
- 반면에 콘텐츠의 유통-판매를 담당하는 하류부문은 유통네트워크 구축과 시장수요의 확보라는 면에서 규모의 경제의 특성이 강하게 나타나므로 대기업이 상대적으로 유리함

(3) 불공정거래 가능성이 높은 산업

- 콘텐츠 산업은 산업구조상으로 볼 때 독점, 내지는 과점화될 가능성이 높으며 실제로 가치사슬 상에서 독점력을 보유한 유통업자들에 의한 불공정거래의 사례들이 빈번히 발생하고 있음¹⁵⁾
- 콘텐츠 산업의 고위험, OSMU(One-Source Multi-Use), 정보의 비대칭성

15) 정현일, “콘텐츠 산업 불공정 거래 개선방안 연구”, 한국문화관광연구원, 2009

등의 특징은 수직계열화, 네트워크 외부효과 발생, 규모의 경제, 유통의 존성 등을 야기하므로 독점 내지는 과점화 될 가능성이 높음

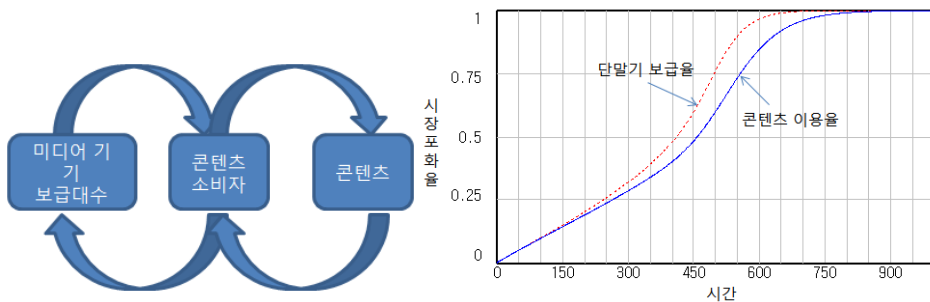
- 실제로 한국 콘텐츠 산업의 여러 부문에서 독과점 현상이 발생했으며 수익배분의 불공정성도 나타났음
 - 유통경로 상 극장, 음반사, 유통사 등과 같은 구매체들과, 인터넷과 같은 온라인 매체, 이동통신사의 유무선 통신 네트워크들과 같은 신매체들은 최종소비자와 접하는 지점에서 병목 역할을 하면서 소수의 기업이 시장을 지배함
 - 유통업자측은 규모가 작은 창작자에 비해 교섭력에서 우위에 있는 것이 일반적이므로 수익배분과정에서도 창작자가 자신의 권리를 충분히 주장할 수 없음

(4) 네트워크를 통한 순환적 확대가 강한 산업

- 기술의 발전과 인터넷 확산으로 콘텐츠 산업의 제작공정, 유통구조 등 가치사슬 전반에 걸쳐 디지털화가 급속히 진전되고 있으며, 이는 하드웨어와 콘텐츠의 결합을 촉진시키고 있음
- 디지털 컨버전스로 다양한 형태의 서비스가 출현하였으며 다양한 콘텐츠들이 디지털화되어 통합된 네트워크를 통해 여러 종류의 단말기로 전달되고 있음
- 콘텐츠 산업은 구전효과나 콘텐츠를 이용할 수 있는 단말기 보급 확대를 통해 순환적으로 확대되어 수요가 급증하는 네트워크 효과(network effect)를 지님

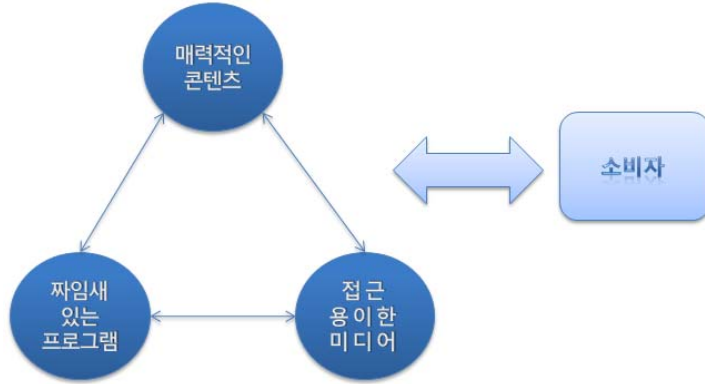
- 같은 총 잠재수요 그룹을 갖는 콘텐츠라 할지라도 구전효과(word of mouth)나 하드웨어의 호환성 등에 따라 시장에서 확산되는 속도는 현격한 차이가 있음
- 콘텐츠 산업의 발전은 콘텐츠 자체와 관련 미디어(PC, 스마트폰 등)와 애플리케이션(application)과 상호 작용을 통해 발전하므로 미디어 장치에 적합한 콘텐츠 및 애플리케이션과의 연계전략이 중요함
- 콘텐츠 수요는 하드웨어 단말기의 보급 확산과 연결되어 이른바 네트워크 효과(Network Effect)가 형성됨([그림 2] 참조)
 - 콘텐츠는 미디어기기에 의하여 시각화 및 음향화 되기 때문에 미디어 기기와 호환성을 갖는 콘텐츠의 확산과 미디어 기기의 확산은 불가분의 관계임([그림2] 참조)

[그림 2] 미디어기기와 콘텐츠의 상호 의존성에 의한 콘텐츠의 확산



- 풍부한 콘텐츠, 편리한 미디어 장치, 잘 짜여진 프로그램, 사용자의 패턴이 결합될 때 콘텐츠는 순환적 확대로 시장에서 확산·보급됨([그림 3] 참조)

[그림 3] 콘텐츠 산업과 소비자의 관계



2. 콘텐츠 산업 현황

- 우리나라 콘텐츠 산업은 세계적 금융위기 속에서도 지속적으로 성장하고 있으나 콘텐츠시장의 선순환 구조 형성과 콘텐츠 산업에 대한 투자는 미흡한 실정임¹⁶⁾
- 2008년 매출액은 60.3조 원으로 추정되어 2007년 대비 2.9%상승한 것으로 보이며 수출액은 19.9억 불로 2007년 대비 27.9% 증가한 것으로 예측됨¹⁷⁾
- 콘텐츠 산업에서 매출액 및 종사자 기준으로 가장 비중이 큰 분야는 출판(21조 529억 원, 210,084명)과 방송(10조 9,581억 원, 29,669명), 광고 (10조 1,422억원, 31,475명)임

16) 문화체육관광부, “2010년 주요업무계획”, 2009.12.22

17) “2009 문화산업통계”에서 제공한 2008년 자료를 이용했으나 매출액, 종사자수, 업체수는 영화, 광고 부문의 자료가, 수출 및 수입액은 광고 부문의 자료가 2010년 3월 2일 현재 이용가능하지 않아 문화체육관광부(2009)의 “2008 문화산업백서”를 이용하여 국회입법조사처에서 추정된 자료임

[표 1] 최근의 문화산업의 업체수, 종사자, 매출액 (2008년)

산업명	업체수 (개)	종사자 (명)	매출액 (백만원)
출판	29,255	210,084	21,052,936
만화	10,180	10,709	723,286
음악	37,637	75,648	2,602,076
게임	29,293	42,730	5,604,700
영화*	1,607	22,236	3,465,102
애니메이션	276	3,924	404,760
방송	487	29,669	10,958,121
광고*	4,927	31,475	10,142,222
캐릭터	1,521	21,092	5,098,713
에듀테인먼트	269	2,465	240,287
합계	115,452	450,032	60,292,202

* 영화·광고 부문의 자료는 2003~2007년 평균 성장률을 이용한 추정 자료임(각주 17 참조)

자료: 문화체육관광부의 “2009 문화산업통계”와 “2008 문화산업백서”를 이용하여 국회입법조사처 추정

- 콘텐츠 산업 중에서 매출액 비중이 높은 출판, 방송, 광고 분야 중 출판, 광고 분야는 부가가치율이 평균을 웃도는 수준이며 2.62%p의 부가가치율감소가 이루어진 영화 분야의 영향으로 전체 콘텐츠 산업의 부가가치율은 전년도 대비 1.76%p 성장했을 뿐임

[표 2] 최근 콘텐츠 산업의 분야별 부가가치 및 부가가치율

산업명	2008년 부가가치 (백만원)	2007년 부가가치 (백만원)	2008년 부가가치율 (%)	전년도 대비 부가가치율 증감 (%p)
출판	8,972,761	8,949,107	42.62	1.18
만화	283,600	282,052	39.21	2.18
음악	946,635	787,709	36.38	2.97
게임	2,808,000	2,487,445	50.10	1.74
영화*	868,017	886,656	25.05	-2.62
애니메이션	167,287	122,506	41.33	1.96
방송*	4,531,694	4,267,646	41.35	0.84
광고*	4,755,472	4,002,168	46.89	4.47
캐릭터	1,956,376	1,801,217	38.37	3.16
에듀테인먼트	95,202	60,988	39.62	0.49
합계	25,385,043	23,647,494	42.10	1.76

*영화, 방송, 광고 부문의 자료는 2003년 부터의 평균 성장률을 이용한 추정 자료임
 자료: 문화체육관광부의 “2009 문화산업통계”, “2008 문화산업백서”, “2004 문화산업
 통계”를 이용하여 국회입법조사처 추정

- 디지털 진전, 융복합 등 환경변화로 인한 미디어산업 구조가 개편되어
 전통적인 인쇄미디어 시장에 온라인, 모바일 등 유통 창구 다변화가 일
 어나고 있음
- 새로운 플랫폼의 등장으로 품질 좋은 콘텐츠에 대한 수요는 증대하고
 있음

- 콘텐츠 산업은 가치사슬단계에서 유통부문이 높은 수익배분을 차지하고 있어 생산부문의 고용창출과 콘텐츠 산업 성장이라는 선순환구조를 구축하는 데 한계를 보임
- 부가가치율 수준이 가장 낮으며 부가가치율 감소가 나타난 영화산업의 경우 상영관이 총수익의 50%를 취득하며 제작사는 총수익의 6.1%¹⁸⁾만 확보

[표 3] 장르별 수익배분 구조 예시

분야	영화	모바일콘텐츠	방송	연예기획사
수익* 분배율	(80년대 이전) 제작 및 투자사 : 극장 50 : 50	이통사 : CP 50 : 50 혹은 90: 10	방송사 : 외주제작사 100: 0 **	기획사 : 연예인 (신인) 70 : 30, 혹은 90 : 10
	(80년대 이후) 제작 및 투자사 : 극장 40 : 60 (한국영화는 5:5)	(오프라인 음반) 권리자 : 유통사 70 : 30	(드라마는 경우별로 다름)	(기성배우) 30 : 70
	제작사 : 투자사 40 : 60	(모바일 음원) 저작권자 : 9% 음원제작자 : 25% 이통사 : 50% 콘텐츠공급사 : 15%		(스타급배우) 20 : 80, 혹은 0 : 100

* 이들 수치가 고정적인 것은 아님

** 방송사는 제작비를 제공하므로 외주제작사는 광고수익 없이 대개 판권소유로부터 2차 판권을 가짐

자료: 정현일, 콘텐츠산업불공정거래 개선방안에 관한 연구, 한국문화관광연구원, 2009

18) [부표 2]에서 영화산업의 수익배분의 예를 보다 자세히 설명했음

- 원천콘텐츠의 스토리의 부족으로 일본 등에서 해외 판권 구입 증가하는 등 콘텐츠 산업의 근간인 우수 스토리와 전문 스토리텔러(story teller)가 부족한 실정임¹⁹⁾
 - 초급 스토리텔러는 많지만 상품성 있는 글로벌 콘텐츠 기획가는 부족함
 - 작가 재능에 기인한 1인 시나리오 작업으로 경쟁력이 미흡하며 작가에 대한 대우 및 투자 미흡으로 전업 작가 부족, 단발성 창작에 그침
 - 고위험 산업이라는 특성상 장기적이고 안정적인 고용이나 수익창출이 어려우며 불공정거래로 인해 적절한 보수를 받지 못함
 - 현장과 괴리된 공모전은 참여 작가의 기본기 부족, 함량 미달작품 양산 등으로 실제 작품화 가능성이 희박함
- 콘텐츠 산업의 수출 대비 수입 배수는 2008년도의 경우 '1.45'로서 국내 콘텐츠 산업의 대외 경쟁력은 높지 않은 것으로 나타남
 - 국내 콘텐츠의 생산능력이 높아지지 않으면 유통부문 확대 등을 통한 시장규모의 확대는 해외 콘텐츠의 수요확대로 이어질 가능성이 있음
 - 또한 원천콘텐츠 부족을 해소하기 위해 해외 콘텐츠 구입을 증가시키면, 이는 다시 국내 콘텐츠 생산기반을 위축시키는 악순환을 초래할 수 있음

19) 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, “신화창조 프로젝트 사업개요”, 2009.10.22에서 대부분을 인용함

[표 4] 2008년도 콘텐츠 산업의 수입/수출 배수

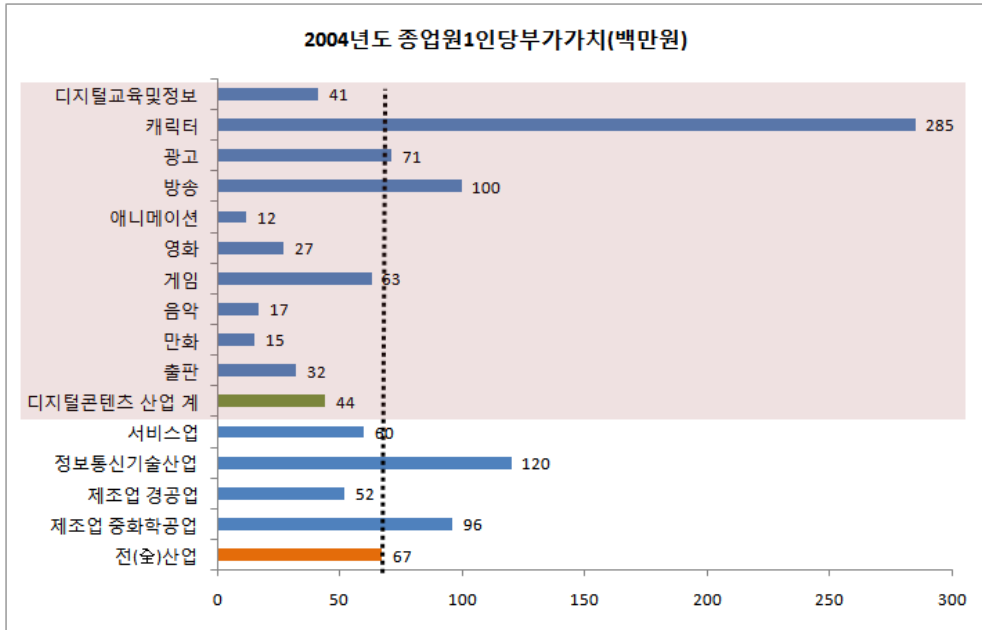
분야	수출(천달러)	수입(천달러)	수입/수출
출판	260,010	368,536	1.42
만화	4,135	5,937	1.44
음악	16,468	11,484	0.70
게임	1,093,865	386,920	0.35
영화	21,037	75,732	3.60
애니메이션	80,583	6,132	0.08
방송	180,168	64,939	0.36
광고*	100,122	1,770,396	17.68
캐릭터	228,250	198,679	0.87
에듀테인먼트	5,736	415	0.07
합 계	1,990,374	2,889,170	1.45

*광고 부문의 자료는 2005~2007년 성장률을 이용한 추정 자료임(각주 18 참조)

자료: 문화체육관광부의 “2009 문화산업통계” 및 “2008 문화산업백서”를 이용하여 국회입법조사처 추정

- 우리나라의 콘텐츠 제작 기업의 1인당 부가가치 창출 금액도 다른 산업에 비하여 상대적으로 작은 상황임
- 2004년도에 조사된 콘텐츠 산업 통계에 따르면 전체 콘텐츠 산업에서 종업원 1인당 창출한 부가가치는 약 44백만원으로 이는 전산업 1인당 부가가치 창출액인 66백만원보다 낮은 수치임
- 동년도 통계에서는 캐릭터·광고·방송 분야만이 전산업 평균을 웃도는 수치를 보였음

[그림 4] 2004년도 산업별 종업원 1인당 부가가치 창출액 비교



자료 : 문화체육관광부, “2004 문화산업통계”, 2005

한국은행 경제통계시스템 기업경영분석 2004년 자료

III. 콘텐츠 산업 정책

1. 해외 주요국의 콘텐츠 산업정책

가. 미국: 거대 콘텐츠 복합기업의 세계시장 확대 지원

- 미국 콘텐츠 산업은 자본력을 바탕으로 미국 전역뿐 아니라 전 세계로 콘텐츠를 공급하는 민간부문의 Walt Disney, Viacom, AOL-Time Warner, Sony 등 소수 콘텐츠 복합기업이 주도함²⁰⁾
- 출판산업, 음반산업, 영화산업 등 전 부분에 걸쳐서 다양한 사업체들이 지속적으로 출현하면서 고유 브랜드의 지속적 등장과 다양한 형태로의 발전이 이루어지고 있음
- 하지만 시장을 지배하는 자본과 공통적으로 이용되는 유통 및 배급망은 통합, 공유되어 운영되는 특징을 가지고 있음
- 이처럼 미국 콘텐츠 산업의 수직적, 수평적 계열화가 지속적으로 이루어지고 있는 이유는 크게 세 가지로 나누어서 볼 수 있음
 - 콘텐츠 산업 시장의 불확실성을 제거하기 위한 위험회피의 목적
 - 치열한 경쟁관계에서 시장의 우위를 차지하기 위한 목적
 - 다양한 국적·인력·기술·자본 시장의 집합체라는 미국 자체의 특성이 반영된 것이라고 볼 수 있음
- 미국 정부는 자유무역협정(FTA) 등 통상외교 활동을 강화하여 콘텐츠의 세계시장 확대 추진과 함께, 자국 보유의 콘텐츠에 대한 저작권 보호를

20) 한국콘텐츠진흥원, “미국 문화산업 심층보고서”, 한국콘텐츠진흥원, 2004

강화하여 그에 대한 경제적 가치를 증대시킴

- 미국은 EU와 저작권 보호기간의 조화를 위해 1998년 저작권의 보호기간을 저작자 사후 50년에서 사후 70년으로 20년간 연장하는 것을 내용으로 하는 조항을 「소니보노 저작권 보호기간 연장법(Sonny Bono Copyright Term Extention Act)」에서 채택
- 동법은 보호기간이 만료하지 않은 기존 저작물에 대해 소급 적용하였으며, 상호주의를 채택하여 유럽에서도 장기간의 혜택을 받고자 함²¹⁾
- 최근 호주, 싱가포르, 한국 등과의 자유무역협정(FTA)에서 보호기간 연장을 요구했으며 협상과정에서 이를 관철시킴
- 미국은 연방정부가 설립한 독립적²²⁾ 연방예술지원대행기관인 ‘국립예술위원회(National Endowment for the Arts: NEA)’가 정책, 프로그램 등에 관해 대통령을 자문하고 국립예술기금을 감독하고 보조금에 대한 배정을 심의함²³⁾
- NEA는 문화단체를 주도하고 연방, 주, 지역 단체들과 민간 부분과의 제휴를 추진하는 것 이외에도, ‘창조와 표현’, ‘유산과 보존’, ‘교육과 접근’ 등 네 가지 범주에 속하는 단체들의 프로젝트에 직접 지원함
- 해마다 60억 달러에 달하는 공공기금이 사용되며, 이외에도 민간지원이 공공지원에 비해 압도적인 큰 규모를 차지함
 - 예술과 문화에 대해 개인, 재단, 기업이 기부하는 금액은 2000년에 약 115억 달러에 달함

21) 조용순, “문화콘텐츠와 저작권”, 전략과 문화, 2009

22) 독립위원회의 설치하는 국가는 단지 문화예술의 후원자로서의 역할에 국한한다는 방침에 따른 것이라고 함

23) 한국문화예술위원회, “기초예술과 문화산업의 연계방안 연구”, 2008

- 주요 기업들은 세계 도처의 콘텐츠를 디지털화하여 상품화하고 있으며, 기술과 감성의 결합을 21세기 성공 블루오션(blue ocean)으로 판단하여 국가지원 하에 MIT대학의 Media Lab 등에서 과학과 예술의 결합을 연구하고 있음²⁴⁾
- 구글(google)은 미국 국회, 하버드대학, 옥스퍼드대학 등 세계 유수한 30여 도서관과 전 세계 2만 5천여 출판사와 계약을 맺고, 이미 천만 종이 넘는 자료를 디지털화하여 축적하였음²⁵⁾
- 한편 최근 구글은 프랑스 국립도서관 자료의 디지털화 비용을 부담하는 대신 독점적 유통권을 확보하려 시도하였으나, 프랑스 정부와의 갈등으로 제동이 걸림²⁶⁾
 - 한편 프랑스의 사르코지(Sarkozy) 대통령은 경제장관에게 인터넷 포털 사이트에 대해 세금(소위 구글세) 부과 방안을 조속히 검토하라고 지시했음²⁷⁾

나. 일본: 콘텐츠 산업 육성으로 세계 속의 일본 브랜드 향상

- 일본의 산업정책은 메이지 시대 이후 제조업에 편중되어 왔으나 버블 붕괴 후 경제침체에 지적재산업국이 국가정책의 기본방침으로 급부상함

24) 임명환, “문화콘텐츠 산업의 동향과 전망 및 기술혁신 전략”, 전자통신동향분석, 제24권 제2호, 2009

25) 최경란(2009), “프랑스국립도서관, 구글과 손잡다”, 출판저널 2009년 11월호

26) 김홍수, “프랑스 '구글세(稅)' 검토”, 조선일보, 2010. 1. 9

27) 최경란(2009)은 이러한 프랑스정부의 구글에 대한 견제는 세계 도서관의 소장 도서를 디지털화해 글로벌 전자도서관을 구축하는 과정에서 ‘유럽문화의 파수꾼’을 자처하는 프랑스와 갈등을 빚어온데다, 구글의 광고시장 잠식으로 프랑스 언론사·출판사들이 경영난에 시달리고 있기 때문이라고 하고 있음

- 2002년 고이즈미 내각은 지적재산전략회의를 발족시켰고 「지적재산기본법」을 제정했음
- 2004년 내각부의 ‘지적재산전략본부’의 콘텐츠전문조사회가 「콘텐츠 비즈니스 진흥정책: 소프트 파워²⁸⁾ 시대의 국가전략」이란 보고서가 제출되고, 이러한 취지를 살려 「콘텐츠 창조, 보호 및 활용의 촉진에 관한 법률」이 제정됨
- 2005년에 인프라 정비 및 IT 이익활용 촉진 노력에 따라 국민생활 곳곳에 스며든 IT를 유비쿼터스 네트워크로 서로 연결시켜 완전히 새로운 가치를 창출한다는 개념의 'U-Japan'을 발표²⁹⁾
- 광대역통신망의 확산에 따라 ICT 환경을 배경으로 디지털콘텐츠 인프라의 활성화를 추진 중임
- 이를 위해 디지털콘텐츠의 축적과 시장 형성, 콘텐츠 제작 및 유통체계 확립, 콘텐츠 크리에이터 및 프로듀서 등 인재육성, 디지털 콘텐츠 부정유통의 방지, 아시아 중심의 디지털콘텐츠 해외유통체계 정비 등 추진안 제시
- 2009년 3월 지식재산본부는 ‘일본브랜드전략(Japan Brand)’을 통해 애니메이션, 만화, 영화, 드라마, 음악, 게임과 같은 콘텐츠 산업을 ‘소프트파워 산업’으로 정의하고, 해당 산업 육성을 통한 일본 브랜드 향상 전략을 수립

28) ‘소프트 파워(Soft Power)’란 조지프 나이(Joseph Nye)의 동 명의 저서에서 군사력, 경제력 등 하드파워에 치중한 미국의 정치·외교를 비판하면서 타국을 매력시키는 문화, 정치적 가치관, 정책적 매력 등이 힘의 중요성을 주장하면서 등장한 개념인데, 이를 일본정부가 차용한 것임

29) 한상기, “우리나라 디지털콘텐츠 정책의 평가와 발전방향 - 주요 콘텐츠 선진국과의 비교를 중심으로(중간보고서)”, 2009

- 이 전략은 일본의 소프트파워 산업 진흥과 해외 시장 개척으로 2015년 콘텐츠 산업 규모 20조 엔, 2002년 방일 외국인 여행자 2,000만 명, 일본 문화에 대한 이해 증진을 목표로 함
- 일본브랜드전략의 기본 전략으로는 소프트파워 산업 진흥과 창조기반을 하위전략으로 하는 ‘창의력 증진’, 개발된 콘텐츠 상품의 해외 확산을 내용으로 하는 ‘전파력 강화’, ‘추진체계 구축’을 제시했음
- 최근 일본 애니메이션산업은 규모 감소와 위기론의 대두 속에서 다양한 망을 이용한 애니메이션의 전 세계 동시공개를 추진하는 등 세계화를 가속화함³⁰⁾
- 미국과 함께 세계 애니메이션 2강을 구축하던 일본 애니메이션이 2006년을 정점으로 신작 수, DVD 등에서 지속적으로 감소세를 보임
 - 일본 영상소프트협회의 추계에 의하면 일본 국내 애니메이션 소프트웨어 매출은 2005년 971억 엔, 2007년 894억 엔, 2008년 779억 엔으로 지속적으로 감소
 - 일본무역진흥기구에 따르면 미국 내 일본 애니메이션 시장규모(캐릭터 시장 포함)는 2003년 48억 달러를 정점으로 2007년에는 28억 달러까지 감소
- 일본 애니메이션 산업의 규모가 감소하고 있는 이유는 작품 간의 차별성이 약화되고 있으며, 인터넷 파일 교환 및 공유 사이트를 통한 불법 배포가 지속되고 있기 때문인 것으로 분석

30) 한국콘텐츠진흥원, “2009 상반기 콘텐츠산업 동향 보고서”, 한국콘텐츠진흥원, 2009

- 해외 동시공개는 애니메이션에서 파생되는 캐릭터 비즈니스를 목적으로 하고 있으며, 보수적이었던 일본 애니메이션이 적극적으로 변화되는 모습을 상징하는 것으로 분석되고 있음
- 2009년 4월 일본에서 방송을 시작한 애니 ‘강철의 연금술사’는 아시아에서는 TV방영, 북미/프랑스/호주에서는 인터넷 전송망을 이용하여 일본방영으로부터 1주일 이내로 각국에서 합법적으로 프로그램 감상이 가능

다. 영국: 예술과 산업의 연계와 창조적 디지털 분야 성장 지원

- 1979년 대처(Thatcher)정부는 예술정책에 경영원리를 도입³¹⁾하는 문화예술지원의 개혁을 실시했는데, 이는 문화예술의 상품화를 촉진하고 예술과 산업의 연계를 강화하는 효과를 창출함
- 1985년 영국예술위원회(Arts Council England: ACE)가 발행한 “예술 정원의 광영(The Glory of the Garden)”에서도 정부 주도의 문화에서 기업이 문화로의 변화를 강조하고 있음³²⁾
- 즉 예술지원에 대한 성과평가 지표로 이윤 창출, 정부 외의 다양한 수입원 확보, 경영 효율성 등 기업 경영적 성과평가의 지표들이 강조됨
- 복지국가 정책이 시행되던 시기에는 인간의 정신세계를 고양시키는 전통적인 관점에서 예술 그 자체로 인식되던 것이 작은 정부를 표방하며

31) 김윤주, “영국 정부의 미술지원제도연구”, 경희대학교 교육대학원 석사논문, 2006

32) 한국문화예술위원회, “기초예술과 문화산업의 연계방안 연구”, 한국문화예술위원회, 2008

예술에 대한 재정 규모를 축소하면서 예술의 산업적 측면을 인식하기 시작한 것임

- 1990년대 블레어(Blair) 정부는 석탄, 조선 등 전통산업이 사양화되자 대처 정부에서 주창된 문화산업(cultural industry)을 발전시킨 창조산업(creative industry)을 21세기 영국 경제를 이끌 차세대 산업으로 선정함
- 영국의 창조산업은 개인의 창의성, 기술(skill), 재능(talent)에 기초한 산업과 지적재산권의 발전을 통해 경제적 부(富)와 고용 창출의 잠재력을 가진 산업으로 정의되었음
- 광고, 영화와 비디오, 건축, 음악, 미술과 고미술품, 공연예술, 컴퓨터와 비디오 게임, 출판, 공예, 소프트웨어, 디자인, 텔레비전과 라디오, 패션 등 13가지로 그 대상도 기존의 문화산업에서 훨씬 확장되어 적용되고 있음
- 영국의 정의는 호주, 캐나다, 유럽연합, 싱가포르 등 다른 국가의 창조산업 개념 정의에 많은 영향을 미치고 있음
- 최근 영국은 신산업 발전과 일자리 창출 등 디지털 혁명으로부터의 편익을 극대화하기 위해서는 모든 것을 시장에 일임하는 것이 아닌 적극적인 산업정책이 필요하다는 입장을 디지털 브리튼(Digital Britain)에서 표명함³³⁾
- 디지털 브리튼은 영국 정부가 2009년 4월 발표한 ‘Building Britain’s Future: New Industry, New Jobs’계획의 주요 정책 공약 중의 하나이며 입법 프로그램의 초안임

33) 이종화외 5인, “디지털 브리튼(Digital Britain) 최종보고서 요약 및 시사점”, KISDI 이슈리포트, 정보통신정책연구원, 2009

- 이 보고서는 강하고 공정하며 더욱 번영하는 국가를 건설하기 위해 영국 정부가 채택한 수행계획을 담고 있음
- 이 계획은 정치의 정화 및 민주주의의 개혁, 경기침체에서 회복으로의 전환 및 미래 경쟁력의 강화를 위한 계획, 영국의 공공 서비스 개혁을 목표로 함
- 그 후 영국은 미래사회의 국가 비전으로 선정한 디지털 브리튼 구현을 위한 후속 조치로 ‘디지털 경제 법안(Digital Economy Bill)’ 정비를 완료함³⁴⁾
- 입안목적은 창조적인 디지털 분야의 성장 지원 및 온라인상의 창작물 저작권 침해 문제 해결임
- 기대효과는 디지털 활동의 경쟁력 강화를 통하여 영국이 전 세계 디지털 경제에서 우위를 선점·유지하기 위한 기반을 마련하는 것임
- 디지털 경제법안의 주요 내용은 온라인 저작권 침해 대응, 집단 라이선싱 확대, 저작권 미확인 저작물 공개, 독립적 양질의 뉴스 제공, 공대권(Public Lending Rights)³⁵⁾ 확대, 디지털 인프라 및 콘텐츠 활성화 등임
- 또한 영국은 가치사슬 상류에 속하는 원천콘텐츠의 생산 능력 제고를 위해 스토리텔링을 21세기 새로운 국가사업으로 주목하여 전문 스토리텔러를 양성하는 공립기관만 해도 40개나 두고 있음³⁶⁾

34) 한국정보화진흥원, “정보화 정책”, IT Issues Weekly, 2009

35) 공대권(Public Lending rights)이란 공공 도서관 등의 대출에 대해 저자가 보상을 요구할 수 있는 권리를 말함

36) 정창권, “문화콘텐츠 스토리텔링”, 북코리아, 2008

라. 시사점

- 주요국들은 문화콘텐츠의 상품화, 디지털화, 세계화를 추구하여 콘텐츠의 축적, 유통, 소비를 촉진하여 자국 문화산업의 경제적 가치의 증식을 도모함
 - 이들 국가들은 문화콘텐츠 산업을 21세기 지식정보화사회의 주력산업으로 선정하여 그에 대한 정부 지원과 투자를 확대하고 있음
- 하지만 국가별로 문화자산 규모, 콘텐츠의 상품화 정도, 문화산업의 발전단계 등에 따라 다양한 형태의 정부 정책이 추진되고 있음
 - 미국: 기업의 자유무역협정(FTA) 등 통상외교 활동을 강화하여 콘텐츠의 세계시장 확대와 저작권을 강화하여 콘텐츠 산업의 경제적 부가가치를 높이고 있음
 - 일본: 정부 주도로 소프트웨어 산업 진흥정책을 실시하고 해외 시장 개척, 다양한 망을 이용한 애니메이션의 전 세계 동시공개를 추진하는 등 세계화를 가속화
 - 영국: 문화예술의 상품화와 함께 예술과 산업의 연계를 강화하는 한편, 신산업 발전과 일자리 창출 등 디지털 혁명으로부터의 편익을 극대화하기 위해서 모든 것을 시장에 일임하는 것이 아닌 적극적 산업정책 실시를 계획
- 우리나라의 경우 콘텐츠 산업의 디지털 인프라는 잘 구축되어 있지만 경제성장에 실제 기여하는 ‘유용한 접속성(useful connectivity)³⁷⁾은 ‘혁

37) ‘유용한 접속성(useful connectivity)’은 인터넷을 이용한 정보시스템의 물리적 접속뿐 아니라 보완적인 자산(software)이나 사람, 정부, 기업 등에 체화된 기

신주도경제' 중 하위권(18위/25개국)으로 알려져 산업정책의 패러다임 전환이 필요함

- 영국의 디지털 인프라 보급률(28.9명/100인)은 한국(32.8명/100인)보다 뒤졌지만 유용한 접속성 평가점수는 높고, 콘텐츠 시장의 2008~2012년 간 연평균증가율이 5.8%로 예상되는 등 디지털 인프라가 경제성장에 크게 기여하는 모습을 보이고 있음([표 5]참조)
- 한국의 유용한 접속성 평가점수가 낮은 이유는 정부나 소비자부문에서는 높은 평가를 받았지만 기업부문의 활용, 보완적 자산, 그리고 서비스라는 면에서 성과가 아주 저조한 것에 기인한다고 보고됨³⁸⁾
- 방송통신위원회도 이러한 문제를 인식하고 최근 IT와 타 산업의 융합방안을 공론화하기 위한 '민관합동추진협의회'를 구성하였지만³⁹⁾, 문화체육관광부(이하 문화부), 지식경제부 등을 포함한 범부처적 IT 네트워크의 산업적 활용방안 마련 필요

술을 포함하는 경제성장에 실제 기여하는 접속성을 말한다.

38) Waverman 등, "Connectivity Scorecard 2009", 2009

39) 매일경제신문, "방통위도 CIT 시동 걸었다", 2010. 1. 28일자

[표 5] 주요 국가의 콘텐츠 시장규모, 성장률, 유용한 접속성

(단위: 억 달러, %)

	2008	2012	연평균성장률 (2008~2012)	유용한 접속성 평가점수	초고속인터넷 보급률(명)
미국	6,225(1위)	7,589(1위)	4.8	7.71(1위)	26.7(15위)
일본	1,392(2위)	1,665(2위)	3.6	5.87(10위)	24.2(17위)
영국	1,147(3위)	1,520(3위)	5.8	6.44(6위)	28.9(13위)
독일	1,021(4위)	1,239(5위)	3.9	5.37(13위)	29.3(11위)
프랑스	760(6위)	908(6위)	4.7	5.22(15위)	29.1(12위)
한국	426(9위)	524(9위)	5.3	4.17(18위)	32.8(5위)

주: 1. 콘텐츠 시장규모는 전망치임

2. 유용한 접속성 평가점수는 “혁신주도경제(innovation driven economies)” 25개국을 대상으로 한 것임
3. 초고속인터넷 보급률은 2009년 9월 기준 인구 100인당이고, OECD 30개 주요국을 대상으로 한 것임

자료: 1. PriceWaterhouseCoopers(2008), “Global Entertainment and Media Outlook: 2008~2012”, 문화체육관광부, “2008 문화산업백서”, 문화체육관광부, 2009에서 재인용

2. Waverman 등(2009), Connectivity Scorecard 2009, 2009.

3. OECD(2009), <http://www.oecd.org/sti/ICTindicators>

- 영국이 문화예술과 문화산업을 유기적으로 연계한 창조산업 관점의 정책 도입과 함께 디지털 브리튼(Digital Britain)을 표명한 것은 우리나라 콘텐츠 정책도 지식기반경제에 조응하는 창조산업의 비전을 제시해야 함을 시사함

- 창조산업은 기존의 문화산업의 개념을 넘어 지식정보를 적극적으로 활용하는 개인의 창조성과 지적재산권을 강조하는 것으로, 국가발전에 새로운 활력을 제공하며 사회안전망에 대한 위협요인을 완화하는 사회통합 역할을 추구하는 데, 이러한 관점의 통합적 정책 비전 제시가 필요함⁴⁰⁾
- 디지털 브리튼을 표명한 영국과 같이 우리나라도 지식기반경제에 조응하는 디지털 콘텐츠 등 고부가가치의 창작산업을 진흥하기 위한 미래지향적인 콘텐츠 산업 정책방안을 모색할 필요가 있음

2. 우리나라의 주요 콘텐츠 산업정책

- 정부는 1999년 2월 「문화산업진흥기본법」을 제정한 이후 콘텐츠 산업을 적극적으로 지원, 육성해왔음⁴¹⁾
- 2008년 9월, 콘텐츠 5대 강국 진입, 2012년 세계시장 5% 점유, 매출 1백조 원 목표로 하고, 경제발전의 새로운 돌파구로 삼기위해 신성장동력 산업의 하나로 선정했음⁴²⁾
- 이후 2008년 10월에는 콘텐츠 산업 분야별 육성전략(방송영상콘텐츠, 차세대 융합형콘텐츠, 게임, 음악, 글로벌 킬러콘텐츠 등)을 수립, 발표했다

40) 이윤경(2009), “문화예술과 콘텐츠산업의 효율적 연계방안”, 한국문화관광연구원

41) 정창권, “문화콘텐츠 스토리텔링”, 북코리아, 2008

42) 지식경제부 보도자료, “62개 스타브랜드를 중심으로 신성장동력 본격 추진”, 2009. 5. 26

- 2009년 7월 30일 '글로벌 융합시대 콘텐츠 산업 지원체계 개선방안'을 발표하여 그동안의 정부 지원정책을 점검하고 콘텐츠 산업 성장단계와 글로벌 융합 환경을 고려한 맞춤형 지원체계를 마련하고자 했으며 주요 내용은 아래와 같음⁴³⁾
 - 핵심 사업에 대한 선택과 집중을 통한 성과 창출
 - 장르간 통합 OSMU 지원 및 단계별 통합 연계 지원
 - 투·융자, 보증보험 등 타 기관과의 연계 지원
 - 시장주체(투자자, 국내외 유통사업자 등)가 참여하는 사업자 선정
- 문화부가 발표한 2010년 주요 업무계획에 의하면 콘텐츠 정책은 [표 6]과 같이 콘텐츠 시장 활성화와 글로벌마케팅 강화에 초점이 맞춰져 있음
- 정책 내용은 공정거래 환경 조성 및 저작권 보호 및 이용 활성화, 투자 활성화, 미디어 산업 선진화, 핵심 기술력 강화와 핵심 콘텐츠 생산능력 제고 등을 통한 글로벌마케팅 강화임

43) 문화체육관광부 보도자료, “글로벌 융합시대 콘텐츠산업 지원체계, 획기적으로 개선”, 2009.7.30

[표 6] 문화부의 콘텐츠 산업 경쟁력 강화 계획안

중점과제명	세부과제명	내용
콘텐츠 산업의 경쟁력 강화	1. 활력있는 콘텐츠 시장 조성	콘텐츠 거래환경 선진화 기반조성
		미디어·콘텐츠 펀드 조성 등 콘텐츠 산업 투자 활성화
		창의인재 양성 등 창작기반 강화
	2. 핵심콘텐츠 육성 및 마케팅 지원	핵심 콘텐츠 개발 지원 등을 통한 콘텐츠시장 창출
		3차원 입체영상 등 차세대 콘텐츠 핵심기술 확보
		'1억불 수출 콘텐츠 클럽' 육성·지원 한중일 '국경 없는 콘텐츠 산업 협약' 체결 추진
	3. 미디어산업 활성화 기반조성	뉴스콘텐츠 유료화 환경 조성
		방송콘텐츠 활성화를 위한 외주제작 역량 확대
		디지털환경에 부합한 전자출판산업 환경 조성
	4. 저작권 보호 및 이용 활성화	실효성 있는 저작권 보호 및 권리영역 확대
		디지털시대 저작물 이용 활성화를 위한 기반조성
		해외 저작권 보호 강화 및 유통 활성화 지원
창작자와 창작물이 존중되는 저작권 문화 확산(57억원)		

자료: 문화체육관광부, “2010년 주요업무계획” , 2009. 12. 22

- 또한 2010년도 예산은 2,433억 원으로 차세대 융합형콘텐츠 산업 부문에서 15억 원이 감액된 것을 제외한 모든 부문에서 증가하여 2009년의 1,744억 원대비 39.5%를 증액하여 배정받았음
- 가장 많은 예산이 투입된 분야는 '콘텐츠 산업 핵심기술(CT)을 개발하기 위한 R&D 투자확대'로서 2010년도 총 예산은 934억 원에 달하며 스토리 창작·유통 부문에는 총 23억 원의 예산이 투입될 예정임

[표 7] 콘텐츠 산업 경쟁력 강화와 건전한 저작권 생태계 구축을 위한 예산
(단위: 억원)

분야	09년	10년 (비중,%)	증감	
핵심콘텐츠 산업의 안정적인 성장기반 마련을 위한 인프라 구축	e스포츠 complex 구축	0	50 (2.06)	50
	디지털방송콘텐츠 지원센터	0	20 (0.82)	20
	부산영상센터 건립	156	165 (6.78)	9
	소계	156	235 (9.66)	79
콘텐츠 산업 핵심기술(CT)을 개발하기 위한 R&D 투자확대	콘텐츠 산업 R&D	396	509 (20.92)	113
	첨단융복합콘텐츠 기술개발	300	425 (17.47)	125
	소계	696	934 (38.39)	238
드라마·게임·애니메이션 등 킬러콘텐츠 창작·유통 활성화 지원 강화	전략 콘텐츠 산업 육성	152	224 (9.21)	72
	스토리 창작·유통	0	23 (0.95)	23
	방송영상콘텐츠 제작	35	75 (3.08)	40
	글로벌게임허브센터	70	70 (2.88)	0
	차세대 융합형 콘텐츠 산업	145	130 (5.34)	-15
소계	402	522 (21.45)	120	
미디어산업 경쟁력 제고를 위한 ‘언론진흥기금’ 설치(‘신문발전기금’ 확대)	신문발전기금(09년) 언론진흥기금(10년)	89	292 (12.00)	203
저작권 보호활동 강화 및 저작권 인식 제고를 위한 교육활동 확대	건강한 저작권 생태계 조성	295	317 (13.03)	22
	저작권 교육·홍보	47	57 (2.34)	10
	저작권 보호활동 활성화	59	76 (3.12)	17
	소계	401	450 (18.50)	49
총계	1,744	2,433 (100)	689	

자료: 문화체육관광부, “2010년도 예산·기금운용계획 개요”, 2010.1

- 2010년 1월 21일 문화부는 콘텐츠 산업의 양적, 질적 성장을 도모하기 위한 전략의 하나로 “콘텐츠 산업 금융·투자 활성화 방안”을 발표하였음⁴⁴⁾

- 모태펀드⁴⁵⁾· 영상펀드의 출자확대와 제도 개선, 완성보증제도⁴⁶⁾의 본격 시행 및 대출지급보증제도의 도입 등을 통해 민간의 적극적인 투자를 유도하여 한국 콘텐츠 산업 발전의 토대를 구축해 나간다는 전략이 발표되었음
- 정부는 법률적 지원, 인력양성, 시설/제작지원 및 중소기업 지원 등 다양한 분야에서 콘텐츠 산업 진흥을 추진하고 있음([부표 1] 참조)
 - 개인의 창조성에 기반한 1인창조기업 지원까지 이루어져 콘텐츠 제작의 기반을 다져나가고 있음
- 원천콘텐츠의 생산을 지원하기 위해서 신화창조 프로젝트⁴⁷⁾, 스토리텔링 클럽 지원 등을 추진 중임⁴⁸⁾
 - 콘텐츠 산업의 경쟁력 향상을 위한 집단창작시스템 활성화, 스토리 국 내외 거래 지원 등으로 한류 지속의 토대를 마련하고자 함
 - 전문가 및 시장에서 우수한 평가를 받은 콘텐츠를 집중 지원하여 지원 수는 줄이고, 규모는 확대하되, 사전지원이 안 된 경우라도 시장에서 성공하면 사후 지원함

44) 문화체육관광부 보도자료, “콘텐츠산업 금융·투자 활성화 방안”, 2010.1.21

45) 모태펀드는 여러 투자자(출자자)로부터 출자금을 받아 하나의 펀드(Fund of Funds)를 구성하여 개별투자펀드에 투자하는 펀드를 말함

46) 완성보증제도는 콘텐츠기업들의 콘텐츠제작 완성을 보증하여 금융기관에서 용자를 받도록 하는 제도임. 즉 정부가 콘텐츠가치 평가를 한 후 금융기관에 제작사에 대한 대출 보증서를 발급하고, 제작사는 문화상품 제작을 완성하고 인도 시 수령하는 판매대금으로 대출금을 상환하는 제도를 말함

47) 본 사업은 콘텐츠의 원천인 스토리의 발굴 및 집단창작 활성화 기반을 조성하고 완성된 스토리를 글로벌 콘텐츠로 제작·거래할 수 있도록 지원하는 사업임

48) 문화체육관광부, “콘텐츠 지원체계 개선방안 (별첨)”, 2009.7.30

- 시장에서 인정받는 콘텐츠를 직접 발굴하고 1차 지원하여 사업이 성공하였을 경우, OSMU 시장 진출 및 해외 진출 등 추가 지원
- 2010년부터 스토리 창작지원 15억 원, 스토리 거래 활성화를 위한 유통 지원 10억 원으로 연간 25억 원 규모의 예산을 투입하고자 하였으나 실제 책정된 예산은 23억 원임⁴⁹⁾

49) 문화체육관광부, “2010년도 예산·기금운용계획 개요”, 2010.1

IV. 콘텐츠 산업 정책의 평가

1. 콘텐츠 산업 활성화 정책의 유효성 부족

- 정부가 3차원 입체영상 등 차세대 핵심기술, 핵심 콘텐츠 등을 선별하여 육성하는 것은 콘텐츠 산업의 불확실성뿐만 아니라 생산-유통-소비를 연계한 시장성을 철저히 고려하지 않아 비효율적 투자가 될 수 있음
- 콘텐츠 산업에서 정보통신 단말기와 결합한 유통 디지털화, 기업결합 등으로 시장상황에 대한 예측가능성이 낮아져 효과적 정부 지원이 이루어지기 어려움
- 또한 정부가 콘텐츠 산업분야에서 직, 간접 지원을 통해 유망 분야의 투자를 유인하는 것은 이 산업에서 새로운 기술을 도입하여 ‘과괴적 혁신’을 하려는 기업이 정신을 약화시키고 시장 성장을 저해할 수도 있음
- 콘텐츠 산업 지원이 국고에 주로 의존하고 있어 필요한 재원 확보가 이루어지지 못하고 있고, 개인, 기업, 재단 등 민간에서 추가 재원 발굴노력이 부족하며, 수익 환수 및 재투자 등 재원의 선순환 구조 구축이 미흡함
- 2009년 콘텐츠 예산 총 3,353억 원에서 구성을 보면, 국고(2,646억 원, 78.9%), 기금(507억 원, 15.1%), 기타 모태펀드(200억 원, 6%) 등으로 재원은 한정된 국고에 주로 의존함⁵⁰⁾
- 「문화산업진흥 기본법」에는 기술 및 콘텐츠의 개발 등 기술개발에 대한 기술료 징수 규정만 있고 사용에 대한 법적 근거가 없어 현재 기술료는 전액을 국고에 세입 조치

50) 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, “콘텐츠산업의 지속 성장을 위한 지원체계 개선방안”, 2009. 7. 30

- 현재 콘텐츠 분야 지원에 대한 기술료 징수는, 수익이 발생하는 경우 기술개발사업실시기관에 지원하거나 출연한 금액의 30% 이내로 징수 가능⁵¹⁾하지만 사용에 대한 법적 근거 미비, 징수금액의 소규모 등으로 재투자에 한계
- 문화예술과 콘텐츠 산업이 융합되어가고 있고 서로 다른 분야를 활용하는 사례가 증가하고 있으나 콘텐츠 관련 부처간의 협조 시스템이 미비하고 관련기관이 분산되어 콘텐츠분야 종사자들이 국가의 지원을 이용시 불편함⁵²⁾
- 문화상품의 수출의 경우 지식경제부, 문화재 및 관광상품은 문화부, 업체관리는 중소기업청 등으로 분산되어 있으며 산하기관 또는 관련 단체도 다양하여 이용하기에 불편함

2. 적극적인 공정거래 제도 기반 조성 노력 미흡

- 인터넷상의 불법 저작물 거래 증가로 인해 콘텐츠 생산이 위축되므로 저작권법 개정을 통한 저작권 보호를 한층 강화하는 정책방안은 기본적으로 바람직하지만, 해외 콘텐츠의 디지털화 등을 통한 저작권 확보 전략은 미흡함
- 해외 저작권의 확보나 이용을 통한 수익창출 등 능동적인 측면을 고려한 정책 방안은 부재하고 온라인 불법유통 모니터링 강화 등 저작권 보호와 같은 수동적인 입장에 주로 치우친 상황임

51) 「문화산업진흥 기본법」 제17조 제2항

52) 이병희·문제철(2009), “문화콘텐츠산업의 현황과 과제”, 한국은행, 2009. 1

- 가치생산에 기여가 큰 생산부문보다는 가치사슬 하류에 위치한 유통부문 중심의 수익 배분 구조로 인한 생산 위축 문제가 심각하나 직접적인 규제가 어렵다는 이유 등으로 해결 노력이 미흡함
- 콘텐츠의 생산은 주로 중소기업 및 1인 창작자에 의해서 이루어지나 유통은 대기업에 의해서 이루어지며 콘텐츠 산업의 유통의존적 특성으로 인해 콘텐츠 생산자들은 유통업자와 계약시 열위에 있음
- 수익배분의 문제에 대한 정부의 강제적 개입은 사적영역침해에 해당할 수 있어서 표준계약서 권유와 감시기구 활성화 정도가 정부의 시정 노력이지만 시장의 왜곡을 시정하기에는 미흡한 수준임

3. 콘텐츠 생산부문에 대한 지원 부족

- 정부의 지원은 핵심기술 개발지원 등 하류부분에 집중되어 있으며, 문화 예술 분야의 실무자들이 필요로 하는 콘텐츠 생산기반 구축에 대한 지원은 부족한 실정임⁵³⁾
- “소액다건식 지원을 지양하여 지원수는 줄이고, 규모는 확대⁵⁴⁾”하고자 하는 문화부의 콘텐츠 개발 지원방향 결정은 가치사슬의 상류로 갈수록 다양성의 경계가 중요한 콘텐츠 산업의 고유한 특징과 부합되지 않음
 - 이러한 방향성은 한정된 정부 예산을 효율적으로 활용하기 위해 정해진 것으로 보이는데 장기적 방향성으로는 부적절한 것으로 판단됨

53) 이윤경, “문화예술과 콘텐츠산업의 효율적 연계방안”, 한국문화관광연구원, 2009

54) 문화체육관광부, “콘텐츠 지원체계 개선방안 (별첨)”, 2009.7.30

- 스토리 창작·유통에 대한 예산은 콘텐츠 산업 경쟁력 강화를 위한 예산 (2,433억원)의 0.95%에 불과한 23억원으로서 가치사슬의 최상류에서 콘텐츠 산업 전체에 미치는 영향력을 고려할 때 매우 미약한 수준임
- 콘텐츠 산업 종사 기업의 대부분은 하청생산에 따른 기획력 부족, 영세한 규모 등의 구조적 문제를 갖는데, 정부 지원은 이를 해소하기 위한 지원 인프라 구축보다 금융지원에 중점을 두어 정책효과가 크지 않은 것으로 보임
- 양질의 콘텐츠 생산은 재능있는 종사자의 인적자본 축적과 밀접한 관련이 있으나 안정적 고용 및 수입확보가 어려운 고위험 구조하에서는 콘텐츠 생산에 따른 직접비용 및 기회비용이 높아 유능한 인재의 종사 유인이 적음
- 최근 정부가 발표한 “콘텐츠 산업 금융·투자 활성화 방안”은 모태펀드·영상펀드의 출자확대와 제도 개선, 완성보증제도의 본격 시행 및 대출지급보증제도의 도입 등 금융지원을 통해 투자 활성화를 도모하고 있음
- 하지만 기획력 부족, 영세한 규모 등의 한계를 갖는 중소기업으로 구성된 우리나라 콘텐츠 산업의 구조적 특성을 고려하면 이러한 금융지원정책이 콘텐츠 산업의 성장과 발전으로 이어지기에는 한계가 있는 것으로 보임
 - 문화부는 2006년 4월 문화산업진흥기금을 폐지하고 그 재원을 모태펀드(문화산업계정)에 출자하도록 하고 있는데도 2009년 6월 현재까지 폐지된 기금의 잔여재원(1,111억 원)을 출자하지 않아 감사원의 지적⁵⁵⁾을 받은 것은 그 동안 관련 기업 등 실물부문에서 자금수요가 크지 않았음을 보여주는 사례임

55) 감사원 보도자료, “모태펀드 조성 및 운용실태」 감사결과 발표”, 2009. 11. 6

- 한편 2008년도 신문산업발전기금 운용현황을 보면, 기금사업 중 신문 발전용자사업은 신문사의 담보부족 등으로 인하여 계획대비 39%의 다소 미비한 집행률을 보임
- 또한 지역신문발전기금에서도 담보능력이 취약한 지역신문사에 대한 용자사업 활성화 방안 등이 주요과제라고 평가함⁵⁶⁾

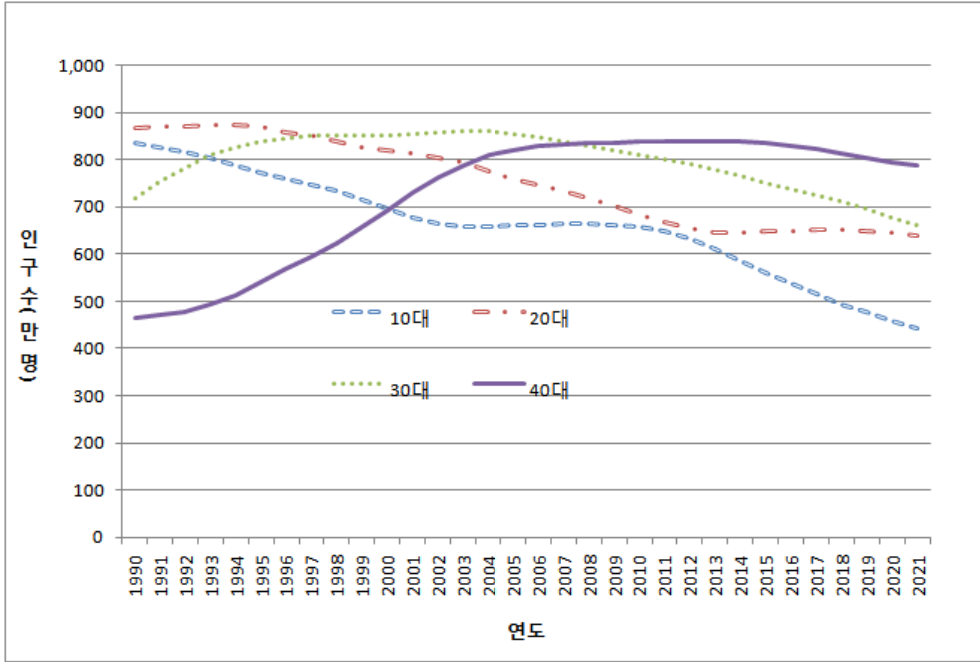
4. 콘텐츠 내수 진작을 위한 대응책 미비

- 인구구조 변화로 콘텐츠 상품에 대한 국내 수요가 감소하는 추세를 보이고 있는 데, 이러한 감소는 콘텐츠 산업의 매출액 감소뿐만 아니라 산업 수출을 위한 테스트베드⁵⁷⁾의 약화를 의미하나 효과적 정부 대응책이 상대적으로 부족함
- 영화산업의 경우 현재 국내 수요자는 10·20대에서 30·40대로 이전하고 있으며, 10·20·30·40대의 수요층은 2008년도부터 감소추세에 있음
- 경제활동을 하는 연령 대에 대하여 문화생활에 대한 소비 촉진을 위한 대책 마련이 필요하나 구체적인 대응책이 부족함
- 10대 및 20대 연령층의 인구감소와 40대 인구의 증가는 콘텐츠 수요에 영향을 미칠 것임
- 구매력이 있는 30대 및 40대 인구의 증가는 이 세대가 콘텐츠 뿐만 아니라 미디어기기와 같은 하드웨어의 확산에도 중요한 영향을 미칠 것임

56) 문화체육관광부, “2008 문화산업백서”, 2009

57) 테스트베드(test-bed)란 상품 출시를 앞두고 성공 여부를 점치는 중요한 시험 무대를 지칭함

[그림 5] 연령대별 콘텐츠 소비자층의 변동 전망



자료: 통계청, “장래인구추계”, 2006

V. 경쟁력 강화를 위한 과제

1. 시장 친화적 정책방향 설정

- 콘텐츠의 생산-유통-소비를 연계한 시장성을 철저히 고려하여 콘텐츠의 교환가치를 높이는 문화의 상품화 전략을 수립하는 것이 필요함
- 정부의 문화예술에 대한 지원은 문화의 상품화를 촉진하고 예술과 산업의 연계를 강화하는 방향으로 경영원리에 따라 수행되는 것이 요구됨
 - 예를 들어, 영국과 같이 예술지원에 대한 성과평가 지표로 이윤 창출, 정부 외의 다양한 수입원 확보, 경영 효율성 등 기업 경영적 성과평가의 지표들을 강조하여 상품성 높은 원천콘텐츠 생산을 유인하여야 함
- 디지털 콘텐츠의 생산-유통-소비가 선순환 구조를 이루어 부가가치를 확대 재생산할 수 있도록 관련 법, 제도를 정비하는 것이 필요함
 - 영국이 창조적인 디지털 분야의 성장 지원, 온라인상의 창작물 저작권 침해 문제를 해결하기 위해 ‘디지털 경제 법안(Digital Economy Bill)’을 도입한 것처럼 디지털경제에서 문화의 상품화를 촉진할 법, 제도 정비 필요
- 중소기업이 규모의 경제와 다양성의 경제를 지닐 수 있도록 관련 기업 간 네트워크 형성을 지원하는 콘텐츠 산업 인프라를 구축하는 것이 필요함
- 금융지원이 산업 활성화로 이어지도록 하기 위해서는 중소기업들이 규모의 경제와 다양성의 경제를 지닐 수 있도록 자율적 구조 형성, 그리고 창업을 촉진하는 통합 지원센터의 설립이 필요함

- 이를 통하여 정부와 공공기관의 지원사업과 중소기업을 연결하고, 관련 기업간의 네트워크 형성을 촉진하여 규모화와 연계를 통한 시너지 효과를 창출할 수 있을 것임⁵⁸⁾
- 한편 통합 지원센터는 콘텐츠 기업들의 자율적 구조 형성, 창업 등과 연계하여 맞춤형 금융 서비스를 제공하여 정책지원의 유효성을 제고하여야 할 것임
- 정책 추진기관의 분산으로 인해 겪는 기업 등 정책 수요자의 불편을 해소하고 부처간 원활한 협력을 유도하기 위한 총괄 조정기구를 설립하여 정책 집행의 효율성을 높일 필요가 있음
- 영화·게임 산업 등이 자본집약형 산업으로 전환되면서 콘텐츠 제작에 많은 자본투자가 필요한 상황이므로 공공성과 기업의 상업성이 조화되는 투자 방식을 모색해야 할 것임
- 기업에서 필요한 공동 제작 스튜디오 등의 투자가 이루어질 수 있도록 매칭펀드(matching fund) 방식의 공적 투자가 이루어져야 할 것임
- 콘텐츠 제작을 위하여 필요하지만 초기 투자금이 큰 시설(예 : 스튜디오나 CG를 위한 컴퓨터 시스템)에 대해서는 기업의 사업 모델과 공공성이 조화되는 정책 수단을 강구해야 할 필요가 있음
 - 매칭펀드는 다른 산업 부문과의 형평성을 고려하는 동시에 도덕적 해이를 예방하는 지원 방식이 될 것임
 - 동시에 생산부문에 대한 위험을 감소시킴으로서 민간부문의 참여를 유인할 수 있는 수단일 것임

58) 강지연, “문화산업에서의 생산네트워크 -한일 애니메이션 산업 비교”, 연세대학교 대학원 석사 논문, 2005

2. 상생의 공정거래 제도 기반 정립

- 콘텐츠 산업이 발전하기 위해서는 공정거래여건의 조성을 통해 경쟁을 활성화하고 가치 생산에 부합되는 수익배분 구조를 갖추는 것이 필요함
 - 디지털 플랫폼에 대한 개방성 확대 등 콘텐츠 생산자의 유통망에 대한 동등 접근의 보장 필요
 - 콘텐츠 생산자와 유통자의 계약 시 열위에 있는 생산자의 권리를 보호하기 위한 표준계약을 국가에서 제시·확산시키고 핵심적인 사항에 대해서는 강제력을 가질 수 있도록 법 및 제도의 개선이 필요함
- 콘텐츠의 상품화 수준에 따라 생산된 경제적 부가가치를 생산과 유통 부문간에 적정하게 배분하여 산업이 선순환 구조를 이루며 발전할 수 있는 제도를 마련하는 것이 필요함
 - 국내외 거대 콘텐츠 기업이 활동하는 부문에 비해 콘텐츠 생산부문이 영세하므로 이 부문에 대한 정부의 지원책 마련 필요
 - 공익적 성격을 갖거나 외부성을 창출하는 콘텐츠 생산부문에 대해 프랑스와 같이 지원기금이나 매칭펀드 형식 등으로 콘텐츠 제작비용을 지원하는 제도를 도입하는 것을 검토해볼 필요가 있음⁵⁹⁾
 - 프랑스의 경우 영상물(영화와 구분해서, 다큐멘터리, 애니메이션 등을 포괄하는 개념)의 제작 지원기금(Cosip)을 만들었는데, 재원은 방송사 매출액 일부로 조성하여 방송사의 제작비 투자규모에 따라 제작비를 지원함

59) 성욱제(2009), “신문산업 활성화 지원 방안”, KISDI 이슈리포트 09-13, 정보통신정책연구원

- 콘텐츠 생산자인 기존 신문사들의 온라인 유통에서의 추가적 비즈니스 모델 확립을 지원하여, 기존 신문사와 포털간의 기사공급 계약금만큼 추가적으로 국가가 지원하는 매칭펀드 형식의 성과급 지원을 고려해볼 필요가 있음
- 포털 사업자 등 콘텐츠 생산부문으로부터 이득을 보는 사업자로부터 조세 등을 통해 재원을 조달하여 콘텐츠 생산부문을 지원하는 제도도 고려할 수 있음
- 인터넷 포털 사이트에 대해 세금(소위 구글세)을 부과하는 방안과 같이 유통부문의 수익을 정부가 징수하여 생산부문을 지원하는 제도의 마련을 검토할 필요가 있음
- 저작권에 대해서 수동적인 보호를 넘어서서 저작권 선점을 통해 수익을 극대화하려는 능동적 관점을 갖는 것이 필요함
- 미국기업인 구글(google)은 세계 유수한 30여 도서관과 전 세계 2만 5천여 출판사와 계약을 맺고, 이미 천만 종이 넘는 디지털자료를 축적하였음
- 이와 같이 우리나라도 전 세계의 문화유산이나 소재들을 이용한 콘텐츠들을 생산하거나 기존의 콘텐츠를 확보하여 저작권을 선점하는 것을 고려할 수 있음

3. 고위험 구조의 개선을 통한 콘텐츠 생산부문 강화

- 제작사의 창조적 생산 활동을 위해 수요예측 및 기획능력을 제고하여 시장수요 불확실성을 해소하기 위한 민간과 정부의 다각적인 노력도 필요함

- 과학기술정책연구원(STEPI)에서 2006년도에 실시한 서비스부문 기술혁신 조사 활동 보고서에 따르면 영화/방송업의 경우 혁신활동에 대한 장애요인으로 혁신비용 과다와 시장수요불확실을 꼽는 사람들의 비중이 가장 높게 나타났음⁶⁰⁾
- 이른바 대중적 인기와 상업적 가치가 높은 킬러콘텐츠(killer contents)를 출현시키기 위해서는 여러 아이디어와 저작도구간의 결합이 충분히 실험되고 성공과 실패로부터 지속적인 학습이 이루어져야 함
- 이를 위해서는 다양한 사람의 참여가 필요하나 고위험 산업의 특성으로 인해 다양한 분야의 우수 인력의 참여를 유인하기에는 역부족임
- 종사자들이 직업적 안정성과 수익을 얻을 수 있도록 고위험 구조를 개선하여 다수의 창작활동이 쉽게 이루어질 수 있도록 유도할 필요가 있음
- 고위험 구조 개선을 통해 생산활동을 촉진시켜서 콘텐츠 산업 시장의 규모를 키움으로써 개별 콘텐츠의 수익도 개선될 수 있는 산업육성 전략을 검토할 필요가 있음

가. 콘텐츠 산업 선도기업 육성

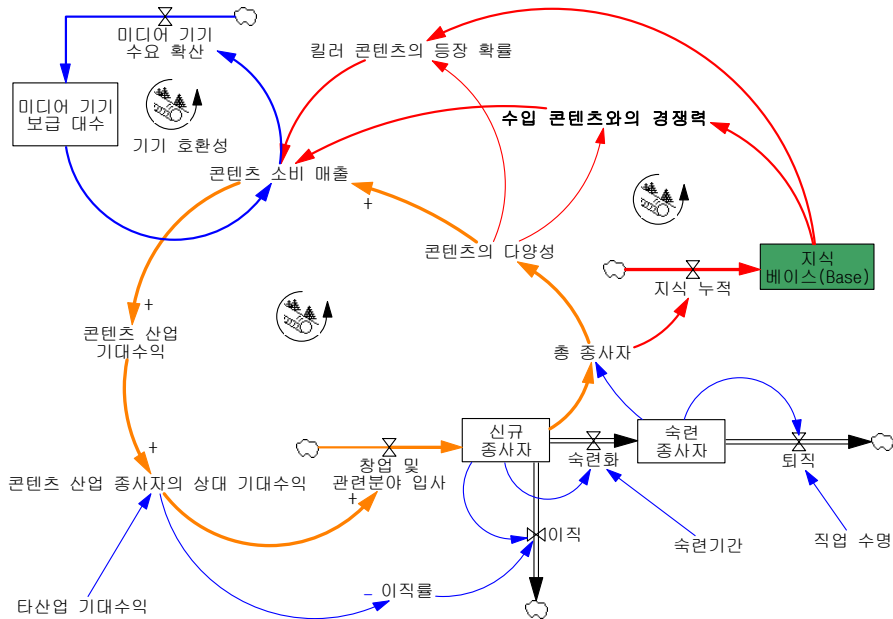
- 콘텐츠 산업의 시장 불확실성을 제거하고 치열한 국제 경쟁관계에서 시장 우위를 차지하기 위해서는 기업의 수직적, 수평적 계열화를 통한 대형화를 지원하여 콘텐츠 산업의 선도기업을 육성하는 것이 필요함

60) 엄미정 외, “2006년도 한국의 기술혁신조사 : 서비스부문, 과학기술정책연구원”, STEPI, 2006

- 이러한 선도기업은 기존의 우리나라 콘텐츠 대기업들과 같은 유통중심의 기업 유형이 아니라, 유통과 생산 부문이 균형있게 발달한 유형이 바람직하므로 생산부문 투자에 대한 세액 공제 등의 지원을 고려할 수 있음
 - 콘텐츠 유통 기업이 대형화되어 산업규모가 커지면, 생산부문이 빈약한 우리나라에서는 더 많은 해외콘텐츠를 수입하여 유통시키게 되므로 무역역조 심화, 국내 생산부문의 위축으로 이어지기 쉬움
- 따라서 정부는 기존의 대기업의 규모화와 함께, 중소기업간 네트워크 형성에 대해 지원하여 이들이 대기업의 유효한 경쟁자로 역할을 하게하면서 기업가정신을 지닌 혁신적 선도기업으로 성장할 수 있는 기회를 제공하여야 할 것임
- 이러한 지원정책은 국내외 대기업들의 인수합병과 제휴를 통한 거대화 초래되는 중소기업과의 경쟁력 격차를 축소하고 중소기업들이 자원의 공유나 규모화를 통해 선도기업으로 성장할 수 있는 기회를 제공할 것임
- 한편 대기업의 생산부문과 유통부문의 수직적 결합을 통해 중소 콘텐츠 생산업체나 1인 창조기업 등에 대해 유통부문에서 접근을 제한하지 못하도록 개방형 유통체계나 운영체계에 대한 표준 마련도 필요함
- 창의적 인재가 콘텐츠 산업에 진입하여 수익을 창출할 수 있도록 하여야 함
 - 지식 축적과 이의 유지가 콘텐츠 산업의 생산 동력원임을 고려할 때 숙련된 종사자들이 지속적으로 이 산업분야에서 일을 할 수 있게 해야 함

- 숙련된 관련 종사자가 증가할수록 관련 지식이 축적되어 킬러콘텐츠의 등장확률을 높일 뿐만 아니라 해외콘텐츠와의 경쟁에서 우위를 점할 수 있을 것임
- 이러한 선순환 과정은 산업 진흥뿐만 아니라 우리나라의 문화를 지키며, 전파하는 데에도 의의가 있을 것임

[그림 6] 인적 자원·미디어 기기·지식 축적의 순환구조



- 콘텐츠 산업 분야 이외에도 순수 예술 분야와 같이 개인이 위험을 감수해야 하는 분야는 많으므로 이러한 분야와의 형평성을 유지하기 위한 지원체계가 이루어져야 함

나. 성숙한 프로슈머의 양성기반 지원

- 콘텐츠 생산의 기회비용을 낮추어 창의력을 가진 아마추어도 쉽게 콘텐츠 생산에 참여하여 수익을 얻고 콘텐츠 생산자로서 성장할 수 있게끔 프로슈머의 양성기반 형성을 위한 지원이 필요함
- 디지털 기술의 발달로 인해 핵심 아이디어를 서술하거나 영상화하는 원천 콘텐츠의 생산은 기술적으로 용이해졌으나 생산된 원천 콘텐츠를 유통시키고 수익을 얻기는 쉽지 않아 창작의 유인이 크지 않음
- 다양한 콘텐츠를 소비할 뿐 아니라 생산하기도 하는 성숙한 프로슈머가 증가하면 다양한 부류의 수요자들을 만족시킬 수 있는 우수한 콘텐츠가 많이 생산되는 동시에 우수 콘텐츠에 대한 소비욕구가 증가하여 수요가 증대됨
- 프로슈머 증가로 인한 국내시장의 확대 및 성숙은 저출산·고령화로 인한 콘텐츠 상품의 국내 수요 감소에 대한 대응책이 될 수 있음
 - 또한 이는 수출을 위한 테스트베드의 성숙을 의미하므로 해외 시장에서의 경쟁력 있는 작품의 생산 및 기획능력 제고도 기대할 수 있음
- 프로슈머의 증가를 위해, 완성 이전 단계에서도 저작권을 주장하고 수익을 얻을 수 있도록 하는 제도와 각종 네트워킹의 지원을 고려해 볼 수 있음
- 여태까지 콘텐츠 산업에서의 저작권 주장은 주로 만화나 소설 등 완성된 작품에서만 이루어졌으나, 시놉시스 등과 같이 완성 이전 단계의 원천 콘텐츠도 수익을 얻을 수 있는 권한을 보호받을 수 있도록 하여 창작의 욕을 고취시킴
- 수익을 얻을 수 있는 작품의 완성도 기준을 핵심 아이디어 수준으로 낮출 경우 콘텐츠 생산에 따른 시간적 물질적 기회비용을 줄일 수 있어서

프로와 아마추어의 창의적 생산이 활발해질 수 있음

- 예를 들어 문화부의 ‘신화창조 프로젝트’⁶¹⁾의 경우, 공모전의 제출형식은 시나리오와 창작스토리 일반인데 창작스토리 일반은 완성된 콘텐츠의 형태가 아니라 A4용지 30매 이상의 요건만을 갖춘 원천콘텐츠임 (부표 참조)
- 공모요건 완화로 평균 200여편의 지원작이 접수되던 기존의 공모전들과 달리 1,007편의 지원작이 접수되어 생산이 보다 활발해졌다고 볼 수 있음
- 다수의 참가자가 쉽게 콘텐츠 창작 수익을 얻을 수 있으며 창작과정에서의 시너지 효과를 창출할 수 있도록 각종 네트워킹을 지원할 필요가 있음
 - 집단적인 창조활동이 원활하도록 ‘스토리텔링 클럽’과 같은 센터를 지역별로 설치하고 각종 네트워킹을 지원할 필요가 있음
- 콘텐츠 생산 과정에서의 위험을 줄일 수 있는 제도로는 현재 인터넷 상거래, 소프트웨어 구매, 개발기술 분야에서 실시하고 있는 ‘에스크로(escrow)’⁶²⁾제도 등을 콘텐츠 분야에 적합한 모형으로 개선하여 도입을 검토할 수 있을 것임
- 개개인의 머릿속에 있는 창의적 아이디어를 융합할 때 상품적 가치가 있는 콘텐츠가 출현할 확률이 높아지나 동시에 아이디어를 통해서 얻을 수 있는 기대 수익은 작아지는 상충 관계가 있음
- 1인 기업 또는 프리랜서는 자신의 아이디어 노출에 따르는 위험을 회피

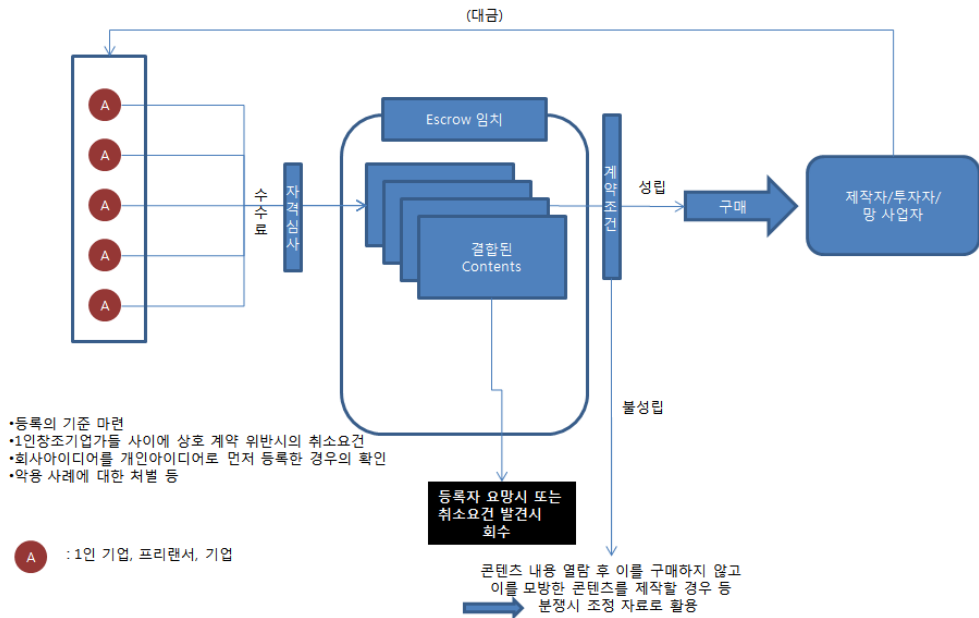
61) 보고서 27p 참조

62) 에스크로 제도는 신용거래 사이에서 발생할 수 있는 문제를 해결하기 위하여 제3의 기관이 대금 또는 거래대상인 물건을 임치하였다가 거래 조건이 성립되면 이를 교환할 수 있도록 하는 일종의 거래제도임

하기 위해 조직화를 회피할 수 있으므로 개개인의 아이디어를 보호할 수 있는 제도적 장치가 필요함

- 이러한 제도적 장치의 하나로 아이디어에 대한 콘텐츠 에스크로 제도 등을 도입할 수 있을 것임
- 콘텐츠 작가 상호간에 또는 콘텐츠 제작사와 유통회사와의 협상과정에서 발생할 수 있는 위험을 줄이고, 안정적으로 수익을 얻을 수 있도록 유도할 수 있는 제도를 마련할 필요가 있으며([그림 7] 참조), 추후 이 분야에 대한 다양한 연구가 필요함

[그림 7] 콘텐츠 에스크로 제도의 개념도



- 콘텐츠 에스크로 제도는 지적재산권 보호보다는 창작 인센티브를 자극하고 콘텐츠의 초기 아이디어를 상업화 할 때 발생할 수 있는 아이디어의 도용 등과 같은 불공정한 상황을 방지하려는 데 목적이 있음

4. 콘텐츠 세계화를 위한 플랫폼의 형성 토대 마련

플랫폼의 성공사례: 영국의 프리미어리그⁶³⁾

- 프리미어리그는 세계의 자금을 끌어들이는 축구 비즈니스 플랫폼 역할
 - 프로축구 프리미어리그는 영국을 대표하는 비즈니스로서 2007년 현재 세계 200개국으로부터 중계료 수입을 획득하는 데까지 발전함
 - 프리미어리그 12개 팀 가운데 8개 팀이 외국자본 소유가 되었고, 선수도 국제화되어 리버풀 등 상위 4개 팀의 선수는 70% 이상이 외국인이며, 감독은 모두 외국인임
 - 특기할 사항은 중계권 계약을 개별 팀에 위임하는 이탈리아나 스페인과는 달리 영국의 프리미어리그는 리그가 일괄 관리하여 각 팀에 중계권료를 배분한다는 것임
 - 중계권료 배분에서 팀보다는 리그 전체의 이익을 고려하는 방침을 고려함
 - 그 결과 “상위 팀부터 하위 팀까지 전체적인 실력 평준화가 이루어져 균형이 잡혔다. 전력차이가 별로 나지 않기 때문에 시합도 열기가 더욱 뜨거워져 재미있다.”고 함
- 우리나라에서도 콘텐츠의 제작 및 발표를 촉진시키는 프리미어리그나 앱스토어⁶⁴⁾ 등과 같은 국제적으로 개방된 플랫폼을 창출하는 것을 고려 가능함

63) 강신규(역자), “영국경제 재생의 진실”, 일본경제신문사, 2008

64) 앱스토어(App Store)는 애플이 운영하고 있는 아이폰 및 아이팟 터치용 응용 소프트웨어 다운로드 서비스임

- 디지털 융합(digital convergence)이 가속화되면서 콘텐츠 생산부문에서 세계화를 추진하는 노력이 필요함
 - 국적을 불문하고 예술가, 콘텐츠 크리에이터 등 콘텐츠 생산인력을 확보하는 전략 필요
 - 원천 콘텐츠(source content) 등에 사용되는 소재의 세계화 필요
 - 구글(google) 등 미국의 주요 기업들은 세계 도처의 콘텐츠를 디지털화하여 축적하고 이를 상품화하고 있음
- 수출이 될 만한 콘텐츠를 제작하기 위해서는 제작 부문에도 다양한 문화적 배경을 가진 제작자가 등장해야 함
 - 국내 콘텐츠시장에서 제3세계 국가의 제작자들도 활동할 수 있도록 하며, 완성된 콘텐츠는 국내 및 해외 콘텐츠시장에서 판매될 수 있도록 함
 - 콘텐츠를 제작할 수 있는 환경(플랫폼)을 제공하고 다양한 문화와 소스를 배경으로 한 인재들이 국내에서 활동하면서 창작물을 생산할 수 있도록 함

참고문헌

- 감사원 보도자료, “모태펀드 조성 및 운용실태」 감사결과 발표”, 2009. 11. 6
- 강신규(역자), “영국경제 재생의 진실”, 일본경제신문사, 2008
- 강지연, “문화산업에서의 생산네트워크 -한·일 애니메이션 산업 비교”, 연세대학교 대학원 석사 논문, 2005
- 김윤주, “영국 정부의 미술지원제도연구”, 경희대학교 교육대학원 석사논문, 2006
- 김홍수, “프랑스 '구글세(稅)' 검토”, 조선일보, 2010. 1. 9
- 매일경제신문, “방통위도 CIT 시동 걸었다”, 2010. 1. 28일자
- 문화체육관광부 보도자료, “글로벌 융합시대 콘텐츠산업 지원체계, 획기적으로 개선”, 2009.7.30
- 문화체육관광부 보도자료, “콘텐츠산업 금융·투자 활성화 방안”, 2010.1.21
- 문화체육관광부, “2004 문화산업통계”, 2005
- 문화체육관광부, “2008 문화산업백서”, 2009
- 문화체육관광부, “2009 문화산업통계”, 2010
- 문화체육관광부, “2010년 주요업무계획” , 2009. 12. 22
- 문화체육관광부, “2010년도 예산·기금운용계획 개요”, 2010.1
- 문화체육관광부 · 한국콘텐츠진흥원, “신화창조 프로젝트 사업개요”, 2009.10.22
- 문화체육관광부, “콘텐츠 지원체계 개선방안 (별첨)”, 2009.7.30
- 문화체육관광부 · 한국콘텐츠진흥원, “콘텐츠산업의 지속 성장을 위한 지원체계 개선방안”, 2009. 7. 30
- 문화체육관광부 · 한국콘텐츠산업진흥원, “정부의 콘텐츠산업 지원사업 가이드”, 2009
- 박제현, “영화산업 구조분석 및 경쟁정책적 평가”, 공정거래위원회, 2008

성육제(2009), “신문산업 활성화 지원 방안”, KISDI 이슈리포트 09-13, 정보통신정책연구원

엄미정 외, “2006년도 한국의 기술혁신조사 : 서비스부문, 과학기술정책연구원”, STEPI, 2006

이병희·문제철, “문화콘텐츠산업의 현황과 과제”, 한국은행, 2009

이수범, “‘아바타’ 열풍... 대안제시 아쉬워”, 서울신문, 2010. 1. 21

이윤경, “문화예술과 콘텐츠산업의 효율적 연계방안”, 한국문화관광연구원, 2009

이종화외 5인, “디지털 브리튼(Digital Britain) 최종보고서 요약 및 시사점”, KISDI 이슈리포트, 정보통신정책연구원, 2009

임명환, “문화콘텐츠 산업의 동향과 전망 및 기술혁신 전략”, 전자통신동향분석, 제24권 제2호, 2009

정재승·배명렬·문희철, “Web2.0 시대의 중소기업 인터넷수출지원시스템 구축에 관한 연구 - 문화콘텐츠산업을 중심으로 -”, 2007. 12

정창권, “문화콘텐츠 스토리텔링”, 북코리아, 2008

정헌일, “콘텐츠 산업 불공정 거래 개선방안 연구”, 한국문화관광연구원, 2009

조용순, “문화콘텐츠와 저작권”, 전략과 문화, 2009

지식경제부 보도자료, “62개 스타브랜드를 중심으로 신성장동력 본격 추진”, 2009. 5. 26

최경란(2009), “프랑스국립도서관, 구글과 손잡다”, 출판저널 2009년 11월호

최용배 외, “한국영화 배급시스템 연구”, 영화인회의, 2003

통계청, 장래인구추계, 2006

한국문화예술위원회, “기초예술과 문화산업의 연계방안 연구”, 2008

한국은행, 한국은행 경제통계시스템 기업경영분석 기업경영지표분석

한국정보화진흥원, “정보화 정책”, IT Issues Weekly, 2009

한국콘텐츠진흥원, “2009 상반기 콘텐츠산업 동향 보고서”, 한국콘텐츠진흥원,
2009

한국콘텐츠진흥원, “미국 문화산업 심층보고서”, 한국콘텐츠진흥원, 2004

한상기, “우리나라 디지털콘텐츠 정책의 평가와 발전방향 - 주요 콘텐츠 선진
국과의 비교를 중심으로(중간보고서)”, 2009

OECD(2009), <http://www.oecd.org/sti/ICTindicators>

PriceWaterhouseCoopers, “Global Entertainment and Media Outlook: 2008~2012”,
2008

Waverman 등, “Connectivity Scorecard 2009”, 2009

[부표 1] 정부의 콘텐츠 산업 지원 사업 가이드 분류

대분류	중분류	소분류
법률	계약분야	
	법률분야	
	해외계약분야	
	세무회계분야	
기업지원제도	국고지원사업	제작지원
	금융지원	투자/융자
		보증/보험
	기술지원	기술개발지원
		기술이전/연계지원
		기술컨설팅 지원
	시설/제작지원	시설 및 인프라지원
	인증/보육지원	창업지원
		벤처인증/특허지원
		기타인증지원
	유통/수출지원	국내유통/전시회관련
		국내홍보/마케팅/컨설팅
		해외홍보지원
		해외컨설팅/저작권
		해외전시지원
		현지화지원/수출지원
		시상식/교류/세미나
	인력양성	교육/연수
	중소기업 조세지원	사업준비금공제
		세액공제
세액감면		
과세특례		
기타지원제도		

자료: 문화체육관광부 · 한국콘텐츠산업진흥원 “정부의 콘텐츠산업 지원사업 가이드”, 2009

[부표 2] 영화산업의 수익배분 방식 사례

		금액(원)	총수익 중 비율	비고
전국관객 동원수		2,500,000	-	
평균관람료*		5,400	-	
총수익		13,500,000,000	100.0%	2,500,000 x 5,400
상영관		6,750,000,000	50.0%	총수익의 절반을 배급사에 송부
배급사		675,000,000	5.0%	상영관이 송부한 금액의 10%를 배급수수료로 확보후 90%를 투자사로 송부
투자사	제작 비용	4,000,000,000	29.6%	배급사에서 받은 금액 중 제작비용을 제외한 금액의 40%를 제작사로 보내고 나머지 60%를 순수익으로 취함
	순수익	1,250,000,000	9.3%	
제작사		825,000,000	6.1%	

*2003년도 기준

자료: 최용배 외, “한국영화 배급시스템 연구”, 영화인회의, 2003을 박제현, “영화산업 구조분석 및 경쟁정책적 평가”, 공정거래위원회, 2008에서 재인용

[부표 3] 2009 신화창조 프로젝트의 대한민국 스토리 공모대전

분 야	제 출 형 식	형 태	적용콘텐츠	주제/ 소재
창 작 스토리	시나리오	시리즈물	TV미니시리즈(16부이상) TV애니메이션(26부이상)	제한 없음
		중·장 편	단막극,TV영화, 극장용애니메이션등	
	창작스토리 일반(A4용지30매 이상)	자유형식	영화,드라마,애니메이션, 소설,만화,공연,모바일, 게임등	

자료: 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, “신화창조 프로젝트 사업개요”, 2009

현안보고서 발간 일람

호 수	제 목	발간일	집필진
제1호	태안 기름누출사건에 따른 국가 위기대응태세점검 및 향후대책	2007.12.18	김종연 최준영
제2호	국제지명표준화 관점에서 바라본 독도표기문제 및 대응방안	2008. 7.31	김종연 최준영
제3호	인터넷 실명제 쟁점	2008. 8.28	김여라
제4호	한·미 방위비 분담의 현황과 쟁점	2008. 8.28	김영일 신종호
제5호	국민연금과 직영연금 간 가입기간 연계제도	2008.10. 6	원시연
제6호	2008 미국 대선의 주요 이슈와 우리나라에 대한 시사점	2008.10. 8	김준 외 7인
제7호	미국의 대북제재현황과 테러지원국 지정 해제의 영향	2008.10.15	이승현
제8호	지방행정체제 개편의 쟁점과 입법부의 과제	2008.10.31	하혜영 외 6인
제9호	오바마시대 개막의 의의와 시사점	2008.11. 6	김준 외 7인
제10호	자전거 이용 활성화를 위한 관련 법률 검토 및 쟁점 분석	2008.12. 8	박준환
제11호	군경력 가산점제 재도입 논의의 쟁점	2008.12.10	조규범
제12호	쇠고기 수입위생조건 국회심의규정의 검토 및 개정방향	2008.12.11	정민정 김남영
제13호	사이버공간에서의 이용자 보호와 인터넷서비스제공자의 역할	2008.12.11	이유주
제14호	인터넷 전화와 번호이동제도의 현황과 발전방향	2008.12.11	박 철
제15호	선진국형 식품안전관리체계 마련 방안	2008.12.12	김 준 배민식
제16호	공무원연금제도 개혁논의와 주요 쟁점	2008.12.22	원시연
제17호	주식 공매도 현황 및 개선방안	2008.12.29	박충렬

호 수	제 목	발간일	집필진
제18호	기초보장 급여체계의 개선 : 개별급여 방식을 중심으로	2008.12.30	유해미
제19호	국가대표선수 은퇴 후 진로 강화를 위한 지원체계의 현황 및 발전방향	2009. 1. 7	김신애
제20호	국회 및 주요국 의회의 질서유지제도	2009. 2. 6	전진영
제21호	선상투표제도 도입관련 쟁점 및 시사점	2009. 2.20	김종갑 외 3인
제22호	강제철거에서의 주거권 보호를 위한 입법적 개선방향	2009. 2.23	조규범
제23호	신재생에너지 의무할당제 도입관련 쟁점분석	2009. 4. 1	유재국
제24호	「교통사고처리특례법」 일부 위헌 판결에 따른 영향분석 및 후속조치 검토	2009. 4. 1	박준환
제25호	정치자금 소액기부의 현황과 활성화 방안	2009. 4.14	조만수
제26호	헌법재판소 변형결정의 기속력에 관한 입법개선방향	2009. 4.16	김선화
제27호	대량살상무기확산방지구상(PSI)의 현황과 쟁점	2009. 5.11	정민정
제28호	영리병원 도입 논의 및 정책과제	2009. 5.15	이만우
제29호	일자리 나누기 정책의 개선과제	2009. 6. 2	정종선
제30호	LED 조명산업의 현황과 지원정책의 개선방향	2009. 6.30	유재국 이상은
제31호	금융채무불이행자 현황 및 지원정책의 개선방향	2009. 7. 9	임동춘 주규준
제32호	존엄사 입법화의 쟁점과 과제	2009. 8.13	이만우 조규범
제33호	온라인상 불법저작물 대책 및 개선방향	2009. 8.21	나채식
제34호	전화금융사기(보이스피싱) 대응책의 현황 및 개선방안	2009. 8.21	이유주
제35호	일본의 정권교체 그 의미와 시사점	2009. 9. 3	이현출

호 수	제 목	발간일	집필진
제36호	북한 황강댐 방류에 대한 국제법적 고찰	2009. 9.22	정민정 김상욱
제37호	미국하원의 발언관련 규범	2009. 9.28	전진영
제38호	법률명 약칭 법제화 방안	2009. 9.28	김남영
제39호	저출산 대응 주요정책의 현황 및 과제	2009.10.15	유해미
제40호	신종플루의 대유행(Pandemic) 및 정책대응	2009.10.16	이만우 허종호
제41호	대규모 소매점에 대한 규제: 쟁점과 대안	2009.10.20	박충렬 정민정
제42호	석면 관련 법제의 개선방안: 현황, 문제점, 해외 사례를 중심으로	2009.10.21	김 준 최준영
제43호	희유(稀有)금속자원 재활용의 문제점과 개선방안	2009.10.27	김경민 신가은
제44호	입학사정관제의 바람직한 운영을 위한 제언 - 미국입학사정관제의 시사점 -	2009.11.10	정환규
제45호	국회 인사청문제도의 현황과 개선방안	2009.11.12	전진영 김선화 이현출
제46호	고령사회 대비 노인요양시설확충사업의 방향성 검토	2009.11.20	원시연
제47호	방송광고판매 경쟁체제 도입과 쟁점	2009.11.27	김여라
제48호	‘7.7 DDoS 사고’ 대응의 문제점과 재발방지 방안	2009.12.1	배성훈
제49호	한-인도 CEPA의 인력유입효과 제고방안	2009.12.3	정민정
제50호	퇴직공직자 취업제한제도의 현황과 개선방안	2009.12.9	박영원
제51호	일·가정 양립정책의 문제점과 개선방안	2009.12.10	조주은
제52호	와이브로(WiBro)사업의 현황과 발전 방향	2009.12.15	김유향
제53호	수입수산물 안전관리의 문제점과 개선방향	2009.12.16	장영주

호 수	제 목	발간일	집필진
제54호	경찰의 주취자 보호·관리제도 개선방안	2009.12.17	하혜영 유규영
제55호	버스준공영제 시행에 따른 지방자치단체의 재정 부담과 과제	2009.12.18	박준환
제56호	미국의회의 입법과정과 우리 국회에 대한 시사점	2009.12.22	전진영
제57호	조선산업의 현황과 정책 과제	2009.12.23	전은경 이상은 김봉주
제58호	오바마 정부의 비핵화 정책과 북핵문제	2009.12.24	김영일 유웅조
제59호	교통단속시스템 무력화 장비의 사용실태와 입법적 과제	2009.12.28	유규영 하혜영
제60호	육우산업의 현황과 정책과제	2009.12.30	배민식
제61호	고령사회 대비 주치의 제도 도입 검토	2009.12.30	이만우
제62호	프랑스 소재 외규장각 도서의 국내반환 방안	2010. 1.20	정민정 유의정
제63호	다태아 지원정책의 문제점과 개선방안	2010. 1.28	김주경 조주은
제64호	저출산·고령사회 극복을 위한 이민정책의 개선 과제	2010. 2. 1	유의정
제65호	고령자 일자리 정책의 현황과 개선 방향	2010. 2. 3	김 준
제66호	칠레 우파 대통령 탄생의 배경과 의미	2010. 2. 5	김영일 이현출
제67호	콘텐츠정책의 평가와 주요국 사례비교	2010. 2.10	김유향 최준영
제68호	애니메이션 산업의 현황 및 발전방향	2010. 2.11	나채식
제69호	게임콘텐츠의 현황 및 육성 방안	2010. 2.17	김신애
제70호	방송콘텐츠 현황 및 육성방안	2010. 2.22	김여라
제71호	모바일 오픈마켓을 활용한 모바일 콘텐츠시장 활성화 방안	2010. 3. 2	이유주

호 수	제 목	발간일	집필진
제72호	WTO/DDA 수산보조금 협상 대응방안 - 어업용 면세유를 중심으로 -	2010. 3. 3	정민정 장영주 김경민

-----NARS]

현안보고서 제73호

발 간 일 2010년 3월 9일
발 행 이 상 철
편 집 경제산업조사실 산업자원팀
기획관리관 기획협력팀
발 행 처 국 회 입 법 조 사 처
서울특별시 영등포구 의사당로 1
TEL 02·788·4524
인 쇄 경성문화사 (TEL 02·786·2999)

1. 본 책자의 무단 복제 및 전재는 삼가주시기 바랍니다.
 2. 내용에 관한 자세한 사항은 집필자에게 문의하여 주시기 바랍니다.
 3. 전문(全文)은 국회입법조사처 홈페이지(<http://www.nars.go.kr>) 'NARS 발간물'에 게시되어 있습니다.
-

ISSN 2005-3215

발간등록번호 31-9735025-000637-14

© 국회입법조사처, 2010