

서울경제 일자리 창출의 동력, 창조산업의 전략적 육성

2012. 3. 5 제110호

정병순 / 서울시정개발연구원 연구위원

〈 목 차 〉

요약

- I. 창조산업의 의의와 전망
- II. 서울시 창조산업 현황 및 과제
- III. 서울시 창조산업 육성방안

요 약

고용여건이 어려운 서울경제에서 창조경제는 창조인력을 위한 일자리의 보고(寶庫)

고용여건이 날로 악화되고 있는 21세기 경제환경에서 창조경제(creative economy)가 서울 경제의 일자리 창출 동력으로 부상하고 있다. 실제, 제조업 일자리가 무려 59% 감소한 1994년~2008년 동안 창조경제 일자리는 78%에 달하는 비약적 성장이 있었다. 특히 2000년 이후에는 디자인·광고·R&D와 같은 ‘지식서비스형 창조경제’ 영역이 같은 기간 동안 50%를 상회하는 성장세를 나타내, 명실상부한 일자리의 보고(寶庫)라 부를 만하다. 이런 가운데 창조경제는 글로벌화와 디지털기술 고도화 속에 제작 및 유통시스템이 질적으로 변화해 가고 있어 개별 기업은 물론, 정책적 측면에서도 적극적 대응이 요구된다.

창조경제 전반의 양적·질적 성장 속에 장르별로 차별적 여건 및 다양한 현안 내재

서울의 창조경제는 지난 1990년대 중반 이래 외연성장과 함께 구조고도화(유통중심에서 제작중심으로의 전환)와 같은 질적 발전도 점진적으로 진행되고 있다. 특히, 창조경제를 구성하는 다양한 부문 가운데 디자인과 공연예술, 그리고 R&D, 방송, 광고, 게임 등은 빠른 성장세를 나타내고 있다. 아울러 장르별로 다양한 집적지가 형성되어 서울 전역에 이른바 ‘창조경제의 모자이크’가 확립되어 있다. 이러한 클러스터 지도는 거시적 차원에서 권역적 거점화 전략을 모색하는 한편, 미시적 차원에서 지구별로 창조산업의 특성화 영역을 식별하는데 도움을 줄 수 있다. 한편, 장르별 실태 또한 창조경제 육성에서 중요한 요소로 주력 장르라 할 수 있는 영상, 게임은 각기 다른 여건과 추세변화 속에 다양한 구조적 현안을 내재하고 있는 것으로 분석되었다. 이외, 모바일콘텐츠는 생태계형 가치사슬에 기반해 차세대 창조경제를 견인할 신시장으로 부상하고 있다.

지속가능한 창조경제 실현을 위해서는 중장기 창조경제 육성전략 추진 필요

이렇듯 고용침체의 시대에 창조인력을 위한 일자리의 동력으로 부상하고 있는 창조경제의 지속가능한 발전을 위해서는 경제 전반 그리고 장르별 여건과 추세변화, 현안문제 등을 다각적으로 고려한 전략적 방안이 요구된다. 우선, 중소 콘텐츠기업의 역량강화를 위한 산업 기반 구축이 필요하며, 이를 위해 전주기적 제작자금 지원체계를 구축하고 창조적 전문인력 양성을 위한 지원방안을 강구할 수 있다. 둘째, 콘텐츠융합 활성화를 통한 혁신적 콘텐츠 개발 촉진 전략이 고려될 수 있다. 셋째, 최근 독자적 산업화의 경로를 거치면서 거대 시장이 형성되고 있는 모바일 산업을 중심으로 새로운 일자리 동력을 창출할 수 있도록 모바일 산업을 육성하는 전략이 강구될 필요가 있다. 마지막으로, 영상 및 게임 산업의 구조고도화를 위한 종합발전전략을 모색해 볼 수 있다.

I. 창조산업의 의의와 전망

대도시 서울경제의 일자리 및 부의 견인차로서 창조경제

□ 제조업 중심의 전통적 산업경제 질서를 대체하여 창조계층(creative class)에 기초한 창조경제가 대도시 경제 전면에 부상

- 창조경제는 '경제활동의 투입 및 산출 요소가 주로 창조적 아이디어에 있는 경제'로, 아이디어의 보유주체인 "창조계층"이 경제발전의 견인차
- 새롭게 부상하는 경제로서 창조산업은 창조적 노동에 기반한 클러스터지향형 산업 등 고유한 산업특성을 내재
 - 창조적 노동에 기반하고 강한 문화지향성을 지닌 산업
 - 프로젝트 기반(project-based)의 클러스터형 산업
 - 원소스멀티유즈(OSMU), 윈도우 효과 등에 의한 고부가가치형 산업

창조경제의 핵심 요소로서 창조계층과 창조적 노동의 성격

- 창조계층은 구성원들이 유의미한 새로운 형태를 창출하는 기능을 가진 일에 종사하는 인력을 의미하며, "핵심 집단"(과학자, 연구원, 엔지니어, 교수, 예술가, 디자이너, 건축가, 문화계 인물 등)과 광범위한 지식산업 분야에서 활동하는 창조적 전문직 종사자로 구성((Florida, 2005))
- 창조계층은 어떤 문제에 대면해 복합적 지식에 의존하여 창조적으로 문제해결에 관여하는 바, 표준적 접근을 독특하게 결합·적용하고 때로 독자적으로 새로운 아이디어와 혁신을 시도함.
- 창조경제를 움직이는 본원적 요소로서 '창조적 노동'은 다음의 속성을 내재함(Caves, 2000)
 - 수요의 불확실성(Nobody knows principle) · 예술을 위한 예술(Art for art's sake principle)
 - 숙련의 다양성(Motley crew principle) · 무한한 다양성(Infinite variety principle)
 - 숙련도의 차이(A list/B list) · 시간적 제약(Time flies principle)
 - 콘텐츠의 영속성(Ars longa principle)

- 이러한 특성과 맞물려 창조경제는 다양한 영역과 장르의 산업들로 세분화
- 창조경제를 구성하는 산업들에 대한 이해는 영국의 DCMS(1998), UNCTAD(2008), Howkins(2001) 등 매우 다양

- 이들 다양한 개념 기준을 고려해 문화예술형/디지털주도형/지식서비스형의 3대 영역 13개의 부문(10개 장르)으로 구분해볼 수 있음.

<표 1> 창조경제의 산업적 구성

창조경제 영역		세부 업종(장르)
문화예술형		공연예술(연극, 무용, 기타 창작 및 예술 등), 출판(만화 포함)
디지털 주도형	디지털기반형	게임, 애니메이션, SW개발, 정보서비스
	디지털중심형	영화, 방송, 음악
지식서비스형		건축, 광고, 디자인, 연구개발서비스

주 : 디지털기반형은 디지털 기술이 사업의 핵심요소인 부문, 디지털중심형은 그 기술이 중요하게 활용되거나 활용될 예정인 부문에 해당함.

- 창조경제는 고용여건이 날로 악화되는 21세기 경제에서 일자리 기반으로 기여하는 바, 향후 서울경제의 일자리창출 동력이 될 것으로 기대
 - 창조경제의 고용창출 잠재력은 취업유발계수로도 확인되는데, 문화서비스업(21.0명)은 제조업(10.1명)이나 서비스업 전체(18.4명)에 비해 높은 수준
 - 이는 창조산업이 지닌 복잡한 가치사슬에 기인하는 바, 단일 프로젝트에 다수의 제작주체들이 참여하고, 제작된 콘텐츠가 다양한 채널로 유통되거나 여러 장르에서 재제작되는 윈도우 효과(window effect)가 작용
 - 실제, 제조업이 큰 폭의 감소세를 보인 1994년~2008년 동안 창조경제는 77.8%의 빠른 성장세를 나타냄.
 - 특히, 디지털기반형 업종들은 1994년 이래 190%의 비약적 고용성장 실현
 - 2000년 이후에는 지식서비스형 업종들이 50%를 상회하는 빠른 성장세

<표 2> 서울경제 및 창조산업의 종사자 현황 및 추세(단위 : 명, %)

구분	1994년		2000년		2008년		94년대비 증감률	00년대비 증감률
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중		
서울 창조경제계	227,941	100.0	343,013	100.0	405,172	100.0	77.8	18.1
문화예술형	66,010	29.0	60,662	17.7	53,511	13.2	-18.9	-11.8
디지털기반형	73,125	32.1	182,981	53.3	211,014	52.1	188.6	15.3
디지털중심형	26,253	11.5	27,737	8.1	31,735	7.8	20.9	14.4
지식서비스형	62,553	27.4	71,633	20.9	108,912	26.9	74.1	52.0
서울 제조업계	808,585	-	568,421	-	333,487	-	-58.8	-41.3
서울 경제계	3,612,150	-	3,574,824	-	4,079,277	-	12.9	14.1

주 : 디지털기반형은 게임, 애니메이션, SW개발, 정보서비스, 디지털중심형 : 음악, 영화, 방송 등

- 따라서 창조경제는 청년층 창조인력에 대해 명실상부하게 '일자리의 보고 (寶庫)'라 할 만한 산업영역이자, 정책적으로 투자한 만큼 일자리를 견인해 낼 수 있는 막대한 잠재력을 지닌 산업영역이라 할 수 있음.

글로벌화와 기술고도화 속에 제작 및 유통시스템의 질적 변화

- 일자리경제의 새로운 동력으로 부상하고 있는 창조경제는 서울경제의 거시적 변화 속에 기술적·산업적으로 진화해 가고 있는 중
 - 우선 서울경제의 구조변화와 관련해 산업구조의 질적 변화와 기술융합화 추세에 주목하는 것이 서울경제의 지속가능한 발전을 모색하는데 중요
 - 지난 20세기 후반 이후 '서비스 경제화'(servicization of economy) 속에 '산업의 지식기반화'도 가속화되어, 전통적인 요소투입형 경제시스템에서 지식 기반의 "혁신주도형 경제"(innovation-driven economy)로 이행
 - 아울러, 미 과학재단(NSF)이 인류사에서 신르네상스 도래의 계기로 인식한 '기술융합'(technology convergence) 추세도 활성화되어, 향후 인류의 삶을 크게 향상시키고 신시장과 일자리 창출에 기여할 것으로 기대

- 이러한 구조변화에 맞물려 창조경제에서도 다양한 트렌드들이 새롭게 전개되는 바, 우선 창조경제의 글로벌화와 이에 따른 신흥시장의 부상 중요
 - 세계 콘텐츠 시장(출판, 영화, 게임 등 7대 장르 기준)이 2005년 이래 매년 4%의 성장을 보여, 2015년에는 약 8,240억달러에 이를 것으로 추정
 - 글로벌화는 초기의 수출 및 라이선싱에 더해, 최근 현지시장 진출, 전략적 제휴나 인수·합병, 나아가 국제공동제작의 다차원적 형태로 전개
 - 주목할 점은 이 과정에서 중국, 인도, 브라질 등 아시아권, 중남미권을 중심으로 신흥시장이 급부상하고 있음.
- 디지털 기술 발전 등 기술고도화에 따른 '콘텐츠 제작 및 유통환경의 다변화' 또한 중요하게 고려되어야 할 추세 중 하나
 - 다변화되는 기술환경 속에 기존 아날로그 중심 콘텐츠 제작의 디지털화 추세가 활성화되고, CG나 3D입체영상, 가상현실(VR)이나 증강현실(AR)과 같은 첨단 제작기술을 활용한 콘텐츠 제작이 새로운 추세로 발전

창조경제와 디지털기술의 진화 : 3D입체영상과 CG, 증강현실(AR)

- 영화 「아바타」에서 시작한 3D입체영상은 애니메이션, 방송, 게임 등으로 확대되고 있는데, 이러한 추세에 힘입어 2014년에는 시장규모가 1,121억 달러에 이를 것으로 전망됨.

〈표 3〉 전 세계 3D 시장의 현황 및 추세

구분		2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	평균매출액 (10~14)	연평균성장률 (%)
전 세계		86.4	308.2	528.2	770.1	1121.2	562.8	89.8
주요 국가	미국	34.5	78.9	105.6	141.3	201	112.3	55.4
	한국	10.3	12.4	14.8	17.8	21.3	15.3	19.9

자료 : 한국콘텐츠진흥원, 2011, 2010 콘텐츠산업통계

- **컴퓨터그래픽(CG) 기술**은 영상분야에서 보통 CG를 이용한 특수효과를 의미하는데, 오래전부터 다양하게 사용되고 있고 최근에는 3D기술 발달로 CG기술로 진화하고 있음.
- **증강현실(VR) 기술**은 가상현실(VR) 기술에서 파생된 기술로 현실세계의 정보 위에 컴퓨터로 처리된 가상의 정보를 결합시켜 제공하는 기술로, 1990년대 후반 미국 등을 중심으로 원격의료진단, 방송, 건축설계 등에, 그리고 최근 위치기반서비스 모바일게임 등으로 다양하게 활용되고 있음.

- 유통영역에서도 네트워킹 기술고도화에 힘입어 더욱 혁신적이게 되면서, 최근 모바일 기반의 신 유통채널이 확대되어 독자적 산업으로 성장
- 이러한 모바일기반 스마트기기 진화가 지속되면 장기적으로 유통채널이 PC기반 온라인에서 모바일 채널로 대체되리라는 예측도 존재

□ 서울경제 전반의 기술융합화 트렌드 속에 디지털 컨버전스(digital convergence) 및 융합형콘텐츠의 개발 또한 활성화될 것으로 기대

- 통신기술(CT)과 정보기술(IT)의 융합이 주를 이루던 1단계 디지털 컨버전스는 2단계의 미디어와 융합, 즉 다양한 차원의 방송통신 융합으로 진화
- 단말기 융합/네트워크 융합/서비스 융합/사업자 융합으로, 특히 서비스 융합은 TPS, QPS와 같은 다양한 형태로 구현되는 추세(박스 참조)
- 이와 함께, 콘텐츠 융합화 추세 속에 '융합형콘텐츠 개발' 또한 활발해, 세계 융합콘텐츠 시장은 2010년 현재 약 4천 4백만 달러 규모로 전년 대비 약 18% 성장하였으며, 향후 2014년까지 연평균 약 19%씩 성장 예상

서비스 융합과 콘텐츠 융합

- **서비스 융합**이란 방송과 통신 서비스 속성을 공유하는 서비스가 출현하는 융합의 차원으로 일반적으로 TPS, QPS가 대표적인 서비스로 거론됨.
 - TPS(Triple Play Service) : 초고속인터넷, 전화, 방송을 통합 · 이용케 하는 방송통신 융합서비스
 - QPS(Quadruple Play Service) : TPS에 더해 이동통신 기능까지 추가된 융합서비스
- **콘텐츠 융합**은 '다양한 IT기반 융합신기술을 적용해 창출된 콘텐츠와 이를 활용한 서비스'로써, 다음과 같이 네 가지 유형 및 세부 영역 하에 다양한 융합형 콘텐츠들이 존재함.
 - 신기술기반 융합콘텐츠 : 공연 · 전시, 만화 · 애니 · 캐릭터, 음악, 영상, 게임 콘텐츠
 - 융합기술기반 콘텐츠 : 실감응용형 콘텐츠, 상호작용형 콘텐츠
 - 사이버기반 융합콘텐츠 : 가상현실 콘텐츠, 증강현실 콘텐츠
 - 산업연계형 융합콘텐츠 : 사회서비스 연계형, 사업서비스 연계형, 공공서비스 연계형 콘텐츠

□ 콘텐츠 이용 및 소비패턴의 다변화

- 디지털 기술의 발전과 이에 따른 기기의 융합 및 스마트형 기기로의 진화

는 콘텐츠 유통 및 소비패턴에서도 지속적 변화를 유발

- 모바일기기 확산에 따른 소비의 개인화와 맞춤형 서비스 활성화 추세와 더불어 신소비계층(N세대 등)이 주도하는 웹2.0 현상이 활성화
 - 이는 개방과 참여, 공유의 원리를 기본으로 하는 콘텐츠 소비를 활성화 하고, 역으로 체험중시의 콘텐츠, 몰입형콘텐츠 제작을 확대
 - 콘텐츠 이용 및 소비패턴의 질적 변화는 궁극적으로 사회적 의사소통방식이나 관계망이 형성되는 방식까지도 변모시킴.

II. 서울시 창조산업 현황 및 과제

창조경제의 양적·질적 성장 속에 장르별로 다양한 집적지 발달

□ 서울의 창조경제는 높은 국가적 위상과 급속한 고용 성장 속에 질적인 발전도 일부 동반 진행

- 전국에서 서울시 종사자, 즉 일자리의 비중은 일부(공연예술, 애니메이션, 연구개발 부문)를 제외하고 13개 부문 대부분에서 50%를 상회할 정도의 압도적 우위를 보임.
- 전체 가치사슬의 핵심을 차지하는 제작부문만 고려하면, 대부분 60%를 상회하고 특히 게임·영화·디자인·SW개발 등은 75%를 상회
- 추세상으로는 2000년 이후 디자인과 공연예술의 비약적인 성장과 함께, 연구개발(R&D), 방송, 광고, 게임 등에서도 비교적 빠른 성장세를 나타냄.
- 더욱이, 대부분의 장르에서 유통 중심에서 제작 중심으로 가치사슬의 전환이 나타나, 산업 내부의 구조고도화도 진행되고 있는 것으로 분석됨.

<표 4> 서울시 창조산업 종사자 현황 및 추이(단위 : 명)

구분	1994년		2000년		2008년		1994년 대비 증감률(%)	2000년 대비 증감률(%)
	종사자수	비중(%)	종사자수	비중(%)	종사자수	비중(%)		
출판/만화	63,126	(27.7)	57,129	(16.7)	45,759	(11.3)	-27.5	-19.9
공연예술	2,884	(1.3)	3,533	(1.0)	7,752	(1.9)	168.8	119.4
게임	22,566	(9.9)	36,082	(10.5)	44,185	(10.9)	95.8	22.5
음악	5,888	(2.6)	5,345	(1.6)	2,974	(0.7)	-49.5	-44.4
영화	10,844	(4.8)	9,914	(2.9)	9,466	(2.3)	-12.7	-4.5
애니메이션	8,753	(3.8)	11,272	(3.3)	6,965	(1.7)	-20.4	-38.2
방송	9,521	(4.2)	12,478	(3.6)	19,295	(4.8)	102.7	54.6
광고	17,499	(7.7)	18,044	(5.3)	25,584	(6.3)	46.2	41.8
디자인	3,766	(1.7)	5,761	(1.7)	13,118	(3.2)	248.3	127.7
건축	29,760	(13.1)	28,615	(8.3)	34,611	(8.5)	16.3	21.0
연구개발업	11,528	(5.1)	19,213	(5.6)	35,599	(8.8)	208.8	85.3
SW개발업	36,655	(16.1)	116,721	(34.0)	141,055	(34.8)	284.8	20.8
정보서비스업	5,151	(2.3)	18,906	(5.5)	18,809	(4.6)	265.2	-0.5
합계	227,941	(100.0)	343,013	(100.0)	405,172	(100.0)	77.8	18.1

- 권역별로는 동남권(40.1%)과 서남권(27.8%)에 전체 종사자의 약 70%가 분포하며, 서북권(8.2%)과 동북권(5.7%)은 취약한 여건을 나타냄

□ 공간경제적 측면에서 장르별로 다양한 집적지(spatial cluster)가 형성·발전함으로써 서울 전역에 '창조경제의 모자이크'가 구축

- 기업간 연계와 협력에 따른 시너지를 공간적으로 창출하려는 기업의 전략이 클러스터라는 점에서 집적지 식별은 창조경제 육성을 위한 전략 수립에서 유용한 요소의 하나임.
- 서울시 차원에서는 창조경제의 중심지로서 서울 전역을 대상으로 권역별 거점화 전략을 확립
- 자치구 차원에서는 특화산업지구 사업에서와 같이 지구별로 창조산업의 특성화 영역을 식별하는데 유용
- LISA(Local Indicator of Spatial Association) 분석과 입지계수(LQ) 분석을 통해 집적지 패턴을 식별한 결과, 10개 장르별(SW개발, 정보서비스, 연구개발 제외)로 집적지 지도(cluster map)는 매우 다양

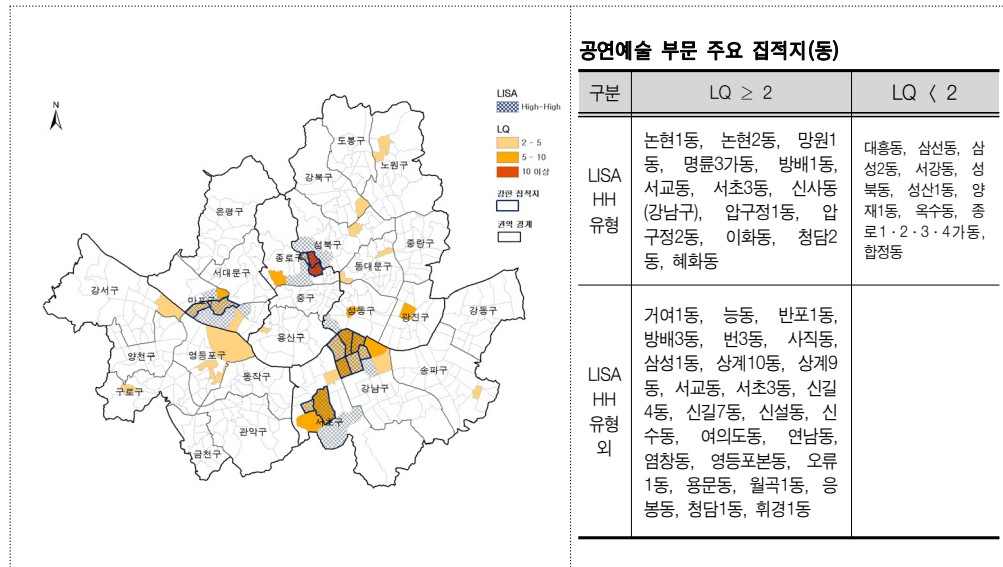
창조경제 집적지 분석 방법 : LISA(국지적 공간연관지표) 분석

- 특정산업의 집적지(spatial cluster)를 식별하기 위한 최신의 공간계량분석 기법이 LISA(Local Indicator of Spatial Association) 분석으로, 이는 이웃하는 공간적 사건들의 상호의존성 내지 유사성의 정도, 즉 공간자기상관을 통계적 방법을 통해 탐색함으로써 클러스터를 식별해 내는 방법임.

$$I = \left(\frac{n}{s_0} \right) \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m w_{ij} x_i x_j}{\sum_{i=1}^n x_i^2}, \quad n: \text{지역 공간단위의 수}, w_{ij}: \text{공간가중치행렬의 요소}$$

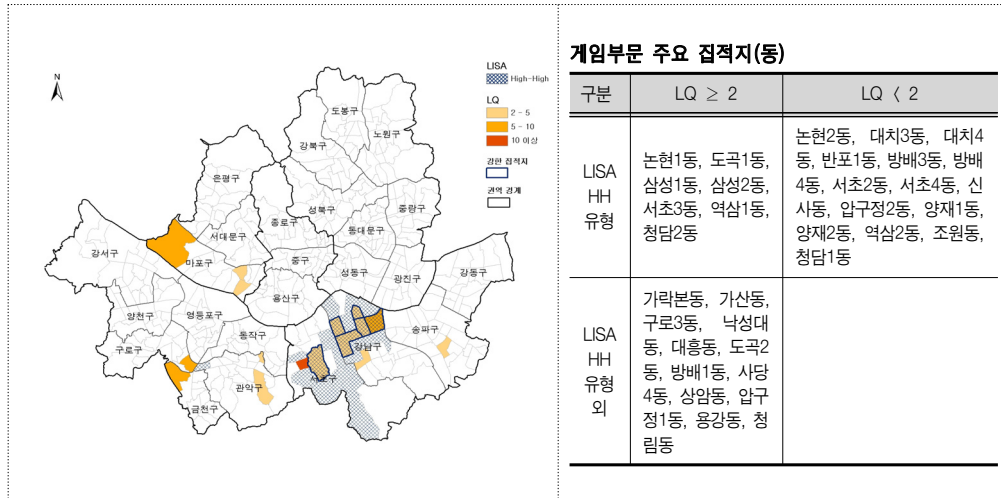
- 개별 지역들의 공간자기상관을 측정하기 위한 산식이 이른바 국지적 모란지수(Local Moran's I)로서, 동 지수는 개별 지역 주변에 유사한 값을 갖는 공간적 군집의 유의성을 판정하고 국지적인 군집이 나타나는 지역을 식별할 수 있게 함.
- 분석의 결과는 각 지역들이 네 개의 유형(H-H/L-H/L-L/L-H 유형)으로 표현할 수 있게 해주는데, 이 가운데 H-H지역을 클러스터로 식별함.
- H-H지역은 특정 지역과 인접 지역 모두 높은 특화도를 가지는 상호유사성이 형성되어 있는 지역

- 이 가운데 문화예술형으로서 최근 빠른 종사자 성장세를 보인 공연예술의 경우 도심권, 동남권, 마포 일대를 중심으로 집적지가 관찰됨.

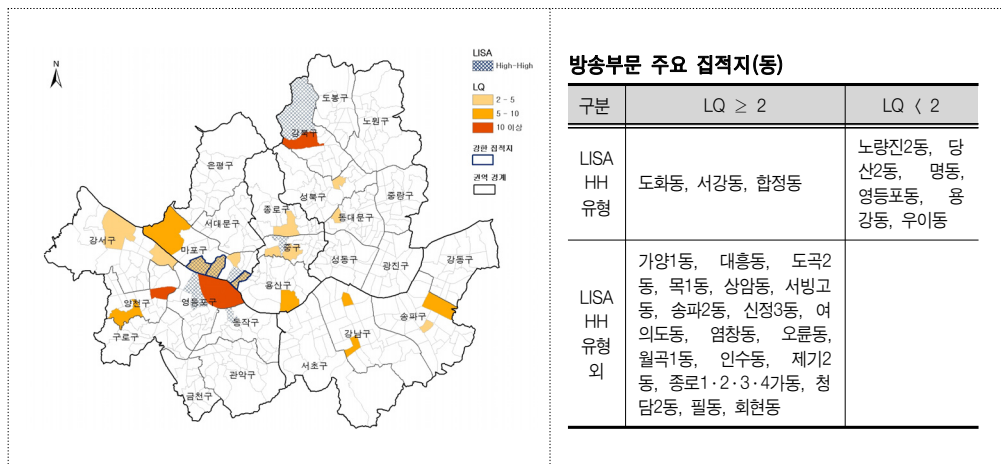


[그림1] 창조경제의 집적지 식별 : 공연예술부문 집적지 패턴

- 반면, 디지털중심형의 '방송'과 디지털기반형인 '게임' 장르의 경우에는 각각 상이한 집적지 분포패턴이 식별됨.
 - 게임의 경우 동남권, 특히 강남·서초구에서 '강한 집적지'가 식별되고, 아울러 서남권과 마포 상암동 일대 등에서 '집적가능지역'이 식별됨.
 - 방송은 지상파방송사 입지를 계기로 마포-여의도권이 '강한 집적지'로 식별되고, 이외 국지적 클러스터가 산재되어 있는 분포패턴을 나타냄.



[그림 2] 창조경제의 집적지 식별 : 게임부문 집적지 패턴(2008년)

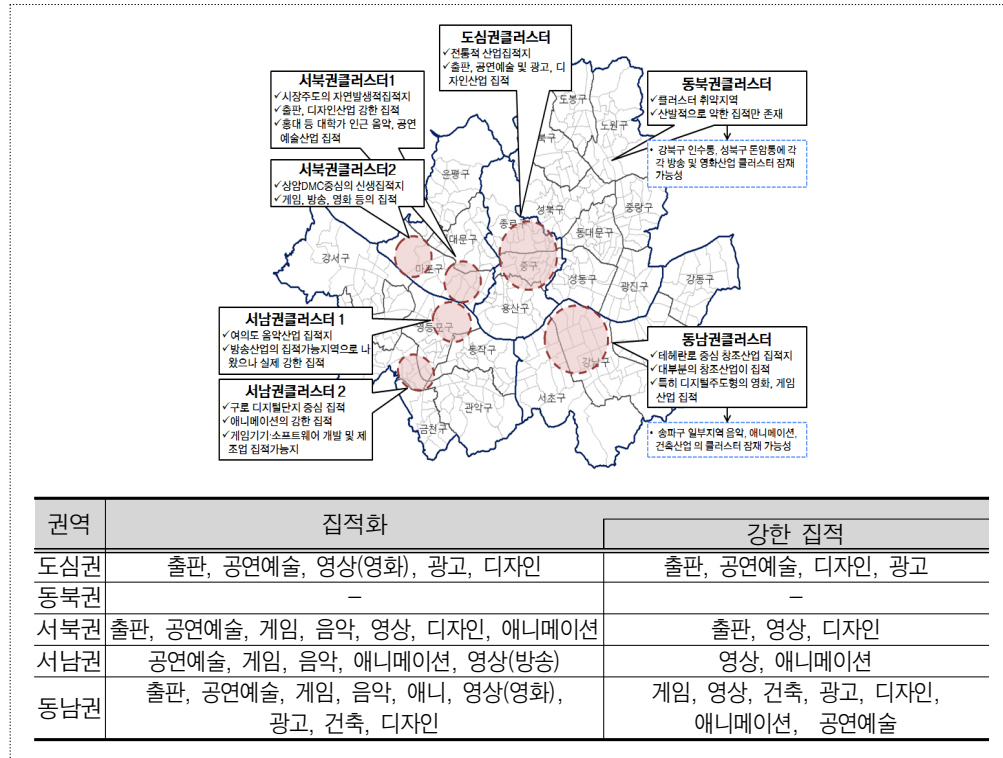


[그림 3] 창조경제의 집적지 식별 : 방송부문 집적지 패턴(2008년)

- 아울러, 이들 집적지 패턴이 시계열적으로 변모하는 동적 특성을 가진다는 점도 창조경제 활성화를 향한 전략개발에서 중요하게 고려할 필요가 있음.
- 과거 문화콘텐츠의 중심성을 지니던 도심부는 점차 기반이 약화
- 구제조업 중심지이던 구로디지털단지나 계획적 단지로 조성된 상암DMC를 중심으로 신형 창조클러스터 부상

□ 전체적으로 5대 권역별로 다음의 클러스터 특성이 확인

- 도심권은 출판, 디자인, 공연예술 등 문화예술형 창조경제를 중심으로 한 공간클러스터가 발달해 있는 특성을 보이는 바, 이를 유지·관리하는 동시에 디지털기반 영역과의 연계·네트워킹 활성화 필요
- 서남권은 여의도를 중심으로 방송과 음악 클러스터가 잘 발달해 있고, 물적 환경이 재정비된 구로디지털단지를 중심으로 영상 및 게임 클러스터의 급성장세를 보이는 이원화된 클러스터 특성이 나타남.
- 동남권은 대부분의 장르가 자생적 발전을 거쳐 고루 발달해 있고 영화와 방송드라마, 게임 등은 강한 집적이 존재하는 대단위 클러스터가 형성되어 있으므로, 그 성장세를 강화하고 주변부로도 확산시키는 전략이 요구됨.
- 서북권은 신촌·홍대 일대 등 대학가와 상암 DMC를 중심으로 이원화된 클러스터 구조를 보이는 바, 상암DMC를 서북권 클러스터 거점으로 도약시키는 한편 그 성장세를 주변부와 연계·확산시키는 전략이 요구됨.
- 마지막으로 동북권은 공간클러스터가 거의 식별되지 않는 창조경제의 취약 지역에 해당하는 바, 권역 내 여건과 가용자원을 활용한 전략적 접근과 창조경제의 특성화 방안이 시급한 지역임.



[그림 4] 서울시 창조경제 클러스터 맵

영상과 게임, 모바일콘텐츠는 다양한 구조적 현안 내재

- 영상산업은 영화의 지속적 침체와 방송의 지속적 성장이라는 상반된 추세 속에 다양한 구조적 현안이 존재
 - 2010년 현재 영화시장은 3천 7백억원, 방송시장은 8조 9천 5백억원의 시장규모를 보이는 가운데, 방송산업이 지속 성장하고 있는 반면, 영화산업은 전반적 침체 속에 한국영화의 비중은 상대적으로 약화되는 실정임.
 - 영상산업의 글로벌화, 3D입체영상 제작이나 디지털화 등 제작시스템의 질적 변화가 영상산업의 주요 추세로 확립되고 있음.
 - 지난 10여 년간 콘텐츠 수출과 해외시장 진출이 확대되고 국제공동제작

도 활발해지고 있으며, 최근에는 K-POP 등을 매개한 신한류가 활성화됨.

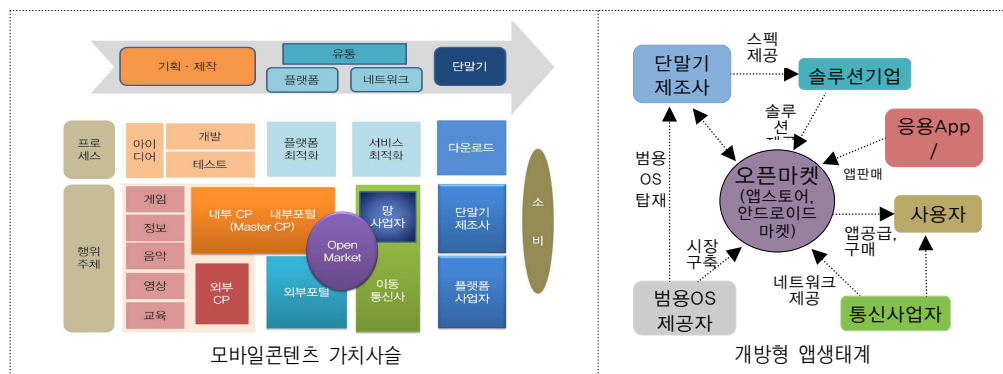
- 「아바타」 성공 이후 3D영화에서 시작된 3D입체영상 시장도 3D방송으로 확대되면서 2010년~2014년 동안 연평균 89.8%의 폭발적 성장이 예상됨.

- 아울러, 미디어 융합화(방송·통신 융합화)와 콘텐츠 유통채널의 다변화 등도 정책적으로 중요하게 고려되어야 할 추세로 인식됨.
- 유통방식도 극장이나 지상파TV와 같이 콘텐츠 대 플랫폼별 일대일 대응 방식에서 탈피해, 다중매체(온라인 VOD, IPTV, 위성DMB, WiBro 등)에 서비스되는 '다중창구화'(multiple windowing) 현상이 일반화되고 있음.
- 이러한 변화·발전에도 불구하고 영세한 사업구조 속에 수익률의 악화, 특정 수익원への 지나친 의존성, 스타중심의 제작구조와 이에 따른 낙후한 제작역량 등은 현안으로 지속되고 있음.

□ 게임산업 또한 온라인 게임을 중심으로 급속한 외연성장을 보였으나, 최근 새로운 환경의 출현 속에 여러 애로요인에 직면하고 있는 실정

- 2009년 현재 국내 게임시장은 3,640백만 달러(세계시장의 3.1%)에 불과하나, 온라인게임은 2,906백만 달러(세계시장의 23.0%)의 높은 우위를 보임.
- 이러한 여건 하에 최근 들어 게임제작의 대작화, 모바일게임 시장의 급성장, 혁신적 장르의 출현·확산 등의 새로운 추세로 출현·확대됨.
- 혁신적 장르로 기능성 게임(치료용, 학습용 게임 등), N-스크린게임, 소셜 네트워크게임(SNG), 모션센서기반 체감형 엑서게임(exergame) 등이 출현
- 그럼에도 불구하고 온라인게임 시장への 지나친 의존, 대기업의 급성장 속에 다수 중소제작사는 취약한 양극화, 혁신적 장르를 견인할 선도기술 부족이나 초기 시장의 안정성 확보 등은 적극 대응이 필요한 대목임.

- 모바일콘텐츠는 치열한 시장쟁탈전이 전개되는 신시장으로서 생태계형 가치사슬에 기반해 지속 진화하는 차세대 성장 및 일자리 동력
 - 과거 디지털콘텐츠 산업의 일부로 통합되어 있던 영역이 21세기 들어 앱스토어 등 신시장 창출을 계기로 차세대 산업으로 진화 중
 - 세계 모바일 앱시장 규모는 2009년 52억 달러에서 2010년 151억 달러로 성장한 후 2014년에는 580억 달러에 이를 것으로 추정(Gartner, 2011)
 - 모바일 산업은 개방적 시스템과 수평적 관계에 기초해, 다음의 영역에 속한다(多)주체들이 창조적으로 사업을 함으로써 부가가치와 일자리를 창출
 - 모바일플랫폼/모바일기기/모바일통신/모바일SW/모바일콘텐츠 부문



[그림 5] 모바일콘텐츠의 가치사슬 : 생태계형 가치사슬

- 현재 시장을 선점한 선도적 오픈마켓을 후발자가 추격하기는 쉽지 않으므로, 모바일콘텐츠나 모바일SW 중심의 역량구축과 틈새시장 공략이 바람직
 - 앱스토어(애플), 안드로이드마켓(구글), 오비스토어(노키아), 윈도마켓플레이스(MS), 앱월드(RIM)
- 그럼에도 불구하고, 국내의 모바일콘텐츠 제작역량이나 관련 기술력은 미흡하고, 앱창작 및 창업 활기 등은 선도국가에 비해 저조한 실정

Ⅲ. 서울시 창조산업 육성방안

지속가능한 창조경제 실현을 위한 통합적·전방위적 지원체계 구축

- 고용침체의 시대에 창조인력에게 좋은 일자리를 제공할 창조경제의 지속가능한 발전을 위해서는 정책현안에의 적극 대응과 종합지원체계 마련 필요
 - 콘텐츠산업의 글로벌화와 제작기술의 고도화, 유통환경의 다변화 등에 중소 콘텐츠 기업들이 대응할 수 있는 역량강화를 위해 산업기반 구축
 - IT기술 융합 추세 속에 전개되는 콘텐츠 융합을 촉진함으로써 혁신적 콘텐츠 개발을 활성화하고 이를 통한 틈새 일자리 발굴과 벤처창업 활성화
 - 기존 시장의 분화에 따른 틈새시장의 성장, 신시장의 출현에 대응해 차세대 일자리창출을 선도할 전략장르를 발굴하고 그 성장토대를 마련
 - 서울시 콘텐츠산업의 주력 장르인 영상 및 게임산업의 구조고도화와 기업의 역량강화를 위한 종합발전전략 추진도 필요

□ 추진전략 및 추진방안

추진전략	추진방안
중소 콘텐츠기업 역량강화를 위한 산업기반 구축	<ul style="list-style-type: none"> - 전주기적 제작자금 지원체계 구축 - 창조적 전문인력 양성 및 채용 지원
콘텐츠융합 활성화를 통한 혁신적 콘텐츠 개발 촉진	<ul style="list-style-type: none"> - 융합콘텐츠의 전략적 특성화 및 콘텐츠 개발 촉진 - 연구 및 기술개발 지원과 기술인프라 구축
모바일 산업의 집중 육성을 위한 개방형 모바일 혁신체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠 제작지원을 위한 시설 및 인프라 구축 - 기술경쟁력 강화와 연구 및 기술개발 촉진 - 전략 추진을 위한 정책거버넌스 구축
영상 및 게임산업 구조고도화를 위한 종합발전전략 모색	<ul style="list-style-type: none"> - 영상 및 게임산업 특성화 사업 추진 - 중소 콘텐츠기업의 제작역량 강화와 유통선진화 지원 - 대(對) 영상 및 게임산업의 권역별 창조산업클러스터 구축

전략1 : 중소 콘텐츠기업 역량 강화를 위한 산업기반 구축

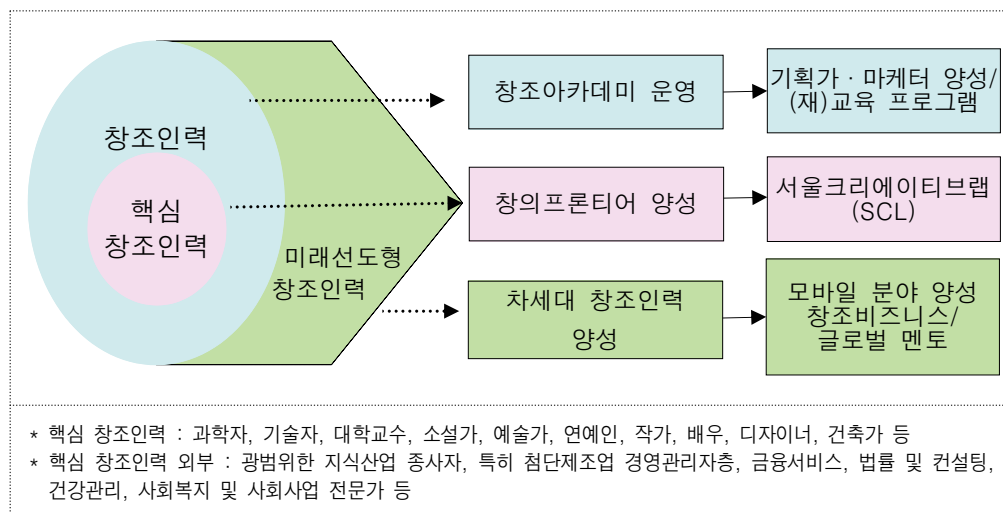
□ 글로벌 경쟁이 치열한 콘텐츠 시장에서 창조산업의 양적 성장을 질적 발전으로 전환하기 위해 다음의 두 방향으로 산업기반을 구축

- 중소형 창조기업이 직면하는 핵심 애로요인인 제작자금 확충과 투자 촉진
- 창의적 아이디어와 혁신적 지식의 보유주체인 창조인력 양성 및 채용 지원

□ 제작자금 지원은 창조기업의 가치사슬을 고려해 기획/메인제작/후반제작 단계로 구분하여 전주기적(全週期的) 지원체계를 구축

- 기획단계에서는 창작성이 돋보이고 사업화(상품화)가 가능한 콘텐츠의 기획(안)을 지원하는 공모사업을 개최하고 '기획개발비'를 지원
- 선정된 작품 중 일정한 조건을 충족하는 제작프로젝트를 엄선했을 경우 투자자금 지원 등 종합적인 지원시스템을 제공
 - 이를 위해 융자기반의 정책자금과 다른 혁신적 운용체계에 기반한 공공 주도형 투자기금, '서울스마트펀드'(Seoul Smart Fund)를 조성
 - 기금은 1차로 공공(50%)이 선도해 약 1,000억원 정도를 조성하되, 민간 기금(50%)은 재무적 투자자 외에 개인 투자자(10%~20%)가 참여할 수 있게 함.
 - 주목할 점은, 시가 직접 운용 시 펀드의 외양에도 불구하고 융자자금으로 운영되기 쉬우므로 가급적 전문 운영기관에 위탁하거나 별도 기구를 설립

- 창조기업의 지속가능한 발전에서 견인차이자 창조산업의 미래를 선도하는 창조인력의 양성 및 채용 정책도 긴급요
- 이를 위해 계층별 맞춤형 프로그램 도입·운영, 실무지향형 교육·훈련 시스템 구축, 인적자원 교류네트워크 촉진을 정책방향으로 모색
 - 3층으로 구성되는 창조계층(creative class)을 대상으로 '창의프론티어 양성사업' 등의 맞춤형 프로그램을 운영
 - 창의프론티어 양성사업의 일환으로 소수정예의 창조적 역군을 양성하는 사업인 '서울크리에이티브랩'을 설립하고, MIT 미디어랩이나 Benetton의 파브리카(Fabrica)와 같은 혁신적 교육·연구 프로그램을 도입·운영
 - '창조아카데미 운영사업'은 장르 특성이나 교육대상자 여건을 고려해 "워크숍 중심 학습"의 다양한 단기/중기 코스로 구성·운영
 - '차세대 창조인력 양성사업'은 3D입체영상, 모바일 등 향후 급성장세가 예상되는 분야를 중심으로 미래를 선도할 전문인력을 양성



[그림 6] 서울시 창조적 전문인력 양성방안

전략2 : 콘텐츠융합 활성화를 통한 혁신적 콘텐츠개발 촉진

- ☐ 기술융합 추세 속에 성장잠재력이 큰 융합형 콘텐츠 시장을 고려해 다음의 방향으로 콘텐츠 융복합 활동을 촉진하는 방안을 모색
 - 서울의 산업여건을 고려해 융합콘텐츠 전략적 특성화와 콘텐츠 개발 촉진
 - 이를 뒷받침하는 혁신환경, 즉 R&D활동 지원과 기술인프라 구축 지원
- ☐ 다양한 영역 중 '산업연계형 융합콘텐츠'와 '융합기술기반 콘텐츠'를 중심으로 전략적 특성화를 모색
 - 융합기술과 마찬가지로 융합형콘텐츠는 신기술기반 융합콘텐츠 등 다양하며 앞으로도 지속적으로 융합·분기 예상
 - 이 중 서울경제의 여건을 고려해, 신기술기반 융합콘텐츠 일부, 융합기술기반 콘텐츠, 산업연계형 콘텐츠로 전략적 특성화
 - 특히, 산업연계형 중 사회서비스 연계형은 온라인교육/보건, 스포츠, 관광 및 문화유산, 실버관련 융합콘텐츠 개발 등을 중점 육성
 - 융합형콘텐츠 개발 촉진을 위해 경진대회를 개최하고, 전시컨벤션을 겸한 '융합콘텐츠 기술대전' 개최
- ☐ 융합형콘텐츠 개발의 활성화를 위해 연구 및 기술개발 역량을 강화하고, 혁신활동 촉진을 위한 기술인프라를 구축
 - 중소 제작사나 소규모 창작주체 등을 위해 산학연 협력사업과 연계하여 단계 '융합콘텐츠 기술개발 지원사업'(가칭)을 추진
 - 기획연구 단계-연구 및 기술개발 단계-기술실용화·사업화 단계

- 개발된 콘텐츠의 기술적 우수성이나 시장화 여부를 사전 테스트하고, 각종 기술 및 제품을 체험·학습할 수 있는 융복합 전용관, 가칭 '서울디지털융합관'을 설치·운영

전략3 : 모바일산업 집중 육성을 위한 개방형 모바일혁신체계 구축

- 차세대 창조인력을 위한 일자리 동력의 하나가 될 모바일콘텐츠 산업 육성·활성화를 위해 전략적 방안 모색 필요
 - 이제 막 모바일생태계가 태동하기 시작했으나, 아직 산업적·기술적으로 취약한 모바일 산업 육성을 위해 다음의 전략적 방안을 모색
 - 콘텐츠(App 등) 제작 지원을 위한 시설 및 인프라 구축
 - 기술경쟁력 강화와 연구 및 기술개발 촉진
 - 전략 추진을 위한 정책거버넌스 구축
- 모바일 생태계의 지속가능한 발전, 모바일콘텐츠 제작활동을 다차원적으로 뒷받침할 수 있도록 '개방형 모바일 혁신체계'를 구축
 - 이를 위해 (가칭)'개방형 앱혁신센터'(Hub)와 권역별로 산재한 '앱창작소'(Spoke)로 구성된 기술인프라를 구축
 - '개방형 앱혁신센터'는 창조인재들이 집결하고 있는 동북권 대학가, 다수 제작주체들이 집적하고 있는 IT산업집적지나 지식서비스업 중심지에 설치해 앱개발 관련 주체들을 체계적으로 지원하는 선도 지원시설로 구축
 - 동 시설 내에 지식수급 중개플랫폼, 오픈테스트베드, 스마트학습센터, 앱 전시·체험관을 설치·운영

- 창업 및 제작과정에 필요한 지재권, 법률 및 행정 지원서비스를 제공



[그림 7] 개방형 모바일 혁신체계 : 개방형 앱혁신센터와 권역별 앱창작소

- 이러한 기술인프라를 통해 창조적 아이디어나 콘텐츠(원형) 보유자, 기획자와 마케터, 프로그래머, 네트워킹 엔지니어, 분야별 제작전문가(영상, 음향, 디자인 등)이 협업할 수 있는 공간과 개발시스템을 창출
- 아울러, 모바일콘텐츠 관련 연구 및 기술개발 활동을 촉진하는 한편, 전략 추진을 위한 거버넌스도 구축 필요
 - 우선 모바일 분야 미래선도형 3대 중점 육성기술 중심으로 연구개발 지원
 - 기술수요조사에서 모바일 사용자 인터페이스 기술, 모바일 보안기술, 모바일플랫폼 기술 등이 핵심기술로 인식
 - 이와 함께, 모바일 애플리케이션 창작주체들의 개발활동을 촉진하고 유저에게는 독창적이고 유용한 앱에 접근할 수 있도록 앱관련 공공수요 창출
 - 교육용 앱/의료용 앱/공공행정용(대민서비스) 앱 등의 경진대회 실시
 - 이외, 모바일 산업을 전담하는 별도의 전담 지원조직을 설치·운영

전략4 : 영상·게임 산업 구조고도화를 위한 종합발전전략 모색

- 영상 및 게임산업에 대해서는 구조고도화와 산업역량 강화 전략 필요
 - 널리 알려진 바와 같이 영상(영화 및 방송)과 게임산업은 2000년 이래 꾸준한 성장을 통해 서울 창조경제를 견인하는 핵심 장르로 발전
 - 이를 반영해 서울시는 만화·애니, 영화, 게임, 패션, 디자인 등을 육성·발전 시키기 위한 정책추진체계를 구축하고 있음.
 - 이들 장르에 대해서는 양적 성장이 질적 발전으로 지속될 수 있도록 제작 역량 강화 및 유통선진화 등 구조고도화 전략이 필요
- 영상산업 지원의 다각화와 3D입체영상 활성화, 혁신적 게임장르 육성 등을 중심으로 영상 및 게임산업 특성화 사업을 추진
 - 방송산업에서의 막대한 일자리 창출을 감안해, 기존 영화산업 중심의 정책 지원에서 탈피해 방송산업에 대한 정책지원을 강화
 - 최근 3D입체영상을 중심으로 신시장이 창출되고 있으므로, 중장기적으로 서울시를 “3D입체영상의 중심지”로 도약시킬 수 있는 전략적 방안 모색
 - 아울러, 게임산업에서도 혁신적 장르가 생겨나고 있는 바, 기존 온라인 중심의 단선적 정책에서 탈피해 ‘기능성게임’을 활성화하는 특성화 전략 모색
- 중소 콘텐츠기업의 제작역량 강화와 유통선진화를 위한 방안 마련도 필요
 - 서울시의 현 제작지원 시설들에 대해서는 통합적 관리·운영시스템을 구축
 - 현재 서울시가 조성중인 상암DMC의 서울문화콘텐츠센터(SCC)는 센터조성과 함께 적정 기능과 시설, 창의적 프로그램을 도입·운영

- 이와 함께, 중소 콘텐츠기업이나 신진 창작인력이 겪는 핵심 애로요인의 하나가 콘텐츠 유통채널 확보에 있음을 고려해, 민간의 유통채널과 별개로 '공공주도형 유통채널'(가칭 서울 영상게임콘텐츠 닷컴)을 구축·운영
 - 시스템 구성 및 운영은 YouTube, 판도라TV, 다음팟, 곰TV와 같은 민간 유통사를 벤치마킹하되, 수익성을 최대한 실현할 수 있는 운영모델 도입
- 창조인력의 육성과 이들의 일자리 기반인 영상 및 게임, 모바일 등의 산업 활성화와 구조고도화를 위해 권역별 창조산업클러스터를 구축
- 창조클러스터의 집적기반이 기 확립된 동남권과 서남권, 도심권 등은 현재의 여건을 고려해 그 성장세가 지속될 수 있도록 양호한 산업환경 조성
 - 서북권은 홍대·신촌을 중심으로 공연예술, 디자인 및 출판을 활성화하고 다양한 문화예술 창작활동 기반을 조성해 창조산업 중심으로 건인
 - 상암DMC를 중심으로 미디어산업 집적을 강화하고 그 성장세를 주변부로 확산시킴으로써 창조산업의 신중심지로 육성
 - 클러스터기반이 대단히 미약한 동북권은 대학 거점의 지적·인적 자원을 적극 활용해, '차세대 모바일산업 클러스터'로서의 도약과 질적 발전을 모색

정병순 | 서울시정개발연구원 연구위원

02-2149-1223

jbs66@sdi.re.kr