

콘텐츠@창조산업 동향과 이슈 :

지역 동향



+ 지역 문화콘텐츠산업 동향과 이슈



| 서 태 건 (지역문화산업지원기관협의회장) |

지역의 문화콘텐츠산업 상황은 한마디로 열악하다. 하지만 문화콘텐츠산업은 일자리 창출형 고부가가치의 미래 성장 동력 산업인 만큼 대부분의 지자체에서 전략적으로 육성하고자 하는 의지가 강한 분야이기도 하다. 수도권에 편중되어 있는 문화콘텐츠산업의 환경 속에서 지역 문화산업 활성화를 위해 지자체마다의 특화 전략을 가지고 돌파구를 찾기 위해 안간힘을 쓰고 있다.

2012년 지역 문화콘텐츠산업 동향

수도권 편중심화

2012년 2월 기준 전국 인구 중에 수도권(서울, 경기, 인천) 인구수 비중은 50%이지만 한국콘텐츠진흥원의 <2012 콘텐츠산업통계>에 의하면 문화콘텐츠산업의 비중은 87.9%이고 제작기업 기준으로 보면 거의 90% 이상으로 문화산업의 수도권 편중이 매우 높은 편이다. 또한 대한민국 전체 문화콘텐츠산업 중 수도권 비중이 점차 증대되고 있음을 볼 수 있다('08년: 85% -> '09년: 86.6% -> '10년 87.9%). 최근 지역 문화산업 지원 기관은 숫자가 늘어나서('10년 울산문화산업진흥원 개원, '11년 경남문화콘텐츠진흥원 개원, '12년 경북문화콘텐츠진흥원 개원) 현재 17개 지역 진흥원이 있음에도 불구하고

하고, 비수도권의 문화콘텐츠산업 비중이 점차 줄어들고 있다는 사실에 주목해 봐야 할 것이다.

콘텐츠산업 지역별 매출액 현황(2011년)

지역	업종	출판	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송영상 독립제작사	광고	캐릭터	지식 정보	콘텐츠 솔루션	합계	비중 (%)
6개 시	서울	12,312,129	342,645	2,324,361	5,060,918	2,550,077	262,210	784,630	11,342,906	3,844,477	5,568,432	2,183,993	46,576,778	66.7
	부산	537,346	21,735	131,863	122,614	149,191	11,087	12,105	99,444	278,808	130,413	48,255	1,542,861	2.2
	대구	476,137	11,302	223,492	112,954	90,275	6,122	7,594	67,155	201,578	88,562	39,663	1,213,834	1.7
	인천	321,585	13,409	112,779	105,925	118,220	4,653	1,429	50,581	187,901	82,608	42,371	1,041,461	1.5
	광주	245,435	8,373	15,879	65,306	65,274	13,895	357	39,617	131,983	59,611	32,582	678,315	1.0
	대전	224,734	9,940	58,908	88,476	62,088	1,629	3,174	54,884	117,990	275,023	28,669	925,515	1.3
	울산	91,083	4,605	45,417	41,389	32,181	-	439	12,932	58,214	48,762	13,523	348,545	0.5
	소계	1,896,320	69,364	477,338	536,664	517,229	37,386	25,098	324,613	976,474	684,979	205,063	5,750,528	8.2
9개 도 저	경기도	4,875,655	238,847	536,594	2,766,516	503,839	64,204	71,231	400,960	1,571,297	2,381,011	318,962	13,729,116	19.7
	강원도	75,945	44,907	50,187	47,735	35,889	7,537	6,901	17,878	58,034	50,081	21,005	376,099	0.5
	충청북도	106,455	5,685	51,816	43,841	39,369	3,622	354	12,011	125,243	50,162	24,552	463,110	0.7
	충청남도	140,084	6,154	60,065	77,684	53,508	1,763	339	8,434	69,781	52,097	22,288	492,197	0.7
	전라북도	90,850	4,418	45,235	54,368	65,231	3,125	2,780	13,222	79,218	40,023	20,337	418,807	0.6
	전라남도	39,738	4,217	48,994	48,222	24,736	212	-	11,053	49,124	41,598	19,692	278,586	0.4
	경상북도	235,283	8,234	86,209	65,733	48,239	-	1,459	10,221	91,543	67,642	21,658	636,221	0.9
	경상남도	217,387	8,747	90,678	78,532	71,829	722	2,076	28,366	131,905	100,550	23,784	745,576	1.1
	제주도	37,494	1,440	18,015	24,527	10,073	857	901	3,017	212,487	9,133	5,837	323,781	0.5
	소계	5,818,891	282,649	987,793	3,207,158	852,713	82,042	86,041	505,162	2,388,632	2,792,297	478,115	17,481,493	25.1
합계	20,027,340	694,658	3,789,492	8,804,740	3,920,019	381,638	895,769	12,172,681	7,209,583	9,045,708	2,867,171	69,808,799	100	

※ 문화체육관광부, 「2012 콘텐츠산업통계」

지역특화산업 분야에 집중 추진

콘텐츠산업의 모든 분야를 지원·육성하기에는 기업 분야별 기업수도 적고 예산의 한계도 있어서, 많은 지자체 및 지역 진흥원들은 문화콘텐츠 12개 산업 분야 중에 지역 특성에 맞는 산업을 우선적으로 특화(애니메이션, 만화, 게임, 융합콘텐츠, 드라마, 첨단영상 등)하여 집중 육성 또는 육성 분야를 찾고 있는 중이다. 하지만 지역의 다양한 분야의 기업들도 지원해줘야 하는 지역 진흥원들의 어려움도 있다.

클러스터 조성을 통한 기업유치 및 일자리 창출

지역에 일자리를 만들기 위해서는 지역 기업 창업지원 및 육성과 수도권 기업 유치에 적극적이어야 한다. 이를 위해서 문화콘텐츠 기업의 집적화와 지원 시설을 갖춘 입주 지원 시설 및 클러스터 조성이 필요해진다. 2012년에는 광주의 CGI센터, 춘천의 창작개발센터, 부산 문화콘텐츠 콤플렉스가 완공되어 문화콘텐츠 기업들이 입주하였고 대구 차세대SW융합 클러스터 사업 추진 발표가 있었다. 이러한 클러스터를 중심으로 수도권 기업 유치도 적극적으로 추진되었다. 아울러 최근 산업 트렌드인 스마트 앱 개발을 통한 인력 양성 및 1인 창조기업 지원 사업이 활발히 추진되어 지역의 청년 일자리 창출 사업이 활발히 전개되었다. 여기에는 한국콘텐츠진흥원의 ‘스마트콘텐츠기업 성장거점 구축 시범 사업’이 큰 역할을 했고 앞으로도 이런 형태의 지원 사업이 더욱 다양해질 필요가 있다고 생각한다.



(사)전국지역문화산업지원기관협의회 설립

지역의 열악한 문화콘텐츠산업 환경을 개선하고자 지역 17개의 진흥기관이 모여 2012년 4월 27일 문화체육관광부의 설립허가를 받아 (사)전국지역문화산업지원기관협의회가 설립되었다. 공동사업으로 전국문화산업정책워크숍을 전주에서 개최, 전국의 17개 시·도 지원기관 관계자 300여 명이 참석하여, 문화산업의 정보공유 및 상호협력 네트워크 구축을 통해 지역의 문화산업 균형발전을 위한 목적과 문화산업의 중요성을 각인시키고 지역발전과 연계할 수 있는 방안을 모색하였다. 또한 2012 광주 ACE Fair에서 지역문화콘텐츠 개발전략 세미나 및 지역의 우수콘텐츠를 홍보했고, 경기기능성게임페스티벌, 부산 지스타 등의 지역 행사와 연계해 정례회의를 시행해 오고 있다. 이를 통해 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원에 지역 진흥원의 애로사항 및 건의사항이 전달되고 해결 방안을 논의하는 창구로 활용되고 있다. 지금까지 건의된 정책 제안 내용은 다음과 같다.

- 문화체육관광부의 문화산업 클러스터 정책 추진 재개
 - 문화산업 클러스터 지정 후속조치 마련(예산 반영요망)
 - 문화체육관광부 및 한국콘텐츠진흥원 내 지역문화산업 전담부서 개설 요망
- 콘텐츠산업과 타 업종 간 부처 연계형 공동 프로젝트 추진
 - 미래 유망산업분야 핵심콘텐츠개발 사업을 관련부처와 공동추진
- 중앙과 광역, 지역 간 협력적 거버넌스 구축
 - 광역권별 협의체구성 협력사업 발굴, 정보공유, 조사연구 등 광역권내 지역 간 연계 협력
 - 문화산업진흥지구 광역 정제권 단위로 지원하여 글로벌화 추진 등
- 콘텐츠산업분야 지역펀드 조성 활성화
 - 지역 내 콘텐츠 부분 펀드 조성으로 연관 산업 성장에 기여

전국문화산업 정책워크숍 유공자 표창



정례회의



2013년 전망

지역 진흥원의 활발한 활동 예상

2012년까지 지역에 많은 지원시설들이 완공되었고 이를 기반으로 기업 유치 활동이 활발해짐에 따라 지역의 산업 행보가 빨라지기를 기대해 본다. 또한 2012년 새로 부임한 광주, 경기도, 부천, 청주, 충청남도의 진흥원 신임 원장들의 의욕 넘치는 활동과, (사)전국지역문화산업지원기관협의회 회원들의 활발한 활약이 기대되는 해가 될 것이다.

새 정부의 창조경제 정책에 따른 기대

새롭게 출범하는 정부가 창조경제론을 들고 나온 만큼 새 정부의 공약 사업들이 지역 문화산업에 큰 기대를 가지게 한다. '콘텐츠산업, 한국 스타일의 창조'와 '창조형 중소기업이 꽃피는 창업국가 코리아'에 나와 있는 세부사업들과 게임, 음악, 캐릭터, 영화, 뮤지

컬의 5대 글로벌 킬러 콘텐츠 집중 육성, CT R&D예산 확대 등 문화기술의 다양한 공약들이 중소형 기업들 위주의 지역 문화산업에는 많은 도움이 되리라 기대하고 있다.

공공혁신지구 공공기관 이전에 따른 연계 사업 준비

나주혁신도시로 이전하는 한국콘텐츠진흥원, 한국인터넷진흥원, 한국방송통신전파진흥원, 부산혁신도시로 이전하는 영화진흥위원회, 영상물등급위원회, 게임물등급위원회 등의 지방 이전에 따라 인근 지역의 진흥원들은 연계된 사업들을 구상해 볼 수 있을 것이며 수도권에 있는 지역진흥원들도 기존의 역할에 변화를 주게 될 것으로 전망된다.

지역 문화콘텐츠 산업 문제점 및 제언

지역의 산업기반의 취약성

최근 전국적으로 청년 실업이 큰 화두가 되고 있지만 지역실정은 더욱 심각하다. 지역 대학 졸업자들은 지역 기업이 졸업자를 받아 줄 수 있는 규모가 되지 못하기 때문에, 또는 갈 만한 좋은 기업이 없기 때문에, 또는 갈 만한 큰 기업이 없기 때문에 등의 여러 가지 이유로 졸업과 동시에 서울로 향한다.

일자리를 늘리기 위해서는 인력양성 사업, 1인 창업 지원시설 및 사무 공간 등의 다양한 지원도 필요하지만, 근본적인 해결책은 지역에 기업이 늘어나서 일자리가 만들어져야 한다는 것이다. 그러기 위해서는 먼저 기업이 늘어날 수 있는 지원책이 필요하다. 1인 창업 등의 스타트업업도 늘어나야 하지만 지역의 기업이 중견기업으로 클 수 있는 지원책과 수도권의 중견이상 대기업이 지역으로 이전할 수 있는 매력적인 지원 정책이 필요하다. 이러한 지원책은 실질적이어야 하고 기업마다 사업 분야가 다르고 처해 있는 상황이 다르기 때문에 유연하게 적용될 수 있어야 한다.

지역 중견기업의 고민

지역 기업 중에 지역에 뿌리를 잘 내리고 성장해 가는 기업들도 간혹 있지만 중견기업으로 도약해서 사업이 확장되고 중견 전문 인력이 다수 필요해지는 시기가 되면 중견인력 확보가 어려워 결국 서울로 떠나게 되는 기업을 종종 보게 된다. 지역에 신입인력은 상대적으로 풍부한 편이지만 필요한 중견인력이 없기 때문이다. 지역에 중견기업이 적기 때문에 중견 인력 시장도 전무한 실정이다. 몇 명 정도는 수도권에서 고액 연봉으로 속

소까지 해결해 주면서 스카우트해 오지만 다수 인력이 필요해질 땐 서울로의 기업 이전이 대안이 되어 버린다. 중견 이상의 수도권 기업이 지역으로 내려오고자 할 때도 어려움을 겪는 분야가 중견인력의 수급이다.

이러한 문제는 신입인력양성 대상의 일반적인 인력양성 지원만으로는 해결이 안 된다. 대·중·소기업으로 구성된 피라미드 형태의 산업 생태계가 만들어지면 자연 해소되는 문제이겠지만 그전까지는 특단의 대책이 필요하다. 지역 문화산업 진흥은 중앙에서는 경험할 수 없는 이중 삼중고를 겪고 있다.

지역 기업 대상의 눈높이 지원 사업 필요

지역 문화산업진흥을 위해서는 지역 생태계 기반이 만들어질 때까지 지역기업들만을 대상으로 하는 눈높이 지원 사업(제작비, 인력 양성, 퍼블리싱 컨설팅 등)이 필요하다.

한국콘텐츠진흥원 지원 사업의 경우 전국 기업을 대상으로 기업에 직접 지원하는 형태가 대부분이지만 향후에는 이원화하여 1) 전국 기업대상 지원 사업과 2) 지역 진흥원을 통해 현지 실정에 맞는 눈높이의 기업지원 사업으로 구분하여 시행된다면 문화산업의 지역 균형 발전에 크게 도움이 될 것이다.

지역에 기업이 늘어나고 종사자가 늘어나서 산업 생태계가 조성되면 지역의 산업 불균형은 줄어들고 일자리 문제도 자연스럽게 해소되는 선순환의 고리가 만들어질 것이다.

계사년 새해에는 이러한 문제 해결을 위해 지역 기업, 지방정부 및 지역 진흥원과 중앙 정부에서도 지역 문화산업 실정에 맞는 배려와 정책이 강구될 수 있기를 바란다.



○
미래를
현재로
바꿔가는,
서울 상암동
디지털
미디어시티
(DMC)

Digital
Media City



디지털미디어시티(Digital Media City, DMC)는 서울시가 2015년 완공 목표로 서울 서북권의 관문 상암 지구에 약 17만 2천평 규모로 조성하고 있는 첨단 디지털 미디어 엔터테인먼트(M&E) 클러스터이다. 난지도의 쓰레기 매립지 위에 세워진 재생도시인 DMC는 국내의 우수한 IT 기술과 인적자원 그리고 한류열풍의 진원인 문화콘텐츠 분야의 집결지로서 곳곳에는 창의적인 디자인과 공간 활용이 돋보이는 건물과 시설들이 있다.

우선 감성체험 기반의 미래 유비쿼터스 생활을 미리 경험하려면 IT제품, 기술, 생활이 연결된 복합전시관인 <디지털 파빌리온>을 방문하거나 디지털 정보제공 장치인 <인포 부스>와 진행형 첨단 가로등 IP-인텔라이트 등이 설치되어 있는 <디지털미디어스트리트>를 걸어보면 된다. 또한 <영상자료원>에서는 나만의 영화 공간과 라이브러리를 이용할 수 있고, <시네마테크>에서는 기획전과 다시 보기, 독립영화 아카이브 등 매달 새로운 프로그램을 통해 시대와 장르, 국경을 초월한 다양한 영화들까지 무료로 관람할 수 있다.

특히 DMC 내에 집적화된 KBS미디어센터, SBS미디어스퀘어, CJ E&M센터, 글로벌 미디어센터, 완공예정인 MBC본사 등 다양한 미디어&엔터테인먼트 기업들은 DMC CoNet(Digital Media City Cooperation Network)과 같은 협력 네트워크를 통해 인적 네트워크를 형성하고 정보를 교환하며 비즈니스 협력을 통해 시너지 효과를 발휘할 것으로 기대되고 있다. 또한 세계 최초 e-스포츠 전용 경기장도 상암 IT컴플렉스에 설립된다.

현재 DMC 지구에 입주한 IT와 소프트웨어, 방송 등의 미디어콘텐츠 기업은 약 350개 정도이다. 앞으로 DMC 단지가 완공되면 600개 이상 기업의 입주와 함께 6만 여명이 근무할 것으로 예상된다. 그렇게 되면, 기술의 세계화와 문화의 지역화라는 상호보완적인 상생효과를 충족시키는 M&E, IT산업 클러스터로 거듭날 것으로 기대된다.

DMC는 주변 환경과 사람이 호응하며 일과 거주와 여가가 함께 충족되는 살아있는 커뮤니티로 성장해 가고 있다. 무엇보다 혁신적인 과학과 창조적인 예술의 만남을 통해 가치를 창출하고자 하는 데에 DMC의 특색과 지속적인 생명력이 있다. 현실 너머의 것을 생각하는 창의력을 바탕으로 상상을 현실화 해가는 기술을 도구로 하여 문화예술과 기술이 융합된, 앞으로 미래에 그 중요성을 더해갈 창조산업 확산의 근원지가 될 것이라 조심스레 기대해 본다. DMC에 충만한 상상력은 미래를 유혹한다.