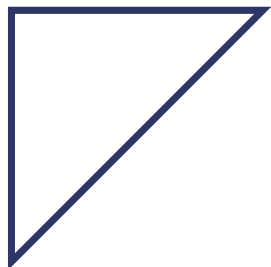


콘텐츠산업
경제적 파급효과 분석 연구

20

19

— KOCCA19-72



제목 차례

제1장 연구 개요	1
제1절 연구 배경 및 필요성	3
제2절 연구 목표 및 방법	5
1. 연구목표 및 범위	5
2. 연구방법	6
제2장 산업의 분류	11
제1절 범위	13
1. 분류의 의미	13
2. 콘텐츠산업의 분류 방법	14
3. 콘텐츠산업 분류	25
제3장 단계별 산업현황	29
제1절 1단계: 콘텐츠산업	31
1. 정의 및 범위	31
2. 현황	34
제2절 2단계: 콘텐츠확장산업	43
1. 패션산업	43
2. 디자인	48
제3절 3단계: 콘텐츠연관서비스업	54
1. 테마파크	54
2. 관광산업	58
3. 이스포츠	62
제4절 4단계: 콘텐츠연관 제조업	68
1. 정보통신기기(컴퓨터, 휴대폰, 영상기기, 음향기기)	68
2. 가정용 전기기기	71

3. 자동차	73
제4장 콘텐츠산업의 경제적 파급 및 후광효과	77
제1절 경제적 파급효과	79
1. 산업연관표에 의한 경제효과 방법론	79
2. 유발계수의 도출	87
3. 경제적 효과 계산	90
제2절 콘텐츠산업의 전후방 효과 분석	92
1. 영향력계수 및 감응도 계수	92
2. 콘텐츠산업과 타 산업 연관도	94
제3절 콘텐츠산업의 후광효과	107
1. 콘텐츠산업과 후광효과	107
2. 콘텐츠자원과 제품 간 융합	108
3. 콘텐츠산업과 경영 융합 사례	118
4. 콘텐츠산업과 지역 융합	125
5. 콘텐츠산업과 국가 융합	130
제5장 콘텐츠산업의 경제기여도 분석	137
제1절 콘텐츠 기여율 조사	139
1. 콘텐츠 기여율 설문조사	139
2. 기여율 전문가 조사	156
제2절 경제기여도 분석	160
1. 국내 거시경제 추이	160
2. 설문조사를 반영한 경제기여도	162
3. 전문가조사를 반영한 경제기여도	172
제6장 결론	181
참고문헌	186

표 차례

<표 2-1> 창조산업 분류	17
<표 2-2> 창조산업의 세부 분류	21
<표 2-3> 저작권산업의 분류체계	22
<표 2-4> 한류(2017년)의 영향에 대한 분류와 효과	23
<표 2-5> 대중문화예술산업 사업체 분류 체계	24
<표 2-6> 2016년 기준 대중문화예술산업 기획업 매출 규모 (분야별)	25
<표 3-1> 콘텐츠산업 부문별 중·소분류	31
<표 3-2> 콘텐츠산업 매출액 현황	35
<표 3-3> 콘텐츠산업 지역별 매출액 현황 (2017년)	35
<표 3-4> 콘텐츠산업 수출액 현황 (2017년)	36
<표 3-5> 콘텐츠산업 지역별 수출액 현황	37
<표 3-6> 콘텐츠산업 부가가치액 현황	38
<표 3-7> 콘텐츠산업 종사자 현황	39
<표 3-8> 콘텐츠산업 규모별 종사자 현황 (2017년)	40
<표 3-9> 세계 콘텐츠 시장 규모 및 전망 (2013~2021년)	40
<표 3-10> 국가별 콘텐츠 시장 규모 및 전망 (2012~2021년)	41
<표 3-11> 성장단계별 특성 종합	45
<표 3-12> 디자이너 패션산업 매출 규모 (2016년)	46
<표 3-13> 연도별 디자이너 패션산업 매출 규모	46
<표 3-14> 디자이너 패션산업 2016년 부가가치율	47
<표 3-15> 연도별 디자이너 패션산업 부가가치 규모	47
<표 3-16> 연도별 디자이너 패션산업 종사자 규모	48
<표 3-17> 디자인 산업의 분류	49
<표 3-18> 디자인 활용업체의 디자인산업 규모	50
<표 3-19> 연도별 디자인산업 매출액 규모	50
<표 3-20> 디자인 산업의 부가가치 규모	51
<표 3-21> 연도별 디자인 부가가치 규모	51
<표 3-22> 전문디자인 업체의 디자인 인력	52

<표 3-23> 프리랜서 디자인 인력	52
<표 3-24> 콘텐츠산업영역 디자인 인력	52
<표 3-25> 연도별 디자인 종사자 규모	53
<표 3-26> 유원시설업 세부 업종 및 정의	54
<표 3-27> 유원시설 이용자수	55
<표 3-28> 유원시설업 유형별 매출액 추이	55
<표 3-29> 유원시설 유형별 수익원 추세	56
<표 3-30> 유원시설업 유형별 부가가치액 추이	57
<표 3-31> 유원시설업 유형별 종사자 수	58
<표 3-32> 관광업 유형별 매출액 추이	60
<표 3-33> 관광업 유형별 부가가치액 추이	61
<표 3-34> 여행업 유형별 종사자 수	61
<표 3-35> 이스포츠 시장규모 (2016~2017)	64
<표 3-36> 연도별 이스포츠 산업 매출액 규모	65
<표 3-37> 이스포츠 산업의 부가가치액	66
<표 3-38> 연도별 이스포츠 산업 부가가치 규모	66
<표 3-39> 이스포츠 종사자수	66
<표 3-40> 연도별 이스포츠 산업 종사자 규모	67
<표 3-41> 정보통신방송기기산업 분류	68
<표 3-42> 정보통신기기의 매출액	69
<표 3-43> 정보통신기기의 부가가치 규모	70
<표 3-44> 정보통신기기의 종사자수	70
<표 3-45> 가정용기기의 매출 추이	71
<표 3-46> 가정용기기의 부가가치 추이	72
<표 3-47> 가정용기기의 종업원수 추이	73
<표 3-48> 자동차의 매출 추이	74
<표 3-49> 자동차의 부가가치 추이	74
<표 3-50> 자동차의 종업원수 추이	75
<표 4-1> 산업연관표의 형식	80
<표 4-2> 투입계수표의 형식	81

<표 4-3> 산업연관표상 만화산업 영향산업에 대한 분류	87
<표 4-4> 콘텐츠산업의 유발계수	89
<표 4-5> 우리나라 주요 산업의 유발계수	89
<표 4-6> 1단계, 2단계의 콘텐츠산업 통계 취합	90
<표 4-7> 콘텐츠산업의 경제과급효과	91
<표 4-8> 콘텐츠산업의 영향력 계수와 감응도 계수	93
<표 4-9> 타 산업이 콘텐츠산업에 활용되는 주요 분야	94
<표 4-10> 콘텐츠산업이 타 산업에 활용되는 주요 분야의 중간투입계수	100
<표 4-11> 콘텐츠산업 간 활용도	103
<표 4-12> 5개년 국내 고등교육기관 국가별 외국인 유학생 수	134
<표 4-13> 5개년 해외 한류 동호회 현황	135
<표 5-1> 조사 개요	144
<표 5-2> 3단계 연관산업 조사 대상 업종	144
<표 5-3> 4단계 연관산업 조사 대상 업종	144
<표 5-4> 조사 대상 업종별 현황 (2017)	145
<표 5-5> 모집단 대비 표본의 수	147
<표 5-6> 표본의 업종별 평균 매출액 및 종업원 수	148
<표 5-7> 모집단과 표본의 매출액과 종업원 수 비교	149
<표 5-8> 매출액 대비 콘텐츠 비용 비중	150
<표 5-9> 업종별 재무지표 현황	151
<표 5-10> 콘텐츠 기여율	152
<표 5-11> 콘텐츠산업의 경제에의 기여율(3, 4단계) - 5분류	153
<표 5-12> 콘텐츠산업의 경제에의 기여율(3, 4단계) - 10분류	153
<표 5-13> 콘텐츠산업의 경제에의 기여율(3, 4단계) - 16분류	154
<표 5-14> 콘텐츠산업의 고용에의 기여율(3, 4단계) - 5분류	154
<표 5-15> 콘텐츠산업의 고용에의 기여율(3, 4단계) - 10분류	155
<표 5-16> 콘텐츠산업의 고용에의 기여율(3, 4단계) - 16분류	155
<표 5-17> 전문가 조사 개요	156
<표 5-18> 1차 전문가 조사 결과	157
<표 5-19> 2차 전문가 조사 결과	157

<표 5-20> 1, 2차 조사 결과 비교	158
<표 5-21> 콘텐츠산업의 경제에의 기여율(3, 4단계)	158
<표 5-22> 콘텐츠산업의 고용에의 기여율(3, 4단계)	159
<표 5-23> 한국 국내총생산(GDP) 추이	160
<표 5-24> 한국 국내총생산(GDP) 성장률 추이	161
<표 5-25> 전체 고용자수 현황 (최근 5년)	161
<표 5-26> 2017년 콘텐츠산업 경제규모 및 기여도 결과	162
<표 5-27> 1단계 콘텐츠산업의 부가가치액 기여도 추이	163
<표 5-28> 1단계 콘텐츠산업의 고용 기여도 추이	163
<표 5-29> 2017년 1, 2단계 콘텐츠산업 경제규모 및 기여도 결과	164
<표 5-30> 1, 2단계 콘텐츠산업의 부가가치액 기여도 추이	165
<표 5-31> 1, 2단계 콘텐츠산업의 고용 기여도 추이	166
<표 5-32> 3단계 콘텐츠산업의 콘텐츠기여율	166
<표 5-33> 콘텐츠기여율을 적용한 3단계 콘텐츠연관서비스산업	167
<표 5-34> 2017년 1, 2, 3단계 콘텐츠산업 경제규모 및 기여도 결과	167
<표 5-35> 1, 2, 3단계 콘텐츠산업의 부가가치액 기여도 추이	168
<표 5-36> 1, 2, 3단계 콘텐츠산업의 고용 기여도 추이	168
<표 5-37> 4단계 콘텐츠산업의 콘텐츠기여율	169
<표 5-38> 콘텐츠기여율을 적용한 3단계 콘텐츠연관서비스산업	170
<표 5-39> 2017년 1, 2, 3, 4단계 콘텐츠산업 경제규모 및 경제기여도 결과	170
<표 5-40> 1, 2, 3, 4단계 콘텐츠산업의 부가가치액 기여도 추이	171
<표 5-41> 1, 2, 3, 4단계 콘텐츠산업의 고용 기여도 추이	172
<표 5-42> 1단계 콘텐츠산업의 부가가치액 기여도 추이	172
<표 5-43> 1단계 콘텐츠산업의 고용 기여도 추이	173
<표 5-44> 1, 2단계 콘텐츠산업의 부가가치액 기여도 추이	174
<표 5-45> 1, 2단계 콘텐츠산업의 고용 기여도 추이	174
<표 5-46> 3단계 콘텐츠산업의 콘텐츠기여율	175
<표 5-47> 콘텐츠기여율을 적용한 3단계 콘텐츠연관서비스산업	175
<표 5-48> 2017년 1, 2, 3단계 콘텐츠산업 경제규모 및 기여도 결과	176
<표 5-49> 1, 2, 3단계 콘텐츠산업의 부가가치액 기여도 추이	176

<표 5-50> 1, 2, 3단계 콘텐츠산업의 고용 기여도 추이	177
<표 5-51> 4단계 콘텐츠산업의 콘텐츠기여율	177
<표 5-52> 콘텐츠기여율을 적용한 4단계 콘텐츠연관제조업	178
<표 5-53> 2017년 1, 2, 3, 4단계 콘텐츠산업 경제규모 및 경제기여도 결과	179
<표 5-54> 1, 2, 3, 4단계 콘텐츠산업의 부가가치액 기여도 추이	179
<표 5-55> 1, 2, 3, 4단계 콘텐츠산업의 고용 기여도 추이	180

그림 차례

[그림 1-1] 연구의 배경 및 필요성	4
[그림 1-2] 연구의 목표 및 범위	5
[그림 1-3] 콘텐츠산업의 경제유발효과 및 경제기여도 계산과정	9
[그림 2-1] 분류 사고의 순서	14
[그림 2-2] 콘텐츠산업의 유통형태	15
[그림 2-3] 콘텐츠산업의 가치사슬	16
[그림 2-4] 창조산업 및 연관산업	17
[그림 2-5] PWC의 미디어&엔터테인먼트산업의 향후 5년간 연간 성장률 전망 ..	19
[그림 2-6] UNCTAD의 창조산업의 분류	20
[그림 2-7] 경제효과산출과 관련된 단계별 콘텐츠산업	27
[그림 3-1] 디자이너패션산업의 가치사슬	44
[그림 3-2] 유원시설업의 수익원별 매출 비중	56
[그림 3-3] 이스포츠 산업구조	63
[그림 3-4] 이스포츠 시장규모 (2013~2017년도)	65
[그림 4-1] 콘텐츠산업의 융복합(후광효과) 틀	108
[그림 4-2] VT코스메틱의 BTS 향수 ‘라뜰리에’	109
[그림 4-3] 제주맥주/남성화장품 MIP와 온라인 게임 배틀그라운드 협업 상품 ..	110
[그림 4-4] 2018 맥심×카카오프렌즈 스페셜 패키지	111
[그림 4-5] 이디야커피와 카카오프렌즈 콜라보 음료와 MD 상품	111
[그림 4-6] 네이버 웹툰 여신강림 & LG생활건강 화장품 광고(좌) 및 웹툰 순위(우) ·	112
[그림 4-7] 네이버 AI 스피커 ‘클로바’ 라인프렌즈 캐릭터 디자인 상품	113
[그림 4-8] 아동 콘텐츠를 탑재한 LG 클로이	113
[그림 4-9] 캐릭터 ‘니니즈’를 래핑한 진에어 항공기	114
[그림 4-10] 호텔 미란다의 캐릭터 룸 4종	115
[그림 4-11] YBM넷과 네이버 웹툰이 협업한 영어학습 콘텐츠	115
[그림 4-12] 디스커버 서울패스 방탄소년단 특별판	116
[그림 4-13] 국립중앙박물관 ‘대고려전’ VR 가상전시실 화면과 전시안내 로봇 ..	117
[그림 4-14] VR콘텐츠를 융합한 롯데월드 자이로드롭	118

[그림 4-15] 한화 공동브랜드 ‘LIFE PLUS’의 벚꽃피크닉 페스티벌 2019	119
[그림 4-16] 우아한형제들과 미스틱스토리 공동주최 ‘커피페스티벌’	120
[그림 4-17] 오션월드 ‘라이언’ 대형 에어벌룬 설치	121
[그림 4-18] 현대자동차와 공동제작한 로보카폴리 교통안전캠페인	121
[그림 4-19] 드라마 ‘태양의 후예’에 등장한 2016 투싼	122
[그림 4-20] 기아차가 K-POP과 함께하는 글로벌 문화 마케팅 ‘K-POP with KIA’ ..	123
[그림 4-21] 제주항공 홍보 모델 ‘동방신기’와 기내 판매상품	123
[그림 4-22] 웹드라마 연애플레이리스트 시즌 4와 파리바게트 공식 포스터	124
[그림 4-23] LG전자의 살롱 드 서초 문화공연 현장	125
[그림 4-24] 2019 부천국제애니메이션페스티벌	126
[그림 4-25] 2018 부산국제영화제 현장	127
[그림 4-26] 대구 국제 뮤지컬 페스티벌	128
[그림 4-27] 경의선 책거리와 연계 책 축제 포스터	128
[그림 4-28] 마포 문화비축기지 공연장 및 댄스 페스티벌	129
[그림 4-29] 빛의 벙커 전시장 내부	130
[그림 4-30] 방탄소년단(BTS) 화관문화훈장 수여(좌), 배우 이민호 세종학당 홍보대사 위촉(우)	132
[그림 4-31] CJ KCON과 연계한 2019 K-food Fair 현장(좌), 한국 농식품 수출 홍보대사 K-pop 그룹 아스트로(우)	133
[그림 4-32] 5개년 국내 고등교육기관 외국인 유학생 수	134
[그림 5-1] 경제효과산출과 관련된 단계별 콘텐츠산업	139
[그림 5-2] 한국 국내총생산(GDP) 추이	160
[그림 5-3] 한국 국내총생산(GDP) 성장률 추이	161

콘텐츠산업 경제적 파급효과 분석 연구

I

연구 개요

제1장 연구 개요

제1절 연구 배경 및 필요성

문화콘텐츠산업은 매년 빠르게 성장하고 있고, 해외 진출을 통해 한류를 형성하는데 크게 기여하고 있다. 세계문화콘텐츠산업의 성장률 보다 한국의 문화콘텐츠산업의 성장률이 높으며, 디지털 부문은 한국이 선구자로서의 역할을 수행한 바 있다. 특히 2000년대 이후 콘텐츠산업의 빠른 성장률은 한국의 경제성장에 기여하고 있는데, 최근 BTS 등 한류 열풍은 한국 콘텐츠산업의 해외 진출을 통해 만들어진 것으로 우리나라에서 콘텐츠의 역할은 매우 크다.

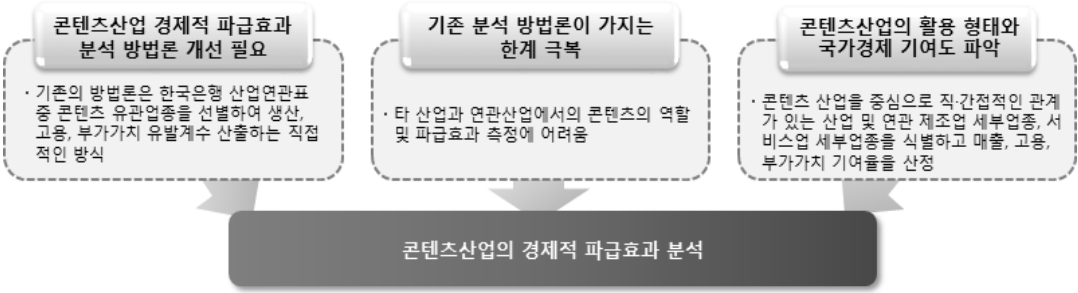
또한 콘텐츠산업은 국민들의 문화적 삶의 질을 높이는데도 기여하고 있으며, 관광산업이나 화장품, 식음료 등 광범위한 분야에서 영향을 미치고 있다. 콘텐츠산업은 그 자체의 산업뿐만 아니라 관련산업에 미치는 영향도 매우 크며, 사회문화적 영향까지를 고려한다면 더욱 커질 것으로 보인다.

이처럼 우리나라 콘텐츠산업이 우리 경제에 미치는 효과가 매우 큰데, 따라서 콘텐츠산업의 직간접적인 효과를 계량화하여 측정할 필요가 있다. 콘텐츠산업 자체의 효과만이 아니라 연관산업에 대한 효과, 서비스, 제조업에 미치는 효과 등 콘텐츠산업과 직간접적으로 연관된 산업의 효과를 포괄하여 측정할 필요가 있다.

그러나 지금까지의 콘텐츠산업의 경제효과는 콘텐츠산업 자체에만 한정하여 측정하고 있고, 더구나 오래전에 수행된 것이어서 업데이트된 경제효과의 측정이 필요하다. 과거에는 전통적으로 콘텐츠산업으로 분류되고 있는 12개 산업을 중심으로 경제과급효과를 계산했다. 콘텐츠산업이 가진 경제적 과급효과를 추정하기 위한 기존의 방법론은 한국은행 산업연관표 중 콘텐츠 업종만을 선별하여 생산, 고용, 부가가치 유발계수를 산출하는 직접적인 방식이 주를 이루었다.

그러나 콘텐츠산업의 연관산업이라 할 수 있는 패션과 디자인산업 중에서 콘텐츠산업과 연관이 있는 분야를 포함한 경제적 과급효과 분석이 필요하다. 뿐만 아니라 계량화하기 어려운 콘텐츠산업의 후광효과에 대해서도 통계 숫자가 아니더라도 사례 등을 통해 콘텐츠산업의 경제적 효과를 제시하는 것이 필요하다.

또한 경제적 파급효과의 분석범위 확대를 통한 콘텐츠산업의 활용 형태와 국가경제 기여도 파악도 요구된다. 콘텐츠산업을 중심으로 직·간접적인 관계가 있는 산업 및 연관 제조업 및 서비스업 세부업종을 식별하고 매출, 고용, 부가가치 기여율을 산정하여 콘텐츠산업의 국가경제 기여도를 산출할 필요가 있다. 지금까지 국가경제 기여도는 측정하지 않았으므로 좀 더 면밀한 방법론을 연구해야 할 것이다.



[그림 1-1] 연구의 배경 및 필요성

제2절 연구 목표 및 방법

1. 연구목표 및 범위

본 연구의 목표는 콘텐츠산업의 다양한 연관분야 파급효과를 경제적 가치로 측정하고, 국가경제 성장에 미치는 유·무형 기여도를 분석하는 것이다. 즉, 첫째, 콘텐츠산업과 연관산업의 경제적 파급효과를 계산하고 둘째, 이들 산업이 국가경제에 얼마나 기여하는지 국가경제기여도를 추정하는 것이다.

본 연구는 콘텐츠산업과 관련된 제조업, 서비스업 분야의 세부업종과 연계형태 분석을 통해 융복합 콘텐츠 진흥정책 수립시 기초자료로 활용될 수 있다. 아울러 콘텐츠산업이 타 산업에 미치는 영향을 분석함으로써 콘텐츠산업 정책의 영역을 확장하고 협력할 수 있는 기반을 마련하기 위한 것이다.

본 연구의 연구범위는 경제적 파급효과 분석을 위한 범위 도출, 경제적 파급효과 분석을 위한 방법론 개발 및 제시, 콘텐츠산업의 경제적 파급효과 분석, 경제적 파급효과 분석결과 종합 및 해석 등이다.

구분	내용
사업 목표	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠산업의 다양한 연관분야 파급효과 분석 및 국가경제 성장에 미치는 유·무형의 기여도 분석 • 콘텐츠산업과 관련된 제조업, 서비스업 분야의 세부업종과 연계형태 분석을 통해 융복합 콘텐츠 진흥정책 수립시 기초자료로 활용
사업 범위	<ul style="list-style-type: none"> • 경제적 파급효과 분석을 위한 범위 도출 • 경제적 파급효과 분석을 위한 방법론 개발 및 제시 • 콘텐츠산업의 경제적 파급효과 분석 • 경제적 파급효과 분석결과 종합 및 해석

[그림 1-2] 연구의 목표 및 범위

2. 연구방법

가. 경제파급효과에 대한 방법론

경제효과를 분석하는 데에는 미시적 연구방법론과 거시적 연구방법론으로 나누어진다. 미시적 연구방법론으로서 생산함수 접근법과 수요함수 접근법이 있다. 이 중에서 생산함수 접근법은 분석하려는 산업이 GDP를 생산하기 위한 투입요소(input)라는 가정에 근거한 것으로 한계생산가치를 이용한 요소수요함수의 도출을 위주로 한 방법과 성장회계모형을 이용한 방법 등이 있다¹⁾. 수요함수 접근법은 수요함수를 이용하여 소비자 잉여와 같은 후생의 값을 계산하는데, 여기에는 역수요함수를 직접 추정하는 방법 등 여러 방법들이 있다. 역수요함수를 추정하는 방법은 크게 간접적인 방법과 직접적인 방법으로 구분된다.

간접적인 방법은 대표적으로 현시선호기법(revealed preference method)이 있으며, 직접적인 방법은 크게 조건부가치추정법(contingent valuation method)과 진술선호기법(stated preference method) 등이 있다. 이 중에서 대표적인 방법론은 조건부 가치추정법인데, 조건부가치추정법은 공공재적 성격이 강한 자원을 이용하는 사람들에게 가상의 상황, 즉 시나리오를 설정하여 주어진 가상적 상황이 변화되지 않도록 보전하는 대가로 얼마만큼의 비용을 부담할 수 있는지에 대한 응답자의 지불의사금액(WTP)을 설문하는 방법이다. 즉, 조건부 가치 추정법은 공공재의 경제적 가치를 시민의 지불의사(WTP: willingness to pay)로부터 직접 도출하고자 하는 방법이다.

이를 바탕으로 자원의 경제적 가치 추정이 가능한데, 자원의 이용가치뿐만 아니라 비이용가치를 추정할 수 있다는 장점을 지니고 있어²⁾, 공공재의 가치 추정 연구에 많이 활용되고 있다.

그러나 이러한 방법론은 공공재적 성격을 가진 자원에 대한 가치를 측정하는 것으로 본 연구의 경제파급효과를 계산하는 데에는 적합하지 않다. 즉 가치추정(valuation)과 경제적 파급효과(economic impact)와는 다르다는 것이다. 즉, 조건부가치추정법은 문화시설의 가치추정, 과학시설의 가치추정, 특정정책의 가치추정 등 가치를 추정하는 것으로 파급효과와는 다르다.

1) 방송통신위원회(2008), 디지털 전환의 경제적 파급효과 분석 연구.

2) 권오상.(2007). 환경경제학 . 서울: 박영사.

거시적 연구방법론으로는 성장이론에 근거한 국가간 분석틀과 산업연관분석이 있다. 이 중에서 국가간 분석틀은 전통적인 솔로우 성장 모형의 구도에서의 분석과 내생성장이론에서 제시된 인적자본의 중요성을 반영할 수 있는 확장된 솔로우 성장 모형 등이 있다. 이 모형은 경제성장에서 특정한 산업이나 투자가 국가경제성장에 얼마나 기여하는지를 분석하는 모델로서 본 연구에서 다루고자 하는 경제파급효과를 계산하는 것과고는 방향이 다소 다르다고 할 수 있다.

산업연관분석은 산업연관표(투입산출표)³⁾를 기초로 하여 경제동향을 산업간의 생산기술적 연관구조에 초점을 두고 규명하는 분석방법이다. 산업연관분석은 생산활동을 통하여 이루어지는 산업 간의 상호연관관계를 수량적으로 파악하는 분석방법으로 생산유발효과, 부가가치유발효과, 고용유발효과 등의 결과를 산출한다. 이 방법론은 산업간의 연관관계까지를 분석하기 때문에 직접적인 효과와 간접적인 효과를 모두 포함하는 방법론이다. 본 연구는 콘텐츠산업의 경제파급효과를 계산하는 것이기 때문에 산업연관효과 모형이 가장 적합한 모델이라고 할 수 있다.

나. 본 연구 방법 및 연구진행 프로세스

1) 경제효과 계산

본 연구에서는 경제효과를 계산하기 위해 먼저 콘텐츠산업의 범위를 확정하고 분류하는 과정을 거친다. 콘텐츠산업을 직간접 영향력을 감안하여 영향력이 큰 순서대로 1단계, 이어서 2단계, 3단계, 4단계로 구분한다. 1단계는 콘텐츠 12개 산업, 2단계는 넓은 범위의 콘텐츠산업이라 할 수 있는 디자인, 패션 산업 중에서 콘텐츠와 가장 밀접한 연관을 가진 부문, 3단계는 콘텐츠가 영향을 미치는 서비스산업으로서 테마파크, 관광, 이스포츠 등을 포함, 4단계는 콘텐츠가 영향을 미치는 제조업 산업으로서 정보통신 산업(컴퓨터, 휴대폰, 음향기기, 영상기기)과 가정용기기, 자동차 등을 포함한다.

이어서 경제효과와 경제 기여도를 계산하기 위한 기초적인 자료로서 1~4단계에 포함되어 있는 모든 산업의 최근 5개년 동안 연간 매출액, 부가가치액, 종업원수를 집계한다. 각 산업별 국가 승인통계 등 가장 공신력 있는 통계를 기준

3) 국민경제의 상호의존관계를 일람표형식으로 표시

으로 각 산업의 매출액, 부가가치액, 종업원 수를 집계한다.

이어서 산업연관표를 재분류하고 생산유발계수, 부가가치유발계수, 취업유발계수 등을 산출한다. 경제효과를 계산하기 위해 1~4단계 중에서 직접적으로 콘텐츠산업이라고 할 수 있는 1단계, 2단계 산업을 기준으로 산업연관표를 재분류한다. 재분류된 산업연관표를 기준으로 생산유발계수, 부가가치유발계수, 취업유발계수 등을 계산한다.

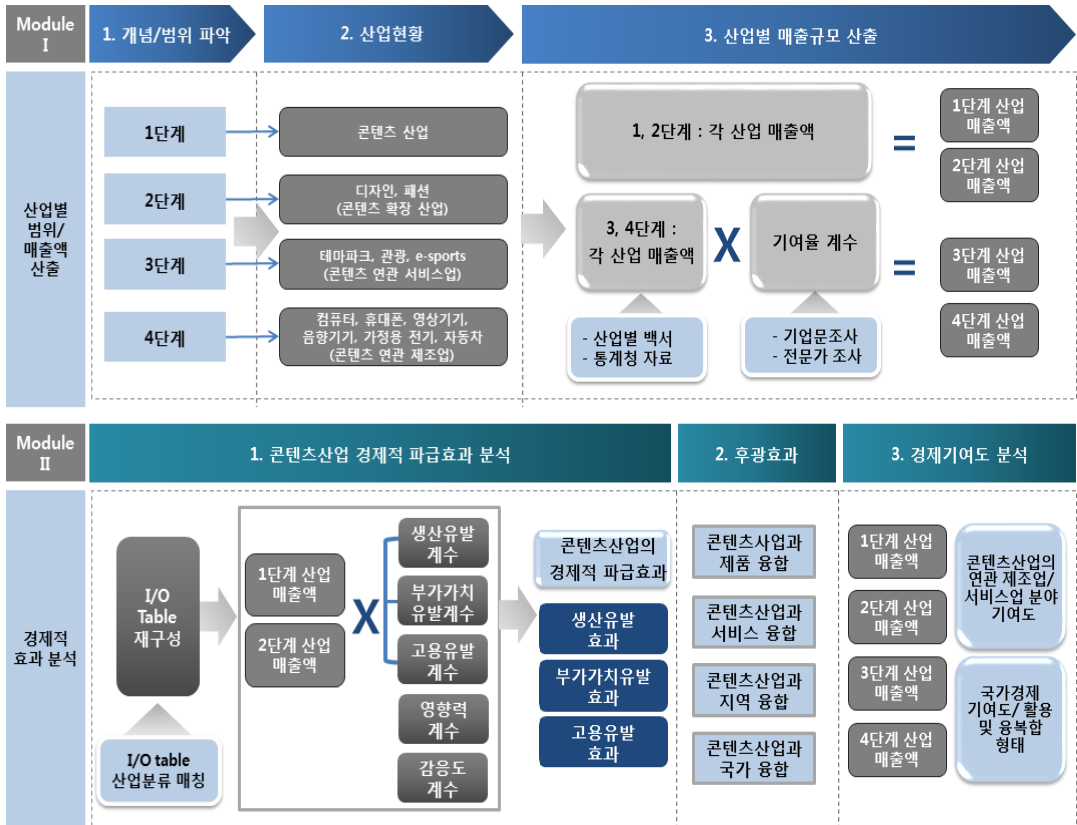
1단계와 2단계의 산업의 매출 및 부가가치에 유발효과를 승하여 콘텐츠산업의 경제유발효과를 계산한다. 1~2단계만을 가지고 경제효과를 계산하는 것은 3~4단계의 경우 1~2단계의 생산으로 인해 유발된 산업이므로 만약 3~4단계를 포함하여 경제효과를 계산한다면 이중 계산이 된다. 또한 전후방효과를 계산할 수 있는 영향력 계수와 감응도 계수를 산출한다. 콘텐츠산업의 전후방에 영향을 주는 산업을 추출하고 이들의 콘텐츠산업에 영향을 주는 사례를 제시한다.

콘텐츠산업이 타산업에 영향을 주는 후광효과에 대한 사례를 제시한다. 콘텐츠산업의 경제효과는 계량적으로 측정가능한 유발효과를 중심으로 계산했으나 측정이 가능하지 않은 후광효과에 대해서는 관련된 사례를 제시한다. 이는 제품, 서비스, 기업, 지역, 국가 등에 미치는 사례로 분류하고자 한다.

2) 경제기여도 계산

콘텐츠산업이 3단계와 4단계의 산업에 어느정도 기여를 하는지 설문조사를 통해 기여율을 계산한다. 각 산업별 표본 총 2,000개 기업을 대상으로 콘텐츠산업이 각 산업에 기여하는 기여율을 조사하는 것이다.

이어서 부가가치, 종업원수를 기준으로 국내 GDP 및 국내 총종업원 수에서 차지하는 비중을 계산한다. 1단계 및 2단계는 매출액, 부가가치 및 종업원수를 기준으로 2017년과 과거 5년간의 콘텐츠산업의 경제기여도를 계산하는 것이다. 3단계, 4단계의 경우 설문조사를 통해 추정된 기여율을 각 산업의 총 매출액 및 부가가치액, 종업원수에 곱하여 콘텐츠산업이 기여한 매출액, 부가가치액 및 종업원수만 추출하고, 이를 기준으로 경제기여도를 계산한다.



[그림 1-3] 콘텐츠산업의 경제유발효과 및 경제기여도 계산과정

