



글 · 장영희 부장
정책연구본부 방송콘텐츠연구부
(02) 2142-4521, view@kca.kr

주제어: 콘텐츠산업, 창의산업, 고용, 일자리창출, 고용흡수력

콘텐츠산업은 '고용창출산업'인가?



한국경제의 고용창출 기반이 흔들리고 있다는 지적은 새롭지 않다. 경제가 성장해도 생성되는 일자리가 갈수록 줄어드는 고용창출력 약화 현상이 지속되고 있기 때문이다.

2003년 2.8%의 경제성장에도 불구하고 일자리가 오히려 3만개 줄어드는 이른바 '고용 없는 성장(Jobless Growth)' 현상(고용탄성치-0.05%)이 나타났으며, 2008년 글로벌 금융위기 이후에는 한국의 고용기반이 와해되지 않았느냐는 우려마저 일었다. 일자리 창출이 한국경제의 최대 현안으로 떠오른 가운데 정부는 2010년 10년 후 고용 청사진을 밝힌 '국가고용전략 2020'을 비롯해 고용대책을 잇달아 내놓고 있다. 정책의 우선순위를 일자리창출에 둔다면 고용선도 산업의 활성화에 초점을 맞추어야 할 것이고, 이러한 정책적 지향에서 부각된 것이 콘텐츠산업이다. 그런데 정작 콘텐츠산업은 고용이 정체 상태다. 2005~2011년 콘텐츠산업의 연평균 고용증가율은 0.5%에 불과하다. 성장동력이며 다른 분야에 영향을 미쳐 경제성장을 이끄는 '특별부문'이라는, 이 산업의 '능력'을 의심하게 만든다. 과연 콘텐츠산업은 '고용창출산업'이 맞는가? 이것이 사실이라면 무엇이 발목을 잡고 있는가? 본고는 이런 의문에 대한 탐색 작업이다.

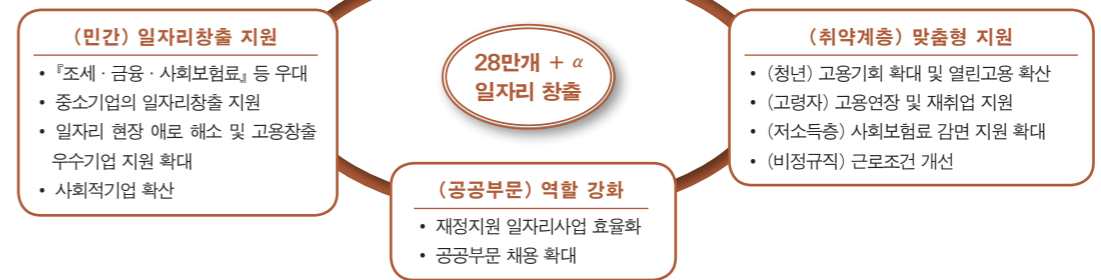
I. 서론

“창조경제가 등장하고 있다. 이는 문화와 경제가 접목된 것으로 창의성이 경제성장의 원천이 된 것이다” -J. Hawkins, <Creative Economy>, 2001

콘텐츠산업은 창의성을 상업화하거나 창의성을 통해 경제적 부가가치를 창출하는 산업으로 정의할 수 있다¹⁾. 이 창의성의 원천이 사람이므로, 콘텐츠산업에서 인적 자본의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않다. 이 인적 자본의 중요성과 관련된 것으로, 콘텐츠의 경제적 가치를 실현하는 '인력 육성'이 콘텐츠산업의 핵심 과제 중 하나다. 다른 하나의 과제는 한국경제 전체의 고용기반이 흔들리고 있는 상황에서 과연 콘텐츠산업이 국가 고용전략 차원에서 일자리 창출의 견인차 구실을 할 수 있느냐에 있다.

정부는 2010년 10월 '국가 고용전략 2020'에서 네 가지 고용정책 기조(고용 친화적 경제·산업 정책, 공정·역동적인 일터 조성, 취약인력 활용과 직업능력개발 강화, 근로 유인형 사회안전망 개편)를 발표했다. 이 가운데 특히 고용친화적²⁾ 기조로 정책의 방향성을 튼 것이 눈에 띈다. 산업 성장을 통한 고용 증대의 공식이 더 이상 유효하지 않다는, 즉 '성장이 고용의 토대'라는 기존의 명제에서 '고용이 성장의 견인차'라는 관점으로 패러다임을 전환한 것이다³⁾. 이는 기존 노동시장의 유연화 강화 정책을 시정하고 고용안정성과 사회안전망을 강화함으로써 유연성과 안정성을 동시에 꾀하는 유연안전화(flexicurity)를 내포한다. 고용문제는 유효수요의 부족만이 아니라 복합적인 문제여서 고용의 양뿐만 아니라 질을 제고하고, 노동시장의 안정성과 유연성을 두루 고려해 실업자와 취약 계층에 대한 복지정책을 필요로 하기 때문이다(김대환, 2010).

● 그림 1 '국가 고용전략 2020'



1) 콘텐츠진흥기초법에 의하면 콘텐츠산업은 '부호, 문자, 도형, 색채, 음성, 음향, 이미지 영상 등의 자료 또는 정보를 의미하는 콘텐츠와, 콘텐츠의 제작과 유통, 이용을 통해 경제적 부가가치를 창출하는 산업'으로 규정된다. 산업 측면이 강조되었지만, 콘텐츠의 생산이 인적자원과 창작자 개인의 창의성에 의존한다는 점에서 창의산업(creative industries)과 유사하다. 통계청의 콘텐츠산업 특수 분류에 따라 출판, 문화, 음악, 영화, 방송, 게임, 광고, 애니메이션, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연 등 12개 하위부문으로 구성된다.

2) 여기서 고용 친화적이라는 것은 전체 사회·경제 정책을 포괄하기 보다는 지방정부나 기업의 '노동수요'를 유인하고 강화함으로써 고용을 늘린다는 의미이다.

3) 한국경제는 이미 2000년대 들어 과거 압축성장 시대와 달리 성장의 적하효과(trickle-down effect)를 기대할 수 없다는 진단을 받았다. 성장의 과실이 국민경제 전체로 분배되지 않아 질 높은 고용으로 이어지지 못하고 있다는 것이다. 이런 선순환 구조의 약화는 무역구조와 산업구조의 변화에서 그 원인을 찾을 수 있다. 주요 수출 항목이 노동집약적 품목에서 자본 및 기술집약적 품목 중심으로 변화했고, 이 과정에서 고용에 대한 국제무역의 영향력이 줄어들었던 것이다. 또한 서비스화(tertiarization)가 매우 빠르게 이루어졌는데, 서비스산업의 고용비중은 1980년 38.6%에서 2008년 67.3%로 거의 30% 포인트 가량 수직 상승했다. 이는 같은 기간 GDP에서 서비스업의 비중 변화보다 훨씬 높은 수치이다. 문제는 이러한 급격한 서비스화가 서비스업의 낮은 생산성과 부가가치를 탓에 고용 증가로 이어지지 못하고 있다는 사실이다. 2007년 기준 한국의 서비스업 취업자 1인의 부가가치는 38.9천 달러로 OECD 비교 대상국 중 최하위 수준이다(KDI 국가고용전략수립을 위한 토론회, 2010.6.)

사실 고용문제의 실상은 얼마나 많은 사람이 일자리를 구하지 못한 상태를 뜻하는 실업률보다 얼마나 많은 사람이 일자리를 갖고 있는가 하는 고용률에서 잘 드러난다. 한국의 고용률은 성장률이 극히 낮은 선진국보다도 낮다. 2012년 2/4분기 고용률(OECD기준, 취업자/15~64세 인구)은 64.2%로 OECD 평균인 65.0%에 미치지 못한다. 경제성장으로 인한 고용창출력을 의미하는 고용탄성치(취업자 증가율/실질 GDP 증가율)도 1990년대 이후 줄곧 떨어지고 있다. 경제 전체의 고용창출 기반이 지속적으로 약화하고 있는 것이다. 따라서 국가의 최대 현안으로 떠오른 고용문제 해결에 정책의 최우선순위를 둔다면 정책 방향은 고용창출력이 뛰어난 산업의 고용증대에 맞추어야 하고, 이러한 정책적 지향에서 콘텐츠 산업은 줄곧 지목되어 왔다. 그런데 콘텐츠산업은 실상 고용창출산업으로서의 기대에 부응하지 못하고 있다. 고용증가율이 정체 상태에 머물러 있기 때문이다. 세계적으로도 2008년 이후 글로벌 금융위기 이후 콘텐츠산업 혹은 창의산업의 고용능력에 대한 의문이 제기되고 있다.

경제위기 이후 창의산업을 대표하는 영국과 미국에서 창의인력의 고용규모가 크게 줄어들었고, 이에 따라 창의산업의 성장모형에 대한 '창의적 폐쇄(creative block)' 현상을 제기한 것이다(Reid et al., 2010). 따라서 콘텐츠산업의 고용창출 능력에 대한 면밀한 분석이 필요한 실정이다. 우선 고용 관련 통계를 통해 고용규모 등 고용동향을 자세히 분석해 고용정체의 원인을 찾아낼 것이다. 하위부문별로도 접근할 것이다. 콘텐츠산업은 하나의 산업으로 묶기

가 어려울 정도로 12개 하위 부문별 이질성이 매우 크기 때문이다⁴⁾.

II. 콘텐츠산업의 고용동향

1. 영국과 미국의 창의산업 고용동향

한국 정부가 고용창출의 전위부대로 콘텐츠산업을 지목한 것에는 영국 등 선진국 사례에서도 영향받은 듯하다. 영국은 1997년 '창조영국(Creative UK)'을 발표하면서 '창조산업'을 국가 전략산업으로 정했다. 문화미디어체육부(DCMS)를 중심으로 출판, 방송, 음악, 공연, 디자인, 패션 등에 집중 투자했고 정부기관과 지방자치단체, 비영리 공공조직 등이 진흥에 앞장섰다. 그 결과 영국은 창조산업에서 1997년부터 2006년까지 10년간 연평균 4%라는 괄목할 성장을 이루었다. 2007년의 경우 고용이 전년 대비 2% 증가해 전체 산업보다 2배 높았고, 국내총생산(GDP)의 6.4%, 전체 수출의 4.3%, 전체 고용인구의 7%를 차지하는 '강소'산업으로 떠올랐다.

그러나 2008년 글로벌 경제위기 이후 세계 창의산업을 대표하는 영국과 미국에서 고용비중이 두드러지게 떨어지면서 창의산업의 경제적 효과에 대한 의문이 제기되었다. 상품 생산과 창의 인력의 고용뿐만 아니라 경제 전체의 변화를 추동하고 촉진한다는 콘텐츠산업의 성장모형에 대해 논란이 불거진 것이다. 영국 문화미디어체육부(DCMS)에 따르면, 영국 창의산업 고용은 2007년 200만 명에서 2010년 150만 명으로 50만 명 감소했다. 고용비중이 7%에

서 5.1%로 줄어든 것이다. 물론 같은 기간 민간서비스 산업도 고용(증감률 5%)이 줄어든 것은 사실이지만, 창의산업이 훨씬 심각했다. 특히 방송과 프로그래밍, 광고와 마케팅서비스·기타 정보서비스, 출판 부문은 고용증감률이 무려 -23%, -15%, -11%에 달했다. 창의산업 내 창의기업 수도 15만7천 개에서 10만7천 개(2011년)로 5만개 줄어들었다(DCMS, 2011).

미국도 2008~2010년 동안 창의산업 고용이 427만 명에서 408만 명으로 19만 명이 일자리를 잃어 고용증감률이 -4.5%에 달했다. 이 기간 전체 산업의 고용증감률 -2.4%에 견주면 두 배 가까이 높다. 특히 출판(인터넷 제외)과 광고와 관련서비스, 방송(인터넷 제외)의 고용증감률은 각각 -9.54%, -8.65%, -5.71%로 평균 감소율을 크게 웃돌았다. 미국과 영국에서 나타난 고용감소는 창의산업이 경기침체를 지나면서 '창의적 장애물(creative block)'에 처해 있다는 분석을 낳았다

(Reid,et.al.,2010). 즉 창의산업의 경제적 효과를 설명하는 네 가지 모형 가운데 영국과 미국 창의산업이 일구어낸 성과에 근거해 지지를 받았던 '성장모형'이 거센 도전에 직면한 것이다.

2. 한국 콘텐츠산업의 매출액 및 고용 동향

가. 매출액 등 경영현황

지난 10여 년 동안 창의산업 혹은 콘텐츠산업은 한 국가 혹은 세계경제의 새로운 핵심 성장 분야로 주목받아 왔다. 콘텐츠 영역이 '산업'이라는 대접을 받게 된 것은 디지털 기술에 기반한 지식경제로의 이행과, 문화에 대한 경제적·산업적 관심이 높아진 시기와 궤적을 같이 한다. 이전에는 시도되지 않았던 GDP나 매출액, 성장률, 고용기여도 측면에서의 분석이 시작된 것이다.

문화부가 펴내는 <콘텐츠산업통계>⁵⁾에 따르면, 2006~2009년까지 60조 원대에 머물던 콘텐츠산업의 매출액 규모는 2010년 70조 원대를, 2011년에는

● 표 1 창의산업의 경제적 효과에 대한 설명모형

설명모형	주요 전제 및 내용
복지모형	- 창의산업이 경제에 부정적인 순효과를 갖는 것으로 전제 - 창의산업이 가치재로서 복지를 증진시키는 문화상품을 생산
경쟁모형	- 창의산업이 경제적으로 후진적이거나 높은 도덕적 의미를 제공하지 않는 것으로 전제 - 연예산업이나 여가산업과 같이 다른 산업과 효과가 동일한 것으로 가정 - 문화산업의 독특한 문제도 경쟁조건에서 해결될 수 있음
성장모형	- 창의산업이 성장동력이며 다른 분야에 영향을 미쳐 경제성장을 이끄는 특별한 부문으로 인식 - 새로운 유형의 일자리와 상품 및 서비스를 창출 - 성장을 위해서는 지속적인 투자가 이루어져야 함
혁신모형	- 창의산업을 산업 자체로 보지 않고 전체 경제 혁신체계의 한 요소로 간주 - 즉, 경제적 진화와 혁신과정을 촉진하는 복잡한 진화체계로 가정

출처: Potts&Cunningham,2008; 강익희(2011), 『콘텐츠산업의 고용효과 분석과 고용정책 방향』 재인용

4) 정책적 필요에 의해 통계 조사의 통합이 이뤄지기는 했지만, '콘텐츠산업'이라고 부를만한 단일 부문과 단일 시장은 존재하지 않는다고 보는 것이 타당하다.

5) 콘텐츠산업통계는 기존 문화산업통계와 디지털콘텐츠산업통계를 2009년 기준 조사 시점부터 통합한 것이다. 통계청 승인통계로 출판, 만화, 음악, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 등 8개 부문은 직접 조사하고 영화, 방송, 광고 분야는 기존 통계조사(영화진흥위원회의 영화산업실태조사, 방송통신위원회의 방송산업실태조사, 한국방송광고진흥공사의 광고산업통계) 결과를 인용하고 있다. 방송산업실태조사에 포함되지 않은 독립제작사 부문의 조사는 한국콘텐츠진흥원에서 수행하고 있다.

80조 원대를 넘어섰다. 2011년 현재 82조4천억 원으로 전년대비 증감률이 14.3%에 달한다. 한 해 동안 매출액이 10조 원이나 늘어난 것은 방송부문이 2조5천억 원 가량(전년대비 증감률 24.0%) 증가한 것을 필두로 지식정보(29.6%)와 콘텐츠솔루션(28.8%), 음악(30.8%), 게임(23.8%), 캐릭터산업(22.4%) 부문이 비약 성장했기 때문이다. 매출액 비중이 가장 높은 출판은 2200억 원 가량인 1% 감소했다.

● 표 2 하위부문별 매출액 추이

(단위: 백억 원)

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	전년대비 증감률(%)
출판	1,939	1,988	2,160	2,105	2,061	2,124	2,102	-1.0
만화	44	73	76	72	74	74	75	2.0
음악	179	240	236	260	274	296	387	30.8
게임	868	745	514	560	658	743	920	23.8
영화	329	368	320	295	331	343	346	0.7
애니메이션	23	29	31	40	42	51	55	7.2
방송					909	1,044	1,295	24.0
방송영상 독립제작사	864	972	854	936	80	74	80	8.6
광고	842	912	943	931	919	1,032	1,172	13.5
캐릭터	208	455	512	510	536	590	721	22.4
지식정보	314	334	430	478	526	620	804	29.6
콘텐츠솔루션	128	154	168	187	204	220	283	28.8
합계	5,738	6,270	6,244	6,374	6,614	7,211	8,240	14.3

출처 : 한국콘텐츠진흥원(2012), 『2011 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서』

6) 콘텐츠산업의 고용상황을 파악할 수 있는 대표적 통계는 문화부가 펴내는 <콘텐츠산업통계>이다. <콘텐츠산업통계>는 통계청 승인통계이며 유용한 정보를 제공하고 있지만 제약이 있다. 우선 콘텐츠산업 노동시장 전체를 조망하거나 부문 간 비교를 할 수 없다. 애초에 방송, 게임, 영화, 광고산업 조사가 별도로 진행되어 고용 규모 이외에는 주요 고용 관련 변수가 일관성을 갖지 못하기 때문이다. 가령 연령별 교육수준별 정보의 경우 게임에는 있지만, 방송이나 영화 부문의 자료에는 없는 것이 있다. 또한 <콘텐츠산업통계>에는 임금, 근속년수 등과 같은 노동시장의 보상 및 고용조건에 관한 변인이 없고 종사자 지위와 같은 노동시장의 주요 변인들이 조사에 포함되지 않아 노동시장의 역동성을 살필 수 없다. 그 결과 비정규직인 프리랜서의 정확한 규모, 마이크로 비즈니스에 종사하는 자영업자의 규모 그리고 임금 분포 등과 같은 근로 조건에 대한 분석을 하기 어렵다. 직무 분류에서도 부문별 특수성이 너무 부각된 별도의 조사 설계 탓에 산업 전체의 직무 구조를 파악하는 데 어려움이 있다. 조사 시점도 문제가 된다. 조사가 매년 한번 시행되고, 조사 결과도 조사 시점과 1년 정도의 시차가 발생하기 때문에 최근 고용동향을 파악할 수 없다. 정책 자료로서 활용되기 위해서는 월별, 분기별 등 고용 자료가 제공되어야 한다. 이를 보완하기 위해 당장은 통계청이 펴내는 <전국사업체조사>와 <경제활동인구조사>, <지역별 고용조사>를 활용할 수 있는데 이 조사들도 한계가 있다. <전국사업체조사>는 산업 분류와 직업 분류가 콘텐츠 산업의 분류에 상응하는 세세 분류까지의 분석이 가능하며 종사자 지위(자영업, 무급 가족 종사자, 상용 종사자, 임시·일일 종사자, 무급 종사자) 및 성별 종사자 지위 등을 제공하는 장점이 있지만 연간 1회 조사여서 신속하게 활용하기 어렵고, 교육수준이나 연령 등 종사자에 대한 인구사회학적 변인이 부족하고 임금 자료가 없고 비정규직인 프리랜서의 정확한 규모와 4인 이하 업체에 대한 자료가 없는 것이 단점이다. <경제활동인구조사>도 고용과 관련한 다양한 변인을 분석할 수 있고 또한 최신의 자료를 통해 콘텐츠산업의 고용 정책 자료로 활용할 수 있는 장점을 갖지만 산업과 직업분류가 상세하지 못하다는 단점이 있다.

나. 고용 동향⁶⁾

매출액과 수출액 등의 경제지표가 호조를 보였음에도 불구하고 고용은 사실상 정체상태를 보이고 있다. 종사자 수가 2011년 59만3,517명으로 2005년(57만5,060명)~2011년 사이 겨우 18,457명 늘어났다. 연평균증감률(CAGR)은 0.5%에 그쳤다. 콘텐츠산업의 2005~2010년 연평균증감률 0.44%는 전체 산업의 취업자 증감율인 0.8%보다 낮고, 제조업의 -0.5%보다는 높은 수치다. 2012년 상반기는 59만 명으로 소폭이지만 더 줄어들었다. 이 수치는 2010년 기준으로 부동산업 및 임대업 고용규모(51.7만 명)보다 크고, 제조업(403만 명)의 15% 가량되는 규모다.

그런데 글로벌 경제위기 직후인 2008~ 2010년

● 표 3 콘텐츠산업 하위부문별 고용규모

구분	2005년	2008년	2010년	2011년 (비중%)	CAGR('05~'11)	2012년 상반기
출판	214,904	210,084	203,226	200,588(34)	-1%	199,346
만화	9,048	11,093	10,779	10,340(2)	2%	10,127
음악	65,346	66,475	76,654	78,581(13)	3%	78,314
게임	141,263	95,292	94,973	95,015(16)	-6%	94,230
영화	29,078	19,908	30,561	30,763(5)	1%	30,732
애니메이션	3,580	3,924	4,349	4,672(1)	5%	4,620
방송	29,634	34,393	29,878	33,491(6)	2%	33,608
독립제작사	-	34,393	4,764	4,713(1)	-	4,711
광고	29,625	30,700	34,438	37,711(6)	4%	37,862
캐릭터	8,825	21,092	25,102	26,598(4)	20%	26,539
지식정보	31,327	41,279	48,226	51,507(9)	9%	51,053
콘텐츠솔루션	12,430	14,679	18,384	19,538(3)	8%	19,638
합계	575,060	548,919	581,276	593,517(100)	0.5	590,780

출처 : 문화체육관광부(2012), 『2011 콘텐츠산업통계』, KOCCA(2012), 『2012년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서』

* (출판) 2005년부터 인쇄업 종사자수, 계약배달직 포함(통계청 사업체기초통계조사 인용). 2009년부터 인쇄업종사자수는 직접조사.
 ** (만화) 2006년부터 아동·학습만화 종사자 포함
 *** (음악) 2005년부터 노래방 종사자 포함(통계청 사업체기초통계조사 인용). 2008년부터 자체조사 실시.
 **** (영화) 2005년에는 영화산업 종사자에 비디오/DVD감상실 종사자수, 비디오/DVD임대 종사자수 포함(통계청 사업체기초통계조사 인용). 2006년부터는 영화진흥위원회 자체조사.
 ***** (방송) 2008년부터 독립제작사종사자 포함.

고용 상황을 살펴보면 조금 다른 해석이 가능해진다. 이 사이 전체 산업의 고용증가율은 0.5%로 나타나지만, 콘텐츠산업은 2.9%를 기록했다. 경기침체의 영향에도 불구하고 비교적 높은 수준의 고용증가율을 보인 것이다. 이 기간 동안 2008년 55만 명에서 경제위기 직후인 2009년 51만 명으로 크게 떨어졌다가, 2010년에는 58만 명으로 증가해 수직 상승하는 궤적을 그렸다.

다. 유형별 고용 동향

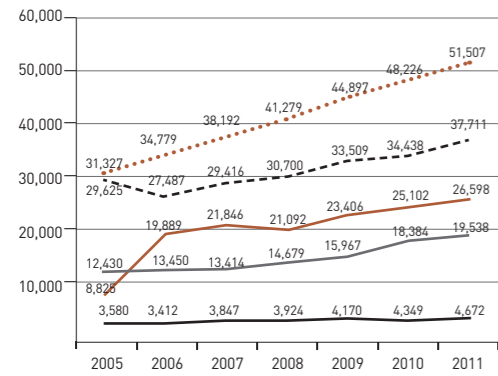
콘텐츠 산업은 12개의 하위 부문으로 구성되어 있는데, 내적 이질성이 매우 강해 하위 부문별로 고용현황을 살펴볼 필요가 있다. 2011년 기준으로 가장 많은 비중을 차지한 산업은 출판(200,588명,

34%)이며, 게임(95,015명, 16%), 음악(78,581명, 13%), 지식정보(51,507명, 9%), 방송(38,204명, 7%), 독립제작사 포함, 광고(37,711명, 6%), 영화(30,763명, 5%) 순으로 나타났다. 2005~2011년 연평균 증감률로 보면, 캐릭터(20%)가 월등하게 높은 가운데, 산업 전체가 디지털·온라인화된 지식정보와 콘텐츠솔루션, 그리고 애니메이션 순으로 높았다.

일자리가 줄어든 산업은 게임과 출판으로 각각 -6%, -1%를 기록했다. 이른바 전통 분야인 출판과 게임, 영화, 방송, 독립제작사 등은 감소하거나 정체 상태인 반면 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 애니메이션 부문은 매년 크게 증가하고 있어 콘텐츠산업 내 신성장 부문이라 할만하다.

다만 고용비중으로 세 번째를 차지하는 지식정보 부문을 빼면, 대부분 고용규모가 작은 부문이어서 전체 고용 증감에 미치는 영향은 제한적일 수밖에 없다. 12개 하위부문 가운데 성장형이 많은 데도 전체 고용규모가 정체되어 나타나는 것은 성장형 부문의 외형이 크지 않은 요인이 한 몫 하는 것으로 추정된다.

● 표 4 성장형 부문의 고용추이(명)



● 표 5 성장형 부문의 전년대비 고용증감률(%)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
애니메이션	-4.7	12.7	2.0	6.3	4.3	7.4
광고	-7.2	7.0	4.4	9.1	2.8	9.5
캐릭터	125.4	9.8	-3.5	11.0	7.2	5.9
지식정보	11.0	9.8	8.1	8.8	7.4	6.8
콘텐츠솔루션	8.2	-0.3	9.4	8.8	15.1	6.2

● 성장형

캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 애니메이션, 광고산업은 성장률이 높지만 콘텐츠산업에서 차지하는 고용 비중은 작다는 특징을 가진다. 이 산업들의 성장세는 융합, 디지털화에 따른 산업 환경의 변화와 밀접한 관계를 가진다.

● 하락형

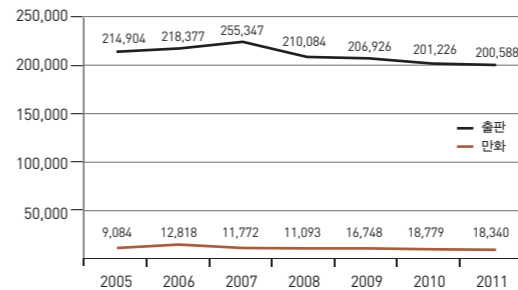
대표적인 하락형 산업은 출판과 만화다. 출판은 콘텐츠산업 인력 중 가장 많은 비중(2011년 기준 34%)을 차지하는 부문으로, 줄곧 감소추세를 보이고 있다. 출판 부문에서 뉴미디어를 활용한 온라인 출판과 유통분야의 고용이 늘고 있기는 하지만, 전통적인 출판업과 출판도소매업 종사자의 감소세가 더 커서 출판산업 전체 규모가 줄어드는 것으로 나타난다. 출판 부문의 감소세는 전체 콘텐츠산업의 고용 증감에 가장 큰 영향을 미치고 있다.

● 분류미정형

분류미정형은 고용추세가 증감을 반복하며 추

세를 유형화할 수 없는 유형으로 음악, 게임, 방송부문 등이 해당한다. 방송부문(독립제작사 포함)은 전체 콘텐츠산업에서 2011년 기준 7%로 네 번째로 고용비중이 높다. 2008년의 고용 증가는 독립제작사 부문이 포함된 것으로 실질 확대로 보기 어렵다. 게임부문은 2006년 이후 아케이드게임의 위축으로 인해 고용이 크게 줄었다. 2007년부터는 부침을 거듭해 2005~2011년 연평균 증감률이 무려 -6%에 달했다. 게임을 하락형으로 진단할 수도 있다. 음악부문은 2005~2011년 연평균증감률이 3%이다.

● 표 6 하락형 부문의 고용추이(명)



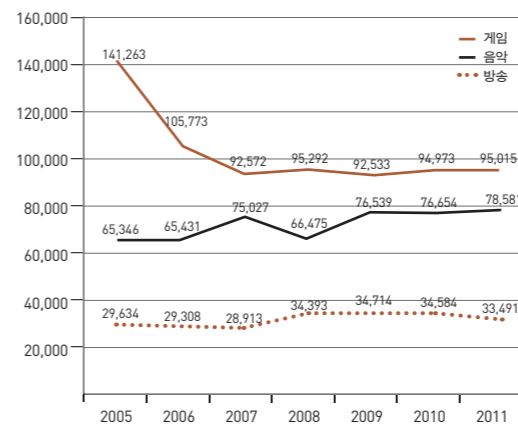
라. 콘텐츠산업 노동시장의 특징과 취약점

콘텐츠산업 노동시장은 고용안정성이 낮고 불평등은 높은 특징을 지닌다. 창작행위가 단기 프로젝트 중심으로 이루어져 단기계약의 임시고용 형태가 주류를 이루고 비정형화·비조직적인 고용형태를 띤다. 이것은 불안정 고용과 불평등을 초래하는 근본 원인이 된다. 단기 프로젝트 기반의 임시 고용 혹은 용역 수행의 형태로 일하는 노동자는 프리랜서로 봐야 하고, 콘텐츠산업은 일의 특성상 프리랜서가 상당히 많을 것으로 추정되지만, 이들의 실태

● 표 7 하락형 부문의 전년대비 고용증감률(%)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
출판	1.6	3.2	-6.8	-1.5	-1.8	-1.3
만화	41.7	-8.2	-5.8	-3.1	0.3	-4.0

● 표 8 분류미정형 부문의 고용추이



● 표 9 분류미정형 부문의 전년대비 고용증감률(%)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
음악	0.1	14.7	-11.4	15.1	0.2	2.5
게임	-25.1	-12.5	2.9	-2.9	2.6	0.1
방송	-1.1	-1.3	19.0	0.9	-0.4	-3.2

를 정확히 파악할 수 있는 공식 통계는 구할 수 없는 실정이다.

2010년 기준 콘텐츠산업 전체 종사자 중 정규직 비중은 84.7%(36만2,068명), 비정규직은 15.3%(6만 5,221명)로 나타난다. 하위 부문별로는 출판, 광고, 콘텐츠솔루션 등이 무려 90%가 넘는 정규직 비율을 보인 반면 영화(57.9%), 독립제작사(73.8%), 음악(74.9%), 애니메이션(75%)산업은 상대적으로 낮게 나타난다. 2008년과 견줄 때 비정규직 비중이 8.4% 늘어났다고는 하지만, 현실과 괴리가 크다고 하지 않을 수 없다. 전체 산업의 비정규직 비중이 49%에 달하기 때문이다. 콘텐츠산업 분야 비정규직 비중 15.3%는 서비스산업 전체보다 낮고, 지식서비스 산업군에 비해서도 낮은 수준이다. 가령 통계청 조사에서 콘텐츠산업 영역에 속하는 영화·비디오물·방송프로그램 제작 및 배급업, 오디오물 출판 및 원판 녹음업, 광고업, 사진촬영 및 처리업, 창작 및 예

● 표 10 고용 형태별 현황

산업/고용 형태	정규직		비정규직		합계
	종사자 수	비중(%)	종사자 수	비중(%)	
출판	133,565	92.2	11,315	7.8	144,880
만화	8,355	81.3	1,928	187.0	10,283
음악	57,299	74.9	19,183	25.1	76,482
영화	17,686	57.9	12,881	42.1	30,516
애니메이션	3,263	75.0	1,086	25.0	4,349
방송	29,911	86.5	4,673	13.5	34,584
독립제작	3,471	73.8	1,235	26.2	4,706
광고	31,490	91.4	2,948	8.6	34,438
캐릭터	22,228	88.6	2,874	11.4	25,102
지식정보	41,545	86.1	6,681	13.9	48,226
콘텐츠솔루션	16,732	91.0	1,652	9.0	18,384
합계	362,068	84.7	65,211	15.3	427,289

출처: 문화체육관광부(2012), 『2011 콘텐츠산업통계』

술관련 서비스업 등은 비정규직 비중이 25% 이상인데, 이 업종에는 프리랜서가 많을 것으로 짐작된다. 기본적으로 콘텐츠산업통계는 '사업체 조사'여서 프리랜서는 전혀 포함되지 않았으며, 비정규직 비중도 과소 계상된 것으로 추정된다.

종사상 지위 역시 현실과 차이가 있는 듯하다. 콘텐츠 산업에서 임금노동자의 비중은 2009년 기준 81.1%로, 전체 서비스산업(70%)보다 높은 수준이다. 업종별로는 편차가 큰 편이다. 콘텐츠산업 포함 업종과 유사 영역에 속한다고 볼 수 있는 소프트웨어 개발 및 공급업, 방송업, 인쇄물 출판업, 정보서비스업 등은 임금노동자의 비중이 90%이상이지만, 영화비디오물, 방송프로그램 제작 및 배급업, 오디오물 출판 및 원판 녹음업, 광고업, 전문 디자인업 등은 임금 노동자 비중이 60~70%로 상대적으로 낮은 편이다. 사진 촬영 및 처리업과 창작 및 예술관련 서비스업은 임금노동자 비중이 50%이하로 매우 낮

다. 종사자 지위의 차이는 고용관계의 특성을 반영한다고 볼 수 있을 것이다. 임금노동자의 비중이 높은 업종은 기업을 중심으로 노사관계가 중요한 역할을 담당하지만, 임금노동자 비중이 50% 이하인 경우는 자영업 종사자, 프리랜서에게 일을 맡기는 구조여서 고용관계의 중요성이 전혀 없거나 낮은 것이다.

임금수준은 고용관계의 특성과 종사상 지위에 영향을 받는 것으로 추측된다. 콘텐츠 산업 월임금의 중앙값⁷⁾은 200만원으로 전체 서비스산업의 131

만원보다 상당히 높은 수준이고, IT 중심의 지식서비스 산업군 수준과 비슷하다. 임금 수준은 소프트웨어 개발 및 공급업, 정보 서비스업, 방송업 업종에서 높게 나타났는데, 이들은 임금 노동자 비중은 높고 비정규직의 비중은 낮은 업종과 거의 일치하는 것으로 나타난다. 영화·비디오물·방송프로그램 제작 및 배급업, 광고업, 사진촬영 및 처리업, 창작 및 예술관련 서비스업의 경우는 임금 수준이 낮은데, 비정규직 비중이 높고 임금노동자 비중은 낮은 것과 관련이 있는 것으로 보인다.⁸⁾

● 표 11 콘텐츠산업과 서비스업의 노동조건 비교

	임금노동 비중(%)	비정규직 비중(%)	남성 비율(%)	월평균임금 (중앙값)(만원)	근속연수 (개월)
콘텐츠산업 전체	81.11	12.32	70.89	199.42(200.00)	55.50
소프트웨어 개발 및 공급업 영화·비디오물·방송프로그램	91.20	4.76	81.39	249.60(240.00)	43.47
제작 및 배급업	70.62	31.70	71.43	126.87(110.00)	30.53
방송업	96.66	17.49	68.32	252.22(200.00)	85.72
서적·잡지 및 기타 인쇄물 출판업	91.61	13.01	61.10	208.36(180.00)	73.79
오디오물 출판 및 원판 녹음업	75.79	26.80	95.65	218.15(200.00)	49.78
정보서비스업	94.94	17.95	62.72	235.94(233.00)	39.18
광고업	68.79	33.81	58.10	132.65(105.00)	62.77
건축기술·엔지니어링 및 관련기술 서비스업	84.94	5.52	80.07	224.20(200.00)	61.93
전문디자인업	72.75	17.66	49.23	150.41(150.00)	36.87
사진 촬영 및 처리업	37.85	45.50	71.80	54.01(0.00)	30.76
창작 및 예술관련 서비스업	47.20	28.54	54.73	80.61(0.00)	68.56
유통 서비스산업군	53.77	38.45	62.88	92.07(60.00)	52.30
지식 서비스산업군	87.26	21.85	42.57	209.49(185.00)	82.81
사회 서비스산업군	96.54	42.80	51.44	151.22(110.00)	63.94
개인 서비스산업군	56.15	57.76	44.23	74.05(55.00)	34.52
서비스산업 전체	69.97	37.20	51.88	131.69(100.00)	63.67

출처: 문화체육관광부(2012), 『2011 콘텐츠산업통계』

7) 중앙값을 쓴 것은 임금 분포가 한쪽으로 치우쳐 있어 평균값보다는 중앙 값을 사용하는 것이 보다 극단 값의 영향을 덜 받을 수 있기 때문이다.

8) 노동부 통계조사(2012)에서도 콘텐츠산업에 속하는 업종의 2011년 월 임금수준(연평균)은 꽤 높게 나타난다. 전산업을 100으로 볼 때 방송업의 상대지수는 143으로, 임금수준이 높다는 컴퓨터그래밍(140), 통신업(137), 금융 및 보험업(136)보다 높았다. 출판업은 128, 정보서비스업도 119로 나타났다.

정규직 노동자의 임금수준은 235만 원으로 비정규직의 110만원에 비해 두 배 이상 많다. 고용의 안정성이라는 고용관계의 중요한 정보를 제공하는 근속년수에서도 정규직과 비정규직의 차이는 확연하다. 콘텐츠산업의 근속년수는 55.5개월로 전체 서비스산업보다 8개월 여 짧고, 지식서비스 산업군에 비해서는 27개월 가량 짧다. 근속년수가 짧은 부문은 소프트웨어 개발 및 공급업, 정보서비스업, 전문디자인업과 사진촬영 및 처리업 등 젊은 인력들의 비중이 높은 부문이며, 근속년수가 긴 부문은 방송업, 서적·잡지 및 기타 인쇄물 출판업 등이다. 다른 산업에 비해 근속년수가 짧음에도 정규직의 근속년수는 60.9개월로 비정규직의 17.2개월보다 세 배 이상 길다. 즉 콘텐츠산업의 노동시장은 정규직과 비정규

● 표 12 정규직과 비정규직의 비교 (2009년 기준)

구분	월평균임금(만원) (중앙값)		근속연수(개월)	
	정규직	비정규직	정규직	비정규직
콘텐츠산업 전체	262.61(235.00)	126.71(110.00)	60.88	17.23
소프트웨어 개발 및 공급업	278.54(250.00)	176.41(180.00)	44.97	13.36
영화·비디오물·방송프로그램 제작 및 배급업	211.61(195.00)	110.80(100.00)	40.84	8.30
방송업	285.36(250.00)	145.71(150.00)	97.90	28.25
서적잡지 및 기타 인쇄물 출판업	243.60(200.00)	119.36(100.00)	82.39	16.29
오디오물 출판 및 원판 녹음업	303.63(250.00)	244.75(210.00)	58.92	24.81
정보서비스업	278.25(250.00)	112.58(100.00)	45.71	9.19
광고업	234.47(200.00)	111.28(100.00)	84.29	20.63
건축기술엔지니어링 및 관련기술 서비스업	270.15(250.00)	157.60(150.00)	64.47	18.55
전문디자인업	227.57(200.00)	109.73(100.00)	40.54	19.73
사진 촬영 및 처리업	172.22(160.00)	107.32(100.00)	45.45	13.17
창작 및 예술관련 서비스업	202.49(175.00)	91.47(90.00)	84.05	29.76
서비스산업전체	231.76(200.00)	106.14(100.00)	86.97	20.38

출처: 문화체육관광부(2012), 『2011 콘텐츠산업통계』

9) 통계청 등의 통계와 현실은 괴리가 큰 듯하다. 콘텐츠산업 종사자 상당수는 비정규직과 저임금, 높은 노동강도에 노출되어 있으며, 불합리한 근로기준과 계약조건, 임금체불이나 미지급도 빈번하게 발생하고 있는 것으로 알려져 있다. 이런 열악한 상황은 특히 현장 제작인력에서 두드러지는데, 영화 제작 스태프의 경우 연평균 수입이 274만원~1,500만원에 불과하다고 한다.

직 간의 임금과 근속년수의 차이로 인한 이중 구조를 형성하고 있다⁹⁾. 이런 열악한 현실은 창작과 근로의욕의 저하, 숙련된 인력의 이탈 등의 악순환으로 이어질 수밖에 없다.

콘텐츠산업은 고학력, 젊은 층이 선호하는 산업이라는 것이 두드러진 특징이다. 2009년 대학교 졸업 이상 비중이 62.8%로 나타나 제조업의 22%와 서비스업의 30.9%를 훨씬 웃돌고 있다. 서비스 산업군 간의 비교에서도 고학력 비중이 높은 지식서비스 산업군의 고학력 비중보다 거의 13% 높다. 콘텐츠산업의 인력의 교육수준은 10명 중 8명 이상(84.4%)이 전문대학 졸업 이상의 학력을 가지고 있다.

연령별로는 2009년 현재 15~29세 비중이 29.5%로 가장 높고, 그 다음이 21.0%를 차지하는

40대와 20.1%를 차지하는 30대 초반이다. 콘텐츠산업 인력 중 30대 초반 이하가 절반가량 되는 것이다. 콘텐츠산업이 ‘젊은 산업’이라는 특징은 서비스산업과 제조업의 연령구조와 비교해보면 더욱 뚜렷해진다. 서비스산업과 제조업의 경우 40대 비중이 각각 28.1%와 31.6%로 가장 높은 반면 15세~29세 청년층 비중은 각각 18%, 17.2%에 그친다. 서비스산업과 제조업은 콘텐츠산업에 비해 연령구성이 비교적 고르게 분포한다. 종합하면 콘텐츠산업은 제조업은 물론 서비스업군 중에서도 가장 ‘젊은’ 산업이다.

직업별로는 콘텐츠 산업과 관련되는 문화예술,

디자인, 방송 관련직이 전 산업에 비해 평균 학력이 높고 평균 연령과 평균 근속연수가 낮게 나타난다. 콘텐츠산업 근로자 중 청년층(29세 이하)의 비중이 28.3%(전체산업 16.7%)이고, 4년제 대학졸업 이상 비중은 62.8%, 2년제 대학졸업 이상은 84.4%(제조업에서의 동일학력 비중은 38.7%)나 된다. 이런 특성은 콘텐츠산업이 고학력 청년층의 실업해소에 큰 역할을 할 수 있다는 기대감을 높인다¹⁰⁾.

직업별로는 전문가 및 관련 종사자 비중이 70.2%로 압도적으로 높다. 사무종사자 비중은 17.8%에 그친다. 서비스산업과 제조업에서의 전문

● 표 13 고학력·젊은층이 많은 콘텐츠 관련 직업인(2009년 기준)

구분	월평균 소득(만원)	평균 학력(년)	평균 연령(세)	평균 근속 연수(년)	주당 평균 근로시간	300인 미만 사업체규모비율(%)
문화, 예술, 디자인, 방송 관련직	218.3	15.0	34.0	5.5	45.7	89.4
정보통신 관련직	296.7	15.4	35.1	5.9	46.5	73.8
전체	203.7	12.9	43.7	8.3	48.4	90.0

출처: 한국고용정보원(2010), 산업·직업별 고용구조조사

● 표 14 콘텐츠산업 직무별 종사자 현황

연도/직무	종사자 수(명)종						합계 기타(유통)
	사업기획	관리	제작	마케팅	홍보	연구개발	
2008년	18,455	47,521	104,642	13,211	6,217	58,600	248,646
비중(%)	7.4	19.1	42.1	5.3	2.5	23.6	100.0
2009년	19,132	47,390	107,151	13,097	6,056	60,473	253,298
비중(%)	7.6	18.7	42.3	5.2	2.4	23.9	100.0
2010년	22,790	45,767	112,412	12,261	5,350	61,188	259,768
비중(%)	8.8	17.6	43.3	4.7	2.1	23.6	100.0
전년대비 증감률(%)	19.1	▽3.4	4.9	▽6.4	▽11.6	1.2	2.6
연평균 증감률(%)	11.1	▽1.9	3.6	▽3.7	▽7.2	2.2	2.2

출처: 문화체육관광부(2012), 『2011 콘텐츠산업통계』

10) 2011년 청년실업자는 32.4만, 실업률은 7.7%를 기록했는데 이는 전체 실업률보다 2배나 많은 수치이다. 청년계층 중에서 구직 단념자 등 사실상의 실업 상태를 포함하면 실업자는 110.1만으로 추정되며, 체감실업률은 22.1%에 이를 정도로 심각하다는 연구 결과가 있다(현대경제연구원, 2012).

가 비중이 각각 23.2%와 10.8%인 것과 견주면 콘텐츠산업 인력은 '전문가 중심 집단'인 것이 분명한 것이다. 성별 분포에서는 남성 비중이 70.1%로 서비스산업 비중(51.9%)보다 훨씬 높다. 성별분포의 경우 콘텐츠산업의 하위부문 간 편차가 큰데, 80% 이상인 남성 지배 부문은 소프트웨어 개발 및 공급업, 오디오물 출판 및 원판 녹음업, 건축기술·엔지니어링 및 관련기술 서비스업 등이며, 남녀 비중이 비슷한 부문은 광고업, 전문 디자인업, 창작 및 예술 관련 서비스업 등이다.

직무별 종사자의 업무영역을 살펴보면, 제작 종사자 비중이 43.3%(11만2,412명)로 가장 높고, 기타(유통) 23.6%, 관리 17.6% 순으로 높다. 반면 비중이 낮은 순서는 홍보 2.1%(5,350명), 마케팅 4.7%, 사업기획 8.8% 순이다. 제작과 단순 관리 분야에 인력이 몰려 있다는 것은 고부가가치를 창출해내는 연구개발, 사업기획 인력이 취약하다는 방증이다. 게다가 사업기획과 제작인력은 꾸준히 늘어나고 있지만 연구개발과 마케팅 인력이 소폭 줄어들고 있다는 사실은 우려스럽다(황근, 2012).

콘텐츠산업의 고용구조를 분석할 때 빼놓을 수 없는 것은 콘텐츠기업의 경영 상황이다. 콘텐츠산업 종사자를 고용하는 것은 기업이고, 상시 고용되지 않는 프리랜서라 해도 콘텐츠기업과 용역 등의 형태로 관계를 맺기 때문이다. 콘텐츠산업의 시장규모(매출액)가 늘어나고 있지만, 상당수의 콘텐츠기업은 한계선상에 놓인 영세기업인 실정이다. 콘텐츠기업 가운데 매출액 1억 미만이 67.8%, 10억 미만은

94.3%에 달한다. 반면 0.5%(사업체 수 기준)의 대기업이 전체 매출액의 32.7%를 가져가는 양극화 구조다¹¹⁾. 소기업이나 창작자에게 불리한 수익배분 구조는 콘텐츠기업의 영세성을 불러온 주요 요인 중 하나이다. 시장지배력이 큰 대기업, 네트워크 사업자, 유통망 사업자, 서비스 사업자 같은 콘텐츠업계의 '큰 손'¹²⁾이 수익의 다수를 가져가 콘텐츠 생산기업의 영세성을 고착화시키고 있는 것이다. 공정한 수익분배를 정착시키는 일은 고용정책이기도 하다. 기존 종사자의 이탈과 신규 인력이 유입되지 않아 초래되는 창작기반의 고갈을 막을 수 있기 때문이다.

III. 국내 콘텐츠산업의 고용효과 및 고용 창출 전략 분석

1. 콘텐츠산업의 고용효과 분석

콘텐츠산업에 대한 기존 연구 중에는 콘텐츠산업의 일자리창출 능력을 그리 높게 평가하지 않은 경우도 있다. 김준영(2010)은 한국고용정보원의 OES 자료를 활용하여 문화산업 종사자 수와 사업체 수의 추세를 분석하면서 2002년부터 2008년까지 핵심 문화산업에서 사업체 수가 지속적으로 감소했고, 종사자 수도 증감을 반복하면서 뚜렷한 변동추세를 보이지 않고 있다는 결론을 내렸다. 이병민(2011)도 문화체육관광부의 콘텐츠산업통계자료를 분석한 후 콘텐츠산업이 고용 없는 성장시대의 대안으로 양질의 일자리를 창출하는 신성장 동

11) 그러나 이들 대기업도 디즈니, 뉴스코퍼레이션, 비방디 같은 글로벌 미디어 기업과 비교하면 초라한 수준이다. 국내 가장 큰 콘텐츠기업인 CJ E&M의 경우 글로벌기업 연평균 매출액의 20분의 1 수준에 불과하다.

12) 방송산업의 지상파 사업자, 영화산업의 멀티플렉스, 메이저 투자배급사, 디지털 음악산업의 서비스사업자, 디지털콘텐츠의 이동통신사업자, 음악산업(가수)의 매니지먼트사 등을 들 수 있다.

력산업이라는 정부의 인식과는 달리 종사자 수가 정체 혹은 감소 추세를 보이고 있으며, 고용유발계수 및 취업유발계수 또한 점진적으로 낮아지고 있다며 콘텐츠산업의 고용효과가 기대만큼 충분하지 않거나 자료 자체가 불안정해 이런 결과가 나왔을 것이라고 판단했다.

그런데 고용전망과 관련한 연구에서는 콘텐츠산업의 고용창출에 대한 잠재력이 꽤 높다는 예측이 나온다. 2009~2013년 콘텐츠산업 인력수요 전망에 따르면 고용증가율이 2.5%로 꽤 높게 나온 것과(한국콘텐츠진흥원, 2010), 콘텐츠산업과 관련된 직업군인 예술·디자인·방송 관련 직업에서의 인

력수요가 연평균 3.1% 증가할 것이라는 전망을 꼽을 수 있다(한국고용정보원, 2010).

한 나라 경제 혹은 특정산업의 고용창출 능력은 취업계수와 고용탄성치로 들여다 볼 수 있다.¹³⁾ 70년대에는 10억 원의 부가가치를 산출하는데 117명의 취업자가 필요했지만 1980년대 67명, 1990년대 34~42명을 거쳐 2000년대에는 27명이면 족한 상황이 되었다. 이것의 의미는 두가지다. 1인당 노동생산성이 향상되었고, 생산성이 향상된 만큼 산출량에 대한 고용창출 능력이 축소된 것이다. 고용탄성치로는 1970년대 경제가 1% 성장하면 고용이 0.4% 증가하였지만 2000년대에는 동일하게 1% 성

● 표 15 취업계수 및 고용탄성치 추이

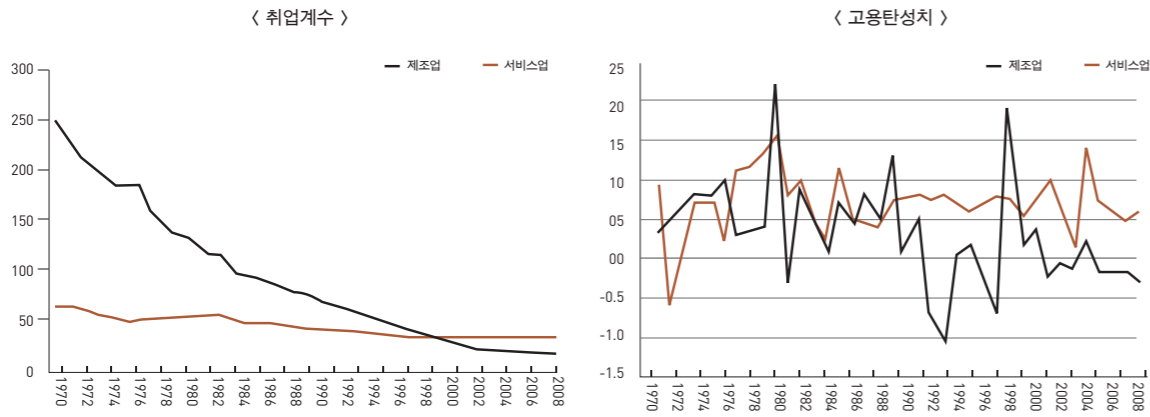
(단위: 명/10억 원)

	전산업		제조업		서비스업	
	취업계수	고용탄성치	취업계수	고용탄성치	취업계수	고용탄성치
1970s	116.5	0.40	174.8	0.56	55.0	0.74
1980s	66.6	0.29	92.2	0.43	47.4	0.63
1990~96	41.6	0.31	55.4	-0.08	38.0	0.73
1997~99	33.6	0.08	35.0	-0.26	35.3	0.67
2000s	26.9	0.31	20.8	-0.10	32.5	0.66
2000	30.5	0.48	27.5	0.38	34.2	0.74
2001	29.9	0.50	26.7	-0.25	34.2	0.97
2002	28.6	0.39	24.4	-0.07	33.1	0.55
2003	27.8	-0.05	23.0	-0.16	32.6	0.13
2004	27.1	0.41	21.3	0.20	32.9	1.39
2005	26.4	0.33	19.8	-0.21	32.6	0.72
2006	25.4	0.25	18.0	-0.20	32.0	0.56
2007	24.5	0.24	16.6	-0.16	31.1	0.47
2008	24.1	0.28	16.0	-0.32	30.8	0.61

출처: 한국은행, 『국민계정』; 통계청 『경제활동인구조사』

13) 취업계수(Employment to GDP Ratio)는 일정기간 동안 생산활동에 투입된 취업자 수를 총산출액으로 나눈 수치(취업자수/실질GDP). 일정 산출액의 생산에 필요한 취업자 수를 의미하며, 산업의 고용흡수력을 나타내는 지표로 활용된다. 고용탄성치(GDP Elasticity of Employment)는 경제성장률에 따른 고용흡수력을 의미하는데 취업자 증가율을 실질 GDP 증가율로 나눈 산출한다(취업자증가율/실질GDP증가율). 즉 고용탄성치는 실질 부가가치가 1% 증가할 때 고용이 몇% 증가하는가를 보여주는 지표이다. 실질GDP는 2005년 기준이다.

● 그림 2 제조업과 서비스업의 취업계수와 고용탄성치 추이



출처: 황수경(2010), 『서비스산업의 일자리창출 능력』

● 표 16 서비스업의 분류

	GDP(국민계정, 2005)	취업자(경찰조사, 1992~99)	취업자(경찰조사, 2000~08)
유통	도소매업 운수 및 보관업 통신업	G. 도소매 및 소비자용품수리업 I. 운수, 창고 및 통신업	G. 도매 및 소매업 I. 운수업 J. 통신업
생산자	금융보험업 부동산 및 임대업 사업서비스업	J. 금융 및 보험업 K. 부동산임대 및 사업서비스업	K. 금융 및 보험업 L. 부동산 및 임대업 M. 사업서비스업
사회	공공행정 및 국방 교육서비스업 보건 및 사회복지	L. 공공행정 및 사회보장행정 M. 교육서비스업 N. 보건 및 사회복지사업 Q. 국제 및 기타외국기관	N. 공공행정 및 사회보장행정 O. 교육서비스업 P. 보건 및 사회복지사업 T. 국제 및 외국기관
개인	음식숙박업 문화 및 오락서비스업 출판, 방송, 영화, 정보, 기타서비스	H. 숙박 및 음식점업 O. 기타공공사업 및 개인서비스업 P. 가사서비스업	H. 숙박 및 음식점업 Q. 오락, 문화, 운동관련 서비스업 R. 기타 공공, 수리 및 개인서비스업 S. 가사서비스업

주: Singelman(1978)의 분류체계에 따름 출처: 황수경(2010), 『서비스산업의 일자리창출 능력』

장해도 고용증가율은 0.3%에 그친다.

그런데 제조업과 서비스업을 살펴 보면 취업계수 및 고용탄성치 추이가 매우 다른 양상을 보인다. 제조업의 취업계수는 지난 40년간 급격하게 하락한 데 반해 서비스업에서는 취업계수가 완만한 감소세를 보였으며, 1990년대 후반 이후에는 제조업보다 높아졌다. 고용탄성치의 경우는 연단위로

변동이 심하지만 전반적으로는 취업계수와 같은 추세를 보인다. 제조업에서는 고용탄성치가 급감하여 1990년대부터 마이너스 수치를 보였지만, 서비스업에서는 큰 변동 없이 0.7 수준을 유지해 온 것이다.

2000년대 이후로 한정해보면, 제조업에서 1% 성장할 때 고용은 오히려 0.1% 감소하지만, 서비스

업에서 1% 성장할 때는 고용이 0.66% 증가하고 있다. 즉 한국 경제가 제조업 중심으로 성장하면 고용 없는 성장이 나타날 수밖에 없고 서비스업이 성장해야 고용도 함께 늘어날 수 있다는 것이다.

서비스업은 영세 소매업에서부터 회계·법률서비스 등 고부가가치의 전문서비스에 이르기까지 매우 이질적이고 다양한 업종을 포괄하기 때문에 업종 간 고용창출 능력에서 편차를 보인다. 서비스 특성 및 서비스 공급자 특성을 기준으로 서비스업을 4개 범주로 유형화하여 유형별로 취업계수 및 고용탄성치를 산출해보면 상당히 다른 결과가 나타난다.

다. 서비스업 전체로는 취업계수가 점차 감소하는 경향을 보이는데, 이는 주로 유통서비스업과 개인서비스업의 감소에 기인한 것임을 알 수 있다. 생산자서비스업과 사회서비스업에서는 취업계수의 꾸준한 증가세를 확인할 수 있다.

고용탄성치는 유통서비스업에서는 빠르게 감소하여 2004년부터 고용 없는 성장이 나타나고 있지만 생산자서비스업과 사회서비스업에서는 부가가치가 1% 성장할 때 고용이 각각 1.32%, 1.31% 증가한다. GDP성장률 이상의 고용창출 효과가 나타나는 것이다. 개인서비스업의 고용탄성치는 최

● 표 17 서비스업의 유형별 취업계수 및 고용탄성치

(단위 : 명/10억)

	취업계수				고용탄성치			
	유통 서비스업	생산자 서비스업	사회 서비스업	개인 서비스업	유통 서비스업	생산자 서비스업	사회 서비스업	개인 서비스업
1992	73.0	15.9	22.6	78.3	-	-	-	-
1993	73.4	15.8	22.2	76.3	1.11	0.91	0.56	0.66
1994	71.3	15.7	21.7	72.6	0.61	0.96	0.51	0.60
1995	67.8	15.5	21.8	70.5	0.29	0.87	1.13	0.67
1996	65.1	15.6	21.3	69.7	0.43	1.11	0.43	0.86
1997	62.8	15.7	21.1	70.8	0.37	1.10	0.86	1.29
1998	65.0	15.6	22.9	71.4	0.47	1.38	-12.74	0.91
1999	58.1	16.1	23.2	63.6	0.18	6.58	1.35	0.23
2000	51.4	16.9	22.9	66.4	0.29	2.17	-1.1	0.72
2001	49.8	17.7	23.0	65.4	0.47	2.37	1.32	0.74
2002	47.7	16.7	23.5	63.3	0.32	0.45	1.63	0.57
2003	46.6	16.9	24.3	62.1	4.91	1.28	1.82	5.82
2004	45.2	17.8	24.3	64.2	-0.17	5.70	0.96	2.39
2005	43.7	18.0	24.6	63.9	-0.02	1.29	1.38	0.85
2006	42.0	18.5	24.4	61.2	0.03	1.75	0.89	0.23
2007	39.8	18.7	24.0	59.5	-0.03	1.23	0.58	0.43
2008	38.4	18.7	24.9	58.7	-0.55	0.91	2.31	0.30
92~'99	66.4	15.8	22.1	71.0	0.40	1.14	1.04	0.60
00~'08	44.6	17.8	24.0	62.5	0.01	1.32	1.31	0.61

주: 2000년 전후 통계청산업분류체계가 바뀌면서 유통서비스업과 개인서비스업 취업자수에서 시계열단절 발생 출처: 한국은행, 「국민계정」; 통계청, 「경제활동인구조사」

근 들어 낮아지는 추세를 보이는데, 이는 숙박·음식점업에서의 고용 감소와 주로 관련된 것으로 추정된다.

서비스 수요가 취업을 유발하는 효과는 취업유발계수를 통해 파악할 수 있다. 2007년 전산업의 평균 취업유발계수는 10억 원당 13.9명이며, 제조

업은 9.2명, 서비스업은 18.1명으로 나타난다(표 18 참조). 2005년에 비해 취업유발효과가 감소하고 있지만 서비스업의 경우 취업유발효과가 제조업의 두 배에 달한다. 콘텐츠산업에 속하는 방송, 출판·문화서비스의 경우 취업유발효과가 제조업보다는 높지만, 서비스업에 비해서는 낮거나 비슷한 수준

● 표 18 산업별 취업유발계수 및 고용유발계수 추이

구분	취업유발계수			고용유발계수		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
제조업	10.1	9.6	9.2	7.2	6.9	6.6
서비스업	18.4	18.2	18.1	12.6	12.6	12.6
도소매	30.8	29.9	29.9	15.5	15.4	15.4
음식점 및 숙박	38.3	36.7	36.9	16.5	15.9	16.3
육상운송	25.4	25.3	25.7	16.9	16.7	16.9
수상 및 항공운송	3.7	3.3	3.1	3.1	2.9	2.7
보관 및 운수관련서비스	13.3	12.9	12.7	11.2	10.7	10.6
통신	10.3	10.7	11.3	8.1	8.3	8.6
방송	12.2	11.6	10.9	10.0	9.6	9.1
금융 및 보험	10.8	10.7	10.4	9.9	9.7	9.4
부동산	6.7	6.9	7.0	5.5	5.7	5.7
연구기관	16.2	16.3	16.0	14.2	14.2	14.0
사업관련 전문서비스	14.9	15.4	15.8	12.5	13.1	13.5
기타사업서비스	24.0	23.7	24.1	20.7	21.0	21.6
공공행정 및 국방	15.0	14.6	14.5	13.3	12.9	12.8
교육서비스	22.8	22.9	23.6	20.0	20.1	20.4
의료 및 보건	16.9	16.6	16.7	13.7	13.5	13.5
사회복지사업	29.9	31.8	32.7	26.7	28.5	29.3
위생서비스	15.2	14.9	15.4	13.4	13.2	13.7
출판 및 문화서비스	20.6	18.6	18.4	14.5	13.7	13.5
오락서비스	18.3	20.1	17.6	11.1	11.3	10.5
사회단체	34.1	34.0	33.0	29.8	29.8	28.9
기타서비스	30.5	30.8	30.8	14.8	15.1	15.3
전산업	14.7	14.3	13.9	9.9	9.7	9.5

주: 2005년 불변가격 기준

출처: 한국은행(2009), 『2007년 고용표로 본 우리나라의 고용구조 및 노동연관효과』

이다¹⁴⁾.

이 결과는 콘텐츠산업에 속하는 하위 산업들의 고용창출력이 꽤 높으리라는 추론을 가능하게 한다. 한국콘텐츠진흥원(2010)에 의하면, 2005~2008년 사이 콘텐츠산업의 고용계수와 취업계수는 제조업과 서비스업에 비해 모두 높게 나왔다¹⁵⁾.

특히 2008년에는 제조업의 거의 두 배에 달했고 서비스업 전체보다도 높게 나왔다. 임금노동자 뿐만 아니라 자영업 부문에 이르기까지 콘텐츠산업의 고용기여도가 높다고 해석할 수 있다.

콘텐츠산업 같은 서비스업은 고용창출 능력에서 제조업을 압도하지만, 서비스업의 성장을 추동하는 것은 서비스 수요의 확대 가능성이다. 즉 서비스업 고용효과는 서비스업에서의 노동생산성 증가 속도와 서비스 수요의 증가 속도에 따라 달라진다. 노동생산성이 증가하면 생산단위 당 고용은 줄지만 서비스 수요 증가로 시장 자체가 커져 추가로 고용이 늘어나기 때문이다. 따라서 그 상대적 크기에 의해 산업의 고용 총량이 증가하거나 감소하게 된다.

황수경(2010)은 한국은행의 산업연관표를 사용해 총수요 증가와 노동생산성 변동을 분해하는 작

업을 했다. 이 연구에 따르면 제조업과 서비스업은 총수요 증가에서는 차이가 크지 않지만 노동생산성 변동에서는 큰 차이를 보였다. 제조업에서는 수요가 서비스업보다 약간 빠르게 증가했지만 노동생산성도 빠르게 향상되어 고용증가가 낮은 수준에 머물렀다. 반면 서비스업에서는 수요에 비해 노동생산성이 덜 증가하거나 거의 정체되어 고용 총량이 빠르게 증가한 것이 관찰된다.

2007년의 경우 서비스업 고용은 2006년에 비해 2.9%포인트 더 증가했는데 이 가운데 수요 증가가 기여한 부분은 1.3%포인트이고 노동생산성 감소가 기여한 부분이 1.6%포인트로 나온 것이다. 고용이 증가하기는 했지만, 고용의 질이 나빠 양질의 고용 창출과는 거리가 있다.

서비스업 유형별로 살펴보면, 생산자서비스업은 수요 증가(2005~2007년 기간 중 7.1%)가 가장 컸지만 생산성(-1.1%)이 감소하면서 고용(8.3%)이 수요 증가보다 더 늘었다. 반면 유통서비스업과 개인서비스업에서는 수요와 생산성이 나란히 증가하여 고용은 3% 증가하는 데 그쳤다. 개인서비스업 가운데 콘텐츠산업 영역에 속하는 출판 및 문화서비스(-5.2%)와 방송(-1.2%)의 경우 분석기간 중

● 표 19 콘텐츠산업, 제조업, 서비스업의 고용 및 취업유발계수

산업분류	고용유발계수				취업유발계수			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
제조업	8.38	8.19	7.73	6.81	11.76	11.44	10.78	9.5
서비스업	12.69	12.39	12.11	11.51	19.38	18.89	18.36	17.36
콘텐츠산업	14.66	13.74	14.4	13.63	19.78	18.73	19.25	18.27

출처: 한국콘텐츠진흥원(2010), 『2010 콘텐츠산업의 경제적 파급효과』

14) 임금근로자에 한정된 고용유발효과(=고용유발계수)도 취업유발효과와 비슷한 흐름을 보였다.

15) 그런데 2005~2008년 사이 자료 값이 등락을 거듭하는 모습을 보여 일관된 추세를 찾을 수는 없었다.

고용은 오히려 줄었지만, 수요 증가율은 5~7%나 되었다. 즉 수요 위축보다는 노동생산성이 빠르게 향상되어 고용이 감소한 것이므로 부정적으로 볼 일은 아니다. 고용의 성과가 주로 생산성이 낮아져 나타난 업종의 경우는 고용의 질 저하와 같은 노동 시장에서의 왜곡을 피할 수 없다¹⁶⁾. 일자리는 늘었지만, 양질의 지속가능한 '좋은 일자리(decent work)'가 아니기 때문이다.

2. 콘텐츠산업의 일자리 창출 전략

콘텐츠산업의 성장속도는 경제 전체의 GDP 성장률보다 약간 빠르지만, 노동생산성은 2008~2010년 동안 낮아졌다. 이 수준은 전체 산업 평균보다는 높지만 제조업보다는 낮은 수준이다. 특히 콘텐츠 유통 부문의 낮은 노동생산성은 자본투자가 적절히 이루어지지 못해 발생한 현상인데, 자본투자가 원활하게 이루어질 수 있는 환경 조성이 필요하다. 유통부문은 디지털 기술과 스마트미디어의 활성화 등으로 생산성이 빠르게 증가할 수 있기 때문이다(권호영, 2011).

서비스 수요 측면에서는 오락 및 문화서비스 분야의 수요가 빠르게 확장되고 있다. 노동생산성 측면에서 살펴보면, 출판·문화·방송 분야와 금융 및 보험업에서 생산성이 빠르게 향상된 결과 고용 성과가 낮게 나타난다. 이 가운데 출판·문화·방송 분야는 시장이 빠르게 확대되고 있어도 자원이 생산성 제고에만 배분되고 고용성과는 저조한데 그 원인을 파악하는 일이 시급해 보인다. 대중적인 다양한 문화 수요를 창출하여 수요의 저변을 확대

하면서 보다 고용친화적인 시장확대 정책을 도모할 필요가 있다(황수경, 2010).

새로운 시장을 창출하고 전문성을 제고해 보다 양질의 일자리를 만들어내는 노력이 필요하다. 문제는 노동공급 측면에서 창의성과 전문성을 갖춘 인력이 원활히 공급되고 있는가 하는 점이다. 콘텐츠산업 같은 서비스업의 성장은 소득수준이 증가함에 따라 필연적일 수 있지만 구체적인 과정은 변화무쌍하고 매우 역동적이다. 재화에 비해 서비스의 변화주기가 짧고 정책변수가 작용할 여지가 많다는 점도 서비스업의 변동성을 증폭시킨다. 콘텐츠산업의 하위부문(장르)별 고용탄성치를 살펴보면, 출판과 만화는 2008년 이후 성장에 비해 고용이 급격히 감소하고 있다. 반면 애니메이션과 지식정보, 콘텐츠솔루션은 경기 침체기에도 고용탄성치가 감소하지 않고 오히려 증가하는 추세를 보였다. 불규칙적으로 등락을 보이는 장르로는 게임과 영화, 방송 등이 있는데 산업이 성장하더라도 고용이 늘어날지 줄어들지 예측하기 어렵다. 이런 하위부문별 고용탄성치 결과는 고용추이로 살펴본 유형별 구분과 거의 일치하는 것으로 나타난다(강익희, 2011).

콘텐츠 산업을 보다 고용친화적으로 만들어 양질의 지속가능한 일자리를 창출하고 서비스산업의 생산성 향상에 기여하게 하려면 콘텐츠 산업의 특수성을 고려하고 하위 부문의 특성에 맞춘 일자리 창출 전략을 고안해야 한다. 콘텐츠산업의 유연하고 네트워크 중심의 일 조직, 불안정하면서도 자신의 정체성과 열정을 드러내는 창조적 노동, 경력 형

성과 관리에 대한 책임의 개인화 등과 같은 조직과 일, 경력 측면에서의 특성을 고려해야 한다.

콘텐츠산업은 매우 이질적인 부문이 뒤섞여 있으므로 하위 부문별로 고용창출력의 차이와 다양성을 형량하여 정책의 우선순위와 실천 방안을 마련하는 것이 효과적인 고용전략이 될 것이다. 고용창출 역량을 충분히 활용하기 위해서는 현재의 '성장형' 부문에 정책 우선순위를 두는 것이 효과적이다. 하위부문별 고용흡수력을 살펴보면, 2008년 이후 경기침체에도 불구하고 지식산업, 애니메이션, 콘텐츠솔루션 같은 부문은 '성장형'으로 분류할 수 있다. 성장형 부문은 전체 서비스업의 고용흡수력을 웃도는 등 한국경제의 고용창출을 선도할 수 있다. 물론 성장형으로 분류된 부문의 고용규모가 크지 않아 당장은 경제 전체에 미치는 파급 효과가 제한적일 수는 있다. 하락형 부문은 고용감소의 원인을 분석하고, 분류미정형 부문에 속하는 경우는 고용창출 능력에 대한 면밀한 분석이 필요하다. 하락형과 분류미정형 부문을 '성장형'으로 바꾸기 위한 가능성과 방안도 탐색하면 좋을 것이다.

선택과 집중 전략도 필요한데, 가령 인력 부족률이 높은 업종 등을 우선 고려해 정책을 펴는 것이다. 가령 최근 수년간 급성장하고 있는 애니메이션의 제작인력과 지식정보 산업의 이러닝(e-learning) 기획·인터넷/모바일 서비스 관련 인력의 육성과 채용 활성화 지원에 초점을 맞추는 것이 좋은 예가 될 수 있다.

또한 고용규모와 노동조건 등에서 하위부문 간 차이가 적지 않음도 고려해야 한다. 영화는 기업에 고용되지 않은 프리랜서 비중이 높은 산업인 반면

게임은 기업에 고용된 정규직 임금노동자 비중이 높은 산업이다. 이러한 종사상 지위의 차이는 근로 조건의 차이로 바로 이어지기 때문에 영화와 게임 산업의 고용문제에는 목적과 전략에서 다른 접근법이 필요한 것이다.

구체적으로 유형별 전략을 살펴보면 성장형 부문은 고용증가에 따른 후속 지원이 필요하다. 애니메이션은 최근 몇 년간 급격히 성장하는 부문인데, 수출과 내수시장 모두 더 확대될 가능성이 높다. 특히 애니메이션 창작·제작 인력과 유통·배급마케팅 인력의 성장이 두드러지고 있는데, 제작인력 중 시나리오, 촬영편집, 채색, 디지털 애니메이터, 디자인 담당 인력 수요가 늘어날 전망이다. 이런 인력수요를 감안한 지원책이 마련되면 고용창출 역량이 배가될 수 있다. 지식정보 부문은 이러닝과 포털서비스 및 인터넷정보 매개서비스업으로 구성되는데, 최근 3년간 매출액 성장률이 10%를 넘고 고용증가율도 8~9%에 달한다. 산업규모가 크면서도 고용증가율도 높은 부문이 지식정보 산업이다.

특히 포털과 인터넷정보 매개서비스에 비해 이러닝 부문의 고용증가가 두드러지므로 기획·인터넷/모바일 서비스 등 이러닝 필요 인력을 육성하고 채용을 활성화하는데 정책의 초점을 맞출 필요가 있다. 캐릭터산업의 경우는 다른 업종과의 결합이 쉬운 이점과 스마트 미디어의 확산에 따른 다양한 수익모델이 기대되는 부문인데, 캐릭터 개발 및 마케팅 홍보, 유통인력에 대한 수요가 늘어나고 있다.

대표적인 하락형 부문인 출판산업은 오프라인 출판업과 출판 도소매업의 부진으로 일자리가 줄곧 사라지고 있지만, 온라인출판 유통업의 경우 매

16) 서비스업의 취약한 고용구조는 서비스 고용이 영세기업에 크게 의존하고 있고 서비스 일자리의 상·하위 양극화가 심화하고 있으며, 저숙련과 높은 고용불안정 등에서 비롯된다(황수경, 2011; 윤윤규·고영우, 2009).

출 증대와 고용증가가 함께 기대되는 신성장 영역이다. 관련 인력 육성과 채용에 대한 지원이 이루어진다면 고용창출력이 더 높아질 수 있다.

고용 추이를 종잡기 어려운 게임과 영화, 방송 등의 부문도 섬세한 접근이 필요하다. 게임 부문은 온라인게임과 모바일게임을 중심으로 성장세가 이어질 것이며 게임 유통소비보다는 제작 및 배급 인력이 늘어날 것으로 보인다. 게임 직종 중 컴퓨터 프로그래머와 기획, 그래픽 디자이너, 게임 PD에 대한 수요가 높는데, 이 직종 인력의 원활한 공급에 정책 초점을 맞추면 좋을 것이다. 영화 부문은 경기애 매우 민감하여 매출액, 부가가치, 수출액 등의 변동이 매우 심하며, 종사자 규모도 급변동하고 있다. 1차 시장(제작, 배급)은 제작 지원 인력이 증가하는 추세이고, 2차 시장은 온라인 상영을 제외한 전 분야에서 줄어들고 있다. 영화와 방송 부문은 제작인력의 수급이 중요하고 상대적으로 프리랜서 고용이 많으므로 프리랜서 인력에 대한 고용정책이 중요하다.

IV. 결론

양질의 일자리 창출과 관련해 콘텐츠산업이 주목 받는 이유는 이 산업의 특성에서 비롯한다. 제조업의 성격을 일부 갖지만 콘텐츠산업은 서비스업에 속한다. 제조업은 경쟁력을 높이기 위해 끊임없이 노동절약적인 생산기술을 도입하고 프로세스를 개선하려는 유인을 보이지만 서비스업은 노동 의존도가 높고 기계나 장치에 의해 대체될 수 없는 속

성을 띠므로 서비스 수요 확장이 고용창출로 이어질 가능성이 그만큼 높아진다. 여기다 콘텐츠산업은 고학력·고기능·젊은 층 인력 비중이 높다. 서비스업은 노동 공급의 질이 주된 산출물인 서비스의 질과 직접 연관된다는 점에서 서비스업의 고도화 과정에서 특히 고학력 노동에 친화적인 경향을 보이는 특성이 있다.

또한 경제의 '서비스화' 맥락에서 콘텐츠산업은 고용문제 해결사로서의 역할을 수행할 수 있다. 한국은 지난 30여 년 간 경제의 서비스화가 매우 급속히 이루어져 고용이 크게 늘어났지만, 고용의 질에 대한 지적이 줄곧 제기되어 왔다. 이른바 저부가 가치, 저임금 영역인 숙박업이나 식당업 같은 개인 서비스업의 고용 비중이 매우 높고, 이런 저임금 영역의 고용 증가는 생산성 증가로 이어지지 못하고 있기 때문이다.

서비스업은 수요가 빠르게 확장되고 있고 산출당 노동투입 비중이 높아 고용창출의 보고로 불릴 만하지만 양적으로 고용이 증가하더라도 고용 증가에 상응하는 노동생산성 증가가 수반되지 않으면 이러한 고용 확대는 지속가능하지 않거나 고용의 질을 떨어뜨려 고용구조를 악화시킬 수밖에 없다. 고용증가가 수요증가 때문인지, 노동생산성 저하 때문인지 반대로 고용감소가 수요감소 때문인지 노동생산성 향상이 더 큰 요인인지를 뜯어보아야 한다는 점에서 서비스산업 고용정책의 복잡성이 존재한다.

콘텐츠 산업을 보다 고용친화적으로 만들어 양질의 지속가능한 일자리를 창출하고 서비스산업의 생산성 향상에 기여하게 하려면 콘텐츠 산업의 특

수성을 고려하고 하위 부문의 특성에 맞춘 일자리 창출 전략을 고안하는 것이 가장 중요해 보인다. 인력양성과 관련해 현장과의 긴밀한 연계 또한 빠뜨릴 수 없다.

콘텐츠산업 현장에서 주로 제기되는 고용문제는 크게 노동 시장에서의 미스매치와 신규 인력에 대한 일자리 부족, 정부 정책의 미비로 정리할 수 있기 때문이다. 새로운 서비스 및 시장 창출, 저작권보호 같은 산업적 측면의 정책 방안도 적극 강구할 필요가 있다. 옥성수(2010)는 콘텐츠산업의 일자리창출 목표를 콘텐츠 생산혁신 체계 구축, 창의인력 양성, 수요 확대 등으로 정하고 그 실현 방안으로 콘텐츠산업의 혁신 및 생산성 향상을 위한 물적·인적·조직적 인프라 구축(생산), 인재교육 체계의 구축(인재양성), 프로슈머의 교육, 저작권 보호(수요확대) 등을 제시하고 있다.

일자리 창출방안은 크게 공급과 수요 측면에서 살펴볼 수 있다. 공급측면은 시장 확대, 노동환경 개선, 저작권 등 법·제도의 정비, 창작 인력의 확대, 산학 연계 등을 통해 콘텐츠 기업이 일자리 공급을 확대하는 것을 뜻한다. 창의인력 확대만 빼면 콘텐츠 기업을 겨냥한 정책들로 노동 시장의 관점에서 수요자 중심의 정책이 된다. 고용은 궁극적으로는 기업에 의해 이루어지므로 고용친화적 기업의 지속가능한 성장이 고용정책에서도 중요한 부분일 수밖에 없다.

'1인 창조기업' 등 소규모 기업뿐 아니라 일자리가 안정적인 중견기업의 육성도 필요하다. 사업체가 클수록 일자리 창출률과 소멸률이 모두 낮아져 일자리가 안정적으로 유지되는 경향이 있기 때

문이다. 중소기업은 일자리 창출률이 높지만 일자리 소멸률 또한 높은 것으로 나타난다(윤윤규·고영우, 2009). 수요 측면은 콘텐츠 소비를 늘리기 위한 정책을 펴 일자리를 늘리는 것이다. 가령 시설 입장료의 소득공제나 가격할인 제도를 도입해 소비를 진작시키고 이에 따른 고용유발 효과를 기대하는 것이다.

콘텐츠산업은 일자리 창출 효과가 높은 '고용산업'이자 인적 집약적(people-intensive) 산업으로 불린다. 1990년대 후반부터 선진국에서는 창조산업 혹은 콘텐츠산업에 적극 투자해 왔다. 영국의 'Creative UK'(1997)를 필두로 미국의 'Creative America'(2000), 중국 '문화산업진흥계획'(2009), 일본 '쿨재팬전략'(2010) 및 '지적재산추진계획'(2011) 등이 대표적이다. 창조산업 혹은 콘텐츠산업의 고용효과는 1990년대 후반부터 영국과 호주 등의 선진경제에서 확인된 바 있다. 2008년 글로벌 경제위기 여파로 영국과 미국 등에서 창의산업부문에서의 고용 감소가 일어나기는 했지만, 콘텐츠산업의 일자리 창출에서의 잠재력을 드러내는 정황은 여전히 많다고 봐야 한다. 경제성장을 이끄는 특별한 부문으로 인식되는, 콘텐츠산업의 '성장모형'을 폐기하기에는 근거가 충분하지 않은 것이다.

참 고 문 헌

- (1) 강익희(2011). 「콘텐츠산업의 고용효과 분석과 고용정책 방향」, 『KOCCA 포커스』 2012-01호 통권 49호
- (2) 강익희 외(2010). 『콘텐츠 산업의 창의인력육성과 일자리창출 방안에 관한 연구』, 용역보고서, 한국콘텐츠진흥원
- (3) 권호영(2011). 「문화콘텐츠산업의 노동생산성 분석」, 『KOCCA 포커스』 2011-16호 통권 44호.
- (4) 권혜자(2011), 「서비스산업의 유형별 일자리 창출과 일자리의 질」, 『월간 노동리뷰』, 2011-7.
- (5) 김대환(2010), 「고용친화적 사회경제정책으로의 전환: 유연안전화 체제의 구축」, 『산업관계연구』 20:1-20.
- (6) 김용현(2005), 「고용 없는 성장(Jobless Growth) 현실인가?」, 『노동정책연구』, pp. 35~62.
- (7) 김준영(2010). 『문화산업의 고용변동과 일자리 특성』. 한국노동연구원. 『고용구조 선진화를 위한 서비스산업의 일자리창출 역량제고 방안(Ⅱ)』.
- (8) 문화체육관광부(2012). 『2011 콘텐츠산업통계』
- (9) 문화체육관광부(2011). 『2010 콘텐츠산업통계』
- (10) 옥성수(2010). 『콘텐츠산업 일자리창출 지원방안 연구』 중소기업중앙회.
- (11) 유경준 외(2010), “국가 고용전략 수립을 위한 토론회” 자료집.
- (12) 윤윤규 · 고영우(2009). “일자리 창출 및 소멸의 구조와 특징”. 『월간 노동리뷰』, 2011-7.
- (13) 이병민(2011). “문화콘텐츠산업의 고용특성에 대한 통계분석 연구”. 『인문콘텐츠』, 제20권, pp. 121-154.
- (14) 이혜경(2009), “창조산업과 고용: 영국 문화정책의 시각.” 한국문화경제학회
- (15) 최영섭(2010). “청년층의 첫 일자리 분석을 통한 문화 분야 일자리 정책 방향”. 『문화정책 논총』, 24-2, pp. 35~60.
- (16) 통계청 국가 통계포털 (<http://kosis.kr/>)의 경제활동인구조사, 전국사업체조사, 지역별고용조사 등
- (17) 한국고용정보원(2010). 『직업별 인력수요 전망』.
- (18) 한국은행(2009). 『2007년 고용표로 본 우리나라의 고용 구조 및 노동연관효과』.
- (19) 한국콘텐츠진흥원(2010). 『2010 콘텐츠산업의 경제적 파급효과』.
- (20) 한국콘텐츠진흥원(2008-2012상반기). 『분기별 콘텐츠산업 동향분석보고서』.
- (21) 황수경(2011). 「우리나라 서비스업 고용구조의 특징과 문제점」. 『월간 노동리뷰』.
- (22) 황수경(2010). 「서비스산업의 일자리창출 능력」. 『월간 노동리뷰』.
- (23) 황준욱 외(2005), 『문화산업 전문 인력 형성구조와 정책 지원』. 한국노동연구원
- (24) 허재준(2007). 「한국경제 서비스화가 양질의 일자리 창출로 이어지기 위해서는 무엇이 필요한가?」. 『월간 노동 리뷰』, 2007-20.
- (25) 현대경제연구원(2012). 「청년 체감실업률 20%시대의 특징과 시사점」. 『경제주평』, pp. 11~42.
- (26) Banks, Mark and Justin O'Connor(2009). Introduction: After the creative industries. International Journal of Cultural Policy, 15:4, 365-373.
- (27) Banks, Mark and David Hesmondhalgh(2009). Looking for work in creative industries policy”. International Journal of Cultural Policy, 15:4, 415-430.
- (28) DCMS(2009). Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin.p.15, edited by media and sport Department for culture.
- (29) DCMS(2011). Creative Industries Economic Estimates.
- (30) Kochan, Thomas and Ryan Hammond(2011). “미국의 지속가능한 고용제도 구축 : 경제위기의 시사점” 『경제위기와 고용관계의 변화』. 한국노동연구원, pp. 1~22.
- (31) Potts, Jason and Stuart Cunningham(2008). “Four Models of the Creative Industries”. International Journal of Cultural Policy, 14:3, 233-247.
- (32) Reid, Benjamin et al.(2010). A Creative Block? The Future of the UK Creative Industries, Work Foundation.
- (33) UNCTAD. (2010) Creative Economy: Report 2010