

지역발전전략으로서 지식기반 제주문화산업 육성방안

김태종* · 김민철**

목 차

1. 문제의 제기
2. 문화산업 개요
3. 제주지역 문화산업 실태 분석
4. 제주지역 문화산업 육성방안
5. 결론

I. 문제의 제기

최근 우리나라 정부에서는 미래유망 신기술의 전략적 선택과 집중 개발을 위한 과학기술기본계획을 수립하면서 정보기술(IT, Information Technology)과 더불어 생명공학기술(BT, Bio Technology), 나노기술(NT, Nano Technology), 환경·에너지기술(Environment/Energy Technology), 항공우주기술(ST, Space Technology), 문화콘텐츠기술(CT, Culture Technology) 등을 국가전략 분야 즉 차세대 성장동력산업으로 선정하고 대대적인 투자를 하기로 결정하였다.¹⁾

이 분야들이 21세기의 중심적 기술이고 국가의 경쟁력을 결정할 핵심이기 때문에 우리는 지금 세계의 패러다임 전체가 변하는 문명전환의 시대를 맞이하고 있다. 디지

* 제주대학교 관광과경영경제연구소 특별연구원

** 제주대학교 경영정보학과 조교수

1) 산업자원부와 정보통신부, 과학기술부의 부처 이기주의로 논란을 빚었던 '10개 차세대성장산업' 업무가 부처별로 재조정 되었다. 2003.12.11 정부는 관련 부처회의를 열고 10대 성장산업을 ▲산자부에 디스플레이, 지능형 로봇, 미래형 자동차, 차세대 반도체, 차세대 전지 ▲정통부에 디지털 TV, 방송, 차세대 이동통신, 지능형 홈네트워크, 디지털 콘텐츠, 소프트웨어 솔루션 ▲과기부에 바이오 신약의 지원업무를 각각 주관하도록 했다.

털로 상징되는 지식정보와 문화는 새로운 세계의 패러다임을 구성하는 쌍두마차로서 과거에는 경제가 문화수요를 창출했지만 문화경쟁시대인 지금은 문화가 경제력을 창출하고 있다.

제주지역은 명산인 한라산과 바다가 어우러진 천혜의 자연자원과 유구한 문화, 예술 역사가 있기 때문에 문화산업 업계와 지자체 그리고 중앙정부가 문화산업에 대한 새로운 인식을 갖고 노력한다면 이러한 문화산업은 제주지역의 경제를 활성화시키고 지역주민들에게는 소득과 고용을 창출할 수 있는 최고의 국가 전략산업으로 발전할 수 있을 것이다.

그러나 시장개방과 무한 경쟁시대는 더욱 가속화되고 있는 현실에서 제주지역의 산업경쟁력은 갈수록 쇠퇴하면서 지역경제는 저성장이라는 위기에 놓여있다. 이러한 제주지역의 침체된 지역경제 활성화를 위한 새로운 지역특화사업으로 산업 포트폴리오를 구성해야 할 시점에 놓여 있는 것이다. 즉, 새로운 지역특화사업으로서 제주지역의 경쟁우위요소에 부합되면서도 성공가능성이 높은 사업을 발굴해야 시점이라고 할 수 있다.

따라서 본 연구의 목적은 차세대 성장 동력이고, 지식기반의 문화산업에 대한 제주지역의 현황을 분석하여 문화산업육성방안 및 문화산업의 중요성을 제시하는데 있다.

II. 문화산업 개요

2.1 지식기반산업 정의

지식기반산업이란 개념을 엄격히 정의하기란 용이하지 않다. 그것은 이 개념이 학술적으로나 정책적으로 정립된 개념이 아니어서 국가별로 그 구체적인 내용에는 차이가 있기 때문이다.

기존의 논의를 검토해 볼 때 지식기반산업은 크게 협의 및 광의의 개념으로 구분할 수 있다. 협의의 관점에서 지식기반산업은 지식을 노동, 자본 등의 전통적 생산요소보다 더 주된 생산요소로 활용하는 산업이라고 정의할 수 있다. 이런 관점에서 지식기반산업은 노동집약적산업, 자본집약적산업과 대비되는 지식집약적산업이라고 할 수 있다. 광의의 관점에서 지식기반산업은 인간의 지식과 지적 능력을 생산과정에 최대한 활용함으로써 기존 산업의 생산성 향상과 제품의 고부가가치를 이루거나, 신기술산업을 창출하거나, 고부가가치의 지식서비스 그 자체를 제공하는 산업이라고 할 수 있다. 따라

서 광의의 관점에서 보면 지식기반산업이란 산업체계가 별도로 존재하는 것이 아니라 지식을 활용하여 부가가치를 높일 수 있으면 모든 산업이 지식기반산업이 될 수 있다고 할 수 있다(산업연구소, 1998; OECD, 1999).

따라서 본 연구에서는 지식기반 산업 중 문화산업에 대하여 살펴보고자 한다.

2.2 문화산업 정의

문화산업이란 용어는 프랑크푸르트 학파의 호르크하이머와 아도르노의 저서 '계몽의 변증법'에서 처음으로 소개하였다. 당시 문화산업에 대한 논의는 문화산업 자체에 대한 논의보다는 문화의 대량생산과 대량소비에 따른 대중문화의 부정적 측면을 지적하기 위한 도구적 개념으로 사용하였다. 20세기 중엽에 들어서면서 대중문화는 경제적 부흥기를 등에 업고 보다 전문화되고 광범위화되기 시작하였는데, 그 결과 문화산업도 좀더 세분화되고 상품화의 형태도 다양해지기 시작하였다.

문화산업은 '문화·예술을 상품화하여 대량생산과 대량소비가 가능한 산업'이라는 개념으로 정착하게 되었으며, 소수 특권층에만 국한되었던 '엘리트 문화'에서 다수 대중이 참여하는 '대중참여 문화'로의 이행이라는 문화민주주의의 긍정적인 측면이 논의되었다. 최근에는 후기자본주의 사회의 산업구조 재편과 함께 고부가가치산업으로서의 문화산업의 경제적 가치에 대한 관심이 증가하고 있으며 지역경제 활성화 측면에서도 많은 관심이 쏟아지고 있다. 1990년대 들어서는 디지털 기술과 온라인 기술의 혁명적인 발전으로 인하여 첨단기술이 문화산업에 가속적으로 융화되고 새로운 창작산업으로 지속적인 확대가 이루어져 신지식산업의 중추로 자리매김 되었다(문화관광부, 2000).

현재 문화산업에 대한 개념은 대단히 다양하다. 광의적으로는 문화예술과 교육, 스포츠, 관광 등을 모두 포괄하며, 가계지출 중 문화생활비에 해당되는 모든 것을 의미한다. 그러나, 광의의 해석은 분석적 접근을 어렵게 하며, 정책적 접근과 지원도 어렵게 하여 근래에는 구체적이고 전문화된 개념화가 시도되고 있다. 협의의 전문화된 문화산업은 '문화자원을 산업화하여 재화, 서비스, 정보 등의 형태로 판매하는 산업'(권오혁·김홍석, 2000) 또는 '문화를 핵심역량으로 하여 부가가치를 창출하는 산업'으로 정의되고 있다.

문화산업진흥기본법(제2조 및 시행령 제2조)에 의하면, 문화산업은 '문화상품의 개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업으로서 영상, 음반·비디오물·게임물, 출판, 미디어, 디지털문화콘텐츠, 문화재, 캐릭터, 디자인, 광고,

공연, 미술품, 전통공예품 관련 산업, 기타 전통의상·식품 등 대통령령으로 정하는 산업'을 망라하는 것으로 정의하였다.

특히 6T 중의 하나인 문화기술(CT)²⁾과 관련하여 문화산업과의 연계시킬 필요가 있다. 이러한 문화산업에서의 콘텐츠 산업기술은 자신들의 문화를 이용하는 산업이라고 할 수 있으며, 디지털 미디어에 기반을 둔 첨단 문화예술산업을 발전시키기 위한 과학 기술을 말한다. 최근에는 인터넷의 활성화와 디지털 기술의 발전으로 디지털 콘텐츠의 수요가 급증하고 있다. CT기술은 향후 고부가가치 산업으로 성장 가능성이 큰 디지털 미디어에 기반을 둔 첨단 문화예술산업을 발전시키는 데 필수적인 기술로 기술·지식 집약적 산업 특성 때문에 우리 민족의 창의력을 극대화할 수 있는 기술로 전망되고 있다. 예로서 우리나라의 김치를 해외에 수출하거나 불국사 같은 유물로 사람들을 끌어들이는 산업을 말한다. 정부는 문화산업 육성을 위한 디지털콘텐츠 핵심기술력 확보를 목표로 하고 있으며, 그 내용으로 첫째는, 가상현실 및 인공지능 응용기술, 디지털콘텐츠 제작도구기술, 게임엔진 제작기반기술 등 디지털 콘텐츠 핵심기반기술이 개발되고, 둘째는 가상의 정보공간을 매개체로 여러 사용자가 의사소통과 상호작용을 할 수 있는 사이버커뮤니케이션 기술 등 생활문화 디지털기술이 개발되며, 셋째는 문화유적 탐사발굴 원형추정과 복원 등 문화재 복원 디지털기술이 개발이다(<http://www.keic.org/kmonth/2002-02/special.html>).

2.3 문화산업의 분류

문화산업 관련 산업은 크게 문화관련 제조업, 사업서비스업 및 관련서비스업 등이 있으며, 문화관련제조업은 컴퓨터 및 사무용기기제조업 등 11개 산업군, 사업서비스업은 정보처리 및 기타컴퓨터운영 관련업 등 5개군, 관련서비스업은 도매 및 상품증개업 등 20개 산업군이 있다.

이러한 광범위한 분류로 인하여 실제적으로는 문화산업기본법을 중심으로 콘텐츠를 중심으로 한 음반, 영화, 게임, 캐릭터, 애니메이션 산업군이 지역에서 육성하고자 하는 문화콘텐츠산업으로 통상 인식되고 있다.

2) 외국에서는 CT란 용어가 널리 쓰이고 있지 않다. CT는, 좁게는 문화예술산업의 발전을 위한 디지털 기술, 넓게는 문화예술-인문사회학-과학기술 3분야의 공통부분을 다루는 학문이라고 정의하는 것이 타당하다고 본다.

〈표 1〉 문화산업의 범위

문화산업	743 건축기술 및 엔지니어링 서비스업 745 광고업 746 전문디자인업 749 기타전문, 과학기술서비스업 870 영화, 방송 및 공연산업 871 영화산업 872 방송업 873 공연산업 88 기타 오락, 문화 및 운동관련 산업 881 뉴스제공업 882 도서관, 기록보존소, 박물관 및 문화관련산업 883 경기 및 오락스포츠업 889 기타오락관련산업 221 출판업 222 인쇄 및 인쇄관련산업 223 기록매체복제업
문화관련제조업	30 컴퓨터 및 사무용기기제조업 31 기타 전기기계 및 전기변환장치 제조업 32 전자부품, 영상, 음향 및 통신장비제조업 * 3694 인형, 장남감 및 오락용품제조업
사업서비스업	72 정보처리 및 기타컴퓨터운영 관련업 721 컴퓨터시스템 설계 및 자문업 722 자료처리 및 컴퓨터시설관리업 73 연구 및 개발업 74 전문, 과학 및 기술서비스업
관련서비스업	51 도매 및 상품중개업 52 소매업: 자동차제외 64 통신업 66 금융업 67 금융 및 보험관련 서비스업 713 개인 및 가정용품임대업 80 교육서비스업 803 고등교육기관 809 기타교육기관

자료: 산업연구원(2002), 문화산업과 도시발전

III. 제주지역 문화산업 실태분석

3.1 제주 경제의 현황과 문제점

제주의 지역내총생산(GRDP, 이하 명목기준)은 한국은행 제주본부의 '제주지역 경제구조 분석(2003.3)'에 의하면 도내 연평균 GRDP는 1986년~1990년 중에는 18.3%에서 1991년~1995년 중에는 15.9%로 비교적 높은 연평균 성장률을 보였으나 1996년~2001년 중에는 4.4%로 이는 외환위기 등으로 인해 연평균 성장률이 급락한 것으로 분석되었다. 전국적으로 농림어업이 낮은 성장률을 보인데 반해 제주지역은 감귤 등이 호조를 보이면서 1995년까지 상대적으로 높은 성장률을 유지하였으나 이후 감귤가격 하락 등으로 성장률이 급락한 것으로 나타났다. 건설업은 1980년대 후반부터 전국적인 건설경기 활성화 등에 힘입어 1985년~1990년 중 성장률이 크게 확대되었으나 1990년 이후 성장률이 둔화된 것으로 나타났다. 서비스업은 지역내 관광산업 육성 등으로 높은 성장률을 보이다가 1996년 이후에는 성장률이 둔화되었으나 여전히 전체 성장률을 상회하고 있는 것으로 분석되었다.

〈표 2〉 제주 및 전국의 기간별 연평균 GRDP 성장률

(단위: %)

	제 주			전 국		
	86-90	91-95	96-01	86-90	91-95	96-01
전체 GRDP	18.3	15.9	4.4	17.1	15.1	6.9
농림어업	14.4	14.9	-5.8	8.5	9.1	0.6
광공업	19.6	10.7	4.7	17.8	14.3	8.8
전기가스수도업	13.4	16.4	10.0	10.5	15.0	12.2
건설업	31.5	12.8	5.9	27.9	16.2	1.4
서비스	18.7	18.9	7.9	17.0	16.4	7.5
정부 및 비영리	17.9	17.0	7.3	17.6	17.2	7.4

자료: 한국은행 제주본부(2003.3), 제주지역 경제구조 분석

GRDP성장률에 대한 산업별 기여율을 보면 서비스업이 계속 높아지고 있는 반면 농림어업은 1986년~1990년 및 1991년~1995년 중 다소 높은 기여율을 보였으나 1996년~2001년 중 마이너스 성장으로 인해 기여율도 큰 폭의 마이너스를 기록한 것으로 분석되었다. 농림어업의 기여율이 마이너스로 반전되면서 지역경제 성장이 서비스업 중심으로 전환된 것으로 분석되었다.

2002년 도내 지역내총생산(GRDP) 규모가 전년 대비 성장세를 나타냈으나 전국의 1% 수준을 밑도는 것으로 나타났다. 또 도민 1인당 GRDP도 전국에서 중하위권을 차지, 외형적인 성장에도 지역경제 규모의 상대적 정체 현상과 낮은 생산성은 여전한 것으로 분석되었고 2002년 도내 명목 GRDP는 5조3741억원으로 2001년 4조8588억원보다 10.6% 증가한 것으로 나타났다(통계청, 2003). 이는 전국평균(8.8%)과 전년도 성장률(1%)을 크게 웃도는 것으로 지난해 감귤가격 하락에도 건설 및 서비스업 등에서 성장세를 보였기 때문으로 풀이된다. 그러나 전국 대비 도내 GRDP 비중은 지난해와 같은 0.9%에 그쳐 인구 구성비(1.1%)에 비해 경제 규모는 여전히 낮은 수준으로 분석되었다. 결국 이러한 통계적 수치를 통하여 생각해야 할 점은 지역 경제규모가 전국 1%의 한계점에서 벗어나야 하며 이를 위해서는 산업구조 체질 개선을 통한 고부가가치 산업육성이 필요한 것으로 분석된다.

〈표 3〉 제주 지역내총생산(GRDP) 현황³⁾

(단위: 십억원)

구성항목별	1998	1999	2000	2001	2002
(전국)국내총생산	444,366.5	482,744.2	521,959.2	551,557.5	596,381.2
(제주)지역내총생산	4,173.8	4,639.4	4,809.5	4,858.8	5,374.1
전국대비구성비율(%)	(1.0)	(1.0)	(0.9)	(0.9)	(0.9)
지역내총생산 성장률(%)	-9.7	9.9	5.0	5.5	4.7
1인당 지역내총생산(천원)	8,038.9	8,880.9	9,174.9	9,193.8	10,116.1
(미 달러)	5,664.0	7,336.0	8,115.0	7,122.4	8,085.3
인구(천명)	519.2	522.4	524.2	527.8	531.2
전국인구대비구성비율(%)	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1

자료: 통계청(2003), 제주도 2003 주요행정총람.

새로운 지역특화사업은 제주도의 경쟁우위요소에 부합되면서도 성공가능성이 높은 사업을 발굴해야 할 것이다. 즉 여기서 새로운 산업으로서 제주지역에 문화산업의 중요성이 부각되고 있는 것이다.

3) 1인당 지역내 총생산 = 지역내 총생산/도내총인구. 2000년 인구주택총조사 결과를 토대로 작성된 추계인구의 변경으로 1996년~2000년 1인당 지역내 총생산이 변경되었음.
인구는 통계청 시도별 추계인구임.

3.2 제주 문화산업의 현황과 문제점

1) 제주 문화산업 현황

제주지역의 문화산업을 분석하기 위해 제주도에서 발간한 사업체기초통계조사보고서에 수록된 사업체수, 종사자수의 변수를 취하였다.⁴⁾ 또한 분석시점은 2001년도 시점으로 하였다. 그 이유는 지역문화산업에 의한 지역발전전략에 대한 논의가 최근에 이루어져서 그 이전의 통계가 의미 있게 해석되기 어려울 것이라는 점이다.

본 연구의 분석은 문화산업을 크게 6개의 분야(출판, 음반, 게임, 영화, 방송, 광고)로 구분하고 각각의 대분류에 대해 통계를 도표화한 것이다. 먼저 제주지역의 전체 산업에서 문화산업이 차지하는 비중을 보면 <표 4>와 같다. 2001년도 제주지역 전체 산업 수는 40,331개, 이중 문화산업이 차지하는 사업체수는 831개로 약 2.1%에 지나지 않고 있다. 종사자수에 있어서는 제주지역 전체종사자 총 164,320명중 문화산업 종사자는 3,206명으로 약 2.0%에 지나지 않고 있다.⁵⁾

<표 4> 제주지역 문화산업의 비중(1)

구분	총사업체수(개)	총종사자수(명)
전체산업	40,331	164,320
문화산업	831	3,206
%	2.1%	2.0%

자료: 제주도(2002.12) 2001년 사업체기초통계조사 보고서에서 정리

종사자 규모별로 보면, 1~4명인 경우 문화산업의 사업체수와 종사자수는 전체산업체의 2.2%, 전체종사자의 2.5%, 5~9명인 경우 전체산업체의 1.3%, 전체종사자의 1.3%, 10~19명인 경우 전체산업체의 1.1%, 전체종사자의 1.2%, 20~49명인 경우 전체산업체의 0.6%, 전체종사자의 0.7%, 50~99명인 경우 전체산업체의 0.9%, 전체종사자의 1.1%, 100명 이상인 경우 전체산업체의 6.1%, 전체종사자의 3.9%로 나타났다.

100명 이상인 경우가 상대적으로 높은 이유는 제주지역의 문화산업중 방송국과 신문사가 타 산업에 비해 규모가 크기 때문이다.

4) 제주지역의 문화산업만을 추출하기 위해서 세세분류에 의한 사업체 및 종사자수가 필요하였다.

5) 기타 현황은 부록에 첨부함.

〈표 5〉 제주지역 문화산업의 비중(2)

구분	종사자규모별					
	1~4명		5~9명		10~19명	
	사업체수	종사자수	사업체수	종사자수	사업체수	종사자수
전체산업	33976	61692	3802	23833	1393	18452
문화산업	753	1542	49	300	16	217
%	2.2%	2.5%	1.3%	1.3%	1.1%	1.2%

구분	종사자규모별					
	20~49명		50~99명		100명이상	
	사업체수	종사자수	사업체수	종사자수	사업체수	종사자수
전체산업	840	24669	221	14570	99	21104
문화산업	5	180	2	154	6	813
%	0.6%	0.7%	0.9%	1.1%	6.1%	3.9%

자료: 제주도(2002.12) 2001년 사업체기초통계조사 보고서에서 정리

제주지역 문화산업의 구체적인 현황을 살펴보면 〈표 6〉과 같다. 제주지역의 문화산업에서 가장 사업체 비중이 높은 분야는 43.2%인 게임산업, 27.1%인 출판산업, 20.9%인 음반산업 순으로 나타났다. 종사자수 비중이 높은 분야는 43.5%인 출판산업, 25.4%인 게임산업, 15.3%인 방송산업 순으로 나타났다. 게임산업이 사업체수가 가장 많은 이유는 PC방이 다른 사업체보다 많기 때문이라고 해석된다.

〈표 6〉 제주지역 문화산업별 현황

문화산업	사업체수(개)		종사자수(명)	
	개수	비중	명수	비중
출판산업	225	27.1%	1395	43.5%
음반산업	174	20.9%	279	8.7%
게임산업	359	43.2%	815	25.4%
영화산업	31	3.7%	108	3.4%
방송산업	13	1.6%	492	15.3%
광고산업	29	3.5%	117	3.6%

자료: 제주도(2002.12) 2001년 사업체기초통계조사 보고서에서 정리

제주지역의 문화산업 종사자별로 분석해 보면, 규모가 1~4명인 경우 제주 문화산업체의 90.6%, 753개로 나타나 제주 전체산업체의 84.2%와 비교해보면 보다 낮은 영세성을 벗어나지 못하고 있는 실정이다. 규모가 1~4명인 경우 문화산업 종사자수는 48.1%.

1,542명으로 제주 전체 종사자수인 37.5%보다 높게 나타나 전체산업에서 더 강한 영세성을 보여주고 있다.

〈표 7〉 제주지역 전체산업 종사자규모별 현황

전체산업 종사자규모별	사업체수(개)		종사자수(명)	
	40,331	100%	164,320	100%
1~4명	33,976	84.2%	61,692	37.5%
5~9명	3,802	9.4%	23,833	14.5%
10~19명	1,393	3.5%	18,452	11.2%
20~49명	840	2.1%	24,669	15.0%
50~99명	221	0.5%	14,570	8.9%
100명 이상	99	0.2%	21,104	12.8%

자료: 제주도(2002.12) 2001년 사업체기초통계조사 보고서에서 정리

〈표 8〉 제주지역 문화산업 종사자규모별 현황

문화산업 종사자규모별	사업체수(개)		종사자수(명)	
	831	100%	3206	100%
1~4명	753	90.6%	1542	48.1%
5~9명	49	5.9%	300	9.4%
10~19명	16	1.9%	217	6.8%
20~49명	5	0.6%	180	5.6%
50~99명	2	0.2%	154	4.8%
100명 이상	6	0.7%	813	25.4%

자료: 제주도(2002.12) 2001년 사업체기초통계조사 보고서에서 정리

문화산업의 6개 산업분야별로 중 분류까지의 통계를 도표화하면 다음 〈표 9〉와 같고, 먼저 제주지역의 출판산업에 대해 분석해 보면, 사업체수는 인쇄업이 51.1%인 115개, 인쇄물 유통이 31.6%인 71개, 출판업이 17.3%인 39개로 나타났다. 종사자수는 출판업이 43.0%인 600명, 인쇄업이 29.8%인 416명, 인쇄물 유통이 27.2%인 379명 순으로 나타났다.

제주지역의 음반산업에 대해 분석해 보면, 사업체수는 음반·비디오물 임대업이 79.3%인 138개, 종사자수는 음반·비디오물 임대업이 79.2%인 221명으로 가장 높게 나타났다.

제주지역의 게임산업에 대해 분석해 보면, 사업체수는 컴퓨터게임방 운영업이 78.1%인 284개, 종사자수는 컴퓨터게임방 운영업이 82.0%인 668명으로 가장 높게 나타났다.

제주지역의 영화산업에 대해 분석해 보면, 사업체수는 비디오품감상운영업이 67.7%인 21개, 종사자수는 영화관운영업이 52.8%인 57명으로 가장 높게 나타났다.

제주지역의 방송산업에 대해 분석해 보면, 사업체수는 유선방송업이 53.8%인 7개, 종사자수는 텔레비전방송업이 60.0%인 295명으로 가장 높게 나타났다.

제주지역의 광고산업에 대해 분석해 보면, 사업체수는 광고물작성업이 31.0%인 9개, 광고대행업이 27.6%인 8개로 나타났다. 종사자수는 광고대행업이 29.1%인 34명, 광고물작성업이 24.8%인 29명으로 높게 나타났다.

〈표 9〉 제주지역 문화산업 현황(중분류)

출판산업 계	사업체수(개)		종사자수(명)	
	225	100%	1395	100%
(출판업 계)	(39)	(17.3%)	(600)	(43.0%)
22110 서적출판업	17	7.6%	47	3.4%
22121 신문발행업	9	4.0%	392	28.1%
22122 잡지·정기간행물발행업	5	2.2%	23	1.6%
22123 정기광고간행물발행업	8	3.6%	138	9.9%
(인쇄업 계)	(115)	(51.1%)	(416)	(29.8%)
22211 경인쇄업	77	34.2%	179	12.8%
22212 스크린인쇄업	4	1.8%	7	0.5%
22219 기타인쇄업	26	11.6%	208	14.9%
22222 제책업	3	1.3%	9	0.6%
22229 기타인쇄관련산업	5	2.2%	13	0.9%
(인쇄물 유통 계)	(71)	(31.6%)	(379)	(27.2%)
51463 서적잡지·신문도매업	12	5.3%	197	14.1%
52621 서적잡지·신문소매업	59	26.2%	182	13.0%
음반산업 계	사업체수(개)		종사자수(명)	
	174	100%	279	100%
음반제작 및 복제				
51471 음반·비디오물 도매업	2	1.1%	9	3.2%
52513 음반·비디오물 소매업	34	19.5%	49	17.6%
71301 음반·비디오물 임대업	138	79.3%	221	79.2%
게임산업 계	사업체수(개)		종사자수(명)	
	359	100%	815	100%
36943 영상게임기제조업				
게임물 제작 및 복제				
88911 전자게임장 운영업	75	20.9%	147	18.0%
88912 컴퓨터게임방 운영업	284	78.1%	668	82.0%

영화산업 계		사업체수(개)		종사자수(명)	
		31	100%	108	100%
87113	광고영화비디오제작업	1	3.2%	10	9.3%
87141	영화관운영업	8	25.8%	57	52.8%
87142	비디오물감상운영업	21	67.7%	39	36.1%
22300	기록매체복제업	1	3.2%	2	1.9%
영화비디오관련유통					
방송산업 계		사업체수(개)		종사자수(명)	
		13	100%	492	100%
87211	라디오방송업	1	7.7%	18	3.7%
87212	텔레비전방송업	4	30.8%	295	60.0%
87222	유선방송업	7	53.8%	173	35.2%
방송프로그램제작업					
88100	뉴스제공업	1	7.7%	6	1.2%
광고산업 계		사업체수(개)		종사자수(명)	
		29	100%	117	100%
74510	광고대행업	8	27.6%	34	29.1%
74591	옥외광고업	3	10.3%	8	6.8%
74592	광고매체판매업	1	3.4%	5	4.3%
74593	광고물작성업	9	31.0%	29	24.8%
74599	그외기타광고업	8	27.6%	41	35.0%

자료: 제주도(2002.12) 2001년 사업체기초통계조사 보고서에서 정리

2) 제주 문화산업 문제점

전술한 분석에서 나타난 제주지역 문화산업의 특성 내지 문제점을 보면 다음과 같은 점을 발견할 수 있다.

첫째, 제주지역 문화산업 구성 분포를 보면 문화컨텐츠를 생산할 수 있는 소프트웨어 부문이 취약한 구조를 갖고 있다. <표 9>에서 보면 출판산업에서 인쇄업, 서적·잡지·신문 소매업이, 게임산업에서 컴퓨터게임방운영업이, 음반산업에서 음반 및 비디오물 임대업이 가장 높게 나타났다. 이들 업종은 사실상 문화컨텐츠와 별 관련이 없는 일종의 상품판매와 관련된 업종이고 이런 연유로 이미 만들어진 제품에 대한 판매가 제주지역 문화산업의 주축임을 알 수 있다. 다시 말해 이는 문화컨텐츠를 생산할 수 있는 소프트웨어 즉 CT(culture technology) 부문이 취약하다는 점과 상통한다. 게임산업에서 게임물제작 및 복제업종이 전무한 상태다. 전체적으로 CT 부문이 극히 미미한 형편이다.

둘째, 제주지역의 고유한 전통문화가 체화된 문화컨텐츠가 나타나지 않고 있다. 가장 비중이 높은 인쇄업, 컴퓨터게임운영업은 제주지역의 강점을 가질 수 있는 업종이라고 볼 수 없다. 다시 말해 출판이나 컴퓨터게임운영업은 도시지역이면 어디에나 입지할 수 있는 업종이다. 제주지역이 갖고 있는 자연환경, 문화적 자원이나 정체성에 근거한 문화산업은 사실상 전무한 실정이다. 멀리서 찾지 말고 가장 제주적인 것이 가장 세계적인 것이라고 발상이 필요한 시점이고 생각된다.

셋째, 제주지역 문화산업 종사자별 규모로 보면 1~4명인 사업체가 90.6%로 나타나고 있어 매우 영세함을 보여주고 있다. 자본규모가 영세한 산업은 세계화에 따른 자유경쟁시장 하에서 경쟁력이 취약할 수밖에 없게 된다. 즉, 지역내에 대규모 자본이 투입되어 지역의 문화산업 시장을 잠식할 때 시장 자체의 힘으로는 이를 제어하기 어려울 것이다. 적어도 자본논리에 저항할 수 있기 위해서는 지역내부의 자본력이 유입자본보다 크거나 아니면 지역 고유의 문화적 경쟁력을 갖추고 있거나 해야 한다.

제주지역 문화산업의 문제점을 정리해보면, 문화산업의 주체인 문화산업(게임, 영화, 음반 등)제작업체가 없다는 점, 즉 CT기반의 업체가 없다는 것과, 제주 고유의 전통 즉 제주문화가 체화된 컨텐츠상품이 없고, 그리고 문화산업 종사자들이 매우 영세하여 경쟁력에 있어서 불리하다는 것이다.

IV. 제주 문화산업 육성방안

4.1 제주지역발전전략으로서의 문화산업

전술한 제주 문화산업의 문제점들은 사실 상호 연계된 문제들이다. 문화컨텐츠 생산과 관련된 CT 부문의 취약성, 문화산업 규모의 영세성, 지역 정체성에 기초한 문화컨텐츠의 부재와 정책지원의 미흡 및 지원계획의 미비 등은 별개의 문제라기보다는 문화산업 시장과 정책당국간의 긴밀한 협조관계가 형성되지 못한데서 기인한다. 이러한 문제점을 해소하기 위해 장기적인 관점에서 다음과 같은 대안을 고려할 필요가 있다.

제주의 미래를 견인할 미래산업인 문화산업은 다음과 같은 요건을 만족시켜야 할 것이다.

첫째, 경쟁력 혹은 잠재력이 있어야 한다. 경쟁력이 없는 분야는 현실적으로 추진이 어려우므로 지역정체성에 기초한 이미지 및 컨텐츠를 개발과 홍보 등 현재 제주의 상황에서 경쟁 잠재력을 갖춘 분야라야 한다.

둘째, 타 산업을 지원하고 선도하는 산업이어야 한다. 파급효과가 제한되어 있는 국지적인 사업으로는 국제자유도시를 지향하고 있는 제주의 발전을 견인할 수 없으므로, 7대 선도 프로젝트와 여타 산업을 지원하고 견인할 수 있도록 파급효과가 큰 산업이어야 한다.

셋째, 고용창출 효과가 큰 산업이어야 한다. 감귤산업과 관광산업이 쇠락과 기간산업의 부재로 산업공동화 도시에서의 고용문제, 특히 심각한 청년 실업문제를 해결하기 위하여 고용창출 효과가 큰 산업이어야 한다.

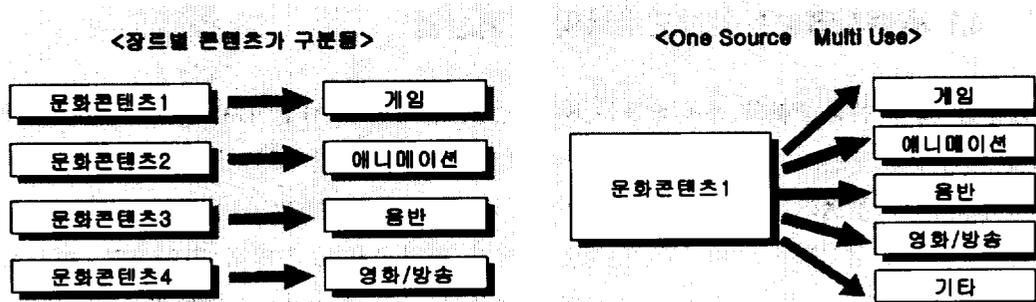
넷째, 친 환경산업이어야 한다. 청정제주의 환경을 오염시키는 산업은 현실적으로 추진이 불가능하므로, 무공해 산업이어야 한다.

다섯째, 고부가가치 산업이어야 한다. 고부가가치 산업이 아닌 경우, 국내외 기업들의 투자와 참여가 어려우므로, 투자와 참여를 유도할 수 있는 고부가가치 산업이어야 한다.

여섯째, 확장 가능성이 있는 산업이어야 한다. 한시적으로 추진하다가 그 자체 한계로 봉착하는, 그 응용이 제한되어 있는 산업이 아니라 연구 개발된 기술들이 지속적으로 다른 응용분야로 확장 될 수 있는 산업이어야 한다.

또한, 문화산업과 관련된 단체뿐만 아니라 일반시민의 의견도 적극적으로 수렴하여 정책의 합리화를 도모하고 지역주민으로서의 긍지도 느끼게 하여 지역 주민의 참여를 적극 권장하여 한다. 그리고 문화산업은 <그림 1>과 같이 원소스 멀티유즈의 특성으로 인해 관련 산업으로 영향력이 퍼져 나가며 막대한 수익을 창출할 수 있는 산업이어야 한다.

<그림 1> 원소스 멀티 유즈(One Source Multi Use) 효과



자료: 문화관광부(2003), 지역문화산업클러스트 현황점검과 발전방안

따라서 제주의 미래를 견인할 미래산업으로써 위의 요건을 만족시키는 산업인 문화산업을 육성 발전시켜야 할 것이다. 여기서 제주지역발전 전략으로서의 문화산업을 제안하는 이유는 다음과 같다.

문화산업은 여타의 서비스업이나 제조업에 비해 생산유발, 부가가치유발, 고용유발효과 등에 있어 월등한 효과를 가지며(문화관광부, 2001), 외부로부터 지역경제에 소득을 유치하는 기본적인 기능과 함께, 지역시장의 경제가 내부 순환하는 효과가 있음으로써 유출방지 기능을 동시에 수행하기 때문에(구문모, 2001) 지역내 산업발전 및 지역경제 활성화에 필수적인 인프라적인 성격을 지니고 있다고 할 수 있다.

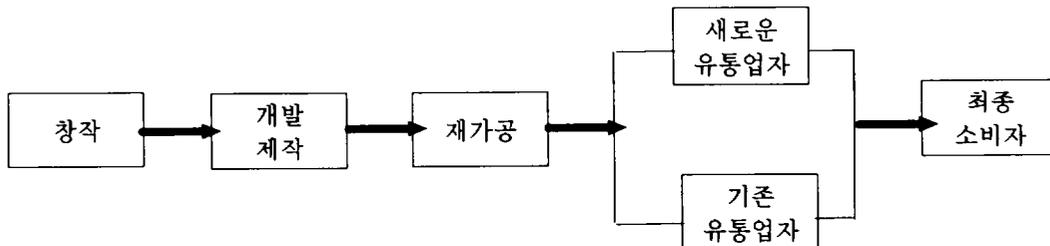
문화산업은 다른 지역과 차별화되는 문화전통과 창의력을 고양시킴으로써 지역의 혁신문화, 신뢰의 분위기 형성 등에 기여하며 문화상품에 체화된 문화적 요소를 통해 지역의 긍정적 이미지를 다른 지역 사람들과 소비자들에게 심어주고 자긍심을 고양하는 효과를 창출하는 지역혁신 인프라로서 중요성이 있다고 할 것이다.

4.2 가치사슬별 지역발전전략으로서 지식기반제주문화산업육성방안

1) 문화산업의 분석 틀

문화산업의 경쟁력 분석의 도구로 활용된 바 있고 최근 주요 선진국에서 문화산업의 분석의 틀로 사용되고 있는 가치사슬(value chain)⁶⁾ 모형을 토대로 살펴보기로 한다.

〈그림 2〉 문화산업의 가치사슬 단계



자료: KPMG(1996), Public Policy Issues Arising from Telecommunications and Audiovisual Convergence.

문화산업은 그 산업의 내적적인 가치형성과 다른 영역의 관계에서 가치사슬 수단으로 분석될 수 있다. 가치사슬의 개념은 포터(1985)가 기업의 경쟁력을 실현시키기 위해 요구되는 활동들을 분석하기 위해 처음 도입되었다.⁷⁾ 문화산업에서 가치사슬은 창

6) 가치사슬(value chain)이란 공급(supply side)에서부터 소비단계(demand side)를 거치는 동안 어느 한 산업이나 기업의 부가가치가 창출되는 상업활동 등을 의미한다.

의적인 아이디어로부터 공공이나 소비자에 이르는 영역까지 포괄한다. 즉 가치사슬은 창작에서부터 개발, 재가공, 유통 및 소비자 접촉 등 모든 단계를 의미한다.

창작부문은 인간의 아이디어를 기초로 이미지, 텍스트, 이야기, 음악, 소리 및 디자인 등의 창의적인 문화·예술적 소재들을 만들어 내는 문화산업의 기초분야이자 제조업으로 말하면 R&D 분야에 해당한다고 볼 수 있다. 개발부문에서 개발행위는 문화산업의 전 과정에서 일어날 수 있고, 콘텐츠의 생산이나 제작단계로 해석할 수 있다. 재가공 부문은 제작된 콘텐츠를 모아 상품이나 서비스 형태로 편집·재가공하여 마케팅을 통하여 다양한 유통채널에 공급하는 콘텐츠의 상품화가 본격적으로 이루어지는 단계라 볼 수 있다. 유통부문은 문화상품이나 콘텐츠를 원제작자로부터 텔레비전, 영화, 인터넷 등의 매체수단을 통하는 것과 오프라인을 사용하여 소비자가 경험하게 되는 지점에 이르기까지 순환되는 영역을 가리킨다. 소비자접촉은 가치사슬의 최종단계로써 문화상품의 가치가 결정되는 영역으로 전 가치사슬에서 가장 중요한 역할을 담당한다. 즉, 문화상품은 그 가치가 사전에 기획된 대로 항상 결정되지 않는다는 점에서 그리고 생산이나 제작단계에서 그 상품의 성공여부를 판가름하기가 매우 어렵다는 점에서 여타 제조업과는 특히 구별되는 영역이라고 볼 수 있다. 예를 들면, 상품에 투입되는 요소비용이 그 상품가치의 주요 결정 요인이 되는 제조업 상품과는 달리 종종 저명한 비평가, 교사 또는 여론 형성자 등이 문화상품의 가치결정에 커다란 역할을 한다.

2) 가치사슬별 지역발전 전략으로서 제주문화산업 육성방안

(1) 창작부문

제주지역만의 독특한 이미지나 문화콘텐츠를 개발하여 국내뿐만 아니라 세계시장에도 내놓을 수 있어야 한다. 문화산업에서 창작부문이 차지하는 중요성과 그 역할은 아무리 강조해도 지나치지 않다. 새로운 지식의 창출은 일상 업무활동에서 일어난다. 지식의 창출은 문화산업관련 업무 활동 속에서 이루어지는 것으로 정형적인 업무를 반복적으로 수행하는 것이 아니라, 업무 방식이나 결과에 대해 의문을 제기하고 개선점을 도출하여 이를 실천에 옮기는 순환적인 과정을 중시한다. 이러한 과정의 인식에서 등장한 성과물이 아이디어이고 아이디어의 축적이 지식이다. 그리고

7) Porter, E. M.(1985), Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, Macmillan, Inc.

문화산업아이디어 소재 개발자들에게 창의적인 아이디어를 제공하거나 활용할 수 있는 콘텐츠 원천을 축적 또는 공급하는 일도 매우 중요하다. 예를 들면, 제주지역이 지닌 자연, 경관, 역사, 전통, 유산 등 기존에 축적되어있는 영상자료나 국가가 보유한 문헌 및 문화재 등 원시자료들을 체계적으로 수집하고 이를 DB화함으로써 기업들의 창의적인 소재 개발을 위한 원천 기반으로 활용할 수 있을 것이다. 또한 문화상품에 대한 생기와 생동감을 불어넣어 소비자로 하여금 최대의 문화적 향수를 느끼게 하는 물적 문화적 환경을 조성하는 작업도 시장 수요 확대 방안과 함께 병행하여 시행되어야 할 것이다.

여기서 제주문화산업이 어느 정도 궤도에 오르는 일정 기간 동안은 지방자치단체가 문화산업아이디어 소재 개발에 100% 투자하고 점차 민간에 이양하도록 한다. 그 성과물에 대한 지적 소유권은 지방자치단체가 갖도록 하고 창작관련 DB를 관리한다. 개인이 별도로 아이디어를 창작DB 목록에 등록 시에는 인센티브를 제공한다. 또한 이 아이디어를 필요로 하는 업체에 저렴하게 유료로 공급한다. 그리고 다시 지방자치단체는 소재창작에 재투자하는 사이클을 조성하고, 아이디어 즉 지식창출을 활성화시킨다.

(2) 개발 및 재가공 부문

문화산업은 기본적으로 콘텐츠와 정보기술(IT:infomation Technology, CT:Culture Technology)에 좌우된다. 정보기술의 급격한 변화와 더불어 제품의 생성 및 소멸주기가 단축되어 기업의 생성 소멸도 빈번해지는 문화산업의 특성상 문화산업의 지속적 혁신과 경쟁력의 유지를 보장하기 위해 지역클러스터를 조성해야 한다. 클러스터의 특성은 내부 구성원간의 안정적인 생산네트워크 그 자체보다도 지식의 흐름을 촉발하는 지식시스템의 관점이 더욱 강조되어야 한다. 지역을 중심으로 구성원들 간의 지식의 교류 및 공동작업을 촉진함으로써 좋은 결과를 기대할 수 있을 것이다.

문화산업의 기반기술인 멀티미디어 소프트웨어 및 저적도구, 표준화 사업, 지적소유권 보호 등에서 신기술(IT, CT)개발이 요구된다. IT, CT의 발달 초기에는 단지 수명의 개발자만으로도 콘텐츠 개발이 가능했지만, 이제는 IT, CT관련 하드웨어가 점차 고성능 및 대용량화가 진행되면서 개발기간도 길어지고 개발비 역시 급격히 상승하는 추세이다.

신기술 개발에 대해서는 국가차원에서 신기술 개발시 정보를 공시하도록 하여 중앙에서 관리하여 R&D 투자의 중복을 방지하도록 해야 한다. 그리고 신기술 개발을 수행하는 기관(연구소)명, 과제명, 기간, 참여자 등을 개발 수행기간 동안 공시하여 관심

이 있는 사람이나 전문가의 의견 수렴 창구를 항상 개방해야 한다. 개발 결과물은 신기술DB 목록에 등록하고, 중앙정부의 지적소유권으로 관리하도록 하고 점차 민간기업에게 이양하도록 한다. 이 기술을 필요로 하는 업체에게 유료로 지식을 제공하는 것이다. 또한 민간 및 기업 연구소와 대학에서 신기술을 제공 시에는 인센티브를 부여하여 벤처사업 기반의 여건을 조성할 수 있어야 한다.

따라서 제주지역에서는 산·학·연 연계와 더불어 지역혁신체계(RIS)에서 함께 문화산업 등을 부흥시켜야 할 것이다.

(3) 유통 부문

제주 문화산업체들 대부분이 자본 영세성을 극복하기 위해서는 업체 단독으로 사업을 영위해 나가기보다는 선택과 집중으로 전략화 하여 협력사업을 강화해 나가야 할 필요할 것이다.

결국 문화산업의 수출 전략산업화를 위하여 해외 유력 유통사와의 협력체제 구축이 필요할 것이다. 특히 국내 수요시장이 보다 확고한 기반이 조성되기 전까지는 수출시장의 활성화가 매우 어려운 과제이다. 국내시장의 환경개선에 끊임없는 자구노력을 추진함과 동시에 해외시장 개척을 통한 수요기반 강화에 보다 치중해야 할 것으로 판단된다. 문화컨텐츠의 수출은 상품의 경쟁력뿐만 아니라, 유통망의 확보 여부가 보다 결정적이므로 국내 개발사와 해외 유력 유통사와의 협력체제 구축을 보다 강화할 필요가 있다. 스스로 효율적인 유통망을 갖출 재정적 여력이 부족하다는 측면도 있으나, 유통관련 전문인력의 부족, 불법복제물의 사용, 업계간 불공정거래 등의 요인들도 기반시설 못지않게 개선되어야 할 과제로 지적되고 있다. 또한 제주지역은 항공, 항만, 정보인프라 등이 잘 구비되어 있지만 섬으로 이루어져있어 여러 측면에서 이러한 한계점을 극복하는 것이 필요할 것으로 본다.

(4) 소비수요 부문

여기서는 문화산업관련 세미나 및 각종 행사 개최 등을 통해 문화산업에 대한 긍정적인 사회인지도를 높여 나갈 필요가 있다. 또한 문화산업의 긍정적인 파급효과를 홍보하는 전시, 기획프로그램의 개발, 학계간 연구 등 문화산업에 대한 전반적인 사회인식도를 제고시켜 나가야 할 것이다. 제주지역발전에 문화산업을 활성화 시키려면 문화를 경제적가치가 있도록 만드는 일련의 과정이 필요하며 여기에 이러한 일련의 과정을 효과적으로 달성하기 위해서는 지역 내의 시민의 인적자원을 조직화하여 시민들의 공감대를 형성하고, 수익모델에 참가시키고, 대학, 연구소 등과 산업체를 연계하

여 문화산업 육성에 다같이 참여하여야 할 것이다. 문화산업 가치사슬의 최종단계인 소비부문에서는 제주지역만이 독특한 이미지나 문화컨텐츠를 개발하여 국내 및 국외 시장에 내놓을 수 있어야 한다. 이러한 제주지역 이미지 홍보는 문화산업의 소비가 국내는 물론 전 세계가 된다는 점과 맥락을 같이 한다. 그러나 문화상품의 향유행위는 단순히 일종의 재화나 서비스를 소비하는 경제적 행위로 간주하기에는 문화 자체와 사회 및 경제에 미치는 다양하고 폭 넓은 효과가 있다. 왜냐하면, 문화산업의 특징인 원소스 멀티유즈(one-source multi-use)의 기능으로 많은 경우 관광, 제조업 소비재, 교육 등과 문화활동과 결합되어 나타남으로써 여러 분야의 활성화를 가져오기 때문이다.

(5) 문화산업 가치사슬 통합지식관리체계 구축

문화산업 관련 연구개발 투자의 손실을 막기 위해서 창작에서부터 개발, 재가공, 유통 및 소비자 접촉 등 모든 부문에서 생성한 결과물들의 통합지식DB를 구축해야 하고 이 통합지식DB를 체계적으로 관리할 수 있는 지식관리체제를 구축하여야 한다. 또한 각 기관과 업체에서 보유하고 있는 연구개발 인력, 시설, 장비의 데이터베이스를 구축하여 연구개발 투자 효율을 극대화해야 한다. 또한 다른 CT 산업과 연계하여 이 산업에서 발생한 지식을 지식관리체계에서 활용함은 물론, 지식화 할 수 있는 환경을 조성해야 할 것이다. 최근 지식의 위치 및 경향의 파악을 위하여 CT 산업 신기술 및 CT 산업관련 특허 등의 정보를 지식관리체계(지식커뮤니티)에서 통합하여 제공함이 바람직할 것이다. 이러한 측면은 문화산업의 지속적인 유지 및 발전을 도모하기 위한 기본적 작업이라고 볼 수 있다.

지식의 공유를 긍정적으로 생각하면서도 자신이 가진 지식을 공유하면 경쟁력이 떨어진다는 인식으로 다른 지식의 획득만을 지식공유로 생각하고 있다. 지식을 공유하는 만큼 더욱 더 양질의 지식을 획득할 수 있다는 인식의 저변확대가 시급한 실정이다. 지식관리를 생소하게 여기는 CT 산업 관계자들을 위해 관련 기관의 교육과정에 CT 산업의 지식관리체계 과목을 신설하여 지식관리의 정의, 필요성 및 중요성에 대해 교육을 실시해야하고, 또한 선진사례 및 IT·CT 산업 지식관리체계를 교육시킴으로써 인식을 고취시켜야 한다. 제주지역 CT 산업 지식관리체계 저변을 확대하기 위하여 교육과 함께 세미나, 학술발표회, 각 기관이 지식관리체계 소개 등의 홍보활동을 강화해 나가야 할 것이다.

제주문화산업의 문제점을 가치사슬 모형에 의거 육성방안을 다음 <표 10>과 같이 정리하였다.

〈표 10〉 제주지역 문화산업의 육성방안

문제점	문화산업 가치사슬	제주문화산업 육성방안
제주 전통문화가 체화된 콘텐츠가 없음	창작 (source creation)	<ul style="list-style-type: none"> ▲초기 창작관련 DB사업을 지방정부차원에서 관리하고 점차 민간에 이양한다. ▲아이디어 등록 시 인센티브를 제공한다. ▲아이디어를 필요로 하는 업체에게 저렴하게 공급한다. ▲그리고 다시 지방정부는 소재개발에 재투자하는 사이클을 조성하고, 아이디어 즉 지식창출을 활성화시킨다.
문화산업의 주체인 CT기반의 제조업이 없음	개발 (development)	<ul style="list-style-type: none"> ▲문화산업의 기반기술인 멀티미디어 소프트웨어 및 저적도구, 표준화 사업, 저작권 보호 등은 중앙정부에서 차원에서 관리하고 성과물은 DB화 하여 관리한다.
	재가공 (packaging)	<ul style="list-style-type: none"> ▲민간 및 기업 연구소와 대학에서 결과물을 등록 시에는 인센티브를 부여한다. ▲개발 성과물(CT 등의 신기술)을 필요로 하는 업체에게 유료로 제공한다.
문화산업 종사자들이 매우 영세하여 경쟁력이 없음	유통 (distribution)	<ul style="list-style-type: none"> ▲지역 업체들의 자본 영세성을 극복하기 위해서는 업체 단독의 사업보다는 협력사업 등이 필요하다. ▲궁극적으로 수출 전략산업화를 위하여 해외 유통유통사와의 협력체제 구축 필요할 것이다.
	소비자접촉 (consumer interface)	<ul style="list-style-type: none"> ▲문화산업관련 세미나 및 각종 행사 개최 등을 통해 문화산업에 대한 긍정적인 사회인지도를 높여 나갈 필요가 있다. ▲지역 내 시민의 인적자원을 조직화하여 시민들의 공감대를 형성하고, 수익모델에 참가시키고, 대학, 연구소 등과 산업체를 연계하여 문화산업 육성에 다같이 참여하여야 한다.

V. 결론

본 연구에서는 제주 문화산업에 대한 현황을 분석하여 문제점을 도출해 내고 가치사슬 모형을 통해 지역발전전략으로서 지식기반의 제주문화산업의 육성방안을 제시하고자 하였다.

제주문화산업의 문제점은 첫째, 제주문화산업 구성 분포를 보면 문화컨텐츠를 제

작·생산할 수 있는 소프트웨어(CT: Culture Technology)부문이 취약한 구조를 갖고 있고, 둘째로 제주의 고유한 전통문화가 체화된 문화컨텐츠가 나타나지 않고 있고, 셋째로 종사자 규모가 1~4명인 사업체가 90.6%로 제주문화 산업체는 매우 영세한 것으로 나타났다.

이러한 문제점을 개선하기 위하여 지식기반의 제주문화산업의 육성전략은 문화산업의 경쟁력 분석의 도구로 활용된 바 있고 최근 주요 선진국에서 문화산업의 분석의 틀로 사용되고 있는 가치사슬(value chain) 모형을 토대로 제시하였다. 첫째, 창작부문의 육성방안으로, 소재개발의 창의력을 제고시키기 위해서는 그 기반을 강화시키는 방안으로 지방자치단체가 창작관련DB를 관리하여 지식창출을 활성화 시키는 것이 필요할 것이다.

둘째, 제작 및 재가공 부문의 육성방안으로, 문화산업의 핵심인 기반기술은 중앙정부에서 신기술DB를 관리하여 투자위험성을 감안한 효율적이고 합리적인 신기술관리 방안의 마련이 시급한 과제라고 할 수 있다.

셋째, 유통부문의 육성방안으로, 문화컨텐츠의 수출은 상품의 경쟁력뿐만 아니라, 유통망의 확보 여부가 보다 결정적이므로 국내 개발사와 해외 유력 유통사와의 협력체제 구축을 보다 강화할 필요가 있다.

넷째, 소비수요 부문의 육성방안으로 문화산업관련 세미나 및 각종 행사 개최 등을 통해 문화산업에 대한 긍정적인 사회인식도를 높여 나갈 필요가 있다. 또한 긍정적인 문화적 파급효과를 홍보하는 전시, 기획프로그램의 개발, 학제간 연구 등 문화산업에 대한 전반적인 사회 인식도를 제고시켜 나가야 할 것이다.

그리고 연구개발 투자의 손실을 막기 위해서 창작에서부터 개발, 재가공, 유통 및 소비자 접촉 등 모든 부문에서 생성한 결과물들의 통합지식DB를 구축해야 하고 이 통합지식DB를 체계적으로 관리할 수 있는 지식관리체제를 구축하여야 한다.

제주문화산업은 제조업 기반이 취약하고 청정지역으로 환경규제가 엄격한 지역실정에서 문화적·경제적 효과를 극대화 시킬 수 있는 지식 집약적 산업으로, 지역 산업구조에서 부가가치를 창출할 수 있는 산업이다. 또한 여러 산업 분야에 미치는 파급효과와 영향력이 크므로 문화산업을 통해 국가의 이미지와 경쟁력을 동시에 제고시킬 수 있다.

그리고 문화산업에 대한 혁신의 창출은 지역 내 민·관·산·학 파트너십에 의한 첨단 지식산업과 접목된 문화산업으로 육성시킬 때 그 실현 가능성이 높아진다. 지역경제의 활성화를 위하여 문화산업을 육성하려면 그 지역의 문화를 경제적 가치가 있도록 만드는 일련의 과정이 필요하다. 여기에 이러한 일련의 과정을 효과적으로 달성하기 위해서는 지역 내의 시민의 인적자원을 조직화하여 시민들의 공감대를 형성하고,

수익모델에 참가시키고, 대학, 연구소 등과 산업체를 연계하여 문화산업에 육성에 다같이 참여하여야 할 것이다. 특히 제주지역의 문화산업의 육성은 자연환경을 보존해야하는 당위성에서나, 지역경제의 활성화-고용창출을 위해서 꼭 필요한 핵심 산업임을 인식해야 할 것이다.

그리고 문화산업의 성공의 핵심은 지방자치단체장의 의지라고 생각한다. 문화산업의 성공적인 사례로 영국 서필드, 스웨덴 시스타, 핀란드 울루 등은 모두 20년 이상 기간에 걸쳐 중앙 정부와 지자체가 합심하여 지원해온 것을 벤치마킹하여 지방자치단체장은 임기가 바뀌어도 로드맵에 기반을 두어 최소한 5년 이상 중장기적인 재정 및 컨설팅 지원을 해야 한다. 즉 제주지역특성과 문화산업의 중장기 발전전략에 감안한 명확한 비전을 지역주민에게 제시하고 국제적으로 인정받을 수 있는 성공사례를 1개만이라도 창출하여야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 권오혁·김홍석(2000), 지방산업육성방안, 한국지방행정연구원.
 임경수(2002), 지역발전전략으로서의 지방문화산업 육성방안, 안양시를 사례로
 구문모(2001), 지역개발과 지방 문화산업정책, 문화연구 제4권 제2호, 한국문화경제학회
 구문모(2001), 국내 게임산업의 발전전략, 산업연구원.
 박진수 외(2002), 문화산업과 도시발전, 산업연구원.
 문화관광부(2000), 문화컨텐츠 진흥방안.
 문화관광부(2002), 문화산업백서.
 문화관광부(2000), 문화산업비전 21
 문화관광부(2003), 지역문화산업클러스터 현황점검과 발전방안.
 문화관광부(2001), 문화산업 전문인력 수급대책과 투자의 고용창출효과에 관한 연구.
 한국문화콘텐츠진흥원(2003), 문화콘텐츠산업 중장기 발전전략 연구.
 산업자원부(2003), 로드맵 기술 보고서.
 산업연구원(1998), 지식기반산업의 발전방안
 제주지식산업진흥원(2003), 제주 IT관련 사업체 현황 및 실태보고서.
 제주도(2002.12), 2001년 사업체기초통계조사보고서
 통계청(2003), 보도자료.
 한국은행 제주본부(2003.3), 제주지역 경제구조 분석

제주도(2003), 주요행정총람, 기초통계자료

Porter, E. M.(1985), Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, Macmillan, Inc.

KPMG(1996), Public Policy Issues Arising from Telecommunications and Audiovisual Convergence.

OECD(1999),OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 1999 Benchmarking Knowledge-based Economies.

<http://www.keic.org/kmonth/2002-02/special.html>

<부록> 제주지역 문화산업 관련 현황

<표 1> 제주지역 출판산업 세부현황

구 분	1~4명		5~9명		10~19명		20~49명		50~99명		100명 이상	
	사업 체수	종사 자수										
출판산업 계	182	397	25	164	10	135	3	110	1	62	4	527
출판업 계	24	57	6	49	5	69	1	47	1	62	2	316
서적출판업	16	36			1	11						
신문발행업	1	1	2	17	4	58					2	316
잡지·정기 간행물발행업	4	14	1	9								
정기광고 간행물발행업	3	6	3	23			1	47	1	62		
인쇄업 계	101	220	11	66	2	20	0	0	0	0	1	110
경인쇄업	72	149	5	30								
스크린인쇄업	4	7										
기타인쇄업	18	47	5	31	2	20					1	110
제책업	3	9										
기타인쇄 관련산업	4	8	1	5								
인쇄물유통계	57	120	8	49	3	46	2	63	0	0	1	101
서적잡지, 신문도매업	8	20			1	13	2	63			1	101
서적잡지, 신문소매업	49	100	8	49	2	33						

자료: 제주도(2002.12) 2001년 사업체기초통계조사 보고서에서 정리

<표 2> 제주지역 음반산업 세부현황

구 분	1~4명		5~9명		10~19명		20~49명		50~99명	
	사업 체수	종사 자수								
음반산업 계	172	269	2	10						
음반제작 및 복제										
음반, 비디오물 도매업	1	4	1	5						
음반, 비디오물 소매업	33	44	1	5						
음반, 비디오물 임대업	138	221								

자료: 제주도(2002.12) 2001년 사업체기초통계조사 보고서에서 정리

〈표 3〉 제주지역 게임산업 세부현황

구 분	1~4명		5~9명		10~19명		20~49명		50~99명	
	사업 체수	종사 자수								
게임산업 계	348	755	11	60						
영상게임기제조업										
게임물제작 및 복제										
전자게임장 운영업	74	141	1	6						
컴퓨터게임방 운영업	274	614	10	54						

자료: 제주도(2002.12) 2001년 사업체기초통계조사 보고서에서 정리

〈표 4〉 제주지역 영화산업 세부현황

구 분	1~4명		5~9명		10~19명		20~49명		50~99명	
	사업 체수	종사 자수								
영화산업 계	26	56	2	13	3	39				
광고영화비디오제작업					1	10				
영화관운영업	4	15	2	13	2	29				
비디오물감상운영업	21	39								
기록매체복제업	1	2								
영화비디오관련유통										

자료: 제주도(2002.12) 2001년 사업체기초통계조사 보고서에서 정리

〈표 5〉 제주지역 방송산업 세부현황

구 분	1~4명		5~9명		10~19명		20~49명		50~99명		100명 이상	
	사업 체수	종사 자수										
방송산업 계	3	7	3	16	3	43	1	48	1	92	2	286
라디오방송업					1	18						
텔레비전방송업	1	4	1	5							2	286
유선방송업	2	3	1	5	2	25	1	48	1	92		
방송프로그램제작업												
뉴스제공업			1	6								

자료: 제주도(2002.12) 2001년 사업체기초통계조사 보고서에서 정리

〈표 6〉 제주지역 광고산업 세부현황

구 분	1~4명		5~9명		10~19명		20~49명		50~99명	
	사업 체수	종사 자수								
광고산업 계	22	58	6	37			1	22		
74510 광고대행업	5	12	3	22						
74591 옥외광고업	3	8								
74592 광고매체판매업			1	5						
74593 광고물작성업	8	24	1	5						
74599 그외기타광고업	6	14	1	5			1	22		

자료: 제주도(2002.12) 2001년 사업체기초통계조사 보고서에서 정리