

문화체육관광산업의 규모 추정 방안 연구

— 2014년 기준 사업체 행정 및 조사자료를 기반으로 —

박근화



문화체육관광산업의 규모 추정 방안 연구

- 2014년 기준 사업체 행정 및 조사자료를 기반으로 -

박근화



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute



연구책임 박 근 화 (한국문화관광연구원 수석전문위원)

공동연구 이 강 옥 (한국문화관광연구원 선임연구위원)

이 용 관 (한국문화관광연구원 부연구위원)

한 정 임 (한국문화관광연구원 차석전문원)

송 정 련 (한국문화관광연구원 주임전문원)

연구참여 안 혜 경 (한국문화관광연구원 위촉연구원)

서 문

컴퓨터와 인터넷 기반의 3차 산업혁명을 지나 IoT와 빅데이터 그리고 인공지능의 4차 산업혁명의 시대가 왔습니다. 기술의 발달로 사회는 빠르게 변화하고, 우리들의 삶도 더불어 빠르게 변화하고 있습니다. 이와 더불어 문화체육관광산업에 대한 관심도 같이 증가하고 있습니다.

사회가 발전할수록 문화체육관광산업의 중요성은 더욱 커지고 있으며, 정부에서도 국민에게 문화적인 삶을 제공하기 위한 노력을 하고 있습니다. 이를 위해서는 문화체육관광산업이 확대·발전되어야 하며, 문화체육관광산업의 규모와 종사하는 인력 등에 대한 통계의 정확한 산출이 요구됩니다.

본 연구는 문화체육관광산업에 대한 정의를 내리고, 통계를 작성하는 기준을 제시함으로써, 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업 각각의 개별산업과 문화체육관광산업 전체 규모를 일관성 있게 추정할 수 있도록 하는 목적으로 진행되었습니다. 이를 바탕으로 향후에는 문화체육관광산업의 수요 측면까지 산출할 수 있는 방안으로 확대되어, 문화체육관광 정책적 활용에 중요한 자료로 활용되기를 바랍니다.

본 연구 수행에 많은 도움을 주신 통계청 관계자분들과 추정 방안에 대한 도움을 주신 전문가 여러분과 연구원 등의 관계자 분들에게 감사의 말씀을 드립니다.

2017년 11월
한국문화관광연구원
원 장 김 정 만

연구개요 ●●



1. 서론

가. 연구 배경 및 목적

1) 연구 배경

- 문화체육관광산업의 중요성은 커지고 있으나, 문화체육관광산업에 대한 명확한 범위에 대한 정의가 없을 뿐만 아니라 전체 산업 규모를 파악하지 못하고 있음
- 문화체육관광산업은 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업으로 구분되며, 이들 산업 간 중복되는 영역에 대한 처리 방안이 마련되어 있지 않아 문화체육관광산업분야 전체에 대한 통계가 산출되지 못함

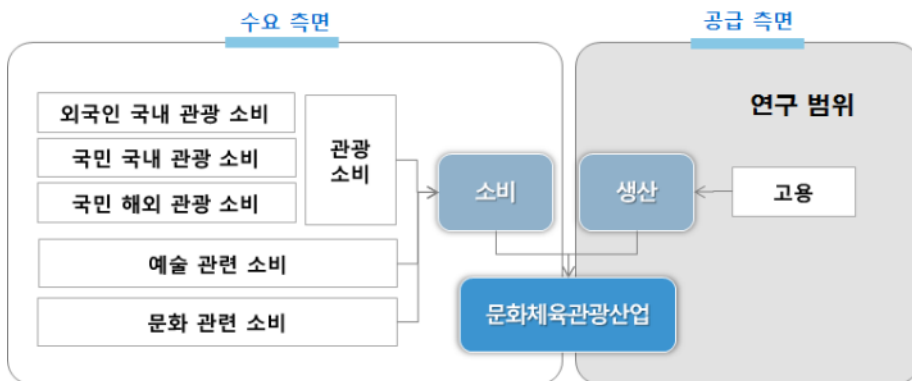
2) 연구 목적

- 본 연구의 목적은 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업의 개별 산업별 통계와 문화체육관광산업 전체 통계가 모두 산출이 가능하도록, 산업의 범위를 명확하게 정의하고 사업체 측면에서의 문화체육관광산업의 규모 추정 방안을 도출하는데 있음
- 문화체육관광산업의 범위 설정
- 규모 추정을 위한 지표를 제시하고 구체적인 산출 방안 도출
- 문화체육관광산업 전체와 개별 산업 규모 추정 방안 제시
- 규모 추정 방안의 활용방안 제시
- 규모 추정을 위한 필요사항이나 애로사항 제시

나. 연구 범위 및 방법

1) 연구 범위

- 연구의 대상적 범위는 문화체육관광산업을 영위하는 사업체로 함
- 연구 대상은 사업체임. 따라서 본 연구에서 문화체육관광산업의 규모 추정이라고 함은, 공급 측면 또는 사업체 측면에서의 문화예술관광산업과 관련된 사업체 전체의 규모를 추정하는 것을 의미함. 즉, [그림 1]에 제시한 것처럼 공급 측면에서의 사업체의 생산 활동을 대상으로 함



[그림 1] 연구 범위

- 연구의 내용적 범위는 문화체육관광산업의 규모 추정 방안 도출과 이를 위한 문화체육관광관련 산업분류체계 정립임
- 본 연구에서는 문화체육관광산업의 규모와 관련한 지표를 선정하고 이를 이용하여 문화체육관광산업 전체와 각각의 산업별 규모 추정 방안을 도출한 후, 실제 자료를 이용하여 값을 제시함
- 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업 각각의 산업별 산업분류

측면에서의 정의와 한국표준산업분류와의 연계방안을 제시함으로써 문화체육관광관련 산업분류체계를 정립함

2) 연구 방법

- 한국표준산업분류와 문화체육관광관련 산업특수분류 등을 이용하여 문화체육관광산업의 범위를 설정함
- 규모 추정 관련 국내 보고서와 관련 조사통계(콘텐츠산업통계, 스포츠산업통계조사) 등의 국내 사례 분석을 통해 지표 자료를 수집하고 본 연구에서 활용할 지표를 설정함
- 영국, 캐나다 등의 해외 사례 분석을 통해 문화체육관광산업의 규모 추정 방안 도출한 후, 실제 행정자료와 조사자료를 활용하여 산업 규모를 산출함



[그림 2] 연구 프로세스

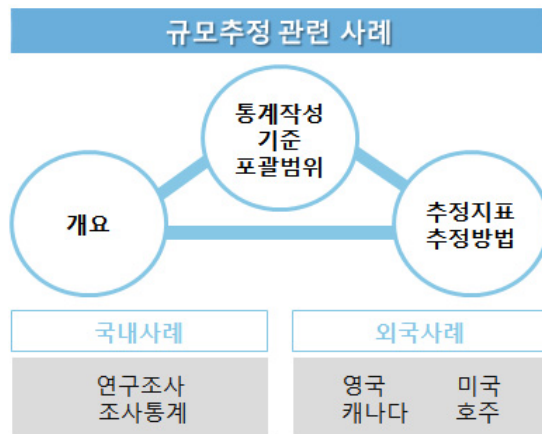
다. 기대효과

- 문화체육관광산업의 규모 추정의 지침서 역할
- 문화체육관광산업과 관련한 일관성 있는 통계를 작성할 수 있는 기반 마련
- 문화체육관광산업의 기여도 측정 및 문화체육관광 위성계정 개발을 위한 기초 자료로 활용

2. 사례분석

가. 사례분석 개요

- 사례분석은 세 가지 관점에서 제시하고자 함
 - 첫째, 통계작성의 배경이나 목적 등의 기본적인 이해를 돕기 위한 정보를 제시함
 - 둘째, 통계를 작성하기 위한 기본적인 정의 또는 개념을 분석함. 여기서 의미하는 정의와 개념은 통계작성을 위한 기준이나 범위이며, 따라서 통계작성 기준이 어떤 것이며, 작성범위는 어떠한지를 살펴봄
 - 마지막으로 규모 추정을 위해 사용한 방법과 규모 추정에 지표를 어떠한 것을 사용하였는지를 살펴보고 제시함



[그림 3] 사례분석 방법

나. 시사점

- 국·내외 사례 모두 개별 산업의 표준화된 산업분류를 기본으로 산업의 규모를 측정하고 있음. 이를 통해 산업의 규모를 추정하기 위해서는 산업의 포괄범위 정립이 선행되어야 하는 시사점을 확인함

- 사례별 세부 측정 지표에는 차이가 있지만, 대부분 사례에서 측정할 매출액, 부가가치액, 사업체수를 본 연구의 측정지표로 활용함
- 특히 영국사례에서 보았듯, 문화체육관광산업 전체를 추정하기 위해서는 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업의 중복되는 영역을 고려하여 개별 지표와 전체 지표를 같이 추정해야 함을 확인함

〈표 1〉 사례분석에서 규모 추정의 기준과 범위

구분	사례분석 대상	기준	통계작성 범위	
국내	연구	한국의 저작권산업 경제적 기여도 조사	저작권산업특수분류 (한국표준산업분류 연계)	통계청 조사자료 활용하여 저작권산업특수분류에 해당하는 값을 집계하여 산출
		콘텐츠산업의 경제효과 분석	콘텐츠산업특수분류 (산업연관표 연계)	콘텐츠산업통계 값을 산업연관표와 연계하여 산출
		관광산업의 경제 효과분석	관광산업특수분류, 국제관광표준분류 (산업연관표 연계)	관광산업의 공급과 수요측면에서 작성하였으며, 공급은 사업체, 수요는 관광객의 소비를 산업연관표와 연계하여 산출
		문화관광스포츠 산업의 경제효과 분석	한국표준산업분류 (산업연관표 연계)	산업연관표를 연계하여 분석
	통계 조사	콘텐츠산업통계조사	콘텐츠산업특수분류 (표준산업분류와 연계)	전국의 콘텐츠산업에 종사하는 사업체 대상으로 조사한 후 추정
		광고산업통계조사	콘텐츠산업특수분류 내 광고산업분류	전국의 광고산업 관련 사업체 대상으로 조사한 후 추정
		스포츠산업실태조사	스포츠산업특수분류	전국의 스포츠 관련 사업체 대상으로 조사한 후 추정
		관광사업체 기초통계조사	관광진흥법상에 의한 분류	「관광진흥법」에 근거하여 등록허가신고 지정된 모든 관광사업체 대상으로 조사한 후 추정
해외	문화미디어스포츠 산업 경제추정	영국표준산업분류	공식 조사통계를 이용하여 집계하며, 일부 통계는 산업연관표와 연계하여 추정	
	캐나다 문화위성계정	북아메리카 표준산업분류	북미표준산업분류와 산업연관표 산업코드를 연계하여 문화위성계정에 맞춰 추정	
	예술 및 문화 생산위성계정	북아메리카 표준산업분류	예술과 문화의 생산위성계정 체계에서 추정	
	호주 문화·여가 산업통계	호주뉴질랜드 표준산업 분류	조사를 통한 추정	

3. 문화체육관광산업 정의 및 범위

가. 문화체육관광산업 정의

- 문화체육관광산업은 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업을 모두 포함하는 산업으로 정의함
- 문화체육관광산업의 규모를 추정할 때, 문화체육관광관련 관련 산업에 종사하는 모든 사업체들의 영업활동을 모두 합하여 값을 제시함
- 따라서 문화체육관광산업은 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업을 모두 포함하는 것으로 정의를 내리도록 함

나. 문화체육관광산업 범위

- 문화체육관광산업의 범위 설정을 위해서 산업분류를 활용함
- 문화체육관광산업과 관련해서 공식적으로 제정되어 있는 저작권산업특수분류, 콘텐츠산업특수분류, 관광산업특수분류, 스포츠산업특수분류와 한국문화관광연구원 자체적으로 구축해서 사용하고 있는 예술산업분류를 활용하여 문화체육관광산업 범위를 설정함
- 문화체육관광산업은 크게 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업으로 구분하며, 이는 다시 문화유산 및 문화시설, 문학 및 출판, 공연 등의 19개로 재분류함

〈표 2〉 산업분류상에서의 문화체육관광산업의 범위

대분류	중분류		
예술 산업	- 문화유산 및 문화시설	- 문학 및 출판	- 공연
	- 시각예술	- 공예	
문화 산업	- 출판산업	- 음악 산업	- 영화, 방송산업
	- 광고산업	- 게임산업	- 시각그래픽 및 캐릭터산업
스포츠산업	- 스포츠 시설업	- 스포츠 용품업	- 스포츠 서비스업
관광산업	- 관광숙박 및 식당업	- 여행사 및 관광운수업	- 문화오락 및 레저산업
	- 관광쇼핑업	- 국제회의 및 전시업	

4. 문화체육관광산업의 규모 측정 지표

- 국내외 사례분석을 통해 파악된 산업의 규모 추정에서 공통적으로 사용하고 있는 지표를 대상으로 하며, 본 연구에서는 주요 측정 지표로 사업체수, 매출액, 부가가치액, 종사자수를 선정함

〈표 3〉 문화체육관광산업의 규모 측정 지표

사업체수	<ul style="list-style-type: none"> - 재화의 생산·판매나 서비스 제공 등의 산업 활동을 영위하고 있는 개개의 경영단위를 의미함 - 문화체육관광산업을 영위하는 사업체를 선정하기 위해 문화체육관광분야 산업분류를 기준으로 범위를 설정한 후 이를 기준으로 산출함
매출액	<ul style="list-style-type: none"> - 영업활동 또는 경상적 활동으로부터 얻는 수익으로서 상품 등의 판매 또는 용역의 제공으로 실현된 금액을 의미함
부가가치액	<ul style="list-style-type: none"> - 생산에 대한 노동 및 자본의 기여 정도를 반영하는 것으로 생산과정에서 노동이나 자본이 투입되면서 새롭게 더해진 가치를 금액으로 표현한 것임
종사자수	<ul style="list-style-type: none"> - 임금이나 봉급과 같은 형태의 보수를 받으면서 사업체에 고용되어 있는 피고용자, 자영업자, 무급가족 종사자 등을 모두 지칭함

5. 문화체육관광산업의 규모 추정 방법

가. 규모 추정을 위한 접근

- 본 연구에서 문화체육관광산업의 규모를 추정함에 있어서 고려사항과 모집단에 대한 가정을 살펴보면 다음과 같음

〈표 4〉 문화체육관광산업의 규모 추정시 고려사항과 모집단에 대한 가정

규모 추정시, 고려사항	문화체육관광산업은 4개의 산업(예술, 문화, 스포츠, 관광산업)이 결합된 형태로 산업 전체에 대한 추정과 개별 산업에 대한 추정이 모두 이루어져야 한다.
	예술, 문화, 스포츠, 관광산업은 서로 중복되는 영역이 존재하므로, 중복되는 영역을 고려해야 한다.
	행정자료 활용 시, 각 사업체의 영업활동자료(매출액 등)는 문화체육관광분야의 비중을 고려해서 재산출해야 한다.
	부가가치액 산출 시, 각 요소의 값을 파악하여 산출하는 방법과 부가가치율 매출액에 곱하여 산출하는 방법을 모두 검토해야 한다.
모집단에 대한 가정	산업별 산업분류에서 핵심산업만을 대상으로 한다
	사업체에 대한 최신의 모집단은 기준연도가 2년 전 전국사업체기초통계조사 자료로 시점의 차이에 대해 보정한다.
	매년 폐업이나 사업을 일시 정지한 사업체수만큼 개업이나 사업을 재개한다.
	모집단은 2014년도 문화체육관광산업 표본틀로 구축한 479,163개로 한다.

나. 문화체육관광산업 개별 산업별 규모 추정 방안

- 개별 산업별 규모 추정 방안은 자료의 종류에 따라서 추정하는 방법과 절차가 다름
- 조사통계를 이용한 추정은 각 산업별 모집단 현황을 파악하여 표본 설계를 통한 설계 가중값을 산출하여 진행함

- 행정자료를 이용한 추정은 각 산업별 모집단의 고유 ID를 연계 변수로 행정자료 DB와 연계하여 새로운 DB를 구축하여 규모를 산출함. 이때, 해당 산업의 모집단이 행정자료 DB의 사업체와 100% 연계가 되지 않는다면 모집단 조정을 하여 보정함
- 기 생산된 통계의 포괄범위가 거의 동일하고, 특별한 제약조건이 없다면 사업체수의 모수를 비교하여 모집단 기준에 맞도록 조정하여 규모 추정에 활용할 수 있음

〈표 5〉 조사통계와 행정자료를 이용한 추정 방법

조사통계를 이용한 추정 방법	행정자료를 이용한 추정 방법
① 산업의 사업체 모집단 현황(표본을 작성) ② 표본설계를 통한 설계 가중값($w_i = \frac{N_i}{n_i}$) 산출 ③ 각 조사대상 사업체(i)가 응답한 경영관련 값(x_{ij})에 문화체육관광분야의 비중(p_{ij})을 곱하여 문화체육관광 분야의 경영관련 값($y_{ij} = x_{ij}p_{ij}$)을 산출 ④ 각 층별(i)로 경영 활동값을 추정($\hat{y}_i = \sum_j y_{ij} \times w_i$) ⑤ 해당 산업 추정값은 각 층의 값을 모두 합하여 산출함	① 산업의 모집단을 고유ID를 연계 변수로 하여 DB 구축 ② 행정자료 DB에서 연계 변수를 이용하여 해당산업과 매칭되는 사업체를 연결하여 새로운 DB 구축 ③ 각 층별로 경영 활동 관련 자료를 합계(또는 평균)를 이용하여 산출 ④ 각 층에서 산출한 값에 문화체육관광분야의 경영 활동 비중을 추정하여 곱하여 해당 층의 문화체육관광분야의 경영 활동 값을 추정 ⑤ 각 층의 값들을 모두 합하여 전체 규모 추정 ⑥ 만약 해당산업의 모집단이 행정자료 DB의 사업체와 100% 매칭이 되지 않는다면 가중값 조정을 통해 보정

다. 문화체육관광산업 전체 규모 추정 방안

1) 문화체육관광산업 중복 현황

- 문화체육관광산업은 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업의 4개 산업의 결합으로 구성되어 있으며, 4개의 산업의 상호배타적이지 않고 서로 중복되는 영역이 존재함

- 문화체육관광산업을 영위하는 사업체는 479,163개이나, 중복을 제거하지 않고 각 산업별 사업체수를 단순히 합하여 구하면 563,911개로 나타남
- 중복을 고려하지 않고 문화체육관광산업의 규모를 추정하게 되면, 약 18% 만큼의 해당 사업체의 값들이 중복되어 과대 추정하게 됨

〈표 6〉 문화체육관광산업 간 중복 사업체수 현황

(단위 : 개)

	예술산업	문화산업	스포츠산업	관광산업	계 (단순 합계)	계 (중복제거)
중복없음	159,209	73,931	101,716	59,786	394,642	394,642
중복있음	70,458	61,087	26,871	10,853	169,269	84,521
2개 산업 중복	70,231	60,860	26,817	10,680	168,588	84,294
3개 산업 중복	227	227	54	173	681	227
계	229,667	135,018	128,587	70,639	563,911	479,163

2) 문화체육관광산업의 규모 추정 방안

- 문화체육관광산업 중복 문제 해결방안은 아래와 같이 3가지 방법으로 정리할 수 있음
 - 산업별로 중복이 되지 않도록 중복되는 부분을 하나의 새로운 영역으로 구분한 후, 개별 영역별로 각각 추정함
 - 중복되는 영역과 중복되지 않은 영역의 선택될 기회(chance of selection)에 따라 가중값을 부여하여 추정함
 - 정도를 최대화한 다중 추출틀을 이용하여 추정함

6. 실제 자료를 활용한 규모 추정

- 앞서 살펴본, 규모 추정 방법에 따라 실제 자료를 활용하여 문화체육관광산업의 규모를 추정하였으며, 활용한 자료는 <표 3>과 같음
- 실제 활용한 자료는 사용한 자료는 두 가지 용도로 구분됨
- 지표 추정에 직접적으로 적용되는 자료가 하나이고, 지표 추정에서 해당되는 부분의 비중을 산출하는 자료 즉, 영위하고 있는 산업에서 문화체육관광분야의 비중, 업종별 부가가치액을 생산하기 위한 부가가치율이 나머지 하나임

〈표 7〉 문화체육관광산업의 규모 추정에 활용하는 자료

지표생산에 직접적으로 활용하는 자료	조사통계	2014 문화체육관광사업 일자리 조사
	행정자료	행정자료를 이용한 2014년 문화체육관광산업통계
		2014 문화체육관광산업 연구자료
지표생산에서 비중으로 활용하는 자료	문화체육관광산업 비중 조사	
	부가가치율(산업연관표)	

7. 활용방안 및 제언

가. 활용방안

- 본 연구에서 정의한 문화체육관광산업 분류와 한국표준산업분류, 산업연관표와의 연계표를 작성하여 제시함으로써 한국의 전체 산업 규모 또는 타 산업 규모와 비교·분석이 가능함
- 문화체육관광산업의 분류체계 내에서 매출액 혹은 생산액이 추정될 경우, 생산유발효과, 고용유발효과 및 부가가치 유발효과 등을 일관

성 있게 측정할 수 있게 되어 경제효과 분석 자료로 활용이 가능함

- 문화체육관광산업의 개별 산업별로 매출액, 부가가치액, 고용자수 등의 자료가 신뢰성 있게 수집, 집계될 경우 문화체육관광 위성계정 작성에 활용될 수 있는 주요 자료 원천으로 활용될 수 있음

나. 제언

- 문화체육관광분야의 개별적으로 생산되고 있는 통계는 많지만 해당하는 분야의 필요성만 채울 뿐, 다른 분야와 연계하여 활용할 수 있도록 설계되어 있지 않는 경우가 많음. 즉, 문화체육관광산업의 규모를 추정할 수 있는 통계를 생산하거나, 기 생산되고 있는 통계를 이용하여 문화체육관광산업의 전체를 포괄할 수 있는 개선방안이 마련되어야 함
- 이를 위해 고려할 수 있는 부분은 통계청 등에서 행정자료를 데이터베이스로 구축되어 있어 다양한 자료와 연계가 가능하기 때문에, 향후 행정자료의 활용도는 매우 높아질 것으로 판단됨. 따라서 통계청, 노동부 등의 행정자료를 보유하고 있는 기관과의 협력을 통한 활용방안 마련이 무엇보다도 우선되어야 함
- 현재 작성하고 있는 산업통계는 모두 기준년도보다 이전의 표본들을 이용하고 있어 조사기준과 통계 산출 기준이 다름. 따라서 문화체육관광산업의 규모 관련 통계를 산출할 때, 현재년도를 기준으로 보정하여 정확성 있는 통계를 생산하여 시계열을 구축해야 함
- 같은 기준으로 지속적으로 규모를 추정할 수 있는 방안이 마련되어야 함. 규모 추정을 위한 방안이 마련되었더라도 지속적으로 작성되지 않는다면, 작성 체계가 일관성을 가지기 어려움

제1장 서론	1
제1절 연구 배경 및 목적	3
1. 연구 배경	3
2. 연구 목적	5
제2절 연구 범위 및 방법	6
1. 연구 범위	6
2. 연구 방법	7
제3절 연구 구성 및 기대효과	9
1. 연구 구성	9
2. 기대효과	10
제2장 사례분석	11
제1절 사례분석 방법	13
제2절 국내사례	15
1. 연구사례	15
2. 조사통계사례	26
제3절 해외사례	36
1. 영국	37
2. 캐나다	41
3. 미국	44
4. 호주	48
제4절 소결	52
제3장 문화체육관광산업의 정의 및 범위	55
제1절 산업의 정의와 범위	57
1. 산업 정의	57
2. 산업분류	58
3. 산업연관표	61

제2절 개별 산업의 개념과 범위	64
1. 예술산업	64
2. 문화산업	73
3. 스포츠산업	82
4. 관광산업	90
제3절 문화체육관광산업의 개념과 범위	97
1. 문화체육관광산업의 개념 및 특성	97
2. 문화체육관광산업의 범위	100
제4절 소결	106

제4장 문화체육관광산업의 규모 측정 지표 109

제1절 지표 작성 절차	111
1. 지표 작성을 위한 고려사항	111
2. 지표 작성 절차	112
제2절 측정 지표	113
1. 사업체수	113
2. 매출액	116
3. 부가가치액	118
4. 종사자수	121
제3절 지표 작성을 위한 자료	124
1. 자료 현황	124
2. 통계자료별 활용 가능한 요소 현황과 활용방안	126
제4절 소결	135

제5장 문화체육관광산업의 규모 추정 방법 137

제1절 규모 추정을 위한 접근 방법	139
1. 규모 추정을 위한 고려사항	139
2. 규모 추정을 위한 가정	140

제2절 문화체육관광산업의 중복 현황	143
1. 산업별 중복으로 인한 문제	143
2. 문화체육관광산업의 중복 영역에 대한 이해	144
3. 개별 산업간 중복 현황	145
제3절 지표 추정 방안	149
1. 조사통계를 이용한 추정 방법	149
2. 행정자료를 이용한 추정 방법	151
3. 기 생산된 통계를 이용한 추정 방법	152
제4절 문화체육관광산업 전체 추정 방안	154
1. 다중 추출들의 이해	154
2. 중복을 고려한 문화체육관광산업 추정 방법	156
제5절 소결	163
제6장 실제 자료를 활용한 규모 추정	165
제1절 분석자료	167
1. 실제 활용한 자료에 대한 이해	167
2. 지표생산에 직접적으로 활용하는 자료	168
3. 지표생산에서 비중으로 활용하는 자료	175
제2절 문화체육관광산업 개별 산업 규모 추정	190
1. 매출액	190
2. 부가가치액	193
3. 종사자수	198
제3절 문화체육관광산업 전체 규모 추정	202
1. 모집단을 중복이 없도록 분류하여 추정	202
2. 가중값 조정을 통한 규모 추정	206
제4절 소결	216
제7장 결론 및 제언	219
제1절 결론	219

CONTENTS

제2절 활용방안	226
제3절 제언	228
참고문헌	231
ABSTRACT	237
부록: 문화체육관광산업별 세부 범위	239

표 목차

〈표 2-1〉 사례분석 방법	14
〈표 2-2〉 국내 연구사례 요약	15
〈표 2-3〉 저작권산업특수분류 4개 영역	17
〈표 2-4〉 저작권산업 경제적 기여도 조사에서의 활용 자료	18
〈표 2-5〉 산업연관표상에서의 콘텐츠산업(콘텐츠산업의 경제효과 분석 기준) ..	20
〈표 2-6〉 산업연관표상에서의 관광산업(관광산업의 경제효과 분석 기준) ..	22
〈표 2-7〉 산업연관표상에서의 문화·관광·스포츠산업(문화·관광·스포츠산업의 경제 효과 분석 기준)	25
〈표 2-8〉 국내 조사통계사례 요약	27
〈표 2-9〉 콘텐츠산업통계조사 개요	28
〈표 2-10〉 콘텐츠산업통계조사 세부 조사 항목	29
〈표 2-11〉 광고산업통계조사 개요	30
〈표 2-12〉 광고산업통계조사 세부 조사 항목	31
〈표 2-13〉 스포츠산업실태조사 개요	32
〈표 2-14〉 스포츠산업실태조사 세부 조사 항목	33
〈표 2-15〉 관광사업체기초통계조사 개요	34
〈표 2-16〉 관광사업체기초통계조사 세부 조사 항목	35
〈표 2-17〉 해외사례 요약	36
〈표 2-18〉 영국 문화미디어스포츠산업 정의 및 범위	38
〈표 2-19〉 문화 산업 : CFCS 적용한 CSA 범위	43
〈표 2-20〉 스포츠 산업 : CFCS 적용한 CSA 범위	43
〈표 2-21〉 예술 및 문화 생산위성계정(ACPSA)의 산업구분	46
〈표 2-22〉 예술 및 문화 생산위성계정(ACPSA) 데이터 자원	47
〈표 2-23〉 문화·여가 산업 분류(ACLC Industry Classification)	49
〈표 2-24〉 문화·여가 상품 분류(ACLC Product Classification)	50
〈표 2-25〉 문화·여가 직업 분류(ACLC Occupation Classification)	50
〈표 2-26〉 사례분석에서 규모 추정의 기준과 범위	53
〈표 3-1〉 한국표준산업분류	59
〈표 3-2〉 문화체육관광분야 산업특수분류	60
〈표 3-3〉 산업연관표	62

CONTENTS

〈표 3-4〉 산업분류상에서의 예술산업의 범위	70
〈표 3-5〉 산업연관표상에서의 예술산업의 범위	70
〈표 3-6〉 주요국의 문화산업 관련 용어	74
〈표 3-7〉 산업분류상에서의 문화산업의 범위	79
〈표 3-8〉 산업연관표상에서의 문화산업의 범위	80
〈표 3-9〉 산업분류상에서의 스포츠산업의 범위	88
〈표 3-10〉 산업연관표상에서의 스포츠산업의 범위	88
〈표 3-11〉 산업분류상에서의 관광산업의 범위	95
〈표 3-12〉 산업연관표상에서의 관광산업의 범위	96
〈표 3-13〉 산업분류상에서의 문화체육관광산업의 범위	100
〈표 3-14〉 산업연관표상에서의 문화체육관광산업의 범위	102
〈표 4-1〉 산업연관표 - 투입산출표 예시	120
〈표 4-2〉 문화체육관광산업 지표 작성을 위한 조사통계자료 현황	125
〈표 4-3〉 지표 작성을 위한 가공통계 및 행정자료	126
〈표 4-4〉 조사통계에서 규모 추정 가능 요소	127
〈표 4-5〉 가공통계 및 행정자료에서 규모 추정 가능 요소	131
〈표 5-1〉 문화체육관광산업의 규모 추정시 고려사항과 모집단에 대한 가정 ..	142
〈표 5-2〉 문화체육관광산업 사업체수 현황	146
〈표 5-3〉 문화체육관광산업 개별 사업간 중복 사업체수 현황	147
〈표 5-4〉 문화체육관광산업 개별 산업간 중복 여부 현황	148
〈표 5-5〉 업종 × 종사자구간별 사업체 중복 현황	158
〈표 6-1〉 2014 문화체육관광산업 일자리 조사의 개요	169
〈표 6-2〉 2014 문화체육관광산업 일자리 조사의 조사설계	169
〈표 6-3〉 행정자료를 이용한 2014 문화체육관광산업통계의 개요	171
〈표 6-4〉 2014년 기준 표본틀과 매칭된 행정자료 현황	172
〈표 6-5〉 2014 문화체육관광산업 연구자료 개요	173
〈표 6-6〉 2014년 기준 표본틀과 매칭된 2014 문화체육관광 연구자료 현황 ..	174
〈표 6-7〉 문화체육관광산업 비중조사의 개요	176
〈표 6-8〉 문화체육관광산업 비중조사의 조사설계	177
〈표 6-9〉 업종 × 종사자구간별 가중값 현황	178
〈표 6-10〉 문화체육관광산업 매출액 비중	180
〈표 6-11〉 문화체육관광산업 종사자 비중	183
〈표 6-12〉 2014 문화체육관광산업 연구자료의 부가가치율	186

〈표 6-13〉 산업연관표를 이용한 부가가치율	187
〈표 6-14〉 2014년 기준 표본들과 매칭된 행정자료의 예술산업 매출액	191
〈표 6-15〉 2014년 기준 표본들과 매칭된 행정자료의 예술산업 사업체수 ..	191
〈표 6-16〉 예술산업 모집단 조정 가중값	192
〈표 6-17〉 예술산업관련 사업체의 예술분야 매출액 비중	192
〈표 6-18〉 예술산업 매출액	193
〈표 6-19〉 예술산업 부가가치액	194
〈표 6-20〉 2014 문화체육관광산업 연구자료의 모집단 조정 계수	195
〈표 6-21〉 2014 문화체육관광산업 연구자료를 이용한 개별 산업의 부가가치액 ..	196
〈표 6-22〉 예술산업관련 사업체의 예술분야 종사자 비중	198
〈표 6-23〉 예술산업관련 사업체의 종사자수	199
〈표 6-24〉 2012년 기준 표본들의 예술산업 사업체수	200
〈표 6-25〉 예술산업 모집단 조정 계수	200
〈표 6-26〉 조정된 예술산업 사업체의 종사자수	201
〈표 6-27〉 중복이 없도록 분류한 사업체수, 매출액, 부가가치액 추정값 ...	203
〈표 6-28〉 문화체육관광산업 매출액, 부가가치액 추정	205
〈표 6-29〉 중복개수를 구분한 모집단현황	208
〈표 6-30〉 일자리 조사 결과를 중복개수 구분한 현황	209
〈표 6-31〉 개별 산업별 가중값 산출	211
〈표 6-32〉 중복을 제거한 전체 산업의 가중값 산출	213
〈표 6-33〉 문화체육관광산업 종사자 규모 추정	215

그림 목차

[그림 1-1] 연구 범위	7
[그림 1-2] 연구 수행 체계	8
[그림 3-1] 예술산업의 범위와 관련 법	66
[그림 3-2] 문화체육관광산업의 활용·연계를 통한 가치 창출	98
[그림 5-1] 다중 추출틀 예시	156

제1장 ●●

서론



제1절

연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

컴퓨터와 인터넷으로 대표되던 3차 산업혁명과 빅데이터, 클라우드, 사물인터넷, 인공지능 등으로 인한 4차 산업혁명으로 시대가 급변함에 따라 생활방식은 물론 노동시장 등의 변화가 진행되고 있으며, 앞으로 더 큰 변화가 있을 것으로 예상되고 있다. 이렇게 산업이 발전하고 사회의 변화가 이루어지는 만큼 문화에 대한 갈망 역시 증가하고 있다. 영국 등 선진국들은 창조산업, 관광산업 및 스포츠산업을 핵심 콘텐츠, 고부가가치산업으로 인식하고, 문화체육관광산업을 통한 양질의 일자리 창출 등 다양한 정책을 제시하고 있다.

우리나라에서도 문화체육관광산업의 중요성은 갈수록 커지고 있으며, 이를 활성화하기 위한 다양한 정책 등이 제시되고 있다. 그러나 문화체육관광산업에 대한 명확한 범위에 대한 정의가 없을 뿐만 아니라 문화체육관광산업의 규모를 추정하기 위한 방안 역시 명확하게 제시되고 있지 않다. 그렇기 때문에 문화체육관광산업의 범위에 대한 정의를 명확하게 내릴 필요가 있다. 이를 위해서 문화체육관광관련 산업분류를 활용할 수 있다.

또한 한국표준산업분류가 10차 개정이 이뤄짐에 따라 문화체육관광분야 산업분류를 모두 개편할 필요성이 제기되었다. 그리고 예술산업 역시 분류체계 구축을 통해 통계의 작성범위를 명확하게 정의할 필요가 있다. 즉, 문화체육관광산업의 분류체계 마련을 통해 통계 작성의 기준을 정립해야 한다.

문화체육관광산업의 포괄범위는 문화산업, 예술산업, 스포츠산업, 관

광산업으로 명확하게 구분되어 지는 것이 아니라, 개별 산업들 간에 서로 중복되는 영역이 있기 때문에 문화체육관광산업을 하나의 산업으로 개념과 포괄범위를 재정립할 필요가 있다. 즉, 문화체육관광산업의 범위를 설정할 때 중복영역과 개별영역을 구분하여 설정함으로써 4개의 개별 산업과 문화체육관광산업 전체를 모두 고려할 수 있도록 설정할 필요가 있는 것이다. 이를 통해 문화체육관광산업의 규모를 추정을 명확하게 할 수 있다.

문화체육관광산업에 대한 규모가 얼마인지에 대한 수요는 지속적으로 있어 왔지만, 이를 명확하게 ‘OO입니다’라고 답할 수 없는 것이 사실이다. 이는 문화체육관광산업 전체에 대한 통계조사가 거의 이뤄지고 있지 않고 있으며, 중복되는 영역을 고려하여 산출하는 방안이 마련되어 있지 않기 때문이다. 현재 예술산업을 제외하고 문화산업, 스포츠산업, 관광산업은 각각 ‘콘텐츠산업통계조사’, ‘스포츠산업실태조사’ 그리고 ‘관광사업체기초통계조사’ 이름으로 조사통계가 생산되고 있다. 하지만 이들 통계는 개별 산업에 대한 분류에 대한 범위를 모두 포괄하고 있지 않을 뿐만 아니라, 생산하는 방식도 조금씩 차이가 있어 이를 활용하여 문화체육관광산업 전체 규모를 파악하는데 한계가 있다.

따라서 개별 산업별로 통계 생산이 가능하면서 문화체육관광산업 전체의 통계도 생산이 가능한 방법으로 통계를 생산할 필요가 있다. 이를 위해서는 통계 생산에 대한 범위를 명확하게 하여 분류체계의 중복부분을 파악하는 것이 중요하다. 또한 향후 통계를 생산하기 위해 조사나 행정통계를 활용할 때, 문화체육관광산업 전체 측면에서 조사를 수행하는 것이 활용성은 물론, 통계 생산 비용도 절감할 수 있는 방법이라 할 수 있다.

2. 연구 목적

본 연구의 최종 목적은 문화체육관광산업의 규모 추정 방안을 제시하는 것이다. 이를 위한 세부 목적은 크게 세 가지로 구분할 수 있다. 첫째, 문화체육관광산업의 규모를 추정하기 위한 산업의 범위 설정이다. 범위 설정을 위해 우선 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업 각각에 대한 개념과 포괄범위에 대한 명확한 정의를 내리도록 한다. 그런 후 문화체육관광산업 전체 또는 개별 산업들의 분류체계 개선 및 구축 방안을 제시하고, 분류체계별로 명확한 정의와 구성 항목을 세세하게 제시하도록 한다. 또한 우리나라 전체 산업 규모 또는 타 산업 규모와 비교할 수 있도록 한국표준산업분류와 문화체육관광산업분류의 연계표를 작성하여 제시하도록 한다.

둘째, 산업의 규모를 추정하기 위한 지표들을 도출하고, 이를 산출할 수 있는 구체적인 방안을 제시한다. 산업의 규모 추정을 위해 활용 가능한 자료 현황과 함께 자료(조사자료, 행정자료 등)에 따른 산업의 규모 추정 방안을 제시하고자 한다.

셋째, 문화체육관광산업 전체와 개별 산업 규모를 추정하는 것이다. 개별 산업을 추정하고 추정한 값들을 합산함으로써 문화체육관광산업의 규모를 산출할 수 있다면 문제가 없겠지만, 각각의 개별 산업 추정값들의 합은 문화체육관광산업 전체의 실제 규모를 추정한 값보다 크다. 이러한 문제가 발생하는 원인을 파악하고 이를 해결하여 추정하는 방안을 제시하도록 한다.

제2절

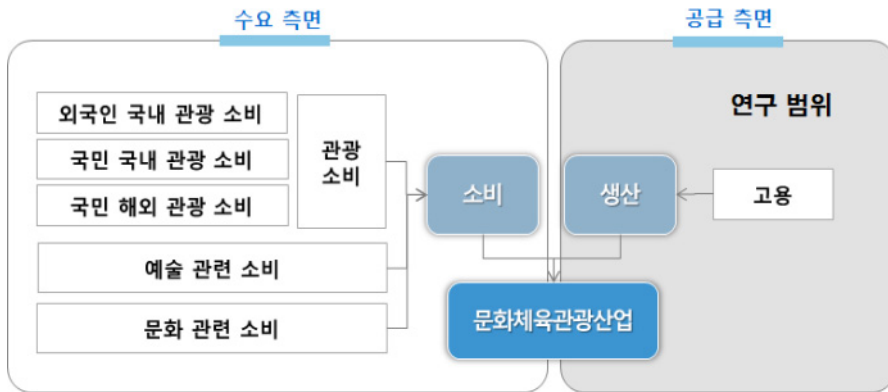
연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

본 연구의 대상적 범위는 문화체육관광산업을 영위하는 사업체로 한다. 즉, 연구대상은 사업체가 되며, 따라서 ‘문화체육관광산업의 규모 추정’이라 함은 공급 측면 또는 사업체 측면에서의 문화예술관광산업과 관련된 사업체 전체의 규모를 추정하는 것을 의미한다. [그림 1-1]에 제시한 것처럼 공급 측면에서의 사업체의 생산 활동을 대상으로 한다.

또한, 문화체육관광산업의 범위는 문화체육관광산업의 특성을 반영한 산업분류를 기준으로 한다. 한국표준산업분류가 아닌 문화체육관광 특성을 반영할 수 있는 문화체육관광관련 산업특수분류(저작권산업특수분류, 콘텐츠산업특수분류, 스포츠산업특수분류, 관광산업특수분류)와 한국문화관광연구원이 자체적으로 구축한 예술산업분류를 활용한다. 최종적으로 문화체육관광산업은 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업으로 구분한다.

연구의 내용적 범위는 문화체육관광산업의 규모 추정과 추정을 위한 문화체육관광관련 산업분류체계 정립으로 한다. 문화체육관광산업의 규모 추정이라 함은 규모 추정에서 사용할 지표를 선정하고 각각의 지표를 산출하는 방안을 제시한 후, 문화체육관광산업 전체와 각각의 산업별로 규모 추정 방안을 도출하고 제시하는 것이다. 또한, 문화체육관광관련 산업분류체계 정립은 한국표준산업분류의 개정에 따라 예술산업, 문화산업(저작권산업, 콘텐츠산업), 스포츠산업, 관광산업의 분류체계의 명칭 변경, 분류별 재정의, 한국표준산업분류와 연계방안을 제시하는 것이다.

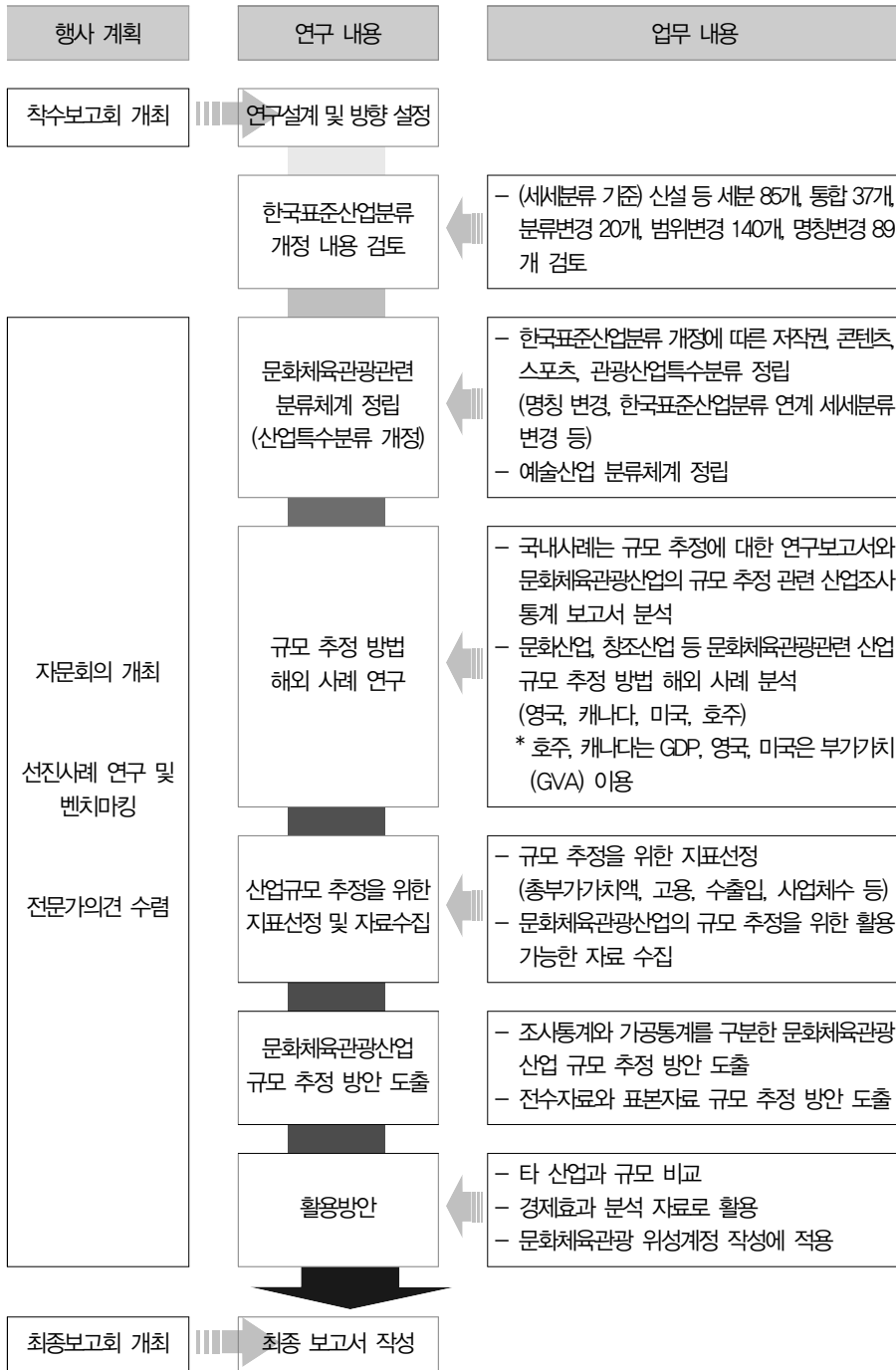


[그림 1-1] 연구 범위

2. 연구 방법

연구 방법은 [그림 1-2]에서 제시한 방법 연구 수행 체계에 맞춰 진행한다. 문화체육관광산업의 규모 추정을 위한 분류체계는 통계청이 제시한 ‘한국표준산업분류 10차 개정’ 내용을 기준으로 재분류와 재정립한다. 국내 사례분석으로는 저작권산업, 관광산업 등의 규모를 추정한 연구보고서와 문화체육관광 사업체 관련 통계보고서인 ‘콘텐츠산업통계’, ‘스포츠산업통계’, ‘관광사업체기초통계조사’ 등을 검토한다. 해외 사례분석으로는 영국, 캐나다, 미국, 호주의 사례를 검토하여 규모 추정에 이용한 지표와 작성방법을 검토하도록 한다.

본 연구는 문화체육관광산업의 규모 추정과 관련 유관기관인 문화체육관광부, 한국은행, 통계청 등의 관련 담당자 및 규모 추정 관련 분야를 전공한 통계학자와 경제학자로 구성된 전문가로부터의 자문을 통해 효율적인 문화체육관광산업 규모 추정 방안에 대한 전문성을 확보하였다.



[그림 1-2] 연구 수행 체계

제3절

연구 구성 및 기대효과

1. 연구 구성

서론에 이어 제2장에서는 산업의 규모 추정을 위한 국내·외 사례를 분석한다. 국내사례는 산업의 규모 추정과 관련 연구와 문화체육관광분야의 개별 산업별로 작성되고 있는 통계조사의 보고서들을 검토한다. 국외사례로는 영국, 캐나다, 미국, 호주 등의 작성방법을 살펴보고, 문화체육관광산업의 규모 추정을 위한 시사점을 도출하도록 한다.

제3장에서는 문화체육관광산업의 정의와 범위를 제시한다. 세부적으로 산업의 정의와 산업분류에 대한 기본적인 사항을 살펴보고, 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업의 개념과 특성을 살펴본 후, 통계작성을 위한 범위를 설정하기 위한 분류방안을 제시한다. 그리고 문화체육관광산업 전체에 대한 개념과 특성, 포괄범위를 제시한다.

제4장에서는 문화체육관광산업의 규모를 추정을 위한 지표 작성 방안을 제시하도록 한다. 구체적으로 살펴보면 지표선정을 위한 지표분석을 하고, 각 지표별로 수집 가능한 자료를 살펴본 후, 각 지표들을 산출하는 방안을 제시한다.

제5장에서는 문화체육관광산업의 규모 추정 방법을 제시한다. 구체적인 작성방안으로 먼저 규모 추정을 위한 접근방법(고려사항, 모집단에 대한 가정)을 살펴보고, 조사통계와 행정자료를 활용한 추정방법을 각각 제시하도록 한다. 조사통계는 사전에 개별 산업별로 조사된 통계자료를 활용하여 재추정하는 방법과 조사자체를 문화체육관광산업 전체를 고려하여 작성하는 방법으로 구분하여 제시하도록 한다. 행정자료를 활용한 통계의 경우, 행정자료를 활용하기 위한 기준과 행정자료를 이용한 통계

작성방안을 제시한다.

제6장에서는 조사통계, 행정자료와 문화체육관광산업 비중조사를 통해 산출된 사업체의 문화체육관광산업의 매출액 및 종사자수 비중을 이용하여 실제 문화체육관광산업의 규모를 추정한다.

제7장에서는 타 사업과의 규모 비교, 문화체육관광 위성계정 작성에 적용 등의 활용방안을 도출하도록 한다. 그리고 문화체육관광산업의 규모 추정을 위한 제약요인과 문제점을 분석하고, 지속적으로 문화체육관광산업의 규모 추정을 위한 고려사항을 제시하도록 한다. 또한 향후 문화체육관광 위성계정으로 발전하기 위해 방안도 같이 논의하도록 한다.

2. 기대효과

본 연구는 문화체육관광산업 전체와 개별 산업의 정의와 범위를 명확하게 정의할 뿐만 아니라 문화체육관광산업의 규모를 추정하기 위한 방법을 지표별과 자료 종류별로 구체적으로 제시하고, 규모 추정에 대한 기준을 제시함으로써 문화체육관광산업의 규모 추정의 지침서 역할을 하게 될 것이다. 또한 문화체육관광산업의 규모 추정을 위한 지표별로 활용 가능한 자료를 제시하여 관련된 다른 연구에서 자료를 활용할 수 있는 기본적인 가이드 역할을 할 수 있을 것이다.

또한 문화체육관광산업 전체의 규모를 파악할 수 있는 기준을 제시함에 따라, 향후 일관성 있는 통계작성을 할 수 있을 것으로 기대된다. 특히, 조사된 자료를 활용하여 통계를 재추정하는 방안을 제시함으로써, 기존의 통계자료를 이용하여 통계를 생산하는데 활용이 가능하게 될 것이다.

또한 타 산업 또는 한국 전체 산업과의 규모 비교가 가능함은 물론, 문화체육관광산업의 기여도 측정과 문화체육관광 위성계정 개발을 위한 기준이 되는 중요한 기초 자료로 활용될 것이다.

제2장 ●●

사례분석



제1절

사례분석 방법

문화체육관광산업으로 규모 추정에 대한 연구가 진행된 적이 거의 없다. 현재까지 문화산업이나 스포츠산업, 관광산업처럼 개별 산업 또는 공연산업, 광고산업 등과 같이 세부 산업별로 추정이나 경제적 파급효과를 산출하는 연구는 있어 왔지만, 문화체육관광분야의 전체 산업 규모를 추정한 연구는 거의 없다.

따라서 문화체육관광산업의 규모를 추정하기 전에 우리나라에서는 문화체육관광산업 관련된 연구가 어떻게 진행되어 왔으며, 어떤 방향으로 이뤄졌는지 그리고 다른 나라에서는 어떤 방법으로 규모 추정을 하고 있는지를 살펴볼 필요가 있다.

본 연구에서 사례를 분석하는 이유는 ‘규모를 추정하는 목적을 살펴보고, 통계 작성기준과 범위는 어떠한 기준으로 하였으며, 통계 산출은 어떠한 방법으로 하였는지’를 살펴보기 위해서이다. 또 하나의 이유는 사례분석을 통해서 문화체육관광산업의 규모 추정 방안을 마련하고, 규모 추정 결과 활용을 위한 제언을 제시하기 위해서이다.

사례분석 목적에 따라, 제2장에서는 문화체육관광관련 산업의 규모 추정과 관련하여 작성되고 있는 통계와 연구를 검토하고 작성방안을 분석하고자 한다. 사례분석은 크게 국내와 해외로 구분하여 살펴본다.

먼저 국내사례는 크게 두 가지로 구분할 수 있다. 국내사례는 경제효과 연구와 조사를 통한 실태조사를 분석한다. 첫째 규모 추정에 대한 연구라기보다는 경제적 파급효과를 추정하기 위한 연구로 실제 규모가 아닌 연계되어 미치는 영향력까지 고려한 연구를 검토한다. 둘째 각 산업별 현황을 추정하기 위한 목적으로 조사를 하여 작성되는 통계를 검토한다.

해외사례는 문화체육관광관련 산업의 통계를 작성하고 있는 각 나라

들의 보고서를 분석하는데, 작성기준과 범위, 통계 작성 방법과 한계 등을 살펴보도록 한다. 특히, 영국처럼 문화, 체육, 관광 등 각 분야의 결합의 형태로 추정하고 있는 나라들의 연구는 더 구체적으로 살펴볼 필요가 있다.

사례분석은 세 가지 관점에서 제시하고자 한다. 첫째, 통계작성의 배경이나 목적 등의 기본적인 이해를 돕기 위한 정보를 제시하도록 한다. 둘째, 통계를 작성하기 위한 기본적인 정의 또는 개념을 분석한다. 여기서 의미하는 정의와 개념은 통계작성을 위한 기준이나 범위이며, 따라서 통계작성 기준이 어떤 것이며, 작성범위는 어떠한지를 살펴보도록 한다. 마지막으로 규모 추정을 위해 사용한 방법과 규모 추정에 지표를 어떠한 것을 사용하였는지를 살펴보고 제시하도록 한다.

〈표 2-1〉 사례분석 방법

국내사례	해외사례
규모 추정 연구 및 조사통계	영국, 캐나다, 미국, 호주
해당 연구 또는 통계조사의 개요 검토	
통계작성을 위한 기준과 포괄범위 검토	
규모 추정을 위해 사용한 방법과 규모 추정 지표 검토	

제2절

국내사례

이번 절에서는 제1절에서도 언급하였듯이 문화체육관광관련 산업의 규모와 관련된 연구 또는 통계를 작성한 사례를 살펴보도록 한다. 연구사례와 조사통계사례로 구분하여 각각의 작성기준과 방법을 살펴본다.

1. 연구사례

여기서는 문화체육관광산업 관련 분야의 경제적 파급효과나 기여도조사 등과 같은 연구를 통해 이뤄진 사례를 분석하도록 한다. 분석사례는 <표 2-2>에서 제시한 것처럼 저작권산업, 콘텐츠산업, 관광산업, 문화관광스포츠 산업 등 문화체육관광산업의 경제적 파급효과 및 경제적 기여도를 분석한 연구를 검토하였다. 제1절에서 밝혔듯이 각 연구조사의 조사목적, 산업의 통계적 정의 및 범위를 확인하고, 경제적 파급효과 및 경제적 기여도 분석에 활용한 지표, 추정방법에 대해 포괄적으로 정리한다.

〈표 2-2〉 국내 연구사례 요약

분야	연구자/작성기관	연구조사	산출통계	활용기준
저작권 산업	서용희(2013)/ 한국저작권위원회	한국의 저작권산업 경제 기여도 조사	- 매출액 - 부가가치 - 고용	- 저작권산업특 수분류 - 한국표준산업 분류(KSIC)
콘텐츠 산업	정상철(2012)/ 한국문화관광연구원	콘텐츠산업의 경제 효과 분석	- 생산유발효과 - 부가가치유발효과 - 고용 및 취업유발효과	- 콘텐츠산업특 수분류 - 산업연관표
관광산업	이강욱(2011)/ 한국문화관광연구원	관광산업의 경제효 과 분석: 2009년 산 업연관표 기준	- 생산소득유발효과 - 부가가치수입유발효과 - 고용 및 취업유발효과	- 관광산업 특수분류 - 국제관광표준

분야	연구자/작성기관	연구조사	산출통계	활용기준
			<ul style="list-style-type: none"> - 세수유발효과 - 전후방 연관효과 	<ul style="list-style-type: none"> - 분류(SICTA) - 산업연관표
문화 관광 스포츠 산업	이진면 외(2007)/ 산업연구원	문화관광스포츠 산 업의 경제효과 분석	<ul style="list-style-type: none"> - 총산출액 - 부가가치 - 고용 - 생산수입유발효과 - 부가가치유발효과 - 고용 및 취업유발효과 - 전후방 연관효과 	<ul style="list-style-type: none"> - 한국표준산업 분류(KSIC) - 산업연관표

가. 한국의 저작권산업 경제 기여도 조사

1) 작성개요

세계지식재산권기구(World Intellectual Property Organization: WIPO)는 2003년 ‘저작권 기반 산업의 경제기여도 조사에 관한 가이드라인’을 발표하여 각국에 조사를 권고하였다. 우리나라도 한국저작권위원회가 ‘한국의 저작권산업 경제 기여도 조사’를 통해 저작권산업의 매출액(revenue)과 부가가치액(value-added), 고용(employment) 규모를 산출하여 경제기여도 분석을 수행하고 있다.

‘한국의 저작권산업 경제 기여도 조사’는 공신력과 연속성을 확보하기 위하여 WIPO의 조사지침(2003)과 ‘저작권산업특수분류’를 기반으로 작성하고 있다. 그리고 2014년부터 한국은행에서 지식재산을 GDP에 반영하여 작성함으로써 국내총생산의 정확도를 재고할 수 있도록 산출하고 있다.

2) 통계적 정의와 범위

저작권산업은 ‘저작권 보호에 기반을 두어 영위하는 산업’ 혹은 ‘저작권이 그 산업에 중요한 역할을 하는 산업’으로 정의하며, 이를 통계적으로

산출하기 위해 WIPO의 기준에 따라 저작권산업을 4가지 영역으로 구분한 ‘저작권산업특수분류’에 해당하는 영역을 저작권산업의 범위로 설정하고 있다. 저작권산업의 4가지 영역의 정의는 <표 2-3>에 제시하였다.

〈표 2-3〉 저작권산업특수분류 4개 영역

산업 구분	정의
핵심 저작권산업	저작물 및 기타 보호대상물의 창작, 생산, 제조, 공연, 방송, 통신 및 전시, 혹은 유통 및 판매에 전적으로 중시하는 산업
상호의존 저작권산업	그 기능이 전적으로 혹은 주로 저작물 및 기타 보호대상물의 창조생산 및 사용을 가능하게 하는 기기의 생산, 제조 및 판매에 중시하는 산업
부분 저작권산업	일부의 활동이 저작물 및 기타 보호대상물과 관련되어 있는 산업으로서 저작물 및 기타 보호대상물의 창조, 제조, 공연, 방송, 통신, 전시 혹은 유통 및 판매에 관여하는 산업
저작권 지원산업	활동의 일부분이 저작물 및 기타 보호대상물의 방송, 통신, 판매 및 유통에 기여하는 산업으로 그 활동이 핵심 저작권산업에 포함되지 않는 산업

자료 : 서용희(2013), 한국의 저작권산업 경제 기여도 조사

3) 추정방법

저작권산업 경제기여도 산출은 다음의 순서로 산출하게 된다.

- ① 산업 분류의 설정
- ② 자료집계
- ③ 산업 분류 간 중복 데이터의 보정
- ④ 저작권 요소의 적용
- ⑤ 물가지수 적용(실질가치 산출)

저작권산업의 기여도 산출에서는 매출액, 부가가치액, 고용관련 통계를 산출하기 위해 사용하는 데이터를 <표 2-4>에 제시하였다. 여기서 ‘경제총조사’ 자료는 5년 주기로 통합조사를 실시하고 있어 2010년, 2015년도처럼 5년 단위에는 ‘경제총조사’ 자료를 기반으로 하여 작성하고, 다

른 연도에는 통계청의 개별조사 자료를 취합하여 통계를 산출한다.

〈표 2-4〉 저작권산업 경제적 기여도 조사에서의 활용 자료

산출통계	활용자료		출처
	통계명	활용항목	
매출액	경제총조사(2010년)	매출액	통계청
	광업제조업조사	출하액	통계청
	서비스업조사	매출액	통계청
	전문과학기술서비스업조사	매출액	통계청
	운수업조사	매출액	통계청
부가가치	경제총조사(2010년)	부가가치	통계청
	광업제조업조사	부가가치	통계청
	운수업조사	부가가치	통계청
	기업경영분석	부가가치율	한국은행
	산업연관표	부가가치율	한국은행
	국민계정	명목GDP, 실질GDP	한국은행
고용	전국사업체기초통계조사	종사자수	통계청
	경제활동인구조사	취업자 수	통계청

자료 : 서용희(2013), 한국의 저작권산업 경제 기여도 조사

통계청의 조사자료는 한국표준산업분류를 기준으로 조사되고 있기 때문에 저작권산업특수분류와 연계되는 한국표준산업분류의 항목의 값만을 집계하여 산출하고 있다. 단지 ‘서비스업’과 ‘도소매업’은 산업별 조사에서 부가가치액을 조사하지 않기 때문에 산업연관표의 부가가치율을 적용하여 집계하고 있다.

저작권산업특수분류를 표준산업분류와 연계하는 과정에서 일부 업종에서 중복이 발생하게 된다. 이러한 경우 대분류의 같은 영역 내에 있는 하위분류에서 중복이 발생하는 경우 중복 산출된 값을 중복되는 분류의 범주수로 나누어 값을 구한다. 중복되는 것이 대분류의 다른 영역일 경우에는 핵심, 상호의존, 부분, 지원산업의 순으로 하여 우선순위가 높은 영역에만 값을 적용하고 있다.

경제기여도 산출에 필요한 데이터를 수집하고 중복 데이터에 대해 보정을 거친 후, 집계된 데이터가 저작권과 얼마나 관련되어 있는지 파악하여, 관련 정도를 나타내는 척도인 저작권 요소비중을 적용하고 있다. 요소비중은 핵심과 상호의존 저작권산업은 100%를 적용하고 부분저작권산업은 요소비중 조사를 통하여 비중을 산출하여 적용하고 있다. 그리고 저작권 지원산업은 저작권 지원산업을 제외한 산업의 부가가치액으로 산출하고 있는데, 이는 핵심, 상호의존, 부분 저작권산업의 부가가치의 합을 나눠 산출한다.

저작권산업의 경제적 규모의 실질적인 성장률을 분석하고, 국내총생산의 성장률과 비교하기 위해 실질 가치를 산출하고 있는데, 이는 한국은행의 ‘생산자물가지수’로 저작권산업의 명목 매출액과 명목 부가가치액을 나누어 실질 매출액과 실질 부가가치액을 산출하여 이용하고 있다.

나. 콘텐츠산업의 경제효과 분석

1) 작성개요

‘콘텐츠산업의 경제효과 분석’은 산업간 상호연계관계를 수량적으로 분석하는 산업연관분석(Input-Output Analysis)을 통해 콘텐츠산업의 경제적 파급효과를 분석하였다. ‘콘텐츠산업의 경제효과 분석’ 연구의 목적은 콘텐츠산업의 생산유발효과, 부가가치유발효과, 고용 및 취업유발효과 등을 도출하여 타산업과 비교·평가함으로써 콘텐츠산업이 국민경제에서 차지하는 위치를 파악하는 것이다.

다만, 산업연관표 내에는 콘텐츠산업에 대한 공식적인 정의와 분류체계가 명시되어 있지는 않다. 따라서 ‘콘텐츠산업의 경제효과 분석’에서는 콘텐츠 산업을 연구에 적합하게 산업연관표를 활용해 재분류하여 콘텐츠산업의 경제효과를 측정하였다.

2) 통계적 정의와 범위

‘콘텐츠산업의 경제효과 분석’에서는 한국표준산업분류를 토대로 산업연관표 상에서 대분류, 중분류, 소분류 기준으로 콘텐츠산업을 재분류하였다. 즉, 2009년 경상표 및 2000년, 2005년~2009년 불변표 산업연관표를 자료로 활용하고, 산업연관표 403부문을 기준으로 부문을 분류하였다.

〈표 2-5〉 산업연관표상에서의 콘텐츠산업(콘텐츠산업의 경제효과 분석 기준)

기본부문(403부문)	중분류	소분류	2005-2009년
			403부문
인쇄	콘텐츠산업	출판산업	129
기록매체 출판 및 복제			130
신문			384
출판			385
지상파방송/방송(비영리)		방송산업	346
유선 및 위성방송/방송(산업)			347
광고		광고산업	363
소프트웨어개발공급/컴퓨터관련 서비스		게임산업	366
영화제작 및 배급/영화		영화산업	388
영화상영			389
연극, 음악 및 기타예술		음악산업	390

자료 : 정상철(2012), 콘텐츠산업의 경제효과 분석

콘텐츠산업은 출판산업, 게임산업, 영화산업, 방송산업, 음악산업, 광고산업의 6개 세부산업으로 설정하여 분석하였다. 콘텐츠산업을 타산업과 비교하기 위하여 중분류 수준에서는 정보통신산업, 반도체산업, 자동차산업, 선박산업, 문화서비스, 오락서비스로 세분하여 분석하였고, 대분류기준에서는 농림수산 및 광산업, 제조업, 전력가스 및 건설업과 비교 분석하였다. 또한 생산자 가격표를 가격평가 자료로 활용하였다.

3) 추정방법

콘텐츠산업의 경제적 파급효과에 대한 분석은 다음과 같은 순서로 이루어진다.

- ① 산업재분류 및 통합
- ② 투입계수 도출
- ③ 산업 간 승수효과 및 비교 분석

‘콘텐츠산업의 경제효과 분석’에서는 앞서 재분류한 콘텐츠산업 분류체계를 토대로 4개 부문(농림수산 및 광산업, 제조업, 전력가스 및 건설업, 서비스업)의 대분류 기준 분석을 통해 서비스산업 전체의 파급효과를 파악하였다. 또한 12개 부문(농림수산 및 광산업, 제조업, 전력가스 및 건설업, 기타서비스업, 문화서비스, 오락서비스, 출판산업, 방송산업, 광고산업, 게임산업, 영화산업, 음악산업)의 소분류 기준 분석을 통해 6개의 세부 콘텐츠산업의 경제적 파급효과를 파악하고, 타산업과 파급효과를 비교·분석하였다.

다. 관광산업의 경제효과 분석

1) 작성개요

‘관광산업의 경제효과 분석’도 앞서 산업연관분석을 통해 관광산업의 승수효과 및 경제적 파급효과를 산출한다. ‘관광산업의 경제효과 분석’ 연구의 목적은 관광산업의 경제적 효과를 분석하고, 관광산업과 타산업과의 경제효과를 비교·평가하여 정책의사결정의 기초자료로 활용하고자 함이다.

관광산업도 산업연관표 체계 내에 공식적인 정의와 분류체계를 명시하고 있지 않다. 그래서 ‘관광산업의 경제효과 분석’ 연구에서는 산업연관

표 상의 관광산업을 국내기준 및 국제기준을 토대로 관광산업을 재분류하고, 타산업 부문은 통합 분류하였다. 그리고 산업연관분석 방법론을 검토하고 적용하여 도출된 산업간 유발승수효과를 분석하였다.

2) 통계적 정의와 범위

통계청은 세계관광기구(UNWTO)와 유엔통계위원회(UNSD)가 공동 작성한 국제관광표준분류(SICTA)를 기초로 국내산업의 특성을 반영한 관광산업을 분류하고 있다. 그러나 ‘관광산업의 경제효과 분석’에서는 한국표준산업분류와 국제관광표준분류를 토대로 우리나라 관광산업을 분류한 것을 ‘2009년 산업연관표’의 기본부문(403부문)과 비교하여 관광산업을 재분류하였다.

〈표 2-6〉 산업연관표상에서의 관광산업(관광산업의 경제효과 분석 기준)

관광산업명칭	산업연관표 403부문 통합방식			관광산업명칭	산업연관표 403부문 통합방식		
소매업(관광쇼핑)	322	소매	○	운수보조업	337	항공운수 보조서비스	○
식음료	323	일반음식점	○		338	하역	
	324	주점	○		339	보관 및 창고	
	325	기타음식점	○		368	기계장비 및 용품임대	○
숙박업	326	숙박	○	차량임대업	369	청소 및 소독서비스	
여객운송	327	철도여객운송	○		370	인력공급 및 알선	
	328	철도화물운송		여행업	371	기타 사업서비스	○
	329	도로여객운송	○		386	문화서비스(국공립)	○
	330	도로화물운송		문화예술공연	387	문화서비스(기타)	○
	331	택배			388	영화제작 및 배급	○
	332	연안 및 내륙 수상운송	○		389	영화상영	○
	333	외항운송	○		390	연극, 음악 및 기타예술	○
	334	항공운송	○		391	운동 및 경기관련 서비스	○
				운동경기			
운수보조업	335	육상운수보조서비스	○	오락 및 유흥	392	기타오락서비스	○
	336	수상운수보조서비스	○				

(단, ○: 관광관련 특성으로 세분류 불필요, ‘관광산업 경제효과 분석’에서 관광산업으로 분류)

자료 : 이강욱(2011), 관광산업의 경제효과 분석 재정리

〈표 2-6〉에서 보듯이, 관광산업 포함 총 29개 산업으로 재분류·통합하고, 관광산업은 10개의 세부 관광산업으로 분류하였다. 재분류한 관광산업에는 소매업(관광쇼핑), 식음료, 숙박업, 관광교통, 운수보조업, 차량임대업, 여행업, 문화예술공연, 운동경기, 오락 및 유흥이 포함된다. 단, ‘관광산업의 경제효과 분석’에서는 403부문으로 자료 분리가 가능한 산업은 세부 분류하여 분석하였다. 또한 생산자 가격표를 가격평가 자료로 활용하였다.

3) 추정방법

‘관광산업의 경제적 파급효과’에 대한 분석은 다음과 같은 순서로 이루어진다. 산업의 경제적 파급효과를 분석하는 것이기 때문에 콘텐츠산업의 추정방법과 유사하다.

- ① 산업재분류 및 통합
- ② 산업간 투입계수 도출
- ③ 산업 간 승수유발효과 및 비교 분석

‘관광산업의 경제효과 분석’에서는 앞서 살펴본 바와 같이, 한국표준산업분류와 국제관광표준분류를 토대로 분류한 관광산업을 산업연관표 403기본부문과 비교하여 연구에 적합하게 재조정하였다(이강욱, 2011). 그리고 국산거래표로부터 도출된 생산유발계수를 이용하여 최종수요 발생에 따른 유발효과를 보다 정확하게 분석하였다. 각종 승수유발계수 즉, 생산소득고용·취업·부가가치수입·세수 유발 승수, 영향력 계수 및 감응도 계수를 도출하여 관광산업의 파급효과를 산출하고, 관광산업의 특징을 분석하며 타산업과의 파급효과를 비교·분석하였다(이강욱, 2011).

라. 문화관광스포츠산업의 경제효과 분석

1) 작성개요

‘문화·관광·스포츠산업의 경제효과 분석’ 역시 산업연관분석을 활용하여 경제적 효과 분석을 하였다. ‘문화·관광·스포츠산업의 경제효과 분석’ 연구의 목적은 산업적 시각에 입각해 문화·관광·스포츠 분야를 산업연관표 상에 명확히 체계화하고, 다양한 승수분석을 통해 연관 산업 및 경제전체에 대한 영향력을 파악하여 정책 수립 및 평가에 유용한 분석지표를 제공하는 것으로 하고 있다.

‘문화·관광·스포츠산업의 경제효과 분석’ 연구는 한국표준산업분류에 근거하고 있으며, 각 산업을 산업연관표의 기본부문과 연계시켜 재분류하고 있다. 산업연관표 상의 재분류된 각 산업에 수요 및 공급의 구조를 파악하기 위해 총산출액, 부가가치액, 고용수 등에 대한 규모와 지표분석을 행한다. 타 산업간 생산소득·고용·취업·부가가치·수입·세수 유발 승수, 영향력 계수 및 감응도 계수를 비교 분석하여 각 산업의 경제적 효과를 측정한다.

2) 통계적 정의와 범위

‘문화·관광·스포츠산업의 경제효과 분석’에서는 문화·관광·스포츠산업에 대한 분류를 한국표준산업분류 체계에 근거하여 수행한다. 하지만 한국표준산업분류에 의한 각 산업분류는 해당 산업에 대한 명확한 개념이 미약하여 기능을 중심으로 설정되어 있다. 따라서 ‘문화·관광·스포츠산업 경제효과 분석’에서도 분류를 중심으로 살펴보았다.

〈표 2-7〉 산업연관표상에서의 문화·관광·스포츠산업(문화·관광·스포츠산업의 경제효과 분석 기준)

대분류		산업명
문화산업	13	전통공예, 신문, 출판, 인쇄, 기록매체 출판 및 복제, 전통가구, 영상게임기, 방송, 디자인, 게임소프트웨어, 영화, 광고, 공연예술
관광산업	6	관광음식점, 관광숙박, 관광운송(육상), 관광운송(해상), 관광운송(항공), 관광운수서비스
스포츠산업	3	스포츠 신발, 스포츠 용품, 스포츠 시설 운영
문화관광	3	문화관광 건축물 설계, 문화관광 정보제공 서비스, 문화관광 시설운영
문화스포츠	1	문화스포츠 의류
문화관광스포츠	3	문화관광스포츠 장비 임대, 문화관광스포츠 기타 서비스, 문화관광스포츠 오락서비스

자료 : 이진면 외(2007), 문화관광스포츠산업 경제효과 분석

산업연관표 기본부문과의 연계 결과 문화산업은 25개, 관광산업은 43개, 스포츠산업은 10개와 연계되는 것으로 나타났다. 그러나 많은 유사업종의 편재로 세부산업별로 연계하는 과정에서 타 산업에서 연계된 기본부문과의 중복이 발생하게 되었다(이진면 외, 2007). 그래서 산업연관표 기본부문과의 중복을 고려하고 관련성이 부족한 산업들을 제외하여 총 56부문으로 구성된 산업연관표를 완성하였다.

3) 추정방법

‘문화관광스포츠산업 경제효과 분석’에 대한 분석은 다음과 같은 순서로 이뤄진다. 산업의 경제적 파급효과를 분석하는 것이기 때문에, 콘텐츠산업, 관광산업의 추정방법과 유사하다.

- ① 산업재분류 및 통합
- ② 산업간 투입계수 도출
- ③ 산업 간 승수유발효과 및 비교 분석

‘문화관광스포츠산업 경제효과 분석’에서는 앞서 살펴본바와 같이 한국표준산업분류에 근거하여 산업연관표 기본부문과 연계하여 총 56부

문을 문화관광·스포츠 산업으로 재분류하였다. 이는 관련성이 부족한 산업, 중복된 산업, 통계청의 산업특수분류와 연계가 지나치게 비약적이라고 판단되는 산업의 경우는 제외한 결과에 해당한다. 그리고 스포츠산업의 총산출액, 부가가치액, 중간투입액, 중간수요액, 최종수요액, 취업자수 등에 대한 규모와 이들의 산업별 구성비, 중간투입률, 부가가치율, 중간수요율, 대외의존도 등의 지표분석을 통해 산업의 특성을 분석하였다. 이후 스포츠산업의 승수분석을 통해 산업간 상호의존관계를 파악하였다. 즉 생산, 부가가치액, 수입 및 고용 그리고 전후방 연관관계를 나타내는 다양한 승수를 수요와 공급 양측면에서 고려하여 분석하였다(이진면 외, 2007).

2. 조사통계사례

현재 문화체육관광관련 산업의 경영 관련된 현황은 대부분 조사를 통해 추정하고 있다. 앞에서 살펴본 대부분의 연구사례는 기여도 조사이기 때문에 해당 산업의 파급효과나 경제효과를 분석하고 있다. 그에 따라 실제 현황과는 다소 차이가 있다.

여기서 사례로 분석하고자 하는 통계는 현재 작성되고 있는 문화체육관광관련 산업 조사통계 중 문화체육관광부에서 매년 작성하고 있는 국가승인통계 4종, 즉 콘텐츠산업통계조사, 광고산업통계조사, 스포츠산업실태조사, 관광사업체기초통계조사이다. 통계조사의 목적, 범위 및 현황에 대해 포괄적으로 정리한다.

〈표 2-8〉 국내 조사통계사례 요약

분야	작성기관	조사통계	본 연구에서 활용한 자료 ¹⁾	산출통계
			조사년도(기준년도)	
콘텐츠 산업	문화체육관광부	콘텐츠산업통계조사	2016년 자료 (2015년 기준조사)	사업체/종사자 매출액/부가가치액 수출액/수입액
광고산업	문화체육관광부	광고산업통계조사	2016년 자료 (2015년 기준조사)	사업체/종사자 매출액 수출액/수입액
스포츠 산업	문화체육관광부	스포츠산업실태조사	2016년 자료 (2015년 기준조사)	사업체/종사자 매출액
관광산업	문화체육관광부	관광사업체 기초통계조사	2016년 자료 (2015년 기준조사)	사업체/종사자 매출액

가. 콘텐츠산업통계조사

1) 조사개요

‘콘텐츠산업통계조사’(승인통계 제11308호)는 2000년부터 콘텐츠산업 분야의 신뢰성 있는 통계자료 확보 및 정책의 합리적 의사결정을 위한 지표를 제공하기 위하여 실시되고 있다.

2015년 기준 ‘콘텐츠산업통계조사’는 한국표준산업분류, 콘텐츠산업 특수분류를 적용하고, 문화산업진흥기본법, 콘텐츠산업진흥법에 근거해 산업 규모를 추정하였다. 산업특수분류체계의 대분류 11개 산업 중 9개 산업(출판, 만화, 음악, 게임, 애니메이션, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠 솔루션)은 실태조사를 통하여 도출하고, 나머지 영화, 방송(방송영상독립제작사 제외) 2개 산업에 대한 조사결과는 타기관의 조사결과를 인용하여 작성하였다(한국콘텐츠진흥원, 2017). 조사개요는 〈표 2-9〉와 같다.

1) 본 연구에서는 각 산업의 통계조사 분석 시, 가장 최신 자료를 토대로 정리하였다.

〈표 2-9〉 콘텐츠산업통계조사 개요

구분	주요내용
작성기관	문화체육관광부
통계종류	일반통계, 조사통계, 가공통계
조사목적	콘텐츠산업 분야의 신뢰성 있는 통계자료 확보 및 콘텐츠산업 정책의 합리적 의사결정을 위한 지표 제공
조사대상	전국의 콘텐츠 관련 사업체
조사주기	매년
조사내용	콘텐츠 관련 사업체의 일반 정보 및 현황, 종사자 현황, 해외거래 현황

자료 : 문화체육관광부(2017), 2016 콘텐츠산업통계조사

2) 통계작성 범위와 현황

2015년 기준 ‘콘텐츠산업통계조사’는 한국표준산업분류와 콘텐츠산업특수분류를 기준으로 11개 대분류, 43개 중분류, 100개 소분류로 구성된 산업특수분류체계로 작성되었다. 2015년 기준 통계조사의 모집단은 콘텐츠산업을 영위하는 전국의 모든 사업체이었다. 통계를 작성할 때, 휴업과 폐업, 업종변경 등이 일어난 사업체의 경우에, 폐업은 제외시키고, 휴업과 업종변경 사업체는 그대로 모집단으로 두어 산출하였다. 그리고 소분류 업종 및 지역별로 배분된 표본 사업체들을 종사자수 순으로 정렬한 후 계통추출방법으로 표본을 추출하였다.

‘콘텐츠산업통계조사’에서는 콘텐츠 산업 영역별로 사업체의 일반 정보, 사업체 현황, 종사자 현황, 해외거래 현황, 응답자 정보 등에 대하여 조사하고 있는데, 정리하면 〈표 2-10〉과 같다. 또한 ‘콘텐츠산업통계조사’에서는 조사결과를 활용하여 사업체 연간 총 매출액, 부가가치액, 연간 총 종사자수, 연간 총 수출입액 등을 파악할 수 있다.

〈표 2-10〉 콘텐츠산업통계조사 세부 조사 항목

구분	주요내용	추정가능지표
사업체 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 연간 총 매출액 - 업종별 매출액 비중 - 부가가치액(경상이익, 인건비, 감가상각비, 순금융비용, 임차료, 조세공과), 납부부가가치액 - 콘텐츠 제작건수, 콘텐츠 제작비용 - 작품제작 비용, 로열티 지출, 마케팅/홍보, 연구개발, 교육훈련, 기타 비용 등 	<ul style="list-style-type: none"> - 부가가치액 - 사업체수
종사자 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 연간 총 종사자수 - 업종별 종사자수 비중 - 고용형태별 성별 종사자수 등 	- 종사자수
해외거래 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 연간 총 수출입액(달러) - 업종별 수출입액 비중 - 업종별 수출입액 권역별 비중 등 	- 수출액

자료 : 문화체육관광부(2017), 2016 콘텐츠산업통계조사

나. 광고산업통계조사

1) 조사개요

‘광고산업통계조사’(승인통계 제11309호)는 광고산업 내 사업체의 매출규모를 파악하고 경제적 가치를 분석하여 광고관련 정책 수립의 기초 자료를 제공하기 위한 조사이다. ‘광고산업통계조사’는 전체, 권역별, 종사자 규모별, 취급액 규모별, 업체 정보별, 사업체 형태별, 사업체 구분별, 설립연도별 결과를 공표하고 있다. 조사개요는 〈표 2-11〉과 같다.

〈표 2-11〉 광고산업통계조사 개요

구분	주요내용
작성기관	문화체육관광부
통계종류	일반통계, 조사통계
조사목적	광고산업 내 사업체의 매출규모를 파악하고 경제적 가치를 분석하여 광고관련 정책수립의 기초자료 제공
조사대상	전국의 광고 관련 사업체
조사주기	매년
조사내용	광고 관련 사업체의 일반 정보, 고용현황, 영업현황 등

자료 : 문화체육관광부(2016c), 2016 광고산업통계조사

2) 통계작성 범위와 현황

‘광고산업통계조사’는 콘텐츠산업 분류 내의 광고 분야를 광고대행업, 광고제작업, 광고전문서비스업, 인쇄업, 온라인광고대행업, 옥외광고업으로 구분하여 조사하고 있다. 단, 신문사방송사 및 온라인 플랫폼 제공업체, 단순 이벤트 업체, 전단지 배부업 및 단순 인쇄업체, 현수막 제작만 하는 사업체, 광고목적이 아닌 일반간판 제작만 하는 사업체는 조사대상에서 제외시킨다.

2015년 기준 ‘광고산업통계조사’에 표본수는 약 1,700개 광고 관련 사업체이었다. 또한 조사대상에 포함되더라도 휴업, 폐업, 중복 사업체, 결번, 타 업종으로 전환되는 사업체는 제외하였다. 표본추출은 사업체를 추출단위로 하고, 종사자수와 취급액을 기준으로 수정절사층화추출법을 적용하여 임의추출방식으로 진행하였다.

2015년 기준 ‘광고산업통계조사’는 해당 사업체의 사업체 정보, 고용현황, 영업현황 등에 대해 조사하였고, 구체적인 내용은 〈표 2-12〉와 같다. 이를 통하여 광고산업의 총 부가가치액, 종사자수, 총 수출입액, 사업체수 등을 파악할 수 있다.

〈표 2-12〉 광고산업통계조사 세부 조사 항목

구분	주요내용	추정가능지표
사업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 기업형태 - 재무제표 - 작성여부 - 사업체 구분 등 	<ul style="list-style-type: none"> - 부가가치액 - 사업체수
고용 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 연간 총 종사자수 - 연령별, 학력별, 직무별, 고용형태별 종사자수 - 채용규모 - 인력운영계획 	<ul style="list-style-type: none"> - 종사자수
영업 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 취급액 및 영업 비용(매출액, 영업 비용, 감가상각비 등) - 분야별 취급액(매출액) 비중 - 광고주(거래처)현황 - 취급액(매출액) 변동 - 광고경기 체감도 - 해외 거래 현황 	<ul style="list-style-type: none"> - 총매출액 - 순수출액

자료 : 문화체육관광부(2016c), 2016 광고산업통계조사

다. 스포츠산업실태조사

1) 조사개요

‘스포츠산업실태조사’(승인통계 제113021호)는 스포츠산업 부문의 현황을 파악하여 관련 분야 정책 수립 및 평가에 활용할 수 있는 기초자료를 구축하고, 국민에게 스포츠산업의 사회적, 경제적 가치를 알리기 위한 목적으로 2009년 기준조사부터 매년 조사를 실시하고 있다. 2015년 기준 ‘스포츠산업실태조사’는 사업체 일반현황, 종사자수, 사업의 종류, 사업 실적, 스포츠산업 비중, 특성항목, 사업체 경영전망 등이 조사항목이다.

〈표 2-13〉 스포츠산업실태조사 개요

구분	주요내용
작성기관	문화체육관광부
통계종류	일반통계, 조사통계
조사목적	스포츠산업 내 사업체의 매출규모를 파악하고 경제적 가치를 분석하여 해당 산업관련 정책수립의 기초자료 제공
조사대상	전국의 스포츠 관련 사업체
조사주기	매년
조사내용	스포츠산업 관련 사업체의 일반 정보, 고용현황, 영업현황 등

자료 : 문화체육관광부(2016d), 2016 스포츠산업실태조사

2) 통계작성 범위와 현황

2015년 기준 ‘스포츠산업실태조사’는 스포츠산업특수분류를 적용하여, 스포츠 활동을 지원하는 시설업, 용품업, 서비스업 3개 대분류, 65개 세세분류로 구성하여 작성되었다. 조사대상은 스포츠산업을 영위하는 종사자 1인 이상의 사업체로, 2015년 기준 조사에서는 약 7,500개 이상의 사업체가 표본이었다.

조사내용은 스포츠산업 관련 사업체의 사업체 정보, 종사자현황, 사업 실적 등이고, 이는 〈표 2-14〉에 제시하였다. 조사를 통해 스포츠 산업의 부가가치액, 종사자수, 수출입액, 사업체수를 파악할 수 있다. 1년 동안의 총 매출액과 매출원가와 판매비, 관리비를 포함한 영업 비용 등을 조사함으로써 실제 영업이익과 스포츠산업의 순이익을 추정을 하였다.

〈표 2-14〉 스포츠산업실태조사 세부 조사 항목

구분	주요내용	추정가능지표
사업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 사업체 일반 사항 - 조직형태 - 사업체 구분 - 자본금 - 사업체 구분(스포츠 물품업, 시설업, 서비스업 등) 	- 사업체수
종사자 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 연간 총 종사자수 - 성별 종사자수 - 고용형태별 종사자수 - 연간 급여액 - 인력충원 현황 	- 종사자수
사업 실적	<ul style="list-style-type: none"> - 매출액(수익액) - 수출액 - 영업 비용(매출원가, 판매비, 관리비) - 영업이익 - 스포츠산업 비중(내수 매출액 비중, 수출매출액 비중) - 사업체 경영전망 	<ul style="list-style-type: none"> - 부가가치 - 수출액

자료 : 문화체육관광부(2016d), 2016 스포츠산업실태조사

라. 관광사업체기초통계조사

1) 조사개요

‘관광사업체기초통계조사’(승인통계 제113017호)는 관광산업활동과 관련된 각종 정책의 수립 및 평가, 기업의 경영계획 수립, 학계 및 연구소 등의 학술연구 활성화를 위한 기초자료를 제공하는데(문화체육관광부, 2016a) 조사의 목적이 있다.

2015년 기준 ‘관광사업체기초통계조사’는 공통 항목조사와 업종별 특수 항목 조사 등 2개 부분으로 구분하여 진행되었다. 공통 항목은 일반현황, 사업체 현황, 고용 현황, 재무 현황 등에 관한 것이었다. 업종별 특수 항목은 각 7개 업종(여행업, 관광숙박업, 관광객 이용시설업, 국제회의업, 카지노업, 유원시설업, 관광 편의시설업)의 매출액, 이용객 수, 시설 및 운영

등 현황에 관한 것이었다. 2015년 기준 조사개요는 <표 2-15>와 같다.

〈표 2-15〉 관광사업체기초통계조사 개요

구분	주요내용
작성기관	문화체육관광부
통계종류	일반통계, 조사통계
조사목적	관광산업활동과 관련된 각종 정책의 수립 및 평가, 기업의 경영계획 수립, 학계 및 연구소 등의 학술연구 활성화를 위한 기초자료를 제공
조사대상	「관광진흥법」에 근거하여 등록허가신고지정된 모든 관광사업체
조사주기	매년
조사내용	일반 현황, 사업체 현황, 고용현황, 재무현황, 업종별 특수 항목

자료 : 문화체육관광부(2016a), 2015 관광사업체기초통계조사

2) 통계작성 범위와 현황

2007년 시범조사를 시작으로 2015년 기준 ‘관광사업체기초통계조사’는 「관광진흥법」에 근거하여 등록허가신고지정된 모든 관광사업체를 조사대상으로 하였다. 2015년 기준 ‘관광사업체기초통계조사’는 휴업, 폐업, 단순 중복등록, 업종 변경 등을 제외하고 약 3,700개 사업체를 표본으로 하였다. 표본추출은 각 업종별 시/도, 시/군/구, 읍/면/동, 세부주소를 기준으로 정렬한 후 계통추출법을 이용하여 사업체를 추출하였다.

2015년 기준 ‘관광사업체기초통계조사’는 사업체의 일반 현황, 사업체 현황, 고용현황, 재무현황 등이 주요 조사내용이었다. 이를 <표 2-16>에 제시하였다. 조사 결과를 활용하여 사업체들의 총매출액, 종사자수, 사업체수를 파악할 수 있다. ‘관광사업체기초통계조사’에서 총매출액은 조사하고 있지만 중간소비액이나 인건비, 감가상각 등의 중간비용에 대하여 조사하고 있지 않기 때문에 부가가치에 대한 추정이 어렵다. 또한 관광산업의 특성상 수출입 항목은 조사하지 않는다.²⁾

2) 관광산업에서의 수출입은 사람의 이동이 포함되기 때문에, 수출입에 대한 부분은 출입국자의 소비 지출액을 별도로 분석해야 한다.

〈표 2-16〉 관광사업체기초통계조사 세부 조사 항목

구분	주요내용	추정가능지표
일반현황	<ul style="list-style-type: none"> - 업종분류 - 업종등록현황 - 사업체개요 - 조직형태 - 회계년도 	
사업체현황	<ul style="list-style-type: none"> - 사업체구분 - 영업현황 - 건물연면적 - 편의시설연면적 	- 사업체수
고용현황	<ul style="list-style-type: none"> - 종사자수(고용형태별, 연령별, 학력별) - 이직자수 	- 종사자수
재무현황	<ul style="list-style-type: none"> - 연간투자비 - 자본금 - 매출액 	- 총매출액
전자상거래현황	<ul style="list-style-type: none"> - 전자상거래 활용 - 전자상거래 실적 	
자격증보유현황	- 종사원자격증보유현황	

자료 : 문화체육관광부(2016a), 2015 관광사업체기초통계조사

제3절

해외사례

해외사례는 문화체육관광관련 산업의 규모를 추정하여 공표하고 있는 국가들을 세밀하게 검토하고자 한다. 분석하고자 하는 국가는 영국, 캐나다, 미국, 호주이며 각 조사의 조사목적, 산업의 통계적 정의 및 범위를 확인하고, 선정된 지표와 추정방법에 대해 포괄적으로 정리한다.

〈표 2-17〉 해외사례 요약

국가	작성기관	조사통계	산출통계	활용기준
영국	문화미디어스포츠부 (Department for Culture, Media and Sports: DCMS)	문화미디어스포츠 산 업경제추정 (Creative Industries Economic Estimates)	- 부가가치액 - 고용 - 수출액	- 표준산업분류(SIC)
캐나다	캐나다 통계청 (Statistics Canada)	캐나다 문화위성계정 (Canadian Culture Satellite Account)	- 국내총생산 - 고용 - 생산량	- 북아메리카 산업분류 (NAICS) - 북아메리카 상품분류 (NAPCS) - 산업연관표
미국	경제분석국 (Bureau of Economic Analysis: BEA)	예술 및 문화 생산위성 계정 (Arts and Cultural Production Satellite Account)	- 부가가치액 - 생산량 - 고용	- 북아메리카 산업분류 (NAICS) - 산업연관표
호주	국립 문화여가 통계센터 (National Centre for Culture and Recreation Statistics: NCCRS)	호주 문화·여가분류 (Australian Culture and Leisure Classification: ACLC)	- 산업 상품 직 업 분류	- 호주·뉴질랜드표준산 업분류(ANZSIC) - 주상품분류(CPC) - 호주 표준 직업분류 (ASCO)

1. 영국

가. 작성개요

영국 DCMS(Department for Culture, Media and Sports: 문화미디어스포츠부)는 영국 경제에서 문화·미디어·스포츠산업의 경제적 규모를 측정하기 위하여 2016년 8월 ‘문화·미디어·스포츠 산업경제추정(Creative Industries Economic Estimates)’이라는 통계를 생산 및 발표하고 있다. 이 통계는 창조산업, 문화산업, 디지털산업, 카지노산업, 스포츠산업, 통신산업, 관광산업 등 DCMS에서 관장하는 총 7개의 산업의 부가가치액, 고용, 서비스 수출입 그리고 사업체수를 조사한다.

나. 통계적 정의와 범위

영국의 DCMS는 자국 또는 국제적으로 공인된 정의와 범위를 이용하여 통계를 작성하고 있다. 관광산업을 제외한 모든 산업은 표준산업분류 2007 코드(SIC2007, Standard Industrial Classifications)에 근거하여 정의와 범위가 설정된다. ‘문화·미디어·스포츠 산업경제추정(Creative Industries Economic Estimates)’ 통계는 데이터의 작성 원천이 국제적으로 동일하기 때문에 국가 간 비교가 가능하다.

각 산업의 정의는 <표 2-18>과 같다. 창조산업은 지적재산의 창출과 생성을 통한 부와 일자리를 창출할 수 있는 잠재력을 가진 개인적 창의력, 기술, 재능에 기원을 둔 산업으로 정의될 수 있다. 창조산업인지 여부는 산업에서 창조적 업무의 비율 혹은 정도인 ‘창조적 강도(Creative Intensity)’ 기준에 따라 판단된다. 한편, 문화산업은 문화를 목적으로 하는 산업으로 정의될 수 있다. 문화산업의 경우, 국제적 합의가 이뤄지지 않아 영국에서는 표준산업분류를 토대로 UN 정책을 최대한 반영하여 정의하고 있다.

〈표 2-18〉 영국 문화미디어스포츠산업 정의 및 범위

산업구분	정의 및 범위
창조산업	개인의 창조성, 기술 그리고 재능에 기인한 산업이나, 지식재산의 생성과 활용을 통해 부와 일자리 창출 가능성을 가진 산업
문화산업	산업 중심이 문화를 목적으로 하는 산업
디지털산업	유엔의 국제표준산업분류체계를 이용하여 OECD에서 개발된 정의와 범위를 이용
카지노(도박)산업	도박과 돈을 거는 활동으로 정의하며 국제기준과 일치하는 분류체계 적용
스포츠산업	스포츠광고, 스포츠관련 건축 등 스포츠를 주로 다루는 표준산업분류의 4자리
통신산업	국제적으로 일치하는 통신의 정의와 일치하며, 분류체계도 동일
관광산업	소비자가 관광객인지 거주자인지에 따라 구별되므로 전통적인 산업과는 다르며, UN국제 관광 통계 권고 2008(UN International Recommendations for Tourism Statistics 2008)의 정의와 산출방법을 따름

다. 추정방법

1) 부가가치액(Gross Value Added: GVA)

부가가치액은 영국 통계청(ONS)의 산업연관표(Input-Output Supply and Use Tables), 가장 최근 분기별 국가계정, 연간 사업체 조사(Annual Business Survey: ABS), 부처 간 사업자에 등록된(Inter-departmental Business Register: IDBR) 사업체조사 등의 데이터를 활용하여 산출되었다. 이때, 사업체 분류는 표준산업분류에 따른다.

관광산업의 경우, 부가가치액에 대한 정의 및 범위는 ‘2008 관광통계를 위한 UN 국제 권고(UN International Recommendations for Tourism Statistics 2008)’에서 제시한 관광위성계정 작성체계를 적용하여 산출하였다.

부가가치액을 추정하는 방법은 다음과 같다.

- ① 산업연관표에서 DCMS 관련 표준산업분류 코드를 찾는다.
- ② DCMS에서 사용하는 표준산업분류코드보다 보다 상위단계인 산업연관표에서 DCMS 분류체계와 연관된 표준산업분류 코드를 찾은

후, ABS 비중을 산출하여 부가가치액을 추정한다.

부가가치액을 산출할 때, DCMS에서 관장하는 총 7개의 산업 간 여러 부문에서 중복이 발생할 수 있다. 가령 창조 산업과 디지털 산업의 일부 부문은 중복된다. 이 때 개별 산업은 각각의 분류에 맞도록 산출하고, 전체 문화미디어스포츠산업은 개별 분류체계를 합산하여 중복으로 계산되는 것을 피한다.

관광산업의 경우, 관광위성계정의 모든 문화 활동이 다른 문화미디어스포츠산업에 포함되기 때문에 각 산업별로 관광의 비중을 사용하여 부가가치액을 산출하였다. 따라서 각 산업의 부가가치액의 합은 문화미디어스포츠산업 전체보다 값이 크게 되지만, 문화미디어스포츠산업 전체를 추정할 때는 중복되어 산출되는 부문은 없게 된다.

2) 고용(Employment)

‘문화미디어스포츠 산업경제추정(Creative Industries Economic Estimates)’의 고용은 업종과 상관없이 문화미디어스포츠산업에서 종사하는 직업으로 주업(First Occupation)과 부업(Second Occupation) 모두를 포함한다. 또한 직업 수를 산출하기 위해서 고용자와 자영업자 모두 추정한다. 노동력조사(Labour Force Survey: LFS)에서 파생된 연간 인구통계(Annual Population Survey: APS) 데이터 자료를 활용하여 고용통계를 산출하였다. 직업은 표준직업분류 2010 코드(SOC2010, Standard Occupational Classifications)에 의해 정의하였다.

고용통계를 작성하기 위한 절차는 다음과 같다.

- ① 고용자인지 자영업자인지를 구분한다.
- ② 주업과 부업 중 문화미디어스포츠산업에서 일한 것이 맞는지를 확인한다.
- ③ 조사가중치를 적용하여 통계를 추정한다.

고용통계는 부가가치액을 산출하였던 방법과 동일하게, 개별 산업간 중복부문이 없는지를 확인하여 각 산업별 통계, 문화미디어·스포츠산업 전체 통계가 산출되도록 추정한다.

3) 서비스의 수입과 수출(Imports and Exports of Services)

‘문화미디어·스포츠 산업경제추정(Creative Industries Economic Estimates)’에는 재화(goods)의 수출입은 추정되지 않고, 서비스의 수출입은 포함되어 현재가치로 추정되고 있다. 추정에 사용하는 데이터는 ‘서비스 관련 국가 간 무역조사(International Trade in Services: ITIS)’ 데이터이다. 이때, 표준산업분류(SIC) 코드에 속한 조직만으로 한정하여 조사한다. 한편 관광산업의 경우, 서비스의 수출입은 ‘국제여객조사(International Passenger Survey: IPS)’에 근거하여 산출되고 있다.

서비스의 수출입을 추정하기 위한 절차는 다음과 같다.

- ① 문화미디어·스포츠산업 중 하나에 속하는 SIC 코드에 속하는 조직만으로 한정하여 데이터를 선별한다.
- ② 사업체의 민감한 정보가 공개되지 않도록 서비스별로 통계를 산출한다.
- ③ 표준산업 코드별로 발견된 데이터를 각 산업별과 전체 문화미디어·스포츠산업의 값으로 집계한다.

관광산업의 경우, 수출은 해외거주자가 영국을 방문하는 동안 지출하는 비용과 동일하고, 수입은 거주자가 해외에 나가서 지출하는 비용과 동일하다는 가정 하에 추정된다. 따라서 관광산업의 수출입은 서비스와 재화를 모두 포함하고, 다른 산업의 추정값과 직접적인 비교는 할 수 없다.

4) 사업체(Enterprise)

사업체수를 추정하기 위해 사용되는 데이터는 연간 사업체 조사(ABS) 자료이며, 다음과 같은 순서로 사업체 통계를 추정한다.

- ① 연간 사업체 조사(ABS) 자료에서 문화미디어스포츠산업 관련 표준산업분류 코드를 확인한다.
- ② 산출된 통계를 산업별 또는 문화미디어스포츠산업 전체로 집계하여 추정한다.

2. 캐나다

가. 작성개요

캐나다 통계청(Canadian Statistics)은 2010년 ‘캐나다 문화위성계정(Canadian Culture Satellite Account: CSA)’ 연구보고서를 발표하였다. 이는 문화스포츠의 경제적 중요성을 인식하고, 문화스포츠 상품 및 서비스의 가치를 추정하여 캐나다 경제에서 문화의 경제적 공헌도를 측정하기 위한 것이다. ‘캐나다 문화위성계정(CSA)’는 국내총생산(Gross Domestic Product: GDP), 고용(Employment), 생산량(Output)을 산출한다.

‘캐나다 문화위성계정(CSA)’는 캐나다 문화통계체계(2011 Canadian Framework for Culture Statistics: CFCS)와 캐나다 국가계정시스템(2011 Canadian System of National Accounts: CSNA) 두 체계의 산물이다. 캐나다 문화통계체계(CFCS)는 문화 경제활동의 개념 및 정의, 원리를 제공하고, 캐나다 국가계정시스템(CSNA)는 추정을 위한 데이터와 방법을 제공한다. 이를 통해 거시적 지표로 다른 산업과 활동의 비교, 국제적 비교가 가능해 종합적인 접근이 가능해졌다. 문화스포츠 추정은

상호배타적이라는 점을 전제한다.

나. 통계적 정의와 범위

‘캐나다 문화위성계정(CSA)’의 문화스포츠 산업 및 분야 정의 및 주요 개념은 국가계정시스템(CSNA)과 완전히 일치하고 이는 분석적 비교를 가능하게 한다. ‘캐나다 문화위성계정(CSA)’에 따르면, 문화란 창조적 예술 활동, 그것에 의해 생산되는 재화와 서비스 그리고 문화유산의 보존으로 정의된다. 스포츠란 경쟁 혹은 재미를 목적으로 여가시간에 추구하는 개인 및 집단의 활동을 말한다. 전문가, 준전문가, 아마추어 스포츠클럽, 개인 운동선수의 스포츠 활동의 참가를 포함한 오락 스포츠 및 육체적 활동을 의미한다.

CSA에서 사용하는 기준분류체계는 북아메리카산업분류(2007 North American Industrial Classification System: NAICS)와 북아메리카 상품분류체계(2007 North American Product Classification System: NAPCS)로 이루어져있고, 이 분류체계를 적용하여 문화스포츠산업을 정의한다.

‘캐나다 문화위성계정(CSA)’에서는 통계작성은 문화산업의 GDP, 문화 GDP, 문화산업의 고용, 문화 종사자, 스포츠산업의 GDP, 스포츠 GDP, 스포츠산업의 고용, 스포츠 종사자로, 산업분야별로 GDP와 고용으로 나눠 보다 세분화하여 정의하고 있다.

그리고 CSA는 캐나다 문화통계체계(CFCS)의 창조적 가치사슬이라는 개념을 적용하여 문화스포츠 활동을 ‘창조, 개발, 제조, 분배, 생성되는 단계의 연속’으로 보고 산업의 범위를 확장·적용시켰다. 이를 정리하면 <표 2-19>, <표 2-20>과 같다.

〈표 2-19〉 문화 산업 : CFCS 적용한 CSA 범위

문화 산업 범위					
문화 범위					
A. 문화유산 및 도서관	B. 라이브 공연	C. 시각 예술	D. 글 및 출판	E. 시청각, 양방향 미디어	F. 녹음
주요 문화 하위범위					
1. 공문서 (기록보관소)	1. 공연예술	1. 독창적 시각 예술	1. 책	1. 영화와 비디오	1. 녹음
2. 도서관	2. 축제와 기념 행사	2. 예술 재생산	2. 간행물	2. 방송	2. 음악 출판
3. 문화유산	—	3. 사진	3. 신문	3. 대화형 매체	—
4. 자연유산	—	4. 공예	4. 다른 출판물	—	—
부수적인 문화 하위범위					
—	—	5. 광고	5. 수집된 정보	—	—
—	—	6. 건축	—	—	—
—	—	7. 디자인	—	—	—
—	—	—	8. 다양한 하위 범위	—	—
확장 범위(Transversal domains)					
G. 교육과 훈련					
H. 거버넌스, 재정과 전문적 지원					
다양한 범위					
하나 이상의 하위범위를 포함하고, 하나의 범위에 할당 되어질 준비가 되어 있지 않음					
① 제조업, 광자기 매체 재생산					
② 인터넷 출판 및 방송, 웹 검색 포털					
③ 비 재정적 무형자산(저작권 보호를 받는 작업은 제외)의 임대인					

자료 : Statistics Canada(2014), Canadian Culture Satellite Account, 2010

〈표 2-20〉 스포츠 산업 : CFCS 적용한 CSA 범위

스포츠 산업 범위	
스포츠 범위	
조직화된 스포츠	스포츠 이벤트의 주체를 포함한 팀 또는 조직화된 스포츠 활동(아마추어, 전문가)
일상 스포츠	오락 스포츠 및 육체 활동(에어로빅, 자전거, 배드민턴, 골프, 걷기, 조깅, 승마, 조정, 스케이팅, 스키, 수영, 테니스 등)
확장 범위(Transversal domains)	
교육 및 훈련	—
거버넌스, 재정, 전문적 지원	—

주 : Statistics Canada(2014), Canadian Culture Satellite Account, 2010

다. 추정방법

문화스포츠산업을 추정하는 방법은 다음과 같다. 추정에 앞서 문화스포츠산업의 추정은 상호배타적이라는 점을 전제한다. 또한 문화스포츠산업의 산업과 상품을 추정하는 과정은 유사하다.

- ① 기준분류체계의 정의를 적용하여 문화스포츠산업을 정의한다.
- ② 캐나다 투입산출표(Input-Output Table) 코드와 기준분류체계 간 일관성을 확인한다.
- ③ 각 산업별 산업, 상품의 국내총생산, 고용을 추정한다.

여기서, 캐나다 산업연관표-투입산출표(I-O Table)은 산업적 차원과 상품적 차원으로 각각 분류된다. 산업코드(Input-Output Industry Classification: IOIC) 분류는 정의하기가 너무 넓고, 비산업을 포함하고 있기 때문에 산업코드와 북아메리카산업분류 간의 산업을 분리하는 작업이 필요하다. 상품을 추정할 때도 상품코드(Input-Output Commodity Classification: IOCC)와 북아메리카상품분류체계를 분리한다. 이후 각 산업별 산업적, 상품적 차원의 국내총생산, 고용, 생산량을 추출한 후 비교한다.

3. 미국

가. 작성개요

미국 상무부 산하의 경제분석국(Bureau of Economic Analysis: BEA)은 미국 경제가 생산하는 재화, 수출입 등을 측정하는 계정 시스템을 제공하고 있다. 경제분석국(BEA)에서 제공하는 국민소득과 상품계정(National Income and Product Accounts: NIPAs)은 국내총생산

(GDP), 개인 소비지출(Personal Consumption Expenditures: PCE)이 있다. 또한 경제분석국(BEA)의 산업계정은 산업에서 재화와 서비스의 생산을 측정하고 분석하는 체제를 제공한다.

그러나 이들 계정을 통해 얻는 정보만으로는 예술 및 문화 분야를 파악하는데 한계가 있다. 그래서 경제분석국(BEA)은 예술 및 문화 상품과 서비스 생산의 세부사항을 이끌어낼 수 있도록 ‘예술 및 문화 생산위성계정(Arts and Cultural Production Satellite Account: ACPSA)’을 개발하였다.

‘예술 및 문화 생산위성계정(ACPSA)’은 미국 인구통계국(U.S. Census Bureau)와 미국 노동통계국(U.S. Bureau of Labor Statistics), 비정부의 주요 데이터 자원을 활용하고, 북아메리카산업분류(NAICS) 기준으로 분류하여 부가가치(Value Added), 고용(Employment)을 산출한다.

나. 통계적 정의와 범위

예술과 문화 부문은 부분적으로 관련된 다양한 산업에 포함된다. 이러한 산업에 의해 생산된 전체 부가가치액을 통계에 포함시키는 것은 예술과 문화의 경제적 가치를 부당하게 과대 추정하게 하며, 산업 전체를 제외하면 과소추정을 초래한다. 이 문제를 바로 잡기 위해 ‘예술 및 문화 생산위성계정(ACPSA)’에는 예술 및 문화에 관련된 생산 분담만을 포함시킨다.

‘예술 및 문화 생산위성계정(ACPSA)’의 산업은 핵심 범위, 응용예술 및 디자인 서비스 범위, 확장범위 등 세 가지 범위로 나뉘며, 이는 <표 2-21>과 같다.

〈표 2-21〉 예술 및 문화 생산위성계정(ACPSA)의 산업구분

구분		하위 범위
핵심 범위	박물관, 도서관 및 문화센터	박물관, 도서관 및 기록 보관소(정부 운영 도서관 포함), 식물원 및 동물원, 자연공원 등
	라이브 공연과 음악	음악, 무용, 연극단체와 같은 공연예술 회사, 음원 녹음, 악기 제작 및 음악 상점 등 음악을 지원하는 상품 및 서비스
	시각 예술	도자기와 유리, 보석 및 은 제품, 맞춤형 건축 목공예품, 꽃집, 카메라 및 사진용품 상점, 납 연필, 미술품 및 사진 장비와 같은 시각예술(즉, 창조적인 사슬)을 지원하는 상품
	출판	인쇄 지원활동 및 문서 작업
	시청각 및 양방향 미디어	영화 제작 및 방송
응용예술 및 디자인 서비스 범위	인테리어 디자인	-
	산업 디자인	-
	그래픽 디자인	-
	기타 디자인	보석 및 모피 디자인 등
확장 범위	교육 서비스	순수미술, 공연예술, 대학(예: 그래픽 디자인) 학과 및 예술학교
	행정 자금 지원 및 전문 서비스	예술관련 프로모터 및 에이전트, 예술관련 조직 및 노동조합, 정부가 운영하는 박물관 및 공원
	인프라	건설 부문, 특히 박물관 및 도서관과 같은 새로운 교육 시설과 관련된 건축물뿐만 아니라 예술과 관련된 오락 및 오락시설(예: 극장, 공연예술 센터)

주 : NEA(2013), Nea guide to the U.S. arts and cultural production satellite account

‘예술 및 문화 생산위성계정(ACPSA)’은 산업 생산량(Industry Output)과 그와 밀접한 관련이 있는 부가가치(VA) 통계를 생산한다. 산업 생산량은 산업에서 생산되는 재화와 서비스의 시장가치를 의미하며, 판매 및 기타 운영 수입, 상품세 및 재고 변동 사항을 포함한다. 반면 부가가치액은 산업 생산량에서 중간투입(즉, 에너지, 원자재, 반제품 및 구매 서비스)을 뺀 값으로, 산업의 국가 GDP에 대한 기여도를 말한다. 또한, 예술 및 문화 산업 고용 및 임금도 추정한다.

다. 추정방법

예술 및 문화 산업을 추정하는 방법은 다음과 같다.

- ① 인구통계국(U.S. Census Bureau)와 노동통계국(U.S. Bureau of Labor Statistics), 비정부의 주요 데이터 자원을 활용한다.
- ② 북아메리카산업분류(NAICS) 기준으로 예술문화산업을 분류한다.
- ③ 투입산출계정(I-O Account)로 산업 생산량, 부가가치액, 고용을 추정한다.

경제분석국(BEA)의 국민소득과 상품계정(National Income and Product Accounts: NIPAs)에서 활용하는 광범위한 데이터, 특히 인구통계국과 노동통계국에서 작성된 데이터를 주요 데이터로 활용한다. <표 2-22>는 이를 구체적으로 설명한 표이다.

〈표 2-22〉 예술 및 문화 생산위성계정(ACPSA) 데이터 자원

구분	데이터
인구통계국	경제인구통계국, 서비스 연례 조사(SAS), 비 고용주 통계, 국세 조사
노동통계국	분기별 고용 임금 인구조사, 소비자 지출 조사, LM-2 보고서
비정부	McGraw Hill Construction, Work-on-the Boards Survey 및 Panel 등

주 : NEA(2013), Nea guide to the U.S. arts and cultural production satellite account

북아메리카산업분류(NAICS) 기준으로 삼고, 재화와 서비스를 생산하는 과정에서 유사성에 따라 사업체를 산업에 계층적으로 분류한다. 그리고 투입산출계정(I-O Account)으로 통계를 생산한다. ‘예술 및 문화 생산위성계정(ACPSA)’에서 투입산출계정(I-O Account)은 생산과정에서 산업 간의 재화와 서비스의 흐름을 추적하고, 미국 경제에서 생산자와 소비자 사이의 상호의존성을 보여준다.

4. 호주

가. 작성개요

호주는 집중형 통계제도를 채택하여 통계작성기관인 호주 통계청(Australian Bureau of Statistics: ABS)에서 모든 통계를 총괄적으로 작성하여 공급한다. 호주 통계청(ABS)의 주요 통계는 경제, 산업, 인구, 노동, 환경, 보건 통계 등이다. 1991년 호주는 ‘국립 문화여가 통계센터(National Centre for Culture and Recreation Statistics: NCCRS)’를 설립하여, 문화와 여가 관련 자료 수집 및 분석, 통계 작성 등의 업무를 일임하고 있다.

특히, 2001년부터 국립 문화여가 통계센터(NCCRS)에서는 ‘호주 문화·여가분류(Australian Culture and Leisure Classification: ACLC)’를 작성하고 있는데 이는 현재 호주의 문화통계 관련 표준기준이다. 호주 문화·여가분류(ACLC)는 표준분류체계와의 연관성을 확보하고, 종합적인 문화 정책을 수립·시행하기 위해 실시되었다. 이를 정리하면, 호주는 하나의 작성기관(ABS, NCCRS)에서 체계적인 분류기준(ACLC)을 갖고 문화여가(스포츠)를 산업적으로 접근하고 있는 것이다.

나. 통계적 정의와 범위

호주 문화·여가분류(ACLC)에서 정의하고 있는 문화와 여가(스포츠)는 즐거움 및 휴식, 예술적 표현, 스포츠 기술 활용, 문화적 의미 반영 등을 촉진하는 실제적인 활동을 말한다. 또한 문화·여가 산업이란 문화 및 여가 상품과 서비스를 생산 또는 제공하는 것을 주요 목적으로 하는 산업으로, 상업적 또는 보조금을 받는 기관, 정부기관, 비영리 조직 또는 단체, 개인 영업소와 같은 모든 종류의 사업이 이에 포함된다.

호주 문화·여가분류(ACLC)는 문화여가 산업을 산업, 상품, 직업으로

분류하고, 이를 표준분류체계와 연계시키고 있다. 즉, 호주 문화·여가분류(ACLC)를 호주뉴질랜드표준산업분류(Austrian and New Zealand Standard Industrial Classification: ANZSIC), 주상품분류(Central Product Classification: CPC), 호주표준직업분류(Austrian Standard Classification of Occupations: ASCO)와 연계시켜 작성하고 있는 것이다.

문화·여가 산업 분류(ACLC Industry Classification)는 구분(Division), 군(Group), 부류(Class) 세 수준으로 계층화하여 제시하고 있다. 문화유산(Heritage), 예술(Arts), 스포츠 및 체육 오락(Sports & physical recreation), 기타 문화 및 여가(Other culture & leisure) 총 4개로 구분하고, 하위 수준의 22개 군, 78개의 부류로 분류하였다.

〈표 2-23〉 문화·여가 산업 분류(ACLC Industry Classification)

범위	수준			
	구분		군	부류
산업	문화유산	호주와 기타 국가들의 역사적, 심미적, 과학적, 자연적 또는 사회적으로 중요한 장소와 유물을 관리하는 산업이며, 골동품이나 수집가치가 있는 물품을 복원하여 판매하는 산업도 포함	3	8
	예술	문학, 라디오, TV, 영화, 디지털 콘텐츠, 비주얼 아트, 공예, 디자인, 음악, 퍼포먼스 아트와 관련된 상품이나 서비스를 판매하거나, 창조 또는 제조를 주된 목적으로 하는 산업	7	39
	스포츠 & 체육 오락	스포츠 및 체육 오락과 연관된 서비스를 제공하는 산업으로 코칭과 교육 서비스가 포함되며, 관련 상품의 도·소매, 제조하는 사업체도 포함	4	10
	기타 문화 & 여가	산업분류에는 포함되지 않지만 문화와 여가활동의 범위 내에서 지원 서비스를 제공하는 산업	8	21
총(개)	4		22	78

주 : 한국문화관광정책연구원(2004), 캐나다와 호주의 문화통계 생산체계 연구 & <http://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/Latestproducts/8519B1F6EA93EDFCCA257D240011D09E?opendocument> 참조

문화·여가 상품 분류(ACLC Product Classification)은 군(Group), 부류(Class) 두 수준으로 계층화하여, 26개 군과 243개의 부류를 제시하고 있다.

〈표 2-24〉 문화·여가 상품 분류(ACLC Product Classification)

범위	수준	
	군	부류
상품	문화유산 서비스/예술가 및 문화 교육 서비스/ 서적, 잡지, 신문 및 기타 인쇄물, 온라인 콘텐츠/ 시청각 및 관련 서비스/오디오, 비디오 미디어 및 온라인 콘텐츠/ 라디오와 TV수신기 및 사운드 또는 비디오 녹화 및 복사 장비/ 정보 제공 서비스/사진 서비스/노출된 사진과 영화 매체, 예술작품/ 건축, 디자인 및 광고 서비스/악기 및 기타 공연예술 장비/ 공연예술과 기타 라이브 공연 공연 및 프로모션 서비스/ 살아있는 동물/스포츠 및 체육 오락 서비스/ 오락 또는 스포츠 관객을 위해 사용되는 장비/ 스포츠, 체육 오락 및 캠핑 장비/스포츠 및 오락 차량/ 분류되지 않은 놀이기구 및 여가 서비스/ 완구와 게임 및 박람회장 놀이기구/식음료 서빙 서비스/ 지역사회 서비스/야외 여가 서비스/사진장비 및 용품/ 문화·여가 용품 임대/기타 문화·여가 서비스/문화·여가 장소 및 시설	-
총(개)	26	243

주 : 한국문화관광정책연구원(2004), 캐나다와 호주의 문화통계 생산체계 연구 & <http://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/Latestproducts/8519B1F6EA93EDFCCA257D240011D09E?opendocument> 참조

문화·여가 직업 분류(ACLC Occupation Classification)은 문화·여가(스포츠)의 창의적인 활동, 문화·여가를 경험할 수 있게 하는 직업 등을 포함한 유·무급의 업무를 말한다. 5단계³⁾의 호주표준직업분류(ASCO)를 문화·여가분류(ACLC)에서는 간결하게 정리하여, 8개 군과 165개의 직종(Occupation) 부류로 나누었다.

〈표 2-25〉 문화·여가 직업 분류(ACLC Occupation Classification)

범위	수준	
	군	부류
직업	관리자/전문가/기술자와 사업 종사자/지역사회 및 개인 서비스 종사자/ 사무 및 행정직원/영업사원/기계 운영자 및 기술자/노동자	-
총(개)	8	165

주 : 한국문화관광정책연구원(2004), 캐나다와 호주의 문화통계 생산체계 연구 & <http://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/Latestproducts/8519B1F6EA93EDFCCA257D240011D09E?opendocument> 참조

3) 호주표준직업분류(ASCO)는 Major Group(8개) > Sub-Major Group(43개) > Minor Group(97개) > Unit Group(358개) > Occupation(1,023개)의 계층적 구조로 분류하고 있음

다. 추정방법

문화·여가분류(ACLC)를 활용해 산업의 경제적 기여도를 추정하는 순서는 다음과 같다.

- ① 표준분류체계를 토대로 문화·여가 산업을 정의한다.
- ② 표준분류체계와 비교하여 각 산업, 상품, 직업별 범위에 따라 계층적으로 분류한다.
- ③ 문화·여가분류(ACLC)를 관련 통계작성의 기초자료로 활용하여 국내총생산, 부가가치액 등을 추정한다.

공급위주의 호주·뉴질랜드표준산업분류(ANZSIC)와 달리 문화·여가 산업분류는 활동 및 목적으로 기반으로 모집단을 설정하기 때문에, 재화와 서비스를 생산하는 사업체 및 지원 사업체도 분류에 포함된다. 이 같은 표준분류체계와 비교하는 작업을 한다. 또한 각 범위 간 분류기준의 차이도 확인한다. 가령 문화·여가분류(ACLC) 산업 범위에서는 주된 활동이 문화·여가 활동이어야 분류에 포함시키지만, 상품 범위의 경우는 주된 용도가 벗어나도 분류에 포함된다.

문화·여가분류(ACLC)는 산업, 상품, 직업을 분류한 것이기 때문에 문화·여가(스포츠) 통계작성의 기초자료로 활용될 수 있다. 즉 ‘문화 및 창조활동 위성계정(Cultural and Creative Activity Satellite Accounts)’과 같은 호주국가계정(Australian National Accounts: ANA)에 기초자료로 활용될 수 있는 것이다.

제4절

소결

국내외 사례분석은 세 가지 관점에서 살펴보았다. 해당 통계의 개요, 통계 작성 기준과 범위, 규모 추정을 위해 제시한 지표와 산출방법이 그것이다. 본 절에서는 세 가지 관점에서 살펴본 사례분석을 통해 통계작성의 기준과 범위를 선정하고, 규모 추정을 위해 사용한 지표와 지표를 작성하는 방법을 파악하고자 하였다.

규모 추정을 위해 사용한 기준과 통계 작성범위는 범위는 <표 2-26>에 제시하였다. <표 2-26>을 보면 국내사례는 모두 한국표준산업분류체계를 근간으로 하고 있다. 산업특수분류가 있는 산업의 경우에는 산업특수분류를 이용하여 세분화된 결과를 도출하고 있다. 해외사례의 경우는 모두 표준산업분류체계를 따르고 있다. 위성계정체계도 국민계정체계를 따르고 있기 때문에 표준산업분류를 근간으로 하고 있다. 즉, 공식적으로 사용하고 있는 통계는 모두 표준산업분류체계를 따르고 있다고 할 수 있다.

지표들을 살펴보면, 대부분 사례에서 매출액, 부가가치액, 고용, 사업체수를 제시하였다. 물론 세부지표들에 있어서는 차이는 있다. 그러나 국가산업규모 대비 해당 산업의 규모를 비교하기 위한 부가가치액과 국가생산 대비 해당 산업생산량을 비교하기 위한 매출액, 고용정도를 파악할 수 있는 종사자수, 산업에 종사하는 사업체수 등을 대체적으로 제시하고 있는 것을 알 수 있다.

국내사례 연구보고서를 살펴보면 거의 산업연관표를 적용하여 분석하고 있다. 이는 기여도 또는 파급효과 등의 효과분석을 한 연구보고서만의 사례를 살펴보았기 때문으로 오인할 수 있지만, 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업의 규모를 추정하기 위한 연구가 없기 때문이기도 하다.

〈표 2-26〉 사례분석에서 규모 추정의 기준과 범위

구분		사례분석 대상	기준	통계작성범위
국내	연구	한국의 저작권산업 경제적 기여도 조사	저작권산업특수분류 (한국표준산업분류 연계)	통계청 조사자료 활용하여 저작권산업 특수분류에 해당하는 값을 집계하여 산출
		콘텐츠산업의 경제효과 분석	콘텐츠산업특수분류 (산업연관표 연계)	콘텐츠산업통계 값을 산업연관표와 연 계하여 산출
		관광산업의 경제 효과분석	관광산업특수분류, 국제관광표준분류 (산업연관표 연계)	관광산업의 공급과 수요측면에서 작성 하였으며, 공급은 사업체, 수요는 관광 객의 소비를 산업연관표와 연계하여 산출
		문화관광스포츠 산업의 경제효과 분석	한국표준산업분류 (산업연관표 연계)	산업연관표를 연계하여 분석
	통계 조사	콘텐츠산업통계조사	콘텐츠산업특수분류 (표준산업분류와 연계)	전국의 콘텐츠산업에 종사하는 사업체 대상으로 조사한 후 추정
		광고산업통계조사	콘텐츠산업특수분류 내 광고산업분류	전국의 광고산업 관련 사업체 대상으로 조사한 후 추정
		스포츠산업실태조사	스포츠산업특수분류	전국의 스포츠 관련 사업체 대상으로 조사한 후 추정
		관광사업체 기초통계조사	관광진흥법상에 의한 분류	「관광진흥법」에 근거하여 등록허가 신고·지정된 모든 관광사업체 대상으로 조사한 후 추정
해외	문화미디어스포츠 산업 경제추정	영국표준산업분류	공식 조사통계를 이용하여 집계하며, 일부 통계는 산업연관표와 연계하여 추정	
	캐나다 문화위성계정	북아메리카 표준산업분류	북미표준산업분류와 산업연관표 산업 코드를 연계하여 문화위성계정에 맞춰 추정	
	예술 및 문화 생산위성계정	북아메리카 표준산업분류	예술과 문화의 생산위성계정 체계에서 추정	
	호주 문화·여가 산업통계	호주뉴질랜드 표준산업분류	조사를 통한 추정	

해외사례 중 영국사례는 문화체육관광산업의 규모 추정에 모범적인 사례이다. DCMS(문화미디어스포츠부)는 우리나라의 문화체육관광부와 거의 비슷한 영역을 맡고 있으며, 문화·디지털·스포츠 산업의 포괄범위

역시 문화체육관광산업의 영역과 거의 같다. 영국은 모든 통계를 국가 공식 통계조사 자료를 이용하고 있고, 부가가치액만 산업연관표를 적용하여 산출하고 나머지는 조사통계의 가중값을 통하여 추정하여 제시하고 있다.

특히 영국사례에서 주목하여야 하는 것은 개별 산업 간의 중복되는 영역이 있다는 것을 고려하여 추정값을 전체와 개별 산업 간을 별도로 제시하고 있다. 또한 개별 산업의 합은 전체 산업의 실제값보다 크다는 것을 설명하고 있다. 문화체육관광산업 역시 산업들 간의 중복되는 영역이 있어⁴⁾ 이를 고려하여 추정하는 방안을 제시하여야 한다.

사례분석을 통해 본 연구에서 다뤄야 할 것을 정리하면 우선, 문화체육관광산업의 정의와 범위를 제시하여 명확한 규모 추정의 영역을 제시해야 한다는 것이다. 범위를 구분하는 분류의 기준은 당연히 표준산업분류가 근간이 되어야 한다고 제시하고 있다. 둘째, 규모 추정을 위해 제시하는 지표인데 대부분이 매출액, 부가가치액, 종사자수, 사업체수를 제시하고 있어, 이들을 우선적으로 추정하는 방법을 살펴보고 추정할 필요가 있다는 것이다. 셋째, 문화체육관광산업 전체를 추정하기 위해서는 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업의 중복되는 영역을 고려하여 개별 지표와 전체지표를 같이 추정하여야 한다는 것이다.

따라서 본 연구에서는 정의와 범위를 정하고 지표 산출방안을 제시한 후, 중복되는 부분을 고려하여 문화체육관광산업 규모 추정을 방안을 제시하는 순으로 진행하도록 한다.

4) 산업간의 중복은 제5장에서 다루도록 한다.

제3장 ●●

문화체육관광산업의 정의 및 범위



제1절

산업의 정의와 범위

1. 산업 정의

본 연구에서 사용하고 있는 산업은 산업분류, 산업 파급효과, 산업 규모 추정 등에서 사용하고 있는 일반적인 의미로 정의한다.

산업이란 유사한 성질을 갖는 산업 활동에 종사하는 생산단위의 집합이며, 산업 활동이란 각 생산단위가 노동, 자본, 원료 등 자원을 투입하여 재화 또는 서비스를 생산 또는 제공하는 일련의 활동과정으로 정의된다. 산업 활동의 범위에는 영리적, 비영리적 활동이 모두 포함되나, 가정 내의 가사 활동은 제외된다(통계청, 2017).

산업 활동은 주된 산업 활동, 부차적 산업 활동, 보조적 활동이 결합되어 복합적으로 이루어진다. ‘주된 산업 활동’은 산업 활동이 복합 형태로 이루어질 경우 생산된 재화 또는 제공된 서비스 중에서 부가가치(액)가 가장 큰 활동, ‘부차적 산업 활동’은 주된 산업 활동 이외의 재화생산 및 서비스 제공 활동, ‘보조적 활동’은 모 생산단위에서 사용되는 비 내구재 또는 서비스를 제공하는 활동을 의미한다.

문화체육관광산업의 규모 추정을 위해서는 주된 산업 활동, 부차적 산업 활동, 보조적 활동의 모든 산업 활동을 포함해야 한다. 이러한 모든 산업 활동은 일정한 기준과 원칙에 따라 체계적으로 범위를 설정해야 하며, 이를 위해서 산업분류를 활용하고자 한다. 산업분류는 산업의 범위를 설정하는 기준이 되며, 산업의 규모를 정확하게 추정하기 위해서는 해당 산업의 특성과 구조가 반영된 산업분류 정립이 선행되어야 한다. 그리고 산업분류와 산업연관표와의 연계를 통해 산업연관표에서의 문화체육관광산업 범위도 함께 살펴보고자 한다.

2. 산업분류⁵⁾

가. 한국표준산업분류

한국표준산업분류(Korean Standard Industrial Classification: KSIC)는 「통계법」에 의거하여 통계 자료의 정확성 및 국가 간의 비교성을 확보하기 위하여, 유엔에서 권고하고 있는 국제표준산업분류(International Standard Industrial Classification: ISIC)를 기초로 작성한 통계분류이다.

한국표준산업분류의 주요 목적은 산업 활동에 의한 통계 자료의 수집, 제표, 분석 등을 위한 활동 분류 및 범위를 제공하는 것이다. 「통계법」 제22조(표준분류) 2항에 통계작성기관의 장은 통계를 작성하는 때에는 통계청장이 작성·고시하는 표준분류를 따라야 한다고 명시함으로써 산업 통계 자료의 정확성, 비교성을 위하여 모든 통계작성기관이 이를 의무적으로 사용하도록 하고 있다. 통계작성 목적 이외에도 인허가, 조세 및 자금 지원 등 행정 및 산업정책 관련 법령에서 산업영역을 한정하는 기준으로 준용되고 있다(통계청, 2017).

한국표준산업분류는 분류 기준으로 생산단위가 주로 수행하고 있는 산업 활동의 유사성에 따라 ① 산출물(생산된 재화 또는 제공된 서비스)의 특징, ② 투입물(원재료, 생산 공정, 생산기술 및 시설 등)의 특성, ③ 생산 활동의 일반적인 결합 형태를 사용한다.

한국표준산업분류는 1963년 제정된 이래 9차례의 개정을 통해 보완·발전되어 왔으며, 2017년 1월에 고시된 제10차 개정을 기준으로 대분류 21개, 중분류 77개, 소분류 232개, 세분류 495개, 세세분류 1,196개로 구성되어 있다.

5) 한국표준산업분류 및 산업특수분류는 통계청 통계분류 포털(kssc.kostat.go.kr)에서 확인할 수 있다.

〈표 3-1〉 한국표준산업분류

(단위 : 개)

대분류	중분류	소분류	세분류	세세분류
A 농업, 임업 및 어업	3	8	21	34
B 광업	4	7	10	11
C 제조업	25	85	183	477
D 전기, 가스, 증기 및 공기조절 공급업	1	3	5	9
E 수도, 하수 및 폐기물 처리, 원료 재생업	4	6	14	19
F 건설업	2	8	15	45
G 도매 및 소매업	3	20	61	184
H 운수 및 창고업	4	11	19	48
I 숙박 및 음식점업	2	4	9	29
J 정보통신업	6	11	24	42
K 금융 및 보험업	3	8	15	32
L 부동산업	1	2	4	11
M 전문, 과학 및 기술 서비스업	4	14	20	51
N 사업시설 관리, 사업 지원 및 임대 서비스업	3	11	22	32
O 공공행정, 국방 및 사회보장 행정	1	5	8	25
P 교육 서비스업	1	7	17	33
Q 보건업 및 사회복지 서비스업	2	6	9	25
R 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	2	4	17	43
S 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업	3	8	18	41
T 가구 내 고용활동 및 달리 분류되지 않은 자가 소비 생산 활동	2	3	3	3
U 국제 및 외국기관	1	1	1	2
21	77	232	495	1,196

자료 : 통계청(2017), 한국표준산업분류

나. 산업특수분류

한국표준산업분류가 우리나라 전체 산업 범위를 설정하고 통계자료의 정확성과 비교성을 확보하기 위해서 제정되었다면, 산업특수분류는 일반적인 산업영역과 차별화된 특성을 지닌 산업에 적용하기 위해 제정된 분

류이다. 산업특수분류는 한국표준산업분류에서 특정 산업에 해당하는 분류를 재구성하여, 해당 산업의 통계작성 및 정책 수요를 지원하는데 활용되며, 에너지산업특수분류, 정보통신기술산업특수분류, 환경산업특수분류 등 총 19종이 제정되어 있다.

문화체육관광산업은 ‘R 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업’을 비롯하여 한국표준산업분류상 여러 업종에 산재되어 있어, 한국표준산업분류만으로는 문화체육관광산업 현황을 파악하기에는 어려움이 있다. 실제 한국표준산업분류를 살펴보면, 문화체육관광산업에 포함되는 ‘신문 배달업’은 한국표준산업분류상 ‘계약 배달 판매업’에, ‘게임기 도매업’은 ‘장난감·취미용품 도매업’으로 분류되어 있다.

이에 문화체육관광산업에 포함되는 세부 산업의 규모 및 성장 가능성 등을 고려하여 주요 산업 각각에 대한 산업특수분류를 제정하여 활용하고 있다. 문화체육관광분야 산업특수분류에는 저작권산업특수분류, 콘텐츠산업특수분류, 관광산업특수분류, 스포츠산업특수분류의 총 4종이 있으며, 산업특수분류별로 분류 수준(대분류, 중분류, 소분류, 세분류)에는 차이가 있으나 모든 산업특수분류는 한국표준산업분류의 세세분류와 연계가 가능하도록 구축되어 있다.

〈표 3-2〉 문화체육관광분야 산업특수분류

구분	대분류	중분류	소분류	세분류
저작권산업특수분류	4	12	56	308
콘텐츠산업특수분류	12	51	139	—
관광산업특수분류	4	22	57	106
스포츠산업특수분류	3	8	20	65

문화체육관광분야는 크게 예술산업, 문화산업, 관광산업, 스포츠산업으로 구분한다. 이 중에서 예술산업은 한국표준산업분류에서 공연예술 위주로 ‘창작, 예술 및 여가관련 서비스업(90)’으로만 분류되어 있으며,

별도의 산업특수분류가 제정되어 있지 않다.

지금까지 문화예술통계 중장기 발전 실행방안 연구(문화체육관광부, 2011), 문화예술분야 사업체조사 기초연구(문화체육관광부, 2012) 등에서 이와 관련한 다양한 연구가 진행되어 왔다. 본 연구에서는 예술산업 범위 설정에 한국문화관광연구원에서 자체적으로 구축한 예술산업분류를 활용하며, 이는 향후 산업특수분류로 제정을 진행할 예정이다.

자체적으로 구축한 예술산업분류는 국가승인통계인 문화체육관광산업통계에 활용되고 있으며, 표준산업분류와도 연계되어 있어 본 연구에서는 예술산업분류를 산업특수분류와 동등한 체계로 적용하고자 한다.

3. 산업연관표

산업연관표는 국민계정⁶⁾을 구성하는 5대 국민경제 통계 중의 하나로써 일정기간(보통 1년) 동안이 산업간 거래관계를 일정한 원칙에 따라 행렬형식으로 기록한 표이다.

산업연관표는 미국 하버드대 레온티에프 교수가 미국경제의 재화와 서비스 흐름을 분석하면서 처음 만들어졌다. 우리나라는 1958년 부흥부 산업개발위원회가 1957년과 1958년을 대상으로 산업연관표를 작성하면서부터 시작하였으며, 이후 한국은행이 1960년 산업연관표를 작성하면서 체계적인 형식과 내용을 갖추게 되었다(한국은행, 2016).

이러한 산업연관표는 산업연관분석(inter-industry analysis)에 활용되며, 산업연관분석은 산업 간 연관관계를 파악할 수 있는 장점을 가지고 있다. 예를 들어 자동차의 수요증가와 주택수요증가는 수요가 증가한 사실은 같지만 수요증가가 각 산업의 생산 활동이나 고용수준 등에 미치

6) 국민계정(System of National Accounts, SNA) 국민경제활동을 일정한 회계기준에 따라 기록하는 방식에 대해 국제적으로 합의된 표준권고안으로서 국민소득통계, 산업연관표, 자금순환표, 국제수지표, 국민대차대조표의 5대 국민경제 통계를 포괄한다.

는 파급효과는 각각 다르게 나타날 것이다. 또한 산업연관분석은 최종수요가 유발하는 생산, 고용, 소득 등 각종 파급효과를 산업부문별로 구분하여 분석할 수 있기 때문에 경제정책의 수립, 정책효과의 측정 등에 활용될 수 있다(한국은행, 2016).

2010 산업연관표의 분류는 대분류 30개, 중분류 82개, 소분류 161개, 기본부문 384개로 구성되어 있다.

〈표 3-3〉 산업연관표

(단위 : 개)

대분류	중분류	소분류	기본부문
농림수산물	5	8	25
광산물	2	4	9
음식료품	3	11	27
섬유 및 가죽제품	2	6	21
목재 및 종이, 인쇄	3	6	16
석탄 및 석유제품	1	2	12
화학제품	8	13	29
비금속광물제품	2	5	17
1차 금속제품	4	7	21
금속제품	1	4	14
기계 및 장비	2	11	22
전기 및 전자기기	7	12	29
정밀기기	1	2	6
운송장비	3	7	14
기타 제조업 제품 및 임가공	1	2	11
전력, 가스 및 증기	2	3	7
수도, 폐기물 및 재활용서비스	3	4	6
건설	2	7	15
도소매서비스	1	1	2
운송서비스	4	9	14
음식점 및 숙박서비스	1	2	4
정보통신 및 방송 서비스	6	9	12

(단위 : 개)

대분류	중분류	소분류	기본부문
금융 및 보험 서비스	3	4	7
부동산 및 임대	3	4	5
전문, 과학 및 기술 서비스	3	5	11
사업지원서비스	1	3	3
공공행정 및 국방	1	1	2
교육서비스	1	1	3
보건 및 사회복지서비스	2	3	6
문화 및 기타 서비스	4	5	14
30	82	161	384

제2절

개별 산업의 개념과 범위

1. 예술산업

가. 예술산업 개념 및 특성

1) 예술산업의 개념

예술산업의 개념을 파악하기 위해서는 예술에 대한 논의부터 시작해야 한다. 예술은 예술가의 독창적 산물로, 예술가의 창조적 상상력 발현 및 주관적 감정의 표현에 있어 어떠한 제약이나 통제가 없어야 됨이 강조되어 왔다.⁷⁾ 또한 예술은 그 자체의 존재를 넘어선 어떠한 목적도 지니지 않으며 부르주아적 자본주의사회의 경제논리에 대한 비판이 포함되어 있다. 이는 그동안 예술에서 산업이라는 개념을 간과하거나 아예 배제하였다는 것을 보여준다. 1746년 프랑스에서 성립된 ‘예술’ 범주에는 시, 음악, 무용, 회화, 조각, 건축을 그 범위 안에 포함하고 있으며, 이후 순수예술 또는 기초예술 개념은 이러한 장르를 관례적으로 포괄하면서 발전해왔다(정종은, 2016). 「문화예술진흥법」을 보면 예술진흥의 영역에 전통예술 분야를 포함하고 있어 한국의 경우 예술은 크게 시각예술, 공연예술, 문학예술, 전통예술 분야로 구분된다.

예술산업이 언급되기 전에 앞서 이원적으로 보아 왔던, 예술과 자본(Ryan, 1992), 예술과 상업성(Banks, 2007), 창의성과 상업성(Ray and Pickering, 2004), 문화와 경제(Ray and Sayer, 1999)의 두 단어가

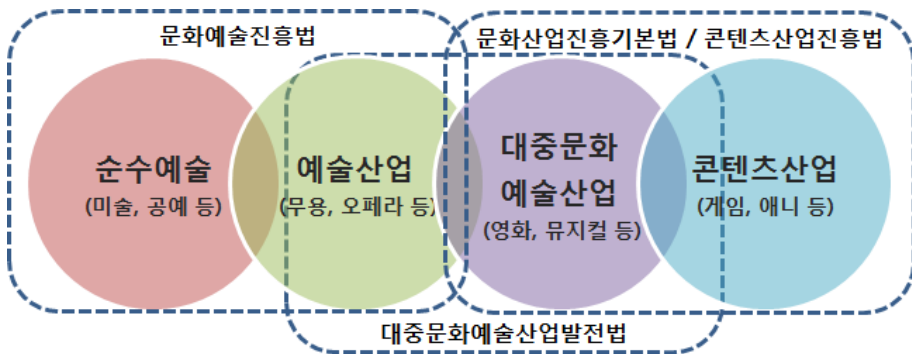
7) 일반적으로 자율성은 업무 현장의 자율성과 창작의 자율성으로 구분되는데 여기서는 예술, 지식 및 상징 생산 등의 과정에서 다른 결정요인들의 영향으로부터 독립적으로 활동할 수 있는 창작의 자율성을 의미한다.

새로운 관계가 형성(이용관, 2016)되면서 이를 예술의 산업화로 표현하기 시작했다. 예술의 산업화는 대중화라는 것으로 설명할 수 있다. 즉 예술의 산업화는 예술에 대한 접근성이 향상되고 예술작품이 양적으로 팽창함에 따라 예술이 대중에게 빠르게 확산되면서 나타나는 현상이라고 할 수 있다. 이러한 현상은 예술을 창작하고 대중들이 전파하는 과정이 기술발전으로 인해 빠르게 변화하고 여기에 참여하는 주체들이 다양화 조직화되는 것에 기반하고 있다. 이러한 생산과 소비의 변화는 예술분야에 생산성 향상, 직업의 전문화, 계층구조의 수직계열화, 소비형태의 획일화, 소비수준의 향상, 소비자의 보호, 법적 제도적 정비 등의 산업화의 특징을 보이게 하였다.

이러한 예술의 산업화 진행 과정은 예술산업이라는 용어를 만들어 냈다. 예술산업의 정의는 예술을 진흥하기 위한 법제도가 마련되면서 실무적인 차원에서 구체화된다. 문화예술의 법적으로 정의하고 있는 「문화예술진흥법」을 보면 문화예술을 문학, 미술(응용미술을 포함), 음악, 무용, 연극, 영화, 연예(演藝), 국악, 사진, 건축, 어문(語文), 출판 및 만화로 정의하고 문화예술의 창작물 또는 문화예술 용품을 산업 수단에 의하여 기획·제작·공연·전시·판매하는 것을 업(業)을 문화산업으로 명시하고 있다. 여기서 문화산업은 「문화산업진흥기본법」⁸⁾에서 정의에 비해 특정 장르 및 영역에 한정된 개념으로 문화 또는 예술이 산업화되는 현상으로 이해할 수 있다. 예술산업이라는 용어를 공식적으로 사용하고 있는 「대중문화예술사업발전법」을 보면 대중문화예술산업을 대중문화예술인이 제공하는 대중문화예술용역을 이용하여 방송영상물·영화·비디오물·공연물·음반·음악파일·음악영상물·음악영상파일 등을 제작하거나 대중문화예술제작물의 제작을 위하여 대중문화예술인의 대중문화예술용역 제공을 알선·기획·관리 등을 하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 산업으로

8) 문화산업진흥기본법에서 문화산업은 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업으로 정의하고 있다.

정의하고 있다. 여기서 대중문화예술용역은 연기·무용·연주·가창·낭독, 그 밖의 예능과 관련한 용역으로, 대중문화예술인은 대중문화예술용역을 제공하는 자 또는 대중문화예술용역을 제공할 의사를 가지고 대중문화예술사업자와 대중문화예술용역과 관련된 계약을 맺은 자로 되어 있어 법의 적용범위가 대중문화예술에 종사하는 참여자 관점에서 한정되어 있는 것을 확인할 수 있다.



[그림 3-1] 예술산업의 범위와 관련 법

이러한 산업적 관점에서의 한정된 범위는 세부 예술장르에 대한 법제도에서도 확인할 수 있다. 「공연법」에서는 공연이란 음악, 무용, 연극, 연예, 국악, 곡예 등 예술적 관람물을 실연(實演)에 의하여 공중(公衆)에게 관람하도록 하는 행위를 말하며, 다만, 상품 판매나 선전에 부수(附隨)한 공연은 제외한다고 정의한다. 그리고 「공예문화산업 진흥법」에서는 공예란 문화적 요소가 반영된 기법, 기술, 소재(素材), 문양(文樣) 등을 바탕으로 기능성과 장식성을 추구하여 수작업(부분적으로 기계적 공정이 가미된 것을 포함함)으로 물품을 만드는 일 또는 그 능력을 말하며, ‘공예문화산업’이란 공예 또는 공예품의 개발, 창작, 제작, 유통, 전시, 소비, 활용 등과 이와 관련된 산업으로 규정하고 있다.

결국 예술영역이 산업으로 고려되기 시작한 논의 배경과 법적 정의를 살펴보면 예술산업의 논의는 예술에 대한 사람들의 다양한 욕구가 창출되

고 이를 충족시키기 위해 예술가(창작자)들이 조직적이고 체계적으로 예술작품을 창작, 유통하면서 시작되었음을 확인할 수 있다. 실제로 예술의 창작 및 유통활동이 조직화·체계화 되면서 예술도 문화적 가치를 기반한 비영리 영역과 예술의 사회적 가치를 추구하는 준영리 영역을 넘어 예술의 경제적 가치를 추구하는 영리 영역으로 확대되었다. 따라서 예술산업은 예술로 분류된 다양한 장르들이 기술 및 시장의 추동요인에 의해 산업적 가치로 확장되면서 명명된 것으로 예술의 생산·유통·소비 체계가 합리화, 효율화 될 수 있는 일련의 구조화된 가치사슬 체계가 구축된 것을 말한다.

특히 본 연구에서는 예술산업을 「문화예술진흥법」과 「대중예술산업발전법」 정의에 따라 예술산업의 분야를 문학, 미술(응용미술 포함), 음악, 무용, 연극, 영화, 연예(演藝), 국악, 사진, 건축, 어문(語文), 출판 및 만화로 한정하고 이를 기획·제작·공연·전시·판매·소비, 활용 등과 이와 관련된 산업으로 정의한다.

2) 예술산업의 특성

예술산업은 문화산업과 마찬가지로 경험재, 창구효과, 슈퍼스타 현상 등의 유사한 특징을 가지지만, 대중적 색채가 강한 문화산업과는 약간 다른 면을 보인다.

첫째, 핵심소비자를 대상으로 한다. 대중문화 상품은 소비자들이 대중인 반면 예술상품은 예술성을 중시하는 핵심 소비자들을 대상으로 하므로 충성도는 높지만, 시장성은 떨어진다. 핵심 소비자군을 일반 대중으로 확대시키기 위해 앤디 워홀과 같은 작가는 대중적인 미술품을 대량으로 만들어 판매한 바도 있다. 예술산업에서 예술성이나 대중성이라는 항상 논쟁거리이다.

둘째, 창의성과 자율성을 중시되는 산업이다. 예술산업은 사용편의성보다는 예술성이 가치판단의 기준이 되기 때문에 향유(소비)자들의 욕구

를 감성을 충족시킬 수 있는 독창적인 작품을 시장에 창작하는 것이 중요하다. 이에 예술적 작품을 창작하기 위해서는 창의적 안목과 역량, 이것을 발현할 수 있는 조건(자율성) 필요한 산업인 것이다.

셋째, 작품의 수명이 길어 장기적 수익확보가 가능한 산업이다. 유명 미술품은 세대에 걸쳐 인기를 유지하고 유명 공연은 수십 년 동안 장기공연을 한다. 영화나 음악과 같은 대중문화산업은 대량복제를 통해 짧은 기간에 대량유통이 가능하다. 반면, 유명 미술품이나 공연물은 대량복제가 어려워 장기간 판매로 수요를 충족시킬 수밖에 없지만, 수익은 매우 높다.

넷째, 가치 측정이 어렵다는 것이다. 예술성의 가치를 평가하는 것은 주관적이고 경험자마다 다르므로 가격 책정이 매우 어렵다. 제품의 가격은 수요와 공급에 의해서 이루어지고 있으나 많은 경우 예술품이 거래되는 시장은 발전되어 있지 않고 소수 소비자의 기호에 따라 일부 영역에서 거래되고 가격이 책정되어진다.

나. 예술산업의 범위

1) 산업분류상에서의 예술산업의 범위

문화체육관광산업에 포함되는 문화산업, 스포츠산업, 관광산업은 공식적인 산업분류가 제정되어 있는 반면, 예술산업은 별도로 산업분류가 제정되어 있지 않아, 앞서 정의한 예술산업을 포괄할 수 있는 산업분류를 자체적으로 구축하여 활용하였다.

예술산업의 범위는 「문화예술진흥법」상의 문화예술에 포함 산업으로 정하되, 영화, 연예의 경우에는 「문화산업진흥법」상의 문화산업에도 포함되며, 관련 통계가 별도로 생산(콘텐츠산업실태조사, 영화산업실태조사)되고 있는 점 등을 고려하여 본 연구에서는 제외하였다.

본 연구에서 예술산업은 크게 ‘문화유산 및 문화시설’, ‘문학 및 출판’,

‘공연’, ‘시각예술’, ‘공예’로 구분한다. 이들 산업을 세부적으로 살펴보면, 문학 및 출판은 문학, 출판, 공연은 연극, 무용, 음악, 기타 공연, 공연 관련 산업, 시각예술은 미술, 디자인, 사진으로 나누어지며, 이는 「문화예술진흥법」상의 문화예술에 포함되는 문학, 미술(응용미술을 포함함), 음악, 무용, 연극, 국악, 사진, 건축, 어문(語文), 출판 및 만화에서 영화와 연예를 제외한 영역을 모두 포괄하는 범위이다.

‘문화유산 및 문화시설’은 UNESCO 2009년 문화통계체계에서 하나의 대분류로 문화예술에서 중요한 부분으로 분류하고 있는 부분으로 고궁 등의 사적지, 문학관, 문예회관 등의 문예시설, 도서관 등의 도서시설, 박물관, 미술관 등의 전시시설 등을 범위로 한다.

‘문학 및 출판’에는 교과서, 학습서적, 만화 뿐만 아니라 신문과 잡지 등의 출판업과 이와 관련된 인쇄, 제책업, ‘공연’에는 연극, 무용, 음악, 기타 공연과 관련된 악기, 공연 의상 등의 제조 및 유통업을 영위하는 사업체가 포함된다.

‘시각예술’에는 미술, 디자인, 사진과 관련된 제조업과 유통업 뿐만 아니라 제조와 유통 과정에서 필요한 미술품 표구, 미술 감정, 사진 인화 서비스 등의 산업을 모두 포함하고 있다.

‘공예’의 경우에는 「문화예술진흥법」상에는 별도의 영역으로 분류하고 있지는 않으나, 분야 및 활용 범위가 광범위하고 통계에서 활용하고 있는 별도의 분류체계가 구축되어 있다는 점 등을 고려하여 영역을 추가하였다. 구체적으로 살펴보면, 도자 공예, 유리/석 공예, 금속 공예, 종이 공예 등과 관련한 제조업과 함께 이를 판매 하는 도소매업이 해당된다.

예술산업은 산업의 특성을 고려하여 산업 범위에 생산, 유통 뿐만 아니라 창작의 영역도 포함하였다. 즉, 대중이 예술을 향유할 수 있도록 소비자에게 제공하는 예술인(문학인, 연극인, 미술가, 음악가 등)과 관련 단체(문학 단체, 연극 단체, 미술 단체, 음악 단체 등)까지를 산업 범위에 포함한다.

〈표 3-4〉 산업분류상에서의 예술산업의 범위

대분류	중분류
문화유산 및 문화시설	- 문화유산 및 문화시설
문학 및 출판	- 문학 - 출판
공연	- 연극 - 무용 - 음악 - 기타 공연 - 공연 관련 산업
시각예술	- 미술 - 디자인 - 사진
공예	- 공예

2) 산업연관표상에서의 예술산업의 범위

예술산업분류와 연계되어 있는 한국표준산업분류를 활용하여 산업연관표의 최소 분류단위인 기본부문 384개와 연계한 결과를 살펴보면 다음과 같다.

예술산업 전체로는 34개, 세부적으로 살펴보면 ‘문화유산 및 문화시설’에 2개, ‘문학 및 출판’에 10개, ‘공연’에 12개, ‘시각예술’에 14개, ‘공예’에 27개가 포함되는 것(연극, 음악 및 기타예술 등 31개 중복)으로 나타났으며, 자세한 연계 결과는 부록에 수록하였다.

〈표 3-5〉 산업연관표상에서의 예술산업의 범위

대분류	산업연관표(기본부문 384)	
	코드	분류
문화유산 및 문화시설	373	기타 문화서비스
	372	연극, 음악 및 기타예술
문학 및 출판	356	기타 전문서비스
	372	연극, 음악 및 기타예술
	376	산업 및 전문가 단체
	332	출판
	328	정보서비스
	331	신문

대분류	산업연관표(기본부문 384)	
	코드	분류
	097	인쇄
	302	도매서비스
	303	소매서비스
	345	기계장비 및 용품 임대
공연	372	연극, 음악 및 기타예술
	376	산업 및 전문가 단체
	364	교육서비스(산업)
	268	악기
	302	도매서비스
	303	소매서비스
	380	개인 및 가정용품 수리서비스
	333	영상, 오디오물 제작 및 배급
	098	기록매체 복제
	328	정보서비스
	073	봉제의류
	345	기계장비 및 용품 임대
시각예술	126	잉크
	269	문방구
	302	도매서비스
	303	소매서비스
	345	기계장비 및 용품 임대
	271	모형 및 장식용품
	356	기타 전문서비스
	372	연극, 음악 및 기타예술
	376	산업 및 전문가 단체
	364	교육서비스(산업)
	353	건축, 토목관련 서비스
	130	사진용 화학제품 및 감광재료
	246	사진기 및 영사기
	359	기타 사업지원서비스
공예	144	가정용 도자기
	143	기타 유리제품

대분류	산업연관표(기본부문 384)	
	코드	분류
	156	기타 비금속광물제품
	264	금속 가구
	270	귀금속 및 보석
	191	기타 금속제품
	263	목재 가구
	088	기타 목제품
	094	종이문구 및 사무용지
	091	기타 원지 및 판지
	070	직물제품
	073	봉제의류
	074	편조 의류
	077	의복관련 장신품
	068	편조 원단
	069	섬유표백 및 염색
	080	가방 및 핸드백
	079	모피
	082	기타 가죽제품
	265	기타 가구
	266	장남감 및 오락용품
	271	모형 및 장식용품
	302	도매서비스
	303	소매서비스
	372	연극, 음악 및 기타예술
	376	산업 및 전문가 단체
	364	교육서비스(산업)

2. 문화산업⁹⁾

가. 문화산업의 개념 및 특성

1) 문화산업의 개념

최근 국가 경쟁력에 있어 문화(창의성)의 중요성이 강조되고 경제산업 영역에서 문화적 요소의 가치를 높이 평가하면서 문화산업의 규모와 영역이 빠르게 확장되고 있다. 또한 문화와 상업화, 문화와 경제의 영역의 경계가 모호해 지면서 그 범위와 포함된 요소에 따라 다양한 관련 용어들이 창출되고 있다. 이러한 논의에서 가장 먼저 대두된 용어가 문화산업이다. 문화를 하나의 산업으로 인식하는 개념은 많은 사람들이 주지하고 있듯이, 계몽의 변증법(1947)에서 프랑크푸르트학파의 호르크하이머와 아도르노에 의해 처음으로 제기되었다고 알려져 있다. 이때의 개념은 상당히 부정적인 의미로서, 자본주의적 문화생산이 가져올지 모르는 폐단과 모순에 대한 인식이 기반을 이루고 있으며, 대중적인 문화의 부정적 측면을 지적하기 위한 대표적 개념으로 사용되었다(Adorno, 1991). 그 후 1960년대부터 사회학자들과 진보적 정책입안자들은 문화산업이라는 용어를 널리 사용해 왔다(Hesmondhalgh & Barker, 2011). 최근 미디어와 기술의 발달로 인해 상품과 서비스의 대량 생산, 복제가 가능해지면서 이윤창출이 가능한 장르를 중심으로 급속한 상업화가 이루어지고 있으며, 다른 산업과 융복합되는 현상이 나타나고 있어 문화산업의 개념이 확장되고 있다.

문화산업은 국가마다 정책적 관점과 기준에 따라 범위와 명칭을 다르게 사용하고 있다. 투입 관점에서 창조산업(creative industry), 산출물

9) 한국에서는 현재 기술 및 미디어 환경의 변화와 관련 산업의 확장 가능성을 고려해 문화산업보다는 콘텐츠산업이라는 용어를 공식적으로 사용하고 있지만, 본 연구에서는 산업의 문화적 속성을 강조하고 다른 산업과의 구분을 명확하게 하기 위해서 문화산업이라는 용어를 사용한다.

관점에서 저작권산업(copyright industry), 자원(resource) 관점에서 문화산업(cultural industry) 등 다양한 명칭이 각국의 정책적 관점에 따라 쓰인다(김형곤, 2015). 우리나라에서는 문화산업이라는 용어를 사용하였으나 디지털화와 뉴미디어 플랫폼 발전함에 따라 기존의 콘텐츠의 영향력과 범위가 확대되면서 이러한 경향을 포괄하는 용어인 콘텐츠산업이 공식화되기 시작했다.

〈표 3-6〉 주요국의 문화산업 관련 용어

구분	포함 내용	주요국
콘텐츠산업	미디어 중심	한국, 일본, OECD 등
문화산업	문화예술 및 유산 중심	프랑스, 캐나다, UNESCO 등
창조산업	창의성 중심	영국, 호주, 홍콩, UNCTAD 등
문화창조산업	창의성 중심	독일, 중국, 대만, EU/EC 등
미디어 엔터테인먼트산업	대중문화 중심	미국, 인도, PWC 등
핵심저작권 산업	저작권 중심	미국, 핀란드, WIPO 등

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2013), 세계 창조산업 전략과 시사점

문화산업의 개념은 지속적으로 변화하고 있을 뿐만 아니라 포함 범위도 달라지고 있다. 실제로 「문화산업진흥기본법」과 달리 2010년 「온라인 디지털콘텐츠산업발전법」의 개정을 통해 탄생한 「콘텐츠산업진흥법」은 콘텐츠의 범위가 기존의 부호, 문자, 음성, 음향, 영상에 더하여 도형, 색채, 이미지, 복합체 등의 보다 직관적이고 감각적인 커뮤니케이션 수단까지 포괄하고 있다.¹⁰⁾ 즉 콘텐츠산업은 장르를 제시하고 있지만 개념상으로는 콘텐츠간, 매체간, 플랫폼간, 타산업과의 융합을 모두 다루고 있기 때문에 명확한 산업 분류를 확정하는 것이 제한된다(이윤경 외, 2016).

10) 콘텐츠산업진흥법 제2조 정의 1. "콘텐츠"란 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보를 말한다. 2. "콘텐츠산업"이란 경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 포함한다)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업을 말한다.

산업적 측면에서 문화관련 상품과 서비스의 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 관련된 산업으로 규정한다면(Negroponte, 1995), 문화산업의 개념은 창의력을 바탕으로 문화관련 상품과 서비스의 작품화(기획, 창작), 상품화(개발, 제작), 미디어 탑재 및 전달(서비스, 네트워크, 솔루션, 실연), 유통, 마케팅 등 전체 가치사슬의 각 단계마다 개입하여 부가가치가 더해져 소비자의 문화향유와 체험으로 연결하는 산업이라고 말할 수 있다(del Corral, 2005).

특히 본 연구에서는 문화산업의 개념과 범위를 「문화산업진흥기본법」 정의에 따라 문화상품의 기획, 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 이에 관련된 서비스업으로 규정하며, 세부 산업으로는 영화, 비디오물과 관련된 산업, 음악, 게임과 관련된 산업, 출판, 인쇄, 정기간행물과 관련된 산업, 방송영상물과 관련된 산업, 만화, 캐릭터, 애니메이션, 에듀테인먼트, 모바일문화콘텐츠, 디자인(산업디자인 제외), 광고, 공연, 미술품, 공예품과 관련된 산업을 고려한다.

2) 문화산업의 특성

문화산업은 문화라는 속성과 산업이라는 경제활동이 혼합되어 있어 관련 상품과 서비스(이하 문화상품)는 전문적인 창작과정과 예술적 완성도가 요구된다. 이에 문화산업 안에서 상품과 서비스를 생산하는 주체들의 성향은 예술가적 성향(창의노동)을 가지고 있으나 제작과 유통과정은 일반적인 산업의 과정과 유사하다.

문화산업의 특성은 문화상품이 가지는 특성과 효과에 기인한다. 인간의 기본적인 욕구 충족이나 생활의 편리함을 지향하는 일반상품과 달리 문화상품은 인간의 가치관이나 사고방식 등 정서적인 만족감을 지향한다. 따라서 구매자들의 정체성과 생활양식에도 많은 영향을 끼친다. 또한 문화상품은 문화라는 요소의 특성상 여러 사람이 공유할 수 있으므로 공공재적 성격이 강하며 소비가 이루어지기 전 상품의 효용을 직접적으로

알 수 없는 대표적인 경험재이다.

문화 상품은 특정 상품에 대한 어떤 사람의 수요가 다른 사람들의 수요에 의해 영향을 받는 네트워크 효과를 가진 유행상품이기 때문에 수명이 짧으며 독점적 지배력을 가진다. 상품에 따라 수명의 차이는 존재하나 스타, 명품, 팬덤 현상과 같이 대중적인 인기를 끌고 있는 몇 상품이 시장을 독점하게 된다. 이러한 현상은 문화상품을 생산하는 창작자에게 나타나는데 이는 승자가 모든 것을 가져가는 승자독식과 비슷한 슈퍼스타 현상¹¹⁾으로 논의되고 있다.

문화산업은 다른 분야의 산업보다 창구 효과(window effect)¹²⁾가 높다. 창구 효과란, 문화 산업에서 산업 연관 효과가 매우 큰 것을 일컫는 용어로, 하나의 문화상품이 문화산업 영역에서 창조된 후 부분적인 기술적 변화를 거쳐 문화산업 영역 내부, 혹은 다른 산업의 상품으로서 활용이 지속되면서 그 가치가 증대 되는 효과를 말한다. 또한 문화산업은 규모의 경제¹³⁾를 실현할 수 있는 대표적인 분야이다. 문화상품은 추가적인 비용 없이 대량 복제가 가능하기 때문에 상품당 생산비용을 기하급수적으로 감소하는데 최근 제작 및 유통 기술의 발전으로 인해 이러한 성향이 더욱 강화되고 있다.

기타 문화산업의 특성으로는 파급효과와 문화소비에 관련 것들이 있다. 문화상품의 수출확대는 문화산업 외에 관광객 유치, 상품수출 증대 등 여타 제조업과 서비스업 발전에도 긍정적인 파급효과를 미침으로 인해 국가 브랜드제고에도 큰 성과를 내고 있다. 이러한 산업적 효과뿐만 아니라 국가외교, 홍보, 문화교류 등 기업과 국가 이미지를 강화하고 자국문화를 전파할 수 있는 움직이는 국가 브랜드로서 작용하는 효과도 커지고 있다.

11) 예술가의 타고난 재능 및 능력상의 조그만 차이가 그 결과(소득)에 있어서 커다란 차이를 초래할 때 나타나는 현상을 말한다(Rosen, 1981).

12) 문화산업에서는 유사용어로 OSMU(One Source Multi Use)를 사용하고 있다.

13) 규모가 클수록 경제적 효과가 상대적으로 커지는 현상을 말하며, 생산요소의 증가율(비용)보다 산출량(수익)이 더 큰 비율로 증가하는 것을 말한다.

최근 문화산업은 국가나 사회의 고유한 문화적 내용을 창조적인 기획력을 바탕으로 재창조한다는 측면에서 문화의 생성뿐만 아니라 문화적 계승과 발전을 촉진시키는 특성도 보여주고 있다. 또한 문화상품이 중요한 문화여가 수단으로 다루어지면서 문화향수 기회 확대와 문화복지 실현에도 기여하고 있다. 문화산업은 사회경제적 양극화에 따른 문화 소외계층(장애인, 이주노동자, 노인, 저소득층 등)의 문화소비 욕구를 충족시키는 등 계층, 지역, 장르간 문화격차를 축소하는 역할을 하고 있으며, 다양한 사람들의 문화 참여 및 공유 등이 ‘창의성 제고’라는 문화적 역량을 견인하는 역할도 수행하고 있다.

나. 문화산업의 범위

1) 산업분류상에서의 문화산업의 범위

문화산업의 범위 설정에 있어서 관련 산업분류를 활용하고자 하며, 문화산업과 관련한 산업분류에는 저작권산업특수분류와 콘텐츠산업특수분류가 있다.

콘텐츠산업특수분류는 문화산업통계와 디지털콘텐츠산업통계가 통합되어 통계의 분류를 일원화하면서 OECD의 콘텐츠미디어산업분류와 UNESCO의 Framework for Cultural Statistics 등을 토대로 2010년에 제정되었다. 콘텐츠산업특수분류는 2012년 개정을 통해 만화산업을 출판산업에서 분리, 콘텐츠 솔루션산업 신설 등 콘텐츠산업의 발전에 따른 변화를 반영하였으며, 이를 기준으로 국가승인통계인 콘텐츠산업통계조사가 생산되고 있어 앞서 정의한 문화산업의 포괄범위를 대표한다고 할 수 있다.

그리고 문화산업에서 중요한 부분으로 인식되고 있는 저작권산업에 대한 개념을 포괄범위에 추가함으로써 문화산업과 관련한 분류를 통한 문화산업 포괄범위 설정의 정확성과 대표성을 증대하였다.

저작권산업특수분류는 세계지적재산권기구(World Intellectual Property Organization, WIPO)의 저작권기반산업의 경제적기여도 조사 가이드를 근거로 2011년에 제정되었다. 저작권산업특수분류는 저작권 산업에 대한 기여도와 역할에 따라 핵심, 상호의존, 부분적용, 지원산업으로 구분하고 있으며, 본 연구의 문화산업 범위에는 작품 및 기타 보호대상물의 보호대상물의 창작, 생산, 제조, 공연, 방송, 통신 및 전시, 혹은 유통 및 판매에 전적으로 종사하는 산업을 의미하는 핵심저작권산업만을 포함한다.

본 연구에서의 문화산업의 범위는 크게 ‘출판산업’, ‘음악산업’, ‘영화·방송산업’, ‘광고산업’, ‘게임산업’, ‘시각그래픽 및 캐릭터산업’으로 구분한다.

‘출판산업’은 예술산업분류의 ‘문학 및 출판’ 분류 중 출판과 동일한 범위이다. 즉, 앞서 예술산업분류에서 정의한 교과서, 학습서적, 만화, 신문, 잡지 등의 출판업과 이와 관련된 인쇄, 제책업이 포함된다. 뿐만 아니라 e-book 제작 등의 인터넷, 모바일 상으로 이루어지는 전자출판 제작업과 전자출판서비스업 여기로 분류된다.

‘음악산업’의 경우에도 예술산업분류의 ‘공연’ 분류 중 음악과 동일한 범위로 음반 및 음원을 기획하고 제작하는 업체, 음반을 유통하는 업체와 음악 공연을 기획하는 업체 등이 포함된다. 그리고 음악산업 범위에도 인터넷과 모바일 상으로 음원을 서비스하는 업체까지를 포함한다.

‘영화, 방송산업’은 크게 애니메이션, 영화, 방송산업으로 구분할 수 있으며, 이와 관련하여 애니메이션, 영화를 제작하고 유통하는 업체와 지상파, 유선, 위성방송업이 포함된다. 또한 영화를 상영하는 극장 운영업도 이 분류에 해당한다.

‘광고산업’에는 광고주를 대신하여 광고물을 기획하고 이에 따라 광고물을 제작하며, 제작된 광고물을 매체와 접촉하여 매체집행을 하는 광고 대행·매체 대행업을 포함하여, CM·영상·카피·그래픽 제작하는 제작업체 등이 해당된다.

‘게임산업’에는 게임 제작 및 배급업, 게임 유통업, 게임 유통업이 포함되며, ‘시각그래픽 및 캐릭터 산업’에는 소설, 만화, 애니메이션, 게임에 등장하는 독특한 인물이나 동물의 모습을 디자인하여 라이선스를 받는 사업체와 이를 유통하는 유통업체, 엔터테인먼트형 및 오리지널 캐릭터가 다수 사용된 유아 및 아동용 놀이 시설을 운영하는 업체(뽀로로 테마파크 등) 등이 포함된다.

〈표 3-7〉 산업분류상에서의 문화산업의 범위

대분류	중분류		
출판산업	- 출판업 - 온라인 출판 유통업 - 온라인 만화 제작·유통업	- 인쇄업 - 출판 임대업 - 만화책 임대업	- 출판 도소매업 - 만화 출판업 - 만화 도소매업
음악산업	- 음악제작업 - 음반 도소매업 - 노래연습장 운영업	- 음악 및 오디오물 출판업 - 온라인 음악 유통업	- 음반 복제 및 배급업 - 음악 공연업
영화, 방송산업	- 영화 제작·지원 및 유통업 - 애니메이션 유통 및 배급업 - 유선방송	- DVD/VHS 제작 및 유통업 - 온라인 애니메이션 유통업 - 위성방송	- 애니메이션 제작업 - 지상파 방송 - 방송채널사용자업 등
광고산업	- 광고(종합) 대행업 - 인쇄업	- 광고 제작업 - 온라인업	- 서비스업 - 기타업
게임산업	- - 게임 제작 및 배급업	- 게임 유통업	- -게임 도소매 및 임대업
시각그래픽 및 캐릭터 산업	- 캐릭터 제작업 - 캐릭터 상품 온라인 유통업	- 캐릭터 상품 유통업 - 사진	- 캐릭터 놀이시설 운영업 - 시각과 그래픽 아트 등

2) 산업연관표상에서의 문화산업의 범위

문화산업분류와 연계되어 있는 한국표준산업분류를 활용하여 산업연관표의 최소 분류단위인 기본부문 384개와 연계한 결과는 〈표 3-8〉과 같다.

문화산업 전체로는 30개, ‘출판산업’에 7개, ‘음악산업’에 7개, ‘영화, 방송산업’에 11개, ‘광고산업’에 12개, ‘게임산업’에 4개, ‘시각그래픽 및

캐릭터 산업’에 14가 연계되는 것(오락서비스 등 28개 중복)으로 나타났으며, 자세한 연계 결과는 부록에 수록하였다.

〈표 3-8〉 산업연관표상에서의 문화산업의 범위

대분류	산업연관표(기본부문 384)	
	코드	분류
출판산업	332	출판
	331	신문
	097	인쇄
	302	도매서비스
	303	소매서비스
	328	정보서비스
	345	기계장비 및 용품 임대
음악산업	333	영상, 오디오물 제작 및 배급
	098	기록매체 복제
	302	도매서비스
	303	소매서비스
	328	정보서비스
	372	연극, 음악 및 기타예술
	375	오락서비스
영화, 방송산업	333	영상, 오디오물 제작 및 배급
	334	영화상영
	302	도매서비스
	303	소매서비스
	345	기계장비 및 용품 임대
	328	정보서비스
	326	지상파 방송서비스
	327	유선, 위성 및 기타방송
	323	유선통신서비스
	324	무선통신서비스
	325	기타 전기통신서비스
광고산업	352	광고
	376	산업 및 전문가 단체
	364	교육서비스(산업)

대분류	산업연관표(기본부문 384)	
	코드	분류
	328	정보서비스
	356	기타 전문서비스
	333	영상, 오디오물 제작 및 배급
	345	기계장비 및 용품 임대
	374	스포츠서비스
	351	시장조사 및 경영컨설팅
	332	출판
	359	기타 사업지원서비스
	303	소매서비스
게임산업	329	소프트웨어 개발공급
	375	오락서비스
	302	도매서비스
	345	기계장비 및 용품 임대
시각그래픽 및 캐릭터 산업	356	기타 전문서비스
	270	귀금속 및 보석
	266	장남감 및 오락용품
	302	도매서비스
	303	소매서비스
	375	오락서비스
	328	정보서비스
	330	컴퓨터관리서비스
	374	스포츠서비스
	372	연극, 음악 및 기타예술
	097	인쇄
	373	기타 문화서비스
	359	기타 사업지원서비스
	271	모형 및 장식용품

3. 스포츠산업

가. 스포츠산업의 개념 및 특성

1) 스포츠산업의 개념

현대 사회에서 스포츠는 건강하고 질 높은 문화적인 생활의 이상을 추구하기 위해 필수적인 기능을 넘어 다양한 부가가치를 창출하는 산업으로써 위상이 강화되고 있다. 기존 스포츠의 산업적 가치는 메가 이벤트와 스포츠 스타의 활용에 집중되어 있었으나 최근에는 다양한 산업영역과 연계된 복합 산업이 되고 있다. 이에 스포츠산업의 성장잠재력과 연계 가능성은 스포츠산업의 개념과 범위를 빠르게 확대 변화시키고 있다. 다만 스포츠산업의 개념은 스포츠가 산업화된 것으로 스포츠의 개념을 통해 제시할 수 있다.

스포츠에 대한 정의는 학자들에 따라서 다양하게 정의되고 있으나, 전통적인 의미에서는 크게 북미와 유럽에서 통용되고 있는 정의로 나눌 수 있다. 북미에서는 스포츠 구성 요소를 크게 제도화, 경쟁, 규칙, 신체활동으로 구분하여 스포츠를 경쟁이 있는 제도화 된 신체활동으로 한정하고 있다. 즉, 운동, 레크리에이션과는 구별되는 개념으로 정의한다(Suits, 1995). 유럽에서의 스포츠는 북미보다 넓은 개념으로 이해되고 있다(Standeven & De Knop, 1999). 유럽평의회(Council of Europe)는 스포츠를 공식적으로 ‘조직화 되지 않거나 혹은 조직화된 참여를 통해 신체적, 정신적 건강을 증진하거나, 사회적 관계를 형성하거나, 경쟁하려는 목적으로 하는 모든 형태의 신체활동’으로 정의하고 있다(Council of Europe, 1992). 즉, 유럽의 스포츠에 대한 정의는 스포츠에 포함될 수 있는 활동으로 경쟁적 게임이나 스포츠 활동 이외에 야외 활동, 심미적 움직임 활동인 리듬운동, 체력단련운동도 포함시키고 있으며, 그 목적이 신체적 건강을 넘어 정신적 건강 및 사회적 관계 개선 등으로 폭넓게 사용되고 있다(이용

식, 2012).

2000년대 이후에는 신체활동이 적거나 또는 신체활동이 거의 없더라도 경쟁성이 있는 활동으로 개념이 확장되어, 기(氣)와 명상수련 등을 기반으로 하는 무예나 무도가 스포츠화 되었으며, IT 발달로 생겨난 스크린 골프, 온라인 바둑 등이 스포츠로 인정받고 있다(이용식, 2012).

스포츠의 정의는 「스포츠산업진흥법」상에서 보다 체계적으로 명시되어 있다. 「스포츠산업진흥법」상에서는 ‘스포츠’를 건강한 신체를 기르고 건전한 정신을 함양하며 질 높은 삶을 위하여 자발적으로 행하는 신체적 활동을 기반으로 하는 사회문화적 행태로 정의한다. 즉, 운동, 레저, 피트니스 등을 모두 포함하는 광의적인 의미로 앞서 살펴본 북미와 유럽에서의 스포츠 개념에서 유럽에 가까운 개념이다.

스포츠산업의 기본적으로 다른 분야 산업의 개념과 같이 「스포츠산업진흥법」에서 ‘스포츠산업’은 스포츠와 관련된 재화와 서비스를 통하여 부가가치를 창출하는 산업으로 정의한다. 이 역시 스포츠 활동에 필요한 용품과 장비, 스포츠 시설과 서비스, 스포츠 경기, 이벤트, 스포츠 강습 등과 같이 유무형의 재화나 서비스를 모두 포함하는 광의적인 개념이다(강준호 외, 2013). 스포츠산업은 복합적인 산업 구조를 가진 산업으로 방송업, 정보업 등과 융복합되어 있어 단순한 제조업, 시설업 등만 포함할 경우 정확한 스포츠산업을 파악하기 어렵다. 따라서 스포츠산업의 본원적인 산업뿐만 아니라 융복합 산업 또는 파생되는 산업까지 포함한다.

이러한 스포츠산업의 산업 구조를 반영하여 좀 더 구체적으로 스포츠산업의 포괄범위에 대해서 살펴보면, 본 연구에서의 스포츠산업은 스포츠(운동경기, 야외운동 등 신체활동을 통하여 건전한 신체와 정신을 기르고 여가를 선용하는 것)활동을 지원하는 제조업, 건설업, 관련 서비스업(시설업, 기타 운동관련 서비스업)과 스포츠라는 재화를 수동적 여흥거리로 제공하기 위해서 재화와 서비스를 생산 유통하는 산업(스포츠 정보제공업, 스포츠 이벤트업)을 포괄한다.

2) 스포츠산업의 특성

참여 스포츠, 관람 스포츠 등의 확대로 스포츠 용품업, 스포츠 시설업은 뿐만 아니라 스포츠 서비스업에 대한 사회적 수요가 증가하고 있다. 또한 IT와 과학기술의 발전으로 스포츠 용품+서비스, 스포츠+관광 등 동종·이종 간의 결합을 통해 스포츠산업의 범위는 확장되고 산업적 가치가 증가하고 있다.

스포츠산업은 포함되는 분야마다 서로 다른 산업분류에 속하는 다양한 업종의 집합체로서 스포츠산업백서에서는 스포츠산업의 특성을 다음과 같이 정리하고 있다.

첫째, 스포츠산업은 복합적인 산업분류 구조를 가진 산업이다. 영국의 경제학자인 C.G. 클라크가 그의 저서 ‘경제 진보의 조건 (1940)’에서 사용한 산업구조의 분류와 연관시켜 보면 스포츠 용품업의 경우 운동 및 경기 용품 제조업과 스포츠시설 건설업은 2차 산업으로 분류할 수 있으며, 스포츠 용품업의 운동 및 경기용품 유통 및 임대업, 스포츠시설 운영업, 스포츠경기 서비스업과 스포츠 정보 서비스업 등을 포함하는 스포츠 서비스업은 3차 산업으로 분류할 수 있다. 따라서 스포츠산업은 2차 산업과 3차 산업에 포함되어 복합적인 산업분류 구조의 특성을 지니고 있다.

둘째, 공간·입지 중시형 산업이다. 스포츠 참여활동은 적절한 장소와 입지 조건이 선행되어야 하며, 시설에 대한 의존도가 높다. 예를 들어, 최근 건설된 서울시 고척 스카이돔이나 광주 챔피언스 필드 등의 프로야구장, 강원도 일대의 스키장 그리고 전국의 골프장은 접근 용이성과 시설의 규모 등이 소비자들에게 주된 관심의 대상이 된다. 뿐만 아니라 수상스키, 윈드서핑 같은 해양스포츠나 스노우보딩, 스키 등의 겨울스포츠는 고유의 특성으로 제한된 장소에서만 할 수 있기 때문에 입지조건에 크게 의존할 수밖에 없는 공간 및 입지 중시형 산업이다.

셋째, 시간 소비형 산업이다. 스포츠산업은 산업의 발달에 따른 노동

시간의 감소(예: 주5일 근무제), 삶의 질 제고를 위한 여가활동의 증대와 노동과 휴식에 대한 인식 및 가치관의 변화로 인하여 발전한 산업으로 관람스포츠와 참여스포츠가 활성화되는 것은 스포츠 활동에 소비하는 시간이 많이 늘어난 것이 일조한 것으로 보인다. 스포츠 소비자들은 관람스포츠와 참여스포츠 모두 사용가치를 지급하고 시간을 소비하며 스포츠를 즐기기 때문에 스포츠는 시간 소비형 산업의 성격을 나타낸다.

넷째, 스포츠산업은 최종소비재·서비스를 다루는 산업이고 소비자와 직접 접촉하는 산업이다. 스포츠는 그 자체의 특성에서 선택재로서의 성격을 지니고 있으며, 소비자의 능동적인 참가를 통해 산업이 성립한다고 하는 측면을 가지고 있다. 따라서 오락성이 중심 개념인 산업이라고 할 수 있다. 스포츠가 하나의 산업으로 자리할 수 있었던 것은 ‘필요’보다는 ‘재미’와 관련이 있는 ‘오락’이 존재하고 있기 때문이다.

다섯째, 감동과 건강을 가져다주는 산업이다. 흔히 스포츠를 각본 없는 드라마라고 이야기한다. 스포츠는 영화나 연극같이 각본에 의한 감동을 주는 것과는 달리 각본이 없고 결과의 불확실성 때문에 승부를 선불리 예측하기 힘들다. 이러한 결과의 불확실성은 극적인 승부를 만들어 내며 스포츠소비자들에게 감동을 전해준다. 올림픽게임, 아시안게임, 월드컵 축구경기 등을 통해 국가를 대표하는 자국의 선수들을 응원하며 승리에 함께 기뻐하고 패배에 같이 눈물을 흘리는 감동을 느낄 수 있다. 이러한 감정이입을 통해 선수들을 응원하는 과정에서 쌓여있던 에너지와 스트레스를 분출하고 대리만족을 경험하기도 한다. 참여 스포츠의 경우 직접적으로 스포츠를 즐기면서 건강을 유지할 수 있다. 따라서 스포츠산업은 스포츠 소비자들에게 정신적 및 육체적 건강을 증진할 기회를 제공하고 간접 경험을 통해 대리만족과 감동을 제공하는 산업이다.

나. 스포츠산업의 범위

1) 산업분류상에서의 스포츠산업의 범위

본 연구에서 스포츠산업 범위를 설정하는데 산업분류 기준의 스포츠 산업특수분류를 활용하고자 한다.

스포츠산업특수분류는 관람 스포츠와 참여 스포츠 뿐만 아니라 스포츠와 연관되어 있는 마케팅업과 미디어업 등을 포함하고 있어 앞서 정의한 광의적인 개념에서의 스포츠산업을 포괄하고 있다.

또한 스포츠산업특수분류는 2012년 개정으로 바둑의 스포츠 종목 인정, 일반 자전거의 대중화 등 스포츠산업 개념 확대에 따른 스포츠산업 환경 변화를 반영하고 있다. 그리고 이를 기준으로 국가승인통계인 스포츠산업실태조사가 생산되고 있어 스포츠산업의 포괄범위를 대표한다고 할 수 있다.

스포츠산업특수분류에서의 스포츠산업 범위는 크게 제공된 재화나 서비스의 특징과 사업단위가 수행하는 경제활동의 특성에 따라 ‘스포츠 시설업’, ‘스포츠 용품업’, ‘스포츠 서비스업’으로 구분하고 있다.

‘스포츠 시설업’은 생활스포츠에서부터 올림픽 경기대회 또는 FIFA 월드컵축구대회와 같은 국제대회를 치를 수 있는 경기장의 건설 및 운영업을 의미하며, 스포츠시설 운영업과 스포츠시설 건설업으로 나뉘어진다. 스포츠시설 운영업에는 관람 스포츠 측면의 축구, 야구, 태권도, 수영 등의 실내·외 경기장 운영업, 경마장, 경륜장 등의 경주장 운영업과 참여 스포츠 측면의 헬스클럽, 볼링장, 당구장, 골프연습장 등이 포함된다. 그리고 스타디움, 운동장, 경기장 등의 건설업이 스포츠시설 건설업으로 분류된다.

‘스포츠 용품업’은 엘리트 선수, 아마추어 및 생활체육 동호인 시장을 표적으로 스포츠 활동에 필요한 장비, 의류, 신발 등을 생산판매하는 업

종으로 운동 및 경기용품업, 운동, 경기용품 유통 및 임대업으로 구분된다. 운동 및 경기용품업에는 스포츠 활동에서 사용되는 운동용품 뿐만 아니라 도복, 수영복 등의 스포츠 의류, 골프 가방, 낚시 가방 등의 스포츠 가방, 경기용 신발 등의 스포츠 신발 제조업이 포함된다. 운동 및 경기용품업이 스포츠 관련 제조업이라면, 경기용품 유통 및 임대업은 스포츠 관련 도·소매업 및 임대업으로 운동장비 도매, 헬스기구 소매, 자전거 임대, 스키 임대 등이 해당된다.

‘스포츠 서비스업’은 관람 스포츠를 중심으로 이루어지는 스포츠 마케팅 대행, 이벤트 기획 및 관리, 선수 사업 등을 포함하는 개념으로 스포츠 경기 서비스업, 스포츠 정보 서비스업, 스포츠 교육기관, 기타 스포츠 서비스업으로 세분화되어 있다. 스포츠 서비스업의 경우에는 스포츠산업의 본원적인 산업이라기보다는 융·복합된 산업으로 이해될 수 있다. 스포츠 경기 서비스업에는 프로야구단, 프로축구단 등의 스포츠 경기업과 경마, 경륜, 경정 등 배팅관련 시설 운영을 하는 서비스가 포함된다. 여기서 경주장에서 운영하는 마권 등의 경주권을 발행하는 경우는 경기장 운영업에 포함되며 경주장이 아닌 실내에서 스크린상으로 이루어지는 배팅관련 시설만이 스포츠 경기 서비스업으로 분류된다. 스포츠 정보 서비스업에는 경마 잡지, 낚시 방송 등의 스포츠와 관련한 미디어업, 스포츠 교육기관에는 태권도학원, 축구교실 등 스포츠 관련 교육기관, 기타 스포츠 서비스업에는 온라인·모바일 스포츠 게임 개발과 골프 여행 전문 여행사 등의 스포츠 여행 관련 산업이 포함된다.

스포츠산업특수분류에서의 스포츠 활동에는 야구, 축구, 태권도, 수영, 볼링뿐만 아니라 좀 더 광범위하게 바둑, 자전거, 스크린골프, 낚시 등 까지를 포함한다. 그리고 이와 관련한 야구장, 축구장 등의 경기장을 운영하는 경우에는 스포츠 시설 운영업, 이와 관련한 야구 배트, 축구공, 태권도복 등을 판매하는 경우에는 스포츠 용품업, 그리고 이와 관련한 미디어 방송과 태권도장 운영업 등의 스포츠 교육기관은 스포츠 서비스업

에 분류된다.

〈표 3-9〉 산업분류상에서의 스포츠산업의 범위

대분류	의미	중분류
스포츠 시설업	생활스포츠에서부터 올림픽 경기대회 또는 FIFA 월드컵축구대회와 같은 국제대회를 치를 수 있는 경기장의 건설 및 운영업	- 스포츠시설 운영업 - 스포츠시설 건설업
스포츠 용품업	엘리트선수, 아마추어 및 생활체육 동호인 시장을 표적으로 스포츠 활동에 필요한 장비, 의류, 신발 등 을 생산 · 판매하는 업종	- 운동 및 경기용품업 - 운동, 경기용품 유통 및 임대업
스포츠 서비스업	관람스포츠를 중심으로 이루어지는 업종으로 스포츠마케팅대행, 이벤트 기획 및 관리, 선수사업 등이 포함됨	- 스포츠 경기 서비스업 - 스포츠 정보 서비스업 - 스포츠 교육기관 - 기타 스포츠 서비스업

자료 : 박영옥(2004), 스포츠산업의 실태분석

2) 산업연관표상에서의 스포츠산업 범위

스포츠산업특수분류와 연계되어 있는 한국표준산업분류를 활용하여 산업연관표의 최소 분류단위인 기본부문 384개와 연계한 결과는 〈표 3-10〉과 같다.

스포츠산업 전체로는 25개, 세부적으로 살펴보면 ‘스포츠 시설업’에 3개, ‘스포츠 용품업’에 12개, 스포츠 서비스업에 12개가 연계되는 것(스포츠서비스, 오락서비스는 중복 포함)으로 나타났으며, 자세한 연계 결과는 부록에 수록하였다.

〈표 3-10〉 산업연관표상에서의 스포츠산업의 범위

대분류	산업연관표(기본부문 384)	
	코드	분류
스포츠 시설업	301	기타 건설
	374	스포츠서비스
	375	오락서비스

대분류	산업연관표(기본부문 384)	
	코드	분류
스포츠 용품업	070	직물제품
	073	봉제의류
	080	가방 및 핸드백
	081	신발
	257	기타 선박
	262	기타 운수장비
	266	장남감 및 오락용품
	267	운동 및 경기용품
	272	기타 제조업제품
	302	도매서비스
	303	소매서비스
	345	기계장비 및 용품 임대
스포츠 서비스업	326	지상파 방송서비스
	327	유선, 위성 및 기타방송
	328	정보서비스
	329	소프트웨어 개발공급
	331	신문
	332	출판
	351	시장조사 및 경영컨설팅
	356	기타 전문서비스
	359	기타 사업지원서비스
	364	교육서비스(산업)
	374	스포츠서비스
	375	오락서비스

4. 관광산업

가. 관광산업의 개념 및 특성

1) 관광산업의 개념

세계관광기구(United Nation World Tourism Organization, UNWTO)는 관광산업(tourism industry)을 방문객에게 직접적으로 제공하는 동종의 핵심 관광활동에 속하는 사업체의 집단으로 개념화하고 있다(IRTS 2008). 여기서 핵심 관광활동은 관광 핵심상품을 주로 ‘생산하는 활동(산업)’으로 관광 핵심상품은 해당상품에 대한 관광 지출이 전체 관광지출에서 상당한 부분을 차지하거나, 해당 상품에 대한 관광 지출이 해당 경제내에서 그 상품 공급이 상당한 부분을 차지해야하는 것으로 권고하고 있다(IRTS 2008). 여기서의 관광산업의 개념은 관광수요 측면이 강조된 것으로 이해될 수 있다. UN 아시아태평양 경제사회 위원회(United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific, UNESCAP)는 관광산업을 ‘관광객에게 재화와 서비스를 제공하는 모든 산업’으로 폭넓게 정의하며 호텔 및 숙박(hotels and supplementary accommodations), 음식점(restaurants), 유흥시설(entertainment and attractions), 쇼핑(shopping), 국내교통(domestic transport service), 국제교통(international transport service)을 관광산업에 포함시키고 있다. UN 무역개발회의(United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD)는 관광산업을 ‘재화와 서비스를 생산하거나 외래방문객 및 국내여행자들에 의해 소비되는 산업 및 상업적인 활동의 총합’으로 정의하고 있다. 캐나다의 NTFTD(National Task Force on Tourism Data)는 관광산업을 ‘일상생활에서 떨어진 곳에서의 사업, 휴식, 여가활동을 위한 재화와 서비스를 직접적으로 제공하는 모든 산업의 총체’라고 매우 포괄적으로 정의하고 있다. 결국 관광산업의 다양

한 분야와 결합되어 부가가치를 창출하는 산업이기 때문에 기관의 강조점에 따라 정의와 범위가 다른 것을 볼 수 있다.

우리나라 「관광진흥법」상에서 관광산업은 관광객을 위하여 운송·숙박·음식·운동·오락·휴양 또는 용역을 제공하거나 그 밖에 관광에 딸린 시설을 갖추어 이를 이용하게 하는 업으로 정의하고 있다. 그리고 세부 산업으로 여행업, 관광숙박업, 관광객 이용시설업, 국제회의업, 카지노업, 유원시설업, 관광 편의시설업으로 구분하고 있다. 그러나 「관광진흥법상」 관광산업에 대한 정의 및 범위는 국가승인통계인 관광사업체 기초통계조사에의 모집단 범위로 활용되고 있지만, 그 포괄범위가 한정되어 있다는 한계가 있다.

실제로 관광산업은 다양한 관광 핵심상품을 혼합하여 하나의 관광상품으로 제공할 수 있는데, 호텔산업의 경우 숙박서비스 이외에 식음료 제공서비스의 공급자로 활동을 수행하고 있다. 따라서 특정상품과 그 상품을 주요 산출물로 삼는 산업간에는 엄밀한 의미에서 1:1 대응관계가 존재하지 않는다(IRTS 2008). ‘관광 상품’의 개념은 일반적인 경제 통계에서의 ‘상품(product)’ 개념을 넘어서 특정 여행패키지 및 여행목적지를 거래하는 관광 사업 전문가들에 의해 사용되는 상품 개념과 관련이 있다(IRTS 2008). 관광상품은 방문객의 관광수요를 충족시키는 관광관련 재화 및 서비스를 의미하며, 따라서 ‘관광 상품을 생산하는 활동’을 관광산업으로 개념화 할 수 있다.

이에 여기서는 관광산업이 관광객의 행태와 소비유형 등에 따라 교통, 숙박, 식음료, 오락, 쇼핑 등의 기존산업과 연계되어 있다는 점 등을 고려하여 일상생활권을 벗어나 이루어지는 쇼핑, 식음료, 숙박, 교통, 위락 등과 관련된 재화와 서비스를 생산하는 단위의 집합을 관광산업으로 정의한다(통계청, 2012).

2) 관광산업의 특성

관광산업의 특성은 관광상품의 구성 측면 및 국민 경제내에서 산업 분류 측면에 파악될 수 있다.

첫째, 관광산업은 관광객의 다양한 관광활동 및 관광수요에 대응하여 숙박, 교통, 쇼핑, 체험, 관람 등의 관광재화와 서비스가 융합되는 복합 서비스 산업의 특성이 있다. 관광산업이 다양한 서비스업종군을 포괄함으로써 접근 목적과 방식에 따라 다양한 정의가 가능하며, 일반적인 서비스업종과의 기능적 중복 때문에 관련 산업적 분석도 용이하지 않은 특징을 들 수 있다.

둘째, 관광산업은 여타 서비스 산업과 유사하게 최종 수요형 산업으로 중간투입이 낮은 산업의 특성을 지니고 있다. 따라서 제조업보다 높은 부가가치율을 보이고 있다. 또한 노동투입이 높은 산업으로 노동집약적 산업의 특성을 지니고 있다.

셋째, 국민 경제에 있어 관광산업의 중요성에 대한 공통된 인식에도 불구하고, 관광산업은 다양한 산업들과 결합되어 관광서비스를 공급하고 있기 때문에 관광생산품에 의한 산업분류체계가 어려우며 관광산업의 경제적 규모와 영향 등에 대한 실체를 정확히 파악하는 데에는 한계가 있다.

넷째 관광활동으로 인한 경제적 결과는 이미 국민계정에 포함되어 있지만, 관광산업은 타산업과 명확하게 구분될 수 있는 자체 계정과목의 부재로 관광수요를 충족시키기 위해 생산되고 소비되는 모든 상품 및 서비스의 규모를 측정하는 데 어려움이 있다. 즉, 관광산업에 명확한 분류기준의 설정 한계로 관광관련 산업통계가 국민 계정내에 존재함에도 불구하고 관광산업 통계를 분리 추출하는데 제약이 있을 수 있다. 따라서 관광산업의 국민 경제적 규모와 영향 파악 및 국가간 관광산업 규모의 비교 및 관광산업의 특성을 파악하기 위해서 관광산업의 명확한 분류체계가 필요한 실정이다.

다섯째, 관광지출 측면에서 관광객의 지출항목에서 관광산업의 규모를 추정할 수 있으나 관광산업의 복합성에 의한 산업분류의 한계로 조사항목에서 누락될 수 있는 가능성과 국민계정과 연계성에 제약 요인이 많다. 이러한 측면에서 국민계정내에 관광산업의 규모를 분석하기 위해 관광위성계정¹⁴⁾(Tourism Satellite Account, TSA)에 대한 연구가 진행되고 있다. 관광위성계정은 수요와 공급과 관련된 관광 관련 자료를 폭넓게 조정하는 개념적인 체계로 관광산업의 규모를 추정하는 도구로 활용되고 있다.

나. 관광산업의 범위

1) 산업분류상에서의 관광산업의 범위

앞서 정의한 관광산업 정의를 기준으로 관광산업특수분류가 2012년에 개정되었으며, 본 연구에서도 관광산업특수분류를 관광산업 범위의 기준으로 삼고자 한다.

관광산업특수분류는 세계관광기구(UNWTO)와 유엔통계위원회가 공동으로 작성한 국제관광표준분류(Standard International Classification of Tourism Activities)를 기초로 2000년에 제정되었으며, 관광산업의 특성을 반영한 2012년 개정을 통해 포괄범위를 재설정하였다. 현재 활용되고 있는 관광산업특수분류는 저작권산업특수분류와 유사하게 핵심 관광산업을 중심으로 관광산업에 대한 기여도와 역할에 따라 상호의존, 부분적용, 지원산업으로 구분하고 있다.

본 연구의 관광산업 범위는 앞서 설명한 문화, 예술, 스포츠산업의 범위를 고려하여 핵심 관광산업만을 포함하도록 한다. 핵심 관광산업은

14) 위성계정이란 국민계정(National account)의 틀 속에서 세부내용을 반영하기에는 내용이 너무 많거나 본 계정체계와 구조가 맞지 않는 특정분야를 집중적으로 분석하기 위하여 작성되는 계정으로 관광위성계정은 관광분야 전반에 걸친 경제적 크기 및 수요와 공급 측면의 정보를 제공하기 위하여 관광산업 전반에 대해 논리적이고 일관된 방법으로 작성된 계정을 의미한다.

전적으로 관광객에 의존하는 산업으로 관광 쇼핑업, 관광 운수업, 관광 숙박업, 관광 음식점 및 주점업, 여행사 및 여행보조 서비스업, 국제회의업, 문화오락 및 레저 스포츠산업, 카지노업을 포함하며, 주로 「관광진흥법」에서 규정한 관광산업이 분류되어 있다.

관광산업특수분류의 핵심 관광산업 8개 분류는 산업의 유사성, 산업의 규모 등을 고려하여 ‘관광숙박업 및 식당업’, ‘여행사업 및 관광운수업’, ‘문화오락 및 레저산업’, ‘관광쇼핑업’, ‘국제회의 및 전시업’의 5개의 대분류로 재분류하였으며, 세부 내용은 <표 3-11>과 같다.

‘관광숙박업 및 식당업’에는 수상관광호텔, 전통호텔 등의 호텔업, 휴양콘도미니엄업, 관광펜션업, 일반 관광 숙박업과 외래관광객 전문식당(한국관광공사 지정) 등과 유사하게 관광 목적에 부합하다고 인정한 음식점 및 주점업이 포함된다.

‘여행사업 및 관광운수업’은 일반 여행사 및 국·내외 여행사와 함께 노선 또는 정기 운송여부를 불문하고 운송설비로 관광객을 운송하는 산업 활동으로 정의된다. 구체적으로 살펴보면, 관광열차, 테마열차, 시티투어버스, 케이블카, 유람선, 크루즈 운영 등 운송업 중에서 관광과 관련성이 높은 사업체가 해당된다.

‘문화오락 및 레저산업’에는 문화, 오락 및 레저 스포츠와 관련된 산업으로 박물관(미술관 포함), 식물원, 동물원, 유원시설, 골프장, 스키장 등을 포함하며, 카지노업의 경우에도 여기에 분류된다.

‘관광쇼핑업’은 개인 및 소비용 상품을 변형하지 않고 관광객에게 재판매하는 산업활동으로 면세점과 중앙정부 또는 지방정부에서 관광 목적에 부합하다고 인정한 1st(퍼스트) 인증 상점 등이 포함된다.

‘국제회의 및 전시업’은 대규모 관광 수요를 유발하는 국제회의(세미나·토론회·전시회 등을 포함)를 개최할 수 있는 시설을 설치·운영하거나 국제회의의 계획·준비·진행 등의 업무를 위탁받아 대행하는 산업활동으로

로 국제회의기획업체(Professional Congress Organizer, PCO), 전시기획업체(Professional Exhibition Organizer, PEO) 등이 해당된다.

〈표 3-11〉 산업분류상에서의 관광산업의 범위

대분류	의미	중분류
관광숙박업 및 식당업	관광객의 숙박 또는 취사에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객 또는 그 시설의 회원이나 공유자에게 제공하거나 숙박에 딸리는 음식·운동·오락·휴양·공연 또는 연수에 적합한 시설 등을 함께 갖추어 이를 이용하게 하는 산업활동과 접객시설을 갖추고 구내에서 직접 소비할 수 있도록 즉석식 음식을 조리하여 제공하는 음식점을 운영하는 산업활동과 접객시설을 갖추고 주류, 다과류 및 비알콜음료를 판매하는 산업활동	<ul style="list-style-type: none"> - 호텔업 - 휴양콘도미니엄업 - 관광 펜션업 - 일반 관광 숙박업 - 관광 음식점업 - 관광 주점업
여행사업 및 관광운수업	여행자 또는 운송시설·숙박시설 그 밖에 여행에 딸리는 시설의 경영자 등을 위하여 그 시설 이용알선이나 계약체결의 대리, 여행에 관한 안내, 그 밖의 여행 편의를 제공하는 산업활동과 노선 또는 정기 운송여부를 불문하고 운송설비로 관광객을 운송하는 산업활동	<ul style="list-style-type: none"> - 여행사업 - 여행보조 및 예약 서비스업 - 관광 철도운송업 - 관광 도로운송업 - 관광 수상운송업 - 관광 항공운송업
문화오락 및 레저산업	문화, 오락 및 레저 스포츠와 관련된 산업활동과 전문 영업장을 갖추고 주사위·트럼프·슬롯머신 등 특정한 기구 등을 이용하여 우연의 결과에 따라 특정인에게 재산상의 이익을 주고 다른 참가자에게 손실을 주는 행위 등을 하는 산업활동	<ul style="list-style-type: none"> - 박물관 및 사적지 관리 운영업 - 식물원 동물원 및 자연공원 운영업 - 유원시설업 - 농어촌 체험 및 생태 관광업 - 관광 공연장업 - 관광 레저 스포츠시설 운영업 - 카지노업
관광쇼핑업	개인 및 소비용 상품을 변형하지 않고 관광객에게 재판매하는 산업활동	<ul style="list-style-type: none"> - 면세점 - 외국인전용 관광기념품 판매업 - 관광 인증 쇼핑업
국제회의 및 전시업	대규모 관광 수요를 유발하는 국제회의(세미나·토론회·전시회 등을 포함)를 개최할 수 있는 시설을 설치·운영하거나 국제회의의 계획·준비·진행 등의 업무를 위탁받아 대행하는 산업활동	<ul style="list-style-type: none"> - 국제회의 및 전시 기획업 - 국제회의 및 전시 시설업

2) 산업연관표상에서의 관광산업의 범위

관광산업특수분류와 연계되어 있는 한국표준산업분류를 활용하여 산업연관표의 최소 분류단위인 기본부문 384개와 연계한 결과, 관광산업 전체로 14개(기타 사업지원서비스는 중복 포함)가 연계되는 것으로 나타났다.

세부적으로 살펴보면, ‘관광숙박업 및 식당업’에 3개, ‘여행사업 및 관광운수업’에 6개, ‘문화오락 및 레저산업’에 4개, ‘관광쇼핑업’과 ‘국제회의 및 전시업’에 각각 1개가 연계되었으며, 자세한 연계 결과는 부록에 수록하였다.

〈표 3-12〉 산업연관표상에서의 관광산업의 범위

대분류	산업연관표(기본부문 384)	
	코드	분류
관광숙박업 및 식당업	321	숙박
	318	일반음식점
	319	주점
여행사업 및 관광운수업	304	철도여객 운송서비스
	306	도로여객 운송서비스
	309	연안 및 내륙수상 운송서비스
	310	외항운송서비스
	311	항공운송서비스
	359	기타 사업지원서비스
문화오락 및 레저산업	373	기타 문화서비스
	375	오락서비스
	372	연극, 음악 및 기타 예술
	374	스포츠서비스
관광쇼핑업	303	소매서비스
국제회의 및 전시업	359	기타 사업지원서비스

제3절

문화체육관광산업의 개념과 범위

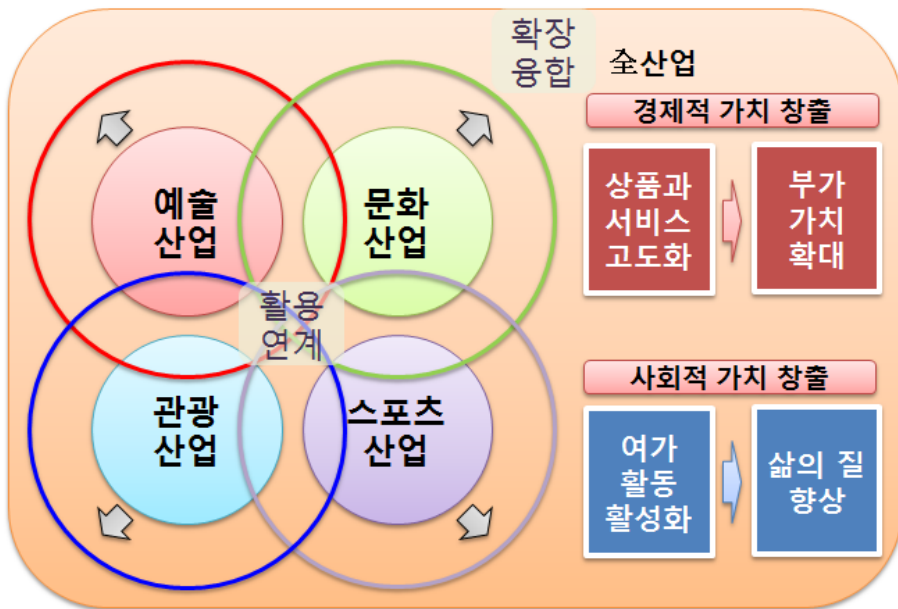
1. 문화체육관광산업의 개념 및 특성

가. 문화체육관광산업의 개념

예술산업, 문화산업, 스포츠산업 그리고 관광산업은 앞에서 살펴보았듯이 서로 다른 개념에서 출발하고 있으나 산업화되는 과정에서는 긴밀하게 연관되어왔고 이에 따라 산업범위에 있어서도 중첩되는 부분이 점차 확대되고 있는 상황이다. 문화체육관광분야가 통합되어 있는 문화체육관광산업은 장르, 소재, 기술, 산업이 융합이 되어 있는 개념으로 이해할 수 있다.

최근 문화체육관광 분야가 융합된 다양한 상품과 서비스가 나오면서 산업간 투입 자원(인력, 자금, 기술 및 소재)이 빠르게 교류 또는 결합되고 있으며 관련 생산주체(기업)들이 다루는 범위도 특정 산업을 넘어 문화체육관광 분야를 모두 포괄하고 있다. 구체적인 사례를 보면, 문화예술은 콘텐츠산업에 대한 원천소재, 예술관광·문화관광의 자원, 예술과 결합된 스포츠 및 스포츠 이벤트의 결합요소로 작용하고 있다. 콘텐츠는 문화예술, 관광, 스포츠와 관련된 다양한 문화상품의 제작·가공·유통을 통해 관광은 문화예술, 한류 콘텐츠, 스포츠 이벤트를 관광자원화를 통해 스포츠는 스포츠의 예술적 기량 제고, 문화 및 관광과 결합된 스포츠 이벤트의 기획·개최를 통한 부가가치를 창출하고 있다. 이러한 관점에서 문화체육관광산업은 예술, 문화, 스포츠, 관광 또는 결합된 영역에서 경제적 가치를 추구하기 위해 기획, 개발, 제작, 유통, 생산, 소비 등과 이에 관련된 서비스업이라고 정의할 수 있다.

또한 문화체육관광산업은 국민의 여가생활을 구성하는 핵심 3요소로 유기적 연계를 통한 효과적인 여가환경을 조성하는 데에도 기여하고 있다. 이에 문화체육관광분야는 융합을 통한 부가가치를 창출하는 것뿐만 아니라 국민의 삶의 질을 향상시키는 역할을 수행한다는 측면이 있기 때문에 정책영역에서 동시에 고려되고 있다. 문화체육관광을 하나로 통합 영국이 문화디지털스포츠부에서 예술, 창작, 미디어, 문화, 스포츠, 관광 등을 관장하고 있듯이 우리나라도 문화체육관광부에서 예술, 콘텐츠, 스포츠, 관광을 관장함에 따라 문화체육관광을 하나의 개념으로 인식하게 되고 있다. 문화체육관광산업이 국민의 삶의 질을 향상시키는 사회적인 측면까지 고려한다면 문화체육관광산업은 일반 산업적 가치 또는 범위보다 훨씬 포괄적인 개념으로 정의되어야 할 것이다.



[그림 3-2] 문화체육관광산업의 활용연계를 통한 가치 창출

나. 문화체육관광산업의 특성

문화체육관광산업은 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업을 포함하고 있는 산업으로 각각의 개별산업의 특성을 모두 가지게 된다. 문화체육관광산업의 특성을 몇 가지로 요약하면 다음과 같이 제시할 수 있다.

첫째, 창의성과 독창성이 매우 중요하다. 예술, 콘텐츠, 관광지, 스포츠시설 등은 독창성이 있어야 가치를 인정받게 된다. 예술이나 콘텐츠 작품은 물론, 관광지나 스포츠를 즐기는 장소 역시 다른 곳하고 차이가 날 때 그 가치를 인정받게 된다.

둘째, 창작자 또는 특정 매니아들이 주도하고 있지만, 모든 대중들이 즐길 수 있다. 예술가 등의 창작자, 대중음악가, 산악인, 프로선수 등의 일부의 대상들이 주도하고 있지만, 모든 대중들이 이를 즐기고 참여하고 있다.

셋째, 융복합이 이뤄지고 있으며, 서로 중복되어 발생하는 현상이 증가하고 있다. 즉, 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업이 서로 결합되어 새로운 형태의 산업이 생기고 있으며, 기술이 발전하고 사회가 발전하면서 하나의 산업에 참여함으로써 여러 산업의 활동을 중복하게 된다. 예를 들면 예술작품을 관람하면서, 예술산업과 관광산업을 동시에 하게 되며, 골프를 치러 이동하면서 스포츠산업과 관광산업을 동시에 하게 된다. 또한 문학작품을 출판하면서 예술산업과 문화산업을 동시에 하게 된다.

넷째, 문화체육관광은 다양한 긍정적 사회적 효과를 창출한다. 우선 문화, 체육, 관광은 자기표현과 체험 기회 제공을 통해 국민의 삶을 더욱 풍요롭게 한다. 구체적으로 문화체육관광 체험은 즐거움을 선사하고, 심리적 치유와 안정을 제공할 뿐만 아니라 신체적 건강을 증진에도 기여한다. 또한 문화체육관광 활동을 통해 상호 소통과 공감, 차이와 다양성에 대한 이해 촉진, 사회성 증진하며 이로써 구성원의 정체성 형성, 갈등의 치유, 시민적 미덕의 교육을 통한 사회적 자본의 축적과 사회 통합에 기여하게 된다.

2. 문화체육관광산업의 범위

가. 산업분류상에서의 문화체육관광산업의 범위

문화체육관광산업에 대해 별도로 제시되어 있는 정의는 없다. 그러나 문화체육관광산업 관련 통계는 작성되어 오고 있다. 따라서 문화체육관광산업의 정의는 통계를 작성하면서 이미 사용은 되고 있다고 볼 수 있으나 명문화되어 있지 않다.

본 연구에서 문화체육관광산업에 대한 규모를 추정하고자 할 때 문화체육관광관련 산업에 종사하는 모든 사업체들이 영업활동을 모두 합하여 값을 제시하게 된다. 따라서 문화체육관광산업은 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업을 모두 포함하는 것으로 정의를 내리도록 한다.

따라서 문화체육관광산업의 범위는 앞에서 제시한 각 산업의 포괄범위를 합하여 사용하도록 한다. 단지 문화체육관광산업으로 하면서 <표 3-13>에서처럼 분류체계의 차원을 하나씩 내려 정하도록 한다.

문화체육관광산업은 크게 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업으로 구분하며, 이는 다시 문화유산 및 문화시설, 문학 및 출판, 공연, 시각예술, 공예 등의 19개로 재분류하였다.

〈표 3-13〉 산업분류상에서의 문화체육관광산업의 범위

대분류	중분류	소분류		
예술 산업	문화유산 및 문화시설	- 문화유산 및 문화시설		
	문학 및 출판	- 문학	- 출판	-
	공연	- 연극 - 기타 공연	- 무용 - 공연 관련 산업	- 음악
	시각예술	- 미술	- 디자인	- 사진
	공예	- 공예		

대분류	중분류	소분류		
문화 산업	출판산업	- 출판업 - 온라인 출판 유통업 - 온라인 만화 제작·유통업	- 인쇄업 - 출판 임대업 - 만화책 임대업	- 출판 도소매업 - 만화 출판업 - 만화 도소매업
	음악산업	- 음악제작업 - 음반 도소매업 - 노래연습장 운영업	- 음악 및 오디오물 출판업 - 온라인 음악 유통업	- 음반 복제 및 배급업 - 음악 공연업
	영화, 방송산업	- 영화제작 지원 및 유통업 - 애니메이션 유통 및 배급업 - 유선방송	- DVD/HD 제작 및 유통업 - 온라인 애니메이션 유통업 - 위성방송	- 애니메이션 제작업 - 지상파 방송 - 방송채널사용자업 등
	광고산업	- 광고(종합) 대행업 - 인쇄업	- 광고 제작업 - 온라인업	- 서비스업 - 기타업
	게임산업	- 게임 제작 및 배급업	- 게임 유통업	- 게임 도소매 및 임대업
	시각그래픽 및 캐릭터 산업	- 캐릭터 제작업 - 캐릭터 상품 온라인 유통업	- 캐릭터 상품 유통업 - 사진	- 캐릭터 놀이시설 운영업 - 시각과 그래픽 아트 등
스포츠 산업	스포츠 시설업	- 스포츠시설 운영업	- 스포츠시설 건설업	-
	스포츠 용품업	- 운동 및 경기용품업	- 운동, 경기용품 유통 및 임대업	-
	스포츠 서비스업	- 스포츠 경기 서비스업 - 스포츠 정보 서비스업	- 스포츠 교육기관	- 기타 스포츠 서비스업
관광 산업	관광숙박업 및 식당업	- 호텔업 - 휴양콘도미니엄업	- 관광 펜션업 - 일반 관광 숙박업	- 관광 음식점업 - 관광 주점업
	여행사업 및 관광운수업	- 여행사업 - 여행보조 및 예약 서비스업	- 관광 철도운송업 - 관광 도로운송업	- 관광 수상운송업 - 관광 항공운송업
	문화오락 및 레저산업	- 박물관 및 사적지 관리 운영업 - 식물원 동물원 및 자연 공원 운영업	- 유원시설업 - 농어촌 체험 및 생태 관광업 - 관광 공연장업	- 관광 레저 스포츠시설 운영업 - 카지노업
	관광쇼핑업	- 면세점	- 외국인전용 관광기념품 판매업	- 관광 인증 쇼핑업
	국제회의 및 전시업	- 국제회의 및 전시 기획업	- 국제회의 및 전시 시설업	-

나. 산업연관표상에서의 문화체육관광산업의 범위

앞서 살펴본 것처럼 예술, 문화, 스포츠, 관광산업별 분류를 활용하여 산업연관표의 최소 분류단위인 기본부문 384개와 연계하면, ‘예술산업’에 34개, ‘문화산업’에 30개, ‘스포츠산업’에 25개, ‘관광산업’에 14개가 연계되는 것으로 나타났다.

하지만, 예술, 문화, 스포츠, 관광산업별로는 산업의 개념상 중복되는 부분이 발생한다. 산업연관표상에서도 출판, 스포츠 서비스, 오락서비스 등이 중복으로 포함되어 있으며, 최종적으로 문화체육관광산업은 산업연관표의 63개와 연계된다.

〈표 3-14〉 산업연관표상에서의 문화체육관광산업의 범위

대분류	산업연관표(기본부문 384)	
	코드	분류
예술산업	373	기타 문화서비스
	372	연극, 음악 및 기타예술
	356	기타 전문서비스
	376	산업 및 전문가 단체
	332	출판
	328	정보서비스
	331	신문
	097	인쇄
	302	도매서비스
	303	소매서비스
	345	기계장비 및 용품 임대
	364	교육서비스(산업)
	268	악기
	380	개인 및 가정용품 수리서비스
	333	영상, 오디오물 제작 및 배급
	098	기록매체 복제
	073	봉제의류
	126	잉크

대분류	산업연관표(기본부문 384)	
	코드	분류
	269	문방구
	271	모형 및 장식용품
	353	건축, 토목관련서비스
	130	사진용 화학제품 및 감광재료
	246	사진기 및 영상기
	359	기타 사업지원서비스
	144	가정용 도자기
	143	기타 유리제품
	156	기타 비금속광물제품
	264	금속 가구
	270	귀금속 및 보석
	191	기타 금속제품
	263	목재 가구
	088	기타 목제품
	094	종이문구 및 사무용지
	091	기타 원지 및 판지
문화산업	332	출판
	331	신문
	097	인쇄
	302	도매서비스
	303	소매서비스
	328	정보서비스
	345	기계장비 및 용품 임대
	333	영상, 오디오물 제작 및 배급
	098	기록매체 복제
	372	연극, 음악 및 기타예술
	375	오락서비스
	334	영화상영
	326	지상파 방송서비스
	327	유선, 위성 및 기타방송
	323	유선통신서비스
	324	무선통신서비스

대분류	산업연관표(기본부문 384)	
	코드	분류
	325	기타 전기통신서비스
	352	광고
	376	산업 및 전문가 단체
	364	교육서비스(산업)
	356	기타 전문서비스
	374	스포츠서비스
	351	시장조사 및 경영컨설팅
	359	기타 사업지원서비스
	329	소프트웨어 개발공급
	270	귀금속 및 보석
	266	장난감 및 오락용품
	330	컴퓨터관리서비스
	373	기타 문화서비스
	271	모형 및 장식용품
스포츠산업	301	기타 건설
	374	스포츠서비스
	375	오락서비스
	070	직물제품
	073	봉제의류
	080	가방 및 핸드백
	081	신발
	257	기타 선박
	262	기타 운수장비
	266	장난감 및 오락용품
	267	운동 및 경기용품
	272	기타 제조업제품
	302	도매서비스
	303	소매서비스
	345	기계장비 및 용품 임대
	326	지상파 방송서비스
	327	유선, 위성 및 기타방송
	328	정보서비스

대분류	산업연관표(기본부문 384)	
	코드	분류
	329	소프트웨어 개발공급
	331	신문
	332	출판
	351	시장조사 및 경영컨설팅
	356	기타 전문서비스
	359	기타 사업지원서비스
	364	교육서비스(산업)
관광산업	321	숙박
	318	일반음식점
	319	주점
	304	철도여객 운송서비스
	306	도로여객 운송서비스
	309	연안 및 내륙수상 운송서비스
	310	외항운송서비스
	311	항공운송서비스
	359	기타 사업지원서비스
	373	기타 문화서비스
	375	오락서비스
	372	연극, 음악 및기 타예술
	374	스포츠서비스
	303	소매서비스

제4절

소결

제3장에서는 문화체육관광분야의 개별 산업의 정의와 포괄범위를 제시하고, 문화체육관광산업의 정의와 포괄범위를 4개의 개별 산업의 정의와 포괄범위를 결합하여 사용하는 것으로 제시하였다.

많은 학자나 이해당사자들은 제3장에서 제시한 정의와 포괄범위를 인정하지 않을 수도 있을 것이다. 그러나 법에 명시되어 있고, 표준산업분류체계와 연계한 통계청에서 승인한 산업특수분류를 이용하는 것을 제외하고 모두 공감할 수 있는 기준을 제시하는 것은 어려운 일이다. 또한 표준산업분류는 국제표준산업분류와도 연계가 가능하기 때문에 제3장에서 제시한 포괄범위를 이용할 경우 국제비교도 가능한 통계를 제시할 수 있다는 장점이 있다. 즉, 한국은 물론 국제적으로도 기준이 되는 포괄범위를 이용하는 것이다.

따라서 이후부터 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업 각각의 산업에 대한 규모를 추정할 때 각 산업별로 제시한 정의와 포괄범위에 따라 통계를 작성하도록 한다. 즉, 각 산업의 통계를 작성할 때 기준을 제3장에서 제시한 포괄범위에 해당하는 사업체들의 경영 활동의 결과를 조사 또는 산출하여 작성하도록 한다. 또한 문화체육관광산업의 규모를 추정할 때도 <표 3-13>에서 제시한 포괄범위에 해당하는 사업체들의 경영 활동의 결과값들을 조사 또는 산출하여 작성하게 된다.

문화체육관광산업 정의와 포괄범위를 개별 산업의 결합으로 사용함으로써 서로 중복되는 영역이 자연스럽게 발생하게 되는 문제가 발생한다. 이는 제2장에서 영국사례에서 제시하였고, 영국의 문화다지텔스포츠산업이 한국의 문화체육관광산업과 유사하다는 것을 제시하였다.

따라서 문화체육관광산업의 규모를 추정할 때, 두 가지로 규모를 추정

하여야 한다는 것을 가늠할게 된다. 하나는 문화체육관광산업 전체에 대한 규모를 추정하는 것이고, 다른 하나는 4개의 개별 산업의 규모를 추정하는 것이다. 개별 산업의 합은 개별 산업들의 중복되는 영역의 추정값에 해당하는 만큼 문화체육관광산업의 규모보다 클 것이다.

다음 장에서는 개별 산업들의 규모 추정을 위한 방법을 제시하고 규모를 추정하도록 한다.

제4장 ●●

문화체육관광산업의 규모 측정 지표



제1절

지표 작성 절차

1. 지표 작성을 위한 고려사항

현재 문화체육관광산업 관련 통계는 두 가지로 작성되고 있다. 이는 사례분석에서도 제시하였는데, 하나는 산업규모 추정이나 파급효과 관련 연구이며, 다른 하나는 산업의 현황을 제시하는 조사통계이다. 전자는 생산되어 있는 통계에 산업연관표를 연계 활용하여 비정기적으로 연구를 통해 작성하고 있다. 후자인 조사통계를 이용한 산업현황은 사업체를 대상으로 조사하여 작성되고 있으며, 정기적으로 생산되고 있다. 콘텐츠산업, 스포츠산업, 관광산업, 예술공연산업, 미술산업, 공예디자인산업 등의 분야가 조사통계로 작성되고 있다.

그런데 현재 작성되고 있는 문화체육관광산업의 규모 추정은 현재의 규모가 아닌 파급효과 또는 경제적 효과의 관점으로 일시적인 연구를 통해서만 이뤄지고 있는 이유로, 두 가지 문제점을 생각할 수 있다. 첫째, 연속성이 없다는 것이다. 즉, 해당하는 연구에서만 통계가 산출되고 있기 때문에, 연속적으로 통계를 활용할 수 없다. 둘째, 연구를 수행하는 연구자에 따라 통계를 산출하는 기준과 범위가 다르다는 것이다. 이러한 이유로, 연구를 통해 생산된 통계는 일관성이 결여되며, 다른 통계와도 직접적인 비교를 할 수 없는 등 한계가 있다.

조사통계를 통해 개별적으로 생산되고 있는 통계 또한 각각의 기준에 따라 생산되고 있어, 서로 연계하여 통계를 활용하는데 한계가 있다. 따라서 규모 추정을 위한 통계를 작성하기 위해서는, 공통적인 작성기준을 마련하는 것이 필요할 것이다.

기준은 다음 순서로 정하게 되는데, 먼저 통계작성을 위한 적용범위를

설정하고, 다음으로 규모 추정에 필요한 지표를 선정하고, 마지막으로 선정된 지표를 산출하는 방법을 명확히 제시하는 것이다. 이때 지표 작성을 위해 활용 가능한 자료가 어떤 것이 있는지 먼저 파악해야 한다. 자료는 가능한 공식적으로 인정되는 자료이면 좋겠지만, 통계작성 기준과 범위를 만족하면서도 신뢰할 수 있는 자료여야 한다. 이러한 이유는 문화체육관광산업의 규모를 추정한 값이 대표성이 있도록 함은 물론 비교성과 정확성도 확보 가능하도록 한다.

2. 지표 작성 절차

계속 언급하지만, 문화체육관광산업의 정의와 범위를 명확히 하는 것이 무엇보다도 중요하다. 지표를 산출하는 연구자(또는 통계생산자)에 따라 다른 통계값을 산출하여 제시하는 주된 원인이 바로 정의와 범위를 다르게 선정하는데 있다.

본 연구의 정의와 범위에 대한 부분은 제3장에서 제시하였다. 따라서 제3장에서 제시한 범위를 기준으로 규모 추정 방안을 제시하고자 한다. 또한 규모 추정의 대상은 제1장에서 제시한 것처럼 사업체가 된다. 즉, 산업범위에 포함된 분류체계에 해당하는 업종에 종사하는 사업체들의 현황을 파악하여 지표를 작성하게 된다.

규모 추정에 활용할 수 있는 지표는 매우 많고 다양하다. 그러나 모든 지표에 대해 규모 추정 방안을 모두 제시하는 것도 어렵지만, 모든 지표를 산출하지 않고 중요한 지표만을 제시하여도 규모추정에 문제가 없다. 따라서 많이 사용되고 있는 지표를 선정하여, 해당하는 지표에 대하여 추정 방법을 살펴보고자 한다. 본 연구에서는 국내외 사례분석에서 파악된, 공통적으로 사용하고 있는 사업체수, 매출액, 부가가치액, 종사자수를 주요지표로 선정하고, 이들을 추정하도록 한다.

규모추정을 위한 지표를 선정하였다면, 다음으로 선정된 지표를 작성하기 위해 어떠한 요소들이 필요한지 파악하고, 요소들을 가지고 있는 자료들을 찾아 현황을 정리해야 한다. 즉, 지표별 요소를 파악하고, 요소를 산출할 수 있는 자료가 있는지, 자료생산은 어디서 하고, 조사를 통해 생산된 자료인지, 행정자료를 통해서 생산한 자료인지 등을 파악하여 목록으로 정리한다. 이때 지표는 산출하고자 하는 산업의 정의와 범위에 부합하면서도 신뢰할 수 있게 생산된 자료이어야 한다는 것을 다시 한번 강조한다.

그런 후 자료를 이용하여 지표를 측정하는 방안을 제시한다. 이때 지표별 측정할 때 자료에 따라 고려사항 등을 파악하여 작성방안을 구체적으로 제시한다. 그래야 향후에도 일관성 있는 방식으로 문화체육관광산업의 규모를 추정할 수 있을 것이다. 예를 들어 조사자료를 이용하는 경우와 행정자료를 이용한 경우가 다를 것이고, 개별 요소들을 산출하여 하나의 지표를 작성하는 경우와 지표를 통째로 작성하는 경우가 또한 다를 것이다.

문화체육관광산업 규모를 추정을 위해 지표를 작성할 때 반드시 고려해야 하는 부분이 있는데, 문화체육관광산업 전체와 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업 각각의 규모에서도 산출이 가능한 지표이어야 한다는 것이다. 즉, 산업 전체의 추정값도, 각각의 산업의 추정값도 신뢰할 수 있어야 한다. 그 이유는 개별산업의 규모도, 전체산업의 규모도 모두 필요한 통계이기 때문이다.

제2절

측정 지표

여기서는 규모 추정의 주요지표로 선정한 사업체수, 매출액, 부가가치액, 종사자수에 대한 기본적인 의미를 살펴보고, 각각의 요소를 이용하여 지표를 산출하는 공식을 살펴보도록 한다.

각 지표의 측정기준은 연단위로 하며, 통계작성 대상은 통계작성 기준 시점에 영위하고 있는 사업체가 된다. 우리나라 사업체 모집단의 정보는 두 통계자료에만 있는데, 하나는 통계청의 ‘전국사업체기초통계조사’ 자료이고, 다른 하나는 국세자료인 ‘사업자등록번호자료’이다.

본 연구에서는 국세자료는 개인정보 등의 문제 등으로 비공개이기 때문에 사업체를 하나하나 살펴볼 수 없다. 따라서 문화체육관광산업은 통계청의 ‘전국사업체기초통계조사’ 자료를 기준으로 문화체육관광산업 데이터베이스¹⁵⁾를 구축하여 각 지표를 측정한다.

1. 사업체수

가. 개요

사업체란 영리·비영리 또는 관공서의 인·허가 여부를 불문하고 일정한 물리적 장소에서 단일한 소유권 또는 통제 아래 재화의 생산·판매나 서비스 제공 등의 산업 활동을 영위하고 있는 개개의 경영단위를 말한다.¹⁶⁾ 그 예로 본사, 지사, 지점, 공장, 출장소, 영업소, 상점, 은행, 학교, 학원, 개인교습소, 병원 등을 들 수 있다.

15) 조사통계에서는 문화체육관광산업 표본틀로 이용된다.

16) 실무노동용어사전, 2014

기업체와 사업체를 구분하면 기업체는 하나 이상의 사업체로 구성될 수 있으며, 1개의 기업체가 여러 장소에서 활동을 할 경우 장소별로 각각 별개의 사업체로 본다. 따라서 사업체는 경제활동을 독립적으로 수행하는 기업체나 기업체를 구성하는 부분이라 할 수 있다.

나. 산출방법

사업체수는 해당연도의 특정 시점에 영위하는 사업체수를 파악하는 방법으로 산출할 수 있다. 다만 앞의 정의에서 제시한 것처럼 사업체는 기업체와 구분하여야 한다.

예를 들어, 특정 A여행사가 본사 외에 부산지사, 광주지사, 대구지사와 같이 서로 다른 지역에 여러 개의 지사를 운영하고 있는 경우, A 기업체 내 3개의 사업체로 구성되어 있다고 보고 총 3개 사업체로 계산된다. 즉, 해당연도의 특정시점에 해당산업 분야의 사업을 영위하고 있는 모든 사업체를 합한 수를 사업체수로 정의하며, 다음과 같은 식으로 표현할 수 있다.

$$\text{사업체수} = \sum_{i=1}^n I_i \quad \text{여기서, } I_i = \begin{cases} 1 & \text{해당연도에 사업을 한 사업체} \\ 0 & \text{해당연도에 사업을 하지 않은 사업체} \end{cases}$$

본 연구에서 사업체수는 다른 측정 지표를 산출하기 위한 가장 기본적인 기준으로 활용한다. 그러므로 문화체육관광산업 관련된 일을 하고 있는 사업체를 선정하는 것은 무엇보다도 중요하다. 이를 위해 제3장에서 제시한 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업의 분류체계에 해당하는 범위를 문화체육관광산업의 규모 추정을 위한 기준으로 선정한다.

이를 위해 한국표준산업분류가 아닌 특수산업분류를 기준으로 범위를 설정한다. 따라서 한국표준산업분류체계로 조사한 통계청의 ‘전국사업체

기초통계조사'자료를 직접적으로 이용할 수 없다. 즉, '전국사업체기초통계조사'자료에서 특수산업분류 기준에 부합하는 사업체만을 선정하여야 활용이 가능하다. 이를 위해 '전국사업체기초통계조사'의 사업체의 품목 하나하나를 판별하여 문화체육관광산업에 해당하는 사업체만을 추출하여 DB를 구축하였다. 즉, 문화체육관광산업에 해당하는 사업체로 모집단을 구축함으로써, 사업체 관련 통계를 산출 또는 생산할 때 활용하도록 한다.

결론적으로 문화체육관광산업에서 사업체수는 '전국사업체기초통계조사'의 자료에서 문화체육관광산업의 사업체를 추출하여 만든 DB에 포함된 수가 된다.

2. 매출액

가. 개요

매출액은 한 사업체가 생산하는 상품을 팔고 얻은 수입을 의미한다. 예를 들어 스포츠용품 사업체의 경우, 스포츠 용품과 관련된 상품을 팔고 얻은 수입을 매출액으로 본다. 하지만 스포츠 용품과 해당 없는 상품을 팔면 매출액이 아닌 유형 자산의 처분으로 보고 매출액에 포함하지 않는다. 즉, 매출액은 영업활동 또는 정상적 활동으로부터 얻는 수익으로서 상품 등의 판매 또는 용역의 제공으로 실현된 금액을 말한다.

매출액의 의미는 영업이익과는 다른 개념으로 이해되어야 한다. 매출액은 영업비용을 고려하지 않은 총 수입을 의미하지만 영업 이익은 매출액에서 인건비, 임차료, 감가상각, 세금공과 등의 영업비용을 제외한 총 금액을 의미하며 두 개념 모두 해당 사업체의 실적을 나타내는 지표로 활용될 수 있으나 그 의미가 다르다.

나. 산출방법

매출액 계산방법은 기업회계 기준상 수익의 총액을 인식하는 방법과 순액, 즉 수수료를 인식하는 방법으로 나뉜다. 회사가 고객에게 재화나 용역을 실질적으로 제공한 것이라면 고객에게 청구한 판매가액 총액을 수익으로 본다. 그러나 제3의 공급자에게 재화나 용역을 위탁, 중개해 제공했다면 고객에게 청구한 금액에서 제3의 공급자에게 지급해야 할 금액을 차감한 잔액(순액)을 수수료로 보고 매출을 계산한다.

일반적인 통계에서 해당 사업체의 매출액을 파악할 때 이를 기준으로 산출되고 있다. 또한 사업체수와 마찬가지로 하나의 사업체가 **여러 개**의 지사를 운영하는 경우 별도로 보고 본사 및 각 지사별 매출액을 산출하고 있다. 즉, 해당연도의 특정시점에 해당산업 분야의 사업을 영위하고 있는 모든 사업체의 매출액은 다음과 같은 식으로 표현할 수 있다

$$\text{매출액} = \sum_{i=1}^n I_i \times \text{매출액}_i \quad \text{여기서, } I_i = \begin{cases} 1 & \text{해당연도에 사업을 한 사업체} \\ 0 & \text{해당연도에 사업을 하지 않은 사업체} \end{cases}$$

매출액 또한 앞서 제시한 한국표준산업분류가 아닌 특수산업분류를 기준으로 이에 해당하는 사업체의 매출액을 추정하도록 한다. 따라서 문화체육관광산업에 해당하는 사업체 DB를 이용하여 해당하는 사업체를 파악한 후 매출액을 산출한다. 하지만 문화체육관광 사업체 DB자료에는 매출액에 대한 정보가 없기 때문에 행정자료 및 기타 통계자료 등을 활용하여 매출액을 추정해야 한다.

3. 부가가치액

가. 개요

기업의 1년간 생산액은 전부 기업이 만든 것이 아니라 생산에 소요된 원재료, 연료, 하청업체의 납품한 부품 등 다른 기업의 생산물이 포함되어 있다. 따라서 이를 공제한 나머지 부분을 부가가치액으로 정의한다. 더 세밀하게 구분하면 모든 경비를 공제한 것을 순 부가가치액이라고 하고, 감가상각비, 임대료, 보험료, 광고비 등의 비용을 포함한 것을 총부가가치액이라 한다.

부가가치액은 생산에 대한 노동 및 자본의 기여 정도를 반영하는 지표이다. 즉, 생산과정에서 노동이나 자본이 투입되면서 새롭게 더해진 가치를 금액으로 표현한 것이 부가가치액이다. 경제 내 부가가치의 합계는 국민총생산(GDP)과 같아서 부가가치액은 생산량 측정치이며 흔히 생산성 분석 및 구조 분석에 사용된다.

부가가치액은 총산출과 중간소비와의 차액으로 정의될 수 있다. 또한 고용자보수, 총 영업 잉여, 혼합소득 그리고 생산보조금을 제외한 여타 생산물세로 분해될 수 있다

나. 산출방법

부가가치액은 총 산출액(gross output)에 중간투입액(intermediate input)에 대한 부분을 제외하는 공제법과 기업의 인건비, 금융비용, 임차료, 조세공과, 감가상각비, 법인세, 공제 전 순이익을 합산하여 산출하는 가산법이 있다.

아래에 제시한 것처럼 해당산업에 종사하는 사업체의 부가가치액을 합하면 산업의 부가가치액이 되고, 산업별 부가가치를 합하면 총부가가치액이 된다.

$$\text{산업별 부가가치액} = \sum \text{각 산업 해당 사업체 부가가치액}$$

$$\text{총 부가가치액} = \sum \text{산업별 부가가치액}$$

1) 공제법(차감법) 산출방법

공제법에 따른 부가가치액은 총산출액(gross output)에 중간투입액(intermediate input)에 해당하는 부분을 제외하여 산출하는 방법이다.

여기서 총 산출액(gross output)이란, 일정기간 동안 생산된 산출물인 재화(goods)와 서비스(service)를 시장에 판매한 가격(기초가격 또는 생산자 가격)으로 평가하여 합산한 총액을 말한다. 재화와 서비스의 총산출액 계상은 직접적인 상품의 거래가 이뤄지는지에 따라 차이가 발생하는데, 직접적인 상품의 거래가격이 존재하는 재화의 총 산출은 생산량과 거래 가격을 이용하여 계산할 수 있다. 그렇지 않은 서비스업의 경우는 요금이나 수수료 등 제공한 서비스의 대가로 받은 수입을 총산출로 계상한다.

$$\text{부가가치액} = \text{총 산출} - \text{중간투입}$$

$$= [\text{생산수량} \times \text{가격} \times \text{부가가치율}^*]$$

$$= \text{매출액} \times \text{부가가치율}$$

$$^*\text{부가가치율} = \text{부가가치액} / \text{총 산출}$$

$$\text{총부가가치액} = \sum_{i=1}^n I_i \times \text{부가가치액}_i$$

$$\text{여기서, } I_i = \begin{cases} 1 & \text{해당연도에 사업을 한 사업체} \\ 0 & \text{해당연도에 사업을 하지 않은 사업체} \end{cases}$$

예를 들어 스포츠용품 회사가 개당 50만원짜리 골프채를 1만개 생산하였다면 이 회사의 총 산출은 50억원이 된다. 호텔이나 여관 등 숙박업은

숙박료 수입이, 그리고 버스, 택시 등 여객운수업은 운임수입이 각각의 총 산출이 된다.

중간투입이란 생산과정에서 투입되어 소비된 재화와 서비스의 가액을 말한다. 중간소비에는 생산에 투입된 재료비뿐만 아니라 상품판매를 위해 쓰인 광고비, 접대비 등도 포함된다.

대표적으로 한국은행의 ‘산업연관표’에서 산업의 부가가치를 공제법으로 산출하고 있다. 산업연관표 구성은 <표 4-1>과 같다. 행(row)은 각 산업의 생산물이 어떤 부문에 중간 수요나 최종수요(소비, 투자, 수출)의 형태로 얼마나 사용되는지에 대한 배분구조를 파악할 수 있다. 세로(column)는 각 산업의 재화 및 용역을 생산하기 위하여 지출한 생산비용의 구성을 나타내는 투입구조이다. 따라서 이를 통해 각 산업의 부가가치액과 전체 산업의 총 부가가치를 파악할 수 있다.

〈표 4-1〉 산업연관표 - 투입산출표 예시

		중간수요	최종수요	수입	총산출액
		1 2 ... j ... n			
중 간 투 입	1	$x_{1,1} x_{1,2} \cdots x_{1,j} \cdots x_{1,n}$	Y_1	M_1	X_1
	2	$x_{2,1} x_{2,2} \cdots x_{2,j} \cdots x_{2,n}$	Y_2	M_2	X_2
	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots
	i	$x_{i,1} x_{i,2} \cdots x_{i,j} \cdots x_{i,n}$	Y_i	M_i	X_i
	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots
	n	$x_{n,1} x_{n,2} \cdots x_{n,j} \cdots x_{n,n}$	Y_n	M_n	X_n
부가가치액		$V_1 \ V_2 \ \cdots \ V_i \ \cdots \ V_n$			
총투입액		$X_1 \ X_2 \ \cdots \ X_i \ \cdots \ X_n$			

2) 가산법에 의한 추정

가산법은 기업이 영업 활동에서 발생시킨 '인건비, 금융비용, 임차료, 조세 공과, 감가상각비, 법인세, 공제 전 순이익'을 합산하여 부가가치를 산출하는 방법이다. 즉, 부가가치는 '경상이익+인건비+임차료+조세 공

과+순금융비용+감가상각비'로 산정된다.

사업체 부가가치액 = 경상이익+인건비+임차료+조세 공과+순금융비용+감가상각비
$\text{총부가가치액} = \sum_{i=1}^n I_i \times \text{부가가치액}_i$ <div style="margin-top: 20px;"> 여기서, $I_i = \begin{cases} 1 & \text{해당연도에 사업을 한 사업체} \\ 0 & \text{해당연도에 사업을 하지 않은 사업체} \end{cases}$ </div>

4. 종사자수

가. 개요

종사자는 임금이나 봉급과 같은 형태의 보수를 받으면서 사업체에 고용되어 있는 피고용자, 자영업자, 무급가족 종사자 등을 모두 지칭한다. 일반적으로 종사자수를 통계로 파악할 때는 파견 받은 종사자를 포함하여 작성하고 있다.

종사자수를 파악하는 이유는 매출이나 부가가치액과 같이 영업활동 또는 정상적 활동 등으로 실현된 금액의 크기를 살펴보는 것도 중요하지만, 얼마나 많은 경제활동인구가 해당 산업에 종사하고 있는지를 파악하는 것도 경제 규모를 판단하는 중요한 지표가 되기 때문이다.

종사자수를 파악하는 방법 역시 다양하다. 앞에서 제시한 것처럼 해당 사업체에 고용된 피고용자, 자영업자, 무급가족 종사자, 파견받은 종사자를 모두 집계하여 파악하여 종사자수를 산출할 수도 있을 것이고, 근로기준법상 근로 계약에 따라, 자신의 노동력을 고용주에게 제공하고, 그에 대한 대가로 급여를 받는 피고용자인 근로자의 수를 산출할 수도 있을 것이다. 또한 고용보험에 가입된 수인 고용보험가입자수를 가지고 산출할 수도 있을 것이다.

통계산출의 의미에서 이를 설명하자면 종사자수는 사업체에 고용된 피고용자, 자영업자, 무급가족종사자, 파견 받은 종사자의 합으로 산출되고, 근로자수는 ‘근로기준법’을 기준으로 상용, 일용 등 고용형태를 불문하고 사실상 고용된 모든 사람을 근로자로 정의하고 있다. 단, 해당 사업체에서 일은 하지만 직접임금을 받지 않는 근로자는 근로자로 포함하지 않는다. 즉, 근로자수는 종사자수에서 파견 받은 종사자를 빼서 산출하는 개념이다.

나. 산출방법

현재 고용 관련 통계는 통계청과 노동부 등에서 조사가 진행되고 있다. 이를 살펴보면 전수조사인 경제총조사(통계청), 전국사업체조사(통계청), 노동력조사(고용노동부), 사업체패널조사(한국노동연구원) 등의 조사통계와 고용보험통계(고용노동부, 고용정보원)인 행정통계가 있다.

조사통계의 경우 대부분 연 단위 조사의 경우 전년도 말일을 기준으로 하고 있으며, 월별로 제시할 경우 전달 말일을 기준으로 조사가 이뤄지고 있다.

예를 들어 2016년 경제총조사의 경우 ‘2015년 12월 31일’ 기준으로 종사하고 있는 자영업자, 무급가족 종사자, 상용근로자, 임시 및 일용 근로자, 기타 종사자를 근로자로 정의하고 파악하고 있다. 또한, 전국사업체조사와, 사업체패널조사의 경우도 조사 진행 시점으로 작년 말 기준으로 한정하여 전체 근로자 수를 추정하고 있다.

$$\text{근로자수} = \sum \text{특정 시점 기준 모든 근로자}$$

$$\text{종사자수} = \sum \text{특정 시점 기준 모든 종사자}$$

다른 하나는 법령에 정한 값을 산출하여 제시하는 것이 있는데, 「고용보험 및 산업재해보상보험의 보험료 징수 등에 관한 법률 시행령」에 따른 것으로 고용노동부에서 공시하고 있는 고용자 수가 해당 기준으로 산출되고 있다. 이는 기준연도의 매월, 말일 현재 사용하는 근로자 수의 합계에 전년도 조업 개월 수로 나누어 근로자 수를 산출한다.

예를 들어 '17년 매월 말일 사용한 근로자의 수의 합이 10,000명, 조업 개월 수가 12개월인 경우는 총 833명이 된다.

$$\text{상시 근로자수} = \text{전년도 매월 말일 근로자수의 합계} / \text{전년도 조업 개월 수}$$

제3절

지표 작성을 위한 자료

1. 자료 현황

가. 조사통계

현재 생산되는 통계 중 문화체육관광산업의 규모 관련 지표를 파악하는데 활용할 수 있는 조사통계 자료는 <표 4-2>와 같다. 각각을 살펴보면 우리나라 사업체 전체를 조사하고 있는 통계조사로는 통계청의 경제총조사, 전국사업체기초통계조사 있다. 현재는 매출 등의 자료를 개인정보 관련 문제로 제공하지 않고 있어 활용하는 데 한계가 있지만, 사업체 대상 승인통계의 조사 표본틀로 활용하고 있기 때문에 사업체 조사의 기본이 되고 있다.

따라서 전국사업체기초통계조사 자료를 바탕으로 산업별로 조사통계를 제공하고 있는 것은 ‘콘텐츠 산업통계’, ‘스포츠산업실태조사’가 있으며, 앞에서 정의한 관광산업의 범위와는 다르지만 ‘관광사업체기초통계조사’도 관광진흥법의 범위에서 산출되고 있다.

나머지 8종의 통계들은 승인통계와 비승인통계로, 해당분야에서 산업을 정의하고 산출하고 있는 통계이다. 현재 승인통계는 통계청이나 통계작성기관 또는 통계작성대행기관에서 조사된 데이터를 제공받을 수 있다. 그러나 비승인통계는 통계작성기관의 의지에 따라 데이터의 제공여부가 결정되며, 공식통계가 아니기 때문에 활용하는데 한계가 있다.

조사통계는 조사대상을 모두 조사하는지 여부에 따라 전수조사와 표본조사로 구분되는데, <표 4-2>에 제시되어 있는 통계 중 통계청의 경제총조사와 전국사업체기초통계조사는 전수조사이고, 그 외의 조사통계는

표본조사를 통해서 추정 또는 통계값을 작성하고 있다.

〈표 4-2〉 문화체육관광산업 지표 작성을 위한 조사통계자료 현황

승인여부	통계명	작성기관
승인통계	경제총조사	통계청
	전국사업체기초통계조사	
	콘텐츠산업통계조사	문화체육관광부
	광고산업통계조사	
	스포츠산업실태조사	
	관광사업체기초통계조사	
	공연예술(공연시설)실태조사	
	신문·잡지산업실태조사	한국언론진흥재단
	방송산업실태조사	정보통신정책연구원
비승인통계	출판산업실태조사	한국출판문화산업진흥원
	한국영화산업실태조사	영화진흥위원회
	미술시장실태조사	예술경영지원센터
	공예산업실태조사	한국공예디자인문화진흥원
	대중문화예술사업체조사	한국문화산업교류재단

나. 가공통계 및 행정자료

활용할 수 있는 통계자료는 조사통계 자료 이외에도 행정자료 또는 가공통계 자료가 있다. 행정자료는 행정적인 업무를 처리하면서 자연스럽게 쌓여 다양한 정보로 활용이 가능한 자료이며, 가공통계 자료는 조사통계, 보고통계나 행정자료 그리고 빅데이터 등과 같은 자료를 의미 있게 결합 또는 다양한 방법으로 가공하여 생산한 통계자료를 의미한다.

〈표 4-3〉은 문화체육관광산업의 규모 추정에 활용할 수 있는 가공통계 또는 행정자료를 제시하였다, 이 중에서 가장 활용성이 높은 자료는 국세청 자료와 4대 보험 자료인데, 개인정보 등의 문제로 활용에 제약이 있다. 현재는 통계청이 가공된 형태로 DB를 구축하여 활용하고 있는데, 필요하다고 판단되는 경우에만 통계청과의 협의를 통해 통계 산출을 위해

활용할 수 있다. 한국문화관광연구원에서 생산하고 있는 ‘문화체육관광 산업통계’는 통계청의 승인을 받은 가공통계로 통계청과의 협의를 통해 작성한 후, 최종 산출물만을 제공받아서 활용하고 있다.

한국은행의 산업연관표 자료는 일반적으로 경제적 파급효과분석이나 기여도조사 등에 많이 활용되고 있다. 산업연관표는 표준산업분류와 연계가 가능하며, 산업별 연관 관계 등을 고려하여, 작성된 통계를 재활용하여 다양한 경제 관련 지표를 산출하는데 활용도가 매우 높다.

〈표 4-3〉 지표 작성을 위한 가공통계 및 행정자료

구분	통계 및 행정자료명	구분
한국은행	산업연관표	가공통계
한국문화관광연구원	문화체육관광산업통계	
국세청	사업자등록자료	행정자료
	근로소득지급명세서	
	일용근로소득지급명세서	
	사업소득지급명세서	
	부가가치세자료	
	사업장현황신고서	
	법인세자료	
	사업소득신고자료	
4대보험자료	국민연금자료	
	건강보험자료	
	고용보험자료	
	산재보험자료	
대법원	법인등기자료	

2. 통계자료별 활용 가능한 요소 현황과 활용방안

주요지표는 지표를 작성하기 위한 요소들의 자료가 있어야 통계 산출이 가능하기 때문에, 앞에서 살펴본 자료들의 요소현황을 살펴보고 제시하도록 한다.

가. 조사통계

각 조사통계 자료별로 산출할 수 있는 추정 가능 요소는 <표 4-4>와 같으며, 사업체를 대상으로 하는 조사통계에서 매출액과 종사자수, 사업체수는 모두 산출하고 있다. 그러나 통계별로 작성하고 있는 기준이 다를 수 있기 때문에 통계를 활용하기 전에 통계작성을 위한 설계부분이나, 해석 또는 활용을 위한 주의사항이나 고려사항을 살펴보아야 한다.

<표 4-4> 조사통계에서 규모 추정 가능 요소

통계명	산업규모 추정 요소								
	매출액	부가가치						종사자 수	사업체 수
		경상 이익	인건비	임차료	조세 공과	순 금융비	감가 상각		
전국사업체 조사	○	○	-	-	-	-	-	○	○
경제총조사	○	○	○	○	○	○	○	○	○
콘텐츠산업 통계조사	○	○	○	○	○	○	○	○	○
광고산업 통계조사	○	○	○	△	○	△	○	○	○
스포츠산업 실태조사	○	○	-	-	-	-	-	○	○
관광사업체 기초통계조사	○	○	-	-	-	-	-	○	○
공연예술 실태조사	○	○	-	-	-	-	-	○	○
신문잡지산업 실태조사	○	○	○		-	-	-	○	○
방송산업 실태조사	○	△	-	-	-	-	-	○	○
출판산업 실태조사	○	○	○	○	-	-	-	○	○
영화산업 실태조사	○	△	-	-	-	-	-	○	○

통계명	산업규모 추정 요소								
	매출액	부가가치						종사자 수	사업체 수
		경상 이익	인건비	임차료	조세 공과	순 금융비	감가 상각		
미술시장 실태조사	○	△	－	－	－	－	－	○	○
공예산업 실태조사	○	○	○	○	－	－	－	○	○
대중문화예술 사업체조사	○	○	○	○	○	○	○	○	○

주 : △ 는 해당 지표를 산출할 수 있는 일부 내용만 포함된 경우를 의미한다.

1) 사업체수

산업통계의 조사통계에서는 사업체수는 모두 제시하고 있다. 조사통계에서 사업체수는 조사모집단의 수가 된다. 즉, 통계작성을 위한 추정의 기준이 된다.

그러나 조사통계에서 조사모집단은 조사가 가능한 대상 또는 파악할 수 있는 가능한 대상 전부를 의미하는 것으로, 실제 알고 싶은 대상인 목표 모집단과는 차이가 있다. 따라서 목표모집단과 조사모집단의 차이를 반드시 확인하고 활용하여야 한다.

현재 작성되고 있는 통계를 살펴보면 승인통계의 경우는 통계청의 ‘전국사업체기초통계조사’ 자료를 활용하여 조사모집단을 정의하고 표본틀을 구축하여 조사를 진행하고 있다. 그러나 모두 표준산업분류로 제시되어 있는 분류체계로 작성되고 있기 때문에, 정확한 문화체육관광의 분류에 적합한 사업체수로 보기 어려운 부분이 있다.

따라서 본 연구에서의 사업체수는 문화체육관광산업 표본틀의 현황을 모수로 정해 통계작성기준으로 한다는 것은 앞에서 여러 차례 제시하였다. 조사통계별로 제시한 사업체수가 같은 분류에 해당하는 문화체육관광산업 표본틀의 사업체수와 다른 경우 사업체수의 비를 이용하여 통계치

를 보정하여 기준을 맞추는 방안도 있다.

2) 매출액

매출액은 모든 통계에서 산출되고 있어 활용하는 데 문제가 없다. 단지 ‘사업체수’ 부분에서 설명하였듯이 조사모집단 기준이 다를 경우 포함 범위가 다르기 때문에 이를 해석하는데 유의해야 한다.

동일한 분류체계에 따라 같은 범위로 작성될지라도, 조사모집단의 수가 다를 경우 전체 매출액도 차이가 날 수 밖에 없다. 이러한 경우 유의사항이나 포함범위를 고려해 통계를 해석하면 된다, 그러나 서로 비교를 하고자 할 경우, 기준이 달라 정확한 통계가 아니기 때문에 모집단의 정의에 따라 기준이 되는 사업체수로 가중값 보정을 하여야 한다.¹⁷⁾

3) 부가가치액

부가가치액 역시 조사모집단 선정이나 표본설계 또는 추정 등에 있어서 각기 조금씩 다르게 산출될 수 있다. 따라서 부가가치액 역시 이에 대한 부분을 세밀하게 살펴보고 활용할 필요가 있다.

부가가치액을 산출하기 위해서는 매출액을 알거나, 부가가치액의 세 부요소인 경상이익, 인건비, 임차료, 조세공과, 순금융비, 감가상각 등을 알아야 한다. 매출액을 알 경우에는 부가가치율을 계산해서 부가가치를 구할 수 있으며, 경상이익, 인건비, 임차료, 조세공과, 순금융비, 감가상각을 알 수 있다면 부가가치액을 직접적으로 계상할 수 있다.

‘매출액’ 부분에서 설명하였듯, <표 4-4>를 보면, 모든 자료에 매출액 정보가 있다, 따라서 부가가치율을 이용한 부가가치액 계산은 항상 가능하다.

‘콘텐츠산업통계조사’, ‘광고산업통계조사’, ‘스포츠산업실태조사’와

17) 이는 잘못 적용하였을 오히려 틀린 값을 제시할 수도 있기 때문에 데이터와 데이터 산출방안을 잘 확인한 후 적용해야 한다.

통계청의 ‘경제총조사’는 조사대상 사업체의 매출액과 중간비용을 파악하여 경상이익 산출이 가능하다. 또한 인건비, 임차료, 조세공과, 순금융비, 감가상각비를 조사하여 산출하고 있어 부가가치 산출이 가능하다.

한편 그 외 조사통계 자료들은 기본적으로 매출액은 모두 산출하고 있으며, 일부는 중간비용을 조사하는 경우도 있어 경상이익의 산출이 가능하다. 하지만 부가가치 산출에 필수적인 정보인 인건비, 임차료, 조세공과 등에 대하여 세부적으로 조사하고 있지 않아서 정확한 산출은 어렵다.

4) 종사자수

종사자수는 <표 4-4>에 제시한 모든 자료에서 산출하고 있다. 그러나 각 조사통계별로 정의하는 ‘종사자’에 대한 정의가 다르기 때문에 이를 직접 이용하는 것은 문제가 될 수 있다. 즉, 종사자수를 활용할 경우 각 통계의 정의를 반드시 살펴보고 기준이 다르다면, 같은 조건으로 산출한 것처럼 보정할 수 있는 방안이 있는지 살펴보아야 하고, 같은 조건으로 산출할 수 없다면 해석에 주의를 기울여야 할 것이다.

일부 조사에서 사용하고 있는 종사자수 정의의 차이점을 살펴보면, ‘전국사업체기초통계조사’의 경우는 사업체의 종사자를 자영업자, 무급가족종사자, 상용근로자, 임시 및 일용근로자, 기타종사자로 구분하고 있으며, 파견직, 훈련생을 제외하여 정의하고 있다. 한편 콘텐츠산업통계조사의 경우는 정규직과 비정규직을 구분하고 있으며, 비정규직에 파견직과 인턴십을 포함해서 조사하고 있다. 따라서 두 통계는 같은 대상의 사업체를 조사한다고 해도 정의가 다름에 따라서 종사자수가 차이가 날 수밖에 없다. 따라서 같은 통계를 활용할 경우에도 많은 주의를 기울여야 한다.

통계명	산업규모 추정 요소								
	매출액	부가가치						종사자 수	사업체 수
		경상 이익	인건비	임차료	조세 공과	순 금융비	감가 상각		
고용보험 산재보험자료	-	-	-	-	-	-	-	○	○
국민연금자료	-	-	-	-	-	-	-	○	○
건강보험자료	-	-	-	-	-	-	-	○	○
법인등기자료	-	-	-	-	-	-	-	-	○

주 : △ 는 해당 지표를 산출할 수 있는 일부 내용만 포함된 경우를 의미한다.

1) 사업체수

사업체수는 행정자료를 이용하는 것은 실질적으로 불가능하다. 사업체정보는 알 수 있지만, 이를 하나하나 문화체육관광산업에 해당하는 사업체인지를 검토할 수 있는 방안이 없다. 즉, 한국표준산업분류에 의한 대략적인 현황은 파악할 수 있지만, 정확한 문화체육관광산업을 영위하는 사업체인지는 분간할 수 없다.

따라서 앞에서 제시하였듯 문화체육관광산업의 사업체 현황은 ‘전국 사업체기초통계조사’자료를 이용하여 구축한 문화체육관광산업의 표본들을 활용하여야 하며, 사업체수는 표본들의 사업체수가 된다.

행정자료를 활용하기 위해서는 사업자등록번호를 연계 변수로 이용하여 데이터 결합을 통하여 통계를 작성하여야 한다. 이를 간단하게 설명하면 전국사업체기초통계조사의 고유번호를 ‘사업자등록자료’의 고유번호와 연계를 먼저 한다. 이렇게 연계한 자료에 사업자등록번호를 연결하도록 하며, 연결된 사업자등록번호를 이용하여 다양한 정보가 있는 사업체 DB와 결합하여 통계를 산출하도록 한다.

2) 매출액

국세청의 ‘법인세자료’, ‘사업소득신고자료’ 등의 국세자료를 이용하는 방법이 있다 그러나 국세자료를 이용한다고 하더라도 문화체육관광고아 산업 표본들과 연계하여 해당하는 분류에 따라 합하여 통계를 작성하도록 한다.

매출액은 산업통계에 있어서 기본이 되는 통계일 뿐만 아니라, 많은 자료 작성을 위한 요소로도 활용이 가능하다. 또한 매출액은 산업들 간의 비교가능하기 때문에 활용도가 높다.

매출액을 활용할 때 주의할 사항이 하나 있다. 하나의 사업체가 문화체육관광산업 관련된 경영활동을 하는 것이 아니며, 다른 산업의 분야의 업무도 하는 사업체가 다수 있다. 따라서 문화체육관광산업 관련된 사업체의 매출액은 모두 문화체육관광과 관련된 매출액이 아니다. 따라서 신고된 매출액 중에서 문화체육관광산업 관련 순수영역을 파악하여 정확한 매출액을 산출하는 방안이 마련되어야 할 것이다.

3) 부가가치액

산업관련 통계에서 부가가치액은 한국은행의 ‘산업연관표’를 이용하여 많이 산출하고 있다. 그러나 대부분 분류체계를 한국표준산업분류를 기준으로 작성하고 있기 때문에, 문화체육관광산업으로 한정하여 추정하는 것은 한계가 있다. 따라서 제3장에서 제시한 것처럼 산업연관표의 분류를 한국표준산업분류와 매칭하고, 이를 다시 문화체육관광산업분류와 매칭(Matching)하는 작업이 필요하다. 또한 매칭 후 산업연관표를 적용하기 위해서는, 산업연관표의 분류와 매칭된 문화체육관광산업 분야의 비중이 어느 정도 되는지를 파악이 사전에 진행되어야 한다.

부가가치를 산출할 수 있는 또 다른 행정자료로는 국세청의 ‘법인세자료’, ‘사업소득신고자료’ 등의 국세자료를 이용하는 방법이 있다. 해당

자료는 부가가치를 산출할 수 있는 모든 정보를 가지고 있기 때문에 사업체별로 산출이 가능하다.

그러나 이 경우에도 사업체의 모든 영업활동의 비중이 문화체육관광산업의 영역이 아닌 경우가 존재한다. 그러나 이에 대한 비중은 국세자료에 제시되어 있지 않아, 국세자료가 정확한 정보를 가지고 있다고 하더라도 문화체육관광산업 순수영역이 얼마나 되는지를 파악하지 않는다면 문화체육관광산업의 부가가치액이 얼마인지 알 수 없다

4) 종사자수

종사자수는 두 가지 종류의 통계를 산출할 수 있다. 국세자료를 이용하여 보수를 받은 대상자들을 찾아 산출하는 방법과 고용보험자료에 신고되어 있는 종사자수를 산출하는 방법이 있다. 국세자료는 ‘소득지급명세서’자료를 가지고 종사자수를 산출할 수 있다.

또한 고용보험과 같은 4대 보험 자료에 있는 대상 중 문화체육관광산업에 해당하는 대상들만을 합하여 종사자수를 산출할 수 있다.

제4절

소결

제4장에서는 규모 측정 지표를 선정하고 각 지표들에 대하여 설명하였다. 우선적으로 지표 작성 절차와 지표 작성을 위한 고려사항을 잘 살펴봐야 한다. 지표 작성은 일관성 있게 작성되도록 기준을 정하는 것은 무엇보다도 중요하다. 정확한 기준을 가지고 일관성 있게 작성할 수 있다면 비교성과 객관성을 담보하는 지표가 될 것이다.

문화체육관광산업의 규모추정에 사용하는 지표로 사업체수, 매출액, 부가가치액, 종사자수를 선정하였다. 이는 해외사례나 국내사례에서 모두 공통적으로 작성하고 있는 지표이며, 그만큼 중요하고 활용도가 높다. 또한 비교성 등을 고려하였을 때, 문화체육관광산업의 규모를 가장 잘 나타낸다고 판단되는 지표를 선정하였다.

사업체수는 지표이기도 하지만, 문화체육관광산업의 규모추정에서 모집단 기준으로 활용하게 된다. 이는 앞에서 여러 차례 설명하였듯, 문화체육관광 관련 사업체 선정은 표준산업분류가 아닌 특수산업분류를 이용해야 한다. 그러므로 문화체육관광산업 분류체계에 맞도록 사업체를 선별하여야 문화체육관광산업의 사업체 표본틀을 구축할 수 있다. 그러면 사업체수는 표본틀을 구축할 때 자연스럽게 결정된다. 따라서 사업체수는 지표로서만이 아니라, 다른 지표들을 추정 또는 보정할 때 모집단 크기의 역할을 하는 기준이 된다.

다음으로 지표 작성을 위해 필요한 자료의 현황을 살펴보았다. 이를 자세히 살펴보면, 작성되고 있는 통계는 다양하지만, 세부적으로 살펴보면 활용성이 제약적이고 범위도 각기 제각각이다. 그러므로 문화체육관광산업 전체 규모 추정에 사용할 수 있는 조사통계 데이터는 매우 한정적이라 할 수 있다.

이런 이유로 행정자료를 활용하는 방안을 고려할 필요가 있다. 행정자료는 모든 사업체의 정보가 있기 때문에, 자료의 연계를 통해 활용성 높은 매우 다양한 정보를 산출할 수 있다. 그러므로 통계청과 같이 자료를 많이 가지고 있는 부처나 기관과 협력을 통해 행정자료 이용방안 마련하는 것이 중요한 과제이다.

또한 문화체육관광산업 현황을 파악할 수 있는 자료가 현재 많이 부족하다. 따라서 조사 또는 행정자료 활용 등을 통해, 다양하고 필요한 자료를 생산할 수 있는 방안 마련이 매우 필요하다.

제5장 ●●

문화체육관광산업의 규모 추정 방법



제1절

규모 추정을 위한 접근 방법

1. 규모 추정을 위한 고려사항

문화체육관광산업의 규모를 추정할 때 여러 분야의 산업이 결합된 형태라는 것을 고려해야 한다. 즉, 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업 4개의 산업의 결합으로 구성되었기 때문에, 문화체육관광산업의 규모 추정을 위해서는 두 가지를 고려해서 접근해야 한다. 우선 규모를 추정할 때 개별 산업 규모 추정과 문화체육관광산업 전체 규모 추정이 동시에 이뤄져야 한다는 것이다. 두 번째는 산업별로 중복되는 부분이 있다는 것이다. 즉, 4개의 산업이 서로 상호배타적으로 존재하지 않고 중복되는 부분이 있기 때문에, 개별 산업의 규모를 추정한 후 이를 더하면 문화체육관광산업의 규모가 과대 추정이 된다. 따라서 문화체육관광산업 전체를 추정할 때 중복되는 부분을 파악하고, 이를 해결하는 방안으로 산출해야 정확한 추정이 가능하게 된다.

그리고 사업체의 영업 활동 자료를 활용할 때 문화체육관광 관련 분야의 비중을 고려해야 한다. 즉, 문화체육관광산업을 영위하고 있는 사업체라도 사업체의 전체 매출액이 문화체육관광산업에서 발생된 매출액이 아닐 수 있다는 것이다.

예를 들어 신발을 판매하는 사업체가 있다고 가정할 때, 스포츠 신발만을 판매한다면 모든 매출을 스포츠산업의 매출로 산정하면 되지만, 일반 신발도 함께 판매할 경우 스포츠 신발의 매출 비중을 고려해서 계산해야 한다.

이러한 경우는 행정자료를 이용할 때 특히 주의하여야 한다. 조사통계 조사를 설계할 때 비중에 대한 부분을 고려하여, 문화체육관광 관련 매출

액만을 질문하거나, 전체 매출액을 질문한 후 문화체육관광 관련 비중을 응답하도록 한다. 그러나 신고 형태의 행정자료에서는 해당기간의 매출액만을 제시할 뿐, 어떤 분야에서 매출이 얼마만큼 발생했는지 구분되지 않기 때문이다.

그리고 마지막으로 고려사항으로 부가가치액을 산출하는 방법이다. 부가가치액은 제4장에서 제시한 것처럼, 각 요소의 값을 파악하여 부가가치액을 산정하는 방법과 부가가치율을 고려하여 매출액에 곱하여 산출하는 방법이 있다. 전자는 각 요소의 모든 부가가치액을 파악해서 전체 부가가치액을 산출하며, 후자는 산업연관표와의 연계¹⁸⁾를 통해 부가가치율을 사용하여 전체 부가가치액을 산출한다. 따라서 두 개의 산출값이 얼마나 차이가 있는지를 파악해야 하며, 둘 모두를 사용해도 무관한지는 매우 중요한 사항일 수 있다.

2. 규모 추정을 위한 가정

본 연구는 문화체육관광산업의 규모를 추정하는 방안을 제시하는 것이며, 대상은 사업체로 한정하였다. 즉, 문화체육관광산업을 영위하는 사업체의 사업체수, 매출액, 부가가치액, 종사자수를 문화체육관광산업 전체와 각 개별 산업별로 추정하는 방안을 제시하도록 한다.

이를 위해, 문화체육관광산업을 영위하는 사업체 모집단에 대한 몇 가지 가정을 하도록 한다. 이는 본 연구에서만 필요한 것이 아니고, 사업체 관련 통계를 산출할 때 많이 활용하게 되는 가정이다.

첫째, 문화체육관광산업의 범위는 각각의 산업분류에서 핵심산업만을 대상으로 하여 규모 추정에 적용하도록 한다는 것이다. 개별 산업의 특수산업분류 중 관광산업과 저작권산업은 파급효과를 고려하여 핵심산

18) 제3장에서 매칭시켰으며, 부록에 각 산업에 해당하는 산업연관표를 제시하였다.

업, 상호의존산업, 부분산업, 지원산업으로 구분하고 있다. 여기서 상호의존산업은 파급효과를 고려할 때 활용할 수 있으며, 부분산업은 산업을 넓은 의미로 해석하고자 할 때, 지원산업은 행정 등의 지원을 하는 부분으로 분류하였다. 따라서 본 연구에서는 실제 산업의 중요한 부분에 해당하는 핵심산업의 사업체만을 규모 추정에 활용할 대상으로 보도록 한다.

둘째, 사업체수에 대한 정의 부분인데, 조사통계의 경우 ‘전국사업체 기초통계조사’ 자료를 이용하여 표본들을 구축하여 조사하기 때문에 표본들을 구성하는 리스트 대상이 조사된 시점과 실제 조사되는 시점의 차이가 발생하게 된다. 즉, 현재 2014년도 조사통계일 경우 대부분 2012년 기준 전국사업체기초통계조사 자료를 이용하여 작성되기 때문에, 정확한 추정을 위해서는 이에 대한 보정이 필요하다.

셋째, 폐업이나 일시 정지한 사업체수만큼 개업이나 사업을 재개한다고 가정하도록 한다. 이는 표본들을 대상으로 표본을 추출하여 조사를 했을 경우, 표본들 작성시점과 조사시점의 차이로 인해 폐업 또는 일시 중지한 사업체가 발생하게 되는데 이를 제외하고 추정을 할 경우 과소 추정되는 문제가 발생한다.

즉, 시점의 차이가 있는 표본들을 사용하여 조사를 진행할 경우 폐업과 일시 정지한 사업체들은 조사과정에서 파악이 될 수 있지만, 개업이나 사업을 재개한 사업체의 현황은 파악이 불가능하기 때문에 발생한다. 실제로 매년 조사하고 있는 통계청 ‘전국사업체기초통계조사’ 자료를 살펴보면 매년 아주 적은 비중으로 조금씩 사업체의 수가 증가하고 있다. 그러나 증가하는 수는 매우 적기 때문에 같다고 판단해도 문제가 되지 않는다. 따라서 폐업이나 일시 정지한 사업체수 만큼 개업이나 사업을 재개한다고 가정하고 문화체육관광산업의 규모를 추정하는 것이 타당하다고 할 수 있다.

넷째, 본 연구에서 산출하는 통계의 기준년도는 2014년으로 하며, 모집단은 2014년도 문화체육관광산업 표본들에 있는 사업체 479,163개를

대상으로 한다¹⁹⁾).

〈표 5-1〉 문화체육관광산업의 규모 추정시 고려사항과 모집단에 대한 가정

규모 추정시, 고려사항	문화체육관광산업은 4개의 산업(예술, 문화, 스포츠, 관광산업)이 결합된 형태로 산업 전체에 대한 추정과 개별 산업에 대한 추정이 모두 이루어져야 한다.
	예술, 문화, 스포츠, 관광산업은 서로 중복되는 영역이 존재하므로, 중복되는 영역을 고려해야 한다.
	행정자료 활용 시, 각 사업체의 영업활동자료(매출액 등)은 문화체육관광분야의 비중을 고려해서 재산출해야 한다.
	부가가치액 산출 시, 각 요소의 값을 파악하여 산출하는 방법과 부가가치율 매출액에 곱하여 산출하는 방법을 모두 검토해야 한다.
모집단에 대한 가정	산업별 산업분류에서 핵심산업만을 대상으로 한다
	사업체에 대한 최신의 모집단은 기준년도가 2년 전 전국사업체기초통계조사 자료로 시점의 차이에 대해 보정한다.
	매년 폐업이나 사업을 일시 정지한 사업체수만큼 개업이나 사업을 재개한다.
	모집단은 2014년도 문화체육관광산업 표본들로 구축한 479,163개로 한다.

19) 연구에 활용할 수 있는 가장 최신의 표본들이 2014년 기준 전국사업체조사를 기준으로 하고 있으며, 2014년 기준 데이터가 활용 가능한 것이 많기 때문이다.

제2절

문화체육관광산업의 중복 현황

앞에서 문화체육관광산업의 전체 규모를 추정하기 위한 우선적인 고려사항으로 여러 산업의 결합에 따른 중복 문제를 제시하였다. 이번 절에서는 중복 부분에 대한 내용을 이해하고 문화체육관광산업 개별 산업간 중복 사업체 현황을 살펴보고자 한다.

1. 산업별 중복으로 인한 문제

제2장에서 제시한 영국의 사례를 다시 한 번 살펴보면, 영국의 문화미디어스포츠산업은 창조산업과 문화산업, 창조산업과 디지털산업, 문화산업과 디지털산업, 디지털산업과 통신산업, 스포츠산업과 관광산업 등 각각의 개별 산업들이 중복되는 부분이 있어 각각의 산업에 대한 추정된 규모 값을 더하면 영국의 문화미디어스포츠산업 전체에 대한 실제 값보다 커지게 되는 문제가 생긴다.

영국의 문화미디어스포츠부(DCMS)는 문화미디어스포츠산업의 규모를 추정할 때 영국표준산업분류를 기준으로 작성하고 있는데, 중복문제로 인한 과대 추정 부분을 해결하면서 개별 산업과 문화미디어스포츠산업 전체를 정확하게 추정할 수 있도록, 영국표준산업분류의 세세분류 단위로 값을 산출하고 있다.

문화미디어스포츠산업의 규모를 세세분류 단위로 산출된 값들을 모두 합하여 문화미디어디지털산업의 전체 규모를 추정하고, 개별 산업 즉, 창조산업, 문화산업, 디지털산업, 사행시설(Gambling)산업, 스포츠산업, 관광산업 각각 산업의 범위에 해당하는 세세분류의 값을 합하여 개별 산업의 규모를 추정한 후 공표하고 있다. 즉, 중복이 되는 부분의 값이

해당 산업에 한 번씩만 들어가도록 하여 중복으로 인하여 전체 산업이 과대 추정(over estimate)되는 문제를 해결하였다.

문화체육관광산업도 대분류로 예술산업, 문화산업, 스포츠산업 그리고 관광산업 4개로 구분되어 있으며, 각각의 산업에서 서로 중복되는 부분이 존재한다. 따라서 각각의 산업을 추정하고 문화체육관광산업 전체도 정확히 추정하는 방안을 마련하여야 한다.

영국과 달리, 문화체육관광산업은 한국표준산업분류와 맞지 않는 부분이 있기 때문에 영국처럼 표준산업분류의 포괄범위를 이용해서 규모를 산출한다면 과소 또는 과대 추정하게 된다. 따라서 별도의 분류체계 구축을 통해 산업의 포괄범위를 설정해서, 중복으로 포함되는 부분을 해결하는 방안을 고려해야 한다.

즉, 개별 산업을 각각 추정(또는 산출)한 후 모두 합하여 문화체육관광산업의 규모를 제시한다면 중복되는 만큼의 과대 추정이 발생하게 된다. 따라서 문화체육관광산업 4개의 개별 산업에서 중복되는 현황을 파악하여, 중복이 되지 않도록 산출하거나 중복되는 부분만큼 보정을 하는 방법을 제시하여 정확한 규모 추정이 가능하도록 할 것이다.

2. 문화체육관광산업의 중복 영역에 대한 이해

문화체육관광산업을 추정할 때 기본적인 기준은 한국표준산업분류이지만, 제3장에서 살펴보았듯이 한국표준산업분류를 활용하여 문화, 체육, 관광의 영역을 정확하게 구분하기 어렵다. 따라서 산업특수분류와 예술산업분류처럼 자체 분류체계²⁰⁾를 활용하여 최대한 정확하고, 문화체육관광산업의 특성을 잘 반영할 수 있도록 추정하는 방안을 제시하도록 한다.

20) 2013년부터 한국문화관광연구원에서 연구한 예술산업 분류체계를 활용한다.

그렇다면 먼저 산업별로 추정된 값이 왜 중복되는지, 중복되는 영역이 발생하는 원인을 살펴볼 필요가 있다. 중복되는 대상은 어느 것일까? 분류 단위의 중복일까? 아니면 사업체 단위의 중복일까? 정답은 후자인 사업체의 중복이다.

분류체계는 대분류, 중분류, 소분류, 세분류 등으로 구성되어 있으며, 해당하는 산업을 구성하는 대상들의 특성을 고려하여 구분함으로써 유사한 특성을 지닌 대상들을 분류하여 묶어 구분하는 체계이다. 따라서 분류는 중복의 의미를 부여할 수 없다.

여기서 중복되는 것은 산업을 구성하는 개체인 사업체가 중복이 되는 것이다. 예를 들어 골프장이나 스키장 같은 시설을 운영하는 사업체를 고려해 보자. 골프장이나 스키장은 주변에 흔히 있는 시설이 아니기 때문에 이용을 위해서는 멀리 이동을 하게 된다. 그러므로 관광산업과 관련됨과 동시에 스키와 골프는 스포츠 종목이므로 스포츠산업에도 포함된다. 따라서 골프장이나 스키장을 운영하는 사업체는 스포츠산업과 관광산업에 동시에 중복으로 포함되는 것이다.

예에서 살펴보았듯이 문화체육관광산업을 영위하는 사업체가 단지 하나의 업종을 영위하고 있더라도, 각 산업별 정의에 의해 두 개 이상의 산업에 포함되는 경우가 발생할 수 있다. 이러한 경우 개별 산업을 추정한 후 모두 합하여 문화체육관광산업 전체에 대한 규모를 추정할 때 두 번 이상 포함되는 문제가 발생하게 된다는 것이다. 따라서 이러한 중복으로 계산되는 문제가 발생되지 않기 위해서는 중복 현황을 먼저 살펴보아야 한다.

3. 개별 산업간 중복 현황

2014년도 문화체육관광산업 표본틀에 있는 사업체 479,163개를 세부

산업별로 살펴보면 <표 5-2>와 같다. 이는 ‘2014년 기준 전국사업체기초 통계조사’에서 문화체육관광분야에 해당하는 사업체를 추출하여, 문화체육관광의 개별 산업의 중분류 체계로 별로 제시한 사업체수이다.

〈표 5-2〉 문화체육관광산업 사업체수 현황

(단위 : 개)

산업 구분		종사자구간							계
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상	
예술 산업	문화유산 및 문화시설	1,937	606	640	161	63	27	10	3,444
	문학 및 출판	28,418	4,793	2,278	372	200	102	23	36,186
	공연	42,997	1,995	821	134	63	29	8	46,047
	시각예술	36,471	4,346	1,603	185	115	74	19	42,813
	공예	89,843	7,610	2,896	469	262	91	6	101,177
	소계	199,666	19,350	8,238	1,321	703	323	66	229,667
문화 산업	출판산업	23,240	3,875	1,930	311	172	90	22	29,640
	음악산업	34,971	325	107	18	8	3	1	35,433
	영화산업 및 방송산업	2,807	629	685	261	216	87	18	4,703
	광고산업	14,163	2,792	1,257	180	112	49	10	18,563
	게임산업	13,412	2,762	643	89	79	56	14	17,055
	시각그래픽 및 컴퓨터	26,659	2,024	725	93	63	46	14	29,624
	소계	115,252	12,407	5,347	952	650	331	79	135,018
스포츠 산업	스포츠 시설업	32,014	3,711	2,037	316	229	265	15	38,587
	스포츠 용품업	49,106	3,917	1,411	223	113	52	11	54,833
	스포츠 서비스업	31,805	2,161	854	145	101	86	15	35,167
	소계	112,925	9,789	4,302	684	443	403	41	128,587
관광 산업	관광숙박업 및 식당업	39,257	7,056	4,867	757	489	156	40	52,622
	여행사 및 관광운수업	7,969	1,429	1,154	403	136	35	14	11,140
	문화오락 및 레저산업	3,634	628	498	203	169	267	28	5,427
	관광쇼핑업	890	31	62	10	19	17	7	1,036
	국제회의 및 전시업	229	79	74	16	10	6	-	414
	소계	51,979	9,223	6,655	1,389	823	481	89	70,639
계(단순 합계)		479,822	50,769	24,542	4,346	2,619	1,538	275	563,911
계(중복제거)		408,231	42,750	20,915	3,698	2,204	1,150	215	479,163

〈표 5-2〉에서 제시한 것처럼 실제 문화체육관광산업을 영위하는 사업체는 479,163개인데, 중복을 제거하지 않고 각 산업별 사업체를 단순하게 합하여 구한 문화체육관광산업 전체에 대한 사업체수는 563,911개가 되어 18% 가량의 사업체를 중복하여 포함하는 문제가 발생하게 된다. 즉, 중복을 고려하지 않는다면 규모 추정에서 18% 만큼의 해당 사업체의 값들이 중복 추정되는 문제가 발생하게 된다.

그럼 중복되는 부분이 어느 정도가 되는지 〈표 5-3〉을 살펴보면, 예술산업은 229,667개에서 70,458개가 중복으로 약 30.7%가 타 산업과 중복되어 있으며, 문화산업은 135,018개에서 61,087가 중복으로 약 45.2%가 다른 산업과 중복이 되고 있으며, 스포츠산업은 128,587개에서 26,871개가 다른 산업과 중복이 되고 있어, 약 20.9%가 중복이 되고 있으며, 관광산업은 70,639개에서 10,853개가 타 산업과 중복이 되어 있어 약 15.2%가 중복이 되는 것으로 나타났다.

〈표 5-3〉 문화체육관광산업 개별 사업간 중복 사업체수 현황

(단위 : 개)

	예술산업	문화산업	스포츠산업	관광산업	계 (단순합계)	계 (중복제거)
중복없음	159,209	73,931	101,716	59,786	394,642	394,642
중복있음	70,458	61,087	26,871	10,853	169,269	84,521
2개 산업 중복	70,231	60,860	26,817	10,680	168,588	84,294
3개 산업 중복	227	227	54	173	681	227
계	229,667	135,018	128,587	70,639	563,911	479,163

〈표 5-4〉는 각 산업별로 중복 현황을 제시한 것이다. 예술산업을 기준으로 살펴보면 문화산업에 중복되는 사업체가 55,638개이며, 스포츠산업과 중복되는 사업체가 12,867개로, 예술산업의 24.2%가 문화산업과 중복이 있으며, 스포츠산업과는 약 9.5%가 중복이 되는 것을 알 수 있다.

〈표 5-4〉 문화체육관광산업 개별 산업간 중복 여부 현황

(단위 : 개)

예술산업	문화산업	스포츠산업	관광산업	계
○	×	×	×	159,209
×	○	×	×	73,931
×	×	○	×	101,716
×	×	×	○	59,786
○	○	×	×	55,638
○	×	○	×	12,867
○	×	×	○	1,726
×	○	○	×	5,109
×	○	×	○	113
×	×	○	○	8,841
○	○	○	×	54
○	×	○	○	173
×	○	○	○	0
계				479,163

따라서 문화체육관광산업의 규모를 추정할 경우 중복되는 부분에 대해 반드시 고려해야 한다. 조사통계의 경우에는 조사설계에 중복에 대한 부분을 표본설계에 반영해야 할 것이며, 행정자료를 이용할 경우 문화체육관광산업 사업체 표본들과의 연계에 대한 설계 방안이 있어야 한다. 이에 대한 자세한 내용은 다음절에서 다루도록 할 것이다.

제3절

지표 추정 방안

앞의 제2절에서 문화체육관광산업의 규모를 추정할 때의 중복 문제를 살펴보고, 중복 현황도 제시하였다. 따라서 문화체육관광산업의 규모를 추정하는 방법은 4개 분야 각각의 산업 지표를 추정하여 합한 후, 중복되는 부분을 제거하면 된다.

우선 각 산업별 규모를 추정하는 방안을 살펴보도록 하자. 자료의 종류에 따라 추정하는 절차가 다른데, 조사통계와 행정자료 그리고 기 생성되어 있는 통계를 보정하는 방법을 고려할 수 있다.

1. 조사통계를 이용한 추정 방법

조사통계를 이용한 추정 절차를 다음과 같다.

- ① 산업의 사업체 모집단 현황 파악(표본틀 작성)
- ② 표본설계를 통한 설계 가중값($w_i = \frac{N_i}{n_i}$) 산출
- ③ 각 조사 대상 사업체(j)가 응답한 경영관련 값(x_{ij})에 문화체육관광 분야의 비중(p_{ij})을 곱하여 문화체육관광분야의 경영관련 값($y_{ij} = x_{ij}p_{ij}$) 산출
- ④ 각 층별(i)로 경영 활동값을 추정($\hat{y}_i = \sum_j^{n_i} y_{ij} \times w_i$)
- ⑤ 해당 산업의 추정값은 각 층의 값을 모두 합하여 산출

$$\hat{y} = \sum_i^r \hat{y}_i = \sum_i^r \sum_j^{n_i} w_i y_{ij} = \sum_i^r w_i \sum_j^{n_i} y_{ij} = \sum_i^r w_i \sum_j^{n_i} x_{ij} p_{ij} = \sum_i^r \sum_j^{n_i} w_i x_{ij} p_{ij}$$

위의 절차를 적용하기 위해서는 선행되어야 할 조건이 있다. 우선, 모집단의 현황에 대한 가중값을 산출하기 위한 층화변수 선정과 모집단을 층별로 정리한 현황을 파악하는 것이다. 일반적으로 사업체에서 가중값을 적용하기 위한 층화변수는 업종분류와 종사자구간을 많이 활용한다.

다음으로 고려할 것은 경영관련 응답을 받을 때 문화체육관광 분야의 비중을 같이 설문에 포함하여 응답을 받아야 한다는 것이다. 문화체육관광산업을 영위하는 사업체라고 하더라도 모든 매출이 문화체육관광산업에서 발생하는지는 알 수가 없다. 따라서 해당 사업체의 경영 활동 중에서 문화체육관광 관련 비중을 파악할 수 있는 질문을 통해 전체 경영 활동에 비중을 곱하여 문화체육관광 분야의 경영 활동 값을 산출하도록 한다.

위의 절차에서 제시한 가중값은 설계 가중값만을 제시하였는데, 일반적으로 가중값에는 응답 가중값과 모집단 보정 가중값이 있어 다음과 같이 표현할 수 있다.

$$w_i = \text{설계가중값} \times \frac{1}{\text{응답가중값}} \times \text{모집단보정가중값}$$

$$= \frac{N_i}{n_i} \times \frac{n_i}{n_i'} \times \frac{N_i'}{N_i} = \frac{N_i'}{n_i'}$$

여기서 N_i : 표본설계할 때의 i 번째 층의 모집단의 사업체수

N_i' : 추정할 때 알게 된 i 번째 층의 모집단의 실제 사업체수

n_i : i 번째 층의 표본으로 추출된 사업체수

n_i' : i 번째 층에서 실제 응답한 사업체수

조사통계를 이용하여 산업의 규모를 추정하는 방법은, 첫 번째, 모든 표본의 각 사업체의 경영 활동값과 문화체육관광 분야의 경영 활동 비중, 해당 층의 가중값을 모두 곱하여 개별 추정값을 구한다. 두 번째, 모든 표본의 추정값을 더한 값으로 추정한다.

2. 행정자료를 이용한 추정 방법

행정자료를 이용한 추정 절차를 다음과 같다.

- ① 산업의 사업체 모집단을 고유ID를 연계 변수로 하여 DB를 구축
- ② 행정자료 DB에서 연계 변수를 이용하여 해당 산업과 매칭되는 사업체를 연결하여 새로운 데이터셋 DB 구축
- ③ 각 층별로 경영 활동 관련 지표를 합계(또는 평균)를 이용하여 산출
- ④ 각 층에서 산출한 값에 문화체육관광분야의 경영 활동 비중을 추정하여 곱하여 해당 층의 문화체육관광분야의 경영 활동 값을 추정
- ⑤ 각 층의 값들을 모두 합하여 해당산업의 규모 추정
- ⑥ 만약, 해당산업의 모집단이 행정자료 DB의 사업체와 100% 매칭이 되지 않는다면 가중값 조정을 통해 ⑤에서 추정된 값을 보정하여 해당 산업의 규모를 추정

행정자료를 이용하기 위해서도 고려할 사항이 있다. 우선은 행정자료 DB와 연계하여 사업체를 연결할 수 있는 연계 변수가 있어야 한다. 앞에서 언급하였듯, ‘전국사업체기초통계조사’의 고유ID를 이용하여 사업자등록번호 자료와 연계를 해야만 사업자등록번호를 이용하여 연결할 수 있다. 따라서 사업체의 고유ID를 반드시 연계 변수로 가지로 있어야 행정자료와 연계할 수 있다.

다음으로는 조사통계와 마찬가지로 문화체육관광 분야의 경영 활동 비중을 파악하여야 한다. 비중을 파악하기 위해서는 문화체육관광산업 분야에 종사하는 사업체를 대상으로 경영 활동 중 문화체육관광 분야의 비중을 질문하는 조사를 해야 한다. 그런 후에야 행정자료를 산업의 규모 추정이 가능하다. 즉, 행정자료를 이용한 층의 경영 활동 값에 해당산업의 경영 활동의 비중을 추정한 값을 곱하여 층의 규모를 추정할 수 있으며, 추정된 층들의 규모를 모두 합하게 되면 해당 산업의 규모를 추정한 값이

된다.

다음은 모집단의 사업체 현황과 행정자료와 매칭된 사업체 현황이 다를 때, 즉 행정자료 DB와 모두 매칭이 되지 않는 경우이다. 이러한 경우 조사통계를 이용한 추정방법에서 설명한 모집단 조정 가중값을 적용하여 추정된 값을 보정하여 산업의 규모 추정값을 산출한다. 다시 설명하면 매칭되는 자료를 이용하여 ①에서 ⑤까지의 순서로 추정한 후 일부 매칭되지 않은 현황은 원래의 모집단의 현황과 매칭된 모집단의 현황의 차이를 모집단 조정 가중값을 적용하여 보정한다

3. 기 생산된 통계를 이용한 추정 방법

제4장에서 제시한 것처럼 많은 자료들이 이미 생산되어 활용되고 있다. 그러나 생산된 통계의 작성기준이 다를 경우, 같은 통계를 생산하더라도 결과값은 조금씩 차이가 나게 된다. 즉, 제1절에서 제시한 것처럼 접근 방법의 차이 또는 통계작성의 기준이 다를 경우 통계값은 다를 수밖에 없다.

기 생산된 통계를 문화체육관광산업의 규모 추정에 활용하기 위해서는 통계작성의 기준을 정해, 기준에 맞도록 생산하여야 한다. 기준을 맞추기 위한 첫 번째 사항은, 기 생산된 통계의 통계작성할 때 고려사항이나 범위 등을 검토하는 것이다. 그런 후, 문화체육관광산업 규모 추정에 기 생산된 통계를 활용하기 위한 보정방안을 마련하거나, 한계점을 파악하여 제시하도록 한다.

무엇보다도 우선적을 살펴볼 사항은, 기 생산된 통계가 해당산업의 모든 범위를 포괄하고 있는지를 살펴보는 것이다. 해당산업의 포괄범위와 다를 경우에, 문화체육관광산업의 규모 추정에 활용할 경우 편의(bias)가 발생하게 된다.

기 생산된 통계의 포괄범위가 거의 같고, 특별한 제약조건이 없다면, 사업체수의 모수를 비교하여 모집단 조정을 통해 모집단의 기준을 맞추는 방법이 있다. 모집단 조정을 할 경우 문화체육관광산업의 규모 추정의 포괄범위는 만족시킬 수 있다. 이때, 사업체 현황은 산업별로 동일한 기준으로 구분이 되도록 층을 나누고, 모집단 조정 가중값을 적용하는 방법도 동일하게 적용한다. 즉, 업종분류의 기준과 종사자를 구분하는 기준을 같게 하여 동일한 기준의 가중값을 적용하여 규모추정에 활용한다.

제4절

문화체육관광산업 전체 추정 방안

제3절에서 통계의 종류별로 개별 산업(예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업) 각각의 규모를 추정하는 방안을 살펴보았다. 따라서 지금부터는 문화체육관광산업 전체의 규모 추정을 위한 방안을 살펴보도록 한다.

문화체육관광산업의 규모 추정은 각각의 산업의 추정값을 합해서 산출하게 되는데, 이때 제2절에서 제시한 것처럼 중복된 부분에 대한 고려하지 않고 지표들을 더한다면 과대 추정이 발생한다. 따라서 이번 절에서는 중복된 부분을 고려하여 규모 추정을 위한 지표를 작성하는 방법을 살펴보도록 한다.

1. 다중 추출틀의 이해

하나의 모집단에 대해 표본 추출틀이 두 개 이상 있을 때 다중 추출틀(Multiple Frame)이라 한다. 추출틀이 완전하다면 문제가 없겠지만, 불완전한 것도 많다. 추출틀이 불완전한 원인을 살펴보면 존재하는 조사단위가 추출틀의 리스트에 누락되어 있거나 사실은 존재하지 않는 단위가 리스트에 허위로 포함되어 있는 경우 등이다. 또한 동일 단위가 중복하여 리스트에 2회 이상 기록되는 것도 추출틀이 불완전하게 되는 원인이다.

일반적으로 동일 모집단에서 표본을 추출하는 2개 이상의 추출틀을 사용하면 표본의 정도(precision)를 높일 수 있고, 때로는 비용을 절감할 수도 있다. 그러나 2개 이상의 추출틀을 사용하게 되면 조사단위를 실제보다 많이 포함하는 위험성이 있을 수 있으므로 주의해야 한다(이기성 2003).

포함오차(coverage error)는 다중 추출틀을 사용하게 되면, 포함오차를 줄이는 방안이 여러 가지 있다. 앞에서 제시한 예들처럼, 추출틀이 모집단을 제대로 반영하지 못할 경우 생기는 오차가 포함오차인데, 이는 주 추출틀(principal frame)이 목표모집단을 대체적으로 반영하지만 일부 반영 못하는 부분이 있을 경우, 부족한 모집단의 정보를 보조 추출틀(supplemental frame)이 제공하여 포함오차를 줄여주게 되는 것이다.

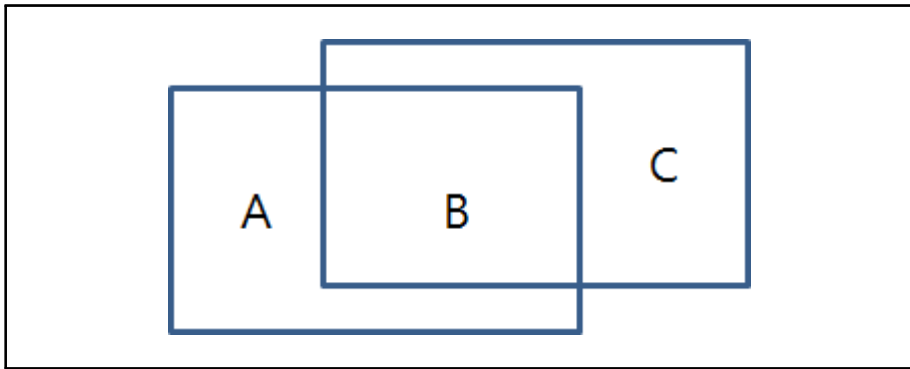
다중 추출틀은 앞에서 제시한 것처럼 주 표본틀이 모집단을 모두 반영하지 못하여 보조 추출틀을 이용하는 경우도 있지만, 최근에는 복합조사(complex survey)를 사용하여 조사하는 경우가 많기 때문에, 즉 하나의 조사에 여러 조사방법을 동시에 사용함으로써 조사방법별로 다른 추출틀을 사용하게 되는 경우가 빈번하게 발생한다. 따라서 자연스럽게 다중 추출틀을 사용하는 경우가 증가하고 있다.

다중 추출틀을 사용할 경우, 완전히 중복 없이 모집단을 각각의 추출틀의 비율만큼 포함하는 경우는 거의 없고, 대부분 중복되는 경우가 발생한다. 중복이 발생하는 경우 정확한 추정을 위해서는, 다중 추출틀 표본설계 및 추정 과정(multiple frame sampling and estimation procedures)을 적용하여 선택 확률(selection probability)의 차이를 수정하고, 추정의 정도를 향상되도록 한다(Groves 외 2009).

문화체육관광산업은 예술산업, 문화산업, 스포츠산업 그리고 관광산업 각각의 산업으로 규모를 추정해 왔다, 그러다가 최근에 일자리 정책이나, 여가산업 등의 융합산업 등의 이슈로 인해 결합된 형태로 추정하게 되었다. 따라서 문화체육관광산업이라는 하나의 모집단을 추정하기 위해, 4개의 표본틀을 결합하여 사용하고 있는 형태이며, 일반적인 다중 추출틀을 활용하는 경우처럼 중복 부분이 있다.

2. 중복을 고려한 문화체육관광산업 추정 방법

본 연구에서는 문화체육관광산업 하나의 모집단에 각 세부 산업별 표본들을 사용하고 있어 중복 부분을 잘 이해할 필요가 있다. [그림 5-1]은 기본적인 2개의 다중 추출틀을 설명하기 위해 제시한 것이다.



[그림 5-1] 다중 추출틀 예시

예를 들어 (A+B)의 영역을 예술산업의 추출틀이라 하고, (B+C)를 문화산업 추출틀이라 하면 문화와 예술 전체 영역은 (A+B+C)가 된다. 즉, A는 예술산업만 해당하는 영역의 추출틀이고, C는 문화산업만 해당하는 영역의 추출틀이며, B는 예술산업과 문화산업의 중복되는 영역의 추출틀이다.

다중 추출틀의 대표적인 문제는 중복과 이로 인한 과대 추정 문제인데 이에 대한 해결방법으로 다음의 3가지를 Groves 등(2009)은 제시하였다.

- ① 중복이 발생하지 않도록 분류하여 개별 추정
- ② 가중값을 이용한 조정
- ③ 정도를 최대화한 다중 추출틀 추정

가. 중복이 발생하지 않도록 분류하여 개별 추정

중복이 발생하지 않도록 분류한다는 것은, 앞의 [그림 5-1]을 예로 들어 설명하면, 예술산업과 문화산업을 두 개로 구분하는 것이 아니고 A, B, C처럼 중복되지 않도록 중복되는 부분을 하나의 영역으로 구분하는 것이다. 이렇게 구분한 후 개별적으로 각각 추정하고 나서, 다음과 같은 방법으로 전체를 추정하게 된다.

$$\hat{y}_{total} = \hat{y}_A + \hat{y}_B + \hat{y}_C$$

여기서 \hat{y}_{total} 은 전체의 총량 추정치이고, \hat{y}_A , \hat{y}_B , \hat{y}_C 는 A, B, C 각각의 총량 추정치이다. 또한, 예술산업과 문화산업도 각각 다음과 같이 추정할 수 있다.

$$\hat{y}_{예술} = \hat{y}_A + \hat{y}_B, \quad \hat{y}_{문화} = \hat{y}_B + \hat{y}_C$$

이 방법은 매우 쉬운 방법으로 생각할 수 있지만, 이를 위해서는 중복이 되는 부분과 중복이 되지 않는 부분의 명확한 구분이 우선 정해져야 한다. 이를 위해서는 명확한 분류체계가 있어야 하며, 분류체계별로 정확한 중복에 대한 정보가 있어야 가능할 것이다.

특히 주요 고려사항으로, 조사대상이 어느 영역에서 조사되었는지 구분이 되어야 하다. 그렇지 않으면 추정할 때, 조사한 대상에 대해 어느 영역으로 추정을 해야 할지 판단이 어렵다. 따라서 조사나 측정을 할 때 사전에 정확한 계획이 수반되어야 한다.

이러한 경우, 추정을 위한 조사나 측정은 기본적으로 동시에 이루어져야 한다. 그렇지 않고 추출틀별로 별도로 조사가 진행된다면, 다른 산업의 조사에서 중복된 사업체가 조사가 되었는지 파악하기도 어렵고, 조정하기도 어렵게 된다. 즉 중복이 발생하지 않도록 분류하여 추정할 경우 조사 또는 측정에 대한 세부적인 설계와 추정 방안이 마련된 후, 진행되어야 편익(bias) 또는 오류가 발생하지 않는다.

〈표 5-5〉는 제5장 제2절에서 제시한 중복되는 분류를 업종의 중분류와 종사자 구간별로 현황을 중복이 되지 않도록 분류하여 사업체수의 현황을 제시한 것이다. 중복이 없는 사업체의 업종분류와 중복이 2개의 산업에서 나타나는 사업체 분류, 중복이 3개의 산업에서 나타나는 사업체 분류를 제시하였다. 중복되는 중분류 명칭을 그대로 사용하였기 때문에 중복현황을 쉽게 이해할 수 있다.

〈표 5-5〉 업종 × 종사자구간별 사업체 중복 현황

(단위 : 개)

중복 개수	산업 구분	종사자수						
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
1	문화유산 및 문화시설	1,362	412	465	107	25	3	2
	문학 및 출판	2,557	560	278	50	21	11	1
	공연	31,961	1,409	589	87	41	16	1
	시각예술	23,071	3,315	1,231	148	99	65	18
	공예	80,478	7,229	2,789	455	257	90	6
	출판산업	126	24	10	4	—	2	—
	음악산업	33,453	143	14	—	—	—	—
	영화산업 및 방송산업	2,801	627	682	258	215	86	18
	광고산업	11,188	2,307	1,089	150	99	40	9
	게임산업	12,796	2,541	444	67	49	28	4
	시각그래픽 및 캐릭터	3,544	599	349	57	51	43	14
	스포츠 시설업	27,644	3,379	1,942	266	140	64	5
	스포츠 용품업	37,065	3,340	1,219	190	96	41	5
	스포츠 서비스업	24,977	959	263	38	39	41	3
	관광숙박업 및 식당업	39,257	7,056	4,867	757	489	156	40
	여행사 및 관광운수업	1,795	463	770	323	107	20	12
	문화오락 및 레저산업	2,296	398	259	96	43	42	10
	관광쇼핑업	347	23	57	7	19	17	7
	국제회의 및 전시업	29	3	13	2	4	2	—
2	출판산업 문학 및 출판	23,084	3,839	1,914	305	170	87	22
	음악산업 공연	1,518	182	93	18	8	3	1

(단위 : 개)

중복 개수	산업 구분	종사자수						
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
	영화산업 및 방송산업 스포츠 용품업	6	1	2	0	0	0	0
	영화산업 및 방송산업 스포츠 서비스업	0	1	1	3	1	1	0
	광고산업 국제회의 및 전시업	56	13	16	3	1	0	0
	광고산업 문학 및 출판	2,557	349	74	14	6	3	0
	광고산업 시각예술	284	77	42	3	3	2	1
	광고산업 스포츠 시설업	0	1	0	0	0	0	0
	광고산업 스포츠 서비스업	1	1	0	0	0	0	0
	게임산업 스포츠 용품업	1	0	0	0	0	0	0
	게임산업 스포츠 서비스업	615	221	199	22	30	28	10
	시각그래픽 및 캐릭터 문화오락 및 레저산업	17	2	1	4	0	0	0
	시각그래픽 및 캐릭터 문학 및 출판	189	33	6	1	1	0	0
	시각그래픽 및 캐릭터 시각예술	12,972	891	285	23	8	3	0
	시각그래픽 및 캐릭터 공예	6,306	201	51	7	2	0	0
	시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 시설업	3,624	297	32	1	1	0	0
	시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 서비스업	7	1	1	0	0	0	0
	문화유산 및 문화시설 문화오락 및 레저산업	575	194	175	54	38	24	8
	공연 스포츠 용품업	9,518	404	139	29	14	10	6
	시각예술 국제회의 및 전시업	68	19	9	1	2	0	0
	공예 스포츠 용품업	2,516	172	51	4	3	1	0
	공예 관광쇼핑업	543	8	5	3	0	0	0
	스포츠 시설업	746	34	63	49	88	201	10

(단위 : 개)

중복 개수	산업 구분	종사자수						
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
	문화오락 및 레저산업							
	스포츠 서비스업 여행사 및 관광운수업	6,174	966	384	80	29	15	2
	출판산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	30	12	6	2	2	1	0
	3 광고산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	1	0	0	0	0	0	0
	광고산업 시각예술 국제회의 및 전시업	76	44	36	10	3	4	0

나. 가중값을 이용한 조정

이 방법은 여러 개의 추출틀이 있을 경우 모든 추출틀에서 조사(또는 측정)될 기회를 매번 부여하도록 한다. 그런 후 추출틀 별로 선택될 기회(chance of selection)에 따라 가중값을 부여하여 추정하는 방법이다. 앞에서 설명을 위해 제시한 [그림 5-1]을 보면 A와 C는 중복되지 않는 부분에서 추출되어 단지 예술산업 추출틀과 문화산업 추출틀에서 각각 추출된다. 그러나 B부분은 추출될 기회가 두 번 주어지는데, 예술산업 추출틀과 문화산업 추출틀 모두에서 기회가 주어진다.

그러므로 중복이 없는 A와 C의 영역에서 선택될 기회는 $p_{(A+B)}$ 와 $p_{(B+C)}$ 이고, B 영역의 선택확률은 $p_{(A+B)} + p_{(B+C)} - p_{(A+B)} \times p_{(B+C)}$ 가 된다. 따라서 보상 가중값(compensatory weight)은 선택확률의 역수로 계산되어진다. 즉, A와 C의 가중값은 각각 $1/p_{(A+B)}$ 과 $1/p_{(B+C)}$ 이 되고, B영역의 가중값은 $1/(p_{(A+B)} + p_{(B+C)} - p_{(A+B)} \times p_{(B+C)})$ 로 계산되어질 수 있다.

다. 정도를 최대화한 다중 추출틀 추정²¹⁾

이 방법은 Hartley(1962)에 의해 제안된 방법이며, 이후에는 여러 학자들에 의해 다양한 방법으로 제안되어 왔다. 아이디어의 출발은 추출틀의 중복에 대한 부분을 더 효율적인 추정량을 구하기 위해 이용되어질 수 있다는 것에서 출발하고 있다. [그림 5-1]을 이용하여 설명하도록 한다.

[그림 5-1]의 이중 추출틀 디자인(dual frame design)은 중복되지 않는 영역의 집합처럼 조사되어질 수 있는데, 각각의 영역의 결과를 목표 추정량을 구하기 위해 결합하도록 한다. 즉, [그림 5-1]은 A, B, C 세

21) 이 방법은 본 연구에서는 다루지 않도록 한다. 시뮬레이션을 거치지 않고 구할 수 없으며, 3집단 이상일 경우 최적 추정을 위한 시간과 노력이 너무 오래 걸린다. 무엇보다도 일반인들이 활용은 물론 이해하기도 어렵기 때문이다.

영역으로 구분할 수 있는데, A와 C는 중복이 없어 자체 가중값만을 적용하여 추정하면 되는데, B영역은 예술산업과 문화산업에서 각각 산출이 된다. 따라서 ‘각각 산출된 중복되는 영역의 값을 어떻게 결합하는가?’가 관건이 되게 된다. 이를 Hartley(1974)는 농업경제조사에서 다음과 같이 추정하는 것을 제안하였다.

$$\hat{y}_{total} = N_A \bar{y}_A + N_B (p \bar{y}_B' + (1-p) \bar{y}_B'') + N_C \bar{y}_C$$

여기서 N_A 는 A영역의 모집단의 수이고, N_B 는 B영역의 모집단의 수이고 N_C 는 C영역의 모집단의 수이다. \bar{y}_A 는 A영역의 표본평균이고, \bar{y}_C 는 C영역의 표본평균이고, \bar{y}_B' 와 \bar{y}_B'' 는 각각의 예술영역에서 조사한 B영역의 표본평균과 문화영역에서 조사한 표본평균을 나타낸다. 또한 p 는 B영역의 값을 최적으로 추정하기 위해 선형으로 결합하는 1에서 0사이의 계수이다.

\hat{Y} 의 분산은 사후층화 이론을 적용하여 다음과 같이 구하였다.

$$\begin{aligned} V(\hat{Y}) &= V(N_A \bar{y}_A + p N_B \bar{y}_B') + V((1-p) N_B \bar{y}_B'' + N_C \bar{y}_C) \\ &= \frac{N_{A+B}^2}{n_{A+B}} \left[S_A^2 \left(1 - \frac{N_B}{N_{A+B}} \right) + p^2 S_B^2 \left(\frac{N_B}{N_{A+B}} \right) \right] + \frac{N_{B+C}^2}{n_{B+C}} \left[S_C^2 \left(1 - \frac{N_B}{N_{B+C}} \right) + (1-p)^2 S_B^2 \left(\frac{N_B}{N_{B+C}} \right) \right] \end{aligned}$$

여기서 S_A^2 , S_C^2 , S_B^2 은 각 영역의 모분산이다.

분산을 가장 적게 하는 p 를 찾을 때 최적의 \hat{Y} 를 구하게 된다(이기성, 2003).

제5절

소결

제5장에서는 문화체육관광산업의 규모 추정 방안을 제안하고 규모 추정 시 고려사항을 함께 제시하였다.

문화체육관광산업 규모 추정시 고려사항을 살펴보면 먼저, 산업에 종사하는 비중을 반드시 적용해 문화체육관광분야의 실제 규모를 추정해야 한다는 점이다. 문화체육관광 관련 사업체들의 지표를 그냥 모두 합하여 산출할 경우 사업체가 100% 문화체육관광산업을 영위하지 않을 수 있기 때문에 과대 추정을 하게 된다

또한 모집단에 대한 정의를 내릴 때, 표본들의 사업체 범위와 현황이 같이 결정된다. 본 연구에서는 3장에서 제시한 정의와 범위를 기준으로 하며, 14년 기준 사업체 관련 통계자료를 활용하여 규모 추정을 하도록 하기 때문에 476,163개의 사업체를 모수로 하여 추정하도록 한다.

문화체육관광산업의 규모 추정을 할 때, 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업이 서로 중복되는 영역이 있다, 따라서 개별 산업별로 추정된 값을 그냥 합하여 산출하게 되면 과대 추정이 된다. 이러한 이유로, 각각의 중복 현황을 살핀 후, 이를 해결하는 방안으로 문화체육관광산업의 규모를 추정해야 한다.

중복 문제를 해결 방안은 다음과 같다.

- ① 분류를 세분화하여 중복이 안 되도록 분류별로 통계를 추정하여 분류별 값을 합하여 전체를 구하고, 개별 산업에 해당하는 분류를 결합하여 각 산업별 지표를 산출
- ② 각 영역별 가중값(선택 가능성)을 산출하여 작성
- ③ 정도를 최대화한 다중 추출틀 추정

또한, 문화체육관광산업의 규모 추정을 위한 가정을 4가지를 제시하였는데, 이는 실제 추정할 때 반드시 고려할 필요가 있는 사항들이다. 즉, 이러한 가정을 기준으로 정하여, 규모 추정을 위한 방안을 제시할 필요가 있다.

- ① 문화체육관광산업 범위는 핵심산업만을 대상으로 한다
- ② 통계 작성 시에 모집단의 기준이 다른 상태에서 추정하였을 경우, 시간이 지나 정확한 모집단을 사용할 수 있게 되면 모집단 조정을 하여 정확한 기준으로 보정하여 지표를 작성한다.
- ③ 폐업이나 일시 정지한 사업체수만큼 개업이나 사업을 재개하므로, 원래의 표본들의 정보를 그대로 이용하여 추정한다.
- ④ 2014년 기준 문화체육관광산업 모집단은 479,163개의 사업체이다.

제6장 ●●

실제 자료를 활용한 규모 추정



제1절

분석자료

1. 실제 활용한 자료에 대한 이해

제6장에서는 제4장과 제5장에서 제시한 규모 추정 방법에 따라, 실제 자료를 적용하여 문화체육관광산업의 규모를 추정하고자 한다. 실제 사용한 자료는 두 가지 용도로 구분된다. 지표 추정에 직접적으로 적용되는 자료가 하나이고, 지표 추정에서 해당되는 부분의 비중을 산출하는 자료 즉, 영위하고 있는 산업에서 문화체육관광분야의 비중, 업종별 부가가치액을 생산하기 위한 부가가치율이 나머지 하나이다.

자료는 종류에 따라 조사통계와 행정자료로 구분할 수 있는데, 조사통계와 행정자료는 작성과정이 다름에 따라, 지표를 산출할 때 고려해야 할 사항과 절차에 있어 차이가 있다. 조사통계는 조사를 통해 작성되기 때문에, 통계생산을 위한 조사설계를 사전에 하고, 설계에 따라 조사를 수행한다. 조사설계에 따라 응답을 받아, 원하는 통계를 생산할 수 있는 장점이 있지만, 표본선정에 따른 표본오차와 조사과정에서 발생하는 비표본 오차가 발생한다. 따라서 오차가 최소한이 되도록 노력하지 않으면, 응답을 통한 추정값이 실제값과 다를 수 있는 단점이 있다.

다음으로 행정자료는 시스템상 축적된 자료를 모두 이용하기 때문에 오차에 대한 문제는 고려하지 않아도 되는 장점이 있지만, 통계작성을 원하는 형태로 생성할 수 없는 경우가 있다. 즉, 이미 행정자료의 형태는 결정되어 있기 때문에, 행정자료를 이용하여 작성하는 통계의 형태를 유연하게 조절하여 작성하는데 한계가 있을 수밖에 없다.

자료를 이용하여 추정을 할 경우, 해당하는 정확한 추정을 위한 비중으로 사용하는 자료의 속성은 두 가지로 구분할 수 있다. 조사대상인 문화

체육관광산업 관련 사업체들이 하는 모든 경영 활동이 문화체육관광과 관련된 일만 하는 것이 아니므로, 전체 경영 활동 중 문화체육관광분야의 비중을 파악하여 해당하는 비중만을 산출해야 한다. 따라서 매출액은 매출 비중을 종사자수는 종사자수 비중을 산출하여, 경영 활동에서 산출된 매출액과 종사자수를 보정하는데 사용하는 자료가 있다. 다른 하나는 부가가치액을 산출하기 위한 사용하는 부가가치율이다.

2. 지표생산에 직접적으로 활용하는 자료

가. 조사통계 자료

문화체육관광 분야의 산업통계는 거의 조사통계인데, 그 중에서 국가승인통계는 ‘콘텐츠산업통계’, ‘광고산업통계’, ‘공연예술실태조사’, ‘스포츠산업통계’ 그리고 ‘관광사업체기초통계조사’가 있다. 그러나 각각의 통계가 작성하는 기준과 범위가 제3장에서 제시한 통계의 정의와 범위는 차이가 있다. 통계결과의 신뢰를 위해서는 국가승인통계를 사용하는 것이 타당하겠지만, 통계작성 기준이 다를 경우에는 연계하여 사용하는 데 한계가 있다. 따라서 본 연구에서는 3장에서 제시한 통계기준과 범위가 일치하는 통계 자료를 찾아 활용하기로 한다.

본 연구에서 사용하는 자료의 범위와 분류체계는 앞에서 제시한 문화체육관광산업 분류체계와 범위를 따르도록 한다. 비록 비승인통계로 작성되었지만 ‘2014년 문화체육관광산업 일자리 조사’는 거의 동일한 분류체계와 범위를 적용하여 작성되었다. ‘2012년 기준 문화체육관광 표본틀’을 활용하여 작성되었기 때문에, 모집단조정을 하여 보정하여야 한다²²⁾.

따라서 산업 규모를 추정하는 지표 중에서 종사자수는 ‘2014년 문화체

22) 현재 작성되고 있는 승인통계 중 산업통계는 거의 대부분이 ‘전국사업체기초통계자료’를 표본틀로 활용하여 작성되고 있는데, 조사기준과 활용되는 표본틀의 기준연도가 대부분 2년의 차이가 나고 있다. 즉, 2년전의 표본틀을 활용하여 해당연도의 산업규모를 추정하고 있는 것이다.

육관광산업 일자리 조사’를 이용하여 추정하도록 한다. ‘2014년 문화체육관광산업 일자리 조사’는 문화체육관광산업에 종사하는 일자리 현황을 파악하기 위해 조사하였으며, 조사개요와 조사설계를 각각 <표 6-1>과 <표 6-2>에 제시하였다.

<표 6-1> 2014 문화체육관광산업 일자리 조사의 개요

구분	주요내용
작성기관	한국문화정보원
통계종류	일반통계, 조사통계
조사목적	문화체육관광분야 산업의 고용동향을 파악하여 일자리 창출 정책 입안 및 수립을 위한 기초 자료로 활용
조사대상	종사자수가 1인 이상인 문화체육관광관련 사업체
조사주기	반년(2014년부터 2016년까지 생산)
조사내용	종사자상 지위별 종사자수, 현원 및 노동이동, 일자리 유형, 취업계측 종사자 현황

<표 6-2> 2014 문화체육관광산업 일자리 조사의 조사설계

구분	주요내용
모집단	2014년 하반기에 문화체육관광산업을 영위하는 사업체
조사 대상	문화체육관광 표준산업구분에 해당되는 문화예술, 문화산업, 스포츠, 관광사업체 중 상시 종사자수 1인 이상 사업체(424,016개) 종사자수 300인 이상 195개 사업체는 전수층으로 분리
표본틀	문화예술산업, 문화산업(콘텐츠, 저작권, 광고 포함), 스포츠산업, 관광산업 사업체 DB ※ 전국사업체기초통계조사 자료를 기준으로, 문화체육관광부의 분류체계에 의한 각 분야의 표본틀을 사용
표본크기	5,000표본
조사방법	문화체육관광부의 표본틀을 활용하여 혼합조사 ※ 전화를 통하여 응답업체 컨택 후 대면조사, 대면조사 어려운 경우 팩스, 이메일조사 병행
조사 기준 시점	2014. 12. 31

‘문화체육관광산업 일자리 조사’는 ‘2012년 기준 전국사업체기초통계 조사’ 자료를 이용해서 구축한 ‘2012년 기준 문화체육관광 표본틀’을 활용

하여 표본설계를 하였으며, 종사자수와 일자리 현황에 대한 추정값을 제시하고 있는 통계이다. 따라서 2012년 기준 조사 모집단을 이용하기 때문에 2014년도의 기준과는 차이가 있게 된다. 그러므로 2014년도 기준에 맞게 추정하고자 한다면 ‘2014년 기준 문화체육관광 표본틀’의 정보와 동일한 모수로 조정하여야 한다. 즉, 모집단 조정 가중값을 산출하여 보정을 하여야 한다.

나. 행정통계 자료

본 연구에서 이용하는 행정자료는 모두 통계청에서 구축한 자료를 이용하는 것이다²³⁾. 행정자료 중에서 사용하는 DB는 사업체들이 국세청에 신고한 자료를 기준으로 통계청에서 기업DB로 재구축한 자료이다. 따라서 국내의 모든 사업체와 기업체의 경영 활동 관련 정보와 세금관련 정보를 데이터베이스로 구축한 것을 이용하기 때문에, 매우 정확한 정보이며, 활용도 역시 높은 자료이다.

연구에서 활용하는 행정자료는 모두 ‘2014년 기준 문화체육관광 표본틀’ DB와 통계청 행정자료 DB를 연계하여 문화체육관광산업에 해당하는 사업체만을 추출하여, 차원별(업종, 종사자 등)로 통계를 산출하였다. 따라서 원데이터(raw data)가 아닌 통계표로만 구축된 정보이다. 그러므로 데이터의 값은 정확하지만, 다른 형태의 통계를 산출하는 등 활용에 있어서는 한계가 있다.

행정자료는 두 개의 통계자료를 활용하고자 한다. 하나는 ‘행정자료를 이용한 2014 문화체육관광산업 통계’이며, 다른 하나는 문화체육관광산업통계 생산방안 연구를 위해 제공받은 통계이다.²⁴⁾

23) 통계청에서는 행정자료를 이용한 통계 보급을 위하여 노력중이며, 현재 구축된 자료 중 중요하거나 민감한 자료는 행정자료이용 승인 절차에 따라 중요한 연구나 행정자료를 이용한 승인통계 작성에 한해서 통계청의 보안장소에서 활용을 승인해주고 있다. 자료를 작성 후 반출할 때에도 개인정보 또는 통계법에 저촉하지 않는지 확인 후 반출을 승인해 주고 있다.

24) 문화체육관광부와 통계청의 협의를 통해 진행하고 있는 업무의 과정에서 제공받은 통계표로 본 연구에서는 ‘2014년 문화체육관광산업 연구자료’라고 지칭하기로 한다.

1) 행정자료를 이용한 2014년 문화체육관광산업통계

행정자료를 이용한 2014년 문화체육관광산업통계는 행정자료를 이용하여 문화체육관광산업 영위 사업체의 경영 활동 현황, 고용보험 가입 현황, 수출입실적 현황을 산출하는 통계이다. 통계개요는 <표 6-3>에 제시하였다.

<표 6-3> 행정자료를 이용한 2014 문화체육관광산업통계의 개요

구분	주요내용
작성기관	한국문화관광연구원
통계종류	가공통계(승인번호 434001)
작성목적	문화체육관광산업 영위 사업체의 경영 활동 현황, 고용보험 가입 현황, 수출입실적 현황에 대한 기초자료를 제공하고, 사업체의 생산 활동과 경영상황을 종합적으로 파악하여 합리적인 의사결정 및 정책평가에 필요한 통계자료로 활용
작성대상	문화체육관광산업 영위 사업체
작성주기	매년
활용한 행정자료	통계청이 행정자료(과세자료, 고용보험자료)를 입수하여 구축한 DB 관세청의 관세무역자료
작성내용	경영 활동 현황 : 사업체수, 매출액, 종사자수 고용보험 가입 현황 : 피보험자수, 취득자수, 상실자수 수출입 현황 : 품목별/국가별 수출입 실적, 품목별 수출입 단가

‘문화체육관광산업통계’는 2014년 기준 표본틀을 이용하여 행정자료와 매칭하여 통계를 산출한 것이다. 그러나 여러 가지 이유로 정확하게 1대 1로 매칭은 되지 않고 있다.²⁵⁾ 매칭된 자료 현황을 <표 6-4>에 제시하였는데, 각 칸별로 사업체수를 살펴보면 <표 5-2>와 차이가 있는 것을 알 수 있다.

여기서 <표 6-4>는 개별 산업별로 매칭한 개수이므로 전체의 값은 매칭된 전체의 개수와는 차이가 난다. 이는 <표 5-1>을 제시하면서 설명

25) 이에 대한 원인은 세밀한 파악을 해야 하지만, 이는 조사자료 작성과정과 신고과정에서 생기는 차이 또는 오차라고 판단된다.

한 것과 같은 이유이다.

매칭하면서 여러 이유로 사업체가 누락되었기 때문에, 매칭된 자료만으로 통계를 산출하면 과소 추정이 된다. 따라서 모집단조정계수를 통해 산출된 통계를 보정을 하여야 한다. 그래야 모집단 추정범위를 만족하며, 전체를 대표할 수 있는 통계로 활용할 수 있다.

〈표 6-4〉 2014년 기준 표본들과 매칭된 행정자료 현황

(단위 : 개)

산업 구분		종사자구간							계
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상	
전체		367,438	27,886	13,503	6,569	1,664	848	257	418,165
예술 산업	문화유산 및 문화시설	1,536	203	145	160	49	29	9	2,131
	문학 및 출판	26,242	3,753	1,683	741	169	104	28	32,720
	공연	38,454	998	419	161	41	29	15	40,117
	시각예술	31,943	3,815	1,424	532	115	74	25	37,928
	공예	77,304	4,992	2,441	1,119	298	129	21	86,304
문화 산업	출판산업	21,599	2,937	1,358	588	146	86	28	26,742
	음악산업	34,098	297	107	26	9	3	1	34,541
	영화산업 및 방송산업	2,863	481	309	252	89	50	17	4,061
	광고산업	13,006	2,611	1,083	436	86	53	13	17,288
	게임산업	14,066	585	433	221	78	56	12	15,451
	시각그래픽 및 캐릭터	23,899	1,547	589	244	61	40	16	26,396
스포츠 산업	스포츠 시설업	27,789	2,323	1,256	689	218	84	20	32,379
	스포츠 용품업	43,989	2,707	989	447	120	74	22	48,348
	스포츠 서비스업	28,910	1,714	644	297	76	51	15	31,707
관광 산업	관광숙박업 및 식당업	36,240	3,708	2,392	970	207	98	42	43,657
	여행사 및 관광운수업	6,833	1,496	743	680	121	24	15	9,912
	문화오락 및 레저산업	3,137	292	208	293	172	89	29	4,220
	관광쇼핑업	801	20	24	29	14	6	4	898
	국제회의 및 전시업	201	74	56	27	8	7	0	373

문화체육관광산업의 규모 추정에서 ‘행정자료를 이용한 2014년 문화체육관광산업통계’를 이용하여 작성하는 지표는 매출액과 부가가치액인

데, 개별 산업의 추정에서만 활용하기로 한다. 그 이유는 행정자료는 원자료(raw data)가 아닌 이미 산출된 통계이기 때문에 전체규모를 추정하는데 활용하기 위한 중복정보를 알 수 없기 때문이다. 따라서 개별산업 산출은 문제가 되지 않으나, 전체산업의 추정은 중복부분을 파악할 수 없기 때문에 모집단조정이 어렵다.

2) 2014 문화체육관광산업 연구자료

‘2014 문화체육관광산업 연구자료’는 행정자료를 이용하여 문화체육관광산업 영위 사업체의 매출액, 부가가치액(부가가치액을 구성하는 요소별 개별 값 포함), 종사자수를 <표 5-5>에서처럼 업종을 중복되지 않도록 구분하여 작성하여 제공받았다.

‘2014 문화체육관광산업 연구자료’는 통계개발 연구의 목적으로 제공받았으며, 통계에 대한 대략적인 개요는 <표 6-5>에 제시하였으며, 통계 작성을 위한 층 변수는 업종으로만 분류하여, 종사자 구간별 정보는 없다.

〈표 6-5〉 2014 문화체육관광산업 연구자료 개요

구분	주요내용
작성기관	한국문화관광연구원
통계종류	가공통계
작성목적	문화체육관광산업 영위 사업체의 경영 활동 현황을 정확히 산출할 수 있는 방안 연구를 위한 자료로 활용
작성대상	문화체육관광산업 영위 사업체
작성주기	일시
활용한 행정자료	통계청이 행정자료(과세자료, 고용보험자료)를 입수하여 구축한 DB
작성내용	경영 활동 현황 : 사업체수, 매출액, 부가가치액, 종사자수

〈표 6-6〉은 2014년 문화체육관광산업 표본틀과 매칭된 현황인데, 479,163개를 연계하였을 때, 449,021개의 사업체만 매칭되어, 30,142개가 연계되지 않았다²⁶⁾. 따라서 이 자료를 이용할 때도 역시 모집단 조정을

통한 가중값 보정이 이뤄져야만 모든 사업체를 대표할 수 있는 통계로 활용이 가능하다. 본 연구에서는 ‘2014 문화체육관광산업 연구자료’는 매출액과 부가가치액을 산출하는데 이용하고자 한다.

〈표 6-6〉 2014년 기준 표본들과 매칭된 2014 문화체육관광 연구자료 현황

(단위 : 개)

중복 개수	업종	표본들 모집단수	매칭된 수	중복 개수	업종	표본들 모집단수	매칭된 수
1	문화유산 및 문화시설	160	166	2	광고산업 국제회의 및 전시업	2,886	3,003
	문학 및 출판	31,185	33,610		광고산업 문학 및 출판	373	412
	공연	4,358	4,687		광고산업 시각예술	-	1
	시각예술	11,061	14,882		광고산업 스포츠 시설업	-	2
	공예	15,005	15,929		광고산업 스포츠 서비스업	77	89
	출판산업	4,323	4,657		게임산업 스포츠 용품업	1	1
	음악산업	1,933	2,376		게임산업 스포츠 서비스업	1,081	1,125
	영화산업 및 방송산업	3,338	3,478		시각그래픽 및 캐릭터 문화오락 및 레저산업	228	230
	광고산업	32,242	34,104		시각그래픽 및 캐릭터 문학 및 출판	13,623	14,182
	게임산업	26,751	27,947		시각그래픽 및 캐릭터 시각예술	6,095	6,567
	시각그래픽 및 캐릭터	86,960	91,304		시각그래픽 및 캐릭터 공예	3,738	3,955
	스포츠 시설업	30,813	33,440		시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 시설업	9	9
	스포츠 용품업	39,845	41,956		시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 서비스업	13	24
	스포츠 서비스업	24,995	26,320		문화유산 및 문화시설 문화오락 및 레저산업	965	1,068

26) 일부 사업체는 매칭은 되었으나, 중복 문제를 해결하기 위해 세부적으로 업종을 분류함에 따라, 일부 업종에서 사업체가 1~3개만 있어, 해당 업종을 아예 제공하지 않았는데, 이는 개인정보 보호에 따른 것이다. 집단의 수가 작을 경우 그 사업체가 어떤 회사인지 알 수 있는 경우가 있기 때문이다.

(단위 : 개)

중복 개수	업종	표본들 모집단수	매칭된 수	중복 개수	업종	표본들 모집단수	매칭된 수
	관광숙박업 및 식당업	49,397	52,622		공예 스포츠 용품업	9,548	10,120
	여행사 및 관광운수업	3,329	3,490		시간예술 국제회의 및 전시업	95	99
	문화오락 및 레저산업	2,914	3,144		공예 스포츠 용품업	2,568	2,747
	관광쇼핑업	417	477		공예 관광쇼핑업	511	559
	국제회의 및 전시업	52	53		스포츠 시설업 문화오락 및 레저산업	1,115	1,191
	출판사업 문학 및 출판	27,653	29,421	3	스포츠 서비스업 여행사 및 관광운수업	7,399	7,650
	음악사업 공연	1,740	1,823		출판사업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	48	53
	영화산업 및 방송사업 스포츠 용품업	8	9		광고사업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	-	1
	영화산업 및 방송사업 스포츠 서비스업	7	7		광고사업 시간예술 국제회의 및 전시업	162	173

3. 지표생산에서 비중으로 활용하는 자료

제1절에서 제시한 것처럼 문화체육관광 관련 산업에 종사하고 있는 사업체의 모든 생산 활동이 문화체육관광 관련 산업의 일만을 하지는 않고 있다. 대부분의 사업체들은 여러 가지 생산 활동을 하고 있으며, 대부분의 사업체는 비슷한 분야의 생산 활동을 하고 있지만, 일부 사업체는 전혀 다른 분야의 일도 같이 종사하는 경우가 있다. 또는 전혀 다른 분야의 사업 활동을 하고 있으면서, 일부만 문화체육관광 분야 산업에 종사하는 사업체도 있다.

그러므로 문화체육관광산업 지표산출을 위해서는 전체의 생산 활동 중 문화체육관광산업의 비중이 얼마인지 파악되어야 정확한 추정이 가능하다. 비중관련 자료는 ‘문화체육관광산업 비중조사’와 부가가치액을 파

악하기 위한 부가가치를 자료가 있다.

가. 문화체육관광산업 비중조사

‘문화체육관광산업 비중조사’는 문화체육관광관련 사업체들의 전체 생산 활동 중 문화체육관광산업의 비중을 조사하기 위해 실시한 조사이며, 규모 추정 관련 자료로 활용하기 위해 설계하여 조사한 자료이다.²⁷⁾

이 자료를 활용할 때 고려할 부분이 두 가지 있다. 하나는 표본수가 800표본으로 적기 때문에 세부집단별로(sub-group) 오차가 클 수 있어 정확성 부분이 떨어지는 부분이다. 다른 하나는 2014년 기준 데이터이나 조사는 2017년도에 하였기 때문에 2014년의 비중을 파악하지 못한다는 것이다. 따라서 정확성 관점에서는 오차가 다소 클 수 있다는 것은 분명히 제시한다. 즉, 정확성 관점보다는 실제 지표를 추정하는 과정을 설명하기 위한 방안에 중점을 두도록 한다.

‘문화체육관광산업 비중조사’는 생산량 중 문화체육관광산업 비중과 종사자 중 문화체육관광 관련 종사자 비중을 조사하였으며, 조사개요와 조사설계는 각각 <표 6-7>과 <표 6-8>에 제시하였다.^ㄱ

〈표 6-7〉 문화체육관광산업 비중조사의 개요

구분	주요내용
작성기관	한국문화관광연구원
통계종류	일반통계, 조사통계
조사목적	문화체육관광관련 사업체들의 문화체육관광산업의 생산 비중을 파악하여 정확한 문화체육관광산업의 규모를 추정하기 위한 보완 자료로 활용
조사대상	종사자수가 1인 이상인 문화체육관광관련 사업체
조사주기	연구를 위한 시범조사로 현재는 1회성 조사
조사내용	매출액, 부가가치액 관련 금액, 문화체육관광산업의 매출액 비중, 문화체육관광산업의 분야의 일의 종사자 비중

27) 본 연구에서 사용할 목적으로 조사하였으며, 예산 등의 문제 800표본을 짧은 조사기간에 조사하였다. 따라서 향후 더욱 정확한 결과를 추정하려면 더 많은 표본을 정교한 설계로 선정하여 조사할 필요가 있다.

〈표 6-8〉 문화체육관광산업 비중조사의 조사설계

구분	주요내용
모집단	2014년에 문화체육관광산업을 영위한 사업체들 중 지금도 문화체육관광산업을 영위하는 사업체
조사 대상	문화체육관광 표준산업구분에 해당되는 문화예술, 문화산업, 스포츠, 관광사업체 중 상시 종사자수 1인 이상 사업체(479,163개)
표본틀	문화예술산업, 문화산업(콘텐츠, 저작권, 광고 포함), 스포츠산업, 관광산업 사업체 DB ※ 전국사업체기초통계조사 자료를 기준으로, 문화체육관광부의 분류체계에 의한 각 분야의 표본틀을 사용
표본크기	800표본
조사방법	문화체육관광부의 표본틀을 활용하여 혼합조사 ※ 전화를 통하여 응답업체 컨택 후 대면조사, 대면조사 어려운 경우 팩스, 이메일조사 병행
조사 기준 시점	2016. 12. 31

‘문화체육관광산업 비중조사’의 조사대상은 사업체이며, 모집단은 〈표 5-2〉와 동일하다. 표본설계는 〈표 5-5〉에 제시한 것처럼, 중복을 허용하지 않게 세부적으로 분류한 방법으로 설계하였다. 중복을 허용하지 않게 중복과 업종을 고려하여 설계하다보니 분류가 46개나 되어, 종사자 구간을 모두 고려하면 매우 많은 셀(cell)이 존재하게 된다. 따라서 일부 셀에서는 사업체가 아주 없는 경우가 존재하고, 존재하더라도 모집단수가 적어 800표본으로 표본할당을 할 경우 거의 할당이 되지 않는 셀이 존재하게 된다. 따라서 사업체가 응답거부를 할 경우 일부 셀에서 조사가 이뤄지지 않는 경우도 발생한다.

일부 셀에서 조사가 이뤄지지 않을 경우 모든 모집단 정보를 반영하지 못하게 되어 추정에 문제가 발생한다. 이러한 경우, 이를 조정하기 위하여 가중값 산출할 때, 레이킹비(raking ratio) 조정을 하여 조사된 자료로도 모집단을 반영하도록 보완하였다. 따라서 〈표 6-9〉에 제시한 가중값 표에는 〈표 5-5〉와 달리 빈칸이 존재한다.

〈표 6-9〉 업종 × 종사자구간별 가중값 현황

중복 개수	업종	종사자수						
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
1	문화유산 및 문화시설	31.5	24.0	9.0	1.7	—	2.0	—
	문학 및 출판	1,393.9	28.6	14.0	—	—	—	—
	공연	560.1	208.9	158.4	154.1	72.3	42.9	19.4
	시각예술	1,243.2	461.4	219.5	119.6	49.9	19.9	9.7
	공예	1,066.4	317.6	121.2	73.3	24.7	14.0	4.3
	출판산업	590.6	149.7	85.5	74.2	25.7	21.4	15.1
	음악산업	137.8	104.2	337.6	120.0	—	3.0	—
	영화산업 및 방송산업	426.2	140.0	71.3	37.9	21.2	11.0	1.1
	광고산업	1,997.7	176.1	119.9	65.1	20.7	8.0	—
	게임산업	1,281.8	368.3	245.2	131.9	49.9	32.4	19.4
	시각그래픽 및 캐릭터	5,365.5	1,032.7	434.7	266.1	86.4	44.9	6.5
	스포츠 시설업	2,513.3	563.2	303.2	229.3	70.6	31.9	5.4
	스포츠 용품업	2,647.6	556.6	242.4	145.5	48.4	20.4	5.4
	스포츠 서비스업	1,784.3	959.0	75.6	24.6	6.6	20.4	—
	관광숙박업 및 식당업	3,569.1	1,008.0	816.6	382.8	246.7	51.9	43.2
	여행사 및 관광운수업	256.5	115.8	158.2	154.0	54.0	20.0	13.0
	문화오락 및 레저산업	382.6	132.6	64.6	80.2	21.7	20.9	10.8
	관광쇼핑업	86.6	11.5	19.5	12.4	19.1	16.9	7.6
	국제회의 및 전시업	—	—	12.6	4.2	3.4	5.0	—
2	출판산업 문학 및 출판	2,308.5	639.8	371.3	182.4	57.2	43.4	23.8
	음악산업 공연	253.2	60.7	25.7	17.0	4.0	3.0	—
	영화산업 및 방송산업 스포츠 용품업	1.5	1.0	2.0	—	—	—	—
	영화산업 및 방송산업 스포츠 서비스업		1.0	1.0	3.0	1.0	1.0	—
	광고산업 국제회의 및 전시업	284.1	49.9	17.3	17.9	6.1	3.0	—
	광고산업 문학 및 출판	71.2	25.7	38.0	7.0	3.0	1.0	—
	광고산업 시각예술	—	1.0	—	—	—	—	—
	광고산업 스포츠 시설업	1.0	1.0	—	—	—	—	—
	광고산업 스포츠 서비스업	18.9	6.6	6.6	3.0	—	—	—

중복 개수	업종	종사자수						
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
	게임산업 스포츠 용품업	1.0	-	-	-	-	-	-
	게임산업 스포츠 서비스업	153.7	73.6	76.4	33.9	15.1	27.9	10.8
	시각그래픽 및 캐릭터 문화오락 및 레저산업	27.0	11.0	6.0	1.0	1.0	-	-
	시각그래픽 및 캐릭터 문학 및 출판	1,081.0	148.5	59.4	34.9	8.1	3.0	-
	시각그래픽 및 캐릭터 시각예술	525.5	50.2	12.7	10.0	2.0	-	-
	시각그래픽 및 캐릭터 공예	278.8	99.0	9.7	4.0	1.0	-	-
	시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 시설업	1.6	1.1	-	-	-	-	-
	시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 서비스업	-	-	4.8	9.6	-	-	-
	문화유산 및 문화시설 문화오락 및 레저산업	144.9	65.2	65.4	49.7	12.9	24.1	-
	공연 스포츠 용품업	793.2	57.7	37.3	27.9	7.1	10.0	6.5
	시각예술 국제회의 및 전시업	17.5	4.9	-	3.6	2.1	-	-
	공예 스포츠 용품업	314.5	43.0	21.0	6.5	3.0	1.0	-
	공예 관광쇼핑업	77.6	4.0	2.5	1.5	-	-	-
	스포츠 시설업 문화오락 및 레저산업	186.4	17.0	17.0	38.8	44.4	100.2	10.8
	스포츠 서비스업 여행사 및 관광운수업	561.3	138.0	91.6	94.2	14.6	15.0	2.2
3	출판산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	15.0	4.0	3.0	2.0	2.0	1.0	-
	광고산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	1.0	-	-	-	-	-	-
	광고산업 시각예술 국제회의 및 전시업	38.0	22.0	15.5	7.5	3.0	4.0	-

위의 빈 셀은 조사가 안 되었거나 원래 모집단이 존재하지 않는 칸이다. 원래 모집단이 존재하지만 조사가 되지 않은 칸은 레이킹비를 반영하여 조정하였기 때문에 전체 추정에는 문제가 없다.

행정자료나 통계청 같은 타부처에서 생산하고 있는 통계는 사업체의 모든 생산 활동을 조사해서 제공하기 때문에, 그 값을 그대로 사용하면 문화체육관광산업의 생산 활동이 아닌 부분까지 포함하게 된다. 따라서 정확한 문화체육관광산업의 규모를 추정하기 위해서는 문화체육관광산업의 비중을 파악하여 보정하여야 한다.

전체 사업 영역 중 문화체육관광산업의 비중을 묻는 질문을 하여 조사하였다. 조사에서 매출액 비중이 100% 문화체육관광관 관련된다고 응답한 사업체는 당연히 종사자도 100% 문화체육관광관련 일을 한다고 판단하였다. 그러나 매출액의 100%가 문화체육관광분야와 관련되지 않는다고 응답한 사업체는 종사자들도 100% 문화체육관광분야의 일을 하지 않을 수 있다고 판단하여 문화체육관광관련된 일을 하는 종사자 비중은 얼마나 되는지 다시 질문을 하였다. 이런 방식으로 문화체육관광산업 비중과 종사자 비중을 파악하였다.

문화체육관광산업 비중은 <표 6-10>에 제시하였고, 문화체육관광산업 종사자 비중은 <표 6-11>에 제시하였다. 이를 활용하여 문화체육관광분야만의 매출액과 종사자수를 구할 수 있다²⁸⁾.

〈표 6-10〉 문화체육관광산업 매출액 비중

(단위 : %)

중복 개수	업종	종사자수						
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
1	문화유산 및 문화시설	100.0	100.0	100.0	100.0	-	100.0	-
	문학 및 출판	100.0	100.0	100.0	-	-	-	-
	공연	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	시각예술	65.6	54.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(단위 : %)

중복 개수	업종	종사자수						
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
	공예	88.3	65.0	100.0	100.0	100.0	100.0	30.0
	출판산업	100.0	100.0	100.0	100.0	60.0	60.0	20.0
	음악산업	100.0	100.0	100.0	100.0	—	90.0	—
	영화산업 및 방송산업	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	광고산업	91.6	88.8	100.0	100.0	100.0	100.0	—
	게임산업	75.6	80.0	100.0	80.0	65.0	40.0	100.0
	시각그래픽 및 캐릭터	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	스포츠 시설업	100.0	100.0	100.0	100.0	40.0	70.0	70.0
	스포츠 용품업	100.0	100.0	100.0	100.0	85.0	100.0	90.0
	스포츠 서비스업	96.4	100.0	100.0	100.0	80.0	60.0	—
	관광숙박업 및 식당업	95.5	100.0	80.0	100.0	100.0	76.7	90.0
	여행사 및 관광운수업	92.9	92.5	100.0	100.0	80.0	100.0	100.0
	문화오락 및 레저산업	91.7	83.3	100.0	100.0	100.0	27.5	100.0
	관광쇼핑업	76.3	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	80.0
	국제회의 및 전시업	—	—	100.0	86.7	90.0	100.0	—
2	출판산업 문학 및 출판	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	음악산업 공연	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	—
	영화산업 및 방송산업 스포츠 용품업	100.0	80.0	100.0	—	—	—	—
	영화산업 및 방송산업 스포츠 서비스업	—	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	—
	광고산업 국제회의 및 전시업	95.6	75.7	100.0	100.0	100.0	100.0	—
	광고산업 문학 및 출판	82.5	56.7	100.0	100.0	100.0	80.0	—
	광고산업 시각예술	—	30.0	—	—	—	—	—
	광고산업 스포츠 시설업	20.0	30.0	—	—	—	—	—
	광고산업 스포츠 서비스업	100.0	100.0	100.0	65.0	—	—	—
	게임산업 스포츠 용품업	100.0	—	—	—	—	—	—

(단위 : %)

[illegible]

〈표 6-11〉 문화체육관광산업 종사자 비중

(단위 : %)

중복 개수	업종	종사자수						
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
1	문화유산 및 문화시설	100.0	100.0	100.0	100.0	—	100.0	—
	문학 및 출판	100.0	100.0	100.0	—	—	—	—
	공연	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	시각예술	80.6	50.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	공예	92.5	61.3	100.0	100.0	100.0	100.0	30.0
	출판산업	100.0	100.0	100.0	100.0	60.0	75.0	50.0
	음악산업	100.0	100.0	100.0	100.0	—	80.0	—
	영화산업 및 방송산업	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	광고산업	95.3	86.3	100.0	100.0	100.0	100.0	—
	게임산업	78.9	86.7	100.0	80.0	60.0	55.0	100.0
	시각그래픽 및 캐릭터	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	스포츠 시설업	100.0	100.0	100.0	100.0	50.0	55.0	60.0
	스포츠 용품업	100.0	100.0	100.0	100.0	75.0	100.0	40.0
	스포츠 서비스업	96.4	100.0	100.0	100.0	70.0	52.5	—
	관광숙박업 및 식당업	95.5	100.0	80.0	100.0	100.0	90.0	40.0
	여행사 및 관광운수업	92.9	82.5	100.0	100.0	60.0	100.0	100.0
	문화오락 및 레저산업	91.7	83.3	100.0	100.0	100.0	25.0	100.0
	관광쇼핑업	76.3	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	60.0
	국제회의 및 전시업	—	—	100.0	80.0	76.7	100.0	—
2	출판산업 문학 및 출판	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	음악산업 공연	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	—
	영화산업 및 방송산업 스포츠 용품업	100.0	90.0	100.0	—	—	—	—
	영화산업 및 방송산업 스포츠 서비스업	—	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	—
	광고산업 국제회의 및 전시업	93.3	81.4	100.0	100.0	100.0	100.0	—
	광고산업 문학 및 출판	92.5	76.7	100.0	100.0	100.0	70.0	—
	광고산업 시각예술	—	30.0	—	—	—	—	—
	광고산업 스포츠 시설업	30.0	30.0	—	—	—	—	—
	광고산업 스포츠 서비스업	100.0	100.0	100.0	85.0	—	—	—

(단위 : %)

중복 개수	업종	종사자수						
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
	게임산업 스포츠 용품업	100.0	-	-	-	-	-	-
	게임산업 스포츠 서비스업	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	시각그래픽 및 캐릭터 문화오락 및 레저산업	100.0	100.0	100.0	100.0	80.0	-	-
	시각그래픽 및 캐릭터 문학 및 출판	98.3	68.3	100.0	100.0	100.0	5.0	-
	시각그래픽 및 캐릭터 시각예술	100.0	87.5	100.0	100.0	100.0	-	-
	시각그래픽 및 캐릭터 공예	100.0	66.7	70.0	100.0	10.0	-	-
	시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 시설업	100.0	100.0	-	-	-	-	-
	시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 서비스업	-	-	20.0	100.0	-	-	-
	문화유산 및 문화시설 문화오락 및 레저산업	100.0	100.0	80.0	100.0	68.3	100.0	-
	공연 스포츠 용품업	95.8	72.9	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	시각예술 국제회의 및 전시업	100.0	82.5	-	100.0	100.0	-	-
	공예 스포츠 용품업	93.8	62.5	100.0	100.0	100.0	100.0	-
	공예 관광쇼핑업	100.0	100.0	100.0	100.0	-	-	-
	스포츠 시설업 문화오락 및 레저산업	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	7.5	50.0
	스포츠 서비스업 여행사 및 관광운수업	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	10.0	100.0
3	출판산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	100.0	90.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-
	광고산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	10.0	-	-	-	-	-	-
	광고산업 시각예술 국제회의 및 전시업	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-

28) 본 연구에서는 표본수의 제약 등으로 인한 빈셀은 100%로 하여 값을 산출하였다. 대부분이

나. 부가가치율

부가가치액을 생산하는 방식은 제4장에서 살펴본 것처럼 두 가지 방법이 있다. 하나는 부가가치액의 각 요소들을 파악하여 더하는 방법이고 다른 하나는 부가가치율²⁹⁾을 활용하는 방법이다. 여기서 부가가치액 각각의 요소를 파악하여 부가가치액을 산출하는 방법은 개별 요소들의 값이 정확하다는 전제하에서 산출된다.

현재 많은 규모 추정 연구에서는 산업연관표에서 제시하고 있는 부가가치액과 총생산량의 값으로 산출한 부가가치율을 계산하여 활용하고 있다. 따라서 본 연구에서도 산업연관표의 부가가치율을 활용하기 위해, 산업분류와 산업연관표를 매칭하였다³⁰⁾.

산업연관표를 이용하여 문화체육관광산업의 부가가치액을 산출하는데 주의할 사항은 산업연관표의 분류의 하나하나의 포괄범위가 너무 넓다는 것이다. 또한 사업체 관련 직접적인 정보가 없어 활용하는데 한계도 있다. 따라서 문화체육관광산업의 규모 추정에 적용하기에는 활용성이 떨어지며, 정확한 추정이 어려워 주의가 필요하다.

따라서 본 연구에서는 향후 활용에 이용할 수 있도록, 통계청의 행정 자료를 가지고 부가가치율을 계산하여 <표 6-12>에 제시하였다. 현재는 분류별로 종사자구간의 정보도 없는 등 제시하는 정보의 활용이 제약적일 수 있다. 그러나 향후 세부적인 정보를 이용하여 산출하여 활용이 가능하다면 직접적이고 정확한 산출이 가능하여 활용도가 매우 높을 것이라 판단된다.

100%이기도 하지만 방안을 제시하기 위한 연구로만 활용한다고 하였기 때문이다.

29) 부가가치율은 일반적으로 산업연관표를 이용하는 방법이다.

30) 부록에 산업연관표와 매칭하면서 부가가치율도 같이 제시하였다.

〈표 6-12〉 2014 문화체육관광산업 연구자료의 부가가치율

중복 개수	업종	부가가치율	중복 개수	업종	부가가치율
1	문화유산 및 문화시설	0.163	2	광고산업 국제회의 및 전시업	0.243
	문학 및 출판	0.334		광고산업 문학 및 출판	0.278
	공연	0.230		광고산업 시각예술	-
	시각예술	0.255		광고산업 스포츠 시설업	-
	공예	0.239		광고산업 스포츠 서비스업	0.182
	출판산업	0.304		게임산업 스포츠 용품업	0.038
	음악산업	0.043		게임산업 스포츠 서비스업	0.305
	영화산업 및 방송산업	0.324		시각그래픽 및 캐릭터 문화오락 및 레저산업	0.307
	광고산업	0.195		시각그래픽 및 캐릭터 문학 및 출판	0.285
	게임산업	0.315		시각그래픽 및 캐릭터 시각예술	0.135
	시각그래픽 및 캐릭터	0.145		시각그래픽 및 캐릭터 공예	0.466
	스포츠 시설업	0.191		시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 시설업	0.393
	스포츠 용품업	0.141		시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 서비스업	0.069
	스포츠 서비스업	0.063		문화유산 및 문화시설 문화오락 및 레저산업	0.045
	관광숙박업 및 식당업	0.221		공연 스포츠 용품업	0.151
	여행사 및 관광운수업	0.345		시각예술 국제회의 및 전시업	0.185
	문화오락 및 레저산업	0.253		공예 스포츠 용품업	0.214
	관광쇼핑업	0.402		공예 관광쇼핑업	0.104

중복 개수	업종	부가가치율	중복 개수	업종	부가가치율
	국제회의 및 전시업	0.234	3	스포츠 시설업 문화오락 및 레저산업	0.136
	출판산업 문학 및 출판	0.280		스포츠 서비스업 여행사 및 관광운수업	0.308
	음악산업 공연	0.228		출판산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	0.280
	영화산업 및 방송산업 스포츠 용품업	0.030		광고산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	-
	영화산업 및 방송산업 스포츠 서비스업	0.144		광고산업 시각예술 국제회의 및 전시업	0.211

〈표 6-13〉에 제시한 산업연관표를 이용한 부가가치율은 표본틀에 있는 표준산업분류와 산업연관표를 매칭하여 적용한 값을 업종과 종사자구간으로 구분하여 제시한 값이다. 이는 활용도를 위하여 작성한 것으로, 산업연관표는 종사자 규모를 고려하고 있지 않다. 즉, 해당하는 분류에 있는 사업체는 모두 같은 부가가치율을 적용하는 것으로 각 분류 셀별로 평균 부가가치율을 제시한 값이다.

〈표 6-13〉 산업연관표를 이용한 부가가치율

중복 개수	업종	종사자수						
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
1	문화유산 및 문화시설	0.53	0.51	0.54	0.54	-	0.54	-
	문학 및 출판	0.42	0.42	0.45	-	-	-	-
	공연	0.42	0.40	0.39	0.37	0.38	0.40	0.45
	시각예술	0.23	0.25	0.26	0.28	0.31	0.37	0.32
	공예	0.43	0.44	0.54	0.58	0.57	0.59	0.57
	출판산업	0.46	0.42	0.42	0.41	0.41	0.42	0.41
	음악산업	0.64	0.64	0.64	0.64	0.65	0.63	0.66
	영화산업 및 방송산업	0.40	0.39	0.39	0.38	0.44	0.43	0.41

중복 개수	업종	종사자수						
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
	시각그래픽 및 캐릭터 문화오락 및 레저산업	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	-	-
	시각그래픽 및 캐릭터 문학 및 출판	0.55	0.56	0.56	0.56	0.55	0.58	-
	시각그래픽 및 캐릭터 시각예술	0.51	0.44	0.42	0.47	0.49	-	-
	시각그래픽 및 캐릭터 공예	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59	-	-
	시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 시설업	0.41	0.41	0.41	-	-	-	-
	시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 서비스업	0.42	0.42	0.42	0.42	-	-	-
	문화유산 및 문화시설 문화오락 및 레저산업	0.66	0.66	0.66	0.66	0.62	0.61	0.59
	공연 스포츠 용품업	0.52	0.51	0.49	0.51	0.50	0.49	0.49
	시각예술 국제회의 및 전시업	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59	-	-
	공예 스포츠 용품업	0.48	0.33	0.41	0.45	0.50	0.49	-
	공예 관광쇼핑업	0.54	0.54	0.54	0.54	-	-	-
	스포츠 시설업 문화오락 및 레저산업	0.43	0.55	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59
	스포츠 서비스업 여행사 및 관광운수업	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59
3	출판산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	0.34	0.34	0.34	0.34	0.33	0.33	-
	광고산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	0.34	-	-	-	-	-	-
	광고산업 시각예술 국제회의 및 전시업	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59	-

제2절

문화체육관광산업 개별 산업 규모 추정

이번 절에서는 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업 각각의 개별 산업의 지표들을 추정하는 방안을 살펴보도록 한다. 지표는 매출액, 부가가치액, 종사자수를 산출하며, 산업별 추정방법은 동일하기 때문에 하나의 산업만을 추정하여 제시하도록 한다.

사업체수는 분류체계를 선정한 후 표본틀을 구축할 때 결정된다. 즉, 표본틀 구축할 때 분류체계에 따라 문화체육관광산업의 사업체를 분류하게 되는데, 분류가 끝나면 업종과 종사자 규모에 따라 분류된 사업체수를 합산하면 된다. 따라서 본 연구에서는 사업체수는 추정하지 않으며, 다른 지표를 추정할 때 모집단의 기준이 되는 것으로 활용한다.

1. 매출액

행정자료를 이용한 2014 문화체육관광산업 통계자료를 가지고 2014년 기준 예술산업 매출액을 추정하는 방안을 순서대로 살펴보도록 하자.

① 행정자료 매칭을 통한 매출액 생산

2014년 기준 예술산업의 표본틀에 있는 사업체와 통계청의 행정자료 DB의 사업체를 연계하기 위해, 사업체 연계 변수인 사업체 고유ID를 매칭(matching)하여 표본틀에 해당하는 사업체를 행정자료 DB에서 추출한다. 그런 후 해당하는 지표를 업종과 종사자 규모에 따라 산출하여 <표 6-14>에 제시하였다.³¹⁾

31) 이는 ‘문화체육관광산업통계’에서 가져온 값이다.

〈표 6-14〉 2014년 기준 표본들과 매칭된 행정자료의 예술산업 매출액

(단위 : 십억)

구분	1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상	합계
문화유산 및 문화시설	209	33	98	61	70	127	18	617
문학 및 출판	4,796	2,738	4,127	1,600	1,792	2,652	4,985	22,690
공연	3,096	1,389	1,639	580	962	1,483	6,890	16,039
시각예술	2,845	2,300	3,225	1,146	1,528	1,912	3,069	16,025
공예	12,670	6,822	10,222	3,618	3,999	5,631	3,277	46,239
합계	23,616	13,283	19,311	7,005	8,350	11,805	18,239	101,609

② 모집단 조정 가중값 산출

예술산업의 표본들과 연계된 행정자료의 수를 〈표 6-15〉에 제시하였는데, 이는 〈표 5-1〉에 제시한 예술산업 모집단의 사업체수보다 적다. 이는 정확하게 1대1 매칭이 되지 않았다는 의미이다. 즉, 모든 모집단의 값을 반영하지 못한다는 의미이므로, 모집단 조정 가중값³²⁾을 산출하여 보정하도록 한다. 모집단 조정 계수는 〈표 6-16〉에 제시하였다.

〈표 6-15〉 2014년 기준 표본들과 매칭된 행정자료의 예술산업 사업체수

(단위 : 개)

구분	1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상	합계
문화유산 및 문화시설	1,536	203	145	160	49	29	9	2,131
문학 및 출판	26,242	3,753	1,683	741	169	104	28	32,720
공연	38,454	998	419	161	41	29	15	40,117
시각예술	31,943	3,815	1,424	532	115	74	25	37,928
공예	77,304	4,992	2,441	1,119	298	129	21	86,304
합계	175,479	13,761	6,112	2,713	672	365	98	199,200

32) 모집단 조정 가중값은 이후부터 모집단 조정 계수로 명명하도록 하며, 실제 모집단수를 추정에 사용한 모집단수로 나누어 실제모집단수의 값으로 조정하는 계수이다.

〈표 6-16〉 예술산업 모집단 조정 가중값

구분	1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
문화유산 및 문화시설	1.26	2.99	4.41	1.01	1.29	0.93	1.11
문학 및 출판	1.08	1.28	1.35	0.50	1.18	0.98	0.82
공연	1.12	2.00	1.96	0.83	1.54	1.00	0.53
시각예술	1.14	1.14	1.13	0.35	1.00	1.00	0.76
공예	1.16	1.52	1.19	0.42	0.88	0.71	0.29

③ 예술산업관련 매출액비중

예술산업의 매출액을 산출하기 위해 예술분야의 매출액 비중을 파악하여야 한다. 즉, 전체의 매출액 중 예술산업 매출액 비중을 〈표 6-17〉에 제시하였다.

〈표 6-17〉 예술산업관련 사업체의 예술분야 매출액 비중

(단위 : %)

구분	1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
문화유산 및 문화시설	100.0	100.0	94.4	100.0	83.3	98.9	100.0
문학 및 출판	99.6	98.2	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
공연	92.8	88.9	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
시각예술	83.8	73.2	100.0	84.0	69.9	43.5	100.0
공예	99.9	98.8	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

④ 예술산업 조정된 매출액 산출

행정자료 값으로 추정하는 최종 매출액은 행정자료를 매칭하여 산출된 매출액에다 예술산업관련 매출액 비중과 모집단 조정 계수를 곱하여 추정하게 된다. 이는 〈표 6-18〉에 제시하였다.³³⁾

33) 예술산업에 해당하는 매출액을 구하기 위해 '문화유산 및 문화시설'의 300인 이상에 해당하는 비중의 무응답 값을 1로 대체하였다.

〈표 6-18〉 예술산업 매출액

(단위 : 십억)

구분	1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상	합계
문화유산 및 문화시설	362	124	301	47	75	108	28	1,045
문학 및 출판	5,569	3,180	4,906	751	1,896	2,399	3,462	22,161
공연	3,177	1,951	5,210	479	1,026	1,003	775	13,622
시각예술	3,220	1,940	3,241	404	1,053	729	2,332	12,918
공예	16,690	9,157	11,410	1,535	3,118	3,530	577	46,018
합계	29,018	16,351	25,068	3,215	7,168	7,769	7,174	95,763

2. 부가가치액

부가가치액 산출하는 방법은 앞에서 제시하였던 것처럼 부가가치율을 계산하여 작성하는 방안과 부가가치액의 각 요소들 값을 산출한 후 더하는 방법이 있다. 여기서는 두 가지를 모두 적용하여 제시하였으며, 본 연구에서는 행정자료에서 부가가치액 요소를 산출하였기 때문에, 이후에는 세부적인 정보를 고려하여 산출한 부가가치액을 사용하도록 한다.

가. 부가가치율을 적용한 부가가치액

부가가치율을 이용하여 부가가치액을 산출하는 방법은 매출액에 부가가치율을 곱하는 것이다. 예술산업의 부가가치액은 산업연관표에서 구한 부가가치율을 〈표 6-18〉에 곱하여 산출하며, 이는 〈표 6-19〉에 제시하였다.

즉, 〈표 6-19〉는 행정자료 값으로 추정하는 최종 매출액은 행정자료를 매칭하여 산출된 매출액에다 예술산업관련 매출액 비중과 모집단 조정계수를 곱하여 추정된 매출액에 부가가치율을 곱하여 추정된 값이다.

〈표 6-19〉 예술산업 부가가치액

(단위 : 십억)

구분	1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상	합계
문화유산 및 문화시설	234	80	194	30	47	66	17	669
문학 및 출판	2,370	1,308	2,059	304	724	892	1,228	8,886
공연	1,885	1,098	2,871	253	528	503	367	7,505
시각예술	1,866	1,099	1,822	221	538	402	1,265	7,214
공예	7,690	3,129	3,857	519	1,096	1,178	159	17,628
합계	14,046	6,714	10,803	1,329	2,933	3,041	3,036	41,902

나. 부가가치 요소들을 결합하여 합계한 부가가치액

부가가치액을 구성하는 각각의 요소들의 값을 알고 있다면 직접적인 산출이 더 정확할 것이다. 이용하는 자료 중에서는 ‘2014 문화체육관광산업 연구자료’가 각각의 부가가치액 요소들의 값을 알고 있는 자료이다.

이후는 ‘2014 문화체육관광산업 연구자료’를 이용하여 부가가치액을 추정하는 절차별로 값을 산출하는 방법을 제시한 것이다.

1) 조정 계수

행정자료가 정확하게 1대1로 매칭이 되지 않는다는 것을 앞에서 설명하였다. 따라서 정확한 추정을 위해서는 모집단 조정 계수를 산출하고, 문화체육관광산업의 비중도 산출해야 한다. 이는 〈표 6-20〉에 제시하였는데, ‘2014 문화체육관광산업 연구자료’가 현재에는 종사자 규모 정보가 없기 때문에, 종사자 규모를 고려한 조정 계수를 적용했을 대에 비해 정확성은 다소 떨어질 것이다.³⁴⁾

34) 향후 행정자료를 활용할 때에는 이러한 부분을 사전에 설계하도록 한다. 정확한 통계를 산출하기 위해서는 사전에 설계가 명확하게 이뤄져야 한다.

〈표 6-20〉 2014 문화체육관광산업 연구자료의 모집단 조정 계수

중복 개수	업종	조정 계수	산업 비중	중복 개수	업종	조정 계수	산업 비중
1	문화유산 및 문화시설	1.038	99	2	광고산업 국제회의 및 전시업	1.041	99
	문학 및 출판	1.078	100		광고산업 문학 및 출판	1.105	82
	공연	1.075	100		광고산업 시각예술	-	10
	시각예술	1.345	98		광고산업 스포츠 시설업	-	35
	공예	1.062	98		광고산업 스포츠 서비스업	1.156	92
	출판산업	1.077	99		게임산업 스포츠 용품업	1.000	100
	음악산업	1.229	98		게임산업 스포츠 서비스업	1.041	91
	영화산업 및 방송산업	1.042	90		시각그래픽 및 캐릭터 문화오락 및 레저산업	1.009	100
	광고산업	1.058	100		시각그래픽 및 캐릭터 문학 및 출판	1.041	96
	게임산업	1.045	96		시각그래픽 및 캐릭터 시각예술	1.077	94
	시각그래픽 및 캐릭터	1.050	99		시각그래픽 및 캐릭터 공예	1.058	98
	스포츠 시설업	1.085	98		시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 시설업	1.000	91
	스포츠 용품업	1.053	100		시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 서비스업	1.846	86
	스포츠 서비스업	1.053	97		문화유산 및 문화시설 문화오락 및 레저산업	1.107	88
	관광숙박업 및 식당업	1.065	99		공연 스포츠 용품업	1.060	100
	여행사 및 관광운수업	1.048	92		시각예술 국제회의 및 전시업	1.042	99
1	문화오락 및 레저산업	1.079	75		공예 스포츠 용품업	1.070	100
	관광쇼핑업	1.144	91		공예 관광쇼핑업	1.094	100

중복 개수	업종	조정 계수	산업 비중	중복 개수	업종	조정 계수	산업 비중
	국제회의 및 전시업	1,019	100	3	스포츠 시설업 문화오락 및 레저산업	1,068	97
	출판산업 문학 및 출판	1,064	92		스포츠 서비스업 여행사 및 관광운수업	1,034	94
	음악산업 공연	1,048	98		출판산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	1,104	98
	영화산업 및 방송산업 스포츠 용품업	1,125	84		광고산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	-	30
	영화산업 및 방송산업 스포츠 서비스업	1,000	100		광고산업 시각예술 국제회의 및 전시업	1,068	99

2) 부가가치액 산출

‘2014 문화체육관광산업 연구자료’에서 각 요소의 합으로 산출된 부가 가치액에 모집단 조정 계수와 산업비중을 곱하여 산출한 값을 <표 6-21>에 제시하였다.

<표 6-21> 2014 문화체육관광산업 연구자료를 이용한 개별 산업의 부가가치액

(단위 : 십억)

업종		매출액	부가 가치액 ³⁵⁾	업종		매출액	부가 가치액
예술 산업	문화유산 및문화 시설	2,840	124	문화 산업	출판산업	19,344	5,366
	문학 및 출판	22,267	6,284		음악산업	3,690	1,061
	공연	15,235	2,595		영화산업 및 방송산업	28,068	6,413
	시각예술	15,702	4,584		광고산업	17,082	4,096
	공예	52,151	7,643		게임산업	10,303	2,706
					시각그래픽 및캐 릭터	11,612	3,392
합계		108,195	21,230	합계		90,099	23,034

(단위 : 십억)

업종		매출액	부가 가치액 ³⁵⁾	업종		매출액	부가 가치액
스포츠 산업	스포츠 시설업	23,981	4,728	관광 산업	관광숙박업 및식 당업	28,340	6,269
	스포츠 용품업	40,324	5,761		여행사 및 관광운수업	23,441	7,990
	스포츠 서비스업	14,736	1,882		문화오락 및 레저산업	21,022	3,353
					관광쇼핑업	9,942	3,977
					국제회의 및 전시업	651	135
합계		79,041	12,370	합계		83,396	21,724

부가가치액을 두 가지로 구분하여 산출하였다. 하나는 산업연관표의 부가가치율을 곱하여 산출하였으며, 다른 하나는 부가가치액 요소를 구하여 산출하였다. <표 6-19>와 <표 6-21>에 각각 제시하였는데, 두 값의 차이가 매우 크다는 것을 알 수 있다. 실제 활용한 데이터의 차이와 종사자 규모의 정보를 모름에 따라 조정 계수가 다소 부정확하게 적용되었다는 것을 감안하더라도 이는 차이가 매우 크다.

산업연관표의 부가가치율과 실제 신고된 금액의 부가가치율은 많은 차이가 있다. 문화체육관광산업 분야의 규모를 추정하는데 있어서만큼은 분명 많은 차이가 발생한다. 이에 대한 한계는 향후 파악하여야겠지만 개별 사업체별로 실제 작성된 부가가치액을 이용하는 것이 규모 추정에는 더 적합하다고 판단되므로, 이를 활용하고자 한다.³⁶⁾

35) '문화체육관광산업 연구자료'는 각 업종의 모집단에 사업체수가 1~2개인 경우 개인정보 문제가 발생하기 때문에 제공하지 않아 해당하는 업종은 값이 전혀 없다. 그러나 이를 잘 살펴보면 해당업종은 종사자 구간이 1인~4인 구간이 2개이고, 5인~9인 구간이 1개이다. 즉, 10억 단위에 영향을 주지 않을 정도로 해당 사업체들은 매출액이 적기 때문에 무시해도 된다.

36) 경제적 파급효과와 같은 연구에서는 기존의 연구에서처럼 산업연관표를 이용하는 것이 타당할 수도 있다. 그러나 현재 기준년도에 따른 규모의 산출은 실제 값을 적용하는 것이 타당할 것이다.

3. 종사자수

종사자수는 ‘2014년 문화체육관광산업 일자리 조사’ 자료를 활용한 다. 종사자수를 추정할 경우에도 각 사업체의 종사자가 모두 문화체육관광산업의 일에만 종사하는지를 고려해야 한다. 즉, 문화체육관광산업 관련 사업체들 모두 문화체육관광관련 생산 활동만을 하지 않기 때문에, 종사자도 모두 문화체육관광산업 관련된 일을 하지 않을 것이다. 따라서 종사자수를 추정할 때, 문화체육관광 종사자 비중을 적용하여야 한다.

여기서도 예술산업을 예로 하여 종사자수 추정하는 방법을 설명하도록 한다. 이를 위해 예술산업관련된 사업체들의 종사자 중 예술산업의 일을 하는 종사자 비중을 살펴 <표 6-22>에 제시하였다.

〈표 6-22〉 예술산업관련 사업체의 예술분야 종사자 비중

(단위 : %)

구분	1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
문화유산 및 문화시설	100.0	100.0	94.4	100.0	68.3	97.8	—
문학 및 출판	99.4	98.6	100.0	100.0	99.9	100.0	100.0
공연	95.6	84.8	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
시각예술	86.0	82.8	100.0	84.0	65.6	55.8	100.0
공예	99.8	98.8	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

2014년도에 실시한 ‘문화체육관광산업 일자리조사’자료를 이용하여 종사자수를 추정하는 절차를 살펴보도록 하자. 종사자수 추정방법도 매출액과 거의 유사하며, 단지 조사통계라는 부분이 차이가 있다.

① 일자리 조사에서 종사자수 현황

2014년도에 조사한 ‘문화체육관광산업 일자리조사’는 2012년도 기준 문화체육관광산업 표본틀을 이용하여 작성되었다. 예술산업을 예로 설명

하도록 하며, 2014년 조사에서 추정된 예술산업 종사자수는 <표 6-23>과 같다.³⁷⁾

〈표 6-23〉 예술산업관련 사업체의 종사자수

(단위 : 명)

구분	1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상	합계
문화유산 및 문화시설	15,198	5,645	6,147	11,468	6,366	3,401	2,777	51,002
문학 및 출판	69,022	28,189	23,270	23,186	14,241	16,537	9,195	183,640
공연	111,277	9,027	7,393	7,211	2,892	5,336	1,156	144,292
시각예술	82,130	25,226	14,171	10,788	4,662	1,532	677	139,186
공예	111,277	19,548	12,307	9,169	5,162	5,858	2,300	165,621
합계	111,277	87,635	63,288	61,822	33,323	32,665	16,105	406,115

② 모집단 조정 가중값 산출

작성된 통계는 2014년도에 조사되었지만 2012년도 기준의 표본틀을 기준으로 작성된 통계이기 때문에, 표본틀에 이용된 모집단과 2014년도의 모집단의 값이 차이가 있다. 따라서 모집단 조정 계수를 산출하여 보정해야 하는데 <표 6-24>는 2012년도 표본틀의 예술산업 모집단의 사업체수이다.

37) 「2014 문화체육관광산업 일자리 통계조사 보고서」를 인용하였다.

〈표 6-24〉 2012년 기준 표본들의 예술산업 사업체수

(단위 : 개)

구분	1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상	합계
문화유산 및 문화시설	7,337	758	438	365	87	30	7	9,022
문학 및 출판	26,699	4,491	1,721	863	181	101	19	34,075
공연	66,604	1,713	611	259	63	37	3	69,290
시각예술	43,076	3,333	958	352	71	26	1	47,817
공예	55,378	2,913	835	364	87	37	5	59,619
합계	199,094	13,208	4,563	2,203	489	231	35	219,823

2014년도의 예술산업 모집단 사업체수는 〈표 5-2〉에 제시되어 있는데, 2012년도의 모집단 사업체수로 나누면 모집단 조정 계수가 된다. 이는 〈표 6-25〉에 제시하였다.

〈표 6-25〉 예술산업 모집단 조정 계수

구분	1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
문화유산 및 문화시설	0.26	0.80	1.46	0.44	0.72	0.90	1.43
문학 및 출판	1.06	1.07	1.32	0.43	1.10	1.01	1.21
공연	0.65	1.16	1.34	0.52	1.00	0.78	2.67
시각예술	0.85	1.30	1.67	0.53	1.62	2.85	19.00
공예	1.62	2.61	3.47	1.29	3.01	2.46	1.20

③ 예술산업 조정된 종사자수

예술산업 종사자수 추정은 실제 추정된 값에다 모집단 조정 계수와 예술산업 종사자수 비중을 곱하여 산출된다. 이는 〈표 6-26〉에 제시하였다.

〈표 6-26〉 조정된 예술산업 사업체의 종사자수

(단위 : 명)

구분	1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상	합계
문화유산 및 문화시설	4,012	4,513	8,480	5,059	3,150	2,993	3,967	32,174
문학 및 출판	73,023	29,670	30,801	9,994	15,721	16,701	11,131	187,041
공연	68,671	8,915	9,934	3,731	2,892	4,182	3,083	101,407
시각예술	59,798	27,250	23,712	4,763	4,953	2,433	12,863	135,772
공예	170,085	50,466	42,685	11,814	15,545	14,408	2,760	307,763
합계	375,589	120,814	115,612	35,361	42,260	40,717	33,804	764,157

제3절

문화체육관광산업 전체 규모 추정

제2절에서 개별 산업의 지표를 추정할 때 고려해야 하는 방법을 살펴 보았다. 자료의 종류와 지표에 따라 통계를 작성하는 절차와 방법은 다를 수 있지만, 통계를 작성하는 기준은 같다.

이번 절에서는 개별 산업들의 중복 문제를 제거하여, 문화체육관광산업의 전체규모를 추정하는 방안을 사례를 들어 제시하도록 한다. 이번 절에서는 제5장에서 설명한 다중 추출틀에서 중복 문제를 고려한 추정 방안을 적용하여 산출한다. 물론, 이때에도 개별 산업에서 제시한 모집단 조정 계수, 문화체육관광산업 비중, 문화체육관광산업 종사자 비중을 고려해야 한다.

중복 문제를 고려한 추정은 모집단을 중복이 없도록 분류하는 방법과 가중값 조정을 통해 추정하는 방법이 있다. 중복이 없도록 분류하여 추정하는 방법은 ‘문화체육관광산업 연구자료’를 이용하여 매출액과 부가가치액을 산출할 것이고, 가중값 조정 방법은 ‘문화체육관광산업 일자리 조사’ 자료를 이용하여 종사자수를 추정할 것이다.

1. 모집단을 중복이 없도록 분류하여 추정

문화체육관광산업의 사업체들을 중복이 없도록 분류하는 방법은 여러 가지가 있을 수 있겠지만, 보편 타당하게 분류하여야 규모 추정 할 때 기준으로 활용할 수 있을 것이다.

〈표 5-5〉에서 업종과 종사자구간별 사업체 중복 현황을 제시하였는데, 〈표 5-5〉처럼 중복과 업종별 고려하여 분류하면 중복없이 통계 산출

이 가능하고, 분류산의 모든 값을 더하면 문화체육관광산업의 규모 추정된 결과가 된다. 또한 각 개별 산업의 같은 업종이름이 있는 분류구간의 값들을 더하면 업종별 추정된 값이 되고, 개별 산업에 해당하는 업종을 더하면 개별 산업의 규모 추정이 된다.

행정자료를 산출할 때에는 모든 자료를 이용하기 때문에 중복 문제에 제약을 거의 받지 않는다. 모든 사업체의 값들을 합하면 전체규모의 값이 되고, 산업별로 해당하는 사업체를 구분하여 지표를 산출하여 값을 더하면 개별 산업 통계가 산출되는 것이다.

그러나 ‘행정자료를 이용한 2014 문화체육관광산업통계’처럼 산출된 후 사업체 개개의 자료를 이용하지 못하게 되다며, 즉 통계표만을 활용해야 한다면 중복되는 부분을 파악할 수 없기 때문에, 활용할 수 없다. 따라서 ‘문화체육관광산업 연구자료’처럼 <표 5-4>의 업종분류와 같이 중복이 되지 않도록 분류한다면, 향후 값의 변동에도 유연하게 대처할 수 있을 것이다. 즉, 행정자료의 경우 통계의 활용부분을 고려하여 통계표를 산출할 필요가 있다.

다음은 ‘문화체육관광산업 연구자료’에서 산출된 값에 모집단 조정 계수와 문화체육관광산업 비중과 이를 이용하여 사업체수, 매출액, 부가치액을 추정된 값을 <표 6-27>에 제시하였다.

〈표 6-27〉 중복이 없도록 분류한 사업체수, 매출액, 부가치액 추정값

(단위 : %, 개, 십억)

업종	모집단 조정 계수	산업 비중	사업체수	매출액	부가 가치액
문화유산 및 문화시설	1,038	98.7	166	435	71
문학 및 출판	1,078	100.0	33,610	2,081	694
공연	1,075	100.0	4,687	27,741	6,372
시각예술	1,345	98.1	14,882	14,997	3,828
공예	1,062	98.2	15,929	6,541	1,560
출판산업	1,077	98.9	4,657	7,772	2,365

(단위 : %, 개, 십억)

업종	모집단 조정 개수	산업 비중	사업체수	매출액	부가 가치액
음악산업	1,229	97.7	2,376	1,515	65
영화산업 및 방송산업	1,042	89.8	3,478	2,047	664
광고산업	1,058	100.0	34,104	3,912	763
게임산업	1,045	96.5	27,947	12,728	4,013
시각그래픽 및 캐릭터	1,050	99.4	91,304	49,505	7,172
스포츠 시설업	1,085	97.7	33,440	23,441	4,476
스포츠 용품업	1,053	99.9	41,956	30,555	4,294
스포츠 서비스업	1,053	97.3	26,320	10,617	673
관광숙박업 및 식당업	1,065	98.9	52,622	28,340	6,269
여행사 및 관광운수업	1,048	91.7	3,490	20,616	7,119
문화오락 및 레저산업	1,079	75.0	3,144	4,250	1,077
관광쇼핑업	1,144	90.6	477	9,867	3,970
국제회의 및 전시업	1,019	100.0	53	101	24
출판산업문학 및 출판	1,064	92.5	29,421	18,825	5,272
음악산업공연	1,048	98.0	1,823	1,610	367
영화산업 및 방송산업 스포츠 용품업	1,125	84.5	9	55	2
영화산업 및 방송산업 스포츠 서비스업	1,000	100.0	7	271	39
광고산업 국제회의 및 전시업	1,041	99.4	3,003	1,208	294
광고산업 문학 및 출판	1,105	81.9	412	426	-118
광고산업시각예술	-	10.0	-	-	-
광고산업 스포츠 시설업	-	35.0	-	-	-
광고산업 스포츠 서비스업	1,156	91.8	89	84	15
게임산업 스포츠 용품업	1,000	100.0	1	0	0
게임산업 스포츠 서비스업	1,041	90.8	1,125	3,762	1,146
시각그래픽 및 캐릭터 문화오락 및 레저산업	1,009	100.0	230	103	31
시각그래픽 및 캐릭터 문학 및 출판	1,041	96.3	14,182	2,082	594
시각그래픽 및 캐릭터 시각예술	1,077	94.4	6,567	1,098	148
시각그래픽 및 캐릭터공예	1,058	97.7	3,955	540	252

(단위 : %, 개, 십억)

업종	모집단 조정 계수	산업 비중	사업체수	매출액	부가 가치액
시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 시설업	1,000	91.2	9	2	1
시각그래픽 및 캐릭터 스포츠 서비스업	1,846	86.0	24	18	1
문화유산 및 문화시설 문화오락 및 레저산업	1,107	87.8	1,068	1,324	59
공연스포츠 용품업	1,060	100.0	10,120	9,713	1,465
시각예술 국제회의 및 전시업	1,042	98.7	99	99	18
공예스포츠 용품업	1,070	99.9	2,747	1,474	315
공예 관광쇼핑업	1,094	99.5	559	75	8
스포츠 시설업 문화오락 및 레저산업	1,068	96.5	1,191	16,754	2,275
스포츠 서비스업 여행사 및 관광운수업	1,034	94.5	7,650	2,826	871
출판산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	1,104	97.7	53	84	24
광고산업 문학 및 출판 스포츠 서비스업	-	30.0	-	-	-
광고산업 시각예술 국제회의 및 전시업	1,068	98.9	173	368	77

위의 <표 6-27>을 전체 산업의 규모와 개별 산업의 값으로 구분하여
표로 정리하면 각 산업별 통계가 되고, 전체 산업의 통계가 산출된다.
이는 <표 6-28>에 정리하였다.

<표 6-28> 문화체육관광산업 매출액, 부가가치액 추정

(단위 : 개, 십억)

업종	사업체수	매출액	부가가치액
문화체육관광산업	479,159	319,859	68,623
예술 산업	문화유산 및 문화시설	3,444	2,840
	문학 및 출판	36,185	22,267
	공연	46,047	15,235
	시각예술	42,813	15,702
	공예	101,177	52,151

(단위 : 개, 십억)

업종		사업체수	매출액	부가가치액
합계		229,666	108,195	21,230
문화 산업	출판산업	29,640	19,344	5,366
	음악산업	35,433	3,690	1,061
	영화산업 및 방송산업	4,703	28,068	6,413
	광고산업	18,559	17,082	4,096
	게임산업	17,055	10,303	2,706
	시각그래픽 및 캐릭터	29,615	11,612	3,392
합계		135,005	90,099	23,034
스포츠산업	스포츠 시설업	37,395	23,981	4,728
	스포츠 용품업	52,086	40,324	5,761
	스포츠 서비스업	27,514	14,736	1,882
합계		116,995	79,041	12,370
관광 산업	관광숙박업 및 식당업	52,622	28,340	6,269
	여행사 및 관광운수업	11,140	23,441	7,990
	문화오락 및 레저산업	4,359	21,022	3,353
	관광쇼핑업	1,036	9,942	3,977
	국제회의 및 전시업	414	651	135
합계		69,571	83,396	21,724

2. 가중값 조정을 통한 규모 추정

가중값을 조정한 중복 문제 해결은 보통 조사통계에서 많이 이용되는 방법으로, ‘문화체육관광산업 일자리 조사’와 ‘문화체육관광산업 비중조사’는 표본설계를 할 때부터 중복 문제를 고려하여 설계되었다.

‘문화체육관광산업 일자리 조사’는 중복 문제를 해결하기 위해, 5개의 가중값을 생성하여, 예술산업, 문화산업, 스포츠산업, 관광산업과 문화체육관광산업을 각각 추정하였는데, 이는 전체 규모 추정에 대한 부분을 설계하고, 개별 산업은 조사된 자료를 이용하여 사후 가중값³⁸⁾을 적용하여 추정한 것이다.

38) 표본설계를 통한 설계 가중값이 아닌 조사된 후에 응답 결과를 이용하여 구한 가중값이다.

여기서는 이미 조사된 자료를 이용하여 재추정하거나, 조사를 새롭게 설계하는 경우에도 표본설계에 사용하는 표본틀이 과거의 자료를 이용하기 때문에 이에 대한 모집단 조정이 필요하다. 즉, 이번절에서는 이미 조사된 자료라는 전제하에서 모집단 조정과 종사자비중을 적용한 후, 중복 문제를 해결하기 위한 가중값 조정 하는 방안을 살펴보도록 한다.

제5장에서는 설명을 위하여 2개의 구분과 중복 하나로 설명하였고, 이를 선택기회를 이용하여 가중값을 설명하였다. 그러나 실제에서는 중복분류만 19개, 중복까지 고려하면 더 많은 분류가 있어, 이를 도식화하거나 수식으로 설명하기는 매우 어렵다. 따라서 여기서는 다른 용어로 설명하고자 한다. 즉 선택기회를 추출률(표본으로 뽑힐 가능성)으로 이해할 수 있으며, 추출률의 역수는 가중값이 된다. 따라서 가중값 산출하는 방식으로 설명하고 결과를 살펴보도록 한다.

조사통계에서 사용하는 가중값은 제5장에서 설명한대로 설계 가중값과 응답 가중값과 모집단 조정 가중값의 곱으로 구해진다. 이는 매우 어려운 표현같지만, 간단하게 말하면 최종 응답자료를 최종모집단에 맞도록 가중값을 산출하면 된다³⁹⁾. 이를 설명하기 위해 ‘문화체육관광산업 일자리 조사’의 사업체를 개별 산업의 중복개수별로 구분하여 <표6-29>에 제시하였다. 종사자수를 추정하는 과정을 절차별로 설명하도록 한다.

39) 이는 (셀의 최종가중값)=(셀의 실제모집단수)/(셀의 최종모집단수) 로 표현할 수 있다.

① 개별 산업별 중복 모집단 현황 제시

〈표 6-29〉 중복개수를 구분한 모집단현황

(단위 : 개)

산업 구분		중복 개수	종사자 규모							합계
			1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299 인	300인 이상	
예술산 업	문화유산 및 문 화시설	1	1,362	412	334	238	25	3	2	2,376
		2	575	194	130	99	38	24	8	1,068
	문학 및 출판	1	2,557	560	214	114	21	11	1	3,478
		2	25,830	4,221	1,545	769	177	90	22	32,654
		3	31	12	6	2	2	1	—	54
	공연	1	31,961	1,409	480	196	41	16	1	34,104
		2	11,036	586	189	90	22	13	7	11,943
	시각예술	1	23,071	3,315	982	397	99	65	18	27,947
		2	13,324	987	279	84	13	5	1	14,693
		3	76	44	31	15	3	4	—	173
	공예	1	80,478	7,229	2,176	1,068	257	90	6	91,304
		2	9,365	381	85	36	5	1	—	9,873
	소계		199,666	19,350	6,451	3,108	703	323	66	229,667
문화산 업	출판산업	1	126	24	9	5	—	2	—	166
		2	23,084	3,839	1,487	732	170	87	22	29,421
		3	30	12	6	2	2	1	—	53
	음악산업	1	33,453	143	14	—	—	—	—	33,610
		2	1,518	182	77	34	8	3	1	1,823
	영화산업 및 방 송산업	1	2,801	627	476	464	215	86	18	4,687
		2	6	2	3	3	1	1	—	16
	광고산업	1	11,188	2,307	879	360	99	40	9	14,882
		2	2,898	441	103	49	10	5	1	3,507
		3	77	44	31	15	3	4	—	174
	게임산업	1	12,796	2,541	364	147	49	28	4	15,929
		2	616	221	153	68	30	28	10	1,126
	시각그래픽 및 캐릭터	1	3,544	599	257	149	51	43	14	4,657
		2	23,115	1,425	313	99	12	3	—	24,967
	소계		115,252	12,407	4,172	2,127	650	331	79	135,018
스푸츠 산업	스푸츠 시설업	1	27,644	3,379	1,518	690	140	64	5	33,440
		2	4,370	332	63	82	89	201	10	5,147
	스푸츠 용품업	1	37,065	3,340	971	438	96	41	5	41,956
		2	12,041	577	156	69	17	11	6	12,877
	스푸츠 서비스업	1	24,977	959	227	74	39	41	3	26,320
		2	6,797	1,190	430	260	60	44	12	8,793
		3	31	12	6	2	2	1	—	54
	소계		112,925	9,789	3,371	1,615	443	403	41	128,587

(단위 : 개)

산업 구분		중복 개수	종사자 규모							합계
			1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299 인	300인 이상	
관광산 업	관광숙박업 및 식당업	1	39,257	7,056	4,088	1,536	489	156	40	52,622
	여행사 및 관광 운수업	1	1,795	463	475	618	107	20	12	3,490
		2	6,174	966	275	189	29	15	2	7,650
	문화오락 및 레 저산업	1	2,296	398	194	161	43	42	10	3,144
		2	1,338	230	165	181	126	225	18	2,283
	관광쇼핑업	1	347	23	39	25	19	17	7	477
		2	543	8	5	3	—	—	—	559
	국제회의 및 전 시업	1	29	3	10	5	4	2	—	53
		2	124	32	16	13	3	—	—	188
		3	76	44	31	15	3	4	—	173
소계			51,979	9,223	5,298	2,746	823	481	89	70,639
전체			408,231	42,750	16,481	8,132	2,204	1,150	215	479,163

② 개별 산업별로 조사결과를 중복되도록 현황 제시

종사자수를 추정하기 위해 표본을 뽑아 조사한 응답 사업체 현황을 중복개수를 구분하여 <표 6-30>에 제시하였다.

<표 6-30> 일자리 조사 결과를 중복개수 구분한 현황

(단위 : 개)

산업 구분		중복 개수	종사자 규모							합계	
			1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299 인	300인 이상		
예술 산업	문화유산 및 문화시설	1	57	25	22	22	9	6	6	147	
		2	55	13	7	9	3	2	1	90	
	문학 및 출판	1	34	16	10	9	3	—	—	72	
		2	236	96	61	35	19	14	19	480	
		3	—	—	—	1	—	1	—	2	
	공연	1	219	36	24	16	9	7	3	314	
		2	273	27	16	3	1	2	—	322	
	시각예술	1	187	47	27	18	8	5	1	293	
		2	121	29	10	10	1	2	—	173	
		3	24	19	16	6	—	4	—	69	
	공예	1	235	51	24	18	9	7	5	349	
		2	103	25	22	3	3	2	—	158	
	소계			1,544	384	239	150	65	52	35	2,469

(단위 : 개)

산업 구분		중복 개수	종사자 규모							합계
			1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299 인	300인 이상	
문화 산업	출판산업	1	2	—	—	—	1	—	—	3
		2	216	91	59	35	19	13	19	452
		3	—	—	—	1	—	1	—	2
	음악산업	1	1	—	—	—	—	—	1	2
		2	263	27	16	4	1	2	—	313
	영화산업 및 방송산업	1	55	33	25	26	18	11	16	184
		2	11	—	—	—	—	—	—	11
	광고산업	1	108	50	32	21	10	8	8	237
		2	28	11	3	2	1	1	—	46
		3	24	19	16	6	—	4	—	69
	게임산업	1	140	53	15	14	7	4	4	237
		2	13	8	6	3	1	5	12	48
	시각그래픽 및 캐릭터	1	30	19	14	9	8	3	14	97
		2	194	44	16	8	2	2	—	266
	소계		1,085	355	202	129	68	54	74	1,967
스포 츠 산업	스포츠 시설업	1	161	49	33	25	14	7	4	293
		2	38	8	2	3	6	16	10	83
	스포츠 용품업	1	202	57	31	21	11	8	8	338
		2	5	3	2	—	—	—	—	10
	스포츠 서비스업	1	162	23	12	11	8	7	3	226
		2	107	41	20	13	4	6	13	204
		3	—	—	—	1	—	1	—	2
	소계		675	181	100	74	43	45	38	1,156
관광 산업	관광숙박업 및 식당업	1	154	51	38	30	18	10	33	334
		2	—	—	—	—	—	—	—	—
	여행사 및 관 광운수업	1	21	17	20	24	11	6	11	110
		2	83	39	18	11	3	2	1	157
	문화오락 및 레저산업	1	49	21	18	11	6	3	13	121
		2	22	15	9	13	9	18	11	97
	관광쇼핑업	1	—	3	2	4	3	2	1	15
		2	64	8	8	2	2	1	—	85
	국제회의 및 전시업	1	4	2	—	1	—	—	—	7
		2	8	6	1	2	1	—	—	18
3		24	19	16	6	—	4	—	69	
소계		429	181	130	104	53	46	70	1,013	
전체		2,764	817	501	365	191	143	174	4,955	

③ 가중값 산정

가중값은 설계 가중값과 응답 가중값, 모집단 조정 가중값을 결합하여 산출한다고 하였다. 여기서 설계 가중값은 표본설계에서 추출된 표본대로 조사되었을 때의 가중값이고, 응답 가중값은 실제 표본하고 다르게 조사되었을 때 응답 가중값이 적용되며, 모집단 조정 가중값은 표본설계할 때의 모집단 현황이 바뀌었을 때의 가중값이다.

따라서 <표 6-30>은 실제 응답의 현황이므로 응답률을 이용하여 조정된 현황이라고 할 수 있다. 그리고 <표 6-29>는 2014년 모집단이므로 조사모집단인 2012년도의 모집단을 조정한 현황으로 볼 수 있다. 따라서 표본/모집단이 추출률이므로, 가중값은 추출률의 역수인 모집단/표본으로 계산된다. 즉, <표 6-29>을 <표 6-30>로 나누면 가중값이 된다.

이때 조사된 결과는 표본으로 조사되기 때문에, 모든 칸이 다 조사되지 않는데, 이를 레이킹비(raking ratio)를 이용하여 조정하며, 그 결과는 <표 6-31>에 제시하였다.

〈표 6-31〉 개별 산업별 가중값 산출

산업 구분		중복 개수	종사자 규모						
			1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
예술 산업	문화유산 및 문화 시설	1	23.93	16.54	15.15	10.72	2.76	0.48	0.33
		2	10.48	14.99	18.55	10.91	12.61	11.48	7.95
	문학 및 출판	1	75.48	35.21	21.41	12.58	6.98	—	—
		2	109.48	44.08	25.25	21.74	9.26	6.14	1.15
		3	—	—	—	36.43	—	17.57	—
	공연	1	145.95	39.23	19.93	12.12	4.53	2.18	0.33
		2	40.45	21.77	11.78	29.70	21.87	6.21	—
	시각예술	1	123.39	70.70	36.25	21.82	12.30	12.41	17.86
		2	110.12	34.11	27.81	8.31	12.92	2.39	—
		3	3.23	2.37	1.97	2.52	—	0.97	—
	공예	1	342.49	142.08	90.37	58.70	28.37	12.27	1.19
		2	90.92	15.27	3.85	11.87	1.66	0.48	—

산업 구분		중복 개수	종사자 규모						
			1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
문화 산업	출판산업	1	83.00	—	—	—	—	—	—
		2	106.90	42.30	25.13	20.70	8.89	6.39	1.15
		3	—	—	—	35.75	—	17.25	—
	음악산업	1	33,610.00	—	—	—	—	—	—
		2	5.78	6.76	4.80	8.41	7.95	1.43	—
	영화산업 및 방송 산업	1	51.04	19.09	19.02	17.69	11.89	7.48	1.12
		2	1.45	—	—	—	—	—	—
	광고산업	1	103.62	46.26	27.38	16.96	9.84	4.77	1.12
		2	103.53	40.20	34.23	24.24	9.94	4.77	—
		3	3.27	2.37	1.97	2.52	—	0.97	—
	게임산업	1	91.39	48.05	24.18	10.39	6.95	6.68	0.99
		2	47.48	27.74	25.47	22.47	29.87	5.36	0.83
	시각그래픽 및 캐 릭터	1	118.22	31.62	18.31	16.39	6.34	13.69	0.99
		2	119.15	32.46	19.50	12.24	5.96	1.43	—
스포츠 산업	스포츠 시설업	1	171.75	69.13	45.86	27.31	9.94	8.73	1.24
		2	115.23	41.68	31.46	27.09	14.77	12.01	0.99
	스포츠 용품업	1	183.50	58.73	31.22	20.63	8.67	4.89	0.62
		2	2,427.47	194.31	78.36	—	—	—	—
	스포츠 서비스업	1	154.19	41.79	18.85	6.66	4.84	5.59	0.99
		2	63.55	29.10	21.44	19.79	14.91	7.00	0.92
		3	—	—	—	36.43	—	17.57	—
관광 산업	관광숙박업 및 식 당업	1	255.04	138.73	107.27	50.67	27.00	14.90	1.20
		2	—	—	—	—	—	—	—
	여행사 및 관광운 수업	1	85.69	27.37	23.73	25.54	9.69	3.19	1.08
		2	74.40	24.83	15.23	17.00	9.61	7.16	1.98
	문화오락 및 레저 산업	1	46.91	19.02	10.75	14.50	7.13	13.38	0.76
		2	61.17	15.46	18.38	13.85	13.99	12.00	1.63
	관광쇼핑업	1	—	28.48	72.03	22.91	23.32	30.07	25.73
		2	8.48	1.00	0.62	1.48	—	—	—
	국제회의 및 전시업	1	10.40	2.16	—	7.09	—	—	—
		2	15.51	5.35	15.96	6.43	2.98	—	—
		3	3.23	2.37	1.97	2.52	—	0.97	—

④ 중복되는 값을 제거하기 위한 가중값 조정

〈표 6-31〉의 가중값을 그대로 이용하여 산출하여 모두 더한다면 중복 2번 되는 곳은 2번 더하게 되고, 중복이 3번 되는 곳은 3번 더하게 된다. 따라서 개별 산업은 중복을 고려하지 않고 해당 산업의 값을 모두 합하여 산출하면 된다. 그리고 전체 산업을 추정할 경우에는 중복은 개별 산업간에 일어나는 현상이기 때문에 하나의 산업에서 산출된 값이 다른 산업에서도 동일하게 산출되므로 2번 중복이면 2로 나누고, 3번 중복이면 3으로 나눠서 가중값을 조정하며, 그 결과는 〈표 6-32〉에 제시하였다.

〈표 6-32〉 중복을 제거한 전체 산업의 가중값 산출

산업 구분		중복 개수	종사자 규모						
			1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
예술산업	문화유산 및 문화 시설	1	23.93	16.54	15.15	10.72	2.76	0.48	0.33
		2	5.24	7.50	9.28	5.45	6.31	5.74	3.98
	문학 및 출판	1	75.48	35.21	21.41	12.58	6.98	—	—
		2	54.74	22.04	12.63	10.87	4.63	3.07	0.57
		3	—	—	—	12.14	—	5.86	—
	공연	1	145.95	39.23	19.93	12.12	4.53	2.18	0.33
		2	20.23	10.88	5.89	14.85	10.94	3.10	—
	시각예술	1	123.39	70.70	36.25	21.82	12.30	12.41	17.86
		2	55.06	17.06	13.90	4.15	6.46	1.19	—
		3	1.08	0.79	0.66	0.84	—	0.32	—
	공예	1	342.49	142.08	90.37	58.70	28.37	12.27	1.19
		2	45.46	7.64	1.93	5.94	0.83	0.24	—
문화산업	출판산업	1	83.00	—	—	—	—	—	—
		2	53.45	21.15	12.56	10.35	4.45	3.19	0.57
		3	—	—	—	11.92	—	5.75	—
	음악산업	1	33,610.00	—	—	—	—	—	—
		2	2.89	3.38	2.40	4.21	3.98	0.72	—
	영화산업 및 방송 산업	1	51.04	19.09	19.02	17.69	11.89	7.48	1.12
		2	0.73	—	—	—	—	—	—
	광고산업	1	103.62	46.26	27.38	16.96	9.84	4.77	1.12

산업 구분		중복 개수	종사자 규모						
			1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상
		2	51.77	20.10	17.12	12.12	4.97	2.39	—
		3	1.09	0.79	0.66	0.84	—	0.32	—
	게임산업	1	91.39	48.05	24.18	10.39	6.95	6.68	0.99
		2	23.74	13.87	12.73	11.23	14.93	2.68	0.41
	사람그래픽 및 캐 릭터	1	118.22	31.62	18.31	16.39	6.34	13.69	0.99
		2	59.57	16.23	9.75	6.12	2.98	0.72	—
스포츠 산업	스포츠 시설업	1	171.75	69.13	45.86	27.31	9.94	8.73	1.24
		2	57.61	20.84	15.73	13.55	7.38	6.01	0.50
	스포츠 용품업	1	183.50	58.73	31.22	20.63	8.67	4.89	0.62
		2	1,213.73	97.16	39.18	—	—	—	—
	스포츠 서비스업	1	154.19	41.79	18.85	6.66	4.84	5.59	0.99
		2	31.78	14.55	10.72	9.90	7.46	3.50	0.46
		3	—	—	—	12.14	—	5.86	—
관광산업	관광숙박업 및 식 당업	1	255.04	138.73	107.27	50.67	27.00	14.90	1.20
	여행사 및 관광운 수업	1	85.69	27.37	23.73	25.54	9.69	3.19	1.08
		2	37.20	12.42	7.62	8.50	4.80	3.58	0.99
	문화오락 및 레저 산업	1	46.91	19.02	10.75	14.50	7.13	13.38	0.76
		2	30.59	7.73	9.19	6.93	7.00	6.00	0.82
	관광쇼핑업	1	—	28.48	72.03	22.91	23.32	30.07	25.73
		2	4.24	0.50	0.31	0.74	—	—	—
	국제회의 및 전시 업	1	10.40	2.16	—	7.09	—	—	—
		2	7.76	2.67	7.98	3.22	1.49	—	—
		3	1.08	0.79	0.66	0.84	—	0.32	—

⑤ 문화체육관광 종사자수 추정

〈표 6-32〉의 가중값을 이용하여 추정하면 모집단 조정까지 한 결과가 되며, 여기에 문화체육관광산업 종사자 비중을 적용하면 문화체육관광산업 종사자수를 추정하게 된다. 〈표 6-33〉에는 문화체육관광산업에 종사하는 전체 종사자수와 제2절에서 추정한 개별 산업의 종사자수를 제시하였다.

〈표 6-33〉 문화체육관광산업 종사자 규모 추정

(단위 : 명)

업종		종사자 규모							합계
		1인 ~ 4인	5인 ~ 9인	10인 ~ 19인	20인 ~ 49인	50인 ~ 99인	100인 ~ 299인	300인 이상	
문화체육관광산업		767,559	279,954	216,855	215,824	118,339	137,707	136,395	1,872,633
예술 산업	문화유산 및 문화시설	4,012	4,513	8,480	5,059	3,150	2,993	3,967	32,174
	문학 및 출판	73,023	29,670	30,801	9,994	15,721	16,701	11,131	187,041
	공연	68,671	8,915	9,934	3,731	2,892	4,182	3,083	101,407
	시각예술	59,798	27,250	23,712	4,763	4,953	2,433	12,863	135,772
	공예	170,085	50,466	42,685	11,814	15,545	14,408	2,760	307,763
	합계	375,589	120,814	115,612	35,361	42,260	40,717	33,804	764,157
문화 산업	출판산업	61,725	24,562	27,118	8,198	13,201	15,255	10,647	160,706
	음악산업	58,153	1,938	1,284	504	432	860	151	63,321
	영화산업 및 방송산업	7,741	6,079	12,166	8,382	12,480	13,287	20,441	80,576
	광고산업	36,710	10,046	16,711	3,753	5,946	5,186	5,034	83,386
	게임산업	30,846	9,790	11,023	2,298	4,780	6,278	7,785	72,800
	시각그래픽 및 캐릭터	49,934	13,170	13,048	2,697	3,756	3,110	5,489	91,204
	합계	245,108	65,585	81,349	25,833	40,594	43,976	49,548	551,993
스 포 츠 산업	스포츠 시설업	69,980	24,709	26,277	7,087	6,908	2,906	2,820	140,688
	스포츠 용품업	90,068	25,201	20,310	7,136	5,567	4,804	9,139	162,224
	스포츠 서비스업	65,040	12,853	12,036	3,590	6,482	4,923	10,306	115,231
	합계	225,088	62,764	58,623	17,814	18,956	12,633	22,264	418,142
관광 산업	관광숙박업 및 식당업	83,705	61,567	47,850	18,647	27,058	24,121	9,396	272,345
	여행사 및 관광운수업	26,161	8,545	17,371	11,100	5,472	8,453	39,241	116,342
	문화오락 및 레저산업	10,859	5,413	5,652	6,395	7,405	3,823	17,667	57,214
	관광쇼핑업	1,842	341	818	243	1,307	6,426	1,512	12,490
	국제회의 및 전시업	922	526	1,036	339	346	87	-	3,256
	합계	123,490	76,392	72,727	36,724	41,589	42,909	67,816	461,647

제4절

소 결

제6장에서는 실제 자료를 이용하여 문화체육관광산업의 규모를 추정하는 방안을 예를 들어 설명하였다. 다시 한 번 강조하고자 하는 것은 자료를 사용할 때 그 자료가 가지고 있는 의미를 파악하여야 한다는 것이다. 즉, 생성하고자 하는 지표를 잘 반영하고 있는지 꼼꼼하게 살펴 볼 필요가 있다.

행정자료 또는 일반적으로 사업체에게 경영 활동 관련된 질문을 하면 전체에 대한 응답을 하게 된다. 그러나 문화체육관광산업의 규모 추정에서는 문화체육관광 관련 생산 활동만을 산출하면 된다. 따라서 업종과 종사자 규모별로 문화체육관광산업 비중으로 매출액과 부가가치액 규모를 추정하고, 종사자 비중으로 종사자수를 추정해야 한다. 즉, 해당하는 지표에서 각 분야에 기여하고 있는 비중을 파악하여 비중만큼 산출하여야 정확한 값을 산출할 수 있다.

중복 문제는 거의 대부분이 다중 추출틀(multi frame)의 문제이다. 다중 추출틀을 활용하면 더 좋은 추정이 가능하다는 것은 제5장에서 제시하였다. 따라서 다중 추출틀 개념으로, 문화체육관광산업의 중복 문제를 해결하기 위한 방안을 제시하였다. 다양한 방법이 있지만, 가장 활용도가 높은 방법은 중복과 업종을 고려하여 중복이 되지 않도록 산출하는 것이다. 이는 영국의 DCMS에서도 활용하는 방법으로 개별 산출과 전체 산출에서 모두 활용할 뿐만 아니라, 모집단수정계수, 산업 비중 등을 활용한 보정과 가공통계에서도 충분한 활용이 가능하게 된다.

실제 사례를 이용한 문화체육관광산업의 규모 추정을 하면서, 정확한 추정을 위해 활용할 자료가 거의 없다는 것이다. 각 기관 또는 분야에서 필요한 통계들을 다양하게 산출하고 있지만, 통계작성을 위한 기준이 다

르고 포괄범위가 공식적으로 받아들이기 힘든 체계를 통해 작성하고 있기 때문에 문화체육관광산업의 규모 추정에 활용할 수 없는 부분이 있다. 즉, 개별적으로 생산되고 있는 통계들은 필요한 부분에서 특화하여 통계를 산출하거나, 각기 다른 기준으로 통계를 설계하거나 산출하고 있어 연계할 수가 없다.

다시 한 번 강조하지만, 문화체육관광산업의 규모 추정을 위한 자료 개발이 필요하다. 이는 조사통계 방식으로 진행하든지, 행정자료를 활용하든지 기준이 되는 자료를 개발할 필요가 있다. 자료를 개발하기 위한 설계를 할 때, 규모 추정 등 다양하게 활용할 수 있는 관점에서 자료를 생산하고 통계산출이 가능하도록 개발해야 할 것이다.

제7장 ●●

결론 및 제언



제1절

결론

사회가 빠르게 변하면 다양한 이슈들을 창출되고 기술 발전으로 대량의 정보가 시장에서 생산되고 있다. 이에 따라 정보 이용자의 욕구 또한 다양화 되고 있다. 특히 문화체육관광산업에서 창출되는 상품과 서비스는 경험재 성격이 강해 상품과 서비스의 수명주기가 짧고 트렌드에 민감하다. 또한 문화체육관광은 융합적인 성격이 강하기 때문에 다양한 산업분야와 연계 활용되면서 다양한 정보를 생산하고 있다. 최근 소득과 재량시간의 증가는 문화체육관광분야의 시장 확장 가능성을 증대시키는 요인으로 작용하고 있는데다가, 정책 흐름의 핵심사항으로 문화와 여가의 향유, 행복 등이 등장하면서 문화체육관광분야에 대한 사회적 관심이 점차 증가하고 있는 상황이다. 이에 따라 우리나라는 문화체육관광분야의 생산과 소비 시장에서의 부가가치액 창출과 향유권 보장을 위해 관련 정책을 담당하는 부처의 역할을 강화시키고 있다.

문화체육관광분야의 연계적 특성을 반영하여 생산과 소비 시장, 정부 정책 측면에서 통합적으로 고려되고 있음에도 불구하고, 문화체육관광산업 정책 방향 설정에 있어 기초 정보가 되는 통계자료는 여전히 개별 산업별로 생산되고 있으며, 이에 가장 기본인 규모 조차도 어느 정도 수준인지 확인하는 것이 어려운 상황이다.

개별 산업들의 통계의 합에서 중복영역을 제외하는 것이 가능하면 문화체육관광산업의 규모를 확인할 수 있으나, 사후적으로 생산된 자료에서 중복영역을 구분하여 보정하게 된다면, 중복영역을 구분하는 것 자체가 어려울 뿐만 아니라 추가적인 비용이 발생된다.

이에 본 연구는 산업과 기술 환경이 변화하고 융·복합되는 현상을 반영하여 국내 문화체육관광산업분류체계를 재정립하고, 보다 큰 틀에서 문

문화체육관광산업의 효과적인 진흥에 대한 기초 정보를 제공하고자 하는 목적에서 시작되었다. 본 연구에서는 국내 문화체육관광산업분류체계의 현황을 분석한 결과, 문화체육관광산업 전반에 대한 일관된 분류체계 없이 통계생산을 한다면, 각 개별 산업의 분류체계 속에 다양한 중복영역이 존재하여 통계생산 측면에서 시간적·비용적 비효율을 발생시키고 있음을 확인할 수 있었다. 또한 문화체육관광산업의 규모 등 기본적인 통합 정보가 없어 국가 전체 경제에서 문화체육관광산업이 차지하는 중요성과 특성, 효과 등을 객관적으로 평가할 수 있는 기준 조차도 마련되어 있지 않는 상황임을 확인할 수 있었다.

본 연구는 정부가 추진하고 있는 산업분류체계 개정과 통계생산의 원칙 및 방향을 함께 고려하였기 때문에, 문화체육관광산업의 통합적인 분류체계와 규모(매출액, 부가가치액, 종사자수)에 대한 자료를 제공하는 최초 시도라는 학문적 의미가 있다. 더불어 향후 문화체육관광분야의 통계 생산 체계를 강화시키고 관련 활용성을 높였다는데 또한 의의가 있다.

우선 본 연구에서 제시한 문화체육관광산업 통합 분류체계는 현재 문화체육관광산업의 융·복합적 성격을 고려했기 때문에, 향후 새로운 상품과 서비스, 시장이 창출될 경우 어떠한 기준에 의해 산업이나 품목을 분류되어야 하는지 등의 가이드라인 역할을 수행할 수 있을 것이다. 예를 들어 예술이 산업화 되면서 창출된 새로운 상품과 서비스가 어떻게 분류할 것인가는 단순히 기존 예술산업의 분류체계가 아닌 문화체육관광산업 체계 안에서 진단하고 평가하게 됨으로써 분류가 용이하게 된다. 예술산업에서 창출한 상품과 서비스를 원재료나 중간재료로 활용하는 산업들이 많이 등장하고 있다. 이런 경우, 예술산업 분류체계 안에서 해당 성과 등을 예술산업에 포함시키는 것은 상당히 제한된다. 특히 문화체육관광분야는 다양한 산업의 소재나 마케팅 요소로 활용되고 있음을 볼 때, 많은 부분에서 이를 통해서 창출되는 성과가 간과되는 경우가 많다. 그러나 보다 포괄적 산업 분류체계가 구축되어 있다면, 상품과 서비스 및 산업 융합 과정에

서 나타나는 성과에 대한 기여도가 특정 산업만으로 고려했을 때보다 훨씬 크게 나타날 수 있으며, 성과를 해당 산업 안에 포함시킬 가능성도 증대될 것이다. 결국, 본 연구에서 제시한 문화체육관광산업의 분류체계는 향후 문화체육관광과 연관되어 나타날 새로운 상품과 서비스에 대한 정보를 생산할 수 있는 기준이 되는 동시에, 그 동안 문화체육관광산업 성과에서 포함시키지 못했던 것들을 포함시킬 수 있는 가능성을 증대시킬 것이다.

본 연구의 핵심사항은 문화체육관광산업의 규모 추정을 위한 방안을 제시하고자 하는 것이다. 특히, 위에서도 제시하였듯이 문화체육관광산업의 규모 추정을 위한 기준을 세우는 것이 무엇보다도 중요하며, 이를 고려하여 산출하는 방안을 제안하는 것이 중요한 성과라고 할 수 있다.

문화체육관광산업의 정의와 범위를 정립하여 문화체육관광산업의 규모 추정을 위한 지표생산 범위를 설정하는 기준을 정립하는 것이 가장 기본이 된다. 이러한 부분은 분류체계의 정립을 통하여 기준을 잡았으며, 활용성을 위하여 ‘전국사업체기초통계조사자료’를 이용하여 표본틀을 구축하였다. 이는 문화체육관광산업을 구성하는 사업체들의 범위가 된다. 즉, 조사모집단 또는 모수를 추정하는 기준을 설정한 것이다. 2014년 기준 표본틀로 구축된 사업체수는 479,163개이다.

또한 문화체육관광산업 분류체계와 산업연관표를 연계한 내용을 제시하였으며, 이는 부록에 제시하였다. 통계작성 대상과 필요사항에 따라 기준을 달리하여 작성하는 경우가 많아, 실제 같은 대상을 가지고 통계를 산출하고 있지만 다른 결과를 생산하는 경우가 많다. 따라서 지표나 파급 효과 등에서 많이 활용하고 있는 산업분류와 산업연관표를 문화체육관광산업 분류체계와 연계하여 제시함으로써, 통계작성의 기본이 되는 기준을 세웠다고 할 수 있다.

다음으로 문화체육관광산업의 규모를 추정하기 위한 방안을 설명하기 전에 제5장 제1절에서 두 가지 제시하였다. 첫 번째는 지표생산을 위한

고려사항이고, 두 번째는 지표생산을 위한 필요한 가정을 제시한 것이다. 여기서 제시한 고려사항과 가정은 현재의 연구에서만 해당하는 것이 아니고, 실제로 규모 추정을 위한 과정에서 고려해야 할 기준을 제시한 것이다.

특히 산업통계는 정확한 통계를 작성하는 것이 무엇보다 중요하다. 이는 시의성⁴⁰⁾과는 다른 얘기이다. 통계는 시계열이 매우 중요하다. 즉, 같은 기준으로 작성된 통계가 오랫동안 쌓이면 매우 큰 정보로서 역할을 하게 된다. 현재 작성되고 있는 많은 통계는 해당년도의 조사를 각각의 작성기준으로 통계를 생산하고 있으며, 생산하고 나면 통계보고서를 작성하고 끝난다. 그러나 작성된 통계는 작성기준년도와 다른 연도의 모집단으로 통계를 생산하고 있기 때문에, 엄밀히 말하면 다른 연도의 사업체 수로 가중값을 적용하여 산출하고 있어, 틀린 통계를 생산하고 있는 것이다. 따라서 통계가 작성된 후 해당년도의 기준이 되는 표본틀이 생성되면 표본틀에 맞도록 보정하는지 혹은 산업통계 생산기준에 부합하는지 등을 고려한 통계를 제공할 수 있도록 노력하여야 한다.

또한, 문화체육관광산업 관련 통계를 생산할 때, 신고 또는 조사자료에서 생산된 지표가 문화체육관광산업 관련된 부분만을 포함하는지, 아니면 다른 산업의 부분을 포함하는지를 파악하여야 한다. 만약 다른 산업의 생산 활동을 포함한다면 과대 추정되는 문제가 발생되기 때문에, 문화체육관광산업의 영역만을 포함하기 위한 비중을 파악할 수 있는 통계도 같이 산출할 필요성이 있는데, 이를 제시함으로써 문화체육관광산업의 영역만을 살펴볼 수 있도록 하였다.

마지막으로 중복되는 영역이 존재함으로써 전체를 추정하는데 어려움이 있는 부분은, 분류체계를 명확하게 함으로써 중복영역을 파악하여 해결할 수 있는 다양한 방법을 제시하였다. 제6장에서 두 가지의 경우로 통계를 산출하였는데, 이때 개별 산업은 물론 전체 산업을 동시에 산출할

40) 통계의 시의성과 정확성은 모두 중요하지만, 둘은 상반되는 개념이기 때문에, 둘 모두를 확보하는 것은 쉽지 않다.

수 있도록 설계하는 것이 무엇보다 중요하다.

제6장에서는 각각의 자료를 이용하여 규모를 추정 또는 보정하는 방법을 구체적인 예시로 설명하였다. 따라서 규모를 추정하고자 하는 이들에게는 보고서의 내용을 쉽게 이해할 수 있도록 예시를 들어 설명하였기 때문에 활용하기가 쉬울 것이다.

제2절

활용방안

① 타 산업과 규모 비교

문화체육관광산업을 단일 산업으로 분류를 기반으로 하여 제조업 및 기타서비스 업종과 총생산물, 매출액, 총부가가치 및 산업별 고용규모를 비교할 수 있는 기초 자료를 제공하게 된다. 따라서 산업분류체계 내에서 타 산업과의 부가가치 및 고용규모를 비교를 통하여 문화체육관광의 국민 경제의 기여도 및 산업의 중요성을 파악 할 수 있다. 이러한 문화체육관광산업과 타산업간의 비교는 산업 분류가 견고하게 이루어져야 하고 또한 관련된 통계 자료의 체계화가 선행 될 필요가 있다.

문화체육관광산업의 분류 체계와 산업연관표와 연계할 경우 공급과 수요 구조, 부문별 투입과 배분 구조, 최종 수요 구성 등 산업 부문별로 세분화된 구조 분석이 가능하게 된다. 동시에 우리나라 전체의 문화체육관광의 생산 규모를 파악할 수 있다. 문화체육관광산업 분류에 의한 산업연관표를 이용하여 산업부문별 성장요인을 분석하고 각각의 산업연관표에서 얻어지는 생산유발 관계식을 분해하여 비교해 봄으로써 산업부문별로 비교 시점간의 총산출액 변동을 계측할 수 있다.

② 경제효과 분석 자료로 활용

문화체육관광산업의 분류 체계내에서 매출액 혹은 생산액이 추정될 경우 생산유발효과, 고용유발효과 및 부가가치 유발효과를 측정할 수 있다. 문화체육관광산업의 활동에 의한 경제효과 분석은 한국은행에서 매년 제공하고 있는 ‘산업연관표’와 문화체육관광산업의 개별 관련 산업과 연계하여 분석할 수 있다. 문화체육관광활동이 국내 각 산업부문의 산출, 부가가치액, 수입 및 고용 등에 미치는 직·간접 파급효과를 계측할 수 있다.

문화체육관광산업은 산업연관표내에서 별도로 분류되어 있지 않다. 따라서 한국은행 산업연관표의 문화체육관광산업의 개별 산업 분류와 1:1로 연계 할 경우 관련 산업의 특성을 고려해야 한다.

③ 문화체육관광 위성계정 작성에 적용

문화체육관광산업의 개별 산업별로 매출액, 부가가치액, 고용자 수 등의 자료가 신뢰성 있게 수집 집계될 경우 위성계정 작성의 자료로 활용될 수 있다. 일례로 관광산업의 경우 표준산업분류체계 내에 구분되어 있지 않음으로 관광산업의 특수 분류와 연계한 생산액, 부가가치액, 고용자 수 등의 자료는 관광위성계정 작성에 활용될 수 있는 주요 자료원천으로 활용될 수 있다.

④ 정책결정의 기초 자료

문화체육관광산업의 분류기준 및 범위 설정은 누락될 가능성이 있는 생산물을 측정하여 문화체육관광산업의 실체를 규명함으로써 정책의사 결정의 기초자료로 활용 될 수 있다. 국민경제내 문화체육관광의 역할을 명확히 규명하고 문화체육관광 발전을 위한 기초적인 통계자료로 활용하는데 기여하며, 정부의 정책 수립, 대학이나 연구기관의 학문적 연구, 기업의 사업전략수립 등에 유용하게 활용될 수 있다. 문화체육관광의 가치 측정과 관련된 개별 정책 적용 시 구체적으로 활용될 수 있는 정책지표로 활용될 수 있다. 또한 문화체육관광을 단일 산업분류는 관련 정책분석, 모형정립, 성과분석 등에 대한 기본적인 틀을 제공할 수 있으므로 문화, 체육, 관광에 대한 지식증진과 관광 현상분석에 유용한 자료로서 활용 가능하다.

이러한 의사결정의 기초자료 활용되기 위해서는 문화체육관광산업의 전체 측면에서의 생산액, 부가가치액, 고용자 수 등에 대한 객관적 통계지표체계 확립이 요구된다. 동시에 문화체육관광산업을 개별적으로 분리하여 활용할 경우 문화, 체육, 관광 등 개별 산업분류에 의한 통계 지표 확립이 요구된다.

제3절

제 언

문화체육관광산업의 규모 추정 연구를 진행하면서 정확한 추정은 어렵다는 것을 확인하였다. 여기에는 많은 이유가 있지만, 특히 중요한 몇 가지를 제시하고 해결방안을 위한 제언을 하고자 한다.

문화체육관광산업 통계작성 기준이 되는 통계를 개발해야 한다는 것이다. 기준이 되는 통계자료로는 기본적으로 산업분류가 있으며, 이를 이용한 표본틀이 있다⁴¹⁾. 이는 통계작성의 가장 기본이 된다는 것은 앞에서 여러 차례 언급하였다. 따라서 이러한 기준이 되는 통계들을 제시하는 것이 무엇보다 중요하다.

본 연구에서는 문화체육관광산업의 분류를 표준산업분류와 연계하였고, 다시 산업연관표와 연계를 하여 활용도를 높였다. 향후에는 활용도를 더욱 높이기 위해, 산업분류는 물론 상품별 분류도 연계를 시켜야 할 것이다. 따라서 한국생산물분류와 국제통일상품분류체계 등과도 연계 방안을 마련하여야 한다. 또한 향후에 통계생산을 위한 다양한 기준을 마련하기 위해서는 통계기반을 구축할 수 있는 연구가 무엇보다도 우선 수행되어야 할 것이다.

국가통계정책에는 없지만, 문화체육관광산업 통계를 생산하기 위해서는, 기준이 되는 ‘산업 비중’과 같은 통계를 공식적으로 작성하여 제시해야 한다는 것이다. 이러한 비중은 통계를 작성할 때마다 조사하게 되면, 조사할 때마다 조금씩 다르게 산출되기 때문에, 일관성을 가지기 위해서는 문화체육관광부 차원에서 문화체육관광산업 통계 생산에 필요한 다양한 기준이 되는 통계를 생산보급하는 방안이 마련되어야 할 것이다.

문화체육관광산업의 규모 추정 연구를 하면서 가장 아쉽고 어려웠던

41) 산업분류와 표본틀은 현재 한국문화관광연구원에서 문화체육관광부의 보조금사업인 ‘통계개발 및 운영사업’에서 진행하고 있다.

부분은 규모 추정에 이용할 통계가 부족하다는 것이다. 제6장의 소절에서도 제시하였듯, 개별적으로 생산되고 있는 통계는 많지만 해당하는 분야의 필요에 따른 부분에 대한 통계만을 산출할 뿐, 다른 분야와 연계하여 활용할 수 있도록 설계가 되어 있지는 않다. 따라서 문화체육관광산업의 규모를 추정할 수 있는 통계를 생산하거나, 기존의 통계를 이용하여 문화체육관광산업의 규모 전체를 포괄할 수 있기 위해서는 통계작성체계를 개선하는 방안이 마련되어야 할 것이다.

이때 중요하게 고려할 수 있는 부분은 행정자료 활용이다. 향후 행정자료의 활용도는 매우 높아질 것으로 판단된다. 그 이유는 행정자료는 데이터베이스로 구축되어 있기 때문에 다양한 자료와 연계가 가능하다. 또한 정확하면서도 빠른 통계 산출이 가능하고 비용도 적게 드는 장점이 있다. 그러므로 행정자료를 활용할 수 있는 방안 마련은 반드시 필요한 사항이다. 따라서 통계청, 노동부 등 행정자료를 가지고 있는 기관과의 협력을 통한 활용방안 마련이 무엇보다도 우선되어야 할 것이다.

다음으로 문화체육관광산업의 규모관련 통계를 생산할 때 현재년도의 기준으로 보정하여 정확성 있는 통계를 생산하고, 이러한 통계를 시계열로 구축해야 한다는 것이다. 현재 작성하고 있는 산업통계는 모두 기준년도보다 이전의 표본틀을 이용하고 있어 조사기준과 통계산출 기준이 다르다. 그런데 통계를 작성하여 보고서를 발간하고 나면 이에 대한 보정이 없이 통계작성업무가 끝나게 된다.

따라서 통계를 생산한 후에도 보정하는 체계가 마련되어, 작성시점과 통계작성 기준이 맞는 통계를 제시하여야 할 것이다. 이는 잠정치와 확정치와 유사한 개념이다.

통계의 활용에서는 시의성 있는 통계가 필요할지 모르지만, 정책적 활용이나 연구목적으로 활용하기 위해서는 정확한 통계가 무엇보다도 중요하다. 따라서 정확하게 산출된 통계를 시계열로 구축할 필요가 있다. 따라서 시의성과 정확성을 충분히 고려한 통계작성 정책을 마련하여야

한다.

마지막으로 같은 기준으로 지속적으로 규모 추정을 하는 체계가 마련되어야 한다는 것이다. 규모 추정을 위한 방안을 마련되었다고 하더라도 지속적으로 작성되지 않는다면, 작성체계가 일관성을 가지기 어려우며, 연구나 일시적인 작성으로 끝나게 되고 말 것이다. 그러므로 문화체육관광산업의 규모 추정 생산방안 연구를 고려하여, 통계를 개발하여 지속적으로 산출해야 할 것이다.

참고문헌

1. 국내외 문헌

- 강준호(2005), 스포츠산업의 개념과 분류, 체육과학연구 제16권, 제3호.
- 강준호, 김화섭, 김재진(2013), 스포츠시장 신분류 작성 원리와 활용 방안, 산업연구원.
- 김형곤(2015), 미디어와 문화.
- 문화체육관광부(2010), 2009 콘텐츠산업백서.
- 문화체육관광부(2011), 문화예술통계 중장기 발전 실행방안 연구.
- 문화체육관광부(2012), 문화예술분야 사업체조사 기초연구.
- 문화체육관광부(2014), 스포츠산업백서.
- 문화체육관광부(2015), 2015 스포츠산업 실태조사, (주)포커스컴퍼니.
- 문화체육관광부(2016a), 2015 관광사업체 기초통계조사, 한국문화관광연구원 & 한국갤럽조사연구소.
- 문화체육관광부(2016b), 2016 공연예술 실태조사, (재)예술경영지원센터.
- 문화체육관광부(2016c), 2016 광고산업통계조사, 네오블루.
- 문화체육관광부(2016d), 2016 스포츠산업실태조사 보고서, (주)포커스컴퍼니.
- 문화체육관광부(2017), 2016 콘텐츠산업 통계조사, (주)한국갤럽조사연구소 & 한국콘텐츠진흥원.
- 박영옥(2004), 스포츠산업의 실태분석, 체육과학연구원.
- 배기형(2012), 공연산업의 경제적 파급효과 분석, 한국콘텐츠학회논문지, '13 Vol.13 No.1.
- 서용희(2013), 한국의 저작권산업 경제 기여도 조사, 한국저작권위원회.
- 이강욱(2011), 관광산업의 경제효과 분석: 2009년 산업연관표 기준, 한국문화관광연구원.
- 이강욱(2015), 한국 관광위성계정 개발 방법에 관한 연구, 한국문화관광연구원.
- 이강욱최승묵(2003), 관광산업의 지역경제 기여효과 분석, 한국문화관광정책연구원.

- 이용관(2016), 콘텐츠 분야 근로환경 분석, 한국문화관광연구원.
- 이용식(2012), 스포츠의 가치정립에 관한 연구, 체육과학연구원.
- 이윤경, 박찬욱, 김규찬, 이용관, 이현진, 이성민(2016), 융복합 콘텐츠산업 현황 진단 및 대응전략, 문화체육관광부.
- 이진면 외(2007), 문화관광스포츠산업의 경제효과 분석, 산업연구원.
- 이충기(2012), 「관광사업체기초통계조사」 품질개선 컨설팅: 관광산업특수분류체계 개선, 경희대학교 산학협력단 & 통계청.
- 이현우(2014), 통계로 보는 콘텐츠산업: 콘텐츠산업 분류체계의 특징과 의의, 한국콘텐츠진흥원.
- 조현성(2004), 캐나다와 호주의 문화통계 생산체계 연구, 한국문화관광정책연구원.
- 정상철(2012), 콘텐츠산업의 경제효과 분석, 한국문화관광연구원.
- 정종은(2016), 예술분야 비즈니스 모델 분석을 통한 스타트업 지원방안 연구, 한국문화관광연구원.
- 정헌일(2014), 콘텐츠산업의 경제적 효과 및 전망 분석, 한국문화관광연구원.
- 통계청(2012), 관광산업체기초통계조사 품질개선 컨설팅 최종결과보고서: 관광산업특수분류체계 개선.
- 통계청(2014), 콘텐츠산업특수분류 제정개요.
- 통계청(2015a), 관광산업특수분류 개정 개요.
- 통계청(2015b), 스포츠산업특수분류 개정 개요.
- 통계청(2017), 한국표준산업분류.
- 한국은행(2007), 산업연관분석해설.
- 한국은행(2016), 2014 산업연관표.
- 한국콘텐츠진흥원(2013), 세계 창조산업 전략과 시사점(1): 20개국 및 국제기구들의 개념과 범위 비교 중심, 코카포커스 2013-05호, 통권 71호.
- 한국콘텐츠진흥원(2014), 세계 주요국의 콘텐츠산업 분류체계와 통계조사 현황, 코카포커스 2014-08호, 통권 85호.
- 한국콘텐츠진흥원(2016), 문화콘텐츠산업 조세 제도 개선에 관한 연구: 조세특례제한법 확대를 중심으로, KOCCA 연구보고서 16-09.

한국콘텐츠진흥원(2017), 콘텐츠산업의 경제적 가치 측정과 신규 통계지표 개발 방안, 코카포커스 2017-01호, 통권 107호.

Adorno, W. T.(1991), The Schema of Mass Culture. The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture. London, UK: Routledge.

Banks, M.(2007), The politics of cultural work. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Chelladurai, P.(2001), Managing Organizations for Sport and Physical Activity: A Systems Perspective, Scottsdale, AZ: Holcomb Hathaway Publishers.

Council of Europe(1980), The European Sport for All Charter.

Convenio Andr s Bello(2008), Cuentas Sat lites de cultura en Latinoam rica, Consolidaci n de un manual metodol gico para la implementaci n, Bogota: Convenio Andres Bello, Accessed in June 2011.

DCMS(2016a), Creative Industries Economic Estimates.

DCMS(2016b), Creative Industries Economic Estimates Methodology.

DCMS(2016c), DCMS Sectors Economic Estimates.

DCMS(2016d), Economic Estimates of DCMS sectors Methodology.

del Corral(2005), Cultural Industirs: towards a policy framework.

Hesmondhalgh, D., and Baker, S. (2011), Creative labour: Media work in three cultural industries. London: Routledge.

Li, M., Hafacre, S., & Mahony, D.(2000), An overview of the sport industry in the United States: A New Perspective, A paper presented at the National American Society of Sport Managers conference. June 1, 2000, Colorado Springs.

Nea(2013), Nea Guide to the U.S. Arts and Cultural Production Satellite Account.

- Negroponte, N.(1995), *Being Digital*. New York.
- Negus, K. and Pickering, M.(2004), *Creativity, Communication and cultural value*, London: Sage.
- Pitts, B. G., Fielding, L. W. & Miller, L. K.(1994), Industry segmentation theory and the sport industry: Developing a sport industry segment model, *Sport Marketing Quarterly*, 3(1), 15-24.
- Ray, L. amd Sayer. A.(1999), 'Introduction', in L. Ray and A. Sayer(eds). *Culture and economy after cultural turn*, London: Sage.
- Rosen, S. (1981), The Economics of Superstars, *The American Economic Review* 71(5), pp. 845-858.
- Ryan, B.(1992), *Making capital from culture: The corporate form of capitalist cultural production* (Vol. 35). Walter de Gruyter.
- Sayer, A.(1992), *Method in social science*, 2nd edn, London and New York: Routledge.
- Suits, B.(1995), The elements of sport, In W. Morgan & K. Meier (2nd ed.), *hilosophic Inquiry in Sport*, Champaign, IL: Human Kinetics.
- Standeven, J., & De Knop, P.(1999). *Sport Tourism*, Champaign, IL: Human Kinetics.
- Statistics Canada(2011a), *Classification Guide for the Canadian Framework for Culture Statistics* 2011.
- Statistics Canada(2011b), *Conceptual Framework for Culture Statistics* 2011.
- Statistics Canada(2014), *Canadian Culture Satellite Accounts* 2010.
- UNESCO(2012), *Measuring the Economic Contribution of Cultural Industries: A review and assessment of current methodological approaches*.
- United Nations Statistics Division (UNSD) (2010), *International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008)*, New

York & Madrid, (unstats.un.org.).

2. 법률

「공예문화산업 진흥법」

「공연법」

「관광진흥법」

「국민체육진흥법」

「문화산업진흥기본법」

「문화예술진흥법」

「박물관 및 미술관 진흥법」

「스포츠산업진흥법」

「체육시설의 설치·이용에 관한 법률」

「콘텐츠산업진흥법」

「통계법」

3. 기타

미국 경제분석국 <https://www.bea.gov>

미국 경제분석국 <https://www.bea.gov>, Arts and Cultural Production Satellite Account(예술 및 문화 생산위성계정), Available: <https://www.bea.gov/regional/arts-and-culture>

영국 문화미디어스포츠부 <https://www.gov.uk/government/organisations/departments-for-digital-culture-media-sport>

영국 통계청 <https://www.gov.uk/government/statistics>

캐나다 통계청 <https://www.statcan.gc.ca/eng/start>

캐나다 통계청 <https://www.statcan.gc.ca/eng/start>, Canadian Culture Satellite Account(캐나다 문화위성계정), Available: <http://www.statcan.gc.ca/pub/13-604-m/2014075/culture-2-eng.htm>

한국 통계청 https://kssc.kostat.go.kr:8443/ksscNew_web/index.jsp

호주 국가도서관, <https://www.nla.gov.au>, National Centre for Culture and Recreation Statistics(국립 문화여가 통계센터), Available: <http://trove.nla.gov.au/people/1017261?c=people>

호주 문화·여가분류 <http://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/Latestproducts/8519B1F6EA93EDFCCA257D240011D09E?opendocument>

호주 통계청 <http://www.abs.gov.au>

ABSTRACT

A Study on the Economic Estimates Methodology of Culture, Sports and Tourism Industries: Based on Businesses using Administration and Survey Data in 2014

The purpose of this study is to clarify the definition and scopes in industry of culture, sports and tourism and to do the economic estimates in industries by using businesses data from the supply side. Therefore it is possible to measure both the statistics of the individual industry of the art, culture, sports, tourism and the statistics of total industry combining of the culture, sports, tourism.

First of all, industry of the culture, sports and tourism is defined as an industry that includes the art industry, culture industry, sports industry, and tourism industry. And the scopes of this industry of the culture, sports and tourism is compiled according to nationally recognized industrial classification of each individual industry.

Through the case analysis, the measurement indicators for the economic estimates were selected as follows; The number of businesses, output, total added value, and the number of employees. In this study, we also have looked at the methodology of measurement for each major indicator through the case analysis.

In this study, we divided materials into survey statistics, administrative data, and exiting statistics and examined the economic estimates methodology of individual industry of the culture, sports and tourism using the materials. We have derived the economic estimates methodology

of total industry of the culture, sports and tourism in from this result. In the process, it was suggested considerations when doing economic estimates such as how to solve the area of duplication between industries. We also defined assumptions about the population considering redundancy. Finally, based on the estimates methodology derived from the above, we suggest the economic estimates of industry of the culture, sports and tourism using actual data and administrative data.

This study is expected to serve as a guide for doing the economic estimates of industry of the culture, sports and tourism. This is because of the following reasons. First reason is that this study links the industry classification and Input-Output tables with classification framework in industry of the culture, sports and tourism. Another reason is that the study suggests considerations and base assumptions as doing economic estimates.

부록 ● ●

문화체육관광산업별 세부 범위



1. 예술산업의 세부 범위

가. 산업분류상에서의 예술산업의 세부 범위

구분	예술산업분류명	한국표준산업분류 ⁴²⁾	
		코드	분류
문화유산 및 문화시설	사적지 운영업	90222	사적지 관리 운영업
		90290*	기타 도서관 및 유사 여가관련 서비스업
	문예시설 운영업	90221*	박물관 운영업
	도서시설 운영업	90211	도서관 및 기록보존소 운영업
		90290*	기타 도서관 및 유사 여가관련 서비스업
	공연시설 운영업	90110	공연시설 운영업
	박물관 운영업	90221*	박물관 운영업
	미술관 운영업		
문학 및 출판	번역 서비스업	73902*	번역 및 통역서비스업
	문학인	90132*	비공연 예술가
	문학 단체	94120*	전문가 단체
	교과서 및 학습서적 출판업	58111	교과서 및 학습서적 출판업
	만화 출판업	58112	만화 출판업
	기타 서적 출판업	58119	기타 서적 출판업
	인터넷, 모바일 전자출판업	63991*	데이터베이스 및 온라인정보 제공업
		63999*	그 외 기타 정보 서비스업
	신문 발행업	58121	신문 발행업
	잡지 및 정기간행물 발행업	58122	잡지 및 정기간행물 발행업
	정기 광고간행물 발행업	58123	정기 광고간행물 발행업
	기타 인쇄물 출판업	58190	기타 인쇄물 출판업
	경 인쇄업	18111	경 인쇄업
	기타 인쇄업	18119	기타 인쇄업
	제판 및 조판업	18121	제판 및 조판업
	제책업	18122	제책업
	기타 인쇄관련 산업	18129	기타 인쇄관련 산업
	서적, 잡지 및 신문 도매업	46453	서적, 잡지 및 신문 도매업
	서적 및 잡지류 소매업	47611	서적 및 잡지류 소매업

구분	예술산업분류명	한국표준산업분류 ⁴²⁾	
		코드	분류
	인터넷, 모바일 전자출판 유통업	47911*	전자상거래업
	신문배달 판매업	47992*	계약배달 판매업
	서적 임대업	69291	서적 임대업
공연	연극인	90131*	공연 예술가
		90132*	비공연 예술가
	연극 단체	90121	연극단체
		94120*	전문가 단체
	연극 학원	85620*	예술 학원
	무용인	90131*	공연 예술가
		90132*	비공연 예술가
	무용 단체	90122*	무용 및 음악단체
		94120*	전문가 단체
	무용 학원	85620*	예술 학원
	피아노 제조업	33201	피아노 제조업
	현악기 제조업	33202	현악기 제조업
	전자악기 제조업	33203	전자악기 제조업
	국악기 제조업	33204	국악기 제조업
	기타 악기 제조업	33209	기타 악기 제조업
	악기 도매업	46462	악기 도매업
	악기 소매업	47593	악기 소매업
	중고 악기 소매업	47869*	기타 중고상품 소매업
	악기 수리업	95392*	시계, 귀금속 및 악기 수리업
	음악 및 기타 오디오물 출판업	59201	음악 및 기타 오디오물 출판업
	녹음시설 운영업	59202	녹음시설 운영업
	음악 복제업	18200*	기록매체 복제업
	음반 도매업	46461*	음반 및 비디오물 도매업
	음반 소매업	47620*	음반 및 비디오물 소매업
	인터넷, 모바일 음악 유통업	63991*	데이터베이스 및 온라인 정보 제공업
	음악인	90131*	공연 예술가
		90132*	비공연 예술가
	음악 단체	90122*	무용 및 음악단체
		94120*	전문가 단체

구분	예술산업분류명	한국표준산업분류 ⁴²⁾	
		코드	분류
	음악 학원	85620*	예술 학원
	기타 공연 제공업	90123	기타 공연단체
	공연 기획업	90191	공연 기획업
	공연 및 제작관련 대리업	90192	공연 및 제작관련 대리업
	그 외 기타 공연관련 서비스업	90199*	그 외 기타 창작 및 예술관련 서비스업
	공연의류 제조업	14199*	그 외 기타 봉제의복 제조업
	공연의류 도매업	46413*	셔츠 및 외의 도매업
	공연의류 소매업	47416*	셔츠 및 기타 의복 소매업
	공연의류 임대업	69292*	의류 임대업
	공연용품 임대업	69390*	기타 산업용 기계 및 장비 임대업
시각예술	회화용 물감 제조업	20424	회화용 물감 제조업
	회화용품 제조업	33920*	사무 및 회화용품 제조업
	미술용품 도매업	46452*	문구용품 도매업
	미술용품 소매업	47612*	문구용품 소매업
	미술품 소매업	47841*	예술품 및 골동품 소매업
	미술품 경매업	46109*	기타 상품 중개업
	미술품 임대업	69299*	그 외 기타 개인 및 가정용품 임대업
	미술품 표구업	33933	표구 및 전사처리 제조업
	미술품 감정 서비스업	73904*	물품감정, 계량 및 건물 추출업
	미술인	90132*	비공연 예술가
	미술 단체	94120*	전문가 단체
	미술 학원	85620*	예술 학원
	환경 및 건축 디자인업	72111	건축설계 및 관련 서비스업
		72112	도시계획 및 조경설계 서비스업
		72922*	제도업
	인테리어 디자인업	73201	인테리어 디자인업
	제품 디자인업	73202	제품 디자인업
	시각 디자인업	73203	시각 디자인업
	기타 디자인업	73209	기타 전문 디자인업
	디자인 단체	94120*	전문가 단체
	디자인 학원	85620*	예술 학원
	사진용 화학제품 및 감광재료 제조업	20491	사진용 화학제품 및 감광재료 제조업

구분	예술산업분류명	한국표준산업분류 ⁴²⁾	
		코드	분류
	사진기 및 관련 장비 제조업	27322*	사진기, 영상기 및 관련장비 제조업
	인물사진 및 행사용 비디오 촬영업	73301	인물사진 및 행사용 비디오 촬영업
	상업용 사진 촬영업	73302	상업용 사진 촬영업
	사진 처리업	73303	사진 처리업
	사진장비 도매업	46493*	사진장비 및 광학용품 도매업
	사진기 및 사진용품 소매업	47823	사진기 및 사진용품 소매업
	사진 작가	90132*	비공연 예술가
	사진 단체	94120*	전문가 단체
	사진 학원	85620*	예술 학원
	전시 서비스업	75992*	전시 및 행사 대행업
		90199*	그 외 기타 창작 및 예술관련 서비스업
공예	도자 공예 제조업	23211*	가정용 및 장식용 도자기 제조업
		23219*	기타 일반 도자기 제조업
	유리/석 공예 제조업	23191*	가정용 유리제품 제조업
		23199*	그 외 기타 유리제품 제조업
		23919*	기타 석제품 제조업
	금속 공예 제조업	32091*	금속 가구 제조업
		33110*	귀금속 및 관련제품 제조업
		33120*	모조 귀금속 및 모조 장신용품 제조업
		25999*	그 외 기타 분류 안 된 금속가공제품 제조업
	목/죽세 공예 제조업	32022*	나전칠기가구 제조업
		32029*	기타 목재가구 제조업
		16292*	주방용 및 식탁용 목제품 제조업
		16293*	장식용 목제품 제조업
		16299*	그 외 기타 나무제품 제조업
		16302*	돗자리 및 기타 조물제품 제조업
	종이 공예 제조업	17901*	문구용 종이제품 제조업
		17909*	그 외 기타 종이 및 판지 제품 제조업
	섬유 공예 제조업	13221*	침구 및 관련제품 제조업
		13222*	자수제품 및 자수용 재료 제조업
		13223*	커튼 및 유사제품 제조업

구분	예술산업분류명	한국표준산업분류 ⁴²⁾	
		코드	분류
		14130*	한복 제조업
		14300*	편조 의복 제조업
		14419*	기타 편조 의복 액세서리 제조업
		14499*	그 외 기타 의복액세서리 제조업
		13320*	편조제품 제조업
		13402*	직물 및 편조원단 염색 가공업
		13403*	날염가공업
		13409*	기타 섬유제품 염색, 정리 및 마무리 가공업
	가죽 공예 제조업	15121*	핸드백 및 지갑 제조업
		14202*	천연모피제품 제조업
		14203*	인조모피 및 인조모피 제품 제조업
		15190*	기타 가죽제품 제조업
	기타 공예 제조업	32099*	그 외 기타 가구 제조업
		14491*	모자 제조업
		15129*	가방 및 보호용 케이스 제조업
		33401*	인형 및 장난감 제조업
		33932*	조화 및 모조장식품 제조업
	공예품 도매업	46431*	가정용 가구 도매업
		46412*	커튼 및 침구용품 도매업
		46433*	가정용 요업제품, 비전기식 주방용품 및 날붙이 도매업
		46499*	그 외 기타 가정용품 도매업
		46417*	의복액세서리 및 모조장식품 도매업
		46419	기타 가정용 섬유 및 직물제품 도매업
		46463*	장난감 및 취미용품 도매업
		46491*	가방 및 여행용품 도매업
		46492*	시계 및 귀금속제품 도매업
	공예품 소매업	47520*	가구 소매업
		47592*	식탁 및 주방용품 소매업
		47640*	게임용구, 인형 및 장난감 소매업
		47411*	가정용 직물제품 소매업

구분	예술산업분류명	한국표준산업분류 ⁴²⁾	
		코드	분류
		47412*	한복 소매업
		47419*	기타 섬유, 직물 및 의복 액세서리 소매업
		47430*	가방 및 기타 가죽제품 소매업
		47830*	시계 및 귀금속 소매업
		47842*	관광민예품 및 선물용품 소매업
		47599*	그 외 기타 분류 안 된 가정용품 소매업
		47841*	예술품 및 골동품 소매업
	공예가	90132*	비공연 예술가
	공예 단체	94120*	전문가 단체
	공예 학원	85620*	예술 학원

42) 한국표준산업분류 코드의 '*' 표시는 한국표준산업분류의 세세분류가 하나 이상으로 분할되거나 포괄범위가 완전히 일치하지 않는 경우를 나타낸다.

나. 산업연관표상에서의 예술산업의 세부 범위

구분	예술산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
문화유산 및 문화시설	사적지 운영업	373	기타 문화서비스	66.064
	문예시설 운영업			
	도서시설 운영업			
	공연시설 운영업	372	연극, 음악 및 기타예술	56.661
	박물관 운영업	373	기타 문화서비스	66.064
	미술관 운영업			
문학 및 출판	번역 서비스업	356	기타 전문서비스	57.917
	문학인	372	연극, 음악 및 기타예술	56.661
	문학 단체	376	산업 및 전문가 단체	44.732
	교과서 및 학습서적 출판업	332	출판	34.343
	만화 출판업			
	기타 서적 출판업			
	인터넷, 모바일 전자출판업	328	정보서비스	41.406
	신문 발행업	331	신문	32.829
	잡지 및 정기간행물 발행업	332	출판	34.343
	정기 광고간행물 발행업			
	기타 인쇄물 출판업			
	경 인쇄업	097	인쇄	36.737
	기타 인쇄업			
	제판 및 조판업			
	제책업			
	기타 인쇄관련 산업			
	서적, 잡지 및 신문 도매업	302	도매서비스	48.621
	서적 및 잡지류 소매업	303	소매서비스	53.571
	인터넷, 모바일 전자출판 유통업			
	신문배달 판매업			
	서적 임대업	345	기계장비 및 용품 임대	55.961
공연	연극인	372	연극, 음악 및 기타예술	56.661
	연극 단체	372	연극, 음악 및 기타예술	56.661
		376	산업 및 전문가 단체	44.732

구분	예술산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
	연극 학원	364	교육서비스(산업)	64,254
	무용인	372	연극, 음악 및 기타예술	56,661
	무용 단체	372	연극, 음악 및 기타예술	56,661
		376	산업 및 전문가 단체	44,732
	무용 학원	364	교육서비스(산업)	64,254
	피아노 제조업	268	악기	29,481
	현악기 제조업			
	전자악기 제조업			
	국악기 제조업			
	기타 악기 제조업			
	악기 도매업	302	도매서비스	48,621
	악기 소매업	303	소매서비스	53,571
	중고 악기 소매업			
	악기 수리업	380	개인 및 가정용품 수리 서비스	46,013
	음악 및 기타 오디오물 출판업	333	영상, 오디오물 제작 및 배급	39,449
	녹음시설 운영업			
	음악 복제업	098	기록매체 복제	30,602
	음반 도매업	302	도매서비스	48,621
	음반 소매업	303	소매서비스	53,571
	인터넷, 모바일 음악 유통업	328	정보서비스	41,406
	음악인	372	연극, 음악 및 기타예술	56,661
	음악 단체	372	연극, 음악 및 기타예술	56,661
		376	산업 및 전문가 단체	44,732
	음악 학원	364	교육서비스(산업)	64,254
	기타 공연 제공업	372	연극, 음악 및 기타예술	56,661
	공연 기획업			
	공연 및 저작권 관련 대리업			
	그 외 기타 공연관련 서비스업			
	공연의류 제조업	073	봉제의류	22,943
	공연의류 도매업	302	도매서비스	48,621
	공연의류 소매업	303	소매서비스	53,571

구분	예술산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
	공연의류 임대업	345	기계장비 및 용품 임대	55.961
	공연용품 임대업			
시각예술	회화용 물감 제조업	126	잉크	24.065
	회화용품 제조업	269	문방구	30.411
	미술용품 도매업	302	도매서비스	48.621
	미술용품 소매업	303	소매서비스	53.571
	미술품 소매업			
	미술품 경매업	302	도매서비스	48.621
	미술품 임대업	345	기계장비 및 용품 임대	55.961
	미술품 표구업	271	모형 및 장식용품	30.825
	미술품 감정 서비스업	356	기타 전문서비스	57.917
	미술인	372	연극, 음악 및 기타예술	56.661
	미술 단체	376	산업 및 전문가 단체	44.732
	미술 학원	364	교육서비스(산업)	64.254
	환경 및 건축 디자인업	353	건축, 토목관련서비스	55.713
	인테리어 디자인업	356	기타 전문서비스	57.917
	제품 디자인업			
	시각 디자인업			
	기타 디자인업			
	디자인 단체	376	산업 및 전문가 단체	44.732
	디자인 학원	364	교육서비스(산업)	64.254
	사진용 화학제품 및 감광재료 제조업	130	사진용 화학제품 및 감광재료	23.954
	사진기 및 관련 장비 제조업	246	사진기 및 영사기	22.936
	인물사진 및 행사용 비디오 촬영업	356	기타 전문서비스	57.917
	상업용 사진 촬영업			
	사진 처리업			
	사진장비 도매업	302	도매서비스	48.621
	사진기 및 사진용품 소매업	303	소매서비스	53.571
	사진 작가	372	연극, 음악 및 기타예술	56.661
	사진 단체	376	산업 및 전문가 단체	44.732
	사진 학원	364	교육서비스(산업)	64.254

구분	예술산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
	전시 서비스업	359	기타 사업지원서비스	58,565
		372	연극, 음악 및 기타예술	56,661
공예	도자 공예 제조업	144	가정용 도자기	36,426
	유리/석 공예 제조업	143	기타 유리제품	43,514
		156	기타 비금속광물제품	41,782
	금속 공예 제조업	264	금속 가구	23,545
		270	귀금속 및 보석	31,923
		191	기타 금속제품	30,562
	목/죽세 공예 제조업	263	목재 가구	24,815
		088	기타 목제품	32,798
	종이 공예 제조업	094	종이문구 및 사무용지	26,311
		091	기타 원지 및 판지	29,317
	섬유 공예 제조업	070	직물제품	27,361
		073	봉제의류	22,943
		074	편조 의류	12,544
		077	의복관련 장신품	24,897
		068	편조 원단	25,523
		069	섬유표백 및 염색	40,292
	가죽 공예 제조업	080	가방 및 핸드백	22,917
		079	모피	11,983
		082	기타 가죽제품	22,064
	기타 공예 제조업	265	기타 가구	23,112
		077	의복관련 장신품	24,897
		080	가방 및 핸드백	22,917
		266	장남감 및 오락용품	24,307
		271	모형 및 장식용품	30,825
	공예품 도매업	302	도매서비스	48,621
	공예품 소매업	303	소매서비스	53,571
	공예가	372	연극, 음악 및 기타예술	56,661
	공예 단체	376	산업 및 전문가 단체	44,732
	공예 학원	364	교육서비스(산업)	64,254

2. 문화산업의 세부 범위

가. 산업분류상에서의 문화산업의 세부 범위

구분	문화산업분류명	한국표준산업분류 ⁴³⁾	
		코드	분류
출판산업	서적 출판업(종이매체출판업)	58119	기타 서적 출판업
	교과서 및 학습서적 출판업	58111	교과서 및 학습서적 출판업
	신문 발행업	58121	신문 발행업
	잡지 및 정기간행물 발행업	58122	잡지 및 정기간행물 발행업
	정기 광고간행물 발행업	58123	정기 광고간행물 발행업
	기타 인쇄물 출판업	58190	기타 인쇄물 출판업
	인쇄업	18111*	경인쇄업
		18119*	기타 인쇄업
	서적 및 잡지류 도매업	46453*	서적, 잡지 및 신문 도매업
	서적 및 잡지류 소매업	47611*	서적 및 잡지류 소매업
	계약배달 판매업(신문배달판매)	47992*	계약배달 판매업
	인터넷/모바일 전자출판제작업	63999*	그 외 기타 정보 서비스업
	인터넷/모바일 전자출판서비스업		
	인터넷서점(만화제외)	46453*	서적, 잡지 및 신문 도매업
		47911*	전자상거래업
	서적 임대업(만화제외)	69291*	서적 임대업
	만화 출판사 (만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	58112	만화 출판업
	일반 출판사(만화부문)		
	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)	63991*	데이터베이스 및 온라인정보 제공업
	인터넷 만화콘텐츠 서비스		
	모바일 만화콘텐츠 서비스		
	만화임대(만화방, 만화카페 등)	69291*	서적 임대업
	서적임대(대여) (만화부문)		
	만화 서적 및 잡지류 도매	46453*	서적, 잡지 및 신문 도매업
	만화 서적 및 잡지류 소매	47611*	서적 및 잡지류 소매업
	인터넷서점(만화부문)	46453*	서적, 잡지 및 신문 도매업
		47611*	서적 및 잡지류 소매업

구분	문화산업분류명	한국표준산업분류 ⁴³⁾	
		코드	분류
음악산업	음악 기획 및 제작업	59201*	음악 및 기타 오디오물 출판업
		59202*	녹음시설 운영업
	음반(음원) 녹음시설 운영업	59202	녹음시설 운영업
	음악 오디오물 출판업	59201	음악 및 기타 오디오물 출판업
	기타 오디오물 제작업	59111*	일반 영화 및 비디오물 제작업
		59112*	애니메이션 영화 및 비디오물 제작업
		59113*	광고 영화 및 비디오물 제작업
		59114*	방송 프로그램 제작업
	음반 복제업	18200*	기록매체 복제업
	음반 배급업	59130*	영화, 비디오물 및 방송 프로그램 배급업
	음반 도매업	46461*	음반 및 비디오물 도매업
	음반 소매업	47620*	음반 및 비디오물 소매업
	인터넷 음반 소매업	47911*	전자상거래업
	모바일 음악 서비스업	63991*	데이터베이스 및 온라인 정보 제공업
	인터넷 음악 서비스업		
	음원 대리 중개업		
	인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업(CP)		
	음악공연 기획 및 제작업	90191*	공연 기획업
	기타 음악공연 서비스업	90199*	그 외 기타 창작 및 예술관련 서비스업
	노래연습장 운영업	91223	노래연습장 운영업
영화, 방송산업	영화 기획 및 제작	59111*	일반 영화 및 비디오물 제작업
		59112*	애니메이션 영화 및 비디오물 제작업
		59113*	광고 영화 및 비디오물 제작업
		59114*	방송 프로그램 제작업
	영화 수입	59130*	영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업
	영화제작 지원	59120*	영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작 관련 서비스업
	영화 배급	59130*	영화, 비디오물 및 방송 프로그램 배급업
	극장 상영	59141	영화관 운영업
	영화 홍보 및 마케팅	59113*	광고 영화 및 비디오물 제작업
	영화투자 조합	59111*	일반 영화 및 비디오물 제작업

구분	문화산업분류명	한국표준산업분류 ⁴³⁾	
		코드	분류
	DVD/VHS 제작	59111*	일반 영화 및 비디오물 제작업
		59112*	애니메이션 영화 및 비디오물 제작업
		59113*	광고 영화 및 비디오물 제작업
		59114*	방송 프로그램 제작업
	DVD/VHS 도매	46461*	음반 및 비디오물 도매업
	DVD/VHS 소매	47620*	음반 및 비디오물 소매업
	DVD/VHS 대여	69220*	음반 및 비디오물 임대업
	DVD/VHS 상영	59142	비디오물 감상실 운영업
	온라인 상영	63991*	데이터베이스 및 온라인 정보 제공업
	애니메이션 창작 제작업	59112	애니메이션 영화 및 비디오물 제작업
	애니메이션 하청 제작업		
	온라인(인터넷·모바일)애니메이션 제작업		
	애니메이션 유통, 배급 및 홍보업	59130*	영화, 비디오물 및 방송 프로그램 배급업
	온라인 애니메이션 서비스업 (인터넷, 모바일)	63991*	데이터베이스 및 온라인 정보 제공업
	지상파방송사업자	60100	라디오 방송업
	지상파 이동멀티미디어 방송 사업자	60210*	지상파방송업
		60221*	프로그램 공급업
		60222*	유선방송업
		60229*	위성 및 기타 방송업
		60210	지상파방송업
	종합유선방송 사업자	60222	유선방송업
	중계유선방송 사업자		
	음악유선방송 사업자		
	일반위성방송 사업자	60229	위성 및 기타 방송업
	위성이동멀티미디어방송 사업자		
	방송채널사용 사업자	47919*	기타 통신 판매업
		60221	프로그램 공급업
		61210*	유선통신업
		61220*	무선통신업

구분	문화산업분류명	한국표준산업분류 ⁴³⁾	
		코드	분류
		61230*	위성통신업
		61291*	통신 재판매업
		61299*	그 외 기타 전기 통신업
	전광판방송 사업자	71391	옥외 및 전시 광고업
		71392	광고매체 판매업
		71393	광고물 작성업
		71399	그 외 기타 광고업
	방송영상독립제작사	59114*	방송 프로그램 제작업
	인터넷방송영상물 서비스업	61210*	유선통신업
		61220*	무선통신업
	인터넷TV 방송업	61230*	위성통신업
	인터넷프로토콜TV(IPTV)	61291*	통신 재판매업
		61299*	그 외 기타 전기 통신업
	방송영상물 배급업	59130*	영화, 비디오물 및 방송 프로그램 배급업
	방송영상물 중개업		
	기타 방송영상물 서비스업	59120*	영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작 관련 서비스업
	방송영상산업 직능단체	94110*	산업단체
	방송영상산업 전문인력 양성기관	85709*	기타 교육지원 서비스업
광고산업	광고물 작성업	71393*	광고물 작성업
	온라인 광고 작성업	63120*	포털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업
	광고사진 촬영업	73302*	상업용 사진 촬영업
	광고사진 처리업	73303	사진 처리업
	광고영상 제작업	59113	광고 영화 및 비디오물 제작업
	옥외 및 전시 광고업	71391	옥외 및 전시 광고업
	광고 설치물 임대업	69390*	기타 산업용 기계 및 장비 임대업
	광고 전문가 단체	94120*	전문가 단체
	광고 대행업	71310*	광고 대행업
	온라인 광고 대행업	63120*	포털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업
	협찬 및 간접광고 대행업	91191*	스포츠 클럽 운영업
		73901	매니저업
		71531*	경영컨설팅업
		91199*	그 외 기타 스포츠 서비스업

구분	문화산업분류명	한국표준산업분류 ⁴³⁾	
		코드	분류
	광고매체 판매업	71392	광고매체 판매업
	광고매체 구매업	71310*	광고 대행업
	온라인 광고 유통업	63112*	호스팅 및 관련 서비스업
	정기 광고간행물업	58123	정기 광고간행물 발행업
	광고 전시업	75992	전시 및 행사 대행업
	홍보 서비스업	71310*	광고 대행업
		71532*	공공관계 서비스업
	광고 마케팅업	75991*	콜센터 및 텔레마케팅 서비스업
	기타 광고업	71399	그 외 기타 광고업
		47919*	기타 통신 판매업
게임산업	게임 기획 및 제작업	58211*	온라인 · 모바일 게임 소프트웨어 개발 및 공급업
		58219*	기타 게임 소프트웨어 개발 및 공급업
	게임 배급업	58211*	온라인 · 모바일 게임 소프트웨어 개발 및 공급업
		58219*	기타 게임 소프트웨어 개발 및 공급업
	컴퓨터 게임방 운영업	91222	컴퓨터 게임방 운영업
	전자 게임장 운영업	91221*	전자 게임장 운영업
	게임기 도소매업	46463*	장난감 및 취미용품 도매업
	게임 소프트웨어 도소매업	46510*	컴퓨터 및 주변장치 소프트웨어 도매업
	게임기 임대업	69220*	음반 및 비디오물 임대업
	게임 소프트웨어 임대업	69210*	스포츠 및 레크레이션 용품 임대업
시각그래픽 및 캐릭터 산업	캐릭터 개발 및 라이선스업	73203*	시각 디자인업
	캐릭터상품 제조업	33120*	모조 귀금속 및 모조장신용품 제조업
		33401*	인형 및 장난감 제조업
		33409*	기타 오락용품 제조업
	캐릭터상품 도매업	46417*	의복액세서리 및 모조장신품 도매업
		46452*	문구용품 도매업
		46463*	장난감 및 취미용품 도매업
	캐릭터상품 소매업	47419*	기타 섬유, 직물 및 의복액세서리 소매업
		46612*	문구용품 소매업
		47640*	게임용구, 인형 및 장난감 소매업

구분	문화산업분류명	한국표준산업분류 ⁴³⁾	
		코드	분류
	캐릭터 놀이시설 운영업	91229*	기타 오락장 운영업
	인터넷 및 모바일 캐릭터 서비스업	63991*	데이터베이스 및 온라인정보 제공업
	e-learning 기획업	63991* 62010*	데이터베이스 및 온라인정보 제공업 컴퓨터 프로그래밍 서비스업
	e-learning 인터넷/모바일 서비스업		
	인터넷/모바일 e-learning 제작 및 제공업(CP)		
	에듀테인먼트 기획 및 제작업		
	기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업	63910*	뉴스제공업
		63991*	데이터베이스 및 온라인정보 제공업
		63999*	그 외 기타 정보 서비스업
	포털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업	63120	포털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업
	스크린골프 시스템 기획 및 제작업	63991*	데이터베이스 및 온라인정보 제공업
		62022*	컴퓨터시설 관리업
		62010*	컴퓨터 프로그래밍 서비스업
	스크린골프장 운영업	91136*	골프연습장 운영업
	기타 가상세계 및 가상현실 기획 및 제작업	63991* 62022* 62010*	데이터베이스 및 온라인 정보 제공업 컴퓨터시설 관리업 컴퓨터 프로그래밍 서비스업
	기타 가상세계 및 가상현실 서비스업		
	인물사진 및 행사용 비디오 촬영업	73301	인물사진 및 행사용 비디오 촬영업
	상업용 사진 촬영업	73302	상업용 사진 촬영업
	사진 처리업	73303	사진 처리업
	비공연 예술가(사진 분야)	90132*	비공연 예술가
	제판 및 조판업(사진 분야)	18121*	제판 및 조판업
	제책업(사진 분야)	18122	제책업
	기타 인쇄관련 산업(사진 분야)	18129*	기타 인쇄관련 산업
	도서관 및 기록보존소 운영업 (사진분야)	90211*	도서관 및 기록보존소 운영업
	기타 사진분야 지원 서비스업	75999*	그 외 기타 분류 안 된 사업지원 서비스업
	비공연 예술가 (미술, 공예, 시각 그래픽분야)	90132*	비공연 예술가

구분	문화산업분류명	한국표준산업분류 ⁴³⁾	
		코드	분류
	예술품(미술품, 공예품) 및 골동품 유통업	47841	예술품 및 골동품 소매업
	시각예술 서비스업(갤러리 분야)	90199*	그 외 기타 창작 및 예술관련 서비스업
	표구 관련 서비스업	33933	표구 및 전사처리 제조업
	시각 디자인업	73203	시각 디자인업
	인쇄관련 산업(그래픽 디자인 분야)	18129*	기타 인쇄관련 산업
	편집 교정업(그래픽 디자인 분야)	75911*	문서 작성업
	기타 지원 서비스업 (그래픽 디자인 분야)	75999*	그 외 기타 분류 안 된 사업지원 서비스업

43) 한국표준산업분류 코드의 ‘*’ 표시는 한국표준산업분류의 세세분류가 하나 이상으로 분할되거나 포괄범위가 완전히 일치하지 않는 경우를 나타낸다.

나. 산업연관표상에서의 문화산업의 세부 범위

구분	문화산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
출판산업	서적 출판업(종이매체출판업)	332	출판	34.343
	교과서 및 학습서적 출판업			
	신문 발행업	331	신문	32.829
	잡지 및 정기간행물 발행업	332	출판	34.343
	정기 광고간행물 발행업			
	기타 인쇄물 출판업			
	인쇄업	097	인쇄	36.737
	서적 및 잡지류 도매업	302	도매서비스	48.621
	서적 및 잡지류 소매업	303	소매서비스	53.571
	계약배달 판매업(신문배달판매)			
	인터넷/모바일 전자출판제작업	328	정보서비스	41.406
	인터넷/모바일 전자출판서비스업			
	인터넷서점(만화제외)	302	도매서비스	48.621
		303	소매서비스	53.571
	서적 임대업(만화제외)	345	기계장비 및 용품 임대	55.961
	만화 출판사 (만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	332	출판	34.343
	일반 출판사(만화부문)			
	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)	328	정보서비스	41.406
	인터넷 만화콘텐츠 서비스			
	모바일 만화콘텐츠 서비스			
	만화임대(만화방, 만화카페 등)	345	기계장비 및 용품 임대	55.961
	서적임대(대여) (만화부문)			
	만화 서적 및 잡지류 도매	302	도매서비스	48.621
	만화 서적 및 잡지류 소매	303	소매서비스	53.571
	인터넷서점(만화부문)	302	도매서비스	48.621
음악산업	음악 기획 및 제작업	333	영상 오디오물 제작 및 배급	39.449
	음반(음원) 녹음시설 운영업			
	음악 오디오물 출판업			
	기타 오디오물 제작업			

구분	문화산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
	음반 복제업	098	기록매체 복제	30.602
	음반 배급업	333	영상 오디오물 제작 및 배급	39.449
	음반 도매업	302	도매서비스	48.621
	음반 소매업	303	소매서비스	53.571
	인터넷 음반 소매업			
	모바일 음악 서비스업	328	정보서비스	41.406
	인터넷 음악 서비스업			
	음원 대리 중개업			
	인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업(CP)			
	음악공연 기획 및 제작업	372	연극, 음악 및 기타예술	56.661
	기타 음악공연 서비스업			
	노래연습장 운영업	375	오락서비스	41.506
영화, 방송산업	영화 기획 및 제작	333	영상 오디오물 제작 및 배급	39.449
	영화 수입			
	영화제작 지원			
	영화 배급			
	극장 상영	334	영화상영	34.083
	영화 홍보 및 마케팅	333	영상 오디오물 제작 및 배급	39.449
	영화투자 조합			
	DVD/VHS 제작			
	DVD/VHS 도매	302	도매서비스	48.621
	DVD/VHS 소매	303	소매서비스	53.571
	DVD/VHS 대여	345	기계장비 및 용품 임대	55.961
	DVD/VHS 상영	333	영상 오디오물 제작 및 배급	39.449
	온라인 상영	328	정보서비스	41.406
	애니메이션 창작 제작업	333	영상 오디오물 제작 및 배급	39.449
	애니메이션 하청 제작업			
	온라인(인터넷·모바일)애니메이션 제작업			
	애니메이션 유통, 배급 및 홍보업			
	온라인 애니메이션 서비스업 (인터넷, 모바일)	328	정보서비스	41.406

구분	문화산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
	지상파방송사업자	326	지상파 방송서비스	50.570
	지상파 이동멀티미디어 방송 사업자	326	지상파 방송서비스	50.570
		327	유선, 위성 및 기타방송	34.117
		326	지상파 방송서비스	50.570
	종합유선방송 사업자	327	유선, 위성 및 기타방송	34.117
	중계유선방송 사업자			
	음악유선방송 사업자			
	일반위성방송 사업자			
	위성이동멀티미디어방송 사업자			
	방송채널사용 사업자	303	소매서비스	53.571
		327	유선, 위성 및 기타방송	34.117
		323	유선통신서비스	37.687
		324	무선통신서비스	35.447
		325	기타 전기통신서비스	35.543
	전광판방송 사업자	352	광고	18.565
	방송영상독립제작사	333	영상 오디오물 제작 및 배급	39.449
	인터넷방송영상물 서비스업	333	영상 오디오물 제작 및 배급	39.449
	인터넷TV 방송업	323	유선통신서비스	37.687
	인터넷프로토콜TV(IPTV)	324	무선통신서비스	35.447
		325	기타 전기통신서비스	35.543
	방송영상물 배급업	333	영상 오디오물 제작 및 배급	39.449
	방송영상물 중개업			
	기타 방송영상물 서비스업			
	방송영상산업 직능단체	376	산업 및 전문가 단체	44.732
	방송영상산업 전문인력 양성기관	364	교육서비스(산업)	64.254
광고산업	광고물 작성업	352	광고	18.565
	온라인 광고 작성업	328	정보서비스	41.406
	광고사진 촬영업	356	기타 전문서비스	57.917
	광고사진 처리업			
	광고영상 제작업	333	영상 오디오물 제작 및 배급	39.449
	옥외 및 전시 광고업	352	광고	18.565
	광고 설치물 임대업	345	기계장비 및 용품 임대	55.961

구분	문화산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
	광고 전문가 단체	376	산업 및 전문가 단체	44,732
	광고 대행업	352	광고	18,565
	온라인 광고 대행업	328	정보서비스	41,406
	협찬 및 간접광고 대행업	374	스포츠서비스	59,183
		356	기타 전문서비스	57,917
		351	시장조사 및 경영컨설팅	65,420
		374	스포츠서비스	59,183
	광고매체 판매업	352	광고	18,565
	광고매체 구매업			
	온라인 광고 유통업	328	정보서비스	41,406
	정기 광고간행물업	332	출판	34,343
	광고 전시업	359	기타 사업지원서비스	58,565
	홍보 서비스업	352	광고	18,565
		351	시장조사 및 경영컨설팅	65,420
	광고 마케팅업	359	기타 사업지원서비스	58,565
	기타 광고업	352	광고	18,565
		303	소매서비스	53,571
게임산업	게임 기획 및 제작업	329	소프트웨어 개발공급	60,249
	게임 배급업			
	컴퓨터 게임방 운영업	375	오락서비스	41,506
	전자 게임장 운영업			
	게임기 도소매업	302	도매서비스	48,621
	게임 소프트웨어 도소매업			
	게임기 임대업	345	기계장비 및 용품 임대	55,961
	게임 소프트웨어 임대업			
시각그래픽 및 캐릭터 산업	캐릭터 개발 및 라이선스업	356	기타 전문서비스	57,917
	캐릭터상품 제조업	270	귀금속 및 보석	31,923
		266	장남감 및 오락용품	24,307
	캐릭터상품 도매업	302	도매서비스	48,621
	캐릭터상품 소매업	303	소매서비스	53,571
	캐릭터 놀이시설 운영업	375	오락서비스	41,506
	인터넷 및 모바일 캐릭터 서비스업	328	정보서비스	41,406

구분	문화산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
	e-learning 기획업	328	정보서비스	41.406
	e-learning 인터넷/모바일 서비스업			
	인터넷/모바일 e-learning 제작 및 제 공업(CP)			
	에듀테인먼트 기획 및 제작업	330	컴퓨터관리서비스	37.397
	기타 데이터베이스 및 온라인정보 제 공업	328	정보서비스	41.406
	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업			
	스크린골프 시스템 기획 및 제작업	328	정보서비스	41.406
		330	컴퓨터관리서비스	37.397
	스크린골프장 운영업	374	스포츠서비스	59.183
	기타 가상세계 및 가상현실 기획 및 제작업	328	정보서비스	41.406
	기타 가상세계 및 가상현실 서비스업	330	컴퓨터관리서비스	37.397
	인물사진 및 행사용 비디오 촬영업	356	기타 전문서비스	57.917
	상업용 사진 촬영업			
	사진 처리업			
	비공연 예술가(사진 분야)	372	연극, 음악 및 기타예술	56.661
	제판 및 조판업(사진 분야)	097	인쇄	36.737
	제책업(사진 분야)			
	기타 인쇄관련 산업(사진 분야)			
	도서관 및 기록보존소 운영업(사진 분 야)	373	기타 문화서비스	66.064
	기타 사진분야 지원 서비스업	359	기타 사업지원서비스	58.565
	비공연 예술가 (미술, 공예, 시각 그래픽분야)	372	연극, 음악 및 기타예술	56.661
	예술품(미술품, 공예품) 및 골동품 유통업	303	소매서비스	53.571
	시각예술 서비스업(갤러리 분야)	372	연극, 음악 및 기타예술	56.661
	표구 관련 서비스업	271	모형 및 장식용품	30.825
	시각 디자인업	356	기타 전문서비스	57.917
	인쇄관련 산업(그래픽 디자인 분야)	097	인쇄	36.737
	편집 교정업(그래픽 디자인 분야)	359	기타 사업지원서비스	58.565
	기타 지원 서비스업 (그래픽 디자인 분야)			

3. 스포츠산업의 세부 범위

가. 산업분류상에서의 스포츠산업의 세부 범위

구분	스포츠산업분류명	한국표준산업분류 ⁴⁴⁾	
		코드	분류
스포츠 시설업	실외 경기장 운영업	91112	실외 경기장 운영업
	경주장 운영업	91113	경주장 운영업
	종합 스포츠시설 운영업	91131	종합 스포츠시설 운영업
	체력단련시설 운영업	91132	체력단련시설 운영업
	수영장 운영업	91133	수영장 운영업
	볼링장 운영업	91134	볼링장 운영업
	당구장 운영업	91135	당구장 운영업
	골프연습장 운영업	91136	골프연습장 운영업
	스포츠 무도장 운영업	91291*	무도장 운영업
	체육공원 운영업	91292*	체육공원 및 유사 공원 운영업
	기원 운영업	91293	기원 운영업
	골프장 운영업	91121	골프장 운영업
	스키장 운영업	91122	스키장 운영업
	낚시장 운영업	91231	낚시장 운영업
	기타 수상스포츠시설 운영업	91239*	기타 수상오락 서비스업
	기타 스포츠시설 운영업	91139	그 외 기타 스포츠시설 운영업
	스포츠시설 조경 건설업	41226*	조경 건설업
	스포츠 토목시설물 건설업	41229*	기타 토목시설물 건설업
	운동 및 경기용 장비 제조업	33309	기타 운동 및 경기용구 제조업
		33409*	기타 오락용품 제조업
	체력단련용 장비 제조업	33301	체조, 육상 및 체력단련용 장비 제조업
	자전거 제조업	31991*	자전거 및 환자용 차량 제조업
	낚시 및 수렵용 장비 제조업	33303	낚시 및 수렵용구 제조업
	놀이터용 기구 제조업	33302*	놀이터용 장비 제조업
	스포츠 응원용품업	33999*	그 외 기타 달리 분류되지 않은 제품 제조업
	기타 운동 및 경기용품 제조업	31120*	오락 및 스포츠용 보트 건조업

구분	스포츠산업분류명	한국표준산업분류 ⁴⁴⁾	
		코드	분류
	스포츠 의류 제조업	14191*	셔츠 및 체육복 제조업
	캠핑용 식물제품 제조업	13224*	천막 및 기타 캔버스제품 제조업
	스포츠 관련 식물제품 제조업	13229*	기타 식물제품 제조업
	스포츠 관련 의류부분품 제조업	14199*	그 외 기타 봉제의복 제조업
	스포츠 가방 제조업	15129*	가방 및 기타 보호용 케이스 제조업
	스포츠 신발 제조업	15219*	기타 신발 제조업
	스포츠 관련 신발부분품 제조업	15220*	신발부분품 제조업
	운동 및 경기용구 도매업	46464	운동 및 경기용품 도매업
		46463*	장난감 및 취미용품 도매업
	자전거 도매업	46465*	자전거 및 기타 운송장비 도매업
	스포츠 의류 도매업	46413*	셔츠 및 외의 도매업
	스포츠 가방 도매업	46491*	가방 및 여행용품 도매업
	스포츠 신발 도매업	46420*	신발 도매업
	운동 및 경기용구 소매업	47631	운동 및 경기용품 소매업
		47640*	게임용구, 인형 및 장난감 소매업
	자전거 소매업	47632*	자전거 및 기타 운송장비 소매업
	스포츠 의류 소매업	47416*	셔츠 및 기타 의복 소매업
	스포츠 가방 소매업	47430*	가방 및 기타 가죽제품 소매업
	스포츠 신발 소매업	47420*	신발 소매업
	스포츠 관련 무점포 소매업	47911*	전자상거래업
		47919*	기타 통신 판매업
		47993*	방문판매업
		47999*	그 외 기타 무점포 소매업
	운동 및 경기용품 임대업	69210*	스포츠 및 레크레이션 용품 임대업
	스포츠 경기업	91191	스포츠 클럽 운영업
	스포츠 복권발행 및 판매업	91241*	복권발행 및 판매업
	기타 스포츠 베팅업	91249*	기타 캐블링 및 베팅업
	스포츠 에이전트업	73901*	매니저업
	회원권 대행 판매업	73903*	사업 및 무형 재산권 중개업
	스포츠 마케팅 대행업	71531*	경영컨설팅업
	기타 스포츠 마케팅업	91199	그 외 기타 스포츠 서비스업

구분	스포츠산업분류명	한국표준산업분류 ⁴⁴⁾	
		코드	분류
	스포츠 신문 발행업	58121*	신문 발행업
	스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	58122*	잡지 및 정기간행물 발행업
	스포츠 관련 라디오 방송업	60100*	라디오 방송업
	스포츠 관련 지상파 방송업	60210*	지상파 방송업
	스포츠 관련 프로그램 공급업	60221*	프로그램 공급업
	스포츠 관련 유선 방송업	60222*	유선 방송업
	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	60229*	위성 및 기타 방송업
	기타 스포츠 정보서비스업	63991*	데이터베이스 및 온라인정보 제공업
	스포츠 교육기관	85611	스포츠 교육기관
	기타 스포츠 교육기관	85612*	레크레이션 교육기관
	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	58211*	온라인·모바일 게임 소프트웨어 개발 및 공급업
	기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	58219*	기타 게임 소프트웨어 개발 및 공급업
	스포츠 여행업	75211*	일반 및 국외 여행사업
		75212*	국내 여행사업
		75290*	기타 여행보조 및 예약 서비스업

44) 한국표준산업분류 코드의 ‘*’ 표시는 한국표준산업분류의 세세분류가 하나 이상으로 분할되거나 포괄범위가 완전히 일치하지 않는 경우를 나타낸다.

나. 산업연관표상에서의 스포츠산업의 세부 범위

구분	스포츠산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
스포츠 시설업	실외 경기장 운영업	374	스포츠서비스	59.183
	경주장 운영업			
	종합 스포츠시설 운영업			
	체력단련시설 운영업			
	수영장 운영업			
	볼링장 운영업			
	당구장 운영업			
	골프연습장 운영업			
	스포츠 무도장 운영업	375	오락서비스	41.506
	체육공원 운영업			
	기원 운영업	374	스포츠서비스	59.183
	골프장 운영업			
	스키장 운영업	375	오락서비스	41.506
	낚시장 운영업			
	기타 수상스포츠시설 운영업	374	스포츠서비스	59.183
	기타 스포츠시설 운영업			
스포츠 용품업	스포츠시설 조경 건설업	301	기타 건설	39.867
	스포츠 토목시설물 건설업			
	운동 및 경기용 장비 제조업	267	운동 및 경기용품	31.043
		266	장남감 및 오락용품	24.307
	체력단련용 장비 제조업	267	운동 및 경기용품	31.043
	자전거 제조업	262	기타 운수장비	24.755
	낚시 및 수렵용 장비 제조업	267	운동 및 경기용품	31.043
	놀이터용 기구 제조업			
	스포츠 응원용품업	272	기타 제조업제품	21.927
	기타 운동 및 경기용품 제조업	257	기타 선박	11.623
	스포츠 의류 제조업	073	봉제의류	22.943
	캠핑용 직물제품 제조업	070	직물제품	27.361
	스포츠 관련 직물제품 제조업			
	스포츠 관련 의류부분품 제조업	073	봉제의류	22.943

구분	스포츠산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
	스포츠 가방 제조업	080	가방 및 핸드백	22,917
	스포츠 신발 제조업	081	신발	25,112
	스포츠 관련 신발부분품 제조업			
	운동 및 경기용구 도매업	302	도매서비스	48,621
	자전거 도매업			
	스포츠 의류 도매업			
	스포츠 가방 도매업			
	스포츠 신발 도매업			
	운동 및 경기용구 소매업	303	소매서비스	53,571
	자전거 소매업			
	스포츠 의류 소매업			
	스포츠 가방 소매업			
	스포츠 신발 소매업			
	스포츠 관련 무점포 소매업			
	운동 및 경기용품 임대업	345	기계장비 및 용품 임대	55,961
스포츠 서비스업	스포츠 경기업	374	스포츠서비스	59,183
	스포츠 복권발행 및 판매업	375	오락서비스	41,506
	기타 스포츠 베팅업			
	스포츠 에이전트업	356	기타 전문서비스	57,917
	회원권 대행 판매업			
	스포츠 마케팅 대행업	351	시장조사 및 경영컨설팅	65,420
	기타 스포츠 마케팅업	374	스포츠서비스	59,183
	스포츠 신문 발행업	331	신문	32,829
	스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	332	출판	34,343
	스포츠 관련 라디오 방송업	326	지상파 방송서비스	50,570
	스포츠 관련 지상파 방송업			
	스포츠 관련 프로그램 공급업	327	유선, 위성 및 기타방송	34,117
	스포츠 관련 유선 방송업			
	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업			
	기타 스포츠 정보서비스업	328	정보서비스	41,406
	스포츠 교육기관	364	교육서비스(산업)	64,254
	기타 스포츠 교육기관			

구분	스포츠산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	329	소프트웨어 개발공급	60.249
	기타 스포츠 게임 개발 및 공급업			
	스포츠 여행업	359	기타 사업지원서비스	58.565

4. 관광산업의 세부 범위

가. 산업분류상에서의 관광산업의 세부 범위

구분	관광산업분류명	한국표준산업분류 ⁴⁵⁾	
		코드	분류
관광숙박업 및 식당업	관광 호텔업	55111*	호텔업
	수상관광 호텔업		
	한국전통 호텔업		
	가족 호텔업		
	호스텔업	55119*	기타 관광숙박시설 운영업
	휴양콘도미니엄업	55113	휴양콘도 운영업
	관광 펜션업	55119*	기타 관광숙박시설 운영업
	산림휴양림업		
	게스트하우스	55112*	여관업
	레지던스 호텔	55119*	기타 관광숙박시설 운영업
	관광 인증 모텔업	55112*	여관업
	민박업	55119*	기타 관광숙박시설 운영업
	외국인 관광 도시민박업(홈스테이)		
	자동차 야영장업		
	한옥체험업		
	기타 관광 숙박시설 운영업		
	관광 식당업	56111*	한식음식점업
		56112*	중식음식점업
		56113*	일식음식점업
		56114*	서양식음식점업
		56119*	기타외국식음식점업
	관광 유흥음식점업	56211*	일반유흥 주점업
	관광 극장유흥업	56212*	무도유흥 주점업
	관광 공연장업(식사·주류포함)	56211*	일반유흥주점업
		56212*	무도유흥주점업
		56219*	기타주점업
	외국인전용 유흥음식점업	56211*	일반유흥주점업
		56212*	무도유흥주점업
		56219*	기타주점업

구분	관광산업분류명	한국표준산업분류 ⁴⁵⁾	
		코드	분류
여행사업 및 관광운수업	관광 철도운송업	49100*	철도운송업
	시내순환 관광업	49212*	시내버스 운송업
	전세버스 운송업	49232	전세버스 운송업
	관광궤도업	49239*	기타 부정기 여객 육상 운송업
	관광 유람선업	50121*	내항 여객 운송업
		50201*	내륙 수상 여객 운송업
	크루즈업	50111*	외항 여객 운송업
	관광 항공 정기운송업	51100	정기 항공 운송업
	관광 항공 부정기운송업	51200*	부정기 항공 운송업
	일반 여행업	75211*	일반 및 국외 여행사업
	국외 여행업		
	국내 여행업	75212	국내 여행사업
	여행보조 및 예약 서비스업	75290*	기타 여행보조 및 예약 서비스업
문화오락 및 레저산업	박물관 운영업(미술관 포함)	90221	박물관 운영업
	사적지 관리 운영업	90222	사적지 관리 운영업
	식물원, 동물원 운영업	90231	식물원 및 동물원 운영업
	자연공원 운영업	90232	자연공원 운영업
	기타 관광지 운영업	90290*	기타 도서관, 사적지 및 유사 여가관련 서비스업
	종합유원시설업	91210*	유원지 및 테마파크 운영업
	일반유원시설업		
	기타유원시설업	91229*	기타 오락장 운영업
	농어촌 체험 및 생태 관광업	55114*	청소년수련시설 운영업
		90232*	자연공원 운영업
	관광 공연시설 운영업	90110*	공연시설 운영업
	경주장 운영업	91113	경주장 운영업
	골프장 운영업	91121	골프장 운영업
	스키장 운영업	91122	스키장 운영업
	낚시장 운영업	91231	낚시장 운영업
	수상 오락 서비스업(유원시설 제외)	91139*	그 외 기타 스포츠시설 운영업
	오락 및 관광체험시설 운영	91299*	그 외 기타 분류 안 된 오락관련 서비스업
	외국인 전용 카지노업	91249*	기타 gambling 및 베팅업
	내국인 출입 카지노업		

구분	관광산업분류명	한국표준산업분류 ⁴⁵⁾	
		코드	분류
관광쇼핑업	면세점	47121*	슈퍼마켓
		47119*	기타 대형 종합 소매업
		47190*	그 외 기타 종합 소매업
	외국인전용 관광기념품 판매업	47842*	관광 민예품 및 선물용품 소매업
	관광 인증 쇼핑업	47111*	백화점
		47119*	기타 대형 종합 소매업
국제회의 및 전시업	국제회의 기획업	75992*	전시 및 행사 대행업
	국제회의 시설업		

45) 한국표준산업분류 코드의 ‘*’ 표시는 한국표준산업분류의 세세분류가 하나 이상으로 분할되거나 포괄범위가 완전히 일치하지 않는 경우를 나타낸다.

나. 산업연관표상에서의 관광산업의 세부 범위

구분	관광산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
관광숙박업 및 식당업	관광 호텔업	321	숙박	59,734
	수상관광 호텔업			
	한국전통 호텔업			
	가족 호텔업			
	호스텔업			
	휴양콘도미니엄업			
	관광 펜션업			
	산림휴양림업			
	게스트하우스			
	레지던스 호텔			
	관광 인증 모텔업			
	민박업			
	외국인 관광 도시민박업(홈스테이)			
	자동차 야영장업			
	한옥체험업			
	기타 관광 숙박시설 운영업			
	관광 식당업	318	일반음식점	35,632
	관광 유흥음식점업	319	주점	39,145
	관광 극장유흥업			
	관광 공연장업(식사·주류포함)			
	외국인전용 유흥음식점업			
여행사업 및 관광운수업	관광 철도운송업	304	철도여객 운송서비스	61,387
	시내순환 관광업	306	도로여객 운송서비스	53,672
	전세버스 운송업			
	관광궤도업			
	관광 유람선업	309	연안 및 내륙수상 운송서비스	27,336
	크루즈업	310	외항운송서비스	8,524
	관광 항공 정기운송업	311	항공운송서비스	24,397
	관광 항공 부정기운송업			
	일반 여행업	359	기타 사업지원서비스	58,565

구분	관광산업분류명	산업연관표(기본부문 384)		
		코드	분류	부가가치율
	국외 여행업			
	국내 여행업			
	여행보조 및 예약 서비스업			
문화오락 및 레저산업	박물관 운영업(미술관 포함)	373	기타 문화서비스	66.064
	사적지 관리 운영업			
	식물원, 동물원 운영업			
	자연공원 운영업			
	기타 관광지 운영업			
	종합유원시설업	375	오락서비스	41.506
	일반유원시설업			
	기타유원시설업			
	농어촌 체험 및 생태 관광업	373	기타 문화서비스	66.064
	관광 공연시설 운영업	372	연극, 음악 및 기타예술	56.661
	경주장 운영업	374	스포츠서비스	59.183
	골프장 운영업			
	스키장 운영업			
	낚시장 운영업	375	오락서비스	41.506
	수상 오락 서비스업(유원시설 제외)	374	스포츠서비스	59.183
	오락 및 관광체험시설 운영	375	오락서비스	41.506
	외국인 전용 카지노업			
	내국인 출입 카지노업			
관광쇼핑업	면세점	303	소매서비스	53.571
	외국인전용 관광기념품 판매업			
	관광 인증 쇼핑업			
국제회의 및 전시업	국제회의 기획업	359	기타 사업지원서비스	58.565
	국제회의 시설업			

참여 연구진

연구책임자

박 근 화 (한국문화관광연구원 수석전문위원)

공동연구자

이 강 욱 (한국문화관광연구원 선임연구위원)

이 용 관 (한국문화관광연구원 부연구위원)

한 정 임 (한국문화관광연구원 차석전문위원)

송 정 련 (한국문화관광연구원 주임전문위원)

연구참여

안 혜 경 (한국문화관광연구원 위촉연구위원)

문화체육관광산업의 규모 추정 방안 연구

발 행 인 김 정 만

발 행 처 한국문화관광연구원
서울시 강서구 금남화로 154
전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880
<http://www.kcti.re.kr>

인 쇄 일 2017년 11월

발 행 일 2017년 11월

인 쇄 인 더크리홍보 주식회사

ISBN : 978-89-6035-695-5 93300

www.kcti.re.kr