정책연구 2020_20

OPEN 출처표시 상업용금지 변경금지
공공누리 공공저작물 자유이용허락

콘텐츠산업 분야 통계 체계구축 및 발전방안 연구

김소연

Korea Culture & Tourism Institute

한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

정책연구 2020-20

콘텐츠산업 분야 통계 체계구축 및 발전방안 연구

Establishing Statistical System in Cultural Content Industry and its Development Plans

김소연

한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

연구책임

김소연 한국문화관광연구원 연구원

공동연구

박찬욱 한국문화관광연구원 연구위원
송정연 한국문화관광연구원 주임전문원
강혜승 한국문화관광연구원 위촉연구원

연구개요

1. 연구 개요

1.1. 연구 배경 및 목적

- 콘텐츠산업은 문화와 지식정보, 서비스업 등의 융복합적 특성을 갖추고, 성장을 견인할 중심축으로 부상하였음
- 콘텐츠산업 분야의 통계 자료는 산업의 지속적인 발전과 증거 기반 정책 수립을 위해서도 중요성이 높음
- 각 국가나 지역, 기관별로 사회문화적 배경, 경제적 상황, 산업에 대한 관점 등이 다양하여, 콘텐츠산업 분야 통계는 특수성이 있음
- 본 연구는 이러한 점을 고려하여 통계 이용자 측면에서는 관련 통계 자료에 대한 이해도를 높이고, 통계 생산자 측면에서는 보다 효율적인 통계 자료를 생산하여, 콘텐츠산업 분야 통계의 이용자 친화적인 활용과 다양한 자료의 개발을 위한 발전방안을 제시하고자 함
  - 이를 위해 콘텐츠산업 분야의 주요 통계 자료 현황을 검토하여, 주요 특징을 파악함
  - 콘텐츠산업 분야 통계 자료의 질적 개선, 양적 확대, 활용 편의성 제고를 목적으로 통계 체계를 구축, 정비한 주요 사례를 분석하여, 콘텐츠산업 분야에 필요한 통계 체계구축안을 모색함
  - 전문가 의견을 수렴을 통해 통계 자료의 개선, 개발에 기여할 수 있는 내용을 구체적으로 파악함
  - 이를 통해 콘텐츠산업 분야의 통계 발전방안을 도출하고자 함

1.2. 연구 범위 및 방법

- 본 연구는 문화체육관광부 콘텐츠산업 분야의 주요 통계 자료를 연구 대상으로 설정함. 국가승인통계 내에 일부 다른 부처의 자료를 인용하고 있는 경우가 있어, 해당 자료는 분석 범위 내로 포함하였음

- 시간적 범위는 2010년부터 2020년(상반기)까지로 설정하되, 비승인 통계는 최근 5년간(2015-2019년) 반복적으로 작성된 최신 자료를 선별하고자 하였음. 주요 분석 단계에서는 전반적으로 최신 자료를 비교 검토하고자 함
- 내용적 범위 측면에서는 우선 콘텐츠산업의 정의와 범주, 콘텐츠산업의 주요 조사통계 자료를 중심으로 국내 콘텐츠산업 분야의 통계 현황을 파악함. 또한, 각 부처나 기관의 통계 현황에 따라 통계 체계의 내용적 차이가 있다는 점을 고려하여, 주요 통계 체계구축 사례 분석을 병행함
- 주요 연구방법으로 문헌연구, 사례조사 분석, 전문가 자문을 수행함

2. 콘텐츠산업 분야 통계 현황

2.1. 콘텐츠산업의 정의와 범주

- 국내 콘텐츠산업은 〈콘텐츠산업진흥법〉과 〈문화산업진흥기본법〉에 명시된 내용에 기반하여 정의되며, 콘텐츠산업 특수분류체계에 따라 '출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연' 12개 분야로 범주화 됨
- 콘텐츠산업과 유사한 개념으로 '문화산업', '창조산업', '콘텐츠 미디어 산업', '저작권 산업', '엔터테인먼트 산업' 등이 다양하게 정의되며, 우리나라와 일본의 경우 콘텐츠산업과 문화산업을 혼용하는 경향이 있음
  - 콘텐츠산업보다 넓은 의미에서 문화산업은 UNESCO(2009) 정의에 기초함
  - 콘텐츠산업에 대한 정의와 범주는 OECD가 ICT 산업의 성장과 융합성에 주목하면서, 콘텐츠 미디어 산업에 대한 별도 정의의 노력을 기울이며 구체화 됨
- 우리나라는 국가 전략적 차원에서 콘텐츠산업을 채택한 측면이 있으며, UN 국제표준산업분류(ISIC), OECD 콘텐츠 미디어 산업 분류 등 국제 기준과 한국표준산업분류(KSIC) 및 국내 산업 현실을 고려하여 콘텐츠산업 특수분류체계를 마련함

2.2. 콘텐츠산업 분야 주요 통계

■ 문화체육관광부 콘텐츠산업 분야 국가승인통계는 2종으로, 사업체 대상 조사 통계로 콘텐츠산업조사, 광고산업조사가 있음

〈표 1〉 문화체육관광부 국가승인통계(2020년 기준)

구분	통계명
문화예술 (10종)	예술인실태조사, 국민독서실태조사, 전국도서관통계, 국민여가활동조사, 국민문화예술활동조사, 근로자휴가조사, 공연예술조사, 문화예술교육조사(승인대기), 지역문화현황통계, 한국수어활용조사
관광 (4종)	관광사업체조사, 외래관광객조사, 주요관광지점입장객통계, 국민여행조사
콘텐츠 (2종)	콘텐츠산업조사, 광고산업조사
체육 (4종)	스포츠산업조사, 국민생활체육조사, 국민체력실태조사, 장애인생활체육조사
문화체육관광	문화체육관광일자리현황조사

출처: 통계청(2020), 국가승인통계 작성기관별 현황
문화체육관광부(2020), 문화체육관광부 국가통계 현황

■ 콘텐츠산업 분야의 주요 비승인 통계 자료는 반복적으로 작성된 실태조사를 중심으로 설정하였으며, 그 결과 출판, 만화, 영화, 방송 4개 분야에서 비교적 지속적으로 생산되고 있는 통계 자료가 있는 것으로 파악됨

〈표 2〉 콘텐츠산업 분야 주요 실태조사(비승인통계)

통계명	조사 기관
출판산업실태조사	한국출판문화산업진흥원
웹툰사업체실태조사	한국콘텐츠진흥원
한국영화산업실태조사	영화진흥위원회
방송프로그램 외주제작거래 실태조사	한국콘텐츠진흥원

자료: 나라장터와 각 콘텐츠 분야별 기관 홈페이지에서 확인 가능한 자료로 작성

2.3. 콘텐츠산업 분야 통계 현황 진단

가. 정의와 범주의 다양성

■ 콘텐츠산업 분야에서는 국내 각 세부산업별로도 통계 작성시 다양한 정의와 범주를 설정함

나. 분류체계 혼용

■ 콘텐츠산업의 변화 속도가 빠르고, 다양한 관점에서 산업에 접근한다는 측면에서, 여러 가지 분류체계가 적용된다는 점은 장점이나, 혼용이 지속 증가할 경우, 통계 이용자들은 상대 비교시 어려움을 겪을 수 있음

다. 모집단 설정의 차이

■ 일반적인 조사방법론 차원에서는 조사 모집단이 자료 간 다양하게 설정되는 것이 자연스러운 일이나, 특정 산업을 이해할 때 조사 모집단 설정에 차이가 크면 마찬가지로 통계 이용자들은 직관적인 이해가 어려워 불편할 수 있음

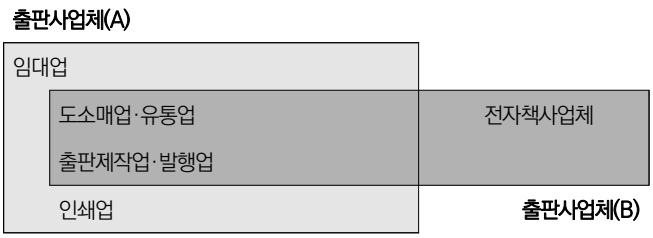
라. 인용 통계의 한계

■ 현재 콘텐츠산업의 대표적인 국가승인통계 자료에 일부 비승인 자료를 인용하는 경우, 조사 수행 기관별로 조사기준, 조사대상, 조사시점, 조사항목 등에 차이가 발생할 수 있음. 비승인 자료는 검증 과정을 거치지 않았거나 표본설계 정보가 충분하지 않은 사례도 있어, 결과적으로는 콘텐츠산업 분야 통계 이용자들의 신뢰도에 영향을 줄 수 있음

마. 시사점

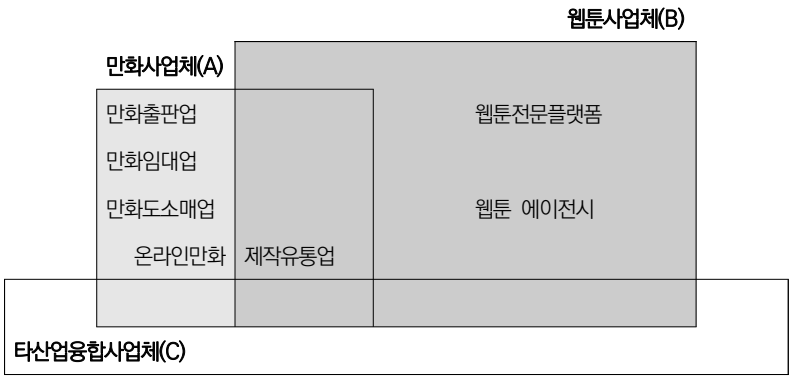
- 콘텐츠산업 분야에서 산업에 대한 관점이 다름으로 인해, 정의나 범주가 다르게 설정되는 것은 일견 자연스러운 현상임. 다만, 통계 이용자들의 관점에서는 산업에 대한 정의와 범주의 차이, 이에 따른 분류체계나 모집단 설정의 차이가 서로 다른 통계 자료들에 대한 해석이 어려울 수 있음
- 조사방법론을 활용한 콘텐츠산업 분야 주요 통계 자료들을 활용시, 통계 이용자들이 경험할 수 있는 어려움의 주요 원인을 시각화한 결과는 다음과 같음

〈표 3〉 출판산업 사업체 조사 분류체계와 표본추출틀의 차이



자료: 문화체육관광부(2020), 2019 콘텐츠산업통계조사,
한국출판문화산업진흥원(2019), 2018 출판산업실태조사 참조 재구성

〈표 4〉 만화(웹툰)산업 사업체 분류체계와 표본추출틀의 차이



자료: 문화체육관광부(2020), 2019 콘텐츠산업통계조사,
한국콘텐츠진흥원(2019), 2019 웹툰사업체실태조사 참조 재구성

〈표 5〉 방송산업 사업체 조사 분류체계와 표본추출틀의 차이

자료: 문화체육관광부(2020), 2019 콘텐츠산업통계조사,
과학기술정보통신부(2019), 2019년 방송산업실태조사,
한국콘텐츠진흥원(2019), 2019 방송프로그램 외주제작거래 실태조사 참조 재구성

■ 콘텐츠산업 분야에서 다양한 통계 자료의 개발과 활용을 필요로 하고 있는 상황임을 고려할 때, 이러한 상황이 지속된다면 결과적으로는 통계 이용자들의 활용도나 신뢰도를 저해할 수 있음. 통계 이용자들의 이해도를 제고할 필요성도 높으나, 동시에 효율적인 통계 생산 및 관리를 통해 자료의 질적 개선과 효과적인 개발을 위해서는 통계 체계의 정비도 함께 병행되어야 함

3. 콘텐츠산업 분야 통계 체계

3.1. 콘텐츠산업 분야 통계 체계 현황

가. 통계 체계

■ 통계 체계는 통계 자료의 생산 및 공급, 관리에 이르는 일련의 전 과정을 일컫는 것으로, 통계 제도나 생산, 관리 시스템을 의미함. 통계 체계에 대해서 학술적으로 일관성 있게 정의된 바는 없음

■ 통계 조정 제도로서 통계 체계는 자료 생산 구조에 따라 집중형 제도, 분산형 제도로 구분되며, 우리나라는 통계청을 비롯하여 대부분 기관별로 필요한 통계를 자체적인 방식으로 생산하는 분산형 제도를 운영하고 있음

〈표 6〉 통계 조정 제도로서 통계 체계

구분	집중형	분산형
특징	• 국가기본통계를 단일 전담기관이 생산	• 부처별, 기관별 필요 통계를 자체 생산
장점	• 통계 기초 자원, 전문인력, 장비 등 기반 중복투자 절감 • 통계 객관성과 신뢰성 확보 유리 • 통계 균형 발전과 체계화 용이	• 통계작성 업무분야의 전문지식 활용 용이 • 통계 수요 신속 대응 가능
단점	• 통계작성 업무분야의 전문지식 활용 곤란 • 통계 수요 신속 대응 곤란	• 통계작성 중복, 불일치로 예산, 인력의 낭비 • 통계 기초자원, 전문인력, 장비 등 기반의 효율적 활용 곤란
대안	• 부처간, 기관간 통계 연결 기구 필요	• 통계 조정 기관 필요
채택국가	• 캐나다, 독일, 스웨덴, 네덜란드, 호주 등	• 한국, 미국, 영국, 일본, 대만 등

자료: 김황대(2007), 통계조정제도의 사례연구, 통계개발원.
유홍림, 전명식(2008), 국가통계기관의 통계조정방법, 통계연구, 13(1), 통계개발원.
통계청(2014), 2014 경제발전경험모듈화사업: 국가통계시스템구축- 활용 재구성

■ 통계 조정의 의미와 수단 또한 다양함. 즉, 조정 제도로서 통계 체계는 관점의 차이를 반영하여 정리한 결과로, 상황에 따라 상대적인 내용 구성이 가능함

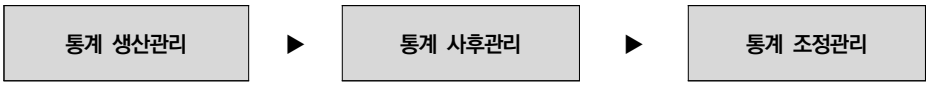
〈표 7〉 통계 조정의 의미와 수단

구분	의미
광의	• 통계체계 구축을 위한 통계계획의 수립 • 개별 통계사업의 조정(중복생산 방지, 작성 기준 설정 등) • 개별 통계의 전체적 통합 등
협의	• 분산형 제도 채택 전제 • 통계행정의 공동 관리, 업무 조정 • 개별 통계 간 모순 배제 및 정합성 제고에 목적을 둔 통계 업무
구분	수단
자료 기준	• 국가통계 지정제도, 승인제도 등
기관 기준	• 통계생산기관 지정제도, 통계조정기관 지정제도 등
업무 기준	• 통계작성 사무에 대한 개선 요구, DB, 시스템 구축 등(세부적)

자료: 유홍림, 전명식(2008), 국가통계기관의 통계조정방법, 통계연구, 13(1), 통계개발원.
통계청(2015), 통계조정업무 매뉴얼- 활용 재구성

■ 통계 관리 관점에서 통계 체계는 통계의 생산, 사후관리, 조정관리에 이르는 생애주기와 관련된 작성체계로 이해할 수도 있음

〈표 8〉 통계 생애주기에 따른 통계 체계



자료: 이충희, 김수경(2018), 문화관광 통계관리체계 개선에 관한 연구- 내용 재구성

■ 통계의 특성상, 이러한 단계 가운데 어느 한 부분에서 오류가 발생하더라도 자료의 질적 수준에 영향을 줄 수 있음. 즉, 통계 자료의 질적 개선과 효율적인 활용은 통계 체계의 개선과도 밀접한 관계에 있음

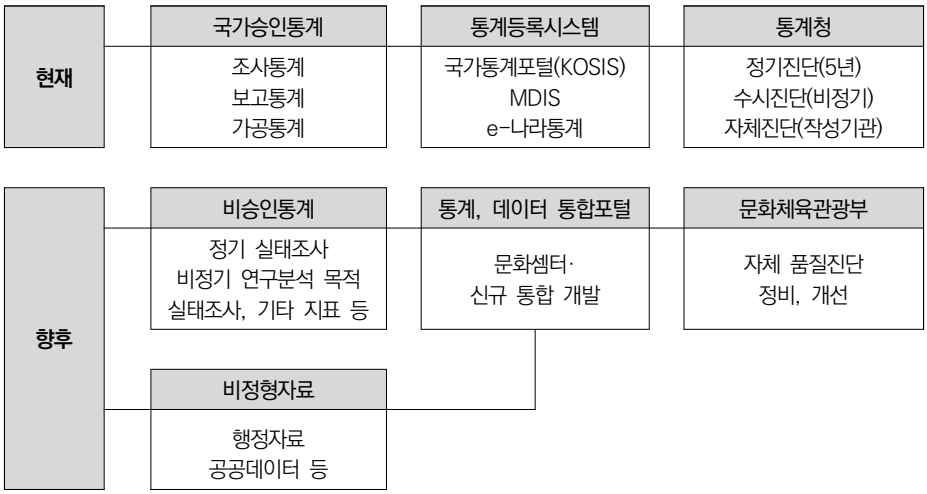
나. 문화체육관광부 통계 체계

■ 문화체육관광부 또한 분산형 통계 체계를 구축하고, 최근에는 통계 조정 기능을 강화하고 있음

- 이는 제도적으로 데이터 관련법안의 개정과 시행 등으로 통계 체계를 정비해야 하는 환경적 변화에 대응하기 위한 결과로 볼 수 있음. 문화체육관광부는 일차적으로 부처 내 소속 기관들이 작성하고, 보유중인 통계, 데이터들을 부처 내에서부터 원활하게 공동 활용할 수 있도록 할 가능성이 높음. 개정된 데이터 관련법은 부처 내, 부처 간, 나아가 민간과 공공 영역 간 통계 및 빅데이터 자료들을 연계, 활용할 수 있도록 하고 있기 때문임
- 이용자 측면에서는 이러한 법과 제도의 변화에 따라, 통계, 데이터에 대한 접근성과 활용도가 더욱 높아질 수 있음

■ 통계, 데이터 개방 체계로의 방향성은 데이터 경제로의 전환과 함께 이미 확정된 현실이므로, 향후에는 각 분야별로 보다 활용 가치가 높은 자료의 개선과 정비, 개발의 중요도가 높아질 것임

〈표 9〉 문화체육관광부 통계 체계의 현재와 향후 전망



다. 콘텐츠산업 분야 통계 체계

- 콘텐츠산업 분야 또한 분산형 통계 체계를 갖추고 있음
  - 콘텐츠산업 각 분야별 통계자료의 생산, 실무 수행 조직들은 여러곳으로 분산되어 있는 상태임
- 콘텐츠산업 분야는 특수분류체계를 기반으로 한 특수성이 있고, 산업의 변화 속도가 특별히 빠른 편이어서, 통계 자료의 생산이나 관리 측면에서 이러한 점들이 어려움으로 작용할 가능성이 매우 높음
- 콘텐츠산업 분야에서도 통계 조정 기능을 중심으로 기존 통계 자료들을 정비, 개선하고, 효율적으로 개발에 속도를 낼 수 있는 방안이 필요함
  - 특히 비승인 실태조사 자료들은 제도적인 관리 체계에 포함되지 않기 때문에 작성의 양적 증가가 반드시 좋은 방향이라고 보기 어려움

3.2. 통계 체계구축 주요 사례

- 궁극적으로 통계 자료의 효율적인 생산과 활용, 신뢰도 제고를 목표로 통계 체계를 구축, 정비한 주요 사례를 분석한 결과는 다음과 같음

- 통계 체계의 세부적인 내용은 각 부처나 작성기관별로 차이가 있을 수밖에 없음. 이는 정책 주요 대상의 차이, 기존 자료의 차이 등에서 발생하는 것임

〈표 10〉 통계 체계의 사례별 특징

구분	정보통신	고용노동	보건복지
관련 부처	과학기술정보통신부	고용노동부	보건복지부
통계 체계	집중형	분산형	분산형
주요 강점	통계협의회 활성화 훈령 및 시행계획 등	조직, 업무 안정성	이용자 친화적 개방형 시스템

■ 정보통신 분야에서는 과학기술정보통신부가 집중형 통계 체계를 갖추고, 산하 기관간의 통계협의회를 활성화하여 자료 간 중복, 혼란 등을 사전 방지하는 특성이 강하였음. 고용노동 분야에서는 분산형 통계 체계에서, 각 기관별로 주요 통계 생산, 관리가 잘 분업화된 편으로, 별도의 기관 간 협력체계가 없지만 업무 안정성이 매우 높은 편이었음. 보건복지 분야는 통계 자료 뿐만 아니라 데이터 연계 및 활용 제고를 목표로 시스템 정비와 함께 정형, 비정형 자료의 정비를 계획적으로 잘 진행해왔으며, 이용자들에게 자료 개방 정도도 높은 편으로 확인되었음

4. 콘텐츠산업 분야 통계 활용 실태

4.1. 전문가 자문 분석 개요

■ 콘텐츠산업 분야 통계 자료의 현황, 생산 및 관리 단계를 중심으로 한 통계 체계의 분석에 이어, 이용자 친화적인 통계 자료로의 개선과 개발을 위해 필요한 내용을 구체적으로 파악하기 위해 전문가를 대상으로 1차 심층면접, 2차 서면자문을 진행하였음

4.2. 콘텐츠산업 분야 통계 활용도 제고의 필요성

- 콘텐츠산업 분야 통계 자료는 공공기관, 학계, 기업 순서로 활용도에 차이가 있는 것으로 확인됨
- 공통적으로 통계 원자료를 활용한 심층 분석 가능성에 대한 요구가 높았음
  - 특히 국가승인통계 자료의 추가 개발과 원자료 제공에 대한 요구가 많았음
- 특이점으로 콘텐츠산업 분야의 기업들은 통계 자료의 활용도가 상대적으로 낮았는데, 그 이유는 기업 내부 자료나 민간 자료, 정형자료 범주를 벗어나는 비정형자료의 활용도가 높아졌기 때문으로 파악됨
  - 그럼에도 불구하고 기업의 콘텐츠산업 분야 통계 자료에 대한 개선, 개발에 대한 요구는 높은 편이었음

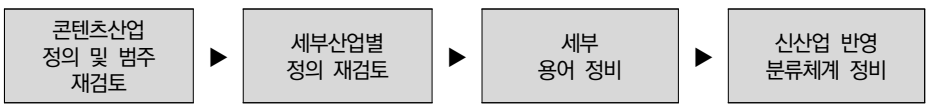
〈표 11〉 전문가들의 콘텐츠산업 분야 통계 활용도

구분	활용도	주요 원인
정부 및 공공기관 (19명)	보통	콘텐츠산업 분야 사업검토 및 정책수립에 필요 콘텐츠산업 분야 통계 자료가 절대적으로 부족함
학계 (11명)	낮음	원자료 접근 어려움 통계 자료들이 분산되어 있어 찾기 어려움
기업 (13명)	매우 낮음	원자료 접근 어려움 기업실무에서는 빠르고, 세밀한 통계 자료가 필요함

4.3. 콘텐츠산업 분야 통계 분류체계 정비 요구

- 콘텐츠산업 분야에서 통계 자료 간 다양한 분류체계가 적용되고 있고, 이로 인해 통계 이용자들의 불편함이 가중되는 측면이 있어, 신산업 환경을 반영한 콘텐츠산업의 새로운 분류체계 정비의 필요성도 확인됨

〈표 12〉 콘텐츠산업 분야 통계 분류체계 개선시 고려사항



4.4. 콘텐츠산업 분야 통계 모집단 관리 필요성

■ 전문가들은 콘텐츠산업 분야 통계 작성시, 모집단 구축과 관리가 어려운 상황에 대한 이해도가 높은 편이었음. 콘텐츠산업의 사업체 규모가 작고, 휴폐업이 잦은 특성 때문에, 보다 체계적인 통계 생산을 위해 모집단 관리에 특별한 방안 마련이 필요하다는 의견을 많이 제시함

4.5. 콘텐츠산업 정책 및 산업특성의 조사 반영

■ 현재 콘텐츠산업 분야 통계 자료들을 통해 주요 정책의 효과 분석이 가능하도록 내용을 확충해야한다는 의견이 많았음. 이는 증거 기반 정책 수립에 통계 자료가 필수적이라는 점에 대해 전문가들의 이해도가 높은 결과로도 볼 수 있음

- 콘텐츠산업 전 분야에 걸쳐, 공통적인 전문가 의견으로서, 국가승인통계 자료를 중심으로 주요 정책, 산업 경기전망, 인력 수급계획 및 전망 등의 내용이 포함될 필요가 있다고 제시됨
- 콘텐츠산업 세부산업별로는 산업별 제작환경, 유통구조, 고용구조, 직무구조 및 관련 정책, 그리고 매체환경의 변화를 반영한 내용이 조사 시 확충될 필요가 있다고 제안됨
- 특히 현재 콘텐츠산업 분야의 대표적인 국가승인통계인 콘텐츠산업조사에 대해서는 1차조사로 사업체 및 인력 중심 기초조사, 2차조사로 분야별 특성을 반영한 심층조사로 분리하는 방안, 또는 1차조사로 주력사업, 2차조사로 융합·확장사업을 조사하는 방안, 그 외 현재 사업체 대상 조사에 종사자(인력) 조사를 추가하는 방안 등이 제안됨
- 또한 회계 자료의 정비 등을 통해 질적 제고를 위한 투자 필요성을 강조함

5. 콘텐츠산업 분야 통계 체계 및 발전방안

5.1. 콘텐츠산업 분야 통계 관리체계 구축

가. 콘텐츠산업 분야 통계 조정 기능 강화

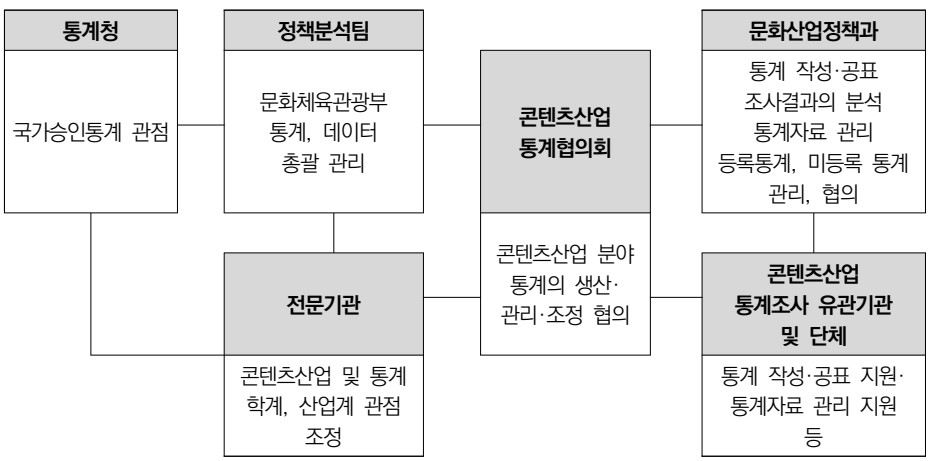
■ 본 연구에서는 콘텐츠산업 분야 통계의 보다 효율적인 생산과 활용도 제고, 향후 효과적인 추가 통계 개발을 위해 통계 작성의 기준을 관리하는 조정 기능을 강화할 것을 주장함

- 이를 통해 국가승인통계를 중심으로 통계 이용자의 편의와 활용도를 제고하기 위해 자료의 생산 단계에서부터 분류체계, 모집단 정보 관리를 체계화하여, 원자료의 제공 뿐만 아니라 심층 분석 결과의 도출을 증대할 수 있도록 함

나. 콘텐츠산업 통계협의회 및 시행계획 규정 마련

■ 콘텐츠산업 분야 통계 자료의 생산에 있어, 현재와 같은 분산형 체계를 유지하더라도, 자료 간 유사, 중복성을 조정하고 통계 품질제고 및 개선 역할을 강화하여, 이용자 친화적인 통계 자료의 생산과 활용이 가능하도록 콘텐츠산업 통계협의회와 규정의 필요성을 제시함

〈표 13〉 콘텐츠산업 통계협의회 구성안



다. 콘텐츠산업 분야 주요 정책의 통계 반영

■ 콘텐츠산업 통계협의회와 규정의 안정화를 통해, 통계 자료를 활용한 증거 기반 정책 수립 가능성을 증대할 수 있도록, 통계로 반영 가능한 주요 정책의 내용을 지속적으로 논의할 것을 제안함

5.2. 콘텐츠산업 분야 통계 생산체계 개선

가. 콘텐츠산업 분류체계 표준화 정비

■ 통계 이용자들이 콘텐츠산업 분야 통계 자료들을 편리하게 이용하며, 변화한 산업 및 매체환경을 반영, 나아가 정형자료와 비정형자료 간 연계 가능성을 고려한 표준화 작업의 필요성이 있음

나. 콘텐츠산업 모집단 관리의 일원화

■ 콘텐츠산업 분야의 통계 모집단 목록을 공유, 정비하여, 체계적으로 관리하고, 안정적으로 표본설계를 할 수 있도록 국가승인통계를 중심으로 관리 구심점을 일원화할 필요성이 있음

- 이 때 정부 콘텐츠산업 분야 지원사업에 참여한 사업체들에게 정보제공 동의서를 받아 정보를 보다 풍성하게 확보하고, 지속적으로 정보 수집과 관리를 체계화 할 수 있도록 지원하는 것이 필요함

다. 콘텐츠산업 부가조사 개발

■ 콘텐츠산업 세부분야별로 추가적인 국가승인통계의 개발, 나아가 현재와 같이 사업체 대상의 통계 자료를 넘어 종사자(인력), 이용자, 품목 등 다양한 조사대상 층위에서의 개발이 필요함

- 이 때 국가승인통계인 콘텐츠산업조사를 중심으로 각 세부분야별로 부가조사를 추가 개발할 수 있도록 개발 계획을 수립하는 방안을 제안함

라. 콘텐츠산업 분야 통계 인력 및 예산 확충

■ 콘텐츠산업 분야 통계 자료는 최근 데이터 관련법 개정에 따라, 기존 자료의 정비, 개선을 더욱 필요로 함. 이러한 변화에 대응하면서 새로운 자료를 개발하기 위해서는 인력과 예산의 확충이 필요함

- 이러한 과정을 통해 통계 생산 단계에서 콘텐츠산업 사업체 및 종사자 정보를 체계적으로 수집, 관리할 수 있도록 지원하는 것도 필요함

5.3. 콘텐츠산업 분야 통계 기반 확충

가. 콘텐츠산업 통계 자료의 정비 및 개선

■ 데이터 관련법안의 시행과 증거 기반 정책 수립의 가속화로, 콘텐츠산업 분야에서도 기존 통계 자료들을 중심으로 작성내용과 형식, 양 측면에서 구조적 개선이 활발하게 진행되어야 함

- 이 과정에서 가치가 높은 자료는 보다 확충하고, 추가 개발의 가능성도 더욱 확보될 수 있음

나. 세부 지표 및 메타데이터 구축

■ 콘텐츠산업은 일반적인 사회적 관심이 높은 분야일 뿐만 아니라, 트렌드에 민감한 분야로서 빠른 변화상을 반영한 자료에 대한 수요가 높음. 이에 따라 통계 자료와 별도의 지표를 개발하고, 향후 자료 간 연계 활용성을 높이기 위한 메타데이터의 구축도 필요함

〈표 14〉 콘텐츠산업 통계·데이터 작성 목적

구분	주요 목적
통계 자료	정확성, 신뢰성이 높은 거시 관찰 자료, 중장기적 정책효과 관찰 및 분석 목적
속보성 지표 자료	국한된 범위, 속보성 관찰 자료, 단기 보고 및 분석 목적
메타데이터	정형자료 및 비정형자료 간 연계 활용성을 높이기 위한 아카이빙 목적

다. 콘텐츠산업 분야 정보시스템 구축

■ 콘텐츠산업은 데이터 기반 산업과 연관성이 매우 높음. 따라서 보다 이용자 친화적인 콘텐츠산업 분야 통계, 데이터 서비스를 안정적으로 제공할 수 있도록 정보시스템을 구축할 것을 제안함

- 콘텐츠산업 분야에 특화된 정보시스템을 통해 다양한 형태의 정형, 비정형 자료를 총괄적으로 아카이빙할 수 있어야 함
- 콘텐츠산업에 대한 이용자들의 기대를 충족시키기 위해서도 가능한 한 질적 수준이 높은 원자료, 세부적인 분석 결과, 인포그래픽 등 다양한 정보가 서비스될 수 있도록 해야 함
- 장기적으로 이러한 기반의 확충이 통계, 데이터의 질적 개선과 개발과도 밀접한 관계에 있음을 강조함

목차

제1장 서론 ····· 1

제1절 연구 배경 및 목적 3

1. 연구 배경 3
2. 연구 목적 8

제2절 연구 범위 및 방법 10

1. 연구 범위 10
2. 연구 방법 14

제2장 콘텐츠산업 분야 통계 현황 ····· 17

제1절 콘텐츠산업의 정의와 범주 19

1. 국내 콘텐츠산업의 정의와 범주 19
2. 해외 콘텐츠산업의 정의와 범주 23
3. 콘텐츠산업과 조사방법론의 이해 29

제2절 콘텐츠산업 분야 주요 통계 현황 35

1. 국내 콘텐츠산업 분야 주요 통계 35
2. 콘텐츠산업조사 38
3. 출판산업실태조사 50
4. 웹툰사업체실태조사 54
5. 한국영화산업실태조사 59
6. 방송산업실태조사 및 방송프로그램 외주제작거래 실태조사 65
7. 광고산업조사 72

제3절 콘텐츠산업 분야 통계 현황 진단 77

1. 콘텐츠산업 정의와 범주의 다양성 77
2. 분류체계 혼용 79
3. 모집단 설정의 차이 81
4. 인용 통계의 한계 86

제4절 시사점 88

제3장 콘텐츠산업 분야 통계 체계 ····· 89

제1절 콘텐츠산업 분야 통계 체계 현황 91
1. 통계 체계의 정의 91
2. 문화체육관광부 통계 체계 96
3. 콘텐츠산업 분야 통계 체계 100

제2절 통계 체계구축 주요 사례 102
1. 분석 개요 102
2. 정보통신 분야 통계 체계 104
3. 고용노동 분야 통계 체계 110
4. 보건복지 분야 통계 체계 116

제3절 시사점 120

제4장 콘텐츠산업 분야 통계 활용에 대한 전문가 의견 ····· 123

제1절 분석 개요 125
1. 분석 목적 125
2. 분석 방법 126

제2절 분석 결과 130
1. 콘텐츠산업 분야 통계 활용도 제고 130
2. 분류체계 개선의 필요성 136
3. 모집단 관리의 중요성 141
4. 조사 내용의 개선 143

제3절 시사점 154
1. 콘텐츠산업 분야 통계 활용도 제고 방안 154
2. 콘텐츠산업 분야 통계 주요 개선점 157

제5장 콘텐츠산업 분야 통계 체계 및 발전방안 ····· 163

제1절 콘텐츠산업 분야 통계 관리체계 구축 165

1. 콘텐츠산업 분야 통계 조정 기능 강화 165
2. 콘텐츠산업 통계협의회 및 시행계획 규정 마련 166
3. 콘텐츠산업 분야 주요 정책의 통계 반영 169

제2절 콘텐츠산업 분야 통계 생산체계 개선 171

1. 콘텐츠산업 분류체계 표준화 작업 171
2. 콘텐츠산업 모집단 관리의 일원화 172
3. 콘텐츠산업 세부분야별 부가조사 개발 174
4. 콘텐츠산업 분야 통계 인력 및 예산 확충 175
5. 콘텐츠산업 사업체 및 종사자 정보 관리 방안 마련 175

제3절 콘텐츠산업 분야 통계 기반 확충 177

1. 콘텐츠산업 통계 자료의 정비 및 개선 177
2. 세부 지표 및 메타데이터 구축 179
3. 콘텐츠산업 분야 정보시스템 구축 181

제6장 결론 ····· 183

제1절 연구요약 및 시사점 185

제2절 정책 제언 187

참고문헌 / 189

ABSTRACT / 193

부록 / 195

표 목차

〈표 1-1〉 콘텐츠산업에 대한 관점 5
〈표 1-2〉 주요 검토 자료 12
〈표 1-3〉 콘텐츠산업 분야 사업체 대상 주요 실태조사(비승인통계) 작성시기 검토결과 13
〈표 1-4〉 연구 수행방법 및 과정 15
〈표 2-1〉 콘텐츠산업진흥법(콘텐츠산업법) 제1장 2조(정의) 20
〈표 2-2〉 문화산업진흥기본법(문화산업법) 제1장 2조(정의) 21
〈표 2-3〉 국내 콘텐츠산업의 정의 및 통계작성의 법적 근거 22
〈표 2-4〉 UNESCO 문화지표체계 24
〈표 2-5〉 OECD의 ICT와 콘텐츠 미디어 산업 구분 25
〈표 2-6〉 UN 국제표준산업분류 J. 정보통신업 26
〈표 2-7〉 OECD 콘텐츠 미디어 산업(Content and Media Products) 27
〈표 2-8〉 주요 국가 콘텐츠산업 분류체계 비교 28
〈표 2-9〉 문화체육관광부 국가승인통계(2020년 기준) 36
〈표 2-10〉 콘텐츠산업 분야 주요 실태조사(비승인통계) 37
〈표 2-11〉 콘텐츠산업 분야 주요 통계 검토 목록 38
〈표 2-12〉 콘텐츠산업조사 주요 이용기관과 활용 목적 38
〈표 2-13〉 콘텐츠산업조사 연혁 39
〈표 2-14〉 콘텐츠산업 특수분류체계 및 콘텐츠산업조사 작성 방법 41
〈표 2-15〉 콘텐츠산업조사 항목 44
〈표 2-16〉 콘텐츠산업조사 수행 조직의 변화 48
〈표 2-17〉 콘텐츠산업 분야 통계 주요 이용자와 활용 목적 49
〈표 2-18〉 콘텐츠산업조사 정기통계품질진단- 통계작성 과정별 진단결과 49
〈표 2-19〉 콘텐츠산업조사 품질진단결과 50
〈표 2-20〉 출판산업실태조사 조사표 51
〈표 2-21〉 출판산업실태조사 항목 52
〈표 2-22〉 출판산업 분류체계 비교 53
〈표 2-23〉 출판산업 조사 표본추출틀 비교 54

〈표 2-24〉 웹툰사업체실태조사 조사표 55
〈표 2-25〉 웹툰사업체실태조사 항목 56
〈표 2-26〉 만화산업 분류체계 비교 57
〈표 2-27〉 만화·웹툰산업 조사 표본추출틀 비교 58
〈표 2-28〉 한국영화산업실태조사 조사표 59
〈표 2-29〉 한국영화산업실태조사 항목 60
〈표 2-30〉 영화산업 분류체계 비교 63
〈표 2-31〉 영화산업 조사 표본추출틀 비교 64
〈표 2-32〉 방송산업실태조사 조사표 66
〈표 2-33〉 방송산업실태조사 항목 66
〈표 2-34〉 방송프로그램 외주제작거래 실태조사 조사표 67
〈표 2-35〉 방송프로그램 외주제작거래 실태조사 항목 68
〈표 2-36〉 방송산업 주요 조사 분류체계 비교 69
〈표 2-37〉 방송프로그램 외주제작 실태조사 표본추출틀 비교 71
〈표 2-38〉 광고산업조사 조사표 72
〈표 2-39〉 광고산업조사 세부 조사항목 73
〈표 2-40〉 광고산업 분류체계 비교 74
〈표 2-41〉 광고산업 조사 표본추출틀 비교 75
〈표 2-42〉 출판산업 사업체 조사 분류체계와 표본추출틀의 차이 80
〈표 2-43〉 만화(웹툰)산업 사업체 분류체계와 표본추출틀의 차이 80
〈표 2-44〉 방송산업 사업체 조사 분류체계와 표본추출틀의 차이 80
〈표 2-45〉 콘텐츠산업조사 연도별 표본 규모 81
〈표 2-46〉 콘텐츠산업 주요 국가승인통계 표본추출틀 83
〈표 2-47〉 콘텐츠산업 주요 실태조사 표본추출틀 85
〈표 3-1〉 통계 조정 제도로서 통계 체계 92
〈표 3-2〉 통계 조정의 의미와 수단 94
〈표 3-3〉 통계 생애주기에 따른 통계 체계 95
〈표 3-4〉 문화체육관광부 통계·데이터 생산 및 관리 체계 96
〈표 3-5〉 데이터 관련법 개정 및 시행에 따른 데이터 연계와 제공 구조 98
〈표 3-6〉 문화체육관광부 통계 체계의 현재와 향후 전망 99
〈표 3-7〉 콘텐츠산업 분야 주요 통계와 작성 기관 101
〈표 3-8〉 통계 체계 주요 분석 사례 104
〈표 3-9〉 정보통신정책연구원 통계 조직도 106

〈표 3-10〉 과학기술정보통신부 ICT 통계 체계 107
〈표 3-11〉 과학기술정보통신부 정보통신·방송통계 관리규정 - 과학기술정보통신부 훈령 제12호 108
〈표 3-12〉 한국노동연구원 통계 조직도 111
〈표 3-13〉 2020년 사업체패널 8차 조사(WPS2019) 업무추진도 114
〈표 3-14〉 한국노동연구원 사업체패널 조사표 115
〈표 3-15〉 한국보건사회연구원 통계·데이터 조직도 118
〈표 3-16〉 보건복지데이터포털(보건복지통계정보시스템) 구축 흐름도 119
〈표 3-17〉 통계 체계 구축 사례별 특징 121
〈표 4-1〉 1차 전문가 심층면접 목록 126
〈표 4-2〉 2차 전문가 서면자문 목록 128
〈표 4-3〉 전문가 자문 구조 129
〈표 4-4〉 전문가들의 콘텐츠산업 분야 통계 활용도 130
〈표 4-5〉 전문가들의 콘텐츠산업 분야 통계 활용 유형 134
〈표 4-6〉 전문가 자문 집단별 콘텐츠산업 분야 통계 활용도 154
〈표 4-7〉 전문가 집단별 통계 원자료 활용 목적 156
〈표 4-8〉 콘텐츠 기업의 통계·데이터 분석 트렌드 156
〈표 4-9〉 콘텐츠산업 분야 통계 자료 개선에 대한 전문가자문 주요결과 158
〈표 4-10〉 콘텐츠산업 분야 통계 분류체계 개선시 고려사항 159
〈표 4-11〉 콘텐츠산업 분야별 조사 확충 내용 161
〈표 4-12〉 콘텐츠산업 사업체 대상 조사방법 제안 162
〈표 5-1〉 콘텐츠산업 분야 통계 생산, 관리, 활용 단계별 주요 개선점 166
〈표 5-2〉 콘텐츠산업 통계협의회 구성안 168
〈표 5-3〉 콘텐츠산업 조사 내용 개선에 대한 전문가 주요 의견 170
〈표 5-4〉 콘텐츠산업 분야 통계 표준화의 필요성 171
〈표 5-5〉 콘텐츠산업 분야 표본추출틀 관리 일원화의 중요성 172
〈표 5-6〉 국가승인통계와 빅데이터의 특징 비교 178
〈표 5-7〉 국가통계로 활용가능한 빅데이터 179
〈표 5-8〉 콘텐츠산업 통계·데이터 작성 목적 구분 180

그림 목차

[그림 1-1] 국내 콘텐츠산업 전체 매출액 추이 3
[그림 1-2] 국내 콘텐츠산업 세부산업별 매출액 추이 4
[그림 2-1] 표본설계 단계 29
[그림 2-2] 모집단 정의에 따른 표본의 차이 30
[그림 2-3] 확률표집 및 비확률표집 32
[그림 2-4] 표본추출틀(조사 모집단)의 이해 33
[그림 2-5] 콘텐츠산업 종사자 규모별 연도별 사업체 수 현황 46
[그림 2-6] 콘텐츠산업 매출액 규모별 연도별 사업체 수 현황 46
[그림 2-7] 주요 국가 콘텐츠산업 범주 비교 77
[그림 2-8] 콘텐츠산업 주요 조사 간 표본설계 단계별 차이 86
[그림 5-1] 콘텐츠산업 분야 표본추출틀 관리 방안 173

제1장

서론

제1절 연구 배경 및 목적

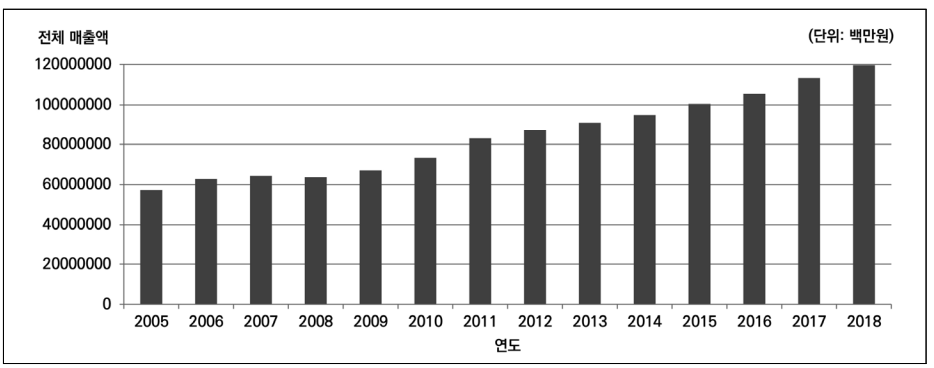
1. 연구 배경

가. 콘텐츠산업의 성장

국내 콘텐츠산업은 현재 매출액 119조 6,066억, 사업체 수 10만 5,310개, 종사자 수 66만 7,437명 수준으로 성장하였다(문화체육관광부, 2020). 세계적으로도 데이터 기반의 지식정보산업과 서비스산업을 중심으로 경제 기반의 체질 개선이 가속화되고 있다.

콘텐츠산업은 문화와 지식정보, 서비스업의 융복합적 특성을 갖추고, 성장을 견인할 중심축으로서 기대감을 더욱 높이고 있다. 또한 최근에는 비대면 산업의 중요성이 부상하면서, 사회적 관심이 더욱 높아지고 있는 산업군이다.

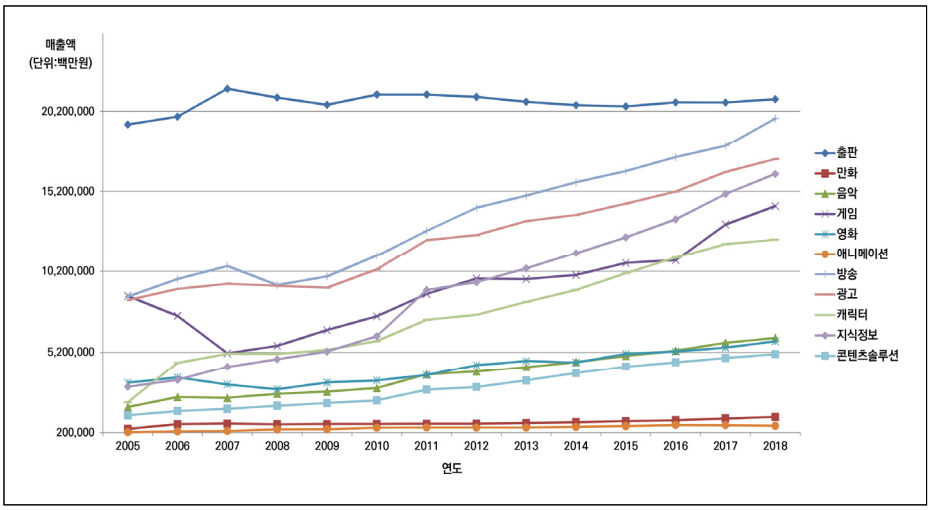
[그림 1-1] 국내 콘텐츠산업 전체 매출액 추이



자료: 콘텐츠산업조사 각 연도별 자료 재구성 1)2)3)4)5)6)7)8)9)10)

1) 연도는 보고서 발간 시점 기준이 아닌, 실제 조사한 기간 연도 기준임
2) 만화: 2005년, 2006년 매출액은 어린이·학습만화 미포함
3) 음악: 2006년, 2007년 매출액은 노래연습장, 음악행사매출, 음악공연 및 인터넷음반, 음반도매업, 인터넷·모바일 음악콘텐츠 제작 및 제공업(CP) 포함

[그림 1-2] 국내 콘텐츠산업 세부산업별 매출액 추이



자료: 콘텐츠산업조사 각 연도별 자료 재구성

나. 증거 기반 정책 수립을 위한 콘텐츠산업 분야 통계의 중요성

콘텐츠산업 분야의 통계 자료는 산업의 지속적인 발전을 위해서도 중요성이 높다. 산업 통계 자료는 기본적으로 정부의 정책 수립, 기업의 경영계획, 대학이나 연구소에서 수행하는 산업지형에 대한 객관적인 실태파악과 증거 기반 연구를 위한 기초자료이다. 따라서 콘텐츠산업 분야에서 생산되는 통계 자료들은 산업의 성장요인이나 방해요인을 탐색하고, 향후 정책 방향성과 개선안을 제시할 수 있는 자료로 원활하게 활용되어야 한다.

---

4) 영화: 애니메이션 극장매출액 제외
5) 애니메이션: 2005년 기준조사시에는 서울관객수만을 계산하였으나, 이후부터 전국관객수 계산. 2006년에는 극장매출액과 방송사매출액을 포함됨
6) 방송: 2008~2010년 방송분야는 문화산업통계와 디지털콘텐츠산업통계 통합과정의 보고 결과로, 각 연도별 보고서마다 수치 차이가 있고, 해당기간동안만 독립제작사 매출액 별도 산출. 최신 관찰결과인 2013년 콘텐츠산업조사 보고서를 기준으로 작성함. 2008년부터 방송산업 매출액은 방송사업 수익만 포함하여 이전년도와 직접비교 불가
7) 광고: 2016년~2018년 기준 조사는 정부광고대행기관(아리랑TV, 언론진흥재단)의 수치를 포함하여, 이전년도와 단순비교는 불가
8) 캐릭터: 2005년 기준조사에서는 캐릭터 상품 도소매업 매출규모가 제외되었으나, 2006년, 2007년 기준조사에는 이를 포함함
9) 지식정보: 2009년부터 가상세계 및 가상현실업 포함
10) 콘텐츠솔루션: 2009년부터 컴퓨터그래픽스(CG) 제작업 포함

다. 콘텐츠산업 분야 통계의 특수성

콘텐츠산업은 국가별로 서로 다양한 조작적 정의에 기반하고 있다. 콘텐츠산업에 대한 정의와 범주는 각 국가별로 서로 다른 사회문화적 배경, 경제적 상황 등의 차이에서 비롯된다. 이에 따라 현재 국내·외 콘텐츠산업 분야의 통계 자료들은 서로 직접 비교는 어려운 상태다.

OECD 주요 국가들은 콘텐츠산업에 대해 보편적으로 문화산업(Cultural Industry)이라는 용어를 사용하고 있으며, 주요 국제기구들도 접근방식이 다양하다. 이는 산업에 대한 관점의 차이로 이해할 수 있다. 콘텐츠산업 분야의 통계 자료를 활용할 때는 이러한 산업적 특성을 고려해야 할 필요가 있다.

〈표 1-1〉 콘텐츠산업에 대한 관점

국제 기구	주요 관점
UNESCO(유네스코)	문화의 다양성
UNDP(UN개발계획)	전문인력의 창의성
UNCTAD(UN무역개발협의회)	개발도상국 경제개발 수단으로서의 문화산업
ILO(국제노동기구)	산업의 고용증진
WIPO(세계지식재산권기구)	지식재산권
WTO(세계무역기구)	국가 간 무역협상의 주요 의제 중 하나

자료: 문화체육관광부(2010), OECD 국가의 콘텐츠산업 및 정책현황 비교-에서 재구성

콘텐츠산업의 정의와 범주가 다양하다는 점은 통계를 생산하고 활용하는 측면에서 어려움으로 작용하기도 한다. 통계 자료를 생산할 때는 명확한 작성 기준이 중요하다. 현재 우리나라는 콘텐츠산업 특수분류체계에 따라, 콘텐츠산업 국가승인통계를 작성하고 있다. 관련 통계 자료들의 생산량도 증가하는 추세에 있으나, 자료들 간에 콘텐츠산업과 각 세부산업에 대한 정의와 범주가 서로 다른 경우가 많다.

콘텐츠산업 분야의 통계이용자들은 이 과정에서 통계 자료 간의 서로 다른 결과로 인해 이해와 해석에 어려움을 겪을 수 있다. 실제로 각 통계 자료들 간에 작성 목적이 다른 경우도 많지만, 현재 콘텐츠산업 분야의 통계 자료들은 많은 경우 서로 다른 정의와 범주를 설정하고 작성되기 때문에, 자료 간 상대 비교시에는 혼란을 겪을 가능성이 높은 편이다.

콘텐츠산업이 이렇게 국내·외 다양한 정의와 범주를 설정하고 있다는 점을 고려하더라도, 각 세부산업별, 지역별 비교에 있어 통계 자료의 활용은 현실적으로 어려운 부분이 발생한다. 또한 콘텐츠산업의 특성상 관련 기술이나 매체환경의 변화, 시장 변화의 속도가 매우 빠른데 비해, 통계 자료에 그러한 변화상이 즉각적으로 반영하기 어려움으로 인해 통계 활용이 더욱 어려워지는 경향도 있다. 따라서 국내 콘텐츠산업에 한해서라도 통계 자료들의 효율적인 생산과 활용도 제고를 위한 개선이 필요한 시점이다.

라. 콘텐츠산업 분야 통계 자료 현황 및 체계 점검

이러한 배경을 고려하여, 콘텐츠산업 분야 통계의 보다 효율적인 생산과 활용을 위해 현황을 검토해야할 필요성이 있다. 국내 콘텐츠산업 분야에서는 현재 콘텐츠산업 전 분야를 포괄하는 국가승인통계로서 문화체육관광부 콘텐츠산업조사가 있다. 콘텐츠산업조사는 콘텐츠산업 특수분류체계 전체 12개 산업 분야 가운데, 공연산업을 제외한 출판, 만화, 음악, 영화, 게임, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 11개 산업을 대상으로 작성되는 사업체 대상 조사이다. 그 외에도 또 다른 국가승인통계인 광고산업조사나, 다양한 비승인 통계 자료들이 작성되고 있다.

산업 분야에서 사업체 대상 통계는 종사자, 이용자, 품목 등 조사대상의 기초단위가 다른 자료 작성시에 중요한 기준이 된다. 산업을 구성하는 주요 범위와 구조를 설명하기 때문이다. 특히 국가승인통계는 신속한 실태 파악이나 특정 목적을 위해 한시적으로 작성하는 다양한 비승인 통계자료의 기준이 된다는 점에서 중요도가 높다. 콘텐츠산업 분야에서는 이러한 점에서 사업체 대상 국가승인통계인 콘텐츠산업조사의 중요도가 높은 편이다.

통계 현황 검토를 통해 콘텐츠산업 분야에서 생산되는 주요 통계 자료들을 점검하는 만큼, 자료를 생산하고 관리하는 통계 체계를 점검에 대한 필요성도 높다. 개별 기관이 생산하는 통계 자료의 양은 증가하는 추세이나, 체계적인 작성 기준이 적용되고 있지 않다면, 자료 생산의 중복이나 이용시의 혼란이 가중될 수 있기 때문이다. 이와 관련하여, 통계 자료의 생산과 관리 측면에서의 개선이 통계 자료의 개선과도 연관성이 있다는 점에 대해 더욱 주목해야할 필요가 있다.

마. 콘텐츠산업 분야 통계 발전방안 도출

데이터 경제 체제로의 전환과 함께, 최근 통계와 빅데이터 자료의 활용성을 증대하는 데이터 관련법안 개정과 시행이 진행되고 있다. 데이터 3법으로 지칭하는 개인정보보호법, 정보통신망법, 신용보호법이 2020년 8월 시행되었고, 12월부터는 데이터기반행정법이 시행될 예정이다. 이러한 데이터 관련법들은 기존에 생산되어 온 통계 중심의 정형자료들을 포함하여, 기술발전에 따라 폭발적으로 증가하고 있는 비정형자료 간의 연계를 통해 이용자들의 데이터 접근권과 활용도를 크게 개선하는 근거법안이 될 것이다.

콘텐츠산업 분야의 통계 자료 현황과 체계 점검을 통해서, 이제는 이러한 제도와 사회적 환경 변화를 고려한 새로운 생산과 관리 체계를 구축해야 한다. 이와 같은 변화들로 인해, 기존 통계 자료들도 보다 더 효과적으로 활용될 수 있도록 개선해야 할 필요성이 높아졌기 때문이다.

또한 통계 이용자 관점에서, 현재 콘텐츠산업 분야 통계 자료의 활용 현황과 개선점을 점검할 필요도 있다. 최근의 통계, 데이터 관련 제도적 변화는 이용자 친화성을 최우선적으로 고려하고 있다. 전반적으로 콘텐츠산업 분야에서 통계 이용자들이 개선, 또는 개발을 필요로 하는 내용을 파악하여, 가능한 부분들은 적극적으로 반영해야 할 것이다.

종합적으로 이러한 검토를 통해, 콘텐츠산업 분야의 통계 발전방안을 구체적으로 모색할 필요가 있다. 이러한 차원에서 본 연구를 통해 콘텐츠산업 분야의 통계 자료가 정책 수립의 기반 자료로서 활용 가치를 제고하는데 기여하도록 해야 할 것이다.

2. 연구 목적

가. 콘텐츠산업 분야의 통계 현황 이해

본 연구에서는 먼저 콘텐츠산업 분야의 통계 자료 현황을 검토하여, 주요 특징을 파악한다. 궁극적으로 콘텐츠산업의 합리적인 정책 수립을 위해서는 콘텐츠산업 분야의 통계 자료가 보다 원활하게 활용되고, 개발, 개선되어야 할 필요성 또한 크다. 특히 사업체나 종사자(인력)을 주요 대상으로 하는 정책의 타당성을 높이기 위해서는 일차적으로 사업체 대상 통계 자료의 중요성이 높다. 산업 분석시에는 사업체 대상의 통계 결과에 기반하여, 또 다른 층위에서의 통계 자료들이 연동성과 효용성을 획득하기 때문이다. 현재 문화체육관광부 콘텐츠산업 분야에서는 사업체 대상 국가승인통계가 생산되고 있으며, 그 외에는 각 세부산업별, 지역별로 다양한 비승인 실태조사 자료들이 생산되고 있다.

본 연구에서는 현재 콘텐츠산업 분야의 국가승인통계가 사업체 대상 조사로 한정되어 있는 현실을 고려하여, 우선적으로 사업체 층위에서의 주요 통계 자료를 중심으로 현황을 파악한다. 이를 통해 조사설계, 조사항목 등 통계 자료 간의 차이점을 비교 검토하고, 이 과정에서 주요 특징을 포착한다.

나. 콘텐츠산업 분야 통계 체계 점검

통계의 질적 개선은 자료 생산이나 관리 단계, 즉 통계 체계의 정비와도 밀접한 관계에 있다. 통계 자료는 일차적으로 작성 목적에 따라 다양한 형식과 방법으로 생산될 수 있다. 그러나 통계 자료의 생산 의도와 달리, 통계 활용 측면에서 이용자들은 서로 동일하거나 유사한 자료 간에 이질적인 결과치에 대한 혼란을 경험할 수 있다. 따라서 체계화된 통계 생산 구조를 벗어난 자료들이 증가할수록, 이용자들이 통계 자료에 대한 이해와 해석에 어려움을 느낄 가능성도 높아질 수 있다. 이러한 동태가 반복된다면 결과적으로 통계 자료에 대한 이용자들의 신뢰도와 활용도를 저해할 수 있다.

본 연구에서는 이러한 측면에 주목하여 통계 체계를 구축하거나 정비한 주요 선행사례들을 함께 검토한다. 동시에 현재 콘텐츠산업 분야의 통계 생산과 관리 체계 현황을 점검하고, 최근의 관련 제도적 환경 변화를 고려하여, 콘텐츠산업 분야에 적합한 통계 체계를 구축할 수 있도록 한다.

다. 콘텐츠산업 분야 통계 활용도 제고 방안 도출

콘텐츠산업 분야 통계 자료를 활용하는 이용자 측면에서 현재 수준보다 활용도를 더욱 제고할 방안의 도출도 중요하다. 통계 이용자는 일반적으로 정책 전문가, 산업 전문가, 일반 이용자 등으로 다양하다. 본 연구에서는 통계 이용자들 가운데, 콘텐츠산업과 통계 분야에 대한 이해도가 높은 전문가 자문을 수행한다. 이를 통해 현재 콘텐츠산업 분야 통계의 활용도를 점검하고, 콘텐츠산업 분야에 특화된 통계 자료들을 이용할 때 발생하는 어려움과 개선이 필요한 내용을 파악하도록 한다.

이를 통해, 콘텐츠산업의 실증적인 정책 수립과 산업 활성화를 위한 기초자료로서 통계의 가치를 제고하고, 보다 활용도가 더 높은 자료로 개선하고, 새 자료를 개발하는데 필요한 발전방안을 도출한다.

제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

가. 연구 대상

본 연구의 주요 대상은 문화체육관광부 콘텐츠산업 분야에서 생산되는 주요 통계 자료로 설정하였다. 궁극적으로 콘텐츠산업 분야 통계 자료의 전반적인 개선과 새로운 자료의 개발을 위함이다. 통계 자료 생산 및 관리 단계에서의 체계를 구축하고자 하는 것 또한, 콘텐츠산업 분야 통계 자료의 활용도를 제고하여 관련 정책수립에 더 기여할 수 있도록 하기 위함이다.

첫 번째 단계로, 콘텐츠산업 분야의 주요 통계 자료를 검토한다. 이를 위해, 콘텐츠산업 분야의 국가승인통계 자료를 포함하여, 각 세부산업별로 비교적 반복 작성된 주요 실태조사 자료들을 주요 분석 대상으로 한다.

국가승인통계는 작성 방식에 따라, 조사통계와 보고통계로 구분된다. 조사통계는 통계작성을 주목적으로 사업체 또는 국민 대상으로 조사되는 통계이다. 보고통계는 개인 및 단체의 신고, 보고, 신청 등과 같은 행정업무에 수반하여 수집된 자료를 활용하여 작성된 통계로, 단순 집계 방식으로 작성되기 때문에 유사·중복 문제가 상대적으로 낮고, 조사통계에 비해 요구되는 전문성 수준도 비교적 낮은 편이다(박근화·이충희·윤소영, 2016). 국가승인통계는 원칙적으로 공표 의무대상으로, 일련의 관리 체계 내에 있기 때문에 다른 통계자료들에 비해 높은 신뢰성을 확보한다.

비승인 통계는 대체로 조사통계와 가공통계로 구분할 수 있다. 비승인 통계 자료는 국가승인통계만큼 관리가 많이 이루어지는 자료라 볼 수는 없다. 다만, 비승인 통계 중에서도 정기적으로 생산되는 통계는 국가승인통계만큼 활용도가 높고, 정기적으로 생산되고 있지 않은 비승인통계 자료들 가운데에도 가치가 높은 자료들이

있기 때문에, 중요하지 않은 자료로 보기는 어렵다.

국가승인통계와 비승인 통계 자료의 차이는 통계청의 관리를 받는 자료의 여부이다. 국가승인통계의 경우, 통계청 관리 하에 모집단 목록을 명확히 확보하여 표본추출이 진행된다. 이와 비교해, 비승인 통계는 모집단 목록을 명확히 파악할 수 없거나, 정보를 얻기 어려워 한시적으로 작성되는 경우가 많다. 이로 인해 모집단의 정의가 모호하여 통계값을 추정할 수 없어 대표성을 파악하기 어렵거나, 결과값의 편차가 심하여 신뢰하기 어려운 편이다. 그럼에도 불구하고 활용도나 관심도가 높은 통계들이다(박근화·이충희·윤소영, 2016).

콘텐츠산업 분야에서는 현재 소수의 국가승인통계 자료와 다수의 비승인 실태조사 자료들이 다양하게 생산되고 있다. 본 연구에서는 이렇게 다양한 자료들 중에서도, 산업 분석에 있어 중요도가 높은 사업체 대상 조사통계 자료를 주 검토 대상으로 설정한다. 콘텐츠산업은 국내·외 각 국가별, 지역별로, 또는 세부산업별로 사회경제적 맥락에 따라 서로 다른 조작적 정의를 활용하고 있다. 이로 인해 통계 작성의 범위가 다양해질 수 있는데, 이러한 점이 통계 자료의 생산과 활용 측면에서는 어려움으로 작용될 수 있다.

국내 콘텐츠산업 분야의 주요 통계 현황을 검토하는 단계에서는 먼저 각 자료들의 특성을 파악한다. 이어, 주요 자료 간의 비교 검토를 통해, 이처럼 다양한 자료를 활용하는 관점에서 발생할 수 있는 개선점을 조사방법론에 따라 도출한다. 이를 통해 이용자들에게 일부 오해를 낳을 수 있는 지점들에 대해서는 이해를 돕고, 개선이 필요한 내용은 별도로 정리한다.

두 번째 단계로, 콘텐츠산업 분야의 통계 생산과 관리 체계 현황을 검토한다. 이 과정에서 보다 효율적인 통계 자료의 생산과 활용을 위해 체계를 구축하거나 개선을 선행한 다른 부처나 기관의 사례를 함께 검토하도록 한다. 각 부처나 기관은 정책의 주요 대상과 내용이 다름으로 인해, 통계 자료의 생산과 관리 현황이 다른 측면이 있다.

통계 자료의 질적 개선과 활용도 제고를 위해서는 통계 체계의 정비가 함께 병행될 수밖에 없다. 통계의 작성 환경과 관리 내용이 결과적으로 자료의 질적 수준에 영향을 미칠 수 있기 때문이다. 따라서 콘텐츠산업 분야와 다른 분야의 통계 체계 현황을 검토함으로써, 보다 나은 생산과 활용에 적합한 통계 체계 구축안을 모색한다.

세 번째 단계로는 콘텐츠산업 분야 통계 이용자들의 관점에서 활용 현황을 점검하고, 필요로 하는 개선 내용을 파악한다. 통계 활용도는 이용자에 따라 내용과 수위가 상대적일 수 있다. 우선 현재 콘텐츠산업 분야에서 생산되는 통계 자료들을 이용자들이 어느 정도로, 어떻게 활용하고 있는지를 점검한다. 이어, 향후 개선 또는 개발이 필요한 내용을 중심으로 전문가들의 의견을 고루 수렴한다.

본 연구의 주요 과제는 국내 콘텐츠산업 분야의 통계 체계 구축안과 발전방안을 도출하는 것이다. 이 점을 고려하여, 콘텐츠산업 분야 통계 자료 현황 검토를 통한 개선점, 통계 자료의 생산과 관리 단계 검토를 통한 체계의 현황과 개선점, 그리고 통계이용자들의 관점에서의 활용 현황과 주요 개선점을 상호 파악하도록 할 것이다. 이러한 과정을 거쳐 최종적으로 콘텐츠산업 분야의 통계 체계구축안과 발전방안 도출에 이를 수 있도록 한다.

자료의 검토 범위와 순서는 콘텐츠산업 특수분류체계를 기준으로 한다. 현재 콘텐츠산업 특수분류체계에 기반하여 작성되는 통계 자료로는 국가승인통계인 콘텐츠산업조사가 대표적이다. 콘텐츠산업 각 세부 분야별로는 비교적 지속적으로 작성된 비승인 실태조사를 선별하였다. 이 가운데 방송 분야의 경우, 현재 콘텐츠산업조사 내에 일부 인용자료로 활용중인 과학기술정보통신부의 국가승인통계 자료가 있다. 이 경우는 다른 부처에서 작성하고 있더라도, 분석 단계에 활용할 수 있도록 포함하였다.

〈표 1-2〉 주요 검토 자료

구분	작성방식	자료명(작성기관)
국가승인통계	조사통계	[종합] 콘텐츠산업조사(문화체육관광부) [광고] 광고산업조사(문화체육관광부, 인용통계) [방송] 방송산업실태조사(과학기술정보통신부, 방송통신위원회, 인용통계)
비승인통계		[출판] 출판산업실태조사(한국출판문화산업진흥원) [만화] 웹툰사업체실태조사(한국콘텐츠진흥원) [영화] 한국영화산업실태조사(영화진흥위원회, 인용통계) [방송] 방송프로그램 외주제작거래 실태조사(한국콘텐츠진흥원, 인용통계)

나. 시간적 범위

본 연구의 주요 연구대상인 콘텐츠산업조사는 통합 후 국가승인통계로 지정된 첫 해인 2010년(2009년 조사결과)부터 2019년(2018년 조사결과) 자료를 대상으로

한다. 현재 콘텐츠산업조사의 일부 분야는 다른 부처나 기관에서 작성한 자료를 인용자료로 활용하고 있다. 앞서 언급한 방송 분야가 대표적인데, 콘텐츠산업조사의 방송 분야는 과학기술정보통신부 국가승인통계인 방송산업실태조사와 별도의 방송프로그램 외주제작거래 실태조사(비승인통계) 자료를 모두 인용하고 있다. 이 때문에 방송 분야에 있어서는 예외적으로 다른 부처나 기관의 작성 자료를 검토 범위 내로 포함하였다.

그 외에 콘텐츠산업 각 분야별 실태조사(비승인통계) 자료는 최신 작성 자료를 대상으로 설정하였다. 이를 위하여 연구진은 콘텐츠산업 분야의 비승인통계 자료의 경우, 2015년부터 2019년까지 최근 5년간 타부처나 기관이 작성한 실태조사 자료에 대해서도 검토하였다(부록 참조). 그 가운데 비교적 지속성을 갖고, 반복적으로 조사된 주요 실태조사를 선별하여 연구 범위로 설정하였다.

〈표 1-3〉 콘텐츠산업 분야 사업체 대상 주요 실태조사(비승인통계) 작성시기 검토결과

분류	조사	2015	2016	2017	2018	2019
출판	출판산업실태조사	○	○	○	○	○
만화(웹툰)	웹툰사업체실태조사	X	X	X	X	○
음악	대중음악산업실태조사*	-	-	-	-	-
게임	게임산업실태조사*	-	-	-	-	-
영화	한국영화산업실태조사	○	○	○	○	○
애니메이션	기타 실태조사**	X	X	X	X	X
방송	방송산업실태조사	○	○	○	○	○
	방송프로그램 외주제작거래 실태조사	○	○	○	○	○
광고	광고산업조사(승인)	○	○	○	○	○
캐릭터	기타 실태조사**	X	X	X	X	X
지식정보	기타 실태조사	X	X	X	X	X
콘텐츠 솔루션	기타 실태조사	X	X	X	X	X

자료: 나라장터(www.g2b.go.kr)에서 2015-2019년간 작성된 실태조사 검색, 재구성

* 음악, 게임 분야 실태조사는 비정기적으로 작성된 것으로 확인하였으나, 관련 보고서나 자료를 확보할 수 없었음

** 애니메이션, 캐릭터 분야 실태조사는 특정한 연구목적하에 작성된 비승인통계 자료가 있는 것으로 파악되었으나, 별도의 특정 자료를 찾을 수 없어 비교대상에서 제외함

다. 내용적 범위

콘텐츠산업 분야 통계 작성의 기준은 산업에 대한 명확한 정의와 범주 설정에서 출발한다. 현재 콘텐츠산업에 대한 정의와 범주가 국가별, 지역별, 통계 작성의 목적에 따라 다르다는 점을 고려하여, 우선 콘텐츠산업에 대한 다양한 정의와 범주를 검토한다.

이를 기반으로 국내 콘텐츠산업 주요 국가승인통계와 비승인 실태조사 자료의 조사설계 방식과 항목을 중심으로 특징을 파악한다. 이 과정에서 검토 자료들 간의 작성 방식의 차이로 인해 발생하는 현황의 특징들을 도출한다. 이때 검토 중요도가 가장 높은 자료는 콘텐츠산업 분야의 대표적인 국가승인통계 자료인 콘텐츠산업조사라 할 수 있다. 그 외의 주요 실태조사 자료들간의 검토시에도 콘텐츠산업조사는 국가승인통계로서의 비교 기준 자료가 될 것이다.

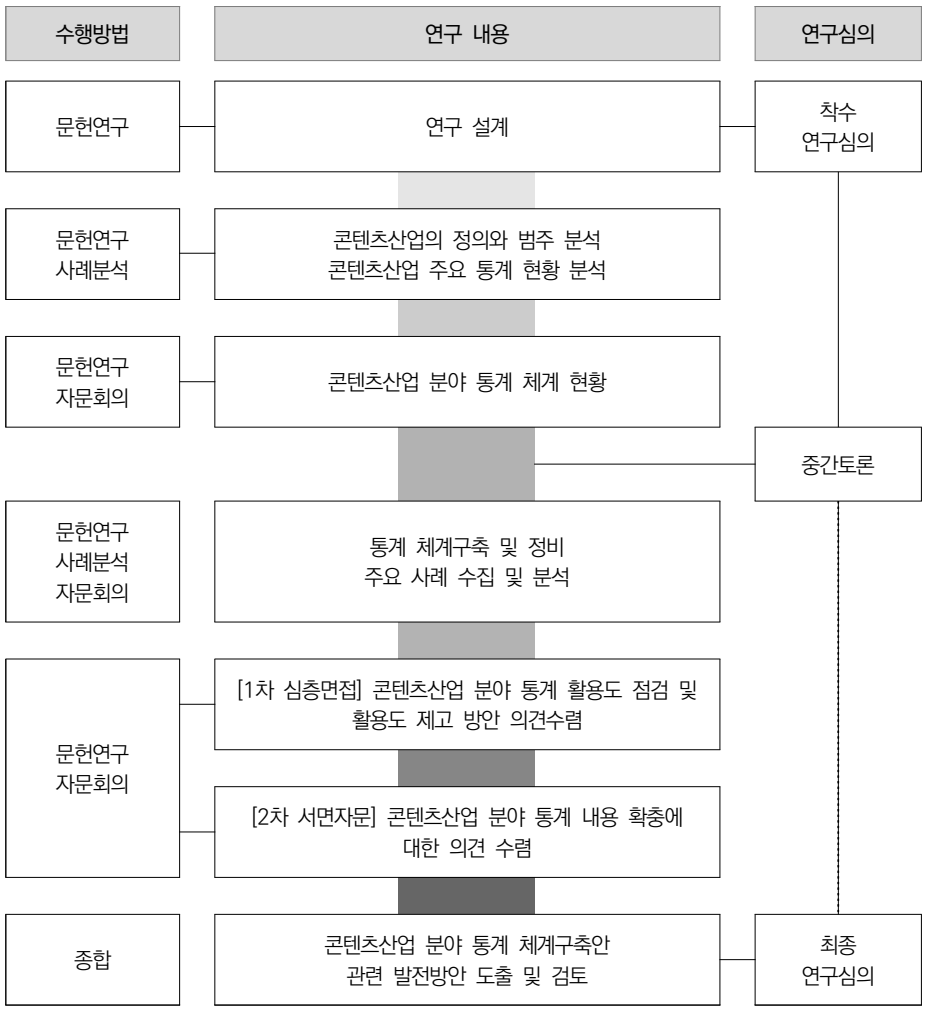
통계 자료의 질적 수준은 통계 생산과 관리 단계를 중심으로 한 통계 체계와도 연관성이 있다. 이러한 측면에서, 현재 콘텐츠산업 분야의 통계 체계 현황을 파악하고, 서로 다른 상황하에서 이미 통계 체계를 구축했거나 정비한 선행 사례들을 수집하여 그 특징을 분석한다.

이어, 콘텐츠산업 분야의 통계 자료 활용도 제고를 위하여 전문가 자문을 통해, 주요 활용 현황을 점검하고, 필요로하는 개선점을 파악한다. 이를 통해 콘텐츠산업 분야의 통계 개선과 활용도를 제고하기 위해서 필요한 체계구축 방안과 향후 발전 방안을 도출하도록 한다.

2. 연구 방법

본 연구는 크게 콘텐츠산업 분야 통계 현황 분석, 콘텐츠산업 분야 통계 체계구축을 위한 사례 분석, 통계 활용도 점검과 개선 내용 파악을 위한 전문가 의견 분석, 마지막으로 콘텐츠산업 통계 체계구축 방안과 발전방안 도출에 이르는 순서로 구성되었다. 이를 위해 문헌연구, 사례분석, 전문가 자문회의, 연구진 회의로 구분된 연구 방법론을 활용한다. 연구진행 단계별 주요 분석 내용과 수행방법은 다음과 같은 연구 흐름도로 작성하였다.

〈표 1-4〉 연구 수행방법 및 과정



제2장

콘텐츠산업 분야 통계 현황

제1절 콘텐츠산업의 정의와 범주

1. 국내 콘텐츠산업의 정의와 범주

가. 국내 콘텐츠산업의 정의

국내 콘텐츠산업의 정의는 1998년 OECD가 발표한 〈신성장 산업으로서 콘텐츠(content as a new growth industry)〉에서, 디지털 기술로 인한 네트워크 기반의 콘텐츠 환경 변화를 언급하며 소개된 바에 기인하고 있다. 이후 2006년, 콘텐츠산업의 하위분야로서 디지털콘텐츠의 급성장과 중요성이 강조되면서, 콘텐츠 및 미디어산업은 '콘텐츠 상품의 생산, 발간 또는 전자적 유통에 관련된 산업'으로 정의되었다(한국콘텐츠진흥원, 2017).

국내 콘텐츠산업의 '콘텐츠'에 대한 정의는 〈콘텐츠산업진흥법〉(제1장 2조 1항)과 〈문화산업진흥기본법〉(제1장 2조 3항)을 따른다. 〈콘텐츠산업진흥법〉과 〈문화산업진흥기본법〉은 공통적으로 콘텐츠를 '부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체 포함)의 자료 또는 정보'로 정의하고 있다. 다만, 〈콘텐츠산업진흥법〉에서는 '기술적보호조치' 내용을 별도 조항으로 마련하여, 콘텐츠제작자의 이익 침해를 방지하기 위해 콘텐츠에 적용하는 기술 또는 장치로서, 저작물도 콘텐츠로 봄을 명시하고, 콘텐츠의 범위를 저작물로까지 확장하였다.

'콘텐츠산업'에 대한 정의는 〈콘텐츠산업진흥법〉에 따라, '경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체 포함)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업'으로 정의한다. 이때, 제작은 창작·기획·개발·생산 등을 통하여 콘텐츠를 만드는 것을 말하며, 이를 전자적인 형태로 변환하거나 처리하는 것을 포함한다. 이에 따라, 콘텐츠제작자는 콘텐츠 제작 과정 전체를 기획하고 책임지는 자이며, 콘텐츠사업자는 콘텐츠의 제작·유통 등과 관련된 경제활동을 영위하는 자로 구분하고 있다.

〈문화산업진흥기본법〉은 콘텐츠를 문화상품과 구분되는 개념으로 다루고 있다. 이에 따라 〈문화산업진흥기본법〉에서는 '콘텐츠'를 문화콘텐츠, 디지털콘텐츠, 디지털문화콘텐츠, 멀티미디어콘텐츠, 공공문화콘텐츠 5가지로 구분하여 명시하고 있다.

〈문화산업진흥기본법〉과 〈콘텐츠산업진흥법〉에서 동일한 개념으로서의 콘텐츠는 '디지털콘텐츠'에 해당한다. 〈문화산업진흥기본법〉의 디지털콘텐츠는 '부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체 포함)의 자료 또는 정보로서 그 보존 및 이용의 효용을 높일 수 있도록 디지털 형태로 제작하거나 처리한 것'으로 정의하고 있다. 이와 비교해, '멀티미디어콘텐츠'는 〈콘텐츠산업진흥법〉의 정의와 유사한 내용을 포괄하여, '부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체 포함)과 관련된 미디어를 유기적으로 복합시켜 새로운 표현기능 및 저장기능을 갖게 한 콘텐츠'를 말한다.

콘텐츠산업을 구성하는 세부 분야는 〈문화산업진흥기본법〉이 〈콘텐츠산업진흥법〉 보다 구체적으로 구분하고 있다. 〈문화산업진흥기본법〉은 문화산업을 구성하는 분야로서 영화, 음악, 게임, 출판, 방송, 만화, 캐릭터, 애니메이션, 광고, 공연 10개 분야를 콘텐츠산업의 범주에 포함하고 있다. 그러나 특이점으로, 디자인 분야를 포함하면서도 산업디자인은 제외하거나, 문화재 관련 산업, 대중문화예술산업, 전통적인 소재와 기법을 활용하여 상품의 생산과 유통이 이루어지는 산업으로서 의상, 조형물, 장식용품, 소품 및 생활용품 등과 관련된 제조업 관련 산업에 이르는 보다 확장된 산업 분야까지 정의 내용으로 포함하고 있다.

〈표 2-1〉 콘텐츠산업진흥법(콘텐츠산업법) 제1장 2조(정의)

이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

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.

자료: 법제처(2012), 콘텐츠산업진흥법

〈표 2-2〉 문화산업진흥기본법(문화산업법) 제1장 2조(정의)

이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.
〈개정 2010. 6. 10., 2011. 5. 25., 2014. 1. 28., 2016. 3. 29.〉

1. "문화산업"이란 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말하며, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 포함한다.
   가. 영화·비디오물과 관련된 산업
   나. 음악·게임과 관련된 산업
   다. 출판·인쇄·정기간행물과 관련된 산업
   라. 방송영상물과 관련된 산업
   마. 문화재와 관련된 산업
   바. 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일문화콘텐츠·디자인(산업디자인은 제외한다)·광고·공연·미술품·공예품과 관련된 산업
   사. 디지털문화콘텐츠, 사용자제작문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업
   아. 대중문화예술산업
   자. 전통적인 소재와 기법을 활용하여 상품의 생산과 유통이 이루어지는 산업으로서 의상, 조형물, 장식용품, 소품 및 생활용품 등과 관련된 산업
   차. 문화상품을 대상으로 하는 전시회·박람회·견본시장 및 축제 등과 관련된 산업. 다만, 「전시산업발전법」 제2조제2호의 전시회·박람회·견본시장과 관련된 산업은 제외한다.
   카. 가목부터 차목까지의 규정에 해당하는 각 문화산업 중 둘 이상이 혼합된 산업
3. "콘텐츠"란 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보를 말한다.

자료: 법제처(2012), 문화산업진흥기본법

이처럼 국내 콘텐츠산업은 법적으로 〈콘텐츠산업진흥법〉과 〈문화산업진흥기본법〉에 명시된 정의 내용을 혼합하여 적용하고 있다.

나. 국내 콘텐츠산업의 범주

국내 콘텐츠산업의 범주는 OECD 권고에 따라, 통계청 국가승인통계 조사를 위해 제정된 특수분류체계인 '콘텐츠산업 특수분류체계'를 따르고 있다. 이에 따라, 콘텐츠산업은 세부적으로 '출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연' 12개 분야로 세분화된다.

콘텐츠산업 특수분류는 2008년 정부조직개편에 따라 문화체육관광부에서 콘텐츠산업 진흥정책을 일원화하기로 결정되면서 해당 정책을 지원하기 위해 작성되었다(통계분류포털, 2020). 특수분류체계는 통계법 제22조 2항에 근거하여, 통계청

승인을 받아 제정되는 것이다. 관련 통계작성시에는 분류에 대한 검토가 생략되기에, 신속한 승인이 가능하다. 또한 특수분류 제정 내용은 국내·외 선도적인 역할을 수행하여, 타 국가의 분류작성에 권고내용으로 활용되기도 한다.

통계청의 특수분류는 관심이 증대되는 산업이나, 국가경쟁력 제고 등에 중요한 산업 등을 종합적으로 파악할 수 있도록, 특정산업에 한정하여 재구성한 분류체계이다. 통계청이 운영하는 별도의 특수분류체계는 콘텐츠산업 뿐만 아니라, 저작권, 관광, 스포츠, 정보통신기술(ICT), 물류, 자동차관련전용부품제조, 에너지, 로봇, 환경, 공간정보, 디자인, 사회서비스, 소방 등이 있다. 한국표준산업분류가 그동안 정보통신기술, 정보·과학·기술 서비스업 등 신산업 분야의 변화를 적극적으로 반영해 왔음에도 불구하고, 특정산업의 발전을 모두 포함하지 못하는 한계가 있어, 특수분류체계가 이러한 부분을 반영하는 역할을 수행하도록 한 것이다.

콘텐츠산업 특수분류체계에 기반한 콘텐츠산업조사는 〈문화산업진흥기본법〉 제30조 3항 문화산업통계의 조사 조항에 의거하여 작성되고 있다. 이에 따라, 국내 콘텐츠산업의 진흥과 발전을 위한 산업현황 및 시장규모 파악, 실태조사 목적의 국가승인통계로 조사된다(문화체육관광부, 2018).

〈표 2-3〉 국내 콘텐츠산업의 정의 및 통계작성의 법적 근거

구분	내용	참고
콘텐츠산업진흥법	'콘텐츠산업'의 정의	정의
문화산업진흥법	'콘텐츠'와 '세부분야' 정의	
	제30조 3항(문화산업통계의 조사) ① 문화체육관광부장관은 중·장기 기본계획을 효과적으로 수립·시행하고 문화산업에 활용하는 것을 촉진하기 위하여 국내·외의 실태조사를 통한 문화산업통계를 작성할 수 있다. ② 문화산업통계의 작성·관리에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	통계작성의 법적 근거
통계법	제3조 1항 1호(국가승인통계) 통계작성기관이 정부정책의 수립·평가 또는 경제·사회현상의 연구·분석 등에 활용할 목적으로, 산업·물가·인구·주택·문화·환경 등 특정의 집단이나 대상 등에 관하여, 직접 또는 다른 기관이나 법인 또는 단체 등에 위임·위탁하여 작성하는 수량적 정보	확정 범주 (콘텐츠산업 특수분류체계)
	제22조 2항 (특수분류 제정 근거) 통계작성기관의 장은 통계를 작성하는 때에는 통계청장이 제1항에 따라 작성, 고시하는 표준분류에 따라야 한다. 다만, 통계의 작성목적상 불가피하게 표준분류와 다른 기준을 적용하고자 하는 때에는 미리 통계청장의 동의를 받아야 한다.	

2. 해외 콘텐츠산업의 정의와 범주

가. 콘텐츠산업의 국제적 정의

콘텐츠산업에 대한 정의는 국가별로 다양하다. 국제적으로 '콘텐츠산업'과 유사한 개념으로 '문화산업', '창조산업', '콘텐츠 미디어 산업', '저작권 산업', '엔터테인먼트 산업' 등이 다양하게 사용된다. 그 중에서도 '문화산업'이 국제적 활용도가 높은 편으로 평가받고 있다(문화체육관광부, 2010).

우리나라와 일본의 경우에는 콘텐츠산업과 문화산업을 혼용하여 사용하는 측면이 있다. 이는 ICT와 미디어 환경의 발달로 미디어 콘텐츠가 널리 활용되면서 콘텐츠산업을 국가 전략적 차원에서 채택한 영향이라 할 수 있다(노준석 외, 2013). 우리나라 콘텐츠산업의 정의 또한, UNESCO와 OECD의 권고 내용을 바탕으로, 범주는 UN의 국제산업분류(ISIC)에 기초한 한국표준산업분류(KSIC)에 기반하여 정립된 것이다(통계청, 2010).

콘텐츠산업보다 넓은 의미에서 문화산업은 UNESCO(2009)의 정의에 기초하고 있다. UNESCO는 문화산업을 '유·무형의 예술적·창조적인 결과물을 생산하는 산업으로서 문화자산을 활용하고, 지식기반의 재화와 서비스 생산을 통해 부를 창출하고 소득을 형성하는 잠재성을 지닌 산업'으로 정의하였다(UNESCO, 2009).

UNESCO 문화지표에서 문화산업은 '문화 영역(Cultural domains)'과 '문화 관련 영역(Related domains)'에 혼재되어 있다. 이 가운데, 우리나라의 콘텐츠산업과 가장 유사한 세부 분야는 주로 전통미디어와 뉴미디어 분야에 해당한다. UNESCO 전통미디어 분야에는 서적, 신문·잡지와 같은 출판산업과 영화, 방송, 음악 등과 같은 시청각 산업이 있다. 뉴미디어 분야에는 디지털, 멀티미디어 분야 및 게임 산업이 해당된다.

〈표 2-4〉 UNESCO 문화지표체계

구분	문화 영역 (Cultural domains)						관련 영역 (Related domains)	
세부 분야	문화 유산	문화예술			전통 미디어	뉴 미디어		
분류	문화유산 자연유산	공연 축제 등	시각 예술 공예	디자인 창조적 서비스	도서 및 출판	시청각 쌍방향 미디어	관광	스포츠 및 오락
내용	•박물관 •고고학·역사적 공간 •문화적 조경 •자연유산	•공연예술 •음악 •전시, 박람회, 축제 (기타)	•미술 •사진 •공예	•패션 디자인 •그래픽 디자인 •인테리어 디자인 •조경 디자인 •건축 서비스 (기타) •광고 서비스	•책 •신문·잡지 •기타 인쇄 매체	•영화·비디오 •TV·라디오 (인터넷 스트리밍 포함) •인터넷 팟캐스팅 •비디오 게임 (온라인 포함)	•여행 서비스 •접객업·숙박업	•스포츠 •생활 체육 •놀이 동산 •테마 파크 •도박

자료: UNESCO(2009), Framework for Cultural Statistics 참조 재구성

OECD는 콘텐츠산업을 구체적으로 정의하고자 노력해온 바 있다. OECD는 1997년, 전자적 처리를 하는 산업으로서 ICT 산업(Information and Communication, 정보와 커뮤니케이션 산업)의 성장과 융합성에 주목하고, 콘텐츠 미디어 산업(Content and Media Products)에 대한 별도 정의의 필요성을 제기했다. 이어 1998년, ICT 산업의 정의와 분류체계를 발표한 이후, 논의와 수정 과정을 거쳐, 2007년 콘텐츠 미디어 산업에 대한 정의를 공식적으로 발표하였다.

이에 따라, OECD의 콘텐츠산업에 대한 정의는 '콘텐츠 미디어 산업'에 대한 정의로 통용되어 온 측면이 있다. OECD의 콘텐츠 미디어 산업은 '주로 대중매체를 통해 사람들에게 정보를 제공하거나, 교육, 오락을 제공할 것을 목적으로, 콘텐츠(정보, 문화, 오락 상품)의 생산, 출판, 유통에 관련되어야 하며, 이때 콘텐츠는 인간에게 전달할 목적으로 구조화된 메시지'로 정의된다(OECD, 2009). OECD의 ICT 산업에 대한 정의가 '주로 전자적 수단을 통해 전송 및 표시를 포함한 정보의 처리 및 통신 기능을 실현시키거나 가능하게 하는 것'으로, 물리적 현상의 탐지, 저장,

처리 등을 위한 제조와 서비스로 한정되는 것과 구분된 것이다(정현준, 2010).

〈표 2-5〉 OECD의 ICT와 콘텐츠 미디어 산업 구분

정보경제(Information Economy)	
정보와 커뮤니케이션 산업(ICT)	콘텐츠 미디어 산업(Content and Media Products)
• (ICT 산업에 포함될) 후보 산업의 상품들은 주로 전자적 수단을 통해 전송 및 표시를 포함한 정보의 처리 및 통신 기능을 실현시키거나 가능하게 해야 한다.	• (콘텐츠 미디어 산업에 포함될) 후보 산업의 상품들은 주로 대중매체를 통해 사람들에게 정보를 제공하거나, 교육 혹은 오락을 제공할 것을 목적으로 해야 한다. 이 산업들은 콘텐츠(정보, 문화, 오락 상품)의 생산, 출판, 혹은 배급에 관련되어야 하며, 이때 콘텐츠는 인간에게 전달할 목적으로 구조화된 메시지이다.

자료: OECD(2009), Guide to Measuring the Information Society 참조 재구성

나. 해외 콘텐츠산업의 범주

국제적으로 콘텐츠산업의 범주는 UN의 국제표준산업분류(ISIC)의 '정보통신업(information and communication)'을 우선적 기준으로 삼는다. UN은 2008년 국제표준산업분류를 개정하면서 정보통신업을 신설하였다. 국제표준산업분류의 정보통신업에는 출판, 영상, 방송, 통신 및 정보서비스업이 해당되며, 우리나라 콘텐츠산업 특수분류도 이러한 분류 내용에 기반하여 작성되었다.

OECD(2009)의 콘텐츠산업 범주 또한 UN의 국제표준산업분류(ISIC)를 참조하였다. 앞서 콘텐츠산업에 대한 정의에서 살펴보았듯이, OECD는 ICT 산업(정보와 커뮤니케이션 산업)과 콘텐츠 미디어 산업을 구분하고자 한 바 있다. 이는 각국 정부들이 ICT 산업(정보와 커뮤니케이션 산업)과 콘텐츠 미디어 산업에 대한 구별된 분류체계 확립을 통해, 정보경제 산업(Information Economy)을 보다 정확하게 측정하고자 하는 수요를 반영한 개정이라 볼 수 있다.

〈표 2-6〉 UN 국제표준산업분류 J. 정보통신업

대분류	중분류	소분류
출판업	도서, 정기 간행물 및 기타 출판 활동	도서 출판업
		디렉토리 및 메일링 리스트 출판업
		신문, 저널 및 정기 간행물 출판업
		기타 출판 활동
	소프트웨어 출판업	소프트웨어 출판업
영화, 비디오, TV 프로그램 제작, 음반 및 음악 출판 활동	영화, 비디오 및 TV 프로그램 활동	영화, 비디오 및 TV 프로그램 제작업
		영화, 비디오 및 TV 프로그램 편집 작업
		영화, 비디오 및 TV 프로그램 유통업
		영화 상영 활동
	음반 및 음악 출판업	음반 및 음악 출판업
프로그래밍 및 방송 활동	라디오 방송	라디오 방송
	TV 프로그래밍 및 방송 활동	TV 프로그래밍 및 방송 활동
통신업	무선 통신 활동	무선 통신 활동
	유선 통신 활동	유선 통신 활동
	위성 통신 활동	위성 통신 활동
	기타 통신 활동	기타 통신 활동
컴퓨터 프로그래밍, 컨설팅 및 관련 활동	컴퓨터 프로그래밍 활동	컴퓨터 프로그래밍 활동
	컴퓨터 컨설팅 및 컴퓨터 시설 관리 활동	컴퓨터 컨설팅 및 컴퓨터 시설 관리 활동
	기타 정보기술 및 컴퓨터 서비스 활동	기타 정보기술 및 컴퓨터 서비스 활동
정보 서비스 활동	데이터 처리, 호스팅 및 관련 활동; 웹 포털	데이터 처리, 호스팅 및 관련 활동
		웹 포털
	기타 정보기술 활동	통신사 활동
		기타 정보기술 활동

자료: United Nations. Statistical Division. (2008). International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC). No. 4. United Nations Publications.

OECD 콘텐츠 미디어 산업 분류의 특징은 국제표준산업분류(ISIC) '정보통신업'을 기준으로, ICT 산업을 제외한 모든 산업을 범주화한 것이다. 이때, 단순 인쇄 및 복제 활동을 수행하는 '인쇄 및 인쇄 관련 산업'과 '기록매체 복제 산업'은 콘텐츠 미디어 산업 분류에서 제외하였다(정현준, 2010).

〈표 2-7〉 OECD 콘텐츠 미디어 산업(Content and Media Products)

구분	조사 내용	
책 출판, 정기 간행물 및 기타 출판 제작	5811	도서 출판
	5812	디렉토리 및 메일링 리스트 출판
	5813	신문, 저널 및 정기 간행물 출판
	5819	기타 출판 제작
영화, 비디오 텔레비전 프로그램 제작	5911	영화, 비디오 및 텔레비전 프로그램 제작
	5912	영화, 비디오 및 TV 프로그램 후반 제작
	5913	영화, 비디오 및 텔레비전 프로그램 배포 제작
	5914	영화 영사 제작
녹음 및 음악 출판 활동	5920	녹음 및 음악 출판 제작
프로그래밍 방송 활동	6010	라디오 방송
	6020	텔레비전 프로그래밍 및 방송 제작
기타 정보 서비스 제작	6391	뉴스 에이전시 제작
	6399	기타 정보 서비스 제작

자료: OECD(2009), Guide to Measuring the Information Society 참조 재구성

국가별 콘텐츠산업의 범주는 주로 OECD ICT 산업(정보와 커뮤니케이션 산업)과 콘텐츠 미디어 산업에 대한 구별적 분류를 기준으로, 사회적 환경이나 관점의 차이에 따라 다양하게 설정된 상태다. 실제로 콘텐츠산업의 국가 간 비교에 일률적으로 적용할 수 있는 분류체계는 마련되어 있지 않다. 이 때문에, 콘텐츠산업의 국가 간 직접 비교를 진행하는데는 많은 어려움이 따른다.

영국은 디지털문화미디어스포츠부(DCMS, Department for Digital, Culture, Media & Sport)에 의해 정의된 창조산업 11개 분류를 개선하여, 현재 9개 분류를 활용하고 있다(1998년~2001년 제정, 2014년 개정). 영국표준산업분류(UKSIC, United Kingdom Standard Industrial Classification)에 기반한 창조산업 범주에는 미디어 기반의 콘텐츠산업 분야 외에도 창의성을 중심으로 한 예술 분야를 포함하고 있으며, 우리나라 콘텐츠산업 범주에서는 제외된 건축이나 패션 등의 분야도 포함되어 있다.

이에 따라, 영국의 창조산업 9개 분류는 광고 및 마케팅, 건축, 박물관·미술관 및 도서관, 공예, 디자인, 영화·TV·비디오·라디오 및 사진, 음악, 공연 및 시각 예술, 출판, IT·소프트웨어 및 컴퓨터 서비스로 구분된다.

미국은 엔터테인먼트산업을 중심으로 콘텐츠산업 범주를 설정하고 있다. 북미표준산업분류체계(NAICS)의 정보산업 분류체계를 적용하여, 출판, 영화, 음악, 방송, 데이터처리 관련 정보 분야와 예술, 엔터테인먼트, 레크리에이션산업으로 구분하고 있다. 이때 엔터테인먼트와 레크리에이션 산업 범주에 공연이나 오락산업 등을 포함한다.

일본은 콘텐츠산업의 정의와 범주에 대해 우리나라와 가장 유사한 관점을 채택하고 있다. 일본표준산업분류에 기반하여 방송업, 정보서비스업, 인터넷서비스업, 통신업 등을 콘텐츠산업으로 범주화하였다. 그 외 중국의 경우, 문화상품의 생산과 문화관련상품의 생산 체계를 기준으로 분류체계를 범주화하였으나, 세부적으로 문화산업에 대한 기준이 상이하여 신뢰도가 낮다는 평가를 받고 있다.

〈표 2-8〉 주요 국가 콘텐츠산업 분류체계 비교

구분	영국	미국	한국	일본	중국
산업명칭	창조산업	엔터테인먼트산업	콘텐츠산업	정보통신업	문화산업
기준 분류	영국표준 산업분류 (UKSIC)	북미산업 분류체계 (NAICS)	한국표준 산업분류 (KSIC)기반 콘텐츠산업 특수분류	일본표준 산업분류 (JSIC)	국민경제 업종 분류와 유네스코 문화 통계 프레임 연계 분류
주요 분류 (대분류)	•광고 및 마케팅 •건축 •박물관, 미술관 및 도서관 •공예 •디자인 •영화, TV, 비디오, 라디오 및 사진 •음악, 공연 및 시각예술 •출판 •IT, 소프트웨어 및 컴퓨터서비스	•정보 •예술 •엔터테인먼트, 레크리에이션	•출판 •만화 •음악 •게임 •영화 •애니메이션 •방송 •광고 •캐릭터 •지식정보 •콘텐츠솔루션 •공연	•방송업 •정보서비스업 •인터넷부수 서비스업 •통신업	•문화상품의 생산 •문화관련 상품의 생산

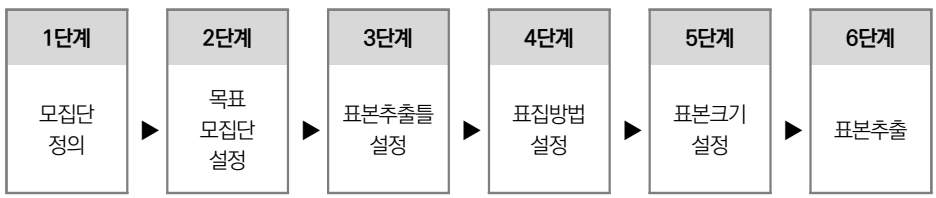
구분	영국	미국	한국	일본	중국
장점	중분류에 산업별 가치사슬을 반영하여 체계화되어 있음	완전 분산형 통계 제도로 분야별로 전문성을 지닌 여러 기관이 시장 수요에 의해 통계를 생산	-특수분류체계로 산업 가치사슬 구조 파악 용이 -산업전반에 대한 진단 및 정책 활용도 높음	-한국 콘텐츠 산업 분류와 가장 유사한 형태 -산업표준분류를 근거로 매년 체계적, 객관적인 통계를 생산	OECD 분류 등 국제기준과 연계를 염두에 두고 개선을 추진하는 등 비교적 체계화 됨
단점	창의성을 중심으로 분류되어 콘텐츠 산업 외 분야도 다수 포함	중분류가 산업별로 일관성있는 가치사슬을 반영하지는 못함	주요국에서 포함하고 있는 디자인, 패션, 건축 등의 분야 미포함	한국과 유사하게 디자인, 패션 등의 분야는 미포함	문화산업별 기준이 상이해 공신력이 떨어짐

자료: 이현우·조영기·이윤진·김명진(2017), 콘텐츠산업의 경제적 가치 측정과 신규 통계지표 개발 방안, 코카포커스, 17(1), pp. 3-27, 한국콘텐츠진흥원-연구 내용과 최신 확인 정보 기반 재구성.

3. 콘텐츠산업과 조사방법론의 이해

본 장에서 콘텐츠산업 분야 주요 통계 자료들의 현황을 본격적으로 분석하기에 앞서, 조사방법론에 대한 이해가 선행될 필요가 있다. 앞서 살펴본 것처럼, 조사 대상의 정의와 범주는 조사방법론에서도 특히 표본설계의 각 단계와 밀접한 관계가 있다. 표본설계는 일반적으로 모집단 정의, 목표 모집단 설정, 표본추출틀 설정, 표집 방법과 표본 크기의 설정, 그리고 표본 추출 단계로 진행된다.

[그림 2-1] 표본설계 단계



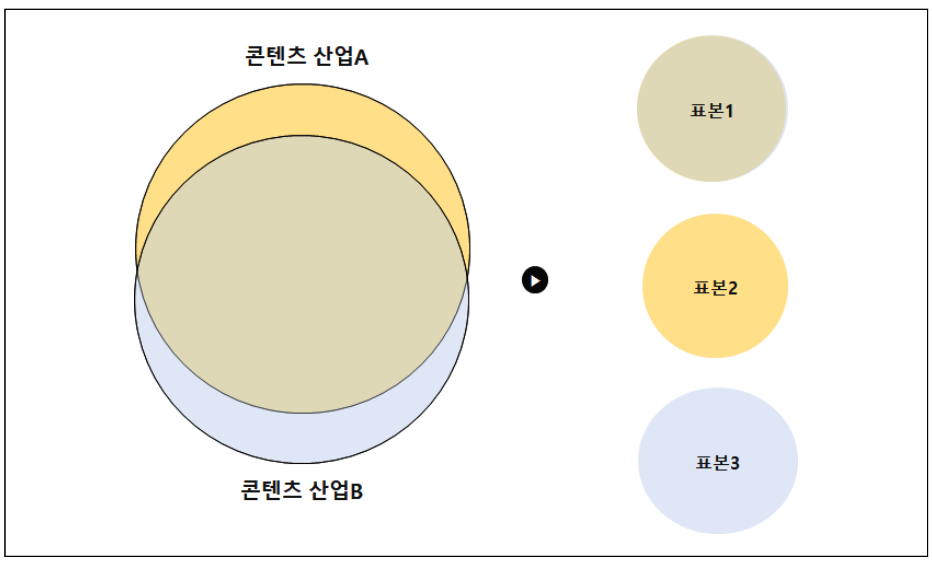
출처: Groves, R.M., Fowler, F., Couper, M., Singer, E., and Tourangeau, R. (2009). Survey Methodology (2nd ed.). New York: Wiley pp. 48. 재구성.

가. 모집단 정의

조사방법론의 표본설계 첫 단계인 모집단 정의 시에는 조사할 모집단에 대한 명확한 개념적 정의가 선행되어야 한다. 구체적인 예로, 콘텐츠산업에 대해 일관성있는 조사를 하기 위해서는 콘텐츠산업에 대한 정의, 즉 콘텐츠산업을 구성하는 요소와 이에 대한 명확한 분류체계가 필요한 것이다. 앞서 국내·외 콘텐츠산업의 정의와 범주를 살펴보았듯이, 현재 콘텐츠산업 분야는 국가별 특성을 반영하여 그 정의와 범주를 설정하고, 산업 정의시에 범주 내 포함 또는 배제의 기준 또한 서로 다르게 설정하여 접근한다. 그래서 각 국가별 콘텐츠산업 조사 결과를 단순 비교하는 방식으로는 전 세계 콘텐츠산업의 동향을 직관적으로 파악하기 어렵다.

우리나라는 콘텐츠산업 특수분류체계를 통해 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연 산업 12개 분야를 구분하여 정의하고 있다. 이 가운데, 공연 산업을 제외한 11개 분야를 국가승인통계인 콘텐츠산업조사의 범주로 설정하고 있다. 그러나 콘텐츠산업 각 세부분야별, 또는 콘텐츠산업 지역별 조사들을 검토해보면, 이러한 정의와 범주의 설정도 각기 다른 상태에 있다는 것을 쉽게 확인할 수 있다.

[그림 2-2] 모집단 정의에 따른 표본의 차이



조사 자료들 간에 최초 모집단에 대한 정의가 달라질 경우, 이어지는 표본설계 각 단계별로 발생하는 방법론적 차이와 관계없이, 서로 동일하거나 유사한 명칭의 조사라 할지라도 완전히 다른 종류의 결과로 접근해야 한다. 위 참고 그림과 같이 콘텐츠산업에 대한 정의를 어떻게 하느냐에 따라, 최초 모집단 설정이 달라질 수 있고(콘텐츠 산업 A와 B), 이에 따라, 차후 표본 또한 달라질 수 있는 것이다(표본 1, 2, 3). 따라서 자료 간 결과의 일관적, 효율적, 직관적 비교를 위해서는 무엇보다 모집단 정의 단계에서 그 기준이 명확해야 할 뿐만 아니라, 일정하게 유지될 수 있도록 하는 관리의 필요성도 높다.

나. 목표 모집단 설정

다음으로, 목표 모집단을 설정하는 단계이다. 목표 모집단 설정시에는 모집단 목록을 확보해야 한다. 목표 모집단은 정보를 구하고자 하는 조사대상의 개괄적인 모집단이다.

예를 들어, 현재 콘텐츠산업 분야의 대표적인 국가승인통계인 콘텐츠산업조사에서 모집단이 현재 대한민국에 소재하고 있는 콘텐츠산업 사업체 전체인 것과 비교하여, 목표 모집단은 통계청, 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원 등 다양한 출처를 통해 확보한 콘텐츠산업의 구체적인 사업체 목록이라 이해할 수 있다.

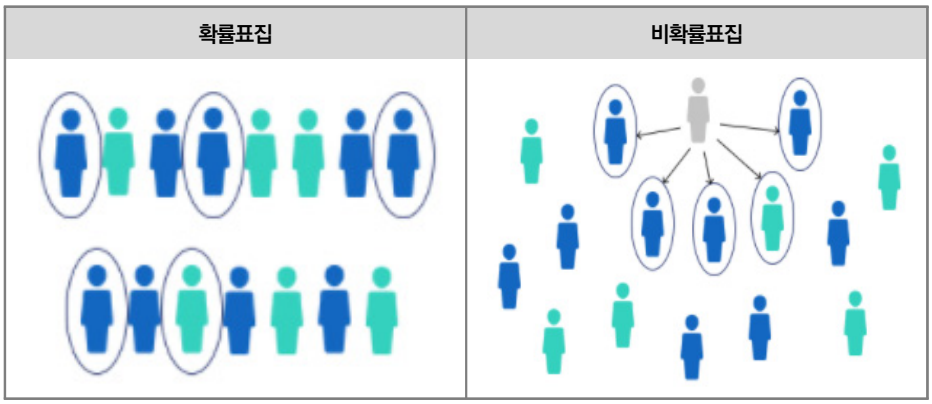
모집단 목록을 확보하는 단계는 조사 표본설계에서 매우 중요한 과정이다. 우선, 모집단 목록이 없이는 확률표집을 할 수가 없다. 확률표집이란, 모집단 목록 중에 표본으로 추출될 확률이 같은 상태에서 표집하는 방법을 말한다.

만약 모집단 목록을 안정적으로 확보하거나 관리하지 못하는 조건이라면, 비확률 표집 방법을 사용하게 된다. 이러한 경우에는 표본으로 추출된 대상들과, 표본으로 추출되지 못한 대상들 간의 표본추출 확률이 달라지게 된다. 즉, 비확률 표집 시에는 조사대상 주변에서 쉽게 정보를 확보할 수 있는 대상들에 한정하여 조사될 수 있어, 대표성에 대한 이견이 발생할 수 있다.

즉, 조사 자료의 대표성과 과학성은 이러한 단계를 거쳐 확보된다. 현재 국내에서는 통계청의 관리 범위에 속하는 국가승인통계 자료의 경우, 이 단계에서부터 대표성을 확보하여 조사의 기본적인 신뢰도를 획득한다. 이와 비교해, 비승인 실태조사

들의 경우에는 표본설계의 조건에 따라 선택적인 방법을 적용하므로, 조사별로 표본의 대표성과 질적 차이가 발생할 수 있다.

[그림 2-3] 확률표집 및 비확률표집

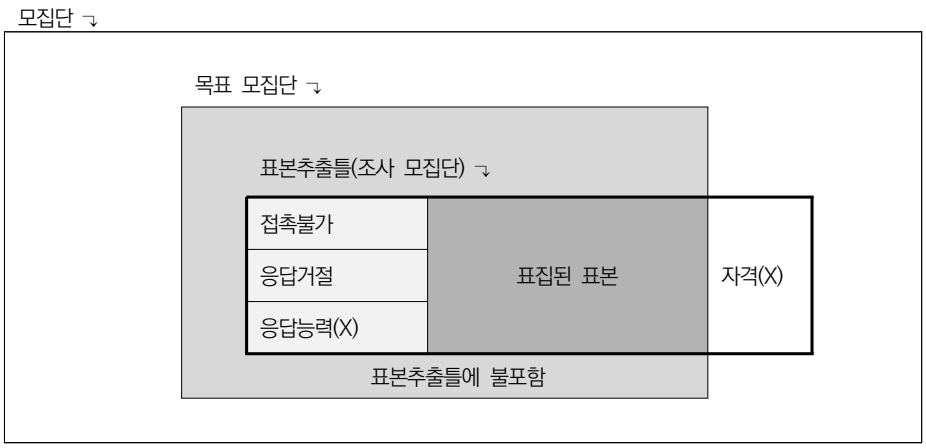


다. 표본추출틀 설정

모집단 목록이 확보된 이후에는 표본추출틀(sampling frame)을 설정해야 한다. 모집단 목록을 최대한 확보했더라도 기재된 대상 전체를 조사하는 것은 조사비용과 시간, 인력 측면에서 대단히 비효율적인 경우가 많다. 이 때문에 목표 모집단의 규모가 클수록 전수조사를 적용하는 것은 많은 경우에 비효율적이거나 비현실적이다. 이 때문에 일반적으로 목표 모집단에서 표본추출틀을 설정하여 조사를 실시하게 된다. 표본추출틀은 실제로 조사를 시도할 수 있는 대상을 설정하게 하여, 조사 모집단이라고 지칭하기도 한다.

표본추출틀 설정 단계에서는 다음과 같은 몇 가지 어려운 상황이 발생할 수 있다. 첫째, 표본에 포함되지 못한 응답자가 나타날 수 있다. 둘째, 표본추출틀에 포함되었더라도 접촉할 수 없는 응답자, 응답을 거부하는 응답자, 응답 능력이 없는 응답자도 발생할 수 있다. 마지막으로 셋째, 표본추출틀 내에 포함되었더라도, 목표 모집단이 아닌 경우가 있을 수도 있다. 이러한 대상들은 최종 표본에서는 제외된다.

[그림 2-4] 표본추출틀(조사 모집단)의 이해



모집단, 목표 모집단, 표본추출틀(조사 모집단)의 차이를 표본설계의 일반적인 진행 순서에 따라 서로 구분하여 설명하고자 했다. 이때, 조사의 목적 또한, 모집단의 설정과 매우 긴밀한 관계에 있음을 유념할 필요가 있다. 목표 모집단 가운데, 어떤 대상을 조사할 것인지에 따라, 표본추출틀 설정 방법이 달라질 수 있기 때문이다.

예를 들어, 광고산업조사의 모집단이 광고산업 사업체 전체라면, 목표 모집단은 통계청 전국사업체조사 명부에 기재된 광고 사업체가 될 것이다. 실제로 광고산업 조사에서는 휴·폐업한 사업체와 신규진입한 사업체의 비율이 비슷할 것이라는 가정하에, 휴·폐업 사업체를 포함한 표본추출틀을 구성하고 있다.

이와 비교하여, 조사 목적의 차이로 표본추출틀과 자료 배열 구조가 다를 수도 있다. 광고산업에 대한 또다른 사업체 조사의 목적이 달라, 광고산업의 휴·폐업 사업체를 제거하는 경우가 해당될 수 있다. 이러할 경우에는 일차적으로 어느 한 쪽의 조사통계 자료가 잘못된 것이 아니라, 서로 다른 종류의 조사로 이해해야 한다.

이처럼 모집단의 정의, 목표 모집단 또는 표본추출틀이 다르게 설정될 경우에는 서로 다른 종류의 통계 자료가 될 수 있다. 따라서 동일한 조사항목이라고 하더라도, 서로 다른 통계량이 보고되는 것은 자연스러운 결과이다. 다만, 이 단계에서 모집단 설정에 대한 정확한 정보가 제시되지 않으면, 이용자 측면에서 조사에 대한 신뢰도가 낮아지게 될 수 있다.

쉬운 예로, 콘텐츠산업조사의 방송산업 분야에서 보고하는 사업체 수와 방송산업 실태조사에서 보고하는 사업체 수가 서로 다른 경우를 들 수 있다. 이는 두 조사간의 최초 모집단의 정의와 목표 모집단, 표본추출틀이 서로 다르기 때문에 발생하는 결과다. 결정적으로는 조사 예산의 이유로 표본수나 포괄범위에 차이가 발생하기 때문에 나타나는 차이로도 이해할 수 있다. 아래 그림에서 확인할 수 있듯이 표본추출틀이 다르면 조사의 표본 또한 달라지게 된다. 따라서 같은 조사항목인 사업체 수에 대해서도 서로 다른 통계값이 제시될 수 있는 것이다.

조사 목적이나, 조사대상의 특성이 다르다면, 동일한 산업에 대해서도 목표 모집단 또는 표본추출틀을 완전히 일치시킬 필요가 없을 수도 있다. 이러한 경우에는 모집단에 대한 정보를 가능한 한 상세하게 제공하여, 이용자들이 조사결과 자체를 절대적 사실(fact)로 오해할 가능성을 방지하도록 해야 한다.

라. 표집방법, 표본크기 설정 및 표본추출

표본추출틀이 정해지면, 조사목적과 조사의 조건에 적합한 표집 방법이 결정된다. 이 단계에서는 군집표집, 층화표집, 체계적 표집, 다단계 집락표집 등 다양한 확률표집 방법들이 적용될 수 있다.

이어, 표본크기를 결정하고, 표본을 추출하게 된다. 표본크기(sample size)는 클수록 표준오차(standard error)가 작아진다. 표준오차가 작아지면 신뢰구간(confidence interval)의 폭이 좁아져, 질적으로 보다 나아질 수 있다는 장점이 있다. 표본크기는 조사의 목적이나 특성, 그리고 조사가 가능한 현실적 조건에 맞춰 결정해야 한다.

본 절에서는 국내·외 콘텐츠산업의 정의와 범주를 먼저 검토하였다. 이어 조사방법론 중 표본설계 과정을 중심으로, 콘텐츠산업 분야의 조사 자료들이 어떠한 과정에 기반하여 작성되고, 자료 간 차이를 발생시킬 수 있는지를 설명하고자 했다. 이어지는 다음 절에서는 국내 콘텐츠산업 분야에서 생산되는 주요 통계 자료의 현황을 보다 구체적으로 검토하고, 각 조사와 조사 간의 비교 분석을 병행하였다.

제2절 콘텐츠산업 분야 주요 통계 현황

1. 국내 콘텐츠산업 분야 주요 통계

가. 국가승인통계

국내 콘텐츠산업 분야에서는 다양한 통계 자료가 생산되고 있다. 본 연구에서는 그 중에서도 문화체육관광부가 생산하는 자료를 중심으로, 콘텐츠산업 분야의 주요 통계를 검토하고자 하였다.

문화체육관광부가 작성하고 있는 국가승인통계는 전체 21종이다(2020년 8월 현재 기준). 국가승인통계는 통계청의 관리를 통해 이용자들의 신뢰가 상대적으로 두터운 편이다. 통계청 공시 현황에 따르면, 이 가운데 문화예술 분야 국가승인통계는 10종이 해당된다. 관광분야는 4종, 체육분야 4종, 그리고 최근 문화, 체육, 관광 등의 분야에 해당하는 종사자 파악을 목적으로 개발된 문화체육관광일자리현황조사 1종이 있다.

현재 문화체육관광부 콘텐츠산업 분야의 국가승인통계 자료는 사업체 대상 조사 2종이다. 그 중에서도 콘텐츠산업 분야의 대표적인 국가승인통계는 콘텐츠산업조사라고 볼 수 있다. 콘텐츠산업조사는 콘텐츠산업 특수분류체계에 기반하여, 콘텐츠산업 전 분야를 총괄적으로 파악할 수 있도록 설계되어 있다. 또 다른 국가승인통계인 광고산업조사도 광고산업 사업체를 대상으로 특화된 자료로서 장점이 있다. 광고산업조사는 콘텐츠산업조사의 광고 분야에 인용자료로도 활용되고 있다.

콘텐츠산업 분야의 두 국가승인통계 조사자료는 표본설계 방법에 차이가 있다. 예를 들어, 콘텐츠산업조사는 사업체의 중복을 제거하는 구조로 설계되어 있지만, 광고산업조사는 광고산업 사업체가 동시에 다양한 업종에서 사업을 하더라도 중복치를 모두 유지하여, 정확하게는 사업체의 사업내용을 기준으로 한 조사 결과로 설계되어 있다고 볼 수 있다.

〈표 2-9〉 문화체육관광부 국가승인통계(2020년 기준)

구분	통계명	승인일자	전수·표본구분	공표주기
문화예술 (10종)	예술인실태조사	1991	확률표본	3년
	국민독서실태조사	2008	확률표본	2년
	전국도서관통계	2008	해당없음	1년
	국민여가활동조사	2007	확률표본	1년
	국민문화예술활동조사	1991	확률표본	1년
	근로자휴가조사	2018	확률표본	1년
	공연예술조사	2007	확률표본	1년
	문화예술교육조사(승인대기)	2020	확률표본	1년
	지역문화현황통계	2019	전수	3년
	한국수어활용조사	2017	확률표본	3년
관광 (4종)	관광사업체조사	2008	확률표본	1년
	외래관광객조사	1980	확률표본	분기
	주요관광지점입장객통계	1975	해당없음	분기
	국민여행조사	1976	확률표본	반기
콘텐츠 (2종)	콘텐츠산업조사	2004	확률표본	1년
	광고산업조사	2005	확률표본	1년
체육 (4종)	스포츠산업조사	2010	확률표본	1년
	국민생활체육조사	1991	확률표본	1년
	국민체력실태조사	1992	확률표본	2년
	장애인생활체육조사	2008	확률표본	1년
문화체육관광	문화체육관광일자리현황조사	2020	확률표본	1년

출처: 통계청(2020), 국가승인통계 작성기관별 현황
http://www.narastat.kr/pms/pub/scs/css/selectConfmStatsStatusInstt.do
문화체육관광부(2020), 문화체육관광부 국가통계 현황

나. 주요 실태조사

문화체육관광부 콘텐츠산업 분야에서 생산되는 국가승인통계가 사업체 대상 조사 2종인데 비해, 각 세부산업 분야별로 지속적으로 생산된 주요 비승인 실태조사는 4종 정도로 파악하였다. 비승인 실태조사는 지금까지 조사를 지속해왔더라도, 조사의 필요성이나 환경 변화에 따라 작성이 중단되기도 한다. 이 때문에 비교적 반복 조사를 실시해 온 경우에는 그만큼 상대적으로 조사의 가치가 크다고 볼 수

있다. 그 외에도 많은 비승인 실태조사들은 비정기적으로, 다양한 조사, 연구 과정 내에서 작성되고 있다.

〈표 2-10〉 콘텐츠산업 분야 주요 실태조사(비승인통계)

조사	대상	주기	연혁	조사 기관
출판산업실태조사	사업체	1년	2013~현재	한국출판문화산업진흥원
웹툰사업체실태조사	사업체	1년	2018~현재	한국콘텐츠진흥원
한국영화산업실태조사	사업체	1년	2006~현재	영화진흥위원회
방송프로그램 외주제작거래 실태조사	사업체	1년	2016~현재	한국콘텐츠진흥원

자료: 나라장터와 각 콘텐츠 분야별 기관 홈페이지에서 확인 가능한 자료로 작성

비승인 통계는 통계청의 공식 승인을 받지 않은 통계이다. 국가승인통계로 지정받기 위해 별도의 심사, 관리 단계에 진입하는 미승인 통계와는 구분된다. 따라서 일반적으로 다양한 조사, 연구 목적으로 실시되는 실태조사들은 대부분 비승인 실태조사로 이해할 수 있다. 본 연구에서는 조사의 반복성을 기준으로, 콘텐츠산업 각 분야에서 진행되어 온 주요 실태조사(비승인통계)를 선별하고자 하였다.

다. 국내 콘텐츠산업 분야 주요 통계 검토 목록

본 절에서는 문화체육관광부가 콘텐츠산업 분야에서 생산하는 주요 통계 현황을 중점적으로 분석할 수 있도록 검토 범위를 설정하였다. 이에 따라, 문화체육관광부 콘텐츠산업 분야 국가승인통계 2종, 주요 실태조사(비승인통계) 4종을 선별하였다.

특이점으로, 현재 문화체육관광부 국가승인통계인 콘텐츠산업조사 방송산업 분야에서 과학기술정보통신부와 방송통신위원회가 작성하는 방송산업실태조사 결과를 인용하고 있다는 현실을 고려할 필요가 있었다. 방송산업실태조사 또한 국가승인통계 자료이다. 이 경우, 문화체육관광부의 통계 생산 범위를 벗어나더라도, 방송산업으로 특화된 분야에서 통계 자료의 비교를 통해 현황을 분석해야 할 필요성이 있다고 판단하여, 검토 범위 내에 포함하였다.

〈표 2-11〉 콘텐츠산업 분야 주요 통계 검토 목록

구분	조사	대상	주기	연혁	조사 기관
국가승인통계	콘텐츠산업조사	사업체	1년	2010~현재	문화체육관광부
	광고산업조사	사업체	1년	2005~현재	문화체육관광부
	방송산업실태조사	사업체	1년	2006~현재	과학기술정보통신부
비승인 실태조사 (비승인 통계)	출판산업실태조사	사업체	1년	2013~현재	한국출판문화산업진흥원
	웹툰사업체실태조사	사업체	1년	2018~현재	한국콘텐츠진흥원
	한국영화산업실태조사	사업체	1년	2006~현재	영화진흥위원회
	방송프로그램 외주제작거래 실태조사	사업체	1년	2016~현재	한국콘텐츠진흥원

2. 콘텐츠산업조사

가. 조사목적 및 연혁

콘텐츠산업조사는 국내 콘텐츠산업 분야 전체를 조망할 수 있는 국가승인통계자료이다. 조사목적은 콘텐츠산업 관련 정책의 합리적인 의사결정을 위한 지표의 제공이라 명시하고 있다. 즉, 콘텐츠산업의 동향이나, 산업규모 추이 등을 파악하여, 콘텐츠산업 관련 정책수립 뿐만 아니라, 기업의 경영계획, 대학 및 연구소나 국내·외 콘텐츠 관련 기관들의 연구와 분석을 위한 기초자료로 활용될 수 있도록 작성한다는 것이다.

〈표 2-12〉 콘텐츠산업조사 주요 이용기관과 활용 목적

주요 이용기관	활용 목적
문화체육관광부	콘텐츠산업 정책 수립, 콘텐츠산업백서 작성
통계청	기관별 통계
대학 및 연구소	관련 산업 연구 및 분석
지방자치단체	지역 정책 수립
해외 유관기관	국가별 산업규모 비교
산업계	콘텐츠산업 시장 동향 정보 제공

자료: 문화체육관광부(2018), 콘텐츠산업조사 통계정보보고서,
문화체육관광부(2009), 문화산업통계 개선방안 연구-에서 재구성.

콘텐츠산업조사는 1998년 기준조사 이후, 2000년부터 실시한 문화산업통계조사와, 2006년부터 조사한 디지털콘텐츠산업통계를 2010년에 통합한 것이다. 이후 콘텐츠산업조사로 명칭을 변경하여, 현재까지 사업체 대상 조사로 유지되고 있다.

〈표 2-13〉 콘텐츠산업조사 연혁

연도	주요 내용
2000년	문화산업통계 조사 실시
2004년	국가승인통계 지정
2006년	디지털콘텐츠산업통계 조사 실시
2009년	문화산업 특수분류를 콘텐츠산업 특수분류로 개정 변경 승인 요청
2010년	문화산업통계와 디지털콘텐츠산업통계 통합
	콘텐츠산업통계로 명칭 변경 승인
	콘텐츠산업 특수분류 제정
	공연산업, 캐릭터산업, 노래연습장운영업, 장난감 및 취미용품 도매업 등 문화산업 일부를 콘텐츠산업에 통합 반영
2012년	가상현실 및 가상세계업, 컴퓨터그래픽스(CG) 제작업 분류체계 포함
2013년	통계청 자료 업로드 시작
2014년	광고산업 분류체계 변경
	출판, 만화, 음악산업 소분류체계 일부 병합
2016년	외부 인용조사 산업분류 변화
	영화산업 내 온라인 배급업, 방송산업 내 IPTV 콘텐츠제공 사업자(CP) 포함
2020년 현재	2010년 통합 데이터 구조 유지

자료: 문화체육관광부(2018), 콘텐츠산업조사 통계정보보고서,
통계청(2010), 콘텐츠산업 특수분류 제정 개요-에서 재구성.

나. 조사대상 및 항목

콘텐츠산업은 앞서 살펴본 것처럼, 국가별로 다양한 정의와 범주를 설정하고 있다. 동일 국가 내에서도 특정 목적에 따라 콘텐츠산업에 대한 정의와 범주를 변형하는 경우들이 있다.

국내 콘텐츠산업은 원칙적으로 〈문화산업진흥법〉과 〈콘텐츠산업진흥법〉에 명시된 내용과, 통계법 국가승인통계 콘텐츠산업 특수분류체계에 따라 구성요소를 범주화하고 있다. 일반적으로 산업의 정의와 범주는 국제표준산업분류체계에 기반한 각 국가별 표준산업분류체계를 활용한다. 그러나 콘텐츠산업과 같이 기존의 일반적인

분류체계로는 산업의 현실적인 반영과 설명이 어렵고, 특정 산업의 진흥을 목적으로 할 경우에는 별도의 특수분류체계를 마련하여 적용한다.

콘텐츠산업조사는 이에 따라 콘텐츠산업 특수분류체계에 근거하여, 전체 12개 콘텐츠산업 분야 가운데 공연산업을 제외한 11개 분야를 대상으로 작성된다. 콘텐츠산업 특수분류체계는 12개 대분류를 기준으로, 중분류 51개, 소분류 128개로 구분된다(2020년 현재 기준). 현재, 콘텐츠산업조사는 문화체육관광부가 담당하고 있으며, 조사대상에서 제외된 공연산업은 예술경영지원센터가 별도로 작성하고 있다.

콘텐츠산업조사의 조사대상 11개 분야는 세부적으로 각 산업별 실태조사와 다른 조사결과의 인용을 통해 작성된다. 개별적으로 실태조사를 실시하는 분야는 출판, 만화, 음악, 애니메이션, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 7개 분야이다. 조사는 조사원이 직접 응답원의 면접 내용을 기록하는 면접타계식 방법(face to face interview)으로 작성된다. 실태조사로 작성되는 7개 분야 중, 출판, 만화, 음악, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 산업 6개 분야는 표본조사로 작성되며, 나머지 1개 애니메이션 산업 분야는 전수조사로 작성하되, 일부 내용에 한정하여 다른 기관의 자료를 부분 인용하는 것으로 확인된다.

콘텐츠산업 각 분야별 실태조사 가운데, 다른 자료들로부터 일부 정보를 인용하는 경우는 다음과 같다. 출판 도소매업의 계약배달직 종사자수는 통계청 전국사업체조사 결과를 부분적으로 인용한다. 애니메이션 제작업의 경우에는 영화진흥위원회의 영화관입장권통합전산망 전수자료에서 일부 극장과 방송사 매출액 정보를 활용하며, 방송통신위원회의 방송산업실태조사의 애니메이션 제작업 관련 정보 또한 일부 인용한다.

영화와 방송, 광고, 게임 4개 분야는 별도의 조사결과를 인용하여 연간 조사로 함께 발표하고 있다. 영화산업은 영화진흥위원회가 작성하여 발표하는 한국 영화산업실태조사를 인용한다. 방송산업에서는 방송영상독립제작사를 제외한 분야는 방송통신위원회의 방송산업실태조사 결과를 인용하며, 그 외 방송영상독립제작사 대상의 방송영상물제작업 자료는 별도로 작성한 실태조사 결과를 인용하고 있다. 광고산업은 문화체육관광부 국가승인통계인 광고산업조사를 인용하여 작성된다. 게임산업은 한국콘텐츠진흥원이 별도의 게임산업실태조사를 진행하여 인용하는 것으로 보고되고 있으나, 인용에 활용하는 특정 자료에 접근하기는 어려운 상황이다.

공연산업 분야는 콘텐츠산업 특수분류체계 내에는 포함되지만, 콘텐츠산업조사에서는 제외된다. 콘텐츠산업조사로 작성되는 11개 분야와 달리, 공연 분야의 조사는 사업체뿐만 아니라, 공연 단체나 협회를 조사대상으로 포함하고 있으며, 2년에 1회, 격년 주기로 발표하고 있다(문화체육관광부, 2018).

〈표 2-14〉 콘텐츠산업 특수분류체계 및 콘텐츠산업조사 작성 방법

코드	대분류	중분류	소분류	자료출처
1	출판산업	출판업	6	실태조사
		인쇄업	1	
		출판도소매업	3	
		온라인 출판 유통업	3	
		출판 임대업	1	
2	만화산업	만화 출판업	2	실태조사
		온라인 만화 제작·유통업	3	
		만화책 임대업	2	
		만화 도소매업	3	
3	음악산업	음악제작업	2	실태조사
		음악 및 오디오물 출판업	2	
		음반 복제 및 배급업	2	
		음반 도소매업	3	
		온라인 음악 유통업	4	
		음악 공연업	2	
		노래연습장 운영업	1	
4	게임산업	게임 제작 및 배급업	2	실태조사
		게임 유통업	2	
		게인 도소매 및 임대업	4	
5	영화산업	영화 제작, 지원 및 유통업	7	인용 영화진흥위원회, 한국영화산업실태조사
		DVD/VHS 제작 및 유통업	6	
6	애니메이션 산업	애니메이션 제작업	3	인용 ① 영화진흥위원회, 영화관입장권통합전산망 ② 방송통신위원회, 방송산업실태조사 (국가승인통계)
		애니메이션 유통 및 배급업	1	실태조사
		온라인 애니메이션 유통업	1	

코드	대분류	중분류	소분류	자료출처
7	방송산업	지상파 방송	2	인용 방송통신위원회, 방송산업실태조사 (국가승인통계)
		유선방송	3	
		위성방송	2	
		방송채널사용사업	1	
		전광판방송	1	
		인터넷영상물 제공업	2	
		방송영상물 배급 및 중개업	3	
		방송관련 단체	2	
		방송영상물제작업(방송영상독립제작사)	1	실태조사
8	광고산업	광고(종합)대행업	2	인용 문화체육관광부, 광고산업조사 (국가승인통계)
		광고 제작업	3	
		광고전문서비스업	5	
		인쇄업	1	
		온라인광고대행업	3	
		옥외광고대행업	2	
9	캐릭터산업	캐릭터 제작업	2	실태조사
		캐릭터 상품 유통업	2	
		캐릭터 놀이시설 운영업	1	
		캐릭터 상품 온라인 유통업	1	
10	지식정보 산업	e-learning업	4	실태조사
		기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업	1	
		포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업	1	
		가상세계 및 가상현실업	4	
11	콘텐츠 솔루션산업	콘텐츠솔루션업	7	실태조사
		컴퓨터그래픽스(CG) 제작업	1	
12	공연업	공연업	2	별도조사
		공연관련 서비스업	2	
전체	총 12개	총 51개	총 128개	-

자료: 통계분류포털(2020), 콘텐츠산업 특수분류체계,
문화체육관광부(2018), 콘텐츠산업조사 통계정보보고서-에서 재구성.

콘텐츠산업조사의 조사항목은 크게 5부문으로 구성되어 있다. 이때, 콘텐츠산업 사업체에 대한 기본 정보와 응답자 정보를 제외하면, 주로 매출액 중심의 사업체 현황과 수출액 중심의 해외거래 현황, 그리고 종사자 현황 3개 항목으로 압축적인 편이다.

사업체 현황에서는 매출액, 부가가치액 등을 조사한다. 이와 비교하여, 해외거래 현황에서는 수출액, 권역별 비중 등을 조사하고 있다.

종사자 현황에서는 조사에 응답하는 콘텐츠 사업체의 종사자수를 고용형태별, 성별, 연령별, 학력별로 수집한다. 콘텐츠산업에서는 정규직, 비정규직, 파견직 등의 고용형태 외에도, 프리랜서와 같이 고용되지 않은 형태로 노동을 수행하는 경우가 많은데, 이러한 정보가 함께 수집되지 못하고 있는 점은 개선해야할 부분이기도 하다. 또한, 직무별 종사자 수도 파악하고 있는데, 콘텐츠산업의 특성상 세부산업별로 다양한 직무가 출현하고 있어서, 향후 이러한 정보가 반영될 수 있도록 보다 세밀하게 수정되어야 할 필요가 있다.

한편, 종사자의 연령 정보를 5세 구간으로 구분하여 수집하고 있다는 점도 수정의 필요성이 있다. 만약 사업체 종사자의 연령 정보를 활용하여 보다 정밀한 분석으로 확장할 경우, 연령 정보가 이미 범주화되어 있음으로 인해, 관련 분석 진행과정에서는 정보 손실이 발생할 가능성이 높기 때문이다.

전반적으로 조사 설문지가 응답자에게 큰 피로감을 주지 않도록 간결한 항목으로 구조화된 점은 장점이라고 할 수 있다. 그러나 콘텐츠산업 분야를 전체적으로 조망할 수 있는 국가승인통계가 부족한 상황이라는 점을 고려할 때, 향후 콘텐츠산업조사는 조사항목을 더 개발하고, 개선해야할 필요성이 높다.

〈표 2-15〉 콘텐츠산업조사 항목

구분	조사 내용
분류번호	사업체 고유번호, 업종 분류번호
Ⅰ. 사업체 정보	사업체명(국문), 홈페이지주소, 전화번호, 팩스번호
	대표자(성명, 성별, 연령)
	사업체 주소, 창설연월, 사업자등록번호
	기업형태(법인번호), 벤처기업 지정여부(벤처기업 유형), 사업체 구분
	회계연도 결산 월, 자본금
Ⅱ. 사업체 현황	연간 총 매출액
	업종별 매출액 비중
	재무제표 작성여부 - 부가가치액(경상이익, 인건비, 감가상각비, 순금융비용, 임차료, 조세공과), 납부부가가치액
Ⅲ. 종사자 현황	연간 총 종사자 수
	업종별 종사자 수 비중
	고용형태별 성별 종사자 수 - 정규직·비정규직·파견직, 남자·여자
	연령별 종사자 수 - 29세 이하, 30~34세, 35~39세, 40~49세, 50세 이상
	학력별 종사자 수 - 고등학교 졸업 이하, 전문대학 재학·졸업, 대학교 재학·졸업, 대학원 재학·졸업
	직무별 종사자 수 - 사업기획, 관리, 제작, 마케팅·홍보, 연구개발, 기타
Ⅳ. 해외거래 현황	연간 총 수출입액(달러)
	업종별 수출입액 비중
	업종별 수출입액 권역별 비중 - 중국, 대만, 일본, 동남아, 북미, 유럽, 중동, 남미, 기타
Ⅴ. 응답자 정보	응답자 성명, 연락처, E-Mail, FAX, 응답자 부서, 응답자 직책

자료: 문화체육관광부(2019), 2019 콘텐츠산업조사

다. 검토 결과

가. 콘텐츠산업 사업체 특수성에 따른 조사의 어려움

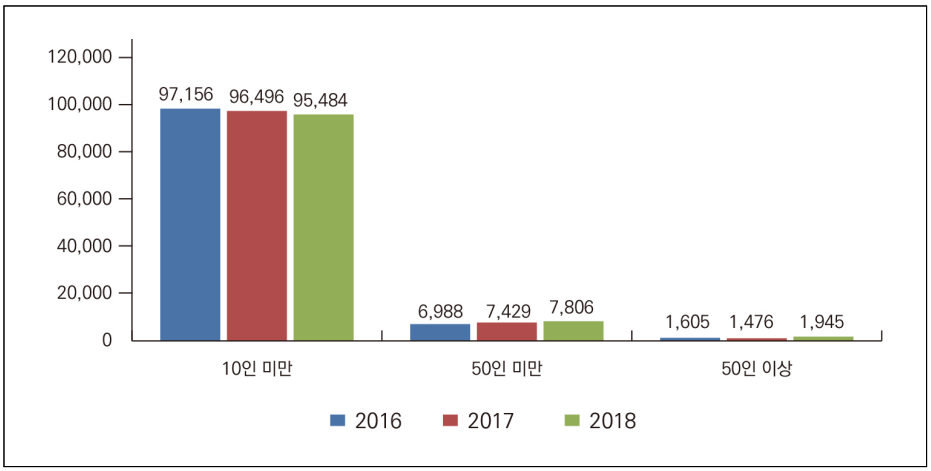
콘텐츠산업 분야 통계 생산 과정에서는 산업의 특수성에 따른 몇 가지 현실적인 어려움들이 있다. 첫째, 콘텐츠산업 분야의 사업체들이 대부분 규모가 작고, 영세한 편이라는 점이다. 콘텐츠산업 분야에서는 사업체의 휴, 폐업이나 겸업이 잦다는 보고가 빈번하다. 이러한 점은 국가승인통계인 콘텐츠산업조사 자료를 통해서도 확인할 수 있다. 연간, 90% 이상의 사업체가 10인 미만 규모, 매출액 10억 미만의 사업체들로 파악된다. 국가승인통계인 콘텐츠산업조사의 경우, 사업체들이 조사기간동안, 1개월 이상의 조업실적이 있을 경우를 모두 조사대상으로 포함하고 있다. 이는 콘텐츠산업 사업체들의 규모가 작고, 영세한 성격, 이 때문에 부가적으로 휴, 폐업, 겸업이 잦은 특수성을 고려한 모집단 설정 방법으로도 볼 수 있다.

콘텐츠산업 사업체의 잦은 변동성은 표본추출틀을 설정하는 단계에서 실제 사업체 정보를 반영하는데 매우 어려운 점으로 작용할 수 있다. 콘텐츠산업조사는 사업자등록번호가 있는 경우, 국세청 정보를 통해 휴업이나 폐업의 확인 작업을 거치고 있는 것으로 확인된다.

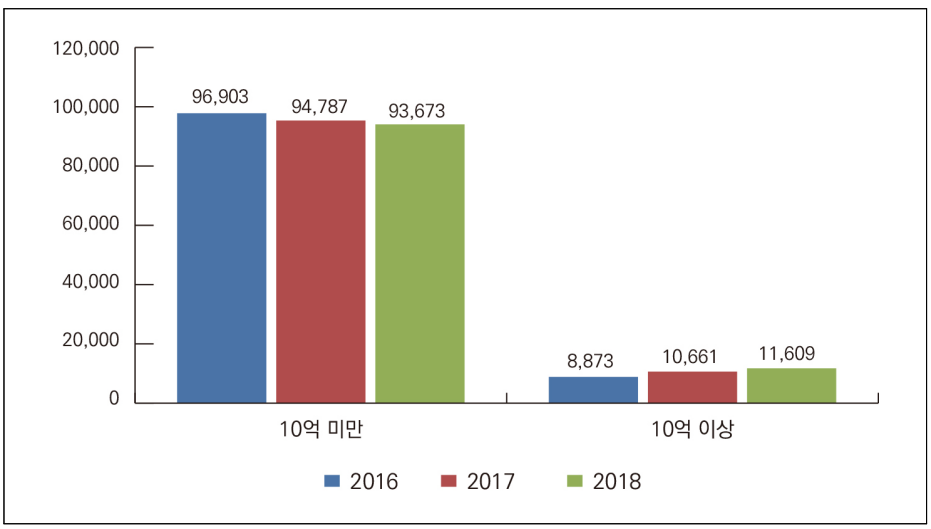
일반적으로 일정 규모 이상의 사업체들은 공시 자료 등을 통해서 정보를 보완할 수 있는 가능성이 있다. 이와 비교해, 규모가 작은 사업체들은 측정 자체도 어려울 뿐만 아니라, 추가적으로 사업 정보를 확인할 수 있는 가능성 자체가 제한적이다. 조사방법은 이러한 산업의 특수성에 의해 달라질 수 있고, 최근에는 조사방법도 다양해지고 있는 추세이다.

둘째, 콘텐츠산업의 융합성 또한 조사의 어려움으로 작용할 수 있다. 콘텐츠산업의 융합성은 산업의 기반인 기술과 매체환경의 변화를 비롯하여, 콘텐츠산업의 기획, 제작, 유통 등 생산 전 과정에서의 융합성과도 연관된다. 이 때문에 콘텐츠산업에서 동일한 사업체가 다양한 영역의 경계를 넘나드는 융합적 사업의 성격을 갖출 수 있다. 그러나 조사 과정에서는 이러한 융합적 특성으로 인해, 통계 정보의 수집과 처리 과정에 있어서 어려움을 발생시킬 수 있다.

[그림 2-5] 콘텐츠산업 종사자 규모별 연도별 사업체 수 현황



[그림 2-6] 콘텐츠산업 매출액 규모별 연도별 사업체 수 현황



자료: 문화체육관광부(2019), 2019 콘텐츠산업조사.

셋째, 콘텐츠산업의 변화 속도가 매우 빠른 편이라는 점도 조사의 어려움이 될 수 있다. 사업의 변화 속도가 빠르다는 점은 통계 측정에 있어서는 정확하고 안정적인 측정의 어려움을 발생시킨다.

이상의 특수성들은 조사 자료를 생산하는 과정에서는 매우 중요한 고려 요소가 될 수 있다. 이러한 특수성들이 통계 생산 과정에서 어려움을 발생시키는 요인으로

작용하는데 그치지 않고, 통계 자료 관리 과정에도 영향을 미칠 수 있다는 점에도 유의할 필요가 있다.

나. 조사 수행 업체의 잦은 변화

조사 생산 과정에서 발생하는 실질적인 어려움은 조사 수행과 관리 과정에서의 어려움과도 연계될 수 있다. 조사를 실질적으로 수행하는 조사업체의 변화가 잦을수록 지속적인 정보 관리나 공유가 원활하지 않을 수 있기 때문이다. 콘텐츠산업 분야와 같이 조사대상 대부분이 소규모 사업체들이어서 조사대상의 접근과 관리가 어렵고, 사업체의 융합성으로 인해 자료의 처리 과정 또한 특수하며, 산업의 변화 속도가 빨라 사업체의 변동성이 잦은 경우, 실제로 조사를 수행하는 실무단계에서는 담당인력이나 시간의 부족이 큰 어려움으로 작용할 수 있다.

콘텐츠산업조사와 같은 국가승인통계는 통계청이나 지정기관의 관리 체계 여부와 역할이 매우 중요하다. 국가승인통계 자료는 모집단 설정 단계에서부터 관리를 받게 되는데, 이러한 과정이 곧 통계자료의 정확성, 신뢰성과 직결될 수 있다.

현재 국가승인통계인 콘텐츠산업조사는 문화체육관광부가 담당하며, 실제 조사는 민간 조사업체들이 진행하고 있다. 2010년 콘텐츠산업조사가 통합된 이후 줄곧 한국콘텐츠진흥원과 조사업체가 맡아왔으나, 최근 소관조직이 문화체육관광부로 이관되었다. 표본설계와 실사, 최종 자료 생산에 이르는 실무 단계는 주로 조사업체에 의해 진행되어 오고 있다.

문제는 조사를 수행하는 조직의 변동이 잦을 경우, 모집단 설정 방법을 포함한 표본추출법 등 조사 전반에 대한 업무 공유가 체계적으로, 또한 유기적으로 이뤄지기 어렵다는 점이다. 조사 실무를 수행하는 각 조사업체마다 표본추출틀 구축 방식이 다를 수 있고, 모집단 관리나 최종 자료 관리 측면에서도 안정성이 결여될 수 있기 때문이다. 경우에 따라 조사업체가 자료의 수집, 처리, 분석 등의 실무 수행 비중이 높은 채로 조사업체에 대한 의존도가 높아질 경우, 조사 진행 과정에서 축적되는 운영데이터(para data)의 확보가 다소 어렵고, 원자료 보정 방식에 따라 최종적으로는 상이한 결과가 도출될 가능성도 배제할 수 없다.

〈표 2-16〉 콘텐츠산업조사 수행 조직의 변화

기준	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
조사업체	A			B	C			D	E

자료: 콘텐츠산업조사 2015~2019 재구성

다. 조사 활용도

통계 생산 및 관리 단계를 거친 자료는 최종적으로 이용자의 활용도에도 영향을 미칠 수 있다. 특히 통계 원자료는 심층 분석 단계에 활용됨으로써, 관련 분야 정책 발굴이나 동향 분석에 기여하는 바가 크다. 콘텐츠산업조사의 경우, 국가승인통계로서 연간 정기 보고서 외에, 연구목적 등 제한적인 상황에 한정하더라도 원자료의 제공이 원활해야 하나, 접근성 자체가 매우 제한적인 상황이다. 이 때문에 콘텐츠산업조사의 활용도는 공식 기술통계 보고서를 활용하는 정도에 머물 수밖에 없다. 국가통계포털(KOSIS)에서도 자료를 활용할 수는 있으나, 조사항목별 교차분석 기술통계 결과를 제한적으로 확인할 수 있는 정도여서, 개인정보 비밀보호 처리를 거친 원자료의 제공이나 이를 활용한 다측면의 심층분석, 효과의 비교 분석 등을 진행하기는 어려운 상황이라 할 수 있다.

콘텐츠산업조사의 작성 목적은 콘텐츠산업 정책 수립 뿐만 아니라, 관련 기관들의 연구, 분석에 기초자료로 활용하기 위함이었음을 확인한 바 있다. 실제로 콘텐츠산업 분야에서 통계 자료를 활용하는 주 이용자는 크게 정책 전문가, 산업 전문가, 그리고 일반 이용자로 구분할 수 있다.

첫째, 정책 전문가 집단에는 콘텐츠산업 정책 수립을 목적으로 하는 정책실무자들이 대표적으로 포함된다. 그 외에도 콘텐츠산업 현황을 정밀하게 검토하고, 교육이나 심층효과 분석, 연구에 활용할 것을 목적으로 하는 교수나 연구자 등도 해당될 수 있다.

둘째, 산업 전문가는 기업 또는 사업체에 소속된 실무자들이 해당된다. 콘텐츠산업군에 속하는 산업 전문가들은 기업이나 사업체의 경영전략 수립과 검토를 목적으로, 콘텐츠산업 관련 통계를 활용할 수 있다. 최근에는 콘텐츠산업 분야에서도 통계자료를 활용하여 사업을 개발하거나, 데이터 분석을 주요 업무로 하는 사례들도 증가하고 있다.

그 외에도 다양한 일반 이용자들이 있다. 콘텐츠산업에 대한 사회적 관심이 높아, 각계각층에서 콘텐츠산업 분야 통계 자료를 활용할 가능성 또한 높을 수 있다. 이러한 측면에서 콘텐츠산업 분야의 대표적인 국가승인통계자료로서 콘텐츠산업조사는 이용자들이 보다 적극적으로 자료를 활용할 수 있도록 개선해야 할 필요성이 높다고 할 수 있다.

〈표 2-17〉 콘텐츠산업 분야 통계 주요 이용자와 활용 목적

주요 이용자 집단별 구분	활용 목적
정책 전문가(정책실무자, 교수, 연구자 등)	정책수립, 현황검토, 교육 및 연구 분석 등
산업 전문가(기업 및 사업체 소속 실무자 등)	전략수립, 현황검토, 사업개발 등
일반 이용자	현황검토, 자료 인용 및 활용 등

콘텐츠산업조사 정기품질진단 결과에서도 통계작성 과정 중, 통계공표 및 이용자 서비스 단계가 매우 취약한 편으로 평가된 바 있다(통계청, 2018).

〈표 2-18〉 콘텐츠산업조사 정기통계품질진단- 통계작성 과정별 진단결과

과정	조사 개요	통계 작성 목적	통계 설계	자료 수집	자료 처리	통계 추정	통계공표 및 이용자 서비스	통계 기반 개선
진단 결과	5점	4점	4.8점	4.7점	4점	4점	3.4점	4.5점

자료: 콘텐츠산업조사 정기통계품질진단결과(통계청, 2018)에서 재구성

콘텐츠산업조사에 대한 품질을 5차원으로 구분하여 검토한 결과에서도 이용자 친화적인 통계정보 제공은 부족한 편으로 보고되었다(3.2점). 접근성은 이용자들이 통계자료에 얼마나 쉽게 접근하는지를 평가하며, 명확성은 제공정보가 이용자 친화적인지를 검토한 결과로, 이용자 관점에서 자료의 활용도를 검토한 것으로 볼 수 있다. 이용자 접근성 및 명확성 항목에서는 표본배분이나 관리, 이상치 식별 처리, 작성지침서, 국제 권고안 내용 등이 다소 미흡한 것으로 파악되었다.

〈표 2-19〉 콘텐츠산업조사 품질진단결과

구분	내용	진단결과
관련성	통계 목적, 이용자 요구의 파악 및 반영	4.4점
정확성	표본설계, 오차, 자료수집방법, 면접소요시간 등	4.5점
시의성 및 정시성	작성기준시점과 결과공표시점 간 차이, 공표시간 준수여부	2.5점
비교성	통계작성에 적용된 개념 정의, 분류체계 등	5.0점
일관성	다른 통계자료들과의 유사성 정도	비교 자료 없음
접근성 및 명확성	이용자 친화적인 통계정보 제공 절차 등	3.2점

자료: 콘텐츠산업조사 정기통계품질진단결과(통계청, 2018)에서 재구성

이처럼 조사 자료의 활용도에도 자료의 생산 및 관리 과정에서의 상황이 영향을 미칠 수 있다. 콘텐츠산업 분야에서 국가승인통계로서 다른 통계 자료들에 비해 상대적으로 높은 신뢰도를 갖추고, 산업 전체를 조망할 수 있는 자료로서 주목도와 중요도가 높다는 측면을 고려할 때, 콘텐츠산업조사는 다른 통계 자료들의 기준 조사로서 뿐만 아니라, 궁극적으로는 이용자의 활용도 제고를 위해서도 개선 필요성이 높다고 할 수 있다.

3. 출판산업실태조사

가. 조사목적 및 연혁

출판산업 분야에서 지속적으로 생산되는 주요 실태조사로는 한국출판문화산업진흥원의 출판산업실태조사가 있다. 출판산업실태조사는 출판 분야 사업체들의 현황을 파악하고 산업 규모를 추정하여, 출판산업 관련 정책수립 및 평가, 기업 경영계획 수립, 학계 및 연구소 등의 학술연구 활성화를 위한 기초자료를 제공하기 위한 목적으로 실시하고 있다. 2013년 첫 조사 이후, 1년 주기로 계속 생산중인 출판산업 분야 전수조사 자료이다.

〈표 2-20〉 출판산업실태조사 조사표

분야	조사명	대상	주기	연혁	표본규모	표본추출방법
출판	출판산업 실태조사	출판사업체, 출판유통사업체, 전자책사업체	1년	2013~현재	6,554개 (전년도 기준 매출 실적 사업체)	전수조사

자료: 한국출판문화산업진흥원(2019), 2018 출판산업실태조사

나. 조사대상 및 항목

출판산업실태조사의 조사대상은 조사 작성 시점을 기준으로, 이전년도의 매출 실적이 있는 출판사업체, 출판유통사업체, 전자책사업체 전체이다.

조사항목은 크게 5개 부문의 공통문항과 1개의 세부부문으로 구성되어 있다. 출판산업 사업체들 전체를 대상으로는 공통적으로 사업체의 일반현황과 경영현황, 사업체 기초정보, 그리고 경기지수와 산업인식에 대해 조사한다. 이 가운데, 경기지수 부문에서는 출판산업 사업체들의 경기체감, 경기전망 정보를 수집한다. 산업인식 부문에서는 출판산업의 역할 및 사회적 기여도 인식을 수집하고 있다. 이를 통해, 출판산업의 사업체 층위에서 정책 제언이 가능하도록 구성하였다는 장점이 있다.

세부문항에서는 출판사업체, 출판유통사업체, 전자책사업체, 각 사업체 집단별로 차별화된 정보를 수집하는 구조이다. 예를 들어, 출판사업체를 대상으로는 발행 및 거래, 마케팅 현황 뿐만 아니라 산업 환경변화에 따른 대응 현황, 사업체의 근로환경에 관련된 의견들을 폭넓게 조사한다. 이와 비교하여 출판유통사업체를 대상으로는 유통구조에 집중하여 거래처나 고객과 관련된 현황, 거래 상품의 매입 또는 반품 현황을 유통 단계별로 조사하고 있다. 전자책사업체는 산업 환경변화 중에서도 매체환경의 근본적인 변화를 반영하여 제작 및 서비스 현황을 중심으로 상품의 생산과 소비 각 단계에 대한 구조적인 파악을 시도하고 있다.

이와 같은 조사항목의 설계는 출판산업의 환경 변화를 고려하여, 각 사업체의 성격에 따라 보다 정밀한 정보를 수집하고자 한 결과로 볼 수 있다. 이러한 부분은 조사로서는 다른 자료에서 수집하지 않는 정보를 세밀하게 축적한다는 점에서 큰 장점이 될 수 있다.

〈표 2-21〉 출판산업실태조사 항목

구분		조사 내용
일반현황		회사 형태, 주력 분야, 종사자 현황 등
경영현황		매출액 증감 및 매출액 비중 등
경기지수		출판산업 분야별 경기체감도 및 전망
산업인식		출판산업의 역할과 사회적 기여도 인식
세부	출판사업체	• 발행·거래·마케팅 현황 • 환경변화에 따른 대응, 출판사 근로환경 관련 의견
	출판유통사업체	거래처 및 고객 현황, 매입 및 반품 현황
	전자책사업체	제작 및 서비스 현황
사업체 기초정보		사업체명, 설립년도 등

자료: 한국출판문화산업진흥원(2019), 2018 출판산업실태조사

다. 콘텐츠산업조사와 출판산업실태조사

1) 분류체계

다음으로, 국가승인통계인 콘텐츠산업조사의 출판산업 분야와 출판산업실태조사 간의 출판산업 분류체계를 비교하였다. 분류체계는 각 조사가 설정한 모집단의 정의, 즉 산업구조에 대한 관점을 확인할 수 있는 가능성이 있어, 중분류 이하 단계의 분류체계 내용을 검토하였다.

출판산업에 대해서, 콘텐츠산업조사에서는 중분류로 출판업, 인쇄업, 출판도소매업, 온라인출판유통업, 출판임대업으로 구분을 하고 있다. 이와 비교하여, 출판산업실태조사는 중분류를 출판사업체, 출판유통사업체, 전자책사업체로 구분하고 있다.

두 조사가 서로 다른 분류체계를 설정하고 있는 것은 출판산업에 대한 관점이 서로 다른 결과라고도 이해할 수 있다. 이에 따라, 두 조사는 출판산업을 서로 다르게 정의하고 있다고 볼 수 있다.

〈표 2-22〉 출판산업 분류체계 비교

콘텐츠산업조사 출판분야		출판산업실태조사	
중분류	소분류	중분류	소분류
출판업	일반서적 출판업	출판사업체	출판사업체
	교과서 및 학습서적 출판업		
	인터넷·모바일 전자출판제작업	출판유통사업체	도매, 총판
	신문발행업		
	잡지 및 정기간행물 발행업		온라인 서점
	정기 광고간행물 발행업		
	기타 인쇄물 발행업		오프라인 서점
인쇄업	인쇄업		
출판 도소매업	서적 및 잡지류 도매업		
	서적 및 잡지류 소매업	전자책사업체	전자책 유통사
온라인 출판 유통업	인터넷·모바일 전자출판서비스업		전자책 출판사
출판임대업	서적 임대업(만화 제외)		
5개	12개	3개	6개

2) 표본추출틀

국가승인통계인 콘텐츠산업조사의 출판산업 분야와 출판산업실태조사 간의 표본추출틀을 비교한 결과는 다음과 같다. 우선, 콘텐츠산업조사 출판분야에서는 전국사업체조사 출판사업체 목록, 대한출판문화협회 출판사업체 목록, 한국콘텐츠진흥원이 자체적으로 보유하고 있는 출판사업체 목록에 등록된 사업체들 중에서 중복된 사업체를 제외한다. 사업자 등록번호가 있는 경우에는 국세청 정보 확인을 통해 휴폐업 사업체를 제외하였다. 동시에 전화조사를 통해 업종변경 여부를 확인하여 사업을 영위하지 않는 경우에도 조사에서 제외하였다. 이렇게 확정된 표본추출틀의 사업체 수는 25,829개이며, 이를 통해 실제 조사에 응답한 사업체의 수는 2,508개이다(2018년 기준).

출판산업실태조사에서는 문화체육관광부에 등록된 출판사업체 목록 중에서 조사시기를 기준으로, 전년도 매출 실적이 있는 업체 전체를 조사하고자 하였다. 이로써 전체 사업체 6,554개를 대상으로, 실제로 조사된 사업체의 수는 2,443개이다(2018년 기준).

〈표 2-23〉 출판산업 조사 표본추출틀 비교

구분	콘텐츠산업조사 출판분야	출판산업실태조사
기준	• 전국사업체조사 목록, 대한출판문화협회 목록, 한국콘텐츠진흥원 자체 모집단 목록에 등록된 사업체 중에서 중복된 사업체를 제외	• 문화체육관광부 신고 출판사 목록
모집단	• 조사 작성 시점 기준, 이전년도 콘텐츠 조업 실적이 있는 사업체	• 통계청 한국표준산업분류 및 콘텐츠산업 특수분류체계 중, 출판사업체에 기반하여 사업자등록증을 갖고, 전년도 매출 실적이 있는 업체
표본 추출	• 전수층: 종사자 수가 20인 이상 사업체 • 표본층: 종사자 수가 20인 미만 사업체	• 전수조사 (조사가 이루어지지 않은 사업체에 대해서는 모집단 수를 기준으로 단위무응답 대체법, 항목무응답 대체법을 적용)
	• 다단계층화추출법 적용 • 층별 표본 수 배분은 멱배분법(p=0.6) 적용, 종사자 수를 기준 변수로 활용 • 층내 계통추출방법 적용, 표본 최종 추출 • 소분류 업종 및 종사자규모 층별로 배분된 표본 사업체들을 시도 순으로 정렬 후, 계통추출	
표본추출틀	25,829개(2018년 기준)	6,554개(2018년 기준)
응답 사업체 수	2,508개	2,443개

4. 웹툰사업체실태조사

가. 조사목적 및 연혁

콘텐츠산업 만화분야는 전통적인 인쇄출판 중심의 만화산업과 매체환경 변화에 따라 급성장한 웹툰산업이 혼재되어 있다. 콘텐츠산업 범주 내에서도 특히 산업의 변화 속도가 매우 빠른 분야로, 산업에 대한 정의나, 용어의 혼용도 비교적 빈번하게 발생하는 편이다.

웹툰사업체실태조사는 웹툰 사업체의 실태 파악을 통해, 웹툰 산업의 기초 데이터베이스 구축 및 정책 수립, 웹툰 산업 발전을 위한 정책적 제언과 시사점 도출을 위한 기초자료 제공을 목적으로 실시하는 조사이다. 2018년 처음 조사된 후 1년 주기로 생산된 것으로 파악된다. 발표 시점이 비교적 최근이어서 지속적인 조사의

가능성은 다소 불분명하다. 그러나 산업 환경의 변화가 빠른 가운데, 변화를 주도하는 사업체인 플랫폼과 에이전시 사업체를 대상으로 정보를 축적하는 형태는 만화, 웹툰 산업 시장을 이해하는데 매우 의미있는 설계 구조라 할 수 있다.

〈표 2-24〉 웹툰사업체실태조사 조사표

분야	조사명	대상	주기	연혁	표본규모	표본추출방법
만화	웹툰사업체 실태조사	현재 웹툰 사업을 영위 중인 웹툰 사업체 (플랫폼, 에이전시)	1년	2018-현재	플랫폼 7개, 에이전시 23개 (2018년 기준)	웹툰가이드의 웹툰 통계 분석 서비스(WAS), 인터넷 검색, 전문가 자문 등을 통해 조사 기간 기준, 현재 영업활동을 하고 있는 사업체

자료: 한국콘텐츠진흥원(2019), 2019 웹툰사업체실태조사

나. 조사대상 및 항목

웹툰사업체실태조사는 웹툰산업을 구성하는 사업체인 플랫폼 7개사, 에이전시 23개사를 대상으로 조사하여 표본의 규모는 작은 편이다. 그러나 변화가 빠르고 많은 만화, 웹툰 산업의 최신 산업구조를 반영한 점이 큰 특징이다.

조사항목으로 웹툰 산업 내 특징을 최대한 반영하고자 한 점은 큰 강점이다. 예를 들어, 웹툰 사업체가 보유한 작품과 작가의 정보, 해외법인의 보유 여부, 수출과 수입규모도 별도로 구성하고 있다. 저작권을 통해 다각적인 수익창출이 가능한 웹툰 산업의 특징도 매출액 중 2차 저작권의 분야별 비중으로 반영하고 있다. 그 외에도 인력 충원 경로나, 표준계약서 활용 현황 등 콘텐츠산업의 정책적 이슈를 확인할 수 있는 정보를 수집하여, 사업체의 심층 분석이 가능하도록 설계하였다.

사업체 대상 조사는 일반적으로 사업체의 매출 및 인력에 대한 정보를 수집하여 제공한다. 웹툰사업체실태조사는 이처럼 특정 산업의 구조를 이해할 수 있도록 하고, 나아가 산업 내에서 이슈가 될만한 점들을 잘 반영하고 있다.

〈표 2-25〉 웹툰사업체실태조사 항목

구분	조사 내용
일반현황 및 매출현황	- 사업 분야/매출액/매출액 중 웹툰 관련 비중 - 매출 구분별 매출액 비중/2차 저작권 분야별 비중 - 지출비용(영업비용) 중 작가 원고료 비중
제작/유통 현황	- 작품 현황(작품 수, 신규 작품 수, 독점 작품 수 등) - 작가 현황(독점 작가 수, 해외 작가 수 등)
해외진출 현황	- 해외현지 법인 보유 여부 - 해외진출 현황 - 수출 규모(수출액, 수출건수 등)/국가별 수출액 비중/수출방법별 비중/수출형태별 비중 - 수입 규모(수입액, 수입 작품 수 등)/국가별 수입액 비중/수입형태별 비중 - 해외 비즈니스 시 가장 필요한 것
인력 현황	- 종사자 수 현황(연령별/학력별/직종별/고용형태별 현황 등) - 인력 충원 경로
현안 및 기타	- 웹툰 사업 추진 시 겪는 어려움 - 개선 필요 사항 등
만화분야 표준계약서 활용 현황	- 만화분야 표준계약서 인지여부 - 만화분야 표준계약서 활용여부 - 만화분야 표준계약서 활용하지 않는 이유

자료: 한국콘텐츠진흥원(2019), 2019 웹툰사업체실태조사

다. 콘텐츠산업조사와 웹툰사업체실태조사

1) 분류체계

만화 분야에서는 콘텐츠산업조사가 만화산업 중분류로 만화출판업, 온라인만화제작유통업, 만화책임대업, 만화도소매업을 구분하고 있다. 이와 비교해, 비승인 실태조사인 웹툰산업실태조사의 경우에는 전통적인 만화 출판 영역을 제외하고, 온라인 웹툰 산업을 중심으로 중, 소분류를 완전히 다르게 설정하였음을 확인할 수 있다.

콘텐츠산업조사 만화산업 분야는 만화출판업, 온라인만화 제작유통업, 만화 임대업, 만화도소매업 4개의 중분류를 구분하고 있다. 이와 비교해, 웹툰사업체실태조사는 중분류를 웹툰사업체로 설정하고 있다. 이에 대해, 만화산업을 웹툰산업의 상위 개념으로 이해할 수도 있다. 하지만 소분류 층위에서 서로 비교 검토해보면, 콘텐츠산업조사와 웹툰사업체실태조사의 분류체계 설정 자체가 서로 일대일 연결(matching) 되지 않기 때문에, 만화, 웹툰 산업에 대한 관점과 설정 자체가 완전히 다른 조사로 이해하는 편이 더 바람직하다.

〈표 2-26〉 만화산업 분류체계 비교

콘텐츠산업조사 만화분야		웹툰사업체실태조사	
중분류	소분류	중분류	소분류
만화출판업	만화출판사	웹툰사업체	플랫폼
	일반출판사		
온라인만화 제작유통업	인터넷·모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공		에이전시
	인터넷·모바일 만화 콘텐츠 서비스		
만화 임대업	만화임대		
	서적임대		
만화 도소매업	만화서적 및 잡지류 도매		
	만화서적 및 잡지류 소매		
4개	8개	1개	2개

2) 표본추출틀

콘텐츠산업조사 만화산업 분야는 전국사업체조사 목록, 한국만화영상산업진흥원 목록, 한국콘텐츠진흥원 자체 모집단 목록으로 등록된 만화산업 관련 사업체들 중, 중복 사업체를 제외하고, 전년도 실적이 있는 사업체들을 표본추출틀로 삼는다. 이렇게 확정된 사업체의 수는 7,172개이며, 실제 응답 사업체의 수는 524개이다(2018년 기준).

이와 비교하여 웹툰사업체실태조사는 최초 모집단에 대한 정의와 분류체계가 다를 뿐만 아니라, 표본추출틀 설정 단계에서도 웹툰사업체 중 플랫폼 34개, 에이전시 32개 총 66개 사업체를 표본추출틀로 설정하여 콘텐츠산업조사의 만화산업 분야 조사와 표본설계 측면에서 큰 차이가 있다. 또한, 표본조사가 아닌 전수조사를 실시하였으며, 최종적으로 응답한 사업체의 수는 14개이다(2018년 기준).

콘텐츠산업조사 만화산업 분야와 웹툰사업체실태조사를 비교해보면, 일차적으로 조사의 모집단 설정이 다르다. 모집단 설정이 다르다는 것은 콘텐츠산업 만화, 웹툰산업에 대한 정의가 서로 다르다는 점과 연관된다. 콘텐츠산업조사 만화산업 분야와 웹툰사업체실태조사의 분류체계가 서로 다른 것이 이러한 차이를 분명하게 보여주는 지점이라 할 수 있다.

〈표 2-27〉 만화·웹툰산업 조사 표본추출틀 비교

구분	콘텐츠산업조사 만화분야	웹툰사업체실태조사
기준	• 전국사업체조사 목록, 한국만화영상산업진흥원 목록, 한국콘텐츠진흥원 자체 모집단 목록에 등록된 사업체 중 중복된 사업체를 제외	• 웹툰가이드 WAS 자료, 인터넷 검색, 전문가 자문 등을 통해 확보한 목록
모집단	• 조사 작성 시점 기준, 이전년도 콘텐츠 조업 실적이 있는 사업체	• 현재 웹툰 산업을 영위 중인 플랫폼 및 에이전시 사업체
표본 추출	• 전수층: 종사자 수가 20인 이상 사업체 • 표본층: 종사자 수가 20인 미만 사업체	• 전수조사 (단위 무응답과 항목 무응답으로 인한 결측치에 대해서는 2차 자료 및 전문가 자문을 통해 정량적, 정성적으로 추정)
	• 다단계층화추출법 적용 • 층별 표본 수 배분은 멱배분법(p=0.6) 적용, 종사자 수를 기준 변수로 활용 • 층내 계통추출방법 적용, 표본 최종 추출 • 소분류 업종 및 종사자규모 층별로 배분된 표본 사업체들을 시도 순으로 정렬 후, 계통추출	
표본추출틀	7,172개(2018년 기준)	66개(2018년 기준)
응답 사업체 수	524개	14개

통계를 이용하는 측면에서는 이와 같은 모집단 표본추출틀, 분류체계 설정의 차이로 인해, 서로 다른 종류의 조사 자료라는 점에 대한 이해도가 낮을 수 있다. 이 때문에 이용자들이 직관적으로 자료 간 해석을 진행하기 어려워, 이용자측의 혼란을 유발될 수 있는 것이다.

사업체 규모에 대해서도 두 조사가 서로 다르게 파악하고 있는데, 이러한 결과 또한 모집단 설정 단계에서 두 조사간의 산업에 대한 관점의 차이가 작용한 것으로 볼 수 있다. 콘텐츠산업조사에서는 표본추출틀이 되는 만화산업 사업체의 수를 7,172개로 보고 있으며, 그 중 만화출판업 203개, 온라인만화 제작유통업 90개, 만화책임대업 2,609개, 만화도소매업은 4,270개로 파악되었다. 이와 대조적으로, 웹툰사업체실태조사에서는 웹툰 플랫폼 및 에이전시 사업체에 한정하여, 웹툰산업을 구성하는 사업체 수를 66개로 보고하였다.

5. 한국영화산업실태조사

가. 조사목적 및 연혁

한국영화산업실태조사는 영화의 제작, 지원 및 유통, 상영 등에 관련된 사업(기업)체들을 중심으로, 한국 영화산업의 실태를 파악하기 위해 실시하는 조사이다. 콘텐츠산업 특수분류체계의 영화산업 분류체계에 따라, 영화산업을 영위하는 국내 소재 모든 사업체를 대상으로 한 전수조사이다. 2006년 처음으로 조사된 이후 현재까지 1년 주기로 생산되고 있다.

〈표 2-28〉 한국영화산업실태조사 조사표

분야	조사명	대상	주기	연혁	표본규모	표본추출방법
영화	한국 영화산업 실태조사	영화산업 분류체계에 따라 영화산업을 영위하는 국내 소재 모든 사업체	1년	2006~ 현재	1,369개 (2018년 매출 발생이 확인된 업체)	전수조사

자료: 영화진흥위원회(2018), 2018년 한국영화산업실태조사

나. 조사대상 및 항목

한국영화산업실태조사는 콘텐츠산업조사의 영화산업 분야에 인용되는 자료이나, 승인을 받지 않은 실태조사이다. 그러나 영화진흥위원회가 10년 이상 지속적으로 영화산업 사업체 정보를 관리, 제공해오고 있다는 점에서 매우 가치가 있다고 할 수 있다.

2018년 한국영화산업실태조사의 표본추출틀은 이전 시기 3년전부터 조사시기(2018.12.31.) 내 상영 영화제작에 참여 경험이 있는 모든 1인 이상 사업체를 대상으로 한다. 또한, 조사기간인 2018년 1년간 영화 관련 매출이 전혀 없더라도 영화 관련 매출이 일부라도 존재했던 경우에는 영화산업을 영위하는 사업체로 간주하여 조사대상으로 포함하였다.

한국영화산업실태조사는 영화산업의 제작, 유통단계를 사업체의 전문적인 성격에 따라 세밀하게 관찰하고 있다. 최근에는 유통을 오프라인 유통과 온라인 유통으로 나누어 산업 현실의 변화를 꾸준히 반영하고자 했다.

사업체 정보를 수집하는 항목에서는 벤처기업, 여성기업, 사회적기업 인증 여부를 함께 조사하여 영화산업 내에서 주요 사회 정책이 얼마나 적용되고 있는지, 그에 따른 효과가 어떻게 다르게 나타나는지에 대해서도 관찰이 가능하도록 설계하였다.

종사자 항목에서도 영화산업에 특화된 직무구조를 최대한 반영하고자 설계하였다. 영화 제작, 영화 제작지원, 영화 수입 및 배급, 상영, 홍보 및 마케팅업에 이르기까지 각 세부업종별로 단계를 구분하여 정보를 제공하고 있다.

한편, 한국영화산업실태조사의 업종별 세부현황과 경기전망 항목은 조사의 큰 장점이라 할 수 있다. 업종별 세부현황에서는 영화산업을 실제로 구성하는 각 세부업종별로 발생하는 주요 이슈와 관련 정책의 적용 여부, 효과 등을 관찰할 수 있도록 설계하였다. 경기전망 항목을 통해서는 영화산업 사업체들이 체감하는 경기, 어려운 점 또는 필요로 하는 점에 대한 정보를 다각도로 수집함으로써, 영화산업 차원에서 향후 필요한 정책 지원 내용이 무엇이 될 수 있는지를 검토할 수 있도록 하였다.

〈표 2-29〉 한국영화산업실태조사 항목

구분	조사 내용	대상
업종별 구분 세분화 (9개 업종)	업종별 구분 - 영화 제작, 지원 및 유통업 시장: 영화 기획 및 제작, 영화 수입, 영화 제작 지원, 영화 배급, 극장 상영, 영화 홍보 및 마케팅 - 디지털 온라인 유통업 시장: DVD/블루레이 제작 및 유통, 온라인 배급, 온라인 상영	전체
① 사업(기업)체 기초 정보		
사업(기업)체 정보	사업(기업)체 명, 사업자등록번호	전체
	연락처(전화번호, 팩스번호, 주소)	
	설립일자(년/월/일)	
	벤처 기업 지정 여부, 여성기업 확인 여부, 사회적기업 인증 여부	
	기업형태 - 개인 사업체, 회사 법인(주식/유한/합자/합명회사), 회사 외 법인, 국가기관/공사, 비법인 단체	
	본사 유무: 단독 사업체, 공장/지사(점)/영업소, 본사/본점/본부	
	상장 기업 영부, 상장 유형(코스피/코스닥), 상장 연도	
대표자 정보	성명, 영화 관련 분야 경력	전체
	경영 형태: 창업, 가업 계승, 기업 인수, 전문 경영인, 기타	

구분	조사 내용	대상
② 사업(기업)체 종사자 현황		
종사자 현황	종사자 수(성별, 연령대별, 대표/임원/직원별, 정규직/비정규직/파견직별, 직급별) 종사자 평균 근속 연수 기혼 직원 수/자녀 있는 직원 수	전체
직무별 종사자 현황	직무별 종사자 수(시나리오/작가, 연기, 투자, 연출, 음악, 기획개발, 제작(프로듀서), 현상, 배급, 촬영, 편집, 경영관리, 조명, 사운드, 미술, CG, 특수효과, 홍보/ 마케팅, 동시녹음, 수입, 기타분야)	영화 기획 및 제작업, 영화 수입업, 영화 배급업
	직무별 작업자 수(연출, 촬영, 조명, 미술, 사운드, 특수효과, 컴퓨터그래픽스, DI/현상, 홍보/마케팅, 운송 등 직군 이하 세부 항목)	영화 제작 지원업
	직무별 종사자 수(경영관리, 작품수급, 홍보 및 마케팅, 시설 운영, 매표 및 수표, 영사, 기타)	극장 상영업
	직무별 종사자 수(홍보 및 마케팅, 인쇄물 제작, 광고 디자인, 광고 에이전시 담당, 동영상 제작, 경영관리, 홈페이지 제작, 기타)	영화 홍보 및 마케팅업
③ 사업(기업)체 재무 현황		
기초 재무 현황	총매출액, 비용(매출 원가, 판매비 및 관리비), 납부 부가가치세액	전체
세부 재무 현황	영업이익, 영업비용(매출원가, 판매비 및 관리비), 경상이익, 당기순이익 등	재무제표 작성 업체만 응답
④ 업종별 세부 현황		
영화 기획 및 제작업 이슈	국제공동제작 실적 여부, 영화 편수, 순제작비	영화 기획 및 제작업
	장르별 제작 영화 편수, 매출액	
	제작 완성도별 제작 영화 편수, 매출액	
	1차 상영 윈도우(창구)별 제작 영화 편수, 매출액	
	당해 대표 개봉완료 영화 기획·제작 과정 현황	
	영상콘텐츠 제작비 세액 공제 혜택 인지	
영화 수입업 이슈	장르별 영화 수입 편수, 수입액	영화 수입업
	계약 유형별 영화 수입 편수, 수입액	
	권리 방식별 영화 수입 편수, 수입액	
	국적별 영화 수입 편수, 수입액	
	수입형태별 개봉 영화 수입 편수, 수입액	
	상영 윈도우(창구)별 개봉 수입 편수, 수입액	
영화 제작 지원업 이슈	해외 작품 수주 경험 및 수주 경로	영화 제작 지원업
	국적별 수주작품 편수, 수주액, 수주작품 장르	
	국적별 영화 제작 지원 편수, 매출액	
	프로젝트 당 평균 작업 기간, 평균 참여 인력 수	
	프로젝트 수주 경로, 최근 3년간 수주한 대표 작품	

구분	조사 내용	대상
	영상콘텐츠 제작비 세액 공제 혜택 인지	
	세부 직군별 매출 비중, 작업자 수	
영화 배급업 이슈	영화국적별 배급 편수, 매출액	영화 배급업
	배급유형별 배급 편수, 매출액	
극장 상영업 이슈	세부 내역별 매출액(제품, 매점, 부동산, 위탁 경영, 극장 광고, 기타)	극장 상영업
	세부 내역별 비용(제품 수급, 장비구입/대여, 매점 운영, 시설 확충 및 개선, 부동산 임차, 위탁 경영 수수료, 기타)	
	스크린별 매출액(필름 스크린, 디지털 스크린, 3D 스크린, 4D 스크린, 기타)	
영화 홍보 및 마케팅업 이슈	콘텐츠 유형/국적별 홍보/마케팅 영화 편수, 매출액	영화 홍보 및 마케팅업
	업무 유형별 홍보/마케팅 영화 편수, 매출액	
DVD/ 블루레이 제작 및 유통업 이슈	영화 유형별(일반/독립)·국적별 DVD/블루레이 출시 편수, 판매량, 매출액	DVD/ 블루레이 제작 및 유통업
	출시 목적별 및 영화 국적별 DVD/블루레이 판매량 비중, 매출 비중	
	장르별 DVD/블루레이 판매량 비중, 매출 비중	
	콘텐츠 유형별 DVD/블루레이 제작 편수, 매출액	
온라인 배급업 이슈	영화 국적별 제공 편수, 매출액	온라인 배급업
	서비스 윈도우별 매출액	
온라인 상영업 이슈	콘텐츠 유형별 제공 편수, 이용 건수, 매출액	온라인 상영업
	영화 국적별 제공 편수, 이용 건수, 매출액	
	장르별 제공 편수, 이용 건수, 매출액	
⑤ 영화 산업 경기 전망		
경기 전망/ 경영상의 애로점	영화 산업 경기 전망 - 2020년 업종별 영화 산업 경기 전망(5점 척도)	전체
	영화업 운영상의 애로점(업종별 특성에 맞게 보기문항 매칭)	

자료: 영화진흥위원회(2018), 2018년 한국영화산업실태조사

다. 콘텐츠산업조사와 한국영화산업실태조사

1) 분류체계

국가승인통계인 콘텐츠산업조사와 비승인 실태조사인 한국영화산업실태조사의 영화산업 분류체계는 동일하다. 중분류는 영화제작, 지원 및 유통업, 그리고 디지털 온라인 유통업 2개 업종, 소분류는 9개 업종으로 구분하고 있다. 콘텐츠산업조사의 영화산업 분야는 한국영화산업실태조사 결과를 인용하고 있는데, 이 과정에서 분류체계 측면에서는 서로 큰 무리가 없다고 할 수 있다.

〈표 2-30〉 영화산업 분류체계 비교

콘텐츠산업조사 영화분야와 한국영화산업실태조사의 분류체계(일치)	
중분류	소분류
영화제작, 지원 및 유통업	영화 기획 및 제작
	영화 수입
	영화제작 지원
	영화 배급
	극장 상영
	영화 홍보 및 마케팅
디지털 온라인 유통업	DVD/블루레이 제작 및 유통
	온라인 배급
	온라인 상영
2개	9개

2) 표본추출틀

한국영화산업실태조사의 목표 모집단은 영화산업을 영위하는 국내 소재 모든 사업체이다. 콘텐츠산업 특수분류체계와 한국표준산업분류체계 간 연계표에 따라 영화 관련 사업체로 신고하여 현재 사업을 영위하고 있는 사업체들이 이에 해당된다. 그 다음 단계로, 최근 3년간 상영된 영화제작에 참여한 1인 이상의 사업체를 조사대상으로 정의한다. 이에 따라, 최근 3년 동안 업종을 전환했거나 매출의 절반 이상이 영화 이외의 부문에서 발생한 사업체라고 하더라도 조사대상에 포함될 수 있다. 또한 최근 3년간 영화 관련 매출이 전혀 없더라도 그 이전 2년간 영화 관련 매출이 조금이라도 있는 경우에는 영화산업을 영위하는 사업체로 분류하여 구분하고 있다. 사업체 대상 조사인만큼, 극장 상영 분야의 경우, 프랜차이즈 극장의 직영점은 각각을 개별 사업체로 산정하여 목표모집단 수에 포함하고 있다.

종합적으로, 한국영화산업실태조사의 표본추출틀 정의는 국내에서 영화와 관련된 매출이 일부라도 존재하는 모든 사업체가 된다. 콘텐츠산업조사의 영화산업 분야는 이렇게 영화진흥위원회가 생산하는 전수조사인 한국영화산업실태조사 자료를 인용하고 있다. 조사 인용은 해당 조사에서 실제로 조사를 실시하지 않고, 다른 조사의 결과를 인용하는 것이다. 즉 직접 생산하지 않고, 원자료를 공유하여 공식 발표에 활용하는 방법이다.

〈표 2-31〉 영화산업 조사 표본추출틀 비교

구분	콘텐츠산업조사 영화분야	한국영화산업실태조사
기준	• 영화진흥위원회 한국영화산업 실태조사 인용	• 영리·비영리, 관공서의 인·허가 여부를 불문하고, 일정한 물리적 장소에서 단일한 소유권 또는 통제 아래, 재화의 생산·판매나 서비스 제공 등의 산업 활동을 영위하고 있는 개별 경영 단위 영화 사업체 • 기업체는 하나 이상의 사업체로 구성될 수 있으며, 동일 기업체가 여러 장소에서 활동을 영위할 경우 장소별로 별도의 사업체로 설정
모집단	• 영화진흥위원회 한국영화산업 실태조사 인용	• 영화산업 특수분류체계에 따라 영화산업을 영위하는 국내 소재 모든 사업체
표본 추출	• 조사 인용	• 전수조사 (항목무응답 및 개체무응답의 대체를 통해 각 개체에 대한 자료값을 보완하고, 각 업종 내 표본층에 대해 사후층화과정을 거쳐, 가중치 적용)
표본추출틀	• 1,369개(2019년 보고서)	• 1,369개(2018년 보고서)
응답 사업체 수	• 1,038개(2019년 보고서)	• 1,038개(2018년 보고서)

국가승인통계 자료인 콘텐츠산업조사 영화산업 분야는 비승인 실태조사 자료인 한국영화산업실태조사 자료를 인용함으로써, 보고서의 발간 시기가 1년 늦게 된다. 그러나 일반적으로 통계 이용자들은 표본설계 방법을 포함하여 이러한 세부적인 조사시기, 작성방법 등에 대한 정보를 놓칠 수 있어, 이용 단계에서 혼란이 발생할 여지가 있다. 만약, 통계 이용자들이 영화산업에 대하여 콘텐츠산업조사와 한국영화산업실태조사를 동일한 연도를 기준으로 한 보고 결과를 비교한다면, 실제로는 조사 기간이 다른 자료를 비교하게 될 수 있는 것이다. 일례로, 한국영화산업실태조사 2018년도 보고서는 2018년도에 조사한 결과를 대상으로 1,396개의 사업체 표본추출틀을 기준으로 1,038개의 응답 표본을 확보하였는데, 이 결과는 콘텐츠산업조사 영화산업 분야에 차후 인용됨으로써, 2019년도 콘텐츠산업조사 영화산업 부분에 보고된다. 실제로 2018년도 콘텐츠산업조사 영화산업 분야에서는 1,409개 사업체의 표본추출틀을 기준으로, 총 895개 사업체 표본수를 보고하고 있는데, 이는 인용에 활용한 한국영화산업실태조사의 2017년도 조사결과를 반영한 결과이다.

콘텐츠산업조사 영화산업 분야는 한국영화산업실태조사를 인용하면서 동일한 분류체계를 적용하고 있음에도 불구하고, 세부적으로는 통계치에 차이가 발생하는 경

우들이 있다. 그러나 실제로 통계 자료를 인용할 경우에는 조사준비 단계 및 절차 등에서 발생하는 차이도 고려할 필요성이 높다. 이 경우, 조사를 수행하는 기관별로 조사기준과 조사대상, 조사시점, 조사항목 등의 차이로 통계의 비교 가능성과 종합화 능력에 한계가 발생할 수 있다. 특히 통계청과 지정기관의 관리 체계 내에 있는 국가승인조사에 검증 과정을 거치지 않은 비승인 실태조사를 인용하는 과정에서는 문제 발생 가능성이 더 높아질 수 있다.

6. 방송산업실태조사 및 방송프로그램 외주제작거래 실태조사

콘텐츠산업조사의 방송산업 분야에서는 과학기술정보통신부와 방송통신위원회가 작성하는 국가승인통계 방송산업실태조사와 비승인 실태조사 자료인 방송프로그램 외주제작거래 실태조사를 함께 인용하고 있다. 이에 따라, 방송산업 분야 주요 통계 현황 분석 단계에서는 먼저 이 2개 조사에 대한 검토를 거쳐, 종합적으로 콘텐츠산업조사 영화산업 분야와의 비교를 함께 진행하였다.

가. 방송산업실태조사

1) 조사목적 및 연혁

방송산업실태조사는 방송산업의 분야별 실태 파악을 통해 기초자료를 확보하고 이를 정책수립 활용을 목적으로 과학기술정보통신부와 방송통신위원회가 작성하는 국가승인통계이다. 방송산업 분야 민간기업체의 경영 계획 수립과 학계, 연구소 등의 학술연구를 지원하고, 다양한 매체를 이용하는 시청자에게 방송산업에 대한 기초적인 통계정보를 제공하는데 목적이 있다고 명시하고 있다.

2000년, 방송운영현황 및 서비스 실태조사라는 명칭으로 첫 조사가 실시되었으며, 2001년에 방송산업실태조사로 명칭을 변경하여 현재까지 유지되고 있다. 2006년 국가승인통계가 되었으며, 과학기술정보통신부가 관리하는 방송산업 사업체 모집단 목록에 따라 해당 사업체 전체를 조사하는 전수조사이다.

〈표 2-32〉 방송산업실태조사 조사표

분야	조사명	대상	주기	연혁	표본규모	표본추출방법
방송	방송산업 실태조사	과학기술정보통신부·방송통신위원회에 등록된 방송사업자	1년	2000~현재	403개 (2019년 조사 기준)	전수조사 (응답사업체수: 403개, 응답률: 98.8%)

자료: 과학기술통신부·방송통신위원회(2019), 2019 방송산업실태조사

2) 조사대상 및 항목

방송산업실태조사는 한국표준산업분류를 기준으로, 지상파방송업, 라디오방송업, 텔레비전방송업, 유선방송업, 위성 및 기타 방송업, 방송프로그램제작업(IPTV콘텐츠제공사업만), 프로그램공급업, 기타 통신 판매업, 기타광고업에 종사하고 있는 방송사업자들을 조사대상으로 설정하고 있다. 방송산업실태조사에서는 이들 사업체를 지상파방송업, 유선방송업, 위성방송업, 프로그램 제작업, IPTV, IPTV콘텐츠제공사업, 전광판방송업으로 재분류하여 자체적으로 적용하고 있다.

방송산업실태조사는 방송사업자의 일반현황 외에 방송사업체의 인력, 매출과 손익·재무현황, 유료방송현황, 제작·유통과 수출입현황, 편성현황, 사업결합과 소유구조 현황, 시설과 시설투자 현황 부문에 대해서도 조사하고 있다. 콘텐츠산업조사에서는 이러한 결과를 일반 방송사업체 대상으로 인용하며, 그 외 방송영상독립제작사를 분리하여 별도의 실태조사를 인용하고 있다.

〈표 2-33〉 방송산업실태조사 항목

구분	조사 내용
일반현황	대표자명, 주소, 홈페이지, 사업형태, 개국/설립일, 자본금, 최다출자자
방송사업자 수와 인력	매체별 사업자수, 매체별·성별 종사자
매출과 손익·재무현황	매출액, 매출구성내역, 요약 손익과 재무 현황
유료방송 현황	플랫폼별 가입자 현황, 채널운영 현황, 부가서비스 운영 현황
제작·유통과 수출입 현황	제작비, 프로그램 판매와 구매, 수출입, 공동제작 현황
편성 현황	방송시간, 제작원별·방송유형별 편성 현황
사업결합과 소유구조 현황	MPP, MSO, MSP 현황, 특수관계 현황, 자본금과 최다출자자
시설과 시설투자 현황	디지털, 기타 보유시설과 UHD, HD, SD, 기타 시설장비투자 현황

자료: 과학기술통신부·방송통신위원회(2019), 2019 방송산업실태조사

나. 방송프로그램 외주제작거래 실태조사

1) 조사목적 및 연혁

방송프로그램 외주제작거래 실태조사는 방송 외주제작 거래의 실태를 파악하고, 거래 관행에 대한 인식을 파악하기 위해 실시하는 조사이다. 방송용 영상물 제작업을 실질적으로 영위하는 방송영상독립제작사를 대상으로, 2016년 처음으로 조사된 후 1년 주기로 생산되고 있다. 현재 콘텐츠산업조사의 방송산업 분야에, 과학기술정보통신부와 방송통신위원회가 작성하는 방송산업실태조사와 함께 인용되고 있는 비승인 실태조사이기도 하다.

〈표 2-34〉 방송프로그램 외주제작거래 실태조사 조사표

분야	조사명	대상	주기	연혁	표본규모	표본추출방법
방송	방송프로그램 외주제작거래 실태조사	방송용 영상물 제작업을 실질적으로 영위하는 방송영상독립제작사	1년	2016~ 현재	124개 (2018년 조사 기준)	조사기간 동안 외주거래 실적이 있는 사업자 대상 온라인 설문조사

자료: 한국콘텐츠진흥원(2019), 2019 방송프로그램 외주제작거래 실태조사
2017년 이후 '방송영상독립제작사 실태조사'에서 '방송프로그램 외주제작거래 실태조사'로 조사명 변경

2) 조사대상 및 항목

방송프로그램 외주제작거래 실태조사는 방송산업만의 구조적 특징이라 볼 수 있는 외주제작, 즉 독립제작사와의 협업, 거래가 활발한 특성을 직접적으로 관찰하고자 한 점에서 차별성을 갖는다. 이에 따라, 조사문항이 방송 외주제작사의 제작현황이나 계약내용 등을 중심으로 매우 세부화 된 편이다. 방송산업을 구성하는 다양한 산업적 요소들 가운데, 방송프로그램 외주제작거래 사업체에만 한정하고 있다는 점이 반대로 한계가 될 수도 있지만, 산업에 특화된 부분에 대해 정밀한 관찰 정보를 제공하고자 설계한 의도는 매우 큰 장점이다.

〈표 2-35〉 방송프로그램 외주제작거래 실태조사 항목

구분	조사 내용
방송 외주제작 프로그램 제작 편수 및 계약형식	- 방송 외주제작 프로그램 제작 편수 - 방송 외주제작 프로그램 계약 형식 · 계약유형-서면계약(표준계약서, 기타서면계약서), 구두계약 · 구두계약 시 제작비 지급 방법 · 업체 선정 방식
방송 외주제작 프로그램 계약사항	- 특약 · 특약 작성 비율 · 특약/일반계약 작성 항목 · 특약 작성 시, 방송사와 제작사 간 상호합의 정도(11개 항목) · 일반계약 작성 시, 방송사와 제작사 간 상호합의 정도(11개 항목) · 특약 사항 관련 진술문에 대한 동의수준(2개 항목) - 권리합의서 · 권리합의서 작성 비율 · 권리배분 귀속 대상 · 방송사와 제작사 간 수익배분
표준계약서 활용	- 서면계약 시, 표준계약서 조항과 다르게 수정한 경험 여부 - 표준계약서와 조항과 다르게 수정한 경우, 상호 의견 동일 반영 수준(9개 항목)
정식 계약 전, 사전 협의 과정	- 정식 계약 전, 사전 협의 경험 유무 - 정식 계약 전, 사전 협의 내용 - 정식 계약 시, 사전 협의 내용 반영 정도 - 정식 계약 시, 사전 협의 내용과 다르게 작성된 항목 - 정식 계약이 주로 이루어지는 시점 · “촬영 시작후” 정식계약 이루어진 경우
선급금 및 제작비 지급	- 선급금 지급 경험 유무 - 선급금 지급 시기 - 제작비 지급 시기 - 제작비 지급 방식(2회 이상 제작 프로그램의 경우) - 일반관리비·기업이윤 비율을 책정한 계약 - 제작비 총액 중 일반관리비·기업이윤 비중
외주제작 거래 과정 이슈	- 외주제작 거래 과정에서 발생하는 이슈(16개 항목)에 대한 동의수준

자료: 한국콘텐츠진흥원(2019), 2019 방송프로그램 외주제작거래 실태조사

다. 콘텐츠산업조사와 방송산업 주요 조사 비교

1) 분류체계

방송산업에서는 대표적인 주요 조사들의 분류체계에 차이가 큰 편이다. 콘텐츠산업조사에서는 방송산업 중분류로 텔레비전 방송, 유선방송, 위성방송, 방송채널사용사업, 인터넷영상물제공업, 방송영상물제작업 6개 업종으로 구분하고 있다. 방송

산업실태조사의 중분류는 지상파방송, 지상파 DMB, 종합유선방송, 중계유선방송, 위성방송, IPTV, IPTV콘텐츠제공, 방송채널사용 8개 업종으로 구분된다. 별도의 방송프로그램 외주제작거래 실태조사(비승인 통계)의 중분류는 지상파, 종편 PP, 일반 PP, 기타 4개 사업자 집단을 구분하고 있다.

콘텐츠산업 분야 국가승인통계인 콘텐츠산업조사 방송산업 분야는 현재 과학기술정보통신부와 방송통신위원회가 작성하는 국가승인통계 방송산업실태조사와 부처 내 비승인 실태조사 자료인 방송프로그램 외주제작거래 실태조사 자료를 함께 인용하여 작성하고 있다. 분류체계 측면에서만 검토하더라도, 해당 조사들 간에는 중분류 수준 이하의 분류체계가 일치하지 않아 서로 매칭되지 않는다. 이러한 경우 조사 처리 단계에서도 어려움이 발생할 수 있으며, 결과를 중심으로 활용하는 이용자 측면에는 혼란을 초래할 수 있는 가능성이 매우 높다.

〈표 2-36〉 방송산업 주요 조사 분류체계 비교

<table>
<tr><th colspan="2">콘텐츠산업조사 방송산업 분야</th><th colspan="2">방송산업실태조사</th><th colspan="2">방송프로그램
외주제작거래 실태조사</th></tr>
<tr><th>중분류</th><th>소분류</th><th>중분류</th><th>소분류</th><th>중분류</th><th>소분류</th></tr>
<tr><td rowspan="4">지상파
방송</td><td>텔레비전 방송</td><td>지상파방송</td><td>지상파방송</td><td rowspan="3">지상파</td><td rowspan="3">지상파</td></tr>
<tr><td>라디오 방송</td><td>지상파DMB</td><td>지상파DMB</td></tr>
<tr><td>지상파계열이동멀티미디어
방송</td><td>종합유선
방송</td><td>종합유선
방송</td></tr>
<tr><td>지상파계열이동멀티미디어
방송사업자</td><td>중계유선
방송</td><td>중계유선
방송</td><td rowspan="3">종편 PP</td><td rowspan="3">종편 PP</td></tr>
<tr><td rowspan="2">유선방송</td><td>종합유선방송사업자</td><td>위성방송</td><td>위성방송</td></tr>
<tr><td>중계유선방송사업자</td><td>IPTV</td><td>IPTV</td></tr>
<tr><td>위성방송</td><td>일반위성방송사업자</td><td>IPTV콘텐츠
제공</td><td>IPTV콘텐츠
제공</td></tr>
<tr><td>방송채널
사용사업</td><td>방송채널사용사업자</td><td rowspan="4">방송채널
사용</td><td>홈쇼핑 PP</td><td rowspan="2">일반 PP</td><td rowspan="2">일반 PP</td></tr>
<tr><td rowspan="2">인터넷
영상물
제공업</td><td>인터넷프로토콜</td><td rowspan="2">일반 PP</td></tr>
<tr><td>IPTV콘텐츠제공사업자</td><td rowspan="2">기타</td><td rowspan="2">기타</td></tr>
<tr><td>방송영상물
제작업</td><td>방송영상독립 제작사</td><td>데이터 PP</td></tr>
<tr><td>6개</td><td>11개</td><td>8개</td><td>10개</td><td>4개</td><td>4개</td></tr>
</table>

2) 표본추출틀

방송산업실태조사는 과학기술정보통신부와 방송통신위원회에 등록된 방송사업자 전체를 대상으로 한 전수조사이다.

이와 비교하여, 방송프로그램 외주제작거래 실태조사는 방송용영상물제작업을 실질적으로 영위하는 방송영상독립제작사로서 방송사(지상파방송사, 종편PP, 일반PP, 기타)를 대상으로 관찰기간 한 해 동안 1건 이상의 방송 프로그램을 제작하거나 납품한 실적이 있는 사업자를 조사대상으로 선정한다. 조사대상은 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원의 방송영상독립제작사 실태조사 명부를 활용하고 있다.

방송산업실태조사는 방송산업 사업체를 대상으로 조사를 진행하는데, 방송프로그램 외주제작거래 실태조사는 방송영상제작업 사업체를 대상으로 조사를 실시한다는 차이가 있다. 두 조사간에는 서로 조사대상이 중복되지 않는다.

실제로 조사에 응답한 최종 사업체의 수를 보면, 방송산업실태조사는 423개의 사업체, 방송프로그램 외주제작거래 실태조사는 105개의 방송영상제작업 업체가 응답한 것으로 확인된다. 이 두가지 조사를 인용하는 콘텐츠산업조사는 전체 259개 사업체의 응답을 활용한 것으로 최종 보고되었다. 이는 표본을 처리하는 과정에서의 방법론적 차이에 따른 것일 수 있으나, 현재까지 공개된 정보로는 어떠한 방법으로 조사자료를 인용한 것인지에 대한 충분한 이해를 쉽게 하기 어렵다. 이에 따라, 관련 통계 자료 이용자들이 자료 간 비교를 시도할 경우에는 방송산업의 일관적인 동향을 파악하기 어려울 수 있다.

〈표 2-37〉 방송프로그램 외주제작 실태조사 표본추출틀 비교

구분	콘텐츠산업조사	방송산업실태조사	방송프로그램 외주제작거래 실태조사
기준	• 방송산업실태조사 및 방송프로그램 외주제작거래 실태조사 인용 • 방송영상물제작업에 대해서는 전국사업체조사 목록, 한국콘텐츠진흥원 자체 모집단 목록에 등록된 사업체 중 중복 사업체를 제외	• 과학기술정보통신부·방송통신위원회 관리 목록에 등록된 방송사업자	• 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원의 방송영상독립제작사 실태조사 명부
모집단	• 조사 작성 시점 기준, 이전년도 콘텐츠 조업실적이 있는 사업체	• 전수조사	• 방송용영상물제작업을 실질적으로 영위하는 방송영상독립제작사(이하, 제작사)로서 방송사(지상파방송사, 종편PP, 일반PP, 기타) 대상으로 전년도 한 해 동안 1건 이상의 방송 프로그램을 제작·납품한 실적이 있는 사업자
표본 추출	• 전수층: 종사자 수가 20인 이상 사업체 • 표본층: 종사자 수가 20인 미만 사업체 • 다단계층화추출법 적용 • 층별 표본 수 배분은 멱배분법(p=0.6) 적용, 종사자 수를 기준변수로 활용 • 층내 계통추출방법 적용, 표본 최종 추출 • 소분류 업종 및 종사자규모 층별로 배분된 표본 사업체들을 시도 순으로 정렬 후, 계통추출	• 전수조사	• 전수조사
표본 추출틀	• 방송산업 423개(인용) • 방송영상제작업 631개(인용)	• 423개	• 631개
응답 사업체	• 방송영상제작업 259개	• 423개	• 105개

7. 광고산업조사

가. 조사목적 및 연혁

광고산업조사는 콘텐츠산업조사를 제외하고, 콘텐츠산업 세부산업별로 유일하게 작성되고 있는 문화체육관광부 국가승인통계이다. 광고산업조사는 광고산업 사업체의 매출규모 파악을 주 목적으로 하고 있다. 이를 통해 광고산업의 경제적 가치를 분석하고, 광고 관련 정책수립의 기초자료를 제공하기 위해 실시하는 조사임을 명시하고 있다. 2005년에 처음으로 조사된 이후 현재까지 1년 주기로 작성되고 있다.

〈표 2-38〉 광고산업조사 조사표

조사명	대상	주기	연혁	표본규모	표본추출방법
광고산업 통계조사	광고대행업, 광고제작업, 광고전문서비스업, 온라인 광고대행업, 옥외광고업 중 한 가지 이상의 광고사업을 영위하는 사업체	1년	2005~현재	1,700개 (2017년 조사 기준)	업종과 종사자수를 기준으로 업종은 단순비례배분, 업종 내 종사자 수 규모는 제곱근비례배분방식으로 표본배분

자료: 문화체육관광부(2019), 2019 광고산업조사

나. 조사대상 및 항목

광고산업조사의 조사대상은 광고대행업, 광고제작업, 광고전문서비스업, 온라인 광고대행업, 옥외광고업 중 한 가지 이상의 광고사업을 영위하는 사업체이다. 일반적으로 사업체 대상 조사가 제공하는 기본적인 사업체 정보와 고용현황에 대한 항목을 포함하고 있다.

특이점으로 광고 사업체의 영업현황 항목 내에 매출액 및 영업비용 항목을 비교적 상세하게 구분하여 파악하고 있다. 또한, 광고산업 사업체의 특성을 반영하여, 매출을 발생시키는 업종들의 경로를 파악할 수 있도록 구성하였다. 콘텐츠산업조사와 달리 광고산업 사업체들이 체감하는 광고산업 경기체감도나, 채용규모, 인원 보강 계획 등의 정보를 제공하고 있다는 차별성도 갖추고 있다.

광고산업조사는 콘텐츠산업조사 내의 광고산업 분야에 인용되는 자료이기도 하

다. 그러나 콘텐츠산업조사와 비교할 때, 상대적으로 광고산업 구조를 보다 입체적으로 파악하고자 한 설계 의도가 두드러지는 편이다.

〈표 2-39〉 광고산업조사 세부 조사항목

구분		조사 내용
사업체 정보	기초 정보	사업체명, 전화번호, 대표자명, 대표자 성별 및 생년, 사업체 주소, 인터넷 홈페이지 보유 여부, 홈페이지 주소, 창립년월, 사업자등록번호
	사업체 형태 및 운영정보	사업체 형태, 재무제표 작성여부, 사업체 구분, 회계연도 결산월, 벤처기업 지정여부, 자본금
	업종 등록 현황	6개 업종 대분류, 16개 업종 중분류별 광고관련 취급액 있는 업종
고용현황	고용형태별 종사자 수	고용형태별, 성별 종사자 수
	학력별 종사자 수	학력별 종사자 수
	직무별 종사자 수	전체 직무별 종사자 수, 외국인 직무별 종사자 수
	연령별 종사자 수	연령별, 성별 종사자 수
	2018년 채용 규모	신입/경력별, 정규직/비정규직별 채용 규모
	인력 운영 계획	향후 인력 예상 운영 계획, 직무 분야별 인원 보강 계획
영업 현황	2018년 취급액 (매출액) 및 영업비용	연간 총 취급액(매출액), 총 영업비용, 인건비, 복리후생비, 세금/공과금, 감가상각비, 대손상각비, 외주용역비, 기타 영업비용, 영업이익
	분야별 취급액 (매출액) 비중	6개 업종 대분류, 16개 업종 중분류별 취급액(매출액) 대비 비중
	분야별 평균 수수료 비중	6개 업종 대분류, 16개 업종 중분류별 평균 수수료 비중
	광고주(거래처) 현황	6개 업종 대분류, 16개 업종 중분류별 광고주(거래처) 현황
	해외 거래 현황	거래유형별 거래국가, 거래건수, 취급액(매출액)
	취급액(매출액) 변동	취급액 변동, 증가/감소율
	광고경기 체감도	광고경기 체감도

자료: 문화체육관광부(2019),「2019 광고산업조사」

다. 콘텐츠산업조사와 광고산업실태조사

1) 분류체계

콘텐츠산업조사의 광고산업 분야와 별도의 문화체육관광부 국가승인통계인 광고산업조사 간에는 광고종합대행업, 광고제작업, 광고전문서비스업, 인쇄업, 온라인 광고대행업, 옥외광고대행업 6개의 중분류 체계가 동일하게 설정되어 있다. 두 조

사 간에는 광고산업 소분류까지도 일치한다. 현재, 콘텐츠산업조사 광고산업 분야에 광고산업조사 결과를 인용하고 있는데, 이러한 경우라면 분류체계 측면에서는 안정적인 것으로 볼 수 있다.

〈표 2-40〉 광고산업 분류체계 비교

콘텐츠산업조사 광고산업 분야와 광고산업조사의 분류체계(일치)	
중분류	소분류
광고대행업	종합광고대행
	광고매체대행
광고제작업	인쇄광고제작
	영상광고제작
	광고사진스튜디오
광고전문서비스업	브랜드컨설팅
	마케팅조사
	PR
	Sales Promotion
	전시 및 행사대행업
인쇄업	인쇄
온라인광고대행업	온라인종합광고대행
	온라인광고제작대행
	온라인광고매체대행
옥외광고대행업	옥외종합광고대행
	옥외광고제작대행
6개	16개

2) 표본추출틀

콘텐츠산업조사 광고산업 분야와 와 광고산업조사는 조사 작성 기준, 전년도 전국사업체조사결과를 표본추출틀로 삼고 있다고 명시하고 있다. 그러나 콘텐츠산업조사는 종사자수가 20인 이상인 경우에 전수조사, 20인 이하에 표본조사를 하며, 광고산업조사의 경우 종사자수가 30인 이상인 경우에 전수조사를, 30인 이하인 경

우에 표본조사를 실시한다고 밝히고 있다. 이러한 점으로 인해 동일한 조사항목에 대해 서로 다른 값이 보고될 가능성이 있으나, 다른 세부산업들에 비해서는 관찰값이 상대적으로 안정적인 것으로 확인된다.

표본설계 과정에서 무응답 처리 방식의 차이도 결과적으로 통계치에 영향을 줄 수 있다. 콘텐츠산업조사는 종사자 수와 나머지 주요 항목들과의 관계 분석으로 추정치를 산출하여 무응답값에 대한 보정을 실시하고 있는 것으로 확인된다. 이와 비교해, 광고산업조사에서는 동일업종, 동일종사자규모, 동일 지역의 예비표본 사업체로 대체하는 방법으로 무응답값에 대한 보정을 실시하고 있다. 이러한 차이를 고려할 때, 같은 표본추출틀에서 표본을 추출하더라도, 응답률이 100%가 되지 않는다면 필연적으로 통계량에 차이를 나타낼 수밖에 없게 된다.

〈표 2-41〉 광고산업 조사 표본추출틀 비교

구분	콘텐츠산업조사	광고산업조사
기준	• 전국사업체조사 목록, 한국콘텐츠진흥원 자체 모집단 목록에 등록된 사업체 중 중복된 사업체 제외	• 전국사업체조사 목록 중, 한국표준산업분류상 광고업으로 분류된 사업체 • 제일기획 광고연감에 수록되어 있는 광고사업체
모집단	• 조사 작성 시점 기준, 이전년도 콘텐츠 조업 실적이 있는 사업체	• 전년도 광고관련업 영위 사업체 • 전국사업체조사에서 파악된 광고사업체
표본 추출	• 전수층: 종사자 수가 20인 이상 사업체 • 표본층: 종사자 수가 20인 미만 사업체	• 전수층: 종사자 수가 30인 이상 사업체 • 표본층: 종사자 수가 30인 미만 사업체
	• 다단계층화추출법 적용 층별 표본 수 배분은 멱배분법(p=0.6) 적용, 종사자 수를 기준 변수로 활용 층내 계통추출방법 적용, 표본 최종 추출 소분류 업종 및 종사자규모 층별로 배분된 표본 사업체들을 시도 순으로 정렬 후, 계통추출	• 업종과 종사자수를 기준으로, 업종은 단순비례배분, 업종 내 종사자 수 규모는 제곱근비례배분방식으로 표본배분
		• 표본추출은 사업체를 추출단위로 하고, 업종별 종사자 수 규모 층별로 임의추출방법 적용 • 지역을 잠재적 층화변수로 활용하여 지역별로 편중되지 않도록 배분
표본 추출틀	• 7,234개(2018년 기준)	• 7,234개(2018년 기준)
응답 사업체 수	• 1,700개	• 1,700개

두 국가승인통계 간에는 작성 초기단계에서, 최초 모집단 설정이나 표본추출방법 등의 조사방식에 차이가 있다. 또한, 콘텐츠산업조사는 사업체의 중복을 제거하는 구조로 설계되어 있지만, 광고산업조사는 광고산업 사업체가 동시에 다양한 업종에서 사업을 하더라도 중복치를 모두 유지하고 있다. 이는 정확하게는 사업체 기준의 관찰 결과이기보다, 사업체의 사업내용을 기준으로 한 관찰 구조라는 차이를 선행할 필요가 있다.

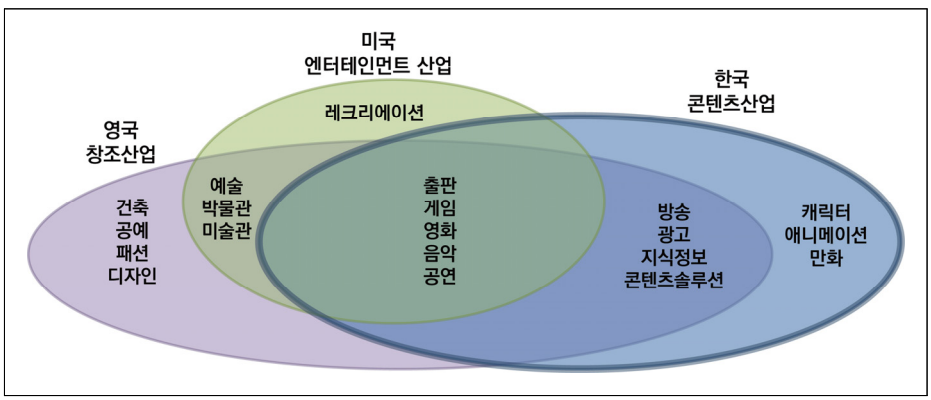
통계결과값은 안정적으로 일치하는 편이지만, 조사항목의 불일치로 직접적인 비교가 불가능해 보이는 부분도 있다. 예를 들어, 콘텐츠산업조사의 경우 고용형태에 대해서 정규직, 비정규직, 파견직으로 구분하여 조사를 하고 있는데, 광고산업실태조사에서는 고용형태를 자영업자, 무급가족종사자, 상용직, 임시직, 일용직, 기타로 구분하고 있다. 통계 이용자들 측면에서는 세부적인 사항을 검토하지 않을 경우, 고용형태라는 동일항목에 대해서 서로 충돌적인 결과값이 나타날 경우 혼란을 겪을 수 있다.

제3절 콘텐츠산업 분야 통계 현황 진단

1. 콘텐츠산업 정의와 범주의 다양성

본 장에서는 콘텐츠산업 분야의 통계 현황을 점검하여, 그 특징을 먼저 파악하고자 하였다. 우선 그 첫 단계로 콘텐츠산업에 대한 국내·외 정의와 범주 설정의 현황을 검토하였다.

[그림 2-7] 주요 국가 콘텐츠산업 범주 비교



자료: Department for Culture Media & Sport(2014), Creative Industries Economic Estimates, Office National Statistics.
Executive Office of the President of the United States(2017), North American Industry Classfication System.
통계청(2020), 콘텐츠산업 특수분류체계.

콘텐츠산업에 대한 정의는 각 국가별 사회문화적 환경이나 산업에 대한 관점 등에 따라 다양하였다. 대체로 UNESCO 문화지표체계와 UN 국제표준산업분류(ISIC)를 기반으로 각 국가별 상황과 관점에 따라 자체적인 정의와 범주를 설정하고 있었다. 우리나라도 UNESCO 문화지표체계의 문화산업 개념과 UN 국제표준산업

분류의 정보통신업, 그리고 OECD가 권고한 ICT와 콘텐츠 미디어 산업에 대한 구분적인 접근을 고려하여 조작적 정의를 마련한 것임을 확인하였다.

우리나라는 콘텐츠산업의 정의에 UNESCO와 OECD의 국제 기준을 최대한 반영하고, 범주 설정 시에도 UN과 OECD의 관련 분류체계를 고려하여, 콘텐츠산업 특수분류체계를 마련하고 있다. 그러나 국내에서도 지역별, 상황별로 필요에 따라 콘텐츠산업에 대한 정의와 범주를 재설정하는 경우가 많이 발생하고 있다.

이렇게 콘텐츠산업에 대해 다양한 정의와 범주가 설정되는 배경에는 각 국가별, 지역별 특수한 상황이 있음을 고려해야할 필요가 있다. 우리나라도 콘텐츠산업 진흥을 총괄적으로 담당하는 부처가 문화체육관광부에서, 일부의 디지털콘텐츠 분야를 과학기술정보통신부로 이관한 바 있다. 이 때 문화체육관광부의 콘텐츠산업 정책 영역이 문화콘텐츠산업으로 좁혀지는 등의 이원화된 정책 추진으로 인해, 콘텐츠산업 범위 설정에 대해 많은 이견들이 발생할 것이라는 문제 제기도 있어왔다(정현준, 2010; 노준석, 2013).

현재 문화체육관광부에서 생산되고 있는 콘텐츠산업 분야 통계 자료들 또한 각 세부산업별, 지역별로 다양한 정의와 범주를 설정하고 작성되고 있다. 본 연구에서는 이러한 상황을 고려하여, 주요 국가승인통계와 실태조사(비승인통계) 자료를 선별하여 현황을 검토하였다.

무엇보다 콘텐츠산업의 공간적 범위를 국내로 한정하더라도, 콘텐츠산업과 각 세부산업별 모집단의 정의, 즉 조사 자료간에 산업 정의와 범주가 다르게 설정될 경우, 서로 다른 종류의 결과로 이해해야 한다는 점을 확인하였다. 현재로서는 해당 자료들의 원자료 접근이 사실상 불가능한 상황이기 때문에, 유사 자료간의 효과크기 검증 등을 통해, 어떠한 자료가 보다 잘 설계된 자료로서 정확성과 신뢰성이 높은지 판단할 수 있기에는 분명한 한계가 있다. 문제는 통계 이용자 측면에서는 통계 자료 간 비교시, 직관적으로 차이를 파악하기 어렵게 만드는 주요 요인이 될 수 있다는 점이다. 또한, 현재와 같은 상황이 지속적으로 반복될 경우, 결과적으로 통계 이용자가 실제 정확성과 무관하게 자체를 불신하거나, 상대 비교 과정에서 자료에 대한 신뢰도를 낮추게 될 가능성도 있음을 파악하였다.

2. 분류체계 혼용

콘텐츠산업 분야 통계 자료들 간에 상대 비교가 어려운 이유는 각 자료들이 기준으로 설정하는 산업에 대한 정의와 범주가 서로 다르다는 점에서부터 출발한다. 특히 유사한 통계 자료들 간에 분류체계가 서로 다른 것은 일차적으로 해당 콘텐츠산업에 대한 정의, 즉 모집단의 정의를 서로 다르게 설정함으로 인해 발생하는 결과이다.

국내 콘텐츠산업의 각 세부산업은 원칙적으로 콘텐츠산업 특수분류체계를 기준으로 모집단을 설정하고 있다. 그러나 통계 자료들이 이 기준을 변형함으로써 분류체계가 혼용되는 점은 전국 단위 국가승인통계인 콘텐츠산업조사와 또 다른 종류의 콘텐츠산업 각 세부분야별 조사, 나아가서는 각 지역별 콘텐츠산업 관련 조사들에 이르기까지, 자료 간 상대 비교를 사실상 불가능하게 할 수 있다. 이는 각 조사마다 콘텐츠산업과 세부분야별 정의, 범주, 즉 분류체계를 서로 다르게 설정함으로써, 최대한 유사한 비교 층위에서 검토를 시도하더라도 서로 충돌적인 결과값이 나타날 수 있는 주요 원인이 된다.

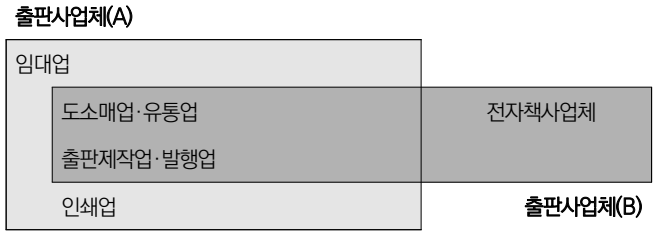
본 장에서는 콘텐츠산업 세부분야별로 국가승인통계인 콘텐츠산업조사와 비교하여, 분류체계를 서로 다르게 적용하고 있는 자료들을 다음과 같이 확인하였다. 대표적으로 특정 세부산업별로 실태조사 자료가 지속적으로 생산되고 있는 분야로, 출판, 만화, 방송산업의 조사 자료가 이에 해당한다.

출판산업의 경우, 국가승인통계인 콘텐츠산업조사 출판산업 분야에서는 구성 사업체가 출판 도소매업, 유통업, 제작업, 발행업, 그리고 임대업과 인쇄업이다. 이와 비교하여 비승인 실태조사 자료인 출판산업실태조사에서는 출판산업을 구성하는 사업체가 출판사업체, 출판유통사업체, 전자책사업체인 것으로 정의한다. 이 가운데, 출판사업체나 출판도소매업종에 해당하는 사업체가 일부 중복될 수 있다.

만화산업의 경우에는 콘텐츠산업조사의 만화산업 분야와 웹툰사업체조사의 산업에 대한 최초 정의와 관점이 서로 완전히 달랐음을 확인한 바 있다. 이에 따라 분류체계 또한 매우 다르게 적용되고 있음을 확인할 수 있다.

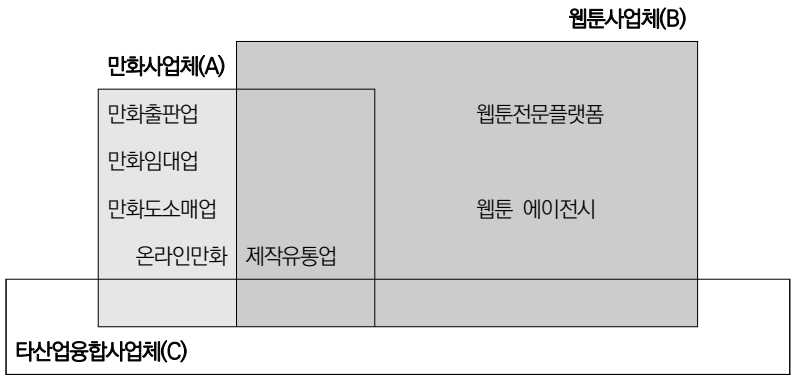
방송산업의 경우 조사 자료들 간 산업에 대한 최초 정의와 범주, 즉 분류체계가 다르게 설정된 서로 다른 종류의 자료가 생산되고 있음을 확인하였다.

〈표 2-42〉 출판산업 사업체 조사 분류체계와 표본추출틀의 차이



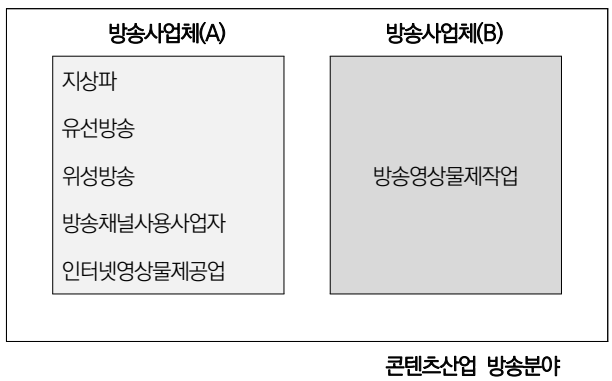
자료: 문화체육관광부(2020), 2019 콘텐츠산업통계조사,
한국출판문화산업진흥원(2019), 2018 출판산업실태조사 참조 재구성

〈표 2-43〉 만화(웹툰)산업 사업체 분류체계와 표본추출틀의 차이



자료: 문화체육관광부(2020), 2019 콘텐츠산업통계조사,
한국콘텐츠진흥원(2019), 2019 웹툰사업체실태조사 참조 재구성

〈표 2-44〉 방송산업 사업체 조사 분류체계와 표본추출틀의 차이



자료: 문화체육관광부(2020), 2019 콘텐츠산업통계조사,
과학기술정보통신부(2019), 2019년 방송산업실태조사,
한국콘텐츠진흥원(2019), 2019 방송프로그램 외주제작거래 실태조사 참조 재구성

콘텐츠산업 분야 주요 조사들 간에 일관된 분류체계가 적용되지 않는다는 점은 통계자료 생산 과정에서 모집단을 관리하는 조직의 여부 등 현황과 연결될 수 있다. 이러한 상황이 지속적으로 반복될 경우에는 통계 생산의 목적과 가치와 무관하게 이용자들의 자료에 대한 신뢰성을 낮추게 될 수도 있다.

3. 모집단 설정의 차이

조사의 모집단이 자료 간에 서로 다르게 설정되는 것은 일반적인 조사방법론 차원에서는 자연스러운 일이다. 그러나 최초 모집단 설정 단계에서 동일한 관찰 대상에 대한 정의가 서로 다르고, 이후 표본설계 각 단계별로 발생하는 차이점들에 대한 정보를 확인하기가 어렵다면, 결과적으로 통계 이용자들은 결과를 합리적으로 활용할 수 없을 뿐만 아니라, 통계 자료를 오·남용할 가능성도 발생하게 된다.

〈표 2-45〉 콘텐츠산업조사 연도별 표본 규모

구분 (관찰기준)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
출판	1,735	1,550	1,800	1,500	1,721	1,405	1,452	1,264	1,719
만화	448	435	400	280	466	600	788	458	691
음악	738	735	800	550	423	520	905	630	945
게임	2,000	2,000	2,257	1,340	2,037	2,099	2,108	2,091	2,080
영화	1,810	1,762	912	951	787	1,039	1,398	1,409	1,369
애니메이션	289	300	341	342	350	382	447	484	464
방송	926	1,074	945	945	939	961	957	1,043	1,148
방송영상 독립제작사	475	628	516	503	496	532	554	631	728
광고	2,762	2,857	1,500	1,500	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
캐릭터	403	400	400	350	348	696	764	502	564
지식정보	380	380	600	750	985	1,000	1,334	1,019	1,218
콘텐츠 솔루션	187	200	300	500	407	750	842	643	518
합계	11,678	11,693	10,255	9,008	10,163	11,152	12,695	11,243	12,416

자료: 콘텐츠산업조사 2015-2019의 재구성

콘텐츠산업과 같이 조작적 정의와 특수분류체계에 기반하고 있는 분야일수록 모집단의 관리가 필요한 이유는 조사 간 모집단 설정의 차이로 발생하는 결과의 혼란을 방지하고, 통계 자료를 보다 합리적으로 활용하도록 하기 위해서다. 국가승인통계는 원칙적으로 통계청이나 지정기관을 통해 모집단 표본추출틀을 관리함으로써, 추출된 표본이 모집단의 특성에 대한 대표성을 확보하는 자료들이다. 국가승인통계에 대한 기본적인 신뢰는 결정적으로 이러한 과정을 통해 발생하고 형성된다고 표현해도 무방하다.

통계 이용자들의 관점에서 유사한 조사 간의 통계치를 상대 비교 시 혼란을 경험할 수 있는 경우는 표본추출틀이 일치하지 않거나, 또는 표본추출틀이 일치함에도 불구하고 표본추출의 기준이 다를 수 있기 때문이기도 하다. 일례로, 콘텐츠산업 분야 국가승인통계인 콘텐츠산업조사와 광고산업조사는 모두 전년도 전국사업체조사 결과를 표본추출틀 구축에 활용하고 있다. 그러나 콘텐츠산업조사는 종사자수가 20인 이상인 경우에 전수조사, 20인 이하에 표본조사를 실시하고 있다. 광고산업조사의 경우, 종사자수가 30인 이상인 경우에 전수조사를, 30인 이하인 경우에 표본조사를 실시한다고 밝히고 있다. 이러한 점으로 인해 같은 조사항목에 대해서도 서로 다른 값이 보고될 수 있다.

한편, 표본설계 과정에서 무응답 보정에 있어서도 각 조사들의 처리방식에 차이가 있다. 콘텐츠산업조사는 종사자 수와 나머지 주요 항목들과의 관계 분석으로 추정치를 산출하여 무응답값에 대한 보정을 실시하고 있는 것으로 확인되었다. 이와 비교해, 광고산업조사에서는 동일한 업종, 지역, 종사자규모의 예비표본 사업체로 대체하여 조사하는 방법으로 무응답값에 대한 보정을 실시하고 있다. 이러한 차이를 고려할 때, 같은 표본추출틀에서 표본을 추출하더라도, 응답률이 100%가 되지 않는다면 필연적으로 통계량에 차이가 발생하는 것은 자연스러운 결과다.

또한, 특정 산업에 대한 모집단의 최초 정의와 범주가 모두 다르게 설정된 조사들도 있다. 방송산업 분야의 경우, 현재 콘텐츠산업조사는 과학기술정보통신부와 방송통신위원회가 생산하는 국가승인통계인 방송산업실태조사를 일부 인용하고 있다. 방송산업실태조사의 경우, 과학기술정보통신부가 부처 차원에서 방송 사업체 모집단을 관리하도록 하고 있는데, 이를 통해 매년 전수조사를 안정적으로 수행하고 있다는 점에 주목할 필요도 있다. 모집단과 표본추출틀을 안정적으로 관리하기 위한 노력의 결과로 볼 수 있는 지점이기 때문이다.

〈표 2-46〉 콘텐츠산업 주요 국가승인통계 표본추출틀

구분	콘텐츠산업조사	광고산업조사	방송산업실태조사
기준	• 동일 장소에서 동일 경영주체에 의하여 사업체가 운영되고 있는 경우에는 별도 사업체로 구분하여 조사	• 여러 업종을 동시에 영위하는 경우, 사업체 수와 비중을 중복처리	• 과학기술정보통신부, 방송통신위원회에 등록된 방송사업자
모집단	• 전년도 콘텐츠 조업실적이 있는 사업체	• 전년도 광고관련업 영위 사업체 • 전국사업체조사에서 파악된 광고사업체	• 전수조사
표본 추출	• 전수층: 종사자 수가 20인 이상 사업체 • 표본층: 종사자 수가 20인 미만 사업체로	• 전수층: 종사자 수가 30인 이상 사업체 • 표본층: 종사자 수가 30인 미만 사업체	• 해당사항 없음
	• 다단계층화추출법 적용 • 층별 표본 수 배분은 멱배분법(p=0.6)을 적용, 종사자 수를 기준 변수로 활용	• 업종은 단순비례배분 • 업종 내 종사자 수 규모는 제곱근비례배분방식으로 표본배분	
	• 층내 계통추출방법을 통해 표본을 최종 추출 • 소분류 업종 및 종사자규모 층별로 배분된 표본 사업체들을 시도 순으로 정렬 후 계통추출	• 사업체를 추출단위로, 업종별 종사자 수 규모 층별 임의추출방법 적용 • 지역을 잠재적 층화변수로 활용하여 지역별로 편중되지 않도록 배분	
표본 크기	• 표본조사 목표오차를 ±3.5% 내외로, 공식에 따라 표본크기 결정	• 1,700건 고정	• 403개(모집단 수)
무응답 보정	• 절차에 따라 수행 • 최신 공인 자료, 핫덱대체, 회귀식 추정	• 절차에 따라 수행 • 외부자료로 확인 불가능한 경우 업종, 규모 내 최빈값 등으로 대체	• 보고 제외 (연간 무응답건 한자리수)
이상치	• 이상치 기준 설정 (평균 ± 2×표준편차)의 범위를 벗어나는 값	• 질문의 논리적 흐름에 따른 오류 확인	• 해당사항 없음
가중치	• 설계가중치 = 1/(표본 수/모집단 수) • 무응답보정 가중치 = 표본 수/유효응답 수	• 표본추출률 역수의 곱 가중치 산출	
표본 오차	• 종사자(명): 1.5~45.3 • 매출액(백만 원): 2.8~49.6	• 총 종사자 수(명): 0.40 • 취급액(백만 원): 255.9 • 영업비용(백만 원): 234.3	

국가승인통계와 유사한 내용의 실태조사(비승인통계) 자료 간에는 동일 항목에 대한 통계량 차이가 더 클 가능성이 높다. 최초의 모집단 설정단계에서부터 표본설계 과정에서 자료 간 서로 큰 차이를 갖는 경우가 많기 때문이다. 이러한 부분에 대한 이해를 돕기 위해, 본 장에서 국가승인통계 자료와의 비교 대상으로, 콘텐츠산업 세부분야별 주요 통계 자료로 출판산업실태조사, 웹툰사업체실태조사, 한국영화산업실태조사, 방송프로그램 외주제작거래 실태조사를 검토하였다.

출판산업 분야에서는 콘텐츠산업조사의 출판산업 분야와 출판산업실태조사가 사업체에 대한 분류체계, 즉 출판산업을 구성하는 산업 구조에 대한 관점이 서로 다르다는 점을 확인할 수 있었다. 그 외에도 콘텐츠산업조사의 출판산업 사업체 표집규모가 2018년 기준으로 25,829개 사업체인데 비해, 출판산업실태조사는 6,554개 사업체로 표본 규모의 차이도 상당히 큰 편임을 확인할 수 있다.

만화산업 분야에서는 콘텐츠산업조사의 만화산업과 웹툰사업체실태조사의 조사대상 설정, 즉 최초 모집단의 정의부터 큰 차이가 있기 때문에 표본추출틀의 비교가 사실상 의미가 없다.

영화산업 분야에서는 국가승인통계인 콘텐츠산업조사 영화분야에 비승인통계인 한국영화산업실태조사 자료를 인용하고 있다. 이 단계에서는 국가승인통계 자료에 인용하는 자료가 비승인 통계라는 점에 유의할 필요가 있다. 특히 국가승인통계에 비승인통계 자료를 인용하여 작성할 때에는 자료 처리 과정에 대한 자세한 정보가 제공될 필요성이 있다. 국가승인통계의 의의, 즉 통계청이나 지정기관을 통해 모집단 표본추출틀을 갖추고 일정한 관리 체계를 갖춘 상태에서, 전수조사 자료라 하더라도 대표성에 대한 검증을 거치지 않은 비승인 통계 자료를 활용한다는 것이 통계 이용자들에게는 의문을 제기시킬 수 있기 때문이다.

방송산업 분야에서는 국가승인통계인 콘텐츠산업조사에 일부 국가승인통계와 일부 비승인 실태조사 자료를 함께 인용하고 있음을 확인하였다. 이때, 인용 자료로서 국가승인통계인 방송산업실태조사 자료와 비승인 실태조사인 방송프로그램 외주제작거래 실태조사 자료 간에는 서로 분류체계나 이후 모집단에 대한 표본설계 과정이 모두 서로 다르다는 점을 확인한 바 있다. 앞서 살펴본대로 국가승인통계에 일부 비승인 통계 자료를 인용하는 것 자체로도 통계 이용자들에게는 신뢰도에 영향을 미칠 수 있다는 점도 고려해야할 필요성이 높다. 또한, 이처럼 다양한 자료를 인용

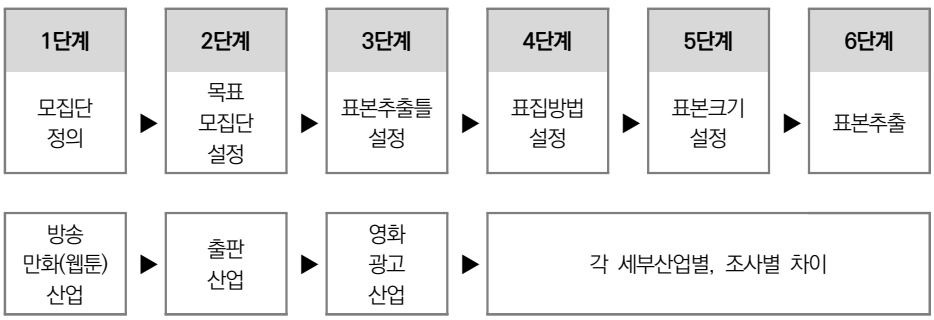
할 경우, 표본추출틀 구축과정에 대한 일관적이고 합리적인 설명을 필요로 하는데, 이 부분에 대한 정보 제공이 충분하지 않음으로 인해 통계 자료 이용시 결과치의 차이를 이해하는데 어려움이 따를 수 있다.

〈표 2-47〉 콘텐츠산업 주요 실태조사 표본추출틀

구분	출판산업실태조사	웹툰산업실태조사	영화산업실태조사	방송프로그램 외주제작거래 실태조사
기준	• 문화체육관광부 신고 출판사 리스트	• 웹툰가이드 WAS 자료, 인터넷 서치, 전문가 자문 등을 통해 현재 활동을 하고 있는 플랫폼 34개, 에이전시 32개 등 총 66개 사업체	• 영리·비영리, 관공서의 인·허가 여부를 불문하고, 일정한 물리적 장소에서 단일한 소유권 또는 통제 아래, 재화의 생산·판매나 서비스 제공 등의 산업 활동을 영위하고 있는 개별 경영 단위 영화 사업체 • 기업체는 하나 이상의 사업체로 구성될 수 있으며, 동일 기업체가 여러 장소에서 활동을 영위할 경우 장소별로 별도의 사업체로 설정	• 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원의 방송영상독립제작사 실태조사 명부
모집단	• 통계청 한국표준산업분류 및 콘텐츠산업 특수분류체계 중, 출판사업체에 기반하여 사업자등록증을 갖고, 전년도 매출 실적이 있는 업체	• 현재 웹툰 산업을 영위 중인 플랫폼 및 에이전시	• 영화산업 특수분류체계에 따라 영화산업을 영위하는 국내 소재 모든 사업체	• 방송용영상물제작업을 실질적으로 영위하는 방송영상독립제작사(이하, 제작사)로서 방송사(지상파 방송사, 종편PP, 일반PP, 기타)를 대상으로 전년도 한 해 동안 1건 이상 방송 프로그램을 제작·납품한 실적이 있는 사업자
표본추출	• 전수조사(조사가 이루어지지 않은 사업체에 대해서는 모집단 수를 기준으로 단위무응답 대체법, 항목무응답 대체법을 적용)	• 전수조사(단위 무응답과 항목 무응답으로 인한 결측치에 대해서는 2차 자료 및 전문가 자문을 통해 정량적, 정성적으로 추정)	• 전수조사(항목무응답 및 개체무응답의 대체를 통해 각 개체에 대한 자료값을 보완하고, 각 업종 내 사후층화과정을 거쳐, 가중치 적용)	• 전수조사

이처럼 콘텐츠산업 주요 통계 자료로서 국가승인통계와 비승인 실태조사 간에는 표본설계 단계별로도 상이한 차이점이 발생할 수 있다. 결과적으로 서로 다른 종류의 조사 자료로 이해해야할 필요성이 높다. 특히 본 장에서 자료 간 비교 검토를 통해 최초 모집단 정의 단계에서 특정 산업에 대한 정의가 다를 경우, 산업을 구성하는 분류체계가 구체적으로 달라지는 경우를 확인한 바 있다. 최초 모집단 설정 단계에서 모집단에 대한 정의 내용이 다르고, 이후 이어지는 표본설계 각 단계별 처리 방식이 다르다면, 결과적으로 조사 자료 간에는 모두 통계치에 차이가 발생할 수 있다. 다만, 이와 관련된 정보를 통계 이용자들이 충분히 제공받지 못함으로 인해, 통계 자료를 이용하는 과정에서 상대 비교시 어려움을 겪거나 혼란이 발생할 가능성도 있음을 확인하였다.

[그림 2-8] 콘텐츠산업 주요 조사 간 표본설계 단계별 차이



4. 인용 통계의 한계

조사 인용은 해당 조사에서 실제로 조사를 실시하지 않고, 다른 조사의 결과를 인용하는 것이다. 특정 조사에 다른 종류의 자료를 인용할 경우, 자료 간 조사준비 단계에서의 내용 및 절차 등에서 발생하는 차이도 고려해야 할 필요성이 높다.

현재 콘텐츠산업 분야의 대표적인 국가승인통계인 콘텐츠산업조사의 일부 분야는 다른 종류의 국가승인통계나 비승인 실태조사 자료를 인용하고 있다. 앞서 살펴본 것처럼, 국가승인통계 조사자료인 콘텐츠산업조사 영화산업 분야에 비승인 실태조사인 한국영화산업실태조사 자료를 인용하는 경우도 이에 해당한다. 방송산업 분

야에서는 다른 부처에서 생산하는 국가승인통계와 별도의 비승인 실태조사를 혼합적으로 인용하고 있다. 그 외에도 일부 산업 분야에서는 필요시 다른 종류의 자료에서 정보를 인용하였음을 명시하고 있다.

이러한 경우, 조사를 수행하는 기관별로 조사기준, 조사대상, 조사시점, 조사항목 등의 차이가 발생할 수 있다. 특히 통계청과 지정기관의 관리 체계 내에 있는 국가승인통계와 비교하여, 검증 과정을 거치지 않았거나, 표본설계 정보가 충분하지 않은 비승인 실태조사 자료를 인용함으로써, 통계 이용자들의 자료 간 상대 비교를 더욱 어렵게 만들 수 있다.

즉, 자료 간 상대 비교시, 일관성, 효율성, 종합화 능력에 한계가 발생할 수 있다. 인용 조사 간에는 세부적인 조사항목이 일치하지 않음으로 인한 어려움이 발생할 가능성도 높다(부록 참조). 실제로 콘텐츠산업 분야의 통계 자료들 간에는 동일한 조사항목에 대해서도 실제 측정 내용의 차이가 발생하고 있어, 통계 결과치의 차이뿐만 아니라, 자료 처리 과정에서도 어려움을 발생시킬 수 있다. 예를 들어, 콘텐츠산업조사에서는 고용형태를 정규직, 비정규직, 파견직 등으로 구분하는데, 광고산업조사에서는 고용형태를 자영업자, 무급가족종사자, 상용, 임시, 일용, 기타로 구분하는 것과 같은 사례가 해당된다.

용어 정의의 차이로 인해 통계량이 달라지는 경우도 존재한다. 광고산업에서 매출액이란 광고주가 매체사(방송국, 신문사 등)에 지불하는 수수료를 포함한 광고비용 전체 또는 광고 수주액 전액 또는 광고 관련 서비스 제공 등을 통해 얻은 금액으로, 정확하게는 취급액의 개념에 가까운 경우 등이다. 이는 콘텐츠산업조사의 매출액과는 다른 개념이다.

이처럼 다양한 원인에 의해, 통계 자료들 간에 결과값의 차이가 발생할 수 있다. 그러나 보다 근본적으로는 실제로 조사 자료를 생산하는 과정에서 발생하는 어려움들을 제거하기 위한 현실적인 방안을 마련할 필요성이 높다. 동시에 통계 이용자들의 자료 해석과 활용에 대한 이해도를 높일 필요도 있으나, 지속적인 혼란으로 콘텐츠산업 분야 통계 자료들에 대한 신뢰를 저해하지 않도록 개선해 나가야 할 것이다.

제4절 시사점

콘텐츠산업 분야에서 생산되는 통계 자료들은 사업체, 종사자, 이용자 등 다양한 층위에서 전반적으로는 증가 추세에 있다(부록 참조). 그 중에서도 콘텐츠산업 사업체 대상 통계 자료는 다른 층위의 조사를 설계하거나 이용할 때, 기준 자료가 된다. 특히 국가승인통계 자료일수록 기준 자료로서의 중요도가 높다.

콘텐츠산업 분야의 통계 자료들은 앞서 검토한 것처럼, 콘텐츠산업 또는 각 세부산업에 대한 최초 정의와 범주 설정 내용이 상이한 경우가 많다. 그 이유는 일차적으로 콘텐츠산업에 대한 정의가 다양한 상황에 기반하고, 조사 자료의 특성상 산업의 변화 속도가 빠른 현실을 반영할 때 산업의 구조를 서로 다른 관점에서 설정하는 경우가 많기 때문이다.

콘텐츠산업 또는 각 세부산업에 대한 정의와 범주를 주요 통계 자료들이 서로 다르게 설정하는 것 자체를 문제점으로 판단할 수는 없다. 각 조사 자료들은 현실을 다양한 관점에서 접근하여 작성할 수 있고, 조사목적에 따라 그 반영 결과가 다양한 것 또한 자연스러운 일이다.

다만, 통계 이용자들이 자료 간 상대 비교를 보다 편리하게 할 수 있으려면, 통계 자료를 생산, 관리하는 단계에서 현재보다는 효율성을 제고할 필요가 있다. 동일하거나 유사한 조사대상에 대하여 서로 다른 분류체계가 적용되는 사례가 빈번하게 발생하고, 표본추출틀에 대한 설정 방식이 매우 다른 자료의 생산이 반복되면, 결과적으로 통계 이용자들의 불편이 가중될 수 있기 때문이다. 결과적으로 보다 이용자 친화적인 통계 자료의 생산과 활용을 위해서는 자료의 질적 개선과 조직적 차원에서의 정비가 함께 병행되어야 한다. 이러한 점에 유의하여, 다음 장에서는 통계 체계구축의 필요성을 보다 자세히 검토하였다.

제3장

콘텐츠산업 분야 통계 체계

제1절 콘텐츠산업 분야 통계 체계 현황

1. 통계 체계의 정의

본 장에서는 콘텐츠산업 분야의 통계 개선을 위해, 통계 자료를 생산하고 관리하는 조직적 차원에서의 통계 체계 구축의 필요성을 검토하고자 하였다. 이를 위해, 국가 통계 체계, 문화체육관광부의 통계 체계를 먼저 살펴보고 이해할 필요가 있다. 이를 순차적으로 검토하여, 콘텐츠산업 분야의 통계 체계 현황을 파악하고자 한다.

앞서 II장에서 콘텐츠산업 분야의 통계 자료들의 현황을 분석하면서, 콘텐츠산업 분야는 현재 국가승인통계에 비해 비승인 실태조사 자료의 생산이 절대적으로 많은 상태임을 파악한 바 있다. 이 과정에서 표본추출틀에 대한 정의와 범주, 이에 따른 분류체계의 혼용 등 모집단의 설정 단계에서부터 자료 간 많은 차이가 발생하고 있다는 점도 확인하였다. 조사 대상의 표본설계 방법이 서로 다름으로 인해, 유사한 통계로 인식할 수 있는 자료들 간에 결과치가 서로 다른 상황이 지속되면, 결과적으로 통계 이용자들의 불편은 가중될 수 있다. 이러한 문제를 해결하기 위해서도 통계 체계의 역할은 매우 중요하다.

통계 체계는 통계 자료의 생산 및 공급, 관리에 이르는 일련의 전 과정을 일컫는다. 통계 체계에 대해서 학술적으로 일관성 있게 정의된 바는 없다. 다만, 통상적으로 통계 제도나 생산, 관리 시스템을 의미하는 것으로 사용되고 있다. 즉, 통계 체계는 사회가 요구하는 계량적 정보인 통계를 생산(조사, 처리, 작성), 공급, 관리하는 종합적인 체계라고 정의할 수 있다(이재형, 2004; 통계청, 2014).

가. 통계 조정 제도

통계 체계에 대하여 제도적 차원에서 접근할 때는 자료의 생산 구조에 따라, 집중형 제도, 분산형 제도로 구분한다. 이를 일반적으로 통계 조정 제도라 하며, 구체적인 내용은 국가의 법과 제도, 경제, 사회, 문화, 그리고 정부구조나 작성 기관, 목적 등 여러가지 통계 생산 여건에 따라 다를 수 있다(통계청, 2020; 김황대, 2007).

집중형 제도는 국가통계시스템의 효율화를 위해, 특정한 전문 기관이 통계 자료의 대부분을 생산하는 제도이다. 집중형 제도에 따르면, 통계 생산에 필요한 기초 자원과 전문인력, 장비 등을 한 곳에 모으거나, 관리가 용이하게 할 수 있다. 이를 기반으로 통계의 객관성과 신뢰성을 확보하기에도 유리하여, 자료를 균형적, 체계적으로 관리할 수 있다.

분산형 제도는 다양한 기관들이 고유의 업무 수행에 필요한 통계 자료를 개별 책임하에 자체적으로 생산하도록 운영하는 제도이다. 분산형 제도의 장점은 통계 작성이 필요한 분야의 전문지식을 활용, 반영하기 쉽고, 통계 수요에 신속한 대응이 가능하다는 점이다.

〈표 3-1〉 통계 조정 제도로서 통계 체계

구분	집중형	분산형
특징	• 국가기본통계를 단일 전담기관이 생산	• 부처별, 기관별 필요 통계를 자체 생산
장점	• 통계 기초 자원, 전문인력, 장비 등 기반 중복투자 절감 • 통계 객관성과 신뢰성 확보 유리 • 통계 균형 발전과 체계화 용이	• 통계작성 업무분야의 전문지식 활용 용이 • 통계 수요 신속 대응 가능
단점	• 통계작성 업무분야의 전문지식 활용 곤란 • 통계 수요 신속 대응 곤란	• 통계작성 중복, 불일치로 예산, 인력의 낭비 • 통계 기초자원, 전문인력, 장비 등 기반의 효율적 활용 곤란
대안	• 부처간, 기관간 통계 연결 기구 필요	• 통계 조정 기관 필요
채택국가	• 캐나다, 독일, 스웨덴, 네덜란드, 호주 등	• 한국, 미국, 영국, 일본, 대만 등

자료: 김황대(2007), 통계조정제도의 사례연구, 통계개발원.
유홍림, 전명식(2008), 국가통계기관의 통계조정방법, 통계연구, 13(1), 통계개발원.
통계청(2014), 2014 경제발전경험모듈화사업: 국가통계시스템구축- 활용 재구성

집중형 제도의 장점은 분산형 제도에서는 단점으로 작용한다. 반대로 분산형 제도의 장점은 집중형 제도의 단점으로 작용하여, 서로 각각의 장, 단점이 상충 작용한다. 대표적으로, 분산형 제도 하에서는 통계 생산의 중복, 또는 통계 작성 기준의 불일치 등을 발생시킴으로써, 예산이나 인력의 낭비를 초래할 수 있다. 이로 인해 동일한 내용에 대해서 통계를 작성하는 각 기관마다 서로 다른 결과를 보고하는 등의 상황이 발생할 수 있는 것이다.

우리나라는 통계청과 같은 국가기관을 기준으로, 대부분의 통계 작성기관이 분산형 제도를 따르고 있다. 통계청을 중심으로 국가통계 생산과 관리가 수행되고 있어 집중형 제도를 따르고 있는 것처럼 보일 수 있으나, 실제로는 개별 기관이나 조직들이 다양하게 통계를 생산할 수 있도록 허용하고 있는 측면이 더 커서, 분산형 제도에 가까운 것으로 평가받고 있다(통계청, 2020).

이러한 통계의 집중형 제도와 분산형 제도의 구분의 내용은 각 국가별, 기관별로 상대적이고 다양하다. 그 이유는 각 국가별, 기관별로 통계 생산과 관리 상황이 서로 다르기 때문이다. 대체로 분산형 제도를 채택한 국가들은 집중형 제도를 따르는 국가에 비해, 통계 조정 기능을 폭넓게 부여하는 것으로 파악된다(유홍림·전명식, 2008). 또한, 각 국가별, 기관별로도 통계 생산에 동원할 수 있는 자원과 능력, 행정 등 여러가지 고려 요소가 있어, 실제로 집중형, 분산형, 또는 절충형 제도가 상황에 따라 다양하게 채택된다.

한편, 통계 조정의 의미는 광의의 차원과 협의의 차원으로 구분할 수 있다. 광의적 차원에서 통계 조정은 통계체계 구축을 위한 통계계획의 수립, 그 계획에 기초한 개별 통계사업의 조정, 개별 통계의 전체적 통합이라는 활동이 유기적으로 연계된 개념이라고 할 수 있다(이재형, 1997). 보다 구체적이고 협의의 차원에서는 분산형 통계 제도의 채택을 전제로, 통계행정의 공동 관리, 업무 조정, 개별 통계 간 모순 배제 및 정합성 제고에 목적을 둔 통계 업무로 볼 수 있다(유홍림·전명식, 2008).

통계 조정의 수단 또한 다양하다. 구체적으로 가장 대표적인 수단이 공식 또는 국가통계 지정제도, 승인제도, 통계생산기관 및 조정기관 지정제도, 통계작성 사무에 대한 개선 요구 등이다.

〈표 3-2〉 통계 조정의 의미와 수단

구분	의미
광의	• 통계체계 구축을 위한 통계계획의 수립 • 개별 통계사업의 조정(중복생산 방지, 작성 기준 설정 등) • 개별 통계의 전체적 통합 등
협의	• 분산형 제도 채택 전제 • 통계행정의 공동 관리, 업무 조정 • 개별 통계 간 모순 배제 및 정합성 제고에 목적을 둔 통계 업무
구분	**수단**
자료 기준	• 국가통계 지정제도, 승인제도 등
기관 기준	• 통계생산기관 지정제도, 통계조정기관 지정제도 등
업무 기준	• 통계작성 사무에 대한 개선 요구, DB, 시스템 구축 등(세부적)

자료: 유홍림, 전명식(2008), 국가통계기관의 통계조정방법, 통계연구, 13(1), 통계개발원.
통계청(2015), 통계조정업무 매뉴얼- 활용 재구성

즉, 통계 조정 제도로서 통계 체계는 자료 생산 구조에 따라 집중형, 분산형 또는 절충형으로 구분할 수 있으며, 이때 핵심기능은 통계 조정 기능이라 할 수 있다. 통계 조정의 의미와 수단은 기준에 따라 그 내용이 다양할 수 있다. 통계청의 경우에는 국가통계의 균형적 발전과 신뢰도 제고, 통계 활용도 제고를 목적으로, 통계 조정 업무를 통계 작성 기관에 대한 종합 조정, 통계기반 정책평가, 통계품질진단, 표준분류 관련 업무 등으로 규정하고 있다(통계청, 2015).

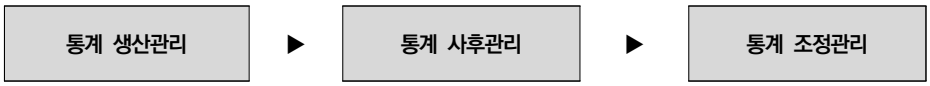
통계 조정 제도로서 분산형 제도를 채택한 우리나라의 경우에는 국가기관인 통계청 외의 다양한 기관에서 별도의 통계 자료 생산 구조를 자유롭게 재설정할 수 있다. 따라서 개별 부처와 기관에 따라, 통계 조정 업무의 내용도 구체적으로 다양하다고 할 수 있다.

나. 통계 관리 체계

통계 체계를 통계 관리(Statistics Management)의 관점에서 정의할 수도 있다. 이는 통계의 생산, 사후관리, 조정관리에 이르는 통계의 생애주기와 관련된 작성체계(Operation System)를 기준으로 한 것이다. 통계 작성의 과정을 순차적으로 따르는 통계 관리 체계 내에는 통계의 최초 기획을 포함한 생산, 표본설계 뿐만 아니

라, 통계 자료의 사후관리 등에 이르는 일련의 과정이 포함된다.

〈표 3-3〉 통계 생애주기에 따른 통계 체계



자료: 이충희, 김수경(2018), 문화관광 통계관리체계 개선에 관한 연구– 내용 재구성

통계 자료의 최초 기획에서부터 최종적으로는 이용자의 활용에 이르기까지, 각 단계는 세부적으로 서로 유기적인 관계에 있다. 이러한 통계 생애주기에 따른 통계 체계는 다음과 같이 구분할 수 있다.

첫째, 통계의 기획, 설계, 공급과 같이 통계 자료의 생산을 중심으로 한 생애주기 관리 단계이다. 둘째, 사후관리 단계를 중심으로 한 통계품질관리 단계, 그리고 셋째, 통계 자료를 전체적으로 조정하는 통계조정관리로 구분할 수 있다(이충희 외, 2018). 통계의 특성상, 이러한 단계 가운데 어느 한 부분에서 오류가 발생하더라도 자료의 질적 수준에 영향을 줄 수 있다. 따라서, 통계 자료의 질적 개선과 효율적인 활용은 이러한 통계 관리 체계의 개선과도 밀접한 관계에 있다.

다. 통계 체계의 목적

통계 체계에 대한 정의는 이처럼 다양한 관점에서 성립할 수 있다. 공통적으로, 통계 체계의 목적은 결국 자료의 효율적인 생산과 활용에 있다. 통계 체계가 잘 정비되지 않으면, 동일한 조사대상이나 목적에 대해서도 생산 주체에 따라 중복적인 자료를 생산하거나, 이질적인 결과를 발표하여 생산 측면에서는 효율성을, 활용 측면에서는 신뢰성에 영향을 줄 수 있다.

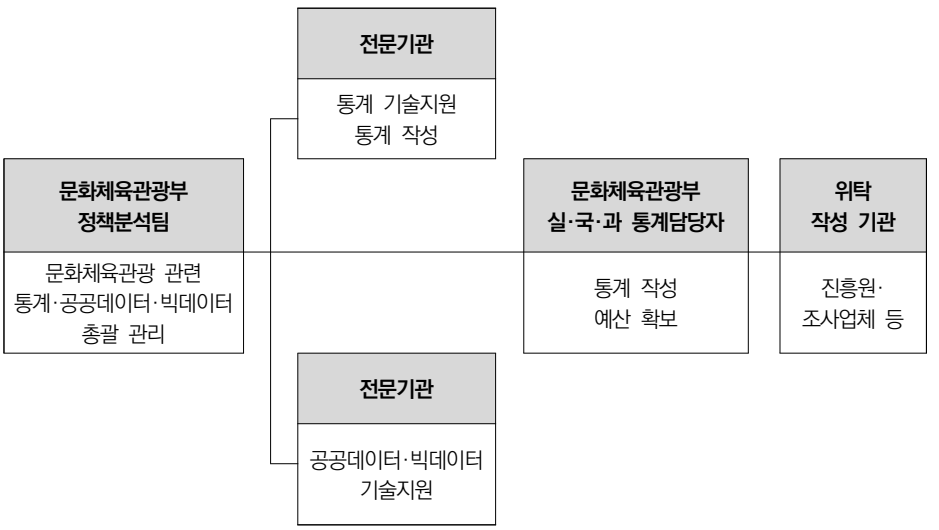
2. 문화체육관광부 통계 체계

가. 문화체육관광부 통계 체계 현황

문화체육관광부는 통계 조정 제도로서 그동안 분산형 통계 체계를 채택해왔다. 다양한 기관들이 필요에 따라 수립한 기준과 절차로 자료를 생산할 수 있되, 문화체육관광부 국가승인통계를 중심으로 개별 자료 간의 모순이나 중복성을 조정, 주로 통계 행정을 공동 관리하는 정도의 조정을 수행해왔다.

이에 따라, 전문기관을 통하여 통계 기술을 지원하거나, 공공데이터를 포함한 빅데이터 시스템을 구축, 지원하는 구조를 갖추었다. 이는 문화예술, 체육, 관광, 그리고 콘텐츠 산업 각 분야의 정책 주요 타겟에 차이가 존재하는 문화체육관광부 차원에서의 특성이 작용한 결과이기도 하다. 이로 인해 각 분야별로 통계나 데이터의 생산 및 관리, 그리고 자료의 내용이나 질적 측면에서도 차이가 있다.

〈표 3-4〉 문화체육관광부 통계·데이터 생산 및 관리 체계



나. 제도적 환경 변화에 따른 통계 체계 정비

문화체육관광부는 분산형 통계 체계를 채택하고 있지만, 최근 광의의 의미에서 집중형 통계 체계의 조정 기능을 강화하였다. 이로써 집중형과 분산형의 절충형 체계에 보다 가까워진 편이다. 예전에 비해 보다 집중형 통계 조정 기능을 강화하고자 한 결과로, 문화체육관광부는 최근인 2020년 6월, 통계 뿐만 아니라, 데이터 관련 업무 전반을 총괄하는 부서를 조직하였다. 문화체육관광부 기획조정실 정책분석팀이 부처 내 소속기관과 공공기관의 통계자료나 빅데이터 등 데이터 전반에 관한 기획과 조정, 관리를 전담할 수 있도록 한 것이다.

문화체육관광부가 통계 체계를 이렇게 정비한 것은 2020년 8월부터 시행된 데이터 3법의 개정과, 12월부터 시행될 데이터기반행정법에 대한 대응이라 볼 수 있다. 공공과 민간분야에서 모두 통계와 빅데이터에 대한 수요가 급증하고, 이용자들의 활용 방식 또한 변화할 가능성이 높기 때문에 이에 대한 대응이 필요한 것이라 볼 수 있다.

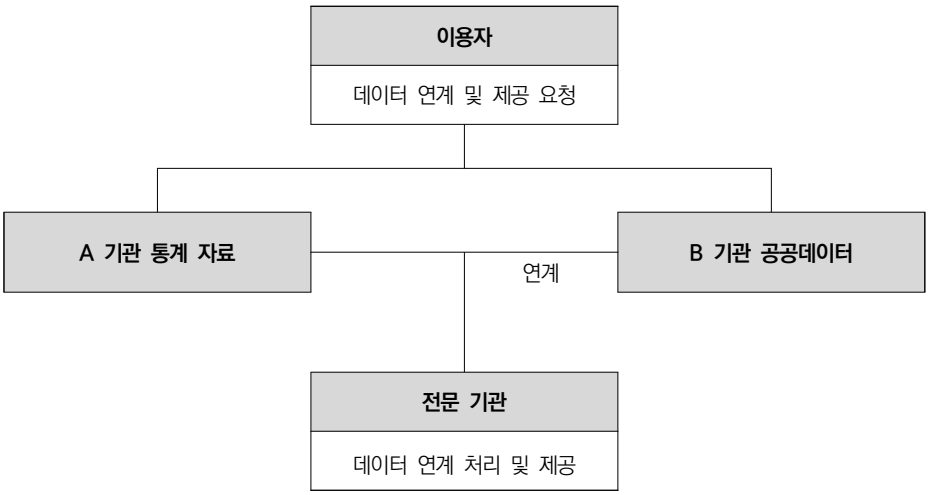
최근 일각에서는 빅데이터를 중심으로 한 데이터청의 설립에 대한 논의도 진행중이다. 이 오래된 논쟁의 핵심에는 기존의 통계법 내에서 빅데이터를 활용하여 도출한 자료를 통계로 볼 수 있을것인지에 대해, 법과 제도, 그리고 관점의 차이가 있었다. 빅데이터 기반의 수치 자료들이 국가통계작성승인(통계법 제18조)을 획득하지 않았다면 통계로 인정되지 않는 단순 수치 자료로 처리되며, 이러한 결과들을 통계법시행령에 명시된 수량적 정보에 해당되는 범주로 볼 수 있을 것인지에 대한 합의안이 도출이 어려웠기 때문이다(이원태 외, 2018).

데이터 3법과 데이터기반행정법 시행으로 인해 분명해진 점은 정부 각 부처와 기관들은 향후 점진적으로 통계, 데이터 공개와 제공의 의무를 이행해야 한다는 점이다. 개인정보보호법, 정보통신망법, 신용정보법을 지칭하는 데이터 3법과 데이터기반행정법, 그리고 공공데이터법에 이르기까지, 최근 급변하고 있는 통계 및 데이터 관련법들은 공통적으로 정부와 공공기관의 데이터 공개와 활용을 최우선적 내용으로 다루고 있다.

이용자 측면에서는 이러한 법과 제도의 환경 변화에 따라, 기존에 접근하기 어려웠던 통계, 데이터에 대한 접근성이 더욱 높아질 수 있다. 무엇보다 데이터 간의 연

계를 통해, 정보가 보다 풍성한 자료를 이용할 가능성이 높아졌다. 예를 들어, 이용자가 A 기관이 보유한 통계 자료와 B 기관이 보유한 행정 자료를 병합한 형태로 자료 제공을 요청하면, 데이터 연계 작업을 수행하는 기관에서 개인정보보호법 준수를 위한 비식별처리 등의 과정을 거쳐, 자료를 신청한 이용자에게 결과물을 제공하는 구조다.

〈표 3-5〉 데이터 관련법 개정 및 시행에 따른 데이터 연계와 제공 구조



문제는 이용자들의 통계, 데이터 자료 요청에 대한 제공의 의무를 이행하기 위해, 각 부처와 기관들 또한 준비 작업을 가속화해야한다는 점이다. 현재 각 부처와 기관별로는 데이터 관련법 변화에 대한 준비 수준이나 내용에 차이가 있다. 그러나 앞으로는 특정 기관이 보유한 통계, 데이터의 독점성은 해결해야할 수 밖에 없는 과제가 되었다. 이로써 기존에 축적해 온 통계나 빅데이터 등 관련 자료들은 점차 더 빠른 속도로 이용자들에게 개방될 수 있다.

문화체육관광부는 일차적으로 부처 내 소속 기관들이 운영하고, 보유중인 통계, 데이터들을 부처 내에서부터 원활하게 공동 활용할 수 있도록 할 것이다. 개정된 데이터 관련법은 부처 내에서만이 아니라, 부처 간, 나아가 민간과 공공 영역 간에도 통계 및 빅데이터 자료들을 연계, 활용할 수 있도록 하고 있기 때문이다.

타 부처나 민간 일반 이용자들이 요구하는 자료들의 범위도 그동안 제공이 상대

적으로 원활하지 않았던 국가승인통계, 나아가서는 기타 행정자료나 비승인통계 자료들로 확장될 가능성이 높다. 따라서 문화체육관광부 내에서 생산되는 기존의 통계, 데이터 자료들도 단계적으로 국가승인통계 뿐만 아니라 비승인통계 자료들까지, 정비와 검증 과정을 거쳐야 할 것이다. 이 과정에서 활용 가치가 높은 자료는 보다 빠른 개선작업과 관련 추가 개발의 가능성도 높을 것으로 전망된다.

〈표 3-6〉 문화체육관광부 통계 체계의 현재와 향후 전망

현재	**국가승인통계**	**통계등록시스템**	**통계청**
	조사통계 보고통계 가공통계	국가통계포털(KOSIS) MDIS e-나라통계	정기진단(5년) 수시진단(비정기) 자체진단(작성기관)
향후	**비승인통계**	**통계, 데이터 통합포털**	**문화체육관광부**
	정기 실태조사 비정기 연구분석 목적 실태조사, 기타 지표 등	문화셈터· 신규 통합 개발	자체 품질진단 정비, 개선
	비정형자료		
	행정자료 공공데이터 등		

통계, 데이터의 전면적인 개방과 연계라는 방향성으로 인해, 문화체육관광부 내에서 생산, 관리해 온 다양한 자료들은 표준화 작업도 빠르게 진행해야 할 상황이다. 표준화 작업은 데이터 연계에 있어, 필수적인 선행 작업이기 때문이다. 이처럼 데이터 관련법안과 문화체육관광부 차원에서의 조직 정비와 같은 제도환경적 변화에 따라 통계, 데이터 관련 기관들의 역할 변화를 중심으로, 보다 세밀한 체계 정비의 가능성도 높은 편이라 할 수 있다.

따라서 문화체육관광부는 데이터 관련법 개정과 시행, 부처 차원에서의 통계 체계 정비 등을 통해, 기존의 통계, 데이터들의 질적 정비에도 속도를 낼 것이다. 통계자료를 포함하여, 데이터 개방 체계의 구축은 이미 확정된 현실이기 때문이다.

3. 콘텐츠산업 분야 통계 체계

콘텐츠산업 분야 또한 분산형 통계 체계이다. 무엇보다 콘텐츠산업 분야에서 생산되는 국가승인통계는 다른 분야의 국가승인통계나, 지속적으로 작성되어온 관련 비승인 실태조사(비승인통계) 자료의 양과 비교할 때, 절대적으로 부족한 수준에 있다. 본 연구의 검토 범위에는 포함되지 않았지만, 그래서 실제로 콘텐츠산업 분야에서 계속 증가 추세에 있는 통계 자료들은 대부분 비반복적, 단기적, 일회성, 비승인 통계 자료에 해당된다.

콘텐츠산업 분야에서도 최근 통계를 포함한 데이터 관련법 등 제도적 환경 변화를 고려하여 현재의 통계 체계를 검토할 필요성이 높다. 현재 콘텐츠산업 분야의 대표적인 국가승인통계인 콘텐츠산업조사를 중심으로, 콘텐츠산업 각 분야별 통계 자료의 생산 기관과 실무수행 조직들은 여러곳으로 분산되어 있는 상태다. 문화산업정책과, 방송영상광고과, 한국콘텐츠진흥원, 이 외에도 한국출판문화산업진흥원이나 타 부처, 기관, 위원회 등에 이른다.

특히 통계 체계의 핵심인 통계 조정 기능을 중심으로 기존 통계 자료들을 정비, 개선할 수 있는 방안이 필요하다. 각 세부산업별로 생산되는 비승인 실태조사들은 제도적인 관리 체계에 포함되지 않기 때문에 다양한 기관, 협, 단체, 조직 등에서 비교적 자유롭게 작성할 수 있었다. 또한 콘텐츠산업과 관련된 중앙부처 소속기관이나 산하기관, 그리고 지방자치단체 산하 소속, 산하기관 간에도 별도의 협업이나 관리 체계가 공식적으로 마련되어 있지 않은 상태였다. 또한 신뢰도가 상대적으로 높은 국가승인통계의 일부 자료로, 검증 관리를 거치지 않은 비승인 통계를 인용한다는 것 자체도 이용자들에게는 신뢰도에 영향을 줄 수 있다. 앞서 통계 현황 분석 단계에서 확인한 것처럼 콘텐츠산업 분야 통계 자료들 간에는 현재 이러한 가능성이 상존하고 있다.

현재와 같이 통계 작성의 기준이 다양하고, 생산 기관 또한 다양하게, 관리 범위를 벗어난 통계 자료의 양만 증가하는 분산형 통계 체계에서는 콘텐츠산업 분야 통계 이용자들의 불편을 더욱 가중시킬 수 있다. 콘텐츠산업에 대한 정의와 범주의 설정, 조사대상, 조사범위, 조사목적 등에 따라 서로 다른 관점에서 개별적인 통계 자료를 생산할 수 있는 권한과 양만 증가하기 때문이다. 통계 자료를 생산하는 주체

들 간의 모집단 관리 방식, 표본설계, 조사 작성의 주요 내용 등을 공유해야 할 의무가 없었기 때문에, 동일한 분야에 대한 유사한 조사라도, 결과적으로는 통계 이용자들에게 혼란을 초래하는 결과를 보고할 가능성이 높았다. 앞서 살펴보았듯이 콘텐츠산업 분야에서는 현재 국가승인통계와 비승인 실태조사 자료들 간에도 자료 간 상대 비교시 혼란을 유발할 수 있는 요인이 대부분 표본설계 단계를 중심으로 발생하고 있다.

〈표 3-7〉 콘텐츠산업 분야 주요 통계와 작성 기관

분류	구분	
출판	콘텐츠산업조사 (문화체육관광부)	출판산업실태조사(한국출판문화산업진흥원)
만화		웹툰사업체실태조사(한국콘텐츠진흥원)
음악		-
게임		-
영화		한국영화산업실태조사(영화진흥위원회)
애니메이션		-
방송		방송산업실태조사(과학기술정보통신부, 방송통신위원회, 인용) 방송프로그램 외주제작거래 실태조사(한국콘텐츠진흥원)
광고		광고산업조사(문화체육관광부)
캐릭터		-

궁극적으로는 통계 자료의 효율적인 생산과 활용도 제고를 위해서도, 콘텐츠산업 분야에 적합한 통계 체계를 구축해야할 필요성이 높다. 이러한 문제의식에 기반한 통계 체계의 구축이나 개선 작업은 이미 다른 부처나 기관들도 경험한 바 있다. 이어 다음 절에서는 각 부처나 기관들의 통계 자료 생산과 관리 상황과 내용이 서로 달랐더라도, 통계 체계를 구축하거나 정비한 주요사례들을 중점적으로 파악, 분석하고자 하였다.

제2절 통계 체계구축 주요 사례

1. 분석 개요

앞서 콘텐츠산업 분야의 통계 체계를 살펴본 결과, 자료의 생산이나 관리 측면에서 통계 조정 기능이 취약한 상황에 있음을 파악하였다. 분산형 통계 체계에 따라 다양한 기관에서 다양한 통계 자료를 생산하는 구조 자체는 바람직하다. 그러나 통계 작성의 기준이 서로 다른 자료의 생산량만 계속 증가하게 된다면, 이질적이거나 충돌적인 통계 결과의 발표 가능성도 함께 높아질 수 있다. 따라서 결과적으로는 통계 이용자들의 신뢰도나 활용도를 모두 위협할 수 있다. 이러한 분산형 통계 체계 하에서의 한계를 해결하기 위해서도 콘텐츠산업 분야에 보다 적합한 통계 체계가 구축되어야 한다.

통계 조정 기능을 중심으로 한 통계 체계의 구축 또는 정비는 다양한 부처나 기관들이 선행한 사례들이 있다. 각 부처나 기관들은 무엇보다 통계 자료의 작성 목적이 서로 다르고, 자료를 생산하는데 투입할 수 있는 통계 조직이나 인력 등 기초적인 기반 현황도 서로 다르다. 이 때문에 통계 자료의 생산과 관리 내용이 매우 다양하여, 각각의 업무실정에 맞는 통계 체계를 구축, 운영해왔다.

본 절에서는 콘텐츠산업 분야의 통계 체계구축과 개선에 도움이 될 수 있는 주요 사례를 다음과 같은 이유로 선정하였다.

첫째, 콘텐츠산업 분야의 통계 자료들이 특수분류체계를 기준으로 생산되고 있다는 현실을 고려하였다. 특수분류체계를 기반으로 한 산업 통계 생산시에는 표준분류체계를 따르는 일반적인 산업들과 비교하여, 통계 자료 간 분류체계나 모집단 설정의 차이가 발생할 가능성이 더 높은 편이다. 따라서 통계 조정 기능이 강화되지 않은 채로는 유사, 중복 통계 자료의 생산 뿐만 아니라, 이질적인 통계 결과의 보고로 인한 이용자들의 불편이 더 빈번하게 발생할 수 있다.

이러한 배경에서 정보통신산업 분야의 통계 체계구축 사례를 선정하였다. 정보통신산업 분야는 ICT산업 특수분류체계를 기준으로 오랜 기간 분산형 통계 체계를 유지해왔다. 그러나 통계 조정 기능을 강화하는 방향으로 집중형 통계 체계로 빠르게 정비를 진행한 바 있다.

둘째, 산업 통계 중에서도 사업체 통계 자료를 안정적으로 생산, 관리하고 있는 통계 체계를 분석하고자 했다. 이는 콘텐츠산업 분야의 국가승인통계 자료들이 모두 사업체 통계로 집중되어 있고, 사업체 통계는 향후 인력 통계 등 다양한 통계들의 기준 자료로서 가치와 중요도가 높아, 통계 체계에서의 특이성을 비교할 수 있는 가능성을 고려하였다.

이 단계에서는 고용노동 분야의 통계 체계를 선정하였다. 고용노동 분야에서는 역사가 오래된 사업체 통계와 종사자(인력) 통계가 생산되고 있다. 이 때문에 통계 자료에 대한 이용자들의 신뢰성과 활용도가 모두 높은 편이다.

셋째, 콘텐츠산업 분야 뿐만 아니라 통계 체계 전반이 최근 데이터 관련법 개정으로 영향을 받을 수 있다는 점에 주목하였다. 데이터 관련법 등 제도적 환경의 변화는 정형자료인 통계 자료의 생산과 관리 뿐만 아니라, 비정형자료인 빅데이터에 이르기까지, 통계 체계 구축에서 나아가 데이터 전반의 시스템을 안정화 한 선행사례를 검토하고자 하였다.

해당 사례로, 보건복지 분야 통계 체계를 선별하였다. 보건복지 분야는 통계 자료 뿐만 아니라 비정형 데이터를 포함한 데이터 전반에 대한 구조적 조정과 시스템 정비를 빠르게 진행해 온 바 있다.

각 사례들에 대해서는 통계 조정 제도로서 채택한 생산, 관리 구조를 파악하고, 통계 관리 체계 차원에서의 강점을 탐색하고자 했다. 각 부처와 기관별로 통계를 생산해 온 목적과 배경, 상황 등이 각기 다른 상태에 있어, 현황을 중심으로 도출할 수 있는 강점의 층위는 다양하였다. 다만, 공통적으로 통계 생산 및 관리 업무를 주 업무로 수행하는 조직구조와 인력을 파악하여 통계 관리 체계의 현황을 비교하였다.

〈표 3-8〉 통계 체계 주요 분석 사례

분야	특이점	관련 부처
정보통신	산업 특수분류체계	과학기술정보통신부
고용노동	사업체 통계	고용노동부
보건복지	통계, 데이터 시스템 구축	보건복지부

2. 정보통신 분야 통계 체계[11)]

가. 통계 체계

1) 조직 및 인력

정보통신 분야의 통계 체계에서 통계 조정 기능을 주로 수행하는 기관은 정보통신정책연구원이다. 정보통신정책연구원은 과학기술정보통신부의 정보통신방송통계 기획평가 위탁기관이다. 이에 따라, 과학기술정보통신부에서 작성되는 국가승인통계 자료의 질적 개선을 위해, 진흥원 등 모든 산하기관들이 작성하는 통계 자료를 기획, 조정, 평가한다.

현재 정보통신정책연구원이 직접 생산하는 통계자료는 없다. 주로 과학기술정보통신부 산하의 통계 자료들 간에 충돌을 방지하고, 신뢰도가 높은 자료가 지속적으로 생산될 수 있도록 관리하고 있다. 이와 관련한 실무는 정보통신정책연구원 ICT 데이터사이언스 연구본부의 ICT 통계정보연구실에서 중점적으로 수행하고 있다.

정보통신정책연구원 ICT 데이터사이언스 연구본부는 ICT 통계정보연구실과 미래예측분석센터로 구분되어 있다. 현재 총 16명의 연구 인력을 확보하고, 인턴연구원 등 4명의 추가인력까지 20명으로 구성되어 있다(2020년 8월 현재).

ICT 통계정보연구실은 주로 ICT 및 미디어 분야의 통계 자료를 관리하여, ICT 산업과 미디어 이용에 관련된 통계 자료들을 효율적으로 수집하고 분석하도록 지원

11) 정용찬 외(2018), 기술발달에 따른 통계 생산 및 이용 활성화 방안 연구, 진한엠앤비,
정용찬 외(2018), 조사환경 변화에 대응한 ICT 통계 생산체계 혁신 방안 연구, 진한엠앤비,
이원태 외(2018), 통계 생산체계 혁신을 위한 법제도 개선방안 연구, 진한엠앤비
나성현 외(2016), ICT 통계 발전전략 수립, 미래창조과학부·정보통신정책연구원,
자료내용과 정보통신정책연구원 연구자문 내용 재구성

한다. 부가적으로 이용자들이 보다 다양한 관련 통계자료를 활용할 수 있도록 통계정보시스템(KISDI STAT, ITSTAT)을 운영하고 있다. 미래예측분석센터는 데이터 기반의 정책지원을 목적으로, 데이터사이언스 분석방법론 연구를 중점적으로 수행하고 있다.

2) 현황

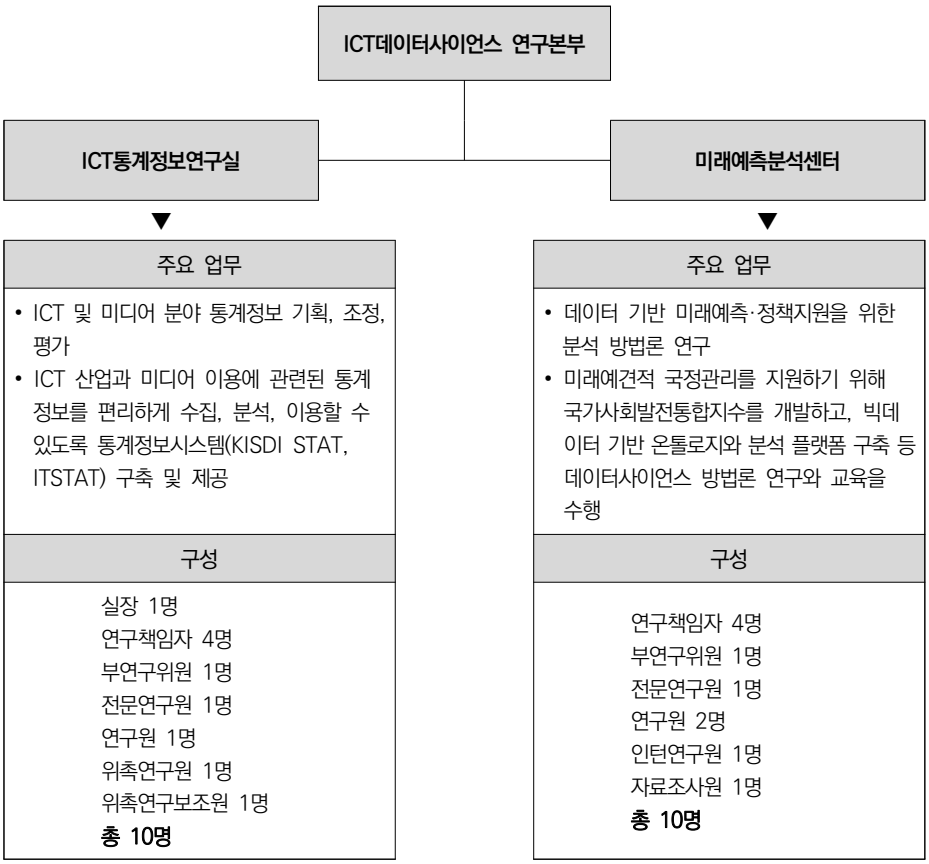
정보통신정책연구원 ICT 통계정보연구실이 과학기술정보통신부의 전체 통계 자료를 정비할 수 있었던 배경에는 과학기술정보통신부가 부처 내에서 생산되는 통계 자료들 간의 충돌을 해소하여, 신뢰성이 높고 질적으로 개선된 통계 체계를 구축하겠다는 강력한 의지와 추진전략이 있었다. 정보통신정책연구원은 2000년대 이후 지속적으로 ICT 통계분류체계를 중심으로, 분류체계 정비에도 역량을 집중해 온 바 있다. 이렇게 통계의 기초 기반을 꾸준히 정비해 왔더라도, 여전히 산업 분류체계가 혼용되고, 신뢰성을 위협할 수 있는 자료가 중복 생산되면서, 부처 차원에서 강력한 개선 작업을 진행하였다.

과학기술정보통신부가 정보통신정책연구원과 통계 체계를 구축하는 초기단계에 진행한 작업은 부처 내 총 37개의 국가승인통계와 주요 비승인통계를 대상으로, 정책 내용을 고려하여 자료를 정리한 것이었다. 부분적으로 이관된 통계 자료의 처리, 또는 통계 자료 내에서 유사, 중복 항목의 삭제, 필요에 따라서는 비효율적인 통계를 폐기하는 작업을 진행하여, 분산된 통계 자료를 정비함으로써 신뢰성과 활용도가 높은 통계 자료 생산 체계를 구축하였다.

정보통신정책연구원 ICT 통계정보연구실은 현재, 과학기술정보통신부 국가승인통계에 대해서는 정책 기여도를 평가하며, 비승인 통계 자료를 대상으로는 품질진단평가를 수행하고 있다. 부처 차원에서 장기적으로 통계 자료의 체계적인 관리를 통해 비승인 통계 자료를 줄이는 방향으로 정비해 왔다. 이를 통해 통계 자료들이 비교적 빠르게 질적으로 개선되어온 편이다. 이제는 비승인 통계자료를 생산하는 기관들이 자발적으로 통계 관리 체계 내에 소속되기를 희망하는 분위기도 형성된 수준에 이르렀다. 내용 측면에서는 ICT 일반통계와 세부분야별 전문통계로 구분하여, 통계 자료 간의 중복이나 충돌 방지를 종합적으로 조정하고 있다.

과학기술정보통신부와 정보통신정책연구원이 구축한 통계 체계의 특이성은 부처와 연구원, 통계청, 그리고 과학기술정보통신부 산하기관들 간의 통계협의회가 활성화되어 있다는 점이다. 또한 관련 시행계획과 훈령을 통해, 신뢰성이 높은 통계자료를 더욱 효율적으로 생산, 관리할 수 있도록 하였다. 이어, 부처 산하의 통계생산 기관들이 신뢰도가 높은 자료를 안정적으로 작성할 수 있도록, 정보통신정책연구원을 중심으로 모집단 관리와 분류체계 정비 업무를 집중적으로 지원하였다. 이러한 강점은 궁극적으로 과학기술정보통신부의 데이터 기반 정책 수립을 위해, 실증 연구와 분석 역량을 강화하는 기반이자 전략이라 할 수 있다.

〈표 3-9〉 정보통신정책연구원 통계 조직도



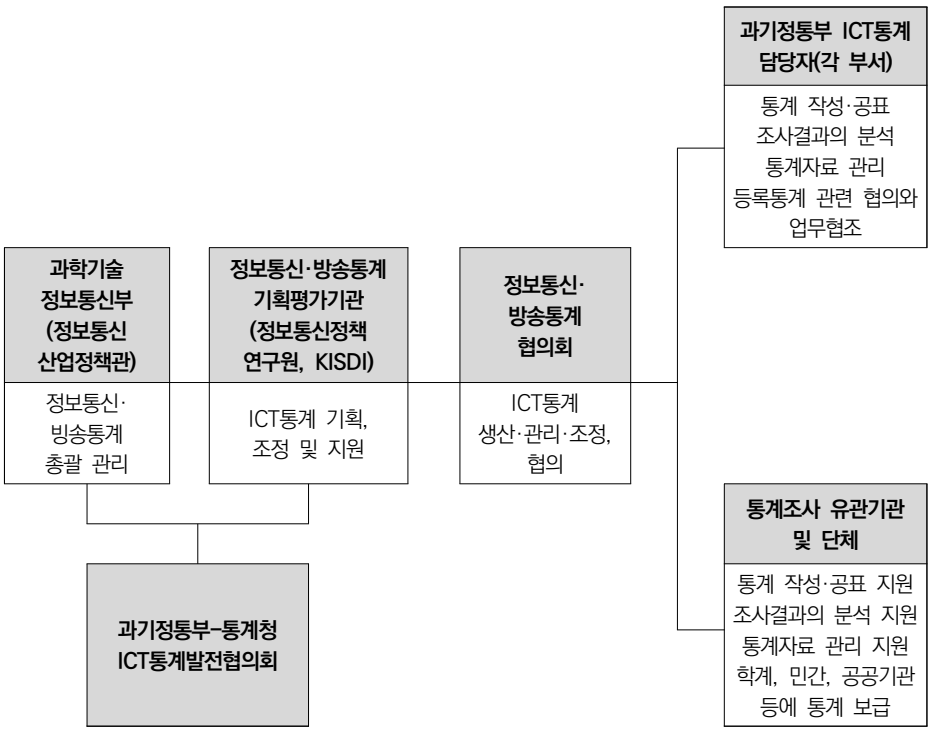
자료: 정보통신정책연구원 홈페이지와 연구자문 내용 참조 재구성

나. 강점

1) 통계협의회

과학기술정보통신부는 ICT 통계가 정책수립에 필수적인 기초자료로서 신뢰성을 갖고 활용될 수 있도록 하겠다는 명확한 목표를 수립하였다.[12] 이와 동시에, 통계청과 부처 산하 통계 작성기관 등을 포함하는 2개의 통계협의회를 구성하였다.

〈표 3-10〉 과학기술정보통신부 ICT 통계 체계



자료: 최계영 외(2017), ICT 통계체계 기획 및 개선방안 연구- 재구성.

첫째, 부처 내 통계 자료들의 생산과 관리, 조정을 위한 협의체로서 〈정보통신방송통계협의회〉를 조직하였다. 이 협의회는 과학기술정보통신부의 모든 통계 자료를 총괄 관리하는 정보통신산업정책관, 통계의 기획, 조정 및 지원 업무를 수행하는 정보통신정책연구원, 그리고 부처 내 통계 담당자들과 통계조사를 수행하는 진흥원 등의 산하기관이나 협회를 회원으로 구성하였다.

12) 과학기술정보통신부(구 미래창조과학부, 2016), ICT 통계조사 개선방안 보도자료.

둘째, 〈ICT 통계발전협의회〉로, 과학기술정보통신부와 정보통신정책연구원, 통계청간의 협력을 위해 구성되었다.

2) 시행계획

신뢰성을 갖춘 통계 자료의 생산을 위해서는 모집단과 분류체계를 체계적으로 관리할 인력과 예산, 그리고 해당 업무를 지속적으로 수행할 수 있는 조직 체계의 정비도 필수적이다. 무엇보다 유사한 통계 자료들 간에 서로 다른 결과를 보고함으로써, 이용자들의 혼란을 가중시키는 점을 해결하기 위해서는 모집단 관리와 분류체계 정비의 중요성이 매우 높다.

과학기술정보통신부는 2015년을 기점으로, 통계조사 시행계획 작성을 시작하여, 우선적으로 모집단 관리와 분류체계가 정비될 수 있는 제도적 근간을 마련하였다. 이후 2017년 '과학기술정보통신부 정보통신방송통계 관리규정(과학기술정보통신부 훈령 제 12호)' 제정을 통해, 매년 ICT 산업 분야의 통계를 체계적으로 생산, 관리, 활용할 수 있도록 하였다. 이에 따라, 과학기술정보통신부는 매년 'ICT 통계조사 시행계획'을 수립하여, 각 조사 수행 기관들이 별도의 표본추출틀과 분류체계를 이용함에 따라 통계 간 산업의 범위가 다르고, 비교가 쉽지 않다는 문제점을 해결하도록 하고 있다(최계영 외, 2017).

〈표 3-11〉 과학기술정보통신부 정보통신·방송통계 관리규정 - 과학기술정보통신부 훈령 제12호

제5조(시행계획의 수립)

② 시행계획은 다음 각 호의 내용을 포함하여야 한다.

1. 정보, 통신, 전파, 방송, 인터넷, 소프트웨어 등 각 분야별 통계조사의 목표와 추진전략, 세부 시행방안 및 추진일정
2. 정보통신·방송통계의 정보화 등 정보통신 방송통계 발전을 위하여 필요한 사항

제10조(정보통신·방송통계협의회)

① 정보통신·방송통계의 생산·관리에 관한 주요사항을 종합·조정하고 협의하기 위하여 과학기술정보통신부 정보통신·방송통계협의회(이하 "협의회"라 한다.)를 설치·운영할 수 있다.

② 협의회는 회장 및 간사 각 1인을 포함하며 다음 각 호의 자로 구성된다.

1. 통계작성·관리부서의 부서장 또는 통계전담자
2. 유관기관 및 단체의 직원 중 통계를 담당하는 부서장 또는 그 담당자

③ 협의회장은 정보통신산업정책관이 되며, 간사는 정보통신정책과장이 된다.

④ 협의회는 다음 각 호의 업무를 협의하고 협력한다.
1. 정보통신·방송통계 업무의 종합·조정
2. 정보통신·방송통계 작성 표준화
3. 정보통신·방송통계 정보화 업무
4. 정보통신·방송통계 시행계획 수립
5. 기타 정보통신산업정책관의 요청에 따른 정보통신·방송통계 관련 업무

자료: 법제처(2020), 과학기술정보통신부 정보통신·방송통계 관리규정(2017년 제정)

3) ICT 통합모집단 구축

정보통신정책연구원은 'ICT 통계조사 시행계획' 규정에 근거하여, ICT 통합모집단을 구축하였다. 통합모집단 구축은 과학기술정보통신부 산하기관들이 확보하고 있는 모집단 목록을 수집하여, 정비하는 것으로부터 시작되었다. 기본적으로 과학기술정보통신부 산하에서 실시된 조사자료들과 ICT를 특정할 수 있는 조사들, 그리고 통계청 전국사업체조사와 기업활동조사 자료 등을 기반으로 사업체 정보를 정비하였다. 이때 사업체코드가 확인되지 않는 경우는 추가 확인작업을 통해 모집단 정보를 최대한 확보하였다.

현재 과학기술정보통신부는 국가승인통계에 한해서는 반드시 정보통신정책연구원을 통해, ICT 통합모집단 정보를 공유하도록 운영하고 있다. 조사통계 모집단 구성내용의 동일화를 목표로, 통계 자료 간 혼란이 발생하지 않도록 하기 위함이다. 이를 통해, 이제는 통계 자료들간에 상대 비교가 아닌, 절대 비교가 가능한 방향으로 정비가 계속 진행되고 있다.

통합모집단 정보를 통해 조사를 실제로 수행하는 기관들은 모집단 범위 설정시, 예전보다 편리해진 측면이 있을 것이다. 한편, 통계청 국가승인통계 관리 방식에 준하는 과학기술정보통신부의 별도 규정을 따라야 하는 강제성이 있기 때문에, 정보공유 이외에도 표본설계, 조사과정상의 문제점 등에 대해서도 정보통신정책연구원 ICT 통계연구실이 요구하는 일정 정도의 내용에 대해서는 반드시 보고하고 평가를 받도록 설계되어 있다. 과학기술정보통신부는 이러한 절차가 통계 자료간의 혼란을 방지하기 위한 필수적인 절차임을 시행계획을 통해 명시하고 있다.

4) 분류체계 정비

과학기술정보통신부 통계 분류체계는 현재 ICT 산업분류체계와 품목분류체계 2가지가 있다. ICT산업 특수분류체계와 한국표준산업분류, 수출입분류, 그리고 개별 통계분류 4가지로 분산되어 있던 정보를 통합한 결과다. 산업분류체계는 OECD IT 산업 특수분류와 콘텐츠산업 특수분류체계 등을 검토하여 정비하였으며, 품목분류체계는 ICT 산업 품목별 조사 결과들을 통합하여, 한국표준산업분류 중분류 수준까지 매칭이 되도록 정비하였다.

분류체계의 정비 또한 통계 자료 간의 혼란을 방지하기 위한 중요한 업무다. 특히 산업 분류체계의 정비가 사업체 층위에서 잘 진행되어야, 향후 산업 인력 통계들과의 혼란을 방지할 수 있다는 측면에서도 중요도가 매우 높다고 볼 수 있다. 실제로 정보통신정책연구원은 2016년 ICT 통합분류체계 작성을 선행하고, 이후 2017년 ICT 통합모집단을 구축하였는데, 이는 산업 분류체계에 대응하는 모집단 설정을 위한 것으로, 협의와 시간이 절대적으로 요구되는 부분이라 할 수 있다.

3. 고용노동 분야 통계 체계

가. 통계 체계

1) 조직 및 인력

고용노동 분야에서는 한국노동연구원 통계 체계를 검토하였다. 한국노동연구원은 고용노동부의 주요 조사 통계 자료의 생산과 관리를 패널데이터연구실에서 진행하고 있다.

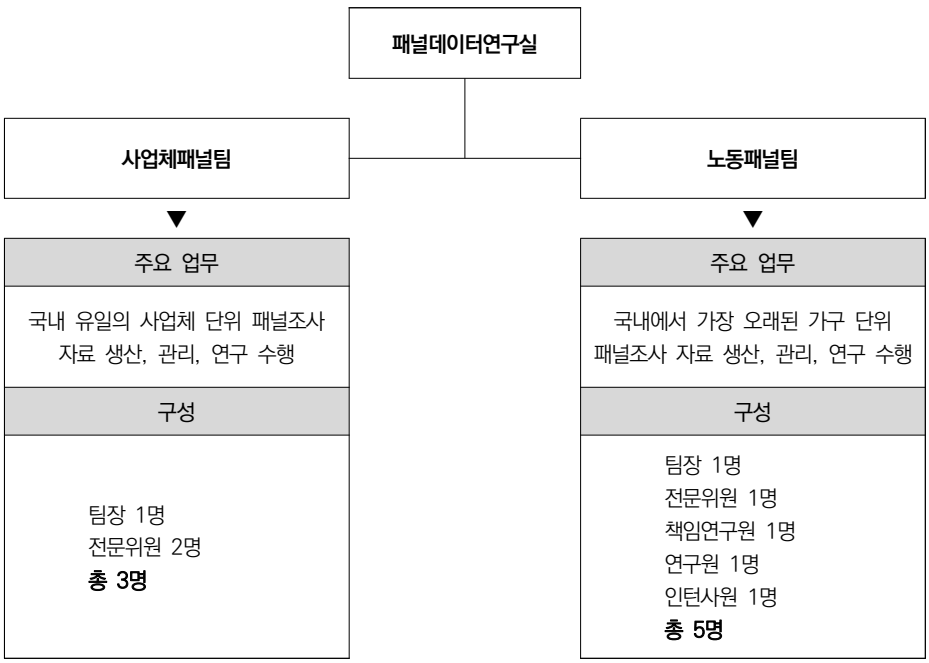
한국노동연구원 패널데이터연구실은 사업체패널팀과 노동패널팀으로 구분되어 있다. 사업체패널팀은 2006년부터 격년(2년) 주기로 조사하고 있는 사업체패널조사 자료를 조사, 관리하며, 노동패널팀은 1998년부터 시작한 노동패널조사를 매년(1년) 작성하고 있다. 현재 사업체패널팀 3명, 노동패널팀 4명의 상시 인력에 추가적으로 연구 인턴 1명까지 총 8명으로 구성되어 있다.

2) 현황

고용노동부는 한국노동연구원 외에도 한국고용정보원 등을 통해 주요 조사들과 시스템을 관리하고 있다. 그 중에서도 한국노동연구원 사업체 패널은 국내에서 유일한 사업체 대상 패널조사이며, 노동패널 또한 국내에서 가장 오래된 가구(개인) 단위 조사이다. 한국노동연구원의 2개 조사는 국내 산업과 노동시장 연구, 분석에서 가장 주목받는 자료 중 하나일 뿐만 아니라, 이용자들의 신뢰도도 매우 높은 편이다.

한국노동연구원 통계 체계의 가장 큰 특징은 조직 안정성이 높다는 점이다. 최근 고용구조와 관련된 연구, 분석의 필요성이 높아짐에 따라, 고용영향평가 조사도 수행하고 있지만, 패널데이터연구실과는 별도의 고용영향평가센터로 담당 조직이 분리되어 있다.

〈표 3-12〉 한국노동연구원 통계 조직도



자료: 한국노동연구원 홈페이지에서 재구성

나. 강점

1) 통계 생산 및 관리의 안정성

한국노동연구원에서 통계 자료를 생산, 관리하는 각 팀은 담당 조사에 전적으로 집중할 수 있도록 조직되어 있다. 담당하는 조사 이외의 부가적인 업무나 연구원 외부 기관과의 협업 체계 또한 없다.

이러한 조직 안정성이 확보될 수 있었던 배경에는 고용노동부의 적극적인 협조가 매우 컸던 것으로 평가된다. 고용노동부는 한국노동연구원이 수행하는 주요 조사가 안정적으로 진행되는데 필수적으로 필요한 모집단 목록의 제공, 통계청과의 협업, 그리고 기타 공공기관들이나 협회들과의 협조, 관리를 선제적으로 진행해 왔다.

고용노동부는 부처 내 기관 간 데이터 연계에 대해서는 그동안 별도의 규정 없이 주도적으로 진행해온 바 있다. 일례로 고용노동부의 대표적인 행정 자료인 한국고용정보원의 고용보험 DB와 한국노동연구원의 패널조사 데이터간의 연계에 대해서도, 고용노동부의 연구, 분석에 기여할 수 있는 사례에 한해서는 대부분 허용해 왔다. 같은 맥락에서, 한국노동연구원 패널조사와 신용정보 데이터, 특허정보 데이터 간의 연계 등에 대해서도 가능한 최대치를 연구자들에게 제공하도록 운영해 왔다.

이러한 조직적 안정성은 예산 규모를 배경으로 가능했다고 이해할 수 있다. 사업체 패널은 총 6억의 예산 규모로, 2년에 1회 사업체를 대상으로 진행되며, 그 중 순수 조사비로 4억, 가중치 처리나 학술대회 등의 운영비로 2억이 소요된다. 이와 비교하여, 매년 가구(개인) 대상으로 진행하는 노동패널은 1년 기준, 최소 15억 이상의 예산이 확보된다. 이는 패널조사의 특성상, 조사 대상의 이탈층과 유지층을 관리하는데 있어, 최소한의 비용이 상대적으로 많이 필요하기 때문이기도 하다.

한국노동연구원 패널데이터연구실이 조사 비용 외에 워킹페이퍼나 학술대회 등의 별도 비용을 안정적으로 확보하여 운영하는 이유는 결과적으로 조사와 연구의 질적 개선에 있음을 고려할 필요도 있다.

2) 업무의 안정성

조사의 질적 개선을 위한 노력은 사업체패널팀의 연간 업무 흐름을 통해서도 확인할 수 있다. 일반적으로 국가승인통계는 매년 초, 관련 행정 업무가 완료된 후에 조사업체의 선정과 설문지 개편 등으로 조사업무를 시작한다. 이와 비교해, 사업체패널은 이전년도 10월부터 최소 6개월 이상, 연구원 내, 외부의 전문가 자문회의를 충분히 거쳐, 차년도 설문내용 개편 작업과 부가조사 주제를 확정한다.

한국노동연구원은 고용노동부의 핵심 정책들을 최대한 실증 분석할 수 있도록, 부가조사의 주제 확정과 설계에 특별히 많은 노력을 기울이고 있다. 최근 2020년 5월에 시작한 사업체패널조사의 경우에는 연초에 발생한 코로나가 산업 현실과 정책 측면에 미칠 영향을 실증 분석할 수 있도록, 주요 정책 이슈로 부가조사에 내용을 반영하였다. 국내에서 코로나가 발생한 초기 시점부터 최소 3개월간 조사에 관련 내용을 반영할 수 있도록 계획하고 준비한 결과다. 이처럼 체계적인 운영은 작성기관과 업무 진행의 안정성 때문에 가능한 측면이 크다. 관련 효과 분석은 2022년에 본격적으로 진행될 수 있을 것이다.

한편, 올해 공개된 사업체패널 원자료는 2년전에 작성된 자료임을 확인할 수 있다. 이 또한 질적으로 최적화된 자료를 제공하고자 한 결과로 볼 수 있다. 사업체패널은 작성 당해에는 기술통계보고서만 공개하며, 이후 전문가에게 의뢰한 이슈페이퍼나 학술대회를 통해 발견된 자료의 문제점을 개선하여 차기년도 조사에 반영한다. 이러한 과정을 통해, 보다 심층적인 연구, 분석을 위한 기술분석보고서와 원자료를 작성시점 기준 약 2년 이후에 공개하고 있다. 다양한 연구자들이 원자료를 활용하여, 다시 고용노동부의 정책 이슈 발굴에 기여할 수 있도록 하고, 다양한 층위에서의 검증을 진행함으로써, 한국노동연구원의 패널 조사 자료는 그 역사만큼 큰 신뢰성을 지속적으로 확보할 수 있었다고 볼 수 있다.

〈표 3-13〉 2020년 사업체패널 8차 조사(WPS2019) 업무추진도

세부 추진내용	추진 시기
사업체패널 조사 진행 현황 검토	'19년 9월
조사표 설계 - 부가조사 주제 공모 - 고용, 인사관리, 노사관계 전문가 회의	'19년 10월~'20년 3월
사업계획서 작성	'20년 1월
1. WPS2019 조사	
설문개편 및 pretest	'20년 1~5월
예비조사 준비	'20년 4~5월
백업 Data 정리	'20년 3월
면접원 교육	'20년 5월
중간 Data 확인 및 중간보고	'20년 8월
신용평가자료 요청 및 구매	'20년 9월
조사 관리	'20년 5월~11월
최종보고	'20년 11월
2. WPS2017 Data 공개	
학술대회 data 검수	'20년 1월~3월
국문 설문지, 코드북, 유저가이드 정리	'20년 2월~3월
영문 설문지, 코드북	'20년 2월~3월
홈페이지 업로드	'20년 3월
3. 워킹페이퍼	
워킹페이퍼 공모	'20년 4월~5월
워킹페이퍼 연구계획서 접수 및 평가	'20년 6월
워킹페이퍼 최종원고 접수 및 발표	'20년 11월
출판 관련 사항 담당(검수 등)	'20년 12월
4. 기초분석보고서	
변수별 빈도표 작성	'20년 4월
노사관계	'20년 5월~7월
인적자원관리 및 개발, 작업장 혁신, 기업복지 등	'20년 5월~7월
사업체 및 근로자 특성, 비정규직, 근로시간 등	'20년 5월~7월
출판 관련 사항 담당(검수 등)	'20년 9월
5. 기술보고서	
사업체패널 조사방법 및 현황, 표본, 가중치	'20년 8월~9월
출판 관련 사항 담당(검수 등등)	'20년 10월

세부 추진내용	추진 시기
6. 통계청 업무	
설문변경 승인, 통계정보보고서 현행화	'20년 3월~4월
WPS2017 Kosis 현행화	'20년 10월
자체품질진단	'20년 12월

자료: 한국노동연구원 내부자료 제공

패널조사는 2차에 걸쳐, 사업체 조사와 근로자 조사로 진행된다. 1차 조사는 인사담당자나 회사대표를 대상으로 한 사전조사로서, 사업체가 미리 정보를 확인할 필요성이 높은 재무현황과 근로자현황 내용으로 한정된다. 이어 2차 조사를 통해 주요 설문조사가 진행된다.

조사과정에서 사업체패널팀이 특별히 노력을 기울이는 것은 조사의 정확성을 제고하기 위함이다. 사업체 대상 조사 과정에서는 실제로 인사나 재무담당자, 회사대표 등의 인사이동으로 인해 신속한 현황 파악과 응답이 어려운 경우가 있다. 조사팀은 조사시기와 상관없이 매년 분기별로 주 응답자인 인사담당자들에게 조사의 필요성과 일정을 설명하는 안내 책자를 발송한다. 동시에 응답 정확성을 제고하기 위한 인센티브 방안으로, 상품권 외에 여행안내 책자를 발송하거나, 한국노동연구원 보유 자료 가운데 사업체들의 경영실무에 도움이 될 수 있는 임금정보시스템 정리 자료도 제공하고 있다.

〈표 3-14〉 한국노동연구원 사업체패널 조사표

대상	구분	항목
인사담당자 및 회사대표	근로자 현황(사전조사)	전체근로자 수, 직급별 근로자수, 직종별 근로자수, 직종별 정규직, 전일제 이외 직접고용 근로자, 전체근로자 중 노동조합 근로자, 채용 및 이직근로자, 간접고용 근로자 현황
	재무현황(사전조사)	재무작성기준, 손익계산서 정보, 손익계산서 이외의 부가가치 계산에 필요한 계정과목, 재무상태표의 정보
	사업장 특성	기본사항, 기업특성 및 조직변화, 사업장 특성 및 환경
	고용현황 및 고용관리	고용현황, 사업장 고용유연성, 비정규직 근로자, 공공부문 정규직 전환 정책에 대한 대응
	보상 및 평가	인사평가, 임금체계, 성과배분, 임금수준, 통상임금, 최저임금 인상에 대한 사측 대응
	인적자원관리 및 작업조직	인사관리 전반, 작업조직 및 작업장 혁신, 휴가 및 근로시간, 커뮤니케이션 및 정보공유, 공정한 처우 및 고충처리

대상	구분	항목
	인적자원개발	교육훈련, 경력개발
	기업복지와 안전보건	기업복지, 모성보호제도, 안전보건 조직 및 예방, 안전보건상의 위험요인 및 관련 교육, 산업재해
	유노조 사업장의 노사관계/무노조 사업장의 노사관계	기본사항, 노동조합현황, 단체교섭, 노동쟁의, 노사협의회 및 고충처리/기본사항, 노무부서 현황, 노사협의회 운영 및 임금결정, 노사관계 일반현황
근로자 대표 및 노조 대표	유노조 사업장의 노사관계/무노조 사업장의 노사관계	노동조합 현황, 노동조합선거 및 의사결정구조, 노동조합 일상활동 및 노사관계 현황, 교섭구조 및 교섭과정, 경영참여, 노동조합의 역사/근로자측 의사결정 구조, 노사협의회 현황 및 운영, 경영참여
부가조사	주요정책·이슈	비정규직법 관련(2007) 작업장혁신(2009) 제2노동조합(2011) (중략) 코로나(현재 조사 진행중)

자료: 한국노동연구원(2020), 사업체패널 통합설문지 내용 재구성

그 외에도 매출액 등 사업체 재무회계 정보의 정확성을 높이려는 노력도 다양하게 시도하고 있다. 사업체 또는 기업체의 재무회계 정보는 획득 자체가 기본적으로 어렵기 때문에, 사업체의 규모와 성격별로 다양한 추정 방법론을 개발한다. 일정 규모 이상의 사업체 재무 정보는 신용정보회사 자료를 통해 보완하거나, 공공부문의 경우 공공기관 경영정보 공개시스템 정보도 포함한다.

4. 보건복지 분야 통계 체계

가. 통계 체계

1) 조직 및 인력

세 번째 사례는 한국보건사회연구원이다. 현재 한국보건사회연구원은 정보통계연구실 내에 2개의 센터와 2개의 팀을 구성하고 있다. 빅데이터정보연구센터, 통계개발연구센터, 사회조사팀, 정보기술팀으로 총 23명이다. 이는 한국보건사회연구원이 통계 체계 정비를 시작한 초기 시점부터, 조사통계 뿐만이 아니라 비정형 데이터를 포함한 빅데이터 연계 활성화를 염두에 두고 개편을 진행해 온 영향이 크다.

정보통계연구실 내 빅데이터정보연구센터는 데이터 통합 연계방안 연구를 최우선적으로 진행한다. 이로 인해, 빅데이터 분석방법론 활용을 위한 정책연구 및 품질관리연구, 그리고 빅데이터를 활용한 보건복지 정책과 정보화전략 연구 등을 병행하고 있다. 통계개발연구센터는 주요 보건복지통계의 생산, 관리 및 신규 지표 개발, 조사방법론 개발 외에도 보건복지통계 기반의 정책연구를 수행하고 있다. 사회조사팀은 주로 보건복지통계의 조사 설계와 품질관리 업무를 주로 하고 있다. 정보기술팀은 정보시스템 사업과 관리를 주로 맡고 있다.

2) 현황

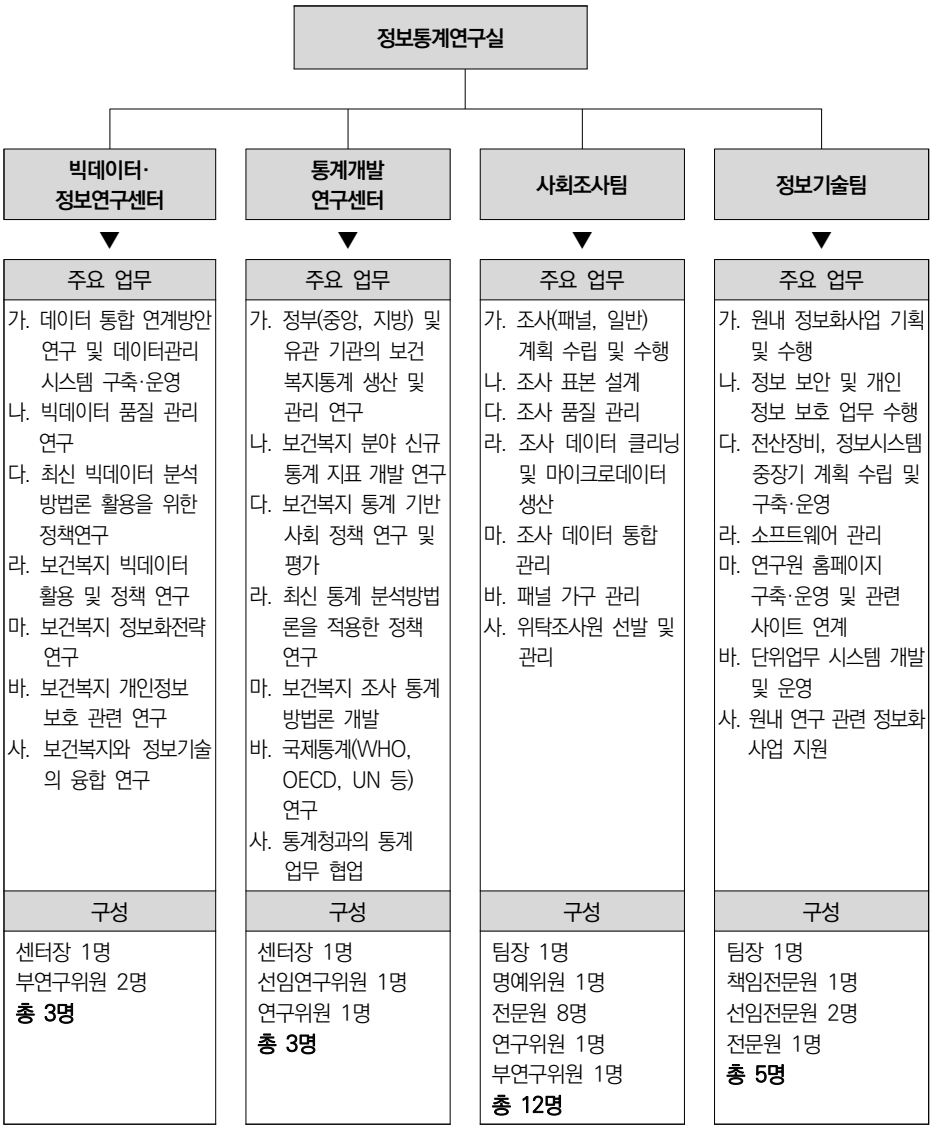
한국보건사회연구원은 이용자 친화적인 통계 서비스 제공을 목적으로, 정보시스템과 통계 자료의 정비, 그리고 이를 위한 통계 체계 구축을 동시에 진행해온 바 있다. 본격적인 개선은 2010년 보건복지통계정보시스템 구축 이후로 진행되어 왔다.

한국보건사회연구원은 2014년 보건복지통계정보시스템을 보건복지데이터포털로 개편할 때, 이용자 친화적 서비스 제공이라는 목적을 달성하기 위해 집중한 내용 중 하나가 연구원 고유의 다양한 조사 자료를 제공하는 방법이었다. 국가승인통계 자료를 중심으로 통계청을 통해 이미 제공되고 있는 정보와 비교할 때, 연구원만의 차별성있는 자료를 제공할 수 있는 방법 마련에 집중한 것이다. 이 단계에서, 연구원이 앞서 축적해 온 마이크로데이터(조사통계) 역량 강화와 동시에, 데이터 간의 연계 방안을 꾸준히 준비해왔다.

한국보건사회연구원은 데이터 연계 방안 연구와 관련된 쟁점을 주도하는 큰 축으로 평가받고 있다. 이는 2014년 보건복지데이터포털 개편을 기점으로, 이후 단계적으로 조직 체계를 정비하고, 업무를 계획적으로 수행해 온 결과로 볼 수 있다.[13]

13) 오미애·최현수·박민규·권성훈·진재현·천미경·김솔휘(2016), 2016년 보건복지통계정보통합 관리 및 운영 보고서 및 연구자문 내용 재구성.

〈표 3-15〉 한국보건사회연구원 통계·데이터 조직도



자료: 한국보건사회연구원 홈페이지에서 재구성

나. 강점

한국보건사회연구원의 통계, 데이터 조직의 안정성은 전략적인 계획을 토대로 확보되었다. 한국보건사회연구원은 국가승인통계를 중심으로 한 보건복지 조사 자료의 수요와 함께, 원자료 제공 요청 또한 동시에 증가함에 따라, 보건복지통계DB의

체계적인 구축을 목표로 2009년 정보화전략계획을 수립한 바 있다.

한국보건사회연구원 정보화전략계획의 추진목표는 보건복지통계 생산과 관련된 업무 정비 및 정보화 계획 수립, 그리고 통계 표준을 정립하여 이용자 맞춤형 서비스가 가능한 시스템 구축방안을 제시하는 것이었다. 계획 수립 직후, 초기에는 시스템 구축과 통계 표준화 작업에 집중하였다.

〈표 3-16〉 보건복지데이터포털(보건복지통계정보시스템) 구축 흐름도

연도	주요 내용
2010년	보건복지통계포털 구축 마이크로데이터 제공 및 관리시스템 구축 통계정보, 코드정보, 메타데이터 관리시스템 구축
2011년	데이터마트 구축: OLAP(OnLine Analysis Processing) 비정형통계 서비스 어플리케이션 도입 포털 리뉴얼 및 관리자시스템 개발
2012년	지역통계서비스 목적 GIS 기능 개발 포털 리뉴얼 및 모바일 웹페이지 구축
2013년	통계분류체계 개편에 따른 DB 구조 재설계 포털 이용자 영역 고도화 및 관리자시스템 전면 개편
2014년	보건복지데이터포털 개편 마이크로데이터 및 매크로데이터, 연구DB, 해외자료 구축
2015년	인포그래픽스 기능 강화 공간정보통계(GIS) 고도화
2016년	추천 시스템(Recommendation system) 구축 Deposit data section 개발

자료: 한국보건사회연구원(2016), 보건복지통계정보 통합관리 및 운영 보고서 및
한국보건사회연구원 홈페이지 내용 재구성

2014년에는 정보화전략계획 초기 시스템인 보건복지통계정보시스템을 보건복지데이터포털로 개편하면서 서비스 내용을 더욱 이용자 친화적 성격으로 확충하였다. 2014년에는 마이크로데이터(조사통계)와 매크로데이터(국가별 통계지표) 중심의 메타데이터 서비스 체계를 구축하고, 2015년 인포그래픽 강화, 2016년 보건복지통계에 특화된 GIS 데이터에 이르기까지, 이용자 친화적인 서비스 체계 구축에 속도를 내왔다. 동시에, 보건복지데이터포털에 추천 시스템(Recommendation system)을 구축하였다. Deposit data section은 데이터 위탁관리 및 공유서비스로, 보건복지와 관련 분야에서 수행된 모든 연구과제에서 생산, 활용된 다양한 자료들을 위탁관리하여, 연구자 간에도 통계, 데이터를 공유할 수 있도록 지원하는 시스템이다.

제3절 시사점

본 장에서는 문화체육관광부 콘텐츠산업 분야 통계 자료의 효율적인 생산과 활용을 위해, 합리적인 통계 체계를 구축한 선행사례들을 탐색하고자 했다. 이를 위해, 문화체육관광부 뿐만 아니라, 다른 부처나 기관들의 통계 체계 현황들도 검토하였다.

현재 우리나라는 통계청을 중심으로, 국가승인통계에 대해서는 생산과 관리 체계가 안정화된 편이다. 상대적으로 관리 범주를 벗어나 있는 비승인 실태조사 등의 통계 자료들도 다양한 목적과 형태로 자유롭게 생산되는 분산형 체계를 따르고 있다.

문화체육관광부는 부처의 특성상, 문화예술, 체육, 관광, 콘텐츠 산업 각 분야가 통계의 생산과 관리에 있어 서로 형식과 내용 측면에서 차이가 있다. 이는 각 분야별로 주요 정책 관심이나 대상이 다름으로써 발생한 결과로 볼 수 있는데, 실제로 관련 통계 자료의 생산, 관리, 그리고 활용 측면에 있어서도 상당한 차이가 상존한다. 다만, 최근의 데이터 관련법 개정의 영향으로 문화체육관광부 내에서도 통계 및 데이터 관리 체계에 변화가 진행되고 있다. 콘텐츠산업 분야에서도 이러한 제도적 변화를 고려하여 전략적인 체계 구축과 개선을 진행해야 할 것이다.

통계 생산 및 관리 내용은 각 부처와 작성기관에 따라 서로 차이점이 있다. 합리적인 통계 자료의 생산과 활용을 위해 체계 구축과 정비를 거친 다른 부처와 기관들의 주요 사례를 검토한 결과는 다음과 같다.

정보통신 분야의 통계체계는 집중형 구조임을 확인하였다. 과학기술정보통신부 차원에서 소속기관, 산하기관 전체의 국가승인통계를 일괄적으로 조정하고, 통계 자료에 대한 기획, 평가, 조정 관리 역할을 정보통신정책연구원이 수행하도록 체계화하였다. 강점으로 통계협의회의 활성화, 통계 관련 훈령 및 시행계획, 그리고 연구원을 중심으로 과학기술정보통신부 정책의 주요 대상인 ICT 산업과 관련한 모집단과 분류체계의 관리, 연구에 매우 협조적이라는 점들이 있다.

고용노동 분야는 분산형 체계임을 확인하였다. 고용노동 분야에서 뿐만 아니라, 국가승인통계 자료 중에서도 중요도와 신뢰도가 모두 높은 자료를 생산하는 한국노동연구원은 고용노동부 정책에 가장 중요한 조사를 안정적으로 수행하고 있음을 확인하였다. 다른 기관들과의 협력체계가 구축되어 있지는 않지만, 고용노동부 산하의 주요 국가승인통계 자료와 고용보험 관련 DB 시스템을 관리하는 한국고용정보원과의 협업은 비교적 원활한 편이다. 강점은 조사, 연구 조직의 안정성과 예산 등이라 볼 수 있다.

보건복지 분야에서도 분산형 통계체계를 갖추고 있었다. 한국보건사회연구원의 강점은 이용자 친화적인 통계, 데이터 시스템이라 할 수 있다. 한국보건사회연구원은 데이터 연계 분석을 체계적으로 준비해왔으며, 주요 국가승인통계를 비롯한 다양한 정형자료 뿐만 아니라, 비정형자료, 그리고 다양한 비승인 조사 자료들의 제공도 매우 개방적인 편으로 확인하였다.

〈표 3-17〉 통계 체계 구축 사례별 특징

구분	정보통신	고용노동	보건복지
관련 부처	과학기술정보통신부	고용노동부	보건복지부
통계 체계	집중형	분산형	분산형
주요 강점	통계협의회 활성화 훈령 및 시행계획 등	조직, 업무 안정성	이용자 친화적 개방형 시스템

현재 콘텐츠산업 분야의 통계 체계는 분산형 구조이다. 다만, 콘텐츠산업과 관련된 통계 자료를 생산하는 기관들 간의 협력 체계가 공식적으로 구축, 안착되지 않았다. 무엇보다 기준 자료인 국가승인통계 자료가 절대적으로 부족한 상황에서, 검증과 관리 체계를 벗어난 비승인 실태조사들의 생산이 꾸준히 증가하는 추세에 있다. 이러한 통계 생산 및 관리 구조로 인해, 이용자들은 콘텐츠산업 분야 통계 자료들의 이용과 해석 측면에서 어려움을 충분히 경험할 수 있는 상황이다. 다음 장에서는 앞서 콘텐츠산업 분야에서 생산되는 주요 통계 자료들의 현황, 이와 관련된 통계 생산 및 관리 체계를 검토한 데 이어, 이용자들이 실제로 통계 자료 활용 측면에서 경험하는 실태를 점검하고자 했다.

제4장

콘텐츠산업 분야 통계 활용에 대한 전문가 의견

제1절 분석 개요

1. 분석 목적

통계 자료와 체계의 개선은 궁극적으로 통계 이용자들이 신뢰성과 효율성이 높은 자료를 활용할 수 있도록 하기 위함이다. 본 장에서는 현재 콘텐츠산업 분야에서 생산되는 통계 자료를 활용할 때, 이용자들이 경험하는 활용 양상을 점검하고, 향후 개선이 필요한 내용을 파악하고자 하였다. 보다 구체적인 의견을 파악하기 위해, 통계 활용도가 일반 이용자에 비해 상대적으로 높은 전문가들을 대상으로, 1차 대면 심층면접과 2차 서면자문으로 구분하여 2회에 걸쳐 진행하였다.

1차 전문가 심층면접에서는 첫째, 콘텐츠산업 분야의 통계 활용도를 점검하였다. 둘째, 콘텐츠산업 분야 통계 자료 이용시에 느낀 어려움이나 필요로 하는 개선점에 대해 질문하였다. 셋째, 향후 콘텐츠산업 분야 통계의 개선이나, 개발이 필요한 내용에 대해 의견을 구하였다.

심층면접 과정에서 전문가들에 따라, 콘텐츠산업 각 세부분야별 이해도나, 자료의 활용 양상에 차이가 발생하는 경우도 고려하였다. 예를 들어, 특정 산업분야에 특화된 업무에 종사하는 경우, 통계 자료를 직접 생산, 관리하는 업무에 종사하는 경우에는 평소 콘텐츠산업 분야의 통계 자료에 대한 관심과 활용도가 높을 가능성이 높다. 이러한 경우에는 추가적으로, 보다 심층적인 질문을 추가하였다.

2차 전문가 서면자문에서는 국가승인통계인 콘텐츠산업조사와 각 세부분야별 실태조사의 설문지 내용 검토를 진행하였다. 이는 앞서 1차 전문가 심층면접 과정에서 콘텐츠산업 통계 조사에 각 세부분야별 특성이 더 많이 반영될 필요가 있다는 빈번한 의견을 구체적으로 확인하기 위해 추가적으로 진행한 것이다. 이에 따라, 설문 조사항목으로 콘텐츠산업 각 세부산업별로 어떠한 내용을 반영해야 할 것인지에 대한 의견을 파악하고자 했다.

2. 분석 방법

가. 심층면접 자문

콘텐츠산업 분야 통계 활용 양상을 점검하고, 개선방안 의견을 수렴하기 위한 1차 심층면접 자문 대상자는 콘텐츠산업에 대한 이해가 깊은 동시에, 업무상 통계, 데이터 활용도가 높은 전문가들로 구성하였다. 이 기준에 따라, 자문 전문가들은 평소 콘텐츠산업 분야 통계 관련 업무를 수행하거나, 관련자료 검토 업무가 많은 정부 및 공공기관 종사자 14명, 통계에 대한 이해가 깊은 대학교수 4명으로 설정하였다. 또한, 콘텐츠산업 사업체에서 통계 자료 접근성이 높은 8명을 산업계 전문가로 포함하였다.

한편, 전문가들에 따라 콘텐츠산업 전반에 대한 이해도가 높을수도 있지만, 각 세부분야별 산업 상황이 다름에 따라 개별적인 이해도에 차이가 있을 수 있다는 점을 고려하였다. 이에 따라, 콘텐츠산업 각 분야별로 고르게 섭외하고자 하였다. 동시에 국내 콘텐츠산업의 지역별 차이에 따른 의견 또한 수렴할 수 있도록 지역 콘텐츠산업 관련 진흥원의 통계 실무자들도 포함하였다. 전문가 심층면접 자문은 5월부터 8월까지 약 3개월간, 총 26명을 대상으로 진행하였다.

〈표 4-1〉 1차 전문가 심층면접 목록

소속	연구자문위원	자문일시	소속·분야
정부 및 공공기관 (14명)	A	2020.05.13.(수)	연구원(통계)
	C	2020.06.04.(목) 2020.06.30(화)	정부
	D	2020.06.09.(화)	연구원(영화)
	E	2020.07.01.(수)	연구원(콘텐츠산업)
	F	2020.07.02.(목)	진흥원(지역)
	G	2020.07.02.(목)	진흥원(지역)
	H	2020.07.02.(목)	진흥원(지역)
	I	2020.07.02.(목)	진흥원(지역)
	L	2020.07.06(월)	연구원(콘텐츠산업)
	O	2020.07.08.(수)	진흥원(한류)

소속	연구자문위원	자문일시	소속·분야
	P	2020.07.08.(수)	진흥원(한류)
	R	2020.07.09.(목)	공사(광고)
	S	2020.07.10.(금)	진흥원(출판)
	W	2020.07.16.(목)	진흥원(지역)
대학교 (4명)	B	2020.05.13.(수)	교수(통계학)
	M	2020.07.07.(화)	교수(사회학)
	T	2020.07.15.(수)	교수(통계학)
	K	2020.07.03.(금)	교수(인쇄출판학)
산업계 기업 및 사업체 (8명)	J	2020.07.03.(금)	대기업(데이터사이언스)
	N	2020.07.07.(화)	중소기업(광고)
	Q	2020.07.08.(수)	스타트업(데이터사이언스)
	U	2020.07.15.(수)	스타트업(음악)
	V	2020.07.15.(수)	스타트업(음악)
	X	2020.08.04.(화)	플랫폼 자회사(음악)
	Y	2020.08.08.(토)	대기업(게임)
	Z	2020.08.08.(토)	중소기업(게임)

참고: 전체 26명

나. 서면 자문

전문가 서면자문에서는 본 연구에서 주요 분석대상으로 설정한 콘텐츠산업 9개 각 분야별로, 특정 1개 산업분야의 전문가 1명, 통계전문가 1명에게 동일한 설문지를 제공하고 검토를 요청하였다. 예를 들어 출판산업의 경우, 출판산업계 전문가 1명과 통계전문가 1명에게 출판분야 설문지 검토를 의뢰한 것이다. 이는 특정산업에 대한 이해도가 높은 전문가와 통계전문가의 시각을 고르게 반영하고자 한 것이었다.

일부 콘텐츠산업 분야 설문내용 검토시에는 국가승인통계인 콘텐츠산업조사 설문지만 제공하였다. 대표적으로 게임산업이나 음악산업 분야와 같이, 지속적으로 진행된 조사 자료는 있는 것으로 파악되었으나, 보고서나 설문지를 확보하기 어려운 경우가 해당되었다. 애니메이션이나 캐릭터 산업 분야의 경우에는 별도의 조사 자료를 찾기가 거의 불가능하였다. 이러한 경우에는 콘텐츠산업조사가 다른 실태조사들의

설문내용 설계시, 기준이 되는 참고자료로 활용될 가능성이 높다는 전제하에, 콘텐츠산업조사의 공통문항 설문지를 검토 자료로 제공하였다.

설문내용 비교검토 시, 요청 사항은 다음과 같다. 첫째, 조사 설문내용에 특정 콘텐츠산업만의 이슈가 잘 반영되어 있는지를 중심으로 검토를 요청하였다. 둘째, 현재보다 조사의 활용도를 높이기 위해 필요한 내용에 대해서도 질문하였다. 전문가 서면자문은 8월 21일부터 28일까지 약 1주일간, 총 18명을 대상으로 진행하였다.

〈표 4-2〉 2차 전문가 서면자문 목록

분류	전문가 구분		검토자료
	콘텐츠산업(소속 및 직위)	통계	
출판	S(진흥원 연구원)	A(연구위원)	콘텐츠산업조사
			출판산업실태조사
만화	K(웹툰 에이전시 부장)	B(연구위원)	콘텐츠산업조사
			웹툰사업체실태조사
음악	L(K-pop 스타트업 PM)	C(교수)	콘텐츠산업조사
게임	M(게임 기업 PM)	D(연구위원)	콘텐츠산업조사
영화	O(영화·방송 외주제작사 PD)	E(교수)	콘텐츠산업조사
			한국영화산업실태조사
애니메이션	N(애니메이션학과 교수)	F(교수)	콘텐츠산업조사
방송	P(방송국 PD)	G(교수)	콘텐츠산업조사
			방송산업실태조사
광고	Q(광고 분석업체 PM)	H(교수)	콘텐츠산업조사
			광고산업조사
캐릭터	O(캐릭터 매니지먼트 대표)	I(교수)	콘텐츠산업조사

다. 분석 구조

2회로 구분하여 수행된 전문가 자문 분석은 활용도와 주요 개선점을 중심으로 통합 정리하였다. 전문가들에 따라 콘텐츠산업 분야의 각 세부산업별로 이해도나 관심이 다른 경우, 또는 특화된 부분에 전문성을 갖추고 있더라도 인접 분야로서 다른 세부산업에 대한 의견을 제시하는 경우도 많았기 때문이다.

〈표 4-3〉 전문가 자문 구조

<table>
<tr><th colspan="3">1차 전문가 심층면접 주요 질문 내용</th></tr>
<tr><td rowspan="2">공통</td><td>활용도</td><td>콘텐츠산업 분야에서 주로 어떤 통계자료를 활용하십니까?</td></tr>
<tr><td>개선점</td><td>1. 콘텐츠산업 분야의 통계자료 이용시, 불편을 겪었던 점이나 어려움을 느낀 점이 있으십니까?
2. 콘텐츠산업 분야의 통계 및 데이터 전반을 고려할 때, 향후 개선이나 개발이 필요하다고 생각하는 내용은 무엇입니까?</td></tr>
<tr><td>분야별</td><td colspan="2">1. 콘텐츠산업 분야에서, 주로 어떤 자료를 많이 활용하십니까?
2. 콘텐츠산업 (전문) 분야 통계자료들 중, 주로 어떤 내용을 많이 활용하십니까?
3. 활용하시는 콘텐츠산업 분야 통계자료들이 (전문) 분야 산업의 현실을 잘 반영하고 있는 부분과 그렇지 않은 부분이 있다면, 그 이유가 무엇입니까?</td></tr>
<tr><td>실태조사
생산조직</td><td colspan="2">1. 조사 기획 및 설계
1.1. 조사기획 및 설계를 담당하는 안정적인 조직이 구성되어 있습니까?
1.2. 조사기획 및 설계 초기 단계에서 발생하는 어려움은 무엇입니까?
2. 조사 수집 및 처리
2.1. 조사수집 및 설계 단계에서 발생하는 어려움은 무엇입니까?
2.2. 어려움을 해결하기 위하여, 관련 기관이나 협회 등과 협력한 적이 있으십니까?
3. 조사 자료 제공
3.1. 조사 자료 제공 단계에서 발생하는 어려움은 무엇입니까?
3.2. 조사 자료에 대해, 이용자들의 문의나 요청을 받으신 내용이 있다면 무엇입니까?</td></tr>
<tr><th colspan="3">2차 콘텐츠산업 분야별 조사 설문내용 비교검토 요청 내용</th></tr>
<tr><td rowspan="2">검토내용</td><td>설문 내용</td><td>OO산업분야 국가승인통계조사 설문지와 실태조사(비승인통계) 설문 내용에 OO산업의 주요 특성이나 이슈가 잘 반영되어 있습니까?</td></tr>
<tr><td>개선방안</td><td>조사의 활용도를 높이기 위해, 개선이 필요한 부분은 무엇이라고 생각하십니까? 설문내용과 구조(조사설계) 등에 대하여 자유롭게 서술해주십시오.</td></tr>
</table>

제2절 분석 결과

1. 콘텐츠산업 분야 통계 활용도 제고

우선적으로 콘텐츠산업 분야의 통계 활용도를 점검하는 과정에서, 전문가들은 '활용도' 개념을 상대적으로 이해하고 있는 경향이 있는 것으로 나타났다. 기초통계 중심의 보고서만 많이 활용하더라도, '평소 콘텐츠산업 분야 통계를 많이 활용하고 있다'고 인식하는 경우들이 있었다. 이와 비교하여, 콘텐츠산업 분야에서는 '통계 원자료 접근이 어렵기 때문에, 활용이 거의 불가능하다'고 인식하고 있는 경우도 있었다.

〈표 4-4〉 전문가들의 콘텐츠산업 분야 통계 활용도

구분	활용도	주요 원인
정부 및 공공기관	보통	콘텐츠산업 분야 사업검토 및 정책수립에 필요 콘텐츠산업 분야 통계 자료가 절대적으로 부족함
학계	낮음	원자료 접근 어려움 통계 자료들이 분산되어 있어 찾기 어려움
기업	매우 낮음	원자료 접근 어려움 기업실무에서는 빠르고, 세밀한 통계 자료가 필요함

공공기관에 종사하는 전문가들일수록 콘텐츠산업 분야 통계의 활용도가 다른 전문가 집단에 비해서는 높은 편이었다. 그러나 현재 콘텐츠산업 분야 통계 자료량이 절대적으로 부족하고, 원자료 접근이 어렵다는 이유로 인해, 활용 내용 측면에서는 기초통계 보고서를 빈번하게 활용하는 정도로 파악되었다.

학계 전문가들은 콘텐츠산업 분야의 통계 원자료 접근이 어렵고, 자료들이 여러 곳으로 분산되어 있는 불편함으로 인해 활용도가 낮은 편으로 확인되었다.

기업 또는 사업체에 종사하는 전문가들은 콘텐츠산업 분야 통계 활용도가 매우 낮은 것으로 파악되었다. 이들의 경우, 원자료를 활용한 데이터 연계 분석, 기업 실

무에 도움이 되는 이용자 중심의 내부 자료, 또는 소비패턴 파악이나 사업 개발과 직결될 수 있는 세밀한 자료를 필요로 함으로써, 상대적으로 현재 콘텐츠산업 분야에서 생산되는 통계를 거의 활용하지 않는 것으로 나타났다.

가. 공공기관 사업검토 시 원자료의 필요성

정부 및 공공기관에 종사하는 전문가들은 콘텐츠산업 분야 통계 원자료 접근성을 높여, 사업계획이나 정책수립에 통계의 활용도를 높여야 한다는 의견을 많이 강조하였다. 특히 지역별 진흥원에서는 원자료 제공이 원활하지 않은 점이 콘텐츠산업 분야의 통계 활용도를 떨어뜨리는 주요 요인으로 지적하기도 했다. 원자료 접근이 어려움으로 인해, 보고서에 대한 의존도가 높을 수밖에 없는 현재 상황으로는 세부적인 분석이 사실상 불가능하기 때문이다.

일부 공공기관에서는 보고서로 발표된 기초통계 수치를 활용하여, 분석 데이터를 재구성하는 경우도 많았다. 특히 콘텐츠산업 분야 중, 특정 산업의 효과 분석이 필요하거나, 특정지역의 콘텐츠산업 현황을 분석할때는 원자료를 가공한 검토 결과를 필요로 하기 때문이다. 그러나 보고서를 통한 공식 기초통계 자료에만 의존할 수밖에 없는 상황에서는 분석의 한계가 명확하다. 결과적으로, 콘텐츠산업의 특정 분야나, 지역별 분석을 위해 원자료 활용의 필요성이 높은 것으로 파악되었다.

> 통계치를 세부적으로 추출해서 쓸 수 있게 해주면 좋겠어요. 예를 들어, 유통은 도시 규모와도 밀접하게 연관돼 있어서, 지역에 따라 분리해서 검토할 필요도 있는데, 지금은 원자료 활용이 너무 힘들죠. (정부 및 공공기관, H)

> 제작이나 유통, 혹은 모두 이행하는 사업체라면, 각 단계들을 구분해서 검토할 수 있는게 필요해요. 그래서 원자료 활용도 쉬워야 되고요. (정부 및 공공기관, I)

> 보고서만으로는 특정산업이 산업 전체를 주도하는 것처럼 보일 수 있어요. 원자료가 없으니 정책지원이나, 사실상 특성 분석이 안된다고 봐야죠. (정부 및 공공기관, W)

나. 학계 심층연구 시 원자료의 필요성

학계에서는 콘텐츠산업 분야의 통계 원자료들의 접근성이 낮은 것 자체로도 이용자의 신뢰도에 영향을 미칠 수 있다고 인식하고 있었다. 원자료를 활용한 정책발굴이나, 심층연구를 목적으로 한 연구가 활발하기 때문으로 볼 수 있다.

학계 전문가들은 원자료 제공과 관련하여, 2020년 8월부터 시행된 데이터 3법의 영향에 기대감이 높았다. 데이터 3법 시행에 따라, 개인정보보호법을 근거로 공개가 어려웠던 많은 양적 자료들이 대규모로 개방될 가능성이 높아졌기 때문이다.

콘텐츠산업 분야는 기업체보다 사업체의 수가 절대적으로 많고, 그 중에서도 규모가 작은 1인 사업체는 통계적 관찰이 특별히 어려운 측면이 있다. 데이터 3법은 과학적 연구 목적일 경우, 정보 소유자의 사전동의 없이 최대한의 통계 정보를 제공하도록 명시하고 있기 때문에, 원자료의 정비와 연구 가능성의 확대에 대해 학계의 기대가 큰 것으로 나타났다.

> 데이터 3법 영향으로, 원자료 공유가 어렵지 않게 될거예요. (데이터 3법에 따라) 기존 자료 활용을 우선시하니, 중장기적인 보완 방안을 마련해야 할거예요. (대학교, B)

> 콘텐츠산업 분야는 원하는 통계를 찾기가 어려워요. 원자료 접근이 어렵다는 것 자체로도 신뢰도에 영향을 줄 수 있죠. 보고서만으로는 한계가 명확하니, 활용도가 낮죠. (대학교, M)

다. 기업의 원자료 제공 요구

기업 전문가들은 심층면접 전문가 자문집단 가운데, 원자료 활용의 중요성을 가장 강력하게 주장하였다. 통계 원자료 개방은 필수적이고 자연스러운 흐름이기 때문에, 이용자들의 원자료 접근성을 높여 다양한 분석이 가능하도록 해야한다는 것이다. 이용자들이 필요로 하는 맞춤형 통계자료나, 세부적인 분석결과를 최대한 제공하는 것이 트렌드이지만, 무엇보다 원자료 제공의 중요성을 가장 강조하였다.

> 원자료를 제공할 수 없다는건 옛날 패러다임이에요. 데이터를 필요한 형태로 최대한 제공하는게 트렌드죠. (산업계-사업체, Q)

자료 형태나 수준도 조사 목적에 의해 정해지는 부분이 큰데... (콘텐츠산업 분야 통계는) 데이터 요청을 해도 (제공이) 잘 안됐어요. (산업계-기업, N)

라. 콘텐츠산업 분야 민간 자료의 다양화

콘텐츠산업 분야의 전문가들 가운데, 규모가 큰 기업들의 경우 내부 자료나 민간 리서치 회사의 자료 활용도가 매우 높았다. 최근에는 기업이 확보하고 있는 이용자 중심의 자료들과, 민간 리서치 회사들의 원자료, 분석 보고서들 간의 교차분석이 더욱 활발해지고 있다는 점도 확인할 수 있었다. 예를 들어, 기업 내부 자료와 민간 리서치 회사들의 분석 결과를 재검토하거나 역추적하여, 경쟁사들의 상황을 보다 정교하게 파악하는 속도도 빨라진 것이다.

콘텐츠 산업, 특히 (대)기업들은 통계는 기본이죠. 없다거나 안쓴다는건 말이 안돼요. 리서치회사 자료도 많이 쓰지만, 없어도 공개 자료들 갖고 엄청 역추적하죠... 어느 정도 규모를 갖춘 회사들은 그 이상의 자료를 많이 보죠. (산업계-사업체, Z)

요즘은 모바일 이용과 관련한 민간 발표 자료들을 많이 챙겨보는 편입니다. 정부가 발표하는 콘텐츠 산업쪽 데이터는 우리가 원하거나 필요로 하는 자료가 아닌 경우도 많고, 기업들도 정보 공개를 잘하지 않으니... (산업계-기업, Y)

특히 콘텐츠산업의 시장 변화 속도가 빨라서, 기업들은 주로 이용자(소비자)들의 변화를 빨리 파악할 수 있는 자료를 많이 필요로 하며, 실제로 이용자 대상의 관찰 자료들을 중점적으로 활용하고 있었다. 예를 들어, 게임이나 음악산업의 경우, 기업 이용자들의 행동 패턴을 거의 실시간으로 관찰할 수 있는 시스템이 갖춰져 있기 때문에, 그러한 자료를 기반으로 이용자들의 행동 분석을 주로 진행하는 것이다. 현재 콘텐츠산업 통계자료들은 주로 매출액을 중심으로 한 기업성과를 기술하는데, 이는 콘텐츠 산업계가 실무에서 필요로 하는 정보들과는 괴리가 크다는 점을 이러한 지점에서 확인할 수 있었다.

콘텐츠 분야는 미디어 환경에서 받는 영향도 크고, 모바일, 온라인 관련해서 굉장히 상세한 통계를 내놓고 있으니... (중략) 콘텐츠산업 각 분야별로, 변화 주기가 정말 빠

른데, 어떻게 개선을 할 것인가 고민을 많이 해야할 것 같아요. (산업계-기업, J)

음악산업만 하더라도 이제는 다양한 방식으로 매출이 발생되니까, 차트나 기업 규모가 꼭 매출과 연결되지 않는 흐름들도 있죠. 정부 통계 자료들은 거시적인 정보는 많이 주지만, 시의성도 문제고... 많은 고민이 필요하다고 봐요. (산업계-사업체, X)

그러나 콘텐츠산업 분야 가용 통계의 종류가 다양해지더라도 자료 활용의 목적에 따라 필요로 하는 자료형태가 달라질 수 있다는 점에 주의할 필요도 있다. 정부 및 공공기관이나 학계 전문가들이 산업 전반을 설명할 수 있는 거시적 차원에서의 자료를 기반으로, 주로 산업의 변화를 읽어낼 수 있는 요인들을 검토하거나 정책개발을 목적으로 한다. 이에 비해, 기업은 해당 산업군 내에서 이용자(소비자)들의 구매 또는 이탈 행위를 중심으로 한 행동분석을 주목적으로 하기 때문에, 필요로 하는 자료와 활용중인 자료의 형태에 차이가 발생하는 것이다.

〈표 4-5〉 전문가들의 콘텐츠산업 분야 통계 활용 유형

구분	관심 대상	주요 목적
정부 및 공공기관	사업체 종사자 이용자 품목	콘텐츠산업 분야 관련 사업 및 정책검토, 발굴, 수립
학계	사업체 종사자 이용자 품목	콘텐츠산업 분야 관련 사업 및 정책검토, 발굴, 수립 심층연구
기업	이용자 품목	콘텐츠산업 분야 이용자 서비스 구매, 이탈 패턴(행동분석)

특히 규모가 큰 콘텐츠 기업일수록, 기업이 확보한 자료로 이용자들의 행동 분석을 활발히 한다는 점을 참고할 필요도 있다. 이는 기업이 매출, 회계 등 재무자료 정보를 공개하거나 공유하는 것이 활발하지 않은 상태에서, 주로 동일산업, 동일사업 층위에서의 경쟁사의 서비스나 정보를 역추적하기 위한 목적에 따른 것으로 볼 수 있다.

분석업체들도 많아져서, 점점 더 정밀한 분석의 중요성이 높아지는 측면도 있어요. 이제 통계쪽은 분석 수준이나 내용이 얼마나 정확하고 고급화되었느냐까지 왔다고 봐요. (산업계-사업체, Z)

마. 콘텐츠산업 분야 국가승인통계 자료의 양적 부족

전문가들은 콘텐츠산업 분야에서 통계 자료가 절대적으로 부족한 편이라는 문제를 제기하기도 했다. 콘텐츠산업을 중점적으로 분석하는 연구자들은 콘텐츠산업 분야 통계 자료 제공이 매우 제한적이어서, 통계청 자료를 활용하는 경우도 많은 것으로 나타났다.

통계청 자료들의 경우, 국가승인통계로서 신뢰성을 확보하고 있고, 원자료 제공이 비교적 수월한데 따른 대안적인 선택으로 볼 수 있다. 현재 통계청 자료들 중에서도, 콘텐츠산업의 세부 분석에 활용할 수 있는 자료는 매우 부족한 편이어서, 활용할 수 있는 정도가 아주 제한적이라는 의견이었다.

이에 따라, 콘텐츠산업조사와 같은 국가승인통계 외에도 세부분야별로 특화된 통계 자료의 개발을 필요로 하고 있었다. 한편, 콘텐츠산업조사와 같은 국가승인통계를 포함하여 다양한 실태조사 자료들의 경우에도 품질진단 점검을 통해 이용자들의 활용도를 높일 수 있도록 해야한다는 의견도 확인되었다.

지원사업 개발이나 정책 기획에 이르기까지 매우 필요한데, 보고서나 논문 말고는 충분한 정보가 없으니, 통계청 자료를 이용할 수밖에 없게 되죠. (정부 및 공공기관, L)

저는 주로 통계청이나 시스템 공시자료들 활용해요. 콘텐츠산업쪽 보고서를 참고는 하지만, 어차피 원자료 활용은 안되니까요. (대학교, K)

콘텐츠산업 분야 통계들은 원시데이터(원자료)를 갖고 있어도 누군가 분석하는 사람이 없는 것 같아요. 원자료 점검과정을 거쳐야 비슷한 조사에서 실수를 줄일 수 있잖아요. 통계품질진단이나 결과보고서 뿐인데 그나마도 부족하죠. (대학교, B)

2. 분류체계 개선의 필요성

콘텐츠산업 분야 통계 이용자들의 혼란을 가중시키는 또 다른 주요 원인은 분류체계의 혼용 상황이다. 각 조사 자료간에 산업 구성요소로서 적용된 분류체계가 서로 다른 경우가 많은 것이다. 분류체계 개선을 위해서는 콘텐츠산업에 대한 정의, 각 세부산업별 정의, 각 산업별 하위 구성요소들에 대한 용어의 정의들도 명확하게 선행되어야 한다.

가. 분류체계 정비 요구

콘텐츠산업 분야 통계의 활용도를 현재 수준보다 높이기 위해서라도 분류체계가 정비되어야 한다는 전문가들의 요구도 많았다. 산업 변화 속도가 빠르고, 특히 온라인 기반의 사업체가 계속 증가하고 있는 상황에서, 콘텐츠산업 특수분류체계의 분류 기준을 재검토하여, 일관적인 기준을 적용할 필요성이 높다는 것이다.

현재 콘텐츠산업 분야에서 국가승인통계와 비승인 실태조사들 간에도 분류체계를 중심으로 한 논의는 거의 이뤄지지 않았다. 이 때문에 조사 작성 기관이나 업체별로 서로 다른 분류체계 기준을 적용하여 혼란이 더욱 가중될 수 있었다.

> 분류체계에 대해서는 전문가 의견 수렴이 쉽지 않을거예요. 각자 중요시하는 부분들이 달라서요. (정부 및 공공기관, A)

> 분류 문제 쉽지 않아요. 사람들마다 관점과 생각이 다 다르고, 융합 환경에서는 오늘, 내일이 완전 달라요. 기준선을 마련하고 쉽게 기준을 바꾸지 않도록... (대학교, T)

> 산업특수분류 자체가 전체 산업을 이해하는 것과, 특수분류를 이해하는 두 단계를 모두 거쳐야 해서 우려점은 있어요. (대학교, B)

> 콘텐츠산업 출판이 1위죠. 인쇄업 때문에 커보이는 거예요. 음악도 굉장히 큰데, 노래연습장이 대부분이죠. 마치 그쪽 산업을 다 먹여 살리는 것처럼 보여요. 정말 그럴까요? (정부 및 공공기관, W)

현재의 콘텐츠산업 특수분류체계를 기준으로도 전문가들은 사업체의 분류 단계에서 발생하는 어려움을 많이 토로하였다. 콘텐츠산업의 특성상 동일한 사업체가 특수분류체계 내의 다양한 분야의 사업을 동시수행하는 경우가 많기 때문이다. 현재 콘텐츠산업 특수분류체계는 사업체가 생산하는 결과물이 주로 무엇인지, 품목을 기준으로 사업체를 구분하고 있다. 그러나 콘텐츠산업 사업체들의 융복합적 사업수행 성격을 고려하면, 사업체 분류 기준과 범위 설정에 많은 어려움이 따른다.

특히 콘텐츠산업 세부 분야별 실태조사들이 콘텐츠산업 특수분류체계를 기준으로 삼고 있더라도, 자체적인 기준을 별도로 마련하여 분류작업을 진행할 수밖에 없는 상황이 많다. 이 때문에, 사업체 분류의 명확한 기준과 중복사업체의 처리 기준을 마련해야한다는 의견도 제시되었다.

> 해외 콘텐츠산업, UN표준산업분류, 국내 콘텐츠산업특수분류가 서로 많은 차이를 갖고 있고, 우리는 생산물(품목)과 생산체계 두가지가 혼재되어 있어요. (대학교, B)

> 중간중간 계속 이 사업체를 어느쪽으로 처리할 것인지 보정작업을 해야되고, 중복업체 처리하는데도 시간이 무척 오래 걸리기 때문에 쉽지 않아요. (정부 및 공공기관, D)

> 콘텐츠산업조사에 없는 자료들은 한국은행이나 통계청 자료를 활용하려고 하는데, 분류체계가 다르거나 없으니, 재정의를 그때그때 하는거죠. (정부 및 공공기관, L)

> 사업체 분류코드로 처리할 때, 응답자들 대부분이 한국표준산업분류로 분류할 수 있는 수준으로만 적어주는 경우가 많아서 처리하기가 어렵죠. (정부 및 공공기관, A)

나. 신산업 분류 기준의 필요성

실제로 콘텐츠산업은 대형 포털, 플랫폼을 중심으로 산업 규모가 증가하는 추세에 있다. 콘텐츠산업을 구성하는 세부산업 분야들도 점점 플랫폼화 되는 경향이 있기 때문에, 플랫폼 사업을 대부분 지식정보산업으로 분류하는 현재의 콘텐츠산업 특수분류체계에서는 다른 산업들과의 분류 처리의 어려움을 더욱 심각하게 겪을 가능성도 있다. 이 때문에 신산업을 중심으로, 기존 분류체계 정비와 새로운 기준 마련에 대한 요구도 높아지고 있는 것으로 파악된다.

이제 넓게 보면 다 소프트웨어라 지식정보산업으로 보내버릴 수도 있어요. (대학교, T)

영화로 만들었지만 넷플릭스에서만 방영하면 어떻게 처리해야하나, 이런 부분들에 대한 논의와 합의가 필요한 것 같아요. (정부 및 공공기관, D)

이제 콘텐츠산업에서 가장 애매한 부분들... 방송산업만 해도, OTT나 새로운 산업들을 어느쪽으로 분류할지 기준 마련이 필요해요. (정부 및 공공기관, L)

다. 산업의 정의

전문가들은 콘텐츠산업 분야의 다양한 통계 자료들이 과연 산업의 현실을 잘 반영하고 있는지에 대한 의문을 제기하는 경우도 많았다. 조사통계의 특성상 빠르게 변화하는 현실의 산업 구조를 즉각적으로 반영하기 어려운 측면이 있지만, 그동안 콘텐츠 산업이 거쳐온 변화에 비해 각 산업분야별 현실이 조사에 잘 반영되고 있는지를 점검할 필요성이 높다는 것이다.

예를 들어, 이스포츠 산업와 같은 분야를 게임산업으로 포함할 수 있는지에 대한 논의와 기준 마련이 필요한 사례를 들 수 있다. 이스포츠 산업은 현재까지 산업에 대한 정의가 명확하게 규정된 바가 없다. 그러나 시장규모가 크고 성장속도가 빠른 산업으로, 콘텐츠산업으로 반영할 것인지, 반영한다면 어떻게 분류할 것인지 등에 대한 논의가 필요하다는 것이다.

콘텐츠산업조사 시에도 음악산업에 대한 조사와 별도로, 노래방운영업 조사항목을 구성하고 있거나, 게임산업이나 지식정보산업과 별도의 PC방운영업 조사를 구분하고 있는 상황에 대해서도 조정이 필요하다는 의견이 많았다. 또는 많은 콘텐츠산업 세부분야별로 도소매 판매, 유통 단계의 사업체 포함 여부가 다르게 구성되어 있는데, 그러한 사업체들을 일반 제조업, 판매업과 얼마나 차별성있게 콘텐츠산업군으로 반영할 것인지에 대한 제기도 있었다.

결과적으로 콘텐츠산업을 구성하는 각 산업분야별 정의를 보다 명확하게 함으로써, 통계 조사에 각 산업 현실을 잘 반영할 수 있도록 해야한다는 요구였다.

이제는 콘텐츠산업에 대한 정의를 새로 검토해 볼 필요가 있다 싶어요. 사업체에 대한 정의도 각 세부산업별 특성에 따라 새로 논의하는게 좋을 것 같아요. (대학교, B)

지금 통계들이 현실을 잘 반영해서 조사하고 있느냐? 그렇지 못하다고 봐요. (중략) 사업체들이 빠른 속도로 다분화되니, 중복이 계속 발생해요. (정부 및 공공기관, C)

설문지만 봐도 조사목적이 잘 보여야 하는데... 산업 현실을 잘 반영하고 있지도 않고요. 콘텐츠산업은 변화 속도도 빠르지만 융합도 엄청나게 많은데... (산업계-기업, N)

다각화된 사업체들은 매출이 가장 크게 일어나는 산업으로 분류한다는 원칙을 따르고 있지만, 이것마저도 확실한 기준이라고 보기가 어려워요. (정부 및 공공기관, A)

라. 용어의 정의

산업의 정의와 별도로, 각 세부산업을 구성하는 용어들에 대한 정의 마련이 필요하다는 의견도 많았다. 특히 콘텐츠산업은 플랫폼 기반의 사업에 따른 매체환경의 변동이 큰데, 현재 콘텐츠산업 분야의 통계 조사들은 이러한 변화를 잘 반영하지 못하고 있다는 것이다.

기술 의존도가 높은 게임이나 방송 산업 분야들은 매체환경의 재편이 산업구조를 설명하는 중요한 요소다. 예를 들어, 현재 콘텐츠산업 분야의 통계 조사들은 온라인을 구성하는 하위 요소로서 인터넷과 모바일을 구분하고 있는데, 전문가들은 이러한 용어의 정의가 적합하지 않다는 문제를 제기하는 경우가 있었다. 게임 분야의 경우, 사용 기기를 기준으로 게임산업을 구성하는 사업체들을 구분하기도 하는데, 이러한 현실의 변화를 조사로 반영하기 위해서라도 세부 용어들에 대한 명확한 정의가 필요하다는 것이다.

산업이나 용어에 대한 기준도 분류체계 문제와 함께 갈 수밖에 없는데, 승인통계나 실태조사들 간에도 그런 부분은 논의를 해서 조정이 필요해요. (정부 및 공공기관, G)

매체환경 변화가 용어정비로 반영이 안된게 너무 많아요. 예를 들어, PP들이 케이블 TV, 위성방송, IPTV에도 콘텐츠를 다 제공하고 있는데, 케이블 TV밖에 없을 때 만들고 (분류체계) 개정을 안하니... (정부 및 공공기관, R)

온라인 구성 내용으로 인터넷이랑 모바일을 구분해놨어요. 온라인이 인터넷 아닙니까? 엄밀하게는 PC와 모바일로 구분해야죠. (정부 및 공공기관, R)

마. 해외 비교의 어려움

한편, 국내 콘텐츠산업 분야 통계 자료들로 해외와의 비교가 어렵다는 의견도 있었다. 현재 콘텐츠산업 분야의 통계 자료들은 원칙적으로 콘텐츠산업 특수분류를 기준으로 한다. 그러나 국가승인통계인 콘텐츠산업조사 외에 비교적 지속적으로 발표되는 실태조사나, 콘텐츠산업 각 세부분야별 별도 조사들은 한국표준산업분류체계와 콘텐츠산업 특수분류, 그리고 자체적으로 분류체계를 일부 변경하여 적용하기도 한다. 콘텐츠산업에 대해 이처럼 다양한 분류체계가 혼용되고 있다는 점이 통계 결과들 간의 혼란을 유발하는 요인이 되기도 하며, 결과적으로 이용자들이 불편을 감수할 수 밖에 없게 된다.

전문가들은 현행 국내 콘텐츠산업 특수분류체계가 해외 자료들과 서로 다른 분류체계로 인해, 사실상 국내·외 비교가 불가능하다는 점도 지적했다. 콘텐츠산업의 특성상 국내 자료들 간의 비교만큼, 해외와의 비교가 중요한 특성이 크기 때문이라 할 수 있다.

우리나라 콘텐츠산업은 각 분야별 협회에서 통계로 집계하던 것을 승인통계로... 그러다보니 해외 비교가 잘 안돼요. 광고산업도 우리만 들어가 있죠. (대학교, B)

국내 자료로는 해외에서의 위상을 볼 수가 없고, 해외 순위만 봐도 국내자료들과 이미 콘텐츠산업 범위 자체가 틀려서... (정부 및 공공기관, E)

지금 국내자료들로는 국가별 비교를 할 수 없으니, 별도로 찾아봐야하는데 그것도 너무 비효율적이죠. (정부 및 공공기관, H)

국제 비교 시에도 분류체계가 다 다르니 어려움이 커요. 일방향적인 수출 얘기만 하는데, 교류 관점에서는 주력산업이 달라서...(정부 및 공공기관, P)

3. 모집단 관리의 중요성

가. 모집단 확보와 관리의 어려움

콘텐츠산업 분야 전문가들은 대부분 모집단 관리의 중요성에 대해 언급하였다. 일반이용자들에 비해 콘텐츠산업 분야와 통계 자료에 대한 이해도가 높은 편이어서, 조사통계의 경우 모집단 관리가 특히 어렵다는 점에 대해서 전문가들이 먼저 언급하는 경우가 많았다.

실제로 콘텐츠산업에서는 규모가 작은 사업체들의 비중이 높고, 휴업 또는 폐업률도 높은 편으로 나타난다. 또한 서비스 산업으로서의 특성상, 각 세부 분야별로 일정 정도의 이상의 지식이나 기술이 요구되기 때문에, 산업군 내에서의 사업체 분화 성격이 강하다는 특성도 있다.

그래서 콘텐츠산업 통계는 표본추출틀 관리가 특별히 어려운 측면이 있다. 콘텐츠산업 특정 분야들은 표본추출틀 목록을 원활하게 공유하고 관리하더라도, 매 조사시 조사기관이나 업체의 변화가 많고, 조사 시간 또한 한정적이어서, 모집단 관리에 투입할 인력이나 시간은 늘 부족한 실정이라고 할 수 있다. 특히 중소규모 이하의 사업체들은 사업을 지속적으로 유지하는지 여부나, 매출액의 발생 양상도 다양해서, 이러한 특수성을 조사 관찰결과로 반영하기가 어려운 것이다.

> 모집단은 확보도, 정리도 시간이 많이 걸려요. 매출 전산화 안된 경우가 많고, 유통구조가 불투명한 것들도 있고, 50% 이상이 다듬는 과정이에요. (정부 및 공공기관, S)

> 콘텐츠산업 자체가 조작적 정의이기 때문에, 모집단 관리나 표본추출틀, 각 단계가 유기적으로 잘 진행이 되어야 하는데... (인력이나 시간이 부족하다) (정부 및 공공기관, C)

> 저희가 오래 관리해온 모집단 목록을 조사업체와는 공유하지만, 업체도 그때그때 달라지죠. 모집단 관리가 실제로 어려워요. (정부 및 공공기관, D)

> 콘텐츠산업이 일반적인 분야가 아니고, 영세 사업체들이 많아서 모집단 관리도 어려울테고... 작은 사업체들은 과다표집될 가능성이 높죠. (대학교, M)

소규모를 얼마나 포괄하느냐에 따라 업체수가 바뀌잖아요. 그럼 일관성이 없어지죠. 중소업체는 팀별로 움직이기도 하고... (대학교, B)

나. 모집단 설정의 차이에 따른 혼란

전문가들이 콘텐츠산업 분야 통계에서 모집단 관리의 중요성을 절감하는 것은 주로 유사한 통계 결과들을 비교 검토를 할 때였다. 이 단계에서 모집단의 설정 방식이 서로 다름으로 인해, 자료 간 해석이 어렵거나 불가능한 경우가 많이 발생하기 때문이다. 이 때문에 자체적으로 모집단 목록을 수집하고, 다른 통계 자료들과의 비교를 통해 확인 작업을 거치는 진흥원 등 공공기관에서는 콘텐츠산업 각 분야별, 지역별 모집단 목록의 공유와 관리를 더욱 필요로 하고 있었다.

통계자료를 많이 검토하는 입장에서 모집단은 늘 의문이에요. 영화, 애니메이션, 캐릭터... 분야에 따라, 과잉대표성 문제가 있는 것 같아요. (정부 및 공공기관, H)

모집단 목록부터, 관리가 잘되고 있는지까지 의문이 많이 생겨요. 자료 간 비교하면 더 혼란스럽고요. (정부 및 공공기관, G)

전문가들도 콘텐츠산업 분야의 통계가 서로 혼란스러운 결과를 보고하는 경우가 많다는 점의 원인도, 일차적으로는 서로 다른 모집단 설정에 기인하는 바가 크다. 특히 국가승인통계는 다른 비승인 실태조사들이 모집단을 설정할 때에도 중요한 기준 자료가 될 수 있는데, 모집단 정보가 잘 공유되지 않고, 비승인 실태조사들은 작성 절차상으로도 관리 체계 밖에 있다. 이로 인해, 국가승인통계 자료와 비승인 통계 자료간에 매우 다른 결과치를 보고하게 되는 경우는 빈번하게 발생할 수 있는 것이다.

콘텐츠산업조사를 기준으로 다른 보고서들도 수치가 서로 잘 맞지 않는게 많으니 어느쪽을 신뢰해야할지 고민이 되죠. (정부 및 공공기관, P)

모집단도, 조사 방식도, 분류 기준도 다르고... 값 차이가 많이 나니, 문의가 많죠. 타 지역과는 최대한 비슷한 비교선상에서 보려고 해도 힘들어요. (정부 및 공공기관, I)

상대적으로 관리체계가 갖춰진 국가승인통계의 경우에도 이용자 측면에서의 혼란을 줄이기 위해서는 비승인 실태조사들과의 유사, 중복 내용을 조정할 수 있도록 협력 체계를 구축할 필요가 있다는 의견도 제시되었다.

> 점검받지 않은 자료들이 계속 나오고 있어요(비승인 통계). 어떤 지수는 무슨 기준인지 알 수도 없고요. 숫자가 너무 다르니 혼란스러울 수 있죠. (정부 및 공공기관, C)

> 조사시기, 분류, 표본추출틀, 처음부터 서로 다 다르게 가고 있죠. (정부 및 공공기관, D)

> 앞으로는 보고, 행정통계들로 관찰이 잘 안되는 것들을 중심으로 조사통계를 정리하는게 맞아요. 매출, 비용과 관련된 부분들은 DB 연계가 활발해지면 잘 해결될 수도 있고 (중략) 지금 조사들은 통계를 통해서 보고싶은게 뭔지 애매해요. (대학교, M)

> 승인통계도 지금 상태로는 실무에서 활용하기가 어려워요. 조사 설계 부분에 대해서라도 논의를 할 수 있는 회의나 조직이 있으면 좋겠어요. (정부 및 공공기관, G)

4. 조사 내용의 개선

가. 콘텐츠산업과 분야별 정책의 조사 반영

전문가들은 자문과정에서 현재 콘텐츠산업 분야의 통계 자료들이 콘텐츠산업 분야만의 특수성을 관찰할 수 있는 부분이 부족하다고 평가했다. 지금의 사업체 대상 조사 자료들은 매출액이나 수출액 중심의 기초적인 정보를 파악하는 정도에서 더 확장될 필요가 있다는 것이다.

이를 위해, 첫째, 콘텐츠산업 전체를 관통하는 공통적인 정책들을 조사로 반영할 수 있어야 한다는 의견도 많이 제시되었다. 둘째, 콘텐츠산업을 구성하는 각 세부분야별 특수성을 또한 조사에 반영하여, 주요 정책들이 각 세부산업별로 어떤 효과를 나타내고 있는지 관찰 가능한 설계가 필요하다는 주장이었다. 특히 정부의 정책효과나 기업의 경영전략을 분석할 수 있는 내용을 확충할 수 있도록, 보다 전문적인 작업이 진행되어야 한다는 의견도 많았다.

단순히 기업 매출만 주목하니 정책이나 사업 제안할 때 논리가 빈약해지죠. 매출, 수출만 갖고는 어려워요. (정부 및 공공기관, O)

지금은 사업체 조사라 하면 손쉽게 생산개념만 조사해요. 생산만 조사하지 말고, 가계, 기업, 정부, 경제원칙에 입각한 조사가 보강되어야 해요. (정부 및 공공기관, C)

지금 콘텐츠산업 분야 통계들은 산업계 경영전략을 확인할 수 있는 부분들, 정책 이슈들, 그런 부분들 확인이 전혀 안돼요. 그냥 기초변수밖에 없구나 싶죠. (대학교, M)

나. 산업구조의 조사 반영

한편 전문가들은 콘텐츠산업의 분야별 산업구조를 조사에 반영해야할 필요성에 대해서도 강조하였다. 콘텐츠산업에는 대기업을 중심으로 소수 플레이어들의 성과가 차지하는 비중이 큰 분야들이 있다. 그러나 현재 콘텐츠산업 분야 통계 조사들은 대부분 대규모의 기업들을 제외하고, 중견규모 이하의 사업체를 대상으로 진행되고 있다.

콘텐츠산업에서 영세 사업체의 비중이 높다는 점은 조사 과정에서 어려움을 유발하는 요인이 될 수 있다. 사업체 규모가 작을수록, 사업체 자체를 찾기 힘들거나, 매출 등과 관련된 정확한 재무회계 정보를 취합하기 힘든 현실적인 어려움이 발생하기 때문이다.

콘텐츠산업의 시장 변화 속도가 매우 빠른데 비해, 조사가 이러한 현실 변화를 잘 반영하지 못한다는 점도 대부분의 전문가들이 제기한 내용이다. 사업체 측면에서의 변화만큼 콘텐츠 이용자(소비자) 측면에서의 변화도 큰데, 이러한 현실 또한 조사로 잘 반영하지 못하고 있다는 의견도 많았다.

기업 규모를 몇 억 이상 기준으로 조금만 바꿔도 통계수치가 엄청 바뀌어요. 대기업들 중에 (조사에) 안 들어가는 곳들이 꽤 있다는 것도 문제고요. (정부 및 공공기관, P)

소비방식도 너무 달라져서, PC, 태블릿, 모바일, 다양하게 산업을 파악할 수 있는 시각이 있고, 이미 그런 데이터들이 생산되고 있는데... (산업계-기업, N)

따라서 콘텐츠산업 각 분야별 산업구조 분석을 확충하여, 각 세부산업별 특성이 조사에 반영될 수 있도록 개선해야 한다는 요구가 많았다.

다. 세부산업별 특성의 조사 반영

전문가들이 콘텐츠산업 각 분야별로 조사에 반영해야 할 특성에 대해 제시한 의견들은 다음과 같다.

1) 출판

출판업계와 학계 연구자들의 주된 관심사항은 보다 상세한 출판물 발행 및 유통 정보인 것으로 파악되었다. 현재 출판산업 구조에서 시작점으로서 발행부수, 서점에 입고되는 책의 수, 실제 판매부수, 반품 부수나 비중이 어떠한지를 면밀히 파악해야할 필요성이 높다는 것이다. 이는 출판산업 콘텐츠의 기초 최소 단위인 '책'이라는 품목이 발행 직후 최종 사업성과에 이르기까지의 각 단계별 동태를 통해, 유통구조를 보다 세밀하게 파악하기 위한 접근으로 볼 수 있다.

향후 이러한 점을 조사 내용으로 반영하거나, 별도의 지표로 개발할 가치가 있을 것이다. 현재 실태조사에 반영된 조사항목으로, '출판유통 어음거래 현황', '표준계약서 인식 및 활용' 등이 최근 수년간 출판업계가 지속적으로 제도 개선을 요구해 온 것으로, 정책점검의 필요성이 높아 조사에 반영된 내용들로 확인되었다.

> 출판 생태계(책 생태계) 특이성을 보다 상세하게 다룰 필요가 있어요. 발행에서 최종 판매까지, 신간과 구간, 국내서와 번역본 등으로... 산업의 융복합 성격을 반영하는 좋은 조사가 될 겁니다. (출판, 콘텐츠산업 전문가, S)

2) 만화(웹툰)

만화 산업의 경우, 전통적인 출판, 인쇄 산업 기반의 분야보다 온라인 플랫폼을 기반으로 한 웹툰 산업의 성장 속도와 규모가 압도적인 상황이다. 그러나 현재까지는 만화나 웹툰산업에 대해 각 조사, 연구별 조작적 정의에 의존하고 있다.

또한 만화, 웹툰 산업은 사업주가 곧 사업체인 1인 영세사업체의 비중이 높은 편

이다. 그래서 조사가 어려운 특성도 있다. 이 과정에서, 정부나 공공기관 지원사업에 참여하는 사업체나 개인들을 전방위적으로 조사대상으로 확보하려는 노력이 필요할 것이라는 의견도 있었다.

> 만화는 웹툰산업이 커지기도 했고, 출판업과 분리할 것인지, 기준이 명확해야 그 이후 작업들도 만들 수 있어요. (정부 및 공공기관, S)

> 만화는 조사 자체가 정말 어려워요. 찍는 곳은 구로동 스튜디오, 서버있는 곳은 역삼동이라거나, 사장을 만나기도 어려워요. 1인 사업체도 많아서, 사람 찾는게 사업체를 찾는건데, 숨어 있어요. 만화, 애니메이션, 캐릭터, 이런 구분이 억지스럽기도 해요. 이제 영화랑은 또 어떻게 구분할거예요? (대학교, T)

> 만화, 웹툰 분야는 조사 자체가 힘든 분야여서, 관련 지원사업을 진행 중인 진흥원들이나 기관, 업체들 등 전방위적인 표본 확보 노력이 필요할 겁니다. (만화, 산업계, K)

만화, 웹툰산업 조사에서는 종사자들의 특수한 노동환경에 대한 설문내용이 상대적으로 취약하다는 평가가 많았다. 일정 정도 이상의 규모를 갖춘 사업체라고 하더라도 고용 관계가 안정적이지 않은 프리랜서와의 계약이 많아서, 사업체 대상 조사 시, 고용구조를 파악할 수 있는 내용을 포함할 필요가 있다는 것이다. 즉, 사업체에 고용되지 않고, 다양한 계약관계로 존재하는 종속적 계약자(dependent contractor)들이 증가하는 추세여서, 사업체 대상 조사에서도 종사자 현황 내용을 확충해야할 필요가 높다는 의견이다. 대부분의 사업체 대상 조사에서 관행적으로 포함하는 종사자 관련 문항들이나, 노사관계를 확인할 수 있는 질문들이 누락된 점은 아쉬운 부분이라는 의견이 있었다.

> 만화 사업체들만의 경영특성과 관련된 질문들이 빈약해요. 사업체와 고용계약을 맺지 않은 인력들의 현황을 파악할 수 있도록 조사내용을 확충해야할 것 같아요. 프리랜서 작가들은 간접적인 파악만 가능할 뿐, 규모를 특정할 수도 없고, 다양한 직군이 있을 수도 있고... 그런 부분들은 승인통계 중심으로 최대치를 파악할 수 있어야 산업현황을 이해하는데 소중한 정보로 쓰일 수 있을 겁니다. (만화, 통계전문가, B)

3) 음악

음악산업은 기술 발전에 따른 영향이 큰 분야다. 음악산업은 콘텐츠산업에서도 중요도가 높은 산업임에도 불구하고, 통계 자료가 상대적으로 취약한 분야이기도 하다. 산업 생태계 상위의 대규모 소수 사업체들의 매출액 비중이 매우 높고, 중소규모 이하의 사업체들의 관찰이 쉽지 않은 편이기도 하다.

그러나 음악산업 조사가 기술이나 매체환경의 변화를 반영하지 못하고 있다는 의견도 제기되었다. 최근에는 음원 플랫폼에 기반한 이용자 통계 자료 구축과 분석이 민간에서 활발하게 진행되고 있는 만큼, 음악산업 통계에도 변화한 산업 구조를 잘 반영해야 한다는 의견이었다.

> 음악쪽에서만 20년 일했는데 그동안은 데이터 보는 사람이 없었어요. 그런데 이제는 아니예요. 창업 투자를 받으려고 해도 최소한의 근거로 필요하죠. (산업계-사업체, U)

음악산업의 주요 정책적 이슈를 조사에 반영해야할 필요성도 제기되었다. 예를 들어, 음원 정산 구조를 파악할 수 있는 문항(수익 구조), 음악산업의 직무구조(고용구조) 파악과 분석이 가능한 문항 등의 필요성이었다. 현재 조사항목 또한 매출액 뿐만 아니라, 제작에 투입되는 투자비용에 대한 정보수집도 더욱 세밀하게 조사해야할 필요성이 있다는 의견이 제안되었다.

> 스트리밍, 유튜브로 음악을 청취하는 사람들이 늘어나고 있고, 매출액, 투자액, 저작인접권료 등 세부 분야로 나눌 필요도 있고요. 실시간 차트가 폐지되고, 음원 정산 방법 변경 등 이슈를 잘 반영하지는 못하고 있어요. (음악, 콘텐츠산업 전문가, L)

> 영세 자영업 위주의 현재 음악산업에서 정책적 이슈, 기업형 음악산업의 검증, 지역 불균형 문제 등 반영을 고민할 부분이 있습니다. (음악, 통계전문가, C)

4) 게임

게임산업은 기술 발전에 따라 세부적인 신사업 출현 비중이 높은 편이다. 음악산업과 유사하게, 게임 산업을 구성하는 상위 대규모 기업들의 매출액 비중이 매우 높고, 중소규모 이하의 사업체들 또한 프로젝트별로 사업체의 성과나, 휴, 폐업이

결정되는 경우가 많아서, 이러한 특성을 조사로 반영할 방법에 대한 검토가 필요하다는 의견이 많았다.

> 게임처럼 아직 산업 구조 파악도 잘 안된 분야들은 문제라고 봐요. 차라리 분야별로, 충분히 조사, 연구한 다음에 핵심만 통계로 만드는게 낫지 않나 싶어요. (대학교, B)

> 게임시장은 국내 Top10 업체들 정도만 봐도 업계 파악이 될 정도죠. 그러다보니 서로 데이터 공유도 잘 안하죠. 민간에는 쓸모있는게 필요해요. (정부 및 공공기관, R)

> 게임은 10개, 100개 정도만 대략적으로 추정해도 돼요. 유통이나 도소매는 빼고... 게임에 유통 들어가면 OO전자센터 같은 곳도 다 들어가요. PC방은 어떡하려고요? (대학교, T)

게임산업은 사업체 규모별 분석의 중요성도 매우 강조되었다. 게임산업의 변화 속도가 매우 빨라서, 규모가 작은 사업체들의 산업 진입이나 유지 가능성이 점점 더 낮아지고 있다는 것이다. 특별히 게임산업에 대해서는 기술과 매체환경의 변화가 강조되었으며, 부가적으로 모바일과 이용자를 핵심 키워드로 한 새로운 조사나 지표 개발의 필요성도 제안되었다. 동시에, 수익 경로를 보다 상세하게 파악해야할 필요성도 제기되었다.

> 게임 사업체는 규모별 분석이 매우 중요하고, 수익 경로가 세밀하게 파악돼야 정확한 산업 규모 산정이 가능해질 겁니다. 대기업이 아닌 일반 사업체들은 진입하기 어려운 시장이 되고 있어요. 중견기업 수는 빠르게 줄어서 대기업이나 소기업만 살아남는 기형적인 산업 구조가 통계상으로 잘 보이지 않아요. (게임, 콘텐츠산업 전문가, M)

5) 영화

영화산업에서도 영화계 환경 변화가 조사에 반영되어야 한다는 의견이 강조되었다. 특히 영화산업 사업체 대상 조사에서도 종사자 관련 문항을 확충하여, 사업체와 근로자 양측에서의 산업계 경기전망, 정책이슈들을 중심으로 한 의견을 수렴해야 할 필요성도 제기되었다.

> 영화산업 종사자 조사를 추가할 수 있다면, 양측의 경기 전망 자료도 수집할 수 있고, 시장규모를 비교해 볼 수도 있을 겁니다. 전망의 긍정 요소와 부정 요소 내용을 정책이나 산업 발전방향 논의에 활용하도록... (영화, 통계전문가, E)

6) 애니메이션

애니메이션 산업은 콘텐츠산업 분야에서 통계 조사가 상대적으로 취약한 분야 중 하나로 지적되어 온 바 있다. 이 때문에 애니메이션 산업을 구성하는 세부산업의 개정이 필요하다는 의견이 주를 이루었다. 융복합 산업의 대표적인 분야로서, 애니메이션 산업을 구성하는 세부산업들에 대한 정의에 대해 정비가 필요하다는 의견이 많았다.

> 애니메이션 매출액에는 영상만 들어가고, 어린이 공연, 체험현장, 키즈카페 등 추가 발생 매출은 또 안들어가죠. 캐릭터, 게임과도 연관돼있고... 애니메이션이 영상으로만 벌어들이는게 그렇게 클까요? (정부 및 공공기관, G)

애니메이션 산업 사업체 대상 조사에 매출액 관련 항목은 개선이 반드시 필요하다는 의견이 많았다. 현재 애니메이션 매출액은 주로 극장과 방송사 매출 중심이나, 보다 다양한 경로에서의 매출액, 제작방식별 매출액, 그리고 공공부문 애니메이션 지원사업 부분을 추가할 것을 추천하기도 했다. 또한, 현재 질문들로는 중소기업이나 1인기업 등 애니메이션 라이센싱이 어려운 경우, 다른 산업으로 등록한 애니메이션 사업체들의 경우에는 체계적인 조사가 이루어지지 않을 가능성이 높다는 의견도 있었다.

> 애니메이션 산업의 독특한 구조를 더 확충할 필요가 높아 보입니다. 매출액 중에 제작 지원은 오해의 소지가 있는데, 실제로 국가, 지자체 지원금 형태라서 기업 매출로 잡는 회사가 있고 아닌 회사가 있어요. (애니메이션, 콘텐츠산업 전문가, N)

7) 방송

방송산업 또한 기술 발전과 매체 환경의 변화가 크다. 통계 자료 측면에서도 타 부처나 기관들을 중심으로 생산이 매우 활발한 분야다. 방송산업 사업체 대상 조사들로 한정하더라도, 타 부처의 국가승인통계들이 양적으로 풍부한 편이기도 하다. 전문가들은 문화체육관광부가 콘텐츠산업의 구성 산업으로서 방송분야 사업체 통계를 개선하는데 크게 2가지 요청 사항이 많았다.

첫째, 문화체육관광부 콘텐츠산업 분야의 방송산업 통계 자료들이 다른 부처나 기관, 또는 민간 리서치 회사가 생산하는 자료들과 어떤 차별성을 갖출것인지에 대한 검토가 요구된다는 내용이다.

둘째, 방송 산업의 환경이 빠르게 변화하는만큼, 이러한 현실 변화를 통계로 반영할 수 있는 방안 마련이 필요하다는 내용이다. 실제로 최근에는 외국계 플랫폼 기반의 방송 사업 성과 파악과 분석이 더욱 더 중요해지고 있다. 전문가들은 국내 방송산업에 도움이 되는 통계 자료 작성을 위해서는 이처럼 접근이 어려운 정보를 제공할 수 있는 방법 마련이 필요하다는 의견을 많이 제안하였다.

> 방송 사업자들이 궁금해하는 것은 누가 특정 프로그램을 봤는지인데, 넷플릭스처럼 파괴적인 외국사업체도 이용자수만 발표하지, 세부 자료 절대 공개하지 않죠. 고급정보니까요. 이런 간극을 정부가 많이 고민해주면 좋겠어요. (산업계-기업, J)

> 조사회사 방송 통계들은 굉장히 세밀한 편이죠. 정보가 자세해야 서비스를 고도화하려는 분들에게 도움을 주죠. 방송, 광고 쪽 매출 통계도 보는데, 대부분 당장 트렌드를 확인할 수 있는 데이터 위주로 봐요. (산업계-기업, J)

방송산업에서 주목해야할 점으로도 매체 환경의 변화가 강조되었다. OTT 시장의 확대로, 방송산업 제작, 유통 등 신산업의 구조 변동이 통계 자료로 잘 반영되지 못하고 있다는 것이다. 또한 방송산업 근로자의 노동환경이나 계약관계 등의 정책 이슈를 반영해야할 필요성도 제기되었다.

> OTT, 플랫폼, MCN(Multi Channel Network) 시장은 가파르게 성장한 분야여서, 수익 파악이 가능하도록 수정이 필요해요. (방송, 통계전문가, G)

종사자의 근로조건이나 계약관계 내용들이 추가되면 풍부한 자료가 될 것입니다. 열악한 제작환경이 얼마나 개선되고 있는지와 같은 정책이슈를 반영할 필요도 있고요. (방송, 통계전문가, G)

8) 광고

광고산업 분야는 앞서 설명한대로, 해외와 달리 국내 콘텐츠산업 특수분류체계에 포함된 특이 분야이다. 이 때문에 해외 콘텐츠산업과의 비교가 쉽지 않다. 그러나 국내 광고 산업 통계 자료들은 신뢰도가 높은 자료들이 많은 편이기도 하다.

다만, 현재 콘텐츠산업 특수분류체계를 기준으로는 광고산업 내에 현수막이나 간판 제작과 같은 부분들도 모두 포함되어 있는데, 전문가들은 이러한 사업체들을 광고 산업 범위로 포함하는 것이 타당한지에 대한 의문을 많이 제기하였다.

광고 분야에도 현수막, 간판 다 포함되어 있는데, 인쇄업에 가깝지 않나요? 많이 없어지기도 하고 모집단 관리도 어려울텐데, 어떻게 해결할건지... (정부 및 공공기관, G)

광고쪽은 워낙 좋은 자료들이 많고, 비교적 정비가 잘 돼 있죠. 광고 데이터들간에도 중복이 많지만, 타 부처 자료들이나 민간 자료들이 워낙...(좋다) (정부 및 공공기관, R)

광고 분야는 국가승인통계인 콘텐츠산업조사가 또다른 국가승인통계 조사 자료를 인용하는 대표적인 사례이기도 하다. 전문가들은 광고산업의 경우, 인용 자료의 처리에 대한 정보가 충분하지 않다는 점이 문제가 될 수 있다는 의견도 제시하였다. 이용자들이 조사설계 정보를 자세히 검토하지 못할 경우, 통계 자료가 작성 목적과 다른 정보를 제공하게 될 가능성을 염려한 결과이다.

9) 캐릭터

캐릭터산업은 실제 유통이 인터넷이나 모바일로 서비스되는 부분이 많아, 이러한 캐릭터산업의 확장성을 조사에 반영해야할 필요성이 제기되었다.

캐릭터 상품 유통은 누락이 아쉬운 부분이에요. 유명 IP를 가진 기업이 아니더라도 온라인 유통, 디자인 온오프라인 매장, 캐릭터 전문 스토어 판매 등으로 경로도 다양해요. (캐릭터, 콘텐츠산업 전문가, O)

캐릭터 산업은 다른 업종과의 협력 프로젝트가 사업체 조사에서 파악되지 못하는 사례들이 발생할 수 있어, 보완이 필요할 것으로 판단됩니다. (캐릭터, 통계전문가, I)

라. 콘텐츠산업 분야 통계의 질적 개선

1) 조사 방법의 검토

전문가들은 콘텐츠산업의 융합적 특성을 조사로 잘 반영하기 위해 조사 방법의 검토도 필요하다는 의견을 제시했다. 동일 조사를 2회로 분리하여 실시하는 방법이다. 이때 1차 조사로는 주력산업에 대한 설문을 실시하고, 2차적으로 개별 설문을 통해, 융합 사업을 관찰할 수 있도록, 부가설문으로 조사하는 방법이다. 예를 들어, 동일한 1개 사업체의 주력산업이 애니메이션산업이고, 부가적으로 출판업 관련 사업을 병행할 경우, 1차 주 설문을 통해서는 애니메이션 사업체로서의 현황을 조사하고, 2차 부가설문을 통해 출판업 관련 사업 현황을 조사하도록 하는 것이다.

콘텐츠산업의 특성상 조사 각 단계가 매우 어려운 조사이므로, 현재와 같은 방법으로는 연간 1회 조사도 어려울 것이라는 평가들도 있었다. 이에 따라, 1차 조사로 사업체의 재무, 회계, 인력 현황 등을 중심으로 한 기초조사를 실시한 후, 이어 2차 조사로 콘텐츠산업 세부분야별 특수 정보들을 수합할 수 있도록 심층조사로 분리하는 방법도 제안되었다.

응답하기 어려운 내용들로 구성되어 있어서 1차로 표본사업체에 설문지를 전달하고, 2차로 대면조사를 진행하는 것도 좋겠어요. (교수, 통계전문가, H)

가능하면 조사를 한 곳에서 통합해서 수행하고, 추가적으로 관찰이 필요한 부분은 별도 부가조사로 진행하는 방법도 추천합니다. (출판, 통계전문가, A)

분야별로도 성격이 워낙 다르다보니, 정의와 방법론이 함께 검토될 필요가 있어요. (대학교, B)

2) 회계정보의 정비

영세 사업체 비중이 높은 콘텐츠산업의 특성상, 정확한 매출액이나 수출액을 파악하기가 어렵다는 점에 대해서도 전문가들의 이해도가 높았다. 매출액이나 수출액 등의 정보는 사업체가 제공하기 꺼려하는 기업정보라는 점 외에도, 영세 사업체들의 경우 여전히 회계 관리체계가 전산화되지 않은 경우도 많아서, 조사시 정확한 응답을 수집하는 것 자체가 어려울 수 있다.

그럼에도 불구하고, 사업체 대상 조사에서 회계 관련 정보는 중요도가 높은 편이다. 이 때문에 이용자 측면에서는 비슷해보이는 통계자료를 비교하면서, 매출액이나 수출액에서 발생하는 수치의 큰 차이로 혼란이 가중되기도 한다.

> 사업체들 세분화된 (회계) 자료 없어요. 조사통계의 어려운 점인데, 매출액 공개 꺼려하시는 분들이 굉장히 많아요. (정부 및 공공기관, S)

> 해외 콘서트 수익들은 기업만 알아요. 관세청에도 잡히지 않고요. 해외 오프라인에서 발생하는 단순 매출 외에는 접근하기 어려워요. (정부 및 공공기관, O)

> 국세청 자료에서도 연말정산에 안 들어가는 것이 자영업자 자료에요. 드러나지 않는 부분이 많아요. 그만큼 어렵죠. (정부 및 공공기관, C)

> 일반회계 관련 자료들은 개선 노력이 반드시 필요해요. 경제 관련 부분들은 앞으로 GDP, 국민계정과 교차검증될 수밖에 없고, 방법도 더 쉬워질테고요. (대학교, M)

전문가들은 조사대상 사업체에게 파격적인 인센티브를 제공하거나, 회계 전산망 구축을 지원하는 방법 등을 통해서라도 정비가 필요하다는 의견이었다. 이러한 노력이 콘텐츠산업 분야 통계 자료의 신뢰성을 높이고, 결과적으로는 활용도를 높이는 방법의 일환이라는 것이다.

제3절 시사점

1. 콘텐츠산업 분야 통계 활용도 제고 방안

가. 공공기관, 학계, 기업 순 활용

본 장에서는 전문가 자문을 통해, 콘텐츠산업 분야 통계의 이용자 친화성을 강화할 수 있는 내용을 파악하고자 했다. 자문 대상을 콘텐츠산업 정책분야와 산업분야 전문가로 한정하여, 일반 이용자들에 비해 콘텐츠산업 분야와 통계 자료 이용에 대한 이해도가 높은 전문가들의 의견을 수렴하고자 하였다. 세부적으로는 콘텐츠산업 관련 정부 및 공공기관, 학계(대학), 기업 또는 사업체 전문가 집단을 대상으로 하였다.

전문가 1차 자문은 26명을 대상으로 심층면접을 통해 현재 콘텐츠산업 분야 통계의 활용도를 점검하고, 활용도 제고를 위한 개선점에 대해 의견을 수렴하였다. 2차 자문으로 추가한 서면자문에서는 전문가 18명을 대상으로 본 연구에서 주요 검토범위로 설정한 문화체육관광부 콘텐츠산업 분야 주요 조사의 설문지 검토를 통해, 조사방법과 내용 차원에서 필요한 개선점을 수렴하고자 했다. 결과적으로 전문가 전체 43명으로 대상으로, 2차에 걸쳐 수행한 자문 결과는 다음과 같다.

〈표 4-6〉 전문가 자문 집단별 콘텐츠산업 분야 통계 활용도

콘텐츠산업 분야 전문가 구분	소속 기관	인원		통계 활용도
정책 전문가 (정책실무자, 교수, 연구자 등)	정부 및 공공기관	19	30	보통(○)
	대학	11		낮음(▽)
산업 전문가 (기업 및 사업체 소속 실무자 등)	콘텐츠 관련 기업(대기업)	3	13	매우 낮음(▼)
	콘텐츠 관련 사업체	10		매우 낮음(▼)
전체(명)		43		낮은 편

주: 1차(심층면접, 26명), 2차(서면자문, 18명) 자문 중복 참여 전문가 1인(중복 제거)

전문가들 대부분은 콘텐츠산업 분야 통계 자료에 대한 활용도가 낮은 편이었다. 이는 기존 연구에서도 콘텐츠산업 분야 통계 자료에 대한 이용자 활용도가 낮은 편으로 파악된 것과 일맥상통하는 결과이기도 하다.

전반적으로 콘텐츠산업 분야와 관련된 정부 및 공공기관에 종사하는 전문가들일수록 통계 활용도는 상대적으로 높은 편이었다. 이어 학계, 기업 및 사업체 전문가 순서로 콘텐츠산업 분야 통계 활용도가 낮아지는 순이었다. 이 과정에서, 전문가들의 통계 '활용도' 개념에 대한 해석이 서로 달랐음을 고려할 필요는 있다. 일부 전문가들은 기술통계 결과보고서 이용만 가능한 정도이더라도, 활용 빈도가 높다면 활용을 잘 하는 편이라고 응답했다. 반면, 심층 분석을 위해 필요한 통계 원자료 접근성이 낮기 때문에, 현재 콘텐츠산업 분야 통계 자료들은 활용이 거의 불가능한 자료여서 활용도가 낮거나 활용하지 않는다고 응답하는 경우도 많았다.

나. 콘텐츠산업 분야 통계 원자료 개방

공통적으로 정부 및 공공기관, 학계, 기업 전문가들은 콘텐츠산업 분야의 통계 원자료 접근성을 현재 수준보다 높여야한다고 주장하는 경우가 많았다.

정부 및 공공기관에 소속된 전문가들도 대체로 원자료 제공의 필요성을 강조하였다. 정부 및 공공기관 전문가들은 콘텐츠산업 통계 원자료로 정책 효과를 검토하거나, 새로운 정책 타겟을 발굴하고, 궁극적으로 향후 정책 개발에 활용하고자 하는 목적이 큰 편이었다. 특히 지역 진흥원이나, 콘텐츠산업 특정 분야에 특화된 기관의 전문가들은 사업 예산을 수립하거나, 사업 실무 기획 단계에서 자료를 필수적으로 활용할 수밖에 없다는 점도 확인되었다. 그러나 현재로서는 원자료 제공이 거의 불가능하기 때문에, 관련 업무에 필요한 내용을 중점적으로 검토하는데는 명확한 한계가 있다는 의견이 많았다.

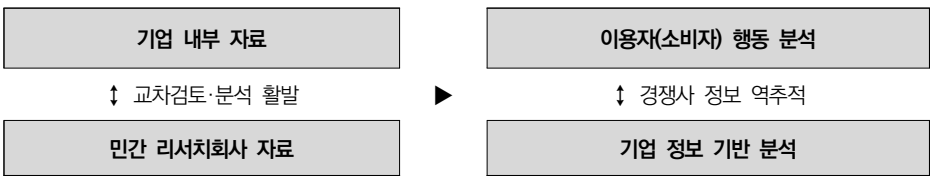
〈표 4-7〉 전문가 집단별 통계 원자료 활용 목적

콘텐츠산업 분야 전문가 구분	소속 기관	원자료 활용 목적
정책 전문가 (정책실무자, 교수, 연구자 등)	정부 및 공공기관	정책검토, 발굴, 수립, 사업 및 예산 수립
	대학	정책검토, 발굴, 수립, 심층연구
산업 전문가 (기업 및 사업체 소속 실무자 등)	콘텐츠 관련 기업(대기업)	데이터 연계 분석
	콘텐츠 관련 사업체	

학계나 기업 종사자들은 콘텐츠산업 분야 통계 원자료 접근이 거의 불가능한 상태이기 때문에 활용도가 낮다고 인식하는 경향도 있었다. 대학에 소속된 교수들의 경우에는 통계 원자료를 활용한 정책 검토가 확대되어야 한다는 의견이 많았다. 연구 집단에서 보다 심층적인 연구를 통해, 새로운 문제를 발견하고, 이러한 문제들이 정책 이슈로 다뤄질 수 있도록 해야한다는 주장이었다.

콘텐츠산업 기업이나 사업체에 소속된 전문가들은 현재 콘텐츠산업 분야 통계 자료 활용도가 절대적으로 낮은 것으로 나타났다. 종사하는 기업의 규모가 큰 경우, 정형자료인 통계자료보다 비정형자료인 빅데이터를 내부적으로 보유하고 활용하는 경우가 많았다. 이러한 자료를 활용하여, 주로 해당 기업이 수행하는 사업을 중심으로, 이용자 행동 분석을 진행하는 것으로 확인되었다. 또한 이를 기반으로, 경쟁사 정보를 파악하기 위한 분석들도 비교적 활발한 것으로 파악되었다.

〈표 4-8〉 콘텐츠 기업의 통계·데이터 분석 트렌드



콘텐츠산업 분야 통계 자료에 대해, 전문가들은 원자료 제공의 필요성과 중요성을 강조하였다. 원자료 접근성을 높여, 연구자들이나 실무진들이 자료를 가공하여, 보다 심층적인 분석에 적극적으로 활용할 수 있도록 해야 한다는 것이다.

콘텐츠 산업계에서는 이용자를 관찰대상으로 한 자료의 수요가 큰 편이었다. 이는 콘텐츠 대기업일수록 결과물이 어떠한 패턴으로 소비되는지에 대해 실시간 관찰

이 가능한 기술과 자료가 축적된데 따른 결과로 볼 수 있다. 최근에는 기업 내 이용자 대상 자료들을 활용하여, 분석하는 경우가 계속 확대되는 추세로 확인되었다. 뿐만 아니라, 민간 리서치 회사의 관련 자료 또한 매우 활발하게 활용하며, 필요시 분석전문 회사들과의 협업에도 적극적인 편이었다.

다만, 규모가 작은 사업체나, 신생 사업체들의 경우에는 콘텐츠산업 분야의 큰 변화를 확인할 수 있는 용도로 기존 통계 자료에 대한 수요가 비교적 지속적일 수 있다는 의견도 있었다. 콘텐츠산업과 관련된 기업 또는 사업체의 규모와 관계없이, 대체로 산업계에서는 최근 증가하고 있는 데이터 간 연계 분석의 필요성과 활용도가 모두 증가하고 있는 것으로 파악되었다. 이 때문에 기업 전문가들은 그러한 분석에 함께 활용할 수 있도록 콘텐츠산업 분야 통계 자료들의 원자료 제공을 요구하는 이유가 컸다.

다. 콘텐츠산업 분야 국가승인통계 추가 개발

문화체육관광부 콘텐츠산업 분야에서 신뢰도가 높은 국가승인통계가 보다 더 많이 개발되어야 한다는 필요성도 확인되었다. 현재 콘텐츠산업 분야의 국가승인통계는 매우 부족한 편이어서, 전문가들이 실무나 연구 단계에서 활용할 수 있는 자료를 구하기 어려워하는 경우가 많았다. 이를 위해서는 기존의 국가승인통계 자료들도 더 원활하게 활용하여, 이와 차별성을 갖춘 다양한 자료를 개발하는데 도움이 되어야 할 것이다.

2. 콘텐츠산업 분야 통계 주요 개선점

전문가들은 이용자들이 콘텐츠산업 분야 통계 자료들을 이용할 때 느낄 수 있는 혼란과 불편함을 개선해야 한다고 강조하였다. 이용자 관점에서는 현재 콘텐츠산업 분야 통계 자료들 중, 유사해 보이는 자료 간에 서로 다른 수치가 보고됨으로써, 결과를 빠르고 편리하게 이해하기 어려울 수 있다. 따라서 보다 이용자 친화적인 통계 자료를 제공할 수 있도록 기존 자료를 정비해야, 활용도를 제고할 수 있다는 것이다.

이를 위해 전문가들이 제시한 콘텐츠산업 분야 통계 자료들의 주요 개선점은 다음과 같다.

〈표 4-9〉 콘텐츠산업 분야 통계 자료 개선에 대한 전문가자문 주요결과

주요 개선점	제안 내용
모집단 관리	모집단 구축 및 관리 체계 정비
분류체계 개선	신산업 분류 기준 마련 (세부) 산업 및 용어 정의 기준 마련 해외 비교 가능성 제고
분야별 산업구조 및 특성 분석 확충	정책이슈의 조사 반영 분야별 산업구조 및 특성 반영
자료의 질적 개선	조사 방법 검토 회계자료 정비 방안 마련

주: 전문가 심층면접 및 서면자문 결과

가. 분류체계 개선

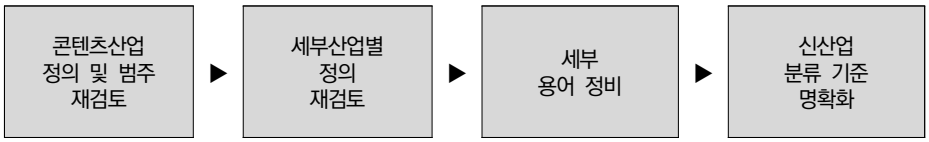
분류체계 개선의 필요성도 제기되었다. 통계 자료 간에 서로 다른 분류체계가 적용되고 있다는 점도 이용자들의 혼란을 가중시키는 요인이 되기 때문이다.

콘텐츠산업 분야에서 분류체계 혼용이 빈번한 것은 콘텐츠산업이 조작적 정의에 기반함으로써 발생하는 결과이기도 하다. 콘텐츠산업에 대한 정의는 각 국가별 콘텐츠산업에 대한 관점과 산업현실에 따라 서로 다르다. 뿐만 아니라 국내 지역 간에도 필요에 따라 별도의 정의와 범주를 설정하여, 서로 다른 분류체계를 적용하는 경우가 많다.

전문가들은 콘텐츠산업의 변화 속도와 신산업의 출현 속도 또한 빨라지고 있는 만큼, 현실 상황에 맞추어 분류체계를 정비해야할 필요가 높다는 의견을 많이 제시하였다. 이를 위해서는 콘텐츠산업의 정의와 범주에 대해서도 재검토가 필요하다. 또한 콘텐츠산업을 구성하는 세부산업별, 하위 구성요소별 정의와 용어 또한 산업현실에 맞도록 재검토하여, 그 기준을 명확하게 설정하도록 해야 한다.

콘텐츠산업의 특성상, 국내·외 비교가 가능한 통계 자료가 되도록 개선해야 한다는 요구도 높은 편이다. 국내 콘텐츠산업 분야의 세부산업간, 지역간 비교시에 발생하는 이용자 측의 혼란을 줄이기 위해서라도 분류체계의 개선은 시급한 과제라 할 수 있다.

〈표 4-10〉 콘텐츠산업 분야 통계 분류체계 개선시 고려사항



나. 모집단 구축 및 관리

우선, 콘텐츠산업 사업체 모집단 관리의 필요성이 제기되었다. 사업체를 관찰대상으로 한 통계자료는 산업 인력을 대상으로 한 통계자료의 기초가 되기 때문에, 중요도 차원에서 개선의 필요성을 가장 강조한 것으로도 볼 수 있다. 또한 통계 자료 간 모집단 설정의 차이에 의해서, 이용자들이 결과를 이해할 때 느끼는 어려움이나 불편함을 해소해야할 필요성이 높기 때문이기도 하다.

전문가들은 콘텐츠산업의 모집단 구축과 관리가 어려운 상황인 것에 대해서도 잘 이해하고 있는 편이었다. 콘텐츠산업 사업체들의 특성에 대해 잘 이해하고 있는 결과이기도 하다. 그러나 현재 문화체육관광부 콘텐츠산업 분야의 국가승인통계 자료양이 매우 부족한 상태에서, 모집단 설정 방식이 서로 다른 비승인 실태조사 자료들의 작성 결과가 많아질수록 이용자들의 혼란은 더욱 가중될 수 있다. 이 때문에 모집단 정보를 가능한 한 집중하고, 체계적으로 관리할 수 있는 조직적 개선도 병행되어야 한다는 것이 전문가들의 강조 의견이다.

다. 콘텐츠산업 정책 및 특성의 조사 반영

전문가들은 현재 콘텐츠산업 분야의 통계 자료로는 콘텐츠산업 분야만의 정책적 관심과 효과를 파악하기 어렵다는 의견들도 제기하였다. 특히 콘텐츠산업 분야에서 정책적으로 관찰과 분석의 필요성이 높은 내용들이 조사에 대폭 반영되어야 한다는 의견이 많았다.

이를 위해 각 세부산업별 산업구조를 반영할 수 있는 내용으로서, 제작구조, 유통구조, 고용구조, 직무구조 등이 제안되었다. 콘텐츠산업의 특성과 시장 상황에 대한 풍부한 연구, 분석이 축적되어야, 통계 자료의 질적 개선도 그 효과가 클 수 있기 때문이다. 현재의 통계 자료들은 산업 현실을 분석할 수 있는 자료로서는 한계가

크다는 평가가 많았는데, 전문가들은 각 세부산업들의 구성과 작동 원리가 다를 수 있기 때문에, 각 분야별 특성이 조사로 잘 반영되어야 할 필요성이 높다는 의견을 제시하는 경우도 많았다. 일부는 현재 자료들로도 수집, 제공되고 있는 정보지만, 보다 정밀한 구조 분석을 통해 내용을 개선해야 할 필요성이 높다는 것이다. 전문가에 따라 분야별로 강조하는 내용이 상이한 면도 있었으나, 이러한 제안은 대체로 콘텐츠산업을 구성하는 각 세부산업 분야별로 존재하는 특수성과 고질적인 문제점들을 정책 차원에서 꾸준히 점검할 수 있는 내용이었다.

전문가들은 콘텐츠산업 통계 사업체 조사시에, 상대적으로 신뢰도가 높은 국가승인통계에는 사업체 층위에서 전망하는 향후 산업 경기나 인력 수급전망, 그리고 주요 정책이슈 등과 관련된 정보를 지속적으로 수집해야할 필요성도 제기하였다. 사업체 대상 조사에서 콘텐츠산업 각 분야별 경기전망이나, 인력 수급전망 등을 파악할 수 있는 문항들을 추가하여, 향후 실증 분석이 가능하도록 설계를 확충하면, 보다 실증적인 정책 검토가 가능해진다. 동시에 조사 작성의 효율성도 높아질 수 있다.

일부 전문가들은 콘텐츠산업 조사 내용으로, 사회적으로 쟁점이 되는 문항들을 추가해야한다는 의견도 제시하였다. 이를 통해 추후 산업의 동향을 파악하고, 관련 정책의 발굴이나 효과 분석에 도움이 되도록 해야 한다는 것이다.

현재, 콘텐츠 산업계에서 가장 시급한 정책 이슈가 콘텐츠산업 종사자와 노동조건에 대한 현황 파악일 것이라는 의견도 있었다. 종사 인력은 사업체 대상 조사에서 확인할 수 있는 가능성이 있음에도 불구하고, 제대로 반영되지 못하고 있다는 것이다. 현재 대부분의 조사항목에는 주로 사업체에 전속된 고용자들을 종사자로 설정하고 있고, 산업 전반에 걸쳐 광범위하게 존재하는 프리랜서는 제외되어, 콘텐츠산업 분야의 실제 종사자수 규모를 과소 추정하게 하는 결과를 초래할 수도 있다는 지적도 있었다. 프리랜서는 콘텐츠산업 외주제작 현장에서 실질적으로 관리 감독을 받으며 일하고 있는 경우가 많은데도, 사회안전망 체계에서는 배제되어 있기 때문에, 파악 자체가 매우 중요한 대상이므로 설문에 포함해야 할 필요성이 높다는 의견이었다.

〈표 4-11〉 콘텐츠산업 분야별 조사 확충 내용

구분	제안 내용
출판	유통구조 주요정책: 표준계약서 활용여부 등 정보 확충
만화(웹툰)	직무구조 주요정책: 고용구조(계약관계, 계약방식, 노사관계 등) 정보 확충
음악	유통구조: 매출액, 투자액 등 정산 정보 확충 직무구조 주요정책: 고용구조(계약관계, 계약방식, 노사관계 등) 정보 확충
게임	유통구조 직무구조
영화	직무구조
애니메이션	유통구조
방송	직무구조 유통구조 제작구조, 매체환경 변화(가치사슬) 정보 확충 주요정책: 외주제작거래방식, 표준계약서 활용여부 등 정보 확충
광고	제작구조
캐릭터	제작환경 유통구조
공통*	콘텐츠산업 분야 주요 정책이슈, 산업 경기전망, 인력 수급전망 등

주: 본 연구의 전문가 심층면접 및 서면자문 결과 종합

라. 조사방법 확충

전문가들은 콘텐츠산업 분야 조사방법의 검토를 제안하기도 했다. 콘텐츠산업의 특성상 사업의 융합적 성격이 강하므로, 현재 대부분 1차 조사로 진행이 완료되는 방식을 개선하는 것이 효과적일 수 있다는 의견이다.

예를 들어, 1차 조사를 통해 콘텐츠 사업체의 주력사업에 대한 설문을 실시하고, 2차 조사를 통해 개별사업에 대한 심층조사를 진행하는 방식이 제안되었다. 또는 1차 조사를 통해 사업체의 재무, 인력 현황을 중심으로 한 기초조사를 선행하고, 2차 조사를 통해 심층조사를 진행하는 방식도 제시되었다.

한편, 매출액이나 수출액 중심의 회계 정보의 정비 필요성도 확인되었다. 사업체들이 재무회계 관련 정보를 잘 공개하지 않으려는 측면도 있지만, 현실적으로 규모가 작은 사업체일수록 회계 관리체계가 전산화되지 않은 현실적 어려움도 있다.

그 외에도 조사 자료들 간의 유사, 중복성을 조정하고, 이용자들의 편의성을 제고해야 한다는 의견도 빈번하게 나타났다.

〈표 4-12〉 콘텐츠산업 사업체 대상 조사방법 제안

구분		세부 내용
1안	1차 조사	주력사업
	2차 조사	융합사업, 확장사업
2안	1차 조사	사업체 재무, 인력(종사자) 현황중심 기초조사
	2차 조사	분야별 특성 반영 심층조사

제5장

콘텐츠산업 분야 통계 체계 및 발전방안

제1절 콘텐츠산업 분야 통계 관리체계 구축

1. 콘텐츠산업 분야 통계 조정 기능 강화

본 연구에서 콘텐츠산업 분야 통계 자료의 생산에서 활용 측면을 단계별로 검토한 결과, 콘텐츠산업 분야의 통계는 무엇보다 관리체계를 구축해야할 필요성이 있음을 강조한다. 앞서 검토하였듯이, 콘텐츠산업 분야는 문화체육관광부 내에서도 문화예술, 체육, 관광 등의 분야와 정책의 주요 관심대상과 내용이 다르고, 이에 따라 통계의 생산과 관리 현황에 서로 차이가 있다.

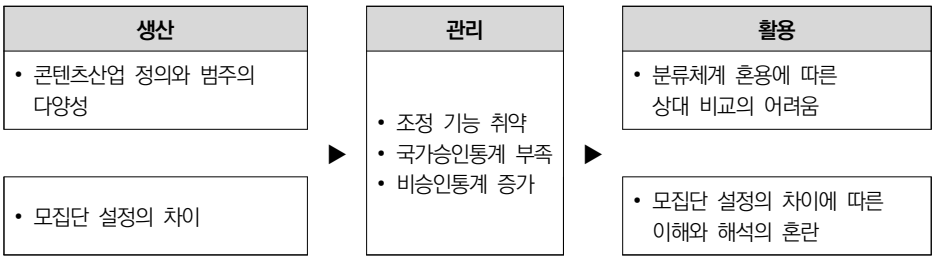
콘텐츠산업 분야에서는 특히 통계 작성의 기준을 관리하는 체계가 취약함으로 인해, 결과적으로 자료를 이용하는 이용자들의 혼란이 가중되는 사례가 많아지고 있음을 확인하였다. 다른 분야와 비교시에도 신뢰도가 높은 국가승인통계의 절대량이 매우 부족한 상황에서, 통계 작성의 목적이 서로 다르고 검증 관리 범위 밖에서 생산되는 자료의 양이 계속 증가하는 추세에 있기 때문이다. 이와 유사한 상황을 경험한 다른 부처나 기관들이 이러한 상황을 문제로 인식하고, 보다 신뢰도가 높고 질적으로 향상된 통계 자료를 생산하겠다는 의지로 통계 체계를 정비한 전환한 사례들을 참고할 필요성이 높다.

콘텐츠산업은 그 정의와 범주가 국내·외 일관적으로 통용되지 않는다는 특성이 있다. 그러나 국내 범위에 한정하더라도, 콘텐츠산업을 구성하는 세부산업별, 또는 지역 별 정의와 범주 설정 기준을 점검하여, 최소한 국내에서 생산되는 콘텐츠산업 통계 자료들을 이용할 시에는 자료 간 상대 비교와 해석에 어려움을 겪지 않도록 통계 작성기준을 명확히 하되, 이를 관리할 컨트롤타워의 역할이 중요하다.

콘텐츠산업이 기술과 매체환경의 변화에 민감하고, 시장 상황의 변화 속도가 빠르다는 점 또한 간과할 수 없다. 현재 통용되는 콘텐츠산업에 대한 정의와 범주는 약 십여년 전 산업 상황을 기반으로 설정된 국제 기준을 따르고 있기 때문에, 통계

자료가 현실을 잘 반영하지 못한다는 의견도 있었다. 이 때문에 각 자료별로 세부산업에 대한 정의나 범주, 또는 산업 용어에 대한 정의가 불일치하는 현상도 더욱 증가하게 된 것이다. 따라서 현재와 같이 개별 작성기관들이 체계적인 검증과 관리를 받지 않은 통계 자료를 계속 생산하게 된다면, 결국 그 부담과 혼란은 이용자들에게 더욱 전가될 수밖에 없다.

〈표 5-1〉 콘텐츠산업 분야 통계 생산, 관리, 활용 단계별 주요 개선점



2. 콘텐츠산업 통계협의회 및 시행계획 규정 마련

가. 콘텐츠산업 통계협의회

콘텐츠산업 분야의 통계가 조정 기능을 강화하여 분산형 체계로 생산되는 통계 자료들이 효율적으로 작성되려면, 통계의 생산, 관리, 활용 전 단계를 협의를 할 수 있는 기관 간 협의회가 필요하다. 이러한 역할을 수행할 조직으로 콘텐츠산업 통계협의회의 설치를 제안한다.

콘텐츠산업 통계협의회의 구성원을 구체적으로 제시하면, 다음과 같다. 우선 콘텐츠산업 분야 통계 뿐만 아니라, 문화체육관광부의 모든 통계 자료와 공공데이터, 빅데이터 등 데이터 전반을 총괄적으로 조정하는 정책분석팀이 최근 구성되었음을 참고할 필요가 있다.

콘텐츠산업 분야의 주요 통계 자료를 전문적, 일괄적으로 관리할 수 있는 역할은 별도의 전문기관이 전담하는 것이 바람직하다. 현재 콘텐츠산업 분야에서는 진흥원, 협단체, 조사업체 등에 이르기까지 다양한 주체들이 개별적인 목적과 방법으로 통계 자료를 생산하고 있다.

통계 자료의 생산에 있어 현재와 같은 분산형 체계를 유지하더라도, 검증과 관리망 밖에 있는 비승인 실태조사 통계 자료들은 지금까지보다 체계적인 관리망 내로 포함하는 것이 필요하다. 품질관리나 검증을 거치지 않은 자료 생산량이 증가할수록 또한 결과적으로 부담과 혼란은 이용자들에게 가중되기 때문이다. 따라서 이 과정에서 조사의 유사, 중복성, 조사설계와 자료 생산 단계에서의 조정, 관리 역할을 강화하여, 통계 자료간의 상대 비교가 더욱 어렵고 혼란스러워지지 않도록 해야 한다.

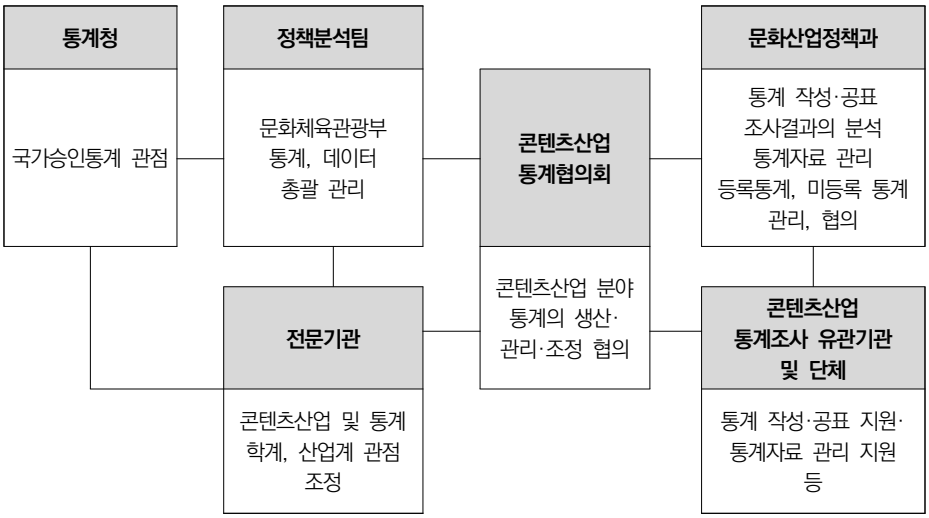
한편, 통계협의회에는 콘텐츠산업 전문가와 통계전문가들이 고루 참여하도록 해야 한다. 통계 자료의 기획과 초기 설계 단계에서는 산업 관점에서의 시각과 통계 관점에서의 시각을 고루 반영하여, 측정 가능한 내용이 효율적으로 설계되도록 할 필요성이 높은데, 이 단계에서는 특히 콘텐츠산업 분야의 연구와 정책, 산업 측면에서의 흐름을 조정하는 역할이 중요하기 때문이다.

문화체육관광부에서는 콘텐츠산업 분야 통계에 있어, 그동안 콘텐츠국에서 특화된 관련 자료들을 축적해온 바 있다. 콘텐츠산업 분야 국가승인통계인 콘텐츠산업조사나 광고산업조사가 대표적으로 해당된다. 특히 콘텐츠산업조사를 실질적으로 지속 관리해 온 문화산업정책과를 포함하여, 콘텐츠산업과 관련된 통계 자료를 생산하는 진흥원 등 유관기관과 협회 등도 콘텐츠산업 통계협의회에 참여하도록 해야 한다. 이 과정에서 콘텐츠산업 분야의 정책적 논의가 병행되어야, 보다 효과적인 통계 자료의 생산과 추가 개발이 가능해질 수 있을 것이다.

또한, 콘텐츠산업 분야에 대한 이해도가 높은 학계, 산업계의 콘텐츠산업 통계협의회 참여도 필요하다. 콘텐츠산업은 전 분야를 관통하는 산업적 공통성도 있지만, 각 세부분야별 특이성을 발견하고 조정하는 과정 또한 전문성이 요구되기 때문에, 다양한 세부산업별 전문가들도 협의회에 큰 도움을 제공한다.

국가승인통계인 콘텐츠산업조사의 경우, 그동안 설문설계 과정에서 각 산업분야별로 학계, 기업계 전문가들 중 최소 1명에게 매년 설문 내용을 중심으로 한 자문을 진행해왔다. 그러나 통계협의회를 통해서는 조사들 간의 항목의 설계와 관련한 논의를 더욱 활성화해야할 필요성이 매우 높다. 결과적으로 이용자들에게 보다 현실반영적인 통계 자료를 제공하기 위해서도 이와 같은 통계협의회의 설치와 지속성이 중요하다.

〈표 5-2〉 콘텐츠산업 통계협의회 구성안



나. 관리규정의 마련

콘텐츠산업 분야의 통계 간 혼란을 방지하고, 보다 개선된 자료의 생산을 위해서도 콘텐츠산업에 특화된 통계협의회의 역할은 중요하다. 통계협의회의 공식적인 역할 수행을 위해서는 콘텐츠산업 분야의 통계 자료들을 종합적으로 조정하고 관리할 수 있는 추진체계와 세부내용을 규정화해야 할 필요성이 있다.

구체적으로, 매년 정기적인 콘텐츠산업 통계협의회를 통해 관련 통계 생산과작성 내용에 대한 시행계획을 수립하는 방법도 효과가 클 것이다. 이를 통해, 콘텐츠산업 분야별 통계 자료간의 중복 생산을 방지하고, 서로 충돌을 일으킬 수 있는 결과를 미연에 방지할 수 있다. 나아가서는 콘텐츠산업 분야에 대한 통계 생산과 관리체계가 효율적으로 운영될 수 있도록, 시행계획을 훈령 내에 포함시키는 방안도 있다.

3. 콘텐츠산업 분야 주요 정책의 통계 반영

콘텐츠산업의 주요 조사 자료에는 정책효과를 최대한 검증할 수 있는 항목을 반영할 필요가 있다. 이는 조사 자료만이 관찰, 수집한 정보의 강점을 최대한 발휘할 수 있는 부분이기도 하다. 콘텐츠산업 분야의 다양한 전문가들 중에서도 특히 정책 수립이나 정책사업 검토, 혹은 정책과 관련된 대상과 문제를 발굴하는 단계에 관심이 많은 정책 전문가나 학계 전문가들일수록 콘텐츠산업 통계 자료를 통해 정책 효과의 검증을 강조한 이유이기도 하다.

이를 위해서는 콘텐츠산업 각 분야별 정책 이슈의 발굴과 우선순위 확정이 필요하다. 본 연구에서 수집한 전문가 자문결과 또한 충분하다고 해석하기에는 무리가 따르지만, 많은 경우 콘텐츠산업 각 세부분야별로, 각 산업별 산업구조와 직무구조 중심의 연구 분석을 심화할 필요가 있다는 의견은 조사 개선시에 검토할 가치가 충분한 내용이기도 하다.

이를 위해서는 각 분야별 주요 정책의 우선순위 논의와 통계 반영 가능성에 대한 검토가 진행되어야 할 것이다. 본 연구에서 제한적으로나마, 전문가 서면자문을 통해 기존 조사 설문지의 내용 검토를 진행한 결과에서도 전문가들은 공통적으로 각 세부산업별 정책이슈를 선별하여, 조사 내에 반영해야 할 필요성에 대해 강조한 경우가 많았다. 다만, 각 세부산업별로 산업계나 학계가 관심사항으로 다루는 내용에는 차이가 있을 수 있기 때문에, 차후 공통적인 정책과 세부산업별 정책의 검증이 가능하도록 조사를 설계할 필요성이 높다.

기존에 진행된 연구들 가운데, 조사방법론을 활용한 연구들에 한정하여, 연구의 주제별 키워드를 파악하는 것도 한 가지 방법이다. 조사방법론을 활용해야할 필요가 있었던 연구들이라는 가정하에, 각 조사들이 다룬 내용들이 주로 어떤 주제들을 중심으로 진행되어 왔는지, 주제의 중요도를 빠르게 파악할 수 있는 방법이다. 다만, 조사방법론을 활용하지 않은 주제들이 검토시 누락될 가능성이 있으므로, 중요도를 해석하는 단계에서는 콘텐츠산업의 중요한 변화와 흐름에 대해 이해도가 높은 전문가들의 검토도 병행되어야 할 것이다.

〈표 5-3〉 콘텐츠산업 조사 내용 개선에 대한 전문가 주요 의견

구분	확충 가능 내용
공통	• 주요 정책, 산업 경기 전망, 인력 수급 내용 등
분야별	• 고용구조, 직무구조 • 제작구조, 유통구조 • 매체환경의 변화

주: 본 연구의 전문가 심층면접 및 서면자문 결과 종합

이처럼 조사에 콘텐츠산업의 주요 정책 내용을 검증할 수 있도록 반영하는 것은 콘텐츠산업계의 동향을 파악할 때, 원인과 결과를 실증 분석할 수 있는 가능성을 넓히기 위함이기도 하다. 현재 콘텐츠산업 분야의 사업체 대상 통계 자료들은 대부분 사업체의 매출액, 또는 수출액 등의 재무적 성과를 파악하는 것 중심으로 설계되어 있다.

사업체 동향을 단순히 파악하는 수준을 넘어, 인과적 동태를 심층적으로 검토할 수 있는 정도가 되려면, 매출액이나 수출액 등에 영향을 미치는 사업체의 경영이나 조직문화 측면에서의 정보를 보다 확충해야할 필요가 있다. 가령 콘텐츠산업군의 사업체로서 차별성을 갖는 고용구조, 조직문화, 복리후생 등과 관련된 정보가 보다 세밀하게 관찰된다면, 콘텐츠산업 사업체의 경영 차원에서의 특이성을 구체적으로 실증 분석할 수 있을 것이다. 또는 콘텐츠산업군의 사업체들이 대부분 소규모, 영세한 편이라는 특성이 실제로 사업규모에 따른 성과 요인 때문에, 산업군 내의 인력 이동이 많이 발생하는지, 오히려 또 다른 요인에 의해 인력 이동이 촉발하는 것인지 등에 대해서도 보다 다양한 각도에서 검토할 수 있을 것이다.

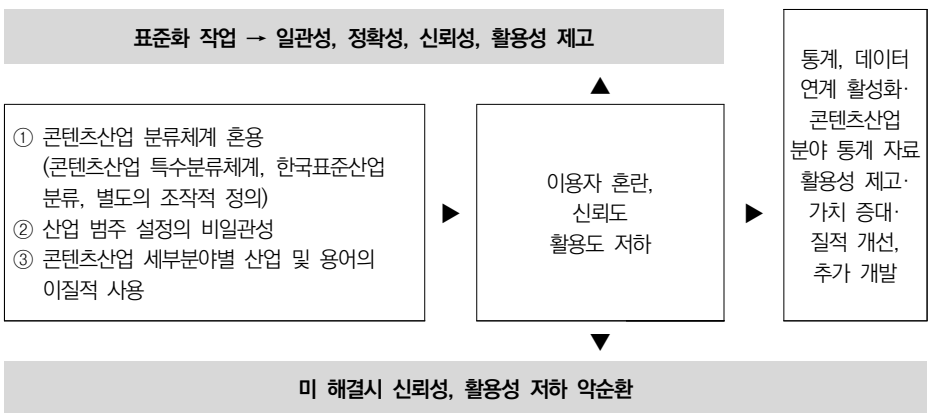
콘텐츠산업 각 세부산업별로는 산업의 특성에 따른 주요 이슈들이 서로 다른 내용들도 있다. 따라서 이러한 내용들이 통계 자료를 통해서 충분히 검토될 수 있게 하기 위해서도 각 세부산업별 심층 연구는 보다 더 확충되어야 할 것이다.

제2절 콘텐츠산업 분야 통계 생산체계 개선

1. 콘텐츠산업 분류체계 표준화 작업

콘텐츠산업 분야 통계 이용자들이 자료에 대해 신뢰성을 갖고, 지금보다 더 편리하게 활용할 수 있도록 수행되어야 할 것이 표준화 작업이다. 국내 콘텐츠산업은 콘텐츠산업 특수분류체계를 기준으로 하고 있다. 그러나 산업 변화와 통계 작성의 특정 목적에 따라, 다양한 통계 자료들이 분류체계를 혼용하는 경우가 많이 발생하고 있음을 앞서 확인한 바 있다.

〈표 5-4〉 콘텐츠산업 분야 통계 표준화의 필요성



분류체계 혼용 빈도가 잦을수록, 이용자들은 통계 자료를 활용할 때 유사한 자료 간의 차이를 빨리 파악하기 힘들 수 있다. 이렇게 이용자들의 혼란이 지속되면, 마찬가지로 콘텐츠산업 분야의 통계 자료에 대한 신뢰도와 활용도가 모두 낮아지는 결과를 계속 반복할 확률이 높다.

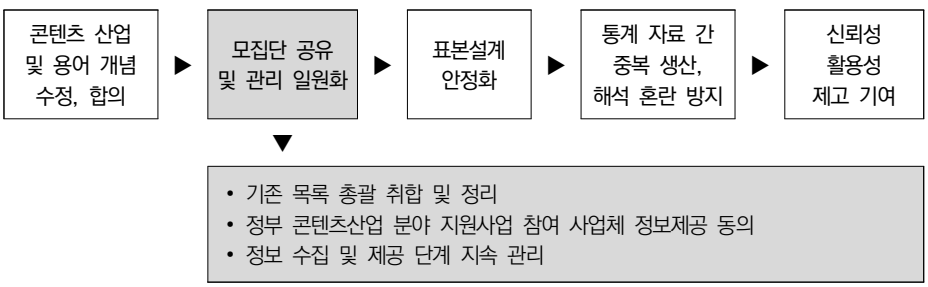
콘텐츠산업 분야 통계 표준화 작업은 이용자의 활용도 제고를 위해서 뿐만 아니

라, 앞으로는 다양한 형태의 통계, 데이터 간의 연계 작업이 더욱 활발해질 환경에 대응하기 위해서도 반드시 필요하다. 통계 자료들 간에 콘텐츠산업이나 세부 구성 산업에 대한 정의와 범주, 하위 분류체계를 구성하는 용어 등이 일치하지 않는다는 점은 데이터 연계시에 큰 제약이 될 수 있다. 특히 콘텐츠산업 분야에서는 분류 자체가 어려운 신산업의 출현 빈도도 높은 편이기 때문에, 표준화 작업에 대한 실질적인 지원은 매우 시급한 상황이라 볼 수 있다.

2. 콘텐츠산업 모집단 관리의 일원화

콘텐츠산업 모집단에 대한 체계적인 관리도 필요하다. 현실적으로 모집단 구성을 완벽하게 할 수는 없다. 그러나 여러 기관과 조직으로 분산된 모집단 목록을 최대한 수집하여, 모집단 목록을 일괄적으로 관리해야할 필요성은 매우 높다. 이를 통해 보다 안정적인 표집이 가능하도록 지속적으로 관리하도록 해야 한다.

〈표 5-5〉 콘텐츠산업 분야 표본추출틀 관리 일원화의 중요성

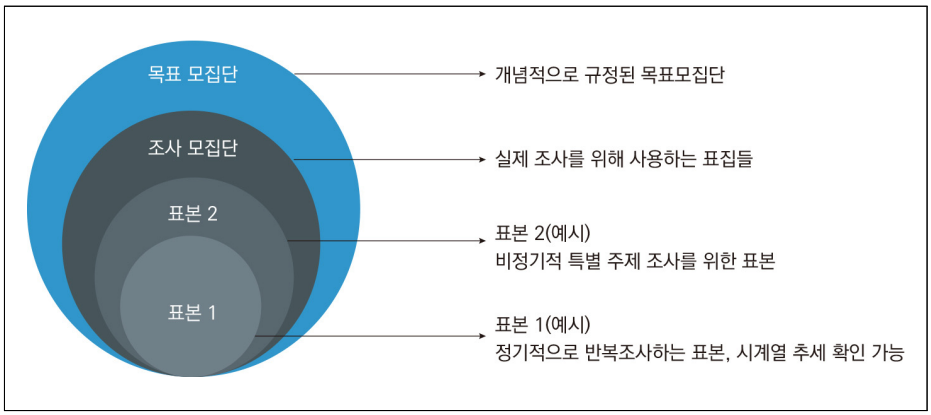


콘텐츠산업 분야는 규모가 작은 사업체가 많기 때문에, 모집단 수집 단계에서부터 특별히 어려움이 많다. 규모가 큰 조사의 경우에는 통계청 전국사업체조사나 이미 확보한 분야별 모집단 목록 자료 등을 활용하고 있지만, 실제로 안정적인 관리를 할 수 있기 위해서는 모집단 관리 체계 또한 일원화 하는 것이 효율적이다. 앞서 살펴보았듯이, 콘텐츠산업 분야는 다른 일반 산업군의 사업체들과 달리 쉽게 찾아내기 어려운 성격의 영세 소규모 사업체들도 많기 때문에, 통계청을 통해 확보한 모집단 정보를 활용만 하는 것만으로는 한계가 있다. 지금까지도 콘텐츠산업 각 분

야별로 진흥원이나 조사회사, 협회들이 각기 보유한 모집단 목록을 공유하고자 하는 시도들은 있어왔다. 그러나 의무화되지 않았기 때문에, 모집단 관리나 공유가 원활하지는 못했다.

따라서, 모집단 관리를 일원화하는 단계에서는 기존 모집단 목록을 최대한 수집하는 작업이 선행되어야 한다. 추가적으로, 콘텐츠산업 특수분류에 해당하는 각 산업분야별로, 사업체들을 대상으로 실시하는 지원사업들을 확인하여, 향후 정부 지원사업에 참여하는 사업체들의 경우, 관련 사업체 정보를 의무 제공하도록 하여, 최대한의 모집단 정보를 수집, 관리하도록 해야 한다.

[그림 5-1] 콘텐츠산업 분야 표본추출틀 관리 방안



본 연구에서는 특히 표본추출틀 설정의 중요성을 검토한 바 있다. 표본추출틀(sampling frame)은 표본이 추출될 모집단을 구성하는 단위들의 목록으로, 표본이 모집단을 대표하려면 표본추출틀은 모집단의 필수 대상들을 포함해야 한다.

비승인 실태조사 자료들은 이러한 과정을 의무적으로 이행할 필요가 없었기 때문에, 경우에 따라 이 단계에서의 차이를 통계이용자들이 직관적으로 빨리 파악하기 어려운 측면이 발생할 수 있다. 조사대상의 다양한 측면을 바라볼 수 있게 해준다는 점에서, 표본추출틀의 다양화가 반드시 나쁘기만 한 것은 아니다. 다만, 현재 콘텐츠산업 분야 통계 이용자들이 제기한대로, 유사하거나 동일한 조사 자료들 간에도 상대 비교시 이해나 해석이 어렵다는 점은 일치된 표본추출틀을 적용하지 않음으로 인해, 동일 항목에 대해서 서로 다른 통계량을 보고한 결과일 가능성이 높다. 이는

결과적으로 이용자들에게 혼란을 발생시킬 수 있는 요인이 된다. 즉, 모집단 관리가 체계적으로 진행될 수 있도록 해야, 조사 자료들 간의 수치 비교시, 혼란이나 오해를 방지할 수 있다.

3. 콘텐츠산업 세부분야별 부가조사 개발

콘텐츠산업 통계협의회를 통해, 표준화 작업, 모집단 관리 등의 역할이 체계적으로 수행되면, 그 과정에서 각 세부산업분야별 국가승인통계의 추가 개발도 가능하다. 현재 콘텐츠산업 사업체 대상 국가승인통계인 콘텐츠산업조사를 개선하면서, 이와 별도로 각 산업분야별 특화된 부가조사를 개발하는 것도 필요하다. 앞서 검토한대로, 콘텐츠산업 분야는 현재 국가승인통계 자료가 절대적으로 부족한 상태에 있고, 현실을 보다 면밀하게 반영한 자료를 필요로 하기 때문이다.

각 세부산업별로 특화된 부가조사의 개발 계획을 수립하고, 단계적으로 수행하는 것이 적합하다. 다만, 분류체계 정비를 포함한 표준화 작업과 모집단 관리 체계의 일원화는 통계자료의 추가 개발을 위해서도 반드시 선행되어야 할 것이다. 국가승인통계의 경우, 기존에 지정된 통계 자료와의 내용적 측면에서도 중복 시 추가 승인이 불가능한 구조이기 때문에, 통계협의회를 통해서 콘텐츠산업 분야의 통계 자료 개발을 위한 통계맵을 작성하는 방안도 효과적일 수 있다.

국가승인통계는 일정한 품질관리 조건을 만족해야만 유지될 수 있는 관리 체계 내에 있어, 상대적으로 이용자들의 신뢰도가 높은 자료이다. 또한 특정 분야의 정책 효과를 실증 검토할 수 있는 가능성이 높다는 측면에서, 통계 이용자들의 요구를 반영할 수 있는 세부산업별 조사의 개발이 활발하게 진행되어야할 필요성이 높다.

4. 콘텐츠산업 분야 통계 인력 및 예산 확충

콘텐츠산업 분야의 통계 자료들은 최근의 데이터 관련법 개정에 따라, 질적 개선을 더욱 요구받게 될 것이다. 기존 통계 자료들을 대상으로는 무엇보다 조사의 내용적 개선뿐만 아니라, 조사 간 구조적 정비를 수행해야 할 가능성도 높다.

이러한 변화에 대응하기 위해서는 통계 자료들을 정비할 인력과 예산의 확충이 필요하다. 현재 국가승인통계인 콘텐츠산업조사의 경우에만 한정하더라도, 콘텐츠산업 특수분류체계 기반의 사업체 대상 조사로 연간 약 3억의 예산이 소요되고 있다. 그러나 각 산업별 특수성을 조사로 반영하고, 주요 정책이슈를 실증 검토할 수 있도록 개선하려면, 관련 인력과 예산의 확충은 반드시 필요한 사항이다. 특히 콘텐츠산업 각 분야별로 세부적인 특성과 구조가 다르다는 측면을 고려할 때, 현재의 조사 예산은 매우 부족한 수준이라 할 수 있다. 조사의 질적 개선과 구조적 개선을 동시에 달성하기 위해서도 수행 인력과 예산은 확충되어야 한다.

5. 콘텐츠산업 사업체 및 종사자 정보 관리 방안 마련

일반적으로 사업체 대상 조사는 해당 산업의 종사자(인력) 대상 조사의 개발과 연계성을 위해서도 중요성이 높다. 사업체 대상 조사를 통해 사업체를 구성하는 주요 정보들의 구조를 파악할 수 있어야, 그 결과에 기반하여 보다 세부적인 관찰과 분석을 목적으로 한 통계 자료가 효용성을 갖기 때문이다. 따라서, 사업체 대상 조사통계의 정비와 개선의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않다.

사업체 대상 조사에서 매출액이나 수출액과 같은 회계, 재무 정보에 대한 정확성을 제고하기 위한 노력도 다양하다. 조사통계의 경우에는 대체로 사업체(기업체) 인사, 회계, 재무 담당자를 대상으로 조사 참여를 독려하고, 조사의 중요성을 이해시키기 위해 많은 홍보와 안내 업무를 수행한다. 이 단계에서 가장 대표적인 인센티브 방법이 상품권 지급이기도 하다.

최근에는 사업체 회계, 재무자료를 전문기관을 통해 확보할 수 있는 방법도 많아졌다. 이를 통해 조사 내용의 정확성을 제고하고 있다. 민간 기업 정보의 경우, 상대

적으로 기업 재무 정보를 많이 확보하고 있는 신용평가회사나 보증사 자료를 활용하는 것이다. 공공 영역의 정보는 국세청이나 공공기관 정보시스템을 활용하는 방법이 있으나, 기관 간 자료 공유와 협조에 절차적 규정이 필요하기 때문에 현재까지는 효율적인 정보 수집과 활용이 어려운 편이었다.

콘텐츠산업 분야에서는 기업 규모별 생존율, 즉 휴업과 폐업의 발생에 대한 관찰 자료와 분석 결과가 상대적으로 매우 부족한 편이다. 이는 콘텐츠산업 세부분야별로 사업체들이 융복합적 성격을 갖는 경우가 많기 때문에 발생하는 측정의 어려움에서 비롯되는 측면도 있다. 규모가 큰 사업체의 경우에는 공개가 민감한 정보이기 때문에 정확한 응답을 보고하기 어려워하는 측면이 있다. 또한, 비교적 규모가 작거나 영세한 사업체들의 수가 많아, 현실적으로 사업체들의 회계, 재무 관련 정보를 조사 응답자의 응답 결과에 의존할 수밖에 없는 한계도 크다. 실제로 규모가 작은 사업체일수록 재무, 회계 관리가 열악한 편이기 때문에, 조사 수행 단계에서보다 방법론적인 처리 방안의 개발이 더 요구되는 측면도 있다.

콘텐츠산업 각 세부산업별 중소규모 이하 사업체들을 대상으로는 특별히 사업체 대상 조사의 중요성을 홍보하고, 정확한 사업체 정보를 확보할 수 있는 방안을 마련해야할 필요성이 높다. 우선 문화체육관광부와 지방자치단체 층위부터라도, 콘텐츠산업과 관련된 정부지원사업에 지원하거나 참여한 사업체들의 정보를 조사에 활용할 수 있거나, 조사참여를 의무화하는 방안을 검토할 수 있을 것이다. 또한 현재 콘텐츠산업 세부분야별로 일부 구축되어 있으나, 분산되어 있는 정보시스템의 자료를 활용할 수 있는 방법도 검토할 가치가 있다.

제3절 콘텐츠산업 분야 통계 기반 확충

1. 콘텐츠산업 통계 자료의 정비 및 개선

콘텐츠산업 분야의 통계 자료 정비와 개선은 데이터 관련법안의 시행과 증거기반 정책수립의 가속화로, 필수적인 과제가 되었다. 최근의 데이터 관련법안들은 기존의 조사 자료를 중심으로 한 개선과 개발만을 목표로 하지 않는다. 2010년 이후 국제 포럼이나 유명 학회들을 중심으로 빠르게 확장해 온 빅데이터의 활용성 제고 연장선상에서, 정형자료와 비정형자료 간의 데이터 연계와 활용도 제고에 이른다.

국가승인통계가 표본추출 이론에 근거하여 자료의 정확성과 대표성 측면에서 장점이 있는데 비해, 빅데이터는 시의성과 생산 비용에서 측면에서 비교 우위에 있다. 데이터 관련법 개정과 시행내용들은 이러한 기존 통계 자료들과 빅데이터간의 연계 활성화를 더욱 촉진하는 방향으로 전개되고 있다.

빅데이터는 통계 자료와는 첫째, 자료의 규모(Volume), 둘째, 다양성(Variety), 셋째, 복잡성(Complexity) 측면에서 차별성을 갖는다. 기술발전에 따라 일상의 도처에 남는 거의 모든 형태의 정보가 데이터화 될 수 있다는 점에서, 자료의 규모가 방대하다. 또한 IT 기반의 로그기록, 소비기록, 위치나 SNS 활동 등과 같이 데이터의 종류가 다양하고, 비정형화된 형태라는 특징도 있다. 정형자료인 통계와 달리, 구조화되지 않은 형식도 있으며, 데이터의 관리와 처리의 복잡성이 심화되었다는 점에서도 차이가 있다.

국가승인통계와 빅데이터간의 연계가 더욱 활성화되면, 이용자들은 보다 풍부한 정보를 확보한 자료를 활용할 수 있다. 따라서 원자료 제공이 가능한 자료들에 대해서는 자료 제공 요청도 증가하게 될 것이다. 현재 국가통계 자료들 가운데, 이러한 데이터 연계를 통해 분석이 더 활발해질 것으로 기대받고 있는 분야는 조세, 보험, 의료, 부동산 등과 관련된 행정데이터 분야가 대표적이다. 그 외에도 행동이나 의견

정보를 분석할 수 있는 온라인 데이터, 추적 데이터, 상거래 데이터 등도 분석 가치가 높은 자료이다.

〈표 5-6〉 국가승인통계와 빅데이터의 특징 비교

구분	국가승인통계	빅데이터
관련성	높음	분야별 상이
정확성	높음	분야별 상이
시의성	다소 낮음	매우 높음
생산 비용	높음	비교적 낮음
응답 부담	높음	낮음
생산 목적	통계생산, 정책수립기반자료 등	특정 사업
분석 목적	모집단 추론, 정책 효율성 지원	특정 사업 목표에 부합(비즈니스 모델링 최적화)
모집단 대표성	강한 편	약한 편
정보 추가	추가 가능	통계생산 용도로는 추가적인 보완조치 필요
주요 분석기법	확률 기반 표본이론	데이터마이닝, 기계학습
수집 간격	주기적	실시간
수집 방식	대면설문, 전화, 우편, 온라인 조사	데이터 크롤링, 센서 집계
정보 제공	시계열 그래프, 도수분포표, 원자료	복잡계 인포그래픽, 시각화 툴 활용

출처: 정용찬(2011), '성과와 고객 관점의 통계품질진단 개선'
; 국가통계포럼: 국가통계의 현안과 대응(2011. 5. 26) 발표 자료의 '품질 평가 기준' 일부.
; Executive Office of the President of the United States(2007). "Strengthening Federal Statistics", 이지영(2015), 빅데이터의 국가통계 활용을 위한 기초연구- 활용 재구성

부처 간 데이터 연계가 활발해지면, 분석 측면에서는 보다 많은 정보의 실증 효과를 검토할 수 있다. 일례로 고용노동부는 한국노동연구원이 담당하는 조사 자료인 사업체 패널, 또는 노동패널 자료를 한국고용정보원이 관리하는 국가 행정데이터인 고용보험 자료와 연계하여, 연구집단과 자문위원 등을 통해 고용노동부 주요 정책의 효과 분석과 검증, 정책 수립 등에 적극 활용해 온 바 있다. 또는 고용노동부가 보유한 고용 관련 데이터와 교육부가 관리해 온 교육 관련 데이터 간의 연계도 진행되어 분석된 바 있다. 지금까지는 이러한 활동이 매우 제한적으로 일부 연구진에 한정되어 있었지만, 향후에는 이같은 시도가 양적으로 매우 증가하게 될 뿐만 아니라, 내용적 측면에서도 더욱 다양해질 가능성이 높다.

〈표 5-7〉 국가통계로 활용가능한 빅데이터

구분	내용
행정 데이터	조세, 보험, 의료, 부동산 등
행동 데이터	온라인 검색 정보 등
의견 데이터	블로그, SNS 등
상업 거래 데이터	신용카드, 온라인-모바일 상거래 등
추적 데이터	GPS, 모바일 등

출처: UNECE(2013), What does "Big Data" mean for official statistics?

이러한 경향을 고려할 때, 기존 조사 자료들의 정비와 개선은 시급한 과제이다. 특히 조사로 축적된 정보를 활용하여, 주요 정책의 효과를 실증 분석하고, 향후 정책의 수립 방향성을 정립하는 과정은 그 속도가 보다 빨라질 수 있다.

따라서 기존의 조사 자료들을 중심으로 작성내용과 형식, 양 측면에서 구조적 개선이 활발하게 진행되어야 한다. 이미 조사 자료들 뿐만 아니라, 정책영역별로 메타데이터를 구축하고, 관리해 온 부처나 기관들도 적지 않다.

콘텐츠산업 분야에서도 이러한 변화를 고려하여 통계, 데이터 정비와 관리에 속도를 내야한다. 통계 자료와 빅데이터 간의 연계 작업에는 호환성을 위한 표준화 작업과 체계적으로 정돈된 메타데이터 관리가 필수적이다. 어떤 데이터를 활용하여, 어떤 결과를 도출할 것인지에 대한 명확한 목표가 설정되어야 하기 때문이다.

2. 세부 지표 및 메타데이터 구축

콘텐츠산업은 일반적인 사회적 관심이 높은 분야일 뿐만 아니라, 트렌드에 민감한 분야이다. 기술이나 매체환경의 변화가 콘텐츠 생산 측면에 영향을 주기도 하지만, 반대로 소비 측면이 먼저 반응하여 콘텐츠 제작, 유통 등의 생산과정에 영향을 미치는 정도도 크다.

트렌드 변화 속도가 빠른 편이기 때문에 콘텐츠산업 분야에서도, 특히 기업 종사자들은 거의 실시간으로 변화치를 관찰할 수 있는 자료에 대한 수요가 높다. 대표적인 경우가 각 기업들이 내부적으로 보유한 이용자(소비자) 구매, 이탈 관련 데이터

들이다. 본 연구의 전문가 심층면접 과정에서, 콘텐츠산업 기업이나 사업체에 종사하고 있는 전문가일수록 콘텐츠산업 분야 통계자료들에 대한 활용도가 낮음을 확인하였는데, 그 원인도 이러한 환경적 변화와 관련이 깊다.

이는 콘텐츠산업 분야에서도 특정 일부 분야의 경우, 프로젝트 기반의 사업 성과가 빨리 확인되는 특성에 기인한다. 예를 들어, 게임 산업은 전체 산업을 선도하는 소수의 대규모 기업일수록 프로젝트 별 업무 수행량이 많고, 이들과 프로젝트를 통해 네트워킹하여 작업을 수행하는 중소규모 이하의 사업체들은 수행 사업의 성공여부에 따라 사업성과 뿐만 아니라 사업체의 유지여부도 빠르게 판가름날 수 있다. 이러한 특정 콘텐츠산업의 특성은 산업 생태계에 대한 보다 면밀하고 구조적인 분석을 통해 더욱 두텁게 축적되고 보고되어야 한다.

이러한 산업현실과 비교하여, 조사 자료들은 기획, 설계, 조사 실무 등의 각 단계별로 투입되는 시간이 절대적으로 필요하다. 정확한 결과를 보고하기 위해서는 자료 처리 단계에도 일정 시간이 소요된다.

산업의 변화 속도가 매우 빠른 경우에는 사업체나 종사자를 대상으로 한 조사의 작성이 매우 어려워진다. 그럼에도 불구하고, 국가승인통계를 비롯한 주요 조사들은 정확성에 더 중요도를 두고, 산업의 거시적 측면에서 장기적이고 구조적인 변화요인을 관찰하고, 분석할 수 있게 작성되도록 차별화 해야 한다. 주요 조사 자료에는 정책 검증이 가능한 내용들을 반영해야 한다는 의견도 이러한 맥락에서 발생하는 것이다.

〈표 5-8〉 콘텐츠산업 통계·데이터 작성 목적 구분

구분	주요 목표
통계 자료	정확성, 신뢰성이 높은 거시 관찰 자료, 중장기적 정책효과 관찰 및 분석 목적
속보성 지표 자료	국한된 범위, 속보성 관찰 자료, 단기 보고 및 분석 목적
메타데이터	정형자료 및 비정형자료 간 연계 활용성을 높이기 위한 아카이빙 목적

콘텐츠산업의 변화를 가능한 한 빠른 속도로 관찰한 자료에 대한 이용자들의 요구를 충족시키기 위해서는 조사와 독립적인 별도의 지표 개발이 보다 효과적일 것이다. 앞서 예시 사례와 같은 게임산업 뿐만 아니라, 특정 소수의 대규모 사업체가

해당 산업에서 차지하는 존재감이 높은 콘텐츠산업군에서는 사업 수행성과가 좋은 상위 사업체들을 일정정도 선별하여, 속보성 지표를 개발할 수 있을 것이다. 다만, 정보의 확보 가능성과 지표 개발의 목적이 분명해야 할 것이다.

음악산업과 같이 콘텐츠 생산의 기본단위로서 음원이라는 품목의 변화가 빠르고, 중요한 산업에서는 메타데이터를 구축할 가치도 있다. 예를 들어, 음악산업을 구성하는 사업체와 직무구조 분석 내용을 기반으로, 음원 콘텐츠 관련 정보들을 수집한다면, 음악산업계 종사자들에게는 사업 실무단계에서 가공 자료로 활용될 가능성도 있을 것이다. 어떤 사업체가 주로 어떤 장르의 음악을 제작하며, 어떤 아티스트나, 몇 명의 종사자들과 네트워크를 형성하고 있는지, 또는 사업체의 생성 시기와 소멸 시기 등에 이르는 정보를 축적하여, 음악산업 지형에서 발생한 변화상을 분석할 가치가 있기 때문이다.

이러한 메타데이터 구축에 대한 요구는 향후 계속 증가할 것으로 전망된다. 따라서 콘텐츠산업 세부분야별로 어떤 구조와 내용의 메타데이터를 수집하는 것이 산업계의 활용도를 높일 수 있을 것인지에 대한 논의와 연구도 진행되어야 할 것이다.

3. 콘텐츠산업 분야 정보시스템 구축

본 연구에서는 콘텐츠산업 분야 통계 자료를 중심으로, 이용자의 활용도 관점에서 전문가 의견을 풍부하게 수렴하고자 하였다. 그 결과, 콘텐츠산업 분야의 통계 자료들은 첫째, 자료 간 이질적인 결과가 보고되는 경우가 많아 신뢰도가 낮으며, 둘째, 이로 인해 활용도 또한 낮아지는 결과로 이어지는 것으로 나타났다. 셋째, 콘텐츠산업의 특성상 세부산업의 변화속도가 매우 빠른 경우에는 통계 자료의 활용이 효과적이지 않다고 인식하여, 이 또한 콘텐츠산업 분야 통계 자료의 활용성을 떨어뜨리는 주요 요인이 되고 있음을 확인하였다.

데이터 관련법 개정과 시행에 따라, 통계 자료에 대한 이용자들의 요구 수준이 점점 높아지고, 요구 내용 또한 다양해지면, 이용자들이 직접 자료를 가공하여 새로운 분석이나 사업 개발로 발전시킬 수 있는 가능성도 함께 높아질 것이다. 따라서 콘텐츠산업 분야 통계 자료의 활용도를 높이고, 보다 세밀한 분석을 지원하기 위해

서도 우선적으로는 기존 통계 자료들을 대상으로, 원자료부터 심층분석 결과에 이르는 전단계 서비스를 제공하는 시스템 구축이 효과적일 수 있다.

콘텐츠산업 분야에 특화된 정보시스템을 통해서는 다양한 형태의 정형, 비정형자료를 총괄적으로 아카이빙하는 것이 중요하다. 이 때문에, 콘텐츠산업에서 이미 세부 분야별로 운영중인 시스템 간의 네트워크를 강화하여, 분산된 정보를 종합적으로 수집, 관리, 제공할 수 있도록 정비를 검토하는 것도 한가지 방안이 될 것이다.

동시에 일원화된 콘텐츠산업 정보시스템을 통해, 콘텐츠산업에 대한 연구, 분석에 관심이 많은 이용자들의 관심사 또한 체계적으로 관찰 가능하도록 해야 한다. 본 연구에서 통계 및 데이터 시스템 구축 사업에 속도를 낸 선행사례들에서 확인할 수 있었듯이, 특정 분야에 관심이 많은 사람들의 관심 주제와 검색 기록들을 활용하여, 다시 이용자들의 만족도와 편의성을 증대시킬 수 있기 때문이다. 무엇보다, 보다 더 나은 자료의 개발과 연구 진행으로 선순환 할 수 있다는 측면에서도 매우 효과적이다.

콘텐츠산업은 데이터 기반의 서비스와도 연관성이 매우 높은 분야다. 이러한 사회적, 산업적 현실을 고려할 때, 콘텐츠산업 분야의 통계는 기존의 자료를 구조적으로 정비하고, 개선하여, 증거기반의 정책수립을 위한 실증 분석 활용도를 높이겠다는 목적을 보다 분명히 해야할 필요성이 높다. 앞서 전문가 자문 분석 결과에서 확인하였듯이, 콘텐츠산업계는 각 기업이나 사업체가 보유한 데이터를 활용하여 경영에 직접적으로 피드백을 제공하거나, 특정기업에 특화된 데이터를 통해 이윤창출 단계로도 직결하는 등의 분석을 이미 많이 진행하고 있다.

콘텐츠산업 분야의 이러한 현실에서, 국가 통계와 데이터가 갖춘 각각의 강점과 본연의 역할에 더 충실해야할 필요가 있다. 다만, 이제는 다양한 종류의 데이터 간에 연계 작업이 활발해지는 추세이므로, 이용자들이 보다 더 편리하게 콘텐츠산업에 대한 종합적이고 차별성있는 정보를 활용할 수 있도록 기존 자료의 질적 개선과 동시에 시스템 차원에서의 서비스 제공도 병행해야 할 것이다.

제6장

결론

제1절 연구요약 및 시사점

본 연구는 콘텐츠산업 분야에서 생산되는 통계 자료들의 현황을 점검하고, 궁극적으로 이용자 친화적인 통계 자료의 생산과 활용도 제고를 위한 방안을 도출하고자 하였다. 이를 위해 보다 효율적인 자료의 생산과 관리 체계를 구축하는데 필요한 내용을 제시하고자 하였다.

첫 단계에서는 콘텐츠산업 분야에서 생산되는 통계 현황을 주요 자료를 중심으로 검토하였다. 콘텐츠산업은 표준분류체계와 구별되는 특수분류체계를 기반으로 작성된다. 이로 인해 국내·외, 지역간에도 콘텐츠산업에 대한 다양한 정의와 범주가 설정됨으로써, 산업에 대한 다양한 관점이 통계에 반영되고 있다.

현재 국내 콘텐츠산업 통계 자료는 사업체 조사 자료의 생산 비중이 높은 편이다. 사업체 조사는 산업 구조를 이해하고, 분석하는데 그 중요도가 가장 높은 자료라 할 수 있다. 또한 종사자(인력), 이용자(소비자), 나아가 관련 품목 등을 조사대상의 기본단위로 설정할 때도 자료 생산의 기준 정보를 제공한다는 측면에서 중요도가 매우 높다고 할 수 있다. 이 과정에서, 현재 콘텐츠산업 분야에서는 사업체 대상의 국가승인통계 2종과 비교하여, 매우 다양한 비승인 실태조사 자료가 생산되고 있다.

콘텐츠산업 분야의 통계 생산 과정에서는 분류체계의 혼용, 모집단 설정의 차이, 국가승인통계 내에 검증 단계가 생략된 비승인 통계자료의 인용 등의 한계가 있음을 확인하였다. 국가승인통계 자료가 상대적으로 적은데 비해, 일정 내용의 검증이나 관리를 거치지 않은 비승인 자료가 급격하게 늘어나는 추세가 지속되면, 결과적으로는 통계 자료를 이용하는 측면에서는 결과에 대한 상대 비교가 어려워지고, 통계에 대한 신뢰도를 해칠 수 있다. 뿐만 아니라, 통계 자료의 최초 목적과 달리 자료의 오남용 가능성도 배제할 수 없다.

두 번째 단계에서는 이러한 현황을 고려하여, 콘텐츠산업 분야의 통계 개선을 위

해 자료를 생산하고 관리하는 제도와 조직적 정비가 필요하다는 점에 주목하였다. 결국 통계 자료의 생산 목적은 이용자 측면에서 신뢰도가 높은 자료의 활용도 제고에 있다. 이러한 통계의 목적과 역할을 위해서도 현실적으로 자료의 생산 및 관리 단계에서의 체계화가 중요하다는 점을 강조하였다.

통계 생산 단계와 관리 단계를 명확하게 구분하는데는 현실적인 어려움이 따른다. 다만, 제도적 차원에서 통계 자료의 생산 구조에 따라, 통계 조정 제도로서 분산형 체계와 집중형 체계로 구별하고 있음을 참고하였다. 이를 기준으로, 정보통신, 고용노동, 보건복지 분야와 같은 타 분야의 통계 체계 사례를 비교 분석하였다. 이를 통해, 현재 콘텐츠산업 분야에서는 통계 자료를 생산하고 관리하는 기관들 간의 체계가 안정적으로 구축되지 못한 편임을 심층적으로 살펴보았다.

세 번째 단계로, 콘텐츠산업 분야 통계의 활용 측면에서 이용자들이 필요로 하는 개선 내용을 확인하고자 하였다. 이 과정에서, 통계 자료의 생산과 관리 단계에서 확인되는 한계점들을 이용자들이 체감하는 점도 나타났다. 앞서 콘텐츠산업 분야의 주요 통계 자료를 검토한 단계에서 발견한 점들과 매우 밀접한 내용으로 연결되었다.

전문가 자문을 통해 확인한 주요 결과로서, 현재 콘텐츠산업 분야 통계 자료는 전반적으로 활용도가 낮은 상태에 있음을 확인하였다. 공공기관에 종사하는 전문가들을 상대적으로 사업검토나 정책수립을 목적으로 관련 통계 자료를 활용하는 편이었으나, 학계나 산업계 전문가들을 활용도가 매우 낮은 상태였다.

콘텐츠산업 분야 통계 자료의 활용도가 낮은 주요 원인으로 원자료 접근이 원활하지 않다는 의견이 많았다. 통계 원자료는 단순 기술보고 결과를 넘어, 보다 심층적인 분석과정에 활용됨으로써 현실적으로 주목가치가 높은 문제점을 발견하거나, 문제의 여부 또는 효과를 검증하는데 필수적이다. 전문가들은 현재 콘텐츠산업 분야에서 국가승인통계 자료가 절대적으로 부족한 상황에서, 정책 내용을 중심으로 실증 분석과 검토에 활용할 수 있는 통계 원자료 제공이 필요함을 강조하였다. 특히 데이터 연계 분석이 활발한 산업계는 원자료 뿐만 아니라, 연계에 활용할 수 있는 메타데이터 구축의 요청도 많은 편임을 확인하였다.

제2절 정책 제언

콘텐츠산업 분야 통계 이용자들의 활용도를 제고하기 위해서도, 이러한 일련의 분석 과정에서 발견된 내용을 보다 체계적으로 해결하기 위한 방안이 필요하다. 본 연구에서는 콘텐츠산업 분야 통계의 개선과 발전을 위해, 다음과 같은 방안을 도출하였다.

첫째, 현재 콘텐츠산업 분야의 통계 자료들을 대상으로, 조정 기능을 강화한 관리 체계 구축의 필요성을 제기하였다. 통계 이용자들이 콘텐츠산업 분야의 통계 자료들을 활용할 때 자료 간 상대 비교를 어렵게 하는 주요 원인들을 관리하기 위한 필요성과도 연계되는 지점이다. 이를 위하여 구체적으로 콘텐츠산업 통계협의회의 설치를 제안하였다. 산업에 대한 다양한 관찰이 지속되려면 현재와 같이 다양한 기관에서 분산형 체계로 통계 자료를 생산하는 것은 일견 바람직한 구조로 볼 수 있다. 그러나 자료 간 중복이나 조사기준의 관리 미비로 인해, 이용자들의 혼란을 가중시키는 결과가 계속 증가한다면, 결국 통계의 신뢰도와 활용도를 모두 해칠 수 있다. 따라서 이를 관리할 수 있는 규정을 추가적으로 마련하여, 통계를 조직적, 제도적 차원에서 정비할 수 있도록 해야 한다.

둘째, 콘텐츠산업 분야 통계 생산체계, 즉 조사체계를 개선해야할 필요성이 높다. 이 과정에서는 구체적으로 분류체계를 현실화하고, 표준화하는 개선 작업이 필요하다. 또한 모집단 설정의 차이를 직관적으로 이해하기 어렵게 만드는 점을 해결하기 위해, 콘텐츠산업 모집단을 일괄적으로 관리할 수 있는 전문기관의 역할도 중요하다. 현재 콘텐츠산업 분야에서는 국가승인통계 자료 내에 검증 단계를 거치지 않은 비승인 자료를 인용하는 경우가 많은데, 조사체계에서 이러한 점을 개선함으로써, 장기적으로는 안정적인 관찰이 가능한 세부산업별 부가조사를 추가 개발하는 방향으로 진행되어야 한다.

셋째, 최근 제도적, 사회적 환경이 변화하는 가운데 통계와 관련해서는 데이터 관련법안이 시행되고 있음을 고려할 필요성이 높다. 통계 자료는 비정형 데이터와 달리 대표성을 갖추고, 특정한 관찰 대상을 중심으로 안정적인 효과 검증이 가능하다는 강점이 있다. 통계, 데이터 관련 환경이 변화하더라도 이러한 강점을 잘 발휘하기 위해 통계 기반을 점검해야 한다.

결과적으로 통계 관리체계의 구축이나 생산체계의 개선, 통계 기반의 확충은 이용자들에게 보다 효용성이 높은 통계 자료와 정보를 제공하기 위함이다. 또한 통계의 폭넓은 활용이 콘텐츠산업의 지속적인 성장과 발전을 위한 맞춤형 정책 개발을 제고한다. 국내·외 증거기반 정책 수립에 대한 공감대가 형성된 것은 환영할 일이나, 그 핵심자료로서 통계의 개선과 기반 구축에 더 많은 지원이 필요함을 강조한다.

참고문헌

- 과학기술정보통신부(2019), 「2019년 방송산업실태조사」.
- 과학기술정보통신부(2019), 「2019 데이터산업현황조사」.
- 과학기술정보통신부(구 미래창조과학부, 2016), ICT 통계조사 개선방안 보도자료, http://www.korea.kr/common/download.do?fileId=184261438&tblKey=GMN
- 김황대(2007), 「통계조정제도의 사례연구」, 통계개발원.
- 나성현·정용찬·주재욱·정혁·정현준·고동환·김경훈·유선실·정부연·김욱준·진흥윤·이선희·신우철·박선영·최지혜·박선우(2016), 「ICT 통계 발전전략 수립」, 미래창조과학부·정보통신정책연구원.
- 노준석(2013), 세계 창조산업 개념과 범위 고찰, 「케이콘텐츠」, 2013-7·8, pp.18-26, 한국콘텐츠진흥원.
- 문화체육관광부(2020), 문화체육관광부 국가통계 현황.
- 문화체육관광부(2020), 「2019 콘텐츠산업통계조사」.
- 문화체육관광부(2019), 「2019 광고산업조사」.
- 문화체육관광부(2018), 「콘텐츠산업조사통계정보보고서」.
- 문화체육관광부(2019), 「2018 콘텐츠산업통계조사」.
- 문화체육관광부(2018), 「2017 콘텐츠산업통계조사」.
- 문화체육관광부(2017), 「2016 콘텐츠산업통계조사」.
- 문화체육관광부(2016), 「2015 콘텐츠산업통계조사」.
- 문화체육관광부(2011), 「한국저작권산업 특수분류」.
- 문화체육관광부(2010), 「OECD 주요국가의 콘텐츠산업 및 정책현황 비교」.
- 문화체육관광부(2009), 「문화산업통계 개선방안 연구 – 콘텐츠산업 통계조사 매뉴얼」.
- 박근화, 이충희, 윤소영(2016), 「국가 통계 정책 변화에 따른 문화체육관광 통계 개선 방안 연구」, 한국문화관광연구원.
- 법제처(2020), 과학기술정보통신부 정보통신·방송통계 관리규정(2017년 제정).
- 법제처(2012), 콘텐츠산업진흥법.

- 법제처(2012), 문화산업진흥기본법.
- 영화진흥위원회(2018), 「2018년 한국영화산업실태조사」.
- 오미애·최현수·박민규·권성훈·진재현·천미경·김솔휘(2016), 「2016년 보건복지통계정보 통합 관리 및 운영」, 한국보건사회연구원.
- 유홍림·전명식(2008), 국가통계기관의 통계조정방법, 「통계연구」, 13(1), 통계개발원.
- 윤국원(2018), 「2018년 지역콘텐츠 정책연구」, 한국콘텐츠진흥원.
- 이경미·강대오(2012), 「저작권 산업과 콘텐츠 산업의 특성과 범위에 관한 연구」, 한국저작권위원회.
- 이원태·권헌영·유선실(2018), 「통계 생산체계 혁신을 위한 법제도 개선방안 연구」, 진한엠앤비.
- 이재형(2004), 「국가통계시스템 발전방안」, 한국개발연구원.
- 이재형(1997), 「국가통계발전계획」, 한국개발연구원.
- 이충희·김수경(2018), 「문화·관광 통계관리체계 개선에 관한 연구」, 한국문화관광연구원.
- 이현우·조영기·이윤진·김명진(2017), 콘텐츠산업의 경제적 가치 측정과 신규 통계지표 개발 방안, 「코카포커스」, 17(1), pp. 3-27, 한국콘텐츠진흥원.
- 정보통신정책연구원(2020), 조직도 검색 결과, https://www.kisdi.re.kr/kisdi/jsp/fp/kr/about/KK_84315.jsp?dcode=20C1
- 정용찬·박민규·오윤석·안지선·윤상영(2018), 「기술발달에 따른 통계 생산 및 이용 활성화 방안 연구」, 진한엠앤비
- 정용찬·이원태·정혁·김윤화·유선실·정부연·오윤석·박민규·권헌영·오형나(2018), 「조사환경 변화에 대응한 ICT 통계 생산체계 혁신 방안 연구」, 진한엠앤비.
- 정보통신산업진흥원(2019), 「2019년 사물인터넷산업 실태조사」.
- 정현준·임순옥(2010), ICT 및 콘텐츠 미디어 통계 분류체계 현황 및 시사점, 「방송통신정책」, 21(16), pp. 1-26, 정보통신정책연구원.
- 최계영·정현준·정용찬·정혁·신지형·고동환·남충현·나성현·김경훈·유선실·정부연·김욱준·이선희·신우철·노희윤·오윤석·최지혜·김상우·박선영·진홍윤(2017), 「ICT 통계체계 기획 및 개선방안 연구」, 과학기술정보통신부·정보통신정책연구원.
- 통계분류포털(2020), 콘텐츠산업분류, http://kssc.kostat.go.kr/ksscNew_web/kssc/main/main.do?gubun=1&pageChk=Y#
- 통계청(2020), 콘텐츠산업 특수분류체계.

- 통계청(2020), 국가승인통계 작성기관별 현황, http://www.narastat.kr/pms/pub/scs/css/selectConfmStatsStatusInstt.do
- 통계청(2020), 국가통계제도, https://kosis.kr/serviceInfo/statisInstitution.do
- 통계청(2019), 「2019년 자체통계품질진단 매뉴얼」.
- 통계청(2019), 「콘텐츠산업 특수분류 산업분류 연계표 정비 결과」.
- 통계청(2018), 「콘텐츠산업조사 2018년 정기통계품질진단결과」.
- 통계청(2015), 「통계조정업무 매뉴얼」.
- 통계청(2014), 「2014 경제발전경험모듈화사업: 국가통계시스템구축」.
- 통계청(2010), 콘텐츠산업 특수분류 제정 개요.
- 한국노동연구원(2020), 2020년 사업체패널 8차 조사(WPS2019) 업무추진도 내부자료.
- 한국노동연구원(2020), 사업체패널 통합설문지.
- 한국노동연구원(2020), 조직도 검색 결과, https://www.kli.re.kr/kli/selectDeptList.do?key=332&deptCode=24000&upperDeptCode=0
- 한국문화관광연구원(2018), 2017년 기준 문화체육관광 산업통계.
- 한국보건사회연구원(2020), 조직도 검색 결과, https://www.kihasa.re.kr/web/introduction/organization/chart.do?menuId=10&tid=53&bid=-1
- 한국출판문화산업진흥원(2019), 「2018 출판산업실태조사」.
- 한국인터넷진흥원(2013), 「모바일광고 산업통계 조사」.
- 한국저작권위원회(2019), 「2019 저작권 통계」.
- 한국콘텐츠진흥원(2019), 「2019 방송프로그램 외주제작거래 실태조사」.
- 한국콘텐츠진흥원(2019), 「2019 웹툰사업체실태조사」.
- 한국콘텐츠진흥원(2019), 「2019년 상반기 콘텐츠 산업 동향분석보고서」.
- 한국콘텐츠진흥원(2018), 「2017년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서」.
- 한국콘텐츠진흥원(2017), 「2017 해외콘텐츠시장 동향조사」.
- 한근식·김도진·윤석민(2014), 「콘텐츠산업 지역통계 및 연관통계 비교분석 연구」, 한국콘텐츠진흥원.
- 홍종배(2014), 「방송통신콘텐츠산업 통계의 문제점 및 개선 방안」, 정보통신정책연구원.

- Department for Culture Media & Sport(2014), Creative Industries Economic Estimates, Office National Statistics.
- Executive Office of the President of the United States(2017), North American Industry Classfication System.
- Groves, R.M., Fowler, F., Couper, M., Singer, E., and Tourangeau, R. (2009). Survey Methodology (2nd ed.). New York: Wiley.
- OECD(2011), OECD Guide to measuring the Information Society, 2011.
- OECD(2009), OECD Guide to measuring the Information Society, 2009.
- UNESCO(2009), The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics.
- United Nations. Statistical Division(2008), International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC) (No. 4). United Nations Publications.

ABSTRACT

Establishing Statistical System in Cultural Content Industry and its Development Plans

The cultural content industry aims to develop various, user-friendly statistics. To do so, this study examines the production and utilization of major statistical data generated in the cultural content industry.

With a wide array of definitions and categories, statistical data in this industry is generated between different countries as well as local regions. As for national statistical data endorsed by the Korean government, Ministry of Culture, Sports, and Tourism of the Republic of Korea, two business statistical surveys are currently in progress: Study on Cultural Content Industry and Study on Advertising Industry.

A demand is growing for statistical data in various tiers such as workers, users, and items amongst those who use statistical data in the cultural industry. In order to develop various statistical data, it is seminal to establish an organization in which only verified statistics, notably national statistical data endorsed by the government, can be produced and managed in a reliable manner.

This study proposes a plan to build a statistical system with reinforced adjustment and management in order to increase diversity in production of statistical data in the cultural content industry. Moreover, not only for the development of statistics but also for its improvement, this paper touches upon increasing needs to revamp the management and production system of statics in the cultural content industry as well as to expand relevant human resources and budget.

Keywords

Statistics in the Cultural Content Industry, Statistical System,
Development of Statistics

부록

〈부표 1〉 콘텐츠산업 국가승인통계 조사항목 비교

구분	콘텐츠산업조사	광고산업통계	방송산업실태조사
조사항목	사업체명	사업체명	
	홈페이지 주소	홈페이지 주소	홈페이지 주소
	대표자 성명	대표자 성명	대표자 성명
	대표자 성별	대표자 성별	
	대표자 연령	대표자 연령	
	사업체 주소		사업체 주소
	창설연월	창설연월	창설연월
	사업자 등록번호	사업자 등록번호	
	전화번호	전화번호	
	FAX번호		
	기업형태	기업형태	기업형태
	벤처기업 여부	벤처기업 여부	
	사업체 구분	사업체 구분	
	회계연도 결산월	회계연도 결산월	
	자본금	자본금	자본금
			최대출자자
		업종등록현황	
	연간 총 매출액	연간 총 매출액	연간 총 매출액
		총 영업비용	
		인건비	
		복리후생비	
		세금/공과금	
		감가상각비	
		대손상각비	
		외주용역비	
		기타 영업비용	
		영업이익	
	업종별 매출액 비중	업종별 매출액 비중	
		세부 업부 분야별 취급액	
		분야별 령균 수수료 비중	
		광고주(거래처) 현황	
			매출 구성 내역
	재무제표 작성여부	재무제표 작성여부	
			요약 손익과 재무 현황
	콘텐츠 제작건수		
	콘텐츠 제작비용		

구분	콘텐츠산업조사	광고산업통계	방송산업실태조사
조사항목	연간 총 종사자 수		
			매체별 사업자 수
	업종별 종사자 수 비중		
	고용형태별 종사자 수	고용형태별 종사자 수	
			매체별 종사자 수
	성별 종사자 수	성별 종사자 수	성별 종사자 수
	연령별 종사자 수	연령별 종사자 수	
	학력별 종사자 수	학력별 종사자 수	
	직무별 종사자 수	직무별 종사자 수	
		외국인 직무별 종사자 수	
		전년도 채용규모	
		향후 인력운영 계획	
	연간 총 수출입액		
	업종별 수출입액 비중		
	권역별 업종별 수출입액 비중		
	업종별 해외진출 형태		
	업종별 해외진출 경로		
		해외 거래유형별 거래국가	
		해외 거래건수	
		해외 취급액	
		해외 취급액 변동	
		해외 취급액 증가/감소율	
		광고경기 체감도	
			플랫폼별 가입자 현황
			채널 운영현황
			부가서비스 운영현황
			제작비
			프로그램 판매와 구매
			수출입
			공동제작 현황
			방송시간
			제작원별·방송유형별 편성현황
			MPP, MSO, MSP 현황
			특수관계 현황
			아날로그 보유 시설
			지지털 보유 시설
			시설장비 투자 현황

주: 공통문항 음영처리

〈부표 2〉 콘텐츠산업 주요 실태조사 조사항목 비교

구분	출판산업실태조사	웹툰사업체실태조사	한국영화산업실태조사
조사항목	사업체명		사업체명
	소재지		
	설립년도		설립년도
	회사 형태		회사형태
	주력 분야	사업 분야	
	종사자 현황	종사자 수 현황	종사자현황
	매출액	매출액	매출액
	매출액 비중	매출액 중 웹툰 관련 비중	
	출판산업 분야별 경기체감도		
	출판산업 분야별 경기전망		
	출판산업의 역할과 사회적 기여도 인식		
	발행현황		
	거래현황		
	마케팅 현황		
	환경변화에 따른 대응		
	출판사 근로환경 관련 의견		
	거래처 및 고객 현황		
	매입 및 반품 현황		
	전자책 제작 및 서비스 현황		
		인력 충원 경로	
		매출 구분별 매출액 비중	
		2차 저작권 분야별 비중	
		지출비용(영업비용) 중 작가 원고료 비중	
		작품 현황	
		작가 현황	
		해외현지 법인 보유 여부	
		해외진출 현황	
		수출 규모	
		국가별 수출액 비중	
		수출방법별 비중	
		수출형태별 비중	
		수입 규모	
		국가별 수입액 비중	

구분	출판산업실태조사	웹툰사업체실태조사	한국영화산업실태조사
조사항목		수입형태별 비중	
		해외 비즈니스 시 가장 필요한 것	
		웹툰 사업 추진 시 겪는 어려움	
		개선 필요 사항 등	
		만화분야 표준계약서 인지여부	
		만화분야 표준계약서 활용여부	
		만화분야 표준계약서 활용하지 않는 이유	
			사업자등록번호
			매출 원가
			판매비
			관리비
			납부 부가가치세액
			영업이익
			영업비용
			경상이익
			당기순이익
			국제공동제작 실적 여부
			영화 편수
			순제작비
			장르별 제작 영화 편수
			제작 완성도별 제작 영화 편수

주: 공통문항 음영처리

• 조사방법론을 활용한 최근 5년간(2015~2019년)의 연구를 수집한 결과, 문화관광체육부 산하기관 9개, 과학기술통신부 산하기관 23개, 산업통상자원부 산하기관 1개, 중소벤처기업부 산하기관 1개, 고용노동부 산하기관이 5개, 기타 기관들이 4개, 기타기관들로는 한국방송광고진흥공사, 한국만화영상진흥원, 소프트웨어정책연구소, 한국가상증강현실산업협회에서 진행한 실태조사들이 확인되었음.

〈부표 3〉 문화체육관광부 콘텐츠산업 분야 조사대상별 실태조사(2015~2019년)

(단위: 건)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	합계
사업체	10	25	31	29	26	121
종사자	3	1	1	6	8	19
이용자	3	4	4	6	14	31

주: 1개의 조사에서 2개 이상의 조사대상에 대한 실태조사를 진행한 경우, 조사대상 기준으로 산정하였음.
출처: 나라장터(www.g2b.go.kr)에서 확인가능한 2015-2019년 보고서 재구성.

〈부표 4〉 문화체육관광부 콘텐츠산업 분야별 실태조사(2015~2019년)

(단위: 건)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	합계
게임	8	17	22	25	28	100
만화	7	14	16	24	13	74
애니메이션	8	13	17	20	13	71
영화	6	13	16	20	12	67
방송	6	13	16	20	12	67
광고	6	13	16	20	12	67
음악	6	12	16	19	13	66
지식정보	5	13	16	20	11	65
캐릭터	6	11	16	19	11	63
출판	5	11	15	20	11	62
콘텐츠솔루션	5	11	15	19	11	61

주1: 장르별 실태조사 누적 수가 높은 순위에 따라 재정렬.
주2: 1개의 조사에서 2개 이상의 조사대상에 대한 실태조사를 진행한 경우, 조사대상 기준 산정.
출처: 나라장터(www.g2b.go.kr)에서 확인가능한 2015-2019년 보고서 재구성.

〈부표 5〉 유관기관 콘텐츠산업 분야 조사대상별 실태조사(2015~2019년)

(단위: 건)

구분	실태조사
사업체	34
종사자	6
이용자	3

주: 1개의 조사에서 2개 이상의 조사대상에 대한 실태조사를 진행한 경우, 조사대상 기준 산정하였음.
출처: 각 기관별 사이트에서 재구성.

〈부표 6〉 유관기관 콘텐츠산업 분야별 실태조사(2015~2019년)

(단위: 건)

구분	실태조사
지식정보	23
방송	19
게임	15
출판	8
영화	5
광고	4
음악	4
만화	3
애니메이션	3
콘텐츠솔루션	3
캐릭터	2

주1: 분야별 실태조사 누적 수가 높은 순위에 따라 재정렬.
주: 1개의 조사에서 2개 이상의 조사대상에 대한 실태조사를 진행한 경우, 조사대상 기준 산정하였음.
출처: 각 기관별 사이트에서 재구성.

집필내역

연구책임

김소연 한국문화관광연구원 연구원: 연구총괄, 제1장~제6장

공동연구

박찬욱 한국문화관광연구원 연구위원: 제2장 1절

송정연 한국문화관광연구원 주임전문원: 제2장 2절, 제4장

강혜승 한국문화관광연구원 위촉연구원: 제2장 1절, 2절, 제4장

콘텐츠산업 분야 통계 체계구축 및 발전방안 연구

발행인 김 대 관

발행처 한국문화관광연구원
서울시 강서구 금낭화로 154
전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880
http://www.kcti.re.kr

인쇄일 2020년 11월 24일

발행일 2020년 11월 24일

인쇄인 (사)한국장애인이워크협회 일자리사업장

ISBN 978-89-6035-835-5 93300

DOI https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2020.e27

www.kcti.re.kr

Establishing Statistical System in Cultural Content Industry and its Development Plans

아래의 DOI 또는 QR코드를 통해
이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.
https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2020.e27

Kim Soyeon

서울특별시 강서구 금낭화로 154 **전화** 02-2669-9800 **팩스** 02-2669-9880

93300
ISBN 978-89-6035-835-5