2021
대중문화예술산업 실태조사

2021

KOCCA 21-28

2021
대중문화예술산업 실태조사

KOCCA 21-28

본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “2021 대중문화예술산업 실태조사” 연구의 결과보고서로 제출합니다.

2021년 11월 12일

연구기관 : 한국기업데이터(주)
연구책임자 : 이은숙 팀장

일 러 두 기

1. 본 보고서는 2015년부터 격년 주기로 시행되는 “대중문화예술산업 실태조사”의 2021년 조사 결과를 집계·분석한 것임

2. 본 조사는 대중문화예술산업 사업체(기획업/제작업)와 대중문화예술산업 종사자(대중문화예술인/제작스태프)로 조사대상을 구분하여 진행함

사업체	기획업	- 「대중문화예술산업발전법」시행(2014.7)에 따라 ‘대중문화예술산업기획업’에 등록한 모든 사업체(2020월 12월 31일 등록기준)
	제작업	- 대중문화예술제작물(방송영상물·영화·비디오물·공연물·음반·음악파일·음악영상물·음악 영상파일 등)을 제작하는 모든 사업체 (2021년 설립업체 제외)
종사자	대중문화예술인	- 연기자, 코미디언, 성우, 뮤지컬 배우, 연주자, 가수, 댄서, 모델, 공연예술가 등
	대중문화예술 제작스태프	- 기획, 촬영, 미술, 음향, 편집, 보조연기자 등

※ 기획업과 제작업을 동시에 영위하는 경우, 대중문화예술산업 기획업의 등록업체는 기획업으로, 그렇지 않은 업체는 제작업으로 구분함

3. 사업체는 4,610개 모집단 전수조사를 목표로 진행하였으며, 응답자 편의를 위해 면접조사, 전화조사, Fax/E-mail조사를 병행함

4. 종사자는 정량조사와 정성조사를 나누어 진행하였으며, 방식은 면접조사로 함

5. 사업체의 경우 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 항목별 합계 수치에 미세한 차이가 있을 수 있음

5. 매출액, 직원 수 등의 항목은 콜덱 대체 등을 통해 값을 모두 입력하였기 때문에 가중치를 부여하지 않음

6. 통계표 중 사용된 부호의 의미는 다음과 같음
   [-] : ‘해당 숫자 없음’ 또는 ‘의미 없음’을 의미
   [0.0] : 단위 미만(0 값 포함)임

7. 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(http://www.kocca.kr)에 게재하고 있음

목 차

■ 요약 ····· 1

제1장 조사 개요 ····· 17

제1절 조사 목적 및 범위 ····· 19
제2절 조사 설계 ····· 25
제3절 조사 내용 ····· 32
제4절 자료 처리 방법 ····· 36
제5절 사업 수행 절차 ····· 46
제6절 사업체 및 종사자 응답자 특성표 ····· 49

제2장 사업체 조사 결과 ····· 53

제1절 대중문화예술산업 매출 규모
1. 전체 매출액 규모 ····· 55
2. 분야별 매출 규모 ····· 56
 가. 기획업 ····· 56
 나. 제작업 ····· 60
3. 세부분야 매출 비중 ····· 63
 가. 기획업 ····· 63
 나. 제작업 ····· 65

제2절 기획업
1. 세부 인력 현황 ····· 67
 가. 대중문화예술인 현황 ····· 67
 나. 청소년연예인(만 19세 미만) 현황 ····· 73
 다. 소속 연습생 현황 ····· 85
 라. 소속직원 현황 ····· 99
2. 사업 현황 ····· 103
 가. 활동 및 매출 규모 ····· 103
 나. 해외 진출 현황 ····· 110
3. 코로나19 관련 사항 ····· 113
4. 표준계약서 활용 현황 ····· 122
 가. 대중문화예술인 및 소속 연습생의 표준계약서 활용 현황 · 122
 나. 소속직원의 표준계약서 활용 현황 ····· 130

5. 주 52시간 근무제 시행 ····· 132
가. 주 52시간 근무제 시행 여부 ····· 132
나. 주 52시간 근무제 미도입 이유 ····· 133
6. 기타 사항 ····· 134
가. 성희롱·성폭력 예방교육 ····· 134
나. 국내 대중문화예술산업 평가 ····· 136
다. 정부 지원사항 ····· 139
라. 기타 ····· 141

제3절 제작업
1. 세부 인력 현황 ····· 145
가. 소속직원 현황 ····· 145
나. 프리랜서 현황 ····· 147
다. 구인경로 및 신규 직원 채용 시 평가 요소 ····· 149
2. 사업 현황 ····· 154
가. 매출 규모 및 제작 건수 ····· 154
나. 해외 진출 현황 ····· 161
3. 코로나19 관련 사항 ····· 164
4. 표준계약서 및 주 52시간 근무제 ····· 172
가. 표준계약서 활용 현황 ····· 172
나. 주 52시간 근무제 시행 ····· 175
5. 기타 사항 ····· 177
가. 청소년 대중문화예술인 활동시간 관련 ····· 177
나. 성희롱·성폭력 예방교육 ····· 180
다. 국내 대중문화예술산업 평가 ····· 182
라. 가입단체 현황 ····· 185

제3장 종사자 조사 결과 ····· 187

제1절 대중문화예술인
1. 대중문화예술 활동 사항 ····· 190
가. 대중문화예술 활동 분야 ····· 190
나. 대중문화예술 교육 ····· 193
다. 전업예술인 여부 ····· 198
라. 소득 현황 ····· 200
마. 대중문화예술 활동 만족도 ····· 204
2. 대중문화예술인 계약 및 4대보험 가입 현황 ····· 210
가. 계약 현황 ····· 210
나. 4대보험 가입 현황 ····· 217
3. 코로나19 관련 사항 ····· 222

4. 기타 사항 ····· 229
가. 최근 3년 내 법적 분쟁 및 신고 경험 ····· 229
나. 기타 애로 사항 및 개선을 위한 의견 ····· 230
다. 코로나19로 인한 정부지원 사항 ····· 231

제2절 대중문화예술 제작스태프

1. 대중문화예술 관련 직업 활동 ····· 233
가. 직업 활동 ····· 233
나. 소득 현황 ····· 238
2. 고용환경 및 근로환경 ····· 240
가. 고용 및 계약 현황 ····· 240
나. 근로환경 ····· 250
3. 경력 관리 ····· 261
가. 경력 관리 ····· 261
나. 직업 변경 관련 ····· 264
4. 코로나19 관련 사항 ····· 266
가. 코로나19로 인한 변화 및 대응 현황 ····· 266
나. 기타 애로 사항 및 개선의견 ····· 273
다. 코로나19로 인해 필요 정부지원 ····· 274

제3절 종사자 심층인터뷰 결과

1. 조사 개요 ····· 275
가. 종사자 심층 인터뷰 개요 ····· 275
나. 직무 분야별 완료 현황 ····· 275
다. 심층인터뷰 주요 내용 ····· 276
2. 대중문화예술인 심층인터뷰 결과 ····· 277
가. 대중문화예술 관련 활동 현황 ····· 277
나. 대중문화예술 관련 고용 및 소득 현황 ····· 281
다. 코로나19로 인한 변화 및 대응 ····· 285
라. 대중문화예술산업의 문제점 및 지원정책 ····· 288
3. 대중문화예술제작물 스태프 심층인터뷰 결과 ····· 290
가. 대중문화예술 관련 활동 현황 ····· 290
나. 대중문화예술 관련 고용 및 소득 현황 ····· 295
다. 코로나19로 인한 변화 및 대응 ····· 299
라. 대중문화예술산업의 문제점 및 지원정책 ····· 302
3. 대중문화예술산업 이슈 관련 심층인터뷰 결과 ····· 304
가. 학원형 기획사 ····· 304
나. 매니저 직군에 대한 처우 ····· 310

제4장 결론 ····· 313

제1절 시사점 ····· 315
제2절 정책적 제언 ····· 317

부록. 2021년 대중문화예술산업 실태조사 조사표(4종) ····· 319

표 목 차

《표 1-1-1》 대중문화예술산업 사업체 분류 체계 ····· 22
《표 1-1-2》 대중문화예술인 분류 체계 ····· 23
《표 1-1-3》 대중문화예술제작물스태프 분류 체계 ····· 24
《표 1-2-1》 사업체 조사 개요 ····· 25
《표 1-2-2》 종사자 조사 개요 ····· 25
《표 1-2-3》 기획업 모집단 특성 ····· 26
《표 1-2-4》 제작업 모집단 특성 ····· 27
《표 1-2-5》 대중문화예술인 직군별 표본배분 ····· 28
《표 1-2-6》 대중문화예술제작물스태프 직군별 표본배분 ····· 29
《표 1-2-7》 심층인터뷰 조사 개요 ····· 30
《표 1-2-8》 심층인터뷰 주요 내용 ····· 31
《표 1-2-9》 심층인터뷰 완료 현황 ····· 31
《표 1-3-1》 사업체 부문 조사 내용 ····· 32
《표 1-3-2》 종사자 부문 조사 내용 ····· 34
《표 1-4-1》 기획업의 주 사업 분야 및 종사자수규모별 응답률 현황 ····· 36
《표 1-4-2》 기획업의 주 사업 분야×종사자수규모별 표본 조사 가중치 ····· 38
《표 1-4-3》 제작업의 주 사업 분야 및 종사자수규모별 응답률 현황 ····· 41
《표 1-4-4》 제작업의 주 사업 분야×종사자수규모별 표본 조사 가중치 ····· 43
《표 1-5-1》 사업 수행 절차 ····· 46
《표 2-1-1》 대중문화예술산업 사업체 매출 규모 ····· 55
《표 2-1-2》 대중문화예술산업 기획업 매출 상위기업(1,000억 이상) ····· 57
《표 2-1-3》 대중문화예술산업 분야별 기획업 매출 규모 ····· 59
《표 2-1-4》 대중문화예술산업 분야별 기획업 국내 매출 규모 ····· 59
《표 2-1-5》 대중문화예술산업 분야별 기획업 해외 매출 규모 ····· 59
《표 2-1-6》 대중문화예술산업 제작업 분야별 매출 규모 ····· 62
《표 2-1-7》 대중문화예술산업 제작업 국내 매출 규모 ····· 62
《표 2-1-8》 대중문화예술산업 제작업 해외 매출 규모 ····· 62
《표 2-1-9》 대중문화예술산업 기획업 매출 비중 : 매니지먼트 분야 ····· 64
《표 2-1-10》 대중문화예술산업 기획업 매출 비중 : 제작 분야 ····· 64
《표 2-1-11》 대중문화예술산업 제작업 매출 비중 ····· 65
《표 2-2-1》 응답업체 특성 ····· 66
《표 2-2-2》 대중문화예술인 세부 인력 현황 ····· 69
《표 2-2-3》 대중문화예술인 구인 경로 ····· 71
《표 2-2-4》 대중문화예술인 평균 계약기간 ····· 72
《표 2-2-5》 청소년 연예인 유무 ····· 73
《표 2-2-6》 청소년연예인 별도 계약(지침·생활수칙) 현황 ····· 74
《표 2-2-7》 평균 계약기간 ····· 77
《표 2-2-8》 평균 연예활동 시간 ····· 78
《표 2-2-9》 야간 연예활동 사전 동의 여부 ····· 79
《표 2-2-10》 야간 연예활동 사전 동의 구하는 방식 ····· 80
《표 2-2-11》 학교 재학 현황 ····· 81
《표 2-2-12》 학교 다니지 않는 이유 ····· 81
《표 2-2-13》 주 활동 시기 등교 횟수 ····· 82
《표 2-2-14》 등교 여부 및 등하교 시간 확인 여부 ····· 83
《표 2-2-15》 등하교 시 매니저 동행 여부 ····· 84
《표 2-2-16》 소속 연습생 유무 ····· 85
《표 2-2-17》 소속 연습생 세부 인력 현황 ····· 87
《표 2-2-18》 소속 연습생 교육 내용 ····· 88
《표 2-2-19》 소속 연습생 교육 방식 ····· 89
《표 2-2-20》 소속 연습생 병행 교육시간 ····· 90
《표 2-2-21》 소속 연습생 주당 교육횟수 ····· 91
《표 2-2-22》 소속 연습생 일당 교육시간 ····· 92
《표 2-2-23》 소속 연습생 월평균 지출비용 ····· 93
《표 2-2-24》 소속 연습생 계약서 작성 유무 ····· 94

《표 2-2-25》 소속 연습생 평균 계약기간 ····· 95
《표 2-2-26》 소속 연습생 평균 데뷔기간 ····· 96
《표 2-2-27》 소속 연습생 중 데뷔하는 비중 ····· 97
《표 2-2-28》 소속 연습생 중 자발적 포기 비중 ····· 98
《표 3-2-29》 소속직원 세부 인력 현황 ····· 100
《표 2-2-30》 소속직원 4대보험 가입률 ····· 101
《표 2-2-31》 소속직원 구인 경로 ····· 102
《표 2-2-32》 대중문화예술산업 기획업 매출 규모 ····· 103
《표 2-2-33》 국내외 매출액 증감 현황 ····· 104
《표 2-2-34》 분야별 매출액 증감 현황 : 드라마, 영화, 광고 출연 ····· 106
《표 2-2-35》 분야별 매출액 증감 현황 : 공연 출연 ····· 106
《표 2-2-36》 분야별 매출액 증감 현황 : 기타 출연 ····· 106
《표 2-2-37》 분야별 매출액 증감 현황 : 공연기획 및 제작 분야 ····· 107
《표 2-2-38》 분야별 매출액 증감 현황 : 연관 콘텐츠 제작 분야 (1) ····· 109
《표 2-2-39》 분야별 매출액 증감 현황 : 연관 콘텐츠 제작 분야 (2) ····· 109
《표 2-2-40》 분야별 매출액 증감 현황 : 파생상품 분야 ····· 109
《표 2-2-41》 해외 진출 국가 ····· 110
《표 2-2-42》 최초 해외 진출 경로 ····· 111
《표 2-2-43》 향후 진출 희망국가 ····· 112
《표 2-2-44》 매출, 고용인원, 근로시간 변화상태 ····· 113
《표 2-2-45》 매출 변화 폭(감소) ····· 114
《표 2-2-46》 고용인원 변화 폭(감소) ····· 114
《표 2-2-47》 근로시간 변화 폭(감소) ····· 114
《표 2-2-48》 매출 변화 폭(증가) ····· 115
《표 2-2-49》 고용인원 변화 폭(증가) ····· 115
《표 2-2-50》 근로시간 변화 폭(증가) ····· 115
《표 2-2-51》 코로나19 확산에 따른 활용 대응방식 ····· 116
《표 2-2-52》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기 ····· 117
《표 2-2-53》 코로나19로 인해 겪은 경영상 피해 유형 ····· 118
《표 2-2-54》 비대면 상황에서의 콘텐츠 제공 계획 ····· 119
《표 2-2-55》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험 ····· 120
《표 2-2-56》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업 ····· 121
《표 2-2-57》 대중문화예술인 표준전속계약서 인지 여부 ····· 123
《표 2-2-58》 대중문화예술분야 연습생 표준계약서 인지 여부 ····· 123
《표 2-2-59》 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서 인지 여부 ····· 123
《표 2-2-60》 대중문화예술인 표준전속계약서 사용 여부 ····· 125
《표 2-2-61》 대중문화예술분야 연습생 표준계약서 사용 여부 ····· 125
《표 2-2-62》 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서 사용 여부 ····· 125
《표 2-2-63》 대중문화예술인(또는 연습생) 표준전속계약서 수정사항 ····· 126
《표 2-2-64》 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서 수정사항 ····· 127
《표 2-2-65》 대중문화예술인 표준전속계약서 사용 계획 ····· 129
《표 2-2-66》 대중문화예술분야 연습생 표준계약서 사용 계획 ····· 129
《표 2-2-67》 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서 사용 계획 ····· 129
《표 2-2-68》 소속직원 표준계약서 사용 여부 ····· 130
《표 2-2-69》 향후 표준계약서 사용 계획 ····· 131
《표 2-2-70》 52시간 근무제 시행 여부 ····· 132
《표 2-2-71》 주 52시간 근무제 미도입 이유 ····· 133
《표 2-2-72》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 여부 ····· 134
《표 2-2-73》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 주기 ····· 135
《표 2-2-74》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 우위 부분 ····· 136
《표 2-2-75》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 취약 부분 ····· 137
《표 2-2-76》 국내 대중문화예술산업 해외 진출 애로사항 ····· 138
《표 2-2-77》 국내 대중문화예술산업 발전을 위한 정부 지원사항 ····· 139
《표 2-2-78》 국내 대중문화예술산업 해외 진출을 위한 정부 지원사항 ····· 140
《표 2-2-79》 대중문화예술인(소속 연습생 포함) 계약서 관련 법적 분쟁 사례 유무 ··· 141
《표 2-2-80》 대중문화예술인(소속 연습생 포함) 계약서 관련 법적 분쟁 유형별 현황 142
《표 2-2-81》 현재 가입 협회/단체 여부 ····· 143
《표 2-3-1》 응답업체 특성 ····· 144

《표 2-3-2》 소속직원 세부 인력 현황 ····· 146
《표 2-3-3》 프리랜서 유무 ····· 147
《표 2-3-4》 프리랜서 현황 ····· 148
《표 2-3-5》 소속직원 구인 경로 ····· 149
《표 2-3-6》 신규직원 채용 시 평가 항목 ····· 150
《표 2-3-7》 신규직원 채용 시 애로사항 ····· 151
《표 2-3-8》 소속직원 4대보험 가입률 ····· 152
《표 2-3-9》 프리랜서 4대보험 가입률 ····· 153
《표 2-3-10》 대중문화예술산업 제작업 매출 규모 ····· 154
《표 2-3-11》 국내외 매출액 증감 현황 ····· 155
《표 2-3-12》 분야별 매출액 증감 현황 : 방송, 영화 ····· 157
《표 2-3-13》 분야별 매출액 증감 현황 : 애니메이션, 광고 ····· 157
《표 2-3-14》 분야별 매출액 증감 현황 : 뮤직비디오, 영상물 기타 ····· 157
《표 2-3-15》 분야별 매출액 증감 현황 : 음반/음원, 공연물 ····· 159
《표 2-3-16》 분야별 매출액 증감 현황 : 기타 제작, 기타 사업 ····· 159
《표 2-3-17》 분야별 제작 건수 ····· 160
《표 2-3-18》 해외 진출 국가 ····· 161
《표 2-3-19》 최초 해외 진출 경로 ····· 162
《표 2-3-20》 향후 진출 희망국가 ····· 163
《표 2-3-21》 매출, 고용인원, 근로시간 변화상태 ····· 164
《표 2-3-22》 매출 변화 폭(감소) ····· 165
《표 2-3-23》 고용인원 변화 폭(감소) ····· 165
《표 2-3-24》 근로시간 변화 폭(감소) ····· 165
《표 2-3-25》 매출 변화 폭(증가) ····· 166
《표 2-3-26》 고용인원 변화 폭(증가) ····· 166
《표 2-3-27》 근로시간 변화 폭(증가) ····· 166
《표 2-3-28》 코로나19 확산에 따른 활용 대응방식 ····· 167
《표 2-3-29》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기 ····· 168
《표 2-3-30》 코로나19로 인해 겪은 경영상 피해 유형 ····· 169
《표 2-3-31》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험 ····· 170
《표 2-3-32》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업 ····· 171
《표 2-3-33》 소속직원 표준계약서 사용 여부 ····· 172
《표 2-3-34》 표준전속계약서 수정사항 ····· 173
《표 2-3-35》 향후 표준계약서 사용 계획 ····· 174
《표 2-3-36》 52시간 근무제 시행 여부 ····· 175
《표 2-3-37》 주 52시간 근무제 미도입 이유 ····· 176
《표 2-3-38》 야간 연예활동 사전 동의 여부 ····· 177
《표 2-3-39》 야간 연예활동 동의 구하는 방식 ····· 178
《표 2-3-40》 청소년 대중문화예술인 용역 제공 시간 ····· 179
《표 2-3-41》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 여부 ····· 180
《표 2-3-42》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 주기 ····· 181
《표 2-3-43》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 우위 부분 ····· 182
《표 2-3-44》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 취약 부분 ····· 183
《표 2-3-45》 국내 대중문화예술산업 해외 진출 애로사항 ····· 184
《표 2-3-46》 현재 가입 협회/단체 여부 ····· 185
《표 3-1-1》 응답자 특성 ····· 189
《표 3-1-2》 문화예술 분야 입문 최초 경로 ····· 190
《표 3-1-3》 해당 활동 분야 총 경력 ····· 191
《표 3-1-4》 연평균 공백기간 ····· 192
《표 3-1-5》 문화예술 분야 전공 여부 ····· 193
《표 3-1-6》 문화예술 관련 전공 분야 ····· 194
《표 3-1-7》 정규교육과정 이외 대중문화예술 교육 경험 ····· 195
《표 3-1-8》 대중문화예술 관련 교육과정 만족도(매우만족+만족 비율) ····· 196
《표 3-1-9》 대중문화예술 관련 교육과정 만족도(5점 만점) ····· 197
《표 3-1-10》 대중문화예술 분야 이외 다른 직업활동 여부 ····· 198
《표 3-1-11》 직업활동 종류 ····· 199
《표 3-1-12》 월평균 개인 소득 ····· 201
《표 3-1-13》 월평균 개인 소득 중 대중문화예술 관련 소득 ····· 202

《표 3-1-14》 대중문화예술 관련 본인 소득의 분야별 비중 ····· 203
《표 3-1-15》 대중문화예술 활동 만족도(매우만족+만족 비율) ····· 204
《표 3-1-16》 대중문화예술 활동 만족도(5점 만점) ····· 205
《표 3-1-17》 대중문화예술인 성공 조건 ····· 206
《표 3-1-18》 대중문화예술인에 대한 사회적 평판 ····· 207
《표 3-1-19》 대중문화예술인 공인 여부 ····· 208
《표 3-1-20》 대중문화예술인으로서 본인의 공인 여부 ····· 209
《표 3-1-21》 연예기획사 소속 여부 ····· 210
《표 3-1-22》 계약 형태 ····· 211
《표 3-1-23》 최근 소속사와 체결한 계약기간 ····· 212
《표 3-1-24》 최근 소속사와의 계약 체결(갱신)년도 ····· 213
《표 3-1-25》 과도한 노동 여부 ····· 214
《표 3-1-26》 근로시간 결정에 대한 자율성 여부 ····· 215
《표 3-1-27》 주 52시간 근로제 인지 여부 ····· 216
《표 3-1-28》 건강보험 가입 현황 ····· 217
《표 3-1-29》 국민연금 가입 현황 ····· 218
《표 3-1-30》 산재보험 가입 여부 ····· 219
《표 3-1-31》 고용보험 가입 여부 ····· 220
《표 3-1-32》 예술인 고용보험 가입 여부 ····· 221
《표 3-1-33》 활동(근로) 시간 및 소득 변화상태 ····· 222
《표 3-1-34》 활동(근로) 시간 변화 폭(감소) ····· 223
《표 3-1-35》 소득 변화 폭(감소) ····· 223
《표 3-1-36》 활동(근로) 시간 변화 폭(증가) ····· 224
《표 3-1-37》 소득 변화 폭(증가) ····· 224
《표 3-1-38》 코로나19로 인해 겪은 피해 항목 ····· 225
《표 3-1-39》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기 ····· 226
《표 3-1-40》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험 ····· 227
《표 3-1-41》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업 ····· 228
《표 3-1-42》 최근 3년간 법적 분쟁 및 신고 경험 ····· 229
《표 3-1-43》 기타 애로 및 개선사항 ····· 230
《표 3-1-44》 코로나19로 인해 필요 정부지원 ····· 231
《표 3-2-1》 응답자 특성 ····· 232
《표 3-2-2》 해당 분야 총 활동 경력 ····· 233
《표 3-2-3》 참여 작품 수 ····· 234
《표 3-2-4》 월평균 근로 일 수 ····· 235
《표 3-2-5》 대중문화예술 분야 이외 다른 직업활동 여부 ····· 236
《표 3-2-6》 소득활동 종류 ····· 237
《표 3-2-7》 월평균 개인 소득 ····· 238
《표 3-2-8》 월평균 개인 소득 중 대중문화예술 관련 소득 ····· 239
《표 3-2-9》 소속 여부 ····· 240
《표 3-2-10》 2020년 계약 형태 ····· 242
《표 3-2-11》 2021년 계약 형태 ····· 242
《표 3-2-12》 표준계약서 수정사항 ····· 243
《표 3-2-13》 계약 상대 ····· 244
《표 3-2-14》 계약 단위 ····· 245
《표 3-2-15》 계약 주기 ····· 246
《표 3-2-16》 임금 지급 주기 ····· 247
《표 3-2-17》 임금 포함 항목 ····· 248
《표 3-2-18》 임금 수준 ····· 249
《표 3-2-19》 과도한 노동 여부 ····· 250
《표 3-2-20》 노동시간 대비 적정 용역비 지급 여부 ····· 251
《표 3-2-21》 근로시간 결정에 대한 자율성 여부 ····· 252
《표 3-2-22》 주 52시간 근로제 인지 여부 ····· 253
《표 3-2-23》 상해사고 및 질병 조치 ····· 254
《표 3-2-24》 임금 체불 경험 ····· 255
《표 3-2-25》 임금 체불 대응 방법 ····· 256
《표 3-2-26》 임금 체불 외 부당 경험 ····· 257
《표 3-2-27》 제작스태프 업무 분야 개선사항 ····· 258

《표 3-2-28》 직업에 대한 만족도(매우만족+만족 비율) ····· 259
《표 3-2-29》 직업에 대한 만족도(5점 만점) ····· 260
《표 3-2-30》 작품 탐색 경로 ····· 261
《표 3-2-31》 무보수 작품 참여 경험 ····· 262
《표 3-2-32》 경력 쌓기 위한 필요사항 ····· 263
《표 3-2-33》 직업 변경 의향 ····· 264
《표 3-2-34》 직업 변경 이유 ····· 265
《표 3-2-35》 활동(근로) 시간 및 소득 변화상태 ····· 266
《표 3-2-36》 활동(근로) 시간 변화 폭(감소) ····· 267
《표 3-2-37》 소득 변화 폭(감소) ····· 267
《표 3-2-38》 활동(근로) 시간 변화 폭(증가) ····· 268
《표 3-2-39》 소득 변화 폭(증가) ····· 268
《표 3-2-40》 코로나19로 인해 겪은 피해 항목 ····· 269
《표 3-2-41》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기 ····· 270
《표 3-2-42》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험 ····· 271
《표 3-2-43》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업 ····· 272
《표 3-2-44》 기타 애로 및 개선사항 ····· 273
《표 3-2-45》 코로나19로 인해 필요 정부지원 ····· 274
《표 3-3-1》 심층인터뷰 조사 개요 ····· 275
《표 3-3-2》 심층인터뷰 완료 현황 ····· 275
《표 3-3-3》 심층인터뷰 주요 내용 ····· 276
《표 3-3-4》 대중문화예술인의 활동 현황 ····· 277
《표 3-3-5》 대중문화예술인의 직업 안정성 ····· 278
《표 3-3-6》 대중문화예술인의 활동 현황시 작업 환경 ····· 279
《표 3-3-7》 대중문화예술인으로서의 성공 요인 ····· 280
《표 3-3-8》 대중문화예술인의 계약 사항 ····· 281
《표 3-3-9》 대중문화예술인의 계약서에 없는 활동 및 부당 대우 경험 ····· 282
《표 3-3-10》 대중문화예술인의 4대 보험 가입 현황 ····· 283
《표 3-3-11》 대중문화예술인의 소득 현황 ····· 284
《표 3-3-12》 대중문화예술인의 코로나19로 인한 활동 변화 ····· 285
《표 3-3-13》 대중문화예술인의 코로나19 대응 현황 ····· 287
《표 3-3-14》 대중문화예술산업의 문제점 및 지원정책 ····· 288
《표 3-3-15》 대중문화예술제작물 스태프의 활동 현황 ····· 290
《표 3-3-16》 대중문화예술제작물 스태프의 직업 안정성 ····· 292
《표 3-3-17》 대중문화예술제작물 스태프의 활동 현황 시 작업 환경 ····· 293
《표 3-3-18》 대중문화예술제작물 스태프의 성공 요인 ····· 294
《표 3-3-19》 대중문화예술제작물 스태프의 계약 사항 ····· 295
《표 3-3-20》 대중문화예술제작물 스태프의 계약서에 없는 활동 및 부당 대우 경험 ·· 296
《표 3-3-21》 대중문화예술제작물 스태프의 4대 보험 가입 현황 ····· 298
《표 3-3-22》 대중문화예술제작물 스태프의 코로나로 인한 활동 변화 ····· 299
《표 3-3-23》 대중문화예술제작물 스태프의 코로나19 대응 현황 ····· 301
《표 3-3-24》 대중문화예술산업의 문제점 및 지원 정책 ····· 302
《표 3-3-25》 학원형 기획사에 대한 인지도 ····· 304
《표 3-3-26》 학원형 기획사와 관련한 문제점 ····· 305
《표 3-3-27》 학원형 기획사에 대한 피해 사례 ····· 307
《표 3-3-28》 학원형 기획사에 피해를 입지 않기 위한 방안 ····· 308
《표 3-3-29》 연예기획사의 신인 발굴 ····· 309
《표 3-3-30》 매니저 직군의 주요 업무 ····· 310
《표 3-3-31》 매니저 직군의 처우 및 피해 사례 경험 ····· 311
《표 4-1-1》 분야별 매출 변화 양상 ····· 316
《표 4-1-2》 대중문화예술 활동 만족도 ····· 316
《표 4-1-3》 대중문화예술산업 종사자 인터뷰 - 종사자 처우에 대한 의견 ····· 316

그 림 목 차

《 그림 2-1-1 》 대중문화예술산업 사업체 매출 규모 ····· 55
《 그림 2-1-2 》 대중문화예술산업 기획업 매출 규모 ····· 56
《 그림 2-1-3 》 대중문화예술산업 기획업 국내외 매출 규모 ····· 56
《 그림 2-1-4 》 대중문화예술산업 기획업 분야별 매출 규모(국내외) ····· 58
《 그림 2-1-5 》 대중문화예술산업 제작업 매출 규모 ····· 60
《 그림 2-1-6 》 대중문화예술산업 제작업 국내외 매출 규모 ····· 60
《 그림 2-1-7 》 대중문화예술산업 제작업 분야별 매출 규모(국내외) ····· 61
《 그림 2-1-8 》 대중문화예술산업 기획업 매출 비중 : 매니지먼트 분야 ····· 63
《 그림 2-1-9 》 대중문화예술산업 기획업 매출 비중 : 제작 분야 ····· 64
《 그림 2-1-10 》 대중문화예술산업 제작업 매출 비중 ····· 65
《 그림 2-2-1 》 소속 인력 유무 ····· 67
《 그림 2-2-2 》 대중문화예술인 분야별 인력 현황(2020년 말 기준) ····· 68
《 그림 2-2-3 》 대중문화예술인 세부 인력 현황 ····· 70
《 그림 2-2-4 》 대중문화예술인 구인 경로 ····· 71
《 그림 2-2-5 》 대중문화예술인 평균 계약기간 ····· 72
《 그림 2-2-6 》 청소년 연예인 유무 ····· 73
《 그림 2-2-7 》 청소년연예인 별도 계약(지침·생활수칙) 현황 ····· 74
《 그림 2-2-8 》 청소년연예인 별도 계약조항 및 생활지침 ····· 75
《 그림 2-2-9 》 수익금 지급방식 ····· 76
《 그림 2-2-10 》 평균 계약기간 ····· 77
《 그림 2-2-11 》 평균 연예활동 시간 ····· 78
《 그림 2-2-12 》 야간 연예활동 사전 동의 여부 ····· 79
《 그림 2-2-13 》 야간 연예활동 사전 동의 구하는 방식 ····· 80
《 그림 2-2-14 》 주 활동 시기 등교 횟수 ····· 82
《 그림 2-2-15 》 등교 여부 및 등하교 시간 확인 여부 ····· 83
《 그림 2-2-16 》 등하교 시 매니저 동행 여부 ····· 84
《 그림 2-2-17 》 소속 연습생 유무 ····· 85
《 그림 2-2-18 》 소속 연습생 세부 인력 현황 ····· 86
《 그림 2-2-19 》 소속 연습생 분야별 인력 현황(2020년 말 기준) ····· 87
《 그림 2-2-20 》 소속 연습생 교육 내용 ····· 88
《 그림 2-2-21 》 소속 연습생 교육 방식 ····· 89
《 그림 2-2-22 》 소속 연습생 병행 교육시간 ····· 90
《 그림 2-2-23 》 소속 연습생 주당 교육횟수 ····· 91
《 그림 2-2-24 》 소속 연습생 일당 교육시간 ····· 92
《 그림 2-2-25 》 소속 연습생 월평균 지출비용 ····· 93
《 그림 2-2-26 》 소속 연습생 계약서 작성 유무 ····· 94
《 그림 2-2-27 》 소속 연습생 평균 계약기간 ····· 95
《 그림 2-2-28 》 소속 연습생 평균 데뷔기간 ····· 96
《 그림 2-2-29 》 소속 연습생 중 데뷔하는 비중 ····· 97
《 그림 2-2-30 》 소속 연습생 중 자발적 포기 비중 ····· 98
《 그림 2-2-31 》 소속직원 세부 인력 현황 ····· 99
《 그림 2-2-32 》 소속직원 분야별 인력 현황(2020년 말 기준) ····· 100
《 그림 2-2-33 》 소속직원 4대보험 가입률 ····· 101
《 그림 2-2-34 》 소속직원 구인 경로 ····· 102
《 그림 2-2-35 》 대중문화예술산업 기획업 매출 규모 ····· 103
《 그림 2-2-36 》 국내외 매출액 증감 현황 ····· 104
《 그림 2-2-37 》 분야별 매출액 증감 현황 : 매니지먼트 분야 ····· 105
《 그림 2-2-38 》 분야별 매출액 증감 현황 : 공연기획 및 제작 분야 ····· 107
《 그림 2-2-39 》 분야별 매출액 증감 현황 : 연관 콘텐츠 제작 및 파생상품 분야 ····· 108
《 그림 2-2-40 》 해외 진출 국가 ····· 110
《 그림 2-2-41 》 최초 해외 진출 경로 ····· 111
《 그림 2-2-42 》 향후 진출 희망국가 ····· 112
《 그림 2-2-43 》 매출, 고용인원, 근로시간 변화상태 ····· 113
《 그림 2-2-44 》 코로나19 확산에 따른 활용 대응방식 ····· 116

《 그림 2-2-45 》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기 ····· 117
《 그림 2-2-46 》 코로나19로 인해 겪은 경영상 피해 유형 ····· 118
《 그림 2-2-47 》 비대면 상황에서의 콘텐츠 제공 계획 ····· 119
《 그림 2-2-48 》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험 ····· 120
《 그림 2-2-49 》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업 ····· 121
《 그림 2-2-50 》 표준전속계약서 인지 여부 ····· 122
《 그림 2-2-51 》 표준계약서 및 표준 부속합의서 인지 여부 ····· 122
《 그림 2-2-52 》 표준전속계약서 사용 여부 ····· 124
《 그림 2-2-53 》 표준계약서 및 표준 부속합의서 사용 여부 ····· 124
《 그림 2-2-54 》 대중문화예술인(또는 연습생) 표준전속계약서 수정사항 ····· 126
《 그림 2-2-55 》 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서 수정사항 ····· 127
《 그림 2-2-56 》 향후 표준전속계약서 및 부속합의서 사용 계획 ····· 128
《 그림 2-2-57 》 표준계약서 및 표준 부속합의서 사용 계획 ····· 128
《 그림 2-2-58 》 소속직원 표준계약서 사용 여부 ····· 130
《 그림 2-2-59 》 향후 표준계약서 사용 계획 ····· 131
《 그림 2-2-60 》 52시간 근무제 시행 여부 ····· 132
《 그림 2-2-61 》 주 52시간 근무제 미도입 이유 ····· 133
《 그림 2-2-62 》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 여부 ····· 134
《 그림 2-2-63 》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 주기 ····· 135
《 그림 2-2-64 》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 우위 부분 ····· 136
《 그림 2-2-65 》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 취약 부분 ····· 137
《 그림 2-2-66 》 국내 대중문화예술산업 해외 진출 애로사항 ····· 138
《 그림 2-2-67 》 국내 대중문화예술산업 발전을 위한 정부 지원사항 ····· 139
《 그림 2-2-68 》 국내 대중문화예술산업 해외 진출을 위한 정부 지원사항 ····· 140
《 그림 2-2-69 》 대중문화예술인(소속 연습생 포함) 계약서 관련 법적 분쟁 사례 유무 ····· 141
《 그림 2-2-70 》 대중문화예술인(소속 연습생 포함) 계약서 관련 법적 분쟁 유형별 현황 ··· 142
《 그림 2-2-71 》 현재 가입 협회/단체 여부 ····· 143
《 그림 2-3-1 》 소속직원 세부 인력 현황 ····· 145
《 그림 2-3-2 》 소속직원 분야별 인력 현황(2020년 말 기준) ····· 145
《 그림 2-3-3 》 프리랜서 유무 ····· 147
《 그림 2-3-4 》 프리랜서 현황 ····· 148
《 그림 2-3-5 》 소속직원 구인 경로 ····· 149
《 그림 2-3-6 》 신규직원 채용 시 평가 항목 ····· 150
《 그림 2-3-7 》 신규직원 채용 시 애로사항 ····· 151
《 그림 2-3-8 》 소속직원 4대보험 가입률 ····· 152
《 그림 2-3-9 》 프리랜서 4대보험 가입률 ····· 153
《 그림 2-3-10 》 대중문화예술산업 제작업 매출 규모 ····· 154
《 그림 2-3-11 》 국내외 매출액 증감 현황 ····· 155
《 그림 2-3-12 》 분야별 매출액 증감 현황 : 영상물 제작 분야 ····· 156
《 그림 2-3-13 》 분야별 매출액 증감 현황 : 기타 제작 분야 ····· 158
《 그림 2-3-14 》 분야별 제작 건수 ····· 160
《 그림 2-3-15 》 해외 진출 국가 ····· 161
《 그림 2-3-16 》 최초 해외 진출 경로 ····· 162
《 그림 2-3-17 》 향후 진출 희망국가 ····· 163
《 그림 2-3-18 》 매출, 고용인원, 근로시간 변화상태 ····· 164
《 그림 2-3-19 》 코로나19 확산에 따른 활용 대응방식 ····· 167
《 그림 2-3-20 》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기 ····· 168
《 그림 2-3-21 》 코로나19로 인해 겪은 경영상 피해 유형 ····· 169
《 그림 2-3-22 》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험 ····· 170
《 그림 2-3-23 》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업 ····· 171
《 그림 2-3-24 》 소속직원 표준계약서 사용 여부 ····· 172
《 그림 2-3-25 》 표준전속계약서 수정사항 ····· 173
《 그림 2-3-26 》 향후 표준계약서 사용 계획 ····· 174
《 그림 2-3-27 》 52시간 근무제 시행 여부 ····· 175
《 그림 2-3-28 》 주 52시간 근무제 미도입 이유 ····· 176
《 그림 2-3-29 》 야간 연예활동 사전 동의 여부 ····· 177
《 그림 2-3-30 》 야간 연예활동 동의 구하는 방식 ····· 178
《 그림 2-3-31 》 청소년 대중문화예술인 용역 제공 시간 ····· 179

《 그림 2-3-32 》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 여부 ····· 180
《 그림 2-3-33 》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 주기 ····· 181
《 그림 2-3-34 》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 우위 부분 ····· 182
《 그림 2-3-35 》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 취약 부분 ····· 183
《 그림 2-3-36 》 국내 대중문화예술산업 해외 진출 애로사항 ····· 184
《 그림 2-3-37 》 현재 가입 협회/단체 여부 ····· 185
《 그림 3-1-1 》 문화예술 분야 입문 최초 경로 ····· 190
《 그림 3-1-2 》 연도별 해당 활동 분야 총 경력 ····· 191
《 그림 3-1-3 》 연평균 공백기간 ····· 192
《 그림 3-1-4 》 문화예술 분야 전공 여부 ····· 193
《 그림 3-1-5 》 문화예술 관련 전공 분야 ····· 194
《 그림 3-1-6 》 정규교육과정 이외 대중문화예술 교육 경험 ····· 195
《 그림 3-1-7 》 대중문화예술 관련 교육과정 만족도(매우만족+만족 비율) ····· 196
《 그림 3-1-8 》 대중문화예술 관련 교육과정 만족도(5점 만점) ····· 197
《 그림 3-1-9 》 대중문화예술 분야 이외 다른 직업활동 여부 ····· 198
《 그림 3-1-10 》 직업활동 종류 ····· 199
《 그림 3-1-11 》 월평균 개인 소득 ····· 200
《 그림 3-1-12 》 월평균 개인 소득 중 대중문화예술 관련 소득 ····· 202
《 그림 3-1-13 》 대중문화예술 관련 본인 소득의 분야별 비중 ····· 203
《 그림 3-1-14 》 대중문화예술 활동 만족도(매우만족+만족 비율) ····· 204
《 그림 3-1-15 》 대중문화예술 활동 만족도(5점 만점) ····· 205
《 그림 3-1-16 》 대중문화예술인 성공 조건 ····· 206
《 그림 3-1-17 》 대중문화예술인에 대한 사회적 평판 ····· 207
《 그림 3-1-18 》 대중문화예술인 공인 여부 ····· 208
《 그림 3-1-19 》 대중문화예술인으로서 본인의 공인 여부 ····· 209
《 그림 3-1-20 》 연예기획사 소속 여부 ····· 210
《 그림 3-1-21 》 계약 형태 ····· 211
《 그림 3-1-22 》 최근 소속사와 체결한 계약기간 ····· 212
《 그림 3-1-23 》 최근 소속사와의 계약 체결(갱신)년도 ····· 213
《 그림 3-1-24 》 과도한 노동 여부 ····· 214
《 그림 3-1-25 》 근로시간 결정에 대한 자율성 여부 ····· 215
《 그림 3-1-26 》 주 52시간 근로제 인지 여부 ····· 216
《 그림 3-1-27 》 건강보험 가입 현황 ····· 217
《 그림 3-1-28 》 국민연금 가입 현황 ····· 218
《 그림 3-1-29 》 산재보험 가입 여부 ····· 219
《 그림 3-1-30 》 고용보험 가입 여부 ····· 220
《 그림 3-1-31 》 예술인 고용보험 가입 여부 ····· 221
《 그림 3-1-32 》 활동(근로) 시간 및 소득 변화상태 ····· 222
《 그림 3-1-33 》 코로나19로 인해 겪은 피해 항목 ····· 225
《 그림 3-1-34 》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기 ····· 226
《 그림 3-1-35 》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험 ····· 227
《 그림 3-1-36 》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업 ····· 228
《 그림 3-1-37 》 최근 3년간 법적 분쟁 및 신고 경험 ····· 229
《 그림 3-2-1 》 해당 분야 총 활동 경력 ····· 233
《 그림 3-2-2 》 참여 작품 수 ····· 234
《 그림 3-2-3 》 월평균 근로 일 수 ····· 235
《 그림 3-2-4 》 대중문화예술 분야 이외 다른 직업활동 여부 ····· 236
《 그림 3-2-5 》 소득활동 종류 ····· 237
《 그림 3-2-6 》 월평균 개인 소득 ····· 238
《 그림 3-2-7 》 월평균 개인 소득 중 대중문화예술 관련 소득 ····· 239
《 그림 3-2-8 》 소속 여부 ····· 240
《 그림 3-2-9 》 계약 형태 ····· 241
《 그림 3-2-10 》 2021년 계약 형태 ····· 241
《 그림 3-2-11 》 표준계약서 수정사항 ····· 243
《 그림 3-2-12 》 계약 상대 ····· 244
《 그림 3-2-13 》 계약 단위 ····· 245
《 그림 3-2-14 》 계약 주기 ····· 246
《 그림 3-2-15 》 임금 지급 주기 ····· 247

《 그림 3-2-16 》 임금 포함 항목 ····· 248
《 그림 3-2-17 》 임금 수준 ····· 249
《 그림 3-2-18 》 과도한 노동 여부 ····· 250
《 그림 3-2-19 》 노동시간 대비 적정 용역비 지급 여부 ····· 251
《 그림 3-2-20 》 근로시간 결정에 대한 자율성 여부 ····· 252
《 그림 3-2-21 》 주 52시간 근로제 인지 여부 ····· 253
《 그림 3-2-22 》 상해사고 및 질병 조치 ····· 254
《 그림 3-2-23 》 임금 체불 경험 ····· 255
《 그림 3-2-24 》 임금 체불 대응 방법 ····· 256
《 그림 3-2-25 》 임금 체불 외 부당 경험 ····· 257
《 그림 3-2-26 》 제작스태프 업무 분야 개선사항 ····· 258
《 그림 3-2-27 》 직업에 대한 만족도(매우만족+만족 비율) ····· 259
《 그림 3-2-28 》 직업에 대한 만족도(5점 만점) ····· 260
《 그림 3-2-29 》 작품 탐색 경로 ····· 261
《 그림 3-2-30 》 무보수 작품 참여 경험 ····· 262
《 그림 3-2-31 》 경력 쌓기 위한 필요사항 ····· 263
《 그림 3-2-32 》 직업 변경 의향 ····· 264
《 그림 3-2-33 》 직업 변경 이유 ····· 265
《 그림 3-2-34 》 활동(근로) 시간 및 소득 변화상태 ····· 266
《 그림 3-2-35 》 코로나19로 인해 겪은 피해 항목 ····· 269
《 그림 3-2-36 》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기 ····· 270
《 그림 3-2-37 》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험 ····· 271
《 그림 3-2-38 》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업 ····· 272
《 그림 3-3-1 》 전국 실용음악학원 분포 현황 ····· 306
《 그림 4-1-1 》 대중문화예술산업 사업체 매출규모 ····· 315

요약

1. 조사 개요

1. 조사 목적

❍ 2014년 『대중문화예술산업발전법』이 시행되어, 국내 대중문화예술산업 실태조사의 법적 근거가 마련됨. 이에 대중문화예술산업 기초 데이터 발굴과 제공을 통해 관련 현황파악과 정책수립에 기여하고 관심이 있는 정책 고객, 일반 국민들의 정보 접근성 및 활용성을 제고하고자 함

2. 조사 대상

구분		세부 내용
사업체	기획업	- 「대중문화예술산업발전법」시행(2014.7)에 따라 '대중문화예술산업기획업'에 등록한 모든 사업체 (2021월 12월 31일 등록기준)
	제작업	- 대중문화예술제작물(방송영상물·영화·비디오물·공연물·음반·음악파일·음악영상물·음악 영상파일 등)을 제작하는 모든 사업체 (2021년 설립업체 제외)
종사자	대중문화예술인	- 연기자, 코미디언, 성우, 뮤지컬 배우, 연주자, 가수, 댄서, 모델, 공연예술가 등
	대중문화예술 제작스태프	- 기획, 촬영, 미술, 음향, 편집, 보조연기자 등

3. 조사 방법

❍ 사업체 조사는 4,610개 모집단 전수조사를 목표로 진행하였으며, 응답자 편의를 위해 면접조사, 전화조사, Fax/E-Mail조사를 병행함

❍ 종사자 조사는 정량조사와 정성조사를 나누어 진행함

구분		조사 완료 현황
사업체	기획업	전체 2,778개 업체 대상 전수조사 실시, 2,020개 업체 조사완료(응답률 72.7%)
	제작업	전체 1,832개 업체 대상 전수조사 실시, 1,298개 업체 조사완료(응답률 70.9%)
종사자	정량조사	총 1,383명(대중문화예술인 983명, 대중문화예술 제작스태프 400명)
	정성조사	심층인터뷰 총 33명

4. 조사 일정

❍ 사업체 조사 : 2021. 07. 19. ~ 2021. 10. 08.

❍ 종사자 조사 : 2021. 07. 19. ~ 2021. 09. 17.

2. 주요 결과 요약

1. 사업체 조사 결과

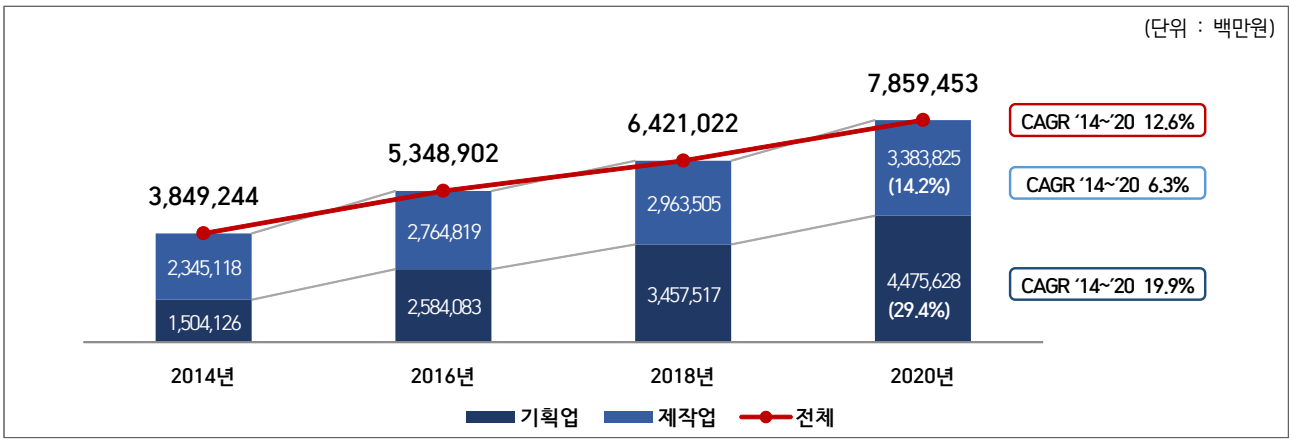
가. 대중문화예술산업 매출 규모

(1) 전체 매출 규모

○ 2020년 기준, 대중문화예술산업의 전체 매출 규모는 7조 8,594억 원으로 2014년 이후 지속적으로 성장하여 연평균 매출액증가율은 12.6%로 나타남

- **(기획업)** 4조 4,756억 원('18년 대비 29.4% 증가, '14년 연평균 매출액증가율 19.9%)
- **(제작업)** 3조 3,838억 원('18년 대비 14.2% 증가, '14년 연평균 매출액증가율 6.3%)

《그림 1》 대중문화예술산업 사업체 매출 규모



(2) 분야별 매출 규모

《표 3》 대중문화예술산업 분야별 매출 규모

(단위 : 백만원)

구 분		2018년	2020년	'18년 대비 증가율 (%)	구 분		2018년	2020년	'18년 대비 증가율 (%)
전체		3,457,517	4,475,628	▲ 29.4	전체		2,963,505	3,383,825	▲ 14.2
기획업	**매니지먼트**	**1,426,364**	**2,152,659**	▲ **50.9**	제작업	**영상물 제작**	**2,335,531**	**2,941,003**	▲ **25.9**
	공연기획 및 제작	452,900	802,632	▲ 77.2		음반/음원 제작	127,973	118,615	▽ 7.3
	연관 콘텐츠 제작	1,137,395	1,172,473	▲ 3.1		공연물 제작	414,843	251,539	▽ 39.4
	파생상품*	209,019	114,002	▽ 45.5		기타 제작물***	33,067	62,959	▲ 90.4
	기타**	231,839	233,862	▲ 0.9		기타****	52,091	9,709	▽ 81.4

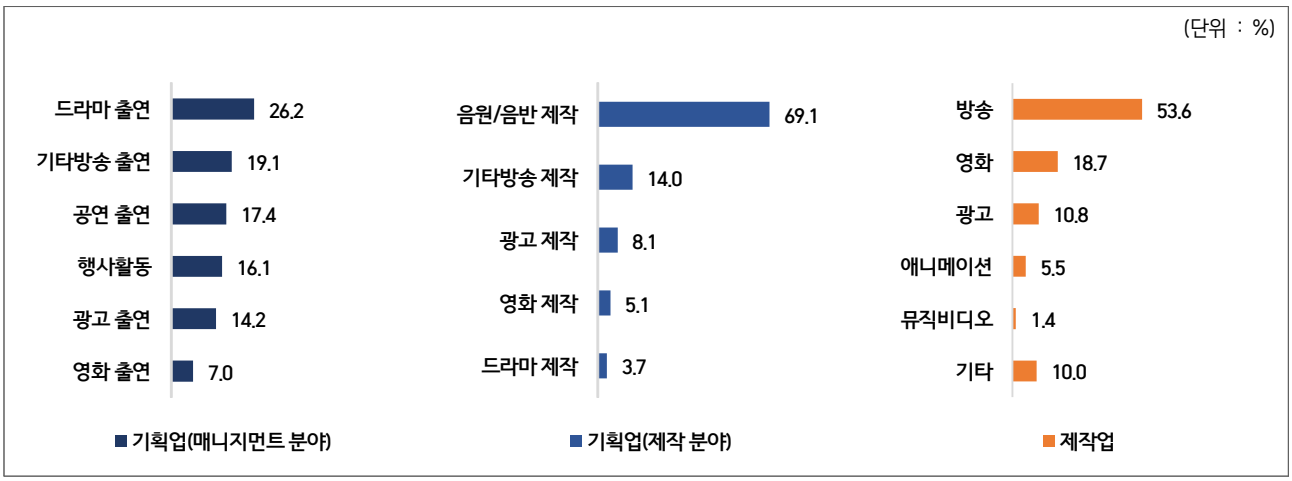
* 파생상품 : 소속 연예인을 활용한 상품 제작 및 판매를 통한 매출(티셔츠, 컵, 필기구 등)
** 기획업 기타 : 에이전시, 행사, 아카데미 운영 등
*** 기타 제작물 : 유튜브, 홍보, 교육, 게임영상물 제작 등
**** 제작업 기타 : 플랫폼서비스, 방송소프트웨어개발, 스튜디오 대여, 매니지먼트 등

(3) 세부 분야 매출 비중

○ **(기획업)** 매니지먼트 분야 매출 비중을 보면, '드라마 출연'(26.2%)이 가장 높게 나타났으며, 제작 분야 매출 비중은 '음원/음반 제작'이 69.1%로 가장 높게 나타남

○ **(제작업)** 매출 비중은 '방송'이 53.6%로 가장 높고, 다음으로 '영화'(18.7%), '광고'(10.8%) 등의 순임

《그림 3》 대중문화예술산업 세부 분야 매출 비중



《표 4》 대중문화예술산업 세부 분야 매출 비중 : 기획업

(단위 : %)

구 분		2018년	2020년	'18년 대비 증가율 (%)	구 분		2018년	2020년	'18년 대비 증가율 (%)
전체		100.0	100.0	-	전체		100.0	100.0	-
매니지먼트 분야	드라마 출연	23.6	26.2	▲ 11.2	제작 분야	드라마 제작	6.8	3.7	▽ 45.5
	영화 출연	9.4	7.0	▽ 26.0		영화 제작	6.6	5.1	▽ 22.1
	광고 출연	13.9	14.2	▲ 2.1		광고 제작	5.7	8.1	▲ 42.1
	공연 출연	20.6	17.4	▽ 15.5		음원/음반 제작	71.3	69.1	▽ 3.1
	기타방송 출연	8.8	19.1	▲ 117.5		기타방송 제작	9.6	14.0	▲ 45.6
	행사활동	23.7	16.1	▽ 32.2		-	-	-	-

《표 5》 대중문화예술산업 세부 분야 매출 비중 : 제작업

(단위 : %)

구 분		2018년	2020년	'18년 대비 증가율 (%)
전체		100.0	100.0	-
제작업	방송	53.9	53.6	▽ 0.3
	영화	18.4	18.7	▲ 0.3
	애니메이션	9.4	5.5	▽ 3.9
	광고	8.2	10.8	▲ 2.6
	뮤직비디오	0.8	1.4	▲ 0.6
	기타	9.4	10.0	▲ 0.6

나. 대중문화예술산업 인력 현황

(1) 소속 대중문화예술인 및 연습생

❍ **(소속 대중문화예술인)** 대중문화예술산업 기획업의 소속 인력은 총 11,440명이며, 그 중 대중문화예술산업 발전법의 범위에 따라 대중문화예술인으로 분류할 수 있는 인력은 10,586명(n=1,844)임

- 분야별로는 '가수'(4,243명)와 '연기자(영화, 드라마)'(4,054명)가 절반 이상을 차지함

※ 조사 결과 기획업 대표자는 보유 인력을 '대중문화예술인'으로 인지하고 있으나 대중문화예술산업 발전법 범위에 따르면 대중문화예술인으로 포함할 수 없는 인력이 있는 것으로 나타남 (크리에이터, 작곡가 등)

《표 6》 대중문화예술산업 인력 현황 : 기획업

(단위 : 명)

구 분		2020년	비율	구 분		2020년	비율
전체		11,440	100.0	전체		10,586	100.0
소속 인력	연기자(영화, 드라마)	4,054	35.4	대중문화예술인	연기자(영화, 드라마)	4,054	38.3
	가수	4,243	37.1		가수	4,243	40.1
	방송인	781	6.8		방송인	781	7.4
	기타 인력	2,362	20.7		모델	1,145	10.8
					뮤지컬배우	72	0.7
					예능인	162	1.5
					성우,MC,댄서 등	129	1.2

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 항목별 합과 전체의 합의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

❍ **(소속 연습생)** 대중문화예술산업 기획업 중 316개(11.4%)에서 소속연습생이 있으며, 연습생 인력 규모는 총 1,895명이며, 업체당 평균 6.0명을 보유하고 있음

- 분야별로는 '가수'가 1,375명(72.6%)이 가장 많으며, 그 밖에 '연기자'(408명), '모델'(111명)임

《표 7》 대중문화예술산업 소속연 습생 보유 현황 : 기획업

(단위 : 명)

구 분		소속 연습생 수	비율
전체		1,895	100.0
소 속 연 습 생	연기자	408	21.5
	가수	1,375	72.6
	모델	111	5.9

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 항목별 합과 전체의 합의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(2) 소속직원 규모

❍ 전체 소속직원 규모는 기획업 17,602명, 제작업 29,142명으로 총 46,744명으로 나타남

- **(기획업)** '경영관리'(4,667명), '매니저'(4,414명), '기획'(4,349명) 분야의 순으로 직원이 많음
- **(제작업)** '연출, 촬영, 조명 등 제작' 인력이 16,838명(57.8%)로 절반 이상을 차지하고, 다음으로 '사업 기획'(4,047명), '경영관리'(3,906명), '마케팅 홍보'(3,785명) 등의 순임

《표 8》 대중문화예술산업 인력 현황

(단위 : 명)

구 분		2020년	비율	구 분		2020년	비율
전체		17,602	100.0	전체		29,142	100.0
기획업	매니저	4,414	25.1	제작업	사업 기획	4,047	13.9
	로드매니저	1,292	7.3		제작	16,838	57.8
	댄서, 스타일리스트	475	2.7		마케팅 홍보	3,785	13.0
	기획	4,349	24.7		경영관리	3,906	13.4
	제작	2,947	16.7		기타	566	1.9
	트레이닝	665	3.8		-	-	-
	경영관리	4,667	26.5		-	-	-
	기타	85	0.5		-	-	-

다. 표준계약서 및 기타사항

(1) 표준계약서 사용 현황

○ **(소속 대중문화예술인 및 연습생)** 대중문화예술인 대상 계약 시 '표준계약서(일부 수정 포함)' 사용이 94.0%로 높게 나타남. 연습생의 경우, '표준계약서(일부 수정 포함)' 사용은 62.6%이며, '자체계약서' 사용이 30.4%%로 상대적으로 높게 나타남

○ **(소속직원)** 기획업과 제작업 모두 '표준계약서(일부 수정 포함)' 사용이 80% 이상으로 나타남

- **(향후 계약서 사용)** 소속직원 구두계약 또는 어떠한 계약도 하지 않는 업체의 '표준계약서 사용 계획 있음'이 76% 이상으로 높게 나타나, 향후 서면계약서 사용이 증가할 것으로 사료됨

《표 9》 대중문화예술산업 표준계약서 사용 및 계획 현황

(단위 : %)

구 분		사례수	표준계약서 사용 현황				향후 사용 계획 현황		
			표준계약서 사용 (일부 수정 포함)	자체계약서 사용	구두 계약	계약하지 않음	사용 계획 있음	일부 조항 변경 사용 계획 있음	사용 계획 없음
소속 대중문화예술인	대중문화예술인	(1,844)	94.0	3.1	1.4	1.6	42.1	34.8	23.1
	연습생	(316)	62.6	30.4	5.2	1.8	50.5	38.2	11.3
소속직원	기획업	(2,778)	88.6	1.6	1.8	8.0	76.0	16.6	7.4
	제작업	(1,832)	81.6	3.8	3.2	11.4	77.3	8.7	13.9

(2) 해외 진출 현황

○ 기획업과 제작업 모두 현재 '중국' 진출이 가장 많으며, 기획업은 '일본'(47.4%), '동남아'(40.5%)도 높게 나타남

○ 향후에도 '중국' 진출을 가장 희망하며, 제작업은 '동남아'(27.2%)가 상대적으로 높게 나타남

- **(최초 해외 진출 경로)** 기획업은 '해외 에이전트/유통사'(62.3%)가 절반 이상으로 높고, 제작업은 '해외 에이전트/유통사'(36.3%)와 '동영상 공유사이트'(31.5%)가 높게 나타남

《표 10》 현재 및 향후 해외 진출 현황

(단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	중국	일본	동남아	북미	유럽	기타
현재 (다중 응답)	기획업	(160)	52.3	47.4	40.5	17.5	9.7	1.6
	제작업	(49)	56.1	22.8	31.8	25.7	17.4	11.7
향후 (1순위)	기획업	(1,317)	47.8	15.3	13.6	15.9	7.1	0.2
	제작업	(314)	37.8	8.3	27.2	17.4	9.3	-

* 기타 : 러시아, 브라질, 남미 등

라. 코로나19 관련 사항

○ **(매출, 고용인원, 근로시간 변화상태)** 기획업과 제작업 모두 2019년(코로나19 직전) 대비 2020년 말 매출이 감소된 것으로 나타남. 고용인원과 근로시간은 '동일'하다는 응답이 60% 이상을 차지함

○ **(대응방식)** '별다른 대응을 하지 못했음'이 절반 이상이며, 기획업과 제작업 모두 '재택, 원격 등 대안적 근로환경 마련', '인력 조정'이 이루어진 것으로 나타남

○ **(피해 항목)** '공연취소, 제작감소 등 매출감소'가 가장 높게 나타남

《표 11》 매출, 고용인원, 근로시간 변화상태

(단위 : %)

구 분	사례수	매출			감소폭	고용인원			감소폭	근로시간			감소폭
		증가	동일	감소		증가	동일	감소		증가	동일	감소	
기획업	(2,778)	7.8	17.3	74.9	61.6	3.2	61.4	35.3	50.3	0.9	64.4	34.7	51.0
제작업	(1,832)	12.0	23.7	64.3	58.4	4.7	63.8	31.5	51.6	1.3	77.1	21.6	46.9

《표 12》 코로나19 확산에 따른 대응방식

(단위 : %, 다중 응답)

구 분	사례수	별다른 대응을 하지 못했음	대안적 근로환경 마련	인력 조정	근로시간 조정	휴업	임금동결/삭감	계약해지 및 종료	기타
기획업	(2,778)	52.3	19.5	18.5	15.2	7.8	6.0	5.9	0.2
제작업	(1,832)	51.1	23.0	22.6	17.0	7.6	1.2	0.7	-

《표 13》 코로나19로 인해 겪은 피해 항목

(단위 : %, 다중 응답)

구 분	사례수	매출감소	방역, 소독 비용증가	휴업으로 회사운영 차질	재택근무로 인한 업무 효율 저하	신규 인력 채용의 어려움	해외활동 축소	기타	피해 없음
기획업	(2,778)	80.2	11.4	9.6	9.6	6.0	3.2	-	10.0
제작업	(1,832)	68.5	4.8	9.9	9.8	1.0	0.2	0.7	25.1

* 기타 : 촬영장소 섭외, 근로시간 단축으로 인한 업무효율 저하, 이직률이 높음

○ 기획업과 제작업의 정부지원사업 참여 경험은 20% 이상이며, 지원사업 중 '지원금 등 금융'이 가장 높게 나타남

《표 14》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험

(단위 : %)

구 분	사례수	있음	없음	참여 정부지원사업 (참여응답자에 한해, 다중 응답)			
				금융 (지원금 등)	고용·교육훈련·복지	기획·제작·유통	세제
기획업	(2,778)	23.8	76.2	91.0	8.2	0.2	0.9
제작업	(1,832)	26.2	73.8	91.9	5.3	2.0	2.8

2. 종사자 조사 결과

가. 예술 활동 관련

○ **(대중문화예술인)** 해당 분야 총 활동 경력은 평균 137.8개월(11년 5개월) 정도로 나타남

- 연평균 공백기간은 '3~6개월 미만'(31.9%)이 가장 높고, 평균 공백기간은 5.1개월로 나타남

○ **(대중문화예술 제작스태프)** 해당 직무 총 활동 경력은 평균 83.1개월(6년 9개월)로 나타남

- 제작스태프의 참여 작품 수는 평균 13.8건이며, 월평균 근로 일 수는 평균 18.4일로 나타남

나. 소득 관련

○ **(대중문화예술인)** 월평균 개인 소득(236.9만원) 중 대중문화예술 관련 소득은 평균 157.4만원이며, 전체 월평균 개인 소득의 66.4%를 차지함

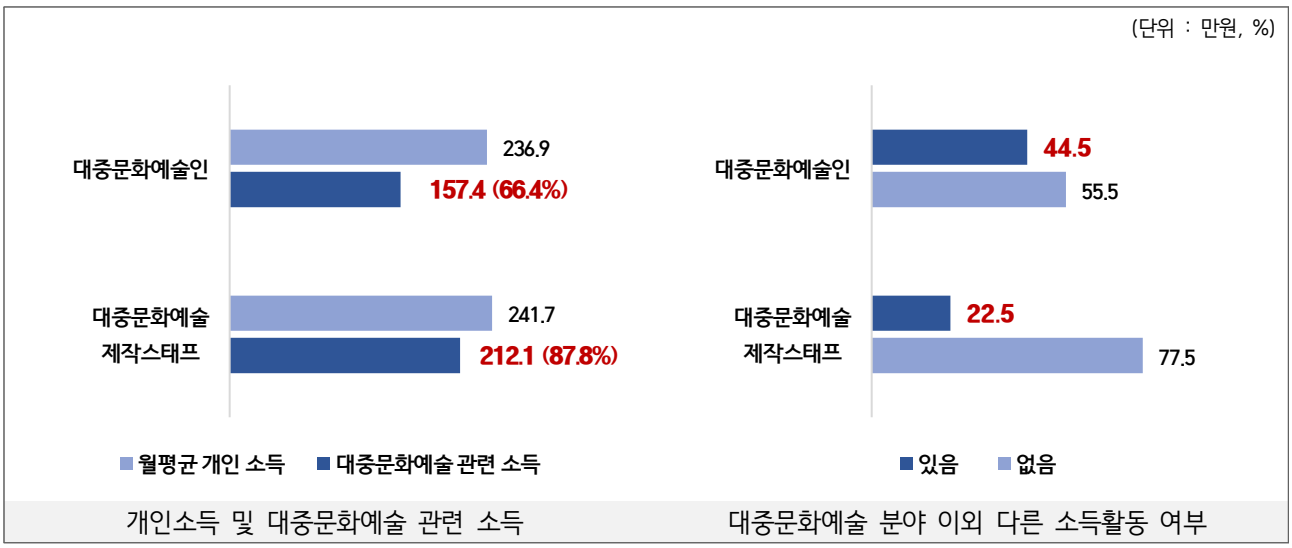
- 대중문화예술 소득의 분야별로 보면, '방송 출연료'(38.2%)가 가장 높고, 그 밖에 '공연 출연료'(19.1%), '행사, 클럽 등 업소 활동'(11.3%), '음원/음반 저작권료'(11.2%) 등의 순임

- 대중문화예술 분야 이외 다른 소득활동을 하는 비율은 44.5%이며, '시간제 알바 등 파트타임'(37.1%)이 가장 높게 나타남

○ **(대중문화예술 제작스태프)** 월평균 개인 소득(241.7만원) 중 대중문화예술 관련 소득은 평균 212.1만원이며, 전체 월평균 개인 소득의 87.8%를 차지함

- 대중문화예술 분야 이외 다른 소득활동을 하는 비율은 22.5%이며, '시간제 알바 등 파트타임'(44.4%)이 가장 높게 나타남

《그림 6》 소득 관련



다. 만족도

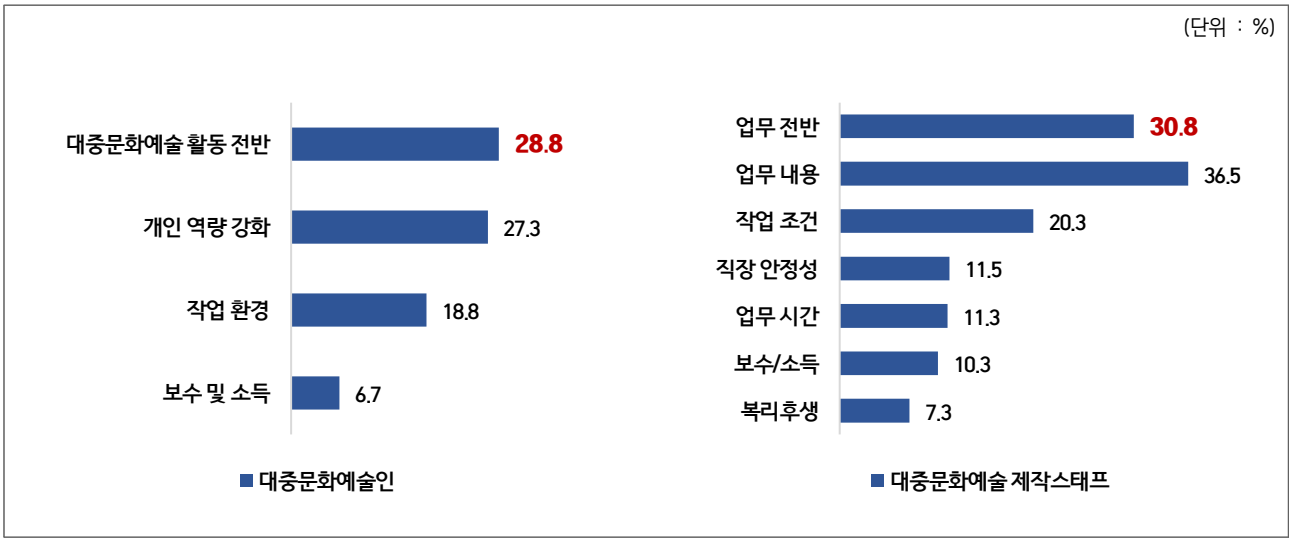
❍ **(대중문화예술인)** 대중문화예술 활동 전반에 대한 만족도는 28.8%로 나타남

- '개인 역량 강화'에 대한 만족도는 27.3%로 대중문화예술 활동 전반적인 만족도와 유사한 수준이나, '작업 환경' (18.8%), '보수 및 소득'(6.7%)에 대한 만족도는 상대적으로 낮게 나타남

❍ **(대중문화예술 제작스태프)** 제작스태프 직업 전반에 대한 만족도는 30.8%로 나타남

- 세부적으로 '업무 내용'(36.5%)에 대한 만족도가 가장 높고, 다음으로 '작업 조건'(20.3%), '직장 안정성' (11.5%), '업무 시간'(11.3%) 등의 순으로 나타남

《 그림 7 》 대중문화예술 활동 만족도



라. 주52시간 근로제

❍ 주 52시간 근로제에 대하여 대중문화예술인과 대중문화예술 제작스태프 모두 '내용을 정확히 알고 있음'을 선택한 응답자들은 약 30%정도로 나타남. '잘 모르거나 명확히 이해하지 못함'에 대한 응답이 약 70%로 나타나 주52시간 근로제에 대한 안내 및 교육이 필요한 것으로 사료됨

- 대중문화예술 제작스태프 중 '내용에 대해 정확히 모르지만 적용받고 있음'은 7.5%로 나타남

《 표 15 》 주52시간 근로제 인지 여부

(단위 : %)

구 분	사례수	전혀 모르고 있음	단어를 들어본 적은 있음	내용은 알고 있으나 명확히 이해하지 못함	내용을 정확히 알고 있음	정확히 모르지만 적용 받고 있음	내용도 모르고 적용도 받지 못하고 있음
대중문화예술인	(983)	17.3	18.0	33.4	31.3	-	-
대중문화예술 제작스태프	(400)	5.3	15.8	34.8	30.8	7.5	6

마. 코로나19 관련 사항

○ **(활동(근로) 시간 및 소득 변화상태)** 대중문화예술인과 제작스태프 모두 2019년(코로나19 직전) 대비 2020년 말 활동(근로) 시간 및 소득이 감소한 것으로 나타남

○ **(피해 항목)** 대중문화예술인은 '휴직'(36.5%), 제작스태프는 '임금동결/삭감'(32.5%)과 '휴직'(31.3%)이 가장 높게 나타남

- 대중문화예술인은 '무보수 활동'(27.8%)을 하거나 '공연/행사 취소, 중단'(13.3%)이 상대적으로 높게 나타남

《표 16》 활동(근로) 시간 및 소득 변화상태

(단위 : %)

구 분	사례수	활동(근로) 시간			감소폭	소득			감소폭
		증가	동일	감소		증가	동일	감소	
대중문화예술인	(983)	6.6	21.4	72.0	55.7	6.8	16.5	76.7	56.9
대중문화예술 제작스태프	(400)	8.5	41.0	50.5	47.7	7.3	40.5	52.3	50.2

《표 17》 코로나19로 인해 겪은 피해 항목

(단위 : %)

구 분	사례수	휴직	무보수 활동	임금동결/삭감	계약해지 및 종료	공연/행사 취소,중단	해고	기타*	없음
대중문화예술인	(983)	36.5	27.8	25.1	22.3	13.3	8.9	1.5	6.7
대중문화예술 제작스태프	(400)	31.3	13.8	32.5	26.8	-	5.8	4.8	16.8

* 기타 : 촬영 제한, 제작 연기, 프로그램 폐지 등

○ 대중문화예술인과 대중문화예술 제작스태프의 정부지원사업 참여 경험은 30% 이상으로 나타남

- 지원사업 중 '지원금 등 금융'이 가장 높으며, 그밖에 '고용·교육훈련·복지', '기획·제작·유통 ' 등의 순임

《표 18》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험

(단위 : %)

구 분	사례수	있음	없음	참여 정부지원사업 (참여응답자에 한해, 다중 응답)				
				금융 (지원금 등)	고용·교육 훈련·복지	기획·제작· 유통	세제	상담
대중문화예술인	(983)	36.1	63.9	76.6	14.6	6.2	5.6	4.5
대중문화예술 제작스태프	(400)	31.3	68.8	64.8	20.8	11.2	4.8	8.8

3. 시사점

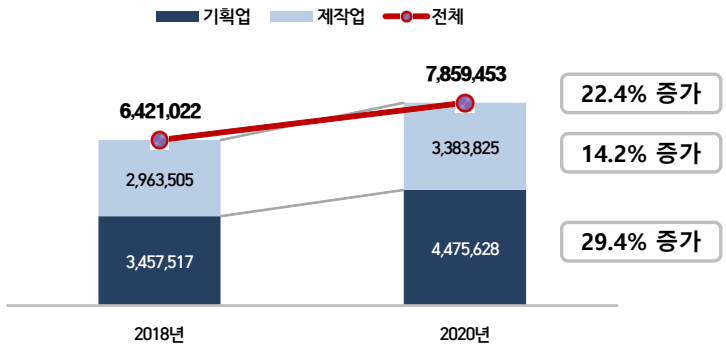
1. 대중문화예술산업의 시장규모 변화

❍ 2020년 기준 대중문화예술산업 사업체 전체 매출 규모는 2018년 대비 22.4%의 증가율을 보였으나, 모집단 수가 함께 증가하여 평균 매출은 다소 감소(-1.7%)한 추이를 보임

❍ 특히 일부 대규모 사업체의 경우 큰 폭의 매출 증가율을 보이며 산업 전체 매출 증가액의 약 35%를 차지하여 상대적으로 다수를 차지하는 소규모 사업체의 경우 매출이 감소하였을것으로 예상되어 양극화되는 양상을 보임
- 빅히트엔터테인먼트 2,391억원, 씨제이이엔엠 1,185억원, 스튜디오드래곤 1,336억원 증가

《 그림 8 》 대중문화예술산업 사업체 매출규모

(사업체(기획업+제작업) 전체, 단위 : 개, 백만원)



모집단수(기획업+제작업)	3,704개	4,610개	24.5% 증가
평균매출(기획업+제작업)	1,735백만원	1,705백만원	1.7% 감소

2. 코로나19로 인한 산업의 변화 양상

❍ 전체 산업 규모가 증가한 가운데 국내 매출은 증가한 반면 해외매출은 감소함. 이는 코로나19로 인해 해외 활동 및 공연 취소 등의 이유로 파악됨

❍ 매출 분야별로도 증감율에 차이가 발생함. 기획업의 매니지먼트와 연관 콘텐츠 제작, 제작업의 영상물 제작의 매출은 전년대비 큰 폭으로 증가한 반면 기획업의 공연기획 및 제작, 제작업의 음반/음원제작, 공연물 제작의 경우는 전년 대비 감소함

❍ 이는 코로나19로 인해 공연, 행사, 영화 분야가 어려워지고 반면에 방송 또는 OTT 등의 콘텐츠 분야가 활발해진 영향으로 해석됨

《표 19》 분야별 매출 변화 양상

(사업체(기획업+제작업) 전체, 단위 : 백만원)

기획업	2018년	2020년	증감율 (%)	제작업	2018년	2020년	증감율 (%)
전체	**3,457,517**	**4,475,628**	**29.4**	**전체**	**2,963,505**	**3,383,825**	**14.2**
국내	2,732,812	3,853,334	41.0	국내	2,813,913	3,351,392	19.1
해외	724,705	622,294	-14.1	해외	149,592	32,433	-78.3
매니지먼트	1,426,364	1,967,424	37.9	영상물 제작	2,335,531	2,941,003	25.9
공연기획 및 제작	452,900	455,563	0.6	음반/음원 제작	127,973	118,615	-7.3
연관 콘텐츠 제작	1,137,395	1,522,173	33.8	공연물 제작	414,843	251,539	-39.4
파생상품	209,019	224,870	7.6	기타 제작	33,067	62,959	90.4
기타	231,839	305,598	31.8	기타 사업	52,091	9,709	-81.4

3. 대중문화예술산업 종사자 처우

❍ 대중문화예술산업 예술인과 스태프 모두 대중문화예술 활동 전반에 대한 만족도(매우 만족+만족 비율)은 30%정도의 수준으로 세부 항목별 만족도 대비 높은 편임

❍ 예술인의 경우 개인 역량 강화(27.3%), 스태프의 경우 업무 내용(36.5%) 등의 업무 자체의 내용적인 측면의 만족도 대비 보수 및 소득, 업무시간, 복리후생, 직장 안정성 등 종사자 처우에 대한 만족도는 낮게 나타남

❍ 또한 심층 인터뷰에서도 직무에 대한 보수 및 소득의 불안정성 뿐만 아니라 업무강도 및 처우 또한 직업 안정성을 낮게 평가하는 요인으로 언급됨.

❍ 이러한 처우에 대한 불만족 및 낮은 직업안정성은 산업 내 대중문화예술 인력 이탈의 원인이 되므로 이에 대한 개선이 필요함.

- 실제로 스태프의 경우 직업변경의향이 있다는 응답이 점점 높아지는 추세임 (16년 34.2% -> 18년 41.6% -> 20년 46.5%)

《표 20》 대중문화예술 활동 만족도

(종사자(예술인+스태프) 전체, 단위 : %)

예술인	대중문화예술 활동 전반	보수 및 소득	작업 환경	개인 역량 강화
만족도 (매우 만족+만족 비율)	28.8	6.7	18.8	27.3

	대중문화예술 활동 전반	보수 및 소득	업무 시간	업무 내용	작업 조건	복리 후생	직장안정성
만족도 (매우 만족+만족 비율)	30.8	10.3	11.3	36.5	20.3	7.3	11.5

《표 21》 대중문화예술산업 종사자 인터뷰 - 종사자 처우에 대한 의견

(예술인) *대부분은 불규칙한 활동 때문에 소득이 불안정하며, 타 분야보다 활동할 수 있는 연령대가 제한적이라서 직업 안정성이 없다고 생각함*
(예술인) *프로그램 운영을 위한 코너 기획, 의상과 소품 관리, 무대 배경, CG 작업 등 모든 작업 과정에 참여하여 막내 기수는 하루 12시간 이상 근무할 때가 많았음*
(스태프) *출퇴근 시간이 정해져 있었지만, 초과 근무하는 경우가 비일비재하고 초과근무에 대한 보수를 받지 못했음*
(스태프) *직업의 지속성 부분을 본다면 불안정한 편인데 노동 시간보다 급여, 복지가 매우 열악함.*

4. 정책적 제언

1. 분야별 특성을 고려한 기준과 탄력적 제도 도입 필요

❍ 시대가 변함에 따라 워라밸에 대한 Needs는 강해지고 있는 상황에서, 예술분야의 특성상 명확한 업무시간에 대한 구분이 없어서 발생하는 문제점에 대한 대응이 필요함.

- 예술인의 경우는 연습시간이 실제 공연 등의 시간보다 더 큰 부분을 차지하나 근로시간으로 고려되지 않는 문제점이 있으며

- 제작스태프의 경우는 작품건수를 기준으로 비용 책정이 되는 경우가 많고, 현장 상황에 따라 초과근무 발생이 빈번한 특징이 있음.

- 또한 분야의 특성 상 프리랜서 등 1인사업자의 비중이 높아, 계약 및 근로시간 등에 대한 법적인 보호의 사각지대에 놓여 있는 경우가 많음.

2. 종사자 최저 임금 보장

❍ 인지도가 낮은 예술인 또는 경력이 낮은 스태프의 경우 일거리가 안정적이지 않으며 특히 업무시간 대비하여 최저 임금이 보장되지 않는 경우가 많음

❍ 최저 생계비가 보장되지 않을 경우 산업 내 인력 이탈이 우려되므로 종사자에 대한 최저 생계비를 보장할 수 있도록 하는 정책이 중요하며, 이에 따라 스태프에 따라 표준 임금 제정 등의 고려가 필요함 .

3. 기존 지원 정책에 대한 모니터링 체계 구축

❍ 대중문화예술산업 육성을 위한 정책 지원도 중요하지만, 정책 지원금에 대한 집행 과정, 성과 등의 모니터링 체계를 구축하는 것도 중요함

❍ 실제 심층인터뷰 결과 스태프 등의 경우 임금 체불, 지연 등의 사례가 빈번하므로 정책지원금 수혜 시 인건비 사용 내역 증빙 등을 통해 모니터링 체계를 유지 하는 것이 필요함

제1장

조사 개요

제1절 조사 목적 및 범위

1. 조사 배경 및 목적

❍ 국내 대중문화예술산업은 대한민국 콘텐츠 산업의 핵심으로 자리잡고 있으나, 영세한 산업구조, 불공정 관행 등의 문제점을 내포하고 있음.

❍ 2014년 「대중문화예술산업발전법」이 시행됨에 따라 국내 대중문화예술산업 실태조사의 법적 근거가 마련되었음.

❍ 본 과업의 목적은 대중문화예술산업의 사업체 및 종사자 실태조사를 실시하여 대중문화예술산업의 진흥정책 수립을 위한 기초자료로 활용하는데 있음.

《 그림 1-1 》 조사 배경

산업의 실태를 종합적이고 체계적으로 파악할 수 있는 통계 필요

- 국내 대중문화예술산업은 한류 열풍의 근원으로, 대한민국 콘텐츠 산업의 핵심으로 자리잡고 있음
- 그러나 성장 이면에는 영세한 산업 구조, 불공정 관행 등의 구조적인 문제점이 내포되어 있음
- 또한 전례 없는 코로나19 위기를 맞아 대중문화예술산업의 어려움이 커짐에 따라 산업의 실태를 종합적이고 체계적으로 파악할 수 있는 통계 필요

체계적 조사를 위한 법적 근거 마련

- 「대중문화예술산업발전법」(2014.07)이 시행됨에 따라 2015년 '대중문화예술산업 실태조사'가 처음 실시되었고, 격년으로 실태조사가 진행되고 있음
  - 국내 대중문화예술산업의 현황을 체계적으로 파악하기 위해 사업체와 종사자를 대상으로 실태조사 실시

■ **본 과업의 구체적인 목적을 정리하면 다음과 같음.**

❍ 첫째, 대중문화예술기획업 및 제작업 영위 사업체의 사업 현황 및 인력 구조, 시장규모 등 대중문화예술산업 전반의 실태를 파악함

❍ 둘째, 대중문화예술산업 종사자의 수입 및 활동 현황, 만족도 등 시장 현황을 개괄적으로 파악함

❍ 셋째, 이러한 대중문화예술산업 전반에 대한 실태 자료를 확보하여, 향후 대중문화예술산업의 공정한 거래질서 확립과 진흥정책의 수립·시행을 위한 기초자료로 활용함.

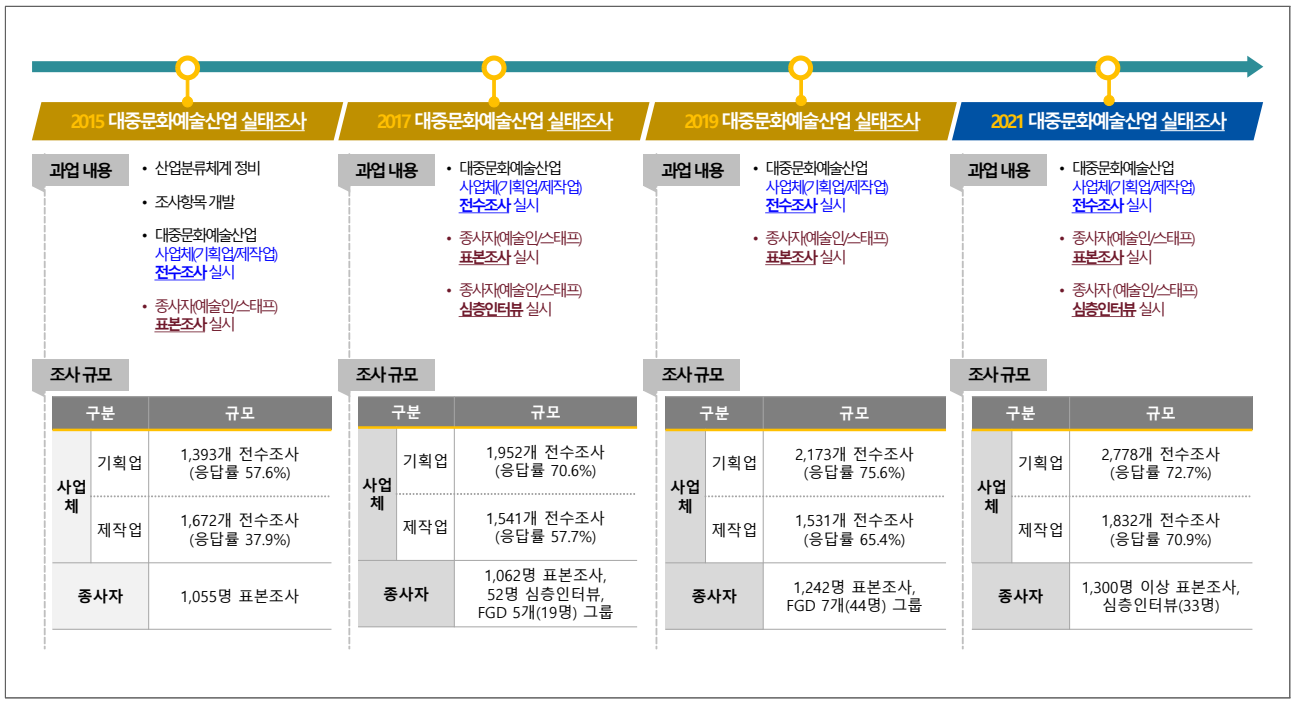
2. 조사 연혁

○ ‘대중문화예술산업 실태조사’는 2014년 「대중문화예술산업 발전법」(2014. 7.)이 시행되고 그 법률적 근거가 마련됨에 따라 ‘2015년 대중문화예술산업 실태조사’가 최초로 실시됨.

○ 대중문화예술산업 실태조사는 격년 조사이며, 2016년 실태조사 개선방안을 마련하고자 심층연구를 진행한 바 있음.

○ 2021년 4차년도 조사까지 사업체의 표본수가 늘어나고 있으며, ‘2021년 대중문화예술산업 실태조사’에서는 코로나19의 상황을 고려하여 종사자 개별 심층 인터뷰를 병행하여 실시하였음.

《그림 1-2》 조사 연혁



3. 산업 범위 및 분류 체계

가. 대중문화예술산업에 대한 법률적 정의

❍ 대중문화예술인이 제공하는 대중문화예술용역을 이용하여 방송영상물, 영화·비디오물, 공연물, 음반, 음악파일, 음악영상물, 음악영상파일 등(이하 “대중문화예술제작물” 이라 한다)을 제작하거나 대중문화예술제작물의 제작을 위하여 대중문화예술인의 대중문화예술 용역 제공을 알선, 기획, 관리 등을 하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 산업을 말함.[1)]

※대중문화예술산업의 범주[2)] : 방송영상물, 영화·비디오물, 공연물, 음악, 이미지 화보 등의 대중문화예술제작물을 제작하는 산업과 대중문화예술기획업을 말함.

▸ **대중문화예술제작물의 범위**[3)]

① 공연법에 따른 공연물(무용, 연극, 국악 형태의 순수 공연물 제외)
② 방송법에 따른 방송을 위해 제작된 영상물(보도, 교양, 다큐 분야 영상물 제외)
③ 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률에 따른 영화 및 비디오물
④ 음악산업진흥에 관한 법률에 따른 음반, 음악파일, 음악영상물 및 음악영상파일
⑤ 이미지를 활용한 제작물

나. 대중문화예술산업에 대한 법률적 정의

(1) 대중문화예술산업 사업체

❍ 대중문화예술기획업 및 제작업의 경우 대중문화예술산업발전법 및 한국표준산업분류체계를 바탕으로 분류한 「2014 대중문화예술산업 실태조사 기초연구」(한국콘텐츠진흥원, 2014), 「대중문화예술산업 중장기 발전전략 수립을위한 기초연구」(한국콘텐츠진흥원, 2018) 자료와 대중문화예술산업의 각분야별 전문가 자문을 거쳐 유형별로 재분류함.

❍ 2021년 조사 착수 전 자문회의에서 제작업에서 산업의 변화에 따라 크게 증가한 웹드라마, OTT 영상물 등에 대한 구분이 필요하다는 의견에 따라 기타 영상 제작사를 분류에 추가함.

1) 대중문화예술산업발전법 제1장 제2조(정의) 1항

2) 황승흠(2015),『대중문화예술산업발전법 해설서(2015)』, pp.20

3) 대중문화예술산업발전법 시행령 제2조 1항

《표 1-1-1》 대중문화예술산업 사업체 분류 체계

구분	분류	세부 유형	기타
기획업[4]	매니지먼트	연예인 기획사 (매니지먼트사)	대중문화예술인의 대중문화예술용역을 제공 또는 알선하거나 이를 위하여 대중문화예술인에 대한 훈련·지도·상담 등을 하는 사업체로 대중문화예술산업 발전법에 따라 '대중문화예술 기획업'으로 등록한 업체 * 학원 또는 직업훈련기관학습자 또는 훈련생을 모집하는 경우도 기획업 등록을 마치면 대중문화예술기획업에 해당
		에이전시	
제작업	영상물	방송 제작사	보도, 교양 분야의 영상물은 제외 (*방송국 포함)
		영화 제작사	-
		뮤직비디오 제작사	-
		애니메이션 제작사	-
		기타 영상 제작사	웹드라마, OTT 영상물 등
	음반/음악 제작사		-
	공연물	공연기획사	무용, 연극, 국악 형태의 공연물은 제외
		공연단체	

4) 기획업은 대중문화예술기획업 등록제에 따라 등록을 마친 업체로 한정함(대중문화예술산업발전법에 근거하여 미등록업자는 대중문화예술기획업이 아니라고 판단 할 수 있음).

(2) 종사자-대중문화예술인

❍ 대중문화예술인은 대중문화예술산업 용역을 제공하는 자로써 사회적 통칭으로'연예인'이라 불리는 직종의 사람들을 일컬으며, 본 조사에서는 근로계약 여부와 관계없이 대중문화예술용역 제공이 지속적으로 또는 직업이라고 할 수 있을 정도로 이루어지고 있는 사람을 모두 포함하고 있음.

❍ 대중문화예술산업법 제2조 2항에서는 대중문화예술산업용역의 범위를 연기, 무용, 연주, 가창, 낭독, 그 밖의 예능으로 구분하고 있음.

❍ 2021년 자문회의에서는 코러스 연주자에 대한 정의가 필요하다는 의견에 따라 코러스 연주자를 연주자에 분류 하고 정의를 추가함

▌제외 및 포함 기준

- 순수 예술분야는 제외(대중문화예술산업발전법상의 대중문화예술제작물의 범위에 명시).
- 작사/작곡가는 창작자에 해당되므로 제외[5)]

《표 1-1-2》 대중문화예술인 분류 체계

no	대분류	중분류	설명
1	연기	연기자 (탤런트, 영화)	영화나 TV드라마, 무대에 등장하는 인물의 배역을 맡아 연기하는 사람 *단, 현장 재연을 전문으로 하는 재연배우 및 영화나 드라마 등에서 무술연기를 하는 무술연기자는 포함하되, 보조연기자 (extra)는 제외함
		코미디언	희극 배우(喜劇俳優)라고 하기도 하며 TV 또는 무대 등에서 웃음을 통해 사람들을 즐겁게 해주는 일을 직업으로 삼는 사람
		뮤지컬 배우	무대 위에서 장면별로 여러 배우들과 연기, 노래, 춤 등을 표현하여 관객에게 전달하는 사람
		성우	목소리 연기자
2	무용	댄서	안무가가 개발한 춤을 지도받고 연습하여 무대·영화·방송 등에서 춤을 추는 사람(한국무용, 현대무용, 발레 제외)
3	연주	연주자	다른 음악가들과 라이브 공연이나 녹음 세션을 도와주는 목소리(코러스) 악기(세션) 연주자 *클래식 음악은 제외함
4	가창	가수	노래 부르는 일을 직업으로 하는 사람 *클래식 음악은 제외함
5	그 밖의 예능	모델	의상패션쇼나 상품을 광고하기 위한 활동에 참여하는 사람 *단, 전문모델이 아닌 연예인이 광고활동에 참여하는 경우는 제외함.
		공연 예술가	기타 대중문화예술 공연*을 실연하는 자 *넌버벌 퍼포먼스 분야나 퓨전 국악 등이 해당됨
		기타 방송인	특정한 분야 구분 없이, 다양한 장르의 방송 프로그램에 출연하는 자

5) 황승흠(2015),『대중문화예술산업발전법 해설서(2015)』, pp.31
-작곡가나 작사가는 용역 자체를 관객이 보거나 들을 수 없다는 점에서 대중문화예술용역에 해당하지 않음

(3) 종사자-대중문화예술제작스태프

❍ 대중문화예술제작물 제작과 관련된 기획, 촬영, 음향, 미술 등 업무에 기술적 또는 보조적인 업무를 수행하는 사람으로 대중문화예술산업발전법 제2조9호에서는 분야를 기획, 촬영, 미술, 음향, 편집, 기타로 분류함.

❍ 2021년 조사에서는 자문진들의 의견에 따라 성우 연출을 하는 녹음실 PD를 연출에 추가로 분류하였으며, 세트를 제작하는 세트제작팀을 미술 분야에 추가 하였음.

▌제외 및 포함 기준

- 감독, 시나리오작가(보조작가 포함), PD, 연출가는 창작자에 해당하므로 법률상 제외됨 (대중문화예술산업발전법 해설서에 명시되어 있음).
- 구성 작가는 기획의 보조 업무를 제공하므로 스태프로 분류됨.
- 음악은 대중문화 창작에 가까우므로 제외됨.
- 보조연기자(extra)는 대중문화예술용역이 아니라 촬영보조용역을 제공하는 것이므로 스태프에 해당됨.

《표 1-1-3》 대중문화예술제작물스태프 분류 체계

no	대분류	중분류	설명
1	기획	기획/제작	기획 및 제작 프로듀서/제작 진행 및 행정
		연출	연출부 소속 스태프(조감독(FD)/스크립터/캐스팅디렉터(=조감독이 겸하는 경우도 있음)/성우녹음실PD) *단, 영화 분야의 감독 및 방송의 PD(연출가)는 제외
		홍보 마케팅	마케팅·홍보 담당자/예고편 및 메이킹 필름 제작자
		구성 작가	비드라마용 방송 프로그램의 진행 원고 작성자 *단, 드라마 극작가 및 영화 시나리오 작가는 제외
2	촬영	촬영	촬영감독 및 촬영팀/그립팀/데이터매니저/촬영장비팀
		조명	조명감독 및 조명팀/발전차 및 조명 크레인/조명장비팀
		특수효과	특수효과 팀장 및 특수효과팀
3	미술	미술	미술감독 및 미술팀/소품팀/무대디자인 및 무대기술감독/미술세트팀
		의상	의상팀장 및 의상팀
		분장	분장팀장 및 분장팀/헤어팀/특수분장팀
4	음향	동시녹음	동시녹음 기사/붐 오퍼레이터/PA팀
		음향	음향감독(=사운드 슈퍼바이저) 및 음향팀
5	편집	편집	편집감독 및 편집팀/편집기술감독/현장편집
		Visual Effects	특수영상감독 및 특수효과팀(CG 포함)/타이틀 글씨 및 타이틀 예고
		DI	DI(Digital Intermediate, 디지털 색보정) 기사 및 DI 팀
6	기타	보조연기자	영화, 드라마 등에 보조출연으로 용역을 담당하는 사람

제2절 조사 설계

1. 실태조사 개요

가. 조사 규모

○ 사업체 : 대중문화예술기획업 2,778개, 대중문화예술제작업 1,832개 전수조사 총 4,610개(목표)

○ 종사자 : 대중문화예술인 및 대중문화예술제작물스태프 총 1,300명(목표)
표본조사 ☞ 대중문화예술인 983명, 대중문화예술제작물스태프 400명 조사 되어 총 1,383명으로 통계 처리됨.

나. 조사 기준 시점

○ 기준 시점 : 2020년 12월 31일

○ 기준 기간 : 2020년 1월 1일~2020년 12월 31일

《표 1-2-1》 사업체 조사 개요

구분	기획업	제작업
모집단 규모	2,778개	1,832개
조사 유형	전수 조사	전수 조사
조사 완료 개수	2,020개	1,298개
응답률	72.7%	70.9%
조사 방법	조사대상자 편의에 따라 온라인/Fax/이메일/방문조사 병행	조사대상자 편의에 따라 온라인/Fax/이메일/방문조사 병행
조사 기간	2021년 7월 19일 ~ 10월 1일	2021년 7월 19일 ~ 10월 8일

《표 1-2-2》 종사자 조사 개요

구분	대중문화예술인	대중문화예술제작물스태프
표본수	983개	400개
조사 유형	표본 조사	표본 조사
조사 방법	조사대상자 편의에 따라 온라인/Fax/이메일/방문조사 병행	조사대상자 편의에 따라 온라인/Fax/이메일/방문조사 병행
조사 기간	2021년 7월 19일 ~ 9월 17일	2021년 7월 19일 ~ 9월 17일

2. 모집단 정의

가. 사업체 부문 : 기획업

(1) 모집단 정의

❍ 「대중문화예술산업발전법」시행(2014.7)에 따라 '대중문화예술기획업'에 등록한 모든 사업체 (2020년 12월 31일 등록기준, 총 2,778개)

(2) 모집단 분석

❍ 모집단은 주요 사업별(3개 층), 규모별(6개 층) 총 18개 층으로 분류함.[6)]

❍ 전체 기획업 중 주요 사업 분야가 매니지먼트인 사업체는 전체 51.3%, 제작 분야인 사업체는 30.1%, 기타 분야는 18.6%로 나타남.

《표 1-2-3》 기획업 모집단 특성

주요 사업 분야	규모(종사자수)	모집단 수(개)	비중(%)
매니지먼트 분야	1인[7)]	466	16.8
	2~5인 미만	471	17.0
	5~10인 미만	327	11.8
	10~20인 미만	97	3.5
	20~50인 미만	41	1.5
	50인 이상	24	0.9
	소계	**1,426**	**51.3**
제작 분야	1인	366	13.2
	2~5인 미만	254	9.1
	5~10인 미만	138	5.0
	10~20인 미만	50	1.8
	20~50인 미만	22	0.8
	50인 이상	5	0.2
	소계	**835**	**30.1**
기타 분야 (모델에이전시, 아카데미 등)	1인	182	6.6
	2~5인 미만	173	6.2
	5~10인 미만	96	3.5
	10~20인 미만	48	1.7
	20~50인 미만	14	0.5
	50인 이상	4	0.1
	소계	**517**	**18.6**
전체		**2,778**	**100.0**

6) '주요 사업 분야' 및 '규모(종사자 수)' 등을 기준으로 가중치를 산출하였으며, 결과 분석 시 이 두 가지 특성을 분석 단위로 활용함.

7) 소속직원 수 1인은 본인이 대표자인 경우도 포함하고 있음.

나. 사업체 부문 : 제작업

(1) 모집단 정의

❍ 대중문화예술제작물(방송영상물、영화、비디오물、공연물、음반、음악파일、음악영상물、음악영상파일 등)을 제작하는 모든 사업체 (2021년 설립 사업체 제외, 총 1,832개)

(2) 표본틀

❍ 2015년 최초 조사에서 통계청 전국 사업체조사 DB(2014년 기준)와 ㈜한국콘텐츠미디어의 기업정보 DB(한국기업데이터 자료)를 활용하여 제작업 리스트를 구축함.

❍ 이후 매 조사 실시 전, 기존 리스트의 휴·폐업 사업체를 파악하고, 한국 표준산업분류코드를 기준으로 대중문화예술산업 관련 업종 신규 업체를 취합 및 정리하여 제작업 리스트를 보완함. (리스트 보완은 기업정보 DB활용)

(3) 모집단 분석

❍ 모집단은 제작물 분야별(4개 층), 규모별(6개 층) 총 24개 층으로 분류함.

《표 1-2-4》 제작업 모집단 특성

주요 사업 분야	규모(종사자수)	모집단 수(개)	비중(%)
영상물 제작 (방송, 영화, 애니메이션, 뮤직비디오)	1인[8]	260	14.2
	2~5인 미만	463	25.3
	5~10인 미만	293	16.0
	10~20인 미만	147	8.0
	20~50인 미만	93	5.1
	50인 이상	114	6.2
	소계	**1,370**	**74.8**
음반/음원 제작	1인	81	4.4
	2~5인 미만	47	2.6
	5~10인 미만	15	0.8
	10~20인 미만	7	0.4
	20~50인 미만	2	0.1
	50인 이상	1	0.1
	소계	**153**	**8.4**
공연물 제작	1인	103	5.6
	2~5인 미만	101	5.5
	5~10인 미만	41	2.2
	10~20인 미만	10	0.5
	20~50인 미만	11	0.6
	50인 이상	3	0.2
	소계	**269**	**14.7**
기타 제작*	1인	17	0.9
	2~5인 미만	12	0.7
	5~10인 미만	4	0.2
	10~20인 미만	4	0.2
	20~50인 미만	1	0.1
	50인 이상	2	0.1
	소계	**40**	**2.2**
전체		**1,832**	**100.0**

* 전시물 기획, 비공연 예술가, 공연 IT 솔루션 등이 포함됨

8) 소속직원 수 1인은 본인이 대표자인 경우도 포함하고 있음.

다. 종사자 부문

(1) 모집단 정의

○ 「대중문화예술산업발전법」에 의한 대중문화예술인 및 대중문화예술제작물 스태프

> ▸ **대중문화예술산업 발전법 제2조(정의)**
>
> 2. "대중문화예술용역"이란 대중문화예술산업에서 연기·무용·가창·낭독, 그 밖의 예능과 관련한 용역을 말한다.
> 3. "대중문화예술인"이란 대중문화예술용역을 제공하는 자 또는 대중문화예술용역을 제공할 의사를 가지고 대중문화예술사업자와 대중문화예술용역과 관련된 계약을 맺은 자를 말한다.
> 9. "대중문화예술제작물스태프"란 대중문화예술산업에 종사하는 자로서 대중문화예술제작물 제작과 관련된 기획, 촬영, 음향, 미술 등 업무에 기술적 또는 보조적 용역을 제공하는 자를 말한다.

(2) 모집단 분석

○ 모집단 리스트 구축을 위해 통계청 경제활동인구조사 및 지역별 고용조사 등 관련 통계 자료를 수집 및 검토하고 대중문화예술산업 관련 협단체와 접촉하여 가입 현황 및 리스트를 요청함.

○ 산업 특성상 고용상태의 불안전성과 개인정보보호 문제 등으로 모집단 리스트는 구축하지 못하였으나 분야별 모집단 현황 정보를 파악함.

○ 이후 분야별 모집단 현황 및 적절성 등에 대해 대중문화예술산업 종사자 및 전문가를 대상으로 회의 및 자문을 통해 의견을 수렴하고, 통계적 유의성을 확보하기 위한 최소 표본할당을 실시하여 분야별 표본 크기를 최종적으로 배분함.

○ 특히, 대중문화예술인의 경우 2021년 조사에서 표본설계를 정교화 하여 성별 연령별 할당을 추가하였으며, 이로 인해 과거와 표본구성에 차이가 있으므로 시계열 비교 시 유의해야 함

《표 1-2-5》 대중문화예술인 직군별 표본배분

no	분야	직군	목표 표본(명)					조사 완료 표본(명)				
			남성		여성		합계	남성		여성		합계
			30대 이하	40대 이상	30대 이하	40대 이상		30대 이하	40대 이상	30대 이하	40대 이상	
1	연기	연기자(탤런트, 영화)	29	61	27	33	150	62	82	46	33	223
		코미디언	25	33	13	9	80	25	33	13	9	80
		뮤지컬 배우	23	22	22	23	90	41	4	41	4	90
		성우	4	19	5	17	45	4	19	5	17	45
2	무용	댄서	19	18	19	19	75	37	1	44	1	83
3	연주	연주자	63	25	37	15	140	63	25	37	15	140
4	가창	가수	75	31	46	18	170	75	31	46	18	170
5	그 밖의 예능	모델	-				90	40	5	40	5	90
		공연 예술가	-				50	15	11	19	6	51
		기타 방송인	-				10	3	4	3	1	11
전체			**-**				**900**	**365**	**215**	**294**	**109**	**983**

* 모델, 공연예술가는 모집단 정보가 부재하며, 기타방송인은 전체 목표 표본수가 적어 성별, 연령별 표본할당을 하지 않음

《표 1-2-6》 대중문화예술제작물스태프 직군별 표본배분

no	분야	직군	목표 표본(명)	조사 완료 표본(명)
1	기획	기획/제작	70	70
		연출		
		홍보 마케팅		
		구성 작가		
2	촬영	촬영	70	70
		조명		
		특수효과		
3	미술	미술	70	70
		의상		
		분장		
4	음향	동시녹음	70	70
		음향		
5	편집	편집	70	70
		Visual Effects		
		DI		
6	기타	보조연기자	50	50
전체			**400**	**400**

(3) 표본 추출 방법

❍ 모집단 규모가 커서 표본 추출틀을 확보하기 어렵거나 모집단에 정보가 부족하여 표본추출확률을 계산할 수 없는 경우 많이 사용되는 비확률표본추출법 (Non-probability sample)[9]을 이용함.

❍ 그 중에서도 조사대상자에 접근이 어려운 경우에 적합한 조사대상을 효율적으로 접촉할 수 있는 방법인 눈덩이 표본추출법(Snowball sampling)을 이용함.

❍ 눈덩이표본추출법(Snowball sampling)은 다음과 같이 실시함. 먼저 최초 표본을 조사목표 모집단 내에 존재하는 조사대상 중 해당 집단에 대해 가장 잘 알고 있다고 생각되는 소수의 인원을 추출함. 조사 응답자를 대상으로 모집단에 포함되는 다른 구성원에 대한 정보를 제공받아 표본을 구축하거나, 조사원으로 활용하여 직접 다른 구성원을 조사함. 이후 동일한 과정을 반복하여 표본을 늘려 모집단에 대한 정보를 파악함.

❍ 본 조사에서 각 분야별 최초 조사대상은 관련 협단체에 소속되어 있거나 전문가 추천을 받은 종사자를 선정함.

9) 비확률표본추출방법 중 본 조사에서 사용한 방법은 눈덩이 추출법(Snowball Sampling)임. 눈덩이 추출법(Snowball Sampling)은 모집단 전체의 범위를 추정할 수 없고, 조사 대상을 찾기 힘든 상황에서 사용하는 조사 방법임. 조사 시작은 목표 모집단 내에 위치하는 연구 대상자 중 특정 집단에 대해 가장 잘 알고 있다고 생각되는 사람들을 표본으로 삼아 데이터를 수집 함. 그 후 그런 사람들에게 알고자 하는 해당 모집단의 다른 구성원에 대한 목록을 만들어 가면서 조사 후보자들의 명단을 받는 방식으로 표본을 늘려 최종적으로 필요한 정보를 얻게 됨.

3. 대중문화예술산업 종사자 심층인터뷰

가. 심층 인터뷰 목적

❍ 대중문화예술산업 종사자 대상 조사의 경우, 예술인 983명, 제작스태프 400명에 대해 각각 표본조사를 실시하였으나, 해당 업종에 대한 모집단 파악이 어려워 비확률표본추출법인 눈덩이 추출법(Snowball Sampling)을 활용하였음.

❍ 그 결과, 조사 항목에 대해 과소 또는 과대하게 응답하는 경향성을 보여 전반적인 업계 현황을 파악하는 데 어려움이 있었음. 이를 보완하기 위하여 대중문화예술산업 종사자(예술인 및 제작스태프)에 대한 1대1 심층인터뷰를 진행하여 업계 전반에 대한 현황을 파악하고자 하였음. 이를 통해 본 조사의 결과가 업계상황을 반영한 유의미한 결과인지에 대해 검증하고 조사에서 도출 된 문제에 대한 심층적인 이유를 알아보고자 하였음

❍ 또한, 조사대상에 포함되지는 않으나 대중문화예술산업 관련하여 이슈가 되는 분야에 대한 현황 파악을 위해 관련 주제에 대한 심층인터뷰도 실시하기로 함.

❍ 2021년 이슈 사항으로는 '학원형 기획사' 및 '매니저 직군 처우 현황' 등을 파악하고자 함.

나. 심층 인터뷰 개요

❍ 대중문화예술산업 종사자 대상 심층인터뷰 세부 설계는 다음과 같음

《표 1-2-7》 심층인터뷰 조사 개요

구분	대중문화예술인	대중문화예술제작물스태프	학원형 기획사 관련 이슈 인터뷰
표본수	총 16명 (분야별 2~3명)	총 15명 (분야별 3명)	총 4명 (피해 경험자 1명, 업계 종사자 3명)
조사 방법	1대1 심층 인터뷰		
자료 수집 기간	2021년 8월 24일 ~ 2021년 10월 15일		

다. 심층인터뷰 주요 내용

○ 대중문화예술인 및 대중문화예술제작물스태프 대상 심층인터뷰 주요 내용은 아래와 같음

《표 1-2-8》 심층인터뷰 주요 내용

구분		주요 내용
대중문화예술 활동 사항		• 대중문화예술 활동 분야 • 대중문화예술 활동 관련 근로 현황 (활동 시기, 직업 안정성, 환경 등) • 대중문화예술산업 종사자로서 성공 요인 • 전업 예술인 여부
대중문화예술 관련 고용 및 소득		• 계약 현황 • 계약 외의 활동 및 부당 대우 경험 • 4대 보험 가입 현황 • 소득 현황
코로나 19로 인한 변화 및 대응 현황		• 코로나19로 인한 활동 변화 • 코로나19 대응 현황
산업의 문제점 및 정부 지원정책		• 산업의 발전을 저해하는 문제점 • 희망하는 정부 지원 정책
산업 관련 이슈	학원형 기획사	• 학원형 기획사에 대한 인지도 • 학원형 기획사에 대한 피해 사례 • 학원형 기획사에 대한 피해를 입지 않기 위한 방안 • 연예기획사의 신인 발굴
	매니저 직군 처우	• 매니저 직군의 주요 업무 • 매니저 직군의 처우 및 피해 사례 경험

라. 심층인터뷰 최종 완료 현황

○ 심층인터뷰 최종 완료 현황은 다음과 같음

《표 1-2-9》 심층인터뷰 완료 현황

대중문화예술인		
대분류	소분류	명수
연기	연기자(탤런트, 영화)	2명
	코미디언	2명
	뮤지컬배우	2명
	성우	1명
무용	댄서	2명
연주	연주자	2명
가창	가수	3명
그 밖의 예능	모델/공연 예술가/기타 방송인	2명
합계		16명

대중문화예술제작물스태프		
대분류	중분류	명수
기획	기획/제작/연출/홍보 마케팅/구성 작가	3명
촬영	촬영/조명/특수효과	3명
미술	미술/의상/분장	3명
음향	동시녹음/음향	3명
편집	편집/Visual Effects/DI	3명
합계		15명

학원형 기획사 직·간접 경험자	
분류	명수
피해 경험자	1명
업계 종사자	3명
합계	4명

제3절 조사 내용

❍ 조사 대상별 총 4개의 조사표를 개발하여 설문조사를 실시하였으며 구체적인 내용은 다음과 같음

1. 사업체 부문

《표 1-3-1》 사업체 부문 조사 내용

구분		주요 내용	기획업	제작업	비고
기본 정보	사업체 일반 정보	• 사업체 형태/주소/설립연도	0	0	
	사업체 세부 정보	• 코스닥 상장 여부	0	0	
		• 사업 분야/주요 사업 분야	0	0	
		• 인원 현황(소속직원, 소속대중문화예술인)	0	0	
		• 자본금 및 매출액	0	0	
		• 해외지사 현황	0	0	
세부 인력 현황	대중문화예술인	• 세부 인력 현황(분야별, 성별, 연령별)	0		
		• 가장 주된 구인 경로	0		
		• 최소/최대/평균/최빈 계약기간	0		
		• 청소년 연예인 소속 현황	0		
		• 청소년 연예인 계약/활동/학업 관련 사항	0		
사업 현황	소속연습생	• 세부 인력 현황(분야별, 성별, 연령별)	0		
		• 교육의 종류 및 방식	0		
		• 교육 횟수 및 시간	0		
		• 인당 투자비용	0		
		• 평균 계약기간	0		
		• 최소/최대/평균 데뷔기간	0		
		• 연습생 데뷔비중 및 자발적 탈락 비중	0		
기타 사항	소속직원	• 세부 인력 현황(업무, 성별, 연령별, 고용형태별)	0	0	
		• 4대 보험 가입 현황	0		
		• 프리랜서 현황(제작물유형별 인원수)		0	
		• 가장 주된 구인 경로	0	0	
		• 신규직원 채용 시 평가하는 사항		0	
		• 신규직원 채용 시 애로사항		0	
사업 현황	매출 규모	• 분야별 매출액 구성 내역	0	0	
		• 국내·외별 매출액 구성 내역(국내. 해외)	0	0	
		• 분야별 매출액 증감 현황	0	0	
		• 분야별 제작 완료 건수		0	
	해외 진출 현황	• 해외 진출 주요 국가	0	0	
		• 최초 해외 진출 경로	0	0	
		• 향후 진출 희망 국가	0	0	

구분		주요 내용	기획업	제작업	비고
기타	표준계약서	• 표준계약서 및 부속 합의서 인지도	O		신규
		• 표준계약서 및 부속 합의서 사용 현황 및 향후 사용 계획	O		
		• 소속직원의 표준근로계약서 사용 현황	O	O	
	주 52시간 근무제	• 주 52시간 시행 여부	O	O	신규
		• 주 52시간 미도입 이유	O	O	신규
	성희롱·성폭력 예방교육	• 성희롱·성폭력 예방교육 실시 여부	O	O	
		• 성희롱·성폭력 예방교육 실시 주기	O	O	
	국내 대중문화예술산업에 대한 평가	• 국내 대중문화예술산업의 경쟁력 우위 부분	O	O	
		• 국내 대중문화예술산업의 경쟁력 취약 부분	O	O	
		• 국내 대중문화예술산업의 해외 진출시 애로사항	O	O	
	정부 지원 사항	• 대중문화예술산업 발전을 위한 정부 지원사항	O		
		• 해외 진출 관련 정부 지원사항	O		
	코로나19 관련 사항	• 코로나19로 인한 매출, 활동 변화	O	O	신규
		• 코로나19 대응방안	O	O	신규
		• 코로나19로 인한 피해 회복 시기	O	O	신규
		• 코로나19 관련 정부 지원 사항 참여 경험	O	O	신규
	기타	• 소속 대중문화예술인과의 법적분쟁 건수	O		
		• 소속 대중문화예술인과의 법적분쟁 내용	O		
		• 관련 가입단체 현황	O	O	

2. 종사자 부문

《표 1-3-2》 종사자 부문 조사 내용

구분		주요 내용	대중문화 예술인	대중문화 예술제작물 스태프	비고
일반 정보	기본정보	• 성별/연령	O	O	
		• 거주 지역	O	O	
대중 문화 예술 활동 사항	대중문화예술 활동분야	• 활동 분야/주 활동 분야	O	O	
		• 데뷔 분야	O		
		• 해당 분야 최초 입문 경로	O	O	
		• 총 활동 경력	O	O	
		• 2020년 기준 참여 작품 수		O	
		• 2020년 기준 월평균 근로일수		O	
		• 수입이 없는 평균 공백 기간	O		
	교육 현황	• 문화예술 분야 전공 여부	O		
		• 세부 전공 분야	O		
		• 정규과정 외 대중문화예술 교육 경험	O		
		• 대중문화예술 관련 교육과정 만족도	O		
	전업예술인 여부	• 대중문화예술 분야 이외에 직업 유무	O	O	
		• 대중문화예술 분야 이외에 소득활동	O	O	
	소득 현황	• 평균 개인소득	O	O	
		• 대중문화예술 활동 관련 소득	O	O	
		• 대중문화예술 분야별 수입 비중	O		
	대중문화예술 활동 만족도	• 대중문화예술 활동 만족도	O		
		• 대중문화예술인의 성공 조건	O		
		• 대중문화예술인의 사회적 평판	O		
		• 대중문화예술인의 공인 여부	O		
		• 대중문화예술인으로서 본인의 공인 인지 여부	O		

구분		주요 내용	대중문화 예술인	대중문화 예술제작물 스태프	비고
고용 및 수입 현황/ 근로 환경	고용/수입 현황	• 연예기획사 소속 여부	O		
		• 표준계약서 사용 여부	O	O	
		• 표준계약서 수정 내용	O	O	
		• 최근 갱신 계약 연도	O		
		• 작품 활동시 계약 형태		O	
		• 주 계약 상대/주 계약 단위		O	
		• 주 계약 주기/임금 지급 주기		O	
		• 임금에 포함되어 있는 항목		O	
		• 임금 수준		O	
	4대 보험 가입여부	• 건강보험/국민연금 가입 형태	O		
		• 산재보험/고용보험 가입 여부	O		
		• 예술인 고용보험 가입 여부	O		
	근로환경	• 노동시간에 대한 생각	O	O	
		• 노동시간 대비 용역비 제공에 대한 생각		O	
		• 근로시간의 결정 의지	O	O	
		• 주 52시간 근로제에 대한 인지여부	O	O	신규
		• 상해사고 및 질병에 따른 조치		O	
		• 임금체불 경험 및 관련 내용		O	
		• 근로환경에 대한 개선사항		O	
		• 직업 전반에 대한 만족도		O	
	경력 관리	• 작품 참여를 위한 탐색 경로		O	
		• 무보수로 제작에 참여한 경험		O	
		• 경력을 위해 필요한 사항		O	
		• 향후 직업을 바꿀 의향 및 이유		O	
코로나19 관련 사항		• 코로나19로 인한 활동, 소득 변화	O	O	신규
		• 코로나19로 인한 피해 종류	O	O	신규
		• 코로나19로 인한 피해 회복 시기	O	O	신규
		• 코로나19 관련 정부 지원 사항 참여 경험/종류	O	O	신규
기타		• 법적 분쟁 및 신고 사례	O		
		• 대중문화예술 활동 애로사항	O	O	

제4절 자료 처리 방법

1. 데이터 검증

○ 데이터의 신뢰성 확보를 위해 회수된 설문지에 대해 100% 사후검증을 실시함.

* 내용상 로직이 맞지 않는 경우 등, 재확인이 필요한 부분에 대해 추가 전화검증 실시

* 2차 자료(공시자료, 국민연금DB, 뉴스기사, 기업정보 Data 등)를 통해 개별데이터 확인

2. 기획업 무응답 대체

가. 응답률 현황

○ 기획업 전체 응답률은 72.7%임. 단위무응답 사업체가 2,778개 중에서 758개로 무응답률은 27.3%임

○ 주요 사업별(3개), 규모별(6개) 응답률은 다음과 같음

《표 1-4-1》 기획업의 주 사업 분야 및 종사자수규모별 응답률 현황

주요 사업 분야	규모(종사자수)	모집단 수(개)	무응답 개수(개)	조사 개수(개)	응답률
매니지먼트 분야	1인[10]	466	141	325	69.7%
	2~5인 미만	471	112	359	76.2%
	5~10인 미만	327	80	247	75.5%
	10~20인 미만	97	9	88	90.7%
	20~50인 미만	41	7	34	82.9%
	50인 이상	24	5	19	79.2%
	소계	1,426	354	1,072	75.2%
제작 분야	1인	366	121	245	66.9%
	2~5인 미만	254	80	174	68.5%
	5~10인 미만	138	51	87	63.0%
	10~20인 미만	50	8	42	84.0%
	20~50인 미만	22	2	20	90.9%
	50인 이상	5	-	5	100.0%
	소계	835	262	573	68.6%
기타 분야 (모델에이전시, 아카데미 등)	1인	182	50	132	72.5%
	2~5인 미만	173	50	123	71.1%
	5~10인 미만	96	30	66	68.8%
	10~20인 미만	48	10	38	79.2%
	20~50인 미만	14	2	12	85.7%
	50인 이상	4	-	4	100.0%
	소계	517	142	375	72.5%
전체		2,778	758	2,020	72.7%

나. 무응답 유형과 처리방법

❍ 무응답은 단위무응답(unit nonresponse)과 항목무응답(item nonrespose)으로 구분되며 무응답대체의 세부 절차는 다음과 같이 진행하였음

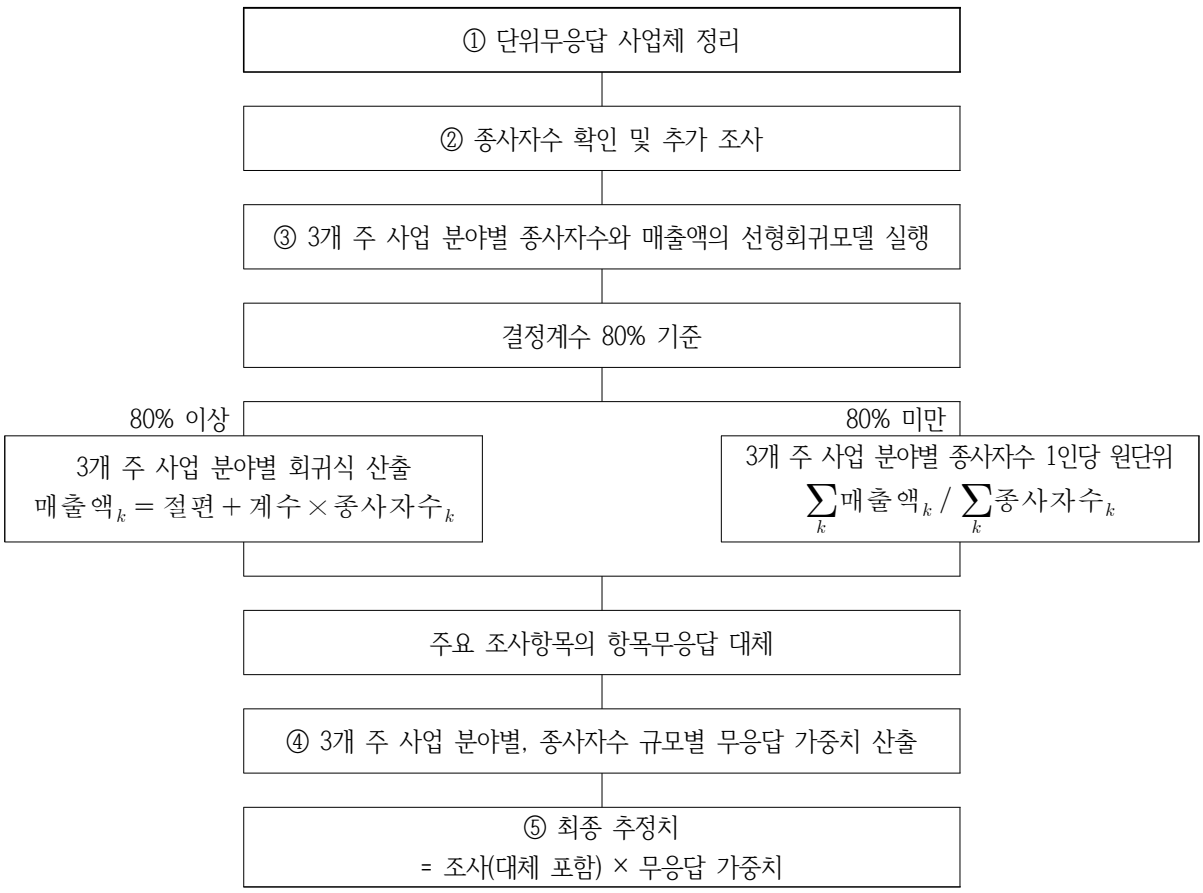
① 단위무응답 사업체들의 목록(758개 사업체)을 정리하고

② 758개 사업체의 주요 조사항목(종사자수 및 매출액 현황)에 대하여 관련 자료의 확인을 통해 종사자수와 매출액 항목을 조사하여 채움 (단위무응답 사업체들에 대해 추가 조사를 통해 종사자수와 매출액을 모두 채움)

③ 항목무응답에 대해서는 2차 자료(공시자료, 국민연금DB, 뉴스기사, 기업정보 DB), 전년도 응답기업의 경우 응답 변화추이 반영 절차를 수행하여 대체함

④ 3개 주 사업 분야별, 종사자수 규모별 무응답 조정을 반영한 최종 가중치를 산출

⑤ 나머지 항목들에 대해서는 무응답가중치를 적용하여 추정



※ 단, k는 사업체를 나타내는 첨자임

10) 소속직원 수 1인은 본인이 대표자인 경우도 포함하고 있음.

다. 무응답 가중치

❍ 주 사업 분야별(3개), 규모별(6개) 무응답 보정을 위한 무응답 보정 가중치를 부여함

무응답보정 가중치 $w_{ij} = \frac{N_{ij}}{n_{ij}^{*}} = \frac{\text{모집단 사업체수}_{ij}}{\text{조사 사업체수}_{ij}}$

여기서, i는 주 사업 분야별(3개), j는 규모별(6개)을 나타냄

❍ 모집단의 특성을 세부적으로 반영하기 위해 분석단위 규모(4가지)보다 세분화하여 6개 분류로 적용함.

《표 1-4-2》 기획업의 주 사업 분야×종사자수규모별 표본 조사 가중치

주요 사업 분야	규모(종사자수)	모집단 수(개)	조사 개수(개)	가중치
매니지먼트 분야	1인[11]	466	325	1.43
	2~5인 미만	471	359	1.31
	5~10인 미만	327	247	1.32
	10~20인 미만	97	88	1.10
	20~50인 미만	41	34	1.21
	50인 이상	24	19	1.26
제작 분야	1인	366	245	1.49
	2~5인 미만	254	174	1.46
	5~10인 미만	138	87	1.59
	10~20인 미만	50	42	1.19
	20~50인 미만	22	20	1.10
	50인 이상	5	5	1.00
기타 분야 (모델에이전시, 아카데미 등)	1인	182	132	1.38
	2~5인 미만	173	123	1.41
	5~10인 미만	96	66	1.45
	10~20인 미만	48	38	1.26
	20~50인 미만	14	12	1.17
	50인 이상	4	4	1.00
전체		2,778	2,020	

11) 소속직원 수 1인은 본인이 대표자인 경우도 포함하고 있음.

라. 추정

○ 용어정의

- y_{ijk} : 관찰값 (주 사업 분야 i, 규모 j, 사업체 k에 대한 응답)
  - i: 주 사업 분야별(1, 2, 3)을 나타내는 첨자
  - j: 종사자수 규모별(1, 2, 3, 4, 5, 6)을 나타내는 첨자
  - k: 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 사업체 번호 ($k = 1,\ 2,\ \cdots,\ N_{ij}$)
  - N_{ij} : 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 모집단 사업체수
  - $N = \sum_{i=1}^{3}\sum_{j=1}^{6} N_{ijk}$: 전체 모집단 사업체수

- w_{ij} : 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 가중치= $\frac{N_{ij}}{n_{ij}^{*}} = \frac{\text{모집단 사업체수}_{ij}}{\text{조사 사업체수}_{ij}}$

- $\bar{y}_{ij} = \frac{1}{N_{ij}}\sum_{k=1}^{N_{ij}} w_{ij} \cdot y_{ijk}$: 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 평균

- $\hat{\tau}_{ij} = N_{ij} \cdot \bar{y}_{ij}$: 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 총합

- $S_{ij}^2 = \frac{\sum_{k=1}^{N_{ij}} w_{ij}\left(y_{ijk} - \bar{y}_{ij}\right)^2}{\left(\sum_{k=1}^{N_{ij}} w_{ij} - 1\right)}$: 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 분산

- $\hat{p}_{ij}$: 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 비율

○ 모집단 총합 τ의 추정량 및 분산

- 총합: $\hat{\tau} = \sum_{i=1}^{3}\sum_{j=1}^{6} \hat{\tau}_{ij}$

- 총합의 분산: $\widehat{Var}(\hat{\tau}) = \sum_{i=1}^{3}\sum_{j=1}^{6} N_{ij} \cdot S_{ij}^2$

○ 모평균 μ의 추정량 및 분산

- 모평균: $\hat{\mu} = \frac{\hat{\tau}}{N}$

- 모평균의 분산: $\widehat{Var}(\hat{\mu}) = \frac{1}{N^2}\sum_{i=1}^{3}\sum_{j=1}^{6} N_{ij} \cdot S_{ij}^2$

❍ 모비율 p의 추정량 및 분산

• 모비율: $\hat{p} = \sum_{i=1}^{3}\sum_{j=1}^{6} w_{ij} \cdot \hat{p}_{ij}$

• 모비율의 분산: $\widehat{Var}(\hat{p}) = \frac{1}{N^2}\sum_{i=1}^{3}\sum_{j=1}^{6} N_{ij} \cdot \hat{p}_{ij} \cdot (1-\hat{p}_{ij})$

❍ 표준오차 및 오차한계의 추정

• 표준오차 : $\sqrt{\widehat{Var}}$

• 신뢰수준 100×(1- α)% 하에서의 오차한계 : $z_{\alpha/2} \cdot \sqrt{\widehat{Var}}$

신뢰수준 95% 하에서의 오차한계: $1.96 \cdot \sqrt{\widehat{Var}}$

3. 제작업 무응답 대체

가. 응답률 현황

○ 제작업 전체 응답률은 70.9%임. 단위무응답 사업체가 1,832개 중에서 534개로 무응답률은 29.1%임

○ 주 사업 분야별(4개), 규모별(6개) 응답률은 다음과 같음

《표 1-4-3》 제작업의 주 사업 분야 및 종사자수규모별 응답률 현황

주요 사업 분야	규모(종사자수)	모집단 수(개)	무응답 개수(개)	조사 개수(개)	응답률
영상물 제작 (방송, 영화, 애니메이션, 뮤직비디오)	1인[12]	260	81	179	68.8
	2~5인 미만	463	152	311	67.2
	5~10인 미만	293	81	212	72.4
	10~20인 미만	147	39	108	73.5
	20~50인 미만	93	28	65	69.9
	50인 이상	114	22	92	80.7
	소계	**1,370**	**403**	**967**	**70.6**
음반/음원 제작	1인	81	23	58	71.6
	2~5인 미만	47	12	35	74.5
	5~10인 미만	15	2	13	86.7
	10~20인 미만	7	0	7	100.0
	20~50인 미만	2	1	1	50.0
	50인 이상	1	0	1	100.0
	소계	**153**	**38**	**115**	**75.2**
공연물 제작	1인	103	40	63	61.2
	2~5인 미만	101	18	83	82.2
	5~10인 미만	41	15	26	63.4
	10~20인 미만	10	3	7	70.0
	20~50인 미만	11	5	6	54.5
	50인 이상	3	0	3	100.0
	소계	**269**	**81**	**188**	**69.9**
기타 제작*	1인	17	6	11	64.7
	2~5인 미만	12	6	6	50.0
	5~10인 미만	4	0	4	100.0
	10~20인 미만	4	0	4	100.0
	20~50인 미만	1	0	1	100.0
	50인 이상	2	0	2	100.0
	소계	**40**	**12**	**28**	**70.0**
전체		**1,832**	**534**	**1,298**	**70.9**

* 전시물 기획, 비공연 예술가, 공연 IT 솔루션 등이 포함됨

12) 소속직원 수 1인은 본인이 대표자인 경우도 포함하고 있음.

나. 무응답 유형과 처리방법

❍ 무응답은 단위무응답(unit nonresponse)과 항목무응답(item nonrespose)으로 구분되며 무응답대체의 세부 절차는 다음과 같이 진행하였음

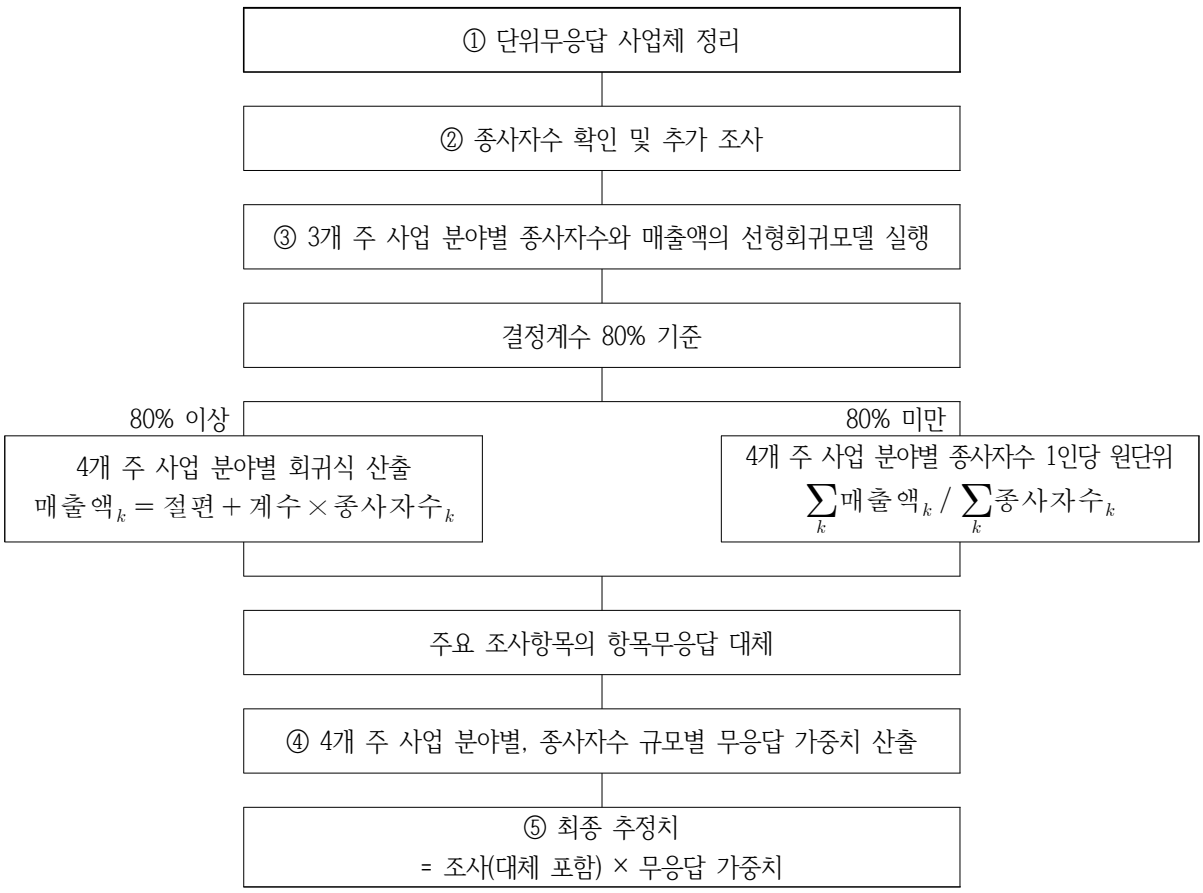
① 단위무응답 사업체들의 목록(534개 사업체)을 정리하고

② 534개 사업체의 주요 조사항목(종사자수 및 매출액 현황)에 대하여 관련 자료의 확인을 통해 종사자수와 매출액 항목을 조사하여 채움 (단위무응답 사업체들에 대해 추가 조사를 통해 종사자수와 매출액을 모두 채움)

③ 항목무응답에 대해서는 2차 자료(공시자료, 국민연금DB, 뉴스기사, 기업정보 DB), 전년도 응답기업의 경우 응답 변화추이 반영 절차를 수행하여 대체함

④ 3개 주 사업 분야별, 종사자수 규모별 무응답 조정을 반영한 최종 가중치를 산출

⑤ 나머지 항목들에 대해서는 무응답가중치를 적용하여 추정



※ 단, k는 사업체를 나타내는 첨자임

다. 무응답 가중치

○ 주 사업 분야별(4개), 규모별(6개) 가중치는 무응답 보정을 적용한 가중치를 부여함

무응답보정후의 가중치 $w_{ij} = \frac{N_{ij}}{R_{ij}} = \frac{\text{모집단 사업체수}_{ij}}{\text{조사 사업체수}_{ij}}$

《표 1-4-4》 제작업의 주 사업 분야×종사자수규모별 표본 조사 가중치

주요 사업 분야	규모(종사자수)	모집단 수(개)	조사 개수(개)	가중치
영상물 제작 (방송, 영화, 애니메이션, 뮤직비디오)	1인[13]	260	179	1.45
	2~5인 미만	463	311	1.49
	5~10인 미만	293	212	1.38
	10~20인 미만	147	108	1.36
	20~50인 미만	93	65	1.43
	50인 이상	114	92	1.24
음반/음원 제작	1인	81	58	1.40
	2~5인 미만	47	35	1.34
	5~10인 미만	15	13	1.15
	10~20인 미만	7	7	1.00
	20~50인 미만	2	1	2.00
	50인 이상	1	1	1.00
공연물 제작	1인	103	63	1.63
	2~5인 미만	101	83	1.22
	5~10인 미만	41	26	1.58
	10~20인 미만	10	7	1.43
	20~50인 미만	11	6	1.83
	50인 이상	3	3	1.00
기타 제작*	1인	17	11	1.55
	2~5인 미만	12	6	2.00
	5~10인 미만	4	4	1.00
	10~20인 미만	4	4	1.00
	20~50인 미만	1	1	1.00
	50인 이상	2	2	1.00
전체		**1,832**	**1,298**	

* 전시물 기획, 비공연 예술가, 공연 IT 솔루션 등이 포함됨

13) 소속직원 수 1인은 본인이 대표자인 경우도 포함하고 있음.

라. 추정

○ 용어정의

- y_{ijk} : 관찰값 (주 사업 분야 i, 규모 j, 사업체 k에 대한 응답)
  - i: 주 사업 분야별(1, 2, 3, 4)을 나타내는 첨자
  - j: 종사자수 규모별(1, 2, 3, 4, 5, 6)을 나타내는 첨자
  - k: 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 사업체 번호 ($k = 1,\ 2,\ \cdots,\ N_{ij}$)
  - N_{ij} : 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 모집단 사업체수
  - $N = \sum_{i=1}^{4}\sum_{j=1}^{6} N_{ijk}$: 전체 모집단 사업체수

- w_{ij} : 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 가중치= $\frac{N_{ij}}{n_{ij}^{*}} = \frac{\text{모집단 사업체수}_{ij}}{\text{조사 사업체수}_{ij}}$

- $\bar{y}_{ij} = \frac{1}{N_{ij}}\sum_{k=1}^{N_{ij}} w_{ij} \cdot y_{ijk}$: 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 평균

- $\hat{\tau}_{ij} = N_{ij} \cdot \bar{y}_{ij}$: 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 총합

- $S_{ij}^2 = \frac{\sum_{k=1}^{N_{ij}} w_{ij}\left(y_{ijk} - \bar{y}_{ij}\right)^2}{\left(\sum_{k=1}^{N_{ij}} w_{ij} - 1\right)}$: 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 분산

- $\hat{p}_{ij}$: 주 사업 분야 i, 규모 j에 대한 비율

○ 모집단 총합 τ의 추정량 및 분산

- 총합: $\hat{\tau} = \sum_{i=1}^{4}\sum_{j=1}^{6} \hat{\tau}_{ij}$

- 총합의 분산: $\widehat{Var}(\hat{\tau}) = \sum_{i=1}^{4}\sum_{j=1}^{6} N_{ij} \cdot S_{ij}^2$

○ 모평균 μ의 추정량 및 분산

- 모평균: $\hat{\mu} = \frac{\hat{\tau}}{N}$

- 모평균의 분산: $\widehat{Var}(\hat{\mu}) = \frac{1}{N^2}\sum_{i=1}^{4}\sum_{j=1}^{6} N_{ij} \cdot S_{ij}^2$

❍ 모비율 p의 추정량 및 분산

• 모비율: $\hat{p} = \sum_{i=1}^{4}\sum_{j=1}^{6} w_{ij} \cdot \hat{p}_{ij}$

• 모비율의 분산: $\widehat{Var}(\hat{p}) = \frac{1}{N^2}\sum_{i=1}^{4}\sum_{j=1}^{6} N_{ij} \cdot \hat{p}_{ij} \cdot (1-\hat{p}_{ij})$

❍ 표준오차 및 오차한계의 추정

• 표준오차 : $\sqrt{\widehat{Var}}$

• 신뢰수준 100×(1-α)% 하에서의 오차한계 : $z_{\alpha/2} \cdot \sqrt{\widehat{Var}}$

신뢰수준 95% 하에서의 오차한계: $1.96 \cdot \sqrt{\widehat{Var}}$

제5절 사업 수행 절차

1. 전체 사업 수행 절차

○ 전체 수행 절차는 크게 연구 설계, 설문 항목 개발, 실태조사 실시, 데이터 검증, 결과 분석, 결과 자문으로 이루어졌으며, 절차별 세부 내용은 다음과 같음

《표 1-5-1》 사업 수행 절차

구분		내 용	일정
기획	표본 설계 및 모수 추정	• 사업체 조사 표집틀 작성 - 기존 리스트에 신규 업체 추가 • 종사자 조사 표본 설계안 작성 - 전문가 자문 실시	4~5월
	조사 항목 보완 및 조사표 완성	• 기존 항목 검토를 통한 설문 문항 확정 - 전문가 자문을 통한 보완 - Pre-test를 통한 설문지 점검 • 최종 조사표 완성	5~7월
실사	실사 준비	• 조사 대상 리스트 정리 • 조사 자료 준비 • 조사원 교육 실시 • 온라인 설문 구축	7월
	실사 진행	• 조사 대상자 전화 컨택 • 협조공문 및 조사표 발송 • 실태조사 진행 • 조사 관련 문의 응대	7~10월
데이터 분석	데이터 입력 및 검증	• 응답 데이터 입력 • 데이터의 오류사항 점검 • 전화 검증 실시	10월
	결과 분석	• 데이터 통계 분석 • 기초통계표 작성 • 주요 결과치 산출	10월
결과보고 및 보고서 작성	보고서 작성	• 결과 보고서 작성	10월
	결과 보고	• 결과보고회 실시	11월
	보고서 보완	• 결과 보고서 보완 작업	11월

2. 주요 절차별 진행 방식

가. 표본 설계

❍ 사업체 실태조사는 초기 모집단을 정비 후 대중문화예술산업 영위 사업체를 확정하여 전수조사 실시함.

❍ 기획업의 경우에는 2020년 12월 31일 기준 대중문화예술산업 기획업으로 등록한 업체를 초기 모집단으로 활용하였으며, 제작업의 경우에는 2019년 조사 모집단에 한국 표준산업분류코드를 기준으로 대중문화예술산업 관련 업종 신규 업체를 취합 및 정리하여 제작업 리스트를 보완함. (리스트 보완은 기업정보 DB활용)

❍ 초기 모집단 확정 후 휴폐업기업, 중복기업(특히 제작업의 경우 기획업과 중복되는 경우 제작업에서 제외하고 기획업에 포함하여 조사 진행함), 대중문화예술산업 영위기업이 아닌 경우를 제외하여 최종 유효 모집단을 확정하여 실태조사 실시함

❍ 대중문화예술인의 경우 2021년 사업 수행 시 통계적으로 유의한 표본 할당을 위해 대중문화예술 관련 협단체를 접촉하여 해당 직군에 대해 정보를 요청하여 자료를 수집함. 개인정보 이슈로 예술인 DB 공유는 불가하였고, 협단체 관계자를 통해 인원수 정보(분야별 인원수, 성별·인령별 인원수)가 파악됨. 파악된 모집단 규모에 따른 비례배분을 하되, 일부 정보가 부재하거나 비중이 작은 경우 최소 표본을 임의 할당함. 또한 시계열 분석을 위해 기존의 표본 분포와 유사하게 설계함

❍ 대중문화예술제작물 스태프는 모집단 정보를 보유한 기관, 데이터 등이 부재하며, 관련 노동조합을 통해 확인 결과, 노동조합의 조합원이 모두 스태프가 아닌점 등을 고려할 때 모집단 정보에 근거한 표본설계는 불가능함. 자문 회의 시 실제 작품제작시의 분야별 비중(예시: 기획 5명, 촬영 8명, 조명 10명, 미술 15명 등)으로 반영하는 의견도 있었으나 시계열 분석을 위해 균등 할당함

나. 조사표 검토

❍ 1차년도 본조사 진행 및 2016년 심층연구를 통해 조사표에 대한 연구가 선행됨.

❍ 2021년 대중문화예술산업 실태조사 실시 전 조사표에 대해 전문가 검토 및 자문회의 등을 통해 보완함.

❍ 청소년연예인 표준계약서 및 표준부속합의서, 주 52시간 근무제, 코로나19로 인한 변화 등 추가 이슈에 대한 신규 문항을 삽입함.

다. 실태조사 진행

(1) 사업체 조사

❍ 사업체 실태조사는 전화 컨택터가 조사대상 업체의 인사 및 총무담당자를 전화 접촉 후 조사목적 및 방법 등을 안내하였음. 이메일 및 팩스번호 정보를 확인 후 조사협조 공문을 발송하였고, 응답자의 편의성을 고려하여 이메일, 팩스, 온라인, 방문면접 방법을 병행하였음.

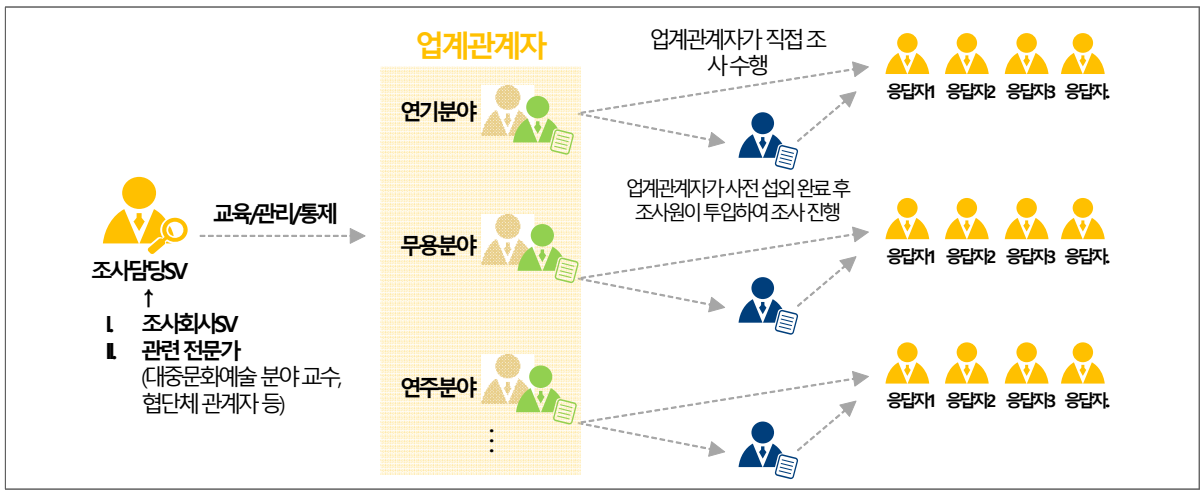
❍ 사업체조사의 응답률 저하 경향 및 조사 문항의 분량 및 구성의 복잡성에 따른 단위무응답 증가에 대해 응답자의 편의성 제고를 통해 회수율을 높이고자 하였음.

(2) 종사자 조사

❍ 종사자 실태조사는 사전 조사 명부가 없었고, 눈덩이 추출법(Snow ball Sampling)을 통해 표본을 확보하는 과정에서 조사 명부 작성과 동시에 조사를 진행함으로 인해 조사의 경제성 및 효율성을 제고할 필요성이 있었음. 각 분야의 대중문화예술 종사자를 투입하여 조사 참여를 유도함으로써 조사의 효율성을 제고함.

❍ 조사 방법은 이메일, 온라인, 방문면접을 병행하였고, 방문면접조사의 경우 태블릿PC를 이용하여 타계식 면접조사를 실시하였음.

《그림 1-3》 종사자 조사 수행 Process



제6절 사업체 및 종사자 응답자 특성표

1. 대중문화예술산업 기획업

구분		모집단 구성비		조사완료 업체수	
		사례수(계)	비중(%)	사례수(계)	비중(%)
전체		**(2,778)**	**100.0**	**(2,020)**	**100.0**
주요 사업 분야(대분류)	매니지먼트 분야	(1,426)	51.3	(1,072)	53.1
	제작 분야	(835)	30.1	(573)	28.4
	기타 분야	(517)	18.6	(375)	18.6
소속 직원 수	1인	(1,014)	36.5	(702)	34.8
	2~5인 미만	(898)	32.3	(656)	32.5
	5~10인 미만	(561)	20.2	(400)	19.8
	10인 이상	(305)	11.0	(262)	13.0
사업체 형태	개인사업체	(871)	31.4	(515)	25.5
	회사법인	(1,901)	68.4	(1,501)	74.3
	회사외 법인	(6)	0.2	(4)	0.2
상장 여부	상장 했음	(24)	0.9	(21)	1.0
	상장하지 않았음	(2,754)	99.1	(1,999)	99.0
해외지사 여부	해외지사 있음	(36)	1.3	(32)	1.6
	해외지사 없음	(2,742)	98.7	(1,988)	98.4
【매니지먼트】	연기자	(559)	20.1	(438)	21.7
	가수	(735)	26.5	(540)	26.7
	방송인	(112)	4.0	(79)	3.9
	기타	(20)	0.7	(15)	0.7
【제작】	드라마	(79)	2.8	(48)	2.4
	영화	(82)	3.0	(41)	2.0
	음반	(341)	12.3	(249)	12.3
	디지털 음원	(118)	4.2	(91)	4.5
	기타	(215)	7.7	(144)	7.1
【기타】	아카데미	(41)	1.5	(27)	1.3
	MD 비즈니스	(22)	0.8	(13)	0.6
	에이전시	(280)	10.1	(234)	11.6
	기타	(174)	6.3	(101)	5.0

※ 결과분석 시 비율(%)은 소수점 둘째자리에서 반올림하여 첫째자리까지만 표시하므로 개별항목의 합계와 전체 합계(100.0%)가 일치하지 않을 수 있음.

※ 전체 모집단 추정을 위해 가중치를 부여하여 계산한 결과이며, 이로 인해 특성별 응답업체수는 '±1' 정도 차이가 나타날 수 있음.

2. 대중문화예술산업 제작업

구분		모집단 구성비		조사완료 업체수	
		사례수(계)	비중(%)	사례수(계)	비중(%)
전체		**(1,832)**	**100.0**	**(1,298)**	**100.0**
주요 사업 분야(대분류)	영상물 제작	(1,370)	74.8	(967)	74.5
	음반/음원 제작	(153)	8.4	(115)	8.9
	공연물 제작	(269)	14.7	(188)	14.5
	기타 제작	(40)	2.2	(28)	2.2
소속 직원 수	5인 미만	(1,084)	59.2	(746)	57.5
	5~10인 미만	(353)	19.3	(255)	19.6
	10~30인 미만	(231)	12.6	(171)	13.2
	30인 이상	(164)	9.0	(126)	9.7
사업체 형태	개인사업체	(446)	24.3	(341)	26.3
	회사법인	(1,354)	73.9	(938)	72.3
	회사외 법인	(32)	1.7	(19)	1.5
상장 여부	상장 했음	(20)	1.1	(16)	1.2
	상장하지 않았음	(1,812)	98.9	(1,282)	98.8
해외지사 여부	해외지사 있음	(10)	0.5	(8)	0.6
	해외지사 없음	(1,822)	99.5	(1,290)	99.4
【영상물】	방송	(829)	45.3	(540)	41.6
	영화	(227)	12.4	(161)	12.4
	애니메이션	(66)	3.6	(52)	4.0
	광고	(126)	6.9	(110)	8.5
	뮤직비디오	(7)	0.4	(6)	0.5
	기타	(115)	6.3	(98)	7.6
【음반/음원】	음반/음원	(153)	8.4	(115)	8.9
【공연물】	공연기획/제작사	(261)	14.2	(182)	14.0
	공연단체	(8)	0.4	(6)	0.5
【기타】	기타	(40)	2.2	(28)	2.2

※ 결과분석 시 비율(%)은 소수점 둘째자리에서 반올림하여 첫째자리까지만 표시하므로 개별항목의 합계와 전체 합계(100.0%)가 일치하지 않을 수 있음.

※ 전체 모집단 추정을 위해 가중치를 부여하여 계산한 결과이며, 이로 인해 특성별 응답업체수는 '±1' 정도 차이가 나타날 수 있음.

3. 대중문화예술인

구분		표본 구성비	
		사례수(계)	비중(%)
전체		**(983)**	**100.0**
성별	남성	(580)	59.0
	여성	(403)	41.0
연령	20대 미만	(12)	1.2
	20대	(312)	31.7
	30대	(335)	34.1
	40대	(227)	23.1
	50대 이상	(97)	9.9
주요 활동 분야(대분류)	연기	(438)	44.6
	무용	(83)	8.4
	연주	(140)	14.2
	가창	(170)	17.3
	기타	(152)	15.5
경력	3년 미만	(150)	15.3
	3~5년 미만	(127)	12.9
	5~10년 미만	(234)	23.8
	10년 이상	(472)	48.0
【연기】	연기자	(223)	22.7
	코미디언	(80)	8.1
	뮤지컬 배우	(90)	9.2
	성우	(45)	4.6
【무용】	댄서(한국무용,현대무용,발레 제외)	(83)	8.4
【연주】	연주자	(140)	14.2
【가창】	가수	(170)	17.3
【기타】	모델	(90)	9.2
	공연 예술가	(51)	5.2
	기타 방송인(라디오DJ 등)	(11)	1.1

4. 대중문화예술제작물스태프

구분		표본 구성비	
		사례수(계)	비중(%)
전체		**(400)**	**100.0**
성별	남성	(231)	57.8
	여성	(169)	42.3
연령	20대	(163)	40.8
	30대	(152)	38.0
	40대	(67)	16.8
	50대 이상	(18)	4.5
주요 활동 분야(대분류)	기획	(70)	17.5
	촬영	(70)	17.5
	미술	(70)	17.5
	음향	(70)	17.5
	편집	(70)	17.5
	기타	(50)	12.5
경력	3년 미만	(106)	26.5
	3~5년 미만	(75)	18.8
	5~10년 미만	(134)	33.5
	10년 이상	(85)	21.3
【기획】	기획/제작	(21)	5.3
	연출	(22)	5.5
	홍보/마케팅	(4)	1.0
	구성작가	(23)	5.8
【촬영】	촬영(그립,데이터매니저 포함)	(42)	10.5
	조명	(26)	6.5
	특수효과	(2)	0.5
【미술】	미술(무대,소품,세트 포함)	(51)	12.8
	의상	(7)	1.8
	분장(특수분장,헤어 포함)	(12)	3.0
【음향】	스튜디오녹음	(34)	8.5
	현장녹음	(36)	9.0
【편집】	편집	(44)	11.0
	시각특수효과(특수영상)	(18)	4.5
	DI(디지털 색보정)	(8)	2.0
【기타】	보조연기자	(50)	12.5

제2장

사업체 조사 결과

제1절 대중문화예술산업 매출 규모

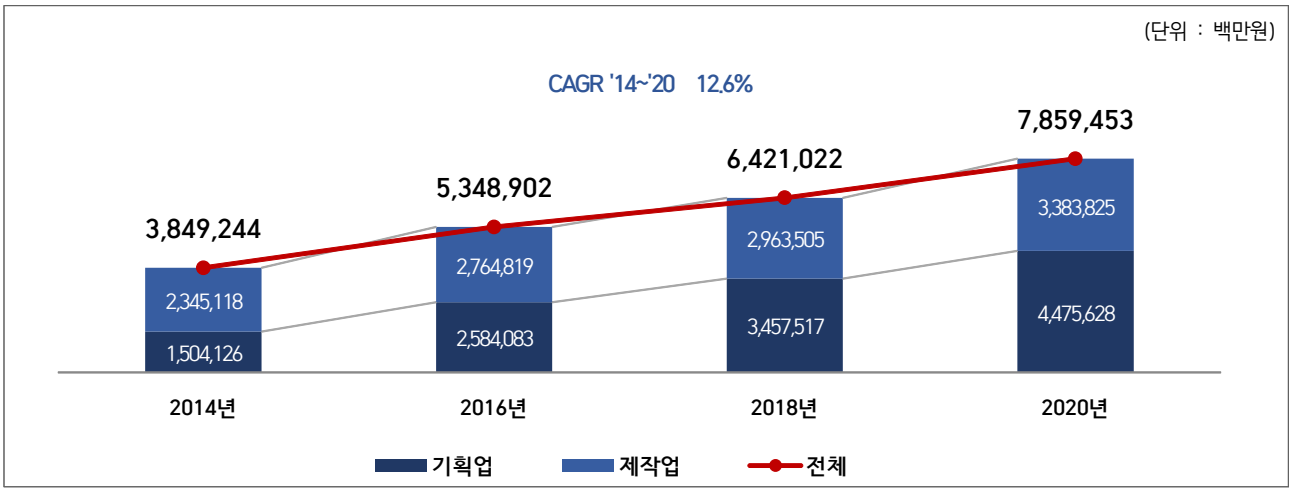
1. 전체 매출액 규모

○ 2020년 기준, 대중문화예술산업의 전체 매출 규모는 7조 8,594억 원으로 2014년 이후 지속적으로 성장하여 연평균 매출액증가율은 12.6%로 나타남

- **(기획업)** 2018년 대비 29.4% 증가한 4조 4,756억 원으로 나타났으며, 2014년 이후 연평균 매출액증가율은 19.9%로 큰 폭으로 증가함. 평균 매출액은 업체당 16억원으로 나타남.

- **(제작업)** 2018년 대비 14.2% 증가한 3조 3,838억 원으로 나타났으며, 2014년 이후 연평균 매출액증가율은 6.3%로 나타남. 평균 매출액은 업체당 18억원으로 나타남

《그림 2-1-1》 대중문화예술산업 사업체 매출 규모



《표 2-1-1》 대중문화예술산업 사업체 매출 규모

구 분			2014년	2016년	2018년	2020년	'18년 대비 증가율(%)	연평균 증가율(%)
전체		사례수(개)	2,633	3,493	3,704	4,610	▲24.5	▲ 9.8
		매출(백만원)	**3,849,244**	**5,348,902**	**6,421,022**	**7,859,453**	**▲22.4**	▲12.6
		평균 매출(백만원)	1,462	1,531	1,734	1,705	▽ 1.7	▲ 2.6
분야	기획업	사례수(개)	1,393	1,952	2,173	2,778	▲27.8	▲12.2
		매출(백만원)	**1,504,126**	**2,584,083**	**3,457,517**	**4,475,628**	**▲29.4**	▲19.9
		평균 매출(백만원)	1,080	1,324	1,591	1,611	▲ 1.3	▲ 6.9
	제작업	사례수(개)	1,240	1,541	1,531	1,832	▲19.7	▲ 6.7
		매출(백만원)	**2,345,118**	**2,764,819**	**2,963,505**	**3,383,825**	**▲14.2**	▲ 6.3
		평균 매출(백만원)	1,891	1,794	1,935	1,847	▽ 4.5	▽ 0.4

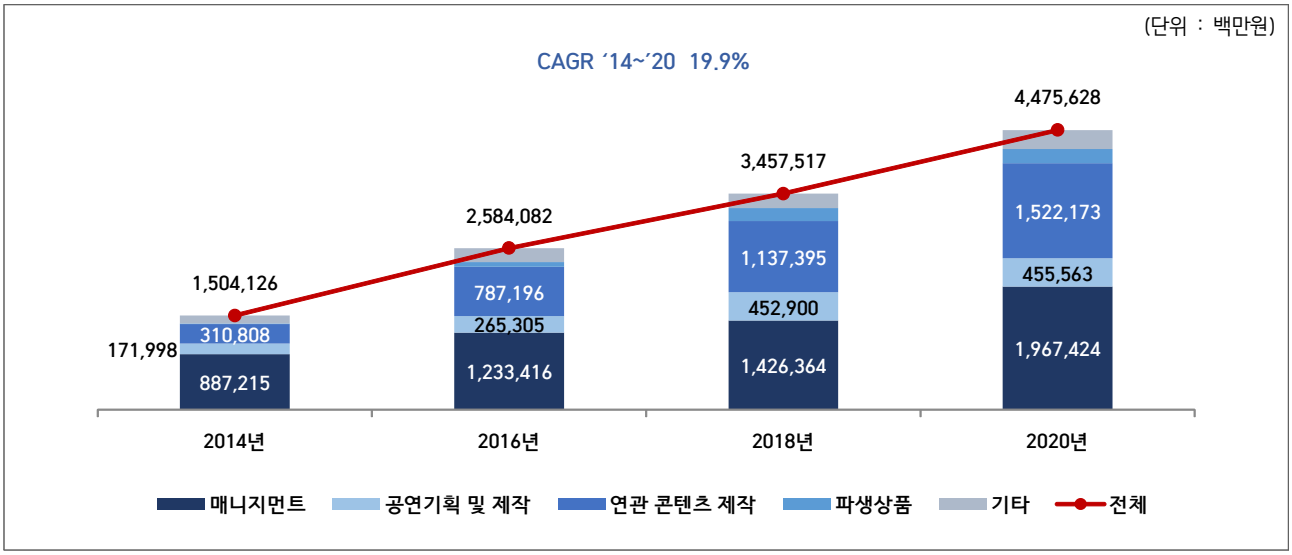
* 2014년 결과는 사후가중을 적용한 결과이며, 2016~2020년 결과는 체계적 모수추정(콜덱, 평균, 회귀대체 등) 결과임

2. 분야별 매출 규모

가. 기획업

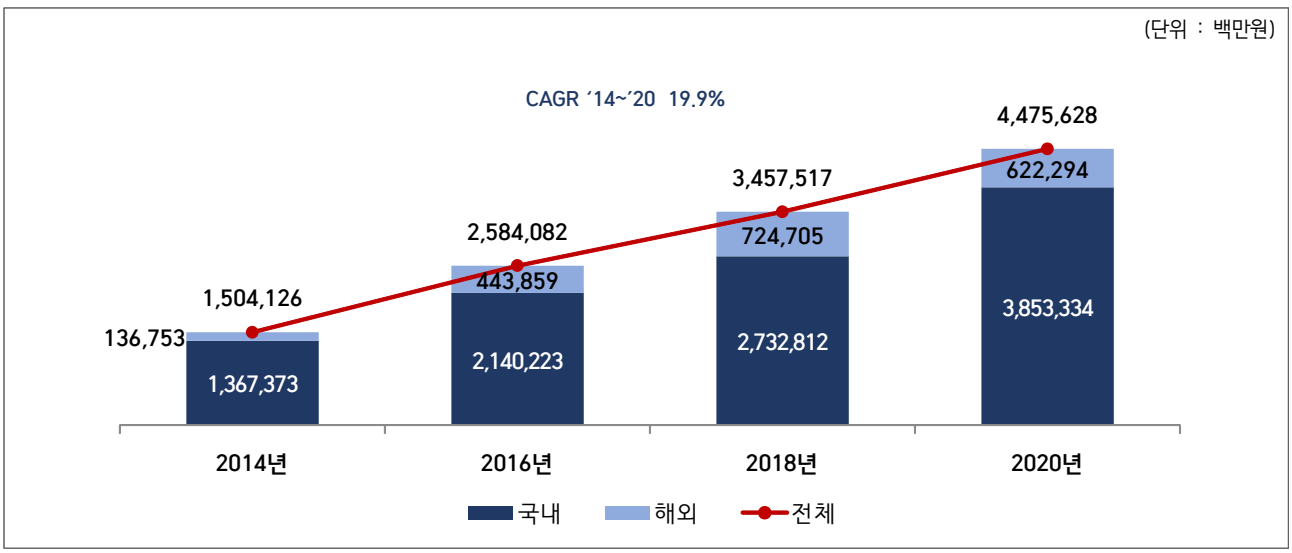
❍ 2020년 기준, 기획업의 분야별 매출 규모를 보면, 매니지먼트 분야가 1조 9,674억 원으로 가장 높게 나타났으며, 연관 콘텐츠 제작 분야는 1조 5,221억 원으로 나타남

《그림 2-1-2》 대중문화예술산업 기획업 매출 규모



❍ 2020년 기준, 기획업의 국내 매출액은 전년 대비 증가한 반면, 해외 매출액은 전년 대비 감소한 것으로 나타남

《그림 2-1-3》 대중문화예술산업 기획업 국내외 매출 규모



❍ 2020년 기준, 기획업의 매출 상위 기업의 현황은 아래와 같음. 매출액 1,000억이상 기업 6개의 매출 총합은 1조 4,918억원으로 전체 기획업 매출의 33.3%를 차지함

《표 2-1-2》 대중문화예술산업 기획업 매출 상위기업(1,000억 이상)

(단위 : 백만원)

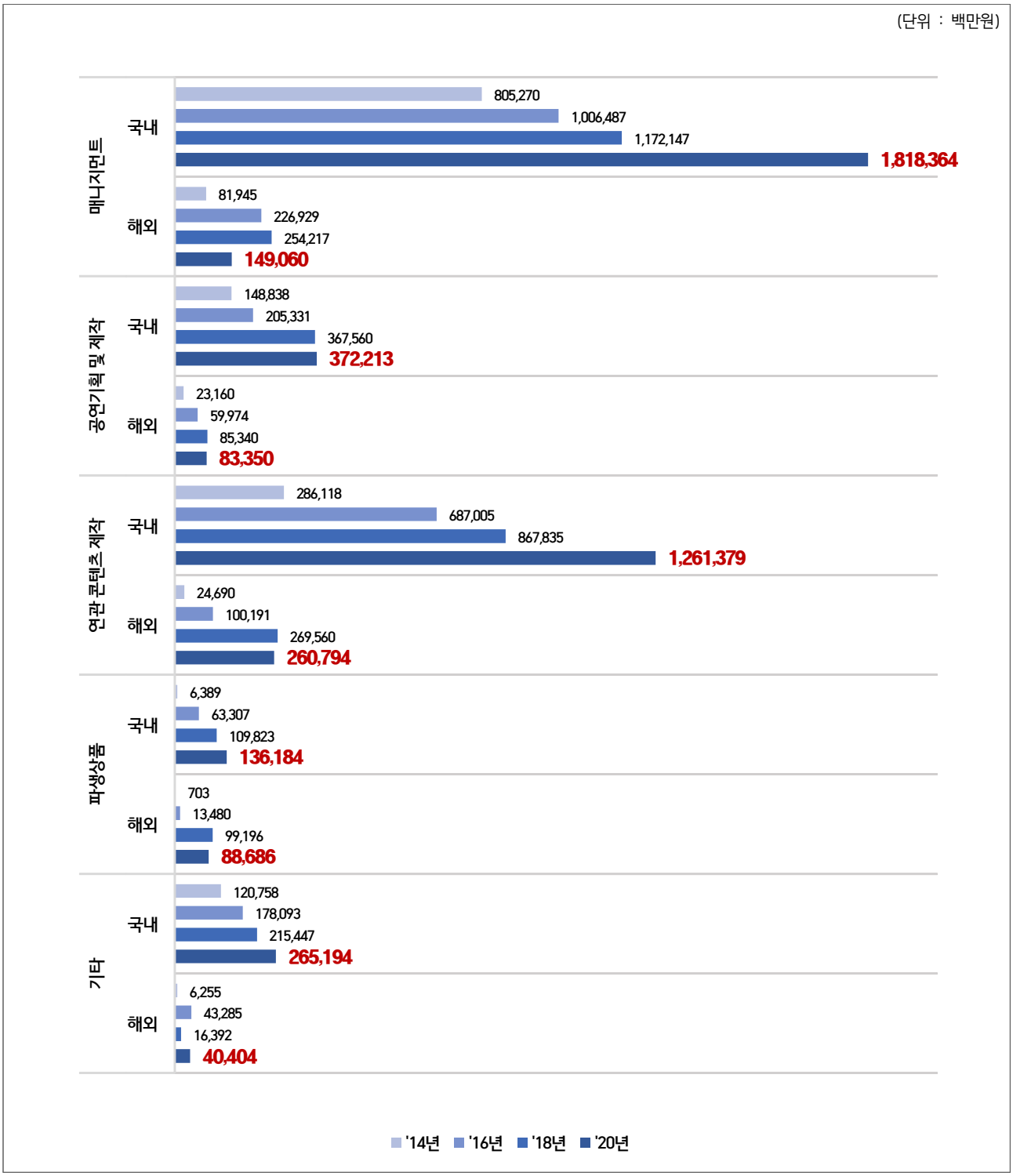
no	업체명	2020년말 매출액
1	(주)빅히트(現 하이브(HYBE))	453,370
2	㈜씨제이이엔엠 *	321,845
3	(주)에스엠 엔터테인먼트	302,602
4	(주)YG엔터테인먼트	153,643
5	(주)에스엠 컬처앤콘텐츠	130,340
6	(주)제이와이피엔터테인먼트	130,009
합계		**1,491,809**

* 씨제이이엔엠은 엔터테인먼트(영화공연사업, 음악사업) 부문의 매출만 적용함

❍ 국내 매출에서도 매니지먼트 분야가 1조 8,183억 원으로 가장 높게 나타났으며, 모든 분야에서 국내 매출의 경우 2018년 대비 매출 규모가 증가한 것으로 나타남

- 해외 매출은 기타(▲146.4%)를 제외한 모든 분야에서 2018년 대비 감소한 것으로 나타남

《그림 2-1-4》 대중문화예술산업 기획업 분야별 매출 규모(국내외)



《표 2-1-3》 대중문화예술산업 분야별 기획업 매출 규모

(단위 : 백만원)

구 분		2014년	2016년	2018년	2020년	'18년 대비 증가율 (%)	연평균 증가율 (%)
전체		1,504,126	2,584,082	3,457,517	4,475,628	▲ 29.4	▲ 19.9
분야	매니지먼트	887,215	1,233,416	1,426,364	1,967,424	▲ 37.9	▲ 14.2
	공연기획 및 제작	171,998	265,305	452,900	455,563	▲ 0.6	▲ 17.6
	연관 콘텐츠 제작	310,808	787,196	1,137,395	1,522,173	▲ 33.8	▲ 30.3
	파생상품*	7,092	76,787	209,019	224,870	▲ 7.6	▲ 77.9
	기타**	127,013	221,378	231,839	305,598	▲ 31.8	▲ 15.8

《표 2-1-4》 대중문화예술산업 분야별 기획업 국내 매출 규모

(단위 : 백만원)

구 분		2014년	2016년	2018년	2020년	'18년 대비 증가율 (%)	연평균 증가율 (%)
국내		1,367,373	2,140,223	2,732,812	3,853,334	▲ 41.0	▲ 18.8
분야	매니지먼트	805,270	1,006,487	1,172,147	1,818,364	▲ 55.1	▲ 14.5
	공연기획 및 제작	148,838	205,331	367,560	372,213	▲ 1.3	▲ 16.5
	연관 콘텐츠 제작	286,118	687,005	867,835	1,261,379	▲ 45.3	▲ 28.1
	파생상품*	6,389	63,307	109,823	136,184	▲ 24.0	▲ 66.5
	기타**	120,758	178,093	215,447	265,194	▲ 23.1	▲ 14.0

《표 2-1-5》 대중문화예술산업 분야별 기획업 해외 매출 규모

(단위 : 백만원)

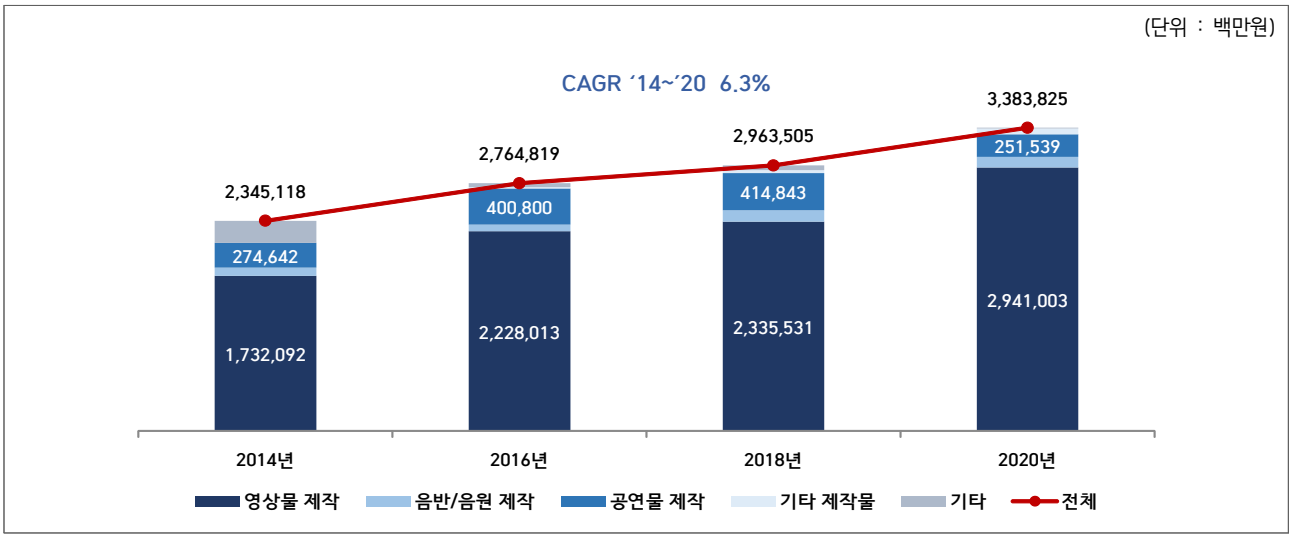
구 분		2014년	2016년	2018년	2020년	'18년 대비 증가율 (%)	연평균 증가율 (%)
해외		136,753	443,859	724,705	622,294	▽ 14.1	▲ 28.7
분야	매니지먼트	81,945	226,929	254,217	149,060	▽ 41.4	▲ 10.5
	공연기획 및 제작	23,160	59,974	85,340	83,350	▽ 2.3	▲ 23.8
	연관 콘텐츠 제작	24,690	100,191	269,560	260,794	▽ 3.3	▲ 48.1
	파생상품*	703	13,480	99,196	88,686	▽ 10.6	▲123.9
	기타**	6,255	43,285	16,392	40,404	▲146.5	▲ 36.5

* 파생상품 : 소속 연예인을 활용한 상품 제작 및 판매를 통한 매출(티셔츠, 컵, 필기구 등)
** 기타 : 에이전시, 행사, 아카데미 운영 등

나. 제작업

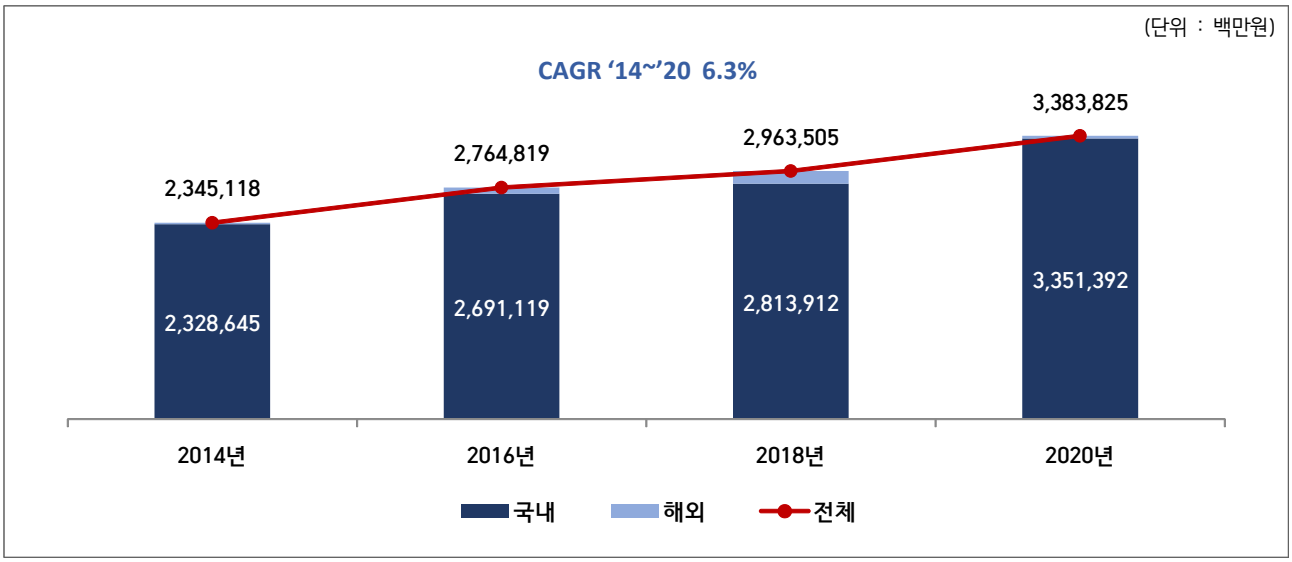
❍ 2020년 기준, 제작업의 분야별 매출 규모를 보면, 영상물 제작 분야가 2조 9,410억 원으로 가장 높게 나타났으며, 공연물 제작 분야는 2,515억 원으로 나타남

《그림 2-1-5》 대중문화예술산업 제작업 매출 규모



❍ 2020년 기준, 제작업의 국내 매출액은 전년 대비 증가한 반면, 해외 매출액은 전년 대비 큰 폭으로 감소한 것으로 나타남

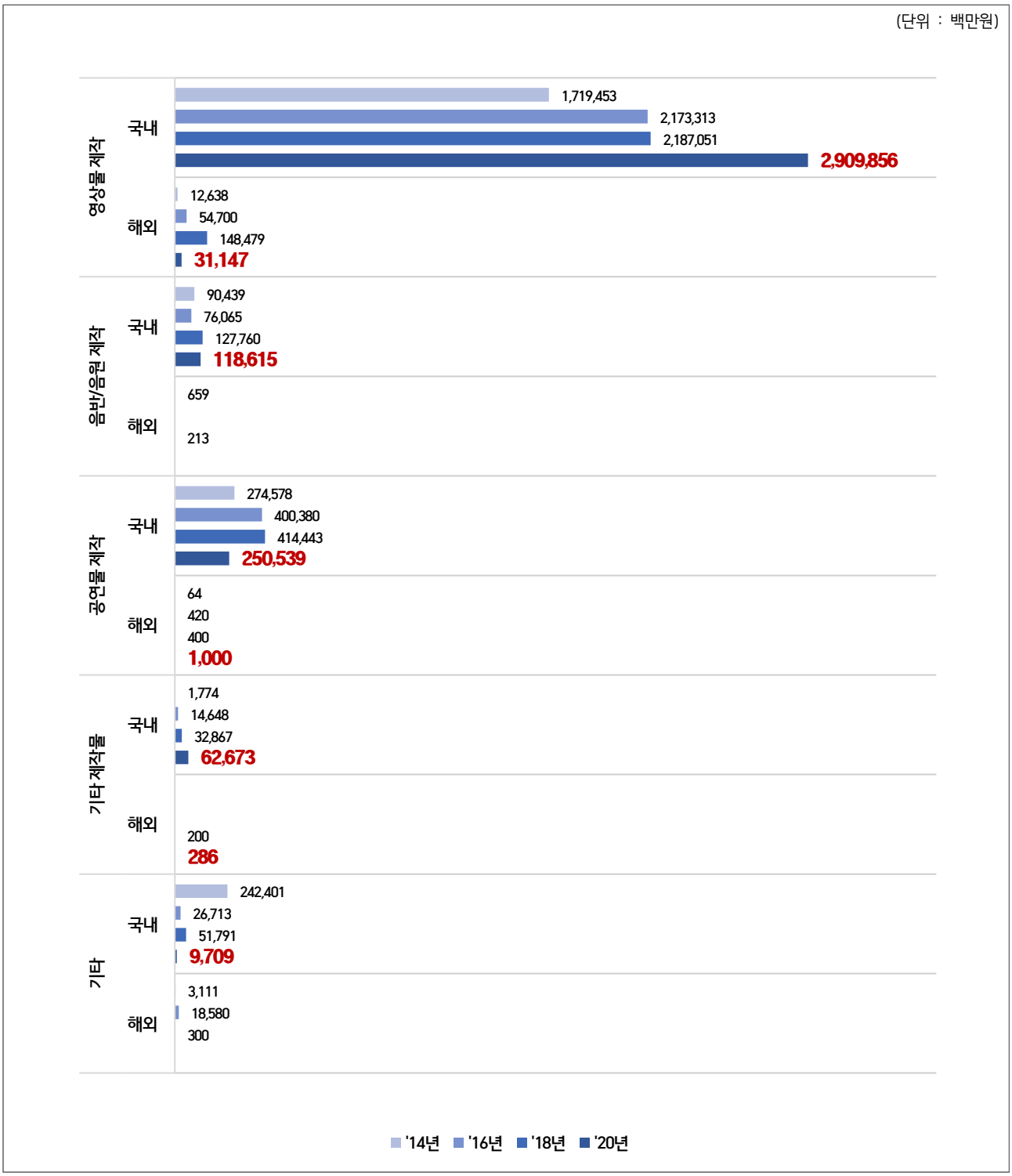
《그림 2-1-6》 대중문화예술산업 제작업 국내외 매출 규모



❍ 국내 매출에서도 영상물 제작 분야가 2조 9,098억 원으로 가장 높게 나타났으며, 2018년 대비 ▲25.9%가 증가한 것으로 나타남

- 공연물 제작 분야의 해외 매출은 미미한 수준이나, 2014년 이후 지속적으로 매출 규모가 증가하고 있음

《그림 2-1-7》 대중문화예술산업 제작업 분야별 매출 규모(국내외)



《표 2-1-6》 대중문화예술산업 제작업 분야별 매출 규모

(단위 : 백만원)

구 분		2014년	2016년	2018년	2020년	'18년 대비 증가율 (%)	연평균 증가율 (%)
전체		2,345,118	2,764,819	2,963,505	3,383,825	▲ 14.2	▲ 6.3%
분야	영상물 제작	1,732,092	2,228,013	2,335,531	2,941,003	▲ 25.9	▲ 9.2%
	음반/음원 제작	91,098	76,065	127,973	118,615	▽ 7.3	▲ 4.5%
	공연물 제작	274,642	400,800	414,843	251,539	▽ 39.4	▽ 1.5%
	기타 제작물*	1,774	14,648	33,067	62,959	▲ 90.4	▲ 81.3%
	기타**	245,512	45,293	52,091	9,709	▽ 81.4	▽ 41.6%

《표 2-1-7》 대중문화예술산업 제작업 국내 매출 규모

(단위 : 백만원)

구 분		2014년	2016년	2018년	2020년	'18년 대비 증가율 (%)	연평균 증가율 (%)
국내		2,328,645	2,691,119	2,813,912	3,351,392	▲ 19.1	▲ 6.3%
분야	영상물 제작	1,719,453	2,173,313	2,187,051	2,909,856	▲ 33.0	▲ 9.2%
	음반/음원 제작	90,439	76,065	127,760	118,615	▽ 7.2	▲ 4.6%
	공연물 제작	274,578	400,380	414,443	250,539	▽ 39.5	▽ 1.5%
	기타 제작물*	1,774	14,648	32,867	62,673	▲ 90.7	▲ 81.1%
	기타**	242,401	26,713	51,791	9,709	▽ 81.3	▽ 41.5%

《표 2-1-8》 대중문화예술산업 제작업 해외 매출 규모

(단위 : 백만원)

구 분		2014년	2016년	2018년	2020년	'18년 대비 증가율 (%)	연평균 증가율 (%)
국내		16,472	73,700	149,592	32,433	▽ 78.3	▲ 12.0
분야	영상물 제작	12,638	54,700	148,479	31,147	▽ 79.0	▲ 16.2
	음반/음원 제작	659	0	213	0	-	-
	공연물 제작	64	420	400	1,000	▲150.0	▲ 58.1
	기타 제작물*	0	0	200	286	▲ 43.0	-
	기타**	3,111	18,580	300	0	-	-

* 기타 제작물 : 유튜브, 홍보, 교육, 게임영상물 제작 등
** 기타 : 플랫폼서비스, 방송소프트웨어개발, 스튜디오 대여, 매니지먼트 등
*** 제작 업체 중 소속 연예인이 있어 매니지먼트 매출이 발생하는 경우, 기타로 분류하여 산출함

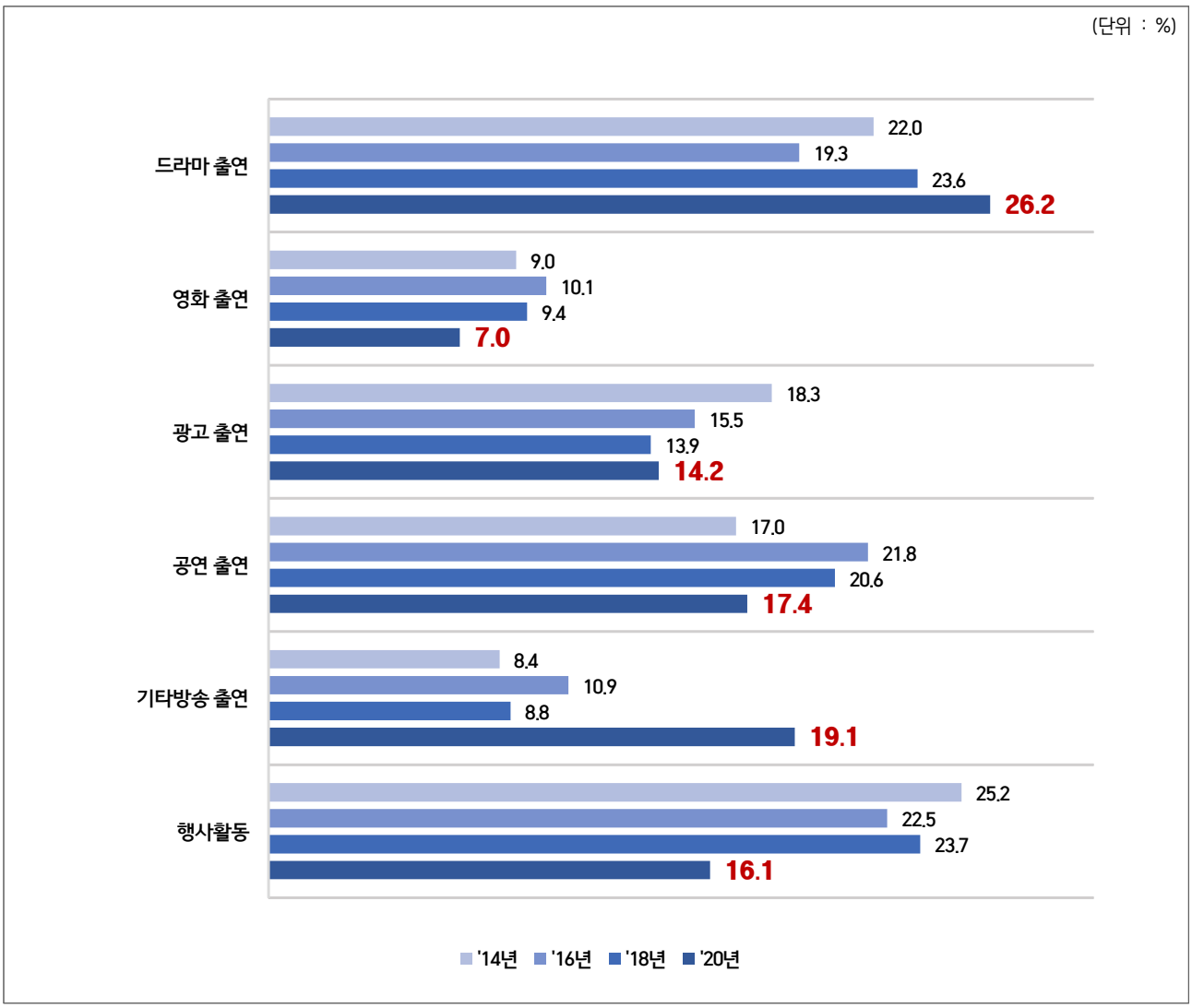
3. 세부분야 매출 비중

가. 기획업

❍ 2020년 기준, 기획업의 매니지먼트 분야 평균 매출 비중은 드라마 출연(26.2%), 기타방송 출연(19.1%), 공연 출연(17.4%) 등의 순으로 높게 나타남

❍ 2018년 대비, 기타방송 출연(▲10.3%p), 드라마 출연(▲2.6%p) 분야의 매출 비중이 증가한 것으로 나타남

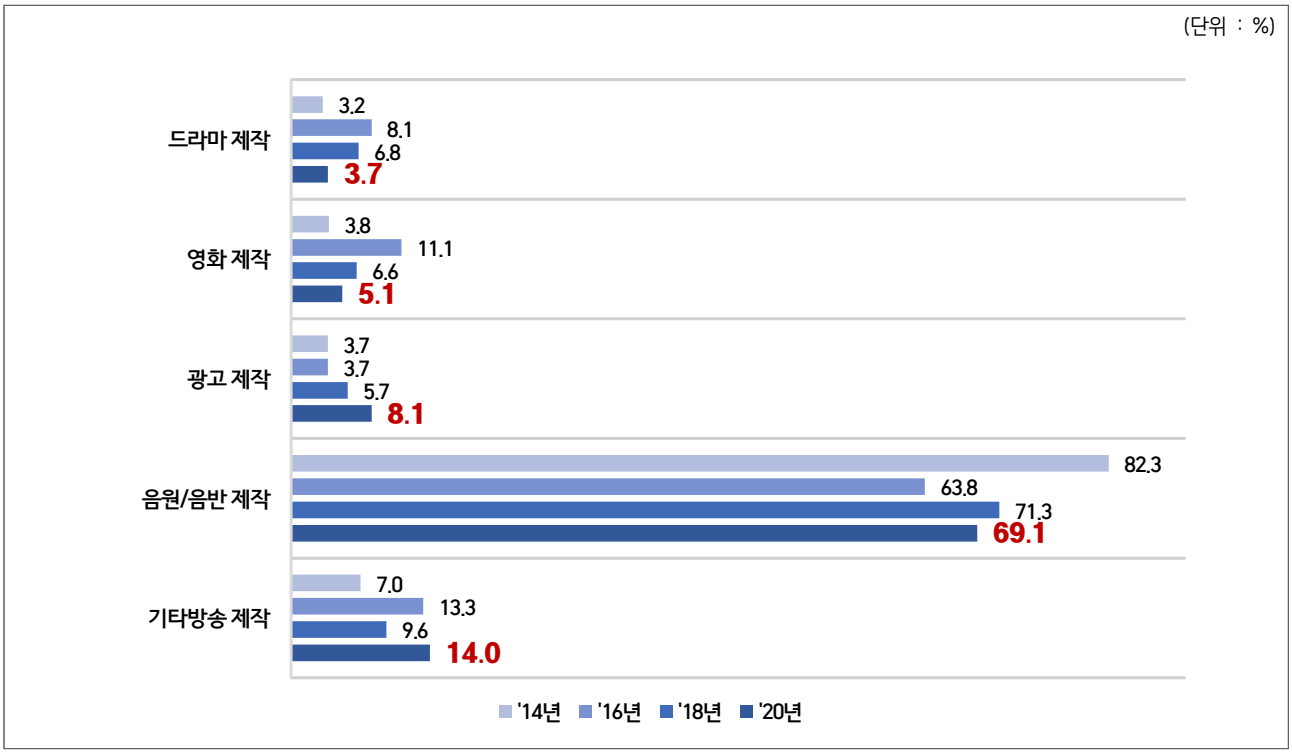
《그림 2-1-8》 대중문화예술산업 기획업 매출 비중 : 매니지먼트 분야



❍ 2020년 기준, 제작 분야의 평균 매출 비중은 음원/음반 제작(69.1%)이 대부분을 차지하고, 그 밖에 기타방송 제작(14.0%), 광고 제작(8.1%) 등의 순임

❍ 광고 제작(▲13.9%), 기타방송 제작(▲12.2%) 분야의 연평균 증가률이 상대적으로 높음

《그림 2-1-9》 대중문화예술산업 기획업 매출 비중 : 제작 분야



《표 2-1-9》 대중문화예술산업 기획업 매출 비중 : 매니지먼트 분야

(단위 : %)

구 분		2014년	2016년	2018년	2020년	'18년 대비 증가율(%p)	연평균 증가율(%)
전체		100.0	100.0	100.0	100.0	-	-
분야	드라마 출연	22.0	19.3	23.6	23.0	▲ 2.6	▲ 3.0
	영화 출연	9.0	10.1	9.4	6.7	▽ 2.4	▽ 4.2
	광고 출연	18.3	15.5	13.9	11.7	▲ 0.3	▽ 4.2
	공연 출연	17.0	21.8	20.6	26.4	▽ 3.2	▲ 0.4
	기타방송 출연	8.4	10.9	8.8	10.5	▲ 10.3	▲ 14.7
	행사활동	25.2	22.5	23.7	21.6	▽ 7.6	▽ 7.2

《표 2-1-10》 대중문화예술산업 기획업 매출 비중 : 제작 분야

(단위 : %)

구 분		2014년	2016년	2018년	2020년	'18년 대비 증가율(%p)	연평균 증가율(%)
전체		100.0	100.0	100.0	100.0	-	-
분야	드라마 제작	3.2	8.1	6.8	3.7	▽ 3.1	▲ 2.5
	영화 제작	3.8	11.1	6.6	5.1	▽ 1.5	▲ 5.2
	광고 제작	3.7	3.7	5.7	8.1	▲ 2.4	▲ 13.9
	음원/음반 제작	82.3	63.8	71.3	69.1	▽ 2.2	▽ 2.9
	기타방송 제작	7.0	13.3	9.6	14.0	▲ 4.4	▲ 12.2

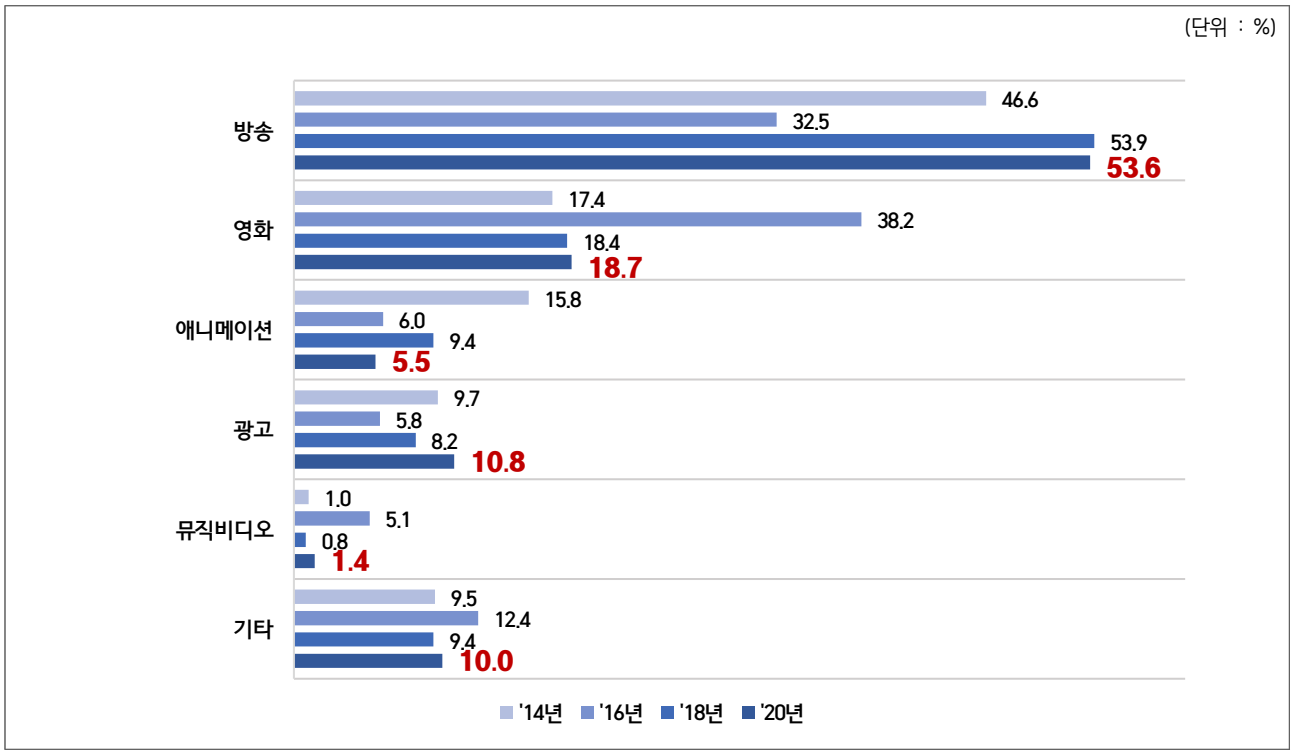
나. 제작업

○ 2020년 기준, 제작업의 영상물 제작 분야의 평균 매출 비중은 방송(53.6%)이 절반 이상을 차지하고, 그 밖에 '영화'(18.7%), '광고'(10.8%) 순으로 나타남

○ 애니메이션 분야를 제외한 분야의 매출 비중은 2018년과 유사한 수준을 보임

- 광고 분야의 경우, 매출 비중(▲2.6%p)이 2018년 대비 소폭 증가한 것으로 나타남

《그림 2-1-10》 대중문화예술산업 제작업 매출 비중



《표 2-1-11》 대중문화예술산업 제작업 매출 비중

(단위 : %)

구 분		2014년	2016년	2018년	2020년	'18년 대비 증가율(%p)	연평균 증가율(%)
전체		100.0	100.0	100.0	100.0	-	-
분야	방송	46.6	32.5	53.9	53.6	▽ 0.3	▲ 2.4
	영화	17.4	38.2	18.4	18.7	▲ 0.3	▲ 1.2
	애니메이션	15.8	6.0	9.4	5.5	▽ 3.9	▽ 16.1
	광고	9.7	5.8	8.2	10.8	▲ 2.6	▲ 1.8
	뮤직비디오	1.0	5.1	0.8	1.4	▲ 0.6	▲ 5.8
	기타	9.5	12.4	9.4	10.0	▲ 0.6	▲ 0.9

제2절 기획업

❍ 대중문화예술산업 기획업의 응답업체 특성은 다음과 같음

- 주요 사업 분야로 '메니지먼트 분야'가 51.3%로 가장 높고, 다음으로 '제작 분야'(30.1%), '기타 분야'(18.6%) 등의 순임
- 소속직원 수는 '1인'(36.5%), '2~5인 미만'(32.3%) 업체가 절반 이상을 차지함
- 사업체 형태는 '회사법인'이 73.6%로 가장 높고, '개인사업체'는 26.2%로 나타남
- 기업상장을 한 기획업은 0.9%이며, 해외지사를 둔 업체는 1.5%로 나타남

《표 2-2-1》 응답업체 특성

(기획업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	비율
전 체		(2,778)	100.0
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	51.3
	제작 분야	(835)	30.1
	기타 분야	(517)	18.6
【매니지먼트】	연기자	(581)	20.9
	가수	(720)	25.9
	방송인	(105)	3.8
	기타	(20)	0.7
【제작】	드라마	(68)	2.4
	영화	(60)	2.1
	음반	(364)	13.1
	디지털 음원	(133)	4.8
	기타	(210)	7.6
【기타】	아카데미	(37)	1.3
	MD 비즈니스	(17)	0.6
	에이전시	(323)	11.6
	기타	(140)	5.0
소속 직원 수	1인	(1,014)	36.5
	2~5인 미만	(898)	32.3
	5~10인 미만	(561)	20.2
	10인 이상	(305)	11.0
사업체 형태	개인사업체	(728)	26.2
	회사법인	(2,045)	73.6
	회사외 법인	(6)	0.2
상장 여부	상장 했음	(25)	0.9
	상장하지 않았음	(2,753)	99.1
해외지사 여부	해외지사 있음	(43)	1.5
	해외지사 없음	(2,735)	98.5

1. 세부 인력 현황

가. 대중문화예술인 현황

(1) 소속 대중문화예술인 유무

○ 대중문화예술산업 기획업체 중 소속 대중문화예술인이 '있음' 비율은 66.4%로 나타남

○ 2018년 대비, 소속 대중문화예술인 '있음'(▽6.2%p)이 감소하였으나, 2020년 기준 전체 기획업체 수가 증가하여 소속 대중문화예술인 보유 업체 수(n=1,844)는 증가한 것으로 나타남

《 그림 2-2-1 》 소속 인력 유무

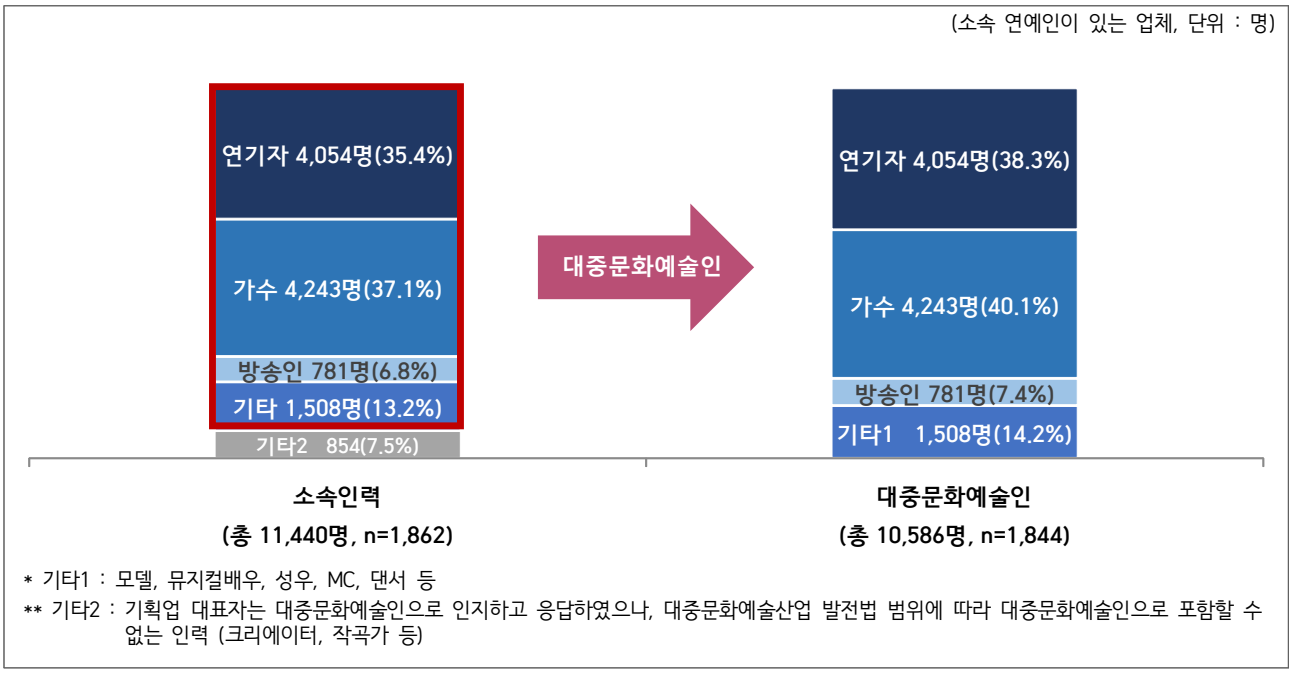
(2) 대중문화예술인 세부 인력 현황

○ 기획업의 소속 인력은 총 11,440명이며, 그 중 대중문화예술산업 발전법의 범위에 따라 대중문화예술인으로 분류할 수 있는 인력은 10,586명임

○ 대중문화예술인의 분야별로 보면, '가수'(4,243명)와 '연기자(영화, 드라마)'(4,054명)가 대부분을 차지하며, 그 밖에 '방송인' 781명, '기타' 1,508명으로 나타남

※ 조사 결과 기획업 대표자는 보유 인력을 '대중문화예술인'으로 인지하고 있으나 대중문화예술산업 발전법 범위에 따르면 대중문화예술인으로 포함할 수 없는 인력이 있는 것으로 나타남 (크리에이터, 작곡가 등)

《 그림 2-2-2 》 대중문화예술인 분야별 인력 현황(2020년 말 기준)



* 기타1 : 모델, 뮤지컬배우, 성우, MC, 댄서 등

** 기타2 : 기획업 대표자는 대중문화예술인으로 인지하고 응답하였으나, 대중문화예술산업 발전법 범위에 따라 대중문화예술인으로 포함할 수 없는 인력 (크리에이터, 작곡가 등)

《표 2-2-2》 대중문화예술인 세부 인력 현황

(소속 연예인이 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	전체 인력 수	성별		연령				
				남성	여성	만 19세 미만	만 19-29세	만 30-39세	만 40-49세	만 50세 이상
전 체		(1,844)	10,586	5,660	4,926	366	4,873	3,395	1,338	613
주된 분야	연기자(영화, 드라마)		4,054	2,095	1,959	110	1,208	1,602	807	326
	가수		4,243	2,525	1,718	145	2,449	1,129	372	149
	방송인		781	389	392	36	420	214	84	26
	기타**		1,508	651	857	75	796	449	76	112
매니지먼트 분야	소계	(1,270)	7,856	4,158	3,698	283	3,463	2,534	1,101	474
	연기자(영화, 드라마)		3,463	1,770	1,693	87	984	1,390	700	302
	가수		2,930	1,699	1,231	107	1,760	675	276	112
	방송인		648	331	316	24	329	195	76	23
	기타		815	358	457	65	390	274	49	37
제작 분야	소계	(476)	1,937	1,125	811	54	1,003	618	200	62
	연기자(영화, 드라마)		501	275	227	20	182	192	92	15
	가수		1,145	717	428	29	653	351	79	33
	방송인		61	19	42	0	34	18	7	2
	기타		229	115	114	5	133	58	22	12
기타 분야	소계	(98)	793	376	417	29	407	242	38	78
	연기자(영화, 드라마)		89	50	39	3	42	20	15	9
	가수		169	110	59	9	36	104	17	4
	방송인		72	38	34	13	57	1	0	1
	기타		464	178	285	5	273	117	6	63

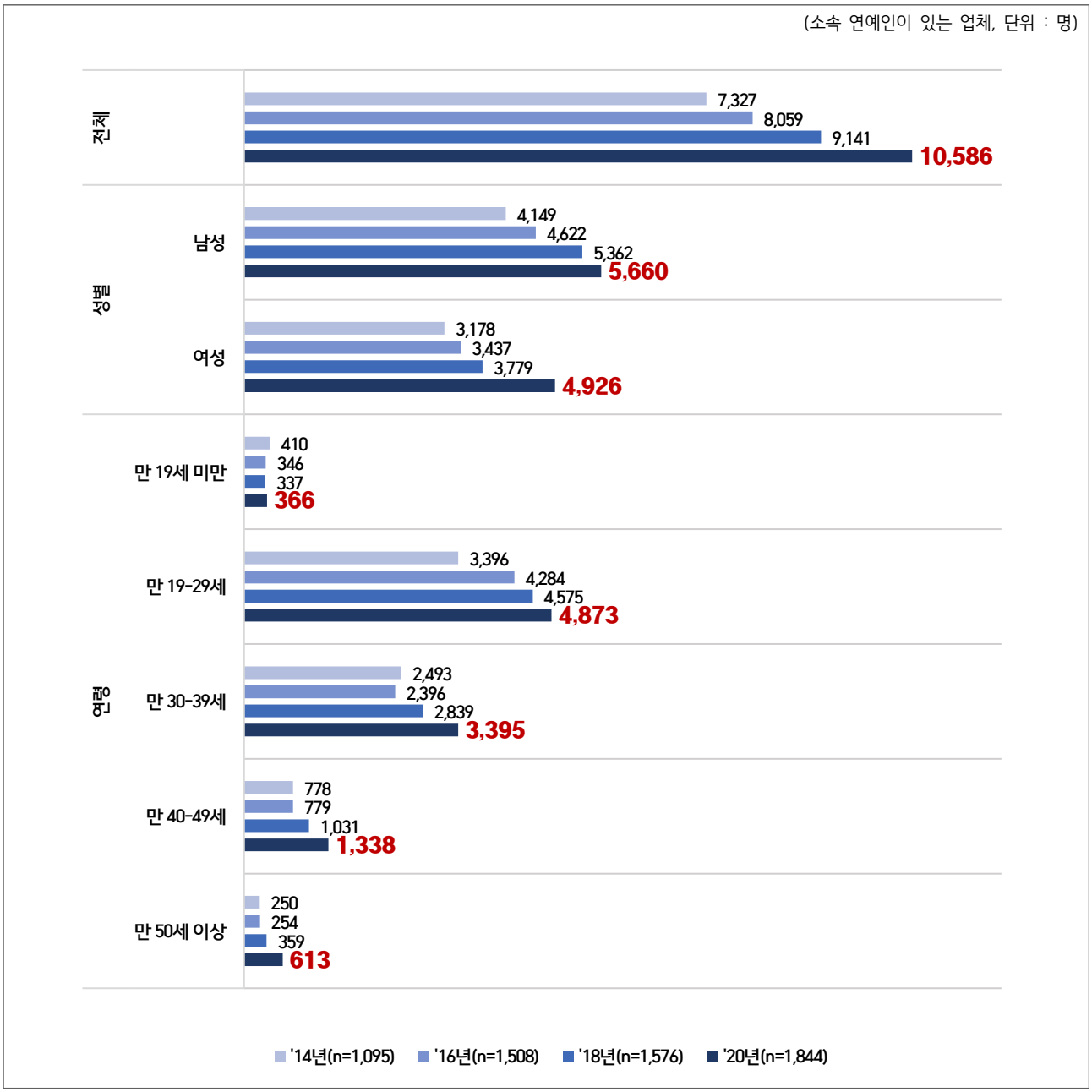
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음
** 기타 : 모델, 뮤지컬배우, 성우, MC, 댄서 등

❍ 2020년 말 기준, 대중문화예술산업 기획업의 소속 대중문화예술인 인력은 총 10,586명으로 나타남

- 성별로는 '남성'이 5,660명으로 '여성'(4,926명) 보다 많으며, 연령별로는 '만19~29세'가 4,873명으로 가장 많음

❍ 2018년 대비, '대중문화예술인' 총 인원 수가 ▲1,445명 증가하였으며, '만 30~39세'(▲556명)의 증가가 특히 높게 나타남

《 그림 2-2-3 》 대중문화예술인 세부 인력 현황



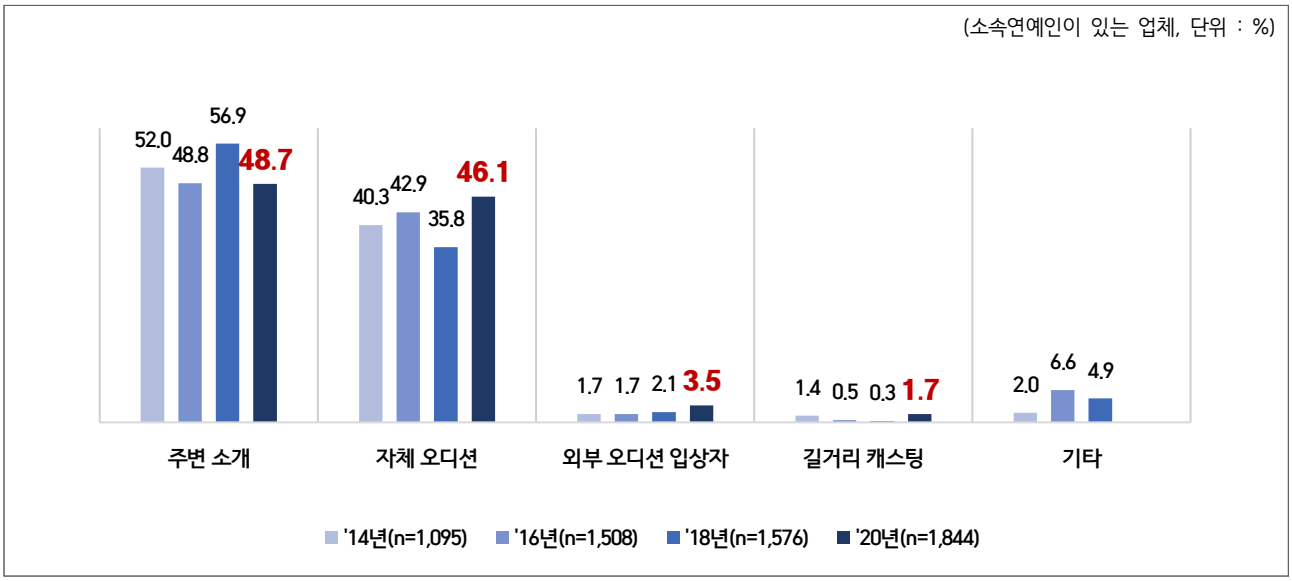
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(3) 대중문화예술인 구인 경로

❍ 대중문화예술인 구인 경로는 '주변 소개'(48.7%)와 '자체 오디션'(46.1%)이 대부분을 차지함

❍ 2018년 대비, '자체 오디션'(▲10.3%p)이 증가한 반면, '주변 소개'(▽8.2%p)는 감소한 것으로 나타남

《그림 2-2-4》 대중문화예술인 구인 경로



특성별 분석

❍ 대중문화예술인의 구인 경로 중 매니지먼트 분야에서는 '주변 소개'가 높게 나타났고, 제작 및 기타 분야는 '자체 오디션'이 가장 높게 나타남

❍ 소속직원 규모가 클수록 '자체 오디션' 구인 경로가 높게 나타남

《표 2-2-3》 대중문화예술인 구인 경로

(소속연예인이 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	주변 소개	자체 오디션	외부 오디션 입상자	길거리 캐스팅
전 체		(1,844)	48.7	46.1	3.5	1.7
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,270)	50.4	44.1	4.2	1.3
	제작 분야	(476)	45.8	49.9	2.4	1.9
	기타 분야	(98)	40.7	53.9	0.0	5.4
소속직원 수*	1인	(601)	54.9	40.1	3.4	1.7
	2~5인 미만	(621)	52.7	43.8	1.9	1.5
	5~10인 미만	(401)	41.6	52.2	4.8	1.5
	10인 이상	(222)	33.3	58.2	5.8	2.8

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음
** 소속직원 수 : 해당 업체 소속 인력 중 대중문화예술인을 제외한 나머지 인력임. 이하동일

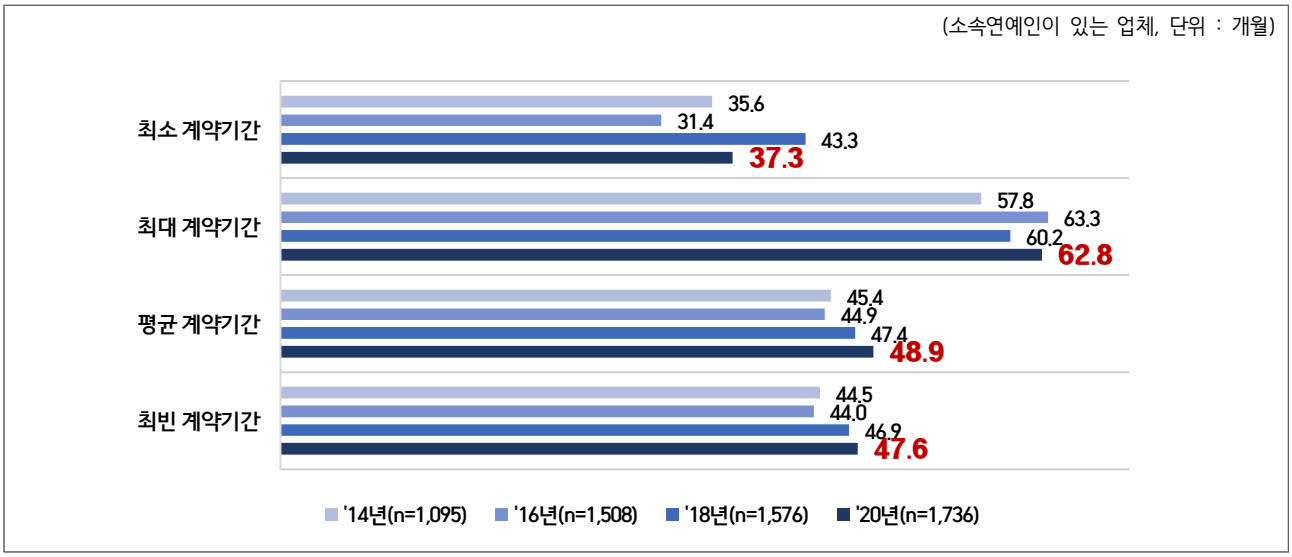
(4) 대중문화예술인 평균 계약기간

❍ 최근 2년간(2019년~2020년) 신규 또는 갱신된 계약을 기준으로 대중문화예술인 평균 계약기간을 보면, '최소 계약기간'은 약 3년 1개월(37.3개월), '최대 계약기간'은 약 5년 2개월(62.8개월)로 나타남

- '평균 계약기간'은 약 4년 1개월(48.9개월)로 나타남

❍ 2018년 대비, '평균 계약기간'(▲1.5개월), '최대 계약기간'(▲2.6개월)은 증가한 반면, '최소 계약기간'(▽6.0개월) 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-2-5 》 대중문화예술인 평균 계약기간



특성별 분석

❍ 기획업 중에서도 제작 분야, 소속직원 2~5인 미만 업체에서 '평균 계약기간'이 상대적으로 길게 나타남

《 표 2-2-4 》 대중문화예술인 평균 계약기간

(소속연예인이 있는 업체, 단위 : 개월)

구 분		사례수	최소 계약기간	최대 계약기간	평균 계약기간	최빈 계약기간 (가장 빈번하게 체결되는)
전 체		(1,736)	37.3	62.8	48.9	47.6
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,234)	37.4	63.2	49.0	47.7
	제작 분야	(414)	38.2	62.5	50.1	48.4
	기타 분야	(87)	32.9	57.8	41.6	40.9
소속직원 수	1인	(535)	35.2	57.9	46.3	43.8
	2~5인 미만	(595)	39.6	62.4	51.1	50.3
	5~10인 미만	(397)	38.5	66.4	50.0	49.1
	10인 이상	(210)	34.2	69.1	46.9	46.6

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

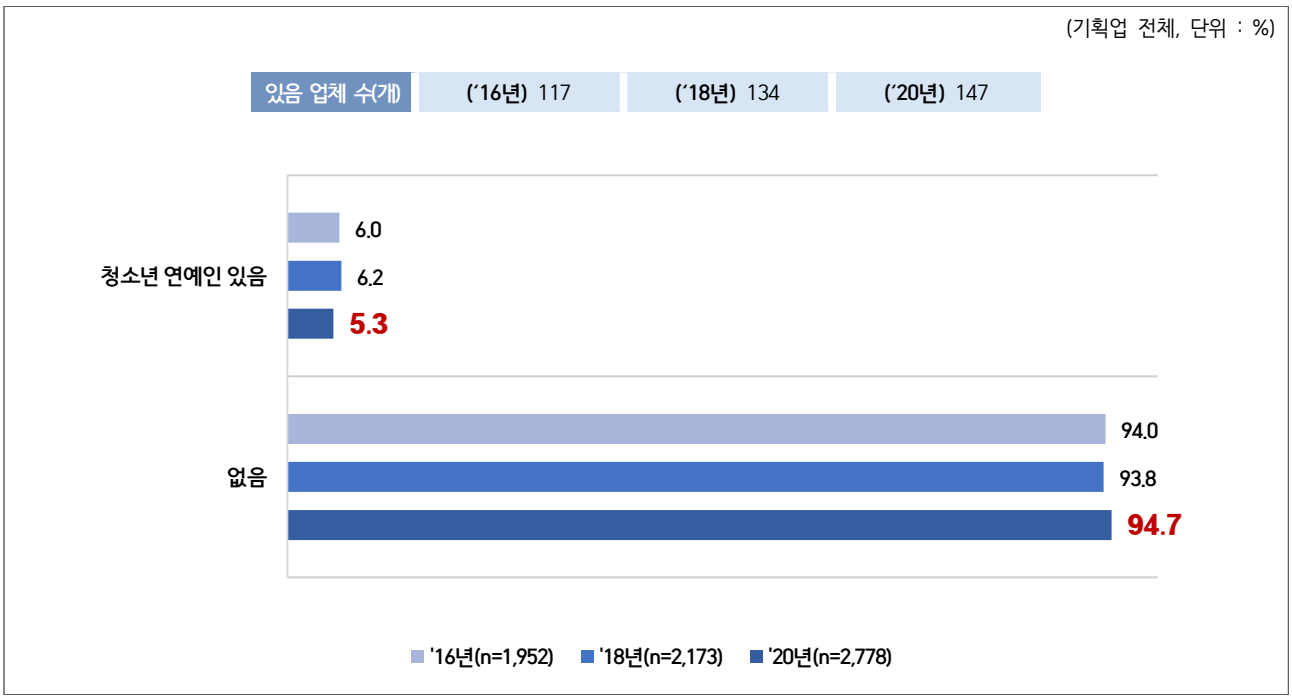
나. 청소년연예인(만 19세 미만) 현황

(1) 청소년 연예인 유무

❍ 청소년 연예인 '있음' 비율은 5.3%이며, 대다수의 업체에서 '없음'(94.7%)으로 나타남

❍ 2018년 대비, 청소년 연예인 '있음'(▽0.9%p)이 소폭 감소하였으나, 2020년 기준 전체 기획업 수가 늘어남에 따라 청소년 연예인 보유 업체 수(n=147)는 증가한 것으로 나타남

《그림 2-2-6》 청소년 연예인 유무



《표 2-2-5》 청소년 연예인 유무

(기획업 전체, 단위 : %)

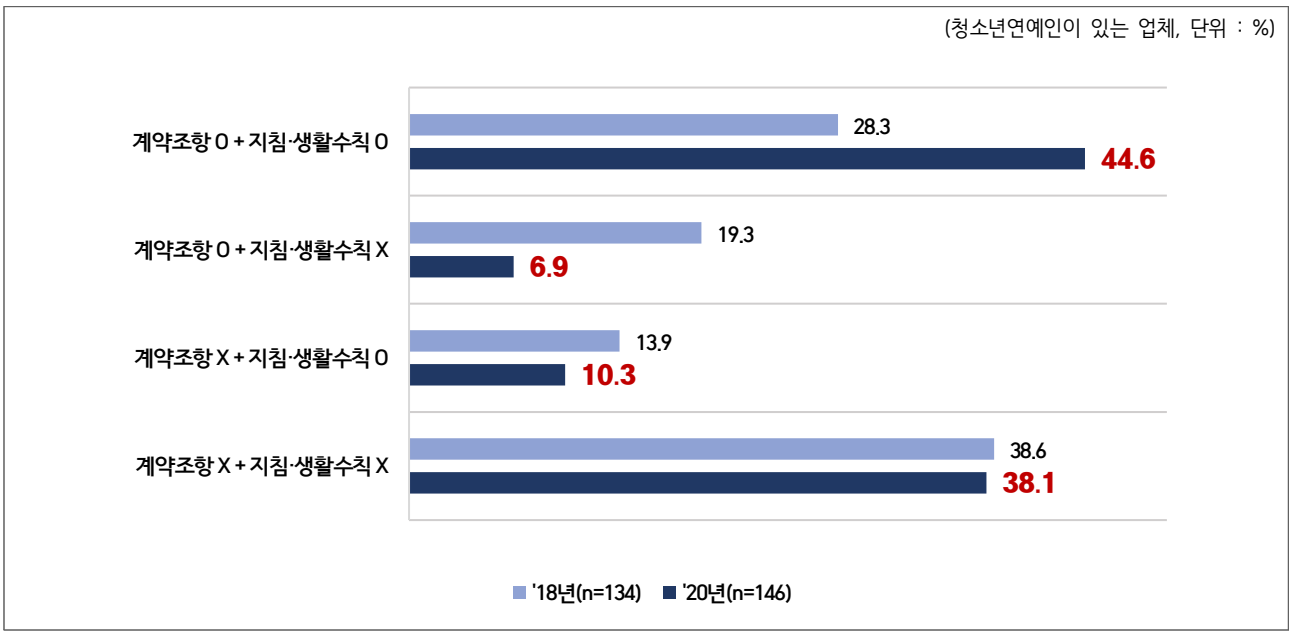
구 분		사례수	있음	없음
전 체		(2,778)	5.3	94.7
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	7.7	92.3
	제작 분야	(835)	2.5	97.5
	기타 분야	(517)	3.0	97.0
소속직원 수	1인	(1,014)	1.7	98.3
	2~5인 미만	(898)	4.5	95.5
	5~10인 미만	(561)	9.1	90.9
	10인 이상	(305)	12.3	87.7

(2) 별도 계약 현황

❍ 청소년 연예인에 대한 별도의 계약조항 또는 지침, 생활수칙 등이 있는 업체는 44.6%로 나타남
- 계약조항 또는 지침, 생활수축 등이 없는 업체는 38.1%로 나타남

❍ 2018년 대비, '계약조항 있음 + 지침·생활수칙 있음'(▲16.3%p)이 증가한 것으로 나타남

《그림 2-2-7》 청소년연예인 별도 계약(지침·생활수칙) 현황



* 2016년 기준 조사는 동일한 항목으로 구성되지 않아, 연도별 비교가 불가능함

《표 2-2-6》 청소년연예인 별도 계약(지침·생활수칙) 현황

(청소년연예인이 있는 업체, 단위 : %)

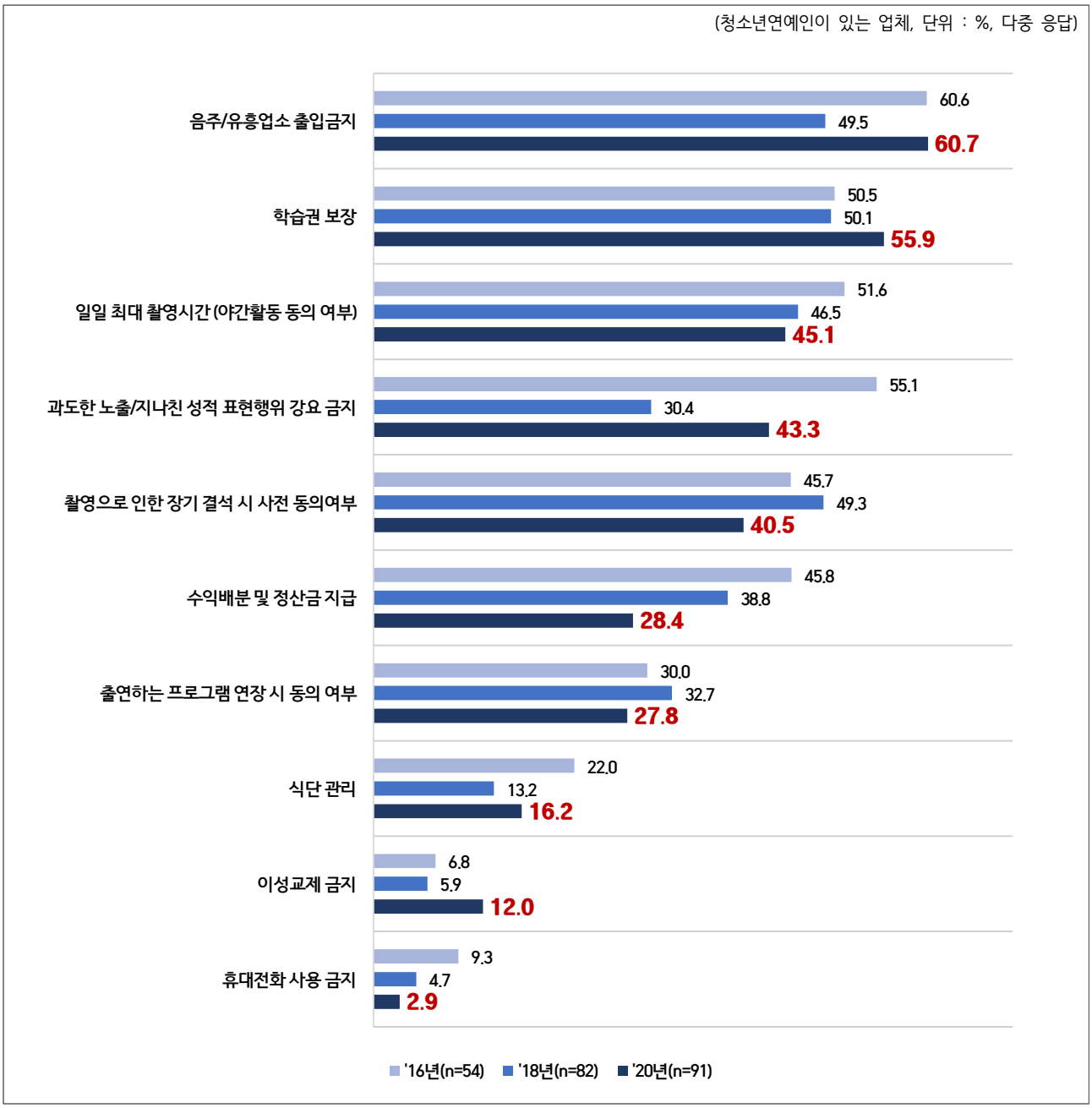
구 분		사례수	계약조항 있음 + 지침·생활수칙 있음	계약조항 있음 + 지침·생활수칙 없음	계약조항 없음 + 지침·생활수칙 있음	계약조항 없음 + 지침·생활수칙 없음
전 체		(146)	44.6	6.9	10.3	38.1
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(110)	42.0	8.3	11.2	38.6
	제작 분야	(21)	50.7	4.8	0.0	44.5
	기타 분야	(15)	55.2	0.0	18.4	26.4
소속직원 수	1인	(17)	32.8	8.4	8.4	50.5
	2~5인 미만	(41)	50.0	9.7	13.4	26.9
	5~10인 미만	(51)	46.4	5.2	5.2	43.3
	10인 이상	(38)	41.8	5.6	15.0	37.7

(3) 별도 계약조항 및 생활지침

❍ 별도 계약조항 및 생활지침이 있는 업체의 사항을 살펴보면, '음주 및 유흥업소 출입금지'(60.7%), '학습권에 대한 보장'(55.9%), '일일 최대 촬영시간(야간활동 동의 여부)'(45.1%), '과도한 노출 및 지나친 성적 표현행위 강요 금지'(43.3%), '촬영으로 인한 장기 결석 시 사전 동의여부'(40.5%) 등의 순으로 나타남

❍ 2018년 대비, '과도한 노출 및 지나친 성적 표현행위 강요금지'(▲12.9%p)와 '음주 및 유흥업소 출입금지'(▲11.2%p)는 증가한 반면, '수익배분 및 정산금 지급'(▽10.4%p), '촬영으로 인한 장기 결석 시 사전 동의여부'(▽8.8%p)는 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-2-8 》 청소년연예인 별도 계약조항 및 생활지침

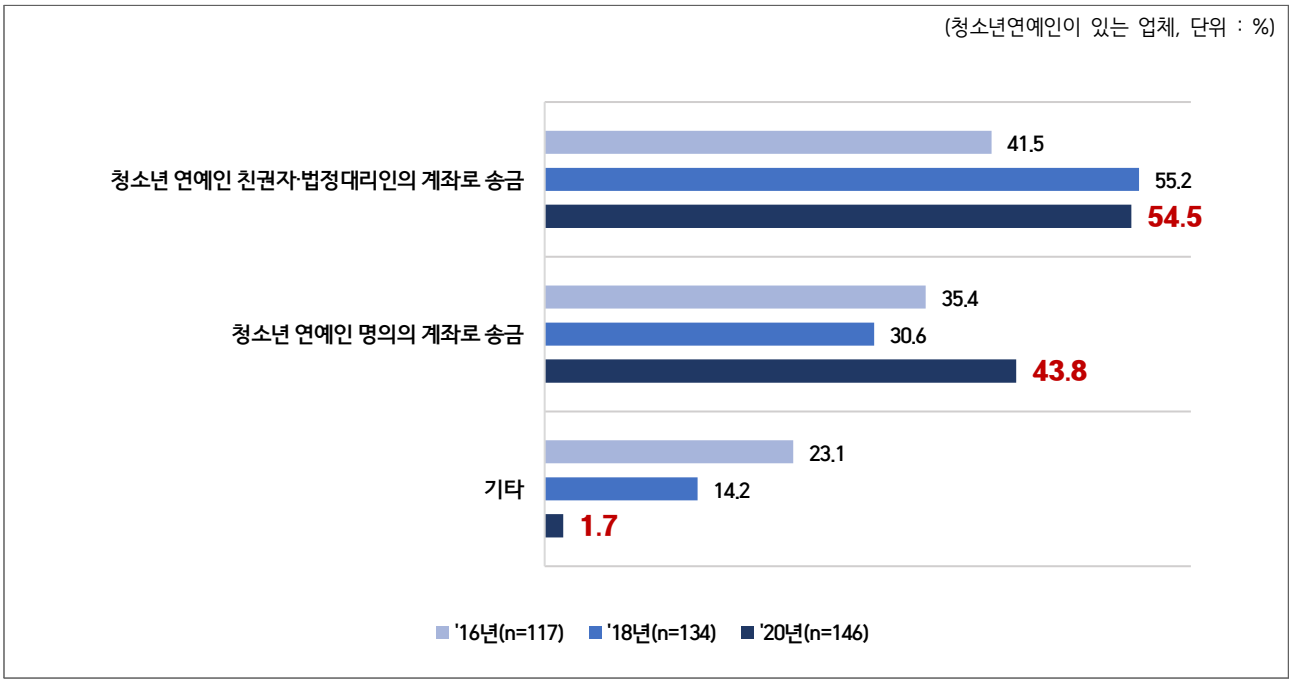


(4) 수익금 지급방식

❍ 청소년 연예인의 활동으로 발생한 수익을 분배하는 경우, 수익의 지급방식은 '청소년 연예인 친권자·법정대리인의 계좌로 송금'(54.5%)이 가장 높고, 이어서 '청소년 연예인 명의의 계좌로 송금'(43.8%)이 뒤를 이었음

❍ 2018년 대비, '청소년 연예인 명의의 계좌로 송금'(▲13.2%p)이 증가한 것으로 나타남

《 그림 2-2-9 》 수익금 지급방식



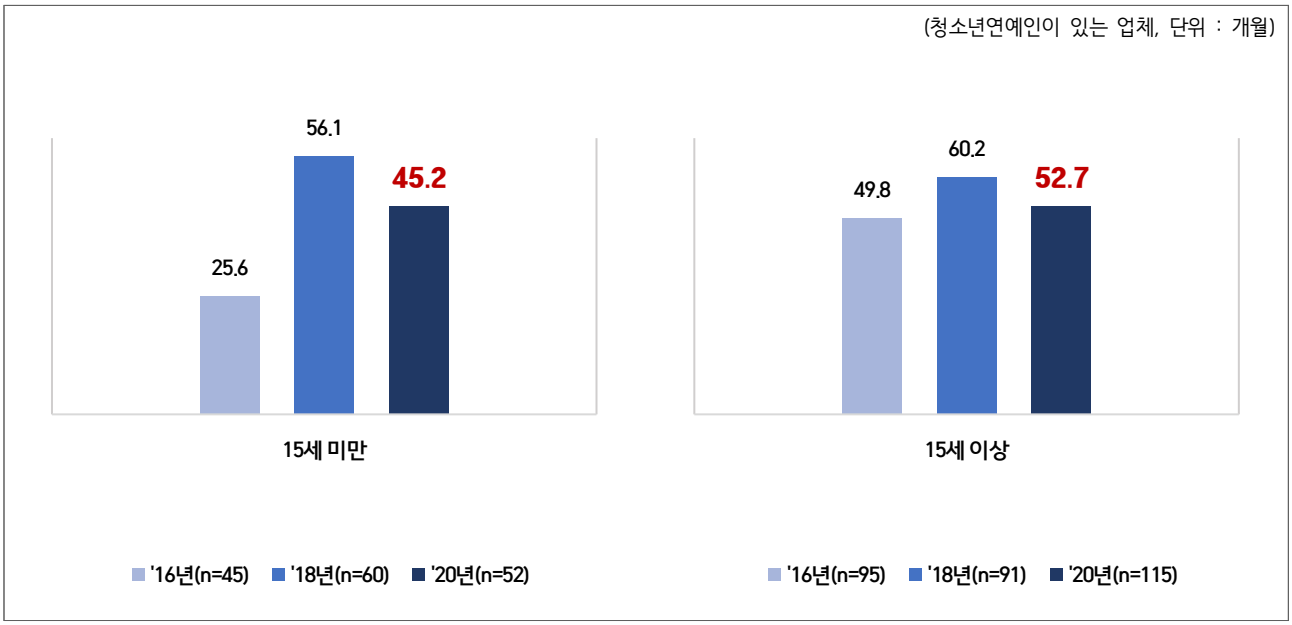
* 기타 : 소속사에 지급, 수익 없음 등

(5) 평균 계약기간

○ 청소년 연예인이 있는 업체의 평균 계약기간을 보면, 만 15세 미만(n=52)은 약 3년 7개월(45.2개월), 만 15세 이상(n=115)은 약 4년 3개월(52.7개월)로 나타남

○ 2018년 대비, 청소년의 평균 계약기간은 '만 15세 미만'(▽10.9개월)과 '만 15세 이상'(▽7.5개월) 모두 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-2-10 》 평균 계약기간



《 표 2-2-7 》 평균 계약기간

(청소년연예인이 있는 업체, 단위 : 개월)

구 분		만 15세 미만		만 15세 이상	
		사례수	평균 계약기간	사례수	평균 계약기간
전 체		(52)	45.2	(115)	52.7
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(40)	43.9	(87)	54.0
	제작 분야	(7)	51.4	(15)	48.3
	기타 분야	(4)	47.9	(12)	49.0
소속직원 수	1인	(6)	19.7	(11)	41.5
	2~5인 미만	(12)	58.0	(31)	60.5
	5~10인 미만	(15)	47.5	(43)	46.4
	10인 이상	(19)	43.0	(30)	58.1

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

** 만 15세 미만(n=54)과 만 15세 이상 청소년 연예인(n=116)이 모두 있는 기업이 있어 사례수 합이 청소년 연예이 보유 기업(n=149)의 수와 차이가 있음

(6) 평균 연예활동 시간

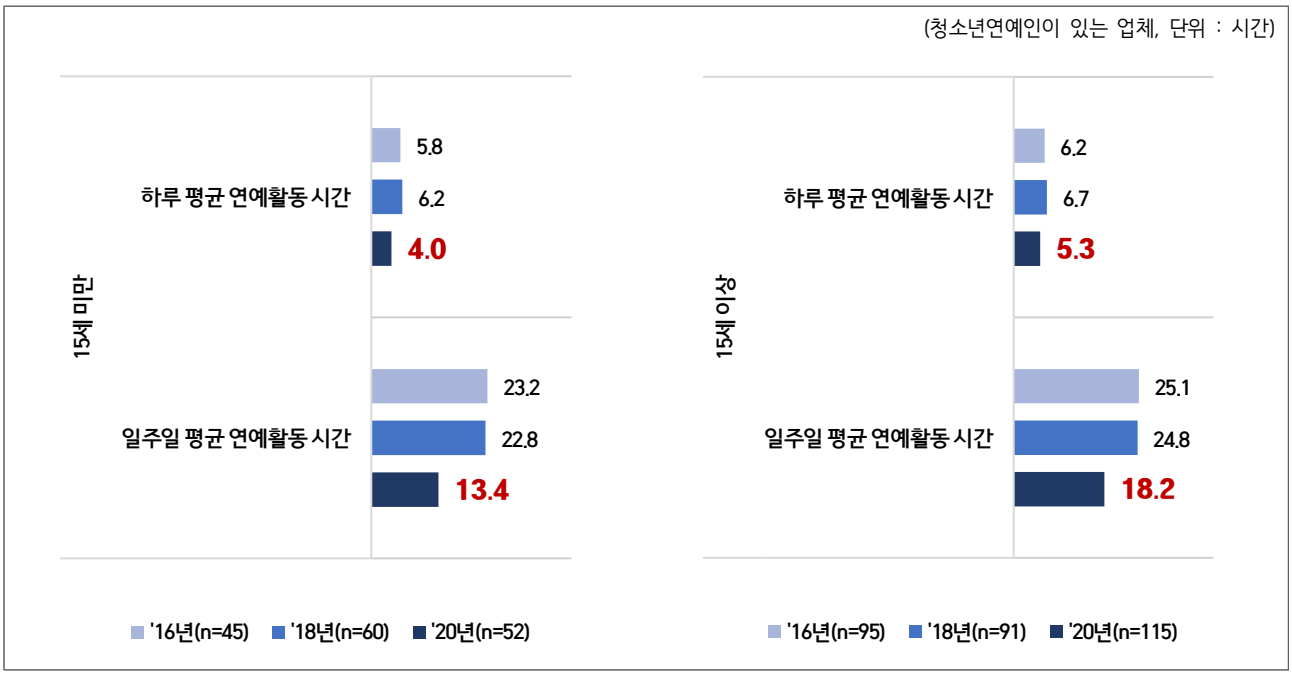
❍ 청소년 연예인의 하루 평균 연예활동 시간을 보면, '만 15세 미만'(n=52)은 4.0시간, '만 15세 이상'(n=115)은 5.3시간으로 나타남

- 일주일 평균 연예활동 시간은 '만 15세 미만'(n=52)은 13.4시간, '만 15세 이상'(n=115)은 18.2시간으로 나타남

❍ 2018년 대비, '만 15세 미만'과 '만 15세 이상' 모두 평균 연예활동 시간이 감소한 것으로 나타남

- 특히, '만 15세 미만'의 일주일 평균 연예활동 시간(▽9.4시간) 감소폭이 높게 나타남

《그림 2-2-11》 평균 연예활동 시간



《표 2-2-8》 평균 연예활동 시간

(청소년연예인이 있는 업체, 단위 : 시간)

구 분		만 15세 미만			만 15세 이상		
		사례수	하루 평균 연예활동 시간	일주일 평균 연예활동 시간	사례수	하루 평균 연예활동 시간	일주일 평균 연예활동 시간
전 체		(52)	4.0	13.4	(115)	5.3	18.2
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(40)	4.1	12.9	(87)	5.5	19.1
	제작 분야	(7)	4.0	16.4	(15)	4.5	17.6
	기타 분야	(4)	3.3	13.5	(12)	4.7	12.7

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

** 만 15세 미만(n=54)과 만 15세 이상 청소년 연예인(n=116)이 모두 있는 기업이 있어 사례수 합이 청소년 연예이 보유 기업(n=149)의 수와 차이가 있음

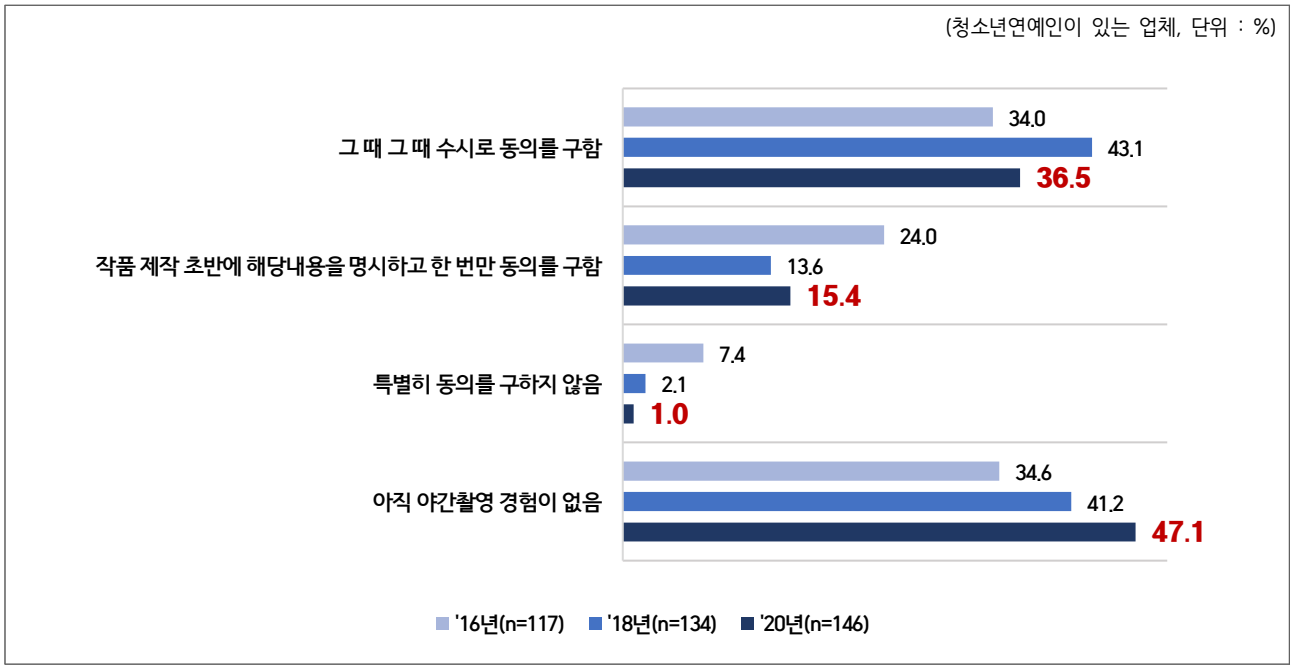
(7) 야간 연예활동 사전 동의 여부

❍ 야간 연예활동(촬영 등)을 할 경우, 제작사 측 사전 동의 여부에 대해 '그 때 그 때 수시로 동의를 구함'(36.5%)이 가장 높게 나타남

- 한편, '아직 야간 촬영 경험이 없음'이 47.1%로 나타남

❍ 2018년 대비, '작품 제작 초반에 해당내용을 명시하고 한 번만 동의를 구함'(▲1.8%p)이 증가한 반면, '그 때 그 때 수시로 동의를 구함'(▽6.6%p)은 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-2-12 》 야간 연예활동 사전 동의 여부



《 표 2-2-9 》 야간 연예활동 사전 동의 여부

(청소년연예인이 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	그 때 그 때 수시로 동의를 구함	작품 제작 초반에 해당내용을 명시하고 한 번만 동의를 구함	특별히 동의를 구하지 않음	아직 야간 촬영 경험이 없음
전 체		(146)	36.5	15.4	1.0	47.1
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(110)	35.5	14.9	1.3	48.3
	제작 분야	(21)	48.0	22.5	0.0	29.5
	기타 분야	(15)	28.1	9.2	0.0	62.7

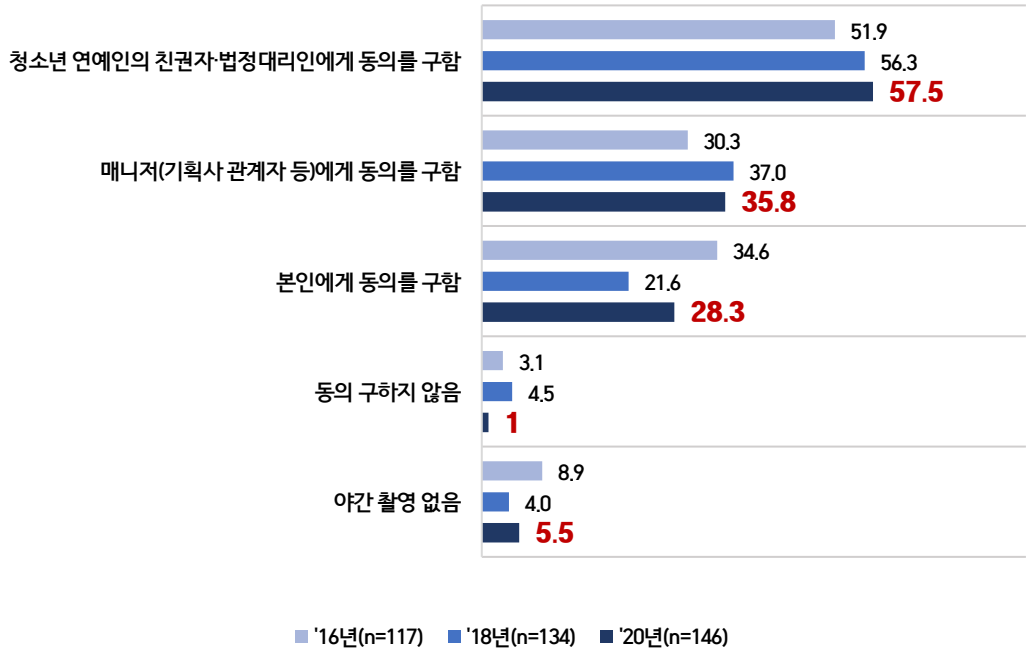
(8) 야간 연예활동 사전 동의 구하는 방식

❍ 야간 연예활동 사전 동의 구하는 방식은 '청소년 연예인의 친권자·법정대리인에게 동의를 구함'이 57.5%로 절반 이상을 차지함. 다음으로 '매니저(기획사 관계자 포함)에게 동의를 구함'(35.8%), '청소년 연예인 본인에게 동의를 구함'(28.3%) 등의 순임

❍ 2018년 대비, '청소년 연예인 본인에게 동의를 구함'(▲6.7%p)이 증가한 것으로 나타남

《 그림 2-2-13 》 야간 연예활동 사전 동의 구하는 방식

(청소년연예인이 있는 업체, 단위 : %, 다중 응답)



《 표 2-2-10 》 야간 연예활동 사전 동의 구하는 방식

(청소년연예인이 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	청소년 연예인의 친권자·법정대리인에게 동의를 구함	매니저(기획사 관계자 포함)에게 동의를 구함	청소년 연예인 본인에게 동의를 구함	동의 구하지 않음	야간 촬영 없음
전 체		(146)	57.5	35.8	28.3	1.0	5.5
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(110)	55.7	39.2	28.3	1.3	4.8
	제작 분야	(21)	63.4	30.1	14.8	0.0	7.1
	기타 분야	(15)	63.0	18.7	46.4	0.0	9.0

(9) 학교 재학 현황

❍ 청소년 연예인의 학교 재학 현황을 보면, 총 366명 중 '학교 재학 중임'은 329명으로 대부분의 청소년 연예인이 학교를 다는 것으로 나타남

- 세부적으로 중·고등학생(일반계) 171명, 중·고등학생(예술계) 91명, 초등학교 67명의 순임

❍ 학교 재학 중이지 않은 이유는 '검정고시 준비 중임'(32.9%)이 가장 높고, 다음으로 '홈스쿨링 등 기타'(29.2%), '당사자 본인의 개인적인 사유로'(22.4%) 등의 순임

《표 2-2-11》 학교 재학 현황

(청소년연예인이 있는 업체, 단위 : 명)

구 분		사례수	학교 재학 중임	초등학교	중고등학교 (일반계)	중고등학교 (예술계)	학교 재학 중이지 않음	소계
전 체		(146)	329	67	171	91	38	366
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(110)	259	44	139	75	24	283
	제작 분야	(21)	48	20	20	8	6	54
	기타 분야	(15)	22	3	11	8	7	29
소속직원 수	1인	(17)	43	22	14	7	4	48
	2~5인 미만	(41)	62	8	39	15	8	70
	5~10인 미만	(51)	107	5	69	33	17	124
	10인 이상	(38)	116	31	49	36	8	124

《표 2-2-12》 학교 다니지 않는 이유

(학교 재학중이지 않은 청소년연예인이 있는 업체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	검정고시 준비 중임	당사자 본인의 개인적인 사유로	연예활동에 매진하기 위해	진학(복학) 준비 중임	기타
전 체		(19)	32.9	22.4	14.1	7.8	29.2
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(11)	41.6	10.5	23.0	0.0	35.4
	제작 분야	(3)	0.0	52.1	0.0	47.9	0.0
	기타 분야	(4)	32.9	33.6	0.0	0.0	33.6
소속직원 수	1인	(3)	49.0	0.0	0.0	0.0	51.0
	2~5인 미만	(6)	0.0	25.2	0.0	26.1	48.7
	5~10인 미만	(6)	0.0	28.5	47.6	0.0	23.8
	10인 이상	(5)	100.0	25.2	0.0	0.0	0.0

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

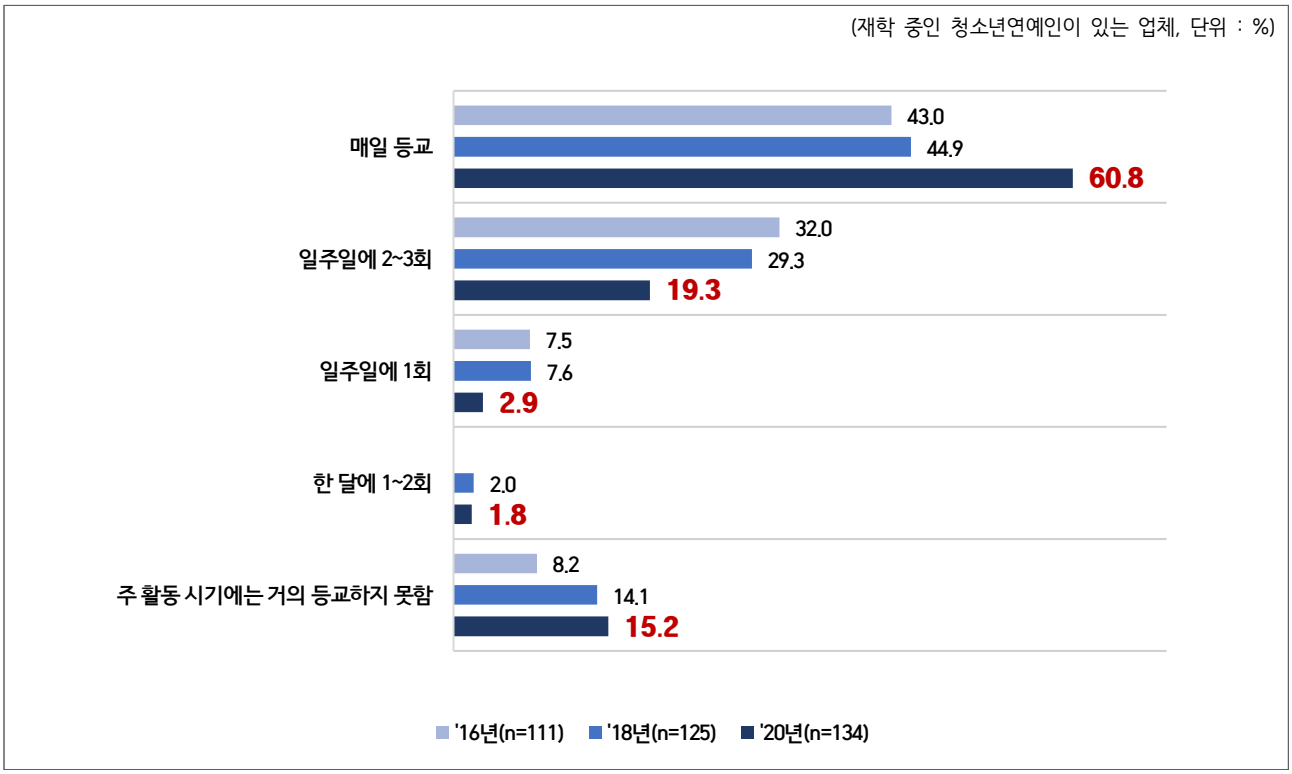
** 기타 : 홈스쿨링, 외국인 등

(10) 주 활동 시기 등교 횟수

○ 활동량이 가장 많은 청소년 연예인이 주로 활동하는 시기에 등교하는 횟수를 보면, '매일 등교'가 60.8%로 절반 이상을 차지함

○ 2018년 대비, '매일 등교'(▲15.9%p)가 증가한 것으로 나타남

《그림 2-2-14》 주 활동 시기 등교 횟수



《표 2-2-13》 주 활동 시기 등교 횟수

(재학 중인 청소년연예인이 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	매일 등교	일주일에 2~3회	일주일에 1회	한 달에 1~2회	주 활동 시기에는 거의 등교하지 못함
전 체		(134)	60.8	19.3	2.9	1.8	15.2
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(103)	52.6	23.6	3.9	2.4	17.5
	제작 분야	(19)	78.9	8.3	0.0	0.0	12.8
	기타 분야	(12)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
소속직원 수	1인	(16)	54.4	18.2	0.0	0.0	27.4
	2~5인 미만	(35)	69.5	18.8	3.8	0.0	7.9
	5~10인 미만	(48)	66.7	14.2	5.5	2.7	10.9
	10인 이상	(35)	46.8	27.1	0.0	3.1	23.0

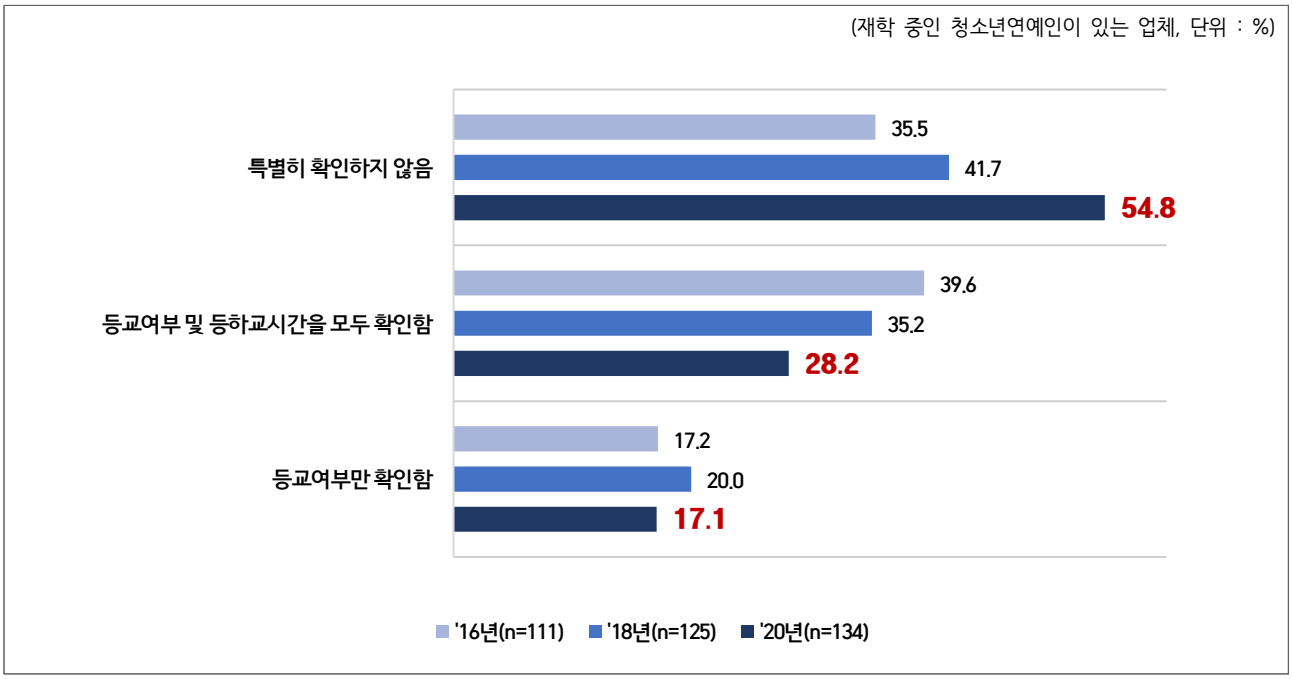
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(11) 등교 여부 및 등하교 시간 확인 여부

○ 재학 중인 청소년 연예인의 등교 여부 및 등하교 시간 확인에 대해 '특별히 확인하지 않음'이 54.6%로 가장 높고, '등교여부 및 등하교 시간을 모두 확인'은 28.2%로 나타남

○ 2018년 대비, '특별히 확인하지 않음'(▲13.1%p)이 증가한 것으로 나타남

《그림 2-2-15》 등교 여부 및 등하교 시간 확인 여부



《표 2-2-14》 등교 여부 및 등하교 시간 확인 여부

(재학 중인 청소년연예인이 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	특별히 확인하지 않음	등교여부 및 등하교시간을 모두 확인	등교여부만 확인
전 체		(134)	54.8	28.2	17.1
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(103)	51.7	29.8	18.5
	제작 분야	(19)	56.1	37.7	6.2
	기타 분야	(12)	77.6	0.0	22.4
소속직원 수	1인	(16)	54.8	18.2	27.0
	2~5인 미만	(35)	58.0	26.7	15.3
	5~10인 미만	(48)	62.8	29.0	8.2
	10인 이상	(35)	40.4	32.9	26.6

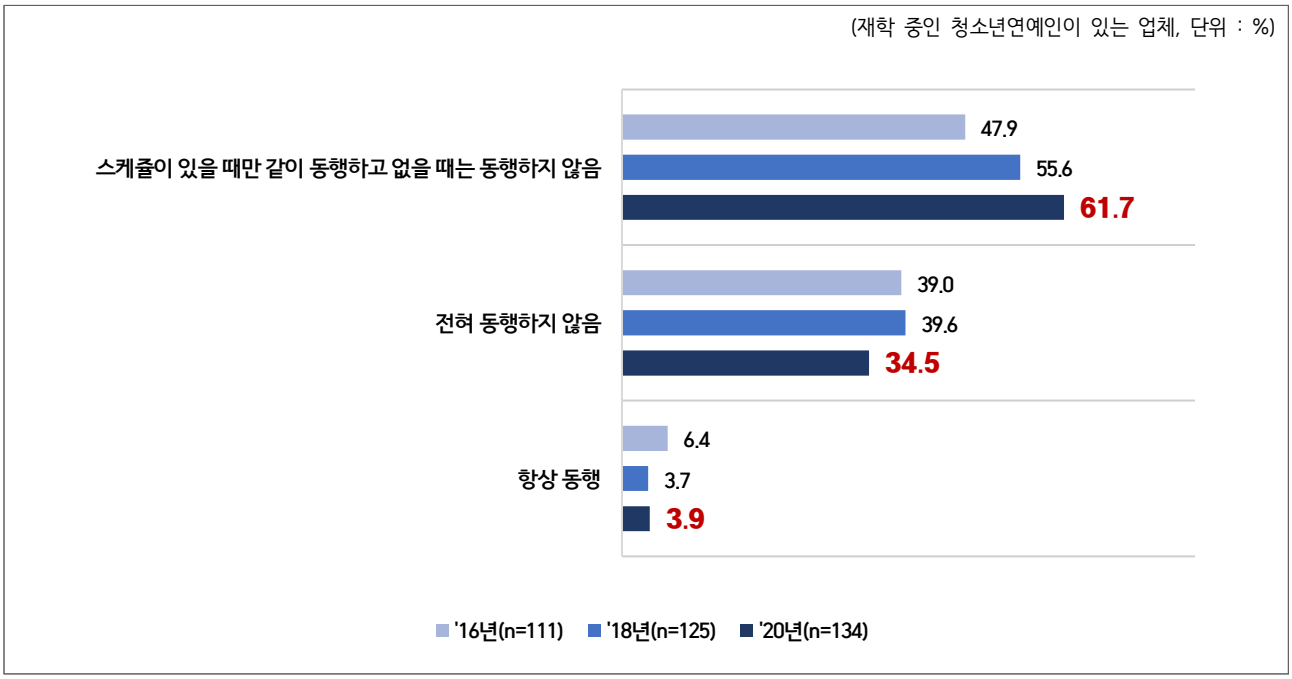
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(12) 등하교 시 매니저 동행 여부

○ 청소년 연예인 등학교 시 매니터 동행 여부에 대해 보면, '스케쥴이 있을 때만 동행'이 61.7%로 절반 이상으로 나타남

○ 2018년 대비, '스케쥴이 있을 때만 동행'(▲6.1%p)이 증가한 반면, '전혀 동행하지 않음'(▽5.1%p) 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-2-16 》 등하교 시 매니저 동행 여부



《 표 2-2-15 》 등하교 시 매니저 동행 여부

(재학 중인 청소년연예인이 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	스케쥴이 있을 때만 동행	전혀 동행하지 않음	항상 동행
전 체		(134)	61.7	34.5	3.9
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(103)	60.0	36.3	3.6
	제작 분야	(19)	68.0	32.0	0.0
	기타 분야	(12)	65.4	23.0	11.7
소속직원 수	1인	(16)	72.3	27.7	0.0
	2~5인 미만	(35)	54.2	42.0	3.8
	5~10인 미만	(48)	57.4	39.6	3.0
	10인 이상	(35)	70.2	23.0	6.8

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

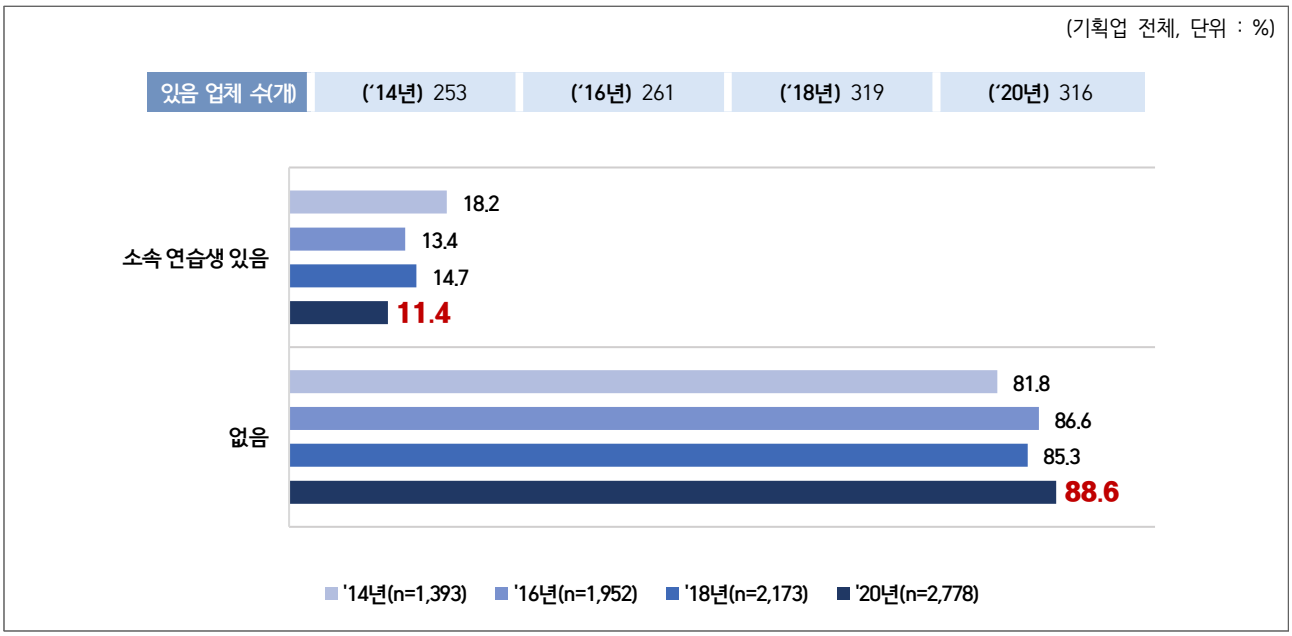
다. 소속 연습생 현황

(1) 소속 연습생 유무

○ 기획업 중 '소속 연습생'이 있는 업체는 11.4%로 나타남

○ 2018년 대비, '소속 연습생 있음'(▽3.3%p)이 감소하였으나, 실제 소속 연습생 보유 업체 수는 316개사로 작년(319개사)와 유사한 수준으로 나타남

《 그림 2-2-17 》 소속 연습생 유무



《 표 2-2-16 》 소속 연습생 유무

(기획업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	있음	없음
전 체		(2,778)	11.4	88.6
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	15.5	84.5
	제작 분야	(835)	8.9	91.1
	기타 분야	(517)	4.0	96.0
소속직원 수	1인	(1,014)	8.0	92.0
	2~5인 미만	(898)	10.4	89.6
	5~10인 미만	(561)	11.7	88.3
	10인 이상	(305)	24.7	75.3

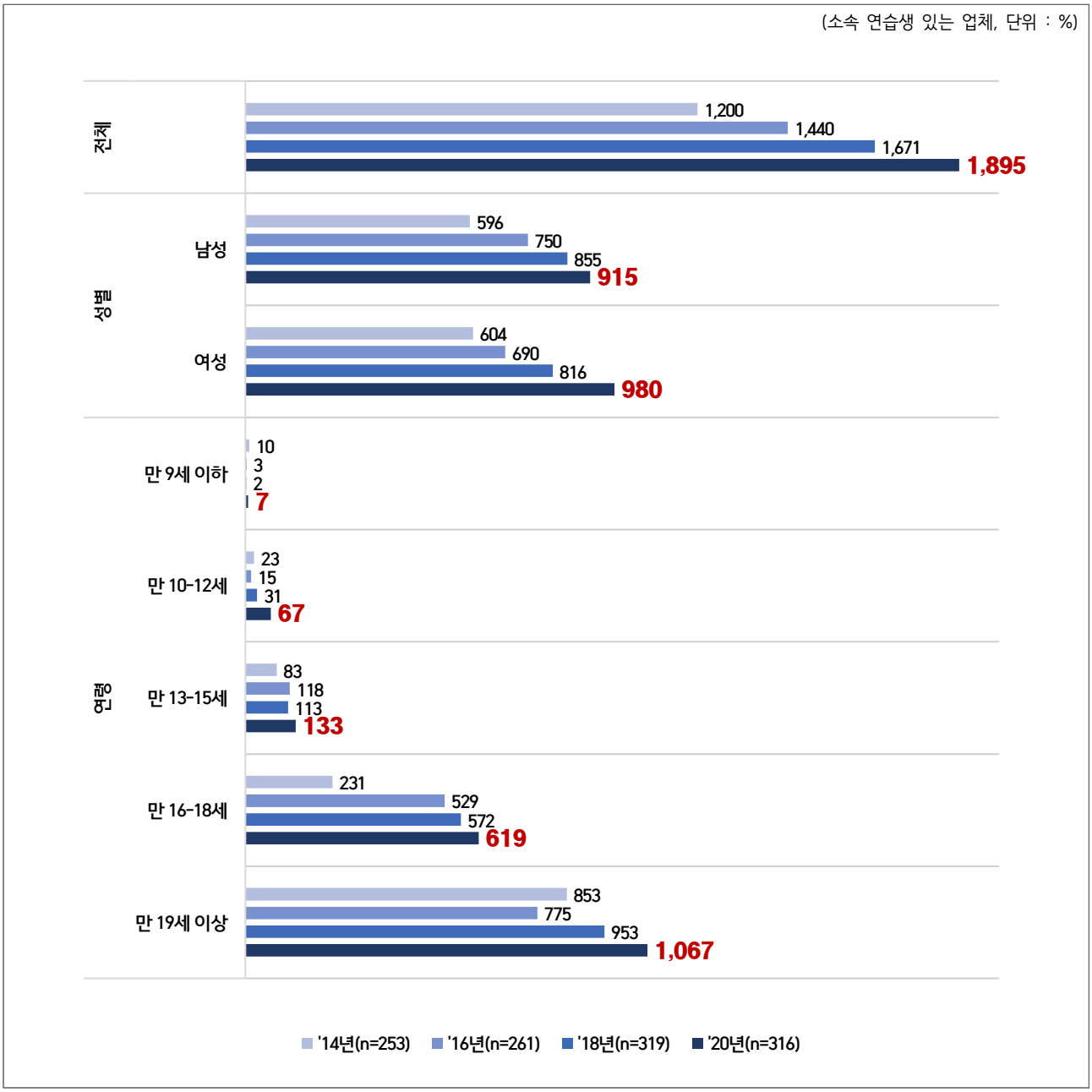
(2) 소속 연습생 세부 인력 현황

○ 2020년 말 기준, 기획업체에 소속되어 있는 연습생 인력은 총 1,895명으로 나타남

- 성별로는 '여성'이 980명으로 '남성'(915명) 보다 다소 많으며, 연령별로는 '만19세 이상'이 1,067명으로 가장 많음

○ 2018년 대비, '소속 연습생'이 ▲224명 증가하였으며, 그 중 '여성'(▲164명)과 '만 19세 이상'(▲114명)의 증가폭이 특히 높게 나타남

《 그림 2-2-18 》 소속 연습생 세부 인력 현황

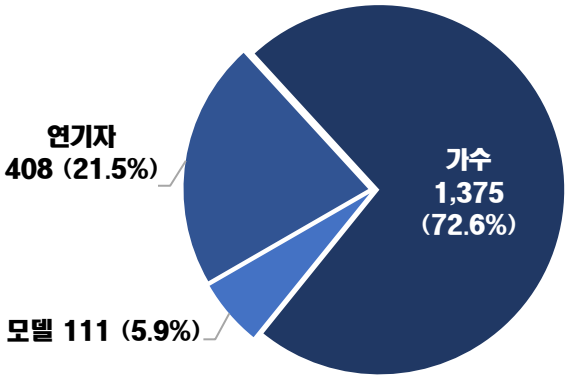


* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

○ 분야별로 보면, '가수'가 1,375명으로 72.6%를 차지하고, 그 밖에 '연기자' 408명, '모델'111명으로 나타남

《그림 2-2-19》 소속 연습생 분야별 인력 현황(2020년 말 기준)

(소속 연습생 있는 업체, 단위 : %)



'20년(N=316)

《표 2-2-17》 소속 연습생 세부 인력 현황

(소속 연습생 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	전체 인력 수	성별		연령				
				남성	여성	만 9세 이하	만 10-12세	만 13-15세	만 16-18세	만 19세 이상
전 체		(316)	1,895	915	980	7	67	133	619	1,067
주된 분야	연기자	(316)	408	217	191	0	27	14	79	289
	가수	(316)	1,375	667	708	1	35	112	518	709
	모델	(316)	111	30	81	6	6	7	23	69
매니지먼트 분야	소계	(221)	1,363	682	681	7	41	120	449	747
	연기자	(221)	323	182	142	0	0	12	61	250
	가수	(221)	988	480	508	1	35	100	365	487
	모델	(221)	52	20	32	6	6	7	23	10
제작 분야	소계	(74)	367	182	185	0	27	12	125	203
	연기자	(74)	67	28	39	0	27	0	11	28
	가수	(74)	301	154	147	0	0	12	114	174
	모델	(74)	0	0	0	0	0	0	0	0
기타 분야	소계	(21)	164	51	113	0	0	1	45	118
	연기자	(21)	19	8	11	0	0	1	6	11
	가수	(21)	86	33	53	0	0	0	39	48
	모델	(21)	59	10	49	0	0	0	0	59

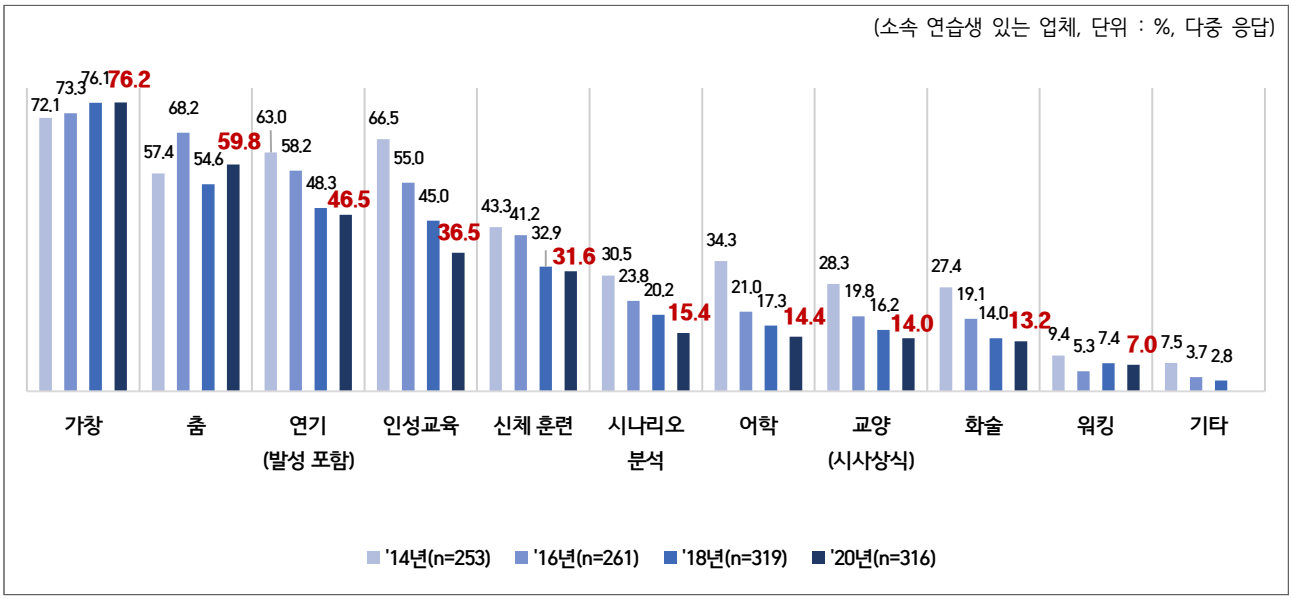
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(3) 소속 연습생 교육 내용

○ 소속 연습생 교육 내용은 '가창'이 76.2%로 가장 높고, 다음으로 '춤'(59.8%), '연기(발성 포함)'(46.5%), '인성 교육'(36.5%), '신체 훈련'(31.6%) 등의 순으로 나타남

○ 2018년 대비, '춤'(▲5.2%p)이 증가한 반면, '인성 교육'(▽8.5%p)은 감소한 것으로 나타남

《그림 2-2-20》 소속 연습생 교육 내용



특성별 분석

○ '가창' 교육이 주를 이루는 가운데, 제작 분야는 '춤'(72.9%)이 타 분야에 비해 높게 나타남

○ 소속직원 수 10인 이상 기획업에서 '시나리오 분석', '어학', '화술', '워킹' 등 다양한 교육 진행이 상대적으로 높게 나타남

《표 2-2-18》 소속 연습생 교육 내용

(소속 연습생 있는 업체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	가창	춤	연기 (발성 포함)	인성 교육	신체 훈련	시나리오 분석	어학	교양 (시사 상식)	화술	워킹
전 체		(316)	76.2	59.8	46.5	36.5	31.6	15.4	14.4	14.0	13.2	7.0
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(221)	72.2	56.1	47.9	38.7	32.2	17.8	16.6	14.8	14.2	7.5
	제작 분야	(74)	87.0	72.9	40.8	27.2	31.1	5.5	6.0	11.5	10.2	5.6
	기타 분야	(21)	80.2	52.8	52.0	45.9	27.6	25.4	20.9	13.7	13.7	6.1
소속직원 수	1인	(81)	80.4	55.6	30.3	30.1	26.7	15.9	7.1	12.4	16.0	5.4
	2~5인 미만	(93)	72.9	62.6	53.7	37.7	35.1	15.7	13.1	14.5	8.6	5.6
	5~10인 미만	(66)	77.4	50.5	41.4	44.0	29.5	12.3	18.6	14.7	16.8	4.4
	10인 이상	(75)	74.6	68.9	59.6	35.4	34.6	17.1	20.3	14.3	12.7	12.6

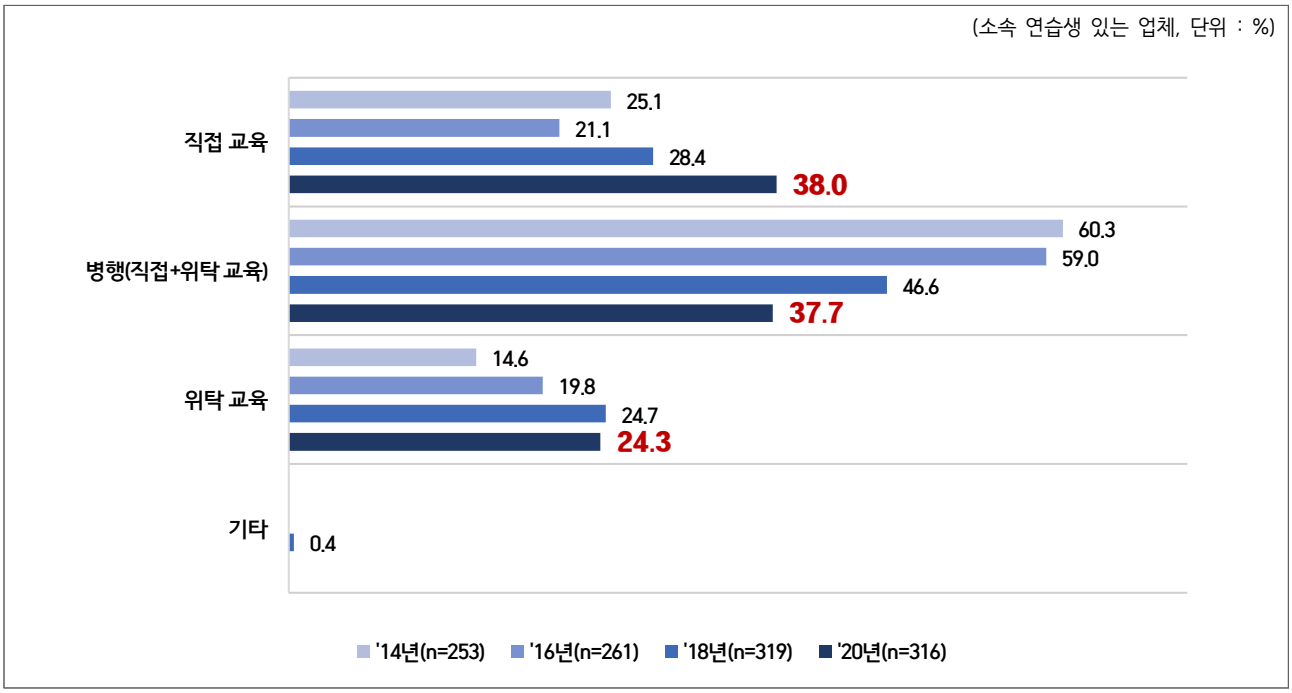
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(4) 소속 연습생 교육 방식

○ 소속 연습생 교육 방식에 대해 보면, '직접 교육'(38.0%)과 '병행(직접+위탁교육)'(37.7%)이 대부분을 차지함

○ 2018년 대비, '직접 교육'(▲9.6%p)이 증가한 반면, '병행(직접+위탁교육)'(▽8.9%p)은 감소한 것으로 나타남

《그림 2-2-21》 소속 연습생 교육 방식



특성별 분석

○ 매니지먼트, 제작 분야는 '병행(직접+위탁 교육)'이 가장 높게 나타남

《표 2-2-19》 소속 연습생 교육 방식

(소속 연습생 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	직접 교육	병행(직접+위탁 교육)	위탁 교육
전 체		(316)	38.0	37.7	24.3
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(221)	37.9	38.9	23.2
	제작 분야	(74)	33.8	35.7	30.5
	기타 분야	(21)	54.2	32.2	13.6
소속직원 수	1인	(81)	39.3	32.1	28.7
	2~5인 미만	(93)	35.9	42.1	22.1
	5~10인 미만	(66)	40.0	35.4	24.7
	10인 이상	(75)	37.6	40.5	22.0

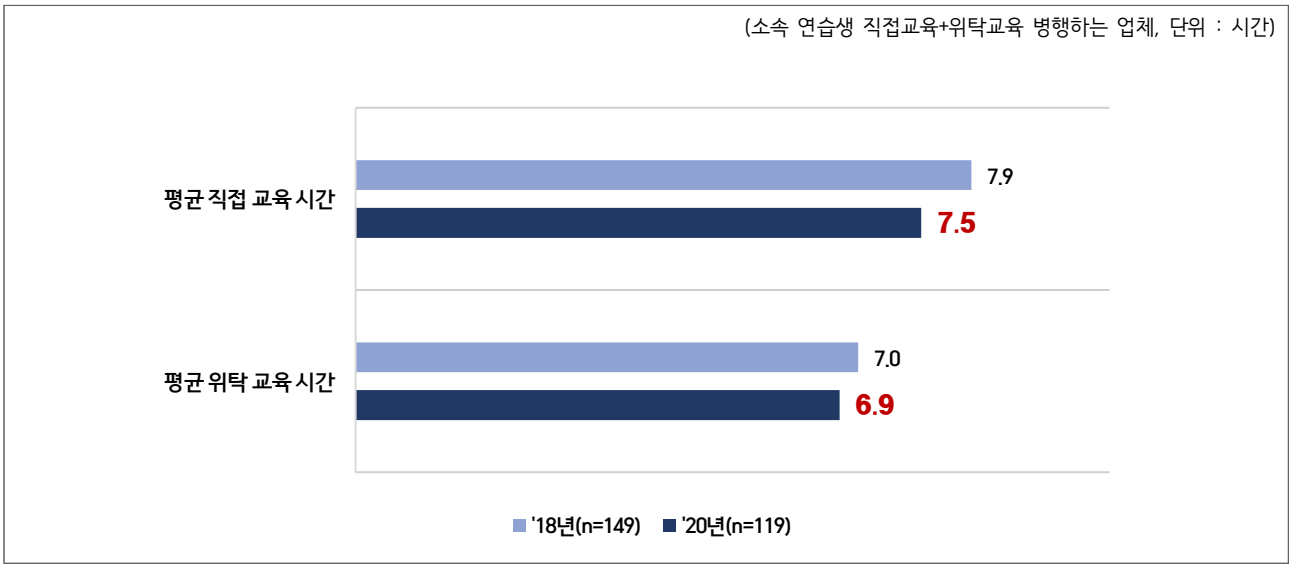
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(5) 소속 연습생 병행 교육시간

○ 소속 연습생 교육을 '병행(직접+위탁교육)'하는 업체의 교육시간을 보면, 일주일 기준 '직접 교육시간'은 평균 7.5시간, '위탁 교육시간'은 평균 6.9시간으로 나타남

○ 2018년 대비, '직접 교육시간'(▽0.4시간)과 '위탁 교육시간'(▽0.1시간) 모두 소폭 감소한 것으로 나타남

《그림 2-2-22》 소속 연습생 병행 교육시간



특성별 분석

○ 소속직원 수 1인 기획업에서 '직접'과 '위탁' 교육시간 모두 가장 높게 나타남

《표 2-2-20》 소속 연습생 병행 교육시간

(소속 연습생 직접교육+위탁교육 병행하는 업체, 단위 : 시간)

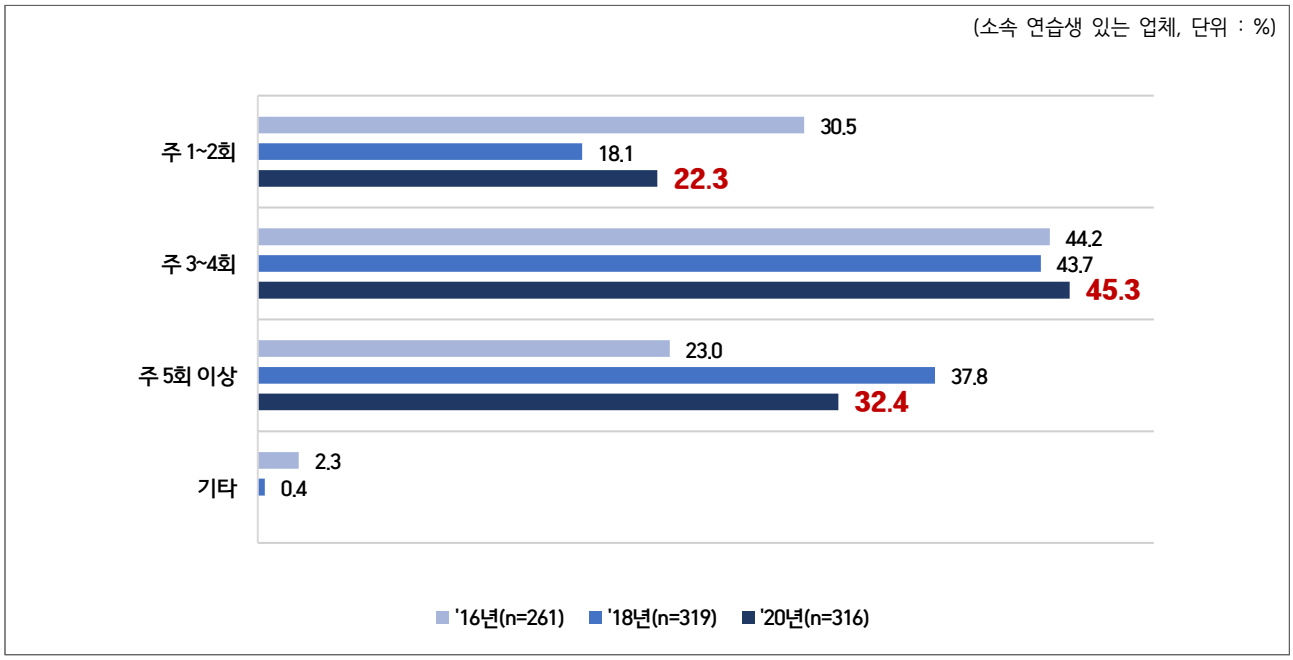
구 분		사례수	직접 교육 시간			위탁 교육 시간		
			평균	최소	최대	평균	최소	최대
전 체		(119)	7.5	1.0	30.0	6.9	1.0	20.0
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(86)	6.7	1.0	20.0	6.2	1.0	20.0
	제작 분야	(26)	9.0	2.0	30.0	8.3	2.0	20.0
	기타 분야	(7)	12.2	5.0	30.0	9.3	4.0	15.0
소속직원 수	1인	(26)	8.0	1.0	20.0	7.7	1.0	20.0
	2~5인 미만	(39)	7.6	2.0	30.0	7.0	1.0	20.0
	5~10인 미만	(23)	6.8	1.0	15.0	6.0	1.0	15.0
	10인 이상	(31)	7.5	1.0	30.0	6.5	1.0	20.0

(6) 소속 연습생 주당 교육횟수

❍ 소속 연습생 교육은 '주3~4회'가 45.3%로 가장 높고, '주 5회 이상'은 32.4%로 나타남

❍ 2018년 대비, '주 5회 이상'(▽5.4%p)가 감소한 것으로 나타남

《그림 2-2-23》 소속 연습생 주당 교육횟수



* 기타 : 일정하지 않음, 2개월에 1회

《표 2-2-21》 소속 연습생 주당 교육횟수

(소속 연습생 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	주 1~2회	주 3~4회	주 5회 이상
전 체		(316)	22.3	45.3	32.4
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(221)	22.0	46.4	31.7
	제작 분야	(74)	25.8	42.0	32.2
	기타 분야	(21)	12.9	45.8	41.2
소속직원 수	1인	(81)	19.9	42.8	37.4
	2~5인 미만	(93)	18.5	52.4	29.0
	5~10인 미만	(66)	25.9	47.5	26.7
	10인 이상	(75)	26.5	37.3	36.2

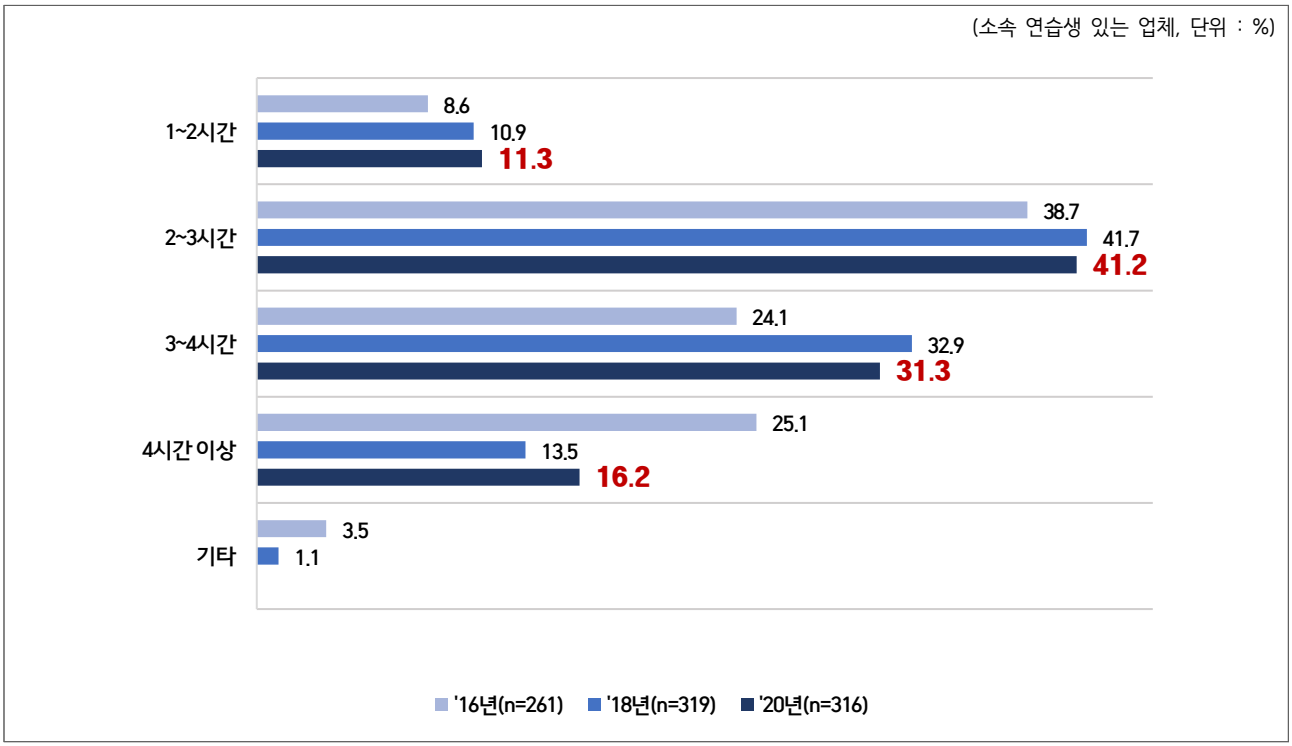
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(7) 소속 연습생 일당 교육시간

❍ 소속 연습생 교육시간은 하루에 '2~3시간'(41.2%)이 가장 높고, 다음으로 '3~4시간'(31.3%), '4시간 이상'(16.2%) 등의 순임

❍ 2018년 대비, '4시간 이상'(▲2.7%p)이 증가한 것으로 나타남

《그림 2-2-24》 소속 연습생 일당 교육시간



특성별 분석

❍ 제작 분야에서 '4시간 이상'(19.7%) 교육하는 비율이 상대적으로 높게 나타남

《표 2-2-22》 소속 연습생 일당 교육시간

(소속 연습생 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	1~2시간	2~3시간	3~4시간	4시간 이상
전 체		(316)	11.3	41.2	31.3	16.2
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(221)	9.5	43.2	32.0	15.3
	제작 분야	(74)	18.1	28.2	34.0	19.7
	기타 분야	(21)	6.8	65.8	13.7	13.6
소속직원 수	1인	(81)	16.2	37.2	32.1	14.4
	2~5인 미만	(93)	11.8	40.5	28.6	19.1
	5~10인 미만	(66)	6.5	44.0	32.9	16.6
	10인 이상	(75)	9.6	43.8	32.3	14.3

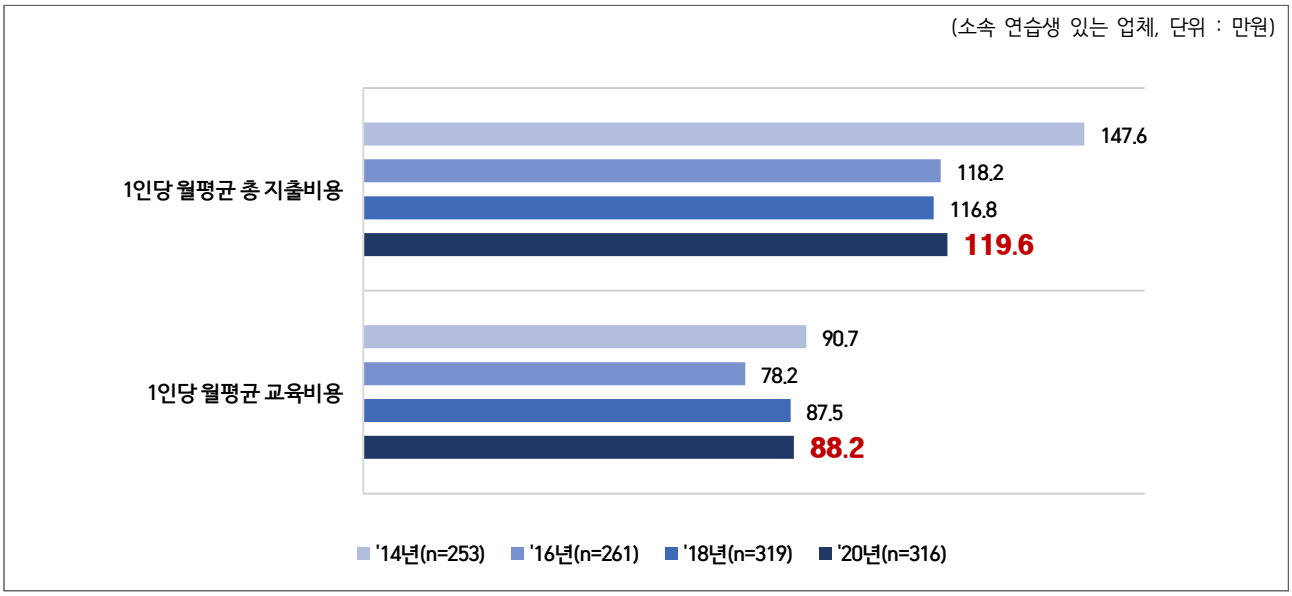
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(8) 소속 연습생 월평균 지출비용

❍ 소속 연습생 월평균 총 지출비용은 119.6만원이며, 1인당 월평균 교육비용은 88.2만원으로 나타남

❍ 2018년 대비, 1인당 월평균 '총 지출비용'(▲2.8만원)과 '교육비용'(▲0.7만원)이 소폭 증가함

《그림 2-2-25》 소속 연습생 월평균 지출비용



특성별 분석

❍ 제작 분야와 소속직원 규모가 클수록 '1인당 월평균 총 지출비용 및 교육비용'이 높게 나타남

《표 2-2-23》 소속 연습생 월평균 지출비용

(소속 연습생 있는 업체, 단위 : 만원)

구 분		사례수	1인당 월평균 총 지출비용				1인당 월평균 교육비용			
			평균	중앙값	최소	최대	평균	중앙값	최소	최대
전 체		(316)	119.6	100	10	400	88.2	80	5	300
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(221)	118.1	100	20	400	86.3	80	5	300
	제작 분야	(74)	124.2	100	10	400	92.7	80	10	300
	기타 분야	(21)	119.7	100	20	400	92.3	99	20	300
소속직원 수	1인	(81)	121.2	100	10	400	89.0	80	10	300
	2~5인 미만	(93)	106.5	100	30	300	81.3	70	9	200
	5~10인 미만	(66)	112.5	100	20	400	78.0	80	5	200
	10인 이상	(75)	140.3	117	20	400	104.7	98	10	300

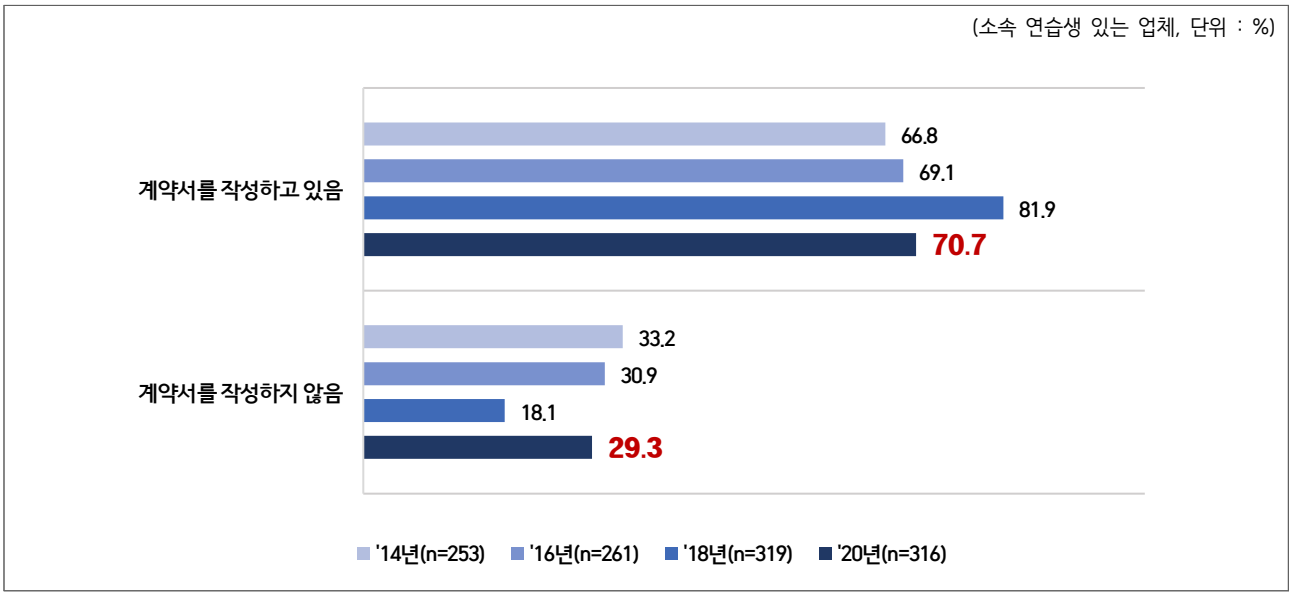
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(9) 소속 연습생 계약서 작성 유무

❍ 소속 연습생과 '계약서를 작성하고 있음' 비율은 70.7%로 대부분을 차지함

❍ 2018년 대비, '계약서를 작성하고 있음'(▽11.2%p)이 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-2-26 》 소속 연습생 계약서 작성 유무



특성별 분석

❍ 매니지먼트 분야와 소속직원 수 10인 이상 업체에서 '계약서를 작성하고 있음' 비율이 상대적으로 높게 나타남

《 표 2-2-24 》 소속 연습생 계약서 작성 유무

(소속 연습생 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	계약서를 작성하고 있음	계약서를 작성하지 않음
전 체		(316)	70.7	29.3
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(221)	73.7	26.3
	제작 분야	(74)	66.1	33.9
	기타 분야	(21)	55.0	45.0
소속직원 수	1인	(81)	69.3	30.7
	2~5인 미만	(93)	63.6	36.4
	5~10인 미만	(66)	72.9	27.1
	10인 이상	(75)	79.2	20.8

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

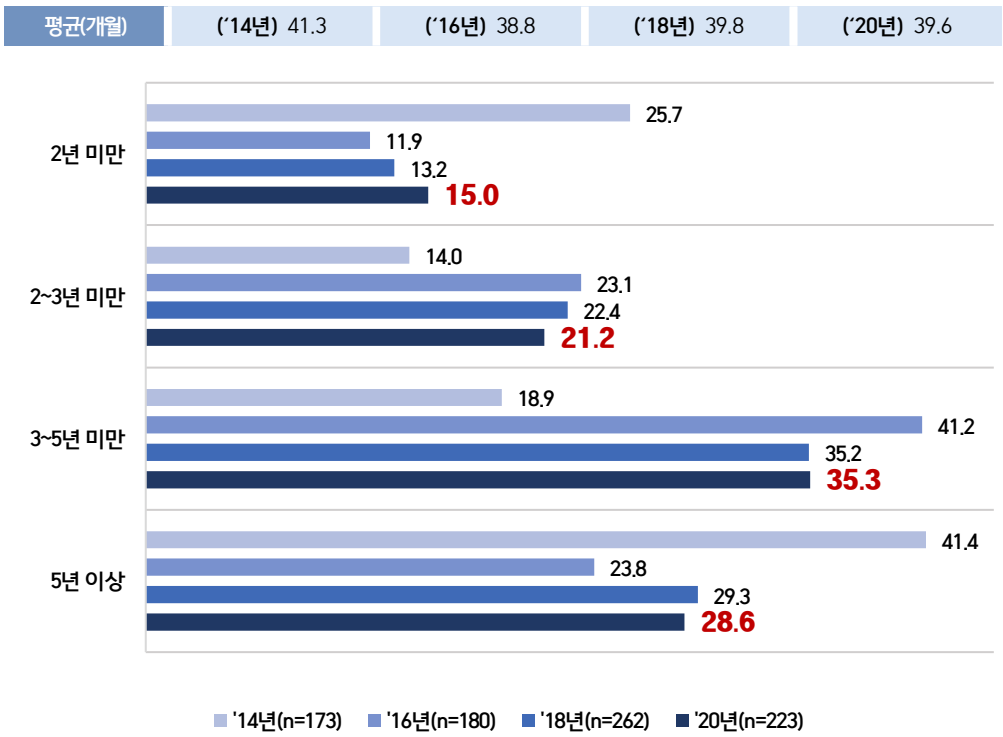
(10) 소속 연습생 평균 계약기간

○ 소속 연습생과 계약서를 작성하는 업체의 평균 계약기간을 보면, 약 3년 3개월(39.6개월)로 나타남

○ 2018년(39.8개월)과 유사한 수준을 보이는 가운데, '2년 미만'(▲1.8%p)은 소폭 증가한 것으로 나타남

《그림 2-2-27》 소속 연습생 평균 계약기간

(소속 연습생과 계약하는 업체, 단위 : %)



특성별 분석

○ 소속직원 규모가 클수록 '평균 계약기간'이 상대적으로 길게 나타남

《표 2-2-25》 소속 연습생 평균 계약기간

(소속 연습생과 계약하는 업체, 단위 : %)

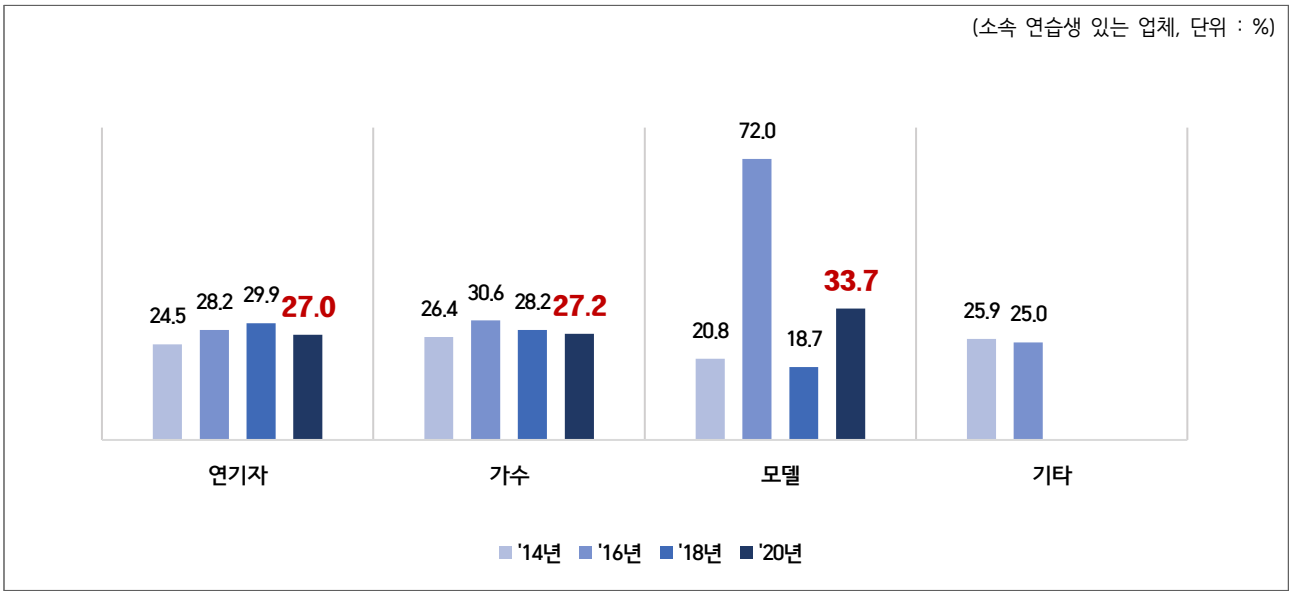
구 분		사례수	2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균(개월)
전 체		(223)	15.0	21.2	35.3	28.6	39.6
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(163)	15.2	18.0	36.5	30.3	40.4
	제작 분야	(49)	14.7	30.8	30.9	23.6	36.5
	기타 분야	(11)	12.8	24.8	36.7	25.7	42.1
소속직원 수	1인	(56)	12.8	31.0	35.6	20.6	36.9
	2~5인 미만	(59)	22.6	18.3	29.9	29.2	38.0
	5~10인 미만	(48)	14.7	17.7	28.3	39.3	43.7
	10인 이상	(60)	9.7	17.5	45.8	26.9	40.5

(11) 소속 연습생 평균 데뷔기간

○ 소속 연습생의 평균 데뷔기간을 분야별로 보면, '연기자'는 약 2년 2개월(27.0개월), '가수'는 약 2년 3개월(27.2개월)로 2년 정도로 유사하게 나타남

○ 2018년 대비, '연기자'(▽2.9개월)와 '가수'(▽1.0개월)의 평균 데뷔기간은 다소 짧아진 반면, '모델'(▲15.0개월)은 늘어난 것으로 나타남

《그림 2-2-28》 소속 연습생 평균 데뷔기간



* 기타 : MC, 방송인

《표 2-2-26》 소속 연습생 평균 데뷔기간

(소속 연습생 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	최소 데뷔기간	최대 데뷔기간	평균 데뷔기간
주된 분야	연기자	(110)	21.2	42.6	27.0
	가수	(239)	23.1	41.5	27.2
	모델	(7)	28.6	38.4	33.7
매니지먼트 분야	연기자	(89)	21.5	44.1	26.8
	가수	(152)	24.7	42.1	28.8
	모델	(4)	28.0	32.3	32.0
제작 분야	연기자	(17)	20.5	37.1	28.5
	가수	(69)	19.1	40.9	23.0
	모델	(1)	24.0	36.0	36.0
기타 분야	연기자	(4)	19.5	31.3	23.9
	가수	(18)	24.7	39.5	29.3
	모델	(1)	36.0	60.0	36.0

* 평균 데뷔기간은 응답값의 단순 산술평균으로 데뷔분야별로 응답 업체 수가 상이함

** 2016년 모델의 경우, 응답업체 수 1개임

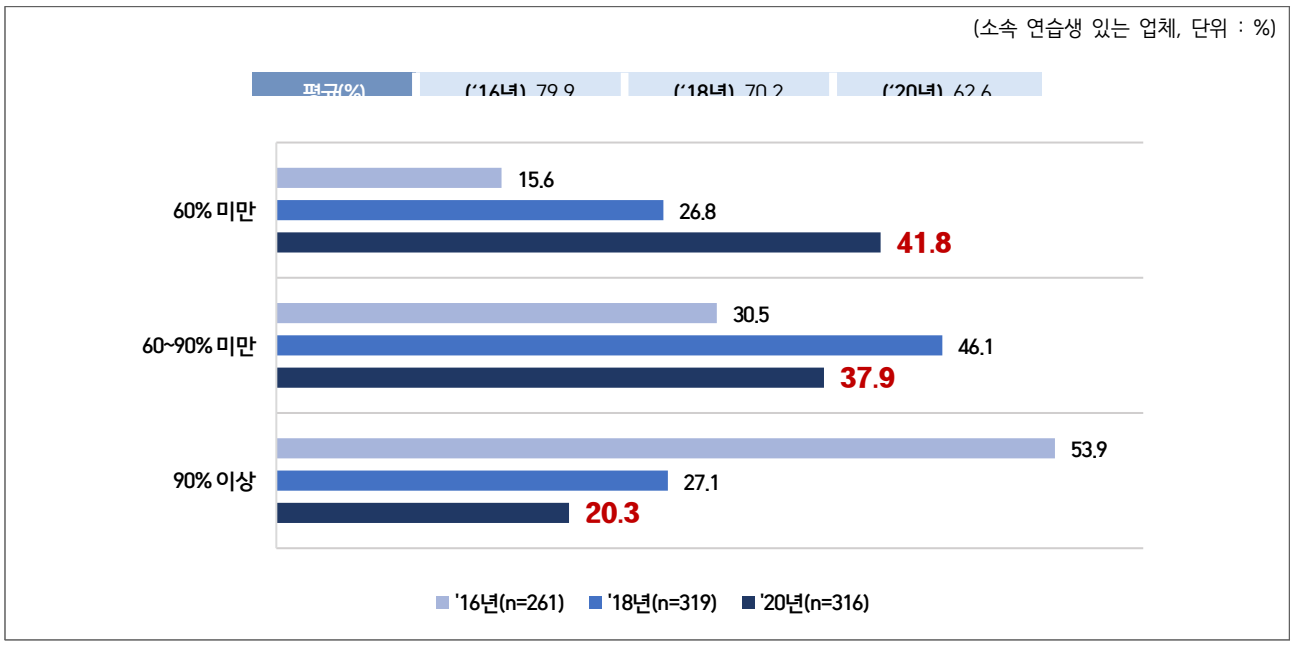
(12) 소속 연습생 중 데뷔하는 비중

○ 소속 연습생 중 데뷔하는 비중은 평균 62.6%로 나타남

- 구간별로는 '60% 미만'이 41.8%로 가장 높고, '90% 이상'은 20.3%로 나타남

○ 2016년 이후 평균 '연습생 데뷔 비중'은 감소세를 보이며, 2018년 대비 ▽7.6% 감소한 것으로 나타남

《그림 2-2-29》 소속 연습생 중 데뷔하는 비중



특성별 분석

○ 소속직원 1인 기획업에서 소속 연습생 중 데뷔하는 비중이 평균 64.0%로 그 외 직원 규모에 비해 상대적으로 높게 나타남

《표 2-2-27》 소속 연습생 중 데뷔하는 비중

(소속 연습생 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	60% 미만	60~90% 미만	90% 이상	평균(%)
전 체		(316)	41.8	37.9	20.3	62.6
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(221)	41.4	36.9	21.7	63.0
	제작 분야	(74)	43.8	38.5	17.7	61.2
	기타 분야	(21)	39.4	47.0	13.6	63.6
소속직원 수	1인	(81)	35.7	46.4	17.9	64.0
	2~5인 미만	(93)	42.2	38.9	18.9	62.6
	5~10인 미만	(66)	43.2	33.7	23.0	62.9
	10인 이상	(75)	46.7	31.2	22.1	61.0

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

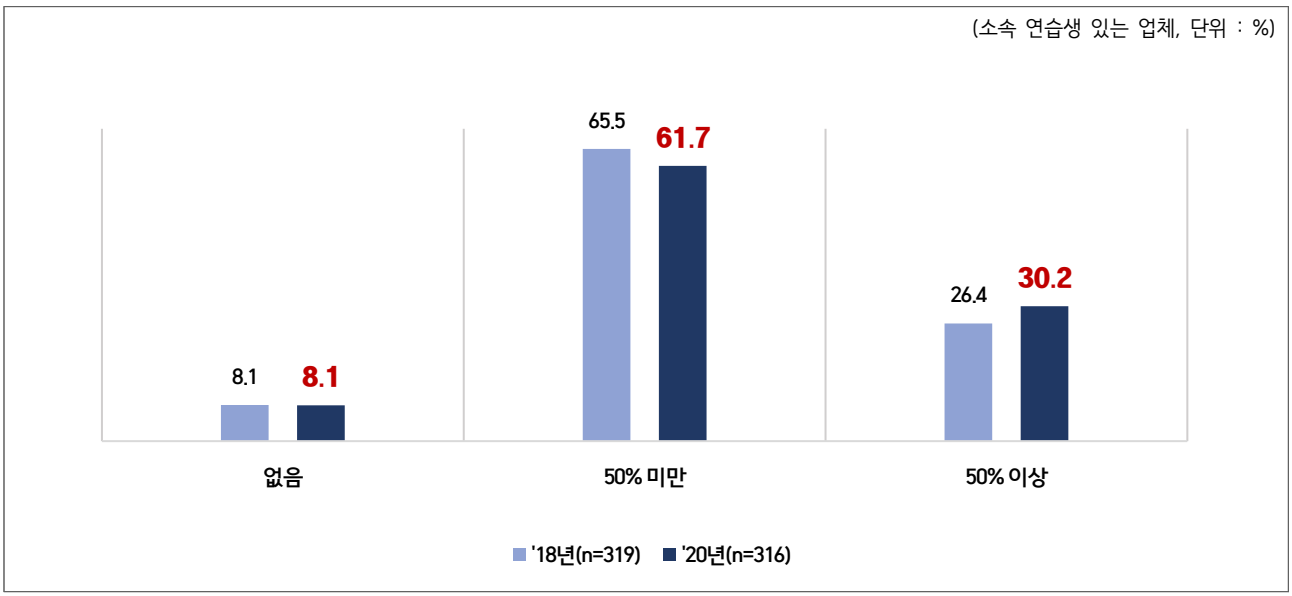
(13) 소속 연습생 중 자발적 포기 비중

○ 소속 연습생 중 자발적 포기 비중은 평균 31.0%로 나타남

- 구간별로는 '50% 미만'이 61.7%로 절반 이상을 차지하고, 자발적 포기 '없음'은 8.1%로 나타남

○ 2018년 대비, 평균 '자발적 포기 비중'(▲1.3%)이 소폭 증가한 것으로 나타남

《그림 2-2-30》 소속 연습생 중 자발적 포기 비중



《표 2-2-28》 소속 연습생 중 자발적 포기 비중

(소속 연습생 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	없음	50% 미만	50% 이상	평균(%)
전 체		(316)	8.1	61.7	30.2	31.0
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(221)	8.8	62.1	29.1	30.4
	제작 분야	(74)	8.1	58.9	33.0	31.9
	기타 분야	(21)	0.0	67.4	32.6	33.6
소속직원 수	1인	(81)	7.1	69.6	23.2	28.0
	2~5인 미만	(93)	4.5	62.0	33.5	33.7
	5~10인 미만	(66)	16.6	48.3	35.2	32.2
	10인 이상	(75)	6.1	64.3	29.5	29.8

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

라. 소속직원 현황

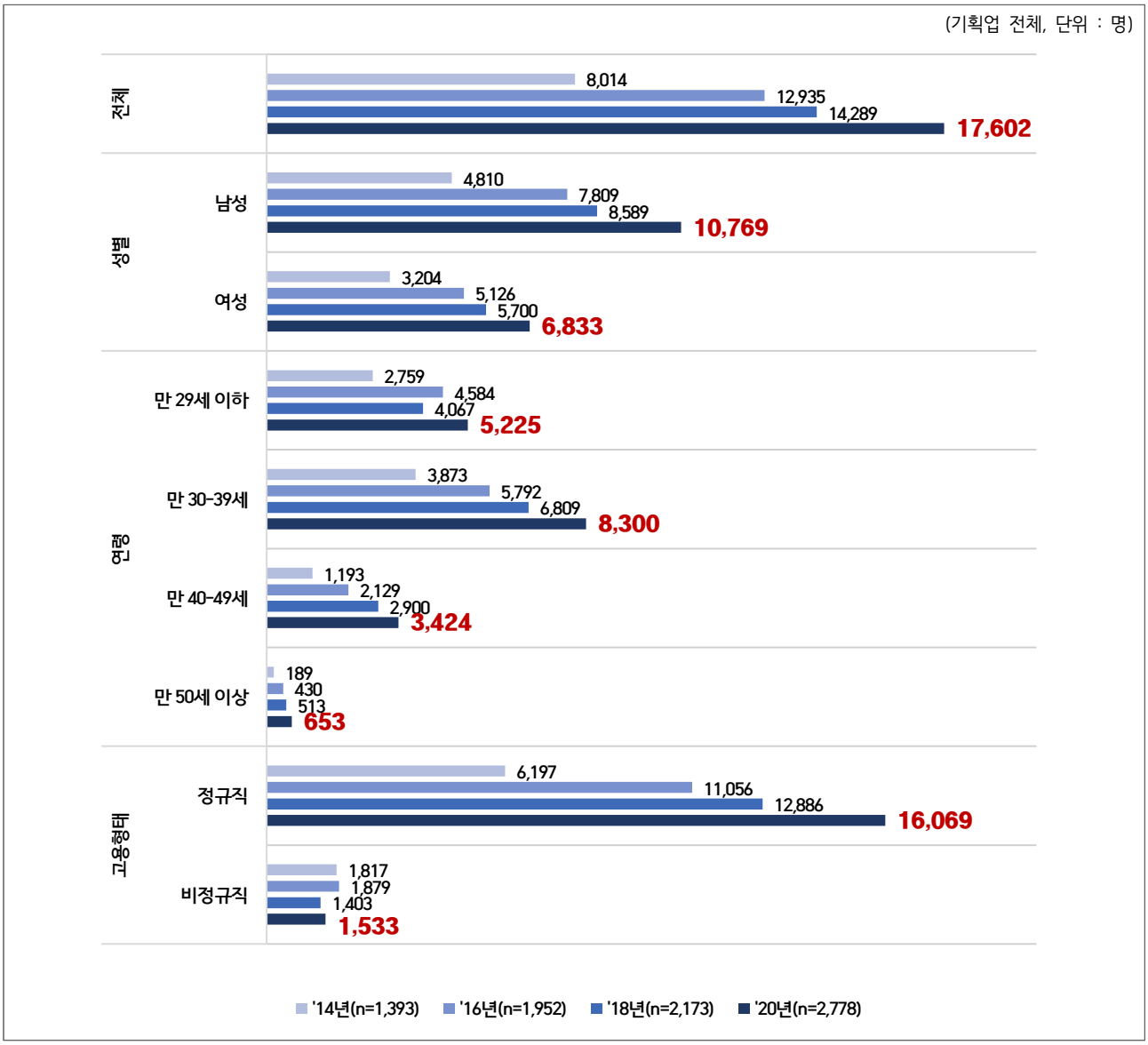
(1) 소속직원 세부 인력 현황

○ 2020년 기준, 대중문화예술산업 기획업 소속직원 전체 인력 규모는 총 17,602명으로 나타남

- 성별로는 '남성'이 10,769명으로 '여성'(6,833명)보다 많으며, 연령대별로는 '만 30~39세'(8,300명), '만 29세 미만'(5,225명), '만 40~49세'(3,424명) 등의 순으로 나타남
- 고용형태별로는 '정규직'이 16,069명으로 대부분을 차지하고, '비정규직'은 1,533명임

○ 2018년 대비, '전체 소속직원 수' ▲3,313명(23.2%)이 증가하였으며, '만 30~39세'(▲1,491명) 연령대에서 증가폭이 특히 높게 나타남

《 그림 2-2-31 》 소속직원 세부 인력 현황

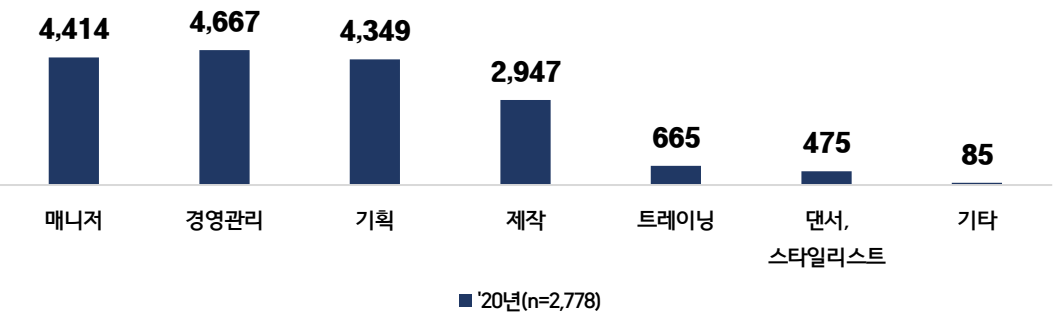


* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

❍ 분야별로는 ‘경영관리’(4,667명), ‘매니저’(4,414명), ‘기획’(4,349명) 직원이 많은 것으로 나타남

《 그림 2-2-32 》 소속직원 분야별 인력 현황(2020년 말 기준)

(기획업 전체, 단위 : 명)



《 표 3-2-29 》 소속직원 세부 인력 현황

(기획업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	전체 인력 수	성별		연령				고용형태	
				남성	여성	만 29세 이만	만 30-39세	만 40-49세	만 50세 이상	정규직	비정규직
	전 체	(2,778)	17,602	10,769	6,833	5,225	8,300	3,424	653	16,069	1,533
주된 분야	매니저	(2,778)	4,414	3,299	1,115	1,572	2,153	620	69	4,054	360
	로드매니저	(2,778)	1,292	1,057	235	684	525	72	11	1,147	145
	댄서, 스타일리스트	(2,778)	475	285	190	179	217	77	2	455	20
	기획	(2,778)	4,349	2,303	2,046	1,367	1,911	937	134	4,153	196
	제작	(2,778)	2,947	1,802	1,145	820	1,500	547	80	2,482	465
	트레이닝	(2,778)	665	312	353	173	354	114	24	576	89
	경영관리	(2,778)	4,667	2,722	1,945	1,089	2,120	1,120	338	4,280	387
	기타*	(2,778)	85	46	39	25	45	9	6	69	16
매니지먼트 분야	소계	(1,426)	10,727	6,638	4,089	3,281	5,055	2,017	374	9,657	1,070
	매니저	(1,426)	3,321	2,500	821	1,249	1,579	450	43	3,063	258
	로드매니저	(1,426)	1,111	906	205	577	465	63	6	990	121
	댄서, 스타일리스트	(1,426)	400	245	155	153	186	61	0	387	13
	기획	(1,426)	2,096	1,112	984	576	987	478	55	2,020	76
	제작	(1,426)	1,510	922	588	476	763	241	30	1,173	337
	트레이닝	(1,426)	420	187	233	102	214	82	22	372	48
	경영관리	(1,426)	2,928	1,656	1,272	716	1,296	698	218	2,606	322
	기타*	(1,426)	52	16	36	9	30	7	6	36	16
제작 분야	소계	(835)	3,997	2,553	1,444	970	1,966	874	187	3,660	337
	매니저	(835)	666	496	170	188	358	103	17	592	74
	로드매니저	(835)	104	83	21	52	41	8	3	90	14
	댄서, 스타일리스트	(835)	34	22	12	15	12	5	2	28	6
	기획	(835)	1,035	609	426	251	504	236	44	966	69
	제작	(835)	1,228	752	476	301	611	271	45	1,107	121
	트레이닝	(835)	55	33	22	15	29	10	1	39	16
	경영관리	(835)	968	632	336	193	448	249	78	917	51
	기타*	(835)	11	9	2	7	4	0	0	11	0
기타 분야	소계	(517)	2,878	1,578	1,300	974	1,279	533	92	2,752	126
	매니저	(517)	427	303	124	135	216	67	9	399	28
	로드매니저	(517)	77	68	9	55	19	1	2	67	10
	댄서, 스타일리스트	(517)	41	18	23	11	19	11	0	40	1
	기획	(517)	1,218	582	636	540	420	223	35	1,167	51
	제작	(517)	209	128	81	43	126	35	5	202	7
	트레이닝	(517)	190	92	98	56	111	22	1	165	25
	경영관리	(517)	771	434	337	180	376	173	42	757	14
	기타*	(517)	22	21	1	9	11	2	0	22	0

* 기타 : 개발자, 디자이너 등

** 소속직원 인력 문항은 가중을 적용하지 않음

(2) 소속직원 4대보험 가입률

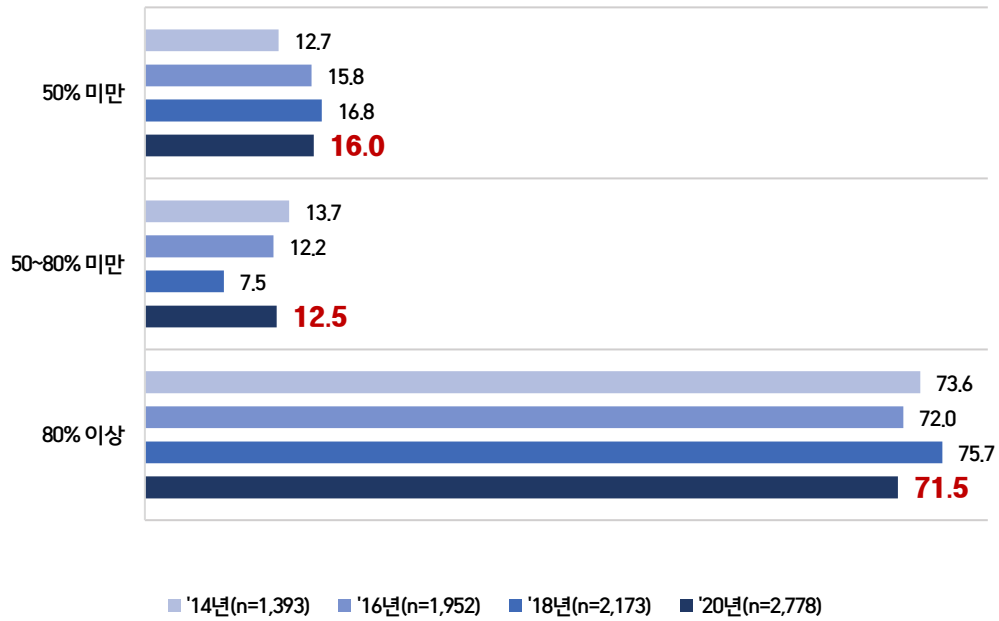
○ 소속직원 4대보험 가입률은 평균 79.7%로 나타남

- 구간별로는 '80% 이상'이 71.5%로 가장 높게 나타남

○ 2018년 대비, '소속직원 4대보험 가입률'은 약 80% 내외로 유사한 수준을 보임

《 그림 2-2-33 》 소속직원 4대보험 가입률

(기획업 전체, 단위 : %)



특성별 분석

○ 소속직원 규모가 클수록 '소속직원 4대보험 가입률'이 높아지는 경향을 보임

《 표 2-2-30 》 소속직원 4대보험 가입률

(기획업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	50% 미만	50~80% 미만	80% 이상	평균(%)
전 체		(2,778)	16.0	12.5	71.5	79.7
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	16.0	13.7	70.3	79.4
	제작 분야	(835)	17.5	10.5	72.0	78.9
	기타 분야	(517)	13.7	12.4	74.0	81.8
소속직원 수	1인	(1,014)	26.3	0.0	73.7	73.7
	2~5인 미만	(898)	13.4	19.4	67.3	80.3
	5~10인 미만	(561)	7.8	21.4	70.8	84.8
	10인 이상	(305)	4.6	17.5	77.8	88.4

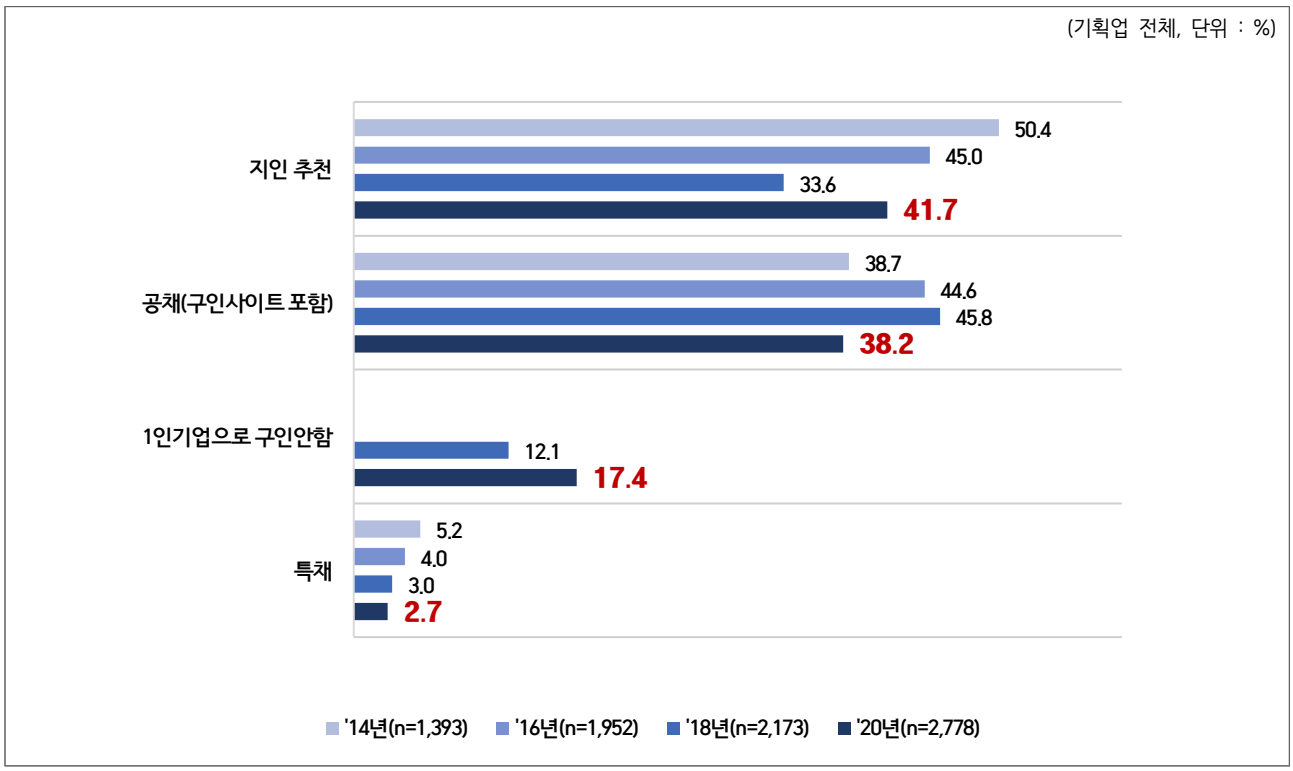
(3) 소속직원 구인 경로

○ 소속직원 구인 경로는 주로 '지인 추천'(41.7%)과 '공채(구인사이트 포함)'(38.2%)가 대부분을 차지함

- '1인기업으로 구인하지 않는' 업체는 17.4%로 나타남

○ 2018년 대비, '지인 추천'(▲8.1%p)이 증가한 반면, '공채'(▽7.6%p)는 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-2-34 》 소속직원 구인 경로



특성별 분석

○ 소속직원 수가 2~5인 미만 업체는 '지인 추천', 5인 이상 업체는 '공채'가 가장 높게 나타남

《 표 2-2-31 》 소속직원 구인 경로

(기획업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	지인 추천	공채 (구인사이트 포함)	1인기업으로 구인안함	특채
전 체		(2,778)	41.7	38.2	17.4	2.7
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	44.5	37.2	15.0	3.3
	제작 분야	(835)	38.0	36.6	22.7	2.7
	기타 분야	(517)	39.8	43.9	15.5	0.8
소속직원 수	1인	(1,014)	38.8	15.0	45.8	0.4
	2~5인 미만	(898)	56.6	36.1	2.2	5.1
	5~10인 미만	(561)	35.8	61.1	0.0	3.1
	10인 이상	(305)	18.3	79.8	0.0	1.9

2. 사업 현황

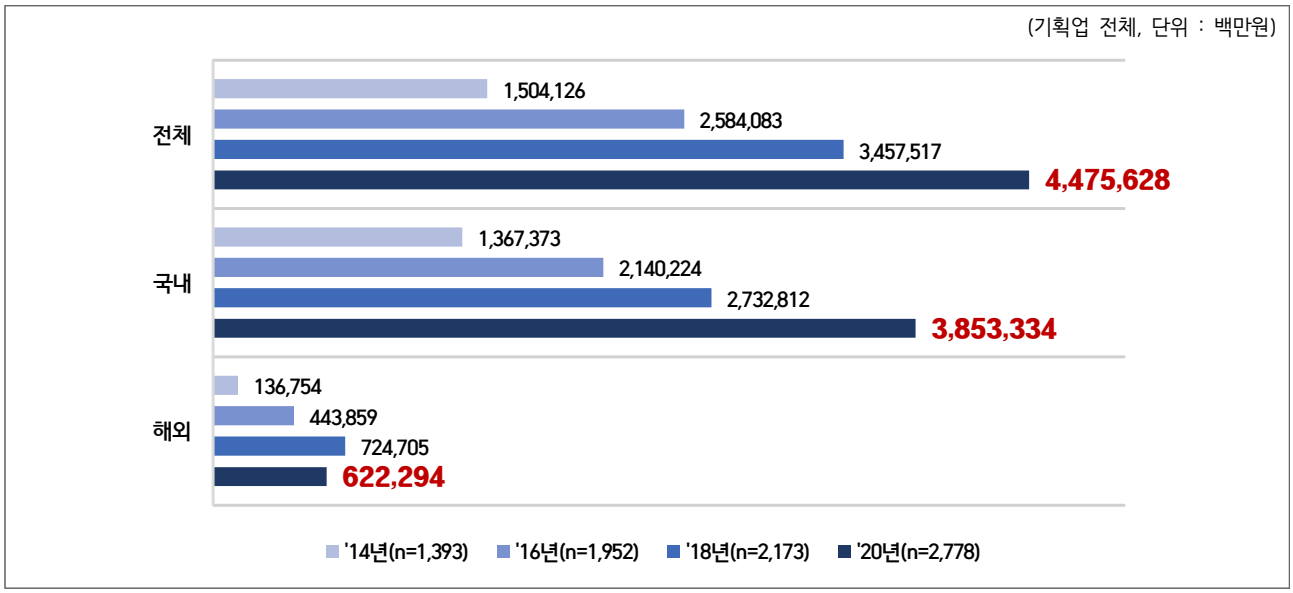
가. 활동 및 매출 규모

(1) 대중문화예술산업 기획업 매출 규모

❍ 2020년 기준, 대중문화예술산업 기획업의 전체 매출 규모는 4조 4,756억원으로 나타남

❍ 2018년 대비, '전체 매출액'(+29.4%)이 증가하였으며, 그 중 국내 매출액(+41.0%)은 증가폭이 두드러진 반면 해외 매출액(-14.1%)은 감소한 것으로 나타남

《그림 2-2-35》 대중문화예술산업 기획업 매출 규모



《표 2-2-32》 대중문화예술산업 기획업 매출 규모

(기획업 전체, 단위 : 백만원)

구 분		사례수	전체 규모	매니지먼트	공연기획 및 제작	연관 콘텐츠 제작	파생상품*	기타**
전 체		(2,778)	4,475,628	1,967,424	455,563	1,522,173	224,870	305,598
국내		(2,778)	3,853,334	1,818,364	372,213	1,261,379	136,184	265,194
해외		(2,778)	622,294	149,060	83,350	260,794	88,686	40,404
매니지먼트 분야	소계	(1,426)	3,218,117	1,551,787	330,990	1,025,393	202,854	107,093
	국내	(1,426)	2,643,744	1,412,962	262,788	771,732	114,233	82,029
	해외	(1,426)	574,373	138,825	68,202	253,661	88,621	25,064
제작 분야	소계	(835)	822,452	229,272	97,124	456,668	3,397	35,991
	국내	(835)	786,784	225,525	81,979	449,867	3,397	26,016
	해외	(835)	35,668	3,747	15,145	6,801	0	9,975
기타 분야	소계	(517)	435,059	186,365	27,449	40,112	18,619	162,514
	국내	(517)	422,806	179,877	27,446	39,780	18,554	157,149
	해외	(517)	12,253	6,488	3	332	65	5,365

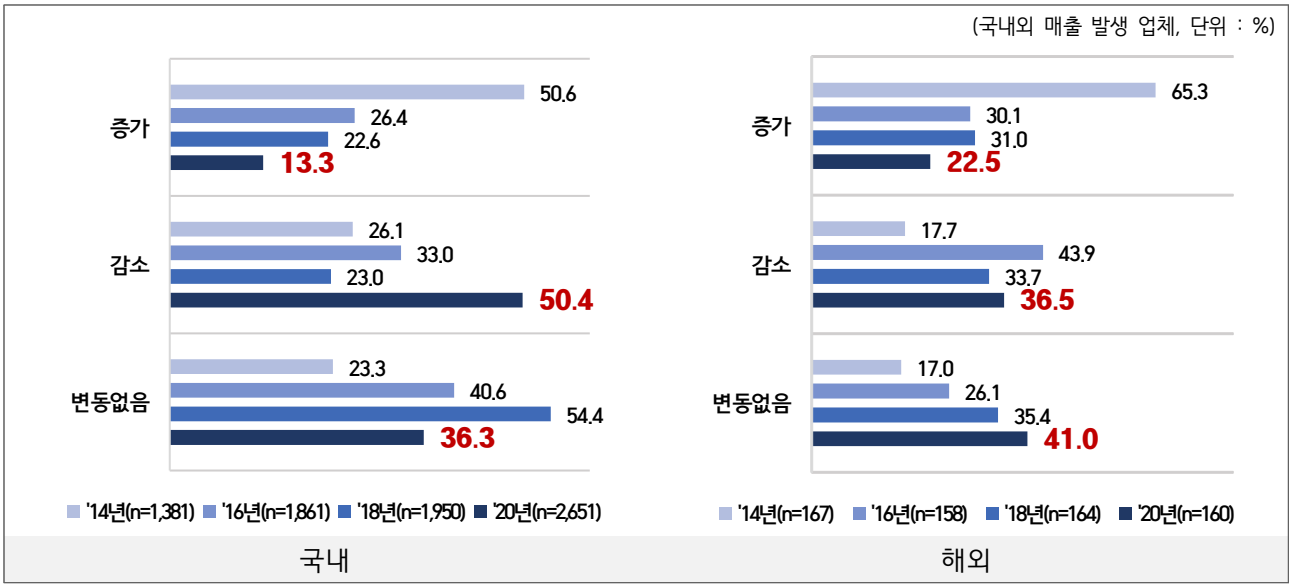
* 소속 연예인을 활용한 상품 제작 및 판매를 통한 매출(티셔츠, 컵, 필기구 등)
** 기타는 에이전시, 행사, 아카데미 운영 등
*** 매출 규모 문항은 가중을 적용하지 않음

(2) 국내외 매출액 증감 현황

○ 2019년 대비 2020년에 국내외 활동에 대한 매출액 증감 현황을 보면, 국내 매출액은 '감소'(50.4%), 해외 매출액은 '변동없음'(41.0%)이 가장 높게 나타남

○ 2018년 대비, 국내외 활동 모두 매출액이 감소한 것으로 나타났으며, '국내 매출'(▲27.4%p)이 '해외 매출'(▲2.8%p)보다 '감소' 비율이 더 높게 나타남

《 그림 2-2-36 》 국내외 매출액 증감 현황



특성별 분석

○ 제작 분야에서 '해외 활동 매출액' 감소 비율이 타 분야에 비해 높게 나타남

○ 소속직원 규모가 클수록 '국내 활동 매출액' 증가 비율이 상대적으로 높은 경향을 보임

《 표 2-2-33 》 국내외 매출액 증감 현황

(국내외 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	국내			사례수	해외		
			증가	감소	변동없음		증가	감소	변동없음
전 체		(2,651)	13.3	50.4	36.3	(161)	22.5	36.5	41.0
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,353)	13.0	48.4	38.6	(85)	21.0	34.0	45.0
	제작 분야	(797)	13.3	52.1	34.6	(55)	22.8	44.5	32.8
	기타 분야	(502)	14.3	53.2	32.5	(21)	27.9	26.1	46.0
소속직원 수	1인	(937)	6.9	48.7	44.4	(28)	5.1	47.6	47.2
	2~5인 미만	(868)	11.6	54.4	34.0	(48)	22.9	26.0	51.1
	5~10인 미만	(547)	20.2	48.2	31.5	(31)	41.3	23.0	35.7
	10~30인 미만	(235)	24.7	46.2	29.1	(32)	14.3	50.2	35.5
	30인 이상	(63)	30.2	55.0	14.7	(22)	29.1	44.6	26.3

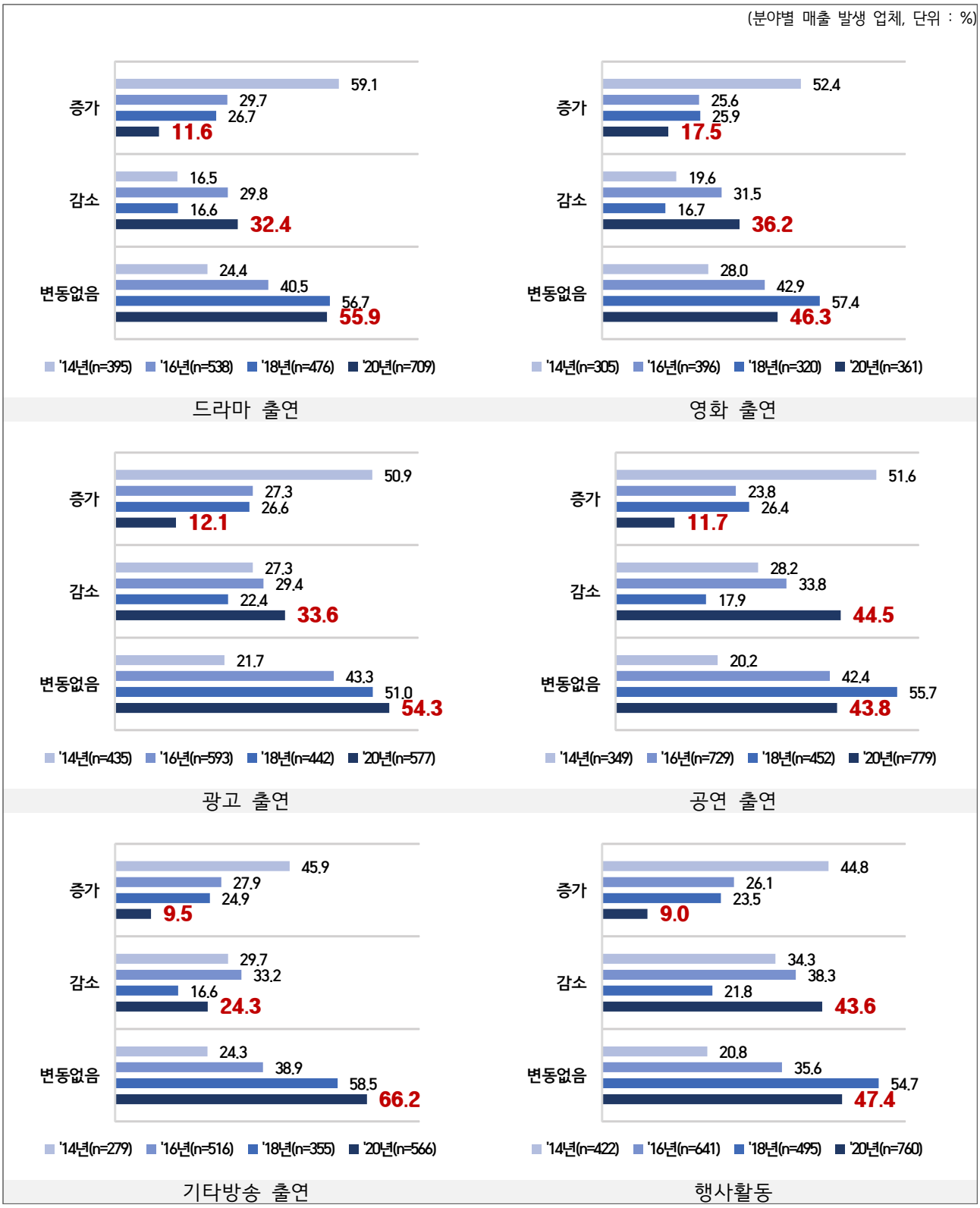
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(3) 분야별 매출액 증감 현황 : 매니지먼트 분야

○ 2018년 대비, 모든 분야 매출액이 감소하였으며 매니지먼트(출연료 등) 관련 분야의 매출액 증감에서는 공연(뮤지컬, 콘서트) 출연(▲26.6%p), 행사활동(▲21.8%p)의 감소가 높게 나타남

《그림 2-2-37》 분야별 매출액 증감 현황 : 매니지먼트 분야

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)



《표 2-2-34》 분야별 매출액 증감 현황 : 드라마, 영화, 광고 출연

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	드라마 출연			사례수	영화 출연			사례수	광고 출연		
			증가	감소	변동 없음		증가	감소	변동 없음		증가	감소	변동 없음
전 체		(792)	11.6	32.4	55.9	(361)	17.5	36.2	46.3	(658)	12.1	33.6	54.3
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(621)	12.8	30.4	56.8	(307)	15.3	36.2	48.6	(523)	12.0	34.5	53.5
	제작 분야	(121)	9.0	36.8	54.2	(33)	23.8	38.7	37.5	(81)	6.3	18.4	75.2
	기타 분야	(49)	2.9	47.7	49.5	(20)	40.1	33.2	26.6	(54)	21.8	48.0	30.2
소속직원 수	1인	(205)	7.7	31.0	61.3	(89)	17.7	20.9	61.4	(167)	7.7	24.9	67.5
	2~5인 미만	(264)	11.1	33.4	55.5	(114)	11.8	38.4	49.9	(227)	10.0	32.9	57.1
	5~10인 미만	(215)	14.5	31.2	54.3	(89)	20.0	39.5	40.5	(154)	11.3	35.6	53.0
	10인 이상	(107)	14.8	35.1	50.1	(68)	23.3	48.3	28.3	(110)	24.1	45.7	30.2

《표 2-2-35》 분야별 매출액 증감 현황 : 공연 출연

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	공연 출연			사례수	온라인 공연 출연		
			증가	감소	변동없음		증가	감소	변동없음
전 체		(779)	11.7	44.5	43.8	(329)	30.3	22.7	47.0
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(608)	10.5	42.9	46.6	(245)	28.9	21.2	49.9
	제작 분야	(134)	17.9	51.4	30.7	(68)	38.3	27.0	34.7
	기타 분야	(36)	7.3	46.2	46.5	(15)	17.4	27.4	55.2
소속직원 수	1인	(261)	5.6	38.7	55.7	(85)	15.5	30.6	54.0
	2~5인 미만	(266)	10.1	45.3	44.6	(106)	25.2	24.1	50.7
	5~10인 미만	(166)	13.9	50.7	35.4	(82)	35.4	14.8	49.8
	10인 이상	(85)	30.7	47.9	21.4	(55)	55.4	19.6	25.0

《표 2-2-36》 분야별 매출액 증감 현황 : 기타 출연

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	기타방송(MC, DJ, 예능 등) 출연			사례수	행사활동		
			증가	감소	변동없음		증가	감소	변동없음
전 체		(659)	9.5	24.3	66.2	(760)	9.0	43.6	47.4
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(488)	9.8	24.5	65.7	(559)	7.9	41.3	50.8
	제작 분야	(111)	11.7	20.9	67.4	(115)	14.9	41.2	43.9
	기타 분야	(60)	2.4	29.5	68.1	(86)	8.2	61.6	30.3
소속직원 수	1인	(189)	3.1	16.8	80.1	(245)	6.0	34.0	60.1
	2~5인 미만	(237)	8.0	27.2	64.8	(276)	7.3	43.4	49.4
	5~10인 미만	(146)	15.7	21.4	62.9	(158)	9.4	53.3	37.3
	10인 이상	(86)	17.0	37.7	45.3	(81)	23.4	54.2	22.4

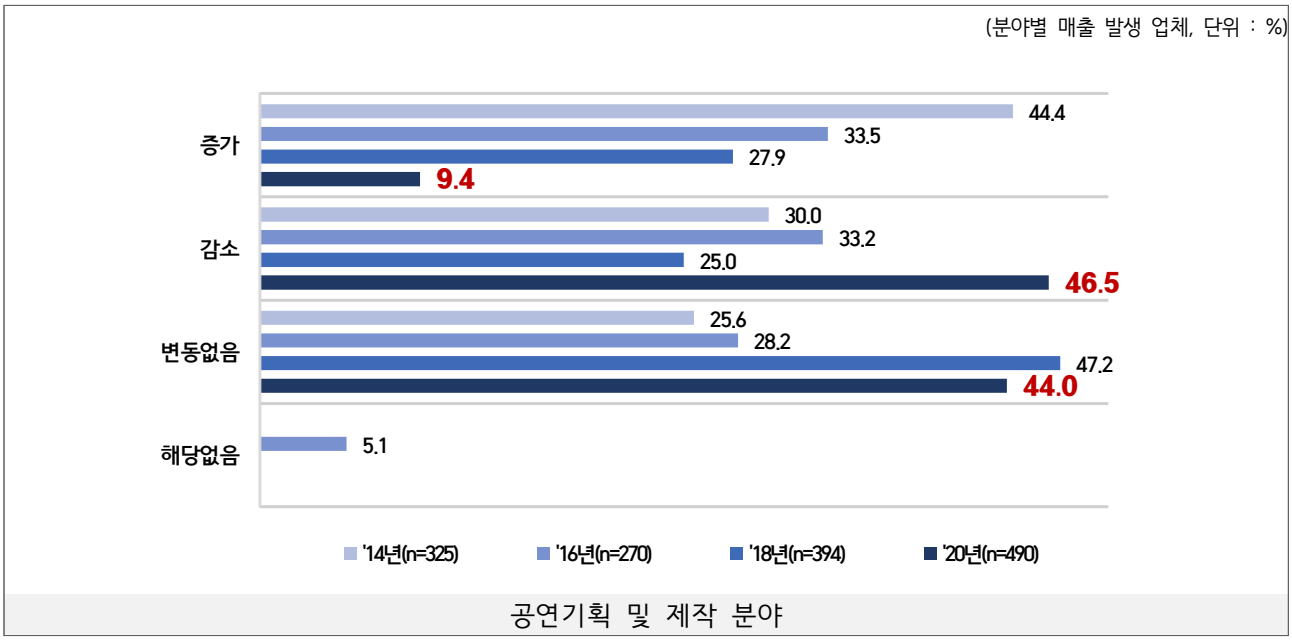
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(4) 분야별 매출액 증감 현황 : 공연기획 및 제작 분야

❍ 공연기획 및 제작 분야의 매출액 증감을 보면, '감소' 비율이 46.5%, '증가'는 9.4%로 나타남

❍ 2018년 대비, '감소'(▲21.5%p) 비율이 증가한 것으로 나타남

《그림 2-2-38》 분야별 매출액 증감 현황 : 공연기획 및 제작 분야



《표 2-2-37》 분야별 매출액 증감 현황 : 공연기획 및 제작 분야

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	공연기획 및 제작		
			증가	감소	변동 없음
전 체		(489)	9.4	46.5	44.0
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(203)	8.5	55.4	36.2
	제작 분야	(212)	11.6	43.7	44.6
	기타 분야	(73)	5.8	30.1	64.1
소속직원 수	1인	(130)	3.4	45.0	51.7
	2~5인 미만	(156)	10.7	38.2	51.1
	5~10인 미만	(105)	10.0	57.3	32.8
	10인 이상	(98)	15.0	50.3	34.8

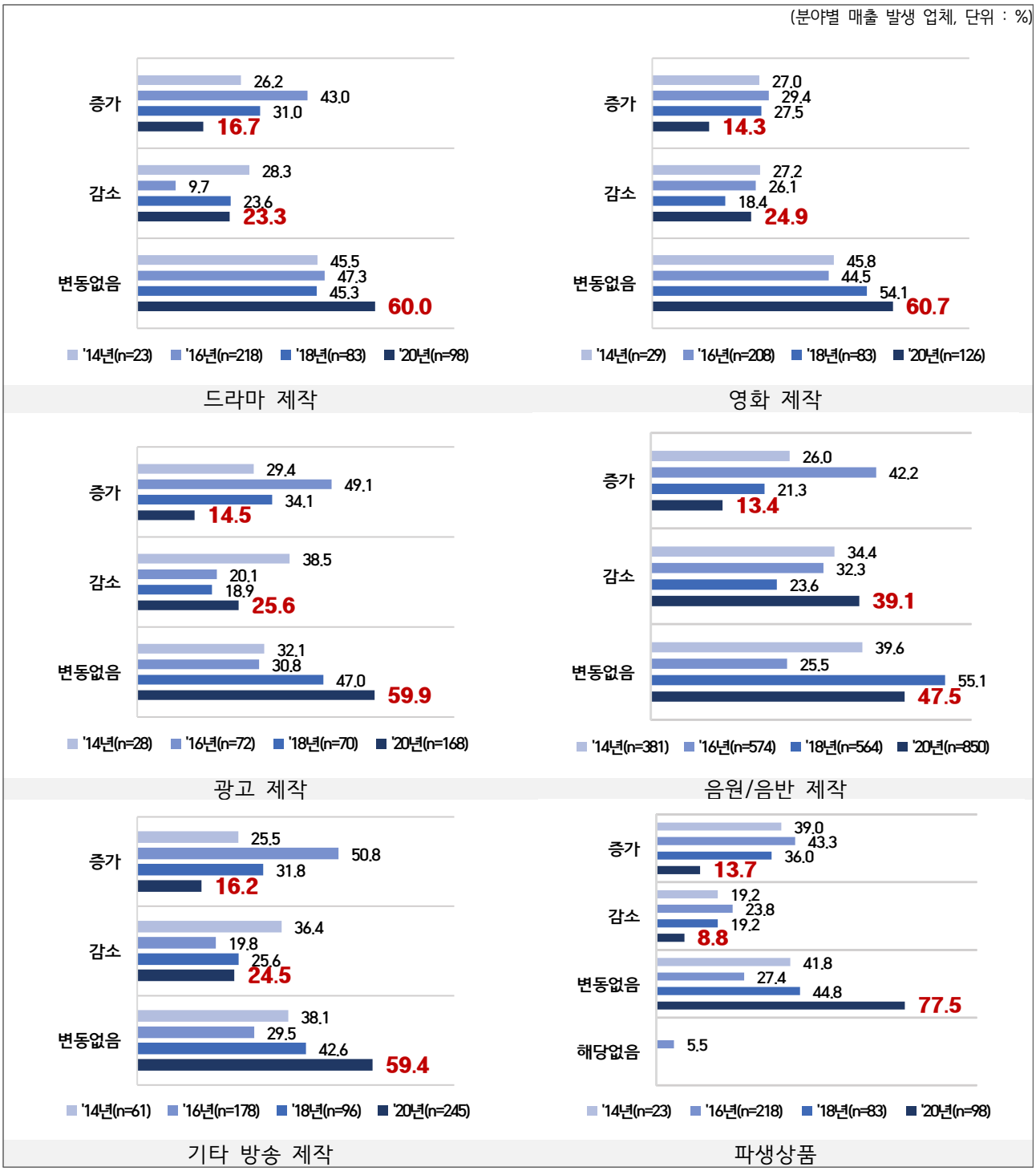
(5) 분야별 매출액 증감 현황 : 연관 콘텐츠 제작 및 파생상품 분야

❍ 연관 콘텐츠 제작 분야의 매출액 증감을 보면, 매출이 '감소'하였다는 응답은 음원/음반 제작(39.3%)에서 가장 높게 나타남. 파생상품 분야는 '변동없음' 비율이 77.3%로 대부분을 차지함

❍ 2018년 대비, 매출 '감소' 비율이 증가한 것으로 나타난 분야는 음원/음반 제작(▲15.7%p), 광고 제작(▲6.7%p), 영화 제작(▲6.5%p)임. '파생상품은 '변동없음'(▲32.5%p)이 큰 폭으로 증가한 것으로 나타남

《그림 2-2-39》 분야별 매출액 증감 현황 : 연관 콘텐츠 제작 및 파생상품 분야

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)



《표 2-2-38》 분야별 매출액 증감 현황 : 연관 콘텐츠 제작 분야 (1)

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	드라마 제작			사례수	영화 제작			사례수	광고 제작		
			증가	감소	변동 없음		증가	감소	변동 없음		증가	감소	변동 없음
전 체		(98)	16.7	23.3	60.0	(126)	14.3	24.9	60.7	(168)	14.5	25.6	59.9
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(52)	14.8	22.6	62.5	(39)	9.9	24.0	66.2	(76)	10.0	30.2	59.9
	제작 분야	(38)	19.1	21.9	59.0	(66)	17.3	29.2	53.5	(72)	19.7	27.4	52.9
	기타 분야	(8)	17.0	34.0	49.0	(21)	13.2	13.2	73.5	(19)	13.4	0.0	86.6
소속직원 수	1인	(25)	23.5	28.8	47.7	(58)	12.4	20.0	67.7	(66)	8.9	13.5	77.7
	2~5인 미만	(29)	9.6	19.2	71.3	(35)	21.1	15.6	63.3	(41)	10.7	40.2	49.1
	5~10인 미만	(20)	21.1	14.5	64.5	(23)	5.7	46.8	47.4	(27)	32.3	31.4	36.3
	10인 이상	(24)	14.5	30.0	55.5	(10)	22.2	35.2	42.6	(34)	16.0	26.6	57.5

《표 2-2-39》 분야별 매출액 증감 현황 : 연관 콘텐츠 제작 분야 (2)

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	음원/음반 제작			사례수	기타 방송(예능 등) 제작		
			증가	감소	변동없음		증가	감소	변동없음
전 체		(855)	13.4	39.1	47.5	(245)	16.2	24.5	59.4
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(361)	14.1	31.3	54.6	(55)	11.5	11.9	76.5
	제작 분야	(473)	12.3	45.6	42.1	(135)	20.6	26.4	53.1
	기타 분야	(21)	27.2	25.1	47.7	(55)	10.0	32.2	57.7
소속직원 수	1인	(374)	7.9	42.7	49.4	(80)	7.2	16.3	76.5
	2~5인 미만	(257)	13.9	38.6	47.4	(80)	21.5	33.4	45.1
	5~10인 미만	(145)	17.0	36.6	46.4	(52)	14.2	17.7	68.1
	10인 이상	(80)	31.3	27.8	40.8	(33)	28.2	33.4	38.3

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

《표 2-2-40》 분야별 매출액 증감 현황 : 파생상품 분야

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	파생상품(MD비즈니스)		
			증가	감소	변동 없음
전 체		(100)	13.7	8.8	77.5
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(54)	17.8	14.1	68.1
	제작 분야	(23)	6.4	5.2	88.5
	기타 분야	(23)	11.4	0.0	88.6
소속직원 수	1인	(15)	0.0	19.4	80.6
	2~5인 미만	(29)	23.4	0.0	76.6
	5~10인 미만	(26)	0.0	5.1	94.9
	10인 이상	(30)	22.8	15.1	62.0

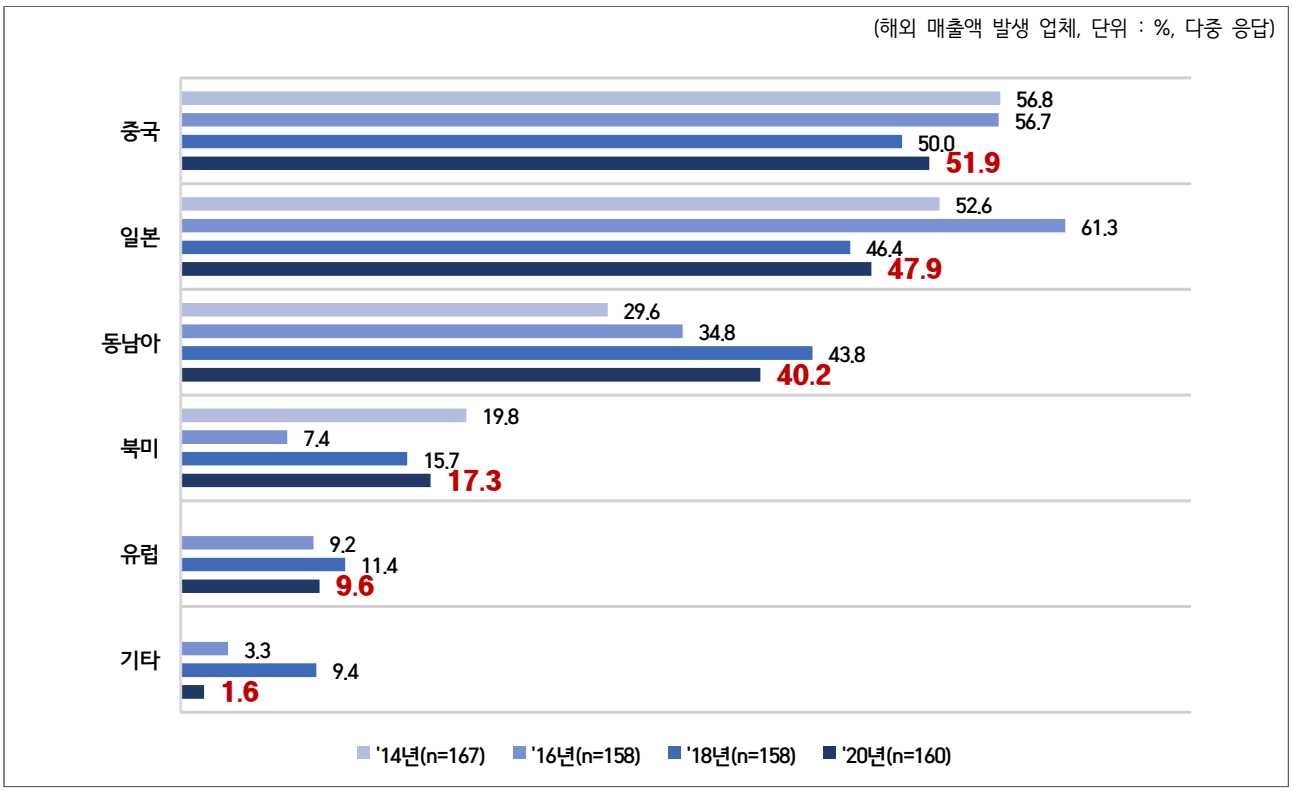
나. 해외 진출 현황

(1) 해외 진출 국가

○ 해외 매출액 발생 업체의 해외 진출 국가를 보면, '중국'이 51.9%로 가장 높고, 다음으로 '일본'(47.9%), '동남아'(40.2%) 등의 순임

○ 2018년 대비, '중국'(▲1.9%p)에서의 매출은 증가한 반면, '동남아'(▽3.6%p)는 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-2-40 》 해외 진출 국가



《 표 2-2-41 》 해외 진출 국가

(해외 매출액 발생 업체, 단위 : %, 다중 응답)

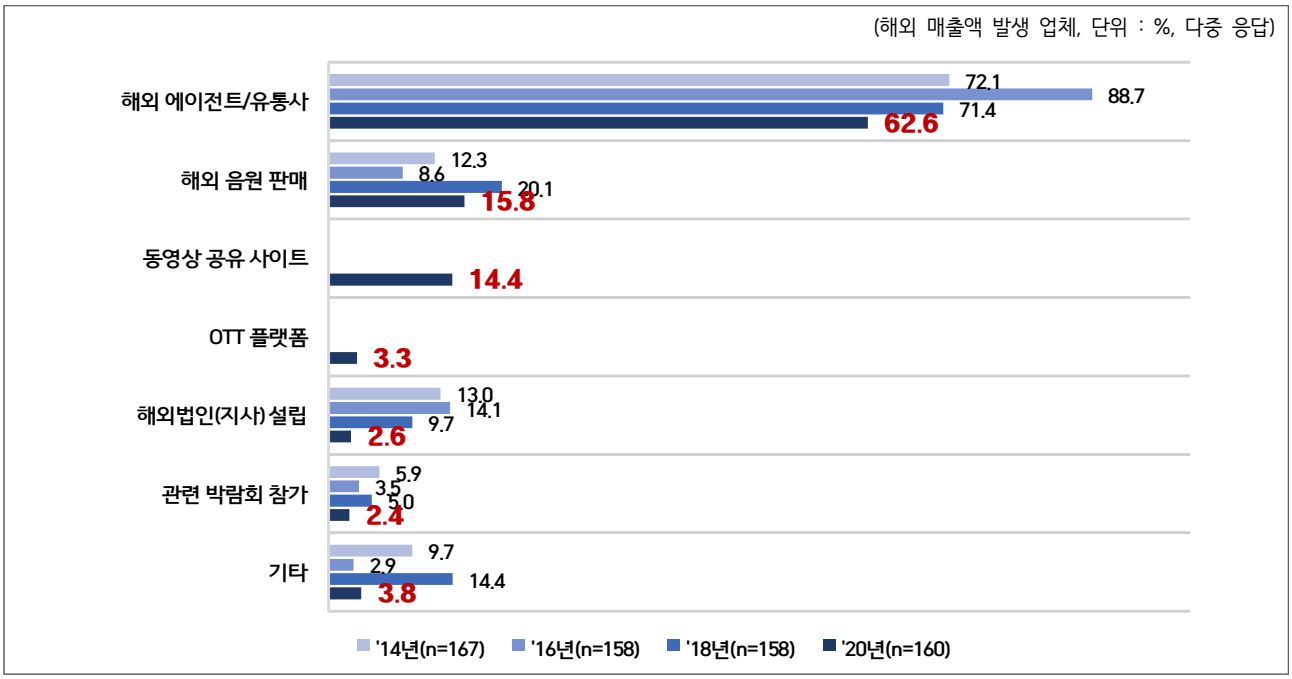
구 분		사례수	중국	일본	동남아	북미	유럽	기타
전 체		(161)	51.9	47.9	40.2	17.3	9.6	1.6
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(85)	45.0	59.2	46.3	11.7	8.9	1.7
	제작 분야	(55)	54.2	36.0	28.3	30.4	14.4	2.2
	기타 분야	(21)	73.9	32.8	46.4	6.0	0.0	0.0
소속직원 수	1인	(28)	52.4	31.3	41.6	37.3	10.5	5.1
	2~5인 미만	(48)	40.7	53.7	36.6	11.8	5.7	0.0
	5~10인 미만	(31)	65.9	50.2	23.0	8.5	13.6	0.0
	10인 이상	(54)	53.5	49.8	52.5	17.0	10.3	2.2

(2) 최초 해외 진출 경로

❍ 최초 해외 진출 경로는 '해외 에이전트/유통사'가 62.6%로 가장 높게 나타남
- 그 밖에 '판매 음원 판매'(15.8%), '동영상 공유사이트'(14.4%) 등의 순임

❍ 2018년 대비, 기획업의 해외 진출 경로에 대한 질문에서 '해외 에이전트/유통사'(▽8.8%p), '해외 법인(지사) 설립'(▽7.1%p)은 감소한 반면, '동영상 공유사이트', 'OTT 플랫폼'을 통한 진출은 증가한 것으로 나타남

《그림 2-2-41》 최초 해외 진출 경로



특성별 분석

❍ 기획업의 해외 진출 경로 중 '해외 에이전트/유통사'를 통한 진출이 가장 높은 가운데, 소속직원 1인 업체는 '해외 음원 판매', 'OTT 플랫폼', '관련 박람회 참가'를 통한 진출이 상대적으로 높게 나타남

《표 2-2-42》 최초 해외 진출 경로

(해외 매출액 발생 업체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	해외 에이전트/유통사	해외 음원 판매	동영상 공유 사이트	OTT 플랫폼	해외 법인(지사) 설립	관련 박람회 참가	기타
전 체		(161)	62.6	15.8	14.4	3.3	2.6	2.4	3.8
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(85)	56.2	17.5	17.1	6.2	1.5	4.5	4.4
	제작 분야	(55)	60.8	19.1	13.1	0.0	5.3	0.0	4.3
	기타 분야	(21)	93.3	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0
소속직원 수	1인	(28)	57.7	26.6	10.5	5.1	0.0	5.1	0.0
	2~5인 미만	(48)	71.4	8.5	14.4	0.0	6.1	0.0	2.7
	5~10인 미만	(31)	73.6	8.5	5.1	4.3	0.0	4.3	4.3
	10인 이상	(54)	51.1	20.8	21.6	4.7	2.3	2.0	6.4

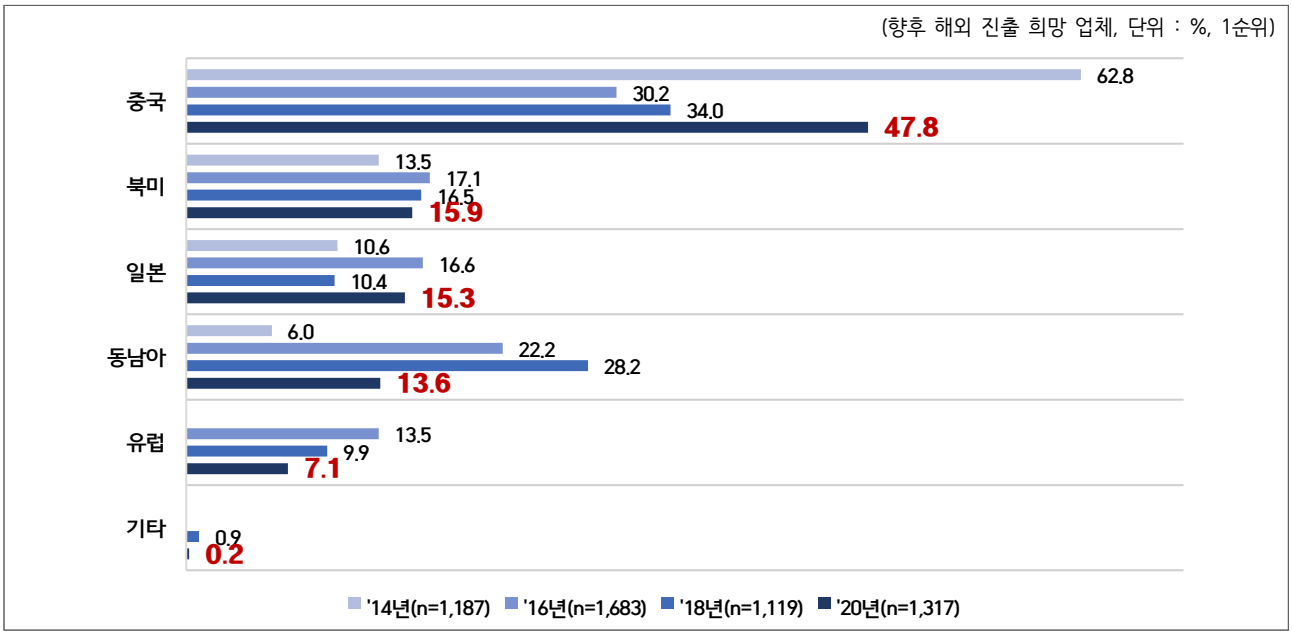
* 기타 : 오디션, 콘텐츠 판매 등

(3) 향후 진출 희망국가

○ 향후 진출하고 싶거나 진출 계획이 있는 국가는 '중국'이 47.8%로 1순위로 나타났으며, '북미'(15.9%), '일본'(15.3%), '동남아'(13.6%) 순임

○ 2018년 대비, 해외 진출 희망 국가는 '중국'(▲13.8%p)이 증가한 반면, '동남아'(▽14.6%p)는 감소한 것으로 나타남

《그림 2-2-42》 향후 진출 희망국가



특성별 분석

○ 해외 진출 국가로 '중국'을 가장 희망하는 가운데, 소속직원 10인 이상 업체는 '북미'와 '동남아'도 상대적으로 높게 나타남

《표 2-2-43》 향후 진출 희망국가

(향후 해외 진출 희망 업체, 단위 : %, 1순위)

구 분		사례수	중국	북미	일본	동남아	유럽	기타
전 체		(1,317)	47.8	15.9	15.3	13.6	7.1	0.2
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(705)	51.8	15.5	15.1	12.1	5.2	0.4
	제작 분야	(379)	43.4	17.9	14.6	16.8	7.3	0.0
	기타 분야	(234)	43.3	13.6	17.3	13.1	12.8	0.0
소속직원 수	1인	(471)	55.2	16.8	14.3	10.6	3.1	0.0
	2~5인 미만	(428)	49.8	15.3	14.6	13.9	6.4	0.0
	5~10인 미만	(262)	42.0	10.6	21.8	14.3	10.3	1.0
	10인 이상	(156)	30.2	23.7	9.7	20.6	15.9	0.0

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

** 기타 : 러시아, 브라질, 남미 등

3. 코로나19 관련 사항[14)]

가. 코로나19로 인한 변화 및 대응 현황

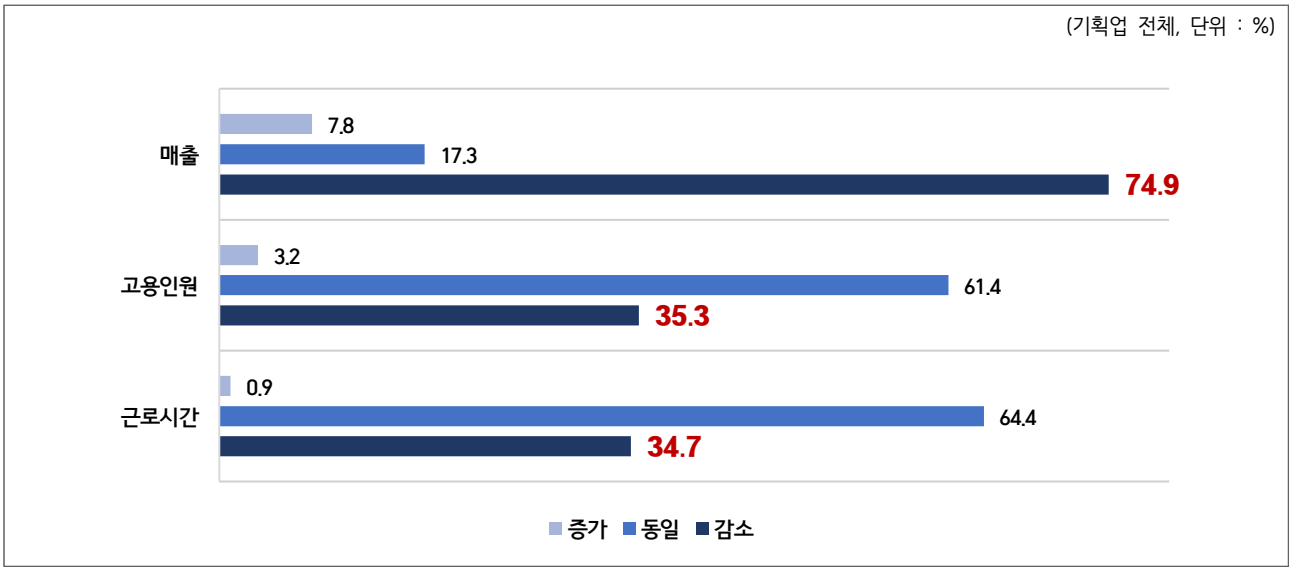
(1) 매출, 고용인원, 근로시간 변화상태

○ 2019년(코로나19 직전) 대비, 2020년 말 매출 변화상태를 보면, '감소'가 74.9%로 대부분을 차지함

○ 고용인원과 근로시간 변화상태는 '동일'하다는 의견이 60% 이상으로 나타났고, 고용인원과 근로시간이 '감소' 했다고 응답한 비율은 각 35.3%, 34.7%로 나타남

《그림 2-2-43》 매출, 고용인원, 근로시간 변화상태

(기획업 전체, 단위 : %)



특성별 분석

○ 소속직원 1인 업체에서 매출(80.6%), 근로시간(41.4%) '감소'가 특히 높게 나타남

《표 2-2-44》 매출, 고용인원, 근로시간 변화상태

(기획업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	매출			고용인원			근로시간		
			증가	동일	감소	증가	동일	감소	증가	동일	감소
전 체		(2,778)	7.8	17.3	74.9	3.2	61.4	35.3	0.9	64.4	34.7
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	8.1	18.3	73.6	3.3	60.5	36.2	1.2	62.7	36.1
	제작 분야	(835)	7.3	13.1	79.7	2.7	62.7	34.6	0.8	64.8	34.4
	기타 분야	(517)	7.7	21.5	70.8	3.9	61.9	34.2	0.5	68.5	30.9
소속직원 수	1인	(1,014)	3.3	16.2	80.6	0.5	62.4	37.1	0.6	58.0	41.4
	2~5인 미만	(898)	6.0	14.8	79.2	1.7	58.5	39.8	0.8	59.6	39.6
	5~10인 미만	(561)	13.9	21.4	64.7	7.2	63.0	29.8	1.7	74.8	23.5
	10인 이상	(305)	16.9	20.8	62.3	9.5	63.9	26.6	1.4	80.7	18.0

14) 2021년 조사의 신규 항목임

○ 코로나 19에 따른 사업의 변화를 '감소'로 응답한 응답자의 2019년 대비 매출 감소 폭은 평균 61.6%로 나타났음

○ 고용인원과 근로시간의 감소 폭은 각각 평균 50.3%, 평균 51.0%로 나타남

《표 2-2-45》 매출 변화 폭(감소)

(매출 감소한 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균(%)
전 체		(2,081)	0.6	4.3	10.2	9.3	9.5	15.6	7.2	13.9	11.1	10.7	7.5	61.6
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,050)	0.3	3.8	11.8	7.9	10.2	14.4	7.7	14.0	9.5	12.8	7.8	62.3
	제작 분야	(665)	1.5	5.5	5.3	12.7	7.2	15.3	7.2	14.5	13.9	8.2	8.5	62.1
	기타 분야	(366)	0.0	3.6	14.7	7.5	11.5	19.4	5.7	12.8	10.3	9.5	4.9	58.7
소속직원 수	1인	(817)	0.5	2.7	5.8	7.7	6.7	14.4	6.6	15.8	12.8	13.6	13.3	68.8
	2~5인 미만	(711)	0.4	4.4	10.5	5.3	9.0	14.6	10.7	13.9	12.8	13.6	4.8	63.2
	5~10인 미만	(363)	0.7	5.6	15.3	14.9	16.1	21.6	2.3	10.9	6.4	4.4	1.7	50.1
	10인 이상	(190)	1.3	8.4	18.3	21.0	10.6	12.8	6.3	11.6	6.2	0.0	3.7	46.7

《표 2-2-46》 고용인원 변화 폭(감소)

(고용인원 감소한 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균(%)
전 체		(982)	4.7	5.9	17.1	12.6	16.4	16.3	2.7	3.1	5.3	7.1	8.8	50.3
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(516)	3.2	6.3	20.1	13.1	16.5	15.4	3.1	3.1	5.6	6.9	6.5	48.9
	제작 분야	(289)	4.9	6.3	14.9	12.1	19.8	14.9	2.5	3.1	3.6	5.1	12.8	51.0
	기타 분야	(177)	8.6	4.1	12.0	11.9	11.0	21.1	1.6	3.2	7.1	11.0	8.6	53.2
소속직원 수	1인	(376)	5.4	0.8	10.0	3.5	17.0	23.3	0.8	2.7	8.4	10.2	18.1	62.0
	2~5인 미만	(357)	5.5	6.1	15.0	17.2	17.4	13.9	5.8	3.8	4.9	6.2	4.3	47.4
	5~10인 미만	(167)	0.9	12.6	29.7	20.1	15.8	6.2	1.6	4.3	1.6	5.7	1.6	39.5
	10인 이상	(81)	6.0	15.4	33.6	19.1	10.9	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30.8

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

《표 2-2-47》 근로시간 변화 폭(감소)

(근로시간 감소한 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균(%)
전 체		(963)	1.0	4.0	18.1	14.6	19.4	14.9	4.7	4.2	6.8	9.4	2.8	51.0
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(515)	0.5	3.9	17.9	14.1	18.1	13.5	6.6	5.5	6.0	11.3	2.5	52.3
	제작 분야	(287)	2.1	4.4	20.6	16.4	20.9	16.6	2.0	0.0	5.7	7.2	4.1	47.3
	기타 분야	(160)	0.9	3.5	14.1	12.9	20.7	16.6	3.5	7.8	11.2	7.0	1.7	53.1
소속직원 수	1인	(420)	1.4	2.7	11.8	8.6	23.1	20.6	3.4	4.7	9.9	8.6	5.2	55.6
	2~5인 미만	(356)	0.7	2.4	18.0	15.4	18.5	11.3	8.0	5.9	5.9	12.2	1.6	52.7
	5~10인 미만	(132)	1.1	6.4	33.4	24.9	14.6	7.6	2.0	0.0	2.0	8.0	0.0	39.5
	10인 이상	(55)	0.0	18.7	29.9	30.6	8.1	12.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	31.6

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

《표 2-2-48》 매출 변화 폭(증가)

(매출 증가한 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균(%)
전 체		(216)	5.3	15.5	22.5	19.9	9.0	8.3	1.7	6.1	2.6	4.6	4.5	40.5
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(116)	0.0	17.8	16.5	25.3	15.6	8.6	3.2	5.9	2.3	4.8	0.0	40.4
	제작 분야	(61)	18.9	5.2	31.2	8.3	0.0	8.7	0.0	10.5	4.9	2.6	9.6	41.4
	기타 분야	(40)	0.0	24.6	26.6	21.8	3.2	6.9	0.0	0.0	0.0	6.9	10.0	39.8
소속직원 수	1인	(33)	9.1	8.7	26.1	0.0	13.0	8.4	0.0	8.7	9.1	17.0	0.0	49.1
	2~5인 미만	(54)	5.4	9.7	18.7	22.7	9.7	5.4	0.0	7.3	4.9	0.0	16.1	47.4
	5~10인 미만	(78)	4.1	23.6	14.2	25.9	6.8	8.5	3.4	8.1	0.0	5.4	0.0	37.5
	10인 이상	(52)	4.6	13.8	36.7	20.6	8.9	11.0	2.1	0.0	0.0	0.0	2.3	32.4

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

《표 2-2-49》 고용인원 변화 폭(증가)

(고용인원 증가한 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균(%)
전 체		(90)	1.2	24.8	27.5	7.6	16.8	8.5	2.9	0.0	0.0	3.1	7.6	37.9
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(48)	2.3	26.8	29.3	7.7	10.2	12.7	5.5	0.0	0.0	0.0	5.5	34.8
	제작 분야	(22)	0.0	14.3	30.4	14.3	27.4	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	6.6	37.5
	기타 분야	(20)	0.0	31.9	20.1	0.0	20.8	0.0	0.0	0.0	0.0	13.6	13.6	45.7
소속직원 수	1인	(6)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	97.5
	2~5인 미만	(15)	0.0	26.4	0.0	0.0	46.8	0.0	17.2	0.0	0.0	0.0	9.6	45.8
	5~10인 미만	(40)	0.0	27.5	30.1	11.1	14.4	10.5	0.0	0.0	0.0	0.0	6.5	34.3
	10인 이상	(29)	3.8	25.0	43.7	8.2	7.6	11.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27.6

《표 2-2-50》 근로시간 변화 폭(증가)

(근로시간 증가한 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균(%)
전 체		(26)	0.0	21.0	23.3	20.6	18.5	6.1	0.0	0.0	0.0	10.5	0.0	37.8
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(17)	0.0	32.5	15.6	23.2	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	29.8
	제작 분야	(7)	0.0	0.0	53.2	22.4	0.0	24.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	34.6
	기타 분야	(3)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	95.0
소속직원 수	1인	(6)	0.0	51.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	49.0	0.0	54.2
	2~5인 미만	(7)	0.0	0.0	21.3	78.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	32.9
	5~10인 미만	(10)	0.0	27.8	27.8	0.0	27.8	16.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	32.8
	10인 이상	(4)	0.0	0.0	47.6	0.0	52.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35.5

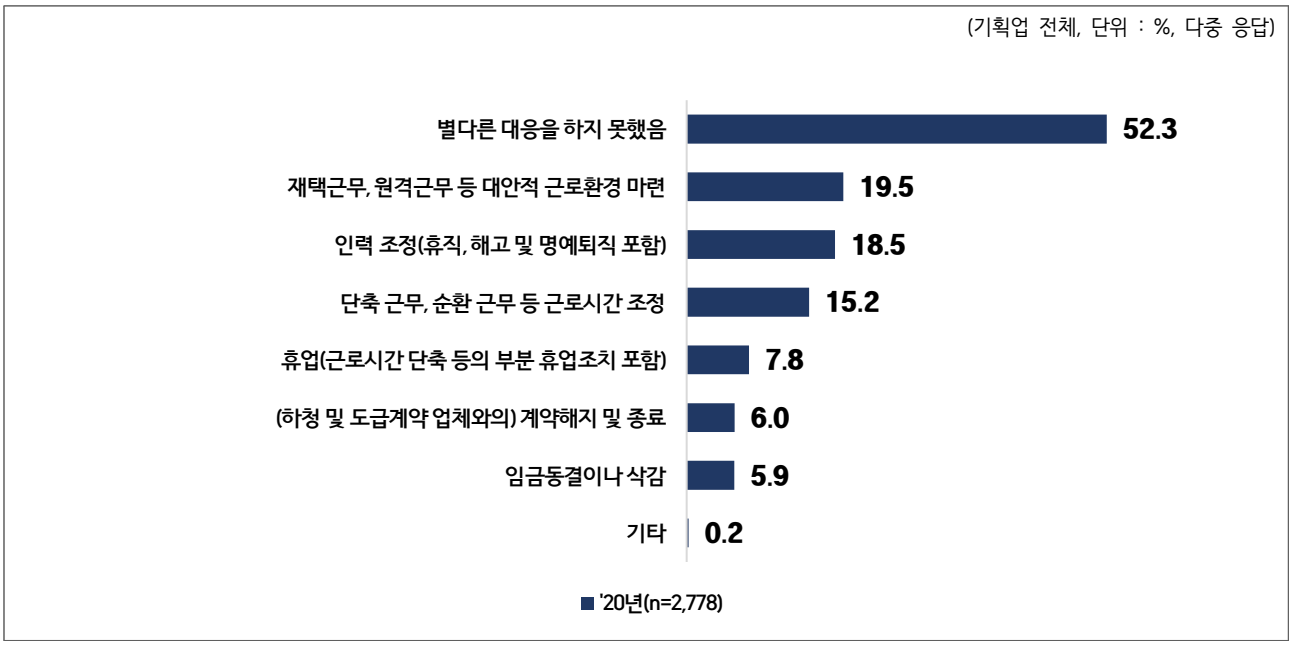
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(2) 코로나19 확산에 따른 활용 대응방식

○ 코로나19 확산에 따른 활용 대응방식으로는 '별 다른 대응을 하지 못하였음'의 응답이 52.3%로 가장 높게 나타났고, '재택근무, 원격근무 등 대안적 근로환경 마련'이 19.5%, '인력 조정(휴직, 해고 및 명예퇴직 포함)'이 18.5%로 나타남

《그림 2-2-44》 코로나19 확산에 따른 활용 대응방식

(기획업 전체, 단위 : %, 다중 응답)



특성별 분석

○ '별다른 대응을 하지 못했음'이 높은 가운데, 소속직원 10인 이상 업체는 코로나 19에 따른 대응을 '재택근무, 원격근무 등 대안적 근로환경 마련'(42.2%)으로 한 것으로 나타남

《표 2-2-51》 코로나19 확산에 따른 활용 대응방식

(기획업 전체, 단위 : %, 다중 응답)

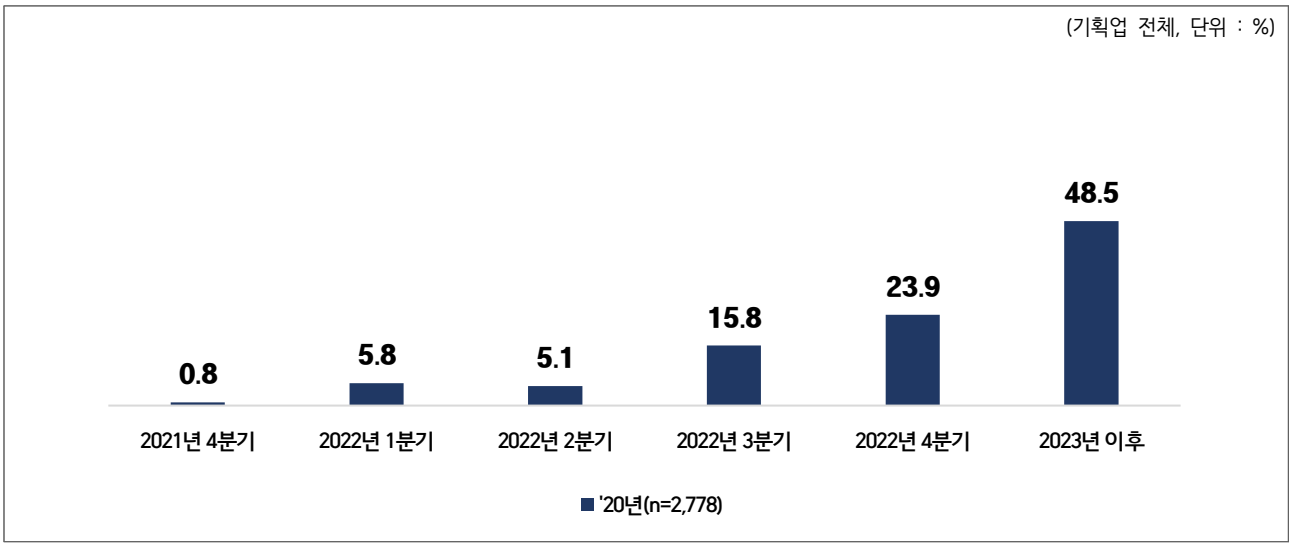
구 분		사례수	별다른 대응을 하지 못했음	재택근무, 원격근무 등 대안적 근로환경 마련	인력 조정(휴직, 해고 및 명예퇴직 포함)	단축 근무, 순환 근무 등 근로시간 조정	휴업(근로시간 단축 등의 부분 휴업조치 포함)	(하청 및 도급계약 업체와의) 계약해지 및 종료	임금동결이나 삭감	기타
전 체		(2,778)	52.3	19.5	18.5	15.2	7.8	6.0	5.9	0.2
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	50.4	19.7	18.8	18.2	7.0	6.0	5.3	0.3
	제작 분야	(835)	54.1	18.5	20.7	12.1	9.6	7.2	7.8	0.3
	기타 분야	(517)	54.4	20.4	14.0	12.2	7.0	4.0	4.8	0.0
소속직원 수	1인	(1,014)	61.3	9.1	22.5	7.5	9.7	7.5	3.3	0.0
	2~5인 미만	(898)	46.8	20.1	17.8	19.3	9.5	7.4	8.7	0.8
	5~10인 미만	(561)	50.9	25.1	16.5	17.9	4.5	3.8	6.8	0.0
	10인 이상	(305)	41.0	42.2	10.7	24.1	2.4	0.7	4.8	0.0

(3) 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기

○ 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상 시기는 '2023년 이후'가 48.5%로 가장 높게 나타남

《 그림 2-2-45 》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기

(기획업 전체, 단위 : %)



특성별 분석

○ '2023년 이후' 예상이 가장 높은 가운데, 소속직원 10인 이상 업체는 '2022년 4분기'가 상대적으로 높게 나타남

《 표 2-2-52 》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기

(기획업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	2021년 4분기	2022년 1분기	2022년 2분기	2022년 3분기	2022년 4분기	2023년 이후
전 체		(2,778)	0.8	5.8	5.1	15.8	23.9	48.5
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	0.5	7.5	4.9	15.6	23.9	47.6
	제작 분야	(835)	0.8	3.7	6.5	14.3	24.9	49.8
	기타 분야	(517)	1.8	4.9	3.2	18.7	22.4	49.0
소속직원 수	1인	(1,014)	2.0	5.6	5.0	12.9	19.4	55.1
	2~5인 미만	(898)	0.0	8.3	4.9	15.8	24.8	46.2
	5~10인 미만	(561)	0.0	4.6	5.2	20.5	27.6	42.0
	10인 이상	(305)	1.1	1.5	5.7	16.6	29.4	45.7

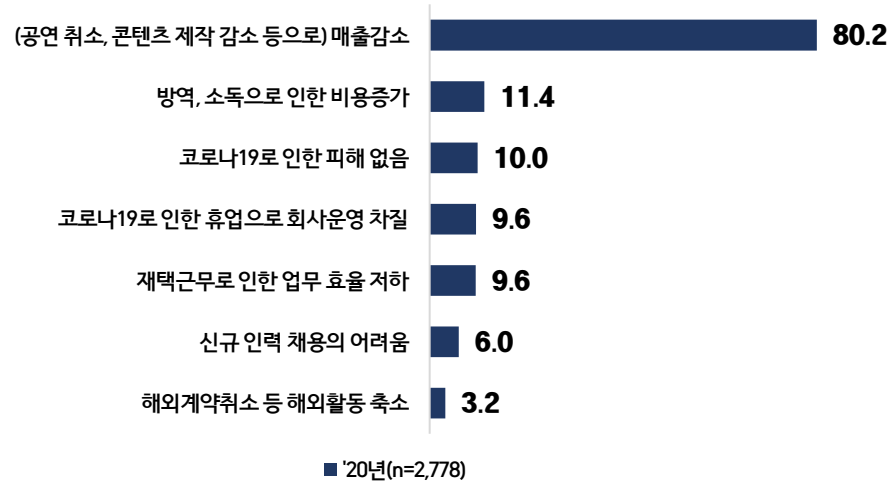
(4) 코로나19로 인해 겪은 경영상 피해 유형

○ 코로나19로 인해 겪은 피해 항목으로 '(공연 취소, 콘텐츠 제작 감소 등으로) 매출감소'가 80.2%로 대부분을 차지함

- 그 밖에 '방역, 소독으로 인한 비용증가'(11.4%), '코로나19로 인한 휴업으로 회사운영 차질', '재택근무로 인한 업무 효율 저하'(각 9.6%) 등의 순으로 나타남

《 그림 2-2-46 》 코로나19로 인해 겪은 경영상 피해 유형

(기획업 전체, 단위 : %, 다중 응답)



특성별 분석

○ 코로나 19로 인한 경영 피해로 '매출감소'가 가장 높은 가운데, 소속직원 규모가 클수록 '방역, 소독으로 인한 비용증가'가 상대적으로 높게 나타남

《 표 2-2-53 》 코로나19로 인해 겪은 경영상 피해 유형

(기획업 전체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	(공연 취소, 콘텐츠 제작 감소 등으로) 매출감소	방역, 소독으로 인한 비용증가	코로나19로 인한 휴업으로 회사운영 차질	재택근무로 인한 업무 효율 저하	신규 인력 채용의 어려움	해외 계약취소 등 해외활동 축소	코로나19로 인한 피해 없음
전 체		(2,778)	80.2	11.4	9.6	9.6	6.0	3.2	10.0
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	82.9	12.4	9.8	9.0	6.1	4.5	8.0
	제작 분야	(835)	81.1	8.5	10.3	10.1	7.5	1.9	11.0
	기타 분야	(517)	71.8	13.0	8.1	10.5	3.5	1.9	13.7
소속직원 수	1인	(1,014)	85.4	6.5	10.6	7.7	6.9	0.6	7.4
	2~5인 미만	(898)	84.2	12.3	10.9	11.1	5.6	3.5	6.9
	5~10인 미만	(561)	70.9	14.5	6.2	10.6	5.3	4.9	15.0
	10인 이상	(305)	68.8	18.8	8.8	9.4	5.7	8.4	18.1

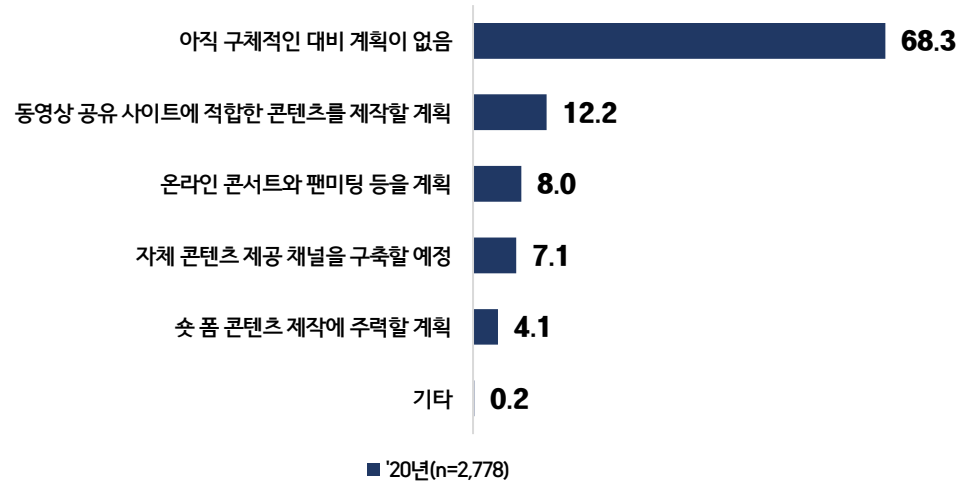
(5) 비대면 상황에서의 콘텐츠 제공 계획

○ 비대면 상황에서의 콘텐츠 제공에 대한 계획으로 '아직 구체적인 대비 계획이 없음'이 68.3%로 가장 높게 나타남

- 콘텐츠 제공 계획이 있는 업체의 경우, '동영상 공유 사이트에 적합한 콘텐츠를 제작할 계획'(12.2%), '온라인 콘서트와 팬미팅 등을 계획'(8.0%), '자체 콘텐츠 제공 채널을 구축할 예정'(7.1%) 등으로 나타남

《그림 2-2-47》 비대면 상황에서의 콘텐츠 제공 계획

(기획업 전체, 단위 : %)



특성별 분석

○ 소속직원 규모가 클수록 '동영상 공유 사이트에 적합한 콘텐츠를 제작할 계획'이 높아지는 경향을 보임

《표 2-2-54》 비대면 상황에서의 콘텐츠 제공 계획

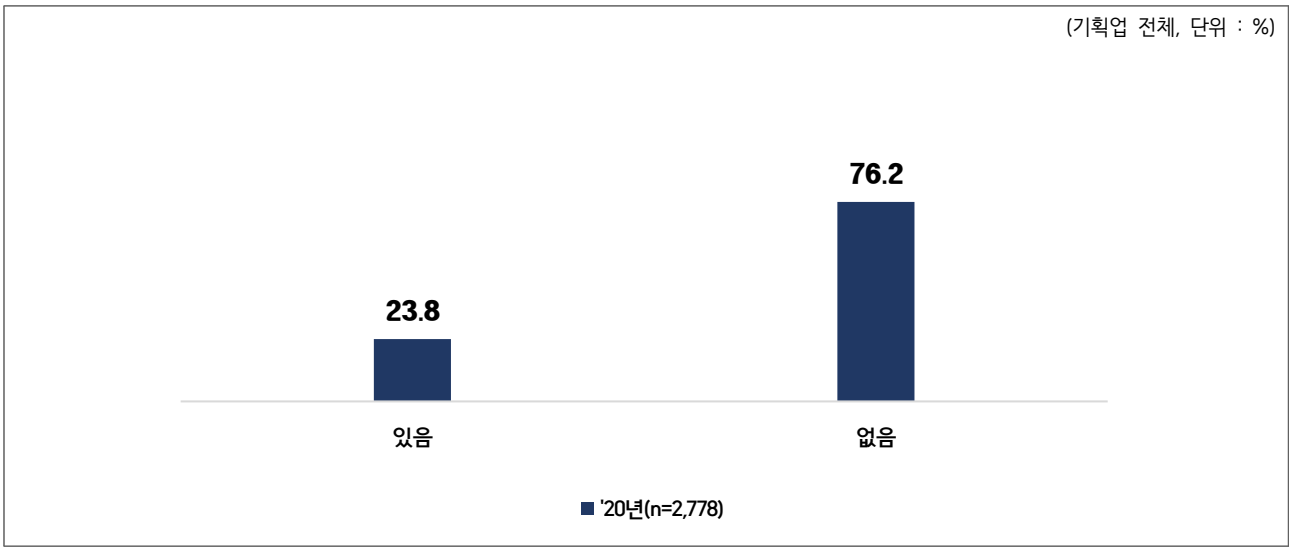
(기획업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	아직 구체적인 대비 계획이 없음	동영상 공유 사이트에 적합한 콘텐츠를 제작할 계획	온라인 콘서트와 팬미팅 등을 계획	자체 콘텐츠 제공 채널을 구축할 예정	숏 폼 콘텐츠 제작에 주력할 계획	기타
전 체		(2,778)	68.3	12.2	8.0	7.1	4.1	0.2
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	65.2	13.5	9.0	6.7	5.4	0.2
	제작 분야	(835)	65.0	12.2	7.9	10.7	4.2	0.0
	기타 분야	(517)	82.5	8.7	5.2	2.5	0.5	0.6
소속직원 수	1인	(1,014)	77.1	8.9	7.9	3.5	2.7	0.0
	2~5인 미만	(898)	66.0	12.2	7.2	9.9	4.4	0.3
	5~10인 미만	(561)	66.4	14.6	8.2	6.8	4.0	0.0
	10인 이상	(305)	49.5	19.0	10.3	11.9	8.2	1.0

(6) 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험

❍ 2020년부터 현재까지 코로나19로 인한 경영 또는 활동 애로사항 해소를 위해 정부지원사업에 참여(수혜)한 경험이 있는 기획업은 23.8%로 나타남

《 그림 2-2-48 》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험



특성별 분석

❍ 소속직원 규모가 적을수록 코로나19관련 정부지원사업 참여(수혜)가 '있음' 비율이 높게 나타남

《 표 2-2-55 》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험

(기획업 전체, 단위 : %)

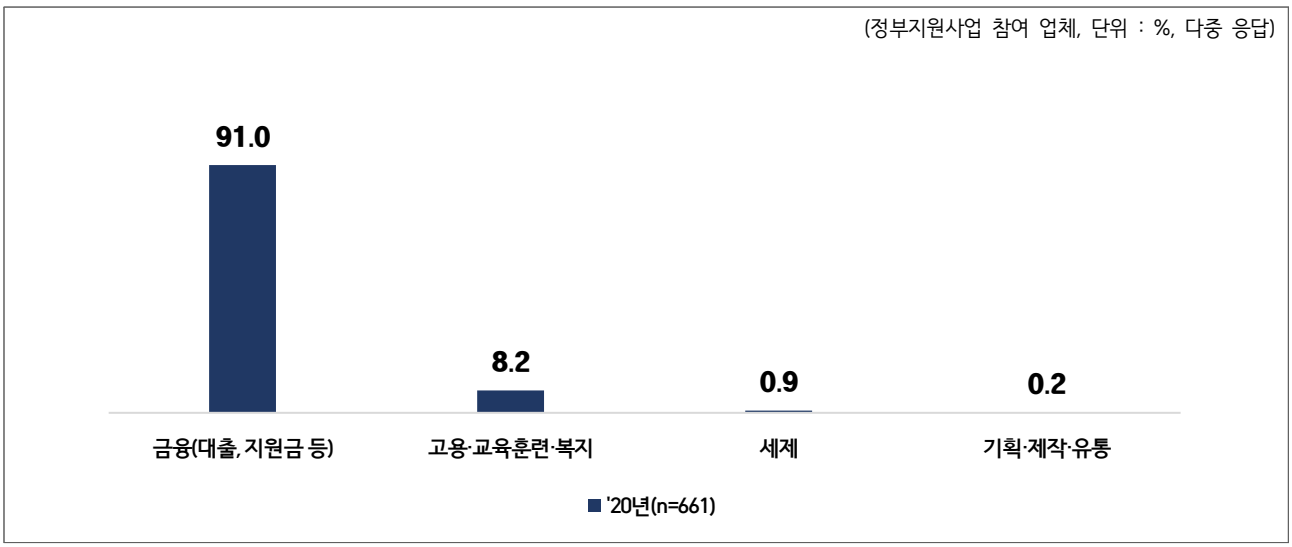
구 분		사례수	있음	없음
전 체		(2,778)	23.8	76.2
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	20.9	79.1
	제작 분야	(835)	24.5	75.5
	기타 분야	(517)	30.7	69.3
소속직원 수	1인	(1,014)	26.7	73.3
	2~5인 미만	(898)	24.4	75.6
	5~10인 미만	(561)	23.1	76.9
	10인 이상	(305)	13.7	86.3

(7) 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업

○ 코로나19와 관련하여 참여(수혜) 받은 정부지원사업은 '대출, 지원금 등 금융' 지원이 91.0%로 가장 높게 나타남

- 그 외 '고용·교육훈련·복지'(8.2%), '세제'(0.9%) 등의 순임

《 그림 2-2-49 》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업



특성별 분석

○ 소속직원 10인 이상 업체는 '금융'지원과 함께 '고용·교육훈련·복지' 지원도 높게 나타남

《 표 2-2-56 》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업

(정부지원사업 참여 업체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	금융 (대출, 지원금 등)	고용·교육훈련·복지	세제	기획·제작·유통
전 체		(661)	91.0	8.2	0.9	0.2
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(298)	88.8	9.3	1.4	0.4
	제작 분야	(204)	94.5	5.5	0.0	0.0
	기타 분야	(159)	90.6	9.4	0.9	0.0
소속직원 수	1인	(271)	94.7	3.7	2.1	0.0
	2~5인 미만	(219)	94.9	5.1	0.0	0.0
	5~10인 미만	(129)	86.7	12.3	0.0	1.0
	10인 이상	(42)	58.8	41.2	0.0	0.0

4. 표준계약서 활용 현황

가. 대중문화예술인 및 소속 연습생의 표준계약서 활용 현황

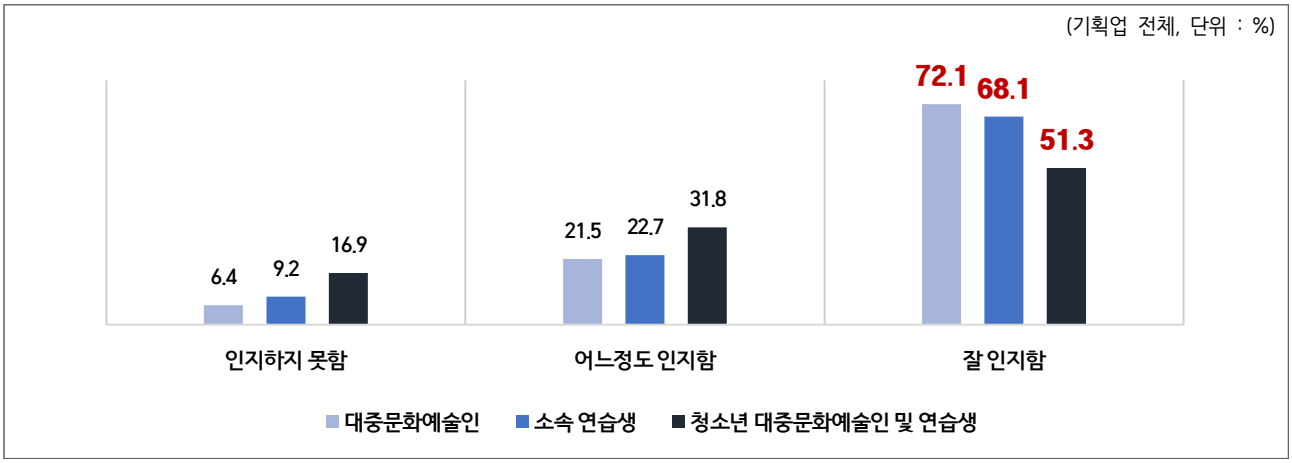
(1) 표준전속계약서 및 부속합의서 인지 여부

○ **(대중문화예술인)** 대중문화예술인에 대한 표준전속계약서를 '잘 인지함'이 72.1%로 나타남

○ **(소속 연습생)** 연습생 표준계약서를 '잘 인지함'이 68.1%로 나타남

○ **(청소년 대중문화예술인 및 연습생)** 표준 부속합의서를 '잘 인지함'으로 응답한 업체는 51.3%임

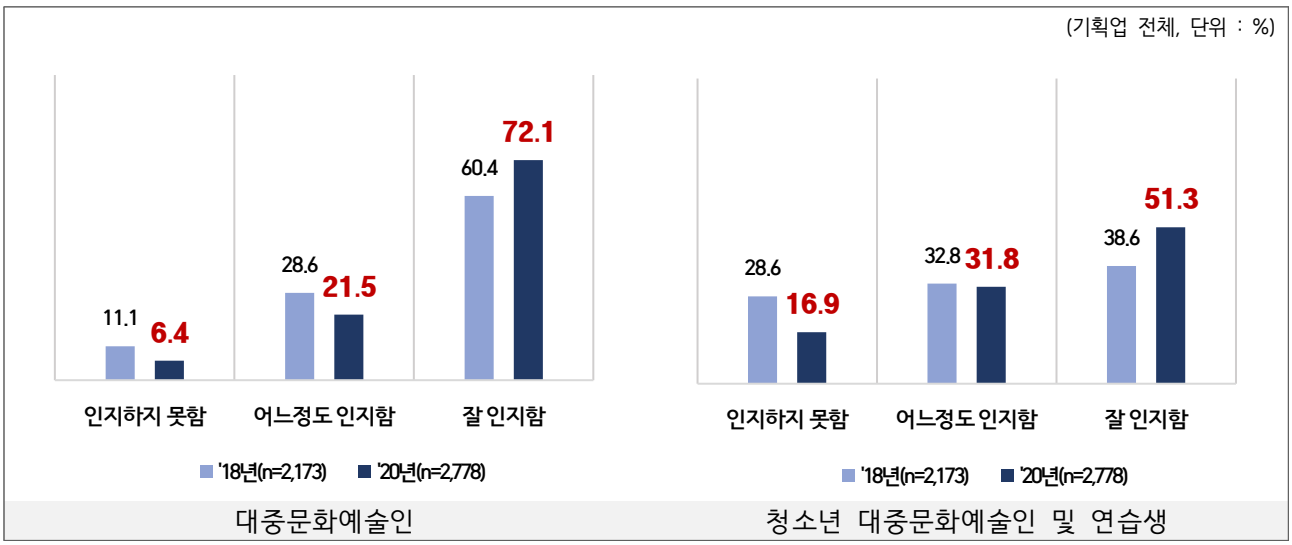
《 그림 2-2-50 》 표준전속계약서 인지 여부



○ 2018년 대비, 대중문화예술인에 대한 표준계약서를 '잘 인지함'(▲11.7%p)이 증가한 것으로 나타남

○ 2018년 대비, 청소년 대중문화예술인 및 연습생의 표준 부속합의서를 '잘 인지함'(▲12.7%p)이 증가함

《 그림 2-2-51 》 표준계약서 및 표준 부속합의서 인지 여부



《표 2-2-57》 대중문화예술인 표준전속계약서 인지 여부

(기획업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	인지하지 못함	어느 정도 인지함	잘 인지함
전 체		(2,778)	6.4	21.5	72.1
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	3.5	10.0	86.4
	제작 분야	(835)	8.0	25.9	66.0
	기타 분야	(517)	11.6	45.8	42.6
소속직원 수	1인	(1,014)	8.5	25.9	65.6
	2~5인 미만	(898)	4.6	20.7	74.7
	5~10인 미만	(561)	5.7	18.2	76.1
	10인 이상	(305)	5.8	15.1	79.1

《표 2-2-58》 대중문화예술분야 연습생 표준계약서 인지 여부

(기획업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	인지하지 못함	어느 정도 인지함	잘 인지함
전 체		(2,778)	9.2	22.7	68.1
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	8.1	25.1	66.8
	제작 분야	(835)	11.5	17.3	71.3
	기타 분야	(517)	8.3	25.2	66.4
소속직원 수	1인	(1,014)	12.5	23.1	64.4
	2~5인 미만	(898)	8.7	23.7	67.6
	5~10인 미만	(561)	6.5	24.0	69.5
	10인 이상	(305)	4.3	16.4	79.3

《표 2-2-59》 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서 인지 여부

(기획업 전체, 단위 : %)

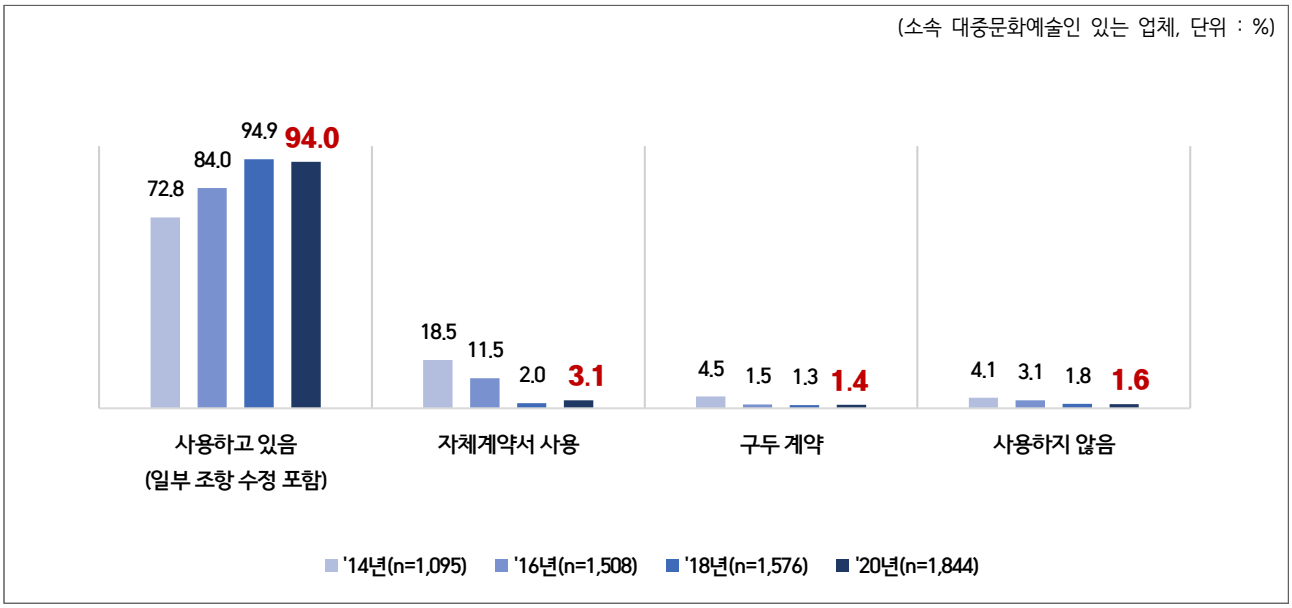
구 분		사례수	인지하지 못함	어느 정도 인지함	잘 인지함
전 체		(2,778)	16.9	31.8	51.3
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	16.1	32.8	51.1
	제작 분야	(835)	19.4	28.0	52.6
	기타 분야	(517)	15.1	35.1	49.8
소속직원 수	1인	(1,014)	19.1	34.6	46.3
	2~5인 미만	(898)	15.7	32.2	52.1
	5~10인 미만	(561)	16.0	30.8	53.2
	10인 이상	(305)	14.6	23.1	62.3

(2) 표준전속계약서 및 부속합의서 사용 여부

○ 대중문화예술인에 대하여 표준전속계약서를 '사용하고 있음'이 94.0%로 대부분을 차지함

○ 2018년 조사 결과와 유사하게 표준전속계약서를 '사용하고 있음(일부 조항 수정 포함)'에 대한 응답은 94%대로 나타남

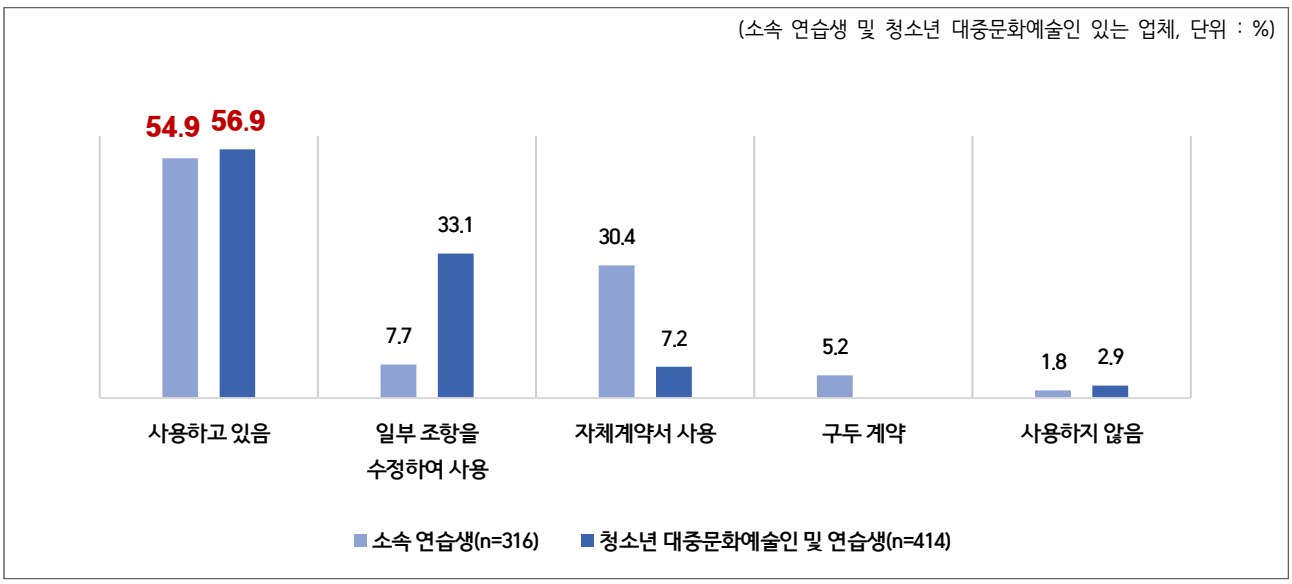
《 그림 2-2-52 》 표준전속계약서 사용 여부



○ 연습생 표준계약서 사용 비율에 대해서는 표준계약서를 '사용하고 있음'이 54.9%로 가장 높고, 다음으로 '자체계약서 사용'이 30.4%로 나타남

○ 청소년 대중문화예술인 및 연습생에 대하여 표준 부속합의서를 '사용하고 있음'이 56.9%로 가장 높고, '일부 조항을 수정하여 사용'(33.1%)이 뒤를 이었음

《 그림 2-2-53 》 표준계약서 및 표준 부속합의서 사용 여부



《표 2-2-60》 대중문화예술인 표준전속계약서 사용 여부

(소속된 대중문화예술인이 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	사용하고 있음	일부 조항을 수정하여 사용	자체계약서 사용	구두 계약	사용하지 않음
전 체		(1,844)	85.6	8.4	3.1	1.4	1.6
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,270)	88.3	6.8	2.5	1.1	1.4
	제작 분야	(476)	79.4	12.7	3.8	1.6	2.5
	기타 분야	(98)	80.5	8.5	6.7	4.3	0.0
소속직원 수	1인	(601)	78.6	13.1	1.2	2.2	4.9
	2~5인 미만	(621)	89.0	6.6	3.3	1.1	0.0
	5~10인 미만	(401)	89.7	6.5	2.4	1.5	0.0
	10인 이상	(222)	87.4	4.0	8.6	0.0	0.0

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

《표 2-2-61》 대중문화예술분야 연습생 표준계약서 사용 여부

(소속 연습생이 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	사용하고 있음	일부 조항을 수정하여 사용	자체계약서 사용	구두 계약	사용하지 않음
전 체		(316)	54.9	7.7	30.4	5.2	1.8
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(221)	55.3	5.7	31.6	5.5	1.8
	제작 분야	(74)	50.6	11.9	29.4	6.0	2.1
	기타 분야	(21)	66.2	12.9	20.9	0.0	0.0
소속직원 수	1인	(81)	56.9	3.7	32.3	5.4	1.8
	2~5인 미만	(93)	55.3	8.7	27.3	8.7	0.0
	5~10인 미만	(66)	41.8	10.9	34.8	6.1	6.5
	10인 이상	(75)	63.8	7.8	28.4	0.0	0.0

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

《표 2-2-62》 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서 사용 여부

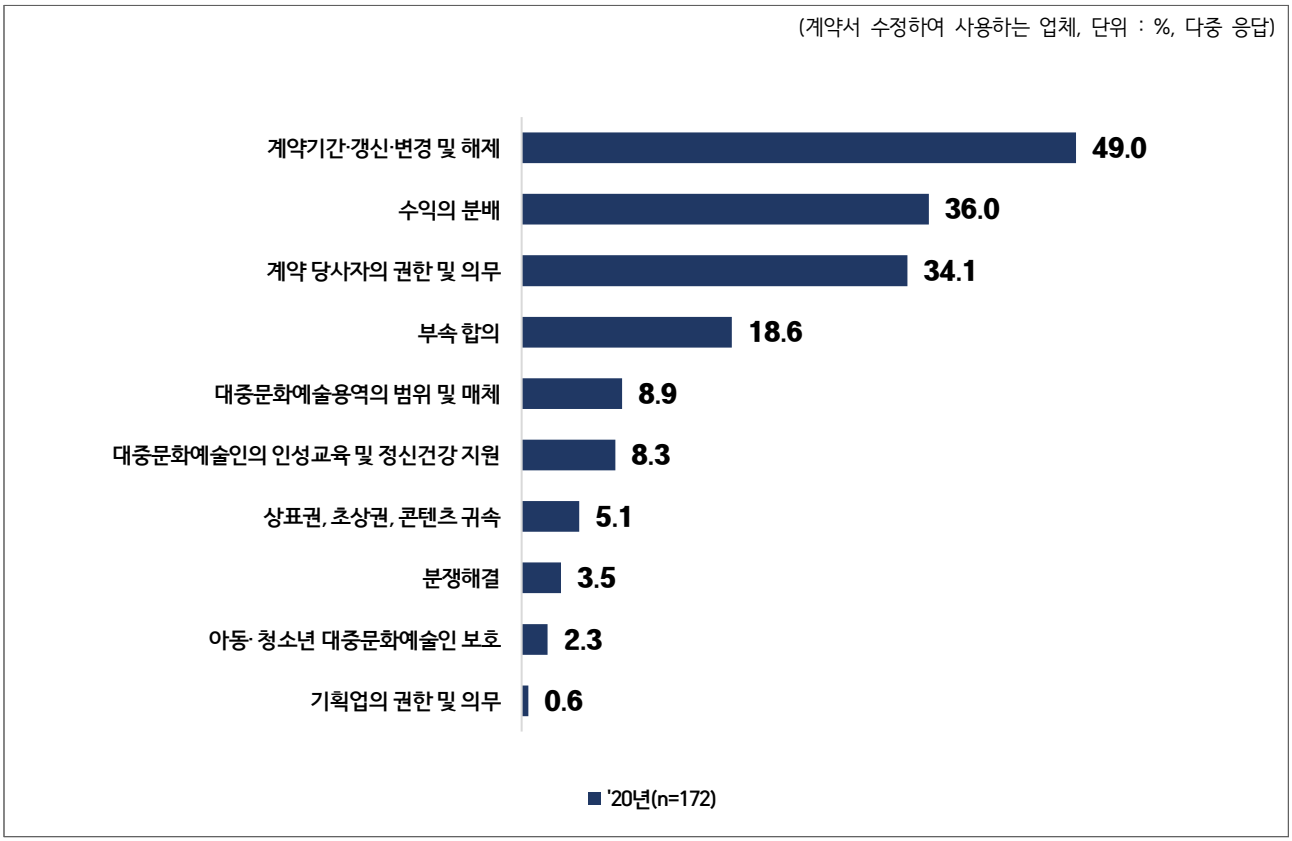
(청소년 대중문화예술인 및 연습생이 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	사용하고 있음	일부 조항을 수정하여 사용	자체계약서 사용	구두 계약	사용하지 않음
전 체		(414)	56.9	33.1	7.2	-	2.9
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(291)	54.6	34.5	7.4	-	3.5
	제작 분야	(89)	58.5	30.1	9.6	-	1.8
	기타 분야	(34)	71.7	28.3	0.0	-	0.0
소속직원 수	1인	(95)	59.0	27.4	12.1	-	1.5
	2~5인 미만	(126)	59.2	31.1	8.7	-	1.0
	5~10인 미만	(102)	47.8	45.4	1.3	-	5.5
	10인 이상	(91)	61.5	27.9	6.7	-	3.9

(3) 대중문화예술인(또는 연습생) 표준전속계약서 수정사항

○ 표준전속계약서를 수정하여 사용하는 업체의 수정사항으로는 '계약기간·갱신·변경 및 해제에 관한 사항'이 49.0%이 가장 높게 나타남. 다음으로는 '수익의 분배에 관한 사항'(36.0%), '계약 당사자의 권한 및 의무에 관한 사항'(34.1%) 등의 순으로 나타남

《 그림 2-2-54 》 대중문화예술인(또는 연습생) 표준전속계약서 수정사항



* 2021년 조사의 신규 항목임

《 표 2-2-63 》 대중문화예술인(또는 연습생) 표준전속계약서 수정사항

(계약서 수정하여 사용하는 업체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	계약기간·갱신·변경 및 해제	수익의 분배	계약 당사자의 권한 및 의무	부속 합의	대중문화예술용역의 범위 및 매체	대중문화예술인의 인성교육 및 정신건강 지원	상표권, 초상권, 콘텐츠 귀속	분쟁해결	아동·청소년 대중문화예술인 보호	기획업의 권한 및 의무
전 체		(172)	49.0	36.0	34.1	18.6	8.9	8.3	5.1	3.5	2.3	0.6
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(96)	45.1	28.1	39.8	13.6	8.4	7.1	4.5	0.0	0.0	1.2
	제작 분야	(65)	56.7	49.5	24.9	26.9	6.9	9.2	6.9	9.2	4.0	0.0
	기타 분야	(11)	36.6	24.9	38.5	12.5	25.2	12.5	0.0	0.0	12.7	0.0
소속직원 수	1인	(80)	47.5	49.2	32.8	16.5	12.6	12.7	10.9	5.6	1.9	0.0
	2~5인 미만	(46)	49.6	15.2	23.2	24.1	8.7	2.8	0.0	3.2	3.1	0.0
	5~10인 미만	(30)	41.9	31.4	44.1	17.5	0.0	8.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	10인 이상	(15)	69.0	38.2	54.4	14.8	7.4	0.0	0.0	0.0	7.4	7.4

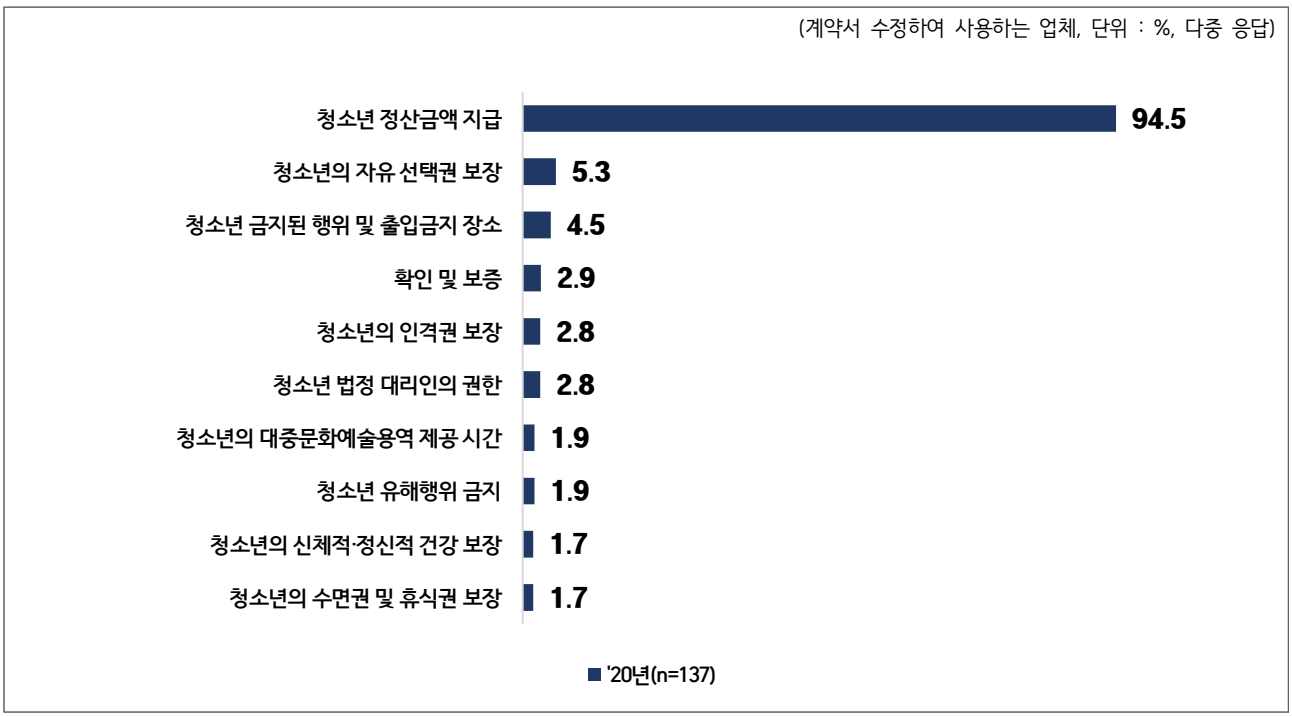
(4) 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서 수정사항

○ 청소년 표준 부속합의서를 수정하여 사용하는 업체의 수정 사항으로 가장 많이 나타난 내용은 '청소년 정산금액 지급에 관한 사항'(94.5%)이었음

- 정산금액 지급 다음으로 나타난 내용은 '청소년의 자유선택권 보장에 관한 사항'(5.3%), '청소년에게 금지된 행위 및 청소년 출입금지 장소에 관한 사항'(4.5%), '확인 및 보증에 관한 사항'(2.9%) 등

《 그림 2-2-55 》 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서 수정사항

(계약서 수정하여 사용하는 업체, 단위 : %, 다중 응답)



* 2021년 조사의 신규 항목임

《 표 2-2-64 》 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서 수정사항

(계약서 수정하여 사용하는 업체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	청소년 정산금액 지급	청소년의 자유 선택권 보장	청소년 금지된 행위 및 출입금지 장소	확인 및 보증	청소년의 인격권 보장	청소년 법정 대리인의 권한	청소년의 대중문화 예술용역 제공 시간	청소년 유해행위 금지	청소년의 신체적·정신적 건강 보장	청소년의 수면권 및 휴식권 보장
전 체		(137)	94.5	5.3	4.5	2.9	2.8	2.8	1.9	1.9	1.7	1.7
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(100)	93.6	3.5	3.5	4.0	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
	제작 분야	(27)	95.9	14.1	9.7	0.0	10.0	10.0	5.6	5.6	4.4	4.4
	기타 분야	(10)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
소속직원 수	1인	(26)	89.0	5.7	5.7	11.0	5.7	5.7	5.7	5.7	0.0	0.0
	2~5인 미만	(39)	96.6	3.4	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	5~10인 미만	(46)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10인 이상	(25)	87.0	17.7	13.0	4.3	9.0	9.0	4.3	4.3	9.0	9.0

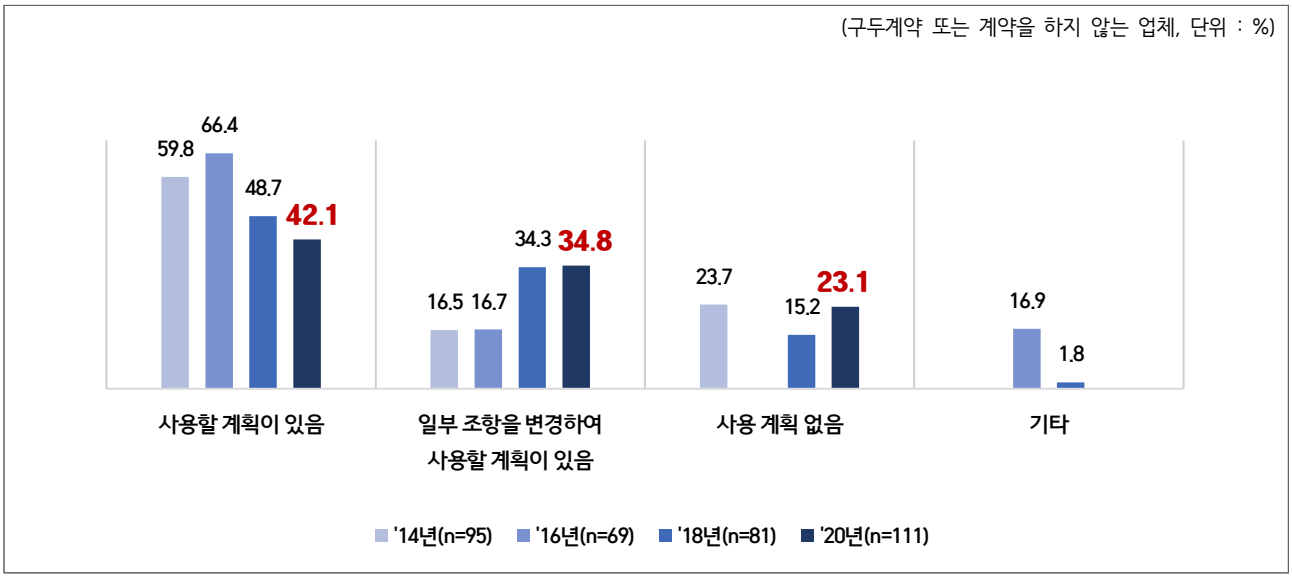
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(5) 향후 표준전속계약서 및 부속합의서 사용 계획

○ 현재 표준전속계약서를 사용하지 않는 경우, 향후 표준전속계약서를 '사용할 계획이 있음'으로 응답한 비율은 42.1%로 나타남

○ 2018년 대비, 표준전속계약서를 '사용할 계획이 있음'(▽6.6%p)은 감소한 것으로 나타남

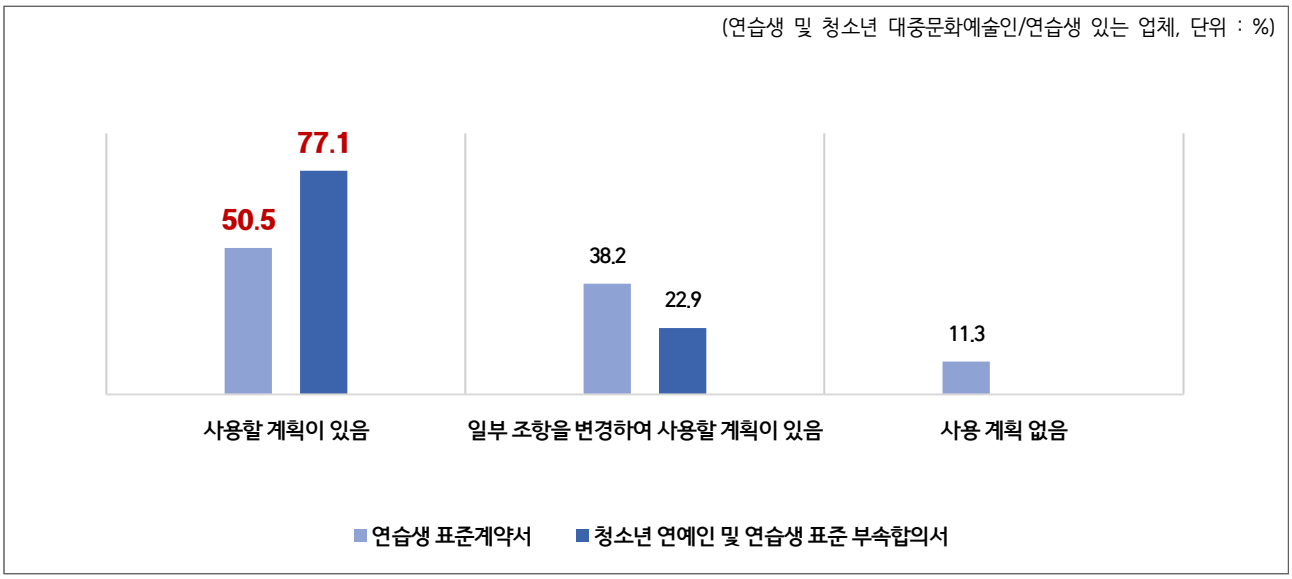
《그림 2-2-56》 향후 표준전속계약서 및 부속합의서 사용 계획



○ 소속 연습생에 대하여 표준계약서를 '사용할 계획이 있음'으로 응답한 비율은 50.5%로 절반 정도로 나타남

○ 청소년 대중문화예술인 및 연습생에 대한 표준 부속합의서를 '사용할 계획이 있음'과 '일부 조항을 변경하여 사용할 계획이 있음'은 각각 77.1%와 22.9%로 향후 대다수의 기획업에서 표준 부속합의서를 사용할 것으로 사료됨

《그림 2-2-57》 표준계약서 및 표준 부속합의서 사용 계획



《표 2-2-65》 대중문화예술인 표준전속계약서 사용 계획

(소속 대중문화예술인 구두계약 또는 계약을 하지 않는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	사용할 계획이 있음	일부 조항을 변경하여 사용할 계획이 있음	사용 계획 없음
전 체		(111)	42.1	34.8	23.1
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(63)	31.1	44.8	24.1
	제작 분야	(38)	57.7	14.1	28.2
	기타 분야	(11)	51.9	48.1	0.0
소속직원 수	1인	(50)	64.8	5.8	29.4
	2~5인 미만	(27)	30.9	39.8	29.3
	5~10인 미만	(15)	10.3	69.0	20.7
	10인 이상	(19)	24.9	75.1	0.0

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

《표 2-2-66》 대중문화예술분야 연습생 표준계약서 사용 계획

(소속 연습생 구두계약 또는 계약을 하지 않는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	사용할 계획이 있음	일부 조항을 변경하여 사용할 계획이 있음	사용 계획 없음
전 체		(118)	50.5	38.2	11.3
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(86)	57.2	33.3	9.5
	제작 분야	(28)	32.5	48.7	18.9
	기타 분야	(4)	32.6	67.4	0.0
소속직원 수	1인	(32)	63.4	22.9	13.6
	2~5인 미만	(34)	39.7	48.1	12.1
	5~10인 미만	(31)	60.7	30.8	8.5
	10인 이상	(21)	33.1	56.2	10.7

《표 2-2-67》 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서 사용 계획

(청소년 대중문화예술인 및 연습생 구두계약 또는 계약을 하지 않는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	사용할 계획이 있음	일부 조항을 변경하여 사용할 계획이 있음	사용 계획 없음
전 체		(42)	77.1	22.9	0.0
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(32)	82.8	17.2	0.0
	제작 분야	(10)	59.5	40.5	0.0
	기타 분야	(0)	0.0	0.0	0.0
소속직원 수	1인	(13)	78.0	22.0	0.0
	2~5인 미만	(12)	65.5	34.5	0.0
	5~10인 미만	(7)	100.0	0.0	0.0
	10인 이상	(10)	74.4	25.6	0.0

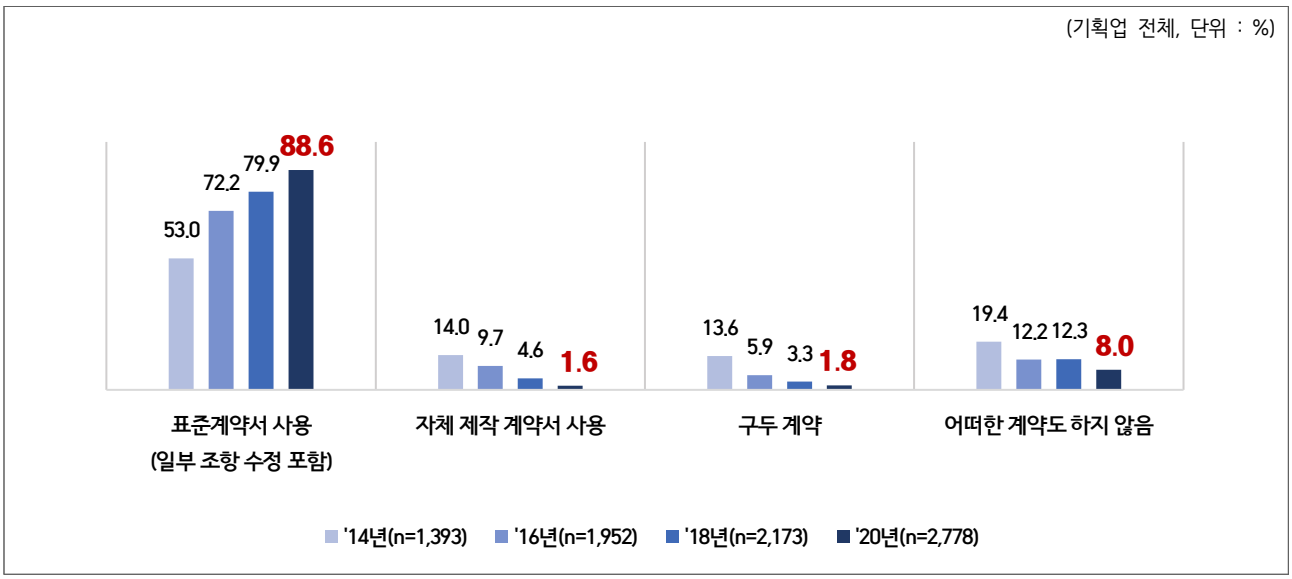
나. 소속직원의 표준계약서 활용 현황

(1) 소속직원 표준계약서 사용 여부

○ 소속직원 표준계약서 사용 여부에 대해, '표준계약서 사용(일부 조항 수정 포함)'이 88.6%로 가장 높게 나타남

○ 2014년 이후 '표준계약서 사용' 비율이 꾸준히 증가한 가운데, 2018년 대비 ▲8.7%p 증가함

《 그림 2-2-58 》 소속직원 표준계약서 사용 여부



특성별 분석

○ 매니지먼트 분야, 소속직원 5인 이상 업체에서 '표준계약서(일부 조항 수정 포함) 사용'이 높게 나타남

《 표 2-2-68 》 소속직원 표준계약서 사용 여부

(기획업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	표준계약서 (표준근로계약서) 사용	표준계약서의 일부 조항을 변형 사용	자체 제작 계약서 사용	구두 계약	어떠한 계약도 하지 않음
전 체		(2,778)	87.8	0.8	1.6	1.8	8.0
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	91.0	1.0	1.7	2.2	4.1
	제작 분야	(835)	82.3	0.2	1.8	1.1	14.6
	기타 분야	(517)	88.0	1.0	1.1	1.6	8.3
소속직원 수	1인	(1,014)	78.7	0.8	0.4	1.6	18.5
	2~5인 미만	(898)	90.4	0.7	2.7	2.4	3.7
	5~10인 미만	(561)	97.5	0.0	0.5	1.5	0.5
	10인 이상	(305)	92.9	2.0	4.2	0.8	0.0

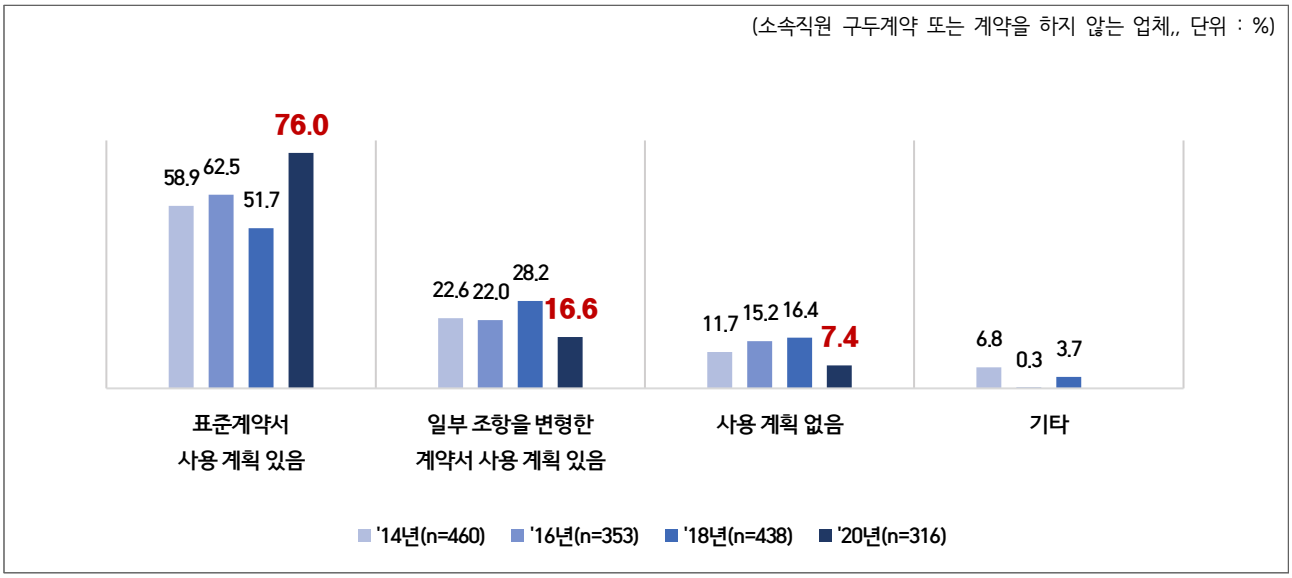
(2) 향후 표준계약서 사용 계획

❍ 소속직원 구두계약 또는 어떠한 계약도 하지 않는 업체의 향후 표준계약서 사용 계획은 '표준계약서 사용 계획 있음'이 76.0%로 높게 나타남

- '일부 조항 변경 계약서 사용 계획 있음'이 16.6%로 나타나, 향후 서면계약서 사용이 증가할 것으로 보임

❍ 2018년 대비, '표준계약서 사용 계획 있음'(▲24.3%p)이 증가한 것으로 나타남

《그림 2-2-59》 향후 표준계약서 사용 계획



《표 2-2-69》 향후 표준계약서 사용 계획

(소속직원 구두계약 또는 계약을 하지 않는 업체, 단위 : %)

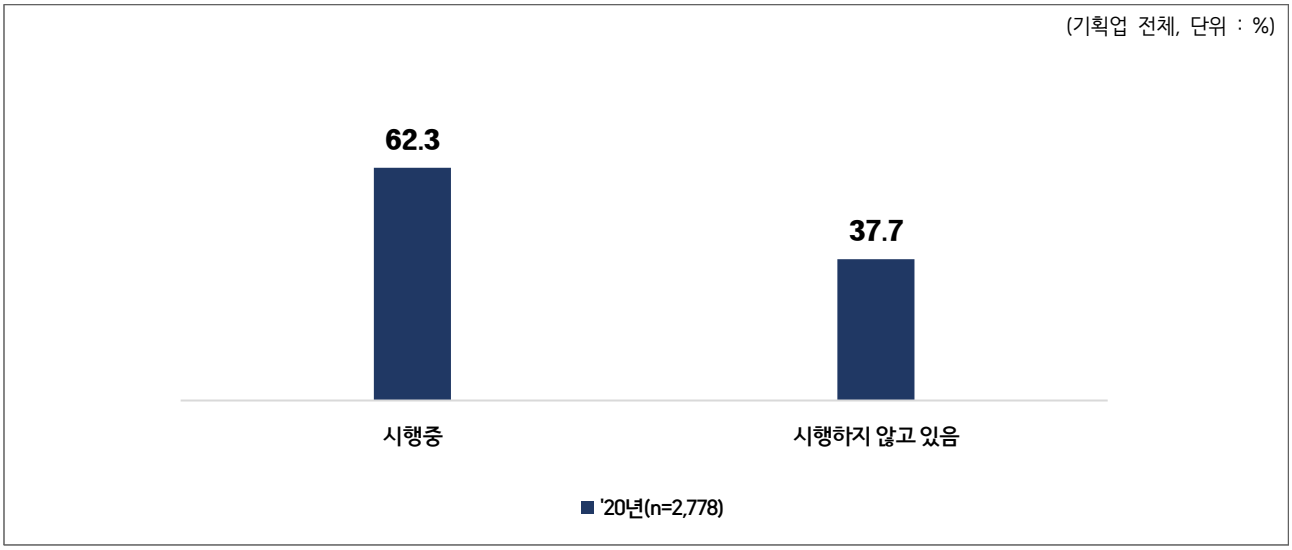
구 분		사례수	표준계약서 사용 계획 있음	일부 조항을 변형 계약서 사용 계획 있음	사용 계획 없음
전 체		(316)	76.0	16.6	7.4
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(113)	78.6	21.4	0.0
	제작 분야	(146)	76.8	12.9	10.4
	기타 분야	(57)	68.8	16.5	14.6
소속직원 수	1인	(208)	81.3	10.4	8.3
	2~5인 미만	(79)	77.0	19.4	3.7
	5~10인 미만	(14)	58.1	41.9	0.0
	10인 이상	(15)	15.5	62.9	21.5

5. 주 52시간 근무제 시행

가. 주 52시간 근무제 시행 여부[15)]

○ 현재 주 52시간 근무제를 시행하고 있는 기획업은 62.3%로 절반 이상을 차지함

《그림 2-2-60》 52시간 근무제 시행 여부



특성별 분석

○ 소속직원 규모가 클수록 52시간 근무제 '시행중' 비율이 높게 나타났으며, 10인 이상 업체의 52시간 근무제 시행률은 95.2%로 특히 높게 나타남

《표 2-2-70》 52시간 근무제 시행 여부

(기획업 전체, 단위 : %)

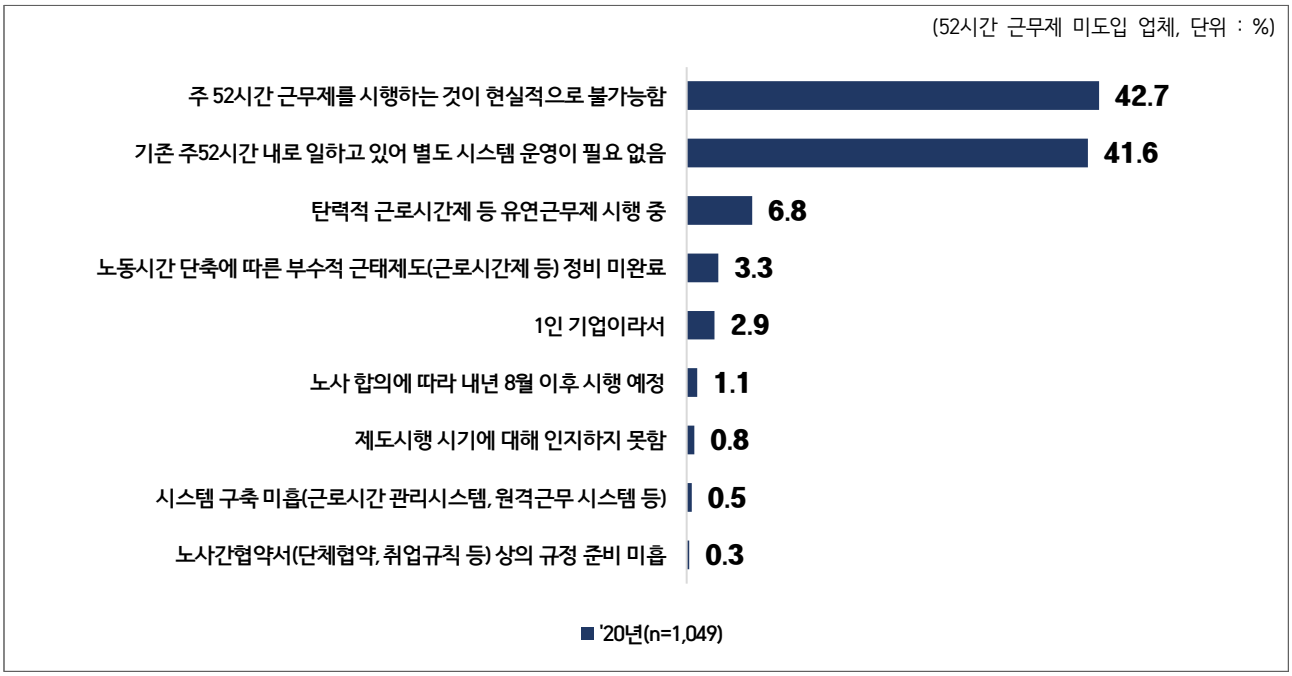
구 분		사례수	시행중	시행하지 않고 있음
전 체		(2,778)	62.3	37.7
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	65.0	35.0
	제작 분야	(835)	59.2	40.8
	기타 분야	(517)	59.5	40.5
소속직원 수	1인	(1,014)	44.4	55.6
	2~5인 미만	(898)	61.3	38.7
	5~10인 미만	(561)	78.2	21.8
	10인 이상	(305)	95.2	4.8

15) 2021년 조사의 신규 항목임

나. 주 52시간 근무제 미도입 이유

○ 주 52시간 근무제를 시행하지 않고 있는 업체의 미도입 이유를 살펴보면, '주 52시간 근무제를 시행하는 것이 현실적으로 불가능함'(42.7%)과 '기존 52시간 내로 일하고 있어 별도 시스템 운영이 필요 없음'(41.6%)이 대부분을 차지함

《 그림 2-2-61 》 주 52시간 근무제 미도입 이유



《 표 2-2-71 》 주 52시간 근무제 미도입 이유

(52시간 근무제 미도입 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	주 52시간 근무제 시행이 현실적으로 불가능함	기존 주52시간 내로 일하고 있어 별도 사내규정 제정/ 시스템 운영이 필요없음	탄력적 근로 시간제 등 유연 근무제 시행 중	노동시간 단축에 따른 부수적 근태제도 (시간제 등) 정비가 미완료	1인 기업 이라서	노사 합의에 따라 내년 8월 이후 시행 예정	제도시행 시기에 대해 인지하지 못함	시스템 구축 미흡 (근로 시간 관리 시스템, 원격근무 시스템 등)	노사간협 약서 상의 규정 준비 미흡 (노사간 대립)
전 체		(1,049)	42.7	41.6	6.8	3.3	2.9	1.1	0.8	0.5	0.3
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(498)	43.6	43.4	4.7	2.6	3.5	1.2	0.5	0.5	0.0
	제작 분야	(341)	44.0	41.1	6.1	3.1	3.0	0.9	0.9	0.9	0.0
	기타 분야	(209)	38.6	38.0	12.8	5.3	1.3	1.3	1.3	0.0	1.4
소속직원 수	1인	(564)	43.6	39.6	3.3	5.1	4.9	2.0	1.0	0.5	0.0
	2~5인 미만	(348)	39.5	46.6	10.4	1.2	0.8	0.0	0.8	0.8	0.0
	5~10인 미만	(123)	46.0	38.5	11.8	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4
	10인 이상	(15)	61.6	23.3	15.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

6. 기타 사항

가. 성희롱·성폭력 예방교육

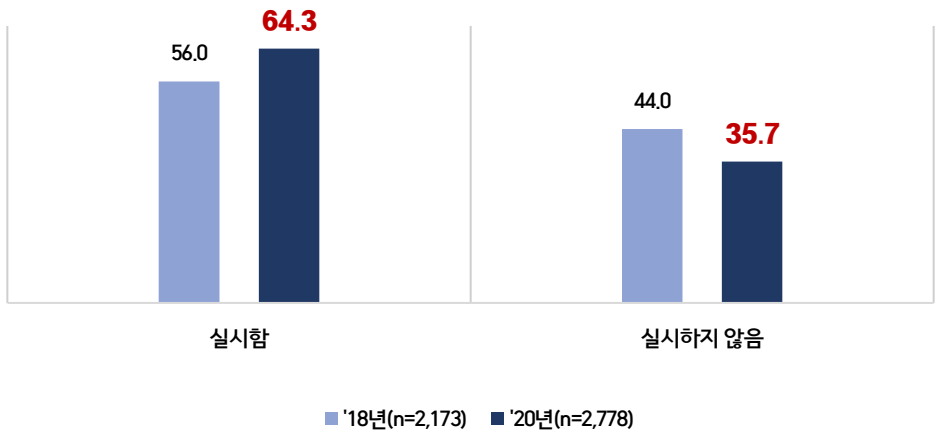
(1) 성희롱·성폭력 예방교육 실시 여부

❍ 임직원을 대상으로 매년 성희롱·성폭력 예방교육 실시 여부를 보면, '실시함'이 64.3%로 절반 이상을 차지함

❍ 2018년 대비, '예방교육 실시함'(▲8.3%p)이 증가한 것으로 나타남

《그림 2-2-62》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 여부

(기획업 전체, 단위 : %)



특성별 분석

❍ 매니지먼트 분야, 소속직원 규모가 클수록 성희롱·성폭력 예방교육 '실시함' 비율이 상대적으로 높게 나타남

《표 2-2-72》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 여부

(기획업 전체, 단위 : %)

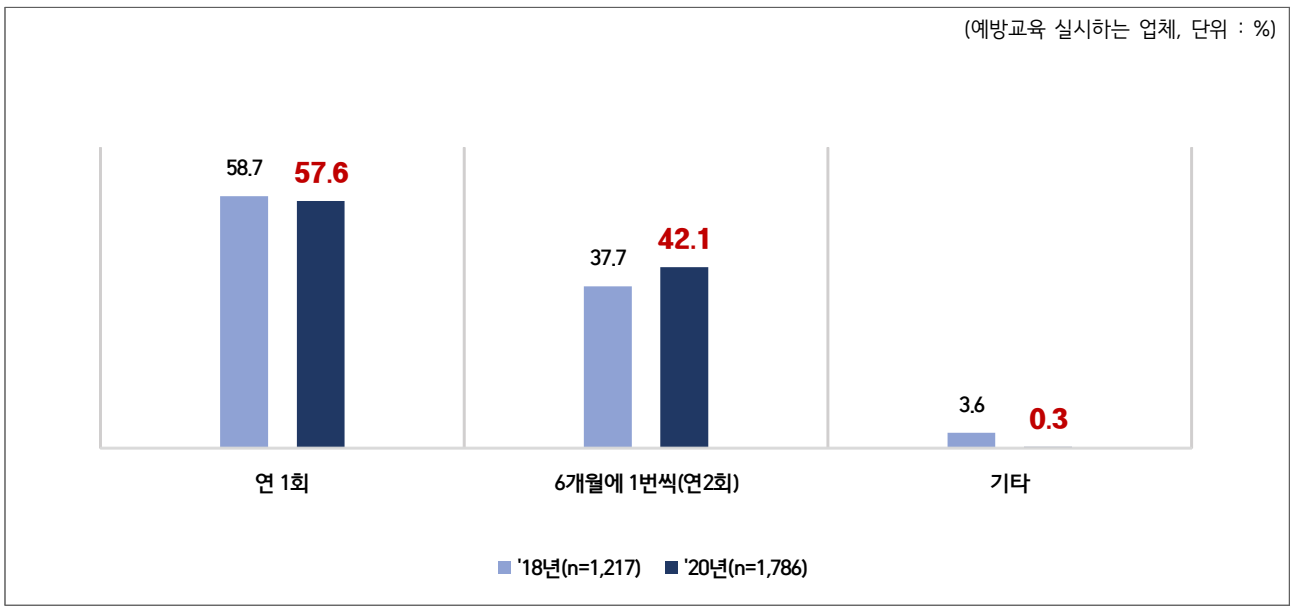
구 분		사례수	실시함	실시하지 않음
전 체		(2,778)	64.3	35.7
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	67.9	32.1
	제작 분야	(835)	63.3	36.7
	기타 분야	(517)	56.0	44.0
소속직원 수	1인	(1,014)	50.7	49.3
	2~5인 미만	(898)	60.0	40.0
	5~10인 미만	(561)	79.4	20.6
	10인 이상	(305)	94.4	5.6

(2) 성희롱·성폭력 예방교육 실시 주기

○ 성희롱·성폭력 예방교육을 실시하는 업체의 실시 주기는 '연 1회'가 57.6%로 가장 높고, 이어서 '6개월에 1번씩(연2회)'(42.1%)이 뒤를 이었음

○ 2018년 대비, '6개월에 한번씩(연2회)'(▲4.4%p)이 증가한 것으로 나타남

《그림 2-2-63》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 주기



특성별 분석

○ 소속직원 규모가 클수록 '6개월에 1번씩(연2회)' 예방교육을 실시하는 업체가 높게 나타남

《표 2-2-73》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 주기

(예방교육 실시하는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	연 1회	6개월에 1번씩(연 2회)	기타
전 체		(1,786)	57.6	42.1	0.3
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(968)	55.3	44.3	0.4
	제작 분야	(528)	64.5	35.2	0.3
	기타 분야	(290)	52.5	47.5	0.0
소속직원 수	1인	(514)	79.0	21.0	0.0
	2~5인 미만	(539)	61.9	37.8	0.2
	5~10인 미만	(445)	41.5	57.8	0.7
	10인 이상	(288)	36.1	63.6	0.4

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

** 기타 : 연 3회 이상

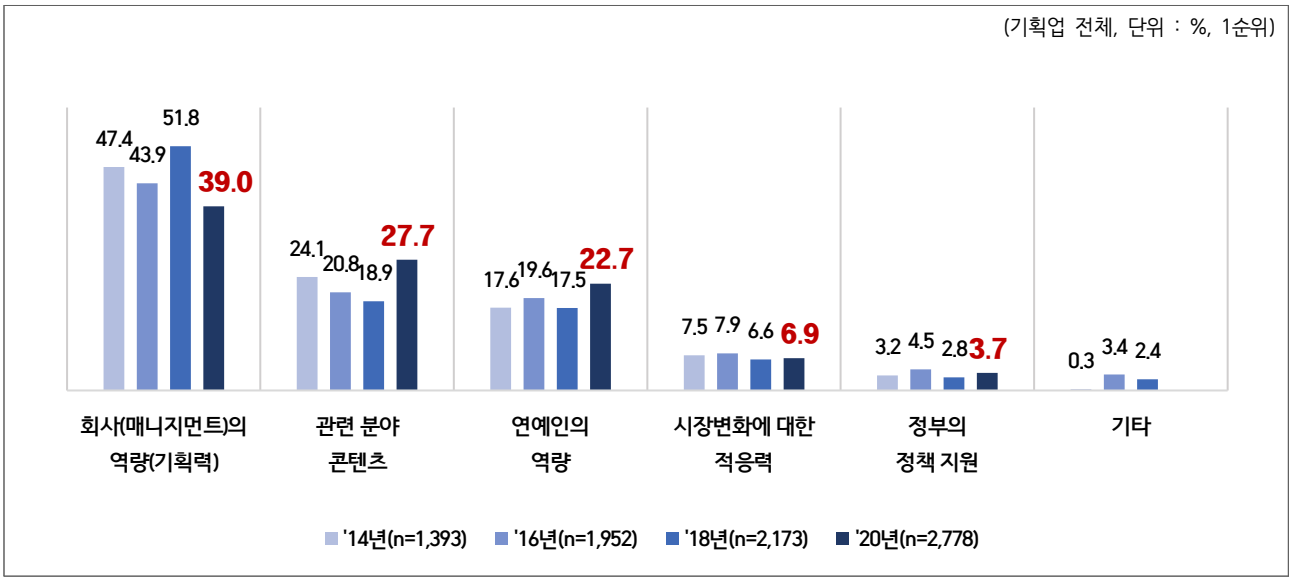
나. 국내 대중문화예술산업 평가

(1) 국내 대중문화예술산업 경쟁력 우위 부분

❍ 국내 대중문화예술산업의 경쟁력 우위 부분을 살펴보면, '회사(매니지먼트)의 역량(기획력)'(39.0%)이 1순위로 나타났으며, 다음으로 '관련 분야 콘텐츠'(27.7%), '연예인의 역량'(22.7%) 등의 순으로 나타남

❍ 2018년 대비, '관련 분야 콘텐츠'(▲8.8%p)와 '연예인의 역량'(▲5.2%p)은 증가한 반면, '회사(매니지먼트)의 역량(기획력)'(▽12.8%p)이 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-2-64 》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 우위 부분



특성별 분석

❍ 매니지먼트 분야와 기타 분야는 '회사의 역량(기획력)', 제작 분야는 '관련 분야 콘텐츠'가 가장 높게 나타남

《 표 2-2-74 》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 우위 부분

(기획업 전체, 단위 : %, 1순위)

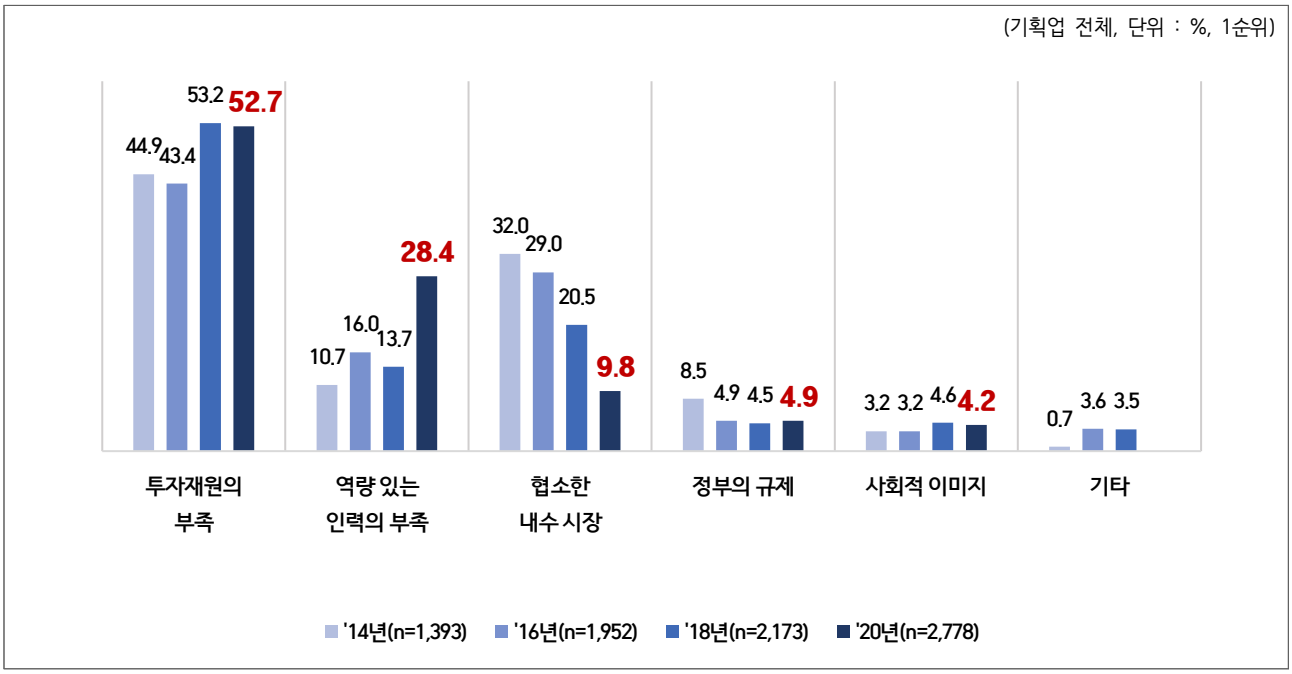
구 분		사례수	회사(매니지먼트)의 역량(기획력)	관련 분야 콘텐츠	연예인의 역량	시장변화에 대한 적응력	정부의 정책 지원
전 체		(2,778)	39.0	27.7	22.7	6.9	3.7
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	40.1	19.8	29.3	6.9	3.9
	제작 분야	(835)	35.6	35.8	17.5	7.1	4.1
	기타 분야	(517)	41.8	36.5	12.5	6.6	2.6
소속직원 수	1인	(1,014)	38.2	29.6	19.7	8.3	4.3
	2~5인 미만	(898)	37.0	26.7	25.6	6.9	3.8
	5~10인 미만	(561)	39.0	27.3	25.3	4.5	3.9
	10인 이상	(305)	48.0	25.1	19.1	6.3	1.5

(2) 국내 대중문화예술산업 경쟁력 취약 부분

○ 국내 대중문화예술산업 경쟁력 취약 부분은 '투자재원의 부족'(52.7%)이 1순위로 나타났으며, 1순위 중 두 번째로 많은 의견은 '역량 있는 인력의 부족'(28.4%)이었음 .

○ 2018년 대비, 국내 대중문화예술산업 취약 부분으로 '역량 있는 인력의 부족'은 14.7%p증가함

《 그림 2-2-65 》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 취약 부분



특성별 분석

○ 국내 대중문화예술산업 취약 부분으로 '투자재원의 부족'이 가장 높은 가운데, 소속직원 1인 업체는 '역량 있는 인력의 부족'과 '협소한 내수 시장'이 상대적으로 높게 나타남

《 표 2-2-75 》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 취약 부분

(기획업 전체, 단위 : %, 1순위)

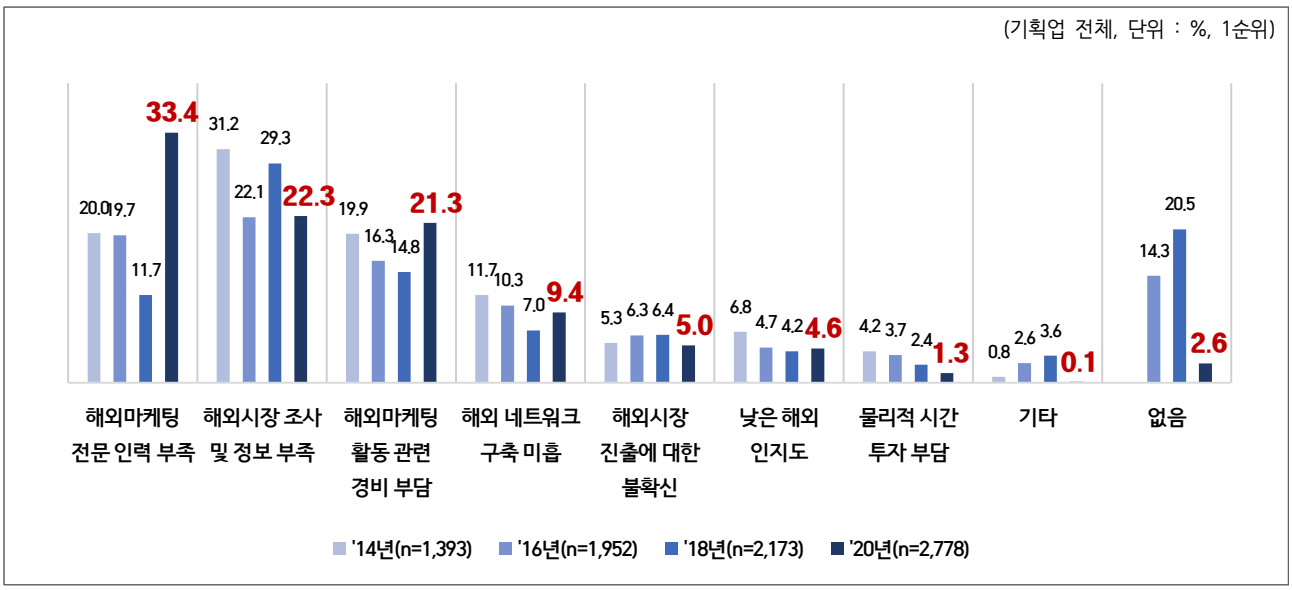
구 분		사례수	투자재원의 부족	역량 있는 인력의 부족	협소한 내수 시장	정부의 규제 (청소년유해매체 제도 등)	사회적 이미지
전 체		(2,778)	52.7	28.4	9.8	4.9	4.2
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	53.8	28.7	8.9	4.4	4.3
	제작 분야	(835)	50.8	28.2	11.2	6.3	3.4
	기타 분야	(517)	52.9	28.0	9.8	4.0	5.4
소속직원 수	1인	(1,014)	46.1	31.3	12.1	5.0	5.5
	2~5인 미만	(898)	54.7	27.8	8.4	4.6	4.6
	5~10인 미만	(561)	59.8	25.6	7.7	5.1	1.8
	10인 이상	(305)	56.0	25.7	9.8	5.0	3.5

(3) 국내 대중문화예술산업 해외 진출 애로사항

❍ 국내 대중문화예술산업 해외 진출의 애로사항으로는 '해외마케팅 전문인력 부족'(33.4%)이 1순위로 나타났으며, 다음으로 '해외시장 조사 및 정보 부족'(22.3%), '해외마케팅 활동 관련 경비부담' (21.3%) 순으로 나타남

❍ 2018년의 결과와 비교하면 '해외마케팅 전문인력 부족'(▲21.7%p)의 증가폭이 가장 높은 반면, '해외시장 조사 및 정보 부족'(▽7.0%p)은 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-2-66 》 국내 대중문화예술산업 해외 진출 애로사항



특성별 분석

❍ 기획업의 해외진출 애로사항으로 '해외마케팅 전문인력 부족'이 높은 가운데, 소속직원이 적을수록 '해외마케팅 활동 관련 경비부담'이 높아지는 경향을 보임

《 표 2-2-76 》 국내 대중문화예술산업 해외 진출 애로사항

(기획업 전체, 단위 : %, 1순위)

구 분		사례수	해외 마케팅 전문인력 부족	해외시장 조사 및 정보 부족	해외 마케팅 활동 관련 경비부담	해외 네트워크 구축 미흡	해외시장 진출에 대한 불확신	낮은 해외 인지도	물리적 시간 투자 부담	기타	없음
전 체		(2,778)	33.4	22.3	21.3	9.4	5.0	4.6	1.3	0.1	2.6
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	30.7	24.6	22.2	9.7	5.1	4.7	1.0	0.0	1.9
	제작 분야	(835)	37.6	20.6	19.5	9.6	4.8	3.2	1.4	0.3	2.9
	기타 분야	(517)	34.1	18.5	22.0	8.2	5.0	6.5	1.9	0.0	3.8
소속직원 수	1인	(1,014)	29.4	22.7	22.2	10.4	5.1	5.2	1.4	0.0	3.5
	2~5인 미만	(898)	30.8	22.6	22.4	8.9	5.5	5.7	2.0	0.3	1.7
	5~10인 미만	(561)	41.5	21.3	19.7	8.4	3.8	3.3	0.0	0.0	2.0
	10인 이상	(305)	39.6	21.5	18.7	9.3	5.2	1.5	1.2	0.0	3.0

다. 정부 지원사항

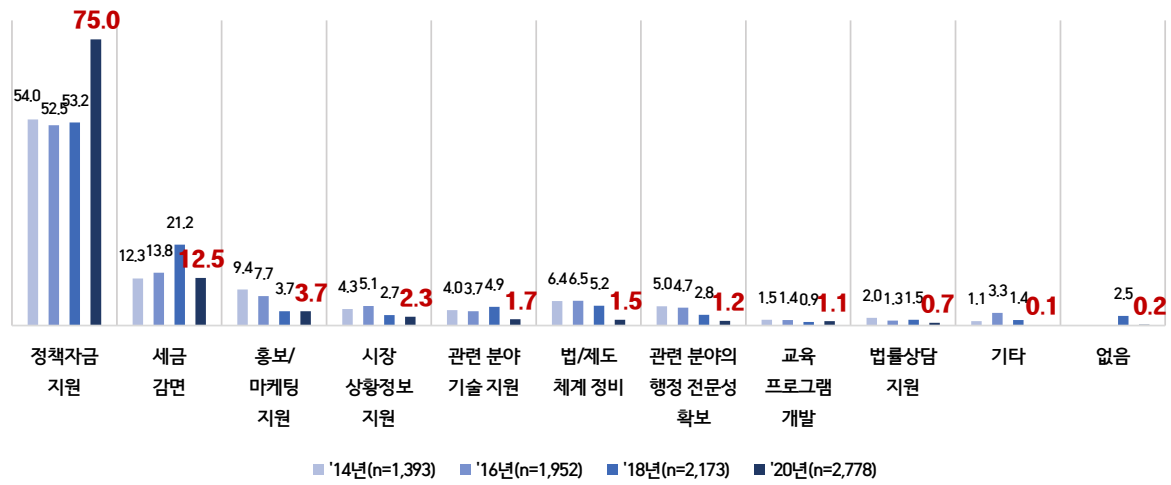
(1) 국내 대중문화예술산업 발전을 위한 정부 지원사항

○ 국내 대중문화예술산업 발전을 위한 정부의 지원사항을 보면, '정책 자금 지원'(75.0%)이 1순위 중에서도 가장 필요한 사항인 것으로 나타남. 자금지원 외에는 '세금 감면'(12.5%), '홍보 및 마케팅 지원'(3.7%), '시장상황정보 지원'(2.3%) 순으로 나타남.

○ 2018년의 결과와 비교하면 정부지원 사항으로 '정책자금 지원'(▲21.8%p) 증가폭이 가장 높은 반면, '세금 감면'(▽8.7%p)은 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-2-67 》 국내 대중문화예술산업 발전을 위한 정부 지원사항

(기획업 전체, 단위 : %, 1순위)



특성별 분석

○ 소속직원 10인 이상 업체는 '정책 자금 지원'과 함께 '홍보 및 마케팅 지원', '관련 분야 기술 지원'이 상대적으로 높게 나타남

《 표 2-2-77 》 국내 대중문화예술산업 발전을 위한 정부 지원사항

(기획업 전체, 단위 : %, 1순위)

구 분		사례수	정책 자금 지원	세금 감면	홍보 및 마케팅 지원	시장 상황 정보 지원	관련 분야 기술 지원	법/ 제도 체계 정비	관련분야 행정 전문성 확보	교육 프로 그램 개발	법률 상담 지원	기타	없음
전 체		(2,778)	75.0	12.5	3.7	2.3	1.7	1.5	1.2	1.1	0.7	0.1	0.2
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	76.3	12.3	4.3	1.4	1.3	1.3	0.9	1.0	0.8	0.2	0.4
	제작 분야	(835)	74.0	10.9	3.1	4.6	2.4	1.8	1.4	1.1	0.7	0.0	0.0
	기타 분야	(517)	72.9	15.4	3.3	1.1	1.5	1.6	1.9	1.6	0.5	0.3	0.0
소속직원 수	1인	(1,014)	78.3	10.0	4.0	2.5	1.1	1.3	1.0	1.0	0.8	0.0	0.0
	2~5인 미만	(898)	78.1	12.0	3.1	1.7	1.0	1.6	0.6	0.6	0.9	0.4	0.0
	5~10인 미만	(561)	70.0	17.8	3.0	2.1	1.4	0.5	2.8	1.5	0.5	0.0	0.5
	10인 이상	(305)	64.2	12.0	6.2	3.7	6.0	4.0	0.8	2.4	0.0	0.0	0.8

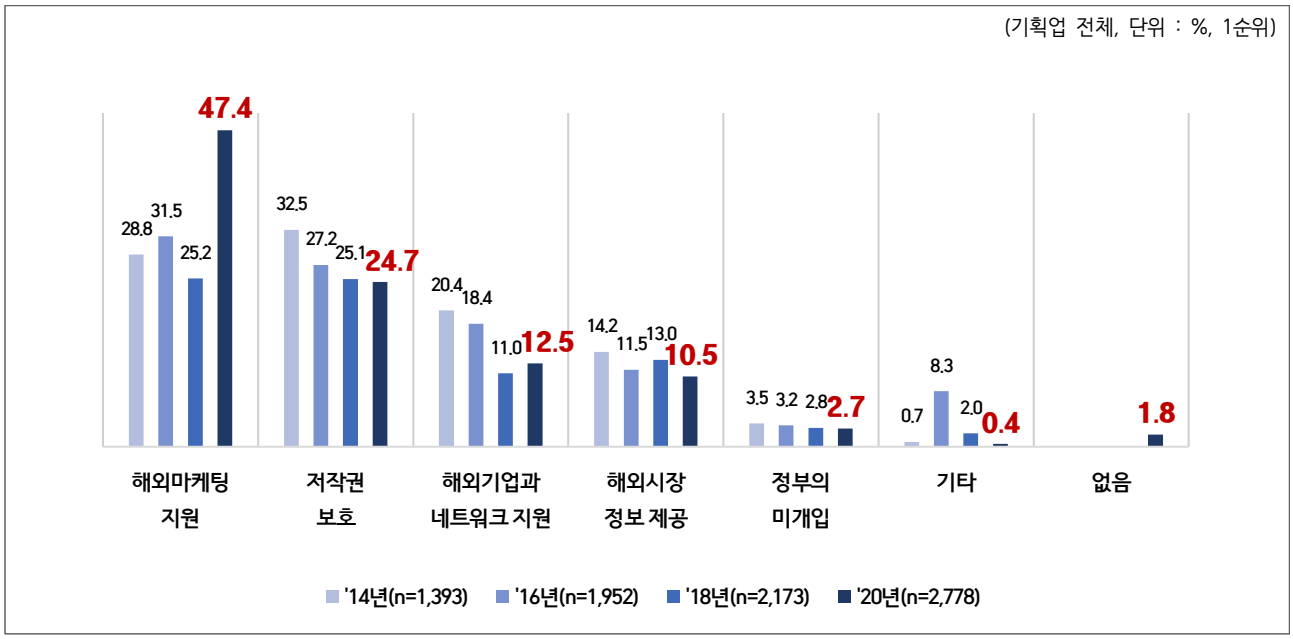
(2) 국내 대중문화예술산업 해외 진출을 위한 정부 지원사항

❍ 국내 대중문화예술산업 해외 진출을 위한 정부의 지원사항으로는 '해외마케팅 지원'(47.4%)이 가장 필요한 것으로 나타남. 해외마케팅 지원 외에는 '저작권 보호'(24.7%), '해외기업과 네트워크 지원'(12.5%), '해외시장 정보 제공'(10.5%) 등의 순으로 나타남

❍ 2018년의 결과와 비교하면 해외 진출을 위한 정부지원 사항으로 '해외마케팅 지원'(▲22.2%p) 증가폭이 가장 높은 반면, '해외시장 정보 제공' (▽2.5%p)은 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-2-68 》 국내 대중문화예술산업 해외 진출을 위한 정부 지원사항

(기획업 전체, 단위 : %, 1순위)



특성별 분석

❍ '해외마케팅 지원'이 가장 높은 가운데, 제작 분야는 '저작권 보호'가 상대적으로 높게 나타남

《 표 2-2-78 》 국내 대중문화예술산업 해외 진출을 위한 정부 지원사항

(기획업 전체, 단위 : %, 1순위)

구 분		사례수	해외마케팅 지원	저작권 보호	해외기업과 네트워크 지원	해외시장 정보 제공	정부의 미개입	기타	없음
전 체		(2,778)	47.4	24.7	12.5	10.5	2.7	0.4	1.8
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	50.1	24.4	11.3	9.6	2.2	0.7	1.7
	제작 분야	(835)	41.4	29.7	12.6	9.8	4.3	0.0	2.1
	기타 분야	(517)	49.7	17.1	15.6	14.1	1.6	0.3	1.6
소속직원 수	1인	(1,014)	41.3	28.1	13.1	11.4	2.9	0.0	3.3
	2~5인 미만	(898)	49.6	23.5	11.3	10.1	3.3	1.0	1.2
	5~10인 미만	(561)	51.1	22.1	14.9	8.6	2.5	0.0	0.7
	10인 이상	(305)	54.1	21.5	9.8	12.4	0.8	0.8	0.7

라. 기타

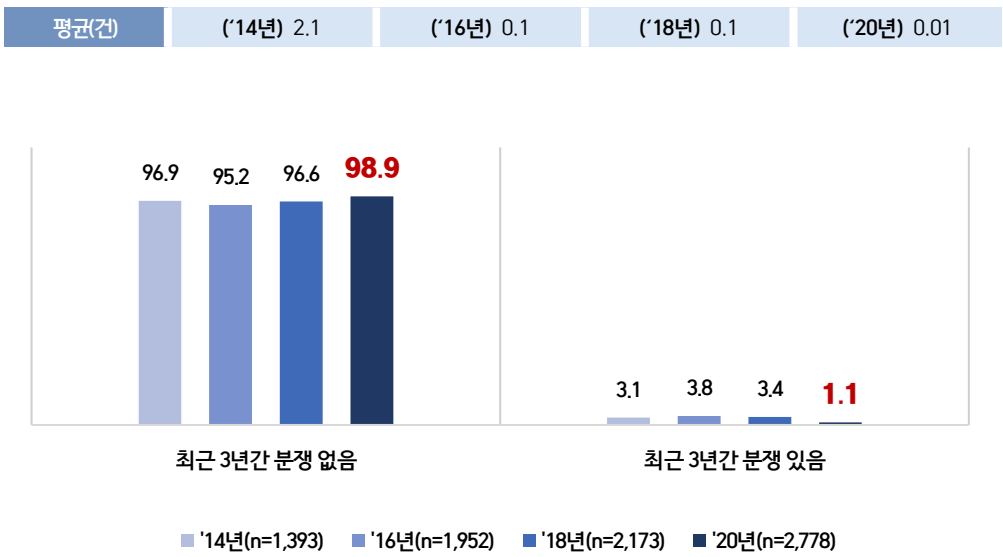
(1) 대중문화예술인 계약서 관련 법적 분쟁 사례 유무

○ 최근 3년(2018~2020년) 간 소속 대중문화예술인(소속 연습생 포함)과 계약서 관련 법적 '분쟁 있음'이 1.1%로 나타남

○ 2018년 대비, '분쟁 있음'(▽2.3%p)이 감소한 것으로 나타남

《그림 2-2-69》 대중문화예술인(소속 연습생 포함) 계약서 관련 법적 분쟁 사례 유무

(기획업 전체, 단위 : %)



특성별 분석

○ 최근 3년간 '분쟁 없음'이 대부분을 차지하는 가운데, 매니지먼트 분야에서 '분쟁 있음'이 상대적으로 높게 나타남

《표 2-2-79》 대중문화예술인(소속 연습생 포함) 계약서 관련 법적 분쟁 사례 유무

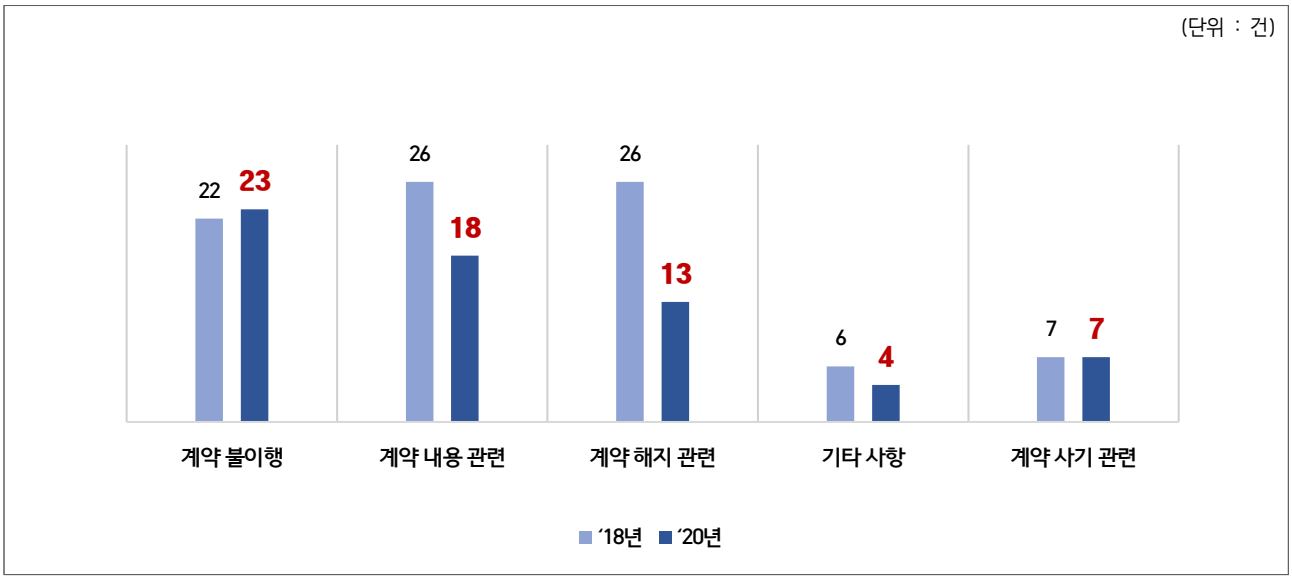
(기획업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	최근 3년간 분쟁 없음	최근 3년간 분쟁 있음	평균(건)
전 체		(2,778)	98.9	1.1	0.01
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	98.6	1.4	0.02
	제작 분야	(835)	98.8	1.2	0.02
	기타 분야	(517)	100.0	0.0	0.00
소속직원 수	1인	(1,014)	99.1	0.9	0.01
	2~5인 미만	(898)	98.6	1.4	0.02
	5~10인 미만	(561)	98.6	1.4	0.01
	10인 이상	(305)	99.6	0.4	0.01

❍ 2020년 조사 기준, 대중문화예술인(소속 연습생 포함)과 계약서 관련 법적 분쟁 사례 수는 총 64건으로 2018년 대비, ▽23건 감소한 것으로 나타남

- 특히, '계약 해지 관련'(▽13건), '계약 내용 관련'(▽8건) 분쟁 건 수가 감소한 것으로 나타남

《그림 2-2-70》 대중문화예술인(소속 연습생 포함) 계약서 관련 법적 분쟁 유형별 현황



《표 2-2-80》 대중문화예술인(소속 연습생 포함) 계약서 관련 법적 분쟁 유형별 현황

(단위 : 건)

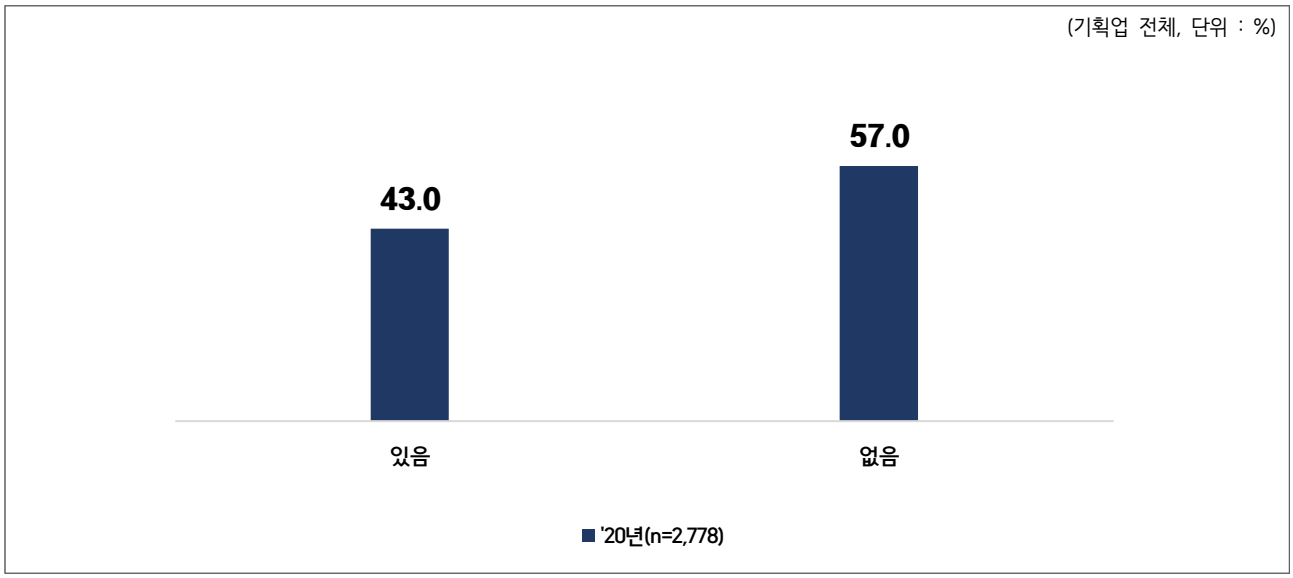
구 분		'18년	'20년	증감('20년-'18년)
전 체		87	64	▽23
분쟁 내용	계약 불이행	22	23	▲1
	계약 내용 관련	26	18	▽8
	계약 해지 관련	26	13	▽13
	계약 사기 관련	6	4	▽2
	기타 사항	7	7	0

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 항목별 합과 합계의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(2) 현재 가입 협회/단체 여부

❍ 현재 가입되어 있는 협회나 단체가 있는 업체는 43.0%로 나타남

《그림 2-2-71》 현재 가입 협회/단체 여부



* 2021년 조사의 신규 항목임

특성별 분석

❍ 매니지먼트 분야, 소속직원 1인 업체에서 협회/단체 가입률이 상대적으로 높게 나타남

《표 2-2-81》 현재 가입 협회/단체 여부

(기획업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	있음	없음
전 체		(2,778)	43.0	57.0
주요 사업 분야	매니지먼트 분야	(1,426)	45.9	54.1
	제작 분야	(835)	43.6	56.4
	기타 분야	(517)	34.1	65.9
소속직원 수	1인	(1,014)	46.6	53.4
	2~5인 미만	(898)	42.9	57.1
	5~10인 미만	(561)	40.8	59.2
	10인 이상	(305)	35.3	64.7

제3절 제작업

❍ 대중문화예술산업 제작업의 응답 업체 특성은 다음과 같음

- 주요 사업 분야는 '영상물 제작'이 74.8%로 대부분을 차지하고, 그 밖에 '공연물 제작'(14.7%), '음반/음원 제작'(8.4%) 등의 순으로 나타남
- 소속직원 수는 '5인 미만' 업체가 59.2%로 가장 높고, '30인 이상' 규모가 큰 제작업체는 8.8%로 나타남
- 사업체 형태는 '회사법인'이 71.7%로 가장 높고, '개인사업체'는 26.8%로 나타남
- 상장기업은 1.1%이며, 해외지사를 둔 업체는 0.6%로 나타남

《표 2-3-1》 응답업체 특성

(제작업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	비율
전 체		(1,832)	100.0
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	74.8
	음반/음원 제작	(153)	8.4
	공연물 제작	(269)	14.7
	기타 제작	(40)	2.2
【영상물】	방송	(759)	41.4
	영화	(233)	12.7
	애니메이션	(73)	4.0
	광고	(157)	8.5
	뮤직비디오	(9)	0.5
	기타	(140)	7.6
【음반/음원】	음반/음원	(153)	8.4
【공연물】	공연기획/제작사	(261)	14.2
	공연단체	(8)	0.5
【기타】	기타	(40)	2.2
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	59.2
	5~10인 미만	(353)	19.3
	10~30인 미만	(235)	12.8
	30인 이상	(160)	8.8
사업체 형태	개인사업체	(492)	26.8
	회사법인	(1,314)	71.7
	회사외 법인	(26)	1.4
상장 여부	상장 했음	(20)	1.1
	상장하지 않았음	(1,812)	98.9
해외지사 여부	해외지사 있음	(11)	0.6
	해외지사 없음	(1,821)	99.4

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

1. 세부 인력 현황

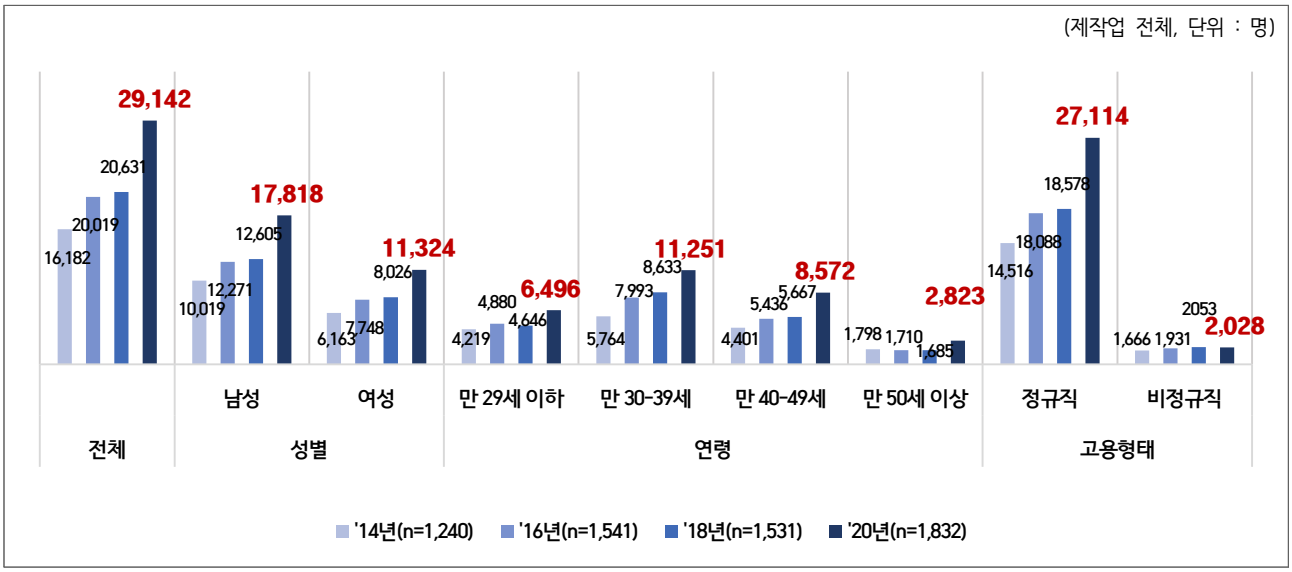
가. 소속직원 현황

○ 2020년 기준, 대중문화예술산업 제작업에 종사하는 인력 규모는 총 29,142명으로 나타남

- 성별로는 '남성'이 10,818명으로 '여성'(11,324명)보다 많으며, 연령대별로는 '만 30~39세'(11,251명), '만 40~49세'(8,572명), '만 29세 미만'(6,496명) 등의 순으로 나타남
- 고용형태별로는 '정규직'이 27,114명으로 대부분을 차지하고, '비정규직'은 2,028명임

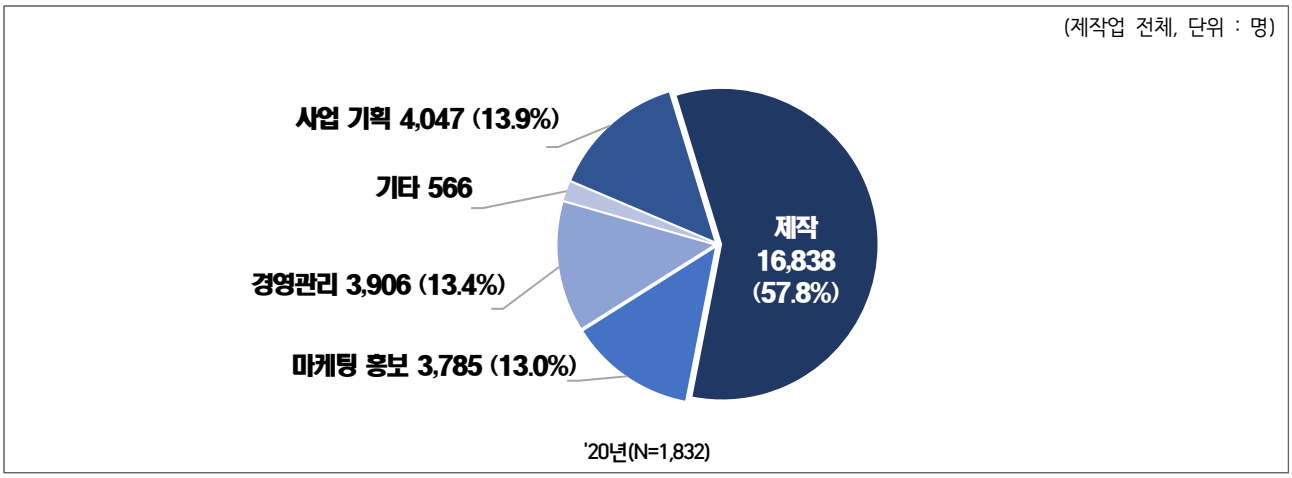
○ 2018년 대비, '전체 소속직원 수' ▲8,511명(41.3%)이 증가하였으며, '만 40~49세'(▲2,905명)와 '만 30~39세'(▲2,618명) 연령대에서 증가폭이 특히 높게 나타남

《 그림 2-3-1 》 소속직원 세부 인력 현황



○ 분야별로는 '연출, 촬영, 조명 등 제작' 인력이 16,838명(57.8%)로 가장 많으며, 다음으로 '사업기획'(4,047명), '경영관리'(3,906명), '마케팅 홍보'(3,785명) 등의 순임

《 그림 2-3-2 》 소속직원 분야별 인력 현황(2020년 말 기준)



《표 2-3-2》 소속직원 세부 인력 현황

(제작업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	전체 인력 수	성별		연령				고용형태	
				남성	여성	만 29세 미만	만 30-39세	만 40-49세	만 50세 이상	정규직	비정규직
전 체		(1,832)	29,142	17,818	11,324	6,496	11,251	8,572	2,823	27,114	2,028
주된 업무	사업 기획	(1,832)	4,047	2,788	1,259	549	1,256	1,469	773	3,942	105
	제작	(1,832)	16,838	10,731	6,107	4,101	7,060	4,621	1,056	15,578	1,260
	마케팅 홍보	(1,832)	3,785	2,099	1,686	857	1,532	1,105	291	3,541	244
	경영관리	(1,832)	3,906	1,896	2,010	867	1,193	1,250	596	3,703	203
	기타*	(1,832)	566	304	262	122	210	127	107	350	216
영상물 제작	소계	(1,370)	26,297	15,970	10,327	5,990	10,138	7,638	2,531	24,363	1,934
	사업 기획	(1,370)	3,520	2,427	1,093	491	1,083	1,255	691	3,420	100
	제작	(1,370)	15,479	9,833	5,646	3,827	6,450	4,231	971	14,282	1,197
	마케팅 홍보	(1,370)	3,489	1,931	1,558	804	1,403	1,018	264	3,254	235
	경영관리	(1,370)	3,264	1,484	1,780	749	1,000	1,013	502	3,074	190
	기타*	(1,370)	545	295	250	119	202	121	103	333	212
음반/음원 제작	소계	(153)	696	441	255	130	273	201	92	686	10
	사업 기획	(153)	152	110	42	19	53	52	28	151	1
	제작	(153)	367	232	135	73	154	105	35	360	7
	마케팅 홍보	(153)	80	52	28	12	35	24	9	80	0
	경영관리	(153)	94	44	50	26	29	19	20	93	1
	기타*	(153)	3	3	0	0	2	1	0	2	1
공연물 제작	소계	(269)	1,539	963	576	291	657	462	129	1,467	72
	사업 기획	(269)	320	210	110	36	102	136	46	316	4
	제작	(269)	881	589	292	172	414	247	48	826	55
	마케팅 홍보	(269)	164	90	74	35	74	39	16	157	7
	경영관리	(269)	166	70	96	46	65	39	16	163	3
	기타*	(269)	8	4	4	2	2	1	3	5	3
기타 제작	소계	(40)	610	444	166	85	183	271	71	598	12
	사업 기획	(40)	55	41	14	3	18	26	8	55	0
	제작	(40)	111	77	34	29	42	38	2	110	1
	마케팅 홍보	(40)	52	26	26	6	20	24	2	50	2
	경영관리	(40)	382	298	84	46	99	179	58	373	9
	기타*	(40)	10	2	8	1	4	4	1	10	0

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

** 기타 : 기술개발팀, 작가, 기자, 아나운서 등

*** 소속직원 인력 문항은 가중을 적용하지 않음

나. 프리랜서 현황

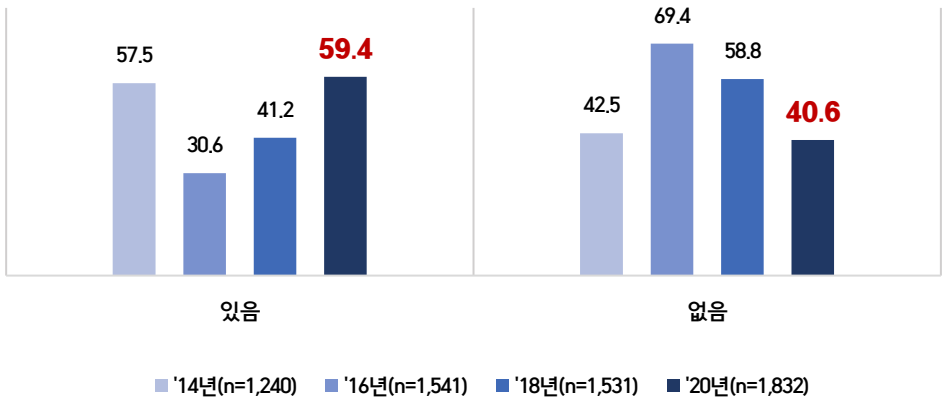
(1) 프리랜서 유무

○ 제작 회사에 전속되어 있지는 않지만 필요 시 제작 관련 업무에 함께 투입되는 프리랜서가 '있다'는 응답은 59.4%로 절반 이상을 차지함

○ 2018년 대비, 프리랜서 '있음' 비율이 ▲18.2%p 증가한 것으로 나타남

《그림 2-3-3》 프리랜서 유무

(제작업 전체, 단위 : %)



특성별 분석

○ 영상물 제작 분야에서 프리랜서 '있음'(63.3%) 비율이 가장 높게 나타남

《표 2-3-3》 프리랜서 유무

(제작업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	있음	없음
전 체		(1,832)	59.4	40.6
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	63.3	36.7
	음반/음원 제작	(153)	40.1	59.9
	공연물 제작	(269)	54.5	45.5
	기타 제작	(40)	33.0	67.0
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	59.4	40.6
	5~10인 미만	(353)	62.2	37.8
	10~30인 미만	(235)	62.5	37.5
	30인 이상	(160)	49.0	51.0

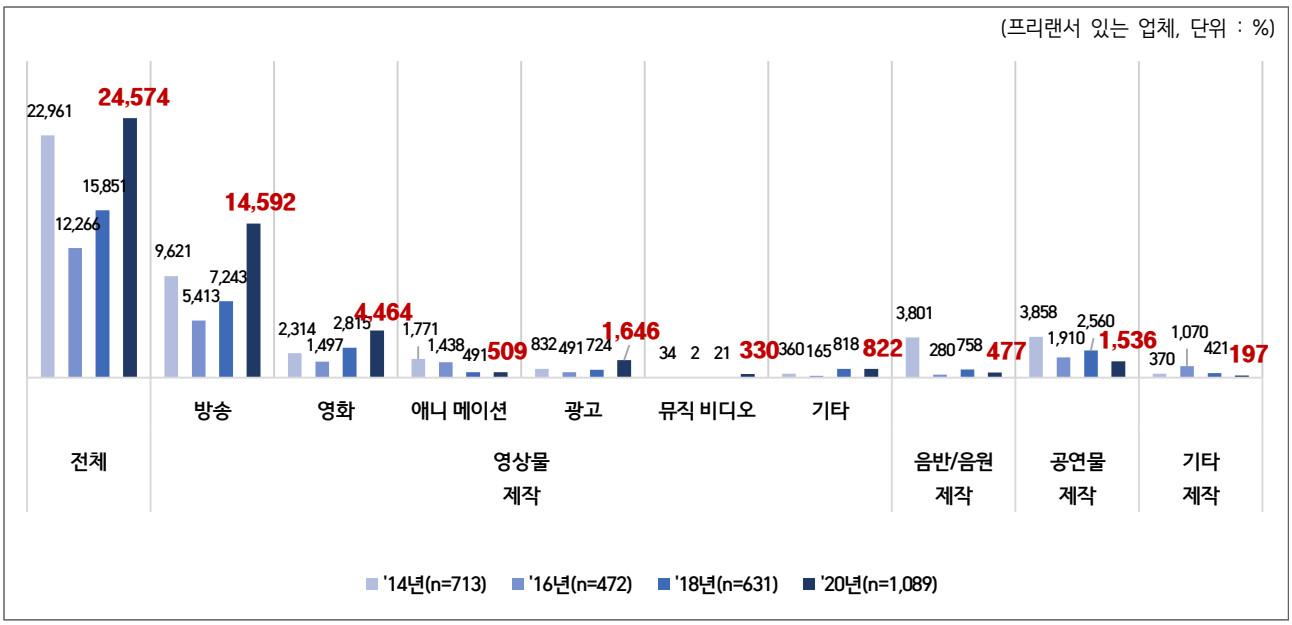
(2) 프리랜서 현황

❍ 대중문화예술산업 제작업에 전속되어 있지는 않지만 필요 시 제작 관련 업무에 함께 투입되는 프리랜서 전체 인력 규모는 24,574명으로 나타남

- 분야별로 보면, 영상물 제작 중 '방송' 분야가 14,592명으로 가장 많고, 다음으로 '영화'(4,464명), '광고'(1,646명) 등의 순임

❍ 2018년 대비, 전체 프리랜서 수는 ▲8,723명(+55.0%) 증가하였으며, '방송'(▲14,592명), '영화'(▲4,464명) 분야에서 특히 높게 나타남

《 그림 2-3-4 》 프리랜서 현황



* 프리랜서는 특정 기업이나 단체에 소속되지 않고, 자신의 기술과 능력을 이용해 필요할 때마다 독립적으로 일을 맡아 진행함
(특정 기업에 소속되어 있는 비정규직과는 다른 개념임)

《 표 2-3-4 》 프리랜서 현황

(프리랜서 있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	전체	영상물 제작						음반/음원 제작	공연물 제작	기타 제작
				방송	영화	애니 메이션	광고	뮤직 비디오	기타			
전 체		(1,089)	24,574	14,592	4,464	509	1,646	330	822	477	1,536	197
주요 활동 분야	영상물 제작	(868)	22,422	14,591	4,463	506	1,641	327	819	4	0	72
	음반/음원 제작	(61)	436	1	1	0	0	0	0	433	0	0
	공연물 제작	(147)	1,609	0	0	3	5	3	3	31	1,536	27
	기타 제작	(13)	107	0	0	0	0	0	0	9	0	98
소속직원 수	5인 미만	(644)	8,958	3,490	2,050	151	1,024	324	433	367	1,033	87
	5~10인 미만	(220)	4,384	2,350	925	105	330	7	217	54	333	64
	10~30인 미만	(147)	5,565	3,845	1,294	105	76	0	8	55	142	40
	30인 이상	(79)	5,667	4,907	196	149	216	0	164	1	28	6

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

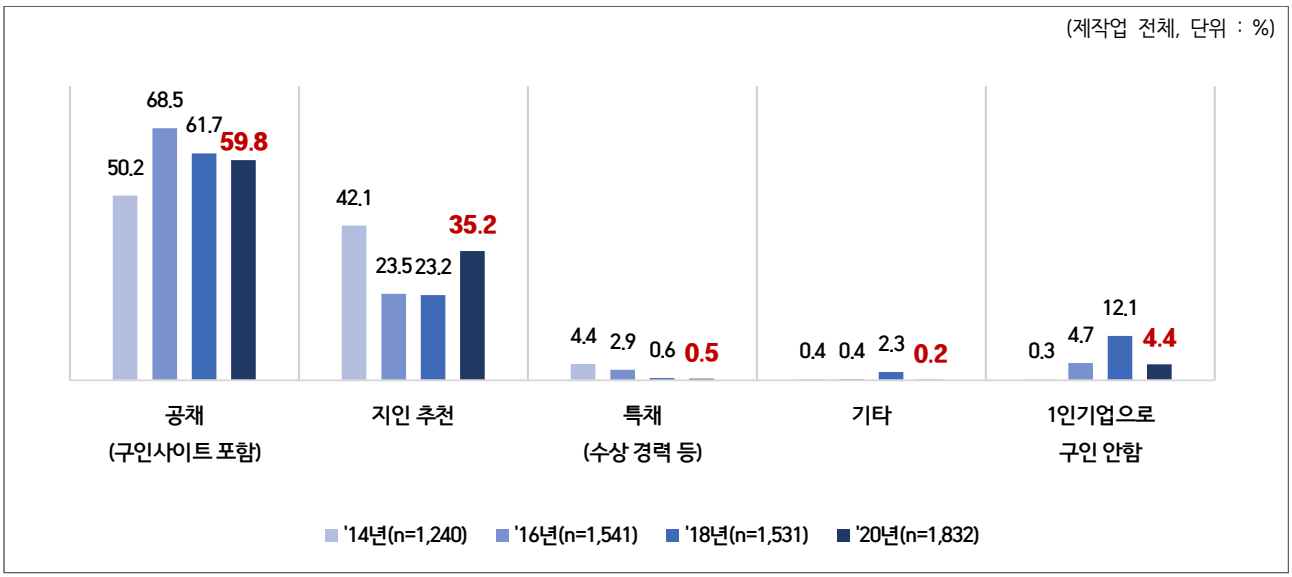
다. 구인경로 및 신규 직원 채용 시 평가 요소

(1) 소속직원 구인 경로

○ 소속직원 구인 경로는 '공채(구인사이트 포함)'(59.8%) 활용이 가장 높고, 이어서 '지인 추천'(35.2%)이 뒤를 이었음

○ 2018년 대비, '지인 추천'(▲12.1%p)이 증가한 것으로 나타남

《그림 2-3-5》 소속직원 구인 경로



특성별 분석

○ 소속직원 규모가 클수록 '공채(구인사이트 포함)'를 통한 구인하는 비율이 높은 것으로 나타남

《표 2-3-5》 소속직원 구인 경로

(제작업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	공채 (구인사이트 포함)	지인 추천	특채 (수상경력 등)	기타	1인기업으로 구인 안함
전 체		(1,832)	59.8	35.2	0.5	0.2	4.4
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	65.5	30.0	0.5	0.2	3.7
	음반/음원 제작	(153)	36.9	55.8	0.9	0.0	6.4
	공연물 제작	(269)	45.9	48.0	0.0	0.0	6.1
	기타 제작	(40)	47.5	44.8	0.0	0.0	7.7
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	41.5	50.4	0.5	0.1	7.4
	5~10인 미만	(353)	78.2	20.7	0.8	0.4	0.0
	10~30인 미만	(235)	90.6	9.4	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	(160)	98.3	1.7	0.0	0.0	0.0

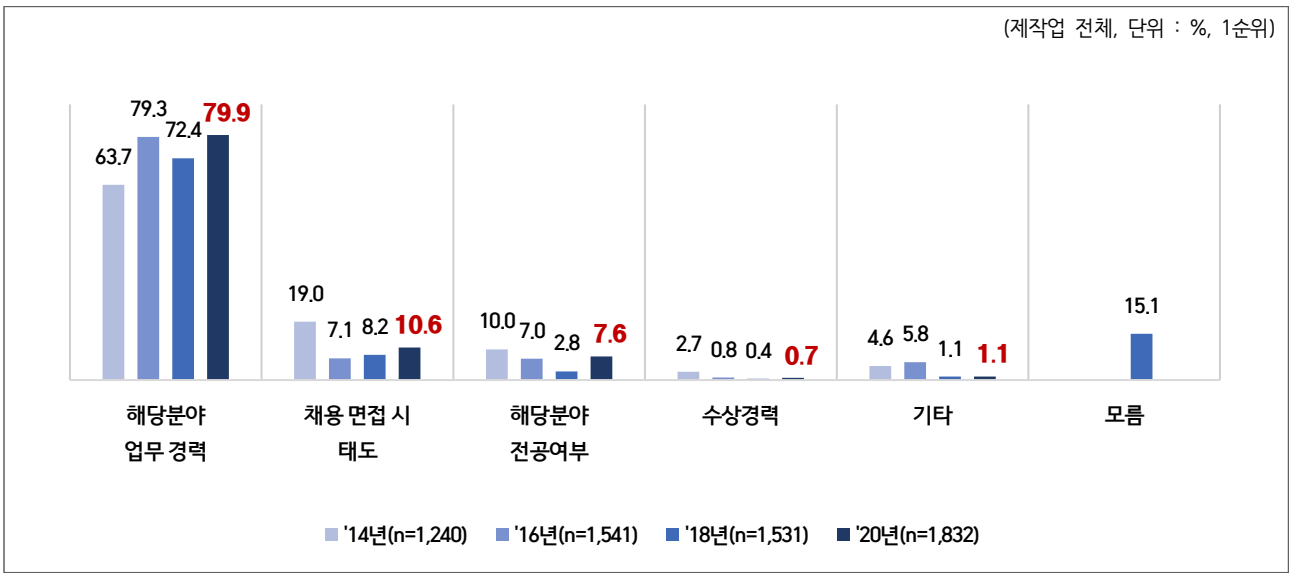
* 기타 : 학교와 MOA체결로 채용

(2) 신규직원 채용 시 평가 항목

❍ 신규직원 채용 시, 평가하는 항목으로 '해당분야 업무 경력'(79.9%)이 가장 높은 1순위로 나타남
- 그 밖에 '채용 면접 시 태도'(10.6%), '해당분야 전공여부'(7.6%) 등의 순임

❍ 2018년 대비, '해당분야 업무 경력'(▲7.5%p) 증가폭이 가장 높게 나타남

《그림 2-3-6》 신규직원 채용 시 평가 항목



특성별 분석

❍ 소속직원이 많을수록 '해당분야 전공여부'의 평가 항목이 상대적으로 높게 나타남

《표 2-3-6》 신규직원 채용 시 평가 항목

(제작업 전체, 단위 : %, 1순위)

구 분		사례수	해당분야 업무 경력	채용 면접 시 태도	해당분야 전공여부	수상경력	기타
전 체		(1,832)	79.9	10.6	7.6	0.7	1.1
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	80.3	9.7	8.2	0.5	1.3
	음반/음원 제작	(153)	76.5	16.2	3.5	1.8	2.1
	공연물 제작	(269)	78.1	13.0	8.0	0.9	0.0
	기타 제작	(40)	93.6	3.9	2.5	0.0	0.0
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	79.7	12.5	6.3	0.6	1.0
	5~10인 미만	(353)	78.6	10.4	8.3	0.8	1.9
	10~30인 미만	(235)	84.5	4.2	8.7	1.2	1.4
	30인 이상	(160)	77.9	8.2	13.9	0.0	0.0

* 기타 : 성실성, 어학능력, 적응력

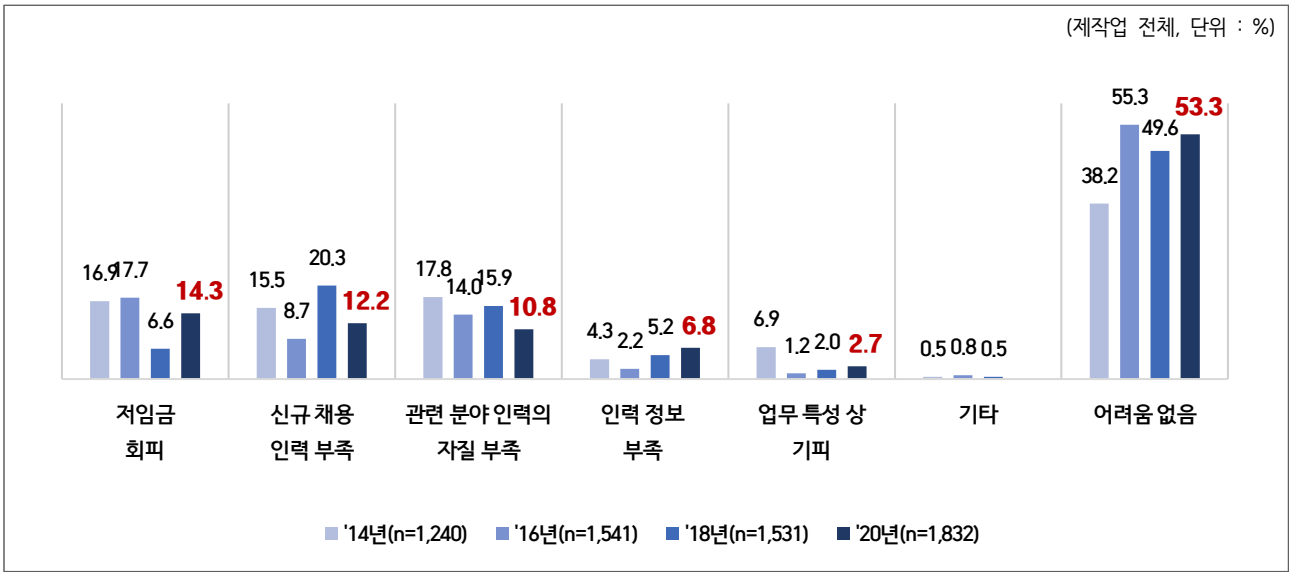
(3) 신규직원 채용 시 애로사항

○ 신규직원 채용 시 애로사항으로는 '저임금 회피'(14.3%), '신규 채용 인력 부족'(12.2%), '관련 분야 인력의 자질 부족'(10.8%) 등이 나타남

- 한편, '어려움 없음'이 53.3%로 절반 정도를 차지함

○ 2018년 대비, '저임금 회피'(▲7.7%p)는 증가한 반면, '신규 채용 인력 부족'(▽8.1%p)은 감소한 것으로 나타남

《그림 2-3-7》 신규직원 채용 시 애로사항



특성별 분석

○ 소속직원 규모가 클수록 '인력 정보 부족' 애로가 상대적으로 높게 나타남

《표 2-3-7》 신규직원 채용 시 애로사항

(제작업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	저임금 회피	신규 채용 인력 부족	관련 분야 인력의 자질 부족	인력 정보 부족	업무 특성 상 기피	어려움 없음
전 체		(1,832)	14.3	12.2	10.8	6.8	2.7	53.3
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	13.1	14.0	11.6	8.0	2.9	50.4
	음반/음원 제작	(153)	14.3	5.2	7.6	1.6	2.5	68.8
	공연물 제작	(269)	20.7	7.3	9.3	4.4	1.2	57.1
	기타 제작	(40)	11.4	7.7	5.0	2.5	7.5	65.9
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	18.4	9.6	8.4	3.6	2.4	57.7
	5~10인 미만	(353)	14.5	15.6	16.0	9.5	3.7	40.6
	10~30인 미만	(235)	4.7	12.3	12.9	12.8	2.4	55.0
	30인 이상	(160)	0.0	21.8	12.6	13.8	3.2	48.6

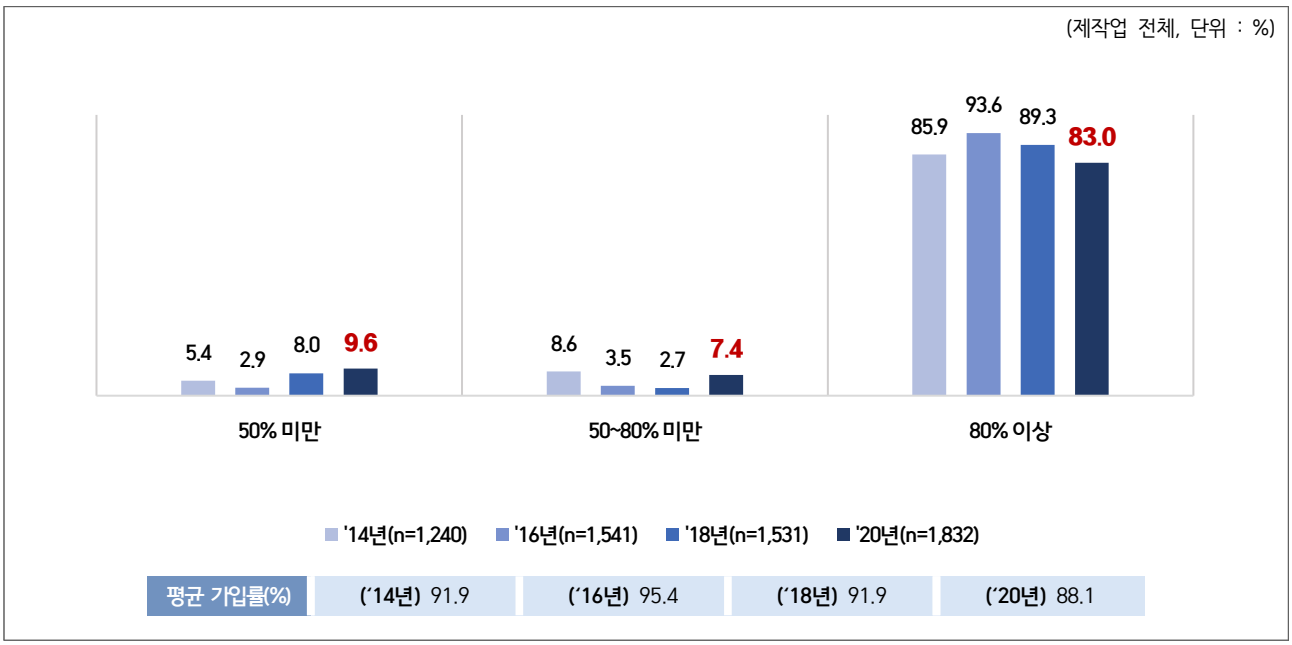
(4) 소속직원 4대보험 가입률

❍ 소속직원 4대보험 가입률은 평균 88.1%로 나타남

- 구간별로는 4대보험 가입률이 '80% 이상'이 83.1%로 가장 높게 나타남

❍ 2018년 대비, 소속직원 4대보험 평균 가입률은 ▽3.8% 감소한 수준을 보임

《 그림 2-3-8 》 소속직원 4대보험 가입률



《 표 2-3-8 》 소속직원 4대보험 가입률

(제작업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	50% 미만	50~80% 미만	80% 이상	평균(%)
전 체		(1,832)	9.6	7.4	83.0	88.1
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	8.7	8.2	83.1	88.8
	음반/음원 제작	(153)	12.5	0.0	87.5	87.9
	공연물 제작	(269)	12.3	7.7	80.0	84.9
	기타 제작	(40)	12.7	5.0	82.3	85.4
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	11.2	5.5	83.2	87.0
	5~10인 미만	(353)	5.9	6.7	87.4	92.0
	10~30인 미만	(235)	9.6	9.7	80.7	88.5
	30인 이상	(160)	7.3	18.0	74.7	86.5

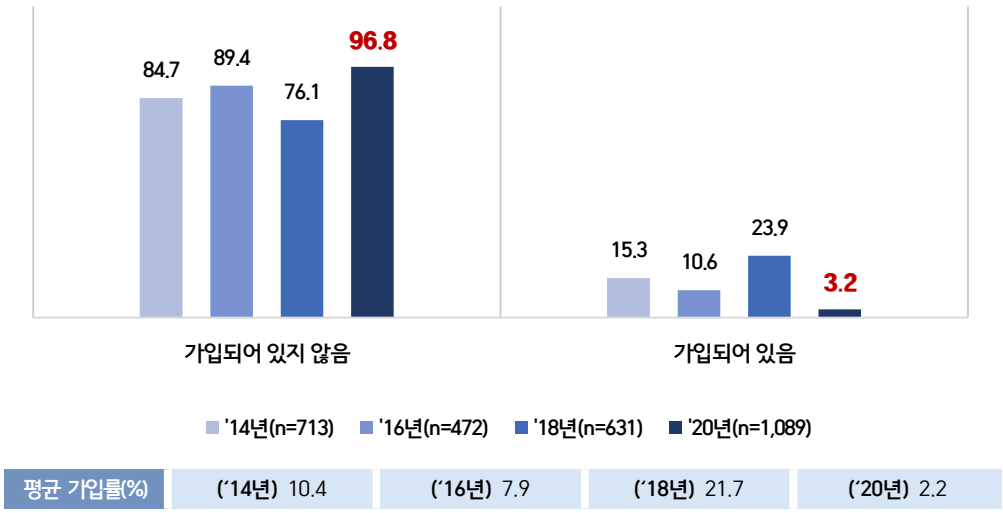
(5) 프리랜서 4대보험 가입률

❍ 프리랜서 4대보험 가입되어 있는 제작업은 3.2%이며, 평균 가입률은 2.2%로 나타남

❍ 2018년 대비, 프리랜서 4대보험 평균 가입률은 ▽19.5% 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-3-9 》 프리랜서 4대보험 가입률

(제작업 전체, 단위 : %)



특성별 분석

❍ 기타 제작 분야에서 프리랜서 4대보험 '가입되어 있음' 비율이 타 분야에 비해 높게 나타남

《 표 2-3-9 》 프리랜서 4대보험 가입률

(제작업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	가입되어 있지 않음	가입되어 있음	평균(%)
전 체		(1,089)	96.8	3.2	2.2
주요 사업 분야	영상물 제작	(868)	97.1	2.9	2.0
	음반/음원 제작	(61)	93.3	6.7	4.5
	공연물 제작	(147)	98.1	1.9	0.5
	기타 제작	(13)	77.2	22.8	19.0
소속직원 수	5인 미만	(644)	96.8	3.2	2.2
	5~10인 미만	(220)	96.2	3.8	2.5
	10~30인 미만	(147)	97.2	2.8	1.6
	30인 이상	(79)	97.2	2.8	2.1

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

2. 사업 현황

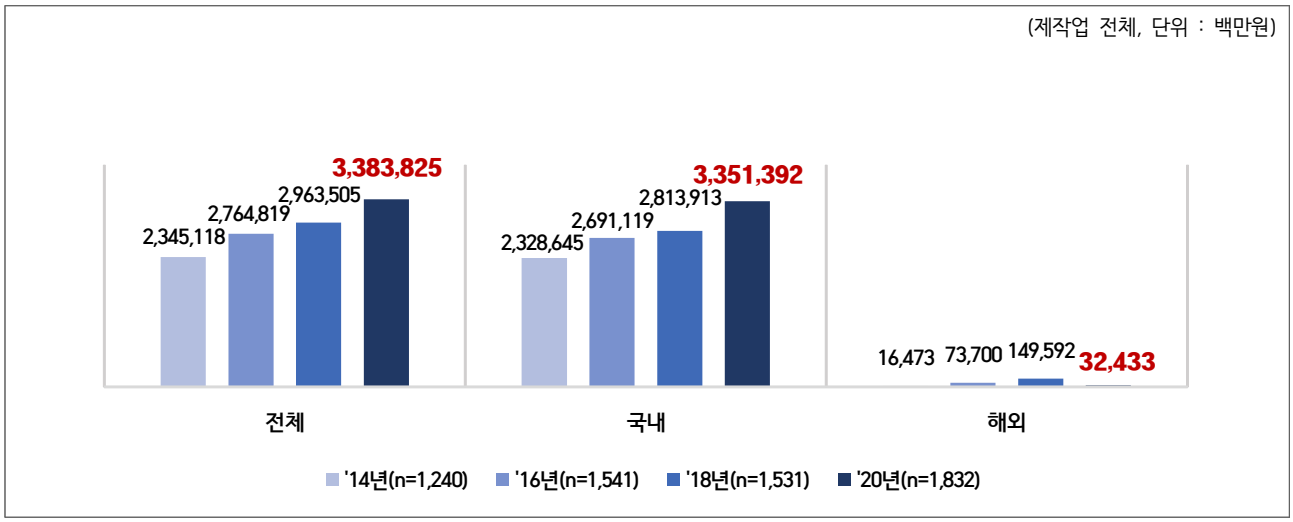
가. 매출 규모 및 제작 건수

(1) 대중문화예술산업 제작업 매출 규모

❍ 2020년 기준, 대중문화예술산업 제작업의 전체 매출 규모는 3조 3,838억원으로 나타남

❍ 2018년 대비, '전체 매출액'(+14.2%)이 증가하였으며, 그 중 국내 매출액(+19.1%)은 증가한 반면 해외 매출액(-78.3%)은 큰 폭으로 감소한 것으로 나타남

《그림 2-3-10》 대중문화예술산업 제작업 매출 규모



《표 2-3-10》 대중문화예술산업 제작업 매출 규모

(제작업 전체, 단위 : 백만원)

구 분		사례수	전체 규모	영상물 제작	음반/음원 제작	공연물 제작	기타 제작물*	기타**
전 체		(1,832)	3,383,825	2,941,003	118,615	251,539	62,959	9,709
국내		(1,832)	3,351,392	2,909,856	118,615	250,539	62,673	9,709
해외		(1,832)	32,433	31,147	0	1,000	286	0
영상물 제작	소계	(1,370)	3,060,406	2,921,721	58,213	16,978	58,861	4,633
	국내	(1,370)	3,028,973	2,890,574	58,213	16,978	58,575	4,633
	해외	(1,370)	31,433	31,147	0	0	286	0
음반/음원 제작	소계	(153)	45,780	6,766	38,849	165	0	0
	국내	(153)	45,780	6,766	38,849	165	0	0
	해외	(153)	0	0	0	0	0	0
공연물 제작	소계	(269)	258,378	7,581	13,384	234,396	2,966	51
	국내	(269)	257,378	7,581	13,384	233,396	2,966	51
	해외	(269)	1,000	0	0	1,000	0	0
기타 제작	소계	(40)	19,261	4,935	8,169	0	1,132	5,025
	국내	(40)	19,261	4,935	8,169	0	1,132	5,025
	해외	(40)	0	0	0	0	0	0

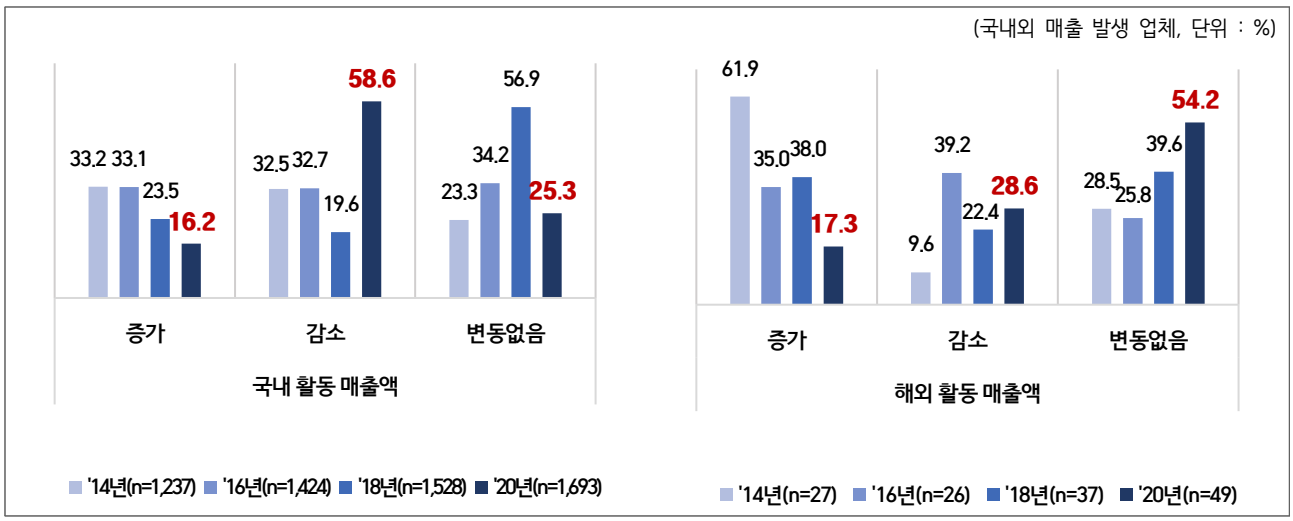
* 기타 제작물 : 유튜브, 홍보, 교육, 게임영상물 제작 등
** 기타 : 플랫폼서비스, 방송소프트웨어개발, 스튜디오 대여, 매니지먼트 등
*** 제작업 중 매니지먼트 매출이 발생하는 경우, 기타로 분류하여 산출함
**** 매출 규모 문항은 가중을 적용하지 않음

(2) 국내외 매출액 증감 현황

○ 2019년 대비 2020년에 국내외 활동에 대한 매출액 증감 현황을 보면, 국내 매출액은 '감소'(58.6%), 해외 매출액은 '변동없음'(54.2%)이 절반 이상을 차지함

○ 2018년 대비, 국내외 활동 모두 매출액이 감소한 것으로 나타났으며, '국내 매출'(▲39.0%p)이 '해외 매출'(▲6.2%p)보다 '감소' 비율이 더 높게 나타남

《 그림 2-3-11 》 국내외 매출액 증감 현황



* 2014년 국내 활동 매출액 증감 '모름' 11.0%

특성별 분석

○ 공연물 제작에서 '국내 활동 매출액' 감소 비율이 타 산업에 비해 높게 나타남

○ 소속직원 규모가 클수록 '국내 활동 매출액' 감소 비율이 상대적으로 낮아지는 경향을 보임

《 표 2-3-11 》 국내외 매출액 증감 현황

(국내외 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	국내			사례수	해외		
			증가	감소	변동없음		증가	감소	변동없음
전 체		(1,693)	16.2	58.6	25.3	(49)	17.3	28.6	54.2
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,251)	17.9	56.4	25.6	(48)	17.8	29.4	52.8
	음반/음원 제작	(148)	8.6	59.2	32.2	(0)	0.0	0.0	0.0
	공연물 제작	(265)	12.6	68.6	18.7	(1)	0.0	0.0	100.0
	기타 제작	(29)	10.2	55.4	34.4	(0)	0.0	0.0	0.0
소속직원 수	5인 미만	(999)	13.3	64.8	21.9	(16)	18.2	18.0	63.8
	5~10인 미만	(331)	20.0	51.5	28.6	(15)	27.3	27.3	45.5
	10~30인 미만	(222)	25.9	47.8	26.3	(12)	10.9	44.3	44.8
	30인 이상	(141)	12.2	47.9	39.8	(5)	0.0	27.8	72.2

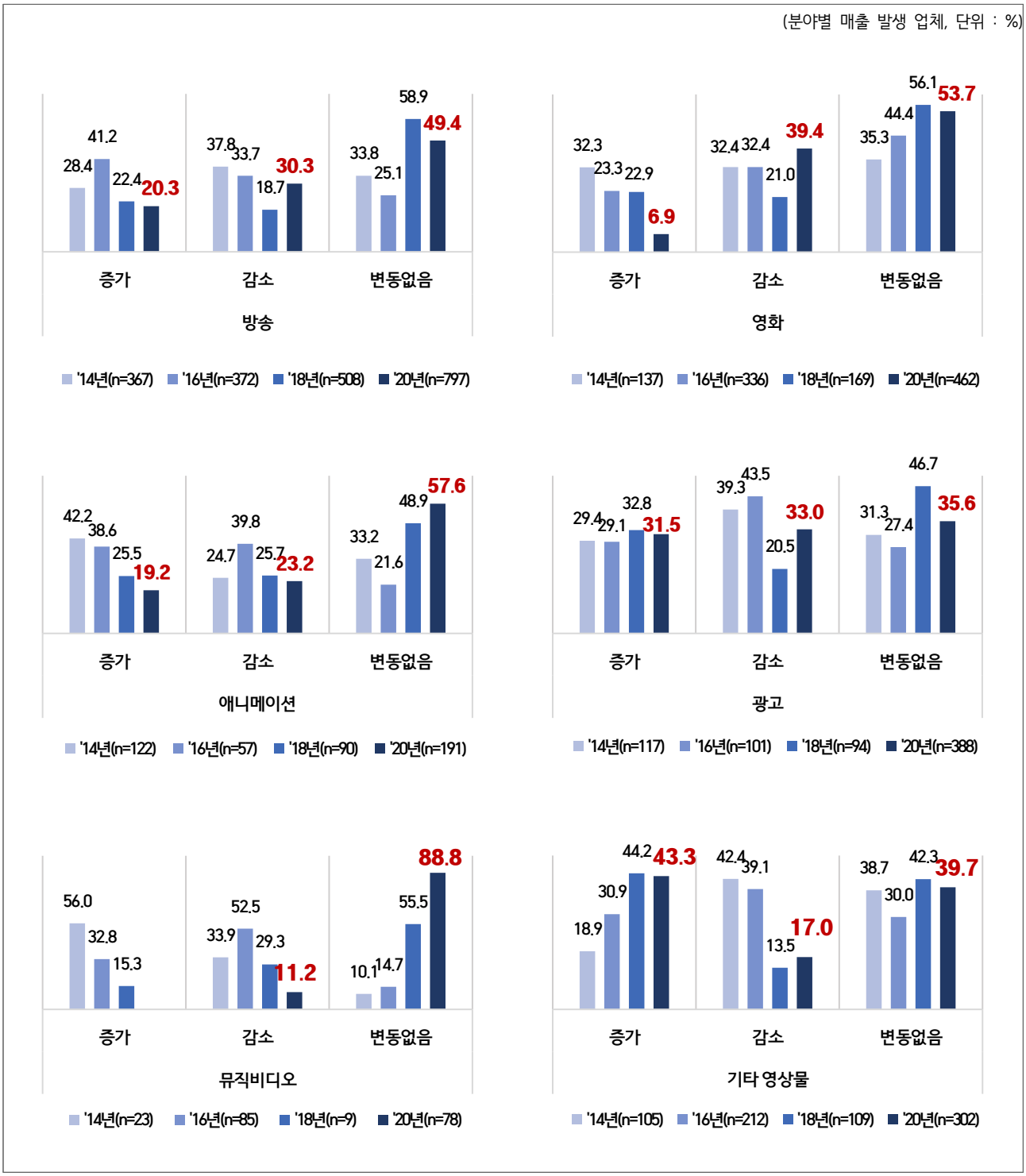
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(3) 분야별 매출액 증감 현황 : 영상물 제작 분야

○ 영상물 제작 분야의 매출액 증감을 보면, 매출이 '감소'하였다는 응답은 영화(39.4%), 광고(33.0%), 방송(30.3%)에서 높게 나타났으며, 기타 영상물은 증가(43.3%) 응답이 상대적으로 높게 나타남

○ 2018년 대비, 영화(▲18.4%p), 광고(▲12.5%p), 방송(▲11.6%p)에서 감소하였다는 응답이 높게 나타남

《 그림 2-3-12 》 분야별 매출액 증감 현황 : 영상물 제작 분야



《표 2-3-12》 분야별 매출액 증감 현황 : 방송, 영화

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	방송			사례수	영화		
			증가	감소	변동없음		증가	감소	변동없음
전 체		(797)	20.3	30.3	49.4	(462)	6.9	39.4	53.7
주요 사업 분야	영상물 제작	(779)	20.6	31.0	48.4	(437)	7.3	41.3	51.4
	음반/음원 제작	(6)	0.0	0.0	100.0	(0)	0.0	0.0	0.0
	공연물 제작	(4)	33.3	0.0	66.7	(23)	0.0	0.0	100.0
	기타 제작	(8)	0.0	0.0	100.0	(3)	0.0	66.7	33.3
소속직원 수	5인 미만	(382)	16.5	39.5	44.0	(298)	7.0	44.1	48.9
	5~10인 미만	(186)	23.0	18.6	58.4	(113)	8.6	28.1	63.3
	10~30인 미만	(122)	35.9	22.5	41.6	(26)	5.4	52.3	42.2
	30인 이상	(106)	11.1	27.0	62.0	(25)	0.0	21.8	78.2

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

《표 2-3-13》 분야별 매출액 증감 현황 : 애니메이션, 광고

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	애니메이션			사례수	광고		
			증가	감소	변동없음		증가	감소	변동없음
전 체		(191)	19.2	23.2	57.6	(388)	31.5	33.0	35.6
주요 사업 분야	영상물 제작	(189)	18.8	23.5	57.7	(350)	30.4	35.4	34.2
	음반/음원 제작	(0)	0.0	0.0	0.0	(6)	81.9	0.0	18.1
	공연물 제작	(0)	0.0	0.0	0.0	(31)	30.3	13.1	56.5
	기타 제작	(2)	50.0	0.0	50.0	(1)	100.0	0.0	0.0
소속직원 수	5인 미만	(124)	15.5	23.6	60.8	(200)	31.8	32.9	35.3
	5~10인 미만	(19)	14.3	42.9	42.9	(109)	31.3	38.2	30.5
	10~30인 미만	(36)	29.1	11.5	59.4	(48)	34.3	31.7	34.0
	30인 이상	(12)	35.0	22.8	42.3	(31)	25.2	17.2	57.7

《표 2-3-14》 분야별 매출액 증감 현황 : 뮤직비디오, 영상물 기타

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	뮤직비디오			사례수	영상물 기타		
			증가	감소	변동없음		증가	감소	변동없음
전 체		(78)	0.0	11.2	88.8	(302)	43.3	17.0	39.7
주요 사업 분야	영상물 제작	(52)	0.0	16.9	83.1	(253)	42.8	20.3	36.9
	음반/음원 제작	(0)	0.0	0.0	0.0	(27)	54.0	0.0	46.0
	공연물 제작	(26)	0.0	0.0	100.0	(9)	13.7	0.0	86.3
	기타 제작	(0)	0.0	0.0	0.0	(13)	50.0	0.0	50.0
소속직원 수	5인 미만	(44)	0.0	20.1	79.9	(205)	41.5	15.9	42.6
	5~10인 미만	(33)	0.0	0.0	100.0	(59)	45.9	14.0	40.0
	10~30인 미만	(1)	0.0	0.0	100.0	(11)	50.3	25.2	24.5
	30인 이상	(0)	0.0	0.0	0.0	(27)	48.0	28.7	23.3

(4) 분야별 매출액 증감 현황 : 음원, 공연물, 기타 분야

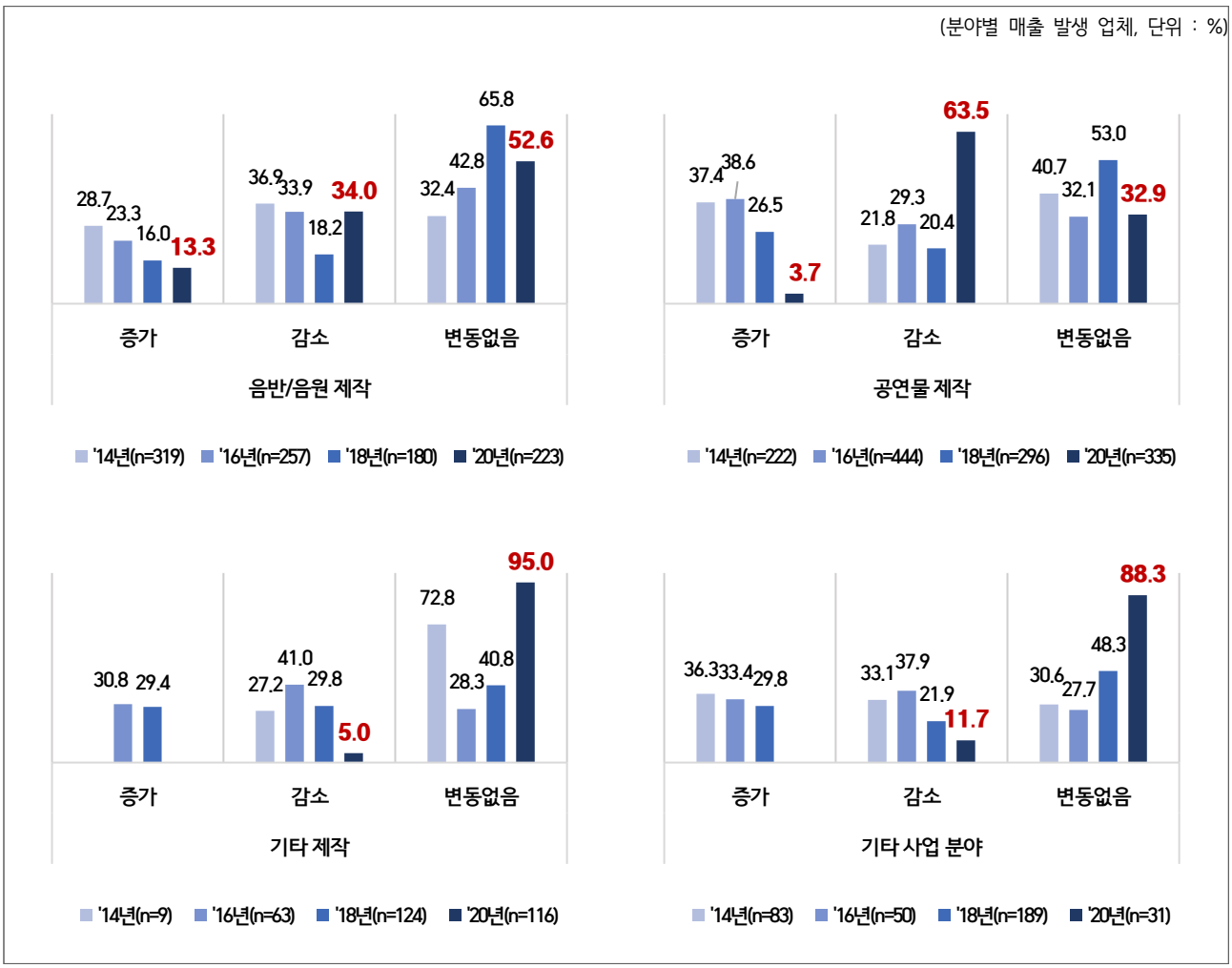
❍ 제작업 기타 분야의 매출액 증감을 보면, 주로 '변동없음' 응답이 높게 나타남

- 공연물 제작(63.5%)은 '감소'하였다는 응답이 높게 나타남

❍ 2018년 대비, 공연물 제작(▲43.1%p) '감소' 응답이 두드러지게 나타났으며, 기타 제작, 기타 사업 분야는 '변동없음'이 대부분을 차지함

《그림 2-3-13》 분야별 매출액 증감 현황 : 기타 제작 분야

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)



* 기타 제작물 : 유튜브, 홍보, 교육, 게임영상물 제작 등
** 기타 사업 분야 : 플랫폼서비스, 방송소프트웨어개발, 스튜디오 대여, 매니지먼트 등
*** 각 분야별 매출이 발생한 경우에만 해당문항에 응답하므로 항목별 사례수가 모두 다름

《표 2-3-15》 분야별 매출액 증감 현황 : 음반/음원, 공연물

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	음반/음원 제작			사례수	공연물 제작		
			증가	감소	변동없음		증가	감소	변동없음
전 체		(223)	13.3	34.0	52.6	(335)	3.7	63.5	32.9
주요 사업 분야	영상물 제작	(53)	2.6	2.6	94.8	(70)	0.0	4.2	95.8
	음반/음원 제작	(140)	20.3	53.2	26.5	(12)	0.0	33.5	66.5
	공연물 제작	(27)	0.0	0.0	100.0	(252)	4.9	81.4	13.8
	기타 제작	(3)	0.0	0.0	100.0	(0)	0.0	0.0	0.0
소속직원 수	5인 미만	(158)	16.6	40.1	43.3	(243)	2.5	69.0	28.5
	5~10인 미만	(51)	5.0	18.6	76.4	(64)	7.4	39.4	53.3
	10~30인 미만	(14)	7.0	21.1	71.9	(21)	7.0	72.5	20.5
	30인 이상	(0)	0.0	0.0	0.0	(7)	0.0	66.1	33.9

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

《표 2-3-16》 분야별 매출액 증감 현황 : 기타 제작, 기타 사업

(분야별 매출 발생 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	기타 제작			사례수	기타 사업 분야		
			증가	감소	변동없음		증가	감소	변동없음
전 체		(116)	0.0	5.0	95.0	(31)	0.0	11.7	88.3
주요 사업 분야	영상물 제작	(108)	0.0	2.6	97.4	(20)	0.0	12.9	87.1
	음반/음원 제작	(0)	0.0	0.0	0.0	(0)	0.0	0.0	0.0
	공연물 제작	(5)	0.0	0.0	100.0	(2)	0.0	0.0	100.0
	기타 제작	(3)	0.0	100.0	0.0	(9)	0.0	11.1	88.9
소속직원 수	5인 미만	(69)	0.0	4.5	95.5	(10)	0.0	0.0	100.0
	5~10인 미만	(25)	0.0	11.0	89.0	(8)	0.0	17.1	82.9
	10~30인 미만	(10)	0.0	0.0	100.0	(6)	0.0	17.5	82.5
	30인 이상	(13)	0.0	0.0	100.0	(7)	0.0	17.2	82.8

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(5) 분야별 제작 건수

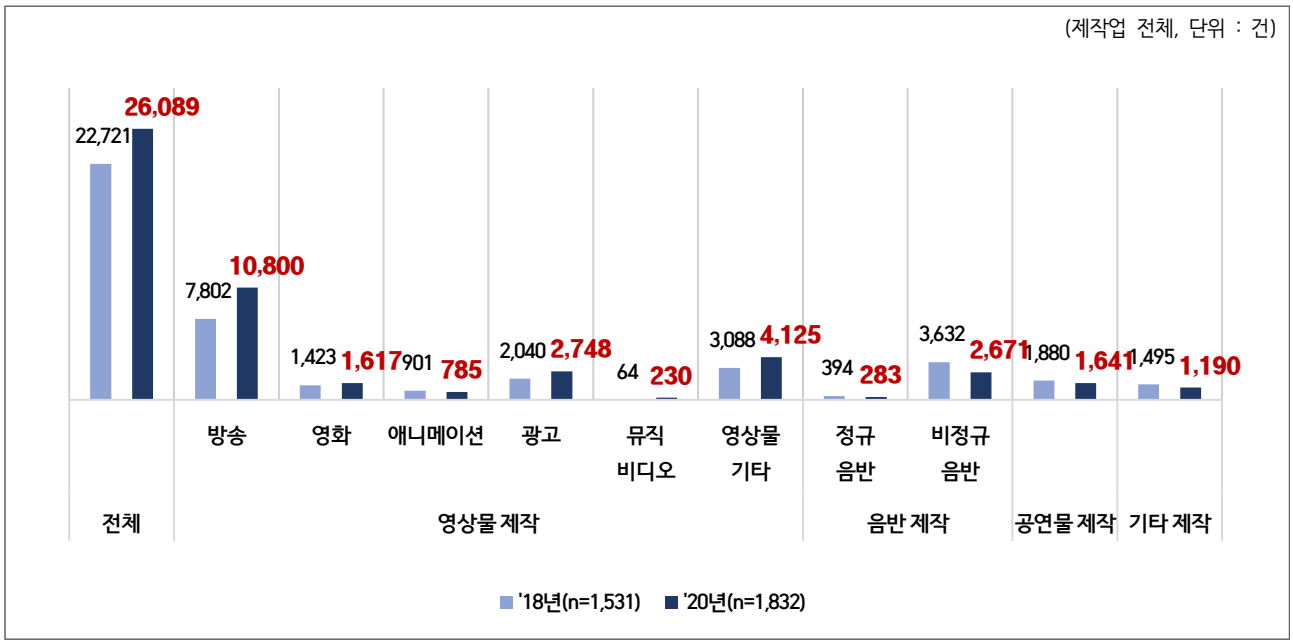
○ 2020년 기준, 전체 제작 완료 건수는 총 26,089건으로 나타남

- 분야별로는 '영상물 제작'이 20,304건으로 가장 많았으며, 그 중 '방송'(10,800건)이 대부분을 차지함. 그 외 '음반 제작'(2,953건), '공연물 제작'(1,614건) 등의 순임

○ 2018년 대비, '전체 제작 완료 건수'(▲3,368건)가 증가하였으며, 그 중 '영상물 제작' 중 '방송'(▲2,998건) 건 수 증가폭이 가장 높게 나타남

- 반면 '음반 제작', '공연물 제작', '기타 제작' 건수는 감소한 것으로 나타남

《그림 2-3-14》 분야별 제작 건수



* 2020년 기준으로 제작 완료된 작품에 대한 것이며, 제작기간이 길어 해당년도에 진행 중인 작품은 제외

《표 2-3-17》 분야별 제작 건수

(제작업 전체, 단위 : 건)

구 분		사례수	합계	영상물 제작	방송	영화	애니메이션	광고	뮤직 비디오	영상물 기타	음반 제작	정규 음반	비정규 음반	공연물 제작	기타 제작
	전 체	(1,832)	26,089	20,304	10,800	1,617	785	2,748	230	4,125	2,953	283	2,671	1,641	1,190
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	20,480	20,201	10,776	1,593	785	2,730	214	4,103	26	14	12	37	217
	음반/음원 제작	(153)	3,292	13	0	0	0	13	0	0	2,848	269	2,579	0	430
	공연물 제작	(269)	1,744	39	4	8	0	4	16	7	65	0	65	1,604	35
	기타 제작	(40)	573	51	20	15	0	0	0	15	15	0	15	0	508
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	11,080	6,798	2,636	794	170	1,243	216	1,739	2,325	211	2,115	1,224	733
	5~10인 미만	(353)	5,186	4,342	2,199	207	116	569	7	1,244	371	34	337	116	356
	10~30인 미만	(235)	5,237	4,693	2,714	379	298	630	7	666	257	38	219	244	43
	30인 이상	(160)	4,586	4,470	3,252	236	201	306	0	476	0	0	0	57	58

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

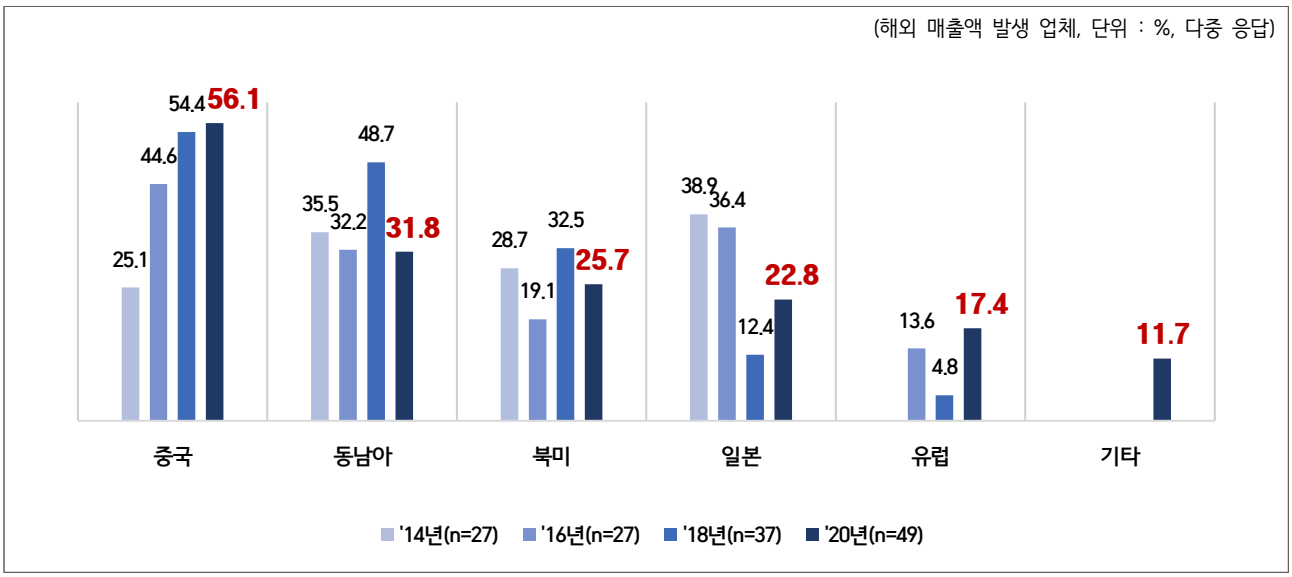
나. 해외 진출 현황

(1) 해외 진출 국가

○ 해외 매출액이 발생하는 제작업의 진출 국가를 보면, '중국'이 56.1%로 가장 높고, 다음으로 '동남아' (31.8%), '북미'(25.7%), '일본'(22.8%) 등의 순임

○ 2018년 대비, '유럽'(▲12.6%p)과 '일본'(▲10.4%p)은 증가한 반면, '동남아'(▽16.9%p)는 감소한 것으로 나타남

《 그림 2-3-15 》 해외 진출 국가



《 표 2-3-18 》 해외 진출 국가

(해외 매출액 발생 업체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	중국	동남아	북미	일본	유럽	기타
전 체		(49)	56.1	31.8	25.7	22.8	17.4	11.7
주요 사업 분야	영상물 제작	(48)	54.8	32.8	26.5	23.5	17.9	12.0
	음반/음원 제작	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	공연물 제작	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타 제작	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
소속직원 수	5인 미만	(16)	27.3	36.2	18.2	18.2	36.4	18.2
	5~10인 미만	(15)	54.5	27.3	27.3	27.3	0.0	18.2
	10~30인 미만	(12)	77.6	33.3	44.3	11.5	10.9	0.0
	30인 이상	(5)	100.0	27.8	0.0	51.9	24.1	0.0

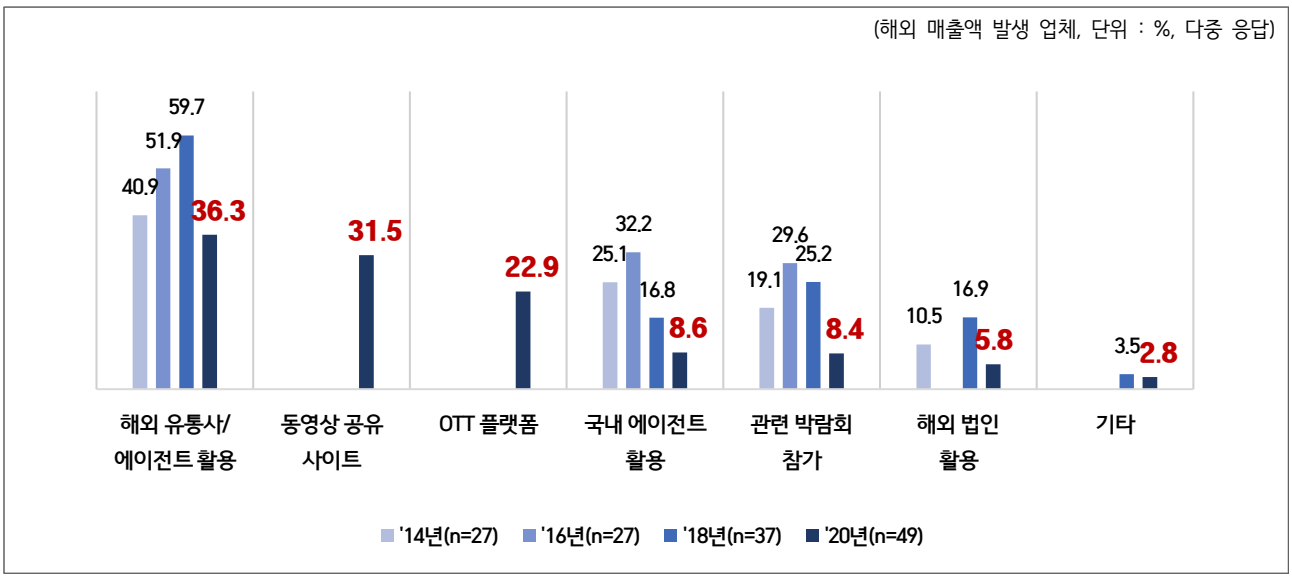
* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

(2) 최초 해외 진출 경로

❍ 최초 해외 진출 경로는 '해외 에이전트/유통사'(36.3%)와 '동영상 공유사이트'(31.5%)가 높게 나타남. 다음으로 'OTT 플랫폼'(22.9%), '국내 에이전트 활용'(8.6%), '관련 박람회 참가'(8.4%) 등의 순임

❍ 2018년 대비, '해외 에이전트/유통사'(▽23.4%p)와 '관련 박람회 참가'(▽16.8%p)는 감소한 반면, '동영상 공유사이트', 'OTT 플랫폼' 등 새로운 진출 경로를 통한 비율이 두드러짐

《그림 2-3-16》 최초 해외 진출 경로



《표 2-3-19》 최초 해외 진출 경로

(해외 매출액 발생 업체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	해외유통사/ 에이전트 활용	동영상 공유 사이트	OTT 플랫폼	국내 에이전트 활용	관련 박람회 참가	해외 법인 활용	기타
전 체		(49)	36.3	31.5	22.9	8.6	8.4	5.8	2.8
주요 사업 분야	영상물 제작	(48)	34.4	32.4	23.6	8.8	8.6	6.0	2.9
	음반/음원 제작	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	공연물 제작	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타 제작	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
소속직원 수	5인 미만	(16)	9.1	27.1	36.4	18.2	0.0	9.1	0.0
	5~10인 미만	(15)	54.5	27.3	0.0	0.0	18.2	9.1	9.1
	10~30인 미만	(12)	44.8	33.9	32.8	0.0	10.9	0.0	0.0
	30인 이상	(5)	48.1	51.9	24.1	24.1	0.0	0.0	0.0

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

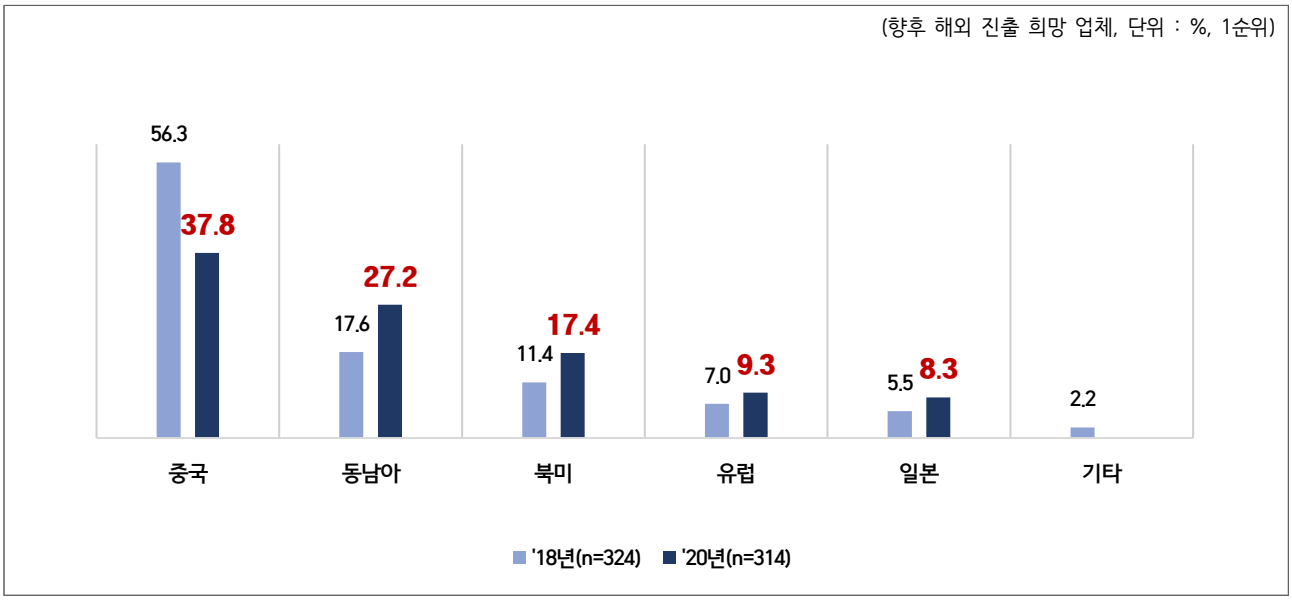
** 기타 : 콘텐츠 마켓

(3) 향후 진출 희망국가

○ 향후 진출하고 싶거나 진출 계획이 있는 1순위 국가로 '중국'이 37.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '동남아'(27.2%), '북미'(17.4%), '유럽'(9.3%), '일본'(8.3%) 순임

○ 2018년 대비, '동남아'(▲9.6%p)의 비율이 증가한 반면, '중국'(▽18.5%p)은 감소한 것으로 나타남

《그림 2-3-17》 향후 진출 희망국가



특성별 분석

○ 소속직원 10인 미만 업체는 '중국', 10인 이상 업체는 '동남아'가 가장 높게 나타남

《표 2-3-20》 향후 진출 희망국가

(향후 해외 진출 희망 업체, 단위 : %, 1순위)

구 분		사례수	중국	동남아	북미	유럽	일본
전 체		(314)	37.8	27.2	17.4	9.3	8.3
주요 사업 분야	영상물 제작	(253)	35.4	28.6	18.3	10.4	7.3
	음반/음원 제작	(18)	55.2	13.6	7.9	0.0	23.2
	공연물 제작	(39)	43.5	27.7	17.6	7.1	4.1
	기타 제작	(5)	56.0	0.0	0.0	0.0	44.0
소속직원 수	5인 미만	(170)	37.4	22.9	25.7	5.9	8.0
	5~10인 미만	(64)	49.9	15.4	6.5	13.2	15.1
	10~30인 미만	(47)	24.5	46.4	14.4	8.7	5.9
	30인 이상	(33)	35.3	44.9	0.0	19.9	0.0

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

3. 코로나19 관련 사항[16)]

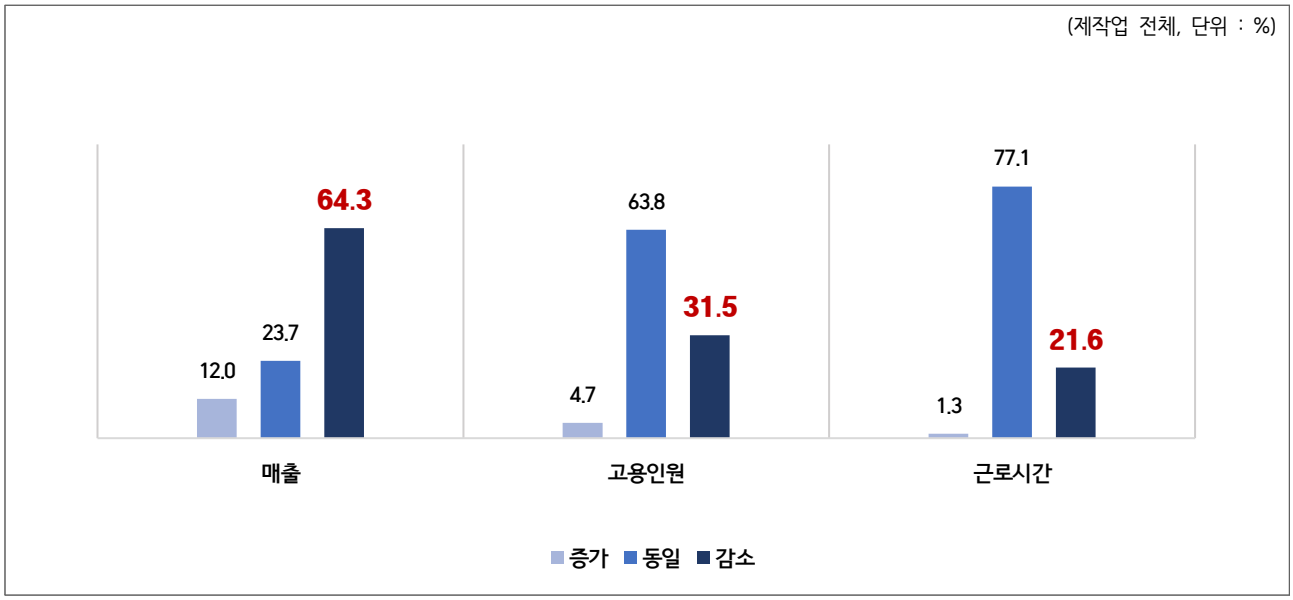
가. 코로나19로 인한 변화 및 대응 현황

(1) 매출, 고용인원, 근로시간 변화상태

○ 2019년(코로나19 직전) 대비, 2020년 말 매출 변화 상태를 보면, '감소'가 64.3%로 높게 나타남

○ 고용인원과 근로시간 변화 상태는 '동일'하다는 의견이 60% 이상으로 나타났고, '감소' 응답에 대해서는 고용인원은 31.5%, 근로시간은 21.6% 감소한 것으로 나타남

《그림 2-3-18》 매출, 고용인원, 근로시간 변화상태



특성별 분석

○ 공연물 제작 업체에서 매출(79.8%)과 근로시간(38.7%) '감소'가 타 분야에 비해 높게 나타남

《표 2-3-21》 매출, 고용인원, 근로시간 변화상태

(제작업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	매출			고용인원			근로시간		
			증가	동일	감소	증가	동일	감소	증가	동일	감소
전 체		(1,832)	12.0	23.7	64.3	4.7	63.8	31.5	1.3	77.1	21.6
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	14.9	23.9	61.2	5.4	63.7	30.9	1.5	80.6	17.9
	음반/음원 제작	(153)	2.8	33.2	64.0	0.9	81.3	17.8	0.0	75.2	24.8
	공연물 제작	(269)	4.3	15.9	79.8	2.3	58.9	38.7	0.0	61.3	38.7
	기타 제작	(40)	0.0	32.5	67.5	10.0	32.5	57.5	10.0	69.8	20.2
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	8.1	21.5	70.3	2.4	62.6	34.9	0.8	71.6	27.6
	5~10인 미만	(353)	18.8	24.6	56.6	9.2	63.0	27.8	1.6	78.9	19.5
	10~30인 미만	(235)	20.4	27.9	51.7	7.6	70.1	22.3	2.3	86.6	11.2
	30인 이상	(160)	11.3	30.2	58.5	5.6	64.0	30.4	3.1	96.3	0.6

16) 2021년 조사의 신규 항목임

○ ‘감소’로 응답한 응답자의 2019년 대비 매출 감소 폭은 평균 58.4% 나타났고, 고용인원은 평균 51.6%의, 근로시간은 평균 46.9% 의 감소 폭이 있었던 것으로 나타남

《표 2-3-22》 매출 변화 폭(감소)

(매출 감소한 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20 %	20~30 %	30~40 %	40~50 %	50~60 %	60~70 %	70~80 %	80~90 %	90~100 %	100% 초과	평균 (%)
전 체		(1,178)	1.3	7.0	13.5	11.5	9.8	11.5	5.9	10.9	7.0	8.3	13.2	58.4
주요 사업 분야	영상물 제작	(838)	1.0	9.0	16.2	12.7	10.7	12.7	4.0	10.3	6.9	8.2	8.2	53.9
	음반/음원 제작	(98)	7.1	4.1	9.8	13.4	6.4	16.8	11.5	12.5	3.9	5.7	8.6	54.5
	공연물 제작	(215)	0.0	1.1	6.0	7.4	9.0	5.5	11.3	10.6	9.7	11.3	28.0	73.6
	기타 제작	(27)	0.0	0.0	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0	67.7	90.1
소속직원 수	5인 미만	(762)	1.5	5.3	7.2	9.7	9.8	11.5	6.8	10.6	9.1	10.8	17.7	64.9
	5~10인 미만	(200)	2.1	4.1	22.3	13.3	9.2	13.3	5.2	9.7	4.7	6.5	9.6	52.8
	10~30인 미만	(121)	0.0	10.3	26.4	17.2	9.9	9.4	4.6	16.7	3.4	2.3	0.0	44.3
	30인 이상	(94)	0.0	22.1	29.4	15.7	10.7	10.0	1.5	9.4	0.0	0.0	1.1	35.6

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

《표 2-3-23》 고용인원 변화 폭(감소)

(고용인원 감소한 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20 %	20~30 %	30~40 %	40~50 %	50~60 %	60~70 %	70~80 %	80~90 %	90~100 %	100% 초과	평균 (%)
전 체		(577)	2.5	7.9	11.9	17.4	18.0	16.4	1.7	2.1	1.8	8.7	11.6	51.6
주요 사업 분야	영상물 제작	(423)	1.8	10.3	13.4	19.7	17.7	16.8	2.0	1.4	2.5	8.6	5.9	47.6
	음반/음원 제작	(27)	25.2	7.3	13.5	0.0	15.2	23.4	0.0	0.0	0.0	0.0	15.4	40.8
	공연물 제작	(104)	0.0	0.0	7.4	11.4	23.8	16.6	1.4	6.2	0.0	5.9	27.4	64.2
	기타 제작	(23)	0.0	0.0	4.3	21.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.6	40.3	80.9
소속직원 수	5인 미만	(378)	3.8	2.8	8.6	11.6	19.0	17.7	1.2	3.3	2.7	13.3	16.1	59.4
	5~10인 미만	(98)	0.0	11.3	3.0	34.2	17.1	24.3	4.2	0.0	0.0	0.0	5.8	44.1
	10~30인 미만	(52)	0.0	17.0	27.8	18.4	26.3	7.8	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.8
	30인 이상	(49)	0.0	31.3	38.7	27.5	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.1

《표 2-3-24》 근로시간 변화 폭(감소)

(근로시간 감소한 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20 %	20~30 %	30~40 %	40~50 %	50~60 %	60~70 %	70~80 %	80~90 %	90~100 %	100% 초과	평균 (%)
전 체		(395)	2.4	11.7	19.1	16.3	8.9	20.2	1.8	3.3	2.5	3.8	10.0	46.9
주요 사업 분야	영상물 제작	(245)	0.6	11.4	22.0	19.5	7.0	18.5	1.8	4.8	3.6	4.2	6.6	45.8
	음반/음원 제작	(38)	11.1	34.7	11.1	7.4	0.0	32.7	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	31.1
	공연물 제작	(104)	3.5	4.9	16.5	8.7	17.2	21.0	1.6	1.2	1.2	4.7	19.5	54.3
	기타 제작	(8)	0.0	0.0	0.0	61.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	38.2	59.8
소속직원 수	5인 미만	(299)	3.1	6.9	14.8	15.2	8.4	24.1	2.0	4.3	3.3	5.1	12.7	52.2
	5~10인 미만	(69)	0.0	23.8	26.7	20.4	14.3	10.9	1.7	0.0	0.0	0.0	2.3	33.2
	10~30인 미만	(26)	0.0	35.3	48.9	15.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	23.1
	30인 이상	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35.0

《표 2-3-25》 매출 변화 폭(증가)

(매출 증가한 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균(%)
전 체		(220)	15.8	14.3	20.7	9.8	7.8	9.1	0.6	0.0	0.0	5.1	16.8	42.1
주요 사업 분야	영상물 제작	(204)	13.3	15.4	22.3	8.7	8.4	7.6	0.7	0.0	0.0	5.5	18.1	43.4
	음반/음원 제작	(4)	50.0	0.0	0.0	23.2	0.0	26.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.4
	공연물 제작	(12)	47.3	0.0	0.0	24.3	0.0	28.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	26.5
	기타 제작	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
소속직원 수	5인 미만	(88)	6.1	15.2	23.6	6.5	11.6	13.6	0.0	0.0	0.0	5.1	18.4	46.7
	5~10인 미만	(66)	14.5	14.6	29.2	2.4	4.2	8.0	2.1	0.0	0.0	4.2	20.9	43.5
	10~30인 미만	(48)	25.0	14.5	11.4	11.7	8.7	5.7	0.0	0.0	0.0	8.5	14.6	40.1
	30인 이상	(18)	43.3	7.9	0.0	48.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.4

《표 2-3-26》 고용인원 변화 폭(증가)

(고용인원 증가한 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균(%)
전 체		(86)	30.6	11.5	23.2	17.5	5.3	6.7	1.8	0.0	0.0	0.0	3.3	25.8
주요 사업 분야	영상물 제작	(74)	33.3	11.2	26.9	13.1	4.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8	24.5
	음반/음원 제작	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35.0
	공연물 제작	(6)	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	32.5
	기타 제작	(4)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35.0
소속직원 수	5인 미만	(27)	22.4	0.0	33.2	16.3	11.2	11.2	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	32.0
	5~10인 미만	(33)	43.0	21.8	8.5	8.5	4.8	8.5	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	20.5
	10~30인 미만	(18)	7.7	7.7	39.1	37.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	32.2
	30인 이상	(9)	54.7	15.8	15.8	13.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13.8

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

《표 2-3-27》 근로시간 변화 폭(증가)

(근로시간 증가한 업체, 단위 : %)

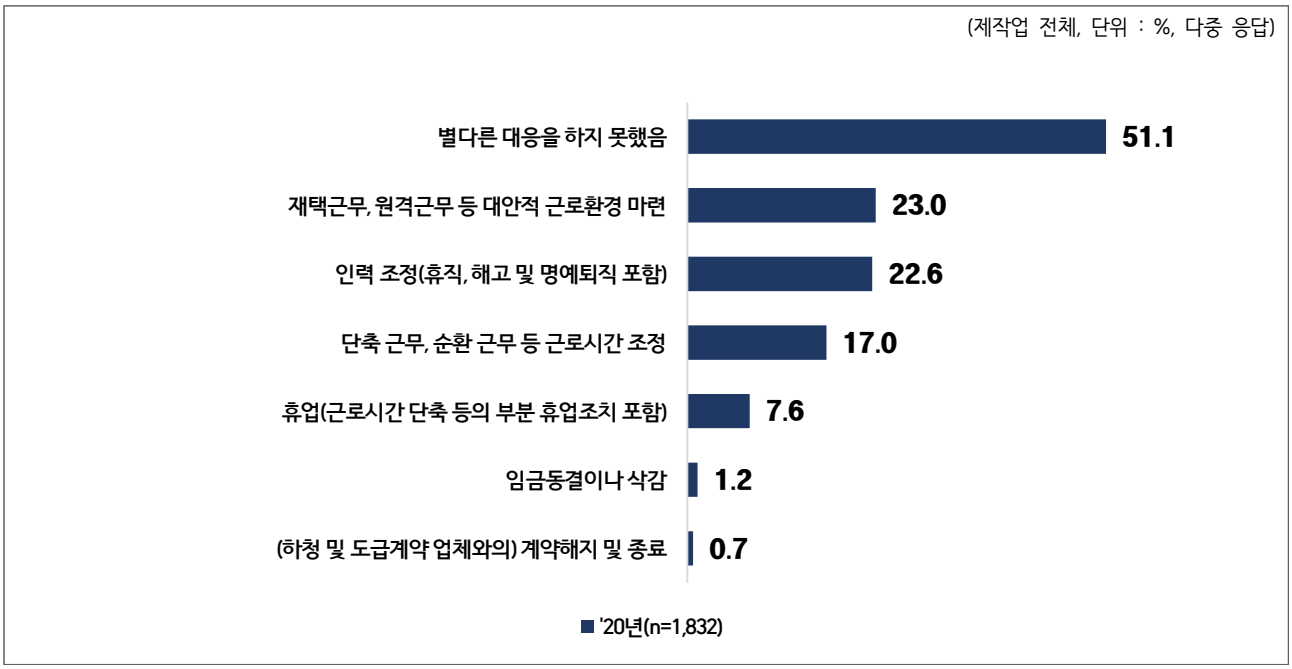
구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균(%)
전 체		(25)	25.7	0.0	23.4	16.2	0.0	23.2	0.0	0.0	0.0	0.0	11.5	37.1
주요 사업 분야	영상물 제작	(21)	30.6	0.0	27.9	0.0	0.0	27.7	0.0	0.0	0.0	0.0	13.8	37.5
	음반/음원 제작	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	공연물 제작	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타 제작	(4)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35.0
소속직원 수	5인 미만	(9)	0.0	0.0	49.6	0.0	0.0	33.6	0.0	0.0	0.0	0.0	16.8	47.7
	5~10인 미만	(6)	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35.0
	10~30인 미만	(5)	0.0	0.0	0.0	74.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.4	51.5
	30인 이상	(5)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0

(2) 코로나19 확산에 따른 활용 대응방식

○ 코로나19 확산에 따른 활용 대응방식으로 '별다른 대응을 하지 못했음'이 51.1%로 높게 나타났고, '재택근무, 원격근무 등 대안적 근로환경 마련'(23.0%)과 '인력 조정(휴직, 해고 및 명예퇴직 포함)'이 22.6%로 나타남

《그림 2-3-19》 코로나19 확산에 따른 활용 대응방식

(제작업 전체, 단위 : %, 다중 응답)



특성별 분석

○ '별다른 대응을 하지 못했음'이 높은 가운데, 공연물 제작 업체는 '인력 조정'(34.4%)이 상대적으로 높게 나타남

《표 2-3-28》 코로나19 확산에 따른 활용 대응방식

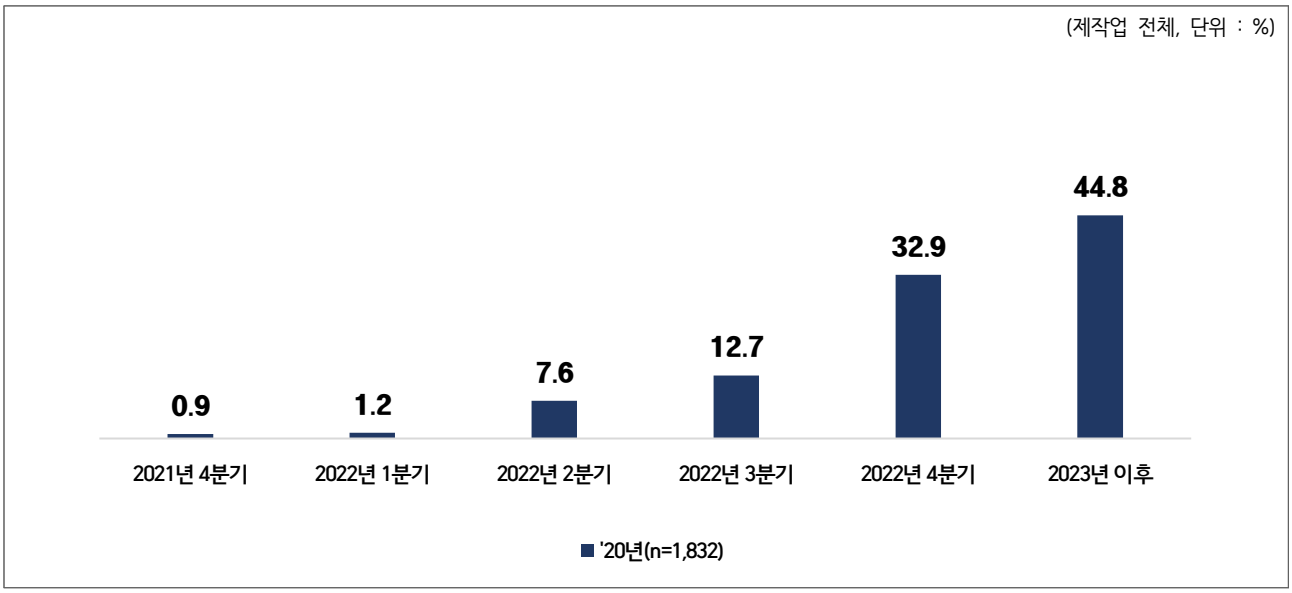
(제작업 전체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	별다른 대응을 하지 못했음	재택근무, 원격근무 등 대안적 근로환경 마련	인력 조정(휴직, 해고 및 명예퇴직 포함)	단축 근무, 순환 근무 등 근로시간 조정	휴업(근로시간 단축 등의 부분 휴업 포함)	임금동결이나 삭감	(하청 및 도급계약 업체와의) 계약해지 및 종료
전 체		(1,832)	51.1	23.0	22.6	17.0	7.6	1.2	0.7
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	52.7	24.6	21.7	16.1	5.7	0.6	0.1
	음반/음원 제작	(153)	60.1	17.9	9.4	8.1	11.7	1.8	0.0
	공연물 제작	(269)	35.9	19.1	34.4	25.7	14.9	4.1	4.2
	기타 제작	(40)	64.3	12.5	23.2	20.2	7.7	0.0	0.0
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	52.4	17.2	24.2	14.7	12.0	1.9	0.9
	5~10인 미만	(353)	46.8	28.8	23.4	20.1	2.5	0.4	0.8
	10~30인 미만	(235)	51.5	33.6	18.8	20.7	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	(160)	51.6	34.0	15.1	19.6	0.0	0.0	0.0

(3) 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기

○ 코로나19 이전으로의 활동상황 회복은 '2023년 이후'를 예상하는 비율이 44.8%로 가장 높게 나타남

《 그림 2-3-20 》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기



특성별 분석

○ 음반/음원 제작업과 소속직원 30인 이상 업체는 '2022년 4분기'를 회복의 시기로 가장 많이 예상함

○ 소속 직원 수가 30인 이상 업체는 30인 미만 업체보다 코로나19 이전으로의 회복 예상시기를 비교적 빠를 것으로 기대하고 있음

《 표 2-3-29 》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기

(제작업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	2021년 4분기	2022년 1분기	2022년 2분기	2022년 3분기	2022년 4분기	2023년 이후
전 체		(1,832)	0.9	1.2	7.6	12.7	32.9	44.8
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	1.1	1.5	7.5	12.6	31.4	46.0
	음반/음원 제작	(153)	0.8	0.0	7.1	21.0	37.7	33.4
	공연물 제작	(269)	0.0	0.6	9.5	6.8	36.1	47.0
	기타 제작	(40)	0.0	0.0	0.0	22.5	44.8	32.7
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	0.8	1.1	5.3	13.6	31.5	47.7
	5~10인 미만	(353)	2.3	2.0	9.2	14.5	29.4	42.6
	10~30인 미만	(235)	0.0	1.2	11.8	11.9	33.0	42.2
	30인 이상	(160)	0.0	0.0	12.6	3.3	50.1	34.0

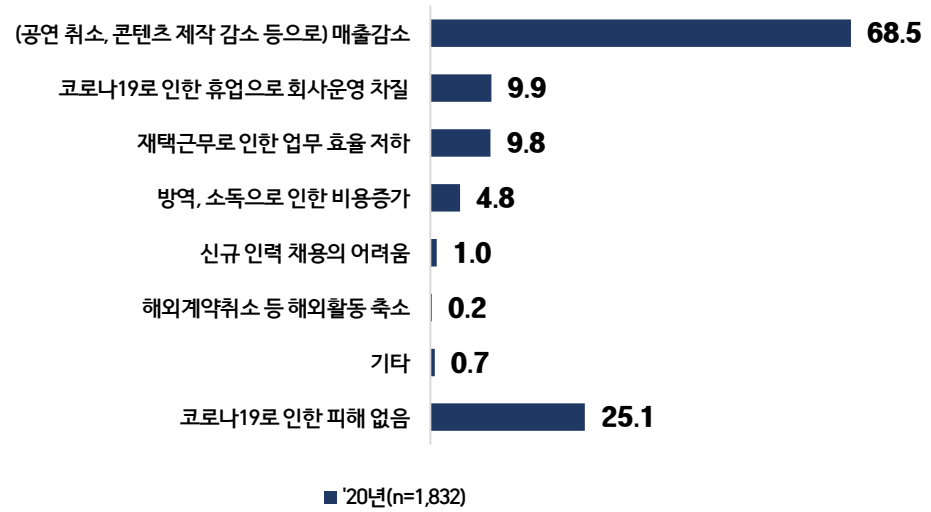
(4) 코로나19로 인해 겪은 경영상 피해 유형

○ 코로나19로 인해 겪은 피해 항목으로 '(공연 취소, 콘텐츠 제작 감소 등으로) 매출감소'가 68.5%로 가장 높게 나타남. 그 외에는 '코로나19로 인한 휴업으로 회사운영 차질'(9.9%), '재택근무로 인한 업무 효율 저하'(9.8%) 등의 순임

- 한편, '코로나19로 인한 피해 없음'은 25.1%로 나타남

《그림 2-3-21》 코로나19로 인해 겪은 경영상 피해 유형

(제작업 전체, 단위 : %, 다중 응답)



특성별 분석

○ '매출감소'가 가장 높은 가운데, 소속직원 규모가 클수록 '방역, 소독으로 인한 비용증가'가 상대적으로 높게 나타남

《표 2-3-30》 코로나19로 인해 겪은 경영상 피해 유형

(제작업 전체, 단위 : %, 다중 응답)

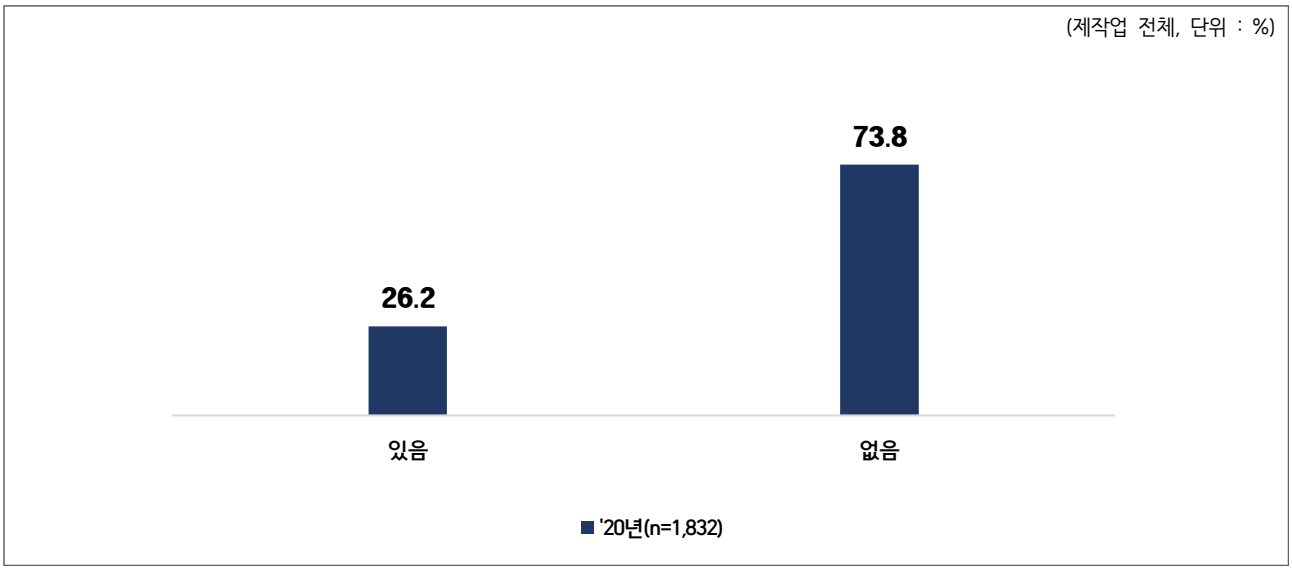
구 분		사례수	(공연취소, 제작 감소 등으로) 매출감소	휴업으로 회사운영 차질	재택근무로 인한 업무 효율 저하	방역, 소독으로 인한 비용증가	신규 인력 채용의 어려움	해외계약 취소 등 해외활동 축소	기타	코로나19 인한 피해 없음
전 체		(1,832)	68.5	9.9	9.8	4.8	1.0	0.2	0.7	25.1
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	64.1	8.9	10.5	5.3	1.2	0.3	0.8	28.5
	음반/음원 제작	(153)	67.0	6.6	7.8	1.8	1.8	0.0	0.0	24.9
	공연물 제작	(269)	91.6	18.4	8.6	4.6	0.0	0.0	0.6	7.0
	기타 제작	(40)	67.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	32.5
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	76.0	12.6	6.7	3.6	1.1	0.3	0.1	20.1
	5~10인 미만	(353)	61.4	8.7	13.4	2.4	1.6	0.0	2.0	29.4
	10~30인 미만	(235)	53.0	4.4	16.8	9.4	0.6	0.6	1.7	34.9
	30인 이상	(160)	56.1	2.4	11.8	11.6	0.0	0.0	0.0	35.9

* 기타 : 촬영장소 섭외, 근로시간 단축으로 인한 업무효율 저하, 이직률이 높음

(5) 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험

○ 2020년부터 현재까지 코로나19로 인한 경영 또는 활동 애로사항 해소를 위해 정부지원사업에 참여(수혜)한 경험이 있는 제작업은 26.2%로 나타남

《그림 2-3-22》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험



특성별 분석

○ 소속직원 수가 적을수록 코로나19관련 정부지원사업 참여(수혜)가 '있음' 비율이 높게 나타남

《표 2-3-31》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험

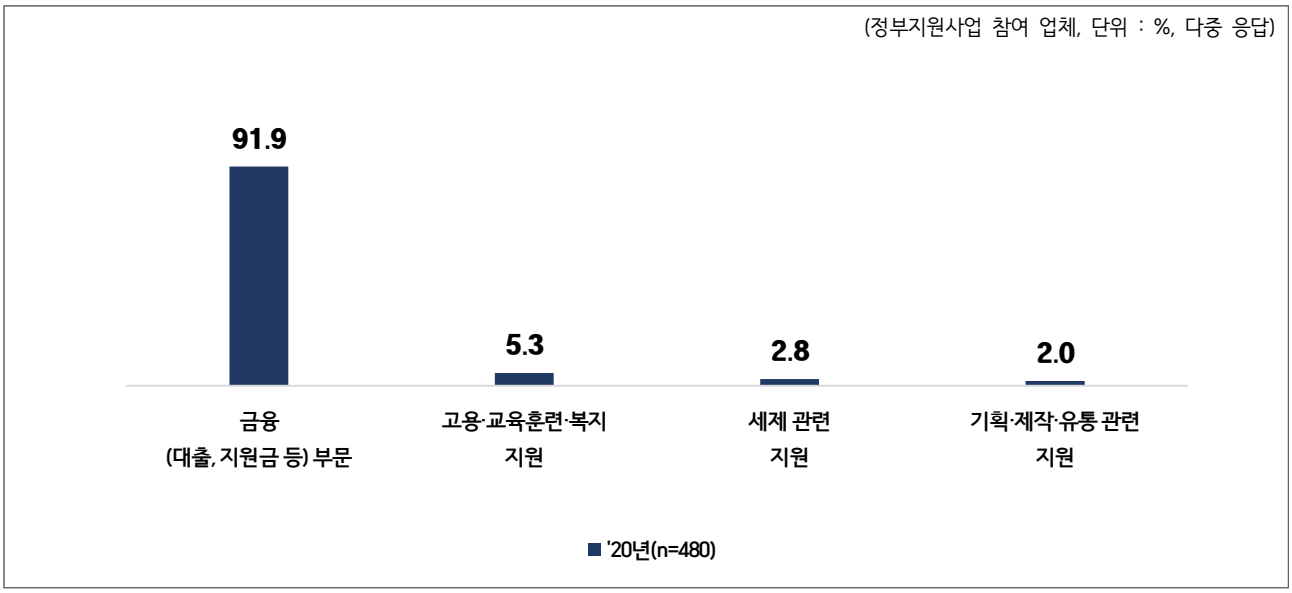
(제작업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	있음	없음
전 체		(1,832)	26.2	73.8
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	21.3	78.7
	음반/음원 제작	(153)	37.8	62.2
	공연물 제작	(269)	43.0	57.0
	기타 제작	(40)	38.0	62.0
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	35.0	65.0
	5~10인 미만	(353)	17.9	82.1
	10~30인 미만	(235)	10.3	89.7
	30인 이상	(160)	8.3	91.7

(6) 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업

○ 코로나19와 관련하여 참여(수혜) 받은 정부지원사업은 '대출, 지원금 등 금융' 지원이 91.1%로 가장 높게 나타남

《 그림 2-3-23 》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업



특성별 분석

○ 소속직원 30인 이상 업체는 '고용·교육훈련·복지'(74.3%) 지원 참여가 두드러짐

《 표 2-3-32 》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업

(정부지원사업 참여 업체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	금융(대출, 지원금 등)	고용·교육훈련·복지	세제	기획·제작·유통
전 체		(480)	91.9	5.3	2.8	2.0
주요 사업 분야	영상물 제작	(291)	94.2	4.8	1.5	2.2
	음반/음원 제작	(58)	100.0	0.0	0.0	0.0
	공연물 제작	(116)	88.9	9.9	0.0	2.8
	기타 제작	(15)	40.7	0.0	59.3	0.0
소속직원 수	5인 미만	(379)	95.8	1.3	2.9	0.8
	5~10인 미만	(63)	83.5	11.8	2.2	2.5
	10~30인 미만	(24)	94.4	13.2	0.0	0.0
	30인 이상	(13)	18.2	74.3	7.5	37.1

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

4. 표준계약서 및 주 52시간 근무제

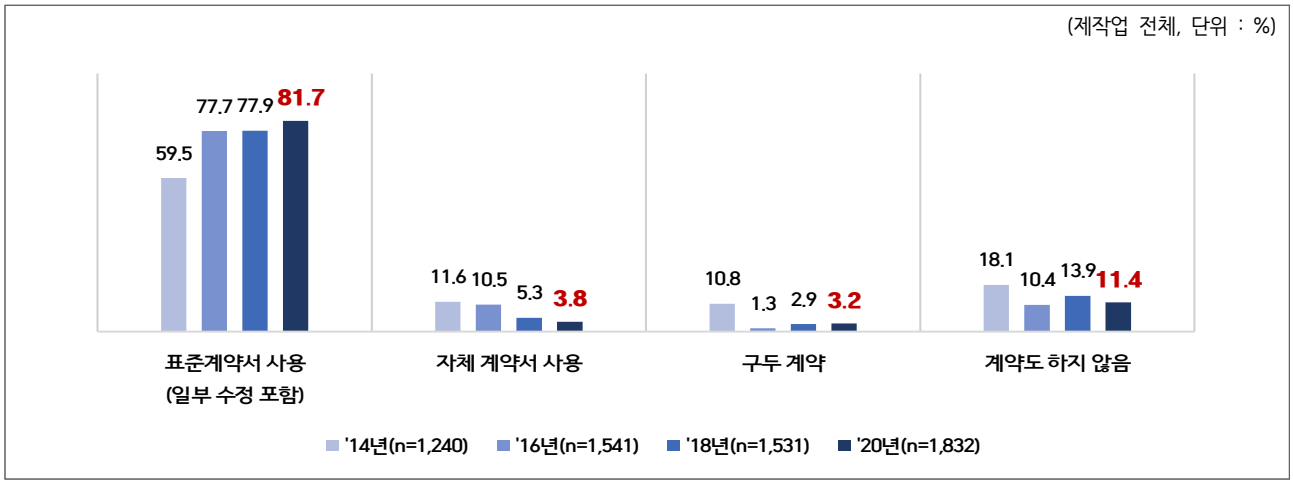
가. 표준계약서 활용 현황

(1) 소속직원 표준계약서 사용 여부

❍ 소속직원 표준계약서 사용 여부에 대해, ‘표준계약서 사용(일부 조항 수정 포함)’이 81.7%로 가장 높게 나타남

❍ 2018년 대비, ‘표준계약서 사용(일부 조항 수정 포함)’(▲3.8%p)이 증가한 것으로 나타남

《 그림 2-3-24 》 소속직원 표준계약서 사용 여부



특성별 분석

❍ 영상물 제작 분야, 소속직원 5인 이상 업체에서 ‘표준계약서(일부 조항 수정 포함) 사용’이 80% 이상으로 높게 나타남

- 반면, 음반/음원, 공연물 제작 분야는 ‘어떠한 계약도 하지 않음’이 상대적으로 높게 나타남

《 표 2-3-33 》 소속직원 표준계약서 사용 여부

(제작업 전체, 단위 : %)

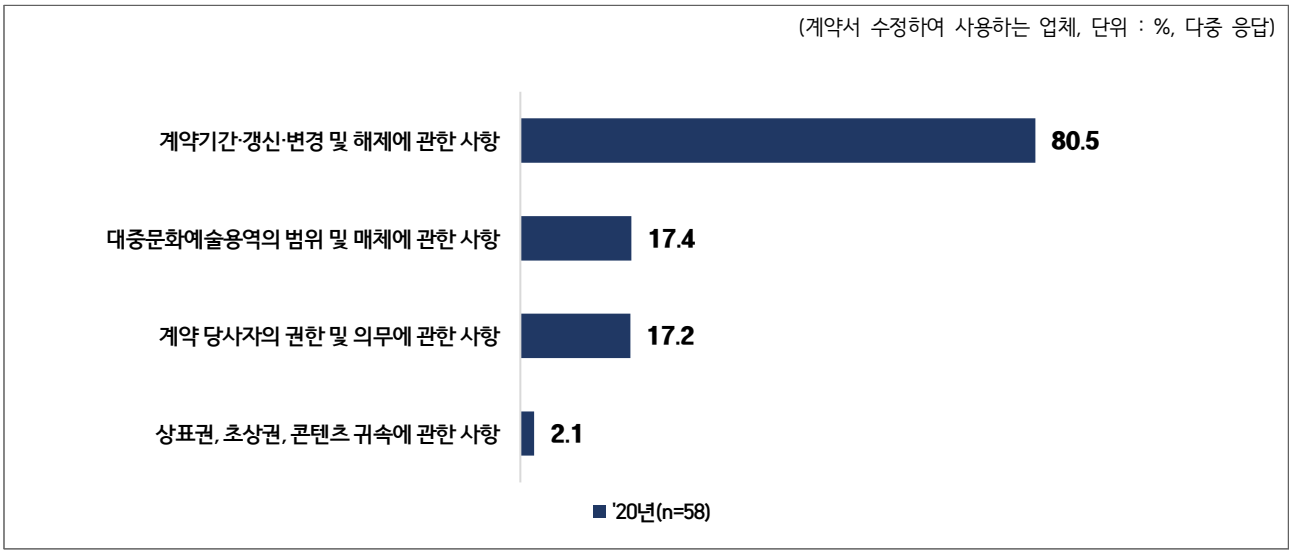
구 분		사례수	표준계약서 (표준근로계약서) 사용	표준계약서의 일부 조항을 변형 사용	자체 제작 계약서 사용	구두 계약	어떠한 계약도 하지 않음
전 체		(1,832)	78.5	3.1	3.8	3.2	11.4
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	82.8	3.3	3.8	2.2	7.9
	음반/음원 제작	(153)	60.6	3.6	2.4	4.4	28.9
	공연물 제작	(269)	66.4	2.2	4.9	7.7	18.8
	기타 제작	(40)	82.0	2.5	0.0	0.0	15.5
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	69.1	3.1	3.9	4.8	19.1
	5~10인 미만	(353)	92.1	2.7	3.6	1.2	0.3
	10~30인 미만	(235)	92.5	3.6	3.4	0.6	0.0
	30인 이상	(160)	92.2	4.0	3.9	0.0	0.0

(2) 표준전속계약서 수정사항

○ 표준전속계약서를 수정하여 사용하는 업체의 계약서 수정 사항으로 '계약기간·갱신·변경 및 해제에 관한 사항'이 80.5%로 가장 높게 나타남

- 두 번째로 높게 나타난 계약 수정 사항은 '대중문화예술용역의 범위 및 매체'(17.4%)였고 '계약 당사자의 권한 및 의무'도 17.2%로 나타남

《 그림 2-3-25 》 표준전속계약서 수정사항



* 2021년 조사의 신규 항목임

《 표 2-3-34 》 표준전속계약서 수정사항

(계약서 수정하여 사용하는 업체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	계약기간·갱신·변경 및 해제	대중문화예술용역의 범위 및 매체	계약 당사자의 권한 및 의무	상표권, 초상권, 콘텐츠 귀속
전 체		(58)	80.5	17.4	17.2	2.1
주요 사업 분야	영상물 제작	(45)	81.4	15.9	18.8	2.7
	음반/음원 제작	(6)	74.8	25.2	25.2	0.0
	공연물 제작	(6)	75.6	24.4	0.0	0.0
	기타 제작	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0
소속직원 수	5인 미만	(33)	82.7	17.3	17.3	0.0
	5~10인 미만	(9)	100.0	0.0	29.1	0.0
	10~30인 미만	(8)	66.7	33.3	16.3	0.0
	30인 이상	(6)	58.2	22.4	0.0	19.4

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

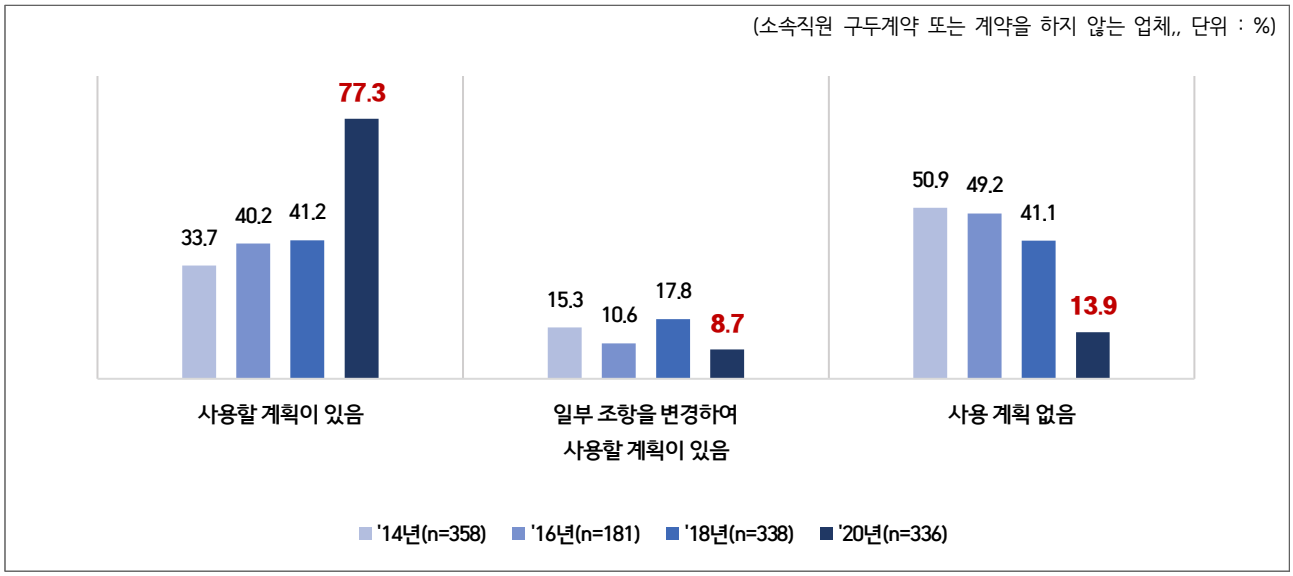
(3) 향후 표준계약서 사용 계획

❍ 소속직원 구두계약 또는 어떠한 계약도 하지 않는 업체의 경우, 향후 표준계약서 '사용 계획이 있음'이 77.3%로 높게 나타남

- '일부 조항을 변경한 계약서 사용 계획 있음'도 8.7%로 나타나, 향후 서면계약서 사용이 증가될 것으로 보임

❍ 2018년 대비, '표준계약서 사용 계획 있음'(▲36.1%p)이 큰 폭으로 증가한 것으로 나타남

《그림 2-3-26》 향후 표준계약서 사용 계획



《표 2-3-35》 향후 표준계약서 사용 계획

(소속직원 구두계약 또는 계약을 하지 않는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	사용할 계획이 있음	일부 조항을 변경하여 사용할 계획이 있음	사용 계획 없음
전 체		(336)	77.3	8.7	13.9
주요 사업 분야	영상물 제작	(190)	75.2	12.6	12.2
	음반/음원 제작	(55)	85.3	0.0	14.7
	공연물 제작	(85)	80.8	6.2	12.9
	기타 제작	(6)	25.0	0.0	75.0
소속직원 수	5인 미만	(302)	80.2	6.1	13.7
	5~10인 미만	(18)	39.8	45.3	14.9
	10~30인 미만	(9)	55.4	14.6	30.0
	30인 이상	(6)	80.0	20.0	0.0

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

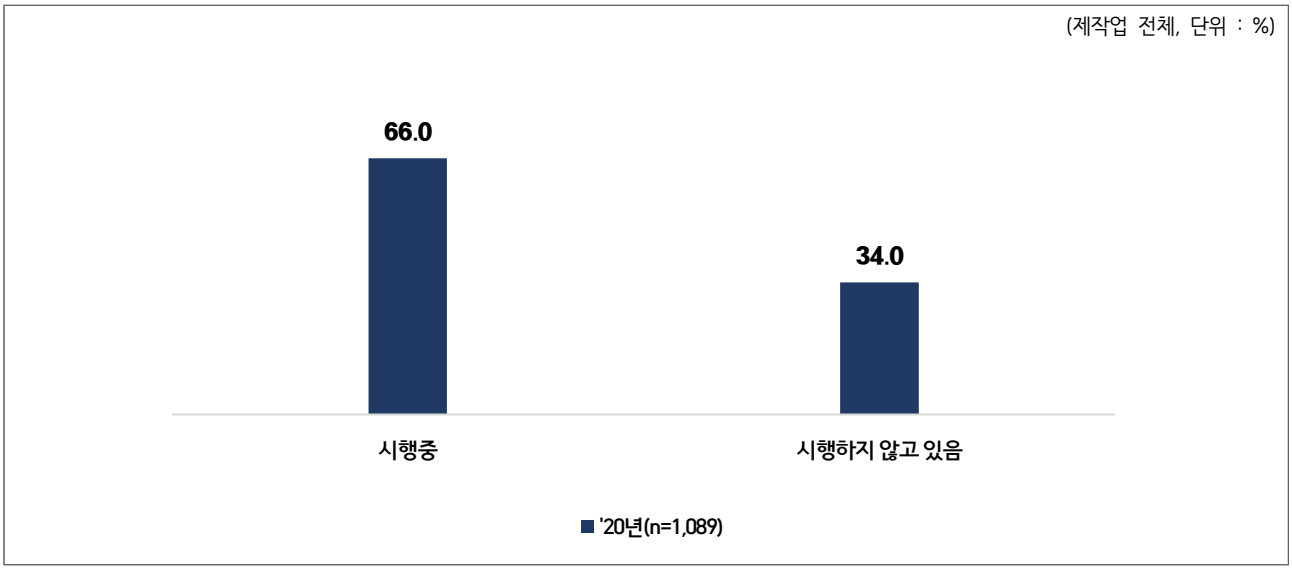
나. 주 52시간 근무제 시행

(1) 주 52시간 근무제 시행 여부

❍ 현재 주 52시간 근무제를 시행하고 있는 제작업은 66.0%로 절반 이상을 차지함

《그림 2-3-27》 52시간 근무제 시행 여부

(제작업 전체, 단위 : %)



* 2021년 조사의 신규 항목임

특성별 분석

❍ 소속직원 규모가 클수록 52시간 근무제 '시행중' 비율이 높게 나타났으며, 10인 이상 업체의 52시간 근무제 시행률이 90% 이상으로 특히 높게 나타남

《표 2-3-36》 52시간 근무제 시행 여부

(제작업 전체, 단위 : %)

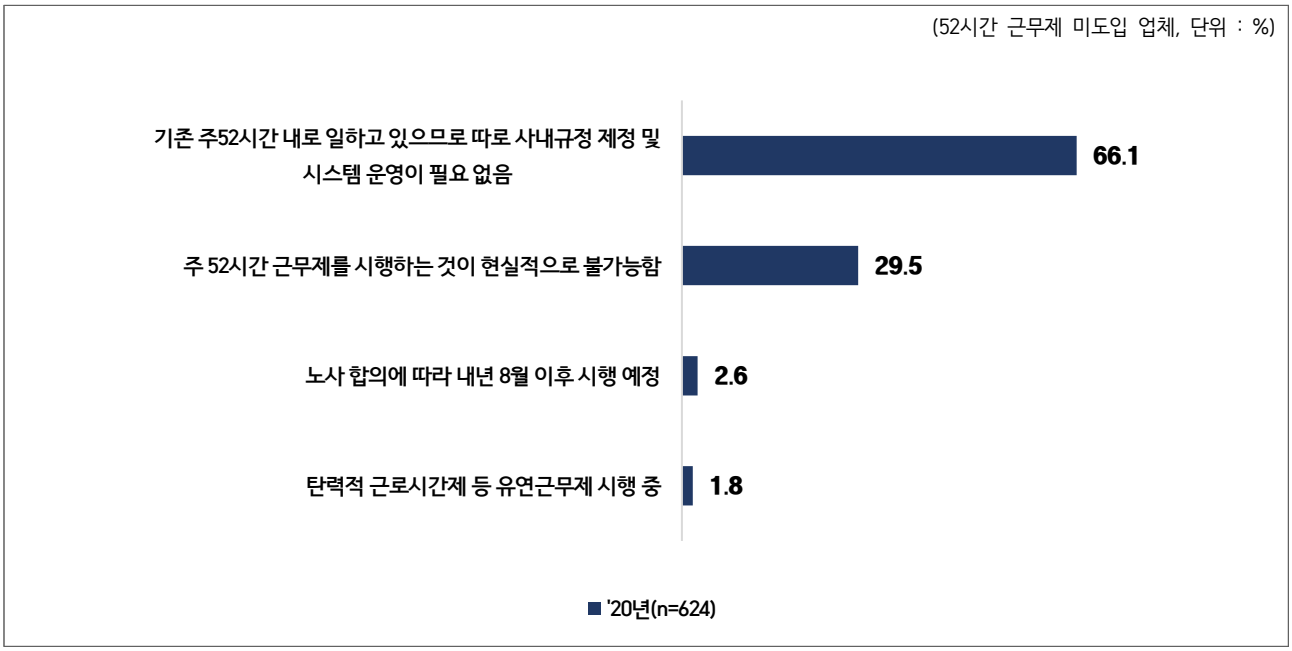
구 분		사례수	시행중	시행하지 않고 있음
전 체		(1,832)	66.0	34.0
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	71.5	28.5
	음반/음원 제작	(153)	36.7	63.3
	공연물 제작	(269)	54.0	46.0
	기타 제작	(40)	69.1	30.9
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	50.7	49.3
	5~10인 미만	(353)	84.8	15.2
	10~30인 미만	(235)	91.8	8.2
	30인 이상	(160)	90.1	9.9

(2) 주 52시간 근무제 미도입 이유

○ 주 52시간 근무제를 시행하지 않고 있는 업체의 미도입 이유로는 '기존 52시간 내로 일하고 있어 별도 시스템 운영이 필요 없음'(66.1%)이 절반 이상을 차지함

- '주 52시간 근무제를 시행하는 것이 현실적으로 불가능' 하기 때문이라는 응답이 29.5%로 나타남

《 그림 2-3-28 》 주 52시간 근무제 미도입 이유



* 2021년 조사의 신규 항목임

《 표 2-3-37 》 주 52시간 근무제 미도입 이유

(52시간 근무제 미도입 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	기존 주52시간 내로 일하고 있으므로 따로 사내규정 제정 및 시스템 운영이 필요 없음	주 52시간 근무제를 시행하는 것이 현실적으로 불가능함	노사 합의에 따라 내년 8월 이후 시행 예정	탄력적 근로시간제 등 유연근무제 시행 중
전 체		(624)	66.1	29.5	2.6	1.8
주요 사업 분야	영상물 제작	(391)	57.8	36.5	3.5	2.2
	음반/음원 제작	(97)	75.8	18.6	2.9	2.8
	공연물 제작	(124)	84.8	15.2	0.0	0.0
	기타 제작	(12)	62.5	37.5	0.0	0.0
소속직원 수	5인 미만	(535)	71.6	25.5	1.9	1.1
	5~10인 미만	(54)	32.5	62.4	0.0	5.1
	10~30인 미만	(19)	61.3	23.8	0.0	14.9
	30인 이상	(16)	0.0	59.6	40.4	0.0

5. 기타 사항

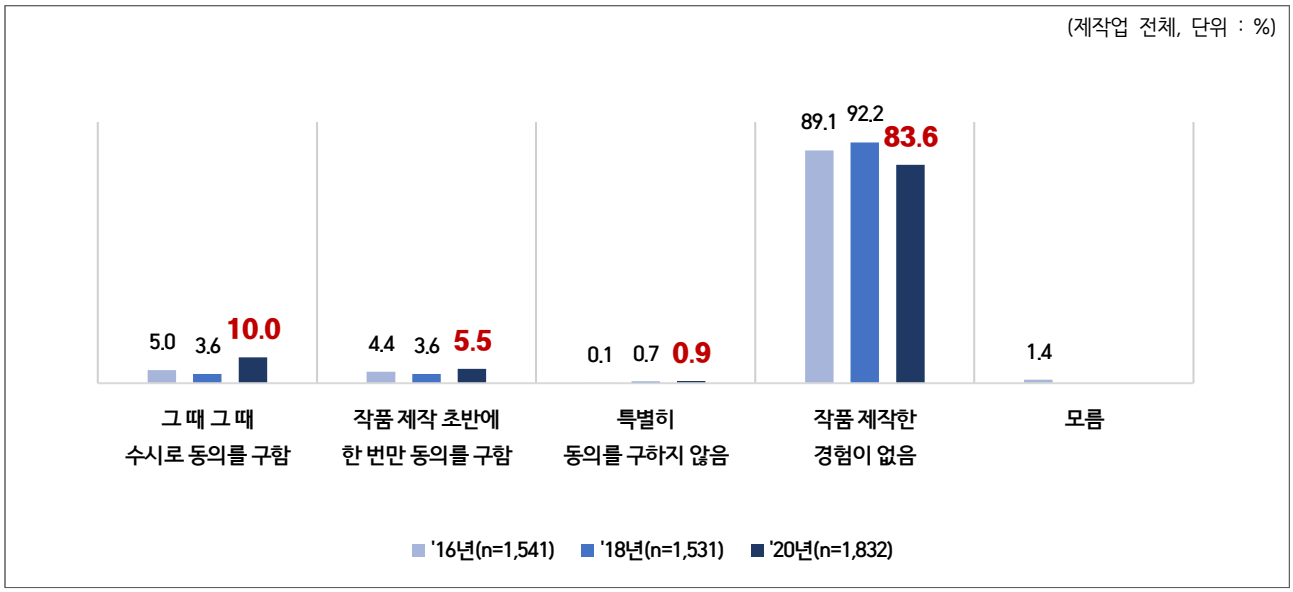
가. 청소년 대중문화예술인 활동시간 관련

(1) 야간 연예활동 사전 동의 여부

❍ 청소년 대중문화예술인 야간 연예활동 시 사전 동의 여부에 대해 '그 때 그 때 수시로 동의를 구함'이 83.6%로 대부분을 차지함

❍ 2018년 대비, '그 때 그 때 수시로 동의를 구함'(▲6.4%p)이 증가한 것으로 나타남

《그림 2-3-29》 야간 연예활동 사전 동의 여부



특성별 분석

❍ 소속직원 규모가 작은 기업에서 '그 때 그 때 수시로 동의를 구함' 비율이 높아지는 경향을 보임

《표 2-3-38》 야간 연예활동 사전 동의 여부

(제작업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	그 때 그 때 수시로 동의를 구함	작품 제작 초반에 한 번만 동의를 구함	특별히 동의를 구하지 않음	작품 제작한 경험이 없음
전 체		(1,832)	10.0	5.5	0.9	83.6
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	12.7	5.7	0.9	80.7
	음반/음원 제작	(153)	1.8	1.8	0.0	96.5
	공연물 제작	(269)	2.4	7.5	1.7	88.4
	기타 제작	(40)	0.0	0.0	0.0	100.0
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	6.0	4.7	0.2	89.1
	5~10인 미만	(353)	10.2	4.9	3.1	81.8
	10~30인 미만	(235)	22.0	10.1	1.4	66.5
	30인 이상	(160)	18.7	6.2	0.0	75.1

(2) 야간 연예활동 동의 구하는 방식

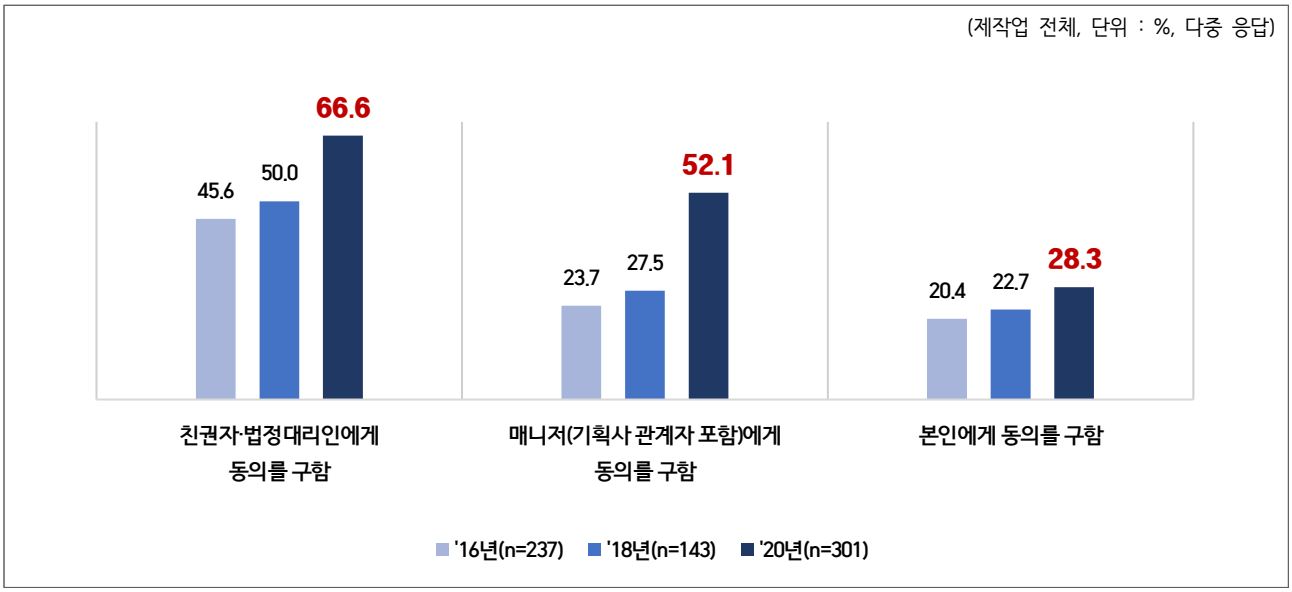
❍ 제작업에서 야간 연예활동 시 동의를 구하는 방식으로 '청소년 대중문화예술인의 친권자·법정대리인에게 동의를 구함'이 66.6%로 가장 높게 나타남

- '청소년 대중문화예술인 본인에게 동의를 구함'은 28.3%로 나타남

❍ 2018년 대비, '매니저(기획사 관계자 포함)'(▲24.6%p)와 '친권자·법정대리인'(▲16.6%p)에게 동의를 구함 비율이 큰 폭으로 증가함

《그림 2-3-30》 야간 연예활동 동의 구하는 방식

(제작업 전체, 단위 : %, 다중 응답)



특성별 분석

❍ 소속직원 규모가 작을수록 '청소년 대중문화예술인 본인에게 동의를 구함' 비율이 높은 경향을 보임

《표 2-3-39》 야간 연예활동 동의 구하는 방식

(제작업 전체, 단위 : %, 다중 응답)

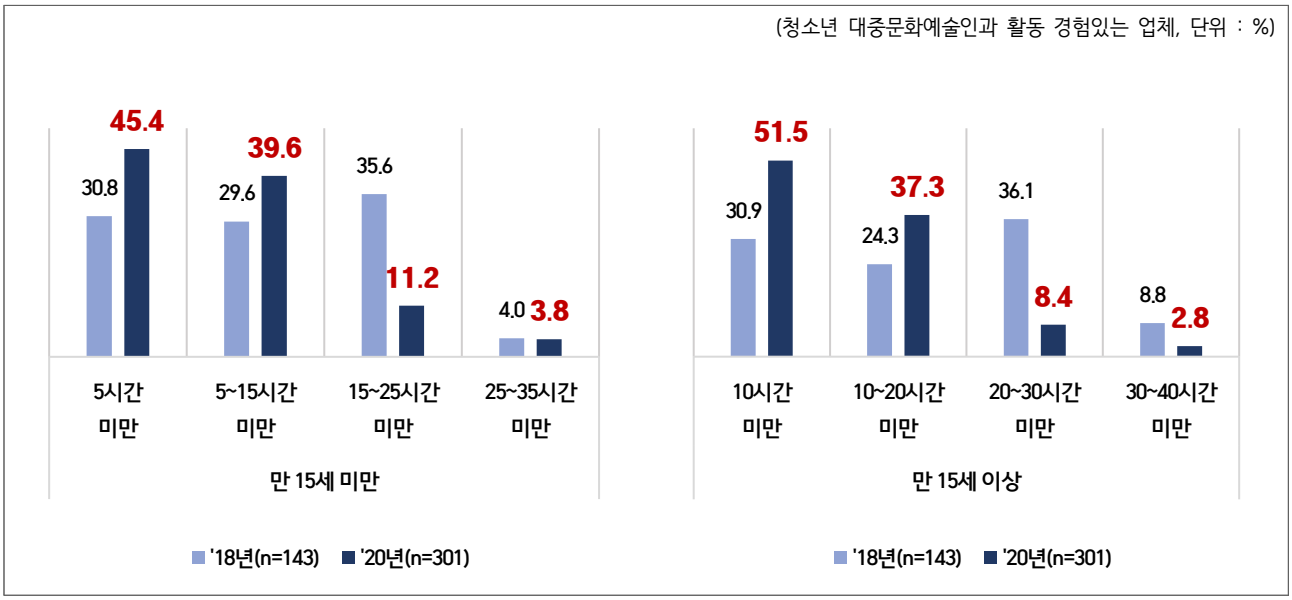
구 분		사례수	친권자·법정대리인에게 동의를 구함	매니저(기획사 관계자 포함)에게 동의를 구함	본인에게 동의를 구함
전 체		(301)	66.6	52.1	28.3
주요 사업 분야	영상물 제작	(265)	63.6	56.5	30.7
	음반/음원 제작	(5)	100.0	0.0	0.0
	공연물 제작	(0)	0.0	0.0	0.0
	기타 제작	(31)	86.3	24.0	13.1
소속직원 수	5인 미만	(118)	81.3	37.6	33.4
	5~10인 미만	(64)	59.2	58.3	15.0
	10~30인 미만	(79)	52.1	62.1	24.6
	30인 이상	(40)	63.5	65.9	42.2

(3) 청소년 대중문화예술인 용역 제공 시간

○ 청소년 대중문화예술인 일주일 평균 용역 제공 시간을 보면, 만 15세 미만은 '5시간 미만'(45.4%), 만 15세 이상은 '10시간 미만'(51.5%)이 가장 높게 나타남

○ 2018년 대비, 만 15세 미만과 만 15세 이상 모두 '5시간 미만', '5~15시간 미만'이 증가한 것으로 나타남

《그림 2-3-31》 청소년 대중문화예술인 용역 제공 시간



특성별 분석

○ 소속직원 규모가 클수록 '청소년 대중문화예술인 용역 제공 시간'이 상대적으로 높은 경향을 보임

《표 2-3-40》 청소년 대중문화예술인 용역 제공 시간

(청소년 대중문화예술인과 활동 경험있는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	만 15세 미만				만 15세 이상			
			5시간 미만	5~15시간 미만	15~25시간 미만	25~35시간 미만	10시간 미만	10~20시간 미만	20~30시간 미만	30~40시간 미만
전 체		(301)	45.4	39.6	11.2	3.8	51.5	37.3	8.4	2.8
주요 사업 분야	영상물 제작	(265)	41.8	43.2	10.6	4.3	48.2	40.7	8.0	3.2
	음반/음원 제작	(5)	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	공연물 제작	(31)	75.3	15.5	9.2	0.0	79.9	14.8	5.2	0.0
	기타 제작	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
소속직원 수	5인 미만	(118)	53.9	35.1	8.4	2.5	57.8	37.3	4.9	0.0
	5~10인 미만	(64)	46.0	34.7	15.0	4.3	48.2	32.5	15.0	4.3
	10~30인 미만	(79)	39.5	46.2	14.3	0.0	55.3	35.9	5.4	3.5
	30인 이상	(40)	31.0	47.5	7.2	14.3	31.0	47.5	14.3	7.2

나. 성희롱·성폭력 예방교육

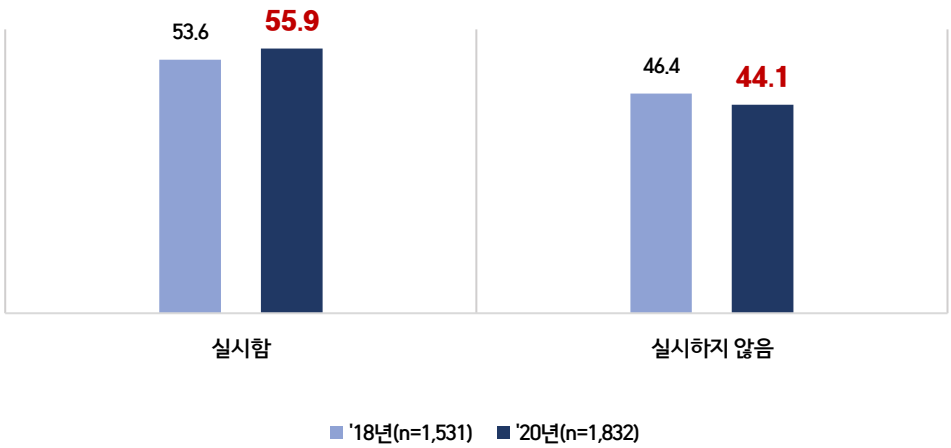
(1) 성희롱·성폭력 예방교육 실시 여부

○ 임직원을 대상으로 매년 성희롱·성폭력 예방교육 실시 여부를 보면, '실시함'이라고 응답한 기업은 55.9%로 나타남

○ 2018년 대비, '예방교육 실시함'(▲2.3%p)이 소폭 증가한 것으로 나타남

《그림 2-3-32》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 여부

(제작업 전체, 단위 : %)



특성별 분석

○ 영상물 제작업, 소속직원 규모가 클수록 성희롱·성폭력 예방교육 '실시함' 비율이 상대적으로 높게 나타남

《표 2-3-41》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 여부

(제작업 전체, 단위 : %)

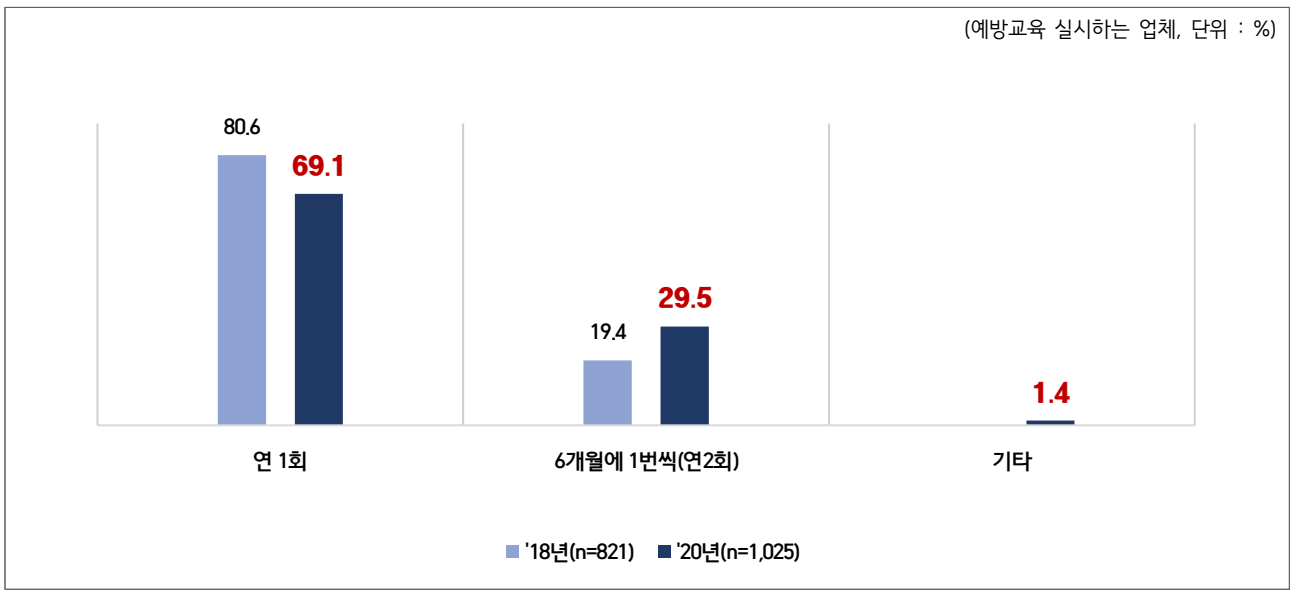
구 분		사례수	있음	없음
전 체		(1,832)	55.9	44.1
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	63.5	36.5
	음반/음원 제작	(153)	24.8	75.2
	공연물 제작	(269)	39.8	60.2
	기타 제작	(40)	22.5	77.5
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	31.1	68.9
	5~10인 미만	(353)	87.1	12.9
	10~30인 미만	(235)	94.3	5.7
	30인 이상	(160)	98.8	1.2

(2) 성희롱·성폭력 예방교육 실시 주기

○ 성희롱·성폭력 예방교육을 실시하는 제작업체의 실시 주기는 '연 1회'가 69.1%로 가장 높고, 이어서 '6개월에 1번씩(연2회)'(29.5%)이 뒤를 이었음

○ 2018년 대비, '6개월에 한번씩(연2회)'(▲10.1%p)이 증가한 것으로 나타남

《그림 2-3-33》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 주기



특성별 분석

○ 소속직원 규모가 클수록 '6개월에 1번씩(연2회)' 예방교육을 실시하는 업체가 많은 것으로 나타남

《표 2-3-42》 성희롱·성폭력 예방교육 실시 주기

(예방교육 실시하는 업체, 단위 : %)

구 분		사례수	연 1회	6개월에 1번씩(연 2회)	기타
전 체		(1,025)	69.1	29.5	1.4
주요 사업 분야	영상물 제작	(871)	68.4	30.0	1.7
	음반/음원 제작	(38)	89.9	10.1	0.0
	공연물 제작	(107)	72.7	27.3	0.0
	기타 제작	(9)	11.1	88.9	0.0
소속직원 수	5인 미만	(338)	81.1	18.9	0.0
	5~10인 미만	(307)	68.7	30.0	1.3
	10~30인 미만	(221)	56.7	42.0	1.2
	30인 이상	(158)	61.7	33.5	4.8

* 본 조사항목은 모수추정을 실시하였으며, 가중치를 부여하여 산출된 결과치는 소수점을 반올림하여 제시하므로 집단별 사례수의 합과 전체 사례수의 수치에 미세한 차이가 있을수 있음

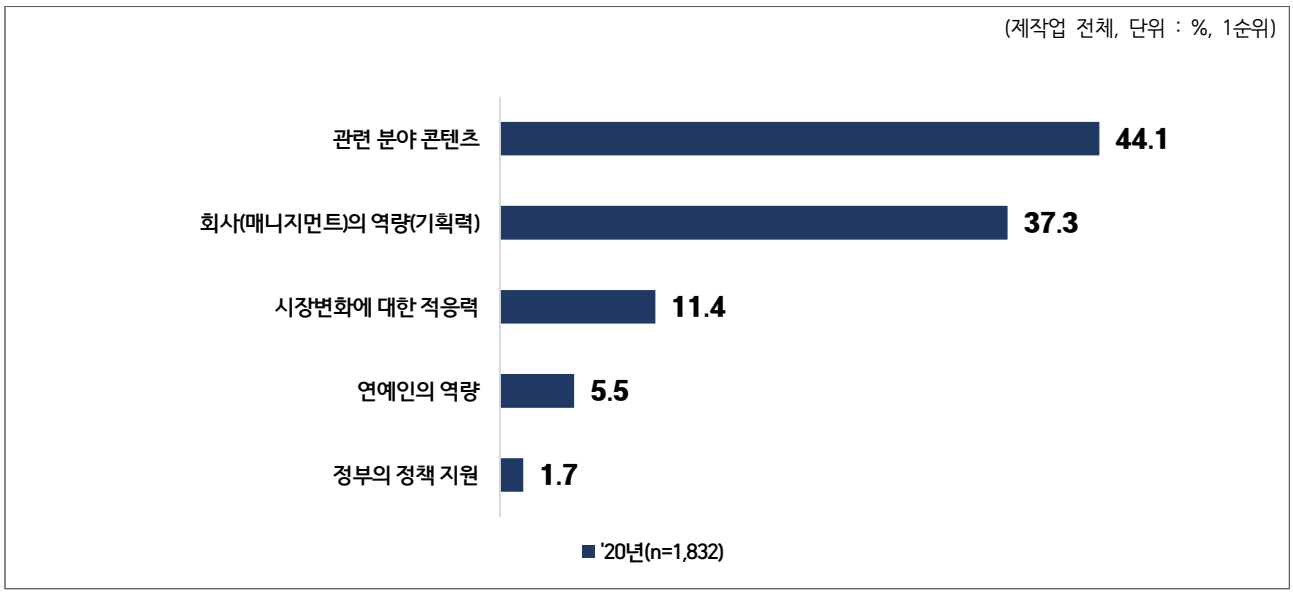
** 기타 : 연 4회

다. 국내 대중문화예술산업 평가

(1) 국내 대중문화예술산업 경쟁력 우위 부분

○ 국내 대중문화예술산업의 경쟁력 우위 부분을 살펴보면, '관련 분야 콘텐츠'(44.1%)가 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '회사(매니지먼트)의 역량(기획력)'(37.3%), '시장변화에 대한 적응력'(11.4%) 등의 순임

《 그림 2-3-34 》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 우위 부분



* 2021년 조사의 신규 항목임

특성별 분석

○ 영상물, 음반/음원 제작 분야는 '관련 분야 콘텐츠', 공연물, 기타 분야는 '회사의 역량(기획력)'이 가장 우위에 있다고 나타남

《 표 2-3-43 》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 우위 부분

(제작업 전체, 단위 : %, 1순위)

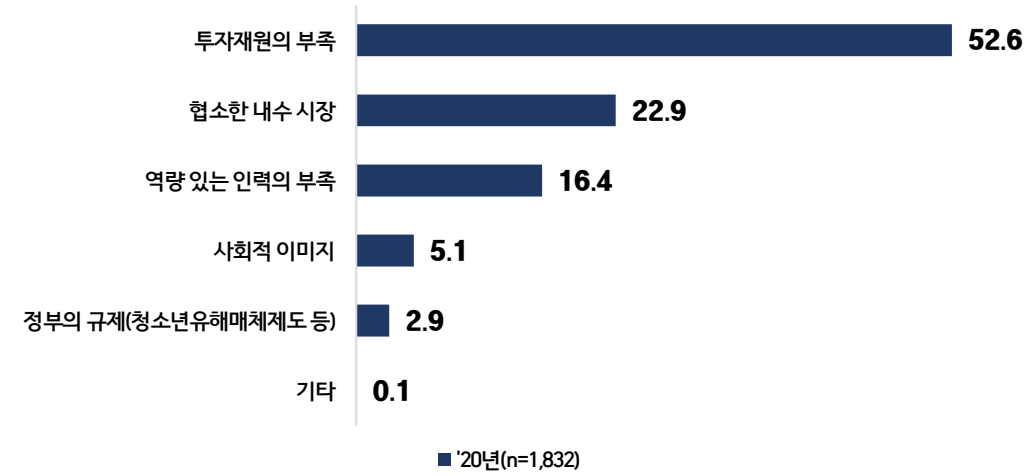
구 분		사례수	관련 분야 콘텐츠	회사(매니지먼트)의 역량(기획력)	시장변화에 대한 적응력	연예인의 역량	정부의 정책 지원
전 체		(1,832)	44.1	37.3	11.4	5.5	1.7
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	45.4	36.6	11.6	5.1	1.3
	음반/음원 제작	(153)	44.1	37.0	9.8	9.1	0.0
	공연물 제작	(269)	37.4	38.5	12.9	6.0	5.2
	기타 제작	(40)	43.2	56.8	0.0	0.0	0.0
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	47.1	36.0	9.0	5.6	2.2
	5~10인 미만	(353)	38.8	35.0	16.3	9.1	0.8
	10~30인 미만	(235)	41.1	40.2	13.8	2.9	2.0
	30인 이상	(160)	39.4	47.5	13.1	0.0	0.0

(2) 국내 대중문화예술산업 경쟁력 취약 부분

○ 제작업에서는 국내 대중문화예술산업 경쟁력 취약 부분으로 '투자재원의 부족'(52.6%)을 가장 많이 꼽고 있으며, '협소한 내수 시장'(22.9%), '역량 있는 인력의 부족'(16.4%)도 취약 부분으로 생각하고 있는 것으로 나타남

《 그림 2-3-35 》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 취약 부분

(제작업 전체, 단위 : %, 1순위)



* 2021년 조사의 신규 항목임

특성별 분석

○ 국내 대중문화예술산업 경쟁력 취약 부분으로 '투자재원의 부족'이 가장 높은 가운데, 소속직원 30인 이상 업체는 '역량 있는 인력의 부족'(28.5%)이 상대적으로 높게 나타남

《 표 2-3-44 》 국내 대중문화예술산업 경쟁력 취약 부분

(제작업 전체, 단위 : %, 1순위)

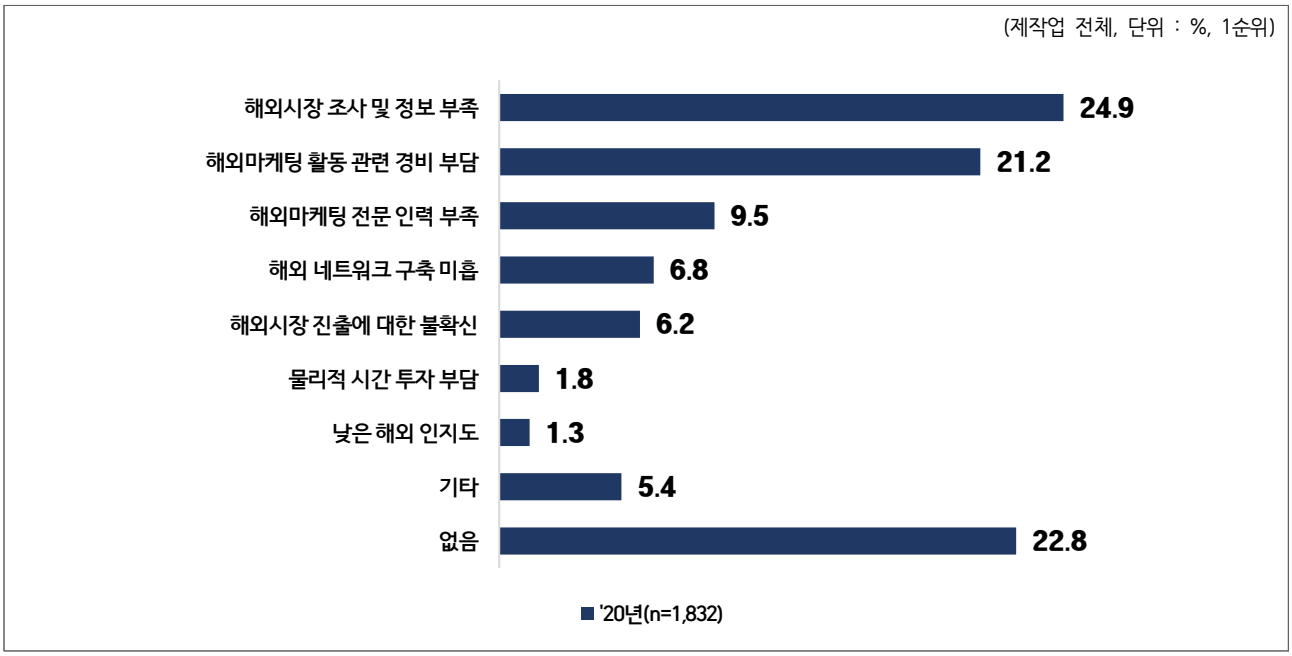
구 분		사례수	투자재원의 부족	협소한 내수 시장	역량 있는 인력의 부족	사회적 이미지	정부의 규제 (청소년유해매체제도 등)	기타
전 체		(1,832)	52.6	22.9	16.4	5.1	2.9	0.1
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	51.1	23.5	16.7	5.5	3.0	0.0
	음반/음원 제작	(153)	53.8	23.4	15.9	6.1	0.0	0.8
	공연물 제작	(269)	56.4	18.7	17.5	2.9	4.4	0.0
	기타 제작	(40)	72.3	27.7	0.0	0.0	0.0	0.0
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	54.6	21.4	16.3	4.6	3.1	0.0
	5~10인 미만	(353)	52.2	27.8	14.2	2.7	2.7	0.3
	10~30인 미만	(235)	51.3	26.0	12.0	6.6	4.2	0.0
	30인 이상	(160)	41.6	18.2	28.5	11.7	0.0	0.0

* 기타 : 창의성

(3) 국내 대중문화예술산업 해외 진출 애로사항

○ 국내 대중문화예술산업 해외 진출의 애로사항으로 '해외시장 조사 및 정보 부족'(24.9%)과 '해외마케팅 활동 관련 경비 부담'(21.2%)이 높게 나타남

《 그림 2-3-36 》 국내 대중문화예술산업 해외 진출 애로사항



* 2021년 조사의 신규 항목임

특성별 분석

○ 영상물 제작 분야에서는 '해외시장 조사 및 정보 부족'(26.9%)이 가장 높게 나타남

○ 소속직원 규모가 클수록 '해외마케팅 전문인력 부족'이 상대적으로 높아지는 경향을 보임

《 표 2-3-45 》 국내 대중문화예술산업 해외 진출 애로사항

(제작업 전체, 단위 : %, 1순위)

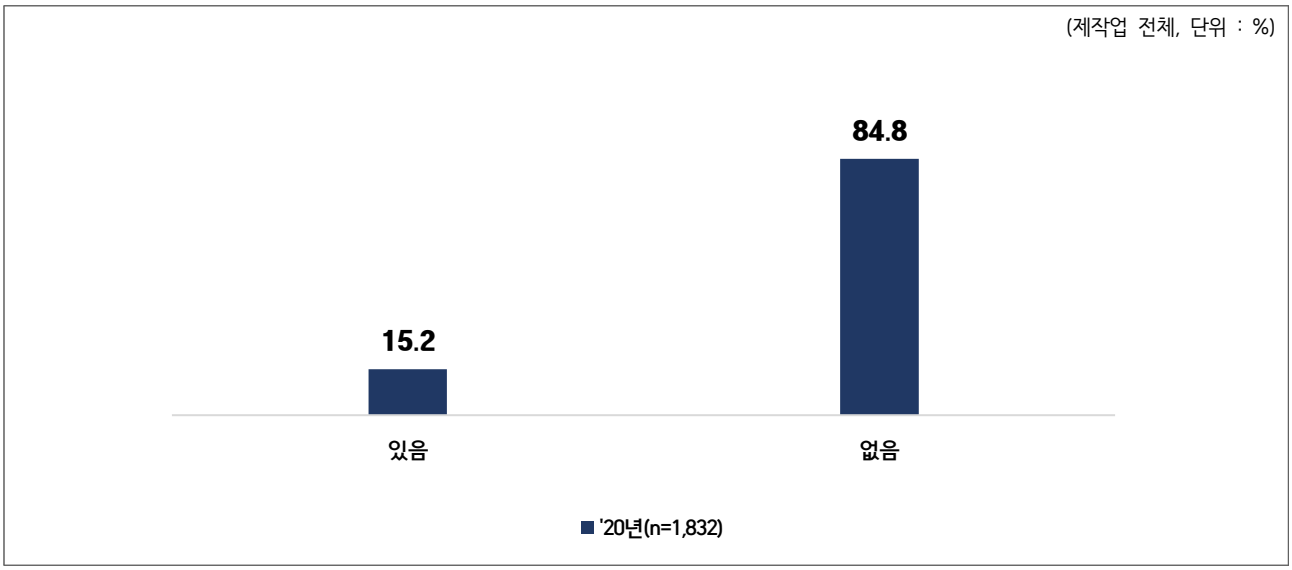
구 분		사례수	해외시장 조사 및 정보 부족	해외마케팅 활동 관련 경비부담	해외마케팅 전문 인력 부족	해외 네트워크 구축 미흡	해외시장 진출에 대한 불확신	물리적 시간 투자 부담	낮은 해외 인지도	기타	없음
전 체		(1,832)	24.9	21.2	9.5	6.8	6.2	1.8	1.3	5.4	22.8
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	26.9	21.8	10.9	8.2	5.9	2.2	1.4	3.4	19.4
	음반/음원 제작	(153)	15.9	21.6	2.9	1.8	11.7	0.0	0.8	15.4	29.9
	공연물 제작	(269)	21.9	17.9	5.8	3.7	5.8	0.9	1.7	10.6	31.7
	기타 제작	(40)	12.5	22.5	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	55.0
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	24.7	21.3	7.7	4.7	6.6	1.5	0.3	8.6	24.7
	5~10인 미만	(353)	28.0	25.2	7.0	4.7	4.4	3.5	4.0	1.6	21.6
	10~30인 미만	(235)	23.6	22.8	15.1	16.1	7.7	0.6	0.6	0.0	13.6
	30인 이상	(160)	21.2	10.2	19.0	12.3	5.3	1.5	3.9	0.0	26.6

* 기타 : 기존인력 역량 부족, 언어/문화 차이

라. 가입단체 현황

○ 현재 가입되어 있는 협회나 단가 있는 업체는 15.2%로 나타남

《그림 2-3-37》 현재 가입 협회/단체 여부



* 2021년 조사의 신규 항목임

《표 2-3-46》 현재 가입 협회/단체 여부

(제작업 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	있음	없음
전 체		(1,832)	15.2	84.8
주요 사업 분야	영상물 제작	(1,370)	16.0	84.0
	음반/음원 제작	(153)	13.9	86.1
	공연물 제작	(269)	14.2	85.8
	기타 제작	(40)	0.0	100.0
소속직원 수	5인 미만	(1,084)	14.8	85.2
	5~10인 미만	(353)	17.3	82.7
	10~30인 미만	(235)	16.5	83.5
	30인 이상	(160)	11.2	88.8

제3장

종사자 조사 결과

제1절 대중문화예술인

❍ 대중문화예술인의 응답자 특성은 다음과 같음

- 성별은 '남성'이 59.1%, '여성'이 41.0%로 나타남
- 연령대는 '20대'(31.7%)와 '30대'(34.1%)가 절반 이상을 차지하고, '20대 미만'은 1.2%임
- 주요 활동 분야는 '연기'가 44.6%로 가장 많고, 다음으로 '가창'(17.3%), '모델, 공연 예술가 등 기타'(15.5%), '연주'(14.2%) 등의 순임
- 경력별로는 '10년 이상' 경력을 지닌 대중문화예술인이 48.0%로 가장 많았음

《표 3-1-1》 응답자 특성

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	비율
전 체		(983)	100.0
성별	남성	(580)	59.0
	여성	(403)	41.0
연령	20대 미만	(12)	1.2
	20대	(312)	31.7
	30대	(335)	34.1
	40대	(227)	23.1
	50대 이상	(97)	9.9
주요 활동 분야	연기	(438)	44.6
	무용	(83)	8.4
	연주	(140)	14.2
	가창	(170)	17.3
	기타	(152)	15.5
【연기】	연기자	(223)	22.7
	코미디언	(80)	8.1
	뮤지컬 배우	(90)	9.2
	성우	(45)	4.6
【무용】	댄서(한국무용,현대무용,발레 제외)	(83)	8.4
【연주】	연주자	(140)	14.2
【가창】	가수	(170)	17.3
【기타】	모델	(90)	9.2
	공연 예술가	(51)	5.2
	기타 방송인(라디오DJ 등)	(11)	1.1
경력	3년 미만	(150)	15.3
	3~5년 미만	(127)	12.9
	5~10년 미만	(234)	23.8
	10년 이상	(472)	48.0

1. 대중문화예술 활동 사항

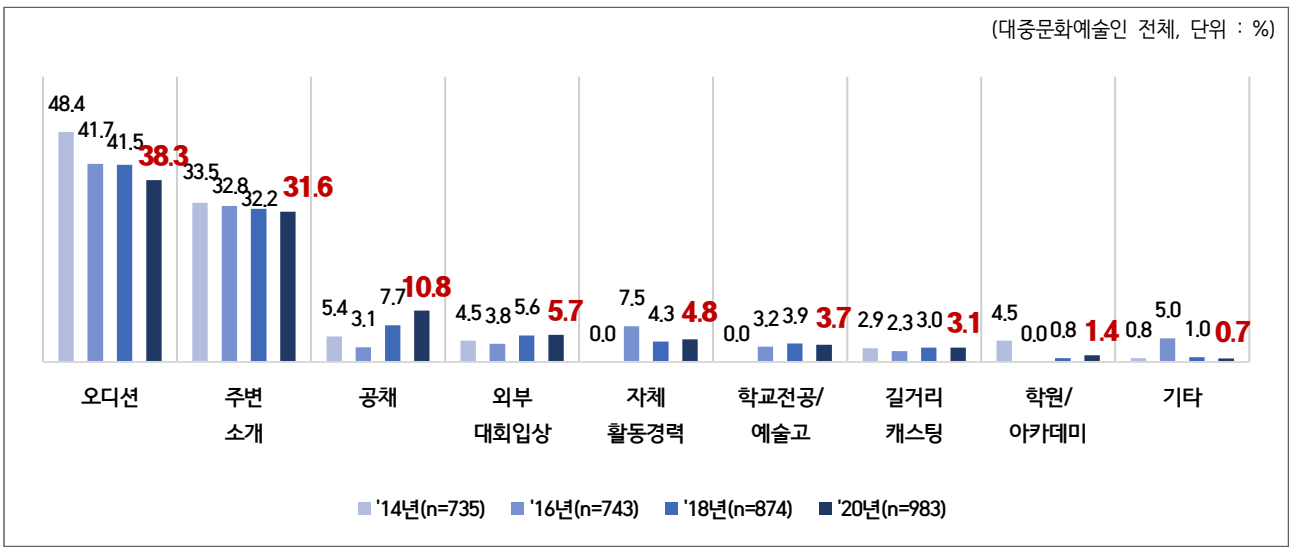
가. 대중문화예술 활동 분야

(1) 문화예술 분야 입문 최초 경로

❍ 문화예술 분야에 입문하게 된 최초 경로를 보면, '오디션'이 38.3%로 가장 높고, 다음으로 '주변 소개'(31.6%), '공채'(10.8%), '외부 대회 입상'(5.7%) 등의 순임

❍ 2018년 대비, '오디션'(▽3.2%p), '주변 소개'(▽0.6%p)는 감소한 반면, '공채'(▲3.1%p)은 증가한 것으로 나타남

《그림 3-1-1》 문화예술 분야 입문 최초 경로



《표 3-1-2》 문화예술 분야 입문 최초 경로

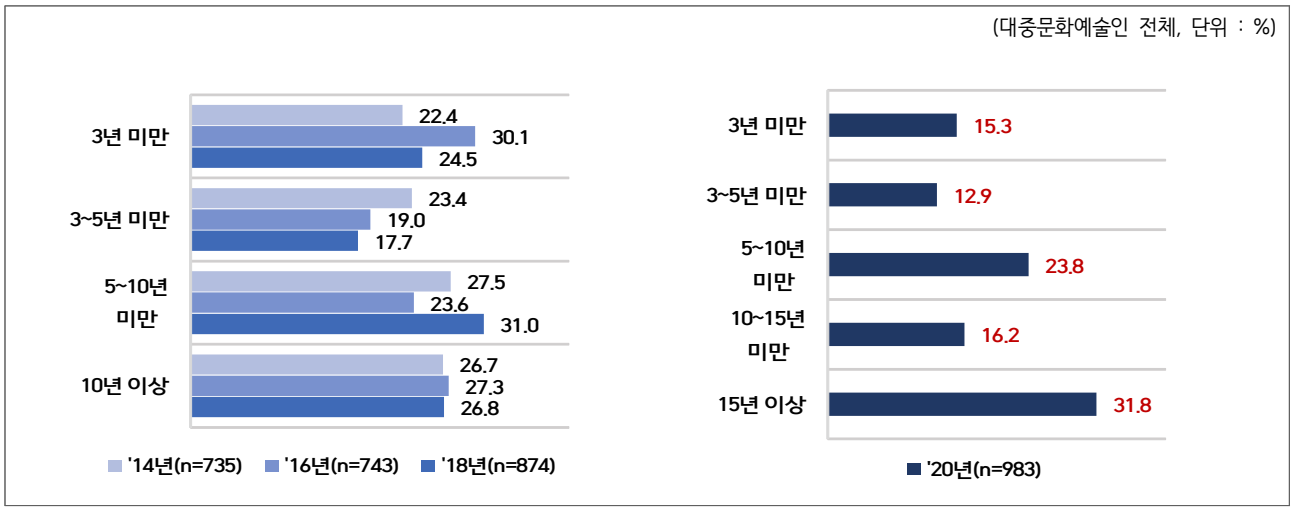
(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	오디션	주변 소개	공채	외부 대회입상	자체 활동경력	학교전공/예술고	길거리 캐스팅	학원/아카데미	기타
전 체		(983)	38.3	31.6	10.8	5.7	4.8	3.7	3.1	1.4	0.7
성별	남성	(580)	37.1	33.3	11.4	5.7	4.5	3.6	2.8	1.6	0.2
	여성	(403)	40.0	29.3	9.9	5.7	5.2	3.7	3.5	1.2	1.5
연령	20대 미만	(12)	16.7	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0
	20대	(312)	34.9	43.6	2.9	5.8	2.9	4.5	3.2	1.3	1.0
	30대	(335)	44.5	26.3	8.4	6.9	5.4	4.2	2.1	1.5	0.9
	40대	(227)	36.1	26.0	18.1	5.3	6.2	2.2	4.0	1.8	0.4
	50대 이상	(97)	35.1	20.6	28.9	3.1	6.2	3.1	2.1	1.0	0.0
주요 활동 분야	연기	(438)	52.3	15.8	21.5	1.1	2.7	2.1	2.5	1.6	0.5
	무용	(83)	27.7	44.6	3.6	9.6	4.8	3.6	2.4	2.4	1.2
	연주	(140)	12.1	62.9	1.4	8.6	7.1	6.4	0.7	0.0	0.7
	가창	(170)	25.3	40.0	1.8	13.5	10.0	4.1	4.7	0.0	0.6
	기타	(152)	42.1	32.2	2.6	5.3	2.6	5.3	5.3	3.3	1.3
경력	3년 미만	(150)	34.7	44.7	2.7	2.7	5.3	2.0	2.7	2.7	2.7
	3~5년 미만	(127)	42.5	35.4	4.7	5.5	1.6	6.3	2.4	0.0	1.6
	5~10년 미만	(234)	44.9	31.2	6.8	6.4	4.3	2.6	1.7	1.7	0.4
	10년 이상	(472)	35.0	26.7	16.9	6.4	5.7	4.0	4.0	1.3	0.0

(2) 해당 활동 분야 총 경력

❍ 해당 분야 총 활동 경력은 구간별로, ‘15년 이상’이 31.8%로 가장 높고, 다음으로 ‘5~10년 미만’(23.8%), ‘10~15년 미만’(16.2%), ‘3년 미만’ (16.2%), ‘3~5년 미만’(12.9%) 순으로 나타남

《그림 3-1-2》 연도별 해당 활동 분야 총 경력



* 2021년 기준 조사 설계 시 성별, 연령별 표본 설계를 정교화 하였으며, 과거 조사와 표본 구성에 차이가 있으므로 과거 조사 결과와의 직접 비교 시 유의해야함 (특히, 연령별 할당을 추가함으로써 2021년 조사에서는 40대 이상의 표본이 차지하는 비중이 높아짐)

《표 3-1-3》 해당 활동 분야 총 경력

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	3년 미만	3~5년 미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15년 이상
전 체		(983)	15.3	12.9	23.8	16.2	31.8
성별	남성	(580)	13.6	13.6	20.7	14.8	37.2
	여성	(403)	17.6	11.9	28.3	18.1	24.1
연령	20대 미만	(12)	66.7	25.0	8.3	0.0	0.0
	20대	(312)	36.5	26.0	26.9	10.3	0.3
	30대	(335)	6.9	10.1	37.6	28.1	17.3
	40대	(227)	1.3	3.1	8.4	13.2	74.0
	50대 이상	(97)	2.1	2.1	4.1	3.1	88.7
주요 활동 분야	연기	(438)	9.1	13.9	22.6	15.3	39.0
	무용	(83)	14.5	8.4	31.3	30.1	15.7
	연주	(140)	17.9	8.6	22.9	17.1	33.6
	가창	(170)	22.9	11.8	21.8	11.8	31.8
	기타	(152)	22.4	17.8	26.3	15.1	18.4
경력	3년 미만	(150)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	3~5년 미만	(127)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	5~10년 미만	(234)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	10년 이상	(472)	0.0	0.0	0.0	33.7	66.3

(3) 연평균 공백기간

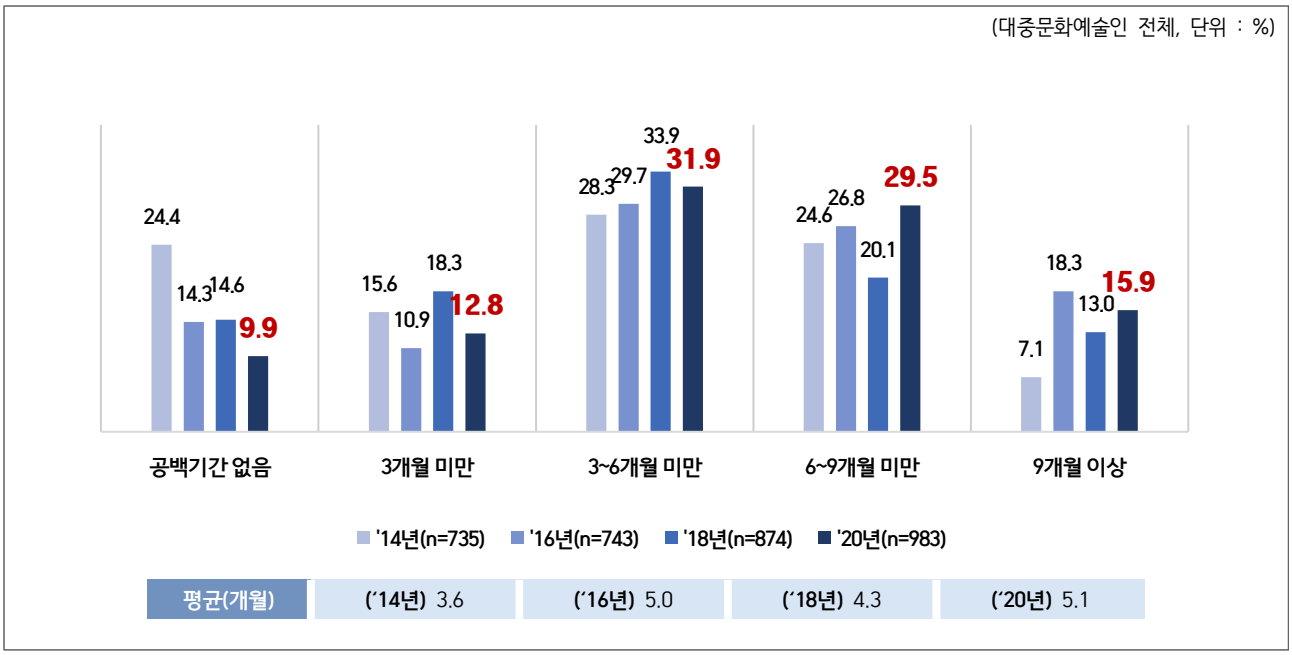
❍ 연평균 공백기간은 5.1개월로 나타남

- 구간별로는 '3~6개월 미만'이 31.9%로 가장 높고, '공백기간 없음'은 9.9%로 나타남

❍ 2018년 대비, 연평균 공백기간은 ▲0.8개월이 증가한 것으로 나타남

《그림 3-1-3》 연평균 공백기간

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)



《표 3-1-4》 연평균 공백기간

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	공백기간 없음	3개월 미만	3~6개월 미만	6~9개월 미만	9개월 이상	평균 (개월)
전 체		(983)	9.9	12.8	31.9	29.5	15.9	5.1
성별	남성	(580)	10.5	11.2	30.2	32.4	15.7	5.2
	여성	(403)	8.9	15.1	34.5	25.3	16.1	4.9
연령	20대 미만	(12)	16.7	8.3	41.7	8.3	25.0	5.3
	20대	(312)	8.0	12.2	32.1	29.2	18.6	5.3
	30대	(335)	8.7	12.2	32.5	31.3	15.2	5.1
	40대	(227)	12.3	15.0	29.1	30.4	13.2	4.8
	50대 이상	(97)	13.4	12.4	35.1	24.7	14.4	4.5
주요 활동 분야	연기	(438)	8.4	13.7	33.3	29.7	14.8	5.0
	무용	(83)	12.0	14.5	42.2	22.9	8.4	4.1
	연주	(140)	12.9	14.3	32.1	29.3	11.4	4.6
	가창	(170)	14.1	4.1	22.9	27.1	31.8	6.2
	기타	(152)	5.3	17.8	32.2	35.5	9.2	4.8
경력	3년 미만	(150)	14.7	12.7	22.7	26.0	24.0	5.4
	3~5년 미만	(127)	7.1	11.0	35.4	26.8	19.7	5.4
	5~10년 미만	(234)	3.8	15.4	36.8	28.2	15.8	5.2
	10년 이상	(472)	12.1	12.1	31.6	32.0	12.3	4.8

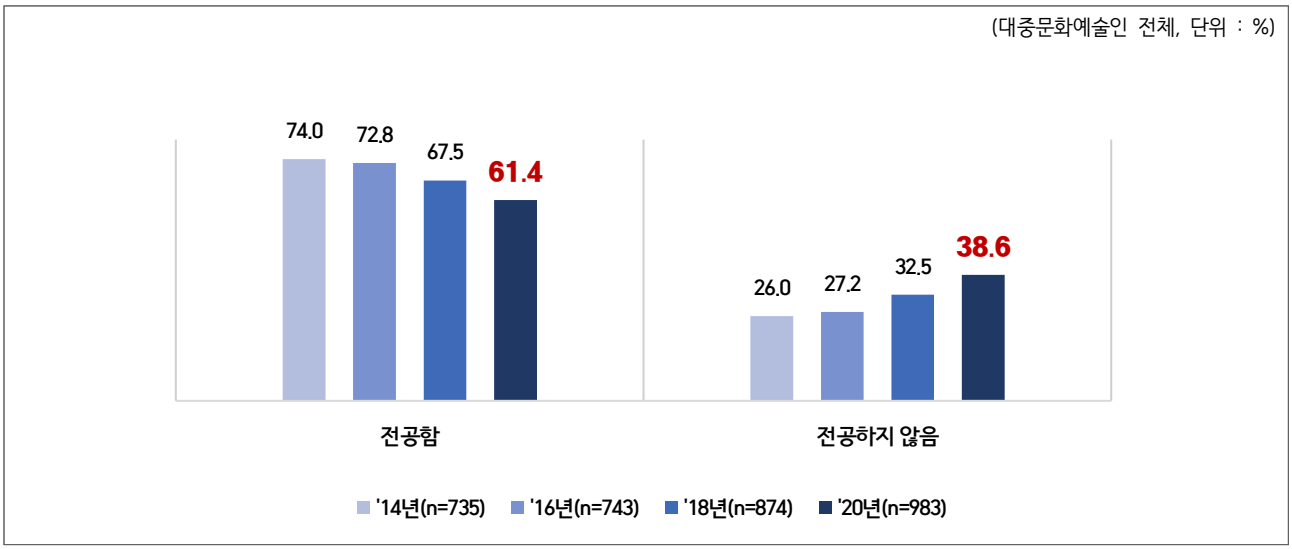
나. 대중문화예술 교육

(1) 문화예술 분야 전공 여부

❍ 문화예술 분야를 '전공'한 예술인이 61.4%로 '전공하지 않음'(38.6%)보다 높게 나타남

❍ 2014년 이후 전공자 비율이 감소하는 경향을 보이며, 2018년 대비, 문화예술 분야 '전공' 비율이 ▽6.1%p 감소한 것으로 나타남

《그림 3-1-4》 문화예술 분야 전공 여부



《표 3-1-5》 문화예술 분야 전공 여부

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

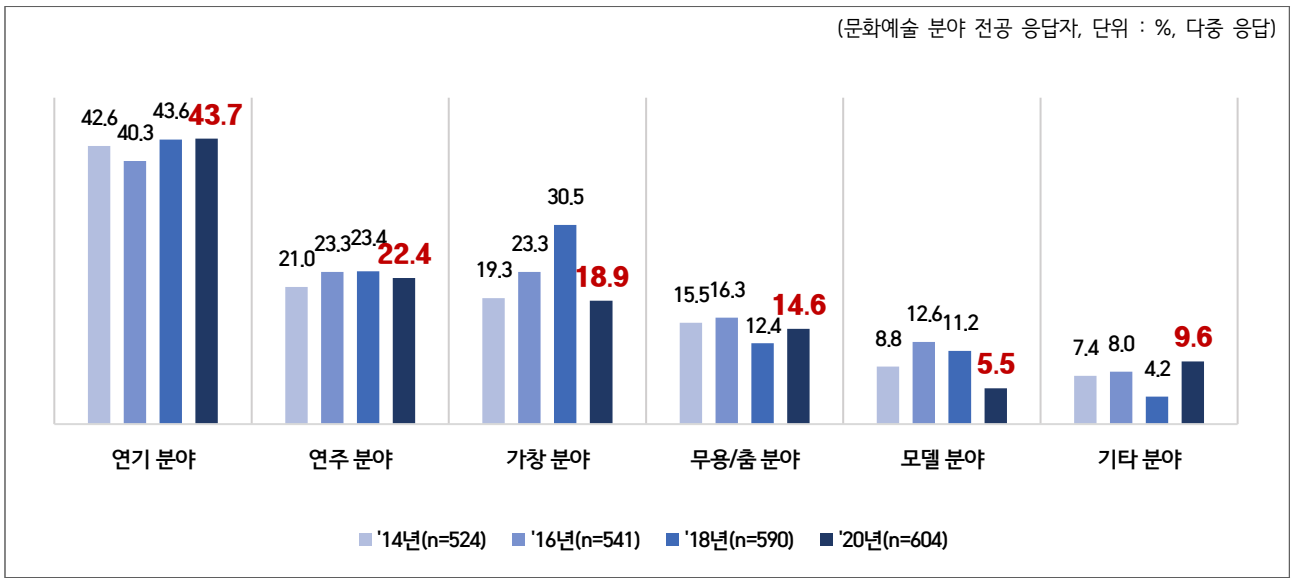
구 분		사례수	전공함	전공하지 않음
전 체		(983)	61.4	38.6
성별	남성	(580)	59.3	40.7
	여성	(403)	64.5	35.5
연령	20대 미만	(12)	66.7	33.3
	20대	(312)	70.5	29.5
	30대	(335)	63.0	37.0
	40대	(227)	51.1	48.9
	50대 이상	(97)	50.5	49.5
주요 활동 분야	연기	(438)	53.4	46.6
	무용	(83)	71.1	28.9
	연주	(140)	81.4	18.6
	가창	(170)	59.4	40.6
	기타	(152)	63.2	36.8
경력	3년 미만	(150)	55.3	44.7
	3~5년 미만	(127)	60.6	39.4
	5~10년 미만	(234)	67.9	32.1
	10년 이상	(472)	60.4	39.6

(2) 문화예술 관련 전공 분야

❍ 문화예술 관련 전공 분야는 '연기 분야'가 43.7%로 가장 높고, 다음으로 '연주 분야'(22.4%), '가창 분야' (18.9%), '무용/춤 분야'(14.6%) 등의 순임

❍ 2018년 대비, '가창 분야'(▽11.6%p), '모델 분야'(▽5.7%p)는 감소한 반면, '무용/춤 분야'(▲2.2%p)는 소폭 증가한 것으로 나타남

《그림 3-1-5》 문화예술 관련 전공 분야



《표 3-1-6》 문화예술 관련 전공 분야

(문화예술 분야 전공 응답자, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	연기 분야	연주 분야	가창 분야	무용/춤 분야	모델 분야	기타 분야*
전 체		(604)	43.7	22.4	18.9	14.6	5.5	9.6
성별	남성	(344)	47.4	23.0	16.0	11.0	5.8	8.7
	여성	(260)	38.8	21.5	22.7	19.2	5.0	10.8
연령	20대 미만	(8)	37.5	0.0	12.5	62.5	37.5	0.0
	20대	(220)	26.4	24.1	26.8	23.6	11.8	8.2
	30대	(211)	47.9	22.7	19.4	12.3	1.4	9.5
	40대	(116)	56.9	24.1	9.5	2.6	0.9	12.9
	50대 이상	(49)	73.5	12.2	4.1	4.1	0.0	10.2
주요 활동 분야	연기	(234)	88.0	0.4	10.3	6.4	0.4	8.1
	무용	(59)	3.4	0.0	0.0	96.6	0.0	6.8
	연주	(114)	0.9	93.9	3.5	0.0	0.0	7.9
	가창	(101)	7.9	13.9	80.2	4.0	0.0	11.9
	기타	(96)	49.0	13.5	5.2	12.5	33.3	14.6
경력	3년 미만	(83)	21.7	25.3	31.3	18.1	13.3	12.0
	3~5년 미만	(77)	37.7	22.1	29.9	11.7	13.0	5.2
	5~10년 미만	(159)	37.1	22.6	20.8	20.1	5.0	11.9
	10년 이상	(285)	55.4	21.4	11.2	11.2	1.4	8.8

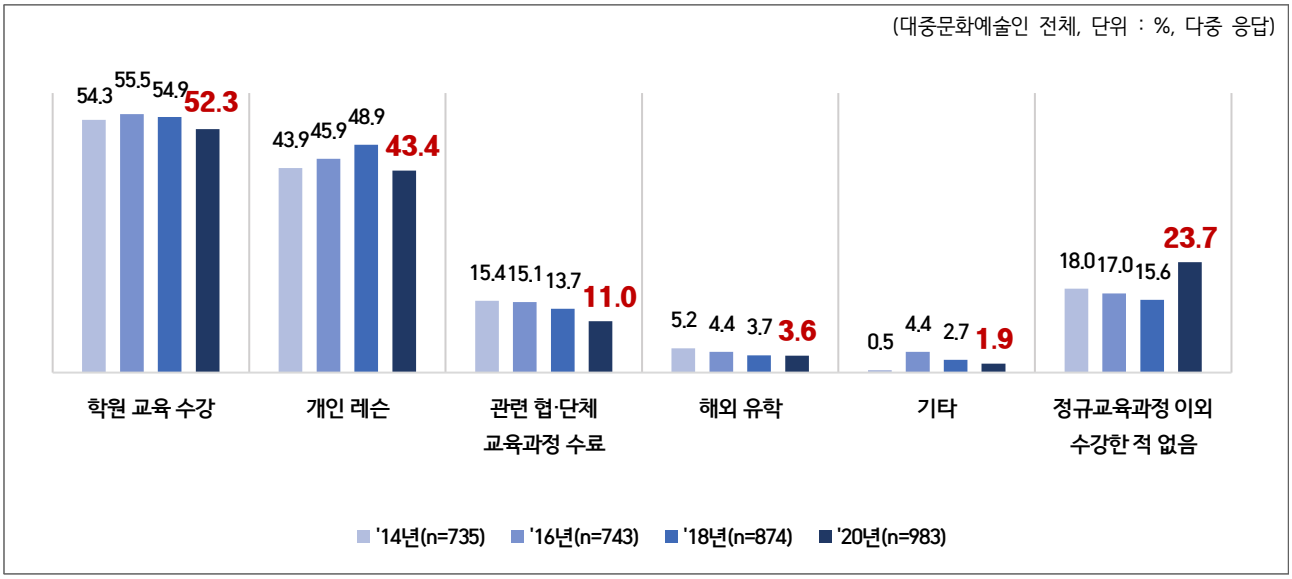
* 기타 분야 : 작곡, 뮤지컬, 디자인, 연출, 예술경영, 방송/방송연예 등

(3) 정규교육과정 이외 대중문화예술 교육 여부

❍ 정규교육과정 이외의 교육 중 '학원 교육 수강'(52.3%)과 '개인 레슨'(43.4%)이 높게 나타남

❍ 2018년 대비, '정규교육과정 이외 수강한 적 없음'이 ▲8.1%p 증가한 것으로 나타남

《그림 3-1-6》 정규교육과정 이외 대중문화예술 교육 경험



《표 3-1-7》 정규교육과정 이외 대중문화예술 교육 경험

(대중문화예술인 전체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	학원 교육 수강*	개인 레슨	관련 협·단체 교육과정 수료*	해외 유학	기타*	다른 교육 수강한 적 없음
전 체		(983)	52.3	43.4	11.0	3.6	1.9	23.7
성별	남성	(580)	45.3	40.9	9.0	3.1	1.9	29.3
	여성	(403)	62.3	47.1	13.9	4.2	2.0	15.6
연령	20대 미만	(12)	75.0	41.7	0.0	0.0	0.0	16.7
	20대	(312)	66.0	48.4	9.3	2.9	1.0	16.3
	30대	(335)	56.1	51.3	9.3	2.1	2.7	19.1
	40대	(227)	37.4	35.2	11.5	6.6	2.2	33.0
	50대 이상	(97)	26.8	19.6	22.7	4.1	2.1	42.3
주요 활동 분야	연기	(438)	49.5	35.8	14.6	1.6	2.7	26.5
	무용	(83)	72.3	22.9	6.0	7.2	1.2	21.7
	연주	(140)	50.7	77.1	6.4	7.9	0.7	11.4
	가창	(170)	49.4	58.8	5.3	3.5	1.2	22.9
	기타	(152)	53.9	28.3	13.8	3.3	2.0	28.9
경력	3년 미만	(150)	59.3	40.7	7.3	1.3	0.0	23.3
	3~5년 미만	(127)	63.8	46.5	7.1	0.8	2.4	15.7
	5~10년 미만	(234)	64.1	53.8	11.5	0.9	2.1	15.4
	10년 이상	(472)	41.1	38.3	12.9	6.4	2.3	30.1

* 학원 교육 수강 : 대중문화예술 관련 사설 학원, 아카데미를 모두 포함
* 관련 협·단체 교육과정 수료 : 대중문화예술인 관련 협회 또는 지원센터, 공공기관 등에서 실시하는 교육과정. 수료증 수령 여부와 관계없이 모두 해당
* 기타 : 온라인 교육(유튜브), 그룹 레슨, 국가공모예술사업 등

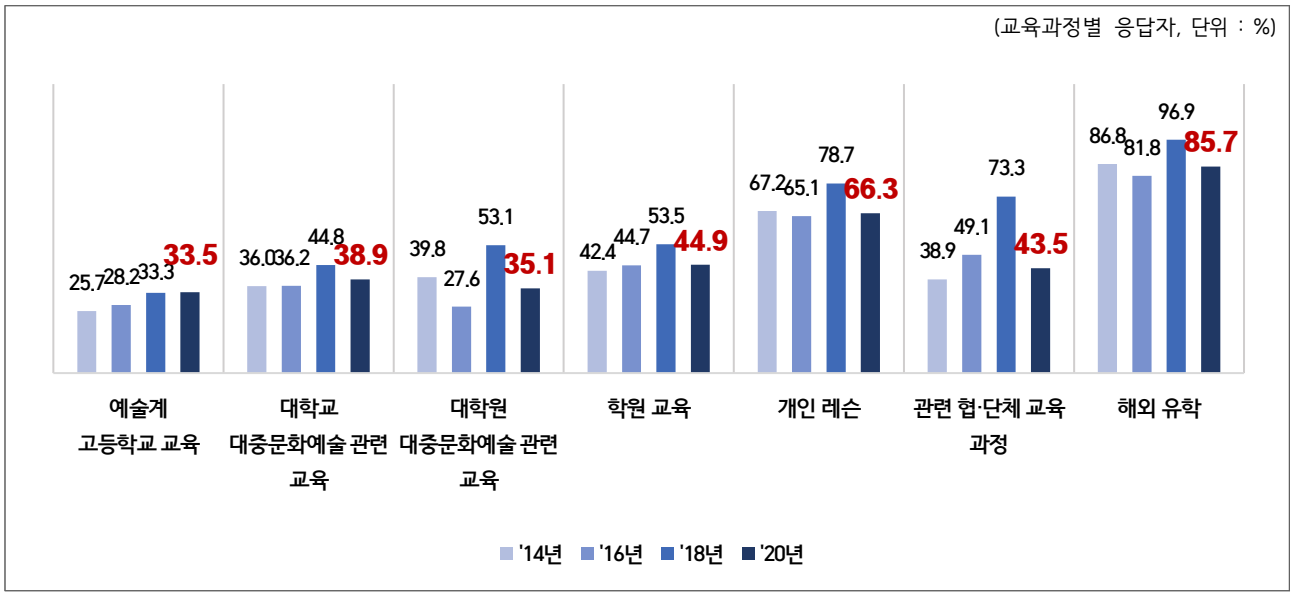
(4) 대중문화예술 관련 교육과정 만족도 (매우만족+만족 비율)

❍ 대중문화예술 관련 교육과정 만족도를 보면, '해외 유학'이 85.7%으로 만족도가 가장 높고, 다음으로 '개인 레슨'(66.3%), '학원 교육'(44.9%), '관련 협·단체 교육 과정'(43.5%) 등의 순임

- 반면, '고등학교', '대학교', '대학원' 교육은 상대적으로 낮은 만족도를 보임

❍ 2018년 대비, '해외 유학'을 제외한 대중문화예술 관련 교육과정 만족도가 다소 낮았으며, '관련 협·단체 교육 과정'(▽29.8%p) 만족도 감소폭이 상대적으로 높음

《 그림 3-1-7 》 대중문화예술 관련 교육과정 만족도(매우만족+만족 비율)



《 표 3-1-8 》 대중문화예술 관련 교육과정 만족도(매우만족+만족 비율)

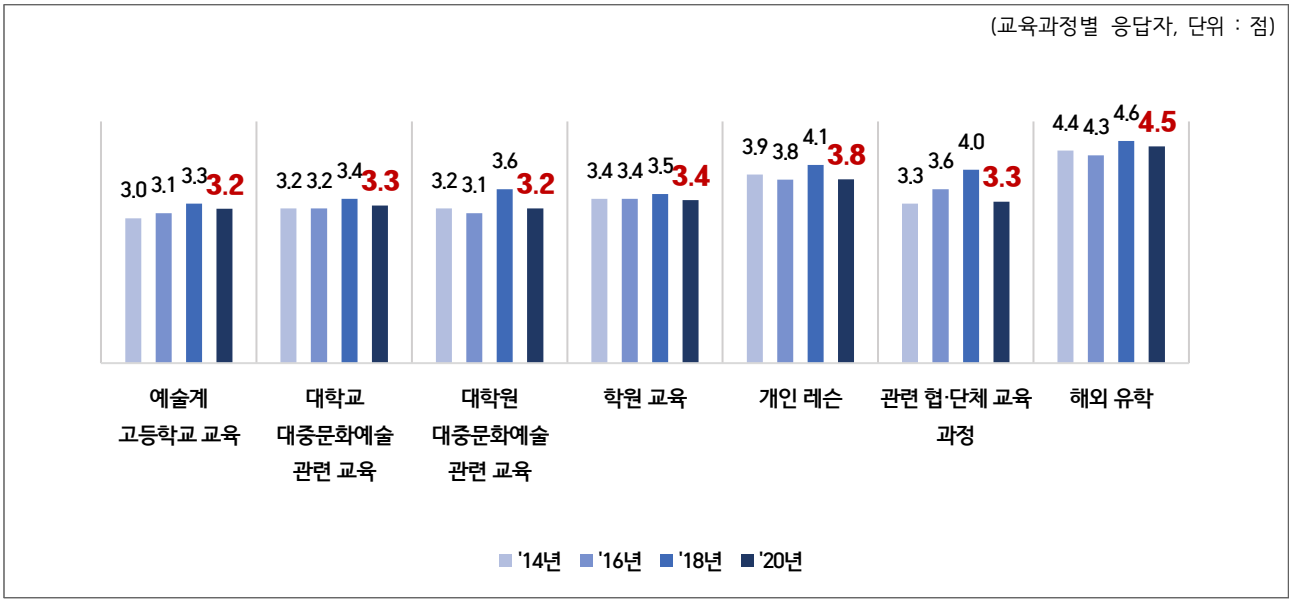
(교육과정별 응답자, 단위 : %)

구 분		예술계 고등학교 교육	대학교 대중문화예술 관련 교육	대학원 대중문화예술 관련 교육	학원 교육	개인 레슨	관련 협·단체 교육 과정	해외 유학	기타
전 체		33.5	38.9	35.1	44.9	66.3	43.5	85.7	73.7
성별	남성	26.0	36.7	34.9	43.7	67.5	40.4	88.9	63.6
	여성	44.4	41.9	35.5	46.2	64.7	46.4	82.4	87.5
연령	20대 미만	83.3	77.8	-	77.8	40.0	-	-	-
	20대	40.3	41.0	45.1	53.4	70.9	55.2	88.9	66.7
	30대	27.1	31.6	30.1	43.6	65.7	38.7	100.0	66.7
	40대	26.7	41.8	32.6	30.6	62.5	30.8	80.0	100.0
	50대 이상	40.0	47.5	26.2	23.1	57.9	50.0	75.0	50.0
주요 활동 분야	연기	36.6	41.7	33.7	38.2	66.2	45.3	71.4	75.0
	무용	45.5	38.4	52.0	71.7	84.2	80.0	100.0	0.0
	연주	30.8	34.4	32.4	46.5	71.3	44.4	81.8	100.0
	가창	26.1	32.8	30.3	45.2	61.0	11.1	100.0	100.0
	기타	30.2	43.1	33.3	41.5	58.1	42.9	80.0	66.7
경력	3년 미만	52.7	46.0	54.2	53.9	67.2	72.7	100.0	-
	3~5년 미만	29.5	32.3	27.1	44.4	71.2	55.6	100.0	100.0
	5~10년 미만	29.8	33.5	30.3	44.0	70.6	40.7	100.0	80.0
	10년 이상	31.2	41.4	34.9	41.8	61.3	37.7	83.3	63.6

* 기타 : 극단에서의 교육, 워크샵, 그룹 레슨 등

《그림 3-1-8》 대중문화예술 관련 교육과정 만족도(5점 만점)

(교육과정별 응답자, 단위 : 점)



《표 3-1-9》 대중문화예술 관련 교육과정 만족도(5점 만점)

(교육과정별 응답자, 단위 : 점)

구 분		예술계 고등학교 교육	대학교 대중문화예술 관련 교육	대학원 대중문화예술 관련 교육	학원 교육	개인 레슨	관련 협·단체 교육 과정	해외 유학	기타
전 체		3.2	3.3	3.2	3.4	3.8	3.3	4.5	4.2
성별	남성	3.0	3.2	3.2	3.4	3.8	3.2	4.6	4.0
	여성	3.4	3.3	3.2	3.4	3.8	3.4	4.4	4.4
연령	20대 미만	4.3	4.1	-	4.1	3.4	-	-	-
	20대	3.2	3.2	3.4	3.5	3.9	3.3	4.6	4.3
	30대	3.1	3.1	3.1	3.4	3.8	3.2	4.9	3.9
	40대	3.1	3.4	3.1	3.1	3.6	3.4	4.3	4.8
	50대 이상	3.3	3.5	3.1	3.2	3.7	3.5	4.3	3.5
주요 활동 분야	연기	3.2	3.3	3.2	3.2	3.8	3.4	4.3	4.3
	무용	3.4	3.3	3.6	3.8	4.1	4.0	5.0	3.0
	연주	3.1	3.2	3.1	3.5	3.9	3.4	4.4	5.0
	가창	3.0	3.1	3.0	3.4	3.8	2.9	4.5	4.0
	기타	3.2	3.4	3.3	3.3	3.6	3.0	4.4	4.0
경력	3년 미만	3.4	3.3	3.6	3.5	3.9	3.7	4.5	-
	3~5년 미만	3.0	3.1	2.9	3.4	3.9	3.1	5.0	5.0
	5~10년 미만	3.1	3.2	3.1	3.3	3.9	3.3	5.0	4.0
	10년 이상	3.2	3.3	3.2	3.3	3.7	3.3	4.4	4.0

다. 전업예술인 여부

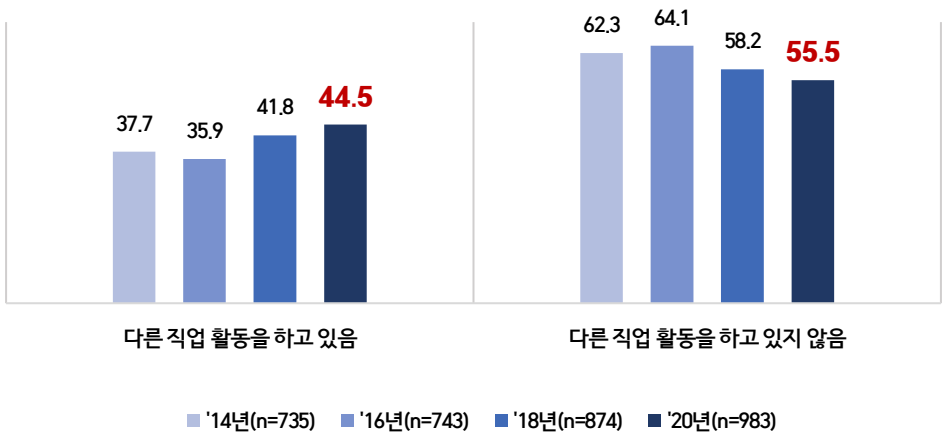
(1) 대중문화예술 분야 이외 다른 직업활동 여부

○ '다른 직업활동을 하고 있다'는 응답자는 44.5%로 나타남

○ 2018년 대비, '다른 직업활동을 하고 있다'가 ▲2.7%p 증가한 것으로 나타남

《그림 3-1-9》 대중문화예술 분야 이외 다른 직업활동 여부

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)



《표 3-1-10》 대중문화예술 분야 이외 다른 직업활동 여부

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	다른 직업활동을 하고 있음*	다른 직업활동을 하고 있지 않음
전 체		(983)	44.5	55.5
성별	남성	(580)	45.9	54.1
	여성	(403)	42.4	57.6
연령	20대 미만	(12)	8.3	91.7
	20대	(312)	42.6	57.4
	30대	(335)	48.4	51.6
	40대	(227)	49.8	50.2
	50대 이상	(97)	28.9	71.1
주요 활동 분야	연기	(438)	38.6	61.4
	무용	(83)	27.7	72.3
	연주	(140)	48.6	51.4
	가창	(170)	55.9	44.1
	기타	(152)	53.9	46.1
경력	3년 미만	(150)	46.7	53.3
	3~5년 미만	(127)	48.8	51.2
	5~10년 미만	(234)	44.4	55.6
	10년 이상	(472)	42.6	57.4

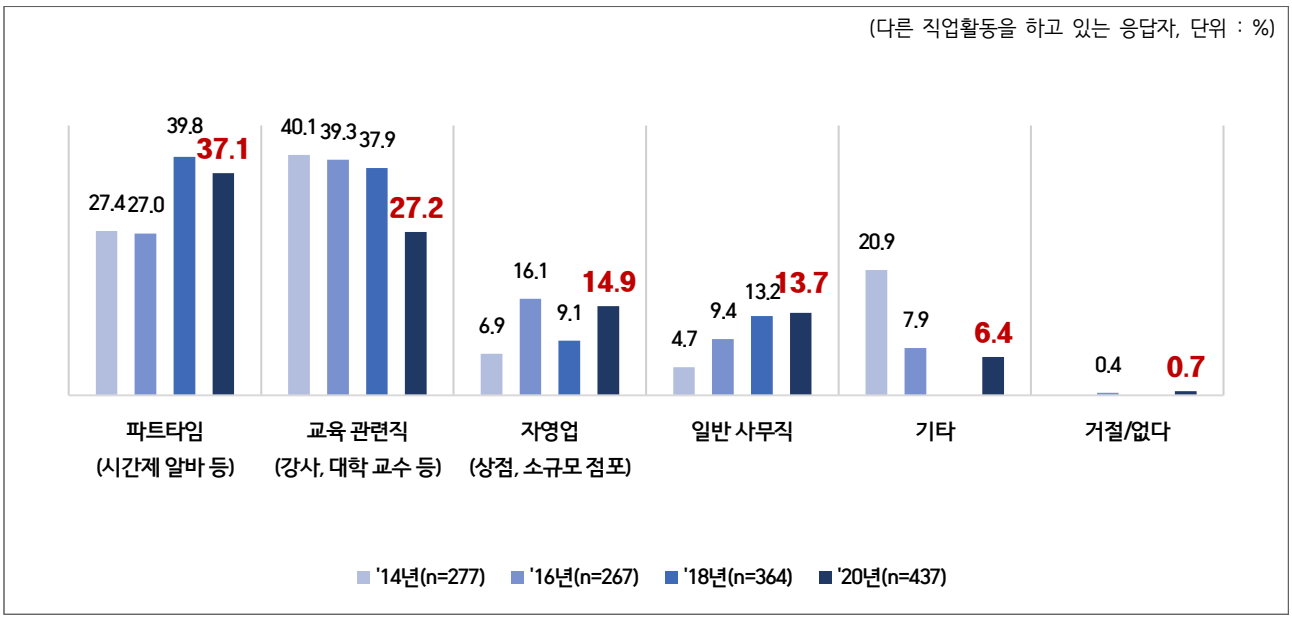
* 규칙적으로 소득이 발생하는 일이 아닌 단발성(원고 작성, 강연 등) 형태의 활동을 제외

(2) 직업활동 종류

❍ 다른 직업활동 종류로 '시간제 아르바이트 등 파트타임'이 37.1%로 가장 높고, 다음으로 '교육 관련직'(27.2%), '상점, 소규모 점포 운영 등 자영업'(14.9%), '일반 사무직'(13.7%) 등의 순임

❍ 2018년 대비, '교육 관련직'(▽10.7%p), '파트 타임'(▽2.7%p)은 감소한 반면, '자영업'(▲5.8%p)은 증가한 것으로 나타남

《그림 3-1-10》 직업활동 종류



《표 3-1-11》 직업활동 종류

(다른 직업활동을 하고 있는 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	파트타임 (시간제 알바 등)	교육 관련직 (학원 강사, 대학 교수 등)	자영업 (상점, 소규모 점포 운영)	일반 사무직 (중소기업의 피고용인)	기타*	무응답
전 체		(437)	37.1	27.2	14.9	13.7	6.4	0.7
성별	남성	(266)	38.0	20.7	18.8	13.9	7.9	0.8
	여성	(171)	35.7	37.4	8.8	13.5	4.1	0.6
연령	20대 미만	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20대	(133)	47.4	24.1	6.8	15.8	5.3	0.8
	30대	(162)	43.8	19.8	13.6	16.0	6.2	0.6
	40대	(113)	20.4	41.6	22.1	8.8	7.1	0.0
	50대 이상	(28)	14.3	28.6	32.1	10.7	10.7	3.6
주요 활동 분야	연기	(169)	43.2	23.1	13.6	10.7	8.9	0.6
	무용	(23)	39.1	30.4	13.0	0.0	17.4	0.0
	연주	(68)	23.5	42.6	13.2	17.6	1.5	1.5
	가창	(95)	30.5	30.5	13.7	22.1	3.2	0.0
	기타	(82)	42.7	18.3	20.7	11.0	6.1	1.2
경력	3년 미만	(70)	42.9	20.0	5.7	25.7	4.3	1.4
	3~5년 미만	(62)	62.9	17.7	8.1	6.5	4.8	0.0
	5~10년 미만	(104)	41.3	16.3	16.3	17.3	8.7	0.0
	10년 이상	(201)	24.9	38.3	19.4	10.0	6.5	1.0

* 기타 : 크리에이터/유튜버, 대리운전, 촬영/편집, 콘텐츠 제작 등

라. 소득 현황

(1) 월평균 개인 소득

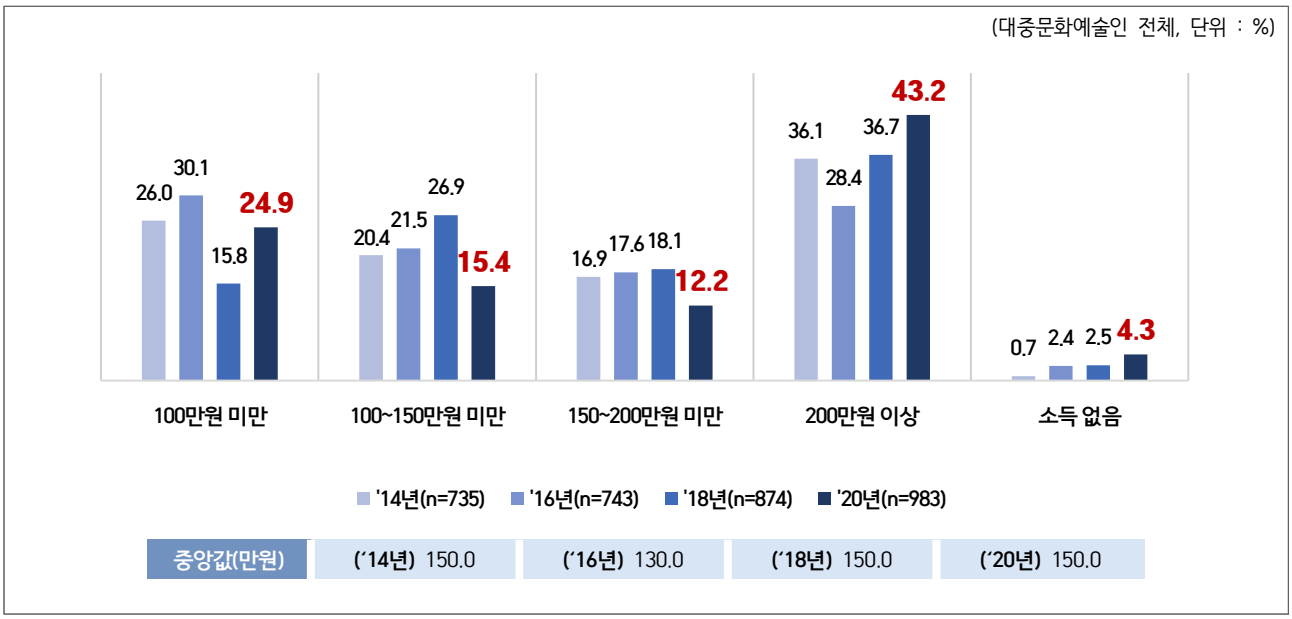
❍ 대중문화예술인의 월평균 개인 소득은 236.9만원이며, '200만원 이상'이 43.2%로 나타남

- 구간별로는 '100만원 미만'이 24.9%, '100만원-150만원 미만'이 15.4%, '150만원-200만원 미만'이 12.2%로 나타났으며 '소득이 없다'고 응답한 응답자는 4.3%였음

❍ 조사 결과로만 보면 2018년 대비, 월평균 개인 소득이 56.7만원 증가하였고, 소득이 '200만원 이상'이라고 응답한 비율도 6.5%p 증가한 것으로 나타남

- 2018년 조사와 2020년 조사에 따른 대중문화예술인의 소득 차이가 발생하는 이유는 조사 대상자의 표본 구성 차이에 기인함
- 2020년 조사는 조사 시작 전, 대중문화예술인의 성별·연령·분야에 따른 분포를 고려하여 조사를 실시한 결과 월 평균 개인 소득과 대중문화예술인 전체 소득이 증가한 것으로 나타났음
- 따라서 이전 조사들과 2020년 조사의 결과값을 비교하기 위해서는 각 조사의 표본 구성이 다르다는 이해가 필요함

《 그림 3-1-11 》 월평균 개인 소득



* 2021년 기준 조사 설계 시 성별, 연령별 표본 설계를 정교화 하였으며, 과거 조사와 표본 구성에 차이가 있으므로 과거 조사 결과와의 직접 비교 시 유의해야함

《표 3-1-12》 월평균 개인 소득

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	100만원 미만	100~150 만원 미만	150~200 만원 미만	200만원 이상	소득 없음	최소값	최대값	중앙값 (만원)
전 체		(983)	24.9	15.4	12.2	43.2	4.3	0.0	4,000.0	150.0
성별	남성	(580)	22.6	15.7	12.6	44.8	4.3	0.0	2,600.0	155.0
	여성	(403)	28.3	14.9	11.7	40.9	4.2	0.0	4,000.0	150.0
연령	20대 미만	(12)	58.3	8.3	8.3	0.0	25.0	0.0	180.0	20.0
	20대	(312)	33.0	16.7	13.8	29.5	7.1	0.0	2,600.0	100.0
	30대	(335)	20.9	15.8	15.5	46.6	1.2	0.0	2,000.0	180.0
	40대	(227)	19.4	12.8	7.9	54.2	5.7	0.0	4,000.0	200.0
	50대 이상	(97)	21.6	16.5	6.2	55.7	0.0	10.0	1,600.0	200.0
주요 활동 분야	연기	(438)	24.9	15.3	10.0	47.3	2.5	0.0	4,000.0	180.0
	무용	(83)	28.9	20.5	13.3	31.3	6.0	0.0	2,000.0	120.0
	연주	(140)	24.3	15.7	15.7	37.9	6.4	0.0	2,000.0	150.0
	가창	(170)	27.1	14.7	13.5	37.1	7.6	0.0	2,600.0	150.0
	기타	(152)	21.1	13.2	13.2	50.0	2.6	0.0	2,000.0	194.5
경력	3년 미만	(150)	35.3	16.7	9.3	30.0	8.7	0.0	2,000.0	100.0
	3~5년 미만	(127)	29.9	15.7	17.3	31.5	5.5	0.0	2,600.0	130.0
	5~10년 미만	(234)	26.5	16.7	13.7	39.7	3.4	0.0	2,000.0	150.0
	10년 이상	(472)	19.5	14.2	11.0	52.3	3.0	0.0	4,000.0	200.0

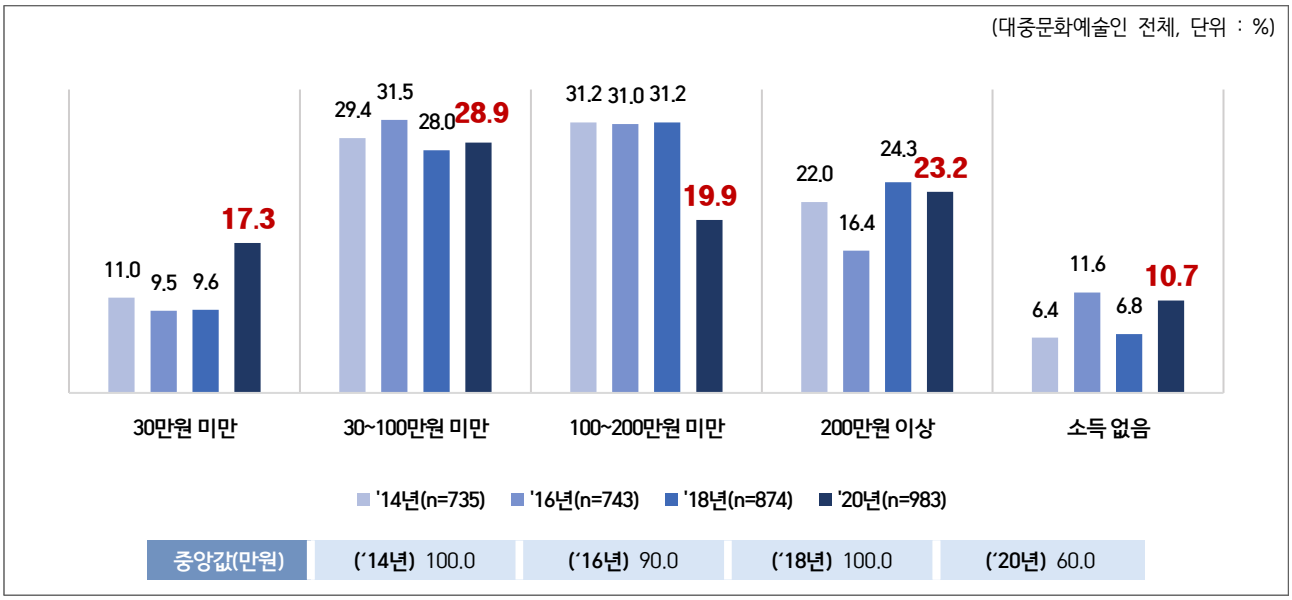
(2) 월평균 개인 소득 중 대중문화예술 관련 소득

❍ 월평균 개인 소득 중 대중문화예술 관련 소득은 평균 157.4만원이며, 전체 월평균 개인 소득의 66.4%를 차지함

- 구간별로 보면, '30~100만원 미만'이 28.9%로 가장 높게 나타남

❍ 2018년 대비, 월평균 대중문화예술 관련 소득이 ▲29.2만원 증가하였고, '30만원 이상'(▲7.7%p)이 증가폭이 높게 나타남

《그림 3-1-12》 월평균 개인 소득 중 대중문화예술 관련 소득



* 2021년 기준 조사 설계 시 성별, 연령별 표본 설계를 정교화 하였으며, 과거 조사와 표본 구성에 차이가 있으므로 과거 조사 결과와의 직접 비교 시 유의해야함

《표 3-1-13》 월평균 개인 소득 중 대중문화예술 관련 소득

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

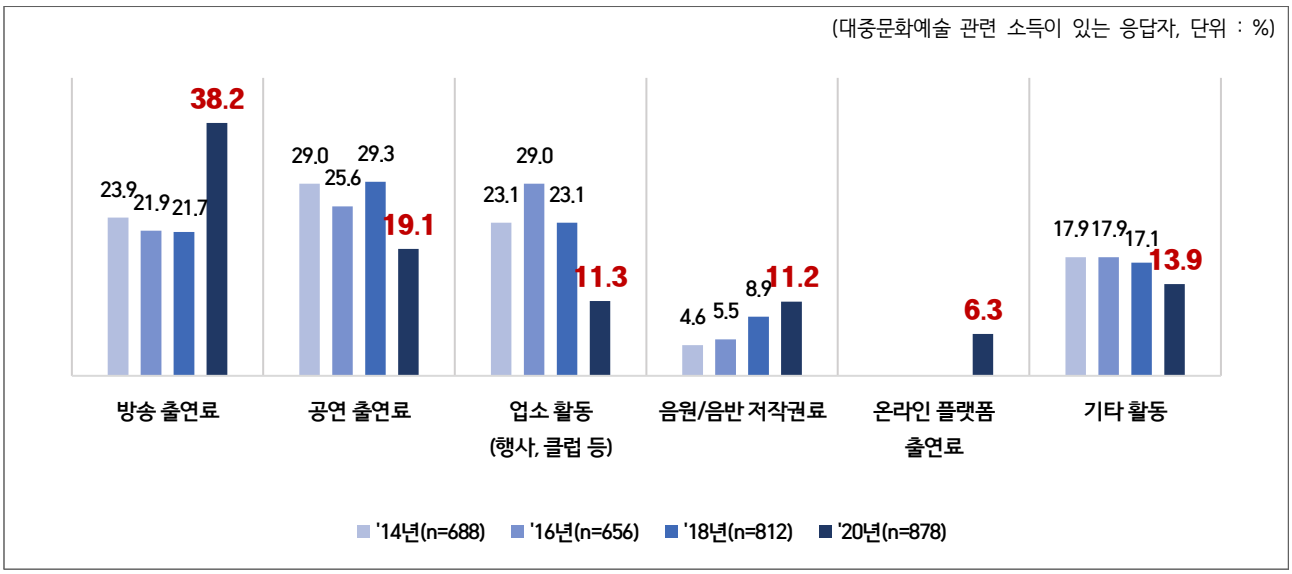
구 분		사례수	30만원 미만	30~100만원 미만	100~200만원 미만	200만원 이상	소득 없음	최소값	최대값	중앙값(만원)
전 체		(983)	17.3	28.9	19.9	23.2	10.7	0.0	4,000.0	60.0
성별	남성	(580)	17.8	26.6	21.4	23.4	10.9	0.0	2,600.0	60.0
	여성	(403)	16.6	32.3	17.9	22.8	10.4	0.0	4,000.0	50.0
연령	20대 미만	(12)	33.3	16.7	16.7	0.0	33.3	0.0	180.0	12.5
	20대	(312)	22.4	29.8	18.3	13.1	16.3	0.0	2,600.0	50.0
	30대	(335)	16.1	32.2	20.3	23.9	7.5	0.0	2,000.0	60.0
	40대	(227)	14.5	26.9	19.4	29.5	9.7	0.0	4,000.0	80.0
	50대 이상	(97)	9.3	20.6	25.8	41.2	3.1	0.0	1,600.0	150.0
주요 활동 분야	연기	(438)	10.5	30.6	21.7	31.7	5.5	0.0	4,000.0	100.0
	무용	(83)	8.4	30.1	28.9	20.5	12.0	0.0	2,000.0	80.0
	연주	(140)	25.7	28.6	20.7	14.3	10.7	0.0	2,000.0	50.0
	가창	(170)	33.5	22.4	10.0	9.4	24.7	0.0	2,600.0	20.0
	기타	(152)	15.8	30.9	20.4	23.7	9.2	0.0	2,000.0	65.0
경력	3년 미만	(150)	31.3	24.7	11.3	8.0	24.7	0.0	2,000.0	20.0
	3~5년 미만	(127)	18.1	37.0	22.0	13.4	9.4	0.0	2,600.0	50.0
	5~10년 미만	(234)	15.8	31.2	19.7	21.8	11.5	0.0	1,500.0	53.5
	10년 이상	(472)	13.3	26.9	22.2	31.4	6.1	0.0	4,000.0	100.0

(3) 대중문화예술 관련 본인 소득의 분야별 비중

❍ 대중문화예술 관련 분야 소득의 분야별 비중을 보면, '영화, 드라마, 광고, 화보 등 방송 출연료'가 38.2%로 가장 높고, 그 밖에 '공연 출연료'(19.1%), '행사, 클럽 등 업소 활동'(11.3%), '음원/음반 저작권료'(11.2%) 등의 순임

❍ 2018년 대비, '방송 출연료'(▲16.5%p) 는 증가한 반면, '업소 활동'(▽11.8%p), '공연 출연료'(▽10.2%p)는 감소한 것으로 나타남

《그림 3-1-13》 대중문화예술 관련 본인 소득의 분야별 비중



《표 3-1-14》 대중문화예술 관련 본인 소득의 분야별 비중

(대중문화예술 관련 소득이 있는 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	방송 출연료 (영화, 드라마, 광고, 화보촬영 등)	공연 출연료 (뮤지컬, 콘서트 등)	행사, 클럽 등 업소 활동 (대학교 및 지역 축제/행사 포함)	음원/음반 저작권료	온라인 플랫폼 출연료 (유튜브, 인터넷 방송)	기타 활동*
전 체		(878)	38.2	19.1	11.3	11.2	6.3	13.9
성별	남성	(517)	39.6	17.0	11.6	13.3	6.0	12.5
	여성	(361)	36.2	22.2	10.9	8.2	6.8	15.8
연령	20대 미만	(8)	37.5	21.3	13.8	12.5	5.0	10.0
	20대	(261)	26.2	22.9	12.6	13.5	6.9	18.0
	30대	(310)	34.7	22.7	11.6	9.8	6.4	14.8
	40대	(205)	45.1	12.7	10.5	13.2	7.3	11.3
	50대 이상	(94)	67.9	10.9	8.1	5.1	2.6	5.4
주요 활동 분야	연기	(414)	58.4	22.3	5.7	0.4	7.4	5.8
	무용	(73)	21.4	19.2	12.8	0.4	3.6	42.6
	연주	(125)	2.9	21.3	18.1	29.0	5.5	23.3
	가창	(128)	4.3	9.8	20.2	44.7	5.0	16.0
	기타	(138)	49.9	16.4	12.7	2.1	6.7	12.3
경력	3년 미만	(113)	24.7	19.7	12.7	22.3	5.9	14.6
	3~5년 미만	(115)	43.2	22.7	10.4	6.9	8.2	8.6
	5~10년 미만	(207)	32.8	24.0	12.7	10.1	6.3	14.2
	10년 이상	(443)	42.9	15.8	10.5	10.0	5.9	14.9

* 기타 활동 : 개인레슨, 강의, 더빙, 공연/행사, 녹음 등

마. 대중문화예술 활동 만족도

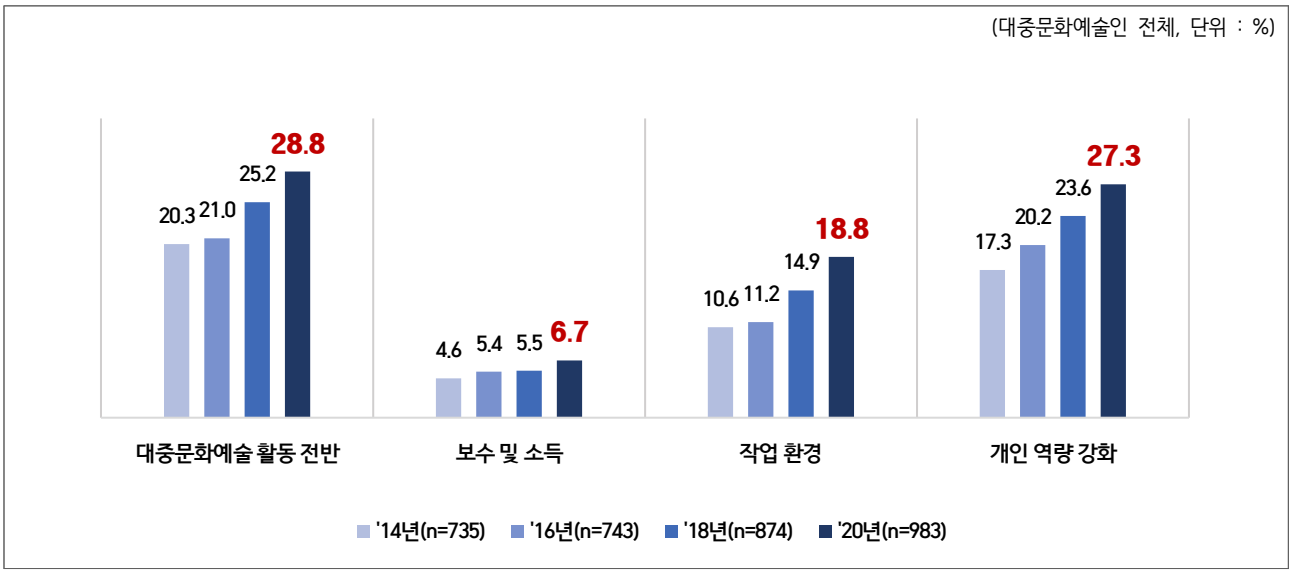
(1) 대중문화예술 활동 만족도 (매우만족+만족 비율)

○ 대중문화예술 활동 전반에 대한 만족도는 28.8%로 나타남

- '개인 역량 강화'에 대한 만족도는 27.3%로 대중문화예술 활동 전반적인 만족도와 유사한 수준이나, '작업 환경' (18.8%), '보수 및 소득'(6.7%)에 대한 만족도가 상대적으로 낮게 나타남

○ 2018년 대비, 대중문화예술 활동 만족도는 증가하였으며, '작업 환경'(▲3.9%) 만족도에 대한 증가폭이 특히 높음

《 그림 3-1-14 》 대중문화예술 활동 만족도(매우만족+만족 비율)



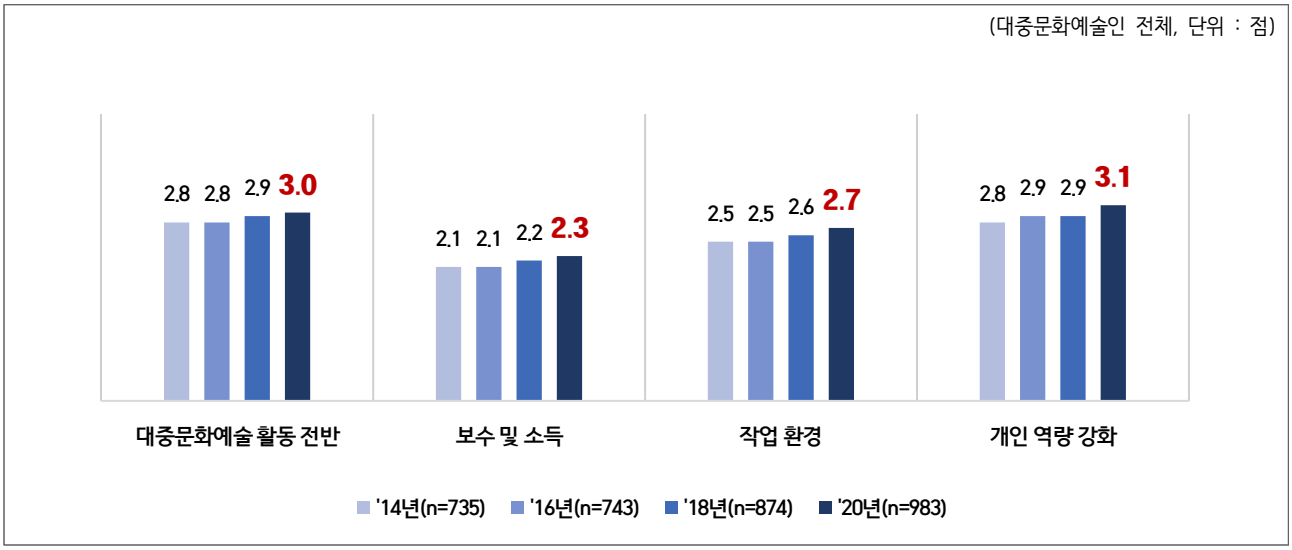
《 표 3-1-15 》 대중문화예술 활동 만족도(매우만족+만족 비율)

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	대중문화예술 활동 전반	보수 및 소득	작업 환경	개인 역량 강화
전 체		(983)	28.8	6.7	18.8	27.3
성별	남성	(580)	27.2	6.0	19.7	27.9
	여성	(403)	31.0	7.7	17.6	26.3
연령	20대 미만	(12)	66.7	16.7	41.7	66.7
	20대	(312)	32.1	5.4	21.5	36.5
	30대	(335)	25.7	5.7	17.6	24.8
	40대	(227)	27.3	8.4	16.3	18.9
	50대 이상	(97)	27.8	9.3	17.5	20.6
주요 활동 분야	연기	(438)	31.3	7.5	19.6	22.8
	무용	(83)	39.8	3.6	12.0	41.0
	연주	(140)	22.9	2.9	20.7	33.6
	가창	(170)	17.6	4.7	14.7	23.5
	기타	(152)	33.6	11.8	23.0	30.9
경력	3년 미만	(150)	34.7	6.7	28.0	38.7
	3~5년 미만	(127)	32.3	7.1	21.3	35.4
	5~10년 미만	(234)	28.2	4.3	14.5	26.1
	10년 이상	(472)	26.3	7.8	17.4	22.0

《 그림 3-1-15 》 대중문화예술 활동 만족도(5점 만점)

(대중문화예술인 전체, 단위 : 점)



《 표 3-1-16 》 대중문화예술 활동 만족도(5점 만점)

(대중문화예술인 전체, 단위 : 점)

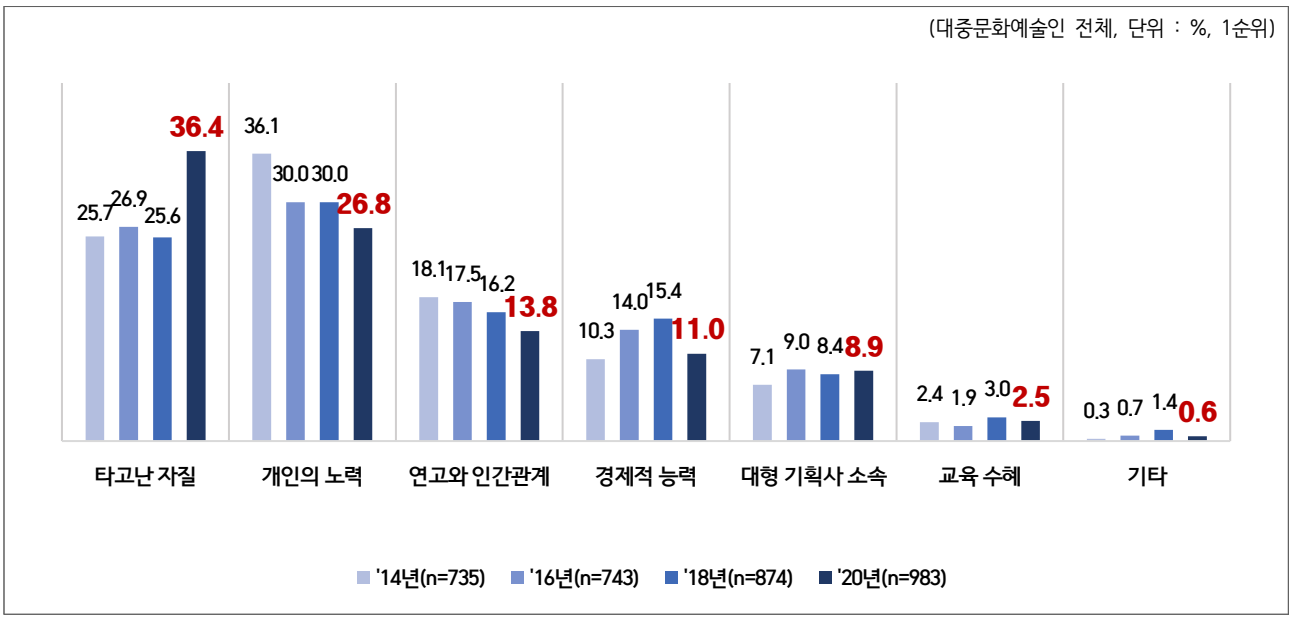
구 분		사례수	대중문화예술 활동 전반	보수 및 소득	작업 환경	개인 역량 강화
전 체		(983)	3.0	2.3	2.7	3.1
성별	남성	(580)	2.9	2.3	2.8	3.1
	여성	(403)	3.0	2.3	2.7	3.0
연령	20대 미만	(12)	3.8	2.8	3.1	3.8
	20대	(312)	3.1	2.2	2.8	3.3
	30대	(335)	2.9	2.2	2.7	3.0
	40대	(227)	2.9	2.3	2.6	2.9
	50대 이상	(97)	2.9	2.4	2.8	3.0
주요 활동 분야	연기	(438)	3.0	2.4	2.8	3.0
	무용	(83)	3.2	2.3	2.7	3.3
	연주	(140)	2.9	2.1	2.7	3.1
	가창	(170)	2.6	2.0	2.5	2.9
	기타	(152)	3.1	2.5	2.8	3.2
경력	3년 미만	(150)	3.1	2.2	3.0	3.3
	3~5년 미만	(127)	3.1	2.4	2.8	3.3
	5~10년 미만	(234)	2.9	2.2	2.6	3.0
	10년 이상	(472)	2.9	2.3	2.7	3.0

(2) 대중문화예술인 성공 조건

○ 대중문화예술인으로서의 성공 조건으로 '타고난 자질'(36.4%)에 대한 응답이 가장 높고, 다음으로 '개인의 노력'(26.8%), '연고와 인간관계'(13.8%), '경제적 능력'(11.0%) 등의 순으로 나타남

○ 2018년 대비, '타고난 자질'(▲10.8%p)은 증가한 반면, '경제적 능력'(▽4.4%p), '개인의 능력'(▽3.2%p)은 감소한 것으로 나타남

《 그림 3-1-16 》 대중문화예술인 성공 조건



《 표 3-1-17 》 대중문화예술인 성공 조건

(대중문화예술인 전체, 단위 : %, 1순위)

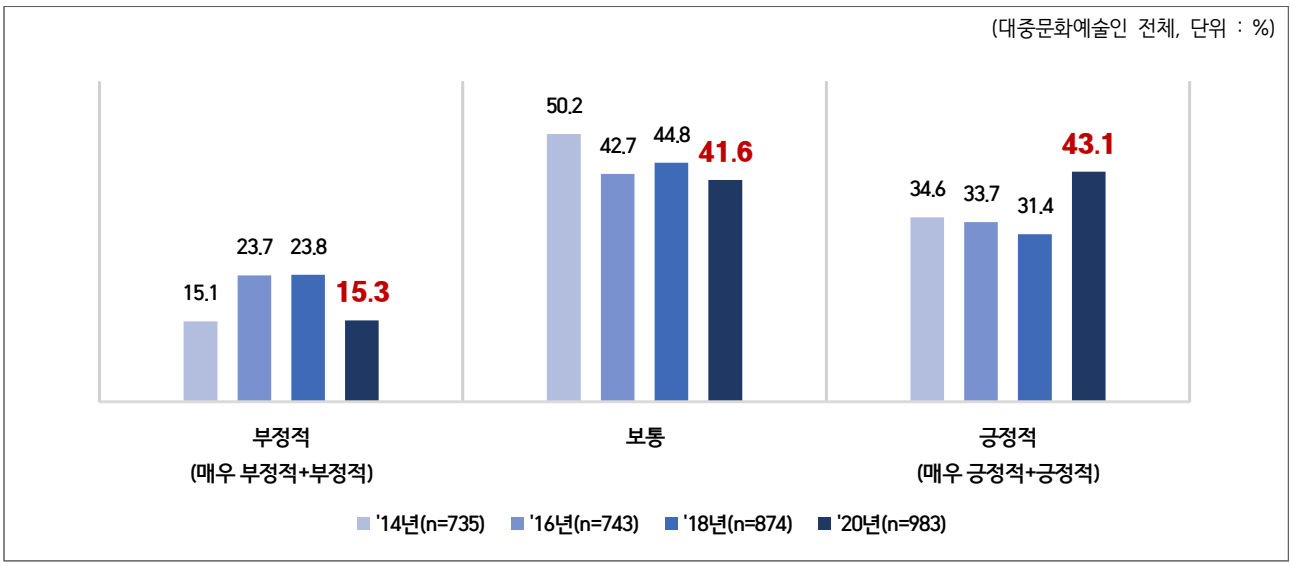
구 분		사례수	타고난 자질	개인의 노력	연고와 인간관계	경제적 능력	대형 기획사 소속 여부	교육 수혜	기타
전 체		(983)	36.4	26.8	13.8	11.0	8.9	2.5	0.6
성별	남성	(580)	37.6	28.8	10.5	10.7	9.5	2.4	0.5
	여성	(403)	34.7	23.8	18.6	11.4	7.9	2.7	0.7
연령	20대 미만	(12)	33.3	41.7	8.3	8.3	8.3	0.0	0.0
	20대	(312)	27.2	33.7	14.1	13.1	7.7	3.5	0.6
	30대	(335)	40.0	22.7	14.0	11.0	9.0	2.1	1.2
	40대	(227)	43.2	22.9	13.7	8.4	9.7	2.2	0.0
	50대 이상	(97)	38.1	25.8	13.4	10.3	10.3	2.1	0.0
주요 활동 분야	연기	(438)	38.8	23.5	14.6	9.6	10.5	2.3	0.7
	무용	(83)	28.9	41.0	16.9	6.0	3.6	3.6	0.0
	연주	(140)	34.3	30.0	13.6	15.0	4.3	2.9	0.0
	가창	(170)	35.3	24.1	9.4	14.1	13.5	2.4	1.2
	기타	(152)	36.8	28.3	15.1	10.5	5.9	2.6	0.7
경력	3년 미만	(150)	33.3	33.3	12.7	9.3	8.0	2.7	0.7
	3~5년 미만	(127)	33.9	27.6	11.0	13.4	9.4	4.7	0.0
	5~10년 미만	(234)	33.3	26.1	17.5	13.2	7.7	1.3	0.9
	10년 이상	(472)	39.6	24.8	13.1	9.7	9.5	2.5	0.6

(3) 대중문화예술인에 대한 사회적 평판

❍ 대중문화예술인에 대한 사회적 평판 인식은 '긍정적(매우 긍정+긍정)' 평가가 43.1%로 '부정적(매우 부정+부정)'(15.3%) 보다 높게 나타남

❍ 2018년 대비, '긍정적(매우 긍정+긍정)' 인식이 ▲11.7%p 증가한 반면, '부정적(매우 부정+부정)'(▽8.5%p) 평가는 감소한 것으로 나타남

《그림 3-1-17》 대중문화예술인에 대한 사회적 평판



《표 3-1-18》 대중문화예술인에 대한 사회적 평판

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

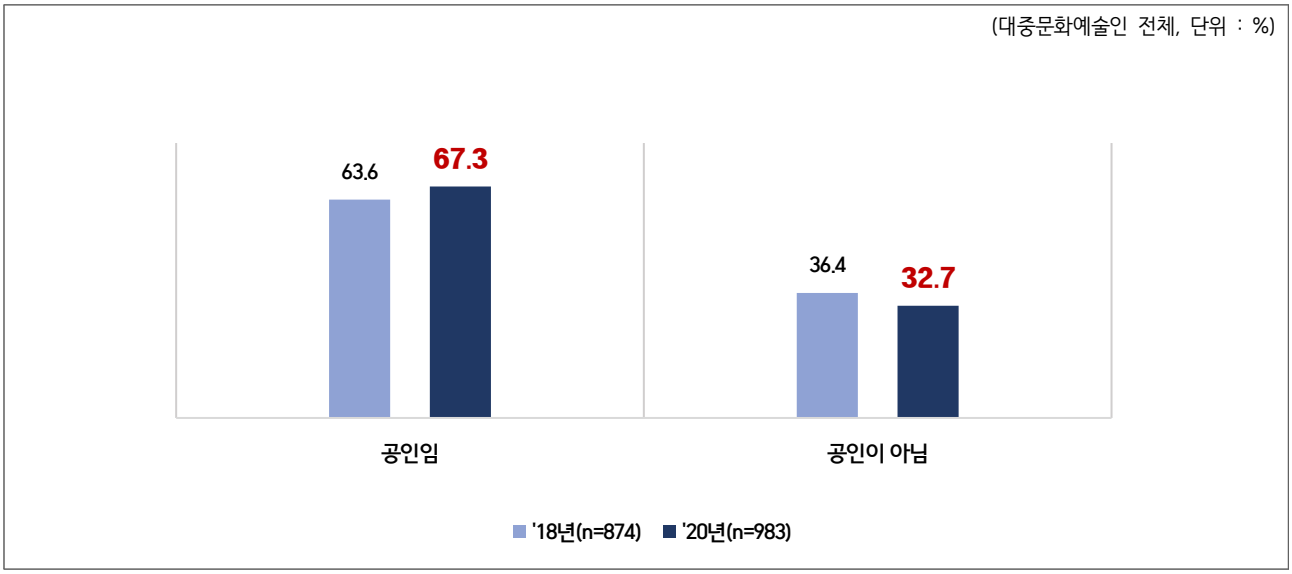
구 분		사례수	매우 부정적	부정적	보통	긍정적	매우 긍정적	평균(5점)
전 체		(983)	2.4	12.8	41.6	38.3	4.9	3.3
성별	남성	(580)	3.4	12.4	43.6	36.0	4.5	3.3
	여성	(403)	1.0	13.4	38.7	41.4	5.5	3.4
연령	20대 미만	(12)	8.3	0.0	33.3	33.3	25.0	3.7
	20대	(312)	2.6	12.5	40.4	39.4	5.1	3.3
	30대	(335)	1.8	15.2	41.8	34.0	7.2	3.3
	40대	(227)	3.5	12.3	43.6	38.8	1.8	3.2
	50대 이상	(97)	1.0	8.2	41.2	48.5	1.0	3.4
주요 활동 분야	연기	(438)	1.4	11.9	42.0	40.4	4.3	3.3
	무용	(83)	2.4	6.0	26.5	56.6	8.4	3.6
	연주	(140)	2.1	20.0	42.9	32.1	2.9	3.1
	가창	(170)	5.9	10.0	47.6	31.2	5.3	3.2
	기타	(152)	2.0	15.8	40.8	35.5	5.9	3.3
경력	3년 미만	(150)	2.0	16.7	34.0	40.7	6.7	3.3
	3~5년 미만	(127)	2.4	9.4	45.7	33.9	8.7	3.4
	5~10년 미만	(234)	2.6	12.4	39.7	40.2	5.1	3.3
	10년 이상	(472)	2.5	12.7	43.9	37.7	3.2	3.3

(4) 대중문화예술인 공인 여부

❍ 대중문화예술인을 '공인'으로 인식하고 있다 응답은 67.3%로 나타남

❍ 2018년 대비, '공인'으로 인식하고 있다는 응답이 ▲3.7%p 증가한 것으로 나타남

《그림 3-1-18》 대중문화예술인 공인 여부



《표 3-1-19》 대중문화예술인 공인 여부

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	공인임	공인이 아님
전 체		(983)	67.3	32.7
성별	남성	(580)	62.1	37.9
	여성	(403)	74.9	25.1
연령	20대 미만	(12)	83.3	16.7
	20대	(312)	65.7	34.3
	30대	(335)	64.8	35.2
	40대	(227)	69.2	30.8
	50대 이상	(97)	75.3	24.7
주요 활동 분야	연기	(438)	71.5	28.5
	무용	(83)	75.9	24.1
	연주	(140)	55.7	44.3
	가창	(170)	67.6	32.4
	기타	(152)	61.2	38.8
경력	3년 미만	(150)	70.0	30.0
	3~5년 미만	(127)	59.8	40.2
	5~10년 미만	(234)	64.5	35.5
	10년 이상	(472)	69.9	30.1

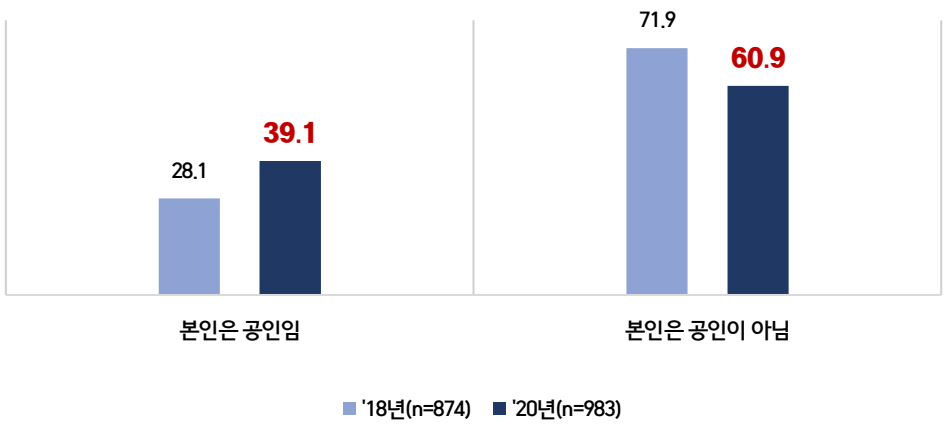
(5) 대중문화예술인으로서 본인의 공인 여부

❍ 대중문화예술인으로서 본인의 공인 여부에 대해 '본인은 공인이 아님'에 60.9%가 응답함. 대중문화예술인을 '공인'으로 인식하나 본인은 '공인'이아니라고 평가하는 비율이 높은 것으로 나타남

❍ 2018년 대비, '본인은 공인임'에 대한 응답이 ▲11.0%p 증가한 것으로 나타남

《그림 3-1-19》 대중문화예술인으로서 본인의 공인 여부

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)



《표 3-1-20》 대중문화예술인으로서 본인의 공인 여부

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	본인은 공인임	본인은 공인이 아님
전 체		(983)	39.1	60.9
성별	남성	(580)	37.9	62.1
	여성	(403)	40.7	59.3
연령	20대 미만	(12)	50.0	50.0
	20대	(312)	29.5	70.5
	30대	(335)	33.1	66.9
	40대	(227)	50.2	49.8
	50대 이상	(97)	62.9	37.1
주요 활동 분야	연기	(438)	46.3	53.7
	무용	(83)	43.4	56.6
	연주	(140)	30.0	70.0
	가창	(170)	29.4	70.6
	기타	(152)	34.9	65.1
경력	3년 미만	(150)	28.7	71.3
	3~5년 미만	(127)	24.4	75.6
	5~10년 미만	(234)	30.3	69.7
	10년 이상	(472)	50.6	49.4

2. 대중문화예술인 계약 및 4대보험 가입 현황

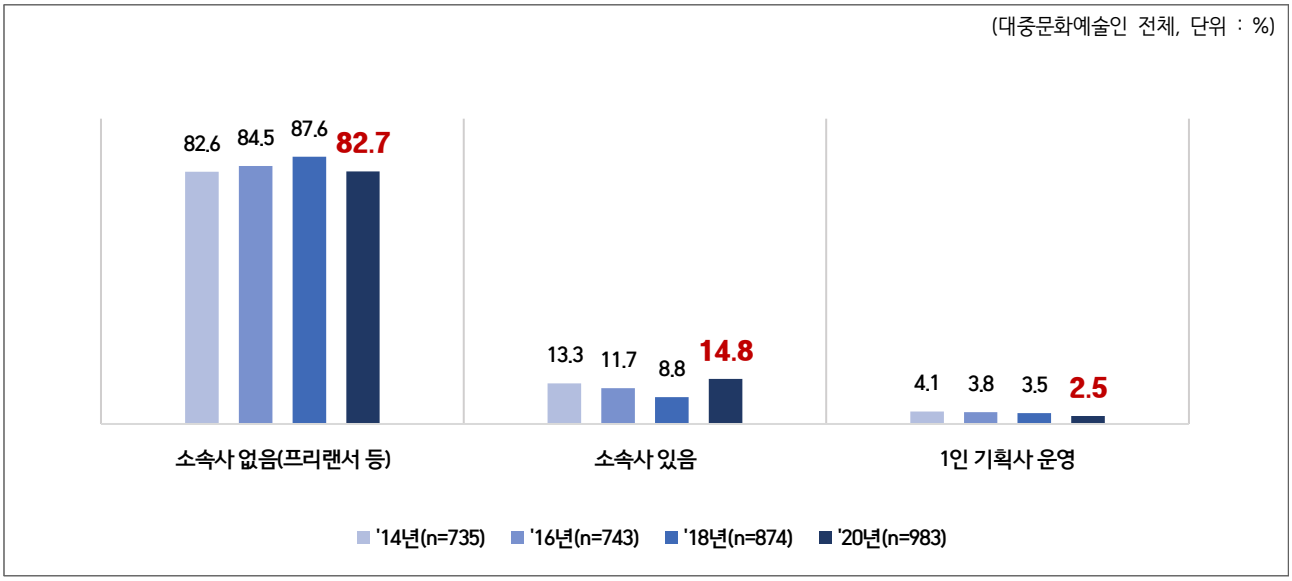
가. 계약 현황

(1) 연예기획사 소속 여부

❍ 현재 '프리랜서 등 소속사 없음'이 82.7%로 대부분이며, '소속사 있음'이 14.8%, '1인 기획사 운영'이 2.5%로 나타남

❍ 2018년 대비, '소속사 있음'(▲6.0%p)이 증가하였으나, '소속사 없음'이 80% 이상으로 높게 나타남

《그림 3-1-20》 연예기획사 소속 여부



《표 3-1-21》 연예기획사 소속 여부

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

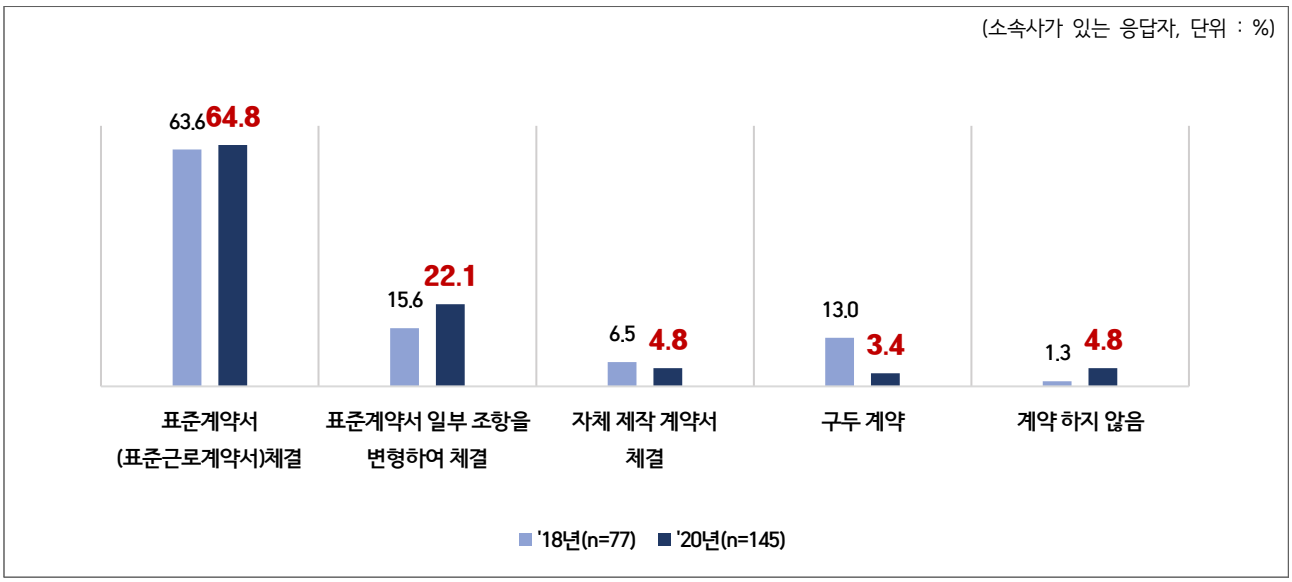
구 분		사례수	소속사 없음(프리랜서 등)	소속사 있음	1인 기획사 운영
전 체		(983)	82.7	14.8	2.5
성별	남성	(580)	80.7	16.0	3.3
	여성	(403)	85.6	12.9	1.5
연령	20대 미만	(12)	100.0	0.0	0.0
	20대	(312)	83.7	15.1	1.3
	30대	(335)	84.5	14.0	1.5
	40대	(227)	78.0	15.9	6.2
	50대 이상	(97)	82.5	15.5	2.1
주요 활동 분야	연기	(438)	82.6	16.2	1.1
	무용	(83)	91.6	8.4	0.0
	연주	(140)	92.9	5.7	1.4
	가창	(170)	73.5	17.6	8.8
	기타	(152)	78.9	19.1	2.0
경력	3년 미만	(150)	84.7	14.7	0.7
	3~5년 미만	(127)	83.5	14.2	2.4
	5~10년 미만	(234)	88.5	11.1	0.4
	10년 이상	(472)	79.0	16.7	4.2

(2) 계약 형태

○ 소속사가 있는 예술인의 계약 형태를 보면, 주로 '표준계약서'(64.8%)로 체결하는 것으로 나타남. 그 밖에 '표준계약서 일부 조항을 변형하여 체결'(22.1%), '자체 제작 계약서 체결'(4.8%), '구두 계약'(3.4%) 등의 순임

○ 2018년 대비, '표준계약서'(▲1.2%p)와 '표준계약서 일부 조항을 변형하여 체결'(▲6.5%p)은 증가한 반면, '구두 계약' (▽9.6%p)은 감소한 것으로 나타남

《 그림 3-1-21 》 계약 형태



《 표 3-1-22 》 계약 형태

(소속사가 있는 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	표준계약서 (표준근로계약서) 체결	표준계약서 일부 조항을 변형하여 체결	자체 제작 계약서 체결	구두 계약	계약 하지 않음
전 체		(145)	64.8	22.1	4.8	3.4	4.8
성별	남성	(93)	71.0	20.4	2.2	3.2	3.2
	여성	(52)	53.8	25.0	9.6	3.8	7.7
연령	20대 미만	-	-	-	-	-	-
	20대	(47)	51.1	29.8	8.5	4.3	6.4
	30대	(47)	74.5	17.0	0.0	4.3	4.3
	40대	(36)	66.7	22.2	5.6	2.8	2.8
	50대 이상	(15)	73.3	13.3	6.7	0.0	6.7
주요 활동 분야	연기	(71)	71.8	19.7	1.4	2.8	4.2
	무용	(7)	14.3	28.6	14.3	0.0	42.9
	연주	(8)	62.5	25.0	12.5	0.0	0.0
	가창	(30)	53.3	30.0	3.3	10.0	3.3
	기타	(29)	72.4	17.2	10.3	0.0	0.0
경력	3년 미만	(22)	59.1	22.7	4.5	4.5	9.1
	3~5년 미만	(18)	50.0	27.8	11.1	5.6	5.6
	5~10년 미만	(26)	76.9	15.4	3.8	3.8	0.0
	10년 이상	(79)	65.8	22.8	3.8	2.5	5.1

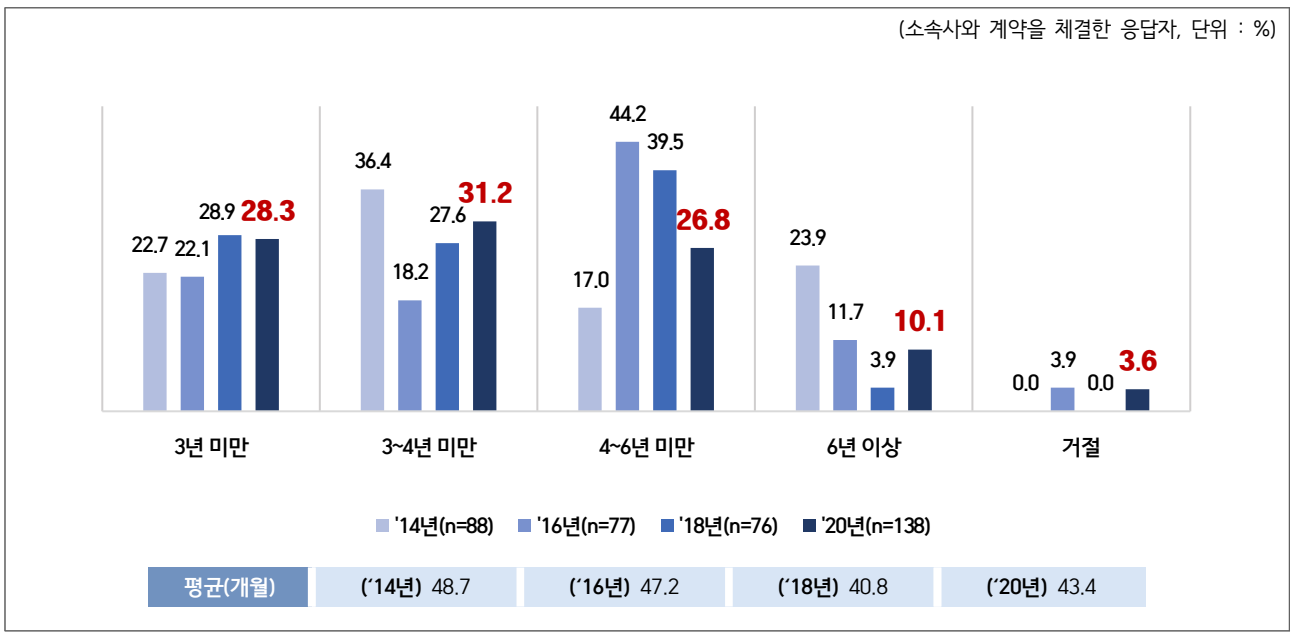
(3) 계약기간

○ 최근 소속사와 체결한 계약기간은 평균 43.4개월(3년 6개월) 수준으로 나타남

- 구간별로 보면, '3~4년 미만'이 31.2%로 가장 높고, 다음으로 '3년 미만'(28.3%), '4~6년 미만'(26.8%) 등의 순임

○ 2018년 조사 결과보다 계약기간이 ▲2.6개월 증가한 것으로 나타남

《 그림 3-1-22 》 최근 소속사와 체결한 계약기간



《 표 3-1-23 》 최근 소속사와 체결한 계약기간

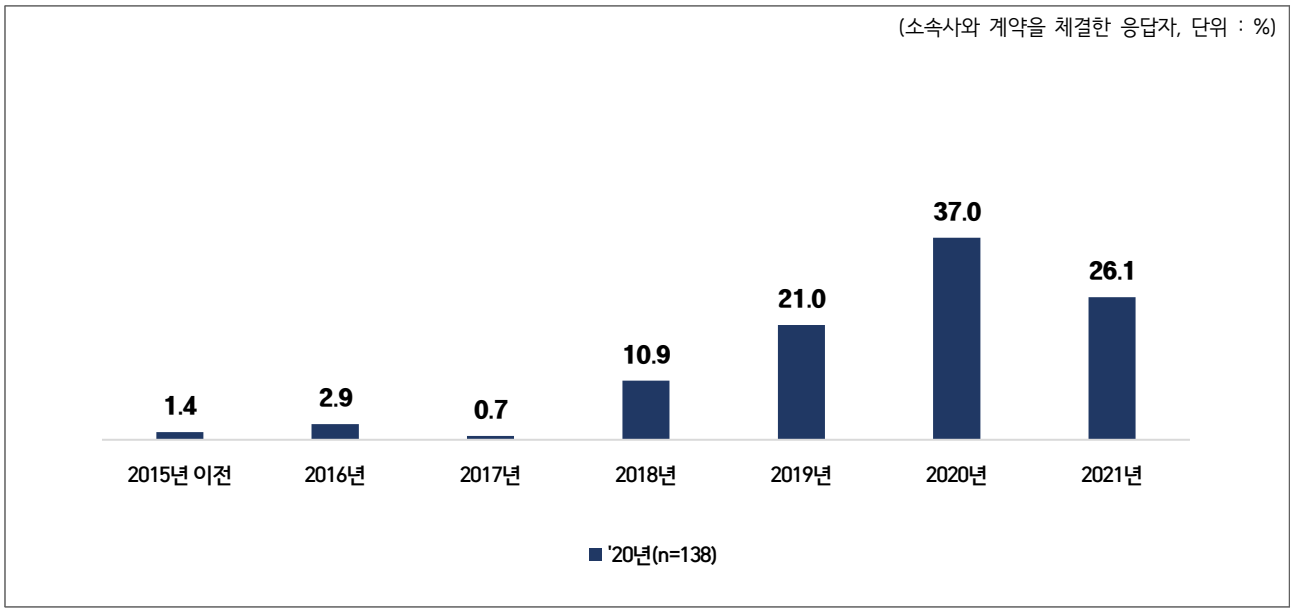
(소속사와 계약을 체결한 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	3년 미만	3~4년 미만	4~6년 미만	6년 이상	응답 거절	평균 (개월)
전 체		(138)	28.3	31.2	26.8	10.1	3.6	43.4
성별	남성	(90)	30.0	36.7	18.9	11.1	3.3	42.3
	여성	(48)	25.0	20.8	41.7	8.3	4.2	45.5
연령	20대 미만	-	-	-	-	-	-	-
	20대	(44)	27.3	22.7	36.4	11.4	2.3	45.2
	30대	(45)	22.2	28.9	31.1	11.1	6.7	46.3
	40대	(35)	31.4	48.6	11.4	5.7	2.9	37.7
	50대 이상	(14)	42.9	21.4	21.4	14.3	0.0	43.0
주요 활동 분야	연기	(68)	32.4	27.9	25.0	11.8	2.9	43.6
	무용	(4)	75.0	0.0	0.0	0.0	25.0	24.0
	연주	(8)	12.5	62.5	25.0	0.0	0.0	43.4
	가창	(29)	24.1	17.2	34.5	17.2	6.9	47.9
	기타	(29)	20.7	48.3	27.6	3.4	0.0	40.8
경력	3년 미만	(20)	40.0	25.0	30.0	5.0	0.0	37.5
	3~5년 미만	(17)	17.6	29.4	35.3	11.8	5.9	47.3
	5~10년 미만	(26)	23.1	23.1	34.6	11.5	7.7	46.7
	10년 이상	(75)	29.3	36.0	21.3	10.7	2.7	43.1

(4) 최근 소속사와의 계약 체결(갱신)년도

○ 최근 소속사와 신규로 계약을 체결했거나 기존의 계약을 새롭게 갱신한 시기는 '2020년'(37.0%)과 '2021년'(26.1%)이 절반 이상으로 나타남

《 그림 3-1-23 》 최근 소속사와의 계약 체결(갱신)년도



《 표 3-1-24 》 최근 소속사와의 계약 체결(갱신)년도

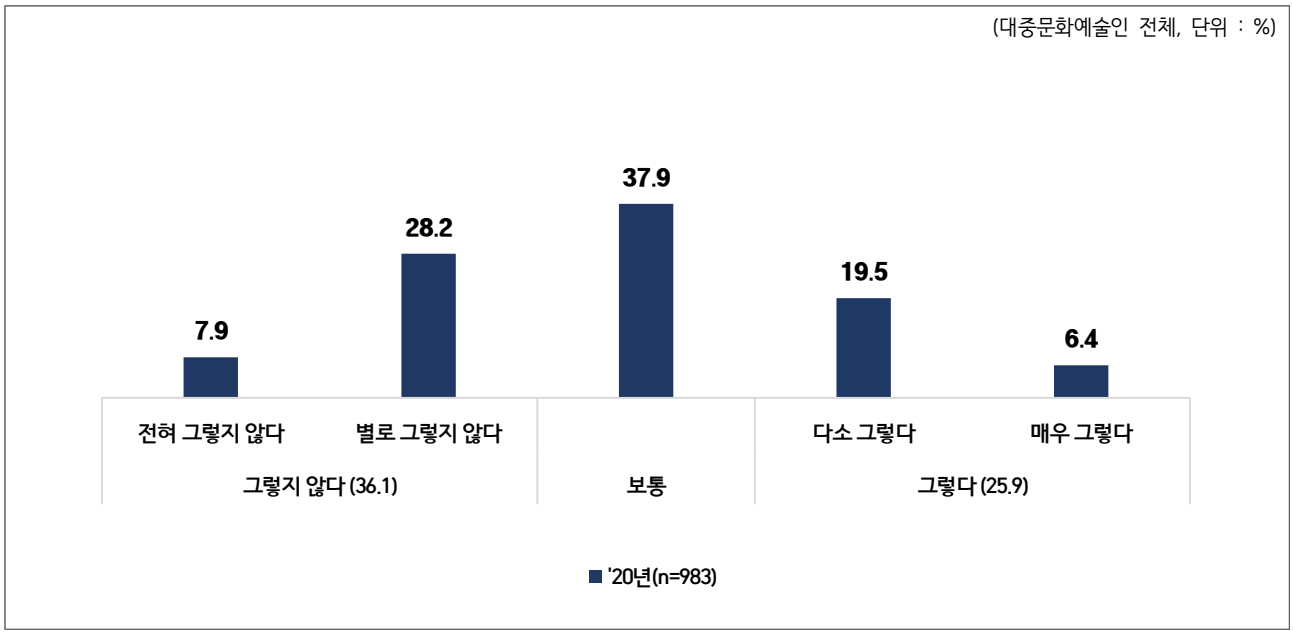
(소속사와 계약을 체결한 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	2015년 이전	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
전 체		(138)	1.4	2.9	0.7	10.9	21.0	37.0	26.1
성별	남성	(90)	1.1	3.3	0.0	13.3	20.0	37.8	24.4
	여성	(48)	2.1	2.1	2.1	6.3	22.9	35.4	29.2
연령	20대 미만	-	-	-	-	-	-	-	-
	20대	(44)	2.3	2.3	0.0	2.3	27.3	34.1	31.8
	30대	(45)	2.2	4.4	2.2	15.6	22.2	31.1	22.2
	40대	(35)	0.0	0.0	0.0	11.4	11.4	51.4	25.7
	50대 이상	(14)	0.0	7.1	0.0	21.4	21.4	28.6	21.4
주요 활동 분야	연기	(68)	0.0	5.9	1.5	10.3	22.1	36.8	23.5
	무용	(4)	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0
	연주	(8)	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	37.5	12.5
	가창	(29)	6.9	0.0	0.0	20.7	20.7	27.6	24.1
	기타	(29)	0.0	0.0	0.0	6.9	6.9	51.7	34.5
경력	3년 미만	(20)	0.0	0.0	0.0	0.0	35.0	35.0	30.0
	3~5년 미만	(17)	0.0	0.0	0.0	11.8	29.4	29.4	29.4
	5~10년 미만	(26)	3.8	11.5	0.0	7.7	19.2	19.2	38.5
	10년 이상	(75)	1.3	1.3	1.3	14.7	16.0	45.3	20.0

(5) 과도한 노동 여부

○ 평소 지나치게 과도한 노동을 했는지에 대해 '그렇다'가 36.0%로 '그렇지 않다'(25.9%)보다 높게 나타남

《그림 3-1-24》 과도한 노동 여부



* 2021년 조사의 신규 항목임

《표 3-1-25》 과도한 노동 여부

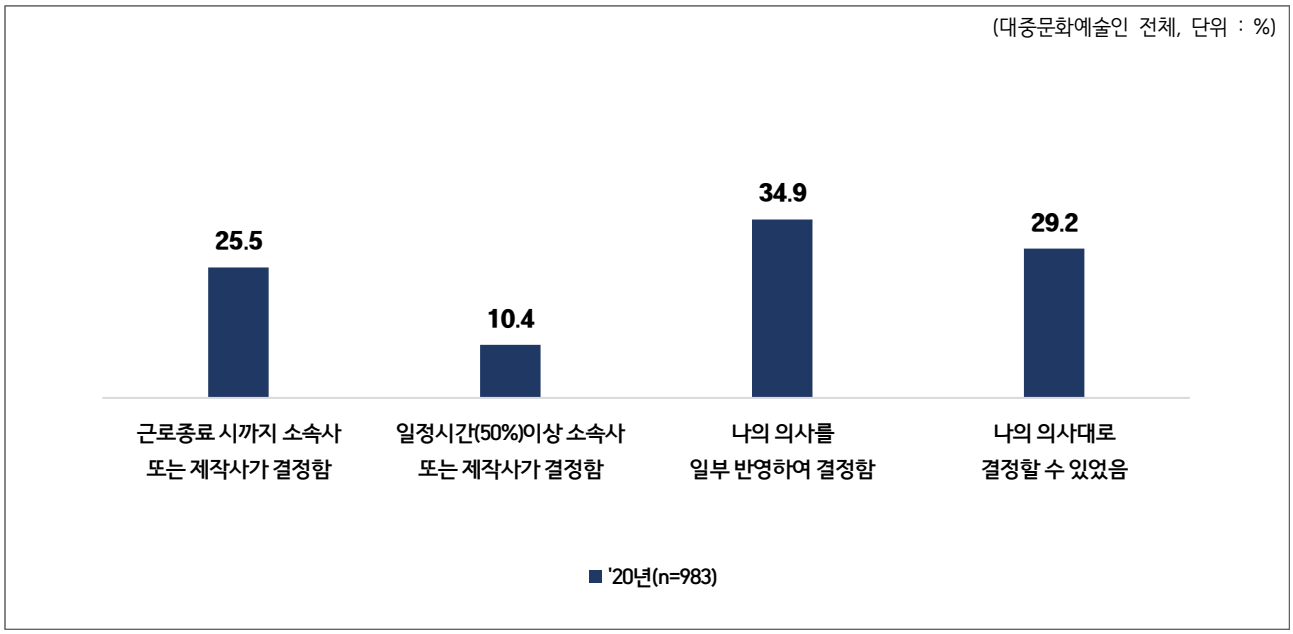
(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	다소 그렇다	매우 그렇다	평균 (5점)
전 체		(983)	7.9	28.2	37.9	19.5	6.4	2.9
성별	남성	(580)	10.0	26.0	39.5	17.9	6.6	2.9
	여성	(403)	5.0	31.3	35.7	21.8	6.2	2.9
연령	20대 미만	(12)	16.7	41.7	33.3	8.3	0.0	2.3
	20대	(312)	8.3	26.0	37.8	22.8	5.1	2.9
	30대	(335)	6.9	26.6	37.6	20.3	8.7	3.0
	40대	(227)	8.4	30.0	37.4	17.2	7.0	2.8
	50대 이상	(97)	8.2	35.1	41.2	13.4	2.1	2.7
주요 활동 분야	연기	(438)	7.3	30.6	39.7	17.1	5.3	2.8
	무용	(83)	6.0	18.1	43.4	27.7	4.8	3.1
	연주	(140)	5.7	28.6	39.3	20.7	5.7	2.9
	가창	(170)	11.8	26.5	30.6	20.6	10.6	2.9
	기타	(152)	8.6	28.3	36.8	19.7	6.6	2.9
경력	3년 미만	(150)	10.0	37.3	27.3	21.3	4.0	2.7
	3~5년 미만	(127)	8.7	19.7	40.9	25.2	5.5	3.0
	5~10년 미만	(234)	5.1	26.9	39.7	17.9	10.3	3.0
	10년 이상	(472)	8.5	28.2	39.6	18.2	5.5	2.8

(6) 근로시간 결정에 대한 자율성 여부

○ 평소 근로시간에 대한 자율성 여부를 보면, '나의 의사를 일부 반영하여 결정함'(34.9%)과 '나의 의사대로 결정할 수 있었음'(29.2%)이 절반 이상으로 나타남

《그림 3-1-25》 근로시간 결정에 대한 자율성 여부



* 2021년 조사의 신규 항목임

《표 3-1-26》 근로시간 결정에 대한 자율성 여부

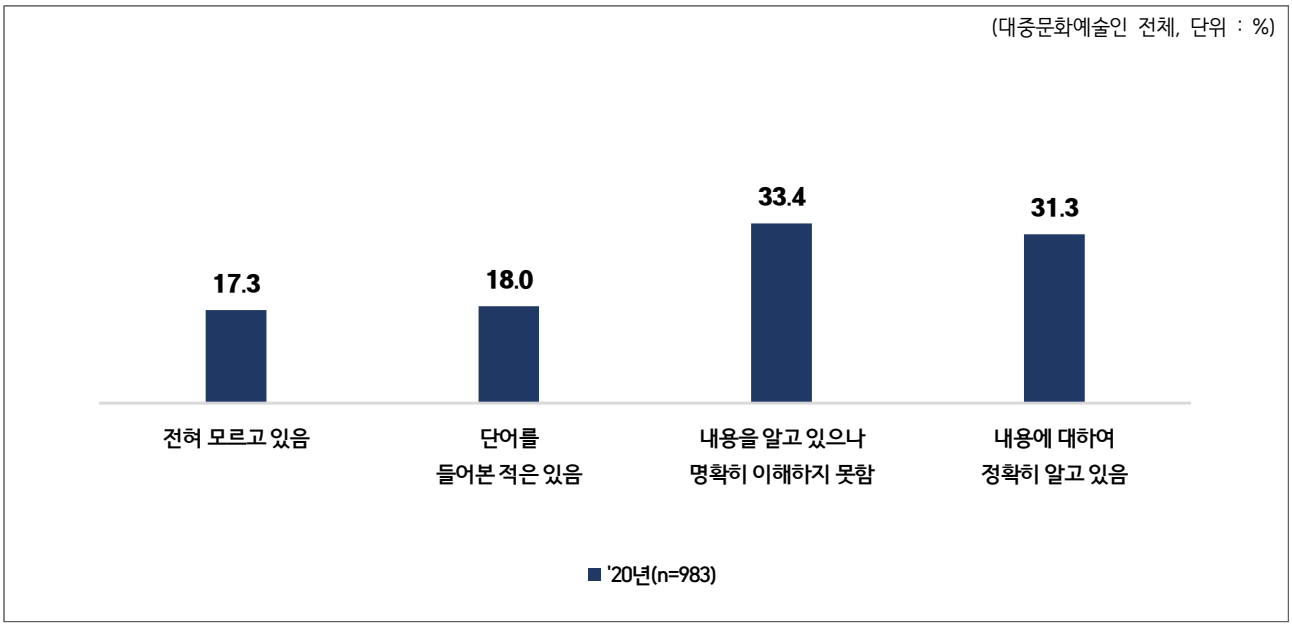
(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	근로종료 시까지 소속사 또는 제작사가 결정함	일정시간(50%)이상 소속사 또는 제작사가 결정함	나의 의사를 일부 반영하여 결정함	나의 의사대로 결정할 수 있었음
전 체		(983)	25.5	10.4	34.9	29.2
성별	남성	(580)	22.9	9.1	35.2	32.8
	여성	(403)	29.3	12.2	34.5	24.1
연령	20대 미만	(12)	41.7	8.3	41.7	8.3
	20대	(312)	17.0	11.5	35.9	35.6
	30대	(335)	25.4	10.7	37.6	26.3
	40대	(227)	33.5	9.3	29.1	28.2
	50대 이상	(97)	33.0	8.2	35.1	23.7
주요 활동 분야	연기	(438)	37.2	11.0	31.7	20.1
	무용	(83)	13.3	15.7	49.4	21.7
	연주	(140)	7.9	11.4	35.7	45.0
	가창	(170)	11.2	4.7	33.5	50.6
	기타	(152)	30.9	11.2	36.8	21.1
경력	3년 미만	(150)	18.7	7.3	35.3	38.7
	3~5년 미만	(127)	26.0	14.2	33.9	26.0
	5~10년 미만	(234)	26.5	12.8	34.6	26.1
	10년 이상	(472)	27.1	9.1	35.2	28.6

(7) 주 52시간 근로제 인지 여부

❍ 주 52시간 근로제(휴일·연장근로를 포함하여 주당 근무시간을 최대 52시간으로 함)에 대하여 '내용을 알고 있으나 명확히 이해하지 못함'(33.4%)과 '내용에 대하여 정확히 알고 있음'(31.3%)이 60% 이상으로 나타남

《그림 3-1-26》 주 52시간 근로제 인지 여부



* 2021년 조사의 신규 항목임

《표 3-1-27》 주 52시간 근로제 인지 여부

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	전혀 모르고 있음	단어를 들어본 적은 있음	내용을 알고 있으나 명확히 이해하지 못함	내용에 대하여 정확히 알고 있음
전 체		(983)	17.3	18.0	33.4	31.3
성별	남성	(580)	14.5	17.8	34.7	33.1
	여성	(403)	21.3	18.4	31.5	28.8
연령	20대 미만	(12)	41.7	25.0	25.0	8.3
	20대	(312)	24.7	19.6	28.5	27.2
	30대	(335)	18.2	17.3	32.5	31.9
	40대	(227)	9.3	18.5	37.0	35.2
	50대 이상	(97)	6.2	13.4	44.3	36.1
주요 활동 분야	연기	(438)	13.5	16.2	40.4	29.9
	무용	(83)	25.3	19.3	31.3	24.1
	연주	(140)	20.7	19.3	28.6	31.4
	가창	(170)	18.8	19.4	24.7	37.1
	기타	(152)	19.1	19.7	28.3	32.9
경력	3년 미만	(150)	18.7	22.0	24.0	35.3
	3~5년 미만	(127)	29.1	12.6	34.6	23.6
	5~10년 미만	(234)	23.9	19.7	29.9	26.5
	10년 이상	(472)	10.4	17.4	37.7	34.5

나. 4대보험 가입 현황

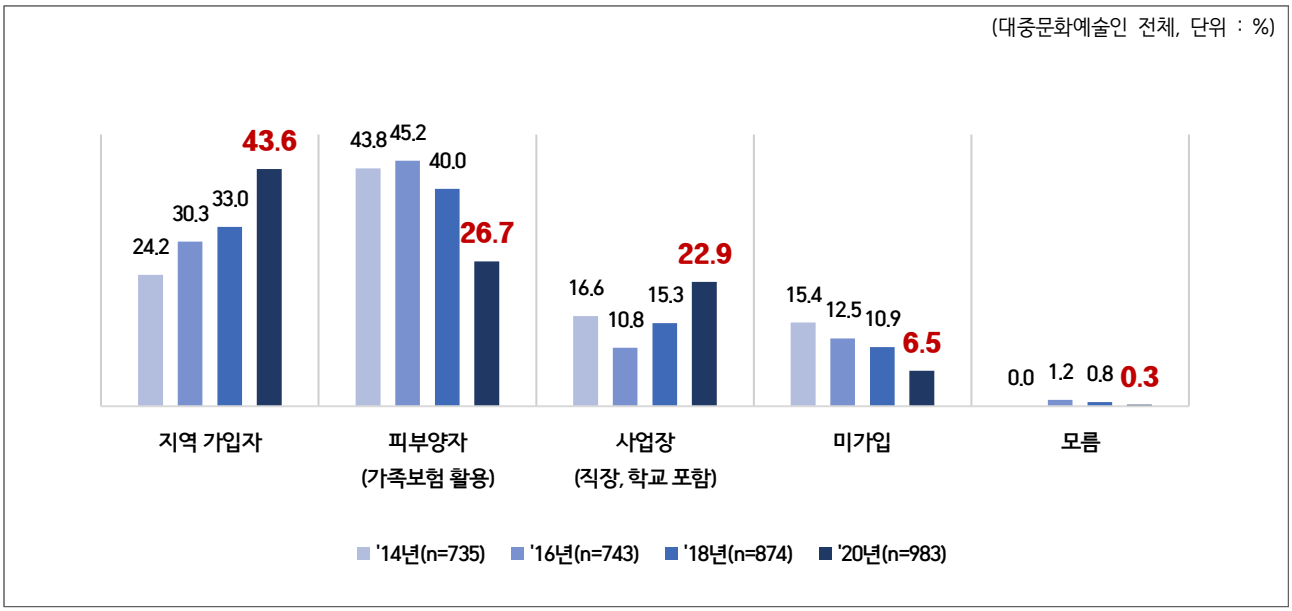
(1) 건강보험 가입 현황

○ 건강보험(의료보험) 가입 현황을 보면, '지역가입자'가 43.6%로 가장 높고, 다음으로 '피부양자(가족의 보험 활용)'(26.7%), '직장, 학교 등 사업장'(22.9%) 등의 순임

○ 2018년 대비, '지역가입자'(▲10.6%p), '사업장'(▲7.6%p)는 증가한 반면, '피부양자'(▽13.3%p)는 감소한 것으로 나타남

《그림 3-1-27》 건강보험 가입 현황

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)



《표 3-1-28》 건강보험 가입 현황

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

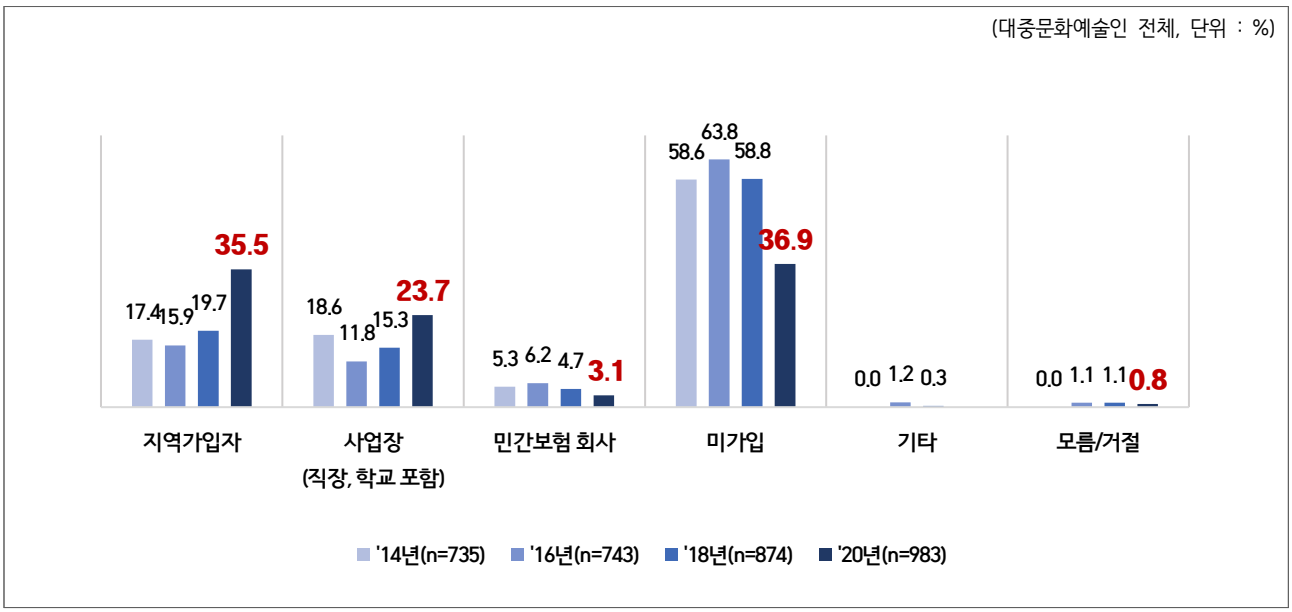
구 분		사례수	지역 가입자	피부양자 (가족 보험 활용)	사업장 (직장/학교 포함)	미가입	모름
전 체		(983)	43.6	26.7	22.9	6.5	0.3
성별	남성	(580)	45.0	22.2	25.9	6.7	0.2
	여성	(403)	41.7	33.0	18.6	6.2	0.5
연령	20대 미만	(12)	8.3	66.7	0.0	25.0	0.0
	20대	(312)	20.5	41.3	23.4	14.1	0.6
	30대	(335)	46.9	25.1	23.6	4.2	0.3
	40대	(227)	59.9	14.5	25.1	0.4	0.0
	50대 이상	(97)	73.2	8.2	16.5	2.1	0.0
주요 활동 분야	연기	(438)	55.3	23.7	16.7	4.3	0.0
	무용	(83)	30.1	34.9	24.1	8.4	2.4
	연주	(140)	40.0	24.3	25.7	10.0	0.0
	가창	(170)	29.4	32.4	31.8	6.5	0.0
	기타	(152)	36.8	26.3	27.6	8.6	0.7
경력	3년 미만	(150)	21.3	37.3	23.3	16.7	1.3
	3~5년 미만	(127)	30.7	36.2	21.3	11.8	0.0
	5~10년 미만	(234)	39.7	30.8	23.1	6.4	0.0
	10년 이상	(472)	56.1	18.6	23.1	1.9	0.2

(2) 국민연금 가입 현황

○ 국민연금 가입 현황을 보면, 건강보험과 마찬가지로 '지역가입자'(35.5%)가 가장 높으며, '미가입'은 36.9%로 국민연금 가입율이 다소 낮게 나타남

○ 2018년 대비, '지역가입자'(▲15.8%p), '직장, 학교 포함 사업장'(▲8.4%p)은 증가한 반면, '미가입'(▽21.9%p)은 감소한 것으로 나타남

《그림 3-1-28》 국민연금 가입 현황



《표 3-1-29》 국민연금 가입 현황

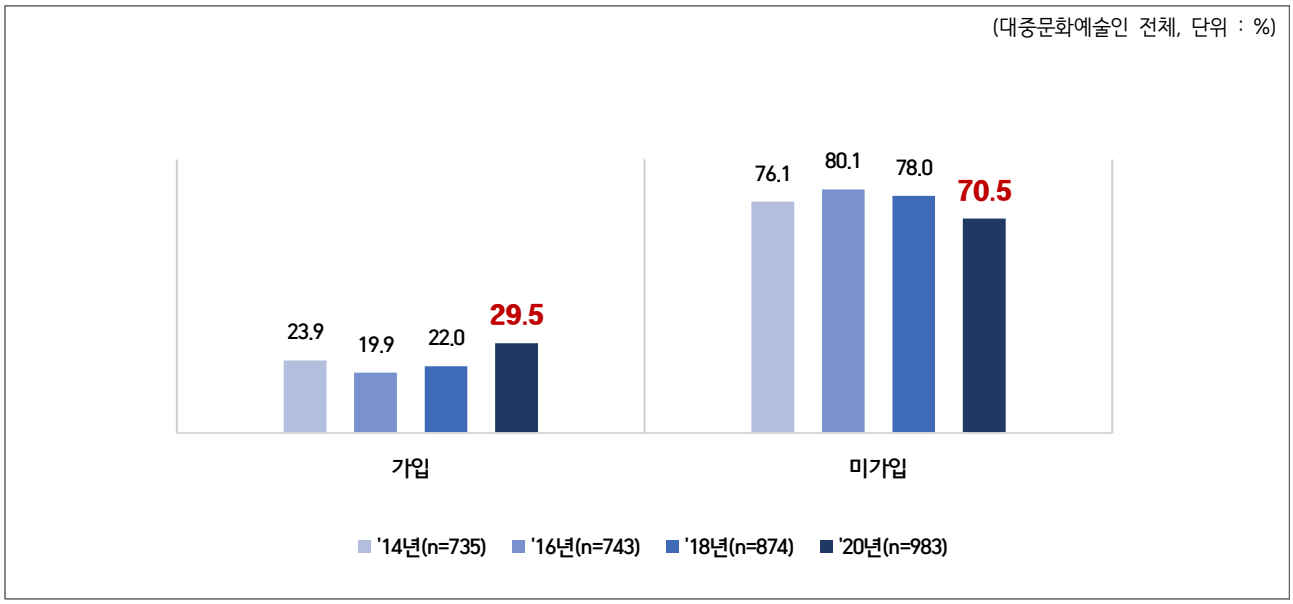
(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	지역가입자	사업장 (직장/학교 포함)	민간보험 회사	미가입	모름/거절
전 체		(983)	35.5	23.7	3.1	36.9	0.8
성별	남성	(580)	37.4	26.6	2.4	32.9	0.7
	여성	(403)	32.8	19.6	4.0	42.7	1.0
연령	20대 미만	(12)	8.3	8.3	0.0	83.3	0.0
	20대	(312)	18.3	24.0	6.1	49.7	1.9
	30대	(335)	38.8	23.0	2.4	35.8	0.0
	40대	(227)	44.5	26.9	0.4	27.3	0.9
	50대 이상	(97)	61.9	19.6	2.1	16.5	0.0
주요 활동 분야	연기	(438)	45.2	15.8	3.9	34.7	0.4
	무용	(83)	15.7	26.5	3.6	50.6	3.6
	연주	(140)	35.7	26.4	0.7	36.4	0.7
	가창	(170)	25.3	36.5	2.9	34.7	0.6
	기타	(152)	29.6	28.3	2.6	38.8	0.7
경력	3년 미만	(150)	16.7	30.0	3.3	48.7	1.3
	3~5년 미만	(127)	26.8	21.3	4.7	45.7	1.6
	5~10년 미만	(234)	29.5	21.8	3.4	44.0	1.3
	10년 이상	(472)	46.8	23.3	2.3	27.3	0.2

(3) 산재보험 가입 여부

○ 산재보험에 '가입'한 예술인은 29.5% 였고, 2018년 조사 결과와 비교하면 산재보험 가입율이 ▲7.5%p 증가한 것으로 나타남

《 그림 3-1-29 》 산재보험 가입 여부



《 표 3-1-30 》 산재보험 가입 여부

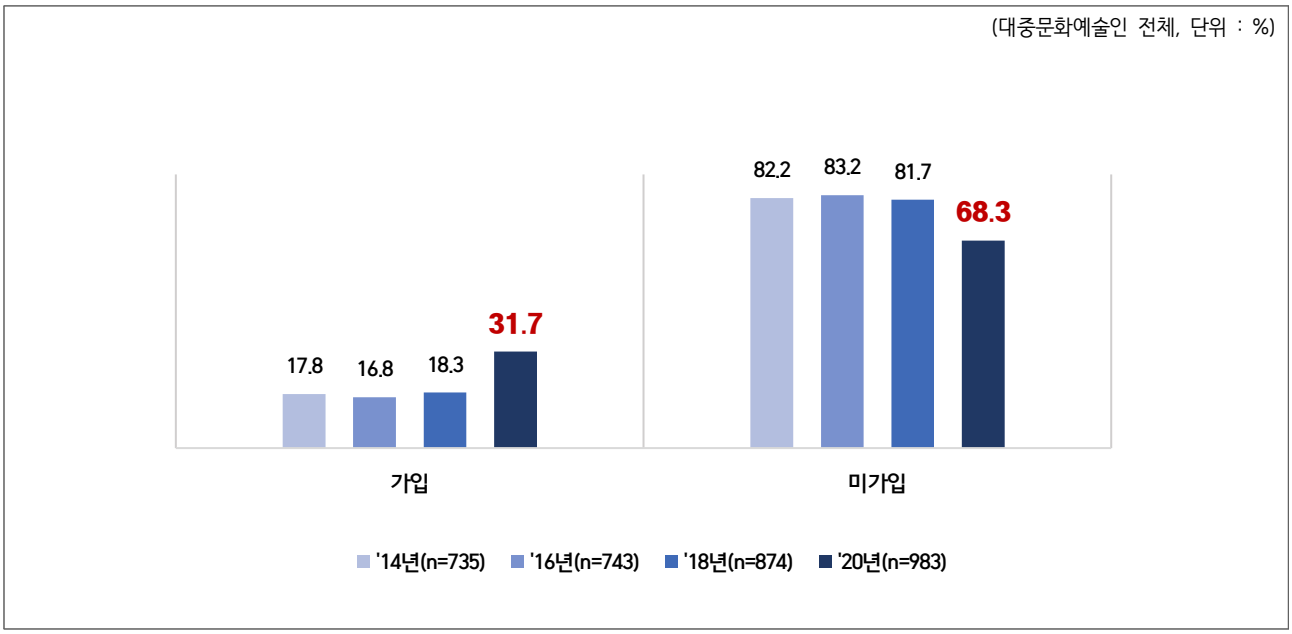
(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	가입	미가입
전 체		(983)	29.5	70.5
성별	남성	(580)	33.6	66.4
	여성	(403)	23.6	76.4
연령	20대 미만	(12)	25.0	75.0
	20대	(312)	35.3	64.7
	30대	(335)	28.1	71.9
	40대	(227)	28.6	71.4
	50대 이상	(97)	18.6	81.4
주요 활동 분야	연기	(438)	24.4	75.6
	무용	(83)	31.3	68.7
	연주	(140)	27.9	72.1
	가창	(170)	37.1	62.9
	기타	(152)	36.2	63.8
경력	3년 미만	(150)	34.7	65.3
	3~5년 미만	(127)	29.9	70.1
	5~10년 미만	(234)	35.5	64.5
	10년 이상	(472)	24.8	75.2

(4) 고용보험 가입 여부

○ 고용보험에 '가입'한 예술인은 31.7%로 낮은 수준이나, 2018년 대비, 고용보험 가입율이 ▲13.4%p 증가한 것으로 나타남

《그림 3-1-30》 고용보험 가입 여부



《표 3-1-31》 고용보험 가입 여부

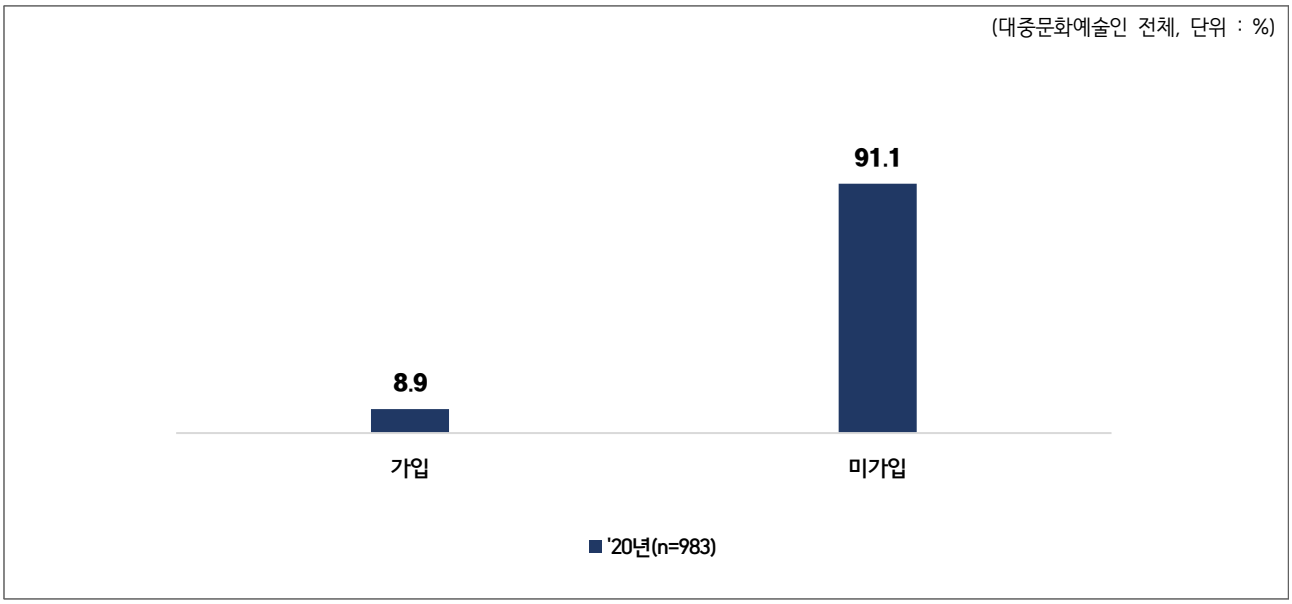
(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	가입	미가입
전 체		(983)	31.7	68.3
성별	남성	(580)	33.8	66.2
	여성	(403)	28.8	71.2
연령	20대 미만	(12)	0.0	100.0
	20대	(312)	32.1	67.9
	30대	(335)	33.4	66.6
	40대	(227)	34.8	65.2
	50대 이상	(97)	21.6	78.4
주요 활동 분야	연기	(438)	28.1	71.9
	무용	(83)	26.5	73.5
	연주	(140)	32.9	67.1
	가창	(170)	41.2	58.8
	기타	(152)	33.6	66.4
경력	3년 미만	(150)	34.7	65.3
	3~5년 미만	(127)	29.9	70.1
	5~10년 미만	(234)	33.3	66.7
	10년 이상	(472)	30.5	69.5

(5) 예술인 고용보험 가입 여부

❍ 예술인 고용보험에 '가입'한 비율은 8.9% 였음. 응답자 대부분 '미가입'(91.1%)으로 나타남

《그림 3-1-31》 예술인 고용보험 가입 여부



* 2021년 조사의 신규 항목임

《표 3-1-32》 예술인 고용보험 가입 여부

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	가입	미가입
전 체		(983)	8.9	91.1
성별	남성	(580)	10.0	90.0
	여성	(403)	7.2	92.8
연령	20대 미만	(12)	0.0	100.0
	20대	(312)	5.4	94.6
	30대	(335)	9.6	90.4
	40대	(227)	10.6	89.4
	50대 이상	(97)	14.4	85.6
주요 활동 분야	연기	(438)	14.8	85.2
	무용	(83)	6.0	94.0
	연주	(140)	4.3	95.7
	가창	(170)	1.8	98.2
	기타	(152)	5.3	94.7
경력	3년 미만	(150)	4.0	96.0
	3~5년 미만	(127)	7.9	92.1
	5~10년 미만	(234)	7.7	92.3
	10년 이상	(472)	11.2	88.8

* 예술인 고용보험 : '20년부터 시행되고 있으며, 문화체육관광부 예술정책과, 한국예술인복지재단, 고용노동부 고용보험기획과, 근로복지공단 서울지역본부가입지원4부, 국민건강보험공단, 국민연금공단 등에서 운영

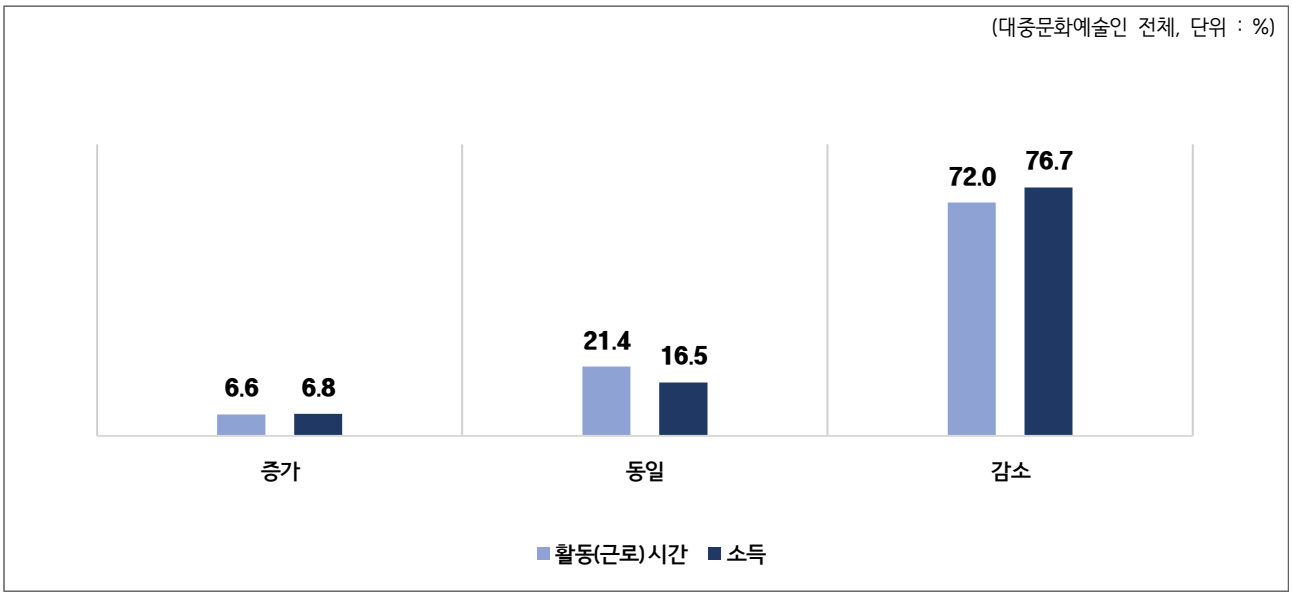
3. 코로나19 관련 사항[17)]

가. 코로나19로 인한 변화 및 대응 현황

(1) 활동(근로) 시간 및 소득 변화상태

○ 2019년(코로나19 직전) 대비, 2020년 말 활동(근로) 시간 및 소득 변화 상태를 보면, 활동(근로) 시간(72.0%)과 소득(76.7%) 모두 '감소' 응답이 70% 이상으로 나타남

《그림 3-1-32》 활동(근로) 시간 및 소득 변화상태



《표 3-1-33》 활동(근로) 시간 및 소득 변화상태

(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	활동(근로) 시간			소득		
			증가	동일	감소	증가	동일	감소
전 체		(983)	6.6	21.4	72.0	6.8	16.5	76.7
성별	남성	(580)	5.3	23.8	70.9	6.2	17.2	76.6
	여성	(403)	8.4	17.9	73.7	7.7	15.4	76.9
연령	20대 미만	(12)	16.7	50.0	33.3	0.0	50.0	50.0
	20대	(312)	7.7	26.0	66.3	8.7	17.9	73.4
	30대	(335)	7.8	22.1	70.1	6.9	18.2	74.9
	40대	(227)	4.8	16.3	78.9	6.6	13.2	80.2
	50대 이상	(97)	2.1	12.4	85.6	2.1	9.3	88.7
주요 활동 분야	연기	(438)	5.7	20.1	74.2	6.8	17.6	75.6
	무용	(83)	7.2	19.3	73.5	2.4	13.3	84.3
	연주	(140)	7.9	21.4	70.7	5.7	12.1	82.1
	가창	(170)	5.3	25.9	68.8	6.5	19.4	74.1
	기타	(152)	9.2	21.1	69.7	10.5	15.8	73.7
경력	3년 미만	(150)	6.0	33.3	60.7	8.0	26.7	65.3
	3~5년 미만	(127)	10.2	27.6	62.2	12.6	18.1	69.3
	5~10년 미만	(234)	9.4	19.7	70.9	8.1	14.5	77.4
	10년 이상	(472)	4.4	16.7	78.8	4.2	13.8	82.0

17) 2021년 조사의 신규 항목임

○ 코로나 19에 따른 변화 상태를 '감소'로 응답한 응답자의 2019년 대비 활동(근로) 시간 감소 폭은 평균 55.7%로 나타났고, 소득 감소 폭은 56.9%로 기존 소득 대비 절반 이상 감소한 것으로 나타남

《표 3-1-34》 활동(근로) 시간 변화 폭(감소)

(활동(근로시간) 감소한 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균 (%)
전 체		(708)	4.4	2.7	9.3	13.4	10.0	17.9	10.6	12.7	9.6	5.5	3.8	55.7
성별	남성	(411)	5.1	1.9	8.8	13.6	10.5	18.0	9.0	11.7	10.5	6.3	4.6	56.3
	여성	(297)	3.4	3.7	10.1	13.1	9.4	17.8	12.8	14.1	8.4	4.4	2.7	54.8
연령	20대 미만	(4)	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	47.5
	20대	(207)	5.8	2.4	12.1	11.6	11.1	16.4	7.2	13.5	8.7	5.8	5.3	54.8
	30대	(235)	1.7	2.1	10.2	14.0	11.1	22.6	12.3	11.5	6.4	4.7	3.4	55.2
	40대	(179)	6.7	3.4	5.6	14.0	5.6	16.2	10.1	14.0	13.4	7.3	3.9	57.8
	50대 이상	(83)	3.6	3.6	8.4	13.3	14.5	12.0	14.5	12.0	13.3	3.6	1.2	54.9
주요 활동 분야	연기	(325)	3.7	2.2	9.8	16.9	9.5	16.3	11.7	11.4	10.8	4.6	3.1	54.9
	무용	(61)	3.3	3.3	14.8	11.5	14.8	13.1	11.5	14.8	8.2	1.6	3.3	52.5
	연주	(99)	2.0	3.0	7.1	13.1	9.1	25.3	9.1	11.1	10.1	6.1	4.0	57.5
	가창	(117)	10.3	3.4	6.0	8.5	6.8	17.1	9.4	12.0	10.3	9.4	6.8	57.6
	기타	(106)	2.8	2.8	10.4	9.4	13.2	19.8	9.4	17.9	5.7	5.7	2.8	55.9
경력	3년 미만	(91)	7.7	4.4	7.7	12.1	8.8	15.4	4.4	12.1	13.2	9.9	4.4	56.5
	3~5년 미만	(79)	1.3	1.3	11.4	15.2	7.6	25.3	10.1	10.1	6.3	7.6	3.8	56.3
	5~10년 미만	(166)	4.2	1.8	12.7	14.5	12.0	16.9	12.0	13.9	4.8	3.0	4.2	52.8
	10년 이상	(372)	4.3	3.0	7.8	12.9	9.9	17.5	11.6	12.9	11.6	5.1	3.5	56.6

《표 3-1-35》 소득 변화 폭(감소)

(소득 감소한 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균 (%)
전 체		(754)	4.0	3.3	8.6	11.9	10.6	17.4	9.8	13.0	11.0	6.8	3.6	56.9
성별	남성	(444)	4.3	2.7	8.8	13.1	11.0	17.8	8.8	11.5	11.0	7.2	3.8	56.5
	여성	(310)	3.5	4.2	8.4	10.3	10.0	16.8	11.3	15.2	11.0	6.1	3.2	57.3
연령	20대 미만	(6)	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	0.0	33.3	0.0	0.0	16.7	16.7	67.5
	20대	(229)	5.2	2.2	10.5	12.2	8.7	17.9	7.4	11.4	12.7	7.0	4.8	56.8
	30대	(251)	2.4	3.6	9.6	13.1	12.0	17.9	11.6	13.1	7.6	6.8	2.4	55.5
	40대	(182)	4.9	4.4	5.5	10.4	8.2	19.2	7.7	14.3	14.3	7.1	3.8	58.7
	50대 이상	(86)	3.5	3.5	8.1	10.5	16.3	11.6	14.0	15.1	10.5	4.7	2.3	56.2
주요 활동 분야	연기	(331)	3.6	3.6	8.5	12.7	13.3	15.4	10.9	13.3	11.2	5.1	2.4	55.6
	무용	(70)	2.9	7.1	12.9	10.0	11.4	14.3	10.0	14.3	5.7	7.1	4.3	54.1
	연주	(115)	0.0	2.6	9.6	13.0	11.3	22.6	9.6	14.8	7.0	6.1	3.5	57.3
	가창	(126)	8.7	3.2	6.3	11.1	4.0	16.7	4.8	9.5	17.5	11.9	6.3	60.1
	기타	(112)	4.5	0.9	8.0	10.7	8.9	20.5	12.5	13.4	10.7	6.3	3.6	58.2
경력	3년 미만	(98)	6.1	4.1	7.1	11.2	9.2	16.3	8.2	8.2	14.3	10.2	5.1	58.1
	3~5년 미만	(88)	2.3	2.3	13.6	10.2	8.0	21.6	10.2	10.2	10.2	6.8	4.5	56.9
	5~10년 미만	(181)	5.0	1.7	10.5	14.4	11.0	16.0	9.9	16.0	8.3	5.0	2.2	54.4
	10년 이상	(387)	3.4	4.1	7.0	11.4	11.4	17.3	10.1	13.4	11.6	6.7	3.6	57.7

《표 3-1-36》 활동(근로) 시간 변화 폭(증가)

(활동(근로시간) 증가한 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균 (%)
전 체		(65)	4.6	7.7	13.8	10.8	13.8	9.2	12.3	9.2	4.6	3.1	10.8	52.5
성별	남성	(31)	6.5	3.2	12.9	12.9	9.7	12.9	16.1	6.5	0.0	3.2	16.1	54.5
	여성	(34)	2.9	11.8	14.7	8.8	17.6	5.9	8.8	11.8	8.8	2.9	5.9	50.6
연령	20대 미만	(2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	77.5
	20대	(24)	0.0	8.3	16.7	16.7	16.7	8.3	12.5	8.3	4.2	0.0	8.3	49.6
	30대	(26)	3.8	7.7	7.7	7.7	15.4	7.7	15.4	15.4	3.8	3.8	11.5	57.1
	40대	(11)	9.1	9.1	27.3	9.1	9.1	0.0	9.1	0.0	9.1	9.1	9.1	47.3
	50대 이상	(2)	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30.0
주요 활동 분야	연기	(25)	4.0	8.0	12.0	4.0	20.0	12.0	16.0	8.0	4.0	0.0	12.0	53.2
	무용	(6)	0.0	16.7	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	39.2
	연주	(11)	0.0	0.0	9.1	9.1	9.1	18.2	9.1	27.3	0.0	9.1	9.1	63.6
	가창	(9)	0.0	11.1	11.1	11.1	0.0	0.0	11.1	11.1	11.1	11.1	22.2	66.1
	기타	(14)	14.3	7.1	14.3	14.3	21.4	7.1	14.3	0.0	7.1	0.0	0.0	39.3
경력	3년 미만	(9)	0.0	11.1	11.1	11.1	22.2	11.1	0.0	11.1	11.1	0.0	11.1	53.3
	3~5년 미만	(13)	0.0	7.7	23.1	15.4	15.4	7.7	0.0	15.4	0.0	0.0	15.4	50.4
	5~10년 미만	(22)	4.5	4.5	9.1	9.1	13.6	9.1	27.3	4.5	4.5	0.0	13.6	56.1
	10년 이상	(21)	9.5	9.5	14.3	9.5	9.5	9.5	9.5	9.5	4.8	9.5	4.8	49.5

《표 3-1-37》 소득 변화 폭(증가)

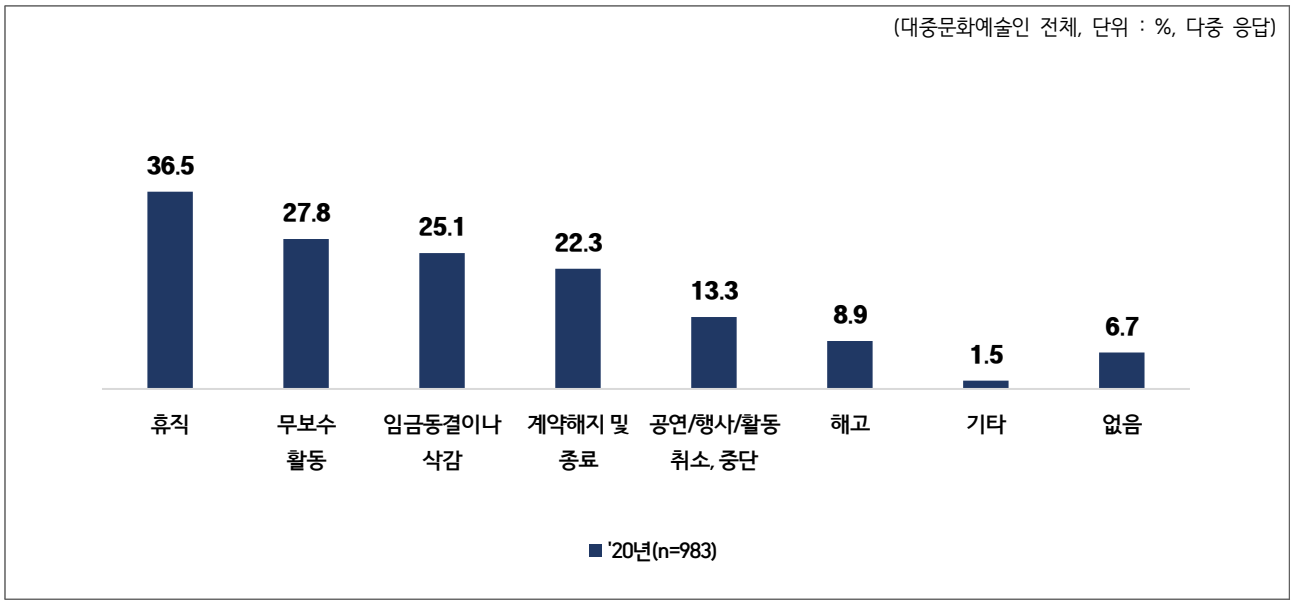
(소득 증가한 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균 (%)
전 체		(67)	4.5	10.4	17.9	10.4	10.4	10.4	10.4	3.0	7.5	6.0	9.0	50.4
성별	남성	(36)	8.3	8.3	19.4	5.6	8.3	16.7	11.1	2.8	5.6	5.6	8.3	49.0
	여성	(31)	0.0	12.9	16.1	16.1	12.9	3.2	9.7	3.2	9.7	6.5	9.7	51.9
연령	20대 미만	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	20대	(27)	0.0	14.8	14.8	7.4	18.5	11.1	11.1	3.7	7.4	7.4	3.7	50.0
	30대	(23)	4.3	8.7	21.7	4.3	8.7	8.7	13.0	4.3	8.7	4.3	13.0	53.5
	40대	(15)	6.7	6.7	20.0	20.0	0.0	13.3	6.7	0.0	6.7	6.7	13.3	50.3
	50대 이상	(2)	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
주요 활동 분야	연기	(30)	0.0	13.3	20.0	13.3	10.0	13.3	6.7	3.3	6.7	0.0	13.3	49.3
	무용	(2)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	연주	(8)	0.0	0.0	12.5	12.5	12.5	25.0	0.0	12.5	0.0	25.0	0.0	60.0
	가창	(11)	9.1	9.1	9.1	0.0	0.0	9.1	18.2	0.0	18.2	9.1	18.2	63.2
	기타	(16)	12.5	12.5	12.5	12.5	18.8	0.0	18.8	0.0	6.3	6.3	0.0	41.9
경력	3년 미만	(12)	0.0	25.0	25.0	8.3	16.7	8.3	0.0	0.0	8.3	8.3	0.0	40.0
	3~5년 미만	(16)	0.0	6.3	12.5	6.3	18.8	12.5	12.5	6.3	6.3	6.3	12.5	58.1
	5~10년 미만	(19)	0.0	10.5	15.8	5.3	10.5	10.5	15.8	0.0	10.5	5.3	15.8	57.9
	10년 이상	(20)	15.0	5.0	20.0	20.0	0.0	10.0	10.0	5.0	5.0	5.0	5.0	43.3

(2) 코로나19로 인해 겪은 피해 항목

○ 코로나19로 인해 겪은 피해 항목으로는 '휴직'(36.5%)이 가장 높고, 다음으로 '무보수 활동'(27.8%), '임금동결이나 삭감'(25.1%), '계약해지 및 종료'(22.3%) 등으로 나타남

《그림 3-1-33》 코로나19로 인해 겪은 피해 항목



《표 3-1-38》 코로나19로 인해 겪은 피해 항목

(대중문화예술인 전체, 단위 : %, 다중 응답)

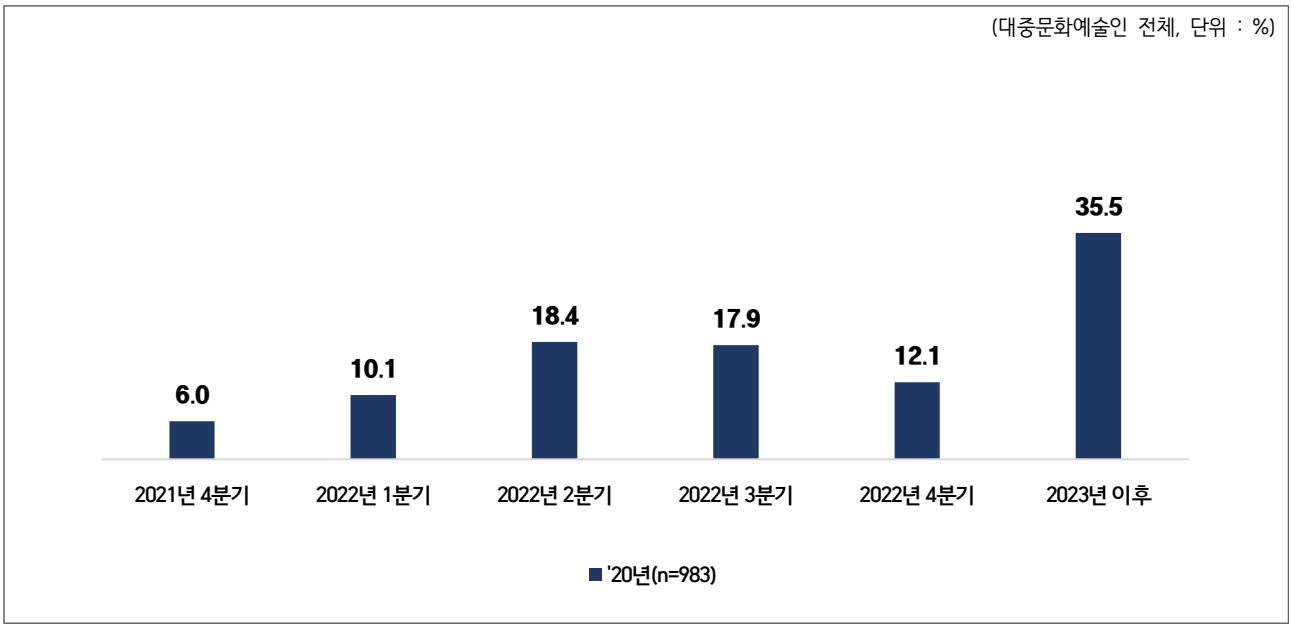
구 분		사례수	휴직	무보수 활동	임금동결이나 삭감	계약해지 및 종료	공연/행사/활동 취소, 중단	해고	기타*	없음
전 체		(983)	36.5	27.8	25.1	22.3	13.3	8.9	1.5	6.7
성별	남성	(580)	33.8	26.0	25.0	22.2	13.8	9.1	1.6	7.1
	여성	(403)	40.4	30.3	25.3	22.3	12.7	8.4	1.5	6.2
연령	20대 미만	(12)	25.0	50.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
	20대	(312)	44.6	37.5	25.0	15.7	9.6	9.9	1.0	4.8
	30대	(335)	38.8	22.1	24.5	28.1	14.3	9.9	2.4	7.5
	40대	(227)	30.0	24.2	26.4	23.8	18.1	8.8	0.9	6.6
	50대 이상	(97)	19.6	21.6	26.8	22.7	12.4	3.1	2.1	9.3
주요 활동 분야	연기	(438)	32.0	21.2	27.9	23.7	14.8	8.9	1.8	7.8
	무용	(83)	56.6	25.3	25.3	15.7	16.9	13.3	1.2	3.6
	연주	(140)	38.6	36.4	22.1	24.3	10.0	9.3	1.4	4.3
	가창	(170)	34.7	36.5	21.2	16.5	14.7	5.9	1.2	5.9
	기타	(152)	38.8	30.3	24.3	26.3	8.6	9.2	1.3	8.6
경력	3년 미만	(150)	36.7	40.7	16.7	11.3	10.0	8.0	1.3	10.7
	3~5년 미만	(127)	39.4	24.4	25.2	13.4	13.4	9.4	0.8	6.3
	5~10년 미만	(234)	42.3	29.5	27.4	26.5	9.8	9.4	0.9	5.6
	10년 이상	(472)	32.8	23.7	26.7	26.1	16.1	8.7	2.1	6.1

* 기타 : 촬영 제한, 제작 연기, 프로그램 폐지 등

(3) 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기

○ 코로나19 이전으로의 활동상황 회복은 '2023년 이후'(35.5%)로 예상하는 응답이 가장 높게 나타남

《그림 3-1-34》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기



《표 3-1-39》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기

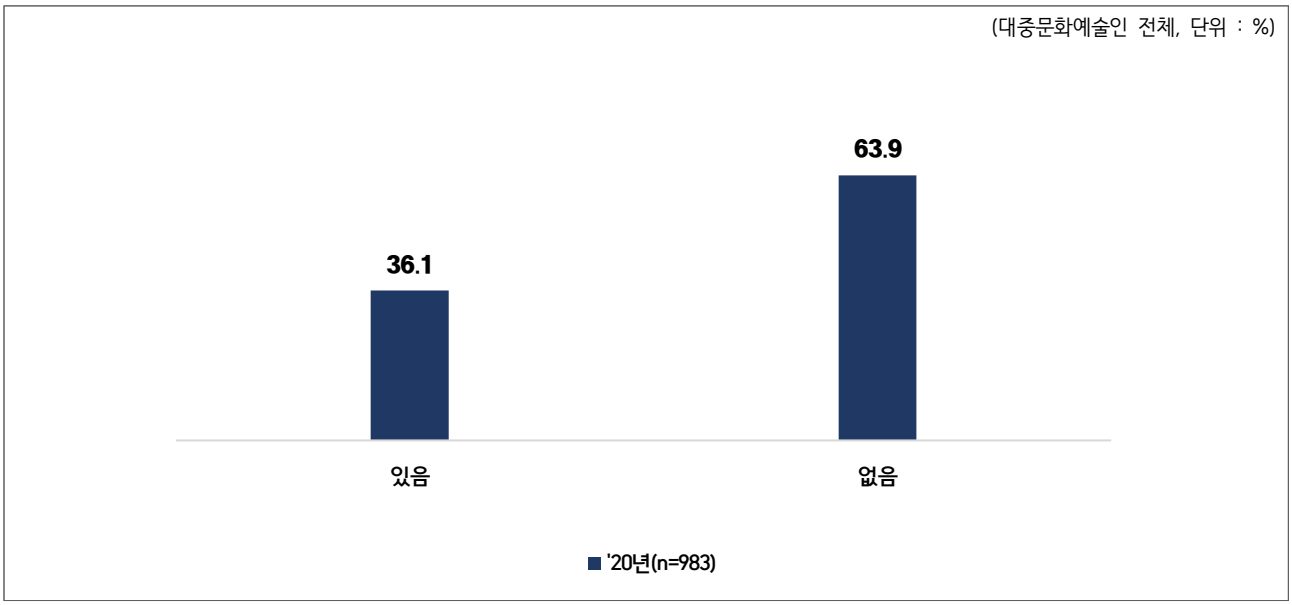
(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	2021년 4분기	2022년 1분기	2022년 2분기	2022년 3분기	2022년 4분기	2023년 이후
전 체		(983)	6.0	10.1	18.4	17.9	12.1	35.5
성별	남성	(580)	5.3	8.3	18.4	16.6	12.9	38.4
	여성	(403)	6.9	12.7	18.4	19.9	10.9	31.3
연령	20대 미만	(12)	8.3	8.3	50.0	0.0	16.7	16.7
	20대	(312)	4.2	11.9	19.9	19.9	10.3	34.0
	30대	(335)	6.9	8.7	17.9	17.6	11.6	37.3
	40대	(227)	5.7	11.5	12.8	19.8	15.9	34.4
	50대 이상	(97)	9.3	6.2	24.7	10.3	10.3	39.2
주요 활동 분야	연기	(438)	6.8	11.6	18.9	16.2	13.5	32.9
	무용	(83)	4.8	13.3	18.1	21.7	6.0	36.1
	연주	(140)	6.4	8.6	17.1	20.0	11.4	36.4
	가창	(170)	3.5	7.6	16.5	16.5	14.7	41.2
	기타	(152)	6.6	7.9	20.4	20.4	9.2	35.5
경력	3년 미만	(150)	4.7	7.3	22.0	20.7	10.7	34.7
	3~5년 미만	(127)	3.9	12.6	13.4	19.7	11.0	39.4
	5~10년 미만	(234)	7.3	14.1	17.9	15.4	11.1	34.2
	10년 이상	(472)	6.4	8.3	18.9	17.8	13.3	35.4

(4) 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험

○ 2020년부터 현재까지 코로나19로 인한 활동 애로 사항의 해소를 위해 정부지원 사업에 참여(수혜)한 경험이 있는 예술인은 36.1%로 나타남

《그림 3-1-35》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험



《표 3-1-40》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험

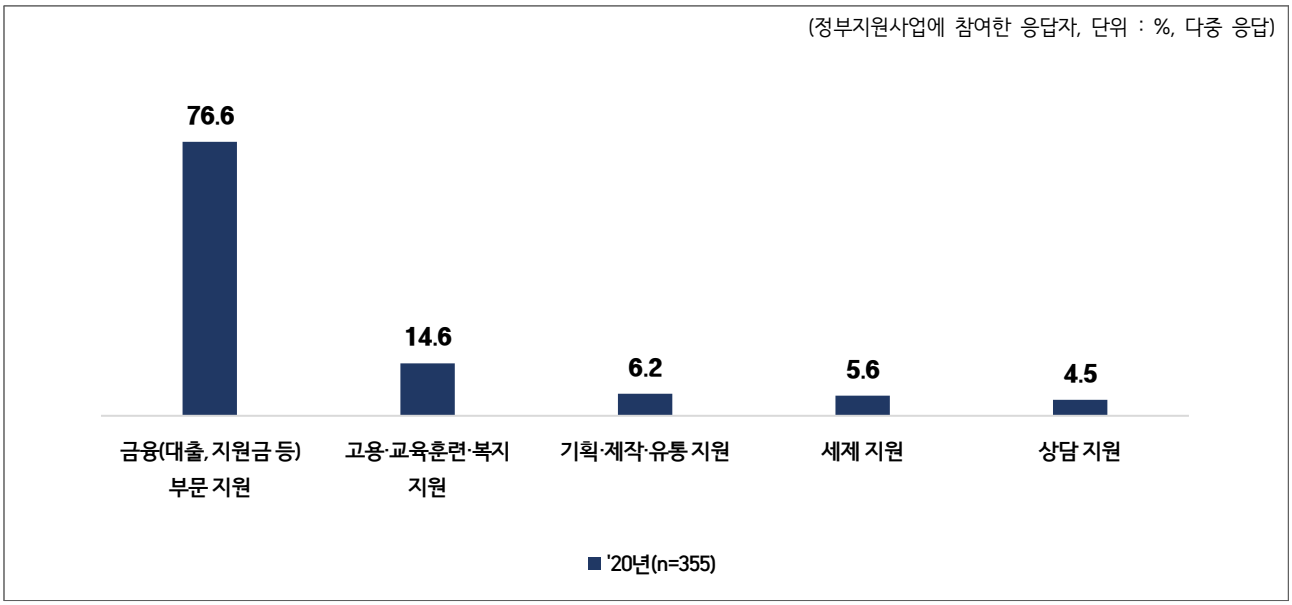
(대중문화예술인 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	있음	없음
전 체		(983)	36.1	63.9
성별	남성	(580)	35.2	64.8
	여성	(403)	37.5	62.5
연령	20대 미만	(12)	8.3	91.7
	20대	(312)	34.0	66.0
	30대	(335)	42.7	57.3
	40대	(227)	32.6	67.4
	50대 이상	(97)	32.0	68.0
주요 활동 분야	연기	(438)	40.6	59.4
	무용	(83)	37.3	62.7
	연주	(140)	37.1	62.9
	가창	(170)	25.3	74.7
	기타	(152)	33.6	66.4
경력	3년 미만	(150)	22.0	78.0
	3~5년 미만	(127)	42.5	57.5
	5~10년 미만	(234)	40.6	59.4
	10년 이상	(472)	36.7	63.3

(5) 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업

○ 코로나19로 인한 활동 애로 사항의 해소를 위해 참여한 정부지원사업은 '대출, 지원금 등 금융' 지원이 76.6%로 가장 높고, 다음으로 '고용, 교육훈련, 복지'(14.6%), '기획, 제작, 유통'(6.2%), '세제'(5.6%) 지원 등의 순임

《 그림 3-1-36 》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업



《 표 3-1-41 》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업

(정부지원사업에 참여한 응답자, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	금융 (대출, 지원금 등)	고용·교육훈련·복지	기획·제작·유통	세제	상담
전 체		(355)	76.6	14.6	6.2	5.6	4.5
성별	남성	(204)	77.5	14.7	3.9	5.4	4.9
	여성	(151)	75.5	14.6	9.3	6.0	4.0
연령	20대 미만	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	20대	(106)	78.3	14.2	6.6	5.7	5.7
	30대	(143)	77.6	14.0	6.3	4.9	5.6
	40대	(74)	81.1	13.5	4.1	4.1	0.0
	50대 이상	(31)	58.1	22.6	6.5	12.9	6.5
주요 활동 분야	연기	(178)	73.6	16.3	4.5	6.7	5.6
	무용	(31)	83.9	12.9	3.2	6.5	3.2
	연주	(52)	86.5	9.6	13.5	1.9	1.9
	가창	(43)	69.8	20.9	9.3	7.0	4.7
	기타	(51)	78.4	9.8	3.9	3.9	3.9
경력	3년 미만	(33)	69.7	21.2	6.1	3.0	9.1
	3~5년 미만	(54)	74.1	11.1	7.4	7.4	5.6
	5~10년 미만	(95)	82.1	10.5	3.2	5.3	2.1
	10년 이상	(173)	75.7	16.8	7.5	5.8	4.6

4. 기타 사항

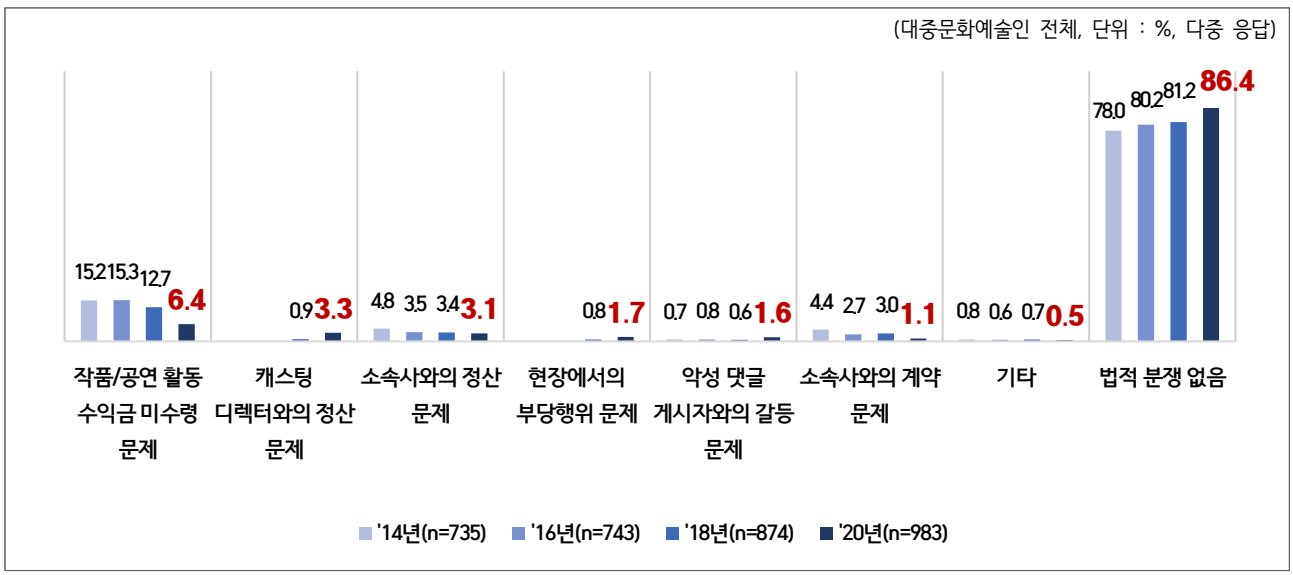
가. 최근 3년 내 법적 분쟁 및 신고 경험

○ 최근 3년('18년~'20년) 내 '법적 분쟁이나 신고 경험이 없음'이 86.4%로 대부분을 차지함.

- 법적 분쟁 및 신고가 있는 예술인의 경우, '작품/공연 활동 수익금 미수령'(6.4%)이 상대적으로 높게 나타남

○ 2018년 조사 결과 보다 '캐스팅 디렉터와의 정산'(▲2.4%p)으로 법적 분쟁 및 신고 경험 비율이 증가한 것으로 나타남

《그림 3-1-37》 최근 3년간 법적 분쟁 및 신고 경험



《표 3-1-42》 최근 3년간 법적 분쟁 및 신고 경험

(대중문화예술인 전체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	작품/공연 활동 수익금 미수령	캐스팅 디렉터와의 정산	소속사와의 정산	(촬영)현장에서의 부당행위	악성 댓글 게시자와의 갈등	소속사와의 계약	기타	법적 분쟁 없음
전 체		(983)	6.4	3.3	3.1	1.7	1.6	1.1	0.5	86.4
성별	남성	(580)	4.8	3.3	3.1	1.6	1.2	1.4	0.3	87.9
	여성	(403)	8.7	3.2	3.0	2.0	2.2	0.7	0.7	84.1
연령	20대 미만	(12)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	91.7
	20대	(312)	4.2	2.6	4.2	1.3	2.2	0.6	0.6	87.5
	30대	(335)	8.4	4.2	3.0	1.5	1.5	1.5	0.9	83.6
	40대	(227)	8.8	3.5	1.8	3.5	0.9	0.9	0.0	86.8
	50대 이상	(97)	2.1	2.1	3.1	0.0	2.1	1.0	0.0	90.7
주요 활동 분야	연기	(438)	8.4	5.0	3.4	2.3	0.7	1.4	0.2	83.1
	무용	(83)	4.8	3.6	7.2	1.2	1.2	1.2	0.0	86.7
	연주	(140)	2.9	0.7	0.7	0.7	1.4	0.7	0.0	93.6
	가창	(170)	4.7	0.6	2.4	0.6	4.1	1.2	2.4	88.2
	기타	(152)	6.6	3.3	2.6	2.6	2.0	0.7	0.0	86.8
경력	3년 미만	(150)	1.3	2.0	0.0	1.3	0.7	0.7	0.0	95.3
	3~5년 미만	(127)	8.7	3.1	6.3	3.1	1.6	1.6	0.8	81.1
	5~10년 미만	(234)	9.0	2.6	3.8	0.4	1.7	2.1	1.7	82.1
	10년 이상	(472)	6.1	4.0	2.8	2.1	1.9	0.6	0.0	87.1

* 기타 : 매니저 사기, 편곡자 계약 문제, 저작권 침해, 명예 훼손, 개인적 분쟁

나. 기타 애로 사항 및 개선을 위한 의견

❍ 기타 애로사항 및 개선의견을 제시한 예술인은 총 700명이었음

❍ 그 중 '일자리 확대'(4.1%)가 가장 높고, 다음으로 '경제적 어려움'(3.5%), '코로나19 종식 기원'(3.4%), '임금체불 해결'(3.2%), '공연/무대가 많았으면 함', '오디션 기회가 공평하게 주어졌으면 함'(각 3.0%) 등의 의견이 있었음

《표 3-1-43》 기타 애로 및 개선사항

(단위 : %)

구 분	기타 애로 및 개선사항	사례수	비율
1	일자리가 많았으면 함	(40)	4.1
2	경제적으로 어려움	(34)	3.5
3	코로나19가 종식되었으면 함	(33)	3.4
4	임금체불 해결되었으면 함	(31)	3.2
5	공연/무대가 많았으면 함	(29)	3.0
6	오디션기회가 공평하게 주어졌으면 함	(29)	3.0
7	예술인에 대한 시 ,정부지원사업도 많아졌으면 함	(28)	2.8
8	예술인들의 정확한 페이가 정해져 있었으면 함	(27)	2.7
9	임금이 인상되었으면 함	(24)	2.4
10	계약서은 작성했으면 함	(20)	2.0
11	출연료가 적음	(20)	2.0
12	다양한 매체를 통한 정보나 홍보가 제공되었으면 함	(19)	1.9
13	예술인 기본소득제 도입	(19)	1.9
14	기획사나 에이전시와의 갑을 관계 개선	(17)	1.7
15	대중의 인식이 변했으면 함	(16)	1.6
16	예술인들의 안정된 경제활동이 이루어졌으면 함	(16)	1.6
17	주연과 단역의 출연료 차이가 큼	(16)	1.6
18	예술인들을 위한 복지 마련되었으면 함	(15)	1.5
19	예술인들이 법적 보호를 받을 수 있었으면 함	(15)	1.5
20	지원금 확대해 주었으면 함	(14)	1.4
21	환경개선	(14)	1.4
22	오디션의 기회가 많았으면 함	(13)	1.3
23	주 52시간 근로제 시행되었으면 함	(12)	1.2
24	연습페이는 챙기지 못함	(11)	1.1
25	집합규제를 적용한 공연이 있었으면 함	(10)	1.0
26	캐스팅 디랙터를 고용하여 출연료를 낮게 책정하여 계약함	(10)	1.0
27	코로나로 인해 힘듦	(10)	1.0
28	코미디프로그램 다시 활성화되었으면/코미디언의 설자리 마련	(10)	1.0
29	행사취소에 따른 소득 감소	(10)	1.0

* 전체 응답 기준, 상위 1.0% 이상만 작성한 표임

다. 코로나19로 인한 정부지원 사항

❍ 코로나19로 인한 정부지원 사항 의견을 제시한 예술인은 총 738명임

❍ 그 중 '경제적 지원'(14.8%)이 가장 높게 나타남

- 다음으로 '공평한 재난지원금 보급'(8.4%), '예술인 지원금 증액'(8.0%), '공연/행사를 늘렸으면 함'(6.1%). '예술인으로서 할 수 있는 일자리 확대 제공'(5.0%) 등의 의견이 있었음

《표 3-1-44》 코로나19로 인해 필요 정부지원

(단위 : %)

구 분	필요 정부지원	사례수	비율
1	경제적 지원	(145)	14.8
2	공평한 재난지원금 보급	(83)	8.4
3	예술인 지원금 증액	(79)	8.0
4	공연/행사를 늘렸으면 함	(60)	6.1
5	예술인으로서 할 수 있는 일자리 확대 제공	(49)	5.0
6	예술창작활동 규제완화로 활동기회 마련	(28)	2.8
7	빠른 백신 보급	(26)	2.6
8	지원혜택의 범위 확대	(24)	2.4
9	비대면으로 활동 할 수 있게 지원해 주었으면 함	(22)	2.2
10	예술인들의 기본소득 도입	(22)	2.2
11	대출 지원	(17)	1.7
12	지원사업을 위한 간편한 서류절차	(17)	1.7
13	코로나가 해결되었으면 함	(14)	1.4
14	현실적인 지원	(14)	1.4
15	소득증명하기 어려워 지원받기 어려움	(11)	1.1
16	공연이나 촬영일정 취소통보에 따른 위약금지금	(10)	1.0
17	대중문화예술인중 최하층/무명인에게 지급	(10)	1.0
18	예술인들을 위한 복지 마련	(10)	1.0
19	온라인 플랫폼형식 지원이 활성화되어 언택트 문화로 바뀌었으면 함	(10)	1.0

* 전체 응답 기준, 상위 1.0% 이상만 작성한 표임

제2절 대중문화예술 제작스태프

❍ 대중문화예술 제작스태프의 응답자 특성은 다음과 같음

- 성별은 '남성'이 57.8%, '여성'이 42.3%로 나타남
- 연령대별는 '20대'(40.8%)와 '30대'(38.0%)가 대부분을 차지함
- 경력별로는 '5~10년 미만' 경력을 지닌 대중문화예술 제작스태프가 33.5%로 가장 많았음

《표 3-2-1》 응답자 특성

(대중문화예술 제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	비율
전 체		(400)	100.0
성별	남성	(231)	57.8
	여성	(169)	42.3
연령	20대	(163)	40.8
	30대	(152)	38.0
	40대	(67)	16.8
	50대 이상	(18)	4.5
주요 활동 분야	기획	(70)	17.5
	촬영	(70)	17.5
	미술	(70)	17.5
	음향	(70)	17.5
	편집	(70)	17.5
	기타	(50)	12.5
【기획】	기획/제작	(21)	5.3
	연출	(22)	5.5
	홍보/마케팅	(4)	1.0
	구성작가	(23)	5.8
【촬영】	촬영(그립,데이터매니저 포함)	(42)	10.5
	조명	(26)	6.5
	특수효과	(2)	0.5
【미술】	미술(무대,소품,세트 포함)	(51)	12.8
	의상	(7)	1.8
	분장(특수분장,헤어 포함)	(12)	3.0
【음향】	스튜디오녹음	(34)	8.5
	현장녹음	(36)	9.0
【편집】	편집	(44)	11.0
	시각특수효과(특수영상)	(18)	4.5
	DI(디지털 색보정)	(8)	2.0
【기타】	보조연기자	(50)	12.5
경력	3년 미만	(106)	26.5
	3~5년 미만	(75)	18.8
	5~10년 미만	(134)	33.5
	10년 이상	(85)	21.3

1. 대중문화예술 관련 직업 활동

가. 직업 활동

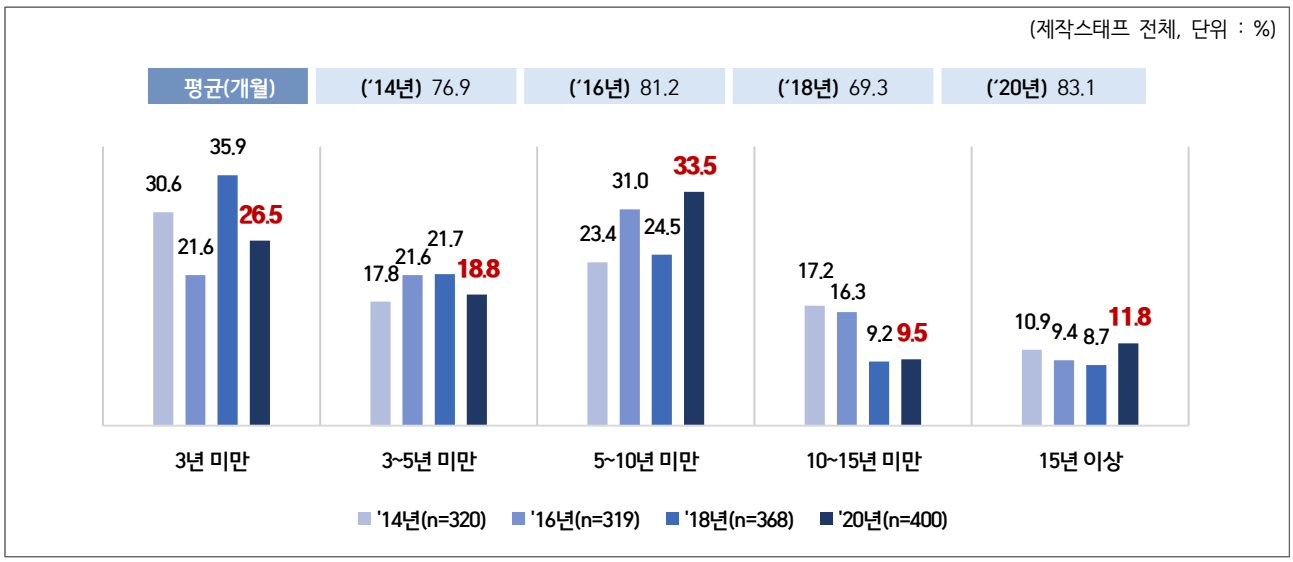
(1) 해당 분야 총 활동 경력

○ 대중문화예술 제작스태프의 총 활동 경력은 평균 83.1개월(6년 9개월)로 나타남

- 제작스태프의 세부 활동 경력은 '5~10년 미만'(33.5%), '3년 미만'(26.5%), '3~5년 미만'(18.8%)으로 나타남

○ 2018년 대비, '5~10년 이상'(▲9.0%p)이 증가하였고, 총 활동 평균 경력은 ▲13.8개월이 많아진 것으로 나타남

《그림 3-2-1》 해당 분야 총 활동 경력



《표 3-2-2》 해당 분야 총 활동 경력

(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	3년 미만	3~5년 미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15년 이상	평균(개월)
전 체		(400)	26.5	18.8	33.5	9.5	11.8	83.1
성별	남성	(231)	27.7	16.5	28.1	10.0	17.7	93.8
	여성	(169)	24.9	21.9	40.8	8.9	3.6	68.3
연령	20대	(163)	44.8	30.1	24.5	0.6	0.0	42.7
	30대	(152)	15.1	12.5	48.7	17.8	5.9	87.1
	40대	(67)	7.5	9.0	23.9	13.4	46.3	150.2
	50대 이상	(18)	27.8	5.6	22.2	5.6	38.9	164.3
주요 활동 분야	기획	(70)	22.9	15.7	38.6	11.4	11.4	89.9
	촬영	(70)	27.1	18.6	22.9	8.6	22.9	101.3
	미술	(70)	32.9	20.0	34.3	7.1	5.7	67.6
	음향	(70)	20.0	17.1	38.6	11.4	12.9	95.4
	편집	(70)	30.0	24.3	30.0	8.6	7.1	67.6
	기타	(50)	26.0	16.0	38.0	10.0	10.0	74.2
경력	3년 미만	(106)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.9
	3~5년 미만	(75)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	44.7
	5~10년 미만	(134)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	83.8
	10년 이상	(85)	0.0	0.0	0.0	44.7	55.3	193.4

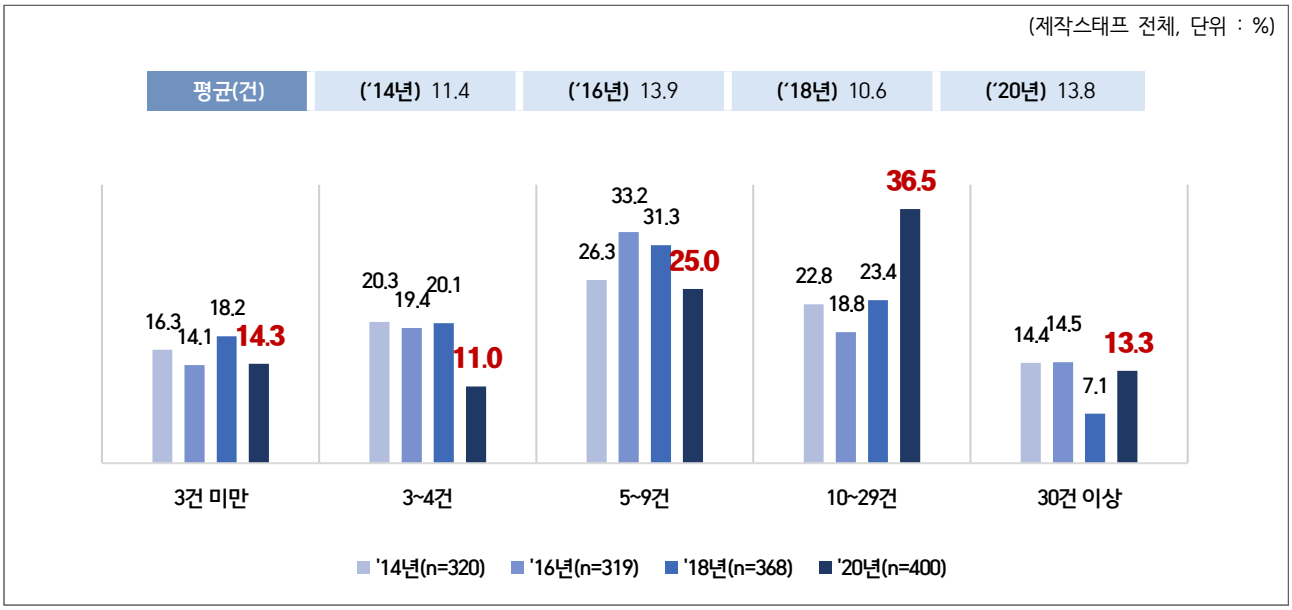
(2) 참여 작품 수

○ 제작스태프의 참여 작품 수는 평균 13.8건으로 나타남

- 구간별로 보면, '10~29건'이 36.5%로 가장 많고, 다음으로 '5~9건'(25.0%), '3건 미만'(14.3%) 등의 순임

○ 2018년 대비, '10~29건 이상'(▲13.1%p)이 증가하였고, 평균 작품 수는 ▲3.2건이 증가한 것으로 나타남

《그림 3-2-2》 참여 작품 수



《표 3-2-3》 참여 작품 수

(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	3건 미만	3~4건	5~9건	10~29건	30건 이상	평균(건)
전 체		(400)	14.3	11.0	25.0	36.5	13.3	13.8
성별	남성	(231)	13.9	11.3	24.2	35.1	15.6	14.4
	여성	(169)	14.8	10.7	26.0	38.5	10.1	13.1
연령	20대	(163)	12.3	14.1	32.5	38.7	2.5	9.4
	30대	(152)	17.1	9.2	17.8	38.2	17.8	16.7
	40대	(67)	13.4	9.0	22.4	29.9	25.4	16.9
	50대 이상	(18)	11.1	5.6	27.8	27.8	27.8	18.8
주요 활동 분야	기획	(70)	18.6	14.3	37.1	25.7	4.3	8.6
	촬영	(70)	21.4	20.0	20.0	22.9	15.7	11.9
	미술	(70)	11.4	15.7	32.9	40.0	0.0	8.7
	음향	(70)	5.7	2.9	20.0	50.0	21.4	19.1
	편집	(70)	8.6	10.0	20.0	50.0	11.4	15.4
	기타	(50)	22.0	0.0	18.0	28.0	32.0	21.5
경력	3년 미만	(106)	17.9	22.6	34.0	18.9	6.6	8.8
	3~5년 미만	(75)	13.3	13.3	25.3	46.7	1.3	9.4
	5~10년 미만	(134)	14.2	6.0	21.6	44.8	13.4	15.4
	10년 이상	(85)	10.6	2.4	18.8	36.5	31.8	21.7

(3) 월평균 근로 일 수

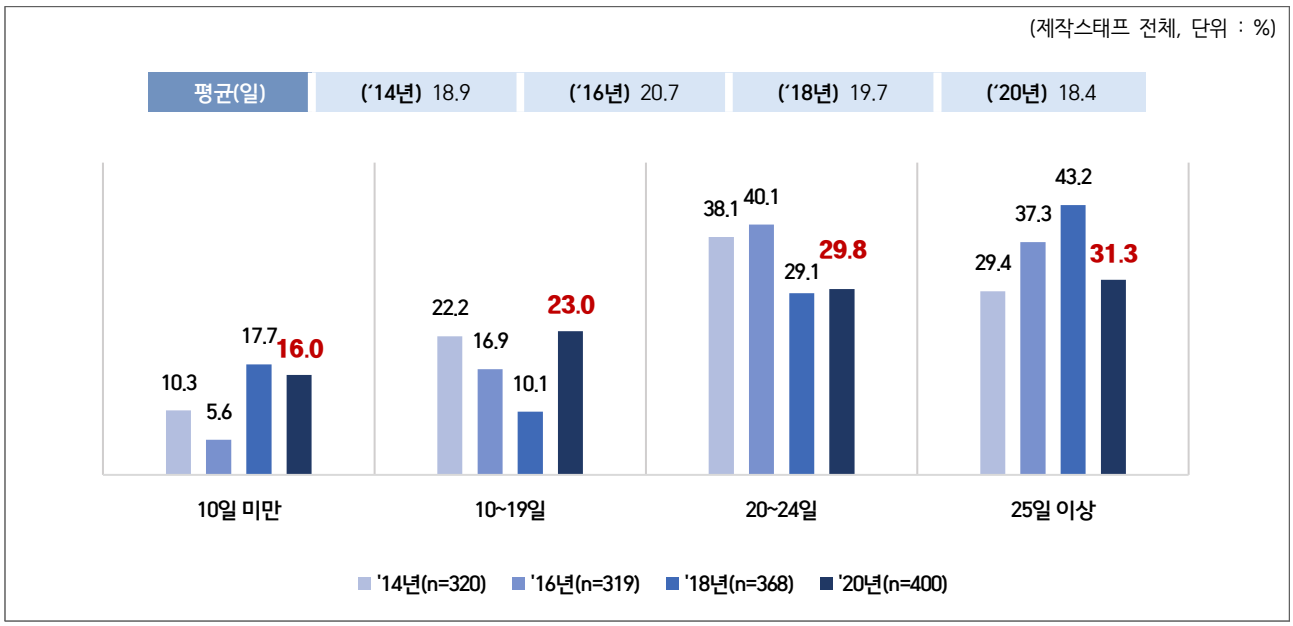
○ 월평균 근로 일 수는 평균 18.4일로 나타남

- 근로 일 수가 '25일 이상'(31.3%)과 '20~24일'(29.8%)이 전체 응답의 절반 이상을 차지함

○ 2018년 조사 결과 대비, 한 달 평균 근로 일 수는 ▽1.3일 감소한 것으로 나타남

《그림 3-2-3》 월평균 근로 일 수

(제작스태프 전체, 단위 : %)



《표 3-2-4》 월평균 근로 일 수

(제작스태프 전체, 단위 : %)

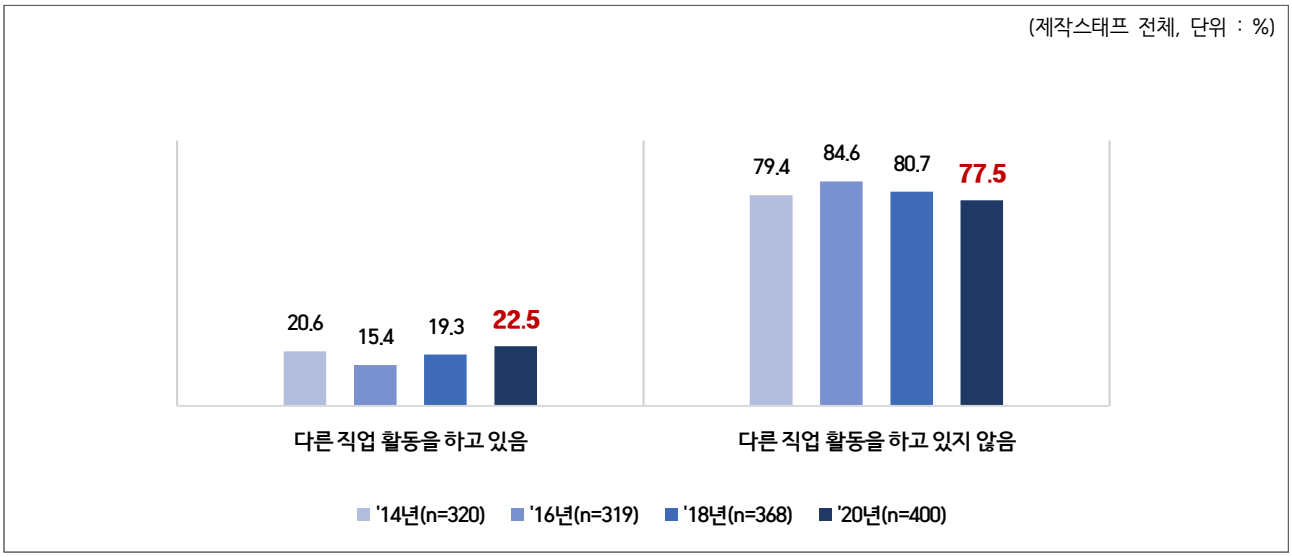
구 분		사례수	10일 미만	10~19일	20~24일	25일 이상	평균(일)
전 체		(400)	16.0	23.0	29.8	31.3	18.4
성별	남성	(231)	17.7	27.3	29.9	25.1	17.5
	여성	(169)	13.6	17.2	29.6	39.6	19.6
연령	20대	(163)	16.6	20.2	32.5	30.7	18.8
	30대	(152)	15.1	15.1	30.3	39.5	19.4
	40대	(67)	14.9	40.3	22.4	22.4	16.5
	50대 이상	(18)	22.2	50.0	27.8	0.0	12.9
주요 활동 분야	기획	(70)	17.1	18.6	27.1	37.1	18.6
	촬영	(70)	20.0	48.6	25.7	5.7	14.9
	미술	(70)	4.3	5.7	35.7	54.3	23.1
	음향	(70)	10.0	20.0	44.3	25.7	19.7
	편집	(70)	11.4	10.0	31.4	47.1	20.7
	기타	(50)	40.0	40.0	8.0	12.0	11.2
경력	3년 미만	(106)	23.6	21.7	33.0	21.7	16.8
	3~5년 미만	(75)	20.0	20.0	28.0	32.0	18.1
	5~10년 미만	(134)	12.7	17.9	32.1	37.3	19.4
	10년 이상	(85)	8.2	35.3	23.5	32.9	19.1

(4) 대중문화예술 분야 이외 다른 직업 활동 여부

❍ 대중문화예술 분야 이외 '다른 직업 활동을 하고 있음' 비율은 22.5%로 나타남

❍ 2016년 이후 '다른 직업 활동을 하고 있음' 비율이 소폭 증가하고 있으며, 2018년 대비, ▲3.2%p 증가한 것으로 나타남

《그림 3-2-4》 대중문화예술 분야 이외 다른 직업활동 여부



《표 3-2-5》 대중문화예술 분야 이외 다른 직업활동 여부

(제작스태프 전체, 단위 : %)

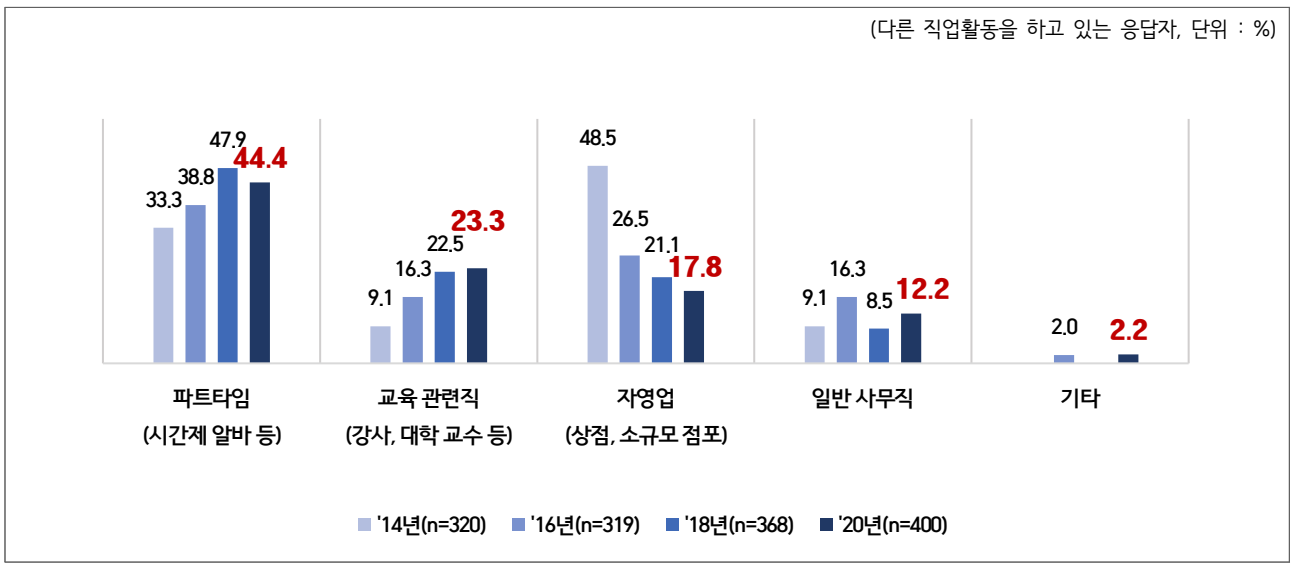
구 분		사례수	다른 직업 활동을 하고 있음	다른 직업 활동을 하고 있지 않음
전 체		(400)	22.5	77.5
성별	남성	(231)	23.4	76.6
	여성	(169)	21.3	78.7
연령	20대	(163)	19.6	80.4
	30대	(152)	20.4	79.6
	40대	(67)	26.9	73.1
	50대 이상	(18)	50.0	50.0
주요 활동 분야	기획	(70)	22.9	77.1
	촬영	(70)	14.3	85.7
	미술	(70)	14.3	85.7
	음향	(70)	27.1	72.9
	편집	(70)	17.1	82.9
	기타	(50)	46.0	54.0
경력	3년 미만	(106)	25.5	74.5
	3~5년 미만	(75)	24.0	76.0
	5~10년 미만	(134)	17.2	82.8
	10년 이상	(85)	25.9	74.1

(5) 소득활동 종류

○ 대중문화예술 분야 이외 소득활동으로는 '시간제 알바 등 파트타임'(44.4%)이 가장 높고, 다음으로 '교육 관련직'(23.3%), '자영업'(17.8%), '일반 사무직'(12.2%) 등의 순임

○ 2018년 대비, '일반 사무직'(▲3.7%p)의 증가 폭이 가장 높은 반면, '파트타임'(▽3.5%p), '자영업'(▽3.3%p)은 감소한 것으로 나타남

《 그림 3-2-5 》 소득활동 종류



《 표 3-2-6 》 소득활동 종류

(다른 직업활동을 하고 있는 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	파트타임 (시간제 알바 등)	교육 관련직 (학원 강사, 대학 교수 등)	자영업 (상점, 소규모 점포 운영)	일반 사무직 (중소기업의 피고용인)	기타*
전 체		(90)	44.4	23.3	17.8	12.2	2.2
성별	남성	(54)	42.6	20.4	20.4	14.8	1.9
	여성	(36)	47.2	27.8	13.9	8.3	2.8
연령	20대	(32)	59.4	6.3	18.8	12.5	3.1
	30대	(31)	29.0	38.7	19.4	9.7	3.2
	40대	(18)	44.4	27.8	22.2	5.6	0.0
	50대 이상	(9)	44.4	22.2	0.0	33.3	0.0
주요 활동 분야	기획	(16)	31.3	37.5	12.5	18.8	0.0
	촬영	(10)	50.0	10.0	20.0	10.0	10.0
	미술	(10)	40.0	20.0	30.0	0.0	10.0
	음향	(19)	47.4	21.1	26.3	5.3	0.0
	편집	(12)	25.0	66.7	8.3	0.0	0.0
	기타	(23)	60.9	0.0	13.0	26.1	0.0
경력	3년 미만	(27)	55.6	7.4	14.8	18.5	3.7
	3~5년 미만	(18)	33.3	16.7	33.3	16.7	0.0
	5~10년 미만	(23)	47.8	30.4	17.4	0.0	4.3
	10년 이상	(22)	36.4	40.9	9.1	13.6	0.0

* 기타 : 디자인 외주, 웨딩 관련 영상 및 촬영 등

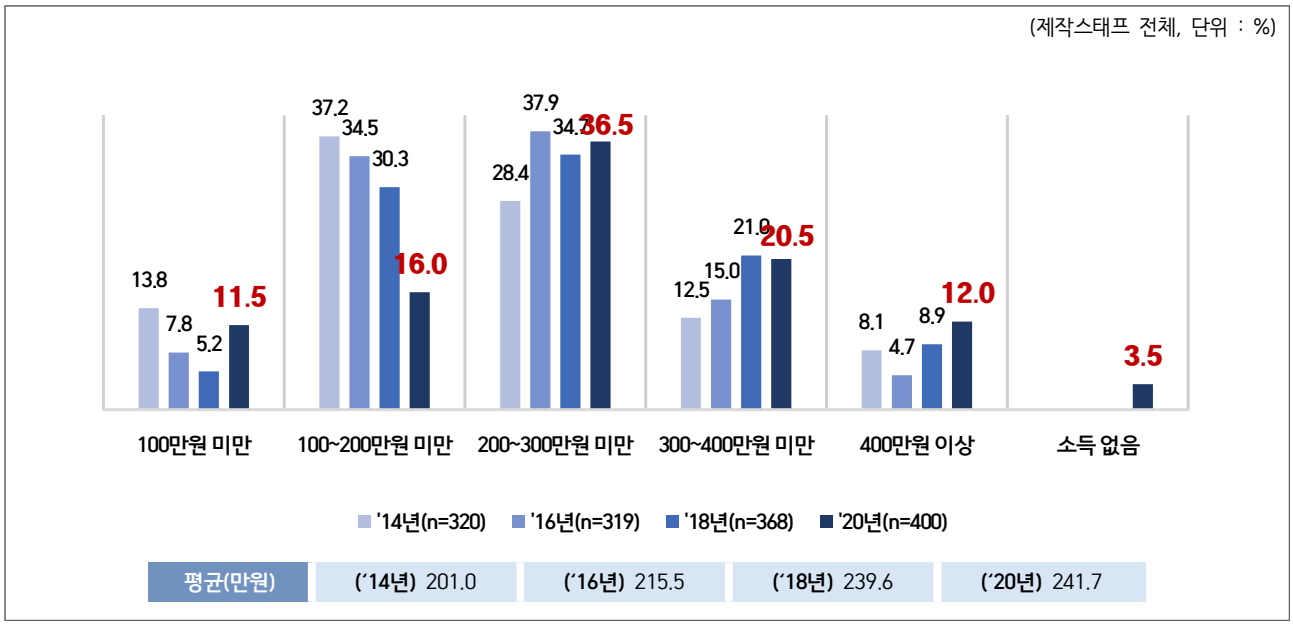
나. 소득 현황

(1) 월평균 개인 소득

❍ 제작스태프의 월평균 개인 소득은 241.7만원이며, '200~300만원 미만'이 36.5%로 나타남

❍ 2018년 대비, 월평균 개인 소득은 유사하게 나타났고, '100만원 미만'(▲6.3%p), '소득 없음'(▲3.5%p)이 증가폭이 특히 높게 나타남

《그림 3-2-6》 월평균 개인 소득



《표 3-2-7》 월평균 개인 소득

(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	100만원 미만	100~200 만원 미만	200~300 만원 미만	300~400 만원 미만	400만원 이상	소득 없음	평균 (만원)	중앙값 (만원)
전 체		(400)	11.5	16.0	36.5	20.5	12.0	3.5	241.7	245.0
성별	남성	(231)	14.3	13.0	28.6	23.4	16.5	4.3	253.7	250.0
	여성	(169)	7.7	20.1	47.3	16.6	5.9	2.4	225.2	235.0
연령	20대	(163)	14.7	12.9	43.6	19.0	4.9	4.9	213.6	235.0
	30대	(152)	7.9	16.4	34.2	27.0	11.8	2.6	253.9	250.0
	40대	(67)	13.4	20.9	26.9	9.0	28.4	1.5	277.8	210.0
	50대 이상	(18)	5.6	22.2	27.8	22.2	16.7	5.6	257.2	200.0
주요 활동 분야	기획	(70)	15.7	20.0	32.9	18.6	10.0	2.9	222.8	200.0
	촬영	(70)	14.3	11.4	22.9	24.3	24.3	2.9	284.8	280.0
	미술	(70)	4.3	8.6	51.4	24.3	10.0	1.4	264.6	270.0
	음향	(70)	2.9	12.9	41.4	30.0	11.4	1.4	268.0	257.5
	편집	(70)	11.4	12.9	40.0	20.0	8.6	7.1	227.5	220.0
	기타	(50)	24.0	36.0	28.0	0.0	6.0	6.0	158.4	130.0
경력	3년 미만	(106)	17.9	17.9	40.6	14.2	3.8	5.7	185.9	200.0
	3~5년 미만	(75)	13.3	17.3	45.3	10.7	10.7	2.7	231.7	250.0
	5~10년 미만	(134)	7.5	14.2	39.6	28.4	6.7	3.7	244.7	250.0
	10년 이상	(85)	8.2	15.3	18.8	24.7	31.8	1.2	315.2	300.0

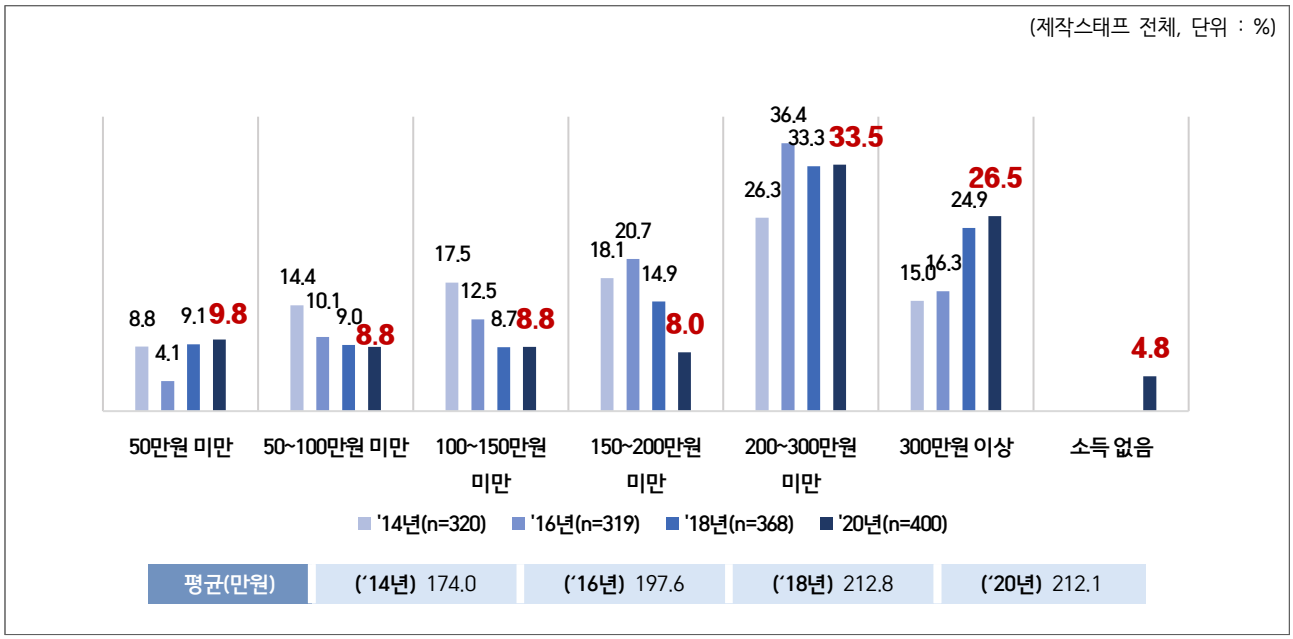
(2) 월평균 개인 소득 중 대중문화예술 관련 소득

○ 제작스태프의 월평균 개인 소득 중 대중문화예술 관련 소득은 평균 212.1만원이며, 전체 월평균 개인 소득의 87.8%를 차지함

- '200~300만원 미만'(33.5%)과 '300만원 이상'(26.5%)의 소득자가 60%를 차지함

○ 2018년 대비, 대중문화예술관련 소득은 평균 212만원으로 유사하게 나타났으나, '소득 없음'에 대한 응답은 이번 조사에서 4.8%로 나타남

《그림 3-2-7》 월평균 개인 소득 중 대중문화예술 관련 소득



《표 3-2-8》 월평균 개인 소득 중 대중문화예술 관련 소득

(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	50만원 미만	50~100 만원 미만	100~150 만원 미만	150~200 만원 미만	200~300 만원 미만	300만원 이상	소득 없음	평균 (만원)	중앙값 (만원)
전 체		(400)	9.8	8.8	8.8	8.0	33.5	26.5	4.8	212.1	200.0
성별	남성	(231)	11.3	10.0	6.9	9.1	24.7	32.5	5.6	217.7	200.0
	여성	(169)	7.7	7.1	11.2	6.5	45.6	18.3	3.6	204.5	220.0
연령	20대	(163)	11.7	6.1	4.9	10.4	43.6	17.8	5.5	193.0	200.0
	30대	(152)	5.3	8.6	9.9	5.9	32.2	32.9	5.3	224.3	225.0
	40대	(67)	16.4	10.4	16.4	3.0	16.4	35.8	1.5	248.0	200.0
	50대 이상	(18)	5.6	27.8	5.6	22.2	16.7	16.7	5.6	148.3	150.0
주요 활동 분야	기획	(70)	11.4	12.9	10.0	10.0	25.7	22.9	7.1	184.5	185.0
	촬영	(70)	10.0	7.1	4.3	7.1	22.9	45.7	2.9	264.8	250.0
	미술	(70)	4.3	2.9	5.7	2.9	55.7	27.1	1.4	249.6	250.0
	음향	(70)	4.3	5.7	7.1	11.4	41.4	28.6	1.4	227.1	232.5
	편집	(70)	10.0	5.7	8.6	7.1	37.1	24.3	7.1	211.7	200.0
	기타	(50)	22.0	22.0	20.0	10.0	12.0	4.0	10.0	104.0	85.0
경력	3년 미만	(106)	16.0	11.3	6.6	10.4	37.7	11.3	6.6	160.3	185.0
	3~5년 미만	(75)	10.7	9.3	10.7	12.0	37.3	16.0	4.0	193.7	200.0
	5~10년 미만	(134)	4.5	6.0	9.0	4.5	41.0	29.9	5.2	227.9	240.0
	10년 이상	(85)	9.4	9.4	9.4	7.1	12.9	49.4	2.4	268.1	270.0

2. 고용환경 및 근로환경

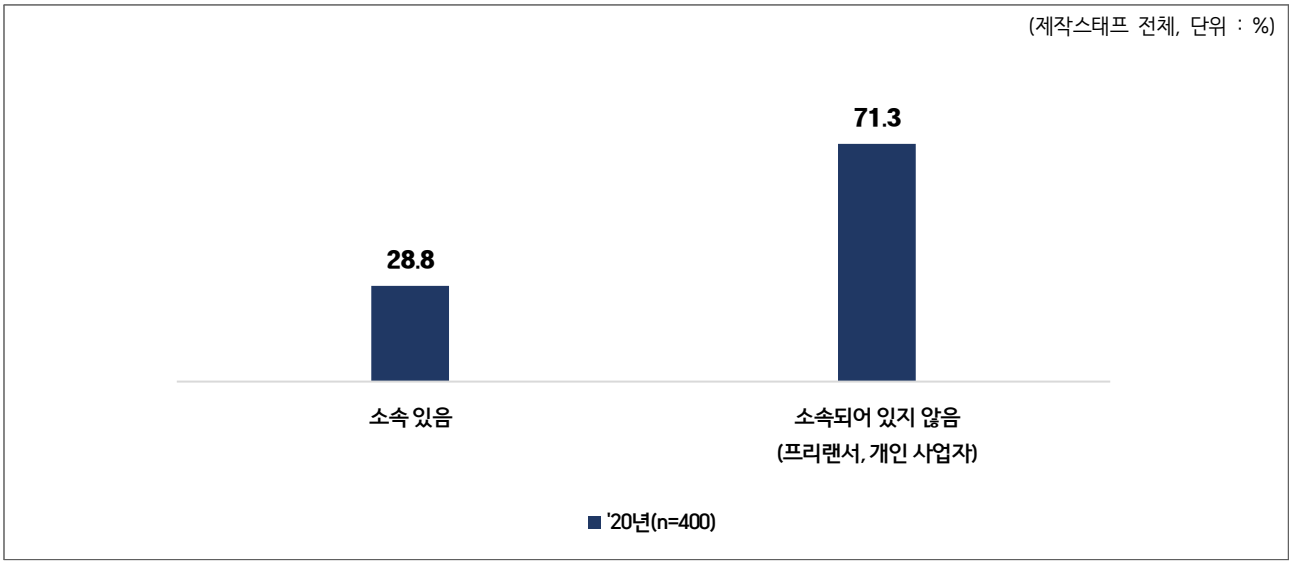
가. 고용 및 계약 현황

(1) 소속 여부

○ 현재 기획사, 제작사, 방송사 등의 '소속 있음' 에 대한 응답은 28.8%로 나타남

- 한편, 프리랜서 및 개인사업자로 '소속되어 있지 않다'는 응답은 71.3%로 대부분을 차지함

《그림 3-2-8》 소속 여부



* 2021년 조사의 신규 항목임

《표 3-2-9》 소속 여부

(제작스태프 전체, 단위 : %)

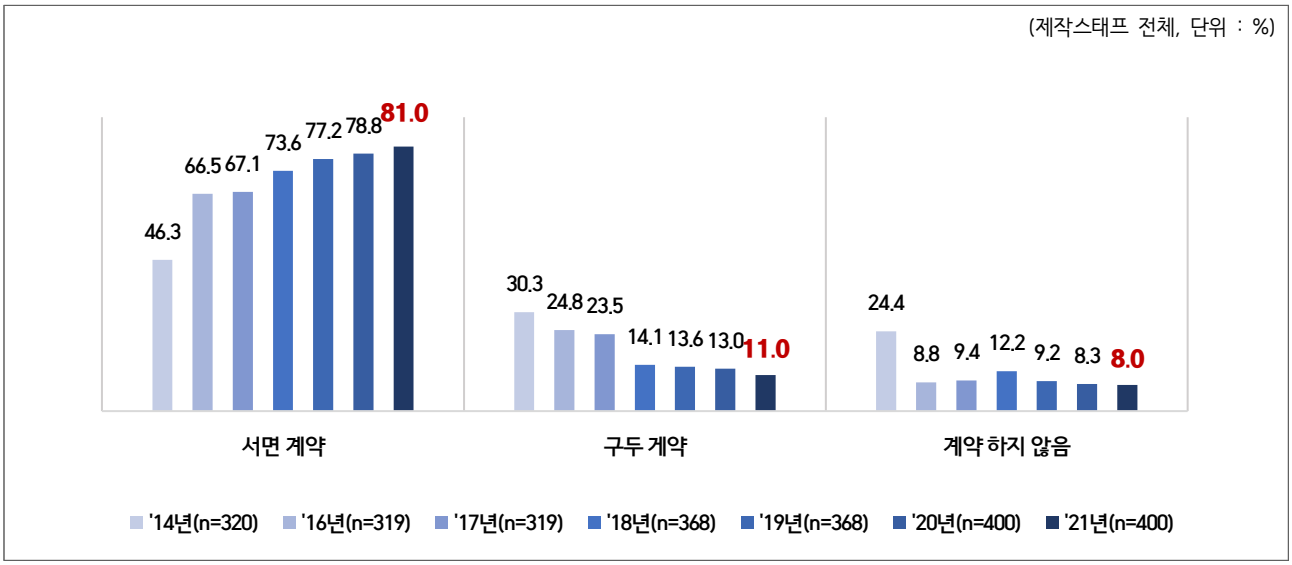
구 분		사례수	소속 있음	소속되어 있지 않음 (프리랜서, 개인 사업자)
전 체		(400)	28.8	71.3
성별	남성	(231)	24.2	75.8
	여성	(169)	34.9	65.1
연령	20대	(163)	33.7	66.3
	30대	(152)	29.6	70.4
	40대	(67)	20.9	79.1
	50대 이상	(18)	5.6	94.4
주요 활동 분야	기획	(70)	27.1	72.9
	촬영	(70)	14.3	85.7
	미술	(70)	35.7	64.3
	음향	(70)	30.0	70.0
	편집	(70)	48.6	51.4
	기타	(50)	12.0	88.0
경력	3년 미만	(106)	30.2	69.8
	3~5년 미만	(75)	33.3	66.7
	5~10년 미만	(134)	29.9	70.1
	10년 이상	(85)	21.2	78.8

(2) 계약 형태

❍ 계약 형태는 '서면계약'이 81.0%로 가장 높게 나타남

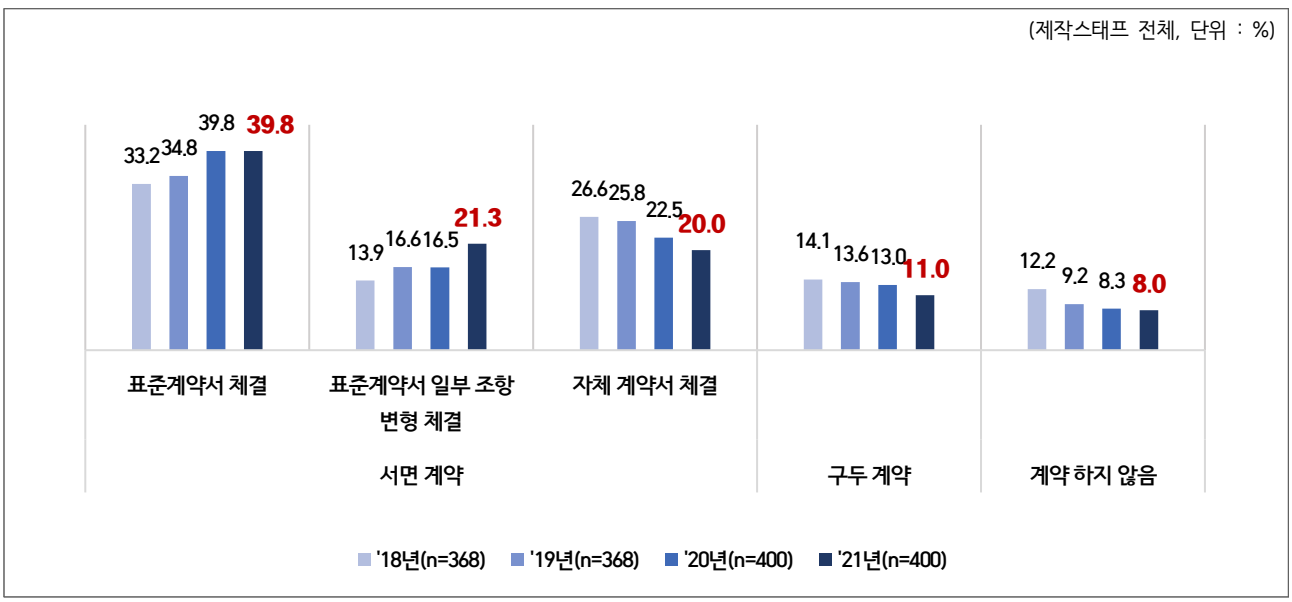
- 2014년 이후 '서면계약'은 꾸준히 증가하는 추세이며, 2018년 대비 ▲2.2%p 증가한 것으로 나타남

《그림 3-2-9》 계약 형태



❍ 2020년 대비, '표준계약서 일부 조항 변형 체결'(▲4.8%p)이 증가한 반면, '자체 계약서 체결'(▽2.5%p)은 감소한 것으로 나타남

《그림 3-2-10》 2021년 계약 형태



《표 3-2-10》 2020년 계약 형태

(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	표준계약서 (표준근로계약서) 체결	표준계약서 일부 조항을 변형하여 체결	자체 제작 계약서 체결	구두 계약	계약 하지 않음
전 체		(400)	39.8	16.5	22.5	13.0	8.3
성별	남성	(231)	38.1	14.3	22.5	14.7	10.4
	여성	(169)	42.0	19.5	22.5	10.7	5.3
연령	20대	(163)	40.5	16.0	17.8	16.6	9.2
	30대	(152)	37.5	15.8	25.7	12.5	8.6
	40대	(67)	40.3	19.4	25.4	9.0	6.0
	50대 이상	(18)	50.0	16.7	27.8	0.0	5.6
주요 활동 분야	기획	(70)	37.1	18.6	15.7	15.7	12.9
	촬영	(70)	37.1	20.0	21.4	12.9	8.6
	미술	(70)	52.9	15.7	17.1	7.1	7.1
	음향	(70)	34.3	11.4	35.7	14.3	4.3
	편집	(70)	22.9	20.0	30.0	18.6	8.6
	기타	(50)	60.0	12.0	12.0	8.0	8.0
경력	3년 미만	(106)	34.9	12.3	18.9	22.6	11.3
	3~5년 미만	(75)	44.0	13.3	20.0	16.0	6.7
	5~10년 미만	(134)	46.3	20.1	20.9	6.0	6.7
	10년 이상	(85)	31.8	18.8	31.8	9.4	8.2

《표 3-2-11》 2021년 계약 형태

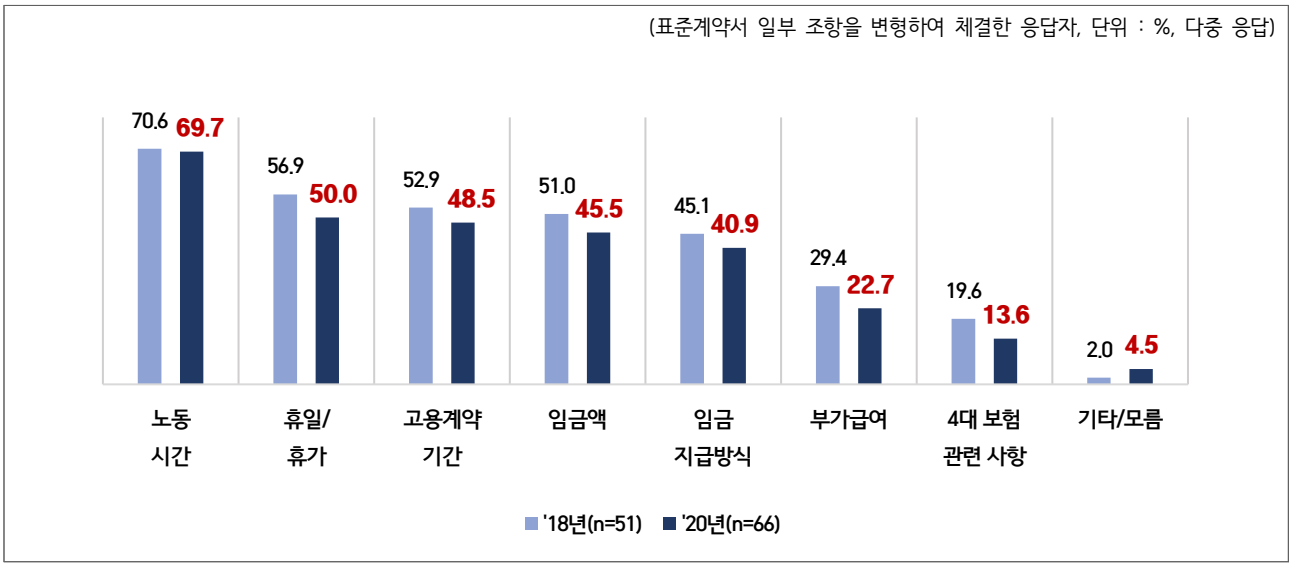
(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	표준계약서 (표준근로계약서) 체결	표준계약서 일부 조항을 변형하여 체결	자체 제작 계약서 체결	구두 계약	계약 하지 않음
전 체		(400)	39.8	21.3	20.0	11.0	8.0
성별	남성	(231)	36.4	20.8	19.5	13.4	10.0
	여성	(169)	44.4	21.9	20.7	7.7	5.3
연령	20대	(163)	38.7	21.5	17.8	12.9	9.2
	30대	(152)	38.8	20.4	21.7	11.8	7.2
	40대	(67)	40.3	25.4	19.4	7.5	7.5
	50대 이상	(18)	55.6	11.1	27.8	0.0	5.6
주요 활동 분야	기획	(70)	34.3	24.3	11.4	15.7	14.3
	촬영	(70)	35.7	25.7	22.9	8.6	7.1
	미술	(70)	50.0	18.6	17.1	7.1	7.1
	음향	(70)	35.7	15.7	31.4	15.7	1.4
	편집	(70)	25.7	25.7	24.3	14.3	10.0
	기타	(50)	64.0	16.0	10.0	2.0	8.0
경력	3년 미만	(106)	38.7	16.0	17.0	17.0	11.3
	3~5년 미만	(75)	41.3	17.3	22.7	9.3	9.3
	5~10년 미만	(134)	44.0	25.4	17.2	8.2	5.2
	10년 이상	(85)	32.9	24.7	25.9	9.4	7.1

(3) 표준계약서 수정사항

○ 표준계약서 일부 조항을 변형하여 체결한 경우, 표준계약서 수정사항으로 가장 많이 나타난 내용은 '노동시간'(69.7%)이었음. 노동시간 외에는 '휴일 및 휴가'(50.0%), '고용계약 기간'(48.5%), '임금액'(45.5%), '임금 지급방식'(40.9%) 등의 사항을 계약시 수정하는 것으로 나타남

《 그림 3-2-11 》 표준계약서 수정사항



《 표 3-2-12 》 표준계약서 수정사항

(2020년 표준계약서 일부 조항을 변형하여 체결한 응답자, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	노동시간	휴일 및 휴가	고용계약 기간	임금액	임금 지급방식	부가급여 (보너스, 추가수당 등)	4대 보험 관련 사항	기타*
전 체		(66)	69.7	50.0	48.5	45.5	40.9	22.7	13.6	4.5
성별	남성	(33)	63.6	45.5	51.5	45.5	51.5	21.2	18.2	6.1
	여성	(33)	75.8	54.5	45.5	45.5	30.3	24.2	9.1	3.0
연령	20대	(26)	65.4	50.0	34.6	50.0	38.5	23.1	3.8	3.8
	30대	(24)	83.3	54.2	62.5	45.8	37.5	12.5	8.3	8.3
	40대	(13)	53.8	46.2	61.5	38.5	53.8	38.5	30.8	0.0
	50대 이상	(3)	66.7	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	66.7	0.0
주요 활동 분야	기획	(13)	46.2	46.2	61.5	53.8	30.8	38.5	7.7	15.4
	촬영	(14)	64.3	42.9	28.6	78.6	50.0	28.6	28.6	7.1
	미술	(11)	81.8	45.5	72.7	36.4	36.4	18.2	9.1	0.0
	음향	(8)	75.0	62.5	37.5	25.0	37.5	25.0	12.5	0.0
	편집	(14)	71.4	57.1	57.1	28.6	50.0	14.3	7.1	0.0
	기타	(6)	100.0	50.0	16.7	33.3	33.3	0.0	16.7	0.0
경력	3년 미만	(13)	69.2	46.2	46.2	53.8	46.2	23.1	7.7	7.7
	3~5년 미만	(10)	60.0	60.0	40.0	40.0	30.0	30.0	0.0	0.0
	5~10년 미만	(27)	77.8	51.9	37.0	40.7	44.4	14.8	14.8	7.4
	10년 이상	(16)	62.5	43.8	75.0	50.0	37.5	31.3	25.0	0.0

* 기타 : 의무사항 및 저작권, 포트폴리오 사용 여부, 촬영 횟수 변경 시 페이 지급 관련

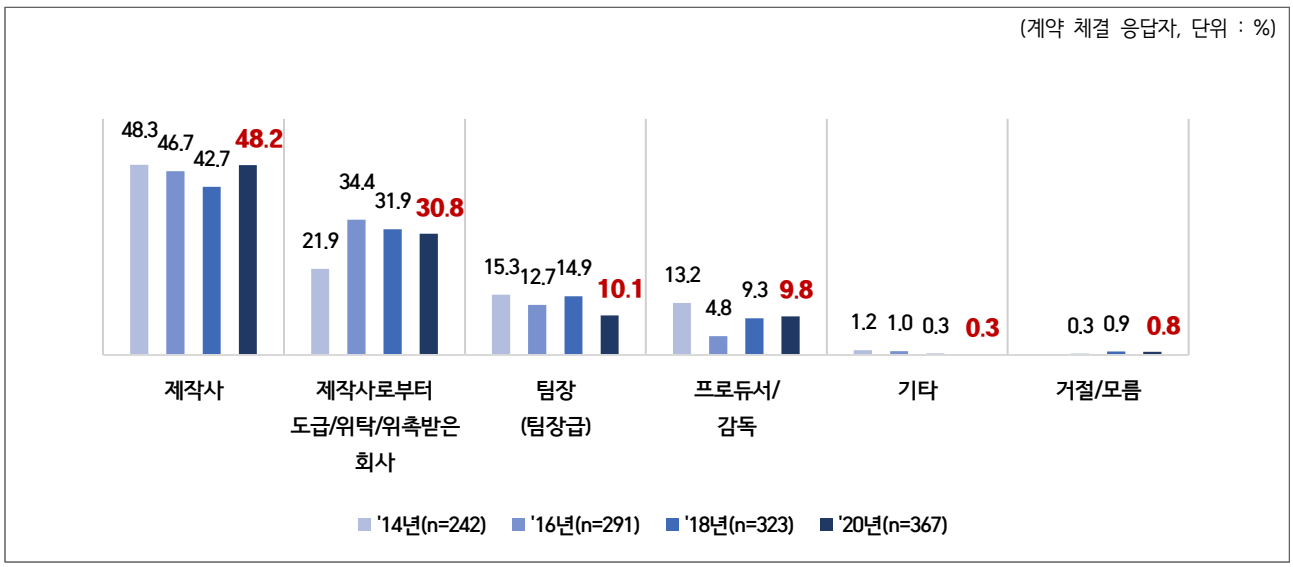
(4) 계약 상대

❍ 2020년에 계약을 체결한 경우, 계약 상대는 '제작사'가 48.2%로 가장 높게 나타남

- 다음으로 나타난 계약 대상은 '제작사로부터 도급/위탁/위촉받은 회사'(30.8%), '팀장(팀장급)'(10.1%), '프로듀서 또는 감독'(9.8%) 등의 순임

❍ 2018년 대비, '제작사'(▲5.5%p)는 증가한 반면, '팀장(팀장급)'(▽4.8%p)은 감소한 것으로 나타남

《그림 3-2-12》 계약 상대



《표 3-2-13》 계약 상대

(2020년 계약 체결 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	제작사	제작사로부터 도급/위탁/위촉받은 회사	팀장(팀장급)	프로듀서 또는 감독	기타	거절/모름
전 체		(367)	48.2	30.8	10.1	9.8	0.3	0.8
성별	남성	(207)	49.3	29.0	9.7	10.1	0.5	1.4
	여성	(160)	46.9	33.1	10.6	9.4	0.0	0.0
연령	20대	(148)	47.3	27.0	13.5	11.5	0.0	0.7
	30대	(139)	48.9	31.7	7.9	10.1	0.7	0.7
	40대	(63)	49.2	33.3	7.9	7.9	0.0	1.6
	50대 이상	(17)	47.1	47.1	5.9	0.0	0.0	0.0
주요 활동 분야	기획	(61)	57.4	18.0	13.1	6.6	1.6	3.3
	촬영	(64)	68.8	10.9	7.8	12.5	0.0	0.0
	미술	(65)	53.8	27.7	12.3	6.2	0.0	0.0
	음향	(67)	53.7	23.9	7.5	14.9	0.0	0.0
	편집	(64)	34.4	40.6	12.5	12.5	0.0	0.0
	기타	(46)	10.9	76.1	6.5	4.3	0.0	2.2
경력	3년 미만	(94)	45.7	27.7	12.8	12.8	1.1	0.0
	3~5년 미만	(70)	38.6	32.9	18.6	10.0	0.0	0.0
	5~10년 미만	(125)	48.0	36.0	4.8	8.8	0.0	2.4
	10년 이상	(78)	60.3	24.4	7.7	7.7	0.0	0.0

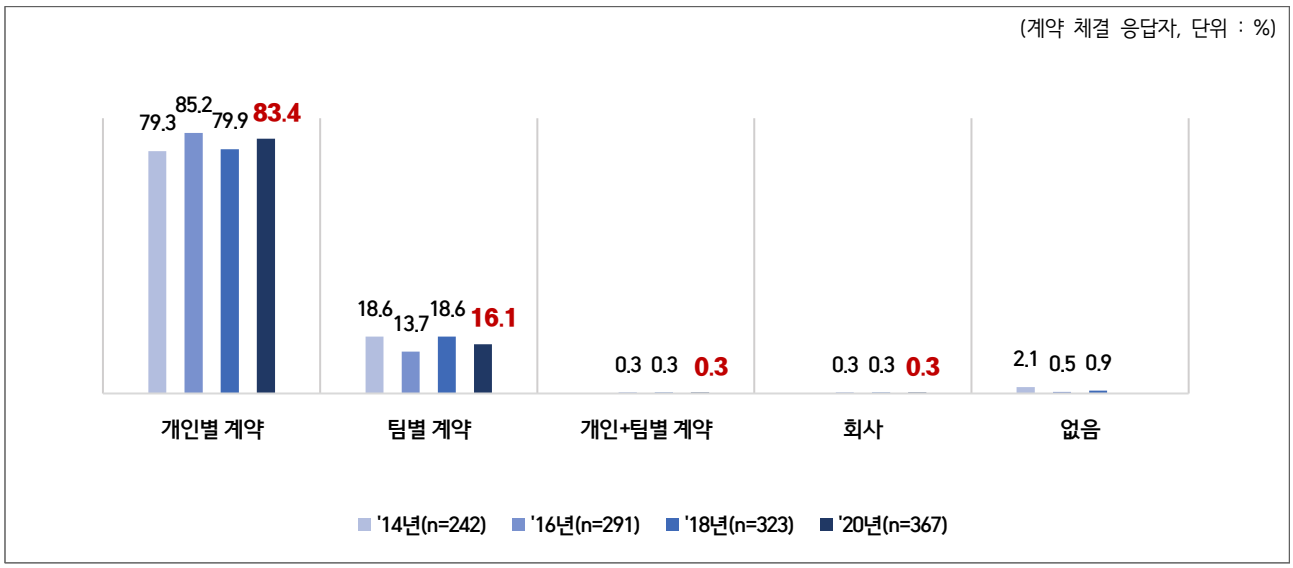
(5) 계약 단위

❍ 계약 단위는 '개인별 계약'이 83.4%로 대부분을 차지함

- 개인별 계약 외에는 '팀별 계약'(16.1%), '개인+팀별 계약'(0.3%), '회사'(0.3%) 으로 나타남

❍ 2018년 대비, '개인별 계약'은 ▲3.5%p 증가한 반면, '팀별 계약'은 ▽2.5%p 감소한 것으로 나타남

《그림 3-2-13》 계약 단위



《표 3-2-14》 계약 단위

(2020년 계약 체결 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	개인별 계약	팀별 계약 (Turn Key Contract)	개인+팀별 계약	회사
전 체		(367)	83.4	16.1	0.3	0.3
성별	남성	(207)	80.7	18.4	0.5	0.5
	여성	(160)	86.9	13.1	0.0	0.0
연령	20대	(148)	83.8	16.2	0.0	0.0
	30대	(139)	82.7	16.5	0.0	0.7
	40대	(63)	79.4	19.0	1.6	0.0
	50대 이상	(17)	100.0	0.0	0.0	0.0
주요 활동 분야	기획	(61)	90.2	9.8	0.0	0.0
	촬영	(64)	75.0	25.0	0.0	0.0
	미술	(65)	76.9	23.1	0.0	0.0
	음향	(67)	85.1	13.4	1.5	0.0
	편집	(64)	84.4	14.1	0.0	1.6
	기타	(46)	91.3	8.7	0.0	0.0
경력	3년 미만	(94)	91.5	8.5	0.0	0.0
	3~5년 미만	(70)	77.1	22.9	0.0	0.0
	5~10년 미만	(125)	82.4	16.8	0.8	0.0
	10년 이상	(78)	80.8	17.9	0.0	1.3

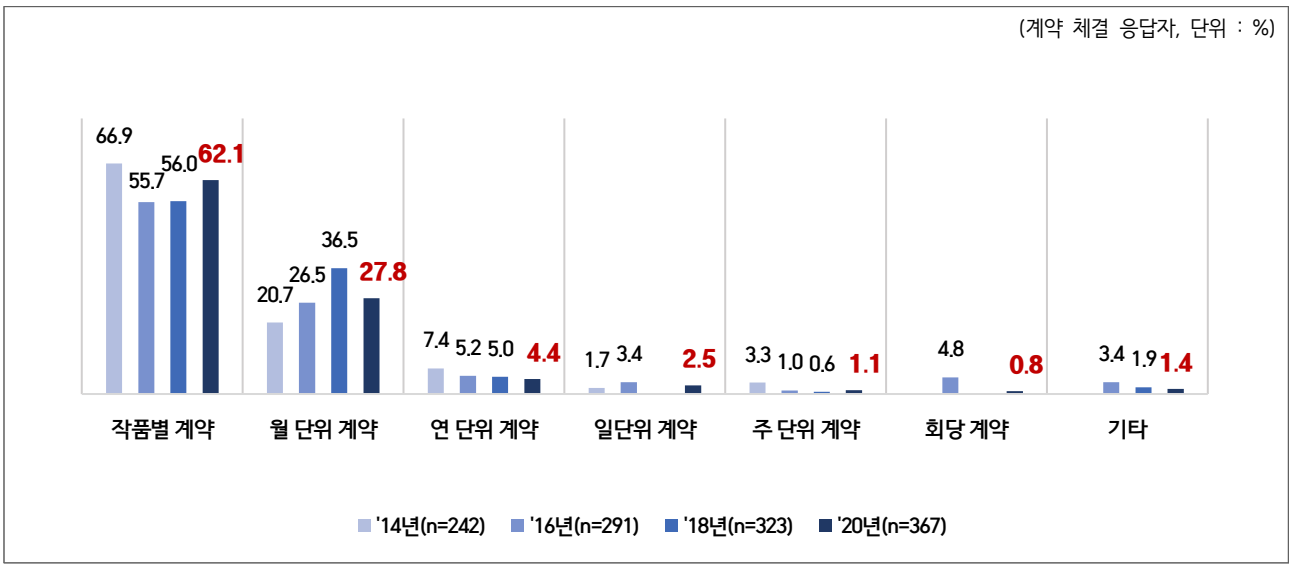
(6) 계약 주기

❍ 계약 주기는 '작품별 계약'이 62.1%로 절반 이상을 차지함

- '월 단위 계약'은 27.8%, '연 단위 계약'은 4.4%, '일 단위 계약'은 2.5%로 나타남

❍ 2018년 대비, '작품별 계약'은 ▲6.1%p 증가한 반면, '월 단위 계약'은 ▽8.7%p 감소한 것으로 나타남

《 그림 3-2-14 》 계약 주기



《 표 3-2-15 》 계약 주기

(2020년 계약 체결 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	작품별 계약	월 단위 계약	연 단위 계약	일단위 계약	주 단위 계약	회당 계약	기타*
전 체		(367)	62.1	27.8	4.4	2.5	1.1	0.8	1.4
성별	남성	(207)	65.7	23.7	4.3	2.4	1.0	1.4	1.4
	여성	(160)	57.5	33.1	4.4	2.5	1.3	0.0	1.3
연령	20대	(148)	54.1	38.5	2.0	1.4	0.7	1.4	2.0
	30대	(139)	66.2	23.7	5.0	1.4	2.2	0.0	1.4
	40대	(63)	68.3	17.5	6.3	6.3	0.0	1.6	0.0
	50대 이상	(17)	76.5	5.9	11.8	5.9	0.0	0.0	0.0
주요 활동 분야	기획	(61)	78.7	13.1	3.3	0.0	1.6	0.0	3.3
	촬영	(64)	70.3	15.6	4.7	3.1	3.1	3.1	0.0
	미술	(65)	58.5	41.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	음향	(67)	59.7	35.8	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	편집	(64)	51.6	43.8	0.0	0.0	0.0	0.0	4.7
	기타	(46)	52.2	10.9	17.4	15.2	2.2	2.2	0.0
경력	3년 미만	(94)	62.8	22.3	7.4	3.2	2.1	0.0	2.1
	3~5년 미만	(70)	52.9	40.0	1.4	2.9	0.0	2.9	0.0
	5~10년 미만	(125)	60.0	31.2	3.2	3.2	0.8	0.0	1.6
	10년 이상	(78)	73.1	17.9	5.1	0.0	1.3	1.3	1.3

* 기타 : 정년 계약, 작품+월 단위 계약(혼합), 1회 계약 후 묵시적 연장 등

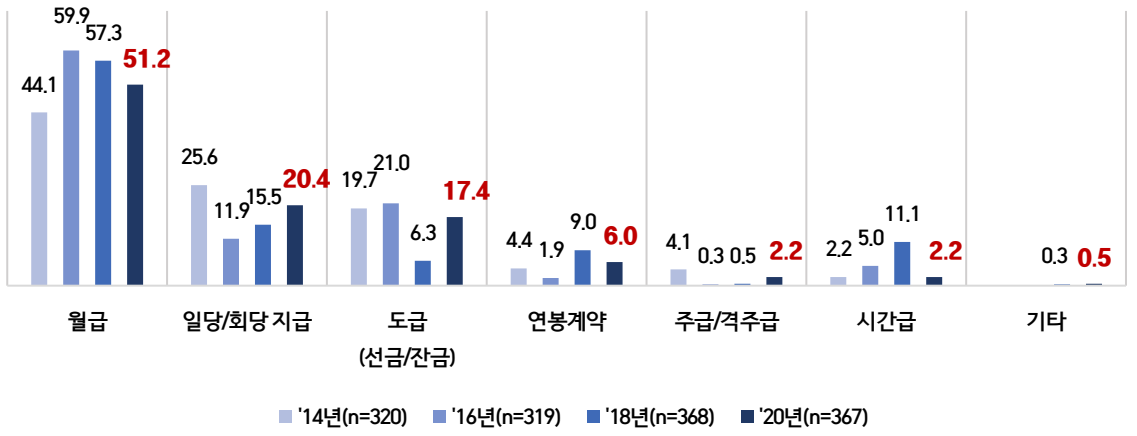
(7) 임금 지급 주기

○ 임금 지급 주기는 '월급'이 51.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '일당 또는 회당 지급'(20.4%), '도급(계약금+잔금)'(17.4%), '연봉계약'(6.0%) 등의 순임

○ 2018년 대비, '도급(계약금(선금)과 잔금)'(▲11.1%p)은 증가폭이 높은 반면, '월급'(▽6.1%p)과 '시간급'(▽8.9%p)은 감소폭이 상대적으로 높게 나타남

《그림 3-2-15》 임금 지급 주기

(계약 체결 응답자, 단위 : %)



《표 3-2-16》 임금 지급 주기

(2020년 계약 체결 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	월급	일당 또는 회당 지급	도급 (계약금(선금)과 잔금)	연봉계약 (매월 12분의1)	주급/격주급	시간급	기타*
전 체		(367)	51.2	20.4	17.4	6.0	2.2	2.2	0.5
성별	남성	(207)	45.4	22.2	21.3	4.8	3.4	1.9	1.0
	여성	(160)	58.8	18.1	12.5	7.5	0.6	2.5	0.0
연령	20대	(148)	62.2	22.3	6.1	6.8	1.4	0.7	0.7
	30대	(139)	50.4	19.4	17.3	7.9	2.9	2.2	0.0
	40대	(63)	31.7	19.0	39.7	1.6	3.2	3.2	1.6
	50대 이상	(17)	35.3	17.6	35.3	0.0	0.0	11.8	0.0
주요 활동 분야	기획	(61)	44.3	18.0	29.5	4.9	3.3	0.0	0.0
	촬영	(64)	50.0	32.8	14.1	0.0	3.1	0.0	0.0
	미술	(65)	76.9	3.1	12.3	3.1	4.6	0.0	0.0
	음향	(67)	40.3	17.9	23.9	14.9	0.0	1.5	1.5
	편집	(64)	54.7	14.1	18.8	10.9	0.0	0.0	1.6
	기타	(46)	37.0	43.5	2.2	0.0	2.2	15.2	0.0
경력	3년 미만	(94)	54.3	29.8	7.4	1.1	5.3	1.1	1.1
	3~5년 미만	(70)	64.3	21.4	7.1	2.9	2.9	1.4	0.0
	5~10년 미만	(125)	52.0	15.2	15.2	12.8	0.8	3.2	0.8
	10년 이상	(78)	34.6	16.7	42.3	3.8	0.0	2.6	0.0

* 기타 : 회당+월급(혼합) 등

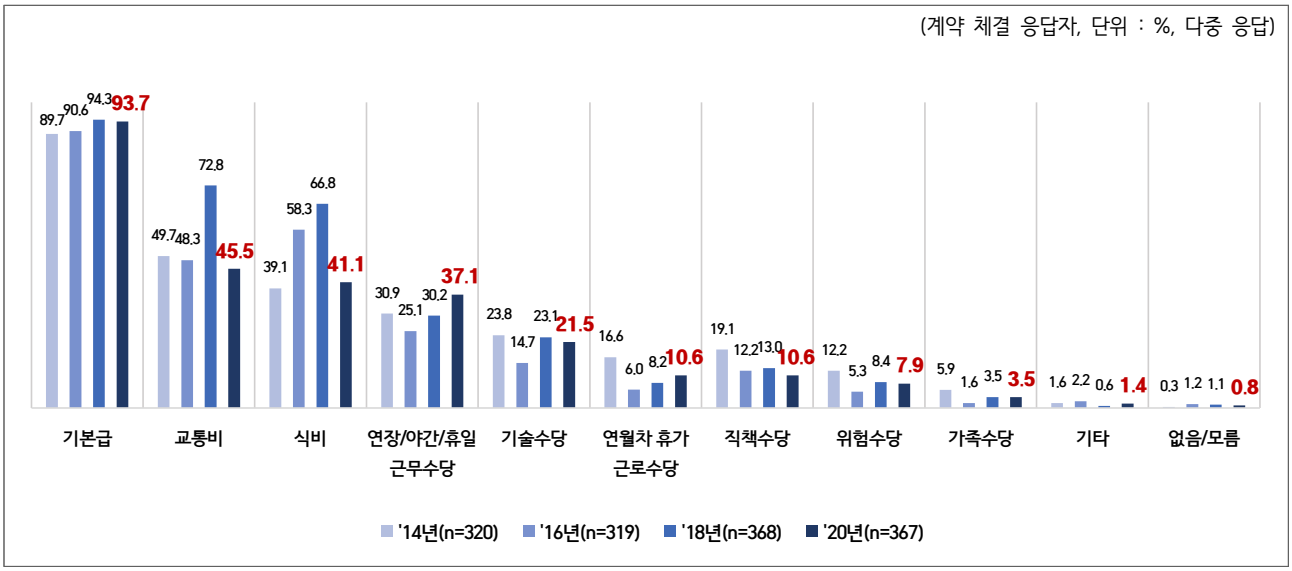
(8) 임금 포함 항목

○ 임금에 포함된 항목으로는 '기본금'(93.7%)과 함께 '교통비'(45.5%), '식비'(41.1%)가 높게 나타남

- 다음으로 '연장, 야간, 휴일 근무 수당'(37.1%), '기술 수당'(21.5%), '연월차 휴가 근로 수당', '직책 수당'(각 10.6%) 등이 임금 포함 항목으로 나타남

○ 2018년 대비, '교통비'(▽27.3%p), '식비'(▽25.7%p)가 큰 폭으로 감소하였으며, '연장, 야간, 휴일 근무 수당'은 ▲6.9%p 소폭 증가한 것으로 나타남

《그림 3-2-16》 임금 포함 항목



《표 3-2-17》 임금 포함 항목

(2020년 계약 체결 응답자, 단위 : %, 다중 응답)

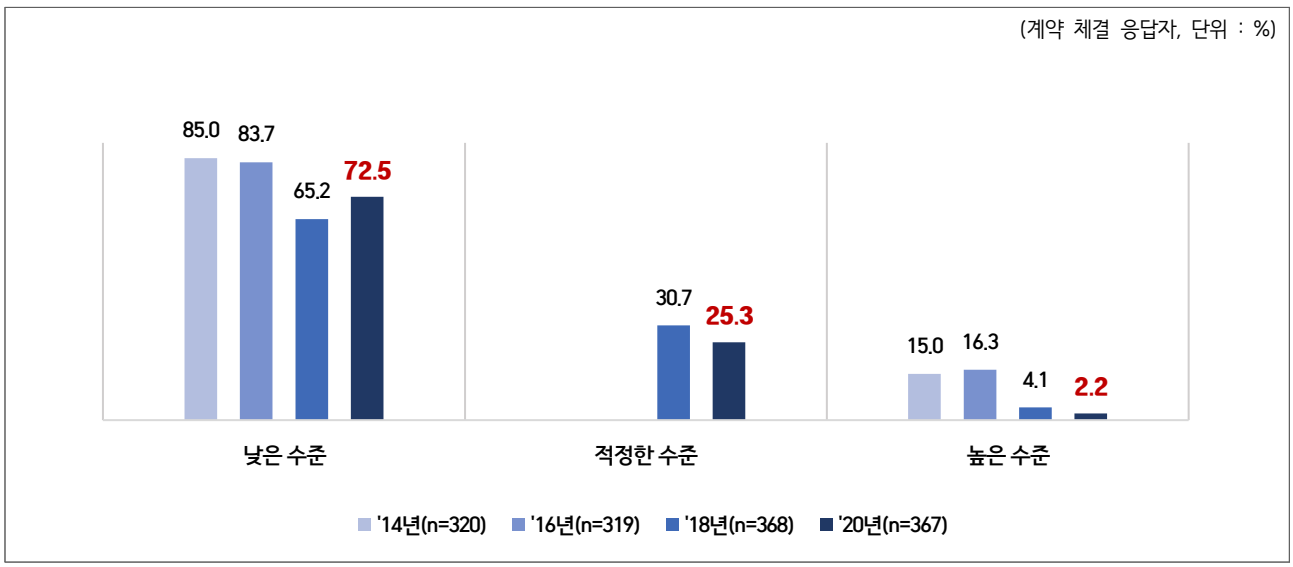
구 분		사례수	기본급	교통비	식비	연장, 야간, 휴일근무 수당	기술 수당	연월차 휴가 근로 수당	직책 수당	위험 수당	가족 수당	기타	없음
전 체		(367)	93.7	45.5	41.1	37.1	21.5	10.6	10.6	7.9	3.5	1.4	0.8
성별	남성	(207)	93.2	47.3	44.4	40.1	22.2	8.7	13.5	8.7	4.3	1.9	0.0
	여성	(160)	94.4	43.1	36.9	33.1	20.6	13.1	6.9	6.9	2.5	0.6	1.9
연령	20대	(148)	98.0	43.9	35.1	33.8	16.9	8.1	7.4	4.7	0.7	0.0	0.7
	30대	(139)	92.1	45.3	41.0	35.3	23.7	12.9	10.8	7.9	4.3	2.2	0.7
	40대	(63)	92.1	47.6	49.2	44.4	31.7	14.3	20.6	17.5	9.5	1.6	0.0
	50대 이상	(17)	76.5	52.9	64.7	52.9	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9	5.9
주요 활동 분야	기획	(61)	91.8	26.2	34.4	29.5	11.5	14.8	11.5	8.2	6.6	1.6	3.3
	촬영	(64)	90.6	34.4	46.9	39.1	20.3	14.1	18.8	10.9	4.7	1.6	0.0
	미술	(65)	93.8	44.6	27.7	36.9	24.6	16.9	9.2	10.8	0.0	0.0	0.0
	음향	(67)	94.0	52.2	29.9	19.4	38.8	7.5	10.4	6.0	4.5	1.5	0.0
	편집	(64)	100.0	48.4	46.9	39.1	23.4	7.8	9.4	6.3	4.7	0.0	0.0
	기타	(46)	91.3	73.9	69.6	67.4	4.3	0.0	2.2	4.3	0.0	4.3	2.2
경력	3년 미만	(94)	92.6	45.7	42.6	36.2	18.1	8.5	9.6	8.5	1.1	1.1	1.1
	3~5년 미만	(70)	95.7	52.9	40.0	40.0	17.1	10.0	10.0	5.7	4.3	0.0	0.0
	5~10년 미만	(125)	94.4	45.6	43.2	39.2	22.4	9.6	8.0	5.6	1.6	1.6	1.6
	10년 이상	(78)	92.3	38.5	37.2	32.1	28.2	15.4	16.7	12.8	9.0	2.6	0.0

(9) 임금 수준

❍ 임금 수준에 대해서는 '낮은 수준'(매우 낮은 수준 + 약간 낮은 수준)의 응답이 72.5%로 나타남

❍ 2018년 대비, '낮은 수준'이 ▲7.3%p로 증가한 반면, '적정한 수준'(▽5.4%p)은 감소한 것으로 나타남

《그림 3-2-17》 임금 수준



《표 3-2-18》 임금 수준

(2020년 계약 체결 응답자, 단위 : %)

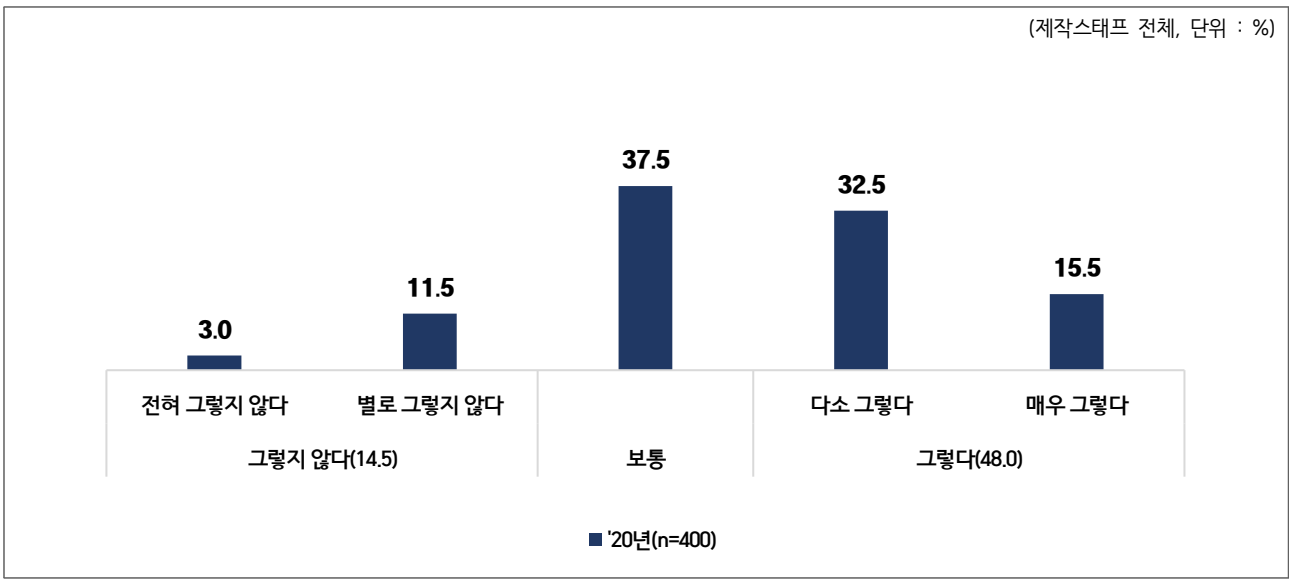
구 분		사례수	매우 낮은 수준	약간 낮은 수준	적정한 수준	약간 높은 수준	매우 높은 수준	평균 (5점)
전 체		(367)	24.8	47.7	25.3	1.1	1.1	2.1
성별	남성	(207)	24.6	44.4	27.1	1.9	1.9	2.1
	여성	(160)	25.0	51.9	23.1	0.0	0.0	2.0
연령	20대	(148)	17.6	53.4	27.7	1.4	0.0	2.1
	30대	(139)	23.7	46.0	26.6	1.4	2.2	2.1
	40대	(63)	38.1	41.3	19.0	0.0	1.6	1.9
	50대 이상	(17)	47.1	35.3	17.6	0.0	0.0	1.7
주요 활동 분야	기획	(61)	45.9	36.1	16.4	1.6	0.0	1.7
	촬영	(64)	20.3	45.3	29.7	4.7	0.0	2.2
	미술	(65)	15.4	58.5	26.2	0.0	0.0	2.1
	음향	(67)	14.9	55.2	29.9	0.0	0.0	2.1
	편집	(64)	18.8	45.3	31.3	0.0	4.7	2.3
	기타	(46)	39.1	43.5	15.2	0.0	2.2	1.8
경력	3년 미만	(94)	23.4	54.3	20.2	2.1	0.0	2.0
	3~5년 미만	(70)	22.9	47.1	27.1	1.4	1.4	2.1
	5~10년 미만	(125)	20.8	49.6	28.0	0.0	1.6	2.1
	10년 이상	(78)	34.6	37.2	25.6	1.3	1.3	2.0

나. 근로환경

(1) 과도한 노동 여부

○ 평소 지나치게 과도한 노동을 했는지에 대한 질문에 '그렇다(다소 그렇다+매우 그렇다)'로 응답한 비율은 48.0%로 나타남.

《그림 3-2-18》 과도한 노동 여부



* 2021년 조사의 신규 항목임

《표 3-2-19》 과도한 노동 여부

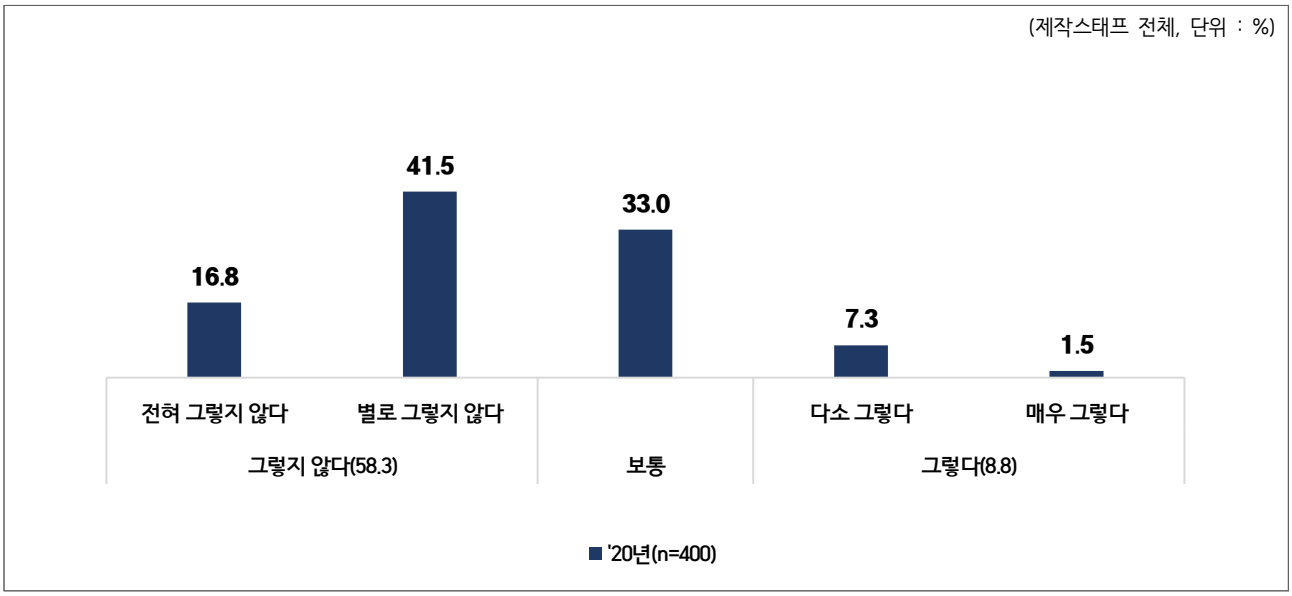
(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	다소 그렇다	매우 그렇다	평균(5점)
전 체		(400)	3.0	11.5	37.5	32.5	15.5	3.5
성별	남성	(231)	3.5	11.7	35.9	32.9	16.0	3.5
	여성	(169)	2.4	11.2	39.6	32.0	14.8	3.5
연령	20대	(163)	5.5	13.5	36.2	30.7	14.1	3.3
	30대	(152)	1.3	7.2	37.5	36.8	17.1	3.6
	40대	(67)	1.5	16.4	38.8	29.9	13.4	3.4
	50대 이상	(18)	0.0	11.1	44.4	22.2	22.2	3.6
주요 활동 분야	기획	(70)	2.9	7.1	31.4	32.9	25.7	3.7
	촬영	(70)	4.3	14.3	32.9	32.9	15.7	3.4
	미술	(70)	1.4	10.0	31.4	44.3	12.9	3.6
	음향	(70)	4.3	12.9	45.7	27.1	10.0	3.3
	편집	(70)	2.9	14.3	34.3	34.3	14.3	3.4
	기타	(50)	2.0	10.0	54.0	20.0	14.0	3.3
경력	3년 미만	(106)	4.7	13.2	32.1	34.0	16.0	3.4
	3~5년 미만	(75)	4.0	12.0	37.3	33.3	13.3	3.4
	5~10년 미만	(134)	1.5	11.2	42.5	31.3	13.4	3.4
	10년 이상	(85)	2.4	9.4	36.5	31.8	20.0	3.6

(2) 노동시간 대비 적정 용역비 지급 여부

○ 노동시간 대비 적정 용역비를 지급 받았다고 생각하는지에 대해서는 '그렇지 않다'가 58.3%로 절반 이상을 차지함

《그림 3-2-19》 노동시간 대비 적정 용역비 지급 여부



* 2021년 조사의 신규 항목임

《표 3-2-20》 노동시간 대비 적정 용역비 지급 여부

(제작스태프 전체, 단위 : %)

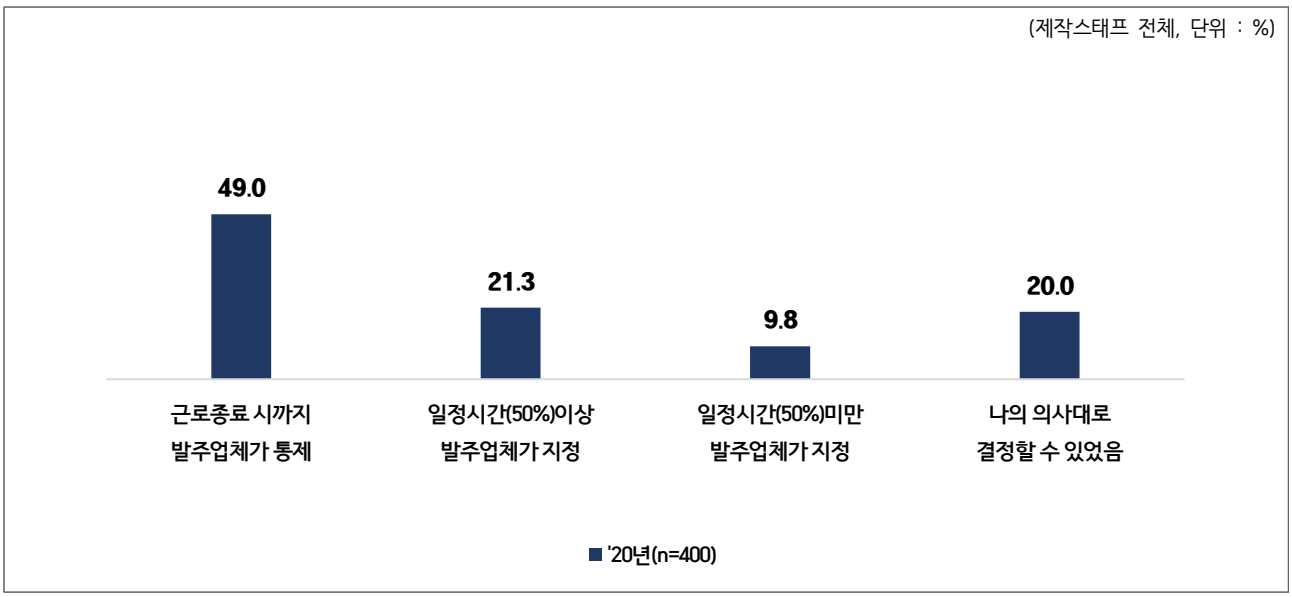
구 분		사례수	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	다소 그렇다	매우 그렇다	평균(5점)
전 체		(400)	16.8	41.5	33.0	7.3	1.5	2.4
성별	남성	(231)	15.2	36.8	37.2	9.5	1.3	2.5
	여성	(169)	18.9	47.9	27.2	4.1	1.8	2.2
연령	20대	(163)	11.7	49.1	31.3	7.4	0.6	2.4
	30대	(152)	21.1	31.6	36.2	9.2	2.0	2.4
	40대	(67)	22.4	43.3	31.3	1.5	1.5	2.2
	50대 이상	(18)	5.6	50.0	27.8	11.1	5.6	2.6
주요 활동 분야	기획	(70)	35.7	34.3	28.6	1.4	0.0	2.0
	촬영	(70)	12.9	30.0	41.4	14.3	1.4	2.6
	미술	(70)	14.3	51.4	27.1	7.1	0.0	2.3
	음향	(70)	8.6	55.7	32.9	2.9	0.0	2.3
	편집	(70)	17.1	38.6	30.0	11.4	2.9	2.4
	기타	(50)	10.0	38.0	40.0	6.0	6.0	2.6
경력	3년 미만	(106)	13.2	47.2	30.2	8.5	0.9	2.4
	3~5년 미만	(75)	16.0	40.0	32.0	9.3	2.7	2.4
	5~10년 미만	(134)	15.7	41.0	33.6	8.2	1.5	2.4
	10년 이상	(85)	23.5	36.5	36.5	2.4	1.2	2.2

(3) 근로시간 결정에 대한 자율성 여부

○ 평소 근로시간에 대한 자율성 여부를 보면, '근무종료 시까지 발주업체가 통제'가 49.0%로 가장 높고, 다음으로 '일정시간(50%)이상 발주업체가 지정'(21.3%) 순임

- 한편, '나의 의사대로 결정할 수 있었음'은 20.0%로 나타남

《그림 3-2-20》 근로시간 결정에 대한 자율성 여부



* 2021년 조사의 신규 항목임

《표 3-2-21》 근로시간 결정에 대한 자율성 여부

(제작스태프 전체, 단위 : %)

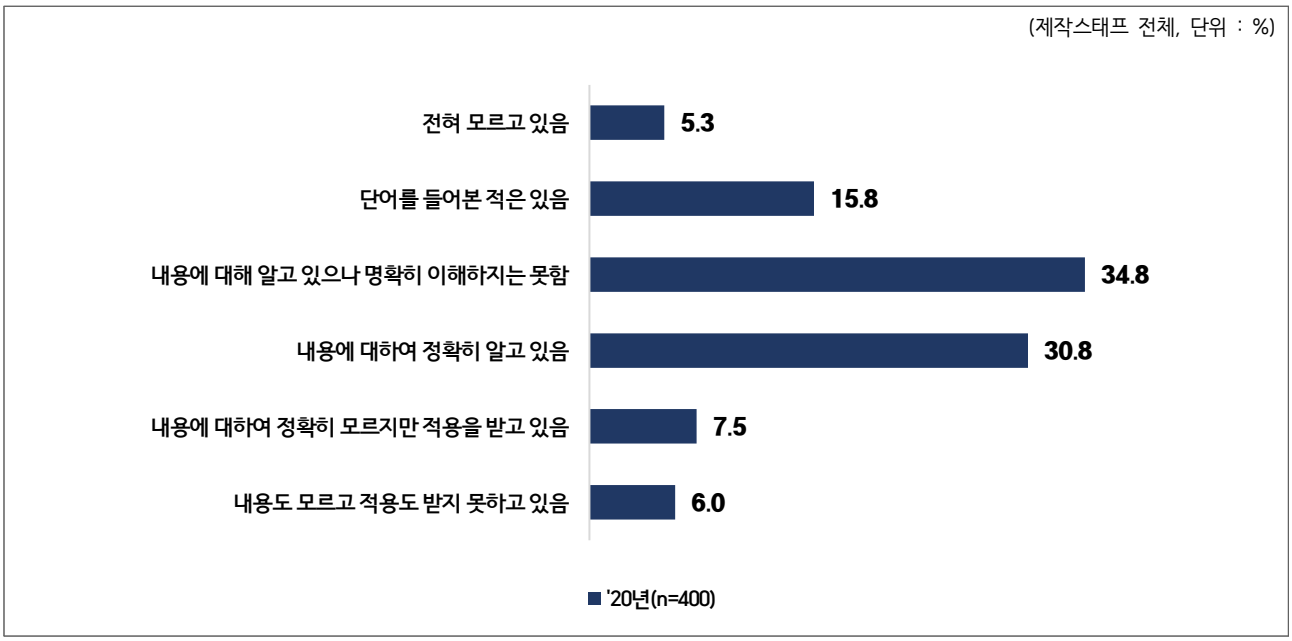
구 분		사례수	근로종료 시까지 발주업체가 통제	일정시간(50%)이상 발주업체가 지정	일정시간(50%)미만 발주업체가 지정	나의 의사대로 결정할 수 있었음
전 체		(400)	49.0	21.3	9.8	20.0
성별	남성	(231)	48.9	20.8	10.0	20.3
	여성	(169)	49.1	21.9	9.5	19.5
연령	20대	(163)	52.8	17.8	12.3	17.2
	30대	(152)	45.4	23.0	9.9	21.7
	40대	(67)	44.8	25.4	4.5	25.4
	50대 이상	(18)	61.1	22.2	5.6	11.1
주요 활동 분야	기획	(70)	34.3	27.1	11.4	27.1
	촬영	(70)	57.1	25.7	8.6	8.6
	미술	(70)	61.4	20.0	7.1	11.4
	음향	(70)	57.1	14.3	10.0	18.6
	편집	(70)	22.9	27.1	15.7	34.3
	기타	(50)	66.0	10.0	4.0	20.0
경력	3년 미만	(106)	50.0	17.0	8.5	24.5
	3~5년 미만	(75)	42.7	24.0	13.3	20.0
	5~10년 미만	(134)	53.7	21.6	11.2	13.4
	10년 이상	(85)	45.9	23.5	5.9	24.7

(4) 주 52시간 근로제 인지 여부

○ 주 52시간 근로제(휴일·연장근로를 포함하여 주당 근무시간을 최대 52시간으로 함)에 대하여 '내용을 알고 있으나 명확히 이해하지 못함'이 34.8%으로 나타남

○ '내용에 대하여 정확히 알고 있음'은 30.8%이고, '내용에 대해 정확히 모르지만 적용을 받고 있음'은 7.5%로 나타남

《그림 3-2-21》 주 52시간 근로제 인지 여부



* 2021년 조사의 신규 항목임

《표 3-2-22》 주 52시간 근로제 인지 여부

(제작스태프 전체, 단위 : %)

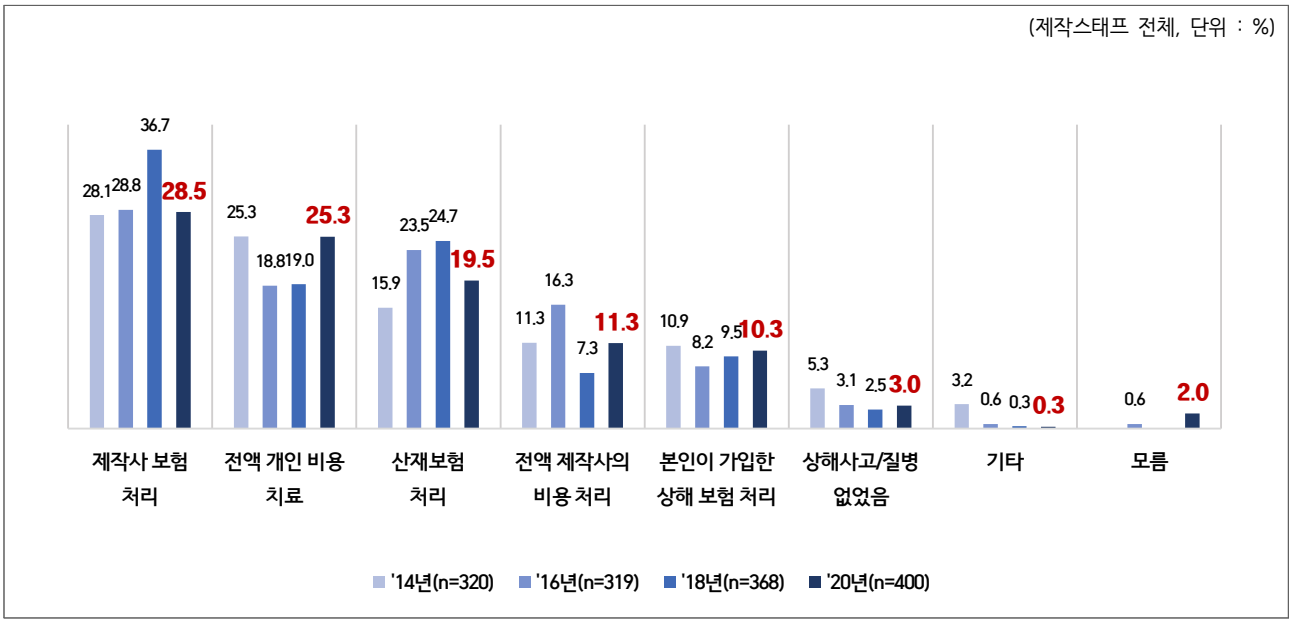
구 분		사례수	전혀 모르고 있음	단어를 들어본 적은 있음	내용을 알고 있으나 명확히 이해하지 못함	내용에 대하여 정확히 알고 있음	정확히 모르지만 적용을 받고 있음	내용도 모르고 적용도 받지 못하고 있음
전 체		(400)	5.3	15.8	34.8	30.8	7.5	6.0
성별	남성	(231)	5.2	15.6	33.8	30.7	7.4	7.4
	여성	(169)	5.3	16.0	36.1	30.8	7.7	4.1
연령	20대	(163)	5.5	14.7	34.4	31.3	10.4	3.7
	30대	(152)	7.2	15.8	32.2	28.3	6.6	9.9
	40대	(67)	1.5	13.4	46.3	32.8	4.5	1.5
	50대 이상	(18)	0.0	33.3	16.7	38.9	0.0	11.1
주요 활동 분야	기획	(70)	4.3	15.7	35.7	38.6	1.4	4.3
	촬영	(70)	5.7	11.4	40.0	37.1	4.3	1.4
	미술	(70)	4.3	11.4	40.0	21.4	17.1	5.7
	음향	(70)	1.4	11.4	34.3	31.4	15.7	5.7
	편집	(70)	7.1	17.1	27.1	30.0	4.3	14.3
	기타	(50)	10.0	32.0	30.0	24.0	0.0	4.0
경력	3년 미만	(106)	9.4	22.6	28.3	29.2	7.5	2.8
	3~5년 미만	(75)	5.3	17.3	33.3	32.0	6.7	5.3
	5~10년 미만	(134)	3.7	12.7	35.8	30.6	9.0	8.2
	10년 이상	(85)	2.4	10.6	42.4	31.8	5.9	7.1

(5) 상해사고 및 질병 조치

○ 현장에서 작업 시 발행하는 상해사고 및 질병 조치에 대해서는 '제작사에서 가입한 산재보험으로 처리'(28.5%)와 '전액 개인비용으로 치료'(25.3%)가 높게 나타남

○ 2018년 대비, '전액 개인비용으로 치료'가 ▲6.3%p 증가한 반면, '제작사에서 가입한 산재보험으로 처리'는 ▽8.2%p 감소한 것으로 나타남

《그림 3-2-22》 상해사고 및 질병 조치



《표 3-2-23》 상해사고 및 질병 조치

(제작스태프 전체, 단위 : %)

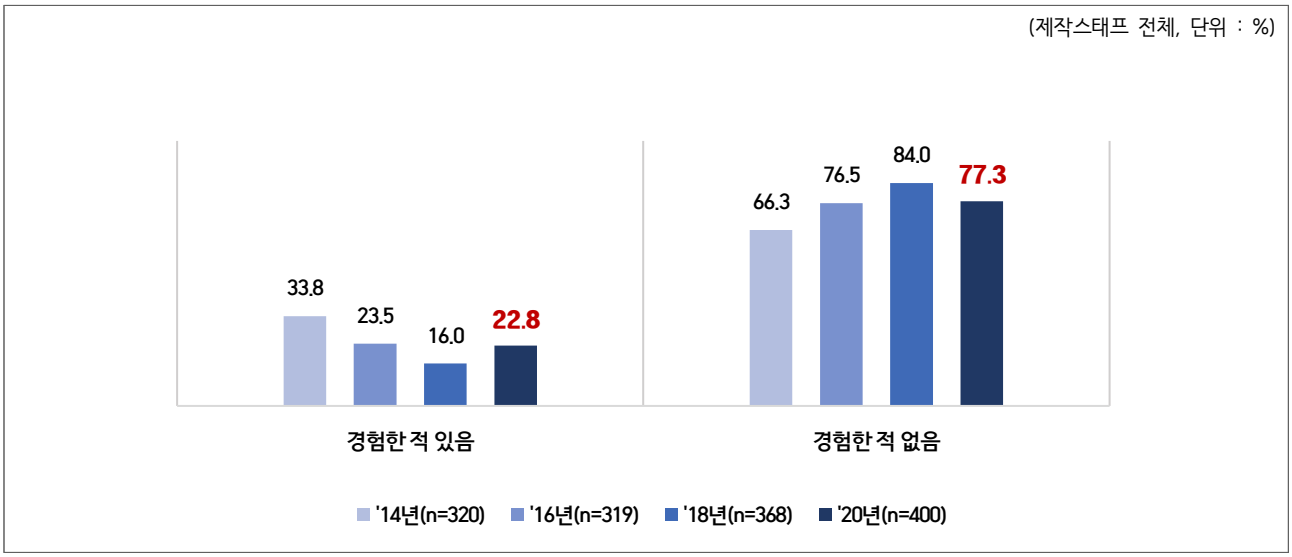
구 분		사례수	제작사에서 가입한 산재보험으로 처리	전액 개인 비용으로 치료	산재보험으로 처리	전액 제작사의 비용으로 처리	본인이 가입한 상해 보험으로 처리	상해/질병 사고 없었음	모름	기타
전 체		(400)	28.5	25.3	19.5	11.3	10.3	3.0	2.0	0.3
성별	남성	(231)	29.4	23.8	16.9	14.7	9.1	3.5	2.2	0.4
	여성	(169)	27.2	27.2	23.1	6.5	11.8	2.4	1.8	0.0
연령	20대	(163)	33.7	18.4	22.7	11.0	9.2	3.1	1.8	0.0
	30대	(152)	23.7	29.6	20.4	10.5	11.2	0.7	3.3	0.7
	40대	(67)	26.9	26.9	11.9	14.9	11.9	7.5	0.0	0.0
	50대 이상	(18)	27.8	44.4	11.1	5.6	5.6	5.6	0.0	0.0
주요 활동 분야	기획	(70)	21.4	32.9	10.0	10.0	18.6	2.9	4.3	0.0
	촬영	(70)	34.3	21.4	11.4	18.6	8.6	2.9	1.4	1.4
	미술	(70)	51.4	2.9	24.3	15.7	2.9	2.9	0.0	0.0
	음향	(70)	30.0	27.1	27.1	7.1	5.7	1.4	1.4	0.0
	편집	(70)	8.6	38.6	24.3	10.0	12.9	1.4	4.3	0.0
	기타	(50)	24.0	30.0	20.0	4.0	14.0	8.0	0.0	0.0
경력	3년 미만	(106)	30.2	23.6	12.3	13.2	13.2	4.7	2.8	0.0
	3~5년 미만	(75)	26.7	22.7	26.7	16.0	5.3	0.0	2.7	0.0
	5~10년 미만	(134)	25.4	26.9	22.4	9.7	9.7	3.7	1.5	0.7
	10년 이상	(85)	32.9	27.1	17.6	7.1	11.8	2.4	1.2	0.0

(6) 임금 체불 경험

❍ 임금 체불 경험에 대한 질문에 2020년 임금 체불을 경험한 적이 '있음' 의 응답이 22.8%로 나타남

❍ 이는 2018년과 대비해, '임금 체불 경험한 적 있음'이 ▲6.8%p 증가한 것으로 나타남

《그림 3-2-23》 임금 체불 경험



《표 3-2-24》 임금 체불 경험

(제작스태프 전체, 단위 : %)

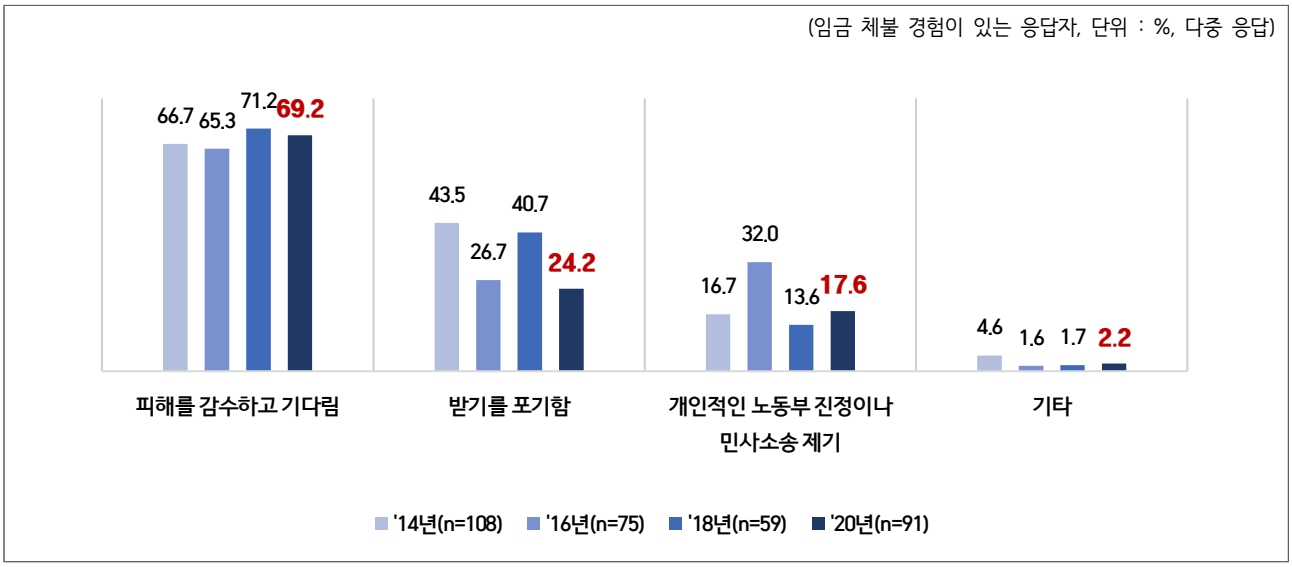
구 분		사례수	경험한 적 있음	경험한 적 없음
전 체		(400)	22.8	77.3
성별	남성	(231)	24.7	75.3
	여성	(169)	20.1	79.9
연령	20대	(163)	17.8	82.2
	30대	(152)	21.7	78.3
	40대	(67)	35.8	64.2
	50대 이상	(18)	27.8	72.2
주요 활동 분야	기획	(70)	17.1	82.9
	촬영	(70)	25.7	74.3
	미술	(70)	14.3	85.7
	음향	(70)	24.3	75.7
	편집	(70)	27.1	72.9
	기타	(50)	30.0	70.0
경력	3년 미만	(106)	14.2	85.8
	3~5년 미만	(75)	24.0	76.0
	5~10년 미만	(134)	22.4	77.6
	10년 이상	(85)	32.9	67.1

(7) 임금 체불 대응 방법

○ 임금 체불을 경험한 적이 있는 제작스태프의 대응 방법으로는 '피해를 감수하고 기다림'이 69.2%로 가장 높게 나타남

○ 2018년 대비, '받기를 포기함'(▽16.5%p) 감소한 반면, '개인적인 노동부 진정이나 민사소송 제기'(▲4.0%p)는 증가한 것으로 나타남

《그림 3-2-24》 임금 체불 대응 방법



《표 3-2-25》 임금 체불 대응 방법

(임금 체불 경험이 있는 응답자, 단위 : % 다중 응답)

구 분		사례수	피해를 감수하고 기다림	받기를 포기함	개인적인 노동부 진정이나 민사소송 제기	기타
전 체		(91)	69.2	24.2	17.6	2.2
성별	남성	(57)	68.4	21.1	15.8	3.5
	여성	(34)	70.6	29.4	20.6	0.0
연령	20대	(29)	72.4	27.6	13.8	3.4
	30대	(33)	72.7	27.3	9.1	3.0
	40대	(24)	58.3	16.7	37.5	0.0
	50대 이상	(5)	80.0	20.0	0.0	0.0
주요 활동 분야	기획	(12)	58.3	33.3	16.7	0.0
	촬영	(18)	66.7	16.7	27.8	5.6
	미술	(10)	60.0	40.0	10.0	0.0
	음향	(17)	82.4	41.2	5.9	0.0
	편집	(19)	78.9	15.8	15.8	0.0
	기타	(15)	60.0	6.7	26.7	6.7
경력	3년 미만	(15)	66.7	26.7	20.0	6.7
	3~5년 미만	(18)	77.8	27.8	11.1	0.0
	5~10년 미만	(30)	70.0	23.3	20.0	3.3
	10년 이상	(28)	64.3	21.4	17.9	0.0

(8) 임금 체불 외 부당 경험

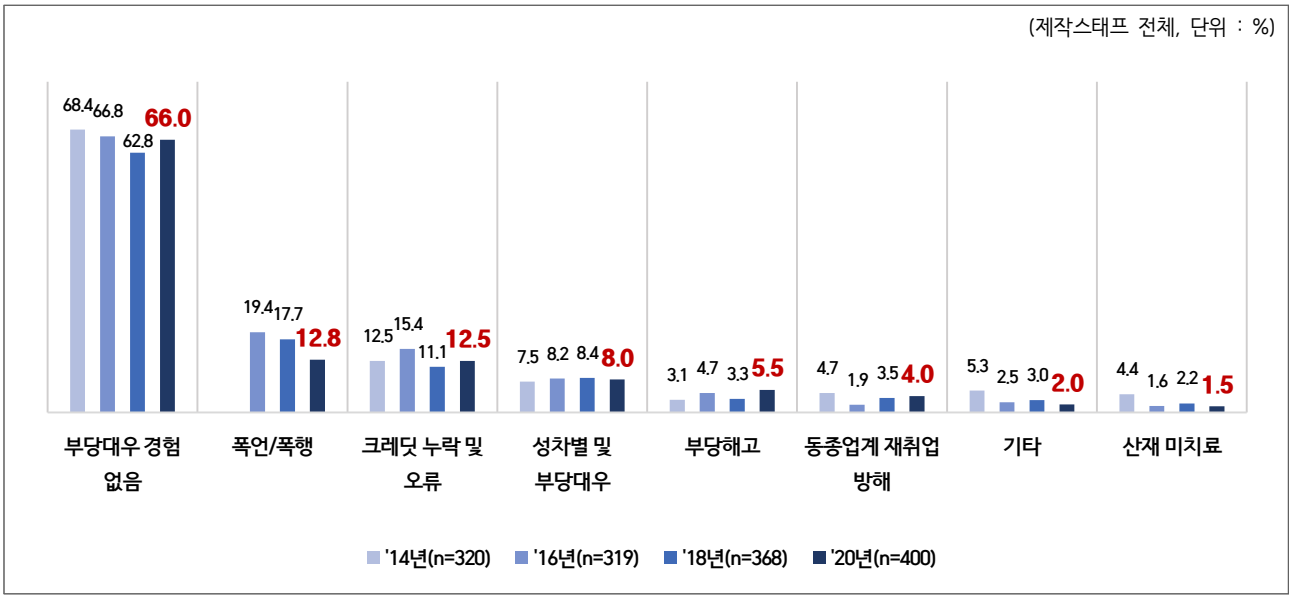
❍ 임금 체불 외 부당 경험을 보면, '폭언/폭행'(12.8%)과 '크레딧 누락/오류'(12.5%)가 가장 높게 나타남. 이 외 부당 경험으로는 '성차별 및 부당대우'(8.0%), '부당해고'(5.5%), '동종업계 재취업 방해'(4.0%) 등이 있었음

- 한편, '부당대우 경험 없음'이 66.0%로 나타남

❍ 2018년 대비, '부당대우 경험 없음'이 ▲3.2%p 증가한 것으로 나타남

《그림 3-2-25》 임금 체불 외 부당 경험

(제작스태프 전체, 단위 : %)



《표 3-2-26》 임금 체불 외 부당 경험

(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	폭언/폭행	크레딧 누락/오류	성차별 및 부당대우	부당해고	동종업계 재취업 방해	산재 미치료	기타	부당대우 경험 없음
전 체		(400)	12.8	12.5	8.0	5.5	4.0	1.5	2.0	66.0
성별	남성	(231)	12.6	13.4	4.3	5.2	3.9	1.3	1.7	70.1
	여성	(169)	13.0	11.2	13.0	5.9	4.1	1.8	2.4	60.4
연령	20대	(163)	10.4	14.7	4.9	3.7	4.3	1.8	1.8	66.9
	30대	(152)	13.8	9.9	9.2	7.9	3.9	0.7	2.0	67.1
	40대	(67)	13.4	13.4	10.4	4.5	1.5	3.0	1.5	67.2
	50대 이상	(18)	22.2	11.1	16.7	5.6	11.1	0.0	5.6	44.4
주요 활동 분야	기획	(70)	10.0	7.1	7.1	15.7	5.7	0.0	1.4	62.9
	촬영	(70)	8.6	5.7	4.3	0.0	2.9	1.4	2.9	80.0
	미술	(70)	14.3	14.3	7.1	1.4	5.7	1.4	0.0	61.4
	음향	(70)	7.1	20.0	8.6	7.1	2.9	2.9	0.0	71.4
	편집	(70)	7.1	12.9	5.7	4.3	0.0	0.0	1.4	74.3
	기타	(50)	36.0	16.0	18.0	4.0	8.0	4.0	8.0	38.0
경력	3년 미만	(106)	13.2	11.3	4.7	3.8	2.8	1.9	1.9	64.2
	3~5년 미만	(75)	12.0	8.0	9.3	6.7	5.3	0.0	0.0	69.3
	5~10년 미만	(134)	14.2	14.2	10.4	5.2	6.7	1.5	2.2	66.4
	10년 이상	(85)	10.6	15.3	7.1	7.1	0.0	2.4	3.5	64.7

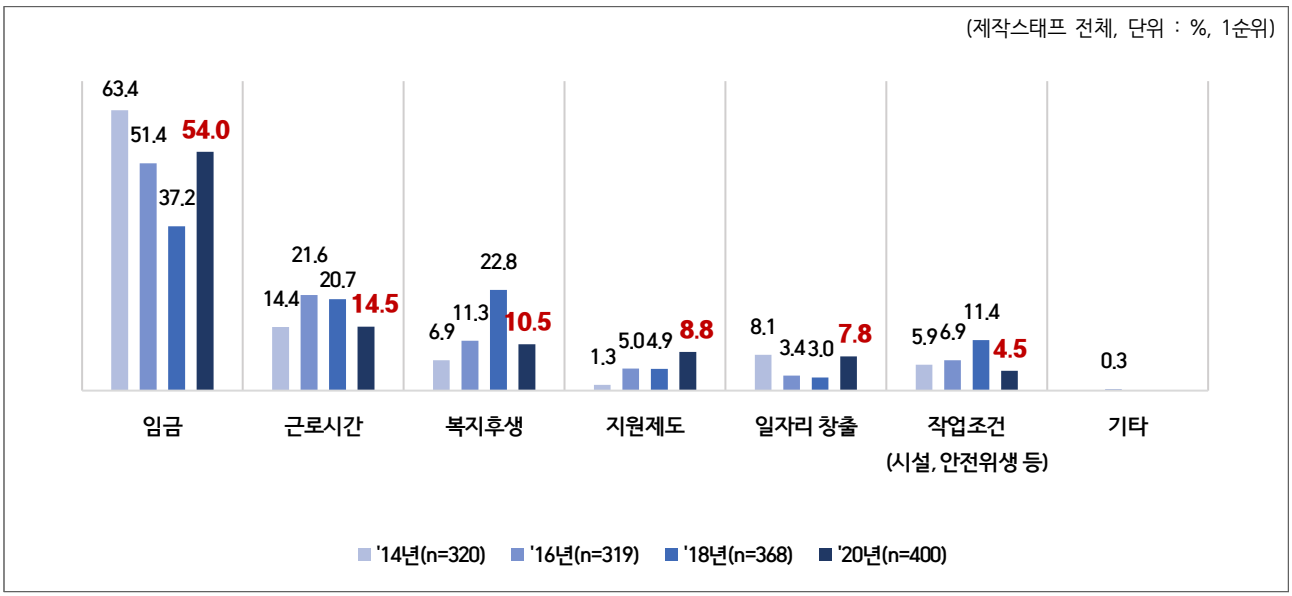
(9) 제작스태프 업무 분야 개선사항

❍ 제작스태프 업무 분야의 개선이 필요한 부분으로는 '임금'이 54.0%로 가장 높게 나타남

- 임금 외에는 '근로시간'(14.5%), '복지후생'(10.5%), '지원제도'(8.8%) 등의 순으로 나타남

❍ 2018년 대비, 제작스태프 업무 분야 개선사항으로는 '임금'(▲16.8%p)이 증가한 반면, '복지후생'(▽12.3%p), '근로시간'(▽6.2%p)은 감소한 것으로 나타남

《 그림 3-2-26 》 제작스태프 업무 분야 개선사항



《 표 3-2-27 》 제작스태프 업무 분야 개선사항

(제작스태프 전체, 단위 : %, 1순위)

구 분		사례수	임금	근로시간	복지후생	지원제도	일자리 창출	작업조건 (시설, 안전 등)
전 체		(400)	54.0	14.5	10.5	8.8	7.8	4.5
성별	남성	(231)	49.8	14.7	12.6	10.0	7.4	5.6
	여성	(169)	59.8	14.2	7.7	7.1	8.3	3.0
연령	20대	(163)	49.7	19.0	8.0	9.8	8.0	5.5
	30대	(152)	53.9	13.8	13.8	8.6	7.9	2.0
	40대	(67)	59.7	7.5	10.4	7.5	9.0	6.0
	50대 이상	(18)	72.2	5.6	5.6	5.6	0.0	11.1
주요 활동 분야	기획	(70)	71.4	7.1	10.0	2.9	8.6	0.0
	촬영	(70)	40.0	32.9	7.1	7.1	7.1	5.7
	미술	(70)	60.0	12.9	7.1	8.6	7.1	4.3
	음향	(70)	42.9	11.4	15.7	14.3	14.3	1.4
	편집	(70)	44.3	14.3	15.7	15.7	4.3	5.7
	기타	(50)	70.0	6.0	6.0	2.0	4.0	12.0
경력	3년 미만	(106)	50.9	18.9	8.5	6.6	7.5	7.5
	3~5년 미만	(75)	52.0	14.7	13.3	8.0	6.7	5.3
	5~10년 미만	(134)	55.2	13.4	9.7	9.7	7.5	4.5
	10년 이상	(85)	57.6	10.6	11.8	10.6	9.4	0.0

(10) 직업에 대한 만족도 (매우만족+만족 비율)

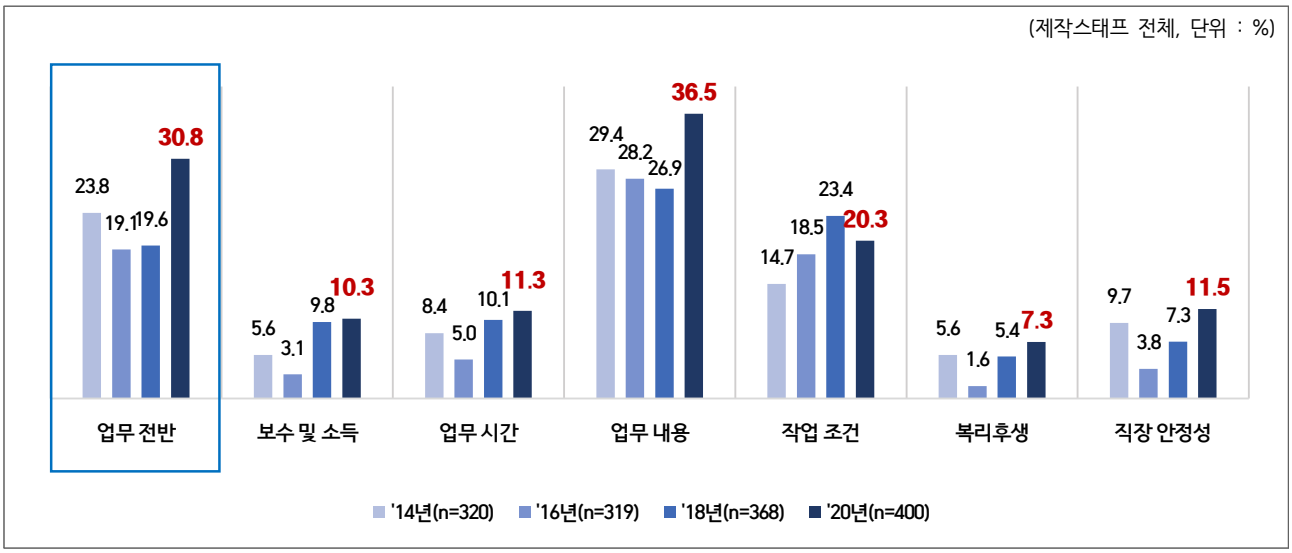
○ 제작스태프 직업 전반에 대한 만족도는 30.8%로 나타남

- 세부적으로 '업무 내용'에 대한 만족 비율이 36.5%로 가장 높고, 다음으로 '작업 조건'(20.3%), '직장 안정성' (11.5%), '업무 시간'(11.3%) 등으로 직업 만족도가 나타남

○ 2018년 대비, '업무 전반' 만족도(▲11.2%p)가 증가하였으며, 그 중 '업무 내용'(▲9.6%p)에 대한 만족도의 증가폭이 가장 높게 나타남

- 반면, '작업 조건'(▽3.2%p) 만족도는 소폭 감소한 것으로 나타남

《 그림 3-2-27 》 직업에 대한 만족도(매우만족+만족 비율)

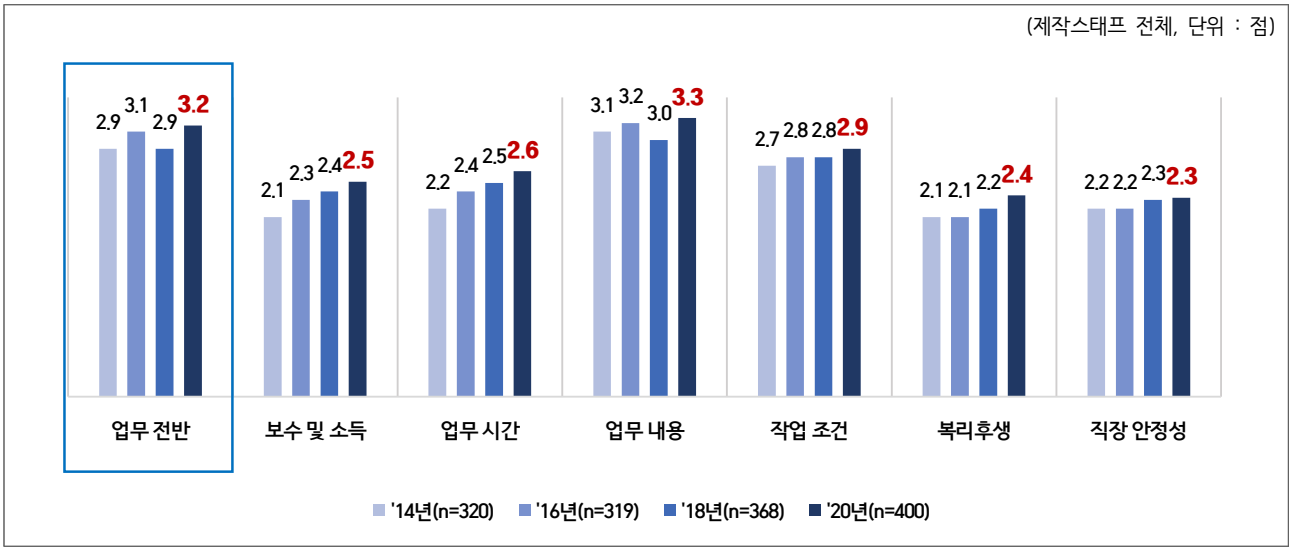


《 표 3-2-28 》 직업에 대한 만족도(매우만족+만족 비율)

(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	업무 전반	보수/소득	업무 시간	업무 내용	작업 조건	복리후생	직장 안정성
전 체		(400)	30.8	10.3	11.3	36.5	20.3	7.3	11.5
성별	남성	(231)	33.8	13.4	11.3	39.8	23.4	9.1	12.1
	여성	(169)	26.6	5.9	11.2	32.0	16.0	4.7	10.7
연령	20대	(163)	36.8	13.5	13.5	42.3	24.5	9.2	15.3
	30대	(152)	29.6	9.9	9.2	34.9	19.1	9.2	12.5
	40대	(67)	23.9	4.5	11.9	31.3	16.4	0.0	1.5
	50대 이상	(18)	11.1	5.6	5.6	16.7	5.6	0.0	5.6
주요 활동 분야	기획	(70)	30.0	4.3	10.0	38.6	21.4	4.3	5.7
	촬영	(70)	41.4	15.7	15.7	38.6	12.9	10.0	8.6
	미술	(70)	15.7	5.7	5.7	28.6	7.1	4.3	8.6
	음향	(70)	30.0	4.3	5.7	35.7	31.4	5.7	7.1
	편집	(70)	48.6	22.9	22.9	54.3	40.0	15.7	30.0
	기타	(50)	14.0	8.0	6.0	18.0	4.0	2.0	8.0
경력	3년 미만	(106)	30.2	10.4	11.3	38.7	21.7	11.3	11.3
	3~5년 미만	(75)	41.3	13.3	14.7	44.0	24.0	12.0	22.7
	5~10년 미만	(134)	26.9	9.0	9.0	34.3	18.7	5.2	11.2
	10년 이상	(85)	28.2	9.4	11.8	30.6	17.6	1.2	2.4

《그림 3-2-28》 직업에 대한 만족도(5점 만점)



《표 3-2-29》 직업에 대한 만족도(5점 만점)

(제작스태프 전체, 단위 : 점)

구 분		사례수	업무 전반	보수/소득	업무 시간	업무 내용	작업 조건	복리후생	직장 안정성
전 체		(400)	3.2	2.5	2.6	3.3	2.9	2.4	2.3
성별	남성	(231)	3.3	2.6	2.7	3.3	3.0	2.4	2.3
	여성	(169)	3.1	2.3	2.6	3.1	2.8	2.3	2.3
연령	20대	(163)	3.2	2.6	2.7	3.4	3.0	2.5	2.6
	30대	(152)	3.2	2.5	2.7	3.3	2.9	2.3	2.3
	40대	(67)	3.0	2.3	2.6	3.1	2.7	2.1	1.8
	50대 이상	(18)	2.9	2.4	2.5	3.0	2.6	2.1	2.1
주요 활동 분야	기획	(70)	3.1	2.2	2.5	3.3	3.0	2.1	2.0
	촬영	(70)	3.4	2.8	2.6	3.4	2.8	2.4	2.3
	미술	(70)	2.8	2.4	2.4	3.1	2.5	2.3	2.5
	음향	(70)	3.3	2.5	2.7	3.4	3.1	2.4	2.3
	편집	(70)	3.4	2.8	2.9	3.5	3.4	2.7	2.9
	기타	(50)	2.8	2.4	2.6	2.9	2.5	2.0	2.0
경력	3년 미만	(106)	3.1	2.5	2.6	3.3	2.9	2.5	2.5
	3~5년 미만	(75)	3.3	2.6	2.9	3.4	3.0	2.5	2.6
	5~10년 미만	(134)	3.1	2.5	2.6	3.2	2.9	2.4	2.3
	10년 이상	(85)	3.2	2.4	2.6	3.2	2.8	2.0	2.0

3. 경력 관리

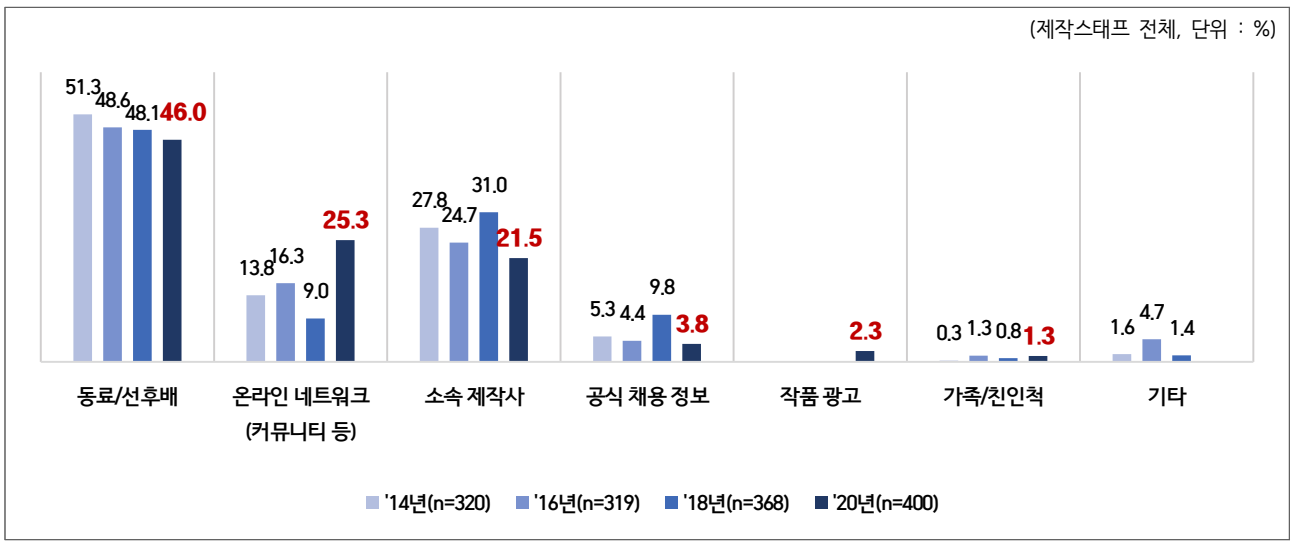
가. 경력 관리

(1) 작품 탐색 경로

❍ 작품 참여를 위한 탐색 경로를 보면, '동료 및 선후배를 통해'가 46.0%로 가장 높고, 다음으로 '온라인 네트워크'(25.3%), '소속 제작사'(21.5%) 등의 순임

❍ 2018년 대비, '커뮤니티 등 온라인 네트워크'(▲16.3%p)의 증가폭이 가장 높은 반면, '소속 제작사'(▽9.5%p)는 감소폭이 높게 나타남

《 그림 3-2-29 》 작품 탐색 경로



《 표 3-2-30 》 작품 탐색 경로

(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	동료 및 선후배	온라인 네트워크	소속 제작사	공식 채용 정보	작품 광고	가족 및 친인척
전 체		(400)	46.0	25.3	21.5	3.8	2.3	1.3
성별	남성	(231)	50.2	22.1	20.3	3.0	2.6	1.7
	여성	(169)	40.2	29.6	23.1	4.7	1.8	0.6
연령	20대	(163)	39.9	29.4	23.9	3.1	2.5	1.2
	30대	(152)	48.7	23.7	17.1	6.6	2.0	2.0
	40대	(67)	55.2	17.9	25.4	0.0	1.5	0.0
	50대 이상	(18)	44.4	27.8	22.2	0.0	5.6	0.0
주요 활동 분야	기획	(70)	44.3	28.6	12.9	8.6	1.4	4.3
	촬영	(70)	71.4	17.1	8.6	1.4	1.4	0.0
	미술	(70)	41.4	21.4	31.4	2.9	0.0	2.9
	음향	(70)	60.0	18.6	15.7	2.9	2.9	0.0
	편집	(70)	35.7	22.9	37.1	0.0	4.3	0.0
	기타	(50)	14.0	50.0	24.0	8.0	4.0	0.0
경력	3년 미만	(106)	30.2	34.0	24.5	4.7	2.8	3.8
	3~5년 미만	(75)	45.3	32.0	17.3	1.3	4.0	0.0
	5~10년 미만	(134)	46.3	24.6	19.4	6.7	2.2	0.7
	10년 이상	(85)	65.9	9.4	24.7	0.0	0.0	0.0

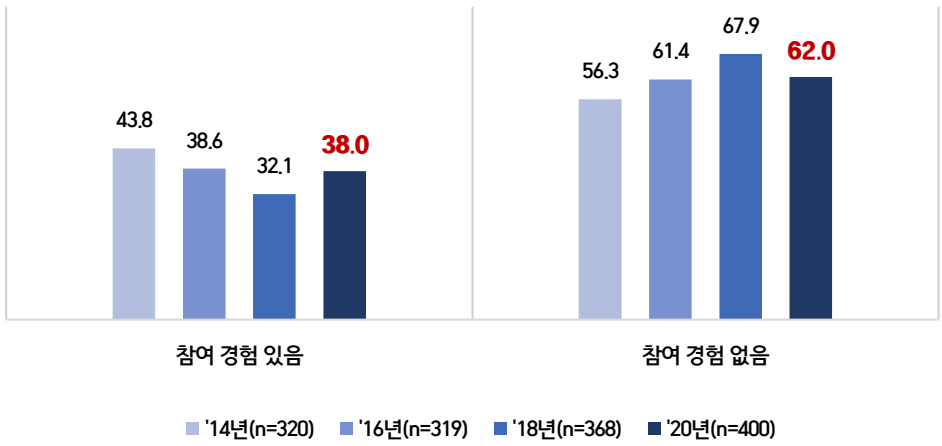
(2) 무보수 작품 참여 경험

○ 경력을 쌓기 위한 목적으로 무보수로 작품 제작에 참여한 경험이 있는지의 질문에 대해 '있음'으로 응답한 비율은 38.0%로 나타남

○ 2018년 조사 결과와 비교해, '무보수 작품 참여 경험 있음'이 ▲5.9%p 증가한 것으로 나타남

《그림 3-2-30》 무보수 작품 참여 경험

(제작스태프 전체, 단위 : %)



《표 3-2-31》 무보수 작품 참여 경험

(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	참여 경험 있음	참여 경험 없음
전 체		(400)	38.0	62.0
성별	남성	(231)	45.9	54.1
	여성	(169)	27.2	72.8
연령	20대	(163)	28.8	71.2
	30대	(152)	40.1	59.9
	40대	(67)	56.7	43.3
	50대 이상	(18)	33.3	66.7
주요 활동 분야	기획	(70)	45.7	54.3
	촬영	(70)	45.7	54.3
	미술	(70)	17.1	82.9
	음향	(70)	35.7	64.3
	편집	(70)	44.3	55.7
	기타	(50)	40.0	60.0
경력	3년 미만	(106)	31.1	68.9
	3~5년 미만	(75)	36.0	64.0
	5~10년 미만	(134)	32.8	67.2
	10년 이상	(85)	56.5	43.5

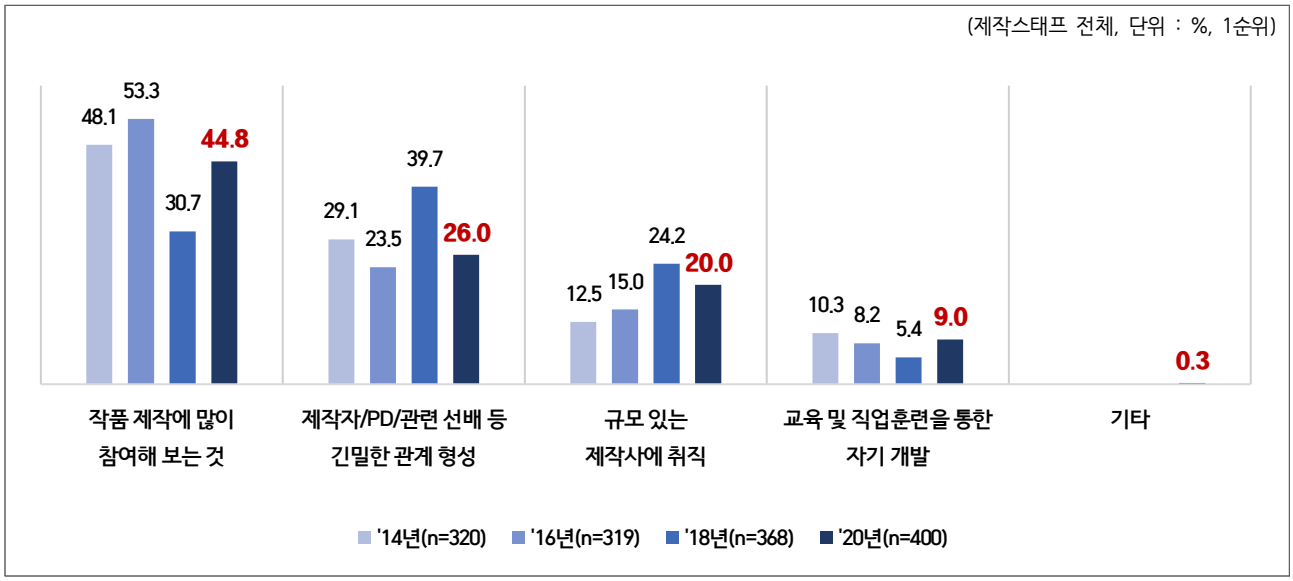
(3) 경력 쌓기 위한 필요사항

○ 경력을 쌓기 위해 필요한 사항으로 '작품 제작에 많이 참여해 보는 것'(44.8%)이 1순위로 나타남

- 다음으로 '제작자, PD, 관련분야 선배 등과 긴밀한 관계 형성'(26.0%), '규모 있는 제작사에 취직'(20.0%) 등이 있었음

○ 2018년 대비, '작품 제작에 많이 참여해 보는 것'(▲14.1%p)이 증가한 반면, '제작자, PD, 관련분야 선배 등과 긴밀한 관계 형성'(▽13.7%p)은 감소한 것으로 나타남

《 그림 3-2-31 》 경력 쌓기 위한 필요사항



《 표 3-2-32 》 경력 쌓기 위한 필요사항

(제작스태프 전체, 단위 : %, 1순위)

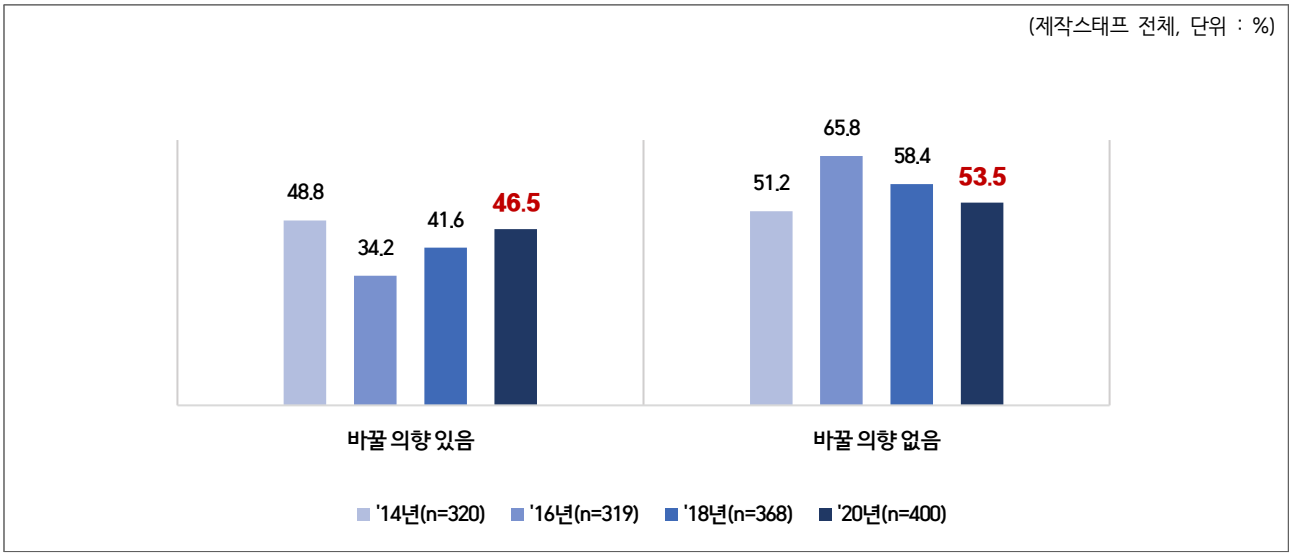
구 분		사례수	작품 제작에 많이 참여해 보는 것	제작자, PD, 관련분야 선배 등과 긴밀한 관계 형성	규모 있는 제작사에 취직	교육 및 직업훈련을 통한 자기 개발	기타
전 체		(400)	44.8	26.0	20.0	9.0	0.3
성별	남성	(231)	43.7	28.6	17.3	10.0	0.4
	여성	(169)	46.2	22.5	23.7	7.7	0.0
연령	20대	(163)	47.9	22.1	23.9	6.1	0.0
	30대	(152)	41.4	30.3	21.7	6.6	0.0
	40대	(67)	44.8	26.9	10.4	16.4	1.5
	50대 이상	(18)	44.4	22.2	5.6	27.8	0.0
주요 활동 분야	기획	(70)	52.9	20.0	22.9	4.3	0.0
	촬영	(70)	58.6	20.0	10.0	11.4	0.0
	미술	(70)	37.1	30.0	24.3	8.6	0.0
	음향	(70)	42.9	28.6	21.4	5.7	1.4
	편집	(70)	34.3	31.4	25.7	8.6	0.0
	기타	(50)	42.0	26.0	14.0	18.0	0.0
경력	3년 미만	(106)	50.9	17.0	24.5	7.5	0.0
	3~5년 미만	(75)	44.0	28.0	20.0	8.0	0.0
	5~10년 미만	(134)	47.8	25.4	19.4	6.7	0.7
	10년 이상	(85)	32.9	36.5	15.3	15.3	0.0

나. 직업 변경 관련

(1) 직업 변경 의향

❍ 향후 직업을 바꿀 의향이 있는 지를 묻는 질문에 대해 제작스태프는 46.5%가 '바꿀 의향이 있다'고 응답하였음. 이는 2018년 대비, '바꿀 의향 있음'이 ▲4.9%p 증가한 것임

《그림 3-2-32》 직업 변경 의향



《표 3-2-33》 직업 변경 의향

(제작스태프 전체, 단위 : %)

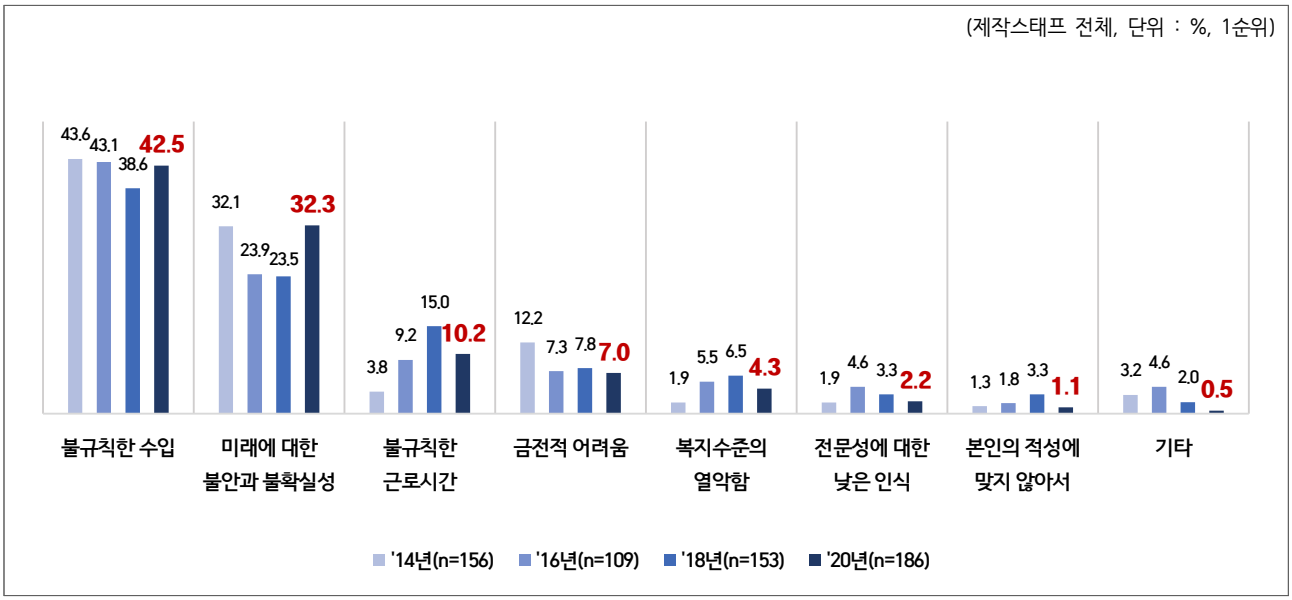
구 분		사례수	바꿀 의향 있음	바꿀 의향 없음
전 체		(400)	46.5	53.5
성별	남성	(231)	43.7	56.3
	여성	(169)	50.3	49.7
연령	20대	(163)	46.0	54.0
	30대	(152)	46.7	53.3
	40대	(67)	43.3	56.7
	50대 이상	(18)	61.1	38.9
주요 활동 분야	기획	(70)	57.1	42.9
	촬영	(70)	42.9	57.1
	미술	(70)	57.1	42.9
	음향	(70)	35.7	64.3
	편집	(70)	37.1	62.9
	기타	(50)	50.0	50.0
경력	3년 미만	(106)	59.4	40.6
	3~5년 미만	(75)	40.0	60.0
	5~10년 미만	(134)	43.3	56.7
	10년 이상	(85)	41.2	58.8

(2) 직업 변경 이유

○ 직업을 바꾸려는 이유는 '불규칙한 수입 때문에'(42.5%)가 1순위로 나타났으며, 이어서 '미래에 대한 불안과 불확실성 때문에'(32.3%)가 뒤를 이었음

○ 2018년 대비, '미래에 대한 불안과 불확실성'(▲8.8%p)과 '불규칙한 수입'(▲3.9%p)이 증가한 것으로 나타남

《 그림 3-2-33 》 직업 변경 이유



《 표 3-2-34 》 직업 변경 이유

(제작스태프 전체, 단위 : %, 1순위)

구 분		사례수	불규칙한 수입	미래에 대한 불안과 불확실성	불규칙한 근로시간	금전적 어려움	복지수준 열악함	전문성에 대한 낮은 인식	본인의 적성에 맞지 않아서	기타
전 체		(186)	42.5	32.3	10.2	7.0	4.3	2.2	1.1	0.5
성별	남성	(101)	44.6	32.7	7.9	6.9	3.0	3.0	1.0	1.0
	여성	(85)	40.0	31.8	12.9	7.1	5.9	1.2	1.2	0.0
연령	20대	(75)	36.0	32.0	16.0	5.3	8.0	0.0	1.3	1.3
	30대	(71)	42.3	35.2	5.6	11.3	1.4	2.8	1.4	0.0
	40대	(29)	55.2	31.0	3.4	3.4	3.4	3.4	0.0	0.0
	50대 이상	(11)	54.5	18.2	18.2	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0
주요 활동 분야	기획	(40)	50.0	30.0	2.5	15.0	0.0	0.0	2.5	0.0
	촬영	(30)	50.0	33.3	10.0	0.0	3.3	3.3	0.0	0.0
	미술	(40)	25.0	32.5	17.5	12.5	10.0	2.5	0.0	0.0
	음향	(25)	36.0	40.0	4.0	8.0	8.0	4.0	0.0	0.0
	편집	(26)	38.5	30.8	19.2	0.0	0.0	3.8	3.8	3.8
	기타	(25)	60.0	28.0	8.0	0.0	4.0	0.0	0.0	0.0
경력	3년 미만	(63)	41.3	25.4	14.3	7.9	6.3	1.6	3.2	0.0
	3~5년 미만	(30)	43.3	36.7	10.0	6.7	0.0	0.0	0.0	3.3
	5~10년 미만	(58)	39.7	36.2	10.3	8.6	3.4	1.7	0.0	0.0
	10년 이상	(35)	48.6	34.3	2.9	2.9	5.7	5.7	0.0	0.0

4. 코로나19 관련 사항[18)]

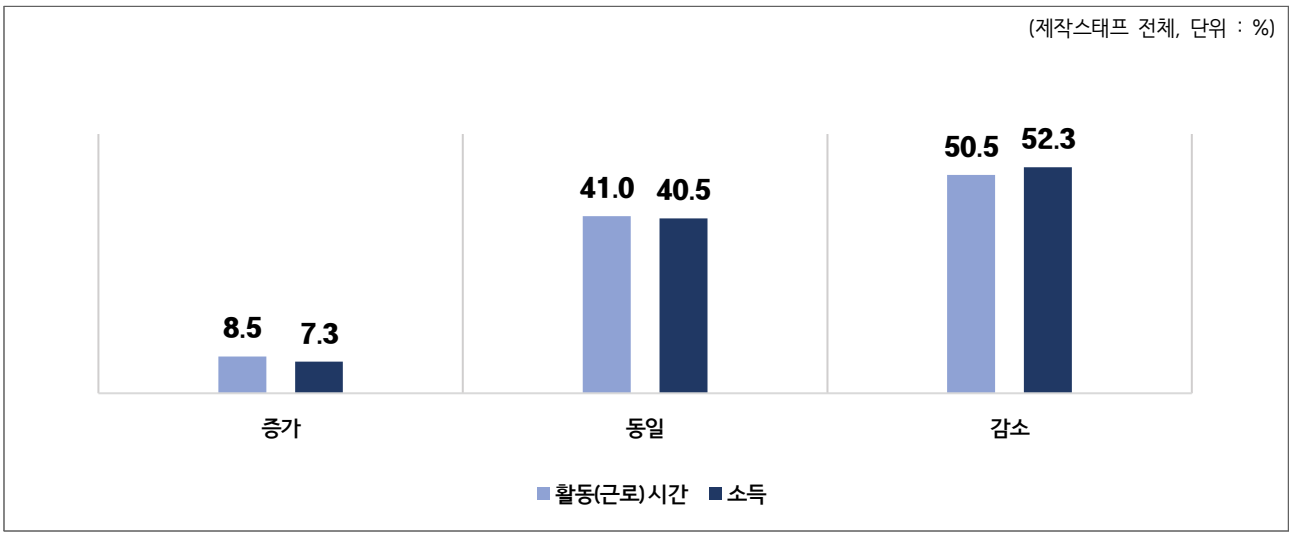
가. 코로나19로 인한 변화 및 대응 현황

(1) 활동(근로) 시간 및 소득 변화상태

❍ 2019년(코로나19 직전) 대비, 2020년 말 활동(근로) 시간 및 소득 변화상태를 보면, 활동(근로) 시간(50.5%)과 소득(52.3%) 모두 '감소' 한 인원이 많은 것으로 나타남

- 코로나 19로 인한 활동 시간 및 소득이 '동일'하다는 응답을 보면, 활동(근로) 시간이 동일하였다고 응답한 비율은 41.0%이고 소득이 동일하다고 응답한 비율은 40.5%임

《그림 3-2-34》 활동(근로) 시간 및 소득 변화상태



《표 3-2-35》 활동(근로) 시간 및 소득 변화상태

(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	활동(근로) 시간			소득		
			증가	동일	감소	증가	동일	감소
전 체		(400)	8.5	41.0	50.5	7.3	40.5	52.3
성별	남성	(231)	8.7	39.0	52.4	7.8	39.0	53.2
	여성	(169)	8.3	43.8	47.9	6.5	42.6	50.9
연령	20대	(163)	8.6	45.4	46.0	7.4	49.7	42.9
	30대	(152)	10.5	40.8	48.7	8.6	38.8	52.6
	40대	(67)	6.0	32.8	61.2	6.0	28.4	65.7
	50대 이상	(18)	0.0	33.3	66.7	0.0	16.7	83.3
주요 활동 분야	기획	(70)	8.6	30.0	61.4	5.7	24.3	70.0
	촬영	(70)	8.6	48.6	42.9	8.6	37.1	54.3
	미술	(70)	5.7	55.7	38.6	5.7	54.3	40.0
	음향	(70)	5.7	40.0	54.3	4.3	50.0	45.7
	편집	(70)	11.4	45.7	42.9	11.4	57.1	31.4
	기타	(50)	12.0	20.0	68.0	8.0	12.0	80.0
경력	3년 미만	(106)	8.5	51.9	39.6	7.5	48.1	44.3
	3~5년 미만	(75)	6.7	38.7	54.7	4.0	44.0	52.0
	5~10년 미만	(134)	11.9	38.8	49.3	9.0	40.3	50.7
	10년 이상	(85)	4.7	32.9	62.4	7.1	28.2	64.7

18) 2021년 조사의 신규 항목임

○ 활동(근로) 시간 및 소득 모두 감소하였다고 응답한 응답자의 2019년 대비 활동(근로) 시간 감소 폭은 평균 47.7%로 나타났고, 소득 감소 폭은 50.2%로 나타남

《표 3-2-36》 활동(근로) 시간 변화 폭(감소)

(활동(근로시간) 감소한 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균 (%)
전 체		(202)	3.0	12.9	16.8	13.4	10.9	11.9	5.0	11.9	6.4	4.0	4.0	47.7
성별	남성	(121)	2.5	11.6	17.4	13.2	9.1	9.9	6.6	14.9	6.6	5.8	2.5	49.4
	여성	(81)	3.7	14.8	16.0	13.6	13.6	14.8	2.5	7.4	6.2	1.2	6.2	45.2
연령	20대	(75)	1.3	17.3	17.3	16.0	8.0	13.3	4.0	13.3	4.0	2.7	2.7	44.7
	30대	(74)	6.8	16.2	17.6	12.2	10.8	6.8	1.4	12.2	9.5	1.4	5.4	44.7
	40대	(41)	0.0	0.0	12.2	4.9	17.1	19.5	9.8	12.2	7.3	12.2	4.9	61.3
	50대 이상	(12)	0.0	8.3	25.0	33.3	8.3	8.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	38.3
주요 활동 분야	기획	(43)	4.7	2.3	0.0	20.9	7.0	25.6	4.7	11.6	11.6	4.7	7.0	58.1
	촬영	(30)	0.0	3.3	16.7	16.7	13.3	6.7	6.7	20.0	3.3	10.0	3.3	55.2
	미술	(27)	3.7	29.6	25.9	11.1	11.1	3.7	0.0	0.0	7.4	3.7	3.7	35.6
	음향	(38)	0.0	15.8	42.1	2.6	5.3	5.3	5.3	13.2	7.9	0.0	2.6	41.7
	편집	(30)	6.7	30.0	10.0	10.0	6.7	6.7	3.3	13.3	6.7	6.7	0.0	41.7
	기타	(34)	2.9	2.9	8.8	17.6	23.5	17.6	8.8	11.8	0.0	0.0	5.9	49.7
경력	3년 미만	(42)	2.4	7.1	14.3	19.0	7.1	19.0	4.8	11.9	7.1	4.8	2.4	50.1
	3~5년 미만	(41)	2.4	22.0	17.1	14.6	14.6	7.3	2.4	4.9	12.2	0.0	2.4	41.5
	5~10년 미만	(66)	0.0	15.2	15.2	12.1	9.1	12.1	6.1	18.2	4.5	0.0	7.6	50.1
	10년 이상	(53)	7.5	7.5	20.8	9.4	13.2	9.4	5.7	9.4	3.8	11.3	1.9	47.7

《표 3-2-37》 소득 변화 폭(감소)

(소득 감소한 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균 (%)
전 체		(209)	2.4	8.1	16.7	13.9	8.1	16.7	8.1	12.4	5.7	4.3	3.3	50.2
성별	남성	(123)	2.4	5.7	20.3	13.8	6.5	15.4	9.8	13.0	6.5	4.1	2.4	50.2
	여성	(86)	2.3	11.6	11.6	14.0	10.5	18.6	5.8	11.6	4.7	4.7	4.7	50.1
연령	20대	(70)	0.0	11.4	17.1	14.3	7.1	17.1	10.0	14.3	4.3	1.4	2.9	48.7
	30대	(80)	5.0	11.3	20.0	11.3	8.8	12.5	5.0	13.8	6.3	3.8	2.5	46.6
	40대	(44)	2.3	0.0	9.1	9.1	9.1	20.5	11.4	11.4	9.1	11.4	6.8	62.2
	50대 이상	(15)	0.0	0.0	20.0	40.0	6.7	26.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	41.0
주요 활동 분야	기획	(49)	2.0	4.1	6.1	16.3	4.1	26.5	8.2	10.2	10.2	6.1	6.1	58.0
	촬영	(38)	2.6	2.6	15.8	15.8	13.2	15.8	10.5	18.4	2.6	0.0	2.6	50.1
	미술	(28)	0.0	25.0	25.0	21.4	0.0	10.7	0.0	3.6	7.1	7.1	0.0	38.9
	음향	(32)	0.0	12.5	37.5	9.4	3.1	9.4	6.3	12.5	3.1	3.1	3.1	43.3
	편집	(22)	4.5	9.1	13.6	4.5	9.1	4.5	18.2	9.1	13.6	13.6	0.0	56.4
	기타	(40)	5.0	2.5	10.0	12.5	17.5	22.5	7.5	17.5	0.0	0.0	5.0	50.8
경력	3년 미만	(47)	2.1	4.3	17.0	17.0	6.4	21.3	8.5	17.0	2.1	4.3	0.0	49.7
	3~5년 미만	(39)	2.6	12.8	25.6	10.3	10.3	10.3	5.1	7.7	12.8	0.0	2.6	44.9
	5~10년 미만	(68)	0.0	10.3	8.8	14.7	2.9	23.5	13.2	14.7	4.4	1.5	5.9	53.8
	10년 이상	(55)	5.5	5.5	20.0	12.7	14.5	9.1	3.6	9.1	5.5	10.9	3.6	49.9

《표 3-2-38》 활동(근로) 시간 변화 폭(증가)

(활동(근로)시간 증가한 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균 (%)
전 체		(34)	2.9	11.8	14.7	5.9	2.9	23.5	8.8	2.9	2.9	-	23.5	55.9
성별	남성	(20)	0.0	15.0	10.0	5.0	0.0	20.0	10.0	5.0	0.0	-	35.0	62.8
	여성	(14)	7.1	7.1	21.4	7.1	7.1	28.6	7.1	0.0	7.1	-	7.1	46.1
연령	20대	(14)	7.1	7.1	28.6	7.1	7.1	7.1	0.0	7.1	0.0	-	28.6	52.1
	30대	(16)	0.0	12.5	6.3	0.0	0.0	37.5	18.8	0.0	6.3	-	18.8	60.3
	40대	(4)	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	-	25.0	51.3
	50대 이상	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
주요 활동 분야	기획	(6)	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	50.0	16.7	0.0	0.0	-	0.0	51.7
	촬영	(6)	0.0	16.7	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0	-	16.7	50.8
	미술	(4)	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	-	25.0	51.3
	음향	(4)	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	-	25.0	48.8
	편집	(8)	0.0	12.5	25.0	0.0	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0	-	37.5	60.6
	기타	(6)	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	33.3	16.7	0.0	0.0	-	33.3	66.7
경력	3년 미만	(9)	0.0	0.0	22.2	0.0	0.0	22.2	11.1	0.0	0.0	-	44.4	69.4
	3~5년 미만	(5)	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	-	40.0	63.0
	5~10년 미만	(16)	6.3	18.8	6.3	6.3	6.3	25.0	6.3	6.3	6.3	-	12.5	50.0
	10년 이상	(4)	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	-	0.0	40.0

《표 3-2-39》 소득 변화 폭(증가)

(소득 증가한 응답자, 단위 : %)

구 분		사례수	0~10%	10~20%	20~30%	30~40%	40~50%	50~60%	60~70%	70~80%	80~90%	90~100%	100% 초과	평균 (%)
전 체		(29)	3.4	20.7	27.6	3.4	3.4	10.3	6.9	-	-	3.4	20.7	47.1
성별	남성	(18)	0.0	22.2	22.2	5.6	0.0	5.6	11.1	-	-	5.6	27.8	54.2
	여성	(11)	9.1	18.2	36.4	0.0	9.1	18.2	0.0	-	-	0.0	9.1	35.5
연령	20대	(12)	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	8.3	16.7	-	-	8.3	16.7	50.0
	30대	(13)	7.7	23.1	15.4	7.7	7.7	15.4	0.0	-	-	0.0	23.1	45.4
	40대	(4)	0.0	0.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	25.0	43.8
	50대 이상	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
주요 활동 분야	기획	(4)	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0	-	-	0.0	25.0	51.3
	촬영	(6)	0.0	33.3	16.7	0.0	0.0	16.7	33.3	-	-	0.0	0.0	40.0
	미술	(4)	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	25.0	33.8
	음향	(3)	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	-	-	33.3	0.0	55.0
	편집	(8)	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	12.5	0.0	-	-	0.0	37.5	54.4
	기타	(4)	0.0	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	25.0	46.3
경력	3년 미만	(8)	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	12.5	12.5	-	-	12.5	37.5	70.6
	3~5년 미만	(3)	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	33.3	50.0
	5~10년 미만	(12)	8.3	33.3	8.3	0.0	8.3	16.7	8.3	-	-	0.0	16.7	42.5
	10년 이상	(6)	0.0	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	0.0	23.3

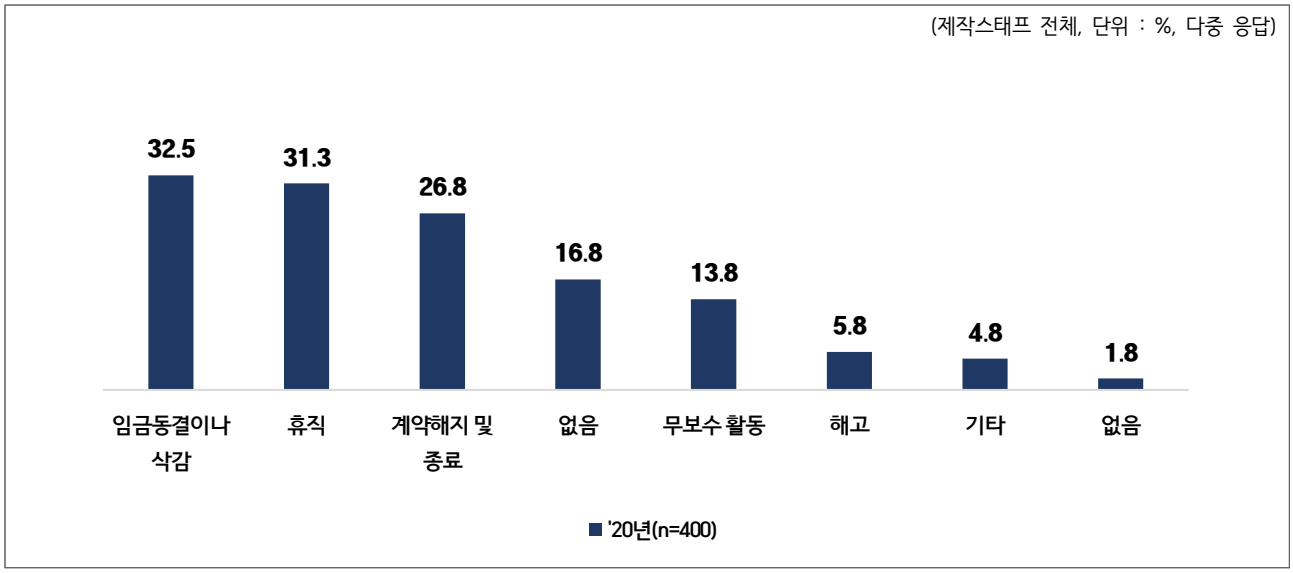
(2) 코로나19로 인해 겪은 피해 항목

○ 코로나19로 인해 겪은 피해 항목으로는 '임금동결이나 삭감'(32.5%)과 '휴직'(31.3%)이 높게 나타남

- 다음으로 '계약해지 및 종료'(26.8%), '무보수 활동'(13.8%), '해고'(5.8%) 등의 항목도 나타남

《그림 3-2-35》 코로나19로 인해 겪은 피해 항목

(제작스태프 전체, 단위 : %, 다중 응답)



《표 3-2-40》 코로나19로 인해 겪은 피해 항목

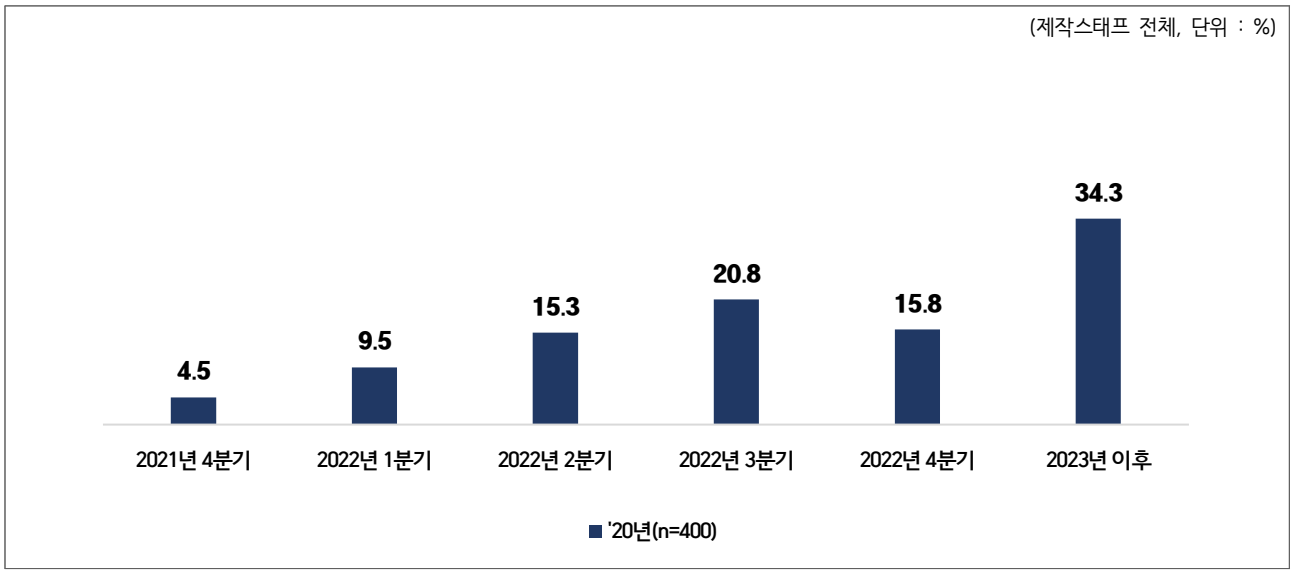
(제작스태프 전체, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	임금동결이나 삭감	휴직	계약해지 및 종료	무보수 활동	해고	기타	없음
전 체		(400)	32.5	31.3	26.8	13.8	5.8	4.8	16.8
성별	남성	(231)	31.6	32.5	27.7	13.4	6.1	5.6	15.6
	여성	(169)	33.7	29.6	25.4	14.2	5.3	3.6	18.3
연령	20대	(163)	30.1	28.2	23.9	11.0	6.1	4.3	23.9
	30대	(152)	34.2	30.3	30.9	18.4	7.9	5.3	12.5
	40대	(67)	31.3	35.8	26.9	13.4	1.5	3.0	11.9
	50대 이상	(18)	44.4	50.0	16.7	0.0	0.0	11.1	5.6
주요 활동 분야	기획	(70)	27.1	42.9	34.3	18.6	8.6	5.7	8.6
	촬영	(70)	35.7	37.1	18.6	8.6	4.3	2.9	17.1
	미술	(70)	30.0	15.7	27.1	5.7	2.9	2.9	30.0
	음향	(70)	40.0	27.1	27.1	14.3	1.4	4.3	17.1
	편집	(70)	28.6	17.1	32.9	22.9	8.6	2.9	21.4
	기타	(50)	34.0	54.0	18.0	12.0	10.0	12.0	2.0
경력	3년 미만	(106)	32.1	31.1	28.3	16.0	9.4	2.8	19.8
	3~5년 미만	(75)	30.7	32.0	29.3	18.7	4.0	1.3	9.3
	5~10년 미만	(134)	30.6	31.3	18.7	10.4	4.5	7.5	19.4
	10년 이상	(85)	37.6	30.6	35.3	11.8	4.7	5.9	15.3

(3) 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기

○ 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상 시기는 '2023년 이후'(34.3%)로 예상하는 응답이 가장 높게 나타남

《그림 3-2-36》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기



《표 3-2-41》 코로나19 이전으로의 활동상황 회복 예상시기

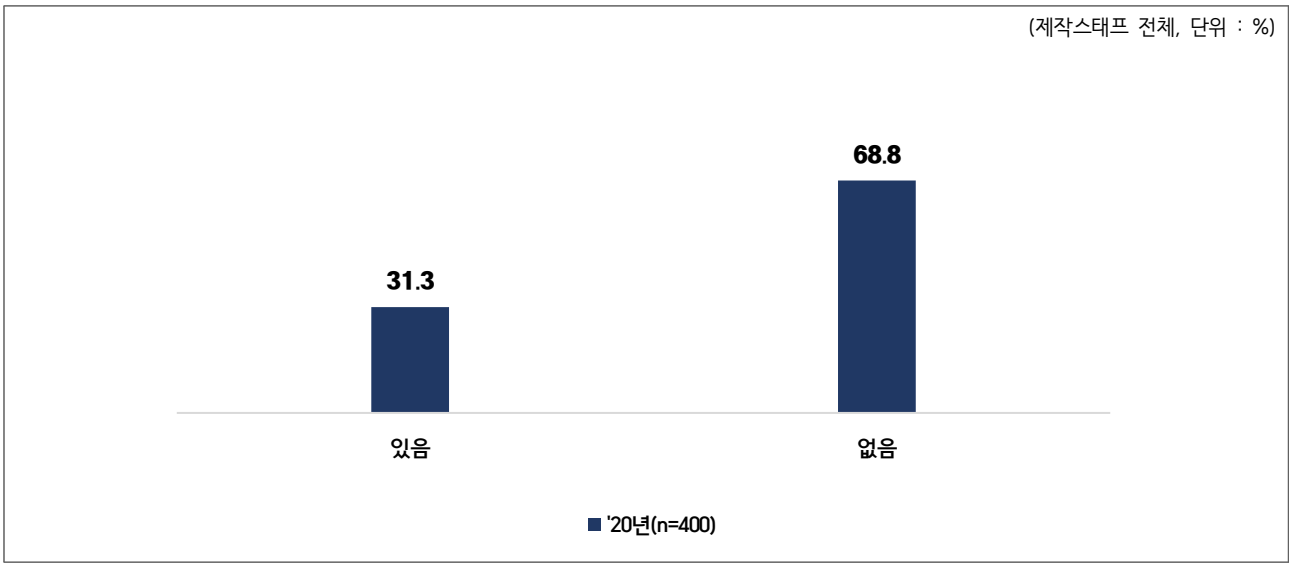
(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	2021년 4분기	2022년 1분기	2022년 2분기	2022년 3분기	2022년 4분기	2023년 이후
전 체		(400)	4.5	9.5	15.3	20.8	15.8	34.3
성별	남성	(231)	6.9	10.0	14.3	18.2	12.6	38.1
	여성	(169)	1.2	8.9	16.6	24.3	20.1	29.0
연령	20대	(163)	2.5	9.2	15.3	23.9	16.6	32.5
	30대	(152)	3.9	11.2	13.2	21.1	15.1	35.5
	40대	(67)	7.5	7.5	16.4	14.9	13.4	40.3
	50대 이상	(18)	16.7	5.6	27.8	11.1	22.2	16.7
주요 활동 분야	기획	(70)	7.1	12.9	14.3	20.0	15.7	30.0
	촬영	(70)	7.1	7.1	17.1	20.0	12.9	35.7
	미술	(70)	2.9	4.3	14.3	20.0	24.3	34.3
	음향	(70)	1.4	12.9	11.4	24.3	12.9	37.1
	편집	(70)	0.0	10.0	12.9	21.4	15.7	40.0
	기타	(50)	10.0	10.0	24.0	18.0	12.0	26.0
경력	3년 미만	(106)	6.6	11.3	17.9	17.9	15.1	31.1
	3~5년 미만	(75)	4.0	4.0	14.7	25.3	16.0	36.0
	5~10년 미만	(134)	3.0	11.2	14.9	22.4	16.4	32.1
	10년 이상	(85)	4.7	9.4	12.9	17.6	15.3	40.0

(4) 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험

○ 2020년부터 현재까지 코로나19로 인한 경영 또는 활동 애로사항 해소를 위해 정부지원 사업에 참여(수혜)한 경험이 있다는 응답은 31.3%로 나타남

《그림 3-2-37》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험



《표 3-2-42》 코로나19 관련 정부지원사업 참여(수혜) 경험

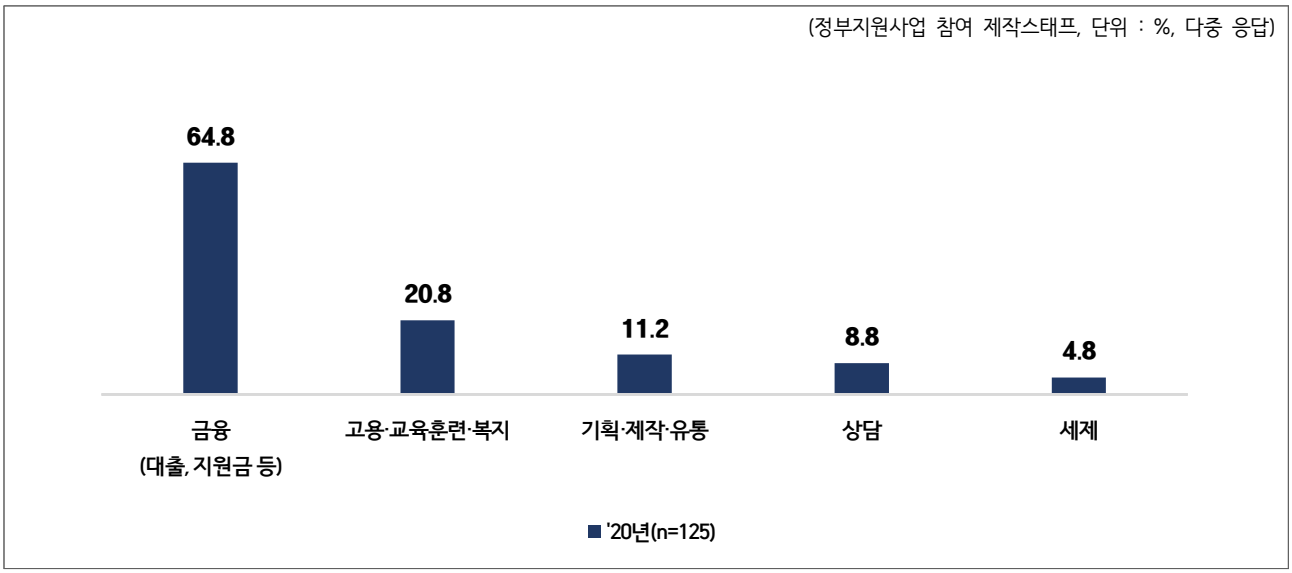
(제작스태프 전체, 단위 : %)

구 분		사례수	있음	없음
전 체		(400)	31.3	68.8
성별	남성	(231)	28.1	71.9
	여성	(169)	35.5	64.5
연령	20대	(163)	28.2	71.8
	30대	(152)	32.2	67.8
	40대	(67)	34.3	65.7
	50대 이상	(18)	38.9	61.1
주요 활동 분야	기획	(70)	54.3	45.7
	촬영	(70)	25.7	74.3
	미술	(70)	18.6	81.4
	음향	(70)	25.7	74.3
	편집	(70)	22.9	77.1
	기타	(50)	44.0	56.0
경력	3년 미만	(106)	26.4	73.6
	3~5년 미만	(75)	30.7	69.3
	5~10년 미만	(134)	32.1	67.9
	10년 이상	(85)	36.5	63.5

(5) 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업

○ 코로나19 와 관련하여 참여한 정부지원사업은 '대출, 지원금 등 금융' 지원이 64.8%로 가장 높고, 다음으로 '고용, 고육훈련, 복지'(20.8%), '기획, 제작, 유통'(11.2%), '상담'(8.8%) 순으로 나타남

《 그림 3-2-38 》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업



《 표 3-2-43 》 코로나19 관련 참여(수혜)한 정부지원사업

(정부지원사업 참여 제작스태프, 단위 : %, 다중 응답)

구 분		사례수	금융 (대출, 지원금 등)	고용·교육훈련·복지	기획·제작·유통	상담	세제
전 체		(125)	64.8	20.8	11.2	8.8	4.8
성별	남성	(65)	67.7	18.5	10.8	7.7	4.6
	여성	(60)	61.7	23.3	11.7	10.0	5.0
연령	20대	(46)	65.2	17.4	13.0	6.5	2.2
	30대	(49)	65.3	22.4	10.2	10.2	6.1
	40대	(23)	65.2	21.7	13.0	8.7	8.7
	50대 이상	(7)	57.1	28.6	0.0	14.3	0.0
주요 활동 분야	기획	(38)	65.8	26.3	15.8	2.6	2.6
	촬영	(18)	50.0	0.0	33.3	11.1	5.6
	미술	(13)	76.9	15.4	0.0	7.7	7.7
	음향	(18)	77.8	16.7	5.6	0.0	0.0
	편집	(16)	68.8	25.0	0.0	18.8	12.5
	기타	(22)	54.5	31.8	4.5	18.2	4.5
경력	3년 미만	(28)	57.1	28.6	7.1	21.4	7.1
	3~5년 미만	(23)	47.8	21.7	26.1	4.3	4.3
	5~10년 미만	(43)	67.4	20.9	7.0	4.7	2.3
	10년 이상	(31)	80.6	12.9	9.7	6.5	6.5

나. 기타 애로 사항 및 개선의견

❍ 기타 애로 사항 및 개선의견을 제시한 스태프는 총 269명임

❍ 그 중 '근로시간 준수'와 '임금 개선'(각 17.8%)이 가장 높게 나타남

- '일자리 창출'(4.3%)과 '열악한 근무 환경 개선'(4.0%) 의 의견도 있었음

《표 3-2-44》 기타 애로 및 개선사항

(단위 : %)

구 분	기타 애로 및 개선사항	사례수	비율
1	근로시간 준수	(71)	17.8
2	임금 개선	(71)	17.8
3	일자리 창출	(17)	4.3
4	열악한 근무 환경 개선	(16)	4.0
5	처우 개선	(14)	3.5
6	갑질 근절	(13)	3.3
7	복리후생 개선	(12)	3.0
8	고용 안정	(9)	2.3
9	계약서 작성 및 이행	(6)	1.5
10	임금 체불	(6)	1.5
11	전반적인 인식 개선	(6)	1.5
12	코로나19 거리두기	(6)	1.5
13	미래에 대한 불확실성	(5)	1.3
14	코로나 피해 지원 확대	(5)	1.3
15	평등한 기회 보장	(5)	1.3
16	무분별한 스케줄 관리	(4)	1.0

* 전체 응답 기준, 상위 1.0% 이상만 작성한 표임

다. 코로나19로 인해 필요 정부지원

○ 코로나19로 인한 정부지원 사항 의견을 제시한 스태프는 총 255명임

○ 그 중 '재난지원금 등 정부 지원금'(18.5%)이 가장 높게 나타남

- '일자리 지원/창출', '프리랜서 지원'(각 4.8%), '정부지원금 및 고용 확대'(4.5%), '생활 지원금'(3.8%) 등의 의견도 있었음

《표 3-2-45》 코로나19로 인해 필요 정부지원

(단위 : %)

구 분	필요 정부지원	사례수	비율
1	정부 지원금(재난지원금 등)	(74)	18.5
2	일자리 지원/창출	(19)	4.8
3	프리랜서 지원	(19)	4.8
4	정부 지원금 및 고용 확대	(18)	4.5
5	생활 지원금	(15)	3.8
6	제작/ 창작 지원	(8)	2.0
7	차별적인 코로나 거리두기 완화	(8)	2.0
8	급여 지원	(7)	1.8
9	인력 지원	(7)	1.8
10	방역 수칙 강화	(6)	1.5
11	빠른 백신 접종	(6)	1.5
12	대출 지원	(5)	1.3
13	예술인 복지 지원 확대	(5)	1.3
14	코로나 종식	(5)	1.3
15	계약 취소 관련 지원	(4)	1.0
16	고용 해제 시 최소 안정망 제도적 마련	(4)	1.0
17	교육 지원	(4)	1.0
18	독립영화 지원	(4)	1.0
19	문화산업 활성화	(4)	1.0
20	물가 안정	(4)	1.0
21	방역 물품 지원	(4)	1.0
22	세제 지원	(4)	1.0

* 전체 응답 기준, 상위 1.0% 이상만 작성한 표임

제3절 종사자 심층 인터뷰 결과

1. 조사 개요

가. 종사자 심층 인터뷰 개요

❍ 대중문화예술산업 종사자 대상 심층인터뷰 세부 설계는 다음과 같음

《표 3-3-1》 심층인터뷰 조사 개요

구분	대중문화예술인	대중문화예술제작물스태프	학원형 기획사 관련 이슈 인터뷰
표본수	총 16명 (분야별 2~3명)	총 15명 (분야별 3명)	총 4명 (피해 경험자 1명, 업계 종사자 3명)
조사 방법	1대1 심층 인터뷰		
자료 수집 기간	2021년 8월 24일 ~ 2021년 10월 15일		

나. 직무 분야별 완료 현황

❍ 심층인터뷰 최종 완료 현황은 다음와 같음

《표 3-3-2》 심층인터뷰 완료 현황

대중문화예술인		
대분류	소분류	명수
연기	연기자(탤런트, 영화)	2명
	코미디언	2명
	뮤지컬배우	2명
	성우	1명
무용	댄서	2명
연주	연주자	2명
가창	가수	3명
그 밖의 예능	모델/공연 예술가/기타 방송인	2명
합계		**16명**

대중문화예술제작물스태프		
대분류	중분류	명수
기획	기획/제작/연출/홍보 마케팅/구성 작가	3명
촬영	촬영/조명/특수효과	3명
미술	미술/의상/분장	3명
음향	동시녹음/음향	3명
편집	편집/Visual Effects/DI	3명
합계		**15명**

학원형 기획사 관련	
분류	명수
피해 경험자	1명
업계 종사자	3명
합계	4명

다. 심층인터뷰 주요 내용

❍ 대중문화예술인 및 대중문화예술제작물스태프 대상 심층인터뷰 주요 내용은 아래와 같음

《표 3-3-3》 심층인터뷰 주요 내용

구분		주요 내용
대중문화예술 활동 사항		• 대중문화예술 활동 분야 • 대중문화예술 활동 관련 근로 현황 (활동 시기, 직업 안정성, 환경 등) • 대중문화예술산업 종사자로서 성공 요인 • 전업 예술인 여부
대중문화예술 관련 고용 및 소득		• 계약 현황 • 계약 외의 활동 및 부당 대우 경험 • 4대 보험 가입 현황 • 소득 현황
코로나 19로 인한 변화 및 대응 현황		• 코로나19로 인한 활동 변화 • 코로나19 대응 현황
산업의 문제점 및 정부 지원정책		• 산업의 발전을 저해하는 문제점 • 희망하는 정부 지원 정책
산업 관련 이슈	학원형 기획사	• 학원형 기획사에 대한 인지도 • 학원형 기획사에 대한 피해 사례 • 학원형 기획사에 대한 피해를 입지 않기 위한 방안 • 연예기획사의 신인 발굴
	매니저 직군 처우	• 매니저 직군의 주요 업무 • 매니저 직군의 처우 및 피해 사례 경험

2. 대중문화예술인 심층인터뷰 결과

가. 대중문화예술 관련 활동 현황

(1) 대중문화예술 관련 활동 현황

○ 활동 현황을 묻는 질문에 대해서는 분야에 따라 주요 활동 시기, 활동 시간 등에 모두 차이가 있음

《표 3-3-4》 대중문화예술인의 활동 현황

분야	주요 내용 요약
연기자	• 작품 활동 시기에는 수면시간, 이동시간을 제외하고는 계속 현장에서 촬영함 • 활동작품이 한 개인 시기를 기준으로 주 1~2회 촬영장에 가고 하루 10~12시간 촬영함
코미디언	• 방송활동을 할 때에는 매주 1회 녹화가 있고 코너 기획으로 일주일이 바쁜 편임 • 방송사 공채 활동 시 주 5일 근무가 기본이고 오전 10시에 출근하여 오후 6~7시쯤 회의가 끝난 후 퇴근하는 편
뮤지컬배우	• 한 개의 작품에 참여하게 되면 1일 1회 공연하는 편이며, 성수기인 연말은 하루에 2회 공연하는데 활동 시간은 최대 4시간 정도 • 연습 기간은 작품 인지도가 높고 장기간 진행하는 뮤지컬 공연은 보통 1~2달, 단기간 공연은 약 1달 정도 진행되는데 연습 기간에 대한 임금은 기획·제작사마다 다르나, 임금을 주더라도 교통비와 식비 정도만 지급 • 연습 기간에는 오전 9시~6시쯤 연습을 마치는 방식으로 하루 9시간 정도 연습하고 있으며, 리허설이나 세부적인 연습이 필요할 때는 더 길어짐
성우	• 최근 성우 수요가 많은 게임 캐릭터 녹음과 해외 애니메이션 작품 등에 참여하고 있으며, 다양한 OTT 서비스에서 외화 더빙과 대기업 내 홍보와 교육 목적으로 운영되는 사내 방송사 작업 등 참여 • 한 작품을 진행 중 동시 캐스팅이 되는 사례도 있으며, 온종일 여러 개의 다른 녹음 작업에 참여할 때도 있음. 최근에는 젊은 성우들이 애니메이션 분야에서 여러 작업을 동시에 진행하며 활발하게 활동
댄서	• 가수들의 활동 시기나 콘서트 투어에 따라 바쁜 시기가 결정되며, 콘서트와 시상식이 집중되는 12~2월 활동이 가장 많음 • 연습 기간에 대한 임금은 따로 책정되지 않으며, 연평균 5~6개월 소득이 발생하지 않는 연습 기간이 있음 • 아이돌 가수의 댄서로 활동 시 대략 하루 12시간 정도 활동하며, 국내 콘서트는 당일이나 전날 공연장에 가고 평균 공연장에 있는 시간은 리허설 참여와 대기시간을 포함하여 10시간 정도이며, 해외 콘서트는 보통 2박 3일 정도
연주자	• 곡 녹음 시 활동 시간은 하루 평균 6~7시간 정도 되며, 한 곡 작업 기준 1~2시간, 피드백을 주고받게 되면 시간이 추가됨 • 콘서트 활동 시간은 리허설과 대기시간을 포함해 대략 13시간 정도
가수	• 트로트 가수는 방송 활동도 많지만 주로 행사 위주의 활동이 많고 지역 축제가 많은 봄과 가을 시기 활동이 많음 • 아이돌 가수로 활동 시 하루 22시간 정도 활동하였으며, 앨범 발매 전후로 1~2개월 동안 가장 바쁜 편 • 코로나19 이후 공연 활동은 거의 하지 못하고 있으며, 앨범 발매 위주로 활동하고 있음
모델	• 한 달 기준 동영상 플랫폼 유○○ 채널의 촬영과 사진 촬영을 모두 포함하면 평균 7~8일 정도 일하고 있으며, 하루 기준 평균 4시간 정도 일함
MC	• 지역의 각종 축제, 체육대회, 연말 송년회 등 행사가 많아지는 9월 이후의 활동이 가장 활발 • 행사 시간에 맞춰 활동하므로 근무 시간이 정해져 있지 않으며 하루에 2~3개의 행사를 하게 되면 오전부터 늦은 밤까지 일할 때도 있음

(2) 직업 안정성

❍ 대중문화예술인은 대부분 불규칙한 활동으로 인해 직업 안정성을 낮게 평가하며, 출강, 개인 트레이너, 기타 아르바이트 등의 소득 활동을 병행하는 사례도 있음

❍ 댄서, 연주자의 경우 연령대의 제한도 직업 안정성을 낮게 평가하는 요인으로 보고 있으며, 반면 MC의 경우 활동에 연령 제한이 없다는 점을 긍정적으로 보고 있음

《표 3-3-5》 대중문화예술인의 직업 안정성

분야	주요 내용 요약
연기자	• 방송 활동이 연극 활동보다는 경제적으로 더 안정적임 • 공연 활동 소득보다 영화나 드라마 등 방송 활동 소득이 높아서 유사한 경력 기간을 가진 연기자일지라도 공연 활동만으로 비슷한 소득 수준을 갖기 어려움 (예 : 연극배우로 활동 시 월 출연료 약 30만 원, 드라마에서는 총 회차를 합한 출연료가 약 7,000만 원) • 연기자들은 대부분 직업 안정성이 없다고 생각하는 편
코미디언	• 코미디언의 경우 방송사 공채로 입사해도 1~2년 계약직이며, 계약기간 종료 후에는 프리랜서로 활동해야 하므로 직업 안정성은 없음 • 또한 코로나19가 장기화됨에 따라 코미디 프로그램이 폐지되어 출연자들은 다수가 직업을 잃게 되었음. 코미디언 다수가 현재 동영상 플랫폼 유OO에서 채널을 운영하거나 영상 편집 등 기술 분야로 전향하였음
뮤지컬배우	• 제작사에서 공백기간 및 작품 준비 기간을 고려하여 보수를 지급하지만 주연급 배우를 제외하고는 공연 참여 기회 자체가 적으므로 직업 안정성이 떨어짐 • 소수의 주연급 뮤지컬 배우들은 대극장 작품에 출연하여 공백 기간 없이 꾸준히 활동하지만, 그 외 뮤지컬 배우들에게는 꾸준한 활동이 보장되지 않음 • 뮤지컬 출연 이 외에 출강, 개인레슨, 축가, 행사 등 다른 직업을 병행하는 사례 있음
성우	• 고정 급여가 없어서 방송사 공채로 활동해도 안정적인 소득이 보장되지 않음. • 한국성우협회 700명 성우 중 실제로 활동하고 있는 사람은 200명이 채 되지 않고 경력에 따라 출연료 차이가 있어 연차가 오를수록 작업량이 줄어들 수밖에 없는 구조 • 경제적인 측면에서 안정성이 취약하여 소규모 자영업과 병행하는 사례가 많음
댄서	• 경력, 인지도, 댄스팀 소속여부에 따라 소득에 차이가 있음 • 대부분은 불규칙한 활동 때문에 소득이 불안정하며, 타 분야보다 활동할 수 있는 연령대가 제한적이라서 직업 안정성이 없다고 생각함 • 일반인, 기획사 소속 연습생 등을 대상으로 댄스 트레이너 활동을 겸업함
연주자	• 나이가 들수록 빠르게 변화하는 유행을 받아들이는 속도가 늦어지므로 과거 대비 소득이 점점 감소하고 있음. 경력에 따른 우대와 보상 시스템이 체계적으로 갖추어지지 않아 직업 안정성이 떨어진다고 생각함 • 예술고등학교, 대학교 실용음악과, 실용음악 학원 등에서 시간 강사로 소득활동 병행함
가수	• 노래 능력과 유명세 등이 연예계 활동 수명에 큰 영향을 끼치며 이를 꾸준히 유지하는 것은 현실적으로 매우 어려움 • 인디 가수의 경우 저작권료가 적고 공연도 일정하지 않기 때문 직업 안정성이 낮음 • 인지도가 높은 편이어도 직업 특성상 소득의 공백 기간이 존재하기 때문에 이에 대한 관리에 따라 경제적 안정성이 좌우됨
모델	• 내추럴 사이즈 모델들이 시장에 꾸준히 유입되고 있어서 일거리가 점점 줄어들고 있으며, 이러한 상황을 고려하면 직업 안정성은 불안하다고 생각함
MC	• 이벤트 분야의 프리랜서 직업은 안정성과는 거리가 있음. • 다만 MC라는 직무는 40~70대까지 활동할 수 있고 본인이 건강하다면 오랫동안 직업을 유지하는 것이 가능함. 현재 유명 장편 방송 프로그램에서는 70대 이상의 MC들이 활동하고 있는 것처럼 장기 활동 가능성도 있음

(3) 활동 시 작업 환경

❍ 활동 시 부상에 대한 위험요소는 존재하지만, 대부분 시설 점검에 대한 시스템이 잘 갖추어져 있어 안전에 큰 우려는 없음

❍ 특히 드라마/영화의 위험한 장면 촬영 시, 공연 시에는 의료팀 및 전문 보안요원이 항시 대기하므로 돌발 상황으로부터 안전한 편임

❍ 다만 코미디언의 경우 촬영 중 부상이 발생한 사례가 있었으나, 부상 당한채로 촬영을 지속하거나 출연자 사비로 병원비로 부담하는 등 대응에 아쉬움이 있었음

《표 3-3-6》 대중문화예술인의 활동 현황시 작업 환경

분야	주요 내용 요약
연기자	• 위험한 장면 촬영 시 위험요소와 부상 요소가 있지만, 안전 점검에 대한 시스템이 잘 갖추어져 있고, 의료팀이 항시 대기하기 때문에 안전에 대한 큰 우려는 없음
코미디언	• 낡은 시설을 제외하면 안전상 큰 문제는 없으나, 간혹 세트 전환 시 부상을 당하는 사례가 있음. • 방송 코미디 프로그램 촬영 시 연기 중 부상당한 사례가 있었는데 부상 당한채로 연기 후 병원에 갔고 사비로 병원비를 부담한 경험이 있음
뮤지컬배우	• 무대 암전 시 이동하는 과정이 뮤지컬 공연의 위험 요소로 볼 수 있지만, 제작 스태프들이 안전 관리를 철저하게 해주어서 암전 시 이동하는 과정 중 사고가 발생한 사례는 없었음 • 또한 공연 시 백스테이지에 무대 크루 스태프가 항시 대기하고 있었으며 공연장에서 무대 기기(조명 등) 점검을 수시로 했기 때문에 공연장 시설로 위험성을 느낀 적은 없음
성우	• 실내 녹음실에서 작업하기 때문에 시설과 안전에 관한 문제는 없음
댄서	• 리허설 시 제작 스태프들이 무대 동선을 잘 설명해주어 안전한 편이고 공연장에 보안 요원이 항시 대기하고 있어서 돌발 상황으로부터 안전한 편 • 행사 및 공연 시 열악한 대기 장소로 인하여 불편한 사례가 많았음
연주자	• 공연 시 전문 업체가 투입되다 보니 시설과 안전에 관해 확실하게 통제되는 편
가수	• 행사 및 공연 시 무대가 평평하지 않는 등 다소 불편한 환경에서 안무하다가 가벼운 상처를 입은 사례가 있었음
모델	• 활동할 때 시설이나 안전 면에서는 문제없지만, 촬영 주최사가 촬영 콘셉트에 맞는 소품 준비가 부족하여 크기가 맞지 않는 의류와 구두를 착용할 때 현장에서 불편함을 느끼는 사례가 종종 있음
MC	• 무대가 다 완성되고 시설 안전 준비를 마쳤을 때 투입되기 때문에 시설과 관련한 위험성은 없는 편

(4) 대중문화예술인으로서 성공 요인

❍ 대부분 분야에서 개인의 자질, 노력 등을 주요 성공 요인으로 보고 있음

❍ 연기자, 뮤지컬배우, 가수의 경우에는 대형 기획사에 소속되어 지원을 받는 것을 성공 조건으로 보고 있음

❍ 성우, 댄서, 연주자, 모델 등 대부분의 분야에서 인간관계도 중요한 성공 요인으로 꼽음

《표 3-3-7》 대중문화예술인으로서의 성공 요인

분야	주요 내용 요약
연기자	• 개인의 자질과 노력, 끈기가 가장 중요함 • 대형 기획사에 소속되어 있는 경우 지원이 적극적이라서 성공하는데 유리한 조건이 될 수 있음
코미디언	• 개인의 역량이 가장 큰 부분을 차지하며, 그 역량을 키워나가기 위해서는 경제적 능력과 투자 시간이 중요함
뮤지컬배우	• 개인의 노력(열정)과 타고난 자질이 가장 중요함 • 뮤지컬 배우도 대형기획사 소속 여부에 많은 영향을 받는 편이며, 현재 대극장에서 공연하고 있는 배우들은 기획사에 소속되어 있음
성우	• 타고난 자질이 가장 중요하며, 성실한 인품, 캐스팅을 위해 원만한 인간관계도 매우 중요함 • 성우의 경우 출연 단가가 낮아 기획사와 수익을 배분하는 구조가 성립되지 않아 기획사 없이 프리랜서로 활동 하는 것이 일반적임
댄서	• 개인의 노력, 타고난 자질, 출중한 실적이 중요함 • 주변인들로부터 일거리를 소개받는 경우가 많기 때문에 인간관계도 중요함 • 솔로보다 팀으로 활동할 경우 경쟁력이 있음
연주자	• 타고난 자질이 기본적인 요소 • 앨범 작업과 공연 합주는 혼자가 아닌 여러 사람과 협업하는 일이기 때문에 원만한 인간관계를 맺으면 일거리를 소개받는 데 도움 될 수 있음
가수	• 타고난 자질(감성, 음색 등)과 개인의 노력이 중요함 • 대형 기획사에 소속되어 있는 경우 체계적으로 가수를 지원해줄 수 있고, 영업 역량이 뛰어나므로 성공에 유리함
모델	• 자신만의 개성을 정체성으로 삼고 본인을 상품화하는 능력이 필요함 • 여러 작가와 친분을 쌓으면 작품 참여 기회가 많아지기 때문에 연고와 인간관계도 중요함.
MC	• 타고난 자질에 해당하는 재능이 중요해서 100% 노력만으로 성공하기 어려움 • 기획자(고객)에게 좋은 인성과 성실한 면모를 보이지 않으면 활동을 유지하는 것이 어려운 편 • 연고와 인간관계는 인적 네트워크를 통해 새로운 일거리가 생기기 때문에 중요한 편

나. 대중문화예술 관련 고용 및 소득 현황

(1) 계약 사항

❍ 연기자, 코미디언, 뮤지컬배우, 가수와 같이 소속사와 전속 계약을 체결하는 경우에는 표준계약서를 활용하여 체결하는 경우가 많음

❍ 모델의 경우 자체계약서를 활용하여 에이전시 계약을 체결하며, 외부의 의뢰를 받아 모델을 연결해 주고 수수료를 가져가는 방식으로 운영함

❍ 댄서, 연주자, MC의 경우 구두계약 체결이 일반적임

《표 3-3-8》 대중문화예술인의 계약 사항

분야	주요 내용 요약
연기자	• 소속사와 표준계약서를 사용하여 계약 기간을 3년으로 체결함. • 주변 연기자들의 계약 기간은 3년, 5년, 7년으로 다양하지만, 신인 연기자는 보통 7년으로 계약을 체결하는 사례가 많음 • 작품 참여 시 방송출연표준계약서를 활용하여 계약을 체결했으며, 부속 합의서는 작성하지 않았음, 계약서에는 계약 기간, 출연 회차, 출연료, 진행 비용 등 기본적인 사항은 모두 명시되어 있었음
코미디언	• 과거 방송 공채 입사했을 때 계약 기간 1년으로 표준계약서를 활용하여 계약을 체결한 경험이 있음. 계약금, 출연료(회차당 받는 방식), 계약기간 등의 내용이 명시되어 있었음.
뮤지컬배우	• 교육극 뮤지컬 배우 활동 시 자체 계약서로 계약 체결했으며, 계약서 내 회차, 계약 기간 등의 내용이 명시되어 있고 계약 기간은 1년 임 • 기획사와 계약 체결시 표준전속계약서를 활용하여 계약 체결하였음. • 계약 종료 후 기획사와 계약 연장하지 않고 매니저와 구두 계약 체결함. • 이후, 매니저가 대중문화예술기획업 등록과 함께 새로운 기획·제작사를 설립함
성우	• 방송사 공채의 경우 전속계약서(당시는 표준계약서가 없었음)를 사용했으며, 총 계약 기간은 시기에 따라 2~3년을 보장하고 1년 단위로 갱신
댄서	• 댄서라는 직업 특성상 담당 가수의 일정에 따라 구두 계약이 일반적
연주자	• 대부분의 건반 세션과 편곡 작업은 구두 계약 체결 • 기획사의 소속 작곡가로 계약을 체결했던 사례가 있는데 표준계약서로 체결하였음
가수	• 기획사와 표준전속계약서로 계약을 체결했으며, 갑과 을의 조율된 의견이 상세히 명시된 부속 합의서도 체결함. 계약 기간은 5년으로 정함 • 기획사에 소속된 대중문화예술인들은 모두 표준계약서를 활용하여 계약 체결하는 편이며 계약 기간은 보통 3~5년 사이로 알고 있음
모델	• 에이전시와 자체 계약서를 활용하여 계약을 체결함. 에이전시는 여러 모델의 프로필을 관리하며, 외부에서 의뢰받는 적합한 이미지의 모델을 연결해 주는 형식이라 출연료에서 수수료 40%를 가져가는 방식으로 운영
MC	• 제작사와 계약서를 작성하고 참여하는 행사는 거의 없음. 행사는 보통 구두 계약이며 출연 시간과 출연료는 사전에 확정됨 • 다만 과거 방송 활동 시 출연 계약서를 작성한 경험은 있으나, 표준계약서 여부는 알지 못함.

(2) 계약서에 없는 활동 및 부당 대우 경험

❍ 계약서에 없는 활동은 대부분의 분야에서 경험이 없는 것으로 나타났으나, 코미디언의 경우 막내 기수의 경우 코너 운영을 위한 소품, 의상 관리 등으로 장시간 근무를 하는 경험이 많음

❍ 부당 대우 경험으로는 임금 지연, 임금 체불 등의 사례가 많았으며, 소송을 할 경우 이미지 하락으로 활동에 지장을 줄까봐 대처를 하지 못한 사례가 있었음

《표 3-3-9》 대중문화예술인의 계약서에 없는 활동 및 부당 대우 경험

분야	주요 내용 요약
연기자	• 임금 지연 사례는 종종 있었고 임금 지연 시 별다른 대처를 하지 않고 기다렸음 • 연극 연기자로 활동 중 공연 제작사의 파산으로 임금을 일부 못 받은 사례가 있는데 당시 나이가 매우 어려서 적절한 대처방안을 찾기 어려웠으며 결국 임금을 받지 못함
코미디언	• 코미디언 분야는 막내 기수가 소품과 의상 관리를 해야 하는 관행이 있어 이를 의무적으로 담당하였음. 프로그램 운영을 위한 코너 기획, 의상과 소품 관리, 무대 배경, CG 작업 등 모든 작업 과정에 참여하여 막내 기수는 하루 12시간 이상 근무할 때가 많았음 • 과거 방송 프로그램 출연 후 임금체불 사례가 있었는데 갑에 해당하는 PD에게 해결을 요청하는 것이 추후 활동에 지장이 생길 수 있어 대응하지 못함 • 2010년 중후반까지는 폭언, 욕설 등이 관례처럼 존재했는데 미투 사건 이후로는 많이 개선되어 더는 발생하지 않고 있음
뮤지컬배우	• 대중문화예술이 아닌 연극배우들의 출연료를 회당 2~3만 원으로 너무 낮게 책정하거나 나이 순서대로 출연료를 책정하는 문제에 관해 들어본 사례가 있음 • 주변 후배 동료가 기획·제작사로부터 출연료 지급 지연 등의 부당 대우를 받았을 때 해결 방안에 대한 조언을 구하는 연락을 받았던 경험이 몇 차례 있음. 이에 관해 기획·제작사에 연락하여 출연료 지급을 위한 소통 시도를 먼저 해보고 이후에도 문제가 해결되지 않는다면 예술인 복지재단 등 기관에 상담 요청하여 문제를 해결할 수 있다는 조언을 해주었음
성우	• 녹음 작업 후 임금체불 경험이 꽤 많은데 제작사가 지급을 계속 미루거나 고의로 제작사를 폐업하는 등 성우 업계 내 임금체불은 만연함 • 제작사의 임금체불 시 계약서를 작성하지 않는 사례가 많아 대부분 받지 못함
댄서	• 임금체불 사례는 없지만 빈번한 임금 지급 지연 때문에 고충이 있음 • 댄스 분야에 입문한 시기에는 임금 체불과 무보수 활동 사례가 많았지만, 지금은 많이 개선된 것 같음
연주자	• 구두 계약 시 10곡을 의뢰받아 작업했으나 1곡을 더 작업해달라는 의뢰인의 요청으로 추가 작업을 했던 경험이 있음. • 공연은 보통 선지급이 아닌 후지급 방식으로 출연료가 지급되는데 임금 지급 지연 사례가 많았음 • 임금체불의 사례도 있었는데 소송을 통해 출연료를 받을 수 있지만, 소송으로 인한 업계 내 이미지가 안 좋아지면 활동에 지장을 고려하여 소송을 진행하지 못함
가수	• 과거 기획사와 계약 기간 3년 동안 다수의 앨범 발매와 방송 활동을 했지만, 소득이 발생하지 않았다는 이유로 임금을 한 차례도 받지 못했으며 정산 명세서를 요청하였지만 받지 못함. • 법적 조치로 인해 발생하는 비용이 부담됐으며, 기획사와 마찰이 일어난다면 스스로 이미지를 훼손하는 상황으로 이어질까 봐 적절히 대처 못 함 • 과거 기획사가 회식을 빌미로 방송사 피디, 기자 등과 접대 형식의 술자리에 동석을 요청하여 불편했던 사례가 있었으나 최근에는 부당한 대우를 받은 적이 없음
모델	• 모델 업계에서 통용하는 단가보다 과하게 낮은 금액으로 출연료를 받은 사례가 있음 • 빅사이즈 모델로 활동 시, 스태프들의 막말이나 인신공격 등으로 부당한 대우를 받은 경험이 있었고 당시 별다른 대처를 하지 못함
MC	• 임금 지연 사례가 종종 있음

(3) 4대보험 가입 현황

❍ 대부분 건강보험과 국민연금의 경우 피부양자 또는 지역가입자로 가입함

❍ 작품, 공연 활동시에는 제작사 측에서 산재보험을 가입하기도 함

❍ 고용보험은 대부분 대중문화예술 이 외 직업을 통해 가입하며, 연기자 및 코미디언에서 일부 예술인 고용보험을 가입한 사례가 있음

《표 3-3-10》 대중문화예술인의 4대 보험 가입 현황

분야	주요 내용 요약
연기자	• 작품 활동 시에는 제작사 측에서 산재보험 가입 • 최근 예술인 고용보험에 가입했는데 최근에는 활동 시 필수적으로 연기자와 제작사가 각각 50% 비용 부담하여 예술인 고용보험에 가입하여 활동하는 환경으로 변하고 있음. 드라마와 영화 출연료의 0.1%를 예술인 고용보험에 의무적으로 내는 형식
코미디언	• 공채 합격 후 방송국 소속이었지만 4대 보험에 가입되지 않았음 • 콘텐츠 제작사를 통해 건강보험, 국민연금, 산재보험에 가입 • 예술인 고용보험 최근에 가입함
뮤지컬배우	• 작품 활동 시에는 산재보험 가입 • 예술인 고용보험 가입한 사례 없음
성우	• 프리랜서이므로 4대 보험 가입에 해당 하지 않음 (건강보험, 국민연금 지역가입자, 산재 및 고용보험 가입되지 않음)
댄서	• 공연에 참여시에만 제작사에서 산재 보험 가입
연주자	• 출강하는 학교를 통해 고용 보험만 가입(건강보험, 국민연금 지역가입자)
가수	• 건강보험 및 국민연금은 지역가입자, 산재보험 및 고용보험은 가입되어 있지 않음 • 타직업을 통해 4대 보험 가입되어 있는 사례 있음
모델	• 건강보험 및 국민연금은 지역가입자, 산재보험 및 고용보험은 가입되어 있지 않음
MC	• 건강보험 및 국민연금은 지역가입자, 산재보험 및 고용보험은 가입되어 있지 않음

(4) 소득 현황

❍ 모든 분야에서 개인의 인지도, 활동분야, 경력 등에 따라 소득에 차이가 있음

❍ 대부분 대중문화활동 분야의 소득이 타 분야 소득보다 높으나, 댄서, 연주, 가수, MC 분야는 코로가19의 영향으로 활동이 줄어 대중문화예술 분야 이외의 소득이 높은 사례도 있음

《표 3-3-11》 대중문화예술인의 소득 현황

분야	주요 내용 요약
연기자	• 공연 활동 소득보다 영화나 드라마 등 방송 활동 소득이 높아서 유사한 경력 기간을 가진 연기자일지라도 공연 활동만으로 비슷한 소득 수준을 갖기 어려움 • 대중문화예술 활동 소득이 주요 소득임
코미디언	• 운영 중인 동영상 플랫폼 유○○ 채널이 인기가 높아 방송소득보다 높은 편임
뮤지컬배우	• 대중문화예술 활동에 해당하는 공연 소득이 큰 편 • 공연이 없는 시기에 교육극 활동, 개인 레슨 등의 소득활동을 하지만 대중문화예술활동 소득이 훨씬 높은 편
성우	• 소규모 자영업을 병행하였으나 주요 소득원은 성우 활동임 • 최근 코로나19의 영향은 없었고 오히려 다양한 게임과 오디오북 콘텐츠 제작이 증가하여 성우들의 일거리가 많아졌고 주변 성우들의 소득도 증가함
댄서	• 개인에 따라, 경력 댄서팀 소속 여부에 따가 소득이 다를 수 있음 • 코로나19 이전에는 안무 창작 활동을 포함하여 대중문화예술 활동 소득이 높았지만, 현재는 그 외 개인 레슨 형태의 교육 활동을 통한 소득이 높음
연주자	• 편곡 작업 등 곡 작업 연주자, 공연 연주자 등 분야에 따라 수득에 차이가 있음 • 코로나19 이전에는 대중문화예술 활동 소득이 높았으나 코로나19 이후에는 연주자 활동이 많이 줄어들어 강사 활동 소득이 더 높음
가수	• 인지도에 따라 소득의 차이가 큰 편임 • 아이돌 가수의 경우 다른 소득활동을 병행하지 않으며 대중문화예술 소득이 높은 편이지만 인디가수, 인지도가 낮은 가수의 경우 다른 소득활동으로 얻는 소득이 더 높은 편 • 특히 코로나19로 공연수익이 줄어 대중문화예술 소득에 영향을 줌
모델	• 패션모델, 쇼핑몰모델 등 작업물의 유형, 촬영장소의 유형 따라 출연료가 달라서 평균을 말하기 어려움 • 모델 활동의 소득이 타 분야 소득보다 높음
MC	• 소득이 고정적이지 않지만 코로나19 이후 소득이 약 50% 이상 감소함 • 2021년에는 비대면으로 새로운 행사 방식과 대중문화예술산업 분야 이외 소득 활동을 하고 있어서 2020년 대비 전체 소득은 증가한 편 • MC 활동보다 모바일 쇼호스트 활동을 통해 얻는 소득이 더 높음

다. 코로나19로 인한 변화 및 대응

(1) 코로나로 인한 활동 변화

❍ 대부분의 분야에서 코로나19로 인해 활동에 영향을 받음

❍ 특히 영화, 공연, 행사 등의 분야에서 큰 타격을 받은 것으로 보이며, 이에 따라 대중문화예술인들이 드라마, 온라인 공연, OTT 콘텐츠 분야로 전환하는 사례도 있음

❍ 댄서, 연주자, 인지도가 낮은 공연, 행사 위주의 가수들의 경우 대중문화예술 분야 이 외의 소득으로 생계를 유지함

❍ 반면, 성우의 경우 OTT, 동영상 플랫폼, 오디오북, 게임 시장의 확장으로 인해 활동의 기회가 많아짐

《표 3-3-12》 대중문화예술인의 코로나19로 인한 활동 변화

분야	주요 내용 요약
연기자	• 영화 촬영, 개봉 등이 코로나19의 여파로 취소되고 있으며, 주변의 동료들이 작품이 줄어 활동 감소의 어려움을 겪고 있음 • 코로나19 이후 OTT 콘텐츠와 동영상 플랫폼인 유OO 채널이 활성화 되고 있는데, 이로 인해 영화산업이 계속 침체 될 가능성이 있어 우려가 됨 • 영화 활동은 줄었지만 드라마 등에 참여하게 되면서 소득에 영향은 없었음
코미디언	• 코로나19 이전에는 외부 행사를 많이 했는데 코로나19 이후 행사가 취소 또는 비대면으로 바뀌면서 행사 활동의 소득이 많이 감소함 • 또한 스탠드업 코미디 공연, 방송사 공개 코미디 프로그램이 폐지되었는데 코로나19로 인해 코미디 시장의 축소되는 것이 우려됨 • 스탠드업 코미디, 공개 코미디 프로그램의 경우 활동이 불가능해서 소득이 없으며, 동영상 플랫폼 유OO 채널을 통해 소득을 얻고 있음
뮤지컬배우	• 코로나19로 인해 뮤지컬 작품 자체가 많이 줄었고, 공연을 하는 경우에도 공연 횟수가 많이 줄어 활동과 소득이 감소함 • 뮤지컬 공연의 감소로 온라인 뮤지컬, 드라마, 영화, OTT 콘텐츠 다른 연기 분야로 전환하는 사례도 있음 • 뮤지컬은 관심 있는 소수 관객층만 즐겼던 장르로 영화보다 대중적이지 않은데, 코로나19로 유명한 대형 작품마저 중단되는 사례가 많아져서 뮤지컬 시장이 위축되고 있음
성우	• 애니메이션에서 단체 녹음이 중요하지만, 현재 코로나19 방역 지침 때문에 단체 녹음을 할 수 없고 개별 녹음을 진행하다 보니 녹음실 대관 비용 증가로 제작사들의 고충이 있음 • 성우들 역시 상대 배역 성우들과 호흡을 맞춰야 하는데 개인 녹음 진행으로 작업 시 힘든 점이 있음 • 하지만 성우 분야는 OTT 서비스의 약진, 동영상 플랫폼의 폭발적 성장, 오디오북, 게임 시장의 확장으로 코로나19 이후 전반적으로 일거리와 소득이 증가함
댄서	• 가수들의 콘서트, 행사, 공연 등이 취소되어 활동이 많이 줄었으며, 안무 창작과 개인레슨 등으로 소득을 유지하고 있음 • 직업 특성상 다수가 모여서 안무해야 하지만 코로나 방역지침으로 어려움이 있으며, 방송 활동 시 마스크를 벗고 안무에 참여하기 때문에 코로나19 감염에 대한 우려가 있음
연주자	• 공연이 많이 축소되어 활동의 기회가 많이 줄었으며 과거에는 관객이 있는 곳에서 연주했었으나 현재는 대부분 비대면으로 진행하고 있음 • 코로나19로 인해 대중문화예술 활동 외 소득으로 생계를 유지하고 있음 (출강, 연주 아르바이트 등)

분야	주요 내용 요약
가수	• 공연, 행사를 주 활동으로 하는 가수들은 활동이 많이 감소함 • 앨범을 발매해도 코로나19로 활동이 감소하여 소득이 거의 발생하지 않아서 기획사는 앨범 작업을 적극적으로 진행하지 못하고 있는데 코로나19 이전과 비교하면 연간 앨범 발매 횟수가 50% 감소함 • 대중문화예술인은 무대 위에서 관객들과 소통하는 직업인데 코로나19로 기존과 같은 소통이 불가능해지다 보니 무대에서 즐거움을 전달하는 재능이 위축될까 봐 우려됨 • 일자리 감소 때문에 생계에 위기를 느끼는 대중문화예술인들이 많은데 코로나19 이후 택배 업체나 배달 아르바이트를 하는 주변 지인들의 사례가 많음
모델	• 코로나19 이전 촬영은 다수 모델이 함께 출연하는 사례가 많았으나 코로나19 이후로는 방역 지침 강화로 다수의 모델이 함께 촬영하는 경우가 많이 감소함 • 코로나19 장기화 때문에 촬영 기회가 줄어들고 소득 감소에 대한 불안감이 큰 상황
MC	• 코로나19 이후 일거리가 많이 감소하여 생활고가 심했고 주변 대중문화예술인 중 MC들은 활동 중단으로 집에서 생활하는 시간이 많아져서 무력감에 시달려 정신적 피해도 발생함 • 코로나19로 대부분의 소통이 비대면 방식으로 진행되다 보니 AI, 비대면 회의 플랫폼, 메타버스 등 비대면 시스템에 최적화된 여러 기술이 발달하고 있는데, 코로나19 종결 후에도 대면보다 컴퓨터 가상공간 안에서 진행하는 비대면 방식을 더욱 선호하게 될 수도 있겠다는 우려가 있음 • 2020년에는 코로나19 이전 대비 활동 시간과 소득 모두 70~80% 이상 감소하였으며, 2021년은 2020년 대비 10~20% 정도 회복된 상태

(2) 코로나19 대응 현황

❍ 코로나19에 제약을 받지 않는 연기, 유OO 채널 운영 등 활동분야를 전향하거나 출강, 일반인 대상 레슨 등으로 생계를 유지 하고 있는 것으로 나타남.

❍ 뮤지컬배우, 댄서 등 일부 예술인은 대중문화예술 분야에서 생계유지가 힘들것으로 예상하고 타 산업 분야의 직업을 찾기 위해 교육을 수료중인 사례도 있음

《표 3-3-13》 대중문화예술인의 코로나19 대응 현황

분야	주요 내용 요약
연기자	• 본업을 위한 운동과 언어 공부를 하며 자기 계발 위주의 시간을 보내고 있음
코미디언	• 연기 분야 오디션에 지원할 계획이 있음
뮤지컬배우	• 당분간 뮤지컬 시장에서의 활발한 활동이 어려울 것 같다고 예상되어 재택근무가 가능한 포토샵, 일러스트 등과 같이 컴퓨터를 활용할 수 있는 일자리를 찾기 위해 학원에 등록함
성우	• 주변 종사자 중 동영상 플랫폼 유○○나 인터넷 개인방송 등으로 영역을 넓히는 사례가 있음
댄서	• 방송 댄서로 활동하여 생계유지가 힘들 것으로 예측하여 내일 배움 카드를 발급받아 타 산업에서 종사하는 데 필요한 교육을 이수하고 있음 • 과거에는 기획사에 속한 연습생 위주의 개인 레슨을 지도했었다면, 코로나19 영향으로 구인·구직 애플리케이션을 통해 일반인 개인 레슨 영역을 확장함
연주자	• 재정비 시간을 가지면서 개인 앨범 작업을 생각 중 • 학생들에게 비대면 온라인 공연 동향을 고려하여 비대면 연주 시 연주자가 갖춰야 할 자세 등을 연구하여 강의하고 있음
가수	• 공연 활동을 할 수 없어서 팬들과 소통하기 위해 동영상 플랫폼 유○○ 채널을 운영하고 있음
모델	• 현재 소득이 불안정하여 동영상 플랫폼 유○○ 채널 운영과 연기자 영역으로 활동 범위 확대나 대중문화예술산업 외 직업으로 전향을 고민하고 있음
MC	• 코로나19를 겪으면서 한 가지 직업으로 생계유지가 힘들 것으로 판단하여 올해 초 모바일 쇼호스트 활동을 시작했음

라. 대중문화예술산업의 문제점 및 지원정책

❍ 대중문화예술산업 발전을 위한 의견으로 생계유지 및 직업 안정성 확보에 대한 정책 지원의 필요성을 제시한 의견이 많았음

❍ 또한 신인/무명 예술인에 대한 최저 임금제를 고려하여 임금을 책정할수 있도록 정책적 규제가 필요하다는 의견이 있었음

❍ 이 외에도 댄스 창작물에 대한 저작권 인정, 공연 준비를 위한 연습에 대한 노동 인정, 임금 체불, 임금지급 지연 등에 대한 부당 대우 개선을 위한 정책이 필요하다는 의견이 있었음

《표 3-3-14》 대중문화예술산업의 문제점 및 지원정책

분야	주요 내용 요약
연기자	• 대형 제작사의 작품을 주로 상영하는 교차 상영이 관객들의 장르 취향을 더욱 편향적으로 만들어 산업 발전을 저해하고 있음. 작품의 예술성과 다양성을 고려하여 영화를 상영하는 독립/예술영화관을 늘리고, 대형 상영관에서 상업 영화만 황금 시간대에 편성하는 것을 방지하기 위한 정책이 필요함 • 공연 연습에 모든 시간을 투자하다가 코로나19로 공연이 중단·취소되는 사례가 발생하면서 피해를 보는 연기자들이 많았음. 이에 대한 대처 방안이 없어서 연기자들의 고충이 크고 이러한 연기자들을 위한 세분된 예술 분야 지원정책이 필요함
코미디언	• 지속적인 코미디 공연을 위해 예술인 지원금 등 지원을 받을 때 뮤지컬이나 연극처럼 지원 대상에 코미디라는 분야(카테고리)가 없어 어려움을 겪은 경험이 있음. 코미디 분야 발전을 위해 재정 지원이 필요함. 대중문화예술산업에 코미디라는 산업 분류를 추가해주었으면 좋겠음. • 코미디언도 PD나 아나운서처럼 1~3차 시험 과정을 거친 후 입사하지만, PD나 아나운서 직군은 정규직이고 코미디언은 1~2년의 단기 계약직으로 차이가 있어서 직군별로 다르게 적용되는 방송사의 채용 제도를 변경할 필요가 있음 • 코로나19 이후 생계가 위험한 직업이라는 인식이 더욱 강해지면서 대중문화예술분야에 종사하려는 사람이 감소하고 있음. 대중문화예술산업 분야의 직업을 안정적으로 인식할 수 있게 정책적 지원해 주었으면 좋겠음
뮤지컬배우	• 티켓 파워가 중요하다 보니 인지도 있는 연기자를 캐스팅하는 스타 마케팅이 잦아 신인 뮤지컬 배우들이 활동할 수 있는 자리가 부족한 상태임. • 신인 뮤지컬 배우들의 설 자리가 마련될 수 있는 정책적 지원이 필요하고, 신인 배우들에게 최저임금제를 고려한 출연료를 지급하도록 정부 차원의 정책이 필요함 • 프랑스의 예술 정책과 같이 예술인들의 최소 생계유지를 위한 정책적 지원이 필요함. 현재 코로나19로 활동이 감소한 대중문화예술인들을 대상으로 새로운 작품을 기획·제작할 수 있는 정책적 지원과 생계유지를 위한 재정적 지원이 활발하게 이루어질 필요가 있음
성우	• 성우 고용 시 표준출연계약서를 활용하도록 업계 분위기 및 법적 구속력 있는 강력한 정책이 마련되면 좋을 것 같음 • 출연자들에게 출연료가 미지급되는 사례가 많으며, 이러한 면은 대중문화예술인들의 활동 동력을 저해한다고 생각함
댄서	• 대중음악 기반의 창작 안무는 작곡가들처럼 저작권료가 없어서 안무 창작가들의 독창적인 창작 동력을 저해하고 있으며 본인이 만든 안무의 권리를 주장하기도 어려워 고충이 큼. 안무 창작에 대한 저작권료를 받을 수 있는 명확한 기준이 제도적으로 필요하다고 생각함 • 댄서들을 위한 협회가 활성화되도록 정부 정책으로 시행하여 댄서들의 처우 개선이 필요함
연주자	• 공연 연주자의 경우 상대적으로 임금이 낮게 책정되어 있으며, 이는 공연을 위한 연습 준비와 실연에 대한 이해가 부족해서 만들어진 상황이라고 생각함 • 임금 체불, 임금 지연, 낮은 임금 등의 부당한 대우를 받은 사례가 매우 많았는데 이러한 경우 발생은 대중문화예술인들의 업무 동력을 저해하며, 산업 이탈을 일으키는 원인이라고 생각함 • 프리랜서 삶의 질 향상을 위해 프리랜서도 4대 보험에 가입할 수 있는 정책 수립이 필요함. 예술인의 직업 특수성을 고려하여 건강보험료가 책정되고 해촉 증명서 처리가 현재보다 간편해질 필요가 있음

분야	주요 내용 요약
가수	• 계약 체결 후 적극적인 활동 지원을 하지 않은 채 소속 가수를 방치하는 사례를 방지하기 위해 실효성 있는 구제 방안을 마련해야 하며, 업계가 좁아 부당한 대우를 받더라도 앞으로의 활동에 부정적인 영향을 끼칠까 우려되어 다른 대응을 하지 못하고 있는 많은 대중문화예술인을 구제할 수 있는 장치가 필요함 • 창작자의 음악 저작권료 분배 비율이 현재보다 더 높게 책정되도록 개선되어야 하며, 대중음악 산업 유통 구조에 정부가 강력히 개입하여 유통사들의 경쟁 때문에 낮게 책정된 디지털 음원 스트리밍 단가를 높여야 함 • 방송사에서 출연자들에게 명확한 근무시간을 제시할 수 있도록 법적인 규제가 필요함. 방송 분량이 부족하다는 이유로 이른 아침부터 다음날 새벽까지 장시간 촬영하는 사례들이 잦았고 이유 없이 장시간 대기하여 발생하는 피로감은 대중문화예술인의 건강을 해치기 때문
모델	• 유명 대중문화예술인과 무명 대중문화예술인의 시간당 임금 격차가 과하여 이에 대한 조정이 필요함. 이를 보완하기 위해 무명 모델과 연기자의 최저임금제를 시행하면 좋겠음
MC	• MC의 출연료에 대해 현재보다 많아져야 한다고 생각하지만, 최저 단가 마련 정책은 이미 오랜 시간 고착된 MC들의 낮은 임금을 개선하는데 실효성은 없다고 생각함 • 오히려 MC 직무의 가치를 보다 높이 평가할 수 있도록 업계 분위기 조성과 효율적인 정책이 연구되어 시행될 필요가 있음

3. 대중문화예술제작물 스태프 심층인터뷰 결과

가. 대중문화예술 관련 활동 현황

(1) 대중문화예술 관련 활동 현황

○ 직무 분야에 따라 주요 활동 시기, 활동 시간 등에 모두 차이가 있음

《표 3-3-15》 대중문화예술제작물 스태프의 활동 현황

분야	주요 내용 요약
기획	• (앨범제작) 특정 기획에 소속된 대중문화예술인(가수)의 앨범 작업과 OST 앨범을 작업하고 있어서 1년 내내 꾸준히 제작 업무에서 활동하고 있음. 보통 1년에 앨범 1개를 작업하는 게 일반적인데 많을 때는 동시에 앨범 4개를 한 번에 진행하기도 함. 통상적으로 하루 8~9시간의 근무 시간이 정해져 있지만, 일이 많은 시기에는 10시간을 초과하여 근무함 • (PD) 1년 중 가을에 활동이 가장 많은데 광고영상이나 홍보영상은 주로 여름에서 가을로 넘어가는 시기에 많은 프로젝트가 진행되기 때문. 가장 활동이 많은 시기의 하루 최대 활동 시간은 16시간 정도 • (구성작가) 현재 케이블 방송사 두 곳에서 예능 프로그램 작가로 활동하고 있으며, 런칭 준비 중인 동영상 플랫폼 유○○ 채널까지 포함하여 3개 정도 프로그램 진행 중 작업 의뢰는 꾸준히 들어오고 있어서 본인의 선택에 따라 활동량을 결정할 수 있음 3개 프로그램에서 활동하고 있는 관계로 수면 시간 외 대부분이 작업 시간으로 볼 수 있음
촬영	• (무대조명) 코로나19 이전에는 하계 시즌인 5월부터 9~10월, 동계 시즌인 11월부터 1월까지가 활동이 많은 시기였음. 활동이 많은 시기에는 하루 12시간 정도 근무하며, 활동이 적은 시기에는 하루 6~7시간 정도 근무. 행잉(hanging) 작업부터 메모리 셋업 등 여러 가지 업무를 맡은 총담당자이기 때문에 하루 12시간 이상 근무했던 사례가 많으며, 수면이 부족한 상태로 근무할 때가 종종 있었음 • (특수효과) 업무량이 많아 1년 내내 바쁜 편이고, 1년에 3개월 정도는 매우 바쁜 기간이라고 할 수 있음. 애니메이션 제작사에서는 보통 하루 12시간 정도 근무했으며, 영화는 바쁜 시기 기준 10~12시간 이상 근무했음 • (촬영감독) 여러 작품이 겹치면 24시간이 부족할 정도로 바빠 수면 시간을 제외한 모든 시간을 작업에 몰두하는 편임. 비교적 활동이 한가한 시기에는 일주일 기준으로 쉬는 시간을 제외하고 16시간 정도의 개인 시간이 있음
미술	• (분장) 출장 분장 업체 소속 당시 아침 9시에 촬영이 시작되었는데 분장, 조명, 기획 등 제작 스태프 팀은 촬영 시작 전 분장을 완료해야 해서 새벽 6~7시부터 작업을 시작함. 촬영 중간에 수정 분장이 필요하여 하루 12시간 정도 근무했음. 업무 건 별 간단한 분장을 할 때도 있고 촬영이 모두 완료할 때까지 상주하며 분장을 해야 할 때도 있어서 근무시간이 모두 다른 편 • (미술감독) 장편 영화는 촬영 초기 이른 새벽(오전 6시~7시)부터 시작해서 일정이 빠듯할 때는 밤 12시나 새벽까지 진행하는 사례가 많음. 뮤직비디오처럼 빠르게 촬영을 마무리해야 하는 작업 또한 대부분 새벽까지 진행하는 사례가 많고 촬영에 들어가기 전 모든 팀이 일정을 공유하지만, 사람이 진행하는 작업이다 보니 분장 또는 무대 세팅 등 업무 연기가 발생하게 되면 전체 스케줄이 같이 연기되는 사례가 빈번함 • (의상감독) 활동이 활발한 시기에는 영화와 광고 등 3개 이상의 작품이 겹칠 때도 있음. 활동 시간이 정해져 있지 않으며 수면 시간을 제외한 모든 시간에 활동하고 있는데 바쁘게 활동할 때는 건강 문제가 우려됨
음향	• (스튜디오엔지니어) 스튜디오에 의뢰하는 대중문화예술인(가수 등)은 야간작업을 선호하다 보니 야간에 근무하게 되는 근로 형태를 갖추고 있지만, 의뢰인의 요구에 따라 근무하는 시간이 유동적이라서 고정적인 출퇴근 시간이 정해져 있지 않음 • (음향) 근무 시간을 특정하기 어려우나 보통 하루 12시간 작업하며, 대형 프로젝트에 참여할 때는 근무 시간이 12시간을 초과함. 보통 행사장 근처 숙소에서 머물며 작업에 참여함 • (동시녹음) 활동이 많은 시기는 작품 수에 따라 달라지기 때문에 예측 불가능. 활동 시간은 현장 투입 시간 모두 포함하여 약 12시간 정도로 간혹 장비 점검 등 외적으로 준비해야 할 사항이 생기게 되면 3~4시간 정도 초과하여 근무할 때도 있음. 현장 업무란 '영화 제작 현장'을 말하는 것으로 현장 업무 밖에서 준비해야 하는 업무는 개인 사무실을 사용하고 현장에서 사용할 장비를 준비해 나가는 시간은 약 3시간 정도 소요되며, 영화 촬영 현장에서 녹음한 데이터를 정리하는데 약 2시간 정도 소요되는 편

분야	주요 내용 요약
편집	• (영상편집) 공연은 주로 연말 활동이 많은 편이며, 영상 제작·편집 활동은 바쁜 활동 시기가 정해져 있지 않고 1년 내내 비슷한 편. 연말 공연으로 활동이 많을 때는 오전부터 다음 날 새벽까지 근무할 때가 많고, 비교적 여유로운 시기에는 오전 9시에 출근하여 6~7시에 퇴근하는 편이며, 일이 많이 몰릴 때는 초과 근무를 하고 있음 • (비주얼이펙트) 보통 대중문화예술인의 데뷔 또는 앨범 발매 등 홍보를 준비하는 업무에 참여할 때가 가장 활동 시간이 길고 수면 시간과 이동 시간 외 모든 시간을 작업물 제작해야 함. 1일 8시간 근로시간이 기준이지만 10시간 이상의 근무함 • (편집기사) 업무 특성상 근무 시간이 특별히 정해져 있지 않으며, 평균 4시간의 수면시간 외 남은 시간이 활동 시간이고 영화나 드라마 같은 작품을 담당할 때는 실시간으로 송출되는 점과 별도의 제작 기간이 있어서 한 달 내내 환경이 똑같음. 편집 작업이 많지 않은 비교적 한가할 때도 미팅 등 기타 외부 업무들이 있어 보통 하루에 10~18시간 정도 활동 중

(2) 직업 안정성

❍ 직무 분야에 따라 직업 안정성을 다르게 보고 있음

❍ 불규칙한 업무 수주로 직업 안정성을 낮게 생각하는 경우가 있으며, 연령대 제한이나 업무 강도가 높아 지속성 측면에서 직업 안정성을 낮게 평가하는 경우도 있음

《표 3-3-16》 대중문화예술제작물 스태프의 직업 안정성

분야	주요 내용 요약
기획	• (앨범제작) 제작 스태프의 직업 안정성을 대중문화예술인(가수) 활동과 비교한다면, 제작 스태프 소득은 꾸준해서 안정성이 있음. 현재 예술 경영 대학원에서 석사 과정 재학 중이며, 앞으로도 앨범 제작 스태프로 활동할 계획 • (PD) 제작 스태프는 4대 보험적용, 고용의 안정성 등 법적 보호를 받는 측면에서 안정적인 직업은 아님. 다만 코로나19 이후에 타격이 없었던 점을 고려하면 안정적인 면도 있는데 특히 영상 업계 동료들은 코로나19 이후 영상 분야 수요가 급격히 많아졌다고 체감 • (구성작가) 현재 꾸준히 의뢰가 들어오는 곳이 있어서 활발히 활동하고 있지만 간혹 갑작스럽게 프로그램이 폐지되면 몇 달 동안 소득 없이 쉬어야 할 때도 있어 직업 안정성은 없다고 생각함
촬영	• (무대조명) 경제적인 면에서 직업 안정성을 생각하면 코로나19 이전과 비교했을 때 직업 안정성이 많이 떨어졌는데 코로나19 이전에는 인력 수요보다 공급이 적어서 일거리 수주 경쟁률이 높지 않았지만, 공연이 줄어들면서 경쟁률이 높아졌음 • (특수효과) 애니메이션 분야는 업무 강도가 매우 높고, 경제적 측면, 지속성, 안정성 부분에서 좋지 않다고 생각함. 영화는 애니메이션 분야보다는 나은 편이나 제작사마다 차이가 존재함. 프로젝트가 많은 제작사는 업무량이 많고 업무량이 적절한 제작사는 애니메이션보다 급여가 조금 좋을 뿐이지 실제로는 업무 환경이 좋은 편은 아님. 이러한 점을 고려하여 최근 VFX(특수효과, Visual Effects) 분야 종사자들이 게임 또는 메타버스 쪽으로 이직하는 추세 • (촬영감독) 직업의 지속성 부분을 본다면 불안정한 편인데 노동 시간보다 급여, 복지가 매우 열악함. 방송사에서는 수익 창출을 위해 계약직 또는 용역직을 많이 고용하여 정직원 복지에 사용되는 예산을 최소화하고 있는 것으로 알고 있는데 실제 직원 비율을 보면 계약직, 용역직과 정직원 비율이 6:4 정도
미술	• (분장) 코로나19 이전에는 지속적인 업무 의뢰요청이 있었으나 코로나19 이후 업무 의뢰가 많이 감소해서 직업 안정성 면이 좋은 편은 아님 • (미술감독) 미술감독이 팀을 결성해 작품에 참여하는 방식이라서 작업 수주 능력이 좋은 미술감독의 팀에 소속되어 꾸준히 작품에 참여하면 안정적인 직업이 될 수 있음. 체력 소모가 많은 직업 특성상 장기간 현장에서 활동하기가 매우 어려워서 30~40대가 되어 미술감독으로 어느 정도 경력을 쌓은 후 강연 분야로 전향하는 사례가 많음 • (의상감독) 지속성을 고려할 시 타 분야보다 직업 안정성은 불안정함. 영화 분야에서는 50~60대가 되어도 활동할 수 있지만, 광고 분야는 수명이 매우 짧음
음향	• (스튜디오엔지니어) 매달 소득의 비율이 극단적으로 달라서 직업 안정성은 없다고 생각함 • (음향) 직업의 안전성은 없으며, 근무 시간 대비 소득이 낮은 편 • (동시녹음) 활동하는 시기가 고정적이지 않아서 활동이 많을 때는 경제적 여유가 생겨 안정적인 편이지만, 활동이 줄어들면 안정적인 생계유지와 여가 생활을 하는 데 금전적으로 부족할 때도 있어서 안정적일 때와 비안정적일 때가 상존
편집	• (영상편집) 경제적 측면의 직업 안정성은 영상 제작·편집은 안정성이 있고 지속해서 수요가 많은 분야라서 일거리 감소에 대한 불안감은 없음 • (비주얼이펙트) 전문직 분야라서 직업 안정성은 어느 정도 보장된다고 생각하나 시대의 감각과 기술을 따라가지 못한다면 나이가 들수록 도태될 수 있는 위험 요소가 있음 • (편집기사) 편집 분야는 인간관계에 따라 참여할 수 있는 작품 수가 크게 차이가 나고 소득도 충분하지 않아 지속성과 경제적인 측면에서 바라보는 직업 안정성은 불안정함. 또한, 영상 콘텐츠 분야에서 45세 이상의 편집 감독은 찾아보기 힘들며, 기술의 발전에 발맞춰 도태되지 않기가 굉장히 어려운 직업이라서 50대, 60대에도 계속할 수 있는 업무는 아니라고 생각함

(3) 활동 시 작업 환경

❍ 활동 시 작업환경에 대해 주로 사무실에서 근무하는 경우는 안전하게 보고 있으며, 공연 또는 촬영 현장에서 근무하는 경우에는 위험 요소가 존재하는 것으로 보고 있음

❍ 작업환경의 안전성에 대한 대비도 중요하지만 사고 발생 시 산재보험 가입 등 대책 마련도 필요함

《표 3-3-17》 대중문화예술제작물 스태프의 활동 현황 시 작업 환경

분야	주요 내용 요약
기획	• (앨범제작) 앨범 작업 환경과 시설에 대한 문제점은 전혀 없고 스튜디오, 사무실 모두 안전하게 시설이 갖추어져 있어서 환경적 문제는 없음 • (PD) 큰 부상을 겪은 적은 없지만, 직접 무거운 카메라를 들고 촬영하여 손목 통증으로 한의원에서 치료받은 사례가 있는데 이는 일종의 직업병 • (구성작가) 코로나19로 인해 일주일 중 이틀만 출근하고, 나머지는 재택근무를 하고 있는데 제작사에서 작가들이 있는 공간을 따로 제공해주어서 복지는 만족하고 있음
촬영	• (무대조명) 작업 환경에서 시설은 극장 규모에 따라 다른데 대학로에 있는 작은 극장에서 발생하는 사고는 주로 추락, 물체 낙하, 감전 사고가 자주 발생하는 편이며, 간혹 화재가 일어나기도 하지만 극장에서 화재 사고 예방에 신경을 쓰고 있어서 화재 사고가 발생할 확률은 적은 편 • (특수효과) 주로 사무실에서 근무해서 작업 환경은 안전한 편임 • (촬영감독) 후반 작업은 편집 업무라서 안전상 큰 문제는 없지만, 촬영 업무는 위험 요소가 많이 존재함. 다큐멘터리 프로그램에 참여했을 때 좋은 장면을 찍기 위해 벼랑 끝에서 촬영하다 낙상한 경험이 있으며, 뱀에 물렸던 경험도 있음. 과거에는 보험 처리가 전혀 되지 않았으나 현재는 기획·제작사에서 상해보험에 가입하여 사고 발생 시 치료받을 수 있도록 해주고 있어서 보험 처리는 이전보다 개선된 환경
미술	• (분장) 촬영 현장에서 분장 업무를 진행할 때 적합한 테이블 높이, 의자 높낮이 등의 조건을 반영하지 않고 제작된 스튜디오에서 활동할 때가 많아서 불편할 때가 많으며, 조명이 제대로 갖춰지지 않은 공간이나 창고에서 분장한 사례도 있을 정도로 작업 환경이 좋지 않음 • (미술감독) 과거 코미디 소재의 콘텐츠 제작사와 생방송 방식의 호러 특집 콘텐츠를 강화도 지역의 한 폐가에서 진행한 사례가 있었는데 현장 철수를 위해 짐을 옮기는 과정에서 고속버스와 부딪혔던 사고가 있었음. 하지만 제작사 측이 산재보험에 가입하지 않아서 사비로 보험 처리하고 사건을 마무리했던 경험이 있음 • (의상감독) 과거 촬영 장소에서 출입구 위에 달려있던 것을 보지 못하고 이마를 부딪쳐 2.5cm 정도 이마가 찢긴 경험이 있음. 당시 제작사에서 산재보험 처리를 해주어 원활하게 해결할 수 있었음. 이처럼 활동 시 작업환경은 추락이나 장비 때문에 위험 요소가 존재함
음향	• (스튜디오엔지니어) 스튜디오 특성상 지하에 위치하는 경우가 많고 불에 취약한 소재들로 이루어져 있어서 화재에 대한 불안감이 있고 레코딩 스튜디오 장비들로 전기 부분의 안전상 문제가 발생할 수 있지만, 아직 안전상의 문제가 발생한 적은 없음 • (음향) 정식 공연장들은 안전에 불안감이 없지만, 공연을 염두에 두지 않고 설계한 야외 행사장은 환경이 좋지 않고 직업 특성상 무거운 장비들과 전기를 다루기 때문에 부상 위험 요소들이 존재하지만 안전에 유의하기 때문에 현재까지 큰 피해 사례는 없었음 • (동시녹음) 시설과 안전 부분은 장르에 따라 달라지는데 영화에서 발전차를 사용할 때 발전차 안전 관리가 미흡한 편이긴 하나 어느 정도는 이해하고 고려해야 하는 부분이라고 생각함
편집	• (영상편집) 작업 환경의 안정성 면에서 위험 요소는 없음 • (비주얼이펙트) 실내에서 컴퓨터 작업을 해서 작업 환경에서 안전상 문제는 없음 • (편집기사) 편집 업무 시 데이터 보존에 위협이 되는 정전 이외에 시설이나 안전성 면에서 위험 요소는 없음

(4) 대중문화예술산업 종사자로서 성공 요인

❍ 대중문화예술산업 종사자로서 성공 요인으로 대부분 개인의 능력과 노력을 중요한 요소로 꼽음

❍ 또한 협업이 중요한 업무특성 상 지인을 통해 구인을 하는 사례가 많고 따라서 인맥 형성이 성공을 위해 중요하다고 응답함

❍ 또한 분장, 미술감독, 스튜디오 엔지니어의 경우 업무에 필요한 좋은 도구와 장비를 갖추기 위해 경제력이 중요하다고 응답한 사례도 있음

《표 3-3-18》 대중문화예술제작물 스태프의 성공 요인

분야	주요 내용 요약
기획	• (앨범제작) 앨범 기획·제작자는 다양한 음악을 많이 듣고 안목을 기르고 대중음악산업 동향을 빠르게 파악할 수 있는 개인의 노력이 상당히 중요함. 완성도 높은 앨범 제작을 위해 협업하는 사람들과의 완벽한 호흡과 타인으로부터 얻는 콘텐츠 아이디어 또는 모티브 등으로 성공 여부가 달라질 수 있어서 인간관계도 매우 중요한 요소 • (PD) 현재 활동하고 있는 영상 업계의 동향을 전망하는 분석력이 필요하며, 현장에서는 매번 돌발 상황들이 일어나기 때문에 주어진 상황에 맞는 순발력을 발휘하여 감각 있게 일을 처리할 수 있는 능력도 중요함 • (구성작가) 프리랜서 작가는 구인 광고보다 지인을 통한 추천으로 취직하는 사례가 많아서 인간관계도 중요한데 일거리 80% 이상은 지인 소개로 이루어지고 있음. 동료들 사이에서 "무조건 버티면 성공한다"라는 말이 통용될 정도로 방송 작가는 산업 안에서 장기간 종사할 시 어느 정도 성공이 보장됨
촬영	• (무대조명) 대형 제작사에 채용되면 대형 규모의 공연에 참여하여 다양한 경험을 쌓을 수 있는 장점이 있고 성공하는 데 중요한 조건이 될 수 있음 • (특수효과) 인간관계가 중요한데 높은 협동심과 조직력 등 주변인들에게 실력을 인정받아야 해당 분야에서 장기간 활동할 수 있음. • (촬영감독) 기본적으로 타고난 자질이 가장 중요한데 얕은 지식보다는 진중한 자기만이 갖는 색, 능력이 제일 중요한 요소가 되어 하나의 성공 요소가 될 수 있음
미술	• (분장) 개인의 능력과 노력이 제일 중요하며, 일거리 소개를 위한 인간관계가 중요함. • (미술감독) 협업하는 일이라서 리더십과 협동심이 가장 중요하며, 빠른 속도의 업무 능력과 창의적인 아이디어라는 개인의 능력도 중요함. 작품에 사용되는 소품이 많아지면 소품 창고로 사용할 공간이 필요한데 소품 창고 유지를 위해 경제적 능력도 갖춰져 있으면 좋다고 생각함 • (의상감독) 개인의 노력이 가장 중요함. 좋은 작품의 기회가 있을 때 참여할 수 있도록 실력을 갖추는 것이 중요함
음향	• (스튜디오엔지니어) 개인의 노력과 능력이 중요함. 스튜디오 사업체를 운영할 경우에는 좋은 스튜디오와 고가의 장비를 갖추기 위해 경제적인 능력도 중요함 • (음향) 개인의 노력이 60%이고 인간관계와 제작사(회사)의 주변 환경은 30%, 타고난 자질은 10%라고 생각함. 대형 제작사에 소속될수록 다양하고 많은 일거리를 접할 수 있으며, 함께 작업하는 동료들의 능력과 사용하는 장비가 좋을수록 본인이 발휘할 수 있는 능력이 좌우되는 편 • (동시녹음) 인성, 인간관계, 자기 계발 순서로 중요함. 산업이 발전되면서 과거에 존재하지 않았던 소리(ex·전기 자동차, 높은 건물의 에어컨 실외기 등)가 많이 생겨나서 환경에 따라 변화하는 여러 가지 소리에 관한 꾸준히 연구하는 것도 중요함
편집	• (영상편집) 개인의 노력과 타고난 자질이 가장 중요함. 대중문화예술산업은 창작 기반이어서 본인만의 개성을 담아 창작물을 개발할 수 있는 능력이 중요하며 이를 위한 꾸준한 노력이 필요함. 주로 지인을 통해 구인하는 경우가 많으므로 인간관계 또한 매우 중요한 요소가 될 수 있음 • (비주얼이펙트) 개인의 실력이 가장 중요함. 소속한 그룹 또는 제작사 규모가 클수록 수주하는 사업 규모가 클 수 있으며, 다양하고 체계적인 프로젝트를 접할 수 있음 • (편집기사) 연고와 인간관계 부분이 가장 중요한데 이는 영상 편집 스태프로서 능력이 다소 부족해도 친분이 있는 PD가 일거리를 소개해준다면 참여하는 작품 수가 많아지기 때문. 또한, 작업 수주를 예측할 수 없어서 소득이 발생하지 않는 기간에 버틸 수 있도록 경제적 능력도 중요한 요소

나. 대중문화예술 관련 고용 및 소득 현황

(1) 계약 사항

○ 제작사와 고용계약을 하는 경우에는 표준근로계약서를 활용하는 경우가 많으며 계약기간은 1년 단위로 갱신하는 것이 일반적임

○ 프리랜서로 업무하는 경우에는 구두계약으로 진행하는 경우가 많으며, 건별 계약을 체결하는 경우도 있음

《표 3-3-19》 대중문화예술제작물 스태프의 계약 사항

분야	주요 내용 요약
기획	• (앨범제작) 근무하는 기획·제작사에서 표준근로계약서를 활용해 계약 체결했으며, 계약 기간은 1년 단위로 갱신함 • (PD) 대부분은 구두계약을 체결하고 모든 작업 완료 후 보수를 지급 받는 형태가 많음. 제작사와 계약을 체결할 때 문화체육관광부에서 제공하는 표준계약서를 활용하여 계약을 체결하는 경우도 있음 • (구성작가) 계약서 사용이 일반적이지 않음. 활동 기간 6년 동안 계약 체결 사례가 한 번밖에 없음
촬영	• (무대조명) 보통 조명 제작 스태프는 계약 기간을 1년으로 정한 후 연장하는 방식으로 계약을 체결하며, 소수의 스태프만 정직원으로 채용하고 급여는 프로젝트 기준이 아닌 월급제 방식으로 지급됨 • (특수효과) 입사 및 연봉 협상 시에는 표준근로계약서로 체결함. 표준근로계약서는 포괄 임금제여서 초과 근무 수당을 주는 사례가 거의 없음. 그 외 프로젝트 단위로는 계약서를 활용하지 않음 • (촬영감독) 발주처와 작업하는 작업물 중 10% 정도만 계약 체결하여 진행함. 제작사를 직접 운영하고 있는데 프리랜서 직원 계약 시에는 프로젝트 건별 표준계약서로 계약을 체결함.
미술	• (분장) 분장 분야에서 계약서를 중요하게 생각하지 않는 편이며, 프리랜서 분장 스태프 활동 시 계약 체결한 사례는 없음 • (미술감독) 프로젝트 같은 일시적인 계약 관계에서는 미술감독이 제작사와 계약하는 것이 아닌 뮤직비디오 감독이 표준계약서를 활용해 제작사와 계약 체결을 하고 뮤직비디오 감독은 외주 형태로 미술감독을 섭외해 구두 계약을 체결. 보수와 근무 기간과 시간의 업무 내용은 구두 계약 시 사전 협의하며, 보수 지급 방식도 협의로 진행함 • (의상감독) 주로 구두 계약을 체결하는 편으로 서면 계약서를 작성하지 않으며, 3개월 단위의 드라마는 표준 계약서를 활용하여 계약을 체결함
음향	• (스튜디오엔지니어) 프리랜서로 활동했을때 표준계약서를 활용한 적이 없고 엔지니어로 근무할 때는 단발성 프로젝트 업무여서 계약을 체결하지 않았음. 현재 스튜디오를 운영하면서 친분에 의한 의뢰나 인디 밴드와 작업할 때는 계약을 체결하지 않지만, 기획사와 작업할 때는 믹싱 마스터링 외부유출 방지, 작업 기간, 저작권 등의 내용을 명시하여 계약 체결 후 작업하고 있고 계약서의 유형은 기획사 자체 계약서를 활용해 체결함 • (음향) 표준근로계약서를 사용하여 계약 체결함. 계약 기간은 1년이며 근무하는 제작사 직원들은 대부분 1년 단위로 계약을 갱신 • (동시녹음) 현재 개인사업자로 프리랜서 계약을 체결하며, 계약서에는 보수와 기간 등에 관한 내용이 명시되어 있음. 과거에는 조수로 근무했을 때 표준계약서가 없었지만, 현재는 조수들도 표준계약서를 활용하고 있음
편집	• (영상편집) 현재 운영중인 제작사의 직원을 고용할 때 표준근로계약서를 활용하여 계약을 체결하고 있으며, 계약서에는 계약 기간 등이 명시되어 있음. 타 제작사로부터 의뢰 받아 작업할 때 계약서를 작성하지만, 업무와 보수에 관한 내용만 명시하고 계약 기간은 명시되어 있지 않았으며, 비용이 많이 들지 않을 때는 계약서를 작성하지 않고 구두 계약을 체결할 때도 있음 • (비주얼이펙트) 현재 재직 중인 사업체에서 표준근로계약서를 사용하여 1년 단위로 계약을 체결하며, 포괄임금제에 해당하는 직군 • (편집기사) 기획·제작사와 직접 계약해서 업무에 투입되는 형태가 아닌 중개인 역할의 제작 PD와 구두계약으로 활동. 방송 및 영상업계에 관행이 된 턴키(turn-key) 계약이 일반적이며, 여기서 중개를 맡은 인물과 구두계약 시, 계약 기간과 비용 등의 내용이 포함됨

(2) 계약서에 없는 활동 및 부당 대우 경험

❍ 제작 환경에서 인력부족으로 인해 계약 범위 이외의 활동을 하는 경우가 종종 있음

❍ 부당 대우 경험으로 제작사로부터 임금 체불, 임금 지급 지연이 되는 사례가 있으며, 임금 지급 지연의 경우 별다른 대처를 하지 않는 경우가 많음

❍ 대중문화예술산업의 여러 분야에서 도제 시스템의 업무 환경으로 인해 상사로부터 폭언. 폭력 등의 부당대우를 겪는 사례가 있음

《표 3-3-20》 대중문화예술제작물 스태프의 계약서에 없는 활동 및 부당 대우 경험

분야	주요 내용 요약
기획	• (앨범제작) A&R 업무 총괄을 맡고 있다 보니 아무래도 계약서에 명시된 업무 이상을 자진하여서 하기도 함. 앨범 제작 스태프로 활동하면서 임금체불, 무보수 등의 부당 대우를 받은 사례가 없음 • (PD) 드라마 제작에 참여했을 때 제작이 중단되어 중단 이전까지 참여한 임금을 받지 못한 경험이 있고 고용노동부 산하 공공기관에 진정을 접수하여 현재 진행 중. 해당 업계에서 일하는 촬영 전문직, 특정 프로덕션, 조명 등 전문적인 영역일수록 도제 시스템으로 부당 대우를 겪는 사례가 있고 상사의 영향력이 절대적인 편이라서 별도로 취할 수 있는 대처 방법은 없음 • (구성작가) 작가 업무인 원고 작성이 끝난 후 출연자 섭외, 자막 검수, 영상 편집 등 PD로부터 추가적인 업무를 요구받는 사례가 있음. 막내 작가에서 서브 작가로 입봉 했을 때 메인 작가로부터 여러 번 폭언을 들었던 경험이 있는데 당시 어린 나이여서 적절하게 대응하지 못함
촬영	• (무대조명) 나이 차이가 많은 연장자 스태프들에게 뒤통수를 맞는 폭력을 당한 경험이 있을 정도로 해당 분야의 작업 분위기는 거친 편임. 좁은 업계로 인해 부당 대우에 관해 대응했다가 오히려 부정적 소문으로 인하여 추후 취업 문제가 염려되어 대부분 별다른 대처 없이 넘어가는 사례가 빈번함 • (특수효과) 인력 부족 때문에 계약 내용 외의 작업을 했던 경험이 있음. 제작사에 근무 당시 임금체불 경험이 있음. 영화 분야에서 근무했을 때 무능했던 상사가 부하 직원들을 제어하기 위해 가스라이팅 한다는 말이 있을 정도로 정신적 괴롭힘이 많았음. 경력이 부족하거나 천성적으로 심약한 사람이 주로 피해자가 되는 편이며, 상사의 괴롭힘으로부터 많은 시간과 체력을 소모하는 악순환이 반복됨 • (촬영감독) 과거 임금체불 경험이 많았음. 과거 영화 산업에서는 선배에게 맞으면서 기술을 배우는 문화가 있어서 폭력과 폭언에 많이 노출돼 있었고 함께 일하는 선배의 폭언 및 폭력으로 함께 싸우다 경찰서에 갔던 사례도 있었음
미술	• (분장) 임금체불 경험은 없지만, 전반적으로 분장 단가가 과도하게 낮게 책정되어있음 • (미술감독) 다큐멘터리 프로그램에 참여했을 때 계약서를 작성한 후 프로그램 PD가 연출팀에서 해야 할 아이디어 제시 업무를 미술팀에게 요구하여 미술팀은 계약서에 없는 활동 분야 업무를 하게 되었으며, 계약서상 1년 정도만 참여하는 것으로 되었던 작업을 3년 동안 지속했음. 작업 완료 후 기술적 업무가 적고 재정적으로 아주 힘든 상황이니 사전 협의했던 급여보다 50만 원을 삭감하겠다고 통보함 • (의상감독) 미술팀의 인력이 부족하여 업무를 도와줬던 사례가 있는데 무리한 업무를 요청하는 경우도 있음. 촬영 현장에서 불필요한 신체 접촉 등 성희롱을 겪은 경험이 있으며, 다른 여성 동료들도 성희롱 같은 비슷한 사례를 겪은 적이 많지만, 적절한 대처를 하지 못함
음향	• (스튜디오엔지니어) 출퇴근 시간이 정해져 있었지만, 초과 근무하는 경우가 비일비재하고 초과근무에 대한 보수를 받지 못했음 • (음향) 이전에 근무하였던 제작사에서 임금체불을 경험하였으며 대처를 하지 못함 • (동시녹음) 임금체불 등 부당 대우를 하는 제작사가 일부 있다고는 들은 적이 있으나, 본인은 애초에 그런 제작사와는 작업하지 않음

분야	주요 내용 요약
편집	• (영상편집) 임금 지급 지연의 경험이 있었으나 원만하게 해결되었음 • (비주얼이펙트) 동일 업종 종사자 중 작업은 완료하였으나 제작사가 임금 지급을 연기하다가 폐업 신고를 하여 임금체불을 겪었고 추후 고용노동부에 신고하여 국가에서 보상해주는 프로그램으로 임금을 받은 사례를 들어 본 적이 있는데 당시 6개월 이상의 시간이 지나 임금을 받았기 때문에 정신적으로 고충이 컸다고 알고 있음 • (편집기사) 국내 제작사들의 임금지급 지연의 사례는 많음. 영상 편집 스태프 입문 초반에 업무 수행이 미숙하여 제작 스태프로부터 폭언 등 부당 대우를 경험한 적이 있으나 현재는 업무 능력이 숙련되지 않은 제작 스태프들이 있어도 근무 기간이 연장될 뿐 그 외의 부당한 대우는 근절됨. 업계에서 턴키 계약의 업무 중개자가 후반 제작 인력에 돌아갈 임금을 횡령하는 사례가 종종 발생하고 있으며, 이럴 때 별다른 대처 방법이 없지만, 과도한 횡령을 인지할 시 관계 단절을 염두에 두고서라도 강하게 이의를 제기함

(3) 4대 보험 가입 현황

❍ 제작사에 고용되어 근무하고 있는 경우 대부분 4대 보험에 가입되어 있음

❍ 개인사업자로 활동 하는 경우에는 의무사항이 아닌 고용보험과 산재보험에 가입하고 있지 않은 경우가 많음

❍ 프리랜서의 경우 작품 참여 시 제작사 측에서 산재보험을 가입하는 경우도 있음

《표 3-3-21》 대중문화예술제작물 스태프의 4대 보험 가입 현황

분야	주요 내용 요약
기획	• (앨범제작) 4대 보험에 가입된 상태며, 요즘은 웬만한 기획사에 소속된 직원들은 모두 4대 보험이 가입된다고 알고 있음 • (PD) 1인 사업자이므로 건강보험, 국민연금은 지역 가입자이며, 산재보험과 고용보험에 가입하지 않았음. 다만 제작사를 통해 작품에 참여할 시 용역 계약이 체결되며 단발성으로 산재보험에 가입되는 사례가 있음 • (구성작가) 4대 보험에 가입되지 않았으며, 고용보험이나 산재보험 가입 여부는 방송 프로그램마다 다름
촬영	• (무대조명) 프리랜서여서 작업 참여 시 제작사가 산재 보험에 가입함 • (특수효과) 재직하고 있는 제작사에서 4대 보험에 가입되어 있음 • (촬영감독) 현재 운영중인 제작사의 6명의 전 직원 모두 4대 보험에 가입되어 있음
미술	• (분장) 아르바이트 하고 있는 직업을 통해 4대 보험 가입 • (미술감독) 국민연금은 지역 가입자, 나머지는 개인 사업자로 4대보험 가입되어 있음 • (의상감독) 가족 사업체에 직원이어서 4대 보험에 가입되어있음
음향	• (스튜디오엔지니어) 개인 사업자라서 건강보험, 국민연금에 가입되어있고 고용보험과 산재보험은 가입하지 않음 • (음향) 근무하는 제작사를 통해 4대 보험에 가입되어 있음 • (동시녹음) 건강보험과 국민연금은 지역가입자이며, 고용보험은 가입하지 않은 상태이고 올해부터 예술인 고용보험이 의무화되었다고 알고 있음
편집	• (영상편집) 현재 기획·제작사를 운영하는 대표라서 고용보험을 제외한 모든 보험은 가입되어 있고 직접 운영하는 기획·제작사에 소속되어 있는 직원들은 모두 4대 보험에 가입하였음 • (비주얼이펙트) 제작사 정직원으로 근무하여 4대 보험에 가입함 • (편집기사) 지역가입자로 건강보험, 국민연금을 가입했으나 산재보험과 고용보험은 개인사업자의 의무사항이 아니므로 가입하지 않았음

다. 코로나19로 인한 변화 및 대응

(1) 코로나로 인한 활동 변화

○ 코로나19로 인해 제작 환경이 많이 어려워 졌으나 제작사에 고용되어 월급제로 근무하는 경우에는 소득에 영향을 받지 않음

○ 촬영 현장에서 코로나19 감염될 가능성에 대한 우려, 또한 감염될 경우 대체 인력이 마땅치 않아 우려하는 사례가 있음

○ 코로나19로 인해 산업이 침체되어 있으며 코로나19 종결이 되어도 빠르게 이전의 상황으로 회복될지에 대한 우려가 있음

《표 3-3-22》 대중문화예술제작물 스태프의 코로나로 인한 활동 변화

분야	주요 내용 요약
기획	• (앨범제작) 코로나19로 공연 활동이 이루어지지 않아 공연 수익 부분에서 많은 기획·제작사가 타격받았으나 제작사에 고용되어 있어 소득에 변화는 없음 • (PD) 코로나19 이후 대규모 인원을 동원한 촬영이 불가능해지고 결국, 제작사에서 요구하는 목표를 달성할 수 있도록 CG 등을 활용하여 영상을 제작하는 방식으로 변화됨. 이전 방식의 제작이 불가능해지고 이를 극복하기 위한 새로운 콘셉트의 영상 콘텐츠가 나타났고 이러한 새로운 스타일의 업무 영역이 증가함 • (구성작가) 야외 버라이어티 예능은 거의 2년 동안 기획이 중단된 상태인데 이러한 예능 프로그램이 중단되어 있다 보니 일거리가 부족한 상황. 재택근무로 인하여 회의 진행 등 업무 효율성이 낮아져 근로시간은 다소 증가하였음
촬영	• (무대조명) 공연이 많이 줄어 일자리가 불안정하며, 다양한 공연 경험을 못 하고 있는데 현장에서 배울 수 있는 지식을 습득할 수 없어 아쉬운 면이 있음. 과거 영상물에 참여하는 비율이 10%였다면 현재는 80~90% 정도로 확대되었으며, 나머지 10~20%는 비대면 공연에 참여하고 있음. 2020년부터 2021년 현재까지 대중문화예술 활동 시간과 소득은 코로나 이전 대비 80~90% 이상 감소함 • (특수효과) 제작사들이 채용을 줄이면서 취업이 많이 어려워졌고 신규 종사자 진입이 점점 어려울 것으로 예상함. 영화 분야는 코로나19로 연봉 협상이 동결되면서 소득이 감소하기보다 소득이 정체되는 현상이 일어났으며, 업무량이 감소해 근무 강도가 약해졌음 • (촬영감독) 2020년 대비 2021년 주변 제작 스태프들의 60% 정도가 타 분야로 전향했는데 그중 30%는 프리랜서로 활동을 병행하고 나머지 30%는 완전히 타 분야로 전향하였음.
미술	• (분장) 방송 분야에서 활동하는 대중문화예술인들은 코로나19로 사람이 많은 미용실에 직접 가는 것보다 출장 분장 스태프가 현장에 오는 것을 이전보다 더욱 선호하고 있어서 점점 출장 방식의 개인 관리 형식을 선호하는 종사자들이 많아지는 추세. 분장은 얼굴을 마주 보고 진행하는 업무라서 비말이 차단되도록 유의하며 작업하고 있음. • (미술감독) 코로나19 이후 작품 수가 많이 감소한 상태임. 작품 참여시 촬영 중 본인이 코로나19에 감염될 경우 미술감독의 자리를 맡아줄 대체 인력이 없는 점이 우려됨. 과거 유명 아이돌 가수가 코로나19에 감염되었을 때 촬영 스태프가 코로나19에 감염된 사례가 있었고 이런 점을 고려하면 업무 현장에서의 감염 우려가 가장 큼 • (의상감독) 코로나19에 활동에 크게 타격은 받지 않음. 다만 현장에서 연기할 때 대부분 마스크를 하지 않는 대중문화예술인들 때문에 감염에 대한 두려움을 느낌

분야	주요 내용 요약
음향	• (스튜디오엔지니어) 코로나19 이후 무대 음향(SR) 의뢰는 많이 감소하였고 소득도 감소하였음. 코로나19로 인해 홈레코딩 제작 방식이 증가하면서 전문 스튜디오 필요성이 낮아져 엔지니어 고용이 축소되고 있으며, 코로나19가 종결되더라도 이전과 같은 채용이 이루어질지 알 수 없어서 이에 대한 불안감이 있음 • (음향) 코로나19로 비대면 공연으로 전환 시 공연 관람객들의 관심과 대중문화예술인의 공연에 대한 동기 부여가 줄어드는 것이 우려됨. 비대면 공연 및 행사는 업무 강도가 낮다는 인식이 있어서 제작비 예산이 낮게 편성되는데 이에 따른 월급 감소 우려와 일자리의 불안함이 있음. 다만 월급제 근무로 소득에 변화는 없음 • (동시녹음) 활동 중인 작품에서 코로나19 확진자가 발생하면 작품이 중단 또는 취소되는 문제가 생길 수 있고 코로나19 감염에 우려가 큼
편집	• (영상편집) 코로나19로 모든 공연이 중단 및 취소되어 공연 영상 콘텐츠 관련 일거리가 감소함. 공연 업계는 불안정한 업계로 이미지가 굳혀지고 있어 다시 공연 업계가 활성화되는데 방해가 될 수 있을 것 같음. 대중문화예술 분야 소득은 감소하였으나, 출강을 통해 소득을 유지하고 있음 • (비주얼이펙트) 코로나19로 업무량이 많이 줄었으며, 2021년이 되면서 다소 회복되었음에도 일거리가 없는 날도 있음. 마감 기한이 있는 업무를 맡고 있어서 코로나19 감염 또는 밀접 접촉자로 분류되어 자가격리 시 일에 지장이 생기는 점이 가장 우려되는 사항 • (편집기사) 전반적인 일거리 감소 때문에 산업이 침체했고 편집 분야 일거리도 감소함. 다만 제작 PD와의 인간관계를 잘 유지하고 있어 일은 계속 있으며, 일거리 감소는 코로나19 종식 후 해결될 수 있는 문제라고 생각하여 개인적으로 크게 우려되는 점은 없음

(2) 코로나19 대응 현황

❍ 코로나19로 인해 온라인공연, 동영상 플랫폼 유OO 등 비대면 분야의 활동이 증가하였음

❍ 대중문화예술분야 일거리가 줄어 자기계발. 여가 활동에 시간을 투자하거나, 대중문화예술산업 이외 직업을 통해 소득을 유지하는 사례도 있음

《표 3-3-23》 대중문화예술제작물 스태프의 코로나19 대응 현황

분야	주요 내용 요약
기획	• (앨범제작) 현재 소속 대중문화예술인(가수)의 온라인 공연 활동과 앨범을 홍보하기 위한 영상 콘텐츠 제작을 계획하고 있지만, 이와 같은 계획이 코로나19 이전과 같은 매출을 실현하기에는 어려움이 있다고 생각함 • (PD) 편성과 심의를 받아야 하는 방송국보다 심의 규정이 자유롭고 동향에 민감한 동영상 플랫폼 유○○ 영상에 대한 수요가 많아지면서 일이 증가하였음 • (구성작가) 재택근무가 늘어나고 출퇴근 이동 시간이 없어져서 남는 시간을 활용해 다른 분야 콘텐츠 작가 업무를 병행하고 있으며, 향후 계획은 없음
촬영	• (무대조명) 공연 시장보다 영상 분야 시장이 현재보다 더욱 확대할 것으로 예상되어 영화 음향과 촬영 분야 공부를 하고 있음 • (특수효과) 재택근무를 하면서 생긴 여유 시간에 자기 계발 또는 여가생활 등을 하는 편 • (촬영감독) 다큐멘터리 영화를 준비하고 있으며, 의뢰받는 작업보다 자발적으로 콘텐츠를 개발하는 방안을 모색하는 데 집중하고 있음
미술	• (분장) 온라인 분장 강의 제작 등 비대면 방식의 교육 서비스 활동을 생각하고 있음 • (미술감독) 대중문화예술 이외 분야의 연구 및 강연 활동을 계획하고 있음
음향	• (음향) 비대면 공연 및 행사가 증가함에 따라 타 경쟁 업체의 비대면 공연 결과물을 찾아보고 이론 공부를 하고 있음
편집	• (영상편집) 영상 콘텐츠 제작·편집 업무는 유지하면서, 영상 디자인 교육 등 교육 서비스 분야에 더욱 매진할 계획 • (비주얼이펙트) 코로나19와 더불어 이전부터 부업을 통한 소득 창출을 원했기 때문에 해당 분야 안에서 소득을 만들 방안을 모색하고 있음 • (편집기사) 편집 작업 외 강의 활동에 더욱 집중하고 있음

라. 대중문화예술산업의 문제점 및 지원정책

❍ 대중문화예술분야에서의 만연한 초과근무, 복지제도 개선, 4대 보험 지원 등 근로자 처우에 대한 의견이 많았음

❍ 또한 양질의 공연, 콘텐츠를 제작할 수 있도록 제작비 지원, 고가의 장비 교체 비용 등에 대한 정책적 지원이 필요하다는 의견이 있었음

❍ 이 외에도 제작물에 대한 엄격한 심의, 대형 유통사에 유리한 유통구조 등을 산업 발전을 저해하는 요인으로 응답함

《표 3-3-24》 대중문화예술산업의 문제점 및 지원 정책

분야	주요 내용 요약
기획	• (앨범제작) 디지털 음원 스트리밍 재생 수에 따라 책정되는 디지털 음원 수익 분배 비율이 대중문화예술인과 제작자에게 불합리하다고 생각함. 디지털 음원은 유통사에서 사용료를 책정하는 구조라서 이러한 대중음악산업 유통 구조와 가격 책정에 관한 불합리한 부분이 산업 발전을 저해하고 있음. • (PD) OTT 서비스 시장의 규모가 커지면서 3분 이내의 자극적인 콘텐츠가 주가 되는 경향이 크다고 생각하는데 이와 같은 현상은 양질의 콘텐츠 생산을 가로막는 요인이며, 장기적인 면에서는 시청자들은 짧고 자극적인 영상에 익숙해져 두 시간의 긴 호흡을 가진 영상의 서사를 따라가는 데 어려움을 겪게 될 것으로 예상되는 점이 산업 발전을 저해하고 있음. 아마추어와 프로 종사자에 이르기까지 양질의 콘텐츠가 제작될 수 있도록 업계의 분위기 전환이 필요하며 정부 차원의 장기적인 정책적 환경 조성이 필요함 • (구성작가) 보통 제작비 예산 80%는 대중문화예술인(MC 등) 섭외에 사용하고 나머지 20%를 PD와 작가 등에게 분배하고 있는데 프로그램이 화려해질수록 대중문화예술인 섭외에 사용되는 예산이 많아져서 제작비 부족이 발생함. 부족한 제작비는 결국 제작 인원 감축을 통해 해결하는 편이고 이에 따라 업무량은 많아지고 결국 근무 시간을 초과하게 되는 사례가 많아짐. 제작비 예산은 프로그램별 참여 제작진 인원을 기준으로 책정할 필요가 있고 참여 제작진이 몇 명 이상이면, 최소 어느 정도의 제작비를 보장해주는 시스템이 필요함
촬영	• (무대조명) 공연을 제작하는 신규 진입자나 대학생들에게 적합한 기준과 절차를 거친 뒤 일부 대관료를 지원해주는 정책이 필요하며, 전반적으로 대중문화예술(공연 포함) 분야 지원사업이 현재보다 활성화되도록 정책 지원이 필요함 • (특수효과) 전반적인 심의 관련 규정이 과하게 엄격하여 표현의 자유에 많은 제약이 생기는 것은 대중문화예술산업 발전을 저해할 수 있음. 미디어 분야의 자유성을 높이고 콘텐츠의 질을 향상하기 위해 심의 규정을 완화할 필요가 있음 • (촬영감독) 완성도 높은 콘텐츠 제작을 위해 제작 진행 중 제작비가 부족하여 중도 포기하는 사례를 구제할 방안이 필요
미술	• (분장) 타 직무 프리랜서 제작 스태프들은 현재 고용보험이 가능하며, 여러 부분에서 지원금 혜택과 복지 정책들이 많아지고 있으나 분장 분야 스태프들의 노동 환경은 열악함. 전문 자격증을 취득하여 활동하는 직무임에도 분장 업무의 전문성을 낮게 바라보는 사람들의 인식 제고를 위한 정부 차원의 업계 분위기 조성이 필요함. • (미술감독) 정해진 업무는 끝내야 한다는 한국인 특유의 성향이 물든 영화계 작업 환경은 과도한 작업시간으로 인권이 보장되지 않고 있다고 생각함. 정부의 정책을 통해 강제로 근무시간을 제한해줄 수 있어야 함. 또한 프리랜서 제작 스태프들은 4대 보험에 가입할 수 없어서 혜택을 받지 못하는 데 정부 정책으로 지원해 주는 방안이 필요함 • (의상감독) 예고 없는 근무 시간 초과, 복지혜택의 부재, 수직적 문화(신입 스태프의 의견 제안 불가능)가 아직 존재하며, 이러한 현실은 대중문화산업을 도태시키는 것뿐만 아닌 종사자들을 해당 산업에서 이탈시키는 원인이 되어 산업 발전을 저해하고 있음. '워라벨 문화'를 중요시하는 현 사회에서는 더욱 개선될 필요성이 있음

분야	주요 내용 요약
음향	• (스튜디오엔지니어) 엔지니어에게 불합리한 임금 책정 시스템이 산업 발전을 저해하는 큰 문제점이라고 생각함. 낮은 단가는 품질은 저하를 유발하고 결국 산업발전을 저해하는 요인임 • (음향) 대중문화예술산업 프리랜서 종사자들이 소득이 지속적이지 않은 점 때문에 대출 시 직업이 무직으로 분류되는 사례가 종종 있어서 직업적인 특성을 더욱 고려하여 프리랜서 종사자들의 불편함이 완화되면 좋겠음 • (동시녹음) 대중문화예술산업 종사자에 대한 복지(보험, 실업급여 등)가 활성화되어야 산업이 발전되는데 아직 대중문화예술산업 종사자에 대한 복지가 많이 부족함. 대중문화예술산업 종사자는 대부분 4대 보험에 가입하지 못하기 때문에 노후에 대한 큰 우려가 있는데 노후에 보험 제도가 버팀목이 되도록 개선되어야 함
편집	• (영상편집) 대중문화예술산업은 다른 산업보다 기본 근무시간 및 보상시스템이 체계적으로 갖춰져 있지 않아서 제작 스태프들의 노동환경이 열악함. 타 분야에서 대중문화예술 제작 스태프로 전향하면 오래 종사하지 못하고 이탈하는 이유는 높은 업무 강도와 급여, 그리고 복지 혜택이 좋지 않기 때문인데 좋은 인력을 확보하기 위해서는 개선이 필요함 • (비주얼이펙트) 대형기획사 또는 에이전시에서 학연, 지연 등의 이유로 특정 사업체에 일감 몰아주기를 하는 것을 실제로 접한 경험이 있으며 이러한 일거리 쏠림 현상 때문에 신생 사업체가 해당 분야 산업에 진입하기 어려운 면이 산업 발전을 저해한다고 생각함 • (편집기사) 편집 스태프들은 장비 교체를 위한 비용 부담이 높아 정년이 매우 낮고 조기 산업 이탈 현상이 심함. 영화산업에서 보통 촬영 현장 위주로 정부 차원의 실태 파악이 이루어지는데 후반 작업에도 실태조사가 필요하다고 생각하됨.

3. 대중문화예술산업 이슈 관련 심층인터뷰 결과

가. 학원형 기획사

(1) 학원형 기획사에 대한 인지도

○ 대중문화예술 분야 종사자의 경우 학원형 기획사에 대해 대부분 인지하고 있음

《표 3-3-25》 학원형 기획사에 대한 인지도

분야	주요 내용 요약
피해경험자 (가수)	• 학원형 기획사에 대해 인지하고 있음. 학원인데 소속사인척 하면서 거액의 수강료를 제시하며 학원에 등록하도록 유도함
업계종사자 (보컬트레이너)	• 가수를 희망하는 사람들에게 기획사로 오해할 수 있도록 '오디션'이라는 것을 명분으로 학원 등록을 유도하는 형태임. 수강료가 목적이기 때문에 실질적으로 기획사가 해야 할 일을 거의 하지 않음 • 학생, 학부모 모두 학원형기획사에 대한 정보는 많음. 하지만 '설마 내가 당하겠어?' 라는 생각이 있고, '데뷔시켜 줄게'라는 말에 학생들이 쉽게 넘어가기 때문에 실질적인 대응 방안은 거의 없다고 봐야함. 일부 학생이나 학부모들은 돈 내고 배우더라도 배우는 것이 있으니 좋은거 아니냐고 착각하는 경우도 있음
대중문화예술인	• 학원형 기획사는 명확하지 않은 말들로 학생들을 포섭하여 수강료를 받고 트레이닝 제공 후 본인들의 기획사와 계약하는 특징이 있음. 10년 전 학원형 기획사의 수강료는 연기, 노래, 춤 모두 포함하여 3개월에 300만 원 정도였는데 지금은 수강료가 얼마인지 모르며, 현재 강남에 있는 ○○연기학원(연기학원과 에이전시 시스템이 통합된 곳)처럼 전문적이지 않은 학원형 기획사가 있다는 정도만 알고 있음 • 학원형 기획사는 그들 스스로 기획사라고 설명하지만, 내부 시스템은 학원과 같고 연습생을 트레이닝 후 수강료를 받는 유형으로 알고 있음 . 직접 학원형 기획사에 다닌 경험은 없으며, 학원형 기획사를 수업 수강 목적으로 다녔던 친구들은 있었음
제작스태프	• 학원형 기획사는 학생들을 모집한 후 트레이닝 비용을 청구하는 시스템으로 운영하는 것으로 알고 있으며, 수강생들이 기획사에 소속되는 것으로 생각하여 계약체결을 했으나 이후 트레이닝 비용을 청구하는 학원형 기획사인 것을 알게 되어 이탈하는 사례가 많음 • 학원형 기획사에서 수강료를 받아 수강생들을 트레이닝 시킨 후 다른 기획사에 연습생들을 소개해주고 수강생들이 관심 있어 하면 다른 기획사로 보내는 방식의 사례가 많았음 • 전속 계약서와 비슷한 형식의 계약을 체결하고 트레이닝 비용을 추가로 명시했던 적도 있으며, 수강생들의 의지로 학원형 기획사에서 나올 때는 위약금을 지급해야 한다고 들은 적도 있음

(2) 학원형 기획사와 관련한 문제점

❍ ‘학원형 기획사’라는 용어의 의미가 명확하지 않음

❍ ‘학원형 기획사’의 피해 사례가 계속해서 생기는 이유는 사례에 대한 공유나 인지가 부족하기 보다 피해자들이 이성적인 판단을 하기 어려운 상황에 기인함

❍ 현재 학생들이 ‘실용음악’을 학습하기 위한 학원 중에는 연예기획사와 연계한 형태가 매우 많아 제대로 된 입시를 준비하기 위해서는 학생과 학부모의 올바른 선택이 필요함

《표 3-3-26》 학원형 기획사와 관련한 문제점

분야	주요 내용 요약
업계종사자1 (실용음악학과 재직)	• 학원형 기획사에 대한 이야기는 이 업계에 있는 사람이라면 모두 알고 있다고 볼 수 있음. 몰라서 당한다기 보다 그 상황에 놓이면 상식적으로 생각하기가 어렵기 때문에 알면서도 피해를 입는 경우가 대다수임 • 현재 매채에서 사용하고 있는 ‘학원형 기획사’라는 표현은 사실 현실과 맞지 않는 용어라 생각함. 20년 전에는 연예기획사에서 직접 학원을 운영하는 경우가 있었지만 현재는 연예기획사에서 학원을 운영하는 경우가 거의 없음. 그래서 연예기획사는 연예기획사고, 학원은 학원이라고 분리해서 이야기 해야 함. 단지 학원이 연예기획사와 연계된 오디션형 학원이냐 대학입시를 목적으로 하는 입시형 학원이냐의 차이라고 보는 것이 적절함 • 학원입장에서야 오디션을 진행하는게 운영방식이라고 볼수 있음. 연예기획사와 연계한 오디션을 진행해야 학생들이 몰린다는 걸 알기 때문에 학원들은 그렇게 해서 운영을 함. 그래서 당연히 수강료가 비싸게 됨. 학생들은 수강료가 비싸다는 것을 알지만 오디션을 보려고 학원에 가게 되어 있음. 오디션을 보고 연습생이 안 된다고 하더라도 학생들이나 부모들은 그거를 사기 당했다고 생각하지 않고 수강료라고 생각함.
업계종사자2 (실용음악학과 재직)	• 학원형 기획사와 관련한 내용은 학생을 비롯해서 관계자들이 당연히 알고 있음. 유튜브에 검색만 해도 다 나오기 때문에 학생들이 자세하게 더 잘 알고 있음. 학생들끼리 정보 공유도 다 하고 그래서 몰라서 당한다는 의미는 아니라고 봐야함. 학생들의 수준에 따라 피해 상황이 달라질 수 있을 것이라고 생각함 • 매체에서 사용하는 ‘학원형 기획사’는 연예기획사의 피해 사례나 ‘학원’의 피해 사례가 섞여 있는 형태라 정확하게 분리하여 용어를 사용해야 할 필요가 있음. 학원형 기획사는 연예기획사에서 아카데미나 트레이닝센터를 운영하는 형태고, 실용음악학원은 수강생들에게 수강료를 받는 형태라 결과는 같을 수 있어도 과정이 다름 • 결과적으로만 보면 금전적인 피해가 가장 많겠지만, 그런데 이 피해 사례도 산업이 변하면서 다양하게 나타나고 있고, 당사자는 피해라고 하지만 실제적으로 무엇을 피해 입었는지 설명할 수 없는 상황이 많기 때문에 가해자에게 법적 제재를 가하기는 어려운 부분이 있음 • 실용음악 분야에서의 학원은 입시형 학원과 오디션형 학원으로 구분 할 수 있음. 입시형 학원은 말 그대로 대학 진학을 위해서 악기도 배우고, 노래도 하고 이런 형태라면 오디션형 학원은 계속해서 연예기획사와 연계한 오디션을 제공하는 형태임. 수강료가 비싸도 학생들은 오디션을 보기 위해 그 학원을 가고, 그 학원에서도 오디션을 마케팅 수단으로 활용한다고 봐야 함.

❍ 전국의 '실용음악학원' 분포 현황을 파악한 결과 2021년 10월을 기준으로 전국에서 '실용음악학원'이라는 이름으로 운영 되는 사설 학원은 총 1,050곳이었음. 이는 대중문화예술산업의 규모가 커지고, K-pop의 위상이 높아짐에 따라 실용음악을 전공하고자 하는 학생들의 수요[19]가 반영된 결과로 볼 수 있음

- 실용음악학원이 가장 많이 운영되고 있는 지역은 서울특별시(213개)였으며 두 번째로 많은 지역은 경기도(99개)였음
- 부산광역시, 인천광역시, 광주광역시도 타 지역에 비해 실용음악학원의 분포가 많은 것으로 나타남

《그림 3-3-1》 전국 실용음악학원 분포 현황

*DATA 제공처 : 나이스 학원 민원 서비스 https://hakwon.sen.go.kr
*검색 기간: 2021.10.01.~2021.10.30.

19) 중앙선데이(2018.10.13.) "경쟁률 최고 621:1 실용음악과, 1분 30초에 청춘을 건다"

(3) 학원형 기획사에 대한 피해 사례

❍ 학원형 기획사의 피해 사례를 보면 대부분 '데뷔시켜준다', '배역을 소개해주겠다' 등으로 피해자들에게 '데뷔'의 제안을 하고, 고액의 수강료로 학원 등록을 유도함

❍ 제작스태프의 경우에도 업계 정직원으로 취직하게 해준다는 조건으로 수강료를 요구하는 사례도 있었음

《표 3-3-27》 학원형 기획사에 대한 피해 사례

분야	주요 내용 요약
피해경험자 (가수)	• 드라마 OST 공고를 보고 오디션을 보러갔었고, 1차에서는 다른 오디션과 다르지 않았으며, 2차 오디션 진행 후 학원형 기획사에 등록을 유도함 • "가지고 있는 재능은 좋은데 회사측에서 조금 더 개발을 시켜주겠다"고 하며 한달에 50만원씩 총 300만원의 수강료를 요구함 • 유명 아티스트 이름을 대면서 함께 트레이닝을 하고 앨범을 낼수 있다고 함
업계종사자 (보컬트레이너)	• 학원형 기획사의 피해 사례 - 기획사에서 주최하는 오디션처럼 꾸며놓고 '지금 당장 합격할 수준이 아니니까 ~~개월 정도 배워보자. 회사에서 모두 다 투자할 수 없으니 일정부분은 네가 내야한다' 라면서 거액의 수강료를 일시불로 요구함 - 디지털 싱글음원을 내줄테니 얼마를 투자하라고 하는 형태임. 사실 이 경우는 아이돌 영역에서는 많이 없어지기는 하였지만 주변에서 들어보면 아직 트로트 업계에서는 많음 - 배우의 경우 드라마나 영화 같은 작품 캐스팅 오디션처럼 상황을 만들어 놓고 훈련비를 요구함. 이 때는 실제 데뷔로 이어지거나 작품 활동을 할 수 있게 되는 경우가 극히 드물기 때문에 굉장히 많은 피해자가 있으나 스스로 피해자임을 모르는 경우가 더 많음 • 아이돌이 돈 많이 벌고 유명해지는 만큼 지망생들은 데뷔에 대한 욕심이 크기 때문에 쉽게 속고 피해가 발생함. '데뷔시켜줄게' 한마디면 바로 돈 가져오는 사람들이 여전히 많음
대중문화예술인	• 주변의 아역 배우가 학원형 기획사에 매달 60~100만 원을 지급하면 기획사에 들어오게 해주겠다는 제안을 두 번 정도 받은 경험이 있으나 어머니가 모두 거절한 것으로 알고 있음 • 특히 아연 연기자들에게 많이 있는 사례라고 알고 있는데, 아역 연기자들이나 연기자 지망생들에게 금전을 요구하는 불법적 캐스팅 사례로 추가 배역 제공, 많은 분량의 역할 제공 등으로 금전을 요구하는 사례가 대부분임 • 주변 지인 중 월 수강료가 70만 원이었던 학원형 기획사는 학원 자체 공연 시 기획사 캐스팅 디렉터가 학원에 직접 방문할 것이라고 했지만 정작 섭외된 사례는 없었음
제작스태프	• 학원형 기획사의 계약서를 검토해달라고 지망생들이 찾아왔던 경험이 있음 • 가장 인상 깊었던 사례로는 트레이닝과 기타 관리 비용을 기획사가 부담하는 방식의 전속계약서처럼 보이도록 작성한 후 실제 비용은 지망생들이 부담하게 하는 내용이 계약서에 명시된 것을 본 적이 있는데 다행스럽게도 지망생의 부모가 정확한 사실을 인지하여 학원형 기획사와 계약 체결하지 않았음 • 최근 주변 동료 작가도 업계 관계자로부터 정직원으로 취직하게 해준다는 조건으로 수강료를 내라는 제안을 받은 경험이 있었는데 작가 분야는 취업에 대한 정보가 많지 않아서 정보를 찾고자 하는 지망생들에게 위와 같은 광고를 통해 접근하는 사례가 많음

(4) 학원형 기획사에 대한 피해를 입지 않기 위한 방안

❍ 학원형 기획사에 대한 피해를 입지 않기 위한 방안으로 오디션 과정에서 조금이라도 금전적 요구를 하는 경우에는 무조건 의심해야 하고 잘 살펴 보아야 함

❍ 스스로 판단이 잘 서지 않을 경우에는 주변의 업계종사자 또는 실용음악학원 선생님 등과 상의를 해보는 것도 좋은 방법임

❍ '훈련비'라는 명목의 수강료를 내게 하는 연예기획사는 존재하지 않음

《표 3-3-28》 학원형 기획사에 피해를 입지 않기 위한 방안

분야	주요 내용 요약
피해경험자 (가수)	• 오디션 과정에서 금전적 요구를 하는 경우에는 무조건 걸러야함 • 계약서를 잘 살펴야 함 (잘 판단이 되지 않을때는 주변의 업계 종사자 또는 실용음악학원 선생님과 상의를 해보는 것도 좋은 방법임) • 특히 신생 기획사처럼 보이는 경우에 주의가 필요함
업계종사자 (보컬트레이너)	• 단돈 만원이라도 금전적 요구를 하는 경우에는 계약하지 말아야 함. • 연예기획사는 가수를 키우기 위한 회사인데 가수한테 돈을 받아야 활동을 할 수 있다는 건 말이 되지 않음. 그냥 돈만 놓고 보면 그 돈이면 기획사 없어도 혼자 음원 발표하고 활동하는 건 얼마든지 가능함.
업계종사자1 (실용음악학과 재직)	• 본인이 오디션을 보든, 어디를 가던 소액이라도 돈을 요구하면 '아! 사기구나' 하고 그 상황에서 나와야 함. 실력이 있으면 어디든 돈을 줘서라도 데려가려고 하지, 돈을 내라고 요구하는 경우는 절대 없음
업계종사자2 (실용음악학과 재직)	• 가수를 꿈꾸거나 실용음악학과에 재학 중인 학생들은 '기회'라는 것이 간절할 수 밖에 없음. 내 노래를 가지고, 녹음실에 가서 녹음을 하고, 이런 것들이 모두 기회 일 수밖에 없는 것을 사기꾼들 너무 잘 아니까 알면서도 당할 수 밖에 없지만 훈련비를 내라고 하거나, 오디션 알선비를 내라고 하면 '안 하겠다'라고 생각 할 수 있는 단호함이 필요함

(5) 연예기획사의 신인 발굴

❍ 가수가 되기 위해서는 오디션을 통해 연예기획사 연습생으로 들어가는 것이 주된 방법임

《표 3-3-29》 연예기획사의 신인 발굴

분야	주요 내용 요약
피해경험자 (가수)	• 아이돌이 되기를 원한다면 연예기획사로 가서 오디션을 봐야 함. 나이가 어릴수록 유리하므로 중학생 이전에 빠른 선택을 하는 것이 중요함 • 일반 싱어송라이터가 되기를 원한다면 기획사 없이 활동할 수 있음. 인디음악가들은 보통 기획사 없이 활동하며, 녹음실, 편곡, 믹싱마스터링 등 직접 앨범을 제작하는데 보통 100만원 정도의 비용이 들어감 • 실용음악학원과 연예기획사의 오디션에는 큰 차이는 없음. 연예기획사들이 신인 발굴을 위해 실용음악학원과 연계해 오디션을 열기도 하는데 대형 학원의 경우 보통 한달에 4~5번 정도 기회가 있음
업계종사자 (보컬트레이너)	• 신인을 뽑는 회사들은 모두 오디션을 진행함. 아이돌이 되기 위해서는 노래, 춤, 연기도 잘해야 하지만 우선 비주얼이 좋아야 함. 배우는 기획사 담당자에 따라 달라지는 경우가 많음 • 실용음악학원과 연계된 오디션은 대부분 학원수강생 모집용 오디션인 경우가 많음. 실제로 그런 형태의 오디션을 통해 데뷔까지 성공하거나 스타로 뜨는 경우는 드문 경우임 • 가고 싶은 회사한테 직접 오디션 영상을 보내는 방법을 추천함. 실력이 있으면 회사에서는 연락을 할 것이고 연락이 오면 직접 가서 오디션을 보는 것이 인맥이나 기타 연결고리가 없는 일반 지망생들이 가장 당당하고 안전하게 연습생이 될 수 있는 길이라고 생각

나. 매니저 직군에 대한 처우

(1) 매니저 직군의 주요 업무

❍ 매니저 직군은 로드 매니저와 홍보 담당 매니저로 분류됨

❍ 로드매니저는 대중문화예술인의 픽업과 모든 스케쥴을 함께 하기 때문에 근무시간 또는 근무여건이 그렇게 좋지 않음

❍ 매니저 경력이 쌓인 후에는 홍보담당 매니저로 근무하며, 근무 여건, 급여 등이 로드매니저보다는 상대적으로 좋음

《표 3-3-30》 매니저 직군의 주요 업무

분야	주요 내용 요약
대중문화예술인	• 매니저의 역할을 세분화한다면 로드매니저와 스케줄 매니저로 분류됨 • 로드매니저는 대중문화예술인의 픽업 및 직접적인 업무를 맡고 있으며, 대중문화예술인 픽업 등으로 인하여 근무시간은 대중문화예술인보다 조금 더 긴 편 • 스케줄 매니저는 대중문화예술인의 일정 조율을 맡으며 보통 경력이 7~8년 이상일 때 스케줄 매니저로 근무할 수 있고 스케줄 매니저의 급여가 로드매니저보다 높음 • 기획사마다 매니저들의 처우는 다르지만 보통 매니저들의 근무시간 대비 급여와 복지는 열악한 편
제작스태프	• 현장 운영 담당 매니저와 홍보 담당 매니저 등 역할에 따라 나누어져 있는데 직군별 기존 다른 직업들과 큰 차이가 없는 것 같다고 생각함 • 현장 매니저는 대중문화예술인 일정에 따라 움직이기 때문에 근무 시간을 따로 정하기 어려운 부분이 있고 급여에 관해 정확히는 모르지만, 예전보다 급여 처우가 좋아졌음 • 홍보 담당 매니저는 실질적으로 매출에 이바지하는 부분이 많고 일정 관리자 대비 경력이 높아서 상대적으로 급여가 높은 편이며, 급여와 복지는 경력에 따라 달라지는 부분이라고 생각함 • 대중문화예술인과 동행하며 장기 근무 및 새벽 근무 등이 많은 로드매니저는 직무 특성상 근무 시간이 길 수밖에 없지만, 최근에는 기획사에서 대체 휴무 등으로 로드매니저를 배려해주고 있음

(2) 매니저 직군의 처우 및 피해 사례 경험

❍ 대부분 매니저의 경우 대중문화예술인의 일정의 따라 본인의 일정도 달라지기 때문에 개인생활을 누리기 힘들며 근무시간이 길어 고충이 있음

❍ 이 외 대중문화예술인, 기획사 대표의 개인적인 업무를 수행하는 경우도 있음

❍ 또한 현재는 많이 줄었지만 대중문화예술인으로부터 폭력 등 부당대우를 받는 사례도 있음

《표 3-3-31》 매니저 직군의 처우 및 피해 사례 경험

분야	주요 내용 요약
대중문화예술인	• 근무시간이 명확하지 않고 대중문화예술인의 일정에 따라 본인 일정도 달라지기 때문에 여가 생활을 누리기 힘들며 근무시간이 길다 보니 피로를 해결할 수 없어 고충이 큰 편 • 유명 아이돌 그룹의 로드매니저가 당시 한 달 동안 3일밖에 쉬지 못했고 기획사 대표의 고압적 태도, 근무 시간 초과, 초과 근무에 대한 급여 미지급 등 부당한 대우를 받았던 사례를 들어본 적 있음 • 친분이 있는 매니저는 대중문화예술인(가수)의 활동에 사용된 의류 구매 비용과 식비 등의 비용을 매니저 사비로 먼저 사용한 후 기획사에 청구하는 방식이었는데 기획사에서 정산해 주지 않아 매니저가 그 비용을 부담했었음 • 일부 기획사 대표는 매니저를 자신의 수족으로 생각하고 개인적인 심부름을 시키는 사례가 많다고 알고 있음
제작스태프	• 간혹 매니저 업무 외 대중문화예술인의 개인 업무를 하는 사례가 있음 • 요즘에는 적은 것으로 알고 있으나 과거 대중문화예술인으로부터 폭력 등 부당 대우를 받았던 사례를 들어본 적이 있음 • 촬영 현장에서 계획해둔 촬영 일정이 연기되어 진행될 시 대중문화예술인의 촬영 스케줄 변동으로 인한 매니저와 제작 스태프의 싸움이 빈번하게 발생함. 매니저가 제작 스태프와 대중문화예술인 스케줄을 조정하는 과정은 미리 계획했던 매니저 업무에 변동이 생기는 것이라서 잦은 스케줄 조정은 매니저 업무 증가로 연장됨

제4장

결 론

제1절 시사점

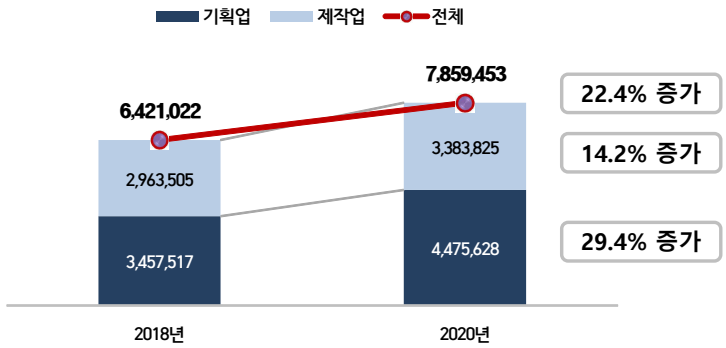
1. 대중문화예술산업의 시장규모 변화

❍ 2020년 기준 대중문화예술산업 사업체 전체 매출 규모는 2018년 대비 22.4%의 증가율을 보였으나, 모집단 수가 함께 증가하여 평균 매출은 다소 감소(-1.7%)한 추이를 보임

❍ 특히 일부 대규모 사업체의 경우 큰 폭의 매출 증가율을 보이며 산업 전체 매출 증가액의 약 35%를 차지하여 상대적으로 다수를 차지하는 소규모 사업체의 경우 매출이 감소하였을것으로 예상되어 양극화되는 양상을 보임
- 빅히트엔터테인먼트 2,391억원, 씨제이이엔엠 1,185억원, 스튜디오드래곤 1,336억원 증가

《 그림 4-1-1 》 대중문화예술산업 사업체 매출규모

(사업체(기획업+제작업) 전체, 단위 : 개, 백만원)



모집단수(기획업+제작업)	3,704개	4,610개	24.5% 증가
평균매출(기획업+제작업)	1,735백만원	1,705백만원	1.7% 감소

2. 코로나19로 인한 산업의 변화 양상

❍ 전체 산업 규모가 증가한 가운데 국내 매출은 증가한 반면 해외매출은 감소함. 이는 코로나19로 인해 해외 활동 및 공연 취소 등의 이유로 파악됨

❍ 매출 분야별로도 증감율에 차이가 발생함. 기획업의 매니지먼트와 연관 콘텐츠 제작, 제작업의 영상물 제작의 매출은 전년대비 큰 폭으로 증가한 반면 기획업의 공연기획 및 제작, 제작업의 음반/음원제작, 공연물 제작의 경우는 전년 대비 감소함

❍ 이는 코로나19로 인해 공연, 행사, 영화 분야가 어려워지고 반면에 방송 또는 OTT 등의 콘텐츠 분야가 활발해진 영향으로 해석됨

《표 4-1-1》 분야별 매출 변화 양상

(사업체(기획업+제작업) 전체, 단위 : 백만원)

기획업	2018년	2020년	증감율 (%)	제작업	2018년	2020년	증감율 (%)
전체	**3,457,517**	**4,475,628**	**29.4**	**전체**	**2,963,505**	**3,383,825**	**14.2**
국내	2,732,812	3,853,334	41.0	국내	2,813,913	3,351,392	19.1
해외	724,705	622,294	-14.1	해외	149,592	32,433	-78.3
매니지먼트	1,426,364	1,967,424	37.9	영상물 제작	2,335,531	2,941,003	25.9
공연기획 및 제작	452,900	455,563	0.6	음반/음원 제작	127,973	118,615	-7.3
연관 콘텐츠 제작	1,137,395	1,522,173	33.8	공연물 제작	414,843	251,539	-39.4
파생상품	209,019	224,870	7.6	기타 제작	33,067	62,959	90.4
기타	231,839	305,598	31.8	기타 사업	52,091	9,709	-81.4

3. 대중문화예술산업 종사자 처우

❍ 대중문화예술산업 예술인과 스태프 모두 대중문화예술 활동 전반에 대한 만족도(매우 만족+만족 비율)은 30%정도의 수준으로 세부 항목별 만족도 대비 높은 편임

❍ 예술인의 경우 개인 역량 강화(27.3%), 스태프의 경우 업무 내용(36.5%) 등의 업무 자체의 내용적인 측면의 만족도 대비 보수 및 소득, 업무시간, 복리후생, 직장 안정성 등 종사자 처우에 대한 만족도는 낮게 나타남

❍ 또한 심층 인터뷰에서도 직무에 대한 보수 및 소득의 불안정성 뿐만 아니라 업무강도 및 처우 또한 직업 안정성을 낮게 평가하는 요인으로 언급됨.

❍ 이러한 처우에 대한 불만족 및 낮은 직업안정성은 산업 내 대중문화예술 인력 이탈의 원인이 되므로 이에 대한 개선이 필요함.

- 실제로 스태프의 경우 직업변경의향이 있다는 응답이 점점 높아지는 추세임 (16년 34.2% -> 18년 41.6% -> 20년 46.5%)

《표 4-1-2》 대중문화예술 활동 만족도

(종사자(예술인+스태프) 전체, 단위 : %)

예술인	대중문화예술 활동 전반	보수 및 소득	작업 환경	개인 역량 강화
만족도 (매우 만족+만족 비율)	28.8	6.7	18.8	27.3

	대중문화예술 활동 전반	보수 및 소득	업무 시간	업무 내용	작업 조건	복리 후생	직장안정성
만족도 (매우 만족+만족 비율)	30.8	10.3	11.3	36.5	20.3	7.3	11.5

《표 4-1-3》 대중문화예술산업 종사자 인터뷰 - 종사자 처우에 대한 의견

(예술인) *대부분은 불규칙한 활동 때문에 소득이 불안정하며, 타 분야보다 활동할 수 있는 연령대가 제한적이라서 직업 안정성이 없다고 생각함*
(예술인) *프로그램 운영을 위한 코너 기획, 의상과 소품 관리, 무대 배경, CG 작업 등 모든 작업 과정에 참여하여 막내 기수는 하루 12시간 이상 근무할 때가 많았음*
(스태프) *출퇴근 시간이 정해져 있었지만, 초과 근무하는 경우가 비일비재하고 초과근무에 대한 보수를 받지 못했음*
(스태프) *직업의 지속성 부분을 본다면 불안정한 편인데 노동 시간보다 급여, 복지가 매우 열악함.*

제2절 정책적 제언

1. 분야별 특성을 고려한 기준과 탄력적 제도 도입 필요

○ 시대가 변함에 따라 워라밸에 대한 Needs는 강해지고 있는 상황에서, 예술분야의 특성상 명확한 업무시간에 대한 구분이 없어서 발생하는 문제점에 대한 대응이 필요함.

- 예술인의 경우는 연습시간이 실제 공연 등의 시간보다 더 큰 부분을 차지하나 근로시간으로 고려되지 않는 문제점이 있으며

- 제작스태프의 경우는 작품건수를 기준으로 비용 책정이 되는 경우가 많고, 현장 상황에 따라 초과근무 발생이 빈번한 특징이 있음.

- 또한 분야의 특성 상 프리랜서 등 1인사업자의 비중이 높아, 계약 및 근로시간 등에 대한 법적인 보호의 사각지대에 놓여 있는 경우가 많음.

2. 종사자 최저 임금 보장

○ 인지도가 낮은 예술인 또는 경력이 낮은 스태프의 경우 일거리가 안정적이지 않으며 특히 업무시간 대비하여 최저 임금이 보장되지 않는 경우가 많음

○ 최저 생계비가 보장되지 않을 경우 산업 내 인력 이탈이 우려되므로 종사자에 대한 최저 생계비를 보장할 수 있도록 하는 정책이 중요하며, 이에 따라 스태프에 따라 표준 임금 제정 등의 고려가 필요함 .

3. 기존 지원 정책에 대한 모니터링 체계 구축

○ 대중문화예술산업 육성을 위한 정책 지원도 중요하지만, 정책 지원금에 대한 집행 과정, 성과 등의 모니터링 체계를 구축하는 것도 중요함

○ 실제 심층인터뷰 결과 스태프 등의 경우 임금 체불, 지연 등의 사례가 빈번하므로 정책지원금 수혜 시 인건비 사용 내역 증빙 등을 통해 모니터링 체계를 유지 하는 것이 필요함

부록

조사표

2021년 대중문화예술산업 실태조사(대중문화예술기획업) 조사표

안 내 문

※ 본 조사표는 「통계법」 제33조에 근거하여 비밀이 보장되며 통계작성 목적 이외에는 사용되지 않습니다.

▸ 통계법 제33조(비밀의 보호)
① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

■ 조사목적과 근거

이 조사는「대중문화예술산업발전법」 제18조 및 동법 시행령 제5조에 근거하여 대중문화예술산업의 공정한 거래질서 확립을 위한 정책의 수립·시행을 목적으로 대중문화예술산업 사업체에 대해 실시되는 조사입니다.

귀하께서 응답해 주신 내용은 『2021 대중문화예술산업 실태조사』를 위한 기초 정보로 활용될 예정이며, 나아가 대중문화예술산업 발전을 위한 정책 수립 시, 귀중한 자료가 될 것입니다. 조사에 협조해 주셔서 매우 감사드립니다.

■ 대중문화예술산업의 정의

「대중문화예술산업발전법」 제2조(정의)에 따르면 '대중문화예술산업'은 대중문화예술인이 제공하는 대중문화예술용역을 이용하여 방송영상물. 영화. 비디오물. 공연물. 음반. 음악파일. 음악영상물. 음악영상파일 등(이하 "대중문화예술제작물" 이라 한다) 을 제작하거나 대중문화예술 제작물의 제작을 위하여 대중문화예술인의 대중문화예술 용역 제공을 알선, 기획, 관리 등을 하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 산업을 말한다.

■ 대중문화예술산업의 범주

공연물, 방송영상물, 영화·비디오물, 음악, 이미지화보 등의 대중문화예술제작물을 제작하는 산업과 대중문화예술기획업을 말한다.

※대중문화예술제작물의 범위

① 공연법에 따른 공연물(무용, 연극, 국악 형태의 순수 공연물 제외, 뮤지컬이나 가수들의 공연은 포함)
② 방송법에 따른 방송을 위해 제작된 영상물(보도, 교양, 다큐 분야 영상물 제외)
③ 영화법에 따른 영화 및 비디오물
④ 음악산업법에 따른 음반, 음악파일, 음악영상물 및 음악영상파일
⑤ 이미지를 활용한 제작물(대중문화예술인의 이미지를 이용한 화보, 출판물 광고 등)

■ 조사 대상 범위

- 종사자: ① 대중문화예술인 ② 대중문화예술제작 스태프
- 사업자: ① 대중문화예술기획업 ② 대중문화예술제작업

■ 조사 기준 시점

- **2020년 12월 31일 기준**

○ 주관기관 : 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀(이아름 선임연구원)
○ 조사수행기관 : 한국기업데이터㈜ (이은숙 팀장 02-3215-2417/ 박민정 과장 02-3215-2506)

기본 정보

※ 대중문화예술기획업 정의
· 법률적 정의: 대중문화예술인의 대중문화예술용역을 제공 또는 알선하거나 이를 위하여 대중문화예술인에 대한 훈련·지도·상담 등을 하는 영업을 말한다.
· 대중문화예술기획업의 업무만을 한다고 해서 대중문화예술기획업자가 되는 것이 아니라 대중문화예술기획 등록을 해야만 대중문화예술기획업자가 된다(개인사업자, 법인사업자 모두 포함).

☞ **아래부터 진행하시는 모든 문항에 대한 응답 기준 시점은 2020년 12월 31일입니다.**

1. 사업 분야 및 인력 현황

<table>
<tr><td>사업체 형태</td><td>1) 개인사업체
2) 회사법인
(주식, 유한, 합자, 합명회사)
3) 회사 외 법인
4) 기타(　　)</td><td>상장여부</td><td>1) 상장 했음(코스닥 포함)
2) 상장 안했음</td></tr>
<tr><td>사업 분야
(모두 선택)</td><td colspan="3">1) 매니지먼트 :　1-1. 연기자　1-2. 가수
1-3. 방송인(모델, 코미디언 등)　1-4. 기타(　　)
2) 제작 :　2-1. 드라마　2-2. 영화　2-3. 음반
2-4. 디지털 음원　2-5. 기타(　　)
3) 아카데미　4) MD 비즈니스[1]　5) 에이전시
6) 기타(　　)
※ 해당하시는 사업 분야를 모두 선택해주십시오.
↳ 이 중 주요 사업 분야 선택(1개) :　(　　)</td></tr>
<tr><td>소속 직원 수[2]</td><td>전체 (　　)명
1) 정규직 (　　)명
2) 비정규직 (　　)명
3) 기타(　　)명</td><td>소속
대중문화
예술인[3]
(배우, 가수 등)</td><td>(　　)명</td></tr>
<tr><td>자본금[4]</td><td>(　　) 백만원</td><td>매출액[4]</td><td>(　　) 백만원</td></tr>
<tr><td>해외지사(법인)
현황</td><td colspan="3">1) 있음　2) 없음</td></tr>
<tr><td>해당 국가[5]
(해외 지사가 있는
경우만 응답)</td><td colspan="3">1) 중국　2) 일본　3) 동남아　4) 북미　5) 유럽
6) 기타(　　)
↳ 주요 국가 3개 택(3개) :　(　　), (　　), (　　)</td></tr>
</table>

1. MD비즈니스: 소속 연예인을 활용한 상품을 제작하여 판매하는 것을 의미함(티셔츠, 컵, 필기구 등).
2. 소속직원 수 및 대중문화예술인은 **2020년 12월 31일** 기준, **국내에 소속(해외 제외)되어** 있는 인원수로 응답할 것.
   - **정규직:** 계속 고용이 보장되는 정규직원으로 일하는 종사자.
   - **비정규직:** 1년 미만의 계약직 근로자, 파견직, 일용직, 파트타임, 훈련생, 인턴십 등.
3. 대중문화예술인: 사회적 통칭으로 '연예인' 이라 불리는 직종의 사람들.
4. 자본금 및 매출액은 **2020년 12월 31일** 기준으로 응답할 것.
※ 본사에서 발생하는 해외매출은 포함하되, 해외법인(지사)에서 발생하는 매출은 제외하고 응답해 주십시오
5. 매출액과 규모를 고려하여 주요 국가 3개를 응답할 것.

세부 인력 현황

2. 대중문화예술인(소속 연습생 제외)

2-1. 귀사에 소속되어 있는 **대중문화예술인 세부 인력현황**에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

(단위: 명)

주된 분야[1]	인원수	2020년 12월 31일 기준						
		성별		연령(만)				
		남	여	만 19세 미만	만19~29세	만 30~39세	만 40~49세	만 50세 이상
1) 연기자(영화, 드라마)								
2) 가수								
3) 방송인								
4) 기타1[2]( )								
5) 기타2( )								
6) 기타3( )								
전체[3]								

※ 해외활동을 병행하는 **본사 소속연예인은 포함**하되, 해외법인(지사)소속된 연예인은 제외하고 응답할 것.

1. 소속 연예인의 분야 구분 시, 활동 분야가 **중복 된다면(연기자면서 가수)** 활동 **비중이 조금 더 높은 분야를** 기준으로 응답할 것.
2. 기타에 포함되는 분야: 예) VJ, DJ, 뮤지컬배우(복합예능)
3. 성별, 연령별 인원 수 합은 전체 인원 수의 합과 일치해야 함.

2-2. 귀사 대중문화예술인의 **가장 주된 구인경로**는 무엇입니까?

1) 자체 오디션
2) 길거리 캐스팅
3) 주변 소개
4) 외부 오디션 입상자
5) 기타( )

2-3. **최근 2년간(2019년~2020년) 신규 또는 갱신된 계약**을 기준으로 귀사에 소속되어 있는 대중문화예술인의 계약기간에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

구분	계약기간
1) 최소 계약기간	( ) 년 ( ) 개월
2) 최대 계약기간	( ) 년 ( ) 개월
3) 평균 계약기간	( ) 년 ( ) 개월
4) 최빈(가장 빈번하게 체결되는) 계약기간*	( ) 년 ( ) 개월

※**2019년~2020년** 내 **신규로 체결되거나 갱신된 계약을 기준**으로 응답할 것.
※해외에서 근무하는 **본사 소속연예인과 체결한 계약은 포함**하되, 해외법인(지사)소속된 연예인과 체결한 계약은 제외한 기준으로 응답할 것.

※[문2-4]~[문2-16]문항은 귀사에 만 19세 미만 소속연예인이 1명 이상 있는 업체만 해당함

2-4. **(문2-1의 만 19세 미만 예술인 1명 이상 업체만 응답)** 귀사에 소속되어 있는 **만 19세 미만 소속연예인**에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

(단위: 명)

주된 분야	만 19세 미만 인원수 (2-1응답값)	2020년 12월 31일 기준				
		성별		연령(만)		
		남	여	만 13세 미만	만 13~15세	만 16~18세
1) 연기자(영화, 드라마)						
2) 가수						
3) 방송인						
4) 기타1[2]( )						
5) 기타2( )						
6) 기타3( )						
전체*						

※전체 인원수의 합은 성별, 연령별 인원 수의 합과 일치해야 함.

2-5. **(문2-1의 만 19세 미만 예술인 1명 이상 업체만 응답)** 귀사에서는 청소년 연예인(만 19세 미만)에 대한 **별도의 계약조항 또는 지침, 생활수칙*** **등**이 있습니까?

※청소년 연예인들에 한하여 적용되는 별도의 준수사항, 지시사항을 의미함(예, 연애금지, 음주 및 유흥업소 출입금지 등)

구분	있음	없음
계약조항	①	②
지침·생활수칙	①	②
별도의 계약조항과 지침·생활수칙이 모두 없는 경우는 문2-7로 이동		

2-6. **(문2-5의 계약조항 또는 지침·생활수칙이 있는 경우)** 청소년 연예인에 대해 **별도로 추가되는 계약조항 또는 지침, 생활수칙 등**에는 어떠한 것들이 있습니까? 해당되는 것들을 **모두** 선택해 주시기 바랍니다.

1) 이성교제 금지
2) 음주 및 유흥업소 출입금지
3) 휴대전화 사용 금지
4) 식단 관리
5) 과도한 노출 및 지나친 성적 표현행위 강요 금지
6) 학습권에 대한 보장
7) 수익배분 및 정산금 지급
8) 일일 최대 촬영시간(야간활동 동의 여부)
9) 출연하는 프로그램 연장 시 동의 여부
10) 촬영으로 인한 장기 결석 시 사전 동의여부
11) 기타( )

2-7. **(문2-1의 만 19세 미만 예술인 1명 이상 업체만 응답)** 귀사에 소속된 청소년 연예인의 활동으로 발생한 수익을 분배하는 경우, **수익의 지급방식**은 무엇입니까?

1) 청소년 연예인 명의의 계좌로 송금
2) 청소년 연예인 친권자·법정대리인의 계좌로 송금
3) 기타( )

2-8. **(문2-1의 만 19세 미만 예술인 1명 이상 업체만 응답)** 귀사에 소속된 청소년 연예인의 **평균 계약기간은** 어느 정도입니까?

구분	계약기간	
1) 15세 미만	( ) 년 ( ) 개월	해당 없음 □
2) 15세 이상	( ) 년 ( ) 개월	해당 없음 □

2-9. **(문2-1의 만 19세 미만 예술인 1명 이상 업체만 응답)** 귀사에 소속된 청소년 연예인의 **평균 연예활동 시간**은 어느 정도 입니까? 귀사에 소속된 청소년 연예인 중 **활동량이 가장 많은 청소년 연예인을 기준으로** 응답해 주시기 바랍니다.

구분	하루 평균 연예 활동 시간 (활동이 많을 시기 기준)	
1) 15세 미만	평균 ( ) 시간	해당 없음 □
2) 15세 이상	평균 ( ) 시간	해당 없음 □

구분	일주일 평균 연예 활동 시간 (활동이 많을 시기 기준)	
1) 15세 미만	평균 ( ) 시간	해당 없음 □
2) 15세 이상	평균 ( ) 시간	해당 없음 □

※ 귀사에 소속된 청소년 연예인 중 **1)활동량이 가장 많은 청소년 연예인, 2)활동이 많을 시기(영화/드라마 촬영 혹은 음반활동 등)** 기준으로 응답해 주시기 바랍니다.

※ '연예 활동 시간' 은 **촬영장에 도착해서 촬영을 준비하는 시간(분장시간 등)부터 실제 촬영이 끝나는 시간까지 포함**합니다. **촬영장까지의 이동시간은 제외**합니다.

2-10. **(문2-1의 만 19세 미만 예술인 1명 이상 업체만 응답)** 만약 귀사에 소속된 청소년 연예인이 야간 연예활동(촬영 등)을 할 경우, **제작사 측에서는 이에 대해 사전 동의를 구하고** 있습니까?

1) 그 때 그 때 수시로 동의를 구한다 2) 작품 제작 초반에 해당내용을 명시하고 한 번만 동의를 구한다
3) 특별히 동의를 구하지 않는다 4) 아직 야간 촬영 경험이 없다
5) 기타( )

2-11. **(문2-1의 만 19세 미만 예술인 1명 이상 업체만 응답)** 만약 귀사에 소속된 청소년 연예인이 야간 연예활동(촬영 등)을 할 경우, **제작사 측에서 사전 동의를 구하는 방식은** 무엇입니까? **(중복선택 가능)**

1) 매니저(기획사 관계자 포함)에게 동의를 구한다
2) 청소년 연예인 본인에게 동의를 구한다
3) 청소년 연예인의 친권자 · 법정대리인에게 동의를 구한다
4) 기타( )

대중문화예술산업발전법 제 22조(15세 미만 청소년의 대중문화예술용역제공) - 2020년 12월 시행

①대중문화예술제작물 제작 시 15세 미만의 청소년 대중문화예술인이 용역을 제공하는 시간은 1주일에 35시간을 초과하지 못한다. ②대중문화예술제작업자는 오후10시부터 오전6시까지의 시간에 15세 미만의 청소년 대중문화예술인으로부터 대중문화예술용역을 제공받을 수 없다. 다만, 대중문화예술용역 제공일의 다음날이 학교의 휴일인 경우에는 대중문화예술인과 그 친권자 또는 후견인의 동의를 받아 자정까지 제공받을 수 있다.

제 23조(15세 이상 청소년의 대중문화예술용역제공)

①대중문화예술제작물 제작 시 15세 이상의 청소년 대중문화예술인이 용역을 제공하는 시간은 1주일에 40시간을 초과하지 못한다. 합의에 따라 1일 1시간 일주일에 6시간 한도로 연장할 수 있다. ②대중문화예술제작업자는 오후10시부터 오전6시까지의 시간에 15세 이상의 청소년 대중문화예술인으로부터 대중문화예술용역을 제공받을 수 없다. 다만, 15세 이상의 청소년 대중문화예술인 및 그 친권자 또는 후견인의 동의가 있는 경우에는 용역을 제공받을 수 있다.

2-12. **(문2-1의 만 19세 미만 예술인 1명 이상 업체만 응답)** 귀사에 소속되어 있는 청소년 연예인의 **학교 재학 현황**은 어떻습니까?

재학 여부	인원 수	
1) 학교 재학 중임	초등학교 ( )명	
	중고등학교	일반계 ( )명
		예술계 ( )명
2) 학교 재학 중이지 않음	( )명	

2-13. **(문2-12의 학교에 재학 중이지 않는 청소년 연예인이 있는 경우만 응답)** 귀사에 소속된 청소년 연예인이 **학교를 다니지 않는 이유**는 무엇입니까? 해당되는 것들을 **모두** 선택해 주시기 바랍니다.

1) 당사자 본인의 개인적인 사유로
2) 검정고시 준비 중임
3) 연예활동에 매진하기 위해
4) 진학(복학) 준비 중임
5) 기타( )

☞학교 재학 중인 인원 0명인 경우, 응답 후, 문3-1로 이동

2-14. **(문2-12의 학교에 재학 중인 청소년 연예인이 있는 경우만 응답)** 귀사에서 **활동량이 가장 많은 청소년 연예인이 주 활동 시기(영화/드라마 촬영 혹은 음반 활동)에 등교하는 횟수**는 대략 어느 정도입니까?

1) 매일 등교
2) 일주일에 2~3회
3) 일주일에 1회
4) 한 달에 1~2회
5) 주 활동 시기에는 거의 등교하지 못함
6) 기타( )

※귀사에 소속된 청소년 연예인 중 활동량이 가장 많은 청소년 연예인을 기준으로 응답해 주시기 바랍니다.

2-15. **(문2-12의 학교에 재학 중인 청소년 연예인이 있는 경우만 응답)** 귀사에서는 소속된 청소년 연예인의 **등교 여부 및 등하교 시간을 확인하고** 있습니까?

1) 등교여부만 확인한다
2) 등교여부 및 등하교시간을 모두 확인한다
3) 특별히 확인하지 않는다
4) 기타( )

2-16. **(문2-12의 학교에 재학 중인 청소년 연예인이 있는 경우만 응답)** 귀사에서는 소속된 청소년 연예인이 **등하교 시 매니저가 함께 동행** 합니까?

1) 항상 동행한다
2) 스케쥴이 있을 때만 같이 동행하고 없을 때는 동행하지 않는다
3) 전혀 동행하지 않는다
4) 기타( )

3. 소속 연습생

3-1. 귀사에는 데뷔를 준비하고 있는 **소속 연습생**이 있습니까?

1) 있음 2) 없음 (☞문4-1로 이동)

※소속 연습생: 대중문화예술 용역 제공을 위해 특정 기획사에 소속은 되어 있지만 **아직 데뷔는 하지 않은 상태.**

3-2. 귀사에 소속되어 있는 연습생의 **세부 인력현황**에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

(단위: 명)

주력 분야[1]	인원수	2020년 12월 31일 기준						
		성별		연령(만)				
		남	여	만 9세 이하	만 10 ~12세	만 13 ~15세	만 16 ~18세	만 19세 이상
1) 연기자								
2) 가수								
3) 모델								
4) 기타( )								
전체[2]								

※ 해외활동을 병행(준비)하는 **본사 소속연습생은 포함**하되, 해외법인(지사)소속된 연습생은 제외하고 응답할 것.

※해외법인(지사)가 있는 경우, 해외 파트는 제외하고 **국내 기준으로만 응답할 것.**

※별도의 법인으로 등록된 **아카데미에 소속**된 **연습생은 제외할 것.**

1. 소속 연습생의 분야 구분 시, **중복인 경우(연기자 및 가수 준비), 주력 분야를 기준**으로 응답할 것.
2. 전체 인원수의 합은 성별, 연령별 인원 수의 합과 일치해야 함.

3-3. 귀사에서는 데뷔 준비 기간 중에 **연습생에 대해 어떤 교육을 진행**하고 있습니까? 해당되는 것을 **모두** 선택해 주시기 바랍니다.

1) 연기(발성 포함) 2) 신체 훈련 3) 시나리오 분석
4) 가창 5) 춤 6) 워킹
7) 화술 8) 어학 9) 교양(시사상식)
10) 인성교육 11) 기타( )

3-4. 귀사의 교육은 **어떤 방식**으로 이루어지고 있습니까?

1) 직접 교육 (☞문3-6으로 이동) 2) 위탁 교육 (☞문3-6으로 이동)
3) 병행(직접+위탁 교육)(☞문3-5로 이동)
4) 기타( ) (☞문3-6으로 이동)

※직접 교육: 기획사에 소속되어 있는 관련 분야 전문가 혹은 강사 등에 의해 교육을 진행**(기획사 소속 '아카데미' 도 해당).**

※위탁 교육: 기획사에서 별도의 아카데미에 비용을 지불하고 교육을 맡기는 경우를 말함.

3-5. 귀사에서 직접교육 방식과 위탁교육 방식을 병행하고 있다면, **각 방식에 대한 교육시간**은 어떻게 되십니까?

교육 시간(일주일 기준) : 직접( )시간, 위탁( )시간

3-6. 귀사의 연습생 교육은 **일주일에 몇 번** 진행됩니까?

1) 주 1회 ~ 2회 2) 주 3회 ~ 4회 3) 주 5회 이상 4) 기타( )

3-7. 귀사의 연습생 교육은 **하루에 몇 시간** 진행됩니까?

1) 1시간 ~ 2시간 2) 2시간 ~ 3시간 3) 3시간 ~ 4시간 4) 4시간 이상 5)기타( )

3-8. 2020년 기준 귀사에서 소속 연습생에게 지출하는 월 평균 총 비용과 교육비는 얼마입니까?

월 평균 1인당 지출 비용	월 평균 1인당 교육비
( ) 만원	( ) 만원

※소속연습생 관련 지출비용은 **소속직원(트레이너, 신인개발팀 직원 등)의 임금을 제외**한 식비, 숙소 운영비, 교육비 등의 **직접비를 의미**함.
※월평균 1인당 교육비는 전체 지출비용 중 배우, 가수 등이 연예 역량을 개발하기 위한 교육(직접교육, 위탁교육 모두 포함)에 소요되는 비용을 의미함.
※ 해외활동을 병행(준비)하는 **본사 소속연습생은 포함**하되, 해외법인(지사)소속된 연습생은 제외한 기준으로 응답할 것.

3-9. 2020년 기준 귀사에서 소속 연습생과 맺은 평균 계약기간은 얼마나 됩니까?

구분	계약기간
평균 계약기간	( ) 년 ( ) 개월 ☐ 해당없음(계약하지 않음)

※계약기간은 계약서에 명시되어 있는 기간 이외에도 **구두 상으로 언급한 기간도 포함**. 평균 계약기간 산출이 어려운 경우 대략적인 평균 기간을 응답할 것.

3-10. 귀사 소속 연습생의 데뷔까지 준비기간에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

데뷔 분야	최소 데뷔기간	최대 데뷔기간	평균 데뷔기간
1) 연기자	평균 ( )년 ( ) 개월	평균 ( )년 ( ) 개월	평균 ( )년 ( ) 개월
2) 가수	평균 ( )년 ( ) 개월	평균 ( )년 ( ) 개월	평균 ( )년 ( ) 개월
3) 모델	평균 ( )년 ( ) 개월	평균 ( )년 ( ) 개월	평균 ( )년 ( ) 개월
4) 기타( )	평균 ( )년 ( ) 개월	평균 ( )년 ( ) 개월	평균 ( )년 ( ) 개월

※ 해외활동을 병행(준비)하는 **본사 소속연습생은 포함**하되, 해외법인(지사)소속된 연습생은 제외한 기준으로 응답할 것.
※소속 연습생들과 어떠한 형태로든 계약을 체결하는 경우, **계약 체결 시점부터 데뷔까지의 기간**이 준비기간에 해당하며 계약을 체결하지 않는 경우 **해당 기획사에서 연습, 훈련 등을 시작하는 시점부터 데뷔까지의 기간**이 준비기간에 해당함.
※소속 연습생이 가수를 준비 중이었다고 하더라도 연기자로 먼저 데뷔를 했다면, 연기자 준비 기간에 응답할 것.
※각 분야별 데뷔 시점은 아래와 같이 정의함.**(데뷔 시점 확인 필요)**
- 연기자: 영화, 드라마 등의 공식적인 작품에 출연한 경우
- 가수: 음원 · 음반이 발매되는 시점
- 모델: 패션쇼 혹은 광고 등을 통해 본인의 수익이 발생한 경우

3-11. 귀사의 소속 연습생 중 데뷔하는 연습생 비중은 대략적으로 어느 정도 되십니까?

구분	비중
데뷔하는 연습생 비중	( ) %
자발적 포기 연습생 비중	( ) %

4. 소속직원

4-1. 귀사에 소속되어 있는 **직원의 세부 인력현황**에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

(단위: 명)

주된 업무	전체 인원수	2020년 12월 31일 기준							
		성별		연령(만)				고용 형태	
		남	여	만 29세 이하	만 30~39세	만 40~49세	만 50세 이상	정규직	비정규직
1) 매니저(홍보매니저, 로드매니저 등 모두 포함)									
↳ 1-1) 로드매니저									
2) 댄서, 스타일리스트									
3) 기획(마케팅, 홍보, 광고 등)									
4) 제작 (녹음, 영상, 디자인, MD 등)									
5) 트레이닝(교육, 신인개발 등)									
6) 경영관리 (재무, 총무, 일반사무직 등)									
7) 기타( )									
전체									

※ 해외에서 근무하는 **본사 소속 직원은 포함**하되, 해외법인(지사)에 소속된 직원은 제외하고 응답할 것.
※한 명의 직원이 **겸업(트레이닝과 홍보)하는 경우**, 좀 더 비중이 높은 **주된 업무를 기준으로** 응답할 것.
※각 분야별 업무 구분은 **회사의 입장에 맞춰 자유롭게 구분**하면 됨. 예를 들어 A&R을 회사에 따라 제작파트에 포함할 수도 있고, 기획파트에 포함을 시킬 수도 있음.
※각 고용 형태 별(정규직, 비정규직) 인원 수 합은 전체 인원수의 합과 일치해야 함.

4-2. 귀사에 소속되어 있는 전체 소속직원 중 **4대 보험에 가입되어 있는 직원수 또는 비율은** 어느 정도 입니까? 가능한 직원 수로 응답해 주시고, 파악이 어려운 경우 대략적인 비율로 응답해 주십시오.

( )명 / ( )%

4-3. 귀사 소속직원의 **가장 주된 구인경로**는 무엇입니까?

1) 공채(구인사이트 포함) 2) 특채 3) 지인 추천 4) 기타( )

사업 현황

5. 활동 및 매출 규모

5-1. 2020년도 기준 귀사의 분야별 매출 규모는 어떻게 됩니까?

분야	2020년 12월 31일 기준		
	국내	해외[6]	전체
	매출액(백만원)	매출액(백만원)	매출액(백만원)
1) 매니지먼트[1](출연료 등)			
2) 공연기획 및 제작[2](티켓판매 등)			
3) 연관 콘텐츠 제작[3](영화, 드라마, 음원/음반 판매 등)			
4) 파생상품[4](MD비즈니스)			
5) 기타[5]( )			
계			

1. 매니지먼트: 대중문화예술용역의 제공 또는 알선을 통한 매출.
2. 공연기획 및 제작: 콘서트 등의 공연을 통한 매출.
3. 연관 콘텐츠 제작: 영화, 드라마, 디지털 음원, 음반, 광고 등의 제작을 통한 매출.
4. 파생상품(MD비즈니스): 소속 연예인을 활용한 상품 제작 및 판매를 통한 매출(티셔츠, 컵, 필기구 등).
5. 기타: 앞서 언급한 항목 이외의 분야를 통한 매출(예, 모델 에이전시의 중개 수수료 등).
6. 본사에서 발생한 해외매출액을 말함

5-2. 2020년도 기준 귀사의 전체 매출액 중 1) 매니지먼트(출연료 등)와 3)연관 콘텐츠 제작(영화, 드라마, 음반/음원 판매 등)에 대한 분야별 매출 비중에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

분야	2020년 12월 31일 기준
	분야별 매출 비중(%)
1) 매니지먼트(출연료 등)	100%
1-1) 드라마 출연	( )%
1-2) 영화 출연	( )%
1-3) 광고(방송, 지면 광고 포함) 출연	( )%
1-4) 공연(뮤지컬, 콘서트) 출연	( )%
1-5) 기타방송(MC, DJ, 예능 등) 출연	( )%
1-6) 행사활동	( )%
2) 공연기획 및 제작(티켓판매 등)	-
3) 연관 콘텐츠 제작(영화, 드라마, 음원/음반 판매 등)	100%
3-1) 드라마 제작	( )%
3-2) 영화 제작	( )%
3-3) 광고 제작	( )%
3-4) 음원/음반 제작	( )%
3-5) 기타 방송(예능 등) 제작	( )%
4) 파생상품 (MD비즈니스)	-
5) 기타( )	-

※매니지먼트 분야(1-1)부터 1-6))와 연관 콘텐츠 제작분야(3-1)부터 3-5))의 합계는 각각 100%가 나와야 함.
※분야별 매출 비중은 1)국내와 2)해외를 모두 합한 전체 규모를 기준으로 응답할 것.
※문5-1에서 1)매니지먼트나 3)연관 콘텐츠 제작 및 판매 수익이 있는 경우에만 응답할 것.

5-3. 2019년 대비 2020년에 귀사의 분야별 **매출액 증감 현황**은 어떻습니까?

구분	분야	증감현황
국내외	1) 국내 매출	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	2) 해외 매출	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
분야	**1) 매니지먼트(출연료 등)**	-
	1-1) 드라마 출연	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	1-2) 영화 출연	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	1-3) 광고(방송, 지면 광고 포함) 출연	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	1-4) 공연(뮤지컬, 콘서트) 출연	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	1-4-1) 온라인 공연 출연	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	1-5) 기타방송(MC, DJ, 예능 등) 출연	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	1-6) 행사활동	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	2) 공연기획 및 제작(티켓판매 등)	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	3) 연관 콘텐츠 제작(영화, 드라마, 음원/음반 판매 등)	-
	3-1) 드라마 제작	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	3-2) 영화 제작	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	3-3) 광고 제작	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	3-4) 음원/음반 제작	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	3-5) 기타 방송(예능 등) 제작	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	4) 파생상품 (MD비즈니스)	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음

※문5-1의 해외 매출액 발생 업체의 경우, 2) 해외 매출 증감현황을 **해당없음으로 표시하면 안 됨.**
※문5-2의 각 분야별 매출 비중이 1(%) 이상인 경우, 증감현황을 **해당없음으로 표시하면 안 됨.**
※분야별 증감현황은 **국내매출과 해외매출을 모두 포함한 전체 매출액을 기준으로** 응답할 것.

6. 해외 진출 현황

6-1. **(문5-1의 해외 매출액 발생 업체 응답)** 귀사가 **진출해 있는 해외 주요 국가**는 어디입니까?
3개까지 응답해 주시기 바랍니다. (　　), (　　), (　　)

1) 중국　2) 일본　3) 동남아　4) 북미　5) 유럽　6) 기타(　　)

※본사 기준 해외 매출액이 발생한 경우, 진출한 것으로 여김
※아래의 경우는 제외함(진출한 것으로 보지 않음)
- 해외지사(법인)을 통해 매출이 발생한 경우 / 단발성 행사를 진행한 경우

6-2. **(문5-1의 해외 매출액 발생 업체 응답)** 귀사에서 해당 국가에 **최초 진출한 경로**는 무엇입니까?
해당되는 것을 **모두** 선택해 주시기 바랍니다.

1) 해외 법인(지사) 설립
2) 해외 에이전트/유통사
3) 관련 박람회 참가
4) 해외 음원 판매
5) 동영상 공유 사이트(예)유튜브, 비메오, 아프리카TV 등)
6) OTT 플랫폼(넷플릭스, 왓챠 등)
7) 기타(　　)

6-3. 귀사가 향후 진출하고 싶거나 계획이 있는 해외 국가는 어디입니까?

1순위(　　)	2순위(　　)	3순위(　　)
1) 중국　2) 일본　3) 동남아　4) 북미　5) 유럽　6) 기타(　　) ※ 문6-1에서 **이미 진출해 있는 국가는 제외**하고 응답할 것.		

표준 계약서

7. 표준 계약서 인지도 및 활용 현황

7-1. 귀사는 문화체육관광부에서 제정한 **표준전속계약서 및 부속합의서가 있음을 인지**하고 있습니까? 각각에 대해 어느정도 인지하고 있으신지 응답해 주십시오.

구분	인지하지 못하고 있다	어느정도 인지하고 있다	잘 인지하고 있다
1) 대중문화예술인 표준전속계약서	①	②	③
2) 대중문화예술분야 연습생 표준계약서	①	②	③
3) 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서	①	②	③

7-2. 귀사에서는 문화체육관광부에서 제정한 **표준전속계약서 및 부속합의서를 현재 사용하고** 있습니까?

구분	사용하고 있음	일부 조항을 수정하여 사용	자체계약서 사용	구두 계약	사용하지 않음
1) 대중문화예술인 표준전속계약서 (문2-1의 소속연예인이 1명 이상인 경우)	①	② (☞문7-2-1 이동)	③ (☞문7-3 이동)	④ (☞문7-3 이동)	⑤ (☞문7-3 이동)
2) 대중문화예술분야 연습생 표준계약서 (문3-1의 소속연습생이 있다고 응답한 경우)	①	② (☞문7-2-1 이동)	③ (☞문7-3 이동)	④ (☞문7-3 이동)	⑤ (☞문7-3 이동)
3) 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서 (문2-1의 만19세 미만 소속연예인이 1명 이상이거나 문3-1의 소속연습생이 있다고 응답한 경우)	①	② (☞문7-2-2 이동)	③ (☞문7-3 이동)	④ (☞문7-3 이동)	⑤ (☞문7-3 이동)

7-2-1. **(문7-2-1) 또는 문7-2-2)의 ② 응답자)예술인과 연습생에 대하여** 표준전속계약서를 수정하여 사용하고 있다면 수정사항은 무엇입니까? 아래의 내용 중 해당되는 사항을 모두 선택해 주시기 바랍니다.

1) 계약기간·갱신·변경 및 해제에 관한 사항
2) 계약 당사자의 권한 및 의무에 관한 사항
3) 대중문화예술용역의 범위 및 매체에 관한 사항
4) 대중문화예술인의 인성교육 및 정신건강 지원에 관한 사항
5) 상표권, 초상권, 콘텐츠 귀속에 관한 사항
6) 수익의 분배에 관한 사항
7) 분쟁해결에 관한 사항
8) 아동·청소년 대중문화예술인 보호에 관한 사항
9) 부속 합의에 관한 사항
10) 기획업자의 권한 및 의무에 관한 사항

7-2-2. **(문7-2-3)의 ② 응답자)**청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서를 수정하여 사용하고 수정 사항은 무엇입니까? 아래의 내용 중 해당되는 사항을 모두 선택해 주시기 바랍니다.

1) 청소년의 자유선택권 보장에 관한 사항
2) 청소년 학습권 보장에 관한 사항
3) 청소년의 인격권 보장에 관한 사항
4) 청소년의 신체적 · 정신적 건강 보장에 관한 사항
5) 청소년의 수면권 및 휴식권 보장에 관한 사항
6) 청소년의 대중문화예술용역 제공 시간에 관한 사항
7) 청소년에게 금지된 행위 및 청소년 출입금지 장소에 관한 사항
8) 청소년 대중문화예술용역 제공 알선의 제한에 관한 사항
9) 청소년 유해행위의 금지에 관한 사항
10) 청소년 법정대리인의 권한 등에 관한 사항
11) 청소년 정산금액 지급에 관한 사항
12) 확인 및 보증에 관한 사항

7-3. **(문7-2에서 표준전속계약서나 부속합의서를 사용하지 않는 경우(③~⑤)** 귀사에서는 문화체육관광부에서 제정한 **표준전속계약서 및 부속합의서를 향후 사용할 계획**이 있습니까?

구분	사용할 계획이 있음	일부 조항을 변경하여 사용할 계획이 있음	사용 계획 없음
1) 대중문화예술인 표준전속계약서	①	②	③
2) 대중문화예술분야 연습생 표준계약서	①	②	③
3) 청소년 대중문화예술인(또는 연습생) 표준 부속합의서	①	②	③

7-4. 귀사는 소속직원들에 대해 **표준계약서(표준근로계약서 또는 표준약관)를 사용**하고 있습니까?
1) 표준계약서(표준근로계약서) 사용하고 있음 (☞문7-6으로 이동)
2) 표준계약서의 일부 조항을 변형하여 사용하고 있음 (☞문7-6으로 이동)
3) 표준계약서를 활용하지 않고, 자체적으로 제작한 계약서를 사용함 (☞문7-5로 이동)
4) 구두로 계약함 (☞문7-5로 이동)
5) 어떠한 계약도 하지 않음 (☞문7-5로 이동)

7-5. 표준계약서를 사용하지 않고 있다면 **표준계약서(표준근로계약서 또는 표준약관)를 사용할 계획**이 있습니까?
1) 표준계약서(표준근로계약서 또는 표준약관)를 사용할 계획이 있음
2) 일부 조항을 변형한 계약서를 사용할 계획이 있음
3) 기타( )

7-6. 귀사는 현재 **주 52시간 근무제를 시행**하고 계십니까?

1) 시행중　　2) 시행하지 않고 있음 (☞ 문7-6-1로 이동)

<노동(근로)시간 단축제도>
2018년 3월 20일 법률 제15513호로 개정된 근로기준법(2018년 7월 1일 시행)은 제2조 제1항 7호를 신설하여 연장·휴일근로 포함 1주 최대 52시간으로 할 것을 명시, 즉 **주당 최대 노동시간을 52시간으로 한정**하는 노동시간 단축제도를 도입함
※ 상시근로자 300인 이상 및 국가·지방자치단체·공공기관 : 2018년 7월 1일 시행
50인 이상 300인 미만 : 2020년 1월 1일 시행(2021년 1월 1일까지 1년간 유예)
5인 이상 50인 미만 : 2021년 7월 1일 시행

7-6-1. **주 52시간 근무제를 도입하지 않고** 있다면 이유는 무엇입니까?

1) 노사 합의에 따라 내년 8월 이후 시행 예정
2) 노사간협약서(단체협약, 취업규칙, 협정, 확인서 등) 상의 규정 준비 미흡(노사간 대립)
3) 탄력적 근로시간제 등 유연근무제 시행 중
4) 노동시간 단축에 따른 부수적 근태제도(탄력적근로시간제 등) 정비가 미완료
5) 시스템 구축 미흡(근로시간 관리시스템, 원격근무 시스템 등)
6) 주 52시간 근무제를 시행하는 것이 현실적으로 불가능함
7) 제도시행 시기에 대해 인지하지 못함
8) 기존 주52시간 내로 일하고 있으므로 따로 사내규정 제정 및 시스템 운영이 필요 없음
9) 기타(　　)

조사 대상자 의견

8. 성희롱·성폭력 예방교육 실시 현황

8-1. 귀사는 임직원 대상으로 **매년 성희롱·성폭력 예방교육 실시**하고 계십니까?

1) 실시함　　2) 실시하지 않음(☞문9로 이동)

8-2. 귀사의 **성희롱·성폭력 예방교육 실시 주기**는 어떻게 되십니까?

1) 연 1회　　2) 6개월에 1번씩(연2회)
3) 기타(　　)

9. 국내 대중문화예술산업에 대한 평가

9-1. **우리나라 대중문화예술산업**의 **경쟁력 우위 부분**은 무엇이라고 생각하십니까?
우선 순위로 최대 2가지를 응답해 주십시오.　　1순위(　　), 2순위(　　)

1) 회사(매니지먼트)의 역량(기획력)　　2) 연예인의 역량
3) 관련 분야 콘텐츠　　4) 시장변화에 대한 적응력
5) 정부의 정책 지원　　6) 기타(　　)

9-2. **우리나라 대중문화예술산업**에서 **경쟁력이 취약한 부분은** 무엇입니까?
우선 순위로 최대 2가지를 응답해 주십시오. 1순위( ), 2순위( )

1) 투자재원의 부족
2) 역량 있는 인력의 부족
3) 사회적 이미지
4) 정부의 규제(청소년유해매체제도 등)
5) 협소한 내수 시장
6) 기타( )

9-3. **국내 대중문화예술산업**의 **해외 진출 시, 애로 사항**은 무엇입니까?
우선 순위로 최대 2가지를 응답해 주십시오. 1순위( ), 2순위( )

1) 해외시장 조사 및 정보 부족
2) 해외마케팅 전문 인력 부족
3) 해외마케팅 활동 관련 경비 부담
4) 낮은 해외 인지도
5) 해외시장 진출에 대한 불확신
6) 해외 네트워크 구축 미흡
7) 물리적 시간 투자 부담
8) 기타( )

10. 정부의 지원 사항

10-1. **국내 대중문화예술산업 발전**을 위해 필요한 **정부 지원 요청사항은** 무엇입니까?
우선 순위로 최대 2가지를 응답해 주십시오. 1순위( ), 2순위( )

1) 정책자금 지원
2) 세금 감면
3) 관련 분야 기술 지원
4) 교육 프로그램 개발
5) 시장상황정보 지원
6) 법/제도 체계 정비
7) 법률상담 지원
8) 관련 분야의 행정 전문성 확보
9) 홍보 및 마케팅 지원
10) 기타( )

10-2. **국내 대중문화예술산업의 해외 진출 관련**하여 필요한 **정부 지원 요청사항은** 무엇입니까?
우선 순위로 최대 2가지를 응답해 주십시오. 1순위( ), 2순위( )

1) 저작권 보호
2) 해외마케팅 지원
3) 해외시장 정보 제공
4) 해외기업과 네트워크 지원
5) 정부의 미개입
6) 기타( )

코로나 19 관련 사항

11. 코로나19로 인한 변화 및 대응 현황

11-1. 귀사는 2019년(코로나19 직전) 대비 2020년 말 기준 귀사의 매출액, 고용 인원 수, 근로시간은 어떻게 변하였는지 해당하는 곳이 응답해 주십시오. 변화상태를 선택하신 후 변화폭을 선택해 주십시오.

	변화상태			변화 폭 (변화상태에 대해 증가, 감소에 체크한 응답자만)										
	증가	동일	감소	0~10 %	10~20 %	20~30 %	30~40 %	40~50 %	50~60 %	60~70 %	70~80 %	80~90 %	90~ 100%	100% 초과
1) 매출	①	②	③	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪
2) 고용인원	①	②	③	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪
3) 근로시간	①	②	③	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪

11-2. 코로나19 확산에 따라 귀사에서 활용한 대응에 대해 모두 응답하여 주십시오.

1) 휴업(근로시간 단축 등의 부분 휴업조치 포함)
2) 임금동결이나 삭감
3) 인력 조정(휴직, 해고 및 명예퇴직 포함)
4) (하청 및 도급계약 업체와의) 계약해지 및 종료
5) 단축 근무, 순환 근무 등 근로시간 조정
6) 재택근무, 원격근무 등 대안적 근로환경 마련
7) 별다른 대응을 하지 못했음
8) 기타( )

11-3. 코로나19 이전으로 경영상황 회복은 언제로 예상하십니까?

1) 2021년 4분기
2) 2022년 1분기
3) 2022년 2분기
4) 2022년 3분기
5) 2022년 4분기
6) 2023년 이후

11-4. 귀사에서는 2020년부터 현재까지 코로나19로 경영상 피해를 입은 경우, 피해 유형이 무엇인지 모두 응답해주십시오.

1) (공연 취소, 콘텐츠 제작 감소 등으로) 매출감소
2) 코로나19로 인한 휴업으로 회사운영 차질
3) 방역, 소독으로 인한 비용증가
4) 해외계약취소 등 해외활동 축소
5) 재택근무로 인한 업무 효율 저하
6) 신규 인력 채용의 어려움
7) 코로나19로 인한 피해 없음
8) 기타( )

11-5. 귀사에서는 비대면 상황에서의 콘텐츠 제공에 대하여 어떻게 대비하고 계십니까?

1) 숏 폼 콘텐츠 제작에 주력할 계획이다.
2) 동영상 공유 사이트에 적합한 콘텐츠를 제작할 계획이다.
3) 온라인 콘서트와 팬미팅 등을 계획하고 있다.
4) 자체 콘텐츠 제공 채널을 구축할 예정이다.
5) 아직 구체적인 대비 계획이 없다.
6) 기타(　　)

11-6. 귀사에서는 2020년부터 현재까지 코로나19로 인한 경영애로 해소를 위해 정부 지원 사업에 참여한 경험(수혜경험)이 있으십니까?

1) 있음(☞ 문11-6-1로 이동)　　2) 없음(☞ 문12로 이동)

11-6-1. **(문11-6)의 ①응답자)** 귀사가 2020년부터 현재까지 코로나19와 관련하여 참여 또는 수혜한 정부지원 사업은 어떠한 것입니까? 해당 되는 내용을 모두 응답해 주십시오.

1) 코로나19 관련 금융(대출, 지원금 등) 부문 지원
2) 코로나19 관련 세제 관련 지원
3) 코로나19 관련 상담 지원
4) 코로나19 관련 기획 · 제작 · 유통 관련 지원
5) 코로나19 관련 고용 · 교육훈련 · 복지 지원
6) 기타 (　　)

기타 사항

12. 기타

12-1. **최근 3년(2018년~2020년)**간 귀사와 소속 대중문화예술인(소속연습생 포함)과의 계약서 관련 법적 분쟁 사례(문화부나 상사중재원 신고, 신고접수, 소장접수, 고소 등)가 있었습니까? 있었다면 몇 건 정도입니까?

(　　)건

12-2 법적 분쟁 사례가 있었다면 귀사와 소속 대중문화예술인(소속연습생 포함)과의 **계약서 관련 대표적인 분쟁 내용**이 무엇이었는지 응답해 주십시오.

예) 연예인 A와 계약기간 상의 갈등으로 인해 문체부 신고, 연예인 B씨와 수익금 정산 문제로 인한 갈등 등

12-3. 귀사가 **현재 가입되어 있는 관련 협회나 단체**는 무엇이 있습니까?

<별첨. 사업체 및 작성자 정보>

※ 아래 내용은 앞서 응답해 주신 설문 내용 확인 시에만 활용될 예정입니다.

<table>
<tr><td>업체명</td><td colspan="2"></td><td>대표자 명</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">소재지</td><td>주 소</td><td colspan="3">우편번호( )</td><td rowspan="2">설립년도</td><td rowspan="2">( ) 년</td></tr>
<tr><td>홈페이지</td><td colspan="3">http://</td></tr>
<tr><td rowspan="2">작성자</td><td>성 명</td><td></td><td>소속
부서/팀</td><td></td><td>직위</td><td></td></tr>
<tr><td>전 화</td><td colspan="3">( ) -</td><td>E-mail</td><td>@</td></tr>
</table>

◇ 조사에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다 ◇

2021년 대중문화예술산업 실태조사(대중문화예술제작업) 조사표

안 내 문

※ 본 조사표는 「통계법」 제33조에 근거하여 비밀이 보장되며 통계작성 목적 이외에는 사용되지 않습니다.

▸ 통계법 제33조(비밀의 보호)
① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

■ 조사목적과 근거

이 조사는 「대중문화예술산업발전법」 제18조 및 동법 시행령 제5조에 근거하여 대중문화예술산업의 공정한 거래질서 확립을 위한 정책의 수립·시행을 목적으로 대중문화예술산업 사업체에 대해 실시되는 조사입니다.

귀하께서 응답해 주신 내용은 『2021 대중문화예술산업 실태조사』를 위한 기초 정보로 활용될 예정이며, 나아가 대중문화예술산업 발전을 위한 정책 수립 시, 귀중한 자료가 될 것입니다. 조사에 협조해 주셔서 매우 감사드립니다.

■ 대중문화예술산업의 정의

「대중문화예술산업발전법」 제2조(정의)에 따르면 '대중문화예술산업'은 대중문화예술인이 제공하는 대중문화예술용역을 이용하여 방송영상물. 영화. 비디오물. 공연물. 음반. 음악파일. 음악영상물. 음악영상파일 등(이하 "대중문화예술제작물"이라 한다) 을 제작하거나 대중문화예술 제작물의 제작을 위하여 대중문화예술인의 대중문화예술 용역 제공을 알선, 기획, 관리 등을 하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 산업을 말한다.

■ 대중문화예술산업의 범주

공연물, 방송영상물, 영화·비디오물, 음악, 이미지화보 등의 대중문화예술제작물을 제작하는 산업과 대중문화예술기획업을 말한다.

※대중문화예술제작물의 범위

① 공연법에 따른 공연물(무용, 연극, 국악 형태의 순수 공연물 제외, 뮤지컬이나 가수들의 공연은 포함)
② 방송법에 따른 방송을 위해 제작된 영상물(보도, 교양, 다큐 분야 영상물 제외)
③ 영화법에 따른 영화 및 비디오물
④ 음악산업법에 따른 음반, 음악파일, 음악영상물 및 음악영상파일
⑤ 이미지를 활용한 제작물(대중문화예술인의 이미지를 이용한 화보, 출판물 광고 등)

■ 조사 대상 범위

- 종사자: ① 대중문화예술인 ② 대중문화예술제작 스태프
- 사업자: ① 대중문화예술기획업 ② 대중문화예술제작업

■ 조사 기준 시점

- **2020년 12월 31일 기준**

○ 주관기관 : 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀(이아름 선임연구원)
○ 조사수행기관 : 한국기업데이터㈜ (이은숙 팀장 02-3215-2417/ 박민정 과장 02-3215-2506)

기본 정보

※대중문화예술제작업 정의
· 법률적 정의: 대중문화예술용역을 이용하여 대중문화예술제작물을 제작하는 영업을 말한다. 이 경우 대중문화예술제작물이 1회 이상의 도급에 따라 제작되는 경우에는 상위 수급인(도급인을 포함한다)의 영업을 포함한다.

☞ 아래부터 진행하시는 모든 문항에 대한 응답 기준 시점은 2020년 12월 31일입니다.

1. 사업 분야 및 해외지사 현황

<table>
<tr><td>사업체 형태</td><td>1) 개인사업체
2) 회사법인
(주식, 유한, 합자, 합명회사)
3) 회사 외 법인
4) 기타(　　)</td><td>상장여부</td><td>1) 상장 했음(코스닥 포함)
2) 상장 안했음</td></tr>
<tr><td>사업 분야[1]
(유형, 모두선택)</td><td colspan="3">1) 영상물 제작 : 1-1. 방송　1-2. 영화　1-3. 애니메이션
1-4. 광고　1-5. 뮤직비디오　1-6. 기타(　　)
2) 음반/음원 제작사
3) 공연물 제작 : 3-1. 공연기획/제작사　3-2. 공연단체
4) 기타 제작 (　　)
※ 해당하시는 사업 분야를 모두 선택해주십시오.
↳ 이 중 주요 사업 분야 선택(1개) : (　　)</td></tr>
<tr><td>자본금[2]</td><td>(　　) 백만원</td><td>매출액[3]</td><td>(　　) 백만원</td></tr>
<tr><td>해외지사(법인)
현황</td><td colspan="3">1) 있음　2) 없음</td></tr>
<tr><td>해당 국가[4]
(해외 지사가 있는
경우만 응답)</td><td colspan="3">1) 중국　2) 일본　3) 동남아　4) 북미　5) 유럽
6) 기타(　　)
↳ 주요 국가 3개 택(3개) : (　　), (　　), (　　)</td></tr>
</table>

1. 사업 분야의 경우, 해당 사항이 있는 분야를 모두 응답해 주시기 바랍니다.
2. 자본금 및 매출액은 2020년 12월 31일 기준으로 응답할 것.
3. **본사에서 발생하는 해외매출은 포함**하되, 해외법인(지사)에서 발생하는 매출은 제외하고 응답해 주십시오
4. 해외지사(법인)가 있는 소속사의 해당 국가명은 주요 국가 3개를 응답할 것.

세부 인력 현황

2. 전체 소속직원(프리랜서 제외)

2-1. 귀사에 소속되어 있는 소속직원의 **고용형태별, 성별, 연령별 인력현황**에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

(단위: 명)

구분	전체 인원수	2020년 12월 31일 기준					
		성별		연령(만)			
		남	여	만29세 이하	만 30~39세	만 40~49세	만 50세 이상
1) 정규직[1]							
2) 비정규직[2](프리랜서 제외)							
전체							

※ 해외에서 근무하는 **본사 소속 직원은 포함**하되, 해외법인(지사)에 소속된 직원은 제외하고 응답할 것.
※소속직원은 업체에 고용된 자로 회사에 전속되지 않은 **프리랜서는 이 응답에서 제외함**
※자영업자, 무급가족 종사자인 경우 정규직 근로자에 포함
1. **정규직:** 계속 고용이 보장되는 정규직원으로 일하는 종사자
2. **비정규직:** 1년 미만의 계약직 근로자, 파견직, 일용직, 파트타임, 훈련생, 인턴십 등

2-2. 귀사에 소속되어 있는 소속직원의 **직무별 인력현황**에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

(단위: 명)

주된 업무	전체 인원수	2020년 12월 31일 기준							
		성별		연령(만)				고용 형태	
		남	여	만 29세 이하	만 30~39세	만 40~49세	만 50세 이상	정규직	비정규직
1) 사업 기획[1]									
2) 제작(연출, 촬영, 조명 등)[2]									
3) 마케팅/홍보[3] (작품홍보 및 광고, 유통 등)									
4) 경영관리[4](재무, 총무, 일반사무직 등)									
5) 기타[5]( )									
전체									

※ 해외에서 근무하는 **본사 소속 직원은 포함**하되, 해외법인(지사)에 소속된 직원은 제외하고 응답할 것.
※전체 인원수는 **문2-1과 동일**해야 함 .
※소속직원은 업체에 고용된 자로 회사에 전속되지 않은 프리랜서는 이 응답에서 제외함.
※직무별로 업무가 중복될 경우, **주로 담당하는 업무를 기준**으로 응답할 것.
※각 분야별 업무 구분은 **회사의 입장에 맞춰 자유롭게 구분**하면 됨.
1. 사업기획: 전체적인 사업을 기획하고 관리하는 인력.
2. 제작: 실제로 대중문화예술제작물 작업에 투입되는 인력(예, 촬영감독, 조명감독 등)
3. 마케팅/홍보: 작품의 홍보 및 광고 등을 담당하는 인력
4. 경영관리: 회사의 재무, 인사, 총무 등의 업무를 담당하는 인력

3. 프리랜서 현황

3-1. 귀사에 전속되어 있지는 않지만 필요 시 제작 관련 업무에 함께 투입되는 **프리랜서의 분야별 세부 인력 현황**에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

(단위: 명)

구분	전체 인원수	영상물 제작						음반/음악 제작	공연물 제작	기타 제작
		방송	영화	애니메이션	광고	뮤직비디오	영상물 기타			
프리랜서										

※세부 인력현황은 **2020년 1월 1일부터~2020년 12월 31일**까지 투입된 인원수를 응답할 것.
※**프리랜서**는 특정 기업이나 단체에 소속되지 않고, 자신의 기술과 능력을 이용해 필요할 때마다 독립적으로 일을 맡아 진행함. 특정 기업에 소속되어 있는 **비정규직과는 다른 개념**임.
※분야가 중복이 되는 경우는 **주요 분야 기준**으로 응답할 것.

4. 구인경로 및 신규 직원 채용 시 평가 요소

4-1. 귀사는 소속직원들에 대해 **표준계약서(표준근로계약서 또는 표준약관)를 사용**하고 있습니까?

1) 표준계약서(표준근로계약서)를 사용하고 있음 (☞문4-3으로 이동)
2) 일부 조항을 변형한 계약서를 사용하고 있음 (☞문4-1-1로 이동)
3) 자체 계약서 사용 (☞문4-2로 이동)
4) 구두 계약 (☞문4-2로 이동)
5) 어떠한 계약도 하지 않음 (☞문4-2로 이동)

4-1-1. **(문4-1의 ② 응답기업)** 표준계약서를 수정하여 사용하고 있다면 아래의 내용 중 귀사에서 **수정하여 사용하는 사항**은 무엇입니까? 수정하여 사용하고 있는 사항을 모두 선택해 주시기 바랍니다.

1) 계약기간·갱신·변경 및 해제에 관한 사항
2) 계약 당사자의 권한 및 의무에 관한 사항
3) 대중문화예술용역의 범위 및 매체에 관한 사항
4) 대중문화예술인의 인성교육 및 정신건강 지원에 관한 사항
5) 상표권, 초상권, 콘텐츠 귀속에 관한 사항
6) 수익의 분배에 관한 사항
7) 분쟁해결에 관한 사항
8) 아동·청소년 대중문화예술인 보호에 관한 사항
9) 부속 합의에 관한 사항
10) 제작업자의 권한 및 의무에 관한 사항

☞문4-1-1에 응답 후 문4-3으로 이동

4-2. **(문4-1의 ③~⑤ 응답기업)** 표준계약서를 사용하지 않고 있다면 **표준계약서(표준근로계약서 또는 표준약관)를 사용할 계획**이 있습니까?

1) 표준계약서(표준근로계약서 또는 표준약관)를 사용할 계획이 있음
2) 일부 조항을 변형한 계약서를 사용할 계획이 있음
3) 기타( )

4-3. 2020년 기준, 귀사에 소속되어 있는 전체 소속직원 중 **4대 보험에 가입되어 있는 직원수 또는 비율은** 어느 정도 입니까? 가능한 직원수로 응답해 주시고, 파악이 어려운 경우 대략적인 비율로 응답해 주십시오.

( )명 / ( )%

4-4. **(문3-1의 프리랜서 인원이 1명 이상인 업체) 2020년 기준**, 귀사와 작품 제작을 함께 진행하고 있는 프리랜서 중 **4대 보험에 가입되어 있는 인원수 비율은** 어느 정도 입니까? 정확한 파악이 어려운 경우 대략적인 수치로 응답해 주십시오.

( )%

4-5. 귀사는 현재 **주 52시간 근무제를 시행**하고 계십니까?

1) 시행중　　2) 시행하지 않고 있음 (☞ 문4-5-1로 이동)

<노동(근로)시간 단축제도>
2018년 3월 20일 법률 제15513호로 개정된 근로기준법(2018년 7월 1일 시행)은 제2조 제1항 7호를 신설하여 연장·휴일근로 포함 1주 최대 52시간으로 할 것을 명시, 즉 **주당 최대 노동시간을 52시간으로 한정**하는 노동시간 단축제도를 도입함
※ 상시근로자 300인 이상 및 국가·지방자치단체·공공기관 : 2018년 7월 1일 시행
50인 이상 300인 미만 : 2020년 1월 1일 시행(2021년 1월 1일까지 1년간 유예)
5인 이상 50인 미만 : 2021년 7월 1일 시행

4-5-1. **주 52시간 근무제를 도입하지 않고** 있다면 이유는 무엇입니까?

1) 노사 합의에 따라 내년 8월 이후 시행 예정
2) 노사간협약서(단체협약, 취업규칙, 협정, 확인서 등) 상의 규정 준비 미흡(노사간 대립)
3) 탄력적 근로시간제 등 유연근무제 시행 중
4) 노동시간 단축에 따른 부수적 근태제도(탄력적근로시간제 등) 정비가 미완료
5) 시스템 구축 미흡(근로시간 관리시스템, 원격근무 시스템 등)
6) 주 52시간 근무제를 시행하는 것이 현실적으로 불가능함
7) 제도시행 시기에 대해 인지하지 못함
8) 기존 주52시간 내로 일하고 있으므로 따로 사내규정 제정 및 시스템 운영이 필요 없음
9) 기타( )

4-6. 귀사의 가장 **주된 구인경로**는 무엇입니까?

1) 공채(구인사이트 포함)　　2) 특채(관련 분야 수상 경력 등)
3) 지인 추천　　4) 기타( )

4-7. 귀사에서 신규 직원 채용 시 **평가하는 항목은** 무엇이 있습니까?
우선 순위로 최대 2가지를 응답해 주십시오. 1순위( ), 2순위( )

1) 해당분야 업무 경력　　2) 수상경력
3) 해당분야 전공여부　　4) 채용 면접 시 태도
5) 기타( )

4-8. 귀사에서 신규 직원 채용 시, **애로 사항**은 무엇이 있습니까?
우선 순위로 최대 2가지를 응답해 주십시오. 1순위(　　), 2순위(　　)

1) 신규 채용 인력 부족
2) 관련 분야 인력의 자질 부족
3) 저임금 회피
4) 업무 특성 상 기피
5) 인력 정보 부족
6) 어려움 없음
7) 기타(　　)

사업 현황

5. 매출 규모 및 제작 건수

5-1. **2020년도 기준** 귀사의 국내·외 **전체 매출 규모**는 어떻게 됩니까?

분야	2020년 12월 31일 기준		
	국내	해외*	전체
	매출액(백만원)	매출액(백만원)	매출액(백만원)
1) 영상물 제작			
2) 음반/음원 제작			
3) 공연물 제작			
4) 기타 제작물 (　　)			
5) 기타 사업 분야 (매니지먼트 등) (　　)			
계			

※제작 업체 중 소속 연예인이 있어 **매니지먼트 매출이 발생**하는 경우, **5)기타 분야**에 응답할 것.
* 본사에서 발생한 해외매출액을 말함

5-2. **2020년도 기준** 귀사의 전체 매출액 중 **1) 영상물 제작**에 대한 **분야별 매출 비중**에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

분야	2020년 12월 31일 기준
	분야별 매출 비중(%)
1) 영상물 제작	100%
1-1) 방송	(　　)%
1-2) 영화	(　　)%
1-3) 애니메이션	(　　)%
1-4) 광고	(　　)%
1-5) 뮤직비디오	(　　)%
1-6) 영상물 기타	(　　)%

※**분야별 매출 비중은** 1)국내와 2)해외를 모두 합한 **전체 규모를 기준으로 응답할 것**.

5-3. 2019년 대비 2020년에 귀사의 분야별 **매출액 증감 현황**은 어떻습니까?

구분	분야	증감현황
국내외	1) 국내 매출 규모	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	2) 해외 매출 규모	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
분야	**1) 영상물 제작**	-
	1-1) 방송	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	1-2) 영화	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	1-3) 애니메이션	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	1-4) 광고	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	1-5) 뮤직비디오	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	1-6) 영상물 기타	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	2) 음반/음원 제작	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	3) 공연물 제작	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	4) 기타 제작물	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음
	5) 기타 사업 분야 (매니지먼트 등)	1) 증가 2) 감소 3) 변동없음 4) 해당없음

※문5-1의 해외 매출액 발생 업체의 경우, 2) 해외 활동 증감현황이 '해당없음'으로 표시하면 안 됨.
※문5-2의 각 분야별 매출 비중이 1(%) 이상인 경우, 증감현황이 '해당없음'으로 표시하면 안 됨.
※분야별 증감현황은 **국내매출과 해외매출을 모두 포함한 전체 매출액을 기준으로** 응답할 것.

5-4. 2020년도 기준 귀사의 **분야별 제작 완료 건수**에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

분야	2020년 12월 31일 기준 분야별 제작 완료 건수
1) 영상물 제작	**( )건**
1-1) 방송	( )건
1-2) 영화	( )건
1-3) 애니메이션	( )건
1-4) 광고	( )건
1-5) 뮤직비디오	( )건
1-6) 영상물 기타	( )건
2) 음반 제작(음원 제외, 유통 제외)	**( )건**
2-1) 정규 음반	( )건
2-2) 비정규 음반(싱글 음반)	( )건
3) 공연물 제작	**( )건**
4) 기타 제작	**( )건**
계	**( )건**

※2020년 기준으로 제작 완료된 작품에 대해 응답할 것. 제작기간이 길어 해당 년도에 진행 중인 작품은 제외함
※1-1)~1-6)의 합계는 **'1) 영상물제작' 의 건수와 같아야 함.**

6. 해외 진출 현황

6-1. **(문5-1의 해외 매출액 발생 업체 응답)** 귀사에서 **진출해 있는 해외 주요 국가**는 어디입니까?
3개까지 응답해 주시기 바랍니다.

1순위( )	2순위( )	3순위( )
1) 중국 2) 일본 3) 동남아 4) 북미 5) 유럽 6) 기타( )		

※해외에서 매출액이 발생한 경우, 진출한 것으로 여김
※아래의 경우는 제외함(진출한 것으로 보지 않음)
- 해외지사(법인)을 통해 매출이 발생한 경우 / 단발성 행사를 진행한 경우

6-2. **(문5-1의 해외 매출액 발생 업체 응답)** 귀사에서 해당 국가에 **최초 진출한 경로**는 무엇입니까?
해당되는 것을 **모두** 선택해 주시기 바랍니다.

1) 해외 법인 활용
2) 해외 유통사/에이전트 활용
3) 관련 박람회 참가
4) 국내 에이전트 활용
5) 해외 음원 판매
6) 동영상 공유 사이트(예)유튜브, 비메오, 아프리카TV 등)
7) OTT 플랫폼
8) 기타( )

6-3. 귀사가 향후 진출 계획이 있는 해외 국가는 어디입니까?

1순위( )	2순위( )	3순위( )
1) 중국 2) 일본 3) 동남아 4) 북미 5) 유럽 6) 기타( )		
※**문6-1**에서 **이미 진출해 있는 국가는 제외**하고 응답할 것.		

기타 사항

7. 청소년 연예인 활동시간 사전 동의

7-1. 만약 귀사에 소속된 청소년 연예인이 야간 연예활동(촬영 등)을 할 경우, **제작사 측에서는 이에 대해 사전 동의를 구하고** 있습니까?

1) 그 때 그 때 수시로 동의를 구한다
2) 작품 제작 초반에 해당내용을 명시하고 한 번만 동의를 구한다
3) 특별히 동의를 구하지 않는다
4) 청소년 연예인과 작품 제작한 경험이 없다 (☞문8-1로 이동)
5) 기타( )

7-1-1. 귀사에서 작품 제작 시 출연하는 **"청소년 연예인" (19세 미만)의 야간 연예(작품 출연 등) 활동에 대한 사전 동의를 구할 경우, 누구에게 동의를** 구합니까? (중복선택 가능)

1) 매니저(기획사 관계자 포함)에게 동의를 구한다
2) 청소년 연예인 본인에게 동의를 구한다
3) 청소년 연예인의 친권자 · 법정대리인에게 동의를 구한다
4) 기타( )

7-2. 귀사에서 작품 제작 시, 출연하는 **만 15세 미만 "청소년 연예인"의 용역제공 시간**은 1주일에 몇 시간입니까?

1) 5시간 미만
2) 5시간 이상 ~ 15시간 미만
3) 15시간 이상 ~ 25시간 미만
4) 25시간 이상 ~ 35시간 미만
5) 35시간 이상

7-3. 귀사에서 작품 제작 시, 출연하는 **만 15세 이상 "청소년 연예인"의 용역제공 시간**은 1주일에 몇 시간입니까?

1) 10시간 미만
2) 10시간 이상 ~ 20시간 미만
3) 20시간 이상 ~ 30시간 미만
4) 30시간 이상 ~ 40시간 미만
5) 40시간 이상

대중문화예술산업발전법 제 22조(15세 미만 청소년의 대중문화예술용역제공) - 2020년 12월 시행

①대중문화예술제작물 제작 시 15세 미만의 청소년 대중문화예술인이 용역을 제공하는 시간은 1주일에 35시간을 초과하지 못한다. ②대중문화예술제작업자는 오후10시부터 오전6시까지의 시간에 15세 미만의 청소년 대중문화예술인으로부터 대중문화예술용역을 제공받을 수 없다. 다만, 대중문화예술용역 제공일의 다음날이 학교의 휴일인 경우에는 대중문화예술인과 그 친권자 또는 후견인의 동의를 받아 자정까지 제공받을 수 있다.

제 23조(15세 이상 청소년의 대중문화예술용역제공)

①대중문화예술제작물 제작 시 15세 이상의 청소년 대중문화예술인이 용역을 제공하는 시간은 1주일에 40시간을 초과하지 못한다. 합의에 따라 1일 1시간 일주일에 6시간 한도로 연장할 수 있다. ②대중문화예술제작업자는 오후10시부터 오전6시까지의 시간에 15세 이상의 청소년 대중문화예술인으로부터 대중문화예술용역을 제공받을 수 없다. 다만, 15세 이상의 청소년 대중문화예술인 및 그 친권자 또는 후견인의 동의가 있는 경우에는 용역을 제공받을 수 있다.

8. 성희롱·성폭력 예방교육 실시 현황

8-1. 귀사에서는 임직원 대상으로 **매년 성희롱·성폭력 예방교육 실시**하고 계십니까?

1) 실시함　　2) 실시하지 않음(☞문9로 이동)

8-2. 귀사의 **성희롱·성폭력 예방교육 실시 주기**는 어떻게 되십니까?

1) 연 1회　　2) 6개월에 1번씩(연2회)
3) 기타(　　)

코로나 19 관련 사항

9. 코로나19로 인한 변화 및 대응 현황

9-1. 귀사는 2019년(코로나19 직전) 대비 2020년 말 기준 귀사의 매출액, 고용 인원 수, 근로시간은 어떻게 변하였는지 해당하는 곳이 응답해 주십시오. 변화상태를 선택하신 후 변화폭을 선택해 주십시오.

	변화상태			변화 폭 (변화상태에 대해 증가, 감소에 체크한 응답자만)										
	증가	동일	감소	0~10 %	10~20 %	20~30 %	30~40 %	40~50 %	50~60 %	60~70 %	70~80 %	80~90 %	90~ 100%	100% 초과
1) 매출	①	②	③	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪
2) 고용인원	①	②	③	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪
3) 근로시간	①	②	③	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪

9-2. 코로나19 확산에 따라 귀사에서 활용한 대응에 대해 모두 응답하여 주십시오.

1) 휴업(근로시간 단축 등의 부분 휴업조치 포함)
2) 임금동결이나 삭감
3) 인력 조정(휴직, 해고 및 명예퇴직 포함)
4) (하청 및 도급계약 업체와의) 계약해지 및 종료
5) 단축 근무, 순환 근무 등 근로시간 조정
6) 재택근무, 원격근무 등 대안적 근로환경 마련
7) 별다른 대응을 하지 못했음
8) 기타( )

9-3. 코로나19 이전으로 경영상황 회복은 언제로 예상하십니까?

1) 2021년 4분기
2) 2022년 1분기
3) 2022년 2분기
4) 2022년 3분기
5) 2022년 4분기
6) 2023년 이후

9-4. 귀사에서는 2020년부터 현재까지 코로나19로 경영상 피해를 입은 경우, 피해 유형이 무엇인지 모두 응답해주십시오.

1) (공연 취소, 콘텐츠 제작 감소 등으로) 매출감소
2) 코로나19로 인한 휴업으로 회사운영 차질
3) 방역, 소독으로 인한 비용증가
4) 해외계약취소 등 해외활동 축소
5) 재택근무로 인한 업무 효율 저하
6) 신규 인력 채용의 어려움
7) 코로나19로 인한 피해 없음
8) 기타( )

9-5. 귀사에서는 2020년부터 현재까지 코로나19로 인한 경영애로 해소를 위해 정부 지원 사업에 참여한 경험(수혜경험)이 있으십니까?

1) 있음(☞ 문9-5-1로 이동)
2) 없음

9-5-1. **(문9-5)의 ①응답자)** 귀사가 2020년부터 현재까지 코로나19와 관련하여 참여 또는 수혜한 정부지원 사업은 어떠한 것입니까? 해당 되는 내용을 모두 응답해 주십시오.

1) 코로나19 관련 금융(대출, 지원금 등) 부문 지원
2) 코로나19 관련 세제 관련 지원
3) 코로나19 관련 상담 지원

4) 코로나19 관련 기획 · 제작 · 유통 관련 지원
5) 코로나19 관련 고용 · 교육훈련 · 복지 지원
6) 기타 ( )

기타 사항

10. 국내 대중문화예술산업에 대한 평가

10-1. **우리나라 대중문화예술산업**의 **경쟁력 우위 부분**은 무엇이라고 생각하십니까?
우선 순위로 최대 2가지를 응답해 주십시오. 1순위( ), 2순위( )

1) 회사(매니지먼트)의 역량(기획력)
2) 연예인의 역량
3) 관련 분야 콘텐츠
4) 시장변화에 대한 적응력
5) 정부의 정책 지원
6) 기타( )

10-2. **우리나라 대중문화예술산업**에서 **경쟁력이 취약한 부분은** 무엇입니까?
우선 순위로 최대 2가지를 응답해 주십시오. 1순위( ), 2순위( )

1) 투자재원의 부족
2) 역량 있는 인력의 부족
3) 사회적 이미지
4) 정부의 규제(청소년유해매체제도 등)
5) 협소한 내수 시장
6) 기타( )

10-3. **국내 대중문화예술산업**의 **해외 진출 시, 애로 사항**은 무엇입니까?
우선 순위로 최대 2가지를 응답해 주십시오. 1순위( ), 2순위( )

1) 해외시장 조사 및 정보 부족
2) 해외마케팅 전문 인력 부족
3) 해외마케팅 활동 관련 경비 부담
4) 낮은 해외 인지도
5) 해외시장 진출에 대한 불확신
6) 해외 네트워크 구축 미흡
7) 물리적 시간 투자 부담
8) 기타( )

11. 가입단체 현황

11-1. 귀사가 **현재 가입되어 있는 관련협회 또는 단체**가 있습니까?
1) 예 2) 아니오

11-1-1. (가입된 협회/단체가 있는 경우) 귀사가 가입되어 있는 **협회 또는 단체의 이름**을 기재해 주시기 바랍니다.(복수 가능)

<별첨. 사업체 및 작성자 정보>

※ 아래 내용은 앞서 응답해 주신 설문 내용 확인 시에만 활용될 예정입니다.

<table>
<tr><td>업체명</td><td colspan="2"></td><td>대표자명</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">소재지</td><td>주 소</td><td colspan="3">우편번호( )</td><td rowspan="2">설립년도</td><td rowspan="2">( ) 년</td></tr>
<tr><td>홈페이지</td><td colspan="3">http://</td></tr>
<tr><td rowspan="2">작성자</td><td>성 명</td><td></td><td>소속 부서/팀</td><td></td><td>직위</td><td></td></tr>
<tr><td>전 화</td><td colspan="3">( ) -</td><td>E-mail</td><td>@</td></tr>
</table>

◇ 조사에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다 ◇

2021년 대중문화예술산업 실태조사(대중문화예술인) 조사표

안 내 문

※ 본 조사표는 「통계법」 제33조에 근거하여 비밀이 보장되며 통계작성 목적 이외에는 사용되지 않습니다.

▸ 통계법 제33조(비밀의 보호)
① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

■ 조사목적과 근거

이 조사는「대중문화예술산업발전법」제18조 및 동법 시행령 제5조에 근거하여 대중문화예술산업의 공정한 거래질서 확립을 위한 정책의 수립·시행을 목적으로 대중문화예술산업 사업체에 대해 실시되는 조사입니다.

귀하께서 응답해 주신 내용은『2021 대중문화예술산업 실태조사』를 위한 기초 정보로 활용될 예정이며, 나아가 대중문화예술산업 발전을 위한 정책 수립 시, 귀중한 자료가 될 것입니다. 조사에 협조해 주셔서 매우 감사드립니다.

■ 대중문화예술산업의 정의

「대중문화예술산업발전법」 제2조(정의)에 따르면 '대중문화예술산업'은 대중문화예술인이 제공하는 대중문화예술 용역을 이용하여 방송영상물. 영화. 비디오물. 공연물. 음반. 음악파일. 음악영상물. 음악영상파일 등(이하 "대중문화예술제작물" 이라 한다) 을 제작하거나 대중문화예술 제작물의 제작을 위하여 대중문화예술인의 대중문화예술 용역 제공을 알선, 기획, 관리 등을 하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 산업을 말한다.

■ 대중문화예술산업의 범주

공연물, 방송영상물, 영화·비디오물, 음악, 이미지화보 등의 대중문화예술제작물을 제작하는 산업과 대중문화예술기획업을 말한다.

※대중문화예술제작물의 범위

① 공연법에 따른 공연물(무용, 연극, 국악 형태의 순수 공연물 제외, 뮤지컬이나 가수들의 공연은 포함)
② 방송법에 따른 방송을 위해 제작된 영상물(보도, 교양, 다큐 분야 영상물 제외)
③ 영화법에 따른 영화 및 비디오물
④ 음악산업법에 따른 음반, 음악파일, 음악영상물 및 음악영상파일
⑤ 이미지를 활용한 제작물(대중문화예술인의 이미지를 이용한 화보, 출판물 광고 등)

■ 조사 대상 범위

- 종사자: ① 대중문화예술인 ② 대중문화예술제작 스태프
- 사업자: ① 대중문화예술기획업 ② 대중문화예술제작업

■ 조사 기준 시점

- **2020년 12월 31일 기준**

○ 주관기관 : 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀(이아름 선임연구원)
○ 조사수행기관 : 한국기업데이터㈜ (이은숙 팀장 02-3215-2417/ 박민정 과장 02-3215-2506)

SQ1. 귀하의 출생년도는 어떻게 되십니까? ( )년

SQ2. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?
1) 남성 2) 여성

대중문화예술 활동 사항

※대중문화예술인 정의
· 법률적 정의: 대중문화예술용역을 제공하는 자 또는 대중문화예술용역을 제공할 의사를 가지고 대중문화예술사업자와 대중문화예술용역과 관련된 계약을 맺은 자를 말한다. (대중문화예술산업발전법 제1장 제2조).
[해설서] 대중문화예술인 : 사회적 통칭으로 '연예인'이라 불리는 직종의 사람들을 새롭게 법적으로 정의한 것

※대중문화예술용역을 제공하는 자 : 현재 대중문화예술용역(연기·무용·연주·가창·낭독·그 밖의 예능 관련 용역)을 제공하고 있어야 함. (계약 여부와 관계없이, 대중문화예술용역 제공이 지속해서 또는 직업이라 할 수 있을 정도로 이루어지고 있으면 됨)
- 아마추어 공연팀이나 졸업 공연 참여자의 경우는 대가가 없으므로 대중문화예술인으로 볼 수 없음.

1. 대중문화예술 활동 분야

1-1. 귀하께서 활동하고 있는 **대중문화예술 분야**에 대해 아래의 보기를 참고하여 응답해 주시기 바랍니다.

1-1-1. 활동 분야	주요 활동 분야 ( ),	그 외 활동 분야 ( )
1-1-2. 데뷔 분야	데뷔 분야 ( )	

※주요 활동 분야와 데뷔분야는 단수응답으로 기재할 것
※그 외 활동 분야는 주요 활동 분야 외 해당하는 분야를 모두 기재할 것

<보기> 대중문화예술인 분야				
1) 연기자	2) 코미디언	3) 뮤지컬 배우	4) 성우	5) 댄서(한국무용,현대무용,발레 제외)
6) 연주자	7) 가수	8) 모델	9) 공연 예술가	10) 기타 방송인(라디오DJ 등)

※**연기자:** 현장재연을 전문으로 하는 **재연배우** 및 영화나 드라마 등에서 무술연기를 하는 **무술연기자**는 포함하되, **보조연기자(엑스트라, extra)는 제외**함.
※**댄서: 대중문화 기반 영역으로 방송 댄서로 활동하거나 공연 댄서로 활동하는 종사자, 한국무용, 현대무용, 발레 등은 제외함.**
※**연주가**: 다른 음악가들과 라이브 공연이나 녹음 세션을 도와주는 **악기 연주자**, 단, **클래식 음악은 제외**함.
※**모델**: 패션쇼, 잡지 등 다양한 매체에서 활동하는 종사자이며, 전문 모델이 아닌 **연예인이 광고 활동에 참여하는 경우는 제외**함.
※**공연예술가**: 기타 대중문화예술 공연을 실연하는 자. 넌버벌 퍼포먼스 형태의 **서커스, 난타 등이나 퓨전국악 등이 해당함**.
※**기타 방송인:** 특정한 분야 구분 없이, 다양한 장르의 방송 프로그램에 출연하는 자. 단, 본래 다른 직업을 가지고 있는 상태로, 방송에 출연하는 사람(예, 최현석 등)의 경우, 즉 **본인이 하던 일을 바탕으로 방송에 출연하는 경우는 제외함.**

1-2. 귀하께서 문화예술 분야에 **입문하게 된 최초 경로**는 무엇입니까?
1) 오디션 2) 길거리 캐스팅
3) 주변 소개 4) 외부 대회 입상
5) 공채 6) 기타( )

1-3. 귀하의 해당 분야 **총활동 경력**은 얼마나 됩니까? 총 ( )년 ( )개월
※총활동 경력은 **데뷔 이후부터 현재까지의 총기간**을 의미함.

1-4. 귀하께서 전체 활동 기간 중 **소득 활동이 없었던 공백 기간**은 **1년 중 평균** 얼마나 됩니까?
연평균 ( )개월

2. 대중문화예술 교육

2-1. 귀하께서는 재학 중이거나 졸업한 학교(고등학교, 대학)에서 **문화예술 분야를 전공**하셨습니까?
1) 예(☞문2-2으로 이동)
2) 아니오(☞문2-3로 이동)

2-2. **(문2-1의 1번 응답자)** 학교(고등학교, 대학)에서 **전공하신 분야**는 무엇입니까?
해당하는 것을 **모두** 선택해 주십시오.

1) 연기 분야
2) 무용/춤 분야
3) 연주 분야
4) 가창 분야
5) 모델 분야
6) 기타 분야( )

2-3. 귀하께서는 **정규교육과정 이외에 대중문화예술 교육을 받은 경험이** 있으십니까?
해당하는 것을 **모두** 선택해 주십시오.

1) 학원 교육 수강[1]
2) 개인 레슨
3) 관련 협·단체 교육과정 수료[2]
4) 해외 유학
5) 기타( )
6) 정규교육과정 이외에 다른 교육 수강한 적 없음

1. 학원 교육 수강: 대중문화예술 관련 사설 학원, 아카데미를 모두 포함.
2. 관련 협·단체 교육과정 수료: 대중문화예술인 관련 협회 또는 지원센터, 공공기관 등에서 실시하는 교육과정. 수료증 수령 여부와 관계없이 모두 해당함.

2-4. 귀하께서 경험한 **대중문화예술 관련 교육 과정 각각에 대한 만족도**를 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

항목	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	해당 없음
1) 예술계 고등학교 교육	①	②	③	④	⑤	⑥
2) 대학교 대중문화예술 관련 교육	①	②	③	④	⑤	⑥
3) 대학원 대중문화예술 관련 교육	①	②	③	④	⑤	⑥
4) 학원 교육	①	②	③	④	⑤	⑥
5) 개인 레슨	①	②	③	④	⑤	⑥
6) 관련 협·단체 교육 과정	①	②	③	④	⑤	⑥
7) 해외 유학	①	②	③	④	⑤	⑥
8) 기타( )	①	②	③	④	⑤	⑥

※본인과 **관련이 없는 항목**은 **해당 없음**에 응답할 것.

3. 전업 대중문화예술인 여부

3-1. 귀하께서는 현재 **대중문화예술인으로서의 활동 외에 다른 직업 활동**을 하고 계십니까?
※규칙적으로 소득이 발생하는 일이 아닌 단발성(원고 작성, 강연 등) 형태의 활동은 제외됨.
1) 다른 직업 활동을 하고 있음(☞문3-2로 이동)
2) 다른 직업 활동을 하고 있지 않음(☞문4-1로 이동)

3-2. **(문3-1의 1번 응답자)** 귀하께서는 **어떤 종류의 직업 활동**을 하고 계십니까?
1) 자영업 (상점, 소규모 점포 운영)
2) 일반 사무직 (일반 중소기업의 피고용인)
3) 교육 관련직 (대학 강사, 학원 강사, 대학 교수 등)
4) 파트타임 (시간제 아르바이트 등)
5) 기타(　　)

4. 소득 현황

4-1. 2020년 기준 귀하의 월평균 개인 소득 및 대중문화예술 활동 관련 소득은 얼마입니까?

월평균 개인 소득	월평균 개인 소득 중 대중문화예술 활동 관련 소득
(　　) 만원	(　　) 만원

※**월평균 개인소득**은 **다른 가구원의 소득을 제외**한 **본인만의 소득**을 의미함.
※**대중문화예술 활동 관련 월평균 개인 소득**은 본인의 개인 소득 중 **대중문화예술 활동으로 발생한 소득**을 의미함.
※**대중문화예술 활동 관련 소득 이외의 소득이 없는 경우**, 월평균 개인소득과 대중문화예술 활동 관련 소득을 동일하게 기재할 것.

4-2. 귀하의 **대중문화예술 활동 분야** 관련 **본인 소득의 분야별 비중**에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

분야	분야별 소득 비중(%)
1) 방송 출연료 (영화, 드라마, 광고, 기타 방송, 화보 촬영 등)	(　　)%
2) 공연 출연료 (뮤지컬, 콘서트 등)	(　　)%
3) 행사, 클럽 등 업소 활동 등 (대학교 및 지역 축제/행사 포함)	(　　)%
4) 음원/음반 저작권료	(　　)%
5) 온라인 플랫폼 출연료(유튜브, 인터넷 방송)	(　　)%
6) 기타 활동(　　)	(　　)%
합계	**100%**

5. 대중문화예술 활동 만족도

5-1. 귀하의 **대중문화예술 활동 전반에 대한 만족도**를 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

항목	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
1) 대중문화예술 활동 전반적으로	①	②	③	④	⑤
2) 보수 또는 소득에 대해	①	②	③	④	⑤
3) 작업 환경에 대해	①	②	③	④	⑤
4) 개인 역량 강화에 대해	①	②	③	④	⑤

5-2. 귀하께서는 대중문화예술인으로서 **성공하기 위해 다음 중 어떤 조건이 가장 중요**하다고 생각하십니까? 우선순위대로 최대 2가지만 선택해 주시기 바랍니다.

1순위 (　　), 2순위 (　　)

1) 교육 수혜
2) 타고난 자질
3) 개인의 노력
4) 경제적 능력
5) 연고와 인간관계
6) 대형 기획사 소속 여부
7) 기타(　　)

5-3. 귀하께서 생각하셨을 때 국내에서 **대중문화예술인(연예인)에 대한 사회적 평판을** 어떻게 생각하십니까?

항목	매우 부정적	부정적	보통	긍정적	매우 긍정적
대중문화예술인(연예인)에 대한 사회적 평판	①	②	③	④	⑤

5-4. 귀하께서는 **대중문화예술인**이 **공인***이라고 생각하십니까?
1) 그렇다　　2) 아니다

※**공인** : 사회적 영향력을 가지고 있으며, 사회적 책임도 있는 사람

5-5. 그렇다면 귀하께서는 **대중문화예술인**으로서 **본인**이 **공인***이라고 생각하십니까?
1) 그렇다　　2) 아니다

대중문화예술인 계약 및 4대 보험 가입 현황

6. 계약 현황

6-1. 귀하께서는 현재 연예기획사(전속 계약을 체결한 엔터테인먼트사, 매니지먼트사, 에이전시, 공연기획사 등)에 소속되어 있습니까?
1) 소속사 있음(☞문6-2로 이동)
2) 소속사 없음(프리랜서 등)(☞문6-5로 이동)
3) 1인 기획사 운영(☞문6-5로 이동)

6-2. **(문6-1의 1번 응답자)**귀하의 소속사는 대중문화예술인에 대해서 **표준계약서(표준전속계약서 또는 표준약관)**를 **사용**하고 있습니까?

1) 표준계약서(표준근로계약서)로 체결하고 있음
2) 표준계약서의 일부 조항을 변형하여 체결하고 있음
3) 표준계약서를 활용하지 않고, 자체적으로 제작한 계약서로 체결함
4) 구두로 계약함
5) 어떠한 계약도 하지 않음(☞문6-5로 이동)

6-3. **(문6-2의 1~4번 응답자)**귀하께서 계약 체결 당시, **체결한 계약기간**은 얼마나 됩니까?

총 ( )년 ( )개월

6-4. **(문6-2의 1~4번 응답자)**귀하께서는 **최근** 소속사와 **신규로 체결했거나 기존의 계약을 새롭게 갱신한 연도는 언제**입니까?

( )년

6-5. 귀하는 평소 지나치게 과도한 시간 노동을 했다고 생각하십니까?

1) 전혀 그렇지 않다
2) 별로 그렇지 않다
3) 보통이다
4) 다소 그렇다
5) 매우 그렇다

6-6. 귀하는 평소 근로시간을 자유롭게 결정할 수 있었습니까?

1) 근로종료 시까지 소속사 또는 제작사가 결정함
2) 일정시간(50%)이상 소속사 또는 제작사가 결정함
3) 나의 의사를 일부 반영하여 결정함
4) 나의 의사대로 결정할 수 있었음

6-7. 귀하는 주 52시간 근로제(휴일·연장 근로를 포함하여 주당 근무시간을 최대 52시간으로 함)에 대하여 얼마나 알고 있습니까?

1) 전혀 모르고 있음
2) '주 52시간 근로제' 라는 단어를 들어본 적은 있음
3) '주 52시간 근로제' 내용에 대해 알고 있으나 명확히 이해하지는 못함
4) '주 52시간 근로제' 내용에 대하여 정확히 알고 있음

7. 4대 보험 가입 현황

7-1. **현재** 귀하께서는 **건강보험(의료보험)**에 어떤 형식으로 가입하고 있습니까?
1) 사업장(직장, 학교 포함)
2) 지역 가입자
3) 피부양자(가족의 보험 활용)
4) 기타( )
5) 미가입

7-2. **현재** 귀하께서는 **국민연금**에 어떠한 형식으로 가입하고 있습니까?
1) 사업장(직장, 학교 포함)
2) 지역가입자
3) 민간보험 회사
4) 기타( )
5) 미가입

7-3. **현재** 귀하께서는 **산재보험**에 가입하고 있습니까?
1) 가입
2) 미가입

7-4. **현재** 귀하께서는 **고용보험**에 가입하고 있습니까?
1) 가입
2) 미가입

7-5. **현재** 귀하께서는 **예술인 고용보험**에 가입하고 있습니까?
1) 가입
2) 미가입

※예술인 고용보험 : 2020년부터 시행되고 있으며, 문화체육관광부 예술정책과, 한국예술인복지재단, 고용노동부 고용보험기획과, 근로복지공단 서울지역본부가입 지원4부, 국민건강보험공단, 국민연금공단 등에서 운영

코로나 19 관련 사항

8. 코로나19로 인한 변화 및 대응 현황

8-1. 귀하는 2019년(코로나19 직전) 대비 2020년 말 기준 귀하의 활동(근로)시간, 수입은 어떻게 변하였는지 해당하는 곳이 응답해 주십시오. 변화상태를 선택하신 후 변화폭을 선택해 주십시오.

	변화상태			변화 폭 (변화상태에 대해 증가, 감소에 체크한 응답자만)										
	증가	동일	감소	0~10 %	10~20 %	20~30 %	30~40 %	40~50 %	50~60 %	60~70 %	70~80 %	80~90 %	90~ 100%	100% 초과
1) 활동 (근로)시간	①	②	③	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪
2) 소득	①	②	③	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪

8-2. 코로나19로 인해 귀하께서 다음 중 겪은 피해항목을 모두 선택해 주십시오.
1) 휴직
2) 해고
3) 임금동결이나 삭감
4) (하청 및 도급계약 업체와의) 계약해지 및 종료
5) 무보수 활동
6) 기타( )

8-3. 코로나19 이전으로의 활동 상황 회복은 언제쯤으로 예상하십니까?
1) 2021년 4분기
2) 2022년 1분기
3) 2022년 2분기
4) 2022년 3분기
5) 2022년 4분기
6) 2023년 이후

8-4. 귀하께서는 2020년부터 현재까지 코로나19로 인한 경영 애로 사항 또는 활동 애로 사항 해소를 위해 정부 지원 사업에 참여한 경험(수혜 경험)이 있으십니까?

1) 있음(☞ 문8-4-1로 이동)　　2) 없음

8-4-1. **(문8-4)의 ①응답자)** 귀하가 2020년부터 현재까지 코로나19와 관련하여 참여 또는 수혜한 정부지원 사업은 어떠한 것입니까? 해당 되는 내용을 모두 응답해 주십시오.

1) 코로나19 관련 금융(대출, 지원금 등) 부문 지원
2) 코로나19 관련 세제 관련 지원
3) 코로나19 관련 상담 지원
4) 코로나19 관련 기획 · 제작 · 유통 관련 지원
5) 코로나19 관련 고용 · 교육훈련 · 복지 지원
6) 기타 (　　)

기타 사항

9. 기타

9-1. **최근 3년(2018년~2020년) 내에** 귀하가 주체가 되었던 **법적 분쟁이나 신고***는 무엇이 있습니까? 해당하는 것을 **모두** 선택해 주십시오.

1) 소속사와의 계약 문제
2) 소속사와의 정산 문제
3) 캐스팅 디렉터와의 정산 문제
4) 작품/공연 활동 수익금 미수령 문제(출연료 미수령/지연수령 포함)
5) (촬영)현장에서의 부당행위 문제
6) 악성 댓글 게시자와의 갈등 문제
7) 기타(　　)
8) 법적 분쟁 없음

※법적 분쟁 및 신고 :민 · 형사상 소송, 형사고소, 고발, 문체부나 상사중재원 신고, 노동조합 · 유관기관 신고, 중재 및 조정 신청 등

9-2. **대중문화예술인으로 활동을 함에 있어 애로 사항 및 개선 사항** 등 기타 의견이 있다면 무엇이라도 좋으니 자유롭게 응답해 주십시오.

9-3. 특히 코로나19로 인해 어려움을 겪으셨다면, 어떠한 정부의 지원이 필요한지 자유롭게 응답해 주십시오.

기본 정보

현 거주지	1) 서울 2) 부산 3) 대구 4) 인천 5) 광주 6) 대전 7) 울산 8) 경기 9) 강원 10) 충북 11) 충남 12) 전북 13) 전남 14) 경북 15) 경남 16) 제주 17) 세종

[개인정보 수집 • 이용 동의]

개인정보 보호법령에 따라 아래와 같이 동의를 얻고자 합니다. 아래 사항에 대해 충분히 읽어 보신 후에 동의여부를 체크해 주시기 바랍니다.
① 개인정보 수집 및 이용 목적 : 조사 내용에 대한 검증 및 답례품(상품권) 제공을 위해 수집·이용되며, 수집한 개인정보는 본 수집·이용 목적 외의 다른 목적으로 사용 되지 않습니다.
② 수집하는 개인정보 항목 [필수 항목] : 성명, 휴대전화번호
③ 개인정보 제공처 : 한국콘텐츠진흥원, 한국기업데이터(주)
④ 개인정보 보유 및 이용 기간 : 개인정보 보호법에 따라 개인정보는 3개월간 유지 후 일괄 삭제됩니다.
⑤ 개인정보 동의 거부 권리가 있으나, 거부시 답례품(상품권) 제공이 제한될 수 있습니다.

■ 본인은 위 사항들을 이해하였고, 개인정보 제공에 동의합니다. □ 동의함 □ 동의안함

성명		전화번호 (휴대전화)	

◇ 조사에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다 ◇

2021년 대중문화예술산업 실태조사(대중문화예술 제작스태프) 조사표

안 내 문

※ 본 조사표는「통계법」제33조에 근거하여 비밀이 보장되며 통계작성 목적 이외에는 사용되지 않습니다.

▸ 통계법 제33조(비밀의 보호)
① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

■ 조사목적과 근거

이 조사는「대중문화예술산업발전법」제18조 및 동법 시행령 제5조에 근거하여 대중문화예술산업의 공정한 거래질서 확립을 위한 정책의 수립·시행을 목적으로 대중문화예술산업 사업체에 대해 실시되는 조사입니다.

귀하께서 응답해 주신 내용은『2021 대중문화예술산업 실태조사』를 위한 기초 정보로 활용될 예정이며, 나아가 대중문화예술산업 발전을 위한 정책 수립 시, 귀중한 자료가 될 것입니다. 조사에 협조해 주셔서 매우 감사드립니다.

■ 대중문화예술산업의 정의

「대중문화예술산업발전법」 제2조(정의)에 따르면 '대중문화예술산업'은 대중문화예술인이 제공하는 대중문화예술용역을 이용하여 방송영상물. 영화. 비디오물. 공연물. 음반. 음악파일. 음악영상물. 음악영상파일 등(이하 "대중문화예술제작물" 이라 한다)을 제작하거나 대중문화예술 제작물의 제작을 위하여 대중문화예술인의 대중문화예술 용역 제공을 알선, 기획, 관리 등을 하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 산업을 말한다.

■ 대중문화예술산업의 범주

공연물, 방송영상물, 영화·비디오물, 음악, 이미지화보 등의 대중문화예술제작물을 제작하는 산업과 대중문화예술기획업을 말한다.

※대중문화예술제작물의 범위

① 공연법에 따른 공연물(무용, 연극, 국악 형태의 순수 공연물 제외, 뮤지컬이나 가수들의 공연은 포함)
② 방송법에 따른 방송을 위해 제작된 영상물(보도, 교양, 다큐 분야 영상물 제외)
③ 영화법에 따른 영화 및 비디오물
④ 음악산업법에 따른 음반, 음악파일, 음악영상물 및 음악영상파일
⑤ 이미지를 활용한 제작물(대중문화예술인의 이미지를 이용한 화보, 출판물 광고 등)

■ 조사 대상 범위

- 종사자: ① 대중문화예술인 ② 대중문화예술제작 스태프
- 사업자: ① 대중문화예술기획업 ② 대중문화예술제작업

■ 조사 기준 시점

- **2020년 12월 31일 기준**

○ 주관기관 : 한국콘텐츠진흥원 산업정책팀(이아름 선임연구원)
○ 조사수행기관 : 한국기업데이터㈜ (이은숙 팀장 02-3215-2417/ 박민정 과장 02-3215-2506)

SQ1. 귀하의 출생년도는 어떻게 됩니까? (　　)년

SQ2. 귀하의 성별은 어떻게 됩니까?
1) 남성　　2) 여성

SQ3. 귀하께서는 현재 소속(기획사, 제작사, 방송사 등)되어 있는 곳이 있습니까?
1) 있음　　2) 없음(프리랜서, 개인 사업자)

SQ4. 활동 분야에서의 직급은 주로 어디에 해당됩니까?
1) 팀장급(혼자 일하는 경우 포함)　　2) 팀원급

대중문화예술 관련 직업활동

※대중문화예술제작스태프 정의
· 법률적 정의: 대중문화예술제작물 제작과 관련된 기획, 촬영, 음향, 미술 등 업무에 기술적 또는 보조적인 용역을 제공하는 자로'예술인 복지법'의 예술인 정의*에서 규정하는 창작, 실연(實演), 기술지원 중 기술지원에 해당함. 따라서 창작용역을 제공하는 시나리오나 대본 작가(보조작가 포함), PD 등은 대중문화예술제작스태프에 해당하지 않음.

* "예술인"이란 예술 활동을 업(業)으로 하여 국가를 문화적, 사회적, 경제적, 정치적으로 풍요롭게 만드는 데 공헌하는 자로서 「문화예술진흥법」 제2조제1항제1호에 따른 문화예술 분야에서 대통령령으로 정하는 바에 따라 창작, 실연(實演), 기술지원 등의 활동을 증명할 수 있는 자를 말한다.(예술인 복지법 제1장 제2조(정의))

1. 직업 활동

1-1. 귀하께서 현재 활동 중인 해당 직무 분야에 대해 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

<table>
<tr><td rowspan="4">해당 직무 분야
(유형)</td><td>1) 기획/제작</td><td>2) 연출</td><td>3) 홍보/마케팅</td><td>4) 구성작가</td></tr>
<tr><td>5) 촬영(그립,데이터매니저 포함)</td><td>6) 조명</td><td>7) 특수효과</td><td>8) 미술(무대,소품,세트 포함)</td></tr>
<tr><td>9) 의상</td><td>10) 분장(특수분장,헤어 포함)</td><td>11) 스튜디오 녹음</td><td>12) 현장 녹음</td></tr>
<tr><td>13) 편집</td><td>14) 시각특수효과(특수영상)</td><td>15) DI(디지털 색보정)</td><td>16) 보조 연기자</td></tr>
<tr><td>해당 분야
입문 경로</td><td colspan="2">1) 개인적인 관심과 선호 때문에
2) 지인 및 친구의 권유로
3) 전공을 살리기 위해
4) 기타(　　)</td><td>해당 직무
총 경력</td><td>총 (　　) 년 (　　)개월</td></tr>
</table>

※해당 직무 분야가 **중복으로 있는 경우**, 가장 참여 빈도가 높은 **주된 업무를 기준**으로 응답할 것.
※해당 직무 총 경력은 처음 시작한 시기부터 **현재까지 전체 기간을 의미**하며, 중간에 **공백 기간**이 있더라도 그 기간을 **포함하여 응답**할 것.

※이하의 모든 문항은 귀하께서 문1-1에서 응답하신 직무 분야를 기준으로 작성해 주시기 바랍니다.

1-2. **(2020년 기준)** 귀하께서 제작 스태프로 참여한 **작품 수**는 총 몇 건 정도 됩니까?

총 ( )건

1-3. **(2020년 기준)** 귀하의 **1달 평균 제작스태프 관련 근로일수는** 얼마나 됩니까?

1달 평균 근로일수 ( )일

1-4. 귀하께서는 현재 활동 중인 **대중문화예술 분야 이외에 다른 직업 활동**을 하고 계십니까?

※규칙적으로 수입이 발생하는 일이 아닌 단발성(원고 작성, 강연 등) 형태의 활동은 제외됨.

1) 다른 직업 활동을 하고 있음(☞문1-5로 이동)
2) 다른 직업 활동을 하고 있지 않음(☞문1-6으로 이동)

1-5. **(문1-4의 1번 응답자)**다른 직업 활동을 하고 계신다면 귀하께서는 **어떤 종류의 직업 활동**을 하고 계십니까?

1) 자영업 (상점, 소규모 점포 운영)
2) 일반 사무직 (일반 중소기업의 피고용인)
3) 교육 관련직 (대학 강사, 학원 강사, 대학 교수 등)
4) 파트타임 (시간제 아르바이트 등)
5) 기타( )

1-6. 2020년 기준 귀하의 월평균 개인 소득 및 대중문화예술 영역 소득은 얼마입니까?

월평균 개인 소득[1]	**월평균 개인 소득 중 대중문화예술 영역 관련 소득[2]**
( ) 만원	( ) 만원

※**대중문화예술 영역 관련 소득 이외의 소득이 없는 경우**, 월평균 개인소득과 대중문화예술 영역 관련 소득을 동일하게 기재할 것.

1. **월평균 개인소득**은 **다른 가구원의 소득을 제외**한 **본인만의 소득**을 의미함.
2. **대중문화예술 영역 관련 월평균 개인 소득**은 본인의 개인 소득 중 **대중문화예술 영역에 의해서 발생한 소득**을 의미함.

고용현황 및 근로환경

2. 고용 현황

2-1. 귀하께서는 현재 소속(기획사, 제작사, 방송사 등)되어 있는 곳이 있습니까?
1) 있음 2) 없음(프리랜서, 개인 사업자)

2-2. **2020년 기준으로** 귀하께서는 작품 활동 시, **주로 어떤 형태로** 계약하셨습니까?
1) 표준계약서(표준근로계약서)로 체결하고 있음
2) 표준계약서의 일부 조항을 변형하여 체결하고 있음
3) 표준계약서를 활용하지 않고, 자체적으로 제작한 계약서로 체결함
4) 구두로 계약함
5) 어떠한 계약도 하지 않음

※표준계약서로는 문화체육관광부의 '**방송프로그램 제작스태프 표준계약서(근로,하도급,업무위탁)**' 등을 예시로 들 수 있음.

2-3. **2021년 기준으로** 귀하께서는 작품 활동 시, **주로 어떤 형태로** 계약하셨습니까?
1) 표준계약서(표준근로계약서)로 체결하고 있음
2) 표준계약서의 일부 조항을 변형하여 체결하고 있음
3) 표준계약서를 활용하지 않고, 자체적으로 제작한 계약서로 체결함
4) 구두로 계약함
5) 어떠한 계약도 하지 않음

* 문2-2의 1), 3), 4) 응답자는 문2-3에 응답 후 문2-5로 이동
* 문2-2의 5) 응답자는 문2-3에 응답 후 문3-1로 이동

2-4. **(문2-2의 2번 응답자) (2020년 기준) 표준계약서에서 수정하여 사용하는 사항**은 무엇입니까? 수정하여 사용하고 있는 사항을 모두 선택해 주시기 바랍니다.
1) 고용계약 기간
2) 임금액
3) 임금 지급방식
4) 노동시간
5) 휴일 및 휴가
6) 부가급여(보너스, 추가수당 등)
7) 4대 보험 관련 사항
8) 기타(

2-5. **(문2-2의 1~4번 응답자) (2020년 기준)** 귀하의 **계약 상대**는 주로 누구입니까?
1) 제작사 2) 프로듀서 또는 감독
3) 팀장(팀장급) 4) 제작사로부터 도급/위탁/위촉받은 회사
5) 기타( )

2-6. **(문2-2의 1~4번 응답자) (2020년 기준)** 귀하의 주 **계약 단위**는 무엇입니까? 그 외 다른 계약 단위가 있다면 기타에 적어주세요.
1) 개인별 계약 2) 팀별 계약(Turn Key Contract)
3) 기타( )

2-7. **(문2-2의 1~4번 응답자) (2020년 기준)** 귀하의 **계약 주기**는 주로 얼마나 됩니까? 그 외 다른 계약 주기가 있다면 기타에 적어주세요.
1) 작품별 계약 2) 주 단위 계약
3) 월 단위 계약 4) 기타( )

2-8. **(문2-2의 1~4번 응답자) (2020년 기준)** 귀하의 **임금 지급 주기**는 주로 어떻게 됩니까? 그 외 다른 임금 지급 주기가 있다면 기타에 적어주세요.

1) 월급
2) 주급/격주급
3) 일당 또는 회당 지급
4) 시간급
5) 연봉계약(매월 12분의 1을 받음)
6) 도급(계약금(선금)과 잔금)
7) 기타(　　)

2-9. **(문2-2의 1~4번 응답자) (2020년 기준)** 귀하의 **임금에 포함된 항목**은 무엇입니까? 해당하는 것을 **모두** 선택해 주십시오.

1) 기본급
2) 교통비
3) 식비
4) 연장, 야간, 휴일근무수당
5) 연월차 휴가근로수당
6) 위험수당
7) 직책수당
8) 기술수당
9) 가족수당
10) 기타(　　)

2-10. **(문2-2의 1~4번 응답자) (2020년 기준)** 귀하의 **임금은 어떠한 수준**이라고 생각하십니까?

항목	매우 낮은 수준	약간 낮은 수준	적정한 수준	약간 높은 수준	매우 높은 수준
임금 수준	①	②	③	④	⑤

3. 근로 환경

3-1. 귀하는 평소 지나치게 과도한 시간 노동을 했다고 생각하십니까?

1) 전혀 그렇지 않다
2) 별로 그렇지 않다
3) 보통이다
4) 다소 그렇다
5) 매우 그렇다

3-2. 귀하는 노동시간 대비 적정한 용역비를 지급받았다고 생각하십니까?

1) 전혀 그렇지 않다
2) 별로 그렇지 않다
3) 보통이다
4) 다소 그렇다
5) 매우 그렇다

3-3. 귀하는 평소 근로시간을 자유롭게 결정할 수 있었습니까?

1) 근로종료 시까지 발주업체가 통제
2) 일정시간(50%)이상 발주업체가 지정
3) 일정시간(50%)미만 발주업체가 지정
4) 나의 의사대로 결정할 수 있었음

3-4. 귀하는 주 52시간 근로제(휴일·연장 근로를 포함하여 주당 근무시간을 최대 52시간으로 함)에 대하여 얼마나 알고 있습니까?

1) 전혀 모르고 있음
2) '주 52시간 근로제' 라는 단어를 들어본 적은 있음
3) '주 52시간 근로제' 내용에 대해 알고 있으나 명확히 이해하지는 못함
4) '주 52시간 근로제' 내용에 대하여 정확히 알고 있음
5) '주 52시간 근로제' 내용에 대하여 정확히 모르지만 적용을 받고 있음
6) '주 52시간 근로제' 내용도 모르고 적용도 받지 못하고 있음

3-5. 현장에서 작업 시 발생하는 **상해사고나 질병에 따른 조치**는 주로 무엇입니까?

1) 전액 개인 비용으로 치료
2) 전액 제작사의 비용으로 처리
3) 산재보험으로 처리
4) 제작사에서 가입한 산재보험으로 처리
5) 본인이 가입한 상해 보험으로 처리
6) 기타( )

3-6. 2020년에 귀하께서는 **임금 체불을 경험**한 적이 있습니까?

1) 경험한 적 있음(☞문3-7으로 이동)
2) 경험한 적 없음(☞문3-8로 이동)

3-7. **임금 체불을 경험하셨다면** 귀하께서는 어떻게 대응하셨습니까? 해당하는 것을 **모두** 선택해 주십시오.

1) 개인적인 노동부 진정이나 민사소송 제기
2) 피해를 감수하고 기다림
3) 받기를 포기함
4) 기타( )

3-8. 2020년에 귀하께서는 **임금체불 외 다른 부당한 대우**를 받으신 적이 있으십니까? 해당하는 것을 **모두** 선택해 주십시오.

1) 부당해고
2) 성차별 및 부당대우
3) 산재 미치료
4) 크레딧 누락 및 오류
5) 동종업계 재취업 방해
6) 폭언/폭행
7) 기타( )
8) 부당대우 경험 없음

3-9. 귀하께서는 제작스태프 일을 하면서 **어떤 부분에 대한 개선**이 필요하다고 생각하십니까?
우선순위대로 최대 2가지만 선택해 주시기 바랍니다. **1순위 ( ), 2순위 ( )**

1) 임금
2) 복지후생
3) 근로시간
4) 작업조건(시설, 안전 위생 등)
5) 일자리 창출
6) 지원제도
7) 기타( )

3-10. 귀하의 **직업 전반에 대한 만족도**를 아래 표에 응답해 주시기 바랍니다.

항목	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
1) 업무 전반적으로	①	②	③	④	⑤
2) 보수 또는 소득에 대해	①	②	③	④	⑤
3) 업무 시간에 대해	①	②	③	④	⑤
4) 업무 내용에 대해	①	②	③	④	⑤
5) 작업조건(시설, 위생 등)에 대해	①	②	③	④	⑤
6) 복리후생에 대해	①	②	③	④	⑤
7) 직장 안정성에 대해	①	②	③	④	⑤

경력 관리

4. 경력 관리

4-1. 귀하께서는 작품 참여를 위해서 **어떤 경로를 통해** 다음 작품을 탐색하십니까?
1) 가족 및 친인척을 통해
2) 동료 및 선후배를 통해
3) 온라인 네트워크(커뮤니티 등)을 통해
4) 작품 광고를 보고
5) 소속 제작사를 통해
6) 공식 채용 정보를 통해
7) 기타( )

※**소속 제작사는** 고용 형태가 **특정 제작사 소속**인 경우, 제작사의 결정에 따라 다음 작품에 투입되는 경우를 말함

4-2. 귀하께서는 단지 경력을 쌓기 위한 목적으로 **무보수로 작품 제작에 참여한 경험**이 있습니까?
학창시설(고등학교, 대학교 등)의 경험은 제외하고 응답해 주십시오.
1) 참여 경험 있음
2) 참여 경험 없음

4-3. 귀하께서는 **경력을 쌓기 위해 가장 필요한 것**은 무엇이라고 생각하십니까?
우선순위대로 최대 2가지만 선택해 주시기 바랍니다. **1순위 ( ), 2순위 ( )**

1) 규모 있는 제작사에 취직
2) 작품 제작에 많이 참여해 보는 것
3) 제작자, PD, 관련분야 선배 등과 긴밀한 관계 형성
4) 교육 및 직업훈련을 통한 자기 개발
5) 기타( )

4-4. 귀하께서는 **향후 직업을 바꿀 의향**이 있으십니까?
1) 바꿀 의향 있음(☞문4-5로 이동)
2) 바꿀 의향 없음(☞문5-1로 이동)

4-5. **(문4-4의 1번 응답자)** 귀하께서 **직업을 바꾸려는 이유**가 무엇입니까?
우선순위대로 최대 2가지만 선택해 주시기 바랍니다. **1순위 (　　), 2순위 (　　)**

1) 불규칙한 수입 때문에
2) 미래에 대한 불안과 불확실성 때문에
3) 금전적 어려움 때문에
4) 복지수준의 열악함 때문에
5) 본인의 적성에 맞지 않아서
6) 불규칙한 근로시간 때문에
7) 전문성에 대한 낮은 인식
8) 기타(　　)

코로나 19 관련 사항

5. 코로나19로 인한 변화 및 대응 현황

5-1. 귀하는 2019년(코로나19 직전) 대비 2020년 말 기준 귀하의 활동(근로)시간, 수입은 어떻게 변하였는지 해당하는 곳이 응답해 주십시오. 변화상태를 선택하신 후 변화폭을 선택해 주십시오.

	변화상태			변화 폭 (변화상태에 대해 증가, 감소에 체크한 응답자만)										
	증가	동일	감소	0~10 %	10~20 %	20~30 %	30~40 %	40~50 %	50~60 %	60~70 %	70~80 %	80~90 %	90~ 100%	100% 초과
1) 활동 (근로)시간	①	②	③	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪
2) 소득	①	②	③	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪

5-2. 코로나19로 인해 귀하께서 다음 중 겪은 피해 항목을 모두 선택해 주십시오.
1) 휴직
2) 해고
3) 임금동결이나 삭감
4) (하청 및 도급계약 업체와의) 계약해지 및 종료
5) 무보수 활동
6) 기타(　　)

5-3. 코로나19 이전으로 경영상황 또는 활동 상황 회복은 언제로 예상하십니까?
1) 2021년 4분기
2) 2022년 1분기
3) 2022년 2분기
4) 2022년 3분기
5) 2022년 4분기
6) 2023년 이후

5-4. 귀하께서는 2020년부터 현재까지 코로나19로 인한 경영 애로 사항 또는 활동 애로 사항 해소를 위해 정부 지원 사업에 참여한 경험(수혜 경험)이 있으십니까?
1) 있음(☞ 문5-4-1로 이동)
2) 없음

5-4-1. **(문5-4)의 ①응답자)** 귀하가 2020년부터 현재까지 코로나19와 관련하여 참여 또는 수혜한 정부지원 사업은 어떠한 것입니까? 해당 되는 내용을 모두 응답해 주십시오.

1) 코로나19 관련 금융(대출, 지원금 등) 부문 지원
2) 코로나19 관련 세제 관련 지원
3) 코로나19 관련 상담 지원
4) 코로나19 관련 기획 · 제작 · 유통 관련 지원
5) 코로나19 관련 고용 · 교육훈련 · 복지 지원
6) 기타 (　　)

기타 사항

6. 기타

6-1. **제작스태프로 활동을 함에 있어 애로 사항 및 개선 사항** 등 기타 의견이 있다면 무엇이라도 좋으니 자유롭게 응답해 주십시오.

6-2 특히 코로나19로 인해 어려움을 겪으셨다면, 어떠한 정부의 지원이 필요한지 자유롭게 응답해 주십시오.

기본 정보

현 거주지	1) 서울 2) 부산 3) 대구 4) 인천 5) 광주 6) 대전 7) 울산 8) 경기 9) 강원 10) 충북 11) 충남 12) 전북 13) 전남 14) 경북 15) 경남 16) 제주 17) 세종

[개인정보 수집 • 이용 동의]

개인정보 보호법령에 따라 아래와 같이 동의를 얻고자 합니다. 아래 사항에 대해 충분히 읽어 보신 후에 동의여부를 체크해 주시기 바랍니다.
① 개인정보 수집 및 이용 목적 : 조사 내용에 대한 검증 및 답례품(상품권) 제공을 위해 수집·이용되며, 수집한 개인정보는 본 수집·이용 목적 외의 다른 목적으로 사용 되지 않습니다.
② 수집하는 개인정보 항목 [필수 항목] : 성명, 휴대전화번호
③ 개인정보 제공처 : 한국콘텐츠진흥원, 한국기업데이터(주)
④ 개인정보 보유 및 이용 기간 : 개인정보 보호법에 따라 개인정보는 3개월간 유지 후 일괄 삭제됩니다.
⑤ 개인정보 동의 거부 권리가 있으나, 거부시 답례품(상품권) 제공이 제한될 수 있습니다.

■ 본인은 위 사항들을 이해하였고, 개인정보 제공에 동의합니다. □ 동의함 □ 동의안함

성명		전화번호 (휴대전화)	

◇ 조사에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다 ◇

2021 대중문화예술산업 실태조사

주관기관 | 한국콘텐츠진흥원
감 수 | 이 양 환 (정책본부 본부장)
박 혁 태 (산업정책팀 팀장)
연구총괄 | 이 아 름 (정책본부 산업정책팀 선임연구원)
수행기관 | 한국기업데이터(주)
연구책임 | 이 은 숙 (한국기업데이터 팀장)
연구분석 | 박 민 정 (한국기업데이터 과장)
김 수 민 (한국기업데이터 과장)
공동연구 | 이 경 호 (국제예술대학교 초빙교수)
연구보조 | 조 안 나 (충청대학교 강사)

발 행 인 | 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발 행 일 | 2021년 12월 28일
발 행 처 | 한국콘텐츠진흥원
주 소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전 화 | 1566-1114
홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호 KOCCA21-28
ISBN 979-11-6677-056-2(93600) (비매품)

* 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114

ISBN 979-11-6677-056-2
비매품/무료
93600

누구나
콘텐츠로 일상을
풍요롭게

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

OPEN
공공누리
공공저작물 자유이용허락