대중음악 육성사업 성과지표 개발 위탁용역

KOCCA21-26

2021

대중음악 육성사업 성과지표 개발 위탁용역

2021

KOCCA21-26

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

제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “대중음악 육성사업 성과지표 개발 위탁용역”의 결과보고서로 제출합니다

2021년 12월 17일

연구/조사기관 : 공공정책성과평가연구원
연구/조사책임자 : 조무상 (공공정책성과평가연구원 연구위원)

대중음악 육성사업 성과지표 개발 위탁용역

2021

KOCCA21-26

요약문

요 약 문

1. 결과 종합

가. 연구 배경 및 목적

○ (연구 배경) 최근 대중음악산업 육성사업 예산 및 사업가짓수의 큰 폭으로 증가하고 있으나 사업성과로 제시하고 지속 관리할 수 있는 지표가 불명확하여 사업특성을 반영하고 사업목표에 부합하며 다양한 성과를 합리적·효과적으로 나타낼 수 있는 사업유형별 성과지표 개발 시급

○ (연구 목적) 대중음악 육성사업에 대한 객관적 평가 및 후속 사업 추진의 필요성을 피력할 수 있는 근거로서, 결과지표 중심의 사업유형별 성과지표를 만들어 향후 사업의 중기 계획에 반영하고 관련 정책제언을 제공

나. 연구 내용 및 범위

○ (환경분석) 대중음악 육성사업의 주요 현황 및 산업 구조 등에 대한 분석을 통해 대중음악산업의 특성을 반영하는 결과지표 중심의 성과지표 및 적용 가능성 검토

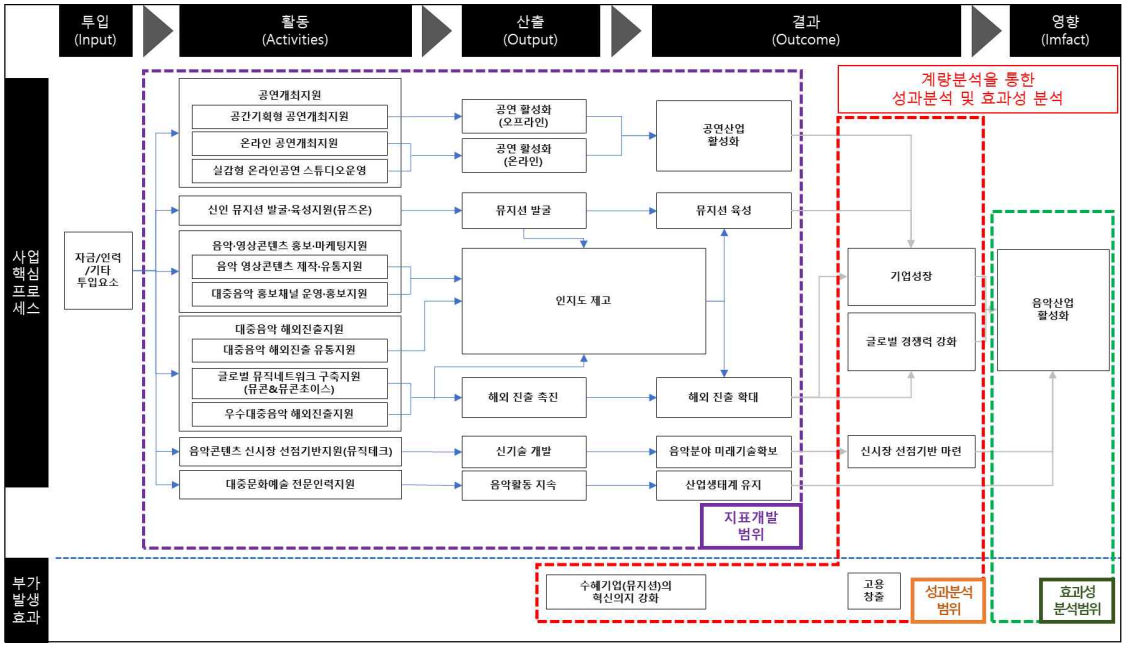
○ (지표(안)개발 및 지표 확정) 진흥원의 대중음악 육성사업에 대한 기존 성과목표체계 진단 및 재구축, 사업유형화를 통해 성과창출 프로세스 정립하고 이를 바탕으로 지표 Pool 도출, 지표 적합성 검증을 통해 최종 성과지표 확정

○ (지표 정의서 작성) 확정된 사업유형별 대표 성과지표의 계산식 설정, 설정된 계산식을 바탕으로 대표 성과지표의 지표정의서 작성

○ (최종보고서 작성) 연구결과를 종합하여 정책제언을 포함한 최종보고서 작성

다. 대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 정립

❑ **(대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 정립) 최종적인 대중음악 육성사업의 성과창출 프로세스는 다음과 같음**



[요약그림-1] 대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 (사업유형별)

라. 대중음악 육성사업 성과지표

❑ **진흥원의 대중음악 육성사업 성과지표 개발을 위한 프로세스는 다음과 같음**

○ 세사업별 성과창출 프로세스를 수립하고 사업유형화를 통해 사업의 목적 및 활동단계별로 유형화하여 대중음악 육성사업의 성과창출 프로세스를 수립

○ 세사업별 성과창출 프로세스로부터 후보지표들을 도출하여 지표POOL을 구성

○ SMART 검증법을 통해 지표POOL에 대한 타당성을 검토

○ 최종지표를 확정하고 지표 정의서 작성

❑ 지표POOL

○ 수립된 논리모형을 통해 지표POOL이 도출되었으며, CSF와의 연계성, 구체성・명확성, 측정가능성, 책임 및 권한 적합성, 기한성, 비교 가능성의 6가지 기준을 적용하여 검증한 사업유형별 최종지표는 다음과 같음

<요약표-1> 대중음악 육성사업 최종 성과지표

사업유형	성과지표	지표유형	방법
전체	목표 달성률	기존지표 수정	자체
공연	공연수 증가율	신규	사후설문
	투자촉진효과(CVM)	신규	자체
홍보·마케팅	뮤지션 채널 조회수 증가율	신규(빅데이터기반)	crawling기법
	뮤지션 검색량 증가율	신규(빅데이터기반)	crawling기법
	KOCCA MUSIC 채널 조회수 증가율	신규(빅데이터기반)	crawling기법
	KOCCA MUSIC 검색량 증가율	신규(빅데이터기반)	crawling기법
발굴·육성	사업후 생존율	신규(빅데이터기반)	DB 이용
	사업후 활동 증가율	신규(빅데이터기반)	crawling기법
해외진출	매칭건수	기존	자체, 사후설문
기반구축	후속투자금액 증가율	기존	사후설문
	매출액(상용화, 기술이전, 로열티) 증가율	기존	사후설문

❑ 빅데이터기반지표 및 대중문화예술기획업DB

❍ (빅데이터기반 지표) 진흥원의 대중음악 육성사업은 음악산업의 특성상 사업성과창출에 시의성(timeliness)이 존재하므로 사후 추적조사를 통해 사업종료 이후의 후속성과를 조사할 필요가 있음

- 조사비용, 수혜기관의 응답부담 및 진흥원의 조사부담을 고려하여 빅데이터에 기반한 신규지표를 도입하여 지표 고도화

❍ (대중문화예술기획업DB) 대중음악산업에 종사하는 기업DB를 구축함으로써 대중음악산업동향 분석 및 수혜기업의 생존율, 대기업과 중소기업 간의 격차율 파악 등 성과지표 측정과 정책수립의 기초자료로 활용

- 공공데이터로 개방된 행정안전부의 「대중문화예술기획업」 인허가데이터를 바탕으로 구축

2. 정책 제언

가. 대중음악산업 특성을 고려한 정책 지원 필요

❑ **음악산업은 시장실패가 발생하므로 공적 개입 필요**

○ 시장실패요인1: 높은 독과점화 가능성으로 인한 시장실패

○ 시장실패요인2: 긍정적 외부효과(positive externalities)로 인한 과소생산

- 또한 음악상품은 가치재(merit goods)로서 최소수준 생산·공급이 요구되고 지속가능한 공동체 형성에도 기여

❑ **규모의 경제가 존재하므로 중소기업에게 불리한 산업**

○ 대중음악산업은 승자독식의 '슈퍼스타시장'이며, 수직계열화·복합기업화를 통한 과점화, 빠른 시장환경변화로 인한 높은 불확실성으로 인해 규모의 경제 존재

○ '규모의 경제(economies of scale)'가 존재하는 산업이므로 시장에 맡길 경우 소수의 대기업에 의한 자연독(과)점화 발생

❑ **'NEXT BTS'(한류의 지속·확대)를 위해 산업생태계 유지 필요**

○ 미래 유망 음악상품에 대한 예측이 곤란하므로, 한류의 지속가능한 발전을 위해서는 음악산업의 다양성 및 산업생태계 유지 필요

○ 음악산업은 대표적인 '긱 경제(gig economy)'로서, 프로젝트를 기반으로 필요에 따라 세분화된 전문가들이 '헤쳐모여式'으로 창작활동 및 공연활동 수행

- 세분화된 전문분야별로 '강소기업(뮤지션 포함)' 육성을 통해 산업생태계 강화 필요

❑ **지속가능한 발전을 위해 음악의 '종(장르) 다양성' 확보 필요**

○ 미래 시장 전망에 대한 높은 불확실성(히트장르 예측 곤란)에 대응하기 위

해서는 음악의 다양성 확보로 극복할 필요

- ‘리차드 피터슨 & 데이비드 버거’의 연구

  * 혁신이 발생했다면 반드시 다양성이 존재하나, 그 반대는 성립하지 않음

- 과거 다양한 장르에서의 창작경험이 현재 혁신적인 창작활동의 기반

  * ‘9와 숫자들’의 멤버 9(송재경): 2018년 BTS의 정규3집 앨범 『LOVE YOURSELF 轉 ’Tear’』의 수록곡 ‘낙원’ 작사·작곡 참여

  * ‘좋아서 하는 밴드’의 멤버 안복진: 2020년 BTS의 정규4집 앨범 『MAP OF THE SOUL』의 수록록 ‘filter’ 작사·작곡 참여

○ 다양성 상실시 궁극적으로는 음악산업 성장동력 위축 우려

- 피터 알렉산더의 연구

  * 음악산업의 집중도(독과점 정도)와 제품다양성(음악의 다양상)간의 관계는 오목한(concave) 2차함수

❑ **대중음악산업 육성을 위해 지원예산규모 늘릴 필요**

○ 대중음악산업 수출 증가율은 최근 5년평균(‘14~‘19년) 13.9%에 달하여 매우 높은 수준

- 사회적 할인율(4.5%)를 고려할 때 높은 수출성장률은 매우 고무적

○ (음악) K-Pop의 글로벌 진출 확대 및 다양한 장르의 음악 지속 지원, ’14년부터 5년간 음악산업 수출액 연평균 13.9% 증가율 기록 * (수출액) ’14년 335,650천 달러 → ’19년 564,236천 달러

출처: 의안정보시스템, 2022년 예산안(정부) 문화체육관광부 성과계획서 18p.

○ 특히 창작단계를 포함한 음악산업의 가치창출단계별 지원책 필요

- 창작 → 앨범(음원)녹음 → 홍보·마케팅 → 유통 → 공연 → 소비

나. 대중음악 육성사업 향후 추진 방향에 대한 제언

❑ **음악산업의 가치창출 원천인 창작단계에 대한 지원방안 마련 필요**

○ 현재 뮤즈온사업(신인 발굴·육성)과 인력지원사업이 일부 창작단계 지원의 성격이 있기는 하나 미미한 수준

○ 뮤지션 외에도 작곡, 작사, 편곡, 실연, 앨범(음원)제작 등 창작단계에 대한 지원 필요

❑ **보다 많은 소비자에게 노출시킬 수 있도록 홍보지원 확대 필요**

○ 좋은 음악은 노출되기만 한다면 소비자에게 소비될 수 있으므로, 홍보·판촉 기능이 부족한 중소기업(뮤지션)에 대한 홍보 지원을 강화할 필요

○ 지원사업 수혜대상(중소기업)을 고려하여 음악상품·뮤지션에 대한 인지도 제고 목적의 유통·홍보·마케팅 지원 필요

❑ **미래 유망 장르 발굴·대비를 위한 기반 마련 필요**

○ 미래 유망 장르는 예측이 곤란하므로 빅데이터에 기반한 유망 장르 예측 연구 등 기초연구 필요

- 디지털음원DB 및 AI분석 기법을 이용하여 과거 십수년간의 시장선호장르에 대한 선호주기 분석을 통해 장래 유망 장르 예측

○ 예측결과에 기반한 장르별 육성방안을 마련하는 것을 검토할 필요

다. 대중음악 육성사업 성과관리를 위한 제언

❑ **산업특성을 고려한 성과지표 고도화 필요**

○ 대중음악산업은 성과창출시까지 시의성이 낮으며 중소기업 중심(긱 경제)이어서 사후 추적조사도 원활하지 않을 것으로 예상되어, 본 연구에서는 빅데이터에 기반한 성과지표를 개발하였음

○ 개발된 지표에 대한 모니터링을 실시하고 향후 Youtube 조회수 외에 소셜미디어에 대한 텍스트마이닝(text mining)을 통해 AI에 기반한 성과지표 고도화 필요

❑ **대중음악산업DB 구축 필요**

○ 대중음악산업에 종사하는 기업DB, 뮤지션DB, 음원DB 등을 구축함으로써 과

학적 정책 수립의 기초자료로 활용할 필요

- 뮤지션 대상 네트워크 분석을 통한 각 경제 분석, 뮤지션 성장경로 분석, 기업성장경로 분석, 음원DB를 이용한 미래 유망 장르 예측

- 과학적 성과지표 측정 및 성과분석을 위한 기초자료

❑ **수혜기관의 특성을 고려한 사업관리 방안 필요**

○ 수혜기관의 지원성과에 대한 최소한의 결과보고는 필수적이나 소기업 또는 (소속사 없는) 뮤지션 개인의 경우 보고부담이 높은 점을 고려한 사업관리 방안 필요

○ 원칙적으로 지원사업의 수혜대상은 제한할 필요 없으나, 신인 뮤지션 또는 신생 기업이 많은 '뮤즈온사업'에 한하여, '성과창출에 대한 의지'를 기준으로 선발하고, 수혜기관의 보고부담을 최소화하는 관리방안 마련 필요

- 수혜기관에게는 단순한 설문응답 수준*의 보고의무만 부여하고 응답결과 분석을 통해 선정된 수혜기관을 대상으로 '스토리텔링' 형식의 인터뷰 방식의 성과수집

* 객관식 또는 단답식 수준으로 응답부담이 매우 낮은 설문 형태

목 차

제1장 연구 개요 ····· 3
1. 연구 배경 및 필요성 ····· 3
2. 연구 목적 및 범위 ····· 3
3. 연구 수행방법 ····· 5
제2장 사업 현황분석 ····· 11
1. 한국콘텐츠진흥원 일반현황 ····· 11
2. 대중음악 육성사업 추진현황 ····· 14
3. 대중음악 육성사업 특성 분석 ····· 20
4. 이해관계자 분석 ····· 30
5. 유사사례 분석 ····· 33
제3장 성과창출 프로세스 정립 ····· 45
1. 기존 성과목표체계 검토 ····· 45
2. 대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 정립 ····· 50
3. 성과목표체계 재구축 ····· 54
제4장 대중음악 육성사업 성과지표 개발 ····· 59
1. 성과지표 개발 개요 ····· 59
2. 성과지표 개발 ····· 63
3. 대표 지표 정의서 작성 ····· 72
제5장 결과 종합 및 정책제언 ····· 87
1. 결과 종합 ····· 87
2. 정책 제언 ····· 90
참고 문헌 ····· 95

표 목 차

<표 1-1> 대중음악 육성사업의 사업 수 및 예산액 ····· 3
<표 2-1> 한국콘텐츠진흥원 주요 연혁 ····· 12
<표 2-2> 한국콘텐츠진흥원 정원 및 현원 ····· 13
<표 2-3> 한국콘텐츠진흥원 주요사업 총괄표 ····· 15
<표 2-4> 온라인 공연개최지원사업 지원규모 ····· 16
<표 2-5> 이해관계자 분석 개요 ····· 30
<표 2-6> 이해관계자 분석 시사점 ····· 33
<표 2-7> 유사사례1의 성과지표 Pool 검증 ····· 35
<표 2-8> 유사사례1의 성과지표 Pool 검증 결과 ····· 37
<표 2-9> 유사사례2의 주요사업 총괄표 ····· 38
<표 2-10> 유사사례2의 성과지표 Pool 검증 ····· 39
<표 2-11> 유사사례2의 성과지표 Pool 검증 결과 ····· 42
<표 3-1> 대중음악 육성사업의 세사업별 성과목표체계 ····· 45
<표 3-2> 대중음악 육성사업의 세사업별 정량지표 ····· 46
<표 3-3> 목표치 설정근거 예시(2022년도 문화체육관광부 콘텐츠산업 육성) ····· 47
<표 3-5> 성과목표체계 개선 주안점 ····· 55
<표 3-6> 성과목표체계 재구축 양식 (환류 포함) ····· 55
<표 3-7> 성과목표체계 개선(안) ····· 57
<표 4-1> 지표검증 기준의 의미/판단방법/처리기준 ····· 63
<표 4-2> 성과창출 프로세스에 따른 지표 Pool ····· 64
<표 4-3> 성과지표 Pool 검증 ····· 66
<표 4-4> 지표 분류 ····· 68
<표 4-5> 지표 확정 ····· 69
<표 4-6> 확정지표의 평가 방법 ····· 71
<표 4-7> ‘뮤콘’ 사업 성과지표 가중치 도출 ····· 71
<표 4-8> 지표 정의서: 목표 달성률 ····· 72
<표 4-9> 지표 정의서: 공연수 증가율 ····· 73
<표 4-10> 지표 정의서: 투자촉진효과 ····· 75
<표 4-11> 지표 정의서: 뮤지션 채널 조회수 증가율 ····· 76
<표 4-12> 지표 정의서: 뮤지션 검색량 증가율 ····· 78
<표 4-13> 지표 정의서: KOCCA MUSIC 채널 조회수 증가율 ····· 79

〈표 4-14〉 지표 정의서: KOCCA MUSIC 채널 검색량 증가율 ····· 80
〈표 4-15〉 지표 정의서: 사업후 생존율 ····· 81
〈표 4-16〉 지표 정의서: 사업후 활동 증가율 ····· 82
〈표 4-17〉 지표 정의서: 매칭건수 ····· 83
〈표 4-18〉 지표 정의서: 후속투자금액 증가율 ····· 84
〈표 4-19〉 지표 정의서: 매출액 증가율 ····· 85
〈표 5-1〉 대중음악 육성사업 최종 성과지표 ····· 88

그 림 목 차

[그림 1-1] 연구수행 Framework ····· 5
[그림 2-1] 한국콘텐츠진흥원 조직도 ····· 13
[그림 2-2] 한국콘텐츠진흥원 비전 체계도 ····· 14
[그림 2-3] ‘매튜 살가닉 & 던컨 와츠’의 실험 결과 ····· 25
[그림 3-4] 유사사례1의 성과창출 프로세스 ····· 35
[그림 3-5] 유사사례2의 성과창출 프로세스 ····· 39
[그림 3-1] 대중음악 육성사업의 유형화 ····· 50
[그림 3-2] 대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 (세사업별 전체) ····· 52
[그림 3-3] 대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 (사업유형별) ····· 53
[그림 3-4] 성과목표체계 개선(안)에 따른 목표 설정 예시 ····· 56
[그림 3-5] 성과목표체계에 따른 환류 사례 예시 ····· 56
[그림 4-1] 성과지표 개발의 의의 ····· 59
[그림 4-2] 성과지표 개발 프로세스 ····· 60
[그림 4-3] 지표검증 기준의 예 ····· 61
[그림 4-4] 지표 검증 기준의 도출 ····· 62
[그림 5-1] 대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 (사업유형별) ····· 88

대중음악 육성사업 성과지표 개발 위탁용역

2021

KOCCA21-26

제1장 연구 개요

제1장 연구 개요

1. 연구 배경 및 필요성

❑ 최근 대중음악산업 육성사업 예산 및 사업가짓수의 큰 폭 증가

<표 1-1> 대중음악 육성사업의 사업 수 및 예산액

연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	비고
국고교부기준 사업수	7개	6개	3개	6개	8개	교부사업 內 내역사업 평균 2개 이상
예산액(백만원) (증가율)	5,385	4,983 (-7.5%)	5,090 (2.1%)	8,691 (70.7%)	61,690 (609.8%)	-

❑ 그러나 사업성과로 제시하고 지속 관리할 수 있는 지표가 불명확

○ 사업특성을 반영하고 사업목표에 부합하며 다양한 성과를 합리적·효과적으로 나타낼 수 있는 성과지표 개발 시급

❑ 또한 후속사업의 추진 필요성 피력근거 시급

○ 대중음악 육성사업에 대한 객관적 평가 및 후속 사업 추진의 필요성을 피력할 수 있는 근거를 만들어 향후 사업의 중기 계획에 반영

2. 연구 목적 및 범위

가. 연구 목적

❑ 사업특성을 반영하고, 다양한 성과를 합리적 · 효과적으로 나타내는 성과지표 개발

○ 한국콘텐츠진흥원(이하 '진흥원') '대중음악 육성사업'의 특성을 반영하는 성과지표 개발을 통해 사업의 객관적 평가 및 후속 사업의 추진 근거 마련 목적

나. 연구 내용 및 범위

❑ **사업분석 및 성과목표체계 재구축**

○ 대중음악 육성사업의 현황 분석

○ 기존 사업 성과목표 체계검토 및 재구축

❑ **성과목표체계에 근거한 사업분류 및 유형화**

○ 재구축한 성과목표체계에 근거한 사업분류 및 유형화

○ 사업 유형별 수혜계층 및 사업결과조사 및 목표 달성도 분석

○ 사업 유형별 예상 및 기대 파급효과 도출

❑ **사업 유형별 성과지표(안) 개발**

○ 사업 유형별 국내외 유사지표 사례 분석

○ 사업 유형별 특화된 성과평가 모형 개발

○ 사업 유형별 성과지표 개발 및 지표정의서 작성, 타당성 검토

○ 사업 결과보고서 양식 보완

❑ **성과목표체계에 근거한 추가 성과지표(안) 제시**

○ 성과지표 발굴 및 추가 성과지표 달성을 위한 신규아이템 제시

❑ **최종보고서 작성**

○ 연구 결과를 종합하여 정책제언을 포함한 최종보고서 작성

3. 연구 수행방법

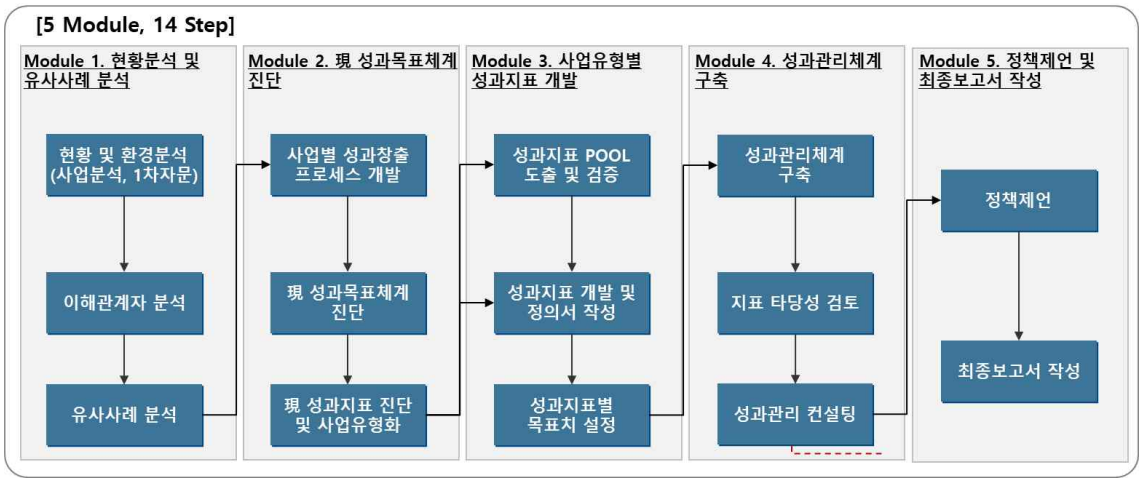
가. 연구수행 Framework

❑ 5개 모듈, 14개 스텝으로 단계를 구분하여 효율적 연구 수행

○ [Module 1. 현황분석 및 유사사례 분석] 대중음악 육성사업에 대한 현황 및 환경분석과 이해관계자 분석, 유사사례분석을 통해 연구의 방향성을 설정하는 단계

○ [Module 2. 現 성과목표체계 진단] '현황분석 및 유사사례 분석' 결과를 바탕으로 사업의 논리모형을 도출하고, 現 성과목표체계 및 성과지표를 진단한 후 세사업별로 유형화하는 단계

○ [Module 3. 사업유형별 성과지표 개발] 유형화된 사업별로 성과지표POOL을 도출하고 지표 적합성 검증을 통해 성과지표(안)를 확정한 후, AHP 분석 등을 통해 가중치를 설정함으로써 확정된 성과지표의 세부 계산식 설정 및 지표 정의서를 작성하는 단계



[그림 1-1] 연구수행 Framework

○ [Module 4. 성과관리체계 구축] 개발된 성과지표를 토대로 성과관리체계를 구축하고 지표 타당성을 검토한 후 지표관리서를 작성(성과관리 컨설팅)하는 단계

○ [Module 5. 정책제언 및 최종보고서 작성] 연구결과물을 종합하여 연구의

활용성 제고를 위한 정책제언 제시 및 최종보고서를 작성하는 단계

나. 연구 추진 방법

(1) Module 1 현황분석 및 방향성 설정

❑ Step 1-1 : **환경 및 현황분석**

❍ 진흥원의 대중음악 육성사업의 주요 현황 및 내외부 환경 등 분석

- 진흥원 내부자료

  * 사업계획서, 실적보고서, 성과기술서, 위탁용역사 결과보고서, 실행계획서 등 각 사업별 자료

- 문헌자료

  * 음악산업백서, 대중음악산업 실태조사보고서, 기타 학술논문 및 보고서

- 기타

  * 담당자·위탁사연구책임자·수혜기관 인터뷰 등을 통해 과업에 대한 이해도 제고

❑ Step 1-2 : **이해관계자 분석**

❍ 내·외부 이해관계자(전문가 포함) 대상 인터뷰 및 자문회의를 통해 산업환경, 사업현황, 지표개선 니즈를 확인하여 연구추진의 정성적 기초자료로 활용

❑ Step 1-3 : **유사사례 분석**

❍ 국내외 유사기관을 대상으로 성과관리체계 및 성과지표 등을 분석하여 유사성 및 차이점 검토 및 벤치마킹 필요성 확인

(2) Module 2 現 성과목표체계 진단

❑ Step 2-1 : **사업별 성과창출 프로세스 구축**

❍ Module 1의 분석결과를 바탕으로 사업별 성과창출 프로세스를 개발하여 세 사업의 활동 및 산출물과 사업 목적과의 연계성 파악

❍ 사업 논리모형(Logic model)을 통해 진흥원의 성과창출 프로세스를 설계하여

각 프로세스(투입/과정/산출/결과)별 주요 성과요소 간의 상호연계성 파악

❑ Step 2-2 : 現 성과목표체계 진단

○ Step 2-1의 성과창출 프로세스를 활용하여 사업목적에 부합하는 세사업 설정여부 진단 및 이질적 세사업에 대한 구조 개선(안) 제시

❑ Step 2-3 : 現 성과지표 진단 및 사업유형화

○ 現 성과지표 진단은 사업목표 대표여부 중심

○ 사업유형화은 대중음악산업의 가치창출활동 및 사업목표 중심

(3) Module 3 사업유형별 성과지표 개발

❑ Step 3-1 : 성과지표 POOL 도출 및 검증

○ 성과창출 프로세스로부터 사업의 주요활동 성과를 확인할 수 있는 지표 도출 및 성과지표 POOL 구축

○ 성과지표 POOL을 대상으로 적합성 검증을 통해 적용가능한 성과지표 선별

- 지표의 적합성 검증 기준 : CSF와의 연계성, 구체성•명확성, 측정가능성, 책임 및 권한 적합성, 기한성, 비교가능성

  * 핵심성공요인(CSF: Core Success Factor)

❑ Step 3-2 : 성과지표 개발 및 정의서 작성

○ 적합성 검증이 완료된 성과지표 POOL에 대해 중복성여부 검토 후 최종 성과지표 확정 및 지표 유형분류

- 즉시 활용 가능한 대표지표 외에 보조지표 및 예비지표 함께 도출

  * 대표지표(성과지표) : 사업의 성과를 대표적으로 보여줄 수 있는 지표

  * 보조지표(관리지표) : 향후 보조적 활용이 필요한 지표

  * 예비지표(후보지표) : 현재 측정방법이나 시기, 필요 데이터의 수집 등에 문제가 있으나 추후 개발이나 보완을 통해 활용 가능한 지표

❑ Step 3-3 : **성과지표별 목표치 설정**

○ 추세분석, 긍・부정 환경요인, 목표 달성도에 따른 필요 노력 수준 등을 종합적으로 고려하여 성과지표 목표치 설정

(4) Module 4 성과관리체계 구축

❑ Step 4-1 : **성과관리체계 구축**

○ 現 성과목표체계 진단결과 및 개발된 성과지표를 바탕으로 성과관리체계 개선(안) 제시

- 성과지표를 통해 측정한 사업성과 및 성과평가 결과의 향후 사업 환류(Feedback) 방안에 초점

❑ Step 4-2 : **구축된 성과지표 및 성과관리체계에 대한 타당성 검증**

○ 개발된 성과지표에 대한 시뮬레이션을 통한 타당성 검증

○ 자문위원회를 통한 성과지표 및 성과관리체계에 대한 타당성 검토

❑ Step 4-3 : **성과관리 컨설팅**

○ 연구결과를 바탕으로 사업관리를 위한 지표관리, 성과관리방안을 컨설팅

- 지표관리서 및 2022년도 사업일정에 따른 지표관리 방안

(5) Module 5 최종보고서 작성

❑ Step 5-1 : **정책제언**

○ 연구결과를 종합하고, 대중음악산업 육성을 위한 정책적 제언 제시

❑ Step 5-2 : **최종보고서 작성**

○ 각 모듈별 연구 결과를 종합하여 최종보고서 작성

대중음악 육성사업 성과지표 개발 위탁용역

2021

KOCCA21-26

제2장 사업 현황분석

제2장 사업 현황분석

1. 한국콘텐츠진흥원 일반현황

가. 설립 근거

❑ 기관 설립 근거

○ ‘한국콘텐츠진흥원’의 설립 근거는 「문화산업진흥 기본법」 제31조(한국콘텐츠진흥원의 설립)에 따르며, 그 주요 내용은 다음과 같음

- ① 정부는 문화산업의 진흥 · 발전을 효율적으로 지원하기 위하여 한국콘텐츠진흥원(이하 “진흥원”이라 한다)을 설립한다.

❑ 기관 역할

○ 진흥원의 설립 목적은 법 제31조제①항에 따라 “문화산업의 진흥 · 발전을 효율적으로 지원”하는 것임

○ 진흥원의 주요 역할은 법 제31조제⑦항에 따라 다음 각 호와 같음

- 1. 문화산업 진흥을 위한 정책 및 제도의 연구 · 조사 · 기획
- 2. 문화산업 실태조사 및 통계작성
- 3. 문화산업 관련 전문인력 양성 지원 및 재교육 지원
- 4. 문화체육관광부 소관 연구개발사업의 기획 · 관리 · 평가 및 성과 확산 등
- 5. 문화산업발전을 위한 제작 · 유통활성화
- 6. 문화산업의 창업, 경영지원 및 해외진출 지원
- 7. 문화원형, 학술자료, 역사자료 등과 같은 콘텐츠 개발 지원
- 8. 문화산업활성화를 위한 지원시설의 설치 등 기반조성
- 9. 공공문화콘텐츠의 보존 · 유통 · 이용촉진
- 10. 국내외 콘텐츠 자료의 수집 · 보존 · 활용
- 11. 방송영상물의 방송매체별 다단계 유통 · 활용 · 수출 지원

- 12. 방송영상 국제공동제작 및 현지어 재제작 지원
- 13. 게임 역기능 해소 및 건전한 게임문화 조성
- 14. 이스포츠의 활성화 및 국제교류 증진
- 15. 콘텐츠 이용자의 권익보호
- 16. 문화산업의 투자 및 융자 활성화 지원
- 17. 그 밖에 진흥원의 설립목적을 달성하는 데 필요한 사업

나. 주요 연혁

❑ 한국콘텐츠진흥원 주요 연혁

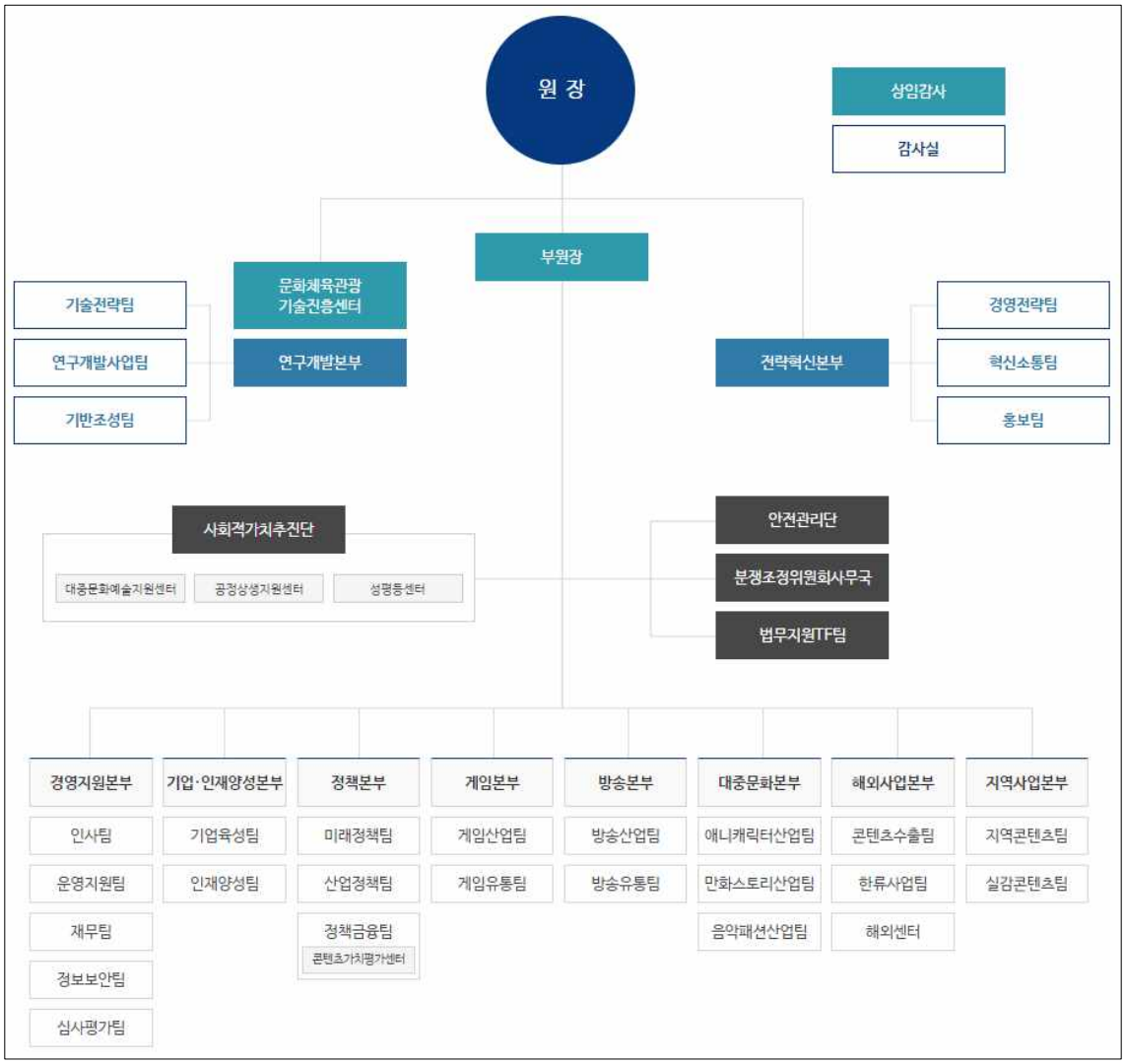
○ ‘한국콘텐츠진흥원’은 2009년 1월 「문화산업진흥기본법」 개정법률에 따라, 한국문화콘텐츠진흥원, 한국방송영상산업진흥원, 한국게임산업진흥원, 문화콘텐츠센터, 한국소프트웨어진흥원 디지털 콘텐츠사업단 등 5개 콘텐츠 관련 기관이 통합되어 설립됨

<표 2-1> 한국콘텐츠진흥원 주요 연혁

구분	주요 연혁
2008.08월	공공기관 2차 선진화 추진계획 발표
2009.01월	문화산업진흥기본법 개정안 국회의결
2009.02월	한국콘텐츠진흥원 설립위원회 발족개정법률 고시
2009.05월	한국콘텐츠진흥원 설립
2009.06월	글로벌게임허브센터 개소
2009.11월	1인 창조기업 지원센터 개소 (역삼)
2011.04월	분쟁조정위원회 사무국 개소
2011.08월	모바일게임센터 개소
2012.05월	스마트콘텐츠센터 개소
2012.07월	콘텐츠종합지원센터 개소
2013.09월	빛마루(방송지원센터) 개관(일산) ※주관: 한국콘텐츠진흥원/한국방송통신전파진흥원
2013.12월	글로벌게임허브센터 이전(판교)
2014.05월	콘텐츠코리아 랩 제1센터 개소(대학로)
2014.06월	한국콘텐츠진흥원 본원 이전(전라남도나주)
2015.12월	문화창조벤처단지 개소(광화문)
2017.09월	스튜디오큐브 개관(대전)
2017.09월	콘텐츠시연장 개관(홍릉)
2021.09월	한국콘텐츠진흥원 5대 조현래 원장 취임

다. 조직 및 인원

❑ 조직



[그림 2-1] 한국콘텐츠진흥원 조직도

❑ 인원(정원)

○ 정원 528명, 현원 504명(무기계약직 포함, 2021년 3/4분기 기준)

<표 2-2> 한국콘텐츠진흥원 정원 및 현원

구분	직급 구분	정원	현원
임원 및 일반정규직	상임임원	3	3
	B.U.M.(실(본부)장급)	6	8
	G1(부장급)	18	17
	G2(차장급)	48	48
	G3(과장급)	72	60

구분	직급 구분	정원	현원
	G4a(대리급)	117	44
	G4b(주임급)	-	76
	별도정원	3	4
정규직(무기계약직)	-	261	246
계		528	504

2. 대중음악 육성사업 추진현황

가. 진흥원 비전 및 전략

❑ 비전 및 전략 목표

[그림 2-2] 한국콘텐츠진흥원 비전 체계도

나. 2021년도 대중음악 육성사업 사업계획

(1) 주요 사업 총괄

<표 2-3> 한국콘텐츠진흥원 주요사업 총괄표

세부사업	내역사업		사업목표
대중음악 인프라 및 창작기반 강화	1 온라인실감형 K-POP 공연 제작지원	▸	**차세대 공연 콘텐츠 개발 글로벌 콘텐츠 시장 선도**
대중음악 유통 및 홍보 활성화 지원	2 플랫폼기반 대중음악 활성화 지원 3 ICT음악 콘텐츠 지원 4 공간기획형 공연개최지원	▸	**(신인)뮤지션 육성 기업 성장 및 경쟁력 강화**
대중음악 해외진출 지원	5 글로벌뮤직 네트워크 구축지원 6 글로벌 전략시장 진출 유통활성화 (우수대중음악 해외유통지원) 7 K-뮤직위크 페스티벌	▸	**음악산업 비즈니스 활성화 글로벌 경쟁력 강화**
대중음악 예술전문인력지원	8 대중음악공연분야 인력지원	▸	**산업 생태계 유지**

(2) 내역사업별 주요 내용

(가) 온라인 실감형 K-POP 공연제작 지원

❑ 추진 배경

❍ 5세대 이동통신발전, 코로나19의 전 세계적 유행으로 온라인 공연시장 형성

- 2020년 11월 기준, 국내 개최 온라인 공연 약 150개 이상 추정

  * 유료공연 80개 이상

  * 2020년 지원사업 수혜공연 중 온라인(오프라인 병행 포함) 공연 비중 80%

❍ 온라인 공연제작 전문스튜디오의 부재에 따른 온라인 공연시장에서의 대형 및 중소기획사 간 격차 존재

- 온라인 공연시장은 대기업 중심으로 운영되어 중소기획사의 접근 곤란

- 대부분의 온라인공연은 ‘방송스튜디오’를 임대하여 제작되고 있어, 공간확보 곤란, 높은 임대료, 관련 설비 및 기자재의 불충분 등의 문제

❑ 추진 내용

○ 온라인 실감 공연 스튜디오 조성

- 적절한 공간을 임대 및 리모델링을 통해 온라인 공연에 최적화된 시설과 장비를 보유한 온라인 실감 공연 전문 스튜디오 조성

  * 온라인 공연에 최적화된 무대, 음향, 조명, 송출 설비 등 장비 구축

○ 온라인 실감 공연 스튜디오 운영

- 스튜디오 개소에 따른 사업 홍보 및 기념공연 개최

  * 기술시연 및 공연장 운영을 위한 시범공연 제작

- 스튜디오 운영에 따른 대관공연과 및 기획공연 계획 수립 및 추진

  * 진흥원의 기획에 의한 온라인공연(기획공연)

  * 중소기획사의 신청에 의한 온라인공연(대관공연) 수행

- 공연유형

  * 단기형: 1일 이상

  * 시리즈형: 최소 2일 이상 또는 뮤지션 최소 3개팀 이상 섭외

  * 실감형: XR, AR 등 실감기술 적용공연 1일 이상

<표 2-4> 온라인 공연개최지원사업 지원규모

구분		지원규모	지원 과제 수	총 예산
1	단기형 온라인 공연	과제 당 최대 5천만 원	20개 내외	10억 원
2	시리즈형 온라인 공연	과제 당 최대 1억 원	20개 내외	20억 원
3	실감기술 결합형 온라인 공연	과제 당 최대 5억 원	7개 내외	35억 원
합계			**47개 내외**	**65억 원**

(나) 플랫폼기반 대중음악 활성화 지원

❑ 추진 배경

○ 플랫폼에 기반하여 대중음악 콘텐츠가 유통되는 시장환경 변화

- 대중음악 콘텐츠 유통시장에서 플랫폼의 영향력이 강화됨에 따라 시장환경에 부합하는 콘텐츠 제작·홍보·유통 지원 필요성 증대

❑ 추진 내용

○ 신인 뮤지션 발굴, 육성 지원(뮤즈온)

- 음악성과 잠재력을 지닌 뮤지션 발굴 및 다각도의 지원을 통해 대중적 인지도를 지닌 뮤지션으로 육성

- 지원내용: 창작, 제작, 홍보, 유통의 산업활동 전 단계에 걸친 지원

  * 음반/음원 발매, 홍보 콘텐츠 제작, 공연 개최

○ 음악 영상콘텐츠 제작 및 유통지원

- 대중음악과 관련된 주목도 높은 영상 콘텐츠 제작을 통해 대중음악 및 뮤지션의 인지도 향상

- 세부추진내용

  * 연 1회 공모를 통해 20개 과제 내외 선정하여 라이브 영상 콘텐츠, 기획 홍보 영상 등 음악 영상 콘텐츠 촬영/제작/유통비 지원

  * 우수한 퀄리티의 콘텐츠는 KOCCA MUSIC 유튜브 채널에 업로드하여 뮤지션 심화 홍보지원 및 KOCCA MUSIC 브랜드 경쟁력 강화

  * K-POP 아이돌, 힙합, 록 등 다양한 대중음악 장르의 뮤지션을 선정하여 한국 대중음악의 다양성 홍보

○ 대중음악 홍보채널 운영 및 홍보지원(KOCCA MUSIC 채널)

- 음악분야 지원사업 선정 뮤지션 및 결과물, 행사 및 공연 개최 소식 등 지속적으로 소개하는 홍보마케팅 채널 운영

- 세부추진내용

  * 온라인 홍보채널 운영을 위한 콘텐츠 제작 · 업로드 · 홍보 추진

  * KOCCA MUSIC 통합 홈페이지 운영 및 음악 진흥사업 전략적 홍보

  * 뮤콘 홈페이지 현행화 및 뮤지션 정보 페이지 구축

○ 온라인 플랫폼 활용 글로벌 홍보지원

- 해외 유저가 많은 온라인 음원 플랫폼을 활용하여 우수 뮤지션 글로벌 홍보지원(뮤콘 연계) ※ 애플뮤직, 스포티파이, KKBOX, 틱톡 등

  * 뮤지션별 플레이리스트 홍보, 배너 제작 및 노출 등

  * 쇼케이스 홍보 영상, 공연 영상의 온라인 플랫폼 내 홍보 및 아카이브 구축

(다) ICT음악 콘텐츠 지원

❑ 추진 배경

○ 음악과 ICT신기술 융합을 통한 음악 산업 활성화 도모 및 연계 활성화를 위한 비즈니스 및 네트워킹 장 마련

❑ 추진 내용

○ 음악콘텐츠와 ICT신기술 결합 프로젝트 개발 비용 지원

- 인건비, 프로젝트 상용화를 위한 홍보·마케팅 비용, 글로벌 진출을 위한 네트워크 이용료, 서버비용 지원

○ 음악-기술 분야 교류·비즈매칭·피칭 기회 제공

(라) 공간기획형 공연개최지원

❑ 추진 배경

○ 공간기획형 및 테마형 국내 대중음악 공연 개최지원

- 새로운 공간과 공간의 특성을 활용한 공연 지원(공간기획형)
- 명확한 주제와 창의적 기획력을 바탕으로 한 공연 지원(테마형)

○ 코로나19 방역 지침을 준수한 대면 및 비대면 병행 공연 지원(온라인 전용 공연 제외)

❑ 추진 내용

○ (공간기획형) 기존의 무대와 객석의 틀을 가진 일반적인 전문 공연장이 아닌 복합문화공간, 재생공간, 유휴공간 등 새로운 공간과 공간의 특성을 활용한 대중음악 공연

- 한옥, 미술관, 서점, 폐공장, 관광지 등 활용 공연

○ (테마형) 명확한 주제와 창의적 기획력을 바탕으로 한 대중음악 공연

- 소방공무원과 함께하는 콘서트, 시각예술과 대중음악 장르의 콜라보 공연 등

(마) 글로벌뮤직 네트워크 구축

❑ 추진 배경

○ 국내 음악업계 및 음악관련 협회의 참여유도를 통한 음악업계 대표행사로 개최

- 타 음악 지원사업과의 연계를 통한 시너지 효과 제고
  * ‘ICT-음악(뮤직테크)지원’ 선정과제 사례발표 세션 및 네트워킹 프로그램 마련
  * ‘K-뮤직시티 페스티벌 개최’ 사업과 연계하여 해외진출을 위한 홍보 지원
- 해외 진출 경쟁력이 우수한 기업 및 뮤지션 지원 강화

○ 추진 내용

- 쇼케이스 : 국내외 뮤지션의 공연 운영
- 콘퍼런스 : 기조 강연, 패널 토론, 사례 발표, 클래스 등 운영
- 비즈매칭 : 온・오프라인 1:1 매치메이킹 지원, 매칭 추천 컨설팅 운영
- 네트워킹 : 개막 리셉션 및 네트워킹 행사 운영

(바) 글로벌 전략시장 유통활성화(우수대중음악 해외유통지원)

❑ 추진 배경

○ 국내 뮤지션의 해외진출 지원을 통한 한국 대중음악의 글로벌 인지도 확산 및 해외 거점 확대・비즈니스 진출 활성화

○ 국내외 음악 산업계 네트워크 구축 및 종사자 간 교류 활성화 추진을 통한 한국 대중음악의 해외 진출 확대

❑ 추진 내용

○ 해외 거점 음악마켓(리퍼반 페스티벌) 온라인 참가

- 해외 비즈니스를 위한 사전 준비 지원, 해외 마켓 참가비용 지원
- Korea Spotlight 쇼케이스 개최, 추가공연 개최 지원
- 해외 바이어 및 국내 참가 사 간 네트워킹 프로그램 운영

- 현지 홍보, 프로모션 지원

○ 뮤콘 디렉터스 초이스

- 2020년 뮤콘 종료 후, 뮤콘에 참가한 해외 페스티벌 디렉터 대상 선호 아티스트 최대 5팀 의견 접수
- 디렉터의 선호 순위에 따라 아티스트 및 페스티벌 측 의사 확인 후 지원 아티스트 최종 확정

(사) 대중음악공연분야 인력지원

❑ **추진 배경**

○ 대중음악계 활성화를 위해 코로나19 장기화에 따른 인력 운영이 어려운 공연제작사·개인 실연자 등 대중음악 공연업계 전반 지속 가능한 일자리 지원

❑ **추진 내용**

○ 지원대상

- 2021년도 대중음악 공연예술활동을 계획하고, 해당 활동을 위해 인력지원이 필요한 사업자 및 개인

○ 지원내용

- 공모에 따라 선발된 인력의 대중음악 공연예술활동*에 대해 6개월간 인건비 지원(1개사당 인력 최대 5명까지, 개인은 1인 단위 지원)

○ 지원규모

- 지원인력 1인 기준, 월 1,800,000원* × 6개월

  * 稅前, 근로자분 및 사용자분 4대 보험료 포함(실수령액 월 147만원 내외)

3. 대중음악 육성사업 특성 분석

가. 개요[1)]

1) 본 절의 내용은 이수범(2012), Alan B. Krueger(2021)의 내용을 바탕으로 본 연구에서 수정·보완하였음

❑ 음악상품, 음악산업 및 음악시장, 대중음악 육성사업의 특성 분석

○ 음악상품에 대한 분석 및 타 산업과 차별되는 음악산업의 특성 도출

○ 대중음악 육성사업의 특성을 반영하는 성과지표의 방향성 도출

○ 대중음악 육성사업에 대한 시사점을 도출하고 향후 성과중심적 사업추진을 위한 정책적 제언을 제시

나. 음악상품의 특성

❑ 음악상품의 전통적 특성

○ 음악상품은 소비의 비반복성, 부분적 공공재, 사치재, 경험재 성격

- 소비의 비반복성: 동일 상품을 재구매하지 않음
- 부분적 공공재: 사유재와 공공재의 성격을 동시 보유
- 사치재: 상품 수요가 소득에 대해 탄력적
- 경험재: 구매하지 않으면 상품의 품질을 알 수 없음

○ 그러나 디지털 시대에 접어들면서, 전통적 특성이 변화

- 소비의 비반복성: 동일 상품을 매체에 따라 반복 구매
  * mp3, 컬러링, 프로필 뮤직 등
- 부분적 공공재: 보편적 공유(배경음악 등)를 통해 사유재 성격 완화
- 사치재: 음악 향유 방식 변화 (계보적 소비 → 관계적 소비)
  * 계보적 소비: 자신의 음악적 취향이 한 장르에서 다른 장르로 이동
  * 관계적 소비: 자신의 소속 집단의 성향에 따라 음악을 소비
- 경험재: 경험재적 특성 약화
  * 디지털 시대(보편적 공유)에서는 상품구매 전 소비 가능

❑ 음악상품의 차별적 특성

○ Low cost & Low Benefit

- 다른 문화상품(cultural goods)에 비해 비교적 적은 제작비와 적은 수익

○ 높은 기술의존성

- 본질적으로 음악은 무형자산으로서, 소리는 저장이 불가하므로 음악을 녹음·재생하는 과학기술에 크게 의존하며 기술변화에 민감

○ 다양한 방식의 소비

- 과학기술의 발전에 따라 다양한 매체 등장

  * 미디어, 컴퓨터, 휴대용 플레이어, 휴대폰, 콘서트 등

- 음악소비 환경에 따라 다양한 방식으로 음악 소비

다. 음악산업 및 음악시장

(1) 음악산업 개요

❑ 전통적인 음악산업은 음반산업과 공연산업으로 구성

○ 음반산업은 LP, CD, 카세트테이프 등의 음악매체 제작, 배급 및 출판과 관련된 산업을 총칭

○ 공연산업은 공연 콘텐츠를 기획, 제작, 유통하는 것과 관련된 산업을 총칭

❑ 디지털시대에서는 음반산업은 크게 약화되고 음원산업으로 대체

○ 디지털 기술발전에 따른 매체 다양화 및 음원산업으로의 전환을 통해 음원 유통의 확장성 강화

- 또한 디지털 기술의 발전은 창작자들 간의 협업(collaboration) 용이성 증진에도 기여

○ 그러나 불법 다운로드, 불법 복제, 파일공유 등으로 인해 음반(음원)판매수입의 급격한 감소를 야기

- 음반(음원)수입감소는 비용절감압력을 강화시켜 기업과 창작자 간 고용관계의 유연성 강화

  * 안정적 고용관계에 있던 창작자들이 프리랜서로의 전환 가속화(긱 경제 강화[2])

○ 21세기 들어 음반산업은 음원저작권산업으로 변모

- 음반판매수입 급감에 따라 음반시장은 거의 쇠퇴하였고 음원발매를 통한 저작권, 저작인접권 수입의 중요성 부각

❑ **공연산업은 음악콘텐츠를 바탕으로 이루어지는 '파생산업'의 성격**

○ 음악을 주된 콘텐츠로 하는 공연을 개최하기 위해서는 공연주체(뮤지션)가 이미 음악콘텐츠(앨범·음원 등)를 보유해야만 모객 가능

(2) 음악산업의 특성

❑ **과점화**

○ 음원시장의 수익은 소수의 대히트 음반에 집중되는 장르 편중 존재

- 성공한 소수의 음반(음원)이 수익의 대부분을 차지하는 승자독식 구조
- 그러나 지출은 유통·홍보·판촉·광고 등에서 발생

○ 지출은 모든 장르에 걸쳐 보편적으로 발생하나, 수익은 특정 장르에 집중되므로, 음악산업은 소수의 장르 또는 아티스트만이 성공하는 '슈퍼스타(super-star)' 시장

❑ **수직계열화**

○ 대기업은 유통·홍보·판촉 등 각각의 가치창출단계마다 필요한 부서 또는 자회사를 보유한 수직계열화로 과점적 지위를 유지

○ 자체 유통망 또는 시장에 대한 영향력을 갖지 못한 중소기획사 및 신인 뮤지션은 경쟁력 확보 곤란

❑ **복합기업화**

---

2) 음악산업은 대표적인 '긱 경제(gig economy)'인 산업으로서, '긱 경제'란 1920년대 미국에서 재즈가수가 공연을 위해 공연장 주변에서 재즈연주자들을 그때 그때 임시로 고용하는 단기계약을 말하는 '긱(gig)' 이라는 단어에서 유래. 현대에서는 필요에 따라 임시직을 섭외하여 일을 맡기는 방식의 계약 형태를 말하며, 우리나라에서는 이와 같은 긱 계약 형태로 경제활동을 하는 사람을 '프리랜서'라고 함

○ 모기업을 통해 타 미디어회사 및 굿즈(goods)사업과 연결

- 음악의 보충성

  * 음악상품은 타 재화·서비스에 대해 보완재(compliment goods) 성격

  * 음악소비 증가에 따라 굿즈 등의 소비 증가

❑ 규모의 경제

○ 높은 초기 투자비와 실패확률로 복합기업화 및 과점화 강화

- 시장에 출시되는 신규상품(신인가수 또는 신규앨범) 중 소비자에게 선택되는 성공사례는 극소수에 불과

- 높은 실패확률로 인해 성공시까지 지속적 투자가 가능한 대기업이 유리

❑ 진입장벽

○ 유통·판촉 분야의 중요성으로 인해 자체 유통망을 갖지 못한 후발주자에게 진입장벽으로 작용

(3) 음악시장의 특성

❑ 빠른 선호 변화와 빠른 기술 변화로 인한 높은 불확실성 존재

○ 소비자의 선호는 빠르게 변하나 장래 선호 장르를 예측하기 어렵고, 또한 음악관련 기술도 빠르게 발전하나 미래의 소비패턴도 예측하기 어려움

- 음악에 대한 소비자의 취향 및 선호의 변화는 지속적·신속적

- 과학기술의 발전에 따라 음악유통매체의 변화도 지속적·신속적

❑ 대중음악상품의 수출의 긍정적 외부효과

○ (경제적 측면) 타 산업(패션·화장품·한식 등)에 대해 큰 파급효과

○ (비경제적 측면) 한류의 진출은 문화적 자부심 고취 및 국민적 단합에 기여하며 국가이미지 제고

❑ 음악은 관계형 재화: '매튜 살가닉 & 던컨 와츠'의 실험[3)]

○ 이들은 '음악은 관계형 재화임'을 보여주는 유의미한 실험을 수행

- 실험방법

  * 48개의 곡을 온라인 뮤직 라이브러리에 등록

  * 750명의 소비자가 30초가량의 샘플을 듣고 다운로드

  * 다운로드 회수에 따라 48개 곡에 대한 순위표(True List) 도출

  * 이후 비교집단에게 True List를 제공

  * 분석집단에게는 순위가 역전된 Inverted List를 제공

  * 비교집단에서는 True List와 유사한 결과가 도출되나, 분석집단에서는 True List의 꼴찌곡이 상당한 선전을 보임(그림 참조)

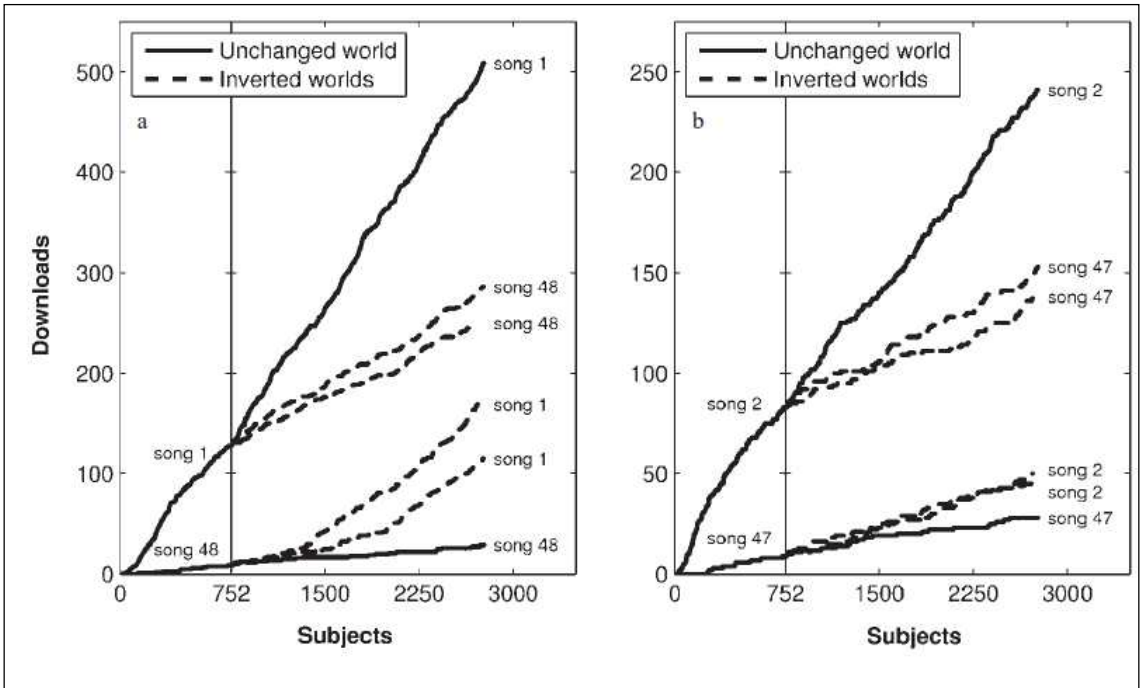


Figure 5. Popularity Dynamics Before and After the Inversion for the Most and Least Popular Song

[그림 2-3] '매튜 살가닉 & 던컨 와츠'의 실험 결과

○ 선호도가 낮은 음악상품도 남들이 좋아한다는 정보만으로 소비

- True List(Unchanged world)의 꼴찌곡이 분석집단(Inverted world)에서 상당한 선전을 보인다는 사실은 '사람들은 남들이 좋아하는 것을 좋아한다'는 것을 의미

  * 왼쪽 그림: 점선 song 48의 기울기 > 실선 song 48의 기울기

3) Matthew J. Salganik and Duncan J. Watts(2008)

- 음원순위에 등재되었다는 사실만으로 자신이 선호하지 않는 음악에 대한 소비 증가

- 음악상품이 ‘관계형’ 재화임을 나타냄

○ 선호도가 높은 음악은 순위표를 조작하여도 여전히 상당한 인기

- 잘 만들어진 음악은 타인의 부정적 평가(낮은 다운로드 수)에도 불구하고 여전히 소비될 수 있음

  * 왼쪽 그림: 실선 song 1의 기울기 ≒ 점선 song 1의 기울기

- 자신이 진정으로 좋아하는 음악은 남들이 좋아하지 않아도 소비함을 의미

○ 소비자에게 노출되기만 한다면 소비자는 자신의 선호에 맞는 음악을 소비함을 시사

❑ 음악산업에 있어 다양성에 관한 연구

○ 리차드 피터슨 & 데이비드 버거의 연구[4)]

- 음악산업에서 혁신(innovation)이 발생한다면, 반드시 다양성이 존재한다는 것을 의미하지만 그 반대는 성립하지 않음

  * 혁신이 없어도 다양성은 존재할 수 있음

- 음악산업의 혁신(성장)을 위해서는 다양성이 요구됨을 시사

  * 先다양성, 後 성장

○ 피터 알렉산더의 연구[5)]

- 음악산업의 집중도(독과점 정도)와 제품다양성(음악의 다양상)간의 관계는 오목한(concave) 2차함수

  * 집중도가 너무 높아도, 너무 낮아도 제품 다양성이 떨어지며, 적당한 집중도가 바람직함

○ 음악산업에 있어 제품다양성을 확보하는 것은 산업성장에도 긍정적일 수 있음을 시사

---

4) Richard A. Peterson and David G. Berger(1996).

5) Peter J. Alexander(1996).

(4) 대중음악 육성사업에 대한 시사점

❑ **음악산업에 대한 공적 개입 필요**

○ 독과점으로 인한 시장실패 교정 필요

- 음악시장은 '슈퍼스타시장'으로서 수직계열화 및 복합기업화를 통한 과점화 가능성이 존재하고 빠른 시장환경변화로 야기되는 높은 불확실성으로 인하여 규모의 경제가 존재하여 시장실패 가능성 높음

- 대중음악 지원사업의 방향성은 중소기업의 생존력 및 경쟁력 제고에 초점을 둘 필요 시사

  * 독과점 기업에 대해서는 정책·제도를 통해 시장지배력 규제

  * 중소기업에 대해서는 지원사업을 통해 육성 및 경쟁력 제고

○ 긍정적 외부효과(positive externalities)로 인한 과소생산 교정 필요

- K-POP의 글로벌화 사례에서와 같이, 대중음악시장은 타 산업에 대한 긍정적 파급효과가 크나 사적보상이 이루어지지 않으므로 사회적으로 바람직한 수준보다 적게 생산되는 '과소생산' 발생

- 음악상품 생산증대 및 산업성장을 위한 정책적 개입 필요 시사

  * 신인뮤지션 발굴·육성지원사업, 글로벌뮤직네트워크구축사업, 우수음악해외진출지원사업

  * 음악상품 생산증대를 위해 창작활동지원사업도 필요

○ 가치재(merit goods)로서 최소수준 생산·공급을 위한 지원 필요

- 음악상품(특히 음악공연)은 경험재(experience goods)로서, 소비자의 감정·정서·행복감 등에 영향을 미쳐 삶의 질 향상에 기여하므로 가치재[6]의 성격을 지님

- 그러나 소득수준, 접근성, 선호장르의 비일치(mis-matching) 등으로 인하여 음악상품소비에 있어 양극화 존재

- 음악상품에 대한 소비양극화 완화 목적의 지원사업 필요 시사

  * 공연지원사업 및 지역음악창작소 지원사업

---

6) 가치재(merit goods)란 민간부문에서 생산·공급되고 있으나 이윤극대화 논리에 따른 생산량이 사회적인 최적수준에 미치지 못하여 정부가 직접 공급에 개입하는 재화

○ 기타: 음악상품은 지속가능한 공동체 형성에 기여

- K-POP의 국제적 성공에서와 같이, 음악산업의 성공은 국가이미지 제고 및 문화적 자긍심 고취로 공동체의 지속가능성 제고에 기여

- 대중음악의 해외진출을 위한 지원사업 필요 시사

  * 글로벌뮤직네트워크구축사업, 우수음악해외진출지원사업

❑ **빠른 시장환경 변화에 따라 지원 방식·내용의 유연성 필요**

○ 음악시장 소비자 선호의 빠른 변화로 인해 미래 유망상품 예측 곤란

- ‘NEXT BTS’ 예측의 어려움, 미래 히트장르 예측 곤란

○ 음악소비매체의 높은 기술의존성과 빠른 기술 변화로 인하여 장래 소비패턴 전망 곤란

- LP, CD, MP3, Streaming... ‘what NEXT?’

- 지속적인 시장모니터링 및 환경분석을 통해 대중음악시장 내·외부 환경변화에 신속 대응하는 사업재편 등 지원사업 추진의 유연성 확보 필요 시사

❑ **음악의 ‘종(장르) 다양성’ 확보 필요**

○ 미래 시장 전망에 대한 높은 불확실성(미래 히트장르 예측 곤란)에 대응하기 위해서는 음악의 종(장르) 다양성 확보로 극복할 필요

- ‘리차드 피터슨 & 데이비드 버거’의 연구

  * 음악시장에서 혁신이 발생했다면 반드시 다양성이 존재

○ 과거 다양한 장르에서의 창작경험이 현재 혁신적인 창작활동의 기반

- 인디 밴드 출신의 BTS 앨범 작곡자

  * ‘9와 숫자들’의 멤버 9(송재경): 2018년 BTS의 정규3집 앨범 『LOVE YOURSELF 轉 ’Tear’』의 수록곡 ‘낙원’ 작사·작곡 참여

  * ‘좋아서 하는 밴드’의 멤버 안복진: 2020년 BTS의 정규4집 앨범 『MAP OF THE SOUL』의 수록록 ‘filter’ 작사·작곡 참여

- 미래 유망 음악상품 개발을 위해서는 다양한 장르에 대한 지원 필요 시사

❑ 정책설계 시 ‘긱 경제(gig economy)’의 특성 고려 필요

○ 음악상품의 창작활동 및 공연활동은 대부분 ‘긱 경제’의 형태로 이루어지므로 산업생태계 강화 필요

- 프로젝트를 기반으로 필요에 따라 세분화된 전문가들이 ‘헤쳐모여式’으로 창작활동 및 공연활동 수행

- 세분화된 전문분야별로 ‘강소기업(뮤지션 포함)’ 육성을 통해 산업생태계 강화 필요 시사

❑ 플랫폼 기반 대중음악 유통 지원 필요

○ 플랫폼 기반의 음악상품 유통방식은 신인뮤지션의 진입경로 다각화 및 보급비용 최소화 효과와 더불어 ‘관계형’ 소비로의 이행을 촉진

○ 또한 ‘매튜 살가닉 & 던컨 와츠’의 실험에서와 같이, ‘자신이 진정으로 좋아하는 음악은 남들이 좋아하지 않아도 소비한다’는 점에서 음악상품의 성공은 ‘대중에 대한 노출’이 중요

○ 지원사업 수혜대상(중소기업)을 고려하여 음악상품·뮤지션에 대한 인지도 제고 목적의 유통·홍보·마케팅 지원 필요 시사

❑ 사업성과관리와 바람직한 지원방식 간의 균형 필요

○ 일부 소규모 기업(개인 뮤지션 포함)의 경우, 지원사업에 대한 이해가 낮고 성과창출동기도 미흡한 사례가 관측

- 지원에 대한 성과보고 책임의식 미흡 및 보고기한 준수 인식 부족

○ 지원사업에 대한 통상적인 관리방식은 뮤지션의 예술가적 특성을 고려할 때 상당한 보고부담 유발

- 뮤지션은 보고서 작성 등과 같은 행정업무에 친숙하지 않음

- 아티스트로서의 자부심이 높은 경우, 정체성에 부합하지 않는 사업성과물에 대한 후속성과창출 노력 미흡

○ 그러나, 국고를 통해 집행되는 사업에 대한 성과관리는 필수적

- 피터 드러커(Peter F. Drucker) “측정하지 않으면 관리할 수 없고, 관리할 수 없으면 개선시킬 수 없다”

- 지원사업의 성격에 따라 결과보고주체를 구분(기업/뮤지션)하고, 뮤지션의 경우 보고부담을 완화하는 사업관리방안 개발 필요 시사

4. 이해관계자 분석

가. 이해관계자 분석 개요

❑ 분석 목적

○ 대중음악 육성사업의 성과지표 개발을 위하여 사업 내·외부 이해관계자를 대상으로 사업 운영에 대한 의견 및 핵심성공요인(CSF) 파악

❑ 분석 대상 및 주요 내용

○ [인터뷰 대상] (내부) 진흥원의 대중음악 육성사업 담당자, (외부) 위탁용역 수행사, 유관기관 및 수혜기관 책임자

- 1:1 유선 인터뷰 및 1:1 대면 인터뷰를 통해 수행

○ [주요 내용] 대중음악 육성사업의 개별 세사업에 대한 현황, 추진배경, 기존의 성과 등을 확인하여 사업에 대한 이해도를 제고함으로써 대중음악 육성사업의 핵심성공요인 및 효과성 요인 도출

<표 2-5> 이해관계자 분석 개요

구분	주요 내용	
대상	- 내부 : 대중음악 육성사업 담당자 - 외부 : 위탁용역사 및 유관단체, 수혜기관 책임자	
일시	- 내부 유선인터뷰 : ’21년 10월 12~15일, 11월 9일 - 내부 대면인터뷰 : ’21년 10월 28~29일 (전남 나주 KOCCA 회의실) - 외부 유선인터뷰 : ’21년 10월 25일, ’21년 11월 29일, ’21년 12월 15~16일	
주요 내용	대중음악 육성사업에 대한 이해도 제고	- 사업의 취지 및 추진배경은 무엇인가? - 사업내용의 잦은 변경 이유는 무엇인가? - 운영상의 특이점 또는 수혜기관의 특성은 무엇인가?
	대중음악 육성사업의 핵심성공요인 파악 및 성과지표 개발을 위한 의견 수렴	- 사업의 핵심성공요인(또는 장애요인)은 무엇인가? - 성과측정을 위한 유효한 방법은 무엇이 있는가? - 성공적인 사업 성과관리방안은 무엇인가?

나. 이해관계자 분석 결과

❑ 대중음악 육성사업 전반에 대한 이해도 제고

○ 사업의 취지 및 추진배경

- 기존의 추진배경은 ‘문화다양성’ 확보를 위한 중소규모 기업 지원
- 그러나 현실적으로는 대부분 ‘공연지원사업’ 중심으로 구성

○ 사업내용의 잦은 변경 이유

- 기존 방식 지원사업의 성과에 대한 한계 인식
- 최근 한류(Korean Wave)의 영향으로 K-POP의 성장 전망 호조
- 코로나19로 인한 음악산업의 생태계 붕괴 위기
  * 사회적 거리두기로 인한 오프라인 공연활동 불가

○ 운영상의 특이점 또는 수혜기관의 특성 및 시사점

- 신인발굴: 無소속사 뮤지션의 사업관리 곤란, 성과창출 기한 부족
- 해외진출: 매니저의 역량에 따라 성과 차이, 해외 바이어도 최종소비자는 아님(해외 소비자의 선호를 직접 파악할 필요)
- 공연지원: (오프라인) 형평성 및 산업생태계 유지를 고려한 사업
- 홍보지원: 홍보채널의 중도절단 발생(1월 1일~ 당해년도 위탁사 선정시까지)

❑ 대중음악 육성사업의 핵심성공요인 파악

○ 신인발굴

- 장기적 안목의 지원, 수혜기관 선정시 성과창출의지 고려, 수혜기관 당 지원규모 확대 필요
  * 수혜기관 당 지원내용의 질적 저하가 없는 범위 내에서 수혜기관수 확대 필요
- 위탁사의 자율권 확대 필요
  * 현재의 방식 하에서는 성과창출의지가 미흡한 수혜기관 관리 곤란
  * 현재의 방식 하에서는 성과창출의지가 있어도 성과창출 시간 부족
  * 음악산업의 빠른 시장환경 변화를 따라가기에 현재 방식은 역부족

○ 해외진출

- 음악상품 및 음악산업의 특성을 고려한 지원 필요
  * 뮤지션에 따라 강점이 다름 (공연특화형, 온라인 또는 음원특화형)
  * 우수음악도 노출되지 않으면 소비되지 않음
  * 창작역량 외에도 다양한 역할과의 협업 필요(매니지먼트 등)
- 매니저의 역량에 크게 의존
  * 뮤지션 뿐만 아니라 매니저의 성과창출역량에 따라 성과 차이 큼
- 장르 편중 극복을 위해서는 타겟진출지역 변경 필요
  * 해외 음악시장도 스트리밍이 강세이기는 하나, 여전히 공연시장 활발
  * 해외 페스티벌의 경우, 장르가 정해져 있으므로 장르 편중을 극복하기 위해서는 타겟지역 변경 필요
  * 해외 바이어도 최종소비자는 아님(해외 바이어도 자신의 이해관계에 따라 픽업하므로 해외 소비자에게 직접 노출할 필요)

❑ 성과 측정을 위한 유효한 방안 검토

○ 대중음악산업의 특성을 고려할 때, 단기간 내 성과창출은 매우 난이

- 성과창출의 낮은 시의성을 고려하여 추적조사 필요

○ Incentive/penalty 방식의 접근방식은 효과 없음

- 과제당 지원규모가 작고, ‘자유로움’을 중시하는 뮤지션의 특성을 고려할 때 특히 penalty 방식은 오히려 역효과 예상

❑ 성공적인 사업관리 방향 제안

○ 대중음악산업 및 뮤지션의 특성을 고려한 지원방안과 관리방식 필요

- ‘지원하되 간섭하지 않는다’는 기조 하에 사업특성에 따라 간섭 최소화
- 보다 엄밀한 성장잠재력 평가에 따른 선정 이후 장기적 안목의 지원
- 수혜기관의 보고부담완화, 성과 추적조사 및 아카이빙

다. 이해관계자 분석 시사점 도출

○ 이해관계자 분석을 통해 도출된 내용을 종합한 시사점

<표 2-6> 이해관계자 분석 시사점

구분	시사점
성과지표 개발	- 세사업별 목적에 따른 성과지표 개발 및 성과관리 필요 - 낮은 시의성을 고려하여 미래의 성과창출을 모니터링할 수 있는 성과지표 개발 필요 - 뮤지션의 성과창출의지를 측정할 수 있는 성과지표 개발 필요
성과 및 효과성 측정방안	- 뮤지션의 보고부담을 최소화하면서도 사후 추적조사가 가능한 방안 마련 필요 - 결과지표와 연계성 높은 과정/산출지표 마련 필요

5. 유사사례 분석

가. 유사사례의 선정

❑ **'분야' 및 '목적'의 유사성에 따라 각각의 사례를 선정**

○ 대중음악 육성사업은 '대중음악' 분야의 '산업진흥'을 목적으로 하는 사업으로서, 공공부문에서는 '분야'와 '목적'이 동시에 동일(또는 유사)한 사례는 거의 찾아보기 어려움

- 만일, 분야와 목적이 동시에 유사·동일한 복수의 기관이 존재하는 경우, '유사·중복성'으로 인하여 예산지원 곤란

- 단, 분야·목적이 모두 동일하나 관할지역이 다른 경우는 예외

  * 지역별 음악창작소 등

○ 분야(문화측면)의 유사성 사례로서, 한국문화예술위원회(ARKO, 이하 '아르코')의 공공예술사업 성과지표를 선정

- 지역단위 보조사업 및 기반구축 사업 중심으로서, 이 사업에서 음악산업은 전체 사업의 일부에 불과하여 음악산업의 특징을 충분히 반영하지 못함

  * 공공예술사업의 사업목적은 예술향유 기회제공 및 지역활성화

○ 목적(산업진흥)의 유사성 사례로서, 한국식품산업클러스터진흥원(이하 '국클

진흥원’)[7] 주요 사업 성과지표를 선정

- 기업지원, 기반구축, 기업성장, 경쟁력 강화 등 사업목적 측면에서 유사
- 그러나 식품분야 제조업으로서 음악산업과의 차이가 큼

  * 또한 수출지원의 경우, 국클진흥원의 교류대상자는 최종수요자이나, 음악산업의 교류대상자(델리게이터, 해외바이어)는 최종수요자가 아님

나. ‘한국문화예술위원회’의 성과지표 사례 (분야의 유사성)

❑ 아르코 공공예술사업 성과지표

○ 아르코 공공예술사업은 ‘일상에서의 예술향유 기회 확대’, ‘공공예술의 예술성 제고’, ‘공공예술의 사회적 효과 기대’를 목적으로 추진

- 문예진흥기금을 활용한 공공예술사업으로 **‘일상에서의 예술향유 기회 확장’**
- 우수한 공공예술 창작활동을 집중 지원하여 **‘공공예술의 예술성 제고’**
- 동시대의 문제에 대한 예술적 접근을 통한 **‘공공예술의 사회적 효과 기대’**

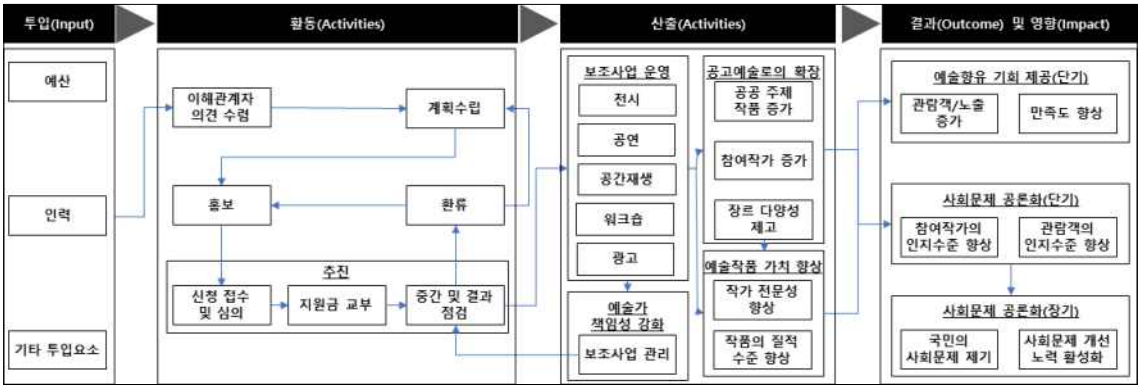
○ 아르코 공공예술사업은 지원 내용별 특성에 따라 4개 세부사업으로 구분

- 공공예술사업(관리형) : 지역대상(광역·기초문화재단) 사업으로 지역의 기존 공공미술 작품과 관련한 조사, 유지보수, 활용 등 지원
- 공공예술사업(자율형) : 주제・형식에 제한이 없는 우수 공공예술사업 지원
- 공공예술사업(기획(주제)형) : 공통의 사회적 이슈에 대한 담론 활성화를 위하여 주제 선정 후 기획사업 진행
- 공공예술 연구지원사업(연구지원형) : 공공예술 관련 간행물/단행본 출판, 아카이빙 사업, 공공예술관련 연구활동 및 향후 공공예술 사업의 실행을 위한 사전 연구 활동 지원

○ 아르코 공공예술사업의 성과창출 프로세스 및 성과지표

- 4가지 유형의 사업 중 기획(주제)형 사업을 중심으로 검토

7) ‘국가식품클러스터’의 약칭



[그림 3-4] 유사사례1의 성과창출 프로세스

❍ 기획(주제)형 사업의 성과지표 Pool 및 검증결과

<표 2-7> 유사사례1의 성과지표 Pool 검증

(○:미흡, ◑:보통, ●:우수)

성과지표 pool	CSF 연계성	구체성 명확성	측정 가능성	책임·권한 적합성	기한성	비교 가능성
지원예산액	○	●	●	◑	●	●
지원예산의 적절성	○	◑	●	◑	●	●
전담인력 수	○	●	●	◑	●	●
전담인력의 전문성	○	◑	●	◑	●	●
의견수렴 횟수	○	●	●	●	●	●
수렴된 의견 적용 건수	○	●	●	●	●	●
의견수렴 방법의 적절성	○	◑	●	●	●	●
의견수렴 대상의 적절성	○	◑	●	●	●	●
계획수립의 적절성	◑	◑	●	●	●	●
예산 활용 계획의 적절성	○	◑	●	●	●	●
인력 활용 계획의 적절성	○	◑	●	●	●	●
홍보 건수	○	●	●	●	●	●
홍보방법의 적절성	○	◑	●	●	●	●
홍보내용의 적절성	○	◑	●	●	●	●
신청 사업 건수	◑	●	●	●	●	●
신청 사업 유형 수	○	●	●	●	●	●
심의위원회 운영 수	○	●	●	●	●	●
심의위원회 운영의 적절성	◑	◑	●	●	●	●
심의위원 수	○	●	●	●	●	●
심의위원 유형의 적절성	◑	◑	●	●	●	●
심의위원의 전문성	○	●	●	●	●	●
신청 사업 선정률	○	●	●	●	●	●

(○:미흡, ◑:보통, ●:우수)

성과지표 pool	CSF 연계성	구체성 명확성	측정 가능성	책임·권한 적합성	기한성	비교 가능성
지원 사업 심의점수	○	●	●	●	●	●
선정단체 오리엔테이션 실시 여부	○	●	●	●	●	●
선정단체 대상 설명자료의 적절성	○	◑	●	●	●	●
지원금 교부의 적절성	○	●	●	●	●	●
지원금 교부율	○	●	●	●	●	●
중간평가 운영의 적절성	◑	◑	●	●	●	●
결과평가 운영의 적절성	◑	◑	●	●	●	●
평가위원 수	○	●	●	●	●	●
평가위원 유형의 적절성	◑	◑	●	●	●	●
평가위원의 전문성	◑	◑	●	●	●	●
중간평가 결과 환류 수준(적용률)	◑	◑	●	●	●	●
결과평가 결과 환류 수준(적용률)	◑	◑	●	●	●	●
보조사업 지원건수	◑	●	●	●	●	●
보조사업 결과 평가점수	●	●	●	●	●	●
보조사업 예산 활용의 적절성	◑	◑	●	●	●	●
보조사업 예산 환수율	◑	●	●	●	●	●
보조사업 이·불용률	◑	●	●	●	●	●
사회이슈 관련 사업 지원 건수	○	●	●	●	●	●
공공예술을 통한 미래 사회이슈 대응률	○	●	●	●	●	●
참여 예술가 수	○	●	●	●	●	●
신인 예술가 발굴 수	◑	●	●	●	●	●
신인 공공예술가 발굴 수	◑	●	●	●	●	●
평균 참여 예술가 수	●	●	●	●	●	●
장르 유형 수	○	●	●	●	●	●
보조사업 당 장르 유형 수	●	●	●	●	●	●
참여 예술가의 旣 공공예술 활동 건수	◑	●	●	●	◑	●
참여 예술가의 旣 공공예술 활동 평균 건수	◑	●	●	●	◑	●
활용 예술 작품 수	○	●	●	●	●	●
보조사업 당 활용 예술 작품 수	●	●	●	●	●	●
시민의 예술작품 평가 점수	●	◑	○	●	●	●
전문가의 예술작품 평가 점수	●	◑	○	●	●	●
공공예술 작품 운영 횟수	◑	●	●	●	●	●
공공예술 작품 관람객 수	●	●	●	●	●	●
공공예술 작품 만족도	◑	●	●	●	●	●
참여 예술가 대상 사회적 이슈 제기 수준	●	●	●	●	●	●
관람객 대상 사회적 이슈 제기 수준	●	●	●	●	●	●
사회이슈에 대한 국민의 인식 수준	●	●	○	○	●	●
공공/민간 사회이슈 개선 사업 수	●	●	○	○	●	●

○ 예술사업의 특성상 다수의 정성지표가 후보Pool에 포함되었으나, CSF연계성 또는 구체성·명확성 측면에서 적합성이 낮음

<표 2-8> 유사사례1의 성과지표 Pool 검증 결과

구분	성과지표 pool	비고
대표지표 Pool	보조사업 결과 평가점수	-
	평균 참여 예술가 수	-
	보조사업 당 장르 유형 수	-
	보조사업 당 활용 예술 작품 수	-
	공공예술 작품 관람객 수	-
	관람객 대상 사회적 이슈 제기 수준	-
	참여 예술가 대상 사회적 이슈 제기 수준	-
보조지표 Pool	신청 사업 건수	-
	보조사업 지원건수	-
	보조사업 예산 환수율	'보조사업 이·불용률'과 성과 중복
	보조사업 이·불용률	'보조사업 예산 환수율'과 성과 중복
	신인 예술가 발굴 수	'신인 공공예술가 발굴 수'와 성과 유사
	신인 공공예술가 발굴 수	'신인 예술가 발굴 수'와 성과 유사
	보조사업 당 장르 유형 수	-
	공공예술 작품 운영 횟수	-
	공공예술 작품 만족도	-

❑ 시사점

○ '문화 다양성' 측정의 중요성이 도출되나, 음악산업에서는 대표지표로 선정되기 어려움을 확인

- 공공예술과는 달리 음악에서는 '장르'에 대한 정의가 구체성·명확성을 확보하기 어렵고 측정가능성도 낮아 측정 곤란

○ 지표 적합성 검토결과, 대부분의 대표지표는 정량지표로 구성되어, 정량지표 중심의 지표 개발이 필요함을 시사

다. 국클진흥원의 성과지표 사례 (목적의 유사성)

❑ 국클진흥원의 성과지표

○ 국클진흥원의 설립목적은 「식품산업진흥법」 제12조의2 제①항에 따라

'국가식품클러스터의 육성 및 관리와 참여 기업 및 기관들의 활동 지원을 위하여'로 규정

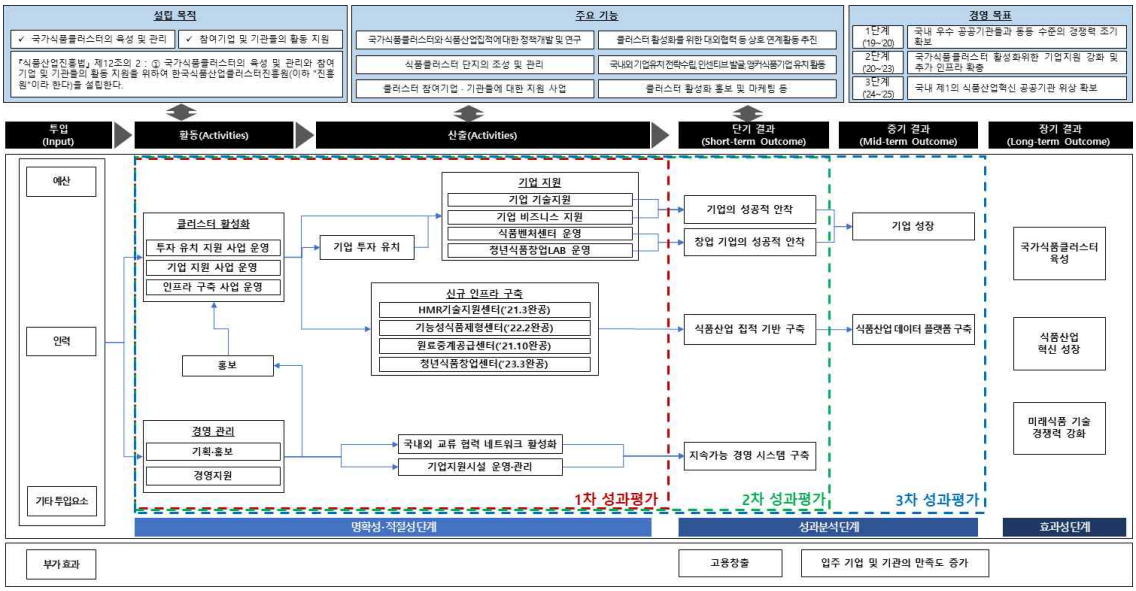
○ 국클진흥원의 주요 기능은 「식품산업진흥법」 제12조의2 제②항에 규정

- 국가식품클러스터와 식품산업 집적에 관한 정책개발 및 연구
- 식품전문산업단지의 조성 및 관리
- 클러스터 참여기업·기관들에 대한 지원 사업
- 클러스터 활성화를 위한 대외협력 등 상호 연계활동 추진
- 국내·외 기업유치 전략수립, 인센티브 발굴, 앵커식품기업 유치활동
- 클러스터 활성화 홍보 및 마케팅 등

<표 2-9> 유사사례2의 주요사업 총괄표

분 야	주요 사업		기대효과
투자유치 및 홍보	1 국내외 투자유치 활동 2 분양지원 자문단 운영 3 투자유치 전문홍보 4 소비자 인지도 제고 홍보	▸	산업단지 활성화 견인 국가식품클러스터 인지도 상승으로 투자유치성과 제고
기업비즈니스 지원	1 인력 및 마케팅 지원 2 교류 및 판매지원 3 청년창업/벤처 활성화	▸	입주기업 매출증대 및 청년식품창업 활성화
기업 기술지원	1 기업제품 기술개발 지원 2 산학연 네트워크 활성화	▸	기업기술경쟁력 강화 및 국내외 기술정보 공유
기업지원시설 구축	1 장비 구축 2 농식품 원료중계공급센터 구축 3 기능성식품 제형센터 구축 4 소스산업화센터 구축	▸	소스 및 기능성 식품 생산기반 및 농식품 원료 공급지원 기반 확충

○ 국클진흥원의 주요 사업 성과창출 프로세스 및 성과지표



[그림 3-5] 유사사례2의 성과창출 프로세스

○ 국클진흥원의 주요 사업 성과지표 Pool 및 검증결과

<표 2-10> 유사사례2의 성과지표 Pool 검증

(○:미흡, ◑:보통, ●:우수)

지표명	CSF 연계성	구체성 명확성	측정 가능성	책임·권한 적합성	기한성	비교 가능성
정부 지원금	○	◑	◑	◑	●	●
기업 부담금	○	◑	◑	◑	●	●
수익금	○	◑	◑	◑	●	●
전담인력 수	○	●	●	◑	●	●
전담인력 전문성	○	◑	◑	◑	●	●
토지 면적	○	◑	◑	◑	●	●
투자 상담 건수	◑	●	●	●	●	◑
기업 수요 발굴 건수	◑	●	●	●	●	◑
투자 유치 홍보 건수	◑	●	●	●	●	●
투자 유치 홍보 방법의 다양성	◑	◑	●	●	●	◑
투자 유치 홍보 내용·방법의 적절성	◑	◑	●	●	●	◑
기업지원 사업 운영	◑	◑	●	●	●	○
인프라 구축 사업 운영	◑	◑	●	●	●	○
사업계획 수립의 적절성	◑	◑	●	●	●	◑
진흥원 발전계획 수립의 적절성	◑	◑	●	●	●	◑
예산 편성의 적절성	◑	◑	●	●	●	◑
예산 집행률	◑	●	●	●	●	●

지표명	CSF 연계성	구체성 명확성	측정 가능성	책임·권한 적합성	기한성	비교 가능성
예산 이월액	◑	●	●	●	●	●
예산 불용액	◑	●	●	●	●	●
사업 홍보 건수	◑	●	●	●	●	●
홍보 방법의 다양성	◑	●	●	●	●	◑
홍보 내용·방법의 적절성	◑	◑	●	●	●	◑
국민 체감도	◑	●	◑	●	●	●
분양률(분양기업)	●	●	●	●	●	●
분양률(분양 면적)	●	●	●	●	●	●
기술지원 건수	◑	●	●	●	●	●
장비 지원 건수	◑	●	●	●	●	●
장비 대여율	●	●	◑	◑	●	●
장소(실험실) 대여율	●	●	◑	◑	●	●
SW 대여율	●	●	◑	◑	●	●
공동활용 장비 가동률	●	●	●	●	●	●
공동활용 장비 운용률	●	●	●	●	●	●
기업 기술 지원 방법의 적절성	●	◑	●	●	●	●
기업 비즈니스 지원 건수	◑	●	●	●	●	●
판로 지원 건수	●	●	●	●	●	●
물류·마케팅 맞춤 컨설팅 지원 건수	◑	●	●	●	●	●
취업 인턴 지원 명수	◑	●	●	●	●	●
기업 비즈니스 지원 방법의 적절성	◑	●	●	●	●	●
신규 국내 판로 개척 수	◑	●	●	●	●	●
신규 국외 판로 개척 수	◑	●	●	●	●	●
식품벤처센터 입주 기업 수	◑	●	●	●	●	●
청년식품창업 LAB 참여 팀 수	◑	●	●	●	●	●
장비 구축 진척도	◑	●	●	●	●	●
소스산업화센터 진척도	●	●	●	●	●	●
HMR기술지원센터 진척도	●	●	●	●	●	●
기능성식품제형센터 진척도	●	●	●	●	●	●
원료중계공급센터 진척도	●	●	●	●	●	●
청년식품창업센터 진척도	●	●	●	●	●	●
안전사고 예방 실적	●	●	●	●	●	●
기술지원 협의체 운영의 적절성	◑	◑	●	●	●	●
기술지원 협의체 운영 횟수	◑	●	●	●	●	●
전문가 자문·심의·평가 운영의 적절성	◑	◑	●	●	●	●
전문가 자문·심의·평가 운영 횟수	◑	●	●	●	●	●
(산학연 교류를 통한) 실무자 교류 협력 건수	◑	●	●	●	●	●
(산학연 교류를 통한) 학연교류 현장실습 건수	◑	●	●	●	●	●
기술지원 세미나 건수	◑	●	●	●	●	●
기술지원 세미나 참석 인원 수(단체 수)	◑	●	●	●	●	●
입주기업에 대한 국내외 식품 정보 제공 건수	◑	●	●	●	●	●
해외클러스터 교류협력 추진 계획의 적절성	◑	◑	●	●	●	●
해외클러스터 교류협력 추진의 적정성	◑	◑	●	●	●	●
해외클러스터 교류협력 사후 평가의 적절성	◑	◑	●	●	●	●
MOU 체결 건수	◑	●	●	●	●	●

지표명	CSF 연계성	구체성 명확성	측정 가능성	책임·권한 적합성	기한성	비교 가능성
MOU 활용의 다양성	◑	◑	●	●	●	●
기업지원시설 관리지침의 적절성	◑	◑	●	●	●	●
인증 획득 건수	◑	●	●	●	●	●
획득 인증의 적절성	◑	●	●	●	●	●
전산 시스템 구축률	○	●	●	●	●	●
전산 시스템 오류 발생 건수	○	●	●	●	●	●
정보 보안 지침의 적절성	○	◑	●	●	●	●
정보 보안 시스템 구축률	○	●	●	●	●	●
정보 보안 시스템 오류 발생 건수	○	●	●	●	●	●
기술 사업화 건수	◑	●	●	●	●	●
기술 이전 건수	◑	●	●	●	●	●
시제품 상품화 건수	◑	●	●	●	●	●
매출액 발생 여부	◑	●	●	●	●	●
사업화 성공률(매출액)	◑	●	●	●	●	●
매출액 증가율	◑	●	●	●	●	●
국내 계약체결 건수	◑	●	●	●	●	●
국내 계약체결 금액	◑	●	●	●	●	●
지적재산권 출원 건수	◑	●	●	●	●	●
지적재산권 등록 건수	◑	●	●	●	●	●
신규 고용인원	◑	●	◑	◑	●	●
창업 연계 성과 건수	●	●	●	●	●	●
창업기업 기술 사업화 건수	◑	●	◑	◑	◑	●
창업기업 기술 이전 건수	◑	●	◑	◑	◑	●
창업기업 시제품 상품화 건수	●	●	●	●	●	●
창업기업 매출액 발생 여부	●	●	●	●	●	●
창업기업 매출액	●	●	●	●	●	●
창업기업 매출액 증가율	●	●	◑	●	●	●
창업기업 지적재산권 출원 건수	●	●	●	●	●	●
창업기업 지적재산권 등록 건수	●	●	●	●	●	●
창업지원 기업의 영업 지속률	●	●	◑	●	●	●
식품산업클러스터 집적성(산학연 혁신주체 집적도)	●	●	◑	●	●	●
식품산업클러스터 집적성(특화분야 종사자 수)	●	●	◑	●	●	●
식품산업클러스터 집적성(클러스터 전문화 단계)	●	●	◑	●	●	●
식품산업클러스터 연계성(미니 클러스터 구성)	●	●	◑	●	●	●
식품산업클러스터 연계성(네트워크 활동)	●	●	◑	●	●	●
식품산업클러스터 경제성(부가가치액)	●	●	◑	●	●	●
식품산업클러스터 경제성(수출액)	●	●	◑	●	●	●
사회적가치 고려 여부	◑	◑	●	●	●	●
혁신 노력 및 성과	◑	◑	●	●	●	●
윤리 경영	◑	◑	●	●	●	●
상생·협력 및 지역발전	◑	◑	●	●	●	●
균등한 기회와 사회통합	◑	◑	●	●	●	●
수출액	●	●	◑	●	●	●
수출액 증가율	●	●	◑	●	●	●
수출 계약액	●	●	◑	●	●	●

지표명	CSF 연계성	구체성 명확성	측정 가능성	책임·권한 적합성	기한성	비교 가능성
수출 계약액 증가율	●	●	◑	●	●	●
수출 계약 건수	●	●	◑	●	●	●
수출 계약 건수 증가율	●	●	◑	●	●	●
첫 수출 성공 기업 비율	●	●	◑	●	●	●
해외시장 진출 성공지수	●	●	◑	●	●	●
자본총계	●	●	◑	●	●	●
종업원 수	●	●	◑	●	●	●
종업원 수 증가율	●	●	◑	●	●	●
영업이익	●	●	◑	●	●	●
영업이익 증가율	●	●	◑	●	●	●
연구개발비	●	●	◑	●	●	●
연구개발비 증가율	●	●	◑	●	●	●
플랫폼 구축률	●	●	◑	●	●	●
데이터 제공 기업 수	●	●	◑	●	●	●
데이터 활용 건수	●	●	◑	●	●	●
제공 데이터의 적절성	●	◑	◑	●	●	●

○ 최종산출지표 또는 초기결과지표 중심으로 대표지표로 선정되었으며, 제조업의 특성을 반영하는 지표 다수 포함

- 대부분의 결과지표가 '측정가능성'이 높지 않아 대표지표로 분류되지 않음

  * 분양률, 가동률, 운용률, 진척도 등

<표 2-11> 유사사례2의 성과지표 Pool 검증 결과

분류	성과지표
대표지표 (핵심 성과지표) 후보	분양률(분양기업)
	분양률(분양 면적)
	공동활용 장비 가동률
	공동활용 장비 운용률
	판로 지원 건수
	소스산업화센터 진척도
	HMR기술지원센터 진척도
	기능성식품제형센터 진척도
	원료중계공급센터 진척도
	청년식품창업센터 진척도
	안전사고 예방 실적
	창업 연계 성과 건수
보조지표(관리지표) 후보	기술지원 건수
	장비 지원 건수
	기업 비즈니스 지원 건수
	물류·마케팅 맞춤 컨설팅 지원 건수
	취업 인턴 지원 명수

분류	성과지표
	기업 비즈니스 지원 방법의 적절성
	신규 국내 판로 개척 수
	신규 국외 판로 개척 수
	식품벤처센터 입주 기업 수
	청년식품창업 LAB 참여 팀 수
	장비 구축 진척도
	기술지원 협의체 운영 횟수
	전문가 자문·심의·평가 운영 횟수
	(산학연 교류를 통한) 실무자 교류 협력 건수
	(산학연 교류를 통한) 학연교류 현장실습 건수
	기술지원 세미나 건수
	기술지원 세미나 참석 인원 수(단체 수)
	입주기업에 대한 국내외 식품 정보 제공 건수
	MOU 체결 건수
	인증 획득 건수
	획득 인증의 적절성
	기술 사업화 건수
	기술 이전 건수
	시제품 상품화 건수
	국내 계약체결 건수
	국내 계약체결 금액
	지적재산권 출원 건수
	지적재산권 등록 건수
	창업기업 매출액 증가율
	창업기업 매출액 발생 여부
	창업기업 매출액

❑ 시사점

❍ 대중음악산업의 특성을 반영할 수 있는 지표를 개발할 필요

❍ 결과(outcome)지표 중심으로 개발하되, 지표적합성이 낮을 경우, CSF와의 연계성이 높은 산출지표를 개발할 필요

대중음악 육성사업 성과지표 개발 위탁용역

2021

KOCCA21-26

제3장 성과창출 프로세스 정립

제3장 성과창출 프로세스 정립

1. 기존 성과목표체계 검토

가. 기존 성과목표체계

❑ 現 성과목표체계는 세사업별로 정성목표 또는 정량목표로 구성

<표 3-1> 대중음악 육성사업의 세사업별 성과목표체계

사업명	구분	2021년(목표)
2021 서울국제뮤직페어 (MU:CON)	정성 목표	① 쇼케이스 참가팀 선택과 집중을 통한 국내외 비즈니스 성과 제고(70팀 → 40여팀 지원) ② B2C 이벤트 강화로 K-POP 해외팬덤 모객 확대 ③ 뮤콘 홈페이지 이용환경 개선을 통한 비즈매칭 및 네트워킹 향상
	정량 목표	① 쇼케이스 시청수 증가 (574,711회 → 1,000,000회)
뮤직테크	정량 목표	사업기간 내 신규채용 14명 이상 달성(4대보험 가입명부 기준)
해외 거점 음악마켓	정성 목표	· 리퍼반페스티벌 주빈국 참가를 통한 한국 대중음악의 인지도 제고 및 인식 확산 · 뮤콘 파트너 페스티벌과의 지속적인 협의를 통한 국내 뮤지션의 온라인 쇼케이스 참가
	정량 목표	· 온라인 비즈매칭 80건 이상 * 20년 39건
해외진출 온라인 마케팅	정성 목표	ㅇ 코로나19로 인해 해외 투어 등 공연 개최가 불가능한 국내 아티스트에 대한 지속적인 해외진출 지원 ㅇ 온라인 플랫폼을 통한 효과적인 한국 대중음악 글로벌 인지도 제고
	정량 목표	ㅇ 마케팅 콘텐츠 조회수 합산 10만회 이상(아티스트 별 조회수 5,000회 * 20건 목표설정)
온라인 공연 개최 지원사업	정량 목표	· 대중음악 온라인 공연 개최 성공과제 발굴 건수 - 티켓판매 5천 건 이상 달성 과제 3건 이상 - 온라인 조회수 1만 건 이상 달성 과제 10건 이상
플랫폼 기반 뮤지션 육성지원	정성 목표	ㅇ 정기공연(뮤즈온데이) 및 라이브클립 콘셉트 전략 수립/실행
	정량 목표	ㅇ 조회 수 5만 회 이상 영상콘텐츠 5개 이상 제작 ※ 20년 조회 수 5천 회 이상 영상 3개 (KOCCA MUSIC 유튜브 채널 기준)
영상 콘텐츠제작 및 유통 지원사업	정성 목표	우수 음악 영상 콘텐츠 제작 사례 발굴
공간기획형 공연개최 지원사업	정성 목표	대면공연 개최 지원을 통해 안전한 공연문화 정착
	정량 목표	지원과제 총매출액 195,000천원 이상(전년 대비 약 10% 증가치 목표)
대중음악 홍보채널 운영	정성	ㅇ 온라인 트렌드에 발맞춘 콘텐츠 기획을 SNS채널 활성화, 사업성과의 효과적 확산 ㅇ 통합홈페이지 유입자 증대
	정량	ㅇ 코카뮤직 인스타그램 팔로워 수 7000명 달성

❑ 現 성과지표 중 성과목표는 산출지표를 중심으로 설정

<표 3-2> 대중음악 육성사업의 세사업별 정량지표

사업명	지표명	목표
2021 서울국제뮤직페어(MU:CON)	참여팀수	40 팀
	조회수	1,000,000 건
	상담수	220 건
뮤직테크	콘텐츠/서비스 발굴건수	7 건
	신규고용수	14 명
해외 거점 음악마켓	실시간 조회수	1,000 건
	매칭건수	80 건
해외진출 온라인 마케팅	조회수	100,000 건
온라인 공연 개최 지원사업	티켓판매 5천건 이상 과제 건수	3 건
	조회수 1만회 이상 과제 건수	10 건
플랫폼 기반 뮤지션 육성지원	조회수 5만회 이상 영상콘텐츠 수	5 건
영상 콘텐츠제작 및 유통 지원사업	조회수 100만회 이상 과제 건수	1 건
공간기획형 공연개최 지원사업	매출액 합계	195,000 천원
대중음악 홍보채널 운영	팔로워수	7,000 명
	구독자수	30,000 명

나. 기존 성과목표체계 진단

❑ 정성목표에 대한 평가기준 및 평가방법 부재

○ 현 성과지표 중 정성목표는 구체적인 평가기준 및 평가방법이 기술되지 않음

- 평가시기, 평가주체, 평가기준, 지표정의 등이 구체적으로 기술될 필요

○ 현재의 성과목표체계 중 정성목표는 사업의 방향성 등이 포함되어 있어 성과목표만으로 정리할 필요

❑ 정량목표에 대한 설정근거 부재

○ 정량지표의 목표치 설정에 대한 근거가 없음

- 예를 들어, 추세분석(과거 3년이상), 내·외부 환경변화 및 예산규모 등을 고려한 목표치 설정 과정 필요

❍ 목표 달성 전망치 없음

- 사업관련 내·외부 환경변화를 고려하여 예상 목표달성률 전망치 설정 필요

- 전망은 범위 (최소~최대) 및 평균치로 전망하고, 사업성과창출의 긍정적 요인(최대)과 부정적 요인(최소)을 사전에 파악할 필요

  * 성과중심적 사업관리를 위하여 사전에 긍정적 요인과 부정적 요인을 파악함으로써 기관의 자원과 역량을 집중해야 할 영역 파악

<표 3-3> 목표치 설정근거 예시(2022년도 문화체육관광부 콘텐츠산업 육성)

① 콘텐츠산업 생산지수

ㅇ 측정산식 : 통계청에서 매월 발표하는 서비스업생산지수의 세부항목 중 산업 관련 업종을 재집계

▪ 측정방법 (자료수집 방법/출처)

- 측정대상기간 : '22.1.1. - '22.12.31.
- 실적치 집계 완료 시점 : '23. 1월말 예정
- 측정수행기관 : 한국콘텐츠진흥원
- 측정대상 표본수 및 선정방법

  : 통계청 서비스업 생산지수 중 콘텐츠 산업에 포함되는 업종 추출(출판·영상·방송통신 및 정보서비스업, 예술·스포츠 및 여가관련서비스업, 도·소매업, 부동산·임대업 중에서 추출)

ㅇ 목표치 설정근거(외부환경, 개선사항 등)

- (설정근거) '22년 목표치=A+(A*B)

  * A='21년 전망치, B=최근 4개년('16～'19) 연평균 성장률(2.0%)

  ▪ '17~'20년 실적치 및 '21～'22년 전망

연도	17년	18년	19년	20년	연평균성장률(16~19)	21년 전망*	22년 목표**
생산지수	101.4	103.5	107	91.3	2.0%	91.3	93.1

  * 21년 전망 : 코로나19 지속으로 전년과 동일수준 전망

  ** 22년 목표 : 코로나19 종식을 전제로 코로나 이전수준('16-'19) 연평균 성장률 적용

- (외부환경) 코로나19 영향이 장기화되며 '20년 콘텐츠산업 생산지수는 전년 대비

  - 14.7% 역성장한 91.3으로 집계(오프라인 기반 관람, 체험 활동 대폭 감소, 콘텐츠 제작 배급 및 콘텐츠 도소매 연관업종 동반 감소)

- '21년에도 코로나19 상황 지속으로 공연, 상영 분야가 정상화되지 못하고 있어 '21년은 '20년과 유사한 수준의 생산지수 기록 전망

- '22년은 코로나19 종식을 전제로 코로나 이전 수준('16~'19)의 성장률 회복 전망

② 콘텐츠산업 종사자 수 증가율

ㅇ 측정방법

- 측정대상기간 : '22.1.1 - '22.12.31
- 실적치 집계 완료 시점 : '23.1월말 예정
- 측정수행기관 : 한국콘텐츠진흥원
- 측정대상 표본수 및 선정방법
: 콘텐츠산업 11개 분야 사업체 2,500개 내외 표본조사. '22년 상반기 종사자수에 최근 3개년('19～'21년) 연평균 하반기 전기대비 증감률을 적용하여 '22년 종사자수 산출(*22년 종사자수 산출 후 증가율로 전환)

○ 목표치 설정근거
- (설정근거) '22년 목표치=A+(A*B)
* A='21년 전망치, B=최근 4개년('16～'19) 연평균 성장률(2.6%)
▪ '17~'20년 실적치 및 '21~'22년 전망

연도	17년	18년	19년	20년	연평균성장률 (16~19)	21년 전망*	22년 목표**
종사자수 (만명)	64.4	66.7	68.3	66.3	2.6%	66.3	68.0
증가율(%)	-	3.6%	2.4%	-2.9%	-	0.0%	2.6%

* 21년 전망 : 코로나19 지속으로 전년과 동일수준 전망
** 22년 목표 : 코로나19 종식을 전제로 코로나 이전수준('16-'19) 연평균 성장률 적용

- (외부환경) 코로나19 영향으로 영화, 음악 분야 종사자가 큰 폭으로 감소하며 '20년 콘텐츠산업 종사자수는 전년 대비 -2.9% 역성장한 66.3만명으로 집계
- '21년에도 코로나19 확산세가 유지되며 영화, 음악 분야가 정상화되지 못하고 있어 '21년은 '20년과 동일한 수준의 종사자수 전망
- '22년은 코로나19 종식을 전제로 코로나 이전 수준('16~'19)의 성장률 회복 전망

출처: 의안정보시스템, 2022년 예산안(정부) 문화체육관광부 성과계획서

❑ 대중음악공연분야 인력지원사업 누락

❍ 2021년 추가경정예산으로 편입된 대중음악공연분야 인력지원사업이 성과목표체계에서 누락

❍ 단기적/일시적 사업이라 하더라도 사업추진 당시 계획, 목표, 실적 등을 성과목표체계 내에 포함할 필요

❑ 평가결과에 대한 환류방안 부재

❍ 현재는 성과목표체계만 존재하며, 평가결과를 활용하여 향후 사업추진 내용에 반영하는 환류방안이 부재

○ 당해년도 목표 및 실적을 바탕으로 성과평가를 실시하고 그 결과를 환류하여 차년도 사업목표에 반영하는 환류방안 포함 필요

○ 사업초기 설정된 목표 설정 근거와 긍·부정요인, 사업수행과정에서 발생한 성공요인 및 장애요인을 바탕으로 당해연도 실적을 평가

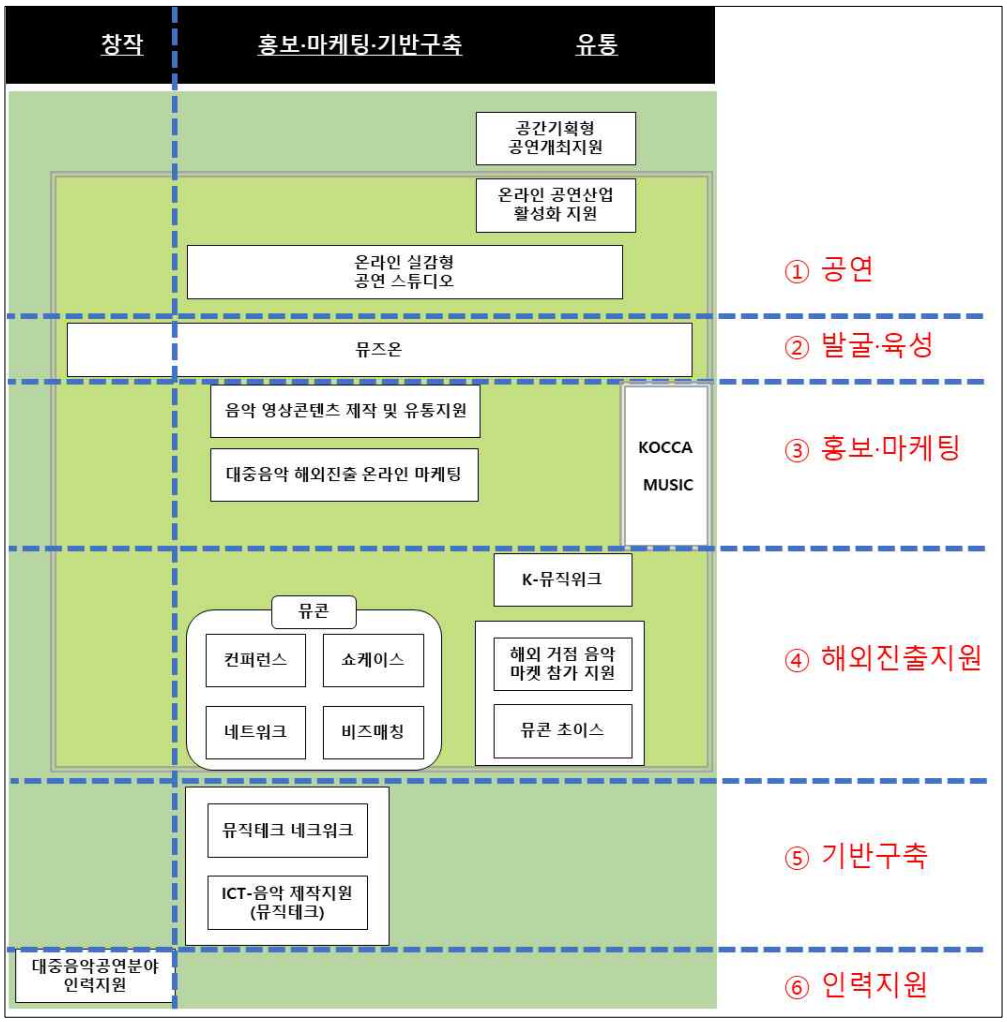
○ 우수사항에 대한 확산방안, 미흡사항에 대한 개선방안을 포함하는 환류방안 마련 필요

2. 대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 정립

가. 사업유형화

❑ **성과목표체계에 따른 사업 분류 및 유형화**

○ 사업 분류는 세사업을 기준으로 세사업의 사업목표와 대중음악산업의 가치 창출단계(창작, 홍보・마케팅・기반구축, 유통)에 따라 실시



[그림 3-1] 대중음악 육성사업의 유형화

○ 목표의 유사성을 기준으로 유형화

- ① 공연 지원사업: 공간기획형 공연 지원사업, 온라인 공연 지원사업, 온라인 실감형 스튜디오 운영 지원사업

- ② 뮤지션 발굴・육성사업: ‘뮤즈온’
- ③ 뮤지션 홍보・마케팅 지원사업: 음악 영상콘텐츠 제작 및 유통 지원사업, 대중음악 해외진출 온라인 마케팅 지원사업, 대중음악 홍보채널 운영 및 홍보 지원사업(KOCCA channel)
- ④ 해외진출 지원사업: ‘뮤콘’, ‘뮤콘초이스’, ‘K-뮤직위크’, 해외거점 음악마켓 참가 지원사업
- ⑤ 기반 구축사업: ‘뮤직테크’
- ⑥ 인력 지원사업: 대중음악 공연분야 인력 지원사업

나. 사업 성과창출 프로세스 설계

❍ 논리모형(Logic Model)[8]을 활용하여 대중음악 육성사업의 추진체계를 분석하고 세사업의 성과창출 범위 파악

- 세사업의 성과요소 도출 및 성과측정의 방향성 정립

❍ 대중음악 육성사업에 대한 현황분석을 통해 사업운영 단계를 파악하여 성과창출 프로세스를 설계하고, 이를 바탕으로 주요 요소와 지표 Pool 도출

<표 3-4> 로직모형(Logic Model)

사업 로직모형이란?

❍ 사업의 구성요소들이 어떤 인과과정을 거쳐 원하는 결과를 산출해내는지에 대한 가정, 가설, 신념 등의 도식적 표현임.

사업 로직모형 설계의 유용성

→ [사업 전반에 대한 검토] 사업의 목표, 전략, 구성요소 등에 대한 이해관계자들 간 의사소통을 용이하게 함으로써 사업의 효과적 운영을 위한 토대 제공

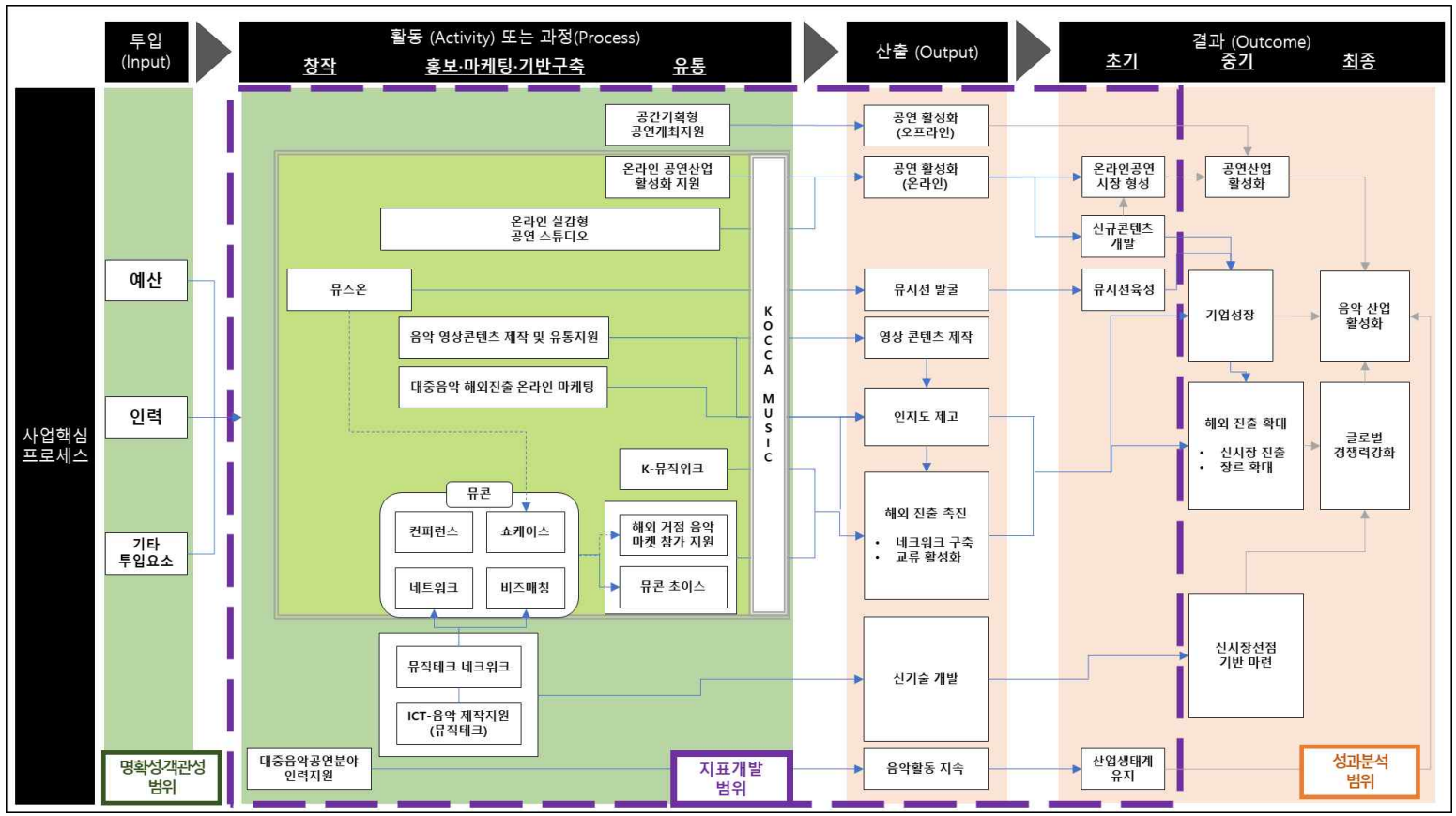
→ [성과분석] 실효성 있는 성과분석 요소 도출을 통해, 보다 체계적인 사업의 성과측정이 가능한 지표설계 및 분석 가능

→ [성과제고] 목표체계의 명확화, 사업설계의 오류 발견/보정 등을 통해 사업운영 개선 및 성과 제고

8) 로직모형이란 사업의 시작단계부터 추진과정 및 결과에 이르기까지 사업의 기대효과를 관리하는 모델을 말함. 로직모형은 사업을 투입->과정/활동->산출->결과의 과정으로 구분함. 투입은 사업에 투입된 자원(예산/인력/시간/기술/파트너 등)을 의미하고, 과정/활동은 사업수행을 위한 과정 및 활동(워크숍/교육훈련/홍보/세미나/연구 등)을 의미하며, 산출은 산출된 재화 및 용역을 의미함. 결과는 사업이 수혜기관 및 사회 환경 전반에 미친 영향을 의미함.

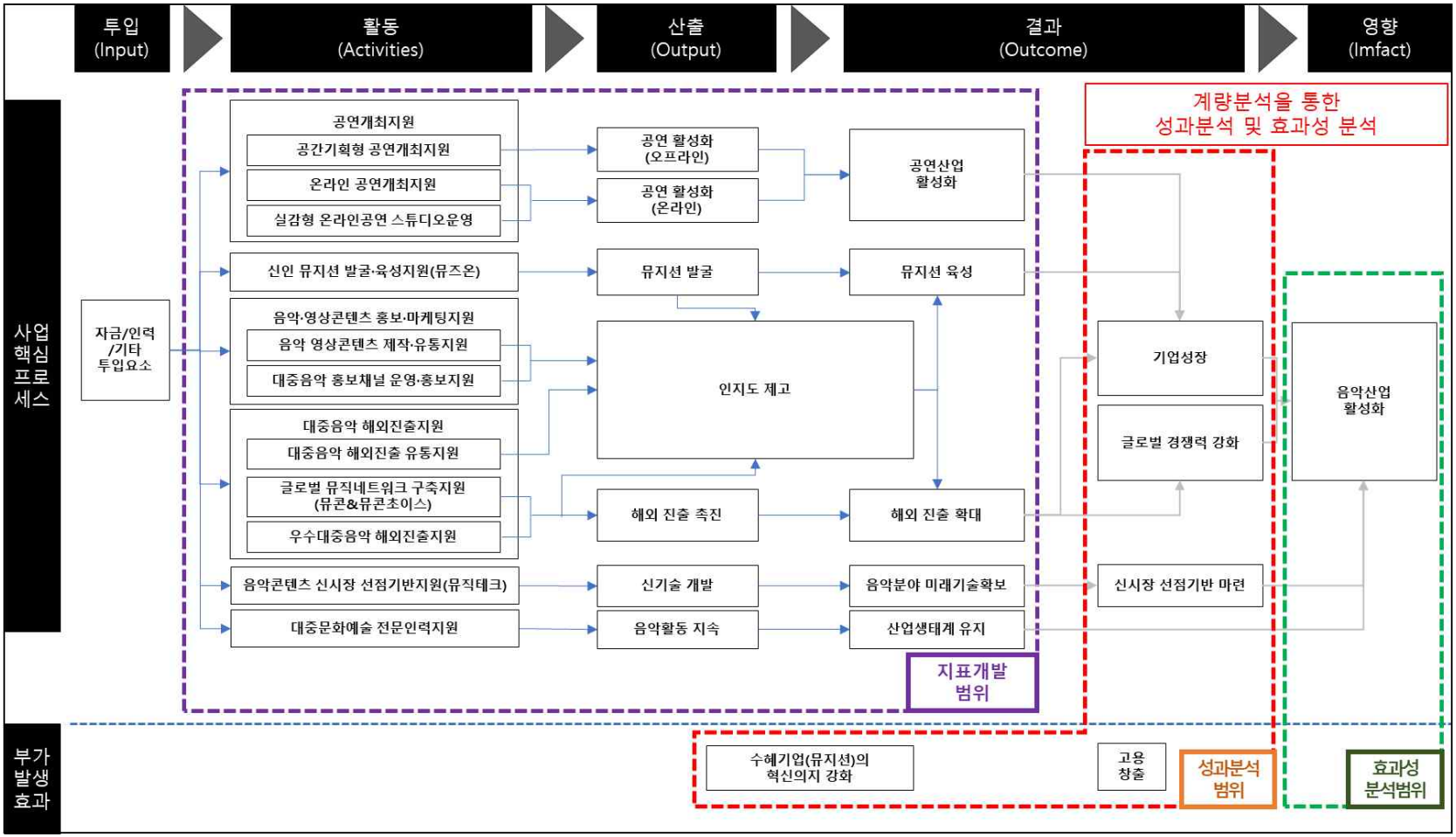
❑ 대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 (전체 세사업)

○ 투입-활동-산출-결과 및 영향의 각 과정별 주요 활동요소 및 그에 따른 산출물을 도식화한 결과는 다음과 같음



[그림 3-2] 대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 (세사업별 전체)

❑ 사업 유형화 결과에 따른 대중음악 육성사업 성과창출 프로세스



[그림 3-3] 대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 (사업유형별)

○ 사업의 성과창출 프로세스를, 투입, 활동(또는 과정), 산출 및 결과로 구분

- 투입단계에서는 예산, 인력, 기타 투입요소를 확인

  * 기타 투입요소에는 시간, 기술, 파트너(위탁사) 등

- 활동단계에서는 6개의 유형별 활동을 확인

  * 신인뮤지션 발굴・육성지원, 음악・영상콘텐츠 홍보・마케팅지원, 대중음악 해외진출지원, 음악콘텐츠 신시장선점기반지원, 대중문화예술 전문인력지원

- 산출단계에서는 사업수행을 통해 도출되는 산출을 확인

  * 공연 활성화(온/오프라인), 뮤지션 발굴, 인지도 제고, 해외 진출 촉진, 신기술 개발, 음악활동 지속

- 결과단계에서는 활동의 결과로 도출된 산출물이 초기/중기/최종 단계 결과지표와의 연관성을 확인

  * 초기결과지표: 공연산업 활성화, 뮤지션 육성, 해외 진출 확대, 음악분야 미래 기술확보, 산업생태계 유지

  * 중기결과지표: 기업성장, 글로벌 경쟁력 확대, 신시장 선점기반 마련

  * 최종결과지표: 음악산업 활성화

○ 성과분석은 계량경제학적 분석방법론을 통해 수행

- DID(Difference In Difference), PSM(Paired Score Matching), 패널회귀분석(panel regression analysis) 등

3. 성과목표체계 재구축

❑ **기존 성과목표체계 검토결과 및 사업유형화 결과를 바탕으로 성과목표체계 재구축 주안점 설정**

○ 4개 검토항목에 대한 개선 주안점을 반영하여 재구축

○ 정성목표 평가기준・방법의 구체화・명확화

- 정성목표 설정시 구체적이고 명확한 평가기준과 방법 제시 필요

  * 구체화・명확화 곤란 시 목표 적합성 재검토

○ 정량목표 설정근거는 추세분석 등 목표 설정의 근거 제시 필요

- 성과향상노력으로 상향이 가능한 상향지표의 경우 도전적으로 설정

- 예산제약으로 추가성과창출이 곤란한 경우, 예산제약 사유를 기술하고 및 확보된 예산규모를 고려하여 목표 설정

○ 환류를 고려한 목표설정

- 목표와 실적을 이용한 평가결과를 토대로 차년도 목표설정에 반영

  * 평가결과 '우수'의 경우 확산방안을 반영하여 설정

  * 평가결과 '미흡'의 경우 개선방안을 반영하여 설정

<표 3-5> 성과목표체계 개선 주안점

검토항목	개선 주안점	비고
정성목표 평가기준 및 방법 부재	정성목표 평가기준·방법의 구체화·명확화	개발된 신규 성과지표를 반영 (제4장 참고)
정량목표 설정근거 부재	정량목표 설정근거 마련	
평가결과 환류방안 부재	환류 기준 및 방법 제시	환류사례 제시
대중음악공연분야 인력지원사업 누락	누락사업 포함	-

❑ 재구축된 성과목표체계에 따라 6개 사업유형별로 목표설정

○ 다음의 표에서와 같이 목표와 실적에 대한 평가를 토대로 환류방안(확산/개선)을 반영하여 다음연도 목표치를 설정

<표 3-6> 성과목표체계 재구축 양식 (환류 포함)

사업	지표구분	2020년			환류	목표치 설정근거	2021년
		목표	실적	평가			목표
사업1	정성				우수 / 확산방안 /		
	정량				미흡 / 개선방안 /		
사업2	정성				우수 / 확산방안 /		
	정량				미흡 / 개선방안 /		

○ 유사사업의 환류 사례 예시: 정량 목표 설정

시사점 도출에 따른 성과목표		성과지표	2019년 실적치	2020년 실적치	2021년 목표치
1	기관역할 및 기능의 홍보확대	▸중점 홍보과제 선정 건수	-	-	(신규) 5
		▸'국가식품클러스터' 언론 보도량	2,090	3,340	4,630
		▸홈페이지 접속자 수	432,585	379,150	477,032
		▸성공사례 콘텐츠 제작	-	10	25
2	대외협력 및 국민소통 확대	▸국내외 초청홍보 추진건수	22	19	41
		▸언론모니터링 및 소통강화	-	일1회	일1회 이슈발생시
3	사회적가치 성과 창출	▸공공기관 혁신네트워크 구축 및 운영	-	-	신규
		▸혁신 및 사회적가치 계획 고도화 ▸국민참여 확대 및 성과창출 노력	최초 계획수립	혁신과제 확대	혁신 고도화 및 성과창출
4	고객만족도 제고 및 국가식품클러스터 통계기반 구축	▸기재부 주관 고객만족도 조사결과	-	78.3(미흡)	85.0(우수)
		▸입주기업 및 수혜기업 통계DB구축	93개사 (입주 93)	131개사 (입주131)	190개사 (입주124 수혜66)

[그림 3-4] 성과목표체계 개선(안)에 따른 목표 설정 예시

○ 유사사업의 환류 사례 예시: 평가 및 환류

□ 성과지표 모니터링을 통해 발굴된 문제점 개선 및 우수사례 공유 · 확산

○ 전년도(2020년) 환류를 통한 개선 및 확산 성과

2020년 환류사항		2021년 개선 및 확산 성과	
우수	• 입주기업 성공사례 발굴 및 영상 콘텐츠 제작(10건)하여 성과중심 홍보체계 마련	확산	• 입주기업간 협력 및 장비활용 사례 등 소재 다양화 하여 콘텐츠의 양적 질적 제고(25건)
미흡	• 국가식품클러스터 온라인 콘텐츠 구글 검색결과 內 기관소개 오류 및 외국어 안내문 등 번역 미흡	개선	• 양질의 정확한 홍보콘텐츠 제공을 위한 분기별 점검(4회) • 기관 외국어 표기 등 개선 등 기관 지적사항 '0'

○ 당해연도(2021년) 환류를 통한 개선 및 확산 계획

2020년 환류사항		2021년 개선 및 확산 실적	
우수	• 입주기업 성과추적을 위한 고용, 매출, 수출 실적 등 조사하여 통계조사 기반 마련	확산	• 입주기업 외 사업수혜 기업으로 조사대상 확대(131개사→191) • 입주효과 및 지원수요 파악
미흡	• 고객 만족도 조사결과 '미흡'으로 타 공공기관 대비 저조	개선	• 중장기 고객만족도 제고 방안 수립 • 고객응대 모니터링을 통한 개선점 도출 • 고객만족 교육 및 메뉴얼 자료 제작·배포

[그림 3-5] 성과목표체계에 따른 환류 사례 예시

❍ 2022년 사업계획(안)을 바탕으로 성과목표체계 재구축

- 2022년은 본 연구에서 개발된 결과지표 중심의 성과지표(안) 모니터링 결과를 바탕으로 성과분석 후, 2023년부터는 정성지표를 개발하여 정량·정성·혼합지표로 구성

  * 지표 측정의 구체성·명확성을 고려하여 정량지표를 중심으로 구성

- 목표 산출지표는 대중음악 육성사업의 성공적 추진을 위해 진흥원이 노력하여 도출된 산출물(output)을 중심으로 측정

  * 사업의 효과로 나타나는 결과(outcome)는 결과지표로 측정

<표 3-7> 성과목표체계 개선(안)

사업유형	세사업	목표 산출지표	목표치
공연	온라인 실감공연스튜디오 운영	지원건수	14
	온라인 공연개최 지원	지원건수	25
	공간기획형 공연개최지원	지원건수	9
홍보·마케팅	음악영상콘텐츠 제작 및 유통지원	콘텐츠제작수	20
	대중음악 홍보채널 운영 (KOCCA Youtube)	업로드 영상수	400
신인 발굴·육성	뮤즈온	발굴건수	10
해외진출	뮤콘	참여건수	40
	뮤콘초이스	매칭건수(비즈매칭)	80
	해외거점음악마켓 참가지원	참여뮤지션수	8
기반구축	뮤직테크	목표달성건수	10
인력지원	대중음악공연분야 인력지원	지원건수	2000

대중음악 육성사업 성과지표 개발 위탁용역

2021

KOCCA21-26

제4장 대중음악 육성사업 성과지표 개발

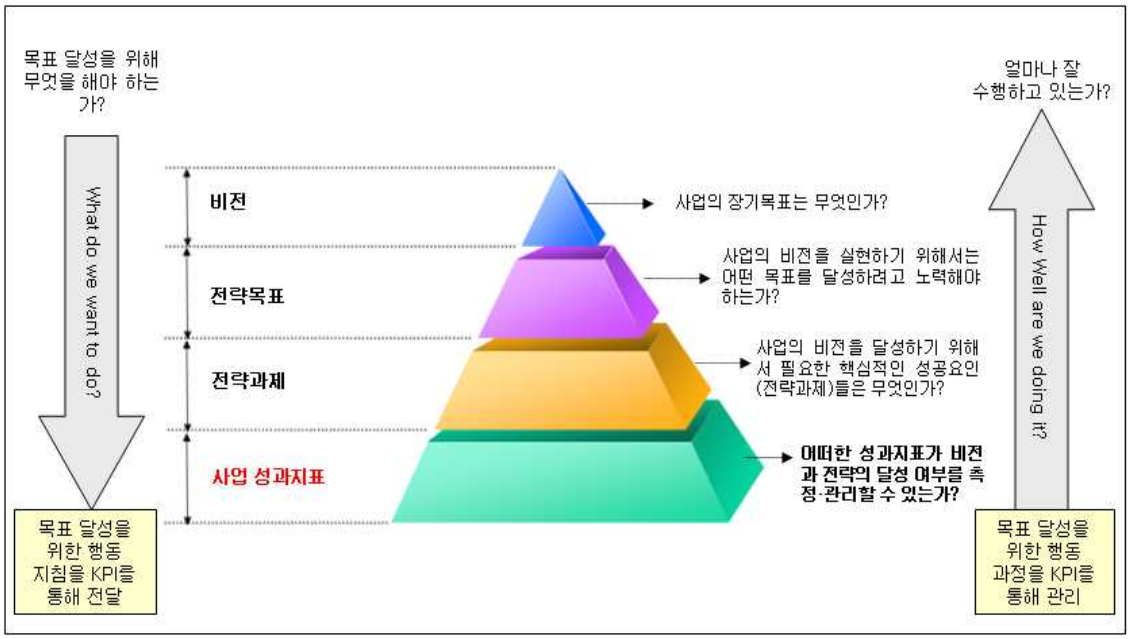
제4장 대중음악 육성사업 성과지표 개발

1. 성과지표 개발 개요

가. 성과지표 개발 목적 및 필요성

○ 성과지표(Performance Indicator)는 사업수행을 통해 목표했던 산출(output) 및 결과(outcome)의 달성여부를 점검하는 가장 기본적인 도구

○ 성과지표는 성과목표의 달성도를 양적·질적으로 측정하는 지수로서, 구체적인 측정방법과 관리방법에 대한 이정표가 되며, 사업수행주체에게 성과목표 달성을 위해 무엇을 어떻게 해야 하는지를 명확하게 알 수 있도록 도와주는 기능



[그림 4-1] 성과지표 개발의 의의

가. 성과지표 개발 프로세스 및 주요 내용

(1) 성과지표 개발 프로세스

○ 본 연구에서는 객관적이고 신뢰성 있는 성과지표 개발을 위해 다음의 5단계를 통해 성과지표를 개발

[그림 4-2] 성과지표 개발 프로세스

- [1단계 성과창출 프로세스 설계] 논리모형을 활용하여, 진흥원의 투입-과정-산출-결과・영향 단계별 성과창출 프로세스를 설계
- [2단계 지표 Pool 도출] 성과창출 프로세스를 바탕으로 성과 측정지표들을 참고자료 및 자체 연구를 통해 개발한 후 지표Pool을 구축
- 기존 성과지표, 유사기관 성과지표, 관련 연구보고서 등을 참고
- [3단계 검증기준 설정] 기존 연구보고서 및 지표개발 매뉴얼 등에서 제시하는 지표검증 방법을 바탕으로 대중음악 육성사업의 지표 Pool을 검증할 수 있는 기준을 수립
- [4단계 지표의 타당성 검증] 확정된 기준을 활용하여 지표 Pool을 검증

- [5단계 지표 확정 및 지표 정의서 작성] 지표 확정 및 지표 정의서를 작성

(2) 지표 검증기준 설정

❑ 지표 검증기준 수립

○ 앞서 구축한 지표 Pool을 검증하기 위해 지표의 검증기준을 도출하는 단계

○ 현재까지 지표검증에 대한 합의된 기준은 없으나 국무조정실, 조세연구원, 기획재정부·조세연구원의 매뉴얼에서는 다음과 같은 검증기준을 제시

- 국무조정실의 성과지표 개발·관리 매뉴얼에서는 정책 대표성, 적절성, 인과성, 구체성, 측정 가능성, 기한성, 비교 가능성을 제시
- 조세연구원의 재정사업 성과지표개발 매뉴얼에서는 연관성, 왜곡된 유인의 회피, 원인성, 명확성, 적시성, 신뢰성, 비교 가능성, 검증 가능성을 제시
- 기획재정부/조세연구원의 재정사업 성과지표 개발 매뉴얼에서는 구체성, 측정 가능성, 관련성, 신뢰성, 기한성을 제시

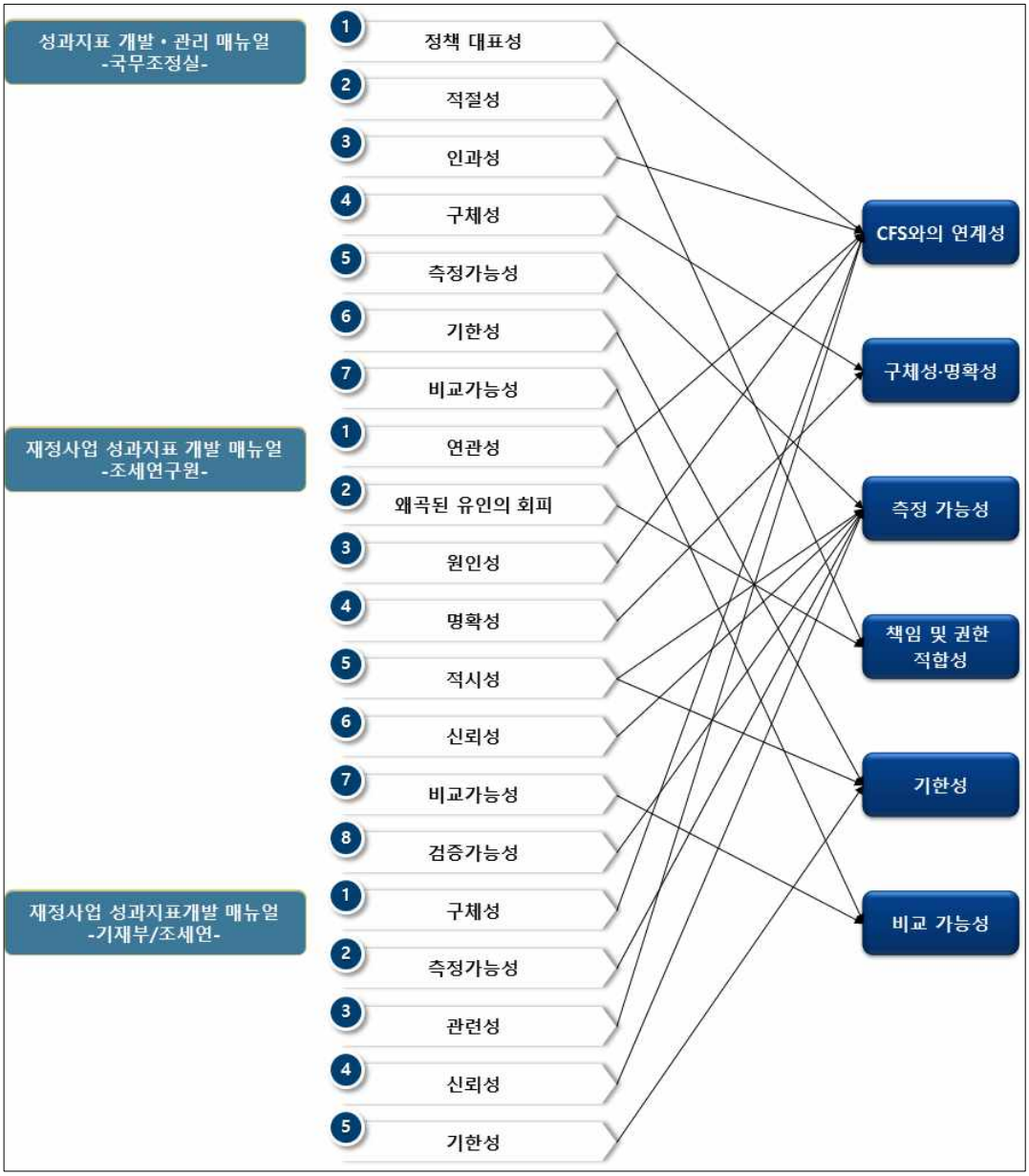
[그림 4-3] 지표검증 기준의 예

○ 각 매뉴얼별로 검증기준이 통일되지 않고, 상호배타성 및 전체 포괄성 조건(MECE: Mutually Exclusive, Collectively Exhaustive)을 충족하지 못함에 따라, 본 연구에서는 이를 종합하여 6개의 검증기준을 설정

○ 본 연구에서는 CSF와의 연계성, 구체성·명확성, 측정가능성, 책임 및 권한 적합성, 기한성, 비교 가능성의 6개 기준을 설정

- CSF와의 연계성, 구체성·명확성, 책임 및 권한 적합성, 기한성, 비교가능성 여부는 연구진이 판단하여 점수를 부여

* CSF(core success factor: 핵심성공요인)



[그림 4-4] 지표 검증 기준의 도출

<표 4-1> 지표검증 기준의 의미/판단방법/처리기준

구분	내용
CSF와의 연계성	의미 : 성과지표가 사업 목적 달성을 위한 CSF와의 연계성을 가지고 있는가?, 해당 성과지표의 달성이 그 운영의 성과로 이어지는가? 판단방법 : 앞서 도출한 CSF와의 직접적인 연관성 정도를 연구진이 판단 처리기준 : 보통 이하인 경우 탈락, 단 연계성이 보통이면서 다른 기준이 모두 충족되는 지표에 대해서는 보조지표로 활용할 수 있는지 검토
구체성·명확성	의미 : 성과지표가 명확하고 구체적이어서 무엇을, 어떻게 달성하려고 하는지 쉽게 이해되는가? 판단방법 : 구체성 및 명확성 정도를 연구진이 판단 처리기준 : 보통 이하인 경우 탈락
측정가능성	의미 : 해당 지표의 측정은 가능한가?, 해당 지표를 현 시점에서 측정한다면 DB의 신뢰성 등이 확보되는가? 판단방법 : 측정가능성 여부는 한국콘텐츠진흥원 담당자의 의견수렴, DB의 신뢰성은 DB구축 상태 확인하여 연구진이 판단 처리기준 : 보통 이하인 경우 탈락, 단 현 시점에서 측정이 어려우나, CSF와의 연계성이 강하여, 중요하다고 생각되는 지표에 대해서는 예비지표로 활용
책임 및 권한 적합성	의미 : 성과지표가 해당 사업의 책임과 권한의 범위 내에서 달성이 가능한가? 판단방법 : 책임 및 권한 적합성 여부는 한국콘텐츠진흥원 담당자 및 연구진이 판단 처리기준 : 보통 이하인 경우 탈락
기한성	의미 : 성과지표가 평가기간 및 시점에 맞추어 달성여부를 확인할 수 있는가? 평가주기를 고려하였을 때, 해당 지표가 효용성이 있는가? 판단방법 : 기한성 정도를 연구진이 판단 처리기준 : 보통 이하인 경우 탈락
비교가능성	의미 : 성과지표를 통해 과거 성과와의 비교, 유사 업무와의 비교가 가능한가?, 해당 업무가 어느 정도 수준으로 달성했는지 확인 가능한가? 판단방법 : 비교가능성 정도를 연구진이 판단 처리기준 : 보통 이하인 경우 탈락

2. 성과지표 개발

가. 성과지표 개발 방향

❑ **이상의 연구결과를 종합하여, 산업특성 반영, 활동단계별 지표, 빅데이터기반 지표, 관리용DB 구축가능성에 따라 다음과 같은 지표 개발 방향성 설정**

○ 대중음악산업의 특성을 반영하는 지표 개발

- 대중음악 산업은 성과창출의 시의성이 존재하므로 사업 이후에 창출되는 성과를 추적하여 조사할 수 있는 지표 개발 필요

○ 음악산업의 활동단계별 지표 개발

- 활동단계별* 지표를 통해 성과 평가・점검・환류에 활용가능한 지표 개발

* 창작, 녹음, 홍보・마케팅・유통・, 공연 등

○ 빅데이터기반 지표 개발

- 대중음악산업의 특성상 지원사업의 최종산출물에 대한 질적평가가 곤란하므로, 정량지표를 중심으로 하되 수혜기관의 보고부담 및 사후추적조사 가능성을 고려하여 빅데이터에 기반한 지표를 개발

○ 사업관리용 데이터베이스 개발

- 관리DB를 구축할 수 있는 지표를 개발

  * 향후 세사업별 사업관리 및 성과측정·성과관리·성과평가에 활용

나. 성과지표 Pool 도출

❑ 지표 Pool 도출

○ 대중음악 육성사업의 성과창출 프로세스에서 나타난 주요 요소들을 바탕으로 각각의 활동 및 산출물의 성과를 측정할 수 있는 지표들을 종합하여 지표 Pool을 도출

○ 도출된 지표 Pool의 결과는 다음과 같음

<표 4-2> 성과창출 프로세스에 따른 지표 Pool

구분	지표명	정량	정성
투입	정부 지원금	○	
	기업 부담금	○	
	전담인력 수	○	
	전담인력 전문성(위탁사)		○
	자원투입기간의 적절성		○
활동	구비장비의 적절성		○
	안전사고 예방노력의 적절성		○
	목표의 적절성		○
	실감형 온라인 스튜디오 운영		○
	공연 홍보의 적절성		○
	홍보 방법의 다양성		○
	홍보내용의 적절성		○
	심사 및 평가의 적절성		○
	지원규모의 적절성		○
	지원방법의 적절성		○
	위탁사의 전문성		○
	사업관리의 적절성		○

구분	지표명	정량	정성
산출	목표 달성률	○	
	신규진입 기업수	○	
	신규 컨텐츠 개발수(실감형)	○	
	지원의 대체효과	○	
결과	대기업과의 격차율	○	
	중소기업 점유율	○	
	공연수 증가율	○	
	투자촉진효과(CVM)	○	
	뮤지션 채널 조회수 증가율	○	
	뮤지션 해외 조회수 증가율	○	
	뮤지션 검색량 증가율	○	
	뮤지션 SNS언급량	○	
	KOCCA MUSIC 채널 전체 조회수 증가율	○	
	KOCCA MUSIC 검색량 증가율	○	
	KOCCA MUSIC SNS언급량	○	
	사업후 생존율	○	
	사업후 활동 증가율	○	
	신시장 진출건수	○	
	장르 확대 진출건수	○	
	해외방송 노출건수	○	
	매칭건수	○	
	후속 프로젝트 진행건수	○	
	후속투자건수	○	
	후속투자금액 증가율	○	
	상용화수	○	
	매출액(상용화, 기술이전, 로열티) 증가율	○	
	기술이전건수	○	
	로열티건수	○	

❍ 진흥원의 투입단계를 측정하기 위한 지표 후보군

- 정부 지원금, 기업 부담금, 전담인력 수, 전담인력 전문성(위탁사), 자원투입기간의 적절성

❍ 활동단계를 측정하기 위한 지표 후보군

- 구비장비의 적절성, 안전사고 예방노력의 적절성, 목표의 적절성, 실감형 온라인 스튜디오 운영, 공연 홍보의 적절성, 홍보 방법의 다양성, 홍보내용의 적절성, 심사 및 평가의 적절성, 지원규모의 적절성, 지원방법의 적절성, 위탁사의 전문성, 사업관리의 적절성

○ 산출단계를 측정하기 위한 지표 후보군

- 목표 달성률, 신규진입 기업수, 신규 컨텐츠 개발수(실감형), 지원의 대체효과
- 목표 달성률은 세사업별 산출지표를 가중평균하여 측정
  * 스튜디오 조성 및 운영: 지원건수
  * 온라인 공연개최지원: 지원건수
  * 공간기획형 공연개최지원: 지원건수
  * 음악 영상콘텐츠 제작: 콘텐츠제작수
  * 대중음악 홍보채널 운영: 업로드 영상수
  * 해외진출 온라인 마케팅 지원: 지원건수
  * 뮤즈온: 발굴건수
  * 뮤콘: 참여건수(컨퍼런스), 참여건수(쇼케이스), 교류건수(네트워킹)
  * 뮤콘초이스: 매칭건수
  * 해외거점 음악마켓 참가지원: 참여건수
  * 뮤직테크: 목표 달성건수
  * 대중음악공연분야 인력지원: 지원건수

○ 결과단계를 측정하기 위한 지표 후보군

- 대기업과의 격차율, 중소기업 점유율, 공연수 증가율, 투자촉진효과(CVM), 뮤지션 채널 조회수 증가율, 뮤지션 해외 조회수 증가율, 뮤지션 검색량 증가율, 뮤지션 SNS언급량 증가율, KOCCA MUSIC 채널 전체 조회수 증가율, KOCCA MUSIC 검색량 증가율, KOCCA MUSIC SNS언급량 증가율, 사업후 생존율, 사업후 활동 증가율, 신시장 진출건수, 장르 확대 진출건수, 해외방송 노출건수, 매칭건수, 후속 프로젝트 진행건수, 후속투자건수, 후속투자금액 증가율, 상용화수, 매출액(상용화, 기술이전, 로열티) 증가율, 기술이전건수, 로열티건수

❑ 지표 타당성 검증

○ 도출된 지표 Pool에 대하여 CSF와의 연계성, 구체성・명확성, 측정 가능성, 책임 및 권한 적합성, 기한성, 비교 가능성의 6개 검증기준으로 검증 실시

<표 4-3> 성과지표 Pool 검증

(○:미흡, ◑:보통, ●:우수)

지표명	정량	정성	CSF 연계성	구체성·명확성	측정 가능성	책임·권한 적합성	기한성	비교 가능성
정부 지원금	○		○	◑	◑	◑	●	●
기업 부담금	○		○	◑	◑	◑	●	●
전담인력 수	○		○	●	●	◑	●	●
전담인력 전문성(위탁사)		○	◑	◑	◑	○	●	●
자원투입기간의 적절성		○	◑	●	●	◑	●	●
구비장비의 적절성		○	◑	◑	●	●	●	◑
안전사고 예방노력의 적절성		○	◑	◑	●	●	●	◑
목표의 적절성		○	◑	◑	●	●	●	◑
실감형 온라인 스튜디오 운영		○	◑	◑	●	●	●	○
공연 홍보의 적절성		○	◑	◑	●	●	●	◑
홍보 방법의 다양성		○	◑	●	●	●	●	◑
홍보내용의 적절성		○	◑	◑	●	●	●	◑
심사 및 평가의 적절성		○	◑	◑	●	●	●	◑
지원규모의 적절성		○	◑	◑	●	●	●	◑
지원방법의 적절성		○	◑	◑	●	●	●	◑
위탁사의 전문성		○	◑	◑	●	●	●	◑
사업관리의 적절성		○	◑	◑	●	●	●	◑
목표 달성률	○		◑	●	●	●	●	●
신규진입 기업수	○		◑	◑	●	●	●	●
신규 컨텐츠 개발수(실감형)	○		◑	◑	●	●	●	●
지원의 대체효과	○		◑	◑	●	●	●	●
대기업과의 격차율	○		●	◑	○	●	●	●
중소기업 점유율	○		●	●	○	●	●	●
공연수 증가율	○		●	●	●	●	◑	●
투자촉진효과(CVM)	○		●	◑	●	●	●	●
뮤지션 채널 조회수 증가율	○		◑	●	●	●	●	●
뮤지션 해외 조회수 증가율	○		◑	●	●	◑	●	●
뮤지션 검색량 증가율	○		◑	●	●	●	●	●
뮤지션 SNS언급량 증가율	○		◑	◑	●	●	●	●
KOCCA MUSIC 채널 조회수 증가율	○		◑	●	●	●	●	●
KOCCA MUSIC 검색량 증가율	○		◑	●	●	●	●	●
KOCCA MUSIC SNS언급량 증가율	○		◑	◑	●	●	●	●
사업후 생존율	○		●	●	●	●	●	●
사업후 활동 증가율	○		●	●	●	●	●	●
신시장 진출건수	○		●	◑	◑	●	◑	●
장르 확대 진출건수	○		●	◑	◑	●	◑	●
해외방송 노출건수	○		◑	●	◑	●	◑	●
매칭건수	○		●	●	●	●	◑	●
후속 프로젝트 진행건수	○		●	●	●	●	◑	●
후속투자건수	○		●	●	●	●	◑	●
후속투자금액 증가율	○		●	●	●	●	◑	●

지표명	정량	정성	CSF 연계성	구체성·명확성	측정 가능성	책임·권한 적합성	기한성	비교 가능성
상용화수	○		●	◑	●	●	◑	●
매출액(상용화, 기술이전, 로열티) 증가율	○		●	●	●	●	◑	●
기술이전건수	○		●	●	●	●	◑	●
로열티건수	○		●	●	●	●	◑	●

❑ 지표 분류

○ 지표 타당성 검증을 통해 도출된 지표를 CSF와의 연계성, 측정가능성 기준 충족 여부에 따라 대표지표, 보조지표, 예비지표로 구분

- 대표지표 : 대중음악 육성사업의 성과를 대표적으로 보여줄 수 있는 지표
- 보조지표 : 대중음악 육성사업의 성과측정에 보조적으로 사용하는 지표
- 예비지표 : 현재 측정 방법이나 시기, 필요 데이터의 수집 등에 문제가 있으나 추후 개발이나 보완을 통해 활용 가능한 지표

<표 4-4> 지표 분류

분류	단계	사업유형	성과지표
대표지표 (핵심 성과지표) 후보	산출	전체	목표 달성률
	결과	공연	공연수 증가율
			투자촉진효과(CVM)
		홍보·마케팅	뮤지션 채널 조회수 증가율
			뮤지션 검색량 증가율
			KOCCA MUSIC 채널 조회수 증가율
			KOCCA MUSIC 검색량 증가율
		발굴·육성	사업후 생존율
			사업후 활동 증가율
		해외진출	매칭건수
		기반구축	후속투자금액 증가율
			매출액(상용화, 기술이전, 로열티) 증가율
보조지표(관리지표) 후보	결과	공연	신규진입 기업수
			신규 컨텐츠 개발수(실감형)
		홍보·마케팅	뮤지션 해외 조회수 증가율
			뮤지션 SNS언급량 증가율
			KOCCA MUSIC SNS언급량 증가율
예비지표 후보	결과	공연	중소기업 점유율
		해외진출	신시장 진출건수
			장르 확대 진출건수
			해외방송 노출건수

❑ 지표의 중복성 검토

○ 6개 지표 검증기준에 부합하는 것으로 도출된 22개의 성과지표에 대해서 지표 간 중복성 검토를 시행

○ 중복성 검토 결과 1가지 그룹에서 중복성이 있는 것으로 판단

- 사업유형 '해외진출'의 '매칭건수'는 전체 사업유형의 '목표달성률'에 포함되어 중복성 존재

○ 그러나 '해외진출' 사업은 전체 6개 사업유형 중 일부이므로 중복성이 높지 않으며, 전체 사업 예산 중 해외진출 사업의 예산비중이 최대 10%를 넘지 않으므로, 중복성이 없는 것으로 간주

❑ 지표 확정

○ CSF와의 연계성, 구체성·명확성, 측정가능성, 책임 및 권한 적합성, 기한성, 비교 가능성의 6가지 기준을 모두 충족하는 지표들을 중복성 검토를 거쳐 다음과 같이 확정

<표 4-5> 지표 확정

분류	사업유형	성과지표	구분
대표지표 (핵심성과지표)	전체	목표 달성률	기존지표 수정
	공연	공연수 증가율	신규
		투자촉진효과(CVM)	신규
	홍보·마케팅	뮤지션 채널 조회수	신규(빅데이터기반)
		뮤지션 검색량	신규(빅데이터기반)
		KOCCA MUSIC 채널 조회수 증가율	신규(빅데이터기반)
		KOCCA MUSIC 검색량 증가율	신규(빅데이터기반)
	발굴·육성	사업후 생존율	신규(빅데이터기반)
		사업후 활동 증가율	신규(빅데이터기반)
	해외진출	매칭건수	기존
	기반구축	후속투자금액 증가율	기존
		매출액(상용화, 기술이전, 로열티) 증가율	기존
보조지표 (관리지표)	공연	신규진입 기업수	신규
		신규 컨텐츠 개발수(실감형)	신규
	홍보·마케팅	뮤지션 해외 조회수 증가율	신규
		뮤지션 SNS언급량 증가율	신규(빅데이터기반)

분류	사업유형	성과지표	구분
		KOCCA MUSIC SNS언급량 증가율	신규(빅데이터기반)
예비지표	공연	중소기업 점유율	신규
	해외진출	신시장 진출건수	신규
		장르 확대 진출건수	신규
		해외방송 노출건수	신규

❑ 지표 평가 방법

○ 검토 결과, 진흥원은 선정된 성과지표 중 산출지표에 대한 실적 data를 보유하고 있으며, 신규로 선정된 지표들은 보유 data 없음

○ 자체 평가 지표

- 세사업별 산출지표들은 사업관리 과정에서 진흥원에 보고되므로 당해연도 말 결산과정에서 산출

- 자체 평가 지표

  * 당해연도 각 세사업의 산출지표(당해년도 매칭건수 포함)

  * 신규진입기업수 및 투자촉진효과(CVM)의 경우, 당해연도 수혜기관 선정 직후 사업종료 전까지 자체 설문조사를 통해 평가

○ 사후 설문 지표

- t년도 사업 종료 후 실적조사 및 성과분석 시[9] 설문조사

- 사후 설문 지표

  * 공연지원사업의 공연수 증가율 및 신규 컨텐츠 개발수

  * 해외진출지원사업의 사업 후 매칭건수, 신시장 진출건수, 장르 확대 진출건수, 해외방송 노출건수

  * 기반구축지원사업의 후속투자금액 증가율 및 매출액(상용화/기술이전/로열티 포함) 증가율

  * 홍보·마케팅지원사업의 뮤지션 채널 해외 조회수 증가율[10]

9) 당해연도 사업 종류 이후 성과분석 시 설문조사를 통해 추적조사

10) 해당 뮤지션 계정의 Youtube Studio 채널리포트에 공개되는 국가별 조회수 자료를 Excel파일 형식으로 수령하여 조사

<표 4-6> 확정지표의 평가 방법

분류	사업유형	성과지표	시기	방법
대표	전체	목표 달성률	t년도 말	자체
	공연	공연수 증가율	성과분석시	사후설문
		투자촉진효과(CVM)	성과분석시	자체
	홍보·마케팅	뮤지션 채널 조회수 증가율	실시간	crawling기법
		뮤지션 검색량 증가율	실시간	crawling기법
		KOCCA MUSIC 채널 조회수 증가율	실시간	crawling기법
		KOCCA MUSIC 검색량 증가율	실시간	crawling기법
	발굴·육성	사업후 생존율	DB개발 후	DB 이용
		사업후 활동 증가율	추적조사	crawling기법
	해외진출	매칭건수	기존	자체, 사후설문
	기반구축	후속투자금액 증가율	성과분석시	사후설문
		매출액(상용화, 기술이전, 로열티) 증가율	성과분석시	사후설문
보조	공연	신규진입 기업수	신규	자체
		신규 컨텐츠 개발수(실감형)	성과분석시	사후설문
	홍보·마케팅	뮤지션 채널 해외 조회수 증가율	성과분석시	사후설문
		뮤지션 SNS언급량 증가율	실시간	crawling기법
		KOCCA MUSIC SNS언급량 증가율	실시간	crawling기법
예비	공연	중소기업 점유율	DB개발 후	DB 이용
	해외진출	신시장 진출건수	성과분석시	사후설문
		장르 확대 진출건수	성과분석시	사후설문
		해외방송 노출건수	성과분석시	사후설문

❑ 지표 가중치 설정 프로세스

○ ‘뮤콘’ 사업의 가중치 선정을 위해 AHP 분석(Analytical Hierarchy Process)을 시행

○ [목적] 목표 달성률 계산시 ‘컨퍼런스: 쇼케이스: 네트워크’에 대한 가중치 추출

- ‘목표 달성률’은 대중음악 육성사업 전체를 총괄하는 산출지표로서, 세사업별 가중치는 예산비중을 적용

  * 본 연구의 목적은 사업유형별 성과지표 개발이므로, 세사업별 결과지표에 대한 가중치는 도출하지 않음

○ [대상] 설문 대상은 한국콘텐츠진흥원 담당자(10명), 내부 연구위원(5명), 외부 자문위원 및 용역책임자 (4명)의 3그룹으로 구분하여 조사

<표 4-7> ‘뮤콘’사업 성과지표 가중치 도출

구분		AHP		최종 가중치	비고
		대표성	중요성		
뮤콘	컨퍼런스	12%	16%	10%	
	쇼케이스	57%	44%	50%	
	네트워크	31%	40%	40%	

3. 대표 지표 정의서 작성

가. 대중음악 육성사업 운영성과 (전체)

(1) 목표 달성률(산출지표)

<표 4-8> 지표 정의서: 목표 달성률

<table>
<tr><th colspan="4">목표달성률 (대중음악 육성사업 전체)</th></tr>
<tr><td>정 의</td><td colspan="3">대중음악 육성사업의 운영성과를 목표 대비 달성 실적으로 평가한다.
(상향지표)</td></tr>
<tr><td>목 표</td><td>100%</td><td>평 가 방 식</td><td>목표 대비 실적</td></tr>
<tr><td>측정 산식
및 변수</td><td colspan="3">① 목표 달성률 = $\sum_i A_i \times w_i$
② 개별 세사업별 달성률(A_i) = (정량실적건수/정량목표) × 100
③ 개별 세사업별 가중치(w_i) = (개별 세사업별 예산액/예산액 합계) × 100
- 개별 세사업별로 사업계획서에 따른 정량목표 대비 실적의 비중을 각각의 예산액 비중으로 가중평균하여 평가함

* 개별 세사업의 정량목표지표
<table>
<tr><th>세사업</th><th>정량지표</th><th>22년 목표</th></tr>
<tr><td>온라인 실감공연스튜디오 운영</td><td>지원건수</td><td>14</td></tr>
<tr><td>온라인 공연개최 지원</td><td>지원건수</td><td>25</td></tr>
<tr><td>음악영상콘텐츠 제작 및 유통지원</td><td>콘텐츠제작수</td><td>9</td></tr>
<tr><td>대중음악 홍보채널 운영(KOCCA Youtube)</td><td>업로드 영상수</td><td>20</td></tr>
<tr><td>해외진출 온라인 마케팅 지원</td><td>지원건수</td><td>400</td></tr>
<tr><td>뮤즈온</td><td>발굴건수</td><td>10</td></tr>
<tr><td>뮤콘※</td><td>참여건수</td><td>15</td></tr>
<tr><td>뮤콘초이스</td><td>매칭건수(비즈매칭)</td><td>40</td></tr>
<tr><td>해외거점음악마켓 참가지원</td><td>참여뮤지션수</td><td>285</td></tr>
<tr><td>뮤직테크</td><td>목표달성건수</td><td>15</td></tr>
<tr><td>대중음악공연분야 인력지원</td><td>지원건수</td><td>8</td></tr>
</table>
※ 가중치를 이용하여 합산 ⇒ 컨퍼런스: 쇼케이스: 네트워킹 = 1 : 5 : 4

* 평가DB 양식
<table>
<tr><th colspan="2">사업유형</th><th colspan="2">세사업</th><th>세부 가중치</th><th>정량 실적</th><th>정량 목표</th><th>달성률</th><th>예산</th><th>예산 비중</th><th>목표 달성률</th></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="3">공연</td><td colspan="2">온라인 실감공연스튜디오 운영</td><td></td><td></td><td>14</td><td></td><td></td><td></td><td rowspan="12"></td></tr>
<tr><td colspan="2">온라인 공연개최 지원</td><td></td><td></td><td>25</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">공간기획형 공연개최 지원</td><td></td><td></td><td>9</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="2">홍보·
마케팅</td><td colspan="2">음악영상콘텐츠 제작 및 유통지원</td><td></td><td></td><td>20</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">대중음악 홍보채널 운영(KOCCA Youtube)</td><td></td><td></td><td>400</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">발굴·육성</td><td colspan="2">뮤즈온</td><td></td><td></td><td>10</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="6">해외진출</td><td rowspan="3">뮤콘</td><td>컨퍼런스(세션수)</td><td>1</td><td></td><td>15</td><td rowspan="3"></td><td rowspan="3"></td><td rowspan="3"></td></tr>
<tr><td>쇼케이스(팀수)</td><td>5</td><td></td><td>40</td></tr>
<tr><td>네트워킹(delegate)</td><td>4</td><td></td><td>285</td></tr>
<tr><td colspan="2">뮤콘초이스</td><td></td><td></td><td>15</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">해외거점음악마켓 참가지원</td><td></td><td></td><td>8</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">기반구축</td><td colspan="2">뮤직테크</td><td></td><td></td><td>10</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">인력지원</td><td colspan="2">대중음악공연분야 인력지원</td><td></td><td></td><td>2000</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

나. 사업유형별 지표: 공연 지원 사업

(1) 공연수 증가율(결과지표)

<표 4-9> 지표 정의서: 공연수 증가율

<table>
<tr><th colspan="4">공연수 증가율</th></tr>
<tr><td>정 의</td><td colspan="3">공연지원사업 수혜기관의 후속성과를 목표 대비 달성 실적으로 평가한다.
(상향지표)</td></tr>
<tr><td>목 표</td><td>없음 (신규지표)</td><td>평 가 방 식</td><td>모니터링 (23년도부터 목표 설정)</td></tr>
<tr><td>측정 산식
및 변수</td><td colspan="3">① 목표치: 신규지표이므로 목표 설정 없음
- 도입년도(22년)에는 모니터링 실시, 성과분석을 통해 23년도부터 목표 설정
② 공연수 증가율 = $\frac{\sum_{i=1}^{N} C_{i,t+1}}{\sum_{i=1}^{N} C_{i,t-1}} \times 100$
- N은 수혜기업수, t는 수혜년도, i는 t년도의 수혜기업
③ 공연수(C_i)의 정의
- 1회 공연을 1건을 계산
- 1일 2회 공연 또는 2일간 매일 1회 공연 → 각각 2건으로 계산

④ 조사 및 측정 유의사항
- 공연규모 및 유형별 차이를 반영하기 위하여 다음의 사항을 추가조사
- 응답거절을 고려하여 수혜기업으로부터 연간 총 공연개최목록만 확보, 나머지 사항은 직접조사 (티케팅 페이지 등으로부터 직접 조사)

<직접조사 항목>

<table>
<tr><td>공연유형</td><td>콘서트(단독)</td><td>콘서트(합동)</td><td>투어</td><td>쇼케이스</td><td>팬미팅</td><td>페스티벌</td><td>기타</td></tr>
<tr><td>공연형태</td><td>온라인</td><td>오프라인</td><td>혼합형</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>실감형여부</td><td>실감형</td><td>비실감형</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>장소</td><td>국내</td><td>국외</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>참여뮤지션 팀수</td><td colspan="7"></td></tr>
<tr><td>회당공연 개최비용</td><td>1억미만</td><td>1~3억</td><td>3~5억</td><td>5억 이상</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>지원여부</td><td>지원</td><td>비지원</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
- 향후 사업관리(환류)를 위하여 공연형태(온라인/오프라인/혼합형), 실감기술 적용여부(실감형/비실감형)를 조사
- 지원사업의 의존성을 파악하기 위해 지원여부를 조사
- 회당공연 개최비용 = 최대가능 티켓판매수입 × 60% × 75%
* 최대가능 티켓판매수입 = 티켓가격 × 객석수
* 60%: 예상 티켓판매량, 75%: 매출액 대비 적정 공연제작비 비중
※ 지원받은 공연을 포함한 공연수 증가율과 포함하지 않은 공연수 증가율을 비교하여 의존성 파악하고 성과분석을 통해 사업추진방향에 환류
※ 신생기업 또는 수혜후 폐업기업은 증가율 계산에서 제외

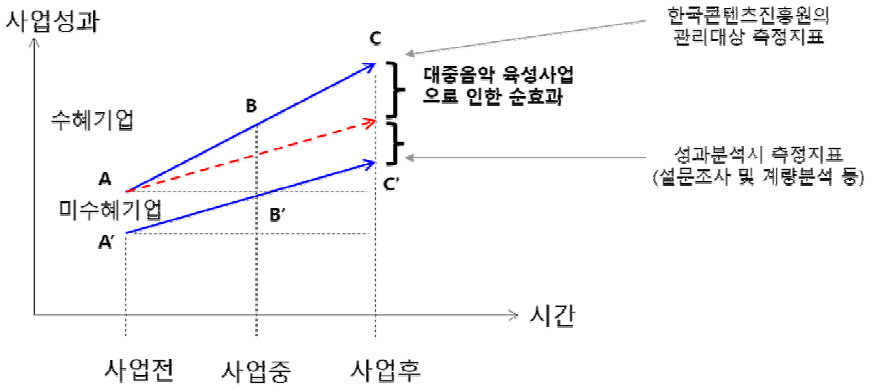
⑤ 측정방법
- 성과창출의 시의성을 고려하여 수혜후(t+1)와 수혜전(t-1)의 공연수 비교
- 수혜전(t-1년도), 수혜후(t+1) 모두 활동하는 기업을 대상으로 증가율계산

1) 사업기간 중 수혜기업의 성과(A, B)를 측정 (자체 조사)
; 직전년도(T-1년)의 공연개최실적(건수), 당해연도(T년)의 공연개최예정건수
2) 사업종료 후 수혜기업의 성과 측정 (추적조사)</td></tr>
</table>

; T+1년도말에 설문조사를 통해 T+1년도의 공연개최실적(건수)을 조사

3) 비수혜기업의 성과(A′, B′, C′)와 수혜기업의 사후성과(C)는 성과분석시 설문조사를 통해 측정. 이중차분법(DID)을 통해 성과분석

		T-1년	T년(수혜년도)	T+1년
수혜기업	공연건수	A	B	C
비수혜기업	공연건수	A'	B'	C'



□ 설문지

(성과추적 안내문) 귀 기관은 2021년도에 한국콘텐츠진흥원의 공연개최지원사업에 선정된 바 있습니다. 지원사업의 후속성과를 조사하고 있사오니, 협조 부탁드립니다.

1. 귀 기관의 2022년도 공연개최실적은 어떻게 되십니까?

	21년 실적	22년 실적	22년 예정
총공연건수			
공연목록	*공연1* *공연2* ⋮	*공연1* *공연2* ⋮	*공연1* *공연2* ⋮
(공연개최비용)			
(매출액)			

* 조사시점 및 연말개최공연을 감안하여 실적과 예정을 구분하여 조사

* 기관별 총 공연개최목록은 필수 조사사항

* 공연개최비용 및 매출액은 응답부담으로 인하여 응답률이 낮을 것으로 예상되므로 가능한 범위에서만 조사하고 비용 및 매출액 추정자료로 활용

(2) 투자촉진효과(결과지표)

<표 4-10> 지표 정의서: 투자촉진효과

<table>
<tr><th colspan="4">투자촉진효과</th></tr>
<tr><td>정 의</td><td colspan="3">공연지원사업의 실질적 지원효과를 목표 대비 달성 실적으로 평가한다.
(상향지표)</td></tr>
<tr><td>목 표</td><td>없음 (신규지표)</td><td>평 가 방 식</td><td>모니터링 (23년도부터 목표 설정)</td></tr>
<tr><td>측정 산식
및 변수</td><td colspan="3">① 목표치: 신규지표이므로 목표 설정 없음
- 도입년도(22년)에는 모니터링 실시, 성과분석을 통해 23년도부터 목표 설정

② 투자촉진효과 = (공연개최여부 (2) 및 (3) 공연수)/(총수혜공연수) × 100

□ 설문지
귀 기관은 KOCCA의 공연개최지원사업에 선정되어, 총 OOO만원의 지원금을 수령하셨습니다. 만일, KOCCA의 지원사업에 선정되지 않았을 경우를 상정하여 답변해 주시기 바랍니다.

1. (공연개최여부) 수혜기관으로 선정되지 않았더라도 여전히 해당 공연을 개최하셨을 것입니까?

(1) 지원금이 없었더라도 사업내용에 변경없이 공연을 개최했을 것이다.
→ 질의2번으로 이동

(2) 사업내용변경*을 통해 여전히 공연을 개최했을 것이다.
* 공연장 변경, 공연회수 축소, 참여뮤지션 축소, 무대디자인 변경 등
→ 질의3번으로 이동

(3) 지원금이 없었다면 해당 공연은 아예 개최하지 못했을 것이다.
→ 설문 종료

2. (자 금 조 달) KOCCA의 지원이 없어도 사업내용에 변경없이 공연을 개최했었다면 부족한 공연개최자금의 조달방법은 무엇이었겠습니까? 해당되는 모든 방법에 대해 합계가 100%가 되도록 비율(%)로 답변 바랍니다.

<table>
<tr><th>조달 방식</th><th>지원금액 대비 비율</th></tr>
<tr><td>자체 자금</td><td></td></tr>
<tr><td>타 기관 후원</td><td></td></tr>
<tr><td>금융기관의 대출</td><td></td></tr>
<tr><td>지인 등 비금융기관 사채</td><td></td></tr>
<tr><td>기타 방식</td><td></td></tr>
<tr><td>계</td><td>100%</td></tr>
</table>

3. (변경사업내용) 만일 KOCCA의 지원금 없이 사업내용의 변경을 통해 공연을 개최했다면 어떠한 변경이 있었겠습니까? 중복응답 가능하며, 간략한 사유를 기재해 주시기 바랍니다.
(1) 공연장 변경 (사유: 예시: 대관료 절감을 위해)
(2) 공연회수 축소 (사유: 예시: 대관료 절감을 위해)
(3) 참여뮤지션 축소 (사유: 예시: 뮤지션 공연비 절감을 위해)
(4) 무대디자인 변경 (사유: 예시: 공연제작비 절감을 위해)
(5) 기타 (변경내용: 사유:)</td></tr>
</table>

다. 사업유형별 지표: 홍보·마케팅 지원 사업

(1) 뮤지션 채널 조회수 증가율 (결과지표)

<표 4-11> 지표 정의서: 뮤지션 채널 조회수 증가율

<table>
<tr><th colspan="4">뮤지션 채널 조회수 증가율</th></tr>
<tr><td>정 의</td><td colspan="3">홍보·마케팅 지원사업으로 인한 뮤지션의 인지도 제고 정도를 평가한다.
(상향지표)</td></tr>
<tr><td>목 표</td><td>없음 (신규지표)</td><td>평 가 방 식</td><td>모니터링 (23년도부터 목표 설정)</td></tr>
<tr><td>측정 산식
및 변수</td><td colspan="3">① 목표치: 신규지표이므로 목표 설정 없음
- 도입년도(22년)에는 모니터링 실시, 성과분석을 통해 23년도부터 목표 설정
② s년후 뮤지션 채널 조회수 증가율 = $\frac{\sum_{i=1}^{N_t} V_{i,t+s}}{\sum_{i=1}^{N_t} V_{i,0}} \times 100$
- N은 t년도말 수혜뮤지션수, i는 수혜 뮤지션, s는 추적조사년도(0, 1, 2)
- $V_{i,0}$는 수혜뮤지션 i의 선정 당시의 누적조회수
③ 조회수(V_i)의 정의
- 해당 뮤지션의 Youtube 채널 [동영상] 게시판에 직접 업로드한 '음악활동과 관련 있는 모든 동영상'의 조회수 합계

<Youtube 채널 [동영상] 게시판 화면>
④ '음악활동과의 관련성' 판정 기준
- 업로드된 모든 동영상을 검토하여 동영상 유형분류(MECE)
* MECE: Mutually Exclusive Collectively Exhaustive
- '앨범'~'커버송'까지만 음악활동 유관활동으로 판정
<동영상 유형>
<table><tr><th colspan="2">창작활동</th><th colspan="3">음악활동</th><th colspan="5">기타활동</th></tr><tr><td>앨범</td><td>뮤직비디오</td><td>공연</td><td>라이브직캠</td><td>버스킹</td><td>인터뷰</td><td>커버송</td><td>토크</td><td>브이로그</td><td>기타</td></tr></table>*오른쪽으로 갈수록 음악활동과의 관련성 낮고 제작 자의성 높음
※ 음악활동 및 기타활동의 경우 향후 활동 증가율 측정시 중복계산을 피하기 위해 action day 조사 (조회수 계산시는 중복 허용)
⑤ 측정방법 (월단위 측정, 지표산출시 연단위 적용, 3년 추적조사)
- Crawling기법을 이용하여 매월 1째주 월요일을 기준으로 수혜뮤지션의 Youtube 채널에 게시된 모든 동영상의 조회수를 정기적으로 측정
- (지표제외) 뮤지션 고유의 Youtube채널이 없는 경우 증가율 계산제외
* 21년 뮤즈온 기준 전체 신청 뮤지션의 약 0.95% (산출지표에는 포함)
고유채널 없는 뮤지션 사례1: https://youtu.be/3yD1-BkJLDM</td></tr>
</table>

고유채널 없는 뮤지션 사례2: https://www.youtube.com/watch?v=e6ZelDkI6JY

⑥ 기타 (해외 조회수)

- 수혜 뮤지션의 Youtube Studio channel report에서 제공하는 국가별 조회수 자료를 수집하여 향후 보조지표의 지표화에 활용
- 해외진출 지원사업의 성과측정 및 성과분석에도 활용

동영상 | 트래픽 소스 | 지역 | 시청자 연령 | 시청자 성별 | 날짜 | 구독 상태 | 구독 소스 | 재생목록 | 기기 유형

지역	조회수		시청 시간(단위: 시간)		평균 시청 지속 시간
합계	59,006		763.6		0:46
대한민국	45,663	77.4%	576.8	75.5%	0:45
인도네시아	896	1.5%	6.9	0.9%	0:27
태국	341	0.6%	4.8	0.6%	0:50
미국	265	0.5%	5.7	0.7%	1:17
베트남	239	0.4%	4.4	0.6%	1:06
대만	181	0.3%	4.6	0.6%	1:31
일본	166	0.3%	2.8	0.4%	1:00
말레이시아	132	0.2%	3.3	0.4%	1:29
필리핀	126	0.2%	3.3	0.4%	1:34
캐나다	57	0.1%	0.8	0.1%	0:51
영국	30	0.1%	1.0	0.1%	2:05
홍콩	30	0.1%	0.8	0.1%	1:30
러시아	27	0.1%	0.4	0.1%	0:54
싱가포르	21	0.0%	0.4	0.1%	1:13
네덜란드	13	0.0%	0.1	0.0%	0:18
폴란드	13	0.0%	0.2	0.0%	1:05
프랑스	12	0.0%	0.3	0.0%	1:24
오스트레일리아	11	0.0%	0.5	0.1%	2:37
사우디아라비아	10	0.0%	0.1	0.0%	0:42

<Youtube Studio 채널 리포트 [국가별 조회수] 게시판 화면>

(2) 뮤지션 검색량 증가율(결과지표)

<표 4-12> 지표 정의서: 뮤지션 검색량 증가율

<table>
<tr><th colspan="4">뮤지션 검색량 증가율</th></tr>
<tr><td>정 의</td><td colspan="3">홍보·마케팅 지원사업으로 인한 뮤지션의 인지도 제고 정도를 평가한다.
(상향지표)</td></tr>
<tr><td>목 표</td><td>없음 (신규지표)</td><td>평 가 방 식</td><td>모니터링 (23년도부터 목표 설정)</td></tr>
<tr><td>측정 산식
및 변수</td><td colspan="3">① 목표치: 신규지표이므로 목표 설정 없음
- 도입년도(22년)에는 모니터링 실시, 성과분석을 통해 23년도부터 목표 설정

② 뮤지션 검색량 증가율 = $\frac{\sum_{i=1}^{N} S_{i,t}}{\sum_{i=1}^{N} S_{i,t-1}} \times 100,\ S_{i,t} = S_{i,t}^{G} + S_{i,t}^{N}$
- $S_{i,t}^{G}$ 는 Google Trend의 검색량, $S_{i,t}^{N}$ 는 NAVER Trend의 검색량
- N은 수혜뮤지션수, t은 측정시점, i는 개별 뮤지션

③ 검색량(S_i)의 정의
- Goolge Trend 및 NAVER Trend에서 해당 뮤지션 명으로 검색한 량
- Google Trend는 검색범위를 '전 세계'로 측정
* 향후 분석을 위해 '대한민국'도 조사

④ '뮤지션 명'의 정의
- 'Youtube 채널명', 사업신청서 등을 바탕으로 결정
* Wynn 윈, YESEO (예서)
- 뮤지션 명에 고유성(uniqueness)이 낮아 식별이 곤란한 경우 측정제외
* 월별 Youtube 조회수 추이와 비교하여 고유성 여부 판정
(예시) ABOUT, 그_냥, 키

⑤ 측정방법 (월단위 측정, 지표산출시 연단위 적용, 3년 추적조사)
- Crawling기법을 이용하여 매월 1째주 월요일을 기준으로 측정

※ 도입년도(22년도)에는 자료수집, 이후 조회수와의 상관관계 등을 분석하여 23년도부터 지표 고도화 필요</td></tr>
</table>

(3) KOCCA MUSIC 채널 조회수 증가율(결과지표)

<표 4-13> 지표 정의서: KOCCA MUSIC 채널 조회수 증가율

<table>
<tr><th colspan="4">KOCCA MUSIC 채널 조회수 증가율</th></tr>
<tr><td>정 의</td><td colspan="3">KOCCA MUSIC Youtube 채널이 수혜기관(뮤지션)의 인지도 제고에 기여한 정도를 평가한다. (상향지표)</td></tr>
<tr><td>목 표</td><td>없음 (신규지표)</td><td>평 가 방 식</td><td>모니터링 (23년도부터 목표 설정)</td></tr>
<tr><td>측정 산식 및 변수</td><td colspan="3">① 목표치: 신규지표이므로 목표 설정 없음
- 도입년도(22년)에는 모니터링 실시, 성과분석을 통해 23년도부터 목표 설정

② KOCCA MUSIC 채널 조회수 증가율 = $\frac{\sum_{i=1}^{N_t} V_{i,t}}{\sum_{i=1}^{N_{t-1}} V_{i,t-1}} \times 100$
- N_t는 t년도말까지 업로드된 누적동영상수, i는 업로드된 개별 동영상
- $V_{i,t-1}$는 개별 업로드 동영상 i의 누적조회수

③ 조회수(V_i)의 정의
- KOCCA MUSIC Youtube 채널 [동영상] 게시판에 업로드된 '수혜기관(뮤지션)과 직접 관련 있는 모든 동영상'의 조회수

<Youtube 채널 [동영상] 게시판 화면>

④ '수혜기관(뮤지션)과의 관련성' 판정 기준
- KOCCA MUSIC 채널 위탁사의 업로드 동영상DB를 바탕으로 판정
- 업로드 동영상DB에 동영상 유형을 MECE에 따라 분류하여 기록
* MECE: Mutually Exclusive Collectively Exhaustive
- '뮤지션 인지도 제고'에 기여하는 영상만 포함하고, 광고·셀러브레이션 등 채널 주목도 제고에 기여하는 영상은 조회수 증가율 계산시 제외
*(제외대상) 조회수가 예산액에 비례하는 영상(광고), 주출연자가 수혜기관이 아닌 영상(셀러브레이션, 오프닝쇼), 행사소개영상(트레일러, 기타) 등

<동영상 유형>
<table><tr><th colspan="4">뮤지션 인지도 제고</th><th colspan="5">KOCCA MUSIC 채널 주목도 제고</th></tr><tr><td>앨범</td><td>뮤직비디오</td><td>공연</td><td>인터뷰</td><td>광고</td><td>셀러브레이션</td><td>오프닝쇼</td><td>트레일러</td><td>기타</td></tr></table>*뮤지션 인지도 제고에 직접 관련 있는 영상만을 조회수에 포함

⑤ 측정방법 (월단위 측정, 지표산출시 연단위 적용, 3년 추적조사)
- KOCCA MUSIC 채널 동영상DB와 조회수 측정 결과를 결합하여 측정
- 동영상DB는 KOCCA MUSIC 채널 위탁사가 구축
* 동영상 유형분류 기준은 사전 KOCCA와 조율
- 조회수 측정은 Crawling기법을 이용하여 매월 1째주 월요일을 기준으로 정기적으로 측정하고 지표산출시는 연단위로 적용하여 계산</td></tr>
</table>

(4) KOCCA MUSIC 채널 검색량 증가율(결과지표)

<표 4-14> 지표 정의서: KOCCA MUSIC 채널 검색량 증가율

<table>
<tr><th colspan="4">KOCCA MUSIC 채널 검색량 증가율</th></tr>
<tr><td>정 의</td><td colspan="3">홍보·마케팅 지원사업으로 인한 KOCCA MUSIC Youtube 채널의 영향력 제고 정도를 평가한다. (상향지표)</td></tr>
<tr><td>목 표</td><td>없음 (신규지표)</td><td>평 가 방 식</td><td>모니터링 (23년도부터 목표 설정)</td></tr>
<tr><td>측정 산식
및 변수</td><td colspan="3">① 목표치: 신규지표이므로 목표 설정 없음
- 도입년도(22년)에는 모니터링 실시, 성과분석을 통해 23년도부터 목표 설정

② KOCCA MUSIC 채널 검색량 증가율 = $\frac{\sum_{i=1}^{N} S_{i,t}}{\sum_{i=1}^{N} S_{i,t-1}} \times 100$, $S_{i,t} = S_{i,t}^{G} + S_{i,t}^{N}$
- $S_{i,t}^{G}$ 는 Google Trend의 검색량, $S_{i,t}^{N}$ 는 NAVER Trend의 검색량
- N은 검색어수, t는 측정시점, i는 개별 검색어

③ 검색량(S_i)의 정의
- Goolge Trend 및 NAVER Trend에서 'KOCCA사업 검색어'로 검색한 량
- Google Trend는 검색범위를 '전 세계'로 측정
* 향후 분석을 위해 '대한민국'도 조사

④ 'KOCCA 사업 검색어'의 정의
- KOCCA MUSIC 및 KOCCA MUSIC Youtube 채널 상의 각 브랜드명*
* mucon, museon, trip to K-POP, on the k, kocca behind, kocca's pick, kocca music studio 등
- 브랜드명 리스트는 동영상DB를 구축하는 KOCCA MUSIC 채널 위탁사로부터 확보

⑤ 측정방법 (월단위 측정, 지표산출시 연단위 적용)
- Crawling기법을 이용하여 매월 1째주 월요일을 기준으로 측정
- 지표산출시 연간으로 합산하여 계산

※ 도입년도(22년도)에는 자료수집, 이후 조회수와의 상관관계 등을 분석하여 23년도부터 지표 고도화 필요</td></tr>
</table>

라. 사업유형별 지표: 뮤지션 발굴·육성 사업

(1) 사업후 생존율(결과지표)

<표 4-15> 지표 정의서: 사업후 생존율

사업후 생존율			
정 의	뮤지션 발굴·육성사업 수혜기관(기업)의 수혜이후 경쟁력 제고 정도를 평가한다. (상향지표)		
목 표	없음 (신규지표)	평 가 방 식	모니터링 (23년도부터 목표 설정)
측정 산식 및 변수	① 목표치: 신규지표이므로 목표 설정 없음 - 도입년도(22년)에는 모니터링 실시, 성과분석을 통해 23년도부터 목표 설정 ② s년차 사업후 생존율 = $\frac{\sum_{i=1}^{N} C_{i,t+s}}{\sum_{i=1}^{N} C_{i,t}} \times 100$ - N은 수혜기업수, t는 수혜년도, s는 수혜후 경과년도, i는 t년도의 수혜기업 - 3개년까지 측정: 1년차 생존율, 2년차 생존율, 3년차 생존율 - $C_{i,t+s}$는 1(생존) 또는 0(폐업)으로 측정, $\sum_{i=1}^{N} C_{i,t} = N$ ③ 생존기업수($C_{i,t+s}$)의 정의 - 측정시점 당시 '영업활동' 중인 기업수 * 측정시점: 매 측정년도 말 기준 ④ 조사 및 측정 유의사항 - 기업의 생존여부는 「대중문화예술기획업DB」를 구축하고 '한국기업데이터'의 기업자료 및 직접 조사결과와 교차검증하여 파악 * http://www.kedkorea.com - 3년 추적조사 ※「대중문화예술기획업DB」 - (구축목적) 대중음악산업에 종사하는 기업DB 구축목적 - (구축방법) (공공데이터로 개방된 행정안전부의 「대중문화예술기획업」 인허가데이터를 바탕으로 구축 - (활용방안) 생존율 및 대기업과 중소기업 간의 격차율 파악, 향후 대중음악 산업동향 분석 등에 활용		

(2) 사업후 활동 증가율(결과지표)

<표 4-16> 지표 정의서: 사업후 활동 증가율

<table>
<tr><th colspan="4">사업후 활동 증가율</th></tr>
<tr><td>정 의</td><td colspan="3">뮤지션 발굴·육성사업을 통한 수혜이후 뮤지션으로서의 성장 정도를 평가한다. (상향지표)</td></tr>
<tr><td>목 표</td><td>없음 (신규지표)</td><td>평 가 방 식</td><td>모니터링 (23년도부터 목표 설정)</td></tr>
<tr><td>측정 산식 및 변수</td><td colspan="3">① 목표치: 신규지표이므로 목표 설정 없음
- 도입년도(22년)에는 모니터링 실시, 성과분석을 통해 23년도부터 목표 설정
② 사업후 활동 증가율 = $\frac{\sum_{i=1}^{N} A_{i,t+s}}{\sum_{i=1}^{N} A_{i,0}} \times 100$
- N은 수혜뮤지션수, t는 수혜년도, i는 개별 수혜 뮤지션, s는 경과년도
- $A_{i,0}$는 뮤지션 i의 선정 당시의 음악활동 유관 업로드 동영상수

③ 동영상수(A_i)의 정의
- 해당 뮤지션의 Youtube 채널 [동영상] 게시판에 직접 업로드한 '음악활동과 관련 있는 모든 동영상' 수 합계

<Youtube 채널 화면>

④ '음악활동과의 관련성' 판정 기준
- 업로드된 모든 동영상을 검토하여 동영상 유형분류(MECE기준)
* MECE: Mutually Exclusive Collectively Exhaustive
- '앨범'~'커버송'까지만 음악활동 유관활동으로 판정
<동영상 유형>
<table><tr><th colspan="2">창작활동</th><th colspan="3">음악활동</th><th colspan="5">기타활동</th></tr><tr><td>앨범</td><td>뮤직비디오</td><td>공연</td><td>라이브직캠</td><td>버스킹</td><td>인터뷰</td><td>커버송</td><td>토크</td><td>브이로그</td><td>기타</td></tr></table>*각 활용영역별로 오른쪽으로 갈수록 자의성 높음

※ 활동 증가율 측정시 action day를 파악하여 중복 제외
* 앨범·뮤직비디오·인터뷰·커버송: 업로드 일자
* 공연·라이브·버스킹: 실제 이벤트 일자

⑤ 측정방법 (월단위 측정, 지표산출시 연단위 적용, 1년 추적조사)
- Crawling기법을 이용하여 매월 1째주 월요일을 기준으로 수혜뮤지션의 Youtube 채널에 게시된 모든 동영상을 정기적으로 추적조사
- (지표제외) 뮤지션의 고유의 Youtube채널이 없는 경우 지표산출시 제외
* 제외되는 뮤지션수: 21년 뮤즈온 기준 약 0.95% (4/417)
https://youtu.be/3yD1-BkJLDM, https://www.youtube.com/watch?v=e6ZelDkI6JY</td></tr>
</table>

마. 사업유형별 지표: 해외진출 지원 사업

(1) 매칭건수(결과지표)

<표 4-17> 지표 정의서: 매칭건수

<table>
<tr><th colspan="4">매칭건수</th></tr>
<tr><td>정 의</td><td colspan="3">해외진출 지원사업을 통해 창출된 국내 뮤지션의 해외진출을 위한 비즈매칭 성과를 평가한다. (상향지표)</td></tr>
<tr><td>목 표</td><td>100%</td><td>평 가 방 식</td><td>목표 대비 실적</td></tr>
<tr><td>측정 산식
및 변수</td><td colspan="3">① 목표치: 21년 수준(80건) 이상 달성
- 코로나19로 인해 온라인 방식으로 운영되는 점을 고려
- 팬데믹 상황 종료시 지표 측정변수 및 목표치 재설정 필요

② 매칭건수 달성률 = 비즈매칭실적/미즈매칭목표

※ 매칭 이후 후속 페스티벌 참가실적 추적조사
- '해외진출지원사업'에 대한 예비지표의 지표화 고려

※ 추적조사DB 양식
<table>
<tr><th>번호</th><th>페스티벌 명</th><th>국가</th><th>공연장 지역</th><th>선정 뮤지션</th><th>공연곡 수</th><th>공연곡 1</th><th>공연곡 2</th><th>공연곡 3</th><th>공연곡 4</th><th>방송출연 회수</th></tr>
<tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>

※ 기타 (해외 조회수)
- 수혜 뮤지션의 Youtube Studio channel report에서 제공하는 국가별 조회수 자료를 수집하여 향후 보조지표의 지표화 및 성과분석에 활용</td></tr>
</table>

바. 사업유형별 지표: 기반 구축 사업

(1) 후속투자금액 증가율

<표 4-18> 지표 정의서: 후속투자금액 증가율

후속투자금액 증가율			
정 의	기반구축사업을 통해 창출된 후속 투자성과를 평가한다. (상향지표)		
목 표	없음	평 가 방 식	모니터링
측정 산식 및 변수	① 목표치: R&D 사업의 특성을 고려하여 3년차 이후 목표 설정 - 2020년에 신규로 편성된 사업으로서, R&D사업의 특성을 고려하여 3년간 사업성과 모니터링후 목표설정 ② 후속투자금액 증가율 $= \frac{\text{기업당지원후후속투자금액}}{\text{기업당3년평균후속투자금액}} \times 100$ $= \frac{\left(\sum_{i=1}^{N} I_{i,t+1}\right)/N}{\left(\sum_{s=1}^{3}\left(\sum_{i=1}^{N} I_{i,t+s}\right)/N\right)/3}$ ③ 후속투자금액($I_{i,t+s}$)의 정의 - t년도의 수혜기관이 사업 종료 후 s년도 후 투자받은 금액 (추적조사) - 지원을 받아 개발한(또는 개발중인) 기술과 직접 관련하여 벤처캐피탈 또는 엔젤펀딩과 같이, 외부로부터 받은 후속투자금액 - 다년간에 걸쳐 지원받을 경우, 연단위로 환산 적용 ④ 측정방법 - 사업 종료 이후 설문조사 방식을 통해 3년간 추적조사		

(2) 매출액 증가율

<표 4-19> 지표 정의서: 매출액 증가율

<table>
<tr><th colspan="4">매출액 증가율</th></tr>
<tr><td>정 의</td><td colspan="3">기반구축사업을 통해 개발된 기술로 인한 매출액을 평가한다. (상향지표)</td></tr>
<tr><td>목 표</td><td>없음</td><td>평 가 방 식</td><td>모니터링</td></tr>
<tr><td>측정 산식
및 변수</td><td colspan="3">① 목표치: R&D 사업의 특성을 고려하여 3년차 이후 목표 설정
- 2020년에 신규로 편성된 사업으로서, R&D사업의 특성을 고려하여 3년간 사업성과 모니터링후 목표설정

② 매출액 증가율 $= \frac{\text{기업당지원후매출액}}{\text{기업당3년평균매출액}} \times 100$
$= \frac{\left(\sum_{i=1}^{N} R_{i,t+1}\right)/N}{\left(\sum_{s=1}^{3}\left(\sum_{i=1}^{N} R_{i,t+s}\right)/N\right)/3}$

③ 매출액($R_{i,t+s}$)의 정의
- 지원을 받아 개발한(또는 개발중인) 기술 또는 서비스와 직접 관련하여 발생한 매출액으로서, 상용화·기술이전·로열티 등으로 발생한 매출액
- 상용화(서비스 및 제품 상용화)로 직접 발생한 매출액
- 개발한 기술 또는 서비스의 이전을 통해 발생한 기술이전료
- 개발한 기술 또는 서비스의 서브라이센스를 통해 발생한 로열티 수입
- 개발한 기술 또는 서비스의 상용화를 위해 설립한 자회사가 있는 경우, 해당 기술 또는 서비스를 통한 자회사의 매출액

④ 측정방법
- 사업 종료 이후 설문조사 방식을 통해 3년간 추적조사</td></tr>
</table>

대중음악 육성사업 성과지표 개발 위탁용역

2021

KOCCA21-26

제5장 결과 종합 및 정책제언

제5장 결과 종합 및 정책제언

1. 결과 종합

가. 연구 배경 및 목적

○ (연구 배경) 최근 대중음악산업 육성사업 예산 및 사업가짓수의 큰 폭으로 증가하고 있으나 사업성과로 제시하고 지속 관리할 수 있는 지표가 불명확하여 사업특성을 반영하고 사업목표에 부합하며 다양한 성과를 합리적·효과적으로 나타낼 수 있는 사업유형별 성과지표 개발 시급

○ (연구 목적) 대중음악 육성사업에 대한 객관적 평가 및 후속 사업 추진의 필요성을 피력할 수 있는 근거로서, 결과지표 중심의 사업유형별 성과지표를 만들어 향후 사업의 중기 계획에 반영하고 관련 정책제언을 제공

나. 연구 내용 및 범위

○ (환경분석) 대중음악 육성사업의 주요 현황 및 산업 구조 등에 대한 분석을 통해 대중음악산업의 특성을 반영하는 결과지표 중심의 성과지표 및 적용 가능성 검토

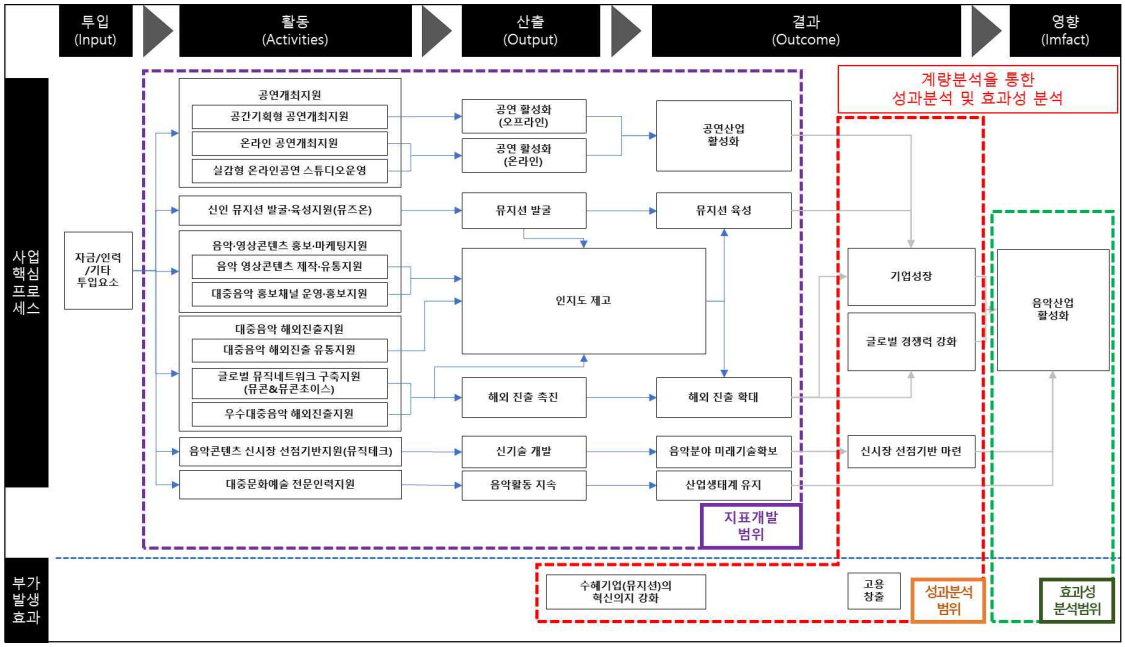
○ (지표(안)개발 및 지표 확정) 진흥원의 대중음악 육성사업에 대한 기존 성과목표체계 진단 및 재구축, 사업유형화를 통해 성과창출 프로세스 정립하고 이를 바탕으로 지표 Pool 도출, 지표 적합성 검증을 통해 최종 성과지표 확정

○ (지표 정의서 작성) 확정된 사업유형별 대표 성과지표의 계산식 설정, 설정된 계산식을 바탕으로 대표 성과지표의 지표정의서 작성

○ (최종보고서 작성) 연구결과를 종합하여 정책제언을 포함한 최종보고서 작성

다. 대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 정립

❑ **(대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 정립) 최종적인 대중음악 육성사업의 성과창출 프로세스는 다음과 같음**



[그림 5-1] 대중음악 육성사업 성과창출 프로세스 (사업유형별)

라. 대중음악 육성사업 성과지표

❑ 진흥원의 대중음악 육성사업 성과지표 개발을 위한 프로세스는 다음과 같음

○ 세사업별 성과창출 프로세스를 수립하고 사업유형화를 통해 사업의 목적 및 활동단계별로 유형화하여 대중음악 육성사업의 성과창출 프로세스를 수립

○ 세사업별 성과창출 프로세스로부터 후보지표들을 도출하여 지표POOL을 구성

○ SMART 검증법을 통해 지표POOL에 대한 타당성을 검토

○ 최종지표를 확정하고 지표 정의서 작성

❑ 지표POOL

○ 수립된 논리모형을 통해 지표POOL이 도출되었으며, CSF와의 연계성, 구체성・명확성, 측정가능성, 책임 및 권한 적합성, 기한성, 비교 가능성의 6가지 기준을 적용하여 검증한 사업유형별 최종지표는 다음과 같음

<표 5-1> 대중음악 육성사업 최종 성과지표

사업유형	성과지표	지표유형	방법
전체	목표 달성률	기존지표 수정	자체
공연	공연수 증가율	신규	사후설문
	투자촉진효과(CVM)	신규	자체
홍보·마케팅	뮤지션 채널 조회수 증가율	신규(빅데이터기반)	crawling기법
	뮤지션 검색량 증가율	신규(빅데이터기반)	crawling기법
	KOCCA MUSIC 채널 조회수 증가율	신규(빅데이터기반)	crawling기법
	KOCCA MUSIC 검색량 증가율	신규(빅데이터기반)	crawling기법
발굴·육성	사업후 생존율	신규(빅데이터기반)	DB 이용
	사업후 활동 증가율	신규(빅데이터기반)	crawling기법
해외진출	매칭건수	기존	자체, 사후설문
기반구축	후속투자금액 증가율	기존	사후설문
	매출액(상용화, 기술이전, 로열티) 증가율	기존	사후설문

❑ 빅데이터기반지표 및 대중문화예술기획업DB

❍ (빅데이터기반 지표) 진흥원의 대중음악 육성사업은 음악산업의 특성상 사업성과창출에 시의성(timeliness)이 존재하므로 사후 추적조사를 통해 사업종료 이후의 후속성과를 조사할 필요가 있음

- 조사비용, 수혜기관의 응답부담 및 진흥원의 조사부담을 고려하여 빅데이터에 기반한 신규지표를 도입하여 지표 고도화

❍ (대중문화예술기획업DB) 대중음악산업에 종사하는 기업DB를 구축함으로써 대중음악산업동향 분석 및 수혜기업의 생존율, 대기업과 중소기업 간의 격차율 파악 등 성과지표 측정과 정책수립의 기초자료로 활용

- 공공데이터로 개방된 행정안전부의 「대중문화예술기획업」 인허가데이터를 바탕으로 구축

2. 정책 제언

가. 대중음악산업 특성을 고려한 정책 지원 필요

❑ **음악산업은 시장실패가 발생하므로 공적 개입 필요**

○ 시장실패요인1: 높은 독과점화 가능성으로 인한 시장실패

○ 시장실패요인2: 긍정적 외부효과(positive externalities)로 인한 과소생산

- 또한 음악상품은 가치재(merit goods)로서 최소수준 생산·공급이 요구되고 지속가능한 공동체 형성에도 기여

❑ **규모의 경제가 존재하므로 중소기업에게 불리한 산업**

○ 대중음악산업은 승자독식의 '슈퍼스타시장'이며, 수직계열화·복합기업화를 통한 과점화, 빠른 시장환경변화로 인한 높은 불확실성으로 인해 규모의 경제 존재

○ '규모의 경제(economies of scale)'가 존재하는 산업이므로 시장에 맡길 경우 소수의 대기업에 의한 자연독(과)점화 발생

❑ **'NEXT BTS'(한류의 지속·확대)를 위해 산업생태계 유지 필요**

○ 미래 유망 음악상품에 대한 예측이 곤란하므로, 한류의 지속가능한 발전을 위해서는 음악산업의 다양성 및 산업생태계 유지 필요

○ 음악산업은 대표적인 '긱 경제(gig economy)'로서, 프로젝트를 기반으로 필요에 따라 세분화된 전문가들이 '헤쳐모여式'으로 창작활동 및 공연활동 수행

- 세분화된 전문분야별로 '강소기업(뮤지션 포함)' 육성을 통해 산업생태계 강화 필요

❑ **지속가능한 발전을 위해 음악의 '종(장르) 다양성' 확보 필요**

○ 미래 시장 전망에 대한 높은 불확실성(히트장르 예측 곤란)에 대응하기 위

해서는 음악의 다양성 확보로 극복할 필요

- ‘리차드 피터슨 & 데이비드 버거’의 연구

  * 혁신이 발생했다면 반드시 다양성이 존재하나, 그 반대는 성립하지 않음

- 과거 다양한 장르에서의 창작경험이 현재 혁신적인 창작활동의 기반

  * ‘9와 숫자들’의 멤버 9(송재경): 2018년 BTS의 정규3집 앨범 『LOVE YOURSELF 轉 'Tear'』의 수록곡 ‘낙원’ 작사·작곡 참여

  * ‘좋아서 하는 밴드’의 멤버 안복진: 2020년 BTS의 정규4집 앨범 『MAP OF THE SOUL』의 수록록 ‘filter’ 작사·작곡 참여

○ 다양성 상실시 궁극적으로는 음악산업 성장동력 위축 우려

- 피터 알렉산더의 연구

  * 음악산업의 집중도(독과점 정도)와 제품다양성(음악의 다양상)간의 관계는 오목한(concave) 2차함수

❑ **대중음악산업 육성을 위해 지원예산규모 늘릴 필요**

○ 대중음악산업 수출 증가율은 최근 5년평균(‘14~‘19년) 13.9%에 달하여 매우 높은 수준

- 사회적 할인율(4.5%)를 고려할 때 높은 수출성장률은 매우 고무적

○ (음악) K-Pop의 글로벌 진출 확대 및 다양한 장르의 음악 지속 지원, '14년부터 5년간 음악산업 수출액 연평균 13.9% 증가율 기록 * (수출액) '14년 335,650천 달러 → '19년 564,236천 달러

출처: 의안정보시스템, 2022년 예산안(정부) 문화체육관광부 성과계획서 18p.

○ 특히 창작단계를 포함한 음악산업의 가치창출단계별 지원책 필요

- 창작 → 앨범(음원)녹음 → 홍보·마케팅 → 유통 → 공연 → 소비

나. 대중음악 육성사업 향후 추진 방향에 대한 제언

❑ **음악산업의 가치창출 원천인 창작단계에 대한 지원방안 마련 필요**

○ 현재 뮤즈온사업(신인 발굴·육성)과 인력지원사업이 일부 창작단계 지원의 성격이 있기는 하나 미미한 수준

○ 뮤지션 외에도 작곡, 작사, 편곡, 실연, 앨범(음원)제작 등 창작단계에 대한 지원 필요

❑ **보다 많은 소비자에게 노출시킬 수 있도록 홍보지원 확대 필요**

○ 좋은 음악은 노출되기만 한다면 소비자에게 소비될 수 있으므로, 홍보·판촉 기능이 부족한 중소기업(뮤지션)에 대한 홍보 지원을 강화할 필요

○ 지원사업 수혜대상(중소기업)을 고려하여 음악상품·뮤지션에 대한 인지도 제고 목적의 유통·홍보·마케팅 지원 필요

❑ **미래 유망 장르 발굴·대비를 위한 기반 마련 필요**

○ 미래 유망 장르는 예측이 곤란하므로 빅데이터에 기반한 유망 장르 예측 연구 등 기초연구 필요

- 디지털음원DB 및 AI분석 기법을 이용하여 과거 십수년간의 시장선호장르에 대한 선호주기 분석을 통해 장래 유망 장르 예측

○ 예측결과에 기반한 장르별 육성방안을 마련하는 것을 검토할 필요

다. 대중음악 육성사업 성과관리를 위한 제언

❑ **산업특성을 고려한 성과지표 고도화 필요**

○ 대중음악산업은 성과창출시까지 시의성이 낮으며 중소기업 중심(긱 경제)이어서 사후 추적조사도 원활하지 않을 것으로 예상되어, 본 연구에서는 빅데이터에 기반한 성과지표를 개발하였음

○ 개발된 지표에 대한 모니터링을 실시하고 향후 Youtube 조회수 외에 소셜미디어에 대한 텍스트마이닝(text mining)을 통해 AI에 기반한 성과지표 고도화 필요

❑ **대중음악산업DB 구축 필요**

○ 대중음악산업에 종사하는 기업DB, 뮤지션DB, 음원DB 등을 구축함으로써 과

학적 정책 수립의 기초자료로 활용할 필요

- 뮤지션 대상 네트워크 분석을 통한 각 경제 분석, 뮤지션 성장경로 분석, 기업성장경로 분석, 음원DB를 이용한 미래 유망 장르 예측

- 과학적 성과지표 측정 및 성과분석을 위한 기초자료

❑ **수혜기관의 특성을 고려한 사업관리 방안 필요**

○ 수혜기관의 지원성과에 대한 최소한의 결과보고는 필수적이나 소기업 또는 (소속사 없는) 뮤지션 개인의 경우 보고부담이 높은 점을 고려한 사업관리 방안 필요

○ 원칙적으로 지원사업의 수혜대상은 제한할 필요 없으나, 신인 뮤지션 또는 신생 기업이 많은 '뮤즈온사업'에 한하여, '성과창출에 대한 의지'를 기준으로 선발하고, 수혜기관의 보고부담을 최소화하는 관리방안 마련 필요

- 수혜기관에게는 단순한 설문응답 수준*의 보고의무만 부여하고 응답결과 분석을 통해 선정된 수혜기관을 대상으로 '스토리텔링' 형식의 인터뷰 방식의 성과수집

* 객관식 또는 단답식 수준으로 응답부담이 매우 낮은 설문 형태

대중음악 육성사업 성과지표 개발 위탁용역

2021

KOCCA21-26

참고문헌

참고 문헌

이수범(2012), 『디지털 시대의 음악 산업』. 한울아카데미.

Alan B. Krueger(2021). 『로코노믹스(음악 산업에서는 누가, 어떻게 돈을 버는가)』. 안세민 · 역. 비씽크. (2020).

Matthew J. Salganik and Duncan J. Watts(2008). Leading the Herd Astray: An Experimental Study of Self-fulfilling Prophecies in an Artificial Cultural Market. Social Psychology Quarterly. Vol. 71(4), 338~355.

Richard A. Peterson and David G. Berger(1996), Measuring Industry Concentration, Diversity, and Innovation in Popular Music. American Sociological Review. Vol. 61(1). 175~178.

대중음악 육성사업 성과지표 개발 위탁용역

주관기관 | 한국콘텐츠진흥원
감　　수 | 이 현 주 (대중문화본부 본부장)
감　　수 | 이 혜 은 (음악패션산업팀 팀장)
연구총괄 | 이 아 영 (음악패션산업팀 주임)
수행기관 | 공공정책성과평가연구원
연구책임 | 조 무 상 (공공정책성과평가연구원 연구위원)
연구분석 | 김 동 준 (공공정책성과평가연구원 연구위원)
노 민 택 (공공정책성과평가연구원 연구위원)
양 진 명 (공공정책성과평가연구원 연구위원)
배 한 형 (공공정책성과평가연구원 선임연구원)
강 나 율 (공공정책성과평가연구원 전임연구원)

발 행 인 | 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발 행 일 | 2021년 12월 31일
발 행 처 | 한국콘텐츠진흥원
주　　소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전　　화 | 1566-1114
홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호_KOCCA21-26
ISBN_979-11-6677-054-8(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"