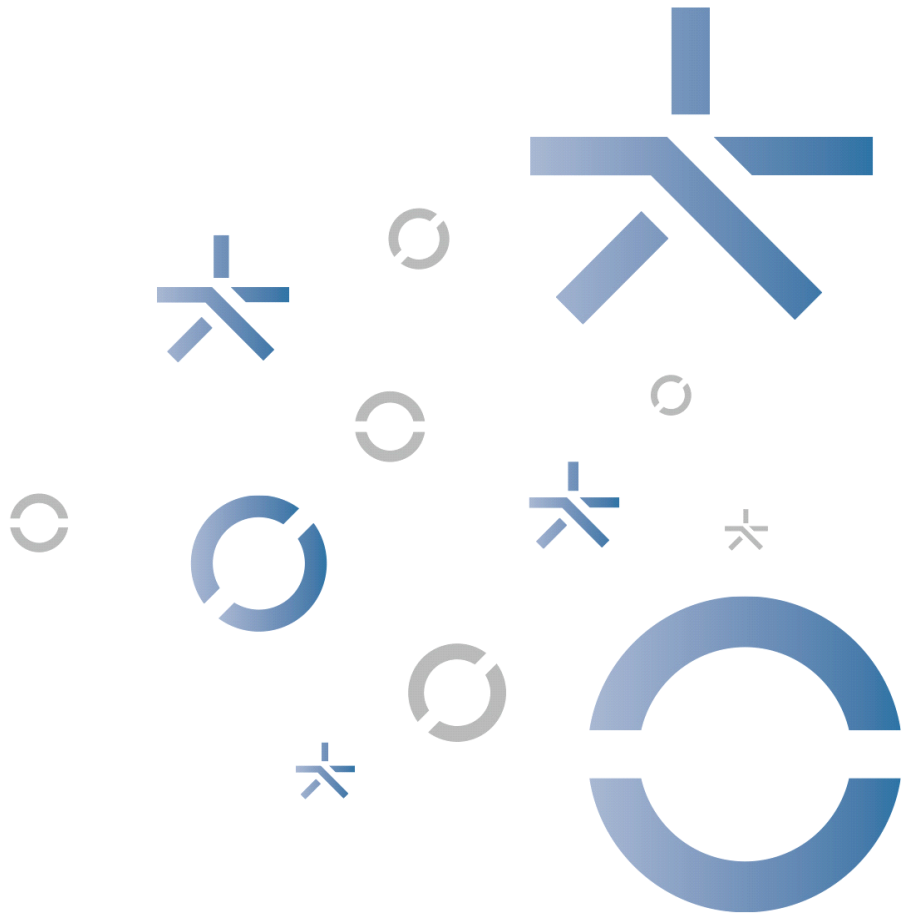


# 캠프마켓 활용 음악산업지구 조성 방안

최영화·이선정



## 연구책임

---

최영화 도시사회연구부 연구위원

## 연구참여

---

이선정 도시사회연구부 전임연구원

---

본 연구 결과는 연구진의 견해로서  
인천광역시의 정책과는 다를 수 있습니다.

## 1. 연구개요

### 1) 연구배경

- 「음악도시 인천 마스터플랜」 연계 음악산업 기반 조성 방안 마련 필요
  - 인천시가 2020년 12월에 발표한 「음악도시 인천 마스터플랜」에는 3대 추진전략과 9대 추진과제가 제시되어 있는데, 그 중 ‘음악산업 생태계 조성’ 전략에 ‘음악산업 기반 및 음악인 역량 강화’ 과제가 포함되어 후속 지원방안 마련이 요구됨
- 음악창작소 조성에 따른 지역 음악산업 생태계 구축 방향 설정 필요
  - 문체부가 지원하는 음악창작소가 부평 캠프마켓(1단계 B구역)에 조성 중이므로, 향후 음악창작소를 거점으로 한 지역 음악산업 생태계 구축 지원방안 마련이 요구됨
- 부평구의 ‘제2차 법정 문화도시’ 조성 사업 연계 음악산업 지원 필요
  - 부평구는 2021년 1월에 문체부가 지정하는 ‘제2차 법정 문화도시’로 선정되어 2025년까지 5년간 문화도시 사업을 추진할 계획임. 특히 캠프마켓의 문화적 재생을 도모하고 음악산업 생태계를 조성하여 음악도시로서 부평의 장소성을 새로이 구축할 계획이므로 이와 연계한 정책 방안 마련이 필요함
- 캠프마켓 문화공간 조성계획에 인천시·부평구 음악도시 계획 연계 필요
  - 인천시는 ‘캠프마켓 공원 조성 기본구상 용역’을 2023년까지 추진할 계획으로, 캠프마켓의 문화공원 조성계획에 음악산업지구 관련 내용을 반영하기 위한 기초자료 마련이 필요함

### 2) 연구목적

- 인천시 음악산업 여건 기초자료 구축
- 문화산업진흥지구 사례 조사 및 시사점 도출
- 인천시 음악산업진흥지구 조성 방향 제안

## 2. 문화산업진흥지구 개념 및 정책 여건

### 1) 문화산업진흥지구 개요

- 문화산업진흥지구는 “문화산업 관련 기업 및 대학, 연구소 등의 밀집도가 다른 지역보다 높은 지역으로서 집적화를 통한 문화산업 관련 기업 및 대학, 연구소 등의 영업활동 연구개발·인력양성·공동제작 등을 장려하고 촉진하기 위하여 지정된 지역”을 의미함
  - 문화산업진흥지구는 ①예정지역이나 그 인근 지역에 문화상품 기획·제작·개발·생산 유통과 관련된 시설이 집적되어 있고 ②교통통신·금융 등 문화산업의 육성을 위한 기반시설이 갖추어져 있으며, ③문화산업과 관련된 교육기관 연구시설 등이 있어야 함
- 문화산업진흥지구로 지정되면 「문화산업법」에 근거하여 각종 부담금(대체산림자원 조성비 등 5종) 및 인허가 면제(공공하수도 공사시행 등 9종) 혜택이 주어지며, 「벤처기업법」 상 벤처기업육성촉진지구로 간주되어 간접적 세제지원이 가능함

### 2) 관련 정책 동향

- 문화산업진흥지구 관련 정책 동향을 파악하여 캠프마켓 음악산업지구 조성을 위한 지원 근거를 확보하고 연계 사업 방안을 모색하고자 함
- 이를 위해 관련 법률 및 조례, 문체부와 인천시의 정책 및 사업 등을 종합적으로 검토했으며, 주요 조사 결과는 [요약 표 1]과 같음

[요약 표 1] 관련 정책 동향 조사 결과

구분		조사 결과	
법률 및 조례	법률	문화산업진흥 기본법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화산업진흥지구 정의, 책무, 지정 및 지원내용(각종 부담금 및 인·허가 면제 등)</li> <li>• 문화산업진흥지구를 「벤처기업법」 제18조의4에 따른 벤처기업육성촉진지구로 간주</li> </ul>
		벤처기업육성에 관한 특별조치법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 벤처기업육성촉진지구에 지방중소기업육성 관련 자금 조성 우선 지원, 촉진지구에 있거나 이전하는 기업, 촉진지구 내 벤처기업집적시설의 설치·운영자 및 창업보육센터사업자에 대한 경제적 지원, 각종 부담금(개발부담금 등 5종) 면제</li> </ul>
	조례	인천광역시 문화콘텐츠산업 진흥 조례	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화산업진흥지구 조성계획 시행자 혹은 관할 기초지자체에 필요 예산 지원</li> </ul>
		인천음악창작소 관리 및 운영 조례	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천광역시 부평구 산곡동 449번지(캠프마켓)에 조성</li> <li>• 음악 관련 시설 및 부대시설 설치, 지역 음악인 발굴 및 지원, 음악산업 육성 및 지원 등의 사업 추진</li> </ul>



정책 및 사업	중앙 정부	정책	지역 문화산업클러스터 육성정책	<ul style="list-style-type: none"> <li>1999년 「문화산업법」 제정. 2006년 법률 개정 통한 문화산업 진흥지구 제도 도입</li> <li>2007~2011년 문화산업진흥지구, 문화산업진흥시설 지정 등 사업 추진 이후 최근에는 관련 정책 추진 미흡</li> </ul>
			문화비전2030	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 내 콘텐츠 기업 육성 거점 확대</li> <li>지역 주도 문화산업육성 정책 추진 위한 협력체계 마련</li> </ul>
			콘텐츠산업 경쟁력 강화 핵심전략(2018~2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>핵심인프라 전국적 지원망 구축, 미래형·참여형·콘텐츠 인프라 신설, 지역콘텐츠 거점화·광역화로 인프라 연계체제 구축</li> </ul>
			제2차 지역문화진흥 기본계획(2020~2024)	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 콘텐츠산업 생태계 구축 지원(지역별 거점기관 지정, 콘텐츠코리아랩, 음악창작소 등 운영, 기업육성센터 운영 등)</li> </ul>
		사업	한국콘텐츠진흥원 주요사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>음악창작소 프로그램 운영지원 사업, 지역기반형 콘텐츠코리아랩 운영 사업, 지역거점형 콘텐츠 기업육성센터 조성 및 운영 사업</li> </ul>
	인천시	정책	제2차 인천광역시 문화진흥시행계획 (2020~2024)	<ul style="list-style-type: none"> <li>콘텐츠산업 지원기관 구축(R&amp;D강화, 인천 콘텐츠기업 육성센터 운영)</li> <li>음악콘텐츠산업 육성(음악산업 기반시설 조성, 음악도시 조성 마스터플랜 수립 등)</li> </ul>
			음악도시 인천 마스터플랜	<ul style="list-style-type: none"> <li>음악산업 기반 및 음악인 역량 강화(음악창작소 조성·운영, 음악산업 전문인력 양성 아카데미 개설, 음악산업 유치, 수제 악기제조업 육성)</li> <li>음악자원 전용시설 건립(음악대학 유치, 국립한국대중음악자료원 건립 유치)</li> <li>음악을 통한 원도심 활성화(음악전용 공연장 조성, 뮤지 레지던시 조성)</li> </ul>
			인천문화콘텐츠산업 마스터플랜 수립 연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화콘텐츠 강소기업 육성(유망기업 발굴·집중육성, 재도약 프로그램 운영, 글로벌 사업화 멘토링, 기업 경영 컨설팅 지원)</li> <li>인천지역 문화콘텐츠 기업 정주여건 개선(펀딩 및 크라우드 펀딩, 단계별 해외진출 마케팅 지원)</li> <li>콘텐츠산업 거버넌스 구축(문화콘텐츠 산업 육성 조례 개정, 전담기관 운영, 조직간 협력 활성화)</li> </ul>
			부평 문화도시 종합발전계획 (2021~2030)	<ul style="list-style-type: none"> <li>장소성 기반 음악자원 발굴·활용(애스컴 시티 및 캠프마켓 시대 음악 아카이브 및 활용, 1950~70년대 초 애스컴 시절의 음악 리메이크, 캠프마켓 뮤지 라이브러리 조성)</li> <li>지역뮤지션 및 기획자 지원(신인뮤지션 발굴 및 기존 뮤지션 활동 지원, 창제작 및 디지털음악 전문교육 지원)</li> <li>D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산(디지털뮤지컬 창제작·교육 프로그램 운영, 언더시티 커먼즈몰 실험 운영 및 조성, 캠프마켓 스트리트컬처 프로젝트)</li> </ul>
		사업	문화관광국 주요업무계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화예술과: 인천 음악창작소 조성·운영</li> <li>문화콘텐츠과: 콘텐츠기업 원스톱 플랫폼 구축(인천 콘텐츠기업 지원센터 운영, 지역특화 콘텐츠 개발지원, 인천형 핵심성장 콘텐츠 제작지원, 문화콘텐츠 맞춤형 사업화 지원, 인천형 콘텐츠 유망기업 발굴 집중육성)</li> </ul>
문화산업진흥지구 조성사업			<ul style="list-style-type: none"> <li>문화콘텐츠 육성: 문화콘텐츠 제작 지원</li> <li>문화콘텐츠산업 활성화: 아카이브 구축</li> <li>2021년까지 문화산업진흥지구 입주기업 위주 지원 → 입주기업의 지속 이탈로 사업 실효성 저하 → 2022년부터 인천시 소재 기업으로 대상 확대 추진</li> </ul>	
		문화도시 부평 조성사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 뮤지션 및 기획자 지원사업</li> </ul>	

### 3) 소결

#### ① 문화산업진흥지구 관련 정책 활성화 미흡

- 현재 문화산업진흥지구 지정에 관해서는 법률에 추진 근거가 마련되어 있으나, 2011년에 부천시 한국만화영상진흥원이 문화산업진흥시설로 지정된 것을 마지막으로 문화산업진흥지구가 추가 지정된 사례가 없으며 지원사업도 활발히 추진되지 못함
  - 인천시 조례에도 지구 조성과 관련하여 '필요한 경우 조성계획을 시행하는 자와 관할하는 군수·구청장이 추진하는 조성사업에 소요되는 경비를 지원할 수 있다'는 간단한 조항만 제시됨
  - 그간 인천테크노파크에서 인천문화산업진흥지구 지원사업을 운영하였으나 앞으로는 인천시 콘텐츠 기업 전반으로 사업을 확대·추진할 예정임

#### ② 지역 주도의 적극적인 지원정책 마련 필요

- 현재 문화산업진흥지구 관련 정책이 미흡하므로 문화산업진흥지구를 지정하여 관리·육성하기 위해서는 지자체 차원의 적극적인 지원정책 수립 및 시행이 필요함
  - 캠프마켓 일원을 음악산업진흥지구로 지정하여 지역 음악생태계의 거점이 될 수 있도록 하기 위해서는 인천시가 주도적으로 기존 정책과 연계하여 지정요건 충족부터 지정 이후의 지원방안까지 중장기 계획을 마련할 필요가 있음

#### ③ 음악산업 관련 기관의 집적 유도 필요

- 정책 여건상 인천시가 특정 지역에 대해 문화산업진흥지구의 추가지정을 신청하여 지원할 수 있지만 현 상황에서 캠프마켓은 문화산업진흥지구 지정요건을 충족하지 못함
  - 현재 캠프마켓은 미군의 반환 이후 개발 방향을 논의 중이며 조성 예정인 음악창작소 외에는 이전 예정인 음악산업 관련 기관은 없는 상황임
  - 「음악도시, 인천 마스터플랜」에서 캠프마켓으로 음악산업체를 유치하는 정책과제가 제시되어 있으나 2023년 이후 추진될 장기 플랜이므로 단기간에 음악산업 관련 기관을 집적시키기 어려운 실정임
  - 즉, 캠프마켓을 음악산업진흥지구로 지정하기 위해서는 관련 기관의 자발적인 이전을 통한 클러스터 형성 과정이 선행되어야 하므로 이전을 유도할 수 있는 인센티브 발굴과 함께 장기적 관점에서의 정책 수립이 필요함

### 3. 문화산업진흥지구 지정 현황 및 사례

#### 1) 문화산업진흥지구 지정 현황

- 2022년 현재 문화산업진흥지구는 11개로, 2008년에 9개가 지정되고, 2010년에 2개가 지정되었으며, 2010년 이후 추가로 지정된 사례는 없음
  - 인천시의 경우, 미추홀구 도화동 일원에 차세대 실감형 콘텐츠를 주요 업종으로 하는 문화산업진흥지구가 2008년에 지정되었으며 중점 육성기간은 2013년까지였음
  - 인천시 외에 부산, 대구, 대전, 부천, 전주, 천안, 제주, 고양, 안동, 성남에 있으며 이들 대부분이 영상(첨단영상, 방송영상, 디지털영상 등)과 게임 중심의 문화콘텐츠산업을 진흥하기 위한 계획을 수립하여 추진함

[요약 표 2] 문화산업진흥지구 지정 현황

(단위: m<sup>2</sup>)

구분	중점 유치업종	위치	면적(m <sup>2</sup> )	지정시기
부산	영상, 게임	해운대구 우동(센텀시티 일원)	343,959	2008.2.29
대구	게임, 모바일 콘텐츠, 캐릭터, 뉴미디어 콘텐츠	남구 대명동(구 계명대 부지)	117,666	"
대전	첨단영상(영화), 게임	유성구 도룡동(엑스포공원 일부)	388,570	"
부천	만화, 애니메이션	원미구 상동(영상문화단지 일원)	600,263	"
전주	한스타일, 영상	완산구 중노송동·교통·풍남동·고사동(정보영상벤처타운, 한옥마을, 영화의 거리 일원)	472,138	"
천안	문화디자인	문화동·대흥동·성황동·오룡동·원성동 일원	306,782	"
제주	디지털영상, 모바일 콘텐츠	이도 2동(제주시청 인근)	127,657	"
인천	차세대 실감형 콘텐츠	미추홀구 도화동 일원	263,164	2008.12.2
고양	방송영상(방송, 영화, 애니메이션, 게임)	장항동 일원 오피스 집적지구 (라페스타, 웨스턴돔 주변 지역)	664,710	"
안동	영상, 공예, 공연/전시산업	중구동 및 서구동 일원	512,581	2010.1.21
성남	게임산업 및 IPTV산업	분당구 서현동~정자동 일원	1,246,826	2010.2.17

- 현재까지 지정된 국내 문화산업진흥지구 중 음악산업을 주요 유치업종으로 하는 지구는 없으며, 문화산업진흥지구가 최초 지정 후 12~14년이 경과하여 지원사업이 축소되거나 비활성화된 경우가 대부분임
  - 전국 사례 중 문화산업진흥지구에서 지속적으로 인프라를 구축하고 기업을 유치하며 정책적 지원방안을 연구·추진하는 지자체로 부산시가 있어 사례로 살펴봄

## 2) 문화산업진흥지구 사례조사 결과 및 시사점

[요약 표 3] 문화산업진흥지구 사례조사 결과 및 시사점

구분	부산광역시 센텀문화산업진흥지구	구분	인천광역시 문화산업진흥지구
개요	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 위치 및 면적: 해운대구 우동·재송동 일원 53필지 (343,959㎡)</li> <li>• 중점 유치업종: 영화·영상, 게임, 문화콘텐츠</li> <li>• 지정목적: 21세기 디지털 컨버전스 시대에 대응하고, 해양도시 부산의 잠재적 문화산업 여건을 최대한 활용하여 영화·영상, 문화콘텐츠 관련 산업 육성</li> <li>• '08년 주요사업: 창업보육사업 및 기업유치, 지원 및 집적화사업, 콘텐츠 상품화 및 연구개발(R&amp;D) 사업, 산·학·연 협력사업, 네트워크 구축사업, 기업지원사업(마케팅, 금융, 공동장비, 각종 시설), 전문인력 양성 및 교육 훈련 사업 등</li> </ul>	개요	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 위치 및 면적: 인천광역시 미추홀구 경인로 229 일원(263,164㎡)</li> <li>• 중점 유치업종: 차세대 실감형 콘텐츠 산업</li> <li>• 지정목적: 기구축된 시설 및 산업을 기반으로 기업·대학·연구소 등을 집적하여 시너지 효과를 창출함으로써 문화콘텐츠산업을 지역 미래전략산업으로 육성</li> <li>• '13년 주요사업: 기업임대료 지원, 지역특화 콘텐츠 제작지원, 정책연구개발, 인천문화산업진흥위원회, 인천 문화콘텐츠 공모전 및 콘텐츠 제작, 인천 콘텐츠 산업 기업 지원(육성 및 발굴), 디지털콘텐츠 시민체험 지원, 문화콘텐츠 선도기업 유치 및 육성 등</li> </ul>
입주 기업·관련 시설	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 입주기업: 콘텐츠산업 특수분류에 따른 콘텐츠산업 사업체 총 270개, 그 외 문화예술산업 사업체 총 296개</li> <li>• 관련 시설: 부산영상위원회(영상산업센터, 부산영상 후반작업시설, 부산 사운드스테이션, 부산 영화촬영 스튜디오), 부산문화콘텐츠콤플렉스, 영화의전당, 부산시청자미디어센터, 영화진흥위원회, 영상물등급위원회 등</li> </ul>	추진 경위	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 콘텐츠 제작지원 우대혜택('09~'15), 미추홀구 문화 콘텐츠산업지원센터('10~'14), 임대료 지원사업('10~'15), 선도기업 육성('12~'13), 차세대게임 콘텐츠제작사업('13), 문화산업진흥지구 구역 확대 추진('14), 지역기반형 콘텐츠코리아랩('14~현재), 지역특화콘텐츠 개발지원사업('15~'19), 문화산업진흥지구 조성 사업('17~'21)</li> <li>• 지정 후 신규 기업 유치 저조 및 후속사업 부재로 기업 이탈 가속화, 인천시 유일의 문화산업 지원사업으로 진흥지구 외 기업의 불만 가중, 부평구에 인천콘텐츠기업지원센터 설립('20)</li> </ul>
주요 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 부산광역시 문화체육관광 주요업무</li> <li>- 영상산업의 선순환 구조 토대 마련: 프로젝트 기획개발 단계별 지원, OTT 연계 부산영화 제작 지원 확대, 부산영상후반작업시설 재정비</li> <li>- 유네스코 영화 창의도시 위상 강화: 유네스코 영화 창의도시 브랜드 강화, 소통·협업의 영화·영상정책 추진, 영화 영상문화 향유기회 확대</li> <li>- 영상 산업도시 성장기반 강화: 포스트 코로나 영상산업 전략적 육성, 융복합 영상산업 육성 기반 조성, 지역 영상산업 기업·창작자 유치 및 육성</li> <li>- 콘텐츠산업 육성을 통한 콘텐츠도시 실현: 시민 힐링을 위한 뉴노멀 콘텐츠 축제 개최</li> </ul>	설문 조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반현황               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인천문화산업진흥지구 관련 정책 인지 32.5%, 수혜 경험 31.3%, 사업 만족 72.0%</li> <li>- 사업 참여하지 않은 이유: '알지 못함' 48.9%, '자격요건 미충족' 31.1% 등</li> <li>- 사업 실효성 제고 방안: '지원 규모 확대' 36.3%, '제도 및 지원규정 개선' 27.5%, '지구 내 기업에게만 한정되지 않는 지원 및 혜택' 25.0% 등</li> </ul> </li> <li>• 인천문화산업진흥지구 내 기업 현황 조사               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경영현황: 인력 확보 어려움 53.9%, 평균 지식재산권 2.7개, 콘텐츠 개발 및 제작 여건 악화 30.8%, 마케팅 어려움 38.5%</li> <li>- 정책수요: 향후 기업 이전 의사 '있음' 53.8%, 사업 개선 방향 '지원사업의 규모 확대' 50.0%, 중점 추진사업 '지역 내 인력양성(공급)' 30.8%</li> </ul> </li> </ul>



시사점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화산업진흥지구내 국한된 산업 육성 정책 한계</li> <li>- 핵심 지원기관 및 후속사업의 부재, 불안정한 지원 환경 등을 원인으로 정책 실효성 저하</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 주도의 적극적 지원정책 마련 필요</li> <li>- 부산과 인천 모두 지역 문화산업 생태계 전반을 지원하는 방향으로 정책 추진</li> <li>- 인천시 음악산업 활성화 계획 우선 마련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수요자 중심의 지원방안 마련 필요</li> <li>- 지원사업 홍보 및 전문인력 지원방안 마련 필요</li> <li>- 캠프마켓으로 기업 이전 유도 위한 기업 대상 정책 수요 파악 및 지원사업 발굴 필요</li> </ul>
-----	---	---	---

## 4. 인천시 음악산업 여건 및 캠프마켓 공간 현황

### 1) 인천시 음악산업 여건

#### (1) 음악산업 시설

- 2020년 말 기준 전국에는 총 1,279개의 등록공연장이 있으며, 이 중 인천시의 등록공연장은 총 45개로 전체의 3.5%를 차지함
- 등록공연장을 제외한 기타 공연시설(야외무대, 강당, 다목적홀 등)은 총 157개임
- 창작시설인 디지털 뮤직랩(D-LAB)은 부평구문화재단이 운영하는 전자음악 중심 문화예술 창작플랫폼임

#### (2) 음악산업 활동

- 2020년 기준 인천시의 음악산업 사업체는 총 2,301개로 전국 33,138개의 6.9%를 차지하며, 지역별로는 서울(7,560개, 22.8%) > 경기(9,207개, 22.7%) 다음으로 3순위임
- 2020년 기준 인천시의 음악산업 매출액은 총 140,244백만 원으로, 전체 6,064,748백만 원 대비 2.3%를 차지함

#### (3) 음악산업 인력

- 인천시의 음악산업 종사자 수는 총 3,198명으로 전체 65,464명의 4.9%임
- 인천시 예술활동증명 완료 누적 예술인 수는 총 5,860명(22.3.7. 기준)이며, 이 중 음악 분야 예술인이 1,769명(30.19%)으로 가장 많음
  - 음악예술인은 20~40대가 전체의 80% 이상이며, 부평구 거주자가 343명(19.39%)으로 가장 많음
- 인천지역에는 총 56개의 전문예술법인·단체가 있으며(22.3. 기준), 이 중 음악 분야 단체가 13개로 가장 많음
- 인천에서 활동하는 음악밴드는 총 153개이며(19.12. 기준), 싱글 음반 발매 밴드는 12개임
- 인천시 내 대학교 중 음악산업과 관련이 있는 학과가 설치된 대학은 인천재능대학교 한 곳이며, 음악 전공과정이 있는 예술고등학교는 두 곳임

## 2) 캠프마켓 공간 현황

### (1) 캠프마켓 부지 및 공간

- 캠프마켓은 부평구 산곡동 292-1번지 일원으로 부평구의 4개 권역 중 가장 문화시설 여건이 열악한 지역임
- 캠프마켓 반환공여구역은 A·B·D구역 440,000㎡와 C구역(오수정화조 부지) 5,921㎡로 총 445,921㎡이며, 총 139개 건축물이 있는 것으로 조사됨
- 1960년대 캠프마켓이 위치했던 애스컴 시티와 부평 신촌에는 약 23개 음악클럽이 운영될 만큼 대중음악의 활황기를 누렸던 지역임. 부평구는 「부평 미군부대 지구단위 계획」에 캠프마켓 내 문화공원 및 문화시설(한국대중음악자료원 건립 추진, 음악창작소, 부평평화박물관 등)의 조성을 계획함
- 인천시도 캠프마켓 부지 활용 방향을 정하기 위한 연구용역과 시민 의견수렴을 위한 토론회 등을 지속 개최하고 있으나 활용 방안에 대한 합의는 아직 도출하지 못함
  - 캠프마켓 기반환구역 내 토양오염정화 관련 시설물 존치와 철거 의견이 대립하고 있으며, 미반환구역에서도 유사한 문제가 발생할 가능성이 있어 오염정화사업 완료 후 본격적인 부지 활용까지 예상보다 시간이 더 소요될 수 있음
  - 시민과 전문가 등의 의견을 종합하면, 대부분 공원 조성, 역사관 설립, 국립 한국대중음악자료원 유치 등 역사와 문화예술, 생태공간으로서 도시에 활력을 부여하는 방향으로 재생할 것을 바라고 있음

### (2) 음악창작소 공간 구성

- 인천시는 2020년에 문체부의 ‘지역기반형 음악창작소 조성 지원’ 사업 공모에 선정되어 2020년 4월부터 2022년 8월까지 캠프마켓 내 B구역의 건물 2개(건물번호 1583, 1595)를 리모델링하여 인천음악창작소를 조성할 계획임
- 음악창작소에는 녹음실, 컨트롤룸, 편집실, 공연장, 연습실, 커뮤니티룸 등이 조성되며, 향후 음악창작·아카데미·비즈니스·네트워크 기능을 수행할 예정임
  - 2022년 8월에 음악창작소를 개소하고 3년간 민간위탁 방식으로 운영할 계획임

### 3) 소결

- ① 소프트웨어·개인 중심으로 음악산업 제작환경 변화
  - 최근 디지털 기술의 발달과 매체 이용 환경의 급격한 변화로 인해 하드웨어 중심에서 소프트웨어 및 개인 중심으로 제작환경이 변화하며 진입장벽이 점차 낮아짐
  - 또한, 코로나19의 장기 확산으로 인해 비대면 문화가 일상화되면서 이와 같은 변화가 더욱 가속화하고 장기화할 것으로 예상되므로 음악산업 환경의 변화에 맞춰 인천의 음악산업이 경쟁력을 갖출 수 있는 방안을 모색해야 함
  
- ② 음악산업 인프라 부족으로 인한 성장기반 미흡
  - 인천시는 인적자원이 비교적 풍부하지만, 시설 및 활동 여건이 매우 열악하여 산업 성장의 기반이 미흡한 반면, 서울과 경기도의 음악산업 기반은 상대적으로 잘 구축되어 있어 인천시의 음악산업 인력이 인근 지역으로 유출될 우려가 있음
  - 인천시 음악예술인이 지역 내에서 자생력을 갖고 활동할 수 있는 창작환경을 조성함과 동시에, 풍부한 인적자원을 기반으로 경제적 부가가치를 창출할 수 있도록 적극적인 신사업 발굴을 통한 산업 성장의 기반을 마련하는 것이 선행될 필요가 있음
  
- ③ 캠프마켓 부지 활용 관련 사회적 합의 도출 필요
  - 캠프마켓 내 토양오염 관련 시설물 준치 및 활용 방향에 대한 찬반 의견이 대립하고 있고, 아직 미반환된 부지가 있어 실질적인 활용에까지는 상당한 시간이 소요될 것으로 예상됨
  - 캠프마켓의 활용 방향에 대한 지속적인 공론화 과정을 통해 사회적 합의를 도출해야 하며, 이후 캠프마켓 내 음악산업지구 구성에 대한 가능성을 검토하고 조성 방안 및 운영 방향성에 대한 후속 논의를 진행할 필요가 있음
  
- ④ 인천음악창작소 활성화 이후 연계 추진 고려
  - 음악창작소는 음악창작·아카데미·비즈니스·네트워크 기능을 하는 음악창작 및 산업의 거점공간이자, 지역민에게는 문화향유 공간으로서 기능할 것으로 기대됨
  - 인천음악창작소가 인천 음악산업 거점공간으로 자리매김 할 수 있도록 중장기 운영계획을 수립·시행함으로써 캠프마켓 활용 음악산업지구 구성을 위한 기반을 마련해야 함

## 5. 캠프마켓 음악산업지구 조성 방안

### 1) 기본방향

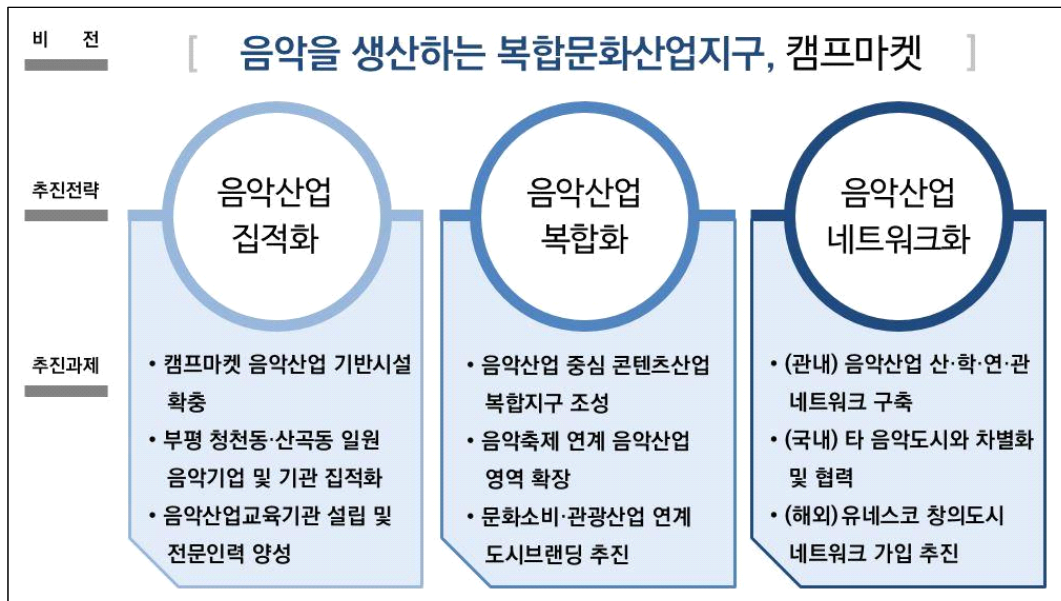
#### ① 비전

- 과거 무기와 군수품을 생산하던 캠프마켓은 지역의 역사성과 장소성을 보여주는 미래 문화자산으로서 활용가치가 크고, 음악산업의 전략적 육성을 위한 장소로 가능성을 지니고 있으므로 캠프마켓 음악산업지구 조성 방안에 대한 비전을 “음악을 생산하는 복합문화산업지구, 캠프마켓”으로 설정함

#### ② 추진전략

- 캠프마켓 음악산업지구 조성을 위한 추진전략은 문화산업클러스터의 정의와 구성 요소를 고려하여 ①음악산업 집적화, ②음악산업 복합화, ③음악산업 네트워크화로 도출함
  - 캠프마켓을 활용한 음악산업지구 조성을 위해서는 전략적으로 음악산업 관련 기관시설의 집적화, 타 콘텐츠산업 및 음악축제, 문화·관광·소비산업과의 연계를 통한 복합적 클러스터화, 음악도시 인천·부평 문화도시와의 연계뿐만 아니라 관내·외 음악산업 혁신인력·지원기관, 나아가 국내·외 음악도시 간 네트워크 활성화를 도모할 필요가 있음

[요약 그림 1] 캠프마켓 활용 음악산업지구 조성 방향





## 2) 추진과제

### ① 음악산업 집적화

#### ○ 캠프마켓 내 음악산업 기반시설 확충

- 캠프마켓 내 관련 기업, 대학, 연구소 등이 자발적으로 집적할 수 있도록 입지적 환경을 조성하고 음악산업 진흥을 위한 기반시설을 단계적으로 구축해야 함
  - 인천음악창작소를 중심으로 음악산업 육성 사업을 본격 추진하고, '국립 한국대중음악자료원'의 건립 유치 및 '뮤직 레지던시', '오픈랩' 등 기반시설 조성사업을 추진함

#### ○ 부평 청천동·산곡동 일원 음악기업 및 기관 집적화

- 캠프마켓 인근인 부평구 청천동에 인천테크노파크 문화산업지원센터와 인천콘텐츠기업지원센터가 소재하고, 인천콘텐츠기업지원센터에 33개의 콘텐츠기업이 입주하여 있으므로 청천동과 산곡동 일원에 관련 기업과 기관을 지속적으로 집적화해야 함

#### ○ 음악산업교육기관 설립 및 전문인력 양성

- 음악산업의 경쟁력 확보를 위해 음악산업 전문인력을 양성할 수 있는 인프라 조성과 교육시스템의 공공 지원 및 관리가 필요함

### ② 음악산업 복합화

#### ○ 음악산업 중심 콘텐츠산업 복합지구 조성

- 캠프마켓 음악산업지구의 활성화를 위해서는 음악산업을 중점 유치업종으로 하되, 타 콘텐츠산업 분야와 연계할 수 있는 콘텐츠산업 복합클러스터로 구축해야 함

#### ○ 음악축제 연계 음악산업 영역 확장

- 캠프마켓을 거점으로 음악축제와 뮤직 마이스(MICE) 산업의 연계를 통해 다양한 행사를 개최함과 동시에 음악축제 내 신인 뮤지션 발굴·육성 프로그램과 연계한 지역 뮤지션 지원사업을 추진으로써 음악산업의 영역을 단계적으로 확장해나가야 함

#### ○ 문화소비·관광산업 연계 도시브랜딩 추진

- 지역 내 수요를 종합할 수 있는 복합문화공간을 조성하여 문화향유·소비·관광이 이루어질 수 있도록 하고, 부평구의 캠프마켓 부지 대상 문화·관광 정책을 인천시와 연계·협업하여 지속 추진함으로써 콘텐츠산업 클러스터의 시너지 창출을 도모함

### ③ 음악산업 네트워크화

#### ○ (관내) 음악산업 산·학·연·관 네트워크 구축

- 관내 음악교육기관과 인천음악창작소 및 인천테크노파크와의 협력을 통한 신학연계와 음악창작소 및 음악산업 관계자를 포함한 인천문화산업 산·학·연·관 네트워크를 구축할 필요가 있음
- 더불어 인천시와 부평구, 인천문화재단과 부평구문화재단, 콘텐츠산업지원기관 간 협력을 통해 음악예술인과 음악산업인력을 지원하기 위한 지원사업의 발굴·운영이 요구됨

#### ○ (국내) 타 음악도시와 차별화 및 협력 추진

- 음악도시 인천의 차별화 전략으로 '인천의 대중음악(록, 힙합, 포크, 재즈, 블루스 등) 육성' 및 '음악산업의 디지털화에 따른 디지털음악·전자음악 집중지원' 등이 제시되어 후속 논의가 필요함
- 인천시가 4차 산업시대에 맞게 콘텐츠산업 특수분류(음악산업) 중 온라인 음악 유통업, 음악공연업을 집중적으로 육성하여 음악 유튜버들의 작업환경(음악작업, 촬영, 영상 편집)을 조성 및 지원하고, 최신 기술과 결합한 음악공연 등을 개최한다면 타 도시와 차별화할 수 있으며 산업영역의 역할 분담도 가능할 것으로 예상됨

#### ○ (해외) 유네스코 창의도시 네트워크 가입 추진

- 인천은 부평 애스컴 시티를 통해 다양한 장르의 대중음악이 유입된 곳이며, 현재까지도 글로벌 음악축제를 개최하는 등 음악도시로서의 성장잠재력이 크나 대내외적으로 음악도시 브랜드가 확산되지 못하고 있음
- 이에 장기적으로 캠프마켓 음악산업지구를 조성하고 이를 기반으로 '유네스코 창의도시 네트워크'에 가입하여 국내외에 음악도시로서 도시브랜드를 제고할 필요가 있음
- 캠프마켓에 음악산업지구를 조성하여 창의적인 인재와 기업이 집적하도록 하고, 인천시와 부평구의 중장기 계획인 「음악도시 인천, 마스터플랜」과 부평구의 「부평 문화도시 조성 계획」을 연계 추진하며, 대내외 도시와의 협력을 강화해나간다면 인천시도 유네스코 창의도시 네트워크에 가입할 수 있을 것으로 예상됨

### 3) 정책제언

#### ① 캠프마켓 음악산업지구 조성 계획 수립

- 음악콘텐츠산업을 중점업종으로 하는 문화산업진흥지구를 캠프마켓 일원에 새로 조성하는 것은 법적·행정적으로 가능하고, 도시의 신성장동력 발굴과 도시재생 측면에서도 시도할 만하지만, 사전에 면밀한 여건 분석과 기업들의 수요 조사, 타당성 검토를 바탕으로 한 장기적 계획이 수립되어야 추진이 가능함
- 캠프마켓 음악산업지구 조성 계획을 수립하기에 앞서 먼저 인천시 문화예술과와 문화콘텐츠과, 캠프마켓과, 인천테크노파크 문화산업지원센터와 콘텐츠지원센터, 인천관광공사, 인천문화재단 및 부평구문화재단 등 관련 부서와 관계기관이 음악산업지구의 조성 방향과 필요성, 조성 목적을 공유하고 협의해 나갈 필요가 있음

#### ② 캠프마켓 음악산업지구 단계적 추진

- 캠프마켓 부지의 활용 방안이 정해지지 않은 현 상황에서는 우선 인천음악창작소와 함께 음악콘텐츠의 제작과 음악인 지원을 확대하는 방식으로 음악산업의 지원영역을 확장해나가는 것이 필요하며, 캠프마켓 음악산업지구 조성을 위해서는 단기-중기-장기 계획 및 로드맵을 마련해 단계적으로 추진할 필요가 있음
- 단기(2022~2025년)에는 인천시에 미흡한 관련 조례 제정 및 음악산업 환경을 조성하고, 중기(2026~2030년에는) 음악산업 기반을 구축하며, 장기(2031년 이후) 계획으로 음악산업진흥지구 신청 및 유네스코 창의도시 네트워크 가입 신청을 준비함

#### ③ 중앙정부 관련 정책사업 연계 추진

- 인천시의 음악산업 관련 정책사업이 미흡한 상황이므로, 초기 사업을 발굴하고 원활히 추진하기 위해서 중앙정부(한국콘텐츠진흥원)의 음악 분야 지원사업을 참고하여 연계 추진이 필요할 것으로 보임
- 문화산업진흥지구 조성은 장기 계획으로 추진해야 하므로, 그에 앞서 캠프마켓 부지 내 유희시설의 재생을 통한 기반시설 구축 시 중앙정부의 유관사업을 검토하여 연계하는 것이 국비 확보 및 사업 추진의 실효성 강화를 위해 필요할 것으로 보임
- 또한, 최근 발표된 「윤석열정부 110대 국정과제」의 콘텐츠산업 관련 국정과제와 연계한 정책사업 추진도 고려할 필요가 있음



## 1 연구개요

1. 연구배경 및 목적 .....	3
2. 연구범위 및 방법 .....	5
3. 연구수행체계 .....	6
4. 선행연구 검토 .....	7

## 2 문화산업진흥지구 개념 및 정책 여건

1. 문화산업진흥지구 개요 .....	11
2. 문화산업진흥지구 정책 여건 .....	19
3. 소결 .....	46

## 3 문화산업진흥지구 지정 현황 및 사례

1. 문화산업진흥지구 지정 현황 .....	51
2. 문화산업진흥지구 사례조사 .....	53
3. 소결 .....	73

## 4 인천시 음악산업 여건 및 캠프마켓 공간 현황

1. 음악산업 개요 .....	79
2. 인천시 음악산업 여건 .....	81
3. 캠프마켓 공간 현황 .....	92
4. 소결 .....	109

## 5 캠프마켓 음악산업지구 조성 방안

1. SWOT 분석 .....	115
2. 기본방향 .....	118
3. 추진과제 .....	121
4. 정책제언 .....	139

참고문헌 .....	145
------------	-----

부록 .....	153
----------	-----

[표 1-1] 연구방법 .....	6
[표 1-2] 선행연구 검토 .....	7
[표 2-1] 문화산업진흥지구 및 유사 개념 비교 .....	12
[표 2-2] 문화산업의 일반적 특성 .....	13
[표 2-3] 문화산업진흥지구 지정요건 .....	15
[표 2-4] 문화산업진흥지구 지원내용 .....	18
[표 2-5] 「문화산업진흥 기본법」 중 문화산업진흥지구 관련 조항 .....	19
[표 2-6] 「벤처기업육성에 관한 특별조치법」 중 문화산업진흥지구 관련 조항 .....	20
[표 2-7] 「문화비전2030」 중 문화산업 관련 주요 정책 .....	23
[표 2-8] 「콘텐츠산업 경쟁력 강화 핵심전략(2018~2022)」 중 문화산업 관련 주요 정책 .....	24
[표 2-9] 「제2차 지역문화진흥 기본계획(2020~2024)」 중 문화산업 관련 주요 정책 .....	25
[표 2-10] 2022년 한국콘텐츠진흥원 주요사업 .....	27
[표 2-11] 「인천광역시 문화콘텐츠산업 진흥 조례」 중 문화산업진흥지구 등 관련 조항 .....	29
[표 2-12] 「인천음악창작소 관리 및 운영 조례」 중 음악산업 관련 조항 .....	30
[표 2-13] 「제2차 인천광역시 문화진흥시행계획(2020~2024)」 중 문화산업 관련 주요 정책 .....	31
[표 2-14] 「음악도시, 인천 마스터플랜」 중 음악산업 관련 주요 정책 .....	33
[표 2-15] 「인천문화콘텐츠산업 마스터플랜 수립 연구」 중 문화산업 일반에 관한 주요 정책 .....	35
[표 2-16] 「부평 문화도시 종합발전계획(2021~2030)」 중 음악산업 관련 주요 정책 .....	37
[표 2-17] 2022년 인천시 문화관광국 주요업무계획 .....	39
[표 2-18] 인천테크노파크 문화산업지원센터 문화산업진흥지구 조성사업 내용 .....	40
[표 2-19] 2021년 인천테크노파크 문화산업진흥지구 조성사업 추진성과 .....	41
[표 2-20] 2022년 인천테크노파크 인천형 핵심성장 콘텐츠 제작 지원사업 추진계획 .....	43
[표 2-21] 부평구 2021년 지역 뮤지션 및 기획자 지원사업 개요 및 추진 결과 .....	44
[표 3-1] 문화산업진흥지구 지정 현황 .....	52
[표 3-2] 문화산업진흥지구 사례조사 개요 .....	53
[표 3-3] 부산광역시 센텀문화산업진흥지구 개요 .....	55
[표 3-4] 센텀문화산업진흥지구 콘텐츠산업 사업체 현황('21년 3분기 기준) .....	56
[표 3-5] 센텀문화산업진흥지구 문화예술산업 사업체 현황('21년 3분기 기준) .....	58
[표 3-6] 센텀문화산업진흥지구 내 주요 기관 및 시설 .....	59

[표 3-7] 부산광역시 문화체육국 2021년 주요업무계획 중 영화 영상콘텐츠산업 관련 주요사업 .....	63
[표 3-8] 인천문화산업진흥지구 개요 .....	64
[표 3-9] 인천문화산업진흥지구 주요사업 추진 경위 .....	66
[표 3-10] 인천문화산업진흥지구 예산 현황(시비) .....	67
[표 3-11] 문화산업진흥지구 기준 기업 입지 현황 .....	68
[표 3-12] 인천문화산업진흥지구 조성사업 지원 만족도 .....	69
[표 3-13] 인천문화산업진흥지구 조성사업 불참 이유 .....	70
[표 3-14] 인천문화산업진흥지구 조성사업 지원 개선 방향 .....	70
[표 3-15] 인천문화산업진흥지구 내 기업 업종현황 .....	71
[표 4-1] 콘텐츠산업 특수분류: 음악산업 .....	79
[표 4-2] 인천시 군·구별 등록공연장 현황(2020년 기준) .....	81
[표 4-3] 인천시 군·구별 기타 공연시설 현황(2020년 기준) .....	82
[표 4-4] 디지털 뮤직랩(D-LAB) 시설 현황 .....	83
[표 4-5] 2020년 기준 음악산업 지역별·업종별 사업체 현황 .....	84
[표 4-6] 2020년 기준 음악산업 지역별·업종별 종사자 현황 .....	86
[표 4-7] 분야별 인천시 예술인 현황(2022.3.7. 기준) .....	88
[표 4-8] 인천시 음악예술인 연령별 현황(2022.3.7. 기준) .....	88
[표 4-9] 인천시 음악예술인 군·구별 현황(2022.3.7. 기준) .....	88
[표 4-10] 인천시 음악/전통 분야 전문예술법인·단체 .....	89
[표 4-11] 인천지역 밴드 현황(2019년 12월 기준) .....	89
[표 4-12] 인천시 음악전공자 현황(2022년 기준) .....	90
[표 4-13] 전국 17개 시도 대학교 및 전문대학 실용음악과 졸업생 현황(2021년 기준) .....	90
[표 4-14] 인천시 음악전공 고등학교 현황(2022년 기준) .....	91
[표 4-15] 캠프마켓 반환공여구역 현황 .....	93
[표 4-16] 캠프마켓 반환공여구역 주변지역 토지이용계획 .....	93
[표 4-17] 캠프마켓 건축물 현황 총괄 .....	94
[표 4-18] 캠프마켓 A·B·D구역 건축물 시기별 현황 .....	95
[표 4-19] 캠프마켓 A구역 건축물 현황 .....	95

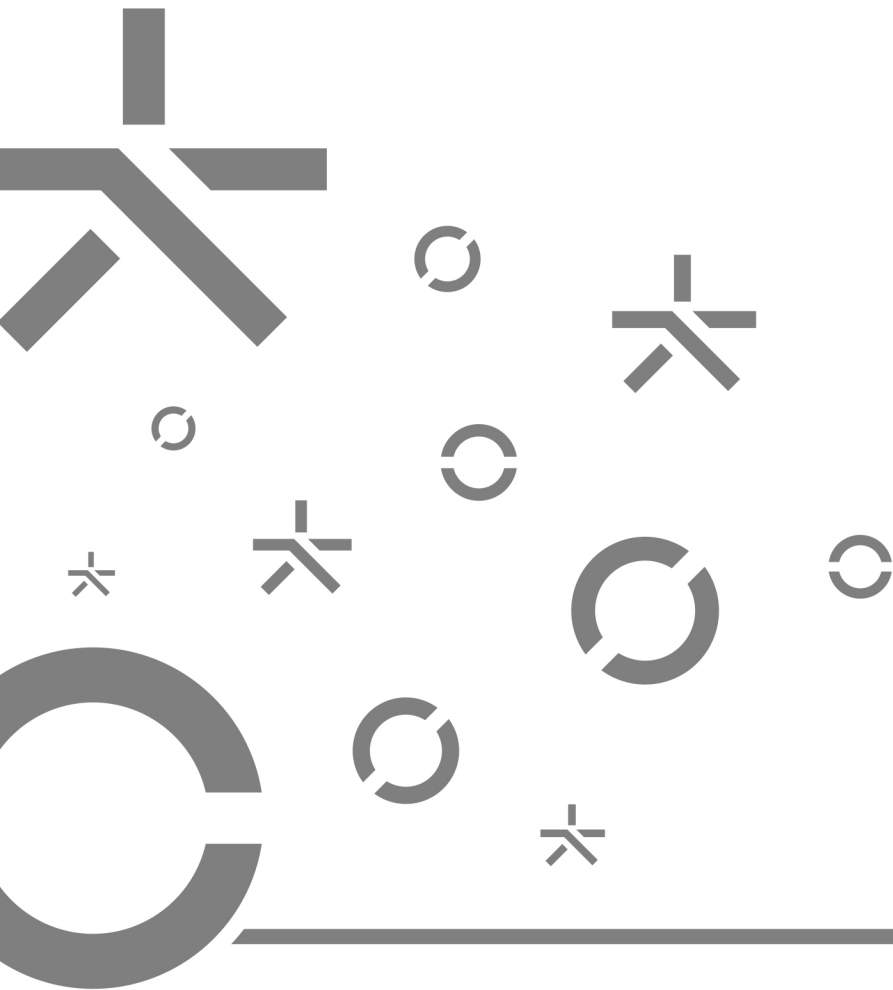
[표 4-20] 캠프마켓 B구역 건축물 현황	96
[표 4-21] 캠프마켓 D구역 건축물 현황	99
[표 4-22] 부평 미군부대 지구단위계획(2020)	102
[표 4-23] 캠프마켓 토양오염 정화사업 현황	103
[표 4-24] 2021년 기준 지역 음악창작소 현황	106
[표 4-25] 캠프마켓 B구역 음악창작소 조성 대상 건축물	107
[표 4-26] 인천음악창작소 공간 구성	108
[표 5-1] 캠프마켓 음악산업지구 SWOT 분석	117
[표 5-2] 캠프마켓 음악산업지구 조성 기본방향 도출	119
[표 5-3] 인천콘텐츠기업지원센터 입주기업(2022.5. 기준)	123
[표 5-4] 대학원대학교 설립 인가 절차	126
[표 5-5] 해외 클러스터 성공 요인 분석	128
[표 5-6] 경기도형 음악산업 육성 사업	135
[표 5-7] 유네스코 창의도시 네트워크의 6대 목표	138
[표 5-8] 캠프마켓 음악산업지구 조성 계획 세부 내용(안)	140
[표 5-9] 캠프마켓 음악산업지구 단계적 추진안	142
[표 5-10] 2022년 한국콘텐츠진흥원 음악 분야 지원사업	143



[그림 1-1] 연구수행체계 .....	6
[그림 2-1] 문화산업클러스터의 구성 요소 .....	14
[그림 2-2] 문화산업진흥지구 지정절차 .....	16
[그림 2-3] 지역 문화산업클러스터 육성 정책 흐름 .....	22
[그림 2-4] 부평구 2021년 지역 뮤지션 및 기획자 지원사업 추진 결과 .....	45
[그림 3-1] 부산·인천 문화산업진흥지구 지정 위치도 .....	52
[그림 3-2] 센텀문화산업진흥지구 총 사업체 및 콘텐츠산업 사업체 현황 .....	57
[그림 3-3] 센텀문화산업진흥지구 내 주요 기관 및 시설 .....	61
[그림 3-4] 인천문화산업진흥지구 조성 위치도 .....	65
[그림 3-5] 인천문화산업진흥지구 정책 인지도 .....	69
[그림 3-6] 인천문화산업진흥지구 사업 수혜 경험 .....	69
[그림 4-1] 음악산업 가치사슬 .....	80
[그림 4-2] 디지털 뮤직랩(D-LAB) 시설 .....	83
[그림 4-3] 인천시 음악전공과정 개설 학교 .....	91
[그림 4-4] 캠프마켓 부지 위치 및 인근 자원분포 현황 .....	94
[그림 4-5] 캠프마켓 B구역 음악창작소 조성 대상 건축물 .....	98
[그림 4-6] 캠프마켓 C구역 현황 .....	98
[그림 4-7] 애스컴 시티 및 신촌 일대 미군클럽 .....	101
[그림 4-8] 캠프마켓 B구역 1780 건축물 .....	103
[그림 4-9] 캠프마켓 내 음악창작소 위치도 .....	107
[그림 4-10] 인천음악창작소 공간 구성 .....	108
[그림 5-1] 캠프마켓 음악산업지구 추진전략 및 추진과제 도출 .....	117
[그림 5-2] 캠프마켓 활용 음악산업지구 조성 방향 .....	120
[그림 5-3] 플랫폼창동61 .....	122
[그림 5-4] 2021 펜타포트 음악축제 ‘펜타 유스스타’ 최종당선자 .....	130
[그림 5-5] 의정부음악도서관 참고사례 .....	132
[그림 5-6] 유네스코 창의도시 네트워크 분포도 .....	138



# 연구개요





# 연구개요

## 1. 연구배경 및 목적

### 1) 연구배경

#### ❖ 「음악도시 인천 마스터플랜」 연계 음악산업<sup>1)</sup> 기반 조성 방안 마련 필요

- 인천시는 2020년 12월에 인천의 음악적 역사성과 현재성을 바탕으로 생활음악·음악산업·음악축제의 육성 및 지원을 위한 종합계획인 「음악도시 인천 마스터플랜」을 수립함
  - 마스터플랜에는 3대 추진전략과 9대 추진과제가 제시되어 있는데, 그 중 ‘음악산업 생태계 조성’ 전략에 ‘음악산업 기반 및 음악인 역량 강화’ 과제가 포함됨
  - 세부 추진과제로 음악창작소 조성·운영(단기), 음악산업 전문인력 양성 아카데미 개설(중기), 음악산업 유치(장기) 등이 추진될 계획이어서 중장기적으로 음악산업 진흥을 위한 지원정책 마련이 요구됨

#### ❖ ‘음악창작소’ 조성에 따른 지역 음악산업 생태계 구축 방향 설정 필요

- 문체부가 지원하는 음악창작소가 부평 캠프마켓(1단계 B구역)에 조성 중이며 2022년 8월에 개소할 예정이므로, 이를 기반으로 지역 음악산업 생태계의 구축을 위한 중장기적 방향 설정이 필요함
  - 음악창작소는 문체부가 2014년부터 지역별 음악생태계 조성을 위해 시행하고 있는 음악 인프라 구축 사업으로 음악창작, 음악아카데미, 음악비즈니스, 음악네트워크 기능을 지원함

1) 음악산업은 음악의 창작·공연·교육, 음반·음악파일·음악영상물·음악영상파일의 제작·유통·수출·수입, 악기·음향기기 제조 및 노래연습장업 등과 이와 관련된 산업을 말함(「음악산업진흥에 관한 법률」, 제2조 정의)

- 인천 음악창작소는 지역 음악인의 창작·공연 지원, 신진 음악인 발굴·육성, 지역 음악산업의 육성·지원을 추진할 예정이므로(인천광역시조례 제6719호), 향후 음악창작소를 거점으로 한 지역 음악산업 생태계 구축 지원방안 마련이 요구됨

#### ❖ 부평구의 '제2차 법정 문화도시' 사업 연계 음악산업 지원 필요

- 부평구는 2021년 1월에 문체부가 지정하는 '제2차 법정 문화도시'로 선정되어 2025년까지 5년간 문화도시 사업을 통해 지속가능한 문화생태계를 조성할 계획임
  - 지역 특성화 계획으로 음악 인프라 구축, 인력 발굴, 콘텐츠 개발, 교육 지원 등 음악생태계 조성을 위한 다각적인 정책사업을 추진할 예정임
  - 특히 캠프마켓의 문화적 재생을 도모하고 선순환의 음악산업 생태계를 조성하여 음악도시로서 부평의 장소성을 새로이 구축할 계획이므로 「음악도시 인천 마스터플랜」과 연계한 정책적 지원방안 마련이 필요함

#### ❖ 캠프마켓 문화공원 조성 계획에 인천시·부평구 음악도시 계획 연계 필요

- 부평구에 소재한 미군기지 캠프마켓의 A, B, C구역이 반환되고, 마지막 남은 D구역의 반환 절차가 진행 중임에 따라 캠프마켓의 활용 방안을 두고 다양한 의견이 제기되고 있음. 인천시는 '캠프마켓 공원 조성 기본구상 용역'을 2022년부터 2023년까지 추진할 계획으로, 캠프마켓의 문화공원 조성 계획에 음악산업지구 관련 내용을 반영하기 위한 기초자료 마련이 필요함
  - 부평구는 지난 80여 년간 일본 조병창과 미군기지로 단절됐던 캠프마켓을 활용하여 역사와 문화가 공존하는 공간으로 탈바꿈하고 문화도시로서 정체성을 확고히 하겠다는 목표를 가지고 있음
  - 인천시는 2025년부터 2028년까지 캠프마켓에 문화공원을 조성할 계획이며, 문화예술 및 관광지로 활성화하기 위한 활용방안을 모색 중임(인천광역시, 2021.5.)
  - 인천시와 부평구의 음악도시 조성을 위한 중장기 계획과 연계하여 캠프마켓이 향후 인천의 음악산업 발전을 위한 거점이 될 수 있도록 정책적 지원방안을 마련할 필요가 있음

## 2) 연구목적

### ❖ 인천시 음악산업 여건 기초자료 구축

- 인천시 음악산업 여건 자료 조사
- 캠프마켓 인근 음악산업 여건 조사

### ❖ 문화산업진흥지구 사례 조사 및 시사점 도출

- 문화산업진흥지구 지정 및 운영실태 조사
- 국내 문화산업진흥지구 사례조사 및 시사점 도출

### ❖ 인천시 음악산업진흥지구 조성 방향 제안

- 음악산업지구 조성을 위한 기본방향 제시
- 음악산업진흥지구 조성을 위한 정책 제안

## 2. 연구범위 및 방법

### 1) 연구범위

#### ❖ 시간적 범위

- 문헌 및 자료는 2022년 6월까지 발간되거나 확보된 자료 활용

#### ❖ 공간적 범위

- 인천광역시, 부평구(캠프마켓)

#### ❖ 내용적 범위

- 문화산업진흥지구의 개념 및 지정 현황
- 문화산업진흥지구 관련 법률·정책·제도 검토
- 인천시 음악산업 여건 및 캠프마켓 공간 현황 분석
- 국내 문화산업진흥지구 사례조사
- 캠프마켓 음악산업지구 조성 방안 제안

## 2) 연구방법

○ 문헌조사, 현장답사, 사례조사, 자문회의 등 다각적인 연구방법을 활용함

[표 1-1] 연구방법

구분	내용
문헌조사	• 법률 및 조례, 통계자료, 연구보고서, 논문, 언론기사, 홈페이지 등
현장답사	• 캠프마켓 현장답사
사례조사	• 국내 문화산업지구 사례조사
자문회의	• 캠프마켓 활용 음악산업 진흥기반 조성 방안(부록 3)

## 3. 연구수행체계

○ 연구수행체계는 아래 [그림 1-1]과 같음

[그림 1-1] 연구수행체계





## 4. 선행연구 검토

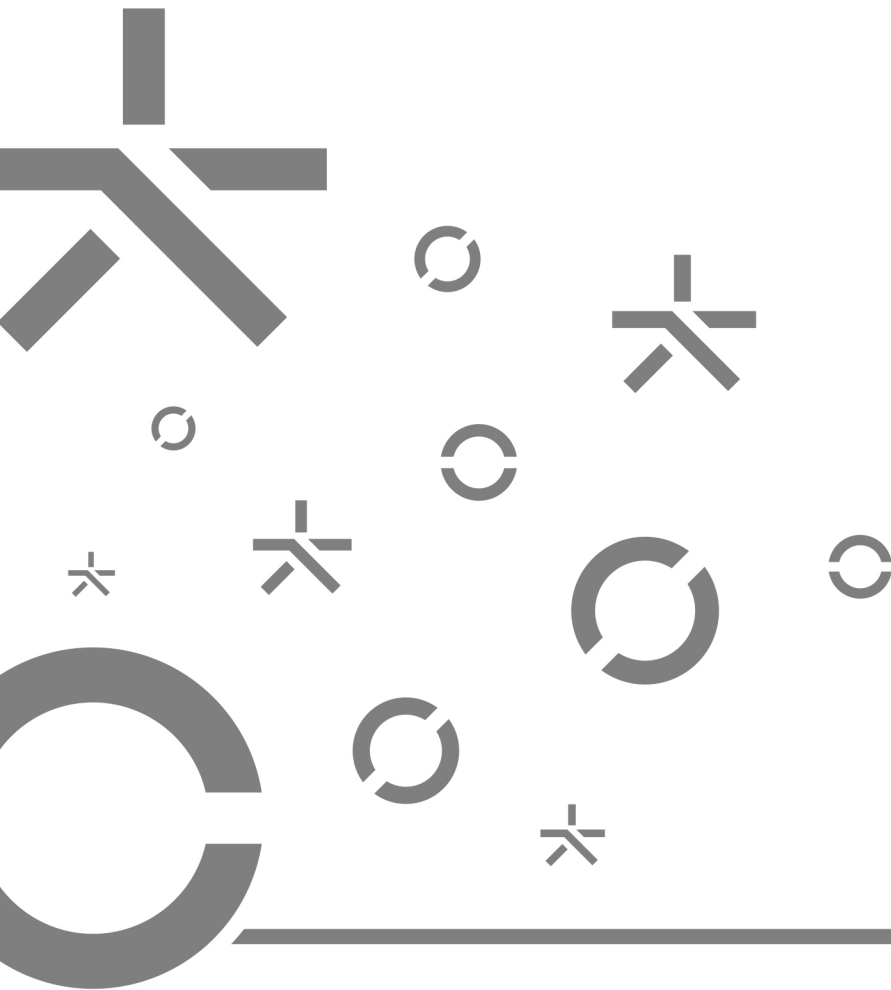
- 2006년에 「문화산업진흥 기본법」이 개정되어 ‘문화산업진흥지구’ 제도가 도입되면서 문체부가 지역문화산업 클러스터 기반조성 사업을 통해 문화산업단지, 문화산업진흥지구, 문화산업진흥시설을 지정·육성해오며 따라 관련 연구와 실태조사가 이루어지기 시작함
- 문체부가 문화산업진흥지구 제도를 도입하고 지정 사업을 추진하기 시작한 2010년까지는 문화산업 클러스터 도입 방안에 관한 논의와 지정 실태조사 등이 진행됨
- 2010년 이후 ‘문화콘텐츠산업 클러스터’, ‘문화산업 클러스터’, ‘창조산업 클러스터’라는 키워드로 문화산업 클러스터의 운영실태를 분석하고 지속가능성을 모색하기 위한 학술연구가 이루어지고 있으며, 지역별 사례연구도 추진되고 있음
- 인천시의 경우, 2008년에 미추홀구 도화동·주안동 일원이 인천문화산업진흥지구로 지정되어 차세대 실감형 콘텐츠산업을 중점 육성하고자 하였으나 활성화되지 않고 있으며, 관련 연구도 미흡함
  - 인천문화산업진흥지구가 2008년에 지정된 이후 5년이 경과한 시점에서 진행된 「인천 문화산업진흥지구 활성화를 위한 정책 방향 연구」(서봉만·현기순, 2013)가 유일함
- 본 연구는 인천시와 부평구의 음악도시·문화도시 계획과 연계하고 지역 음악산업 여건을 반영하여 음악산업의 진흥기반을 구축하기 위한 정책방안을 제시한다는 점에서 차별성을 지님

[표 1-2] 선행연구 검토

구분	선행연구와의 차별성			
	연구명	연구자	연구방법	주요 연구내용
주요 선행 연구	문화산업진흥지구 개발을 통한 지역문화산업 발전 방안 (문화관광부·한국문화콘텐츠진흥원, 2006)	권오혁 박경 김영수 신철지	문헌연구 사례조사 설문조사 면담조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화산업 육성의 이론적 배경</li> <li>• 지역문화산업정책의 현황과 문제점</li> <li>• 해외 문화산업클러스터 정책 분석</li> <li>• 문화산업 육성에 대한 정책 수요 분석</li> <li>• 지역문화산업 육성전략</li> </ul>
	문화산업진흥지구 조성계획 수립 연구 (서울시정개발연구원, 2009)	정병순	문헌연구 사례조사 자문회의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화산업진흥지구 예비검토</li> <li>• 서울시 문화콘텐츠 산업 현황 및 실태</li> <li>• 문화산업진흥지구 조성계획 기본구상</li> <li>• 문화산업진흥지구 조성 사업계획</li> </ul>
	문화산업클러스터의 장소마케팅 전략 연구	정미강	문헌연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화산업클러스터의 개념과 국내 현황</li> </ul>

구분	선행연구와의 차별성			
	연구명	연구자	연구방법	주요 연구내용
차별성	: 부천 문화산업진흥지구를 중심으로 (한국문화산업학회, 2010)			<ul style="list-style-type: none"> <li>지역활성화 전략으로서 장소마케팅</li> <li>부천 문화산업진흥지구 장소마케팅 방안</li> </ul>
	2011년 지역문화산업 클러스터 실태조사 (한국콘텐츠진흥원, 2011)	변미영 외 5인	문헌연구 설문조사 사례조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화산업 클러스터 현황</li> <li>해외 클러스터 사례 분석</li> <li>지역별 실태조사 및 성과 분석</li> <li>활성화 방안 제언</li> </ul>
	인천문화산업진흥지구 활성화를 위한 정책 방향 연구 (인천발전연구원, 2013)	서봉만 현기순	문헌연구 사례연구 인터뷰 설문조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화산업진흥지구 관련 정책 현황</li> <li>타 지역 사례 검토</li> <li>인천문화산업진흥지구 현황 및 성과</li> <li>인천문화산업지구 입주업체 정책수요</li> <li>인천문화산업지구 활성화 정책 제언</li> </ul>
	문화콘텐츠산업클러스터 형성을 위한 성공요인 연구: 광주광역시를 중심으로 (전남대학교 대학원 지역개발학과, 2014)	김삼철	문헌연구 사례조사 설문조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화산업과 문화산업클러스터</li> <li>문화산업클러스터의 성공요인</li> <li>문화산업클러스터 광주 사례 분석</li> <li>결론 및 정책적 시사점</li> </ul>
	구도심 내 근대산업유산의 재생을 통한 문화클러스터 조성에 관한 연구 (한국실내디자인학회, 2015)	박소현 이경훈	문헌연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화클러스터의 계획요소</li> <li>근대산업유산 재생사례 분석</li> <li>근대산업유산 재생을 통한 문화클러스터 조성</li> <li>시사점 도출 및 정책 제언</li> </ul>
	지역 문화산업 클러스터 활성화를 위한 지속가능성의 모색 (한국엔터테인먼트산업학회, 2016)	권영길	문헌연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 문화산업 클러스터의 법적 기반</li> <li>지역문화산업 클러스터의 현황</li> <li>지역문화 클러스터의 운영실태 분석</li> <li>지역 문화산업 클러스터의 지속 방안</li> </ul>
	안동시 문화산업진흥지구 특화발전 방향에 관한 연구 (한국지역문화학회, 2017)	배수빈 권기창	문헌연구 설문조사 사례조사 AHP	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화산업진흥지구 제도 및 현황</li> <li>안동시 문화산업진흥지구 현황 분석</li> <li>안동시 문화산업진흥지구 AHP조사</li> <li>결론 및 정책 제언</li> </ul>
	창조산업 클러스터에 대한 연구 : 산업집중도와 지원요소들의 관계를 중심으로 (지방정부연구, 2019)	김현민 진보경	문헌연구 실증분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>창조산업의 개념 및 분류</li> <li>클러스터 형성과 지원요소</li> <li>창조산업 클러스터 분석모형</li> <li>현황 및 계량분석</li> </ul>
	부산 영화·영상 클러스터화를 위한 연계 협력 방안 (부산연구원, 2021)	윤지영 정문섭 우석봉 이정훈	문헌연구 사례조사 심층인터뷰 자문회의	<ul style="list-style-type: none"> <li>영화·영상 콘텐츠 영역 고찰</li> <li>부산 영화·영상 콘텐츠와 인프라 현황조사</li> <li>국내·외 사례조사</li> <li>부산 영화·영상 클러스터 활성화 방안</li> </ul>
캠프마켓 활용 음악산업지구 조성 방안 - 인천시 음악산업 여건 분석 - 캠프마켓 현황 및 지역 여건에 근거한 방안 도출	최영화 이선정	문헌조사 현장답사 사례조사 자문회의	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화산업진흥지구 이론적 검토</li> <li>문화산업진흥지구 정책 여건</li> <li>인천시 음악산업 여건 및 캠프마켓 현황</li> <li>국내 문화산업진흥지구 사례조사</li> <li>캠프마켓 음악산업지구 조성 방안</li> </ul>	

# 문화산업진흥지구 개념 및 정책 여건





# 문화산업진흥지구 개념 및 정책 여건

## 1. 문화산업진흥지구 개요

### 1) 문화산업진흥지구 개념 및 특성

#### ❖ 문화산업진흥지구 개념

- 「문화산업진흥 기본법」(법률 제18767호, 이하 ‘문화산업법’)에 따르면, 문화산업진흥지구는 “문화산업 관련 기업 및 대학, 연구소 등의 밀집도가 다른 지역보다 높은 지역으로서 집적화를 통한 문화산업 관련 기업 및 대학, 연구소 등의 영업활동·연구개발·인력양성·공동제작 등을 장려하고 촉진하기 위하여 제28조의2에 따라 지정된 지역”을 의미함(제2조 정의)
  - 시·도지사는 문화산업의 진흥을 위해 필요한 경우 관할 구역의 일정 지역을 문체부장관의 승인을 받아 문화산업지구로 지정할 수 있음(제28조의2)
  - 문화산업진흥지구는 기업이나 기구들이 자발적으로 밀집하여 형성된 지역을 클러스터로 지정한 형태임(권영길, 2016)
- 문화산업진흥지구의 유사 개념으로 ‘문화산업클러스터’, ‘문화산업단지’와 ‘문화산업진흥시설’ 등이 있으며, 이들 제도는 문체부의 ‘지역문화산업클러스터 기반조성사업’의 일환으로 추진됨(변미영 외, 2011)
  - **문화산업클러스터**란, “문화산업 관련 기업, 인력, 연구개발, 사업서비스 및 다양한 도시서비스 활동들이 공간적으로 집적해 있으며, 이들 간 긴밀한 네트워크가 형성된 집중체”로 「문화산업법」에 의해 문화산업클러스터 육성의 제도적 기반을 마련하고 있음(변미영 외, 2011)
    - 문화산업단지, 문화산업진흥지구, 문화산업진흥시설이 문화산업클러스터 개념에 포함됨

- **문화산업단지**는 “기업·대학·연구소·개인 등이 공동으로 문화산업과 관련한 연구개발·기술훈련·정보교류·공동제작 등을 할 수 있도록 조성한 토지·건물·시설의 집합체로 제24조제2항에 따라 지정·개발된 산업단지”임(「문화산업법」 제2조)
  - 현재까지 문화산업단지는 청주(’02년)와 춘천(’08년) 2개 지역이 지정됨(변미영 외, 2011)
- **문화산업진흥시설**은 “문화산업 관련 사업자와 그 지원시설 등을 집단적으로 유치함으로써 문화산업 관련 사업자의 활동을 지원하기 위한 시설로 제21조제1항에 따라 지정된 시설물”을 의미함(「문화산업법」 제2조)
  - 현재 문화산업진흥시설에는 상암동 문화콘텐츠센터(’07년), 부천 한국만화영상진흥원(’11년) 2곳이 지정됨(변미영 외, 2011)

[ 표 2-1 ] 문화산업진흥지구 및 유사 개념 비교

구분	문화산업단지	문화산업진흥지구	문화산업진흥시설
개념	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업, 대학, 연구소, 개인 등이 공동으로 문화산업과 관련한 연구개발, 기술훈련, 정보교류, 공동제작 등을 할 수 있도록 조성한 토지·건물·시설의 집합체로 산업입지 및 개발에 관한 법률에 따라 지정·개발된 산업단지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화산업 관련 기업 및 대학, 연구소 등의 밀집도가 다른 지역보다 높은 지역으로 집적화를 통한 문화산업 관련 기업 및 대학, 연구소 등의 영업활동·연구개발·인력양성·공동제작 등을 장려하고 이를 촉진하기 위하여 지정된 지역</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화산업 관련 사업자와 그 지원시설 등을 집단적으로 유치함으로써 문화산업 관련 사업자의 활동을 지원하기 위한 시설</li> </ul>
	※ <b>문화산업클러스터</b> : 문화산업 관련 기업들을 유치하여 관련 산업의 집적화를 통한 시너지효과를 높임으로써 지역문화산업을 활성화하기 위한 것으로 문화산업단지, 문화산업진흥지구, 문화산업진흥시설이 클러스터 개념에 포함됨		
법적근거	• 문화산업진흥기본법 제24조	• 문화산업진흥기본법 제28조의2	• 문화산업진흥기본법 제21조
지정현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 총 2곳</li> <li>• 청주(’02.3), 춘천(’08.1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 총 11곳</li> <li>• 부산, 대구, 대전, 부천, 전주, 천안, 제주(’08.2.29.)</li> <li>• 인천, 고양(’08.12.2.)</li> <li>• 안동(’10.1.21.)</li> <li>• 성남(’10.2.17.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 총 2곳</li> <li>• 상암동 문화콘텐츠센터(’07.3.12.)</li> <li>• 부천 한국만화영상진흥원(’11.6.28.)</li> </ul>
개념비교	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인위적으로 단지에 업체, 연구소, 대학 등을 집적화함으로써 비용이 많이 소요되고 사업완성까지 장기간 소요</li> <li>• 「산업입지 및 개발에 관한 법률」에 의해 지방자치단체가 중심이 되고 중앙정부가 지원하며 민간이 참여하는 체제</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인위적인 집합체가 아닌 기존에 형성되어 있는 일정 지역을 선정하여 집중지원을 통하여 사업의 완성도를 높일 수 있음</li> <li>• 기업이나 기구들이 자발적으로 밀집하여 형성된 지역을 클러스터로 지정한 형태</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 벤처기업집적시설로 지정되어 벤처기업에 대한 정책적 지원을 받을 수 있어 중소기업체들의 자생력 확보에 용이</li> </ul>

출처: 국가법령정보센터(2022.1.18. 검색); 권영길(2016); 변미영 외(2011); 문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원(2011)

## ❖ 문화산업진흥지구 특성

- 문화산업진흥지구의 경우 타 산업과는 구별되는 문화산업<sup>2)</sup>의 특수성에 기인하여 그 특성을 살펴볼 수 있음. 문화산업은 ‘문화적 요소’가 결합된 형태의 산업으로, 일반 제조업과는 달리 질적 요소와 밀접한 관련이 있다는 특성이 있음(정미강, 2010)
  - 권오혁·김홍석(2000)은 문화산업의 일반적 특성을 ①미학적·관념적 산업, ②평가적 가치에 의존하는 산업, ③유행성이 큰 산업(짧은 제품수명주기), ④지역적 고유성과 전통성에 의해 소비자의 기호가 강화되는 산업, ⑤상품 정보의 비대칭성이 큰 산업, ⑥가치관련성이 큰 산업, ⑦특화 분야별 공간적 집적도가 높은 산업으로 정리함
  - 또한, 변미영 외(2011)에 의하면, 문화산업은 하나의 소스로 다양한 활용이 가능한 문화콘텐츠를 대상으로 하기 때문에 원작을 활용하여 다양한 산업에 접목할 수 있음. 또한, 최근에는 언제 어디서든 다양한 플랫폼을 통해 문화콘텐츠를 소비하는 크로스 플랫폼 현상이 확산되고 있어 이러한 특성을 활용한 연쇄적 부가가치 창출이 가능함

[ 표 2-2 ] 문화산업의 일반적 특성

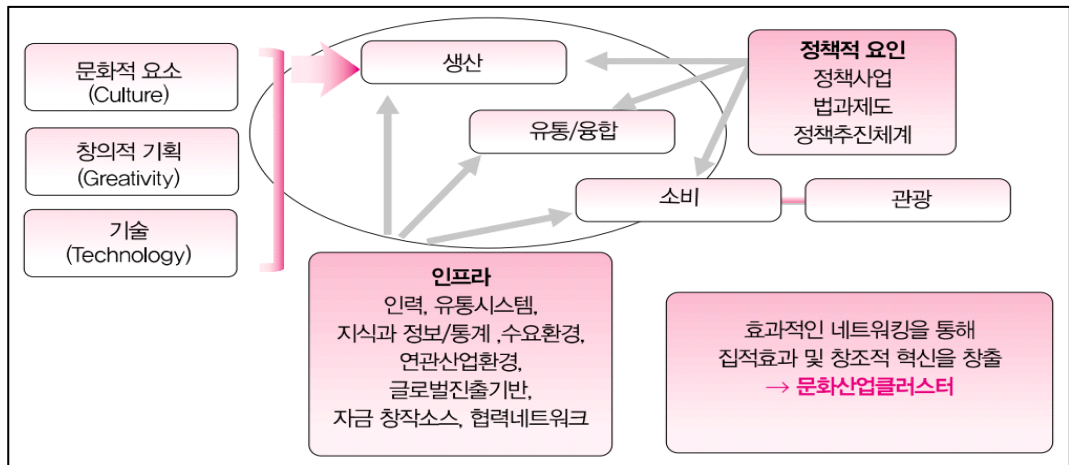
구분	내용
미학적·관념적 특성	• 질적인 산업, 아이디어의 혁신과 가공에 의존하는 산업으로 문화적 가치를 갖는 지식, 아이디어, 디자인 창출이 중심이 됨. 이에 따라 미학적 가치, 관념적 가치, 전통적 의식 등에 토대를 둠
평가 가치 의존성	• 문화·예술 상품은 질적인 평가를 받으며, 이는 개인적인 기호와 문화적 선호에 따름
유행성	• 문화상품의 수요자는 새롭고 특이한 것에 이끌리고, 점차 익숙해지면 싫증을 느끼는 경향이 있어 문화상품의 수명은 대체로 짧음
지역성	• 문화상품에 대한 사람들의 기호와 매력은 지역 간 차이와 전통에 의해 강화되는 경향이 있음. 즉, 해당 상품이 가진 독특함에 대한 문화적 배경을 이해할 때 더욱 매력을 느낌
정보의 비대칭성	• 문화상품은 상품의 가치가 정보 자체인 경우가 적지 않고 그와 관련된 모든 정보를 확인하고 나면 그 가치가 곧바로 저하되는 경우가 많음(예: 서적, 영화 등)
가치 관련성	• 문화상품은 특정 사회에 대해 가치 관련적이거나 가치 판단적임. 문화상품의 경우 그것의 사회적 유익과 해악에 관한 판단 및 평가에 예민하다는 특징이 있음
공간적 집적성	• 문화산업의 발전과 혁신을 촉진시키는 원리는 특정 분야 전문가들의 상호 학습 및 네트워크로 특화 분야별로 공간적으로 집적하는 경향을 보임

출처: 권오혁·김홍석(2000) 참고하여 연구자 정리

2) 문화산업은 “문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업”을 의미하며, 영화·비디오물, 음악·게임, 출판·인쇄·정기간행물, 방송영상물, 문화재, 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일 문화콘텐츠·디자인(산업디자인 제외)·광고·공연·미술품·공예품, 디지털문화콘텐츠, 사용자제작문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등, 대중문화예술, 전통문화, 문화상품 대상 전시회·박람회·견본시장 및 축제 등의 업종범위를 포함함(「문화산업법」 제2조)

- 산업 클러스터는 기업 간의 활발한 네트워킹에 기반을 둔 시너지 효과와 상호보완성을 목표로 조성됨. 문화산업 클러스터는 유연한 창조환경과 연쇄적 부가가치 창출을 중요시하는 문화산업의 진흥을 위한 적절한 환경을 제공할 수 있음(정미강, 2010)
  - 문화산업은 제품의 수명주기가 짧고 기호적 수요에 대응해야 하므로 관련 전문가들의 상호 학습 및 네트워크가 중요하고, 다품종 소량생산이 가능한 유연한 생산체계를 기반으로 하므로 지역적 수준에서 산업특화와 지역적 전통을 형성하는 경향이 있음(권오혁·김홍석, 2000)

[그림 2-1] 문화산업클러스터의 구성 요소



출처: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2011)

- 지역의 문화산업은 지역문화진흥과 상호영향 관계를 가지며, 지역의 문화적 동력으로서 역할을 함. 특히 클러스터 형태의 지역 문화산업 육성은 지역 특성이 담긴 문화를 산업 기반으로 형성함으로써 지역경제를 효율적으로 육성함과 동시에 지역의 문화적 정체성을 제고할 수 있는 방안 중 하나임(권영길, 2016; 2020; 정미강, 2010)
  - 지역구성원들 간 네트워크 및 협력을 촉진하고 공공의 문화공간, 산업의 거점으로서 경제적·문화적 효과를 함께 도모할 수 있다는 점에서 의미가 있음(정미강, 2010)
- 그러나 국내 문화산업 클러스터 조성 사업은 문화산업 인프라의 지역불균등으로 인한 근본적인 한계가 존재함(정미강, 2010)
  - 국내의 문화산업진흥지구 조성 사업은 서울을 제외한 전국 각지를 대상으로 추진 중이지만, 여전히 문화산업 인프라는 서울에 집중되어있음. 즉, 현재의 문화산업진흥 지구는 실질적으로 문화산업 인프라가 취약한 지역을 대상으로 추진되고 있어 산업 활성화까지 막대한 시간과 비용이 소요될 수밖에 없는 실정임



## 2) 문화산업진흥지구 조건

### ❖ 문화산업진흥지구 지정요건

- 문화산업진흥지구는 ①진흥지구 예정지역이나 그 인근 지역에 문화상품의 기획·제작·개발·생산·유통과 관련된 시설이 집적되어 있을 것, ②진흥지구 예정지역이나 그 인근 지역에 교통·통신·금융 등 문화산업의 육성을 위한 기반시설이 갖추어져 있을 것, ③진흥지구 예정지역이나 그 인근 지역에 문화산업과 관련된 교육기관·연구시설 등이 있을 것이라는 요건을 모두 충족해야 함(「문화산업법」 시행령 제33조의2)
- 위의 요건을 충족하는 예정지역을 문화산업진흥지구로 지정 신청하기 위해서는 해당 지역의 관할 지자체에서 ‘문화산업진흥지구 조성계획’을 수립하여 문체부 장관의 승인을 받아야 함(「문화산업법」 제28조의2)
  - 문화산업진흥지구 조성계획에는 ①진흥지구의 명칭, ②위치 및 면적, ③지정의 목적, ④문화산업의 진흥과 관련된 주요 기반시설 및 환경, ⑤향후 지원·육성계획의 사항이 포함되어야 함(「문화산업법」 시행령 제33조의2)
- 지정신청은 각 광역지자체에서 총괄 신청하는 것을 원칙으로 함

[표 2-3] 문화산업진흥지구 지정요건

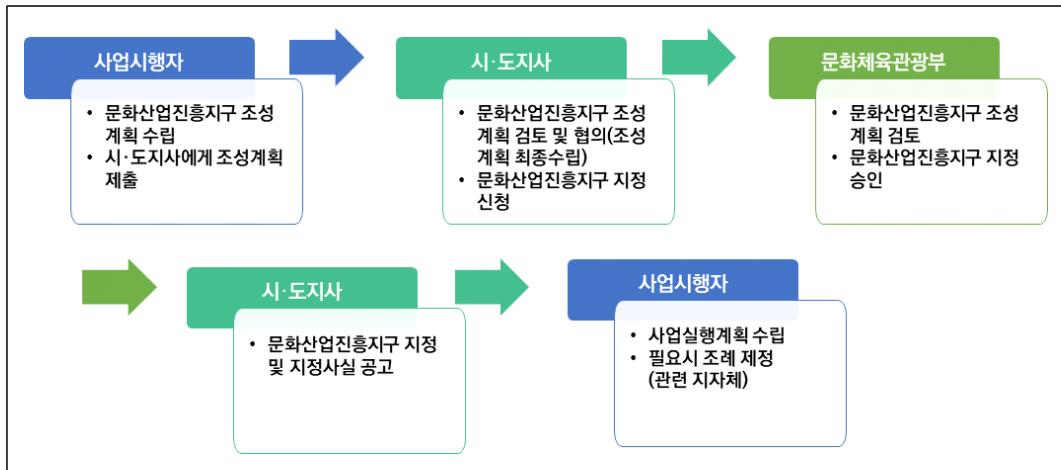
구분	내용
예정지역 요건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 진흥지구 예정지역이나 그 인근 지역에 문화상품의 기획·제작·개발·생산·유통과 관련된 시설이 집적되어 있을 것</li> <li>• 진흥지구 예정지역이나 그 인근 지역에 교통·통신·금융 등 문화산업의 육성을 위한 기반시설이 갖추어져 있을 것</li> <li>• 진흥지구 예정지역이나 그 인근 지역에 문화산업과 관련된 교육기관·연구시설 등이 있을 것</li> <li>• 상기 요건 모두 충족 필요</li> </ul>
지정신청 요건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ①진흥지구의 명칭, ②위치 및 면적, ③지정의 목적, ④문화산업의 진흥과 관련된 주요 기반시설 및 환경, ⑤향후 지원·육성계획의 사항이 포함된 「문화산업진흥지구 조성 계획」 제출 필요</li> </ul>
신청자격	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 각 광역 지방자치단체 총괄 신청</li> </ul>

출처: 「문화산업법」 및 동법 시행령(2022.1.5. 검색); 문화체육관광부(2009.10.5.)

## ❖ 문화산업진흥지구 지정절차

- 문화산업진흥지구 지정절차는 ①문화산업진흥지구 조성계획 수립 및 지자체에 제출, ②문화산업진흥지구 신청, ③조성계획 검토 및 지정 승인, ④지정 사실 공고, ⑤사업실행계획 수립으로 크게 5단계로 구분됨(문화체육관광부, 2009.10.5.)
  - 먼저, 사업시행자가 문화산업진흥지구 조성계획을 수립하여 광역지자체에 제출함
  - 사업시행자로부터 조성계획을 받은 광역지자체는 계획을 검토하여 문체부에 문화산업지구 지정신청을 함
  - 문체부는 지정 예정지역의 입지적 조건 및 조성계획 타당성 등에 대한 종합적인 검토를 통해 최종적으로 지정을 승인하고, '문화산업진흥지구 지정 평가 자문단'을 구성하여 현지 실사 등을 통해 사업의 적절성을 검토함
  - 이후 광역지자체는 문체부 장관의 지정 승인 결과에 따라 문화산업진흥지구의 지정 및 지정 사실을 공고해야 함
  - 지정 이후 사업시행자는 사업실행계획을 수립하고 필요시 조례 등을 제정할 수 있음

[그림 2-2] 문화산업진흥지구 지정절차



출처: 문화체육관광부(2009.10.5.)

- 문화산업진흥지구가 1개소 이미 지정된 상황에서 지구의 추가 지정 가능 여부는 근거 법률(문화산업진흥 기본법)에 제한 규정이 없어서 가능한 것으로 확인됨(문화체육관광부 문화산업정책과 담당자 및 문화체육관광부 고문번호사, 2022.4.25.)

### 3) 문화산업진흥지구 지원내용

- 문화산업진흥지구에 대한 지원은 「문화산업법」과 「벤처기업육성에 관한 특별조치법」(법률 제18358호, 이하 ‘벤처기업법’)에 법적 근거를 둠
  - 「문화산업법」 제28조의3에 따르면, 국가나 지방자치단체는 문화산업진흥지구의 조성과 관련하여 필요한 경우 문화산업진흥지구 조성계획 시행자에 대한 예산지원이 가능하며, 「벤처기업법」 18조의4에 따른 ‘벤처기업육성촉진지구’로 간주하여 다양한 지원을 받을 수 있음을 명시함
- 문화산업진흥지구로 지정되면 「문화산업법」에 근거하여 각종 부담금(대체산림자원 조성비 등 5종) 및 인허가 면제(공공하수도 공사시행 등 9종)와 같은 혜택이 주어짐
  - 경기도는 문화산업지구로 이주하는 기업에 대해 취득등록세 면제 및 재산세 50%를 감면해주고 있음(서봉만·현기순, 2013)
- 또한, 문체부는 2009년 2월 「문화산업법」 개정을 통해 문화산업진흥지구를 「벤처기업법」 상 벤처기업육성촉진지구로 간주하도록 하여 간접적 세제지원을 받을 수 있도록 함(「문화산업법」 제28조의3제3항)
  - 벤처기업육성촉진지구는 “벤처기업의 밀집도가 다른 지역보다 높은 지역으로 집단화협업화(協業化)를 통한 벤처기업의 영업활동을 활성화하기 위하여 지정된 지역”임(「벤처기업법」 제2조)
  - 동법 제18조의5에서는 중소벤처기업부장관은 촉진지구의 활성화를 위해 「지역중소기업 육성 및 혁신촉진 등에 관한 법률」 제8조에 따라 지방중소기업육성관련기금의 조성을 지원할 때 촉진지구를 지정받은 지방자치단체를 우대하여 지원할 수 있음을 명시함
  - 또한, 국가나 지방자치단체는 촉진지구에 있거나 촉진지구로 이전하는 벤처기업에 자금이나 그 밖에 필요한 사항을 우선하여 지원할 수 있으며, 촉진지구에 설치되는 벤처기업집적시설의 설치·운영자 및 창업보육센터사업자에게 그 소요자금의 전부 또는 일부를 지원하거나 우대하여 지원할 수 있음(「벤처기업법」 제18조의5)
  - 「문화산업법」 제27조에 명시된 부담금 면제 항목에 더해 「개발이익환수에 관한 법률」 제5조에 따른 개발부담금이 추가로 포함됨(「벤처기업법」 제22조)

[표 2-4] 문화산업진흥지구 지원내용

구분		내용
지원 근거	문화산업 진흥지구 (「문화산업법」 제28조의3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국가나 지방자치단체는 문화산업진흥지구의 구성과 관련하여 필요한 경우 문화산업진흥지구 조성계획 시행자에 대한 지원 가능</li> <li>• 제28조의2제1항에 따라 지정된 문화산업진흥지구는 「벤처기업육성에 관한 특별조치법」 제18조의4에 따른 벤처기업육성촉진지구로 간주</li> </ul>
	벤처기업육성 촉진지구 (「벤처기업법」 제18조의5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「지역중소기업 육성 및 혁신촉진 등에 관한 법률」 제8조에 따라 지방중소기업육성 관련기금의 조성을 지원할 때 촉진지구를 지정받은 지방자치단체 우대 지원</li> <li>• 국가나 지방자치단체는 촉진지구에 있거나 촉진지구로 이전하는 벤처기업에 자금이나 그 밖에 필요한 사항을 우선 지원 가능</li> <li>• 촉진지구에 설치되는 벤처기업집적시설의 설치 운영자 및 창업보육센터사업자에게 그 소요자금의 전부 또는 일부를 지원하거나 우대하여 지원 가능</li> </ul>
부담금 면제	문화산업 진흥지구 (「문화산업법」 제27조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「산지관리법」 제19조에 따른 대체산림자원조성비</li> <li>• 「농지법」 제38조에 따른 농지보전부담금</li> <li>• 「초지법」 제23조제6항에 따른 대체초지조성비</li> <li>• 「도시교통정비촉진법」 제36조에 따른 교통유발부담금</li> </ul>
	벤처기업육성 촉진지구 (「벤처기업법」 제22조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「문화산업법」 제27조에 따른 부담금 면제 항목 4종</li> <li>• 「개발이익환수에 관한 법률」 제5조에 따른 개발부담금</li> </ul>
인허가 면제 (「문화산업법」 제28조)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「하수도법」 제16조에 따른 공공하수도 공사 시행의 허가</li> <li>• 「공유수면관리법」 제5조에 따른 공유수면 점용 또는 사용의 허가</li> <li>• 「하천법」 제30조에 따른 하천공사 시행의 허가 및 같은 법 제33조에 따른 하천점용 등의 허가</li> <li>• 「도로법」 제36조에 따른 도로공사 시행의 허가 및 같은 법 제61조에 따른 도로점용의 허가</li> <li>• 「항만법」 제9조제2항에 따른 항만개발사업 시행의 허가</li> <li>• 「사도법」 제4조에 따른 사도 개설의 허가</li> <li>• 「농지법」 제34조에 따른 농지전용의 허가</li> <li>• 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제86조에 따른 도시계획시설사업 시행자의 지정 및 같은 법 제88조에 따른 실시계획의 인가</li> <li>• 「수도법」 제52조 및 제54조에 따른 전용상수도 및 전용공업용수도 설치의 인가</li> </ul>

출처: 「문화산업법」(2022.1.26. 검색); 「벤처기업법」(2022.1.26. 검색)

## 2. 문화산업진흥지구 정책 여건

### 1) 중앙정부 정책 여건

#### (1) 관련 법률

##### ❖ 문화산업진흥 기본법

- 「문화산업법」은 문화산업의 지원과 육성에 관한 내용을 규정하며, 창업·제작·유통 과정에서의 지원 정책 및 문화산업 기반조성 등에 관한 조항이 포함됨
- 문화산업진흥지구와 관련하여 정의, 지정 및 지원 책무, 지원내용 등을 규정함
  - 각종 부담금 면제(제27조) 및 인·허가 면제(제28조) 관련 내용은 [표 2-4] 참고

[표 2-5] 「문화산업진흥 기본법」 중 문화산업진흥지구 관련 조항

구분	내용
제1조 (목적)	이 법은 문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 정하여 문화산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 한다.
제2조 (정의)	19. “문화산업진흥지구”란 문화산업 관련 기업 및 대학, 연구소 등의 밀집도가 다른 지역보다 높은 지역으로서 집적화를 통한 문화산업 관련 기업 및 대학, 연구소 등의 영업활동·연구개발·인력 양성·공동제작 등을 장려하고 촉진하기 위하여 제28조의2에 따라 지정된 지역을 말한다.
제3조 (국가와 지방자치단체의 책임)	① 국가와 지방자치단체는 문화산업의 진흥을 위하여 필요한 정책을 수립·시행하여야 한다. ② 국가와 지방자치단체는 문화산업 진흥을 위하여 기술의 개발과 조사·연구사업의 지원, 외국 및 문화산업 관련 국제기구와의 협력체제 구축 등 필요한 노력을 하여야 한다.
제28조의2 (문화산업진흥 지구의 지정 등)	① 시·도지사는 문화산업의 진흥을 위하여 필요한 경우에는 관할 구역의 일정 지역을 문화산업진흥지구로 지정할 수 있다. ② 시·도지사는 문화산업진흥지구를 지정할 때에는 문화산업진흥지구 조성계획을 세워 문화체육관광부장관의 승인을 받아야 한다. 문화산업진흥지구 지정을 변경할 때에도 또한 같다. ③ 시·도지사는 제2항에 따른 문화산업진흥지구 조성계획을 시행하여야 한다. ④ 시·도지사는 제1항 및 제2항에 따라 문화산업진흥지구를 지정하거나 지정을 변경한 경우 또는 제5항에 따라 지정을 해제한 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 그 내용을 공고하여야 한다. ⑤ 시·도지사는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 문화산업진흥지구 지정을 해제할 수 있다. 이 경우 문화체육관광부장관의 승인을 받아야 한다. 1. 문화산업진흥지구 조성계획이 실현될 가능성이 없는 경우 2. 사업의 지연, 관리 부실 등의 사유로 지정목적 달성을 할 수 없는 경우 ⑦ 제1항에 따른 문화산업진흥지구 지정의 요건 및 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
제28조의3 (문화산업진흥 지구의 조성 지원)	① 국가나 지방자치단체는 문화산업진흥지구의 조성과 관련하여 필요한 경우 문화산업진흥지구 조성계획을 시행하는 자에 대하여 지원할 수 있다. ② 제1항의 문화산업진흥지구 조성계획을 시행하는 자에 대하여는 제27조 및 제28조를 준용한다. ③ 제28조의2제1항에 따라 지정된 문화산업진흥지구는 「벤처기업육성에 관한 특별조치법」 제18조의4에 따른 벤처기업육성촉진지구로 본다.

출처: 국가법령정보센터(2022.1.26. 검색), 「문화산업법」

## ❖ 벤처기업육성에 관한 특별조치법

- 「문화산업기본법」에 따라 문화산업진흥지구는 「벤처기업법」 제18조의4에 따른 벤처기업육성촉진지구로 간주함(제28조의3제3항)
- 「벤처기업법」 중 벤처기업육성촉진지구와 관련한 조항에는 용어의 정의와 지정, 지원사항 등이 포함됨
  - 국가는 벤처기업육성촉진지구를 지정받은 지자체에 대해 지방중소기업육성관련기금 조성을 우선 지원할 수 있으며, 국가와 지자체는 촉진지구에 있거나 이전하는 기업, 촉진지구 내 벤처기업집적시설의 설치·운영자 및 창업보육센터사업자에 대해 경제적 지원이 가능함
  - 또한, 촉진지구의 벤처기업과 그 지원시설에 대해 각종 부담금(개발부담금 등 5종)을 면제해주는 등의 혜택을 제공함

[표 2-6] 「벤처기업육성에 관한 특별조치법」 중 문화산업진흥지구 관련 조항

구분	내용
제2조 (정의)	⑥ “벤처기업육성촉진지구”란 벤처기업의 밀집도가 다른 지역보다 높은 지역으로 집단화·협업화(協業化)를 통한 벤처기업의 영업활동을 활성화하기 위하여 제18조의4에 따라 지정된 지역을 말한다.
제18조의4 (벤처기업육성 촉진지구의 지정 등)	① 시·도지사는 벤처기업을 육성하기 위하여 필요하면 관할 구역의 일정지역에 대하여 벤처기업육성촉진지구(이하 “촉진지구”라 한다)의 지정을 중소벤처기업부장관에게 요청할 수 있다.
제18조의5 (촉진지구에 대한 지원)	① 중소벤처기업부장관은 촉진지구의 활성화를 위하여 「지역중소기업 육성 및 혁신촉진 등에 관한 법률」 제8조에 따라 지방중소기업육성관련기금의 조성을 지원할 때 촉진지구를 지정받은 지방자치단체를 우대하여 지원할 수 있다. ② 국가나 지방자치단체는 촉진지구에 있거나 촉진지구로 이전하는 벤처기업에 자금이나 그 밖에 필요한 사항을 우선하여 지원할 수 있다. ③ 국가나 지방자치단체는 촉진지구에 설치되는 벤처기업집적시설의 설치·운영자 및 창업보육센터사업자에게 그 소요자금의 전부 또는 일부를 지원하거나 우대하여 지원할 수 있다. ④ 촉진지구의 벤처기업과 그 지원시설에 대하여는 제22조를 준용한다.
제22조 (각종 부담금의 면제 등)	① 벤처기업집적시설에 대하여는 다음 각 호의 부담금을 면제한다. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「개발이익환수에 관한 법률」 제5조에 따른 개발부담금</li> <li>3. 「산지관리법」 제19조에 따른 대체산림자원조성비</li> <li>4. 「농지법」 제38조에 따른 농지보전부담금</li> <li>5. 「초지법」 제23조에 따른 대체초지조성비</li> <li>6. 「도시교통정비 촉진법」 제36조에 따른 교통유발부담금</li> </ol> ③ 벤처기업집적시설을 건축하려는 자는 「문화예술진흥법」 제9조에도 불구하고 미술장식을 설치하지 아니할 수 있다.

출처: 국가법령정보센터(2022.2.9. 검색), 「벤처기업법」

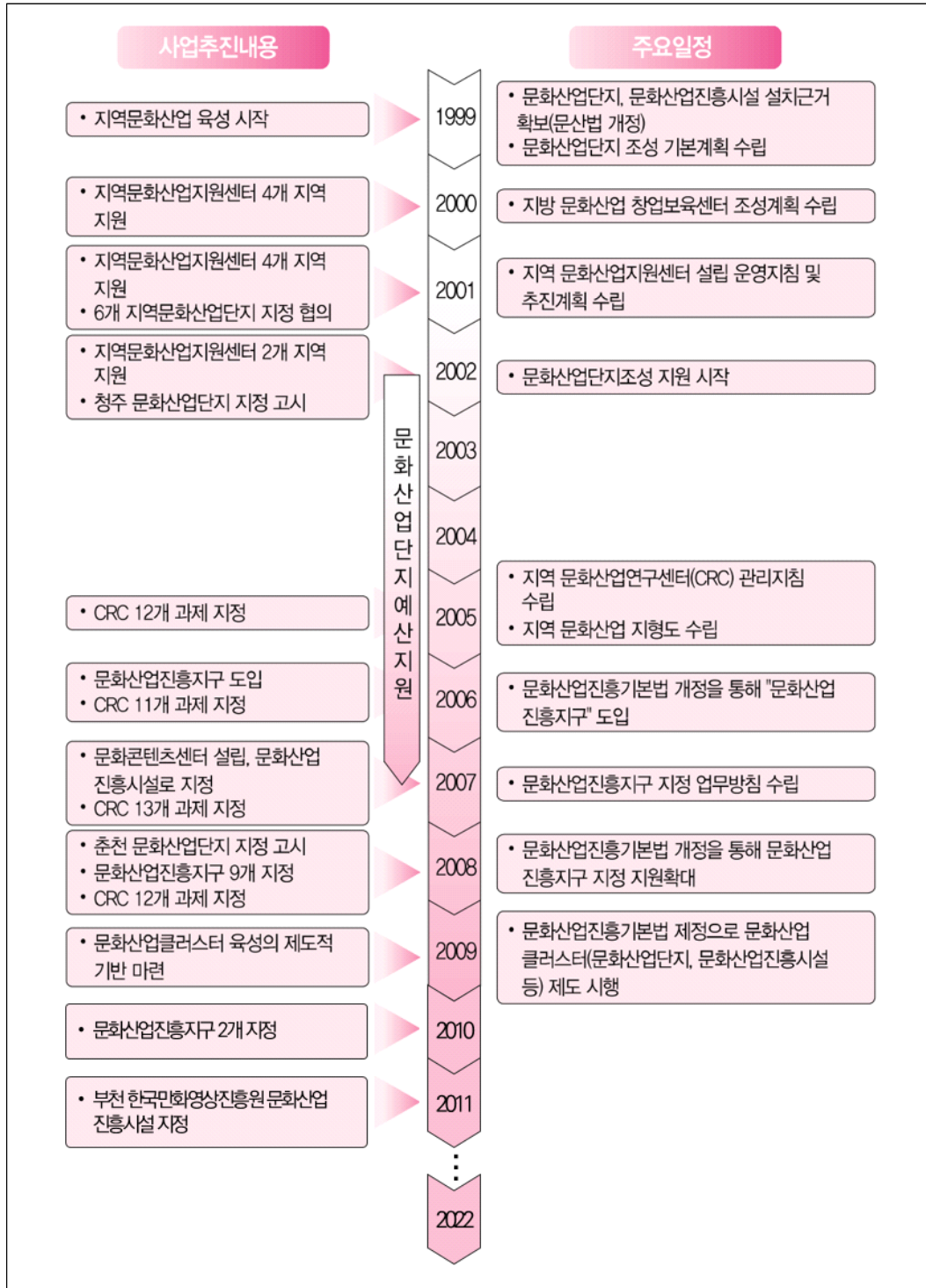
## (2) 관련 정책

### ❖ 지역 문화산업클러스터 육성 정책 흐름

- 문체부는 지역문화산업의 육성을 위해 문화산업클러스터 조성을 중심으로 하여 지방문화산업 기반조성사업을 전개해 옴(문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 2011)
  - 지역문화산업 클러스터 육성 정책은 1999년 2월 제정된 「문화산업법」에 문화산업단지, 문화산업진흥시설 등에 대한 법적 근거를 두고 추진되었으며, 2006년 2월에는 동 법에 문화산업진흥지구 제도에 관한 조항을 추가하며 현재까지 크게 문화산업단지, 문화산업진흥시설, 문화산업진흥지구 지정 및 지원을 중심으로 관련 정책을 추진하고 있음(문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 2011)
  - 문화산업클러스터 지원사업의 시초는 2000년~2002년 추진되었던 ‘지역문화산업지원센터 설치 및 운영’ 정책이었으며, 이를 통해 문화산업집적지 조성을 추진함. 이후 2002년부터 현재까지 문화산업단지 조성 정책을 통해 지역 내 문화산업클러스터를 조성해 왔음(서봉만·현기순, 2013)
- 최근에는 막대한 비용이 소요되는 문화산업단지를 인위적으로 조성하기보다는 기존에 문화 관련 기관들이 집적한 지역을 대상으로 문화산업진흥지구를 지정하여 육성·지원하는 방식으로 정책의 방향성이 전환됨(서봉만·현기순, 2013)
  - 즉, 최근의 문화산업클러스터 관련 정책은 자생적으로 형성된 클러스터를 중심으로 지원함으로써 사업투자 대비 효율성을 극대화할 수 있는 방향으로 정책 패러다임이 전환되었음을 의미함(서봉만·현기순, 2013)
- 문화산업단지조성 지원이 본격적으로 시작된 2002년에 문화산업단지 1곳을 지정했으며, 이후 2007년에 문화산업진흥시설 1곳, 2008년에 문화산업단지 1곳과 문화산업진흥지구 9곳을 지정함
  - 그러나 2010년에 문화산업진흥지구 2곳과 2011년 문화산업진흥시설 1개소를 지정 한 이후로는 추가 지정된 지역이 없으며 정책 추진에 다소 부진하였음



[그림 2-3] 지역 문화산업클러스터 육성 정책 흐름



출처: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2011) 참고하여 재구성



## ❖ 문화비전2030

- 문체부의 중장기 문화정책 방향성을 담은 「문화비전2030」에서는 지역의 문화역량 강화 및 문화산업 생태계 조성, 융합문화의 혁신적 생태계 조성 등을 위한 문화산업 지원정책을 담고 있음
  - 이 계획은 문화산업클러스터 조성에 관한 구체적인 사항을 담고 있는 것은 아니지만, 지역 내 콘텐츠 기업 육성 거점을 확대하고 지역 주도의 문화산업육성 정책 추진을 위한 협력체계 마련 등을 추진할 계획임을 밝히고 있음
- 문화산업진흥지구와 관련해서 참고할 수 있는 정책에는 '6-2-3. 지속가능한 성장을 위한 지역특화 콘텐츠 육성'과 '6-2-4. 콘텐츠산업에서 협치에 필요한 중앙과 지역, 지역 간 지역 내 협력체계 구축'이 있음
  - '지속가능한 성장을 위한 지역특화 콘텐츠 육성'은 콘텐츠 기업 육성 거점시설인 콘텐츠 코리아랩과 지역거점형 기업육성센터를 광역·기초지자체까지 확산하는 정책임
    - 콘텐츠코리아랩은 아이디어 구상-창작-창업 과정을 지원하는 역할을 하며, 기업육성 센터는 창업 이후의 기업성장단계를 지원함(관계부처 합동, 2018.12.13.)
  - '콘텐츠산업에서 협치에 필요한 중앙과 지역, 지역 간, 지역 내 협력체계 구축은 콘텐츠산업 육성 정책 거버넌스를 구축함으로써 지역 주도의 사업 추진을 도모하는 정책임
  - 이러한 기초-광역-중앙 간 거버넌스와 지역별 문화산업 거점시설을 중심으로 캠프마켓이 소재한 부평구와 인천시를 중심으로 한 지역주도형 사업 추진의 기반을 마련할 수 있을 것으로 기대됨

[표 2-7] 「문화비전2030」 중 문화산업 관련 주요 정책

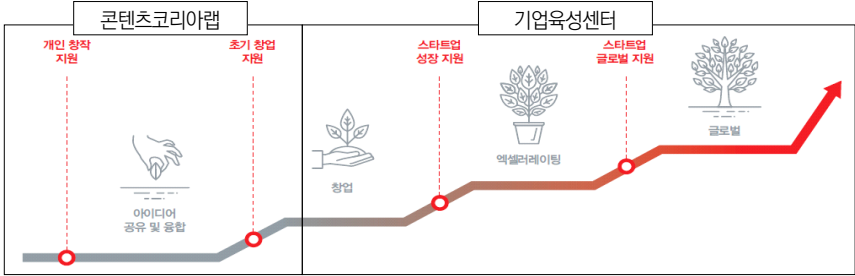
의제	핵심 및 추진과제
의제 6. 지역 문화분권 실현	핵심과제 2. 지역문화의 고유성 유지·발전 □ 추진과제 3. 지속가능한 성장을 위한 지역특화 콘텐츠 육성 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 내 콘텐츠 기업 육성 거점을 단계적으로 확대하여 지역별 특성에 맞는 맞춤형 인재양성 및 창업 활성화·기업 육성 지원</li> <li>- 지역기반형 콘텐츠코리아랩, 지역거점형 기업육성센터를 장기적으로 주요 광역·기초지자체로 확산</li> </ul>
	□ 추진과제 4. 콘텐츠산업에서 협치에 필요한 중앙과 지역, 지역 간 지역 내 협력체계 구축 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부-지방정부-중앙공공기관-지역진흥원이 참여하는 지역콘텐츠 정책협의체 구성·운영</li> <li>• 지역이 주도하여 과제를 기획·제안하고 중앙정부가 지원</li> <li>• 지역 콘텐츠 거점화·광역화로 규모화를 도모하고 연관 산업 간 연계 및 지역 간 협업 유도</li> </ul>

출처: 문화체육관광부(2018.5.16.)

## ❖ 콘텐츠산업 경쟁력 강화 핵심전략(2018~2022)

- 문체부는 「콘텐츠산업 진흥법」에 따라 3년마다 콘텐츠산업 진흥 기본계획을 수립하였고, 2011년과 2014년에 제1, 2차 기본계획 수립 이후 2018년도에는 범정부 차원의 5개년 기본계획인 「콘텐츠산업 경쟁력강화 핵심전략(2018~2022)」을 수립·발표함
- 핵심전략 중 문화산업진흥지구 조성과 관련하여 참고할 수 있는 과제에는 ‘핵심인프라 전국적 지원망 구축’, ‘미래형·참여형·콘텐츠 인프라 신설’, ‘지역콘텐츠 거점화·광역화로 인프라 연계체제 구축’ 등이 있음
  - 이 계획에도 문화산업진흥지구가 직접적으로 명시된 정책은 부재하나, 지역 내 콘텐츠 산업 인프라 조성을 지원하는 정책을 참고할 수 있음

[표 2-8] 「콘텐츠산업 경쟁력 강화 핵심전략(2018~2022)」 중 문화산업 관련 주요 정책

핵심전략	핵심 및 추진과제
1. (산업경쟁력) 글로벌 수준의 경쟁력 확보	1-1. 산업수요를 반영한 인프라 및 정책금융 확충 <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 기업육성센터·CKL 등 핵심인프라의 전국적 지원망 구축(문체부)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• (지역거점 구축) 창작·창업 지원공간인 콘텐츠코리아랩(CKL) 및 기업 성장을 지원하는 기업육성센터를 '22년까지 광역지자체 단위로 확충</li> </ul> </li> </ul> 
2. (수요확대) 신시장 확대 및 수요 창출	2-1. 콘텐츠 수요 창출 및 지역콘텐츠 생태계 구축 <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 미래형·참여형 콘텐츠 인프라 신설(문체부)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• (한국대중음악자료원 조성) 시대별 한국 대중음악 사료 보존·연구·전시공간 조성 추진을 통해 대중음악의 문화적 접근 강화</li> <li>• (융복합 콘텐츠 클러스터 조성) 스튜디오 큐브와 연계, 영상과 VFX 등 첨단기술이 결합한 기업입주·테스트베드·아카데미 등 조성 추진</li> </ul> </li> <li>□ 「지역콘텐츠 거점화·광역화」로 인프라 연계체제 구축(문체부, 관계부처)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• (지역콘텐츠 거점화·광역화) 광역별 콘텐츠 진흥기관을 지역거점센터로 지정하고, 지역에서 주도적으로 지역 특성을 살린 육성사업 추진</li> </ul> </li> </ul>

출처: 관계부처 합동(2018.12.13.)

## ❖ 제2차 지역문화진흥 기본계획(2020~2024)

- 문체부는 「지역문화진흥법」에 따라 5년마다 ‘지역문화진흥 기본계획’을 수립함.  
지역문화진흥 기본계획은 문화산업뿐만 아니라 문화예술, 생활문화 등 다방면의 지역문화 진흥정책을 다루고 있음
- 「제2차 지역문화진흥 기본계획(2020~2024)」 역시 문화산업진흥지구와 관련한 정책이 명시되어 있지는 않으나, 5개년간 중앙정부의 지역 문화산업 육성정책의 방향성을 탐색해보고자 주요 정책 내용을 살펴봄
- 지역의 문화콘텐츠 산업과 관련하여, ‘지역 콘텐츠산업 생태계 구축 지원’ 사업을 참고할 수 있음
  - 세부과제로는 지역별 거점기관 지정을 통해 지역 주도 콘텐츠산업 육성을 지원하고 지역 내 유관기관과의 네트워크 구축을 지원함
  - 또한, 콘텐츠코리아랩, 음악창작소 등의 기관 운영을 통해 지역기업의 창작·창업을 지속적으로 지원함
  - 더불어 기업육성센터 등을 운영함으로써 지역특화 콘텐츠 개발을 지원하여 지역기업이 성장할 수 있도록 지원함

[표 2-9] 「제2차 지역문화진흥 기본계획(2020~2024)」 중 문화산업 관련 주요 정책

핵심전략	핵심 및 추진과제
3. 지역의 개성있는 문화 발굴·활용	3-3. 창조적 지역 콘텐츠·관광산업 육성
	<input type="checkbox"/> 지역 콘텐츠산업 생태계 구축 지원 <ul style="list-style-type: none"> <li>• (정책 네트워크 조성) 거점기관 지정*을 통해 지역 주도 콘텐츠산업을 육성하고, 지역 내 다양한 콘텐츠 진흥기관 간 연계 협력체계 구축 * '19년 16개 거점기관 지정</li> <li>• (창작·창업 활성화) 콘텐츠코리아랩(15개소), 지역스토리랩(10개소), 음악창작소(13개소) 운영을 통한 콘텐츠 창작·창업 지속 지원</li> <li>• (지역기업 육성지원) 게임육성센터(10개소) 및 기업육성센터(15개소) 운영, 지역특화 콘텐츠 개발(매년 30여 개 개발)을 통한 지역기업 성장 견인</li> </ul>

출처: 문화체육관광부(2020.2.)

### (3) 관련 사업

#### ❖ 2022년 한국콘텐츠진흥원 주요사업

- 한국콘텐츠진흥원(이하 '콘진원')의 2022년 주요사업 중 지역의 문화산업 육성과 관련한 사업에는 '음악창작소 프로그램 운영지원', '지역거점형 콘텐츠 기업육성센터 조성 및 운영', '지역기반형 콘텐츠코리아 랩 운영' 등을 참고할 수 있음
- 음악창작소 프로그램 운영지원 사업은 지역 뮤지션의 역량 강화 및 창·제작 공간 제공을 통한 지역음악산업 활성화를 목적으로 추진되며, 전국 시도별로 음악창작소 조성 및 운영 비용을 지원함
  - 2021년 기준 전국 시도별 음악창작소는 17개소가 조성되어 운영 중이며, 2022년에는 인천시를 포함하여 대전, 경기 음악창작소가 조성될 계획임
  - 음악창작소는 시설 대관, 음원·음반 제작 지원, 공연·마케팅·네트워킹 등 프로그램 운영 등의 사업을 추진하며, 기 운영기관은 창작소당 100백만 원, 신규 조성 기관은 50백만 원의 예산이 지원됨
- 지역기반형 콘텐츠코리아랩 운영 사업은 지역별 구축된 '콘텐츠코리아랩'을 통해 지역 콘텐츠 창작가 및 기업의 창업 이전~창업까지의 과정을 단계별 지원하는 사업임
  - 인천시는 인천테크노파크에서 콘텐츠코리아랩 운영을 담당하고 있으며, 콘진원은 지역별 콘텐츠코리아랩에서 운영하는 창작공간·장비 지원, 창작자 육성, 창·제작 지원, 창작·창업 지원사업에 필요한 예산을 지원함
- 지역거점형 콘텐츠 기업육성센터 조성 및 운영 사업은 권역별 '콘텐츠 기업육성센터' 운영을 지원함으로써 지역 콘텐츠 기업을 육성하여 지역 경제 활성화 및 수도권-지역 간 콘텐츠산업의 격차를 해소하고자 추진됨
  - 인천시 기업지원센터는 인천테크노파크에서 담당하며, 기 구축된 기관에게는 지역 내 초기 콘텐츠 기업의 입주지원 및 기업 육성 프로그램 운영에 필요한 예산을 지원함
  - 센터별로 운영하는 사업은 상이하지만, 크게 콘텐츠 개발지원 및 창업 7년 미만 기업 대상 입주 지원, 투자·마케팅 지원, 실무교육 지원 등의 프로그램을 운영함

[표 2-10] 2022년 한국콘텐츠진흥원 주요사업

(단위: 백만 원)

사업명	내용	예산
음악창작소 프로그램 운영지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업목적: 지역 뮤지션의 역량 강화 및 창제작 공간 제공을 통한 지역음악산업 활성화</li> <li>• 지원대상: 전국 시도별 음악창작소 17개소(인천, 대전, 경기 음악창작소 2022년 개소 및 운영기관 확정 예정)</li> <li>• 지원내용: 음악창작소 공간 운영 및 프로그램 운영지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 녹음실, 편집실, 공연장 등 시설 대관 운영</li> <li>- 지역기반 활동 뮤지션 대상 음원·음반 제작 지원사업</li> <li>- 공연, 마케팅, 네트워킹 지원 등 다양한 프로그램 운영</li> </ul> </li> </ul>	<p>2,000 (기존 창작소 100백만 원, 신규 창작소 50백만 원)</p>
지역기반형 콘텐츠코리아랩 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업목적: 아이디어가 창작으로 창작이 창업으로 이어지도록 창업 이전~창업까지 단계별 맞춤형 지원</li> <li>• 지원대상: 기 구축 완료된 15개 지역 콘텐츠코리아랩(인천-인천테크노파크)</li> <li>• 지원내용: 창작공간·장비 지원, 창작자 육성, 창·제작 지원, 창작·창업 지원 등                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 창작공간·장비 지원 : 1인미디어실, 사진·영상 촬영실/편집실, 녹음실, 촬영·편집장비 등</li> <li>- 창작자 육성: 콘텐츠 창작 공모전, 콘텐츠 제작(1인미디어, 웹툰 등) 교육 등</li> <li>- 창·제작 지원: 1인미디어, 웹툰, 캐릭터 등</li> <li>- 창작·창업 지원: 창작·창업 컨설팅, 멘토링, 지재권 출원 등</li> </ul> </li> </ul>	<p>11,965 (기관당 700~900백만 원)</p>
지역거점형 콘텐츠 기업육성센터 조성 및 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업목적: 권역별 콘텐츠 기업 육성을 통한 지역경제 활성화, 수도권-지역 간 콘텐츠산업 격차 해소</li> <li>• 지원대상: (조성) 정책지정(충북), (운영) 기 구축한 지역별 기업지원센터 9개소(인천-인천테크노파크)</li> <li>• 지원내용: (운영) 지역 내 초기 콘텐츠 기업 입주지원 및 기업 육성 프로그램 운영                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제작지원: 콘텐츠 개발지원 약 10백만 원 ~ 100백만 원 내외</li> <li>- 입주지원: 창업 7년 미만 콘텐츠 기업 입주실 지원</li> <li>- 투자·마케팅 지원: 입주기업 엑셀러레이팅, 콘텐츠 국내외 판로개척 및 홍보 지원</li> <li>- 교육지원: 지역 내 콘텐츠 인력 양성 및 일자리 창출 위한 실무 교육 지원</li> </ul> </li> </ul>	<p>12,113 (조성-4,800백만 원, 운영-기관당 800백만 원 내외)</p>

출처: 한국콘텐츠진흥원 홈페이지(2022.2.14. 검색)

## 2) 인천시 정책 여건

### (1) 관련 조례

#### ❖ 인천광역시 문화콘텐츠산업 진흥 조례

- 「인천광역시 문화콘텐츠산업 진흥 조례」(조례 제6844호)는 「문화산업진흥 기본법」 및 「콘텐츠산업 진흥법」의 규정에 따라 인천시 문화콘텐츠산업의 육성 및 지원에 필요한 사항을 정하여 문화콘텐츠산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 시민의 문화적 삶의 질 향상과 지역경제 활성화에 이바지함을 목적으로 함(제1조)
- 시장은 「문화산업진흥 기본법」에 의거 지정한 문화산업단지 및 문화산업진흥지구 조성과 관련하여 필요한 경우 조성계획을 시행하는 자와 관할하는 군수·구청장이 추진하는 조성사업에 소요되는 경비를 지원할 수 있음(제11조)
- 문화산업진흥지구 외에 지역 문화콘텐츠산업 육성을 위해 조례상 규정된 지원사항에는 문화콘텐츠산업 기본계획 수립, 문화콘텐츠기업에 대한 지원, 제작 및 사업화 지원, 창업의 지원, 투자조합 운영 지원, 기업 등 유치, 외국인 투자유치의 촉진, 국제교류 및 국외진출 지원 등, 기술개발, 전문인력의 양성 등이 포함됨(제3~10조)
  - 시장은 4년마다 문화콘텐츠산업의 진흥에 관한 기본계획을 수립·시행하여야 하며, 기본계획의 수립과 집행을 위하여 필요한 때에는 군수·구청장과 공공기관·연구소·법인·단체·대학·민간기업·개인 등에게 자문을 구하거나 필요한 협조를 요청할 수 있음(제3조)
  - 문화콘텐츠기업에 대해서는 입주공간, 고용 및 교육훈련 보조금, 임대료, 첨단기술과 장비, 인력양성을 위한 교육훈련, 국내외 문화콘텐츠 전시회 참가 및 홍보 등을 지원할 수 있으며, 타 시도에서 인천시로 이전한 기업에도 동일한 사항을 지원할 수 있음(제4·7조)
  - 제작자에게는 제작비를 지원하고(제5조), 창업자에게는 창업자금의 용자 등 필요한 지원이 가능함(제6조)
  - 또한, 시장은 문화콘텐츠산업 관련 기술개발을 위한 시책을 수립·시행하고 공모를 통해 우수 연구과제를 지원할 수 있으며(제9조), 문화콘텐츠 창작 관련 전문인력의 양성사업을 수행하는 연구소 등에 대하여 예산지원이 가능함(제10조)
  - 한편, 문화콘텐츠산업에의 외국인 투자를 촉진하기 위한 지원은 「인천광역시 외국인 투자유치 및 지원 조례」가 정하는 바에 따름(제8조)

[표 2-11] 「인천광역시 문화콘텐츠산업 진흥 조례」 중 문화산업진흥지구 등 관련 조항

구분	조항	내용
문화산업진흥지구 관련	제11조 (문화산업단지 및 문화산업진흥지구의 조성 등)	<p>① 시장은 「문화산업진흥 기본법」에 의거 지정한 문화산업단지 및 문화산업진흥지구 조성과 관련하여 필요한 경우 조성계획을 시행하는 자와 관할하는 군수·구청장이 추진하는 조성사업에 소요되는 경비를 지원할 수 있다.</p> <p>② 시장은 문화콘텐츠산업의 진흥을 위하여 「문화산업진흥 기본법」에 의하여 문화산업진흥시설을 집중적으로 조성하거나 입주하게 할 수 있으며, 기존의 건축물을 문화산업진흥시설로 활용하게 하거나 그 건축물에 지원시설의 입주를 권장할 수 있다.</p> <p>③ 시장은 민간인 등이 문화산업진흥시설을 쉽게 설치할 수 있도록 필요한 지원을 할 수 있다.</p>
문화콘텐츠산업 지원 일반	제3조 (문화콘텐츠산업의 기본계획 수립 등)	<p>① 인천광역시장(이하 “시장”이라 한다)은 4년마다 문화콘텐츠산업의 진흥에 관한 기본계획을 수립·시행하여야 한다.</p> <p>② 시장은 기본계획의 수립과 집행을 위하여 필요한 때에는 군수·구청장과 공공기관·연구소·법인·단체·대학·민간기업·개인 등에게 자문을 구하거나 필요한 협조를 요청할 수 있다.</p>
	제4조 (문화콘텐츠기업에 대한 지원)	<p>시장은 문화콘텐츠산업과 관련된 사업을 하는 자에게 예산의 범위 내에서 다음 각호의 사항을 지원할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 입주공간</li> <li>2. 고용 및 교육훈련 보조금</li> <li>3. 임대료</li> <li>4. 첨단기술과 장비</li> <li>5. 인력양성을 위한 교육·훈련</li> <li>6. 국내·외 문화콘텐츠 전시회 참가 및 홍보</li> <li>7. 그 밖에 시장이 문화콘텐츠산업 육성에 필요하다고 인정하는 사업</li> </ol>
	제5조 (제작 및 사업화 지원)	<p>시장은 문화콘텐츠산업의 경쟁력을 강화하고 고품질 문화콘텐츠상품의 생산 활동을 촉진하기 위하여 창작자와 제작자에게 필요한 경비를 예산의 범위 내에서 지원할 수 있다.</p>
	제6조 (창업의 지원 등)	<p>시장은 문화콘텐츠산업에 관한 창업을 촉진하고 창업자의 성장·발전을 위하여 창업자금의 융자 등 필요한 지원을 할 수 있다.</p>
	제7조 (기업 등 유치)	<p>시장은 문화콘텐츠산업과 관련된 기업·연구기관·단체 등을 유치하기 위하여 타 시도에 소재하는 기업 등이 인천광역시 내로 이전하는 경우에 제4조 각호를 지원할 수 있다.</p>
	제8조 (외국인 투자유치의 촉진)	<p>문화콘텐츠산업에의 외국인 투자를 촉진하기 위한 지원은 「인천광역시 외국인 투자유치 및 지원 조례」가 정하는 바에 따른다.</p>
	제9조 (기술개발)	<p>시장은 문화콘텐츠산업과 관련된 기술개발을 촉진하기 위한 시책을 수립·시행하고 콘텐츠 기술개발을 위하여 공모를 통해 선정된 연구과제에 대하여 예산의 범위 내에서 지원을 할 수 있다.</p>
	제10조 (전문인력의 양성)	<p>시장은 문화콘텐츠 창작을 활성화하기 위하여 전문인력의 양성사업을 수행하는 연구소 등에 대하여 예산의 범위 내에서 지원을 할 수 있다.</p>

출처: 국가법령정보센터(2022.5.23. 검색), 「인천광역시 문화콘텐츠산업 진흥 조례」

## ❖ 인천음악창작소 관리 및 운영 조례

- 인천시는 문체부의 음악창작소 조성사업에 선정되어 2022년부터 창작소를 부평구 캠프마켓 내에 조성·운영할 예정이므로 2021년 11월 「인천음악창작소 관리 및 운영 조례」(조례 제6719호)를 제정함
- 이 조례는 “음악창작소의 관리 및 운영에 필요한 사항을 규정함으로써 효율적인 운영을 도모하고 지역의 대중음악산업 발전 및 음악 생태계 조성에 이바지함”을 목적으로 함(제1조)
- 조례에 따르면 인천음악창작소는 ‘인천광역시 부평구 산곡동 449번지(캠프마켓)’에 두며, 음악 관련 시설과 부대시설을 설치하고 지역 음악인 발굴 및 지원, 음악산업 육성 및 지원 등의 업무를 담당할 계획임

[표 2-12] 「인천음악창작소 관리 및 운영 조례」 중 음악산업 관련 조항

조항	내용
제1조 (목적)	이 조례는 인천음악창작소의 관리 및 운영에 필요한 사항을 규정함으로써 효율적인 운영을 도모하고 지역의 대중음악산업 발전 및 음악 생태계 조성에 이바지함을 목적으로 한다.
제2조 (위치)	인천광역시(이하 “시”라 한다)가 설치하는 인천음악창작소(이하 “음악창작소”라 한다)는 인천광역시 부평구 산곡동 449번지(캠프마켓)에 둔다.
제3조 (시설)	음악창작소의 시설은 다음 각 호와 같다. 1. 음악 관련 시설(녹음실, 편집실, 공연장, 연습실 등) 2. 부대시설(세미나실, 다목적홀, 창작실, 사무실 등)
제4조 (업무)	음악창작소에서 하는 업무는 다음 각호와 같다. 1. 지역 음악인 창작활동 및 공연활동 지원 2. 신진음악인 발굴 및 육성을 위한 전문교육 기획 3. 지역음악산업의 육성 및 지원 4. 음악창작소 추진사업 홍보 및 마케팅 5. 음악창작소 기본시설 및 부대시설 운영 및 관리 6. 그 밖에 지역 대중음악산업 발전을 위한 관련 사업
제5조 (관리 및 운영)	① 음악창작소의 관리 및 운영은 인천광역시시장(이하 “시장”이라 한다)이 한다. ② 시장은 제1항에도 불구하고 음악창작소의 효율적인 운영을 위하여 필요하다고 인정하는 경우에는 음악창작소 사무의 전부 또는 일부를 법인 또는 단체에 위탁할 수 있다. ③ 시장은 제2항에 따른 위탁 운영의 경우 음악창작소 사업의 원활한 추진을 위하여 예산의 범위에서 사업비를 지원할 수 있다.

출처: 국가법령정보센터(2022.2.15. 검색), 「인천음악창작소 관리 및 운영 조례」



## (2) 관련 정책

### ❖ 인천시: 제2차 인천광역시 문화진흥시행계획(2020~2024)

- 인천시는 「지역문화진흥법」에 따라 2020년 6월 「제2차 인천광역시 문화진흥시행계획(2020~2024)」을 수립함
- 이 계획은 지역문화 전반을 포괄하는 종합계획으로 문화산업진흥지구에 관한 세부과제를 명시하진 않으나 5년간의 인천시 문화산업 육성 정책의 방향성을 참고할 수 있음
- 문화산업과 관련하여 ‘3-2. 지역특화 콘텐츠산업 육성’을 제시하고 있으며, 세부 사업으로 콘텐츠산업의 지원기반을 구축하고 영상·음악·융합 분야 산업 육성정책을 포함함
  - 먼저, 콘텐츠산업의 지원기반을 구축하기 위해 R&D를 강화하고 인천 콘텐츠기업 육성센터를 운영하고자 함
  - 음악콘텐츠산업 육성을 위한 세부사업으로는 음악창작소 등 음악산업 기반시설의 조성 및 음악도시 조성 마스터플랜 수립 사업이 포함됨

[표 2-13] 「제2차 인천광역시 문화진흥시행계획(2020~2024)」 중 문화산업 관련 주요 정책

전략	핵심 및 추진과제
3. 지역문화자원 발굴·활용 진흥	3-2. 지역특화 콘텐츠산업 육성
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 인천 콘텐츠산업 지원기반 구축                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• (콘텐츠산업 R&amp;D 강화) 콘텐츠산업 관련 연구와 정책 개발을 통해 문화산업정책 추진기반 마련                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인천문화산업 산학연관 네트워크(인천 콘텐츠산업 발전협의체) 구축 및 문화콘텐츠 분야 기본계획 수립 지원</li> </ul> </li> <li>• (인천 콘텐츠기업 육성센터 운영) 콘텐츠 기획에서 사업화까지 콘텐츠 분야 스타트업 및 강소기업의 성장을 지원하는 플랫폼 운영                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 입주기업 지원프로그램 운영, 콘텐츠 제작 및 사업화 지원, 전문역량 강화교육, 글로벌 마케팅 지원</li> </ul> </li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> 인천 음악콘텐츠산업 육성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• (음악산업 기반시설 조성) 음악창작소, 한국대중음악자료원 등 음악산업에 필요한 기반시설 조성으로 음악산업 생태계 조성                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- (음악창작소 조성) 지역 대중음악인에게 창작부터 음반(음원) 제작 및 활동까지 지원하는 음악기반시설 조성 및 운영</li> <li>- (한국대중음악자료원 유치) 한국대중음악 100년 역사 연구와 아카이빙, 전시 등을 주 목적으로 하는 ‘한국대중음악자료원’ 설립 유치</li> </ul> </li> <li>• (음악도시 조성 마스터플랜 수립) 음악도시로서 인천의 정체성 확립 및 도시브랜드화 추진방안 마련                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 음악자원이 유입되어 토착화된 개항도시 인천의 특수한 역사성과 현재성, 음악자원의 다양성과 고유성을 토대로 음악도시로서 재도약하기 위한 체계적 마스터플랜 마련</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

출처: 인천광역시(2020.6.)

## ❖ 인천시: 음악도시, 인천 마스터플랜

- 인천시는 인천의 음악적 역사성과 현재성을 바탕으로 생활음악·음악산업·음악축제의 조화로운 육성·지원을 위해 2020년 12월 「음악도시, 인천 마스터플랜」을 수립하고 이를 2021년부터 2025년까지 5년간 시행할 계획임
- 이중 음악산업 관련 추진과제로 ‘2-1. 음악산업 기반 및 음악인 역량 강화’가 있음
  - 음악산업 기반 조성을 위한 사업으로는 ‘음악창작소 조성·운영’, ‘음악산업 전문인력 양성 아카데미 개설’, ‘음악산업 유치’, ‘수제 악기제조샵 육성’ 등이 제시됨
  - 캠프마켓 유희공간을 리모델링하여 음악창작소를 조성하고자 함. 음악창작소는 녹음실, 콘트롤희, 공연장, 연습실, 세미나실 등의 시설을 갖추고 창작지원, 역량강화 교육, 네트워킹, 홍보·마케팅, 지역 음대 협력사업 등의 프로그램을 운영할 예정임
  - 음악창작소가 조성되면 이와 연계한 인력양성 아카데미를 개설함. 음악산업 전문인력 양성을 위해 사업 초기에는 음악창작소와 연계한 프로그램을 진행하고 향후 수요 증가 시 별도의 아카데미를 설립할 계획임. 또한, 단계별·수준별 수업과정을 운영하고 수료자를 대상으로 인턴십 기회를 제공함
  - 더불어 캠프마켓으로 음악산업 관련 기관을 유치하기 위해 유희공간을 리모델링하여 사무공간으로 활용할 수 있도록 하고 기업 유치를 위한 인센티브를 발굴하여 제공할 예정임. 또한, 입주기업을 우선으로 음악창작소를 통한 신인 뮤지션에게 쇼케이스 기회를 제공함
  - 한편, 과거 인천에서 악기 제조업이 성행했던 당시 인천에서 일했던 근로자와 전문인력을 대상으로 부지 내 유희공간에 수제 악기제조샵 및 수리점을 운영할 수 있도록 임대료와 최초 장비구입비 등을 지원할 계획임
- 추진과제 ‘3-1. 음악자원 전용시설 건립’과 ‘3-3. 음악을 통한 원도심 활성화’도 음악산업 기반 확충과 관련된 사업으로 볼 수 있음
  - 음악자원 전용시설 건립 관련해서는 관내 부족한 음악대학을 유치하기 위한 공론화 사업과 범시민 운동이 있으며, 캠프마켓 내 국립 한국대중음악자료원의 건립 유치가 계획됨
  - 음악을 통한 원도심 활성화와 관련해서는 도시재생을 통해 중·소규모 음악공연장을 5개 조성한다는 계획과, 뮤지션의 창작역량 강화를 위해 뮤지션 레지던시 1개소를 조성한다는 내용이 있음

[표 2-14] 「음악도시, 인천 마스터플랜」 중 음악산업 관련 주요 정책

핵심전략	추진과제 및 세부추진사업
2. 음악산업 생태계 조성	2-1. 음악산업 기반 및 음악인 역량 강화
	<input type="checkbox"/> 음악창작소 조성·운영(단기) <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역뮤지션에게 창작부터 음반(음원)으로 생산되는 과정에 필요한 기반시설 제공 및 교육프로그램 지원을 통해 자생력 강화 및 음악창작 생태계 조성</li> <li>• 시설개요               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시설위치: 인천 부평구 산곡동 449번지 일원(캠프마켓)</li> <li>- 시설규모: 716㎡ ※ 기존 건물 리모델링(지상1층, 단층2동)</li> <li>- 주요시설: 녹음실, 콘트롤희, 공연장, 연습실, 세미나실 등</li> <li>- 주요역할: 음악창작·아카데미·비즈니스·네트워크 기능</li> <li>- 시설운영: 민간위탁</li> </ul> </li> </ul>
	<input type="checkbox"/> 음악산업 전문인력 양성 아카데미 개설(중기) <ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악창작소와 지역대학 등과 연계를 통한 시범사업 추진               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시범사업 추진 시 음악창작소 활용, 향후 수요 증가 시 사업(분야·과정) 확대를 위한 별도의 아카데미 설립('25년)</li> </ul> </li> <li>• 단계별·수준별 수업과정(기초, 심화실무 등) 운영 및 수수료 발급               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 우수 수료자에 대해 현장에서 실습할 수 있는 인턴십 기회 제공</li> </ul> </li> </ul>
	<input type="checkbox"/> 음악산업 유치(장기) <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022년 2단계 반환예정인 캠프마켓으로 레이블사 등 유치               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 캠프마켓 내 유희 창고를 리모델링하여 음악기업 사무실로 활용</li> <li>- 레이블사 사무실 집적화를 위한 인센티브 발굴·제공</li> </ul> </li> <li>• 신인 뮤지션 음반 쇼케이스 기회 제공               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 음악창작소를 통한 신인 뮤지션에게 쇼케이스 개최(입주기업 우선)</li> </ul> </li> </ul> <input type="checkbox"/> 수제 악기제조업 육성(중기) <ul style="list-style-type: none"> <li>• 악기제조 장인 모집 및 조합 육성               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관내 영창악기, 콜트악기 등 악기제조 기술을 가진 인력 모집</li> <li>- 원활한 사업영위를 위한 협동조합으로 육성</li> </ul> </li> <li>• 수제 악기제조·수리점 운영               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 캠프마켓내 창고시설을 활용하여 악기제조·수리점 임대료 지원</li> <li>- 악기제조·수리점 운영을 위한 최초 장비구입비 지원(인큐베이팅)</li> </ul> </li> </ul>
3. 음악자원 가치 확산 및 음악연계 도시재생	3-1. 음악자원 전용시설 건립
	<input type="checkbox"/> 음악대학 유치 <ul style="list-style-type: none"> <li>• (음악대학 유치) 국내외 대학 분교, 음악전문대학원 등 유치</li> <li>• (수도권정비계획법 개정) 공감대 형성을 위한 범시민 운동 전개</li> </ul> <input type="checkbox"/> 국립한국대중음악자료원 건립 유치 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국 대중음악사 연구 및 아카이빙 기관을 근대 대중음악의 중심지였던 캠프마켓에 유치</li> <li>- 주요시설: 대중음악 전시실, 수장고, 열람실, 교육실, 공연장 등</li> </ul>
	3-3. 음악을 통한 원도심 활성화 <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 도시재생을 통한 음악전용 공연장 조성               <ul style="list-style-type: none"> <li>• 구도심 지역 공가 또는 폐업공장 등 유희시설 활용 중·소 음악공연장 5개 조성('25년)</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> 뮤직 레지던시 조성               <ul style="list-style-type: none"> <li>• 작업공간이 필요한 뮤지션에게 공간 제공 및 창작활동 지원</li> <li>• 레지던시 1개소 조성 및 입주뮤지션 10명 모집('25년)</li> </ul> </li> </ul>

출처: 인천광역시(2020.12.)

## ❖ 인천테크노파크: 인천문화콘텐츠산업 마스터플랜 수립 연구

- 인천테크노파크는 인천 문화산업진흥지구 지정 및 관리를 총괄하는 기관으로서 2020년 9월 「인천문화콘텐츠산업 마스터플랜 수립 연구」를 진행함
  - 이는 인천시는 수도권에 속함에도 불구하고 문화콘텐츠산업이 영세하고 중앙의 수도권 배제방침에 따라 문화콘텐츠산업을 지원하기 위한 예산확보가 어려워 시 차원의 중장기적 문화콘텐츠산업 육성계획을 수립하고자 추진됨
- 이 연구는 “상상이 현실로! K콘텐츠 글로벌 창조도시, 인천”이라는 비전하에 ‘기업성장 환경 조성’, ‘콘텐츠 도시 브랜드화’, ‘시민 참여 활성화’의 3개 핵심가치를 중심으로 5개 전략목표와 13개 전략과제를 제시함
- 다만, 이 연구에서 제시된 계획에는 문화산업진흥지구 혹은 음악산업 육성과 관련한 정책을 구체적으로 언급하지 않고 있음. 이에 전략과제 중 캠프마켓에 적용할 수 있는 문화산업에 대한 일반적인 지원정책을 참고하고자 함
  - 참고할 수 있는 정책에는 크게 문화콘텐츠 강소기업 육성, 정주여건 개선, 콘텐츠산업 거버넌스 구축의 차원에서 구분됨
- 먼저, 문화콘텐츠 강소기업 육성을 위한 정책과제로는 인천형 콘텐츠 유망기업 발굴·집중육성하고 폐업 예정이거나 폐업 경험이 있는 기업의 재도약을 지원함. 또한, 인천지역 콘텐츠 분야 기업을 대상으로 컨설팅 지원을 확대 추진할 계획임
- 인천지역 문화콘텐츠 기업의 정주여건을 개선하기 위해 인천 콘텐츠 기업육성 펀드를 조성·운영하고 크라우드펀딩을 통한 투자유치를 지원함으로써 인천에서 원활히 자금을 조달할 수 있도록 지원할 계획임. 더불어 단계별 해외진출 마케팅을 지원함으로써 콘텐츠 판로개척을 확대할 수 있도록 지원함
- 이뿐만 아니라 인천시 문화콘텐츠산업 관련 정책을 체계적이고 실효성 있게 추진할 수 있도록 문화산업진흥 조례를 개정하고 인천 문화콘텐츠산업 전담기관을 운영함으로써 컨트롤타워를 구축하고자 함. 또한, 지역 간, 광역-기초 간 네트워크를 통해 거버넌스를 구축할 예정임

[표 2-15] 「인천문화콘텐츠산업 마스터플랜 수립 연구」 중 문화산업 일반에 관한 주요 정책

전략목표	전략과제
1. 인천형 문화콘텐츠 대표 강소기업 배출	1-1. [기업] 콘텐츠 기업 Scale Up
	<input type="checkbox"/> 인천형 콘텐츠 유망기업 발굴·집중육성 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천소재 콘텐츠 기획·제작업종 분야 기업 중 매출액 10억 원 이상 기업, 특화콘텐츠(게임, 영상·뉴미디어, 캐릭터) 제작 분야 기업, 수출실적이 있는 기업을 유망기업으로 선정하여 R&amp;D 및 제작지원, 판로지원, 경영지원 등 기업이 필요로 하는 지원을 맞춤형 패키지 형식으로 지원</li> </ul> <input type="checkbox"/> 콘텐츠 기업 재도약 프로그램 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천소재 문화콘텐츠 분야 기업 중 폐업 예정 또는 폐업 경험이 있는 재창업 기업 등을 대상으로 사업화 지원 및 위기관리 컨설팅·재창업 교육 지원</li> </ul>
	1-3. [컨설팅] 콘텐츠 전문 Biz 지원 확대  <input type="checkbox"/> 콘텐츠 기업 글로벌 사업화 컨설팅 멘토링 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천콘텐츠기업지원센터 내 콘텐츠 분야 기술사업화 전문가 집단이 상주하여 센터 내 기업뿐만 아니라 인천지역 콘텐츠 분야 기업을 대상으로 1:1 맞춤형 멘토링 서비스 제공</li> </ul> <input type="checkbox"/> 콘텐츠 기업 경영 컨설팅 전담 Agency 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천콘텐츠기업지원센터 내 기업경영 전문 컨설팅 Agency가 입주하여 센터 내 기업뿐만 아니라 인천지역 콘텐츠 분야 기업 대상 경영 컨설팅 서비스 제공</li> </ul>
2. 콘텐츠산업 역량 제고를 위한 정주여건 강화	2-1. [자금] 콘텐츠 시드머니 활성화  <input type="checkbox"/> 인천 콘텐츠 기업육성 펀드 조성 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국모태펀드 출자사를 대상으로 우수 투자운용사를 선정하여 자펀드 조합 결성</li> </ul> <input type="checkbox"/> 콘텐츠 클라우드펀딩 플랫폼 연계 투자유치 지원 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 클라우드 펀딩 플랫폼과 공동으로 인천 콘텐츠 기업을 선발하고 플랫폼 내 전문 심사역을 통한 투자유치 컨설팅 및 클라우드 펀딩을 진행함에 따라 이를 위한 홍보자료 제작, 등록 수수료 등 지원</li> </ul>
	2-2. [유통] 콘텐츠 판로개척 확대  <input type="checkbox"/> 단계별 해외진출 마케팅 지원 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외진출 경쟁력을 갖춘 인천 콘텐츠 기업을 선정하여 국제인증 획득 연계지원, 콘텐츠 현지화 지원 후 해외전시회 참가 지원</li> </ul>
4. 콘텐츠산업 발전 거버넌스 체계 실현	4-1. [제도] 콘텐츠산업 육성 제도개선  <input type="checkbox"/> 문화콘텐츠산업 육성 조례 개정 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천시 문화콘텐츠산업 진흥 조례 내 5년 주기의 중장기 계획 수립·시행 등의 조항 마련 및 선정된 특화콘텐츠 분야별 별도의 진흥 조례 제정</li> </ul>
	4-2. [조직] 콘텐츠산업 육성 거버넌스 운영  <input type="checkbox"/> 인천 문화콘텐츠산업 전담기관 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 기구 설립을 위한 TF 운영을 기반으로 인천콘텐츠산업진흥원(가칭) 구축 및 전담기구 초기 단계에 대한 조직 구성·운영</li> </ul> <input type="checkbox"/> 지역 문화콘텐츠 관련 조직간 협력 활성화 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 기관 간 문화콘텐츠산업 관련 업무의 기능적 연계를 위한 협의회 구성 및 운영, 인천시-인천 내 기초자치단체 간 문화콘텐츠산업 네트워크 구성 및 운영, 광역 및 수도권 간 문화콘텐츠산업 Co-work 네트워크 구성 및 운영</li> </ul>

출처: 인천테크노파크(2020.9.)

## ❖ 부평구: 부평 문화도시 종합발전계획(2021~2030)

- 부평구는 문체부의 문화특화지역 조성사업(2016~2020)에 선정되어 “음악을 중심으로 지속 가능한 문화도시 조성”을 비전으로 ‘부평 음악·융합도시 조성사업을 진행했으며, 이를 토대로 2021년 1월에 ‘제2차 법정 문화도시(2021~2025)’로 지정됨
  - 부평구는 문화도시로 지정됨으로써 국비를 포함한 총 190억 원의 예산으로 향후 5년간 문화도시 사업을 추진할 계획임(부평구, 2021.2.18.)
- 이에 부평구는 2020년부터 2025년까지 문화도시 사업의 구체적 실천계획을, 2026년부터 2030년까지 문화도시로서 정책 방향성과 지침 등을 담은 중장기 계획인 「부평 문화도시 종합발전계획(2021~2030)」을 수립함
- 이 계획은 부평구 지역문화예술 진흥에 초점을 두고 있어 음악산업 육성과 직접적으로 연관된 과제는 많지 않으나 음악창작 지원 및 캠프마켓 활용과 관련한 세부과제로 ‘3-3. 장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용’과 ‘4-3. 지역뮤지션 및 기획자 지원’ 사업, ‘4-4. D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산’을 참고할 수 있음
  - ‘3-3. 장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용’에는 ①에스컴 시티 및 캠프마켓 시대 음악 아카이브 활용, ②1950~1970년대 초 에스컴 시티 시절의 음악 리메이크, ③캠프마켓 뮤직라이브러리 조성·운영 사업이 제시됨
  - 이 중에서 ‘캠프마켓 뮤직라이브러리 조성·운영’ 사업은 캠프마켓 내 유희공간을 에코뮤지움 형태로 활용하여 아카이브 자료 전시공간을 조성하고, 지역예술인과 음악스토리나 역사를 연계한 전시콘텐츠를 개발하며, 캠프마켓 일대와 내부를 연결한 음악역사 투어코스를 개발한다는 내용과 함께 유치 추진 중인 ‘한국대중음악자료원’의 운영과 연계한 프로그램을 개발한다는 내용임
  - ‘4-3. 지역뮤지션 및 기획자 지원’ 사업은 ①신인뮤지션 발굴 및 기존 뮤지션 활동, 콘텐츠 제작 지원, ②창·제작 과정 전문 교육, ③디지털음악 전문교육 사업으로 구성됨
  - 이를 통해 지역 뮤지션, 창작자 등 음악 인적자원을 발굴 및 활성화함으로써 외부자원의 유입을 도모하고, 전문 음악활동의 범위 확장 및 다양화를 통해 자생가능한 지역의 음악 생태계를 구축하고자 함

- '4-4. D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산' 사업은 ①디지털뮤직랩 창제작·교육 프로그램 운영, ②언더시티 커먼즈몰(Under City-Commons mall) 실험 운영 및 조성, ③캠프마켓 스트리트컬처 프로젝트 사업으로 구성됨
- 디지털 음악콘텐츠 창·제작과 뮤지션 멘토링 사업은 향후 개소할 인천음악창작소와 중복될 수 있어서 연계·협력이 필요할 것으로 보이며, 콘텐츠사업과 소비산업을 연계한 언더시티 커먼즈몰의 경우, 실험 운영 후 캠프마켓 내부 공간으로 확대할 수 있을 것임

[표 2-16] 「부평 문화도시 종합발전계획(2021~2030)」 중 음악산업 관련 주요 정책

추진과제	주요사업
3. 장소가치 발굴을 통한 미래가치 창출	<p>3-3. 장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 애스컴 시티 및 캠프마켓 시대 음악 아카이브 및 활용               <ul style="list-style-type: none"> <li>• 당시의 역사를 재조명하는 음악적 역사의 가치 발굴을 위한 기록화 작업 및 활용</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> 1950~70년대 초 애스컴 시절의 음악 리메이크               <ul style="list-style-type: none"> <li>• 부평의 역사와 당시 음악을 도시의 브랜드로 대내외에 알릴 수 있는 음반 제작 판매</li> <li>• 음반 관련 MD 제작으로 도시브랜드 홍보 및 수익 창출</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> 캠프마켓 뮤직 라이브러리 조성·운영               <ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 내 유휴공간을 에코뮤지움 형태로 활용하여 아카이브 자료 전시 공간 조성</li> <li>• 지역예술인과 음악스토리화 역사를 연계한 전시콘텐츠 개발</li> <li>• 캠프마켓 일대와 내부를 연결한 음악역사 투어코스 개발</li> <li>• 한국대중음악자료원(유치 추진 중) 운영과 프로그램 연계</li> </ul> </li> </ul>
4. 창조적 문화생산 구조 강화	<p>4-3. 지역뮤지션 및 기획자 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 신인뮤지션 발굴 및 기존 뮤지션 활동, 콘텐츠 제작 지원               <ul style="list-style-type: none"> <li>• 음원 및 음반 제작 및 홍보마케팅, 기획공연 제작 등 음악 활동 지원</li> <li>• 문화도시 특성화 분야 사업 음악교육 등 강사 참여 기회 제공</li> <li>• 음악시설 및 공간 지원(공연/연습/녹음/영상/디자인 편집 시설 및 네트워크 공간)</li> <li>• 음악 관련 분야 전문가 및 기업, 기관 네트워크 지원</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> 창제작 과정 전문교육               <ul style="list-style-type: none"> <li>• 작곡, 편곡, 레코딩, 제작, 엔지니어링, 공연기획, 홍보 등 음악 관련 콘텐츠 제작을 위한 교육과정 실시</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> 디지털음악 전문교육               <ul style="list-style-type: none"> <li>• 디지털음악 장비 및 프로그램, 음향 전문 교육과정 실시</li> <li>• 음악 및 공연 등 음악콘텐츠 관련 분야 디자인, 영상 등 전문 교육과정 실시</li> </ul> </li> </ul> <p>4-4. D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 디지털뮤직랩 창제작·교육 프로그램 운영               <ul style="list-style-type: none"> <li>• 전자음악 및 사운드아트 등 디지털기반 창작 교육 프로그램 및 멘토링, 커뮤니티 활동 지원</li> <li>• 지역 뮤지션과 기획자의 역량을 강화하기 위한 멘토링 및 교육프로그램, 커뮤니티 활동 지원</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> 언더시티 커먼즈몰(Under City=Commons mall) 실험 운영 및 조성               <ul style="list-style-type: none"> <li>• 실험가게의 성과를 토대로 지하상가 빈가게를 활용하여 혁신 마켓 운영</li> <li>• 창업 공간 지원, 창업준비·계획 단계의 사업화 지원 및 창업 실행 단계의 제품화 지원</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> 캠프마켓 스트리트컬처 프로젝트               <ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 담길 및 시설, 유휴공간을 활용한 스트리트컬처 갤러리 조성 및 프로그램 운영</li> </ul> </li> </ul>

출처: 인천광역시 부평구(2021)

### (3) 관련 사업

#### ❖ 인천시: 2022년 문화관광국 주요업무계획

- 인천시는 2022년 문화관광국 내 문화예술과와 문화콘텐츠과에서 문화산업 육성 지원에 관한 사업을 추진할 계획임
- 먼저, 문화예술과는 캠프마켓과와의 협업을 통해 캠프마켓 내 음악창작소 조성·운영 사업을 추진함
  - 2022년 8월 개소를 목표로 하며, 총 759.84㎡ 면적에 기존 건물 2개 동을 리모델링하여 녹음실, 콘트롤희, 편집실, 창작실, 공연장, 세미나실 등을 조성할 계획임
  - 인천음악창작소는 음악창작, 아카데미, 비즈니스, 네트워크 기능을 가진 음악 분야 거점공간으로서 역할 할 예정임
- 문화콘텐츠과는 인천테크노파크에 '콘텐츠기업 원스톱 플랫폼 구축' 사업을 위임해 추진함. 해당 사업에는 인천 콘텐츠기업 지원센터 운영, 지역특화 콘텐츠 개발지원, 인천형 핵심성장 콘텐츠 제작지원, 문화콘텐츠 맞춤형 사업화 지원, 인천형 콘텐츠 유망기업 발굴 집중육성 사업이 포함됨
  - 문화콘텐츠과는 콘텐츠산업 전반에 관한 사업 외에 XR 산업, 실감콘텐츠, 영상콘텐츠, 게임콘텐츠, 스마트 미디어 콘텐츠 분야에 대한 지원을 중점적으로 추진할 계획임
  - 인천 콘텐츠기업 지원센터는 부평구에 2020년 4월 조성되었으며, 2022년에는 입주 기업뿐만 아니라 외부 스타트업들을 포함하여 역량 강화 및 제작 지원, 콘텐츠 사업화 등을 지원함
  - 지역특화 콘텐츠 개발지원 사업은 지역특화 콘텐츠를 개발하고자 하는 기업을 지원하고 인천콘텐츠산업 발전협의체 및 네트워킹을 진행하는 사업임
  - 인천형 핵심성장 콘텐츠 제작 지원사업은 문화콘텐츠 제작을 지원하고 콘텐츠산업 아카이브를 구축하는 사업임
  - 문화콘텐츠 맞춤형 사업화 지원사업은 총 20개 기업에 기업별 맞춤형 사업화 과정을 지원하는 사업이며, 인천형 콘텐츠 유망기업 발굴 집중육성 사업은 관내 유망기업을 선정하여 콘텐츠 R&D를 집중지원하고 성장로드맵 수립 및 전담 PM 운영과 경영 지원 등을 제공하는 사업임



[표 2-17] 2022년 인천시 문화관광국 주요업무계획

(단위: 백만 원)

부서명	사업명	사업내용	예산
문화예술과	인천 음악창작소 조성·운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시설위치: 인천 부평구 산곡동 449번지 일원(캠프마켓 내)</li> <li>• 사업기간: 2020. 4월 ~ 2022. 8월</li> <li>• 시설규모: 총 759.84㎡(217평) ※ 기존 건물 2개동 리모델링 * 기존 미군부대 공연장(91평) 및 휴게실 건물(126평) 활용</li> <li>• 주요시설: 녹음실, 콘트롤희, 편집실, 창작실, 공연장, 세미나실 등</li> <li>• 주요역할: 음악창작·아카데미·비즈니스·네트워크 기능</li> <li>• 시설운영: 민간위탁 ※ 공모 통해 선발 예정</li> </ul>	2,500
문화콘텐츠과	콘텐츠기업 원스톱 플랫폼 구축 (인천 테크노파크 추진)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천 콘텐츠기업 지원센터 운영                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업비: 2,100백만 원 (국 800, 시 1,000, 부평구 300)</li> <li>- 센터위치: 부평테크시티 9~11층(부평대로 283) ※ 2020. 4. 개소</li> <li>- 사업내용: 입주기업 및 인프라 운영관리(33개사), 콘텐츠기업 멤버십 프로그램(200명), 콘텐츠기업 역량강화(15개사), 콘텐츠 제작 지원(6개사), 콘텐츠 사업화 지원(25개사) 등</li> </ul> </li> <li>• 지역특화 콘텐츠 개발지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업비: 800백만 원 (국 400, 시 400)</li> <li>- 사업내용: 지역특화 콘텐츠 개발지원(4개사), 인천콘텐츠산업 발전협의회 운영 및 네트워킹 개최(4개 분과, 20명), 성과연구(1식)</li> </ul> </li> <li>• 인천형 핵심성장 콘텐츠 제작 지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업비: 800백만 원 (시비 100%)</li> <li>- 사업내용: 문화콘텐츠 제작 지원(5개사), 콘텐츠산업 아카이브 구축(1식)</li> </ul> </li> <li>• 문화콘텐츠 맞춤형 사업화 지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업비: 450백만 원 (시비 100%)</li> <li>- 사업내용: 콘텐츠기업 맞춤형 사업화 지원(20개사)</li> </ul> </li> <li>• 인천형 콘텐츠 유망기업 발굴 집중육성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업비: 800백만 원 (시비 100%)</li> <li>- 사업내용: 유망기업 선정(4개사), 콘텐츠 R&amp;D 집중 지원, 성장로드맵 수립 및 전담 PM 운영, 경영 및 혁신지원</li> </ul> </li> </ul>	4,950 (국 1,200, 시 3,450, 구 300)

출처: 인천광역시 문화예술과(2022.2.); 인천광역시 문화콘텐츠과(2022.2.)

## ❖ 인천테크노파크: 문화산업진흥지구 조성사업

- 인천테크노파크 디자인문화본부 내 문화산업지원센터는 지역 문화콘텐츠 발전기반을 조성하고 맞춤형 인천문화콘텐츠 기업 육성 지원을 추진하기 위한 ‘문화산업진흥지구 조성사업’을 담당해옴
- 문화산업진흥지구 조성사업은 지역 문화콘텐츠 발전 기반을 조성하고 문화콘텐츠 특화 및 지원을 통해 콘텐츠 기업을 육성함으로써 지역 문화산업 발전을 도모하고자 추진됨. 이 사업은 크게 ‘문화콘텐츠 육성사업’과 ‘문화콘텐츠 산업 활성화’ 사업으로 구분됨(인천테크노파크, 2022.2.4.)
  - 문화콘텐츠 육성사업은 문화콘텐츠 제작 지원과 콘텐츠 IP(지식재산권) 사업화 모델 발굴 및 산업육성 지원사업으로 구성됨
  - 또한, 문화콘텐츠산업 활성화 사업을 통해 문화콘텐츠기업에게 맞춤형 사업화 비용을 지원하고 인천시 문화산업 네트워크 구축을 지원함

[표 2-18] 인천테크노파크 문화산업지원센터 문화산업진흥지구 조성사업 내용

사업명		내용
문화콘텐츠 육성사업	문화콘텐츠 제작 지원	• 인천 소재 문화콘텐츠 기업 디지털 뉴딜정책 대응 비즈니스 모델 창출 가능성이 높은 지속가능한 문화콘텐츠 제작 지원: 4개 과제 내외
	콘텐츠IP 제작 지원	• OSMU(One-Source-Multi-Use)를 활용한 인천형 콘텐츠 IP 사업화 모델 발굴 및 문화콘텐츠 산업육성 지원: 2개 과제 내외
문화콘텐츠산업 활성화	사업화 지원	• 인천 문화콘텐츠기업 맞춤형 사업화 비용지원: 15개사 내외
	네트워크 구축	• 인천시 문화산업 커뮤니티 구축을 위한 디지털 뉴딜 시대 언택트 웨비나(Webinar) 등 소규모 네트워킹 진행

출처: 인천테크노파크 홈페이지(2022.2.16. 검색)

- 2021년에는 문화콘텐츠산업 육성(문화콘텐츠, 콘텐츠IP, 융합콘텐츠 분야에 대한 제작 지원사업)과 문화콘텐츠 기업 맞춤형 지원(홍보·마케팅, 경영지원) 및 네트워크 구축 사업을 추진함(인천테크노파크, 2022.2.4.)
  - 2021년 문화산업진흥지구 조성사업은 총 800백만 원의 예산으로 콘텐츠 제작 지원 7개사, 기업별 맞춤형 지원 17개사를 지원했으며, 문화콘텐츠 기업에서 총 13명을 신규 채용하는 등의 일자리 창출 효과를 거둠

[표 2-19] 2021년 인천테크노파크 문화산업진흥지구 조성사업 추진성과

(단위: 개, 천 원, 명)

구분	지원내용	기업명	사업예산	일자리 창출
문화 콘텐츠 산업 육성	콘텐츠 IP 라이선싱 (2)	• 지속적인 서비스 제공 및 수익 창출이 가능하고, 신규 비즈니스 모델 창출 가능성이 높은 문화콘텐츠 제작 지원  (주)네오타미디어, 주식회사 바램	248,850 (시비 지원 각 100,000)	-  3
	문화 콘텐츠 (2)	• 인천시의 정책 현안과제와 문화 콘텐츠 분야를 연계한 융합콘텐츠 제작 지원 ① 인천형 디지털 뉴딜 D.N.A. (Data-Network-AI) 융합 콘텐츠 제작 지원 ② 친환경 자원순환정책 관련 융합 콘텐츠 제작 지원  아울게임즈(주), 모씨네사회적협동조합	249,800 (시비 지원 각 100,000)	3  4
	융합 콘텐츠 (3)	• 개발된 콘텐츠IP(캐릭터, 만화, 게임, 영화 등)의 2차 콘텐츠 제작 및 프로모션 지원 (2차 콘텐츠 제작에 필요한 콘텐츠IP 보유기업 대상)  서흥꿈세움교육 사회적협동조합, 에이치시엘3디프린팅, 주식회사 더좋은 운동으로	222,700 (시비 지원 각 100,000/ 45,000/ 55,000)	-  -  3
문화 콘텐츠 기업 맞춤형 지원	마케팅 지원 (16)	• 상품 브랜드/전략기획(상품 브랜드화 전략 수립, 브랜드 리뉴얼 등) • 상품 디자인(상품디자인 기획·설계, 제품 디자인 등) • 마케팅(홍보물, 홈페이지 및 모바일 앱 제작 등)  다닥컴퍼니, 양비떼, 주식회사 그루터기, 프라이드 디자인, 티디바인, 디스토리, (주)이노테크미디어, 굿월헌팅주식회사, 에이치시엘3디프린팅, 행복하게, 오라코퍼레이션, 지안 커뮤니케이션, 위머스트크리에이트, (주)슬레이트미디어, 루틴 주식회사, 창보기	57,000 (자부담 포함 76,652)	-
	경영 지원 (1)	• 경영진단 및 컨설팅(신규기업 경영진단, 경영 컨설팅 등) • 지재권(저작권, 특허 출원/등록 등) 확보 지원  주식회사 인터랙트	3,000 (자부담 포함 5,500)	-
네트워킹	• 인천문화콘텐츠기업 네트워킹 행사 개최 • 투융자 정책 및 동향 강연 제공 • 전문가 상담	-	13,000	-

출처: 인천테크노파크(2022.2.4.)

- 그러나 최근 문화산업진흥지구를 대상으로 한 중앙정부와 인천시의 적극적인 지원정책이 부재하였고, 인천시 문화산업진흥지구 내 기업 이탈률이 증가함에 따라 특정 지구를 대상으로 하는 지원사업의 실효성이 점차 저하되는 문제가 발생함(인천테크노파크, 2020.9.a)
  - 입주기업의 이탈뿐만 아니라 지구 내 기업 이주 가능 시설이 부족하고 지원 종료 후에 기업 이전이 가속화하는 경향을 보이며, 현재 인천 내 유일한 문화산업지원 사업임에도 불구하고 지구 내 기업에만 지원 혜택이 집중된다는 민원이 지속 발생하면서 사업 개편의 필요성이 제기되었음(인천테크노파크 내부자료, 2022.2.25.)
- 이에 인천테크노파크는 2022년부터 문화산업진흥지구 활성화보다는 산업적 관점에서 문화산업진흥지구 조성사업의 명칭을 ‘인천형 핵심성장 콘텐츠 제작 지원 사업’으로 변경하고 지원대상을 지구 안팎의 모든 인천시 콘텐츠 기업으로 확대하여 추진할 계획임(인천테크노파크, 2020.9.a)
  - 문화콘텐츠산업 육성사업은 인천시 소재 문화콘텐츠 기업을 대상으로 문화콘텐츠 분야와 융합콘텐츠 분야에 대해 제작비용을 지원함
  - 문화콘텐츠산업 활성화 사업 중 콘텐츠기업 맞춤형 지원과 네트워킹 사업은 삭제하고 ‘콘텐츠산업 아카이브 구축’ 사업을 신규로 추진할 계획임
- 따라서 2022년에는 운영비를 제외한 총 700백만 원의 예산으로 문화·융합콘텐츠 제작비용을 지원하고 문화콘텐츠산업 지원사업의 효율성 제고를 위한 인천문화콘텐츠산업 아카이브 분석·활용 시스템을 구축하고자 함(인천테크노파크 내부자료, 2022.2.25.)
  - 먼저 ‘콘텐츠 제작지원 사업’은 인천 소재 및 본사 이전 예정 기업 중 창업 3년 이상 또는 매출액 1.5억 원 이상의 성장단계 기업 5개소 내외를 대상으로 콘텐츠 기획 및 제작에 소요되는 비용을 지원함. 관외 기업인 경우 사업 체결 이후 2개월 이내로 본사를 인천시로 이전해야 함
  - ‘문화콘텐츠산업 아카이브 구축 사업’은 그간 추진된 문화콘텐츠산업 지원사업 관련 통계자료를 아카이빙하여 정책 환류 및 향후 사업에의 반영을 위한 기초데이터를 구축하고자 추진됨

[표 2-20] 2022년 인천테크노파크 인천형 핵심성장 콘텐츠 제작 지원사업 추진계획 (단위: 천 원)

사업명	사업내용	사업예산														
(문화콘텐츠산업 육성) 콘텐츠 제작 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지원내용: 콘텐츠 기획 제작 비용 지원</li> <li>• 지원대상: 인천 소재 콘텐츠기업(본사 이전 예정 기업 포함)                          ※ 지역 외 기업의 경우 사업 협약체결 이후 2개월 내 본사 이전 필수</li> <li>• 신청자격: 창업 3년 이상 또는 매출액 1.5억 원 이상 콘텐츠기업</li> <li>• 지원비율: 총사업비의 90% 이내 지원 기업부담금 10% 이상 매칭</li> <li>• 지원분야: 2개 분야                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화콘텐츠: 만화, 음악, 게임, 영상, 애니메이션, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 분야 콘텐츠 제작지원 (*산업 특성을 고려하여 출판, 영화, 광고, 단순공연 제외)</li> <li>- 융합콘텐츠: 인천시 정책현안(디지털뉴딜, 친환경, 사회문제 등), 인천시 전략산업(항공, 첨단자동차, 로봇, 바이오, 관광, 뷰티, 제조 등)</li> </ul> </li> </ul>	590,000 (문화콘텐츠 350백만 원/ 3개 과제 내외), 융합콘텐츠 240백만 원/ 2개 과제 내외)														
(문화콘텐츠산업 활성화) 아카이브 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업내용 인천문화콘텐츠산업 아카이브 분석 활용 시스템 구축                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화콘텐츠사업 지원예산 대비 효과적인 성과 도출을 위하여 지원사업 지원이력, 중복수혜, 실효적 효과(고용, 매출, 군·구별 기업 증가 분포) 등의 데이터를 추적하고 세부 분석하여 지원사업 정책에 반영하기 위한 아카이브 시스템 구축</li> </ul> </li> <li>• 아카이브시스템 구축 체계도                         <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2" style="background-color: #d9e1f2; text-align: center;"><b>사업수행자</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">분석 데이터 활용 지원정책 반영</td> </tr> <tr> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 50%; text-align: center;">추적 데이터 분석</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="background-color: #d9e1f2; text-align: center;"><b>콘텐츠산업 아카이브</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">데이터 수집 및 추적</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">↓</td> <td style="text-align: center;">↓</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">콘텐츠 제작지원사업 이력 DATA</td> <td style="text-align: center;">인천시 콘텐츠사업체 DATA</td> </tr> </table> </div> </li> </ul>	<b>사업수행자</b>		분석 데이터 활용 지원정책 반영			추적 데이터 분석	<b>콘텐츠산업 아카이브</b>		데이터 수집 및 추적		↓	↓	콘텐츠 제작지원사업 이력 DATA	인천시 콘텐츠사업체 DATA	110,000
<b>사업수행자</b>																
분석 데이터 활용 지원정책 반영																
	추적 데이터 분석															
<b>콘텐츠산업 아카이브</b>																
데이터 수집 및 추적																
↓	↓															
콘텐츠 제작지원사업 이력 DATA	인천시 콘텐츠사업체 DATA															

출처: 인천테크노파크 내부자료(2022.2.25.)

## ❖ 부평구: 문화도시 조성사업(지역 뮤지션 및 기획자 지원사업)

- 부평구는 2021년 문화도시 본사업을 본격적으로 추진하였으며, 그 일환으로 부평지역 뮤지션 및 기획자를 대상으로 창작·발매·유통·홍보 등을 종합지원하는 ‘지역 뮤지션 및 기획자 지원사업’을 추진함
- 공모를 통해 선정된 뮤지션에게는 다양한 장르의 음원발매, 홍보, 유통 등을 함께 지원하며, 기획자를 대상으로는 음악 공연 및 콘텐츠 제작 등의 활동을 지원함
  - 2021년에는 뮤즈컴 레지던시(뮤지션) 총 5팀(개인 4명, 단체 1팀)과 뮤즈컴 스페이스(기획자) 총 7건(공연 6건, 콘텐츠 촬영 1건)을 지원함
  - 뮤지션을 대상으로는 멘토링 교육과 함께 음원 녹음 및 유통 과정을 지원하고, 문화도시 조성사업 중 ‘음악도시 브랜드 창출 사업’과 연계하여 에스컴 관련 노래의 리메이크 앨범 발매 및 뮤직비디오 촬영을 지원함
  - 기획자를 대상으로는 인천 및 부평 내 주요 음악시설에서 음악을 기반으로 한 공연 및 행사 개최를 지원함

[표 2-21] 부평구 2021년 지역 뮤지션 및 기획자 지원사업 개요 및 추진 결과

구분	내용
운영기간	• 2021. 8. ~ 12.
활동장소	• 부평구 관내 음악 거점, 드림 팩토리 스튜디오 등
참여인원	• 뮤즈컴 레지던시(뮤지션): 5팀(개인 4명, 단체 1팀) • 뮤즈컴 스페이스(기획자): 7건(공연 6건, 콘텐츠 촬영 1건)
예산	• 금217,000,000원(사용금액 210,957,300원)
내용	종합 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 공모에 선정된 뮤지션, 기획자들을 육성하고 지원하는 프로그램 추진</li> <li>• 다양한 장르(국악, 재즈, 팝, 힙합)의 지역 뮤지션을 지원하였으며 음원 발매, 홍보, 유통 등을 함께 추진</li> <li>• 인천 및 부평 음악 장소 5개소(버텀라인, 락캠프, 슬로스, 창고재즈펍, 펍캠프마켓)를 바탕으로 음악을 바탕으로 한 공연, 콘텐츠 제작</li> <li>• 에스컴 리메이크를 통해 원로가수의 곡을 재조명하고, 대중가수(인순이, 이혁, 고영열)와 협업</li> </ul>
	뮤즈컴 레지던시(뮤지션) <ul style="list-style-type: none"> <li>• 멘토링 3회, 음원 녹음 및 유통, 리:에스컴 음원 참여 유통, 뮤직비디오 촬영</li> </ul>
	뮤즈컴 스페이스(기획자) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Naked Breath(네이키드 브리스), 배익한재즈오케스트라, 코틴그룹, 전두희, 길오페라, 펍캠프마켓 공연 및 전시 진행</li> <li>• 주로키 Live Clip 제작</li> </ul>

출처: 인천광역시 부평구 내부자료(2022.1.)

[그림 2-4] 부평구 2021년 지역 뮤지션 및 기획자 지원사업 추진 결과



출처: 부평구 내부자료(2022.1.)



### 3. 소결

#### ❖ 문화산업진흥지구 관련 정책 활성화 미흡

- 현재 문화산업진흥지구 지정에 관한 사항은 법률에 추진 근거가 마련되어 있으나, 실질적으로는 2010년까지 문화산업진흥지구 11곳이 지정되고 2011년에 부천시의 한국만화영상진흥원이 문화산업진흥시설로 지정된 이후로 중앙정부 차원의 문화산업 클러스터 추가 지정 및 지원사업이 활발히 추진되지 못함
  - 문화산업의 서울 집중도가 매우 높고 지역의 문화산업 기반이 여전히 취약한 상황에서 정부가 ‘문화산업진흥지구’로 지정을 하더라도, 각종 부담금과 인허가 면제 외에는 추가적인 혜택이 없어 지구 내 문화산업체가 지속적으로 유입·성장하기 어려운 여건임
  - 최근 문체부의 중장기 계획들을 살펴보면, 공통적으로 지역별 콘텐츠코리아랩과 기업육성센터를 확산하고 이를 거점으로 지역 특성에 맞춘 사업을 추진하도록 하고 있으며, 그 외에 문화산업진흥지구와 같은 특정 클러스터를 대상으로 하는 지원정책은 부재함
- 2009년에 제정된 「인천광역시 문화콘텐츠산업 진흥 조례」가 최근(2022.4.21.) 개정되었으나, 문화산업진흥지구와 관련해서는 여전히 ‘필요한 경우 조성사업에 소요되는 경비를 지원할 수 있다’는 간략한 조항만 제시하고 있고, 지구 활성화를 위한 예산지원이 다방면에서 지속되지 않아 실효성이 낮음
- 정책적으로도 「제2차 인천광역시 문화진흥시행계획(2020~2024)」과 「음악도시, 인천 마스터플랜」 등에 지역특화 콘텐츠산업을 육성하고 음악산업 기반 조성을 위한 사업이 포함되었으나, 이는 인천시 전반을 대상으로 하고 문화산업진흥지구와 직접적으로 관련된 정책 및 사업은 아님
- 또한, 인천테크노파크에서 문화산업진흥지구 관리 및 지원사업을 운영하였으나 사업의 실효성이 떨어져 앞으로는 클러스터에 국한되기보다 인천시 콘텐츠 기업 전반에 대한 지원으로 사업을 확대 추진할 예정임
- 이렇듯 최근 중앙정부와 인천시의 문화산업 육성 정책 동향을 종합하면, 문화산업진흥지구와 같은 문화산업 클러스터 조성을 중앙주도로 이끌어가기보다는 문화분권의 관점에서 지역주도로 문화산업 관련 정책을 수립 및 추진할 수 있도록 지원하는 방향으로 전환되고 있음



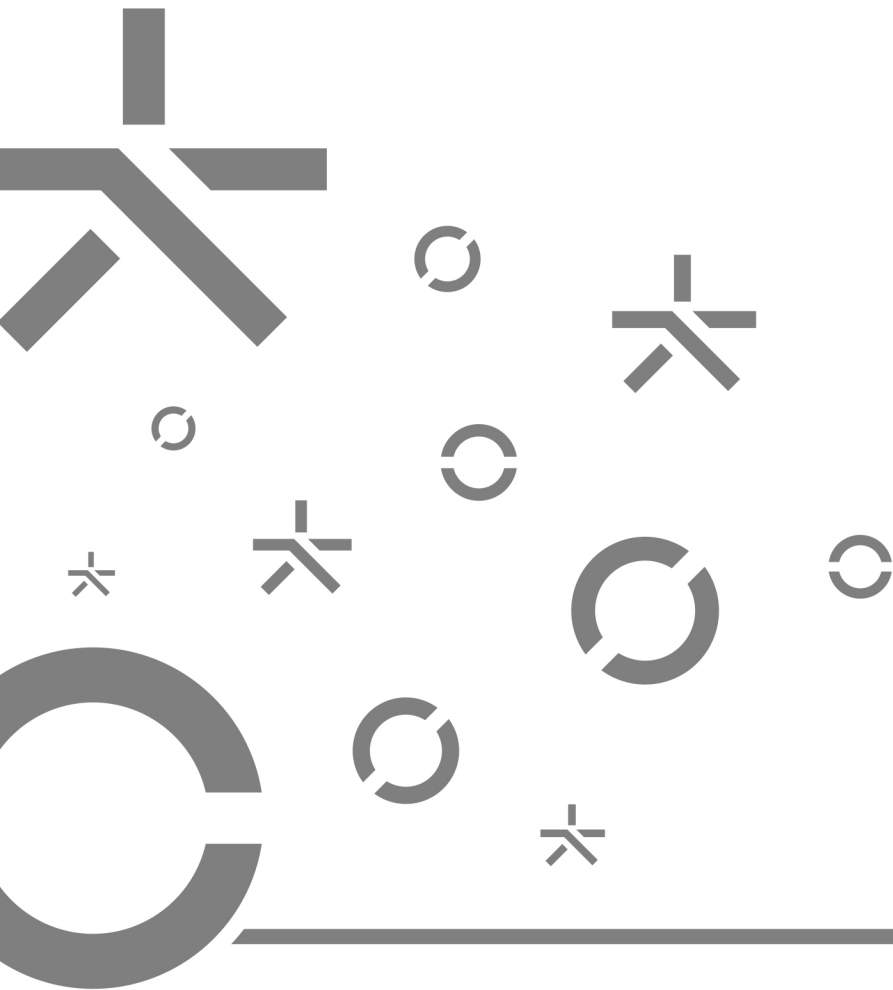
## ❖ 지역 주도의 적극적인 지원정책 마련 필요

- 문화산업진흥지구 관련 정책이 최근에는 중앙정부 주도로 추진된 바 없으나, 여전히 「문화산업법」에 따른 제도적 기반은 갖추고 있어 지자체의 신청이 있으면 문화산업진흥지구 지정이 가능하고 각종 부담금 및 인·허가 면제 혜택을 받을 수 있음
- 이는 한편으로 중앙정부의 지원정책이 별도로 추진되지 않기 때문에 문화산업진흥지구를 지정하여 관리·육성하기 위해서는 지자체 차원의 적극적인 지원정책 수립 및 시행이 필요함을 의미함
- 캠프마켓 일원을 음악산업진흥지구로 지정하여 지역 음악생태계의 거점이 될 수 있도록 하기 위해서는 인천시가 주도적으로 지정요건 충족부터 지정 이후의 지원방안까지 중장기 계획을 마련할 필요가 있음
- 인천시가 「음악도시, 인천 마스터플랜」을 수립하고 2025년까지 음악산업 전문인력 양성 아카데미 개설, 음악산업 유치, 수제 악기제조업 육성 등을 추진할 계획이므로, 이와 연계하여 중장기적 관점에서 음악산업 기반을 조성하기 위한 정책과 사업을 꾸준히 추진할 필요가 있음
- 캠프마켓이 위치한 부평구의 경우, 2021년에 ‘제2차 법정 문화도시’로 지정되어 2025년까지 국비와 지방비로 창조적 문화생산구조 강화 등을 위한 사업을 추진할 계획이므로, 해당 사업과의 연계 추진이 요구됨
  - 부평구는 문화도시 사업을 통해 지역 뮤지션 발굴 및 콘텐츠 제작 지원, 음악콘텐츠 창제작 과정 전문교육 및 디지털음악 전문교육 과정을 운영할 계획임
  - 해당 사업 또한 음악산업 기반이 부족한 지역 여건을 고려하여 음악산업 관련 창의인재를 발굴·육성하기 위한 교육과 지원 중심의 사업으로서, 인천시가 계획하고 있는 음악산업 전문인력 양성 아카데미 개설 사업과 연계성이 높음
- 음악산업인력의 발굴·육성 사업과 함께 이들 인력이 지역에서 활동하며 부가가치를 생산할 수 있도록 여건을 조성하는 것이 필요함
- 그밖에 인천시가 자체적으로 음악산업진흥지구를 육성하기 위해 필요한 지원정책과 제도, 정책추진체계를 마련할 필요가 있음

## ❖ 음악산업 관련 기관의 집적 유도 필요

- 정책 여건상 인천시가 특정 지역에 대해 문화산업진흥지구 지정을 신청하여 지원할 수 있지만 캠프마켓은 현 상황에서 문화산업진흥지구 지정 요건을 충족하지 못함
  - 「문화산업법」 시행령 제33조의2에 따르면 문화산업진흥지구는 ①진흥지구 예정지역이 나 그 인근 지역에 문화상품의 기획·제작·개발·생산·유통과 관련된 시설이 집적되어 있을 것, ②진흥지구 예정지역이나 그 인근 지역에 교통·통신·금융 등 문화산업의 육성을 위한 기반시설이 갖추어져 있을 것, ③진흥지구 예정지역이나 그 인근 지역에 문화산업과 관련된 교육기관 연구시설 등이 있을 것이라는 요건을 모두 충족해야 함
- 현재 캠프마켓은 미군의 반환 이후 개발 방향을 논의 중이며 조성 예정인 음악창작소 외에는 이전 예정인 음악산업 관련 기관은 없는 상황임
  - 「음악도시, 인천 마스터플랜」에서 캠프마켓으로 음악산업체를 유치하는 정책과제가 제시되어 있으나 2023년 이후 추진될 장기 플랜이므로 단기간에 음악산업 관련 기관을 집적시키기 어려운 실정임
  - 따라서 음악산업진흥지구 지정에 앞서 상당한 기간 동안은 인천시 내 음악산업의 생산(제작)-유통-소비-관광 관련 사업체가 유입 또는 성장할 수 있도록 기반을 마련해 가는 과정이 필요할 것으로 예상됨
- 즉, 캠프마켓을 음악산업진흥지구로 지정하기 위해서는 관련 기관의 자발적인 이전을 통한 클러스터 형성 과정이 선행되어야 하므로 이전을 유도할 수 있는 인센티브 발굴과 함께 장기적 관점에서의 정책 수립이 필요함

# 문화산업진흥지구 지정 현황 및 사례





# 문화산업진흥지구 지정 현황 및 사례

## 1. 문화산업진흥지구 지정 현황

### 1) 문화산업진흥지구 지정 실태

- 문화산업진흥지구는 문화콘텐츠산업 관련 기업 및 대학, 연구소 등 밀집도가 다른 지역보다 높은 지역으로, 집적화를 통한 문화콘텐츠산업 관련 기업 및 대학, 연구소 등의 영업활동·연구개발·인력양성·공동제작 등을 장려하고 촉진함(변미영 외, 2011)
- 2022년 현재 문화산업진흥지구는 11개로, 2008년에 9개가 지정되고, 2010년에 2개가 지정되었으며, 2010년 이후 추가로 지정된 사례는 없음
  - 부산, 대구, 대전, 부천, 전주 지역은 문화산업단지 협의지역으로 그동안 구축해온 문화산업 클러스터 발전기반을 바탕으로 지역의 문화산업 특성 및 육성 전략에 부합하는 문화산업진흥지구로 지정할 것을 신청함(문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 2011)
  - 광주의 문화산업클러스터 조성 사업은 아시아문화중심도시추진단으로 이관되어 운영 중이며, 청주와 춘천은 문화산업단지로 지정고시를 마침
  - 인천시의 경우, 미추홀구 도화동 일원에 차세대 실감형 콘텐츠를 주요 업종으로 하는 문화산업진흥지구가 2008년에 지정되었으며 중점 육성기간은 2013년까지임(디지털미추홀구문화대전, 2022.2.4. 검색)
- 문화산업진흥지구는 인위적인 집합체가 아닌 기존에 형성되어 있는 일정 지역을 선정하고 집중지원을 통하여 사업의 완성도를 높일 수 있는 장점이 있으며 국고지원의 근거를 정하여 효율적인 사업을 진행하는 데 유리함(문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 2011)

- 반면 문화산업단지지는 인위적으로 단지에 업체, 연구소, 대학 등을 집적함으로써 비용이 많이 소요되고 사업완성까지 장기간 소요되는 단점이 있음

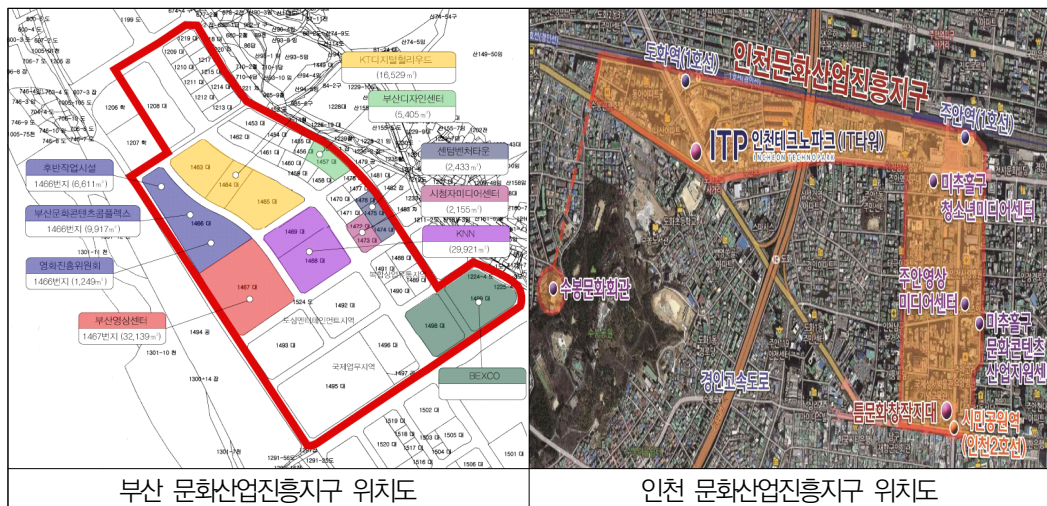
○ 국내 문화산업진흥지구 11개소의 대부분이 영상(첨단영상, 방송영상, 디지털영상 등)과 게임 중심의 문화콘텐츠산업을 진흥하기 위한 계획을 수립하여 추진 중임

[표 3-1] 문화산업진흥지구 지정 현황

구분	중점 유치업종	위치	면적(㎡)	지정시기
부산	영상, 게임	해운대구 우동(센텀시티 일원)	343,959	2008.2.29
대구	게임, 모바일 콘텐츠, 캐릭터, 뉴미디어 콘텐츠	남구 대명동(구 계명대 부지)	117,666	"
대전	첨단영상(영화), 게임	유성구 도룡동(엑스포공원 일부)	388,570	"
부천	만화, 애니메이션	원미구 상동(영상문화단지 일원)	600,263	"
전주	한스타일, 영상	완산구 중노송동·교통·풍남동·고사동(정보영상벤처타운, 한옥마을, 영화의 거리 일원)	472,138	"
천안	문화디자인	문화동·대흥동·성황동·오룡동·원성동 일원	306,782	"
제주	디지털영상, 모바일 콘텐츠	이도 2동(제주시청 인근)	127,657	"
인천	차세대 실감형 콘텐츠	미추홀구 도화동 일원	263,164	2008.12.2
고양	방송영상(방송, 영화, 애니메이션, 게임)	장항동 일원 오피스 집적지구 (라페스타, 웨스턴돔 주변 지역)	664,710	"
안동	영상, 공예, 공연/전시산업	중구동 및 서구동 일원	512,581	2010.1.21
성남	게임산업 및 IPTV산업	분당구 서현동~정자동 일원	1,246,826	2010.2.17

출처: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2011), 151p

[그림 3-1] 부산·인천 문화산업진흥지구 지정 위치도



## 2. 문화산업진흥지구 사례조사

### 1) 조사개요

- 본 연구는 캠프마켓의 문화공원 조성 계획에 음악산업진흥지구 관련 내용을 반영하기 위한 기초자료를 구축하고, 인천시 및 부평구의 음악도시 조성을 위한 중장기 계획과 연계하여 캠프마켓이 향후 인천의 음악산업 발전을 위한 거점으로 자리매김할 수 있도록 정책적 지원방안을 마련하고자 함
- 이에 타 시·도의 문화산업진흥지구와 인천시 미추홀구 도화동 일대의 문화산업진흥지구의 운영 현황을 조사하여 문화산업진흥지구 조성 및 운영에 관한 시사점을 도출하고자 함
  - 현재까지 지정된 국내 문화산업진흥지구 중 음악산업을 주요 유치업종으로 하는 지구가 없고, 대부분 여러 업종을 포괄적으로 유치하고자 하므로 본 연구 목적에 부합하는 국내 사례는 부재함. 이에 인천시와 유사한 규모의 광역지자체 중 특정 분야 산업을 현재까지 집중 육성 중인 지자체를 선별하여 살펴봄
  - 타 광역시 사례는 문화산업진흥지구로 지정된 전국 11개 지역 중 부산광역시 센텀문화산업진흥지구 사례를 검토함. 부산시는 2008년 센텀시티일반산업단지에 영화·영상·문화콘텐츠산업을 중점 유치업종으로 하여 센텀문화산업진흥지구를 지정했고, 현재는 시청 내 영상콘텐츠산업과를 설치하여 영화·영상콘텐츠산업을 집중 육성 중임
  - 인천시 역시 2008년 미추홀구 도화동 일원에 차세대 실감형 콘텐츠를 중점 유치업종으로 하는 문화산업진흥지구를 지정하고 2021년까지 진흥지구 조성 사업을 추진했음
  - 다만, 두 사례 모두 문화산업진흥지구 지정 이후 상당한 시간이 경과함에 따라 수집할 수 있는 자료가 제한적이므로 사례별 정리구조 및 정보량의 차이가 있다는 한계가 있음

[표 3-2] 문화산업진흥지구 사례조사 개요

구분	사례명	특성	주요내용
타 광역시 사례	부산광역시 센텀문화산업진흥지구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중점 유치업종: 영화·영상, 문화콘텐츠</li> <li>• 위치: 해운대구 우동·재송동 일원</li> <li>• 면적: 343,959㎡</li> <li>• 특징: 영화·영상콘텐츠산업 집중 육성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 개요</li> <li>• 입주기업·관련 시설</li> <li>• 주요 사업</li> </ul>
인천시 사례	인천광역시 문화산업진흥지구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중점 유치업종: 차세대 실감형 콘텐츠</li> <li>• 위치: 미추홀구 도화동 일원</li> <li>• 면적: 263,164㎡</li> <li>• 특징: 인천테크노파크에서 운영·관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 개요</li> <li>• 주요사업 추진 경위</li> <li>• 인천 문화콘텐츠기업 설문조사</li> </ul>

## 2) 조사결과

### (1) 부산광역시 센텀문화산업진흥지구

#### ❖ 개요

- 부산광역시 센텀문화산업진흥지구는 2008년 2월 29일 해운대구 우동, 재송동 센텀시티일반산업단지 일원 343,495.9㎡에 영상, 게임산업을 중점 유치업종으로 조성됨(구종상·이준호, 2015)
  - 센텀시티일반산업단지는 「산업입지 및 개발에 관한 법률」에 따른 일반산업단지로서 1997년 9월 11일부터 2007년 6월 13일까지 해운대구 우동, 재송동 일원에 총 1,178,043㎡ 규모로 조성됨. 주요 유치업종에는 제조업, 정보통신업, 전문·과학 및 기술서비스업, 사업시설관리, 사업지원 및 임대 서비스업, 교육서비스업, 예술·스포츠 및 여가 관련 서비스업, 「문화산업법」 제2조제1호의 문화산업 업종이 있음(배수현·오동하, 2015; 부산 산업단지 지원시스템, 2022.3.3. 검색)
- 해당 지구는 부산을 글로벌 영상산업 특성화 도시로 육성하기 위한 정책의 일환으로 추진되었으며, 1998년 첫 공고가 나간 이래 문화산업 연구개발, 인력양성, 공동제작 등의 촉진을 위한 인프라 구축 사업을 본격적으로 추진함(구종상·이준호, 2015)
  - 당시 부산시가 ‘영상산업 인프라 조성 및 지구 운영 활성화 사업’을 통해 구축하고자 했던 주요 인프라에는 부산영상산업센터, 부산영상후반작업시설, 부산문화콘텐츠컴플렉스 등이 포함됨(구종상·이준호, 2015)
- 부산시는 영상문화산업진흥지구 조성 및 운영을 위한 사업으로 창업보육사업 및 기업유치, 지원 및 집적화사업, 콘텐츠 상품화 및 연구개발(R&D) 사업, 산·학·연 협력사업, 네트워킹 구축사업, 기업지원사업(마케팅, 금융, 공동장비, 각종 시설), 전문인력 양성 및 교육 훈련 사업 등을 추진했음(구종상·이준호, 2015)
  - 다만 2022년 기준, 문화산업진흥지구 지정 이후 15년이 지나 당시 추진사업에 대한 행정자료가 상당수 유실되어 찾기 어려운 상황임(관계자 문의, 2022.3.2.)
  - 2008년부터 지구 조성 및 기업 이전을 추진하였고 최근에는 지구 내 입주기업에 대해 세제 및 인·허가 면제 등의 혜택만을 제공하고 부산시 전역을 대상으로 하는 지역 영화·영상산업 육성정책으로 확대 추진 중임(관계자 문의, 2022.3.2.)



[표 3-3] 부산광역시 센텀문화산업진흥지구 개요

구분	내용
위치 및 면적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 위치: 해운대구 우동·재송동 일원 53필지</li> <li>• 면적: 343,959㎡</li> </ul>
중점 유치업종	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영화·영상, 게임, 문화콘텐츠</li> </ul>
지정 목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 21세기 디지털 컨버전스 시대에 대응하고, 해양도시 부산의 잠재적 문화산업 여건을 최대한 활용하여 영화·영상, 문화콘텐츠 관련 산업 육성</li> </ul>
문화산업진흥지구 조성 및 운영사업 ('08년 기준)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 창업보육사업 및 기업유치, 지원 및 집적화사업, 콘텐츠 상품화 및 연구개발(R&amp;D) 사업, 산·학·연 협력사업, 네트워킹 구축사업, 기업지원사업(마케팅, 금융, 공동장비, 각종 시설), 전문인력 양성 및 교육훈련 사업 등</li> </ul>

출처: 구종상·이준호(2015); 부산 영상산업센터 홈페이지(2022.3.4. 검색)

### ❖ 입주기업 및 관련 시설

- 부산광역시 산업단지 지원시스템에서는 ‘부산광역시 산업단지별 업체 현황’을 정기조 사하여 공개하고 있음. 본 연구에서는 이 데이터를 활용하여 센텀문화산업진흥지구 내 사업체 수와 콘텐츠산업 사업체 수 및 세부 업종 현황에 대해 파악하고자 함
  - 다만, 해당 데이터는 사업체별 한국표준산업분류에 근거한 업종 소분류 정보만을 제공하고 있음. 따라서 콘텐츠산업체 현황 파악을 위해 연구자가 ‘콘텐츠산업 특수분류 및 한국표준산업분류 연계표’를 참고하여 업종을 재분류하였으므로 실제 기업 현황과 차이가 있을 수 있음
- 2021년 3분기 기준, 센텀문화산업진흥지구 내 총 사업체 수는 2,281개이며, 콘텐츠산 업 및 문화예술산업뿐만 아니라 제조업, 경영 컨설팅업, 연구개발업(공학, 인문 및 사회과학, 경제·경영 등), 변호사업, 공인회계사업 등 다방면의 사업체가 집적해 있음
- 이 중 콘텐츠산업 특수분류에 따른 콘텐츠산업 사업체는 총 270개로 분류별로 출판산 업 17개, 음악산업 1개, 영화산업 9개, 게임산업 17개, 애니메이션산업 5개, 방송산업 13개, 광고산업 144개, 지식정보산업 55개, 공연산업 3개, 기타 6개임
  - 광고산업 중 광고대행업이 136개로 가장 많은 것으로 나타났으며, 만화산업과 콘텐츠 솔루션산업체는 없음

[표 3-4] 센터문화산업진흥지구 콘텐츠산업 사업체 현황('21년 3분기 기준)

(단위: 개)

콘텐츠산업 특수분류 <sup>3)</sup>	한국표준산업분류 연계	사업체 수	합계
출판산업	경인쇄업	7	17
	교과서 및 학습서적 출판업	4	
	기타 인쇄물 출판업	1	
	일반 서적 출판업	4	
	잡지 및 정기간행물 발행업	1	
만화산업	-	0	0
음악산업	음악 및 기타 오디오물 출판업	1	1
영화산업	영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작 관련 서비스업	4	9
	광고 영화 및 비디오물 제작업	3	
	영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업	1	
	일반 영화 및 비디오물 제작업	1	
게임산업	기타 게임 소프트웨어 개발 및 공급업	5	17
	유선 온라인 게임 소프트웨어 개발 및 공급업	12	
애니메이션산업	애니메이션 영화 및 비디오물 제작업	5	5
방송산업	라디오방송업	1	13
	방송프로그램 제작업	1	
	영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작 관련 서비스업	7	
	위성 및 기타 방송업	1	
	지상파방송업	3	
광고산업	간판 및 광고물 제조업	2	144
	광고대행업	136	
	광고물 문안, 도안, 설계 등 작성업	1	
	그 외 기타 광고 관련 서비스업	1	
	옥외 및 전시 광고업	3	
	전시 및 광고용 조명장치 제조업	1	
캐릭터산업	-	0	0
지식정보산업	데이터베이스 및 온라인정보 제공업	36	55
	포털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업	19	
콘텐츠솔루션산업	-	0	0
공연산업	매니저업	1	3
	공연 기획업	2	
기타	광고 영화 및 비디오물 제작업**	6	6
총 계		270	

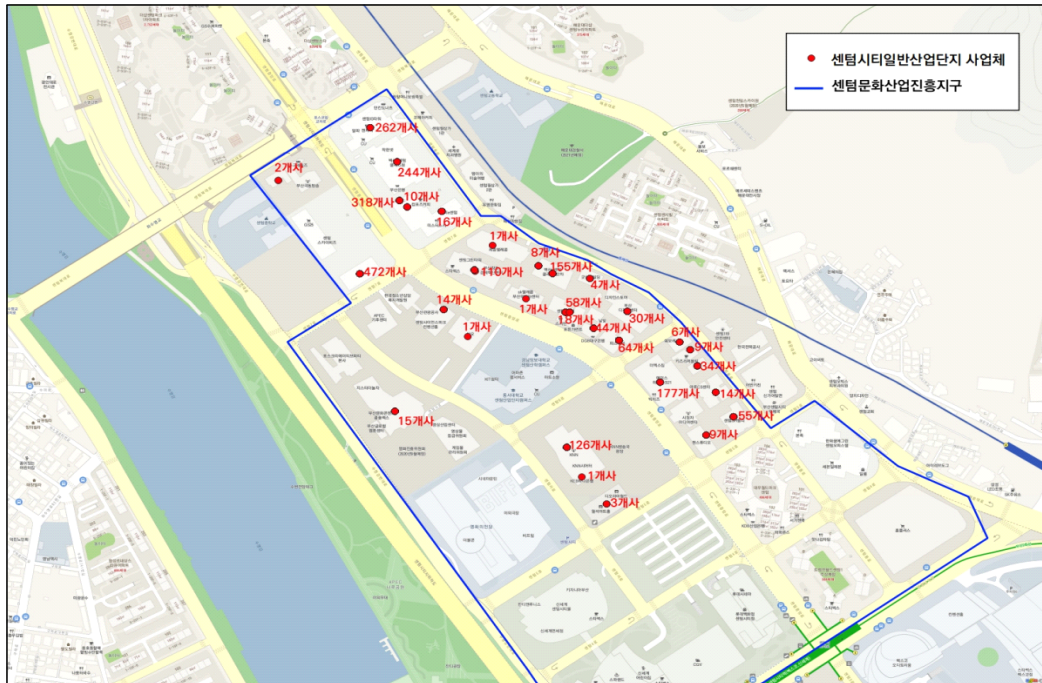
출처: 부산 산업단지 지원시스템(2022.3.3.), 산업단지별 업체 현황('21년 3분기 기준); 통계청 통계분류포털(2022.3.7. 검색), 콘텐츠산업 및 한국표준산업분류 연계표(KSIC 10차)를 참고하여 연구자 재분류

\* 부산 산업단지 지원시스템의 원데이터에는 한국표준산업분류에 따른 업종 소분류만 기재되어있어 이를 「콘텐츠산업 특수분류 및 한국표준산업분류 연계표(KSIC 10차)」를 참고하여 콘텐츠산업 사업체를 구분한 후 세부 업종을 분류함

\*\* '광고 영화 및 비디오물 제작업'은 광고산업과 영화산업, 방송산업에 중복하여 해당할 수 있어 이 경우 원데이터 내 '생산물' 정보를 참고하여 업종을 분류했으며, 생산물 데이터가 부재하여 업종 구분이 불가능한 사업체는 '기타'로 분류함

3) 콘텐츠산업 특수분류는 2008년 정부조직개편에 따라 문화부에서 콘텐츠산업 진흥정책을 일원화하기로 결정됨에 따라 해당 정책을 지원하기 위해 작성되었으며, 12개 영역인 ①출판산업, ②만화산업, ③음악산업, ④영화산업, ⑤게임산업, ⑥애니메이션산업, ⑦방송산업, ⑧광고산업, ⑨캐릭터산업, ⑩지식정보산업, ⑪콘텐츠솔루션산업, ⑫공연산업으로 구성됨

[그림 3-2] 센텀문화산업진흥지구 총 사업체 및 콘텐츠산업 사업체 현황



센텀문화산업진흥지구 내 사업체 총 현황('21년 3분기 기준)



센텀문화산업진흥지구 내 콘텐츠산업 사업체 현황('21년 3분기 기준)

출처: 부산 산업단지 지원시스템(2022.3.3.) 참고하여 연구자 작성

- 한편 콘텐츠산업체 외에 일반 문화예술산업 사업체는 총 296개가 있는 것으로 파악됨
  - 부산광역시 산업단지 지원시스템의 '산업단지별 업체 현황' 데이터를 문체부의 「문화예술통계 중장기 발전실행방안 연구」(2011) 내 문화예술산업 분류기준<sup>4)</sup>을 참고하여 재분류하였으며, 이 역시 앞선 콘텐츠산업 사업체 현황 분석과 마찬가지로 2차 데이터를 가공한 결과이므로 실제 기업 현황과 다소 차이가 있을 수 있음
  - 분석 결과, 분야별 시각예술 및 공예산업 사업체가 292개로 대부분을 차지함. 이 중에서는 인테리어 디자인업이 90개, 제품디자인업이 61개, 건축설계 및 관련 서비스 업이 55개, 시각디자인 및 패션·섬유류·기타 전문디자인업이 각각 36개 등의 순임

[표 3-5] 센텀문화산업진흥지구 문화예술산업 사업체 현황('21년 3분기 기준) (단위: 개)

구분*		사업체 수	합계	비고
문화유산 및 자연유산	기타 유사 여가 관련 서비스업	1	1	-
	공연예술 및 축제	1	1	-
시각예술 및 공예	건축설계 및 관련 서비스업	55	292	-
	사진처리업	1		
	상업용 사진 촬영업	12		
	인물사진 및 행사용 영상 촬영업	1		
	시각디자인업	36		
	인테리어 디자인업	90		
	제품디자인업	61		
	패션, 섬유류 및 기타 전문 디자인업	36		
도서 및 출판		0	0	콘텐츠산업에 포함
시청각 및 상호작용적 미디어	프로그램 공급업	1	1	-
	게임	0	0	콘텐츠산업에 포함
기타		1	1	미술학원
총 계		296		-

출처: 문화체육관광부(2011), 「문화예술통계 중장기 발전실행방안 연구」; 부산 산업단지 지원시스템(2022.3.3.), 산업단지별 업체 현황('21년 3분기 기준)을 참고하여 연구자 재분류

\* 문화예술사업체 분류는 문화체육관광부(2011)의 「문화예술통계 중장기 발전실행방안 연구」를 참조하였으며, 콘텐츠산업으로 분류되지 않은 사업체 중 문화예술사업체로 분류할 수 있는 사업체를 조사함

4) 문화체육관광부(2011)는 문화예술산업을 크게 ①문화유산 및 자연유산, ②공연예술 및 축제, ③시각예술 및 공예, ④도서 및 출판, ⑤시청각 및 상호작용적 미디어, ⑥게임, ⑦기타로 구분하고 각 분야에 해당하는 한국표준산업분류상의 분류코드를 제시함

- 센텀문화산업진흥지구 내 위치한 주요 기관 및 시설에는 부산영상위원회, 부산문화콘텐츠콤플렉스, 영화의전당, 부산시청자미디어센터, 영화진흥위원회, 영상물등급위원회 등이 있음
  - (사)부산영상위원회는 영상산업센터, 부산영상후반작업시설, 부산사운드스테이션, 부산영화촬영스튜디오 등의 시설을 운영함
  - (재)부산정보산업진흥원은 문화콘텐츠 기업 지원시설인 부산문화콘텐츠콤플렉스를 운영하며, 입주기업을 대상으로 공간과 각종 사업참여 및 마케팅 등을 지원함
  - (재)영화의전당은 영상 분야 복합문화공간으로 영상 및 영화 상영, 부산국제영화제 지원협력, 영화·영상산업 진흥 사업 및 대시민 문화향유 프로그램 운영 등의 사업을 추진하고 있음
  - 그 외에 부산시는 부산시청자미디어센터, 영화진흥위원회, 영상물등급위원회, 게임물관리위원회 등의 관련 분야 공공기관을 센텀문화산업진흥지구 내에 유치하였음

**[표 3-6] 센텀문화산업진흥지구 내 주요 기관 및 시설**

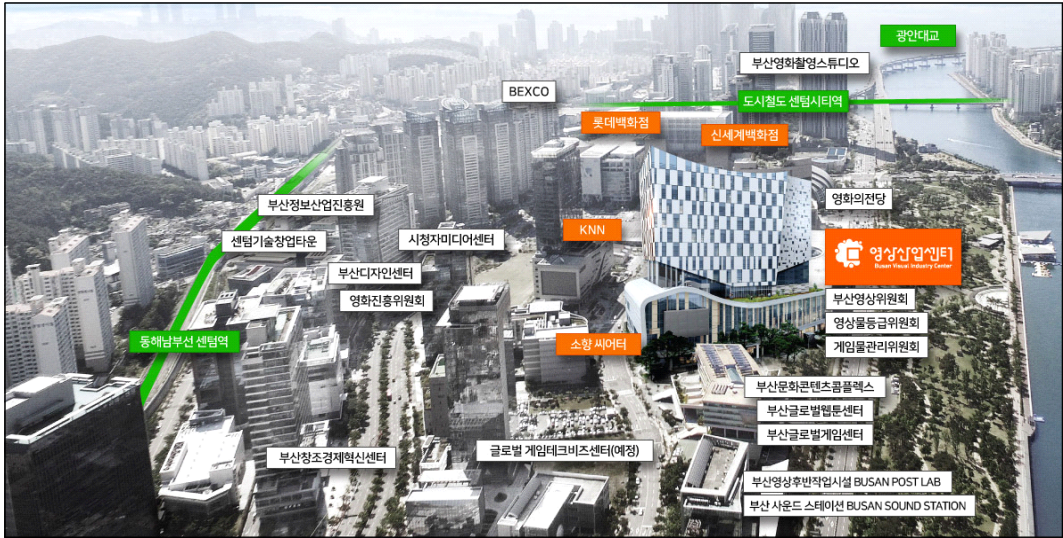
기관명	개요
부산 영상위원회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능: 영화·영상 작품 유치, 기획개발, 제작, 후반작업, 인력양성 등 지역의 영화·영상 제작 전반의 지원사업 추진</li> <li>• 설립: 1999년 12월 20일</li> </ul>
영상 산업센터	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능: 영화·영상산업 관련 기업 및 창작 인력 유치, 융복합 콘텐츠 및 영상기술 개발, 지역 유관기관 협업, 공간 지원 등의 사업 추진</li> <li>• 설립: 2013년 4월(2017년 10월 증축 개관)</li> <li>• 입주기업 현황: 영화·영상 관련 기업 52개사(20년 12월 기준)</li> <li>• 주요시설: 지하1층~지상12층(창작실, 부산VR·AR제작지원센터, 영화·영상 기업사무실, 게임통합모니터링센터, 프로덕션오피스, 컨퍼런스홀 등)</li> </ul>
부산 영상후반 작업시설	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능: 국내 최초 종합 후반작업시설. 후반업체 유치, 시설변화 및 활성화 전략 모색</li> <li>• 설립: 2008년 12월</li> <li>• 입주기업 현황: 후반작업 관련 6개사</li> <li>• 주요시설: 지하1층~지상4층(사운드 마스터링실, 효과녹음실, 후시녹음실, 음향편집실, 교육실, 영상마스터링실, 색보정실, 사무실, 입주공간, 한·아세안 ICT 융합빌리지 등)</li> </ul>
부산 사운드 스테이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능: 사운드 후반작업 전문 시설</li> <li>• 개관: 2020년 11월</li> <li>• 주요시설: 지상1층(사운드 마스터링실, 후시녹음실, 효과녹음실, 음향편집실, 교육실 등)</li> </ul>
부산 영화촬영 스튜디오	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능: 대규모 영화 촬영 전문 실내 스튜디오 운영</li> <li>• 개관: 2011년 12월</li> <li>• 주요시설: 지하1층~지상2층(스튜디오, 장비보관실, 스태프실, 감독실, 분장실, 목공실 등)</li> </ul>

기관명	개요
부산 문화콘텐츠 컴플렉스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능: 기업체 역량강화 및 지역협력체계 구축 통한 경쟁력 있는 문화콘텐츠 기업 지원</li> <li>• 설립: 2012년 4월</li> <li>• 운영기관: (재)부산정보산업진흥원</li> <li>• 입주기업현황: 콘텐츠산업 분야 41개사</li> <li>• 주요시설: 지하1층~지상9층(입주지원실, 회의실, PT실, 부산콘텐츠코리아랩, 부산글로벌 웹툰센터, 부산글로벌게임센터, 크리에이터 스튜디오 등)</li> </ul>
영화의전당	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능: 영상복합문화공간으로 다양한 영화·영상·문화콘텐츠 제공 및 산업진흥 지원사업, 시민 문화향유 프로그램, 부산국제영화제 지원·협력 사업 등 운영</li> <li>• 설립: 2008년 10월</li> <li>• 운영기관: (재)영화의전당</li> <li>• 주요시설: 지하1층~지상9층(야외극장, 하늘연극장, 중·소극장, 시네마테크, 인디플러스 등)</li> </ul>
시청자 미디어센터	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능: 방송통신위원회 산하 공공기관으로 미디어교육, 장비시설대여, 미디어 분야 기획행사 및 제작지원 등의 사업 추진</li> <li>• 설립: 2004년 11월</li> <li>• 운영기관: (재)시청자미디어재단</li> <li>• 주요시설: 지하1층~지상4층(디지털교육실, 미디어체험관, 1인미디어제작실, 편집실, 라디오녹음실, 공개홀, 부조정실, 기타 영상촬영장비 구비)</li> </ul>
영화 진흥위원회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능: 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제4조에 근거하여 설립된 공공기관으로 영화의 질적 향상을 도모하고 한국영화 및 영화산업의 진흥을 위한 사업 추진</li> <li>• 설립: 1973년 4월(2013년 10월 25일 부산 이전)</li> <li>• 조직: 1국 1실 3본부 2센터 11팀 3FTT</li> <li>• 주요사업: 영화기획개발지원, 영화제작지원, 영화유통지원, 영화정책지원, 첨단영화기술 육성, 영화정보시스템 운영, 외국영상물 로케이션 인센티브 지원 등</li> </ul>
영상물등급위원회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능: 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제71조에 근거하여 설립된 공공기관으로 영화·비디오물 및 공연물과 그 광고·선전물에 대한 윤리성 및 공공성을 확보하고 청소년을 보호하기 위한 기능 수행</li> <li>• 설립: 1999년 6월 7일(2013년 9월 5일 부산 이전)</li> <li>• 조직: 1국 2부 1센터 4팀</li> <li>• 주요사업: 등급분류 및 추천 업무, 영상물 사후관리, 등급분류 조사·연구, 등급분류 제도 교육 및 홍보, 정보화를 통한 고객센터 강화 등</li> </ul>
게임물관리위원회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능: 「게임산업진흥에 관한 법률」 제16조에 근거하여 설립된 공공기관으로 게임물의 윤리성 및 공공성 확보, 사행심유발 또는 조장 방지, 청소년의 보호, 불법게임물의 유통 방지를 위한 기능 수행</li> <li>• 설립: 2006년 10월(2013년 10월 17일 부산 이전)</li> <li>• 조직: 1국 3본부 1소 8팀</li> <li>• 주요사업: 게임물 등급분류 서비스 제공 및 민간위탁기관 지원, 온라인·모바일 게임물 사후관리 및 자체등급분류제도 지원, 불법게임물 상시관리·점검, 관련 교육, 게임물 종합정보서비스 제공 등</li> </ul>

출처: 게임물관리위원회 홈페이지(2022.3.17. 검색); 부산광역시 문화체육국(2021.7.14.); 부산문화콘텐츠컴플렉스 홈페이지(2022.3.7. 검색); 부산영상산업센터 홈페이지(2022.3.17. 검색); 부산영상위원회 홈페이지(2022.3.17. 검색); 부산영화의전당 홈페이지(2022.3.17. 검색); 부산시청자미디어센터 홈페이지(2022.3.17. 검색); 영상물등급위원회 홈페이지(2022.3.17. 검색); 영화진흥위원회 홈페이지(2022.3.17. 검색) 참고하여 연구자 재구성



[그림 3-3] 센텀문화산업진흥지구 내 주요 기관 및 시설



출처: 부산 영상산업센터 홈페이지(2022.3.4.)

- 이렇듯 센텀시티 일원에는 영화·영상 관련 기관 및 시설이 군집되어 있어 서울을 제외하고 비교적 문화산업 클러스터를 구성할 수 있는 물적 인프라를 풍족하게 갖추고 있는 지역으로 평가할 수 있음(윤지영 외, 2021)
  - 현재 센텀문화산업진흥지구 내에는 5개 이상의 대규모 영화·영상 관련 산업 지원 시설이 있고, 롯데엔터, 한국영화제작가협회 등에서 총 250억 원 규모의 제작 펀드를 운용하고 있으며, 부산영상위원회를 통해 지역 작가풀(pool)을 보유하고 있음(윤지영 외, 2021)
- 그러나 한편으로는 영화·영상 관련 시설 간 네트워킹이 부재하고, 풍부한 인력과 대학 등 교육기관이 있음에도 불구하고 산·학·연·관 연계 사업은 미흡하여 집적화의 장점을 충분히 살리지 못하고 있다는 평가도 있음(윤지영 외, 2021)
  - 실질적인 제작지원기관인 부산영상위원회의 업무 영역 및 공간이 분산되어있고, 센텀문화산업진흥지구는 주로 오피스공간이 밀집하여 오픈스튜디오, 야외세트장 등이 부재함(윤지영 외, 2021)
  - 더불어 인적자원은 풍부하나 산·학·연·관 연계 사업이 인턴십 운영 정도에 그치고 있어 사실상 전무한 상황임(윤지영 외, 2021)

## ❖ 주요 사업

- 부산시는 시청 문화체육국 내 영상콘텐츠산업과를 두어 영화·영상 분야 진흥정책을 중점적으로 추진할 수 있는 행정적 기반을 마련함
  - 영상콘텐츠산업과는 영상문화팀, 영상산업팀, 게임산업팀, 대중문화팀으로 구성됨
  - 이 중, 영상산업팀은 영상산업 중장기 육성계획 수립 및 지원, 영화·영상콘텐츠 관련 기관 및 시설 운영·지원, 영상산업 관련 기업 유치 및 지원, 축제 개최, 인력양성, 기업육성 및 마케팅 지원 등 지역의 영상산업 육성 및 진흥을 위한 사업을 전담하고 있음(부산광역시 홈페이지, 2022.3.17. 검색)
- 문화체육국의 2021년 주요업무계획 중 영화·영상콘텐츠산업에 대한 정책 및 사업에는 크게 ‘유네스코 영화 창의도시 위상 강화’, ‘영상산업도시 성장기반 강화’, ‘콘텐츠산업 육성을 통한 콘텐츠도시 실현’, ‘영상산업의 선순환 구조 토대 마련’ 등이 있음(부산광역시 문화체육국, 2021.7.14.)
  - ‘유네스코 영화 창의도시 위상 강화’에는 유네스코 영화 창의도시로서 부산의 도시브랜드를 강화하고 영화·영상정책 추진 시 소통과 협업을 활성화하며, 영화·영상문화 향유 기회를 확대하기 위한 사업들이 포함됨
  - ‘영상산업도시 성장기반 강화’에는 포스트 코로나 시대 영상산업의 전략적 육성을 위한 방안 마련과 융·복합 영상산업 육성 기반 조성, 지역 영상산업 기업·창작자 유치 및 육성 등의 사업들이 포함됨
  - ‘콘텐츠산업 육성을 통한 콘텐츠도시 실현’에는 게임·웹툰·대중문화·영상·영화산업을 포괄적으로 다루고 있는데, 영화·영상산업과 관련해서는 국제어린이청소년영화제, 부산국제영화제, 부산콘텐츠마켓 등 시민을 위한 뉴노멀 콘텐츠 축제를 개최함
  - 마지막으로 ‘영상산업의 선순환 구조 토대 마련’에는 지역의 창작인력을 육성하고 OTT와 연계한 부산영화 제작을 지원하며, 부산영상후반작업시설의 재정비를 통해 동남권의 영상후반작업 거점 지위를 확보하는 사업들이 포함됨
- 종합하면, 부산시는 영화·영상산업 진흥을 위한 하드웨어-소프트웨어-휴먼웨어를 포괄하는 지원정책과 나아가 영화·영상문화도시로서의 도시브랜드 강화를 위한 사업까지 전방위적으로 시행하고 있음. 다만, 이러한 일련의 사업은 센텀문화산업진흥지구 에 국한되기보다는 부산시 전역을 대상으로 시행되는 것임



[표 3-7] 부산광역시 문화체육국 2021년 주요업무계획 중 영화·영상콘텐츠산업 관련 주요사업

전략	핵심 및 추진과제
문화콘텐츠 산업도시 위상 강화 (상반기 추진사업)	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 영상산업의 선순환 구조 토대 마련</li> <li>• 시나리오 등 프로젝트 기획개발 단계별 지원 강화로 지역 창작인력 육성 강화</li> <li>• OTT 연계 부산영화 제작지원 확대로 지역 영화영상물 제작기반 강화</li> <li>• 부산영상후반작업시설 재정비를 통한 동남권 영상후반작업 거점 지위 확보</li> </ul>
부산형 문화콘텐츠 산업기반 육성 (상·하반기 추진사업)	1. 유네스코 영화 창의도시 위상 강화
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 유네스코 영화 창의도시 브랜드 강화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• (상반기 추진내용) 유네스코창의도시 네트워크(UCCN) 영화 분야 '부의장도시' 선정(3월)</li> <li>• (상반기 추진내용) 월드시네마 랜드마크 준공(3월): 영화의전당 주변, 90억 원(국 25, 시 65)</li> <li>• (영화축제 활성화) 세대와 장르를 아우르는 축제로 영화창의도시 구현</li> <li>• (유네스코 영화 창의도시 역량 강화) 영화도시 다양성 확대, 국내외 네트워킹 강화</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 소통·협업의 영화영상정책 추진                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• (상반기 추진내용) 민·관·학 협치기구 부산영화영상정책위원회 출범(5월)</li> <li>• (부산영화영상정책위원회 운영) 민·관·학 협치 및 소통 강화</li> <li>• (영화의전당-유관기관·단체 협업) 프로그램 공동운영 등 협업영역 확장</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 영화·영상문화 향유 기회 확대                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• (영화의전당 활성화) 시민친화공간 조성 및 야외공간 활성화 추진</li> <li>• (월드시네마 랜드마크) 영화의전당 일대 「융·복합문화공간」으로 관광명소화</li> <li>• (부산영화체험박물관 내실화) 전시운영 콘텐츠 확대, 시민참여 프로그램 강화</li> <li>• (서부산영상미디어센터 건립) 강서구 대저동 강서열린문화센터 1·2층(1,400㎡)</li> </ul> </li> </ul>
2. 영상 산업도시 성장기반 강화	
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 포스트 코로나, 영상산업 전략적 육성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• (중장기 마스터플랜 마련) 부산 영상산업 중장기 발전계획 수립</li> <li>• (영상콘텐츠 제작 다양화) 미디어 환경변화 대응 다양한 콘텐츠 지원</li> <li>• (비대면 플랫폼 구축 선도) 부산콘텐츠마켓·국제광고제 온·오프라인 행사 병행</li> <li>• (부산아시아영화학교 글로벌 역량강화) 국제영화비즈니스아카데미 심화과정 운영</li> </ul> </li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 융·복합 영상산업 육성 기반 조성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• (실감콘텐츠 거점 구축) 부산영화촬영스튜디오 내, 3년간 국·시비 60억 투자</li> <li>• (부산영상후반작업시설 융·복합콘텐츠 역량강화) 기술과 콘텐츠의 결합, 인력양성</li> <li>• (크리에이터 스튜디오 상상플러스 부산 운영) KT&amp;G 상상마당 부산 내</li> </ul> </li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 지역 영상산업 기업·창작자 유치 및 육성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• (영상산업센터 기능 강화) 영상 및 콘텐츠 기업지원 거점센터 육성</li> <li>• (영상 현장인력 양성) 지역 창작자 및 영상인력 역량 강화</li> </ul> </li> </ul>	
3. 콘텐츠산업 육성을 통한 「콘텐츠도시」 실현	
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 시민 힐링을 위한 뉴노멀 콘텐츠 축제 개최                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• (제16회 부산국제어린이청소년영화제) 7.5.~12., 영화의전당 및 북구 등 56개국 180편 상영</li> <li>• (제26회 부산국제영화제) 10.6.~15., 영화의전당 및 중구, 70개국 250편 상영</li> <li>• (제15회 부산콘텐츠마켓) 11.3.~12., 온·오프라인(벡스코), 40개국 500개사 1,300명 참가</li> </ul> </li> </ul>	

출처: 부산광역시 문화체육국(2021.7.14.) 참고하여 연구자 재구성

## (2) 인천광역시 문화산업진흥지구

### ❖ 개요

- 인천문화산업진흥지구는 2008년 12월 인천시 미추홀구 도화동, 주안동 일대에 263,164㎡ 규모로 지정됨(인천테크노파크, 2020.9.a)
  - 당시 미추홀구에는 인천정보산업진흥원(현 인천테크노파크)과 주안영상미디어센터를 중심으로 문화산업 관련 기관 및 기업이 집적되어 있었으며, 스튜디오, 편집장비 등 디지털 영상산업을 지원할 수 있는 장비를 갖춘 시설이 집중되어 있었음(서봉만·현기순, 2013)
  - 사업시행자였던 인천시와 인천정보산업진흥원(현 인천테크노파크)은 인천문화산업진흥지구의 지정을 통해 기존에 구축된 시설 및 산업체를 기반으로 기업·대학·연구소 등을 집적하여 시너지 효과를 창출함으로써 문화콘텐츠산업을 지역의 미래전략산업으로 육성하고자 함(서봉만·현기순, 2013)
- 인천문화산업진흥지구는 게임, 가상현실, 디지털 영상, 애니메트로닉스 등 차세대 실감형 콘텐츠산업을 주요 유치업종으로 하며, 중점 육성 기간은 2013년까지임(서봉만·현기순, 2013; 인천테크노파크, 2020.9.a)
- 2013년까지 추진되었던 주요 사업으로는 문화콘텐츠 기업 발굴 및 유치·육성, 콘텐츠 제작 지원, 정책연구, 대시민 문화콘텐츠 향유 기회 확대 지원사업 등이 있음(서봉만·현기순, 2013)

[표 3-8] 인천문화산업진흥지구 개요

구분	내용
위치 및 면적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 위치: 인천광역시 미추홀구 경인로 229 일원(도화동, 주안동 일대)</li> <li>• 면적: 263,164㎡</li> </ul>
중점 유치업종	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차세대 실감형 콘텐츠 산업</li> </ul>
지정 목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 구축되어있는 시설 및 산업을 기반으로 기업·대학·연구소 등을 집적하여 시너지 효과를 창출함으로써 문화콘텐츠산업을 지역 미래전략산업으로 육성</li> </ul>
문화산업진흥지구 조성 및 운영사업 ('13년 기준)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업임대료 지원사업, 지역특화 콘텐츠 제작지원 사업, 인천 e-스포츠대회, 정책연구개발 사업, 인천문화산업진흥위원회 운영, 인천 문화콘텐츠 공모전 및 콘텐츠 제작, 인천 콘텐츠산업 기업 지원사업(육성 및 발굴), 디지털콘텐츠 시민체험 지원사업, 문화콘텐츠 선도기업 유치 및 육성사업 등</li> </ul>

출처: 서봉만·현기순(2013)

[그림 3-4] 인천문화산업진흥지구 조성 위치도



출처: 인천테크노파크(2020.9.a; 2020.9.b)

### ❖ 주요사업 추진 경위

- 인천테크노파크는 2009년 문화산업진흥지구 지정 이후로 진흥지구 대상 지원사업을 전담했으며, 시간이 흐름에 따라 지원사업의 종류와 규모는 다소 축소됐지만 2021년 까지 사업을 지속 추진해왔음
  - 문화산업진흥지구 지정 초기에는 입주기업을 대상으로 콘텐츠 제작지원 우대혜택 제공 사업, 임대료 지원사업, 선도기업 육성사업과 같은 기업 집적화 사업을 추진함(인천테크노파크, 2020.9.a)
  - 이후 ‘차세대게임 콘텐츠제작사업’(13년), ‘지역특화콘텐츠 개발지원사업’(15년~19년) 등 국비 공모사업에 참여하여 예산을 확보하고, 2017년부터 2021년까지는 ‘문화산업진흥지구 조성 사업’을 통해 문화콘텐츠 제작 지원 및 기업 맞춤형 지원, 네트워킹 지원 등의 세부사업을 추진함(인천테크노파크, 2020.9.a)
  - 이와 함께 인천테크노파크는 기업의 입주공간을 확보하기 위해 2010년 남구(현재 미추홀구)와 연계하여 ‘문화콘텐츠산업지원센터’를 설립 후 위탁운영하였으나 2014년 사업이

종료되었고, 이어 문화산업진흥지구의 구역 확대를 추진했으나 인천시의 재정 악화와 문체부의 관심 부족으로 인해 불발되었음(인천테크노파크, 2020.9.a)

[표 3-9] 인천문화산업진흥지구 주요사업 추진 경위

사업명	주요내용
콘텐츠 제작지원 우대혜택 (’09~’15)	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화산업진흥지구 내 기업이 콘텐츠제작지원사업 참여 시, 가산점 혜택 적용</li> </ul>
	<p>애로 상황</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 지구 내 기업에게만 지원혜택이 집중된다는 민원 발생 (인천 내 문화산업지원 유일사업임에 따라 불만 증대)</li> <li>② 지원혜택만으로 진흥지구로의 기업 이전 전무</li> </ul>
미추홀구 문화콘텐츠산업지원센터 (’10~’14)	<ul style="list-style-type: none"> <li>미추홀구와 연계하여 ‘미추홀구 문화콘텐츠산업지원센터’ 구축 및 이를 위탁운영하여 문화산업진흥지구 내 기업 입주 시설 확보</li> </ul>
임대료 지원사업 (’10~’15)	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화산업진흥지구 내로 본사 이전 시, 임대료의 최대 70%까지 지원</li> <li>* 최대지원금 120만 원 한도, 기업당 최대 2년</li> <li>* 단, 진흥지구 내 IT 타워, 미추홀구 문화콘텐츠산업지원센터 입주기업 참여 불가</li> </ul>
	<p>애로 상황</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 진흥지구 내 기업이주 가능 시설의 부족(사업자등록증을 낼 수 있는 건물 부족)</li> <li>② 지원이 지속되면서 지구 내 건물주의 임대료 상승 등 악용사례 발생</li> <li>③ 지원 종료 시 기업의 빠른 이전</li> </ul>
선도기업 육성 (’12~’13)	<ul style="list-style-type: none"> <li>인천 문화산업진흥지구 내로 이전하는 선도기업 발굴 및 제작지원</li> <li>* 매출액 8억 이상, 상시고용인원 10명 이상, 설립연도 3년 이상인 기업</li> </ul>
	<p>애로 상황</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 진흥지구 내 선도기업 이주 가능 시설 부족</li> <li>② 타 지역으로 3년간 이전금지에 대한 조건으로 인해 보증보험료 상승 (기업의 부담 강화)</li> </ul>
차세대게임 콘텐츠제작사업 (’13)	<ul style="list-style-type: none"> <li>국비공모사업 참여를 통한 예산 확보 및 기업 역량강화(국비 6.9억)</li> </ul>
문화산업진흥지구 구역 확대 추진 (’14)	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화산업진흥지구 내 기업유치 공간의 부족으로 미추홀구 주안역 북광장(주안국가산업단지) 및 인천대학교 제물포캠퍼스를 포함하는 구역으로 확대 추진 노력</li> </ul>
	<p>애로 상황</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 인천시 재정 악화</li> <li>② 문체부의 관심 부족</li> </ul>
지역기반형 콘텐츠코리아랩 (’14~현재)	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화산업진흥지구 내 콘텐츠코리아랩 전용 공간을 인천시 공유재산으로 신축</li> </ul>
지역특화콘텐츠 개발지원사업 (’15~’19)	<ul style="list-style-type: none"> <li>국비공모사업 참여를 통한 예산 확보 및 기업 역량강화(국비 21.65억)</li> </ul>
문화산업진흥지구 조성 사업 (’17~’21)	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화콘텐츠 제작 지원, 기업 맞춤형 지원, 산학연계 및 네트워킹 지원</li> <li>* 문화산업진흥지구 입주 기업 가산점 부여</li> </ul>
	<p>애로 상황</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 기업이전 가속화에 따른 진흥지구 지정 유명무실화</li> <li>② 타 시도 진흥지구 사업대비 부족한 예산으로 기업이탈 가속화</li> <li>③ 지원사업 수요자 및 전문가 조사결과, 사업명칭 조정 필요성 제기</li> </ul>

출처: 인천테크노파크(2017.1.6.); 인천테크노파크(2020.9.); 인천테크노파크 내부자료(2022.2.25.) 참고하여 연구자 재구성

- 그러나 문화콘텐츠산업지원센터의 위탁운영 기간이 종료된 이후 신규 기업 유치를 위한 후속 사업이 부재하였고, 문화산업진흥지구를 둘러싼 내·외부적 여건 악화로 인한 여러 애로사항이 수반됨에 따라 점차 핵심 기관 및 기업의 이탈이 가속화되며 현재는 진흥지구 지정이 유명무실해진 실정임
  - 사업 추진 당시, 문화산업진흥지구 활성화 사업이 인천시 내 유일한 문화산업 지원정책이었기 때문에 입주기업에만 지원사업의 혜택이 집중되는 것에 대해서 타 군·구 소개 기업의 불만이 점차 증대되었음(인천테크노파크, 2020.9.a)
  - 또한, 진흥지구 내 시설들의 용도가 변화함에 따라 초기 문화콘텐츠기업 유치가 가능했던 공간이 상실되어 지구 내 입주 시설도 점차 부족해짐(인천테크노파크, 2020.9.a)
    - 인천테크노파크가 진흥지구 조성 사업을 총괄하지만, 지구 내 인천테크노파크의 '인천 IT타워'는 창업지원센터가 위치한 시설로 문화산업진흥지구의 운영을 위한 구심점 역할을 하기에는 부적합함
  - 뿐만 아니라 2012년 1,000백만 원 수준이었던 인천문화산업진흥지구 예산이 2015년에는 450백만 원까지 감소하며 충분하고 안정적인 지원이 불가능해지면서 인천문화산업진흥지구 내 입주기업의 수는 2013년 43개사에서 2016년 27개사, 2019년 3개사로 급감함(인천테크노파크, 2020.9.a)
    - 이후에는 중앙정부와 인천시 모두 문화산업진흥지구에 대한 정책적 관심이 부족하고 정기적인 실태조사가 이루어지지 않아 조사시점(2022년 3월)을 기준으로 한 문화산업진흥지구 입주기업 현황 자료는 부재함
    - 다만, 2020년 인천테크노파크가 수행한 '인천문화콘텐츠산업 현황조사'에서 수집된 표본 중 인천문화산업진흥지구 내 주소지를 둔 기업이 13개인 것으로 조사된 점을 고려하면, 현재 전용 입주시설은 없으나 진흥지구 내 위치한 문화콘텐츠기업의 수는 대략 10개 내외일 것으로 예상할 수 있음(인천테크노파크, 2020.9.b)

**[표 3-10] 인천문화산업진흥지구 예산 현황(시비)**

(단위: 백만 원)

연도	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
예산	300	350	400	650	1,000	950	790	450	600	750	750	750	760	800

출처: 인천테크노파크(2020.1.21.); 인천테크노파크(2020.9.a); 인천테크노파크(2022.2.4.) 참고하여 연구자 재작성

- 이러한 여건 변화 속에서 인천시와 인천테크노파크가 문화콘텐츠산업 전문 지원시설인 '인천콘텐츠기업지원센터'를 부평구에 설립함에 따라 미추홀구에 위치한 인천문화산업진흥지구의 실효성은 더욱 저하될 것으로 예상됨(이승훈, 2020.4.9.)
  - 인천콘텐츠기업지원센터는 2020년 문체부 공모사업을 통해 설립되었으며, 기업의 창업 초기부터 비즈니스 확장에 이르기까지의 전 성장단계를 지원하는 원스톱 육성 플랫폼임. 2022년을 기준으로 센터에는 문화콘텐츠 기업 33개사가 입주하고 있음(인천콘텐츠기업지원센터 홈페이지, 2022.3.21. 검색; 김동성, 2022.1.27.)

### ❖ 인천 문화콘텐츠기업 설문조사<sup>5)</sup>

#### ① 일반현황

- 인천테크노파크는 인천 문화콘텐츠산업육성 마스터플랜 수립을 위해 2020년에 인천시 내 문화콘텐츠 기업을 대상으로 설문조사를 시행함(인천테크노파크, 2020.9.b)
  - 이 조사는 인천광역시 내에서 7개 문화콘텐츠 특수분류<sup>6)</sup>에 해당하는 사업체 중 2020년 6월 기준 사업 활동을 유지하고 있는 264개 기업을 모집단으로 시행했으며, 이 중 조사에 응한 기업은 총 80개임
  - 조사는 크게 특수분류별·AR/VR 분야별·경영상태별·인천문화산업진흥지구 내·외 별 일반현황, 경영현황, 정책수요 조사를 시행했으며, 이외에 인천 문화콘텐츠 산업 인프라 현황조사를 통해 종합적인 시사점을 도출함

[표 3-11] 문화산업진흥지구 기준 기업 입지 현황

(n=80)

구분	빈도	비율(%)
진흥지구 내 위치	13	16.3
진흥지구 외 위치	67	83.8
합계	80	100.0

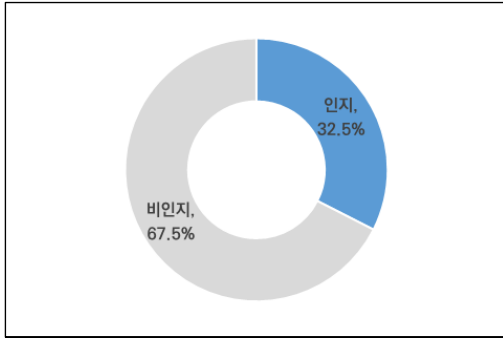
출처: 인천테크노파크(2020.9.b) 참고하여 연구자 재작성

5) 인천테크노파크(2020.9.b)의 「인천문화콘텐츠산업 현황조사」 보고서 내 설문조사 결과를 발췌하여 연구자가 재정리하였으며, 발췌한 조사결과는 '부록2' 참조

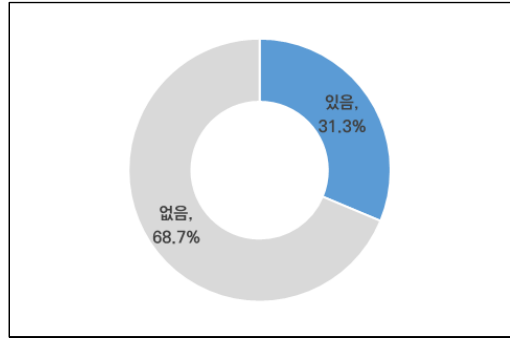
6) 이 조사에서는 콘텐츠산업 특수분류 중 7개 분류(게임, 영화, 애니메이션, 방송, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션)를 적용했으며, 이 중에서도 PC방, 노래방, 단순 제조업 등을 제외한 문화콘텐츠 기획·생산·유통을 중심으로 한 기업체를 선별하여 모집단 리스트를 구성함(인천테크노파크, 2020.9.b)

- 전체 조사 참여 기업 중, 인천문화산업진흥지구 관련 정책을 인지하는 경우는 32.5%이며, 관련 지원사업 수혜 경험이 있는 기업은 31.3%임

[그림 3-5] 인천문화산업진흥지구 정책 인지도 (n=80)      [그림 3-6] 인천문화산업진흥지구 사업 수혜 경험 (n=80)



출처: 인천테크노파크(2020.9.b), 참고하여 연구자 재작성



출처: 인천테크노파크(2020.9.b), 참고하여 연구자 재작성

- 인천문화산업진흥지구 지원사업 수혜 경험이 있는 기업을 대상으로 한 사업 만족도 조사 결과, 만족한다는 응답이 72.0%(매우 높음 44.0% + 높음 28.0%), 만족하지 않는다는 응답이 16.0%(낮음 16.0%)로 대체로 만족하는 것으로 나타남<sup>7)</sup>
  - 불만족 이유로는 ‘시너지 효과 부족’(2명, 50.0%), ‘지원 및 혜택 규모 불만족’(1명, 25.0%), ‘타 지역 및 기관의 지원 혜택 대비 불만족’(1명, 25.0%)이 꼽힘

[표 3-12] 인천문화산업진흥지구 조성사업 지원 만족도 (n=25)

구분		빈도	비율(%)
매우 높음	긍정적	11	44.0
높음		7	28.0
보통	중립적	2	8.0
낮음	부정적	4	16.0
매우 낮음		-	-
무응답		1	4.0
합계		25	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), 참고하여 연구자 재작성

7) 이 사업 외에 인천시의 문화콘텐츠산업 관련 지원사업 만족도 조사 결과, ‘기업육성 및 운영 지원사업’에 대한 만족 응답은 100.0%(n=7)이고, ‘콘텐츠 제작/홍보’ 사업에 대한 만족 응답은 77.0%(n=13)로 이들 사업에 비하면 문화산업진흥지구 조성 사업 만족도는 낮은 편임. 다만, 각 사업 참여자 수가 적어 해석에 주의가 필요함

- 지원사업에 참여하지 않은 이유에 대해서는 ‘어떤 종류의 지원과 혜택이 있는지 모름’이 48.9%로 가장 높으며, 그다음으로 ‘지원자격 대상이 되지 않음’이 31.1%, ‘선호하는 지원 및 혜택이 없음’이 11.1% 등의 순임
- 즉, 우선적으로 문화산업진흥지구 지원사업에 대한 인지도가 낮은 것이 가장 큰 이유이며, 그다음으로 지원사업의 진입장벽이 높은 것이 문제가 되는 것으로 나타남

**[표 3-13] 인천문화산업진흥지구 조성사업 불참 이유** (n=45)

구분	빈도	비율(%)
어떤 종류의 지원과 혜택이 있는지 모름	22	48.9
지원자격 대상이 되지 않음	14	31.1
선호하는 지원 및 혜택이 없음	5	11.1
기타	4	8.9
합계	45	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), 참고하여 연구자 재작성

- 문화산업진흥지구 조성사업의 실효성을 제고하기 위해서는 ‘지원 규모 확대’ 36.3%, ‘제도 및 지원규정 개선’ 27.5%, ‘지구 내 기업에게만 한정되지 않는 지원 및 혜택’ 25.0% 등의 순으로 필요하다고 답함
- 조사결과, 기업들은 문화산업진흥지구 지원사업의 양적 확대와 질적 향상을 가장 원하는 것으로 나타났으며, 이와 함께 진흥지구에만 국한되지 않고 폭넓게 적용될 수 있도록 전반적인 기회의 확대를 원하는 것으로 나타남

**[표 3-14] 인천문화산업진흥지구 조성사업 지원 개선 방향** (n=80, 중복응답)

구분	빈도	비율(%)
기존에 지원하고 있는 정책적, 재정적, 관리적 지원책들의 규모를 더 확대해야 함	29	36.3
문화산업진흥지구 내 소재 기업이 실질적인 정책지원 (세제혜택 등)을 받을 수 있도록 제도와 관련 지원규정을 개선해야 함	22	27.5
문화산업진흥지구와 지구 내 기업에게만 한정되지 않는 지원과 혜택이 필요함	20	25.0
문화산업진흥지구 지정 당시('08년) 대비 현재 콘텐츠산업 여건 변화에 맞춰 관련 규정의 정비 필요함	13	16.3
기타	7	8.8

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), 참고하여 연구자 재작성



② 인천문화산업진흥지구 내 기업 현황 조사

- 인천문화산업진흥지구 내 기업의 업종별 현황으로 콘텐츠솔루션 분야가 6개(46.2%)로 가장 많고, 그다음으로 방송 분야와 지식정보 분야가 각각 3개(23.1%), 캐릭터 분야가 1개(7.7%) 순임

[표 3-15] 인천문화산업진흥지구 내 기업 업종현황

(n=13)

구분	빈도	비율(%)
게임/영화/애니메이션	-	-
방송	3	23.1
캐릭터	1	7.7
지식정보	3	23.1
콘텐츠솔루션	6	46.1
합계	13	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), 참고하여 연구자 재작성

- 먼저, 인천문화산업진흥지구 내 기업의 인력·경영상태·지식재산권·콘텐츠 개발 및 제작·마케팅 등 경영 현황에 대해 조사함. 그 결과, 지구 내 기업들은 전년(2019년) 대비 경영상태가 약간 호전되었다고 답했으나, 그 외 부분에서는 전반적으로 어려움을 겪는 것으로 나타났으며, 공통적으로 인력 확보의 어려움이 가장 큰 것으로 조사됨
  - 지구 내 기업의 과반이 인력 확보에 어려움(53.9%)을 겪는 것으로 나타났으며, 그 이유는 '전문/숙련 인력 부족'(23.1%) '급여수준이 낮아서', '회사홍보 어려움', '지원자 수 자체가 적음'(각각 15.4%) 등임. 종합하면, 전문인력에 대한 기업 측의 수요는 높으나 낮은 급여 수준과 기업 인지도 등의 문제로 인해 지원자 모집에 어려움을 겪는 것으로 유추할 수 있음
  - 기업 경영상태는 전년(2019) 대비 보통이라는 응답이 46.2%로 가장 많았고, 악화되었다는 응답은 15.4%임. 경영상태가 악화된 원인으로는 '코로나 사태'와 '인력 부족'이 꼽힘
  - 지구 내 기업 중 지식재산권을 확보한 사업체 수는 6개이고 기업당 평균 지식재산권 수는 2.7개인 것으로 조사됨. 이는 지구 외 기업의 평균 지식재산권 수가 6.2개인 것에 비하면 상대적으로 적은 수입

- 콘텐츠 개발 및 제작 여건과 관련하여, 악화되었다고 답한 기업의 비중이 30.8%로 가장 높았는데, 주된 이유로 '자금 부족'(33.3%), '인력 확보 어려움'(26.7%)을 꼽음. 이러한 여건 개선을 위해 필요한 정책으로는 '지적재산권 및 인증 획득 지원'(40.0%)에 대한 수요가 높은 것으로 나타남
  - 지구 내 기업의 경우 마케팅에 어려움을 겪는다는 응답은 38.5%로 긍정(15.4%) 및 중립(30.8%) 응답에 비해 높으며, 구체적으로 '마케팅 비용 부담'(46.2%), '마케팅 전문인력 부족'(30.8%)이 주요 애로사항인 것으로 조사됨. 이에 따라 마케팅 관련 필요 정책으로 '자금 지원'(38.0%)에 대한 수요가 가장 높은 것으로 나타남
- 다음으로 지구 내 기업들의 입지, 문화산업진흥지구 관련 지원사업, 문화콘텐츠산업 지원사업에 대한 정책수요를 조사함. 그 결과, 과반의 기업이 인력 등을 문제로 입지 이전을 고려하고 있었으며, 문화산업진흥지구 조성사업의 경우 지원 규모 확대를 필요로 하고, 그 외 인천시 문화콘텐츠산업 지원에 대해서는 인력양성 사업에 대한 수요가 높은 것으로 조사됨
- 지구 내 기업 중 대다수가 인천시를 '연고가 있기 때문'(38.5%)에 선택했다고 답했으며, 그다음으로 비용적 이점과 정책 내용에 만족하여 선택했다는 응답이 각각 23.1%임
  - 그러나 지구 내 기업 중 과반이 향후 기업 이전 의사가 '있다'(53.8%)고 답했고, 이들 기업은 대부분 '전문인력 확보의 용이성'(57.1%)을 이전을 고려하게 된 주요 요인으로 꼽음
  - 문화산업진흥지구 조성사업과 관련하여, 관련 지원사업 참여 경험이 있는 기업은 30.8%로 적으나, 이들의 만족도는 75.0%로 높음. 다만, 진흥지구 내 위치한 기업들의 지원사업 참여율이 저조한 점은 향후 개선이 필요한 부분임
  - 문화산업진흥지구 조성사업의 개선 방향에 대한 조사 결과, '지원사업의 규모 확대'(50.0%) '사업 실효성 제고를 위한 제도 및 지원규정 개선'(35.7%), '현재 여건에 맞춰 관련 규정 정비'(7.1%) 등의 순으로 응답함
  - 지구 내 기업들은 향후 인천시에서 중점적으로 추진해야 할 문화콘텐츠산업 지원 정책으로 '지역 내 인력양성(공급)'(30.8%), '기술 및 제품개발(R&D) 지원'/'기업 자금지원(투자 등)'(각각 23.1%), '인프라 지원(인큐베이팅, 센터, 테스트베드 등)'(15.4%), '통합 산업육성 전담기구 설치'(7.7%) 순으로 필요하다고 답함

### 3. 소결

#### ❖ 문화산업진흥지구에 국한된 산업육성 정책의 한계 존재

- 인천시는 2008년 미추홀구 도화동, 주안동 일원을 문화산업진흥지구로 지정하고 기업 유치를 위한 혜택 제공 및 콘텐츠 제작 지원사업, 기업 맞춤형 지원사업 등을 추진해왔으나, 2022년부터는 지구 내외 모든 문화콘텐츠 기업을 대상으로 하는 지원사업으로 사업내용을 개편함
- 인천시 사례조사 결과, 정책 추진의 구심점 역할을 할 핵심 지원기관의 부재, 신규 기업 유치 및 산업생태계 형성을 위한 후속사업의 부재, 불안정한 지원 환경 등이 인천문화산업진흥지구가 유명무실해 진 주요 원인으로 파악됨
  - 먼저, 지구 조성 당시 인천정보산업진흥원이 지구 내 위치했으나, 인천테크노파크와의 조직 통폐합으로 인해 해당 건물은 창업지원센터로 기능이 변경됨. 더불어 진흥원이 위탁운영하던 남구(현 미추홀구) 문화콘텐츠산업지원센터가 2015년 운영이 종료되고, 2021년에 인천문화산업육성센터가 부평구에 조성되면서 현재 문화산업진흥지구 내 콘트롤타워 기관이 부재한 실정임
  - 또한, 지구 조성 초기에는 기업 유치를 위한 임대료 지원 및 콘텐츠 제작지원 사업 등이 추진되었으나, 문화콘텐츠산업지원센터 운영 종료 이후에는 신규 기업 유치를 위한 후속 사업이 부재하여 클러스터가 형성되지 못한 채 점차 축소되었음
  - 이러한 내부 여건의 악화와 더불어 중앙과 인천시 모두 시간이 흐름에 따라 문화산업진흥지구 지원사업을 추진하지 않게 되면서 제도 자체가 유명무실해졌을 뿐만 아니라 관련 예산도 점차 감소하며 사업의 추진력이 저하된 것으로 분석할 수 있음
- 문화산업 클러스터의 활성화를 위해서는 클러스터 내에서 생산-유통-소비-관광의 과정이 작용할 수 있는 생태계를 형성하는 것이 중요하고, 이를 위해서는 지원 제도 및 추진체계 마련, 인프라 조성 등과 같은 정책적 지원이 수반되어야 함(문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 2011)
- 그러나 인천시의 경우 클러스터 형성 초기 단계로 볼 수 있는 기업 집적화를 통한 생산활동의 활성화 단계에서부터 내·외부적 지원 기반이 열악했기 때문에 사업의 원활한 추진이 어려웠을 것으로 판단됨

## ❖ 인천 음악산업 활성화 관점에서의 정책 마련 필요

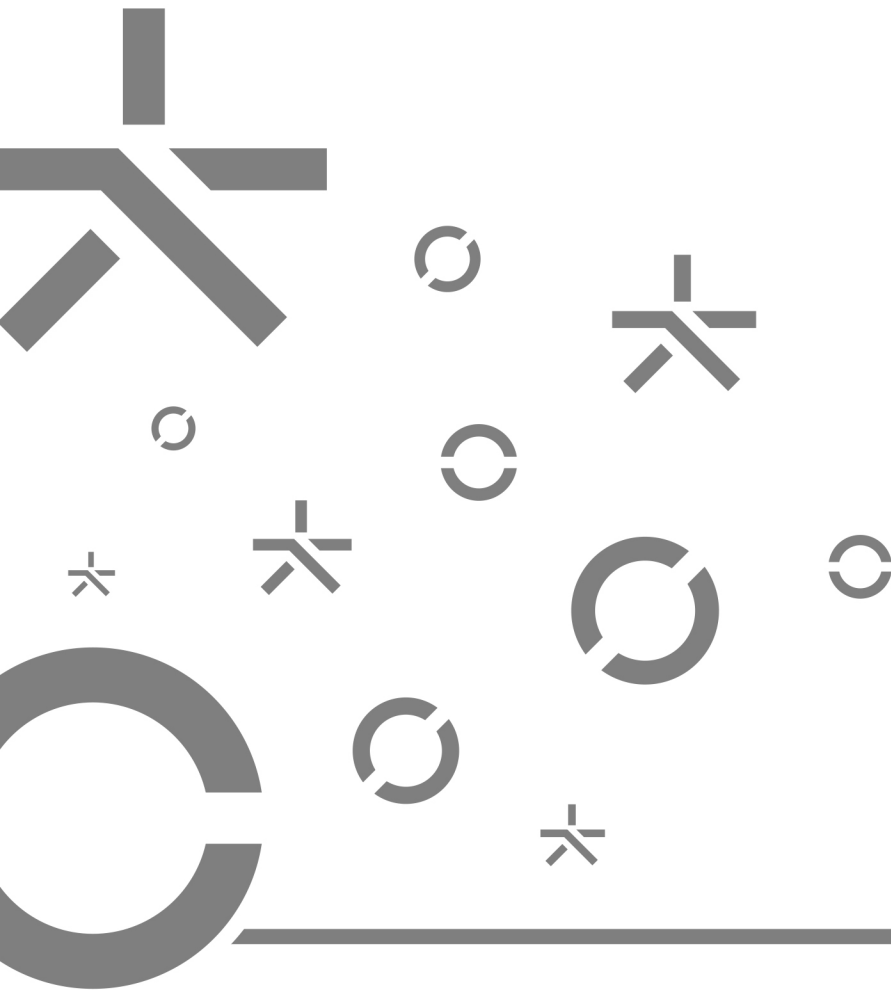
- 사례조사 결과, 부산과 인천시 모두 현재는 문화산업진흥지구만을 대상으로 하는 사업보다는 지역 산업생태계 전반을 지원하는 방향으로 정책을 추진 중임
- 특히 부산시는 영상문화산업단지 조성을 통한 기관 및 기업체 집적 후 문화산업진흥지구 지정을 통해 센텀시티 일원을 부산시 영화·영상콘텐츠산업 거점으로 육성했으며, 최근에는 기 구축된 인프라를 기반으로 영화·영상문화 도시로 자리매김하기 위한 사업을 추진 중임
  - 부산시는 일반산업단지 중 일부를 문화산업진흥지구로 지정함으로써 산업단지 조성 이후의 후속 사업 추진을 도모했으며, 적극적인 지원시설의 설립 및 관련 공공기관 유치를 통해 비수도권 지역임에도 불구하고 풍부한 인프라를 구축하였음
    - 2021년 3분기 기준, 센텀문화산업진흥지구 내 콘텐츠산업 사업체는 총 270개, 콘텐츠 산업 외의 문화예술산업 사업체는 296개가 있음. 더불어 부산시는 진흥지구 내에 영상진흥위원회, 영상물등급위원회, 게임물관리위원회 등의 공공기관을 유치하고 부산영상위원회, 영산산업센터, 후반작업시설 및 스튜디오, 사운드스테이션, 문화콘텐츠콤플렉스, 영화의전당 등의 주요 지원기관을 운영 중임
  - 이를 기반으로 현재는 하드웨어-소프트웨어-휴먼웨어-도시브랜딩에 걸친 전방위적인 지원정책을 추진함으로써 부산형 문화콘텐츠산업 기반을 육성하고자 함
    - 부산시는 조직 내 '영상콘텐츠산업과'를 두고 관련 산업을 전담케 하고 있으며, 2021년에는 '유네스코 영화 창의도시 위상 강화', '영상산업도시 성장기반 강화', '콘텐츠산업 육성을 통한 콘텐츠도시 실현', '영상산업의 선순환 구조 토대 마련' 등의 사업을 추진함
- 반면, 인천시는 문화콘텐츠산업 육성에 대한 정책적 기반이 미흡한 상황에서 특정 지구만을 대상으로 하는 지원사업의 경우 실효성이 떨어진다는 판단 아래, 2022년부터 문화산업진흥지구 조성사업을 인천시 전역을 대상으로 하는 '인천형 핵심성장 콘텐츠 제작 지원사업'으로 개편하여 추진할 계획임
- 음악산업 부문 역시 인천시가 현재 산업 기반을 마련하기 시작한 단계이므로 특정 지역의 활성화보다는 산업적 관점에서의 '인천시 음악산업 활성화 계획'이 마련이 우선되어야 하며, 음악산업진흥지구의 지정은 이후 정책목표 달성을 위한 여러 방안 중 하나로 고려할 수 있을 것임

## ❖ 수요자 중심의 지원방안 마련 필요

- 인천시는 2008년 문화산업진흥지구 지정 이후 2021년까지 14년간 지원사업을 추진했음에도 문화콘텐츠 기업들을 유치하지 못하였고, 오히려 기업 이탈률이 급증하면서 사업을 개편하였음
  - 문화산업진흥지구 내·외의 기업들을 대상으로 한 설문조사 결과, 문화산업진흥지구에 대한 인지 정도가 32.5% 수준으로 매우 낮았고, 사업참여율 역시 매우 저조했는데 사업에 참여하지 않은 가장 이유는 '지원과 혜택에 대해 알지 못했기 때문'인 것으로 나타남
  - 즉, 정책 인지도가 낮은 것이 사업참여의 가장 큰 장벽이 된 것으로, 향후 음악산업진흥지구 조성 시 관내·외 관련 기업을 대상으로 관련 정책을 적극적으로 홍보할 필요가 있음
  - 또한, 지구 내 기업들은 부문별 전문인력의 확보를 가장 큰 애로사항으로 꼽았으나, 지금까지의 지원사업은 콘텐츠 제작 지원에 집중되어 기업들의 실질적인 정책 수요를 충족하지 못했을 가능성이 있음
  - 관내 외 전문인력의 확보를 지원하기 위해 음악산업 분야 전문인력 대상 캠프, 네트워킹 행사, 교육프로그램, 정보제공 서비스 등 다양한 간접지원 방안을 모색할 필요가 있음
- 앞서 제2장의 정책 여건 분석 결과와 같이, 문화산업진흥지구를 지정하기 위해서는 관련 산업체들의 자발적인 군집이 필수조건임. 따라서 음악 기업들이 캠프마켓으로의 이전을 결심할 수 있도록 하려면 기업의 실질적인 정책 수요를 파악하고 이를 반영한 지원사업을 발굴하는 과정이 선행되어야 함
  - 관내 음악산업 관련 기업과 단체, 시설, 대학교 등을 대상으로 음악산업진흥지구 조성 및 활성화를 위한 수요를 조사할 필요가 있음



# 인천시 음악산업 여건 및 캠프마켓 공간 현황







# 인천시 음악산업 여건 및 캠프마켓 공간 현황

## 1. 음악산업 개요

### 1) 정의 및 영역

#### ❖ 법적 정의

- 음악산업은 음악의 창작·공연·교육, 음반·음악파일·음악영상물·음악영상파일의 제작·유통·수출·수입, 악기·음향기기 제조 및 노래연습장업 등과 이와 관련된 산업을 말함(「음악산업진흥에 관한 법률」, 제2조 정의)

#### ❖ 산업적 영역

- 콘텐츠산업 특수분류 중 음악산업은 크게 7가지 영역으로 구분됨
  - 음악제작업, 음악 및 오디오물 출판업, 음반복제 및 배급업, 음반 도소매업, 온라인 음악유통업, 음악공연업, 노래연습장운영업(문화체육관광부, 2022.1.)

[표 4-1] 콘텐츠산업 특수분류: 음악산업

중분류	소분류	
음악제작업	• 음악기획 및 제작업	• 음반(음원) 녹음시설 운영업
음악 및 오디오물 출판업	• 음반 오디오물 출판업	• 기타 오디오물 제작업
음반복제 및 배급업	• 음반 복제업	• 음반 배급업
음반 도소매업	• 음반 도매업	• 음반 소매업
온라인 음악 유통업	• 인터넷/모바일 음악서비스업	• 음원대리 중개업
	• 인터넷/모바일 음악콘텐츠 제작 및 제공업(CP)	
음악 공연업	• 음악공연 기획 및 제작업	• 기타 음악공연 서비스업
노래연습장 운영업	• 노래연습장 운영업	

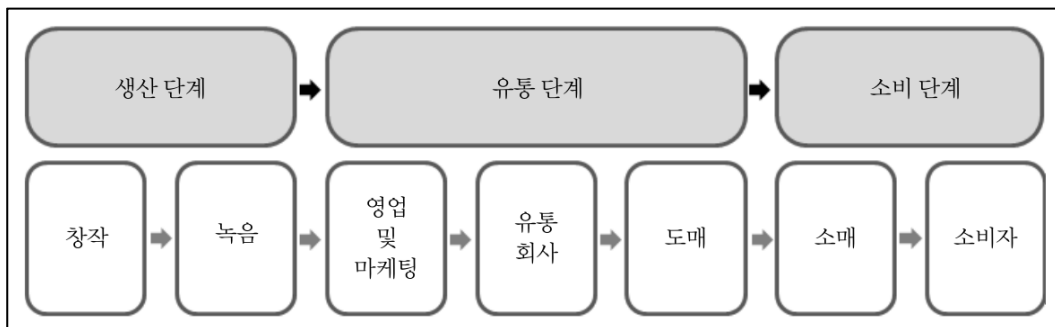
출처: 문화체육관광부(2022.1.)

## 2) 음악산업 구조

### ❖ 음악산업 가치사슬

- 음악산업의 구조는 생산단계-유통단계-소비단계라는 필수적 역할과 기능에 의해 다음과 같은 가치사슬로 일반화시켜볼 수 있음(한국콘텐츠진흥원, 2014)
  - **생산단계**에서는 음악의 기획 및 제작과 녹음이 이루어짐. 음악의 기획 및 제작 단계에서는 음악적인 구상과 작곡 등이 이루어지고, 작곡가와 프로듀서, 연주자, 가수, 제작사 등이 주요 이해관계자임. 녹음 단계는 음악이 제작되고 매체를 통해 음반 또는 디지털 음원으로 제작되는 단계로 오디오물 녹음 및 출판 관련 업체들이 주요 이해관계자로 참여함(홍보영·김경민, 2015). 디지털 기술의 발달로 제작환경도 하드웨어 중심에서 소프트웨어 중심으로 변경되어 제작 비용이 줄어들어 따라 음악 제작의 주체가 음반제작사에서 음악인 개인으로 다양해지고 진입장벽이 낮아짐(한국콘텐츠진흥원, 2014)
  - **유통단계**에서는 제작된 음악을 각종 매체에 배급하고 유통회사들이 도매상에 유통하는 과정을 포함함(홍보영·김경민, 2015). 2010년대 이후 콘텐츠 유통의 패러다임이 디지털로 전환된 것뿐만 아니라 콘텐츠의 마케팅이나 프로모션의 채널들이 기존의 전통적 미디어(방송, 신문, 라디오 등)에서 SNS 등과 같은 뉴미디어로의 전환됨에 따라 도매와 소매의 단계가 급격히 줄어들고, 전방위적으로 유통채널이 확대되어 시장 확대와 함께 신시장 개척이 가능해짐(한국콘텐츠진흥원, 2014)
  - **소비단계**는 도매상을 거쳐 소매상과 소비자로 이어지는 구조로, 단순히 음원의 판매와 구매에 한정되지 않고, 공연이나 현장 참여 등 다양한 방식의 소비를 포함함(홍보영·김경민, 2015)

[그림 4-1] 음악산업 가치사슬



출처: 한국콘텐츠진흥원(2014)

## 2. 인천시 음악산업 여건

### 1) 음악산업 시설

#### ❖ 등록공연장

- 2020년 말 기준 전국에는 총 1,279개의 등록공연장<sup>8)</sup>이 있으며, 이 중 인천시의 등록공연장은 총 45개로 전체 대비 3.5%를 차지함(문화체육관광부, 2021.11.29.)
  - 군·구별로 중구와 서구가 9개로 가장 많고, 이어서 미추홀구·남동구(7개) > 부평구(5개) > 연수구(4개) > 계양구(3개) > 동구(1개) 순이며, 강화군·옹진군에는 등록공연장이 없음
  - 공공 공연장은 대부분 문화회관이나 청소년수련관 내에 위치해 있으며, 민간공연장은 연극 극장이나 뮤지컬 전용 소극장이 대부분임
  - 객석 수 1,000석 이상의 대공연장은 아트센터인천 콘서트홀(1,727석)과 인천문화예술회관 대공연장(1,332석)이 있으며, 100석 미만 소공연장은 7개임
  - 클래식 전용 공연장으로 아트센터인천과 민간 공연장인 엘림아트센터 등이 있으나, 다양한 장르의 음악공연을 운영하기에는 전문공연장이 충분치 않음

[표 4-2] 인천시 군·구별 등록공연장 현황(2020년 기준)

(단위: 개)

구분	공공	민간	합계	내용
중구	5	4	9	• 인천학생문화회관 대공연장·소공연장, 한중문화관, 인천중구문화회관, 인천아트플랫폼, 다락 소극장, 뉴코스모스호 1·2, 현대크루즈호
동구	1	0	1	• 동구청청소년수련관
미추홀구	5	2	7	• 작은극장동체, 인천수봉문화회관 소극장, 국악회관 공연장, 학산소극장, 문학시어터, 롯데문화홀, 필그림뮤직
연수구	3	1	4	• 아트센터인천 콘서트홀·다목적홀, 스퀘어원 문화홀, 트라이보울
남동구	6	1	7	• 인천문화예술회관 대공연장·소공연장·야외공연장, 인천광역시청소년수련관 공연장, 남동소래아트홀 소래극장·스튜디오제비, 문화아트홀
부평구	2	3	5	• 레미어린극장, 부평아트센터 달누리극장 해누리극장, 잔치마당, 필근아소극장
계양구	3	0	3	• 계양문화회관, 청소년수련관, 인천어린이과학관
서구	6	3	9	• 검단복지회관 공연장, 서구문화회관 대공연장·소공연장·기정생활문화센터, 서구청청소년수련관 공연장, 엘림아트센터 챔버홀 엘림홀, 청라호수공원 야외음악당, 아띠홀

출처: 문화체육관광부(2021.11.29.)

8) 등록공연장은 「공연법」 제9조(공연장의 등록 및 폐업)와 「공연법 시행규칙」 제5조(공연장의 시설기준)에 따라 무대시설(조명시설·음향시설 포함) 및 방음시설(객석의 천장이 없는 공연장은 방음시설 제외)을 갖추어 공연장 소재지의 장에게 등록된 공연장을 말함(국가법령정보센터, 2022.2.25. 검색)

## ❖ 기타 공연시설

○ 등록공연장을 제외한 기타 공연시설은 총 157개임(인천문화재단, 2021.12.)

[표 4-3] 인천시 군·구별 기타 공연시설 현황(2020년 기준)

(단위: 개)

구분	합계	시설명
중구	24	<ul style="list-style-type: none"> <li>제물포구락부, 경관폭포앞 야외무대, 도원체육관, 버팀라인, 서담재, 스튜디오 파라다이스 A·B, 아펜젤러비전센터 비전홀, 연안부두 해양광장 야외공연장, 영종진 야외무대, 월미도 야외공연장 학무대·갈매기홀, 울목도서관 소극장, 인천공항 제1여객터미널 컬처포트·제2여객터미널 아트포트, 자유공원 야외무대, 중앙환희아트홀, 칠동마당 옥상·이음마당, 카페 더꿈, 하늘극광장 야외무대, 하늘문화센터 대강당, 한국이민사박물관 강당, 흐르는물</li> </ul>
동구	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>동구주민행복센터 다목적강당, 송림체육관 보조경기장·주경기장</li> </ul>
미추홀구	34	<ul style="list-style-type: none"> <li>공간 하인달, 국악회관, 모모, 무형문화재 전수교육관 야외공연장·풍류관, 문화공간 아트애비뉴 27, 미추홀구청 대회의실, 사담공간 소담, 선교문화회관, 수봉공원 인공폭포 야외공연장, 수봉도서관 공연누리, 수봉민속 놀이마당, 송의종합사회복지관 소강당·중강당, 옛 시민회관 쉼터, 용현노인문화센터 대강당, 인천SSG 랜더스필드, 인천공연예술연합공간 A동 중연습실 B동 대연습실, 인천문학경기장 동문광장·북문광장·보조경기장·주경기장, 인천음악문화원, 인하대 60주년기념 월천관·5호관남소강당·본관 대강당·중강당·소강당, 주인노인문화센터 2층 대강당, 쥐똥나무, 창조예술공간 더울, 컬처팩토리 공연장, 틈 문화창작지대 다목적홀</li> </ul>
연수구	34	<ul style="list-style-type: none"> <li>K-live 송도 홀로그램전용관, 갯벌타워 국제회의장, 루나재즈커피, 문화공원 아외음악당, 문화의집 아트플러그, 선학체육관, 송도국제아리노도서관 2층 공연장, 송도달빛공원 다목적운동장, 송도달빛축제공원 보조경기장, 송도컨벤시아 그랜드볼룸·프리미엄볼룸, 연수구 어린이도서관 3층 공연장, 연수구청 대회의실·한마음광장 대강당(연수아트홀), 연수청학도서관 지하1층 공연장, 인천B스타워 대회의실, 인천광역시 시립박물관 석남홀, 인천글로벌캠퍼스 공연장 대강당, 인천대입구역 상설무대, 인천대학교 공연장 대강당·소극장, 인천도시역사관 영상관, 인천상륙작전기념관 야외무대, 인천여성공방 대강당, 인천평생학습관 미추홀, 지식정보단지역 상설무대, 진달래생활문화센터 간이무대, 카페와인, 케이스24, 해돋이공원 야외무대, 해돋이도서관 2층 공연장</li> </ul>
남동구	16	<ul style="list-style-type: none"> <li>남동공단근린공원 야외무대, 남동구청 대강당, 남동체육관, 논현포대근린공원 야외공연장, 문화공간 드림플레이그라운드, 미추홀도서관 강당, 블루체어, 사회복지회관, 서창도서관 3층 다목적실 소극장, 소래도서관 지하1층 다목적실 소극장, 올림픽기념국민생활관 소강당, 인천노인종합문화회관 강당, 인천대공원 문화마당(야외극장), 인천대공원 어울큰마당(야외음악당), 인천애들, 플로리안 공간</li> </ul>
부평구	21	<ul style="list-style-type: none"> <li>광기M씨어터, 굴포천역 상설공연장, 부평문화사랑방, 부평기적의도서관 소공연장, 부평 소극장 스위트홀, 부평구청소년수련관 4층 공연장, 부평구청역 상설공연장, 부평락캠프, 부평문화사랑방, 부평문화의거리 야외무대, 부평시장역 상설무대, 부평아트센터 극광광장, 부평안전체험관 민방위교육장, 북부교육문화센터 소공연장·야외공연장, 분수공원 야외무대, 삼산월드 보조경기장·실내체육관, 올래공연장, 원적산공원 야외무대, 인천여성가족재단 대강당</li> </ul>
계양구	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>경인교육대학교 아외음악당, 계양경기장 다목적운동장·벨로드롬·보조경기장·아시아드 양궁경기장·주경기장, 계양구청 대강당, 계양산야외공연장, 서운야외공연장, 작전야외공연장</li> </ul>
서구	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>코스모40, 나지막한언덕, 마실거리 야외공연장, 서구노인복지관 대강당, 서부여성회관 대강당·야외공연장, 아라인천여객터미널 수상무대, 인재개발원 강당, 인천아시아드 보조경기장·주경기장</li> </ul>
강화군	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>강화고인돌체육관, 강화문화회관 대공연장, 강화역사박물관 강당, 강화청소년수련관 무대</li> </ul>
옹진군	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>영흥 에너지파크 하모니홀</li> </ul>

출처: 인천문화재단(2021.12.)

## ❖ 창작시설: 디지털 뮤직랩(D-LAB)

- 디지털 뮤직랩(D-LAB)은 부평구문화재단이 운영하는 전자음악 중심 문화예술 창작 플랫폼으로 부평의 실험적인 문화산업 생태계를 조성해나가는 지역 거점공간임(부평구문화재단 홈페이지, 2022.3.2. 검색)
  - 청소년, 청년, 예술인들의 음악작업과 네트워크를 지원하며 새로운 문화활동을 실험하는 공간으로서, 다양한 프로젝트를 바탕으로 지역의 음악생태계 구축을 목표로 함

[표 4-4] 디지털 뮤직랩(D-LAB) 시설 현황

구분	내용
LAB1	• 미디 음원 제작 및 디제잉 등 전자음악에 대해 이해하고 탐구하는 공간
LAB2	• 다양한 창작활동 및 개인 방송 작업이 가능한 프로젝트 공간
사운드 스튜디오	• 워크숍, 녹음, 합주 등을 위한 스튜디오
코워킹 스페이스	• 서로의 생각을 공유하고 의견을 나누는 커뮤니티 공간
뮤직 큐브 1, 2	• 개인 음악 작업에 집중할 수 있는 1인 공간

출처: 부평구문화재단 홈페이지(2022.3.2. 검색)

[그림 4-2] 디지털 뮤직랩(D-LAB) 시설



출처: 부평구문화재단 홈페이지(2022.3.2. 검색)

## 2) 음악산업 활동

### ❖ 음악산업 사업체

- 2020년 기준 인천시의 음악산업 사업체는 총 2,301개로 전국 33,138개의 6.9%를 차지하며, 지역별로는 서울(7,560개, 22.8%) > 경기(9,207개, 22.7%) 다음으로 3순위임
  - 인천시의 업종별 사업체 수를 살펴보면, 노래연습장 운영업이 2,250개로 전체의 97.8%를 차지하고<sup>9)</sup>, 다음으로 음악공연 기획 및 제작업 12개 > 음반 소매업 11개 > 음악 기획 및 제작업 9개 > 기타 음악공연 서비스업 7개 > 인터넷/모바일 음악서비스업 6개 > 음반 도매업 3개 > 음반 복제업 2개 > 음반(음원) 녹음시설 운영업 1개 순임
  - 인천시에 전무한 음악산업 사업체는 음악 오디오물 출판업, 기타 오디오물 제작업, 음반 배급업, 음원대리 중개업, 인터넷/모바일 음악콘텐츠 제작 및 제공업(CP)으로, 출판·배급·유통 분야의 사업체가 매우 부족한 실정임

[표 4-5] 2020년 기준 음악산업 지역별·업종별 사업체 현황

(단위: 개, %)

구분	음악제작업		음악 및 오디오 출판업		음반복제 및 배급업		음반 도소매업		
	음악 기획 및 제작업	음반(음원) 녹음시설 운영업	음악 오디오물 출판업	기타 오디오물 제작업	음반 복제업	음반 배급업	음반 도매업	음반 소매업	
서울	646	130	66	8	40	15	71	98	
7개 시	부산	17	12	1	-	2	-	3	20
	대구	18	5	-	-	-	-	1	14
	인천	9	1	-	-	2	-	3	11
	광주	9	-	-	-	1	-	1	10
	대전	11	4	2	-	-	-	2	4
	울산	6	1	-	-	-	-	1	6
	세종	-	-	-	-	-	-	-	-
	소계	70	23	3	-	5	-	11	65
9개 도	경기	109	22	15	3	24	2	23	41
	강원	9	1	-	1	-	-	-	15
	충북	5	-	-	-	1	-	-	9
	충남	6	1	1	-	-	-	1	15
	전북	5	2	-	-	1	-	1	14
	전남	1	-	-	-	-	-	1	11
	경북	9	-	-	-	-	1	-	17
	경남	9	2	-	-	3	-	2	14
	제주	2	1	-	-	-	-	-	5
	소계	155	29	16	4	29	3	28	141
합계	871	182	85	12	74	18	110	304	

9) 노래연습장 운영업을 제외한 인천시의 음악산업 사업체는 총 51개에 불과하며, 부산(87개), 대구(68개)보다 적음



[표 4-5] 2020년 기준 음악산업 지역별·업종별 사업체 현황(계속)

(단위: 개, %)

구분	온라인 음악 유통업			음악 공연업		노래연습장 운영업	합계	비중	
	인터넷/모바일 음악서비스업	음원대리 중개업	인터넷/모바일 음악콘텐츠 제작 및 제공업(CP)	음악공연 기획 및 제작업	기타 음악공연 서비스업	노래연습장 운영업			
서울	114	24	40	404	59	5,845	7,560	22.8	
7개 시	부산	2	-	-	29	1	1,694	1,781	5.4
	대구	1	-	-	26	3	1,677	1,745	5.3
	인천	6	-	-	12	7	2,250	2,301	6.9
	광주	-	-	-	18	4	1,019	1,062	3.2
	대전	-	-	1	12	3	1,346	1,385	4.2
	울산	-	-	-	9	1	760	784	2.4
	세종	-	-	-	1	-	148	149	0.4
	소계	9	-	1	107	19	8,894	9,207	27.8
9개 도	경기	16	4	6	88	40	7,120	7,513	22.7
	강원	-	-	-	24	2	902	954	2.9
	충북	-	-	-	10	2	1,115	1,142	3.4
	충남	-	-	-	15	4	1,255	1,298	3.9
	전북	-	-	-	15	3	962	1,003	3.0
	전남	-	-	-	7	3	761	784	2.4
	경북	-	-	-	12	11	1,540	1,590	4.8
	경남	-	-	-	29	7	1,685	1,751	5.3
	제주	-	-	-	6	3	319	336	1.0
소계	16	4	6	206	75	15,659	16,371	49.4	
합계	139	28	47	717	153	30,398	33,138	100.0	

출처: 문화체육관광부(2022.1.)

### ❖ 음악산업 매출액

- 2020년 기준 인천시의 음악산업 매출액은 총 140,244백만 원으로, 전체 6,064,748백만 원 대비 2.3%를 차지함(문화체육관광부, 2022.1.)
  - 서울시의 음악산업 매출액은 4,431,110백만 원으로 전체의 73.1%를 차지하고 있으며, 경기도의 음악산업 매출액이 779,110백만 원으로, 전체의 12.8%를 차지함. 서울과 경기, 인천의 음악산업 매출액을 합하면 전체 음악산업 매출액의 88.2%를 차지함
  - 인천시의 업종별 음악산업 매출액은 인터넷/모바일 음악서비스업이 48,392백만 원 (34.5%)으로 가장 크고, 다음으로 음반 소매업(28,969백만 원, 20.7%) > 음악 기획 및 제작업(27,259백만 원, 19.4%) > 노래연습장 운영업(25,843백만 원, 18.5%) 순임
  - 음악공연 기획 및 제작업의 매출액은 5,133백만 원(3.7%)밖에 되지 않아, 부산 (15.3%)이나 대구(17.8%)에 비해서도 매우 부족한 것으로 나타남

### 3) 음악산업 인력

#### ❖ 음악산업 종사자

- 인천시의 음악산업 종사자 수는 총 3,198명으로 전체 65,464명의 4.9%임
  - 업종별 음악산업 종사자는 노래연습장 운영업이 2,722명(85.1%)으로 가장 많고, 다음으로 인터넷/모바일 음악서비스업 249명(7.8%) > 음반 소매업(123명, 3.8%) > 음악공연 기획 및 제작업(44명, 1.4%) > 음악기획 및 제작업(40명, 1.3%) 순임
  - 업종별로 종사자가 전혀 없는 분야는 음반(음원) 녹음시설 운영업, 음악 오디오물 출판업, 기타 오디오물 제작업, 음반 복제업, 음반 배급업, 음원대리 중개업, 인터넷/모바일 음악콘텐츠 제작 및 제공업(CP)임
  - 앞서 살펴본 사업체 현황과 비교해보면 사업체는 있으나 종사자가 없는 것으로 조사된 업종이 음반(음원)녹음시설 운영업(1개)과 음반 복제업(2개)으로 3개 업체는 매출액도 없는 것으로 나타나 폐업 가능성이 있음(문화체육관광부, 2022.1.)

[표 4-6] 2020년 기준 음악산업 지역별·업종별 종사자 현황

(단위: 명, %)

구분	음악제작업		음악 및 오디오 출판업		음반복제 및 배급업		음반 도소매업	
	음악 기획 및 제작업	음반(음원) 녹음시설 운영업	음악 오디오물 출판업	기타 오디오물 제작업	음반 복제업	음반 배급업	음반 도매업	음반 소매업
서울	2,734	326	86	15	124	100	117	323
7개 시	부산	53	9	-	-	-	-	29
	대구	47	11	-	-	-	7	19
	인천	40	-	-	-	-	8	123
	광주	77	-	-	-	-	7	21
	대전	27	28	-	-	-	-	26
	울산	40	28	-	-	-	3	6
	세종	-	-	-	-	-	-	-
	소계	284	77	-	-	-	25	224
9개 도	경기	430	153	14	7	107	43	45
	강원	416	-	-	2	-	-	26
	충북	40	-	-	-	-	-	19
	충남	40	-	-	-	-	4	19
	전북	123	6	-	-	-	-	13
	전남	-	-	-	-	-	4	19
	경북	148	-	-	-	-	35	13
	경남	28	-	-	-	30	-	26
	제주	-	-	-	-	-	-	-
	소계	1,224	159	14	9	136	78	181
합계	4,242	563	100	24	261	178	193	729



[표 4-6] 2020년 기준 음악산업 지역별·업종별 종사자 현황(계속)

(단위: 명, %)

구분	온라인 음악 유통업			음악 공연업		노래연습장 운영업	합계	비중	
	인터넷/모바일 음악서비스업	음원대리 중개업	인터넷/모바일 음악콘텐츠 제작 및 제공업(CP)	음악공연 기획 및 제작업	기타 음악공연 서비스업	노래연습장 운영업			
서울	1,798	204	331	2,190	140	17,527	26,015	39.7	
7개 시	부산	34	-	-	38	-	3,678	3,841	5.9
	대구	189	-	-	43	2	2,708	3,027	4.6
	인천	249	-	-	44	12	2,722	3,198	4.9
	광주	-	-	-	46	8	1,155	1,313	2.0
	대전	-	-	30	54	13	1,554	1,732	2.6
	울산	-	-	-	34	2	1,540	1,654	2.5
	세종	-	-	-	-	-	192	192	0.3
	소계	472	-	30	260	38	13,549	14,958	22.9
9개 도	경기	401	61	181	154	54	8,795	10,488	16.0
	강원	-	-	-	193	7	1,939	2,581	3.9
	충북	-	-	-	58	2	1,155	1,274	1.9
	충남	-	-	-	45	13	1,375	1,497	2.3
	전북	-	-	-	78	7	983	1,209	1.8
	전남	-	-	-	30	7	1,792	1,852	2.8
	경북	-	-	-	43	15	2,309	2,563	3.9
	경남	-	-	-	158	7	2,330	2,578	3.9
	제주	-	-	-	61	1	385	447	0.7
소계	401	61	181	818	113	21,064	24,490	37.4	
합계	2,670	265	542	3,268	291	52,139	65,464	100.0	

출처: 문화체육관광부(2022.1.)

## ❖ 음악예술인

- 2022년 3월 7일 기준, 인천에서 한국예술인복지재단의 예술활동증명을 완료한 누적 예술인 수는 총 5,860명임
  - 이 중, 증명 기간이 만료된 예술인을 제외한 예술인 수는 4,849명임
- 분야별 누적 예술인 현황은 음악예술인이 1,769명(30.19%)으로 가장 많으며, 그다음으로 미술 분야 994명(16.96%), 연극 분야 736명(12.56%), 문학 분야 486명(8.29%) 등의 순임
  - 만료자를 제외하면, 음악예술인이 1,508명(31.10%), 미술 분야 856명(17.65%), 연극 분야 545명(11.24%), 문학 분야 424명(8.74%) 등의 순으로 나타남

[표 4-7] 분야별 인천시 예술인 현황(2022.3.7. 기준)

(단위: 명, %)

구분	문학	미술	사진	음악	국악	무용	연극	영화	연예	만화	복수	합계	
누적	인원	486	994	77	<b>1,769</b>	207	177	736	425	389	224	376	5,860
	비율	8.29	16.96	1.31	<b>30.19</b>	3.53	3.02	12.56	7.25	6.64	3.82	6.42	100
구분	문학	미술	사진	음악	국악	무용	연극	영화	연예	만화	복수	합계	
유효+ 특례 <sup>10)</sup>	인원	424	856	64	<b>1,508</b>	188	142	545	355	282	182	303	4,849
	비율	8.74	17.65	1.32	<b>31.10</b>	3.88	2.93	11.24	7.32	5.82	3.75	6.25	100

출처: 한국예술인복지재단 내부자료(2022.3.15.)

- 인천시 음악예술인의 연령별 현황을 살펴보면, 30대가 696명(39.34%)으로 가장 많고 그다음으로 20대 461명(26.06%), 40대 277명(15.66%) 등의 순임
  - 인천시 음악예술인은 20~40대의 비중이 전체의 80% 이상인 것으로 나타나 젊은 예술인들의 비중이 매우 높음을 알 수 있으며, 만료자 제외 시에도 20~40대 예술인이 전체의 79.51%를 차지함

[표 4-8] 인천시 음악예술인 연령별 현황(2022.3.7. 기준)

(단위: 명, %)

구분	20대	30대	40대	50대	60대	70대	80대 이상	합계
누적	인원	461	<b>696</b>	277	140	145	44	1,769
	비율	26.06	<b>39.34</b>	15.66	7.91	8.20	2.49	0.34
구분	20대	30대	40대	50대	60대	70대	80대 이상	합계
유효+ 특례	인원	429	<b>550</b>	220	124	136	43	1,508
	비율	28.45	<b>36.47</b>	14.59	8.22	9.02	2.85	0.40

출처: 한국예술인복지재단 내부자료(2022.3.15.)

- 군·구별 인천시 음악예술인은 부평구가 343명(19.39%)으로 가장 많고, 그다음으로 남동구 328명(18.54%), 서구 311명(17.58%), 미추홀구 250명(14.13%) 등의 순임
  - 만료자를 제외하면 부평구 293명(19.43%), 남동구 285명(18.90%), 서구 262명(17.37%), 미추홀구 214명(14.19%) 등의 순으로, 부평구 음악예술인이 가장 많은 것으로 나타남

[표 4-9] 인천시 음악예술인 군·구별 현황(2022.3.7. 기준)

(단위: 명, %)

구분	중구	동구	미추홀구	연수구	남동구	부평구	계양구	서구	강화군	옹진군	합계	
누적	인원	57	27	250	206	328	<b>343</b>	218	311	25	4	1,769
	비율	3.22	1.53	14.13	11.64	18.54	<b>19.39</b>	12.32	17.58	1.41	0.23	100
구분	중구	동구	미추홀구	연수구	남동구	부평구	계양구	서구	강화군	옹진군	합계	
유효+ 특례	인원	52	26	214	182	285	<b>293</b>	174	262	17	3	1,508
	비율	3.45	1.72	14.19	12.07	18.90	<b>19.43</b>	11.54	17.37	1.13	0.20	100

출처: 한국예술인복지재단 내부자료(2022.3.15.)

10) 예술활동증명 특례는 예술인 복지사업 중 표준계약서 체결 예술인 사회보험료 지원, 산재보험 가입, 예술인 신문고 신고를 위해 특례별 증빙자료만으로 한시적으로 예술활동을 마친 경우를 의미함(한국예술인복지재단 홈페이지, 2022.3.17. 검색)

## ❖ 음악 분야 전문예술법인·단체

- 2022년 3월 기준 전국에는 총 1,572개의 전문예술법인·단체가 있으며, 인천지역에는 총 56개의 단체가 있음. 이는 전국 대비 3.6% 수준으로 매우 적은 편임
- 인천시 전문예술법인·단체 중 음악 분야 단체는 13개이며, 전통 분야 단체는 8개임

[표 4-10] 인천시 음악/전통 분야 전문예술법인·단체

(단위: 개)

장르	단체명	지정년도	법적형태	세부유형	장르	단체명	지정년도	법적형태	세부유형
음악 (13)	필그림	1991	임의단체	예술단체	전통 (8)	한울소리	2007	임의단체	예술단체
	위드어스 예술단	2021	"	"		퓨전국악단구름	2020	"	"
	아이신포니에타	2004	"	"		풍물패 더늠	2012	"	"
	아보비태 챔버 오케스트라	2021	"	"		전통연희단 잔치마당	2009	"	"
	미추홀 요들단	2009	"	"		(사)한국 판소리보존회 인천지부	2017	사단법인	협회
	미추홀오페라단	2007	"	"		(사)한국국악협회 인천광역시지회	2015	"	"
	루체뮤직 소사이어티	2015	"	"		(사)인천남사당 놀이보존회	2021	"	예술단체
	로맨티카아르떼	2013	"	"		(사)우리소리	2018	"	기획/제작사
	나무챔버	2018	"	"					
	(사)한국음악협회 인천광역시지회	2019	사단법인	협회					
	(사)인천음악문화원	2009	"	예술단체					
	(사)미추홀아트센터	2013	"	공연장					
	(사)꿈꾸는마을	2015	"	예술단체					

출처: 예술경영지원센터(2022.3.2. 검색).

## ❖ 인천지역밴드

- 인천에서 활동하는 음악밴드는 2019년 12월 기준으로 총 153개가 있으며, 한 장 이상의 싱글을 발매한 전문밴드는 12개 팀으로 조사됨(인천광역시, 2020.12.)
- 인천밴드연합에 소속된 밴드는 총 82개로, 대부분 록, 블루스 장르 밴드이며, 일부 재즈밴드와 힙합밴드가 활동 중인 것으로 나타남

[표 4-11] 인천지역 밴드 현황(2019년 12월 기준)

(단위: 개)

구분	계	전문로컬밴드	대학생밴드	아미추어밴드	힙합크루	재즈밴드
밴드 수	153*	12	45	80	10	6

출처: 인천광역시(2020.12.)

\* 인천지역밴드 전수조사 결과가 아니므로 변동될 수 있음

## ❖ 음악전공자

- 인천시 내 대학교 중 예술대학을 갖춘 곳은 6개(인하대학교, 인천대학교, 인천재능대학교, 경인여자대학교, 인하공업전문대학, 인천가톨릭대학교, 경인교육대학교)이나, 이 중 음악산업과 관련이 있는 학과가 설치된 대학은 인천재능대학교 한 곳뿐임
  - 인천재능대학교 실용음악과의 2022년도 기준 입학정원은 총 50명임

[표 4-12] 인천시 음악전공자 현황(2022년 기준)

(단위: 명)

대학명	위치	학과명	정원	교과과정
인천재능대학교	동구	실용음악과	50	• 보컬, 악기, 싱어송라이터, 작곡/컴퓨터음악

출처: 인천재능대학교 2022년도 모집요강

\* 경인여자대학교에 실용음악과가 있었으나 2020년부터 폐과하여 모집하지 않음(경인여자대학교, 2020)

- 전국 17개 사도의 대학교와 전문대학의 실용음악 관련 학과 졸업생 현황(2021년 기준)을 살펴보면 다음 표와 같음
  - 인천의 경우, 대학교에는 실용음악 관련 학과가 없어서 졸업생이 없고, 전문대학교에서 졸업생 12명이 배출된 것으로 나타나 전국 대비 약 1.0%를 차지함

[표 4-13] 전국 17개 시도 대학교 및 전문대학 실용음악과 졸업생 현황(2021년 기준)

(단위: 명, %)

구분		졸업자 수	비율	구분		졸업자 수	비율
대학교	전체	1,353	100.0	전문 대학	전체	1,247	100.0
	서울	596	44.1		서울	159	12.7
	부산	43	3.2		부산	209	16.8
	대구	32	2.4		대구	53	4.2
	인천	0	0.0		인천	12*	1.0
	광주	12	0.9		광주	0	0.0
	대전	25	1.9		대전	51	4.1
	울산	0	0.0		울산	0	0.0
	세종	0	0.0		세종	42	3.4
	경기	121	8.9		경기	315	25.2
	강원	36	2.7		강원	0	0.0
	충북	0	0.0		충북	78	6.3
	충남	221	16.3		충남	0	0.0
	전북	137	10.1		전북	249	20.0
	전남	71	5.2		전남	33	2.6
	경북	56	4.1		경북	46	3.7
	경남	0	0.0		경남	0	0.0
제주	3	0.2	제주	0	0.0		

출처: 대학알리미 홈페이지 검색(2022.5.18. 검색)

\* 인천지역 전문대학 실용음악과 졸업생 12명은 2019년까지 실용음악과가 있었던 경인여자대학교 졸업생 수임

- 한편 인천에는 음악전공 과정이 있는 예술고등학교가 2개(인천예술고등학교, 인천대중예술고등학교) 있음
  - 인천예술고등학교에는 음악과 1~3학년에 174명(2021.3.2. 기준)이 재학 중이며, 세부전공은 성악, 피아노, 작곡, 현악기, 관 타악기로 클래식음악 전공만 있음
  - 인천대중예술고등학교 실용음악과는 보컬, 작곡, 기악 관련 대중음악 전공으로 구성되어 2학급에 40명 정원임

[표 4-14] 인천시 음악전공 고등학교 현황(2022년 기준)

(단위: 명)

학교명	위치	학과명	정원	세부전공
인천예술고등학교	남동구	음악과	174*	• 성악, 피아노, 작곡, 현악기, 관 타악기
인천대중예술고등학교	미추홀구	실용음악과	40	• 보컬, 작곡, 기악

출처: 인천예술고등학교 학생 현황; 인천대중예술고등학교 2022년도 입학전형 요강(2022.5.16. 검색)

\* 인천예술고등학교 음악과 학생 수는 2021.3.2. 기준임

[그림 4-3] 인천시 음악전공과정 개설 학교



출처: 각 학교 홈페이지(2022.5.16. 검색)

- 그 밖에 인천지역 대학원 과정에 실용음악이나 음악산업 비즈니스 전공과정이 개설된 경우는 없으며, 특정 분야의 전문인력을 양성하기 위해 석·박사 과정만을 운영하도록 하는 ‘대학원대학’<sup>11)</sup>도 설립이 되지 않음
  - 인천의 현재 교육 여건상 음악산업 전문인력을 직접 양성해내기에는 매우 열악한 상황이어서 향후 음악산업인력을 양성하기 위한 대책과 방안 마련이 필요함

11) 제30조(대학원대학) 특정한 분야의 전문인력을 양성하기 위하여 필요하면 제29조제1항에도 불구하고 대학원만을 두는 대학(이하 “대학원대학”이라 한다)을 설립할 수 있다.(「고등교육법」)

### 3. 캠프마켓 공간 현황

#### 1) 캠프마켓 부지 및 공간

##### ❖ 캠프마켓 부지 위치 및 특성

- 캠프마켓은 부평구 산곡동 292-1번지 일원으로, 인근 청천동에 한국지엠 등 산업단지  
와 공단이 위치함(인천광역시 부평구, 2020)
  - 「부평 문화도시 종합발전계획(2021~2030)」에서는 주요 교통선과 지역적 인구특성  
및 생활권을 고려하여 부평 전역을 4개 권역<sup>12)</sup>으로 구분했으며, 캠프마켓이 위치한  
산곡동과 산업단지 및 공단이 위치한 청천동은 3권역으로 분류됨
  - (인구 특성) 3권역은 4개 권역 중 두 번째로 인구가 많음. 한국지엠 등 산업단지와  
공단이 위치한 청천2동에 가장 많은 인구가 거주하고 있으며, 65세 고령인구와  
외국인인구, 국민기초생활보장 수급세대가 모두 적은 편으로, 산업단지 및 공단에  
근무하는 인력 중심으로 구성되어 있을 것으로 예상됨
  - (지리 특성) 부평구 서북쪽에 위치한 3권역은 면적이 부평구의 약 32%로, 4개 권역  
중 2권역(부평1동, 부평2동, 부평6동, 부개1동, 부개2동, 일신동)과 함께 가장 넓은  
면적을 차지함. 안남로를 축으로 하여 동쪽에 산업단지와 공단, 캠프마켓 부지가  
자리하고 있는 것이 3권역의 가장 큰 지리적 특성임
  - (자원 특성) 3권역은 지리적 특성과 연계되는 공단 및 캠프마켓이 가장 두드러지는  
자원이며, 주요 문화시설 및 생활권 문화공간이 가장 적은 곳에 속함. 한편, 2020년에  
부평국가산업단지가 위치한 청천동으로 인천테크노파크 문화산업지원센터가 이전하고  
인천콘텐츠기업지원센터가 개소하여 콘텐츠사업체의 집적 및 육성을 도모하고 있음
- 캠프마켓과 산업단지 및 공단이 위치해 있으나 문화시설 및 생활권 문화공간이  
가장 적게 분포한 3권역의 경우, 캠프마켓과 신촌 일대의 문화적 재생을 통해 문화시설  
확충과 문화프로그램 개발을 도모할 필요가 있음
  - 특히 직장인을 위한 야간 문화프로그램 개발, 지역주민 간 교류의 장 마련이 필요함

12) 1권역(십정1동, 십정2동, 부평3동), 2권역(부평1동, 부평2동, 부평6동, 부개1동, 부개2동, 일산동), 3권역(청천1동, 청천2동, 산곡1동, 산곡2동, 산곡3동, 산곡4동), 4권역(갈산1동, 갈산2동, 삼산1동, 삼산2동, 부개3동, 부평4동, 부평5동)으로 구분함(인천광역시 부평구, 2020)

## ❖ 캠프마켓 부지 현황

- 캠프마켓 반환공여구역은 A·B·D구역 440,000㎡와 C구역(오수정화조 부지) 5,921㎡로 총 445,921㎡임
  - 2022년 3월 현재 우선 반환공여구역인 A·B·C구역 216,686㎡가 반환되었고, 잔여 반환공여구역인 D구역(제빵공장 부지) 229,235㎡는 2021년 10월에 기지를 폐쇄하고 반환 절차를 진행 중임
  - 토지의 소유권은 A·B·D구역의 경우, 국방부 99.4%(437,258㎡), 산림청 등 소유 0.6%(2,742㎡)로 구분되며, C구역은 국방부가 100% 소유함
  - 현재 B구역 중 야구장 부지만 환경정화가 완료되어 부분 개방하고 있고, A구역은 2022년 9월까지 토양오염정화 작업을 진행할 계획이며, D구역은 반환 이후 환경기초조사(환경부)와 오염토양정화(국방부) 작업을 추진할 예정임

[표 4-15] 캠프마켓 반환공여구역 현황

(단위: ㎡)

구분	합계	우선 반환공여구역			잔여 반환공여구역
		A구역	B구역	C구역	D구역
면적	445,921	109,961	100,804	5,921	229,235
용도	-	군수품재활용사무소 88,187㎡ 포함	군 막사 부지	오수정화조 부지	제빵공장 등

출처: 인천시 부대이전개발과 내부자료

- 캠프마켓 반환공여구역 주변 지역인 신촌문화공원 부지와 A구역 일부에는 토지이용계획상 공공청사, 체육시설, 청소년수련시설, 광장, 문화시설, 도서관 등이 계획되어 있음

[표 4-16] 캠프마켓 반환공여구역 주변지역 토지이용계획

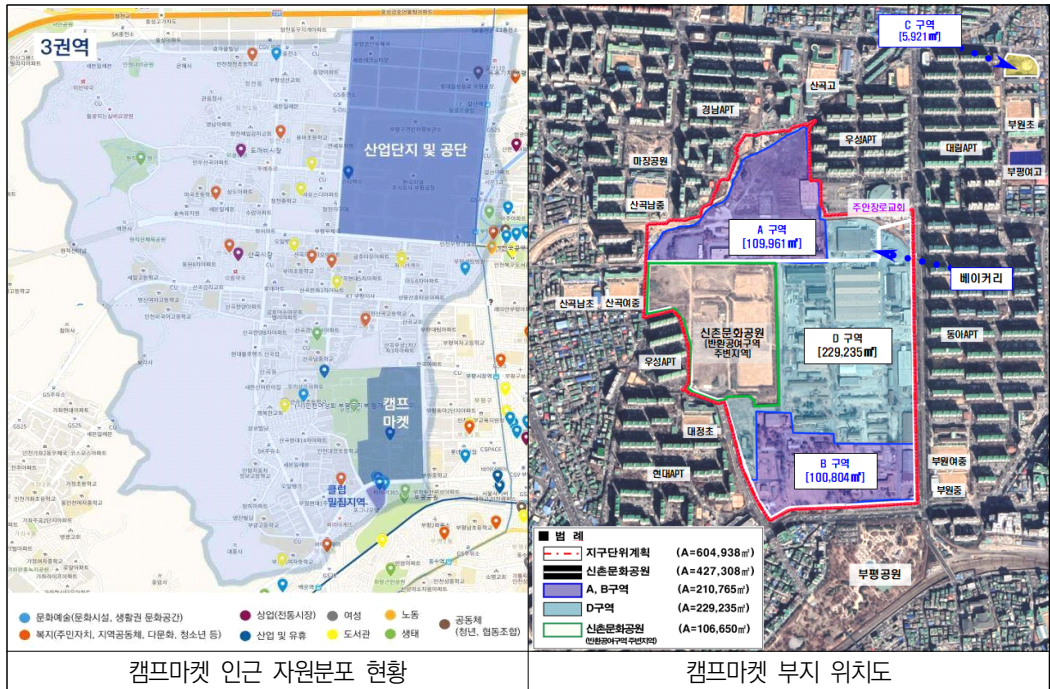
(단위: ㎡, %)

구분	계	공원	도로	공공청사	체육시설
계	604,938	427,308	63,150	42,730	18,050
비율	100	71	10	7	3
사회복지시설	청소년수련시설	광장	문화시설	도서관	기타(주택용지)
5,250	14,950	6,890	17,970	8,050	590
0.9	2.5	1.1	3	1.4	0.1

출처: 인천시 부대이전개발과 내부자료



[그림 4-4] 캠프마켓 부지 위치 및 인근 자원분포 현황



출처: 인천광역시 부평구(2020); 인천시 부대이전개발과 내부자료

### ❖ 캠프마켓 건축물 현황

- 캠프마켓 부지에는 구역별로 A구역에 23개, B구역에 42개, C구역 3개, D구역에 71개, 총 139개의 건축물이 있는 것으로 조사됨
- 국방부가 2007년과 2016년에 조사한 자료에 따르면 총 136개의 건축물이 소재하는 것으로 나타났으나, 인천시의 현장조사 결과 일부 건축물은 철거되고 일부는 추가로 확인되는 등 총 139개의 건축물이 있는 것으로 나타남

[표 4-17] 캠프마켓 건축물 현황 총괄

(단위: 개)

구역	반환시기	시설물 현황		비고
		국방부 자료*	인천시**	
합계		136	139	
A	2019.12.	25	23	• 5동 철거로 확인 불가 • 3동 추가 확인
B	2019.12.	37	42	• 5동 추가 확인
C	2019.8.	3	3	
D	반환 추진 중	71	71(추정)	• 현장조사 미 실시

출처: 인천시 부대이전개발과 내부자료

\* 국방부 자료: 2007년 10월 1차 조사 자료, 2016년 3월 2차 조사 자료

\*\* 인천시 자료: 캠프마켓 시설물 관리카드



- 캠프마켓 C구역 오염정화조 부지를 제외하면 A·B·D구역에는 총 136개의 건축물이 있으며, 이 중 35개는 2011년 문화재청 지표조사 시 일제강점기 건축물로 확인되었고, 나머지 101개는 미군주둔기 건축물인 것으로 조사됨

**[표 4-18] 캠프마켓 A·B·D구역 건축물 시기별 현황** (단위: 개)

구분	소계	일제강점기*	미군주둔기**	구조	용도
건축물	136	35	101	벽돌콘크리트 등	창고, 사무실, 공장

출처: 인천시 부대이전개발과 내부자료

\* 일제강점기(35동): 2011년 문화재청 지표조사 시 육안조사로 확인

\*\* 미군주둔기: 위성사진을 통한 건축물 확인, 향후 미군측 자료 확인 후 정리 필요

### (1) A구역 건축물 현황

- A구역은 군수품재활용사무소를 포함하여 총 부지면적은 109,961㎡이며, 건축물은 행정시설, 저장시설, 주택시설 등 총 23개가 있음
  - A구역의 23개 건축물 중 문화재청이 2018년 12월 13일에 실시한 근대건축물 현장조사 결과 역사성과 상징성 등을 고려하여 보존가치가 있다고 판단한 건축물은 총 6개로, 건물번호 1939(출입구, 문설주), 1933(출입규제, 관리건물), 1903(수송 대기 소형 탄약고), 1914(사역 동물 수용시설), 1924(다목적 저장시설), 2076(수송시설)임

**[표 4-19] 캠프마켓 A구역 건축물 현황** (단위: ㎡)

관리카드 번호	미 관리번호	건물번호	구조	면적	용도	활용
1	-	1939	-	-	출입구, 문설주	존치
2	121	1940	강판	8.92	출입 규제 / 관리 건물	철거
3	124	1947	콘크리트조, 목조	371.61	다목적 행정시설	철거
4	116	1933	알루미늄강판	5.95	출입 규제 / 관리 건물	존치
5	118	1935	조적조	10.87	차량 계량소 운전자 보호소	철거
6	119	1936	철골조	78.04	다목적 행정시설	철거
7	120	1937	철골조	55.74	다목적 저장창고	철거
8	117	1934	콘크리트조	22.30	개별 화장실 / 샤워실	철거
9	113	1928	조적조	673.55	다목적 행정시설	철거
10	128	1956	콘크리트조, 목조	137.50	다목적 저장시설	철거
11	130	1958	조적조	275.74	다목적 저장시설	철거
12	3	1505	철골조	23.41	다목적 저장창고	철거
13	125	1950	철골조	3,251.61	다목적 저장시설	철거

14	129	1957	철골조	913.61	다목적 저장시설	철거
15	122	1944	조적조	278.91	가연성 물질 저장시설	철거
16	2	1503	-	107.02	휴양 인원 / 시설 보호시설	철거
17	1	1500	철근콘크리트조, 조적조	1,919.47	주택국시설 유지보수 작업장, 사병급 독신자 주택	철거
18	-	1502	-	10.87	급유시설	철거
19	105	1903	철근콘크리트조	185.61	수송 대기 소형 탄약고	존치
20	106	1914	철근콘크리트조	167.32	사역 동물 수용시설	존치
21	111	1924	조적조	673.55	다목적 저장시설	존치
22	115	1932	철골조	3,374.80	다목적 저장시설 주택가구저장시설	철거
23	-	2076	-	-	수송시설	존치
-	107	1918	-	-	출입 규제 / 관리 건물	철거
-	114	1931	-	-	다목적 저장시설	철거(미측)
-	123	1946	-	-	출입 규제 / 관리 건물	철거(미측)
-	126	1953	-	-	출입 규제 / 관리 건물	철거(미측)
-	127	1954	-	-	출입 규제 / 관리 건물	철거(미측)

출처: 인천시 부대이전개발과 내부자료

## (2) B구역 건축물 현황

- B구역은 군 막사 부지로 부지면적은 총 100,804㎡이고 공장, 숙소, 사무소, 체육시설, 위생시설, 취사식당 등 42개가 있음
  - B구역의 42개 건축물에 대한 가치판단 결과 철거 예정 건축물이 16개, 향후 재논의가 필요한 유보 건축물이 24개, 존치로 결정된 건축물이 2개(1583, 1595)임

[표 4-20] 캠프마켓 B구역 건축물 현황

(단위: ㎡)

관리카드 번호	미 관리번호	건물번호	구조	면적	용도	활용
1	29	1538	철근콘크리트조	1,324.35	체력단련센터	유보
2	35	1564	조적조	111.48	체력단련센터	유보
3	28	1536	조적조, 목조	100.61	세탁물 집배 장소	유보
4	33	1544	목조, 강판	304.72	다목적 행정시설	유보
5	25	1531	조적조, 목조	454.20	다목적 행정시설	철거
6	39	1583	조적조, 목조	415.47	사병급 공동식당	유보
7	41	1594	조적조, 목조	49.98	개별 화장실 / 샤워실	유보
8	42	1595	조적조, 철근콘크리트조	201.75	휴양센터	유보

관리카드 번호	미 관리번호	건물번호	구조	면적	용도	활용
9	101	1813	목조	61.31	휴양 인원 / 시설 보호시설	유보
10	100	1812	철골조	208.10	휴양 인원 / 시설 보호시설	유보
11	99	1811	철골조	208.10	휴양 인원 / 시설 보호시설	유보
12	30	1539	-	167.22	옥외 수영장	유보
13	31	1540	조적조	132.39	개별 화장실 / 샤워실	유보
14	-	1560	-	1,355.64	다목적 운동시설	유보
15	-	1561	-	-	다목적 운동시설	유보
16	34	1562	철근콘크리트조, 조적조	80.93	개별 화장실 / 샤워실	유보
17	-	1569	-	-	관중석	유보
18	36	1565	조적조	17.19	휴양 인원 / 시설 보호시설	유보
19	37	1566	조적조	17.19	휴양 인원 / 시설 보호시설	유보
20	40	1585	조적조, 목조	9.10	자전거 보관소	유보
21	38	1568	조적조, 목조	5.95	실외 수영장 서비스 건물	유보
22	59	1720	목조	13.38	출입 규제 / 관리 건물	유보
23	-	1892	-	-	출입구	유보
24	102	1890	조적조	7.43	출입 규제 / 관리 건물	유보
25	103	1891	목조, 강판	5.57	급유 / 유류시설 지원 건물	유보
26	94	1780	철근콘크리트조, 조적조, 목조	1,324.35	다목적 저장시설	철거
27	96	1782	목조, 강판	-	다목적 행정시설	철거
28	104	1893	목조, 강판	12.17	다목적 저장시설	철거
29	90	1776	철근콘크리트조	1,536.35	사병급 독신자 주택	유보
30	92	1778	콘크리트조	471.95	사병급 독신자 주택	철거
31	134	9778	목조	11.15	난방시설건물	철거
32	80	1760	철근콘크리트조, 조적조	722.51	독신 장교급 숙소	철거
33	93	1779	조적조	344.02	차량 정비 공장	철거
34	-	1763	콘크리트조	138.24	차량정비 외부시설	철거
35	91	1777	철골조	23.41	다목적 저장창고	철거
36	95	1781	조적조	10.41	가연성 물질 저장시설	철거
37	97	1787	콘크리트조	184.32	편제 차량 세척 플랫폼	철거
38	98	1788	콘크리트조	5.85	식수공급 / 정수처리 시설건물	철거
39	76	1752	목조	2,883.74	주택기구 저장시설, 다목적저장시설	철거
40	77	1754	조적조	11.15	개별 화장실 / 샤워실	철거
41	78	1755	조적조, 목조	66.89	사병급 독신자 주택	유보
42	79	1756	조적조, 강판	192.22	다목적 저장시설	철거

출처: 인천시 부대이전개발과 내부자료

- 존치하기로 결정된 1583번 건축물(사병급 공동식당)과 1595번 건축물(강당 등 휴양 시설)은 리모델링 후 음악창작소로 활용할 계획임
  - 1583번 건축물은 1969년에 신축된 사병식당으로 415.7㎡ 규모의 1층 건물임
  - 1595번 건축물은 1952년에 신축된 휴양시설(강당 등)로 201.75㎡ 규모의 1층 건물임

[그림 4-5] 캠프마켓 B구역 음악창작소 조성 대상 건축물



출처: 인천광역시 문화예술과(2021.12.31.)

### (3) C구역 건축물 현황

- C구역은 오수정화조 부지로 5,921㎡의 면적을 차지하고 있으며, 오수정화시설은 2001년에 가동이 중단된 것으로 추정됨(인천광역시 재생정책과, 2019.9.23.)

[그림 4-6] 캠프마켓 C구역 현황



출처: 경인일보 네이버 포스트(검색일:2021.3.9.)

#### (4) D구역 건축물 현황

- D구역은 2022년 3월 현재 미반환부지로 제빵공장과 3개의 주한미군 부대가 있고, 저장시설, 사무소, 위생시설, 잡옥건 등 총 71개가 있는 것으로 추정됨
- 국방부가 2007년과 2016년에 조사한 결과를 토대로 건물용도와 면적을 조사했으나, 현장조사를 미 실시하여 구조와 면적은 확인이 어려움

[표 4-21] 캠프마켓 D구역 건축물 현황

관리카드번호	미 관리번호	건물번호	용도
1	4	1506	배터리 충전 / 수리 작업장
2	5	1507	매점 창고, 주택가구저장시설
3	6	1510	매점 창고
4	7	1511	급유 / 유류시설 지원 건물
5	8	1512	매점 창고
6	9	1513	출입 규제 / 관리 건물
7	10	1514	매점 장비 정비공장
8	11	1515	출입 규제 / 관리 건물
9	12	1516	다목적 저장시설
10	13	1517	매점 서비스 소매점
11	14	1518	다목적 저장창고
12	15	1520	항공기 부품 저장시설
13	16	1521	난방시설건물
14	17	1522	즉석 음식 / 간이식당, 시설/주택국시설유지보수작업장
15	18	1523	개별 화장실 / 샤워실
16	19	1524	주택가구 저장시설
17	20	1525	개별 화장실 / 샤워실
18	21	1526	정비품목 저장창고
19	22	1528	다목적 저장시설, 공예기능개발센터
20	23	1529	전력발전시설건물
21	24	1530	다목적 행정시설, 대대급병기보관건물, 소방서, 다목적저장시설
22	26	1532	다목적 저장시설
23	27	1533	휴양지 장비 점검시설
24	32	1541	출입 규제 / 관리 건물
25	43	1600	식수공급 / 정수처리 시설건물
26	44	1650	다목적 행정시설
27	45	1655	회전익 이착륙장, 포장
28	46	1700	다목적 행정시설
29	47	1701	매점 창고
30	48	1703	출입 규제 / 관리 건물
31	49	1704	가연성 물질 저장시설

관리카드번호	미 관리번호	건물번호	용도
32	50	1706	출입 규제 / 관리 건물
33	51	1710	휴게실 / 도시락 식사실, 휴먼구역시설
34	52	1712	개별 화장실 / 샤워실
35	53	1714	출입 규제 / 관리 건물
36	54	1715	매점 창고
37	55	1716	매점 창고
38	56	1717	개별 화장실 / 샤워실
39	57	1718	출입 규제 / 관리 건물
40	58	1719	출입 규제 / 관리 건물
41	60	1721	출입 규제 / 관리 건물
42	61	1722	다목적 저장시설
43	62	1723	매점 창고
44	63	1724	다목적 저장시설
45	64	1726	다목적 저장시설
46	65	1728	출입통제정문
47	66	1730	다목적 행정시설, 정보시스템시설
48	67	1731	전력발전시설건물
49	68	1732	매점 창고
50	69	1733	개별 화장실 / 샤워실
51	70	1734	다목적 저장시설
52	71	1735	가연성 물질 저장시설
53	72	1736	정부 출판물 인쇄소
54	73	1738	물자수송상자 제작 작업장
55	74	1739	시설 / 주택국시설 유지보수 작업장
56	75	1750	주택가구 저장시설
57	81	1761	개별 화장실 / 샤워실
58	82	1762	다목적 저장시설, 상향대기근무건물
59	83	1764	다목적 저장시설
60	84	1765	수송 대기 소형 탄약고
61	85	1766	매점 창고
62	86	1768	다목적 행정시설
63	87	1770	다목적 저장시설
64	88	1771	매점 창고
65	89	1773	선임하사관급 독신자 주택
66	108	1920	매점 창고
67	109	1922	빵 / 케이크 매점 창고
68	110	1923	출입 규제 / 관리 건물
69	112	1925	출입 규제 / 관리 건물
70	135	9877	난방시설건물
71	136	9923	난방시설건물

출처: 인천광역시 부대이전개발과 내부자료



## ❖ 음악산업 관련 캠프마켓의 특성

- 캠프마켓은 1945년 8월 광복 이후 미국이 일제강점기 무기공장인 조병창 부지에 조성한 애스컴 시티(ASCOM City)<sup>13</sup>의 일부로서, 애스컴은 휴전선 인근에 있는 주한미군 부대에 전쟁물자와 식량을 보급했으며, 그중 군수품이나 각종 물건들이 오고 가는 캠프마켓은 애스컴 시티의 요충지였음(한만송, 2013)
- 1960년대 미군의 여가를 위해 미군부대마다 클럽이 있었으며, 애스컴 시티와 부평 신촌 인근에는 23개의 음악클럽이 생겨남(한만송, 2013; 최영화·이선정, 2021)
  - 전국에 산재된 미군캠프 중 가장 큰 규모였던 부평 애스컴 시티 영내에는 1950년대 군의 오락과 여흥을 위해 생겨난 많은 미군클럽이 성황리에 운영되었으며, 이후 애스컴이 캠프마켓으로 축소되었던 1970년대 중반까지 신촌 클럽거리의 전성기였음(히수민, 2015)
  - 1950~60년대 미군클럽을 중심으로 대중음악인들의 무대가 마련되면서 인천으로 많은 음악인들이 모여대 대중음악의 최대 활황기를 누림(부평구문화재단, 2017)
- 부평 애스컴 시티 내 클럽이 활성화되면서 신촌의 기지촌 위에 위치한 삼릉에는 미군클럽에 출연한 밴드의 연주인들이 거주함(부평역사박물관, 2015)
  - 당시 이미지, 박재란 등 인기가수들도 거주했다고 알려짐(부평구문화재단, 2017)

[그림 4-7] 애스컴 시티 및 신촌 일대 미군클럽



출처 : 부평구문화재단(2017); 인천광역시 부평구(2020)

13) 애스컴(ASCOM: Army Support Command Korea)은 캠프마켓(Camp Market), 캠프그랜드(Camp Grant), 캠프 하이에스(Camp Hayes), 캠프 타이러(Camp Tyler), 캠프 아담스(Camp Adams), 캠프 해리스(Camp Harrison), 캠프 테일러(Camp Taylor), 7개 구역으로 구성된 미군의 복합단지를 의미하며 1945년 9월 16일부터 사용됨(이희환, 2020)

## ❖ 부평 미군부대 지구단위계획 관련 내용

- 부평구는 캠프마켓의 반환으로 해당 부지를 활용하고 캠프마켓에 위치하고 있는 근대건축물을 보존하고자 「부평 미군부대 지구단위계획」을 수립함(인천광역시 부평구, 2020)
  - 부평구는 캠프마켓의 근대건축물을 보존하고 문화공원으로 조성하는 과정을 시민참여 기반으로 추진하고자 함
- 지구단위계획은 캠프마켓의 문화적 재생을 통해 역사성과 장소성을 회복하고, 시민을 위한 문화공원으로 재생하고자 4대 목표 아래 문화공원 조성 및 문화시설(한국대중음악자료원 건립 추진, 음악창작소, 부평평화박물관 등) 조성을 계획함
- 부평구에서 추진 중인 부평 문화도시 조성사업(2021~2025) 또한 핵심 거점 중 하나를 부평의 역사성을 간직하고 있는 캠프마켓으로 설정하고, 부평 미군부대 지구단위계획과 연동하여 추진할 계획임

[표 4-22] 부평 미군부대 지구단위계획(2020)

계획목표	세부내용
캠프마켓의 역사성 및 장소성 회복	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 역사적 가치가 있는 건축물의 가치 판단을 통한 대상지의 역사성 및 상징성 제고</li> <li>• 근대역사와 미군시설의 건축물을 활용한 공원조성계획 수립</li> <li>• 부평음악도시와 어우러진 대중음악원 등 문화시설 조성</li> <li>• TF팀 운영 및 아카이브를 통한 역사성 회복</li> </ul>
보고 듣고 체험하는 문화공원 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도시계획시설 지정을 통한 문화공원, 문화시설 조성</li> <li>• 역사문화적 가치가 있는 건축물의 보전 및 공공 활용방안 구상</li> </ul>
문화기능이 유지될 수 있는 시스템적 기반 마련	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 교육시설+문화센터, 문화시설+전시관 등 관련 용도의 도입·연계를 통한 기반 구축</li> <li>• 음악창작소 등 공원 내 시설 활용을 통한 문화공원 정체성 부여</li> </ul>
주민참여 유도를 통한 공간계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시민참여위원회, 인포센터 운영을 통한 주민참여기반 조성</li> <li>• 시민의견 수렴 및 시민공청회 통한 공론화</li> </ul>

출처: 인천광역시 부평구(2020); 부평구 내부문서

- 인천시 또한 2020년부터 부평미군부대 지구단위계획 수립(변경) 용역 사업을 추진 중이므로, 향후 인천시 계획과도 연계한 캠프마켓의 활용방안 마련이 필요함
  - 해당 계획에도 캠프마켓 부지의 합리적인 공간구조계획이 포함되어 있으며, 역사와 음악 등 문화예술이 활성화될 수 있는 방안을 제시할 예정임(인천광역시 부대이전개발과, 2020.3.)



## ❖ 캠프마켓 부지 활용 관련 이슈

- 캠프마켓 기반환구역 내 토양오염정화 관련 시설물 존치와 철거 의견이 대립하고 있으며, 미반환구역에서도 유사한 문제가 발생할 가능성이 있어 오염정화사업 완료 후 본격적인 부지 활용까지 예상보다 시간이 더 소요될 수 있음
  - 캠프마켓 기반환구역인 A구역은 다이옥신 등 복합토양오염 정화 작업이 완료되었고 주변지역 정화계획이 수립 중이며, 캠프마켓 B구역은 일제강점기 조병창 근로자병원으로 추정되는 1780 건축물 존치 논란으로 오염정화작업이 중단됨. 문화재청은 1780 건축물의 보존 권고(20.11.) 및 철거 유예(21.8.10.)를 국방부와 인천시에 요청했으며, 해당 건축물의 철거를 요구하는 시민청원과 존치를 요구하는 국민청원 및 시민청원이 잇따르고 있음(인천광역시 문화유산과, 2021.12.1.; 인천은소통e가득, 2022.5.12. 검색)
  - 캠프마켓 미반환구역인 D구역은 한-미공동 환경조사가 진행될 예정이며, D구역에서도 토양오염정화와 관련하여 유사한 문제가 발생할 가능성이 있음

[표 4-23] 캠프마켓 토양오염 정화사업 현황

(단위: m<sup>2</sup>)

구분	A구역	B구역(주변지역 포함)
정화기간	2019.6.3.~2022.9.3	2020.9.16.~2022.9.
규 모	면적 109,961m <sup>2</sup> , 오염토량 144,831m <sup>3</sup>	면적 100,804m <sup>2</sup> , 오염토량 18,170m <sup>3</sup>
오염물질	다이옥신, 중금속, 유류	중금속, 유류
정화시행	국방부(한국환경공단 위탁)	

출처: 인천광역시 문화유산과(2021.12.1.)

[그림 4-8] 캠프마켓 B구역 1780 건축물



출처: 인천광역시 문화유산과(2021.12.1.)

- 캠프마켓 부지의 활용방안과 관련해서도 다양한 시민의견이 청원을 통해 제기되고 있으며, 인천시 시민참여위원회 및 전문가, 관련 부서별로도 캠프마켓 부지의 활용과 관련하여 지속적으로 논의가 이루어지고 있음
  - 캠프마켓 A·B구역이 2019년 12월에 반환된 이후 2020년 2월부터 2022년 5월까지 캠프마켓 부지의 활용과 관련하여 시민청원을 통해 근린공원(호수공원), 문화체육복지시설(여가체육휴식시설), 문화공원(부평 센트럴파크), 일제강점기 및 아시아태평양전쟁 관련 역사관 조성 등 다양한 의견이 제기됨(인천은소통e가득, 2022.5.12. 검색)
  - 인천시 시민참여위원회 및 전문가, 인천시 관련 부서별로도 역사공간 조성(한국근대사 박물관 건립 및 조병창의 유네스코 등재 제안), 문화공간 조성(국립 한국대중음악자료원 유치 및 문화예술·문화산업 거점화), 공원 조성(문화공원, 역사공원, 생태공원, 근린공원) 등 역사와 문화예술, 생태 공간으로서 도시에 활력을 부여하는 방향으로 다양한 수요가 제기되고 있음(권전오·백승아, 2021; 이순민, 2021.5.11.)
- 인천시는 캠프마켓 부지의 활용 방향을 설정하기 위해 「캠프마켓 지구단위계획 결정 변경 용역」(2020.4.~2021.10.), 「캠프마켓 10년 로드맵 및 시민소통 추진계획」(2021.5.~6.), 「캠프마켓 아카이브 구축 기본계획 수립 용역」(2022.4.~2022.10.), 「캠프마켓 기본계획(마스터플랜) 수립용역」(2022.5.~2024.) 등을 추진 중이며, 시민의견을 수렴하기 위해 시민생각찾기, 라운드테이블, 토론회, 소통박스 등 다각도로 공론화 과정을 추진하고 있음
  - 인천시 문화예술과의 경우, 2020년에 발표한 「음악도시 인천 마스터플랜」과 연계하여 2024년에 수립될 캠프마켓 기본계획(마스터플랜)에 음악산업지구 조성 관련 제안을 하기 위한 기초자료를 마련하고자 본 연구를 의뢰함
  - 캠프마켓 부지가 넓고 부지 활용에 관한 다양한 수요가 존재하므로, 시민들의 역사·문화·예술 관련 수요를 충족하고 도시재생을 유도하기 위해 역사, 대중문화, 지역문화산업, 관광산업, 영상산업, 예술을 아우르는 공간 설계와 함께 캠프마켓 고유의 역사성과 장소성을 보전하는 설계 추진이 필요함(권전오·백승아, 2021)
  - 본 연구에서 제안하는 내용을 포함하여 향후에도 시민공론화 및 전문가토론 등을 통해 캠프마켓 공간의 복합적 활용방안을 구체적으로 모색할 필요가 있음

## 2) 음악창작소 공간 구성

### ❖ 음악창작소 개요

- 지역 음악창작소 사업은 2013년 8월 30일에 문체부가 독립음악 창작생태계를 지원하기 위해 마포구 및 한국음악발전소와 음악창작소 조성부지(구 마포문화원, 아현동 소재) 현장에서 업무협약을 맺으며 처음 시작함(한국콘텐츠진흥원, 2020)
  - 문체부는 ‘지역기반형 음악창작소 조성사업’ 공모에 광역지자체가 지원할 수 있도록 했으며, 지원 규모는 총 20억 원(국비:지방비 1:1 매칭)으로, 지자체당 최대 10억 원(시설 리모델링, 음악창작 장비 구입비 등 인프라 조성)을 지원하고 지방비는 현물(건물, 토지 등)로 매칭 가능하도록 함
  - 음악창작소 조성을 신청한 자치단체는 별도의 기관(해당 지역 소재 공공기관 등)을 지정(위탁)하여 음악창작소를 조성·운영할 수 있음
- 음악창작소 운영의 기본방향은 ①음악인들의 창작활동과 작품이 음반(음원)으로 재생산되는 과정에서 필요한 기반시설을 제공함으로써 다양한 장르의 음악이 창작될 수 있는 안정적인 활동 공간 제공, ②음악아카데미 운영, 음악 비즈니스 멘토링 프로그램, 컨퍼런스 및 세미나 개최 등 지원, ③지역주민에게는 문화향유의 공간으로서 다양한 문화콘텐츠 체험 및 학생들의 진로탐색의 장으로 운영하는 것임
  - 기능별 주요 내용으로는 ①(음악창작 기능) 녹음스튜디오, 연습실 등의 사용에 대한 심사 및 지원, ②(음악아카데미 기능) 창작 워크숍 및 기획·홍보·마케팅 교육과정 개발 및 운영 지원, ③(음악비즈니스 기능) 창작 프로젝트에 대한 컨설팅 및 비즈니스 멘토링 연계 지원, ④(음악네트워크 기능) 다양한 주제의 컨퍼런스 및 세미나 개최 지원임
- 2022년 기준 국내 음악창작소는 총 14개소(마포음악창작소, 부산음악창작소, 광주음악창작소, 대구음악창작소, 충북음악창작소, 전남음악창작소, 충남음악창작소, 전북음악창작소, 경남음악창작소, 강원음악창작소, 울산음악창작소, 세종음악창작소, 제주음악창작소, 경북음악창작소)임
  - 17개 광역지자체 중 현재까지 음악창작소가 조성되지 않은 지자체는 3곳(인천, 대전, 경기)으로, 인천과 대전, 경기(구리시) 모두 2022년에 음악창작소를 개소할 계획이어서, 2022년 내 전국 모든 광역지자체에 음악창작소가 조성 완료될 예정임

[표 4-24] 2021년 기준 지역 음악창작소 현황

(단위: m<sup>2</sup>)

지역별 개관일	운영기관	주요 프로그램	위치 및 규모	주요시설
마포음악창작소 '뮤지스팜스' (2014.12.22.)	마포문화재단	인디뮤지션 대상 공연, 녹음, 음반제작, 네트워킹 등	마포구 마포대로 238 (1,273.72m <sup>2</sup> )	라이브홀, 스튜디오, 개인·밴드작업실, 다목적홀
부산음악창작소 '뮤지랩부산' (2015.11.4.)	부산정보산업진흥원	음반제작, 쇼케이스, 프로그램 운영	금정구 금강로 252-1 (664.46m <sup>2</sup> )	컨트롤룸, 스튜디오, 교육실, 대기실 등
광주음악창작소 '피크뮤직' (2015.8.29.)	광주정보문화산업진흥원	뮤지션 발굴, 아카데미 운영, 공연콘텐츠 발굴 제작 지원 등	남구 사직길 17 (2,866.12m <sup>2</sup> )	아카데미, 가운지, 스튜디오, 공연장 등
대구음악창작소 (2016.9.6.)	대구음악창작소 운영위원회	아카데미, 뮤지션 발굴·육성, 공연 지원, 뮤직비즈니스 등	남구 중앙대로45길 53 (995m <sup>2</sup> )	거점 공연장, 컨트롤룸, 편집실 등
충북음악창작소 '뮤지트' (2017.9.1.)	충주중원문화재단	공연 개최 및 멘토링 교육사업 등	충주시 사직로 140 (963m <sup>2</sup> )	녹음실, 공연장, 연습실, 세미나실, 게스트룸 등
전남음악창작소 '오감통' (2017.10.19.)	강진군문화관광재단	아카데미, 창작 지원, 프로그램, 공연 지원 등	강진군 강진읍 오감길2 (3,679m <sup>2</sup> )	편집실, 연습실, 컨트롤룸, 공연장
충남음악창작소 (2017.10.19.)	충남문화산업진흥원	공연프로그램 및 교육사업	천안시 동남구 은행길15 (1,174m <sup>2</sup> )	뮤직아카이브, 녹음실, 공연장 등
전북음악창작소 '레드콘' (2018.3.30.)	전북문화콘텐츠산업진흥원	상설공연, 음악창작 및 제작, 창작자 육성, 페스티벌 참가 지원	전주시 덕진구 소리로31 (279m <sup>2</sup> )	녹음실, 공연장, 연습실 등
경남음악창작소 '뮤지시스' (2019.10.8.)	경남문화예술진흥원	음반제작, 프로모션, 공연지원, 쇼케이스 등	김해시 김해대로2060 김해문화전당 (432m <sup>2</sup> )	녹음실, 공연장, 연습실 등
강원음악창작소 (2019.11.23.)	강원정보문화진흥원	음반·음원·공연제작 지원, 쇼케이스 및 문화공연	춘천시 서면 박사로854 (477m <sup>2</sup> )	녹음실, 연습실, 교육실, 세미나실, 편집실, 공연장 등
울산음악창작소 음악누리 (2019.12.27.)	울산광역시 중구	창작 지원, 아카데미, 컨설팅 및 비즈니스 멘토링, 네트워킹	중구 중앙1길 16 (548m <sup>2</sup> )	조정실, 녹음실, 편집실, 합주·개인연습실, 교육실, 회의실 등
세종음악창작소 '누리락' (2020.12.11)	세종시 문화재단	뮤지션 창작 및 발굴, 기획프로그램, 대중음악 아카데미, 시설대관	세종시 갈매로 387 박연문화관 지하2층 (1,130m <sup>2</sup> )	공연장, 스튜디오, 연습실, 교육실, 크리에이티브룸, 커뮤니티라운지 등
제주음악창작소 '제뮤' (2020.12.)	제주영상·문화산업진흥원	소리왓(네트워킹), 소리낭(교육), 소리곳(공연·마케팅), 소리방(대관·전시)	서귀포시 태평로 270 (998.95m <sup>2</sup> )	스테이지, 컨트롤룸, 보컬녹음실, 합주연습실, 연습·창작공간, 전시공간 등
경북음악창작소 (2021.11.30.)	경상북도 콘텐츠진흥원	마스터클래스, 공연 및 뮤직비디오 제작 지원	경주시 금성로 236 서라벌문화회관 (610m <sup>2</sup> )	라이브룸, 녹음부스, 합주실, 교육실, 창작실, 세미나실 등

출처: 한국콘텐츠진흥원 상상발전소 홈페이지(2022.3.2. 검색); 마포·울산·세종·제주음악창작소 홈페이지 참고

## ❖ 인천음악창작소 현황

- 인천시는 2020년 문체부의 ‘지역기반형 음악창작소 조성 지원’ 사업 공모에 선정되어 2020년 4월부터 2022년 8월까지 캠프마켓 내 B구역의 건물 2개(건물번호 1583, 1595)를 리모델링하여 인천음악창작소를 조성할 계획임
  - 음악창작소를 통해 인천지역 음악인들에게 안정적인 활동공간을 제공하고, 음악콘텐츠 개발과 전문아카데미 운영 등을 지원하여 음악산업의 기반을 구축하고자 함

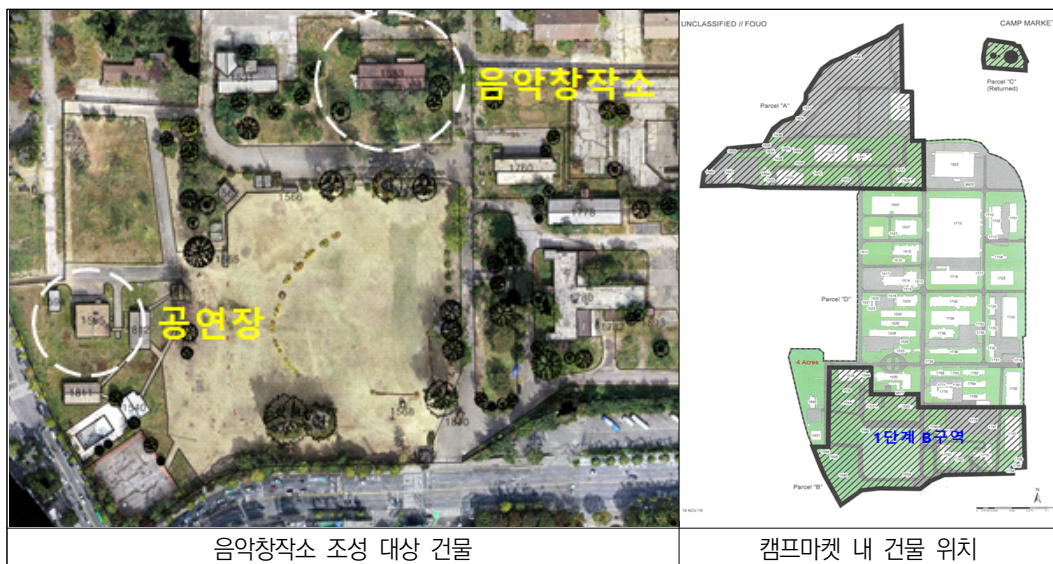
[표 4-25] 캠프마켓 B구역 음악창작소 조성 대상 건축물

(단위: m<sup>2</sup>, 평)

건물번호	구조형식	건축년도	면적		용도	
			m <sup>2</sup>	평	개소 전	개소 후
1583	RC조+목조지붕	1959	450.37	126	사병급 공동식당	창작공간
1595	조적조+경량철골	1987	309.47	91	휴양센터(공연장)	공연공간

출처: 인천광역시 문화예술과(2021.12.31.)

[그림 4-9] 캠프마켓 내 음악창작소 위치도



음악창작소 조성 대상 건물

캠프마켓 내 건물 위치

출처: 인천광역시 문화예술과(2021)

- 음악창작소에는 녹음실, 컨트롤룸, 편집실, 공연장, 연습실, 커뮤니티룸 등이 조성될 계획이며, 향후 음악창작·아카데미·비즈니스·네트워크 기능을 수행할 예정임
  - 공간 조성 완료 후 공모를 통해 음악창작소 운영단체(법인)를 선발할 계획임

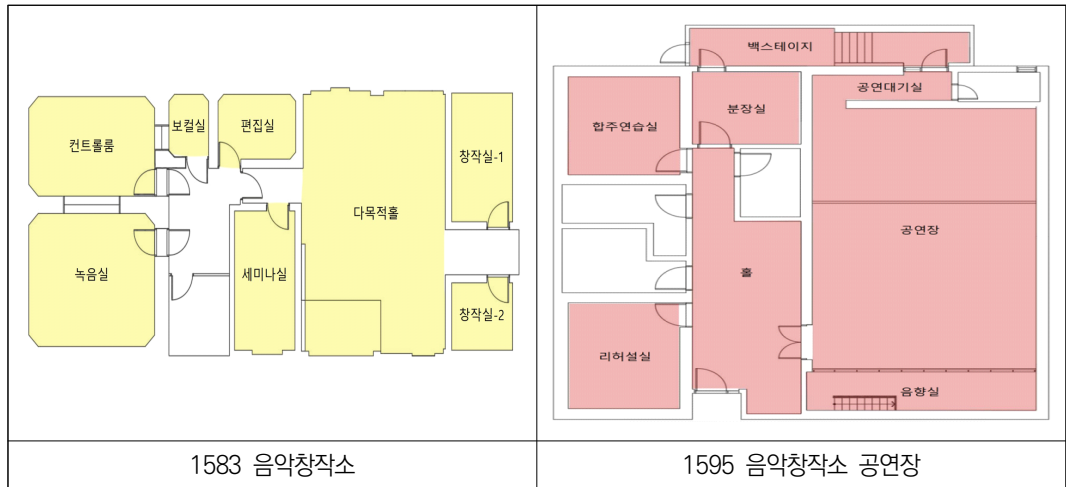
[표 4-26] 인천음악창작소 공간 구성

(단위: m<sup>2</sup>)

공간명	면적	시설용도
1583 음악 창작소	스튜디오	71.1m <sup>2</sup> • 컨트롤룸(27.5m <sup>2</sup> ) + 녹음실(38.1m <sup>2</sup> ) + 보컬실 (5.5m <sup>2</sup> )로 • 음원+영상 콘텐츠를 동시에 제작할 수 있는 멀티형 공간
	편집실	11.7m <sup>2</sup> • 보컬, 악기 녹음 및 편집 작업 공간
	창작실 1, 2	27.6m <sup>2</sup> • 창작실1(17.9m <sup>2</sup> ) + 창작실2(9.7m <sup>2</sup> )로 악기 녹음 등을 위한 합주연습공간
	세미나실	19.1m <sup>2</sup> • 음악 제작, 뮤직 비즈니스 실무 등 일반인부터 예술인까지 통용할 수 있는 교육 공간
	다목적홀	85m <sup>2</sup> • 다양한 소규모 공연을 위한 공간
1595 공연장	합주연습실	19.3m <sup>2</sup> • 합주 연습을 위한 공간
	리허설실	21.1m <sup>2</sup> • 공연 전 리허설을 위한 공간
	공연장	196.2m <sup>2</sup> • 공연장(107.9m <sup>2</sup> ) + 음향실(18m <sup>2</sup> ) + 분장실(13.8m <sup>2</sup> ) + 백스테이지 (16.8m <sup>2</sup> )로 다목적 공연을 위한 공간

출처: 인천광역시 문화예술과(2022)

[그림 4-10] 인천음악창작소 공간 구성



출처: 인천광역시 문화예술과(2022)



## 4. 소결

### ❖ 소프트웨어·개인 중심으로 음악산업 제작환경 변화

- 음악산업의 구조는 크게 생산-유통-소비 단계로 구분되는데, 최근 디지털 기술의 발달과 매체 이용 환경의 급격한 변화로 인해 기존의 하드웨어 중심의 제작환경에서 소프트웨어 및 개인 중심으로 환경이 변화하며 진입장벽이 점차 낮아지고 있음
  - 음악산업은 크게 음악제작업, 음악 및 오디오물 출판업, 음반복제 및 배급업, 음반도소매업, 온라인 음악유통업, 음악공연업 등으로 구분할 수 있으며, 산업의 가치사슬은 생산단계(창작, 녹음)→유통단계(영업 및 마케팅, 유통회사, 도매)→소비단계(소매, 소비자)의 구조임
  - 기존에는 음원 및 음반 제작을 위한 설비가 필수였으나, 최근에는 음원 제작에서부터 유통, 소비의 전 과정이 디지털화하고, 온라인을 중심으로 생산자와 소비자간 경계가 모호해지며 누구나 손쉽게 콘텐츠를 제작·소비할 수 있는 환경으로 변화하였음
- 이러한 음악 제작, 유통, 소비 환경의 변화가 활동 기회를 얻기 어려운 지역 음악인 및 창작자, 기획자에게는 창작 및 활동 반경을 넓히고 더 많은 사람에게 예술활동의 결과물을 선보일 기회가 될 수 있음
- 더불어 코로나19 확산 장기화로 인해 비대면 문화가 일상화되면서 이와 같은 변화가 더욱 가속화하고 장기화할 것으로 예상되므로 음악산업 환경의 변화에 맞춰 인천의 음악산업이 경쟁력을 갖출 수 있는 방안을 모색해야 함
  - 기존의 창작활동에 대한 지원뿐만 아니라 예술인들과 음악산업 이해관계자들이 급변하는 디지털과 온라인 환경에 적응할 수 있도록 교육과 설비를 지원할 필요가 있음(이동연, 2020.6.)
  - 또한, 인천시는 음악산업체 수가 절대적으로 적기는 하나, 노래연습장 운영업을 제외한 업종별 매출액 현황을 살펴보면 온라인/모바일 음악서비스업의 매출 규모가 가장 크고(48,392백만 원, 34.5%), 종사자 수도 249명으로 가장 많은 것으로 나타남
  - 이러한 산업구조를 반영하여 인천시 음악산업 육성 전략 중 하나로 온라인 및 모바일 음악서비스 관련 특화산업의 발굴 및 육성도 고려할 수 있음

## ❖ 음악산업 인프라 부족으로 인한 성장기반 미흡

- 인천시 음악산업 여건 조사 결과, 인천시의 인적자원은 비교적 풍부하지만 시설 및 활동 여건이 매우 열악하여 산업 성장의 기반이 미흡한 것으로 나타남
  - 음악산업 시설 현황조사 결과, 등록공연장은 인천시 내 총 45개소로 전국 대비 3.5%에 불과했으며, 등록공연장을 제외한 기타 공연시설은 총 157개임. 이외에 부평구는 전자음악 중심 창작플랫폼인 ‘디지털 뮤직랩(D-LAB)’을 조성·운영함
    - 인천시와 인접한 서울시의 등록공연장은 414개, 경기도의 등록공연장 수는 173개임 (문화체육관광부, 2021.11.29.)
  - 음악산업 활동 조사 결과, 2020년 기준 인천의 음악산업 사업체는 총 2,301개로 전국 음악산업 사업체의 6.9%이며, 음악산업 매출액은 140,244백만 원으로 전국 음악산업 매출액의 2.3% 수준에 그침
    - 전국 음악산업 사업체 중 서울 소재 사업체가 22.8%, 경기도 소재 사업체가 22.7%로 절반에 달하고, 전국 음악산업 매출액 중 서울지역 매출액이 73.1%, 경기도가 12.8%에 해당하는 것과 비교하면 인천시 음악산업 규모는 수도권 지역 중에서 가장 작음
  - 음악산업 인력 현황조사 결과, 인천시에는 음악 분야 예술인이 가장 많은 것으로 나타남. 또한, 인천시 음악예술인들은 캠프마켓이 위치한 부평구에 거주하는 비중이 높고 전체의 80% 이상이 20~40대 젊은 음악예술인임. 더불어 전문예술법인·단체 중 음악 단체가 13개로 가장 많고, 지역 음악밴드 총 153개, 음악교육기관 3개(대학 1개, 고등학교 2개)가 있어 음악산업 성장의 자원이 될 인력은 비교적 풍부한 편임
- 더욱이 인천과 인접한 서울이나 경기지역의 음악 창작공간이나, 음악산업 산업체 수가 인천시와 비교했을 때 압도적으로 많고 음악산업 매출 규모도 크기 때문에 인천시의 음악예술인과 산업인력 모두 인근 수도권 지역으로 유출될 우려가 있음
- 따라서 인천시 음악산업 육성 및 활성화를 위해서는 인천시 음악예술인이 지역 내에서 자생력을 갖고 활동할 수 있는 창작환경을 조성함과 동시에, 풍부한 인적자원을 기반으로 경제적 부가가치를 창출할 수 있도록 적극적인 신사업 발굴을 통한 산업 성장의 기반을 마련하는 것이 선행될 필요가 있음



## ❖ 캠프마켓 부지 활용 관련 사회적 합의 도출 필요

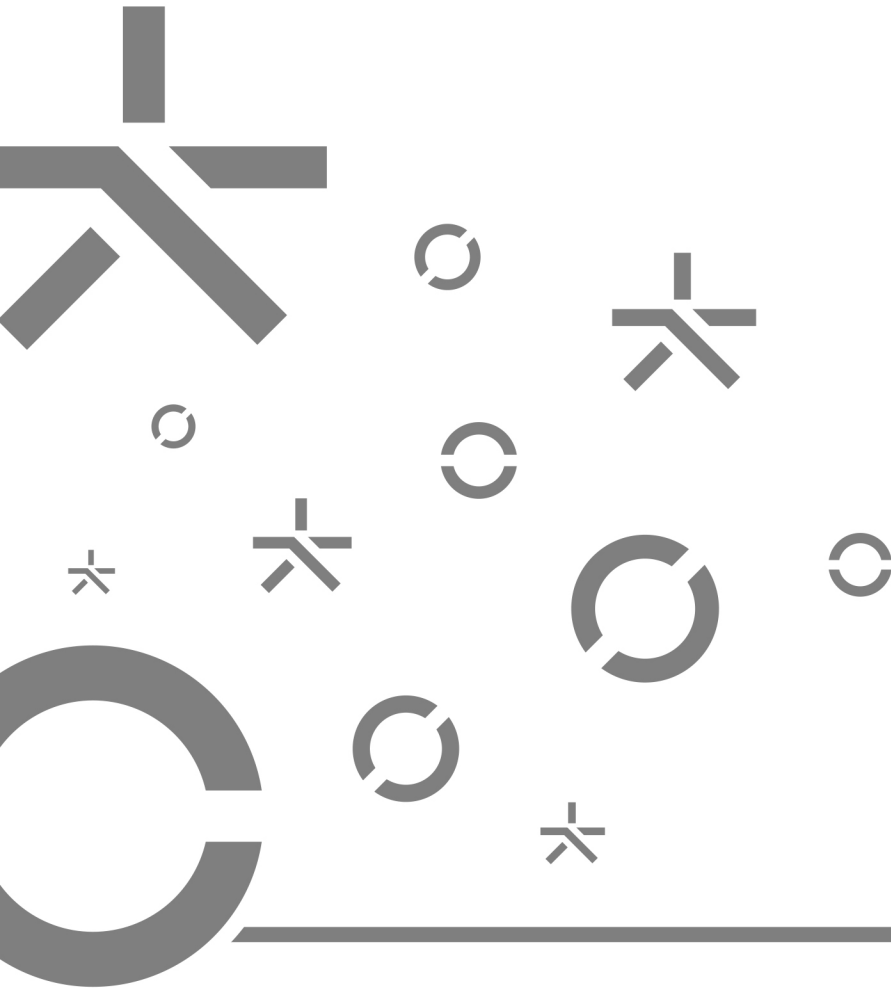
- 부평구 산곡동 292-1번지 일원에 위치한 캠프마켓의 반환공여구역 중 A·B·C구역은 반환되었고, D구역(제빵공장 포함 부지, 229,235㎡)은 잔여 반환공여구역으로 2022년 9월까지 토양오염정화 작업 진행 후 남은 환경정화 절차를 거쳐 반환될 예정임
  - 1960년대 캠프마켓이 위치했던 애스컴 시티와 부평 신촌에는 약 23개 음악클럽이 운영될 만큼 대중음악의 활황기를 누렸던 지역이나, 현재는 부평구 4개 권역 중 문화시설 및 생활권 문화공간이 가장 적게 분포하여 캠프마켓 일대의 문화적 재생을 통해 문화시설 확충과 문화프로그램 개발을 도모할 필요가 있음
- 캠프마켓 B구역 내 건축물 2개에 인천음악창작소 조성이 결정되어 추진 중임. 그러나 그밖에 기반환구역 내 토양오염 관련 시설물 준치 및 활용 방향에 대한 찬반 의견이 대립하고 있고, 아직 미반환된 부지가 있어 실질적인 활용에까지는 상당한 시간이 소요될 것으로 예상됨
  - 이미 반환된 A·B·C구역도 환경정화 작업이 진행 중이고, 일제강점기 시대 근대건축물에 대한 준치 여부를 두고 시민 여론이 대립하고 있음
- 부평구는 캠프마켓 반환에 따라 2020년에 지구단위계획을 수립했으며, 캠프마켓의 근대건축물을 보존하고 문화공원 조성 및 문화시설(한국대중음악자료원 건립 추진, 음악창작소, 부평평화박물관 등) 조성을 계획함
- 인천시도 캠프마켓 부지 활용 방향을 정하기 위한 연구용역과 시민 의견 수렴을 위한 토론회 등을 지속 개최하고 있으나 현재까지는 활용방안에 대한 합의를 도출하지 못함
  - 청원을 통해 제시된 시민 의견은 대체로 문화공원, 역사관 등 문화여가공간을 필요로 하는 것으로 나타났으며, 인천시 관련 부서 및 전문가도 캠프마켓 고유의 역사성과 장소성을 보존하여 역사문화공간과 공원 조성에 대한 수요가 있는 것으로 나타남
    - 캠프마켓 활용에 관한 시민 의견으로는 근린공원, 문화체육복지시설, 문화공원, 일제강점기 및 아시아태평양전쟁 관련 역사관 조성 등이 있음
    - 전문가 및 인천시 시민참여위원회, 시청 부서에서는 한국근대사박물관 건립 및 조병창 유네스코 등재, 국립 한국대중음악자료원 유치, 공원 조성 등 역사와 문화예술, 생태 공간으로서의 활용의견이 제기되고 있음

- 캠프마켓은 전체 부지 규모가 상당히 넓으므로 위와 같은 지역사회의 다양한 수요를 두루 충족할 수 있는 복합문화공간의 조성이 가능함. 다만, 구체적인 실행 방향에 대한 지역 내 의견 대립이 이어지고 있어 지속적인 공론화 과정을 통해 사회적 합의를 도출해야 하며, 이후 캠프마켓 내 음악산업지구 구성에 대한 가능성을 검토하고 조성 방안 및 운영 방향성에 대한 후속 논의를 진행할 필요가 있음

### ❖ 인천음악창작소 활성화 이후 연계 추진 고려

- 문체부는 2013년 8월부터 광역지자체를 대상으로 ‘지역기반형 음악창작소 조성사업’을 추진해옴. 인천시는 2022년 8월까지 캠프마켓 B구역의 건물 2개(건물번호 1583, 1595)를 리모델링하여 ‘인천음악창작소’를 조성함으로써 인천지역 음악인들에게 안정적인 활동공간을 제공하고 음악 콘텐츠 개발 및 전문아카데미를 운영하는 등 음악산업의 기반을 구축하고자 함
  - 건물 1583과 1595는 각각 창작공간과 공연공간으로 조성될 예정이며, 창작공간(1583)은 스튜디오, 편집실, 창작실, 세미나실, 다목적홀을 갖추고, 공연공간(1595)은 합주연습실과 리허설실, 공연장 등의 시설로 구성될 계획임
- 음악창작소는 음악창작·아카데미·비즈니스·네트워크 기능을 하는 음악창작 및 산업의 거점공간이자, 지역민에게는 문화향유 공간으로서 기능할 수 있음
- 앞서 캠프마켓 활용에 대한 시민 의견을 고려하면, 창작과 향유의 기능이 결합한 인천음악창작소가 활성화될 경우 시민과 예술인, 음악산업 관계자 등의 수요를 충족하는 음악산업 거점공간으로 역할 할 수 있을 것으로 기대됨
- 다만, 음악창작소를 중심으로 캠프마켓에 음악산업진흥지구를 조성하기 위해서는 우선 관련 기관 및 단체의 자발적인 집적이 우선되어야 하므로, 인천음악창작소가 인천 음악산업 거점공간으로 자리매김 할 수 있도록 중장기 운영계획을 수립·시행함으로써 이를 위한 기반을 마련해야 함
- 이후 인천음악창작소 사업이 안정화되면 캠프마켓 일원으로 정책 범위를 확장하여 음악산업 육성을 위한 단계적 사업을 추진하는 것이 효과적일 것임

# 캠프마켓 음악산업지구 조성 방안





# 캠프마켓 음악산업지구 조성 방안

## 1. SWOT 분석

### 1) 내부역량 분석

#### ❖ 강점(Strength)

- 캠프마켓 내 음악산업시설인 음악창작소 조성
- 관내 청·장년 음악예술인 대다수 부평구 거주
- 대중음악 산실로서 캠프마켓의 역사성 보유
- 캠프마켓 부지 규모 및 위치적 강점 보유

#### ❖ 약점(Weakness)

- 음악산업 인프라 부족으로 인한 성장기반 미흡
- 음악산업교육기관 부재로 전문인력 양성 미흡
- 관내 음악산업 관련 기업 및 종사자 부족
- 음악산업 관련 대내·외 네트워크 부족

### 2) 외부환경 분석

#### ❖ 기회(Opportunity)

- 소프트웨어·개인 중심으로 음악산업 제작환경 변화
- 부평구 캠프마켓 인근 콘텐츠기업 및 지원기관 밀집

- 「음악도시 인천 마스터플랜」 연계 추진 가능
- 부평구 법정 문화도시 조성사업 연계 추진 가능

### ❖ 위협(Threat)

- 캠프마켓 부지 활용 관련 사회적 합의 도출 필요
- 캠프마켓 미반환구역 및 오염정화로 활용 장기화 예상
- 서울·경기지역 음악산업기관·기업 집적 및 선도적 추진
- 중앙정부·인천시 문화산업진흥지구 지원 미흡

## 3) 전략방향 도출

### ❖ SO전략 : 강점 활용 및 기회 선점

- 음악 중심 콘텐츠산업 복합지구 조성
- 음악축제 연계 음악산업 영역 확장
- 인천시·부평구 관련 사업 연계 추진

### ❖ WO전략 : 기회 모색 및 약점 보완

- 캠프마켓 음악산업 기반시설 확충
- 음악산업교육기관 설립 및 인력 양성
- 캠프마켓 일원 음악기업·기관 집적화

### ❖ ST전략 : 강점 활용 및 위협 최소화

- 타 음악도시와 차별화 및 협력
- 캠프마켓 음악산업지구 단계적 추진
- 중앙정부 관련 정책사업 연계 추진

## ❖ WT전략 : 약점 보완 및 위협 제거

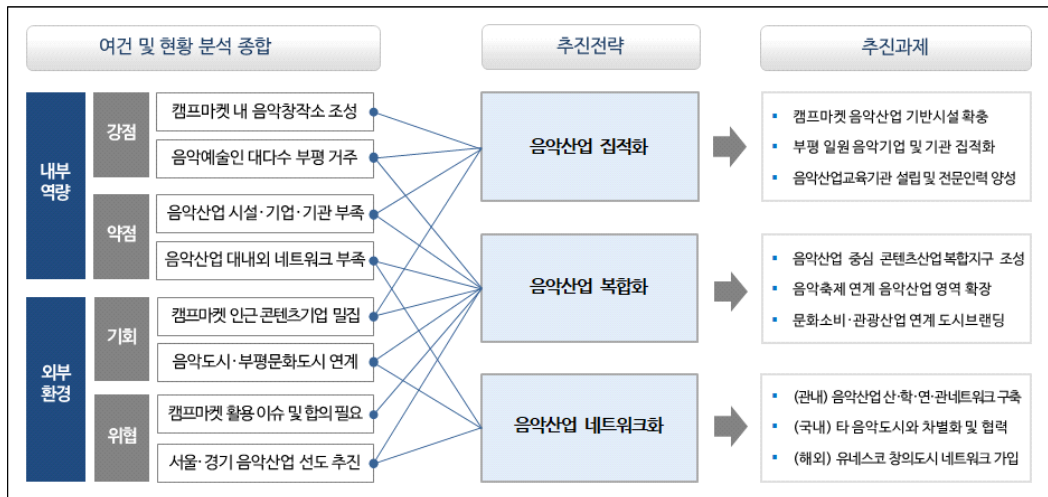
- 캠프마켓 음악산업지구 조성계획 수립
- 음악산업 산·학·연·관 네트워크 구축
- 유네스코 창의도시 네트워크 가입

[표 5-1] 캠프마켓 음악산업지구 SWOT 분석

내부역량		외부환경	기회(O)	위협(T)
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소프트웨어개인 중심 제자환경 변화</li> <li>• 캠프마켓 인근 콘텐츠기업·기관 밀집</li> <li>• 음악도시 인천 마스터플랜 연계 가능</li> <li>• 부평구 법정 문화도시 연계 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 부지 활용 협의 도출 필요</li> <li>• 캠프마켓 미반환·오염정화 이슈</li> <li>• 서울·경기지역 음악산업 선도 추진</li> <li>• 중앙·인천 문화산업진흥지구 지원 미흡</li> </ul>
강점(S)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 내 음악창작소 조성</li> <li>• 음악예술인 대다수 부평구 거주</li> <li>• 캠프마켓의 대중음악 역사성 보유</li> <li>• 캠프마켓 부지 규모 및 위치적 강점 보유</li> </ul>	SO전략	ST전략	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악 중심 콘텐츠산업 복합지구 조성</li> <li>• 음악축제 연계 음악산업 영역 확장</li> <li>• 인천시·부평구 관련 사업 연계 추진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 타 음악도시와 차별화 및 협력 추진</li> <li>• 캠프마켓 음악산업지구 단계적 추진</li> <li>• 중앙정부 관련 정책사업 연계 추진</li> </ul>	
약점(W)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관내 음악산업 인프라 부족</li> <li>• 관내 음악산업교육기관 부재</li> <li>• 음악산업 기업 및 종사자 부족</li> <li>• 음악산업 대내외 네트워크 부족</li> </ul>	WO전략	WT전략	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 음악산업 기반시설 확충</li> <li>• 음악산업교육기관 설립 및 인력 양성</li> <li>• 캠프마켓 일원 음악기업·기관 집적화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 음악산업지구 조성계획 수립</li> <li>• 음악산업 산·학·연·관 네트워크 구축</li> <li>• 유네스코 창의도시 네트워크 가입</li> </ul>	

- SWOT 종합분석 내용을 토대로 다음과 같은 추진전략 및 추진과제를 도출함

[그림 5-1] 캠프마켓 음악산업지구 추진전략 및 추진과제 도출



## 2. 기본방향

### 1) 비전

#### ❖ 음악을 생산하는 복합문화산업지구, 캠프마켓

- 과거 무기와 군수품을 생산하던 캠프마켓은 지역의 역사성과 장소성을 보여주는 미래 문화자산으로서 활용가치가 크고, 음악산업의 전략적 육성을 위한 장소로 가능성을 지니고 있으므로 비전을 “음악을 생산하는 복합문화산업지구, 캠프마켓”으로 설정함
  - 부평은 넓은 평야지대로 전통적인 농업지대였으나 일제강점기에는 무기를 생산하는 군수공장이 들어서면서 병참기지화 되었고, 미군주둔기에는 주한미군 보급품을 생산하는 기지로 활용되면서 중공업 공장지대로 변모함(인천광역시 부평구, 2020)
  - 이후 해방과 한국전쟁, 1960~70년대 고도성장기를 거치며 부평은 제조업 중심의 산업단지이자 공업단지로서 위상을 다져왔으나, 최근 부평의 산업을 견인해온 핵심 기업인 한국GM 부평공장 철수 이슈 등으로 인해 산업기반 붕괴에 대한 불안감이 지역 내 확산되고 있으며, 산업단지 구조 고도화와 새로운 발전기반 마련이라는 지역 의제가 등장함(인천광역시 부평구, 2020; 이복수, 2022.4.25.)
  - 부평 미군부대와 신촌 인근의 미군클럽은 팝, 로큰롤, 재즈 등 다양한 장르의 대중음악이 유입된 곳이자, 국내 대중음악인들의 주요 활동무대였던 역사적 장소로 ‘음악도시 인천’의 거점으로서 역사성과 장소성을 지님(인천광역시, 2020.12.)
  - 이에 부평은 국내 대중음악의 관문이었던 애스컴 시티의 역사적 유산인 캠프마켓의 문화재생을 통해 미래지향적 문화가치를 창조하는 문화도시를 만들고자 하며, 인천시도 「음악도시, 인천 마스터플랜」과 연계해 캠프마켓에 음악창작소를 조성하고 2022년도부터 본격적으로 운영할 계획임(인천광역시 부평구, 2020.12.30.)
  - 이와 같이 오랜 기간 군수공장이자 군사시설로 시민의 출입이 제한되었던 캠프마켓을 재생하여 문화를 생산하는 지역의 새로운 성장기반이자 열린 문화공간으로 활용할 필요가 있음



[표 5-2] 캠프마켓 음악산업지구 조성 기본방향 도출

구분	시사점	비전	추진전략
정책 동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중앙정부 문화산업진흥지구 정책 활성화 미흡</li> <li>• 지역 주도 문화산업진흥지구 지원정책 마련 필요</li> <li>• 캠프마켓 및 인근에 음악산업 집적 유도 필요</li> </ul>	음악을 생산하는 복합문화 산업지구, 캠프마켓	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악산업 집적화</li> <li>• 음악산업 복합화</li> <li>• 음악산업 네트워크화</li> </ul>
문화산업 진흥지구 현황 및 사례	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화산업진흥지구에 국한된 산업육성정책 한계</li> <li>• 인천시 음악산업 활성화 계획 수립 및 추진 필요</li> <li>• 음악산업 관련 산업체의 정책 수요 파악 필요</li> </ul>		
인천시 음악산업 여건 및 캠프마켓 공간 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소프트웨어·개인 중심 음악산업 제작환경 변화</li> <li>• 음악산업 인프라 부족으로 인한 성장기반 미흡</li> <li>• 캠프마켓 부지 활용 관련 사회적 합의 도출 필요</li> <li>• 인천음악창작소 활성화 이후 연계 추진 모색</li> </ul>		

## 2) 추진전략

- 캠프마켓 음악산업지구 조성을 위한 추진전략은 문화산업클러스터의 정의와 구성 요소를 고려하여 ①음악산업 집적화, ②음악산업 복합화, ③음악산업 네트워크화로 도출함
  - 문화산업클러스터란 “문화산업 관련 기업, 인력, 연구개발, 사업서비스 및 다양한 도시서비스 활동들이 공간적으로 집적해 있으며, 이들 간 긴밀한 네트워크가 형성된 집중체”로서 문화산업단지, 문화산업진흥지구, 문화산업진흥시설을 포괄함
  - 문화산업클러스터의 구성 요소로는 인프라(하드웨어)와 문화적 요소(소프트웨어), 네트워킹(휴먼웨어) 및 정책적 요인(법과 제도, 정책사업, 정책추진체계) 등이 있음
  - 따라서, 캠프마켓을 활용한 음악산업지구 조성을 위해서는 전략적으로 음악산업 관련 기관·시설의 집적화, 콘텐츠산업과 문화관광산업의 복합적 클러스터화, 음악도시 인천·부평 문화도시와의 연계 및 관내·외 음악산업 혁신인력·지원기관 간 네트워크 활성화를 도모할 필요가 있음

### ❖ 음악산업 집적화

- 캠프마켓 내 부족한 음악산업 기반시설을 확충하고, 캠프마켓이 위치한 부평구 산곡동과 콘텐츠산업지원기관이 밀집한 청천동 일대에 문화콘텐츠산업 관련 기업과 기관을 집적해나가며, 음악산업교육기관을 설립해 전문인력을 양성할 필요가 있음

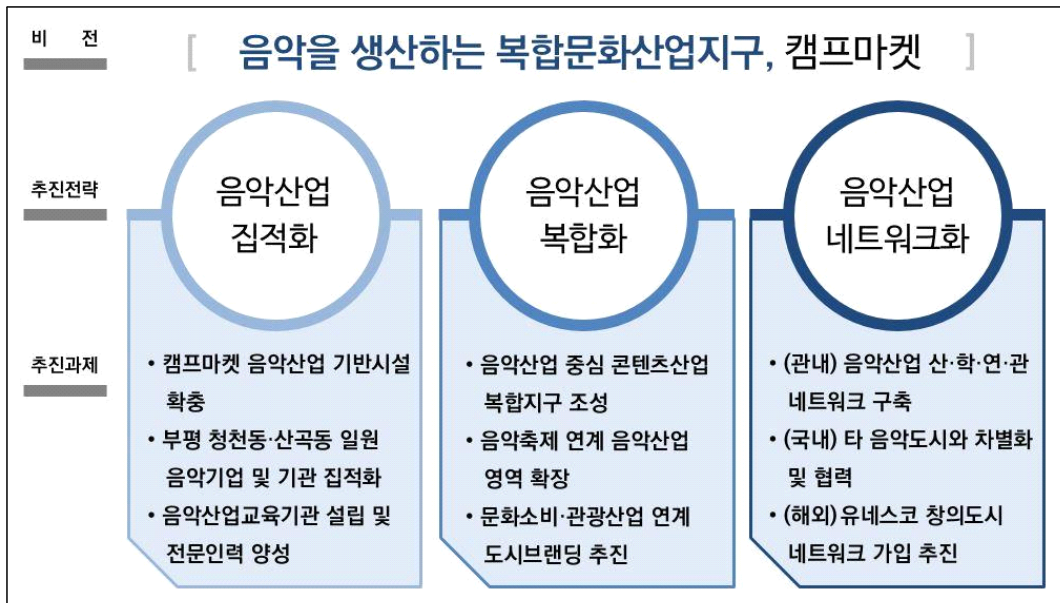
## ❖ 음악산업 복합화

- 캠프마켓 음악산업지구의 중점 유치업종을 음악산업으로 하되, 음악콘텐츠에만 한정할 경우 성장의 가능성이 크지 않으므로, 타 콘텐츠산업 분야와 융·복합하고, 음악축제와 연계해 음악산업의 영역을 확장하며, 문화·관광·소비산업과 연계되어 시너지를 창출할 수 있도록 콘텐츠산업 복합클러스터로 구축할 필요가 있음

## ❖ 음악산업 네트워크화

- 기존 인천문화산업 산·학·연·관 네트워크에 음악산업 관계자가 참여하여 음악산업 활성화 및 타 콘텐츠 분야와의 연계 방안을 함께 모색할 필요가 있으며, 국내 타 음악도시와의 차별화 및 협력 방안을 탐색하고, 국내·외 음악도시 간 네트워크를 구축해 음악도시 인천의 도시브랜드를 대내외적으로 확산할 필요가 있음

[그림 5-2] 캠프마켓 활용 음악산업지구 조성 방향



### 3. 추진과제

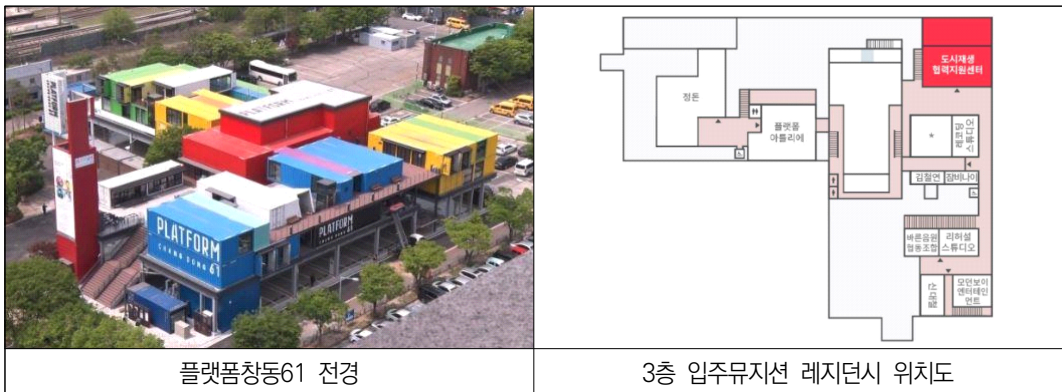
#### 1) 음악산업 집적화

##### ❖ 캠프마켓 음악산업 기반시설 확충

- 부평 캠프마켓을 활용해 음악산업지구를 조성하기 위해서는 관련 기업, 대학, 연구소 등이 자발적으로 집적할 수 있도록 입지적 환경을 조성하고 음악산업 진흥을 위한 기반시설을 단계적으로 구축해나갈 필요가 있음
  - 2장에서 살펴본 것처럼 청주와 춘천은 문화산업단지를 구축했고, 서울 상암동과 경기 부천시도 각각 문화산업진흥시설로 문화콘텐츠센터와 한국만화영상진흥원을 조성하여 문화산업 관련 사업자를 유치하고 활동을 지원해오고 있음
  - 인천시는 2020년에 인천테크노파크 문화산업지원센터를 부평구 청천동으로 이전하고 인천콘텐츠기업지원센터를 개소하여 콘텐츠기업의 유치와 육성을 추진하고 있으나, 콘텐츠기업 33개의 입주시설 외에는 기업, 대학, 연구소 등이 자발적으로 집적하고 교류하며 활동할 수 있도록 지원하는 기반시설이 미흡한 실정임
- 인천시는 현재 캠프마켓 B구역에 인천음악창작소를 조성하고 있으며, 2022년 8월에 개소하면 음악콘텐츠 개발, 음반(음원) 발매, 전문아카데미 육성, 음악 비즈니스 멘토링 등 음악산업을 육성하기 위한 사업을 본격적으로 추진할 예정임
  - 음악창작소에서 음악 밴드와 음악 관련 학교 학생들, 음악산업 종사자들이 연습, 공연, 음원 제작, 교육 부문에서 실질적인 도움을 받을 수 있도록 지원이 요구됨
  - 음악시장의 디지털 전환에 따라 디지털음악, 전자음악 지원을 위해 신시사이저, 디제잉 장비, 디지털음악 편집장비 등 시설 구축과 관련 교육을 운영할 필요가 있음
- 인천시가 「음악도시 인천, 마스터플랜」에서 제시한 것과 같이 음악자원의 가치를 확산하고 음악 연계 도시재생을 도모하기 위해 캠프마켓 부지에 '국립 한국대중음악자료원'의 건립을 유치할 필요가 있음(인천광역시, 2020.12.)
  - 한국대중음악자료원은 한국대중음악사 연구 및 아카이빙 기관으로, 인천시는 2017년부터 문체부에 자료원의 인천 건립을 건의해왔으며, 문체부가 「한국대중음악자료원 건립 타당성 연구」(채지영 외, 2020)를 진행했으나 이후 추진이 되지 않고 있음
  - 한국 대중음악의 산실 역할을 한 캠프마켓에 전시실, 수장고, 열람실, 교육실, 공연장 등을 갖춘 자료원을 유치하여 음악산업의 진흥기반을 확충할 필요가 있음

- 인천에 뮤지션들의 음악창작을 위한 레지던시 공간이 부재한 가운데, 인천시가 「음악도시 인천, 마스터플랜」에서 2025년까지 뮤직 레지던시 1개소를 조성하고 10명의 입주뮤지션을 모집한다는 계획을 제시한 바 있어 추진이 요구됨(인천광역시, 2020.12.)
  - 앞서 살펴본 것처럼, 디지털 기술의 발달로 음악제작 환경이 하드웨어에서 소프트웨어 중심으로 변경되어 제작 비용이 줄어들어 따라 음악제작의 주체가 음반제작사에서 음악인 개인으로 다양해짐. 음악인들이 캠프마켓 내 음악창작소의 하드웨어를 활용하되, 소규모 개인창작실에서 창작하고 교류하도록 한다면 음악창작이 활성화될 수 있을 것임
  - 서울시의 경우, 서울동북권의 도시재생과 새로운 문화트렌드를 창조하는 공간으로서 총 38만㎡ 부지에 61개의 컨테이너로 ‘플랫폼창동61’을 조성하여 공연, 음악전시, 시민참여교육, 음악예술인 입주 지원 등 다양한 사업을 운영하고 있음. 2016년부터 2021년까지 플랫폼창동61의 레지던스 입주뮤지션은 27팀, 협력뮤지션은 159팀으로 총 186팀이 활동함(플랫폼창동61 홈페이지, 2022.5.17. 검색; 최영화·이선정, 2019)
  - 캠프마켓에는 미군 장교와 사병 숙소 등 다양한 유형의 유휴공간이 존재하므로 레지던시에 적절한 건축물을 선별하여 뮤지션 레지던시로 재생하고 필요한 설비를 지원한다면 부지 내 음악창작소와 연계해 시너지 효과를 낼 수 있을 것이며, 대중음악인 및 음악콘텐츠 창작자의 집적도 도모할 수 있을 것으로 예상됨

[그림 5-3] 플랫폼창동61



출처: 플랫폼창동61 홈페이지

- 그 밖에 타 콘텐츠 분야와의 협업을 체계화하고 공동 창·제작을 할 수 있도록 개방형 연구공간인 오픈랩(Open Lab) 인프라 조성도 필요함
  - 오픈랩은 음악창작을 기본으로 타 콘텐츠산업과 융합해 시민들이 바로 체험하도록 할 수 있으며, 기업과 음악인이 서로의 니즈를 충족하는 공생관계를 조성하는 토대가 될 수 있음

## ❖ 부평 청천동·산곡동 일원 음악기업 및 기관 집적화

- 문화산업진흥지구는 예정지역이나 그 인근 지역에 문화상품 기획·제작·개발·생산·유통과 관련된 시설이 집적되어 있어야 함. 캠프마켓 인근인 부평구 청천동에 인천테크노파크 문화산업지원센터와 인천콘텐츠기업지원센터가 소재하고, 2022년 5월 현재 인천콘텐츠기업지원센터에 33개의 콘텐츠기업이 입주하여 콘텐츠 제작 등 사업을 추진하고 있으므로, 청천동과 산곡동 일원에 관련 기업과 기관을 지속적으로 집적화할 필요가 있음
  - 문화산업지원센터는 콘텐츠산업 거점기관 운영, 지역특화콘텐츠 개발 지원, 실감콘텐츠 체험관 운영, 인천콘텐츠기업지원센터 운영, 문화콘텐츠 맞춤형 사업화 지원 등 콘텐츠 산업 지원에 관한 전반적 역할을 담당함(인천테크노파크 홈페이지, 2022.5.17. 검색)
  - 인천콘텐츠기업지원센터는 2019년 4월 문체부 공모사업인 ‘지역거점형 콘텐츠기업 육성센터 조성 지원사업’에 선정됨에 따라 청년 일자리 창출 및 콘텐츠 생태계 조성을 목표로 설립됐으며, 인천시와 인천테크노파크가 주관하고 부평구가 참여하는 형태로 운영됨. 센터는 입주 제작시설 지원, 콘텐츠 제작 및 사업화 지원, 투자, 전문 컨설팅 등 콘텐츠 기획에서 사업화까지 콘텐츠 분야 스타트업과 강소기업의 성장을 지원하는 원스톱 육성 플랫폼으로 역할함(이세규, 2020.5.1.; 인천콘텐츠기업지원센터 홈페이지, 2022.5.17. 검색)
  - 2022년 5월 현재 입주기업의 사업 분야는 주로 정보통신기술(ICT)을 접목한 게임, 웹툰, 3D, 증강현실(AR), 가상현실(VR), 메타버스, 영상, 애니메이션 등 뉴미디어 콘텐츠 제작이며 음악콘텐츠 분야 사업체는 아직 없는 것으로 보임

[표 5-3] 인천콘텐츠기업지원센터 입주기업(2022.5. 기준)

구분	기업명	설립일	사업 분야
1	그루크리에이티브	2014.10.7	• 메타버스 SW 성능시험평가, AI 연구개발, 콘텐츠솔루션
2	브이다임	2020.5.21.	• AR/VR, 메타버스, AI 아바타
3	유콘 주식회사	2017.6.1.	• 영상, 디자인, AR, 디지털마케팅
4	모모비비	2019.7.22.	• 이커머스 플랫폼
5	샵픽	2021.3.8.	• IP, 콘텐츠, 플랫폼
6	팔팔게임즈	2015.6.1.	• 게임 개발 및 서비스
7	온택트티비	2020.6.20.	• 온택트 콘텐츠 제작 및 서비스
8	오토나서울	2018.4.28.	• 애니메이션 및 게임 제작업
9	에이피아엔디	2015.1.1.	• 소프트웨어 개발 및 공급
10	이음메이커스	2020.9.1.	• 콘텐츠제작, 유통
11	레블코퍼레이션	2018.6.2.	• 웹소설, 웹툰 플랫폼
12	랩랩	2020.7.3.	• 애니메이션, 캐릭터

구분	기업명	설립일	사업 분야
13	아울게임즈	2019.10.15.	• 게임 개발
14	데브언리밋	2017.12.8.	• 응용 소프트웨어 개발 및 공급
15	수박	2017.1.17	• 문화콘텐츠 제작
16	유지기능 스튜디오	2019.8.2.	• 오디오 콘텐츠 제작
17	이너트립	2018.7.30.	• 워크샵 플랫폼 운영, 콘텐츠 개발
18	데이터하이브	2020.3.5.	• 빅데이터, AI, SW
19	픽고	2019.7.2.	• 뉴미디어 콘텐츠 제작 및 유통
20	트리플	2018.7.8.	• 지식정보 디지털트윈, 메타버스, VR/AR, 미디어 체험
21	비온드더드림	2018.7.24.	• 온라인 플랫폼
22	베리어스스튜디오	2020.6.25.	• 메타버스, PFP, NFT, VR, AR
23	네오타미디어	2021.2.18.	• 애니메이션 제작 및 콘텐츠 기획마케팅
24	두들러	2015.5.13.	• 정보통신업, 교육업
25	하니플러그	2019.6.26.	• 모바일게임 및 콘텐츠
26	아이오아이	2018.5.15.	• 종합디자인, 콘텐츠소프트웨어 제작, 제조
27	포리버	2017.2.24.	• VR/AR/MR/XR 및 실감형 콘텐츠
28	그로잉세일즈	2019.8.12.	• 오프라인 솔루션 개발
29	라이징크래프트	2019.6.3.	• VR/AR
30	굿월헌팅	2015.6.23.	• SW 개발, 모바일 콘텐츠, AI, 빅데이터, AR
31	집쇼코리아	2019.6.1.	• 실사 3D스캔
32	해적아일랜드	2018.4.16.	• 스마트폰 어플 및 페이퍼토이
33	인터랙트	2019.3.25.	• VR 교육 및 훈련 SW 개발

출처: 인천콘텐츠기업지원센터 홈페이지(2022.5.17. 검색)

- 미추홀구 도화동·주안동 일대의 문화산업진흥지구가 유명무실해진 가운데 부평에 인천테크노파크 문화산업지원센터와 인천콘텐츠기업지원센터 등 지원기관이 개소·운영됨으로써 부평구는 문화산업의 신성장 동력 확보 및 인천지역 문화산업진흥 거점의 조성을 기대하고 있음(이연수, 2020.4.14.; 이세규, 2020.5.1.)
- 현재 부평 캠프마켓 활용계획을 수립 중인 단계여서 본격적인 재생과 공간조성 사업은 시일이 소요될 수밖에 없으므로, 인천시와 부평구는 문화산업지원센터 및 인천콘텐츠기업지원센터와 연계해 음악콘텐츠 분야 기업을 발굴·유치·육성해 나가며 청천동·산곡동 일대에 음악콘텐츠기업의 집적을 유도해나갈 필요가 있음
- 또한, 장기적으로는 「음악도시 인천, 마스터플랜」에 캠프마켓 내 유희공간을 리모델링하여 음악기업의 사무실로 활용한다는 계획이 있으므로, 레이블사 등 음악산업 유치 및 집적화를 위해 인천시와 문화산업지원센터가 함께 적절한 인센티브를 개발하고 제공해야 함

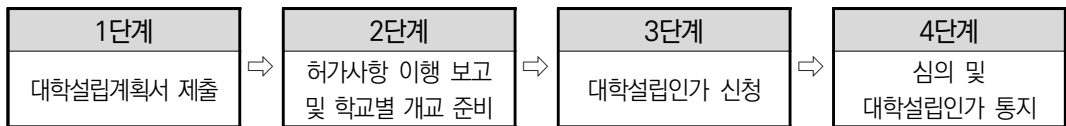


## ❖ 음악산업교육기관 설립 및 전문인력 양성

- 음악산업의 경쟁력을 확보하기 위해서는 장기적인 계획 아래 음악산업 시장에 필요한 전문인력의 양성이 필요함. 문화콘텐츠 분야의 산업별 인재 양성을 위한 교육기관 중에서 음악산업 분야는 상대적으로 부족한 상황이므로, 음악산업 인력을 전문적으로 양성할 수 있는 교육시스템의 공공 지원과 관리가 필요함(이동연 외, 2020)
  - 전국 실용음악 관련 학과가 개설된 대학은 4년제 및 전문대학을 포함하여 총 82곳으로, 대부분 보컬, 기악, 작곡 등 뮤지션을 배출하기 위한 커리큘럼에 집중되어 있으며, 주로 실연자 양성 위주로 치우쳐있음
  - K-Pop, 뮤지컬 등 공연시장의 성장에 따라 기획·연출, 마케팅, 전문 엔지니어 분야의 인력 수요가 증가하고 있으나, 국내 대학에서는 이들 전문인력을 체계적으로 양성하기 위한 커리큘럼이 부족한 실정임
- 한국콘텐츠진흥원에서 음악산업 비즈니스 분야 종사자 528명을 대상으로 설문조사를 한 결과, 음악산업 비즈니스 전문인력이 필요하다는 응답이 80.1% 이상으로 나타났으며, 음악산업 전문인력 양성을 위한 교육기관 설립의 필요성에 대해서는 77.8%가 '필요하다+매우 필요하다'고 응답함(이동연 외, 2020)
  - 전문인력 양성의 핵심 분야는 저작권 및 법률 관련 분야(16.9%) > 기획·제작 분야(15.7%) > 매니지먼트 분야(12.9%) > 음악 하드웨어 분야(11.6%) > 음악 투자 분야/실연자 분야(각 9.7%) > 작곡·작사·편곡 등 분야(9.3%) > 음악비평 분야(7.2%) > 디지털 온라인화 분야(4.2%) > 음악영상 제작 분야(3.0%) 순으로 조사됨
- 인천에는 전문대학교인 재능대학교 1곳에만 실용음악과가 있으나, 실습환경이 매우 열악할 뿐만 아니라 입학하는 학생들 각자의 전공도 다양하지 못해 음악산업 전문인력 양성 측면에서 매우 불리한 여건이므로 대책 마련이 요구됨(전문가 자문의견, 2022.5.26.)
  - K-Pop 문화의 글로벌 확산과 음악 소비방식의 변화, 음악산업의 탈국경화 등 음악을 매개로 국가 간 경계를 허문 글로벌 프로젝트가 음악시장에서 매우 중요하게 부각되고 있음. 음악 환경의 변화에 따른 음악산업 구조 및 소비방식에 대한 이해를 바탕으로 음악기획, 제작, 연주, 녹음, 공연, 유통, 마케팅 등 음악산업 전반에 걸쳐 전문성을 갖춘 고급인력의 양성이 필요함

- 이와 관련하여 인천시는 「음악도시, 인천 마스터플랜」에서 관내에 부족한 음악대학 유치를 추진과제로 제시한 바 있음. 국내외 대학 분교나 음악전문대학원을 유치한다는 계획이며, 수도권 내 대학의 입학정원과 학과 증설을 제한한 「수도권정비계획법」의 개정을 위한 공감대를 형성하기 위해 범시민 운동을 전개한다는 내용임(2장 참고)
  - 현재 「수도권정비계획법」으로 인해 수도권에 학교를 새로 설립하는 것은 어렵지만, ‘대학원대학교’는 이 법의 예외로 수도권 지역에 설립이 가능함. 대학원대학교는 「고등교육법」 제30조(대학원대학)를 설립 근거로 하며, 특정 분야의 전문인력을 양성하기 위하여 석·박사 과정만을 운영하도록 하고 있음
  - 석·박사 과정만 운영하므로 상당수가 정원 100명 미만의 작은 규모이며, 학교 건물도 건물 한 채나 빌딩 1~2개 층을 사용하는 경우가 많음(이동연 외, 2020)
  - 캠프마켓 내 음악산업 비즈니스 분야의 전문인력을 양성하기 위한 대학원대학을 설립하는 방안을 장기적으로 모색할 필요가 있음. 이를 위해 인천음악창작소에서 음악산업 전문인력 양성을 위한 시범 교육사업을 추진하며 필요한 전공 분야를 탐색하고, 인천시에서 추진단을 구성해 실행계획 마련을 위한 논의를 본격화해나가야 함

[표 5-4] 대학원대학교 설립 인가 절차



출처: 「대학설립·운영규정」 참고

- 또한, 캠프마켓 내 저소득층 실용음악 분야의 음악영재 발굴 및 교육 기회 제공을 위한 인프라를 구축하고 인천시가 지원하는 음악교육사업을 운영할 필요가 있음
  - 인천지역 내 ‘실용음악 영재교육원’이 부재함. 지역 내 교육기관과 연계한 교육 지원으로 대중음악 분야를 선도할 창의적이고 융합적인 사고를 갖춘 실용음악 영재들을 조기 발굴하여 육성할 필요가 있음
  - 부평 캠프마켓과 인근 신촌 지역은 과거 애스컴 시티를 주변으로 대중음악이 유입되어 성장한 곳으로서 역사성을 품고 있는 곳으로, 이곳에 영재 발굴 및 육성을 위한 인프라를 구축하고 교육사업을 운영한다면 음악산업 진흥의 선순환 구조와 연결이 가능할 것으로 보임(전문가 자문의견, 2022.5.26.)



## 2) 음악산업 복합화

### ❖ 음악산업 중심 콘텐츠산업 복합지구 조성

- 캠프마켓 음악산업지구가 조성되고 활성화되기 위해서는 음악산업을 중점 유치업종으로 하되, 음악콘텐츠에만 한정하지 않고 타 콘텐츠산업 분야와 연계되어 시너지를 창출하는 콘텐츠산업 복합클러스터로 구축할 필요가 있음
  - 4장에서 살펴본 것처럼 음악산업 업체 유형은 음악제작업, 음악 및 오디오물 출판업, 음반복제 및 배급업, 음반 도소매업, 온라인 음악유통업, 음악공연업, 노래연습장운영업으로 구분됨. 인천에는 음악 및 오디오 출판업체, 음반배급업체, 음원대리중개업체, 인터넷/모바일 음악콘텐츠 제작 및 제공업체가 없으므로, 음악산업의 생산-유통-소비 전 과정에 걸친 산업생태계가 형성되기 위해서는 부족한 분야의 사업체를 적극 유치할 필요가 있음
  - 그러나 콘텐츠산업은 원소스 멀티유즈(OSMU)<sup>14</sup>적인 특징을 지니고 있기 때문에 음악콘텐츠 한 분야로 클러스터 내의 산업을 한정하기보다는 다양한 분야와 융합·교류하며 제작·창작 및 유통·소비가 활발하게 이루어지도록 할 필요가 있음
  - 3장에서 사례로 살펴본 부산 센텀문화산업진흥지구의 경우에도 영상산업과 게임산업을 중점 유치업종으로 조성했으나, 출판산업, 음악산업, 방송산업, 광고산업, 지식정보산업, 공연산업 등 타 분야 콘텐츠산업체와 전문·과학 및 기술서비스업, 교육서비스업, 예술·스포츠 및 여가 관련 서비스업 등 다방면의 사업체가 집적해 있음
  - 부산 센텀문화산업진흥지구 내 부산문화콘텐츠콤플렉스에도 2022년 5월 기준으로 44개 사업체가 입주해있는데, 영화, 애니메이션, 게임 관련 업체 외 웹툰, 관광, 광고, 뮤지컬, 포털·플랫폼 등 다양한 콘텐츠업체가 입주해 있음(부산문화콘텐츠콤플렉스 홈페이지, 2022.5.18. 검색)
  - 캠프마켓에 음악산업지구를 조성한다고 하더라도 현재 인천콘텐츠기업지원센터 내 입주기업과 같이 영상·웹툰·애니메이션·AR/VR 등 다양한 분야의 콘텐츠기업과 연계·협력이 이루어질 수 있도록 지원할 필요가 있음

14) 원소스 멀티유즈(OSMU)란 하나의 콘텐츠를 영화, 드라마, 책, 드라마, 애니메이션, 게임, 캐릭터, 공연, 테마파크 등 다양한 매체와 방식으로 판매해 부가가치를 극대화하는 방식을 말하며, 오늘날 문화산업의 기본 전략으로 자리 잡음. 원소스 멀티유즈는 하나의 좋은 콘텐츠만 있으면 마케팅 비용을 최소화하면서 여러 장르에서 시너지 효과를 내며 수익을 창출할 수 있음(에듀윌 시사상식, 2022.5.17. 검색)

- 해외의 클러스터 성공사례를 살펴보면, 중점산업의 업종을 육성하되, 현실적인 업종 선정과 복합화, 도시 내 문화산업기반 활용, 콘텐츠의 생산-유통-소비과정이 집적된 클러스터 환경 조성 등 연관 분야 산업과의 복합화와 유기적인 네트워크가 콘텐츠 개발 및 생산 활동을 활발히 전개하는 데 유리하다는 점을 확인할 수 있음

[표 5-5] 해외 클러스터 성공 요인 분석

국가	클러스터	중점산업	성공 요인
영국	세필드	문화 및 미디어 산업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지방자치단체의 전략과 의지 및 효과적 자원 확보</li> <li>• 현실적인 업종 선정과 복합화</li> <li>• 도시 내 구 공업지역의 재개발</li> <li>• 지역대학과의 산학협동체제</li> <li>• 도시 내 문화산업기반 활용</li> </ul>
미국	뉴욕 실리콘밸리	뉴 미디어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공동체적 네트워크에 기반</li> <li>• 민간의 활발한 지원과 산학연 연계</li> <li>• 정부의 각종 인센티브 제도와 도심 구건물의 재개발 지원정책</li> </ul>
	미국 할리우드	영화산업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인적 네트워크 간의 유기적인 연결</li> <li>• 비전 제시자들의 역할</li> <li>• 허브로서 대형 스튜디오인 메이저의 역할</li> <li>• 산학협동으로 인적자원 양성 및 양질의 콘텐츠 개발</li> <li>• 구성 주체 간 상생적 생태계 구성</li> </ul>
호주	멜버른	문학콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 문화적 자원의 강화</li> <li>• 적극적인 시민 참여</li> <li>• 문학산업 중심으로 관광 활성화</li> <li>• 소비와 연계 활성화</li> <li>• 네트워크 집적효과 창출</li> <li>• 주 정부와 시의 지속적인 지원</li> </ul>
	뉴 사우스 웨일즈	영상콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부의 적극적 지원 및 지속적인 정책 마련</li> <li>• 산학연계를 통한 인력 양성</li> <li>• 세계적인 영상기술업체 유치를 통한 집적효과 창출</li> </ul>
캐나다	몬트리올 생 미셸 지구	공연콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 콘텐츠의 생산, 유통, 소비과정이 집적된 클러스터 환경 조성</li> <li>• 교육기관 설립을 통한 전문인력 육성</li> <li>• 공공부문과 기업, 민간의 협력체계 구축</li> </ul>
프랑스	낭뜨 루아르강	전시산업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 장소의 특성을 최대한 고려한 수변공간 활용</li> <li>• 지역 내 주체들의 참여 및 의견 개진을 통한 사업 추진력 제고</li> <li>• 중앙정부 의존적이지 아닌 지역 내생적 개발모델 구축</li> <li>• 강을 매개로 한 지자체 간 통합적 관광마케팅</li> </ul>
중국	인상 프로젝트	공연콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역만이 지니는 문화와 특성을 공연콘텐츠 무대로 활용</li> <li>• 지역주민을 공연에 활용함으로써 고용 창출</li> <li>• 지역의 고유한 이야기를 스토리텔링</li> </ul>
일본	나오시마	전시산업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미술관의 설립을 통한 지형과 문화의 조화</li> <li>• 섬 지역을 활용한 조화로운 시설 및 프로그램 운영</li> <li>• 일상을 예술공간으로 발전시킴</li> </ul>

출처: 변미영 외(2011) 참고하여 연구자 재구성

## ❖ 음악축제 연계 음악산업 영역 확장

- 인천시는 펜타포트 락 페스티벌<sup>15)</sup>과 INK(Incheon K-Pop Concert) 등 음악축제의 성공적인 개최로 글로벌 음악축제 도시로서 성장잠재력을 지니고 있으나, 대규모 음악축제의 지속적인 개최에도 불구하고 지역 음악산업 및 음악생태계와의 관련성이 미미하다는 문제가 제기되어옴(인천광역시, 2020.12.)
  - 펜타포트 음악축제는 2022년에 17회를 맞이하고, 2025년에는 20회를 맞이하게 됨. 향후 음악축제 개최에 그칠 것이 아니라 지역의 음악산업 및 관광산업과 연계해 경제적 가치를 창출하고 관련 시장을 확대해나갈 수 있도록 준비가 필요함
- 펜타포트 음악축제의 20주년을 대비하여 캠프마켓을 거점으로 음악축제와 뮤직 마이스(MICE) 산업의 연계를 모색해나갈 필요가 있음. 국내외 음악콘텐츠산업 콘퍼런스, 네트워킹 행사, 쇼케이스, 비즈니스 전시회 등 음악산업 유관 산업 및 관련 콘텐츠산업(게임, 애니메이션, 영화, 기술 등)과의 융복합 행사를 기획하여 단계적으로 확장해나가야 함
  - 2013년에 개최된 펜타포트 음악축제의 부대행사로 2일간 개최된 ‘뮤직스팟’의 경우, 음악도시로의 발전을 위한 논의의 장인 콘퍼런스와 네트워킹 파티, 음악산업 관계자 간 교류를 위한 전시와 쇼케이스로 구성되었으나, 인천하버파크 호텔이 개최장소로서 다소 협소하다는 지적을 받았으며, 지속적으로 개최되지도 않음(최영석·문승일, 2014)
  - 펜타포트 음악축제가 개최되는 송도 달빛축제공원 인근에 신축 아파트단지가 잇달아 들어서면서 주민의 소음피해를 최소화하기 위해 축제 장소 이전 등 대책을 모색 중임(윤태현, 2018.10.15.). 그에 반해 캠프마켓은 교통과 상업의 중심지이면서 공원과 숲이 조화롭게 이루어진 환경으로, 음악산업 기반시설(음악산업교육시설, 뮤지션 레지던시, 음악도서관, 오픈랩 등)이 확충된다면 뮤직 MICE 행사를 추진하기에 적절한 장소가 될 수 있음
  - 향후 캠프마켓을 거점으로 뮤직 MICE를 개최하여 음악산업 관계자 간 교류가 이루어 지도록 하고, 타 콘텐츠 분야와의 융복합을 도모하며, 지역의 음악산업 전문인력과 밴드, 신인 뮤지션들의 활동 기회를 확대해나갈 필요가 있음

15) 펜타포트 락 페스티벌은 2006년부터 시작된 국내에서 가장 오래된 문화관광형 아웃도어 축제로서, 문체부로부터 ‘유망축제’로 8년 연속 지정되었고(2012~2019년), 이어서 ‘문화관광축제’(2020~2021년)로 3년 연속 지정되었으며, 2022년에도 ‘문화관광축제 경쟁력 강화 과제 지원사업’에 선정됨(인천광역시, 2020.12.; 손봉석, 2022.5.10.)

- 펜타포트 음악축제의 프로그램 중 하나인 ‘펜타 슈퍼루키’는 경연을 통해 잠재력을 지닌 신인 뮤지션을 발굴·육성하고, 인천밴드의 주류 음악시장 진출 기회 제공 및 성장의 기회를 마련하기 위해 2013년부터 개최해오고 있는 프로그램으로서, 인천음악창작소 및 중앙정부의 음악산업 정책과 연계해 확장이 요구됨(최영석·문승일, 2014)
  - 2022년에는 5~7월 사이에 펜타포트 음악축제의 사전 프로그램인 ‘펜타 슈퍼루키’를 진행할 계획임. 펜타슈퍼 루키로 선정된 팀에게는 펜타포트 락 페스티벌의 서드무대 공연 기회와 시상금을 제공함(인천펜타포트 음악축제 홈페이지, 2022.5.30. 검색)
  - 그러나 축제 이후에는 선정된 신인 뮤지션들을 지속적으로 홍보하거나 지역 내 활동을 특별히 지원하지 않아 역량 있는 뮤지션들이 인천을 떠나는 경우가 발생함. 향후 인천음악창작소를 활용해 ‘펜타 슈퍼루키’로 선정된 밴드를 위한 음원 제작 지원과 캠프마켓 공연장을 활용한 기획공연 시리즈를 기획하여 실력 있는 뮤지션들이 지역에서 활동하며 수익 창출을 할 수 있도록 할 필요가 있음

[그림 5-4] 2021 펜타포트 음악축제 ‘펜타 유스스타’ 최종당선자



출처: 인천광역시 인천관광공사 경기일보(2021.11.24.)

\* 2021년에는 ‘펜타슈퍼 루키’ 대신 ‘펜타 유스스타’라는 명칭으로 경연대회가 개최됨

## ❖ 문화소비·관광산업 연계 도시브랜딩 추진

- 콘텐츠산업 클러스터는 산업뿐만 아니라 소비와 문화, 관광 등이 연결되고, 이들을 동시에 갖추도록 조성해야 생산 클러스터에 머물지 않고 관광, 소비 등과 연결되어 시너지를 창출할 수 있으며 성공 가능성도 높아짐
  - 콘텐츠산업은 유행에 민감하고 소비자의 트렌드와 밀접한 관련을 지니므로, 콘텐츠의 생산 및 소비가 근접하여 이루어질 수 있도록 하는 것이 효과적임(변미영 외, 2011)
- 캠프마켓의 활용과 관련하여 시민, 전문가, 관련 부서 등 각계각층에서 다양한 의견이 제시되고 있으므로, 캠프마켓이 이러한 수요에 대응할 수 있도록 복합적 기능을 지닌 클러스터로 조성할 필요가 있음
  - 캠프마켓에 음악산업지구를 조성하더라도 구역별로 역사공간과 문화공간, 생태공간을 조성하여 시민들의 여가활동과 문화소비, 문화관광이 함께 이루어질 수 있도록 해야 함
  - 한편, 인천관광공사에서는 인천만의 역사문화 스토리를 기반으로 한 공연관광 콘텐츠를 개발·운영하기 위해 인천지역 문화예술단체를 대상으로 ‘인천 스토리텔링 공연관광 콘텐츠 개발 및 운영 사업’을 추진함. 2022년에는 거리공연 형태의 연극과 뮤지컬을 개발하여 인천의 관광지에서 5회 이상 정기공연을 하도록 함(인천관광공사, 2022.4.14). 향후 부평 캠프마켓이 개방되면 인천의 새로운 관광지로 부상할 수 있으므로, 음악콘텐츠 산업과 관광산업을 연계해 캠프마켓 내 다양한 볼거리를 제공할 필요가 있음
- 「부평 문화도시 종합발전계획(2021~2030)」에는 캠프마켓 부지를 대상으로 한 사업으로 ‘3-3. 장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용’이 포함되어 있으며, 구체적으로는 ①에스컴 시티 및 캠프마켓 시대 음악 아카이브 활용, ②1950~1970년대 초 에스컴 시티 시절의 음악 리메이크, ③캠프마켓 뮤직 라이브러리 조성·운영 사업이 제시됨. 이들 사업은 장소 기반 음악콘텐츠 발굴 및 제작과 음악향유·소비 기반을 조성한다는 면에서 관광산업과 연계될 가능성이 크므로 인천시와 협업을 통해 확대 운영이 필요함
  - 이미 부평구문화재단은 1950~60년대 부평 에스컴 시티 주변의 음악클럽을 배경으로 한 창작뮤지컬 <당신의 아름다운 시절>을 제작하여 2014년에 초연한 이후, 수년간 호평을 받으며 전국 순회공연을 한 바 있음(정창교, 2017.12.23). 이는 과거의 음악자원을 발굴하여 새로운 음악콘텐츠로 리메이크할 뿐만 아니라 음악극으로 재·창작하고 전국 순회공연을 통해 공연 수익을 창출한다는 점에서 OSMU적인 특징을 지니고 있으며, 음악도시로서 부평의 역사성을 대내외로 알린다는 점에서 도시브랜딩의 효과도 지님



- 또한, 캠프마켓 뮤직 라이브러리 조성·운영 사업은 캠프마켓 내 유희공간을 활용해 아카이브 자료 전시공간을 조성하고, 지역예술인들과 함께 음악스토리과 역사를 연계한 전시콘텐츠를 개발하며, 캠프마켓 일대와 내부를 연결한 음악역사 투어코스를 개발한다는 내용임. 이러한 사업은 추후 국립 한국대중음악자료원을 유치하기 위한 기반사업이 될 수 있으며, 문화콘텐츠를 활용해 스토리텔링화한 관광코스를 개발한다는 점에서도 장소성과 도시의 브랜드를 창조하는데 기여할 수 있음. 특히 2006년부터 개최된 ‘펜타포트 락 페스티벌’과 2009년부터 개최된 INK(Incheon K-POP) 콘서트의 포스터, 영상, 음원 및 뮤직비디오 등을 아카이브로 구축하고 록밴드 등을 활용해 스토리텔링을 한다면 인천시만의 특화 전시콘텐츠로 활용할 수 있을 것임

[그림 5-5] 의정부음악도서관 참고사례



출처: 의정부음악도서관 홈페이지(2022.5.23. 검색)

\* 의정부시는 2021년에 미군부대 등 지역적 특색을 반영해 블랙뮤직(재즈·블루스·합창·R&B 등)을 특화 콘텐츠로 한 음악도서관 건립

- 「부평 문화도시 종합발전계획(2021~2030)」에 제시된 ‘4-4. D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산’ 사업 중 ‘언더시티 커먼즈몰 실험 운영 및 조성’ 사업과 ‘캠프마켓 스트리트컬처 프로젝트 사업’도 콘텐츠를 활용한 상품 제작산업 및 관광산업과 연관성이 큰 것으로 보이므로 사업의 연계 확장 및 지속 운영이 필요해 보임
  - 언더시티 커먼즈몰은 현재 부평 지하상가의 빈 가게를 활용해 혁신마켓을 운영하고 창업공간 지원, 사업화 및 제품화를 지원하는 사업이나, 캠프마켓에도 다수의 유희공간이 있으므로 ‘캠프마켓 커먼즈몰’을 조성하여 문화콘텐츠를 활용한 상품제작 및 판매를 가능하게 한다면 인천만의 특색 있는 관광마켓이 될 수 있음
  - 캠프마켓 스트리트컬처 프로젝트도 거리예술 콘텐츠를 활용해 갤러리 조성, 마켓, 축제 운영 등을 추진하는 사업으로, 캠프마켓의 야외공간을 활용한 문화관광콘텐츠로도 활용도가 높으며, 문화시설과 프로그램이 부족한 부평 산업단지 근로자들과 주민들의 문화향유 기회를 확대하는 데도 기여할 수 있을 것으로 예상됨

### 3) 음악산업 네트워크화

#### ❖ (관내) 음악산업 산·학·연·관 네트워크 구축

- 콘텐츠산업은 인력형 산업이므로 인력의 유치를 위해서 교육기관과의 네트워킹이 필요함(변미영 외, 2011). 다만 인천에는 음악산업 관련 교육기관이 많지 않아 다양한 산학협력사업을 추진하기에 어려움이 있을 것으로 예상됨. 그러나 개소를 앞둔 인천음악창작소 및 인천테크노파크와의 협력을 통해 역량 강화 및 활동 기회를 제공하여 음악산업 전문인력을 지속적으로 육성할 필요가 있음
  - 인천재능대학교의 실용음악과 및 인천예술고등학교·인천대중예술고등학교와 협력하여 이들이 음악창작소를 기반으로 음악콘텐츠 개발·교육·교류에 참여할 수 있도록 시설 제공과 프로그램 지원이 요구되며, 향후 음악산업 인프라와 기업체의 집적이 이루어지면 사업체 인턴십과 프로젝트 수행 등 산학연계를 확대해나갈 필요가 있음
  - 음악창작소에서 정기적인 음악산업 포럼을 개최하여 관내·외 학교, 연구기관, 기업, 관계기관이 함께 음악산업 육성을 위한 방안을 지속적으로 논의해나갈 필요가 있음
- 「제2차 인천광역시 문화진흥시행계획(2020~2024)」에는 ‘인천 콘텐츠산업 지원기반 구축’ 사업이 포함되어 있으며, 세부내용으로 인천문화산업 산·학·연·관 네트워크(인천 콘텐츠산업 발전협의체) 구축사업이 있음(2장 참고). 인천음악창작소가 개소하면 협의체에 음악창작소 관계자가 참여하여 음악산업 활성화 방안을 함께 모색할 필요가 있음
  - 현재 인천테크노파크 문화산업지원센터 주관으로 2020년에 ‘인천콘텐츠산업 발전협의체’(이하 ‘협의체’)가 구성되어 운영 중임. 협의체에는 산·학·연·관 관계자 총 20명이 위촉되어 활동 중임(인천테크노파크 내부자료)
  - 기존 협의체에 음악창작소 관계자와 음악산업 관계자가 참여하도록 하여 타 콘텐츠산업 분야와 함께 실질적인 음악산업 육성 및 음악산업지구 조성 방안을 모색해야 함
- 인천시는 2022년 8월부터 3년간 민간위탁 방식으로 음악창작소를 운영할 예정임. 음악창작소는 지역 음악산업의 육성을 위한 기관이므로 콘텐츠산업진흥기관에서 운영하는 것이 산업간 연계 및 음악창작소의 역할 확장을 위해 필요할 수 있으므로, 현재 위탁운영을 하게 된 민간단체의 운영 성과를 바탕으로 향후 위탁운영에 대한 재논의가 필요함
  - 현재까지 음악창작소가 조성되어 운영 중인 전국 14개 광역지자체 중 운영을 민간에 위탁한 경우는 없음. ‘울산음악창작소 음악누리’의 경우 울산광역시 중구가 직접

운영하고 있고, '대구음악창작소'는 대구광역시 남구가 대구음악창작소 운영위원회를 조직하여 운영하고 있으며, 그 외의 경우에는 모두 지역문화재단과 문화산업진흥원(문화콘텐츠산업진흥원, 정보문화진흥원, 콘텐츠진흥원)이 담당하고 있음(4장 참고)

- 중앙정부 차원에서도 문체부 산하 한국콘텐츠진흥원이 '음악창작소 프로그램 운영지원 사업'을 주관하므로, 정부기관과의 원활한 협력을 위해서라도 인천시와 인천테크노파크 문화산업진흥센터와의 협력을 통해 운영기관을 지정하는 것이 타당할 것으로 보임
- 다만, 현재 인천테크노파크 문화산업진흥센터는 문화기술(CT) 분야에 집중하고 있고, 음악콘텐츠 분야에 대한 제작 지원이나 전문성은 거의 없는 것으로 보임. 음악산업 활성화를 위해서는 산업 특성상 시장에서 활동 중인 민간 전문가와 함께 민·관 거버넌스 체제로 운영하는 것이 효율적이라는 의견이 있음. 또한 공공기관의 소극적 운영(운영시간 9:00~18:00)으로 시설운영 상 한계가 있을 수 있다는 의견이 있으므로, 민간위탁기관의 3년간 운영 성과를 바탕으로 운영방식에 대한 재논의가 요구됨

○ 인천의 음악산업 기반은 미흡한 편이나 음악산업의 기본 인력이라고 할 수 있는 음악예술인은 전체 예술인 중 가장 많음. 특히 캠프마켓이 위치한 부평구에 거주하는 비중(약 19.4%)이 지역 내 가장 높고, 음악예술인의 80% 이상이 20~40대 젊은 음악예술인이므로, 음악예술인을 음악산업인력으로 육성하여 자생력을 갖도록 하기 위해 콘텐츠지원기관과 인천시·부평구·지역문화재단 간 연계·협력이 필요함

- 현재 '음악도시 인천' 사업은 인천시 문화예술과 음악도시팀이 담당하고 있고, '부평문화도시 조성사업'은 부평구문화재단 문화도시센터가 담당하고 있으나, 상호교류나 협력은 전무한 상황이며, 인천시 전역의 예술인을 지원하는 인천문화재단과도 연계점이 뚜렷하지 않음
- 인천시와 부평구, 인천문화재단과 부평구문화재단, 콘텐츠산업지원기관 간 협력을 통해 인천지역 음악예술인이 음악산업인력으로 활동할 수 있도록 지원사업의 발굴·운영이 요구됨
  - 인천시는 음악산업지구 조성을 위한 근거 조례 제정, 관련 계획 수립, 추진 예산 확보, 음악창작소 운영, 협의체 구성 및 운영 등을 담당할 필요가 있음
  - 부평구와 부평구문화재단은 캠프마켓 내 다양한 음악행사를 추진하며, '부평문화도시 조성사업'과 연계 가능한 사업영역을 발굴하여 운영함
  - 인천문화재단은 음악콘텐츠 제작 지원사업 등을 통해 지역 내 음악산업인력이 활동할 수 있는 기회를 제공함
  - 콘텐츠산업지원기관은 음악콘텐츠산업 기업을 발굴·육성·유치·지원하는 역할을 담당함



## ❖ (국내) 타 음악도시와 차별화 및 협력 추진

- 서울과 근접한 거리에 있는 부평과 인천지역에서 인천만의 차별화된 음악도시 브랜드화를 어떻게 창출해 낼 것인가, 그리고 동시에 지역주민들과 타 지역 사람들의 호응도를 어떻게 높일 수 있을 것인가가 중요한 이슈가 될 수 있음
  - 경기도와 경기콘텐츠진흥원은 2016년부터 경기도 콘텐츠산업의 확장을 위해 음악사업을 시작했으며, 음악산업 중에서도 ‘인디음악’을 집중적으로 육성해오고 있음
  - 인접한 도시와의 협력 가능성과 역할 분담을 논의하는 것도 필요할 것으로 보임. 기존의 음악집적지 혹은 서울과 대응하기 위해서 음악 중에서도 특정 장르에 초점을 맞추어 육성하는 방법도 차별화를 위해 고려할 만한 전략이 될 수 있음
  - 향후 서울과 경기지역의 상대적으로 부족한 자원을 조사하여 캠프마켓 음악산업지구 구성과 연계·육성하는 것이 필요함

[표 5-6] 경기도형 음악산업 육성 사업

구분	사업	내용
뮤지션 발굴 및 육성 사업	인디스팡스 (Indistance)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인디신의 성장을 위해 기획된 오디션 프로그램</li> <li>• 신인 뮤지션을 발굴하여 약 4개월간 공연·음원 제작·마케팅 등 총체적 지원을 제공하는 사업</li> </ul>
	아무공연	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나19 확산에 따른 음악생태계 위기를 극복하고 경기도 내 뮤지션들의 음악 활동을 지원하는 온라인 릴레이 공연사업</li> </ul>
연구 및 교육 사업	경기뮤직콘퍼런스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경기도 음악산업 육성 정책을 전파하고 국내 뮤지션의 글로벌 진출 기회를 모색하기 위한 콘퍼런스 사업</li> </ul>
	경기뮤직아카데미	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악에 관심 있는 모든 도민을 위해 온라인으로 무료 음악교육 프로그램을 제공하는 사업</li> </ul>
산업화 지원사업	경기뮤직플랫폼(GMP)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 뮤지션, 음악기업, 도시민을 위한 음악시설(클러스터) 조성 사업</li> </ul>
제작/유통/마케팅 및 문화향유/지역경제 활성화 지원사업	인디31 (군포, 과천)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기초자치체의 대표 축제와 연계하여 인디스팡스가 육성한 뮤지션들에게 공연 기회를 지원하는 사업</li> </ul>
	지역공연 활성화 (부천, 군포)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경기도 지역축제와 연계한 페스티벌을 개최하여 도민에게는 음악 공연을, 인디뮤지션에게는 공연 무대를 제공하는 사업</li> </ul>
	청춘싸운드	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 뮤지션들의 토크와 공연 중심 보이는 라디오 제작 사업</li> </ul>
	멈추지마 경기인디뮤직페스티벌	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악인들에게는 세대, 장르, 인지도를 넘나드는 무대를, 도민에게는 다양한 음악과 함께 즐거운 경험을 제공하는 뮤직 페스티벌</li> </ul>
	판타스틱뮤직페스티벌 (부천)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부천국제판타스틱뮤직페스티벌과 연계 운영하는 인디뮤지션 공연 중심의 도심형 페스티벌</li> </ul>
	음악유랑	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경기도 내 주요 관광지와 연계하여 뮤지션들에게 공연, 영상 제작 및 마케팅을 지원해주는 사업</li> </ul>

출처: 경기콘텐츠진흥원 홈페이지(2022.5.30. 검색); 경기도콘텐츠진흥원(2021.11.5.)

- 전문가 자문의견을 종합한 결과, 음악도시 인천의 차별화 전략으로 K-Pop<sup>16)</sup> 이외에 ‘인천의 대중음악(록, 힙합, 포크, 재즈, 블루스 등) 육성’ 및 ‘음악산업의 디지털화에 따른 디지털음악·전자음악 집중지원’ 등이 제시되어 후속 논의가 필요함(부록 3 참고)
  - 인천의 음악도시로서 역사성과 여건을 고려하면, 록, 힙합, 포크, 재즈, 블루스 등의 장르가 적절할 수 있음. 인천은 1950~60년대에 부평 미군클럽을 중심으로 포크, 재즈, 블루스 등이 유입되어 성장했으며, 1980~90년대에는 동인천지역을 중심으로 록밴드가 모여 헤비메탈 신이 형성된 바 있음. 현재에도 인천밴드연합에 소속된 82개 밴드의 대부분이 록/블루스 장르 밴드이며, 일부 재즈밴드와 힙합밴드가 활동 중인 것으로 나타남(인천광역시, 2020.12.)
  - 한편, 음악시장의 디지털 전환에 대응하기 위해서는 디지털음악, 전자음악 분야를 집중적으로 지원할 필요가 있음. 현재 디제잉, EDM(Electronic Dance Music)뿐만 아니라 모든 곡 작업과 트롯, 클래식까지 디지털로 전환이 되고 있고, 콘텐츠산업(게임, 애니, 만화, 영화, 드라마, 광고 등) 분야 전반에 디지털음악이 주를 이루고 있음. 음악 유통체계도 MP3 형식의 실시간 스트리밍 및 시청각 유튜브 체계로 전환됨에 따라 유통구조와 제작방식이 과거와 완전히 달라진 상황임. 각종 미디어 매체 특수음악, 드라마, 광고, 영화에 들어가는 BGM 등 음악시장의 수요와 타 콘텐츠산업과의 융합 및 동반성장 가능성을 고려하면 디지털음악과 전자음악 분야의 육성이 필요함
- 신기술과 신규 플랫폼을 통해 음악 제작환경이 다변화하고, 유튜브·인스타그램 등 소셜네트워크 서비스 기반 플랫폼의 발달로 인해 뮤지션의 데뷔 및 활동 경로가 기존의 획일적인 오디션 체제에서 개인 체제로 변화하고 있으며, 생산-유통-소비단계 까지 모바일 콘텐츠를 통해서 이루어지고 있음. 이러한 음악산업의 환경변화는 음악도시 인천의 차별화 및 타 도시와의 협력을 위해 고려해야 할 중요한 요인임.
  - 인천시가 4차 산업시대에 맞게 콘텐츠산업 특수분류(음악산업) 중 온라인 음악 유통업, 음악공연업을 집중적으로 육성하여 음악 유튜버들의 작업환경(음악작업, 촬영, 영상 편집)을 조성 및 지원하고, 최신 기술과 결합한 음악공연 등을 개최한다면 타 도시와 차별화할 수 있으며 산업영역의 역할 분담도 가능할 것으로 예상됨

16) 실제 음악산업의 주류 분야는 K-Pop이지만, 캠프마켓 음악산업지구에서 K-Pop을 중점 육성대상으로 삼기에는 현실적으로 어려울 것으로 예상됨. 이미 서울시에 K-Pop 중심의 대규모 기획사인 SM(성동구), JYP(강동구), YG(마포구), 하이브(용산구) 등이 있어(이혜운, 2021.5.14.), 대규모 기획사가 부평지역으로 이전해오지 않는 한 K-Pop으로 차별화하기는 어려워 보임

## ❖ (해외) 유네스코 창의도시 네트워크 가입 추진

- 인천은 부평 애스컴 시티를 통해 팝, 로큰롤, 재즈 등 다양한 장르의 대중음악이 유입된 곳으로서 대중음악인들의 주요 활동무대가 된 역사적 도시임. 펜타포트 락 페스티벌, INK(Incheon K-POP Concert) 등 글로벌 음악축제를 꾸준히 개최해오고 있어 음악도시로서 성장잠재력이 크나 대내외적으로 음악도시 브랜드가 확산되지 못하고 있음(인천광역시, 2020.12.)
- 장기적으로 캠프마켓 음악산업지구를 조성하고 이를 기반으로 '유네스코 창의도시 네트워크(UCCN: UNESCO Creative Cities Network)'<sup>17)</sup>에 가입하여 국내외 네트워킹 활동을 강화해나가며 음악도시로서 도시브랜드를 제고할 필요가 있음
  - 부산시는 해운대구 센텀시티에 위치한 센텀문화산업진흥지구를 중심으로 영화 영상 클러스터를 확대 조성하기 위한 방안을 모색 중이며(윤지영 외, 2011), 유네스코 영화창의도시 브랜드를 강화하기 위해 인프라(월드시네마 랜드마크) 확충, 영화축제 활성화, 영화도시 다양성 확대 및 국내외 네트워킹을 강화할 계획임(3장 참고)
  - 국내에 유네스코 창의도시 네트워크에 가입한 도시는 2022년 현재 총 9개이며, 이중 '음악' 분야로 가입한 도시는 통영시(2015년 가입)와 대구시(2017년 가입)가 있음. 클래식 음악 중심인 통영시 외에 대구시는 대구국제오페라축제(DIOF), 대구국제뮤지컬페스티벌(DIMF) 등 글로벌 음악축제를 10년 이상 개최하고, 전통음악, 오케스트라, 재즈, 포크, 힙합 등 음악 장르가 골고루 발달한 도시라는 점과 음악인재 육성을 위한 창작공간, 교육기관 등 인프라를 바탕으로 음악창의산업을 육성한다는 점에서 호평을 받음(유네스코 홈페이지, 2022.5.19.; 이재혁, 2017.11.1.)
  - 유네스코 창의도시 네트워크에 가입하기 위해서는 지역의 발전전략과 계획에 창의산업과 문화를 통합하고 문화 분야 창작자와 전문가를 위한 기회 확대 및 창의성과 혁신의 허브를 개발해야 하며, 세부적인 창의도시 네트워크 목표는 아래 표와 같음

17) 유네스코 창의도시란 “문화적 도시환경과 문화·예술·지식정보산업 충분한 기반을 갖추고, 도시 내 다양한 네트워크를 통해 상당한 성장을 추구하는 도시”로서, “지역 고유의 문화와 자랑거리, 애착이 있는 부가가치가 높은 산업을 촉진하여 그것이 새로운 문화에 자극과 투자를 초래하고, 창조적 문화활동과 혁신적 산업활동과의 연결을 통해 지역을 건강하게 하는 도시”를 말함. 유네스코는 2004년부터 공예 및 민속예술, 문학, 영화, 음악, 디자인, 미디어 예술, 음식 총 7개 분야에서 창의성으로 인류문화 발전에 기여하는 도시를 선정해 창의도시 네트워크를 구성하고 도시 간 교류·협력을 지원하고 있으며, 2020년 기준 84개국 346개 도시가 네트워크에 참여하고 있음(유네스코 홈페이지, 2022.5.19. 검색)

[표 5-7] 유네스코 창의도시 네트워크의 6대 목표

구분	내용
1	• 지속가능한 도시발전의 전략적 요소로 문화예술을 통한 창의성을 발휘하여 도시 간 국제 협력 강화
2	• 시민사회와 공공 및 민간부문의 파트너십을 통해 도시개발 요소를 창의적으로 만들기 위한 활동 강화
3	• 네트워크 활동을 통하여 상품과 서비스 문화 활동의 창조, 개발, 전파와 나눔 강화
4	• 문화 분야의 창작자와 전문가를 위한 기회 확대 및 창의성과 혁신의 허브 개발
5	• 소외된 취약집단과 개인의 문화생활뿐만 아니라 문화상품 및 서비스 향유를 위한 접근성 향상
6	• 지역의 발전전략과 계획에 창의산업과 문화를 통합

출처: 유네스코 홈페이지(2022.5.19. 검색)

[그림 5-6] 유네스코 창의도시 네트워크 분포도



출처: 유네스코 홈페이지(2022.5.19. 검색)

- 캠프마켓에 음악산업지구를 조성하여 창의적인 인재와 기업이 집적하도록 하고, 인천시와 부평구의 중장기 계획인 「음악도시 인천, 마스터플랜」과 부평구의 「부평 문화도시 조성 계획」을 연계 추진하며, 대내외 도시와의 연계·협력을 강화해나간다면 인천시도 유네스코 창의도시 네트워크에 가입할 수 있을 것으로 예상됨
- 유네스코 창의도시 네트워크 가입신청 절차는 ①도시 내 및 지역적·국제적 이해관계자 확정 → ②창의도시 가입신청 준비위원회 설립 → ③관련 배경 연구 실시 → ④기존 창의도시의 자문 요청 → ⑤창의자산 및 프로그램 평가 준비 → ⑥관련 특징 정의 → ⑦창의도시 네트워크에 대한 해당도시의 기여방안 고안 → ⑧시장의 공식 승인 → ⑨국내 전문기관 공식 승인 → ⑩유네스코국가위원회 공식 승인 → ⑪타 창의도시 공식 승인 → ⑫가입신청서 제출 순임(UNESCO, 2013.11.22.)

## 4. 정책제언

### 1) 캠프마켓 음악산업지구 조성 계획 수립

- 음악콘텐츠산업을 중점업종으로 하는 문화산업진흥지구를 캠프마켓 일원에 새로 조성하는 것은 법적·행정적으로 가능하고, 도시의 신성장동력 발굴과 도시재생 측면에서도 시도할 만하지만, 사전에 면밀한 여건 분석과 기업들의 수요 조사, 타당성 검토를 바탕으로 한 장기적 계획이 수립되지 않으면 성과를 보기 어려울 수 있음
  - 인천시는 2008년에 미추홀구 도화동 일원에 문화산업진흥지구를 지정한 이후 2021년까지 14년간 지원사업을 추진했음에도 불구하고 지구 내 문화콘텐츠 기업들을 지속적으로 유치하지 못했고, 최근에는 오히려 기업 이탈률이 급증하면서 2022년부터 문화산업진흥지구 조성사업을 인천시 전역을 대상으로 하는 ‘인천형 핵심성장 콘텐츠 제작 지원사업’으로 개편하게 됨
  - 인천문화산업진흥지구 안팎의 기업들을 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 기업들의 문화산업진흥지구에 대한 인지도가 낮고 그에 따라 사업참여율도 저조하여 정책의 적극적인 홍보와 기업의 수요에 맞는 정책 개발 및 인센티브의 발굴 지원이 필요한 것으로 나타남
  - 또한, 기존 문화산업진흥지구 내 기업들은 부문별 전문인력의 확보를 가장 큰 어려움으로 지목했는데, 클러스터의 목적은 단순히 기업과 기관, 시설의 공간적 집적만을 유도하는 것이 아니라 클러스터 내 다양한 전문인력이 모이고 정보를 교류하며 사회적 자본을 쌓고 확대해나가기도록 하는 것이므로 인력 발굴·양성 및 확보, 혁신주체 간 네트워크 강화를 위한 장기 계획 마련도 요구됨
  - 현재 부평구 청천동에 위치한 인천콘텐츠기업지원센터에 33개 콘텐츠기업이 입주해있지만 음악콘텐츠 관련 기업은 없으므로, 관내 음악콘텐츠 관련 기업 실태와 지원 수요를 조사하고, 조사 결과를 바탕으로 음악콘텐츠 기업의 유치 방안을 마련할 필요가 있음
- 캠프마켓 음악산업지구의 조성 초기에는 인천시의 적극적인 개입이 불가피할 것으로 보이나, 지원에 따른 단기적 성과에 집착하기보다 장기적 관점에서 콘텐츠산업을 육성시킬 수 있는 전략 마련이 요구됨
  - 캠프마켓은 현재 반환이 완전히 이루어지지 않았고, 기 반환구역도 토양오염정화작업을 위해 일부만 제한적으로 개방하고 있음. 해당 부지에 소재한 콘텐츠산업 관련

인프라는 개소를 앞둔 음악창작소가 유일하고, 관내 음악 관련 학교의 부족으로 인력양성 및 산학협력이 활성화되기 어려운 조건이며, 분야별 음악산업 사업체도 부족하므로, 여건상 자연발생적인 클러스터의 형성은 어려운 상황임. 사실상 지자체가 주도하여 새로 기반을 조성하고, 적극적으로 인센티브를 발굴 및 제공하여 사업체를 유치해야 하며, 관내 대학 외 관외 대학과도 R&D 등 협력이 필요할 것으로 보임

- 본 연구에서는 캠프마켓 음악산업지구 조성을 위한 기본방향을 제시했으며, 실질적 추진을 위한 계획 수립 시에는 다음과 같은 세부 조사 및 연구가 이루어져야 함

[표 5-8] 캠프마켓 음악산업지구 조성 계획 세부 내용(안)

구분	내용
음악산업 여건 분석	• 내·외수 음악시장 여건 변화, 음악콘텐츠산업 성장 잠재력
기초조사 및 현황 분석	• 인천시 음악콘텐츠산업 현황 및 실태(사업체 현황, 사업체 분포, 경영 여건 등) • 인천시 음악콘텐츠산업 경쟁력 취약요소와 핵심요소 • 인천시 음악콘텐츠산업체 대상 수요조사(제작·유통·마케팅, 인력, 필요 인프라 등)
입지 여건 분석	• 캠프마켓 입지 여건(주변 교통, 상업기반, 정주여건, 지원기관 및 시설 분포 등)
국내외 유사사례	• 음악산업클러스터 관련 국내외 유사사례 및 인근 클러스터 조사·분석
진흥지구 기본구상	• 비전, 전략, 단계별 전략
진흥지구 사업계획	• 사업 기간, 위치 및 규모, 중점 유치업종 및 권장업종·시설 • 하드웨어·소프트웨어·휴먼웨어 추진전략 및 세부 추진방안 • 입지 및 시설 조성 타당성 평가 • 사업추진체계 및 연도별 소요예산, 국비 확보 방안

출처: 정병순(2009) 참고하여 연구자 재구성

- 캠프마켓 음악산업지구의 조성 계획을 수립하기에 앞서 먼저 인천시 문화예술과와 문화콘텐츠과, 캠프마켓과, 인천테크노파크 문화산업지원센터와 콘텐츠지원센터, 인천관광공사, 인천문화재단 및 부평구문화재단 등 관련 부서와 관계기관이 음악산업 지구의 조성 방향과 필요성, 조성 목적을 공유하고 협의해 나갈 필요가 있음
  - 캠프마켓 부지를 활용하여 음악콘텐츠산업 중심의 문화산업지구를 조성하고 타 분야 콘텐츠산업 및 관광산업 등과 연계하며 성장하도록 지원하기 위해서는 어느 한 부서나 기관의 계획과 사업만으로는 추진이 불가능하며 관련 부서 및 기초지자체, 유관기관과의 긴밀한 협력이 사전 계획 수립 과정에서부터 필수적으로 요구됨
  - 캠프마켓 음악산업 조성을 위한 계획 수립 단계에서부터 공공기관 간 협력 네트워크가 형성되도록 하고 유관 사업들을 공유하여 기존 사업의 확장, 신규사업의 발굴, 수요에 기반한 인프라 조성 등 실효성 있는 전략과 사업이 계획에 담기도록 해야 함

## 2) 캠프마켓 음악산업지구 단계적 추진

- 캠프마켓 부지의 활용 방안이 정해지지 않은 현 상황에서는 우선 인천음악창작소와 함께 음악콘텐츠의 제작과 음악인 지원을 확대하는 방식으로 음악산업의 지원영역을 확장해나가는 것이 필요하며, 캠프마켓 음악산업지구의 조성을 위해서는 단기-중기-장기 계획 및 로드맵을 마련해 단계적으로 추진할 필요가 있음
  - 자문회의 결과, 지역에서 음악창작과 향유를 누릴 수 있는 충분한 환경을 조성하는 것을 단기적 계획으로 삼고, 이후 중장기적으로 음악콘텐츠산업 육성과 산업지구 조성을 도모하는 것이 자연스러운 것으로 제안됨(부록 3 참고)
  - 앞서 2장에서 살펴보았듯이, 문화산업진흥지구의 신청을 위해서는 ①진흥지구 예정지역이나 그 인근 지역에 문화상품의 기획·제작·개발·생산·유통과 관련된 시설이 집적되어 있을 것, ②진흥지구 예정지역이나 그 인근 지역에 교통·통신·금융 등 문화산업의 육성을 위한 기반시설이 갖추어져 있을 것, ③진흥지구 예정지역이나 그 인근 지역에 문화산업과 관련된 교육기관·연구시설 등이 있을 것이라는 요건을 모두 충족해야 함. 따라서 이러한 요건을 갖추어나가는 것을 단기-중기 목표로 설정하고, 지구 지정 신청은 이러한 요건이 충족되었을 때 장기계획으로 추진할 필요가 있음
  - 또한, 캠프마켓 음악산업지구를 단계적으로 추진하기 위해서는 제도적 지원 기반을 마련할 필요가 있음. 경기도의 경우, 「경기도 음악산업 육성 및 진흥 조례」(2017.8.7.)를 제정하여, 음악산업 육성계획의 수립(제3조), 사업(제4조), 경기도 음악산업 진흥위원회 설치 등(제5조), 음악 클러스터(제10조), 협력체제 구축(제11조) 등을 규정함
- 인천시가 2022년 4월부터 약 2년간 추진할 계획인 「캠프마켓 기본계획(마스터플랜 수립)」<sup>18)</sup> 용역의 목표연도가 2030년까지이므로(인천광역시, 2022.3.), 마스터플랜과 연계하여 2030년까지 캠프마켓 내 인프라를 조성하는 것으로 기준을 설정한다면, 단기-중기-장기별로 아래와 같이 추진할 수 있을 것으로 예상됨
  - 단기(2022~2025년): 음악콘텐츠산업의 육성 및 진흥을 위한 조례를 제정하고, 이에 따라 인천시 내 미흡한 음악산업 환경을 조성하며, 지원영역을 확대하기 위한 소프트웨어

18) 「캠프마켓 기본계획(마스터플랜) 수립」 용역의 과업 내용에는 공간활용계획, 교통 및 기반시설 계획, 시설 운영 계획, 토지이용계획, 경관계획, 시설배치계획, 조경계획, 건축계획, 유치시설 선정 및 시설 규모 선정 등 인프라 조성 관련 제반사항과 세부계획이 포함되어 있으며, 특히 공공시설용지 활용방안으로 '문화공원과 연계하여 문화·예술 등 시너지 효과를 낼 수 있는 시설' 등을 포함함(인천광역시, 2022.3.)

어 사업을 추진함. 음악창작소의 운영을 활성화하고, 문화소비와 관광산업을 연계한 콘텐츠를 개발·운영하며, 음악대학원대학 설립을 위한 준비를 시작하고, 음악콘텐츠 산업 활성화를 위해 관내 산·학·연·관 네트워크를 구축함

- 중기(2026~2030년): 음악산업 기반 구축기로, 캠프마켓 마스터플랜 계획과 연계하여 캠프마켓 내 음악산업 기반시설을 조성하고, 음악소비·관광산업 연계 사업을 추진함. 청천동·산곡동 일원에 음악기업과 기관을 유치해 융합사업을 추진할 수 있도록 지원함
- 장기(2031년~): 캠프마켓 부지 내 집적된 기업, 기관, 시설, 학교 등을 기반으로 음악산업진흥지구 지정 신청을 하고, 관련 산업과 연계를 확대해나가며, 유네스코 창의도시 네트워크에 가입 신청을 준비함

[표 5-9] 캠프마켓 음악산업지구 단계적 추진안





### 3) 중앙정부 관련 정책사업 연계 추진

- 인천시의 음악산업 관련 정책사업이 미흡한 상황이므로, 초기 사업을 발굴하고 원활히 추진하기 위해서 중앙정부(한국콘텐츠진흥원)의 음악 분야 지원사업을 참고하여 연계 추진이 필요할 것으로 보임
  - 주로 대중음악 뮤지션과 기업 대상 직접 지원사업이 많으므로, 인천시는 관내 뮤지션과 기업들이 중앙정부의 지원을 받을 수 있도록 정보 제공, 뮤직테크 제작 지원 등 유사사업 지원 통한 역량 강화, 프로모션 및 비즈니스 지원 등을 추진할 필요 있음

[표 5-10] 2022년 한국콘텐츠진흥원 음악 분야 지원사업

(단위: 백만 원)

사업명	예산	지원대상	사업내용
온라인 실감형 케이팝 공연 제작 지원	10,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 대중음악 뮤지션</li> <li>• 중소 기획사 및 공연제작사</li> <li>• 레이블 50개 사 내외</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 온라인 실감공연 및 온라인공연 개최 지원</li> <li>• 영상콘텐츠 제작지원</li> <li>• 뮤지션 지원, 대관 공연 지원</li> </ul>
플랫폼 기반 대중음악 활성화 지원	2,500	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내에서 활동하는 대중음악 신인 뮤지션</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 앨범 발매, 정기공연 개최, 라이브 클럽 제작, 플랫폼 연계 홍보 지원 등</li> </ul>
ICT-음악 (뮤직테크) 제작 지원	3,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악과 ICT기술을 결합한 융·복합 프로젝트를 제작 혹은 서비스, 투자유치를 원하는 중소기업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악콘텐츠와 ICT 신기술 결합 프로젝트 상용화를 위한 개발 비용</li> <li>• 프로젝트 상용화 위한 홍보·마케팅 비용</li> <li>• 글로벌 진출을 위한 서버 임대비용 및 네트워크 수수료 등</li> </ul>
공간기획형 공연 개최 지원	900	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 대중음악 공연제작사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시리즈형 대면공연 개최 지원</li> <li>• 공연장소 및 공연장비 임차료(악기·음향·조명), 홍보비, 방역 비용 등 지원</li> </ul>
글로벌 뮤직네트워크 구축 지원	802	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 활동 중인 K-Pop 포함 대중음악 뮤지션 중 해외 진출 및 활동을 준비 중인 팀 또는 개인</li> <li>• 음원 발매 경력 있으며, 저작권을 보유한 곡으로 20분 이상 (K-Pop 아이돌 10분 이상) 공연 가능한 뮤지션</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서울국제뮤직페어(MU:CON) 참여                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 뮤지션 40개 팀 내외,</li> <li>뮤직테크 스타트업 5개 사 내외</li> </ul> </li> <li>- 쇼케이스: 뮤지션 10팀 내외 선발·지원</li> <li>- 비즈니스: 온·오프라인 비즈매칭 지원</li> <li>- 뮤직테크: IR피칭 및 글로벌마켓 참가지원</li> <li>- 콘퍼런스: 음악산업 강연·토론 등</li> </ul>
우수 대중음악 해외유통 지원	1,100	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 활동 중이거나 준비 중인 국내 뮤지션 및 기업</li> <li>• 전년도 서울국제뮤직페어(유콘) 쇼케이스 참가 뮤지션 및 기업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 우수 대중음악 뮤지션 해외 진출 지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해외 쇼케이스 참가 지원</li> </ul> </li> <li>- 프로모션 지원</li> <li>- 비즈니스 지원</li> </ul>
대중음악 공연 분야 인력 지원	22,800	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022년 대중음악공연 관련 활동을 계획하고 있는 개인 및 사업자</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 뮤지컬, 클래식, 오페라, 전통공연, 연극 등을 제외한 대중음악 분야에 한함                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- (개인) 월 180만 원×최대 6개월 지원</li> <li>- (사업자) 채용인력 1인당 월 180만 원×최대 5인×최대 6개월 인건비 지원</li> </ul> </li> </ul>

출처: 한국콘텐츠진흥원 홈페이지(2022.5.31. 검색)

- 문화산업진흥지구 조성은 장기 계획으로 추진해야 하므로, 그에 앞서 캠프마켓 부지 내 유희시설의 재생을 통한 기반시설 구축 시 도시재생 사업 등 중앙정부의 정책사업을 검토하여 연계하는 것이 국비 확보 및 사업 추진의 실효성 강화를 위해 필요할 것으로 보임
  - 국토교통부의 도시재생 관련 사업으로는 ‘도시재생사업’과 ‘도시재생 뉴딜사업’이 있음
  - 문체부의 관련 사업으로는 ‘산업단지·폐산업시설 문화재생 사업’과 ‘문화적 도시재생 사업’, ‘문화도시 지정 사업’ 등이 있음. 특히 문화도시 지정 사업의 신청 분야에 ‘문화산업 중심형’이 있고 음악과 대중문화예술이 세부 분야에 포함되며, 부평이 ‘음악’ 영역으로 지정이 되었으므로 연계 추진이 요구됨
- 또한, 최근 발표된 「윤석열정부 110대 국정과제」의 콘텐츠산업 관련 국정과제와 연계한 정책사업 추진도 고려할 필요가 있음(제20대 대통령직인수위원회, 2022.5.)
  - 110대 국정과제 중 ‘58. K-컬처의 초격차<sup>19)</sup> 산업화’ 과제가 음악콘텐츠산업 육성과 연관이 있을 것으로 보임. 해당 과제는 K-콘텐츠를 초격차 산업으로 육성하여 K-컬처의 글로벌 영향력을 확대하고, K-콘텐츠의 지속가능한 발전을 위한 공정하고 탄탄한 미디어·콘텐츠 산업생태계를 구축한다는 내용임
  - 세부적으로는 K-콘텐츠의 기반을 조성하고, 초격차 장르를 육성하며, 세계화를 지원하고, 신시장을 주도할 수 있도록 제작 지원 및 인력 양성 등의 투자를 확대할 계획임
  - 특히 음악콘텐츠와 관련해서는 인프라(거점 대중음악 전용 공연장) 구축, 창·제작(IP 활용 2차 저작물 제작 지원), 해외 진출(해외 마켓 참가, 네트워킹 및 비즈매칭 연계 등) 지원 등의 과제가 포함됨
  - 우수한 K-콘텐츠를 집중적으로 육성하여 영향력을 확대하겠다는 계획이므로, 향후 국정과제와 연계해 인프라 구축, 제작 지원, 네트워킹 등 정책사업을 발굴할 필요가 있음

주제어 ▶ 문화산업진흥지구, 콘텐츠산업, 음악도시, 음악산업, 음악창작소, 캠프마켓

19) 초격차(超隔差)란 다른 어떤 것과도 비교할 수 없을 만큼 격차를 크게 벌려 놓는 것을 뜻함(다음 한국어사전, 2022.5.31. 검색)

## 참고문헌

### ■ 단행본/연구보고서

- 구종상·이준호(2015). 부산의 영화와 영상 콘텐츠산업 발전을 위한 융합 플랫폼 전략 제안. 부산발전연구원.
- 권전오·백승아(2021). 부평 미군기지 캠프마켓 공원조성 방향 설정을 위한 현황 및 사례 연구. 인천연구원.
- 문화체육관광부(2011). 문화예술통계 중장기 발전실행방안 연구.
- 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2011). 2010 콘텐츠 산업백서.
- 변미영·이병민·고정민·손성원·양지훈·김유경(2011). 2011년 지역문화산업 클러스터 실태조사. 한국콘텐츠진흥원.
- 배수현·오동하(2015). 센텀 중심 글로벌 ICT밸리 조성. 부산발전연구원.
- 부평구문화재단(2017). 20세기 인천부평 대중음악. 서울: 태림스코어.
- 부평역사박물관(2015). 이주민의 마을 부평·신촌.
- 서봉만·현기순(2013). 인천문화산업진흥지구 활성화를 위한 정책 및 프로그램 발굴. 인천발전연구원.
- 윤지영·정문섭·우석봉·이정훈(2021). 부산 영화 영상 클러스터화를 위한 연계 협력 방안. 부산연구원.
- 이동연·유사원·이정화·윤진실·최준미(2020). 음악산업 비즈니스 전문인력 수요전망과 정책방안 연구. 한국콘텐츠진흥원.
- 인천문화재단(2021.12.). 2020 인천문화예술연감.
- 인천테크노파크(2020.9.a). 인천문화콘텐츠산업 마스터플랜 수립 연구.
- \_\_\_\_\_ (2020.9.b). 인천문화콘텐츠산업 현황조사.
- 정병순(2009). 문화산업진흥지구 조성계획 수립 연구. 서울시정개발연구원.
- 채지영·김규원·이성민·이규탁·민병현(2020.4.). 한국대중음악자료원 건립 타당성 연구. 한국문화관광연구원.
- 최영화·이선정(2019). 인천 음악도시 조성 방안. 인천연구원.
- \_\_\_\_\_ (2021). 캠프마켓 아카이브 구축 방향 연구. 인천연구원.
- 한국콘텐츠진흥원(2014). 2013 음악 산업백서.
- \_\_\_\_\_ (2015). 2014 음악 산업백서.
- \_\_\_\_\_ (2020). 2020 음악 산업백서.

하수민(2015). 부평역사박물관 학술총서: 민속분야 3부, 신촌의 클럽문화와 기지촌 민속. 부평역사 박물관.

한만송(2013). 캠프마켓. 봉구네책방.

## ■ 학술지/학위논문

권영길(2014). 지역 문화산업 클러스터 활성화를 위한 지속가능성의 모색. 한국엔터테인먼트산업학회논문지, 10(4), 25-40.

\_\_\_\_\_(2020). 지역문화산업의 활성화를 위한 정책 대안의 모색. 한국엔터테인먼트산업학회논문지, 14(7), 175-191.

이희환(2020). 부평미군기지의 반환, 이후의 과제. 황해문화, 323-330.

정미강(2010). 문화산업클러스터의 장소마케팅 전략 연구. 문화산업연구, 10(2), 27-47.

최영석·문승일(2014). 도시활성화를 위한 지역 브랜드 축제의 컬처노믹스 전략: 인천펜타포트 음악 축제 사례를 중심으로. 한국브랜드디자인학연구, 제12권 제1호. 205-214.

홍보영·김경민(2015). 음악산업의 공간적 분포 연구: 서울시 음악산업 가치사슬을 중심으로. 한국경제지리학회지, 제18권 제3호. 335~347.

## ■ 관련 법 및 조례

경기도 음악산업 육성 및 진흥 조례(경기도조례 제5670호). 2017.8.7. [제정]

고등교육법(법률 제17951호). 2021.3.23. [일부개정]

공연법(법률 제18758호). 2022.1.18. [일부개정]

대학설립·운영 규정(대통령령 제32352호). 2022.1.21. [타법개정]

문화산업진흥기본법(법률 제18767호). 2022.1.18. [일부개정]

벤처기업육성에 관한 특별조치법(법률 제18358호). 2022.1.28. [타법개정]

수도권정비계획법(법률 제16810호). 2019.12.10. [일부개정]

인천광역시 문화콘텐츠산업 진흥 조례(인천광역시조례 제6844호). 2022.4.21. [일부개정]

인천음악창작소 관리 및 운영 조례(인천광역시조례 제6719호). 2021.11.8. [제정]

음악산업진흥에 관한 법률(법률 제17717호). 2020.12.22. [일부개정]

## ■ 행정자료

UNESCO(2013.11.22.). *Creative Cities Network APPLICANT'S HANDBOOK*.

경기콘텐츠진흥원(2021.11.5.). 경기뮤직 스토리.

경인여자대학교(2020). 수시·정시 신입생 모집요강.

관계부처 합동(2018.12.13.). 콘텐츠산업 경쟁력 강화 핵심전략(2018~2022).

문화체육관광부(2009.10.5.). '09년도 문화산업진흥지구 지정 신청 안내.

\_\_\_\_\_ (2018.5.16.). 문화비전2030.

\_\_\_\_\_ (2020.2.). 제2차 지역문화진흥 기본계획(2020~2024).

\_\_\_\_\_ (2021.11.29.). 2021 등록공연장 현황(2020년 기준).

\_\_\_\_\_ (2022.1.). 2020년 기준 콘텐츠산업조사.

부산광역시 문화체육국(2021.7.14.). 2021년 주요업무 추진상황.

인천관광공사(2022.4.14.). 인천 스토리텔링 공연관광 콘텐츠 개발 및 운영 공모. 인천관광공사  
공고 제2022-40호.

인천광역시(2020.6.). 제2차 인천광역시 문화진흥시행계획(2020~2024).

\_\_\_\_\_ (2020.12.). 음악도시, 인천 마스터플랜.

\_\_\_\_\_ (2021.5.). Welcome To 캠프마켓 부평 미래 10년 로드맵: 반환공여구역(부평미군기지)  
효율적 활용.

인천광역시(2022.3.). 캠프마켓 기본계획(마스터플랜) 수립 용역 과업내용서.

인천광역시·인천관광공사 경기일보(2021.11.24.). 2021 인천펜타포트 음악축제 평가보고회 발표자료.

인천광역시 문화예술과(2021). 인천음악창작소 조성 세부추진계획.

\_\_\_\_\_ (2021.12.31.). 인천음악창작소 조성사업 추진현황.

\_\_\_\_\_ (2022). 인천음악창작소 내부 시설계획.

\_\_\_\_\_ (2022.2.). 2022년 주요업무계획.

\_\_\_\_\_ (2022.5.). 인천음악창작소 운영 수탁기관 공모계획.

인천광역시 문화유산과(2021.12.1.). 인천형 근대문화유산 관리 TF 회의자료(2차).

인천광역시 문화콘텐츠과(2022.2.). 2022년 주요업무계획.

인천광역시 부대이전개발과(2020.3.). 부평미군부대 지구단위계획 수립(변경) 용역 과업내용서.

인천광역시 부평구(2021). 부평 문화도시 종합발전계획(2021~2030).

\_\_\_\_\_ (2021.12.30.). 부평 문화도시 조성계획(2021~2025).

\_\_\_\_\_ (2022.1.). 2021년 문화도시 사업 지역 뮤지션 및 기획자 지원사업 결과보고.  
부평구 내부자료.

인천테크노파크(2017.1.6.). 2017년도 사업계획 및 예산.

\_\_\_\_\_ (2020.1.21.). 2020년 법인 운영계획 및 예산현황.

\_\_\_\_\_ (2022.2.4.). 보조사업 실적보고서 2021년 문화산업진흥지구 조성사업.  
\_\_\_\_\_ (2022.2.25.). 2022년 인천형 핵심성장 콘텐츠 제작지원. 인천테크노파크 내부자료.  
제20대 대통령직인수위원회(2022.5.). 윤석열정부 110대 국정과제.

## ■ 보도자료/신문기사

김동성(2022.1.27.). 인천콘텐츠기업지원센터 입주기업, 문화콘텐츠산업 발전 공로상. 전자신문.  
<https://www.etnews.com/20220127000137>(검색일: 2022년 3월 21일)

부산광역시(2008.2.29.). 해운대구 센텀시티 일원, 문화산업진흥지구로 지정.

손봉석(2022.5.10.) ‘인천펜타포트 락페스티벌’ 송도 달빛축제공원서 8월 5일~7일 공연 확정. 스포츠경향. [https://sports.khan.co.kr/entertainment/sk\\_index.html?art\\_id=202205100121003&sec\\_id=540301](https://sports.khan.co.kr/entertainment/sk_index.html?art_id=202205100121003&sec_id=540301)(검색일: 2022년 5월 30일)

윤태현(2018.10.15.). 공연장 주변 신축 아파트 ‘속속’…‘소음 민원 어찌나’. 연합뉴스. <https://www.yna.co.kr/view/AKR20181012046200065?input=1179m>(검색일: 2022년 5월 30일)

이복수(2022.4.25.). [화요기획] GM 부평2공장 연내 폐쇄 결정... 인천 지역경제 요동. 중앙신문. <http://www.joongang.tv/news/articleView.html?idxno=53925>(검색일: 2022년 5월 17일)

이세규(2020.5.1.). 인천 콘텐츠기업 지원센터 개소. 시티저널뉴스. [http://cityjournal.co.kr/m/page/view.php?no=571&code=20140925141337\\_5787&d\\_code=20200427093647\\_0527&ds\\_code=](http://cityjournal.co.kr/m/page/view.php?no=571&code=20140925141337_5787&d_code=20200427093647_0527&ds_code=)(검색일: 2022년 5월 17일)

이순민(2021.2.11.). 캠프마켓 완전 반환 다가오는데...대중음악자료원 설립 담보. 인천일보. <http://www.incheonilbo.com/news/articleView.html?idxno=1094487>(검색일: 2022년 5월 12일)

이승훈(2020.4.9.). 1인 방송 브이튜버 등 ‘문화 콘텐츠 창작 꿈’ 키워 드립니다. 기호일보. <http://www.kihoilbo.co.kr/news/articleView.html?idxno=864262>(검색일: 2022년 3월 21일)

이연수(2020.4.14.). 부평구, 인천TP 문화산업지원센터 이전...문화사업 신성장 동력 확보. 인천뉴스. <http://www.incheonnews.com/news/articleView.html?idxno=122564>(검색일: 2022년 5월 17일)

이재혁(2017.11.1.). “대구는 유네스코 음악 창의도시”...창의도시네트워크 가입. 연합뉴스. <https://www.yna.co.kr/view/AKR20171101165900053>(검색일: 2022년 5월 19일)

이혜운(2021.5.14.). K팝의 심장, 굿바이 강남... 빅4 기획사 사옥 이전. 조선일보. <https://www.chosun.com/culture-life/2021/05/14/35DJEV34CVFHVM3FYZT7ACGXAA/>(검색일: 2022년 5월 30일)

인천광역시 재생정책과(2019.9.23.). “캠프마켓 씨(C)구역(오수정화조 부지)” 반환 합의: 부평11번가 도시재생 뉴딜사업 청신호. 보도자료.

인천광역시 부평구(2021.2.18). 부평구, 지속가능한 문화도시 구현 위한 종합발전계획 수립. 부평구 보도자료  
정창교(2017.12.23.). “방방곡곡 겨울지방투어” 목포문화예술회관에서 펼쳐진 부평문화재단 창작  
뮤지컬 ‘당신의 아름다운 시절’ 성황. 국민일보, [http://news.kmib.co.kr/article/view.a  
sp?arcid=0012002824&code=611411111&cp=du](http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0012002824&code=611411111&cp=du)(검색일: 2022년 5월 19일)

## ■ 전자문서자료/홈페이지

게임물관리위원회. <https://www.grac.or.kr/default.aspx>(검색일: 2022년 3월 17일)  
경기콘텐츠진흥원. [https://www.gcon.or.kr/board;jsessionid=F46618EA043BE2933B809  
E5404557B80?menuId=MENU02114&siteId=null](https://www.gcon.or.kr/board;jsessionid=F46618EA043BE2933B809E5404557B80?menuId=MENU02114&siteId=null)(검색일: 2022년 5월 30일)  
대학알리미. 대학/전문대학. 예체능계열-음악-실용음악 졸업생 현황. [https://www.academyinf  
o.go.kr/index.do#dialogDisclosureCategory](https://www.academyinfo.go.kr/index.do#dialogDisclosureCategory)(검색일: 2022년 5월 18일)  
디지털미추홀구문화대전. 인천문화산업진흥지구. [http://michuhol.grandculture.net/michuhol  
/toc/GC04700696](http://michuhol.grandculture.net/michuhol/toc/GC04700696)(검색일: 2022년 2월 4일)  
서울마포음악창작소. <https://mapoindie.or.kr/index.asp>(검색일: 2022년 5월 16일)  
부산문화콘텐츠콤플렉스. <http://busanit.or.kr/bcc/index.asp>(검색일: 2022년 3월 7일)  
부산 산업단지 지원시스템. 산단별 입주기업 정보. [http://bici.bepa.kr/index.php/Movein/stat  
us](http://bici.bepa.kr/index.php/Movein/status)(검색일: 2022년 3월 3일)  
부산시청자미디어센터. <https://kcmf.or.kr/comc/busan/>(검색일: 2022년 3월 17일)  
부산영상산업센터. <http://www.bvic.kr/>(검색일: 2022년 3월 4일)  
부산영상위원회. <http://www.bfc.or.kr/>(검색일: 2022년 3월 17일)  
부산영화의전당. <https://www.dureraum.org/bcc/main/main.do?rbsIdx=1>(검색일: 2022년 3월 17일)  
부평구문화재단. 디지털 뮤직랩. <https://www.bpcf.or.kr/facility/dlab/facilities.asp>(검색일: 2  
022년 3월 2일)  
세종음악창작소 누리락. <https://www.nurirock.or.kr>(검색일: 2022년 3월 2일)  
에듀윌 시사상식. 원소스 멀티유즈. [https://100.daum.net/encyclopedia/view/201XXX1912  
082](https://100.daum.net/encyclopedia/view/201XXX1912082)(검색일: 2022년 5월 17일)  
영상물등급위원회. <https://www.kmrb.or.kr/kor/Main.do>(검색일: 2022년 3월 17일)  
영화진흥위원회. <https://www.kofic.or.kr/kofic/business/main/main.do>(검색일: 2022년 3월 17일)  
예술경영지원센터. 전문예술법인·단체 리스트. [https://www.gokams.or.kr:442/artsdb/02\\_appoint  
/search\\_list.asp?DB\\_1\\_AP1idx=05&DB\\_1\\_AP2idx=&DB\\_1\\_AT1idx=&DB\\_1\\_GR1idx=3  
&DB\\_1\\_ES2idx=&RP\\_1\\_idx=&BA\\_2\\_Ktitle=&DB\\_1\\_CH1idx=](https://www.gokams.or.kr:442/artsdb/02_appoint/search_list.asp?DB_1_AP1idx=05&DB_1_AP2idx=&DB_1_AT1idx=&DB_1_GR1idx=3&DB_1_ES2idx=&RP_1_idx=&BA_2_Ktitle=&DB_1_CH1idx=)(검색일: 2022년 3월 2일)

울산음악창작소 음악누리. [https://www.junggu.ulsan.kr/tour/index.ulsan?menuCd=DOM\\_000000117000000000](https://www.junggu.ulsan.kr/tour/index.ulsan?menuCd=DOM_000000117000000000)(검색일: 2022년 3월 2일)

유네스코. 유네스코 창의도시. <http://www.unescobusan.org/unesco/contents/view.do?mid=40>(검색일: 2022년 5월 19일)

의정부음악도서관. <https://www.uilib.go.kr/music/index.do>(검색일: 2022년 5월 23일)

이동연(2020.6.). 포스트 코로나 시대, 예술은 무엇으로 사는가?, 열린정책, 6. URL: <http://pcpp.go.kr/images/webzine/202006/s13.html>

인천대중예술고등학교. 2022년도 입학전형 요강. <http://ipa.icehs.kr/sub/info.do?m=0201&s=iwb>(검색일: 2022년 5월 16일)

인천은소통e가득. <https://www.incheon.go.kr/cool/COOL010201/view?petitSn=2044043&curPage=1>(검색일: 2022년 5월 12일)

인천예술고등학교. 학생 현황(2021.3.2. 현재) <http://inart.icehs.kr/sub/info.do?m=0104&s=inart>(검색일: 2022년 5월 16일)

인천재능대학교. [www.jeiu.ac.kr](http://www.jeiu.ac.kr)(검색일: 2022년 5월 16일)

인천콘텐츠기업지원센터. <https://www.incc.or.kr/user/index.php>(검색일: 2022년 3월 21일)

인천테크노파크. <https://itp.or.kr/index.asp>(검색일: 2022년 2월 16일)

인천펜타포트 음악축제. <https://pentaport.co.kr>(검색일: 2022년 5월 30일)

정성하 유튜브. <https://www.youtube.com/c/sunghajung/featured>(검색일: 2022년 5월 26일)

제이플라뮤직 유튜브. [https://www.youtube.com/channel/UCIkRzsdvg7\\_RKVhwDwiDZOA](https://www.youtube.com/channel/UCIkRzsdvg7_RKVhwDwiDZOA)(검색일: 2022년 5월 26일)

제주음악창작소 제뮤. <https://jemu.kr/>(검색일: 2022년 3월 2일)

통계청 통계분류포털. 콘텐츠산업 및 한국표준산업분류 연계표(KSIC 10차). [https://kssc.kostat.go.kr:8443/ksscNew\\_web/kssc/ccc/forwardPage.do?gubun=001\\_1#](https://kssc.kostat.go.kr:8443/ksscNew_web/kssc/ccc/forwardPage.do?gubun=001_1#)(검색일: 2022년 3월 7일)

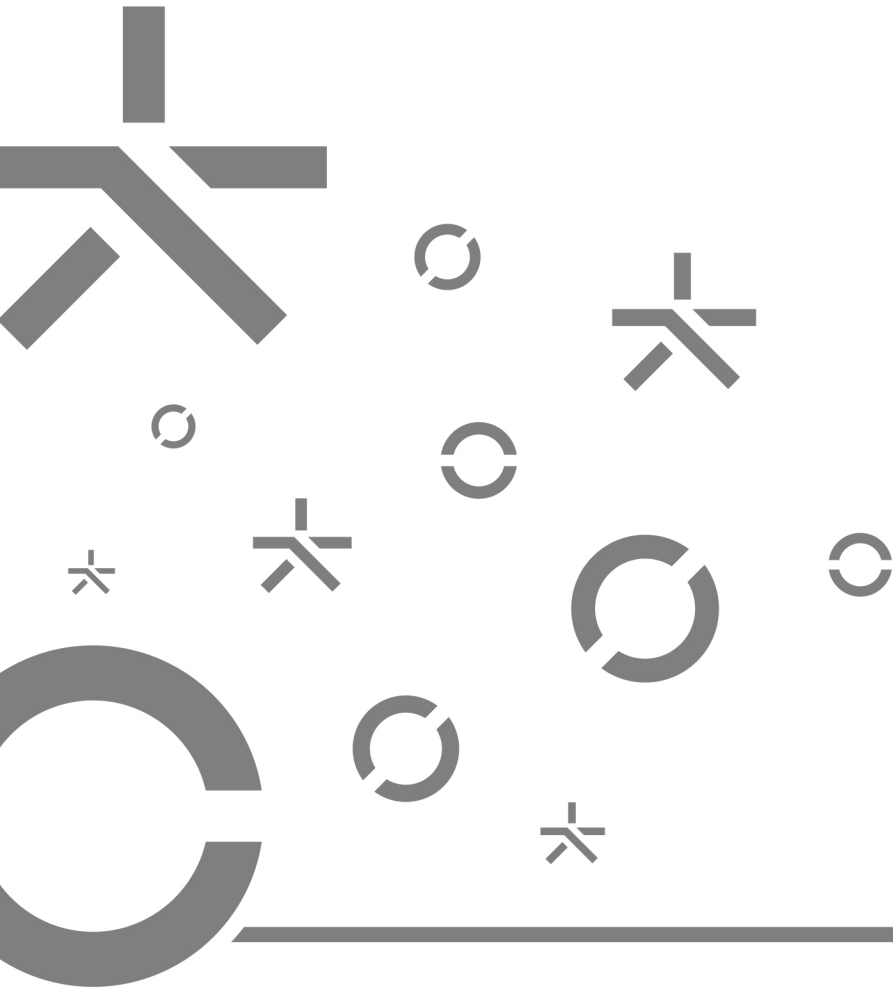
플랫폼창동61. [www.platform61.kr](http://www.platform61.kr)(검색일: 2022년 5월 17일)

한국콘텐츠진흥원. <https://www.kocca.kr/cop/main.do>(검색일: 2022년 2월 14일)

한국콘텐츠진흥원 상상발전소. <https://koreancontent.kr/3791>(검색일: 2022년 3월 2일)



# 부록





# 부록 1. 인천광역시 문화콘텐츠산업 진흥 조례

## 인천광역시 문화콘텐츠산업 진흥 조례

[시행 2022.4.21.] [인천광역시조례 제6844호, 2022.4.21., 일부개정]  
인천광역시

**제1조(목적)** 이 조례는「문화산업진흥 기본법」 및 「콘텐츠산업 진흥법」의 규정에 따라 인천광역시 문화콘텐츠산업의 육성 및 지원에 필요한 사항을 정하여 문화콘텐츠산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 시민의 문화적 삶의 질 향상과 지역경제 활성화에 이바지함을 목적으로 한다. <개정 2022.4.21.>

**제2조(정의)** 이 조례에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. <개정 2022.4.21.>

1. “문화콘텐츠산업”이라 함은 문화적 요소가 체화(體化)되어 경제적 부가 가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 말한다)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업을 말한다.
2. “콘텐츠”란 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보를 말한다.

**제3조(문화콘텐츠산업의 기본계획 수립 등)** ① 인천광역시장(이하 “시장”이라 한다)은 4년마다 문화콘텐츠산업의 진흥에 관한 기본계획을 수립·시행하여야 한다. <개정 2022.4.21.>

- ② 시장은 기본계획의 수립과 집행을 위하여 필요한 때에는 군수·구청장과 공공기관·연구소·법인·단체·대학·민간기업·개인 등에게 자문을 구하거나 필요한 협조를 요청할 수 있다.

**제4조(문화콘텐츠기업에 대한 지원)** 시장은 문화콘텐츠산업과 관련된 사업을 하는 자에게 예산의 범위 내에서 다음 각호의 사항을 지원할 수 있다. <개정 2022.4.21.>

1. 입주공간
2. 고용 및 교육훈련 보조금
3. 임대료
4. 첨단기술과 장비
5. 인력양성을 위한 교육·훈련
6. 국내·외 문화콘텐츠 전시회 참가 및 홍보
7. 그 밖에 시장이 문화콘텐츠산업 육성에 필요하다고 인정하는 사업

**제5조(제작 및 사업화 지원)** 시장은 문화콘텐츠산업의 경쟁력을 강화하고 고품질 문화콘텐츠상품의 생산활동을 촉진하기 위하여 창작자와 제작자에게 필요한 경비를 예산의 범위 내에서 지원할 수 있다.  
〈개정 2022.4.21.〉 [제목개정 2022.4.21.]

**제6조(창업의 지원 등)** 시장은 문화콘텐츠산업에 관한 창업을 촉진하고 창업자의 성장·발전을 위하여 창업자금의 융자 등 필요한 지원을 할 수 있다.

**제6조의2(투자조합 운영 지원)** ① 시장은 문화콘텐츠 기업 투자 활성화 및 기업 유치 촉진을 위하여 출연기관 등을 통하여 전문투자조합의 운영을 지원할 수 있다.

② 시장은 제1항에 따른 추진경과 및 결과를 기본계획에 포함할 수 있으며, 이를 통하여 제4조에 따른 사업을 지원할 수 있다. [본조신설 2022.4.21.]

**제7조(기업 등 유치)** 시장은 문화콘텐츠산업과 관련된 기업·연구기관·단체 등을 유치하기 위하여 타 시·도에 소재하는 기업 등이 인천광역시 내로 이전하는 경우에 제4조 각 호를 지원할 수 있다.

**제8조(외국인 투자유치의 촉진)** 문화콘텐츠산업에의 외국인 투자를 촉진하기 위한 지원은「인천광역시 외국인 투자유치 및 지원 조례」가 정하는 바에 따른다.

**제8조의2(국제교류 및 국외진출 지원 등)** ① 시장은 문화콘텐츠의 국제교류 및 국외시장 진출을 활성화 하기 위하여 다음 각호의 사업을 지원할 수 있다.

1. 문화콘텐츠 국외마케팅 사업
2. 문화콘텐츠 관련 국제행사 개최
3. 문화콘텐츠 관련 국제교류를 위한 사업
4. 그 밖에 시장이 문화콘텐츠 국외진출 및 국제교류 활성화에 필요하다고 인정하는 사업

② 시장은 제1항에 따른 사업을 추진하는 기관 또는 단체 등에 필요한 경비를 예산의 범위에서 지원할 수 있다. [본조신설 2022.4.21.]

**제9조(기술개발)** 시장은 문화콘텐츠산업과 관련된 기술개발을 촉진하기 위한 시책을 수립·시행하고 콘텐츠 기술개발을 위하여 공모를 통해 선정된 연구과제에 대하여 예산의 범위 내에서 지원을 할 수 있다.

**제10조(전문인력의 양성)** 시장은 문화콘텐츠 창작을 활성화하기 위하여 전문인력의 양성사업을 수행하는 연구소 등에 대하여 예산의 범위 내에서 지원을 할 수 있다.

**제11조(문화산업단지 및 문화산업진흥지구의 조성 등)** ① 시장은 「문화산업진흥 기본법」에 의거 지정한

문화산업단지 및 문화산업진흥지구 조성과 관련하여 필요한 경우 조성계획을 시행하는 자와 관할하는 군수·구청장이 추진하는 조성사업에 소요되는 경비를 지원할 수 있다.

- ② 시장은 문화콘텐츠산업의 진흥을 위하여「문화산업진흥 기본법」에 의하여 문화산업진흥시설을 집중적으로 조성하거나 입주하게 할 수 있으며, 기존의 건축물을 문화산업진흥시설로 활용하게 하거나 그 건축물에 지원시설의 입주를 권장할 수 있다.
- ③ 시장은 민간인 등이 문화산업진흥시설을 쉽게 설치할 수 있도록 필요한 지원을 할 수 있다.

**제12조(문화콘텐츠산업지원센터 설치)** 시장은 문화콘텐츠산업을 효율적으로 관리하기 위하여 인천광역시 문화콘텐츠산업지원센터를 설치할 수 있다.

**제13조(문화콘텐츠산업진흥위원회 설치 및 기능)** ① 시장은 문화콘텐츠산업의 진흥에 관한 중요시책 등을 심의·자문하기 위하여 인천광역시 문화콘텐츠산업진흥위원회(이하 “위원회”라 한다)를 둔다. <개정 2022.4.21.>

- ② 위원회는 다음 각호의 사항에 대하여 심의·자문 기능을 수행한다. <개정 2022.4.21.>
  1. 제3조에 따른 문화콘텐츠산업 기본계획 수립 및 추진에 관한 사항
  2. 문화콘텐츠산업 정책의 개발에 관한 사항
  3. 문화산업단지 및 진흥지구 지정·해제에 관한 사항
  4. 문화콘텐츠산업 진흥에 관한 중요 사항
  5. 문화콘텐츠산업 진흥을 위한 민간업체 지원에 관한 사항
  6. 그 밖의 예산이 수반되는 사업 등 시장이 필요하다고 판단한 사항

**제14조(구성)** ① 위원회는 공동위원장 2명과 부위원장 1명을 포함하여 15명 이내의 위원으로 구성한다. <개정 2022.4.21.>

- ② 공동위원장은 행정부시장과 위촉직 위원 중 호선된 1명이 공동으로 하고, 부위원장은 위원 중에서 호선한다. <개정 2022.4.21.>
- ③ 위원회의 당연직 위원은 문화관광국장이 되며, 위촉직 위원은 다음 각호에 해당하는 자 중에서 시장이 위촉하는 자로 한다. <개정 2022.4.21.>
  1. 인천광역시의회 의원 1명
  2. 문화콘텐츠산업의 전문지식과 경험이 풍부한 자

**제15조(위원의 임기)** ① 당연직 위원의 임기는 재임기간으로 하고, 위촉직 위원의 임기는 2년으로 하되, 한 차례만 연임할 수 있다. <개정 2022.4.21.>

- ② 위촉직 위원의 사임 등으로 새로 위촉된 위원의 임기는 전임자의 잔여임기로 한다.

**제16조(공동위원장의 직무)** ② 부위원장은 공동위원장을 보조하고, 공동위원장이 사고가 있을 때에는 그 직무를 대행한다. <개정 2022.4.21.>

**제17조(회의 등)** ① 공동위원장은 위원회의 회의(화상회의를 포함한다)를 소집하고 그 의장이 된다. 다만, 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 서면으로 할 수 있다. <개정 2022.4.21.>

1. 안건의 내용이 경미한 경우
  2. 긴급한 사유로 위원이 출석하는 회의를 개최할 시간적 여유가 없을 경우
  3. 천재지변이나 그 밖의 부득이한 사유로 인하여 위원의 출석에 의한 의사정족수를 채우기 어려운 경우
- ② 정기회의는 연 1회 개최한다.  
③ 임시회의는 위원장이 필요하다고 인정하는 경우에 개최한다.  
④ 위원회의 회의는 재적위원 과반수의 출석으로 개의하고, 출석위원 과반수의 찬성으로 의결한다.

**제18조(위원의 위촉 해제)** 시장은 다음 각호의 사유가 발생한 때에는 임기만료 전이라도 위원을 위촉 해제할 수 있다.

1. 장기치료를 요하는 질병으로 위원의 직무를 수행하기 어려운 경우
2. 품위손상 등 위원의 직무를 수행하는데 부적합하다고 인정하는 경우

**제19조(간사와 서기)** ① 위원회에 간사 1인과 서기 1인을 두되, 간사는 문화산업업무 담당과장이 되며, 서기는 문화산업업무 담당사무관이 된다.

② 간사와 서기는 위원장의 명을 받아 위원회의 사무를 처리한다.

**제20조(관계기관에의 협조 요청)** 위원회는 필요하다고 인정할 때에는 관계기관·단체 등에게 자료 및 의견 제출 등 필요한 협조를 요청할 수 있다.

**제21조(수당 및 여비)** 위원회에 출석한 공무원이 아닌 위원에 대하여는 「인천광역시 위원회 수당 및 여비 지급 조례」가 정하는 바에 따라 수당·여비 등의 실비를 지급할 수 있다. [조례 제5598호 부칙 제2조에 의한 개정, 2015-12-28]

**제22조(사무의 위탁)** ① 시장은 문화콘텐츠산업의 육성을 위하여 필요한 경우 관리·운영에 관한 사무를 공공단체 또는 법인에 위탁할 수 있다.

② 시장은 제1항에 따라 사업을 위탁한 경우 수탁자에게 예산의 범위 내에서 시설의 운영과 사업수행에 필요한 경비를 보조할 수 있다.

**제23조(시행규칙)** 이 조례의 시행에 관하여 필요한 사항은 규칙으로 정한다.

부칙 <제6837호, 2022.4.21.>

이 조례는 공포한 날부터 시행한다.

## 부록 2. 인천문화콘텐츠산업 현황조사 주요 결과

[부록 표 1] 문화산업진흥지구 기준 기업 입지 현황

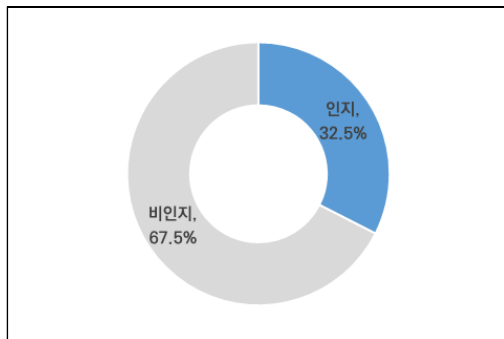
(n=80)

구분	빈도	비율(%)
진흥지구 내 위치	13	16.3
진흥지구 외 위치	67	83.8
합계	80	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.11 참고하여 연구자 재작성

[부록 그림 1] 인천문화산업진흥지구 정책 인지도

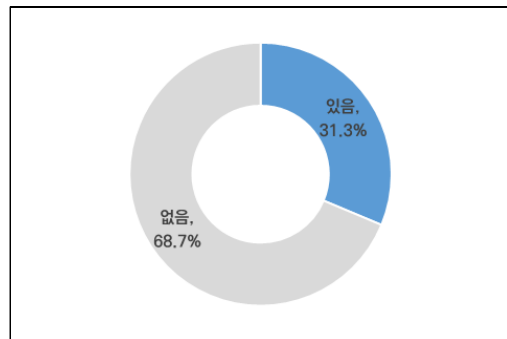
(n=80)



출처: 인천테크노파크(2020.9.b), 참고하여 연구자 재작성

[부록 그림 2] 인천문화산업진흥지구 사업 수혜 경험

(n=80)



출처: 인천테크노파크(2020.9.b), 참고하여 연구자 재작성

[부록 표 2] 인천문화산업진흥지구 조성사업 지원 만족도

(n=25)

구분	빈도	비율(%)
매우 높음	11	44.0
높음		
보통	2	8.0
낮음		
매우 낮음	4	16.0
무응답		
합계	25	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.25 참고하여 연구자 재작성

**[부록 표 3] 인천문화산업진흥지구 조성사업 불만족 이유**

(n=4)

구분	빈도	비율(%)
시너지 효과 부족	2	50.0
지원 및 혜택 규모 불만족	1	25.0
타 지역 및 기관의 지원 혜택 대비 불만족	1	25.0
합계	4	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.26 참고하여 연구자 재작성

**[부록 표 4] 인천문화산업진흥지구 조성사업 불참 이유**

(n=45)

구분	빈도	비율(%)
어떤 종류의 지원과 혜택이 있는지 모름	22	48.9
지원자격 대상이 되지 않음	14	31.1
선호하는 지원 및 혜택이 없음	5	11.1
기타	4	8.9
합계	45	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.26 참고하여 연구자 재작성

**[부록 표 5] 인천문화산업진흥지구 조성사업 지원 개선 방향**

(n=80, 중복응답)

구분	빈도	비율(%)
기존에 지원하고 있는 정책적, 재정적, 관리적 지원책들의 규모를 더 확대해야 함	29	36.3
문화산업진흥지구 내 소재 기업이 실질적인 정책지원 (세제혜택 등)을 받을 수 있도록 제도와 관련 지원규정을 개선해야 함	22	27.5
문화산업진흥지구와 지구 내 기업에게만 한정되지 않는 지원과 혜택이 필요함	20	25.0
문화산업진흥지구 지정 당시('08년) 대비 현재 콘텐츠산업 여건 변화에 맞춰 관련 규정의 정비 필요함	13	16.3
기타	7	8.8

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.26 참고하여 연구자 재작성

**[부록 표 6] 인천문화산업진흥지구 내 기업 업종현황**

(n=13)

구분	빈도	비율(%)
게임/영화/애니메이션	-	-
방송	3	23.1
캐릭터	1	7.7
지식정보	3	23.1
콘텐츠솔루션	6	46.1
합계	13	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.72 참고하여 연구자 재작성



[부록 표 7] 인천문화산업진흥지구 내 기업 인력확보 현황

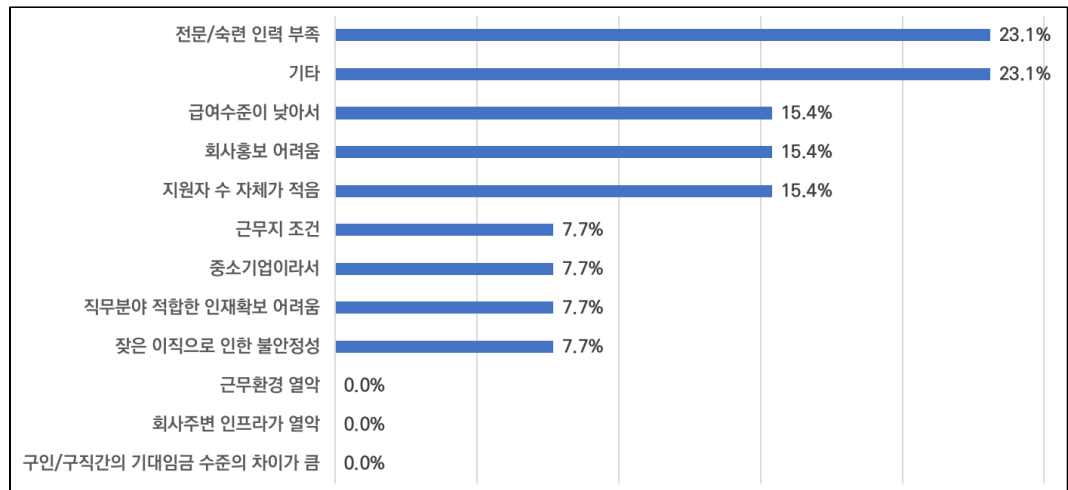
(n=13)

구분		빈도	비율(%)
매우 호전	긍정적	1	7.7
호전		-	-
보통	중립적	3	23.1
악화	부정적	2	15.4
매우 악화		5	38.5
무응답		2	15.4
합계		13	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.73 참고하여 연구자 재작성

[부록 그림 3] 인천문화산업진흥지구 내 기업 인력확보 애로사항

(n=13, 중복응답)



출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.74 참고하여 연구자 재작성

[부록 표 8] 인천문화산업진흥지구 내 기업 경영상태 평가

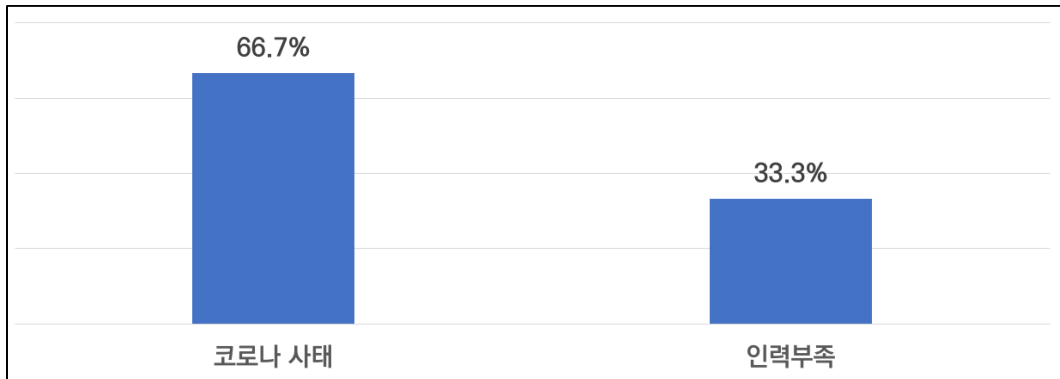
(n=13)

구분		빈도	비율(%)
매우 호전	긍정적	-	-
호전		3	23.1
보통	중립적	6	46.2
악화	부정적	-	-
매우 악화		2	15.4
무응답		2	15.4
합계		13	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.74 참고하여 연구자 재작성

[부록 그림 4] 인천문화산업진흥지구 내 기업 경영상태 악화 원인

(n=2, 중복응답)



출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.75 참고하여 연구자 재작성

[부록 표 9] 인천문화산업진흥지구 내 기업 지식재산권 확보 현황

(n=13)

구분	업체 수	합계
특허출원 중	4	5
지식재산권	4	11
합계(평균)	6	16(2.7)

\* 지식재산권 확보 기업이 추가로 특허출원 중인 경우로 인해 업체 수 합계가 '특허출원 중인 업체 수 + 지식재산권 확보 업체 수'와 상이함

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.76 참고하여 연구자 재작성

[부록 표 10] 인천문화산업진흥지구 내 기업 콘텐츠 개발/제작 현황

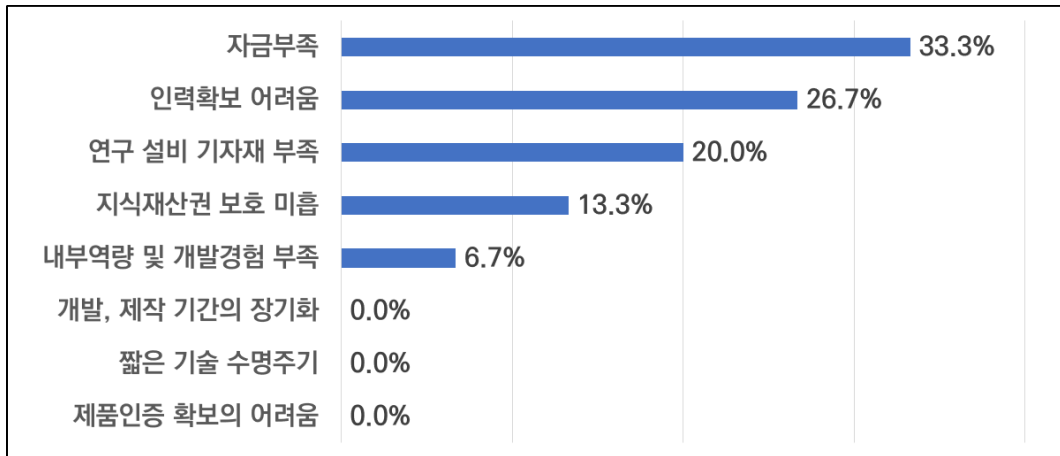
(n=13)

구분		빈도	비율(%)
매우 호전	긍정적	1	7.7
호전		-	-
보통	중립적	3	23.1
악화	부정적	4	30.8
매우 악화		-	-
무응답		5	38.5
합계		13	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.76 참고하여 연구자 재작성

[부록 그림 5] 인천문화산업진흥지구 내 기업 콘텐츠 개발/제작 현황

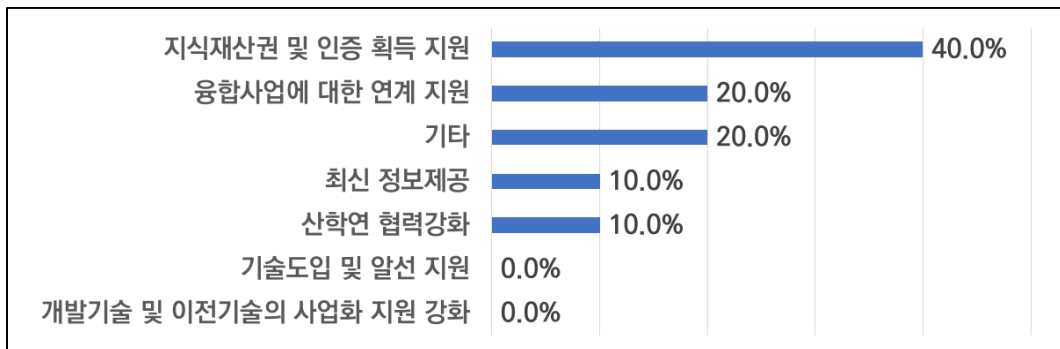
(n=13, 중복응답)



출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.77 참고하여 연구자 재작성

[부록 그림 6] 인천문화산업진흥지구 내 기업 콘텐츠 개발/제작 관련 정책 수요

(n=13)



출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.78 참고하여 연구자 재작성

[부록 표 11] 인천문화산업진흥지구 내 기업 마케팅 현황 평가

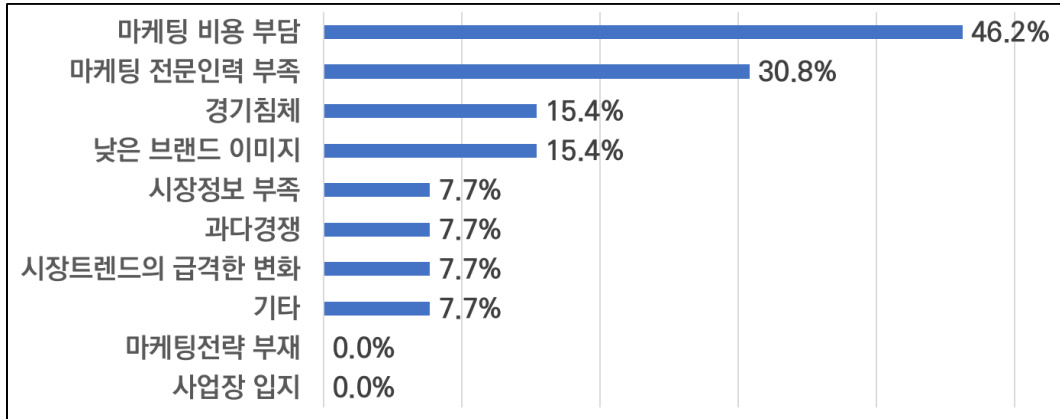
(n=13)

구분		빈도	비율(%)
매우 호전	긍정적	1	7.7
호전		1	7.7
보통	중립적	4	30.8
악화	부정적	3	23.1
매우 악화		2	15.4
무응답		2	15.4
합계		13	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.78 참고하여 연구자 재작성

[부록 그림 7] 인천문화산업진흥지구 내 기업 마케팅 활동 애로사항

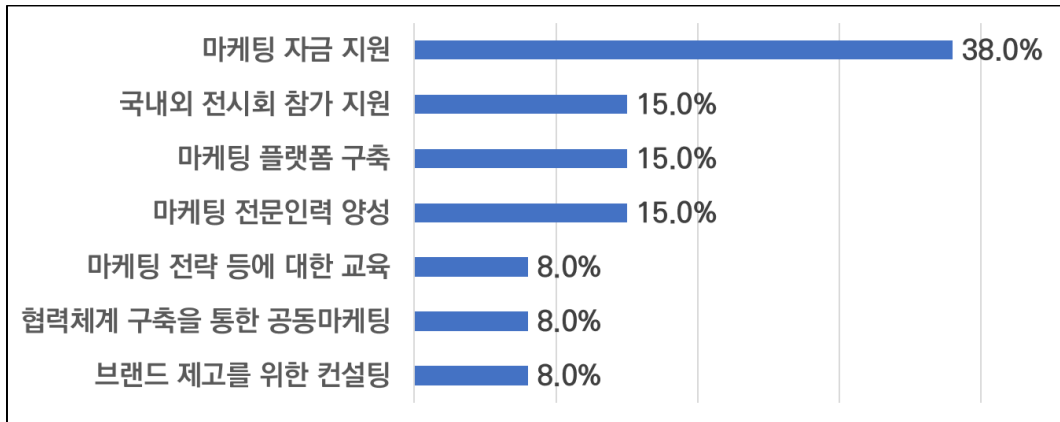
(n=13, 중복응답)



출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.79 참고하여 연구자 재작성

[부록 그림 8] 인천문화산업진흥지구 내 기업 마케팅 활동 지원정책 수요

(n=13, 중복응답)



출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.79 참고하여 연구자 재작성

[부록 표 12] 인천문화산업진흥지구 내 기업 사업입지 결정 요인

(n=13, 중복응답)

구분	빈도	비율(%)	구분	빈도	비율(%)
고객 혹은 공급업체와의 접근성	1	7.7	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	1	7.7
동종 혹은 지원업체와의 근접성	1	7.7	지자체(인천광역시) 혹은 지원기관의 지원 정책	3	23.1
전문인력 확보의 용이성	-	-	도시브랜드와 기업 이미지의 조화	-	-
관련 연구소, 대학 등의 근접성	-	-	창업자 혹은 경영진의 연고	5	38.5
저렴한 임대료 혹은 입지비용	3	23.1	낮은 인건비	1	7.7

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.80 참고하여 연구자 재작성

[부록 표 13] 인천문화산업진흥지구 내 기업 사업입지 이전 계획

(n=13)

구분	빈도	비율(%)
이전 계획 있음	5	38.4
이전 계획 없음	7	53.8
무응답	1	7.7
합계	13	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.81 참고하여 연구자 재작성

[부록 표 14] 인천문화산업진흥지구 내 기업 사업입지 이전 고려 요인

(n=7)

구분	빈도	비율(%)	구분	빈도	비율(%)
고객 혹은 공급업체와의 접근성	1	14.3	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	-	-
동종 혹은 지원업체와의 근접성	-	-	지자체(인천광역시) 혹은 지원기관의 지원 정책	1	14.3
전문인력 확보의 용이성	4	57.1	도시브랜드와 기업 이미지의 조화	1	14.3
관련 연구소, 대학 등의 근접성	-	-	창업자 혹은 경영진의 연고	-	-
저렴한 임대료 혹은 입지비용	-	-	낮은 인건비	-	-

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.82 참고하여 연구자 재작성

[부록 표 15] 인천문화산업진흥지구 내 기업 문화산업진흥지구 지원사업 수혜 여부

(n=13)

구분	빈도	비율(%)
지원받은 경험 있음	4	30.8
지원받은 경험 없음	9	69.2
무응답	-	-
합계	13	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.83 참고하여 연구자 재작성

[부록 표 16] 인천문화산업진흥지구 내 기업 문화산업진흥지구 지원사업 만족도

(n=4)

구분	빈도	비율(%)
매우 호전	3	75.0
호전		
보통	1	25.5
악화	-	-
매우 악화		
무응답	-	-
합계	4	100.0

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.83 참고하여 연구자 재작성

**[부록 표 17] 인천문화산업진흥지구 내 기업 문화산업진흥지구 지원사업 개선 방향**

(n=13, 중복응답)

구분	빈도	비율(%)
문화산업진흥지구 지정 당시(2008) 대비 현재 콘텐츠 산업 여건 변화에 맞춰 관련 규정의 정비 필요함	1	7.1
문화산업진흥지구 내 소재기업이 실질적인 정책지원(세제혜택 지원)을 받을 수 있도록 제도와 관련 지원규정을 개선해야 함	5	35.7
기존에 지원하고 있는 정책적, 재정적, 관리적 지원책들의 규모를 더 확대해야 함	7	50.0
문화산업진흥지구와 지구 내 기업에게만 한정되지 않는 지원과 혜택이 필요함	-	-
기타	1	7.1

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.84 참고하여 연구자 재작성

**[부록 표 18] 인천문화산업진흥지구 내 기업 문화콘텐츠기업 경영 관련 정책 수요**

(n=13, 중복응답)

구분	빈도	비율(%)
기술 및 제품 개발(R&D) 지원	3	23.1
판매/ 납품 대금 회수 지원	-	-
지역 내 인력양성(공급)	4	30.8
마케팅/판로지원	-	-
통합 산업육성 전담기구 설치	1	7.7
기업 자금지원(투자 등)	3	23.1
해외진출 지원 (해외 박람회 참가지원, 바이어 매칭)	-	-
인프라 지원 (인큐베이팅 센터, 테스트베드 등)	2	15.4
기타	-	-

출처: 인천테크노파크(2020.9.b), p.85 참고하여 연구자 재작성

## 부록 3. 전문가 자문회의 결과

### 1. 자문회의 개요

- 캠프마켓을 활용한 음악산업지구 조성의 기본방향과 추진과제, 정책제언 도출을 위한 전문가 자문회의를 실시함
  - 자문회의에는 문화산업클러스터 연구자, 실용음악과 교수, 콘텐츠지원기관 관계자, 문화산업진흥지구 관계자, 인천문화재단 예술지원 관계자, 부평구문화도시센터 관계자, 연예기획사 관계자, 총 7명이 참여했으며 서면 자문회의 방식으로 진행함

[부록 표 19] 전문가 자문회의 개요

구분	내용
조사목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 음악산업지구 조성 기본방향 검토</li> <li>• 캠프마켓 음악산업지구 조성을 위한 추진과제 및 정책 제언</li> </ul>
조사방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전문가 서면 자문회의 1회</li> </ul>
조사기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022.5.20.~5.27.(총 8일)</li> </ul>
조사대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화산업클러스터 연구자, 실용음악과 교수, 콘텐츠지원기관 관계자, 문화산업진흥지구 관계자, 인천문화재단 예술지원 관계자, 부평구문화도시센터 관계자, 연예기획사 관계자(총 7명)</li> </ul>

### 2. 자문회의 결과

#### 1) 음악산업진흥지구 조성 관련 의견

##### ❖ 「음악도시, 인천 마스터플랜」 이후 활성화 방안 마련 필요

- 2020년 12월에 「음악도시, 인천 마스터플랜」을 수립·발표한 이후 코로나19 팬데믹으로 인해 현재 인천시의 음악도시로서의 브랜드 가치 창출은 다소 미흡한 상태이므로 활성화 방안 마련이 필요한 시점임
  - 다만, 2022년 하반기부터 캠프마켓 내 인천음악창작소 조성 계획이 실행될 예정으로 그의 역할에 따라 지역사회 음악산업 지원의 물꼬를 틀 수 있을 것으로 예측함

## ❖ 서울 외 지역에서 음악산업 활성화의 어려움 존재

- 현재 음악산업은 서울의 특정 지역(홍대, 합정)에만 집중 활성화되어 그 외 지역으로 확대가 어려운 실정이며, 이는 타 지역 음악산업에서도 공통적으로 어려운 부분임
  - 지구 단위 형태의 발전계획에서 맹점은 지구 조성의 지리적 환경 요건을 무시할 수 없다는 것임. 기존 문화산업진흥지구의 경우, 주변 상업 기반과 정주여건, 주생태계인 서울과의 거리 때문에 활성화 효과가 미미하였고, 기업 대상 설문조사에서도 이 같은 이유로 인해 인력 수급 문제와 기업체 유치의 어려움이 있었음
  - 이러한 문제를 해결할 수 있는 전략과 솔루션이 있어야 하는데, 기존 정책(「음악도시, 인천 마스터플랜」, 「부평 문화도시 종합발전계획」 등)은 서로 비슷하거나 중복된 부분이 있고, 실제 추진 시 위의 문제를 해결할 수 없을뿐더러, 심하게는 시설만 구축해놓고 단순 교육과 임대사업으로만 사용해야 하는 가능성이 매우 높다고 예상됨

## ❖ 음악산업지구 조성의 현실 가능성 검토 필요

- “인간의 생활을 경제적으로 풍요롭게 하기 위하여 재화나 서비스를 생산하는 사업”을 ‘산업’이라고 정의한다면, 음악산업에는 생산자(뮤지션), 유통자, 제작자, 기획자, 음반제작업체 등의 요소와 기업들이 필요함
  - 그렇다면 과연 인천에 음악산업 조성이 가능할 것인가, 그리고 과연 서울을 중심으로 한 음악산업과 경쟁하여 인천만의 음악산업 조성이 가능할 것인가의 물음이 따름. 앞서 말한 생산자(뮤지션), 유통자, 제작자, 기획자, 음반제작업체가 인천에서 활동하고 싶고, 활동하게 할 것인가에 대해 정확한 해답이나 대안을 제시할 수는 없지만, 향후 시 정부 차원의 각종 지원정책과 구체적인 사업 등이 제시되어야 할 것임
- 인천시의 ‘음악문화’ 환경도 충분하지 않은 상태에서 더 뒤의 일인 ‘산업’을 이야기하는 것이 시점상 적절인가에 대한 의문이 있음. 먼저 음악문화, 즉 창작과 향유를 누릴 수 있는 충분한 환경을 조성하는 것을 단기적인 계획으로 삼고, 이후 중장기적으로 산업을 이야기하는 것이 흐름상 자연스러운 것으로 보임
  - ‘음악문화’는 음악과 관련한 일련의 활동들과 환경(창작, 향유 등)을 이야기하는 것이고, ‘음악산업’은 음악을 통한 경제적 이익의 창출을 목표로 할 것임. 하지만



현재까지 발표된 인천시의 계획을 토대로 본다면 음악산업과 음악문화의 구별이 되지 않음. 그렇다면 현재 인천은 음악산업과 음악산업지구를 조성하기 이전에 음악문화가 충분히 형성되어 있는가에 대해 검토해봐야 할 것임

### ❖ 가시적인 음악산업 중단기 계획 수립 필요

- 음악산업지구 조성에 대한 이견은 없으나, 음악산업의 범위와 기준 설정이 필요함. 실제 음악산업에서 가장 큰 범위를 차지하고 있는 분야는 단연 대중음악, K-Pop으로 한정될 것임. 하지만 캠프마켓 음악산업지구에서 과연 K-Pop 영역까지 포함할 것인가에 대해서는 음악산업지구 조성계획과 함께 면밀한 검토가 필요함
  - 실현 가능한 중단기 계획의 달성을 위해서라면 현재 조성될 캠프마켓(좁혀 말하면 인천음악창작소)의 기능과 역할로는 음악산업 전반이 아닌 흔히 말하는 ‘인디음악(비주류 대중음악)’ 활성화로 국한하는 것이 현실적일 것으로 보임
  - K-Pop을 제외한 ‘인천의 대중음악(록, 힙합, 포크, 재즈 등) 육성’을 가장 가까운 달성 과제로 삼고, 이후의 계획은 진행된 성과를 바탕으로 수립되어야 할 것임

### ❖ 인천 음악콘텐츠 관련 기업 조사와 지원사례 파악 필요

- 인천테크노파크 인천콘텐츠기업지원센터에 33개 기업이 입주해있다고 하지만 음악 관련 기업은 없는 것으로 확인됨. 현재 콘텐츠코리아랩과 인천콘텐츠기업지원센터에서 지원을 받고 있는 음악콘텐츠 관련 기업이 없으므로, 관내 음악콘텐츠 관련 기업 조사와 지원사례부터 파악할 필요가 있음
  - 조사 결과를 바탕으로 관내 음악 분야 콘텐츠 기업들이 활동 중인 지역 또는 기업을 유치할 수 있는 새로운 공간을 조성하여 음악산업진흥지구로 조성하는 방안을 제안함

### ❖ 중앙정부 음악산업정책 방향과 일치하는 사업 추진 필요

- 중앙정부의 음악산업 정책사업으로 ‘신인 뮤지션 발굴·육성 지원사업(뮤즈온)’, ‘한국 대중음악 글로벌 진출 지원(서울국제뮤직페어)’, ‘음악과 ICT기술을 결합한 새로운 콘텐츠 제작(뮤직테크 제작 지원)’이 있음. 중앙정부의 음악산업 정책과 연계하여 확장할 수 있는 사업 구상이 필요함

❖ **창업 및 도시재생 지원사업 등과 연계·활용 모색 필요**

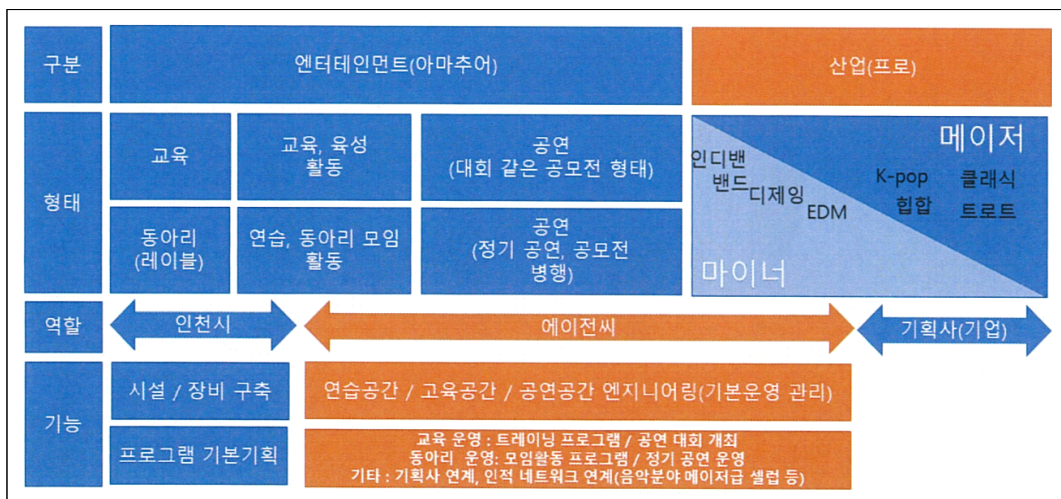
- 문화산업진흥지구는 2010년 이후 관심에서 사라져서 다시 새로운 지구를 지정받는 것은 문체부 등과의 협의가 필요할 것으로 보임. 문화산업진흥지구보다는 클러스터나 창업, 도시재생 등의 각종 혜택을 검토하여 이를 활용하는 것이 좋을 것으로 보임

**2) 음악산업 집적화 관련 의견**

❖ **엔터테인먼트부터 시작해서 음악산업으로 확대 필요**

- 한 분야가 성공하기 위해서는 결국 산업화가 되어야 함. 그렇지 않으면 생태계를 이루지 못하고 생태계가 없으면 소멸됨. 그래서 산업화 프로세스를 만들어야 하는데, 음악산업의 경우, 엔터테인먼트부터 시작해서 산업으로 확대되는 프로세스가 정립되어야 하고, 그 프로세스 안에서 시설·장비·지원프로그램이 부속품처럼 움직여야 됨
- 아마추어 대상 엔터테인먼트 지원프로그램(교육 양성, 동아리 활동 지원 등)을 운영하면서, 공연과 공모전을 통해 외부에 노출시키고 산업화로 연결하는 구조로 프로세스 정립이 필요하고, 공연부터 산업으로 나아갈 수 있는 음악 분야 네트워킹과 세부 프로그램 운영 및 음반 홍보·관리까지 가능한 에이전시가 필요함

[부록 그림 9] 음악산업화 프로세스 예시



출처: 전문가 서면자문의견(2022.5.26.)

## ❖ 캠프마켓 내 음악산업 관련 기관 유치 시 혜택과 차별화 모색

- 캠프마켓으로 음악산업 관련 기관을 유치하는 것은 좋은 계획이지만, 서울/경기권의 음악 관련 기업 유치(레지던시) 지원 규모가 훨씬 큰 것이 현실임. 물리적인 거리를 뛰어넘을 수 있는 혜택이나 차별화를 어느 부분에 둘 것인지 고민이 필요함
  - 결국 창작과 제작은 인프라와 시장이 있는 곳에서 활성화되는 것인데, 서울에 집중된 시장을 어떻게 인천에 만들고 기업이 모이기 좋은 환경을 구축할 것인지에 대한 고민과 인천이라는 도시의 특성을 살려 기업 간 네트워크의 중심으로 만든다는 방향 아래 장-단기별 인천만의 목표를 세울 필요가 있음
- 캠프마켓 음악산업지구를 조성할 경우, 기업의 유치가 가장 필요하므로 기업을 어떻게 유치할 것인가가 본 과제의 주요 테마가 되어야 할 것임. 우선은 인천에 있는 기업을 이곳에 입주시켜 파격적인 인센티브를 제공해야 함. 또한 이곳에 음악관계자가 모일 수 있도록 음악공간을 제공하는 것도 음악클러스터를 만드는 중요한 방법임

## ❖ 타 콘텐츠 분야와 협업 위한 오픈랩 인프라 조성 필요

- 음악산업지구의 조성 위치로 부평은 지리적 환경 요건 면에서는 최적의 위치라고 볼 수 있음. 캠프마켓의 지리적 이점이 산업적 관점에서도 굉장히 큰 장점인데, 교통과 상업의 중심지이면서, 공원과 숲이 매우 조화롭게 이루어진 환경으로, 이를 음악·예술적으로만 활용한다면 대단히 폐쇄적이면서도 갈라파고스적인 음악 창작활동 무대로 전락할 수도 있음. 그러나 부평 캠프마켓의 지리적 이점만 놓고 본다면 기업 투자 유치를 통한 오픈랩 조성도 가능할 것으로 보임
  - 음악이 대중적으로 가치를 지니기 위해서는 대중적으로 많이 노출되거나 많이 들어야 하므로, 이를 위한 타 콘텐츠 분야와의 협업이 필요하고, 이 협업을 체계화할 수 있는 거버넌스와 공동으로 창작·제작 활동을 할 수 있는 오픈랩 인프라 조성이 필요함
  - 오픈랩 인프라 조성은 음악창작을 기본으로 타 콘텐츠산업과 융합하여 시민들이 바로 체험할 수 있는 실증적 강점이 있으며, 이를 통해 기업과 음악인이 서로의 니즈를 충족하는 하나의 공생관계를 조성하는 토대가 될 수 있음
  - 기업이 캠프마켓 공원 개발에 투자하여 공원의 방향성과 같이 하는 문화편의시설을 조성하면 일부 공간 및 시설을 공공시설로 기부채납 해 오픈랩을 조성하여 운영할 수 있음

### 3) 음악산업 복합화 관련 의견

#### ❖ 음악소비·관광 집적지로 선 추진 후 산업 집적 지향 필요

- ‘클러스터’는 산업 관점에서의 개념이지만, 문화산업의 경우 소비와 관광이 같이 연계되는 복합클러스터를 지향해야 함. 따라서 본 사업도 산업과 함께 소비와 관광과 관련된 시설을 설치하고 이를 산업과 연계하는 방안이 필요함
  - 음악산업에 대한 부정적인 의견이 많으면 소비 또는 관광 집적지로서 추진하는 전략도 검토할 필요가 있음. 음악과 관련된 소비 차원의 육성정책을 중점적으로 추진하고 이를 통해 점차적으로 산업의 집적을 도모하는 것이 적절한 순서일 것으로 보임

#### ❖ 인천 산업 환경에 맞춘 콘텐츠산업 복합지구 조성 전략 필요

- 인천 문화산업진흥지구 사례를 봤을 때, 단순히 기업 유치를 위한 단발성 사업은 예산 지원이 끝나면 기업이 이탈하는 경우가 많아 효과가 미흡하므로, 지속가능한 환경을 구축할 필요가 있음. 어떤 부분에 중점을 두고 복합지구를 조성할 것인지, 산·학·연 등 관련 산업 분야의 의견을 모아야 함

[부록 표 20] 해외 주요 음악도시 현황

구분	위치	특징
Stockholm music cluster	스웨덴 스톡홀름	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중앙정부 및 시 정책의 조화</li> <li>• 다양한 장르 간 산업적 융합 (광고, 건축, 디자인, 패션, 영화, 미술, 출판 등)</li> <li>• 단순 물리적 산업기관 집적이 아닌, 창작기반 확대 통한 인적자원 확보</li> </ul>
CIQ (Cultural Industries Quarter)	영국 셰필드	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시 주도 아래 민간기업 참여(거버넌스적 접근)</li> <li>• 문화-과학-기술 복합 클러스터 전략</li> <li>• 클러스터 구성: 연구개발(대학, 연구소 등), 생산(문화산업 관련 업체), 지원(컨설팅, 캐피탈 업체), 소비(갤러리, 쇼룸 등)</li> </ul>

출처: 전문가 서면자문의견(2022.5.26.)

#### ❖ 4차 산업시대에 맞는 음악산업 육성정책 및 집중육성 분야 발굴 필요

- 신기술과 신규 플랫폼을 통해 음악 제작환경이 다변화하고, 유튜브·인스타그램 등 소셜네트워크 서비스 기반 플랫폼의 발달로 인해 뮤지션의 데뷔 경로가 기존의

획일적인 오디션 체제에서 개인 체제로 변화하고 있으며, 생산-유통-소비단계까지 모바일 콘텐츠(유튜브 등)를 통해서 이루어지고 있음

- 유튜브는 음악차트와 음악의 소비·확산에 미치는 영향이 매우 크고 음악은 유튜브에서 가장 많은 인기를 얻고 있는 장르임. 모바일 콘텐츠가 기존 방송매체의 소비 제약을 넘어서면서 시청각 콘텐츠의 소비구조도 변화하고 있음. 아티스트가 라이브 전문 영상채널에 출연하거나 직접 동영상을 제작하는 등 음악을 향유할 수 있는 플랫폼이 다변화되면서 대중과의 소통 방식이 다양해짐
  - 홍보·마케팅 비용이 부족한 인디레이블들에게 유튜브는 국내뿐 아니라 해외로까지 시장을 확대하고 적은 비용으로 큰 효과를 볼 수 있는 홍보·마케팅 수단이 됨
- 4차 산업시대에 맞게 콘텐츠산업 특수분류(음악산업) 중 온라인 음악 유통업, 음악 공연업을 집중적으로 육성하는 방안 마련 필요
- 음악 유튜버들이 작업할 수 있는 환경을 조성하고 지원할 수 있는 방안(음악작업, 촬영, 영상 편집)을 마련할 필요가 있으며, 최신 기술과 결합한 음악공연 등도 지원이 요구됨

[부록 그림 10] 음악 유튜버 사례



출처: 전문가 서면자문의견; 유튜브 페이지(2022.5.26. 검색)

4) 음악창작소 운영 및 활용 관련 의견

❖ 음악창작소의 음악사업 및 음악교육사업 다각화

- 인천시에서 운영하는 다양한 음악 관련 프로그램을 인천음악창작소로 유치하여 사후관리 및 종합적 지원이 이루어지도록 할 필요가 있음



- 인천음악창작소는 예산 규모가 크지 않음(2022년 기준 연간 3억7천만 원). 인천음악창작소가 음악도시 인천의 마중물 사업이 되려면, 예산 확충과 함께 현재 인천에서 신발적으로 이루어지고 있는 음악축제와 경연대회(각종 신인 발굴 프로그램)가 일회성 행사로 끝나지 않고 사후관리가 원활하게 이루어질 수 있도록 해야 함
- 이를 위해 인천음악창작소로 인천시의 음악사업과 프로그램을 유치하여 음원 제작, 멘토링, 홍보마케팅 등을 중장기적으로 지원하도록 할 필요가 있음
- 대중음악 전문가들의 기획 아래 질 높은 펜타포트 락 페스티벌을 지속적으로 운영하여 '찾아오는 인천 음악축제'로 토착화해나갈 필요가 있으며, 인천음악창작소를 음악축제와 연계해 적극적으로 활용할 필요가 있음
  - 음악창작소를 활용해 펜타 슈퍼루키 등을 위한 음원 제작 지원과 캠프마켓 공연장을 활용한 기획공연 시리즈를 기획하여 실력 있는 뮤지션들이 지역에 정착할 수 있도록 유도가 필요함
  - 지역 내 신인뮤지션 발굴과 지원, 기존 뮤지션을 위한 시대맞춤형 재교육 프로그램 개발을 통해 뮤지션들에게 수익 창출의 기회를 제공함으로써 타 지역으로의 이탈을 방지해야 함

## ❖ 음악산업의 디지털화에 따른 디지털음악 · 전자음악 집중지원 필요

- 음악시장의 디지털 전환에 따라 디지털음악, 전자음악 분야를 집중지원할 필요가 있음. 이와 관련하여 신시사이저, 디제잉 장비, 디지털음악 편집 장비와 시설 구축 및 관련 교육이 필요함
  - 현재 디제잉, EDM뿐만 아니라 모든 곡 작업과 트롯, 클래식까지 디지털로 전환이 되고 있고, 콘텐츠산업(게임, 애니, 만화, 영화, 드라마, 광고 등)분야 전반에 디지털음악이 주를 이루고 있으며, 음악 유통체계도 CD가 아닌 MP3 형식의 실시간 스트리밍 체계로 전환됨에 따라 유통구조와 제작방식이 과거에 비해 완전히 달라진 상황임(예: 광고음악, 각종 미디어 매체 특수음향, 드라마, 광고, 영화에 들어가는 BGM 등)
  - 「인천 음악창작소 조성 세부추진계획」을 검토한 결과 과거 방식의 음악창작소 형태를 띠고 있는데, 현재는 기술의 발달에 따라 녹음실, 편집실, 합주실의 역할과 용도가 다변화되고 있으므로, 이를 염두에 두어 시설과 장비 구축이 필요함. 현재의 음악제작 환경은 개인 트레이닝룸이 증가하고 합주실이 라이브 레코딩 역할을 하고 있으므로,

녹음실의 규모를 축소하는 대신 각 실로 구분하여 실을 늘리고 트레이닝, 합주실 등을 네트워크로 통합해 하나의 편집실에서 가공하는 형태로 조성이 요구됨

### ❖ 인디 레이블 및 독립 아티스트의 성장 지원 필요

- 음악 제작 패러다임의 변화에 따라 인천음악창작소가 인디 레이블과 독립 아티스트의 성장을 지원할 필요가 있음
  - 기존 레이블이나 제작사를 통하지 않고도 글로벌 스트리밍 서비스와 SNS, 플랫폼 등을 통해 아티스트들이 음악을 출시하고, 홍보, 배포 및 녹음을 직접 할 수 있게 됨으로써 온라인을 통해 활동하는 인디 레이블이나 독립 아티스트들이 많이 생겨나기 시작함
  - 이를 지원하기 위한 방안으로 음악창작소가 보유하고 있는 인력풀을 활용하여 공유경제 비즈니스 개념의 음악콘텐츠 제작 네트워크 환경을 조성하여 인천지역 음악산업 분야의 활성화를 도모할 필요가 있음

### ❖ 음악창작소 및 캠프마켓 내 공연장의 역할 다변화 필요

- 기구축된 공연장은 소극장 규모로 한계가 있으므로, 공연장 앞 야외광장을 활용해 정기공연 프로그램을 기획·운영하고, 시민 대상으로 버스킹 공연, 잔디밭 정기공연, 정기 시민행사 연계 공연 등 규모에 따른 시민 참여형 공연을 지속적으로 추진해나가야 함
  - 자발적인 버스킹 공연 환경과 더불어 시민이 자유롭게 언제든지 관람할 수 있는 공연 정주환경이 조성되어야 하고, 이를 위해 각종 부수적인 콘텐츠 요소가 곳곳에 포진하여 시민들에게 볼거리와 즐길거리를 제공하여 시민이 자연스럽게 찾아오고 공연을 관람할 수 있도록 유도해야 함

### ❖ ‘문화도시 부평’ 사업과 음악창작소의 연계·협력 필요

- 음악창작소는 연습실, 녹음실 등 음악가들의 작업을 지원하기 위한 기반시설이 있으므로 신진 음악가를 발굴하여 음반 발매를 지원하는 등의 사업은 음악창작소가 진행하고, 축제 등 활동 영역을 확대하는 부분은 ‘문화도시 부평’ 사업으로 진행한다면 더 체계적으로 음악가 발굴과 지원이 이루어질 것임. ‘문화도시 부평’ 사업이 국비를

지원받는 기간인 2025년까지 이러한 방식으로 사업을 한다면 2025년 이후에도 안정적으로 지역의 음악생태계를 유지하고 확대할 수 있을 것으로 기대됨

- '문화도시 부평' 조성사업의 일환으로 애스컴 역사를 현재와 연결하는 지역 신진 음악가 지원 사업을 진행하고 있음. 2021년에는 선정된 음악가들이 음반과 뮤직비디오를 제작할 수 있도록 지원했고, 녹음실, 촬영 장소 등을 모두 대여하여 사용함. 이 중 일부 음악가는 애스컴 시절에 불렀던 음악을 재해석하는 음반 제작 작업에 참여함. 2021년에 선정된 음악가 중 일부는 2022년에 '뮤직 플로우 페스티벌' 무대에서 연주할 계획임

○ 문화도시 부평과 인천음악창작소가 디지털 음악교육 사업을 협력하여 운영한다면 시너지 효과를 기대할 수 있을 것으로 보임

- 문화도시 부평은 문화재단 내 D-Lab에서 시민 대상으로 DJing과 VJing 교육을 실시하고 있음. 현재 기초반과 심화반을 운영하고 있는데 음악창작소와 역할을 분담하여 진행한다면 더 많은 시민들이 참여할 수 있을 것이며 전문가 대상 교육도 진행할 수 있을 것임. 예를 들어 기초반은 문화도시 부평이 맡고, 심화반과 전문반 교육은 음악창작소가 맡는 등 협업이 가능할 것임

- 10월쯤 문화도시 부평 사업으로 추진되는 '뮤직 플로우 페스티벌' 등과 연계하여 캠프마켓에서 전체 교육생이 발표하는 작은 축제 개최도 가능함. 2021년 DJing과 VJing 교육생이 협업한 작품을 부평아트센터 광장에서 발표하였는데, 코로나 상황으로 일반 관객은 참여하지 못하였으나 결과도 좋았고 수강생들도 매우 만족함

## ❖ 음악창작소의 운영은 민간위탁과 민관거버넌스 방식이 적절

○ 인천음악창작소의 운영과 관련해서는, 현재의 민간위탁 방식이 더 적절해 보임

- 현재 인천테크노파크 문화산업진흥센터는 문화기술(CT) 분야에 집중하고 있고, 음악콘텐츠 분야에 대한 지원이나 전문성은 거의 없음. 음악창작소의 핵심은 음악콘텐츠 제작 지원인데, 인천테크노파크 문화산업진흥센터가 음악 제작 경험이나 지원사태가 없을뿐더러, 음악산업 활성화를 위해서는 K-Pop 산업 특성상 시장에서 활동 중인 민간 전문가와 함께 민-관 거버넌스 체제로 운영하는 것이 효율적이라고 판단됨



- 인천음악창작소의 운영기관은 인천테크노파크에 맡기기보다는 현재 위탁운영을 하게 된 민간단체의 운영 성과를 바탕으로 향후 위탁운영에 대한 재논의가 필요함
  - 일례로 현재 주안에 위치한 인천콘텐츠코리아랩(문화창작지대 특) 또한 인천테크노파크에 위탁운영하고 있는데 공공기관의 한계에서 벗어나지 못하는 시설 운영을 하고 있음. 각종 음악, 영상 편집이 가능한 환경은 마련되어 있지만, 공공기관과 같은 소극적 운영(공공기관과 같은 운영시간(09:00~18:00, 법정 공휴일 휴관)으로 운영 중)이 되고 있어서 실제 현장에 많이 이용되지 않는 것임

## 5) 음악산업 전문인력 양성 관련 의견

### ❖ 음악 비즈니스 전문인력 양성 필요

- 음악교육 과정이 대체로 순수음악 전공 인력(성악, 피아노, 작곡, 현악기 등) 양성에 집중되어 이루어짐. 국내 음악산업 생태계에서 음악산업 전문가가 부족한 것이 현실이며, 음악산업을 육성하기 위해서는 기획자, 마케터 등 음악산업을 이끌어갈 수 있는 음악 비즈니스 전문가 양성이 필요함
  - 공연문화로 시작한 K-Pop 문화의 글로벌 확산과 음악 소비방식의 변화, 음악산업의 탈국경화 등 음악을 매개로 국가 간의 경계를 허문 글로벌 프로젝트가 음악시장에서 매우 중요하게 부각되고 있으며, 음악 환경의 변화에 따른 음악산업 구조 및 소비방식에 대한 이해를 바탕으로 음악기획, 제작, 연주, 녹음, 공연, 유통 전반에 걸쳐 전문성을 갖춘 고급인력이 요구됨

### ❖ 음악산업 인재 양성 위한 음악대학 유치 및 영재교육시설 신설 필요

- 한 도시가 음악으로 발전하고 풍요로워지기 위해서는 대중음악만으로는 한계가 있음. 캠프마켓 내 인천음악창작소만으로는 밴드 중심의 음악을 활성화하는 데 국한될 가능성이 큼. 이미 많은 사람들이 의견을 개진하고 많이 논의가 되었지만 아직까지 실현되지 않은 중요한 과제 중 하나가 음악대학의 유치임
  - 인천재능대학교에 실용음악과가 있지만 실습환경이 매우 열악할 뿐만 아니라, 입학하는 학생들 각자의 전공도 다양하지 못한 것이 현실임

- 물론 흥대를 중심으로 밴드음악이 활성화된 요인에 음악대학의 역할이 있었다고 보기는 어려운 부분이 있으나, 인천음악창작소로는 단기적인 대중음악의 육성을 목표로 하고, 장기적으로 음악산업의 활성화를 추구한다면 신학의 균형이 필요하며, 다양한 인재들이 인천에서 음악을 공부하고 현장에서 활동할 수 있도록 음악대학(클래식, 대중음악) 신설이 시급할 것으로 보임
- 캠프마켓 내 저소득층 실용음악 분야의 음악영재 발굴 및 교육 기회 제공을 위한 인프라를 구축하고 인천시가 지원하는 음악교육사업을 운영할 필요가 있음
  - 인천지역 내 ‘실용음악 영재교육원’이 부재함. 지역 내 교육기관과 연계한 교육 지원으로 대중음악 분야를 선도할 창의적이고 융합적인 사고를 갖춘 실용음악영재들의 조기 발굴과 육성이 필요함
  - 캠프마켓이 위치했던 애스컴 시티와 부평 신촌은 지역 내에서 대중음악의 역사성을 품고 있는 곳으로, 이곳에 영재 발굴 및 육성을 위한 인프라를 구축하고 교육사업을 운영한다면 음악산업 진흥의 선순환 구조와 연결이 가능할 것으로 보임

## 6) 음악산업 네트워킹 구축 관련 의견

### ❖ 콘텐츠기업지원센터-문화도시 부평-음악창작소 협업 필요

- 부평에 위치한 ‘인천콘텐츠기업지원센터’에는 메타버스, 게임, 디자인, 마케팅 등 다양한 영역의 기업들이 입주해있음. 인천콘텐츠기업지원센터가 부평구문화재단 및 인천음악창작소와 물리적으로 멀지 않은 곳에 위치해 있고 온라인으로도 논의가 가능하므로, 문화도시 부평, 음악창작소, 콘텐츠 기업들이 음악콘텐츠 생산과 활용 영역에서 협업한다면 새로운 콘텐츠 생산과 사업 영역 확장을 기대할 수 있음

### ❖ 타 도시와의 협력 및 역할 분담 논의 필요

- 서울과 근접한 거리 내의 부평과 인천지역에서 인천만의 특화된 음악도시 브랜드화를 어떻게 창출해 낼 것인가, 동시에 지역주민들과 타 지역의 사람들의 호응도를 어떻게 높일 수 있을 것인가가 중요한 이슈라고 생각됨

- 경기콘텐츠진흥원과 부천시는 음악산업 중에서도 '인디음악'을 육성한다고 하는데, 이에 대한 정보를 토대로 이곳과의 협력 가능성과 역할 분담 등을 논의하는 것도 필요할 것으로 보임. 기존의 음악집적지 혹은 서울과 대응하기 위해서 음악 중에서도 특정 장르에 초점을 맞추어 육성하는 방법도 차별화를 위해 고려할 만한 전략임

**[부록 표 21] 전문가 자문의견 종합**

구분	내용
1. 음악산업진흥지구 조성 의견	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「음악도시, 인천 마스터플랜」 이후 활성화 방안 마련 필요</li> <li>• 서울 외 지역에서 음악산업 활성화의 어려움 존재</li> <li>• 음악산업지구 조성의 현실 가능성 검토 필요</li> <li>• 가시적인 음악산업 중단기 계획 수립 필요</li> <li>• 인천 음악콘텐츠 관련 기업 조사와 지원사례 파악 필요</li> <li>• 중앙정부 음악산업정책 방향과 일치하는 사업 추진 필요</li> <li>• 창업 및 도시재생 지원사업 등과 연계·활용 모색 필요</li> </ul>
2. 음악산업 집적화 관련 의견	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 엔터테인먼트부터 시작해서 음악산업으로 확대 필요</li> <li>• 캠프마켓 내 음악산업 관련 기관 유치 시 혜택과 차별화 모색</li> <li>• 타 콘텐츠 분야와 협업 위한 오픈랩 인프라 조성 필요</li> </ul>
3. 음악산업 복합화 관련 의견	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악소비·관광 집적지로 선 추진 후 산업 집적 지향 필요</li> <li>• 인천 산업 환경에 맞춘 콘텐츠산업 복합지구 조성 전략 필요</li> <li>• 4차 산업시대에 맞는 음악산업 육성정책 및 집중육성 분야 발굴 필요</li> </ul>
4. 음악창작소 운영 및 활용 관련 의견	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악창작소의 음악사업 및 음악교육사업 다각화</li> <li>• 음악산업의 디지털화에 따른 디지털음악·전자음악 집중지원 필요</li> <li>• 인디 레이블 및 독립 아티스트의 성장 지원 필요</li> <li>• 음악창작소 및 캠프마켓 내 공연장의 역할 다변화 필요</li> <li>• '문화도시 부평' 사업과 음악창작소의 연계·협력 필요</li> <li>• 음악창작소의 운영은 민간위탁과 민간거버넌스 방식이 적절</li> </ul>
5. 음악산업 전문인력 양성 관련 의견	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악 비즈니스 전문인력 양성 필요</li> <li>• 음악산업 인재 양성 위한 음악대학 및 영재교육시설 신설 필요</li> </ul>
6. 음악산업 네트워킹 구축 관련 의견	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 콘텐츠기업지원센터-문화도시부평-음악창작소 협업 필요</li> <li>• 타 도시와의 협력 및 역할 분담 논의 필요</li> </ul>



2022년도 정책연구

## 캠프마켓 활용 음악산업지구 조성 방안

---

발행인 이용식

발행일 2022년 7월 31일

발행처 인천연구원

인쇄처 청송출판인쇄사

I S B N 979-11-6870-057-4 93330

주소 22711 인천광역시 서구 심곡로 98

---

© 인천연구원 2022

이 보고서의 내용은 연구책임자의 견해로서 인천연구원의 공식적 입장과는 다를 수 있습니다.

출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단 전재나 복제는 금합니다.