

# 한국 영상 콘텐츠 산업의 경제적 기여

연구 의뢰: 영화협회(MPA)

연구 수행: 옥스퍼드 이코노믹스(OXFORD ECONOMICS)

2026년 4월



## ABOUT OXFORD ECONOMICS

Oxford Economics was founded in 1981 as a commercial venture with Oxford University's business college to provide economic forecasting and modelling to UK companies and financial institutions expanding abroad. Since then, we have become one of the world's foremost independent global advisory firms, providing reports, forecasts and analytical tools on more than 200 countries, 100 industrial sectors, and 8,000 cities and regions. Our best-in-class global economic and industry models and analytical tools give us an unparalleled ability to forecast external market trends and assess their economic, social and business impact.

Headquartered in Oxford, England, with regional centres in New York, London, Frankfurt, and Singapore, Oxford Economics has offices across the globe in Belfast, Boston, Cape Town, Chicago, Dubai, Dublin, Hong Kong, Los Angeles, Mexico City, Milan, Paris, Philadelphia, Stockholm, Sydney, Tokyo, and Toronto.

We employ 700 staff, including more than 450 professional economists, industry experts, and business editors—one of the largest teams of macroeconomists and thought leadership specialists. Our global team is highly skilled in a full range of research techniques and thought leadership capabilities from econometric modelling, scenario framing, and economic impact analysis to market surveys, case studies, expert panels, and web analytics.

Oxford Economics is a key adviser to corporate, financial and government decision-makers and thought leaders. Our worldwide client base now comprises over 3,000 international organisations, including leading multinational companies and financial institutions; key government bodies and trade associations; and top universities, consultancies, and think tanks.



## 목차

요약문.....	4
1. 서론 .....	8
2. 영상 콘텐츠 산업의 총 경제적 기여도 .....	12
2.1. 한국 GDP에 대한 기여도 .....	13
2.2. 한국 고용에 대한 기여도 .....	13
2.3. 영상 콘텐츠 산업 종사자의 생산성 .....	15
2.4. 한국 세수에 대한 기여도 .....	15
3. 부문별 경제적 기여도.....	16
3.1. 영화.....	17
3.2. TV 방송.....	20
3.3. 주문형 비디오 (VOD) .....	23
4. 추가 경제적 파급효과.....	28
4.1. 수출.....	29
4.2. 관광.....	31
4.3. 영화제 .....	33
4.4. 교육 프로그램 .....	33
5. 부록: 연구방법론 .....	36

본 보고서의 표 및 차트에 제시된 데이터는 각주에 별도로 명시된 경우를 제외하고 Oxford Economics의 독점 자료이며, Oxford Economics Ltd.의 저작권 ©에 의해 보호됩니다. 본 보고서의 분석 및 결과는 제3자가 제공한 정보를 바탕으로 성실히 작성되었으며, 이후 데이터의 수정 또는 업데이트에 따라 평가 및 전망이 변경될 수 있습니다.

문의: **Liam Cordingley** (lcordova@oxfordeconomics.com)

Oxford Economics  
6 Battery Road, #38-05, Singapore 049909  
Tel: +65 6850 0110



2026년 4월



# 요약문

전 세계 시청자들에게 사랑받는 영화와 프로그램을 제작·제공하는 한국의 영상 콘텐츠 산업은 직접적인 사업 활동, 국내 공급업체로부터의 구매, 그리고 임금 지출을 통한 경제 전반의 소비를 통해 상당한 국내총생산(GDP), 고용 및 세수 창출을 유지하고 있다. 이에 따라 영화협회(MPA)의 의뢰를 받은 옥스퍼드 이코노믹스(Oxford Economics)는 2025년 기준 한국 영상 콘텐츠 산업의 총 경제적 기여도를 추정했다.



 **24조 800억원**  **29만 1,100명**

2025년 한국 GDP 총기여도

2025년 한국 총 고용지원

본 평가는 제작사, 배급사, 방송사, 주문형 비디오(VOD) 서비스, 영화관은 물론, 이들과 연결된 전문 공급업체까지 포함한 영상 콘텐츠 산업의 전체 가치사슬을 대상으로 했다.

2025년 한국의 영상 콘텐츠 산업은 총 24조 800억 원의 국내총생산(GDP)을 창출하고 29만 1,100명의 고용을 지원한 것으로 추정된다. 이 가운데 산업의 직접적인 운영 활동을 통해 7조 7,500억 원의 GDP와 8만 5,900명의 고용이 창출되었다. 공급망 활동은 10조 4,400억 원의 GDP와 12만 500명의 고용을 추가로 창출했으며, 가계 지출 유발 효과를 통해 5조 8,800억 원의 GDP와 8만 4,800명의 고용이 발생한 것으로 나타났다. 이러한 경제적 기여 구조는 강력한 승수 효과(Multiplier effect)를 보여준다. 영상 콘텐츠 산업이 직접 창출한 GDP 10억 원당 경제 전반에서 21억 원의 GDP가 추가로 창출된 것으로 나타나 GDP 승수는 3.1배에 달했다. 또한 영상 콘텐츠 산업에서 직접 고용된 인원 100명당 다른 산업에서 240개의 일자리가 추가로 지원되어 고용 승수는 3.4배로 나타났다.

이러한 경제적 기여는 다양한 산업 부문에서 나타나는 고용의 분포를 통해 분명히 확인된다. 영상 콘텐츠 산업을 통해 지원되는 고용 가운데 정보통신업이 11만 6,500명으로 가장 큰 비중을 차지했으며, 그 다음으로 비즈니스 서비스업이 3만 500명, 예술·연예 및 여가 서비스업이 2만 4,600명으로 나타났다. 이 밖에도 숙박 및 음식점업, 도소매업, 운수 및 창고업, 제조업 등 여러 산업 부문에서도 고용 기여가 나타났다. 이러한 양상은 스튜디오, 공급업체, 서비스 제공업체가 대규모로 협력하는 상호 긴밀하게 연결된 생산 생태계를 반영한다. 이러한 생태계는 고부가가치의 창의적·디지털 활동을 중심에 두면서 동시에 서비스 산업 전반에 걸친 경제 활동을 뒷받침하는 역할을 했다.

한국의 영상 콘텐츠 산업은 다양한 산업 부문에 걸쳐 폭넓은 경제적 기여를 하는 동시에 중소기업(MSME)에 대한 고용 측면에서도 중요한 역할을 한다. 산업의 직접 활동, 공급망 활동, 그리고 경제 전반에서 유발된 경제 활동을 모두 포함할 경우, 영상 콘텐츠 산업이 지원한 전체 고용 가운데 78%가 중소기업에서 발생한 것으로 추정된다. 또한 소상공인만으로도 산업 전체 고용 비중의 36%를 차지하는 것으로 나타났다.

영상 콘텐츠 산업은 한국 정부에 상당한 규모의 세수도

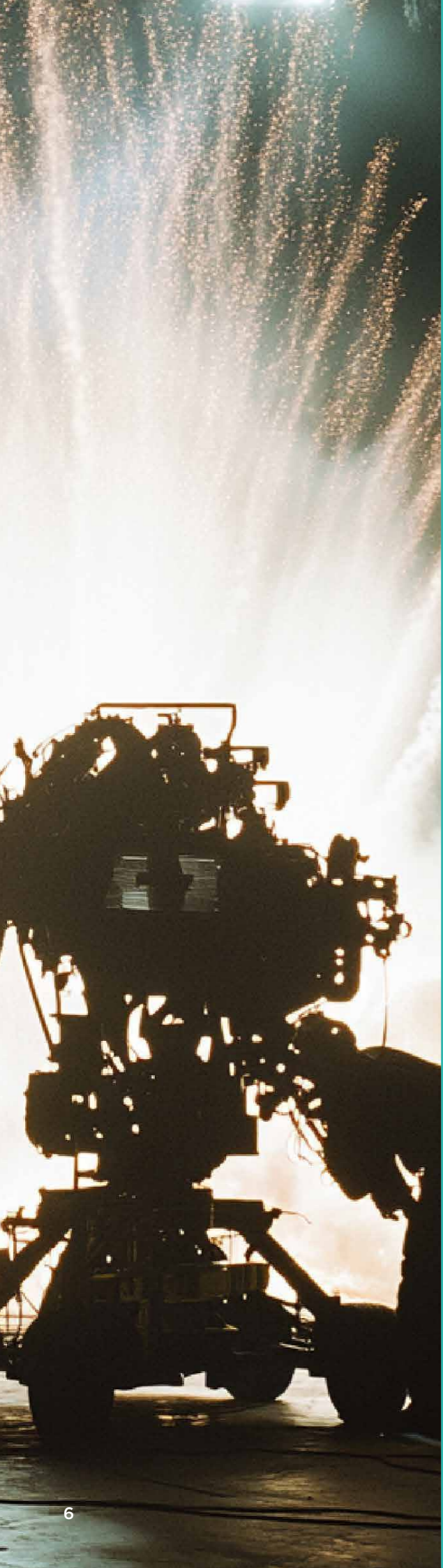
창출한 것으로 나타났다. 2025년 기준 영상 콘텐츠 산업이 창출한 세수는 약 7조 1,700억 원에 달했다. 이 가운데 4조 5,700억 원은 기업과 근로자가 직접 납부한 세금이었으며, 1조 7,300억 원은 공급망을 통해 간접적으로 발생한 세수였다. 또한 8,700억 원은 가계 지출 유발 효과를 통해 창출된 세수로 나타났다.

본 보고서는 한국 영상 콘텐츠 산업의 핵심 부문인 영화, TV 방송, 주문형 비디오(VOD) 미디어에 대해 보다 세분화된 모델링과 전망을 제시함으로써 분석 범위를 확장했다.

TV 방송은 약 15조 6,200억 원을 창출하며 산업 전체 GDP 기여도의 약 65%를 차지해 영상 콘텐츠 산업의 핵심 축을 이루었다. 영화 부문은 4조 9,600억 원(21%), 주문형 비디오(VOD)는 3조 5,000억 원(15%)을 추가로 창출했다. 이들 세 부문은 합쳐서 약 29만 1,100명의 고용을 지원했으며, 이 가운데 TV 방송이 약 18만 1,200명, 영화가 7만 7,800명, VOD가 3만 2,100명을 차지했다. 이러한 분포는 영상 콘텐츠 산업이 다각화된 기반 위에 형성되어 있음을 보여준다. 방송은 가장 큰 고용 기여도를 나타내고, 영화는 고품질 콘텐츠를 통해 상당한 부가가치를 창출하며, VOD는 추가 성장 가능성이 뚜렷한 의미 있는 기여 부문으로 자리하고 있다.

2028년을 전망해 보면, 주문형 비디오(VOD)는 영상 콘텐츠 산업의 다른 부문을 상회하는 성과를 이어갈 것으로 예상된다. 2025년 불변가격 기준으로 VOD의 직접 GDP 기여도와 세수 기여는 각각 약 7.4%와 7.2% 증가할 것으로 전망되며, 직접 고용도 약 6.1% 늘어날 것으로 예상된다. 반면 TV 방송과 영화 부문은 직접 GDP, 세수, 고용 측면에서 소폭의 감소세가 나타날 것으로 전망된다. 이러한 추세는 스트리밍과 디지털 소비 중심으로 이동하는 글로벌 미디어 소비 변화와 궤를 같이한다.

핵심적인 경제적 기여 외에도, 한국의 영상 콘텐츠 산업은 강력한 수출 성과와 글로벌 인지도를 바탕으로 그 영향력을 지속적으로 확대하고 있다. 2024년 기준 한국 영화 및 TV 방송의 수출액은 약 1조 8,000억 원으로 추산되었으며, 이는 2019년의 8,990억 원과 비교해 거의 두 배에 달하는 수준이다. 이러한 성장은 전통적으로 제조업 중심의 수출 구조에 기반해 온 국가에서 나타난 현상이라는 점에서 특히 주목할 만하다.

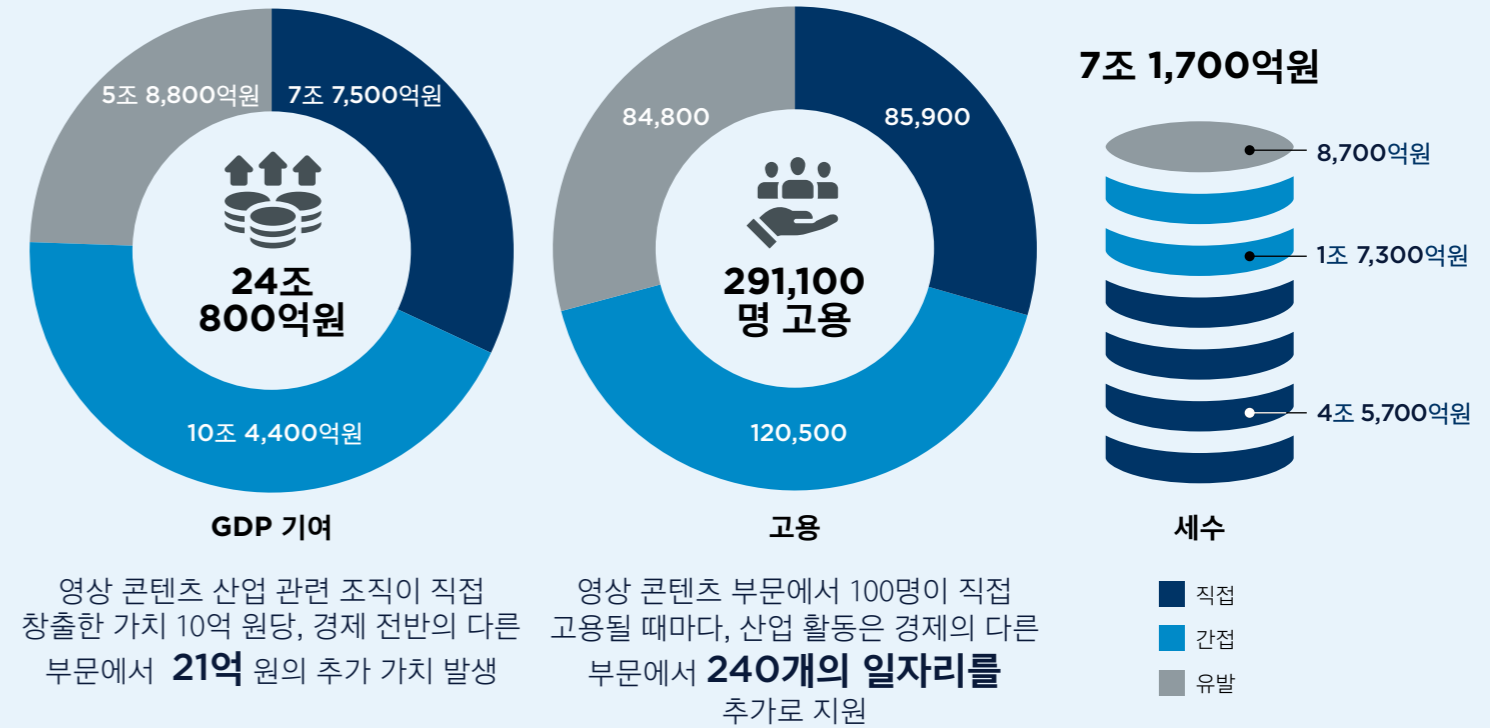


한국 콘텐츠가 글로벌 시장과 더욱 긴밀하게 연결되면서 관광을 촉진하고, 국가 브랜딩을 강화하며 문화적 영향력 또한 확대하고 있다. 한국 영화와 TV 방송 수출이 빠르게 증가하는 것과 맞물려, 한국을 방문한 외국인 관광객 수는 2005년 약 600만 명에서 2024년 약 1,600만 명으로 증가했다. 외래관광객 조사(International Visitor Survey)에 따르면 관광객의 38.3%가 한류 콘텐츠를 접한 이후 한국 방문을 결정한 것으로 나타났으며, 이는 전년의 32.1%에서 상승한 수치다. 이는 한국 방문 동기 가운데 가장 많이 언급된 요인으로 나타났으며, 스크린을 통한 콘텐츠 노출이 실제 여행 의향으로 이어지고 있음을 시사한다. 학술 연구 결과도 이러한 흐름과 궤를 같이한다. 2017년 연구에서는 한류 콘텐츠 수출과 외래 관광객 유입 사이에 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다. 2021년 연구에서는 방송 콘텐츠가 목적지 이미지 효과(destination image effects)를 통해 음악보다 더 큰 관광 파급효과를 미치는 것으로 보고되었다. 또한 2024년 인도네시아에서 실시된 설문조사에서는 영화 콘텐츠 요소들이 한국 방문 의향과 한국에 대한 인식 모두를 높이는 요인으로 확인되었다.

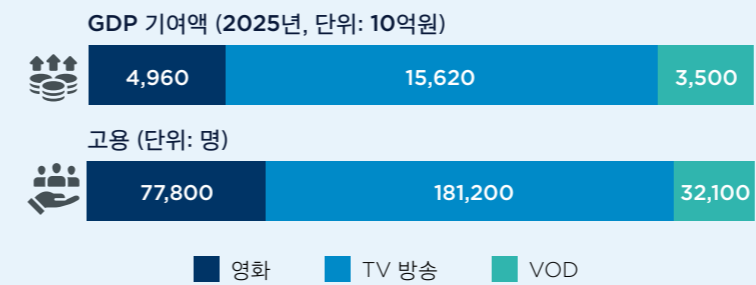
종합하면, 이러한 분석 결과는 영상 콘텐츠 산업이 GDP와 일자리 창출이라는 직접적인 기여를 넘어 관광 및 문화적 소프트웨어 측면에서도 실질적인 파급효과를 창출하고 있음을 보여준다. 이는 국가 경제 성장과 한국의 글로벌 영향력에 대한 전반적인 기여도를 더욱 확대하는 역할을 하고 있다.

# 한국 영상 콘텐츠 산업의 경제적 기여

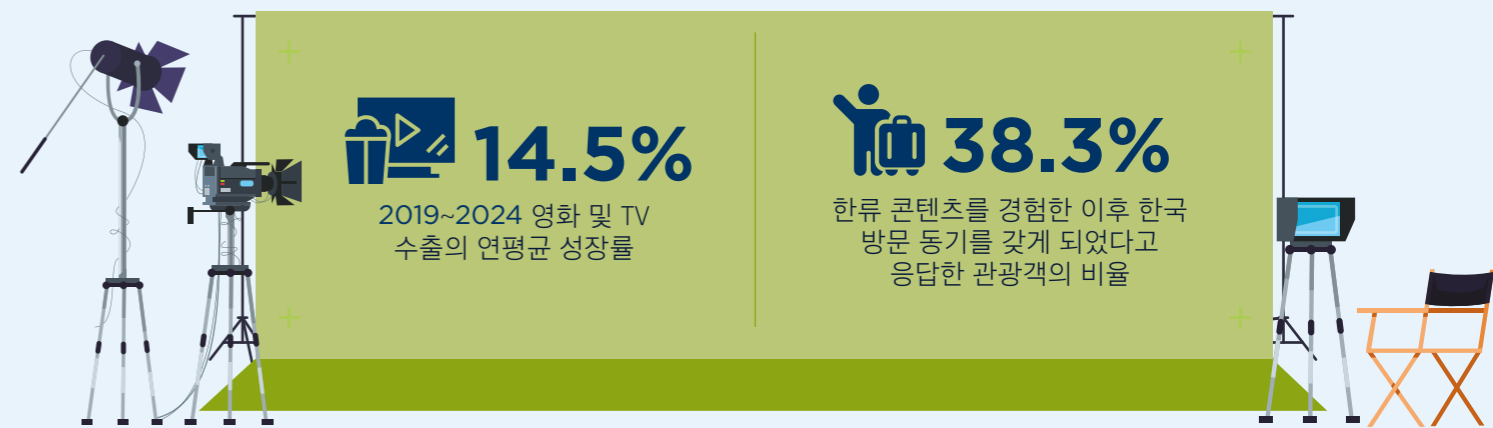
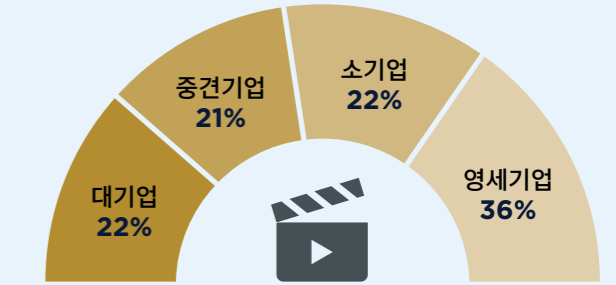
## 한국 영상 콘텐츠 산업의 경제적 기여 (2025년)



## 부문별 한국 영상 콘텐츠 산업의 국내 GDP 및 고용에 대한 경제적 기여도 (2025년)



## 기업 규모별 영상 콘텐츠 산업이 지원하는 일자리 비중 (2025년)



# 1. 서론

한국의 영상 콘텐츠 산업은 경제 성장과 소프트파워를 동시에 견인하는 전략적 동력으로, 한국의 글로벌 영향력을 크게 확장시킨 '한류(Korean Wave)'를 지탱하는 핵심 축이다. 높은 완성도의 K-드라마와 작가주의 영화는 한국의 스토리텔링을 고부가가치 수출 상품으로 자리매김하게 했으며, 이는 한국 브랜드에 대한 수요 확대와 관광 활성화를 촉진했다. 또한 인디 창작자부터 대형 스튜디오에 이르기까지 탄탄한 산업 생태계가 구축되어 있으며, 이는 강력한 공공 정책의 지원과 국내외 스트리밍 플랫폼의 투자가 결합된 결과다. 이러한 산업은 단순한 수익 창출을 넘어 국가 정체성을 형성하고 한국의 장인정신과 혁신성을 세계에 알리는 역할을 수행하고 있다.

글로벌 성장세에도 불구하고 한국의 영상 콘텐츠 산업은 구조적 역풍에 직면해 있다. 주요 극장 상영 시장들과 마찬가지로 박스오피스 매출은 코로나19 팬데믹 이전 수준을 아직 회복하지 못한 상태다. 또한 제작비 상승, 촬영지 부족, 수익성 악화 등의 영향으로 과거 한국 영화 산업의 특징이었던 중예산 제작물(mid-budget productions)이 점차 축소되는 양상을 보이고 있다. 최근에는 정책 및 규제 불확실성이 산업 내 투자 의욕을 저해하는 요인으로 작용하고 있다. 이러한 요인들은 지속적인 성장이 자동적으로 보장되지 않음을 의미하며, 향후 산업의 성장은 조율된 정책, 투자, 그리고 산업 전략에 달려 있다.

한국에서 창작 산업은 경제 성장과 소프트파워를 견인하는 전략적 엔진으로 명확히 인식되고 있다. 문화체육관광부는 콘텐츠 산업에 대한 국가 전략을 수립하고, 한국콘텐츠진흥원(KOCCA)은 수출 증진, 정책 연구, 교육 프로그램 운영, 시장 분석 등을 수행한다. 이러한 정책적 기조는 K-콘텐츠 수출 확대, 외자 유치, 그리고 문화적 인기를 관광과 국가 브랜드 가치 제고로 연결하려는 한국의 보다 큰 정책 방향과도 맞닿아 있다. 이러한 배경에서 영화협회(MPA)는 영상 콘텐츠 산업이 한국 경제에 창출하는 가치를 정량적으로 평가하기 위해 본 분석을 의뢰했다. 본 연구는 기존 평가를 업데이트하고, 정책 설계와 산업의 장기적 경쟁력을 뒷받침할 수 있는 근거 기반을 제공한다.

본 연구는 2025년 기준 산업 활동과 공급망 및 소매 경제에 미치는 영향, 그리고 기타 긍정적인 사회경제적 파급효과를 분석했다. 보고서의 구성은 다음과 같다. 제2장에서는 영상 콘텐츠 산업 전체의 경제적 기여도를 분석하고, 제3장에서는 각 세부 부문(sub-segment)에 대한 분석을 제시한다. 마지막으로 제4장에서는 한국 영상 콘텐츠 산업이 창출하는 보다 광범위한 영향을 논의한다.

## 방법론

옥스퍼드 이코노믹스(Oxford Economics)는 한국의 공식 국가통계기관과 기타 자료 출처를 통해 영상 콘텐츠 부문에 관한 방대한 데이터를 수집했다. 이러한 데이터는 GDP에 대한 총부가가치(GVA) 기여도, 피용자 보상, 중간 소비 등 산업의 전체 규모와 주요 특성을 추정하는 데 핵심적으로 활용되었다.

특히 다음과 같은 자료원이 사용되었다:



한국콘텐츠진흥원 「콘텐츠산업조사 (콘텐츠산업 통계조사)」



한국은행(Bank of Korea): 산업연관표 (Input-Output table)



Statista Market Insights, Media Partners Asia 등 외부 시장조사 기관

## 경제 파급효과 분석 개요

본 경제 파급효과 분석에서는 영상 콘텐츠 산업의 경제 활동이 경제 전반으로 확산되는 흐름을 다음 세 가지 경로를 통해 산정한다:

- **직접 효과:** 해당 부문의 운영 및 사업 활동 자체가 창출하는 경제적 기여도를 의미한다. 여기에는 영화 제작 현장의 스태프, 후반 작업 서비스 기업 종사자, 영화관 매점 직원 등 산업 활동에 직접 참여하는 모든 인력이 포함된다.
- **간접 효과:** 재화와 서비스의 조달 과정에서 해당 부문의 공급망 전반에서 발생하는 경제 활동을 의미하며, 여기에는 고용, GDP, 세수 등이 포함된다.
- **유발 효과:** 해당 부문 종사자에게 지급된 임금과 공급망 전반에서 지원되는 종사자들의 임금이 소비 지출로 이어지면서 발생하는 경제 활동을 의미한다.

직접 효과



영상 콘텐츠 산업(영화 및 TV 등) 부문에서 영화의 제작, 배급 및 상영을 위해 인력을 직접 고용. 신규 일자리 창출, GDP 생산, 그리고 정부 당국을 위한 조세 수입 창출로 이어짐.



간접 효과



인력을 고용하고 GDP를 창출하며 세금을 납부하는 공급업체에 돈을 쓰며, 이들 공급업체는 또 다른 공급업체를 사용함.



유발 효과



(공급업체 포함) 산업 종사자들이 지급받은 임금으로 광범위한 경제적 지출을 하며 이는 더 많은 GDP, 일자리 및 조세 수입을 추가적으로 창출.



종합 효과



결론: 위 세 가지 효과(직접, 간접, 유발)를 모두 합산하여 한국 영상 콘텐츠 산업의 총 경제적 파급효과를 구성.



## 2. 영상 콘텐츠 산업의 총 경제적 기여도

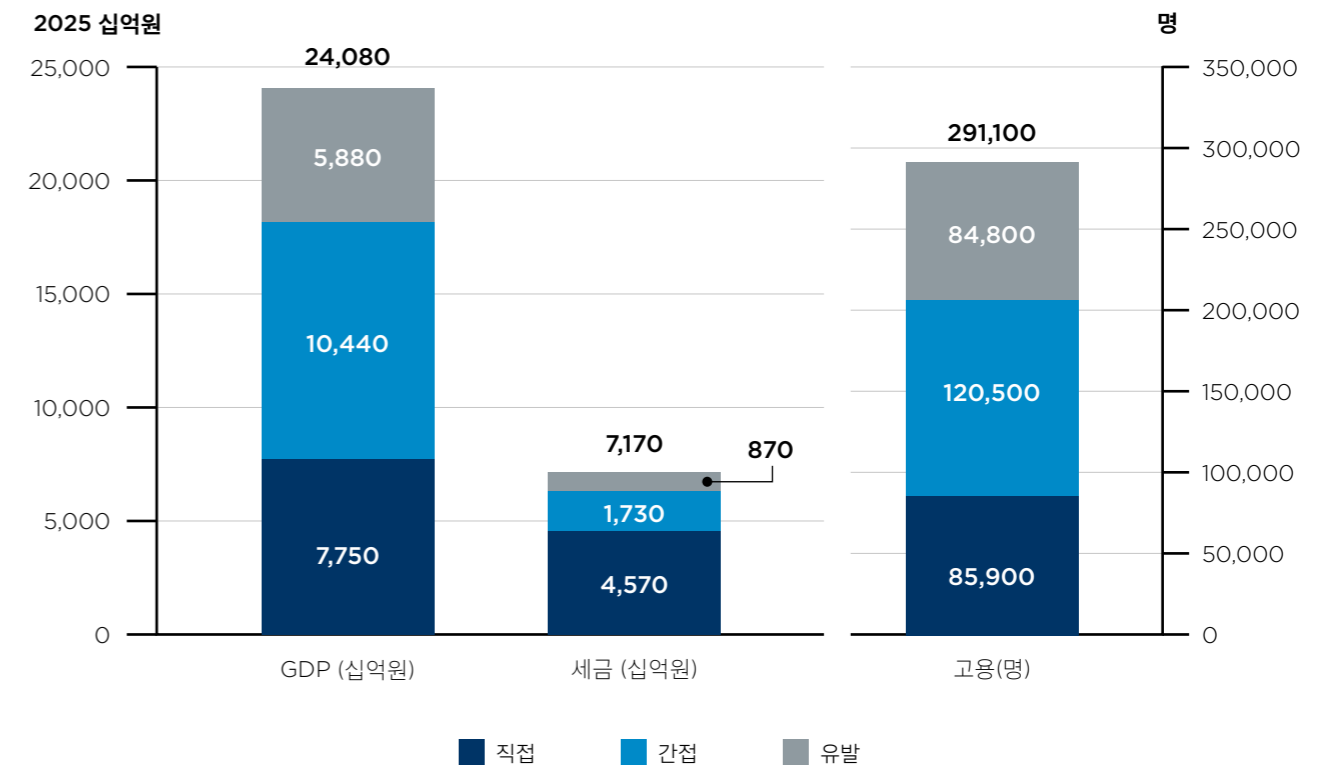
본 경제적 기여도 평가는 영상 콘텐츠 산업이 창출하는 경제적 기여를 국내총생산(GDP)에 대한 기여, 노동시장 전반에서 지원되는 고용 규모, 그리고 정부에 창출되는 세수라는 세 가지 측면에서 측정한다.

이러한 경제적 기여는 세 가지 경로를 통해 나타난다. 직접 경로는 영화 및 TV 제작사, 방송사, 스트리밍 플랫폼, 배급사, 영화관 등 한국 영상 콘텐츠 산업에 속한 기관들의 운영 활동에서 발생하는 경제 활동을 의미한다. 간접 경로는 이러한 운영 활동에 의해 촉발되는 공급망 활동을 포괄하며, 여기에는 장비 임대, 세트 제작, 전문 서비스, 운송 및 물류 등이 포함된다. 유발 경로는 해당 산업과 그 공급망에 종사하는 근로자들이 임금을 소비 지출로 사용하면서 경제 전반에서 추가적으로 발생하는 경제 활동을 반영한다.

2025년 기준 한국의 영상 콘텐츠 산업은 총 24조 800억 원의 GDP 기여도를 기록했으며, 약 29만 1,100명의 고용을 지원한 것으로 추정된다. 또한 같은 해 영상 콘텐츠 산업을 통해 창출된 총 세수 기여액은 7조 1,700억 원에 달했다. 이러한 경제적 기여는 직접, 간접, 유발의 세 가지 파급 경로로 구분되며, 경로별 기여도는 [그림 1]에 제시되어 있다. 각 경로에 대한 보다 상세한 설명은 아래에서 다룬다.



그림 1. 2025년 한국 영상 콘텐츠 산업의 경제적 기여도



자료: Oxford Economics  
반올림으로 인한 합계 오차가 있을 수 있음

### 2.1. 한국 GDP에 대한 기여도

2025년 기준 영상 콘텐츠 산업의 직접적인 사업 활동은 한국 GDP 기여도 중 32%를 차지했으며, 그 규모는 7조 7,500억 원에 달했다.

그러나 한국 영상 콘텐츠 산업의 경제적 영향은 직접적인 운영 활동에 그치지 않는다. 2025년 공급망 지출을 통한 간접 효과는 한국 GDP에서 10조 4,400억 원 규모로 나타났으며, 산업 및 공급망 종사자들의 소비 지출에

따른 유발 효과는 5조 8,800억 원에 달했다.

이는 상당한 수준의 승수 효과를 보여준다. 2025년 영상 콘텐츠 산업 관련 조직이 직접 창출한 가치 10억 원당, 경제 전반의 다른 부문에서 21억 원의 추가 가치가 발생한 것으로 나타났다. 이를 종합하면 영상 콘텐츠 산업의 GDP 승수는 3.1배에 달하는 것으로 분석된다.

### 2.2. 한국 고용에 대한 기여도

2025년 기준 한국의 영상 콘텐츠 산업은 8만 5,900명을 직접 고용했다. 이 산업의 전체 고용 기여도 가운데 약 40%는 공급망에서 발생하는 것으로 나타났다. 장비 대여, 세트 제작, VFX 및 후반 작업, 전문 서비스 등 공급망 활동을 통해 약 12만 500개의 일자리가

간접적으로 지원되는 것으로 추정된다. 여기에 더해 산업 및 공급망 종사자들의 소비 지출에 따른 유발 효과로 경제 전반에서 8만 4,800개의 일자리가 추가로 창출되고 있다.

영상 콘텐츠 부문에서 100명이 직접 고용될 때마다, 산업 활동은 경제의 다른 부문에서 240개의 일자리를 추가로 지원하는 것으로 나타났으며, 이는 고용 승수 3.4에 해당한다.

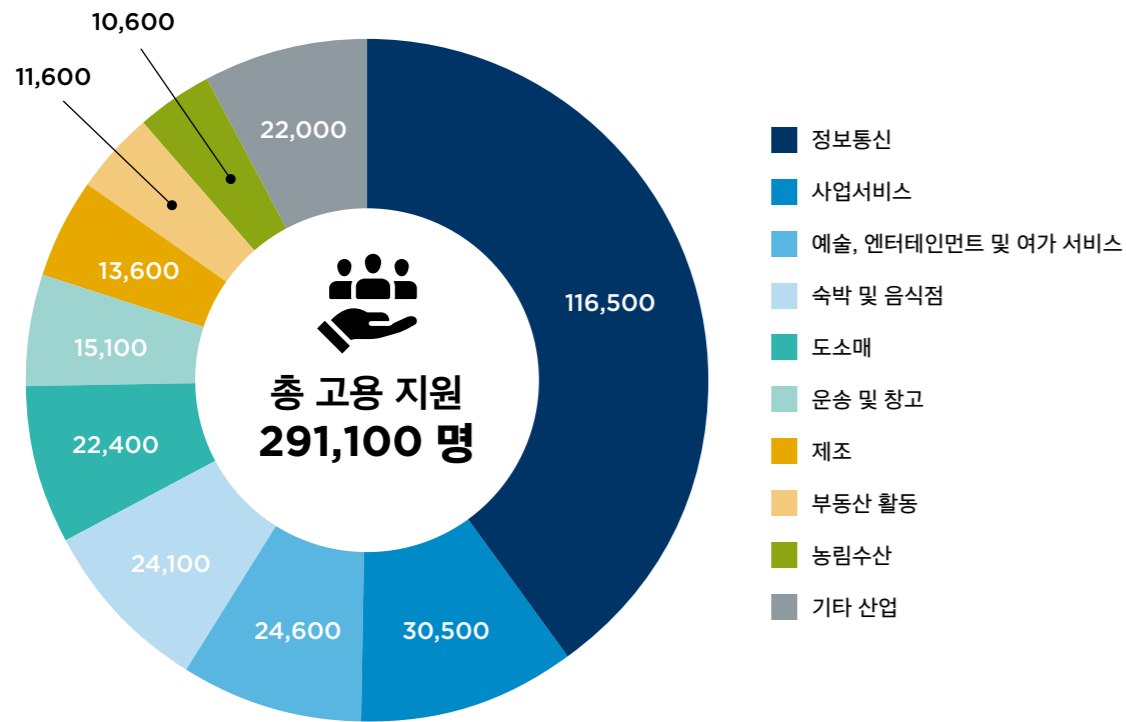
산업별 고용 영향의 분포를 보면 영상 콘텐츠 산업의 파급 범위가 얼마나 광범위한지 확인할 수 있다(그림 2). 정보통신업이 11만 6,500개의 일자리를 가장 큰 비중을 차지한다. 이는 영상 콘텐츠 산업이 속한 상위 산업 부문이기도 하지만, 동시에 영상 콘텐츠 산업 공급망이 디지털 집약적 특성을 지니고 있음을 반영한다. 다음으로 사업서비스업이 3만 500개, 예술·엔터테인먼트 및 여가 관련 서비스업이 2만 4,600개의 일자리를 지원하며, 이 산업이 전문적·창의적·기술적 숙련도에 크게 의존하고 있음을 보여준다. 이러한

파급효과는 숙박 및 음식점업, 도소매업, 운송 및 창고업, 제조업 등 경제 전반의 다양한 산업 부문으로 폭넓게 확산되고 있다.

중소기업 및 소상공인(MSMEs)은 영상 콘텐츠 산업 자체뿐 아니라 그 공급망과 경제 전반에 걸쳐 유발되는 경제 활동 전반에서 고용 창출의 핵심적인 원천으로 작용하고 있다.<sup>1</sup> 전체적으로 지원되는 일자리 가운데 약 78%가 중소기업 및 소상공인 부문에서 발생하는 것으로 추정된다(그림 3). 특히 종사자 9인 이하(서비스업의 경우 4인 이하)로 정의되는 영세기업(micro enterprises)만으로도 영상 콘텐츠 산업 전체 고용 기여도의 36%를 차지하는 것으로 나타났다.

이처럼 산업의 고용 영향이 폭넓게 나타나는 것은

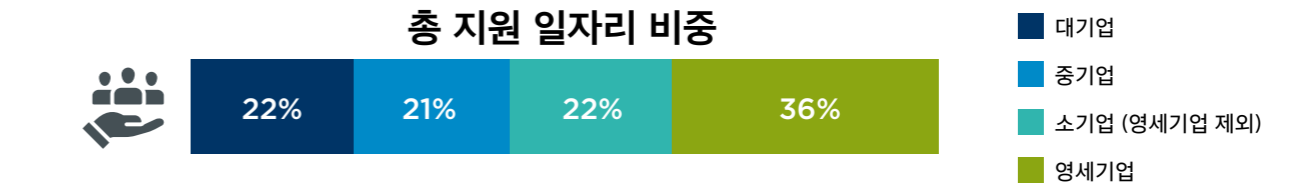
그림 2. 영상 콘텐츠 산업의 직접·간접·유발 고용 규모(고용 부문별), 2025년



자료: Oxford Economics  
 주: 기타 산업에는 보건 및 사회 서비스, 금융 및 보험 서비스, 교육 등 포함. 반올림으로 인한 합계 오차가 있을 수 있음

1 중소기업부(중소벤처기업부)는 소기업을 연간 매출액 10억 원 이상 120억 원 이하의 기업으로, 중기업을 연간 매출액 400억 원 이상 1,500억 원 이하의 기업으로 정의하고 있으며, 구체적인 기준은 업종별로 상이하다. (2025.10.01 중소기업기본법 시행령 개정 전)

그림 3. 기업 규모별 영상 콘텐츠 산업의 직접·간접·유발 고용 비중, 2025년



자료: Oxford Economics

스튜디오, 공급업체, 서비스 제공업체가 긴밀하게 연결된 네트워크를 형성하여 신속한 협업과 규모의 효율성을 가능하게 하는 고도로 집적되고 상호 연계된 제작 생태계를 반영한다. 그 결과 영상 콘텐츠 산업은

고부가가치의 창의·디지털 분야 고용을 중심으로 지탱할 뿐만 아니라, 예술, 숙박, 소매, 물류 등 다양한 서비스 부문에서 지속적인 경제 활동을 촉진하며 한국 서비스 경제 전반의 기반을 강화하는 역할을 한다.

### 2.3. 영상 콘텐츠 산업 종사자의 생산성

2025년 기준 한국 영상 콘텐츠 산업 종사자 1인당 평균 직접 GDP 기여액은 9,000만 원으로 나타났으며, 이는 국가 전체 평균인 9,200만 원과 유사한 수준이다.<sup>2</sup> 세부 부문별로 보면 주문형 비디오(VOD) 부문의 생산성이 가장 높게 나타났다. 이 부문 종사자 1인당 평균 직접

GDP 기여액은 4억 3,700만 원으로, 한국 전체 근로자 평균 생산성의 약 5배에 해당한다. 그 다음으로는 TV 방송 부문이 뒤를 이었으며, 종사자 1인당 평균 직접 GDP 기여액은 1억 700만 원으로 집계되었다.

### 2.4. 한국 세수에 대한 기여도

한국의 영상 콘텐츠 산업은 해당 부문 기업과 종사자들이 납부하는 법인세, 개인소득세, 부가가치세, 사회보장기여금 등을 통해 국가 세수에 직접적으로 기여하고 있다. 이와 함께 공급망에 속한 기업들에서 발생하는 세금을 통한 간접 기여와, 산업 및 공급망 종사자들의 소비 지출이 경제 전반에 확산되면서 나타나는 유발 세수 효과도 추가로 발생한다.

2025년 기준 한국 영상 콘텐츠 산업의 활동을 통해 창출된 직접 세수 기여액은 4조 5,700억 원으로 추산된다. 여기에 공급망을 통해 발생한 1조 7,300억 원의 간접 세수와 가계 소비 지출을 통해 발생한 8,700억 원의 유발 세수가 더해졌다. 이를 모두 합하면 영상 콘텐츠 산업이 정부에 제공한 세수는 총 약 7조 1,700억 원에 달하며, 이는 영상 콘텐츠 산업이 한국 공공 재정에 중요한 역할을 하고 있음을 보여준다.

2 한국은행이 발표한 최신 연간 자료인 2024년 국가 GDP 및 고용 통계를 기반으로 산정한 후, 이를 2025년 가격 기준으로 환산한 값이다.

### 3. 부문별 경제적 기여도

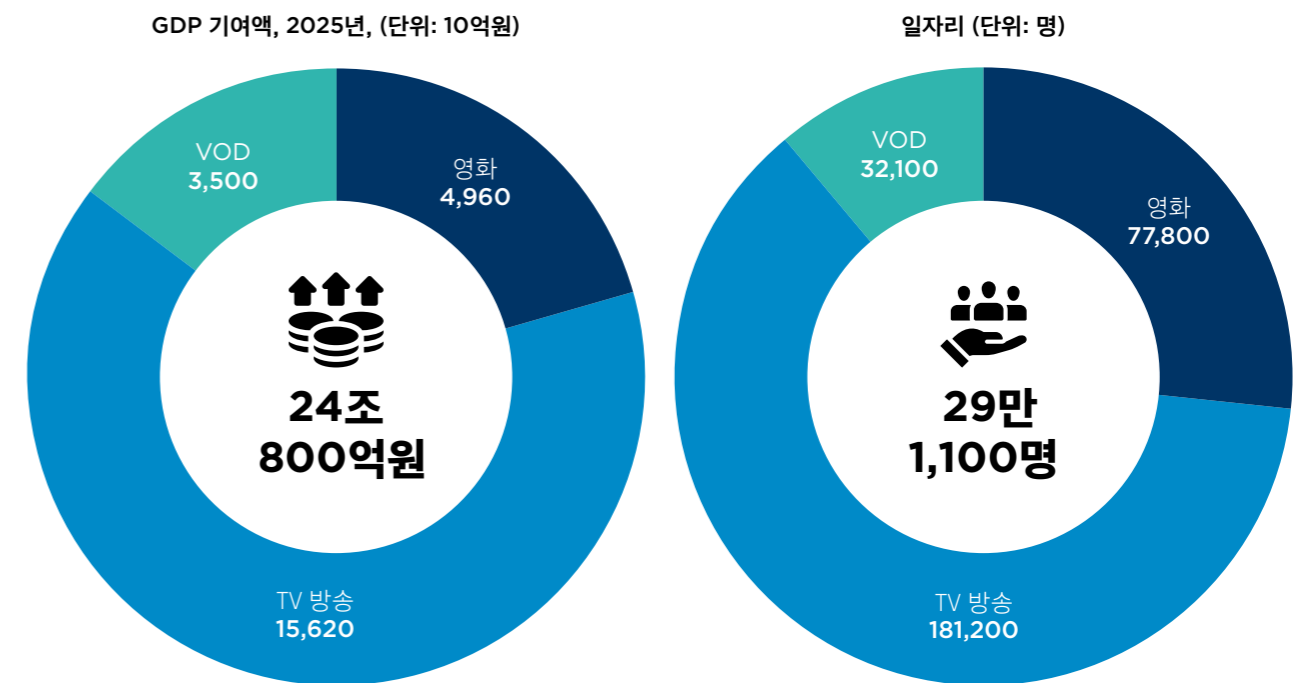
본 섹션에서는 2025년 기준 한국 영상 콘텐츠 산업의 세부 업종별 경제적 기여도를 살펴본다. 한국 영상 콘텐츠 산업의 주요 업종은 i) 영화, ii) TV 방송, iii) VOD(주문형 비디오)의 세 가지로 구분된다:

한국 영상 콘텐츠 산업의 모든 업종은 국가 경제에 의미 있는 기여를 하고 있다. 이 가운데 TV 방송은 2025년 전체 GDP 기여액의 약 65%(15조 6,200억 원)를 차지하며 산업의 중추적 역할을 수행하고 있다. 영화 부문은 약 21%(4조 9,600억 원), VOD 부문은 약 15%(3조 5,000억 원)를 기여했다. 방송은 여전히 산업의 핵심적인 경제 동력으로 자리하고 있으며, 영화는 지속적으로 상당한 부가가치를 창출하고 있다. VOD 역시 향후 추가 성장이 기대되는 중요한 기여 부문으로 부상하고 있다.

고용 측면에서도 유사한 구조가 나타난다. TV 방송 부문은 영상 콘텐츠 산업 전체 고용 효과의 약 62%(18만 1,200명)를 차지했으며, 영화 부문은 약 27%(7만 7,800명), VOD 부문은 약 11%(3만 2,100명)를 차지했다. 이러한 결과는 한국 영상 콘텐츠 산업이 다각화된 산업

기반을 갖추고 있음을 보여준다. TV 방송이 고용과 GDP 기여 측면에서 가장 큰 비중을 유지하는 가운데, 영화와 VOD는 국가 전반의 경제 활동을 뒷받침하는 중요한 보완적 역할을 수행하고 있다.

그림 4. 부문별 한국 영상 콘텐츠 산업의 국내 GDP 및 고용 기여 규모, 2025년



자료: Oxford Economics  
반올림으로 인한 합계 오차가 있을 수 있음

#### 3.1. 영화

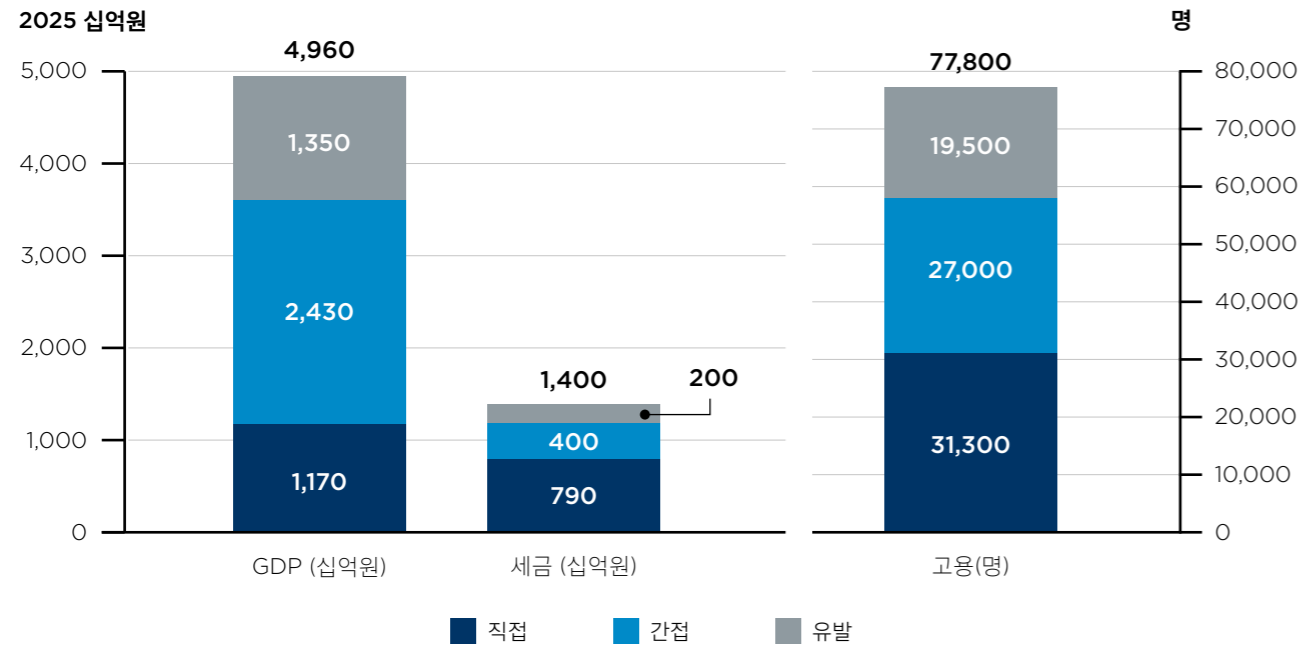
한국 영화 부문의 핵심은 영화(Motion pictures) 창작 활동에 있으며, 이는 경제적 가치를 창출할 뿐만 아니라 일반적으로 가장 높은 수준의 문화 자본(Cultural capital)을 형성하는 활동이다. 이 과정에는 국내외 관객을 대상으로 하는 영화 콘텐츠의 제작과 배급, 그리고 영화관 상영과 온라인 스트리밍을 통한 상업적 권리 활용에 이르기까지 콘텐츠의 전 생애 주기가 포함된다.

2025년 기준 영화 부문은 한국 GDP에 총 4조 9,600억 원을 기여했다. 이 가운데 1조 1,700억 원은 영화 산업의 직접 활동, 2조 4,300억 원은 공급망에서 발생한 간접 활동, 1조 3,500억 원은 가계 소비 지출에 따른 유발

효과에서 비롯된 것이다.

고용 측면에서 영화 부문은 총 7만 7,800개의 일자리를 창출했다. 이 가운데 3만 1,300명은 영화 부문의 직접 고용, 2만 7,000명은 공급망을 통해 지원된 고용, 1만 9,500명은 가계 소비 지출에 따른 유발 고용으로 나타났다. 또한 영화 부문은 총 1조 4,000억 원의 세수를 창출했으며, 여기에는 직접 세수 7,900억 원, 공급업체를 통한 간접 세수 4,000억 원, 유발 효과에 따른 세수 2,000억 원이 포함된다. 이러한 수치들은 영화 산업이 한국 창의경제에서 수행하는 역할과 함께, 관련 산업 전반으로 확산되는 경제적 파급 효과를 보여준다.

그림 5. 한국 영화 산업의 경제적 기여도, 2025년



자료: Oxford Economics  
반올림으로 인한 합계 오차가 있을 수 있음

### 3.1.1. 세부 업종별 영화 산업 기여도

영화 산업은 영화 콘텐츠가 기획 단계에서 제작을 거쳐 소비자에게 전달되기까지의 전 과정에서 이루어지는 다양한 활동을 포괄한다. KOCCA는 한국 영화 산업의 세부 업종을 영화 제작, 영화 배급, 영화 상영, 기타 영화 서비스, 온라인 상영으로 구분하고 있다.

2025년 기준 한국 영화 산업의 경제적 기여 가운데 영화 제작 부문이 절반을 약간 상회하는 비중을 차지했다.

이 부문은 GDP에 2조 6,900억 원을 기여하고 4만 3,500개의 일자리를 지원했으며, 중앙 및 지방정부에 총 7,500억 원의 세수 기여를 창출했다. 한국 영화와 관객이 만나는 주요 접점인 영화 상영 부문은 그 다음으로 큰 기여를 보였다. 이 부문은 GDP 1조 2,500억 원을 창출하고 2만 1,600개의 일자리를 지원했으며, 3,600억 원의 세수를 발생시켰다. 이와 함께 영화 배급 부문 역시 상당한 경제적 기여를 나타냈으며, 온라인 상영과 기타 영화 서비스 부문은 상대적으로 작은 비중을 차지했다.

그림 6. 영화 산업의 직접·간접·유발 경제적 기여도 (세부 업종별), 2025년

	GDP 기여 (2025년, 단위: 원)		고용 (단위: 명)		세수 (2025년, 단위: 원)	
	직접	합계	직접	합계	직접	합계
영화 제작	₩ 610 십억	₩ 2,690 십억	17,900	43,500	₩ 410 십억	₩ 750 십억
영화 배급	₩ 170 십억	₩ 680 십억	2,000	8,300	₩ 120 십억	₩ 200 십억
영화 상영	₩ 310 십억	₩ 1,250 십억	10,000	21,600	₩ 210 십억	₩ 360 십억
기타 영화 서비스	₩ 40 십억	₩ 180 십억	700	2,400	₩ 20 십억	₩ 50 십억
온라인 상영	₩ 40 십억	₩ 150 십억	700	2,000	₩ 30 십억	₩ 40 십억
<b>영화 부문 합계</b>	<b>₩ 1,170 십억</b>	<b>₩ 4,960 십억</b>	<b>31,300</b>	<b>77,800</b>	<b>₩ 790 십억</b>	<b>₩ 1,400 십억</b>

자료: Oxford Economics  
반올림으로 인한 합계 오차가 있을 수 있음

### 3.1.2. 영화 부문의 향후 전망(2025~2028년)

KOCCA 자료에 따르면, 영화 산업의 실적은 코로나19 팬데믹 기간인 2020년과 2021년에 크게 위축되었다. 이후 2022년에 강한 반등을 보였지만, 다시 팬데믹 이전 수준보다 낮은 수준으로 돌아갔다. 영화 부문의 직접 매출액은 2019년 6조 4,320억 원에서 2020년 2조 9,870억 원으로 급감했으며, 2022년에는 7조 3,690억 원으로 반등했다. 그러나 2023년에는 약 5조 9,000억 원 수준으로 감소했고, 2024년에는 큰 변화 없이 비슷한 수준을 유지했다.

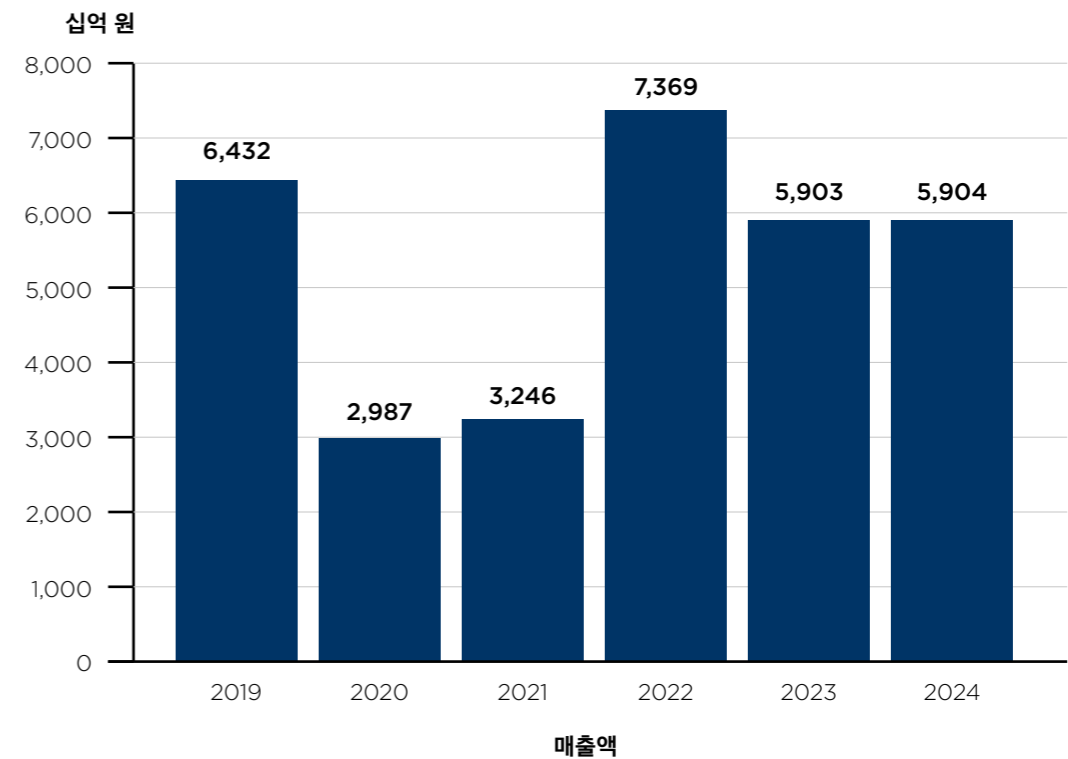
고용 역시 유사한 흐름을 보였다. 2019년 3만2,566개였던 일자리는 2020년 1만497개로 크게 줄어들었고, 2022년에는 3만6,601개로 반등했다. 이후 2024년에는 약 3만1,218개 수준에서 안정된 것으로 나타났다. 이러한 반등에도 불구하고 매출과 고용 모두 팬데믹 이전 수준을 다소 밑돌고 있다. 이는 회복세가 일정

부분 안정되었음에도 불구하고, 관객 행동의 변화와 시장 환경의 제약 속에서 산업 규모가 아직 이전 수준을 완전히 회복하지는 못했음을 시사한다.

영화 부문의 향후 경제적 기여도를 전망하기 위해 본 보고서는 Statista Market Insights의 외부 시장조사 자료를 활용하였다. 총산출(Gross output)을 부가가치로 환산하기 위해 기준연도의 한국 특화 비율을 적용했으며, 고용 규모는 KOCCA 자료에 기반한 생산성 비율을 통해 추정하였다. 조세 기여도는 유효 세율(Effective rates)을 적용하여 산정하였다.

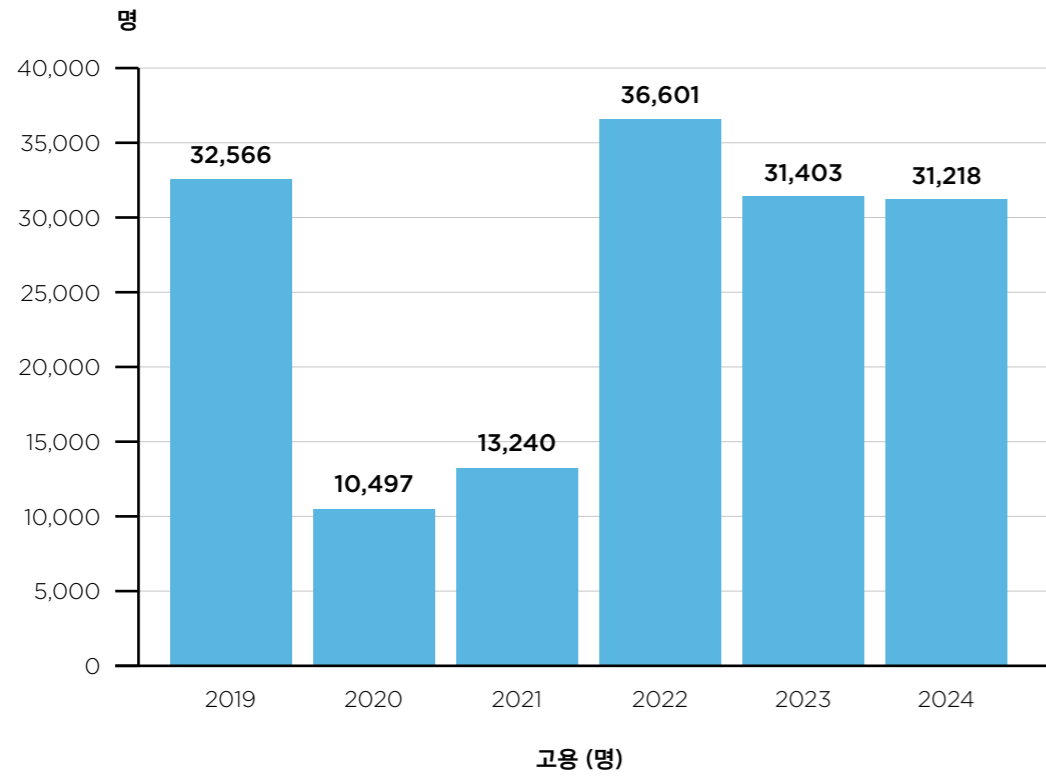
분석 결과, 향후 몇 년간 영화 부문의 직접 GDP, 고용 및 조세 기여도는 실질 기준(Real terms)에서 소폭 감소할 것으로 전망된다. 이는 지속적인 비용 상승 압력과 소비 패턴의 변화가 산업 성장에 제약 요인으로 작용할 것으로 예상되기 때문이다.

그림 7. 한국 영화 산업의 직접 매출, 2019년~ 2024년



자료: KOCCA 콘텐츠 산업 동향 분석

그림 8. 한국 영화 산업의 직접 고용, 2019년~ 2024년



자료: KOCCA 콘텐츠 산업 동향 분석

그림 9. 영화 산업의 직접 경제 기여 전망치(2025~2028년)

연도	직접GDP 기여 (2025년, 단위: 원)	직접 고용 (단위: 명)	직접 세수 (2025년, 단위: 원)
2025	₩ 1,170 십억	31,300	₩ 790 십억
2026	₩ 1,170 십억	31,300	₩ 790 십억
2027	₩ 1,150 십억	30,800	₩ 780 십억
2028	₩ 1,140 십억	30,500	₩ 770 십억

자료: Oxford Economics

### 3.2. TV 방송

TV 방송은 한국 영상 콘텐츠 산업의 중심에서 오리지널 프로그램의 기획과 편성, 송출 운영 및 규제 준수 관리, 그리고 지상파·케이블·위성·독립 채널·IPTV 네트워크를 통한 전국적 도달 범위 확보 등 핵심 기능을 수행한다. 또한 광고 수익과 재송신료(Carriage fees)를 통해 수익을 창출하고, 외주 제작 발주를 통해 독립 제작사의 생태계를 지탱하며, 뉴스·스포츠·예능 등 실시간 콘텐츠를 제공함으로써 일상적으로 많은

시청자를 확보하고 문화적 영향력을 강화한다. 특히 스포츠 생중계는 TV 시청을 견인하는 주요 요인이다. 한국야구위원회(KBO) 리그 팬 성향 조사에 따르면 시청 경험의 79.7%가 실시간 TV 중계를 통해 이루어지는 것으로 나타나, 실시간 스포츠 이벤트 전달과 시청자 참여 확대에서 TV 방송이 수행하는 핵심적 역할을 보여준다.<sup>3</sup>

3 조선비즈. 「세계 최초 ABS 도입 신의 한 수였나, 야구팬 인지도 94.6% 위엄+KBO리그 성장했다' 73.5% 지지했다」, 2026.

2025년 기준 TV 방송 부문은 한국 GDP에 총 15조 6,200억 원을 기여하며 영상 콘텐츠 산업 전체 경제 기여의 가장 큰 비중을 차지했다. 이 가운데 5조 6,200억 원은 직접 활동, 6조 1,400억 원은 공급망 활동, 3조 8,600억 원은 가계 소비 지출에 따른 유발 효과에서 발생했다.

조세 측면에서는 총 4조 9,100억 원의 세수가 창출되었다. 여기에는 직접 활동에 따른 3조 3,100억 원, 공급업체 산업에서 발생한 간접 세수 1조 200억 원, 그리고 유발 효과에 따른 세수 5,700억 원이 포함된다.

고용 측면에서 TV 방송 부문은 총 18만 1,200개의 일자리를 지원했다. 이 가운데 5만 2,400명은 TV 방송 부문에서 직접 고용, 7만 3,200명은 공급망에서 지원된 고용, 5만 5,700명은 가계 소비 지출에 따른 유발 고용으로 나타났다. 전체 경제 기여 가운데 약 70%가 간접 및 유발 경로에서 발생한 점은 TV 방송이 제작 서비스, 기술, 광고, 유통, 소비자 접점 활동 등 광범위한 산업 생태계를 활성화하는 핵심적 역할을 수행하고 있음을 보여준다.

#### 3.2.1. 세부 업종별 TV 방송 산업 기여도

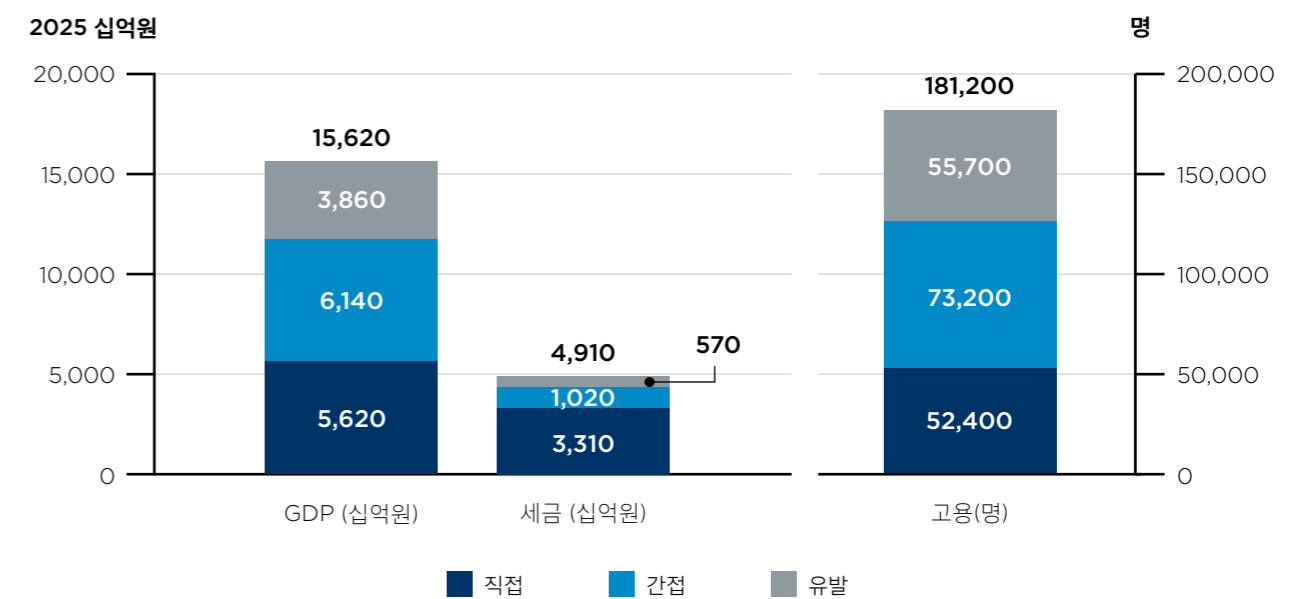
KOCCA는 TV 방송 산업의 세부 업종을 지상파 TV, 위성 TV, 케이블 TV, 독립 방송(개별 방송사), IPTV로 구분하고 있다.

2025년 기준 TV 방송의 세부 업종 가운데 케이블 TV가 가장 큰 경제적 기여를 나타냈다. 케이블 TV는 한국 GDP에 6조 3,200억 원을 기여하며 TV 방송 전체 기여도의 약 40%를 차지했다. 또한 7만 4,600명의 고용을 지원하고 1조 8,900억 원의 세수를 창출했다.

그 다음으로 큰 기여를 보인 부문은 독립 방송이었다. 이 부문은 GDP에 4조 6,200억 원을 기여하고 5만 3,000개의 일자리를 지원했으며 1조 3,800억 원의 세수를 창출했다.

이 밖에도 지상파 TV, IPTV, 위성 TV 부문에서 추가적인 경제적 기여가 있었지만, 그 규모는 상대적으로 작은 수준이었다.

그림 10. 한국 TV 방송 산업의 경제적 기여도, 2025년



자료: Oxford Economics  
반올림으로 인한 합계 오차가 있을 수 있음

그림11. TV 방송 산업의 직접·간접·유발 경제적 기여도 (세부 업종별), 2025년

	GDP 기여 (2025년, 단위: 원)		고용 (단위: 명)		세수 (2025년, 단위: 원)	
	직접	합계	직접	합계	직접	합계
지상파 TV	₩ 870 십억	₩ 1,910 십억	13,100	26,700	₩ 490 십억	₩ 650 십억
위성 TV	₩ 120 십억	₩ 350 십억	400	3,300	₩ 70 십억	₩ 110 십억
케이블TV	₩ 2,210 십억	₩ 6,320 십억	21,500	74,600	₩ 1,230 십억	₩ 1,890 십억
독립 방송	₩ 1,610 십억	₩ 4,620 십억	14,200	53,000	₩ 900 십억	₩ 1,380 십억
IPTV	₩ 800 십억	₩ 2,430 십억	3,100	23,600	₩ 630 십억	₩ 890 십억
<b>TV 합계</b>	<b>₩ 5,620 십억</b>	<b>₩ 15,620 십억</b>	<b>52,400</b>	<b>181,200</b>	<b>₩ 3,310 십억</b>	<b>₩ 4,910 십억</b>

자료: Oxford Economics  
반올림으로 인한 합계 오차가 있을 수 있음

3.2.2. TV 방송 부문의 향후 전망(2025~2028년)

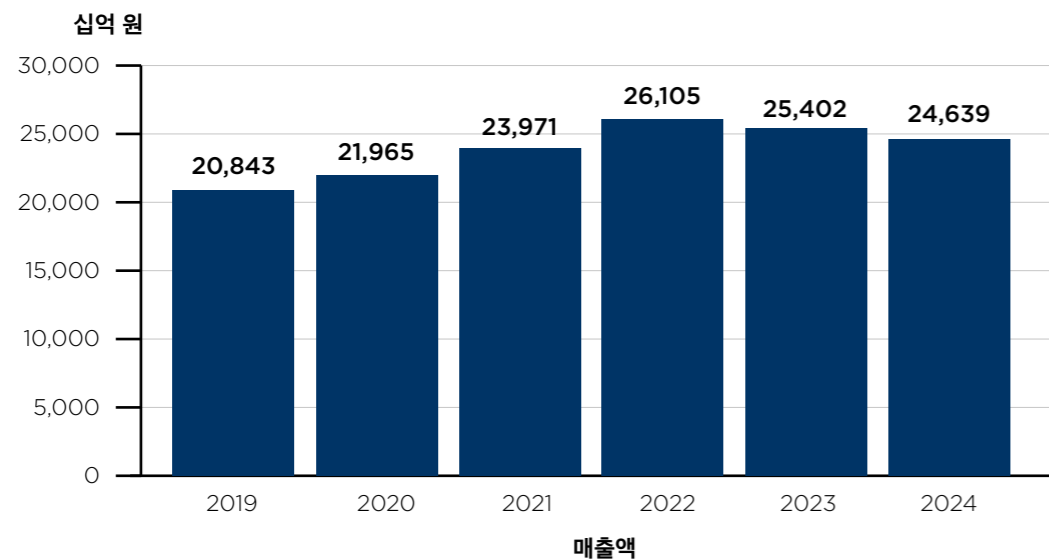
TV 방송 매출액은 2019년 20조 8,430억 원에서 2022년 26조 1,050억 원으로 정점을 기록한 이후, 2024년에는 24조 6,390억 원으로 다소 감소했다. 고용은 약 5만 명에서 5만 3,000명 사이의 비교적 좁은 범위 내에서 변동하며 전반적으로 안정적인 수준을 유지했다. 이러한 흐름은 TV 방송 부문이 팬데믹 기간 동안 비교적 견조한 모습을 보였으나 이후 성장 모멘텀이 다소 약화되었음을 시사한다. 현재 매출은 2022년의 정점보다 낮은 수준에 머물러 있으며, 고용 규모는 대체로 정체된 흐름을 보이고 있다.

본 보고서는 향후 한국 TV 방송 부문의 경제적 기여도를

전망하기 위해 글로벌 시장조사 기관인 Statista Market Insights의 자료를 활용하였다. 총산출(Gross output)을 부가가치로 환산하기 위해 기준연도의 한국 특화 비율을 적용했으며, 고용 규모는 KOCCA 자료에 기반한 생산성 비율을 통해 추정하였다. 조세 기여도는 유효 세율(Effective rates)을 적용해 산정하였다.

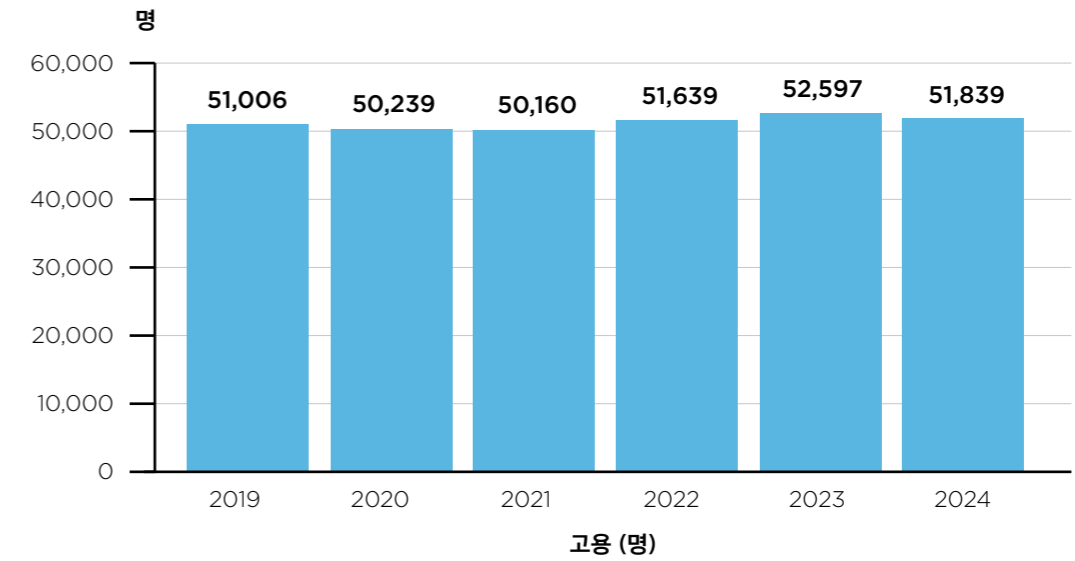
분석 결과, 최근의 산업 추세가 지속될 경우 향후 몇 년간 TV 방송 부문의 경제적 기여는 소폭 감소할 것으로 전망된다. 본 보고서의 추정에 따르면 2028년까지 TV 방송 부문이 지원하는 일자리는 2025년 대비 약 2,600개 감소하고, GDP 기여도 역시 실질 기준(Real terms)에서 약 5% 낮아질 것으로 예상된다.

그림12. 한국 TV 방송 산업의 직접 매출, 2019년~ 2024년



자료: KOCCA 콘텐츠 산업 동향 분석

그림13. 한국 TV 방송 산업의 직접 고용, 2019년~ 2024년



자료: KOCCA 콘텐츠 산업 동향 분석

그림14. TV 방송 산업의 직접 경제 기여 전망치(2025~2028년)

연도	직접GDP 기여 (2025년, 단위: 원)	직접 고용 (단위: 명)	직접 세수 (2025년, 단위: 원)
2025	₩ 5,620 십억	52,400	₩ 3,310 십억
2026	₩ 5,580 십억	52,000	₩ 3,290 십억
2027	₩ 5,460 십억	50,800	₩ 3,210 십억
2028	₩ 5,350 십억	49,800	₩ 3,150 십억

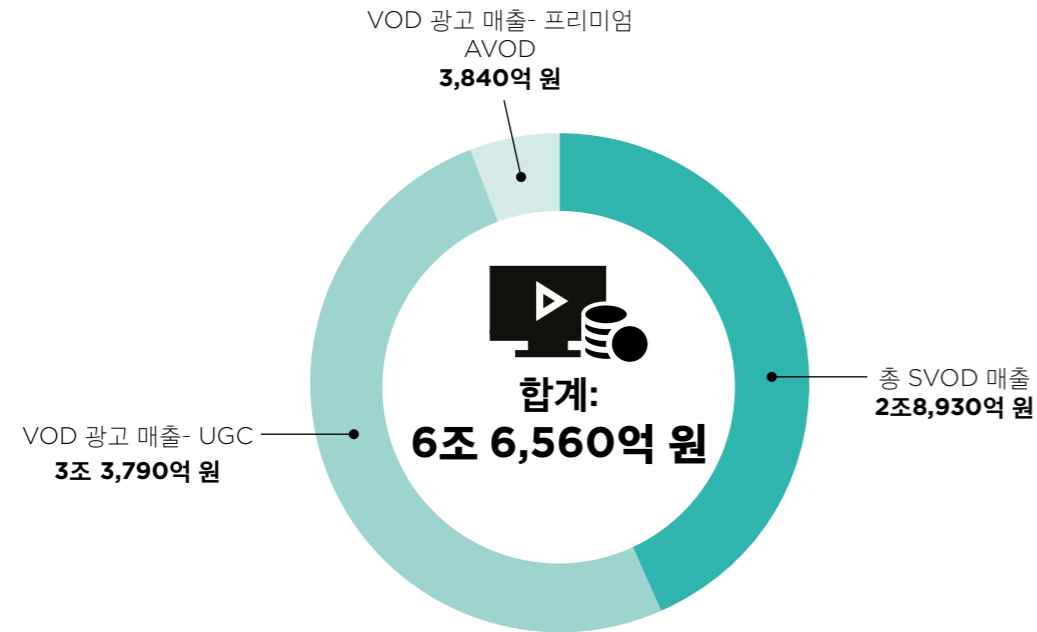
자료: Oxford Economics

3.3. 주문형 비디오 (VOD)

한국의 주문형 비디오(Video-on-Demand, VOD) 서비스는 개방형 인터넷을 통해 영화와 TV 콘텐츠를 제공하며, 스마트 TV, 모바일, 태블릿 등 다양한 기기를 통해 이용할 수 있다. 비즈니스 모델 역시 구독형과 광고 기반형을 모두 포함한다. 방대한 콘텐츠 라이브러리, 데이터 기반 추천 시스템, 그리고 수준 높은 현지화

(localisation)는 국내 오리지널 콘텐츠와 해외 작품 모두에 대한 이용자 참여를 확대하고 있다. 광범위하게 구축된 초고속 광대역 인터넷, 높은 기기 보급률, 그리고 국내외 플랫폼의 지속적인 투자에 힘입어 VOD는 시청자들이 영상 콘텐츠를 발견하고 비용을 지불하는 방식에서 점차 더 큰 역할을 하게 될 것으로 전망된다.

그림15. 플랫폼별 VOD 직접 매출, 2025년



자료: Media Partners Asia

### 3.3.1. VOD 시장의 구조

2025년 기준 한국의 온라인 비디오 시장 매출은 총 6조 6,560억 원으로 집계되었다. 이 가운데 사용자 제작 콘텐츠(UGC) 기반 광고 매출이 3조 3,790억 원으로 가장 큰 비중을 차지하며 전체의 약 51%를 차지했다. 구독형 VOD(SVOD)는 2조 8,930억 원으로 약 44%의 비중을 나타냈으며, 프리미엄 광고 기반 VOD(AVOD)는 3,840억 원의 매출을 기록했다. 이러한 매출 구성은 광고 중심 구조 위에 구독 기반 서비스가 강하게 결합된 시장 구조임을 보여주며, 프리미엄 AVOD 부문은 아직 규모는 작지만 성장 중인 영역임을 시사한다.

### 3.3.2. 한국의 VOD 산업 경제적 기여도

2025년 기준 VOD 서비스는 한국 GDP에 총 3조 5,000억 원을 기여했다. 이 가운데 가장 큰 비중은 1조 8,700억 원 규모의 공급망 경제 활동에서 발생했으며, VOD 플랫폼의 직접 활동을 통한 9,600억 원, 종사자

소비 지출에 따른 유발 효과로 6,700억 원이 뒤를 이었다.

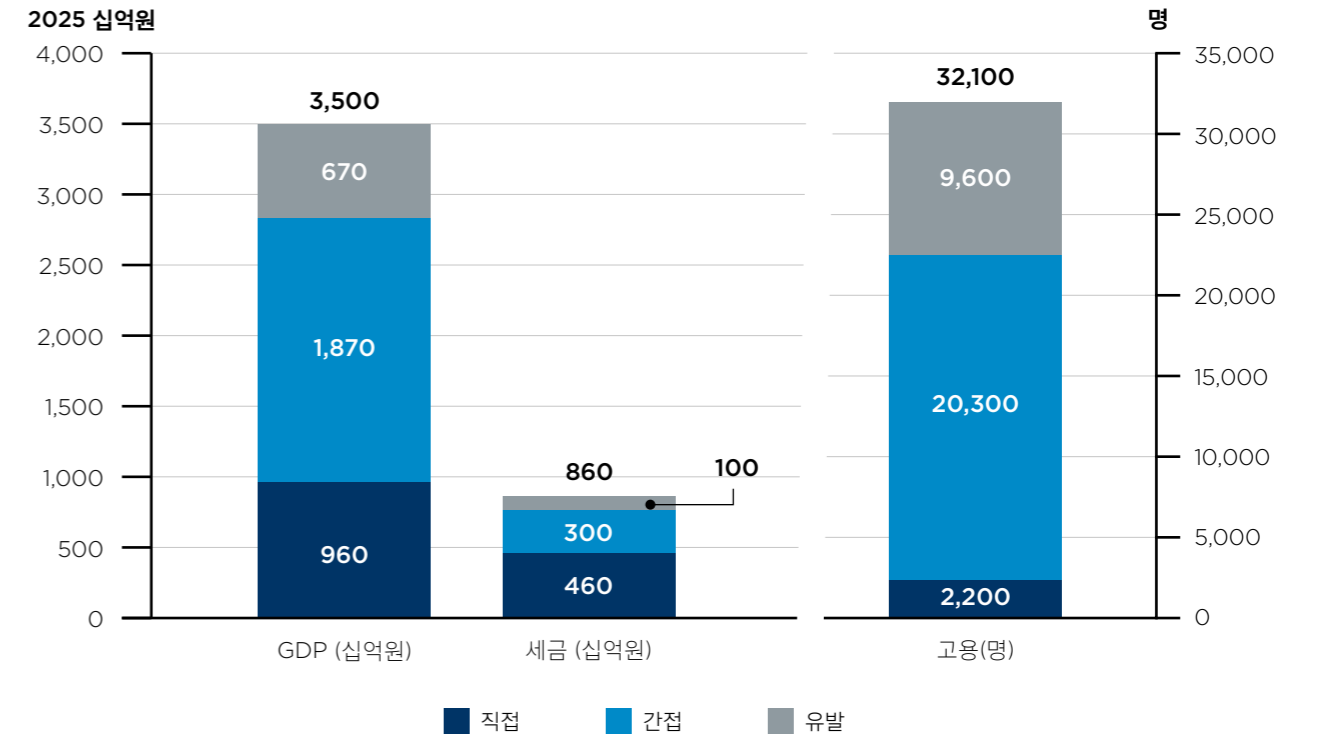
고용 효과는 총 3만 2,100명으로 집계되었다. 이 가운데 2,200명은 VOD 플랫폼에서 직접 고용, 2만 300명은 공급망에서 지원된 고용, 9,600명은 소비 지출에 따른 유발 고용으로 나타났다.

조세 측면에서는 2025년 VOD 관련 활동을 통해 총 8,600억 원의 세수가 창출되었다. 이는 VOD 기업과 종사자가 납부한 직접 세수 4,600억 원, 공급망에서 발생한 간접 세수 3,000억 원, 그리고 유발 효과에 따른 세수 1,000억 원으로 구성된다.

### 3.3.3. VOD 부문의 향후 전망(2025-2028년)

한국의 VOD 시장은 2024년 기준 일평균 시청 시간이 1시간 10분, 1인 가구의 경우 약 1시간 23분에 이를 정도로 뚜렷한 성장세를 보이고 있다. VOD 이용률

그림16. 한국 VOD산업의 경제적 기여도, 2025년



자료: Oxford Economics  
반올림으로 인한 합계 오차가 있을 수 있음

(Penetration)은 79.2%까지 상승했으며, 유료 이용자 비중도 59.9%로 확대되었다. 젊은 연령층에서는 이미 보편적인 이용 단계에 도달했으며, 중·장년층에서도 이용률이 지속적으로 높아지고 있어 이용자 기반이 한층 넓고 두텁게 형성되고 있음을 보여준다.<sup>4</sup> 시청 시간 증가, 이용률 확대, 유료 전환율 개선이라는 흐름이 맞물리면서 VOD는 향후 수년간 핵심적인 성장 영역으로 자리할 것으로 전망된다.

한국의 VOD 매출은 2019년부터 2025년까지 주요 수익원 전반에서 확대되었다. 구독형 VOD(SVOD) 매출은 3,800억 원에서 2조 8,930억 원으로 증가했으며, 팬데믹 기간 급격한 성장 이후 시장이 성숙 단계에 접어들면서 증가 속도는 다소 완화되었지만 여전히 연간 성장세를 유지하고 있다. 사용자 제작

콘텐츠(UGC) 플랫폼 광고 매출은 1조 8,480억 원에서 3조 3,790억 원으로 확대되어 VOD 시장에서 가장 큰 단일 수익원을 유지하고 있으며, 디지털 영상 광고 지출 확대에 힘입어 안정적인 증가세를 이어가고 있다. 프리미엄 광고 기반 VOD(AVOD) 역시 1,440억 원에서 3,840억 원으로 증가했다.

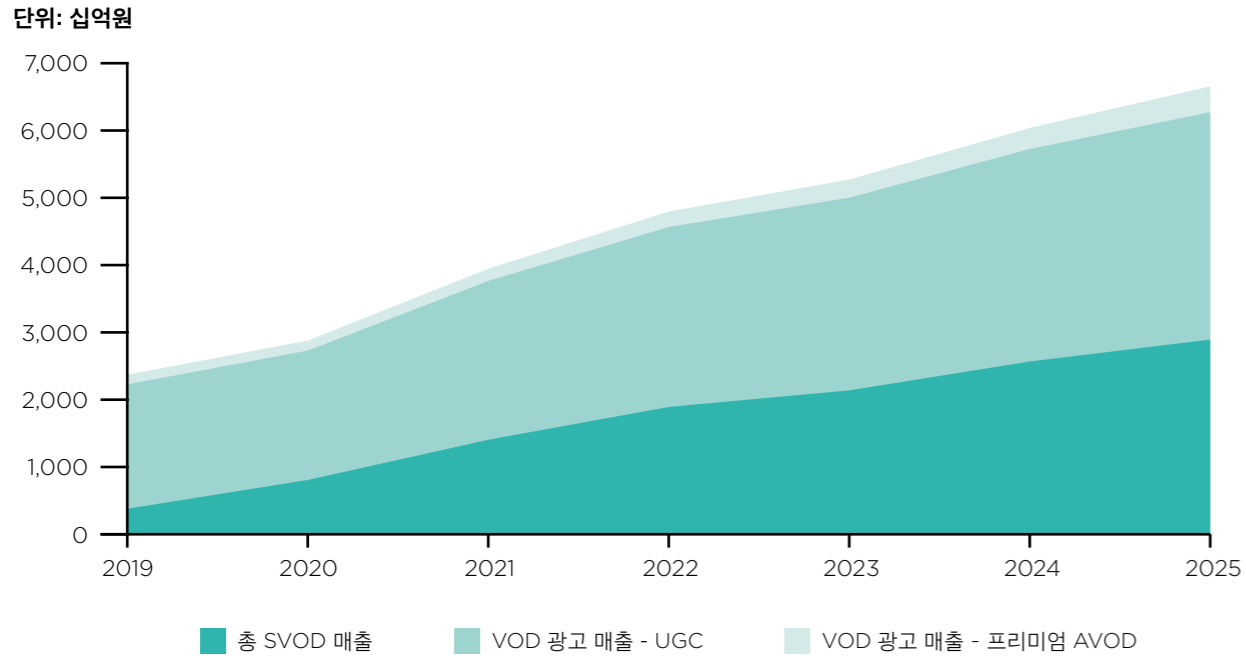
한편 티빙(Tving)과 웨이브(Wavve)의 합병 추진과 같은 국내 VOD 업계 내 인수합병(M&A)은 글로벌 스트리밍 기업에 보다 효과적으로 대응할 수 있는 자본력을 갖춘 국내 플랫폼의 등장을 예고하고 있다. 두 플랫폼이 결합할 경우 월간 활성 이용자 수(MAU)는 약 930만 명에 이를 것으로 예상되며, 합병이 성사된다면 한국 최대 규모의 토종 VOD 플랫폼이 될 것으로 전망된다.<sup>5,6</sup>

4 방송미디어통신위원회. Broadcast media consumption behaviour survey 2024. 2025.

5 아리랑. What impact will Tving-Wavve merger have on Korea's streaming industry? 2023.

6 KBS 월드. Domestic OTT Platforms Tving, Wavve Sign Merger MOU. 2023.

그림17. 한국 VOD의 직접 매출, 2019년~ 2025년



자료: Media Partners Asia

이러한 흐름은 구독과 광고를 결합한 하이브리드 수익 구조의 강화와 함께 VOD 시장이 다변화되고 안정적인 성장 기반을 갖추고 있음을 보여주며, 향후 전체 시장 매출 역시 지속적으로 확대될 것으로 예상된다.

향후 한국 VOD 부문의 경제적 기여도를 추산하기 위해 본 보고서는 Media Partners Asia의 외부 시장조사 자료를 활용하였다. 이러한 시장 지표를 옥스퍼드 이코노믹스(Oxford Economics)의 한국 부문별 생산성, 임금 및 물가 전망치와 결합하여 VOD 부문의 직접 GDP 기여도, 고용 및 조세 수입 추정치를 도출하였다.

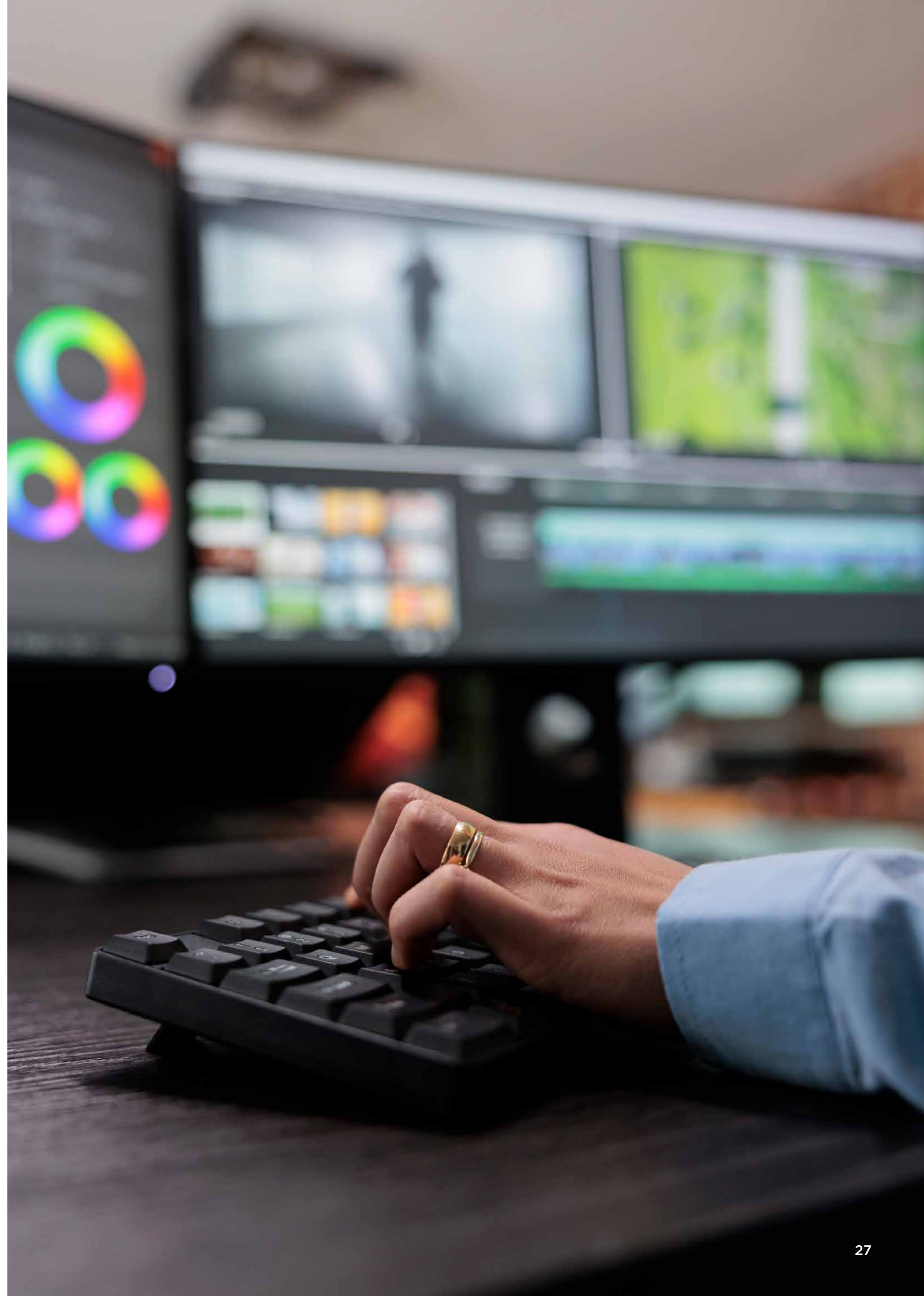
총산출(Gross Output)은 기준연도의 한국 시장 특화 비율을 적용하여 총부가가치로 환산하였으며, 고용 규모는 생산성 비율을 기반으로 추정하고 조세 기여도는 유효세율(Effective Rates)을 적용하여 산정하였다.

소비자들이 영화와 TV 시리즈를 시청하기 위해 점점 더 VOD 서비스를 이용함에 따라 향후 수년간 VOD 부문의 경제적 기여도는 확대될 것으로 예상된다. 본 보고서의 추산에 따르면, 2028년까지 해당 부문은 추가로 400명을 고용하고 실질 기준으로 GDP에 약 2,300억 원을 추가 기여할 것으로 전망된다.

그림18. VOD 산업의 직접 경제 기여 전망치(2025~2028년)

연도	직접 GDP 기여 (2025년, 단위: 원)	직접 고용 (단위: 명)	직접 세수 (2025년, 단위: 원)
2025	₩ 960 십억	2,200	₩ 460 십억
2026	₩ 1,110 십억	2,500	₩ 540 십억
2027	₩ 1,170 십억	2,600	₩ 560 십억
2028	₩ 1,190 십억	2,600	₩ 570 십억

자료: Oxford Economics



## 4. 추가 경제적 파급효과

2장과 3장에서는 한국 영상 콘텐츠 산업의 직접적인 경제 기여도를 평가하였다. 더 나아가 한국 영상 콘텐츠 산업은 관광, 수출, 교육 프로그램, 문화적 소프트파워 등 다양한 경로를 통해서도 상당한 파급효과를 창출한다.

 **38.3%**

한류 콘텐츠를 접한 뒤 한국 방문을 결심했다고 응답한 관광객 비율

 **14.5%**

2019~2024년 영화 및 TV 수출 연평균 성장률 (CAGR)

### 4.1. 수출

#### 4.1.1. 2024년 총수출

한국 문화 콘텐츠 수출에 대한 글로벌 관심과 소비는 국제 플랫폼의 확대와 글로벌 시청자의 이용 증가에 힘입어 지속적으로 확대되고 있다. 2024년 기준 한국 영화 및 TV 콘텐츠 수출 규모는 약 1조 8,000억 원으로 추산되며, 성숙한 제작 생태계와 이미 입증된 국제적 경쟁력, 그리고 프리미엄 비영어권 콘텐츠에 대한 수요

증가를 바탕으로 한국은 향후 더 큰 시장 점유율을 확보할 수 있는 유리한 위치에 있다. 전체 영상 콘텐츠 수출을 세분화하면 방송 부문이 약 1조 5,000억 원으로 가장 큰 비중을 차지하며, 애니메이션과 영화가 나머지를 구성한다. 주요 수출 산업과 비교할 때 영상 콘텐츠 산업은 음료 및 철도기관차 수출을 상회하는 규모의 중요한 수출 부문으로 나타난다(그림 19).

그림19. 2024년 영화 및 TV 수출 규모(타 산업과 비교)

부문	단위: 조 원
어류·갑각류·연체동물	2.02
가구 및 매트리스	1.93
<b>영화 및 TV</b>	<b>1.77</b>
음료·주류·식초	1.71
철도 또는 트램 기관차 및 철도 차량	1.39

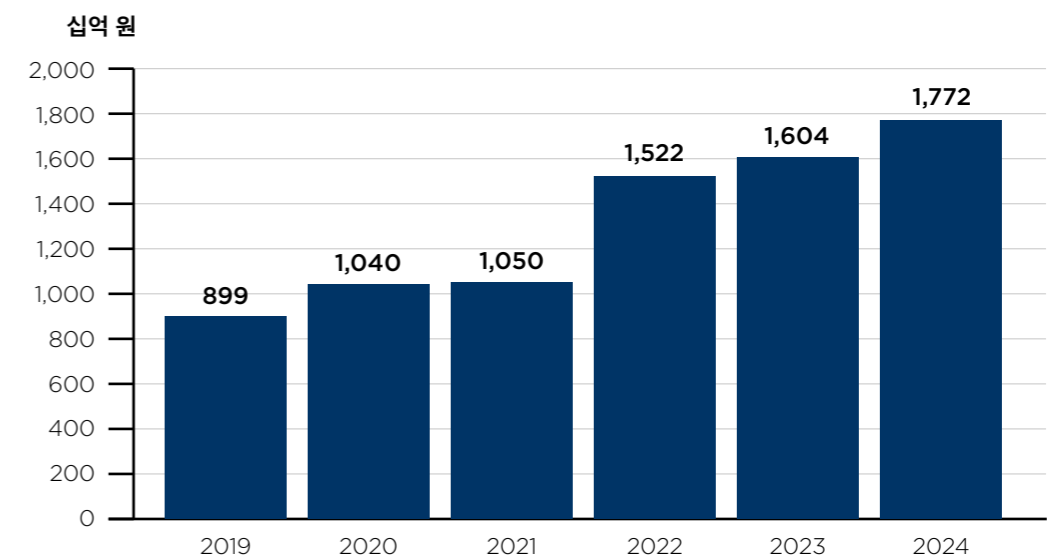
자료: Oxford Economics

한국의 영화 및 TV 콘텐츠 수출은 2019년 8,990억 원에서 2024년 약 1조 8,000억 원으로 5년 만에 거의 두 배 증가하였다(그림 20). 이러한 성장은 한국 콘텐츠의 문화적 영향력을 확대하는 동시에 분명한 경제적 성과를 창출하고 있다. 산업이 글로벌 시장과 더욱 긴밀히 연결되면서 한국 콘텐츠는 관광을 촉진하고

국가 브랜드 이미지를 강화하며 문화적 영향력을 확대하는 소프트파워 자산으로서의 역할을 점차 강화하고 있다.

현재 한국 영화와 시리즈는 전 세계에서 높은 인지도를 확보하고 있으며, 주요 글로벌 플랫폼들은 한국 콘텐츠의 라이선싱과 제작 발주를 대규모로 진행하고 있다. 여러

그림20. 영화 및 TV 수출 규모 (2019~2024년)



자료: KOCCA 콘텐츠 산업 동향 분석

지역에서 나타나는 안정적인 성과는 한국 스토리텔링이 국경을 넘어 폭넓게 소비되고 있음을 보여주며, 동시에 한류의 지속적인 매력과 영향력을 다시 한 번 확인시켜 준다.

#### 4.1.2. 영화 수출 대상국의 변화

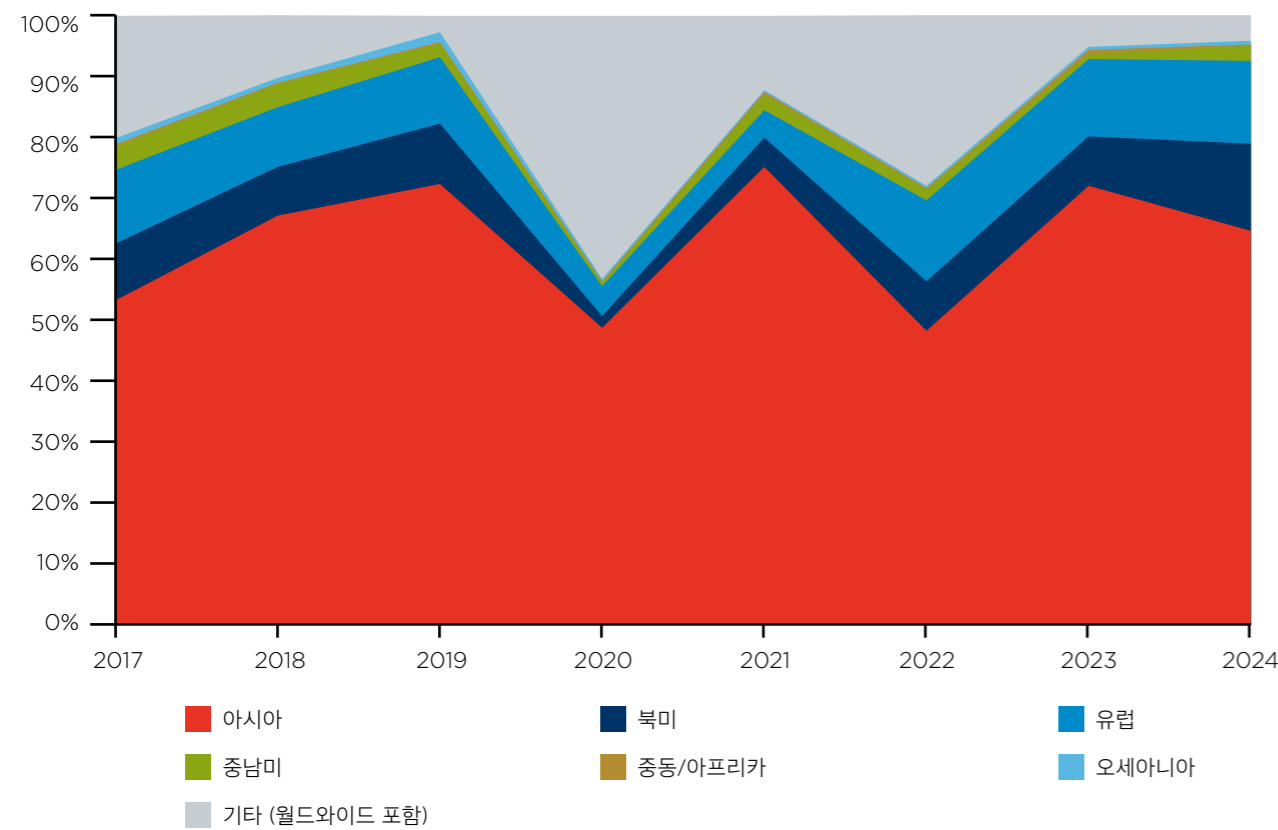
한국 영화 수출은 여전히 아시아 시장을 중심으로 형성되어 있으며, 2024년 기준 전체 수출의 약 3분의 2가 아시아에서 발생하였다. 아시아 지역의 점유율은 정책 변화와 팬데믹에 따른 시장 교란의 영향으로 2020년에는 약 절반 수준까지 낮아졌다가 2021년에는 약 4분의 3 수준까지 상승하는 등 변동을 보였지만, 아시아는 여전히 한국 영화 수출의 핵심 시장으로 자리하고 있다.

동시에 서구 시장의 비중도 꾸준히 확대되고 있다. 2024년 기준 북미와 유럽은 각각 약 14%의 비중을 차지하고

있는데, 이는 플랫폼 간 협력 확대, 현지화 개선, 그리고 한국 스토리텔링에 대한 글로벌 시청자의 친숙도 증가를 반영한다. 이에 비해 다른 지역은 비교적 안정적인 흐름을 보였는데, 중남미는 약 1~4%, 오세아니아는 약 1~2%, 중동 및 아프리카는 약 0~1% 수준을 유지하였다.

‘기타’ 범주에서는 의미 있는 변동이 나타났다. 이 범주에는 전 세계 판권 거래가 포함되는데, 팬데믹 기간 동안 2020년 43%, 2022년 28%까지 상승하였다가 시장이 다시 지역별 라이선싱 구조로 돌아오면서 2024년에는 약 4% 수준으로 낮아졌다. 전반적으로 수출 구조는 2010년대 후반보다 보다 균형 잡힌 형태로 변화하였다. 아시아의 견조한 수요를 기반으로 북미와 유럽 시장에서의 확장이 더해지면서, 장기적 성장을 위한 보다 안정적인 기반이 형성되고 있다.

그림21. 지역 별 영화 수출 (2017년~ 2024년)



자료: 영화진흥위원회 (KOFIC)

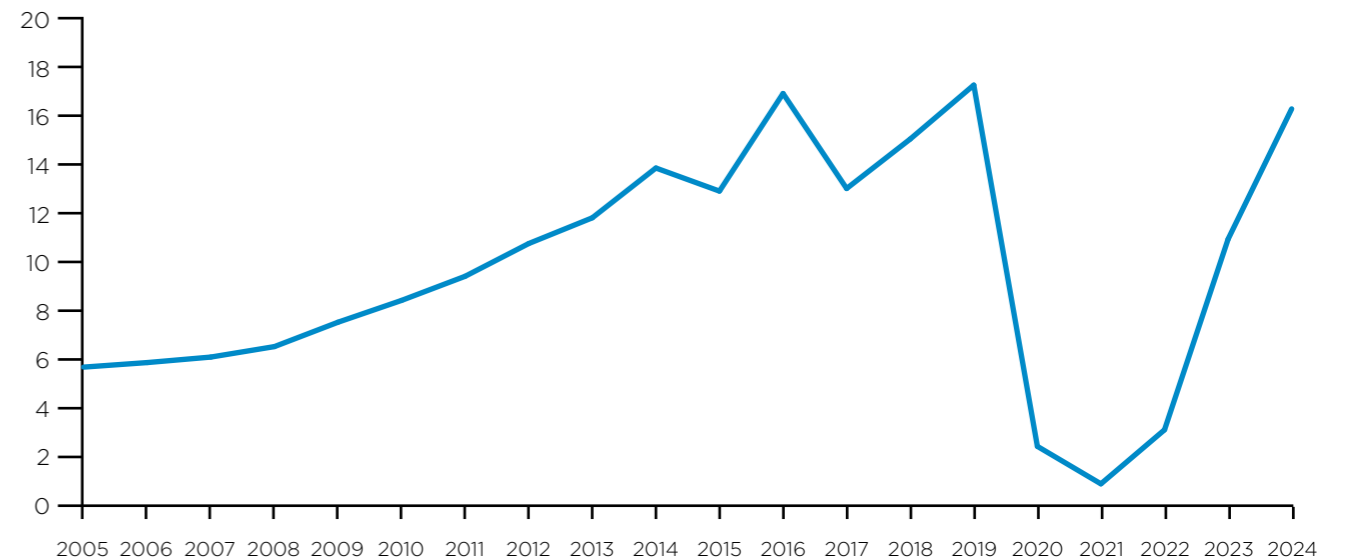
#### 4.2. 관광

한국의 문화적 영향력은 아시아에서 가장 두드러진 수준 중 하나이며, 그 영향력은 점차 전 세계로 확대되고 있다. 한류는 1999년에 널리 알려지기 시작한 용어로, 음악, TV, 영화, 뷰티, 패션, 음식 등 다양한 분야에서 한국 문화가 국제적으로 폭넓게 수용되는 현상을 의미한다. 이러한 문화적 확산은 한국 관광 성장에도 기여해 왔으며, 방한 외래 관광객 수는 2005년 약 600만 명에서 2024년 약 1,600만 명으로 증가하였다(그림 22).

영화와 TV 방송은 이러한 문화적 영향력의 핵심을 이루고 있다. 초기 한국 드라마는 아시아 시장을 개척하고 충성도 높은 시청층을 형성하며 오늘날의 글로벌 확산의 기반을 마련했다. 한국 영화는 주요 국제 영화제에서 최고상을 포함한 다양한 수상을 통해 국제적 인정을 받아왔으며, 한국 시리즈 역시 스트리밍 플랫폼을 통해 전 세계적으로 대규모 시청자를 꾸준히 확보하고 있다. <기생충>과 <오징어 게임>은 이러한 성공을 상징적으로 보여주는 대표적 사례이지만, 보다

그림. 22. 방한 외래 관광객 수(2005년~ 2024년)

방한 외래 관광객 수 (단위: 100만 명)



자료: Haver Analytics

근본적으로는 한국 스토리텔링이 문화적 경계를 넘어 폭넓게 공감을 얻고 있음을 보여준다.

글로벌 스트리밍 플랫폼은 이러한 흐름을 더욱 가속화했다. 높은 제작 완성도, 탄탄한 서사, 그리고 독창적인 미학으로 잘 알려진 한국 콘텐츠는 VOD 유통 구조에 매우 적합하다. 넷플릭스(Netflix)는 대규모 투자를 단행하고 국내 제작사들과 긴밀한 협력 관계를 구축했으며, 다른 주요 플랫폼들 역시 한국 콘텐츠 라인업을 지속적으로 확대하고 있다.<sup>7</sup> 이러한 흐름은 한국 외 시장에서도 안정적인 성과를 거두는 프리미엄

콘텐츠의 공급 파이프라인을 형성하는 데 기여하고 있다.

이러한 영향력은 스크린을 넘어 다양한 분야로 확장되고 있다. 인기 있는 시리즈와 영화는 촬영지를 찾는 방문객을 끌어들이며 관광과 지역 경제 활성화에 기여하고 있다. 또한 콘텐츠의 화면 노출 효과는 한국의 뷰티(K-beauty), 패션, 음식(K-food)에 대한 수요 확대에도 기여하고 있으며 콘텐츠 지식재산(IP)은 리메이크와 웹툰 기반 콘텐츠의 영상화 등을 통해 다양한 형태로 확산되며 새로운 부가가치를 창출하고 있다. 아울러 한국어와 한국 문화유산에 대한 국제적

7 CNN. Netflix to invest \$2.5 billion in South Korea as K-content continues to dominate. 2023.

## 케이스 스터디: 폭삭 속았수다

2025년 제주의 어촌 마을을 배경으로 한 넷플릭스의 16부작 한국 드라마가 글로벌 비영어권 콘텐츠 순위 1위를 기록하며 제주 관광 수요 증가를 촉발했다. 해당 드라마가 3월에 공개된 이후 제주는 4월부터 매달 전년 대비 외국인 방문객 증가세를 기록했다. 1월부터 9월 까지 제주를 방문한 외국인 관광객 수는 174만 명으로 집계되어 전년 동기 대비 17.5% 증가하였다. 방한 외국인 관광객 가운데 제주가 차지하는 비중도 3분기 연속 상승하여 1분기 8.9%에서 3분기 10.5%로 확대되었다. 문화적 파급효과도 뚜렷하게 나타났다. 시리즈에서 전통 여성 잠수인 해녀 문화를 소개하는 장소로 등장한 제주해녀박물관은 외국인 방문객이 58.9% 증가하여 11월까지 약 5만 명에 가까운 방문객을 기록했다.<sup>13</sup>

관심도 높아지고 있으며, 이는 한국의 소프트파워를 강화하는데 기여하고 있다.

한국 정부가 매년 실시하는 외래관광객 조사(International Visitor Survey)는 스크린 문화가 글로벌 관심을 어떻게 직접적인 방한으로 전환시키고 있는지를 여실히 보여준다. 최신 조사 결과에 따르면, 관광객의 38.3%가 "한류 콘텐츠를 경험한 후" 한국 방문을 결심했다고 응답했다. 이는 전년도 32.1%에서 크게 상승한 수치이다.<sup>8</sup> 6.2%포인트의 상승은 상대적 비율로 약 19%의 증가를 의미하며, 이는 한국을 방문하는 가장 주된 이유로 꼽혔다. 이는 한류 콘텐츠에 대한 노출이 구체적인 여행 의사결정으로 직결되고 있음을 시사한다. 특히 영화와 TV 방송은 여행지 선택에 영향을 미치고 국가 브랜드를 강화하는 최상단 마케팅 동력(Top-of-funnel driver)으로서의 역할을 공고히 하고 있다.

최근의 여러 연구 또한 한국 문화와 인바운드 관광 사이의 정적 상관관계를 입증하고 있다.

2017년 국내 연구진이 발표한 "한류가 한국 관광에 미치는 영향" 연구는 계량경제학 모델을 활용하여 한류 수출액과 인바운드 관광 사이의 상관관계를 증명했다.<sup>9</sup> 연구 결과에 따르면, 한류 수출액이 1만 달러 증가할 때마다 방한 관광객 수는 약 67명 추가 증가하는 것으로 나타났으며, 이는 한류가 관광객 유치의 중추적인 요인임을 뒷받침한다.

보다 최근의 2021년 연구는 방송 콘텐츠와 음악이 한국의 외래 관광 유입에 미치는 영향을 비교 분석하였다. 연구 결과, 방송 콘텐츠가 음악보다 외래 관광 유입에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 연구진은 그 이유로 방송 콘텐츠가 한국의 실제 장소들을 소개함으로써 목적지 이미지 효과(destination image)를 개선하는 데 기여하기 때문이라고 해석하였다.<sup>10</sup>

또한 2024년 인도네시아에서 실시된 연구에서는 한류 팬과 비팬을 대상으로 조사한 결과, 영화와 관련된 네 가지 요인(시각적 요소, 음성·음향 요소, 스타 요소, 언어)이 인도네시아인의 한국 방문 의향에 긍정적인 영향을 미치며, 동시에 한국의 국가 이미지를 개선하는 데 기여하는 것으로 나타났다.<sup>11</sup>

8 문화체육관광부, 외래관광객조사, 2024년.  
9 Bae, E. et. al. The effect of Hallyu on tourism in Korea. 2017.  
10 Lee, C. G., & How, S.-M. Hallyu tourism: The effects of broadcast and music. 2021.  
11 Suyanto, Tanaya. Movie-related Korean Wave and intention to visit: The role of country image as a mediating factor. 2024.

한국의 주요 레저 테크 기업인 놀 유니버스(NOL Universe)가 외국인 방문객을 대상으로 실시한 조사에서도 93.1%가 K-콘텐츠를 계기로 한국 여행을 계획했다고 응답하였다. 또한 이 기업은 지난 5년간 외국인 관광객의 한국 공연 관람 등이 국내 기업에 약 1조 4,000억 원의 매출을 창출한 것으로 추산하고 있다.<sup>12</sup>

### 4.3. 영화제

국제영화제는 한국 영화 생태계의 핵심 기반으로, 신진 인재와 새로운 프로젝트를 발굴하는 동시에 한국 영화의 국제적 가시성을 높이는 역할을 한다. 부산(BIFF), 부천(BIFAN), 전주(JIFF)와 같은 주요 영화제는 화제성 높은 프리미어 상영과 함께 아이디어 단계의 프로젝트가 실제 제작으로 이어질 수 있도록 연중 산업 프로그램을 운영하고 있다. 2025년 제30회를 맞은 부산국제영화제는 64개국 328편의 영화를 상영하며 열흘 동안 약 23만 9,000명의 관객을 기록했다.<sup>14</sup> 부천국제판타스틱영화제(BIFAN) 역시 2024년 49개국 262편의 영화를 선보이며 총 6만 9,000장의 티켓 발권을 기록했다.<sup>15</sup>

한국의 주요 영화제는 국제적 인지도를 높이는 데 그치지 않고 제작자, 투자자, 협력 파트너, 배급사를 연결하는 프로젝트 마켓을 통해 영화 산업의 인큐베이터 역할을

이러한 결과는 한국의 영상 콘텐츠 산업이 직접적인 경제적 효과를 넘어 관광과 문화적 소프트파워 등 다양한 분야에서 상당한 파급효과를 창출하고 있음을 보여준다. 즉, 이 산업은 국가 경제 성장과 한국의 글로벌 영향력 확대에 중요한 역할을 하고 있다.

수행하고 있다. 이러한 프로그램은 기획·개발, 제작, 후반 작업에 이르는 전 과정에서 프로젝트 성장을 지원한다. 예를 들어 2024년 BIFAN 프로젝트 마켓에서는 22개국 37개 프로젝트가 선정되었으며 총 1억 7,300만 원 규모의 현금 및 후반 작업 지원이 제공되었다.<sup>16</sup>

이들 영화제는 국내에서는 관객 참여를 확대하고 해외에서는 한국의 소프트파워를 강화하는 동시에, 관광과 지역 소비를 통해 가시적인 경제적 효과도 창출하고 있다. 2025년 부산의 확장된 영화제 시즌 동안 부산시는 93만 4,000명의 방문객을 기록했으며 외국인 방문객 지출은 327억 원에 달했다. 같은 기간 외국인 방문객 수는 전년 대비 25% 증가하였다. 이 축제 시즌의 핵심 행사인 부산국제영화제(BIFF)는 2025년 약 23만 9,000명의 방문객을 유치한 것으로 추정되며 이는 전년 대비 64% 증가한 수치이다.<sup>17</sup>

### 4.4. 교육 프로그램

한국은 영상 콘텐츠 산업의 성장과 함께, 산업 진입 기회를 확대하고 전문 역량을 강화하기 위한 정책 기반의 교육훈련 확대를 추진하고 있다. KOCCA는 업계와 긴밀히 협력하고 있으며, 그 일환으로 기획, 각본 개발, 글로벌 제작 모범 사례 등을 교육하는 '2025 KOCCA × 넷플릭스 프로덕션 아카데미'를 운영하고

있다.<sup>18</sup> 영화진흥위원회(KOFIC)는 한국영화아카데미(KAFA) 교육 프로그램과 함께 신인 감독을 위한 할당을 포함한 제작 지원, 국제 공동 제작 장려 정책, 그리고 외국 영상물 촬영을 대상으로 하는 코리아 로케이션 인센티브(Korea Location Incentive) 제도를 통해 인재 양성을 제작 및 국제화 전략과 직접 연결하고 있다.<sup>19,20</sup>

12 PR Newswire. K-Culture Jumps from Screen to Reality: K-Content Generates \$966 Million Economic Impact, Fueling Korea's Tourism according to NOL Universe. 2026년 1월.  
13 The Korean Herald. Jeju tourism jumps as Netflix K-drama draws foreign visitors. 2025.  
14 부산국제영화제. Final Report. 2025.  
15 부천국제판타스틱영화제. Call for Entry: 29th Bucheon International Fantastic Film Festival Open for Submissions from January 1. 2024.  
16 부천국제판타스틱영화제. BIFAN 2024 Industry Program wrapped. 2024.  
17 부산광역시. Festival Shiwol Continues Busan's Rapid Tourism Growth Foreign Visitors and Spending See Significant Increase. 2025.  
18 Netflix. Netflix Expands Creative Asia at BIFF 2025, Nurturing New Voices in Film. 2025.  
19 KoBiz. "Reviving Korean Cinema with KRW 20 Billion in Funding" — 2026 Mid-Budget Korean Film Production Support Program Briefing Held. December 2025.  
20 KoBiz. The Guidelines on KOFIC Location Incentive Program. Accessed February 2026.



KOCCA와 문화체육관광부는 AI 중심의 산업 변화에 대응하고 K-콘텐츠의 지속 가능한 성장을 지원하기 위해 '2026년도 인재양성사업 연간 로드맵'을 수립하였다. 이에 따라 KOCCA는 AI 활용 및 글로벌 수출 역량 강화를 포함한 15개 세부 사업을 추진하고 약 430억 원을 투입해 AI, 창작, 수출 분야에서 약 3,400명의 전문 인력을 양성할 계획이다. 이 가운데 AI 콘텐츠 특화 아카데미에서는 1,200명이 집중 교육을 받게 된다. 대표 사업인 '콘텐츠 창의인재동반사업'은 19~34세 예비 창작자 300명을 선발해 업계 전문가의 밀착 멘토링을 제공하며 산업 수요를 반영한 장르별 맞춤 교육을 실시한다. 또한 VOD 분야에서는 넷플릭스와 협력하여 1,000명의 전문 인력에게 기획 및 후반 작업 재교육을 제공하고, VOD 콘텐츠 특성화 대학원 과정을 통해 연 2회 전문 인력을 선발·양성할 예정이다.<sup>21</sup>

이와 같은 기술 및 역량 투자는 콘텐츠 산업의 미래 리더가 될 전문 인재를 육성하여 산업 경쟁력을 강화하려는 KOCCA의 전략을 반영한다.<sup>22</sup> <기생충>과 <오징어 게임>과 같은 국제적 성공 사례는 창작자에게 자원과 실험의 여지를 제공해 온 장기적인 정책 지원의 결과이기도 하다. KOCCA와 KOFIC의 지속적인 지원은 인재 공급이 시장 수요와 기술 변화에 발맞추도록 뒷받침하며, 숙련된 전문 인력 기반을 확대함으로써 한국이 글로벌 경쟁력을 갖춘 콘텐츠 제작 허브로서의 입지를 더욱 강화하는 데 기여하고 있다.

21 KOCCA. From AI-based creation to genre-specific expertise, the Korea Creative Content Agency (KOCCA) unveils its 2026 roadmap for nurturing future K-content talent. 2026.  
22 KOCCA. Supporting and Promoting the K-Content Business Brochure. 2023.



## 5. 부록: 연구방법론

### 직접 기여도의 정량

영상 콘텐츠 산업의 직접적인 기여도를 정량화하는 데 활용된 주요 자료는 KOCCA에서 정기적으로 발간하는 「콘텐츠산업조사(콘텐츠산업통계조사)」 보고서이다. 2025년에 발간된 최신판은 2025년 상반기까지의 데이터를 포함하고 있으며, 영화 및 TV를 포함한 한국 콘텐츠 산업의 다양한 세부 분야에 대해 총산출(매출), GDP, 고용 및 수출 관련 정보를 제공한다. 또한 2023년판 보고서는 한국 영화 및 TV 산업 내 세부 하위 분야에 대한 보다 상세한 분류 체계를 제공한다.

KOCCA 자료는 비교적 풍부한 데이터원이지만 세부 부문별 GDP와 GDP 구성과 같은 일부 항목에 대해서는 추가적인 추정이 필요했다. 이를 2025년 전체에 대한 보다 시의성 있는 추정치로 외삽하기 위해, 공식 통계 자료와 옥스퍼드 이코노믹스(Oxford Economics)의 자체 산업 데이터베이스를 활용하였다. 매출 규모는 과거 성장 추이와 산업 전반의 성장률을 바탕으로 추정하였다. 고용 규모는 GDP를 노동 생산성(근로자 1인당 GDP) 추정치로 나누는 방식으로 산출하였다. 이러한 생산성 추정은 KOCCA 자료에 나타난 2025년 상반기 영화 및 TV 산업 생산성을 기준으로 분석하였다.

한편 VOD 유통 부문에서 창출된 가치는 Media Partners Asia의 자료를 기반으로 산정하였다. VOD 부문의 전체 직접 효과는 사업자의 비용 구조 분석과 재무자료를 토대로 추정하였으며, 이러한 분석은 KOCCA 통계 자료를 통해 추가적으로 보완하였다.

### 전체 경제 기여도 분석 모형

일반적으로 산업연관 승수(Input-Output multipliers)는 초기 경제적 충격(예: 지출)이 발생했을 때 총산출, GDP, 고용 등 경제 전반의 결과로 어떻게 파급되는지를 측정하는 지표이다.

본 연구에서는 'Type II' 승수를 사용하였다. Type II 승수는 영화 및 TV 산업이 다른 산업으로부터 재화와 서비스를 구매하면서 발생하는 간접 효과(indirect effect)뿐 아니라, 해당 산업 종사자들이 임금을 소비하면서 발생하는 유발 효과(induced effect)까지 반영한다.

간접 및 유발 기여도를 추정하기 위해 한국은행이 작성한 2023년 기준 165개 부문 산업연관표(Input-Output table)를 활용하였다. 산업연관표는 산업 간 거래 관계를 행렬 형태로 제시하여 서로 다른 산업들이 얼마나 재화와 서비스를 판매하고 구매하는지를 정량적으로 보여준다.

본 연구에서는 이 산업연관 행렬을 분석적으로 조정하여, 예를 들어 영화 제작 활동이 공급망 구매를 통해 다른 산업에 미치는 영향(간접 효과)과 영화 제작에 직·간접적으로 고용된 종사자들의 소비 지출을 통해 발생하는 영향(유발 효과)을 추정하였다.

산업연관표에는 영화 및 TV 산업의 모든 활동을 포괄하는 단일 산업 부문이 존재하지 않는다. 이러한 활동은 여러 산업에 분산되어 있으며 일부 산업은 통합된 범주로 집계되어 있다. 따라서 본 연구에서는 각 세부 부문을 가장 관련성이 높은 산업연관 분류에 배분하였다. 구체적으로 영화 관련 활동은 '영상 및 음향 제작·배급' 부문에, TV 관련 활동은 '방송' 부문에 할당하였다.

이후 KOCCA 자료를 바탕으로 산업별 구매 지출 추정치를 입력하여 산업연관 모형에 '충격(shock)'을 부여하였다. 또한 유발 효과를 추정할 때에는 영화 및 TV 산업에 직접 고용된 종사자의 소비 지출 추정치를 추가로 반영하였다.

한편 일반적인 원시 매출 데이터(raw revenue)에는 부가가치세(VAT)와 같은 간접세가 포함되어 있다. 그러나 한국 산업연관표는 생산자 가격(producers' prices) 기준으로 작성되며 이는 VAT를 제외한 가격 체계이다. 따라서 모형에 충격을 입력할 때 이러한 차이를 반영하기 위해 매출 값에서 VAT와 TV 수신료를 제외하는 조정을 적용하였다.

### 누수 및 이중 계상 조정

일반적으로 국내 수요가 확대되면 수입 수요도 함께 증가한다. 예를 들어 소비자가 영화 및 TV 산업에 지출한 금액 가운데 일부는 영화 로열티 지급이나 제작사의 수입 자재 구매 등을 통해 해외로 유출될 수 있다.

이러한 현상은 경제학적으로 '누수(leakage)'라고 한다. 누수를 고려하지 않을 경우 국내 수요에 따른 경제적 기여도가 과대 추정될 수 있으므로 이를 반영하는 것이 중요하다.

본 보고서에서 활용한 산업연관표(IO table)에는 한국 기업의 공급망에서 발생하는 수입 수요가 이미 반영되어 있으며, 이러한 영향은 본 연구에서 사용한 승수(multiplier)의 크기에 반영되어 나타난다.

또한 소득이 실제 소비로 이어지는 규모를 보다 정확하게 추정하기 위해 산업연관표에 보고된 근로자 임금 자료를 OECD의 한국 관련 데이터를 활용해 조정하였다. 이는 OECD가 추정한 '조세 썬크(tax wedge)', 즉 소득 중 세금과 사회보장 기여금으로 지출되는 비중(2024년 기준 25%)과 저축률(10%, Oxford Economics Global Model 기준)을 반영하여 실제 가용 소비액을 산출한 것이다.

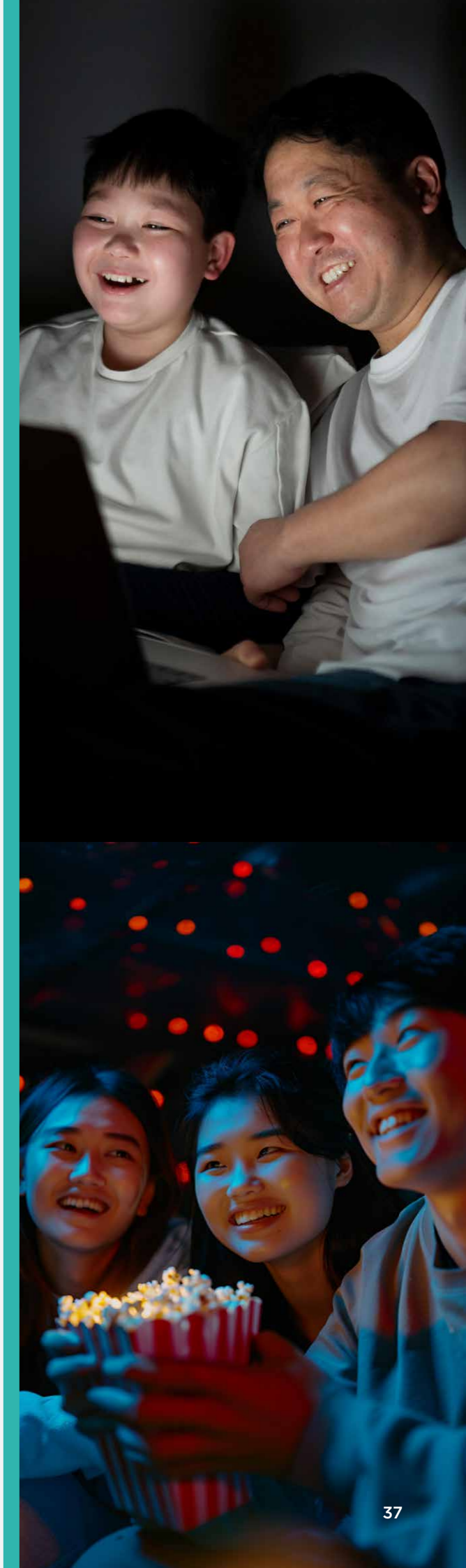
마지막으로 일부 세부 부문에서는 산출의 이중 계상(double counting)을 방지하기 위해 간접 및 유발 기여도를 하향 조정할 필요가 있었다. 이는 특정 산업의 공급망에 영화·영상·TV 산업으로 분류된 다른 하위 부문이 포함되어 있는 경우가 있기 때문이다.

예를 들어 영화 상영 부문의 직접 매출에는 이미 영화 배급사로부터의 콘텐츠 구매가 반영되어 있다. 따라서 배급사로부터의 구매를 간접 매출에 다시 포함할 경우 이중 계상이 발생할 수 있다. 또 다른 사례로는 독립 제작사가 지상파 및 케이블 TV에 제작 서비스를 제공하는 산업 내부 거래가 있다. 이에 따라 본 연구에서는 영화 상영, 영화 배급, 지상파 및 케이블 TV 등 일부 세부 부문의 승수를 조정하여 이중 계상 효과를 제거하였다.

### GDP, 소득 및 고용 추정

앞선 모형 분석을 통해 도출된 총산출(gross output) 값은 총산출 대비 GDP 비율(부문별 비율)을 적용하여 GDP 추정치로 환산하였다. 이 과정에서 사용된 Type I 및 Type II GDP 승수는 그림 23에 제시되어 있다.

이후 GDP 추정치는 부문별 생산성 자료(근로자 1인당 GDP 기준)를 활용하여 고용 추정치로 변환하였다. 해당 생산성 자료는 옥스퍼드 이코노믹스(Oxford Economics)의 자체 산업 데이터베이스에 포함된 2025년 기준 부문별 GDP와 고용 정보를 바탕으로 산출하였다. 이러한 절차는 각 세부 부문별로 동일하게 적용되어, 직접·간접·유발 효과를 모두 포함한 총 경제 기여도를 추정하였다.



또한 기업 규모별 고용 구조를 분석하기 위해 통계청의 산업별 기업 규모별 고용 비율 자료를 활용하여 전체 지원 고용 가운데 영세기업, 소기업, 중기업 및 대기업이 차지하는 비중을 추정하였다.

한편 직접 소득(direct earnings)과 총영업잉여(gross operating surplus)—이는 조세 추정에 필요한 항목—를 산출하기 위해 KOCCA 자료와 산업연관표에서 확보한 GDP 대비 비율을 각 세부 부문별 GDP 추정치에 적용하였다.

### 조세 수입 추정

본 분석에서는 해당 산업 활동으로 인해 정부에 귀속되는 조세 수입 규모를 추정하기 위해 여러 자료원을 활용하였다. 분석에는 노동 관련 조세(소득세 및 사회보장 기여금)와 이윤에 대한 조세(법인세)가 포함되었으며, 특히 직접 효과의 경우 부가가치세(VAT)와 지상파 TV 수신료와 같은 간접세도 함께 반영하였다. 이러한 조세 항목들을 종합하여 전체 조세 수입 규모를 산출하였다. 다만 간접세는 직접 기여도에 대해서만 추정하였으며, 간접 및 유발 기여도에는 적용하지 않았다.

직접 기여도를 산출하기 위해 앞서 언급한 KOCCA의 최신 「콘텐츠산업조사(콘텐츠산업통계조사)」 보고서에 제시된 총매출 자료를 활용하였다. 여기에 표준 부가가치세율을 적용하여 VAT에 해당하는 간접세 규모를 추정하였다. 지상파 TV의 수신료 수입 역시 동일 보고서의 자료를 활용하였다. 노동 관련 조세의 경우에는 OECD가 제시한 2024년 기준 조세 쐐기(tax wedge) 추정치(25%)를 총 근로소득 추정치에 적용하여 산출하였다.

이윤에 대한 조세의 경우에는 2025년 법인세 총세수를 GDP로 나누어 유효 법인세율(effective corporate tax rate)을 추정하였다. 이후 이 세율을 해당 세부 산업의 GDP 기여도 추정치에 적용하여 법인세 규모를 산출하였다. 동일한 절차를 간접 및 유발 기여도에 대해서도 반복 적용하였다.

### GDP 측정 기준

본 보고서의 추정치는 기초가격 기준 GDP(GDP at basic prices)를 사용하여 산출하였다. 이는 제품에 대한 세금에서 보조금을 차감한 항목을 제외한 GDP를 의미한다. 여기서 제품에 대한 세금에는 부가가치세(VAT)와 소비세(excise duties) 등이 포함된다. 총부가가치(Gross Value Added, GVA)는 기초가격 기준 GDP를 지칭하는 또 다른 용어이다.

기초가격 기준 GDP에서는 부가가치세(VAT)가 제외되지만, 영화 및 TV 산업에서 직접 발생하는 VAT 규모는 본 보고서 본문에서 별도로 추정하여 해당 산업의 조세 기여도에 포함하였다.

### 전망치(Forecasts)

본 보고서는 산업의 세부 부문별 성장 전망을 제시한다. 이러한 전망치는 주로 외부 기관이 제공한 시장조사 자료를 기반으로 하며, 해당 자료는 매출 또는 총산출의 예상 변화를 제시한다. 주요 자료원으로는 Statista Market Insights와 Media Partners Asia가 포함된다.

본 연구는 이러한 데이터와 KOCCA의 부문별 생산성 추정치, 그리고 앞서 설명한 방법론을 결합하여 직접 GDP 기여도, 고용, 그리고 창출되는 조세 수입에 대한 전망치를 산출하였다.

그림23. Type I 및 II GDP 승수

	Type I Multipliers	Type II Multipliers
영화 제작	3.2	4.4
영화 배급	3.0	4.0
영화 상영	3.0	4.0
기타 영화 서비스	2.6	3.6
온라인 상영	3.7	5.1
<b>영화 합계</b>	<b>3.1</b>	<b>4.2</b>
지상파 TV	1.6	2.2
위성 TV	2.1	2.9
케이블TV	2.1	2.9
독립 방송	2.1	2.9
IPTV	2.4	3.0
<b>TV 합계</b>	<b>2.1</b>	<b>2.8</b>
VOD	3.0	3.6
<b>합계</b>	<b>2.3</b>	<b>3.1</b>

자료: Oxford Economics  
반올림으로 인한 합계 오차가 있을 수 있음



## CONTACT

---

### Global headquarters

Oxford Economics Ltd  
60 St Aldates, Oxford,  
OX1 1ST, UK

**Tel:** +44 (0)1865 268900

### London

4 Millbank, London,  
SW1P 3JA, UK

**Tel:** +44 (0)203 910 8000

### Frankfurt

Marienstr. 15  
60329 Frankfurt am Main  
Germany

**Tel:** +49 69 96 758 658

### New York

5 Hanover Square,  
8th Floor, New York  
NY 10004, USA

**Tel:** +1 (646) 786 1879

### Singapore

6 Battery Road  
#38-05

Singapore 049909

**Tel:** +65 6850 0110

### Email:

[mailbox@oxfordeconomics.com](mailto:mailbox@oxfordeconomics.com)

### Website:

[www.oxfordeconomics.com](http://www.oxfordeconomics.com)

### Further contact details:

[www.oxfordeconomics.com/  
about-us/worldwide-offices](http://www.oxfordeconomics.com/about-us/worldwide-offices)

**EUROPE, MIDDLE EAST AND AFRICA:** OXFORD • LONDON • BELFAST • DUBLIN • FRANKFURT • PARIS • MILAN • STOCKHOLM • CAPE TOWN • DUBAI • **AMERICAS:** NEW YORK • PHILADELPHIA • BOSTON • CHICAGO • LOS ANGELES • TORONTO • MEXICO CITY • **ASIA PACIFIC:** SINGAPORE • HONG KONG • TOKYO • SYDNEY