

전주영상위원회의 로케이션 지원현황에 따른 경제적 파급효과 데이터 분석*

- 2008년 ~ 2019년까지를 중심으로 -

Analysis of economic ripple effect data according to the location
support status of Jeonju Film Commission

김현태 (Hyun-TAE KIM) | 전북대학교 프랑스-아프리카학과 박사수료 | lovevirus0729@gmail.com

목 차

1. 서론
2. 영화촬영 로케이션 서비스의 지원배경
3. 2008~2019년 영화영상물 로케이션 지원현황과 경제적 파급효과 비교분석
 - 3.1 2008~2019년 영화영상물 로케이션 지원현황 비교분석
 - 3.2 2008~2019년 경제적 파급효과 비교분석
4. 결론

초 록

최근 지역에서 촬영된 영화들이 국내외 영화제 수상과 흥행성공으로 지역의 경제적 효과들이 가시화되면서 영화영상물 로케이션 서비스가 지역발전을 위한 하나의 전략으로 부각되고 있다. 특히, 2019년 아카데미 수상 4관왕으로 한국영화의 저력을 보여준 봉준호 감독의 <기생충>은 전체 촬영분에서 약 60% 가량의 촬영을 전주에 있는 전주영화종합촬영소의 실내세트장과 야외세트장에서 진행했다. 이러한 영향으로 전주지역의 영화 영상산업이 <기생충>과 함께 세계적인 관심뿐만 아니라 도시 브랜드 이미지 제고 및 지역경제 활성화에 큰 도움을 주고 있다. 이에 본 논문은 2008년~2019년까지 전북지역에서 촬영된 영화영상물 중 전주영상위원회가 로케이션 서비스를 지원한 자료 현황을 토대로 지역경제 활성화에 대한 기여도를 분석하고자 한다.

* 키워드 : 로케이션 서비스, 지역경제 파급효과, 전주영상위원회, 전주영화종합촬영소

ABSTRACT

Recently, as movies filmed in the region have won domestic and international film festivals and succeeded in box office success, the economic effects of the region have become visible, and the film and video location service is emerging as a strategy for regional development. In particular, director Bong Joon-ho's Parasite, which showed the power of Korean cinema with 4 Academy Awards in 2019, took about 60% of the total shots at the indoor and outdoor set of Jeonju Film Studio in Jeonju. Due to this influence, the film and video industry in Jeonju region, along with Parasite, is giving a great help not only to global interest, but also to enhance the city brand image and revitalize the local economy. Therefore, this thesis aims to analyze the contribution to regional economy activation based on the current status of the data supported by the Jeonju Film Commission for location services among film and video filmed in the Jeonbuk region from 2008 to 2019.

* **Keywords** : Location Service, the ripple effect on a regional economy, Jeonju Film Commission, Jeonju Cinema Complex

*본 논문은 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2019S1A5B8099507).

• 논문접수일 : 2020년 8월 16일 • 최종심사일 : 2020년 8월 17일 • 게재확정일: 2020년 9월 4일

1. 서론

영화진흥위원회의 2019년 한국영화산업 결산에 따르면, 한국 영화시장 매출액이 역대 최대 관객 수에 힘입어 처음으로 6조원을 넘을 것으로 추정하고 있다. 2019년에 영화관을 찾은 극장 관객 수는 2억 2,668만 명으로 2013년 이후 2018년까지 2억 1천 만명 규모에서 머무르던 것에 비해 2019년 관객 수가 약 1,700만명이 증가한 부분은 이례적인 성과로 평가된다. 그리고 극장 매출이 전년 대비 1천억 정도가 증가한 1조 9,140억 원으로 조사되었다. 이와 같은 성과에는 관객 수 및 단가가 높은 특수상영 관람자의 증가가 주효했으며, 관객 수 증가는 N차 관람이 많아져서 나타난 영향으로 보고 있다.

한편 한국 영화산업의 성공에는 각 지자체가 영상위원회를 통해 영화영상분야의 재정적 투자와 영상물 촬영을 위한 행정적 지원 및 혜택들을 지속적으로 제공하고 있기에 가능한 부분이기도 하다. 그리고 각 지역에서는 영화 영상물 촬영유치를 통해 지역 이미지 제고 및 경제활성화와 더불어 지역 발전에 많은 도움이 되고 있다. 최근에는 이러한 성과들이 두드러지게 나타나게 되면서 각 지자체가 제작사와 직접 연계하여 상호 성장 할 수 있는 사업들을 진행하기도 한다.

이처럼, 각 지역 영상위원회가 진행하고 있는 메인사업인 로케이션 서비스는 한국영화산업 부흥에 있어 지대한 역할을 하고 있다. 예컨대, 지난 92회 아카데미 시상식에서 감독상, 각본상, 작품상, 외국어영화상까지 수상하게 되면서 한국영화계의 새로운 역사를 새긴 봉준호 감독의 <기생충>은 전주 영상위원회의 전폭적인 로케이션 서비스를 통해 전체촬영의 약 60% 분량을 전주에서 촬영을 하였다. 이에 전주에서 촬영된 <기생충>이 아카데미 시상식에서 수상함으로써 전주가 영화제작사에게는 국내 최고의 로케이션 서비스를 지원하는 도시로 각광을 받게 되었으며, 일반시민들에게는 영화 도시 전주라는 브랜드이미지를 각인시켜주는 효과를 가져다주었다. 더불어 약 100여명 이상의 촬영관계자들이 촬영을 위해 전북지역에 머물면서 지출하게 되는 체재비, 교통비, 기자재 조달비 등의 직접지출 비용으로 인해 지역경제 활성화 및 발전에도 큰 역할을 하였다.

이러한 역할을 수행하고 있는 전주영상위원회는 2001년에 전북의 영상문화산업수도 기반조성을 위해 영상물 제작 및 관련 산업 유치, 지역의 영화영상분야 전문인력을 양성하기 위한 목적으로 부산 영상위원회에 이어 국내 두 번째로 설립되었다. 주요 사업으로는 전북 로케이션 촬영지원, 전주 장/단편영화제작지원, 전주영화종합촬영소 운영, 전주영화마케팅지원, 전주영화학교 등을 추진하고 있다.

이에 본 연구는 전주영상위원회에서 발행한 전북/전주 로케이션 영화영상물 경제적 파급효과 분석자료를 토대로 2008년부터 2019년까지의 로케이션 지원현황에 따른 경제적파급효과에 대한 데이터 분석을 하고자 한다.

2. 영화촬영 로케이션 서비스의 지원배경

정부의 지역문화 진흥을 위한 문화기본법, 지역문화진흥법, 문화다양성 보호증진법 등이 제정되는 등 문화콘텐츠 육성정책에 따른 정책 패러다임이 새롭게 변화함에 따라 영화영상 산업의 규모 및 영역들에 대한 개념들이 확장되고 있다. 더불어 지역 영상위원회의 역할 또한 촬영에 대한 로케이션 지원 및 행정제반서비스 등 보다 포괄적인 업무를 수행하는 기관으로 변모해가고 있다.

최근 영상위원회(Film Commission)가 수행하는 주요업무들을 살펴보면 촬영 로케이션 서비스 및 영화영상을 매체로 한 관광 자원 개발 및 관리, 영화촬영을 위한 행정지원 시스템 구축, 국내외 로케이션 유치 업무, 영화영상촬영과 연계된 대민 불편사항 해결, 국제회의 개최 및 해외교류, 영화교육을 통한 인력양성, 각종 영화관련 프로그램 개발 및 추진 등 다양한 분야의 업무까지 수행하고 있다.

이와 같이 영화촬영 로케이션 서비스는 지역의 자연경관 및 모든 자원이 영상물 촬영소재로 활용될 수 있으며, 더불어 관광 인프라와 연계되어 서비스가 이뤄질 때 비로소 그 역할 및 목적을 달성할 수 있다.

이처럼 촬영 서비스의 개념은 지역이 가지고 있는 자원을 보다 적극적으로 활용하여 영상과 결합되도록 하는 것이다. 즉, 영화영상산업이 고부가가치를 창출하는 산업으로써 지역경제 활성화뿐만 아니라 도시브랜드 이미지 제고 및 문화발전에 이바지하고 있기 때문이다.

이에 따라 전주영상위원회에서는 촬영 로케이션 서비스에 초점을 두고, 전주 장/단편 영화제작지원, 전문인력양성프로그램인 전주영화학교, 전주촬영 콘텐츠 지원사업 등 다양한 영화영상분야 콘텐츠 사업들을 전개하고 있다.

3. 2008~2019년 영화영상물 로케이션 지원현황과 경제적 파급효과 비교분석

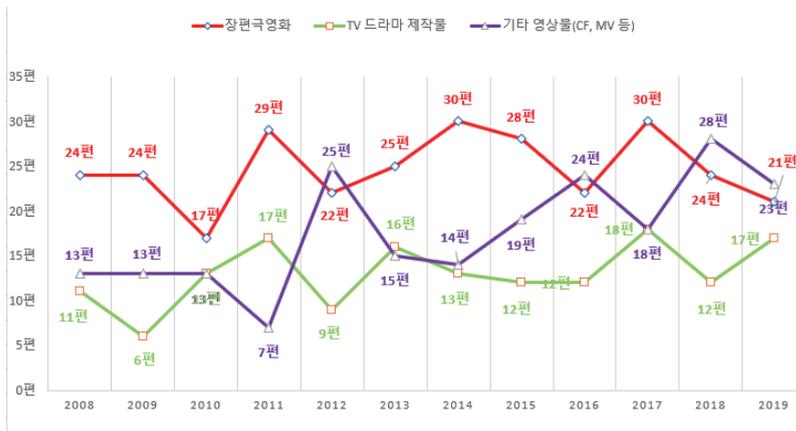
3.1 2008~2019년 영화영상물 로케이션 지원현황 비교분석

전주영상위원회의 2008년부터 2019년까지 로케이션 지원현황 보고서에 따르면, 전북에서 촬영된 장편극영화는 296편, TV드라마는 156편, 기타영상물은 212편으로 총 664편이 촬영된 것으로 조사되었으며, 아래 <표 1>과 <그림 1>의 내용에서 알 수 있듯이 영화 유치 및 지원 편수는 평균 55편 정도로, 각 항목에 따라 다소 변동이 있지만 2011년부터 대동소이한 촬영물 유치결과를 보여주고 있다.

<표 1> 2007-2019년 지원편수 비교분석

연 도	장편극영화	TV 드라마	기타 영상물	총 지원편수
2008	24	11	13	48편
2009	24	6	13	43편
2010	17	13	13	43편
2011	29	17	7	53편
2012	22	9	25	56편

연 도	장편극영화	TV 드라마	기타 영상물	총 지원편수
2013	25	16	15	56편
2014	30	13	14	57편
2015	28	12	19	59편
2016	22	12	24	58편
2017	30	18	18	66편
2018	24	12	28	64편
2019	21	17	23	61편
총합계	296	156	212	664
평균	25	13	18	55



<그림 1> 2008년~2019년 지원편수 현황

3.2 2008~2019년 경제적 파급효과 비교 분석

3.2.1 직접지출비용 총괄 비교분석

전주영상위원회는 매년 전북지역에서 촬영된 영화영상물의 직접 지출비용을 토대로 전북지역의 경제적 파급효과를 분석하고 있다. 이에 직접지출비용에 대한 자료는 전북지역 로케이션 영화영상물 제작과 관련하여 제작사가 전북 총괄지역에서 지출한 항목별 적용 항목을 산업연관표에 의거 5개 항목으로 분류하여 지출항목별 비용을 분석한 자료이며, 5개 항목은 음식점 및 숙박서비스, 운송서비스, 부동산 및 사업서비스, 사업지원서비스, 문화 및 기타서비스로 분류된다.

다음의 <표 2>는 전주영상위원회에서 2008년~2019년까지 영화영상물의 지원을 통해 나타난 직접 지출비용 자료이다. 본 자료에 의하면, 매년 평균적으로 약 51억원의 직접지출비용 효과를 거두었으며, 전체 지출비용은 약 615억원으로 조사되었다.

<표 2> 2008년~2019년 지원편수 및 직접지출비용 총괄 비교 분석

(단위: 천원)

연 도	지원편수(편)	직접지출비용	연 도	지원편수(편)	직접지출비용
2008	48	5,966,087	2014	57	5,140,831
2009	43 ¹⁾	6,606,385	2015	59	4,023,290
2010	43	6,375,935	2016	58	3,400,612
2011	53	6,064,103	2017	66	5,235,371
2012	56	5,719,141	2018	64	5,306,216
2013	56	5,210,612	2019	61	2,437,283
총합계	664	61,485,866			
평균	55	5,123,822			

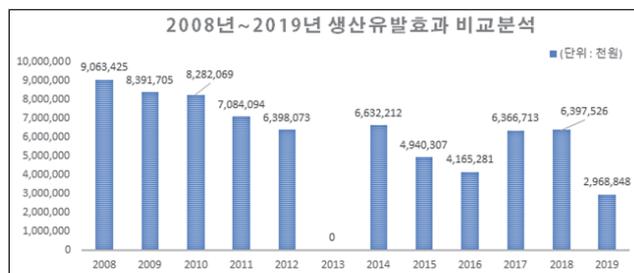
3.2.2 생산유발효과 총괄 비교분석

2008년~2019년까지 전북 로케이션 영화영상물 제작에 소요된 직접지출비용에 따른 생산유발효과를 분석하면, 다음의 <표 3>과 <그림 2>에서 보듯이 총합계 약 700억원의 생산유발효과가 나타난 것으로 조사되었다. 그리고 연도별 생산유발효과와 산업별 자료를 분석하면, 음식점 및 숙박서비스가 가장 큰 비중을 차지하고 있었으며, 다음으로 사업지원서비스와 부동산 및 임대분야 순으로 조사되었다. 단, 2013년도는 직접지출비용에 따른 경제적파급효과 분석이 누락되어 있어 제외를 하고 분석을 진행하였다. 이에 향후, 직접지출비용에 따른 경제적 파급효과의 정확한 분석을 위해서는 2013년도 자료가 보완되어야 할 필요가 있다.

<표 3> 2008년~2019년 생산유발효과 비교분석

(단위: 천원)

연 도	2008	2009	2010	2011	2012	2013
생산유발효과	9,063,425	8,391,705	8,282,069	7,084,094	6,398,073	-
연도	2014	2015	2016	2017	2018	2019
생산유발효과	6,632,212	4,940,307	4,165,281	6,366,713	6,397,526	2,968,848
총합계	70,690,253					
평균	5,890,854					



<그림 2> 2008년~2019년 생산유발효과 비교분석

1) 2009년 경제효과분석 적용편수는 43편으로 11월 30일 기준으로 작성됨. 2009년 경제효과 분석 기준 : 11월 30일 기준으로 43편(장편 24편, 드라마 6편, 단편/기타 13편). 실제로 2009년 촬영유치작품은 총 50편(장편 28편, 드라마 6편, 단편/기타 16편)임.

3.2.3 부가가치유발효과 총괄 비교분석

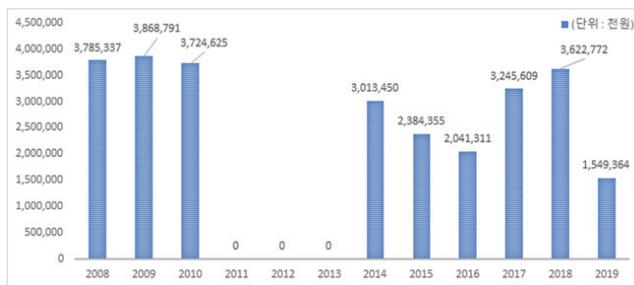
2008년~2019년까지 전북 로케이션 영화영상물 제작에 소요된 지출에 따른 부가가치유발효과는 총 272억 정도의 효과로 나타났다. 이와 같은 부가가치효과를 산업별로 분석하면 매년 사업지원서비스, 음식점 및 숙박서비스, 부동산 및 임대분야가 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났으며, 문화 및 기타 서비스, 운송서비스, 금융 및 보험서비스 등에서 아직까지는 미비하지만 조금씩 효과들이 나타나고 있는 것으로 분석되었다. 그리고 이에 따른 연도별 부가가치유발효과를 총괄분석하면 <표 4>와 <그림 3>과 같다. 단, 2011년부터 2013년까지 부가가치유발효과에 대한 자료가 누락이 되어있어 제외를 하였으며, 향후, 정확한 자료 분석을 위해서는 보완할 필요가 있다.

이에 나머지 자료를 토대로 비교분석하면, 2008년부터 전주영상위원회가 유치한 지원편수는 대동소이 하지만 직접지출비용이 소폭하락하게 되면서 부가가치유발효과 또한 평균적으로 보면 2014년부터 하락하였음을 알 수 있다. 이는 전반적으로 유치된 영화영상물의 촬영 횟수와 체류기간이 줄어들면서 차이를 보이고 있으며, 더불어 순제작비가 많은 영화가 점점 줄어들면서 직접지출비용이 감소하는 것으로 나타나고 있다.

<표 4> 2008년~2019년 부가가치유발효과 비교분석

(단위: 천원)

연도	2008	2009	2010	2011	2012	2013
부가가치유발효과	3,785,337	3,868,791	3,724,625	-	-	-
연도	2014	2015	2016	2017	2018	2019
부가가치유발효과	3,013,450	2,384,355	2,041,311	3,245,609	3,622,772	1,549,364
총합계	27,235,614					
평균	2,269,634					



<그림 3> 2008년~2019년 부가가치유발효과 비교분석

3.2.4 고용유발효과

전북 로케이션 영화영상물 제작에 소요된 직접지출비용에 따른 2008년부터 2019년까지의 고용유발효과는 총 1,527명으로 분석되었다. 이에 따른 산업별 고용유발효과로는 음식점 및 숙박서비스, 사

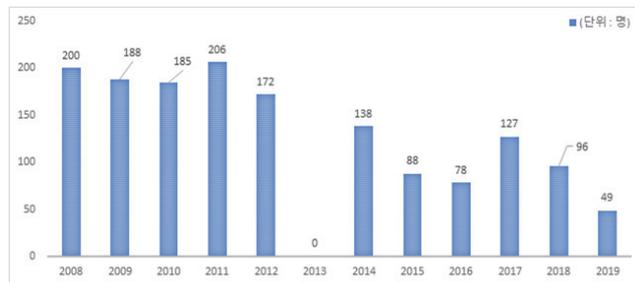
업지원서비스, 운송 서비스 분야 등이 있다. 특히, 사업지원서비스 분야에서의 성과는 전주영상위원회에서 진행한 인턴십프로그램을 통해 우수한 영화인력을 중앙 및 지역관련 단체에서 실습할 기회를 제공함으로써 신진 우수 영화인력의 양성과 고용효과가 나타났다.

그리고 다음의 <표 5>와 <그림 4>에서 보듯이 2013년도의 고용유발효과 자료가 누락되어있어 정확한 데이터 분석을 위해서는 2013년도 고용유발효과 자료를 보완할 필요가 있다.

<표 5> 2008년~2019년 고용유발효과 비교분석

(단위: 명)

연도	2008	2009	2010	2011	2012	2013
부가가치유발효과	200	188	185	206	172	-
연도	2014	2015	2016	2017	2018	2019
부가가치유발효과	138	88	78	127	96	49
총합계	1,527					
평균	127					



<그림 4> 2008년~2019년 고용유발효과 비교분석

4. 결론

본 연구는 전주영상위원회가 지난 2008년부터 2019년까지 12년간 전북지역에서 촬영된 모든 영화영상물에 대한 직접지출비용으로 인해 발생된 지역경제 파급효과를 분석한 자료를 바탕으로 총괄 데이터 분석을 하였다. 먼저 분석결과에 따르면 정확한 데이터 분석을 위해서는 2011년부터 2013년의 직접지출비용에 따른 경제적파급효과를 보완한 필요가 있다.

2008년부터 2019년까지 전주영상위원회가 유치한 지원편수는 총 664편으로 평균으로 보면 매년 55편으로 거의 대동소이하게 꾸준히 지원을 하고 있다. 그러나 직접지출비용은 2012년부터 지속적으로 소폭 하락추세에 있음을 알 수 있다. 물론 매년 한국영화 제작환경에 따라 변화가 있을 수 있지만, 직접지출비용이 지속적으로 소폭 하락하는 이유는 전반적으로 유치된 영화의 촬영횟수나 체류기간에서 차이, 순제작비가 많은 영화의 감소 등으로 직접지출비용도 줄어들고 있다. 특히, 2019년의 직접지출비용이 평균에 비해 50%정도 이상 크게 줄어든 원인으로 지역에서의 체류일수 감소가 가장 큰 영

향을 끼쳤다고 분석되었다.

그리고 이와 같은 직접지출비용의 감소 추세는 지역경제 파급효과에도 영향을 끼쳐, 생산유발효과, 부가가치유발효과, 고용유발효과 등 전체적으로 소폭 감소하고 있음을 알 수 있다. 따라서 향후 유치된 영화영상물의 직접지출비용을 늘리기 위해서는 현재 전주영상위원회에서 시행하고 있는 로케이션 인센티브 제도를 개선하여 지역에서의 촬영횟수나 체류기간이 높을수록 인센티브를 강화하는 등의 방안을 고려할 필요가 있다고 사료된다.

참고문헌

- 강내영, 조병도, 김태훈, 정동재 (2016). 부산지역 영화산업의 경제적 파급 효과 및 활성화 방안. 부산: 한국은행.
- 김도학, 김은경, 우혜경, 변현수 (2011). 지역 영상위원회 경제효과 평가모델 연구. 부산: 영화진흥위원회.
- 동의대학교 영화학과 (2010). 2010년 전북/전주 로케이션 영화영상물 경제적 파급효과 분석. 전주: 전주 영상위원회.
- 영화진흥위원회 (2020). 2019년 한국 영화산업 결산. 부산: 영화진흥위원회.
- 전북대학교 산학협력단 (2014~2019). 전북/전주 로케이션 영화영상물 경제적 파급효과 분석. 전주: 전주 영상위원회.
- 전북대학교 인문영상연구소 (2008). 2008년 전북/전주 로케이션 영화영상물 경제적 파급효과 분석. 전주: 전주영상위원회.
- 전북대학교 인문영상연구소 (2009). 2009년 전북/전주 로케이션 영화영상물 경제적 파급효과 분석. 전주: 전주영상위원회.
- 전주영상위원회 (2013). 전북/전주 로케이션 영화영상물 경제적 파급효과 분석. 전주: 전주영상위원회.
- 최정수 (2009). 경북 영상로케이션 지원기관 운영방안. 대구: 대구경북연구원.
- M&E산업연구소 (2011). 2011년 지역 영상위원회 로케이션 사업의 경제효과. 전주: 전주영상위원회.
- M&E산업연구소 (2012). 2012년 지역 영상위원회 로케이션 사업의 경제효과. 전주: 전주영상위원회.

국한문 참고문헌의 영문 표기

(English translation / Romanization of reference originally written in Korean)

- Choi, Jeong-su (2009). Operation plan of Gyeongbuk Film Location Support Organization. Daegu: Daegu Gyeongbuk Development Institute.
- Dong-Eui University dept of film studies (2010). Analysis of The Economic Ripple Effect of Jeonbuk/Jeonju location video and film. Jeonju: Jeonju Film Council.
- Jeonju Film Council (2013). Jeonbuk/Jeonju location movie and film economic ripple effect analysis. Jeonju: Jeonju Film Council.
- Jeonbuk National University Humanities Imaging Research Institute (2008). Analysis of The Economic Ripple Effect of Video and Film Located in Jeonbuk/Jeonju in 2008. Jeonju: Jeonju Film Council.
- Jeonbuk National University Humanities Imaging Research Institute (2009). Analysis of The Economic Ripple Effect of Video and Film Located in Jeonbuk/Jeonju in 2009. Jeonju: Jeonju Film Council.

-
- Jeonbuk National University Industry-Academic Cooperations (2014~2019). Jeonbuk/Jeonju location movie and film economic ripple effect analysis. Jeonju: Jeonju Film Council.
- Kang, Nae-young, Cho, Byeong-do, Kim, Tae-hoon & Jeong, Dong-jae (2016). The Economic Ripple Effect and Revitalization Plan in The Busan Film Industry. Busan: Korean Bank.
- Kim, Do-hak, Kim, Eun-kyung, Woo, Hee-kyung & Byun, Hyun-soo (2011). A Study on the Economic Effect Evaluation Model of The Regional Film Council . Busan: Korean Film Council.
- Korean Film Council (2020). Settlement of Korean Film Industry in 2019. Busan: Korean Film Council.
- M&E Industry Research Center (2011). The Economic Effect of The Regional Film Council in 2011. Jeonju: Jeonju Film Council.
- M&E Industry Research Center (2012). The Economic Effect of The Regional Film Council in 2012. Jeonju: Jeonju Film Council.