

주요국의 창조경제 추진사례와 시사점

김정곤 신흥지역연구센터 전략연구팀 부연구위원 (jgkim@kiep.go.kr, Tel: 3460-1093)

김은지 국제경제실 일본팀 전문연구원 (eunji@kiep.go.kr, Tel: 3460-1035)

김윤옥 신흥지역연구센터 전략연구팀 연구원 (yokim@kiep.go.kr, Tel: 3460-1265)

차 례 ● ● ●

1. 서론
2. 주요국 사례
3. 우리나라의 창조경제 추진전략
4. 시사점

주요 내용 ● ● ●

- ▶ 창조경제가 우리나라의 새로운 경제성장 패러다임으로 제시되면서 창조경제의 의미와 지향점, 이를 실현하기 위한 정책적 수단 등에 대한 논의가 활발하게 이루어지고 있음.
 - 창조경제(creative economy)에 대한 합의된 정의는 아직 없고 그 개념이 발전과정에 있지만, 우리나라를 비롯한 많은 국가에서 새로운 정책 패러다임으로 받아들여짐.
 - 창조경제는 창조산업의 경제적 잠재력에 주목하여 형성된 개념이지만, 경제 전반에 걸친 창조성과 지식 등 무형자산의 파급력에 관심이 모아지면서 그 적용 범위가 확대되는 추세를 보임.
- ▶ 우리나라의 창조경제는 창조성을 기반으로 전 산업의 변화와 혁신을 모색한다는 측면에서 독자적인 철학 수립과 정책 개발이 중요함.
 - 창조산업 중심의 창조경제 패러다임이 우리나라의 경제환경에서 제조업 등 여타 분야에 어떻게 적용될 수 있는지에 대해 심도 있는 논의가 필요함.
- ▶ 우리 정부가 창조생태계 조성을 기치로 내세운 바와 같이 새로운 경제활동의 '판'을 짜는 데 많은 노력을 기울일 필요가 있음.
 - 창업을 촉진하는 경제문화가 조성되어야 하며, 제품이나 산업 단위의 논의에서 벗어나 창조클러스터 등 비가시적인 창조환경 조성에 지속적인 관심을 기울여야 함.
- ▶ 창조경제 정책의 성공적인 추진을 위해 국민적인 공감대 형성이 중요한 과제임.
 - 창조경제 정책은 목표 달성형 과제인 동시에 사회문화 및 경제환경을 바꾸는 지속형 과제인바, 장기적인 추진 동력을 얻기 위해 꾸준히 성공사례를 축적하고, 이를 적극적으로 홍보할 필요가 있음.

1. 서론

■ 창조경제가 우리나라의 새로운 경제성장 패러다임으로 제시되면서 창조경제의 의미와 지향점, 이를 실현하기 위한 정책적 수단 등에 대한 논의가 활발하게 이루어지고 있음.

- 창조경제(creative economy)에 대한 합의된 정의는 없으나, 우리나라를 비롯한 많은 국가에서 새로운 정책 패러다임으로 받아들여짐.

■ 창조경제의 개념은 창조성이 중심적 역할을 하는 새로운 경제 시스템을 의미하는 것으로 점차 발전되는 추세를 보임.

- 창조경제는 창조산업(creative industries) 또는 창조문화산업(CCI: Creative and Cultural Industries)¹⁾의 경제적 잠재력 및 긍정적 파급효과에 주목하여 만들어진 용어임.
 - Howkins(2001)가 창조산업에 바탕을 둔 창조경제라는 용어를 제시한 이후 각국에 확산되었고, UNCTAD(2010)는 그 개념을 본격적으로 제시한 바 있음(2절 참고).
- 창조성과 지식 등 무형자산의 경제 전반에 걸친 파급력에 관심이 모아지면서 창조경제 개념의 적용 범위는 확대되는 양상을 보임(UNCTAD 2010; Stiglitz 2012; Denning 2012, 2절 참고).

■ 국가별·논자별 차이에도 불구하고, 창조경제 개념은 개인의 창의성을 바탕으로 한 새로운 성장동력 확보, 이를 위한 경제사회적 기반 조성 등을 강조한다는 측면에서 공통적임.

- 슈페터(J. A. Schumpeter)가 혁신의 핵심으로서 기업가 정신을 가진 개인을 강조했듯이, 개인이 창조성을 마음껏 펼칠 수 있는 '판'을 잘 짜는 것이 창조경제의 출발점이라고 할 수 있음.

■ 본고는 창조산업을 중심으로 관련 정책을 추진해온 영국, 핀란드, 독일, 일본, 싱가포르의 사례에 초점을 맞추고, 아울러 UNCTAD의 논의를 분석하여 시사점을 도출함.²⁾

- 영국은 창조산업을 중심으로 창조경제를 본격적으로 추진한 국가이며, 이는 핀란드, 독일, 싱가포르 등의 국가로 확산되었고, 일본 역시 창조산업의 잠재력에 주목한 일련의 정책을 추진 중임.
- UNCTAD는 창조경제 및 창조산업에 대한 논의를 주도하는 국제기구로서, 기존 논의를 종합한 UNCTAD(2010) 등을 발간한 바 있음.
- 본고는 상기 국가의 창조경제 및 창조산업 개념, 관련 정책 도입의 배경과 목적, 추진전략과 주요 정책수단을 살펴보고, 이를 우리나라와 비교한 후 정책 시사점을 제시함.

1) 창조산업 또는 창조문화산업은 기존의 문화산업 개념을 확장하여 소프트웨어 등 창조성이 핵심이 되는 분야를 포괄하는 개념으로서 널리 통용되고 있음(2절 참고).

2) 이외에 미국, 중국 등의 국가들도 우리나라의 창조경제와 유사한 성격의 정책을 추진하고 있으나, 그 성격상 별도의 연구가 필요하다고 판단되어 본고의 연구대상에서는 제외하였음(각주 7 참고).

2. 주요국 사례

가. 창조경제의 개념

■ 창조경제의 개념은 창조산업을 중심으로 형성되었으며, 경제 전반에 걸친 창조성과 지식 등 무형자산의 역할에 주목하는 개념으로 발전하는 추세임.

- 영국의 경영전략가 존 호킨스(John Howkins)의 정의에 따르면 창조경제는 '창조적 인간, 창조적 산업, 창조적 도시를 기반으로 한 새로운 경제체제로 창조적 행위와 경제적 가치를 결합한 창조적 생산물의 거래'임 (Howkins 2001).
- o 호킨스는 창조성(creativity)과 경제(economics) 각각은 새로운 것이 아니지만, 그 둘이 형성하는 관계의 속성과 정도, 그리고 그들이 결합하여 가치와 부를 창출하는 방식에 새로움이 있다고 주장함.
- Stiglitz(2012)는 미국의 경기침체가 실물경제의 대전환, 즉 제조업 중심에서 서비스업 중심의 산업구조로 이행하는 과정을 통해 해결될 수 있다고 주장하였는데, 이는 Florida(2002)가 고부가가치 서비스업을 중심으로 창조성, 개성, 차이, 가치를 중시하는 창조계급(creative class)의 도래를 주장한 것과 상통함.
- o Denning(2012)은 스티글리츠의 주장을 이어받아 미국경제가 혁신을 통해 제조업과 서비스업 모두 자기 역할을 하는 창조경제로 이행해야 한다고 주장하고, 제조업의 경우 규모의 경제에 의존하는 전통적 경향을 탈피해야 한다고 지적함.

■ 영국, 핀란드 등에서 논의되는 창조경제는 일반적으로 창조산업의 발전 및 그와 관련된 경제여건을 의미함.

- 영국의 경우 창조경제에 대한 공식적인 정의가 있는 것은 아니지만, 창조산업과 그것이 활성화되는 여건, 창조산업이 주도하는 경제체제 등의 의미로 사용됨.
- 핀란드 정부는 창조경제를 '창조적 전문가와 창조산업이 발생시키는 경제적 부가가치(Ministry of Employment and Economy 및 Creative Finland 웹사이트)'로 정의한바, 창조경제는 창조산업과 그것이 영향을 미치는 관련 산업의 경제활동을 의미함.
- o Creative Industries Finland 웹페이지는 창조경제를 4개 층으로 이루어진 양파에 비유함. 가장 안쪽은 예술과 문화유산, 그 다음 층은 예술, 문화와 연관된 전통적 기업형태(극장, 박물관), 그 다음은 창조산업, 그리고 가장 바깥쪽은 창조산업의 전문성을 활용하는 사업 활동으로 구성됨.

■ UNCTAD(2010)는 기존의 논의를 종합하여 창조경제가 '진화하고 있는 개념으로서 잠재적으로 경제성장과 개발을 만들어내는 창조적 자산에 기초한다'라고 정의하고, 경제 전반과 연계된다는 점에 주목함.

- UNCTAD(2010)에 따르면, 창조경제는 1) 소득과 일자리를 창출하고, 수출 자원을 확대하며, 사회적 포용, 문화 다양성, 인간개발을 촉진하며, 2) 기술, 지식재산, 관광과 상호작용하는 경제적, 문화적, 사회적 측면을 포괄하며, 3) 지식기반의 경제적 활동으로서, 개발 측면과 경제 전반과 연계되며, 4) 실현가능한 개발의 선택지로서, 혁신적, 학제적, 정부 부처간 행동을 요구하고, 5) 창조경제의 핵심에는 창조산업이 있음.

표 1. 창조경제의 개념

국가	창조경제의 개념
영국	- 창조산업과 그것이 활성화되는 여건, 창조산업이 주도하는 경제 체제 등을 의미
핀란드	- 창조적 전문가와 창조산업이 발생시키는 경제적 부가가치
Howkins (2001)	- 창조적 인간, 창조적 산업, 창조적 도시를 기반으로 한 새로운 경제체제로 창조적 행위와 경제적 가치를 결합한 창조적 생산물의 거래
UNCTAD (2010)	- 진화하는 개념으로서 잠재적으로 경제성장과 개발을 만들어내는 창조적 자산에 기초 1) 소득 발생, 일자리 창출, 수출을 확대하며, 사회적 포용, 문화적 다양성, 인간개발 촉진, 2) 기술, 지식재산, 관광과 상호작용하는 경제, 문화, 사회적 측면 포괄, 3) 지식기반의 경제적 활동으로서, 개발 측면 및 경제 전반과 연계, 4) 혁신적, 학제적, 부처간 행동 요구, 5) 그 핵심은 창조산업임.

자료: 필자 정리.

나. 창조산업의 개념과 범위

■ 창조산업은 일반적으로 개인의 창조성과 지식자본을 바탕으로 경제적 가치를 창출하는 산업을 의미하며, 창조산업의 개념에 수반되어 창조성 또는 창조적 행위에 대한 논의가 중시됨.

- 영국은 창조산업을 ‘개인의 창조성, 솜씨(skill), 재능(talent)에 기원을 두고 있으며, 지식재산의 발생 및 이용을 통해 일자리와 부를 창출할 잠재력을 지닌 활동’으로 정의함(DCMS 2001).
- 독일은 창조산업 대신 문화창조산업을 공식용어로 활용하며, 그 내용은 일반적인 창조산업의 범위와 크게 다르지 않으나, 창조적 행위의 개념을 규정하고 있는 것이 주목할 만함.
 - 독일 정부는 창조적 행위를 ‘모든 문화 및 창조활동을 연결하는 요소로서, 예술적, 문학적, 문화적, 음악적, 건축적 또는 창조적 콘텐츠, 작품, 생산품, 제작 또는 서비스를 포괄하며, 문화창조산업의 핵심을 형성한다’라고 규정함(Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie 2012).
- 일본은 창조산업이 ‘가격이 아닌 창조성이라는 부가가치에 의해 시장에서 선택되는 제품(Mono), 서비스(Koto), 인적자원(Hito)’으로 구성된다고 규정하고, 창조성은 ‘제품과 서비스의 제조·유통 과정에서 독창적이고 고유한 전통적·문화적·지적·혁신적인 것이 투영되거나 인적 자원이 보유한 기술재능이 포함된 것’으로 정의함(野村総合研究所 2012, 3).
- 한걸음 더 나아가, 싱가포르의 일반적인 창조산업에 더해 해당산업에서 생산된 서비스 및 상품을 유통하는 산업까지 합하여 창조클러스터라는 개념을 도입함(Economic Review Committee 2003).

■ 기존의 논의를 종합한 UNCTAD(2010)는 창조산업이 지적자본을 바탕으로 무역과 지재권을 통한 수입을 발생시키며, 예술에만 국한되지 않는 세계 무역의 새로운 분야라고 규정함.

- 창조산업은 1) 창조성과 지적자본을 핵심투입물로 사용한 상품과 서비스의 창조, 생산, 배포의 순환으로서, 2) 지식기반 활동으로 구성되며, 잠재적으로 무역과 지식재산권을 통해 수입을 발생시키는 데 초점을 맞추는 산업이며, 예술 분야에만 국한되지 않으며, 3) 창조적 콘텐츠, 경제적 가치, 시장 지향성을 갖춘 유형의 상품 또는 무형의 지식 또는 예술 서비스로 구성되며, 4) 세계 무역의 새로운 역동적 분야임.

표 2. 창조산업의 개념

국가	창조산업의 개념
영국	- 개인의 창조성, 솜씨(skill), 재능(talent)에 기원을 두고 있으며, 지식재산의 발생 및 이용을 통해 일자리와 부를 창출할 잠재력을 지닌 활동
독일	- 문화창조산업: 모든 문화 및 창조적 기업을 포함하며, 이들은 시장지향적이며, 문화창조상품 및 서비스 수단을 통해 창조, 생산, 배포, 확산을 취급함. - 창조적 행위: 모든 문화 및 창조활동을 연결하는 요소로서, 모든 예술적, 문학적, 문화적, 음악적, 건축적 또는 창조적 콘텐츠, 작품, 생산품, 제작 또는 서비스를 포괄하며, 11개 문화창조산업의 핵심을 형성함.
일본	- 창조산업: 가격이 아닌 창조성이라는 부가가치에 의해 고유한 전통적·문화적·지적·혁신적인 것이 투영되거나 기술재능이 포함된 제품, 서비스, 인적 자원 - 창조성: 제품과 서비스의 제조·유통 과정에서 독창적이고 고유한 전통적·문화적·지적·혁신적인 것이 투영되거나 인적 자원이 보유한 기술재능이 포함된 것
싱가포르	- 창조산업: 개인의 창조성 및 기술, 재능에 기반하고 지적 재산의 개발과 창출을 통한 부와 일자리를 창출하는 산업(영국의 창조산업개념을 차용)
UNCTAD	- 창조성과 지식자본을 핵심 투입물로 사용한 상품, 서비스의 창조, 생산, 배포의 순환 o 지식기반 활동으로 구성되며, 무역과 지재권을 통해 수입을 발생시키는 데 초점을 맞춘 산업으로서 예술 분야에만 국한되지 않음. 창조적 콘텐츠, 경제적 가치, 시장 지향성을 갖춘 유형의 상품 또는 무형의 지식 또는 예술 서비스로 구성

자료: 필자 정리.

■ 각국은 자국의 관점을 반영하여 창조산업의 범위를 규정하고 있는바, 문화산업이 그 핵심을 구성하는데 ICT와의 연계성이 높음.

- 영국의 경우 1998년 창조경제 정책을 수립한 이후 창조산업 범위에 대한 다양한 논의를 전개해 왔으며, 현재 창조산업으로 다음의 13개 분야를 지정함.
 - o 광고, 건축, 미술 및 골동품, 공예품, 디자인, 디자이너 패션, 영화와 비디오 및 사진, 음악, 공연예술, 출판, 소프트웨어 및 전자출판, 디지털 및 엔터테인먼트 미디어, 텔레비전 및 라디오(DCMS 2011).
- 핀란드의 창조산업 범위는 영국과 유사하나 스포츠 분야를 포함한 것이 특징적임(Creative Industries Finland 웹사이트).³⁾
- 일본은 오랜 생활양식과 가치관이 투영된 산업(의식주 및 엔터테인먼트)을 창조산업의 대상범위로 선정함(경제산업성 'Cool Japan' 관민유식자회의 2010. 11~2011. 5').
 - o 패션, 음식, 콘텐츠, 지역토산물, 주거, 관광에 더하여 영국 및 UNCTAD의 사례를 참고로 광고, 아트, 디자인을 추가하여 총 9개 분야를 포함함.

■ UNCTAD(2010)는 문화적 유산, 예술, 미디어, 기능적 창조라는 4개 범주의 9개 분야를 창조산업의 범위로 제시한바, R&D 및 소프트웨어 같은 새로운 미디어를 포함함.

- 문화유산: ① 문화장소(고대유적, 도서관, 전시회), ② 전통문화(공연, 축제)
- 예술: ③ 시각예술(그림, 조각, 사진), ④ 공연예술(라이브 음악, 연극, 오페라, 춤, 서커스)
- 미디어: ⑤ 출판, 인쇄매체(책, 신문), ⑥ 오디오, 비주얼(영화, TV, 라디오 방송)
- 기능적 창조: ⑦ 디자인(인테리어, 그래픽, 패션, 보석, 장난감), ⑧ 창조서비스(건축, 광고, 창조 R&D, 문화, 레크리에이션), ⑨ 새로운 미디어(소프트웨어, 비디오게임, 디지털콘텐츠)

3) 스포츠 분야를 창조산업 범위에 포함시킬지 여부에 대해서는 논란이 있는 상황임. 자세한 내용은 UNCTAD(2010) 참고.

표 3. 창조산업의 범위

국가	창조산업의 범위
영국	- 창조산업 13개 분야: 광고, 건축, 미술 및 골동품, 공예품, 디자인, 디자이너 패션, 영화와 비디오 및 사진, 음악, 공연예술, 출판, 소프트웨어 및 전자출판, 디지털 및 엔터테인먼트 미디어, 텔레비전 및 라디오
핀란드	- 창조산업 14개 분야: 1) 애니메이션 제작, 2) 건축 서비스, 3) 영화 및 TV 제작, 4) 시각 예술 및 미술전시, 5) 수공예, 6) 스포츠 및 어드벤처 서비스, 7) 광고 및 마케팅 커뮤니케이션, 8) 디자인 서비스, 9) 음악 및 엔터테인먼트, 10) 게임 산업, 11) 라디오 및 음향 제작, 12) 미술품 및 골동품 판매, 13) 댄스 및 극장, 14) 커뮤니케이션
독일	- 문화창조산업 11개 분야: 음악산업, 도서시장, 미술품시장, 영화산업, 방송산업, 공연예술시장, 디자인산업, 건축시장, 언론시장, 광고시장, 소프트웨어 및 게임산업
일본	- 창조산업 9개 분야: ① 패션 ② 음식 ③ 콘텐츠 ④ 지역토산품 ⑤ 주거 ⑥ 관광 ⑦ 광고 ⑧ 아트 ⑨디자인을 대상으로 하며, 일본의 고유문화를 기반으로 하는 것
싱가포르	- 영국의 창조산업 범위에 더하여 관련 유통산업 포함
UNCTAD	- 창조산업 9개 분야: 문화유산(문화장소, 전통문화), 예술(시각예술, 공연예술), 미디어(출판 및 인쇄매체, 오디오 비주얼), 기능적 창조(디자인, 창조서비스, 뉴미디어)

자료: 관련 자료를 토대로 필자 정리.

다. 관련 정책 추진의 배경과 목적

■ 주요국의 창조경제 관련 정책 추진 배경과 목적은 기존 경제구조의 변화(특히 탈제조업화)에 대응한 새로운 성장동력 발굴과 이를 통한 일자리 창출로 요약됨.

- 영국과 독일에서는 탈제조업화 현상이 지속되면서 창조산업의 경제적 잠재력과 일자리 창출 가능성, 그리고 경제 전반에 대한 긍정적 파급효과에 주목하게 됨.
 - 영국의 DCMS(Department of Culture, Media and Sports)는 1998년과 2001년 *Creative industries mapping document*(『창조산업 전략보고서』)를 통해 창조경제를 영국 경제성장의 화두로 제시함. 당시 DCMS 장관이었던 크리스 스미스는 창조기업과 문화적 활동의 역할은 주요한 경제적 이슈로서, 지식자본의 창조에서 발생하는 가치가 국부의 구성요소로서 중요성이 높아지고 있고, 일자리와 부를 창출한다고 강조함 (Smith 1998).
 - 독일은 탈제조업 현상과 지속적으로 높은 실업률을 겪으면서 사업서비스, 금융서비스, 보건산업, 그리고 문화창조산업 등을 새로운 고용 창출원으로 인식하게 되었고, 그 가운데 문화창조산업은 독자적인 경제활동의 한 분야이자 타 분야 혁신의 촉매제로서, 그리고 지속적인 성장산업으로 주목받았으며, 독일경제가 지식기반 경제로 나아가는 데 기여할 것으로 인식됨(Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie 2009).

■ 핀란드, 싱가포르는 산업구조의 다변화와 성장동력 발굴에 초점을 맞춘 창조경제 정책을 도입함.

- 핀란드의 경우 기술에 의존한 경제성장전략에 한계를 느끼고, 당시 생소했던 개념인 창조성과 문화적 노하우에 집중적으로 투자한다는 전략을 도입함(SITRA 2004).
- 싱가포르는 창조산업이 고용과 가치를 창출한다는 면에 주목하고, 아시아의 새로운 창조허브가 되겠다는 목표를 설정함(Economic Review Committee 2002).

- 일본의 경우, 동일본 대지진 이후 산업 공동화 압력이 증대되면서 지역경제 활성화와 고용창출이 긴급한 과제로 대두되었으며, 규제개혁과 혁신을 강조한 성장정책을 추진하는 과정에서 창조산업의 경제적 잠재력에 주목함.
 - 일본정부가 2010년 6월 발표한 '신성장 전략' (7개 전략분야, 21개 국가 프로젝트)은 신성장 주도 전략 분야로서 환경·에너지, 인프라 산업 및 시스템, 의료·간병산업, 창조산업 등을 전략 분야로 선정하고, 특히 창조산업을 아시아시장으로 전파하기 위해 일본의 브랜드력 및 외교력과 연계시키는 전략이 제기됨.
- UNCTAD는 창조산업이 개도국에 새로운 고성장의 기회를 제공할 수 있다는 측면에 주목하고, 경제적 측면과 더불어 창조경제 및 산업의 사회, 문화, 개발 측면의 중요성에 대한 종합적인 시각을 제시함.
 - 2004년 11차 UNCTAD 각료회의는 최초로 창조산업을 국제경제 및 개발 어젠다로 채택하였고, 각료회의 합의문을 통해 창조산업이 긍정적인 외부효과를 증진시키며, 창조산업의 국제무역 참여가 개도국에 이익을 줄 것이라고 언급함(Sao Paulo Consensus 65조).
 - 효과적인 국제협력을 위해 UNCTAD는 2004년부터 ILO, ITC, UNDP, UNESCO, WIPO와 더불어 매년 정기적인 대화를 시작함(United Nations Multi-Agency Informal Group on Creative Industries).
 - 2008년 12차 UNCTAD 각료회의는 창조경제라는 개념을 도입하여, 이에 대한 국제적 연구와 논의를 촉진하고 개도국의 창조경제 정책 및 국제적 협력방안을 강구함.
 - 경제적 측면과 더불어 창조경제 및 산업의 사회, 문화, 개발 측면의 중요성에 대한 종합적인 시각을 제시함.

표 4. 정책 추진의 배경과 목적

국가	창조경제 정책 추진의 배경과 목적
영국	- 제조업 쇠락과 탈산업화에 따른 새로운 성장동력 발굴
핀란드	- 기술력에 의존한 경제성장에서 탈피하여 새로운 성장동력 발굴
독일	- 탈제조업화 현상에 대응하고, 지식기반 경제로의 이행 촉진, 새로운 종류의 일자리 창출
일본	- 동일본 대지진 이후 산업공동화 압력이 증대되는 가운데, 지역경제 활성화와 고용창출을 위해 창조산업의 경제적 잠재력을 강조하기 시작
싱가포르	- 성숙해가는 자국의 산업환경을 고려하여 부가가치와 고용창출의 원천으로서 창조산업에 주목
UNCTAD	- 창조성, 지식, 문화, 기술이 일자리 창출, 혁신, 사회적 포용에 기여할 수 있는바, 특히 개도국에 새로운 고성장의 기회를 제공할 수 있음.

자료: 관련 자료를 토대로 필자 정리.

라. 추진전략

- 주요국의 창조경제 추진전략 가운데 교육 개선, 창업환경 개선 및 창조적 중소기업 지원, R&D 등 혁신역량 강화, 지재권 인식 제고 및 관련정책 개선, 글로벌화 등이 중요한 요소로서 강조되고 있음.
 - 영국의 *Creative Britain 2008*은 교육과 인재 양성, 재능의 일자리 전환, R&D 지원, 창조사업 지원, 지재권 발전 및 보호, 창조 클러스터 지원 등 창조경제 정책의 근간을 제시함(DCMS & BIS 2008).
 - 창조생태계 조성이 주요한 정책 방향으로 제시되고 있으며, 그 가운데서도 중소기업의 창업환경 조성 및 창조 클러스터가 핵심 아이디어로 나타난.

- 싱가포르의 경우 앞서 본 바와 같이 창조산업 대신 창조클러스터라는 개념을 도입하여 싱가포르를 글로벌 창조 허브로 육성하는 계획을 추진 중임.

■ 관련 정책의 핵심 중 하나가 신시장 개척으로, 산업의 해외진출과 글로벌화가 주요한 정책 목표로 제시됨.

- 핀란드와 일본은 해외진출 및 글로벌화를 정책의 핵심목표로 수립하고 있으며, 싱가포르 역시 글로벌 창조허브라는 목표로 정책을 추진 중임.
- 일본은 2020년 8조~11조 엔의 수출시장 획득, 싱가포르는 2012년까지 창조산업의 GDP 기여도를 3%에서 6%로 늘린다는 구체적인 정책 목표를 제시함.
- 영국은 창조산업의 FDI 유치에도 많은 노력을 기울이고 있는바, 소프트웨어 분야의 경우 2012년 FDI 유치 건수가 120건으로 사업 서비스(183건) 다음으로 많음(Ernst & Young 2013).
- 영국(Cool Britannia)과 핀란드 등은 국가 브랜드 이미지 제고를 위해 창조경제를 적극적으로 활용함.

표 5. 주요국의 추진전략

국가	주요국의 추진전략
영국	- 'Cool Britannia', 'Creative Britain' (1997~2010) - Creative Britain(2008): 교육, 재능을 일자리로 전환, R&D 지원, 창조사업 지원, 지적권 발전 및 보호, 창조 클러스터 지원, 영국을 창조 허브로 육성 - 보수당 정권(2010~)은 기술적 측면을 강조: 앱(application) 디자인, 기술이 결합된 예술, 그리고 수학과 과학 등 창조산업의 바탕이 되는 교육을 강조하고(NESTA 2013), 2013년 1월부터 대입시험에 컴퓨터공학을 필수과목으로 지정
핀란드	- Development Programme for Business Growth and Internationalization of Creative Industries 2007~2013: 창조산업 정책과 지역개발정책이 혼합된 형태이며, 16개 프로젝트 - Cultural Exports Promotion Programme 2007~2011: 창조경제 클러스터 설립을 비롯하여 창조산업의 기반 구축과 문화상품 수출촉진, 창조경제를 통한 국가 브랜드 제고
독일	- 독일 연방 문화창조산업 이니셔티브(Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, 2007): 문화창조산업 기반 구축, 관련 중소기업 지원, 글로벌화 추진 등
일본	- 2010년 6월 발표된 신성장 전략(2010): 콘텐츠, 디자인, 패션, 음식, 전통문화 등의 창조산업을 국가전략분야로 인식하기 시작, 창조산업을 아시아시장으로 수출하기 위해 일본 브랜드력이나 외교력 강화와 연계시킨다는 전략 제시 - Cool Japan 전략(2010): 일본의 브랜드 파워 강화, 산업 분야별 해외 시장별 진출전략 수립, 2020년 8조~11조 엔의 수출시장 획득이 목표
싱가포르	- 역동적인 국제도시(Dynamic Global City): 2012년까지 창조산업의 GDP 기여도를 3%에서 6%로 육성하여 아시아의 새로운 창조허브가 되겠다는 목표 수립

자료: 관련 자료를 토대로 필자 정리.

마. 주요 정책수단

■ (중소기업 지원) 개인의 창조성이 중요하며 중소기업이 중심을 이루는 창조산업의 특성에 따라, 각국은 창업지원과 창업문화조성, 중소기업 지원에 심혈을 기울이고 있음.

- 영국: 18~30세의 청년들에게 제공되는 Start-Up Loan을 통해 약 2,000명을 지원하고 있으며, Seed Enterprise Investment Scheme(SEIS)을 통해 창업기업에 대해 최대 78%의 세금을 면제함.

- 국립과학기술예술재단(NESTA)은 창조적 혁신가 성장(Creative Innovators Growth) 프로그램을 통해 300만 파운드의 자금을 투입하여 중소기업에 맞춤형 지원 제공
- 핀란드: DigiDemo 프로그램을 통해 2002년부터 생산 전단계의 시청각 콘텐츠 개발에 대해 보조금을 지급하며, Vision+, Mediatonic, AVEK 등 창조산업에 특화된 벤처캐피탈을 운영함.
- Tekes(National Technology Agency): 핀란드의 핵심 R&D 지원 프로그램으로, 기업, 대학, 정부기관, 지역을 대상으로 자금을 지원함. 또한 새로운 성장기업에 대한 자금지원과 수출기업화 등의 지원정책을 운영하고 있음. 2009년부터 Innovation Mill을 시작하여 노키아 같은 대기업이 활용하지 않은 R&D 성과를 중소기업이 상업화하는 사업을 지원함. 2010년간 3억 8,200만 유로가 지원됨(European Creative Industries Alliance 2012).
- Vigo: 기술을 바탕으로 상품화를 시작하는 단계의 기업과 글로벌 벤처자금을 연결시키는 프로그램(2009년)
- 독일: Mikrokreditfonds Deutschland는 소규모 투자로 시작하는 창업자와 소기업(micro firms)에 대한 자금 대출체도로써, 일관성 있는 사업계획에 근거하여 대출여부를 결정하며 상업은행 대출에 비해 담보대출 비중이 적음.
- 베를린 Venture Capital Fonds Kreativwirtschaft: 베를린 주와 베를린 투자은행이 공동으로 조성한 3,000만 유로 규모의 기금으로, 콘텐츠 지향적인 혁신기업(예: 인터넷 라디오 프로그램, 소비자 맞춤형 영화 추천 프로그램)에 투자가 이루어짐(Deutsch Bank 2011).

■ (창업 활성화) 각국은 창조적 개인의 아이디어를 창업과 연계시키는 프로그램을 활성화시키고 있음.

- 영국: 재능경로제도(Talent Pathway Scheme)를 통해 창조산업 일자리에 대한 정보 제공, 멘토링, 전국적인 기술 캠프(skill camp)를 운영하며, 대학생 창업 지원이 활성화되고 있음(예: Royal College of Arts의 'InnovationRCA').
- 핀란드: 헬싱키 경제대학교, 헬싱키 기술대학교, 헬싱키 예술디자인대학교를 통합하여 2010년 알토 대학교(Aalto University)를 설립하고 학제간 교육과 연구를 활성화함. 또한 교육과 창업을 연계시키는 AVP(알토 벤처 프로그램, 석사과정)를 설치하고, ACE(Aalto Centre for Entrepreneurship)를 설립하여 산학연 네트워크를 구축하고 기술이전 및 창업 지원, 기업가정신 교육, 지적권 및 라이선스 지원 등의 사업을 수행함.
- 독일: 만하임 팝아카데미(Mannheim Pop Academy 2003)는 대중음악전문학교와 창업기업 센터(Musikpark)를 결합시켜 '만하임 모델' 을 만들어냄.

■ (창조 클러스터) 창조경제는 외부 규모의 경제에 큰 영향을 받는 특징이 있는바, 창조적 아이디어의 집적과 확산, 고급 인력 유입, 그리고 관광자원으로서 잠재력 등의 측면에서 창조 클러스터 형성이 중요한 과제임.

- 영국: 셰필드의 문화산업지구문화산업지구(CIQ: Cultural Industries Quarter), 게이츠헤드 등 낙후지역을 창조산업 클러스터로 전환하여 지역개발에 성공한 사례가 다수 있음.
- 독일: 냉전 종식 이후 베를린은 지속적인 도시개발과 전통자산 재활용 등을 통해 UNESCO 지정 '디자인 도시' 로 거듭났고, 국제적인 문화창조산업의 중심지로 발돋움함.
- 싱가포르: 예술문화 분야에서 혁신성과 다양한 재능을 구비한 글로벌 도시가 된다는 '르네상스시티 2.0' 추진

■ (지식재산권) 지재권에 대한 인식 제고와 적절한 지재권 정책 수립은 창조경제 추진정책의 핵심 요소임.

- 영국: 'Own-it' 은 London Development Agency 및 London College of Communication의 출자와 12개 법률회사, 12개 대학의 비영리 서비스로 지원되는 지재권 상담서비스로, 중소기업을 대상으로 지재권에 대한 인식 제고, 지재권 사업 자문, 법적 자문 등의 서비스를 제공함.
- 핀란드: 알토 대학교에 설립된 ACE(Aalto Centre for Entrepreneurship)는 창업자의 지재권, 라이선스에 대한 인식을 제고하고, 이를 사업화하는 지원을 제공함.

■ (글로벌화) 각국은 자국 산업의 글로벌화, 해외진출을 염두에 두고 창조경제를 추진하고 있음.

- 영국: UK Trade and Investment(UKTI)는 창조산업을 포함한 7개 주력분야⁴⁾를 선정하여 기업과 정부의 파트너십을 통해 공동으로 해외마케팅을 수행함.
 - UKTI는 각종 쇼케이스를 통해 중소기업의 수출을 지원하며, 중국 상무성과 공동으로 매년 'Trade in Services Congress' 를 개최하여 광고, 디자인, 건축 분야 등의 기업과 중국 기업, 정부 관계자 간 만남의 장을 마련함.
- 핀란드: 통상산업부, 교육부, 외교부가 공동으로 '문화 수출 촉진 프로그램 2007-2011' 을 추진함(2억 2,800만 달러 소요). 이는 수출에 기반이 되는 정책을 종합한 정책 패키지로서 프로젝트 단위의 수출 지원 이외에 특히 기업가정신 함양을 강조함.
 - 우리나라의 KOTRA에 해당하는 Finpro는 Luovimo 프로그램을 통해 선발된 창조산업 기업(2012/13년의 경우 15개 기업)에 대해 기업의 글로벌화와 수출활동을 지원함(Staines and Mercer 2012; Finpro 웹사이트).
- 독일: 독일 연방 문화창조산업 이니셔티브를 통해 독일 문화창조기업의 해외진출 지원
 - 베를린 시의 Berlin Partner 이니셔티브는 베를린으로의 투자기업 유치, 수출기업 지원, 각종 행사(베를린 패션 주간, 음악 주간, 웹 주간 등)와 외국에서의 프로모션 행사(파리, 인도, 중국, 호주, 이스탄불 뉴욕 등)를 조직함.
- 일본: "Cool Japan" 추진방안으로서 ① 콘텐츠와 소비재의 조합연계를 위해 컨소시엄 형성 지원 ② 상업시설 등 소매유통업과의 연계를 위해 대규모 매칭 이벤트 개최 ③ 지역자원의 발굴과 해외수요 획득을 위한 해외 홍보 강화 방안등을 수립함.⁵⁾
 - 또한 "Cool Japan" 기업의 해외진출을 지원하는 관민출자형 펀드인 '해외수요개척지원기금' 설립을 추진함.
- 싱가포르: '미디어 21' 을 통해 미디어시티로의 성장 및 미디어 거래지 역할, 콘텐츠 수출확대, 미디어 인재 풀 육성 및 환경 조성을 추진하고, 세계 최대 규모의 국제 비주얼아트 전시인 '싱가포르 비엔날레' 를 2006년, 2008년, 2011년에 개최함(UNCTAD 2010).

4) 금융서비스, 창조산업, 생명과학, ICT, 에너지 기술, 고급 엔지니어링, 저탄소 솔루션.

5) Cool Japan 기업의 해외진출 과정상의 문제점으로서 ① 해외에서 일본의 상품·콘텐츠 등의 판매 경험 부족 ② 해외 진출거점의 부재 ③ 금융기관 및 투자자 등의 리스크 자금 공급에 신중한 태도 ⑤ 해외 현지에서의 브랜드 파워의 약화 등이 지적됨(鎌田純一・中野かおり 2013).

표 6. 주요 정책수단

국가	주요 정책수단
영국	- Start-up loan을 통해 18~30세 1인 창업자를 지원하고, 창업기업에 대해 최대 78% 세금 면제 - 재능경로제도 운영, 대학생 창업 활성화(예: Royal College of Arts) - Own-it 프로그램을 통해 중소기업 지재권 자문 서비스 제공 - 런던을 비롯하여 셰필드, 게이츠헤드 등 창조 클러스터 형성을 통한 지역개발 성공 - 창조산업을 포함한 7개 주력산업에 대한 민관 공동 해외마케팅 - ICT 환경개선
핀란드	- 창조산업에 특화된 벤처캐피탈 운영(Vision+ 등), 기술기업과 글로벌 벤처자금 연결(Vigo) - 알토대학교 설립을 통한 학제간 교육과 연구 활성화, 대학교 내 교육과 창업 연계 프로그램(AVP 운영) - 탐페레 시를 대표적인 창조 클러스터로 육성 - 통상산업부, 교육부, 외교부 공동으로 '문화 수출 촉진 프로그램 2007~11 추진 - Finpro(핀란드의 무역투자진흥공사)는 Luovimo 프로그램을 통해 선발된 창조산업 기업의 글로벌화와 수출활동을 지원
독일	- 소기업(micro firms)에 특화된 자금 대출제도 운영(Mikrokreditfonds Deutschland) - '독일 연방 문화창조산업 이니셔티브' 출범 - 교육과 창업을 연계시키는 '만하임 모델' 창출 - 창업자와 중소기업의 지재권 인식 제고 프로그램 운영 - 베를린을 창조클러스터로 육성 - 베를린 시의 Berlin partner 이니셔티브를 통해 베를린의 투자기업 유치, 수출기업 지원, 각종 행사와 해외 프로모션 조직 - 8개 지역에 문화창조지원센터 설립
일본	- 창조산업의 해외전개를 촉진하기 위해 'Cool Japan 전략' 추진 - Cool Japan 기업의 해외진출 지원을 위해 관민출자형 펀드인 '해외수요 개척지원 기구법' 추진
싱가포르	- 르네상스 시티 2.0: 창조역량 구축, 고급수요 촉진, 창조산업 개발 - 디자인 싱가포르: 디자인과 미디어산업의 촉진 - 미디어21 정책 실행 및 세계 최대 규모의 국제 비주얼아트 전시인 싱가포르 비엔날레 개최

자료: 관련 자료를 토대로 필자 정리.

3. 우리나라의 창조경제 추진전략

■ 우리 정부는 출범과 더불어 창조경제를 새로운 경제정책 과제로 설정하고, 2013년 6월 더욱 구체화된 정책 패키지인 '창조경제 실현계획' (관계부처 합동, 2013. 6. 5)을 발표함.

- 과거 우리 경제의 성장을 이끈 추격형 전략이 글로벌 경제위기와 신흥국의 추격으로 한계에 봉착하였고, 세계경제의 부가가치 창출요소가 노동·자본, 지식·정보에서 '혁신적 기술과 창의적 아이디어'로 이동하고 있는 상황에 대한 인식이 창조경제 정책의 배경이 되었음.
- 우리나라가 강점을 가진 과학기술과 ICT 역량을 활용하여 경제 전반을 고도화하고 새로운 성장동력을 창출함으로써 궁극적으로 양질의 일자리를 창출하는 것이 창조경제 정책의 목적임.

■ 창조경제는 '국민의 상상력과 창의성을 과학기술과 ICT에 접목하여 새로운 산업과 시장을 창출하고, 기존 산업을 강화함으로써 좋은 일자리를 만드는 새로운 경제전략' 으로 정의됨.

- 우리나라의 창조경제 정책은 사실상 전 산업을 포괄하며, 관계부처 합동(2013. 6)의 주요 분야는 다음과 같음.
 - 농업과 전통산업(예: 재래시장), 제조업, 국토산업 인프라, 콘텐츠산업, 소프트웨어, 인터넷 신산업(클라우드

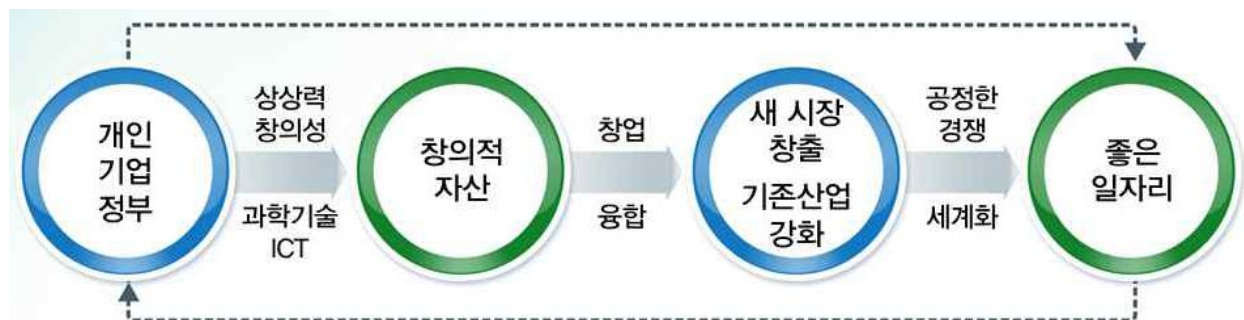
컴퓨팅, 빅데이터 등), 보안산업

- 기타 미래 유망산업: 유전체 분석치료기술, 그래핀 소자, 바이오의료, 나노, 환경 등 첨단기술, 수출용 중형 위성 및 신형원자로, 무인항공기 등 국가 대형산업, 그리고 기타 신산업 발굴

■ ‘창조경제 실현계획’은 △ 창조와 혁신을 통한 새로운 일자리와 시장 창출 △ 세계와 함께하는 창조경제 글로벌 리더십 강화 △ 창의성이 존중되고 마음껏 발현되는 사회구현 등 3대 목표를 제시함.

- △ 창의성이 정당하게 보상받고 창업이 쉽게 되는 생태계 조성(전략 1) △ 벤처중소기업의 창조경제 주역화 및 글로벌 진출 강화(전략 2) △ 신산업·신시장 개척을 위한 성장동력 창출(전략 3) △ 꿈과 끼, 도전정신을 갖춘 글로벌 창의인재 양성(전략 4) △ 창조경제의 기반이 되는 과학기술과 ICT 혁신역량 강화(전략 5) △ 국민과 정부가 함께 하는 창조경제문화 조성(전략 6) 등 6대 전략을 제시함.
- 이러한 목표와 전략이 궁극적으로 ‘창조경제 생태계 조성’에 초점을 맞추고 있는 점이 특징적임. 창조경제 정책의 핵심은 창의적 자산 창출, 새로운 산업과 시장을 만들고 기존 산업의 경쟁력을 강화, 세계 진출을 통해 좋은 일자리를 창출하는 과정이 선순환을 이루는 경제구조를 만드는 것으로 요약됨(그림 1 참고).

그림 1. 우리나라 창조경제 정책의 개요



항목	내용
창조경제의 개념	- 국민의 상상력과 창의성을 과학기술과 ICT에 접목하여 새로운 산업과 시장을 창출하고, 기존 산업을 강화하여 좋은 일자리를 창출하는 새로운 경제전략
배경과 목적	- 추격형 경제성장 전략의 한계에 대응하여 경제 전반을 고도화하고 새로운 성장동력을 창출하여 궁극적으로 양질의 일자리를 창출
추진전략	- 창조경제 실현계획(2013) - 창업 생태계 조성, 벤처중소기업의 주역화 및 글로벌 진출, 신산업·신시장 개척을 위한 성장동력 창출, 글로벌 창의인재 육성, 과학기술과 ICT의 혁신역량 강화, 창조경제문화 조성
주요 정책수단	- 엔젤투자 활성화, 크라우드펀딩 제도화, 미래창조펀드(5,000억 원) 조성, M&A 세금 감면 - 대학교 융합과정 확대, 기술창업 캠프, '미래 도전형 모험연구사업', '한국형 grant 제도' - 국가 특허 청사진, 특허 투자펀드 2,000억 원 조성 - 지역혁신클러스터 구축(환경, 수산물류, 식품, 항공레저, 산업단지 등) - 해외진출 유망 스타트업 지원, 해외지원센터 - 과학기술과 ICT 접목 및 SW인터넷 기반으로 신산업 창출, 미래유망 신산업 발굴육성

자료: 「창조경제 실현계획」(관계부처 합동, 2013. 6. 5)을 토대로 필자 정리.

4. 시사점

가. 우리나라와 주요국 비교

- **(개념)** 영국, 핀란드 등의 창조경제가 주로 창조산업에 초점을 맞춘 개념인 반면, 우리나라의 창조경제는 경제 전반에 걸친 창조성과 지식의 역할에 주목하는, 보다 포괄적인 개념임.
 - 영국, 핀란드 등에서 논의되는 창조경제는 주로 창조산업 발전과 이를 뒷받침하는 경제여건 변화 등에 초점을 맞춘 반면, 우리나라의 창조경제는 창조산업의 역할을 강조하고 있으나⁶⁾ 창조성을 활용한 전 산업의 변화를 모색한다는 측면에서 차이가 있음.
 - 우리나라의 창조경제 개념은 창조경제가 경제 전반과 연계성을 가진다는 UNCTAD(2010)의 논의와 연관지어 검토할 필요가 있음.
- **(대상 범위)** 우리나라의 창조경제는 사실상 전 산업(신산업과 기존산업)을 대상으로 하고 있음.
 - 우리나라의 창조경제 정책은 일반적인 창조산업 범주에 포함되는 ICT와 문화산업 등을 핵심 요소로 포함하고 있으나, 창조성을 활용한 전 산업의 혁신과 변화를 목표로 함.
 - 우리나라의 창조경제정책은 신산업 창출과 기존 산업 강화를 모두 포함하고 있음.
- **(추진 배경과 목적)** 우리나라의 창조경제 개념은 상기 국가와 유사한 배경과 문제의식 하에서 출발하였으며, 경제구조 전환, 신성장동력 발굴, 그리고 일자리 창출이라는 궁극적인 목적이 유사함.
 - 우리나라는 제조업 중심의 '모방형' 경제성장이 신흥국의 빠른 추격으로 한계에 봉착하였다는 분석에 근거하여, 세계적으로 주목받고 있는 부가가치 창출요소인 혁신기술과 창의적 아이디어로 눈을 돌림.
 - 영국과 독일의 경우 제조업 발전의 둔화 또는 탈제조업화에 대응하여 창조산업의 경제적 잠재력에 주목하였고, 핀란드, 싱가포르, 일본 등은 산업 다변화를 위해 성장잠재력이 큰 창조산업에 관심을 가지게 됨.
- **(정책의 내용)** 우리나라 창조경제 추진정책의 구체적인 내용은 창조산업에 초점을 맞춘 창조경제 추진국가들과 유사하지만, 다양한 신산업·신시장 개척을 강조하고 있음.
 - 창업 생태계 조성, 중소기업 성장, 글로벌 창의인재 육성, 과학기술과 ICT 역량 강화, 창조경제 문화 조성 등의 정책 방향은 영국, 핀란드, 독일 등과 공통성을 가짐.
 - 단, 창조성을 핵심으로 다양한 신산업·신시장 개척을 추진한다는 점에서 추진정책의 대상이 상대적으로 넓음.

6) 관계부처 합동(2013)은 SW·인터넷을 활용한 신산업 창출의 과제로서 5대 킬러콘텐츠와 디지털콘텐츠를 차세대 콘텐츠 산업으로 육성한다는 계획을 제시함.

나. 정책 시사점

1) 정책 일반

■ 우리나라의 창조경제는 창조성을 기반으로 전 산업의 변화와 혁신을 모색한다는 측면에서 독자적인 철학 수립과 정책 개발이 중요한 과제임.

- 앞에서 살펴본 주요국의 창조산업 중심 개념이 우리나라의 경제환경에서 제조업 등 여타 분야에 어떻게 적용될 수 있는지에 대해서는 추가적인 논의가 필요함.
 - 우리나라는 여전히 제조업이 경제의 중심을 이루는바, 우리나라의 특수한 여건 하에서 창조성을 활용하여 제조업을 어떻게 고도화할 것인지에 대한 독자적인 철학 및 이론 수립과 정책 개발이 필요함.
- 우리나라의 고유한 환경을 기반으로 하여, 경제 전반을 아우르는 혁신을 추진하기 위해 외국의 정책에서 무엇을 가져올 것인지, 또 무엇을 새롭게 개발할 것인지에 대한 논의가 계속되어야 함.⁷⁾

■ 우리나라의 창조경제는 다양한 산업군을 포괄하는바, 중점 산업 분야의 선택과 집중적인 지원이 중요한 과제임.

- 창조경제 추진정책을 통해 우리나라가 앞으로 주력산업으로 키워야 할 분야가 무엇인가에 대한 고민이 필요하며, 현재 우리 산업이 가지고 있는 경쟁력에 대한 보다 세밀한 검토가 필요함.
 - 우리나라 창조경제 정책의 근간은 과학기술과 ICT인바, 이들이 개별 산업과 만나는 접점에 대한 지속적인 연구와 조사, 발굴이 필요함.
 - 또한 창조경제 논의의 핵심으로서 창조산업의 중요성이 높은바, 우리나라의 고유성을 감안한 창조산업 개념 정립과 발전방안 수립이 필요함.
- 창조경제의 취지에 부합하여 부가가치와 경제적 파급력이 큰 분야의 식별이 필요함.
 - 미국의 경우 소위 ‘혁신 분야’ (정보기술, 소프트웨어, 인터넷 서비스, 생명과학, 청정기술, 신소재, 디지털 엔터테인먼트, 금융 일부, 마케팅) 일자리 수가 급증하고, 파급효과도 큰 것으로 나타나며, 하이테크산업의 경우 하나의 일자리가 생기면 여타 산업에서 5개의 일자리가 발생하는 것으로 추정됨(Moretti 2012).

■ 우리 정부가 창조생태계 조성을 기치로 내세운 바와 같이, 새로운 경제활동의 ‘판’을 짜는 데 많은 노력을 기울일 필요가 있음.

- 창업을 촉진하는 경제문화가 조성되어야 하며, 제품이나 산업 단위의 논의에서 벗어나 창조클러스터 등 비가시적인 창조환경으로 논의의 범위를 넓힐 필요가 있음.

7) 이와 관련하여 미국과 중국의 사례도 참고가 될 수 있음. 미국정부는 2011년 미국혁신전략 보고서(A Strategy for American Innovation)를 통해 창조성과 상상력을 활용한 경제성장 전략을 제시하고, 특히 창조성을 활용하여 제조업 혁신을 통한 창업과 일자리 창출을 강조함. 중국은 2011년 제12차 5개년 경제발전계획에서 정보화(ICT)와 공업화의 융합을 뜻하는 양화융합을 통한 혁신계획을 밝힌 바 있음(김병철·이지운 2012).

- 핀란드가 노키아 중심의 경제에서 벗어나 수많은 중소기업이 활성화되는 경제구조로 전환하는 과정에서 창업을 촉진하는 제도적 뒷받침과 문화적 환경 조성은 매우 중요한 정책적 과제였음. 예컨대 핀란드 알토대학교의 창업 모임 알토스(AaltoES)는 학생들의 창업 의지를 북돋기 위해 매년 10월 13일을 ‘국제 실패의 날(International Day for Failure)’로 정하여 실패를 받아들이고 새로운 도전을 장려하는 문화를 만들어가고 있음.
- 영국, 핀란드, 독일, 싱가포르 등은 창조 클러스터 수립에 큰 정책적 관심을 보임에 따라 그 성과를 거두고 있음.
- 창조경제는 학제간·분야간 교류와 공동 추진이 필수적인바, 부처간 협력이 원활해야 하며, 정부가 모든 문제의 해결창구가 되기보다는 수요와 공급을 연결시켜주는 중재자(mediator)적인 역할에 집중할 필요가 있음.

■ 창조경제의 성공적인 추진을 위해서는 국민적인 공감대 형성이 중요한 과제임.

- 영국의 경우 “Cool Britannia” 정책에 대한 부정적 시각도 일부 존재했으나 장기간에 걸쳐 창조경제 정책을 추진할 수 있었던 데는⁸⁾ 그 필요성에 대한 국민적 공감대가 형성되어 있었기 때문임.
- 신흥국들이 고기술 분야에서 추격해오자 이에 대응하여 영국이 창조성, 혁신, 디자인을 결합한 분야에서 경쟁력을 향상시켜야 한다는 인식이 확산됨(HM Treasury 2006).
- 국내에서는 창조경제가 모호하고 어렵다는 인식이 확산되어 있는바, 정부는 창조경제 정책의 취지, 개념과 주요 범위, 핵심정책 홍보를 강화하고, 창조성, 융합 등 용어에 대한 학술적 논의를 활성화해야 할 것임.
- 예를 들어 ‘융합’은 창조경제의 핵심 용어로 회자되고 있으나, 단순한 기술의 결합이나 조합과 구분되지 않고 있는 것으로 관찰됨.

2) 세부 정책

■ 1인 기업이나 소기업(micro firms)이 필요로 하는 마이크로 펀드 개발 및 지원에 노력을 기울여야 하고, 세제 혜택을 부여함으로써 아이디어만 있으면 창업이 해볼 만한 것이라는 인식을 확산시킬 필요가 있음.

- 1인 기업이나 소기업은 창조적 아이디어 개발에 핵심적인 역할을 하는바, 이들에게 적합한 소액의 마이크로 펀드 개발에 정부의 적극적인 출자가 필요하며, 영국같이 과감한 세제 혜택을 부여함으로써 창업을 장려하고 실패 리스크를 줄여주는 창업생태계를 조성해야 함.
- 독일은 소규모 창업자와 소기업에 대한 자금대출제도(상업은행에 비해 담보대출 비중이 적은 것이 특징)를 도입 하였고, 영국은 창업기업에 대해 최대 78%의 세금을 면제하는 프로그램을 운영 중임.

■ 특정 단계, 분야, 또는 수출 지역에 대한 전문성을 갖춘 벤처펀드를 양성해야 하며, 이를 위해서는 결국 각 분야의 전문가를 키우고 또 이들과 기업을 연계시키는 정부의 노력이 필요함.

- 핀란드는 기술을 바탕으로 상품화 시작단계의 기업과 글로벌 벤처자금을 연결시키는 프로그램인 Vigo를 운영 하며, 독일 베를린 시는 지원기금을 조성하여 콘텐츠 지향적인 혁신기업에 투자함.

8) 2010년 집권한 보수당은 기존의 정책을 이어받되, 예술의 범위를 넘어서 기술이 결합된 융합 콘텐츠 창조와 교육적 기반을 강조함(NESTA 2013).

■ 주요국의 사례와 같이, 교육기반을 개선하고 교육과 창업을 연계시키는 프로그램을 활성화시켜야 함.

- 핀란드의 알토대학교 사례와 같이 중장기적인 관점에서 인문, 사회, 과학을 아우르는 학제간 교육을 공급하는 교육기관을 육성해야 함.
- 영국, 핀란드, 독일 등은 미국 스탠포드대, MIT대 등의 성공사례의 영향을 받아 대학 교육과 창업을 연계시키는 다양한 모델을 창출함(영국 왕립예술학교의 InnovationRCA, 핀란드 알토대학교의 AVP 등).

■ 창조경제의 많은 분야는 외부경제효과를 갖고 있는바, 창조 클러스터 형성에 장기적인 투자를 할 필요가 있음.

- 창조 클러스터는 산업 육성뿐만 아니라 해외전문인력 유입, 관광 및 투자 증진 등 다각도의 경제적, 사회문화적 효과를 가짐.
- 영국, 독일, 핀란드, 싱가포르 등 창조클러스터 형성에 지속적인 노력을 기울이는 국가들을 벤치마킹할 필요가 있음.

■ 지식재산권의 정립은 창조경제 정책의 주요한 도전요인으로, 기술개발 초기단계 기업이나 개인에게 지재권을 관리할 수 있도록 인식을 제고하고, 정보와 행정절차를 도와줄 수 있는 프로그램이나 기관 설립이 필요함.

- 변화하는 디지털 환경에 대응하여 지재권법을 개선하고, 개인이나 소기업이 창조적 자산의 지재권을 안정적으로 관리할 수 있는 전문적인 지원이 필요함.
 - 영국은 'Own-it' 이라는 비영리 지재권 상담서비스를 운영하여 중소기업을 대상으로 법적 자문 등 서비스를 제공함.

■ 주력 분야와 기업에 특화하여 이들의 해외진출을 적극적으로 지원해야 하며, 일반적인 진출지원과 더불어 해당 산업에 특화된 지원 서비스가 필요함.

- 영국 무역투자청(UK Trade and Investment)은 창조산업을 비롯한 7개 주력분야를 선정하여 기업과 공동으로 해외마케팅을 수행하며, 핀란드의 Finpro는 선발된 창조산업 기업의 글로벌화와 수출활동을 집중 지원함.
- 일본정부는 전통적으로 내수산업에 해당하는 창조산업을 차세대 수출산업으로 육성하기 위해 자금지원, 전문가 파견·조언 등의 지원기능을 수행하기 위해 기구설립을 추진 중임.

■ 창조경제는 목표 달성형 과제⁹⁾인 동시에 사회·문화·경제 환경을 바꾸는(창조경제 생태계 조성) 장기적 과제인바, 장기적인 추진동력을 얻기 위해서는 지속적인 성공사례 발굴과 홍보가 중요함.

- 단기적인 정책 추진력을 얻기 위해서는 대형 성공사례(big win)가 중요하지만, 장기적으로는 성공의 주인공이 어떤 과정을 거쳐 무엇을 시도해 왔는가에 초점을 맞추고, 그를 위해 정부가 무엇을 도와주었는가를 홍보함으로써 문화적 토양을 변화시켜나갈 필요가 있음.

9) 관계부처 합동(2013)은 주요 정책분야별로 달성 목표를 제시하고 있음.

참고문헌

[국문자료]

- 관계부처 합동. 2013. 「창조경제 실현계획」. 보도자료(2013. 6. 5).
김병철·이지윤. 2012. 「개혁개방 이후 중국 문화산업정책 및 인력」. 『국제노동브리프』.

[외국문자료]

- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. 2009. *Culture and Creative Industries in Germany*.
_____. 2012. "Monitoring of Selected Economic Key Data on Culture and Creative Industries 2010."
DCMS. 1998. *Creative industries mapping document 1998*.
_____. 2001. *Creative industries mapping document 2001*.
DCMS & BIS. 2008. *Creative Britain: New Talents for the New Economy*.
Denning, Steve. 2012. "Is The US In A Phase Change to The Creative Economy?" *Forbes*. (January 31, Internet).
Deutsche Bank. 2011. "Cultural and creative industries." Deutsche Bank Research. (April 29)
Economic Review Committee. 2003. *Economic Contributions of Singapore's Creative Industries*.
Ernst & Young. 2013. "Ernst & Young's Attractiveness Survey: UK 2013: No Room for Complacency."
European Creative Industries Alliance. 2012. *FAME: A Qualitative Mapping of Available Financing for European Creative Industry SME's*.
Florida, Richard. 2002. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
Finpro webpage. <http://www.finpro.fi/web/english-pages>.
Howkins, John. 2001. *The Creative Economy: How people make money from idea*. London, Penguin.
HM Treasury. 2006. *The Cox Review of Creativity in Business*.
Moretti, Enrico. 2012. *The New Geography of Jobs*. Houghton Mifflin Harcourt.
NESTA. 2013. *A Manifesto for the Creative Economy*.
SITRA. 2004. *Towards a Creative Economy: Cultural Know-How as a Resource for the Future*.
Smith, C. 1998. *Creative Britain*. London: Faber and Faber.
Stiglitz, Joseph. 2012. "The Book of Jobs." *Vanity Fair*. (January)
Staines, Judith & Colin Mercer. 2012. "Mapping of Cultural and Creative Industry Export and Internationalization Strategies in EU Member States." EENC Report. (October)
UNCTAD. 2010. *Creative Economy 2010*.
경제산업부. 2013. 「크리에이티브산업의현황과課題」.
鎌田純一·中野かおり. 2013. 「クールジャパンの海外展開支援一株式会社海外需要開拓支援機構法案」.