

콘텐츠산업이 농식품산업에 미치는 경제적 파급효과*

박정선**, 전종섭***, 염정완****, 순병민*****

Contents

1. 서론	135
2. 연구 방법론	136
3. 분석 결과	141
4. 결론	147

Keywords

산업연관분석(Input-Output Model), 콘텐츠산업(Content Industry), 농식품산업(Agri-food Industry), 파급효과(Ripple Effects)

Abstract

콘텐츠산업의 발전이 중요해짐에 따라 농식품산업 또한 다양한 방식으로 콘텐츠산업을 활용하고 있다. 본 연구는 콘텐츠산업이 농식품산업에 미치는 경제적 파급효과를 분석하고자 한다. 이를 위해 한국콘텐츠진흥원의 콘텐츠산업조사와 농림축산식품부의 농축산식품산업조사를 활용하여 콘텐츠산업과 농식품산업 특화 산업연관표를 재구성하고, 이를 기반으로 외생화 산업연관분석과 수출 파급효과를 수행하였다. 분석 결과, 시각적 콘텐츠산업이 농식품산업 생산 및 부가가치 유발효과에 큰 영향을 미쳤다. 또한, 콘텐츠산업 수출 성장은 농식품산업의 원물보다는 최종재 소비 발전을 견인하는 것으로 확인되었다. 본 연구는 콘텐츠산업과 농식품산업 간 융복합 연계 추진 시 우선순위를 설정하는 데 기여할 수 있다.

* 이 논문 또는 저서는 KOCCA FOCUS 205호를 활용하여 수행되었으며, 2025년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 공동연구지원사업의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2025S1A5A2A03012268).

** 충남대학교 농업경제학과 박사과정.

*** 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠산업정책연구센터 데이터정책팀 책임연구원.

**** 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠산업정책연구센터 미래정책팀 선임연구원.

***** 충남대학교 농업경제학과 부교수, 교신저자. e-mail: soonbm@cnu.ac.kr

Ripple Effects of Content Industry on the Agri-food Industry*

Park Jeong-sun^{**}, Chun Jong-sub^{***}, Youm Jung-won^{****}, Soon Byung-min^{*****}

Keywords

Input-Output Model, Content Industry, Agri-food Industry, Ripple Effects

Abstract

As the development of the content industry becomes increasingly important, the agri-food industry is also utilizing the content industry in various ways. This study aims to analyze the economic ripple effects of the content industry on the agri-food industry. To this end, we reconstructed a specialized input-output table for the content and agri-food industries using the Content Industry Survey from the Korea Creative Content Agency and the Agricultural, Livestock, and Food Industry Survey from the Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, and conducted an exogenized input-output analysis and an export ripple effect analysis based on this table. The results show that the visual content industry has a significant impact on production- and value-added-inducing effects in the agri-food industry. In addition, growth in content industry exports was found to drive the development of final goods consumption in the agri-food industry rather than raw agricultural products. This study contributes to establishing priorities for promoting convergence and linkage initiatives between the content and agri-food industries.

* This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea(NRF-2025S1A5A2A03012268).

** Ph.D. Student, Department of Agricultural Economics, Chungnam University.

*** Researcher, Korea Creative Content Agency, Content Policy Research Center, Daya Analytics Team.

**** Researcher, Content Policy Research Center Policy Innovation Team, Korea Creative Content Agency.

***** Associate Professor, Department of Agricultural Economics, Chungnam University, Corresponding author.
e-mail: soonbm@cnu.ac.kr

1. 서론

문화산업은 다른 산업에 비해 높은 성장률과 고용 효과를 지니며, 다양한 콘텐츠를 기획·가공·활용함으로써 새로운 고부가가치를 창출하는 산업으로 평가된다(최영찬, 2007). 최근에는 콘텐츠산업과 융합을 통해 홍보·마케팅 방식을 다각화하고 제품의 기획 단계부터 드라마나 예능 프로그램을 통한 간접 홍보 및 판촉 전략이 활발히 이루어지고 있다. 이러한 변화는 K-콘텐츠산업과 타 산업 간의 융합을 촉진하며, 관련 산업의 해외 진출 확대로 이어지고 있다. 특히 한류 등 K-Culture와 K-Food 브랜드 결합은 한국 농식품의 글로벌 수요 창출에 기여하고 있다(조성제, 2024).

2022년부터 추진된 한류마케팅 지원사업은 K-Culture를 기반으로 농수산식품, 미용(뷰티), 소비재 등 연관 산업의 우수성을 세계에 알리는 산업이다. 2021년 12월 농산물 배를 홍보한 드라마 이후 말레이시아와 싱가포르에서 배 수출액이 전년 대비 각각 16.5%, 67.4% 증가하였으며, 카드뉴스 등 홍보 콘텐츠를 활용한 소비자 체험 행사 이후에는 한국 농식품 호감도가 전년 대비 평균 31%가량 상승한 것으로 나타났다(농림축산식품부, 2023). 이러한 사례는 K-콘텐츠가 단순한 문화 산업을 넘어 농식품산업의 해외 인지도 제고와 수출 확대에 긍정적인 영향을 미칠 가능성이 있음을 보여준다. 즉, 농식품산업의 지속적인 발전을 위해서는 개별 산업의 성장뿐 아니라 K-콘텐츠와의 융합을 통한 연계 및 산업 간 시너지 창출이 중요하다.

한류가 농식품 수출 및 시장에 미치는 영향을 분석한 연구는 다수 존재한다. 임덕순(2023)은 한류 이미지와 K-Food 이미지가 한국 농산물 구매의도에 미치는 영향을 다중회귀분석으로 분석하였다. 그 결과, 필리핀 시장에서 한국산 농산물 판매 확대를 위해 영화, 드라마, K-pop 등과 함께 다양한 한류 문화 콘텐츠에 한류 스타를 접목시키는 전략적 방법이 필요함을 제시하였다. 강선아·이수범(2020)은 한류 호감도가 K-Food에 대한 긍정적 인식 형성에 유의한 영향을 미친다는 점을 실증적으로 규명하며, 한류에 대한 호감이 K-Food에 대한 소비자 태도 형성 핵심 요인임을 밝혔다. 조수민·순병민(2023)은 한류가 한국 농식품 수출에 미치는 영향을 분석하기 위해 한국 콘텐츠 서비스 수출액을 활용한 패널 분석을 수행하였다. 분석 결과, 서아시아·동아시아·아메리카·아프리카 지역에서 한류가 농산물 수출 증대에 긍정적 영향을 미침을 확인하였다. 다만, 기존 연구들은 한류 등 콘텐츠산업이 수출 및 해외시장에 미치는 영향에 초점을 맞추었으나, 국내 내수 시장에 미치는 파급효과를 분석하는 데에는 한계가 존재한다.

콘텐츠산업 발전이 농식품산업에 미치는 영향을 분석한 연구가 존재한다. 나형철 외(2021)는 쿡방 콘텐츠 노출이 농식품 소비에 미치는 영향을 분석하고자 방송 전·후의 감자 소비 변화를 중심으로 이중차분법을 적용하여 분석하였다. 정형 데이터와 비정형 데이터를 활용하여 분석한 결과, 단기간의 분석으로 인해 통계적으로 유의한 큰 효과를 확인하지는 못했으나, 쿡방 콘텐츠가 농식품 소비 촉진에 긍정적인 역할을 할 수 있음은 제시하였다. 이진국(2025)은 콘텐츠산업 의존도가 높은 상위 10개 산업을

제시하였으며, 이 중 음식점·숙박서비스가 8위로 나타났다. 이는 콘텐츠산업의 확장이 타 산업에 파급 효과를 미치는 구조적 특성을 보여주는 결과로 콘텐츠산업을 통한 지속적인 부가가치 창출 가능성을 확인할 수 있다. 다만, 기존 연구들은 콘텐츠산업 발전이 농식품산업에 긍정적인 영향을 미친다는 점을 제시하였으나, 이를 포괄적인 콘텐츠산업으로만 언급하고 있어 어떤 세부 콘텐츠산업이 농식품산업에 구체적으로 영향을 미치는지를 명확히 파악하기는 어렵다.

본 연구는 K-콘텐츠가 K-푸드 발전에 미치는 영향을 분석하고자 농식품산업의 생산 유발에 영향을 미치는 K-콘텐츠산업을 규명하고 K-콘텐츠산업 수출이 농식품산업에 미치는 영향을 보고자 한다. 이를 위해 한국콘텐츠진흥원의 콘텐츠산업 특수분류를 활용하여 K-콘텐츠는 11개 세부 산업, 농림축산식품부의 농축산식품산업 특수분류를 적용하여 농식품산업은 8개 산업으로 구분하였다. 이후 투입산출표를 재구성하여 콘텐츠산업 11개 부문을 외생 부문으로 설정하고 이들이 농식품산업의 생산 유발에 미치는 영향을 비교·분석하였다. 또한, 콘텐츠산업의 수출이 10% 상승하였을 경우, 농식품산업에 미치는 영향을 분석하였다. 이를 통해 농식품산업 발전에 주요한 영향을 미치는 K-콘텐츠산업을 도출하고 향후 농식품산업의 지속적 성장을 위해 연계·협력해야 할 K-콘텐츠의 방향을 제시하고자 한다.

본 연구 구성은 다음과 같다. 제2장은 콘텐츠산업과 농식품산업 특화 투입산출표 재구성과 산업연관 분석의 산출 방식을 설명한다. 제3장은 재구성한 투입산출표 기준의 시장 규모를 파악하고 이를 활용한 유발 계수 산출 결과를 제시한다. 제4장은 내용을 요약하고 결론을 제시한다.

2. 연구 방법론

2.1. 산업 재구성

최근에는 농식품뿐만 아니라 스마트팜, 농기자재 등 관련 전·후방 산업을 아우르는 K-Food+ 개념이 등장하면서 과거의 농산물과 식품을 합한 K-Food와 차별화된 개념이 등장하고 있다(정대희 외, 2024). 이에 따라 농식품산업의 개념 또한 기존의 농산물과 식품을 합한 범위를 넘어, K-Food+의 범위로 확장할 필요가 있다. 본 연구에서는 이러한 흐름을 반영하여 전·후방 산업을 포함한 농식품산업을 농림축산식품부의 농축산식품산업 특수분류를 활용하여 산업 범위를 정의하였다.

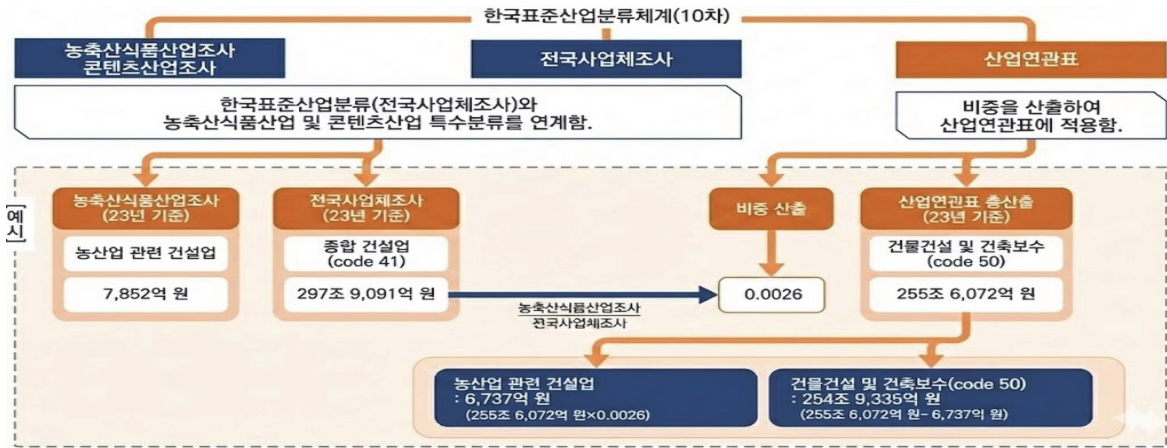
2023년 농식품산업 투입산출표 재구성을 위해 농림축산식품부의 2023년 기준 농축산식품산업 매출액, 통계청의 2023년 기준 전국사업체조사 매출액, 한국은행의 2023년 산업연관표(연장표)를 활용하여 재구성하였다. 재구성에 앞서 선행 연구를 살펴본 결과, 박정선 외(2025)는 농축산식품산업 실태 조사의 종사자 수를 기준으로 투입산출표를 재구성하였으나 매출 관점에서 산업 규모를 파악할 수 없다는 점과 개인 종사자 반영의 한계가 있었다. 반면, 박정선·순병민(2025)은 고용 중심 접근의 한계를

보완하고자 매출액 기준으로 투입산출표를 재구성하고 사업체 조사인 실태조사 특성을 고려하여 개인 종사자를 반영하였으나, 비중 산출 시 매출액과 산출액의 차이로 인한 해석상의 한계가 존재하였다. 또한, 서홍석 외(2017)는 전·후방 연관 계수를 활용하여 농식품산업과 관련된 직접 연관 산업과 간접 연관 산업으로 구분하여 투입산출표를 재구성하였으나, 농식품산업의 범위와 기본 부문 설정의 적절성에서 한계를 보였다. 이에 본 연구는 기존 연구의 한계를 보완하여 정밀한 비중을 적용하여 투입산출표를 재구성하고자 하였다. 농식품산업을 직접 연관 산업과 간접 연관 산업으로 구분하였으며, 농업, 축산, 식품산업에 대해서는 직접 연관 산업으로 정의하여 비중을 조정하였다. 또한, 농축산식품산업 실태조사 매출액과 전국사업체조사 매출액을 활용하여 비중을 산출함으로써 매출액과 산출액 간의 개념 및 해석상의 차이를 보완하였다(〈부표 1〉).

K-콘텐츠는 드라마, 영화, 음악, 게임, 웹툰 등 한국의 대중문화를 포괄하는 개념으로 세계적 인기와 콘텐츠 다양성 측면에서 과거의 한류와 차이를 보인다(국회도서관, 2021). 기존에는 한류의 좁은 범위로서 문화적 현상만을 설명하였다면, 최근의 K-콘텐츠는 드라마, 영화, 음악, 광고 등 다양한 분야에서 산업적 경쟁력을 갖춘 문화산업으로 발전하였다. 이에 본 연구는 한국콘텐츠진흥원의 콘텐츠산업 특수분류를 활용하여 과거의 한류 개념에서 확장된 K-콘텐츠산업 범위를 정의하였다.

콘텐츠산업 특화 투입산출표는 문화체육관광부의 콘텐츠산업조사 특수분류체계, 통계청의 전국사업체조사, 한국은행의 산업연관표를 활용하여 재구성하였다. 고정민 외(2019)는 산업연관표 내에서 콘텐츠산업에 해당하는 기본 부문을 식별하고 이를 단순 통합하는 방식으로 콘텐츠산업 투입산출표를 재구성하였다. 반면, 한국콘텐츠진흥원(2024)은 이러한 한계를 보완하기 위해 콘텐츠산업조사와 경제총조사를 활용하여 산업연관표 내 콘텐츠산업의 비중을 산출하고 콘텐츠산업을 11개 세부 산업으로 구분하여 각 기본 부문에 해당 비중을 적용함으로써 보다 정교한 형태로 산업연관표를 재구성하였다. 다만, 해당 연구는 2015년 기준 경제총조사 자료를 활용하였기 때문에 최근 콘텐츠산업 구조 변화를 반영하기에는 한계가 존재한다. 이에 본 연구는 2023년 기준 콘텐츠산업조사와 전국사업체조사를 활용하여 최신 산업 구조를 반영한 2023년 기준 콘텐츠산업 투입산출표를 재구성하였다(〈부표 1〉).

그림 1. 산업연관표 재구성 절차



2023년 기준 농축산식품산업조사와 콘텐츠산업조사 매출액, 전국사업체조사의 매출액을 활용하여 산업별 비중을 산출하였다. 이렇게 도출된 비중을 2023년 투입산출표 중분류 산업에 적용하여 각 산업이 차지하는 비중을 반영함으로써 농식품산업과 콘텐츠산업 특화 투입산출표를 구축하였다. 이를 통해 기존의 33개 대분류 산업에 콘텐츠산업 11개와 농식품산업 8개를 추가하여 총 52개 대분류 산업으로 구성된 투입산출표를 완성하였다(〈표 1〉).

표 1. 전체 산업 및 콘텐츠·농식품산업 상품분류표

code	상품	code	상품
A	농림수산물	N	사업지원서비스
B	광산물	O	공공행정, 국방 및 사회보장
C01	음식료품	P	교육서비스
C02	섬유 및 가죽제품	Q	보건 및 사회복지서비스
C03	목재 종이, 인쇄	R	예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스
C04	석탄 및 석유제품	S	기타 서비스
C05	화학제품	T	기타
C06	비금속광물제품	K01	출판산업
C07	1차 금속제품	K02	만화산업
C08	금속가공제품	K03	음악산업
C09	컴퓨터, 전자 및 광학기기	K04	영화산업
C10	전기장비	K05	게임산업
C11	기계 및 장비	K06	애니메이션산업
C12	운송장비	K07	방송산업
C13	기타 제조업제품	K08	광고산업
C14	제조임가공 및 산업용 장비 수리	K09	캐릭터산업
D	전력, 가스 및 증기	K10	지식정보산업
E	수도, 폐기물처리 및 재활용서비스	K11	콘텐츠출류선산업
F	건설	A11	농산업 투입재 산업
G	도소매 및 상품중개서비스	A12	농작물 생산 및 축산업
H	운송서비스	A13	농식품 및 관련 제조업
I	음식점 및 숙박서비스	A14	농산물 도소매업
J	정보통신 및 방송서비스	A15	농산물 운송 및 관련 서비스업
K	금융 및 보험서비스	A16	음식점 및 주점업
L	부동산서비스	A17	농산업 관련 여가 및 오락 서비스업
M	전문, 과학 및 기술서비스	A18	농산업 지원서비스업

주: 콘텐츠산업과 농식품산업의 code는 연구 편의를 위해 연구자가 임의로 지정함.

자료: 통계청; 통계분류포털.

2.2. 외생화 유발계수

산업연관표는 일정 기간(주로 1년) 동안의 산업 간 거래 관계를 체계적으로 기록한 통계표로 산업 간 상호 의존 관계를 수량적으로 분석할 수 있는 도구이다(한국은행, 2014). 산업연관분석은 수요, 공급, 가격 변화가 타 산업에 미치는 파급효과를 분석할 수 있다는 점에서 유용한 분석 방법으로 평가되며, 산업연관표를 이용하여 각 부문의 산출량 변화가 다른 부문의 생산물에 대한 연속적인 수요를 어떻게 유발하는지를 파악할 수 있어 산업 간 투입-산출 구조와 상호 연계성을 체계적으로 분석할 수 있다(순병민 외, 2024).

본 연구에서는 콘텐츠산업 11개 산업이 타 산업에 미치는 순수한 경제적 파급효과를 분석하기 위해 11개 콘텐츠산업 각각을 외생으로 둔 생산유발계수 열 합계와 부가가치유발계수 열 합계를 활용하였다. 표준적인 수요유도형 모형은 모든 산업을 내생 부문으로 포함하여 산업 간 상호작용을 통해 내생적 순환구조로 형성된다. 그러나 특정 산업을 외생 부문으로 설정하여 분석할 경우, 다른 산업과의 상호의존성을 배제하는 방식이기 때문에 외생화와 내생화 간 생산유발계수 차이는 콘텐츠산업과 다른 산업 간 상호의존성 정도를 반영한다고 볼 수 있다(이진국, 2024). 이는 특정 산업의 신규 생산활동이 경제 전반에 미치는 영향을 적절하게 평가하기 위해 해당 산업을 외생적으로 처리하여 최종수요 부문에 포함시킬 필요가 있음을 의미한다(Miller & Blair, 2009; Chen & Suk., 2023). 따라서 특정 산업의 변화가 타 산업에 미치는 영향을 분석하기 위해서는 해당 산업을 외생 부문으로 설정한 분석이 필요하다. 특정 산업을 외생 부문으로 설정하여 행렬식을 정리하면 식 (1)로 표현되며, 여기서 $(I - A_e^d)^{-1}A_k$ 중 $(I - A_e^d)^{-1}$ 는 특정 산업을 외생으로 둔 생산유발계수 열 합계로, 외생적으로 처리된 산업의 총산출이 타 산업의 생산을 유발하는 정도, 즉 한 단위 생산이 다른 산업에 미치는 파급효과를 의미한다.

$$\begin{aligned}
 X_e &= A_e^d X_e + A_k^d X_k + Y_e - M_e \\
 A_e^d X_e - X_e &= -A_k^d X_k - Y_e + M_e \\
 (I - A_e^d) X_e &= A_k^d X_k + Y_e - M_e \\
 X_e &= (I - A_e^d)^{-1} (A_k^d X_k + Y_e - M_e)
 \end{aligned}
 \tag{1}$$

여기서, X_e 는 산업 k 가 외생화된 총산출 벡터, A_e^d 는 산업 k 가 외생화된 국산투입계수행렬, A_k^d 는 산업 k 의 투입계수 벡터에서 산업 k 를 제외한 국산투입계수벡터, X_k 는 산업 k 총산출, Y_e 는 산업 k 가 제거된 최종수요액 벡터, M_e 는 산업 k 가 제거된 수입액 벡터를 의미한다.

2.3. 수출 파급효과

본 연구에서는 콘텐츠산업 11개 산업 수출 증가가 농식품산업에 미치는 영향을 분석하기 위해 콘텐츠산업을 내생으로 둔 생산유발계수와 부가가치유발계수를 활용하였다. 생산유발계수는 산업 간 투입구조를 반영한 국산투입계수행렬을 이용하여 $(I - A^d)^{-1}$ 로 산출하였다. 수입재를 제외한 국산거래표를 기준으로 생산유발계수를 산출함으로써, 순수하게 국내 생산활동만을 유발하는 효과를 측정하였다. 한편, 수출 파급효과에서는 콘텐츠산업을 외생화하지 않고 모든 산업으로 내생 부문으로 두었기에 앞서 제시한 외생화 모형의 $(I - A_e^d)^{-1}$ 의 생산유발계수와는 산출 방식에서 차이가 있다. 또한, 생산 측면 뿐 아니라 부가가치 창출 측면 파급효과를 분석하기 위하여, 부가가치 v 와 생산유발계수 $(I - A^d)^{-1}$ 을 활용하여 $v(I - A^d)^{-1}$ 을 산출하였다. 즉, 부가가치유발계수는 산업별 부가가치계수를 대각행렬로 구성하여 생산유발계수행렬에 곱함으로써 산출한다. 이어 콘텐츠산업 11개 부문 수출이 농식품산업에 미치는 효과를 분석하기 위해 산업연관표의 최종수요 중 수출에 해당하는 항목을 기준으로 콘텐츠산업 11개 부문 수출액이 10% 증가시킨 변동 벡터 ΔF 를 구성하였다. 이를 생산유발계수와 부가가치유발계수에 곱하여 산업별 생산유발효과와 부가가치유발효과를 도출하였다.

$$\Delta X = (I - A^d)^{-1} \times \Delta F \quad (2)$$

$$\Delta F = 0.1 \times F_{\text{콘텐츠}}$$

$$\Delta X = v(I - A^d)^{-1} \times \Delta F \quad (3)$$

$$\Delta F = 0.1 \times F_{\text{콘텐츠}}$$

여기서, ΔX 는 산업별 생산유발효과를 말하며, $(I - A^d)^{-1}$ 은 모든 산업을 내생화한 생산유발계수, ΔF 는 특정 콘텐츠산업이 수출 10% 증가했을 경우를 의미한다.

특정 콘텐츠산업 수출이 10% 증가한 경우, 해당 산업의 생산 유발액 중 자기 산업에서 발생한 부분은 내부 유발효과를, 타 산업에서 발생한 부분은 연관 산업 파급효과를 의미한다. 내부효과 비중이 높을수록 해당 산업의 파급효과가 주로 산업 내부에 집중된 자기 산업 중심형 구조임을 나타내며, 반대로 내부효과 비중이 낮을수록 타 산업과의 연계도가 높은 연관 산업 의존형 구조임을 의미한다. 따라서, 특정 산업 내부효과 비중은 특정 산업 수출 증가로 인한 생산유발효과 중 자기 산업 내부에 머무는 정도와 다른 산업으로 확산되는 정도를 동시에 보여주는 지표로 활용될 수 있다.

3. 분석 결과

3.1. 시장 규모

콘텐츠산업과 농식품산업 특화 산업연관표로 재구성하였을 때의 시장 규모는 <표 2>와 같다. K-콘텐츠(K01~K11) 총산출은 203조 8,007억 원(3.5%), 중간투입액은 97조 6,207억 원(2.9%), 부가가치액은 106조 1,980억 원(4.5%)이며, K-푸드(A11~A18) 총산출은 592조 7,909억 원(10.2%), 중간투입액은 381억 원 4,817억 원(11.2%), 부가가치액은 211조 3,092억 원(8.9%)을 차지한다. K-콘텐츠는 중간투입액보다 부가가치액이 높은 산업 구조를 보여, 고부가가치 산업으로 평가된다. K-콘텐츠 총산출 내에서는 지식정보산업(K10), 광고산업(K08)이 24.4%, 15.9%를 차지하며, 두 산업이 K-콘텐츠 총산출액의 약 40%를 구성해 산업 내 집중도가 높은 구조를 보인다. 부가가치 측면은 지식정보산업(K10)과 콘텐츠솔루션산업(K11)이 K-콘텐츠 내에서 26.3%, 17.6%를 차지하여 부가가치 창출의 핵심 산업으로 나타났다. 한편, K-푸드 총산출 내에서는 음식점 및 주점업(A16)과 농식품 및 관련 가공품 제조업(A13)이 34.5%, 28.2%를 차지하여 두 산업이 전체의 60% 이상을 구성하는 주력산업으로 나타났다. 부가가치 측면은 음식점 및 주점업(A16)과 농산물 도소매업(A14)이 31.6%, 20.1%를 차지한다.

표 2. 전체산업, 콘텐츠산업, 농식품산업 시장 규모

(단위: 십억 원, %)

code	중간투입	부가가치	총산출	비중	수출	code	중간투입	부가가치	총산출	비중	수출
A	6,932	6,266	13,198	0.23	482	N	55,191	86,473	141,664	2.45	15,406
B	3,169	2,157	5,327	0.09	165	O	52,244	150,312	202,556	3.50	34
C01	10,896	2,413	13,309	0.23	927	P	51,017	103,322	154,339	2.67	320
C02	50,332	11,380	61,711	1.07	17,355	Q	90,584	128,568	219,151	3.79	767
C03	37,335	15,038	52,373	0.91	4,407	R	20,800	27,763	48,563	0.84	1,882
C04	143,573	32,990	176,563	3.05	77,066	S	42,649	34,877	77,526	1.34	1,642
C05	284,129	90,399	374,528	6.47	141,428	T	5,020	0	5,020	0.09	0
C06	37,405	13,423	50,828	0.88	4,781	K01	8,105	8,377	16,482	0.28	1,687
C07	154,478	37,422	191,899	3.32	59,288	K02	3,046	3,966	7,013	0.12	926
C08	91,994	44,279	136,274	2.35	17,373	K03	9,561	9,522	19,083	0.33	1,968
C09	221,705	98,056	319,761	5.53	191,031	K04	3,581	2,481	6,062	0.10	390
C10	135,089	37,665	172,754	2.99	46,805	K05	1,640	2,433	4,074	0.07	277
C11	138,130	46,653	184,783	3.19	70,487	K06	503	349	852	0.01	58
C12	269,883	67,252	337,136	5.83	157,358	K07	13,422	9,691	23,113	0.40	1,437
C13	17,862	6,633	24,495	0.42	3,369	K08	16,471	15,978	32,450	0.56	3,185
C14	45,406	40,569	85,975	1.49	3,691	K09	6,214	6,764	12,978	0.22	1,578
D	120,649	31,030	151,679	2.62	164	K10	21,783	27,963	49,745	0.86	7,218
E	22,397	18,415	40,812	0.71	703	K11	13,275	18,673	31,948	0.55	3,568
F	198,851	142,713	341,565	5.90	171	A11	17,524	8,449	25,973	0.45	2,074

(계속)

code	중간투입	부가가치	총산출	비중	수출	code	중간투입	부가가치	총산출	비중	수출
G	140,484	162,067	302,551	5.23	30,085	A12	31,730	28,331	60,061	1.04	664
H	116,475	87,693	204,168	3.53	49,834	A13	126,733	40,135	166,868	2.88	14,302
I	0	0	0	0.00	0	A14	36,752	42,398	79,150	1.37	7,871
J	34,315	33,990	68,306	1.18	3,895	A15	8,703	8,344	17,047	0.29	1,344
K	86,670	144,260	230,930	3.99	9,183	A16	137,515	66,696	204,211	3.53	9,722
L	81,056	190,755	271,811	4.70	321	A17	15,797	8,627	24,424	0.42	1,373
M	157,616	170,934	328,550	5.68	28,569	A18	6,728	8,329	15,057	0.26	1,185

주 1) 비중은 전체 산업 총산출에서 해당 산업이 차지하는 비중을 의미함.

2) 콘텐츠산업조사 수출액과 한국은행에서 제공하는 산업연관표에서의 수출은 결핍값에 차이가 존재하며, 이는 콘텐츠산업 조사를 바탕으로 산정된 것이 아니기 때문임.

자료: 한국은행 2023년 산업연관표(연장표)를 활용하여 재산출함.

3.2. 유발계수

11개 콘텐츠산업을 각각 외생 부문으로 설정하여 생산유발계수를 산출하고 농식품산업 생산을 크게 유발하는 콘텐츠산업을 식별하였다(〈표 3〉). 분석 결과, 특정 콘텐츠산업을 외생 산업으로 제외한 상태에서 산출한 산업별 생산유발계수를 비교한 결과, 전체 산업 평균 생산유발계수는 1.847인 반면 농식품산업의 생산유발계수는 1.975로 나타났다. 이는 외생 산업을 제외한 산업 구조에서 농식품산업의 최종수요 증가가 전체 산업 평균보다 더 큰 생산유발효과를 가지는 것으로 해석된다. 세부적으로는 게임 산업을 외생 산업으로 설정한 경우 전체 산업 평균 생산유발계수는 1.856으로 나타났으며, 농식품산업의 생산유발계수는 1.979로 분석되어 콘텐츠산업 중에서도 게임산업이 농식품산업 생산을 상대적으로 크게 유발하는 산업으로 확인되었다. 구체적으로는 애니메이션산업(1.979), 게임산업(1.979), 만화 산업(1.978), 영화산업(1.978), 콘텐츠솔루션산업(1.975), 음악산업(1.975), 캐릭터산업(1.974), 출판산업(1.974), 지식정보산업(1.972), 방송산업(1.971), 광고산업(1.967) 순으로 농식품산업의 생산유발계수가 높은 것으로 나타났다.

표 3. 콘텐츠산업에 따른 생산유발계수

code	출판	만화	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	평균
K01	-	1.766	1.760	1.766	1.768	1.769	1.755	1.746	1.765	1.742	1.750	
K02	1.603	-	1.599	1.608	1.612	1.614	1.589	1.581	1.609	1.560	1.573	
K03	1.769	1.773	-	1.739	1.776	1.772	1.725	1.755	1.769	1.748	1.756	
K04	1.930	1.934	1.846	-	1.935	1.920	1.830	1.919	1.921	1.921	1.929	
K05	1.630	1.633	1.623	1.628	-	1.637	1.624	1.613	1.632	1.599	1.608	
K06	1.925	1.928	1.841	1.828	1.929	-	1.823	1.914	1.916	1.915	1.923	
K07	1.857	1.860	1.799	1.788	1.861	1.851	-	1.847	1.851	1.849	1.854	

(계속)

code	출판	만화	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	평균
K08	1.797	1.804	1.796	1.806	1.809	1.811	1.788	-	1.736	1.733	1.777	
K09	1.770	1.775	1.772	1.775	1.775	1.776	1.769	1.764	-	1.767	1.771	
K10	1.599	1.602	1.591	1.598	1.607	1.608	1.569	1.577	1.604	-	1.569	
K11	1.588	1.591	1.586	1.597	1.597	1.601	1.592	1.564	1.595	1.538	-	
A11	2.096	2.100	2.098	2.100	2.100	2.101	2.095	2.087	2.096	2.095	2.098	
A12	1.987	1.991	1.990	1.991	1.991	1.992	1.986	1.985	1.987	1.988	1.990	
A13	2.176	2.181	2.180	2.181	2.182	2.182	2.175	2.168	2.177	2.177	2.180	
A14	1.751	1.756	1.754	1.755	1.756	1.756	1.743	1.743	1.753	1.749	1.753	
A15	1.700	1.702	1.701	1.702	1.702	1.703	1.700	1.696	1.701	1.699	1.700	
A16	2.196	2.201	2.199	2.201	2.202	2.202	2.192	2.191	2.195	2.196	2.199	
A17	2.138	2.143	2.131	2.136	2.144	2.143	2.128	2.132	2.136	2.136	2.140	
A18	1.748	1.753	1.749	1.754	1.755	1.756	1.747	1.740	1.749	1.736	1.743	
전체	1.848	1.855	1.844	1.844	1.856	1.850	1.839	1.840	1.847	1.844	1.850	1.847
농식품	1.974	1.978	1.975	1.978	1.979	1.979	1.971	1.967	1.974	1.972	1.975	1.975

주 1) 행은 외생화한 콘텐츠산업을 의미하고 열은 열합(생산유발계수)을 의미함.
 2) 전체는 농식품산업을 포함한 전체 산업 생산유발계수 평균, 농식품은 농식품산업 생산유발계수만의 평균을 의미함.
 3) 한국은행 투입산출표에서 콘텐츠산업과 농식품산업에 해당하는 기본 부문은 콘텐츠산업조사와 농축산식품산업조사가 아닌 타 통계를 기반으로 구축되었으므로, 실제 콘텐츠산업과 농식품산업 통계와의 차이가 존재할 수 있음.
 자료: 저자 작성.

11개 콘텐츠산업을 각각 외생 부문으로 설정하여 부가가치유발계수를 산출하고 농식품산업 부가가치를 크게 유발하는 콘텐츠산업을 식별하였다(표 4). 분석 결과, 콘텐츠산업을 외생화한 산업 구조에서 전체 산업의 평균 부가가치유발계수는 0.744로 나타난 반면, 농식품산업의 평균 부가가치유발계수는 0.789로 나타나 농식품산업이 전체 산업 평균보다 상대적으로 높은 부가가치유발효과를 가지는 것으로 나타났다. 구체적으로는 애니메이션산업(0.791), 게임산업(0.791), 만화산업(0.791), 영화산업(0.791), 음악산업(0.789), 콘텐츠솔루션산업(0.789), 캐릭터산업(0.789), 출판산업(0.789), 방송산업(0.788), 지식정보산업(0.788), 광고산업(0.786) 순으로 농식품산업의 부가가치유발계수가 높은 것으로 나타났다.

표 4. 콘텐츠산업에 따른 부가가치유발계수

code	출판	만화	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	평균
K01	-	0.834	0.832	0.835	0.836	0.836	0.830	0.825	0.834	0.822	0.826	
K02	0.838	-	0.836	0.841	0.842	0.843	0.833	0.828	0.841	0.815	0.821	
K03	0.836	0.838	-	0.824	0.839	0.838	0.817	0.829	0.836	0.824	0.829	
K04	0.822	0.824	0.783	-	0.824	0.818	0.780	0.817	0.818	0.817	0.821	
K05	0.869	0.870	0.866	0.869	-	0.873	0.867	0.862	0.870	0.853	0.857	
K06	0.820	0.822	0.781	0.780	0.823	-	0.777	0.815	0.816	0.815	0.819	
K07	0.799	0.800	0.771	0.770	0.801	0.797	-	0.794	0.796	0.794	0.797	

(계속)

code	출판	만화	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식 정보	콘텐츠 솔루션	평균
K08	0.835	0.838	0.835	0.840	0.841	0.842	0.832	-	0.804	0.802	0.825	
K09	0.825	0.828	0.826	0.828	0.828	0.828	0.825	0.823	-	0.824	0.825	
K10	0.832	0.833	0.828	0.832	0.835	0.836	0.819	0.822	0.834	-	0.815	
K11	0.851	0.852	0.850	0.855	0.855	0.857	0.853	0.840	0.854	0.824	-	
A11	0.751	0.753	0.752	0.753	0.753	0.753	0.751	0.747	0.751	0.750	0.751	
A12	0.824	0.825	0.825	0.825	0.826	0.826	0.823	0.822	0.824	0.824	0.825	
A13	0.703	0.705	0.704	0.705	0.705	0.705	0.703	0.699	0.703	0.703	0.704	
A14	0.864	0.866	0.865	0.866	0.866	0.866	0.861	0.860	0.865	0.863	0.865	
A15	0.735	0.736	0.736	0.736	0.736	0.736	0.735	0.733	0.735	0.734	0.735	
A16	0.788	0.790	0.789	0.790	0.790	0.790	0.786	0.785	0.787	0.787	0.789	
A17	0.799	0.802	0.796	0.799	0.802	0.802	0.795	0.797	0.799	0.798	0.800	
A18	0.848	0.850	0.848	0.850	0.851	0.851	0.847	0.844	0.848	0.841	0.845	
전체	0.745	0.746	0.743	0.745	0.746	0.747	0.742	0.741	0.744	0.741	0.743	0.744
농식품	0.789	0.791	0.789	0.791	0.791	0.791	0.788	0.786	0.789	0.788	0.789	0.789

주 1) 행은 외생화한 콘텐츠산업을 의미하고 열은 열합(부가가치유발계수)을 의미함.

2) 전체는 농식품산업을 포함한 전체 산업 생산유발계수 평균, 농식품은 농식품산업 생산유발계수만의 평균을 의미함.

3) 한국은행 투입산출표에서 콘텐츠산업과 농식품산업에 해당하는 기본 부문은 콘텐츠산업조사와 농축산식품산업조사가 아닌 타 통계를 기반으로 구축되었으므로, 실제 콘텐츠산업과 농식품산업 통계와의 차이가 존재할 수 있음.

자료: 저자 작성.

콘텐츠산업을 외생화하여 분석한 결과, 농식품산업의 생산유발과 부가가치유발효과는 만화산업, 영화산업, 게임산업, 애니메이션산업, 콘텐츠솔루션산업에서 상대적으로 높게 나타났다. 이들 산업은 공통적으로 시각적 표현이 강한 산업으로 시각적 콘텐츠를 중심으로 한 소비 확산이 농식품산업의 생산 및 부가가치 창출에 긍정적 영향을 미치는 것으로 해석된다. 한편, 방송산업 역시 시각적 콘텐츠산업에 해당하지만, 콘텐츠산업조사에서 방송산업 분류는 지상파·케이블·위성방송만을 포함하며, OTT 플랫폼은 방송산업에 포함되지 않는다. 이로 인해 방송산업은 시각적 콘텐츠산업이지만, 최근 많은 방송을 이끌어어나가는 OTT가 반영되지 않아 타 콘텐츠산업에 비해 농식품산업에 대한 생산유발효과와 부가가치유발효과가 상대적으로 낮게 나타난 것으로 판단된다.

3.3. 수출 유발효과

콘텐츠산업 11개 부문의 수출이 각각 10% 상승하게 될 경우, 농식품산업 생산 유발액을 <표 5>에 산출하고 농식품산업 생산을 크게 유발하는 콘텐츠산업을 식별하였다. 분석 결과, 대부분의 콘텐츠산업에서 수출 10% 증가 시, 내부효과 비중이 평균 59%로 나타나, 산업 간 연계효과보다는 자기 산업 내에서의 생산활동이 더 크게 나타나는 자기 산업 중심형 구조를 보였다. 전 산업 생산을 가장 크게 유발시킨 산업은 지식정보산업으로 해당 산업의 수출이 10% 증가할 경우, 전 산업 생산이 1조 1,622억 원 증

가하였다. 이 중 농식품산업 부문에서의 생산유발효과는 454억 원으로 나타났다. 한편, 전 산업 생산유발액 중 농식품산업이 차지하는 비중이 가장 높은 산업은 게임산업으로 게임산업 수출이 10% 증가할 경우, 전 산업 생산유발효과 중 농식품산업의 비중이 6.5%를 차지한다. 이는 게임산업이 다른 콘텐츠 산업에 비해 농식품산업과의 연관성이 상대적으로 높은 구조적 특성을 지님을 시사한다.

표 5. 콘텐츠산업 수출 10% 증가에 따른 생산유발효과

(단위: 십억 원)

code	출판	만화	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션
K01	170.24	0.62	1.03	0.12	0.14	0.02	0.44	2.65	0.53	4.54	2.60
K02	0.44	93.07	0.56	0.04	0.10	0.01	0.17	1.45	0.13	3.60	2.16
K03	0.95	0.88	201.78	2.01	0.26	0.30	5.25	2.77	0.38	7.92	3.15
K04	0.33	0.37	4.14	41.19	0.15	0.32	5.85	0.97	0.09	4.54	0.75
K05	0.17	0.19	0.23	0.02	27.73	0.00	0.11	0.50	0.06	1.44	0.80
K06	0.05	0.05	0.58	0.30	0.02	5.86	0.82	0.14	0.01	0.64	0.11
K07	1.47	1.41	6.13	2.40	0.23	0.36	157.11	4.45	0.61	17.47	1.80
K08	2.28	1.77	2.57	0.35	0.40	0.05	1.23	323.90	1.06	13.35	7.34
K09	0.39	0.25	0.91	0.31	0.08	0.05	0.86	1.10	158.55	1.99	0.98
K10	2.93	3.25	3.81	0.35	0.70	0.05	1.24	10.46	0.85	745.63	14.41
K11	2.13	2.53	2.76	0.16	0.54	0.03	0.72	6.61	0.52	18.84	367.99
A11	0.45	0.18	0.65	0.10	0.12	0.02	0.33	0.96	0.94	1.58	0.72
A12	0.89	0.35	1.38	0.19	0.27	0.03	0.76	1.96	0.94	3.16	1.34
A13	2.85	1.13	4.59	0.62	1.12	0.09	2.41	6.35	2.87	11.03	4.32
A14	2.14	0.69	1.85	0.38	0.26	0.06	1.50	3.14	2.23	5.05	2.61
A15	0.81	0.15	0.39	0.08	0.04	0.01	0.35	0.74	0.68	0.96	0.50
A16	6.03	2.41	5.97	0.97	0.95	0.14	5.07	13.49	5.30	18.49	8.98
A17	0.67	0.27	1.79	0.38	0.11	0.06	1.02	1.48	0.64	2.09	0.98
A18	0.51	0.40	0.84	0.24	0.09	0.04	0.77	1.32	0.53	3.03	1.62
전체	298.47	149.52	349.82	75.52	45.36	11.22	267.56	576.93	280.21	1,162.17	571.35
농식품	14.35	5.58	17.48	2.97	2.97	0.44	12.21	29.43	14.12	45.39	21.06
농식품 비중	4.8%	3.7%	5.0%	3.9%	6.5%	3.9%	4.6%	5.1%	5.0%	3.9%	3.7%

주 1) 전체는 농식품산업을 포함한 전체 산업 생산유발계수 평균, 농식품은 농식품산업 생산유발계수만의 평균을 의미함.
 2) 한국은행 투입산출표에서 콘텐츠산업과 농식품산업에 해당하는 기본 부문은 콘텐츠산업조사와 농축산식품산업조사까
 닌 타 통계를 기반으로 구축되었으므로, 실제 콘텐츠산업과 농식품산업 통계와의 차이가 존재할 수 있음.
 자료: 저자 작성.

콘텐츠산업 11개 부문의 수출이 각각 10% 상승하게 될 경우, 농식품산업 부가가치 유발액을 <표 6>에 산출하고 농식품산업 부가가치를 크게 유발하는 콘텐츠산업을 식별하였다. 분석 결과, 대부분의 콘텐츠산업에서 수출 10% 증가 시의 내부효과 비중이 생산유발효과보다 더 높은 수준인 평균 62%로 나타났다으며, 자기 산업 중심형 구조를 보였다. 전 산업 부가가치를 가장 크게 유발시킨 산업은 지식정보 산업으로 해당 산업의 수출이 10% 증가할 경우, 전 산업 부가가치가 6,042억 원 증가하였다. 이 중 농식품산업 부문에서의 부가가치유발효과는 163억 원으로 나타났다. 한편, 전 산업 부가가치 유발액 중

농식품산업이 차지하는 비중이 가장 높은 산업은 게임산업으로 게임산업 수출이 10% 증가할 경우, 전 산업 부가가치유발효과 중 농식품산업의 비중이 4.1%를 차지한다.

표 6. 콘텐츠산업 수출 10% 증가에 따른 부가가치유발효과

(단위: 십억 원)

code	출판	만화	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션
K01	86.52	0.32	0.52	0.06	0.07	0.01	0.22	1.35	0.27	2.31	1.32
K02	0.25	52.64	0.32	0.02	0.06	0.00	0.09	0.82	0.07	2.04	1.22
K03	0.47	0.44	100.68	1.00	0.13	0.15	2.62	1.38	0.19	3.95	1.57
K04	0.13	0.15	1.69	16.86	0.06	0.13	2.39	0.40	0.04	1.86	0.31
K05	0.10	0.11	0.14	0.01	16.56	0.00	0.07	0.30	0.04	0.86	0.48
K06	0.02	0.02	0.24	0.12	0.01	2.40	0.33	0.06	0.00	0.26	0.04
K07	0.62	0.59	2.57	1.01	0.10	0.15	65.88	1.87	0.25	7.33	0.76
K08	1.12	0.87	1.27	0.17	0.20	0.03	0.61	159.49	0.52	6.57	3.61
K09	0.20	0.13	0.47	0.16	0.04	0.02	0.45	0.58	82.63	1.04	0.51
K10	1.65	1.82	2.14	0.20	0.39	0.03	0.70	5.88	0.48	419.13	8.10
K11	1.25	1.48	1.61	0.09	0.31	0.02	0.42	3.86	0.30	11.01	215.08
A11	0.15	0.06	0.21	0.03	0.04	0.00	0.11	0.31	0.31	0.51	0.23
A12	0.42	0.17	0.65	0.09	0.13	0.01	0.36	0.93	0.44	1.49	0.63
A13	0.69	0.27	1.11	0.15	0.27	0.02	0.58	1.53	0.69	2.65	1.04
A14	1.14	0.37	0.99	0.20	0.14	0.03	0.81	1.68	1.19	2.71	1.40
A15	0.40	0.07	0.19	0.04	0.02	0.01	0.17	0.36	0.33	0.47	0.24
A16	1.97	0.79	1.95	0.32	0.31	0.05	1.66	4.41	1.73	6.04	2.93
A17	0.24	0.09	0.63	0.14	0.04	0.02	0.36	0.52	0.23	0.74	0.35
A18	0.28	0.22	0.46	0.13	0.05	0.02	0.42	0.73	0.29	1.67	0.90
전체	141.06	78.11	165.30	32.18	24.18	4.78	115.14	268.19	130.67	604.2	305.83
농식품	5.28	2.04	6.20	1.10	1.00	0.16	4.46	10.46	5.21	16.29	7.72
농식품 비중	3.7%	2.6%	3.8%	3.4%	4.1%	3.4%	3.9%	3.9%	4.0%	2.7%	2.5%

주 1) 전체는 농식품산업을 포함한 전체 산업 생산유발계수 평균, 농식품은 농식품산업 생산유발계수만의 평균을 의미함.
 2) 한국은행 투입산출표에서 콘텐츠산업과 농식품산업에 해당하는 기본 부문은 콘텐츠산업조사와 농축산식품산업조사가 아닌 타 통계를 기반으로 구축되었으므로, 실제 콘텐츠산업과 농식품산업 통계와의 차이가 존재할 수 있음.
 자료: 저자 작성.

수출이 10% 증가할 경우, 농식품산업의 생산 및 부가가치 유발에 가장 큰 영향을 미치는 콘텐츠산업은 지식정보산업으로 분석되었다. 이러한 결과를 보다 직접적으로 설명하기 위해서는 지식정보산업의 수출액과 음식점 및 주점업 매출액 간의 상관관계를 분석하는 것이 바람직하다. 그러나 콘텐츠산업조사에서 제공하는 지식정보산업 수출액과 한국은행 산업연관표에서 제시하는 수출액 자료는 동일한 기준으로 구축된 자료가 아니므로, 수출액 대신 매출액 자료를 활용하여 산업 간 관계성을 검토하였다. <표 7>과 같이 지식정보산업과 음식점 및 주점업의 2020년부터 2023년까지의 매출액을 이용해 상관분석(correlation)을 실시한 결과, 상관계수는 0.72로 나타나 높은 양(+)의 상관관계를 보였다. 이는

두 산업 간 연관성이 상당히 높음을 의미하며, 지식정보산업 성장이 음식점 및 주점업 매출 증가와 밀접한 연관이 있음을 시사한다. 또한, 콘텐츠산업 내 게임산업 수출액은 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 그러나 한국은행 산업연관표에서 게임산업 수출액을 산출하기 위해 활용된 자료는 콘텐츠산업조사 자료를 기준으로 작성된 것이 아니므로, 두 자료 간 수출액 규모에는 차이가 발생할 수 있다.

표 7. 지식정보산업과 음식점 및 주점업 상관분석

(단위: 백만 원)

구분	지식정보산업(K10) 매출액	음식점 및 주점업(A16) 매출액
2020	19,373,367	129,732,711
2021	19,946,243	174,643,749
2022	21,493,067	183,559,198
2023	23,624,752	184,528,811
상관계수	0.72	

자료: 저자 작성.

콘텐츠산업 수출 상승에 따른 농식품산업 파급효과를 분석한 결과, 콘텐츠산업 수출 증가는 주로 농식품 및 관련 제조업(A13), 음식점 및 주점업(A16)의 생산유발과 부가가치유발을 일으키는 것으로 나타났다. 이는 콘텐츠산업 확산이 농산물 원재료 중심의 소비보다는 가공식품 및 외식 등 최종재 소비를 확대하는 방향으로 작용하고 있음을 의미한다. 이러한 결과는 콘텐츠산업을 통해 노출되는 농식품산업이 대부분 최종소비재 형태로 제시되기 때문에 나타난 현상으로 해석할 수 있다.

4. 결론

본 연구는 콘텐츠산업이 K-푸드에 미치는 경제적 영향을 분석하고자 한다. 최근 콘텐츠산업의 발전에 따라 다양한 산업에서 콘텐츠산업을 융합·활용하고 있으며, 농식품산업에서도 콘텐츠산업을 다양하게 활용하고 있다. 이에 콘텐츠산업의 발전이 농식품산업의 생산 및 부가가치 창출에 어떠한 영향을 미치는지를 실증적으로 분석하고자 한다. 분석을 위해 한국콘텐츠진흥원의 「콘텐츠산업조사」와 농림축산식품부의 「농축산식품산업조사」를 활용하여 콘텐츠산업과 농식품산업의 특성을 반영한 특화 산업연관표를 재구성하였다. 이를 바탕으로 산업연관분석을 수행하여 경제적 파급효과를 도출하였다. 특히, 본 연구는 단순한 내생 부문 경제적 파급효과가 아닌 특정 산업의 발전이 타 산업에 미치는 순수한 파급효과를 분석하기 위해 각 콘텐츠산업 부문을 외생 부문으로 설정하여 전체 산업 및 농식품산업의 직·간접적 파급효과를 산출하였다. 또한, 콘텐츠산업 수출이 10% 증가할 경우를 가정하여 이에 따른 농식품산업의 생산유발효과와 부가가치유발효과를 분석함으로써 콘텐츠산업 수출 변화로 인한 농식품산업 영향을 분석하고 연관관계가 높은 콘텐츠산업과 농식품산업을 제시하였다.

콘텐츠산업별 외생 부문 생산유발계수와 부가가치유발계수를 통해 콘텐츠산업을 각각 외생 산업으로 설정하고 전체 산업과 농식품산업의 생산 및 부가가치 유발 구조를 비교·분석하였다. 분석 결과 농식품산업은 전체 산업 평균 생산유발계수(1.847)와 부가가치유발계수(0.744)보다 높은 생산유발계수 평균(1.975)과 부가가치유발계수 평균(0.789)을 나타내 콘텐츠산업을 외생화한 산업 구조에서 상대적으로 높은 산업 연계성을 보였다. 특히 농식품산업 평균 생산유발계수와 부가가치유발계수를 모두 초과한 산업은 만화산업, 영화산업, 게임산업, 애니메이션산업, 콘텐츠솔루션산업으로 나타났으며, 이들 산업은 대부분 영상·시각적 콘텐츠 중심 산업이라는 특징을 보였다. 이는 시각적 콘텐츠가 농식품산업의 생산 및 부가가치 파급과정에서 상대적으로 높은 연계성을 가질 가능성을 시사한다. 또한, 콘텐츠산업 수출이 10% 증가할 경우를 가정하여 농식품산업 생산 및 부가가치 유발효과를 분석한 결과, 지식정보산업의 수출이 10% 증가할 때 농식품산업 생산 유발액은 454억 원, 부가가치 유발액은 163억 원으로 가장 크게 나타났다. 다만, 전체 산업 유발액 대비 농식품산업이 차지하는 비중은 생산 및 부가가치 유발효과에서는 게임산업이 가장 높게 나타났다. 이러한 결과는 콘텐츠산업 수출 확대가 농식품산업 생산 및 부가가치 창출에 긍정적 영향을 미침을 나타낸다. 특히 지식정보산업 수출 증가는 절대적인 파급 규모가 크고 농식품산업과의 연계성 측면에서는 게임산업과 캐릭터산업이 상대적으로 더 밀접한 관계를 지니고 있음을 시사한다. 특히, 콘텐츠산업 수출 증가는 농산물 원재료보다 농식품 및 관련 제조업과 음식점 및 주점업에서 더 크게 나타나는 것으로 분석되었다. 이는 1차 산업인 농작물 생산과 축산업보다는 콘텐츠산업 수출과 연계된 최종소비재 부문에서 수출 확대 효과가 상대적으로 크게 나타남을 의미한다. 이러한 결과는 콘텐츠를 통해 완성된 식품 제조업이나 음식점 및 주점업이 노출되면서 해당 제품 구매 또는 매장 방문으로 이어지는 소비 증가가 생산 확대를 유발하고 이에 따라 국내 고용이 증가하며 국내 경제가 활성화되는 것으로 해석될 수 있다.

콘텐츠산업조사를 활용하여 산업연관표를 재구성하는 과정에서, 콘텐츠산업조사와 농식품산업조사 모두 중분류 기준에서 매출액을 공표하고 하나의 콘텐츠산업조사 항목이 다수의 전국사업체조사 산업과 대응되는 일대다 매칭 문제가 발생한다. 콘텐츠산업조사 매출액이 중분류 기준으로만 공표되어 세세분류 기준의 매출액을 직접 활용하기 어려운 관계로, 일대다 매칭이 발생하는 산업에 대해서는 전국사업체조사의 매출액 정보를 활용하여 가중분할 방식으로 비중을 산출하였다. 이에 따라 콘텐츠산업조사의 산업별 비중을 보다 정밀하게 산정하기 위해서는 일대다에 해당하는 항목에 대한 추가적인 검토와 보완이 필요하다. 또한 최근 영향력이 빠르게 확대되고 있는 OTT 산업은 콘텐츠산업조사에서 별도의 산업으로 구분되어 있지 않아, OTT에 대한 경제적 파급효과를 산출하는 데 한계가 존재한다. OTT 산업으로 볼 수 있는 방송산업은 지상파·케이블·위성 방송만을 취급하고 있으며, OTT 오리지널 시리즈로 나온 콘텐츠에 대해서는 콘텐츠산업조사에서 확인하기 어려운 상황이다.

그럼에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 연구적 의의를 지닌다. 첫째, 콘텐츠산업조사와 농축산식품산업조사를 결합하여 산업연관표를 재구성함으로써, 기존의 단일 산업 중심 분석을 넘어 복수 산업

을 융합한 산업연관분석을 시도하였다. 산업 특화 산업연관표 구축에 관한 연구는 다수 존재하지만, 본 연구는 콘텐츠산업과 농식품산업을 연계하여 분석함으로써 융복합 연구의 새로운 분석 틀과 시각을 제시하였다는 점에서 의의가 있다. 둘째, 콘텐츠산업을 산업별로 외생화하여 전체 산업과 농식품산업의 직·간접적 파급효과를 산출하였기에 콘텐츠산업과 농식품산업 간 융복합 연계 전략 수립 시 정책적·산업적 우선순위를 설정하는 데 활용 가능한 실증적 근거를 제시하였다. 셋째, 콘텐츠산업 수출 증가에 따른 농식품산업 생산유발효과와 부가가치유발효과를 산출하여 콘텐츠 수출 확대가 국내 농식품산업에 미치는 경제적 파급효과를 정량적으로 분석하였다. 이를 통해 콘텐츠산업 수출이 농식품산업 성장에 기여하는 경로를 실증적으로 규명하였다는 점에서 학술적·정책적 시사점을 제공한다.



이 저작물은 크리에이티브 커먼즈 저작자표시-비영리-변경금지 4.0 국제 라이선스에 따라 이용하실 수 있습니다.

This work is licensed under CC BY-NC-ND 4.0.

참고문헌

- 강선아, 이수범. (2020). 한류소비자가 지각한 국가이미지, 한류호감도, 심리적 거리가 태도 및 K-Food 수용의도에 미치는 영향: 8개국을 대상으로. *Culinary Science & Hospitality Research*, 26(5), 42-54.
<https://doi.org/10.20878/cshr.2020.26.5.005>
- 고정민, 고창만, 신승철, 심규만, 남궁태운, 공태현. (2019). 콘텐츠산업 경제적 파급효과 분석. 한국콘텐츠진흥원.
<https://www.kocca.kr/kocca/bbs/view/B0000147/1841555.do?menuNo=204153>
- 국회도서관. (2021). 주류가 된 한류 K콘텐츠, 세계를 사로잡다. 국회도서관.
<http://argos.nanet.go.kr/main/anaydata/analysisDataDtlGuest.do?seq=91>
- 나형철, 김현웅, 고현석, 신재훈, 조용빈, 아지즈 나스리디노프, 류관희. (2021). 쿡방 콘텐츠 노출이 농식품 소비에 미치는 효과: 감자 소비를 중심으로. *한국콘텐츠학회논문지*, 21(12), 400-407.
<https://doi.org/10.5392/JKCA.2021.21.12.400>
- 농림축산식품부. (2023. 12. 17.). *한류 콘텐츠에 실어보내는 우리 농식품의 맛과 멋!*. 보도자료.
<https://www.mafra.go.kr/home/5109/subview.do?enc=Zm5jdDF8QEB8JTJGYmJzJTJGaG9tZSUyRjc5MiUyRjU2ODgyMiUyRmFydGNsVmllldy5kbyUzRg%3D%3D>
- 박정선, 순병민. (2025). 농축산식품산업 성장요인 분석. *산업경제연구*, 38(4), 587-602.
<http://dx.doi.org/10.22558/jieb.2025.8.38.4.7>
- 박정선, 위성승, 순병민. (2025). 농축산식품산업 특수분류체계 기반 시장 규모 및 경제적 파급효과. *농업경제연구*, 66(1), 25-47. <https://doi.org/10.24997/KJAE.2025.66.1.25>
- 서홍석, 이연옥, 김태후. (2017). *농림식품과 관련산업의 부가가치 및 종사자수 추계 연구*. 농림축산식품부.
<http://repository.krei.re.kr/handle/2018.oak/22289>
- 순병민, 이현선, 박정선, 이충원. (2024). 산업연관분석을 활용한 그린바이오 산업의 경제적 파급효과. *농업경제연구*, 65(2), 1-25. <https://doi.org/10.24997/KJAE.2024.65.2.1>
- 이진국. (2024). *문화콘텐츠산업의 성장에 관한 실증적 고찰과 정책 방향*. 한국개발연구원.
https://www.kdi.re.kr/research/reportView?pub_no=18807
- 이진국. (2025). *K-콘텐츠의 비상(飛上): 산업 특성과 성장 요인 분석*. 한국개발연구원.
https://www.kdi.re.kr/research/focusView?pub_no=18658
- 임덕순. (2023). 한류이미지와 K-Food이미지가 한국산 농산물 구매의도에 미치는 영향: 한류스타 조절효과 중심으로. *한국국제농업개발학회지*, 35(4), 384-389. <https://doi.org/10.12719/KSIA.2023.35.4.384>
- 정대희, 광혜선, 박동주, 류민, 문한필, 석준호, 정재윤. (2024). *K-푸드 플러스(K-Food+) 수출 확대 방안(1/2차년도)*. 한국농촌경제연구원. <https://www.krei.re.kr/krei/page/53?cmd=view&bibliId=542663&pageIndex=1>
- 조성철. (2024). 한국 농식품 수출경쟁력 결정요인 분석: 패널공간중력모형을 중심으로. *통상정보연구*, 26(4), 263-280.
<https://doi.org/10.15798/kaici.2024.26.4.263>
- 조수민, 순병민. (2023). 한류가 한국농식품 수출에 미치는 영향 분석. *농업경영·정책연구*, 50(1), 116-136.
<http://dx.doi.org/10.30805/KJAMP.2023.50.1.116>
- 최영찬. (2007). *지식정보화 사회의 성숙과 IT산업이 농업에 미치는 영향*. 한국농촌경제연구원.
<https://www.krei.re.kr/krei/page/53?cmd=view&bibliId=103387&pageIndex=1&searchCondition=&searchKeyword=>
- 한국은행. (2014). *산업연관분석해설*. 한국은행.
<https://www.bok.or.kr/portal/bbs/P0000606/view.do?nttId=206134&menuNo=200612>
- 한국콘텐츠진흥원. (2024). *2023년 기준 콘텐츠산업조사*. 문화체육관광부.
<https://www.kocca.kr/kocca/bbs/list/B0158948.do?menuNo=204156>
- Chen, Z. & Suk, S. (2023). Analysis of Changes in Inter-Industrial Linkages and Economic Effects of Coal Industry in China Using Input-Output Model. *Sustainability*, 15(20), 15158.

<https://doi.org/10.3390/su152015158>

Miller, R. E. & Blair, P. D. (2009). Input-output analysis: foundations and extensions. Cambridge university press, 1-768. <https://dl.kli.re.kr/library/10110/contents/6010349>

부록: 콘텐츠산업 및 농식품산업에 투입되는 산업과 비중

부표 1. 2023년 콘텐츠산업 및 농식품산업에 투입되는 산업과 비중

(단위: %)

상품	K01	K02	K03	K04	K05	K06	K07	K08	K09	K10	K11	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98.94	1.06	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39.66	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.83	-	84.41	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-
11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.05	-	6.46	-	-	-	-	-
12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.29	-	40.29	-	-	-	-	-
13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.07	-	-	-	-	-	-	-
15	20.84	-	2.26	-	-	-	-	6.19	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.30	-	-	-	-	-	-	-
21	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.08	-	-	-	-	-	-	-
22	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.32	-	-	-	-	-
23	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.25	-	-	-	-	-	-	-
30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.02	-	-	-	-	-	-	-
36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.11	-	-	-	-	-	-	-
38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.73	-	-	-	-	-	-	-
42	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
43	-	-	-	-	-	-	-	-	14.97	-	-	0.39	-	-	-	-	-	-	-
44	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11.18	-	-	-	-	-	-	-
48	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8.46
50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.26	-	-	-	-	-	-	-
52	1.68	0.09	0.15	0.02	-	-	1.33	-	0.46	-	-	-	-	-	19.96	-	-	-	-
53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21.28	-	-	-

(계속)

상품	K01	K02	K03	K04	K05	K06	K07	K08	K09	K10	K11	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18
54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.24	-	-	-
55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.51	-	-	-
56	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.80	-	-	-
58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91.27	8.73	-
59	-	-	-	-	-	-	1.69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
60	-	-	-	-	-	-	93.70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
61	2.40	3.95	8.07	0.18	-	0.10	-	-	-	51.95	-	-	-	-	-	-	-	-	-
62	5.38	5.38	5.38	-	2.10	-	-	16.14	-	31.64	31.64	-	-	-	-	-	-	-	2.35
63	10.27	0.69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.67
64	-	-	22.91	29.79	-	4.16	29.53	0.37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.03
66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.02
70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.70
71	-	-	-	-	-	-	-	8.60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.74
72	-	-	-	-	-	-	-	0.13	7.90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.47
73	0.15	0.12	-	0.07	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
74	-	-	-	-	-	-	-	2.45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
76	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
79	-	-	20.85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22.11	-
80	-	-	3.21	-	4.60	-	-	-	-	7.75	-	-	-	-	-	-	-	-	-
81	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.38
82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.06

주: 상품은 한국은행 중분류 기준임.

자료: 저자 작성.