경기문화비전 2020 수립을 위한 자료집



경기도문화관광국 / 경기문화재단 / 경기관광공사 / 경기디지탈콘텐츠진흥원 / 도자진흥재단

경기문화비전 2020
수립을 위한
자료집

경기도문화관광국 / 경기문화재단 / 경기관광공사 / 경기디지탈콘텐츠진흥원 / 도자진흥재단

비전수립의 배경과 전망

‘나는 우리나라가 세계에서 가장 아름다운 나라가 되기를 원한다. … 오직 한없이 가지고 싶은 것은 높은 문화의 힘이다. 문화의 힘은 우리 자신을 행복하게 하고, 나아가서 남에게도 행복을 주기 때문이다. 나는 우리나라가 남의 것을 모방하는 나라가 되지 말고, 이러한 높고 새로운 문화의 근본이 되고, 목표가 되고, 모범이 되기를 원한다’(문화강국론, 김구). 경기문화비전은 이미 한 세기 전에 김구 선생님께서 주장하신 내용을 새로운 시대에 맞게 현실에 담아내고자 한다. 예술가의 70%가 예술 생태계를 위협받는 수준의 삶을 영위하고 예술의 가치가 별것 아닌 것으로 치부해 버리는 사회적 인식을 탈피하여 예술이 가진 고유한 가치를 사회적으로 널리 확산시키는데 그 목적이 있다.

과거의 문화예술 정책이 창작 활동을 집중 지원하는 제도에 있었다면, 오늘날 그리고 우리 다음 세대에는 예술은 ‘더불어 즐기고, 생활 속에 존재하고, 모두가 함께 호흡하는 예술’의 목표아래 창작, 매개 및 향유가 상호 소통하여 균형적인 발전을 이룰 수 있는 문화예술의 선순환 구조를 확립하는 일이다.

과거 전문가 위주의 문화예술 활동은 사회전반에 흐르는 정치적 사회적 기조와 같이 흐르면서, 소수의 대가들이 문화예술의 판도를 지배하는 구조이었으나, 90년대 이후 사회적 분위기가 민주화되고 시민사회가 성숙되면서 이러한 대가 중심의 지배적인 문화예술계에도 변화의 분위기가 나타나기 시작하였다.

물론 아직도 창작 분야에서 대가 혹은 전문가의 역할은 매우 중요하며 존중되어야 하지만, 이러한 전문가들의 활동을 장려하고 지원하는 사회적 인식을 확산시키는데 '매개'와 '향유'라는 중요한 요소들이 존재한다. 즉 시민사회가 성숙되면서 문화의 다양성과 대중성이 확보가 되고, 이로 인해 문화예술 전문가들이 다양한 분야에서 활동을 하게 되는 기반이 만들어졌으며, 더 나아가 문화예술의 민주화가 이루어지고 있다.

이러한 급변하는 시대에 살고 있는 문화예술은 '기능·관리·실체론 중심의 문명 패러다임에서 탈피해 커뮤니케이션·참여·관계론으로' 우리 문화예술의 '패러다임을 바꾸어야 한다는 것이다'(전종덕, 혼합의 시대와 문화예술)

1. 비전수립의 배경과 환경 분석

1-1. 비전수립의 배경

1-1-1. 문화적 배경

- 질적 문화에 대한 요구 확대 : 삶의 양적 풍요가 질적 풍요로 관심이 이동하면서 문화가 자연스럽게 삶의 중심 요소로 등장하는 시대가 되었다. 토요 휴무제와 근로시간의 단축 등으로 사람들의 여가에 대한 욕구, 특히 문화여가에 대한 욕구가 다양한 방향으로 발산되기 시작했다.

- 문화의 다양성에 대한 수요 증대 : 해외여행과 유학의 자유화는 경기도가 타문화를 받아들이고 인정하는 바탕을 마련해주고 있으며, 이주여성과 이주노동자들이 우리들의 삶 속에 자연스럽게 다가옴으로 해서 문화의 다양성에 대해 긍정적이며 적극적인 인식이 생겨나고, 다문화사회에서 문화공존을 통한 삶의 다양성을 확대하고자 하는 요구가 늘어나고 있다.

- 문화시민사회 등장 : 과거에 일방적인 문화향유에서 문화체험으로 시민들의 기호가 바뀌고, 문화를 통해 자신들의 목소리를 내타내고, 향유하고, 공유하는 새로운 문화계층이 탄생하여 문화민주주의에 대한 요구가 확산되고 있다. 이것은 또한 문화시민사회의 도래와 문화예술 분야에 새로운 시장을 개척하는 결과를 낳았다.

1-1-2. 사회적 배경

- 문화에 대한 사회적 요구 확대 : 이주민, 이주노동자, 소수자, 저소득층 등 다양한 계층이 한국사회를 다문화 사회로 변화시키고, 사회적 다양성과 다문화가 표출 되면서 일어나는 사회적 갈등에 대한 문화적 해결 방법의 요구가 증대하고 있다. 또한, 노인인구의 급증과 가족구성원 간의 소원함으로 인해 노인들의 사회적 고립이 심화 되어 이에 대한 대비가 필요하며, 특히 교육받은 386세대 노인 인구의 급증은 노인들에 대한 문화복지 수요를 급증하게 만든다.

▪ 탈보수적인 사회 구조 요구 증대 : 문화민주주의의 확산은 평등주의에 대한 개념을 확산하여 '수직적 문화에서 수평적 문화로의 요구'가 증대하고, 대화와 화합의 문화를 대두시키고 있다. 권위적 균질의 문화에서 창조적이고 다양한 문화로 이동과 자유롭고 생산적인 고부가가치의 문화 필요로 인해 문화가 생활에 활력을 불어 넣는 매체로 재탄생을 하였다. 또한, 양성평등 사상 도입, 전통적인 가정의 붕괴와 새로운 다원적인 가정 도래, 가장의 전통적인 역할의 변화, 고령사회로의 급속한 유입, 환경 문제의 중요성 도래 및 문화예술의 정서적 환경, 문화의 보편성과 다양성 수요 증대 등은 20년 전과는 매우 다르게 한국 사회를 변화시켰고 변화시키고 있다. 이러한 현상들은 문화 다양성과 대중성을 수용할 필요를 제공하고, 많은 예술단체 및 시민 단체들이 타문화에 대한 수용 태세를 확립하고, 이질적인 문화에 대한 상호 존중의 발판을 마련하도록 요구하고 있다.

▪ 시민사회의 역할 요구 증대 : 이러한 사회적인 현상과 더불어 시민단체의 역할과 활동이 증대되고 있다. 과거에는 관주도의 문화정책이 현재 민·관 협력 형태로 급속히 이전되고 있으며, 각종 지원제도를 통해 문화의 보편화와 다양화를 꾀하고 있다. 문화예술 발전을 위한 시민사회의 역할은 시대적인 요구가 되었다.

▪ 인구의 급속한 변동 : 가장 중요한 사회적인 요소로 급속한 고령화 사회와 저출산을 들 수 있다. 한국은 2000년에 고령자 비율이 7.2%가 되어 고령화 사회가 되었으며, 2018년에는 14.3%가 되어 고령사회가 될 것이며, 2026년에는 20.8%가 되어 초고령화 사회가 될 것이다(통계청, 2005ㄷ:2). 또한, 2010년쯤부터 베이비붐 세대의 본격적인 은퇴가 시작될 것이다. 그런데 한국의 인구는 저출산으로 인해 조만간 자연감소가 이어날 것으로 예상된다. 2004년에 0.44%이었던 인구 증가율이 2010년에는 0.34%로 계속 줄어들어 2020년에는 0.01%를 기록한 뒤에는 2030년에는 -0.28%에서 2050년에는 -1.18%로 줄어들 것으로 예상된다(통계청, 2005ㄷ).

현재의 추세대로라면, 향후 10년 후에는 공연예술을 창조하고 향유할 인구가 대폭 감소하며, 공연예술의 생존과 발전을 위해서 문화예술의 변화는 필연적인 것이 되었다. 또한 통계청 조사에 따르면, 국내 체류 외국인의 인구가 2010년에는 2.8%, 2020년에는 5%, 2030년에는 6%. 2040년에는 7.4%. 2050년에는 9.2%(2005ㄷ)로 늘어날 것으

로 예상되며 이민사회로 분류되는 외국인 10%가 조만간에 도래할 것으로 예상되어 급속한 인구 변동에 대한 문화적인 대비가 필요하다.

1-1-3. 경제적 배경

- 산업 구조의 변화 : 사회의 지속적인 성장을 위해서는 '지속가능한' 발전이 필요한 사회로의 전환이 매우 중요하다. 문화예술은 지식기반 사회의 성장엔진으로서 역할을 할 것이다. 이러한 문화예술은 문화산업으로 확산되면서 영화 미디어, 애니, 캐릭터 산업뿐만 아니라, 고부가 가치를 창출하는 지식기반산업의 핵심 분야로 자리매김을 하고 있다. 특히 1차와 2차 산업사회가 3차 산업사회로 전환되면서 각종 서비스 산업 발전이 선진사회로 나아가는 방향이 되었다. 3차 산업이 단순한 서비스 산업에 머무르면 경제 및 사회 발전에 정체를 가져오고 심각한 경제적인 퇴보를 가져온다. 문화콘텐츠 산업, 관광산업, 공연전시산업의 경우 문화가 산업과 밀접한 관계를 맺고 문화적 요소가 산업에 중요한 원천이 되어 산업 전반의 발전을 지원하는 구조로 결국에는 문화의 발전이 산업 발전으로 이어진다. 그리하여, 지식기반산업의 발전은 매우 필요하며, 산업 구조의 변화와 경제활동인구의 변화를 통해 '지속발전 가능한 사회'로 나아가기 위해서는 문화예술의 역할은 매우 요구되는 시대에 살고 있다.

- 컨버전스(convergence)의 활성화 : 공산품은 과거와 같이 기능을 사고파는 시대를 넘어서서 디자인을 팔고 사는 시대가 되었다. 이러한 디자인과 제품의 무형의 가치를 생산하기위해서 디자인 혁명이 일어나고 있으며, 과거의 상품에 대한 개념이 문화의 포장으로 더욱 가치 있고 기능이 향상된 상품으로 인식되기 시작했다. 문화예술은 이렇게 상품판매와 제작에 많은 기여를 하고 있으며 상품의 가치와 기능의 향상에 많은 도움을 주고 있다. 지식산업의 발달은 이러한 다양한 컨버전스를 장려하고 확대할 것이며, 이러한 컨버전스는 산업과 문하의 영역을 결합시켜서 보다나은 상품의 경제적 가치를 창출하고 산업의 구조변화를 통해 지식산업의 경제적인 가치를 확대할 전망이다.

- 문화의 경제적 역할 증대 : 2004년의 우리나라 가계 최종소비지출은 약 340조 원(2000년 기준)이며 문화예술부문에 대한 소비지출로 볼 수 있는 오락문화 분야에 대한 소비지출은 약 26조 원으로 가계 최종소비지출의 7.64%를 차지하고 있다. 이는 1990

년 5.57%에 비해 약 40% 이상 증가한 수치이다. 2006년 문화산업통계에 따르면 우리나라 문화산업 매출액은 2003년 44조 1598억 원, 2004년 50조 601억 원, 2005년 53조 9418억 원을 기록하면서 3년 간 연평균 10.5%의 높은 성장세를 보였다. 선진국에 비해 아직은 낮지만, 우리나라 문화산업의 총 매출액은 2005년 GDP 대비 6.5%이며 GDP 기여도는 2.38%에 달한다(박조원 외, 2007 : 24).

또한, '2002년도 세계 문화시장의 규모가 1조890억 달러에 해당한다는 Entertainment and Media Outlook 2003-2007 자료에 의하면 우리나라의 세계시장 점유율은 겨우 3% 수준에 불과하다. 그래도 1996년의 경우 국내문화산업의 규모가 세계시장의 1.3% 수준에 불과했던 점을 감안하면 그 후 지속적인성장세를 보였다'(문화산업진흥시책의 평가와 과제, 2). 그리고 문화산업에 대한 소비자 지출의 증가에 따라 문화산업에 종사하는 인구도 산업활동 인구도 10%를 차지할 정도로 많은 인력이 종사하고 있다. '이러한 현상은 앞으로도 지속될 것이며 특히 지식기반산업이 정착되는 시기에는 더욱 늘어날 전망이다. 향후 지식기반 경제하에서는 과거 단순한 양적 투입의 증대에 의한 경제성장이 아니라 창의력을 통한 부가가치 증대와 국가경쟁력을 확보하게 되며, 이러한 창의력의 원천으로 문화예술은 단순한 소비재가 아니라 생산재라는 측면에서 그 중요성이 강조되고 있다'(문화분야 재원 배분의 국제비교, 8). 또한, 원소스 멀티유즈(one source multi use)의 시대가 도래하면서 문화의 활용도는 더욱 높아지며, 컨버전스는 예술의 활용도를 넓히고 높이는 결과를 가져오면서 문화의 경제적인 역할이 증대되었다.

궁극적으로는 경제적인 수요의 변화가 문화예술의 급격한 변화를 자극하고 인도하면서, 문화예술이 순수 예술과 문화 분야를 넘어서도록 장려를 하고 있다. 이러한 급격한 경제 환경 변화는 새로운 환경을 앞에 두고 있는 문화예술계나 예술가들에게 새로운 예술에 대한 대비를 하도록 만들었으며, 향후 10년, 15년 후의 근접한 미래에 대한 대비로 경기문화비전의 필요성을 일깨우기에 충분했다.

1-1-4. 교육적 배경

- 인간의 정신적 가치 부여 : 개발시대의 물질만능주의, 정형화된 인간양성의 시대에 상실된 인문학적, 문화적인 가치들을 회복시키거나 재구성을 하여 인간의 정신적 가치를 부여하는 것이 중요한 시점이 되었다. 문화평등사회, 다문화사회, 다양성의 획득, 시민

문화사회와 같은 목표들은 이러한 문화가치의 회복과 재구성을 통해서만 가능하다.

- 정체성 회복 : 인간이 본질을 이해하고 인본주의적 사고를 하기 위해서는 정체성이 매우 중요하다. 과거 개발시대에는 우리의 정체성을 경제와 관련지어 사고를 하게 되었고, 모든 교육은 그러한 경제 개발을 위한 도구로써 인적 자원을 양산하는데 맞추어진 경향이 없지 않다. 하지만, 미래는 창조사회이며 창조력이 모든 발전의 원천이다. 이러한 창조력은 결국 문화적 정체성을 발굴·육성함으로써 시작되며, 우리의 정체성 회복이 지식산업사회를 살아가는데 매우 중요한 과제이다.

- 관용의 문화 배양 : 지나친 경쟁사회에서 비롯된 양극화된 사회를 해소할 수 있는 관용과 이해의 문화 배양이 필요하다. 관용과 이해는 다문화, 다양화 사회로 나아가는 우리 사회에서는 매우 중요한 덕목이며, 이러한 덕목을 교육하고 발전시키며 사회 전변에 흐르게 하는 데는 문화예술의 역할이 매우 중요하다. 사회의 발전과 화합은 이러한 관용과 이해에서 나오며, 이러한 관용과 이해는 문화예술을 통해 교육되어진다.

1-2. 문화예술의 위치

1-2-1. 문화예술의 위치

우리의 문화예술의 위치는 '문화경쟁력' 분석을 통해 우리의 문화적 역량과 현실은 타 국가의 그것들과 비교하여 파악할 수 있다. 국내 환경 분석은 단순한 수치를 제시하기 보다는 우리와 비슷한 여건의 OECD국가들의 문화환경을 비교 분석하여 한국의 문화적 역량과 잠재력을 평가하고, 내부적으로는 경기도의 문화창달과 중흥을 위한 기반 조성과 경기도의 문화경쟁력을 제고하는 전략을 제시하며, 문화예술의 선순환 고리를 만드는 자료를 제공한다.

한국문화관광연구원은 'OECD 주요국가의 문화경쟁력 분석'이라는 연구보고서를 통해 국내 문화환경을 크게 문화창조영역, 문화수출영역, 문화향유영역, 문화유산영역, 문화기반영역, 문화여건영역 등으로 나뉘어서 분석을 하였다.

- 문화창조영역 : 국내 예술가들의 양적 및 질적 수준과 행사 수를 비교하여 보면 예술가

의 양적 기준은 1위 국가와 16배 차이가 나고 행사의 빈도수와 예술가의 질적 수준은 전반적으로 매우 낮은 것으로 보고되고 있다.

- 문화수출영역 : 문화재 수출은 10위, 도서 수출은 12위, 신문 및 정기 간행물 수출은 12위, 레코딩 매체는 9위, 시각예술품 수출은 10위, 문화상품 종합 수출은 12위로 모든 분야에서 하위권에 머무르고 있으며, 문화상품 시장 점유율도 미국이 41.35%로 점유율 1위인데 반해 우리나라는 1.51%로 점유율 10위를 기록하고 있다.

- 문화향유영역 : 문화시설 이용률은 매우 낮고, 국민 1인당 박물관 방문 횟수는 미국의 1/68로 하위권이지만, 영화관 이용은 6위에 올라있다. 또한 문화여가비 비율은 11개국 중 10위로 하위권에 있다.

- 문화유산 영역에서 세계문화유산은 7곳(경기도는 1곳)이 있으며 세계자연유산은 한곳도 없다. 세계무형유산은 3건으로 2위이며, 세계기록유산은 4건으로 4위에 있다.

- 문화기반영역에서 정부의 문화여가부문의 정부지출은 한국이 0.7% · 0.6%로 스페인의 1/2 수준이며 도서관 수는 인구 10만 명당 1.1개이고 1인당 장서 수도 0.94 권으로 매우 낮다. 박물관 수도 미국의 2.5%에 불과하고 영화관도 인구 10만 명당 3개로 9위에 머무른다.

- 문화여건 영역에서 문화개방성은 한국이 최하위이고 정보화에서 인터넷 이용자수는 한국이 6위 인터넷 침투율도 6위에 올라와 있다.

  위의 자료를 분석해 보면, 전반적으로 문화창조영역의 열세가 다른 5개 영역의 열세에 기인한다고 보여진다. 문화수출영역은 창조영역의 활성화를 통해 경쟁력 있는 작품을 생산하는 것이 중요하며, 문화향유영역 또한 우수한 작품을 공연·전시함으로써 문화시설이용율과 문화여가비 지출을 확대할 수가 있다. 문화기반영역과 문화유산영역은 이러한 문화창조영역을 활성화하고 문화여건영역의 문화개방성은 문화의 다양성을 확대하고 보급하는데 매우 중요한 수단이 된다. 문화예술의 모든 영역을 선진국 수준으로 끌어올리기 위해서는 문화예술의 잠재력을 증대시키고 수요를 끌어들이기 위해서는 실현 가능한 목표와 정확한 분석 및 세밀한 계획을 갖고 관련 산업을 발전시키기 위한 분명한 목표와 지표를 제시할 수 있는 경기문화비전 2020이 필요하다.

1-2-2. 국외 환경 분석

▪ 경제적 변화 : WTO 출범, 반세계화와 지역주의 확산, FTA 확대 등으로 경제적인 이유로 지역 간 충돌이 야기될 소지가 매우 커졌다. 현재 WTO 출범과 FTA의 발효는 경제뿐만 아니라 문화 분야에서 부국과 빈국사이의 간격이 더욱 벌어지고 부국의 문화 독식 현상을 가속화 시키고 있다. 각종 공연, 전시, 출판, 음악, 영화, 미디어 등에서 벌어지고 있는 부국들의 문화적 과점 형태는 소수 민족의 문화와 문화의 다양성을 저해하는 현상을 초래하고 있으며, 이러한 일련의 문화·경제패권주의에 대항하여 문화독식 현상에 따른 위험성과 문화적 쇠퇴에 대한 자성이 개발도상국 및 후진국에서 일어나고 있다. 한국의 스크린 쿼터제 유지와 저작권 기간 연장 불허 등은 FTA가 가져오는 다양한 문화적인 침입에 대한 반대의 목소리이자 대응책들이다.

▪ 통신 혁명 : IT 혁명으로 대변되는 통신혁명은 문화의 획일화 내지는 통일화를 이루는데 결정적인 역할을 해왔다. 즉, 전 세계의 문화적인 기호를 서방, 미국의 기호에 맞추는데 성공을 하였고, 미국의 문화패권주의에 자연스럽게 동화되는 현상을 낳았다. 이러한 동화 현상이 과연 우리에게 해로운 것만을 제시할 것인가? IT 혁명은 한국과 같이 가능성이 있는 나라에게는 굉장한 기회를 제공할 것이다. 과거 한국 문화는 중국과 일본 문화의 아류로 생각하는 외국인들이 매우 많았으나, 이제는 엄연히 한국 고유의 문화를 세계가 인정하고 이해하는 수준에 이르렀다. 이러한 의식의 변화는 IT 기술에 의해 간접적으로 경험할 수 있는 수단을 제공하고, 구체적인 지식을 실시간으로 전달 할 수 있는 기술 덕분에 가능해졌고, 증대 될 것이다. 그럼으로, 1차 IT 혁명은 문화의 획일화를 가져오는 결과를 낳았지만, 2차 IT 혁명(interactive)은 문화의 다양성을 확대하는 방향으로 접근하여 우리의 문화적 우수성을 알리는 도구로 사용하도록 다양한 문화 콘텐츠 생산과 제작이 필요하며, 이러한 제도적 및 내용적 준비를 위해 중장기적인 문화비전이 필요하다.

▪ 문화산업의 활성화 : 공연예술산업, 영화, 명품, 디자인, 관광으로 대변되는 문화산업의 활성화는 문화의 대중화를 선도하고 있으며 이러한 문화산업에 대한 선진문화자본의 시장 독점이 점차 심화되고 있다. 이러한 문화와 산업의 접목과 문화산업의 독과점 형태는 문화적 반발과 문화 보존 및 생존을 위해서 문화 약소국들의 필사적인 저항에 부

딪히지만, 궁극적으로는 문화적 지배에서 벗어나기가 매우 힘들어 진다. 또한, 상품의 구매는 바로 문화와 직결되어 상품의 독점 형태의 유무와 관계없이 자연스럽게 이루어 진다. 이러한 산업화된 문화예술은 결국은 문화산업자본주의를 양산하고 이러한 문화산업자본주의에서의 도태는 우리의 문화적 경쟁력을 상실하는 결과를 낳는다. 그럼으로, 미국이나 유럽의 문화선진국의 문화산업과의 경쟁력을 갖추고 대응하기 위해서는 독자적인 문화와 정체성을 유지 발전하고 보존하는 것이 매우 중요하며, 이러한 경쟁력을 구축하기 위해 경기문화 비전은 우리의 문화적 생존에 중요한 열쇄가 될 것이다.

- 한국의 국제사회에 대한 기여도 확대 요구 : 한국의 경제 규모가 세계 12위에 등제되면서 국제사회에서 한국의 역할 확대를 요구하는 목소리가 커지고 있다. UN 사무총장에 반기문 총장이 당선되고, 한국의 위상이 높아짐에 따라 한국의 국제사회에서의 역할을 증대하라는 요구가 거세지고 있다. 동남아시아 수해 및 지진피해 지역 지원, 아프리카 난민 구호와 중동의 평화유지군 파견 및 이라크의 파병은 이러한 국제사회의 요구를 수용한 결과이다. 이러한 점증하는 역할과 경제 규모에 맞는 국제사회의 역할을 다하기 위해서는 문화외교의 역할이 매우 중요하다. 문화는 많은 돈을 들이지 않고 거부감 없이 우호세력을 만드는 중요한 수단이다. 이러한 문화의 힘을 발휘하기 위해서는 우리의 문화적 역량을 증대시키고 우리 문화의 질을 높이는 것이 선결과제이다.

- 문화예술의 산업적 가치 상승 : 과거 문화는 특정 계층의 전유물처럼 인식되었으나, 문화민주주의의 확산으로 과거 특권층이 누렸던 문화를 모든 사람들이 쉽게 접하고 즐길 수 있는 문화로 바뀌었다. 이러한 추세는 문화의 상업화와 대중화를 촉진하고, 문화와 산업의 급속한 접목, 기업과 문화의 접목, 예술의 산업적 측면 강화와 같은 요소들은 새로운 문화영역을 창출하였고, 디자인과 시각예술의 접목은 예술이 새로운 영역을 열고 예술의 한계를 넓히는데 커다란 기여를 했다. 또한, IT혁명, 미술시장의 활성화, 박물관·미술관의 전문화 및 대형화 등은 문화의 보편화와 문화의 역영을 넓혀, 우리들의 일상생활이 이러한 문화의 요소들에 영향을 받고 함께 공존하며 어느 때 보다도 문화의 산업적 가치가 증대되었다.

1-3. 내부역량 분석

1-3-1. 도내 환경 및 역량 분석

- 문화창조영역 : 대부분의 도내 문화예술인들은 경기문화재단 공모지원사업에 신청한다고 보여 지며 이 신청서류를 근거로 보면 도내 문화예술단체가 총 786개가 있으나, 대부분이 문화창조영역에서 활동을 하고 있다. 도내 문화예술인의 인적 자원을 보면 64%가 전문직에 종사를 하고 있으며 이들의 월평균소득은 74.1%가 월 200만 원 이상의 수입을 올리고 학력은 79%가 대학졸업 이상으로 매우 전문화된 인적자원을 구성하고 있다. 이들의 89%가 창작/발표 활동에 종사하고 45.8%가 교육활동에 참여하고 있으며 이들의 활동기간은 14.8년으로 비교적 활동기간이 길었다.

- 문화향유영역 : 경기문화재단이 2007년도에 실시한 경기도 문화실태 조사 보고서에 따르면, 경기도민의 문화예술 활동에 참여할 의향이 있는 인구는 전체의 53.2%인데 반해 실질적으로 참여한 인구는 전체의 19.2% 이다. 또한, 문화시설 이용률은 30%를 차지함으로써 문화예술 활동 참여 도민들의 문화시설 이용률은 상대적으로 높고 각 지역의 대표적인 문화예술 축제의 참여율은 92%부터 15%대까지 다양하다.

- 문화유산영역 : 경기도는 무형문화재의 활성화와 전통문화보존 및 계승을 위해 음악, 무용, 연극, 놀이와 의식, 공예기술, 음식, 무예 분야에서 무형문화재를 지정하여 보존하고 있는데 총 40종목이 지정을 받고 48개 종목이 인정을 받고 있다.

- 문화기반영역 : 경기도가 문화예술에 투여하는 예산으로 보면, 최근 4년 동안 경기도가 순수하게 문화예술 발전에 투여한 예산은 2004년에 999억 원, 2005년에 약 1,225억 원, 2006년에 1,121억 원, 2007년에 1,183억 원으로 이와 더불어 각 시군에서 사용하는 문화예술 관련 예산의 규모는 대략 매년 3,000억 원 가량으로 적은 곳은 일반 예산의 1%부터 많은 곳은 12%까지 다양하며, 경기도가 문화예술의 확실한 기반을 다질 재원을 보유하고 집행한다고 하겠다.

- 문화여건영역 : 문화예술 관련 인터넷 사용 용도는 정보 취득을 위해 35.8%가 이용하고 티켓 구매를 위해 29.4%가 이용한다. 하지만, 문화예술 관련 공공기관 홈페이지 이

용률은 5.2%로 극히 저조하다.

이러한 사실을 놓고 볼 때, 단순한 수치비교를 통해서 도내 환경 분석을 하기 보다는 도민들의 문화향유 수준과 가능성에 대한 분석이 경기문화비전을 구상하는데 더욱 타당하다고 본다. 이 경우에 경기문화비전을 현실화할 근거를 찾아서 분석을 하고 향후 비전을 현실화 할 접점을 찾는데 주력을 해야 할 것이다. 우선, 문화활동에 참여할 의사가 있는 인구가 전체의 반을 넘는다는 것은 경기도가 문화를 전파하고 문화예술 활동을 촉진할 무한한 가능성을 갖고 있다고 본다. 또한, 문화시설 이용률과 인터넷 활용도는 상당한 수준에 있다. 조사에 의하면 경기도의 문화적인 잠재력을 끌어내기 위해서는 홍보와 문화예술의 내용을 보강하는데 주안점을 두어야 한다. 이러한 과정과 조사내용을 수렴하여 현실적이고 지속적인 경기도 문화정책을 담아내고 실행할 지침서로 경기문화비전은 이러한 의지를 담아낼 것이다.

1-3-2. SWOT 분석

장점 ■ 문화예술 교육의 대중화, 활성화 ■ 문화예술의 잠재력 보유 ■ 유·무형 문화재 다수 보유	**기회** ■ 메세나 활동 활성화 ■ 예술과 산업의 만남 활발 ■ 문화산업의 수출증가 및 규모 확대 ■ FTA로 인한 무역장벽 완화 ■ FTA의 지적 재산권 기한 20년 연장
단점 ■ 문화예술의 질적 저하 ■ 빈번한 문화행사와 관심 이탈 ■ 한국의 문화경쟁력 하위권 ■ 경기도 문화산업의 범위 협소 및 수준 저하	**위기** ■ 문화지배 및 종속현상 가속화 ■ 문화콘텐츠 산업의수익성 악화 ■ FTA로 인한 수입 장벽 제거 및 지적 재산권 강화 ■ 경기도 문화산업의 디지털 분야 집중 ■ 한국의 문화경쟁력 하위권

2. 경기 문화 비전

2-1. 경기 문화 비전

2-1-1. 비전의 목표

- 문화예술의 질적 향상을 통한 문화경쟁력 제고
- 문화예술의 향유 기회 확대를 통한 문화 복지 실현
- 문화예술의 선순환 구조 확립
- 문화산업과 문화관광의 경쟁력 강화

2-1-2. 비전의 내용 및 범위

- 문화창조영역
  - 문화예술의 창작기반 조성
  - 창작 활동 지원 및 해외 진출 적극 지원
  - 문화예술인의 질적 향상
- 문화수출영역
  - 문화수출 확산 정책 마련
  - 글로벌 경쟁력을 갖춘 문화콘텐츠 산업 육성
  - 한류의 활성화
  - 문화유산 발굴 및 보존을 통한 관광 활성화
- 문화향유영역
  - 문화기반 시설의 효율적 활용을 위한 전략 수립
  - 문화기반 시설 운영 주체의 획기적인 발상 전환
  - 문화예술 교류의 개방성 확대
  - 문화예술의 사회적인 성장과 관련한 주민들의 의식 전환
- 문화유산영역
  - 창조 활동 장려책 마련
  - 창의적인 인력 발굴 및 육성

▪ 문화기반영역
- 문화예술재원의 안정적 확보
- 사업의 집중화

▪ 문화여건영역
- 도내 문화예술 기관의 홍보 강화
- 문화콘텐츠 개발 및 강화
- 문화예술기관의 홈페이지 강화

2-2. 비전 2020 : 전략목표와 과제

2-2-1. 비전 2020의 목표

▪ 전통의 계승과 현대화
- 전통사상의 현대적 계승, 전통예술 원형복원 및 현대적 계승, 역사 문화유적 조사·발굴 및 복원, 역사 문화유적 체계화, 경기문화 유산 콘텐츠 개발

▪ 문화예술 창조력 신장
- 문화예술 창작여건 및 전문성 제고, 문화예술 창조집단 경쟁력 강화, 문화예술 공간의 운영체계 개선, 문화예술 공간의 운영 체계 개선, 문화예술 전문 인력 육성, 문화예술의 교류·소통 강화

▪ 문화향유기회 확대
- 경기도 문화복지 확대, 지역정체성 제고를 통한 문하향유 기회 확대, 다문화주의 경기문화창출,

▪ 문화도시 조성
- 도시문화환경 개발 및 지원, 도시와 마을 단위의 문화적 상징 개발, 문화도시를 위한 시민교육과 학교 교육 활성화

▪ 통일 문화의 형성
- 통일 상징 공동 문화교류 거점 확보 및 행사 개최, 공동 문화예술 교류, 문화유산 공동 조사 연구 및 콘텐츠 개발

▪ 지역 협력네트워크 구축

- 지역 문화협력 네트워크 구축, 경기문화생태 환경 조사 전담 기구 설립, 국제문화교류 거점 공간 확보

▪ 콘텐츠 산업의 가치 사슬 선순환체계 정립을 통한 기업하기 좋은 환경 구축

- 글로벌 마케팅 및 협력 네트워크 구축, 창조적 파트너십을 통한 산학연정의 협력 네트워크 기반 구축

▪ 콘텐츠 산업의 지역경제사회 파급 효과 창출 극대화

- 경기문화산업 혁신 클러스터 조성 및 지역 특성화

▪ 경기도민의 콘텐츠 접근성 증진

- 경기도민의 콘텐츠 접근성 증진 및 창작체험 기반 조성

▪ 성과 지향적 혁신 추진체계정립

- 경기문화산업 조례제정, 경기문화산업 거버넌스 체계 구축, 경기디지털 진흥원의 발전적 확대, 경기영상위원회 기능 강화, 경기문화콘텐츠 연구센터 설립 및 운영, 경기문화산업정책 성과 관리 시스템 구축

▪ 관광산업육성

- 전략적·혁신적 관광 마케팅, 거점 관광지의 적극적인 개발과 공격적인 해외 마케팅, 효율적인 지원시스템 개발, 권역별 특색을 담은 관광인프라 확충

▪ 경기도 도자문화 산업 활성화 및 경쟁력 강화

- 상품가치 제고를 위한 도자제품 포지셔닝 전략 수립, 차별화 및 집중화 전략, 도자산업클러스터를 위한 지역마케팅 전략 수립, 브랜드 이미지 고도화 전략

목 차

비전수립의 배경과 전망

문화예술분야

목표 1 _ 전통의 계승과 현대화 ····· 23

목표 2 _ 문화예술 창조력 신장 ····· 53

목표 3 _ 문화향유 기회 확대 ····· 129

목표 4 _ 문화도시 조성 ····· 163

특별과제 1 _ '경기국제문화교류센터'의 설립 ····· 185

특별과제 2 _ 경기도의 통일문화 진흥사업 ····· 191

문화산업분야

목표 1 _ 경기문화콘텐츠산업 중장기 육성 계획 ····· 211

관광분야

목표 1 _ 관광산업 육성 ····· 279

도자분야

목표 1 _ 도자상품 경쟁력 혁신 전략 ····· 315



문화예술분야

목표 1 _ 전통의 계승과 현대화

1. 개요

○ 전통이란 단순히 과거로부터 현재로까지 전해져 온 것만을 뜻하지 않음. 그것을 오늘의 삶 속에서 체화함으로써 미래의 후손들에게도 이어지는 것이 전통임. 과거로부터 이어져 온 전통을 잘 보전하여 후손에게 물려주는 동시에, 전통의 가치들을 오늘의 환경에 맞게 재구성하여 활용할 때, 참다운 전통의 계승과 현대화가 가능해짐

2. 배경과 목적

○ 그 동안의 문화정책은 전통을 보존과 관리의 대상으로만 보아왔음. 일제의 식민지 경험과 급속한 산업화와 서구화의 과정에서, 전통의 형식과 내용은 급속하게 소멸되어 왔음. 따라서 전통을 제대로 보존하는 것을 일차적인 정책의 목표로 삼을 수밖에 없었던 사정도 무시할 수 없음. 그러나 이러한 접근 방식으로는 전통을 올바로 계승하지 못함. 전통은 오늘의 삶 속에서 살아 숨 쉴 수 있어야 하며 구호가 아닌 실질적인 전통의 현대화는 이 시대의 문화콘텐츠로 전통을 활용하는 것임. 전통을 문화유산으로 뿐만이 아니라 오늘날의 문화자원으로 바라 볼 때 전통의 보전도 더욱 활성화될 수 있을 것임

○ 자원으로 활용할 수 있는 전통은 무형의 것과 유형의 것으로 나누어 살펴 볼 수 있으며 무형의 자원 중에서 대표적인 것은 사상과 예술이고, 무형의 자원 중 대표적인 것은 역사유적임. 무형의 전통인 사상을 생활 속의 이념으로 정립하고, 예술을 다양하게 활용하는 사업을 적극 펼침. 역사유적은 그 자체로 교육을 위한 살아 있는 교재이면서, 관광의 자원으로 이러한 역사유적을 올바로 보전하기 위해 적극적으로 노력함과 동시에 문화콘텐츠화로 삼기 위해 대표적인 역사문화유적을 집중적으로 육성해야하며 또한 보존과 관리 중심의 문화재 담당 체계를 개편하여 문화콘텐츠의 연구와 개발이 가능한 전문기관을 설립, 운영해야 함

3. 방향

○ 전통에 대한 정책 패러다임의 전환이 필요함. 전통의 발굴과 보전에 정책적 중점을 두는 궁극적 이유는 전통이 미래를 위한 자산이 될 수 있기 때문이며 이러한 관점에서 앞으로의 문화정책은 전통의 보존·관리에서 한발 더 나아가 전통을 문화콘텐츠로 적극적으로 육성하여 전통의 현대화를 도모하고 나아가 세계 속의 경기 문화로 정립시킴으로써 전통의 세계화를 지향해야 함. 또한 경기도가 안고 있는 분단의 현실을 적극 활용하여 문화유산을 매개로 한 남북공동협력 사업을 추진, 장차 경기도의 정체성을 분단 너머로까지 확대할 것을 도모해야 함

4. 중심과제

4-1. 전통사상의 현대적 계승

○ 경기도는 반계 유형원, 성호 이익, 다산 정약용을 낳은 실학의 본고장으로서 실학사상은 경기도만의 차별성 있는 전통이라 할 수 있음. 그 동안 경기도는 '효'와 실학을 주요한 전통 이념으로 계승하고자 노력하였음. 화성과 건릉에서 부모에 대한 정조의 효를 읽어 낼 수는 있으나 효는 제왕과 사대부, 선비, 일반 백성을 막론한 우리 민족의 보편적 심성이지 경기도만의 차별성 있는 전통으로 의미를 부여하기 어려움

○ 이에 반해 실학은 경기도에 다산과 성호 등의 자취가 오롯이 남아있으며, 화성은 실학사상의 생생한 물질적 증거임. 실학의 3대 사상(경세치용, 이용후생, 실사구시) 중 특히 실사구시는 일반 국민의 삶의 지표가 될 수 있는 대중적인 사상이며, 탈근대를 말하는 오늘날에도 여전히 살아 있는 의미를 지닐 수 있음. 허(虛)가 아닌 실(實), 비(非)가 아닌 시(是)를 추구하는 실사구시의 정신을 '경기정신'으로 승화시켜 경기도의 사상으로 확장함으로써 경기도의 새로운 이미지로 업그레이드해야 함

4-1-1. 실학사상을 '경기정신'으로 구현

■ **사업 목적** : 실학의 사상 중 실사구시를 도정 지표로 삼고 이를 학교, 가정, 기업 등에 이르기까지 적극적으로 보급함으로써 이 시대의 새로운 경기정신, 경기도의 이념으로 구현함

■ **사업 개요**

○ 사업구분 ; 도 직접사업, 단계별 추진, 계속사업

- 도와 시·군 등 관 중심의 사업
- 각급 학교 중심 사업 지원
- 기업과 마을, 가정 등으로 까지 확대
- 도민 참여 사업

○ 사업 내용과 추진 계획

- 도정지표 설정 ; 각종 공문 등 문서 및 홈페이지 등에 '실사구시' 문구 삽입, 도청 등 도내 각급 관청, 학교 등 공공건물에 현판, 액자 등 부착, 관내 버스 등에 부착
- 각급 학교 향토교육 내용에 반영, 백일장, 논술 시험 등에 권장
- 기업과 마을, 가정에 보급
- 실사구시 휘호·캘리그래피 대회 개최, 실사구시를 주제로 한 포스터, 표어, 카피 등 공모대회 개최

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 도정지표 보급	1,000
2009	○ 학교 교육에 반영 ○ 각종 공모사업 실시(경연대회 개최)	1,000
2010	○ 실학사상 보급 사업 실시 – 기업, 마을, 가정	1,000
2011~2015	○ 실학사상 보급 사업 실시 ○ 보급사업 평가 및 보완	5,000
2015~2020	○ 실학사상 보급 사업 실시 ○ 실학사상 '경기정신'으로 정착	5,000

■ 기대 효과

○ '실사구시'의 내용과 의미를 도민 전체가 숙지하고, 체화함으로써 도정과 기업경영, 가정과 개인의 삶에서 실질과 정의가 구현되도록 함

4-1-2. '오늘의 실학인' 선정

■ **사업 목적** : 실학 정신을 실제 생활 속에서 구현한 도민을 발굴, 선정, 격려하고 도정 지표의 실질적 확산을 촉진함

■ 사업 개요

○ 사업 구분 : 도 직접사업('위원회' 구성, 운영), 계속 사업

○ 사업 내용 : 추천과 심의를 거쳐 오늘의 실학인 선정 및 포상, 활동 기회 제공, '오늘의 실학인 대회' 개최

○ 사업 추진 계획

- '오늘의 실학인 추진위원회' 구성 ; 선정 분야와 선정 기준 마련 및 선정위원회 구성, '오늘의 실학인' 운영
- 각급 단위를 통한 연중 추천(이웃, 동료 등의 추천 권장)
- 연말, 혹은 연초에 선정위원회에서 선정
- '오늘의 실학인 대회' 개최 및 포상
- 선정된 사람을 '경기실학 홍보대사'로 임명하고 관련 분야 강연 등 활동 기회 및 해외 견학 등 인센티브 제공
- 사업 목적이 지속적으로 구현될 수 있도록 사후 관리

  (예: 3년 혹은 5년 단위로 점검, 선정 후 부적합한 사유 발생 시 자격(영예) 정지 조치)

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 기본 계획 수립 – 포상 계획, 선정 방법, 실학인 활용 방법 계획 등 수립 – 추진위원회 구성 방안 및 심사 방안 마련 ○ 선정 공고	100
2009	○ 2008년도 '오늘의 실학인' 선정 ○ 2009년 선정 계획 수립 – 2008년도 선정 이후 문제점 파악 및 개선	100
2010	○ 2009년도 '오늘의 실학인' 선정 ○ 2010년 선정 계획 수립 – 2009년도 선정 이후 문제점 파악 및 개선 – '실학인'활용 및 관리 방안 마련	150
2011~2015	○ '오늘의 실학인' 선정 ○ 선정 계획 수립 – '실학인' 활용, 관리 및 사후 평가 방안 마련	1,000
2015~2020	○ '오늘의 실학인' 선정 ○ 선정 계획 수립 – '실학인' 활용, 관리 및 사후 평가 방안 마련	1,000

■ 기대 효과

○ 다양한 분야의 도민을 오늘의 실학인으로 선정, 포상하고 활동 기회를 제공함으로써 실학 정신의 활성화와 관련 분야의 발전에 기여할 수 있음

4-1-3. 실학을 주제로 한 국제학술회의 및 학술상 제정 추진

■ 사업 목적 : 실학을 주제로 한 권위 있는 국제학술회의 개최 및 학술상을 제정, 운영함으로써 경기도의 국제적 인지도 및 이미지를 제고함

■ 사업 개요

○ 사업 구분 : 경기문화재단 사업 지원사업, 단계별 추진, 계속사업

○ 사업 내용 :

– 매년 실학을 주제로 한 국제학술회의 개최(국내, 국외 번갈아 개최 검토)

- 실학을 주제로 한 국내 우수 연구 사례에 대한 포상(예: 다산상, 성호상, 연암상, 혹은 실사구시상, 이용후생상, 경세치용상…)

  ※ 대상을 해외 연구자도 포함할 것을 검토

- 석사, 박사급 연구자를 대상으로 한 관련 우수 논문 포상

  ※ 이 때 주제가 반드시 한국의 '실학'일 필요는 없음, 실학과 유사한 외국의 전통 학문이나 혹은 관련 인문학 등의 주제도 수용 가능

○ 사업 추진 계획 :

- 경기문화재단 연례 사업으로 채택
- 경기문화재단에서 실행 계획 마련하여 국내 권위 있는 학자들을 조직하거나, 혹은 관련분야 학회 등과 연대하여 추진
- 학술상 추천 및 우수 논문 공모(대상은 일단 국내로 하되, 해외로 확대하는 방안 검토)
- 우수한 연구 성과 및 논문을 선정하기 위해 2년 정도의 기간 제시
- 학술회의는 충실한 준비를 위하여 국내단위와 국제단위를 번갈아 가며 추진(북한 학계와의 교류 방안 추진)
- 국내 학술회의 시에 학술상 및 논문 시상

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 제1회 학술회의 개최 ○ 제1회 학술상 및 우수논문 공모	300
2009	○ 제1회 학술상 및 우수 학술논문 시상 ○ 제2회 학술상 및 우수논문 공모	500
2010	○ 제2회 학술상 및 우수 학술논문 시상 ○ 제3회 학술상 및 우수논문 공모	500
2011~2015	○ 제3-7회 학술상 및 우수 학술논문 시상 ○ 제4-8회 학술상 및 우수논문 공모 - 국제 우수논문 공모를 포함하는 사업 범위 확대	6,000
2015~2020	○ 기존 학술상 및 우수 학술논문 시상 ○ 기존 학술상 및 우수논문 공모	6,000

■ 기대 효과

○ 실학 정신의 심화와 세계화를 도모하며 국내 관련 분야의 학문 발전에 기여

4-2. 전통예술의 진흥 및 활성화

○ 우리나라 각 지역의 민요는 지역적 특성을 반영하고 있어 민요를 분류할 때도 남도 소리, 서도 소리처럼 특정 지역의 명칭을 사용함. 그 중 '경기민요'는 유일하게 도의 명칭이 들어가 있는 경우임. 유사한 사례로 '강원도아리랑'이 있지만 그것은 특정한 노래 하나를 가리키는데 비하여 경기민요는 그 안에 여러 노래를 포함하는 좀 더 넓은 개념으로 경기도 지방에서 불리는 모든 노래를 경기민요로 아우를 수 있음

○ 경기민요는 경기도의 풍요함을 토대로 하고 있어 밝고 흥겨운 것이 특징이며 이 점에서 현대화와 세계화에 다른 전통 민요보다 유리한 조건을 갖추고 있음. 이러한 경기민요를 문화콘텐츠의 원형으로 삼아 이를 현대적 감각으로 재구성하여 현대 한국인의 삶 속에 스며들도록 하고, 나아가 세계적으로 경기도를 표상할 수 있는 소리로 육성하는 사업을 전개하는 것은 경기도 전통문화 자원의 현대화, 세계화하는 방안이 될 수 있음. 이를 위해 남아 있는 경기민요를 조사, 발굴하고 전승을 돕는 데에서 나아가 경기민요에 바탕을 둔 새로운 음악과 노래를 재창조하는 사업을 전개함. 그리고 가칭 '세계 민요 페스티발'과 같은 행사를 지속적으로 개최하여 세계 전통문화유산을 보호 육성하는 데 기여함과 동시에 경기민요의 세계화를 실현하는 통로로 삼음

4-2-1 경기민요를 현대의 소리, 세계의 소리로 집중 육성

■ **사업 목적** : 경기민요를 경기도를 대표하는 소리(음악, 노래)로 삼고 이를 대중화, 세계화하는 사업을 전개하여 국내외적으로 경기도의 이미지를 제고하고 브랜드 가치를 높임

■ 사업 개요

○ 사업 구분 : 경기도립국악단 사업 지원사업, 민간 지원사업, 단계별 추진, 계속사업

○ 사업 내용

- 경기민요 경창대회 개최
- 경기민요를 유명 가수의 레퍼토리화 추진(예: 조용필 - 강원도아리랑)
- 경기민요에 바탕을 둔 새로운 가락의 노래와 각종 음악 작곡, 공연 및 음반으로 보급
- 민간 공연단의 경기민요를 주제로 한 공연물(예: 난타, 점프, 뮤지컬) 개발 지원
- 경기민요를 주제로 한 국내외 학술회의 개최
- (가칭) '전국민요 페스티발'을 경기도에서 개최
- 경기민요를 소재로 한 각종 행사, 축제 기획안 공모, 채택된 기획에 대한 사업 실시

○ 사업 추진 계획

- 명창 등이 참가하는 경기민요 경창대회를 매년 개최하여 경기민요 전승의 계기를 마련
- 유명작곡자에 의뢰하여 유명가수의 레퍼토리에 경기민요가 포함되게 하고, 각종 공연시에 반영
- '경기민요의 현대화'를 경기도립국악단의 주요 사업으로 채택하도록 하여 이를 적극 추진할 수 있도록 지원
- 경기민요의 음악성, 현대화와 세계화의 가능성, 경기민요와 유사한 다른 나라 근기지방의 민요와의 비교 등 다양한 내용의 학술회의를 개최하여 연구 수준을 높이고, 학계의 관심 유도
- 민간 공연단에 대해 경기민요를 주제로 한 새로운 작품을 공모하여 우수 작품에 대해 국내외 공연을 지원하고, 해외 유명 페스티벌 등에 참가하도록 지원
- 경기민요를 소재로 한 행사, 축제 등의 기획안, 아이디어 등을 공모하여 경기민요의 붐을 조성하고 우수한 기획안이나 아이디어를 반영한 행사를 개최

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 경기민요의 대중화를 위한 각종 사업 전개	200
2009	○ 경기민요 활성화 및 보급 촉진	500
2010	○ 경기민요의 전문화 및 세계화	500
2011~2015	○ 기존 사업 지속 추진	500
2015~2020	○ 기존 사업 지속 추진	500

■ 기대 효과

○ 전통문화를 활용하는 모범사례를 창출하고, 전통문화유산의 보호, 육성에 기여

4-2-2. '세계 민요 페스티발' 개최 및 경기민요 세계화

■ **사업 목적** : 해외 순회공연, 국제적 민요축제 등을 통해 경기민요를 해외에 알리고, 경기민요의 고장인 경기도가 세계 여러 나라의 민요 보전을 활성화하는 노력을 보여줌으로써 경기도 문화의 이미지 제고

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 경기도립국악단, 도립교향악단의 사업 지원사업, 계속사업

○ 사업 내용 :

- 경기도립국악단, 도립교향악단 등의 해외 순회공연 지원
- 경기민요를 주제로 한 국내 민간 공연단체의 해외 유명 페스티발 참가 지원
- 세계 민요 페스티발 개최

○ 사업 추진 계획

- 국내외 유명 작곡가 등에 경기민요를 주제로 한 새로운 음악(관현악, 교향악, 합창곡 등) 의뢰
- 의뢰된 곡을 경기도의 도립예술단체들의 주요 공연 레퍼토리로 삼아 해외 순회공연을 추진
- 음반 보급, '워매드 페스티발(Womad Festival)' 참가 등을 통해 경기민요를 '월드 뮤직'화하는 작업 추진

※ Womad Festival : World of Music and Dance Festival - 영국에 본부를 둔 세계적인 월드 뮤직 페스티발로서 이 축제는 각국의 민속음악이 월드 뮤직으로 발전하기 위한 지름길 역할을 함

- 충분한 준비를 거쳐 해마다 세계민요페스티발을 개최

※ 동아시아 → 동남아시아 → 아시아 등으로 단계별 확대 검토

- 유네스코가 설립하기로 한 '아리랑상(Arirang Prize)'을 세계민요 페스티발 시에 시상하는 방안 추진

※ 아리랑상 ; 유네스코의 '인류구전 및 무형문화유산 걸작 선포제도'에 따라 구전 및 무형유산 걸작 및 그 보존에 기여한 개인이나 단체에 시상

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 민요를 기반으로 한 작곡 모집	100
2009	○ 경기도립국악단 등 해외 순회공연 - 경쟁력 있는 공연단 구성 및 운영	500
2010	○ 세계민요 페스티발 개최	800
2011~2015	○ 기존 사업 진행	4,000
2015~2020	○ 기존 사업 진행	4,000

■ 기대 효과

○ 경기도의 전통문화유산인 경기민요의 현대화와 세계화를 촉진

○ 아직 '종족음악'(ethnic music)에 머물러 있는 우리나라의 민요를 월드뮤직(world music)으로 발전시켜 세계의 보편적 음악으로 자리잡게 하는 계기

○ 나아가 세계 여러나라의 민요 보전과 전승의 활성화에 기여

4-3. 역사문화유적의 정비

○ 역사문화유적은 지난 시대 삶과 역사의 자취가 배어있는 유형의 유산으로서 역사의 재구성과 교육, 그리고 문화관광의 주요한 자원이나, 그 동안 정부 혹은 각 지자체 단위의 역사유적에 대한 정책은 보존과 발굴에 급급해왔으며, 그나마 산업화와 개발에 따른 유적의 훼손과 멸실에 대한 긴급한 대응이 주를 이루었음

○ 경기도는 역사 초기부터 현재에까지 이르는 동안 우리나라의 중심지로서 1,500여년의 역사를 이어오는 동안 남겨진 수많은 문화유적을 보유하고 있나, 체계적인 정비를 통해 독자적인 문화유적권을 형성하지 못해 타 시도에 비해 경기도의 지역 유적 정비사업에 대한 투자는 미흡한 실정임

○ 또한 남한산성이나 화성 등 조선시대의 유적에 집중한 결과 이들 역사문화유적을 교육과 관광의 자원으로의 활용하는 방향은 어느 정도 정립되었으나 고려시대 이전의 유적에 대한 관심은 상대적으로 소홀했음. 그러나 분단 너머 개성지역을 포괄하는 경기도에는 고려시대의 유적은 물론, 남한에서는 거의 유일한 고구려 유적 및 한성백제 시대의 유적이 분포하고 있으며, 특히 우리나라 구석기 시대의 편년을 획기적으로 끌어올린 전곡리 구석기 유적도 경기도에 소재하고 있음

○ 한편 남북관계의 진전과 개성공단의 활성화에 따라 개성 지역이 새롭게 주목받고 있는 가운데, 개성과 인근 지역의 고려시대 유적에 대한 관심이 증대되고 있고, 개성은 그동안 분단현실 아래에서는 잊혀졌지만 경기도의 정체성에 주요한 지위를 차지하고 있는 곳으로 개성지역의 문화유산을 매개로 남북 간의 협력을 적극 추진함으로써 남과 북이 공유할 수 있는 교육과 관광의 자원을 확충하고, 경기도 정체성의 주요한 영역을 개성으로까지 확대하는 데에 관심을 가질 필요가 있음

4-3-1 한성백제와 고구려시대 유적 조사, 발굴 정비

■ **사업 목적** : 경기도에 분포하고 있는 한성백제와 고구려 시대의 유적을 조사, 발굴, 정비하여 문화유산을 보전하고, 이를 교육과 관광의 자원으로 활용하며, 이러한 과정을 통해 조선시대에 한정된 경기도에 대한 역사 인식의 폭을 확대함

■ **사업 개요**

○ 사업구분 : 민간(기전문화재단) 사업 지원사업, 5년 단위 사업

○ 사업 내용 :

- 경기도 광주를 중심으로 한 한성백제 시대 유적의 조사, 발굴, 정비
- 경기도 북부(연천, 파주)에 산재하고 있는 고구려시대 유적(관방 유적)의 조사,

발굴, 정비

○ 사업 추진 계획

- 한성백제 및 고구려시대 유적 정비 5개년계획 수립(외부 용역)
- 해당 지역에 대한 종합 지표 조사 실시
- 멸실 위험 유적에 대한 발굴과 보존 대책 마련
- 자원화 가능한 유적 선정, 우선 발굴 시행 및 정비 계획 수립
- 보전과 발굴 가치가 있는 유적에 대한 발굴 실시

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 조사 발굴 5개년 계획 수립 ○ 지표조사 실시 ○ 멸실 위험 유적에 대한 대책 마련	3,000
2009	○ 멸실 위험 유적 발굴, 보존 대책 시행 ○ 자원화 계획 수립	10,000
2010	○ 유적 발굴 ○ 자원화 가능한 유적 우선 발굴, 정비	10,000
2011~2015	○ 유적 발굴 ○ 자원화 가능한 유적 우선 발굴, 정비	50,000
2015~2020	○ 유적 자원 콘텐츠화 ○ 유적 보존 및 관광자원화	10,000

■ 기대 효과

○ 경기도가 보유한 문화유적의 양과 질을 확충하고, 멸실 위험에 처한 해당 문화유적 보존

○ 경기도의 역사적 시공간 범위 확대

4-3-2. 회암사지, 남한산성, 전곡 구석기유적의 집중 정비

■ **사업 목적** : 경기도가 보유하고 있는 역사문화유적 중 이들 3대 유적을 집중적으로 정비하여 교육 및 관광의 자원으로 활용

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 기 추진 중인 사업

○ 사업 내용

- 기 추진 중인 회암사지와 남한산성 유적에 대한 정비 사업의 마무리
- 인지도와 접근성이 떨어지는 회암사지에 대한 효과적 홍보 및 이벤트 행사 추진
- 전곡 구석기유적지 인근에 구석기유물 전시관, 체험관 건립
- 전곡 구석기유적지 접근로 정비, 주차장 등 관람객 편의시설 마련

○ 사업 추진 계획

- 남한산성 성곽 정비, 행궁권역 조성 완료
- 회암사지 발굴, 정비 사업 계속 추진
- 전곡 구석기유적 정비 및 활용, 회암사지 활용 종합 계획 수립(용역)
- 구석기유적지 인근에 전시관 및 체험관 건립, 편의시설 마련

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 남한산성 정비 사업 완료 ○ 전곡 구석기 유적 및 회암사지 정비 및 활용에 관한 종합계획 수립	5,000
2009	○ 회암사지 정비사업 완료 ○ 전곡 구석기 유적지에 전시관, 체험관 건립 시공	30,000
2010	○ 전곡 구석기 유적지 정비사업 완료	30,000
2011~2015	○ 회암사지 관광자원화 계획 수립 ○ 전곡 구석기유적지 활성화 방안 마련 ○ 전곡 구석기 박물관 운영	10,000
2015~2020	○ 구석기 특별 전시 개최 ○ 각종 행사 진행	10,000

■ 기대 효과

○ 경기도의 주요 역사문화자원을 확충하여 교육과 관광의 자원으로 활용

○ 특히 상대적으로 낙후된 경기북부 지역의 발전에 기여

4-3-3. 북한산성 행궁지 복원 추진

■ **사업 목적** : 자연재해와 관리소홀로 인해 멸실된 역사문화유적을 복원함으로써 경기도의 문화유산 보전에 대한 모범 사례를 창출하고, 경기도의 교육과 관광 자원을 확충하며, 유네스코 세계문화유산 등재를 추진하여 경기도 문화유산의 세계화를 도모함

■ **사업 개요**

○ 사업구분 : 문화재청, 국립공원관리공단 협의, 고양시 협력사업, 5년 연차적 추진 사업

○ 사업 내용

- 행궁지 지표 조사
- 복원사업에 대한 예비타당성 조사
- 시범 발굴 및 복원계획 수립
- 행궁 복원
- 남한산성과 함께 유네스코 세계문화유산 등재 추진

○ 사업 추진 계획

- 예비타당성 조사 연구 용역
- 문화재청, 국립공원관리공단, 고양시 등 관계 기관 협의
- 지표조사
- 시범 발굴
- 복원계획 수립
- 행궁 복원

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 예비 타당성 조사 ○ 지표조사	1,000
2009	○ 시범 발굴 ○ 복원계획 수립	1,000
2010	○ 행궁복원	15,000
2011~2015	○ 행궁 복원	15,000
2015~2020	○ 행궁을 활용한 사업 전개 – 고건축 심포지엄, 행궁의 역사적 의의, 관광자원화 등	2,000

■ 기대 효과

○ 행궁을 복원함으로써 전체 북한산성의 원형 복원을 이룩함으로써 경기도, 나아가 우리나라의 2대 산성인 남한산성과 북한산성의 원형 복원

○ 경기도 문화관광 자원 확충

4-3-4. 역사문화유적의 교육 및 관광 자원화 계획 수립

■ 사업 목적 : 역사문화 교육을 통해 내셔널트러스트(National Trust) 운동을 확산하고, 문화유산 보존 운동을 통해 문화유산 교육 활성화와 관광자원화에 역점을 두고자 함

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 민간 위탁(경기관광공사), 용역 연구 및 개발 운영 사업

○ 사업 내용 :

- 경기도 역사문화유적의 교육 및 관광자원 가능 예상 자원에 대한 기초 정보 수집
- 대상 자원 선정 및 자원화 계획 수립
- 대상 자원에 대한 접근로, 주차장, 편의시설 등 정비
- 경기도 문화유적 지도 및 안내 책자 발간, 인터넷 등을 활용한 홍보
- 경기도 문화유적 탐방 코스와 프로그램 개발
- 경기도 문화유적 탐방 프로그램 운영

○ 사업 계획

- 경기도 역사문화유적의 교육 및 관광자원화 계획에 대한 연구 용역 발주
- 경기도 문화유적 지도 및 안내 책자 발간, 학교와 도서관 등에 배포
- 홍보 및 탐방 코스, 프로그램 개발
- 탐방 프로그램 운영자 선정

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 기초 정보수집 및 연구용역 발주 ○ 대상 자원 선정 및 정비 계획 수립	150
2009	○ 대상 자원 정비 개발 ○ 코스 및 관광 프로그램 개발 ○ 안내책자 등 배포 및 홍보	150
2010	○ 관광 프로그램 운영 ○ 관광 콘텐츠 추가 개발	150
2011~2015	○ 기존 사업 운영	1,000
2015~2020	○ 기존 사업 운영	1,000

■ 기대 효과

○ 경기도의 역사문화유적을 교육 및 관광자원으로 개발한다. 문화유적에 대한 도민들의 관심과 이해 제고

4-3-5. 개성 지역 문화유산 공동 조사, 발굴 추진

○ 개성지역은 고려시대의 왕도로서 다양한 문화유적이 남아 있으나, 지금까지의 남북대치상황과, 북한의 경제적 어려움으로 인해 개성지역 문화유적의 조사, 발굴은 거의 실시되지 못했음. 하지만, 개성공단이 가동되는 등 남북의 화해·협력 분위기가 진전되고 있으며 특히 2007년 10.4 남북정상선언 이후로 남북관계가 크게 진전되면서 개성지역의 중요성이 커지고 있음

○ 또한 현대아산이 사업 주체가 된 개성지역 관광사업이 본격적으로 전개될 예정이나 중앙정부 단위의 남북 협력 사업에는 많은 제약이 따를 수밖에 없으며 향후 국내외적 변수에 따라 부침을 겪게 될 수도 있음

○ 하지만 경기도의 북한 농업 협력 사업 사례가 시사하듯이 지방정부 단위의 남북협력 사업은 상대적으로 부침이 적을 뿐 아니라 개성지역은 예로부터 경기도의 관할 지역이므로 북한 측으로서도 이를 받아들이는데 거부감이 덜할 것임

■ **사업 목적** : 개성지역의 문화유적에 대한 남북공동 조사·발굴 사업을 추진함으로써 남북의 화해·협력에 기여함과 동시에 경기도의 정체성 확대 및 관광자원의 확충을 도모함

■ **사업 개요**

○ 사업구분 : 기획 추진 사업(혹은 기전문화재연구원 위탁 사업)

○ 사업 내용 :

- 사전 준비 사업 및 남북 협력 모색
- 북측과 공동조사 및 발굴에 대한 협약 체결
- 지표조사 등 예비사업 공동 실시
- 시범 지역 발굴 및 조사보고서 발간, 발굴 유물 공동 전시
- 향후 계획 수립

○ 사업 추진 계획

- 만월대 등 시범 지역 선정 및 기초 정보 수집
- 통일부 등 관계기관 협의 및 북측과 협의 통로 개발 및 회담 개최
- 대상 지역 지표 조사
- 대상 지역 발굴 및 조사보고서 발간, 발굴 유물 공동 전시

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 대상지역 선정 및 기초정보 수집 ○ 관계기관 협의 및 대북 접촉 ○ 북측과 발굴 공동 협약 체결	300
2009	○ 지표조사 실시 ○ 시범 지역 발굴 착수 ○ 향후 계획 수립	5,000
2010	○ 시범 발굴 완료 ○ 발굴 보고서 발간 ○ 발굴 유물 공동전시 추진 ○ 유물 활용 계획 수립	10,000
2011~2015	○ 유물 활용한 각종 전시 및 세미나 개최 ○ 유물에 대한 학술 연구추진 ○ 관광 자원화 계획 수립 ○ 추가 발굴 문제 논의 및 결정	5,000
2015~2020	○ 기존 사업 진행 ○ 추가 발굴 실시	5,000

■ 기대 효과

○ 경기도가 주도하는 남북협력의 새로운 사례를 창출하여 남북관계의 진전에 이바지

○ 개성지역의 역사문화유적 발굴을 통해 관련 분야 연구의 발전에 기여

○ 개성 지역에 대한 경기도 정체성 확대 도모

4-4. 역사문화유적의 세계화

○ 우리나라의 역사문화유적은 지난 시기 우리나라의 지정학적 조건 속에서 국제적 관련성이 적어서 국제적인 명소로 되기에는 미흡한 측면이 있었음. 그러나 전곡리 구석기유적은 학술적 가치뿐만 아니라, 발견 과정의 특이성(고고학을 전공한 주한 미군이 최초로 유물 발견, 학계 소개)과 세계적으로도 구석기유적이 많지 않다는 점에서 국제적 명소가

될 수 있는 가능성을 가지고 있고 또한 분단 현실이 남북관계의 진전에 힘입어 평화, 협력체제로 전환되면서 DMZ 지역의 생태적 가치가 세계적으로 주목을 받고 있으며 향후 남북관계의 진전에 따른 DMZ 지역의 변화가 국제적인 초미의 관심사로 떠오르고 있음

○ 한편 경기도 내에는 6.25로 인한 외국군 관련 지역이 많으며 나아가 도내 여기저기에 미군기지가 산재하고 있으며 지금까지 우리 사회에서는 이들 지역을 '안보'유적으로 보는 관점이 전부였으나 이미 6.25가 경과한지 반세기를 넘긴 지금부터는 발상의 전환이 필요함. 관점을 달리해서 보면 이들 지역은 세계적으로도 유사한 사례가 많지 않은 국제적인 역사유적이며 평화의 상징이 될 수 있고 분단의 상처를 딛고 민주화와 산업화가 성공한 한국, 그 중심에 있는 경기도에 이러한 유적이 많이 있는 것을 경기도 역사유적의 세계화의 소중한 기회로 활용할 필요가 있음

○ 또한 고려시대는 우리 역사에서 가장 세계화된 시대였으며 고려의 수도였던 개성은 당연히 당시 동아시아, 나아가 아랍세계에까지 연결되는 세계화의 중심지였으며 벽란도는 당시 개성에 이르기 위한 국제적 항구였음. 벽란도 유적은 지난 우리 역사 속의 세계화의 한 상징이라 할 수 있으며 그런 점에서 벽란도 유적을 복원하는 것은 '세계 속의 경기도'를 표상하는 역사적 근거가 될 수 있음. 나아가 벽란도 유적은 남북정상공동선언에서 합의된 한강하구와 서해지역 공동 이용을 촉진하는 역할을 할 수 있을 것이며 다른 한편으로는 서서히 개방을 모색하고 있는 북한의 시도에도 부합할 수 있을 것임

4-4-1. DMZ 지역의 세계자연유산 지정 추진

■ **사업 목적** : DMZ 지역의 생태적 가치를 보존하고, 국제적인 명소로 자리잡게 하여 경기도의 세계적 인지도와 이미지를 제고함

■ **사업 개요**

○ 사업구분 : 국방부, 문화재청, 유네스코 공동협력 사업(제주도 사례 참고)

○ 사업 내용

- 도내 DMZ 지역 전부 혹은 일부를 자연유산보전지역으로 지정

- 해당 DMZ 지역에 대한 생태 조사 실시(국내외 전문가로 구성된 조사단의 조사 활동 및 학술 연구 지원)
- 조사 결과를 세계적으로 적극 알릴 수 있는 학술대회 등 개최
- 영어 등 주요 외국어로 된 DMZ에 대한 종합 안내서 발간, 배포
- DMZ 지역 유네스코 세계자연유산 등재 추진

○ 사업 추진 계획

- 도내 DMZ 지역에 대한 자연유산보전지역 가능성에 대한 정보 수집
- 관계기관협의(필요시 특별법 제정, 조례 제정 추진)
- 도내 DMZ 일부 지역에 대해 '자연유산보존 시범지역' 지정
- 해당지역에 대한 국제적 조사단 구성, 생태조사 실시
- 도내 DMZ 지역에 대한 학술 연구 지원, 국제학술대회 개최, 학술지(Journal of the DMZ of Korea) 발간
- 도내 DMZ 지역에 대한 외국어판 종합 안내서 발간, 해외 관련기관, 도서관 등에 배포
- 유네스코 세계자연유산 등재 추진

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 정보 수집 및 관계 기관 협의 ○ 자연유산보존 시범 지역 지정 ○ 국제적 조사단 구성	300
2009	○ 생태조사 실시 ○ 학술연구 지원 ○ 학술지 발간	700
2010	○ 국제 학술대회 개최 ○ 종합안내서 발간, 배포 ○ UNESCO 세계자연 유산 등재 추진	500
2011~2015	○ 기존 사업 추진 ○ UNESCO 세계자연 유산 등재 ○ DMZ의 문화적 및 환경적 의미를 부각시키기 위한 정기 국제 학술대회 개최	2,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	2,000

■ 기대 효과

○ DMZ 지역의 생태적 가치에 대한 국내외적 관심을 환기하고, 학술연구를 활성화

○ 세계자연유산 등재를 추진하여 경기도의 국제적 인지도와 이미지를 제고

4-4-2. 전곡리 구석기유적의 문화콘텐츠화 및 국제적 명소화

■ **사업 목적** : 전곡리 구석기유적을 문화콘텐츠의 원형으로 활용하여 세계적인 문화콘텐츠를 산출하며, 해당 유적지를 국제적인 명소로 만들어 교육 및 관광자원으로 활용

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 도 기획사업(가칭 '경기문화유산콘텐츠개발원'의 역점 추진사업)

○ 사업 내용 :

- 구석기시대 유물을 소재로 한 영상물 제작(가칭, '돌을 찾아서' - 프랑스 '불을 찾아서' 참조)
- 전곡리 구석기유물의 발견 과정에 대한 다큐멘터리, 드라마 제작 지원
- 구석기시대에 대한 국제적 학술회의 개최
- 전곡리 구석기유물, 유적에 대한 학술연구 지원
- 해외 구석기 전문가, 전공자들의 전곡리 유적 탐방 지원

○ 사업 추진 계획

- 공개모집 지원과 자체 기획 병행
- 방송용 영상물 제작, 국내외 주요 방송에서 방영 유도
- 전곡리 구석기 유물, 유적에 대해 국제 학술지에 발표 및 해외 연구자 지원
- 해외 연구자 전곡리 구석기 유적지 탐방 지원
- 국제 학술회의 개최

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 영상물 제작 계약 ○ 해외 연구자 탐방단 유치 ○ 연구 지원 계획 홍보, 연구계획서 심의	500
2009	○ 해외연구자 탐방지원 ○ 국제 학술회의 개최 ○ 주요 학술연구 성과에 대한 지원	500
2010	○ 영상물 제작 완료, 방영	500
2011~2015	○ 기존 사업 추진	2,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	2,000

■ 기대 효과

○ 전곡리구석기 유적을 세계적인 명소로 홍보하며, 국제적 연구를 촉진하고, 관련 문화산업을 활성화

4-4-3. 벽란도 유적 복원 추진

■ 사업 목적 : 고려시대의 국제적 항구였던 벽란도 유적지의 복원을 추진하여 경기도 세계화의 역사적 상징 장소로 자리매김하며, 향후 교육 및 관광자원으로 활용

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 자체기획사업, 남북협력 사업, 단계별 추진사업

○ 사업 내용 :

- 사전 준비 사업 및 남북 협력 모색
- 북측과 공동조사 및 복원에 대한 협약 체결
- 벽란도를 주제로 한 남북공동학술대회 개최
- 지표조사 등 예비사업 공동 실시
- 벽란도에 대한 연구 및 현지 답사 지원

- 벽란도에 대한 대중적 해설서 발간 지원
- 복원사업 착수
- 향후 활용계획 수립

○ 사업 추진 계획

- 해당 지역 현황 등에 대한 기초 정보 수집
- 통일부 등 관계기관 협의 및 북측과 회담 개최
- 벽란도를 주제로 한 남북공동학술회의 개최
- 대상 지역 지표 조사
- 벽란도 관련 연구 계획 공모 및 현지 답사 지원
- 대중적 해설서 발간
- 복원 사업 추진
- 활용계획 수립(연구 용역)

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 해당 지역에 대한 기초 정보 수집 ○ 예비 타당성 조사 ○ 관계기관 협의 및 대북 접촉 ○ 벽란도에 대한 대중적 해설사 발간	1,000
2009	○ 북측과 복원 사업에 대한협약 체결 ○ 연구 계획 공모 및 답사 지원 ○ 남북 공동 학술회의 개최 ○ 지표조사 실시	5,000
2010	○ 복원 사업 추진 ○ 활용 계획 수립	5,000
2011~2015	○ 유적 활용 및 관광 자원화	2,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	2,000

■ 기대 효과

○ 경기도가 주도하는 남북협력의 새로운 사례를 창출하여 남북관계의 진전에 이바지

○ 관련 분야 연구의 발전에 기여

○ 경기도의 세계화 추진 사업에 대한 역사적 근거를 확보하여 동사업의 위상을 제고

○ 향후 다양한 교육 및 문화산업, 관광의 자원으로 활용

4-4-4. 도내 6.25 관련 외국군 유적지의 국제적 명소화

■ **사업 목적** : 도내의 관련유적지(예: 파주 영국군 묘지, 포천 태국군 주둔지, 가평 가이사중학교, 오산 죽미령전투 유적지 등) 미군주둔지 등을 경기도의 국제적 역사문화유적이라는 관점에서 접근, 개발하여 세계적인 특수 관광자원으로 활용

■ **사업 개요**

○ 사업구분 : 자체 기획사업(경기관광공사 위탁사업)

○ 사업 내용 :

- 현황 및 실태 조사
- 사업 타당성 조사 연구
- 관련 유적지 경험자(UN 참전군인 유족, 주둔 미군 제대자)에 대한 홈컴밍 행사 개최
- 관련 유적지에 표석 및 안내판 설치(영어, 해당국 언어)
- 관광자원으로 활용할 수 있도록 접근로, 주차장 등 편의시설 확충

○ 사업 추진 계획

- 자체기획 및 외부 용역 병행
- 해당 유적의 현황 및 실태 조사
- 사업의 타당성에 대한 연구 용역
- 관련 외국인에 대한 홈커밍 사업 실시(2010년 6.25 60주년 기념)
- 관련 유적지에 표석 및 안내판 설치, 홍보물 비치
- 관련 유적지 주변 정비 및 편의시설 등 개발

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 현황 및 실태 조사 ○ 타당성 조사 연구 용역 발주 ○ 사진 등 관련 자료 수집	100
2009	○ 대상 자원 정비 개발 계획 수립 ○ 사업 국제 홍보 ○ 홈커밍 시범 방문단 조직, 시범 방문시행 ○ 표석 및 안내판 설치 ○ 주변 정비 및 편의시설 등 개발 ○ 사진 등을 중심으로 한 관련 자료의 국내외 순회전시	300
2010	○ 홍보물 발간 ○ 홈커밍사업 실시 ○ 관련 UCC 공모 ○ 관련 다큐멘터리, 드라마 등 제작, 해외 방영 유도	300
2011~2015	○ 기존 사업 추진	500
2015~2020	○ 기존 사업 추진	500

■ 기대 효과

○ 경기도에 산재한 관련 유적 등을 세계적으로 특수한 역사문화유적지로 개발하여 문화관광자원으로 확충

○ 한국의 평화 염원을 전 세계에 확산

○ 경기도의 인지도와 이미지를 제고

4-5. 경기문화유산콘텐츠 개발

○ 지금까지의 문화재정책은 보존·관리에만 치중하여 이를 활용하려는 노력이 소홀했으며, 이는 근본적으로 문화재의 보존과 관리 업무만으로도 벅찬 것이 일선 행정의 여건인데서 기인하는 것이지만 한편으로는 행정의 체계나 문화가 활용에 대한 관심을 제약해 온

측면도 있음. 경기도에서도 문화정책 계획상에서는 '역사유적 및 문화재 원형 보전을 통한 경기문화 정체성 확립', '전통문화 향유공간으로의 정비 및 교육·관광자원화'를 표방한 바 있지만(경기비전 2006), 현행 문화재 행정으로는 이러한 목적을 달성하기 어려움

○ 또한 경기도는 급속한 산업화와 도시화 및 도로 등의 개발로 인해 근대문화유산의 멸실이 아주 빠르게 진행되고 있으며, 최근 근대문화유산의 중요성이 새롭게 주목받고 있는데 반해 아직 그에 대한 대책이 부족하여 이 역시 현행 문화재행정으로는 적극적인 대책을 세우기 힘듦. 문화재를 중심으로 한 문화유산은 전통시대의 삶의 축적이 담긴 문화콘텐츠의 보물창고로서 근대 이전과 근대의 문화유산 모두 다양하게 활용될 수 있으며 이러한 점에서 기존의 보존·관리 위주의 문화행정 체계와는 별도로 문화유산을 문화콘텐츠로 개발, 활용하며 지정되기 이전의 근대문화유산을 관리할 수 있는 가칭 '경기문화유산콘텐츠 R&D 센터'를 설립, 운영할 필요가 있음

4-5-1. 문화유산콘텐츠 R&D 센터 설립, 운영

■ **사업 목적** : 문화유산을 효과적으로 활용하기 위해 이를 문화콘텐츠로 개발하고 멸실 위험에 처한 지정 이전 단계의 근대문화유산을 효율적으로 관리하고자 함

■ **사업 개요**

○ 사업구분 : 자체 기획 사업

○ 사업 내용

- 새로운 부설 기관 설립, 운영
- 동센터를 통해 유무형의 전통문화유산을 조사, 연구하며 문화콘텐츠로 개발
- 문화유산에 대한 학술연구 및 교육 지원 활동의 허브 기관으로 육성

※ 향후 현재의 기전문화재연구원과 통합 운영, 혹은 일부 사업 이관 검토

○ 사업 추진 계획

- 문화유산콘텐츠 R&D 센터 설립, 운영 계획 연구 용역
- 문화유산콘텐츠 R&D 센터 개원
- 문화유산콘텐츠 R&D 센터 사업 시작

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 문화유산콘텐츠 R&D 센터 설립, 운영 계획 연구 용역	200
2009	○ 문화유산콘텐츠 R&D 센터 개원	500
2010	○ 문화유산콘텐츠 R&D 센터 사업 시작	1,000
2011~2015	○ 기존 사업 추진	5,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	5,000

■ 기대 효과

○ 전통 문화유산의 활용과 문화콘텐츠 개발을 촉진하여 관련 문화산업 활성화

○ 지정 이전 단계의 근대문화유산을 효율적으로 관리

○ 현행 문화재 행정이 미치지 못하는 영역을 담당함으로써 도의 문화정책을 효과적으로 보완

4-5-2. 근대문화유산 데이터베이스 구축

■ 사업 목적 : 근래에 근대문화유산에 대한 관심이 높아지고, 효율적인 보존과 관리의 필요성이 대두되고 있으나 그를 위한 기본 실태 파악조차 제대로 되어 있지 못한 것이 현실로 이러한 문제점을 타개하기 위해 도내의 근대문화유산을 전반적으로 조사하여 이를 DB로 구축하여 현황 및 실태 파악에 활용하고, 지속적인 모니터링을 실시하여 그 결과를 DB 자료의 업그레이드에 반영하여 근대문화유산을 효율적으로 관리, 활용할 수 있도록 함

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 자체기획사업(기전문화재연구원 위탁 사업)

○ 사업 내용

- 자료 수집 및 DB 프로그램 설계
- DB 구축
- 온라인을 통한 DB 자료 서비스
- 수록 자료의 지속적인 관리와 업데이트

○ 사업 추진 계획

- 외부 용역 사업
- 추진 및 사업 시행은 기전문화재연구원에서 하되, DB 운영은 향후 설립될 문화유산콘텐츠 R&D 센터로 이관
- DB 프로그램 설계 및 구축과 자료 수집을 구분하여 용역 발주
- DB 구축 완료 및 온라인 서비스 시작

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 자료 및 DB 설계를 위한 외부 용역 사업	200
2009	○ DB 운영은 향후 설립될 문화유산 콘텐츠 R&D 센터로 이관 ○ DB 프로그램 설계 및 구축과 자료 수집을 구분하여 용역 발주	100
2010	○ DB 구축 완료 및 온라인 서비스 시작	100
2011~2015	○ 기존 사업 추진	500
2015~2020	○ 기존 사업 추진	500

■ 기대 효과

○ 근대문화유산의 현황에 대해 조사하여 실태를 파악하고 자료를 확보할 수 있으며 효율적인 관리 방안을 마련

○ 관련 IT 산업의 활성화에 도움

문화예술분야

목표 2 _ 문화예술 창조력 신장

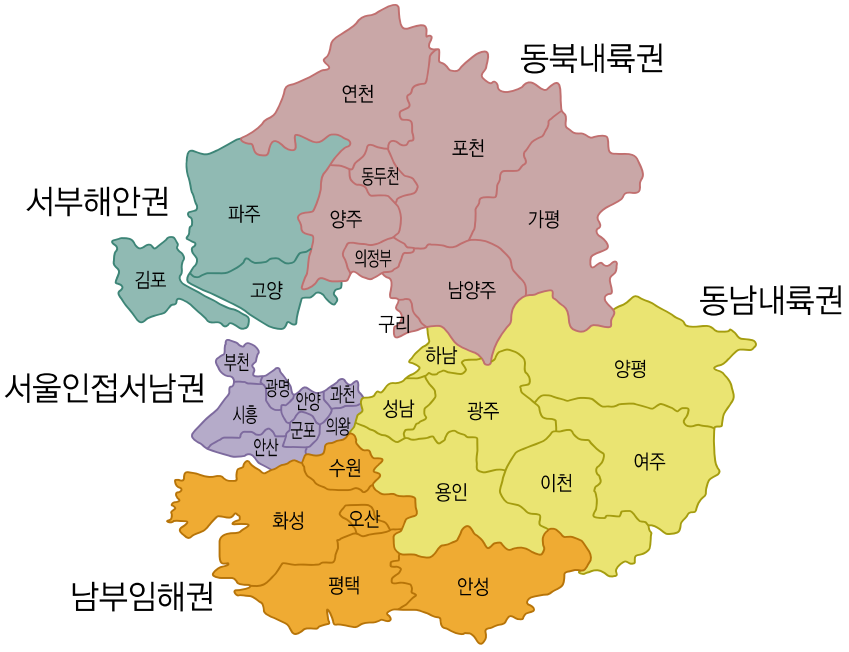
1. 현황 및 필요성(배경)

1-1. 경기도 문화예술 환경의 특성

○ 경기도는 국토의 10.1%를 차지하고 국민의 22.3%가 살고 있으며, 도시와 산간, 해안, 평야지방이 골고루 섞여있는 31개의 시군으로 구성되어 있음

○ 총면적이 10,184㎢로 북쪽으로는 86㎞의 휴전선에 서쪽으로는 332㎞의 해안선에 접해 있으며, 동쪽으로는 강원도, 남쪽으로는 충청도와 인접해 있고 그 중앙에는 서울을 품고 있는 형상으로, 거주 환경에 따라 크게 서울인접 서남권, 서부 해안권, 동북내륙권, 동남내륙권, 남부 임해권 등 5개 권역으로 나눌 수 있음

경기도 지역 권역 구분

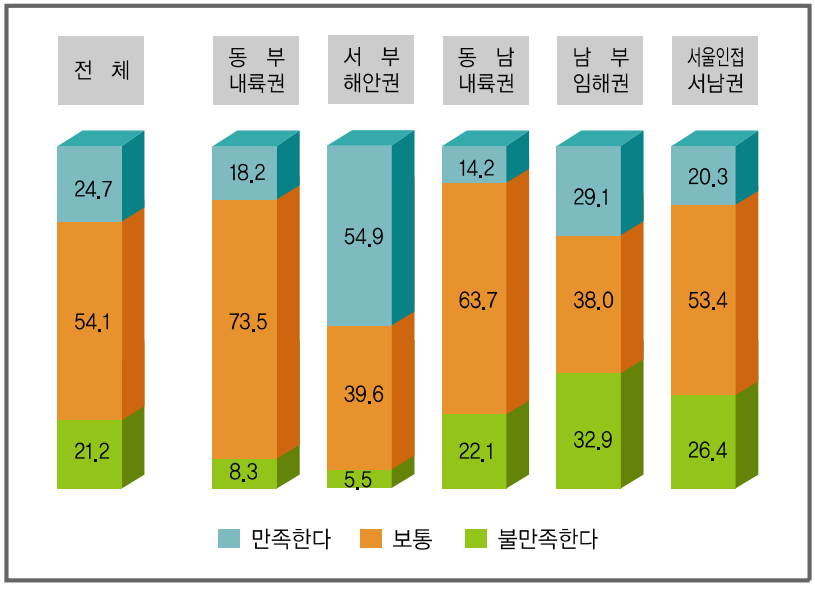


○ 경기(京畿)는 서울의 주변지역이라는 의미로 수도권이며, 도민의 80%가 외지인 출신으로 향토문화에 대한 의식이 약하고 정서적 문화적으로 다른 지역보다 다양한 배경을 지

니고 있음. 경기도라는 하나의 행정구역으로 묶여있지만, 도시와 농촌의 정서가 다르고, 서울을 중심으로 경기 남부와 경기 북부의 문화적 배경이 다름. 여기에 남북 대치상황에 따른 군부대와 주한 미군부대의 주둔, 외국인 근로자 등 다양한 문화적 향유계층이 존재함

○ 2007 경기도민 문화향수실태조사에 따르면, 경기도민의 문화환경 만족도는 거주하는 권역별로 큰 차이가 있는 것으로 나타났음. 김포, 고양, 파주 등 서부해안권의 경우 만족한다는 응답비율이 54.9%로 다른 지역에 비해 크게 높은 반면, 동북내륙권(18.2%)과 동남내륙권(14.2%)은 낮은 수준에 머물렀고 남부임해권은 만족한다는 의견이 29.1%로 높은 수준이면서 불만족한다는 의견도 32.9%로 가장 높아 지역 내 문화환경 만족도가 양극화된 현상을 보여주고 있음

〈표 1〉 경기도 권역별 거주자 문화환경 만족도 (%)



○ 이처럼 지리적·문화적 다양성을 간직하고 있는 경기도의 문화환경적 특성은 문화정책에 있어서 세밀한 접근을 요구하고 있음. 일반적으로 향유자를 위한 문화정책에서 채택하고 있는 '수준 높은 예술작품을 소외지역 주민들에게 관람토록 접근성을 확대하고 대형 예술축제를 활성화하는 것'은 매우 중요지만, 복잡한 경기도의 지역적·환경적 변수

들은 단순한 문화의 민주화정책만으로는 문화기반시설의 활용도를 높이고 지역축제의 참여도를 높이기 어렵게 하는 측면이 있음. 따라서 경기도의 문화환경을 제대로 이해하고 경기도민의 눈높이에 맞는 맞춤형 문화정책을 펼치기 위해서는 경기도민의 문화향유 실태와 문화인식에 대한 진단이 필수적임

1-2. 경기도민 문화향수 실태조사 결과

○ 경기도민은 평일과 주말에 주로 TV나 비디오, 음악감상을 즐기거나 낮잠을 자는 것으로 여가를 보내고 있음. 여가 중 독서를 하는 비율이 평일 29.9%, 주말 13.4%로 비교적 높은 수준을 나타냈고 공연, 전시회, 영화 등 예술작품을 감상하는 비율은 평일 3.3%, 주말 9.1%로 다른 여가활동에 비해 가장 낮은 수치를 보이고 있음

〈표 2〉 주로 하는 여가활동

내 용	평 일(%)	주 말(%)
TV/ 비디오/음악 감상	92.2	73.0
집에서 쉼/ 낮잠	81.1	59.9
인터넷/ 게임	31.6	25.1
독서	29.9	13.4
모임/ 외식	25.7	43.0
레저/ 스포츠 활동	11.1	28.8
쇼핑	6.8	18.5
예술감상	3.3	9.1

○ 문화예술행사의 관람률은 2002년과 비교할 때, 영화를 제외한 모든 장르에서 큰 폭으로 하락하고 있음. 이는 경기도만이 아닌 전국 문화향수실태조사(2006, 문화관광연구원)에서도 비슷한 경향이 나타나고 있어 국가적인 현상으로 볼 수 있음. 문화예술행사 관람률을 전국 평균과 비교하면, 영화 관람률이 9% 높고 전통예술 공연과 문학행사 관람률이 낮음. 이 밖에 다른 장르는 거의 비슷한 수준을 유지하고 있음

〈표 3〉 문화예술행사 관람률(%)

구 분	경기도		전국
	2002	2007	2006
영화상영	66.3	67.9	58.9
연극공연	18.9	8.3	8.1
연예공연(콘서트, 쇼)	21.4	7.5	10.0
미술전시회	23.1	6.5	6.8
클래식음악/오페라	11.6	4.0	3.6
전통예술공연	19.2	2.9	4.4
문학행사	14.4	1.2	4.4
무용공연	6.3	0.9	0.7

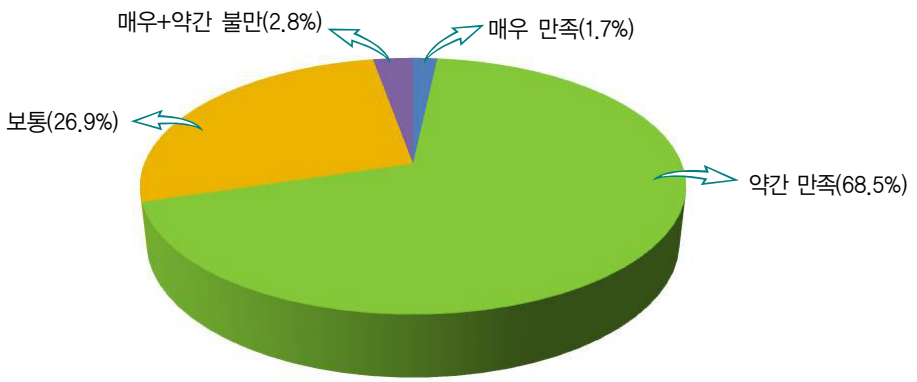
○ 관람 지역별 조사결과를 살펴보면, 영화의 경우 거주 시·군(51.8%)에서 관람하는 비율이 높은 반면, 연극공연, 미술전시회, 클래식연주회 등은 서울 등 경기도 외 지역에서 관람하는 비율이 더 높게 나타나 서울과 문화향유권이 중첩되어 있는 경기도 문화환경의 특수성을 보여주고 있음

〈표 4〉 경기도내 지역별 문화예술행사 관람률(%)

구 분	지 역		
	거주시군	도내 타시군	서울/기타 지역
영화상영	51.8	12.6	22.2
연극공연	3.1	0.7	5.2
연예공연(콘서트,쇼)	4.3	0.4	3.5
미술전시회	2.0	0.8	4.4
클래식음악/오페라	1.2	0.7	2.5
전통예술공연	1.5	0.8	0.9
문학행사	0.6	0.2	0.5
무용공연	0.5	0.3	0.3

○ 문화예술행사에 대한 관람 만족도는 5점 척도로 환산하여 평균 3.69점으로 중상위 수준을 나타내고 있음. 경기도민은 관람한 문화예술행사에 대해 대체로 만족한다(매우만족 1.7%+ 약간 만족 68.5%)는 의견이 다수를 차지하고 있고 불만스럽다는 의견은 2.8%(매우+ 약간 불만)에 그치고 있어 비교적 만족도가 높은 것으로 나타났으나 매우 만족한다는 의견은 불과 1.7%로 매우 적은 수치를 보이고 있음

○ 문화예술 관람시 가장 중요한 기준으로 생각하는 것은 관람비용의 적정성61.8%), 예술행사 내용 및 수준(50.9%) 등이며, 문화예술행사에서 가장 우선적으로 보완되어야 할 점으로는 관람비용을 낮춤(58.5%), 작품의 질을 높임(47.5%) 등이 가장 높게 나타났으며, 그 외 거주지와 가까운 곳에서 열림(43.2%), 보다 자주 개최(30.0%)의 순으로 응답하여 관람비용 - 작품의 질 - 접근성 등이 보완되어야 할 사항으로 인식하고 있었음. 특히 경기도민이 문화예술 관람시 가장 중요한 기준으로 생각하는 부분이 문화예술행사의 가장 보완되어야 할 점과 일치하고 있는 점은 앞으로 지원정책 수립시 참고해야 할 사항으로 판단됨



〈그림 1〉 문화예술행사 관람 만족도

〈표 5〉 문화예술행사 관람시 고려사항

문화예술관람시 가장 중요한 기준		가장 우선적으로 보완되어야할 점	
항 목	복수응답(%)	항 목	복수응답(%)
관람비용의 적절성	61.8	관람비용을 낮춤	58.5
예술행사의 내용 및 수준	50.9	작품의 질을 높임	47.5
작가, 출연진 유명도	39.7	거주지와 가까운 곳에서 열림	43.2
행사개최 장소 유명도	25.3	보다 자주 개최	30.0
교통의 편의성	22.2	행사 정보 폭넓게 확산	15.8
기타	-	이해하기 쉬운 행사내용 확대	4.8

○ 경기도민의 문화예술행사 관련 월 지출 비용은 1만원 미만 44.2%, 1만원~5만원 미만이 41.0%로 대부분 월 평균 5만원 이내에서 관람료를 쓰고 있는 것으로 나타났음. 문화예술 관련 지출항목을 살펴보면, 책·잡지 구입 및 대여(59.5%), 영화관람(44.8%), 비디오테이프/DVD 구입 및 대여(36.3%)의 순으로 가장 많이 지출하고 있는 것으로 조사되었음. 반면, 앞으로 지출을 희망하고 있는 항목은 영화관람(39.9%), 연극·뮤지컬 관람(39.0%), 연예 콘서트 및 쇼관람(24.9%), 각종 전시회 관람(24.3%)의 순으로 나타나 현재 지출항목과 대비되고 있음. 향후 지출 희망항목에서 연극 및 전시회 관람이 높은 비중을 나타낸 것은 앞으로 관련 프로그램 개발 등을 통해 잠재관객을 끌어낼 수 있다는 기대를 갖게 함

〈표 6〉 문화예술행사 관련 지출 및 지출희망 항목(복수 응답)

항 목	지출(%)	지출 확대희망(%)
책·잡지 구입 및 대여	59.5	12.5
영화관람	44.8	39.9
비디오테입 구입 및 대여	36.3	36.3
음반테이프 및 CD구입	34.4	10.6
각종 전시회 관람	4.0	24.3
연예(콘서트, 쇼) 관람	2.3	24.9
연극(뮤지컬 포함)관람	2.0	39.0
서양 고전음악회 관람	1.0	11.6
예술강좌 교육·강습비	0.7	10.9
전통음악회(국악, 민속놀이) 관람	0.5	13.0
무용 관람	0.1	4.5
없다	2.4	0.2

○ 경기도민의 문화예술 관람비율이 타 지역과 비슷한 수준을 보여준 반면, 문화예술 참여·교육활동은 타 지역에 비해 열악한 수준을 보여주고 있음

○ 도민의 문화예술 창작·발표활동 경험은 전체의 2.8%에 불과하며 전 장르가 1%를 넘지 못하는 수치를 나타내고 있음. 다만 향후 참여 의향은 19.6%로 매우 높아 이 부분에 대한 문화정책의 뒷받침이 필요하다고 여겨짐. 장르별로는 영화(10.1%), 연극(5.8%), 연예(7.1%), 미술전시(4.4%) 등으로 문화예술을 직접 창작하고 발표하는 활동에 참여하겠다는 의욕이 크나 현실적으로 경험은 적은 상황임

〈표 7〉 도민의 문화예술 창작·발표활동

구 분	창작발표활동	
	경험(%)	창작·발표 의향(%)
창작·발표 전체	2.8	19.6
미술전시회	0.7	4.4
영화상영	0.7	10.1
전통예술공연	0.4	3.8
연극공연	0.3	5.8
무용공연	0.3	2.2
문학행사	0.2	1.5
클래식음악·오페라공연	0.2	2.9
연예(콘서트 등)공연	0.2	7.1

○ 문화예술 동호회에 참여 여부를 묻는 질문에 참여하고 있다고 응답한 도민은 19.2%였는데, 그중 레저·스포츠(11.1%)와 오락·게임(5.4%)을 제외하면 실제 문화예술활동에 대한 동호회 참여율은 극히 저조한 것으로 파악됨. 다만, 향후 참여하겠다는 희망을 피력한 도민은 현재 참여하고 있는 수의 3~5배에 이르고 있어 이 또한 의미 있는 수치로 해석할 수 있을 것임

〈표 8〉 문화예술 동호회 참여활동

구 분	동호회 활동	
	참여(%)	참여 의향(%)
참여 전체	19.2	53.2
레저/스포츠	11.1	35.4
오락/게임	5.4	10.9
생활취미활동	3.1	15.7
영화/비디오	2.4	8.4
방송/연예	1.4	5.3
미술	1.3	4.3
연극	0.9	5.2
답사	0.9	6.7

○ 경기도민 중 문화예술교육 강좌나 강습에 참여하여 수료한 사람은 경기도민의 4.7%로 미술 분야가 2.0%, 클래식 음악강좌 1.0%, 문학강좌 0.9%의 순으로 나타나 저조한 수치를 보이고 있으나 수강의향을 묻는 질문에서 27.3%가 향후에 수료할 의사가 있다고 응답하여 문화예술교육 강좌 및 강습에 도민의 관심이 큰 것으로 나타났음
특히 수강의향에 대한 조사에서 영화, 역사 및 문화유산, 미술 분야가 7% 이상의 높은 수치를 보였으며, 복합적 체험활동, 전통예술, 클래식음악 등이 5% 이상의 도민이 향후 수강할 의사가 있는 것으로 조사됨

○ 문화예술교육 강좌·강습기관에 대한 조사에서는 박물관, 문예회관, 복지회관 등 공공문화기관 수강률이 38.8%로 월등하게 높으며, 그 외 사설학원 및 강습소 17.0%, 대학교 부설 사회문화교실 11.4%, 기업 부설 문화센터 10.1%의 순으로 나타났음. 이는 경기도민이 공공문화기관에서 문화예술교육 관련 강좌를 수강하거나 강습받기를 희망하고 있다는 것을 의미함

〈표 9〉 문화예술교육・강좌 참여

구 분	문화예술교육강좌	
	수료경험(%)	수강 의향(%)
전체	4.7	27.3
미술	2.0	7.0
클래식음악, 서양음악	1.0	4.5
문학	0.9	2.8
전통예술	0.6	5.4
무용	0.5	2.0
복합적 체험활동	0.4	5.6
영화	0.4	7.9
역사 및 문화유산	0.3	7.5
연극	0.2	2.7

○ 경기도민 10명 중 3명은 도내 문화시설을 이용하고 있음. 이는 전국 평균(41.9%)에 훨씬 못 미치는 수치로 경기도의 문화시설 인프라가 타 시도에 비해 결코 떨어지지 않음에도 불구하고 문화시설의 활성화가 아직 미흡함

○ 시설별로 이용률을 비교하면, 도서관의 경우 13.8%로 전국 평균 12.8%를 상회한 반면, 박물관・미술관(6.6%), 문화예술회관(5.3%) 등 주요 문화접근 시설은 전국 평균의 절반 수준에 못 미치는 이용률을 보이고 있음

〈표 10〉 경기도내 문화시설 이용률(%)

구 분	경기도		전국
	2002	2007	
전체		30.0	41.9
도서관(학교 제외)	27.2	13.8	12.8
시군구민회관	22.5	8.5	11.2
박물관/미술관	–	6.6	12.3
문화예술회관	–	5.3	11.3
복지회관・여성회관	9.7	4.7	7.5
청소년회관	7.4	3.3	3.6
사설문화센터	24.2	2.7	4.6
대학교부설 문화교실	4.6	1.4	1.4
문화의집	–	0.7	–
문화원	6.0	0.6	2.1

○ 경기도민의 문화시설에서 행하는 문화행사 참여율은 18.1%로 전국 평균(30.1%)과 비교할 때 매우 낮은 수준으로 서울(25.7%), 광역시 평균(31.9%)에 못 미칠 뿐 아니라 같은 유형의 광역도 평균(38.3%)과 비교하여 절반 이하의 수준에 해당함

○ 이러한 통계 수치는 <국민 문화향수실태조사 2006>의 지역별 통계 수치에서도 비슷하게 확인된 바 있어 경기도의 지역적 문화적 특수성을 고려하더라도 문화시설의 이용률, 문화행사 참여율이 저조한 것은 향후 경기도 문화정책의 우선순위에서 가장 시급하게 해결해야할 부분으로 판단됨

〈표 11〉 문화시설 문화행사 참여율(%)

구 분	경기도	전국	서울	광역시	광역도(경기 제외)
전체	18.1	30.1	25.7	31.9	38.3
도서관(학교 제외)	5.4	5.5	4.8	4.8	7.1
시군구민회관	4.9	7.8	10.4	4.8	9.5
박물관/미술관	4.7	8.8	5.9	10.8	11.6
문화예술회관	4.2	9.9	7.7	10.9	12.5
복지회관・여성회관	2.4	5.3	3.2	2.8	8.6
청소년회관	1.8	2.4	2.6	3.2	2.2
사설문화센터	1.5	4.4	3.0	5.3	2.6
대학교부설 문화교실	0.6	1.0	0.5	0.6	2.2
문화의집	0.5	–	–	–	–
문화원	0.3	1.7	1.5	0.7	2.7

[조사 결과가 주는 시사점]

○ 이 조사에서 경기도민의 문화예술 관람률은 타 지역과 비슷한 수준을 보이고 있지만, 도민이 문화예술을 접하는 곳은 경기도가 아닌 서울 등 타 지역인 경우가 훨씬 더 많다는 문제를 드러내고 있음. 이는 경기도가 수도권으로서 독자적인 문화예술 현장이 아직까지 활성화되지 않았고 심지어는 서울에 문화적으로 일부 종속되는 문화소비구조를 가지고 있다는 것을 의미함

○ 경기도민의 문화예술 관람에서 가장 중요한 고려사항으로 관람 비용과 작품의 질, 그리고 접근 편의성을 들고 있는 것을 주목할 필요가 있음. 이러한 조사결과를 신뢰한다면, 경기도의 문화예술정책은 관람 비용을 낮추고 좀 더 수준 높은 작품을 가까운 거리에서 볼 수 있도록 하는데 초점을 두어야 할 것임. 예를 들면, 티켓할인제도의 확대, 우수작품 집중 지원, 권역별 문화공간 활성화 등의 정책을 강화할 필요가 있음

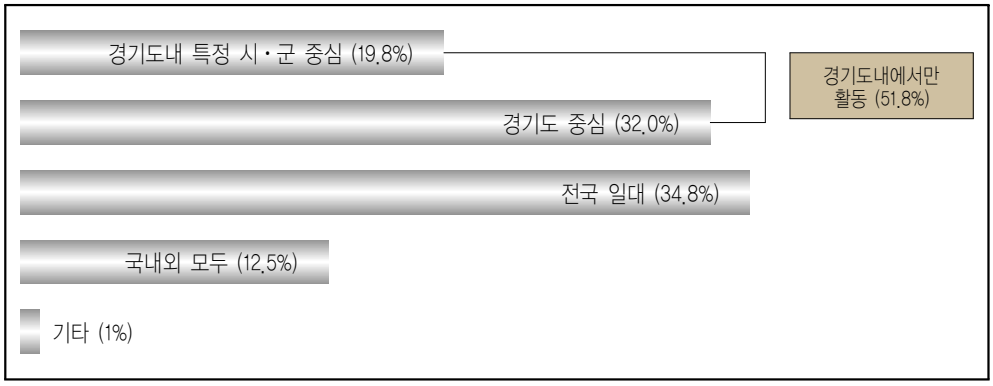
○ 경기도민의 문화향수실태 조사 결과 가장 두드러진 시사점은 직접 만들고 표현하는 참여·교육활동이 매우 저조하다는 것을 들 수 있음. 문화예술 창작·발표활동 참여율이 2.8%이며, 동호회 참여율이 3.7%(레저/오락/스포츠 제외), 문화예술교육강좌 및 강습 수료율이 4.7%에 불과하다는 사실은 앞으로 경기도의 향유자 문화정책이 문화예술의 참여·교육프로그램 활성화에 집중할 필요성을 시사해 줌. 조사 내용 가운데 희망적인 것은 현재 문화예술활동 참여율이 저조하지만, 향후 참여 의향은 문화예술활동 19.6%, 동호회 53.2%, 문화예술교육강좌 27.3%로 매우 높게 나타나고 있다는 사실임. 경기도민은 잠재적 문화향유층을 충분히 보유하고 있어 이를 촉진할 수 있는 다양한 문화프로그램의 활성화가 시급히 마련되어야 할 것임

○ 또 하나 중요한 시사점은 경기도민의 문화시설 이용률 및 문화시설에서 행하는 문화행사의 참여율이 타 지역에 비해 매우 낮은 수준으로 앞의 여러 문제점과 상통하는 결과를 보여주고 있는 것임. 경기도는 문화기반시설을 비롯한 문화자원이 비교적 다른 시도에 비해 좋은 여건을 갖추고 있음에도 의외로 문화시설의 활용도가 낮은데, 이러한 사실은 앞으로 문화정책의 방향이 문화시설의 건립 등 문화 인프라 구축에만 머물지 않고 소프트웨어의 다양한 개발과 활성화에 주력할 때가 되었음을 의미함

1-3. 경기도 문화예술인 실태

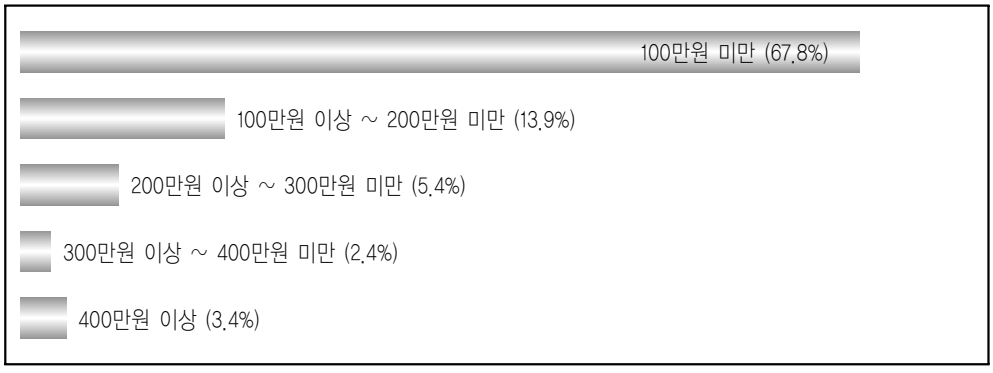
○ 경기도 문화예술인들은 문화예술활동을 하는 지역으로 51.8%가 경기도 내에서만 활동하고 있으며, 전국 일대 34.8%, 국내외 모두인 경우가 12.5%로 나타났음. 경기도 이외의 지역을 주 활동지역으로 삼는 예술인의 대부분은 주로 서울에서 활동하고 있음

〈표 12〉 경기도 문화예술인의 활동 지역 (%)



○ 경기도 문화예술인들의 67.8%가 문화예술활동을 통해서 월평균 100만원 미만의 소득을 올리고 있으며, 100만원 이상 200만원 미만의 소득이 13.9%로 전체 문화예술인의 81.7%가 월평균 200만원 미만의 소득을 얻고 있는 것으로 나타났음

〈표 13〉 경기도 문화예술인의 문화예술 활동 수입



○ 작품 활동이 주 수입원인 문화예술인은 전체의 22.2%이고, 강습 또는 레슨이 20.8%, 정기적인 급여가 40.8%, 기타 15.6% 였음

○ 문화예술활동 여건에 대한 인식과 만족도를 살펴보면, 경기도 문화예술인들은 창작발표 기회가 풍족하다는 응답은 전체의 4.5%에 불과하고 부족하다는 응답은 60.9%로 나타났음. 경기도내 발표공간에 대해서는 60.8%가 부족하다고 느끼고 있고, 7.7%만이 풍족

하다고 답하였으며, 창작·연습·집필 등을 위한 창작공간에 대해서는 68.3%가 부족하다고 답하였고 6.5%의 문화예술인만이 풍족하다고 답하여 경기도 문화예술인은 창작발표기회, 발표공간, 창작공간에 대해 대체적으로 부족하다고 인식하고 있음

〈표 14〉 문화예술활동 여건에 대한 만족도(%)

구분	매우 풍족	풍족	보통	부족	매우 부족
창작발표 기회	0.4	4.1	34.3	47.3	13.6
발표 공간	0.7	7.0	31.0	44.1	16.7
창작 공간	0.9	5.6	24.4	44.9	23.4

○ 지난 1년 간 문화예술활동에 대한 지원금 수혜 현황을 살펴보면, 중앙정부 3.5%, 지방정부(도·시·군) 32.8%, 문화예술위원회 11.9%, 기타 공공기관 7.5%, 기업 4.4%, 개인 후원자 6.9%로 나타났음. 이러한 결과는 전국 평균에 비해 상당히 높은 수치로 경기도가 타 시도에 비해 경기문화재단의 운영이 활성화된 점, 수도권에 위치하여 예술가의 인지도가 타 시도에 비해 높은 점 등과 관련이 있는 것으로 보여짐

반면, 문화예술지원에 대한 만족도에서 지원이 부족하다고 느끼는 비율은 5점 척도로 1.83점으로 전국 평균(1.79점)보다 약간 높은 수치를 보이고 있어 지원제도의 개선이 필요한 것으로 판단됨

〈표 15〉 지원금 수혜 현황(%)

구분	수혜실적(%)	전국 평균(2006년/%)	지원금 평균(만원)
중앙정부	3.5	1.8	813
지방정부(도·시·군)	32.8	8.8	1,290
문화예술위원회	11.9	6.6	1,062
기타 공공기관	7.5	2.6	595
기업(메세나 포함)	4.4	1.9	1,249
개인 후원자	6.9	4.1	452

【조사 결과가 주는 시사점】

○ 경기도의 문화예술인들 중 과반수가 경기도 내에서만 소극적으로 문화예술활동을 수행하고 있어 활동 영역의 확장이 필요한 것으로 판단됨. 특히 국제적인 예술단체의 육성과 전국적으로 활동영역을 넓힐 수 있도록 지원정책 마련이 필요함

○ 경기도 문화예술인의 2/3 이상이 문화예술활동을 통해서 100만원 미만의 수입을 얻고 있는 것으로 나타났으며, 문화예술활동의 애로점으로 가장 많은 수가 경제적 문제를 지적하고 있어 경기도 문화예술인의 창작활동 매진을 위한 복지제도 개선이 필요한 것으로 보여짐. 그러나 예술인복지 문제는 사회전반의 복지 체계와 관계가 있고 국가차원에서 대책 마련이 필요한 사안으로 판단됨

○ 경기도 문화예술활동 여건에 대하여 많은 수가 창작·발표 기회와 창작·발표 공간이 부족하다고 생각하고 있는 것으로 나타나 문화예술공간의 증설과 더불어 기존 공간의 프로그램 활성화가 시급한 것으로 보여짐

○ 경기도 문화예술지원과 관련하여서는 지원금 수혜실적 비율이 전국 조사 현황에 비해 경기도가 높고, 특히 지방정부 지원 수혜실적은 전국 평균에 비해 월등히 높게 나타나고 있음. 반면, 문화예술 지원에 대한 만족도에서 지원이 부족하다고 느끼는 비율이 전국 평균 보다 더 높게 나타나고 있어 현장 문화예술인들이 체감할 수 있는 지원프로그램의 강화가 요구됨

○ 또한 공공지원을 강화하는 것 외에 문화예술에 대한 기업 등 민간부문의 지원을 활성화하여 재원을 다각화할 필요가 있음. 최근 기업과 예술단체의 파트너십에 의한 창조경영이 모색되고 있고, 문화예술 기부에 대한 세제혜택, 문화접대비제도 시행 등이 이루어지고 있어 경기도 차원에서도 민간 재원 확대방안을 강구할 필요가 있음

2. 추진방향

2-1. 문제점 진단 및 해결 과제

문제점 진단	해 결 과 제
○ 경기도의 문화예술현장 활성화 미흡	○ 문예진흥사업 지원제도 개선 ○ 장르특성화 및 우수예술작품의 다년간 지원 확대 ○ 〈경기 예술인펠로우십-예술교육 연계 프로그램〉 도입 추진
○ 문화예술 창조집단의 경쟁력·자생력 취약	○ 도립예술단체의 기능 활성화 ○ 민간 전문예술단체 집중육성 ○ 예술단체 자생력확보를 위한 다각적인 컨설팅 지원 체제 구축
○ 경기도 거주 문화예술인의 창작 여건 부족 및 지역사회 기여 미흡 ○ 도내 권역별 문화환경에 대한 만족도 격차 존재	○ 경기도 대표예술인 기념축제 ○ 창작스튜디오, 레지던시 활성화 ○ 폐교 활동 스튜디오 운영 ○ 문화·역사마을 가꾸기 사업추진 ○ 산업·군 유휴시설 문화공간화
○ 문화예술공간 이용율 및 행사관람율 저조 ○ 문화공간 운영 효율화·프로그램 활성화 필요	○ 문화예술공간 관객개발 및 프로그램 활성화 ○ 박물관·미술관 종합경영 체제 구축 ○ 백남준 〈참여와 창조센터〉 운영 ○ 지식정보유통 U-library 구축
○ 신진예술인의 진입장벽 및 예술활동 제약 ○ 경기 문화예술의 특성을 반영한 문화다양성 진작 필요 ○ 예술경영·기획 등 문화매개 인력의 부족 및 전문화 시급	○ 경기 차세대 예술인력 발굴 및 체계적 육성 ○ 경기 다원문화예술센터 건립 ○ 문화예술공간 기획운영 등 문화예술 매개인력 전문화
○ 기업의 창조경영확산, 예술과 환경 예술과 경제 등 예술의 공공성에 대한 사회적 관심 증대 ○ 도민의 문화생활 수준 향상을 위한 인식제고 필요	○ 〈경기 기업메세나협의회 설립〉 및 기업과 예술의 만남 활성화 ○ 문화예술채널 확보 등 매체를 통한 문화예술가치 확산 ○ 공공예술의 지역사회 연계 프로젝트 운영 활성화

2-2. 문화예술창조력 신장을 위한 기본목표

문화예술창조력 신장을 위해 경기도 예술정책이 추진할 기본목표는 다음과 같음

○ 예술가와 예술단체의 전문성, 수월성을 제고하여 '수도권 문화'의 취약성을 극복하고 문화예술의 창조력을 극대화함
○ 문화예술공간의 특성화, 프로그램 활성화를 통해 예술창작이 활발하게 이루어지고 그 성과물이 도민에게 효과적으로 제공될 수 있도록 함
○ 문화예술의 창작과 향유의 소통구조를 확립하고 기획자, 문화공간 운영자 등 매개전문인력을 양성하여 실질적인 문화소비가 활발하게 생성되도록 함
○ 예술가와 예술단체, 문화공간, 매개전문인력은 상호 유기적인 관계를 통해 예술현장을 활성화하여 도민의 문화적 정체성과 삶의 질 향상에 기여함

2-3. 추진전략

○ 예술현장의 활성화와 예술가 및 예술단체의 전문화는 단시간에 이루어지는 것이 아니므로 체계적인 마스터플랜을 마련하여 지원제도의 개선과 단계적이고 집중적인 투자를 통해 변화를 이끌어낼 수 있도록 함
  - 문화예술 창조집단의 전문화 및 자생력 제고를 위한 획기적 지원 대책 강구
  - 경기도의 문화예술 생태 환경에 대한 정기적인 실태조사 추진
  - 장기적이고 집중적인 지원정책을 통해 국제적 예술전문단체 육성
  - 경기도내 각 지역의 유휴시설을 활용한 문화예술 창작스튜디오 및 레지던시 활성화

○ 문화예술공간의 창조력 신장을 위한 운영체계를 중점 개선하고 다양한 문화기반시설의 프로그램을 활성화하는 것을 최우선 과제로 추진함
  - 문화예술공간의 전문성 제고 및 기획프로그램 활성화
  - 박물관·미술관의 문화예술활동 확대 및 운영효율화를 위한 방안 마련
  - 백남준 <참여와 창조센터> 등 세계적 수준의 문화공간 육성
  - 도민의 문화예술에 기반한 지식정보 접근 확대을 위한 U-library 구축

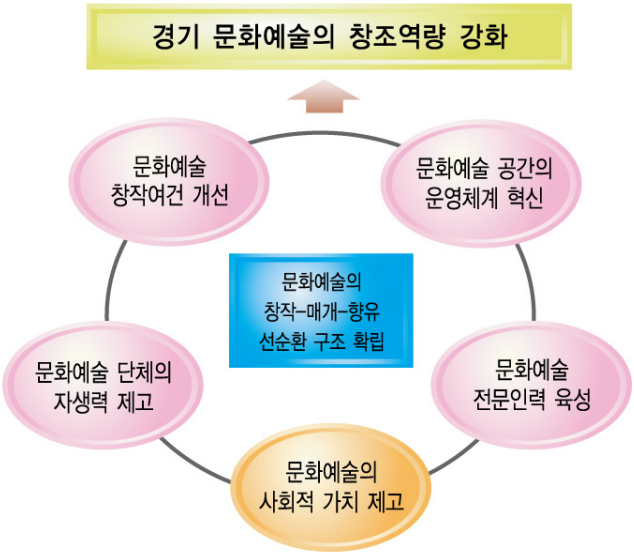
○ 21세기 '창조경영시대'를 맞아 사회 전분야에서 문화예술의 중요성이 높아지고 있는 점에 주목하여 예술의 공공성·사회성을 진작시키고 문화예술의 창작 - 매개 - 향유의 선순환구조 확립 및 사회적 가치를 제고함

- 신진예술가의 발굴 육성과 문화공간 등 매개인력의 전문화
- 도내 기업과 예술단체(예술가)의 만남을 통해 기업경영과 창의성 접목
- 예술단체와 지역내 대학 및 연구기관, 문화시설 등의 연계체제 구축

3. 중점과제 및 세부과제

중 점 과 제 (5개)	세 부 과 제 (17개)
① 문화예술 창작여건 및 전문성 제고	○ 문화예술 창작활동 진흥기반 조성 ○ 경기도 문화예술인의 창작역량 강화 ○ 창작스튜디오 및 레지던시 프로그램 활성화
② 문화예술 창조집단 경쟁력 강화	○ 도립 예술단체의 기능 활성화 ○ 국제적 경쟁력을 갖춘 예술단체 집중 육성 ○ 민간 문화예술단체의 자생력 강화
③ 문화예술공간의 운영체계 혁신	○ 문화예술공간의 관객개발 및 프로그램 활성화 ○ 박물관·미술관 종합 경영체제 구축 ○ 백남준 〈참여와 창조센터〉 운영 ○ 지식정보유통을 위한 U-library 구축
④ 문화예술 전문인력 육성	○ 경기 차세대 예술인력 발굴 및 육성 ○ 경기 다원문화예술센터 건립 운영 ○ 문화예술 매개인력 전문화
⑤ 문화예술의 공공성 및 사회적 가치 제고	○ 산업·군부대 등 유휴시설 리모델링을 통한 문화공간화 ○ 기업과 예술의 만남(Arts & Business) 활성화 ○ 매체를 통한 문화예술의 가치 확산 ○ 문화예술 공공프로젝트 운영 활성화

【 비전 체계 】



3-1. 문화예술 창작 여건 및 전문성 제고

○ 문화예술 창작활동 진흥기반 조성
○ 경기도 문화예술인의 창작역량 강화
○ 창작스튜디오 및 레지던시프로그램 활성화

3-1-1. 문화예술 창작활동 진흥기반 조성

(1) 문예진흥사업 공모지원제도 개선

■ 사업 목적

○ 문화예술현장의 자생적인 창작활동을 진작하여 문화창조의 원천인 예술활동이 활발하게 펼쳐질 수 있도록 다양한 프로그램을 지원함

○ 예술활동의 활성화를 통해 쾌적한 문화예술환경 조성 및 도민의 삶의 질 향상

■ 현황 및 필요성

○ 경기문화재단의 문예진흥 정기 공모지원사업(2007년 : 26억5천만원)

- 재단 설립이후 지속된 도내 민간 문화예술 활동 지원
- 전문 문화예술인(단체), 아마추어 예술단체, 연구자 등 12개 분야

○ 경기문화재단의 문예진흥 정기 공모지원사업현황

〈표 16〉 전국 지역문예진흥기금 지원액 및 지원건수(2006년 기준)

지역	신청(A)		지원결정(B)		선정률(%) (B/A)		건당지원액(천원) (D/C)
	건수	금액(천원)	건수(C)	금액(D)	건수(%)	금액(%)	
부산	508	3,476,620	334	1,000,000	65.7	28.8	2,994
대구	253	1,584,890	172	467,000	68.0	29.5	2,715
인천	557	5,487,722	258	987,300	46.3	18.0	3,827
광주	320	1,722,872	198	418,000	61.9	24.3	2,111
대전	356	1,537,361	257	570,200	72.2	37.1	2,219
울산	216	1,240,595	135	532,000	62.5	42.9	3,941
경기	1,354	15,894,360	447	2,320,000	33.0	14.6	5,190
강원	1,085	6,198,860	709	1,780,300	65.3	28.7	2,511
충북	399	977,600	278	607,000	69.7	62.1	2,183
충남	435	2,079,726	320	695,500	73.6	33.4	2,173
전북	470	3,600,000	418	1,249,000	88.9	34.7	2,988
전남	588	3,366,728	435	780,000	74.0	23.2	1,793
경북	332	1,439,280	293	465,000	88.3	32.3	1,587
경남	553	2,445,000	418	820,000	75.6	33.5	1,962
제주	182	1,522,065	116	540,000	63.7	35.5	4,655
합계	7,608	52,573,679	4,788	13,231,300	62.9	25.2	2,763

- 경기도의 정기공모사업은 2006년도의 경우, 23억2천만원에 447건이 선정되어 건당 519만원씩 지원되었음
- 경기도의 공모지원사업이 지원규모, 건당 지원금에 있어서 타 시도에 비하여 가장 양호한 수치를 나타내고 있으나 선정건수 및 선정액의 비율이 각각

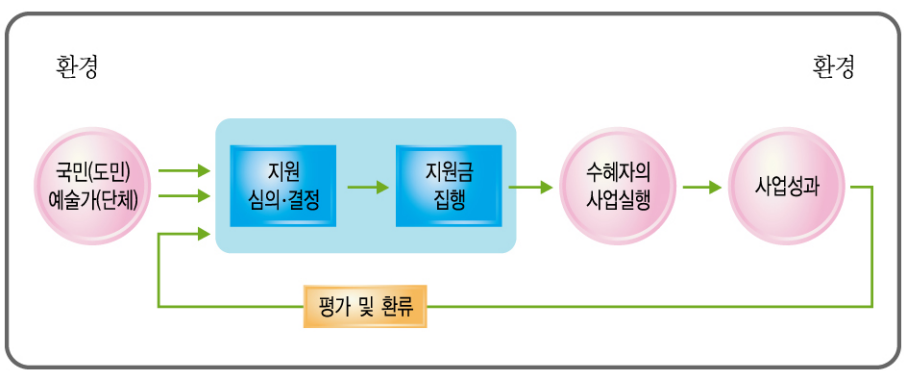
33.0%, 14.6%로 서울을 제외한 전국에서 가장 낮은 비율임. 이러한 수치는 타 지역에 비해 집중지원을 강화한 결과로 바람직한 방향으로 보여지나, 신청 건수가 대폭 늘어나고 있어 지원규모의 연차별 상향 조정이 필요함

○ 경기도의 지리적 특성으로 인한 지원심의방식의 개선 모색 필요

- 서울을 중심으로 남북으로 나뉘어진 지리적 특성으로 인해 예술활동의 거점이 지역별로 구분되어 있어 공모사업에 대한 통합심사에 어려움이 있음
- 기초자치 단위별로 지원금을 이관하여 운영하는 방식으로 개선을 꾀하고 있으나 이 또한 지역격차 및 예술단체의 수준을 고려하지 않는 단순 배분식 지원으로 예술작품의 균등화를 초래한 우려가 있음
- 따라서 권역별 지원제도 도입 등이 검토될 수 있으며, 일정부분 기초자치단체별로 매칭펀드 형태로 배분하고 재단에서는 우수문예단체 및 우수 문예프로그램에 한해서 집중지원하는 방식으로 전환하는 방안 강구

○ 지원사업의 평가환류시스템 구축 및 운영

- 지원심의과정의 투명성 확보 및 평가시스템 구축을 통한 지원효과 증진
- 지원제도 개선과 연계하여 모니터링제도 및 전문평가단 운영 등 제도 개편



〈그림 4〉 문예진흥사업 지원체계도

■ 추진 계획

○ 사업 구분 : 연속사업

○ 사업 내용 :

- 지역문화예술활동과 우수작품창작·발표활동 지원분야로 2원화
  - 지원분야를 포괄적으로 단순화하여 신청자들의 자유로운 사업구상 유도
  - 지역문화예술활동 지원분야에서는 소재지(거주지) 중심으로 추진되는 각 시·군의 대표적인 다양한 사업을 지원
  - 우수작품창작·발표활동 지원분야에서는 각 장르별 경기도를 대표할 수 있는 우수한 사업에 대해 집중 지원
- 지역문화예술활동 지원분야는 점차적으로 각 시·군의 문화예술지원기관(단체)과 협력하여 추진(이양)
  - 지원예산에 대한 기초지자체와의 1 : 1 매칭을 통하여 예산 확충
  - 문화예술지원에 대한 기초지자체의 관심을 유발하여 지원기관(단체) 설립 촉진
- 전문공연예술부문의 중복성 사업 통합운영
  - 전문공연예술활동+ 무대공연작품제작지원+ 우수작품다년간지원
- 지역문화예술활동 지원분야는 장르별, 계층별, 다양한 지원을 위하여 심사위원은 유관기관 추천인사 중심의 POOL제로 운영
- 우수작품창작·발표활동 지원분야는 우수한 사업을 선정하여 지원하기 위해 심사단을 5인으로 확대 구성·운용
- 제도개선을 위해 필요시 문화예술전문가 간담회, 공청회(설명회) 등 개최
- 신청자 편의와 업무효율성을 높이기 위해 공모지원사업의 전산화 추진

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 공모지원사업 추진	1,518
2009	○ 공모지원사업 재원 및 지급 방법의 다양화 연구 ○ 기존 사업 추진	1,518
2010	○ 기존 사업 추진	1,518
2011~2015	○ 기존 사업 추진	25,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	25,000

■ 기대 효과

○ 다양한 지역문화예술활동 지원으로 도민의 문화예술 향유기회 증진

○ 우수작품활동 지원으로 전문예술인활동 활성화 및 문예진흥

○ 문화예술활동 활성화를 통한 도민의 삶의 질 향상

(2) 장르별 창조활동 진흥

■ 사업 목적

○ 문학, 시각예술, 공연예술 등 예술현장의 특성에 따른 지원프로그램의 다각화를 통해 각 장르별 기초예술의 창작 및 발표활동을 활성화함

■ 사업 개요

○ 사업 구분 : 연속 사업

○ 사업 내용과 추진계획

○ 문학 활성화 사업 : 우수 문학행사 및 지역문학 창작역량 강화사업, 사이버문학상, 발간사 등 문학 현장을 활성화하기 위한 사업 지원

- 대산문화재단과 공동주최하여 탄생 100주년 경기문인에 대한 기념사업 추진
- 정부수립 60주년 기념 – 남북 문학 심포지엄 지원 : 남과 북 문인과 연구자 10명 참여, 남북문학 심포지엄 추진(관련 문인단체 및 연구소 공동 추진, 중장기 사업의 일환으로 추진)
- 문화소외 계층 및 지역 대상의 우수문학행사 기획 지원
- <젊은 미학자 대회> 개최 : 포럼X, 지행네트워크 등 젊은 연구자 그룹 등과 연계, 미학 심포지엄 개최 및 연구성과 책자 발간
- 장편소설 원고뱅크제 시범사업 : 도내 신진작가의 장편소설 원고 공모 후 창작지원 시스템 적용(⇒ 시범사업 실시 후 사업부문 확대 등 고려)
- 아시아 청년작가 레지던시 사업 : 아시아 주요 작가 초청, 도내외 청년작가와 레지던시 사업 실시(⇒ 한국문학번역원, 문화예술위원회와 매칭 펀드 고려, 아시아문화네트워크 등의 단체와 공동으로 사업추진)
- 아마추어 문학인 대상의 사이버문학상 운영(향후 지역 문인단체에 사업이관 검토)

- 「소나기」「우리동네」「자전거도둑」 등 해방 이후 경기지역을 무대로 한 대표작가의 대표작 발간사업 추진

○ 시각예술 활성화 사업 : 우수 기획전시, 도내 중진작가를 대상으로 한 작가론 발간, 비평가의 비평 활동, 공공미술 시범사업 등 시각예술 활성화 사업 지원

- 기전미술 발간 : 참여 작가와 평론가는 주제 공모를 통해 선정
- 시각예술의 새로운 경향을 짚어볼 수 있는 기획전시 프로그램 개최 등

○ 무대공연작품 제작지원 사업 : 한국문화예술위원회의 지원과 연계하여 도내 우수 공연예술작품의 제작 발표활동 집중 지원

- 문화예술위원회의 일정에 맞추어 보조금 및 자체예산 확보(공모사업)
- 사업공고 및 접수(분야 : 연극, 무용, 음악, 국악, 다원)
- 선택과 집중 취지에 맞는 심사운영
- 2006년 건당 평균지원액 20,000천원
- 지원액은 분야별로 신청현황에 따라 할당(신청건수(50%),사업총액(25%), 신청총액(25%))
- 모니터링의 원활한 운영 및 환류체계 안정화(우수 및 미흡사업 심사에 적극 반영)
- 정기공모지원사업 중 [우수작품창작·발표활동 지원사업]과 연계

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 문학 활성화 사업 : 기획 지원 사업 강화 ○ 시각예술 활성화 사업 : 기획 지원 사업 강화 ○ 무대공연 작품 제작 지원 사업 : 한국문화예술위원회와 연계하여 공연예술작품의 제작, 발표 활동 집중 지원	1,380
2009	○ 기존 사업 추진	1,380
2010	○ 기존 사업 추진	1,380
2011~2015	○ 기존 사업 추진	7,500
2015~2020	○ 기존 사업 추진	7,500

■ 기대 효과

○ 장르별 특화된 지원을 통해 도내 지역 문화예술의 창작역량 및 정체성 강화

○ 우수한 프로그램의 선별 지원 및 기획행사를 통해 예술현장의 질적 수준 향상 및 문화향유권 확대에 기여

(3) 우수예술작품 다년간지원 확대

■ 사업 목적

○ 우수한 작품을 발굴하여 다년간 지속 지원하여 레퍼토리 작품 확보

○ 예술단체의 창작기반 안정화와 경기도 대표작품을 발굴하여 다년간 지원

■ 사업 개요

○ 사업 구분 : 연속 사업

○ 사업 내용과 추진 계획

- 무대공연작품제작지원사업 및 우수작품창작·발표활동 지원분야 신청자 중 선정
- 컨설팅을 통한 작품발전계획 수립
- 기지원사업의 컨설팅과 평가를 통한 계속지원 여부 결정
- 최고지원액 60,000천원으로 하여 작품발전에 매진하도록 유도
- 매년 2건 이내로 선정하여 집중 지원하되 연차적으로 지원범위 확대
- 평가 후 작품이 발전되지 않을 경우 지원중단 또는 지원액 삭감

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 우수 작품 발굴 및 다년간 지원을 통해 레퍼토리화 ○ 경기도 대표 작품 발굴 및 지원	180
2009	○ 기존 사업 추진	180
2010	○ 기존 사업 추진	180
2011~2015	○ 기존 사업 추진	1,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	1,000

■ 기대 효과

○ 우수예술작품의 제작을 위한 안정적 기반 마련

○ 레퍼토리 구축을 통한 예술단체의 자생력 확보

3-1-2. 경기도 문화예술인의 창작역량 강화

(1) 〈경기 예술인 펠로우십 – 예술교육 연계프로그램〉 도입

■ 사업 목적

○ 경기도 거주 예술가와 문화공간을 연결하는 예술인의 지역사회 기여프로그램을 통해 예술가에게는 안정적인 창작여건을, 경기 도민에게는 우수한 예술활동의 체험기회를 대폭 확대하는 계기를 마련함

○ 경기도가 '예술인의 고장'으로 인식되는 차별화된 <예술가 중심>지원제도로 정착

■ 사업 개요

○ 사업 구분 : 연속 사업

○ 사업 내용과 추진 계획

- 경기도가 서울의 주변지역이라는 특성으로 많은 예술인이 거주하고 있으나, 경기도의 문화향유에 실질적인 도움을 주지 못하고 있었던 것이 사실임
- 경기도를 활동거점으로 하는 우수 문화예술인들이 안정된 여건 속에 창작 및 발표활동에 매진하면서 동시에 문화공간의 예술프로그램 지도 등 경기도의 문화향유 확대를 위해 봉사할 수 있도록 기회를 제공하여 창조와 향유가 함께 증진될 수 있는 프로그램으로 운영

※ 본 프로그램은 주목표가 예술가의 역량강화를 위한 안정적 여건 제공에 있으므로 과도한 프로그램을 맡김으로써 개인의 창작활동을 위축시켜서는 안 될 것임

○ 지원대상 : 경기도 거주(또는 거주 예정) 예술인(소설가, 시인, 화가, 배우, 무용가, 작곡가, 희곡작가, 연출가 등)

○ 지원내용

- 예술인이 1년 간 문화공간 등의 도민참여프로그램 지도 등에 봉사하는 조건으

로 월정액의 활동 사례비 지원(1인당 월 100만원×12개월=1,200백만원)

- 예술인 파견 대상 기관(프로그램 운영비 일부 지원)
  - 경기도내 도서관, 박물관, 미술관, 문예회관, 복합문화공간, 시민자치센터, 사회복지시설 중 100개소 내외 선정
  - 선정방법 : 지역/구역 안배, 시설 확보와 운영 능력을 중심으로 선정
  - 기초자치단체와 협의를 통해 기관과의 사업 연계 추진
  - 파견 대상 기관의 협조사항 : 파견 예술인이 예술교육과 그에 따른 활동을 할 수 있도록 공간과 부대시설, 필요 도구를 제공하고 프로그램운영비 등 협조

○ 참여 예술인 구성

- 문학인 40명, 시각예술인 20명, 공연예술인(국악 포함) 40명 등 연 100명 내외
- 선정방법 : 해당 분야 문화예술 활동 경력 등 이론과 실기 능력을 갖춘 우수 예술인으로 파견 대상 기관 근거리 거주자 위주로 선정

○ 참여 예술인 연수

- 프로그램에 선정된 예술인들을 대상으로 활동에 필요한 기본적인 소양과 프로그램 운영방법 등에 대한 연수 실시

○ 참여 예술인 성과평가 및 정보교환을 위한 홈페이지 구축

- 인터넷 시스템을 이용하여 활동 내용 실시간 보고, 홈페이지 속에 예술인 활동 내용을 열람할 수 있도록 함으로써 파견예술인 활동과 지역/구역 문화예술 정보의 상호 교환이 가능토록 함
- 예술인 활동 성과를 평가하여 우수 예술인의 경우 다년간 계속 지원 가능

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 사업 기본 계획 수립 – 예술인 지원 내용, 파견 기간 및 대상, 구성, 연수, 성과 평가 및 정보 교환 등	10
2009	○ 사업 실시	1,000
2010	○ 기존 사업 추진	1,000
2011~2015	○ 기존 사업 추진	5,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	5,000

■ 기대 효과

○ 생계에 어려움을 겪고 있는 전업 예술인들에게 지역사회에 봉사를 하면서 자신의 창작활동을 계속할 수 있는 여건을 마련함으로써 실질적인 문화향유권 확대에 기여

○ 도민이 문화공간의 프로그램을 통해 우수한 예술인이 지도하는 예술프로그램에 참여할 수 있는 기회가 획기적으로 증대될 것임.(연간 1만 명 이상 참여 예상)

○ 문화공간의 이용률 저하 및 예술교육프로그램의 부재를 해결할 수 있는 효과기대

○ 경기도 예술인에 대한 고용창출 효과 및 '예술인의 고장'으로 인식되는 계기 마련

(2) 우수 예술인을 기념하는 〈대표예술인 기념축제〉 개최 지원

■ 사업 목적

○ 경기도 출신의 대표예술가를 기념하는 예술축제를 통해 지역문화의 브랜드가치를 높이고 지역 주민의 문화적 자긍심을 높이는 계기 마련

○ 우수예술인의 창작활동을 재조명하는 다양한 프로그램을 운영하여 예술의 가치에 대한 인식을 새롭게 하고 예술인을 존중하고 우대하는 사회분위기 조성

■ 사업 개요

○ 사업 구분 : 연속사업

【천상병예술제】

○ 경기북부 지역의 대표적 예술가인 故 천상병 시인의 작가정신 계승과 공유를 위한 예술제 개최와 천상병 시문학상 지원

○ 사업 내용과 추진 방법

- 천상병예술제 개최
  - 시가 흐르는 천상음악회
  - 천상병 주제공연 <귀천>
  - 천상백일장 : 청소년 대상
  - 천상으로 보내는 편지(시화전)
- 천상병 시문학상 지원
  - 천상병 문학정신을 고양하는 시문학상 지원

○ 추진방법

- 천상병예술제 개최
  - 재단과 의정부문화예술의전당의 1 : 1 매칭펀드
  - 천상병기념사업회, 의정부, 의정부문인협회, 의정부문화원 등과 업무협조 추진
  - 천상병기념사업회 측과 외부용역 계약, 재단 지원
  - 시화전, 문학 심포지엄, 음악회, 백일장 등 다양한 문화행사 추진
- 천상병시문학상 지원 : 천상병시문학상 운영위원회 측에 지원
  - 천상병 시정신을 기리고 계승할 수 있는 시인 선정

【경기도 대표예술인 기념축제】

○ 경기도의 작고 예술인 중 대표적 예술인을 선정, 연고지역을 중심으로 예술인의 작가정신을 기리고 작품을 재해석하는 다양한 프로그램과 도민 참여프로그램 개발

○ 축제 대상 선정

- 경기도의 각 지역에서 이미 기념관 등이 설치되어 있거나 작품 활동에서 경기도를 대표할 수 있다고 인정되는 예술인을 각계의 추천을 받아 발굴, 선정
- 조병화문학관(안성), 백남준미술관(용인, 예정) 등 연계 축제방식도 검토

○ 추진방법

- 선정 예술인의 연고지역 지자체 또는 문화기관과 매칭펀드에 의한 지원방식 적용
- 주관은 작고예술인 기념사업회 또는 연고지 문화기관 등이 협조하여 추진
- 프로그램 내용은 예술인의 활동영역을 감안하여 공연, 낭송회, 심포지엄, 발간, 시상 등 다양하게 구성하되 도민의 참여프로그램이 활성화될 수 있도록 함

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 천상병 예술제 개최	50
2009	○ 기존 사업 추진 ○ 신규 사업 계획	50
2010	○ 기존 및 신규 사업 추진	250
2011~2015	○ 기존 사업 추진	250
2015~2020	○ 기존 사업 추진	250

■ 기대 효과

○ 경기도 예술인의 창작역량 고양 및 예술인에 대한 존중 분위기 조성

○ 예술인축제를 통한 지역주민의 문화적 자긍심 향상 및 문화향유 저변확대

(3) 경기도의 문화예술 국제교류의 중심지 기능 강화

■ 사업 목적

○ 경기도는 지정학적으로 대한민국과 국제사회를 잇는 '통로'의 기능을 가지고 있으므로 서울과 다른 지역, 외국의 다양한 문화예술을 접촉하고 교류하는 거점공간으로서 기능을 강화함

○ 경기도의 다양한 지리적·인적 자원을 활용하여 국제적인 문화예술의 네트워크를 형성하고 국제수준의 대규모 축제 등을 통한 문화예술 교류 활성화

■ 사업 개요

○ 사업 구분 : 연차사업

○ 사업 내용과 추진 계획

- 문화기관·문화공간 국제교류사업 추진
  - 아시아 등 지방자치단체 문화기구간 교류협력 및 인적교류 활성화
  - 경기도의 다양한 문화시설을 활용한 국제 레지던스 프로그램 운영 및 해외 예술가 초청 지원
- 외국 예술가·예술단체와 협업에 의한 공동창작 활성화
  - 해외 우수 예술가와 공동제작 체제를 통해 경기도 문화예술의 수준 향상 도모
- 문화예술축제에 해외공연단체의 참여 및 워크숍, 예술가훈련과정 등 지원
  - 기존의 영미국가 위주의 단선적 교류에서 탈피, 유럽, 아시아, 남미, 아프리카 등 다양한 지역의 다양한 장르 예술가 초정 및 프로그램 지원

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 국제문화교류 전략 사업 추진 ○ 해외 기관 간 네트워크 구축(7개국 12개 지역) ○ 박물관·미술관 교류 준비	500
2009	○ 해외 레지던시 발굴 ○ 해외 박물관·미술관과 교류 강화 ○ 해외 기관 간 워크숍 추진	200
2010	○ 기존 사업 추진	200
2011~2015	○ 기존 사업 추진	1,500
2015~2020	○ 기존 사업 추진	5,000

■ 기대 효과

○ 경기도 문화예술인 및 문화예술단체의 국제적 수준 성장 및 다양한 교류를 통한 문화예술현장 활성화에 기여

○ 서울과 차별화된 경기도의 문화정체성 확보 및 지역단위 문화예술 교류 모델 창출

3-1-3. 창작스튜디오 및 레지던시 프로그램 활성화

(1) 창작스튜디오 및 레지던시 공간 개발 및 프로그램 활성화

■ 사업 목적

○ 우수한 젊은 작가들에게 작업공간을 제공하고 발표기회 확대를 통해 창작활력 증진

○ 레지던시 공간 및 사업개발을 위한 조사 및 기획

○ 장르별 국제 레지던시 프로그램 개발 확대

○ 전문예술인들의 역량강화를 위한 연수활동 지원

■ 사업 개요

○ 사업 구분 : 연속사업

○ 사업 내용과 추진계획

◦ 창작스튜디오 및 레지던시 공간 개발

- 미술창작스튜디오 건립(경기도 미술관)
  - 창작스튜디오, 공방, 공동시설, 실험용 소형전시실
- 시·군별 미술창작스튜디오 건립 운영
  - 전시장, 창작스튜디오, 공연장, 행정실, 수장고 등
- 안산 창작스튜디오(가제) 운영

◦ 실태 및 사례조사, 연수 추진

- 국내·외 창작스튜디오 및 레지던시 운영실태 및 사례조사
- 해외 창작촌 및 스튜디오 프로그램 참여 및 연수

◦ 창작스튜디오 및 레지던시 프로그램 활성화

- 국제레지던시 프로그램 기획사업 추진
  - 공연예술, 시각예술, 문학 등 장르별 기획
- 국제거리극학교 운영
- 창작스튜디오를 활용한 공공미술 프로젝트 추진

◦ 공연예술

- 국내·외 레지던시 기관 실태 및 사례조사 : 외부용역
- 국제레지던시 프로그램 기획사업 : 자체 기획발굴 추진
- 해외창작촌(스튜디오)연수 : 연수장소 기획 후 공개모집 및 비용 지원
- 국제 거리극 학교 : 전문가육성프로그램으로 발전 확대 운영(기간·참여자 다양화)
- 안산 창작스튜디오(가제) 운영 : 스튜디오 및 기획프로그램 운영

◦ 시각예술

- 미술창작스튜디오 건립 운영
  - 경기도미술관에 지원 프로그램을 담당할 수 있는 중심 인프라 구축
  - 시군별 창작스튜디오 건립 타당성 검토 및 해당 시군 선정
- 레지던시 및 공간개발 : 도내 기관 및 단체와 협력하여 시각예술인 대상 레지던시 공간 및 거주기간을 결정함
  - 레지던시 대상공간을 선정한 후 매니저와 참여 작가를 선정
  - 선정작가에게 일정 금액의 작업비가 지급되며 해당 작가는 거주기간이

종료되면 오픈스튜디오 등의 결과보고회를 해당 공간에서 개최하도록 함

- 해외문화공간 탐방연수
  - 주관기관을 선정하여 연수 일정을 마련하여 기본계획 수립
  - 연수 참가자는 공모를 통해 모집하여 재단 내부 심의·선정
  - 참가자에게는 여행비를 지급하고 연수를 마친 후 결과보고회를 개최하도록 하여 연수의 성과와 정보를 공유할 수 있도록 함

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 국내외 창작스튜디오 및 레지던시 운영 실태 및 사례 조사 ○ 해외 창작촌 및 스튜디오 프로그램 참여 및 연수	200
2009	○ 미술 창작스튜디오 건립(경기도 미술관) ○ 시군별 미술 창작스튜디오 건립·운영	1,500
2010	○ 레지던시 운영 ○ 국제거리극학교 운영 ○ 창작스튜디오를 활용한 공공미술 프로젝트 추진	1,000
2011~2015	○ 기존 사업 추진	5,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	5,000

■ 기대 효과

○ 경기도 예술인의 창작역량 고양

○ 국제교류성 사업으로 경기도 문화예술의 질적 수준 고양

○ 도내 소재 공간을 대상으로 한 시각예술 레지던시 프로그램을 운영하여 시각예술인의 창작활동을 지원하고 공간을 개발

○ 도내 시각예술 활동가 및 공간 운영자를 대상으로 한 해외문화 공간 탐방연수를 통해 지역문화예술인의 역량을 높이고 관계기관 간의 교류를 도모함

(2) 폐교활용 스튜디오 운영

■ 사업 목적

○ 낡고 버려진 경기지역의 폐교들을 자연과 예술이 조화를 이루는 <문화 아지트>로 활용하여 지역문화예술의 창작거점으로서 다양한 예술교육장소로 활용함

■ 폐교 활용 실태

○ 각 시도별 폐교 현황(2005. 7월 현재)

지역	폐교 수	지역	폐교 수
서울	1	강원	371
부산	9	충북	203
대구	22	충남	205
인천	57	전북	301
광주	16	전남	628
대전	7	경북	527
울산	21	경남	478
경기	152	제주	34
계			3,032

【경기도 폐교활용 사례】

○ 경기도 내 폐교로 남아있는 수는 2007년 11월 현재 총 101개로 이 중 70개가 활용되고 있으며, 그중 44곳은 보고 배우고 즐길 수 있는 문화·교육시설(문화 16곳, 교육 28곳)임

- 한얼테마 박물관(여주군 대신초등학교 옥촌분교) : 국내 최초 지하철 차량이 전시장으로 쓰이며, 세계 각국의 카메라, 현미경, 축음기 등 테마별 20만점 전시
- 여성생활사 박물관(여주군 강천초등학교 강남분교) : 가재도구, 부엌살림, 장신구, 전통 한복 등을 전시하며 방문객을 위한 염색체험 프로그램 운영
- 한울림 공방연구원(양평군 석장초등학교) : 전통악기 제작 및 견학프로그램 운영
- 미술전시관(화성시 고정초등학교 우음분교, 가평군 방일초등학교 가일분교 등)

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 5개년 사업

○ 사업 내용과 추진계획

- 경기도내 폐교 활용 현황 및 문화거점화 가능성에 대한 실태조사 추진
- 권역별로 폐교의 창작스튜디오 및 문화공간화 시범 운영
- 폐교의 창작스튜디오 활용사례 점검 및 운영 확대
- 지역예술가와 도민이 만나는 문화아지트로서 다양한 문화프로그램 활성화
- 경기도 폐교 현황 및 스튜디오 활용방안 연구 조사 추진(전문기관 의뢰)
- 창작스튜디오 운영대상 선정 및 시범운영(권역별 3~4곳)
- 폐교 창작스튜디오 네트워크 구축 및 운영사업 지원(경기문화재단)
- 프로그램 특성화 및 다양화를 통한 창작과 향유의 문화거점화 추진

○ 연간 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 폐교 활용 현황 및 문화거점화 가능성에 대한 실태 조사 ○ 폐교의 창작 스튜디오 및 문화공간화 시범 운영	100
2009	○ 폐교의 창작 스튜디오 활용 사례 점검 및 운영 ○ 지역예술가와 도민이 만나는 문화아지트로서 다양한 문화프로그램 활성화	500
2010	○ 기존 사업 추진	500
2011~2015	○ 기존 사업 추진	2,500
2015~2020	○ 기존 사업 추진	2,500

■ 기대 효과

○ 지역 예술가에게 창작공간을 제공하여 안정된 작업실에서 실험적이고 창의적인 작업을 할 수 있도록 함

○ 도내 각 지역의 특화된 문화예술인들의 아지트 역할 및 자연환경과 예술작품이 조화된 명소로서 도민의 실질적인 문화 체험 장소로 육성함

(3) 문화·역사마을 가꾸기 사업

■ 사업 목적

○ 민족문화의 우수성과 다양성을 바탕으로 우리 삶의 터전인 마을의 문화를 지역주민의 자발적 참여로 지속가능한 마을로 가꾸고

○ 우수한 문화·역사적 소재를 발굴·육성하여 관광자원화 하고 문화와 환경이 아름답게 조화된 자생력 있는 마을 조성

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 3개년 사업

○ 사업 내용과 추진계획

- 3.1운동을 중심으로 忠孝禮에 관련된 체계적인 자료 조사
- 전통마을 정자, 연못, 고가옥 복원 및 관리 등
- 忠孝禮-義人의 분야별 체험프로그램 개발 및 운영
- 문화체험형, 농촌체험형 등 다양한 프로그램 복합 적용
- 마을의 이미지에 맞는 체험 및 가공 거점시설, 전통 민박시설, 전통문화 체험형 공동숙박시설 재정비 등
- 추진체계 : 안성문화원 위탁추진
- 추진방법 : 외부용역 및 전문가 자문 등

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 기본 계획 용역 업체 선정 및 발주 ○ 기본 계획 용역 실시	100
2009	○ 체험프로그램 개발 및 마을 공간 정비 ○ 체험프로그램 운영 및 홍보	1,000
2010	○ 기존 사업 추진	300
2011~2015	○ 기존 사업 추진	1,500
2015~2020	○ 기존사업 추진	1,500

■ 기대 효과

○ 지역주민의 자발적 참여에 의한 문화자치를 실현하고, 주민의 소득 향상에 기여

3-2. 문화예술 창조 집단 경쟁력 강화

○ 도립 예술단체의 기능 활성화
○ 국제적 경쟁력을 갖춘 예술단체 집중 육성
○ 민간 문화예술단체의 자생력 확보를 위한 컨설팅 지원

3-2-1. 도립 예술단체의 기능 활성화

■ 사업 목적

○ 경기도 문화예술의 수준을 가늠할 수 있는 척도로서 도립 예술단체의 활동을 활성화하여 도민의 문화향유기회를 높이고자 함

○ 도립 예술단체의 운영환경 개선과 위상 재정립을 통한 경기문화예술의 창달

■ 현황 및 문제점

○ 도립예술단체는 도립극단(예술감독 전무송), 도립무용단(예술감독 조흥동), 도립필하모닉오케스트라(예술감독 금난새), 도립국악단(예술감독 김영동) 등 4개의 공연단체가 운영되고 있으며 예술감독제를 도입하여 운영을 활성화하고 있음

- 도립극단 : 1990년 창단 이래 40여회의 정기공연과 수백회의 순회공연을 추진하여 연극 예술을 경기도 전역으로 확대시키는데 기여함
- 도립무용단 : 1993년 창단하여 정기공연 및 순회공연 등 수백회의 공연을 추진하였고 한국 고유의 전통무용을 계승 발전시켜 지역문화의 우수성과 독창성을 개발하는 데 주력하고 있음
- 경기필하모닉오케스트라 : 1997년 창단하여 연간 14회의 정기연주회와 60회 이상의 기획연주 및 초청연주를 소화하고 있으며, 2006년 클래식의 대중화에 공이 큰 지휘자 금난새를 영입하여 대중과 호흡하는 오케스트라로서 활동을 넓이고 있음
- 도립국악단 : 1996년 창단되어 한국 전통음악의 보존과 창작을 위해 우리의 악기와 선율을 활용한 다양한 음악만들기를 시도하고 있음

○ 2006년 경기도내 공공기관 경영평가에 의하면 경기도 문화의 전당은 예술단 운영과 관련하여 2005년에 비해 관객 11% 감소, 수익률 13.8% 하락으로 나타나 관객개발과 기능 활성화가 필요한 것으로 지적되고 있음

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 연속 사업

○ 사업 내용과 추진계획

◦ 도립예술단의 공연프로그램 강화

- 도립극단, 도립무용단, 도립오케스트라, 리듬앙상블, 도립국악단의 공연사업
- 정기·기획공연, 상설공연, 순회·초청공연 등 프로그램 관련 예산 단계적 증액

◦ 도립예술단체의 지역별 분산 및 특성적 발전 방안 강구

- 현재 경기도문화의전당 산하로 집중되어 있는 도립예술단을 고양, 안양, 부천, 구리 등 대형 공연장을 갖춘 도내 타 지역으로 이전하여 특성화된 발전모델로 육성하는 방법 검토
- 국립발레단 등 국립예술단체의 재단법인으로 독립적 운영체제를 구축한 사례처럼, 장기적으로 도립예술단체의 법인화를 통해 자생적 기반구축 기대
- 도립예술단체의 중장기발전방안에 대한 심층적인 연구를 통해 발전계획 수립

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 도립예술단 발전 중장기 연구 계획 발주	100
2009	○ 중장기 발전 프로그램 운영	1,500
2010	○ 중장기 발전 프로그램 운영	1,500
2011~2015	○ 기존 사업 추진	10,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	10,000

■ 기대 효과

○ 경기문화예술 창달 및 도민 문화예술의 정서 함양

○ 도민 문화수혜 기회 확대를 통한 문화수준 향상 및 문화 경기도 위상 제고

○ 도내 계층 및 지역 간 화합과 공동체 의식 조성 및 도내 문화 균형 발전 도모

3-2-2. 국제적 경쟁력을 갖춘 예술단체 집중 육성

■ 사업 목적

○ 경기도의 우수한 예술단체를 선정, 장기적 투자를 통해 국제적인 경쟁력을 갖춘 예술단체로 집중 육성하여 서울과 독립된 예술현장이 활성화될 수 있도록 함

○ 수준 높은 예술단체의 출현을 통해 관객 매니아층 형성을 유도하고 질 높은 예술작품을 제공함으로써 경기도가 특화된 예술의 새로운 메카로 자리잡게 함

■ 현황 및 문제점

○ 문화관광부의 <공연예술실태조사>에 의하면, 우리나라에는 1,522개의 공연예술 단체가 있으며, 아마추어를 제외한 순수예술단체는 1,130개(74.2%)에 달하는 것으로 조사되었음. 그러나 그 중 법인격을 갖춘 단체는 모두 137개로 전체의 9%에 불과하며 나머지 1천여 개가 넘는 단체가 임의단체 형태를 유지하고 있는 등 전반적으로 열악한 상황임

○ 지역별로는 서울 314개(20.6%)에 이어 경기 304개(20.0%), 경남 125개(8.1%) 부산 97개(6.4%) 순으로 경기도는 서울과 대등한 수준이고 타 시도에 비해서는 5~10배의 예술단체를 보유하고 있는 것으로 나타났음

○ 경기도 공연예술단체의 공연작품 수를 살펴보면, 304개 단체가 연간 1,425편의 작품을 공연하여 평균 4.69편을 올린 것으로 나타났는데, 이는 서울 5.42편, 충북 7.30편, 강원 6.04편, 전북 6.36편 등을 올린데 비해 낮은 것으로 전국 평균인 4.92편에 못 미치고 있어 예술단체의 개별 활동이 다른 지역에 비해 활성화되지 못하였음을 드러내고 있음

〈표 17〉 지역별 공연단체 공연작품수(2004년도)

구분	단체수 (개)	작품수 (편)	평균 (편)
전체	1,508	7,419	4.92
서울	306	1,659	5.42
부산	93	460	4.95
대구	81	419	5.17
인천	63	239	3.79
광주	31	128	4.13
대전	53	388	7.32
울산	26	97	3.73
경기	304	1,425	4.69
강원	57	344	6.04
충북	43	314	7.30
충남	52	240	4.62
전북	87	553	6.36
전남	65	280	4.31
경북	87	329	3.78
경남	124	409	3.30
제주	36	135	3.75

○ 경기도 공연예술단체의 자생력을 가늠할 수 있는 지표로 단체당 평균 공연횟수와 유료관객수, 연간 총수입 현황을 살펴보면, 경기도는 연간 평균 27회를 공연하며 1,255명의 유료관객을 유치하였고, 연간 총수입은 공적지원금을 합쳐 8천8백만원인 것으로 나타났음. 이 수치는 전체 평균(31.3회, 2,595명, 1억1,800만원)에 훨씬 미달하는 수치로 경기지역의 예술단체는 양적으로 우세한데 비해 질적으로 다른 지역보다 열악한 수준인 것으로 판단됨

〈표 18〉 지역별 공연단체당 공연횟수, 관객수, 수입현황(2004년도)

구분	공연횟수 (회)	유료관객수 (명)	연간 총수입 (천원)
전체	31.3	2,595	118,029
서울	52.4	6,991	258,569
부산	21.9	1,841	66,947
대구	46.0	2,303	40,988
인천	36.5	6,013	76,324
광주	38.4	2,669	150,696
대전	32.9	2,998	70,961
울산	31.1	1,484	62,786
경기	27.0	1,255	88,364
강원	39.2	1,643	111,778
충북	31.0	1,118	194,395
충남	10.8	680	58,045
전북	20.2	1,087	109,239
전남	16.0	230	62,536
경북	22.3	555	77,659
경남	15.3	790	70,977
제주	12.5	397	113,688

○ 공공기금의 지원이 단일 작품 중심에 편중되다보니 필요에 따라 단체의 이합집산이 이루어지고 임시방편적인 임의단체의 수만 계속해서 늘어나는 추세임. 예술단체가 예술현장에 제대로 뿌리내리지 못했다는 것은 경기도의 공연단체당 연간 평균 공연횟수가 27회에 불과하다는 조사결과에서도 나타나고 있음. 공연예술전문단체의 부재는 공연예술계의 자생적 구조를 어렵게 만들고 있으며, 나아가 우수한 예술작품이 장기적으로 제작될 수 있는 풍토를 방해하고 있음

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 연속 사업

○ 사업내용과 추진계획

◦ 경기도의 연극, 무용, 음악, 전통예술, 복합장르(대중예술 포함)에서 예술적 기량이 인정되고 장래성이 있는 단체를 중심으로 집중육성단체를 선정함

- 단체 선정은 지역별, 장르별 배려를 고려할 수 있으나 예술적 우수성과 장래성을 최우선 기준으로 함
- 신청예술단체는 중장기발전계획을 수립하여 연도별 이행계획을 제출해야 함

◦ 지원대상 : 국내 공연예술단체(음악, 연극, 무용, 전통예술 분야)로서 창작 및 공연활동을 전문적으로 수행하는 단체(협회, 학교, 영리단체는 제외)

◦ 지원규모 : 단체별 연간 5천만원~1억원 내외

◦ 지원기간 : 선정된 후 3년~6년 내외
- 매년 약정이행 여부와 평가결과에 따라 예산범위 내 지속지원 여부 결정

◦ 지원항목
- 공연장 대관료, 무대제작비, 홍보비, 조명·음향 디자인비, 출연(연주)료, 작품료, 저작권료, 행사보조요원 수수료 등 공연제작에 소요되는 직접경비 일체
- 정규단원, 기획행정인력의 인건비 등 단체운영에 소요되는 필요 경비(전체 지원금액의 30% 이내)

◦ 추진계획
- 앞서 실태조사 결과에서 드러났듯이 경기도의 예술단체는 양적 성장 보다는 우수한 전문예술단체의 집중 육성을 통해 집객력 있는 작품의 제작과 공연, 그리고 수입구조 개선을 통한 자생력 확보가 중요함
- 공연예술 분야별 전문단체를 선정하여 '단일 작품 중심의 단년제 지원' 방식에서 '단체역량 중심의 다년제 지원' 방식으로 집중 육성 시도
- 민간단체 중 집중육성단체로 선정될 경우, 금전적 지원 외에 기초자치단체의 시립예술단체로 지정하거나 또는 종합문예회관의 상주단체로 활동할 수 있도록 적극 배려하여 예술단체의 창작활동에 실질적 도움을 주고 상호 시너지효과를 얻는 방법도 검토할 수 있을 것임
- 예술위원회가 운영하고 있는 <전문단체육성지원사업>과 연계, 경기지역에서 선정된 단체에 대해 중앙에서 매칭그랜트 형태의 지원을 할 수 있도록 협의 가능

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 실태조사 및 중장기 연구 계획 발주	100
2009	○ 예술단체 지원	500
2010	○ 예술단체 지원	1,000
2011~2015	○ 기존 사업 추진	6,500
2015~2020	○ 기존 사업 추진	6,500

■ 기대 효과

○ 예술단체의 경영마인드 도입과 제작 및 기획의 전문화, 체계적인 공연계획 운영과 단체 역량의 획기적 발전을 기할 수 있을 것으로 기대됨

○ 장기적으로 국제적 경쟁력을 갖춘 우수한 예술단체의 출현으로 경기도의 문화수준을 한 단계 끌어올리고, 도민에게 양질의 문화서비스가 가능하게 될 것임

3-2-3. 민간 문화예술단체의 자생력 확보를 위한 컨설팅 지원

■ 사업 목적

○ 경기도의 민간 예술단체가 보다 활발한 활동을 통해 자생력이 강화될 수 있도록 관객개발, 회원제 운영, 경영 컨설팅 등을 지원함

■ 사업의 필요성

○ 민간 예술단체에 대한 프로그램 중심의 지원이 공적 재원에 대한 의존도를 심화시키고 단체의 자생력을 약화시키고 있다는 비판이 있음

○ 시장 실패 영역인 기초예술단체는 본질적으로 상업적 활동과 티켓수입에 의해 자생력을 확보하기 어려우나, 다양한 관객개발과 마케팅 활성화를 통해 점진적으로 경영여건을 개선할 수 있을 것임

○ 이를 위해 경기도의 300여 개의 공연예술단체를 중심으로 경영컨설팅과 관객개발 및 회원제 운영, 홍보마케팅에 대한 지원체계를 구축할 필요가 있을 것임

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 연속 사업

○ 사업내용

- 경기도 예술단체의 운영실태 조사 연구(격년제 실시)
- 예술경영 및 지원행정서비스센터 운영(경기문화재단 내)
- 공연예술관객개발 및 기존관객 관리방안 컨설팅
- 회원제운영, 홍보, 마케팅 기법 등 교육
- 상담을 통해 공연수요자 연결, 국제교류 알선 등 수행

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 민간 문화예술단체의 실태 조사·연구 ○ 예술경영 및 행정지원서비스센터 운영 방안 연구	100
2009	○ 행정지원서비스 센터 운영 – 홍보, 마케팅, 고객관리, 국제교류 등에 대한 교육 및 지원	300
2010	○ 기존 사업 추진	300
2011~2015	○ 기존 사업 추진	1,500
2015~2020	○ 기존 사업 추진	1,500

■ 기대 효과

○ 타 지역에 비해 자생적 기반이 열악한 경기도 예술단체의 역량강화 기대

○ 지원받은 단체들을 대상으로 지속적인 컨설팅을 추진함으로써 지원성과가 높아질 것으로 기대됨

○ 공적 지원금 배분에 의해 대책없이 늘어난 예술단체들이 이러한 컨설팅과 평가과정을 통해 경쟁력 있는 단체 중심으로 재편될 것임

3-3. 문화예술 공간의 운영체계 혁신

○ 문화예술공간의 관객개발 및 프로그램 활성화
○ 박물관·미술관 종합경영체제 구축
○ 백남준 <참여와 창조센터> 운영
○ 지식정보유통을 위한 U-library 구축

3-3-1. 문화예술 공간의 관객개발 및 프로그램 활성화

■ 사업 목적

○ 경기도의 민간 예술단체가 보다 활발한 활동을 통해 자생력이 강화될 수 있도록 관객개발, 회원제 운영, 경영 컨설팅 등을 지원함

■ 사업의 필요성

○ 경기도의 문화기반시설을 비롯한 문화자원이 비교적 다른 시도에 비해 좋은 여건을 갖추고 있음에도 의외로 문화시설의 활용도가 낮은 것으로 보임. 따라서 앞으로의 지원은 문화시설의 건립 등 문화인프라 조성에만 머물지 않고 문화시설을 활용한 프로그램을 다양화하고 관객들의 접근성을 더욱 높일 필요가 있음

〈표 19〉 광역시도별 문화향수실태 비교(문화시설·유적지)

구분	문화시설 방문횟수	문화시설의 문화행사 참여			역사문화유적지 탐방		
		없다 (%)	참여횟수	참여의향 (%)	없다 (%)	참여횟수	참여의향 (%)
전체	3.46	69.9	1.16	54.9	48.6	1.46	79.9
경기	2.13	81.1	0.55	48.8	55.6	1.15	78.3

「문화향수실태조사」, 문화관광부, 2006년, 자료 재구성

〈표 20〉 광역시도별 문화향수실태 비교(예술행사 · 축제 · 동호회)

구분	문화예술행사			지역축제 · 거리축제		문화관련 동호회	
	관람률 (%)	관람횟수	관람의향 (%)	참여율 (%)	참여의향 (%)	참여율 (%)	참여의향 (%)
전체	65.8	4.66	73.8	43.0	71.4	3.3	14.8
경기	66.6	5.52	76.2	26.4	67.5	1.9	8.2

「문화향수실태조사」, 문화관광부, 2006년, 자료 재구성

○ 경기도민의 일반적인 문화예술행사에 대한 관람 경험은 다른 지역에 비하여 뒤떨어지지 않으나 상대적으로 낮은 수준에 머물고 있는 것은 거리축제, 문화관련 동호회의 참여 등 문화예술 참여활동이 제대로 이루어지지 않고 있다는 것임. 즉, 관객으로서 관람하는 부분에는 익숙하지만, 함께 참여하고 만들어가는 문화에는 익숙하지 않은 것이 경기도 문화 향유의 실체라 할 수 있음

○ 이러한 결과는 앞으로 문화프로그램의 내용이 공연 · 전시 등 우수한 예술작품을 관람 · 감상하는 데 그치지 않고 문화예술교육 · 체험활동, 동호회활동 등 일반인이 주체가 되어 직접 참여하는 프로그램을 강화해야할 필요성을 보여줌

〈표 21〉 경기도민의 주요 여가활동 분포

내 용	평 일(%)	주 말(%)
TV/ 비디오/음악 감상	92.2	73.0
집에서 쉼/ 낮잠	81.1	59.9
인터넷/ 게임	31.6	25.1
독서	29.9	13.4
모임/ 외식	25.7	43.0
레저/ 스포츠 활동	11.1	28.8
쇼핑	6.8	18.5
예술감상	3.3	9.1

경기도 문화시설이용실태조사 2007

○ 경기도민의 여가생활에 대한 실태조사에 따르면, 평일엔 92.2%, 주말엔 73%가 집에서 TV나 비디오, 음악감상을 즐긴다고 답하였으며, 예술프로그램 감상은 평일 3.3%, 주말 9.1%에 그치고 있음

〈표 22〉 경기도민의 여가활동 저해요인

내 용	%
관람비용 낮춤	58.5
작품의 질 높임	47.5
거주지와 근접성	43.2
행사 개최의 빈도	30.0
행사 정보 홍보	15.8
행사의 내용 이해도	4.8

경기도 문화시설이용실태조사 2007

○ 경기도민이 여가활동에서 문화시설을 이용하는데 저해 요인으로 작용하는 것은 관람비용이라는 답변이 58.5%로 가장 많았고 작품의 질이라는 답변이 47.5%로 그 뒤를 이었음. 그 외 행사홍보 부족과 개최 빈도가 각각15.8%, 30%를 차지했음. 특히 도민의 85% 이상이 월 5만원 이하의 문화예술행사 관람비를 지출하고 있는 것으로 나타나, 문화시설의 프로그램 기획과 홍보, 관람료 등에 문제가 있는 것으로 보여짐

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 연속 사업

○ 사업내용과 추진계획

- 문화예술 활동에 경영 마인드 도입
  - 문화예술 활동을 통한 수입의 재투자 구조 확립
  - 관객 개발을 위한 마케팅, 홍보 및 관련 정보 제공 방법 개발
  - 문화예술 행사에 도민들의 참여 기회 확대를 위한 인적네트워크 구축
- 문화예술 활동의 새로운 아이템 개발
  - 경제적 부담을 줄이고 새로운 문화 트렌드를 반영한 프로그램 개발
  - 질과 제작비의 수익 구조를 고려한 작품 개발
  - 문화향유 기호가 다른 청소년들을 위한 세분화된 공연단 운영
  - 가족 단위의 패키지 상품 개발 필요
  - 여가 활동 분포에 따른 대응 문화예술 프로그램 개발

- 문화예술의 접근성 확대
  - '모세혈관' 운동의 경량화 추진
  - 지역과 밀착된 공간(아파트 단지, 공원, 도서관 등)활용 프로그램 제작·운영
  - 이해하기 쉽고 즐기기 쉬운 문화예술 프로그램 운영
  - 청소년 학교문화예술교육 지원 및 문화예술교육의 생활화
- 지역 단체의 상설 예술 활동 지원
  - 고양, 과천, 부천, 수원 등 프로단체 공연활동 지원
  - 시·군의 문화예술 자생단체 공연 및 전시활동 지원
  - 아마추어 단체들의 연합축제 개최 지원
- 국내외 유명 문화예술 초청 행사 개최
  - 해외 유명 공연 및 전시 순회 지원
  - 국내 유명 공연예술 작품 초청 공연
  - 경기도 발굴 공연예술작품 발표 지원
- 소규모 순회공연 실시
  - 경기도립 단원을 활용한 현악 4중주단, 사물팀, 갈라 콘서트 개최
  - 재능 있는 소규모 민간 예술단과의 계약 운영
- 문화시설 및 행사 인지도 제고
  - 문화시설 통합 홍보 및 마케팅
  - 시설(공연 및 전시 포함)별 우수사업 지원 및 인센티브 제공
  - 문화시설 이용 공연예술행사 홍보지원

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 문화예술인 전수조사 ○ 고객의 문화예술 향수 실태 조사 ○ 문화소비 패턴 조사·연구	200
2009	○ 문화예술 공간 활성화 정책 발굴 – 지역 단체 예술 활동 지원, 유명 예술 초청 행사, 소규모 순회공연 실시, 홍보, 마케팅, 시설 개선	2,000
2010	○ 기존 사업 추진	2,000
2011~2015	○ 기존 사업 추진	10,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	10,000

■ 기대 효과

○ 문화예술공간 프로그램의 활성화를 통해 도민의 문화공간 방문 및 프로그램 참여기회를 늘리고 도민의 여가문화 향상에 기여함

○ 경기도 문화향유정책의 거점으로서 각종 문화예술 공간의 활성화를 도모하여 창작과 향유가 예술현장을 중심으로 선순환되는 효과 기대

3-3-2. 박물관·미술관 종합경영체제 구축

■ 사업 목적

○ 효율성·전문성·자율성을 갖춘 박물관 미술관 종합경영지원체계 구축

- 민간주도형 문화예술분야 지속성장 기반 구축
- 경기도 문화예술의 창조와 향유의 거점 확대
- 박물관·미술관의 선진적인 경영지원 시스템 개발

■ 필요성(배경)

○ 경기도내 박물관·미술관 건립 규모 증가와 산하기관 수의 증가로 관 주도 서비스 공급의 한계 및 경영관리의 어려움 증가(현재 4관 ⇨ 7관으로 확대)

○ 경기도내 박물관 미술관의 경상비 대비 사업비의 비중이 낮고 행정·기능 인력에 비해 학예직 등 전문인력의 비중이 낮아 개선이 요구됨

〈표 23〉 경기도 박물관·미술관 사업비 및 학예직 비율

구분	예산(백만원)			인원(명)		
	총계	사업비	비율(%)	총계	학예직	비율(%)
경기도박물관	6,921	1,581	22.8	50	17	34
경기도미술관	5,237	1,664	31.8	21	6	29

○ 도민의 문화향유권 신장을 위한 박물관·미술관 기획프로그램 및 참여프로그램 부족

- 종합경영체제 구축을 통한 경영의 효율화 및 특성화된 전략적인 경영관리 필요

■ 개선 방향

○ 규모의 경제 실현 및 운영의 전문성 확보를 통한 운영 활성화 및 기관별 특성화

○ 박물관·미술관의 종합경영체제 구축을 통한 효율성, 전문성, 자율성 제고

○ 박물관·미술관 장단기 발전 계획 수립을 통한 체계적인 발전 유도

○ 박물관·미술관 프로그램 활성화를 통한 체계적인 대도민 서비스 및 기관별 위상 제고

■ 추진 계획

○ 사업구분 : 연속사업

○ 사업내용 및 추진계획

◦ 대상기관 : 도내 운영 및 건립 중인 박물관·미술관 7개처

- 운영 : 경기도박물관 / 경기도미술관 / 조선관요박물관 / 분원백자전시관
- 건립 : 백남준 아트센터 / 실학박물관 / 전곡선사박물관

◦ 추진방향 : 도내 박물관·미술관의 통합법인화를 통해 종합지원시스템 구축

- 박물관·미술관의 건립 및 다양한 사업경험을 축적하고 있는 경기문화재단의 산하조직으로 통합하는 방안이 신규 설립 방안 보다는 효율성과 조직 안정화 및 전문성 등에서 유리한 것으로 분석됨

〈표 24〉 종합지원시스템 구축방안 비교

문화재단 중심	■ 효율성 : 행정인력 축소 및 전문인력 확대, 예산 절감, 신속한 사업 추진 ■ 안정성 : 기존의 조직 및 시스템 을 통한 신속한 조직의 안정화 ■ 독립성·자율성 : 재원 및 기관의 안정성 ⇨ 신규법인에 준하는 자율성 및 독립성 보장 ■ 전문성 : 경기도 차원의 문화정책 수립 ⇨ 시너지 효과 문화예술과 박물관 사업의 노하우 접목 ⇨ 환경변화 대응 및 사업 다각화 용이 ⇨ 성격이 이질적인 기관들의 사업 시너지 효과를 극대화 할 조정능력 확보
신규법인	■ 효율성 : 행정인력 확대 불가피, 예산 증가 ■ 안정성 : 박물관·미술관 및 기관 간 이질성 등으로 조정 및 안정화 어려움 ■ 독립성 및 자율성 : 재원의 안정화 및 다양화 ⇨ 사업의 자율성 및 독립성 확보 ■ 전문성 : 박물관미술관 중심의 전략 수립 ⇨ 문화예술계 전반에 사업 시너지 확산 어려움

○ 문화재단 중심의 종합경영지원시스템 구축시 고려사항

◦ 조직운영 및 신분승계

- 각 기관별 자산처리, 고용승계 등은 법과 조례에 따라 처리
- 행정 및 기능직을 제외한 전문직의 최대한 고용승계
- 직제는 일반직과 전문직으로 단순화하고 고용은 정년제와 계약제 혼용

◦ 사업안정화기간 단축

- 재단의 조직 시스템 활용으로 박물관미술관 조직의 변화 최소화

◦ 전문인력 보강

- 지원 및 관리 기능 축소로 발생하는 여유 TO를 학예직으로 대체
- 탄력적인 인력 수급체계 유지 및 분야별 교육프로그램 운영

◦ 전문분야 중심의 운영체계

- 경영지원(STAFF)기능과 전문기능의 분리
- 별도의 경영지원 부서 신설

◦ 박물관·미술관 위상 유지

- 관장의 상임이사(법인 등록이사) 참여 ⇨ 직무수행 대표권 및 임기 보장
- 운영위원회 설치 및 운영(운영위원회는 사업의 협의 조정 기능 수행)

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 종합경영지원체계 구축 ○ 박물관·미술관 발전 중장기 정책 수립 ○ 전문인력 보강	1,000
2009	○ 종합경영지원 체계 운영 ○ 박물관·미술관 고유 사업 추진	20,000
2010	○ 기존 사업 추진	20,000
2011~2015	○ 기존 사업 추진	100,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	100,000

■ 기대 효과

문 화	○ 문화예술 자원 활용 극대화 ○ 사회문화 환경 변화 신속 대응 ○ 박물관·미술관 경쟁력 강화 ○ 박물관·미술관의 창조적 역할 확대
경 영	○ 수요자 중심 맞춤형 서비스 제공 ○ 전문 경영체제 구축 및 경영 효율화 ○ 경영개선을 통한 조기 안정화
교 육	○ 문화예술 생활화 및 문화예술교육 확산 ○ 사회교육 기능 강화 ○ 차세대 창의력 육성기반 조성
지 역	○ 지역 간 공사립박물관 네트워크 구축 ○ 지역 문화예술 활동 거점 조성

3-3-3. 백남준 〈참여와 창조센터〉 운영

■ 사업 목적

○ 비디오아트의 창시자인 고 백남준의 작품세계와 예술혼을 기리기 위해 건립되는 <백남준아트센터>를 21세기 미디어 아트의 메카로서 경기 예술의 랜드마크이자 시각예술의 실험적 창작과 교류의 국제적 거점으로 육성함

■ 현황 및 필요성

○ <백남준아트센터>는 경기도 용인시 기흥읍 상갈리에 건립되며, 총면적은 3만 4000평임. 경기도는 이를 위해 2002년 5월 현재 백남준의 레이저 작품 3점, 비디오 작품 13점, 드로잉 31점, 회화 11점 등 총 58점을 520만 달러에 구입하였음

○ 비디오아트의 창시자인 백남준의 미술사적 위치와 현대예술에서 미디어와의 접목이 활발해지고 있는 점 등 시대적 문화흐름에 가장 적합한 국제적 명소로 자리 잡을 수 있도록 효율적이고 과학적인 운영방식이 요구됨

○ 테크놀로지를 근간으로 한 백남준의 미술 작품은 새로운 예술의 형태들에 대한 창의적 사고와 예술적 모티브를 제공하는 촉매제 역할을 하고 있으며, 국내뿐 아니라 세계적으로 중요한 메시지를 전달하고 있음

○ 따라서 미술사적 작가의 위상과 미래의 가치를 담보할 수 있는 공간으로서 백남준 미술관을 적극 활용하여 새로운 예술의 창조와 참여가 이루어지는 미디어예술의 국제적인 거점으로 역할을 수행할 수 있도록 함

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 연속사업

○ 사업내용 및 추진계획

- 건축공사 완료(준공식 : 2008. 4월)
- 미술관 개관 기념행사 추진(2008. 10월)
- 미디어아트 분야의 세계적 중심지로서 역할 부각(다양한 프로그램 구성)
- 미술관에는 미국 뉴욕에 있는 백남준의 스튜디오가 그대로 재현되고, 전 세계에 흩어져 있는 작품과 앞으로 제작되는 작품도 계속 구입하여 전시할 예정임
- <국제실험예술제> 및 <국제심포지엄> 개최 : 개관 기념행사로 백남준과 관련된 국제 심포지엄과 세계의 새로운 예술 경향을 짚어볼 수 있는 국제실험예술제 등 다양한 기념사업을 추진함
- 백남준 <창조와 참여센터>는 우수한 청년작가들의 작품전시회를 비롯한 다양한 프로그램을 유치하여 청소년과 우수 청년작가들의 교육 및 창작 공간으로 활용

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 건축 공사 완료 ○ 센터 운영 중장기 정책수립 ○ 백남준 아트센터 개관전 실시 ○ 국제실험예술제 및 국제심포지엄개최	5,300
2009	○ 기획전 및 상설전시 추진 ○ 레지던시 추진	10,000
2010	○ 기존 사업 추진	10,000
2011~2015	○ 기존 사업 추진	50,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	50,000

■ 기대 효과

○ 경기도를 첨단 창작예술의 진원지이자 역사적 문화유산과 문화전통의 계승이 조화롭게 융화되는 문화예술 지역으로 발전시킴

【뮤지엄파크 조성(도로, 주차장)】

■ 사업 목적

○ 용인시 상갈근린공원 일원의 경기도박물관, 백남준미술관 등의 뮤지엄파크 관람객 편의도모를 위한 진입로 확장·개설 및 주차장 확보

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 단기 사업

○ 사업 내용 및 추진계획

- 도로 확장 및 개설 1,154m 공사를 위한 보상 및 발주
  - 보상 6,441㎡
  - 2007. 8월 발주(9월 착공)
- 주차장 100면 확보를 위한 시설공사

  부지 3,565㎡는 2006년 기 확보

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 진입로 시설	3,164
2009	○ 주차장 시설	100
2010	○ 공사 완공	

■ 기대 효과

○ 경기도박물관, 백남준미술관 등 뮤지엄파크 이용객들의 편의제공 및 교통난 해소

3-3-4. 지식정보유통을 위한 U-library 구축

(1) 지식·정보 접근기회 제고를 위한 U-library 구축

■ 사업 목적

○ 문화예술 창조의 근간이 되는 도민의 지식 경쟁력 향상을 위해 유비쿼터스 환경에 맞추어 장소·시간의 제약 없이 도내 도서관의 정보자료를 활용할 수 있는 체제를 구축

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 5개년 사업

○ 사업 내용 및 추진계획

- 도내 공공도서관 공통의 온라인 서지 데이터베이스 구축
  - 운영 중 공공도서관 전관의 서지데이터 통합
- 상호대차, 도서예약 등을 포함하는 도서관 통합 모바일 서비스 사이트 개설
- 도서관 키오스크 도입을 통한 전자자료 및 도서관 이용 활성화
  - 키오스크 내 대표도서관 홈페이지 및 전자자료 등을 수록하여 도민이 자유롭게 이용이 가능한 시스템으로 정착
  - 도서관별 키오스크 또는 문화 콘텐츠, 민원 콘텐츠 등과 결합된 형식으로 개발 등 도민 접근이 용이하도록 다양한 방안 강구

○ 경기도 대표도서관을 통한 자체 사업으로 추진

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 도내 통합 온라인 서지 DB구축, RFID 도입 지원	700
2009~2010	○ 경기도 도서관 모바일 통합사이트 개설, RFID 도입 지원	500
2011~2012	○ 도서관 키오스크 도입을 통한 전자자료 및 도서관 이용 활성화	1,500

■ 기대 효과

○ 생활과 결합된 도서관이용 활성화를 통해 도민의 지식역량 강화 및 창조력 향상

(2) 지역문화의 중심 도서관 인프라 확충

■ 사업 목적

○ 지역 문화의 중심 공간으로의 공공도서관 역할 수행 및 도민의 문화향유기회 확대, 지식·정보 격차 해소를 위하여 도서관 인프라의 지속적인 확충

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 연차 사업

○ 사업 내용과 추진계획

- 지역대표도서관, 4대 권역별 장서보존고 설립 추진
- 공공시설과 도서관을 함께 건립하는 복합건물 건립 추진 등 생활권역별 중·소 규모의 공공도서관 확충
- 공공도서관 미설치 지역 위주로 작은도서관 및 공·사립 문고 확충 추진
- 도서관 건립 시 다양한 문화활동 공간이 포함되도록 권고
- 경기도 공공도서관 발전 계획 및 대표도서관 건립 계획 수립 추진
- 시·군별 도서관 인프라 확충 계획 반영으로 효율적인 예산 지원 체계 마련

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 공공도서관 15개관, 작은도서관 20개소 확충	30,506
2009~2010	○ 공공도서관 22개소, 작은도서관 20개소 확충	40,900
2011 이후	○ 공공도서관 44개관 확충	62,394

* 균특예산이 2009년까지 한시 지원되므로 2010 이후 재원 확보대책 강구 필요

■ 기대 효과

○ 지식정보 접근기회 향상을 통해 도민의 지식역량 강화

○ 지식정보 격차 해소 및 다양한 도서관 서비스 제공으로 도민의 삶의 질 제고

3-4. 문화예술 전문인력 육성

○ 경기 차세대 예술인력 발굴 및 육성
○ 경기 다원문화예술센터 건립 운영
○ 문화예술 매개인력(문화공간 등) 전문화

3-4-1. 경기 차세대 예술인력 발굴 및 육성

■ 사업 목적

○ 경기도의 차세대 문화예술을 이끌어갈 신진 예술인력의 체계적 발굴 및 육성
○ 의욕과 재능을 갖춘 젊은 예술가를 선정, 체계적인 연수와 발표기회 제공

■ 사업 필요성

○ 신진 예술가들은 기성 예술인보다 상대적으로 작품을 발표하거나 예술적 가치를 평가받는 기회가 상대적으로 적음
○ 공적 기구나 사적 영역에서의 예술 활동 지원은 상대적으로 기성 예술가 중심으로 이루어지고 있음
○ 신진 예술가들은 예술적 성장과정에 있을 뿐만 아니라, 경제적으로도 취약하여 예술 활동에 많은 제약을 받음
○ 예술위원회의 지원프로그램에서 신진 예술가에 대한 지원 프로그램을 운영하고 있으나 연수, 작품발표 등에 한해 일회성으로 지원되어 지원의 영역과 규모를 강화할 필요성이 지속적으로 제기됨
○ 따라서, 신진 예술가들을 차세대 예술인력으로 육성하기 위해서는 재정 지원뿐만 아니라 예술적 도전에 대한 지속적인 관심과 후원이 필요함

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 신규 사업
○ 경기 출신의 젊은 예술인 중에서 지원대상자 선정 추진
  - 예술 장르별로 차세대 한국예술을 이끌어갈 재능과 열정을 소유한 젊은 예술인 선정 : 공모와 발굴추천 병행(커미셔너형 발굴 추천제 도입)

○ 선정된 신진 예술인력에 대한 다년간 지원 제도 도입

- 지원 기간은 2년 단위(작품 발표)로 하되 대상자 중 우수한 평가를 받은 자는 최대 3년간 지원토록 함

○ 신진 예술인력에 대한 후견인(Patron)으로서의 기관 역할 강화

- 선정된 대상 예술가에게는 경기도의 차세대 예술인력 지원 프로그램 인증서를 수여하고 지속적인 관리와 평가를 통해 후견인(patron)으로서의 역할을 수행함
- 차세대 예술인력아카데미(가칭)의 회원으로 등록하여 멘토 시스템에 의한 체계적인 교육연수 및 발표기회 제공

○ 선정 대상 : 연 50명 내외(1년차 25명, 2년차 25명)

- 각 장르별 특성에 따라 각 부문별을 고려하여 선정
- 예술 활동 경력 3년 이상, 만 40세 이하
- 전시작가, 희곡작가, 공연·전시기획자, 연출가, 안무가 등

○ 선정 기준(안) : 예술적 기량, 발전 가능성, 예술 활동 실적 등

○ 지원 내용

- 선정된 신진 예술인에게는 인증서 수여
- 1인당 연간 1천만원 내외의 창작활동비 지급
- 차세대 예술인력 아카데미의 회원으로 관련 전문가의 교육기회 제공(멘토 시스템)
- 2년 후 작품발표회 장소 대관 및 기획홍보 지원

○ 성과관리

- 지원 대상 예술인은 매 1년마다 예술 활동 실적 보고서를 제출
- 제출된 보고서는 담당부서에서 별도의 평가기준에 의해 1차 평가를 하며, 별도 구성된 평가위원회에서 심층 평가 추진
- 평가위원회는 활동 실적 및 성장가능성 등을 평가하여 계속 지원여부 결정
- 지원 대상 예술인에 대해서는 예술 활동에 대한 홍보 대행, 각종 정보 제공, 홈페이지를 통한 커뮤니티 운영 등을 통해 지속 적인 회원관리를 함

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 차세대 예술인력 발굴 및 육성사업(1차년도) 25명 선정	300
2009	○ 2차년도 25명 추가 선정, 제1기 대상 발표회 추진	800
2010	○ 차세대 예술인력 지원 프로그램(2년 과정) 계속 운영	800
2011~2015	○ 기존 사업 추진	4,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	4,000

■ 기대 효과

○ 신진 예술가의 예술 창작 의욕을 고취하고 차세대 예술가로 육성

○ 경기도의 차별화된 신진예술가 프로그램으로 역량 있는 예술가의 조기 발굴 및 신진 예술인력의 지원모델 제시

3-4-2. 경기 다원문화예술센터 운영

■ 사업 목적

○ 예술의 새로운 경향인 복합, 다원예술을 활성화하기 위한 허브로서 경기 다원문화예술센터를 구축 운영하여 예술활동의 저변을 확대함

○ 경기도의 다양한 지리적 인구적 특성을 고려, 문화다양성 증진을 통해 도민의 문화감성에 맞는 문화향유의 질적 제고

■ 사업 필요성

○ 예술의 새로운 경향으로서 기존의 예술장르 간 융합 또는 과학 등 인접 분야와의 접목에 의한 다원예술(Inter-Arts)이 중요한 예술영역으로 확장되고 있음

※ '모든 문화는 본질적으로 서로 겹치고 뒤섞인다'

- Edward W. Said, 『문화와 제국주의(Culture and Imperialism)』

※ **'다원예술'이란?** : 장르에 대한 새로운 접근과 다양한 예술적 가치의 실현을 목적으로 하는 예술창작활동으로서 탈장르예술, 복합장르예술, 새로운 장르의 예술, 비주류예술, 문화다원주의적 예술, 독립예술 등을 중심적 대상으로 하는 개념
(한국문화예술위원회 다원예술 소위원회 정리)

○ 기성 예술장르의 발전은 각 장르의 실험적 활동이 결합되어 이루어지는 다원예술의 진작을 통해서 보다 다양한 성과를 거둘 수 있을 것임

○ 경기도는 도민의 80%가 외지인 출신으로 하나의 행정구역으로 묶여있지만, 도시와 농촌의 정서가 다르고, 서울을 중심으로 경기 남부와 경기 북부의 문화적 배경이 다르며, 남북 대치상황에 따른 군부대와 주한 미군부대의 주둔, 외국인 근로자 등 다양한 문화적 향유계층이 존재하고 있음

○ 문화적 다양성과 실험적 예술영역에 대한 지원을 목표로 하는 경기 다원문화예술센터의 운영은 경기도의 다양한 문화적 배경들을 예술활동으로 통합해내는 효과를 거둘 수 있을 것임

【국내 및 해외 사례】

○ 국내 사례 : 영상 미디어센터 (www.mediact.org)

○ 해외 사례 :

- 교토아트센터 (일본): 실험적 신진 예술가들의 독립예술 창작을 지원하고, 이를 통한 지역문화의 다양성을 구현 (www.kac.or.jp)
- 프린지 클럽 (홍콩) : 비주류예술가 교류 (www.hkfringeclub.com)
- 서브 스테이션 (싱가폴) : 문화예술 체험기회 확대와 비주류 예술가들의 창작활성화 (www.substation.org)
- 타이페이 아티스트 빌리지 (대만) : 복합문화공간의 기능과 예술가촌의 기능을 한데 묶어 설립 (www.artistvillage.org)

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 신규 사업

○ 사업 내용 및 추진계획

- 도내 비주류 예술활동 및 실험적 예술활동의 허브로서 다원문화예술센터 구축
- 다원예술 활동 예술가 및 단체들을 위한 창작 전초기지, 교육, 신진 예술가 국제교류, 시민 참여를 통한 문화예술 공공성의 확보
- 뉴미디어아트, 탈장르 및 장르융합 등 새로운 경향의 예술활동을 적극 지원함으로써 예술의 다양성과 다원주의를 증진

○ 문화의 다양성 증진을 위한 창작활동 지원 강화

- 작가 및 작품의 제작 등 창작지원과 더불어 생산을 위한 인프라(교육, 정보, 장비, 공간 등), 마케팅과 유통, 국제교류 등 지원
- 인디·대안예술의 발표공간 확대 등 인프라 구축, 전략적인 기획에 의한 공연·전시 이벤트 등 수용자(관객)층 형성 및 확산을 위한 프로그램 지원

○ 잠재적 예술가 집단의 육성 : 문화다양성축제를 통한 창작 발표 및 교류의 활성화 지원

○ 젊은 작가들의 실험적 작업을 돕는 <엔지니어링 프로그램> 신설

- 미디어아트, 설치예술 등 테크놀로지를 활용한 예술작업에 도움을 주기 위해 고가의 장비를 마련하여 예술가들이 저렴한 임대비용으로 손쉽게 이용할 수 있도록 지원하는 프로그램

○ 장르복합, 탈장르적 복합예술에 대한 지원 강화

- 퓨전(fusion)문화, 또는 인터액티브 예술(interactive arts)과 복합예술(multi-media arts)이라는 새로운 예술 흐름을 적극 수용

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 경기 다원문화예술센터 구축	1,200
2009	○ 경기 다원문화예술센터 운영 활성화	400
2010	○ 아시아문화다양성축제 등 연계프로그램 추진	400
2011~2015	○ 기존 사업 추진	2,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	2,000

■ 기대 효과

○ 문화예술 제분야에서 일반적인 기성 예술가 집단에 편입되지 않은 잠재적 예술가군의 다양하고 실험적인 형식과 내용의 대안적 예술활동이 활성화됨으로써 기성 문화예술계의 창조 역량 강화와 문화예술의 기반 확장에 기여

○ 그동안 경기 문화예술정책의 사각지대에 있던 다원예술, 복합예술분야에 대한 구체적인 지원프로그램이 추진됨에 따라 다원예술페스티발의 활성화, 아마추어 예술가들의 활동 증가, 실험적 예술창작활동의 증가 등으로 이어질 것으로 기대됨
(백남준 미술관 건립운영과 연계 시너지효과 기대)

3-4-3. 문화예술 매개인력 전문화

■ 사업 목적

○ 문화시설의 기획 및 프로그램 운영자, 예술단체의 경영자 등 문화예술 매개인력의 전문화를 위한 교육·연수 및 제도적 뒷받침을 통해 창작자와 향유자 간 문화예술이 선순환될 수 있도록 하고 문화예술기관의 기획력 강화 및 운영개선 등 예술현장의 활성화 및 자생력 제고를 도모함

■ 사업 필요성

○ 문화시설의 프로그램 활성화, 문화예술단체의 관객개발 등 운영 전문화를 위해서는 예술경영, 문화기획, 관객개발 및 홍보마케팅을 전담하는 문화예술인력의 확충 및 전문화가 필수적임

○ 우리나라의 문화시설은 하드웨어의 구축이 어느정도 이루어졌으나, 아직 관객개발 등 프로그램의 활성화가 미흡한 것은 운영인력의 부재와 전문성 부족에 원인이 있음. 따라서 창작자와 향유자의 중간에서 프로그램을 기획하고 제작·운영하는 문화예술매개인력의 전문화가 시급한 과제로 떠오르고 있음

○ 과거 문화예술단체는 창작자가 작품제작에서 기획, 홍보마케팅, 티켓판매 및 재원조성에 이르기까지 모든 부분을 관장하였으나, 문화예술현장이 복잡해지고 관객의 취향이 다양해짐에 따라 기획 및 예술경영을 해당 전문가에게 위임하는 현상이 두드러지고 있음. 경기도의 문화예술 단체의 전문화 및 자생력 확보를 위해서도 문화예술매개인력의 확충이 필요한 상황임

○ 이미 전국의 수십 개 대학(원)에서 문화예술기획 및 경영 관련 전문가를 배출하고 있으나 이들이 근무할 수 있는 문화시설, 예술단체의 수용환경이 마련되지 않아 대학원을 졸업한 고급인력이 흡수되지 않고 있으며, 공급과 수요가 충분히 있음에도 불구하고 예술현장은 전문인력 부족에 허덕이는 구조적 문제를 드러내고 있음

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 신규 사업

○ 사업내용 및 추진계획

- 문예회관·도서관·박물관·미술관·문화의집·문학관 등 각종 문화시설에 문화

예술 기획·경영 전문 인력을 배치하여 경영마인드 도입 및 프로그램 운영 활성화

- 민간 부문의 문화기획자, 문화코디네이터를 적극 육성하여 문화예술행사 개최에 있어서 기획 및 마케팅 능력 제고
- 경기도내 문화예술기획·경영관련 대학 및 대학원, 문화예술기관 및 단체와 연계하여 상호 전략적 인력 수급방안 모색 추진
- 문화예술 매개 전문 인력 육성을 위한 지원프로그램으로 문화예술기획·경영 인턴십을 운영하고, 문화시설 및 문화단체는 프로그램 전문가의 채용을 추진
- 전문화된 교육 습득의 기회가 부족한 기존 문화행정, 예술경영 분야 종사자들을 위해 문화예술기획·경영 연수프로그램을 운영하거나 전문기관에 위탁연수 추진
- 문화예술 매개 전문 인력의 인적네트워크를 통해 상호 정보교환 및 새로운 경영기법 습득 기회 제공, 산학예 연계망 구축 등을 추진

○ 문화예술기획·경영 전문 인력 확충

- 경기도(시군 포함)내 문예회관·도서관·박물관·미술관·문화의집·문학관·문화원 등 각종 공적 문화시설의 경우, 의무적으로 문화예술기획·경영 전공자(혹은 현장 전문가)를 채용하거나 기존의 종사자를 일정 기간 재교육을 통해 인력 전문화 추진
- 문화시설 및 기관의 결원이 생길 경우, 문화예술기획·경영 전공자 우선 채용 추진
- 도내 문화시설의 기관장, 사무국장 채용시 공채를 통해 관련 전문가 우선 채용

○ 문화인턴제 도입 운영

- 대상규모 : 문화예술기획, 예술행정 및 경영 전공자 또는 문화예술 관련 대학원에 재학중인 자(100명 내외)
- 배치장소 : 공·사립공연장, 미술관, 박물관, 상설 축제 추진기구, 전문예술법인·단체 등 인력 수요가 있고, 전문인력 배치시 더 많은 문화예술 확산 효과를 낼 수 있는 곳을 선정, 인력 배치
- 문화인턴의 모집 및 선정, 문화기관 및 단체의 배치 등 행정업무는 경기문화재단이 주관하고 인력 배치시 사전 연수 및 중간 평가관리 등 수행
- 인력 배치시 문화인턴의 전문성 제고를 우선 목표로 하고, 배치되는 기관·단체의 경영여건 개선에 실질적으로 도움이 될 수 있도록 채용 효과성 고려

○ 민간 문화예술경영 및 기획전문가 활동여건 제고

- 민간 문화예술단체 운영의 영세성을 탈피하여 예술기획·경영 마인드를 도입하고 관련 전문가들이 활성화될 수 있도록 지원프로그램 운영시 프로그램의 기획력,

기획전문가의 활용여부 등을 고려함

• 공연프로그램은 관객 및 마케팅 계획의 수립 여부, 전시프로그램은 전시기획자의 참여여부 등을 지원심의시 적극 고려

○ 문화시설 및 기관의 운영인력 전문화방안에 대한 장기계획 수립(경기도)

- 문화시설 및 기관의 운영인력의 전문화는 제도적 개선이 우선되어야 하므로 현 제도에 대한 진단 및 중장기 개선방향에 대한 체계적 연구를 통한 방안 마련
- 문화직렬제 도입방안 연구(문화행정직군의 장기근무제 도입 등)

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 문화예술기획·경영전문가 확충, 문화인턴제 도입	500
2009	○ 문화예술매개전문인력육성 중장기계획 수립	100
2010	○ 문화전문인력 제도개선 추진 등	500
2011~2015	○ 기존 사업 추진	2,500
2015~2020	○ 기존 사업 추진	2,500

■ 기대 효과

○ 문화시설 및 기관의 경영합리화 및 프로그램 활성화를 통해 도민의 문화향유권 확대에 실질적으로 기여하게 될 것임

○ 문화예술 매개인력의 확충 및 육성은 문화예술창작자에게는 창작활동에 전념할 수 있도록 하고, 보다 잘 짜여진 양질의 문화예술프로그램을 도민에게 공급할 수 있게 됨으로써 창작 - 매개 - 향유의 문화예술 현장이 선순환 구조로 활성화 될 것임

3-5. 문화예술의 공공성 및 사회적 가치 제고

○ 산업·군부대 이전지 등 유휴시설 리모델링을 통한 문화공간화 추진
○ 기업과 예술의 만남(Arts & Business) 활성화
○ 매체를 통한 문화예술의 가치 확산
○ 문화예술 공공프로젝트 운영 활성화

3-5-1. 산업·군부대 이전지 등 유휴시설의 리모델링을 통한 문화공간화 추진

■ 사업 목적

○ 산업 및 미군부대 이전에 따른 유휴시설물의 리모델링을 통해 문화의 시대를 상징하는 도민 친화적 문화공간으로 활용하여 <경기도의 새로운 문화예술 발원지>로서 육성함

○ 경기 북부 등 도내 문화소외지역과 경기 양평군 등 예술가 집단 거주 지역을 중심으로 산업유휴 시설물 등을 문화센터로 조성하여 경기도의 새로운 문화명소로 자리잡도록 하고 경기도내 지역별 문화격차 해소와 문화의 균형발전에 기여함

■ 현황 및 필요성

○ 전쟁의 참화에 이은 경제적 압축 성장기를 거친 한국의 역동성을 상징하는 산업시설물과 군부대 등이 시대의 변천에 따라 용도 폐기되거나 이전되어 '공동화'되고 있는 상황임

○ 경기도는 수도권의 인구 증가와 서울 중심의 생활권 확장에 따라 아파트촌이 확대되고 있는 실정이므로 군부대 이전지 등 유휴공간을 환경 및 주민친화적 문화공간으로 리모델링할 필요성이 있음

○ 노후 시설의 문화공간화 성공 사례

▷ 영국 테이트 모던(Tate Mordern) 갤러리 : 화력발전소 개조

- 실험적이고 도전적인 현대미술의 메카로 떠오르며 매년 수백만 관광객 유치
- 템즈 강변의 사우스뱅크 지역을 문화 거점화하는데 결정적 기여

▷ 프랑스 오르세 미술관 : 철도역사(驛舍)를 개조

- '인상주의 미술관'이라고 불리우며 루브르미술관을 능가하는 관광객 유치

- 주요작품의 전시공간과 함께 공연·교육·토론 등 다기능 문화공간

▷ 이탈리아 베니스비엔날레 개최지인 아르세날 : 조선소 개조

▷ 프랑스 아틀리에 '소나무작업실' : 병기창 개조

▷ 프랑스 국립무용센터 : 파리 근교 빵땡시 구청건물 장기 임대 후 리모델링

▷ 네덜란드 웨스터개스 파브릭컬쳐 : 가스 공장을 개조 후 문화공간으로 활용

▷ 독일 동독 지역의 노후 아파트를 개조하여 화가들의 집단 아뜰리에 조성 등

※ 파리 라빌레트 공원(Parc et de la Grande Halle de La Villette)의 예

- 1887~1974년 대형 도축장이었던 지역을 문화공간으로 개조



▷ 파리의 대부분 문화시설이 서쪽에 위치한데 반해 문화·경제적으로 낙후된 파리 동부 지역의 개발 차원에서 추진됨.

▷ 공원 건설비 90억프랑(약 1조9천억원), 소요기간 16년으로 '루브르 대역사'와 함께 미테랑 정부의 가장 큰 문화사업으로 기록됨.

▷ 주요시설

- 실내 문화이벤트장(2,300명 수용) : 대형 소우리 내부 개조(예술행사)
- 메종 드라 빌레트 : 예술가의 아틀리에 겸 창작 작업실로 사용
- 과학공업전당(과학박물관) : 소 도축장 개조(과학체험교육장)
- 야외공연장(8,300명 수용) : 마돈나 등 대중가수의 대형 콘서트장
- 시민공원 : 점, 선, 공간을 중심개념으로 현대적인 도시형 공원 건축
- 테마별 정원 : 거리예술, 서커스, 영화상영 등이 열리며, 10개의 테마 정원 조성
- 인접 지역 : 음악의 전당(Cite' de La Musique), 음악콘서바토리 등

▷ 운영비는 국고에서 지원하며 3/4는 문화부, 1/4은 교육부에서 지원함.

- 연간 소요예산은 3천만유로(약 4백억원)로 사업비로 1,200만유로 (문화부 지원금 600만, 자체 수익금 600만)가 사용됨

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 신규 사업

○ 사업내용과 추진계획

- 노후 산업시설의 리모델링을 통한 문화공간화 추진
  - 경기 서해안지역, 동북부, 북부지역 등 권역별 노후 산업시설을 선정하여 문화공간으로 개조하고 예술창작활동과 다양한 시민참여 문화예술프로그램 운영
  - 경기 가평, 양평 지역 등 한강변에 남아있는 낙후지역을 개발하여 문화가 살아 숨쉬는 환경친화적 테마공원 형태의 '종합문화시설', 아트팩토리(Art Factory) 운영

- 미군부대 이전지 등 유휴지의 문화공간화 추진
  - 경기북부지역(의정부, 동두천, 포천 등)의 미군부대 이전지에 대한 문화공간화
  - 사전 문화환경 실태조사, 타당성 조사 등을 거쳐 친환경적, 주민친화적 문화공간 조성

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 노후시설 및 유휴공간 리모델링을 위한 타당성 조사 실시	100
2009	○ 문화공간 운영을 위한 중장기 정책 수립	200
2010	○ 관련 시설 지정 및 리모델링 설계	5,000
2011~2015	○ 공간 운영	10,000
2015~2020	○ 공간 운영	10,000

■ 기대 효과

○ 노후화된 산업시설 등을 개조하여 지역 문화예술인들의 창작실과 발표공간을 마련하고 지역 주민들에게 다양한 문화서비스를 제공하는 종합 문화공간으로 활용할 수 있을 것임

○ 외국의 사례에서 보는 바와 같이 문화의 시대를 상징하는 문화명소로 자리잡을 수 있도록 함으로써 지역주민들에게 문화에 대한 자긍심을 심어주는 공간이 될 것임

3-5-2. 기업과 예술의 만남(Arts & Business) 활성화

■ 사업 목적

○ 21세기 창조경영 시대를 맞아 기업의 문화예술활동 지원이 기업의 홍보마케팅 차원을 넘어 기업의 부를 창출하는 원동력으로서 인식될 수 있도록 함

○ 경기도 지역의 문화와 경제가 상호 발전을 위한 동반자적 관계로 변화

- 기업과 예술의 만남을 통해 예술은 기업에 창의성을 공급하고 기업은 예술활동을 돕는 상생의 원칙에 기반한 기업메세나 운동을 활성화함

○ 문화예술의 자생력 강화와 재원 확보에서 공공 부분이 수행할 수 없는 부분을 기업의 자발적 참여를 통해 문화투자가 확대될 수 있도록 함

■ 현황 및 필요성

○ 2004년도 기업의 문화예술 분야별 지원 내역을 분석해 보면, 조사 대상 기업의 총 지원금액은 1,710억원 규모로 나타났고 지원금액 기준으로 미술/전시 분야에 965억원이 지원되어 전체의 56%를 차지, 가장 높은 비중을 나타냈으며 공연예술 분야에 268억이 지원되어 16%의 비중을 차지하는 등 문화예술 지원금의 72% 이상이 미술/전시, 공연예술 분야에 사용되었음을 알 수 있음

〈표 25〉 기업의 문화예술 분야별 지원 내역

지원분야	2003년		2004년	
	지원금액(백만원)	비 율 (%)	지원금액(백만원)	비 율 (%)
미술/전시	7,425	4.9	96,549	56.4
공연예술	59,526	39.2	26,775	15.7
인프라	54,888	36.2	25,182	14.7
축제/행사	17,185	11.3	9,917	5.8
문화교육	1,085	0.7	3,693	2.2
문학	1,402	0.9	2,276	1.3
영상/미디어	5,545	3.7	428	0.2
전통/민속	1,465	1	448	0.3
기타	3,222	2.1	5,755	3.4
총 계	151,743	100	171,022	100

○ 문화예술분야의 재정적 한계를 극복하고 안정적이고 지속적인 재원확보 방안으로서 민간 기업의 적극적인 참여가 이루어져야 하지만, 실제적으로 기업 차원에서 문화예술에 대한 관심은 매우 취약한 형편임. 특히 경기도의 경우, 기업메세나협의회가 결성되어 있지 않고 기업의 문화예술 후원이 거의 전무한 실정임

○ 따라서, 경기도 기업메세나협의회 결성 및 적극적인 기업의 예술 후원활동 진작, 기업의 창조경영을 위한 창의성의 공급처로서 예술의 중요성 부각, 기업과 예술의 만남 운동 활성화 등 예술의 가치확산을 위한 정책적 노력이 필요함

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 신규 사업

○ 사업내용과 추진계획

- 경기도 지역의 기업체를 중심으로 문화예술기관 등이 함께 참여하는 <기업메세나협의회>를 설립하여 기업의 창의적 경영과 문화투자 확대, 기업과 문화예술의 상호 협력 증진 등의 업무를 수행토록 함
- 기업의 문화예술투자는 공공부문의 수혜적 지원과 차별화하여 문화와 경제의 동반자적 관계 구축을 통한 기업과 예술계, 지역사회의 협력 차원에서 접근함
- 기업과 문화예술의 상호 협력 확대를 위해 기업과 예술의 만남(Arts & Business), <1社 1藝 운동> 추진 등을 적극 지원함

【기업메세나협의회 설립 지원】

○ 기업메세나협의회의 기능 및 주요사업

- 기업과 문화예술단체의 결연, 문화예술사업의 후원 등을 연계하며, 이를 위한 다양한 정보제공 활동 추진
- 기업의 창의성 증진을 위한 활동, 기업내의 문화사업 및 문예활동 지원
- 기업과 연계된 문화예술행사 및 문화교류사업 지원
- 경기도 기업메세나 증진을 위한 시상제도 운영
- 기업의 문화예술 후원, 상호 협력을 위한 여건 조성사업 등

○ 기업메세나협의회 설립(사단법인)

- 회원구성 : 경기도 소재 기업체 또는 문화예술기관을 정회원으로 하고 필요한 경우, 개인은 준회원으로 가입 가능
- 협의회 설립을 위한 준비단 구성 : 경기문화재단내에 준비단 사무실을 설치하고 경기도 관계부서 및 경기도의 경제단체와 공동으로 협의회 발족을 위한 법인설립, 사무실 마련, 정관 및 제규정 제정 등 작업 추진
- 설립 준비단 구성을 위해 도지사와 경기도 경제단체장, 주요문화예술단체장이 참석하는 간담회 개최 등 추진

○ 연도별 사업 목표 및 소요예산(2008년) : 8억원

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 기업메세나협의회 설립 지원	500
2009	○ 기업과 예술의 만남 등 사업지원	300
2010	○ 기존 사업 추진	3,000
2011~2015	○ 기존 사업 추진	1,500

【기업과 예술의 연계 활동 활성화】

○ <A&B운동>

- 기업과 예술의 만남(Arts & Business)은 21세기 창조경영 시대에 부응한 국가의 핵심 전략 중 하나로 여겨지고 있음
- 경기도 소재 기업과 문화예술단체의 결연을 추진하여 산예(産藝)협력을 강화하고 예술인의 미학적 안목을 기업의 제품개발에 활용하여 상품가치를 높이는 등 실질적인 기업경영에 도움을 줄 수 있는 방안 강구
- 추진방법 : 경기도메세나협의회 조직을 통해 경기문화재단은 문화예술 단체를, 메세나협의회는 기업체를 섭외하여 상호 결연을 맺을 수 있도록 지원함

○ 기업과 예술단체 매칭그랜트 제도 운영

- 경기도 소재 기업이 문화예술단체를 지원하는 경우, 금액에 비례하여 예술단체에 추가로 공적 지원금을 제공하는 Matching-grant 제도 도입(2~3억원)

  ※ 사례 : 문화관광부 메세나활동 지원(10억원), 영국의 메세나활동 지원 등
- 기업에게는 수준 높은 예술단체(작품)에 대한 정보를 제공하고, 예술가(단체)에게는 예술활동 재원을 지원받을 수 있는 기회 부여
- 추진방법 : 경기도기업메세나협의회 발족 후 운영(문화재단이 심의 참여)

○ 예술가의 기업경영 및 제품개발 참여 기회 제공

- 상품디자인, 아이디어 개발, 기업이미지 홍보, 기업전략 자문 등에 예술가 참여

○ 기업의 사내 문예활동, 문예행사에 도내 문화예술인 및 단체 협력 지원 등

■ 기대 효과

○ 기업과 문화예술단체의 교류 및 협력을 통해 기업에게는 21세기 창조경영시대에 걸맞는 새로운 활력을 불어넣고 문화예술단체에게는 안정적인 지원기반 마련

○ 공적 지원에 전적으로 의존하는 기초예술단체가 기업과의 교류를 통해 마케팅 능력 향상 등 경영마인드를 개선하고 자체 노력에 의한 재원 창출

3-5-3. 매체를 통한 문화예술의 가치 확산

■ 사업 목적

○ 경기 문화예술 활동 및 문화유산에 대한 소개 및 홍보활동을 통해 문화예술에 대한 지역사회의 관심과 기업의 참여를 활성화하고 지역 주민의 자긍심 고취

○ 수도권 지역으로서 TV 등 영상매체가 취약한 경기도의 매체활용을 통한 문화예술 인식 확산 계기 마련

■ 현황 및 필요성

○ 경기도가 서울에 인접해 있으면서, 많은 인구와 문화예술인을 보유하고 있으나 신문, 방송 등 매체 접근성이 매우 취약하고, 독자적인 예술현장의 형성이 미약한 점 등이 문화예술의 진흥과 관객층 형성을 위한 과제로 등장하고 있음

○ 인터넷 디지털 환경의 발전은 문화예술의 향유방식에 큰 변화를 가져다주고 있음. 이제 전시나 공연 등 문화예술 행사를 보러가기 위해서 인터넷 검색을 통해 네티즌 평가를 살펴보는 것은 당연한 일이 되었고, 예술작품에 대한 평가 또한 소수의 평론가가 독점하던 시대에서 다수의 소비자가 인터넷을 통해 직접 평가 의견을 올리는 시대로 바뀌고 있음

○ 창작자와 향유자가 직접 소통하는 쌍방향 소통의 시대로 UCC(User Created Contents)의 활성화는 문화예술콘텐츠의 창작자(제작자)와 소비자(향유자)의 구분을 모호하게 하고 있음

- 앨빈 토플러(Alvin Toffler)는 최근의 저서 <부의 미래>에서 프로슈머(생산자이자 소비자; Prosumer)에 의한 새로운 경제 형태를 예견하면서 이를 '다가오는 프로슈머의 폭발(The Coming Prosumer Explosion)이라고 정의함. 쌍방향(Interactive) 소통의 시대에 새로운 주류가 될 프로슈머의 활동은 문화예술분야에서도 창작자와 향유자의 경계를 허물고 있음

○ 따라서 경기도 문화예술의 이해도를 높이고 사회적 가치 확산을 위해 신문·방송 등 기존 매체의 적극 활용과 더불어 인터넷 매체 등 디지털 환경을 통한 쌍방향 소통을 강화할 필요가 있음

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 신규 사업

○ 사업내용과 추진계획

- 경기 문화예술의 이미지를 높이기 위한 언론매체 공동 프로젝트 추진
- 경기도 각계 인사를 중심으로 문화예술의 사회적 기여도를 높이기 위한 특별위원회 구성 운영
- 문화예술 분야 쌍방향 소통 활성화를 위한 IPTV(Internet Protocol TV) 설립 추진
- 인터넷 동호인을 대상으로 한 문화예술 UCC 제작 콘테스트 개최
- 경기 문화예술 이미지 제고 프로젝트
  - 경기도 문화예술을 대상으로 영상콘텐츠를 제작하여 공중파TV, CATV 등과 제휴하여 시리즈물로 방영
  - 중앙일간지, 경기지역신문 등과 공동제작 방식으로 경기 문화예술과 정책에 관한 이슈들을 점검하고 소개하는 기획시리즈 연재 추진
- 문화예술의 사회적 기여도를 높이기 위한 특별위원회 구성
  - 경기도의 오피니언리더 그룹(경제계, 학계, 사회저명인사 등)을 중심으로 구성하여 경기 문화예술의 가치를 높이기 위한 자문 및 여론 조성, 예술의 가치에 관한 칼럼 게재 등을 추진
- 문화예술분야 IPTV(Internet Protocol TV) 설립 추진
  - 디지털 쌍방향TV의 새로운 시대를 열 IPTV 관련 법안이 2007. 11월 국회방송통신특별위원회를 통과했으며, 2008년부터 본격적인 서비스를 시작할 예정임
  - IPTV는 기존의 영상매체와 달리, 인터넷환경에 미숙한 기성세대들도 접근이 용이하며, 시청자의 맞춤형 서비스 형태로 운영된다는 점에서 경기도 문화예술의 대중화와 사회적 가치제고를 위해 문화예술분야의 매체로 확보 필요
  - 문화예술의 다양한 콘텐츠를 제작하고 기존의 문화예술기관이 보유하고 있는 정보의 디지털 매체화 작업을 통해 콘텐츠 확보
- 인터넷동호인을 대상으로 한 문화예술 UCC 제작 콘테스트 개최
  - '경기도 문화예술'을 주제로 경기도의 문화유산 및 지역축제 알리기, 도민이 직접 제작한 경기도 문화예술의 숨은 가치를 찾아내는 도민참여 프로그램
  - 도민의 문화예술에 대한 관심도를 높이고 직접 참여를 통한 애향심, 자긍심 고취

○ 연간 사업 목표 및 예산

- 문화예술이미지제고프로젝트 : 3억원
- IPTV 설립 운영 : 10억원(2008년 개국준비 : 10억원 / 이후 매년 5억원)
- UCC콘테스트 등 프로그램 운영비 : 1억원

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 이미지제고프로젝트 추진, IPTV개국	1,400
2009	○ UCC콘테스트 개최, IPTV활성화	900
2010	○ 매체를 통한 문화예술가치 확산사업 정례추진	900
2011~2015	○ 기존 사업 추진	4,500
2015~2020	○ 기존 사업 추진	4,500

■ 기대 효과

○ 언론매체 등을 통해 경기 문화예술의 이해도를 높이고 지역사회의 관심과 도민의 문화예술 참여 및 자긍심 고취에 기여

○ 디지털시대에 문화예술콘텐츠의 제작 및 쌍방향 매체 활용을 통해 도민의 문화향유권 증대와 예술의 대중화에 기여

3-5-4. 〈공공예술 지역사회 연계프로젝트〉 운영 활성화

■ 사업 목적

○ 문화예술의 가치가 지역사회의 환경과 생활방식에 긍정적 영향을 줄 수 있도록 공공예술을 통한 지역사회 연계프로젝트를 활성화함

■ 현황 및 필요성

○ 공공예술은 <건축물 미술장식제도>의 도입을 통해 미술작품을 통한 공공건물의 미적 가치를 제고하는 수준에서 출발하여 최근에는 공공장소의 예술적 재구성, 도시계획의 중요요소로서 공공미술 활용, 예술을 통한 시민 문화공동체 형성 등 다양한 개념으로 발전해 왔음

〈표 26〉 공공예술의 발전과 개념 변화

구 분	특 징
건축 속의 미술 (Art in Architecture) : 1950-60년대	○ 미술작품을 통한 정부 건물의 미적 가치 제고 ○ 프랑스 1%법(1951), 미 공공시설청 '건축 속의 미술프로그램' ○ 순수미술 위주
공공장소 속의 미술 (Art in Public Places) : 1960-70년대	○ 공원, 광장 같은 지역의 공공장소 활성화 ○ NEA '공공장소 속의 미술프로그램'(1967) ○ 순수미술 위주에서 공공미술의 독특한 정체성 형성
도시계획속의 미술 (Art in Urban Design) : 1970-80년대	○ 도시계획의 중요 요소로 공공미술 활용 ○ 기금제 도입· 라데팡스, 바르셀로나, 필라델피아, 달라스, LA 등에서 문화적인 도시환경 조성에 큰 성과
새 장르 공공예술 (New Genre Public Art) : 1980-90년대	○ 시(도)민간의 커뮤니케이션 확대와 문화공동체 형성 과정 중시 ○ 비디오 제작, 퍼포먼스, 공방운영, 정원꾸미기 등 하드웨어 중심에서 소프트웨어 중심으로 변화. 미술에서 영화, 비디오, 공연 영역으로 확장

<2005 문화정책백서, 문화관광부>

○ 최근 공공미술, 공공디자인에 대한 인식 확산에 따라 중앙 및 지자체 차원의 다양한 환경개선 사업에 대한 관심이 고조되고 있으며, 예술의 사회화 및 예술향유의 증대, 도시의 시각 환경 개선을 통한 관광객 유치, 예술가의 새로운 일자리 창출을 위한 정책 등과 연계되어 공공예술프로젝트의 필요성이 증대되고 있음

- 지자체 및 예술단체가 추진한 공공예술프로젝트 사례 : 강원도 정선의 '탄광촌 미술관', '안양 공공예술 프로젝트', 서울 명륜동 3가 '마을미술관' 프로젝트 등

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 신규 사업

○ 사업내용과 추진계획

- 경기도 지역의 환경 개선, 마을가꾸기 사업과 연계하여 예술인이 작업에 참여하여 다양한 문화환경 개선의 성공모델 창출을 위한 시범사업 추진
- 안양천 환경개선 프로젝트, 경기 북부 주한미군 철수지의 문화환경 전환 등 공공예술이 도시 및 지역 환경을 문화적으로 바꾸는데 기여할 수 있도록 함
- 중앙정부에서 복권기금으로 추진한 바 있는 <소외계층의 생활환경 바꾸기>사업

및 예술위원회 지원사업 등과 연계방안 강구

- <경기도 공공예술자문위원회>를 구성, 환경개선 작업시 예술인의 의견수렴 창구로 활용하고, 공공예술 프로젝트의 계획수립에 대한 자문 수행
- 지원대상 : 공공예술 관련 전문예술인 및 예술 단체를 대상으로 하되, 대상 지역 및 프로젝트 내용을 지정하여 공모하는 기획공모 형태로 운영
- 공공예술 프로젝트는 지역의 환경 개선, 지역 거주민과의 커뮤니케이션이 중요한 요소인 만큼, 기초자치단체와 매칭그랜트 형태로 사업 운영
- 시범사업을 통해 성공모델을 창출한 후, 다양한 공공예술 프로젝트를 확대할 수 있도록 단계적 추진

○ 연도별 사업 목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 공공예술프로젝트 4개 처 시범운영	200
2009	○ 보고서 발간, 성과평가 및 사업 확대	300
2010	○ 기초자치단체와 연계 추진사업으로 정착	300
2011~2015	○ 기존 사업 추진	1,500
2015~2020	○ 기존 사업 추진	1,500

■ 기대 효과

○ 예술의 사회적 가치 재인식 및 예술 대중화에 기여

○ 경기도의 지역 환경을 문화적으로 개선하여 지역주민의 문화공동체 의식 형성 및 문화향유의 증대에 기여

○ 경기도 문화예술인의 지역 기여도를 높이고 실질적인 일자리 창출 효과 기대

문화예술분야

목표 3 _ 문화향유 기회 확대

1. 개요 : 문화향유 기회확대의 목적 및 개요

1-1. 문화향유 기회 확대의 의의와 중요성

1-1-1. 창조성의 제고와 문화향유

○ 문화는 창조성의 원천이며, 축적된 문화 역량은 중장기적으로 지역과 개인의 발전 원동력으로 힘을 발휘함

○ 지역과 개인의 문화적 창조성의 총량 확대는 지역개발을 위한 전제조건

○ 창조성은 현대 사회를 움직이는 중요한 동력으로 자리 잡았으며, 창조성 계발은 개인뿐만 아니라 지역 개발에 있어서도 가장 핵심적인 목표로 설정됨

- 산업중심의 사회에서는 근면성이 중요했으나, 탈산업사회에서는 창조성이 근면성을 대체하는 윤리로 떠오름
- 세계경제는 물질적 상품 생산에 기초를 둔 '고전적' 단계로부터 새로운 조건으로 이행
- 현대 자본주의는 이른바 문화적 자본주의(cultural capitalism)이자 연성자본주의(soft capitalism)로 변형
- 이러한 변화에 따라 창의성의 인큐베이터인 문화는 21세기 한 국가의 경쟁력을 좌지우지 하는 핵심적 요소임

1-1-2. 문화와 삶의 질

○ 문화는 국가를 구성하는 개개 시민의 행복을 보장해줄 수 있는 수단

○ 경제성장이 궤도에 오르면 사람들은 경제성장에만 만족하지 못함

- 먹고 사는 문제가 해결된 시민들의 관심은 '삶의 질'을 향함
- '삶의 질'에 관심을 기울일 때, 우리는 문화의 가능성에 주목

○ 삶의 질 개선은 문화향유 기회의 확대와 밀접한 관련을 맺고 있음

- 경제는 사람의 생존에 필요한 물질적 기초를 제공

- 문화는 사람에게 의미를 제공하고 발전의 목적에 대해 대답을 내려주는 영역
- 경제가 인간 생존의 최소 조건을 해결해준다면, 문화는 인간 생존의 궁극적 목적, 즉 삶의 의미와 삶의 완성을 목표

1-1-3. 문화향유 기회 확대를 통한 창조환경 구축

○ 문화예술의 창작능력을 제고하고 창조환경을 조성해, 독창성과 수월성을 겸비한 문화예술작품이 많이 산출되는 것은 매우 중요

○ 창출된 문화예술을 도민들이 일상에서 보다 많이 영위하도록 하는 것 역시 문화정책의 중요한 목표

○ 지역과 개인의 창조성을 높일 수 있는 효과적인 수단은 문화예술에 대한 향유기회를 높이는 것

- 창의성은 천재만 지니고 있는 특징이 아니라 모든 사람들이 개발해야만 하는 능력
- 문화는 창의성을 기를 수 있는 환경과 매체를 제공

1-2. 경기도민 문화향유 현황

1-2-1. 여가활동실태

○ 도민들은 주로 소극적이면서 집에서 휴식을 취하는 형태의 여가활동을 영위

- 평일, 주말에 주로 하는 여가활동 중 TV/DVD/비디오 시청 등 집에서 하는 감상활동 혹은 낮잠 등이 큰 비중
- 여가활동 중 공연, 전시회, 영화관람 등 예술 감상을 하는 비율은 다른 여가활동에 비해 상대적으로 낮은 편
- 도민들의 여가활동은 수동적인 대중문화 수용에 편중되어 있음을 보여주는 것으로, 수동적인 대중문화 수용과 능동적인 문화 활동 영위 사이에 균형을 회복할 수 있는 정책 개발이 시급

○ 도민들의 문화예술 향유 기회는 전체 여가생활에서 매우 작은 비중만을 차지하고 있음

- 이러한 상황은 문제이자 동시에 기회일 수 있음
- 보다 적극적인 정책 개입을 통해 도민들의 소극적이고 비문화예술적인 여가 생활을 보다 문화예술 향유에 가깝도록 유도할 필요성이 제기됨

1-2-2. 예술행사관람실태

○ 도민들의 예술행사 관람은 영화 관람으로 편중
- 영화의 경우 거주시·군(51.8%)에서 관람하는 비율이 높지만, 연극, 미술, 클래식 음악·오페라 등은 서울 등 경기도 외 지역에서 관람하는 비율이 높게 나타나고 있음
- 거주 지역 문화예술행사 관람률은 도내에서 큰 편차를 보여주고 있는데, 안양시, 고양시는 거주 지역 문화예술행사 관람률이 80% 이상으로 높은 반면, 남양주, 광명, 구리, 동두천, 의정부, 의왕, 하남, 포천, 평택은 서울·기타 지역에서 관람하는 비율이 40% 를 상회

○ 문화예술을 관람할 때 도민들은 '관람비용의 적절성', '예술행사 내용 및 수준' 등을 가장 중요한 기준으로 설정

○ 문화예술 행사들이 우선 보완되어야 할 점은 '관람비용 낮춤', '작품의 질 높임' 등이 높게 나타나 보완점과 중요 기준이 일치하는 경향

○ 도민들은 관람비용을 낮추면서도 수준 높은 작품의 질을 요구하는 모순된 욕구를 지니고 있는데, 이 모순된 욕구를 만족시키기 위해서는 문화정책적인 개입이 절실히 요구되고 있음

1-2-3. 문화예술활동 실태

○ 문화예술행사 창작·발표 경험률은 전체 2.8%로 나타나, 문화예술행사에 적극 참여하는 비율은 미미한 수준

○ 향후 문화예술창작·발표 의향 중 영화 상영을 향후에 해보고 싶다는 응답이 10.1%로 나타나 일반인들의 영화에 대해 높은 관심을 보임

○ 온라인과 오프라인을 포함함 문화예술동호회 참여비율은 19.2%로 나타났으며, 주로 레저·스포츠나 생활취미활동 비율이 높게 나타남

○ 현재 경기도민은 주로 소극적인 문화향수실태를 보여주고 있으나, 적극적이고 능동적인 문화예술활동을 하고자 하는 잠재성은 매우 큼

1-2-4. 문화예술교육

○ 경기도민 중에서 문화예술교육강좌를 수강해 본 경험을 지닌 사람은 전체 4.7%로 매우 저조
  - 향후에 수료할 의향이 있다고 응답한 도민은 27.3%로 나타나 문화예술교육에 대한 잠재적 수요는 적지 않음

○ 문화예술교육은 박물관, 미술관, 문예회관, 복지회관과 같은 공공기관에서 주로 이뤄지고 있으나(전체 응답자의 38.8%), 연령에 따라 매우 다르게 나타남
  - 10대는 사설학원·강습소(33.8%)에서, 20대는 대학교 부설 사회문화교실(30.0%)에서 문화예술교육강좌·강습을 수료
  - 30대 이상은 주로 공공기관에서 문화예술교육을 받고 있음

○ 문화예술교육 경험은 성별에 따라 다른 분포를 보여주고 있음
  - 남자의 문화예술 교육 경험은 여자의 절반에 그치고 있음
  - 향후 교육참가 의향에서도 여성이 더 높게 나타나고 있음
  - 이러한 성별 차이는 문화예술교육은 '여성적'이라는 편견 때문에 남성들이 기피하려는 요인과 남성들의 수요에 부합하는 문화예술 콘텐츠 부족이 맞물려 나타난 현상
  - 연령별, 성별로 분화된 문화예술교육 욕구를 충족시켜줄 수 있는 콘텐츠 개발이 시급히 요구됨

1-2-5. 경기도 내 문화시설 이용 현황

○ 경기도 내 문화시설 이용률은 30.0% 이며, 이용자는 연 평균 12.96회 도내 문화시설을 이용하고 있음
  - 경기도민 세 사람 중 한 사람이 문화시설을 이용하며, 월 1회 이상 문화시설을 방문하고 있는 셈
  - 문화시설 이용현황을 자세히 살펴보면 문화정책의 중요한 이슈들이 도출됨
  - 10대의 절반(58.3%) 이상이 문화시설을 이용한 경험이 있으며, 문화시설 이용 횟

수는 20대에서 가장 높게 나타남

- 연령이 높을수록 문화시설 이용률과 이용횟수가 낮아지는 특성을 보여줌
- 가장 많이 이용하는 문화시설이 도서관(13.8%)인 것과 밀접한 관련을 맺고 있음
- 도민들이 주로 이용하는 문화시설은 도서관이며, 시·군·구민회관(8.5%)과 박물관·미술관(6.6%) 이용률이 다음을 차지함

○ 학력, 지역과 소득에 따라서도 이용현황이 크게 차이가 남

- 학력이 높을수록 문화시설 이용률이 높아지는 경향을 보이며, 대졸 이상(17.45회)에서 문화시설 이용횟수가 가장 높게 나타남
- 소득도 중요한 변수로 작용하여, 월 소득이 400만 원 이상인 고소득 집단에서 문화시설 이용률과 이용횟수가 가장 높은 것으로 나타남
- 서울에 인접한 서남권에서 문화시설 이용률과 이용횟수가 가장 높게 나타남
- 지역과 학력, 그리고 연령에 따라 상이하게 분포되어 있는 문화시설 현황의 차이를 보완할 수 있는 문화정책 방안 개발이 시급히 요구됨

1-2-6. 문화유산관람

○ 경기도민 다섯 명 중 두 명(39.1%) 정도는 경기도 내 역사 유적지를 관람한 적이 있으며, 경기도민은 연평균 2.45회 문화유산을 관람하고 있음

- 성별로 보면 관람률과 관람횟수 둘 다 여자(관람률 41.8%, 관람횟수 2.55회)가 더 높은 것으로 드러남
- 문화유산 관람에도 연령, 학력, 소득은 중요한 차이를 낳은 변수로 작용
- 10대의 절반(51.0%)은 역사유적지 관람 경험이 있으며, 연평균 관람 횟수는 20대가 2.72회로 더 높은 것으로 조사됨
- 학력이 높을수록 관람률이 높아지는 특성을 보이며, 대졸 이상(관람률 44.4%, 관람횟수 2.65회)에서 역사유적지 관람이 가장 높은 것으로 나타남

1-2-7. 경기도 내 지역축제

○ 지역축제 참가율은 31.3%로 2002년과 비교해 소폭 하락
- 지역축제 관람의 걸림돌로 도민들은 '시간 부족(30.1%)', '축제정보 부족(22.7%)', '편의시설 부족(16.0%)' 등을 제시
- 지역축제·거리축제에서 가장 먼저 보완해야 할 점으로 '지나친 상업성'(25.0%)과 '홍보 부족'(24.7%)을 지적하고 있는데, 이는 매우 시사적임

1-2-8. 문화예술관련 인터넷 활용

○ 문화예술 관람을 위한 인터넷 사용 용도는 관람을 위한 정보취득(35.8%), 티켓구매(29.4%) 등 실제 관람에 필요한 실용적인 목적임

○ 경기도내 문화예술 관련 공공기관 홈페이지 이용 경험률은 5.2%로 나타나 매우 저조
- 성별에 따른 홈페이지 접속률에는 크게 차이가 없음
- 상대로 연령 변수는 매우 중요한 요인으로 작용
- 10대의 접속률은 11.1%로 가장 높으며, 50대에서는 1.0%로 매우 낮았음. 직업별로도 큰 차이가 있었다. 학생(8.3%), 전문 관리직(8.0%), 사무직(7.9%)에서 접속률이 상대적으로 높게 나타났고, 서울 인접 서남권(6.8%)과 남부임해권(5.8%)에서만 접속률이 평균 이상

1-3. 문화향유 기회 현황의 문제점과 경기문화비전

1-3-1. 문화향유 실태의 문제점

○ 문화향유의 기반이 되는 문화기반 시설과 문화향유 실태 사이의 괴리
- 문화기반시설 구축 정도에 비해 문화향유 실태는 상대적으로 저조함
- 경기도 내 문화시설 구축현황은 그다지 나쁘지 않으나 문화향유 실태는 인프라에 비해 상대적으로 낮음

○ 문화향유기회는 지역, 연령, 성별, 경제적 형편에 따라 불균등하게 분배되어 있음.

- 문화향유를 통해 창조성을 높일 수 있는 환경에 놓인 개인과 그렇지 못한 개인 사이의 격차가 커지고 있음

○ 문화향유 기반 시설의 지역별 편중도

- 문화향유 기반 시설은 지역에 따라 상당한 편차를 보여주고 있음.
- 경기도의 지역적 특수성 때문에 문화향유기회는 도내에서 매우 다양하게 나타나고 있음
- 상대적으로 문화향유기회가 높게 나타나고 있는 지역과 그렇지 않은 지역으로 양분화되어 있음

○ 문화향유 기회의 불평등 분배

- 중산층의 파괴와 더불어 20 대 80 사회로의 이행 징후가 사회 곳곳에서 발견됨
- 중산층의 파괴는 이른바 '사회 양극화' 현상으로 나타나는데, 사회 양극화는 경제적 소득의 양극화와 더불어 문화적 양극화로 나타나기도 함

1-3-2. 문화향유 기회 확대와 문화 양극화 극복

○ 문화양극화란 문화영역에서 재생산되는 사회양극화 현상

- 문화향유의 기회·자원·학습능력과 여가시간을 소유한 소수와 이로부터 배제되어 있는 다수로의 분할 현상이 심화되고 가속화되고 있음
- 사회적 소수자와 약자의 문화향유기회는 매우 취약함
- 문화향유 기회의 확대를 위한 문화정책 개발은 사회 양극화, 문화 양극화 현상에 대한 적극적 개입이며, 그 의미는 점차 중요해지고 있음

○ 도민들은 '경제적인 부담'과 '여가시간 부족'을 문화향유의 걸림돌로 지적하고 있음

- 문화향유기회를 확대하기 위해서는 현재 확보된 문화기반 시설을 활성화하고
- 도민들이 문화향유의 걸림돌이라고 지적했던 경제적인 부담과 여가시간 부족을 정책적으로 극복할 수 있는 방안이 모색되어야 함
- 경제적인 부담은 사회계층별로 상이하게 나타나고 있음
- 저조한 문화향유실태는 특히 저소득층 및 사회적 약자 및 소수자 집단에서 두드러지게 나타나고 있음
- 따라서 문화향유 기회를 제고하기 위해서는 집단별 특수성을 감안하여 이에 따른

정책을 개발해야 함

- 따라서 도내의 특수한 환경을 감안하여 이러한 지역적 차이를 극복할 수 있는 방안 또한 동시에 모색되어야 함

2. 문화향유기회 확대를 위한 방안

■ 문화향유기회 확대를 위한 경기비전 2020 비전의 목표

○ 문화향유기획 확대를 통한 지역의 창조환경 구축

○ 문화향유기회 확대를 통한 개인의 계발

○ 문화향유기회의 균등부여와 문화향유기회 확대를 통한 사회통합

■ 문화향유기획 확대를 위한 추진방향

목표	추진 방향
지역의 창조환경 구축	- 인프라 구축 및 인프라 활용성 제고 - 지역별 특성에 맞는 문화향유 프로그램 개발 - 지역별 문화향유 기회의 걸림돌 제거
문화향유기회 확대를 통한 개인의 계발	- 연령별 특성에 맞는 문화향유기회 부여 - 성별 특성을 감안한 문화향유기회 부여
문화향유기회의 균등부여를 통한 사회통합	- 소득별 문화향유 기회의 걸림돌 제거 - 사회적 약자의 문화향유기회 제고 - 사회적 약자의 자긍심 고취

2-1. 추진방향 1 : 지역의 창조환경 구축

2-1-1. 기본 방향

■ 추진 배경

○ 생산력 중심의 산업사회에서 창조력 중심의 지식 문화사회로 전환되면서 창의성을 갖춘 인력에 대한 수요 증가

○ 개인의 능력 계발과 더불어 각 개인에게 제공되는 지역의 창조성 환경은 매우 중요해짐

○ 지역 내에서는 아름다운 공간환경, 지역예술, 특성화된 문화산업, 아마추어 및 자발적인 주민문화활동, 삶의 질을 제고하기 위한 문화기반 시설의 실질적 운영 등이 균형을 이룰 때 지역에는 창조성이 함양될 수 있는 환경이 구축됨

■ 기본 추진 방향

○ 문화기반시설의 양적, 질적 확대

- 문화예술을 일상에서 향유할 수 있는 기회를 부여하기 위해 일상적인 문화예술 공간을 확보하여 지역 내 창조 환경 구축
  - 문화시설은 문화의 생산자와 향유자에게 문화활동을 제공하는 가장 핵심적인 요소
  - 기존의 문화시설 공급은 문화기반시설 공급자체가 목적이었으나, 도민들이 다양한 문화적 욕구를 충족할 수 있도록 다양화, 복합화, 기능성에 초점을 둔 문화시설로 전환될 필요성이 제기됨
  - 도내에 문화기반 시설의 불균등 공급 결과에 따라 문화기반시설의 양적 확대가 필요한 지역과 문화기반시설의 양적 확대가 아닌 내실 운영이 시급한 지역으로 분화됨

○ 문화시설의 지역적, 계층적 형평성을 제고하여 도민의 문화향유 기회 확대

- 문화예술의 향유기회를 극대화하여 개개인에게 창조적 환경을 부여하고, 개개인이 창조적 환경 속에서 자신의 창조성을 발휘할 수 있는 기회를 제공
- 문화예술 기반시설이 구비되어 있는 지역에서는 지역 내 인구의 특성에 부합하는 문화예술 프로그램 제공을 통한 문화향유 기회 극대화

- 문화예술에 접근할 수 있는 기회, 공간, 환경이 부족한 지역에는 문화예술에 대한 접근을 높일 수 있는 방안을 모색
- 인구 밀집지역인 도시에 문화시설 집중 배치의 문제를 해결하기 위해 지역적, 계층적 형평성을 제고하는 방안이 동시에 모색되어야 함

2-1-2. 현황과 문제점

○ 경기도 내 문화시설 현황
- 문화기반 시설은 타 시도와 비교해 볼 때 비교적 잘 구축되어 있음
- 하지만 도내 문화기반 시설의 구축정도는 지역별로 차이가 매우 큼
- 따라서 인프라가 구축되어 있는 지역에서는 문화기반시설의 활용도를 제고하는 방안이 모색되어야 하며, 인프라가 구축되어 있지 않은 지역 내에서는 지역의 창조환경 구축을 위한 최소한의 시설을 확보하는 방안이 병행되어야 함

○ 소극적 관람형태의 문화예술향유를 적극적인 문화예술향유로 전환하여 지역의 창조환경을 구축하도록 함
- 지역주민의 생비자(Prosumer)화 모색
- 지역주민의 창작능력 고취
- 지역주민의 문화예술향유 기회 고취

2-2. 추진방향 2 : 문화향유기회의 확대를 통한 개인의 계발

2-2-1. 기본 방향

■ 추진 배경

○ 문화예술 분야는 지금까지 인프라 확충과 전문 예술인 단체 지원 등에 집중해왔으나, 문화향유기회의 확대를 통해 개인의 계발에 기여할 수 있는 새로운 전환점이 모색됨

○ 문화예술 향유 기회의 확대 그 자체가 목적이 아니라 개인의 창조성 계발을 자극할 수 있는 모티프로 작용할 수 있도록 유도

○ 문화예술의 향유 기회 확대를 통해 개개인들이 자신을 계발할 수 있는 기회로 활용할 수 있도록 하여, 도민들의 삶의 질과 만족도를 제고하고자 함

■ 기본 추진 방향

○ 문화향유기회 확대를 통한 개인 창조능력의 고양

- 문화예술에 대한 향유 기회를 제고하여 창의성 개발의 토대로 작용하도록 함
- 문화향유기회 확대를 통해 잠재된 개인의 능력을 계발할 수 있는 기회 부여

○ 문화향유를 통한 문화생산의 기회 부여

- 도민들이 단순 향유자에서 벗어나 문화예술 생산자로 전환할 수 있는 방안도 동시에 모색

○ 문화기반시설의 리모델링을 통해 문화기반시설의 지역 중심 공간화 추진

- 주민 밀착형 문화공간을 지속적으로 확충하고 수요자 중심으로 문화공간을 운영하여 지역적으로 특색 있고 자생적인 문화 프로그램 개발 기반 마련
- 이벤트적 성격이 강한 문화예술 향유에서 벗어나 문화예술 향유를 일상화함

2-2-2. 현황과 문제점

○ 문화예술을 향유할 수 있는 문화기반시설은 지리적으로 편중되어 있어, 근거리에서 쉽게 접할 수 있는 생활밀착형 문화예술 향유의 기회는 상대적 저조

○ 전문 문화예술인의 입장에서 개발된 프로그램 위주로 문화예술의 보급이 이루어짐

○ 수요자 중심의 문화예술 프로그램 개발을 통한 문화향유에 대한 욕구 자극이 필요함

2-2-3. 추진 방향

○ 문화향유기회의 일상화

○ 생활, 지역밀착형 문화향유 유도

○ 문화예술의 접근성 확대

- 모세혈관운동의 경량화 추진
- 지역과 밀착된 공간(아파트 단지, 공원, 도서관 등) 활용 프로그램 제작 운영

- 이해하기 쉽고 즐기기 쉬운 문화예술 프로그램 운영
- 청소년 학교문화예술교육 지원 및 문화예술교육의 생활화

○ 여가활동 분포에 따른 대응 문화예술 프로그램 개발

2-3. 추진방향 3 : 문화향유기회의 균등부여

2-3-1. 기본 방향

○ 문화향유기회는 지역, 성별, 연령, 소득, 교육수준에 따라 매우 상이하게 나타남
- 최근 심화되고 있는 빈부격차에 따라 문화를 향유할 수 있는 계층과 향유할 수 없는 계층 사이의 양극화는 점차 심화되는 추세
- 문화향유는 인간다운 삶을 보장하는 인권의 또 다른 영역이기에, 문화향유 기회를 박탈당한 사회적 약자에게 문화향유 기회 부여

○ 문화향유기회를 억제하는 요인들의 제거를 통해 문화향유기회를 확대함.
- 문화향유기회를 억제하는 요인들은 경제적 요인, 사회문화적 요인 등 다양하게 나타남
- 문화향유기회를 억제하는 요인별로 다른 처방을 제시하여, 문화향유 기회의 사회적 균등화를 지향

○ 경제복지를 보완할 수 있는 문화복지적 접근을 시도
- 사회적 약자에 대한 경제적 복지정책과 더불어 문화예술향유기회가 사회 모든 계층에게 부여될 수 있도록 복지의 대상을 경제에서 문화로까지 확대

2-3-2. 현황과 문제점

○ 경제적 양극화의 심화로 사회적 취약계층은 증대하고 있으나, 사회적 취약계층에 대한 사회보장정책은 경제적 보조 정책에만 국한되어 있음

○ 생계조차 곤란한 사회 취약계층은 문화예술 향유 기회에 있어서도 취약하여, 빈곤의 고리를 끊을 수 있는 기회를 얻지 못함
- 이로 인한 상대적 박탈감은 상당히 크며, 상대적 박탈감으로 인한 자신감 결여는

이들이 경제적 빈곤에서 벗어나지 못하는 요인으로 작용

- 문화예술에 대한 향유 기회 제공으로 자긍심을 회복하고, 이를 통해 스스로 경제적 빈곤에서 벗어날 수 있는 가능성을 모색할 수 있는 기회 부여

○ 도내에는 이주노동자, 장애인 등 다양한 형태의 사회적 소수자가 존재하나, 사회적 소수자의 욕구에 부합하는 문화예술활동의 기회는 상대적으로 취약함

- 사회적 약자/소수자는 고유의 문화활동에 대한 욕구를 지니고 있으나, 여러 요인에 의해 사회적 약자/소수자의 문화향유 기회는 상대적으로 저조함
- 사회적 약자/소수자의 문화향유 기회의 장애물로 작용하는 요인들을 제거함과 동시에 사회적 약자/소주자의 욕구에 부합하는 문화예술 활동을 지원할 필요성이 제기됨

2-3-3. 추진 방향

■ 사회적 취약계층의 문화향유 기회 부여

○ 사회적 취약계층의 문화적 권리 보장

- 개인의 신체적, 경제적, 지리적 상황에 관계없이 문화예술을 향유할 수 있는 기회 부여
- 경제적 요인에 의한 장애요인 극복 방안 모색
- 신체적 요인에 의한 문화예술 향유기회 장애요인 극복 방안 모색
- 지리적 요인에 의한 문화예술 향유기회 장애요인 극복 방안 모색

○ 내면화된 소외를 극복할 수 있는 문화예술 향유기회 부여

- 문화예술 향유 기회 확대를 통한 자신감 회복 프로그램

■ 사회적 소수자의 문화예술활동 지원

○ 사회적 소수자가 고유한 문화를 개발하고 유지할 수 있는 기회 부여

- 사회적 소수자 문화예술 활동 지원
- 다문화 커뮤니티 지원을 통한 사회통합

3. 비전 실현을 위한 중심과제

3-1. 추진방향 1 : 지역의 창조환경 구축

3-1-1. 지식·정보 접근기회 제고를 위한 U-library 구축

■ 사업 목적

○ 문화기반시설의 밀집도는 도내에서 매우 큰 차이가 나고 있으나, 인구밀접지역인 도시와 달리 농촌 지역에 문화기반 시설을 공급하는 정책은 한계를 지님

○ 문화예술창조의 근간이 되는 도민의 지식경쟁력 향상을 위해 유비쿼터스 환경에 맞추어 장소·시간의 제약 없이 도내 도서관의 정보자료를 활용할 수 있는 체제를 구축

○ 도내 지역별로 상이한 문화기반 시설로 인해 도서관을 이용할 수 없는 도민들에게 지식정보에 접근할 수 있는 기회 부여

■ 사업 개요

○ 사업구분 : 신규사업

○ 사업 내용

- 도내 공공도서관 공통의 온라인 서지 데이터베이스 구축·운영 중 공공도서관 전관의 서지 데이터 통합
- 상호대차, 도서예약 등을 포함하는 도서관 통합 모바일 서비스 사이트 개설
- 도서관 키오스크 도입을 통한 전자자료 및 도서관 이용 활성화
- 키오스크 내 대표 도서관 홈페이지 및 전자자료 등을 수록하여 도민이 자유롭게 이용이 가능한 시스템으로 정착
- 도서관별 키오스크 또는 문화 콘텐츠, 민원 콘텐츠 등과 결합된 형식으로 개발하는 등 도민 접근이 용이하도록 다양한 방안 강구

■ 추진 계획

○ 사업 계획

- 경기도 대표도서관을 통한 자체 사업으로 추진

○ 추진 일정

연 도	추진 계획	예 산 (백만원)
2008년	○ 도내 통합 온라인 서지 DB구축, RFID 도입 지원	700
2009년~2010년	○ 경기도 도서관 모바일 통합사이트 개설, RFID 도입 지원	500
2010년~2012년	○ 도서관 키오스크 도입을 통한 전자자료원 이용활성화	1,500

■ 기대 효과

○ 생활과 결합된 도서관이용 활성화를 통해 도민의 지식역량 강화 및 창조력 향상

3-1-2. 생활 중심 도서관을 지역문화의 중심센터로

■ 사업 목적

○ 지역 문화의 중심 공간으로의 공공도서관 역할 수행 및 도민의 문화향유기회 확대, 지식·정보 격차 해소를 위하여 도서관 인프라의 지속적인 확충

○ 지역민들의 수요에 맞는 도서관 설계를 통해 도서관이 도민들의 생활권 내의 지역 문화 중심지 역할을 수행할 수 있도록 함

■ 사업 개요

○ 사업 내용

- 지역대표도서관, 4대 권역별 장서 보존고 설립 추진
- 공공시설과 도서관을 함께 건립하는 복합건물 건립 추진 등 생활권역별 중·소 규모의 공공도서관 확충
- 공공도서관 미설치 지역 위주로 작은 도서관 및 공·사립 문고 확충 추진
- 도서관 건립 시 다양한 문화활동 공간이 포함되도록 권고

■ 추진 계획

○ 사업 계획

- 경기도 공공도서관 발전 계획 및 대표도서관 건립 계획 수립 추진
- 시·군별 도서관 인프라 확충 계획 반영으로 효율적인 예산 지원 체계 마련

○ 추진 일정

연 도	추진 계획	예 산 (백만원)
2008년	공공도서관 15개관, 작은도서관 20개소 확충	30,506
2009년~2010년	공공도서관 22개소, 작은도서관 20개소 확충	40,900
2011년 이후	공공도서관 44개관 확충	62,394

※ 균특예산이 2009년까지 한시 지원되므로 2010이후 재원 확보대책 강구 필요

■ 기대 효과

○ 지식정보 접근기회 향상을 통해 도민의 지식역량 강화

○ 지식정보 격차 해소 및 다양한 도서관 서비스 제공으로 도민의 삶의 질 제고

3-1-3. 문예회관 건립 지원 및 활성화

■ 사업 목적

○ 문화공간을 확충하여 도민의 문화적 욕구를 충족시키고, 문화향유기회를 확대하여 삶의 질을 향상시키고자 함

○ 구축된 문예회관을 지역 중심의 문화발전 센터로 기능할 수 있도록 기존 문예회관 운영 및 프로그램을 지역 중심·수요자 중심으로 전환

■ 사업 개요

○ 사업 내용

- 문예회관 건립비 지원
- 2008년 문예회관 건립비 지원 : 광주시, 이천시, 연천군
- 지원내용 : 국비 정액 20억원, 도비 건축비의 30%(최대 : 시 60억원, 군 45억원)

■ 추진 계획

○ 사업 계획

- 사업시행주체 : 광주시, 이천시, 연천군
- 사업규모
  - 광주시 : 부지면적 29,817㎡, 연면적 7,120㎡(지상3층)-복합건물
  - 이천시 : 부지면적 65,333㎡, 연면적 11,776㎡(지하2층, 지상3층)
  - 연천군 : 부지면적 9,6703㎡, 연면적 4,094㎡(지하1층, 지상3층)

○ 추진 일정

연 도	추진 계획	예 산 (백만원)
2008년	○ 착공(광주), 실시설계(연천), 공사추진(이천)	33,275
2009년	○ 준공(광주, 연천, 이천) 및 개관	20,130

■ 기대 효과

○ 지역문화기반시설의 확충을 통해 지역 문화예술활동의 활성화를 도모하며, 도민의 문화 향유기회 확대

3-1-4. 작은 축제 지원

■ 사업 목적

○ 경기도내 역사, 전통, 문화, 지역적 특성에 기반한 자발적인 작은 문화축제를 지원하여 건강한 지역문화공동체 형성을 촉진하고 도민의 문화예술 향유기회를 확대

■ 사업 내용

○ 지역별 작은 축제 공모 지원

○ 추진 일정

연 도	목 표	예 산
2008	○ 공모지원사업 실시	150
2009	○ 공모지원사업 실시	150
2010	○ 공모지원사업 실시	150
2011~2015	○ 기존사업 추진	750
2015~2020	○ 기존사업 추진	750

■ 추진방침

○ 경기도내 역사·전통·문화적 특수성에 기반한 작은 축제 지원

○ 전통적인 마을 굿, 마을 단위 행사 지원

○ 지역문예동아리 연합축제 지원

■ 기대 효과

○ 문화축제를 중심으로 지역별 정체성과 특성화 촉진

○ 건강한 지역문화공동체 형성에 기여

○ 마을단위의 사업 지원으로 재단의 문예진흥 영역 확대와 지역민의 문화향유 기회 확대

3-1-5. 지역축제를 도민과 함께하는 문화축제로 승화

■ 사업 목적

○ 우수한 문화예술축제와 복합적 문화예술행사 등을 지원하여 도민의 문화향유 기회를 증진하고, 건강한 지역문화공동체 형성을 촉진

○ 우후죽순격으로 난립하고 있는 지역축제에 '지역성'을 주입하여, 지역축제가 진정한 지역 축제로 자리 잡을 수 있도록 지원

■ 사업 내용

○ 기획발굴 지원

○ 계기성 우수사업 지원

○ 언론사 연계 기획 지원

○ 추진일정

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 기획 발굴 지원 사업 ○ 계기성 우수사업 지원 ○ 언론사 연계 기획 사업 지원	550
2009	○ 기존 사업 추진	550
2010	○ 기존 사업 추진	550
2011~2015	○ 기존 사업 추진	2,750
2015~2020	○ 기존 사업 추진	2,750

■ 추진방침

○ 기획발굴 지원

- 지역특성화축제, 새로운 형태의 예술축제, 복합문화행사에 대한 기획 지원(공모 지원 포함)

○ 계기성 우수사업 지원

- 재단 내외부 추천, 수시 접수와 심의를 통해 계기성 우수사업 적기 지원

○ 언론사 연계 기획 지원

- 언론사의 대중적 호응도가 높은 축제, 문화행사에 대한 지원으로 도민의 문화예술 향유기회 증진 및 지역 홍보 극대화

■ 기대 효과

○ 다양한 지원방식으로 문화예술 현장에 맞는 맞춤형 지원체계 확립

○ 새로운 문화예술형태 발굴로 도민에게 다양한 양태의 문화예술 향유기회 제공

3-2. 추진방향 2 : 문화향유기회의 확대를 통한 개인의 계발

3-2-1. 청소년 문화예술교육 활성화

■ 사업 목적

○ 학교문화예술교육 질적 수준의 제고 및 활성화 방안 모색

○ 문화예술교육을 위한 학교 - 기관 - 지역단체의 연계망을 형성하여 안정적 교육기회 제공

○ 찾아가는 예술체험교육, 놀토 문화예술교육 등 학교 특성을 고려한 맞춤형 문화예술교육 프로그램 제공

■ 사업 개요

○ 사업 내용

• 방과 후 학교 시범사업

- 2007년 5개 단체 7개 지역 사업을 9개 단체 9개 지역 확대 추진(약 70개 학급)

- 주 5일제로 인한 놀토 방과후 학교 지원사업 확대 운영

• 찾아가는 예술체험교육

- 학교 밖 문화예술교육 연계 프로그램 개발
- 지역학교 모델 개발

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 방과 후 학교 시범사업 실시 ○ 찾아가는 예술체험교육 실시	450
2009	○ 기존 사업 추진	450
2010	○ 기존 사업 추진	450
2011~2015	○ 기존 사업 추진	2,250
2015~2020	○ 기존 사업 추진	2,250

■ 추진 계획

○ 추진 방침

- 방과 후 학교 시범사업

• 방과 후 학교 참여단체 공모(놀토 방과후학교 포함)

• 참여단체 근거한 지역학교 선정

• 학교 교사워크숍·참여단체 강사워크숍 시행

• 책임 강사제·전문가 모니터링을 통한 방과 후 학교 문화예술교육 안정적 지원망 구축

- 찾아가는 예술체험교육

• 학교 밖 문화예술교육 연계 프로그램 개발

• 지역학교 모델 개발

■ 기대 효과

○ 경기지역 저소득층 자녀의 문화적 기회 불평등 완화

○ 학교문화예술교육에 대한 인식 전환

○ 학교 안·밖 문화예술교육 지원을 통한 지역 학교-단체 관계 확대

3-2-2. 사회문화예술교육 활성화

■ 사업 목적

○ 문화기반시설 특성을 반영한 프로그램 개발을 유도함으로서 지역 내 문화예술교육 활성화

○ 지역민들의 다양하고 지속적인 문화예술교육 참여기회를 통한 생활문화 활성화

■ 사업 개요

○ 사업 내용

- 문화예술교육 지역협력모델 기획공모
  - 프로그램 개발자가 지역 문화기반시설과 협력하여 개발, 진행하는 프로그램 지원
- 사회문화예술교육 활성화 지원
  - 지역 문예교육 활성화를 위한 공모지원(일반도민 대상)
  - 우수 문화예술교육 프로그램 수시지원
  - 내부기획공모로 검토 중

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 문화예술교육 지역협력모델 기획공모 ○ 사회문화예술교육 활성화 지원	190
2009	○ 기존 사업 추진	190
2010	○ 기존 사업 추진	190
2011~2015	○ 기존 사업 추진	1,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	1,000

■ 추진 계획

○ 추진방침

- 문화예술교육 지역협력모델 기획공모
  - 공개모집 지원방식으로 진행
- 사회문화예술교육 활성화 지원

• 공개모집 지원방식으로 진행하되, 우수 문화예술교육 프로그램일 경우 상시 심사제도를 통해 수시지원 가능
• 수시지원의 경우 신규 지역 및 단체 우선지원(상설 컨설팅제 운영)

■ 기대 효과

○ 지역내 문화예술교육 활성화를 통한 도민 문화향수권 기회 확대

3-3. 추진방향 3 : 문화향유기회의 균등부여

3-3-1. 소외계층 문화예술접촉 기회 확대 부여

■ 사업 목적

○ 사회취약계층에 대한 문화예술 향수와 참여기회 확대

○ 문화예술 활동을 통한 자존감 형성과 사회적 이해 제고

○ 지역 사회 내 구성원들과 함께 어울릴 수 있는 생활문화 형성 유도

■ 사업 개요

○ 사업 내용

- 영구 임대 아파트 단지 내 복지관 연계 통합적 서비스 제공(계속사업)
- 악기교습, 재가 방문문예활동, 마을잔치, 공공미술, 인문학 강좌 등 지원
- 경기도내 지역아동센터 연계 사업(신설사업)
- 지역아동센터 청소년의 악기교습과 지역 사회 내 노인이용(생활)시설과의 연계 활동 지원
- 소외계층 신규사업 개발을 위한 연구

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 사회복지관 연계사업 기획 공모 ○ 지역아동센터 연계사업 기획 공모 ○ 문화바우처 등을 통해 소외계층 문화향유 기회 확보	740
2009	○ 기존 사업 추진	740
2010	○ 기존 사업 추진	740
2011~2015	○ 기존 사업 추진	4,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	4,000

■ 추진 계획

○ 영구 임대 아파트 단지 내 사회복지관 연계사업으로 기획공모 추진

- 계속사업으로 2007년도의 악기교습 활동을 중심으로 지역과 구성원의 특성에 맞는 맞춤형의 통합적 서비스를 제공코자 함

○ 경기도내 지역아동센터 연계사업으로 기획공모 추진

- 신설사업으로 기초생활수급 가정의 청소년은 물론 복지의 사각지대에 있는 차상위 계층의 청소년을 대상으로 한 악기교습활동
- 지역아동센터 청소년의 악기교습을 발표할 수 있는 노인 이용(생활)시설을 연계하여 지역의 공동체성을 확보하고자 함

○ 문화 바우처 등을 통해 소외계층 문화 향유 기회 확보

■ 기대 효과

○ 사회양극화 현상에 대해 문화활동을 매개 솔루션으로 제시

○ 음악, 연극, 미술, 문학 등의 다양한 서비스를 통합적으로 경험하도록 하는 맞춤형의 종합 서비스 형태 제시

○ 취약계층 지역 주민에게 삶의 의욕 고취 및 지역공동체문화 형성

3-3-2. 문화예술 복지사업

■ 사업 목적

○ 문화소외지역, 계층을 대상으로 직접 찾아가 다양한 공연을 펼치거나, 문화소외 이웃들을 공연장으로 초청하여 공연을 관람케 함으로써, 문화수혜 기회를 확대하고 불균형을 해소하고자 함

○ 문화예술 소외지역 및 저소득계층 청소년을 대상으로 예술교육 기회를 제공하고, 문화예술 인재를 육성코자 함

■ 사업 개요

○ 사업 내용

- 모세혈관문화운동 : 도립예술단의 찾아가는 문화복지 공연사업
- 사랑의 문화 나들이 : 공연장으로 초청하여 다양한 공연을 관람케 하는 복지사업
- 경기예술교육 멘토 프로그램 : 소외지역 및 저소득층 대상 무료 문화예술교육사업

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 모세혈관문화운동 추진 ○ 사랑의 문화 나들이 사업 추진 ○ 경기예술교육 멘토 프로그램 지원	1,500
2009	○ 기존 사업 추진	1,500
2010	○ 기존 사업 추진	1,500
2011~2015	○ 기존 사업 추진	7,500
2015~2020	○ 기존 사업 추진	7,500

■ 추진 계획

○ 사업 계획

- 모세혈관문화운동
  - 경기도내 문화취약지역 및 사회복지시설, 산업현장, 병원, 학교 등 방문 공연
  - 연중 수시접수 : 도내 시, 군 안내공문 및 자체 홈페이지 등 온라인 접수
- 사랑의 문화 나들이
  - 문화소외계층 전반 및 사회복지단체(장애인 복지단체 외)

• 교통편 제공, 식사제공

- 경기 예술교육 멘토 프로그램

• 대상기관 수요조사 및 선정 / 주 1회 2시간 / 년 1회 멘토 발표회(성과발표회)

■ 기대 효과

○ 기대 효과

- 도민 문화복지 향상
- 도내 계층 및 지역 간 화합과 공동체 의식 조성 및 도내 문화 균형발전 도모

3-3-3. 다문화 활동지원

■ 사업목적

○ 국제결혼, 이주노동으로 비롯된 다문화 가정과 사회의 문화적 갈등 해소

○ 문화의 차이와 특성을 인정함으로써 동반자적 관계의 문화 형성

○ 경기도 지역에 가장 많은 분포를 보이고 있는 국제결혼가족과 이주민가족의 다문화 커뮤니티 매개 및 문화체험 확장

■ 사업 내용

○ 다문화활동과 이주노동자 관련 각종 문화예술 프로그램과 행사 지원

○ 경기도내 지역별 다문화 생활정보 가이드북 제작

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 다문화 활동 및 이주노동자 관련 각종 문화예술 프로그램과 행사 지원 ○ 다문화 생활 정보 가이드 북 제작	200
2009	○ 기존 사업 추진	200
2010	○ 기존 사업 추진	200
2011~2015	○ 기존 사업 추진	1,000
2015~2020	○ 기존 사업 추진	1,000

■ 추진 계획

○ 추진방침

- 다문화 가정 및 이주노동자 등을 대상으로 하는 각종 문예활동 프로그램을 기획하는 기관 및 단체, 소모임(집단) 등 지원
- 일회성 사업을 지양하고, 다문화 이해를 촉진하는 지속적 문화체험 프로그램 적극 지원
- 가족단위 참여를 유도하는 문예활동 및 다문화 이해 증진 및 네트워크 형성을 촉진하는 각종 다문화 활동 지원
- 국제결혼가족과 이주민가족에게 구체적인 정보를 제공할 수 있도록 시, 군단위의 지역문화와 생활정보 가이드북 제작
- 한국어, 영어, 베트남어 등 다국어판으로 연차적으로 번역 제작

■ 기대 효과

○ 각종 문예활동 프로그램을 통해 한국의 문화에 적응하는 동시에 자국의 문화를 이해 받고자 하는 욕구 충족

○ 다문화의 다양성과 차이를 인정하는 인식 제고

○ 다문화 간 교류 증진과 상호작용을 통한 호혜적 문화 형성

○ 이주민의 지역문화 이해 촉진 및 다문화 이해 증진

4. 보조과제

4-1. 청소년 문화예술 활동 지원

■ 사업 목적

○ 입시위주 교육에서 침체된 청소년 문화활동의 활성화 도모

○ 동아리 활동에 있어서, 주체적이고 자발적이며 열정을 겸비한 청소년 육성

○ 학교 내 동아리뿐만 아니라 학교 밖에서 자생적으로 활동하고 있는 동아리를 발굴하고, 지속적 지원 체계 수립

■ 사업 내용

○ 청소년의 자생적인 문화예술 동아리를 발굴하고 지원하여, 청소년을 문화의 소비자에서 생산자로 자리 잡을 수 있도록 함

4-2. 아마추어 문예동호회 육성

■ 사업 목적

○ 지역 주민 참여형 문화예술 활동 육성

○ 지역의 문화기반시설·인적자원·문화자산·축제 등을 활용한 주민 주도형 지역 특화 문화예술 활동 지원

○ 지역 문화기반 시설을 중심으로 아마추어 문화예술 동호회 육성

○ 지역 문화예술 관련 자원 및 동호회 네트워크 형성 매개

■ 사업 내용

○ 아마추어 문예동호회 육성을 위한 아카데미 사업 지원

○ 아마추어 문예동호회 활동 지원

○ 아마추어 문예동호회와 지역 시민이 함께 하는 예술제 지원

4-3. 문화예술교육 교안연구 및 교재개발

■ 사업 목적

○ 경기도내 문화예술교육 활성화를 위한 다양한 교재개발 및 보급

○ 문화예술교육 관계자(교사, 대안학교 교사, 지역문화예술교육 단체 및 기관 등)를 위한 교사 교육용 콘텐츠 확보

■ 사업내용

○ 해외 우수 문화예술교육 사례 개발

○ 영상 다큐멘터리 및 교재 “이것이 미래교육이다” 시리즈 추가제작

○ 교사교육용 영상물 제작

○ 기 제작된 영상물을 활용한 관련 분야 전문인력을 위한 교수학습용 교재 개발(one source multi use)

○ 교재개발 및 출판

○ 해외 우수 문화예술교육 교재, 서적 번역 출간

○ 실제 수업에 적용 가능한 교수학습용 교재 연구

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 해외 우수 문화예술교육 사례개발 ○ 교사교육용 영상물 제작 ○ 문화예술교육 교재 개발	150
2009	○ 기존 사업 추진	150
2010	○ 교사교육용 영상물제작 ○ 문화예술교육 교재 개발	100
2011~2015	○ 문화예술교육 교재 개발	200
2015~2020	○ 기존 사업 추진	200

4-4. 더불어 사는 사회문화제

■ 사업 목적

○ 다문화가정, 이주노동자, 장애인, 탈북자 등 소수자 문화주체들과의 공감을 통해 다양한 문화 속에서 더불어 사는 사회의 가능성 탐색

○ 사회 소수자들의 문화와 주체적인 예술활동의 성과 공유와 교류의 장 제공

○ 예술인들의 소수자 문화예술활동 촉진과 사회적 관심 확산

○ 사회·문화·경제 전문가들의 교류를 통해 관련된 사회 이슈의 비전 모색

■ 사업 내용

○ 더불어 사는 사회문화제

○ 소수자 예술 활동 발표회, 다문화 음식·문화 축제, 소수자 주제 창작 활동 발표, 음악회, 심포지엄

○ 소수자 관련 사회·문화 연구

○ 콜로키움(Colloquium) 2회, 연구 자료집 발간

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 더불어 사는 사회문화제 실시 ○ 소수자 예술 활동 발표회, 다문화음식·문화축제 실시 ○ 소수자 관련 사회·문화 연구 ○ 콜로키움 2회, 연구자료 발간	100
2009	○ 기존 사업 추진	100
2010	○ 기존 사업 추진	100
2011~2015	○ 기존 사업 추진	500
2015~2020	○ 기존 사업 추진	500

4-5. 문화예술교육 매개인력 양성

■ 사업 목적

○ 대상, 주제별 특성화된 문화예술 매개인력 양성을 통한 지역 내 문화예술교육 활성화도모

○ 교과 중심의 전통적인 예술교육방법론을 벗어나 창조적 통합교육으로의 학교문화예술교육이 가능한 교수 방법론 제시

■ 사업 내용

○ 문화예술교육 매개인력양성 지원사업

○ 매개인력 양성을 위한 문화예술교육 기획공모 지원

○ 교사연수 및 교사-전문가 협력모델개발사업

○ 지역별 교사연수 및 멘토링을 통한 문화예술교육 교사연구모임 기능강화

○ 이것이 미래교육이다 워크숍

○ 해외 우수사례의 교육철학 및 방법론 등을 통해 공교육 현장에서의 문화예술 교육 적용 가능성 모색

○ 문화기반시설 운영인력 문화예술교육 워크숍

○ 문화기반시설 운영인력의 문화예술교육 이해 증진을 통한 프로그램 개발 및 활성화 도모

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 문화예술교육 매개인력 양성지원 사업 ○ 교사연수 및 교사 – 전문가 협력모델 개발 사업 ○ '이것이 미래 교육이다' 워크숍 개최 ○ 문화기반시설 운영인력 문화예술교육 워크숍	160
2009	○ 기존 사업 추진	160
2010	○ 문화예술교육 매개인력 양성지원 사업 ○ 교사연수 및 교사 – 전문가 협력모델 개발 사업	130
2011~2015	○ 기존 사업 추진	650
2015~2020	○ 기존 사업 추진	650

4-6. 찾아가는 문화활동

■ 사업 목적

○ 한수 이북, 농·어촌 지역 등 낙후지역 및 사회복지시설 등 문화적 여건이 열악한 지역 및 계층을 직접 찾아가 공연함으로써 문화·예술 양극화 해소

○ 전문예술 공연단체 및 자생적 공연단체 등에게 공연기회를 제공하여 지역 문화·예술 창달

○ 사업 내용

- 공연장소 공모 : 2006년 12월, 80개 기관
- 공연단체 선정 : 2007년 5월, 72개 단체, 325회 공연
- 공연 : 2007년 5월~2월
- 사업 평가 : 2007년 11월~12월(2006년 평가결과 : 매우 만족 66%, 만족 34%)

○ 총 사업비 : 500백만원(2008년 사업비 : 55백만원 예정)

4-7. 소수자 주제 창작활동 지원

■ 사업 목적

○ 결혼이주여성, 이주노동자, 장애인, 노숙인, 새터민, 화교 등 사회적 소수자의 삶과 문화를 주제로 한 예술창작활동 지원

○ 소수자 문화에 대한 전문예술인들의 관심과 참여 촉진

■ 사업 내용

○ 소수자 관련주제 창작활동 공모지원 : 연극, 시각예술

○ 더불어 사는 사회문화제 기간 중 선정사업 전시와 공연

4-8. 특수계층 매개인력 양성

■ 사업 목적

○ 특수계층의 문화적 권리 신장을 위한 매개자 대상 문화예술교육 지원

○ 사회단체·문화예술교육단체의 연계로 특수계층 문화예술교육 지원이 확대될 수 있는 안정적 지원망 구축

○ 특수계층의 문화예술교육 지원 활성화를 위한 여건 형성

■ 사업 내용

○ 특수계층 매개인력 문화예술교육 지원 사업

○ 장애인, 저소득자녀, 새터민 관련 지도교사, 지역 활동가를 위한 문화예술교육 프로그램 공모

○ 교사·학부모협력 지역 모델 개발

○ 1개 지역 선정 교사·학부모 함께하는 문화예술교육 프로그램

○ 예술강사 통합교육 연수

○ 특수계층을 지도하는 예술강사 대상의 문화리터러시를 통한 통합교육 연수(2박 3일)

○ 군 정훈장교 문화예술교육 기획 워크숍

○ 군 문화권 형성을 위한 정훈장교의 문화예술교육 이해 및 기획력 향상을 위한 워크숍 실시(20시간 2회)

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 특수계층 매개인력 문화예술교육 지원 ○ 교사·학부모 협력 지역모델 개발 ○ 예술강사 통합 교육 연수 ○ 군 정훈장교 문화예술교육 기획 워크숍	90
2009	○ 기존 사업 추진	90
2010	○ 기존 사업 추진	90
2011~2012	○ 기존 사업 추진	180



문화예술분야

목표 4 _ 문화도시 조성

1. 왜 문화도시인가

1-1. 문화도시의 정의와 요건

○ 문화도시란 지역의 문화예술과 자연자원을 결합한 문화적-친환경적 공간조성을 통해 인간중심적 도시정체성을 확립하고 창의성을 발현할 수 있게 하는 21세기적 도시모델임

○ 21세기적 도시는 단순한 집약적 생활공간의 의미를 넘어서 문화와 환경과 경제가 어우러진 심미적 복합체로서 독창적 도시경쟁력을 창출해야 함

○ 개성적인 도시미관은 사람들을 끌어들이고 창조적인 삶을 자극하며 지역의 경제성장을 촉진하는 역할을 수행할 수 있음

○ 문화도시의 기본적인 요건은 도시의 역사성 뿐만 아니라 현재성, 미래성을 포괄하는 다양하고 풍부한 문화적-생태적 자산의 확보이며 아울러 쾌적하고 심미적인 생활을 보장하는 도시환경과 일상적 여가시설과 편의시설의 확충임

1-2. 경기도 문화도시 조성 목적 및 의의

○ 경기도는 31개 시군에 인구 1천만 명이 넘는 우리나라에서 가장 인구가 많은 지역이나 권역별로 각각 상이한 특성을 가지고 있어 통합적인 정체성이 미흡함

○ 그러나 이러한 지역적 상이성과 다양성을 문화적인 측면에서 다양한 지역문화의 공존과 상생을 통해 새로운 경기문화 창조를 위한 복합적 기반으로 활용할 수 있음

○ 경기도에서 도시는 경기도 대부분 주민들의 삶의 공간임. 그러나 일부 신도시를 제외한 경기도의 대부분의 도시들은 급속하고 무분별한 개발과 성장제일주의 발전정책에 의해 쾌적한 삶의 공간이 되지 못하고 있음

○ 경기도 문화도시의 목표는 이러한 비인간적인 도시적 공간을 쾌적하고 인간중심적이고 아름다운 공간으로 탈바꿈하는 것임

○ 이 속에서 주민과 주민 간의 자유로운 만남과 어울림, 인간과 자연 간의 소통과 상생적 조화가 촉진될 것이며 지속가능한 지역발전도 가능하게 될 것임

○ 문화도시는 요컨대 경기도 주민들의 삶의 질을 고양시키는데 크게 기여할 것이며 경기도 주민으로서 정체성을 확립하고 긍지와 자부심을 끌어내는데도 중요한 역할을 할 것임

1-3. 사업추진의 원칙과 방향

○ 우선 과거 개발경제시대에 경제적 가치 우선주의와 기능적 합리주의에 의한 경기도의 도시기획과 도시디자인에 대한 철저한 반성이 필요함

○ 이제는 경기도의 모든 도시의 발전에 그리고 모든 지역의 개발과 재개발에 문화적-미적 가치가 최우선적인 고려사항이 되어야 함. 21세기에 문화적-미적 가치는 지역발전을 자극하고 새로운 차원으로 고양시키는 미래적 핵심가치로 고려되어야 함

○ 사업추진에서 견지해야 할 기본방향은 문화를 돈으로 환산하는 상업주의적 발상이나 예술관만 연관 짓는 협소한 사고에서 벗어나, 문화를 인간의 삶과 연관 짓는 문화에 대한 포괄적인 인간중심적 접근이라 할 수 있음

○ 문화도시 사업의 담당 주체로는 경기도 지역의 공공단체, 시민단체, 문화예술계, 학계, 언론계 등이 광범위하게 참여하는 열린 네트워크 조직이 요구됨

2. 주요과제

경기도 문화도시 사업의 주요 과제로는 경기도 각 도시의 이미지를 미적으로 혁신하고 일상생활과 밀착된 다양한 문화공간을 확충하며, 지식정보 시대에 걸맞게 문화정보 인프라를 경기도 모든 도시들에 균형적으로 구축하고, 환경친화적이고 심미적인 생활양식을 지향하며, 경기도 지역도시들의 역사와 전통을 재발견 상징화하고, 시민참여를 통해 문화예술이 살아 숨쉬는 도시를 재창조하는 것 등이 있음

2-1. 5대 문화창조도시 육성사업

2-1-1. 문화창조도시의 의의 및 선정

○ 경기도는 권역별 문화격차가 심한 지역임. 도 전체의 균형적인 문화발전을 위하여 경기도의 중심인 수원 외에 권역별로 문화창조도시를 선정, 집중 지원함으로써 창조도시를 통한 문화환경 개선의 파급효과가 인근지역에 미칠 수 있도록 추진함

○ 서울 인접 지역의 경우에는 서울의 문화시설을 활용하거나 해당 지역 내에 문화 인프라가 어느 정도 정비되어 있으므로 문화창조도시의 선정은 인구규모와 재정 규모, 지리적 여건 등을 감안하여 비수도권 지역을 중심으로 추진함

○ 즉 동서남북의 지리적 구분이 뚜렷하고 수도권과 비수도권의 문화환경적 편차가 심한 경기도의 특성을 고려하여 27개의 시와 4개의 군으로 이루어진 경기도에서, 경기도의 중심인 수원을 포함해 비수도권 지역 동서남북에 5대 문화창조도시를 선정, 집중 육성하는 문화발전 전략을 채택함

○ 문화 인프라의 구축은 문화시설의 지역 분산 건립 원칙을 통해 추진하기 보다는 문화투자의 선택과 집중 원리를 적용하여 특정 지역에 인적, 물적, 제도적 자원 우선 지원하여 통해 인프라를 집중 조성함으로써 시너지 및 파급효과를 극대화하는 것이 효과적임

○ 5대 문화창조도시에서는 상이한 지역적 특성을 고려하여 대규모 전문 문화시설보다는 지역주민들의 삶에 보다 밀착된 문화 인프라, 보다 수월하게 문화 활동에 참여할 수 있는 생활권 문화시설 등이 조성될 수 있도록 유도함

○ 더불어 문화창조도시에서 주민대상의 문화교육 지원 기능을 강화하기 위하여 지역의 학교, 대학, 사회복지시설, 도서관, 지역기업 등과 연계운영체제를 구축하고 협력프로그램을 개발함

○ 사업추진전략은 먼저 '문화창조도시선정위원회'(관련 전문가 중심으로 15인 내외로 구성)를 구성하여 문화창조도시 신청 공고를 하고 기초자치단체의 문화도시 진흥 기본계획을 접수한다. 여기에 기초하여 수원 외에 4개의 문화창조도시 후보지를 선정하고 경기도 문화창조도시발전 종합계획서를 공동 협의하여 최종 확정 지음

2-1-2. 권역별 5대 문화창조도시의 특징

○ 문화창조도시의 조성은 한편으로 경기도의 대외적 위상 및 이미지 제고의 측면과 더불어 다른 한편으로 경기도 주민의 쾌적하고 선진적인 문화적 삶의 향유를 위한 기초적 환경을 만드는 것임

○ 경기도의 대외적 위상 및 이미지 제고를 위한 문화도시환경 조성에서 중요한 것은 경기도 권역별로 특장점을 살리고 도시별 정체성을 살리는 방향에서 특색 있는 문화창조도시들을 조성함으로써 경기도 전체의 문화적 다양성을 보여주고, 여기에 기초한 독창적인 문화발전을 이룩하는 것임

■ 경기도의 문화예술중심도시 수원

○ 수원은 경기도의 중심부에 자리잡은 도시로서 도청 소재지이자 화성 등 세계적 문화유산을 지닌 유서 깊은 역사도시임

○ 수원은 경기도의 행정적 중심일 뿐 아니라 문화예술적 중심으로서의 위상과 문화예술창조의 허브 역할을 수행하여야 함

○ 수원에 위치한 경기도 산하의 여러 도립 문화예술 단체들은 경기도 고유의 색깔을 지닌 다양한 프로그램을 개발하고 경기도 각 권역에 보급해 경기도의 문화예술발전을 선도하고 경기도 주민의 문화예술 향유권 신장에 기여해야 함

○ 또한 도민과 청소년들을 위한 다양하고 알기 쉬운 문화예술교육프로그램을 개발하고 경기도 전역에 보급해 주민들의 삶의 질을 향상하고 경기도가 우리나라 문화예술교육의 전당이 될 수 있도록 보다 적극적으로 노력해야 함

○ 특히 수원에 위치한 경기문화재단은 경기도에서 문화민주주의가 높은 수준에서 구현되고, 나아가 독창적인 경기도 지역문화가 꽃필 수 있도록 경기도 문화정책 전반을 기획하고 조율하는 사령탑이자 싱크탱크로서의 역할을 수행하여야 함

■ 경기도 북부권역의 문화창조도시

○ 북부권역(의정부, 동두천, 파주, 양주, 연천, 포천, 김포, 고양 등)은 군사시설이 많이 위치하고 낮은 인구밀도와 재정자립도 등으로 인해 특색 있는 문화 인프라 조성에 어려움이 많음

○ 그러나 북부권역은 북한과의 지리적 근접성 및 비무장지대의 생태 자원을 보유하고

있으며 생태와 평화의 의미를 살리는 독특한 문화적 개발의 필요성이 높아지고 있음

○ 향후 개성특구 활성화, 남북철도 개통 및 교류 활성화, 개성관광사업 개시 등을 대비하여 통일문화 및 휴전선 일대의 생태관광을 겨냥한 문화창조도시를 추진함

○ 경기 북부권역의 문화창조도시에는 경기도가 남북문화교류를 선도할 수 있는 역할을 다할 수 있도록 '경기통일문화센터', 평화관련 테마공원 등의 설립을 추진함

■ 경기도 남부권역의 문화창조도시

○ 남부권역(이천, 여주, 용인, 평택, 안성, 화성, 오산 등)은 전통공예와 도자기, 민요와 민속놀이 등 우리의 민족문화유산이 풍부하게 살아 숨 쉬는 현장임

○ 또한 이 지역은 상대적으로 많은 대학, 문화시설, 문화유산 등이 분포하고 있으므로 다른 지역보다 창조적인 문화예술 활동이 활발하게 전개되고 있는 곳임

○ 이 지역의 문화창조도시는 지역의 전통적 문화유산을 인문적으로 현대화하고 재창조하여 독자적인 문화콘텐츠로 개발해야 할 것임

■ 경기도 서부권역의 문화창조도시 :

○ 서부권역(안양, 부천, 광명, 의왕, 안산, 군포, 시흥 등)은 경기도 뿐 아니라 우리나라 산업의 중심지로서 인구밀도가 높고 경제활동이 가장 활발한 지역임

○ 또한 이 지역은 서해를 통한 국제적 물류교역이 활발한 지역으로 동북아 문화교류, 한류수출의 주도적인 역할을 담당할 수 있는 지리적-산업기반적 이점을 지니고 있음

○ 이 지역의 문화창조도시는 영상, 애니메이션, 만화, 캐릭터, 디자인 등의 문화예술 분야를 집중 육성하면서 21세기 최첨단산업으로서 고부가가치 문화산업, 한류산업의 새로운 모델을 창출하는 중심지가 되어야 함

○ 이 지역은 또한 외국인 노동자 밀집지역으로서 다양한 이국문화와 우리문화 간의 교류와 융합이 활발함

○ 향후 외국인 노동자를 대상으로 하거나 외국인 노동자가 주도하는 문화예술행사가 보다 활성화되어야 하며 이러한 행사를 기획하고 주도하는 국제문화교류센터가 이 지역의 문화창조도시에 설립되는 것이 바람직함

■ 경기도 동부권역의 문화창조도시

○ 동부권역(광주, 남양주, 양평, 가평, 하남, 구리 등)은 한강의 상류지역으로서 경기도에서 가장 아름답고 깨끗한 자연생태계를 보존하고 있음

○ 수도권에서 가장 수려한 강과 산 등 풍부한 관광자원과 여가자원을 확보하고 있는 이 지역은 주5일 근무제의 도입에 따라 여가·레저의 중심지로 부상하고 있음

○ 또한 이 지역은 우리나라 실학의 최고봉인 다산 정약용의 생가와 남한산성 등 유서 깊은 문화유적지들과 미술관, 카페, 공연장 등 다양한 문화시설이 자리잡고 있는 곳이기도 함

○ 이 지역의 문화창조도시는 경기도 주민들이 아름다운 자연생태계와 역사유적을 체험하고 즐기는 문화관광, 생태관광 중심지의 면모와 다양한 여가레저시설과 휴식시설을 갖춘 쾌적한 환경휴양도시의 모델을 보여주어야 할 것임

○ 특히 예술인들의 창작거점 공간이자 창작활동을 지원하는 예술인마을을 조성한다면 예술문화 진흥의 중심지로서 경기도의 이미지를 크게 고양시킬 수 있을 것임

2-1-3. 사업목적 및 사업계획

■ 사업목적

○ 경기도 주민의 삶의 질 향상

○ 경기도의 독특하고 균형적인 문화발전

○ 경기도의 국내외적 문화적 위상과 이미지 제고

○ 경기도의 국내외적 문화 경쟁력 강화

■ 사업개요

○ 사업명 : 경기도 5대 문화창조도시의 선정 및 육성

○ 사업내용 : 동서남북으로의 지리적-생태적 구분이 뚜렷하고 수도권과 비수도권의 문화적 편차가 심한 경기도의 지역특성을 고려하여 5대 문화창조도시를 선정하여 그것을 중심으로 한 중장기적 경기도 문화도시발전 전략 채택

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 문화창조도시 선정위원회 구성, 창조도시 신청 공고 및 모집, 확정 ○ 선정된 도시의 문화발전계획서 공동 협의 및 확정 – 문화창조도시추진단 및 공동위원회 구성 – 기초조사 및 기초연구	1,000
2009	○ 각 권역 문화창조도시의 1단계 계획 착수 및 중간점검 – 문화창조도시간 교류 및 협력	150
2010	○ 각 권역 문화창조도시의 1단계 계획 착수 및 중간점검 – 문화창조도시간 교류 및 협력	150,
2011~2015	○ 각 권역 문화창조도시 2단계 계획 착수 및 완료 – 최종평가 및 결과보고(백서 발간)	750
2015~2020	○ 기존 사업 추진	750

■ 추진계획

○ 사업계획 : 문화창조도시 신청 공고 및 모집 확정, 단계별 지원

■ 기대효과

○ 문화투자의 선택과 집중원리를 적용하여 지원의 효율성 제고

○ 문화창조도시를 중심으로 한 인근지역으로의 문화발전 파급효과

○ 조화롭고 균형적인 문화환경 및 문화인프라 조성

○ 경기도 도시주민의 삶의 질 제고

2-2. 경기도 도시문화환경 개선사업

○ 문화도시는 문화도시로서 갖추어야 할 기본적인 인프라들, 즉 주거환경, 교통환경, 녹지환경, 교육환경, 여가시설 등이 상호 유기적 관계를 맺으며 상생하는 것이 무엇보다 중요한 요건임

○ 또한 문화도시는 도시만의 독특한 도시경관을 보유해야 함. 도시경관은 도시의 얼굴 자체라고 할 수 있음. 도시의 인상을 좌우하는 것은 도시경관으로서 그것은 도시의 문화적-미적 수준을 보여줌

○ 선진국의 문화도시들은 문화지구를 선정하고 건물의 높이와 도시의 색채, 간판의 크기와 모양, 야간조명, 녹지율, 산책 공간 등의 사항을 규정하여 도시경관을 엄격하게 관리하고 있음

○ 경기도의 모든 도시들이 아름다운 도시로 거듭나기 위해서 1도시 1문화지구 조성 등 문화적 도시환경을 위한 대담한 기획과 적극적인 지원이 필요함

2-2-1. 경기도 1도시 1문화지구 조성

○ '문화지구'란 문화예술의 진흥과 문화시설, 문화업종 등 문화자원의 보존 유치를 통한 주민의 문화적 삶의 질 향상을 위하여 지정된 도시의 일정지역을 의미함

○ 문화지구정책은 쾌적한 도시문화 환경을 조성하는 오늘날 가장 포괄적인 제도로서, 특히 문화정책의 고려가 소홀했던 도시계획 분야와 적극적으로 연계하여 각 도시의 특색을 살리는 도시이미지 제고 및 주민의 삶의 질 고양을 지향함

○ 오늘날 많은 지역의 도심개발이 소비적 유흥시설 난립 등 경제적 수익 일변도에 바탕을 두고 진행되고 있는 현실에서 문화중심의 공간 조성은 더욱 필요함

○ 경기도 1도시 1문화지구 조성사업이란 경기도 모든 도시에 지역주민의 접근이 쉽고 이용이 편리한 하나의 거리나 지역을 선정하여 문화지구로 지정하고 이 지역을 중심으로 복합 문화거리를 조성하는 것을 의미함

○ 문화지구의 조성을 위해서는 도시 설계에 디자인 개념을 도입하고 심미성, 쾌적성을 기준으로 하여 공공 시설물들을 조성하며 거리의 색깔, 간판, 난간, 보도 등에서 미적으로 차별화된 보행자중심의 특정지구를 만들어야 함

○ 문화지구 조성계획에는 설치장려 문화시설·업종과 제한업종으로 엄격히 구분하고 설치장려 문화시설·업종에 대해서는 인센티브를 부여함

○ 이러한 인센티브에는 관련 법령이 정하는 바에 따라 조세감면이나 개발부담금 등을 면제해 주거나 건축기준을 완화해 주는 조치가 가능함

○ 제한업종은 문화지구지정목적에 저해되는 업종으로 하되 각 도시의 문화지구마다 지정목적과 추구하는 방향이 다르기 때문에 제한업종 역시 달라지는 점을 감안하여 제

한업종의 구체적 내역은 시·군·구의 조례로 정하도록 한다.

○ 경기도의 1도시 1문화지구 조성사업은 (1) 각 도시 만의 특색 있고 개성 있는 이미지를 조성하여 창조적이고 생동하는 도시공간을 연출하며 (2) 지역의 여건과 가능성을 고려한 다양한 문화시설 즉 미술관, 영화관, 소극장, 여가레저시설, 도서관, 서점, 카페, 박물관, 영상정보미디어센터, 문화전문업체, 창작시설, 야외무대 등을 유치하며 (3) 문화민주주의 원칙에서 지역 주민들의 자발적 참여와 협력을 유도하면서 추진되어야 함

참고) 문화예술진흥법에서의 문화지구

제10조의 2 (문화지구의 지정 관리 등)

1) 시 도지사는 다음 각 호의 1에 해당하는 지역을 도시계획법에 따라 조례에 의하여 문화지구로 지정할 수 있다.

(1) 문화시설과 민속공예품점, 골동품점 등 대통령령이 정하는 영업시설이 밀집되어 있거나 이를 계획적으로 조성하고자 하는 지역

(2) 문화예술행사, 축제 등 문화예술활동이 지속적으로 이루어지는 지역

(3) 기타 국민의 문화적 삶의 질 향상을 위하여 문화지구로 지정함이 특히 필요하다고 인정되는 지역으로서 대통령령이 정하는 지역

2-2-2. '경기도 1도시 1문화지구 조성'의 사업목적 및 사업계획

■ 사업목적

○ 경기도의 도시이미지 제고

○ 도민의 삶의 질의 향상

○ 도시별로 특화된 문화환경 조성과 문화적 다양성 증대

○ 경기도의 문화적 위상과 문화적 경쟁력 고양

■ 사업개요

○ 사업명 : 경기도 1도시 1문화지구 조성

○ 사업내용 : 경기도의 모든 도시에 지역주민의 접근이 쉽고 이용이 편리한 하나의 거리나 지역을 선정하여 문화지구로 지정하고 이 지역을 중심으로 복합 문화거리를 조성하는 것

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 문화지구추진위원회 구성하여 전반적 계획 수립 – 문화지구 신청 공고 및 모집, 확정 – 선정된 문화지구의 문화발전계획서 공동 협의 및 확정 – 문화지구추진위원회는 기초자치단체의 문화지구 조성사업에 관한 전문적-실무적인 자문 제공	150
2009	○ 각 도시 문화지구 조성사업의 1단계 계획 착수 및 중간점검 – 문화지구 사업주체 간의 경험 교류 및 협력	150
2010	○ 각 도시 문화지구 조성사업의 1단계 계획 착수 및 중간점검 – 문화지구 사업주체 간의 경험 교류 및 협력	150
2011~2015	○ 각 도시 문화지구 조성사업 2단계 계획 착수 및 완료 – 최종평가 및 결과보고(백서 발간)	750
2015~2020	○ 기존 사업 추진	750

■ 추진계획

○ 사업계획 : 도 차원의 '문화지구추진위원회' 구성, 시군별 하나의 문화지구 신청 공고 및 모집 확정, 단계별 지원

■ 기대효과

○ 도민의 문화적 자긍심 고취

○ 살기 좋은 경기도 도시이미지 확립

○ 문화지구를 중심으로 한 도시 내 타 지역으로의 문화발전 파급효과

○ 경기도 도시 전체의 균형적인 문화환경 및 문화 인프라 조성

○ 도민의 삶의 질 제고

2-3. 문화도시를 위한 지역문화예술교육의 활성화

○ 지역문화예술교육이란 지역주민과 청소년을 대상으로 그들의 문화예술 창조능력과 향수 능력을 증대하고 문화적- 미적 감성과 상상력을 계발하기 위한 교육사업임

○ 지역의 문화예술적 발전은 소수의 전문 문화예술인들에 의해서가 아니라 문화예술교육을 통한 주민과 문화예술의 만남을 통해서 성취됨

○ 경기도의 문화도시 조성도 도민들의 능동적 참여가 없다면 불가능함. 즉 높은 문화의식과 미의식을 지닌 문화시민의 육성은 경기도 문화도시의 조성에 필수불가결한 사업임

○ 그러나 경기도의 지역문화예술교육은 제도적 미비 및 인적 자원과 시설의 취약함으로 인해 경기도 전역에서 광범위하게 실시되지는 못하고 있으며 주민의 참여도도 낮은 형편임

○ '2002년 국민문화지수'(문화관광부, 문화정책개발원) 조사 자료에 따르면 도민의 문화예술교육 참여율은 불과 4.0%에 불과함

〈연간 문화예술교육 참여율〉

(단위 : %)

경기전체	4.0
한강북부	4.6
한강남부	3.8
서울인접권	4.6
비인접권	3.0
북부지역	4.9
동부지역	4.0
서부지역	3.1
남부지역	4.3

○ 위 표에서 보이는 것처럼 한강북부의 참여율이 남부보다 높고 서울인접권의 참여율이 비인접권보다 높음에도 불구하고 평균 4%의 저조한 참여율은 도민의 문화예술교육이 거의 부재하다는 것을 보여줌

○ 이러한 실태는 일반시민을 대상으로 한 다양한 문화예술교육 프로그램을 개발하고 실천하는 것이 시급한 과제라는 것을 의미하며 이제부터라도 문화예술교육을 통해 경기도

주민들 속에서 문화도시 창조역량을 창출하고 문화참여를 활성화하여야 함

○ 한편 학교교육에서도 지역문화예술교육을 적극 도입하여 경기도 청소년들을 자기 지역의 문화에 대해서 잘 알고 문화적 자긍심 및 문화적 창조능력과 마인드를 지닌 선진적인 문화시민으로 준비시켜야 함

○ 경기도 각 지역도시들은 지역의 문예회관, 미술관, 문화의 집, 지역문학관 등 문화예술 관련 시설을 활용해 지역주민들을 위한 맞춤형 문화예술교육 프로그램을 운영해야 함

○ 특히 현재 제 기능을 발휘하지 못하고 있는 지역의 문예회관이 지역의 문화예술 진흥의 거점 기능을 다하도록 하기 위해서는 전문교육요원을 확보해 지역의 청소년, 주부, 아동, 중장년층 등 계층별 문화예술교육 프로그램과 강좌를 실시하여야 함

○ 이러한 지역의 공공 문화예술시설이 지역의 학교교육과 연계를 맺어 문화예술교육프로그램을 공유하는 것이 선진국의 문화예술교육 사례에서 볼 때 매우 중요하다. 즉 지역별 학교의 문화예술교육에 대한 보다 체계적이고 지속적인 지원시스템이 마련되어야 함

○ 또한 지역도시의 주변에 거주하는 계층이나 소외된 계층을 위한 찾아가는 문화예술학교나 교육프로그램을 운용해 주민의 문화복지를 실현하고 균형 잡힌 지역문화발전을 추구해야 함

○ 일정한 문화예술교육과정을 이수한 주민을 지역의 문화자원봉사자로 등록해 지역문화발전의 촉매자로서 다양한 영역에서 활용하는 것이 중요함

2-3-1. '경기도 문화예술교육시범도시'의 선정과 지원

○ 경기도의 지역문화예술교육을 활성화하기 위한 대책으로 경기도 남북부의 2권역에 각기 1개 도시를 '문화예술교육시범도시'로 선정하여 경기도 지역문화예술교육의 거점으로 육성함

○ 경기도는 선진국과 국내의 다른 지자체의 지역문화예술교육의 사례를 비판적으로 분석하면서 지역의 실정과 교육환경에 맞는 문화예술교육모델을 창출하고 이 도시들에 적용, 평가함

○ 시범도시에 인적 자원과 물적 자원을 집중 지원함으로써 제한된 자원을 효율적으로 사용하고 다른 도시에의 파급효과와 도시 간 경쟁을 유도함

○ 경기도는 문화예술계와 교육계 인사를 포괄하는 '문화예술교육위원회'를 구성하여 문화예술교육시범도시 선정과 경기도 문화예술교육 관련 모든 사업을 기획, 총괄케 함

2-3-2. '경기도 문화예술교육시범도시의 선정과 지원' 사업목적 및 사업계획

■ 사업목적

○ 경기도 지역문화예술교육의 활성화

○ 도민의 삶의 질 향상과 자긍심 고취

○ 도민의 지역문화예술 참여활동 강화

○ 경기도의 문화적 이미지 고양과 문화적 경쟁력 향상

■ 사업개요

○ 사업명 : 경기도 문화예술교육시범도시 선정과 지원

○ 사업내용 : 도내 모든 도시에 문화예술교육을 활성화시키고 주민의 문화적 삶의 질에 대한 욕구를 충족시키기 위해 경기도 남북부 권역에 각기 1개 도시를 문화예술교육 시범도시로 지정하고 이 도시를 중심으로 경기도 지역문화예술교육 모델을 창출

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 경기도 문화예술교육위원회를 구성하여 전반적 계획 수립 – 문화예술교육시범도시 신청 공고 및 모집, 확정 – 선정된 문화예술교육 시범도시의 문화예술교육사업계획서 공동 협의 및 확정 – 문화예술교육위원회는 문화예술교육시범도시사업 전반에서 전문적-실무적인 자문 제공	150
2009	○ 문화예술교육 시범도시사업의 1단계 계획 착수 및 중간점검 – 문화예술교육 시범도시 사업주체 간의 경험 교류 및 협력	150
2010	○ 문화예술교육 시범도시사업의 1단계 계획 착수 및 중간점검 – 문화예술교육 시범도시 사업주체 간의 경험 교류 및 협력	150
2011~2015	○ 문화예술교육 시범도시사업 2단계 계획 착수 및 완료 – 최종평가 및 결과보고(백서 발간)	750
2015~2020	○ 기존 사업 추진	750

■ 추진계획

○ 사업계획 : 도 차원의 문화예술교육위원회 구성, 권역별 문화예술교육시범도시 신청 공고 및 모집 확정, 단계적-연차적 지원

■ 기대효과

○ 도민의 문화적 역량과 자긍심 고취

○ 문화예술교육 중심으로서 경기도 이미지 고양

○ 문화예술교육 시범도시를 중심으로 인근 지역으로 문화교육 파급효과

○ 경기도의 문화예술발전과 문화민주주의의 구현

○ 각급 학교에서의 지역문화교육의 내실화

○ 도민의 삶의 질 제고

2-3-3. '경기문화예술교육센터'의 설립

○ 경기도 모든 지역의 문화예술교육활동을 도차원에서 지원하고 일관된 문화예술교육 프로그램을 개발하고 운영하기 위해서는 전문적인 담당기관인 '경기문화예술교육센터'의 설립이 필요함

○ '경기문화예술교육센터'는 도민이 문화예술의 향수자로서뿐만 아니라 문화예술의 창조자로서 문화예술 활동에 적극 참여할 수 있도록 준비시키는 다양한 문화예술교육 프로그램들을 개발하고 보급해야 함

○ 또한 센터는 경기도 각 지역의 공공 문화예술관련 시설에서 문화예술교육을 담당할 수 있는 전문 인력을 체계적으로 육성하거나 강사풀(국악강사풀, 연극강사풀, 문예강사풀제 등)을 갖추어 지역의 다양한 수요에 대응해야 함

○ 또한 센터는 인터넷 문화예술교육 프로그램을 개발해 경기도 각 지역에서 주민들이 교과과정에 손쉽게 참여할 수 있는 온라인 문화교육시스템을 구축

2-3-4. '경기문화예술교육센터 설립' 사업의 목적 및 사업계획

■ 사업목적

○ 경기도 지역문화예술교육의 거점 마련

○ 경기도 문화예술교육의 활성화와 체계화

○ 경기도 각 지역 문화예술교육 활동의 지원체계 강화

○ 경기도 문화예술 교육요원의 체계적 육성과 배치

■ 사업개요

○ 사업명 : 경기문화예술교육센터의 설립

○ 사업내용 : 경기도 각 지역도시의 문화예술교육을 체계적으로 운영하고 활성화시키기 위해 경기도 중심지역인(수원이나 성남 혹은 과천 등에) '경기문화예술교육센터'를 설립하여 다양한 지역문화예술교육 프로그램을 개발하고 보급하며, 전문 교육요원을 육성하고 관리하는 기능을 담당하도록 함

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 경기문화예술교육센터 추진위원회를 구성하여 전반적 계획 수립 – 1단계 사업 추진(인선 및 위치 확정) – 장소 확보 및 기본 시설 구비하여 출범	150
2009	○ 경기문화예술교육센터의 1단계 사업 수행 및 중간점검 – 각종 문화교육 프로그램 개발 및 외국 사례 조사 분석	150
2010	○ 경기문화예술교육센터의 2단계 사업수행 – 지역문화예술교육 지원 체계 완비 및 교육요원 육성 – 인터넷 문화예술교육 프로그램 구축 – 평가 및 결과보고(백서 발간)	150
2011~2015	○ 기존사업 추진	750
2015~2020	○ 기존 사업 추진	750

○ 사업계획 : 경기문화예술교육센터 추진위원회 구성, 공고 및 단계적-연차적 설립 지원

■ 기대효과

○ 경기도 지역문화예술교육의 진흥

○ 문화예술교육 중심지로서 경기도의 위상 강화

○ 경기도 모든 지역에서의 문화예술교육의 내실화와 전문화

○ 경기도 문화예술인들의 일자리 확충

○ 경기도민의 삶의 질과 문화예술 역량의 제고

2-4. '자전거문화도시'의 선정과 지원 사업

2-4-1. '자전거문화도시'의 의의와 효과

○ 문화도시는 쾌적하고 여유로운 인간중심의 도시환경을 구비해야 하며 현재의 자동차 중심의 도시교통정책과 자동차도로중심의 도로건설정책으로부터 탈피하는 발상의 전환이 필요함

○ 유럽의 선진 도시들은 자전거 우대의 교통정책과 자전거 전용도로 중심의 도로건설 정책을 통해 자전거가 도시교통 분담률의 40% 이상을 차지하고 있으며, 과거 도시의 살벌한 공간을 여유 있고 아름다운 소통의 장소로 변모시키고 있음

○ 경기도는 21세기 문화도시는 자전거중심의 도시임을 인식하여 도시마다 자전거문화를 확산시켜야 하며, 우선 '자전거문화도시'를 남부와 북부 지역에서 두개 도시 정도 시범 선정하여 집중적으로 지원

○ '자전거문화도시'는 자전거 선진국의 사례를 연구하여 쾌적한 자전거전용도로와 전용 표시판, 전용보관소, 수리소 등을 설치 확충하며, 시민들에게 자전거 보급을 촉진하고 선진국과 같은 자전거 대여제를 도입함. 그리고 시민들과 공무원, 각급 학교와 지역 업체 등을 대상으로 자전거문화교육을 실시하여 자전거 마인드를 심어주어야 함

○ 자전거문화도시는 매년 '자전거문화축제'를 개최하여 시민들 속에서 자전거문화를 활성화하며, 시의 대표적 축제로 육성하여 경기도와 전국 자전거동호인의 잔치로 만든다면 도시이미지적-관광적 파급효과가 지대할 것임

○ 자전거문화도시에는 자전거공원과 그 속에 '자전거문화센터'를 설립하여 센터가 위의 모든 사업을 기획, 집행하게 하며 이것 자체가 문화도시의 상징적인 장소가 되게 해야 함

○ 경기도는 시민과 전문가, 자전거동호인단체, 관계공무원으로 구성된 '경기도 자전거문화도시추진위원회'를 구성하며, 위원회는 경기도의 모든 도시가 21세기 새로운 문명적 대안으로 자전거문화가 꽃피는 선진 문화도시로 만드는 사령탑의 기능을 수행함

2-4-2. '자전거문화도시의 선정과 지원' 사업의 목적 및 사업계획

■ 사업목적

○ 경기도 모든 도시에서의 자전거문화 활성화의 거점 마련

○ 경기도 도시환경의 인간화와 쾌적화

○ 경기도 문화도시발전의 특성화

○ 21세기 경기도의 지속가능한 발전전략의 모델 제시

■ 사업개요

○ 사업명 : 자전거문화도시의 선정과 지원

○ 사업내용 : 경기도 도시에 자전거문화를 확산시키기 위하여 '자전거문화도시'를 남부와 북부 지역에서 두개 도시 정도 시범 선정하여 집중 지원함. 자전거문화도시는 자전거 선진국의 사례를 연구하여 쾌적한 자전거 전용도로와 전용표시판, 전용보관소, 수리소 등을 확충하며, 시민들에게 자전거 보급을 촉진하고 자전거 대여제를 도입함. 또한 자전거문화도시는 매년 '자전거문화축제'를 개최하여 시민들 속에서 자전거문화를 활성화하며 도심에 자전거공원과 그 속에 '자전거문화센터'를 설립하여 센터가 위의 모든 사업을 기획, 집행하게 하며 이것 자체가 문화도시의 상징적인 장소가 되게 함

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 경기도 자전거문화도시추진위원회 구성후 전반적 기획 추진 – 1단계 사업 추진(도시선정 확정) – 각 자전거문화도시에 자전거문화센터 설립 추진	150
2009	○ 자전거문화도시 1단계 사업 수행 및 중간 점검 – 자전거전용도로 및 자전거 보급 확대 – 자전거문화교육 프로그램 개발 및 외국 사례 조사 분석 등	150
2010	○ 자전거문화도시 2단계 사업수행 – 자전거공원 및 자전거문화센터 완성 및 시설 완비 – 자전거문화교육 프로그램 구축 – 자전거문화축제 개최 – 평가 및 결과보고(백서 발간)	150
2011~2015	○ 기존 사업 추진	750
2015~2020	○ 기존 사업 추진	750

■ 추진계획

○ 사업계획 : 경기도 자전거문화도시추진위원회 구성, 공고 및 선정, 단계적 지원

■ 기대효과

○ 경기도 자전거문화의 진흥

○ 21세기 대안문명의 중심으로서 경기도의 이미지 제고

○ 경기도 도시환경의 쾌적화와 선진화

○ 경기도 문화도시의 기반 구축

○ 경기도 문화발전의 기본환경 마련

○ 도민의 삶의 질 제고

2-5. 경기도 도시 및 지역 간 문화정보네트워크 구축 사업

2-5-1. 경기도 문화정보네트워크 구축 사업의 의의

○ 경기도 도시 및 지역 간 네트워크 구축은 향후 경기도 문화예술의 국제 경쟁력 강화와 도내 31개 시·군을 연결하는 종합적인 문화예술 정책 연구 및 정책적 자문을 위해 추진하는 것임

○ 현재 경기도에는 지역문화 진흥을 위한 정책과 방안 그리고 정책연구를 위한 전문 기관이 전무함. 경기도에는 또한 도내 문화예술 관련 정보와 자료도 제대로 수집 및 정리가 안 되고 있음

○ 그리고 대부분의 지자체가 수행하는 사업들이 단편적이고 단기적인 성과에만 매달리다 보니 문화예술의 흐름에 대한 정보와 지식이 부족하여 소기의 성과를 거둘 수 없었음. 이제는 지자체가 보유한 문화예술에 대한 전문적인 이해를 바탕으로 문화예술 지원사업의 효과를 높이는 방향에서 사업이 추진되어야 할 시점임

2-5-2. 경기도 문화정보네트워크 구축사업의 목적 및 사업계획

■ 사업목적

○ 경기도내 각 지자체의 문화예술사업 정보의 체계적 수집 및 정보교류 역할 수행

○ 국내·외 문화예술관련 정보와 자료의 체계적 정리와 분석

○ 지자체 문화예술사업의 효율적 기획과 지원

○ 경기도 문화예술인들의 연구와 활동을 위한 각종 정보 제공 및 자문

○ 도내 지자체의 문화예술 정책 수립 및 자문의 토대 구축

■ 사업개요

○ 사업명 : 경기도 도시 및 지역 간 문화정보 네트워크 사업 운영

○ 사업내용 : 경기도 문화예술 지원정책의 정보 저수지로서의 역할 정립

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 네트워크 센터의 역할을 위한 기구 구성 및 전반적 운영 계획 수립 – 기본시설 확보 – 자료 수집 – 스텝진 확보	150
2009	○ pilot 프로젝트 시행 및 정책개발 활동 개시 – 지역별, 장르별 세부 정보수집 방안 수립 – 도내 지역별 문화예술 관련 자료 수집 및 정리	150
2010	○ 지역 문화정보 수집의 활성화를 위한 연구보고서 및 정책자료집 출판 – 문화정보 전문인력 체계적 육성사업 실시 – 다른 도 및 해외와 정보교류 및 협력 사업 실시	150
2011~2015	○ 사업 내용 지속	750
2015~2020	○ 사업 내용 지속	750

■ 추진계획

○ 사업계획 : 경기도 지자체의 문화예술정책 수립을 위한 정보네트워크 구성, 기본시설 및 장소 확보, 전문 인력 확보, 자료 수집

○ 추진일정

분류	사업내용
단기 (2008년)	○ 네트워크 센터의 역할을 위한 기구 구성 및 전반적 운영 계획 수립 ○ 기본시설 확보 ○ 자료 수집 ○ 스텝진 확보
중기 (2009년)	○ pilot 프로젝트 시행 및 정책개발 활동 개시 ○ 지역별, 장르별 세부 정보수집 방안 수립 ○ 도내 지역별 문화예술 관련 자료 수집 및 정리
장기 (2010년)	○ 지역 문화정보 수집의 활성화를 위한 연구보고서 및 정책자료집 출판 ○ 문화정보 전문인력 체계적 육성사업 실시 ○ 다른 도 및 해외와 정보교류 및 협력 사업 실시

■ 기대효과

○ 지자체의 문화예술 지원 사업에 대한 효율성 강화와 활성화

○ 지역의 문화예술에 대한 올바른 홍보와 이해도 증대

○ 경기도 문화예술의 창조성과 질적 경쟁력 확보

○ 경기도 문화예술인의 전문성 강화

문화예술분야

특별과제 1 _ '경기국제문화교류센터'의 설립

1. '경기국제문화교류센터'의 의의

○ '경기국제문화교류센터'는 향후 경기도 문화예술의 해외 진출과 경쟁력 강화를 위해 국제문화교류의 정책과 효과에 대해 연구하고 중장기적 전략을 수립하는 센터임

○ 현재 경기도에는 국제문화교류에 대한 정책과 방안 그리고 국제문화교류를 위한 전문적 연구기관이 전무함. 또한 해외의 문화예술 관련 정보와 자료도 제대로 수집 및 정리가 안 되고 있음

○ 종래의 국제문화교류는 단편적이고 단기적인 사업에만 매달리다보니 국제화예술의 흐름에 대한 정보와 지식이 부족하여 소기의 성과를 거둘 수 없었음. 이제는 해외 주요 국가의 문화예술에 대한 전문적인 이해를 바탕으로 현실적이며 장르와 국가에 맞는 적정한 교류 방안과 목표를 세워서 국제문화교류의 효과를 높이는 방향에서 사업이 추진되어야 할 시점임

○ 경기도는 '경기국제문화교류센터'를 통해 경기도의 국제문화교류사업을 안정적으로 추진하며, 향후 전개될 다양한 문화교류행사의 지원을 통해 경기도 문화예술인들에게 실질적인 혜택이 되도록 해야 함

○ 센터는 국제문화교류를 효율적으로 추진하기 위해 경기도 문화예술인이나 단체 및 교류 내용에 관한 정보 및 전문적인 자문을 제공할 수 있을 것임

○ 또한 센터는 다양한 국내외 문화예술관련 정보를 수집하고 정리하여 다양한 정보 수요에 대응할 수 있음

2. '경기국제문화교류센터' 설립 사업의 목적 및 사업계획

■ 사업목적

○ 경기도의 국제문화교류사업의 싱크탱크 역할 수행

○ 국내·외 문화예술관련 정보와 자료의 체계적 정리와 분석

○ 국제문화교류사업의 주도적 기획과 지원

○ 경기도 문화예술인의 해외 진출을 위한 각종 정보 제공 및 자문

■ 사업개요

○ 사업명 : 경기국제문화교류센터 설립

○ 사업내용 : 경기문화재단의 국제문화교류를 위한 싱크탱크 역할을 수행할 '경기국제문화교류센터'의 설치 및 운영

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 국제문화교류센터 구성 및 전반적 운영 계획 수립 – 기본시설 확보 – 자료 수집 – 스텝진 확보	150
2009	○ pilot 프로젝트 시행 및 정책개발 활동 개시 – 국가별, 장르별 세부 국제문화교류 계획 수립 – 국내외 문화예술 관련 자료 수집 및 정리	150
2010	○ pilot 프로젝트 시행 및 정책개발 활동 개시 – 국가별, 장르별 세부 국제문화교류 계획 수립 – 국내외 문화예술 관련 자료 수집 및 정리	150
2011~2015	○ 국제문화교류를 위한 연구보고서 및 정책자료집 출판 – 장르별 전략 분야 및 단체 개발 및 지원 – 전략 분야에 대한 전문 홍보 자료 제작 배포	750
2015~2020	○ 선정된 전략사업 추진	2,500

■ 추진계획

○ 사업계획 : 경기국제문화교류센터 구성, 기본시설 및 장소 확보, 전문 연구진 확보, 자료 수집

○ 추진일정

분류	사업내용
단기 (2008년)	○ 국제문화교류센터 구성 및 전반적 운영 계획 수립 ○ 기본시설 확보 ○ 자료 수집 ○ 스텝진 확보
중기 (2010년)	○ pilot 프로젝트 시행 및 정책개발 활동 개시 ○ 국가별, 장르별 세부 국제문화교류 계획 수립 ○ 국내외 문화예술 관련 자료 수집 및 정리
장기 (2012년)	○ 국제문화교류를 위한 연구보고서 및 정책자료집 출판 ○ 장르별 전략 분야 및 단체 개발 및 지원 ○ 전략 분야에 대한 전문 홍보 자료 제작 배포

■ 기대효과

○ 국제문화교류사업의 전문성 강화와 활성화

○ 해외 문화예술에 대한 올바른 홍보와 이해도 증대

○ 경기도 문화예술의 국제적 경쟁력 확보

○ 경기도 문화예술의 해외 진출 가시화

문화예술분야

특별과제 2 _ 경기도의 통일문화 진흥사업

1. 역사적-지리적 배경과 통일문화의 의의

○ 경기도는 남북 분단에 의해 도 자체가 지리적으로 남북으로 갈라진 분단의 현장이자 우리 현대사의 가장 큰 피해지역임

○ 최근 남북정상회담에서의 정치, 경제, 군사, 사회문화 부문 협력사업의 여러 합의들이 보여주는 것처럼 21세기는 평화통일의 시대이며 특히 경기도는 분단지역으로서 다른 지역보다 통일과제에 적극적으로 대응할 필요성이 절실함

○ 분단의 접점이자 상징인 경기도는 향후 통일로 나아가는 시대에서 통일의 현장이자 남북의 분단문화를 아우르는 통일문화의 발원지로 중요한 역할을 수행하여야 할 것임

○ 현재 경기도에는 군사분계선, 비무장지대, 임진각, 땅굴, 북한전망대 등 분단의 상징물들과 남북교류협력의 상징물인 경의선철도와 개성경제특구 등이 자리잡고 있으며 북한의 생활문화를 간직하고 있는 월남민들도 많이 살고 있음. 이런 다양성의 공존이 통일문화로의 새로운 가능성을 보여준다고 할 수 있음

○ 통일시대를 대비하기 위해서 가장 중요한 것이 남북 간의 문화적 이질성을 극복하는 것이라고 볼 때 경기도는 통일문화의 형성과 진흥을 통해 이러한 과제를 풀어나갈 최적의 지리적-문화적 조건을 지니고 있음

2. 경기도 통일문화사업의 추진 방향

○ 북한의 문화를 경쟁과 흡수통합의 대상이 아니라 협력과 상생의 대상으로 간주하면서 대등한 차원에서 교류하고 비판적으로 수용하는 열린 자세가 요구되며 상호 윈윈적인 다양한 교류프로그램들이 개발되어야 할 것임

○ 또한 분단된 경기도 남북지역의 고유한 문화예술이 교류하면서 경기문화 전체의 특성과 전통성을 살리고 풍부화하는 사업아이템들이 우선되어야 함

○ 특히 사업 초기에는 가능한 한 정치색이 배제된 교류사업과 경기도 지역의 전통문화와 지역문화예술의 교류프로그램이 바람직함

○ 남북 문화예술 전문가들의 협력사업과 더불어 청소년과 아동을 포함한 경기도 주민들의 참여를 이끌어 낼 수 있는 교류 아이템과 방식들이 구상되어야 할 것임

3. 통일문화사업의 주요과제

3-1. 개성관광자원 지원

○ 2004년에는 개성관광 협력사업이 승인되었고 최근 남북정상회담의 합의에 따라 현대를 사업주체로 한 정기적인 개성관광이 가시화되고 있음. 개성관광은 연간 45-80만 명(최대 125만 명)의 남한관광객 수요가 예상됨

○ 개성은 경주, 부여, 서울, 평양과 함께 우리나라를 대표하는 역사도시의 하나로 선죽교, 성균관, 왕건릉, 공민왕릉, 만월대 궁궐터, 남대문, 숭양서원 등 고려시대의 유적과 유물이 산재해 있으며 그 밖에 여러 고찰들과 전통가옥지구, 황진이 무덤, 연암 박지원 무덤 등의 역사유적이 존재함

○ 관광자원 개발은 개성지역 문화유적을 적극 활용하기 위해 중요한 사업임. 여기에는 먼저 개성 지역의 유적을 남북이 공동 발굴하고 개성의 문화유산을 고려시대의 도시계획을 바탕으로 제 모습대로 복원하는 것이 중요하며 관광을 위한 철도와 도로망에 대한 고려도 필요함

○ 또한 고려시대의 수도인 개성(개경)의 관문이었던 예성강 포구의 옛 모습과 개경에 이르는 옛길을 회복할 수 있다면 좋은 관광자원이 될 것임. 더불어 개성의 문화역사관광과 경기도 비무장지대의 생태관광을 연계할 수 있다면 국제적 관광상품이 될 수도 있음

○ 경기도의 과거와 현재의 역사 및 문화와 밀접한 연관이 있으며 커다란 정치적-경제적 효과를 수반하는 개성관광사업의 기획과 추진을 현대아산이라는 하나의 업체에만 맡겨서는 안 되며 경기도는 개성관광사업 전반에 대한 나름대로의 청사진을 지니고 적극 개입, 지원해야 함

○ 이러한 사업을 전반적으로 관리하는 주체로서 전문가들과 현대아산 측의 인사가 참여하는 '경기도개성관광지원단'을 발족하여 개성관광 인프라 조성사업에 도 차원에서 적극 참여함

3-2. '개성관광자원 지원' 사업의 목적 및 사업계획

■ 사업목적

○ 개성관광의 활성화와 남북교류협력의 촉진

○ 경기도의 주요 역사와 문화유산의 복원과 체계적 정리

○ 경기도 북부지역을 관광중심지로 육성

■ 사업개요

○ 사업명 : 개성관광자원 지원

○ 사업내용 : 개성관광을 활성화하기 위해 다양한 관광자원과 인프라를 조성하는 것, 즉 개성 지역의 유적을 남북이 공동 발굴하고 개성 일대의 문화유산을 제 모습대로 복원하며 관광을 위한 철도와 도로망을 개선하는 사업 등을 적극 지원함. 이러한 사업을 전반적으로 관리하는 주체로서 전문가들과 현대아산 측과(가능하다면) 북한 측 인사가 참여하는 '경기도개성관광지원단'을 발족함

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 경기도개성관광지원단을 구성하여 전반적 계획 수립 - 지원사업계획서를 북한 측과 공동 협의 및 확정 - 지원단은 사업 전반에서 전문적-실무적인 아이디어 제공	150
2009	○ 개성관광지원사업의 1단계 계획 착수 및 중간점검 - 고려의 궁터 만월대 등 문화유적 복구사업 지원 및 참여	150
2010	○ 개성관광지원사업의 1단계 계획 착수 및 중간점검 - 고려의 궁터 만월대 등 문화유적 복구사업 지원 및 참여	150
2011~2015	○ 개성관광지원사업 2단계 계획 착수 및 완료 - 최종평가 및 결과보고(백서 발간)	750
2015~2020	○ 개성관광지원사업 2단계 계획 착수 및 완료 - 최종평가 및 결과보고(백서 발간)	750

■ 추진계획

○ 사업계획 : 경기도개성관광지원단 구성, 북한 측과 협의하여 단계적-연차적 지원

○ 추진일정

분류	사업내용
단기 (2008년)	○ 경기도개성관광지원단을 구성하여 전반적 계획 수립 ○ 지원사업계획서를 북한 측과 공동 협의 및 확정 ○ 지원단은 사업 전반에서 전문적-실무적인 아이디어 제공
중기 (2009~2010년)	○ 개성관광지원사업의 1단계 계획 착수 및 중간점검 ○ 고려의 궁터 만월대 등 문화유적 복구사업 지원 및 참여
장기 (2011~2012년)	○ 개성관광지원사업 2단계 계획 착수 및 완료 ○ 최종평가 및 결과보고(백서 발간)

■ 기대효과

○ 남북 간의 긴장 완화와 평화 분위기 조성

○ 개성관광의 활성화로 경기도가 관광중심지로 거듭남

○ 경기도 북부지역의 경제적 활성화

○ 경기도 북부지역 주민의 삶의 질 개선

○ 생태의 보고인 비무장지대 일대의 관광자원화

○ 경기도 문화예술의 새로운 진흥

○ 남북협력과 통일문화를 선도하는 경기도 이미지 고양

3-3. 개성특구 문화인프라 지원

○ 북한은 2003년 남한의 자본 유치를 위하여 북한 최남단 지역이자 휴전선 이북의 경기도 지역인 개성지구를 경제특구로 개방하는 조치를 단행하였음

○ 개성경제특구는 현재 남북 평화협력과 남북경제공동체 형성을 통한 동북아 경제중심 구상 실현이라는 중장기적 관점에서 확대 추진되고 있음

○ 개성경제특구를 남북경제협력사업의 거점뿐 아니라 경기도 남북문화교류의 거점으로 활용하며 경기도의 통일문화단지로 발전시키기 위한 중장기적 목표 아래 지원사업을 실시함

○ 개성특구를 문화적으로 활용하기 위한 중장기적 계획을 수립하고 특구 내에 노래방, 공

연장과 극장설비, 기자재, 휴식시간에 즐길 수 있는 놀이공간이나 체육시설 등의 문화인프라를 지원

○ 개성특구의 미관을 위한 나무심기사업이나 조경, 조형사업을 적극 지원

○ 개성관광이 활성화되면 특구도 관광의 대상이 될 것이며 관광객을 위한 공연프로그램이나 영상물을 남북합동으로 제작하는 것을 적극 지원

○ 경기도의 문화산업관련 업체들이 개성공단에 투자하는 것을 적극 지원하고 장려하며 북한과의 합작도 지원

○ 이상의 사업을 위하여 '경기도개성특구문화지원단'을 구성하여 중장기적 지원 계획을 작성하고 단계적으로 실시

3-4. '개성특구 문화인프라 지원' 사업의 목적 및 사업계획

■ 사업목적

○ 개성특구를 남북문화교류의 거점으로 조성하기 위한 토대 마련

○ 개성특구의 남북주민에게 문화적 혜택 제공

○ 남북 주민 간의 문화적 이질감 해소

○ 개성관광사업의 지원체계 구축

■ 사업개요

○ 사업명 : 개성특구 문화인프라 지원

○ 사업내용 : 개성경제특구를 경기도 남북문화교류의 거점으로 활용하며 경기도의 통일문화단지로 발전시키기 위해 특구 내에 노래방, 공연장과 극장설비, 기자재, 휴식시간에 즐길 수 있는 놀이공간이나 체육시설 등의 문화인프라를 지원함

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 경기도개성특구문화지원단을 구성하여 전반적 계획 수립 – 지원사업계획서를 현대아산 및 북한 측과 공동 협의 및 확정 – 지원단은 사업 전반을 총괄하고 특구에도 사무소 설치	150
2009	○ 개성특구 문화인프라지원사업의 1단계 계획 착수 및 중간점검 – 남북주민의 공동의 문화활동 지원	150
2010	○ 개성특구 문화인프라지원사업의 1단계 계획 착수 및 중간점검 – 남북주민의 공동의 문화활동 지원	150
2011~2015	○ 개성특구 문화인프라지원사업 2단계 계획 착수 및 완료 – 개성특구관련 문화프로그램이나 영상물 남북공동제작 – 최종평가 및 결과보고(백서 발간)	750
2015~2020	○ 문화인프라를 활용한 공동 사업 추진	750

■ 추진계획

○ 사업계획 : 경기도개성특구문화지원단 구성, 현대아산 및 북한 측과 협의하여 단계적-연차적 문화인프라 조성 지원

○ 추진일정

분류	사업내용
단기 (2008년)	○ 경기도개성특구문화지원단을 구성하여 전반적 계획 수립 ○ 지원사업계획서를 현대아산 및 북한 측과 공동 협의 및 확정 ○ 지원단은 사업 전반을 총괄하고 특구에도 사무소 설치
중기 (2009~2010년)	○ 개성특구 문화인프라지원 사업의 1단계 계획 착수 및 중간점검 ○ 남북주민의 공동의 문화활동 지원
장기 (2011~2012년)	○ 개성특구 문화인프라지원사업 2단계 계획 착수 및 완료 ○ 개성특구관련 문화프로그램이나 영상물 남북공동제작 ○ 최종평가 및 결과보고(백서 발간)

■ 기대효과

○ 남북주민 간의 거리감 완화와 화해 분위기 조성

○ 개성특구의 활성화

○ 개성특구의 삶의 질 고양

○ 개성특구가 통일문화의 실험장 역할 수행

○ 개성특구의 관광자원화

○ 남북협력과 통일문화를 선도하는 경기도 이미지 고양

3-5. 문화콘텐츠분야 남북협력 지원

○ 향후 남북문화교류는 종래와 같은 순수 문화예술 분야 중심의 교류에서 21세기 고부가치 산업인 문화콘텐츠사업 분야의 교류협력으로 확대되어야 함

○ 문화콘텐츠산업은 현재 선진 각국들에서 국가의 기간산업으로 적극 육성하고 있으며 경기도의 남북문화교류 지원정책도 남북한 문화콘텐츠 산업의 상생적 발전을 추구하여야 함

○ 남북한 문화산업교류에서 특히 주목되는 것은 영화, 애니메이션, 방송, 비디오, 게임, 캐릭터 등의 영상콘텐츠사업 부문에서의 교류이며 경기도는 경기도와 북한의 영화, 애니메이션, 방송, 게임, 캐릭터 등 영상콘텐츠사업 분야의 공동육성을 위한 양자 간의 교류협력사업을 중점적으로 지원하여야 함

○ 경기도와 북한의 영상산업의 교류에서 우선 그간의 경험과 성과물, 기술 등을 교환하고 시설과 기자재의 공동이용과 공동제작을 추구하며 특히 경기도 역사문화 관련 문화콘텐츠를 공동개발하고 공동제작함

○ 구체적으로 경기도의 문화유산을 널리 소개하는 교육용 애니메이션이나 캐릭터의 제작에 남북이 공동으로 협력할 수 있음

○ 중장기적으로는 영상전문인력의 교육, 재교육에서 경기도와 북한 간의 인적 교류 프로그램도 가능할 것임

○ 이상과 같은 사업을 전담하는 기구로서 '경기도남북문화콘텐츠협력단'이 설치되며 향후 개성특구가 이상과 같은 문화콘텐츠 분야에서 경기도와 북한 간 교류와 협력의 거점 역할을 담당할 수 있도록 함

3-6. '문화콘텐츠분야 남북협력 지원' 사업의 목적 및 사업계획

■ 사업목적

○ 문화콘텐츠사업 분야에서 경기도와 북한 간의 교류협력을 활성화

○ 경기도의 고유한 문화콘텐츠를 남북이 공동개발, 공동제작

○ 경기도의 문화콘텐츠산업 지원 육성

○ 경기도 문화콘텐츠산업의 경쟁력 확보

○ 개성특구를 남북 문화콘텐츠 교류협력사업의 거점으로 조성

○ 남북한 간의 문화적 이질감 해소

■ 사업개요

○ 사업명 : 문화콘텐츠분야 남북협력 지원

○ 사업내용 : 영화, 애니메이션, 방송, 게임, 캐릭터 등 영상콘텐츠사업 분야의 육성을 위한 경기도와 북한 간의 교류협력사업을 중점적으로 지원하며 특히 경기도 역사문화 관련 문화콘텐츠를 남북이 공동개발하고 공동제작함

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 경기도남북문화콘텐츠협력단을 구성하여 전반적 계획 수립 - 교류협력사업계획서를 북한 측과 공동 협의 및 확정 - 협력단은 사업 전반을 총괄 - 경기도와 북한의 문화콘텐츠 산업 실태조사	150
2009	○ 문화콘텐츠교류사업의 1단계 계획 착수 및 중간점검 - 남북의 공동제작활동 착수	150
2010	○ 문화콘텐츠교류사업의 1단계 계획 착수 및 중간점검 - 남북의 공동제작활동 착수	150
2011~2015	○ 문화콘텐츠교류사업의 2단계 계획 착수 및 완료 - 경기도 역사문화관련 애니메이션 및 캐릭터, 영상물 남북 공동제작 - 최종평가 및 결과보고(백서 발간)	750
2015~2020	○ 문화콘텐츠 교류 사업 공동 추진	750

■ 추진계획

○ 사업계획 : 경기도남북문화콘텐츠협력단 구성, 단계적-연차적 문화콘텐츠분야 교류협력사업 지원

○ 추진일정

분류	사업내용
단기 (2008년)	○ 경기도남북문화콘텐츠협력단을 구성하여 전반적 계획 수립 ○ 교류협력사업계획서를 북한 측과 공동 협의 및 확정 ○ 협력단은 사업 전반을 총괄 ○ 경기도와 북한의 문화콘텐츠 산업 실태조사
중기 (2009~2010년)	○ 문화콘텐츠교류사업의 1단계 계획 착수 및 중간점검 ○ 남북의 공동제작활동 착수
장기 (2011~2012년)	○ 문화콘텐츠교류사업의 2단계 계획 착수 및 완료 ○ 경기도 역사문화관련 애니메이션 및 캐릭터, 영상물 남북 공동제작 ○ 최종평가 및 결과보고(백서 발간)

■ 기대효과

○ 남북 간의 문화적 이질성 극복 및 문화적 동질성 추구

○ 문화협력을 통한 남북 간 화해 분위기 조성

○ 경기도 문화콘텐츠산업의 경쟁력 확보

○ 개성특구의 활성화와 문화적 위상 증대

○ 남북협력과 통일문화를 선도하는 경기도 이미지 고양

3-7. '경기통일문화센터' 설립

○ '경기통일문화센터'는 향후 활성화될 남북문화교류의 정책과 효과에 대해 연구하고 중장기적 전략을 수립하는 연구기관임

○ 현재 우리나라에는 남북한 문화교류정책과 방안 그리고 북한의 문화예술에 대해 전문적으로 연구하는 기관이 전무함. 북한의 문화예술에 관련된 정보와 자료도 수집이 안 되고 있음

○ 종래의 남북문화교류는 정세적 불안정성 외에도 북한에 대한 정보와 지식의 부족으로 소기의 성과를 거둘 수 없었음. 이제는 북한의 문화예술에 대한 전문적인 이해를 토대로 적정한 방안과 목표를 지니고 남북문화교류협력사업이 추진되어야 할 시점임

○ 경기도는 '경기통일문화센터'를 통해 남북문화교류사업을 안정적으로 추진하며, 향후 전개될 다양한 남북교류행사에 대한 전문적인 지원을 통해 경기도가 우리나라의 남북문화교류를 선도하는 역할을 과시할 수 있게 될 것임

○ 센터는 북한과의 문화교류나 문화사업을 추진하는 경기도 문화예술인이나 단체 그리고 개인이나 업체에 관련 정보 및 전문적인 자문을 제공할 수 있을 것임

○ 또한 센터는 경기도 도내 학교에서의 통일문화와 북한문화 이해교육을 위한 다양한 교육용 자료들을 만들어 보급할 수 있으며, 일반주민 대상의 강좌를 통해 북한과 통일에 대한 문화교육의 장을 제공할 수 있음

○ 경기통일문화센터는 우선 경기문화재단 산하의 부속기관으로 설립될 것임

3-8. '경기통일문화센터 설립' 사업의 목적 및 사업계획

■ 사업목적

○ 경기도의 남북문화 교류협력 사업에서 싱크탱크로서의 역할을 수행할 전문연구기관 설립

○ 북한문화예술관련 정보와 자료의 체계적 정리와 분석

○ 경기도 남북문화교류협력사업의 주도적 기획과 지원

○ 경기도 문화예술인 및 업체의 대북사업 관련 지원

○ 경기도와 북한의 문화예술인 및 문화예술단체의 상호교류 추진 및 지원

■ 사업개요

○ 사업명 : 경기통일문화센터 설립

○ 사업내용 : 경기도의 남북문화 교류협력 사업에서 싱크탱크로서의 역할을 수행할 연구기관으로서 '경기통일문화센터' 설립

○ 연도별 사업목표 및 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 경기통일문화센터추진위원회 구성하여 전반적 계획 수립 – 기본시설 확보 – 자료 수집 – 연구진 확보	150
2009	○ 연구 및 정책개발 활동 개시 – 연구진 추가 확보 – 자료 추가 수집	150
2010	○ 연구보고서 및 정책 자료집 출판 – 북한문화 관련 교재 및 강좌 개설 – 최종평가 및 결과보고(백서 발간)	150
2011~2015	○ 경기통일문화센터 활성화 사업 추진	750
2015~2020	○ 기존 사업 추진	750

■ 추진계획

○ 사업계획 : 경기통일문화센터추진위원회 구성, 기본시설 및 장소 확보, 전문 연구진 확보, 자료 수집

○ 추진일정

분류	사업내용
단기 (2008년)	– 경기통일문화센터추진위원회 구성하여 전반적 계획 수립 – 기본시설 확보 – 자료 수집 – 연구진 확보
중기 (2009년)	– 연구 및 정책개발 활동 개시 – 연구진 추가 확보 – 자료 추가 수집
장기 (2010년)	– 연구보고서 및 정책자료집 출판 – 북한문화 관련 교재 및 강좌 개설 – 최종평가 및 결과보고(백서 발간)

■ 기대효과

○ 경기도 남북문화교류협력사업의 전문성 강화와 활성화

○ 북한 문화에 대한 올바른 홍보와 이해도 증대

○ 경기도 주민이나 단체의 남북문화교류협력사업의 효율성 제고

○ 경기도 대북지원사업의 전문적 기획과 자문

○ 남북협력과 통일문화를 선도하는 경기도 이미지 고양

3-9. 경기도와 북한의 공연예술교류사업

○ 남한의 경우 개인 창작과 개인적 향유가 이루어지는 예술양식 등이 발전해 있으나 연극, 무용, 음악 등 공연예술은 양적으로도 취약하고 대중으로부터 거리가 먼 것에 비해, 북한의 공연예술은 규모가 작은 공연으로부터 초대형 공연에 이르기까지 다양한 공연이 생산되어 전국 각지에서 공연될 정도로 대중화되어 있으며 나름의 기술 수준도 높음

○ 북한의 공연예술단체는, 각 예술가 동맹 산하에 국립·도립예술단과 직장예술선전대 등으로 구성되어 있음. 국립 예술단체로는 연극, 무용, 음악분과를 모두 거느린 종합예술단으로서 평양예술단, 만수대예술단, 가극 전문단체인 피바다가극단 등이 대표적이며, 국립교향악단, 국립연극단, 국립인형극단, 평양교예단, 보천보전자악단, 칠보산전자악단, 왕재산경음악단 등이 중앙에서 직접 운영하는 단체임. 그 외에 평양남도예술단, 개성시예술단 등의 이름이 붙은 시도립 예술단체는 각 동맹 도지부가 운영함

○ 북한과의 예술문화교류에서는 인적 교류 중심이며 파급효과가 큰 공연예술 분야의 교류를 우선하는 것이 좋으며 먼저 남북공연예술전문가의 합동세미나와 정치적 색깔이 없는 민족적 공연프로그램을 초청하는 형식으로 하는 것이 바람직함

3-9-1. 남북 공연예술 워크숍

○ 공연예술계의 교류로 가장 먼저 생각할 수 있는 것은 예술계 내적인 교류임. 인적 교류의 형식으로 예술인들끼리 의견과 기량, 아이디어를 공유하고 교류하는 프로그램임

○ 공연예술계 내적인 교류는 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있음. 하나는 이론적이고 학

술적인 교류임. 심포지엄이나 포럼 같은 학술대회의 방식으로 예술론적인 쟁점을 가지고 만날 수 있음. 다른 하나는 교육과 워크숍임. 토론회가 이론적인 만남이라면 교육과 워크숍은 창작과 실기를 담당하는 공연예술인들끼리의 만남과 교류의 장임

○ 공연예술계 내적 교류는 다른 어떤 교류보다 손쉽게 할 수 있는 교류라는 점에서도 의미 있을 뿐 아니라, 차후의 본격적인 공연예술 교류, 대중적인 이벤트적 공연, 더 나아가 평화공존이나 통일 이후의 건강한 민족문화의 발전을 위한 기초적 발판을 마련하는 일이라는 점에서 중요함

○ 세미나나 워크숍에서는 우선 북한의 공연예술에 대한 사실적이고 구체적인 파악, 북한 공연예술학계의 연구성과에 대한 파악, 남북한 공연예술의 동질적 요소와 이질적 요소의 파악과 그 원인 분석, 연구와 정보화를 위한 상호 협력 가능성 타진, 공연문화산업의 상생적 발전을 위한 방안, 민족문화 발전과 민족문화의 세계화를 위한 공동의 방안 마련 등을 위한 폭넓은 논의가 오갈 수 있을 것임

(1) 무형문화재급의 전통예술 워크숍

○ 남한의 무형문화재 혹은 그러한 정도의 가치를 지니는 남북한의 공연예술은 마땅히 남북한이 교류하며 배워야 하는 작품들임. 특히 북한에서 해당 공연예술의 기능을 보유한 사람이 노령인 경우에 이를 남한에서 전수받는 것은 시급하고 필요한 일임

○ 남한과 경기도의 전통예술인 살풀이, 승무, 판소리, 춘앵무와 태평무 등의 정재, 산조, 영산회상이나 수제천 등 정악을 비롯하여 양주별산대놀이, 경기농악과 경기민요 등의 놀이적인 민속예술과 북한에만 존재하는 무형문화재급의 전통예술(김창조류 가야금 산조와 남한에는 없는 단소산조 등) 등의 종목들은 교류를 통해 남북이 공유해야 할 예술적 자산임

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 남북의 무형문화재 보유 내용 및 전수 관련 사항 조사	150
2009	○ 무형문화재 전수 관련 남북 협력 체결	150
2010	○ 각종 자료 복원 및 출판	150
2011~2015	○ 무형문화재 전수를 위한 인적 교류 추진	750
2015~2020	○ 기존 사업 추진	750

(2) 공연예술교육 기본체계 워크숍

○ 연극, 무용, 음악 등 각 장르의 공연예술은 배우 기본교육 체계가 매우 중요함. 연기를 어떤 체계를 통해 교육하는가, 한국무용의 기본춤(춤본) 체계는 어떠한가, 성악은 어떤 훈련방법을 사용하는가 등이 그런 것임

○ 남북의 공연예술 기본 훈련체계를 서로 비교해 보고 따라 해 보는 워크숍을 통해 서로 상대편 연주자, 가수, 연기자, 무용수들이 어떤 장점과 단점을 지니고 있는가를 정확하게 파악하고 앞으로의 공동 작업이나 교류를 위한 아이디어를 제공할 수 있음

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 남북 공연예술에 대한 기초 자료 수집	150
2009	○ 남북 예술인들로 구성된 전문 조사 및 연구단 구성	150
2010	○ 공연예술의 훈련 방법에 대한 교재 개발 및 교육 계획 수립	150
2011~2015	○ 공연 교육자를 위한 교육 실시	750
2015~2020	○ 청소년 대상의 교육 실시	750

(3) 개량가야금 워크숍

○ 남한에서 국악기 개량으로 가장 많이 이루어진 경우가 가야금임. 가야금은 국악기 중 가장 대중적인 악기이며, 우리나라에서 고안된 고유한 악기이기도 함

○ 남한에서도 가야금은 12줄의 전통적인 가야금 외에, 17현 가야금, 24현 가야금 등으로 개량되어 창작국악 작품을 연주하는 데에 쓰여왔음. 또한 가야금의 탁하고 작은 소리를 바꾸기 위해 주재료인 오동나무 통과 비단실을 다른 재료로 바꾸는 연구를 하고 있음

○ 북한에서도 가야금은 이미 서양악기와의 합주를 위해 음질과 음폭의 개량이 이루어졌으며 21줄의 가야금이 일찍부터 보편적으로 사용되고 있음, 이러한 노하우를 바탕으로 옥류금과 같은 새로운 악기의 창조도 이루어졌음. - 남북한에서 현재 사용하고 있는 전통 가야금과 개량 가야금들을 모아 그 악기 특성과 연주법, 장단점을 비교분석하는 워크숍은 남북한의 음악관과 취향, 악기 개량의 의의와 문제점을 점검하는 데에 매우 필요한 일임

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 남북한 가야금의 변천에 대한 공동 워크숍 실시	150
2009	○ 남북한 가야금 제작, 활용 및 연구법에 대한 비교 연구 실시	150
2010	○ 남북한의 개량 전통악기 교류 및 공연 교류 실시	150
2011~2015	○ 개량악기를 중심으로 한 작곡 활성화 및 협연 추진	750
2015~2020	○ 기존 사업 추진	750

3-9-2. 북한의 대표적 공연예술작품 초청사업

(1) 민족가극 〈춘향전〉 초청

○ 북한에서 민족가극이란 1988년 이후 우리나라 고전작품을 바탕으로 하여 만들어진 가극을 의미함. 내용상으로 민족가극 <춘향전>이 이전의 혁명가극과 구분되지만, 가극의 형태상으로는 혁명가극의 흐름을 그대로 이어오고 있음

○ 혁명가극만 창작해오던 북한이 <춘향전>과 같은 작품을 가극으로 만든 것에는, 1980년대 사회주의권의 붕괴와 그와 함께 주창한 '조선민족제일주의'가 바탕이 되었다고 보임. 즉 민족주의 함양을 위해 우리나라 고전에 대한 적극적 재해석과 재평가가 이루어지고, 그러한 관심이 민족가극 <춘향전>으로 이어진 것임

○ 1988년에 초연된 민족가극 <춘향전>은 20여 년 이어온 북한 음악극의 기술적 노하우가 돋보이는 수작임. 무엇보다도 남북한 대중들 누구에게나 공감을 불러일으킬 수 있는 작품이며, 혁명가극 작품들과 비교해 보아 사회주의 이념이나 사상의 노골적인 표현이 거의 없는 작품이라는 점에서 남한 공연에 적합한 작품이라고 보임

○ 특히 남한에서도 2000년대 중반 들어 대중적인 음악극인 뮤지컬이 선풍적인 인기를 끌고 있어 대중적인 감수성에도 맞을 것으로 예상됨

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 북한의 민족가극 춘향전에 대한 학술적 내용 고찰을 위한 세미나 실시	150
2009	○ 춘향전 공연을 위한 실무 접초 및 공연 계약	150
2010	○ 춘향전 공연	5,500

(2) 민속무용조곡 〈계절의노래〉 초청

○ 민속무용조곡 '계절의노래'는 90년대 초에 창작된 북한을 대표하는 공연예술프로그램임. 겨울, 봄, 여름, 가을 4개 장으로 구성되어 있으며, 각 장마다 계절에 어울리는 전통민요와 전통춤을 현대화하여 모음곡 형식으로 조합되어 구성되어 있음

○ '계절의노래'는 친숙한 곡들과 알기 쉬운 내용과 형식으로 구성된 매우 통속적인 작품으로 남한의 대중들에게도 어필할 수 있는 비정치적인 성격의 종합 공연예술프로그램임

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 계절의 노래 초청 공연을 위한 실무 접촉	150
2009	○ 국내 공연을 위한 컨소시엄 구성	150
2010	○ 계절의 노래 초청 공연	5,500

(3) 〈개성시예술단〉 초청

○ 개성시예술단은 북한의 경기도지역인 개성을 대표하는 예술단체임. 물론 북한을 대표하는 국립공연단체들과 비교하면 규모는 작지만 역량있고 기본기 튼튼한 전문예술단체임

○ 개성시예술단의 초청은 역사상 최초로 남과 북 경기도 지역 간의 예술문화교류라는 측면에서 그 의의가 큼

○ 교류의 형식은 먼저 개성시예술단을 초청하고 경기도 도립예술단이 방문공연하는 형식이 바람직하며 경험이 쌓이면 양 예술단의 합동공연을 기획해 본다.

○ 교류프로그램은 비정치적인 주제의 레퍼토리를 중심으로 하고, 경기도 남북지역의 전통예술을 복원하거나 현대화한 작품으로 구성되는 것이 바람직함. 어느 정도 교류가 무르익으면 경기도 관련 소재의 공연작품을 공동창작해 볼 수 있을 것임

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 개성시와 경기도간 예술단 교류 협약 체결	150
2009	○ 개성시 예술단 국내 공연 추진 준비를 위한 컨소시엄 구성	150
2010	○ 개성시 예술단 초청 공연 추진 및 합동 공연물 제작 협의	150
2011~2015	○ 경기도와 개성시 예술단의 정기공연을 위한 사업 추진을 위한 단원, 감독, 무대장치 등 인적 교류 추진	1,500
2015~2020	○ 예술단 정기 공연 추진	1,500

3-10. 수원과 개성시 간의 문화협력협약 체결

○ 수원과 개성시 간에 문화협력협정을 추진하여 경기도에서의 남북문화교류협력사업을 일회적이고 이벤트성 사업이 아니라 지속적이고 체계적으로 진행될 수 있도록 담보함

○ 이것은 종래의 남북문화교류를 한단계 업그레이드시키는 계기가 될 것이며 위에서 언급한 다양한 교류사업들을 성사시키는 데에도 든든한 밑받침이 될 것임

○ 이것은 개성관광과 더불어 경기도를 남북화해와 한반도평화의 진원지로 만들 것이며 경기문화의 다양하고 풍부한 발전을 제도적으로 촉진시킬 것임

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 수원과 개성시 간 포괄적인 문화교류 체결을 위한 사전 조사 및 방안 도출을 위한 세미나 개최	50
2009	○ 문화교류 내용 및 세부추진 계획 수립	150
2010	○ 문화협약체결 및 문화교류 활성화 사업 선정	50
2011~2015	○ 문화교류 활성화 사업 추진	750
2015~2020	○ 기존사업 추진	750

문화산업분야

목표 1 _ 경기문화콘텐츠산업 중장기 육성 계획

1. 비전 수립의 배경과 의의

1-1. 지역 활성화 측면

○ 문화콘텐츠산업의 사회문화·경제적 가치가 확대되면서, 문화콘텐츠산업을 지역 활성화 차원에서 접근하는 경향이 한층 높아지고 있음. 문화콘텐츠는 지역경제를 견인하는 전략산업일 뿐 아니라 지역주민의 문화수요를 충족하는 문화자원으로 미래 지역 활성화의 핵심요소로 부각되고 있음

○ 경기 지역은 문화콘텐츠의 창작기반이라고 할 수 있는 풍부하고 다양한 문화유산과 스토리 소재를 보유하고 있으며, 문화콘텐츠, 레저스포츠, 생태환경을 연계한 체험 교육 관광 자원의 잠재력이 매우 높은 지역임

○ 앞으로 경기도는 문화콘텐츠산업의 가치 창출의 힘을 바탕으로 지역 활성화 파급 효과를 극대화할 필요가 있음

1-2. 글로벌 경쟁력 측면

○ 최근 경기문화콘텐츠산업은 만화와 애니메이션산업을 기반으로 게임, 출판, 방송영상산업으로 다각화되고 있으며, 기업, 대학, 지원체계 연계를 통한 지역혁신네트워크 기반을 구축하고 있으나, 아직은 창작역량 및 글로벌 비즈니스 기반이 취약한 실정임

○ 세계 문화콘텐츠산업의 지속성장 및 국가 간·기업 간 경쟁 심화, 글로벌 공동제작 및 마케팅 수요 확대, 중국 문화콘텐츠산업의 성장과 규제강화, 한류현상의 주춤, CT 기술의 빠른 진화 등 글로벌 문화콘텐츠산업의 급변하고 있는 환경 변화에 적극적으로 대응하여 경기 콘텐츠기업의 글로벌화 기반을 조성할 필요가 있음

○ 앞으로 국내외 우수기업을 경기지역에 유치하고, 경기 문화콘텐츠산업의 경쟁력을 강화하기 위해서는 경기 문화콘텐츠산업의 글로벌 기반을 체계적으로 구축할 필요가 있음

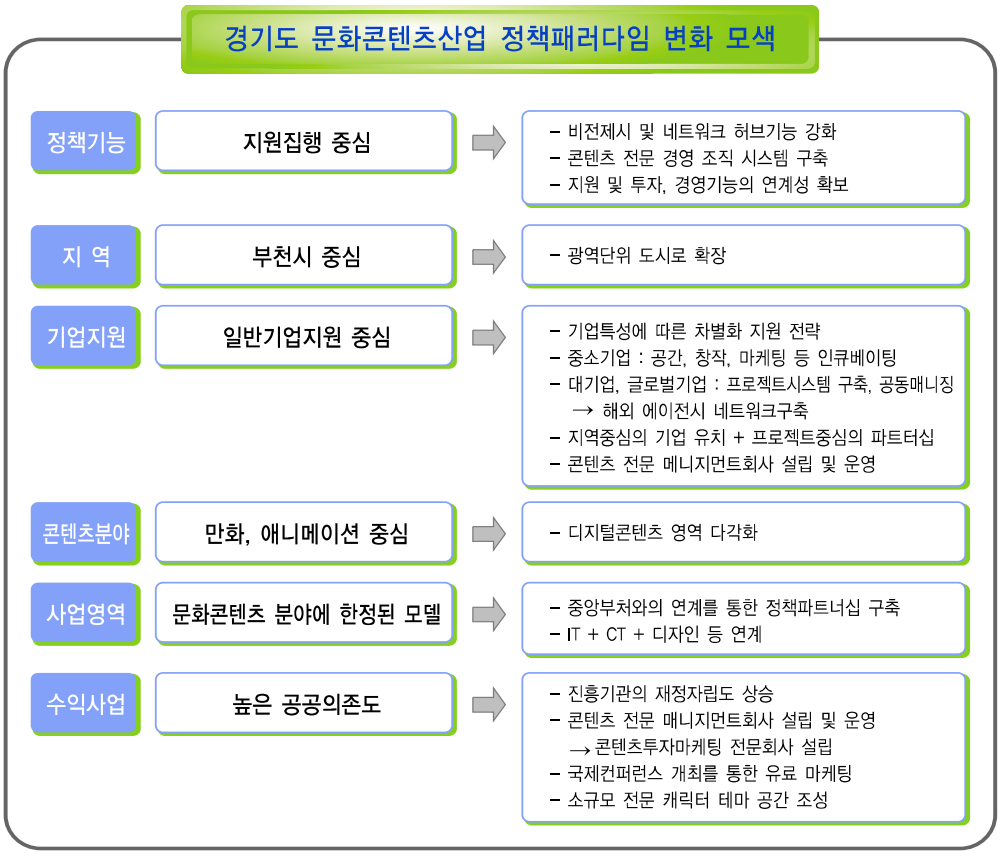
1-3. 정책적 측면

○ 경기도는 2002년에 경기문화콘텐츠산업 육성 중추기관으로 『경기디지털콘텐츠진흥원』을 설립하고, 2005년에 『디지털문화콘텐츠산업 비전 2010』을 수립하여 문화콘텐츠산업 정책을 전략적으로 추진하고 있으나, 급변하는 국내외 문화콘텐츠산업 환경에 신축적으로 대응하고, 정책성과를 극대화하기 위한 새로운 비전을 수립, 추진할 필요가 있음

○ 만화영상산업 클러스터가 조성되고 있는 부천시 외에도 성남시와 고양시를 비롯한 31개시·군의 문화산업에 대한 정책적 관심이 다양한 형태로 표출되고 있는 바, 경기도 전체 차원에서의 비전과 전략을 수립하여 조정 및 혁신네트워크 기반을 갖출 필요가 있음

○ 한편 광주의 아시아문화중심도시, 부산의 영상도시, 대구의 게임 및 뮤지컬도시 등 문화콘텐츠산업을 둘러싼 전국 광역시도의 경쟁이 심화되고 있는 상황에서 경기도 특성에 적합한 문화콘텐츠산업 육성 전략을 수립하여 『세계 속의 경기도』 발전 비전 핵심요소로 활용할 필요가 있음

○ 현재의 양적 열거형 사업추진을 지양, 질적 혁신 지향을 위한 추진체계 정립 및 정책비전을 제시할 수 있는 통합적·협력적인 네트워크체계를 구축할 필요가 있음



〈그림 1〉 경기도 문화콘텐츠산업 정책패러다임 변화 모색

2. 경기도 문화콘텐츠산업 실태와 전망

2-1. 경기도 문화콘텐츠산업 환경

2-1-1. 글로벌 문화콘텐츠 산업 환경변화 전망

○ 세계 문화산업은 2010년까지 연평균 6.3%(2006-2010)로 지속 성장할 것으로 전망되며, 특히 아시아 태평양 시장과 중남미 시장이 각각 연평균 9.2%, 8.5%로 빠른 성

장속도를 나타내고 있음(PricewaterhouseCoopers, 2007)

○ 중국이 문화콘텐츠 생산 및 소비 강국으로 부상함에 따라 우리나라 문화콘텐츠산업에 대한 위협 및 기회 요인으로 작용

- 중국은 글로벌 메이저 문화산업 기업과의 합작을 통한 글로벌 시장진출 전략을 적극적으로 추진하고 있으며, 다른 한편으로는 규제정책을 통해 한국을 비롯한 외국기업의 자국 내 진출을 제한
- 중국온라인게임 시장 규모는 2006년 7억8,780만달러 규모로 연평균 40% 이상의 높은 성장률을 기록하고 있으며, 애니메이션산업 또한 빠르게 성장하고 있음. 2000년에 16개이던 대학수가 2007년 현재 477개 대학으로 증가하여 애니메이션 전공 대학생수만 46만 명에 이르고 있음

○ 국제 문화콘텐츠산업 구조는 문화의 국제화 트렌드가 심화되고, 국제적 공동제작 및 마케팅 체계가 확대되고 있으며, 문화의 국제화로 인한 무한 경쟁 체계에 돌입

- 미국, 일본, 영국, 프랑스, 독일 등 선진국 뿐 아니라 중국, 한국, 호주, 캐나다, 대만, 뉴질랜드 등 신흥 문화산업 국가들이 등장하고 있으며, 자국의 문화콘텐츠산업을 보호, 육성하기 위한 정책강화

2-1-2. 우리나라 문화콘텐츠산업 동향과 전망

○ 우리나라 문화산업 매출액은 2003년 44조 1958억원, 2004년 50조 601억원에 이어 2005년에 53조 9481억원을 기록하면서 3년간 연평균 10.5%의 높은 성장세를 보임(출처 : 문화관광부, 2006 문화산업 통계)

○ 2005년 문화산업 수출액은 12억 3597만 달러로 2004년에 비해 31.6% 증가, 급속한 수출 성장세를 기록하고 수출권역이 다각화되고 있으나, 2006년부터 한류현상이 주춤함에 따라 콘텐츠수출증가율 또한 둔화되고 있음

○ 우리나라 문화산업 분야 총 고용인력은 2005년 현재 약 46만 명으로 연평균 12%의 신규고용 증가 전망

- 창작중심 산업구조의 전환으로 단순 제작인력보다는 기획 및 창작(기술) 분야 핵심인력 수요 증가(2002년에는 기획창작인력이 전체인력의 29%를 차지하고 있지만, 2010년에는 38%로 확대될 전망)

○ 디지털융합과 미디어 분화, 그리고 소비자 니즈의 다양화에 따라 콘텐츠시장이 다양

화되고 있음

- 이동멀티미디어방송(DMB), 휴대용멀티미디어플레이어(PMP), 휴대인터넷(WiBro), 아이팟(i-Pod) 등 이동미디어의 확산은 새로운 유비쿼터스 문화 환경을 조성
- 개인화(Personalization)된 미디어 환경이 조성됨으로서 새로운 문화 커뮤니케이션 패턴 등장
- 자신이 직접 제작한 콘텐츠(UCC)를 온라인상에서 소개하고 서로 공유하는 창조적 프로슈머(Prosumer)부상

○ 1990년대 말부터 '지역문화산업 육성'을 중요한 문화콘텐츠산업 정책과제로 추진하고 있지만, 서울과 지역 간 문화콘텐츠산업 격차는 해소되지 않고 있음(출처 : 문화관광부, 2006 문화산업 통계)

- 문화산업 지역별 매출액 구성비는 서울 70.1%, 경기도 13.5%, 부산 6.1%, 대구 2.3% 순
- 문화산업 지역별 종사자 구성비는 서울 67.4%, 경기도 14.5%, 부산 6.6%, 대구 2.9% 순

2-2. 경기도 문화콘텐츠산업 경쟁력

2-2-1. 경기도 문화콘텐츠산업 규모와 기업 특성

○ 경기도 문화산업 업체 매출액은 3조 1,000여억 원 수준으로 전국의 13.5%를 차지하고 있음

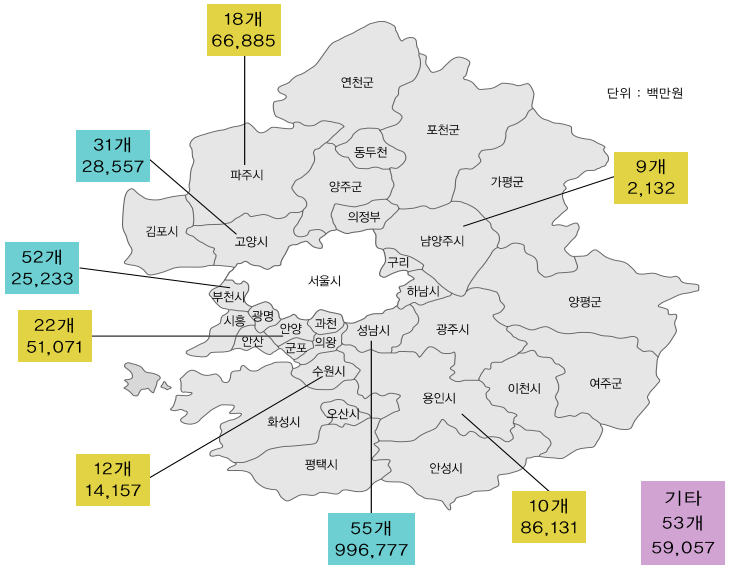
- 도내 지역별 문화콘텐츠산업 매출액을 살펴보면, 고양시, 부천시, 성남시, 안양시, 용인시, 파주시 등이 선도 지역으로서의 역할을 수행하고 있음

〈표 1〉 경기도 문화산업 기업 매출액 현황

		출판	만화	음악	영화	애니	캐릭터	디지털 교육 및 정보	합계
지역별 매출액 (백만원)	경기도	2,180,543	64,998	79,550	248,486	27,885	370,695	130,031	3,102,188
	전체	15,707,458	436,235	646,752	2,961,520	221,012	2,075,893	992,488	23,041,358
	비율(%)	13.9	14.9	12.3	8.4	12.6	17.9	13.1	13.5
지역별 영업비용 (백만원)	경기도	602,741	19,479	22,687	56,323	6,681	94,508	34,361	836,780
	전체	4,042,054	141,152	200,769	768,322	58,098	528,685	289,164	6,028,244
	비율(%)	14.9	13.8	11.3	7.3	11.5	17.9	11.9	13.9
지역별 종사자 (명)	경기도	14,589	1,167	663	1,640	459	1,562	634	20,714
	전체	93,902	9,048	5,344	16,952	3,580	8,825	5,048	142,699
	비율(%)	15.5	12.9	12.4	9.7	12.8	17.7	12.6	14.5

(※ 자료 : 문화관광부, 2006문화산업통계)

○ (재)경기디지털콘텐츠진흥원이 실시한 2006 지표조사 결과 보고서에 따르면, 도내 문화산업 업체수는 총 262개 업체이고, 이중 부천, 성남, 고양시의 3개 지역 업체 수는 경기도 전체의 53%(138개 업체), 총 매출액의 79%를 차지함



〈그림 2〉 도내 문화콘텐츠산업 업체 분포도

- 도내 100억원대 매출액 규모를 가지고 있는 선도기업은 게임산업과 방송산업의 영역에 대부분 속해 있으며, 특히 게임산업의 경우 비중이 가장 높은 것으로 나타남

○ 경기 지역의 문화콘텐츠산업 클러스터는 현재 부천의 만화애니메이션산업 클러스터 조성 전략이 2002년부터 추진되고 있으며, 그 외 지역은 아직 체계적인 클러스터 조성 전략이 추진되지 못하고 있음

- 성남시 분당지역에 게임업체가 41개로 향후 집적 잠재력이 높으며 파주지역에는 출판단지가 조성되어 있음
- 서울지역 275개 업체를 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 응답기업 중 20%에 해당하는 업체가 경기도 이전을 희망(출처 : 한국문화콘텐츠진흥원(2006), 문화산업 클러스터지형도)
- 도내 업체의 70% 이상이 10억 미만의 매출액을 산출하고 있으며, 대부분 영세기업으로 구성되어 있음

2-2-2. 경기도 문화콘텐츠산업 인적자원

○ 경기 문화산업 업체 262개의 총 종사자는 4,778명이며, 장르별로는 게임 52.3%, 방송영화 22%, 만화애니메이션 14.9%로 구성되어 있음

※ 출처 : 경기디지털콘텐츠진흥원, 2006경기도문화산업 지표조사 결과 보고서
(2006년 경기디지털콘텐츠진흥원이 실시한 경기도 문화산업 지표조사 산업기준은 만화, 애니메이션, 방송, 영상, 음악, 게임, 캐릭터에 한정하여 실시)

○ 경기도 내 문화콘텐츠산업 관련 학과는 35개 대학에 88개 학과로 연간 학생 모집정원은 3,613명에 이르고 있으나 전반적으로 산학연계 기반이 취약한 실정임

〈표 2〉 경기도 내 CT 관련 학과 현황

장르/학위	전체	문화콘텐츠	만화・애니메이션・캐릭터	음악	게임	영화・영상
2/3년제 대학	47	4	15	3	13	12
4년제 대학	30	9	1	1	1	18
대학원	11	9	0	0	0	2
전체	88	22	16	4	14	32

부천시 (3 / 5 / 53 / 3)

안양시 (2 / 4 / 22 / 0)

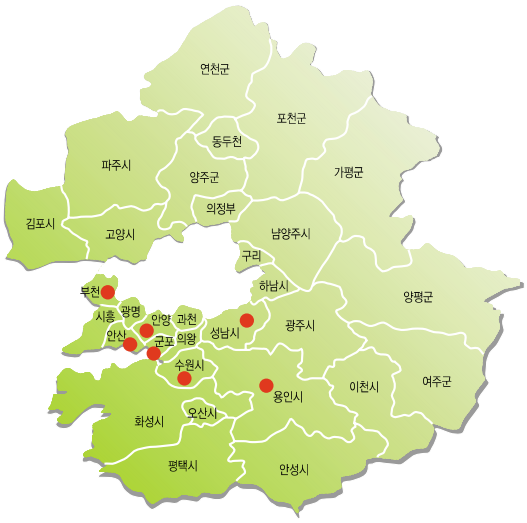
안산시 (3 / 7 / 8 / 0)

용인시 (5 / 14 / 9 / 0)

군포시 (1 / 3 / 9 / 0)

성남시 (2 / 2 / 55 / 1)

수원시 (3 / 4 / 11 / 1)



〈그림 3〉 경기도 내 주요 CT 교육기관 분포도

(※ 참조 : <그림 3>의 숫자 표시는 대학수/학과수/기업수/CT연구소 및 아카데미 순으로 정리)

2-2-3. 경기도 문화콘텐츠산업 투자 환경 및 글로벌 진출 실태

○ 경기도 문화콘텐츠산업 업체는 영세하고, 투자환경은 열악하여 우수한 콘텐츠를 창작할 수 있는 여건을 갖추지 못하고 있음

- 도내 업체들이 가장 선호하는 정책수요는 자금지원(26.3%)으로 나타남
- 경기도 문화콘텐츠산업 투자를 위한 가치평가 모델 및 투자리스크 관리체계 미정립

○ 앞으로 글로벌네트워크 관점에서 문화콘텐츠산업의 가치사슬을 구축하기 위한 글로벌마케팅 및 비즈니스 네트워크 정책 강화

- 경기도내 기업들의 해외진출 국가는 53개국이지만 아시아 지역에 편중되어 있으며, 글로벌 콘텐츠 비즈니스 네트워크를 구축하지 못하고 있음

2-3. 경기도 문화콘텐츠산업 정책 현황

○ 경기도 문화콘텐츠산업 중추 육성기관인 경기디지털콘텐츠진흥원은 문화콘텐츠기업 인큐베이팅, 전문 인력 양성, 기술 및 공용장비 지원, 문화콘텐츠산업 국제교류, 기업의 국내외 마케팅 활동 지원, 디지털콘텐츠아카데미 운영, 디지털콘텐츠제작센터 운영 사업 등을 추진하고 있음

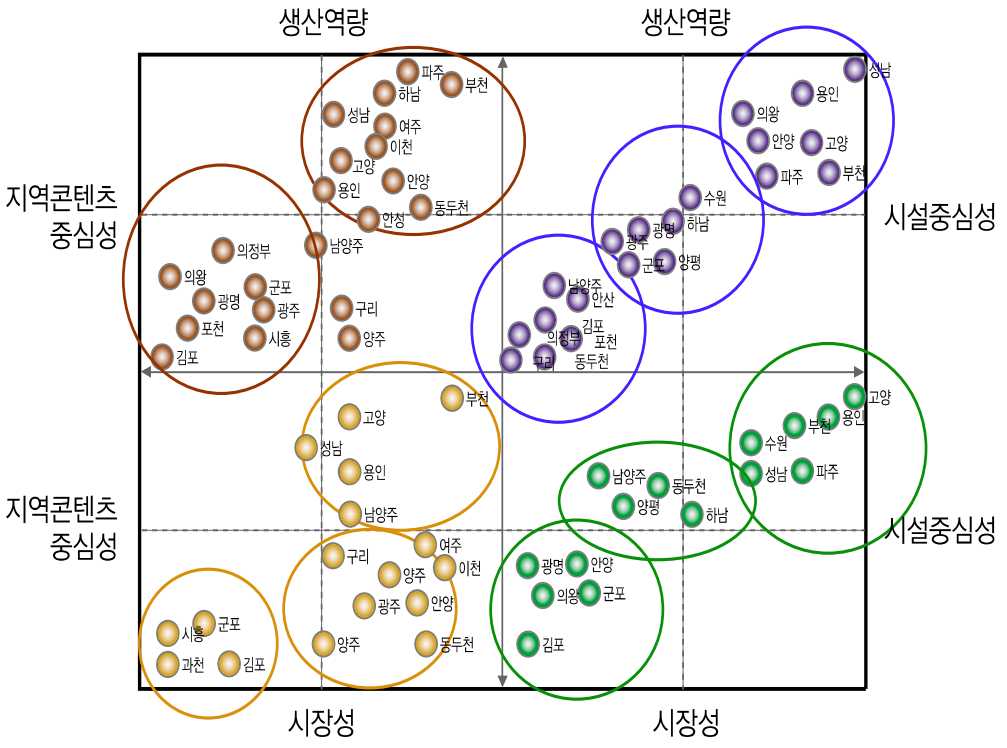
○ 현재 31개 시·군 중 문화콘텐츠산업 육성전략을 추구하는 도시는 부천시, 고양시, 성남시를 비롯한 소수이지만, 향후 확대될 것으로 전망됨

- 부천시의 경우, 1998년부터 부천만화정보센터를 운영하고 있으며, 2010년에는 부천만화영상산업진흥원을 설립, 운영할 계획임
- 성남시의 경우, 성남산업진흥재단을 통해 2007년부터 디지털콘텐츠산업을 육성하기 위한 구체적 실천계획을 수립 중

○ 경기도는 G-Star 게임 전시회를 지원하고, 부천시와 함께 국제만화축제(BICOF), 국제학생애니메이션축제(PISAF) 등을 지원하고 있음

○ 31개 시·군에는 정보통신부, 한국소프트웨어진흥원 등과 연계된 4개의 지식정보산업진흥원을 운영하고 있는 바, 향후 CT와 IT의 융합 기반의 지원프로젝트를 추진할 기반으로 활용될 수 있음

○ 경기도 31개 시·군의 생산역량, 시장성 기준과 지역콘텐츠 중심성 및 시설중심성 기준에 따라 유형화 한 결과 아래 <그림 4>와 같은 분석결과가 도출



〈그림 4〉 경기도 31개 시·군 문화산업 유형화

※ 참조 1 : 생산역량의 개념에는 문화콘텐츠의 창작, 사업화, 생산물의 형태를 모두 포함하여 이해하였으며, 시장성은 인구수, 활성화 정도, 인지도를 고려하였음

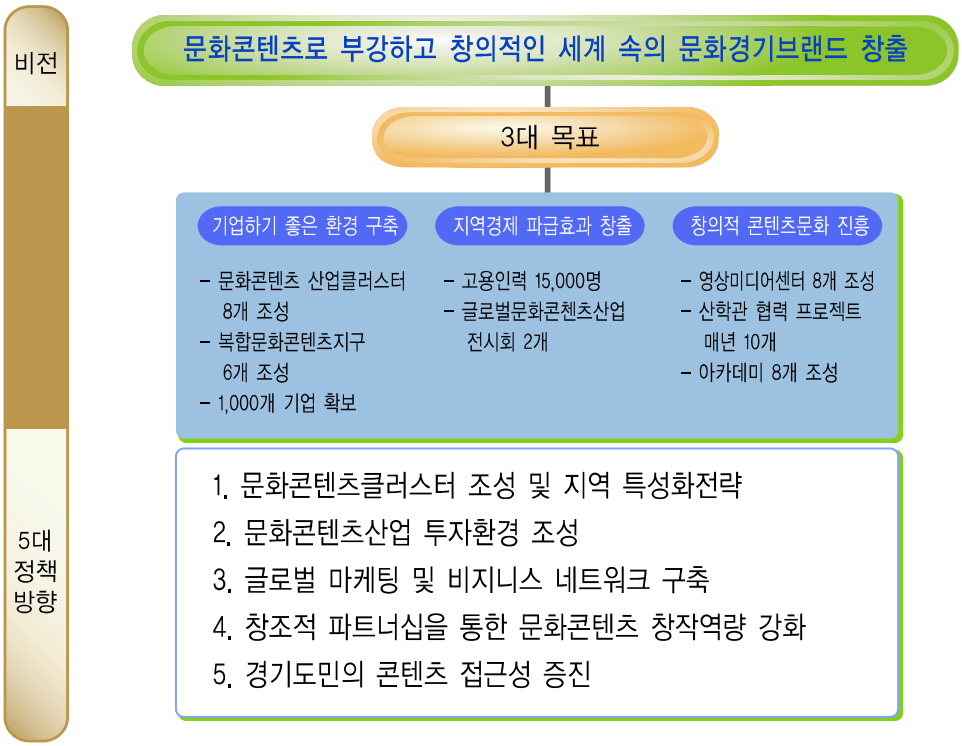
※ 참조 2 : 시설중심성은 각종 문화진흥기관, 문화시설과 기업의 집적도를 검토하였으며, 지역콘텐츠 중심성은 지역고유의 콘텐츠 활용 및 지역 개발 콘텐츠의 활용 정도를 검토하였음

3. 경기도 문화콘텐츠산업 비전과 정책방향

3-1. 비전과 목표

3-1-1. 비전

○ 창의성과 감성기반의 미래 고부가가치산업인 문화콘텐츠산업을 지속적으로 육성함으로써 경기도를 '문화콘텐츠로 부강하고 창의적인 세계 속의 문화경기' 지역으로 발전시켜 국제 경쟁력을 갖춘 문화지역으로서의 브랜드를 창출함



〈그림 5〉 경기문화산업 비전과 정책목표

3-1-2. 3대 목표

○ 첫째, 경기지역 특성에 적합한 콘텐츠산업의 가치사슬 선순환 체계를 정립하여 문화콘텐츠 관련 기업과 인력들이 활동하기 좋은 최적의 환경을 구축함으로써 경기지역으로의 우수한 기업 및 인재들의 유입을 촉진하고, 자생적인 문화콘텐츠 창조활동을 활성화시킴

○ 둘째, 경기지역별로 특성화된 문화콘텐츠산업 육성 전략을 체계적으로 추진하고, 소통과 조정을 통한 시너지를 창출함으로써, 경기문화콘텐츠산업의 글로벌경쟁력을 증진하고, 경기지역에 대한 사회경제적 파급효과 창출을 극대화 함

○ 셋째, 경기도민의 문화콘텐츠 접근성을 증진하여, 경기도민 누구나 문화콘텐츠를 체험·학습·창작할 수 있는 환경을 조성함으로써 디지털시대의 창의적인 콘텐츠 활동을 촉진

3-1-3. 5대 정책방향

○ 문화콘텐츠 클러스터 조성 및 지역 특성화 전략

- 경기문화산업을 선도할 수 있는 문화콘텐츠 혁신 클러스터를 지역특성에 적합하게 조성, 전략적으로 추진함으로써 문화콘텐츠 관련 기업과 인력 및 자원들의 집적과 소통네트워크를 통한 시너지를 창출하고, 나아가 경기문화산업의 경쟁력 거점으로 활용. 이와 관련하여 현재 부천시의 만화애니메이션 클러스터를 지속 발전시키고, 게임콘텐츠 클러스터, 방송영상콘텐츠 클러스터 등 신규 클러스터를 조성하여, 이러한 문화콘텐츠산업 클러스터를 문화산업진흥지구로 지정, 지속 발전시킬 수 있는 제도적 여건 조성

○ 문화콘텐츠산업 투자 환경 조성

- 경기문화산업의 창조 기반 및 투자 환경을 조성하여 경기지역에 기업, 자금, 인력, 기술이 갖춰져 창의적인 우수 프로젝트들이 활발하게 양산되고, 사업화 될 수 있는 기반을 구축하여 성공사례를 창출. 이를 위해 경기문화산업진흥기금을 조성하고, 안정적으로 문화콘텐츠산업 육성을 위한 지원정책을 추진할 수 있는 체계를 정립하여 투자조합 등 문화콘텐츠 투자 환경을 조성함

○ 글로벌 마케팅 및 비즈니스네트워크 구축

- 경기문화콘텐츠산업의 글로벌마케팅을 강화하여 수출환경을 개선하고, 국제 공동제작 및 마케팅을 촉진하기 위한 글로벌네트워크 기반을 조성함. 이를 위해 경기문화콘텐츠 글로벌비즈니스 체계를 구축하고, 경기지역의 문화콘텐츠 관련 국제 전시회 및 페스티벌의 국제 경쟁력을 강화함

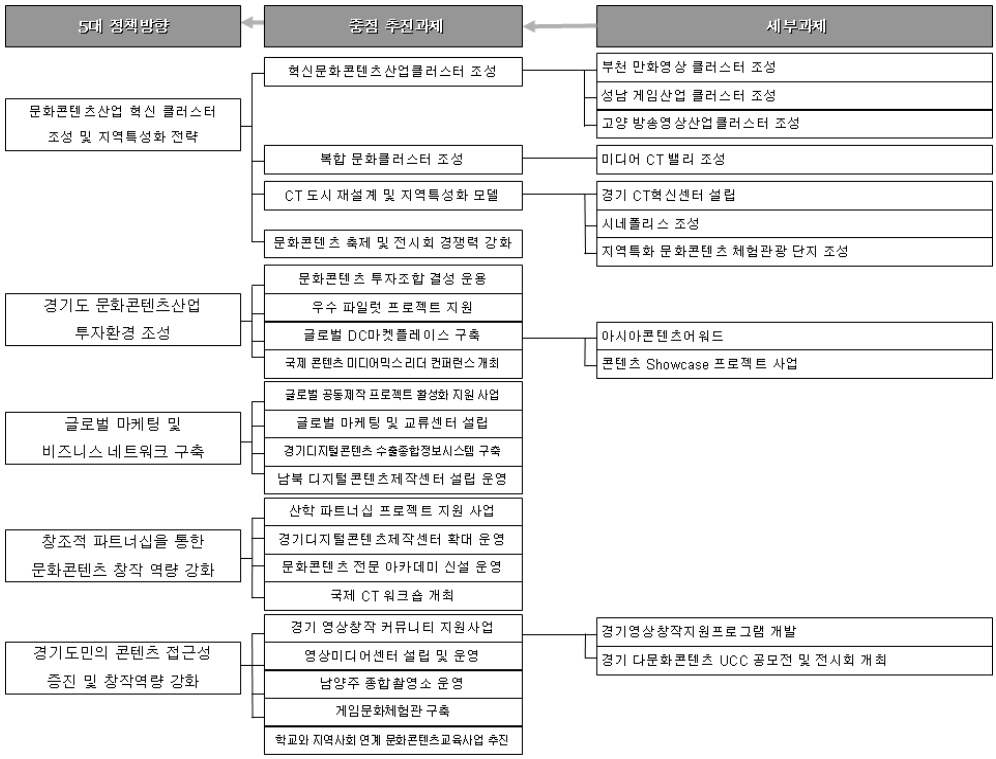
○ 창조적 파트너십을 통한 문화콘텐츠 창작 역량 강화

- 경기 문화콘텐츠 관련 행위자들의 창조적 파트너십 체계를 구축하여 기업과 기업, 그리고 산학연정 협력 네트워크 기반을 조성. 이를 바탕으로 경기문화콘텐츠산업을 이끌어갈 창의적인 인재들을 양성하고, CT(Culture Technology) 연구개발 체계를 구축

○ 경기도민의 문화콘텐츠 접근성 증진

- 경기도민의 콘텐츠 접근성을 증진하여 문화콘텐츠를 체험, 학습, 창작할 수 있는 기반을 조성. 이를 통하여 경기도민들을 문화소비자로서의 수동적인 객체에서 디지털 시대의 문화주체로 발전할 수 있는 여건을 제공

3-1-4. 경기문화비전 2020 '문화산업분야' 중점 추진과제 VDT



〈그림 6〉 경기문화비전 2020 '문화산업분야' 중점추진과제 VDT

3-1-5. 경기문화비전 2020 '문화산업분야' 거버넌스 구축 중점 과제

〈표 3〉경기문화비전 2020 '문화산업분야' 거버넌스 구축 중점 과제

거버넌스 구축	중점추진과제 (4개)	세부핵심과제 (7개)
성과지향적 문화 거버넌스 혁신체계 정립	경기문화산업 조례 제정	문화콘텐츠기업 지원 근거 마련
		문화산업 전문 인력 양성 지원책 마련
	경기DCA 수익모델 창출	콘텐츠투자마케팅 전문회사 설립
		CT산업 관련 시설 및 테마공간투자
	경기문화산업 거버넌스 체계 구축	경기문화산업 전담 부서 신설
		경기디지털콘텐츠진흥원 기능 강화
		경기영상산업 육성 거버넌스 모델 수립
	경기문화산업정책 성과관리시스템 구축	경기문화산업 정책 성과지표모델 개발

3-2. 성과지표

〈표 4〉 경기문화비전 2020 '문화산업분야' 성과지표

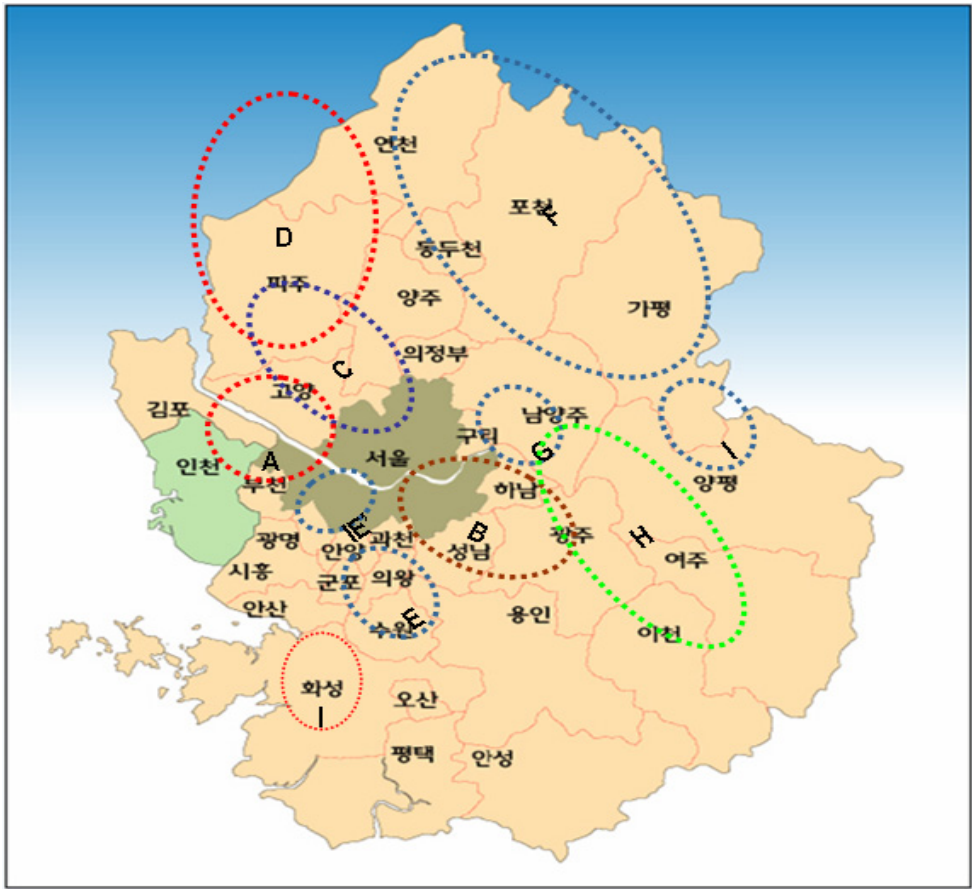
주요지표	2007 현황	기반조성 2008~2012	성장발전기 2012~2016	성숙기 2016~2020
문화콘텐츠산업클러스터 수(개)	1	4	6	8
복합문화콘텐츠지구(개) - 씨네폴리스, CT혁신센터 등	0	2	4	6
글로벌 문화콘텐츠산업 전시회 및 마켓플레이스 개최(개)	0	1	2	2
기업수(개)	262	500	800	1,000
고용(명)	4,500	7,500	12,000	15,000
아카데미(개)	1	3	6	8
영상미디어센터 조성(개)	0	4	6	8
제작센터 프로젝트 수(개)	5	10	15	18~20
산학파트너십 프로젝트(개)	1	4	8	10

※ 참조 : 주요지표 내용 중 기업수와 고용은 경기디지털콘텐츠진흥원이 2006년도에 실시한 '경기도 문화산업 지표조사 결과 보고서'의 통계 Data(출판, 디지털정보 등 제외)를 근거로 작성하였음*

4. 중점 추진과제와 전략

4-1. 문화콘텐츠산업 혁신클러스터 조성 및 지역특성화 전략

4-1-1. 혁신문화콘텐츠산업클러스터 조성



〈그림 7〉 GCCR – 경기도 문화콘텐츠산업 혁신클러스터 조성 및 지역 특성화 전략

1) 2006년 문화산업통계(문화관광부)에 의하면, 경기도 내 문화산업 기업수는 405개(국내 13.5%), 고용인력은 2만714명(국내 14.5%)으로 조사되었으나 출판, 디지털교육 및 정보 등을 제외하면 경기디지털콘텐츠진흥원이 실시한 지표조사 결과와 큰 차이가 없는 것으로 확인됨

〈표 5〉 경기문화콘텐츠산업 혁신클러스터 조성 및 지역 특성화 전략

유형	순번	지역	구분	클러스터 조성 전략
혁신 클러스터	A	부천시	만화, 애니메이션	▶ 한국만화영상산업진흥원 조성, 국제만화영상축제 경쟁력 강화 ▶ 2010년 매출액 2,400억원, 만화작가 80여 명 확보 ▶ 만화박물관, 만화도서관, 만화정보센터, 만화콘텐츠아카데미 등
	B	성남시	게임, IT, 모바일	▶ 게임, IT산업 중심의 클러스터 ⇒ 現 도내 IT기업 인프라 비교우위 ▶ 게임아카데미 신설 및 운영 ▶ 게임산업 마켓플레이스 유치 및 신설(e-Sports 대회 활성화) ▶ 게임체험관 설립, 국제게임컨퍼런스 개최, R&D기능 대폭 강화
	C	고양시	방송, 영상	▶ 브로멕스 4지구 조성, 방송사 및 방송영상기업 유치 ▶ 방송,영상중심의 디지털미디어아카데미 신설 및 운영
복합 클러스터	D	고양시~ 파주시	미디어, 체험, 콘텐츠창작, 관광	▶ 창작, 제작, 포스트프로덕션, 체험교육, 관광 복합 지구 조성 ⇒ 한류우드, KINTEX, 서울 상암DMC, 파주 북시티, 헤이리아트벨리, DMZ, 생태환경 등을 연계
CT도시 재설계 및 지역특성화	E	수원시	경기 CT혁신 센터	▶ 경기도내 공공기관 이전에 따른 공간 확보 ⇒ 경기도청(수원시), 토지공사(분당시) ▶ 문화콘텐츠 진흥기관, 연구개발센터, 기업, 콘텐츠제작센터, 글로벌마케팅 센터, 포스트프로덕션 시설 및 장비, 산학연구센터 등 집적 ⇒ 경기도문화콘텐츠산업 메카로 조성
	E'	시네 폴리스	방송, 영상 미디어	▶ 영상산업 관련 산업 및 관련 인프라 집적을 통한 도시재설계 ▶ 영상콘텐츠 지속적 생산을 통한 미래 영상세대 육성 및 경기도 문화 예술 관련 소비시장 발달
	F	동두천시~ 남양주시	지역특성화	▶ 동두천 락(Rock) 페스티벌, 남양주 종합촬영소, 레저관광산업 등 ▶ 레저산업, 관광산업 중심의 지역문화특성화지구로 발전
	G	하남시	애니메이션, 영상	▶ 애니메이션고등학교를 중심으로 창작인력 양성 ▶ 애니고등학교 내 입주하는 CT기업기업 육성 및 기업과 학교의 공동 프로젝트 활성화
	H	이천시~ 광주시	도자산업	▶ 도자산업 및 도자 연관산업 발달 ▶ 아시아 도자 경매파크 조성, 국제 도자아트페어 개최, 도자 전문 오픈 마켓 구축 등
	I	화성시 양평시	지역특성화	▶ 화성시 유니버셜스튜디오, 디지털음악연구소 등 ▶ 황순원의 소설 '소나기'를 테마로 한 '소나기마을 조성' ▶ 이야기와 테마가 살아있는 문학, 생태, 관광, 체험의 도시
	J	용인시 가평시 광명시	축제, 관광	▶ 용인사이버페스티벌, 광명음악벨리축제, 자라섬국제재즈페스티벌 등의 지역문화축제와 관광이 결합한 도시 특성화

■ 사업 목적

○ 경기도 문화산업을 선도할 수 있는 혁신 거점 도시를 중심으로 특화된 문화콘텐츠 산업 클러스터를 조성하여 상호 시너지를 창출하고, 경기지역 문화콘텐츠산업 발전의 핵심센터로 활용

■ 사업필요성

○ 경기도는 31개 시군으로 넓게 분포되어 있고, 도내 문화산업을 주도할 수 있는 혁신 거점의 부재로 도시 간 산업 연계 시너지 효과 창출이 어려운 환경임

○ 도내 디지털콘텐츠산업 인프라가 형성되어 가는 주요 도시들을 중심으로 문화콘텐츠 산업 관련 기업, 자원, 네트워크 체계의 집적과 소통을 통한 혁신환경을 조성하여 시너지효과를 창출할 수 있음

○ 현재 경기지역에서는 부천지역을 중심으로 만화와 애니메이션산업 클러스터를 조성하고 있으나, 부천지역 외에도 경기도 성남시, 고양시 등으로 문화콘텐츠 관련 기업 및 기관들의 이전 움직임이 나타나고 있어, 이에 대한 적극적인 대응전략을 수립할 필요가 있음

○ 이러한 클러스터 조성전략은 경기지역으로의 문화콘텐츠기업과 인력들을 유치하는데 유용하며, 장기적으로 경기지역 전체의 문화콘텐츠산업을 이끌어가는 핵심센터 역할을 수행할 수 있음

■ 사업내용

○ 부천 만화영상 클러스터 조성

- 2010년 한국만화영상산업진흥원 설립 및 국제만화영상축제(BICOF, PISAF, PIPAN) 경쟁력 강화를 기반으로 만화영상도시 조성
- 만화영상산업 매출액은 2007년 548억원에서 2010년 2,430억원으로 확대
- 만화작가 유치 확대(2006년 52명에서 2010년 80명으로 확대)
- 만화박물관, 만화도서관, 규장각사업, 만화정보센터, 만화콘텐츠아카데미 등 만화인프라의 파급효과 제고

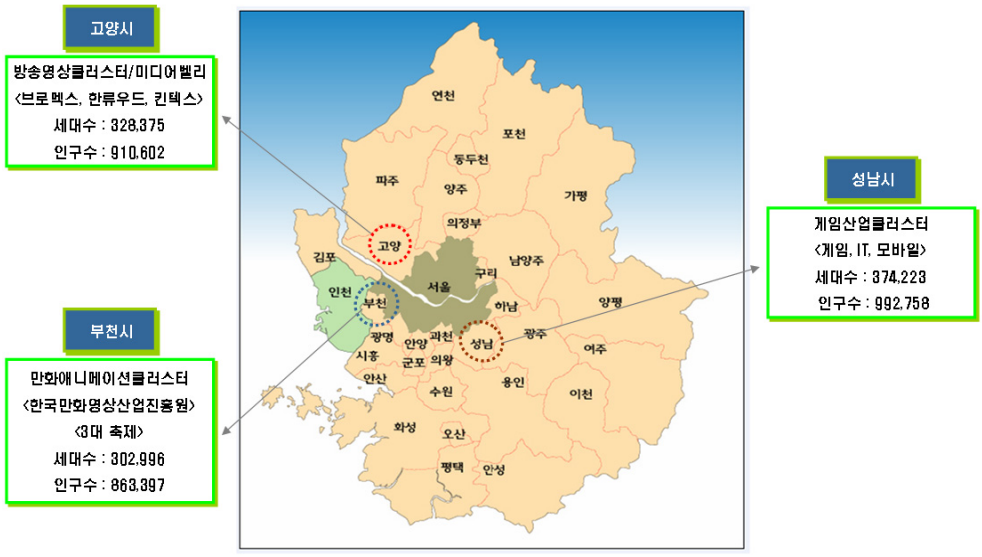
○ 성남 게임산업 클러스터 조성

- 경기도 성남지역의 IT 산업 기반을 중심으로 게임산업 클러스터 조성(2007년 41개업체 → 2015년 100개업체)

- 경기게임산업 국내·외 경쟁력 강화를 위한 마켓플레이스 및 국제 e-Sports대회 등을 개최
- 게임인력 양성 및 현장종사자 재교육을 위한 '경기게임콘텐츠아카데미' 운영
- 게임체험관 설립, 국제게임컨퍼런스 개최, 게임 R & D 센터 등을 통한 게임도시 조성

○ 고양 방송영상클러스터 조성

- 고양시의 『Bromex : Broadcasting Multimedia Complex』 조성을 통한 방송영상클러스터 조성
- 방송사 유치, 방송영상기업 유치, 디지털미디어아카데미 신설 운영 등을 통한 방송영상도시 조성 ※ 2007년 현재 Bromex Tower Ⅰ과 Ⅱ가 조성되어 있음



〈그림 8〉 경기도 문화콘텐츠산업 혁신클러스터 기본 구상도

■ 추진체계

- 문화산업진흥지구 지정 및 지원 문화콘텐츠산업 클러스터 지역을 문화산업진흥기본법(제 2조 13의 2호)에 의거하여 문화산업진흥지구로 지정하고, 클러스터 혁신 환경 조성을 위한 지원체계 구축

- 경기문화콘텐츠산업 클러스터 네트워크 구축 지역별 클러스터 연계 및 협력 네트워크 증진을 위한 가칭 '경기문화콘텐츠산업 클러스터 협의회' 구성 운영 인력양성, 지식정보서비스, R & D 지원, 프로젝트 창작지원, 콘텐츠 글로벌 마케팅 지원을 통한 클러스터 경쟁력 강화
- 연도별 예산 : 혁신문화콘텐츠산업클러스터 조성

• 게임산업클러스터 조성

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 게임마켓플레이스 및 e-Sports대회 개최	1,200
2009	○ 게임체험박물관 조성 타당성 분석 연구 실시(용역 발주)	300
2010	○ 게임체험박물관 조성 1단계 계획 착수(H/W 인프라 조성)	50,000
2011~2015	○ 게임체험박물관 조성 완공	30,000
2016~2020	○ 글로벌 게임산업랜드마크 조성	50,000

• 방송영상클러스터 조성(미디어 CT벨리 조성 포함)

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 방송영상클러스터 조성을 위한 실무협력 TFT 구성 및 운영	-
2009	○ 경기영상미디어센터 설립(중앙정부 매칭 펀드) 및 마케팅 전개	10,000
2010	○ 미디어 CT벨리 조성 및 지역 경제 파급효과 분석 (파주출판단지, 브로멕스, 한류우드 포함)	200
2011~2015	○ 방송영상기업 유치 공간 확보 및 디지털미디어아카데미 신설 운영	55,000
2016~2020	○ 방송영상클러스터 및 미디어CT벨리 확대 ⇒ 기술개발, 전시학술교류 강화 및 경기도 콘텐츠 마케팅 헤드쿼터 기능 수행	100,000

■ 기대효과

○ 문화콘텐츠산업 클러스터 조성을 통한 우수기업 유치 및 활동 기반 구축

○ 기업, 인력, R&D, 산학협력, 공동마케팅, 지식정보 소통과 협력을 통한 집적 효과 창출

○ 클러스터 성공사례 창출을 통한 경기도 문화콘텐츠산업 육성 거점 활용

4-1-2. 복합문화클러스터 조성 - 미디어 CT 벨리

■ 사업목적

○ 고양시의 방송영상 미디어 클러스터, 한류우드, KINTEX, 서울 상암동의 DMC, 파주 출판단지, 헤이리아트벨리, DMZ 생태환경 등을 연계하여 문화콘텐츠 창작, 제작, 포스트프로덕션, 체험교육, 관광 복합 지구로 조성

○ 미디어 CT벨리의 거점인 <한류우드 콘텐츠 지원 센터(CSC)> 운영 계획의 구체화 및 유관산업 연계를 통한 지역경제 파급효과 창출

■ 사업필요성

○ 문화콘텐츠산업 및 교육·관광산업을 결합하여 관광(Entertainment)과 산업(Industry)과 예술(Art)이 공존하는 핵심 거점 필요

○ 생산된 문화상품의 유통과 소비를 촉진하기 위한 엔터테인먼트 기능을 강화하고 장소마케팅을 통해 명소·특성화 공간 마련

○ 미디어 CT벨리의 핵심 거점인 한류우드 CSC 활용 및 연계를 통한 경기문화산업의 국제화

■ 사업내용

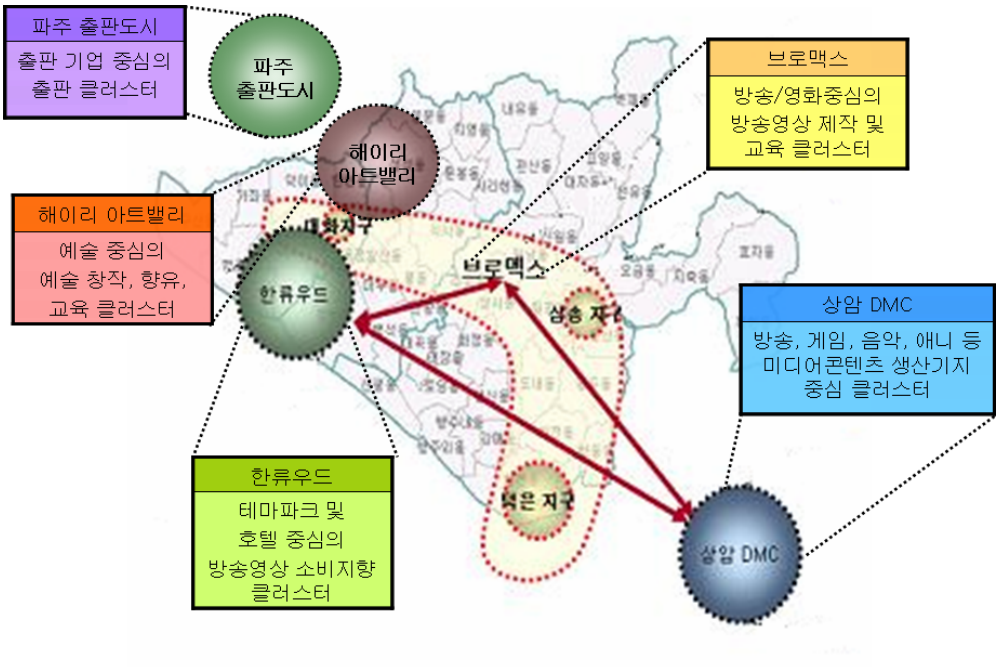
○ 복합문화클러스터의 핵심 거점인 <한류우드 CSC>의 활용을 통한 경기문화산업의 국제화

- 우수한 강사진과 소수정예로 구성된 영상제작, 체험 등의 클래스 운영
- CSC 내부의 우수한 장비를 활용, 이론보다는 창의성을 지원하고, 산업현장과 교육 프로그램의 체계적 연결 고리를 구축
- 방송·영화제작 기술 트렌드를 주시, 시장 재편 가능성에 항시 대비하여 관련 기업 전문가들의 재교육 및 공동 워크숍 개최
- 잠재력 있는 우수한 방송영상 기업 유치 및 집적화

○ CT 미디어 창작체험 관광지구로 지정, 문화콘텐츠 체험관광 프로그램 개발 및 상품화

○ 문화콘텐츠 창작스튜디오 체험 프로그램 개발 및 상품화 지원

○ CT 미디어 밸리 페스티벌 개최 지원



〈그림 9〉 미디어 CT벨리

■ 추진체계

○ 가칭 '경기 미디어 CT 밸리 조성 TFF' 구성 운영(문화산업, 예술, 관광, 교육, 도시 전문가)

○ 연도별 예산 : <미디어 CT벨리 조성을 위한 타당성 분석> 용역 결과 분석 이후 전문가들의 의견을 수렴하여 예산계획 수립

■ 기대효과

○ 한류우드·덕은지구·상암DMC와 연계를 통해 거대 방송영상 벨리를 구축, 고양시는 물론 국내 문화산업 발전의 기여도를 높일 수 있음

○ 킨텍스, 한류우드, 호수공원, 차이나타운 등과 어우러져 국제수준의 전시, 컨벤션과 미디어엔터테인먼트 클러스터를 형성

○ 도내 문화·예술·관광 결합의 최적지 개발을 통해 산업클러스터 효과 및 연관산업 파급효과 창출

4-1-3. CT 도시 재설계 및 지역특성화 모델

(1) 시네폴리스 조성

■ 사업목적

○ 영상산업 및 문화산업을 중심으로 한 창의산업 도시를 조성하여 문화적 생산과 소비가 활발하게 이뤄지는 지속가능한 문화도시 형성

○ 문화산업을 매개로 도시를 재설계함으로써 영상문화 창작의 안정성과 효율성을 제고하여 경기도의 경쟁력 강화

■ 사업필요성

○ 경기도는 풍부한 도시기반 인프라와 문화산업 인프라를 보유하고 있으나 특화된 도시기능 부재함. 이에 문화산업의 산업적, 문화적 가치에 주목한 도시 기능을 개발하여 문화, 경제 효과를 높일 필요 있음

○ 영상산업을 중심으로 문화산업의 기능을 공간적으로 집적하여 다양한 문화산업 분야들이 서로 연계되어 상호 시너지효과를 발휘할 수 있도록 할 필요 있음

○ 경기도 신도시 계획에 따른 잠재적 기회요인

- 수도권을 배경으로 한 교통 및 통신 등 기반시설 발달
- 문화예술 관련 전문인력과 소비시장의 발달
- 경기도 도시경쟁력 강화 정책으로 신도시 건설계획 대두

○ 경기도 영상산업의 잠재 수요

- 대도시권에 집적되어 있는 영상산업 관련 기존 인프라 활용의 용이
- 한류우드, 고양 브로멕스 등의 영상산업 유치계획으로 경기도 영상산업 발전가능성 예측
- 관련 계획 간 네트워크를 활성화하여 전략적이고 통합적인 접근을 통한 산업시너지효과

■ 사업내용

○ 시네폴리스의 기본개념

- 도시의 어느 곳에서나 창의적인 아이디어를 생산할 수 있도록, 기존 도시와 차별화된 특성화된 도시로 개발

- 영상·문화산업에 종사하는 창의적인 인력 뿐 아니라 일반 시민들도 자연스럽게 영상, 문화, 예술의 창작활동에 참여할 수 있는 기반 환경 조성
- 건축, 조경, 디자인 요소에 다양한 테마를 부여하여 조성함으로써, 도시 자체가 다양하고 아름다운 경관을 갖추어 매력적인 환경을 갖도록 함
- 결과적으로 창의·문화도시로서의 시네폴리스는 주민의 삶의 질을 높일 뿐만 아니라 문화·관광 등 산업적 측면에서 자족기능을 갖추고 도시경쟁력을 질적으로 제고하는 도시개념임

○ 시네폴리스의 기능

- 생산과 소비가 함께 이뤄질 수 있도록 도시 구성
- 창작/제작 기능은 도시의 핵심으로 생산을 담당함
- 유통/서비스, 엔터테인먼트, 연구/교육, 창작주거, 네트워크 기능을 갖춤으로써 도시 전체에서 영상·문화산업의 생산과 소비가 이뤄지도록 함
- 창작/제작 기능 : 도시의 핵심으로, 영상·문화산업의 생산을 담당하는 영역스튜디오·오픈세트 등 촬영 공간, 기획 및 제작 공간이 중심이 됨

○ 도시특성과 개발방향

- 창의산업의 거점 : 영상산업 및 문화산업을 적극적으로 유치하여 미래형 문화산업의 메카로 육성
- 자연과 호흡하는 환경친화적 공원형도시 : 저층·저밀도의 친환경적 도시개발. 도시공간을 자연친화적으로 조성하여 휴식 및 레저기능 부여
- 연계기능이 활발한 네트워크 도시 : 수도권 개별 도시와의 연계, 관련 영상산업 및 문화산업과의 연계, 주변 문화자원과의 연계가 활발하게 이뤄질 수 있는 네트워크 도시로 육성

■ 추진체계

○ 추진주체

- 기초단체 : 토지 조성과 개발, 재원조달, 건설 및 입주 등 개발의 주체
- 경기영상위원회 : 초기 기획 및 운영 과정에 참여하여 시네폴리스가 컨셉에 맞게 조성되고 운영될 수 있도록 관리 및 조율
- 경기도 : 영상산업 관련 투입요소 관리 및 문화적 인프라 구축, 법제적 지원, 도내 관련 사업의 조정 및 지원

○ 연도별예산 : <시네폴리스 조성을 위한 타당성 분석(2008년 실행 예정)> 용역 발주 이후 전문가들의 의견을 수렴하여 예산계획 수립

○ 추진절차

- 사업초기단계(2008년)
  - 기초단체를 중심으로 시네폴리스 조성 지역을 선정하고 타당성 조사
  - 경기도 영상산업 클러스터와 도내 영상시설이나 영상사업 추진계획과 역할을 구분, 연계활용 방안 및 차별화 전략 구상
  - 경기도 영상산업 클러스터의 경제적 가치를 관광자원과 연결하여 관광벨트를 구축, 관광에서 휴양, 숙박, 상품판매에 이르는 다양한 수익창구 개발
- 본격적 추진단계(2009년~2010년)
  - 지구지정 및 개발계획 승인, 토지보상 및 협의
  - 도시마케팅 본격화 : 창의산업도시의 개념, 관련 산업간 네트워크 체계의 구축, 법제적·정책적 지원체계 구축
  - 운영위원회 구성 및 Master Planner 선정 : 시네폴리스의 컨셉 유지 및 조성과정을 상시적으로 조정
  - 투자자 및 민간사업자 유치 : 영상산업과 문화산업을 움직이는 창작자와 전문인력이 지속적으로 유입될 수 있도록 함
  - 시네폴리스의 핵심기능인 창작과 제작 중심 및 유통/서비스의 공간 착공 : 핵심기능의 선개발
- 사업 시행 1단계(2011년~2013년)
  - 창작 및 제작 중심 공간 준공 및 입주, 운영
  - 경기도 내 문화산업 클러스트와의 지속적인 네트워크 활성화를 통해 네트워크 도시 기능 강화
  - 엔터테인먼트, 연구/교육, 창작주거 공간의 착공
- 사업 시행 2단계(2014년~)
  - 시네폴리스를 구성하는 각 공간의 준공 및 입주를 완료하여 시네폴리스의 안정적 운영

■ 기대효과

○ 경제적 기대효과

- 영상 및 문화산업을 통한 도시 중심기능의 회복 및 국내 영상산업의 구조적 안정성 확보
- 문화적 환경 조성을 통해 문화를 창출하고 도시 혁신을 이룸으로써 경제적 성장 이끎
- 영상과 문화콘텐츠의 상호작용 및 제작 - 배급 - 상영 간의 가치사슬 효율 극대화를 통한 경제효과 극대화

○ 문화적 기대효과

- 일상의 문화를 풍요롭게 하는 사람 중심, 자연 중심 도시를 통해 경기도민의 삶의 질 향상
- 문화와 영상이 중심이 되는 도시를 개발하여 도시 자체 이미지를 문화브랜드화하고 신문화를 창출하여 국내외 관광객을 유치하고 이를 통해 문화를 전파하는 역할을 함

■ 경기도 영화촬영세트 및 공공지원시설 건립

○ 사업목적

- 경기 영화촬영세트를 건립하여 영상창작체계를 갖추고, 경기 영상프로젝트 창작을 활성화하고, 영상미디어 교육 관광자원으로 활용

○ 사업필요성

- 남양주종합촬영소의 부산 이전 계획 및 부천판타스틱스튜디오의 노후화, 양주 대장금세트의 매각 등으로 경기도의 영상제작 인프라 부족, 영상물 촬영의 타지역 유출 우려
- 기존 시대극 배경 위주 세트 건립이 아닌 경찰서, 병원, 교도소, 지하철 등 영화, 드라마의 주요 현대극 촬영지 세트 건립 필요

○ 사업내용

- 부천 영상단지 내 부천판타스틱스튜디오 리노베이션 및 규모 확대로 운영적자 개선 및 신수요 창출
- 위 세트에 부속되는 공용소품실, 특수효과실험실, 사무공간 확충 등으로 영화제작서비스업 유치(10개 내외 예상)

○ 추진체계

- 경기도 시·군 및 경기영상위원회와 제작사를 주체로 민자유치를 통한 세트장 건립

○ 기대효과

- 경기 영상창작 프로젝트 활성화 및 관광경제 파급효과 창출

(2) 경기 CT 혁신센터 설립

■ 사업목적

○ 문화콘텐츠 진흥기관, 연구개발센터, 기업, 콘텐츠제작센터, 글로벌마케팅센터, 포스트 프로덕션 시설과 장비, 산학연구센터 등 경기문화콘텐츠산업의 메카 조성

■ 사업필요성

○ 경기도 문화콘텐츠산업이 만화와 애니메이션산업에서 게임, 모바일콘텐츠, 방송, 영상산업으로 확대됨에 따라 정책체계를 재정립할 필요가 있으며, 정책연구개발 역량을 강화할 필요가 있음

○ 31개 시군의 문화콘텐츠정책을 효과적으로 지원할 수 있는 혁신체계 정립 필요

○ 경기디지털콘텐츠진흥원의 중추기관화 및 네트워크 허브화

■ 사업내용

○ 경기문화콘텐츠산업 혁신센터 공간입지 타당성 분석 실시

○ 현재 지방이전 대상 공공기관인 수원시 경기도청 및 분당시 토지공사 등의 후보지역을 중심으로 조성 타당성을 실시

■ 추진체계

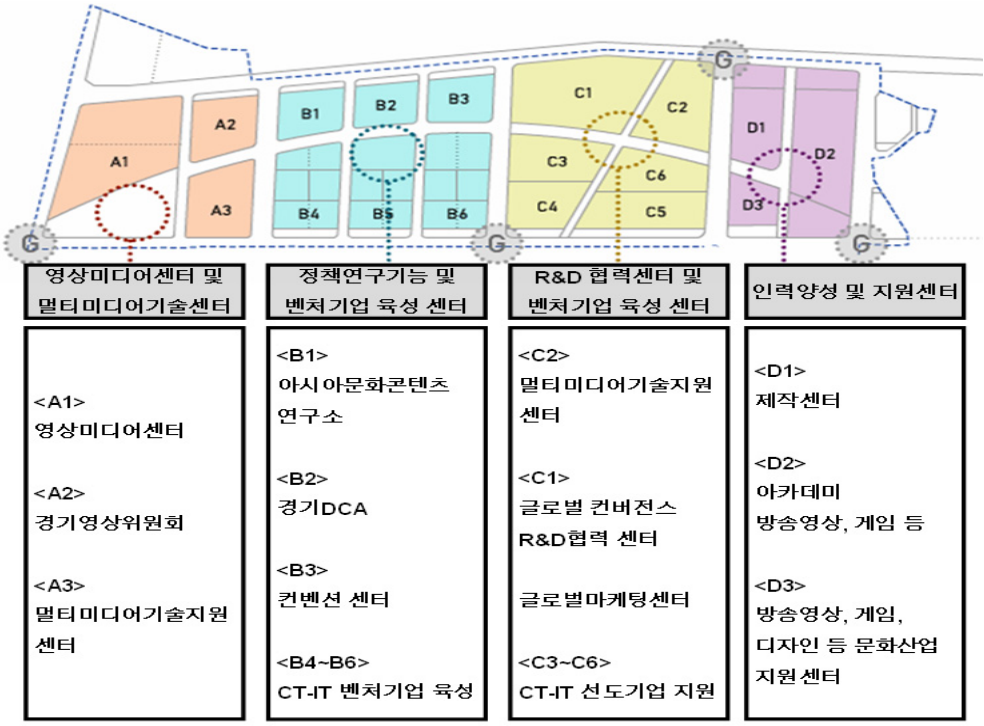
○ 경기디지털콘텐츠진흥원의 위상 및 기능강화 전략과 연계하여 추진

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ CT혁신센터 설립 개요 및 지역 경제 파급효과 분석(용역 발주)	200
2009	○ CT혁신센터 입지 타당성 분석(공공기관 이전에 따른 지역별 부지 활용 방안을 중심으로)	500
2010	○ CT혁신센터 운영체계 정립 및 R&D 정책개발(경기도, 경기DCA)	-
2011~2015	○ CT혁신센터 설립을 위한 부지 선정 및 건축	50,000
2016~2020	○ CT혁신센터 내 프로젝트 활성화 및 사업 확대를 통한 지속 발전	-

■ 기대효과

○ 경기도 문화콘텐츠산업 혁신 역량 증진 및 집적에 따른 시너지 창출



〈그림 10〉 경기 CT 혁신센터 모형 예시

(3) 지역 특화 문화콘텐츠 체험관광 단지 조성

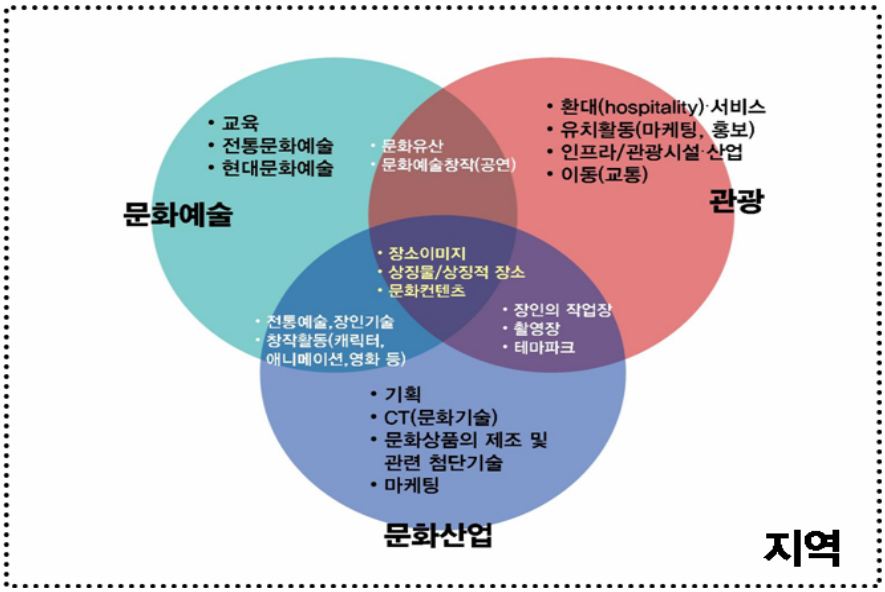
■ 사업목적

○ 경기 31개 시군 중 문화콘텐츠 생산, 창작체험, 문화관광 복합 단지 조성지역을 선정하여 지역 특화 문화콘텐츠 체험관광 단지로 지정하여 개발 지원

■ 사업필요성

○ 경기 지역 31개 시, 군 중에는 문화콘텐츠산업 생산형 클러스터를 조성하는데 한계가 있지만 지역의 생태자원과 문화콘텐츠 자원을 활용하여 창작체험 관광지구로 개발할 수 있는 잠재지역이 있음

○ 이러한 지역은 개발제한구역인 경우가 많기 때문에, 환경친화적, 문화친화적 개발이 의미가 있음



〈그림 11〉 관광, 문화예술, 문화산업의 컨버전스 [출처 : (2007) 이정훈]

■ 사업내용

○ 31개 시군을 대상으로 지역특화 문화콘텐츠 체험관광 단지 조성 타당성 분석

○ 경기문화원형의 콘텐츠화 및 테마파크 개발

○ 지역특화 문화콘텐츠 산업 관련 기념관, 자료관, 전시관 등 설립 지원

■ 추진체계

○ 지방자치단체의 지역개발 계획과 전략과 연계하여 추진

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	–	–
2009	○ 도내 31개 시·군 대상 지역특화 문화콘텐츠체험관광 단지 조성 타당성 분석(용역 발주)	300
2010	○ 지역특화문화콘텐츠 체험관광단지 조성(1단계 : 1개 지역 대상)	2,000
2011~2015	○ 지역특화문화콘텐츠 기반 문화산업 특성화 모델 완성 (2단계 : 31개 시·군 대상)	100,000
2016~2020	○ 지역특화문화콘텐츠 체험관광단지 조성 및 사업연계방안 수립 (3단계 : 31개 시·군 대상)	100,000

■ 기대효과

○ 문화콘텐츠 창작기반을 토대로 문화관광, 교육관광자원으로 활용하여 지역경제 파급효과 창출

4-1-4. 문화콘텐츠 축제 및 전시회 경쟁력 강화

■ 사업목적

○ 경기 지역의 문화콘텐츠 축제* 및 전시회의 국제 경쟁력을 강화하여 문화콘텐츠 창작 및 마케팅 기반 구축

■ 사업 필요성

○ 경기지역에는 만화, 애니메이션, 게임, 영화 등 문화콘텐츠 축제들이 개최되고 있으나, 아직 국제경쟁력을 갖춘 축제로 정착하지 못하고 있음

○ 이러한 축제들은 또한 문화콘텐츠의 마케팅 공간 및 거래의 장으로서의 기능을 수행하는데 한계를 지니고 있음

■ 사업내용

○ 경기지역 문화콘텐츠 관련 축제의 국제경쟁력을 제고하기 위한 기획 및 경영 역량 증진사업 추진

○ 축제의 성과에 대한 평가 및 환류를 통해 성과관리체계 구축

○ 축제마케팅을 통한 방문객 확대 전략 개발 추진

■ 추진체계

○ 경기도에 가칭 <문화콘텐츠축제 경쟁력 TFT>를 구성하여 운영

○ 경기지역 문화콘텐츠축제 중장기 발전 전략 수립 및 지원체계 구축

---

2) 경기도 지역 문화산업 관련 축제 및 전시회 현황 : △동두천 락페스티벌, △부천국제판타스틱영화제, △부천국제학생애니메이션페스티벌, △부천국제만화축제, △IT국제전시회, △헤이리판페스티벌, △용인사이버페스티벌, △자라섬국제재즈페스티벌, △광명음악벨리축제

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 문화콘텐츠 경쟁력 TFT 구성 및 운영	100
2009	○ 마켓플레이스, 부천 3대 축제 및 기타 도내 축제 연계 사업 실시 (1단계 : 경기도-자치단체)	2,000
2010	○ 마켓플레이스, 부천 3대 축제 및 기타 도내 축제 연계 사업 실시 (2단계 : 경기도, 민간, 자치단체)	1,000
2011~2015	○ 경기도 콘텐츠 마켓플레이스 및 축제 기능 확대 ⇒ 오픈마켓(B2B), 통합축제, 수도권축제로 확대	5,000
2016~2020	○ 경기도 콘텐츠 마켓플레이스 및 축제 영역 확대 ⇒ 유비쿼터스, 5세대 컨버전스 등 트렌드 반영	5,000

■ 기대효과

○ 경기 문화콘텐츠의 국제경쟁력 증진 및 경기지역 이미지 홍보효과 창출

4-2. 경기도 문화콘텐츠산업 투자환경 조성

4-2-1. 문화콘텐츠 투자조합 결성 운용

■ 사업목적

○ 공공부문의 안정적 자금지원을 통한 문화콘텐츠 프로젝트 활성화

○ 경기도 내 문화콘텐츠 산업 선순환 구조 확보 : 기획자금 → 제작자금 → 작품 완성 → 배급, 유통 → 수익회수

○ 민간투자를 유도하기 위한 시드머니 역할 : 공적자금의 유입으로 경기도에 5배 이상의 추가자금 유입

○ 경기도 기업 정착 타 지역 기업의 경기도 이전 유치 강화 방안

○ 전문 인력의 경기도 이전 반대의사를 상쇄할 수 있는 강력한 자금 지원

○ 경기도 이전을 유도하는 제작자금 대폭 지원

〈표 6〉 국내 문화산업 투자조합 현황

(단위 : 백만원)

연도	조합개수	출자총액	문산기금	영진위	중진공	일반출자
1999	200	16,500	–	–	2,000(1)	14,500
2000	1,000	106,500	5,000(1)	10,000(7)	26,000(7)	65,500
2001	1,800	187,500	15,000(6)	4,000(2)	26,600(9)	141,900
2002	900	86,200	17,000(4)	1,700(1)	4,500(2)	63,000
2003	800	111,200	12,500(1)	8,800(5)	11,700(4)	78,200
2004	700	82,000(1)	5,000	10,000(5)	24,500(5)	42,500(1)
합계	5,400	589,900	54,500	34,500	95,300	405,600

(※ 자료 : 2005 영화연감, 2003 문화산업백서 등을 참조하여 재작성함)

■ 사업내용

○ 글로벌 투자조합 : 국내 프로젝트 중 해외 합작 추진되는 프로젝트 및 이를 실행하는 기업 중점 투자

○ 지역별 투자조합 : 경기도 내 특화 클러스터 강화를 위해 도내 시·군별 문화콘텐츠 프로젝트 및 기업에 일정 비율 투자

○ 장르별 투자조합 : 영화, 애니메이션, 게임 등 문화콘텐츠 장르별 전문 투자 조합을 조성, 특화 장르 육성 및 경쟁력 강화

※ 투자조합 규모

○ 2008년~2009년, 투자조합 수익을 상쇄할 수 있는 타당성 분석을 먼저 실시

○ 2008년 30억 원 규모 ⇒ 단계별로 규모를 확장하여 2012년까지 1,000원 원 규모의 투자조합 운용

※ 고려요인

○ 경기도 문화산업 지원제도 체계화 및 범위의 명확화

○ 중앙정부와 다른 장르별 지원체계 구축(경기도형 문화콘텐츠산업 육성)

○ 적극적인 인력공급을 위한 체계적인 육성정책 개발

○ 문화산업 지원을 위한 맞춤형 금융지원제도 개발

■ 추진체계(단계별)

구분	추진 내용	소요 기간
조합원 모집	• 문화산업 관련 기업/ 단체대상 출자 희망자 조사	30일
⇩		
예비조합원 간담회	• 출자의행 및 출자규모 최종 확인 • 조합운영 및 규약에 대한 전반적인 의견 교환	15일
⇩		
출자의향서 접수	• 출자의향 및 출자금액 서면 통보	15일
⇩		
투자조합출자신청서 제출(중기청)	• 창투사(업무집행 조합원) → 중기청	5일
⇩		
조합출자금 납부	• 조합원 총회 전까지 납부	5일
⇩		
조합규약(안) 확정	• 조합규약(안) 서면검토 • 필요시 예비조합원 간담회 개최	조합원 총회 개최하기 전까지
⇩		
조합 결성 총회	• 사업계획 및 조합규약 승인	15일
⇩		
투자조합 등록신청 (창투사 → 중기청)	• 창업투자조합의 규약, 조합원 명부 조합원 출자금액 및 출자 이행 증명 서류	조합원 총회 개최일로부터 7일 이내

〈그림 12〉 투자조합 결성 및 운영 추진체계

■ 기대효과

○ 우수 콘텐츠 프로젝트에 대한 투자를 통해 산업체의 경쟁력을 강화하고 안정적 투자재원 조성으로 선순환 구조의 디지털 콘텐츠산업을 활성화

○ 프로젝트 투자의 성공사례를 통하여 해외 자본을 유도하고 민간 자본을 참여시켜 지속적이고 안정적인 디지털콘텐츠산업 육성의 재원마련

4-2-2. 우수 파일럿 프로젝트 지원

■ 사업목적

○ 경기지역의 기업을 대상으로 우수 파일럿 프로젝트를 선정하여 제작 지원을 실시하여 경기지역으로의 기업 유치를 촉진하고, 기업의 창작프로젝트 활성화

■ 사업필요성

○ 경기지역으로의 기업유치 촉진 전략으로 기업들로 하여금 프로젝트를 창작할 수 있는 지원 기반을 조성할 필요가 있음

○ 경기지역 기업의 프로젝트 창작지원을 통해 우수 프로젝트 발굴 및 콘텐츠화

■ 사업내용

○ 우수 파일럿 프로젝트 창작 발굴 및 지원

○ 지원 콘텐츠 영역은 만화, 애니메이션, 게임, 방송영상 분야를 중심으로 설정

■ 추진체계

○ 경기디지털콘텐츠진흥원의 지원사업으로 신설 운영

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	–	–
2009	○ 5개 분야(만화, 애니, 게임, 방송영상, 영화) 1억 원씩 지원	500
2010	○ 5개 분야(만화, 애니, 게임, 방송영상, 영화) 1억 원씩 지원	500
2011~2015	○ 8개 분야(만화, 애니, 게임, 방송영상, 영화, 출판, 음악, 캐릭터)	2,500
2016~2020	○ 8개 분야(만화, 애니, 게임, 방송영상, 영화, 출판, 음악, 캐릭터)	2,500

■ 기대효과

○ 기업유치 촉진 및 경기 지역기업의 창작활성화 효과

4-2-3. 글로벌 DC마켓플레이스 구축

(1) 아시아콘텐츠어워드

■ 사업목적

○ 경기디지털콘텐츠산업의 국제적 인지도 개선 및 위상 확보

○ 한류, 아시아문화콘텐츠를 포함한 아시아 디지털콘텐츠 홍보마케팅 거점으로 활용

■ 사업필요성

○ 아시아문화콘텐츠 시장 성장률이 매우 높고, 특히 세계 문화콘텐츠 강국인 일본과 최근 급격한 성장세를 보이는 중국 및 주요 한류콘텐츠 소비지역들을 대상으로 한 홍보마켓플레이스 필요

■ 사업내용

○ 아시아콘텐츠 시상식 사업

○ 아시아콘텐츠 트렌드에 대한 세미나 및 설명회

○ 아시아콘텐츠 비즈니스 상담회(분야는 디지털콘텐츠 중 애니메이션, 방송영상, 게임, UCC 등을 중심으로 함)

■ 추진체계

○ 경기디지털콘텐츠진흥원에서 추진

○ 연도별 예산(쇼케이스 사업 포함)

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	–	–
2009	–	–
2010	○ 아시아콘텐츠어워드 개최 및 콘텐츠 쇼케이스 사업 추진 (1단계 : 경기도 주도 모델)	3,000
2011~2015	○ 아시아콘텐츠 비즈니스 상담회 확대 및 스타콘텐츠, 중소기업 우수 콘텐츠 발굴 및 지원	5,000
2016~2020	○ 아시아콘텐츠어워드 개최 및 콘텐츠 쇼케이스 사업 추진 (2단계 : 경기도 + 민간사업자)	5,000

■ 기대효과

○ 경기도 디지털콘텐츠 이미지 제고 및 전략적 홍보마케팅 추진

○ 경기지역을 아시아문화콘텐츠 마케팅 거점으로 위상 정립

(2) 콘텐츠 쇼케이스(Showcase) 프로젝트 사업

■ 사업목적

○ 우수한 콘텐츠 프로젝트를 발굴하여 투자유치 환경을 조성하기 위한 쇼케이스 프로젝트 개최

■ 사업필요성

○ 우수한 인력을 유치하고, 경기지역의 영세한 기업 투자환경을 조성

○ 쇼케이스를 통해 콘텐츠 마케팅 및 투자 유치 활성화 기반 조성

■ 사업내용

○ 쇼케이스 공모전을 개최하여 우수한 콘텐츠 프로젝트를 발굴하여 투자유치

○ 쇼케이스 사업의 일환으로 G-스토리텔링(Storytelling)사업을 개최

- 프리프로덕션 단계를 거친 쇼케이스 공모전 : 일반인 및 학생들을 대상으로 한 스토리텔링 사업이 아닌 이미 제작단계에 있거나 완성된 작품의 스토리텔링에 대한 공모사업형식으로 진행

○ 애니메이션, 만화, 게임, 뮤지컬, 방송영상 등 다양한 콘텐츠 중 우수한 스토리텔링을 발굴

- 쇼케이스는 경기 지역 뿐 아니라 서울 및 외국 현지에서 진행

■ 추진체계

○ 경기디지털콘텐츠진흥원에 콘텐츠 쇼케이스 프로젝트 사업 신설

■ 기대효과

○ 우수한 인력을 유치하고, 경기지역의 영세한 기업 투자환경을 조성

4-2-4. 국제콘텐츠 미디어믹스 리더 컨퍼런스 개최

■ 사업목적

○ 국제적으로 우수한 기업 종사자들과 전문가들을 중심으로 미디어믹스 리더 컨퍼런스를 개최하여 국내 미디어믹스 실무자들에게 글로벌트랜드 정보를 제공하고, 글로벌 인적네트워크 구축

■ 사업필요성

○ 각 콘텐츠 분야와 관련하여 이미 상당수 컨퍼런스가 국내에 존재하지만 분야별 접목에 대한 컨퍼런스 부재

○ 경기지역은 개별 문화콘텐츠 장르보다는 미디어믹스 및 컨버전스 차원에서 접근할 필요가 있음

○ 글로벌콘텐츠 미디어믹스 리더 컨퍼런스를 개최하여 기업현장의 미디어믹스 활성화

■ 사업내용

○ 글로벌콘텐츠 미디어믹스 리더 컨퍼런스 개최

■ 추진체계

○ 경기디지털콘텐츠진흥원에서 추진

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	-	-
2009	-	-
2010	○ 국내 콘텐츠 미디어믹스 트렌드 분석 및 컨퍼런스 개최 10개년 계획 수립	500
2011~2015	○ 컨퍼런스 중심 ⇒ 참여확대를 위한 홍보마켓 집중	2,500
2016~2020	○ 비즈니스 중심 ⇒ 글로벌 리딩 기업 육성 전략 접목	2,500

■ 기대효과

○ 미디어믹스에 대한 글로벌 트랜드 파악 및 인적 네트워크 구축

4-3. 글로벌 마케팅 및 비즈니스 네트워크 구축

4-3-1. 글로벌 공동제작 프로젝트 활성화 지원사업

■ 사업목적

○ 경기지역 기업의 글로벌 공동제작 프로젝트 활성화 지원을 통하여 경기 콘텐츠의 해외시장 진출을 확대하고, 경기지역으로의 국내외 기업 유치 촉진 기반 조성

■ 사업필요성

○ 글로벌 공동제작 및 마케팅 수요가 빠르게 확대되고 있음

■ 사업내용

○ 해외 합작이 진행되는 작품에 대한 자본 투자 확대투자펀드 조성이후, 일정부분을 합작 작품에 투자 지원하는 시스템 설정

- 자본 투자를 통한 해외 합작 프로젝트 제작사의 경기도 이전 유도

○ 해외 합작 중심의 집적시설 단지 설정(합작 중심의 클러스터 형성)

- R&D 기능, 제작 인력 및 제작시스템 설정을 위한 공간 설정
- 해외 업체의 국내 투자 및 공동 대상 선정 시 우선 고려할 수 있는 제작시스템의 집적 공간 설정
- 투자. 마케팅/ 배급 유통을 하는 회사는 비즈니스가 집중된 서울에 있을 필요성이 있지만 다수의 인력이 이동 없이 고정적으로 동일공간에 상주하는 제작사/개발사의 경우 경기도에 공간 설정을 하는 것이 무리가 없음
  (※ 다수의 애니메이션, 게임 등의 디지털 콘텐츠 제작 업체 서울 도심에서 서울 외곽(구로 등)으로 이동 중)
- 인터넷 등 통신 수단을 활용한 디지털 콘텐츠 제작일 경우. 지역이라는 공간의 문제 해결 가능. 데이터 전송에 의한 공동 작업 가능
- 핵심 기술 연구와 디자인, 시나리오, 기획 등의 프리프로덕션, 고품질의 메인프로덕션 제작 역량을 보유한 국내 제작 프로덕션을 다수 집적함

■ 추진체계

○ 경기디지털콘텐츠 진흥원의 국내 기획 프로젝트의 해외 에이전시 기능 강화

○ 해외의 투자/배급 유통회사 연계 네트워크 설정

○ 국내 제작사가 기획하는 프로젝트를 해외 투자 및 배급 유통 회사와 연결시켜주는 사업 지원 방안 수립

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 글로벌 공동제작 프로젝트 네트워크 구축	250
2009	○ 글로벌 공동제작 프로젝트 사업 추진을 위한 경기지역 기업들의 콘텐츠 퀄리티 평가	–
2010	○ 글로벌 공동제작 프로젝트 지원(프로젝트 수 : 3개~5개)	2,000
2011~2015	○ 글로벌 공동제작 프로젝트 지원 협력 네트워크 및 추진체계 강화 ⇒ 국내・외 우수기업 참여 유도	10,000
2016~2020	○ 글로벌 공동제작 프로젝트 지원 위상 확대	20,000

■ 기대효과

○ 해외 업체의 국내 투자 활성화 및 장기적 관점에서 해외시장에서의 수익 확대

○ 각국의 제작 공정 분업화 및 제작시스템의 효율적 결합을 통해 규모의 경제를 확보

4-3-2. 글로벌 마케팅 및 교류센터 설립

■ 사업목적

○ 국제문화콘텐츠 공동제작 및 마케팅 활동이 중요한 글로벌콘텐츠비즈니스의 경쟁력을 좌우하는 요인으로 부각됨에 따라, 경기 콘텐츠기업 또한 글로벌마케팅 활동과 공동제작 활동을 강화할 필요가 있음

○ 새롭게 급성장하고 있는 중국시장의 경우, 중국기업과의 협업이 이루어져야 중국시장 진출이 이루어질 수 있기 때문에, 앞으로 경기 콘텐츠기업의 글로벌비즈니스 네트워크 구축사업이 절실히 필요해지고 있음

○ 경기도 영화 촬영지의 구체적 홍보를 위해 국제 행사 적극 참여 필요

○ 주요 국제 영화제, 마켓 참가를 통해 국제 영상업계 관계자들과 네트워크를 구축하고, 선진로케이션시스템을 벤치마킹하여 경기도에 도입

■ 사업내용

○ 경기콘텐츠기업의 글로벌마케팅 및 네트워크 구축사업 지원

○ 해외 현지의 문화콘텐츠관련 기관 및 단체들과의 네트워크 구축

○ AFCI 대표 행사인 로케이션트레이드쇼와 시네포지움(심포지움)의 참가를 통해 경기도 촬영지 홍보를 통한 영화촬영유치 기회 확대 및 도내 영상산업 실무자들의 업무능력 제고

※ 경기영상위원회는 2006년 AFCI(Association Film Commision International)에 정회원으로 가입 이후, 각국의 영상위원회와 교류할 수 있는 기반을 확보함

■ 추진체계

○ 경기디지털콘텐츠진흥원에 국제콘텐츠비즈니스센터 설립 운영

○ 한국문화콘텐츠진흥원, 게임산업개발원, 방송영상산업진흥원, 영화위원회 등과의 글로벌마케팅 지원체계 연계 강화

○ 경기영상위원회를 주축으로 서울영상위원회, 인천영상위원회(설립예정) 및 기타 국내 영상관련 기관, 업체들과 해외마켓 활성화 전략 수립

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	-	-
2009	-	-
2010	○ 글로벌 마케팅 교류센터 설립 및 운영체계 정립	3,000
2011~2015	○ 해외 네트워크 강화 및 센터 운영 ⇒ Targeting 및 Practice 강화	5,000
2016~2020	○ 해외 네트워크 확대 및 거점별 발전전략 전개 ⇒ Positioning 및 Business 강화	5,000

■ 기대효과

○ 경기 지역 문화콘텐츠기업의 글로벌마케팅 역량 강화

4-3-3. 경기디지털콘텐츠 수출종합정보시스템 구축

■ 사업목적

○ 차세대 성장동력인 디지털콘텐츠산업 관련 도내 업체들의 해외진출지원 기회 마련

○ 도내 현실에 맞는 맞춤정보 생성 및 제공 ⇒ 고객들의 해외시장정보 탐색비용 최소화

○ 급변하는 디지털콘텐츠산업 분야의 시장 흐름을 도내 업체들에게 신속하게 반영

■ 사업내용

○ 중앙정부 한국문화콘텐츠진흥원의 CEIS 센터, 영화진흥위원회의 KOICA 센터, 한국게임산업진흥원의 GITISS와 연계

○ 디지털콘텐츠 관련 마케팅 정보, 산업 현황, 국가별 디렉토리, 무역투자환경 등의 정보제공

○ 디지털콘텐츠 관련 수출에 필요한 모든 정보를 국내외에서 수집 후 체계적으로 관리

- CT, IT를 비롯한 기타 디지털콘텐츠 관련 각종 통계 및 글로벌 IT산업 동향, 국가별 마케팅 정보, 바이어 입찰정보 등 수출에 필요한 모든 정보를 포함

○ 급변하는 디지털콘텐츠산업 분야의 시장 흐름을 도내 업체들에게 신속하게 반영
- 수출통계, 국가별 동향, 세부품목정보, 국가별 산업 현황 제공 및 교육기회 제공

■ 추진체계

○ 경기DCA 홈페이지 내 IT수출통계 관련 내부사이트 구성

○ 경기지역 기업협의회에 등록된 기업들을 대상으로 수출관련 VIP정보 뉴스레터 발송

○ 경기지역 기업협의회에 등록된 기업들을 홍보할 수 있는 창구로 구성

○ 경기지역 기업들 중 해외진출역량을 가졌는지 평가할 수 있는 시스템 구축

○ 본 사이트를 통해 디지털콘텐츠 전문가 양성을 위한 사이버아카데미 개설, 진출하고자 하는 사업별 기술개론 및 해외 무역실무, 비즈니스 영어 등 필수요소를 학습할 수 있는 체계적 교육과정 제공

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 수출종합정보시스템 구축	200
2009	○ 수출종합정보시스템 비즈니스 유형화 ⇒ 국가별 트렌드 분석 및 장르, 기업별 비즈니스 특성 유형화	100
2010	○ 수출종합정보시스템 행정지원 강화 ⇒ 도내 기업들의 수출 지원을 위한 행정지원 확대(번역, 법제도 분석 등)	3,000
2011~2015	○ 수출종합정보시스템 지원프로세스 강화 ⇒ 전담부서 신설 및 운영	5,000
2016~2020	○ 수출종합정보시스템의 국제화 ⇒ 글로벌 콘텐츠 비즈니스 우수 사이트 위상 정립	5,000

■ 기대효과

○ 경기도 디지털콘텐츠산업 관련 수출의 최일선에서 노력, 경기도와 경기도 문화산업의 발전을 도모

○ 도내 디지털콘텐츠산업 관련 기업들의 해외진출지원을 위한 구심점 역할 수행

4-3-4. 남북 디지털콘텐츠제작센터 설립 운영

■ 사업목적

○ 현재까지의 경기도 남북교류협력 사업은 농업협력사업을 중심으로 국가적 차원에서 상징적인 수준에서 진행될 뿐 남측이 가시적으로 얻는 이익이 발생하지 못함

○ 이에 경기도는 남북교류협력 사업의 업그레이드 차원에서 대북사업에 중장기적인 투자를 통해 남북 모두 이익을 얻을 수 있는 사업을 추진하고자 함

○ 남측은 북측의 낮은 인건비를 이용할 수 있고, 북측은 애니메이션 제작과 관련된 새로운 기술과 세계 시장에 대한 안목을 넓히는 계기가 될 뿐만 아니라 인건비 수익을 기대

○ 문화교류 및 외부정보 이해를 통한 간접적 개방의 기회 확대

■ 사업내용

○ 건물내용 : 가칭 '남북콘텐츠제작센터'
○ 기　　능 : 남북콘텐츠 제작 지원 활동
○ 부지면적 : 30,000평(50년)
○ 건물면적 : 협의 필요(설계도서 등)
○ 역할분담 : 협의 필요
- 북측(삼천리총회사) : 토지(3만평,50년) + 저렴한 인력 제공
- 남측 : 자본(300만불, 약 30억) ⇒ 건물시공비 + 컴퓨터 등(전략물자 군 제외)
- 투자수익지분 : 공동경영 및 영업, 협의 필요(50% : 50%)
- 긍정적 측면 : 산업적 측면에서 실사 중심의 그림 그리기 교육이 확대되어 있는 북측의 고급인력들을 저렴한 인건비로 작품에 투입할 수 있는 점은 상당히 긍정적임
- 부정적 측면 : 북측과의 계약시 주도권을 갖지 못할 경우 효율적 인력관리가 어렵고, 이를 보장할 만한 국제법상 권리 주장이 불가능 하다는 점 ⇒ 이와 같은 배경을 고려했을 때, 실사중심의 그리기 능력이 뛰어난 북측 인력들을 철저하게 관리할 수 없다면 사업 파트너로서의 북측은 Good Choice 전략이 아님

■ 추진체계

○ 추진주체 : 경기도(GDCA), 민족경제협력련합체 삼천리총회사

○ 대상지 : 단계적 조건 협의 ⇒ 1차 콘텐츠센터(평양), 2차 연락소(개성)

○ 향후계획

- 2007년 7월~8월 : 남북콘텐츠제작센터 업계 전문가 의견 수렴 및 관련업계 수요조사 진행
- 2007년 8월~9월 : 북한 현장 방문 의향 확인 및 기본 구상 검토 후 합의서 작성
- 이후 정책기획관실(남북교류담당) 예산 확보 방안 검토 후 기본계획 승인·추진

■ 기대효과

○ 문화사업을 통한 남북 동질성 회복 및 남북 Win-Win의 새로운 경제협력 모델 창출

○ 외부 정보 유입을 통한 시장경제 마인드 학습 효과

4-4. 창조적 파트너십을 통한 문화콘텐츠 창작 역량 강화

4-4-1. 산학 파트너십 프로젝트 지원사업

■ 사업목적

- 경기지역의 문화콘텐츠산업 전문인력 양성 및 CT(Culture Technology) 개발을 위한 산학연정의 파트너십을 구축하여 협업기반의 문화콘텐츠산업 혁신환경 구축

■ 사업필요성

○ 경기지역에 문화콘텐츠 클러스터가 발전하고, 우수한 문화콘텐츠 관련 기업이 유입되기 위해서는 창의적인 전문인력 양성 및 수급체계를 갖출 필요가 있으나, 현재는 초기 기반 구축단계로 취약한 실정이며, 산업현장 종사자들의 재교육 체계 또한 갖춰져 있지 않음

○ 산업현장에서 필요로 하는 전문 인력을 체계적으로 양성하고, 수급체계를 갖추기 위해서는 산학협력기반의 인력양성 교육체계를 구축할 필요가 있음

○ 또한 대학의 문화콘텐츠기술(CT)에 대한 연구개발도 아직 초기단계로 앞으로 지속 확대될 필요가 있으며, 이 또한 산학협력이 절실히 필요한 분야임

※ 문화관광부의 CRC(Culture Research Center)사업

○ 현재 문화관광부에서는 문화콘텐츠연구센터(CRC : Culture Research Center)사업을 실시하여 지역단위에서 대학, 기업, 문화콘텐츠진흥기관, 문화콘텐츠클러스터지원센터 간의 협업 활동을 촉진하고 있음

○ 또한, 대학특성화지원사업과 CT연구소 지원사업도 이러한 행위자들 간의 파트너십을 기반으로 추진하고 있음

■ 사업내용

○ 산학연 파트너십을 기반으로 창작연계형 대학특성화 지원사업 추진

○ 산학연 파트너십을 기반으로 경기지역 CT 개발 연구사업 추진

■ 추진체계

○ 경기도, 경기디지털콘텐츠진흥원, 기초자치단체, 기초자치단체 문화콘텐츠산업진흥기관, 대학 등과의 협력네트워크 구축

○ 매년 3개 내외의 인력양성 및 연구개발 프로젝트를 개발하여 추진

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 산학연 파트너십 기반 대학특성화 지원사업 추진	180
2009	○ 장르별 우수프로젝트 선정 및 지원(5편*1억 원)	500
2010	○ 장르별 우수프로젝트 선정 및 지원(5편*1억 원)	500
2011~2015	○ 장르별 우수프로젝트 선정 및 지원(5편*1억 원) ⇒ CT기술 중심의 미디어믹스 프로젝트 실행	2,500
2016~2020	○ 장르별 우수프로젝트 선정 및 지원(5편*1억 원) ⇒ 글로벌 산학 교류를 통한 Killer CT기술 개발	2,500

■ 기대효과

○ 경기지역 대학의 문화콘텐츠 관련 학과의 현장적합성 확대

○ 경기지역의 CT 연구소 설립 운영 활성화

○ 경기지역 문화콘텐츠산업 클러스터의 혁신환경 조성

4-4-2. 경기디지털콘텐츠제작센터 확대 운영

■ 사업목적

○ 현재 경기도 애니메이션산업 중심의 프로젝트로 진행되는 제작센터를 게임, 방송, 영화 등 타 디지털콘텐츠영역까지 확대, 다양한 분야의 우수창작인력을 양성

○ 경기디지털콘텐츠제작센터는 우수한 인재들의 창작활동을 촉진하고, 산업현장과의 연계성을 확보할 수 있다는 점에서 지속, 확대할 필요가 있음

○ 현재 컴퓨터애니메이션 중심의 콘텐츠제작센터 체계를 향후 만화, 게임 및 방송영상콘텐츠 영역으로 확대하여 운영함으로써 경기지역 문화콘텐츠 클러스터 전략과의 연계성을 확보할 필요가 있음

■ 사업내용

○ 다양한 디지털콘텐츠 창작 및 제작에 필요한 제작비, 공간, 장비, 프로듀서, 마케팅 등 제작 및 마케팅 전 과정의 경험이 가능한 지원시스템을 구축

○ 사업기간은 하나의 프로젝트가 끝날 때까지 이며, 최대 1년을 원칙으로 함

○ 지원결과 완성물의 GDCA 보유 및 활용방안에 대한 규정을 수립하고, 유통 및 마케팅은 외부 전문 업체에게 위탁 가능한 형태로 운영

■ 추진체계

○ 경기디지털콘텐츠진흥원을 중심으로 하되, 게임클러스터와 방송영상클러스터 조성사업과의 연계를 확보하기 위하여 관련 진흥기관과의 유기적인 협력체계 구축

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 제작센터 프로젝트 장르 확대(만화 포함) 및 극장 상영을 목적으로 한 장편 애니메이션 제작	1,000
2009	○ 제작센터 프로젝트 장르 확대 ⇒ 애니메이션 + 게임 + 만화	1,000
2010	○ 제작센터 프로젝트 장르 확대 및 도내 혁신클러스터와 연계 사업 추진	2,000
2011~2015	○ 글로벌 프로젝트 추진 ⇒ 아시아 지역을 중심으로	10,000
2016~2020	○ 글로벌 프로젝트 추진 ⇒ 미국, 유럽 지역으로 확대	10,000

■ 기대효과

○ 다양한 CT산업 인력들의 경기도 유인책 마련

○ 우수한 창작프로젝트 발굴 및 콘텐츠제작 연계화

○ 타 지역들보다 앞서가는 'Creative Gyeonggi' 브랜드 마케팅 효과 선점

4-4-3. 문화콘텐츠 전문 아카데미 신설 운영

■ 사업목적

○ 지역에 특화된 문화콘텐츠 전문 인력에 대한 고급과정과 재교육과정을 운영하여 산업현장에 대한 적응력이 높은 실무인력을 체계적으로 양성하고, 현재 산업현장에서 종사하고 있는 인력들을 대상으로 재교육과정을 운영하여 문화콘텐츠산업 환경변화에 신축적으로 대응할 수 있는 교육환경 구축

■ 사업필요성

○ 현재 경기지역에는 문화콘텐츠 관련 학과가 114개로 우리나라 전체 932개학과 중 10% 이상을 차지하고 있으나, 창의적 인력양성을 위한 교육환경을 갖추지 못하고 있으며, 아직 산업현장장의 유기적인 파트너십이 구축되어 있지 않음

○ 디지털기술의 발전과 글로벌시장구조의 변화 등으로 문화콘텐츠산업 환경이 복잡다양하게 급변하고 있으나, 이러한 환경변화를 산업현장 종사자들이 이해하고, 대응할 수 있는 전문 재교육체계가 경기지역에는 없음

■ 사업내용

○ 현재 컴퓨터애니메이션 중심으로 경기디지털콘텐츠진흥원이 운영하고 있는 디지털아카데미 과정의 교육프로그램과 교육대상을 다양화, 체계화

○ 게임클러스터와 방송영상클러스터 조성전략과 연계하여 가칭 '경기게임아카데미'와 '경기방송영상아카데미' 등을 신설하여 운영

○ 가칭 '경기문화콘텐츠 글로벌비즈니스'과정을 운영하여 경기문화산업의 글로벌마케팅 및 비즈니스를 전문적으로 추진할 수 있는 글로벌인력 양성

■ 추진체계

○ 경기디지털콘텐츠진흥원에 경기문화콘텐츠아카데미 본부를 두고, 성남과 고양 등 문화콘텐츠클러스터 조성지역의 진흥기관에서 지역특화형 아카데미 신설 운영

○ 중앙정부가 운영하는 문화콘텐츠산업 관련 공공아카데미 운영사업과의 유기적인 연계성 확보

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 게임캠퍼스 설립 ⇒ 산학연 교류 협력망 구축 및 커리큘럼 구체화	3,600
2009	○ 게임캠퍼스 커리큘럼 확대 ⇒ 수요자 맞춤형 인력양성 중심(CT기술 중심)	1,000
2010	○ 게임캠퍼스 커리큘럼 확대 ⇒ 수요자 맞춤형 인력양성 중심(고급 기획인력 중심)	1,000
2011~2015	○ 디지털미디어아카데미 설립 및 운영 ⇒ 미디어믹스를 통한 콘텐츠 간 연계 커리큘럼 확보	6,000
2016~2020	○ 디지털미디어, 방송영상 관련 커리큘럼 확대 ⇒ 평생교육 중심 운영	2,000

■ 기대효과

○ 현장 실무인력의 직무역량 강화

○ 대학 교육과정에 대한 심화과정을 운영하여 대학과 산업현장의 연계성 확대

○ 전문인력 양성 및 수급체계를 바탕으로 경기지역으로의 문화콘텐츠기업 유입 활성화

4-4-4. 국제 CT워크숍 개최

■ 사업목적

○ 국제 CT관련 이슈에 대한 정책 대안 제시를 위한 글로벌 전문가 토론의 장 마련

○ 인문, 예술, 기술, 비즈니스, 축제 등 학제 간 공동연구 활성화 방안 모색

■ 사업필요성

○ 글로벌 CT 전문가 초청을 통한 워크숍 개최를 통해 경기지역 CT기업의 해외시장진출 전략 모색

○ 경기지역 CT 관련 기업의 학습효과 및 국내외 협력 네트워크 구축

■ 사업내용

○ CT워크숍 운영

- 다양한 분야의 산학연 전문가 등의 워크숍 참여를 통해 CT에 대한 인식 확산
- 학회 등 관련 기관과의 협력을 통해 CT산업 이슈의 공론화 및 경기도 현실에 맞는 실증적 정책 대안 제시

○ 국제 CT 워크숍 개최

- 매년 글로벌 CT 전문가를 초청하여 트렌드 변화 및 향후 경기지역 CT기업들의 제작 및 비즈니스 방향 모색
- 인문, 예술, 기술, 비즈니스, 축제 등 CT 관련 분야의 다양한 학회가 참여, 학회별 특정 주제에 대한 사례 및 연구결과 발표를 통해 경기지역 CT기업들의 협력방안 논의

■ 추진체계

○ 2009년 6월~8월 세부추진계획 수립

○ 2009년 10월~12월 : 경기도·국내 CT포럼 운영위원회 구성

○ 2010년 4월~5월 : CT 워크숍 개최

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	–	–
2009	○ 국제CT워크숍 개최 준비 착수 ⇒ 운영위원회 구성 및 트렌드별 쟁점사항 분석	–
2010	○ 국제CT워크숍 개최 ⇒ 개최지역, 운영주체 등과 매칭펀드	1,000
2011~2015	○ 국제CT워크숍 개최 ⇒ 글로벌 트렌드 변화 및 향후 경기지역 CT기업들의 제작, 비즈니스 방향 설정	5,000
2016~2020	○ 국제CT워크숍 개최 ⇒ 경기도 내 CT기업 실무인력의 국내·외 비즈니스 네트워크 강화	5,000

■ 기대효과

○ 경기지역 CT 기업 실무인력의 국내외 비즈니스 네트워크 강화

○ 정기적인 글로벌 CT산업 트렌드 분석을 통한 단계별 대응방안 마련

○ CT산업 관련 인력양성 프로그램 개발 및 경기지역으로의 CT기업 유입 활성화

4-5. 경기도민의 콘텐츠 접근성 증진 및 창작 역량 강화

4-5-1. 경기영상창작 커뮤니티 지원사업

(1) 경기영상창작지원프로그램 개발

■ 사업목적

○ 기존 독립영화제작지원에 대한 업계의 규모확대 요청

○ 경기도 영상학과 학생을 위한 별도 지원 필요성 제기

○ 도내 청소년 영상동아리 활동지원

■ 사업 내용

○ 저예산 독립 단편·중편 영화를 제작지원함으로써 영화산업의 다양성을 추구하고 경기도 브랜드 홍보

○ 경기도 내 영상학과 지원 및 경기 UCC영상제작 지원

○ 경기 UCC영상제작 지원

■ 추진체계

○ 독립영화 제작지원 및 홍보를 위한 (사)한국독립영화협회와의 업무 협조

○ 신청대상, 지원요건, 지원내용 및 선정기준에 대한 추진체계를 정립, 영상산업 관련 전문가들로 구성된 심사위원을 구성하여 심사를 통한 선발 및 제작지원

○ 향후 도민과 영화의 만남사업과 연계하여 공공성 측면에서의 도내 영화 상영을 통한 영상산업 저변확대

○ 연도별 예산

■ 기대효과

○ 경기도 및 국내 독립영화제작지원에 대한 업계의 요구 충족

○ 경기도도 내 청소년 영상동아리 활동지원

○ 영상콘텐츠 창작 및 향유를 통한 경기도민 콘텐츠 접근성 증진

○ 국제화사회 세계 속의 경기 브랜드 효과 ⇒ 다민족 다문화 가정이 살기 좋은 경기도

(2) 경기 다문화콘텐츠 UCC 공모전 및 전시회 개최

■ 사업목적

○ 다문화사회에 대한 주요 이슈들이 등장하면서, 이에 대한 적극적인 대응 방안이 필요(국정 주요 과제)

○ 국내 장기 체류 외국인 중 경기도 비율은 30.4%(2006, 경기통계연보)에 달함

○ 국내에서 해외이주민들을 위한 문화콘텐츠 창작지원 프로그램 개발을 적극적으로 추진하는 도시 부재

○ 경기도는 해외이주민들을 위한 다양한 SW 프로그램 지원을 통해 다문화사회의 인식을 새롭게 하고, 나아가 다문화콘텐츠 산업화를 선도

■ 사업필요성

○ 이주민들이 스스로를 표현할 수 있는 창구 필요성 증대 ⇒ 국내 문화콘텐츠 향유 및 공유

○ 다양한 장르 및 경력 특성을 반영한 통합적 인력정보시스템 필요

■ 사업내용

○ 이주민들 대상 커뮤니티 활성화 및 창작 활동 지원

○ 이주민 밴드, 다큐멘터리, UCC 등을 개발 ⇒ 개인에서 그룹까지 전문 강사 파견 지원

○ 이주민콘텐츠 커뮤니티 활성화 ⇒ 자국 문화를 국내에 홍보

■ 추진체계

○ 경기디지털콘텐츠진흥원 저변확대사업의 일환으로 다문화콘텐츠 창작지원 프로그램 개발 및 실행

○ 연도별 예산(경기영상창작지원프로그램 개발사업 포함)

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 경기영상커뮤니티 지원 및 독립영화 제작 지원	240
2009	○ 경기영상창작지원 프로그램 개발 및 경기다문화콘텐츠 UCC 공모전 및 전시회 개최	200
2010	○ 경기다문화콘텐츠 현황 조사 및 이주민 대상 커뮤니티 활성화 지원	1,000
2011~2015	○ 경기다문화콘텐츠 장르 확대 및 이주민 창작 활성화 프로그램 개발	5,000
2016~2020	○ 경기다문화콘텐츠 장르 확대 및 이주민 창작 콘텐츠 사업화 ⇒ 글로벌 콘텐츠 수출 전략 모색	5,000

■ 기대효과

○ 문화콘텐츠 창작 및 향유를 통한 해외이주민들의 한국문화 동질성 상승

○ 국제화사회 세계 속의 경기 브랜드 효과 ⇒ 다민족 다문화 가정이 살기 좋은 경기도

4-5-2 영상미디어센터 설립 및 운영

■ 필요성 및 목적

○ 영상미디어에 대한 경기도민의 리터러시 역량을 강화하고, 경기도민 누구나 영상미디어 창작활동에 참여할 수 있는 교육 프로그램 운영 지원

※ 현재 영상미디어센터는 서울에 4개를 비롯한 총 14개가 운영되고 있으나, 경기도에는 하나도 없는 실정임

⇒ 영상미디어센터는 콘텐츠 창작에 관한 전반적인 과정을 경험할 수 있도록 함으로써 지역주민들의 콘텐츠 창작활동에 대한 참여를 증진할 수 있으며, 1인 미디어시대의 UCC 창작자를 양성하는데 기여할 수 있음

■ 사업내용

○ 경기지역에 영상미디어센터를 설립하고, 운영 프로그램 개발

○ 영상미디어 교육 및 창작 프로그램 개발 운영

■ 추진체계

○ 운영방식

- 지자체에서 설립 및 운영비 지원 : 운영의 안정성을 위해 지자체에서 재원 확보
- 전문단체 위탁 운영 : 운영의 전문성 보장을 위해 전문단체 위탁 및 자율적 운영
- 운영위원회 설치 : 운영실태 점검 및 감독을 위해 지자체와 시민단체, 전문단체로 구성된 운영위원회 설치

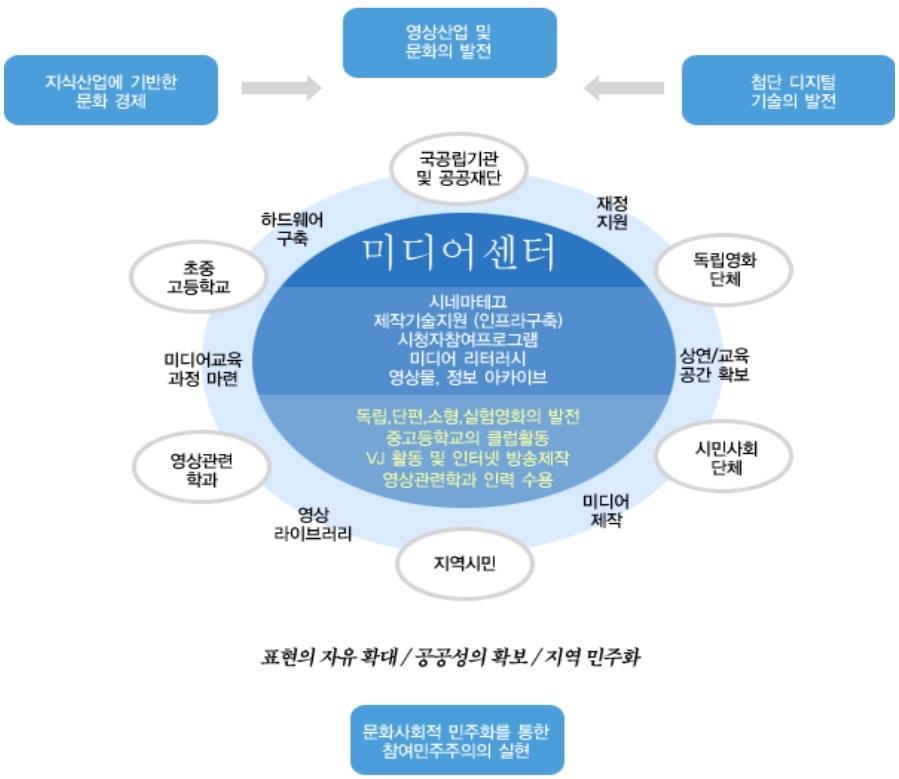
■ 단계별 추진계획

○ 1단계(2008년) : 도 거점 경기미디어센터 설립 : 도내미디어센터의 중추가 될

도 거점 미디어센터 설립

○ 2단계(2008년~2010년) : 권역별 거점 미디어센터 설립 : 도내 권역별 미디어센터를 설립, 각 권역의 거점으로 활용

- 3단계(2011년~2020년) : 시·군 단위 중소규모 지역미디어센터 설립 ⇒ 시·군별 1개소 설립, 수요자 충족형 모델로 운영



〈그림 13〉 영상미디어센터의 운영원리

〈표 7〉 영상미디어센터 추진 현황

추진체계	예산 및 향후 계획
영상진흥위원회 (영상미디어센터)	영진위 3억원대 기자재 지원 + 지자체 센터 공간 제공운영비는 지자체와 운영단체에서 조달 ⇒ 향후 설립 계획 없음
문화관광부 + 지자체 (영상미디어센터)	문화부 10억원 + 지자체 10억원 + 운영비 자체부담 ⇒ 2009년까지 전국 15개 지역에 설립 계획
방송문화진흥회 (MBC시청자미디어센터)	설립예산 2억원 + 운영비는 지역 MBC가 부담 전국 지역 MBC 사옥 내에 모두 설립 계획
방송위원회 (시청자미디어센터)	설립 예산은 부산 123억원, 광주 140억원, 1개 센터 당 연간 운영비는 평균 20억원 예상 ⇒ 운영 평가 후 광역 4곳 추가 설립 계획
지방자치단체	설립 비용 및 운영 비용 지자체 부담 ⇒ 향후 설립 계획 제출한 지자체 없음

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 경기도 내 운영체계 및 운영방안 정립	–
2009	○ 도 거점 경기영상미디어센터 설립(중앙정부 매칭펀드)	10,000
2010	○ 영상미디어센터 내 프로그램 및 콘텐츠 개발	1,000
2011~2015	○ 권역별 거점 경기영상미디어센터 설립	8,000
2016~2020	○ 시·군 단위 중소규모 지역미디어센터 설립	5,000

■ 기대효과

○ 21세기형 영상문화 공간 및 새로운 공동체 개발(미래영상세대 육성)

○ 지역의 공공 영상문화 인프라 구축 및 지역문화 활성화

○ 지역의 영상문화 저변 확대를 통한 지역 영상산업의 자립적 기반 마련

○ 지역민들이 영상문화를 폭넓게 누리고 영상산업에 대한 인식을 새롭게 하며 영상콘텐츠가 소비되는 또 다른 시장을 개발하여, 새로운 수요를 창출하는 선순환 고리 구축

4-5-3. 남양주 종합촬영소 운영

■ 사업목적

○ 도내 영화, 방송산업의 역량 강화 및 영상산업클러스터 구축 기반 조성

○ 종합촬영소 활용을 통한 경기도민 리터러시 역량 강화 및 영화 창작활동에 참여할 수 있는 교육프로그램 운영 지원

※ 영화진흥위원회에 따르면 종합촬영소는 현재의 기능을 유지한다는 조건 아래 매각을 계획 중임.
※ 경기도는 종합촬영소 운영에 앞서 현실적인 수익모델 개발 및 활용도 등에 염두를 두어 계획을 수립해야 함.

〈표 8〉 남양주 종합촬영소 개요

위치	○ 남양주시 상봉리
추진배경	○ 영화진흥위원회(구 영화진흥공사)가 '97년~2000년까지 40여만 평 규모의 종합촬영소 개발 추진
추진현황	○ 영상관, 영상지원관, 4개 스튜디오, 오픈세트장 3만평 및 영화제작시설 등 집적 ○ 40여만 평 부지에 총 650여억 원 투입(지난 '98년 오픈)
추진방향	○ 교육 및 관광시설 등으로 다목적 활용 ⇒ 2008년 기금으로만 운영, 영진위 이전계획에 따라 개발보다는 유지 쪽에 초점을 맞추고 있음

■ 사업내용

○ 1단계 : 종합촬영소 매입 타당성 분석 및 운영방안 수립 용역 발주

- 영진위와 공동으로 협의하여 적절한 이양 방안 수립

○ 2단계 : 타당성 분석에 따른 종합촬영소 운영 수익모델 개발

○ 3단계 : 종합촬영소를 활용한 운영 프로그램 개발

- 기획개발 역량 강화와 창조인력 육성을 위한 창작스튜디오 운영 : 시나리오·애니메이션 작가 대상의 레지던스(입주형) 프로그램
- 대형 스튜디오 건립 운영(가설형 대형스튜디오 500평*2개동)
- 고정세트장 신규 조성 : 영화제작시 활용도가 높은 세트를 고정세트장으로 야외촬영장에 조성하여 활용도를 높임
- 지역사회를 연계한 리터러시 역량 강화 프로그램 운영 ⇒ 무료영화상영, 전시회, 학예회, 발표회 등

- 경기도 내 유치된 영화, 방송, 영상산업 기업들에게 인센티브 제도 강화
- 디지털영화, 영상 교육 및 창작 프로그램 개발 운영

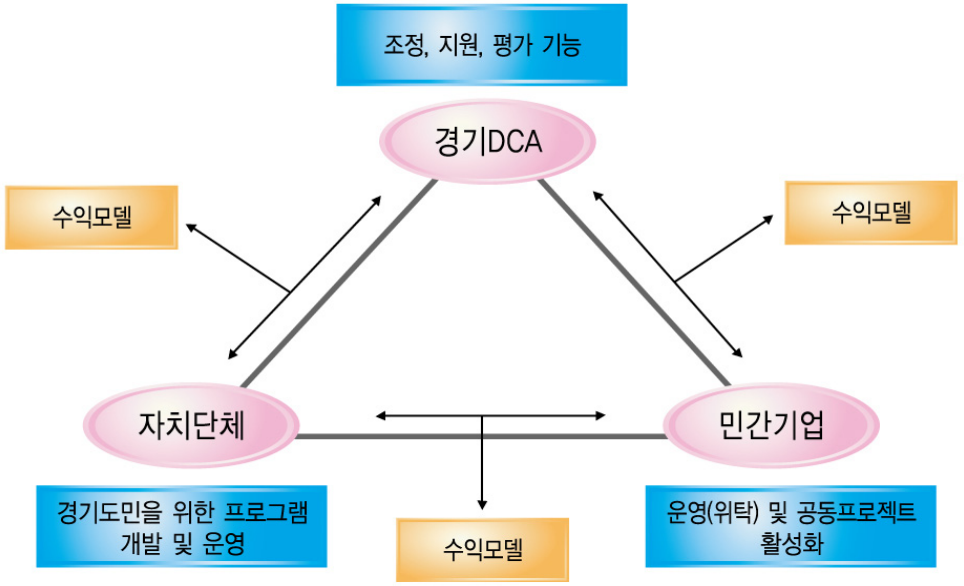
■ 추진체계

○ 전문단체 위탁 운영 : 운영의 전문성 보장을 위해 전문단체 위탁 및 자율적 운영

○ 운영위원회 설치 : 운영실태 점검 및 감독을 위해 지자체와 시민단체, 전문단체로 구성된 운영위원회 설치

○ 연도별 예산

연도	목표	예산(백만원)
2008	○ 남양주 종합촬영소 인수 타당성 및 경제적 파급효과 분석(용역 발주)	200
2009	○ 남양주 종합촬영소 인수 및 운영	10,000
2010	○ 남양주 종합촬영소 내 프로그램 및 콘텐츠 개발	1,000
2011~2015	○ 한류우드, 브로멕스(고양), 애니고등학교(하남) 등과 연계 사업 추진	8,000
2016~2020	○ 지역문화산업 특성화 전략 연계 사업 추진	5,000



〈그림 14〉 남양주 종합촬영소 운영 모델

■ 기대효과

○ 21세기형 영화, 방송, 영상문화 공간 조성을 통한 경기도 영화산업 육성 기반 마련

○ 고양 한류우드, 영상산업클러스터, 파주 등의 미디어 CT벨리를 지원하고, 공동 프로젝트를 연계하여 경기영상산업 브랜드 효과 창출(경기영상산업 육성의 가교(架橋) 역할)

○ 경기도 지역 및 민간기업들과 공동프로젝트를 개발하여 영화콘텐츠가 소비되는 또 다른 수익모델을 개발, 새로운 수요를 창출하는 선순환 고리 구축

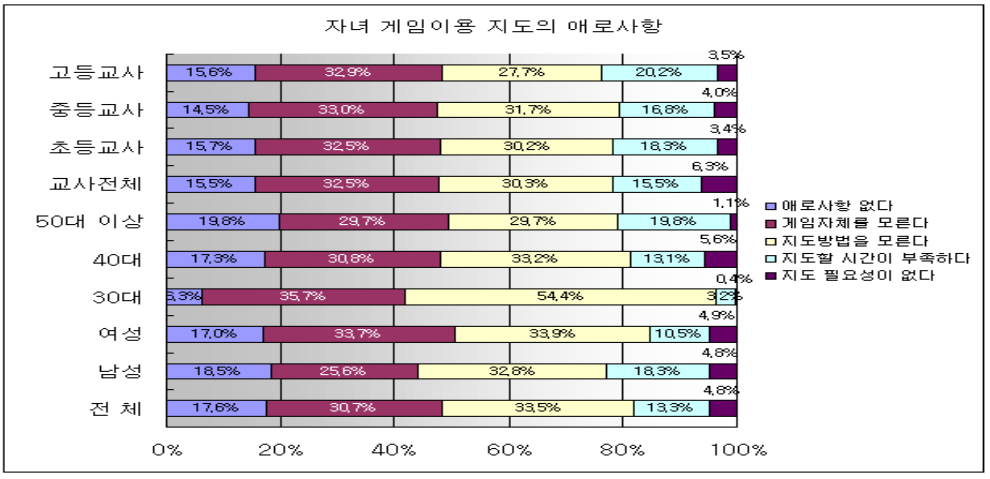
4-5-4. 게임체험관 구축

■ 사업목적 및 구축배경

○ 게임의 산업적 가치에 대한 긍정적 평가와 달리 게임에 대한 사회적 인식은 매우 취약함

○ 게임은 디지털문화를 선도하고 있음에도 불구하고 사회적으로 게임에 대한 부정적 인식은 게임산업뿐만 아니라 게임의 문화적 위상 정립에도 장애요인으로 작용

○ 게임에 대한 사회적으로 부정적인 인식은 게임을 경험하지 않아 게임에 대한 이해가 거의 없기 때문에 발생. 특히 게임에 대한 부정적 여론을 주도하는 기성세대는 게임에 대해 잘 모를 뿐만 아니라 게임을 이해할 수 있는 기회가 거의 없음



〈그림 15〉 자녀 게임 이용 지도의 애로사항

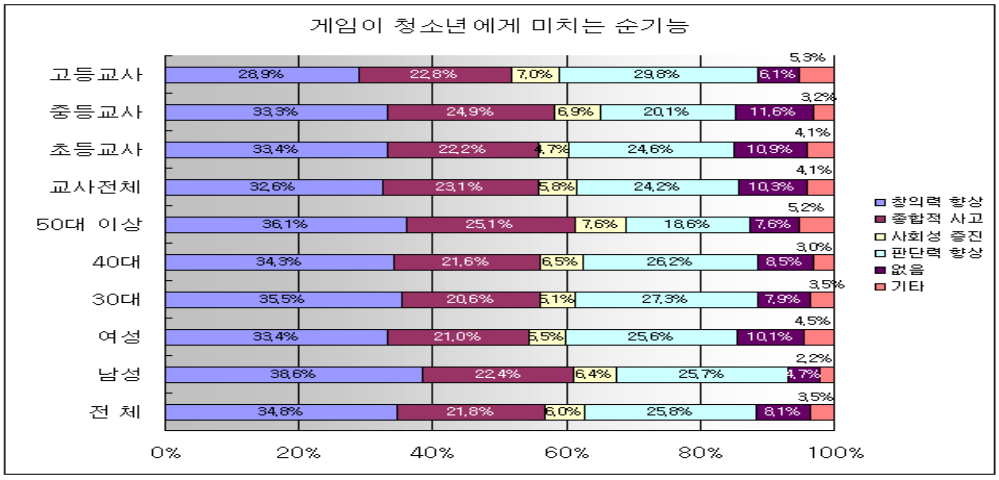
○ 게임이 산업적으로, 문화적으로 성장하기 위해서는 디지털시대의 핵심으로서 게임에 대한 대중적 이해와 문화로서의 수용이 절대적으로 필요함

○ 기성세대가 게임에 대한 호감도가 높지는 않지만, 한편으로 게임의 긍정적 효과에 대해서는 일부 인정하는 의견도 있음

○ 이에 게임에 대한 대중적 이해와 활용성 및 효능성에 대한 체험의 기회를 확대함으로써 게임에 대한 심리적 저항감을 해소하고 문화로서 수용될 수 있는 환경을 조성하는 것이 필요

○ 현재는 게임을 문화적으로 체험하고 수용할 수 있는 공공 인프라가 전문한 상황임. 현재 게임과 관련한 공공 인프라는 게임과몰입(게임중독)을 예방하고 치료하는 것밖에 없음

○ 게임체험관은 게임이 사회적으로 산업적·문화적 위상을 확보하는데 핵심적인 인프라가 될 수 있음



〈그림 16〉 게임이 청소년에게 미치는 순기능

○ 게임체험관의 현황

- 게임체험관의 성격과 범위에 따라 다소 차이가 있을 수 있지만 게임 그 자체를 테마로 하는 체험관은 국내뿐만 아니라 해외에도 없음
- 게임산업의 역사 전시가 있기는 하지만 상설화된 것이 아니라 대부분 일정 기간만 진행하는 기획 전시의 성격을 갖고 있으며, 또한 체험성의 부분은 매우 미약함

- 상설화된 게임박물관도 전 세계적으로 전무한 상황
- 게임콘텐츠에 대한 전시·홍보관 성격의 상설 시설물도 없음
- 게임테마파크의 형태는 있기는 하나, 대부분 규모적으로 대형 게임장의 성격이 강함
- 일본의 경우는 게임장 전체를 스토리로 구성하는 경향, 미국의 경우는 대형 게임장으로 식음료시설과 함께 구성하는 사례 경향

○ 게임체험관의 성격

- 게임체험관의 구성과 관련하여 우선적으로 검토되어야 할 것은 게임전시관·게임홍보관이 아니고 체험을 강조하는 이유는 무엇인지, 그리고 체험을 핵심 개념으로 한다면 무엇을 체험하고, 어떻게 체험을 하는 것인지 등임
- 이러한 체험의 이유와 대상과 방식은 게임체험관의 전반적인 컨셉을 선정하는데 본질적인 검토라고 할 수 있음

■ 사업내용

○ 경기지역에 게임문화체험관을 설립하고, 운영 프로그램 개발

○ 게임문화체험 교육 및 체험 프로그램 개발 운영

○ 게임문화체험행사의 일환으로 e-Sports 대회 개최(향후 G·Star행사와 연계방안 모색)

■ 추진체계

○ 운영방식

- 지자체에서 설립 및 운영비 지원 : 운영의 안정성을 위해 지자체에서 재원 확보
- 전문단체 위탁 운영 : 운영의 전문성 보장을 위해 전문단체 위탁 및 자율적 운영
- 운영위원회 설치 : 운영실태 점검 및 감독을 위해 지자체와 시민단체, 전문단체로 구성된 운영위원회 설치

■ 단계별 추진계획

○ 1단계(2008년) : 경기도 지역 중 게임문화체험관 설립이 가능한 지역의 입지 타

당성 분석 실시

○ 2단계(2008년~2010년) : 게임문화체험관 설립 및 위탁사업을 위한 전문단체 섭외(공고를 통한 경쟁)

○ 3단계(2011년~2020년) : 게임문화체험관 운영 ⇒ 도민 밀착형, 수요자 충족형

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	○ 게임문화체험관 조성 타당성 분석 실시	200
2009	○ 게임문화체험관 운영을 위한 정책적 의사 결정	-
2010	○ 게임문화체험관 조성	50,000
2011~2015	○ 게임문화체험관 내 프로그램 및 콘텐츠 개발(민간사업자와 공동 개발)	1,000
2016~2020	○ 게임문화체험관 내 프로그램 및 콘텐츠 기획·관리	1,000

■ 기대효과

○ 국내외 최초의 게임문화 체험관 조성을 통해 게임산업에 대한 인식을 새롭게 하고, 게임콘텐츠가 직접 소비될 수 있는 시장 개발을 통해 새로운 수요를 창출

○ 경기 지역 기반의 게임 기업들의 새로운 게임콘텐츠 홍보 및 수요자 동향 파악

○ 지역의 공공 게임문화 인프라 구축 및 지역 게임문화산업 활성화

4-5-5. 학교와 지역사회 연계 문화콘텐츠교육사업 추진

■ 사업목적

○ 문화소외지역과 사회취약계층의 문화콘텐츠 체험 및 학습 기회를 제공하기 위하여 찾아가는 문화콘텐츠체험 프로그램 개발 운영

○ 지역의 다양한 형태의 문화공간을 활용하여 '해설이 있는 문화콘텐츠 체험프로그램' 운영

■ 사업필요성

○ 경기지역 학생들을 대상으로 방과후 프로그램으로 UCC, 영상창작, 만화애니메이션 창작과 관련된 교육프로그램을 개발, 운영하여 디지털시대의 창의력과 문화적 감수성을 증진

○ 문화콘텐츠산업의 최대 소비자 및 참여자는 학생들이라고 할 수 있는데, 이들을 대상으로 한 콘텐츠교육은 매우 취약한 실정임

※ 현재 문화부는 만화애니메이션 강사지원 사업을 통해 학교에 만화애니메이션 강사를 파견하여 교육을 부분적으로 실시

■ 사업내용

○ 학교와 지역사회 연계 문화콘텐츠교육 프로그램 개발 및 운영

○ 문화콘텐츠교육 강사 양성을 위한 교육연수프로그램 운영

○ 문화소외 지역을 우선적으로 선정하여 교육기자재 및 시설 지원

○ 문화콘텐츠분야의 감독, 작가, 기획자, 디자이너, 대중가수, 만화가 등 문화콘텐츠 분야의 전문인력을 강사로 활용하여, 해설이 있는 콘텐츠체험교육 프로그램 개발 운영

■ 추진체계

○ 경기디지털콘텐츠진흥원에 문화콘텐츠교육 강사 연수센터 운영

○ 경기 31개 시, 군과 연계하여 지역의 생활문화공간을 활용

○ 경기도 및 경기디지털콘텐츠진흥원에서 프로그램운영 지원

○ 연도별 예산

연 도	목 표	예 산 (백만원)
2008	–	–
2009	○ 도내 31개 시·군 생활문화공간 조사 및 연계 프로그램 개발 ⇒ 교육연수프로그램 집중 개발	300
2010	○ 도내 문화소외지역 선정 및 교육기자재, 교육연수프로그램 등 시범 사업 추진 ⇒ 도내 5개 도시 대상	500
2011~2015	○ 도내 콘텐츠체험교육 프로그램 개발 및 확대 운영 ⇒ 15개 도시 대상(자치단체 매칭펀드)	2,500
2016~2020	○ 도내 콘텐츠체험교육 프로그램 개발 및 확대 운영 ⇒ 31개 도시 대상(자치단체 매칭펀드)	2,500

■ 기대효과

○ 디지털시대의 디지털미디어에 대한 인식 함양 및 적극적인 프로슈머 양성

○ UCC 창작 및 유통, 문화콘텐츠이용 문화 증진에 기여

○ 문화소외 지역 및 사회취약계층의 문화콘텐츠 체험 학습기회 증진

5. 성과지향적 문화거버넌스 혁신체계정립

5-1. 경기문화산업 조례 제정

■ 목적

○ 경기도 문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 정하여 문화산업 발전의 기반 조성 및 지역경제 활성화 도모

○ 경기도 문화산업 지원의 제도적 장치 마련을 통해 경쟁력을 강화하고, 도민의 문화적 삶의 질 향상

■ 주요내용

○ 경기도문화산업진흥위원회 설치

- 문화산업진흥에 관한 중요시책의 심의를 위하여 위원장 1인과 부위원장 1인을 포함한 15인 이내의 위원으로 구성

○ 문화콘텐츠 기업에 대한 지원 근거 마련 ⇒ 국내·외 기업유치를 위한 입지지원, 세제감면 등 각종 인센티브 제공

○ 전문인력 양성을 위한 지원책 마련 ⇒ 문화산업 전문인력 양성기관 지정 및 지정기관에 대한 필요경비 지원

■ 추진체계

○ 조례안 작성 및 자문의뢰 ⇒ 도의회 사전설명 ⇒ 경기도조례규칙심의회 심의 ⇒ 도의회 안건상정 및심의

5-2. 경기DCA 수익모델 창출

■ 목적

○ 지원 기능과 콘텐츠 투자관리 기능을 병행하여 전문경영체계를 구축함으로써 경기 문화콘텐츠산업 기반을 조성할 뿐 아니라 자체 수익모델을 정립하여 경기 DCA의 재정자

립도 증진

○ 전문 경영체계를 구축하여 정책사업의 파급효과를 극대화하고, 성과지향적 경영시스템 구축

■ 사업내용

○ 콘텐츠 전문 매니지먼트시스템 구축을 위한 콘텐츠투자마케팅 전문회사를 설립

- 경기디지털콘텐츠제작센터의 창작프로그램에 대한 전문 관리 및 마케팅 체계 구축
- 투자조합 운영 및 콘텐츠 직접 투자 활성화를 통한 마케팅 및 관리경영체계 구축
- 투자자 및 대기업과의 협업체계 구축

○ 정책사업의 질적 경쟁력 증진을 통한 사업의 수익기반 확대

○ 국내외 문화콘텐츠 행사의 경쟁력 증진 및 유료화

○ 공용장비의 활용률 제고를 통한 수익모델 개발

○ 문화콘텐츠 관련 시설과 테마 공간 투자를 통한 수익모델 개발

■ 추진체계

○ 경기디지털콘텐츠진흥원에 글로벌 전문마케팅센터를 설립·운영하여 콘텐츠 투자와 마케팅에 관한 전문 경영체계를 구축하고, 장기적으로 콘텐츠투자마케팅 회사를 설립하여 운영

5-3. 경기도 문화산업 거버넌스 체계 구축

■ 목적

○ 문화산업영역 확대가 심화됨에 따라 장기적 안목에서 점차적으로 관리영역에 대한 방안 마련 필요

○ 경기도 역시 문화산업 정책 수요가 확대되고, 복잡해짐에 따라 정책의 합리성과 효과성 달성을 위한 정책추진체계 필요

■ 주요내용

○ 경기도 문화산업 전담부서로 '문화산업과' 신설을 통해 경기문화산업관련 전문성 강화

○ 경기DCA를 비롯한 도내 지역 진흥기관들의 공동 프로젝트 개발 및 31개 시군의 문화산업 자원 집중 관리

- 경기도 문화산업진흥정책 수립 및 조정 기능 역할 확대

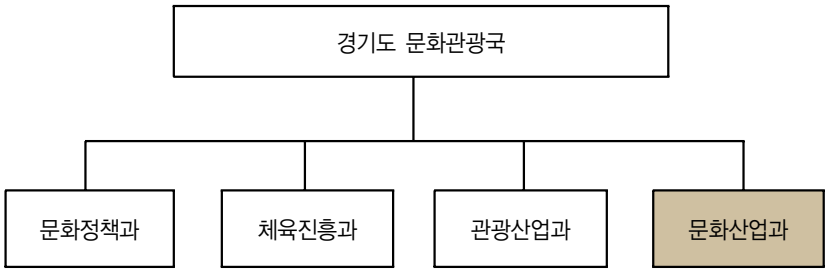
○ 경기영상위원회 기능 강화를 통한 경기도 영상산업 특화 발전 도모 ⇒ 경기영상산업 진흥 계획 수립

○ 도내 디지털문화콘텐츠산업 영역별 사업계획 조정역할 강화 및 단계별 전략산업 집중 육성

■ 추진체계

○ 기본방향 : 파트너십과 네트워크 기반의 정책추진체계 정립

○ 문화산업과 신설을 통한 전문위원 Pool 및 외부자문단 구성



〈그림 17〉 경기도 문화관광국 내 문화산업과 조직체계

〈표 9〉 경기도 문화관광국 문화산업과 내부 부서 및 부서별 역할

과	부서(팀)	역할
문 화 산업과	문화산업정책팀	○ 경기도 문화산업 비전 및 중장기 계획 수립
	산업마케팅팀	○ 기업유치 자금지원 등의 선정 기준 마련 및 국내외 사업 기획, 관리
	신사업개발팀	○ 경기도 경쟁우위 신사업 개발, 기업 유치 및 기업별 맞춤형 지원 전략 수립·관리
	지역문화산업팀	○ GCCR 구축 구체화 및 31개 시군 문화자원 개발 및 관리

○ 도내 문화산업 관련 지표 재설정을 통한 사업별 구별 장치 마련

- 경기DCA, 경기관광공사, 경기문화재단의 사업영역 구분 재설정 및 '문화산업영역'의 구체화

○ 경기도 내 문화콘텐츠산업 진흥 기관들의 기능 강화
○ 공동기획, 집행상 네트워크, 사업평가, 관리, 조정을 위한 기반 구축
○ 산하단체들과의 인식공유를 위한 정기 포럼 개최

5-4. 경기문화산업정책 성과관리시스템 구축

■ 목적
○ 경기도 문화산업 관련 행정조직의 성과관리 체계화
○ 성과평가 및 환류를 통한 성과관리시스템 정착

■ 주요내용
○ 경기도 문화산업정책에 대한 성과지표 및 성과모델을 단기, 중장기 관점에서 개발
○ 연도별 예산계획 및 성과지표 목표의 계량화를 통해 성과관리시스템 구축의 준거로 활용

■ S추진체계
○ 성과관리시스템 구축을 위한 교육 개최
○ 경기도 문화산업 관련 가치 및 성공적 육성을 위한 요소 도출
○ 도출된 요소별로 재무 및 비재무, 단기 및 중장기, 내부와 외부 지표의 균형성을 측정
○ 도출된 지표들을 최종 전략과 연계하여 조직 내 보고(의사소통)의 도구로 사용

6. 단계별 중장기 로드맵

- 1단계 : 기반구축단계 (2008~2012)
- 2단계 : 성장발전단계 (2012~2016)
- 3단계 : 자생력기반 성숙단계 (2016~2020)

〈표 10〉 경기문화산업 2020 단계별 로드맵

중점추진과제	세부추진사업	연도별 추진 단계		
		2008~2012	2012~2015	2016~2020
① 경기문화콘텐츠산업 혁신클러스터 조성 및 지역특성화 전략	혁신문화콘텐츠산업 클러스터 조성			
	복합문화클러스터 조성			
	문화콘텐츠 축제 및 전시회 경쟁력 강화			
	CT도시 재설계 및 지역 특성화			
② 경기문화콘텐츠산업 투자환경 조성	문화콘텐츠 투자조합 결성 및 운용			
	우수파일럿 프로젝트 지원			
	글로벌 DC 마켓플레이스 구축			
	국제 콘텐츠 미디어믹스 리더 컨퍼런스 개최			
③ 글로벌마케팅 및 비즈니스네트워크 구축	글로벌 공동제작 프로젝트 활성화 지원			
	글로벌마케팅 및 교류센터 설립			
	경기디지털콘텐츠 수출종합정보시스템 구축			
	남북디지털콘텐츠제작센터 설립 운영			
④ 창조적 파트너십을 통한 문화콘텐츠 협력 네트워크 구축	산학파트너십 프로젝트 지원			
	경기디지털콘텐츠제작센터 확대 운영			
	문화콘텐츠 전문 아카데미 신설 운영			
	국제 CT 워크숍 개최			
⑤ 경기도민의 콘텐츠 접근성 증진 및 창작역량 강화	경기영상창작커뮤니티 지원 사업			
	영상미디어센터 설립 및 운영			
	남양주시 종합촬영소 운영			
	게임문화체험관 구축			
	학교와 지역사회 연계 문화콘텐츠 교육사업 추진			

〈표 11〉 경기문화산업 2020 단계별 로드맵에 따른 연도별 예산

중점추진과제	세부추진사업	연도별 예산				
		2008	2009	2010	2011~2015	2016~2020
① 경기문화콘텐츠산업 혁신클러스터 조성 및 지역특성화 전략	혁신문화콘텐츠산업 클러스터 조성	12억 원	3억 원	2억 원	800억 원	500억 원
	복합문화클러스터 조성	–	–	–	5억 원	1000억 원
	문화콘텐츠 축제 및 전시회 경쟁력 강화	1억 원	20억 원	10억 원	50억 원	50억 원
	CT도시 재설계 및 지역 특성화	2억 원	5억 원	20억 원	1500억 원	1000억 원
① 세부추진사업 총 예산		15억 원	28억 원	32억 원	2355억 원	2550억 원
② 경기문화콘텐츠산업 투자환경 조성	문화콘텐츠 투자조합 결성 및 운용	30억 원	30억 원	30억 원	60억 원	–
	우수파일럿 프로젝트 지원	–	5억 원	5억 원	25억 원	25억 원
	글로벌 DC 마켓플레이스 구축	–	–	30억 원	50억 원	50억 원
	국제 콘텐츠 미디어믹스 리더 컨퍼런스 개최	–	–	5억 원	25억 원	50억 원
② 세부추진사업 총 예산		30억 원	35억 원	70억 원	160억 원	125억 원
③ 글로벌마케팅 및 비즈니스네트워크 구축	글로벌 공동제작 프로젝트 활성화 지원	2억 5천만 원	–	20억 원	100억 원	200억 원
	글로벌마케팅 및 교류센터 설립	–	–	30억 원	50억 원	50억 원
	경기디지털콘텐츠 수출종합정보 시스템 구축	2억 원	1억 원	1억 원	5억 원	5억 원
	남북디지털콘텐츠제작센터 설립 운영	–	–	–	100억 원	10억 원
③ 세부추진사업 총 예산		4억 5천만 원	1억 원	51억 원	255억 원	265억 원
④ 창조적 파트너십을 통한 문화콘텐츠 협력 네트워크 구축	산학파트너십 프로젝트 지원	1억 8천만 원	5억 원	5억 원	25억 원	25억 원
	경기디지털콘텐츠제작센터 확대 운영	10억 원	10억 원	20억 원	100억 원	100억 원
	문화콘텐츠 전문 아카데미 신설 운영	36억 원	10억 원	10억 원	60억 원	20억 원
	국제 CT 워크숍 개최	–	–	10억 원	50억 원	50억 원
④ 세부추진사업 총 예산		47억 8천만 원	25억 원	45억 원	235억 원	195억 원
⑤ 경기도민의 콘텐츠 접근성 증진 및 창작역량 강화	경기영상창작커뮤니티 지원 사업	2억 4천만 원	2억 원	10억 원	50억 원	50억 원
	영상미디어센터 설립 및 운영	2억 원	100억 원	10억 원	80억 원	50억 원
	남양주시 종합촬영소 운영	2억 원	1000억 원	10억 원	50억 원	50억 원
	게임문화체험관 구축	2억 원	–	500억 원	10억 원	10억 원
	학교와 지역사회 연계 문화콘텐츠 교육사업 추진	–	3억 원	5억 원	25억 원	25억 원
⑤ 세부추진사업 총 예산		8억 4천만 원	1,105억 원	535억 원	215억 원	185억 원
①~⑤ 연도별 총 예산 합계		105.7억 원	1,194억 원	733억 원	3,220억 원	3,320억 원

관광분야

목표 1 _ 관광산업 육성

1. 비전수립의 배경과 환경 분석

1-1. 비전수립의 배경

1-1-1. 국내외 관광환경의 변화와 대응의 필요성

○ 21세기 대량관광 시대를 맞이하여 경기도에 이들을 유치할 수 있는 고유한 관광자원 개발과 관광진흥 사업을 통하여 획기적인 외래관광객 유치 증대 및 관광 외화수입 증대를 도모해야 함. 한국을 세계적인 관광목적지로 발전시켜 선진 관광대국에 진입하기 위해서는 수도권 중에서도 관광여건 및 잠재력이 풍부한 경기도의 관광발전이 조속히 선결되어야 할 시대적 과제임

○ 경기도는 수도 서울과 더불어 한국의 경제·사회·문화의 중심지로서 무한한 발전 잠재력을 갖고 있음. 이에 따라서 국내외 문화·관광수요에 적극적으로 대응함으로써 지역경제 활성화에 도움이 될 수 있는 새로운 관광 비전 수립이 요구되는 시점임

○ 남북협력 시대 및 서해안 시대의 개막에 따라 경지도의 관광산업을 21세기를 리드하는 핵심 산업으로 육성·발전시키기 위해서는 관광의 산업의 동향에 대한 적시에 분석하고 대응할 수 있는 방안이 마련되어야 함

1-2. 외부환경분석

1-2-1. 국내환경분석

○ 5일 근무제, 휴가분산제 등의 정착에 따른 국내관광객은 연 2억6천만 명으로 전년대비 약 13.3% 증가추세로, 2006년 내국인의 해외관광은 1,161만 명으로 전년대비 15.2% 증가됨. 아울러 외국인 입국은 616만 명으로 전년대비 2.2% 증가되어 해외시장 확대를 위한 공격적인 시장점유 전략 수립이 필요함

○ 제주도 특별자치도, 3개 레저기업도시, 서해안 관광벨트, 남해안 관광벨트 등 국가단위 사업과 계획이 추진 중이지만 성과는 미미함

○ 서울시는 국제도시로 위상을 굳건히 하기 위해, 2010년 해외 관광객 1천2백만 시대 달성을 목표로 한강르네상스 등 다양한 계획을 추진 중에 있음

○ 인천시는 2009년 도시엑스포 개최를 계기로 송도신도시, 용유무의도, 인천공항주변의 구 도심지에 관광시설을 적극적으로 유치하고 있는 중임

○ 강원도는 평창 동계올림픽 유치에는 실패하였으나, 강원랜드와 같은 우수한 리조트 시설을 확대하는 등 관광을 핵심전략산업으로 성장시키고 있음

○ 남북 서해평화교류지역의 향후 진행 여부에 따라, 서해 북부에 이를 주요 골자로 하는 새로운 크루즈 산업의 조류가 일고 있음

1-2-2. 세계환경분석

○ 관광산업은 21세기 고부가가치 미래 유망산업으로 중요성이 확대되고 있으며, 국제관광객 수는 2000년 6.9억 명, 2010년 10억 명, 2020년 15.6억 명으로 20년 간 연평균 4% 이상 증가할 것으로 예측됨 (WTO, 2006)

○ 국제관광기구의 2007년 상반기 결과보고에 따르면 2002년 이후로 세계에서 가장 많은 성장세를 보인 지역은 동아시아 지역이며, 이는 중국의 개방화로 인한 영향인 것으로 밝히고 있음. 중국에 대한 세계의 발길이 잦아질수록, 주변국인 한국과 일본에도 관광객수가 성장될 것으로 전망되고 있음

○ 아시아·태평양 지역의 관광산업은 급성장할 것으로 예측되어, 2020년 중국의 해외 송출객은 1억 명 이상, 연평균 4.2% 이상 증가할 것으로 기대됨. 아울러 2008년 베이징올림픽 이후에는 중국인의 해외여행 전면 자유화가 이루어질 것으로 예상되어 중국인 관광수요 급증에 대비한 전략수립 필요한 시점임 (중국인 해외관광객수는 2005년 3천2백만 명, 2010년 6천만 명, 2020년 1억 명에 달할 것으로 예측됨)

○ 카지노 산업의 중심지가 미국의 라스베가스에서 마카오, 싱가폴, 말레이시아 등 아시아권으로 이동할 것으로 예상되어 마카오는 2010년 객실 3만개 수준의 엔터테인먼트 카지노 리조트로 탈바꿈 중임

[지역별 세계 관광 추세]

구 분	여행객 수 (백만명)					관광 수입 (10억 $US)				
	2002	2003	2004	2005	2006	2002	2003	2004	2005	2006
세계(World)	709	697	764	808	842	474.2	514.4	633	682	735
유럽(Europe)	407.4	408.6	424.4	441.6	456.9	240.5	281.9	328.2	347.4	377.6
아시아&태평양(Asia and the Pacific)	126.1	114.2	149.5	156.7	167.4	94.7	88.6	127.7	138.9	153.4
미주(Americas)	116.7	113.1	125.8	133.6	136	114.3	115.8	132.1	145.3	153.4
아프리카(Africa)	29.5	30.7	33.3	36.8	40.9	11.8	14	19.1	21.3	24.2
중동(Middle East)	29.2	30	35.9	39.7	40.7	13	14.1	25.5	28.6	26.8

- 출처 : WTO World Tourism Barometer(2007년 6월)

1-3. 내부역량분석

1-3-1. 도내 환경분석

○ 경기도는 세계 유일의 DMZ, 임진각, 도라산 역 등의 잠재력 있고 대표적인 관광자원 보유하고 있음

- 남북정상회담에 따른 후속 조치, 핵 폐기 완료시 평화협정이 체결되면 베를린 장벽에 버금가는 세계적인 관광명소로 부각될 가능성이 매우 높음
- 에버랜드, 한국 민속촌, 통일전망대 등 대표적인 관광자원을 보유하고 있지만 숙박 관광시설 부재로 고부가가치 체류 형 관광을 실현하지 못하고 있음
- 고양시에 한류우드가 조성되고 있고, 미군기지 이전으로 평택호관광지가 국제적인 관광단지로 새롭게 부각되고 있고, 시화호, 대부도 등 개발 잠재력이 높은 해안관광자원을 구비

○ 경기도는 국내 총 관광시장의 20% 이상을 점유하고 있으나, 당일 경유형 관광으로 부가가치가 낮은 편으로 나타나고 있음

- 방문객보고통계기준 2005년 경기도 관광객 수는 약 5천298만 명(전국대비 약 20.7%)
- 외래관광객 : 184만 명(방한외국인 총 602만 명 중 약 30% 점유)
- 국내관광객 : 5,114만 명(국내관광객 총 25,779만 명 중 약 20% 점유)

[경기도 방문객 추이]

(단위 : 천 명)

구 분		2002	2003	2005	2006
이용객수	계	44,319	44,298	52,982	54,885
	내국인	39,540	39,957	51,138	52,540
	외국인	4,779	4,341	1,844	2,345

자료 : 경기도

1-3-2. 경기도 관광역량 분석

■ 경기도 관광의 현황

○ 전국의 관광단지가 15개소인 반면에 경기도에는 없으며, 관광지가 14개소(전국 225개소)로 전국 대비 6.23%로 나타나고 있음. 또한, 최근의 숙박업 현황을 살펴보면, 관광숙박업의 경우 전국 대비 업체 및 객실 수 10% 미만(특1급 호텔 없음)이며, 일반숙박업은 전국 대비 전국대비 15.2%임. 여행업의 경우는 전국대비 10.1% 수준으로 여행업이 대부분 서울에 집중되어 있으며, 인바운드가 가능한 일반여행업은 31개소(전국의 3.9%)로 부족한 실정이다. 2006년의 국제회의 개최 건수는 20건으로 전국의 6.5% 수준으로, 서울(155건), 부산(49), 제주(42)에 이어 4위임

■ 경기관광 예측

○ 경기도는 남북의 화해협력 분위기, 2008베이징올림픽을 기점으로 자율화 될 것으로 예측되는 중국의 해외관광, 인천의 도시엑스포 등의 상승작용 등으로 2020년까지 매우 긍정적인 여건이 조성될 것으로 판단됨. 현재 추진 중에 있는 관광관련 사업과 경기도의 사회·경제적 변화를 예측하여 볼 때, 경기도 총방문객수는 2010년 약 7천2백만 명, 2015년 1억 명을 뛰어넘을 것으로 분석되며, 2020년에는 1억4천만 명을 초과할 것으로 예측되고 있음

○ 관광 숙박시설은 2010년 5,500실, 2020년 11,000실의 초과수요에 따른 추가공급이 필요한 것으로 예측되고 있음

1-4. 경기도 관광 SWOT 분석

1-4-1. 강점(Strength)

○ 경기도는 평화관광, 자연관광, 역사관광, 한류관광 등 다양한 관광자원을 보유하고 있음
○ 국내 최대 수요지인 수도권과 거대 해외 관광시장인 중국과 일본과의 접근성이 높음
○ 관광부문에 대한 행·재정적 측면에서의 육성의지가 강함

1-4-2. 약점(Weakness)

○ 난개발 및 과도시화로 인한 부정적 이미지와 불균형한 공간구조를 가지고 있음
○ 경쟁지인 서울에 비하여 도회적 편익을 주는 관광시설이 취약함
○ 체류관광 기반이 취약함 (숙박시설의 국제표준(Global Standard)화 미약)

1-4-3. 기회(Opportunity)

○ 사회적으로 여가시간이 증대되는 분위기와 이에 따른 새로운 관광수요가 증대되고 있음
○ 한류열기의 확산과 중국의 개방화에 따른 해외여행객이 급격하게 증가하고 있음
○ 우리나라 경제의 성장과 글로벌화 및 남북의 화해와 교류가 증대되고 있음

1-4-4. 위협(Threat)

○ 국내외 대형 리조트 개발 경쟁과 아시아 일원의 적극적관광개발에 따른 대외적 관광경쟁력이 약화되어 가고 있음. 또한, 수도권 규제 등 과다한 중첩규제로 시설공급의 제약이 일어나고, 이로 인한 민간투자가 위축되고 있음. 그 외에 자연환경 및 환경오염으로 인한 자연자원의 파괴 등이 경기도 관광의 위협요인으로 나타나고 있음

2. 경기도 관광비전

2-1. 경기 관광 비전

2-1-1. 비전의 개요

상상이 현실이 되는 경기도

감성이 문화관광으로 꽃피는 경기도

테마관광 도시로 경쟁력을 갖춘 경기도

내일의 삶을 준비하는 휴식/평화/생태/웰빙의 장을 제공하는 경기도

수도권 주변과 전국을 연계하는 관문

국제관광의 중심 역할을 담당하는 경기도

행복해지고 싶은 사람들이 찾는 경기도

행복한 사람들이 사는 경기도

▼

경기 관광의 목표치

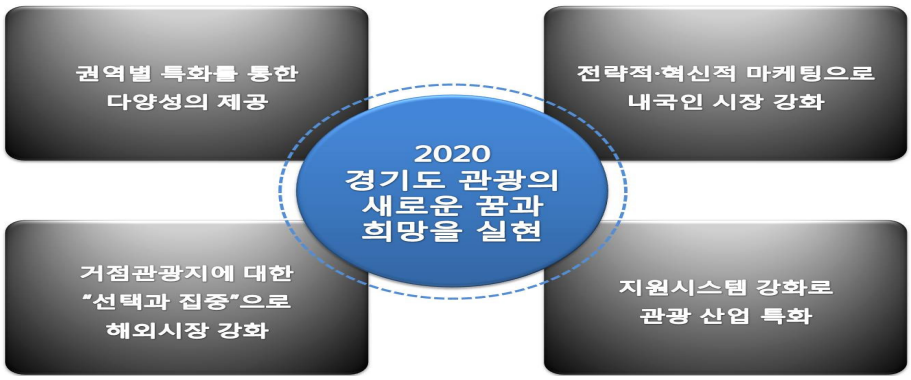
연 도	2006	2010	2020
국민여행총량(만 명)	41,700	54,700	107,600
경기도 총방문객수(만 명)	5,490	7,000	15,000
외래관광객 유치(만 명)	235	400	1,000
관광호텔(실)	4,300	5,500	11,000
추가 객실 수요(실)	–	1,200	7,000

2-1-2. 비전의 내용 및 범위

비전	“2020, 세계의 행복을 담는 경기도 관광”			
추진전략	목표지표설정	선택과 집중	민간투자 적극지원	행복한 문화관광도시
	계량적인 지표 설정을 통한 목표관리 시스템 전략	기초자치단체의 관광경쟁력 강화전략	관광인프라 구축을 위한 인센티브 전략	삶의 질을 제고하는 관광콘텐츠 조성 전략
추진과제	거점관광지의 적극적인 개발과 공격적인 해외 마케팅	권역별 특색을 담은 관광인프라 확충	효율적인 지원시스템 개발	전략적·혁신적 관광 마케팅

2-2. 비전2020 : 전략목적과 과제

2-2-1. 비전 2020의 목적



2-2-2. 비전의 내용 및 범위

■ 과제1 : 전략적·혁신적 관광 마케팅

○ IT 기반의 온라인 통합마케팅 시스템 구축

○ 컨벤션 산업 육성, 첨단 산업시설 관광 프로그램 개발

○ 대표축제 개발 및 상품화, 경기 대표 관광상품 개발

○ 민간기업 협력 공동마케팅

■ 과제2 : 거점관광지의 적극적인 개발과 공격적인 해외 마케팅

○ 글로벌 스탠다드 이상의 관광시설 및 서비스 구축을 위한 지원

○ 해외 관광객 유인을 위한 전담 마케팅 TFT 구성

○ 거점 관광지를 지원하는 공항연계 접근성 강화

○ 카지노 등 외국인 대상 사업에 대한 행정적인 지원

■ 과제3 : 효율적인 지원시스템

○ 관광산업 활성화 지원체계

- 경기관광지원센터(Gyeonggi Tourism Technology Center, GTTC) 건립
- 시·군 연계 네트워킹 시스템 구축
- 민간 관광개발지원 시스템구축, 경기 관광통계 관리

○ 도 관광업계 육성 지원 : 여행업계, 관광기념품, 관광객 이용시설 등

■ 과제4 : 권역별 특색을 담은 관광인프라 확충

○ 6개 권역으로 분류 : 도심권, 국제·영상권, 평화권, 휴양권, 문화권, 해양권

○ 신규 확충 인프라 : 중저가 숙박시설, 테마파크 등 위락시설, 쇼핑시설 등 편의시설

3. 중심 과제

3-1. 전략적 · 혁신적 관광마케팅

3-1-1. 기반의 온라인 통합마케팅 시스템 구축

○ 온라인을 통한 실시간 경기도 관광 예약시스템 구축
- 숙박시설, 위락시설 등 예약시스템 및 오픈 마켓
- 끼투어(GGI TOUR)를 통한 경기관광 포털사이트 구축
- 경기관광 메일링 서비스 등 온라인 프로모션
- 지속적인 관광정보의 업데이트를 통해 콘텐츠 개발/활용
- 도내 7,000개 관광사업체 네트워크, 회원 1천만 명 확보

○ Naver, Daum 등 대형 포털사이트와 공동 마케팅

○ 네티즌 참여형 홍보 프로모션(UCC, 블로그 등)
- 지속적이고 정기적인 UCC콘테스트 개최 및 우수 블로그 선발
- UCC제작지원 및 관광상품과 연계하는 방안 수립
- 감성형 온라인 콘텐츠 발굴 · 연계

○ 모바일 경기관광 도우미 서비스(핸드폰, 네비게이션 등)

3-1-2. 컨벤션 산업육성

○ 경기도 컨벤션 협의회 구성운영 : 시설/업계/학계 등 참여

○ 전시 컨벤션 유치기반 조성
- 시설현황 조사, 국제회의 정보 수집, 관련기관 네트워크 구축

○ 국내외 주요 전시컨벤션 유치
- 유치가능 국제회의 발굴 및 개최 지원
- 개최기관 대상 세일즈콜, 유치 설명회 등 실시

▶ 국내 주요 전시컨벤션 중심지로 발전

3-1-3. 첨단 산업시설 관광 프로그램 개발

○ 경기도내 대표산업 시설과 문화자원 연계코스 개발
- 수원 삼성전자, 파주 LG-필립스, 이천 하이닉스 반도체, 화성 현대자동차 연구소, 광명 기아자동차 등
- 광교 테크노밸리 첨단 산업시설의 관광코스화(나노팹센터, 바이오센터 등)

○ 주요대상 : 기업 인센티브 단체, 수학여행단, 공무 여행단 등

3-1-4. 대표축제 개발 및 상품화

○ 우수 지역축제를 선정, 국제적 수준의 축제로 육성
- 도자비엔날레(이천, 여주, 광주)와 같은 국제이벤트화
- 자라섬 재즈페스티벌, 파주 장단콩 축제, 파주 개성인삼축제, 안성 남사당 바우덕이, 정조대왕 능행차 등
- 지역을 홍보할 수 있는 대표축제 및 문화 명품 선정 홍보
- 축제 전문가 컨설팅, 모니터링 및 평가로 지속적 경쟁력 확보

○ 지역축제의 관광 상품화
- 축제 연계 체험프로그램 개발, 여행업계 공동 프로모션 전개
- 축제·이벤트 홍보물 제작 배포(축제·이벤트 캘리더)

○ 신규 대표적 축제페스티벌 개최
- 해양권의 관광자원을 중심으로 2020내 대규모 국제공인행사 개최
- 평택호 관광지와 평택항을 중심으로 국제 요트대회 유치, 화성 전곡항 요트축제 개최
- 고양 영상 페스티벌 및 헤이리 국제 디자인페어 등

▶ 국내외 관광객 참여형 국제적 축제로 상품화, 산업화

3-1-5. 경기 대표 관광상품 개발 ▶ 경기관광브랜드 확립

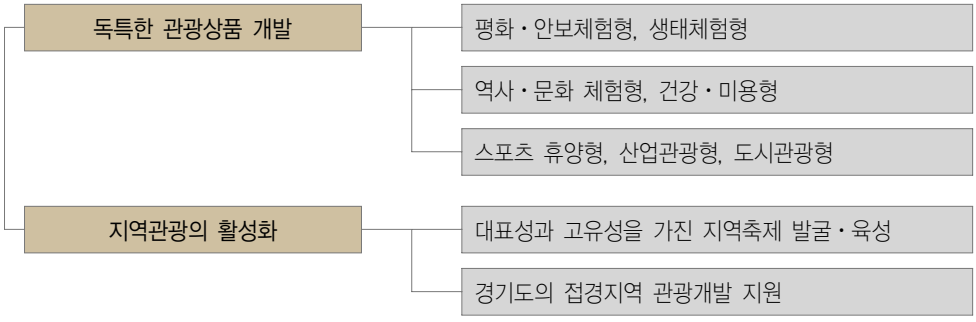
○ 도의 대표적 관광지를 선정, 대표 관광상품 개발
- 10대 대표상품을 핵심 홍보콘텐츠로 활용
- 수원 화성, 에버랜드, DMZ, 서해안 갯벌, 도자기 등

- 젊은이들을 중심으로 한 "젊은 경기도" 마케팅 중점
- 실행 전략 : 스타관광지 조성 및 선발
  각 권역별 특색을 살릴 수 있는 브랜드를 발굴/지원

○ 가족단위 체험체류형 에듀투어(Edu-Tour) 프로그램 개발
- 주 5일 근무제를 활용한 교육체험형 대표상품 개발
- 역사문화체험 : 문화유적, 박물관, 영어마을 등
- 자연환경체험 : 갯벌, DMZ 생태, 수목원 등
- 농촌체험 : 농촌 전통놀이, 슬로우 푸드, 성지순례 연계 등

○ 실행단계 - 2010년 까지 : 브랜드 발굴 및 경쟁
- 2015년 까지 : 브랜드 확립 및 집중화
- 2020년 까지 : 브랜드 확산 및 재평가

▶ 경기관광의 이미지화를 통한 대표 브랜드 확립



3-1-6. 민간기업 협력 공동마케팅

○ 국내 글로벌기업과 공동 협력사업 추진
- 국내외 공동 홍보마케팅 : 민간기업의 전 세계 영업망 활용
- 관광콘텐츠 공동 개발활용 : On-Off의 각종 정보 공유
- 신규 관광자원 확충 : 기업홍보관(쇼룸, 테마파크) 등 유치

○ 대상 : 현대기아자동차, 삼성전자, 대한항공 등 분야별 국내 초우량 글로벌기업

○ 관광지 쇼룸 유치지원
- 관광지의 다양한 콘텐츠 확보를 통해 이용자 편익이 증대될 수 있도록 국내 유명기업의 쇼룸을 유치지원

- 한류우드, 평택호 관광지, 포천 관광휴양도시 등 거점 관광개발 지역에 전폭적으로 유치를 지원
- 유치 전략 : 기업과 관광지 간의 교환편익모델 수립 및 제시, 경기도와 연계한 쇼룸의 기획과 실행을 위한 실무협의회 구성

3-1-7. 해외시장별 맞춤형 관광상품 개발 및 마케팅

■ 고품질 대표 관광상품 개발

○ 시장별 차별화된 핵심 홍보 콘텐츠 발굴 및 활용
- 일본 : 문화체험, 한류(남사당, 도예촌, 수원화성, 대장금)
- 중국 동남아 : 산업시찰, 테마파크, 스키관광, 도시관광 등
- 구미주 : SIT(모국 방문, 태권도 등), 동양문화 관심 시장 등

○ 권역별 대표 상품개발
- 평화·예술 관광 : DMZ, 판문점, 헤이리, 임진각, 애기봉
- 생태(갯벌)와 IT 산업관광 : 제부도, 대부도 IT 산업시찰, 크루즈
- 현대와 전통문화예술 관광 : 이천-여주-광주 도자벨트, 카톨릭 성지

○ 인터넷 예약 상품 선도적인 개발 판매 : 해외 FIT 시장 집중 공략

■ 해외 시장별 전략적 프로모션

○ 한·중 메가 이벤트 활용, 연계 프로모션
- 북경 올림픽, 상해 박람회, 대구세계육상 선수권 등

○ 타 시도와 공동 홍보 및 마케팅 활동 강화
- 강원(단풍 관광상품, 템플스테이), 충북(허브농원, 자연관광), 서울(쇼핑관광) 등 연계

○ 홍보마케팅 활동 강화 : 세일즈 콜, 업계 설명회, 유력 박람회 참가 등

3-1-8. 관광홍보와 마케팅의 다각화

○ 일본, 중국 등 주력 해외 관광시장과 잠재 관광시장을 특성별로 구분하여 관광홍보와 마케팅 전략을 다각화

○ 고품질 관광 홍보물 제작·배포

- 끼투어(GGI Tour) 발간 : 영어·일어 확대 발간, 정기구독자 증대를 통해 국내 최대 관광전문지로 발전
- 경기도 대표 브랜드 선정 및 새로운 개념의 관광 홍보물 제작, 배포

○ 대언론 홍보 네트워크 강화

- 언론 기획 홍보 및 공동 프로모션 추진 강화

○ 다양한 매체대상 광고 및 홍보

- 주요 지점 PDP 및 LED 광고 등 광고 홍보 매체의 다각적 활용



3-2. 거점관광지의 적극적인 개발과 공격적인 해외 마케팅

3-2-1. 한류 관광거점 조성

○ 한류우드를 통한 아시아의 한류 관심시장 중점 마케팅

- 한류현상을 지속을 위한 한류우드 내 문화콘텐츠 생산기능 지원
- 한류우드의 시장 포지셔닝을 위한 해외 마케팅 지원

○ 한류관광벨트 조성

- 국내 문화산업 민간사업체와의 적극적인 상호 협력체계 구축
- 한류우드와 경기 동부의 각종 촬영장을 연계한 한류관광벨트를 조성

3-2-2. 중국 고가휴양시장을 겨냥한 해양관광단지 조성

○ 평택호 관광지를 통한 고가휴양시장 공략

- 급속도로 확대되는 중국의 고가휴양시장을 겨냥한 콘텐츠 조성
- 중국인 관련 콘텐츠를 연계한 각종 프로그램 유치 지원
- 관광지 2차 확대지정을 통한 시설확충 지원

○ 평택항과의 연계로 서해안 집중 공략

- 평택 여객항의 중국을 겨냥한 크루즈 운영 상품 조성
- 평택항과 서해안 관광시설의 중국인 겨냥 프로그램 공동 마련
- 중국 고가휴양층을 목표시장으로 하는 서해안 휴양 관광상품 구성

3-2-3. 국내 최대의 관광도시조성

○ 포천 휴양관광도시의 조성

- 국내 최대 규모의 관광도시조성의 적극적인 지원
- 포천·연천·동두천의 자연자원과 연계한 관광 클러스터 구축
- 자생적인 도시 조성을 위한 행정지원 강화

3-3. 효율적인 지원시스템 구축

3-3-1. 관광산업 활성화 지원체계

○ GTTC설립(경기관광지원센터)

- 경기 관광산업의 원 스톱 원 루프(One Stop-One Roof)서비스 센터 역할 수행

○ 시·군 연계 네트워킹 시스템 구축

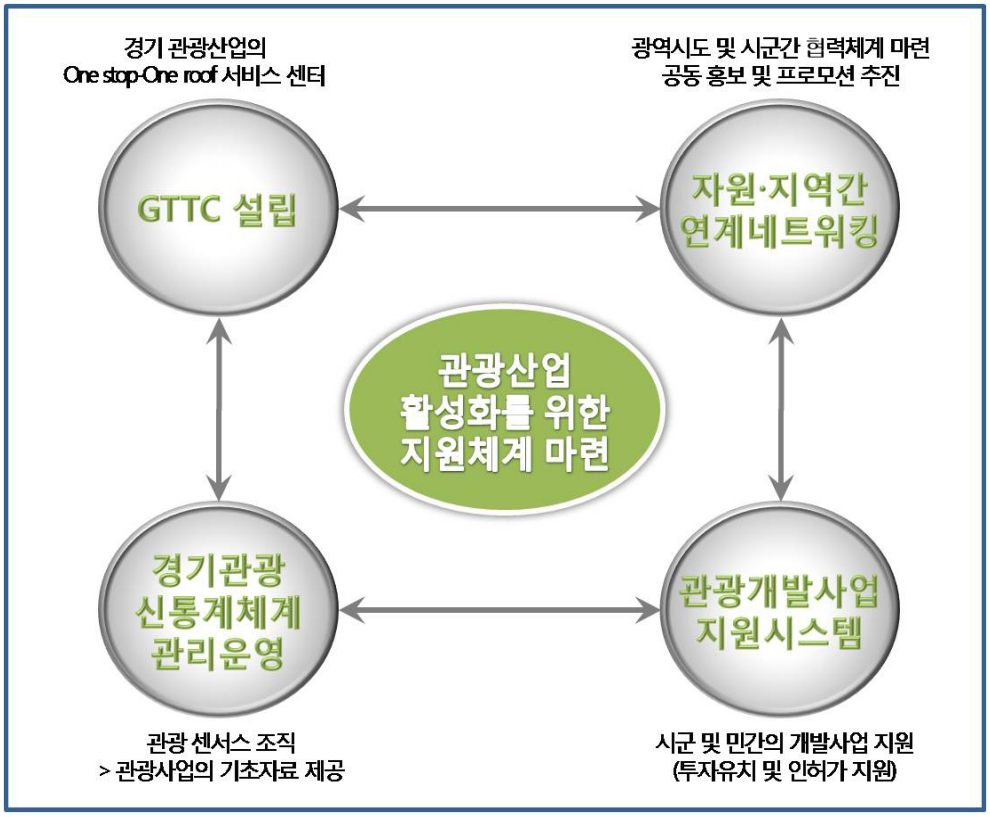
- 광역 시도 및 시군 간 협력체계 마련. 이를 통한 공동 홍보·프로모션 추진

○ 민간 관광개발지원 시스템구축

- 전문분야인 민간투자유치 및 인허가를 지원하는 체계를 구축하여 민자유치를 극대화하고 관광개발이 활성활 될 수 있도록 지원

○ 관광통계 관리

- 정기적 관광센서스 조사를 통해 관광 정책개발, 관광기업의 전략설정 및 상품개발의 기초 자료로 활용하도록 함
- 단위 관광지의 관광객 보고통계를 타 시·도와 차별화하여 방문객 통계를 현실에 맞게 측정할 수 있는 시스템 도입
- 경기 관광통계와 관련한 연구를 육성·지원하여, 이를 연계한 관광통계 시스템을 발굴



3-3-2. 도 관광업계 육성지원

○ 도내 여행업계 육성 및 지원

- 도내 인바운드 여행사 지정·육성을 통한 외래 관광객 유치 극대화
- 경기관광협의체 및 상품개발 협의회의 구성 운영을 통한 도내 관광기업의 공동프로모션,연계 상품 개발 등 지원

○ 관광업계 종사자 교육 강화

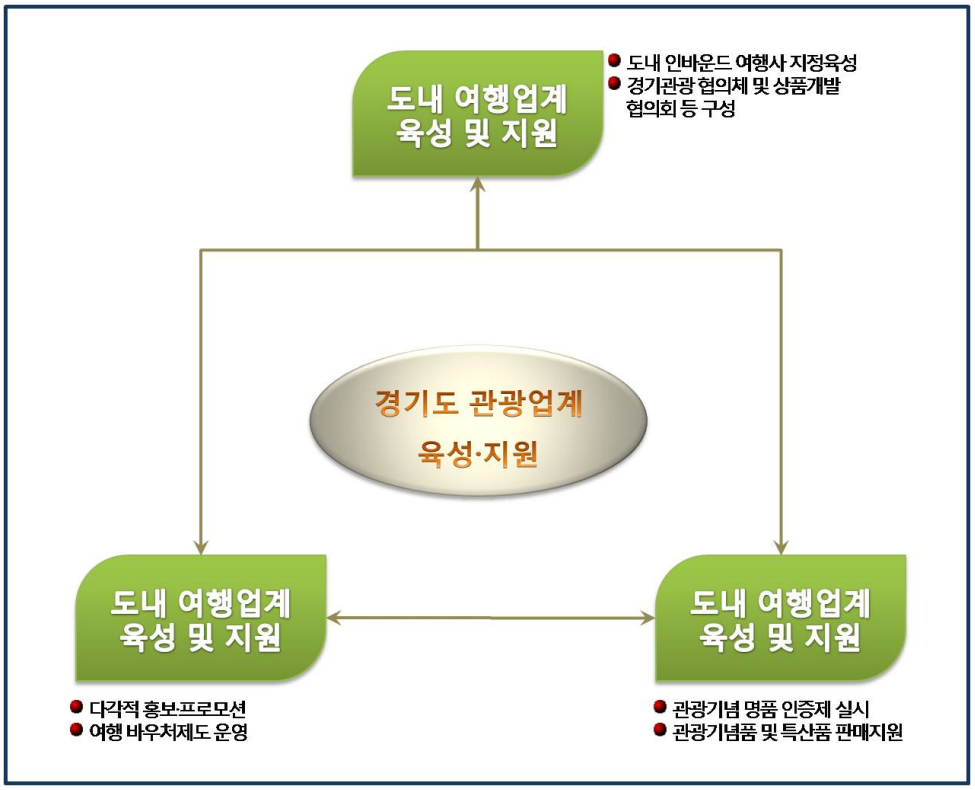
- 문화유산해설사, 직종별 관광종사자 전문 교육, 서비스 친절 교육 프로그램 상설화

○ 관광객 이용시설 홍보지원

- 온오프라인 매체, 관광박람회 등다각적 홍보·프로모션 실시
- 관광객의 이용성 제고, 도내 관광기업 활성화를 위한 여행 바우처 제도의 실시

○ 관광기념품 및 특산품 상품화

- 온/오프라인 쇼핑몰의 운영을 통한 관광기념품 및 특산품 판매 지원



3-4. 권역별 특색을 담은 관광인프라 확충

3-4-1. 경기 6대 관광권역의 설정

■ 경기도를 입지특성, 자원특성, 배후 환경특성을 고려하여 6개의 권역으로 분류함

○ 6개의 권역은 각각 도시권, 평화권, 휴양권, 국제영상권, 해양권, 문화권으로 구분함

■ 각 권역은 주요 개발축을 중심으로 연계·확장·발전함

○ 도시권 : 도심축

○ 평화권 : 평화생태축(강화~강원DMZ)

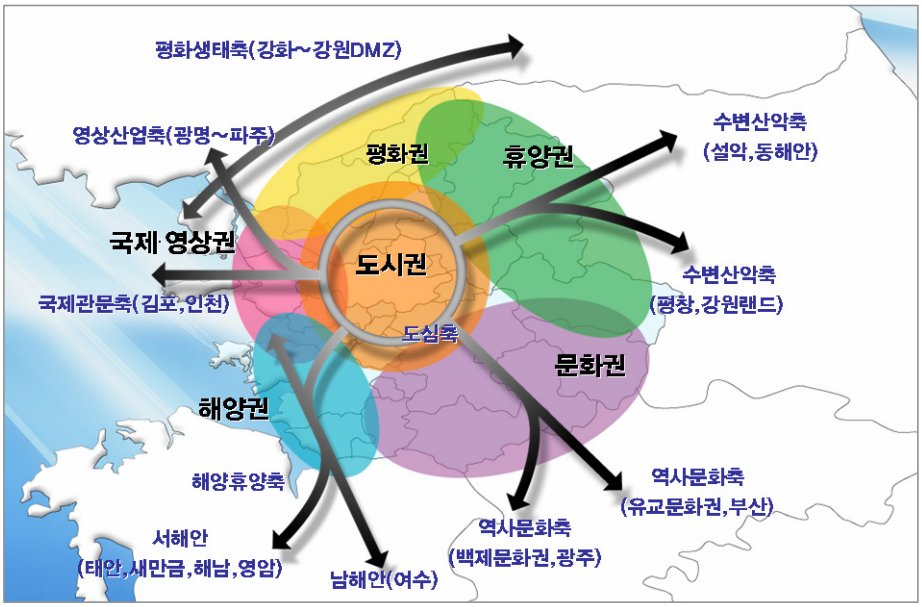
○ 휴양권 : 수변산악축(설악, 동해안)

○ 국제·영상권 : 영상산업축(광명~파주), 국제관문축(김포, 인천)

○ 해양권 : 해양휴양축(서해안 : 태안, 새만금, 해남, 영암/남해안 : 여수)

○ 문화권 : 역사문화축(유교문화권-부산, 백제문화권-광주)

[6대 경기관광권역]



3-4-2. 각 권역별 발전방향

■ 도시권

○ 개발방향

동북아 경제·관광의 중심지화

○ 대상지역/발전축

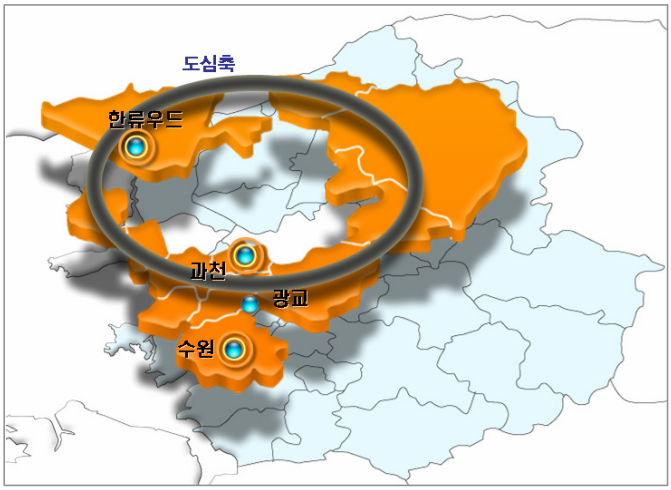
- 서울 인근 대도시(수원, 성남, 고양, 용인, 과천 등)
- 서울 외곽 도심축

○ 주요 발전방향

- 중저가 관광숙박시설 확충
- 컨벤션 산업 중심지로 개발
- 비즈니스 관광 중점유치
- 쇼핑시설 활성화
- 도심형 관광 복합시설 도입

○ 개발 추진사업 개요

- 한류우드 조성 : 테마파크, 호텔(6,000실), UEC 등 중저가 선도호텔 건립 : 300실 규모
- 과천 문화관광단지 조성 : 랜드마크형 특급호텔, 중저가 숙박단지
- 수원 영화 문화관광지구 조성 : 화성 관광의 거점시설 도입
- 광교 컨벤션 시티 조성 지원



〈도심권 발전 개념도〉

■ 국제 · 영상권

○ 개발방향

국제 관문/영상산업의 메카

○ 대상지역/발전축

- 경기 서부지역(고양, 파주, 부천, 광명)
- 영상산업축 : 광명~파주
- 국제관문축 : 김포 · 인천

○ 주요 발전방향

- 국제 관광의 관문(중심지)으로 육성(영상 미디어 센터, 게임 아카데미 신설 운영)
- 도심형 관광복합시설 활성화(숙박시설/쇼핑시설 등)
- 영상문화콘텐츠 중심지로 육성
- 영상 페스티벌 등 이벤트 개발
- 도시민의 여가 · 레저공간 확충

○ 개발 추진사업 개요

- 헤이리 육성 : 디자인 중심지화, 국제적 디자인 페어 개최
- 영상 · 레저단지 조성(영상 허브(Hub)화) : 국제적 콘텐츠 기업 유치, 세계적 영상관련 축제 개최
- 부천 영상문화단지 및 광명음악밸리 지원



〈국제 · 영상권 발전 개념도〉

■ 평화권

○ 개발방향

평화·생태 관광의 중심지화

○ 대상지역/발전축

- 경기 서북부 지역(파주, 연천, 김포, 포천)
- 평화생태축 : 김포 → 파주·연천 → 강원

○ 주요 발전방향

- 평화·안보 체험프로그램 개발
- DMZ 생태계의 관광자원화
- 남북교류에 대비한 거점시설 마련(서해평화협력 특별지대 관광산업화)
- 반환예정인 도내 미군공여지(약 1억 7천 m2 활용, 미군 박물관, 테마파크, 숙박 관광시설 활용)

○ 개발 추진사업/계획

- 임진각 관광지 활성화 계획
- DMZ 유네스코 복합유산 등재 및 관리운영시설 조성
- DMZ 평화생태공원 조성 : 임진각~고대산~철원 연계, 생태탐방로, 자전거도로 등 조성
- 연천 고대산 평화특구 조성
- 연천 스포츠레저 시설 개발
- 김포 애기봉, 덕포진 관광지 조성



〈평화권 발전 개념도〉

■ 휴양권

○ 개발방향

청정 휴양형 관광허브화

○ 대상지역/발전축

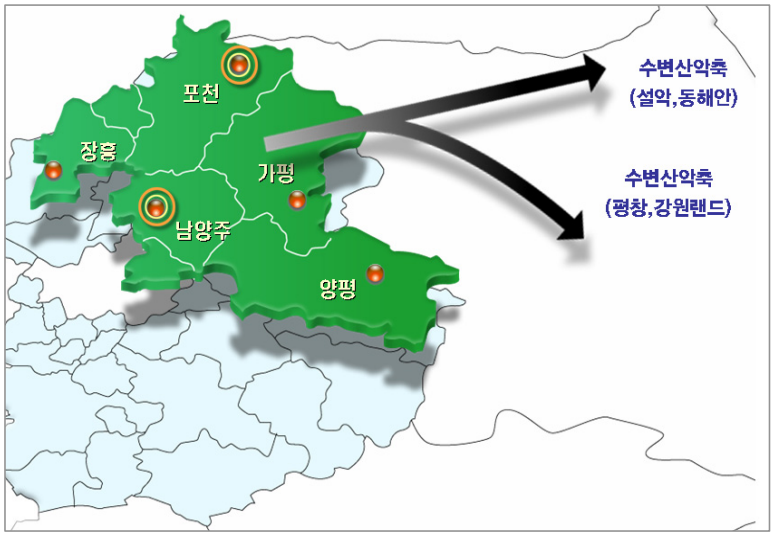
- 경기 동북부 지역(포천, 가평, 양평, 남양주)
- 수변산악축 : 서울 → 설악·동해안
  서울 → 평창·강원랜드

○ 주요 발전방향

- 그린 투어리즘의 청정 개발
- 장기체류형 휴양 리조트 육성
- 웰빙 체험형 관광 육성

○ 개발 추진사업/계획

- 포천 관광휴양 도시 조성 : 숙박시설(1,300실), 골프장, 스파 등 미군 공여지를 관광목적지로 활용
- 템플스테이 및 전통문화 체험공간 조성
- 가평 호명호수 조성
- 용문산 관광지 리모델링
- 장흥 관광지 현대화
- 양평 다목적 캠핑장 조성



〈휴양권 발전 개념도〉

■ 문화권

○ 개발방향

문화체험 관광의 허브화

○ 대상지역/발전축

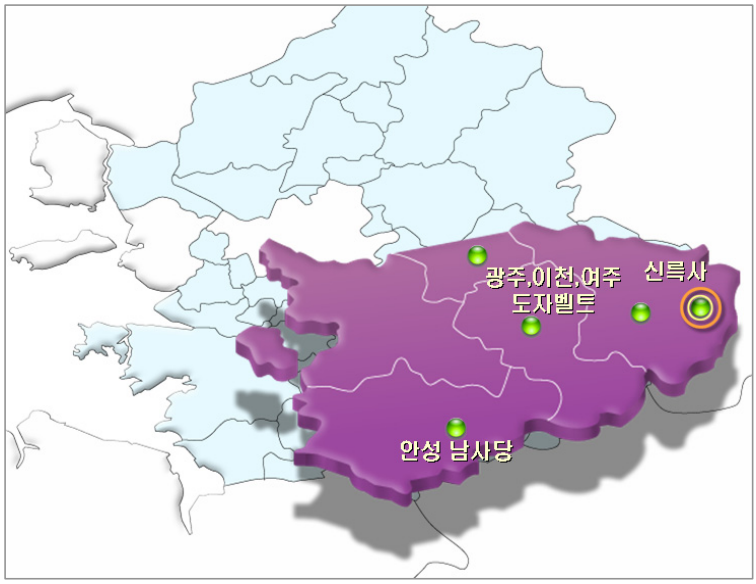
- 경기 동남부 지역(용인, 이천, 여주, 광주, 안성)
- 역사·문화축 : 유교문화권/경주/부산, 백제문화권/무주/광주

○ 주요 발전방향

- 실학·유학 등 전통문화를 활용한 관광자원 개발
- 축제·공연 프로그램 활성화
- 농업의 고품질 관광상품화
- 교통체계의 편리성을 활용한 개발 : 쇼핑 및 위락시설 개발

○ 개발 추진사업/계획

- 성지순례·수도원 체험 상품 개발(광주 천진암, 안성 미리내 등)
- 신륵사 관광지 확대 조성 : 슬로푸드 활용, 친환경 테마파크 등
- 도자체험 관광벨트화(이천·여주·광주)
- 지역축제의 고품질 관광상품화 및 사업화(남사당 바우덕이 등)
- 특산품 및 명품 쇼핑 특화



〈문화권 발전 개념도〉

■ 해양권

○ 개발방향

서해안권 경제·관광 발전의 중심지

○ 대상지역/발전축

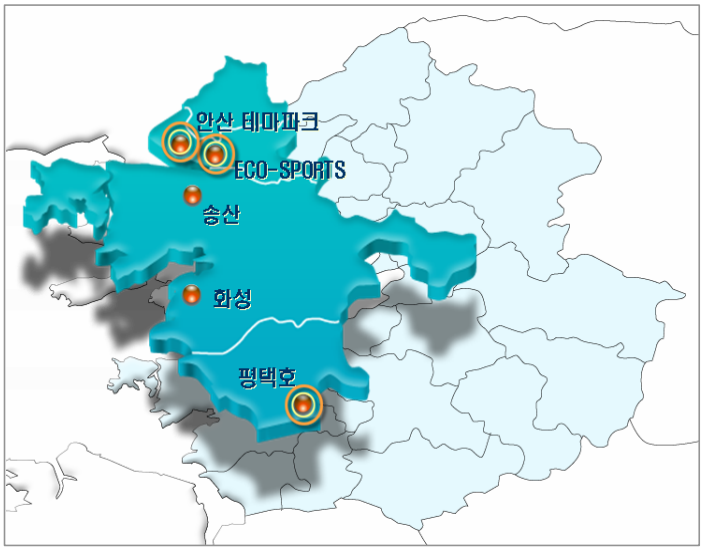
- 경기 서남부 서해안 지역(시흥, 안산, 화성, 평택)
- 해양휴양축 : 대안/새만금/영암·해남/여수

○ 주요 발전방향

- 친환경적 레포츠시설 개발
- 해양테마파크, 갯벌체험 등 개발
- 크루즈 등 국제관광 유치 및 프로그램 개발

○ 개발 추진사업/계획

- 평택항, 전곡항 크루즈 기항 추진 및 네트워크 구축
- 평택호 관광지 확대 조성
- 가든 엑스포 조성
- 서해안 해양 테마파크 개발 : 씨 월드(Sea World) 테마파크 등
- 에코-스포츠 리조트(Eco-Sports Resort) 개발 : 쓰레기매립장의 친환경적 활용 : 스포츠콤플렉스, 생태공원 등
- 화성시 해양관광개발 지원 : 송산 그린시티 등
- 화성 일원에 세계 최대 규모의 유니버셜 스튜디오 코리아 리조트 조성



〈해양권 발전 개념도〉

4. 보조 과제

4-1. 도시권

4-1-1. 한류우드 조성사업

■ 사업목적

○ 차세대를 선도할 신개념의 동아시아 문화교류공간 창출

○ 문화콘텐츠의 연구개발 - 인력양성을 위한 인프라 구축

○ 한류문화의 산업화와 세계화를 이끌 전초기지 육성

○ 한류콘텐츠의 소비 - 유통을 촉진하기 위한 관광문화시설 유치

○ 관광, 문화, 콘텐츠, IT를 접목한 엔터테인먼트 메카 발전

○ 문화콘텐츠 벤처기업 육성을 위한 산업지원기반 조성

■ 사업개요

○ 위치 : 고양시 일산구 장항동 및 대화동 일원

○ 부지면적 : 994,756㎡(약30만평)

○ 사업기간 : 2004년~2012년

○ 주요시설 : 테마파크, 상업시설, 호텔+ 테마숙박타운, 업무시설 등

■ 사업비 : 약 2조 6천억원

■ 주요 추진내역

○ 1구역(테마파크 및 UEC) 사업자 선정·관리 중(한류우드AM㈜)

○ 2구역(주상복합, 호텔 등) 부지공급 준비 중

○ HCSC(한류콘텐츠지원센터) 건립 타당성조사 및 기본계획 용역 중

○ 기반시설공사 추진 중

4-1-2. 수원 영화 문화관광지구 조성

■ 사업목적

○ 세계문화유산인 수원화성을 경기관광 인프라 확충의 거점지역으로 구축하고 국내외 관광객들에게 독특한 문화체험 공간 제공으로 지역 관광활성화에 기여하고자 함

■ 사업개요

○ 위치 : 수원시 장안구 영화동 152-2번지 일원

○ 부지면적 : 21,266㎡ (6,430평)

○ 사업기간 : 2007년~2010년

○ 주요시설 : 문화시설, 상업시설 등

■ 사업비 : 총 935억원 (공공 465억원, 민간 470억원)

4-2. 국제 · 영상권

4-2-1. 부천 영상문화단지

■ 사업개요

○ 위치 : 부천시 원미구 상동 일원

○ 규모 : 331,369㎡ (약 10만평)

■ 사업내용

○ 촬영스튜디오, 한국만화컨벤션센터 등 신규 조성

○ 기 운영 중인 촬영세트장 및 아인스월드 등을 확대

○ 추진 기간 : 2002년~2010년(2단계 : 2006년~2010년)

■ 총 사업비 : 4,135억원

4-2-2. 광명 음악밸리

■ 사업개요

○ 위치 : 광명시 소하동, 일직동 역세권 일원

○ 기본 방향 : 국제적인 음반산업 인프라 조성

■ 사업내용

○ 초기단계에서는 음악밸리로서의 이미지 구축이 선행

○ 축제 개최와 더불어, 음악박물관 조성, 콘서트홀 건립 등 음악 관련 문화시설을 조성

○ 전문대학 유치, 음반 상설할인 매장 건립 등 음반 물류센터 기능 집적을 유도함

4-3. 평화권

4-3-1. 임진각 관광지 활성화

■ 사업목적

○ 임진각 일원의 입지적 여건 및 상징성을 바탕으로 평화(안보)·생태관광의 거점 중심지로서 역할을 강화

○ 임진각 관광지 자체뿐만 아니라 인근 DMZ 지역의 장점을 살린 고품질 체류형 관광 육성

■ DMZ 미니어쳐 파크 조성

○ DMZ 미니어쳐를 소재로 한 복합적 중·소규모 테마파크 조성(평화누리 인근 약 1~2만평)

○ 동적·오락적 요소에 중점 ⇒ 미니어쳐 + 엔터테인먼트(체험) + 교육

※ 특수영상·효과 및 IT 기술 등을 활용한 첨단 엔터테인먼트 시설 도입

■ 임진각 평화 열차 운영

○ 볼거리와 즐길거리 부족으로 침체되어 있는 임진각 관광지 주변(평화누리, 수련원 부지 포함)에 열차운행을 통하여 볼거리 증대 및 체류시간 연장

○ 1단계 운영 계획

- 운행코스 : 임진각 → 장단콩 전시관 → 카페안녕 → 미로공원 → 바람의 언덕 → 임진강역 → 평화센터(약 2.3㎞)

○ 2단계 운영 계획 : 임진각관광지 연계관광코스

- 운행코스 : 임진강역 → 통일대교 → 제3땅굴 → 도라산전망대 → 남북출입국관리소 → 도라산역 → 도라산평화공원 → 임진강역

■ 경기드라마 제작타운 건립

○ 종합야외 세트장 및 촬영스튜디오 조성을 통한 경기서북부 문화관광콘텐츠 확보 기반 조성

○ 대상부지 : 파주 임진각 청소년 수련시설부지 주변

○ 소요면적 : 약 5만평(추진여건에 따라 추가확보 검토)

○ 주요시설 : 실내스튜디오, 시대별 야외스튜디오, 드라마 제작 편집실 등 부대시설, 휴식 및 이벤트 공간 등

4-3-2. DMZ 유네스코 복합유산 등재 및 관리운영 시설 조성

■ 사업목적

○ DMZ의 유래 없이 양호한 자연보존 상태와 역사적 유적지들을 지속적으로 보존하고 보호할 수 있는 제도적 기틀 마련

○ DMZ에 대한 세계적인 관심을 불러일으키고, 이를 남북평화 협력의 일환으로 추진할 수 있는 기틀 마련

○ DMZ 유네스코 등재를 위한 활동과 관광활동을 통한 남과 북의 다양한 교류 증진

■ 사업개요

○ 위　　치 : DMZ 비무장 지대 일원 및 판문점, 임진각 등 문화유산

○ 사업기간 : 2008년~2010년

○ 주요업무 : DMZ 지역을 복합유산으로 등재하기 위한 남·북 간 협의 절차 진행
유네스코 복합유산 등재를 위한 기초조사 및 관리운영계획 수립
유네스코 복합유산 등재 절차 진행
등재 후 관리운영을 위한 시설 및 프로그램 조성절차 진행

4-3-3. 도라산 평화공원 조성

■ 사업목적

○ 도라산 일대 민통선 지역이 분단과 갈등의 지역에서 자유와 평화, 교류협력의 장으로 변모함에 따라 평화와 통일을 열망하는 국민의 의지를 보여주고 국내외 관광객들에게 새로운 관광자원을 제공함

■ 사업개요

○ 위치 : 파주시 장단면 노상리 일원

○ 조성면적 : 99,545㎡(약 3만평)

○ 주요시설 : 평화의 탑, 기념관, 생태연못, 광장 등

■ 사업비 : 110억원

4-3-4. 연천 고대산 평화특구

■ 사업목적

○ 연천군 철도중단점인 신탄리역과 자연 환경·경관이 우수한 고대산을 연계하여 수도권 동·북부 지역의 휴양 및 평화체험·관광의 중심지로 개발

■ 사업개요

○ 위 치 : 연천군 신서면 대광리 산25-1번지 고대산 일대

○ 면 적 : 287,134㎡(86,859평)

○ 주요시설 : 통일기념관, 철도중단 주제공원, 스파, 골프장, 콘도, 간이놀이시설, 보양음식점 등

■ 사업비 : 593억원

4-3-5. 김포 덕포진 관광지 조성

■ 사업목적

- 문화유적인 덕포진(사적 제292호) 주변지역을 관광지로 지정·개발하여 김포 관광 활성화를 도모하고 지역경제 활성화에 기여하고자 함

■ 사업개요

○ 위치 : 김포시 대곶면 신안리 산107번지 일원

○ 면적 : 270,000㎡(약 81,675평)

■ 사업비 : 약 9억원

4-4. 휴양권

4-4-1. 포천 에코디자인 시티 조성

■ 사업목적

○ 생태와 주거, 환경과 산업이 조화를 이룰 수 있는 관광산업 클러스터 구축

○ 관광산업, 교육을 통한 인적자원, 주거를 통한 생명력을 총체적으로 지향하는 자생 관광산업도시 에코 디자인 센터(ECO Design City)를 조성함

○ 국가의 육성 시책으로 2014년까지 감성적인 관광산업도시 개발

■ 사업개요

○ 위치 : 포천시 영북면, 일동면, 이동면 일원

○ 규모 및 기간 : 약 13,458,390㎡, 2008~2012년(단계별 추진)

■ 사업비 : 2,500억원

4-4-2. 가평 호명호수공원(천지연공원) 조성

■ 사업목적

○ 경춘선 복선전철화를 계기로 우수한 자연경관을 형성하고 있는 호명호수 일대를 개발하여 자연친화적 공원 조성

■ 사업개요

○ 위치 : 가평군 청평면 상천리 산392번지 일원

○ 조성 면적 : 733,000㎡(약 221,700평)

○ 주요 시설 : 전망데크, 미로정원 및 조각공원, 천상원 및 복합잔디광장

■ 총 사업비 : 176억원

4-4-3. 양평 다목적 캠핑장 조성

■ 사업개요

○ 위 치 : 양평군 용문면 연수리 531번지 외 3필지

○ 면 적 : 13,375㎡

○ 기 간 : 2006년~2009년

■ 사업내용

○ 캠핑시설 : 캐빈하우스, 캐라반, 텐트장, 취사장

○ 부대시설 : 관리사무소, 회의실, 공동샤워실, 체육시설, 편의점

■ 사업비 : 110억원

4-5. 문화권

4-5-1. 신륵사 관광지 확대 조성

■ 개요

○ 위치 : 경기도 여주군 여주읍 연양리, 북내면 천송리 일원

○ 규모 : 947,268㎡ (약 28만6천평)

○ 금은모래지구 신규 조성 면적 : 약 6만8천평

■ 주요 사업내용

○ 슬로푸드를 활용한 친환경적 테마파크 개발

○ 콘도미니엄 건립, 수생야생화 생태단지 및 황학산 수목원 조성, 명성황후 생가 성역화사업

4-5-2. 여주·광주·이천 도자체험 관광벨트화

■ 기본방향

○ 도자를 중심으로 한 세계적인 역사문화관광자원 개발

■ 개발 기본구상

○ 이천, 여주, 광주 각지에 흩어져 있는 도요지, 체험관, 미술관 등의 도자체험시설들을 기능적으로 연계하도록 함

○ 현재 도예 요장이 집적하고 있는 이천을 중심으로 관광자원화 사업을 진행

○ 전통가마, 도예체험, 이벤트 등이 프로그램화된 상징적·대표적 도예거리로 조성할 필요가 있으며 '사기막골'을 정비하여 그 거점으로 삼음

4-5-3. 안성 맞춤랜드 조성

■ 사업목적

○ 안성고유의 전통 문화자원으로 '왕의 남자'와 함께 국민문화로 부각한 '남사당놀이' 상설공연 및 '바우덕이 축제'를 세계적 관광상품으로 개발

○ 체험위주의 특화형 관광자원으로 개발

■ 사업개요

○ 위 치 : 안성시 보개면 복평리 30번지 일원

○ 면 적 : 336,774㎡ (약 10만평)

■ 사업내용

○ 2012년 안성세계 민속축전 개최 예정

■ 사업비 : 268억원

4-6. 해양권

4-6-1. 서해안 해양테마파크 개발사업

■ 개요

○ 위치 : 안산시 상록구 사동 일원(90블록)

○ 규모 : 369,835㎡ (약 11만평)

■ 주요 사업내용

○ 해양테마파크 및 주상복합시설 등

○ 해양테마파크 : 씨 월드(Sea World) 건립

4-6-2. 평택호 관광지 확대 조성

■ 사업목적

○ 평택호라는 수변 관광자원을 매개로 한 특성 있는 위락 및 레저형 수변관광지로 개발

■ 사업개요

○ 위 치 : 평택시 현덕면 권관리, 대안리 일원

○ 면 적 : 2,572,300㎡ (기존 676,073㎡, 추가 1,896,227㎡)

○ 기 간 : 2006년~2015년

■ 사업내용

○ 수족관, 전통문화체험마을, 외국거리재현시설, 마리나, 카지노호텔, 콘도, 워터파크, 골프장, 예술인 마을 등

■ 사업비 : 9,794억원

4-6-3. 가든엑스포 개최

■ 사업목적

○ 평택호 일원의 국민복지 차원에서 여가선용의 기회를 증대시키기 위함

○ 국제적인 수준의 엑스포를 개최함으로서 경기도의 세계적 인지도 증대

○ '정원'이라는 새로운 공간개념을 도입함으로서 도민들에게 차별화된 관광기회 부여

■ 사업개요

○ 평택호 관광지의 1단계 확대 지정된 약 250만㎡의 면적 북측의 농지 및 산지, 임야 지역 약 600만㎡를 추가로 관광지로 지정

○ 2단계 확대 지정된 지역을 '꽃과 초록의 박람회'라는 주제로 가든 엑스포를 개최함

○ 가든 엑스포 개최 후에는 경기 도민의 정원으로 운영하여, 기존의 수목원이나 자연휴양림과는 차별화된 '정원'의 복지를 실현함

4-6-4. 안산 쓰레기매립장 활용사업

■ 사업개요

○ 사업목적 : 사용 종료된 쓰레기매립장을 적극 활용하여 지역 환경개선 및 경기 서남부 지역 관광활성화에 기여

○ 위치·면적 : 안산시 본오동 665-55번지 일원, 490,859㎡

○ 예상사업비 : 약 262억원(토지비 등 제외)

○ 사업기간 : 2007년~2011년

○ 개발 구상 : 공공적인 체육생태공원(Eco-Sports Resort)로 개발. 퍼블릭 골프코스(9홀), 휴게공원, 산책로, 시민체육시설 등 조성

4-6-5. 화성 유니버셜 스튜디오 코리아 리조트 조성

○ 위치 : 화성시 송산그린시티 일원

○ 규모 : 470만㎡

○ 주요 시설 : 영화세트장, 어트랙션기구, 호텔 등

○ 개요 : 경기도는 유니버셜 스튜디오 코리아 설립을 위하여 미국 유니버셜사와 양해각서를 체결하고 조성계획을 추진하고 있으며, 2011년 완공을 목표로 하고 있음

○ 예상사업비 : 약 1조 4000억원

도자분야

목표 1 _ 도자상품 경쟁력 혁신 전략

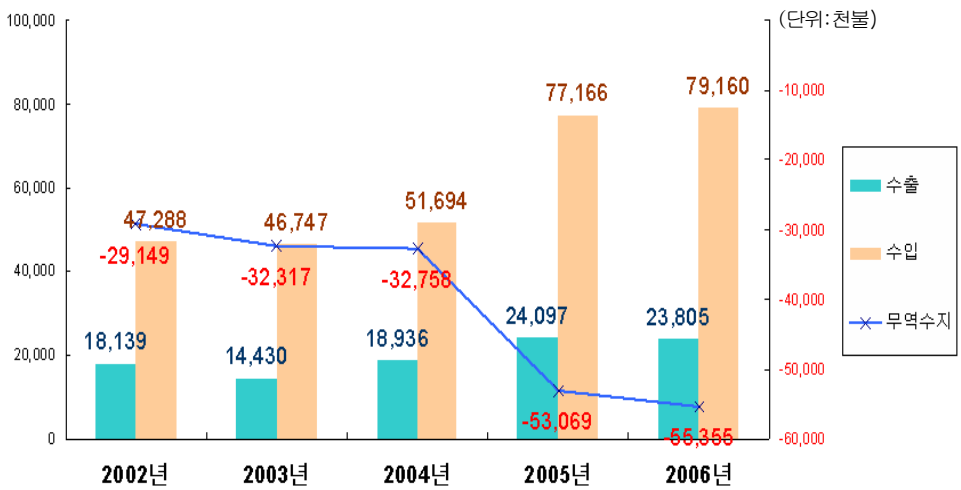
1. 개요

1-1. 국내 도자문화산업 환경

■ 도자제품 무역수지 현황

○ 2006년 10월 현재 도자제품의 총 수출은 23,805천불이며, 수입은 79,160천불로 약 55,355천불의 무역수지 적자임

- 수입산 도자기의 내수시장 잠식이 가속화되고 있는 반면, 국내산 도자기의 수출경쟁력이 약세임



〈그림 1〉 최근 5년 간 도자제품 무역수지

* 자료 : 관세청, 2006년은 1~10월까지의 결과임

* 도자제품 : 식기 자기제(HS6911), 식기 도기제(HS6912), 도자 장식품(HS6913)

○ 2006년도 도자제품 수입현황을 국가별로 살펴보면, 중국(50.8%), 영국(18.2%), 일본(11.7%) 순으로 나타났고, 독일, 프랑스, 미국, 이탈리아 등이 1%대의 비중을 차지함. 특히 중국산 수입이 매년 급증하는 추세임

- 중국 수입현황 : 10,267천불(02) → 13,566천불(03) → 19,161천불(04) → 34,509천불(05) → 40,173천불(06)

○ 2006년도 도자제품 수출 현황을 국가별로 살펴보면, 미국(33.0%), 일본(26.4%), 이탈리아(11.4%) 순으로 나타났고, 중국, 독일, 대만, 러시아 등이 3%대 이하의 비중을 차지하고 있음

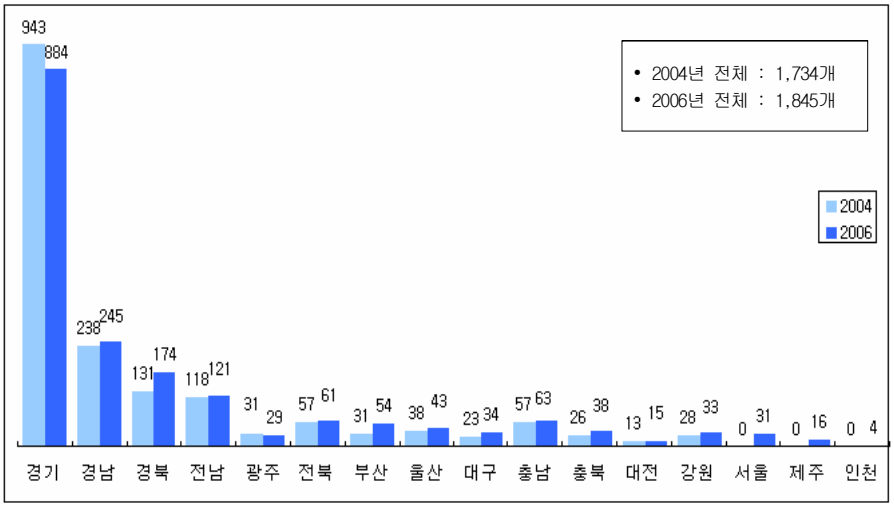
- 미국 수출현황 : 7,214천불(02) → 4,481천불(03) → 6,916천불(04) → 9,771천불(05) → 7,862천불(06)

■ 요장현황

○ 2006년 전국 요장업체 수는 1,845개, 그 중에서 경기도 요장업체 수는 884개로 전체 대비 47.9%를 차지하고 있음

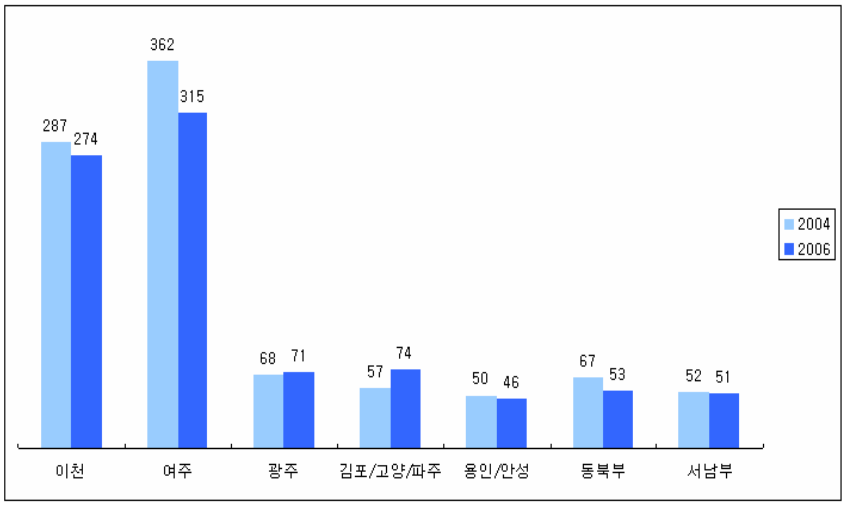
- 전국 요장업체 수는 2004년 대비 6.4%(1,734개→1,845개) 증가하였으나 경기도는 6.3%(943개→884개) 감소

- 그 이유는 요장업체가 밀집지역인 여주, 이천 등에서 운영 난, 경쟁심화 등으로 인한 휴폐업, 사업장 이전 등의 업체가 많이 생겨났지만 이는 경쟁력을 중심으로 요장재편성(통합) 등의 현상으로 나타났다는 것으로 해석 가능



〈그림 2〉 전국 요장업체 수 지역별 분포

* 자료 : 2006 도자센서스, 세계도자기엑스포, 2006

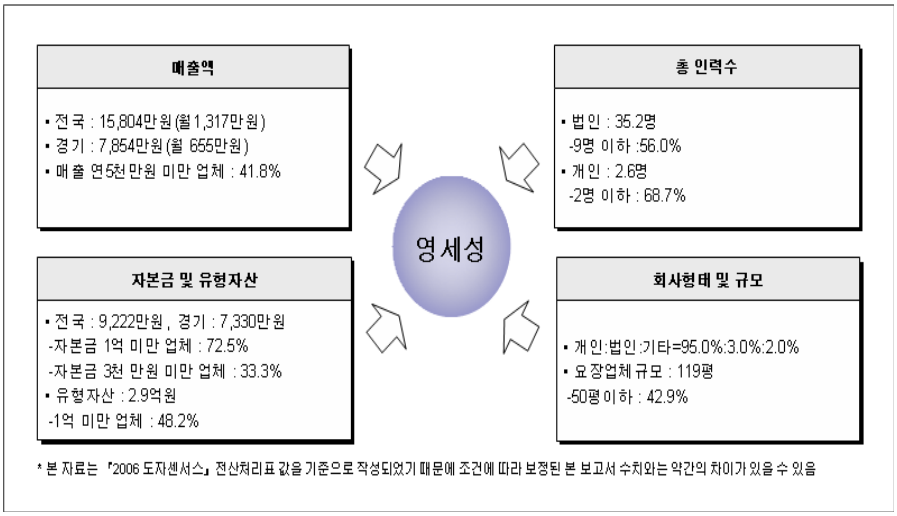


〈그림 3〉 경기도 요장업체 수 지역별 분포

* 자료 : 2006 도자센서스, 세계도자기엑스포, 2006

○ 요장업체의 영세성

- 매출부진, 자본금 및 유형자산 취약, 영세한 기업형태 및 인력구조 등의 유형임



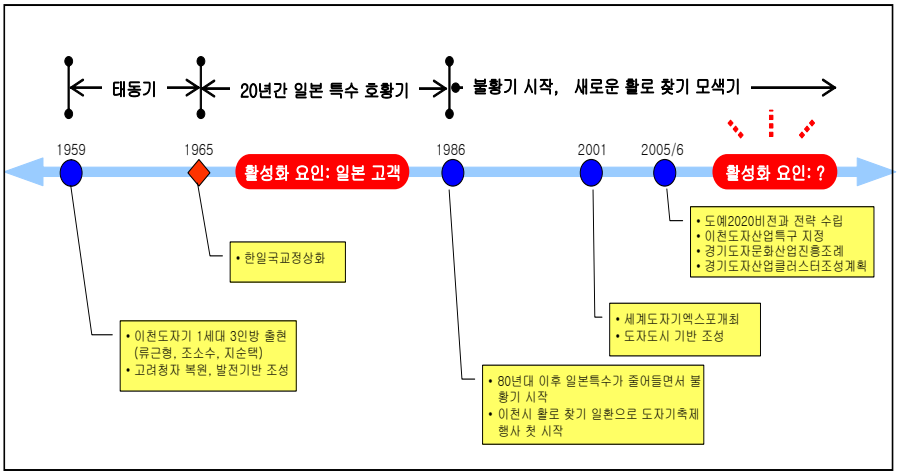
〈그림 4〉 경기도 요장업체 수 지역별 분포

* 자료 : 도자소비 수요창출 기본전략 및 프로그램 연구, 세계도자기엑스포, 2007

■ 국내 도자제품에 대한 새로운 수요창출 요소가 절실

○ 1965년 한일 국교 정상화로 일본 특수가 폭발적으로 일어남에 따라 80년대까지 호황을 이루었으나 90년도 이후 이를 대체할 만한 국내 도자제품에 대한 신수요 창출 요소가 없음

○ 2001년 세계도자기엑스포와 4회에 걸친 도자비엔날레, 지역도자 축제 개최 등으로 변혁의 계기를 이루었으나 본격적인 도자발전의 구체적 실천이 전개되어야 할 시점임



〈그림 5〉 경기도 이천지역 도자산지 생성 과정

* 자료 : 도자소비 수요창출 기본전략 및 프로그램 연구, 세계도자기엑스포, 2007

1-2. 경기도 도자문화산업 시장규모 및 전망

■ 국내 시장규모

○ 2006년도 기준 국내 도자 소비시장 총 규모는 10,884억 원이며, 수입산 규모 비율이 32.9%로 경기지역 시장규모(1,785억 원)에 약 2배 수준임

○ 2003년도를 제외하고는 2004년도부터 2006년도까지 국내 도자시장 규모는 연평균약 8.6% 씩 성장하는 것으로 분석됨

○ 반면, 국내산 도자제품의 시장규모는 2004년도 이후 연평균 약 0.1%의 미미한 성

장에 그치고 있으며, 수입산 시장규모는 매년 35.6% 급성장을 하고 있어 국내 전체 시장규모는 수입산 시장규모에 따라 많은 영향을 받고 있음을 알 수 있음

○ 그리고 국내 도자산지의 대표지역이라고 볼 수 있는 경기지역의 요장업체 수(2006년 현재 884개)의 비율은 전국(2006년 현재 1,845개) 대비 약 47.9%를 차지하고 있으나 2006년도 전국 대비 시장규모 비율은 24.5%로 나타나고 있어 요장업체 수 규모에 비해 시장규모 점유율은 현저히 낮음을 알 수 있음

〈표 1〉 국내 도자 시장규모 추정(2001-2006)

(단위 : 억원)

구 분	국내산 시장 규모		국내 수입산 시장규모(B)	합 계 (A)+(B)
	전체(A)	경기지역		
2006년	7,298	1,785	3,586	10,884
2005년	7,290	1,735	2,913	10,203
2004년	7,281	1,687	1,951	9,232
2003년	6,897	2,097	1,765	8,662
2002년	7,919	2,242	1,785	9,704
2001년	8,183	2,431	1,368	9,551

〈산출근거〉

o 국내 도자소비시장규모 = 국내산 시장규모 + 국내 수입산 시장규모

o 국내산 시장규모 = 요장업체 연 매출액(자료 : 도자센서스)×2.5배(소비시장 가중치) 적용

- 2006년 : 15,822(전년도 연평균 증가율 적용)×1,845개×2.5배 = 7,298억 원
- 2005년 : 15,804만원×1,845개×2.5배 = 7,290억 원
- 2004년 : 15,786만원×1,845개×2.5배 = 7,281억 원
- 2003년 : 15,910만원×1,734개×2.5배 = 6,897억 원
- 2002년 : 18,267만원×1,734개×2.5배 = 7,919억 원
- 2001년 : 18,877만원×1,734개×2.5배 = 8,183억 원

o 경기지역 시장규모 : 국내산 시장규모와 동일한 방식 적용

o 수입산 시장규모 : 도자제품 수입액×4배(소비시장 가중치) 적용

o 2006년도 수입액은 2006년도 10월까지 월평균 증가율을 적용하여 추정함.
환율 : 944원/$(2006년 10월 31일 매매기준율 적용)

o 요장업체 수 : 2004 센서스(전국 1,734개, 경기지역 943개)
2006 센서스(전국 1,845개, 경기지역 884개)

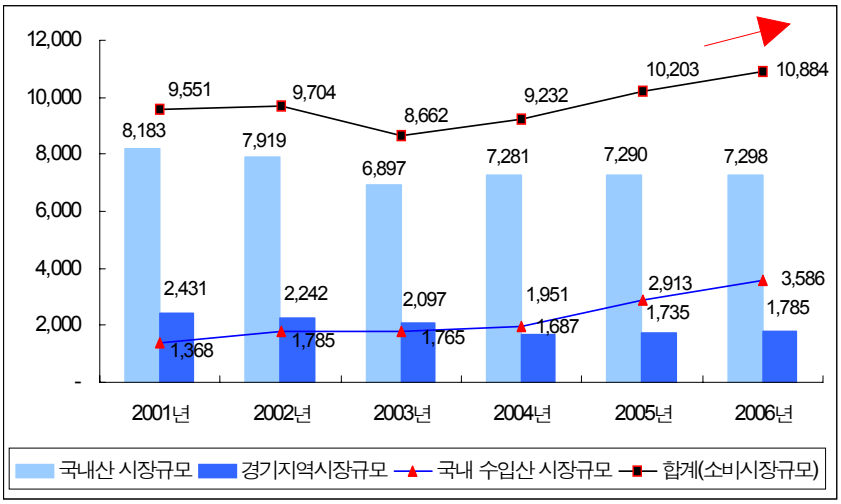
* 자료 : 관세청, 수출입통계, 2006
2006 도자센서스, 세계도자기엑스포, 2006 / 2004 도자센서스, 세계도자기엑스포, 2004

■ 국내 시장 전망

○ 도자 소비시장의 시장규모는 2003년도의 특수상황*을 제외하고는 약간씩 증가하고 있다. 이러한 증가요인으로는 국내산 도자제품의 시장규모 증가 보다는 수입산 도자제품의 수입 규모가 크게 늘어났기 때문임

○ 따라서 도자제품에 대한 소비자의 수요는 국민소득증대, 친환경소재에 대한 선호 등의 영향으로 앞으로도 지속적인 성장을 할 것으로 예상된다. 2004년 이후 전체 시장규모의 성장률이 약 8.6%로 나타난 것을 볼 때, 앞으로 도자제품에 대한 수요 및 시장규모는 이변이 없는 한 매년 약 8~10% 이상의 성장은 지속될 것으로 전망됨

○ 그러나 국내산 도자제품의 시장규모의 성장률이 0.1%로 매우 저조하고, 반면에 수입산 도자제품의 국내 시장 점유율이 매년 높아짐에 따라 국내 요장업체들의 생산성 제고 및 시장 경쟁력을 확보하지 못하면 무역수지 악화는 물론 국내 도자산업의 위기로 까지 발전할 가능성이 높으므로 이에 대한 대비책이 절실함



〈그림 6〉 국내 도자 시장규모 추정(2001-2006)

* 자료 : 관세청, 수출입통계, 2006
『2006 도자센서스』, 세계도자기엑스포, 2006
『2004 도자센서스』, 세계도자기엑스포, 2004

* 2003년도에는 국내산 및 수입산 시장 규모가 모두 전년도에 비해 줄어드는 이상 현상을 보이는데 이는 국내는 물론 전 세계적으로 IT버블이 식어가면서 경기침체의 영향으로 인한 것으로 추정함

1-3. 경기도 도자문화산업 SWOT 분석

■ SWOT 분석

○ 경기도 도자문화산업은 여러 가지의 제약요인에도 불구하고, 충분한 성장잠재력과 잠재시장을 지니고 있다고 판단됨

○ 특히 한국 도자의 메카라는 자존심을 갖고 있으면서도 가격을 뛰어넘는 고부가가치 산업으로 도약하지 못하고 있는 실정임. 따라서 명실상부한 아시아 도자 허브로 성장할 수 있는 지속가능한 전략적 플랫폼 기반구축 개발이 절실함

〈표 2〉 경기도 도자문화산업의 SWOT 분석

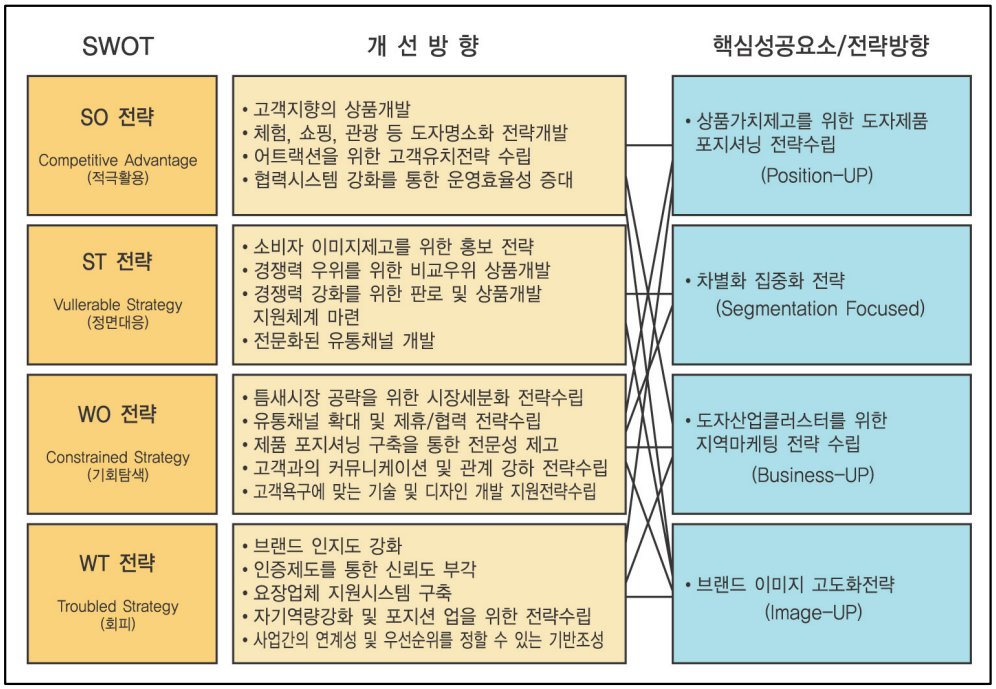
SWOT Matrix	외부요인	기회요인(O)	위협요인(T)
내부요인		【도자수요/관심 증대】 · 도자제품에 대한 수요 증대 · 환경친화적 생활용기 사용확대 · 생활수준향상, 웰빙, 로하스 트렌드 확대 · 경기도자산업클러스터 또는 도자도시 지원 육성 · 도자문화산업진흥조례제정 · 주5일제근무로 체험관광욕구 증대 · 한류,한 브랜드 분위기 고조 · 에스닉(Ethnic)푸드, 스타일 확대	【수입산 시장잠식/소비자 인식】 · 수입산 시장 잠식 · 국내산 도자제품에 대한 소비자 인식 저하 · 도자 외 친환경소재 개발 · 도자산업 육성에 대한 무관심 · 가계소비 위축, 경제불황 · 고급 수입산과 저가 수입산 간의 너트크래커 현상 · 요장업체 및 차세대 도자인력감소 · 업계차원의 발전전략 및 구심점 미약 · 메이저 유통채널의 무관심
강점(S)	【한국 도자의 메카】 · 국내 최대도자산업 집산지 · 도자 도시 지역 이미지 · 수도권 입접 시장 · 다양화된 생산 품목 (생활, 전승, 예술도자) · 도자산업 인프라 구비 (세계도자기엑스포, 요업기술원 분원 등)	SO 전략 (공격적 대응) · 고객지향의 상품개발 · 체험,쇼핑,관광 등 도자명소화 전략 개발 · 어트랙션을 위한 고객 유치전략 수립 · 협력시스템 강화를 통한 운영효율성 증대	ST 전략 (정면대응) · 소비자 이미지 제고를 위한 홍보전략 · 경쟁력우위를 위한 비교우위 상품개발 · 경쟁력강화를 위한 판로 및 상품개발 지원체계 마련 · 전문화된 유통채널 개발
약점(W)	【파워 브랜드 미흡】 · 브랜드 인지도 낮음 · 전승(전통)도자에 편중 · 마케팅 능력 부족 · 네트워킹 시스템 부족 · 디자인, 기술 정체 · 시장 환경변화에 수동적 · 제품 포지셔닝 불분명 · 도자업체의 영세성	WO 전략 (방향전환 대응) · 틈새시장 공략을 위한 시장세분화 전략수립 · 유통채널 확대 및 제휴/협력 전략수립 · 제품 포지셔닝 구축을 통한 전문성 제고 · 고객과의 커뮤니케이션 및 관계 강화 전략 수립 · 고객니즈에 맞는 기술 및 디자인 개발 지원전략 수립	WT 전략 (방어적 대응) · 브랜드 인지도 강화 · 인증제도를 통한 신뢰도 부각 · 요장업체 지원시스템 구축 · 자기역량강화 및 포지션 레벨 업을 위한 전략수립 · 사업 간의 연계성 및 우선순위를 정할 수 있는 기반조성

■ SWOT 분석을 통한 전략방향 도출

○ SWOT 분석 결과로부터 18개의 개선방향을 도출하였고, 이 개선방향이 효율적으로 진행될 수 있도록 4가지 핵심성공요소인 전략방향을 다음과 같이 도출하였음

○ 경기도 도자문화산업 활성화 및 경쟁력 강화를 위해서는 단발적이고 일회성 중심의 사업보다는 지속적인 도자소비 수요창출을 견고화시키는 플랫폼(Platform)*전략으로서 추진되어야 할 것으로 판단됨

○ 따라서 다음과 같이 제시된 4개의 플랫폼,'도자제품 분류에 의한 제품 포지셔닝(Posision-Up)' '차별화 집중(Segmentation Focused)' '도자 산업클러스터를 위한 지역마케팅(Business-Up)', '브랜드 이미지 고도화(Image-Up)'이 구체적인 목표 하에 추진되어야할 것임



〈그림 7〉 SWOT 분석을 통한 전략방향 도출

* 플랫폼(Platform)전략이란 다양한 파생 제품 또는 전략을 효과적으로 개발, 추진할 수 있도록 공통의 공유 기반을 구성하는 것을 의미함. 특히 제품 및 전략의 수가 많아지고 기능이 다양화되면서 각각의 제품별, 사업별 접근방식보다는 공통전략, 공통비전 등을 바탕으로 제품 및 전략 포트폴리오를 구성하는 전략이다. 이는 신속한 시장대응이 가능하고, 비용을 절감하며, 규모의 경제를 원활히 실현할 수 있고, 상호간의 결합을 통한 '매쉬업(Mashup)'효과를 얻을 수 있음. 이러한 플랫폼 전략이 성공하기 위해서는 소비자, 개발자, 관련 기업, 학교, 단체 및 기관 등의 협력적 네트워크가 선행되어야 함

2. 경기도 도자비전의 전략 플랫폼

2-1. 경기도 도자문화산업 비전과 목표

○ 도자비전 2020은 경기도 도자문화산업 활성화 및 경쟁력 강화를 목표로 하여 국내 최고를 넘어 세계 수준의 도자기로 거듭나고자 '세계 속에 자랑스러운 경기 도자기(Gyeonggi Ceramic Standing Proud & Strong)'를 비전으로 정함



〈그림 8〉 도자소비 수요창출 기반 구축을 위한 비전 및 목표

2-2. 도자비전의 전략 플랫폼

○ 도자비전 2020을 달성하기 위해 다음과 같은 4개 플랫폼을 수립

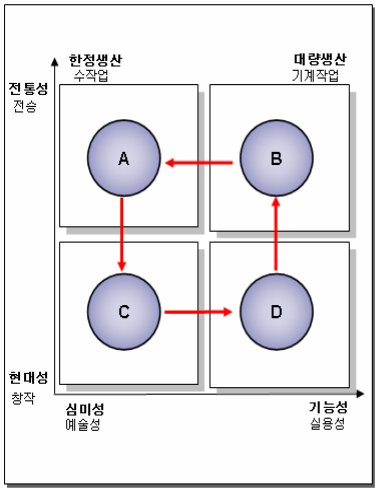
○ 본 전략은 단기적인 성과 중심이기 보다는 지속적인 도자소비 수요창출을 가능케 하는 플랫폼(Platform) 전략으로 수립함

1 Position UP : 상품가치제고를 위한 도자제품 포지셔닝 전략
2 Focus UP : 도자수요 창출이 용이한 차별화 집중전략
3 Cluster UP : 도자산업클러스터(지역 명소화 및 전문인력양성 등)를 위한 지역마케팅 전략
4 Image UP : 브랜드파워를 제고하는 브랜드 이미지 고도화전략

■ Position UP : 상품가치제고를 위한 도자제품 포지셔닝 전략

○ 도자제품을 양면적 속성에 따라 전통성(전승)과 현대성(창작), 심미성(예술성)과 기능성(실용성), 한정생산(수작업)과 대량생산(기계작업)의 세 가지 분류 기준에 따라 A, B, C, D의 4개 그룹으로 도자제품의 포지셔닝을 분류하고 각 그룹의 포지션에 맞는 전략방향, 상품핵심편익, 마케팅 전략 등을 정의하여 추진한다면 요장업체의 상품의 가치 및 생산성은 크게 향상될 것으로 기대함

○ 이러한 포지셔닝 전략은 요장업체의 특성을 적극 고려해서 만들어진 모델이며, 자기 영역에 맞는 미션을 명확히 규정하고, 그 포지션을 더욱 강화하는 전략으로 요약할 수 있음



전략 방향

구분	A	B	C	D
제품 특성	전통적인 기법으로 장인에 의해 전승원형에 가깝게 제작된 도자제품 •전승/전통도자	실생활 사용을 전제로 전통적인 기법에 의해 제작된 도자제품 •광주요 식기	현대적이며 심미적 가치가 높은 미적 요소를 강조한 도자제품 •조형/예술도자	실생활에서 기능성이 강조된 대량생산의 도자제품. •일반도자제품
핵심 편익	전통성 강조 예술 추구 수작업 중시	실용성 강조 전통적인 기법 대량가능	예술 추구 장식적 가치	시장 트렌드 제품 디자인 기능성,가격중시
개발 전략	전승에 의한 원형 재현	실용성과 전통적 기법을 겸비한 상품개발	개인의 창의적 미적 표현	수요자 선호에 의한 소비트렌드와 디자인 중시
시장 특성	소수 애호가, 갤러리 중심으로 시장 형성	전통적 기법과 실용성을 추구하는 소비층	소수 애호가 장식적 가치를 중시하는 구매층	가정용, 식당용의 일반소비자층
마케팅 방향	작가/공방 인증 경매활용 예술시장공략 구전마케팅	명품마케팅접근 타겟 마케팅 브랜드 강조 고객관리	스타작가 발굴 뉴트렌드 주도 예술시장공략 구전마케팅	소비자의 니즈에 맞는 상품개발 제품디자인 강조 매스마케팅
촉진 기구	전시회, 애호가 커뮤니티	체험행사 특별이벤트	콜렉션/전시회 애호가 커뮤니티	메이저 유통망 광고. PR.
유통 채널	갤러리 경매(옥션)	전문점 백화점	갤러리 아트페어 경매(옥션)	백화점 할인점 인터넷쇼핑몰

〈그림 9〉 도자제품의 양면적 속성 분류에 의한 포지셔닝 전략방향 및 특성

■ Focus UP : 도자수요 창출이 용이한 차별화 집중전략

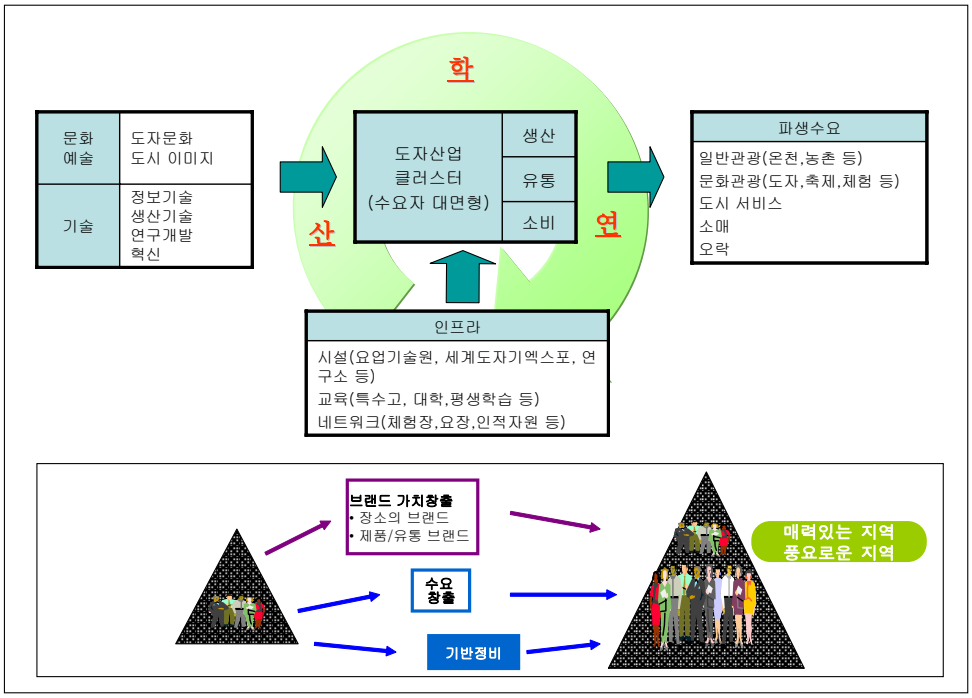
○ 마이클 포터(Michael Porter)가 말하는 타사와의 경쟁우위를 구축하기 위해서는 3가지 기본전략(①비용우위 전략, ②차별화 전략, ③집중전략)이 있으나 도예업계 현실을 고려했을 때 비용우위 전략이나 차별화 전략은 자본력과 규모가 있는 대기업에 적합한 모델이기 때문에 적용하기가 어렵고, 대신 특정 고객집단, 제품의 종류, 특정 시장, 특정 유통경로 등에 자원을 집중하여 새로운 도자수요를 창출하는 차별화 집중화 전략(Segmentation Focused)이 적합하다고 판단됨

■ Quality UP : 도자산업클러스터(지역 명소화 및 전문인력 양성 등)를 위한 지역마케팅 전략

○ 일반적인 산업클러스터는 생산의 효율성을 기하기 위한 생산기능들의 공간적 군집임에 비해 경지지역 도자산업클러스터는 소비자를 직접 대면하는 기능, 유통기능 등이 생산기능들과 혼합되어 있는 수요자 대면형 클러스터로 보아야 할 것임

○ 따라서 경기 도자산업클러스터 조성은 『도예 2020 비전과 전략』에서 밝힌 바와 같이 ①새로운 수요층의 창출, ②장소적 가치의 극대화 ③기반정비의 3대 과제가 필수조건이라고 볼 수 있다. 그러므로 도자산업클러스터를 '매력 있는 지역', '풍요로운 지역'으로 활성화시키기 위해서는 무엇보다도 지역 자체를 클러스터의 개념으로 통합하고, 하나의 통합된 주제와 마케팅으로 지역의 가치를 내외부에 알리고 경험하게 하는 등 지역의 브랜드 가치를 높이는 일련의 활동이 절실히 요구됨

○ 또한 클러스터 이해관계자 간의 상호협력을 통한 협력시스템과 교육을 통한 인력양성 등 자체 역량강화를 통해 자생적인 발전토대를 만들어가는 지역마케팅 전략이라고 할 수 있음

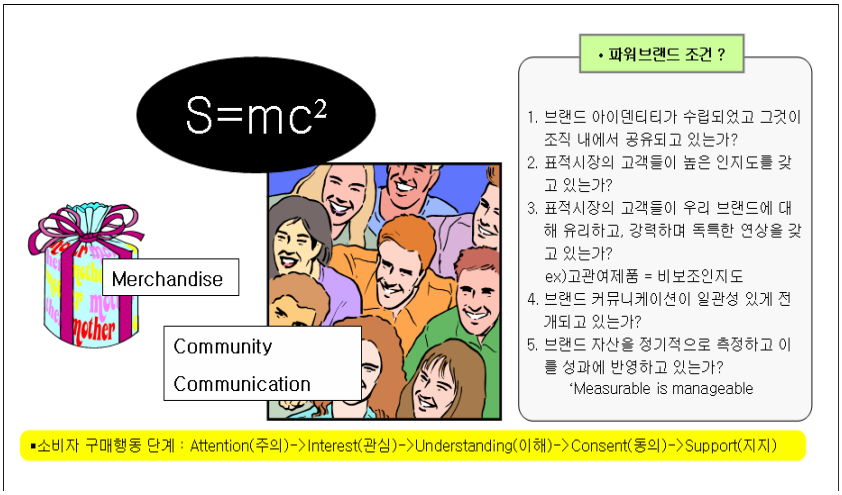


〈그림 10〉 도자산업클러스터를 위한 지역마케팅 전략방향 및 특성

■ Image UP : 브랜드파워를 제고하는 브랜드 이미지 고도화전략

○ 현재 여주, 이천, 광주 도자기라는 지역브랜드는 대부분 알고 있지만 단순히 지역 특산물, 지역 모토 정도로만 기억하고 실제 구매결정요인에 크게 영향을 미치는 정도는 매우 미약한 상황임

○ 중국, 동남아 등 중저가 제품등과 경쟁하기 위해서는 가격요인으로 극복할 수 있는 강력한 파워브랜드 구축이 절실하다. 즉 고객과의 끊임없는 커뮤니케이션 및 커뮤니티에 의한 브랜드 인지도와 브랜드 이미지를 높여 경기 도자제품이 강력한 브랜드 자산을 구축할 수 있도록 해야 할 것임



〈그림 11〉 브랜드 이미지 고도화를 위한 전략방향 및 특성 : 파워 브랜드 조건

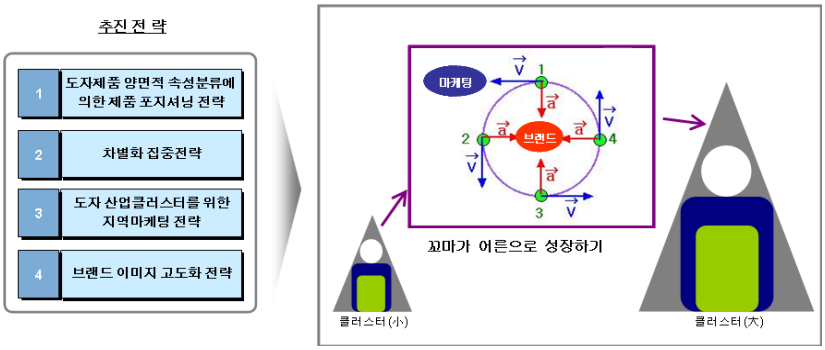
2-3. 전략 추진방향

꼬마 클러스터를 어른 클러스터로 만들기 위한 성장동력은…,

'마케팅'과 '브랜드' 의 균형전략(ambi-force)이 필수

○ 구심력(브랜드) 역량에 따라 원심력(마케팅)을 키워가는 방향으로 추진

○ 아시아 도자 허브 선점을 세계화의 출발점으로 인식



〈그림 12〉 전략 추진을 위한 성장 동력 모델

3. 추진전략 및 중점 추진사업

3-1. 12개 중점 추진사업을 통한 경기 도자비전 2020 실현

○ 제시된 4개 플랫폼을 중심으로 사업성격별 3대 전략을 설정하고 이에 따른 12개 중점 추진사업을 실천하여 아시아 도자 허브 선점 및 세계화 실현

〈표 3〉 경기 도자비전 2020실현을 위한 12개 중점 추진사업

요구사항	추진 전략	중점 추진사업
가치 및 생산성 제고 도자수요창출	도자상품 경쟁력 혁신 전략	1. 도자식기 분류 및 규범화 사업 2. 도자 소지개발 및 안정적 공급 3. 경기 우수도자상품 인증 & 통합브랜드 개발 4. 도자 특성별 발전전략 전개
명소화 구현 전문인력 양성	도자 마케팅 활성화 전략	5. 국제 도자페어 개최 6. 도자전문 오픈마켓 운영 7. 아시아 도자경매파크 조성 8. 디자인&마케팅 지원센터 설립
자생적 발전 토대 마련 브랜드 및 신뢰도 제고	도자클러스터 구축 및 협력망 운영전략	9. 도자진흥 협력망 구축 10. 전문인력 양성 및 도자전문대학원 육성 11. 도자 레지던시 프로그램 운영 12. 공공기관 도자시장 개발

3-2. 12개 중점 추진 사업 투자계획

○ 연차별 투자계획은 2012년까지의 내용만을 반영하여 제시하고, 2013년 이후에는 사업별로 자체(수익)운영이나 추가투자를 통해 운영

〈표 4〉 연도별 사업투자 계획

(단위 : 백만원)

전략 구분	주요사업	연도별 사업비 투자액						
		2008	2009	2010	2011	2012	2013 ~2020	계
도자상품 경쟁력 혁신전략	1. 도자식기 분류 및 규범화 사업	300	1,250	570	400	320	–	2,840
	2. 도자 소지개발 및 안정적 공급	300	1,400	1,000	1,100	1,000	–	4,800
	3. 경기 우수도자상품 인증 & 통합브랜드 개발	300	450	600	800	800	–	2,950
	4. 도자 특성별 발전전략 전개	300	650	800	1,000	1,000	–	3,750
도자 마케팅 활성화전략	5. 국제 도자페어 개최	1,000	100	1,500	100	1,500	–	4,200
	6. 도자전문 오픈마켓 운영	150	800	300	600	500	–	2,350
	7. 아시아 도자경매파크 조성	100	200	–	–	–	–	300
	8. 디자인&마케팅 지원센터 설립 운영	100	900	800	900	900	–	3,600
도자클러스터 구축 및 협력망 운영전략	9. 도자진흥 협력망 구축	300	150	150	150	150	–	900
	10. 전문인력양성 및 도자전문대학원 육성	100	500	500	400	400	–	1,900
	11. 도자 레지던시 프로그램 운영	100	700	2,400	700	600	–	4,500
	12. 공공기관 도자시장 개발	100	1,000	700	800	900	–	3,500
	합 계	3,150	8,100	9,320	6,950	8,070	–	35,590

3-3. 과제별 중점 추진 사업

3-3-1. 도자상품 경쟁력 혁신 전략

(1) 도자식기 진흥을 위한 규범화 사업

■ 사업 목적

○ 현재 통용되고 있는 도자기의 분류는 산업관련 통계분석에 적용되는 한국표준산업분류기준에 의한 분류*와 도자기의 일반적인 재질 및 소성온도에 의한 분류†, 용도에 의한 분류‡ 그리고 재단법인 세계도자기엑스포에서 2년마다 실시하는 도자센서스에 적용되고 있는 분류§가 대부분임

○ 그러나 이 분류는 조사의 편의성 차원에서는 유용하게 보이나 분류의 기준이 모호하고, 소비자 측면에서의 도자식기 분류체계로는 많은 한계점을 보이고 있음

○ 따라서 도자식기 라이브러리 및 규범화 구축사업을 통해 실질적인 도자식기 생산, 유통, 소비의 프로세스를 개선하여 국내 도자식기의 경쟁력 제고 및 판매촉진에 기여하고자 함

■ 사업 내용

○ 도자식기 라이브러리(분류) 및 규범화 구축

- 서양의 식문화 유입으로 인한 서양 식기와의 혼재, 식기의 정체성 문제가 크게 이슈하고 되고 있는 시점에 우리 고유의 도자식기도 서양의 디너세트나 일본의 혼젠요리, 가이세키요리 등처럼 음식에 따라 식기형태와 재질이 구분될 필요성이 대두됨
- 따라서 메뉴별 도자식기에 대한 규범화 연구가 절실히 필요함

---

* 한국표준산업 분류 기준 : 대분류(제조업), 중분류(비금속 광물 제조업). 소분류(도자기 및 기타 요업 제품 제조업), 세분류(일반 도자기 제조업), 세세분류(가정용 및 장식용 도자기 제조업, 산업용 도자기 제조업, 기타 일반 도자기 제조업)

† 재질 및 소성온도에 의한 분류 기준 : 토기(700~1000°C), 도기(1100~1200 °C), 석기(1200°C내외), 자기(1300 °C 내외)로 분류

‡ 용도에 따른 분류 기준 : 생활도자, 전승(전통)도자, 예술(조형)도자, 건축도자, 공업 도자 등으로 분류

§ 도자센서스 분류 기준 : 생활도자기, 전승(전통)도자기, 예술(조형)도자기로 분류

- 특히 생활도자기의 대부분을 차지하고 있는 도자식기에 대한 라이브러리는 음식의 종류, 특성, 용량, 소비자 수준, 라이프사이클, 사용 장소, 계절특성, 제품 포지션, 글로벌 기준 등을 종합 고려한 분류기준 개발
- 단기간의 연구보다는 도자기 이해관계자 간의 충분한 의견수렴과 관련기관과의 통합 연구를 통해 진행
- 여주를 생활도자식기의 생산·유통시스템 중심으로 활용

○ 표준화된 라이브러리 및 규범화 확산

- 구축된 라이브러리 및 규범화가 이천시는 물론 전국적으로 확산될 수 있도록 각종 세미나, 학술대회, 공청회 등 개최
- 문화관광부의 한식 세계화 전략 사업인 '한스타일'사업 등과 연계 추진

■ 기대 효과

○ 도자식기 개발, 생산, 유통, 소비의 커뮤니케이션 프로세스 개선을 통해 소비촉진, 경쟁력 제고

○ 우리 도자식기의 정체성 확보 및 한식 세계화 전략과의 연계성 제고

■ 추진 일정

〈표 5〉 도자식기 라이브러리 및 규범화 사업 연도별 추진 일정

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020
규범화 프로그램 개발	기초연구	심화연구				
규범화 확산						
명품, 유통브랜드 개발	기초연구	심화연구				
브랜드 마케팅 확대						
브랜드 세계화						

■ 소요 예산

〈표 6〉 도자식기 라이브러리 및 규범화 사업 연도별 소요 예산

(단위 : 백만원)

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020	계
규범화 프로그램 개발	250	350	20	20	20	–	660
규범화 확산	–	–	50	30	–	–	80
명품, 유통브랜드 개발	50	500	200	50	50	–	850
브랜드 마케팅 확대	–	400	200	200	150	–	950
브랜드 세계화	–	–	100	100	100	–	300
합 계	300	1,250	570	400	320	–	2,840

(2) 도자 소지개발 및 안정적 공급

■ 사업 목적

○ 도자제품 품질개선의 필수 조건인 소지개발 및 안정적 공급 시스템 적극 요구

○ 요장업체의 도자 소지개발 및 안정적 공급에 대한 필요성 고조

〈참조〉 2004/2006 도자센서스 소지관련 조사내용 요약

- 도자기 제조에 필요한 원료가 점차 고갈/원료광산과 소지공장이 매우 영세
- 무리한 가격경쟁으로 흙의 질이 계속 낮아지는 악순환이 되풀이
- 이에 작가(생산자)들은 저품질 흙에 길들여져 도자 품질향상 저해
- 다수 요장이 소지의 품질과 균일성 부족 및 소지성분에 대한 정보 부재에 불만
- 소지에 비용을 들여 자체 개발하는 업체는 1,617개중 18%로 업체당 연평균 300만 원 정도를 지출
- 소지 제조 및 분석을 외부에 의뢰한 업체도 전체의 18%정도로 업체당 연평균 112만 원 정도를 지출

⇒ 대형업체를 제외하고는 요장업체 개별적으로 활발한 소지 연구개발은 미약

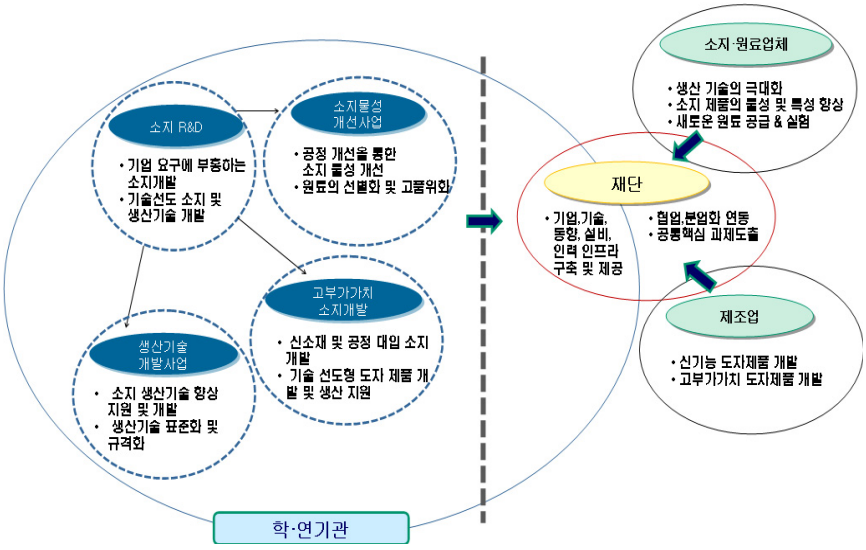
⇒ 고갈된 원료에 대한 대체원료의 개발과 새로운 원료에 대한 특성 파악 및 안정적 소지 공급 등 정보 요구

○ 도자 소지의 안정적 공급, 고기능, 고부가가치 제품개발을 위해서는 공공재로서의 인식과 이 분야에 대한 체계적인 연구 시스템 구축이 절실히 요구됨

■ 사업 내용

○ 소지 연구개발 체계 수립

- 재단을 주축으로 경기 지역의 소지 제조업체와 요업기술원 등 학·연 기관을 대상으로 컨소시엄 또는 법인체 구성
- 원료 공급업체 및 사용기업 참여 유도 및 공급망 형성



〈그림 13〉 소지 연구개발 체계(안)

○ 소지 안정 공급화

- 소지 및 원료 DB화, 소지 검증 품질제도 시행
- 소지원료 수입 안정화

○ 소지 생산

- 기존 소지공장 생산체계 개선, OEM 생산, 소지홍보 및 마케팅과 연계

○ 신소지 연구 및 개발

- 소지 R&D 연구, 실용화 시험생산
- 기능화 및 고부가가치 소재 개발
- 요장 기술지원 등

■ 기대 효과

○ 공공재로서의 소지에 대한 안정적 공급 체계 구축하여 품질 제고

○ 기능화 및 고부가가치 제품개발의 토대 구축

■ 추진 일정

〈표 7〉 도자 소지개발 및 안정적 공급 사업 연도별 추진 일정

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020
소지 공급안정 및 R&D 프로그램 개발	기초연구	심화연구				
협력망 구축, 시범운영						
소지 공급안정 사업화, 국외 우수소지 입수	기초연구	심화연구				
신소지 개발						
신소지 도자상품 세계화						

■ 소요 예산

〈표 8〉 도자 소지개발 및 안정적 공급 사업 연도별 소요 예산

(단위 : 백만원)

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020	계
소지 공급안정 및 R&D 프로그램 개발	200	100	–	–	–	–	300
협력망 구축, 시범운영	100	300	–	–	–	–	400
소지 공급안정 사업화, 국외 우수소지 입수		500	400	300	200	–	1,400
신소지 개발		500	500	500	500	–	2,000
신소지 도자상품 세계화			100	300	300	–	700
합 계	300	1,400	1,000	1,100	1,000	–	4,800

(3) 경기 우수도자상품 인증 & 통합브랜드개발

■ 사업목적

○ 21세기 브랜드 시대에 부합하고, 고객지향의 강력하고 긍정적인 이미지를 표출할 수 있는 감성적이고 차별화된 통합브랜드 개발 필요

○ 도자를 중심으로 한 경기지역의 제반 지역자원을 통합하여 친근하고 종합적인 이미지를 전달할 수 있는 구심적 역할을 할 수 있는 상징(Trust Mark, Love Mark)과 통합이미지 구축

M.I(Mind Identity) : 기관의 경영철학, 경영방침, 세부지침 등 체계화 ex) 경영이념, 사훈, 사풍
V.I(Visual Identity) : 기관의 목표나 방향, 역할 등을 시각화. ex) 사명, 로고타입, 심벌마크, Corporate Color, 슬로건, 서식류 등
B.I(Behavior Identity) : 기관 구성원의 인식 공감대 형성을 위한 제도적, 정신적, 행동적 통일 ex) 기관 풍토, 사원의 태도

○ 경기지역은 도자기의 역사성과 인지도가 높음에도 불구하고 그에 걸맞은 도자 수요층의 창출 및 확대가 미흡하며 도자소비시장에서 경기도자상품의 특징이 고객들에게 제대로 전달되지 못하고 있음

○ 따라서 경기지역에서 제작되는 도자상품이 도자시장에서 국내외 여타 도자상품과 차별화되고 품질에 대한 고객의 신뢰도 제고와 소비를 촉진하기 위해서는 도자상품 인증제도가 절실히 요구됨

〈사례 1〉 (재)한국공예문화진흥원의 인증사업
- 2004년도에 Shop인증제도 연구 이후 2006년도에 세부 실행방안을 연구하였고, 현재 인증센터설립 검토 및 법적 기반을 조성하여 본격적인 추진을 앞두고 있음.

〈사례 2〉 중소기업청 민속공예품 품질인증제도
- 지역특화상품 및 민속공예품 전승유지 및 품질향상을 도모하고 판로를 촉진하기 위해 만든 제도이나 소비자의 인지도가 낮고, 법적근거가 취약하며, 인증심사 기준이 모호하여 현재 유명무실한 상태로 운영되고 있음.

〈사례 3〉 경기도 우수농산물 G마크
- 경기도에서 소비자가 안심하고 선택할 수 있는 우리 농산물 기준을 마련하고 우수한 품질의 농산물을 제공하기 위하여 과학적 품질인증제도인 G마크를 개발
- 환경친화인증(녹색마크)와 지역 명품 인증(황색마크) 2종류

〈관계법령〉 문화산업진흥기본법
- 제12조(유통활성화), 제15조(우수문화상품의지정·표시)

■ 사업 내용

○ 도자제품 품질인증 제도

- 목적 : 도자제품의 질을 높이고, 우수 도자제품에 대한 과학적인 품질 보장 및 해외 저가 저질의 도자제품과의 차별성을 강화하기 위한 제도
- 평가방법 : 현장평가, 제품평가
- 인증기관 : 경기도가 (재)세계도자기엑스포를 인증대행 기관으로 지정
- 품질 검사기관 : 요업기술원 등 연구기관(ex.물리적 성능, 화학적 성능, 안정성 평가, 과정품질, 유해물질 불용출 등)
- 조합평가 : (재)세계도자기엑스포의 인증 심의위원회- 품질, 디자인, 상품성 평가
- 유효기간 : 2년(1년 후 사후심사를 통해 부적격 시 탈락)
- 신청기간 : 1회/년
- 인증절차 : 공고 → 신청서 접수 → 서류심사 → 인증심사 실시통보 → 품질심사/평가 → 인증통보 및 인증서 교부 → 사후관리

○ Shop 인증 제도

- 목적 : 품질인증과 병행 추진하며 대상은 경기도 내의 도자기 Shop으로 한정 Shop인증제도는 총체적 품질경영(TQM)에 대한 인증을 의미하며, 모든 국면에서(Total), 고객의 요구나 기대를 충족시키고도 남도록(Quality), Shop의 역량을 유지하고 개발하는 것(Management)을 목적으로 함
- 평가방법 : 현장평가, 고객평가, 경영평가, 암행평가
- 인증기관 : 경기도가 (재)세계도자기엑스포를 인증대행 기관으로 지정
- 평가 : (재)세계도자기엑스포의 인증 심의위원회
- 유효기간 : 2년(1년 후 사후심사를 통해 부적격 시 탈락)
- 신청기간 : 1회/년
- 인증절차 : 공고 → 신청서 접수 → 서류심사 → 인증심사 실시통보 → 평가 → 인증통보 및 인증서 교부 → 사후관리

○ 인증센터설립 및 운영

- 제품 및 Shop인증제도에 관한 연구, 시범인증사업, 인증 선정기준 등 인증 전반에 관한 업무 관장(재단 내 별도 사업부 편성)
- 요업기술원, 민간평가기관 등과 업무 제휴

○ 통합 브랜드 개발

- 브랜드 진단
- 통합 브랜드개발 중장기 전략 수립
- 브랜드 아키텍처(Brand architecture)와 명명체계(Nomenclature System) 수립
- 브랜드 네임에 대한 징글(jingles) 개발
- 슬로건 및 캐릭터 개발
- 브랜드 디자인 개발
- 브랜드 관리매뉴얼 제작(책자 및 CD) 및 교육

■ 기대 효과

○ 도자제품 및 Shop 품질개선 제고

○ 브랜드 인지도 및 신뢰도 향상으로 고객과의 관계 개선 및 소비촉진

○ 국적불명의 상품과의 변별성 제고 및 경기 도자제품 경쟁력 제고

○ 21세기 브랜드 시대에 부응하는 고객지향의 강력한 브랜드 자산 구축

■ 추진 일정

〈표 9〉 경기도 우수도자상품 인증 & 통합브랜드 개발 사업 연도별 추진 일정

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020
인증 프로그램 마련, 인증기관 지정, 운영	기초연구	심화연구				
협력망 구축, 시범운영						
통합브랜드 개발						
인증 통합브랜드 확산						
통합브랜드 세계화						

■ 소요 예산

〈표 10〉 경기도 우수도자상품 인증 & 통합브랜드 개발 사업 연도별 소요 예산

(단위 : 백만원)

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020	계
인증 프로그램 마련, 인증기관 지정, 운영	100	50	–	–	–	–	150
협력망 구축, 시범운영	200	100	–	–	–	–	300
통합브랜드 개발	–	200	200	200	200	–	800
인증 통합브랜드 확산	–	100	300	300	200	–	900
통합브랜드 세계화	–	–	100	300	400	–	800
합 계	300	450	600	800	800	–	2,950

(4) 도자 특성별 발전전략 전개 – 포지션 업

■ 사업목적

○ 경기도 내 작가 및 요장업체의 분류가 도자제품의 특성에 따라 구분되지 못한 채 각종 지원정책 및 사업이 이루어지다 보니 많은 비효율성과 어려움에 직면

○ 따라서 도자제품이 갖고 있는 특성에 따라 상품의 핵심가치를 구분하고, 그에 맞는 포지션별 지원 정책 및 프로그램을 구축하여 각 포지션별 역량과 가치를 제고

■ 사업 내용

○ 각 그룹 별(A, B, C, D) 분류특성에 맞게 경기도 내 요장업체 실태조사 시행

- 매년 각 그룹 별 추진 실적에 대한 평가·분석을 통해 전략 수립

○ 각 그룹 별(A, B, C, D) 제품특성, 핵심편익, 개발전략, 시장특성, 마케팅방향, 촉진기구, 유통채널 등 각 포지션에 맞는 체계적인 R&D, 마케팅, 교육 및 컨설팅을 지원하여 포지션 별 특성화가 이루어지도록 지원정책 수립

- 각 그룹 별 활성화의 중추역할을 하는 전문화된 촉진기구와 유통채널 개발

○ 각 그룹 별 동기부여 정책개발 및 활성화를 위한 스타(Star) 발굴 및 지원

- 그룹 별 올해 최고의 스타상 선정

- 향후 스타들을 위한 명예의 전당(Hall of Fame) 설립 검토

- 각 그룹 별 성지화 또는 테마화 사업(역사, 인물, 가마터 등) 발굴
- 각 그룹 별로 향토지적재산가치가 높은 유·무형의 자산에 대한 '권리화 방안' 수립(ex. 특허권, 실용신안권, 의장권, 상표권, 저작권, 영업비밀, 지리적 표시제 등)
- 각 그룹 별 커뮤니케이션 활성화를 위한 도자작품 비평/평론 제도 활성화

○ 이태리와 같은 가계경영법인체 도입 연구 및 가계계승 지원프로그램 지원을 통한 특정 기술 보호발전 정책 추진

○ 창업지원프로그램
- 각 그룹 별 특성에 맞는 창업 및 인큐베이팅 프로그램 지원
- 신진작가 창업 지원

■ 기대 효과

○ 포지션 별 지원시스템 구축을 통해 기존의 통상적인 도자제품 분류기준의 모호성을 해결하고, 각 포지션별 특성에 맞는 전략구사 및 정책지원에 효과적임

○ 경기도 요장업체 및 작가의 경쟁력 및 생산성 제고에 기여

■ 추진 일정

〈표 11〉 '포지션-업' 구축 사업 추진 일정

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020
실태조사 및 평가	실태조사	평가	평가		평가	평가
R&D 및 교육, 컨설팅 지원						
동기부여 정책개발						
Star요장 발굴 및 지원						
가계계승 지원프로그램 개발						
창업지원 프로그램 개발						

■ 소요 예산

〈표 12〉 '포지션-업' 구축 사업 소요 예산

(단위 : 백만원)

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020	계
실태조사 및 평가	100	50	-	-	-	-	150
R&D 및 교육, 컨설팅 지원	200	100	-	-	-	-	300
동기부여 정책개발	-	200	200	200	200	-	800
Star요장 발굴 및 지원		200	200	200	200		
가계계승 지원 프로그램 개발	-	100	300	300	200	-	900
창업 지원 프로그램 개발	-	-	100	300	400	-	800
합 계	300	650	800	1,000	1,000	-	3,750

3-3-2. 도자 마케팅 활성화 전략

(1) 국제 도자페어 개최

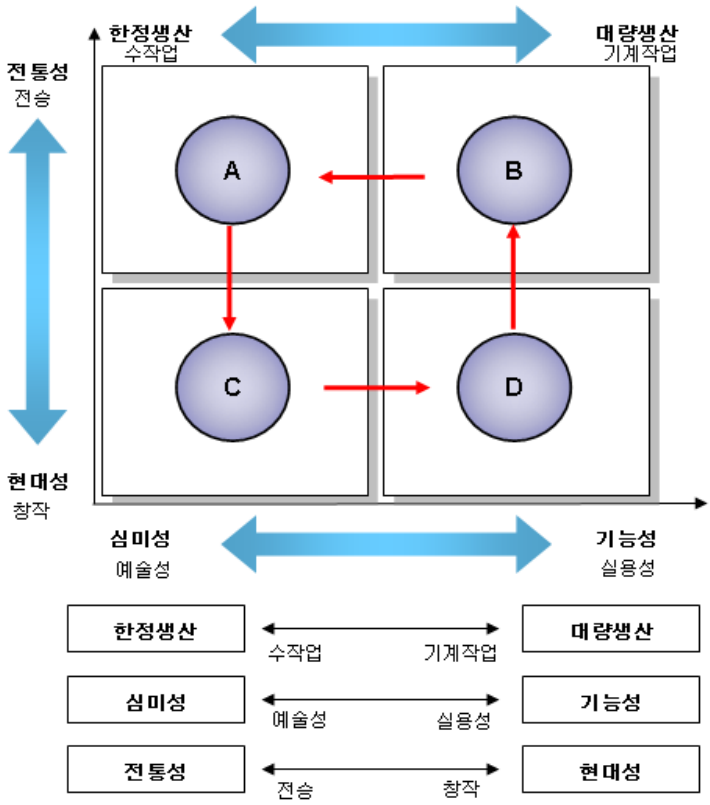
■ 사업목적

○ 경기도 내 작가 및 요장업체의 포지션별 분류 <그림 14>가 경쟁력을 갖기 위해서는 무엇보다도 각 포지션별 특성에 맞는 판매기회를 만드는 것은 매우 중요함

○ 따라서 2년마다 실시되고 있는 세계도자비엔날레와 함께 격년제로 도자페어를 실시하여 도자수요를 늘리고, 명실상부한 아시아 도자 허브로서의 위상을 확보

○ 특히 국제 도자페어는 세계 최초로 하나의 도자라는 컨셉 하에 옴니버스(Omnibus)* 방식으로 특화된 페어를 동시에 개최하여 다양한 수요층을 유인하고, 상호간의 융합의 장을 마련하는데 목적을 둠

* 옴니버스(Omnibus) : 하나의 주제를 중심으로 몇 개의 독립된 짧은 이야기를 늘어놓아 한 편의 작품으로 만드는 '복합', '엮음'을 뜻하는 용어



〈그림 14〉 경기도 작가 및 요장업체 포지션별 분류 체계도

■ 사업 내용

○ 국제 도자페어 개요

- 행사주기 : 2년제(매 짝수년, 홀수년은 세계도자비엔날레 개최)
- 개최장소 : 킨텍스, 코엑스 등 수도권 소재 전시장
- 장소규모 : 약 10,000㎡ 이상
- 기본컨셉 : 매년 하나의 주제 하에 실시되는 옴니버스 페어 방식 도입
  2년마다 국제적 행사로 추진되고 있는 세계도자비엔날레와 연계하여 아시아를 대표하는 도자 국제페어로 발전시킴
  이날을 기억하기 위해 '도자기 날'로 제정

○ 옴니버스 구성(안)

- **옴니버스 1(포지션 A,C 분야)** : 최근 급부상되고 있는 미술품 아트마켓 시

장을 벤치마킹하여 도자분야 최초로 전문 예술도자 아트마켓(가칭 KICAF; Korea International Ceramic Art Fair) 전시

- 경기지역에 많이 분포하는 전승(전통)도자(A) 및 예술(조형)도자제품(C)에 대한 국제수준의 전문시장 개발

〈사례〉 2007 한국국제아트페어(KIAF)

- 주최 : (사)한국화랑협회, COEX, SBS
- 주관 : 한국국제아트페어 운영위원회
- 후원 : 문화관광부, 외교통상부, 서울시, 한국문화예술위원회, 삼성전자, 금호아시아나, KTF 등
- 장소 : COEX
- 실적 : 관람객(64,000명), 거래액(175억원)
  - 8억('02), 19억('03), 23억('04), 45억('04), 100억('06)

《자료 : 월간 MARU, 2007. 5월호》

- **옴니버스 2(포지션 B,D 분야)** : 현재 4회까지 개최하여 온 토야테이블웨어전 전시
- 동경토야테이블웨어전을 유치하여 국내 토야테이블웨어전의 위상을 확보하고 도자식기 시장의 저변확대를 모색
- **옴니버스 3(포지션 B,D 분야 & 체험)** : 옴니버스 1, 2를 메인으로 하되, 옴니버스 3는 '도자 빅 프리마켓(Gyeonggi 's Ceramic Big Grand Sale)'과 도자체험교실 등 부담없는 쇼핑 & 이벤트 공간으로 연출
- 옴니버스 1, 2는 전략 & 주력 전시컨셉으로 구성하고, 옴니버스 3는 미끼상품과 같은 보조 전시 컨셉으로 구성
- 싱가포르 Great Sale(5/27~7/24)과 같은 쇼핑축제 분위기 연출

■ 기대 효과

○ 세계 최초 옴니버스 형식의 도자페어 개최를 통한 화제성 부각

○ 최근 급부상되고 있는 미술품 아트마켓과 트렌드에 맞춰 예술도자 전문 아트마켓 시장을 선점하여 아시아 도자 허브 국가로의 진입 토대 마련

○ 도자 포지션별 특화된 유통채널 개발 및 활성화 유도

○ 트렌드 세터인 세계도자비엔날레와 격년제로 실시하여 도자국가의 명성과 이미지를 지속적으로 연결해 나가고 판매까지 연계하는 파급효과 증대

■ 추진 일정

〈표 13〉 국제 도자페어 사업 연도별 추진 일정

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020
국제 도자페어 개최	개최	기획	개최	기획		개최
세계도자비엔날레 개최	기획	개최	기획	개최		기획

■ 소요 예산

〈표 14〉 국제 도자페어 사업 연도별 소요 예산

(단위 : 백만원)

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020	계
국제 도자페어 개최	1,000	100	1,500	100	1,500	–	4,200
합 계	1,000	100	1,500	100	1,500	–	4,200

(6) 도자전문 오픈마켓 운영

■ 사업목적

○ 오늘날 정보화 기반시설의 확충과 웹사이트 사용인구의 폭발적 증가를 고려할 때, Off-Line상에서 만의 비즈니스는 한계가 있음

○ 최근 오픈마켓시장이 급성장 추세에 있으며, 특히 전문화된 오픈마켓이 인기를 끌고 있으므로 도자 및 도자체험으로 특화된 오픈마켓 사이트 개발이 필요한 시점임

○ 불특정 다수 고객의 도자에 대한 관심 증가와 구매 활성화를 위한 도구로 On-Line상에서의 오픈마켓은 필수적이며, 도자를 전문으로 하는 인터넷 장터(e-마켓플레이스) 구축은 의미가 있음

○ 특히 요장업체가 개별적으로 사이트를 구축하고 운영하기 어려운 상황이므로

도자 오픈마켓 구축은 도자 판매활성화에 크게 기여할 것으로 판단됨

〈정의〉 오픈마켓(Open Market)이란?

- 누구나 물건을 사고팔 수 있는 인터넷 장터(e-Marketplace)를 말하며 기존의 온라인 쇼핑몰이 소비자에게 일방적으로 물건을 팔았다면 오픈마켓은 소비자끼리 물건을 사고파는 재래시장 같은 곳이다. 주도권은 소비자에게 있고 마켓은 판을 제공하고 일정액의 수수료를 받을 뿐이다. 즉 개인이 주체가 되어 개방된 공간에 참여하고 정보를 공유하며, 가격을 비교하고, 구입한다. 또한 경매와 공동구매, 가격협상 등도 이루어진다. 판매자는 저렴한 비용으로 며 물건을 구입할 수 있고 판매자는 저렴한 비용으로 사업을 할 수 있어 오픈마켓에 대한 수요가 늘어나고 있는 추세임
- '06년 오픈마켓 거래액 : 4조 8000억원(전년대비 58.3% 성장)
- 대형오픈마켓 사례 : G마켓, 옥션, 다음온켓, GS e스토어, 인터파크미니샵, 엠플, 와와, eBay 등
- 전문화된 오픈마켓 사례 : 꽃(헬로우플라워), 건강(메드마켓), 패션(동대문닷컴), 특허(바이인벤션), 애완(펫츠닷컴), 음악(씨디마켓) 등

《자료 : 한국온라인쇼핑협회》

■ 사업 내용

○ 도자전문 오픈마켓 구축

- 지역 내에 있는 도자관련 단체(지자체, 도자기협회, 도자기조합 등)가 공동으로 출자하여 도자전문 오픈마켓 구축
- 도자관련 정보 제공, 가상체험(교육), 쇼핑, 전자카탈로그, 경매, 도자체험 예약 등의 기능을 갖춘 장터 개설
- 도자 상품 외에 도자재료, 설비, 유약, 도자체험, 공방스테이 등 도자 관련 모든 업체들이 참여하는 도자전문 B2B장터로 구축
- 오프라인 매장과 연계된 On/Off-Line 통합 오픈마켓 개발
- 운영의 효율성을 위해 전문운영회사 또는 전문기관에서 전담운영
- 초기 운영 활성화를 위해 기존의 대형 오픈마켓(ex. 옥션, 지마켓, 다음온켓 등)과 제휴하여 숍인숍 개념으로 시범운영을 겸하는 것도 검토 필요

■ 기대 효과

○ 고객들의 접근 용이성으로 도자제품 및 체험상품 판매활성화

○ 도자로 전문화된 오픈마켓 선점을 통해 아시아 도자 오픈마켓 교두보 확보

■ 추진 일정

〈표 15〉 도자전문 오픈마켓 구축사업 연도별 추진 일정

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020
오픈마켓 운영전략 및 프로그램 수립						
오픈마켓 운영 시스템 구축 지속개발						
시스템 운영						
도자 오픈마켓 세계화						

■ 소요 예산

〈표 16〉 도자전문 오픈마켓 사업 연도별 소요 예산

(단위 : 백만원)

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020	계
오픈마켓 운영전략 및 프로그램 수립	150	–	–	–	–	–	150
오픈마켓 운영 시스템 구축 지속개발	–	600	100	100	100	–	900
시스템 운영	–	200	200	200	200	–	800
도자 오픈마켓 세계화	–	–	–	300	200	–	500
합 계	150	800	300	600	500	–	2,350

(3) 아시아 도자경매파크 조성

■ 사업목적

○ 미술품 투자 및 경매 활성화에 비해 상대적으로 저평가된 예술도자에 대한 경매시장 진출 가능성이 고조

○ 도자기 경매소를 포함한 아시아 도자 경매파크 조성

○ 경기 도자지역의 확고한 위상 제고와 예술도자기의 전문 유통채널 확보

〈사례 1〉 도예 경매시장 진출 가능성?

- 활황세에 있는 미술품 투자시장의 영향력이 도예 경매시장의 진출을 재촉할 것이다.
- 경매활성화와 함께 아트펀드가 경매시장에 Big Money를 제공하고 있다.
- 미술품 투자의 범위가 날로 세분화되고 있다.
- 문화적 교양을 가진 돈 많은 부유층들의 경매 관심도가 높아진다.
- 해외 경매시장의 진출 러시가 가속화 되고 있다.

〈사례 2〉 최근 해외 경매 사례

- 2006년 한.영 수교 120주년을 기념, 지난 5월 런던 에어 갤러리에서 특별 전시회를 끝낸 후 박영숙 외에 방철주, 유광열, 박병호, 이정도, 김상만, 허상욱, 정영택, 이영호, 정재효, 노경조, 이인진 등 12명 작가의 모든 작품들이 세계적인 경매 회사인 본햄스(Bonham's) 경매소에서 모두 낙찰되는 쾌거를 이룬 일이 있었다. 가장 주목을 끌었던 박영숙 작가의 달 항아리는 낙찰가 2만4000파운드(한화 약4400만원)로 한국 출품 도자기 중에서 가장 높은 가격으로 낙찰되었다. 이는 우리 도예품이 세계무대 진출에 희망적인 교두보를 세웠다는 의미도 있지만 더 중요한 것은 도예품도 미술품 못지 않은 경매시장의 주역이 될 수 있음을 단적으로 보여준 좋은 사례라고 볼 수 있다.

《자료 : 최연수, 도예 경매시장을 꿈꾼다, 월간도예 5월호, 2007.》

■ 사업 내용

○ 경매소 운영을 위한 특수목적회사(SPC) 설립

- 지자체는 10~20년간 부지를 무상 제공하고, 투자자들은 특수목적회사를 설립하여 도자경매파크를 설립·운영
- BOT(Build-Own·Operate-Transfer) 민간투자 방식을 통한 투자유치
- 실질적인 운영은 별도 전문운영회사에 위탁하여 경영
- 자산운영은 크게 경매파크 조성비용과 경매 운영비, 도예품 투자비, 문화사업비 등으로 사용
- 수익 포트폴리오는 경매수수료, 도예품 투자, 기타 문화사업 수익 등으로 예상

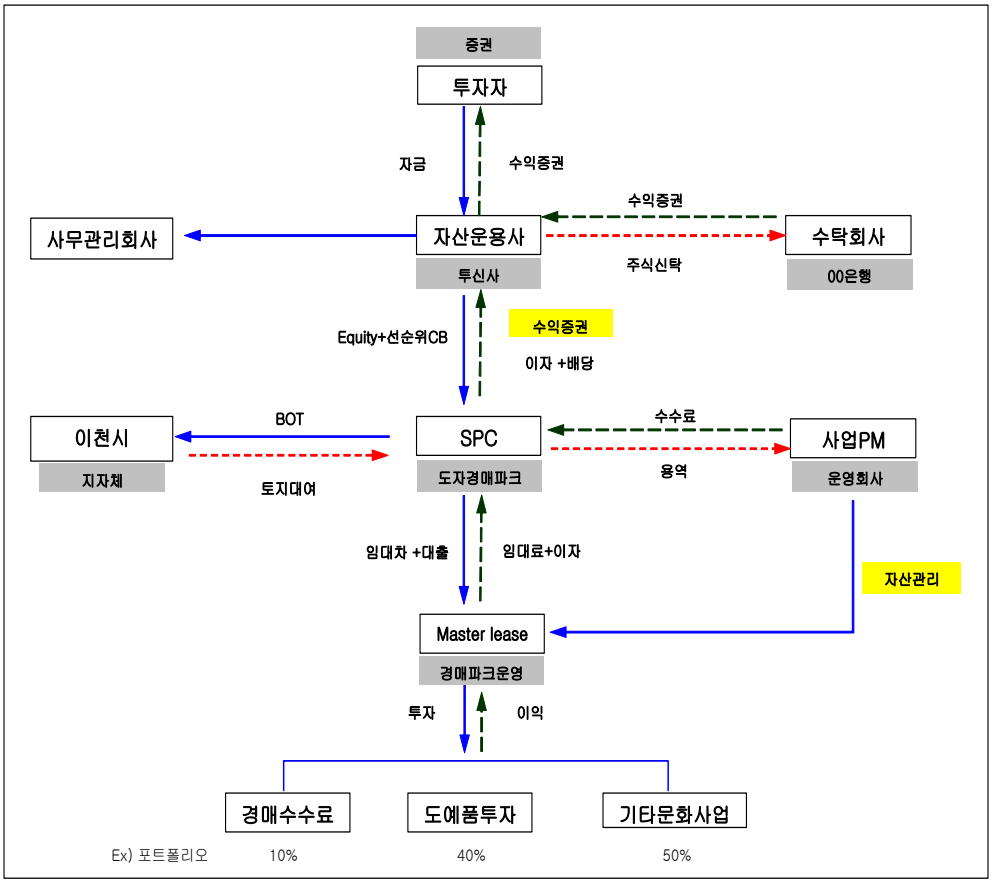
○ 아시아 도자경매소 및 경매파크 조성

- 전 세계적으로 활황세에 있는 미술품 투자 및 경매시장에 맞춰 아시아 최초 도자경매소를 선점하여 이를 명소화 된 경매파크 조성
- 아시아 경매파크 위상에 맞게 한국 도자 외에 아시아 명품 도자기도 전문 취급하여 명실상부한 아시아 도자전문 경매소로 부각시킴

- 도자경매소 및 경매파크 장소로는 여주, 이천, 광주의 중심지이며 재단이 위치하고 있는 이천시가 적합

○ 국내외 유수 경매회사와의 제휴 협력

- 크리스티, 소더비, 본햄스, 필립스, 에스트-웨스트, 서울옥션, K옥션 등 해외 경매회사와의 전략적 제휴 추진



〈그림 15〉 아시아 도자 경매파크 조성 프로세스(예시도)

■ 기대 효과

○ 아시아 도자경매시장 선점을 통한 아시아 도자 허브 선점

○ 도예품 투자환경 조성 및 도자도시로의 확고한 위상 제고

○ 도자 아트페어 사업과의 시너지 창출 기대

■ 추진 일정

〈표 17〉 아시아 도자 경매파크 조성 사업 연도별 추진 일정

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020
도자펀드 조성 및 특수목적회사(SPC) 설립	사업타당성 검토	설립				
아시아 도자경매소 및 경매파크 조성						
국내외 유수 경매회사와의 제휴 협력						

■ 소요 예산

〈표 18〉 아시아 도자 경매파크 조성사업 연도별 소요 예산

(단위 : 백만원)

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020	계
경매파크조성타당성 검토	100	–	–	–	–	–	100
도자펀드 조성 및 특수목적회사(SPC) 설립	–	200	–	–	–	–	200
아시아 도자경매소 및 경매파크 조성	–	–	별도	별도	별도	–	
국내외 유수 경매회사와의 제휴 협력	–	–	별도	별도	별도	–	
합 계	100	200	–	–	–	–	300

* 아시아 도자경매소 조성 및 운영에 관한 비용은 SPC회사 자본금에서 투자하므로 예산계획에서 생략함.
* SPC자본금은 200억 원은 BOT 민간투자 방식으로 유치
* 필요 BOT 민간투자 방식외에 재단 기금을 활용하는 방안도 검토할 수 있음

(4) 디자인 & 마케팅 지원센터 설립

■ 사업목적

○ 경기지역 내 요장업체 도자제품 디자인과 유통지원을 원 스톱(One stop)으로 제공할 수 있는 전문 시스템 구축

○ 도자 전문 디자인 및 유통 네트워크 기반 구축

■ 사업 내용

○ 도자 디자인·마케팅 지원센터 설립

- 재단 여주행사장내 전망탑 건물 활용(7층, 약 400㎡)

○ 도자 디자인·마케팅 지원센터 주요 기능

- 디자인과 마케팅의 R&D 연구

  ex) 세계적인 도자기 디자인 전문회사(ex.웨지우드, 로얄코펜하겐, 에르메스, 등) 또는 이태리의 Domus Academy, 미국의 Art Center School of Design, 영국의 RCA 등과 제휴를 통한 도자 디자인 R&D센터 운영

- 요장업체 디자인 컨설팅 지원 사업
- 디자인 및 마케팅 관련 대학, 연구소, 기업, 아티스트 등과 업무 제휴
- 요업기술원 이천분원과 연계하여 기술력 높은 디자인 개발
- 도자 디자인 공모전 및 전시회 등 기획
- 산업자원부가 추진하고 있는 지역디자인센타(RDC : Regional Design Center), 디자인혁신센터(DIC)와의 제휴 및 연계
- 1기업 1디자이너/1마케터 지원사업을 위한 산학연 전문가로 구성된 T/F팀을 구축하여 요장에 도자 디자인 및 마케팅 홈 닥터 지원사업 전개
- 도자 디자이너 및 마케팅 전문가 인력 풀(Pool) 구축 및 운영
- 도자 디자인 인턴십 확충 : 디자인 분야 대학생의 현장체험 프로그램 확대
- 국내외 도자 디자인 딕셔너리(Dictionary) 및 디자인 뱅크 구축(ex. 디자이너 인력 풀 DB)
- 도자디자인 모듈 라이브러리 구축(규범화 사업) - 도자의 규격, 용도 등에 따른 분류 명칭 부여
- 디자인의 지적재산권 인정시스템 및 효과적 활용 방안 구축

- 디자인 인력양성 프로그램 활성화(ex. 지역작가 인턴십 확충, 재학생 현장실습 학점 인정제, 차세대 디자인리더 육성, 디자이너 인증제 등 검토)

○ 도자명품 개발사업

- 매년 4~5개 업체 선정(도자업체, 작가, 디자인전문회사와 공동개발 등)
- 도자명품 개발사업 매뉴얼 구축
- 도자명품 개발과 관련한 기술, 디자인 및 특허권 취득 등 지원
- 도자명품 개발후의 홍보 및 마케팅 지원
- 도자명품매장 설치·운영 : 기존 여주생활도자미술관(1층 로비) 활용 검토

■ 기대 효과

○ 도자 전문 디자인 개발 및 마케팅 원 스톱 센터(One stop center) 기능 확보

○ 제품 경쟁력 제고

○ 도자명품개발을 통한 고부가가치 기반 제공

■ 추진 일정

〈표 19〉 디자인·마케팅지원센터 설치 및 운영 사업 추진 일정

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020
디자인·마케팅지원센터 설치	타당성 검토	설치				
디자인·마케팅지원센터 운영						
명품관 설치운영		타당성 검토	설치			
도자명품개발사업						

■ 소요 예산

〈표 20〉 디자인 및 마케팅 지원센터 설립 및 운영사업 연도별 소요 예산

(단위 : 백만원)

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020	계
센터설치 타당성 조사	100	–	–	–	–	–	100
지원센터 설치	–	600	–	–	–	–	600
지원센터 운영	–	–	300	400	400	–	1,100
도자명품관 설치운영	–	300	200	200	200	–	900
도자명품개발사업	–	–	300	300	300	–	900
합 계	100	900	800	900	900	–	3,600

3-3-3. 도자클러스터 구축 및 협력망 운영 전략

(1) 도자진흥 협력네트워크 구축

■ 사업목적

○ 경기지역의 도자산업 활성화와 도자산업클러스터 운영의 효율성을 위해 도자 관련 이해관계자의 협력네트워크 구축

■ 사업 내용

○ 도자진흥 협력네트워크 구축

- 지역 내에 있는 도자관련 이해관계자(재단, 3개 시군 및 조합, 요업기술원, 협회, 학교 등) 간의 종합 협력체 구성
- 워크숍, 포럼, 도예인 아카데미 등 주관 또는 후원
- 세계도자비엔날레, 국제 도자페어, 공동판매, 해외전시 참가 등 공동사업에 대한 심의 기능 담당
- 중국, 일본, 유럽 등 해외 도자관련 네트워크 간의 교류사업 추진
- 도자진흥 협력네트워크 운영 사례집 발간

■ 기대 효과

○ 도자산업클러스터 이해관계자들의 자발적인 참여와 화합을 통한 시너지 효과 창출 기대

■ 추진 일정

〈표 21〉 도자진흥 협력 네트워크 구축사업 연도별 추진 일정

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020
협력망 구축 운영	발족	운영	운영	운영	운영	운영

■ 소요 예산

〈표 22〉 도자진흥 협력 네트워크 구축사업 연도별 사업예산

(단위 : 백만원)

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020	계
협력망 구축	150	–	–	–	–	–	150
협력망 운영	150	150	150	150	150	–	750
합 계	300	150	150	150	150	–	900

(2) 전문인력 양성 및 도자전문대학원 육성

■ 사업목적

○ 경기 도자산업클러스터가 활성화되기 위해서는 '기업가(장인) 정신', '능력향상', '유연화'를 배양하기 위한 전문인력 양성 교육시스템이 구축되어야 함

○ 중국 경덕진 대학이 지역 도자산업과 연계하여 전문성을 지닌 인력을 매년 배출하고 있기 때문에 오늘날의 경덕진이 세계적인 도자산지로 명성을 얻고 있음

○ 따라서 우리나라 대표적인 도자산지인 경기지역도 세계적인 도자산지로 명성을 얻기 위해서는 체계적인 전문인력 양성 프로그램 개발과 이를 뒷받침해 줄 수 있는 도자전문대학원 육성이 매우 시급한 실정임

■ 사업 내용

○ 도자전문대학원 육성을 통한 전문인력 양성 프로그램 구축

- 도자학과 출신 전문인력을 요장에 파견하여 디자인, 기술 지원(대학 학점제 연계)
- 도예인 평생아카데미 : 요장운영자들에게 도예과 수업(디자인, 회화 실습, 도자 재료 및 기술 등) 및 마케팅 실무수업 진행
- 도예진흥 협력 네트워크 협의회 등과 협력하여 도예인 평생 아카데미 과정 운영
- 경기 소재 도자전문대학과 연계를 통해 산학협력 도자전문대학원 육성
- 설립요건에 따라 전문대학원 또는 특수대학원 형태 검토(석사 및 박사과정 운영)
- CEO과정, 중간관리자 과정, 신입과정 등 세분화
- 인턴십, 현장 실무학점 인정제도 도입, 수업료 일부 지원(자부담 원칙)
- 경덕진 도자대학처럼 도자기를 중심으로 하는 학과 및 커리큘럼 구성
- 도자 레지던스 프로그램 연계

〈사례〉 경덕진도자대학(景德鎭陶瓷大學)

- 설립 : 1910년
- 특징 : 세계 유일의 도자종합대학
- 교육과정 : 9개 대학, 28개과로 구성되며 모두 도자와 관련된 교육과정임
- 정원 : 14,500명(학부생 12,000명, 3년제생 2,000명, 석사과정 500명)
- 교류 : 해외 20개 대학과의 학술교류 및 우호관계
- 특징 : 강서성 도자연구소, 경덕진 도자연구소와 협력하여 R&D 중심역할
  졸업생들은 도자분야의 모든 업계를 섭렵하고 있음
  중국 도자산업의 핵심 인력 양성소 역할
  산학교류시스템이 매우 활발

《자료 : (재)세계도자기엑스포, 2006도자센서스, 2007. 》

■ 기대 효과

○ 도자발전의 중추역할을 하는 전문화된 교육기능 확보

○ 중국 경덕진 대학과 차등화 할 수 있는 교육환경 조성

○ 지속적인 자생력과 발전동력 마련

■ 추진 일정

〈표 23〉 전문인력 양성 및 도자전문대학원 육성사업 연도별 추진 일정

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020
전문인력양성 프로그램 구축	타당성검토	프로그램 구축				
대학연계 산학 인력교류		유치활동	운영			
도예인 평생아카데미 실시		프로그램 구축	운영			
도자전문대학원 육성		설립타당성검토	유치활동	설립	운영	

■ 소요 예산

〈표 24〉 전문인력양성 및 도자전문대학원 육성사업 연도별 소요 예산

(단위 : 백만원)

사업내용	2008	2009	2010	2011	2012	2013~2020	계
전문인력양성 프로그램 구축	100	200	–	–	–	–	300
대학연계 산학 인력교류		100	200	200	200	–	700
도예인 평생아카데미 실시		100	200	200	200	–	700
도자전문대학원 육성		100	100	–	–	–	200
합 계	100	500	500	400	400		1,900

(3) 도자 레지던시 프로그램 구축 사업

■ 사업목적

○ 경기 도자지역을 아시아 대표 도자 레지던시 명소로 육성

○ 특히 전문화된 레지던시 시설과 각 요장업체의 시설을 활용한 가칭 '스튜디오 스테이'(Studio stay)를 개발

■ 사업내용

○ 도자 레지던시 개발(중장기)

- 레지던시 활성화 전략(ex. 유명 작가 유치)
- 이천, 여주, 광주 지역 중 1곳 입지타당성 검토 후 선정

  1안) (재)세계도자기엑스포 관할지역 : 여주 토야도예공방 인근, 이천 세계도자센터 인근, 광주 곤지암 '광주조선관요박물관 일대 등, 재단이 운영

  2안) 경기도 각 시군의 레지던시 유치신청 접수 후 타당성 조사를 거쳐 선정 해당 시군에서 부지제공 및 설립·운영비 일부 부담, 재단이 운영
- 국제적인 도자포럼 개최
- 국내 도자대학, 도예업체와 연계하여 멤버십 레지던시 프로그램 운영(시설 가동률 제고 및 내국인 참여기회 제공)
- 지역공예공방과의 연계 고려한 입지선정
- 외국작가가 장기간 투숙할 수 있는 편의성 추구

〈사례1〉 스튜디오 인 더 우드(A studio in the woods)
- 위치 : 13401 River Road New Orleans, LA, USA
- 입주조건 : 신청비 20$, 거주비 및 식비 20$/일, 보증금 100$
- 혜택 : 주거공간, 식사, 스튜디오, 프로그램 관리

〈사례2〉 낙천도사(the pottery workshop)
- 위치 : 중국 경덕진시조소자창 내
- 입주조건 : 참가비 1주/300달러
- 혜택 : 숙식제공, 작업공간제공, 작품토론, 지역작가와 교류, 전시공간 제공 등

《자료 : (재)세계도자기엑스포, 국내외 유명작가 레지던시 프로그램 연구, 2007.》

○ 요장 '스튜디오 스테이'(Studio stay) 개발(단중기)
- 관광분야의 체험숙박시설로서 자리를 잡은 홈스테이(Home stay), 템플스테이(Temple stay) 등과 유사한 작가 및 요장업체 스테이 적극 개발
- 현재 일부 요장업체들이 펜션 등으로 개발하여 성공적으로 운영하고 있으므로 충분한 검토와 도자진흥협력네트워크 협의회와의 협력을 통해 사업 추진
- 스튜디오 스테이 계획수립, 다양한 모형 개발
- 재단, 지자체 등에서는 '스튜디오 스테이' 참여 요장업체들에게 일정 요건을 충족할 경우 일부 시설자금 지원 및 융자혜택 부여
- 도자전문 오픈마켓(B2B)을 통해 일반인 예약 서비스 제공

■ 기대 효과

○ 작가교류를 통한 창작활동 제고 및 도자산업클러스터 위상제고

○ 재단 수익사업 및 마케팅 지원 사업에 기여

○ 스튜디오 스테이를 통한 숙박 문화체험 공간 제공

○ 국내외 작가 교류, 국내작가 재교육 및 외국진출 계기

○ 신제품 개발과 연계 가능 - 경제적 목적과 문화적 목적 동시 성취

■ 추진 일정

〈표 25〉 도자 레지던시 프로그램 구축사업 연도별 추진 일정

사업내용	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013~2020년
도자 레지던시 타당성 조사 및 지역 물색						
도자 레지던시 스튜디오 마련		설계/착공	준공			
도자 레지던시 운영			운영	운영	운영	운영
스튜디오 스테이 개발	계획수립	운영	운영	운영	운영	운영

■ 소요 예산

〈표 26〉 도자레지던시 프로그램 구축사업 연도별 소요예산

(단위 : 백만원)

사업내용	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013~2020년	계
도자 레지던시 타당성 조사 및 지역 물색	100	–	–	–	–	–	100
도자 레지던시 스튜디오 마련	–	500	2,000	200	100	–	2,800
도자 레지던시 운영	–	–	200	400	400	–	1,000
스튜디오 스테이 개발	–	200	200	100	100	–	600
합 계	100	700	2,400	700	600	–	4,500

(4) 공공기관 도자시장(B2G) 개발

■ 사업목적

○ 미술계에서 시행 중인 미술은행(Art Bank)사업은 주로 미술품에 국한되어 있고, 정부 및 지자체 공공시장(B2G)을 대상으로 임대사업을 펼치고 있음

○ 앞으로 예술조형 도자기에 대한 수요도 높아질 것으로 예상되며, 정부 및 지자체의 공공시장 외에 기업체(B2B)에서도 상당부분 수요가 예상되므로 이에 대한 적극적인 대책이 필요함

○ 따라서 경기도 및 재단이 가칭 '예술도자은행'제도를 신설하여 정부의 '미술은행'에 버금가는 도자아트뱅크 사업을 경기도내 공공기관을 대상으로 실시하는데 목적을 둠

〈사례 1〉 미술은행(Art Bank) 제도

- 주체 : 문화관광부
- 운영 : 국립현대미술관
- 실적 : 2005년(473점,2,160백만 원), 2006년. 10월 기준(370점,2,130백만 원)
- 공공기관을 대상으로 임대사업을 펼치고 있으며, 향후 민간대상으로도 확대 계획을 가지고 있으며, 운영기관도 독립기구 설립을 검토하고 있음
- 비고 : 문화관광부 산하기관인 (재)한국공예문화진흥원에서도 2007. 4월 우수공예품 유통활성화 차원의 일환으로 공예은행(Craft Bank)사업 타당성 검토 연구용역을 발주한 상태이며, 검토 후 시행을 앞두고 있는 상태임

■ 사업 내용

○ 예술도자은행 설립, 운영

- 경기도 내 공공기관(B2G) 및 기업체(B2B)을 대상으로 도자작품 대여를 통한 수요 창출
- 현재 시행 중인 문화관광부 미술은행(Art Bank)사업과 도자부문 사업 제휴 추진
- 예술도자은행 운영 주체 선정 및 세부 사업계획 수립
- 예술성 높은 도자기 구입을 통해 도자 아트페어 및 경매시장 활성화 유도
- 향후 재단, 지자체, 금융기관 등이 공동으로 투자하여 도자펀드로 발전 유도

〈사례 2〉 (사)한국메세나협의회 "기업과 예술의 만남" 결연 사업

- 정부(문화관광부)는 (사)한국메세나협의회를 통하여 "기업과 예술의 만남" 결연 정책사업을 펼치고 있다. 2005년도 기업의 문화예술 지원현황 결과를 보면 2004년에는 227개사가 1,710억 원을 2005년도에는 298개사가 1,800억 원(전년대비 5.3% 증가)을 문화예술에 지원하고 있으므로 향후 (재)세계도자기엑스포가 (사)한국메세나협의회와 비슷한 '도예업체와 기업과의 만남'이라는 결연사업을 검토해 볼 수 있음

■ 기대 효과

○ 예술도자작가 및 업체 제작 의욕 증대

○ 정부 및 지자체 공공시장 및 기업체 시장 공략 기회 확보

○ 도자 아트페어 및 경매시장 활성화를 위한 예술성 높은 도자기 확보 기회 마련

■ 추진 일정

〈표 27〉 정부 및 지자체 공공시장(B2G) 사업 연도별 추진 일정

사업내용	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013~2020년
추진 프로그램 마련						
공공 미술시장 유치						
공공 미술시장 개발						
예술도자은행 운영		설립	운영			

■ 소요 예산

〈표 28〉 정부 및 지자체 공공시장(B2G) 사업 연도별 소요 예산

(단위 : 백만원)

사업내용	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013~2020년	계
추진계획 마련	100	–	–	–	–	–	100
공공 미술시장 유치	–	200	100	100	100	–	500
공공 미술시장 개발	–	500	500	600	700	–	2,300
예술도자은행 설립, 운영	–	300	100	100	100	–	600
합 계	100	1,000	700	800	900	–	3,500

집 필 진

문화예술분야

노명우(아주대 교수)
양효석(한국문화예술위원회 문화협력사업본부장)
이춘길(안양대 교수)
정희섭(한국문화정책연구소 소장)
조광연(경기문화재단 문화정책팀장)

문화산업분야

임학순(가톨릭대 교수)

관광분야

한범수(경기대 교수)

도자분야

최연수(한국공예산업연구소 소장)

발행인 | 권 영 빈
발행처 | 경기문화재단

주소 | 경기도 수원시 팔달구 인계동 1116-1
전화 | 031-231-7200
전송 | 031-236-0283
홈페이지 | www.ggcf.or.kr
편집디자인 | 임순아 (이즈커뮤니케이션)