

KCA연구 2018

# KCA인프라를 활용한 일자리창출 방안연구

최종보고서

2018. 8. 18.

**KCA** 한국방송통신전파진흥원  
Korea Communications Agency

연구수행기관 : 전남대학교 산학협력단





# 제 출 문


한국방송통신전파진흥원장 귀중

본 보고서를 『KCA인프라를 활용한 일자리창출 방안 연구』의 최종보고서로 제출합니다.

2018. 8.

주관연구기관명 : 전남대학교 산학협력단  
연구책임자 : 주정민  
박노보  
박현용  
이학모  
조재근  
채종훈





# 요약문



# 1. 연구 개요

## 가. 연구 배경 및 목적

### 1) 연구 배경

- (구조적 저성장과 4차 산업혁명의 위협) 전 세계가 저성장 기조로 일자리가 감소하고, 4차 산업혁명은 일자리 구조변화 예고
  - (구조적 저성장 기조) 글로벌 경제 위기가 지속되면서 저성장, 저금리 기조가 고착화되는 뉴노멀(new normal) 시대가 본격화되고, 전 세계적인 과잉 유통성, 재정적자, 중국 등 신흥시장 경제속도의 둔화로 저성장이 구조적으로 고착화되는 현상이 나타나고 있음
  - (4차 산업혁명 시대) 2016년 세계경제포럼(WEF)에서 4차 산업혁명이 기존 산업과 직업체계의 근간을 흔들 것이라고 주장하면서 현재 직업의 60%는 10년 안에 사라지고, 2020년까지 세계적으로 710만 명이 인공 지능에 밀려 일자리를 잃을 것으로 예상함
- (한국, 일자리 창출 패러다임 전환 필요) 중화학공업, 제조업을 통한 대규모 일자리 창출모형은 국내외적 상황을 고려할 때 더 이상 유효하지 않기 때문에 새로운 일자리 창출 패러다임 필요
  - (한국의 일자리 창출 구조) 우리나라는 1970년대 이후 자동차, 철강, 선박으로 이어지는 중공업 중심의 제조업과 2000년 이후 반도체와 IT산업의 성장은 대규모의 일자리 창출이 이어지는 구조였음
  - (넷 크래커로 인한 일자리 감소) 2000년대 이후 정부주도의 산업육성 정책이 중국, 인도, 동남아시아 국가의 성장으로 인해 산업경쟁력이 약화되면서 추가적인 고용창출이 감소하고 있고 과거 성장동력산업을 대체할 수 있는 새로운 산업이 등장하지 못하고 있는 상황임
  - (제조업 매출액 감소 추세) 국내 제조업의 전년대비 매출액 증가율이 2014년 -1.6%, 2015년 -3.0%, 2016년 -0.5%로 지속적으로 감소하고 있는 상황이고 2010년 18.5%, 2011년 13.6%, 2012년 4.2%의 추세를 볼 때 향후에도 감소 추세가 지속될 것으로 예상됨

- (‘고용없는 성장’ 추세 산업구조) 첨단 ICT분야를 비롯한 주요 산업들의 일자리 창출 효과 저하 및 서비스 신(新)산업 등의 성장이 아직은 더딘 상황
- (기업들의 투자 감소) 글로벌 경기 침체에 따른 불확실성 증가와 금융환경 리스크, 중국 리스크 및 원자재 가격 하락으로 인해 리스크 증가로 인해 기업들이 적극적으로 고용을 하지 않고 있음
- (일자리 창출의 새로운 패러다임 필요) 따라서 글로벌 경제환경, 한국의 특수한 경제상황, 4차 산업혁명 등 기술변화를 고려하여 한국적 상황에 맞는 새로운 패러다임의 일자리 창출 모델 개발 필요

● (청년-여성-신중년 등 일자리 취약 계층) 일자리 창출에 있어 청년, 여성, 신중년 등 일자리 취약 계층을 대상으로 한 사업 필요

- (일자리 취약계층 존재) 장년 · 고령층의 경제활동 참가율은 증가하고 있지만 청년 고용률은 41.5%로 OECD 평균(51.2%)이고 여성 고용률은 55.7%는 OECD 평균(58.0%)로 여전히 낮은 상황임
- (청년 실업자) 청년 실업자가 40만 명에 이르는 현재 향후에도 취업전망이 밝지 않고, 통계에 포함되지 않는 사실상 실업자도 많아 청년들의 체감 실업률은 공식 통계보다 훨씬 높은 수준임
- (공공기관을 통한 일자리 창출 추진) 현 정부는 일자리 정부를 지향하며 공공기관을 통한 적극적인 일자리 창출 추진 유도
- (일자리 정부 지향) 현 정부는 시대적 요구인 양질의 일자리 창출을 국정운영의 최우선 과제로 설정하고, 일자리 정부를 지향함
- (일자리 정책 5개년 로드맵) 이를 위해 일자리 인프라 구축, 공공 및 민간 일자리 창출, 일자리 질 개선, 맞춤형 일자리 지원 등 10대 중점과제와 100개 세부 추진과제로 일자리 정책 5개년 로드맵을 제시하였음
- (공공기관 일자리 창출 유도) 동시에 정책 집행의 손발인 공공기관을 대상으로 일자리 부문을 경영평가 주요 지표로 설정하면서 공공기관을 통한 일자리 창출이라는 미션을 제시함

● (KCA의 일자리창출 사업 필요) KCA는 방송통신전파의 진흥과 인력양성

을 위한 사업을 수행하기 위해서 설립된 기관으로 기관의 특성을 고려한 일자리 창출 사업 필요

- (KCA 설립목적) 한국방송통신전파진흥원(KCA)은 전파의 효율적 관리 및 방송·통신·전파의 진흥 및 인력양성을 위한 사업과 정부로부터 위탁받은 업무를 수행함으로써 국민의 전파이용 기회 확대와 방송·통신·전파 진흥에 기여하기 위한 목적으로 설립되었음
- (KCA 주요 사업) KCA는 방송통신융합산업 진흥, 합리적 전파지원관리, 방송통신전파 관련 정책연구, 방송통신발전기금 운용 및 관리의 업무를 주요한 업무로 하고 있음
- (KCA 조직 구조) KCA는 본원, 3단, 10지방본부로 구성되어 KCA는 정부의 국가균형발전정책에 따라 본사를 광주/전남 혁신도시로 이전하였고, 경영기획본부에 일자리 창출 전담 부서인 '사회적가치추진팀'이 구성되어 있음
- 본 연구를 통해 KCA가 지역과 상생하고, 방송·통신·전파산업 관련 일자리 창출을 할 수 있는 대표적인 프로그램을 개발하는데 있음

## 2) 연구 목적

- (KCA 본업과 연계된 일자리 발굴) 방송·통신·전파 산업 육성을 위해 설립된 KCA의 본업과 연계된 일자리 사업 발굴
  - (KCA 업무 특성 고려) 전파의 효율적 관리와 방송·통신·전파의 진흥 및 인력양성을 주요한 업무로 하는 KCA의 특성을 고려한 일자리 창출
  - (ICT산업 특성 고려) 4차산업 혁명 핵심기술인 ICT 연관기술(빅데이터, 플랫폼, 클라우드 컴퓨팅)과 방송통신전파와 연계를 고려한 유망한 일자리 분야 도출
- (KCA 본업 연계 일자리 창출) KCA의 현재사업과 연계되면서 동시에 일자리가 창출 될 수 있는 사업 발굴 필요
  - (KCA 인적·물적 인프라를 활용한 일자리 창출) KCA는 전국에 방송통신전파 관련 다양한 인프라를 보유하고 있으며 본 연구를 통해 KCA 인프라를 활용한 대표 프로그램을 발굴하고자 함

- (스마트미디어 센터) KCA는 서울, 경기, 대구, 광주, 경북, 전북 등 총 6 곳에 스마트미디어 센터를 보유하고 있고 입주 공간 제공을 통해 직접적인 일자리 창출 사업 추진 중
  - (빛마루방송지원센터) 중소 PP 및 독립제작사 대상 방송영상 콘텐츠의 기획·제작·편집·송출 종합 지원을 목적으로 설립되어 있고, 동시에 기업 입주공간을 마련하여 창업지원 사업 추진
  - (전파기술센터) 나주본원에 5G 등 전파환경 변화에 대비하여 전파기술 센터를 개설하여 운영하면서 전파이해와 체험 공간 존재
  - (10개 지역본부 및 6개 지역사업소) 전파관리를 주요 목적으로 하는 10개 지역본부와 진주, 충주, 목포 등 6개 지역사업소를 운영하고 있음
  - (인적 인프라 활용) KCA의 사업네트워크, 전문가 네트워크 등 인적 네트워크와 연계된 일자리 매칭 및 취·창업 지원사업 필요
  - (KCA 인프라 연계 사업) 본 연구는 KCA가 보유하고 있는 다양한 인프라를 활용하여 직접 일자리 창출과 교육 등을 통한 잠재적 일자리 창출 사업 추진 필요
- (지역과 상생하는 일자리 창출 사업 발굴) KCA가 위치하고 있는 나주시, 전라남도, 광주광역시와 연계한 지역일자리 창출 필요
- (나주 혁신도시 연계사업) 나주 혁신도시에 입주한 에너지, 농업, 방송통신 관련 기관이 공동으로 나주시민 및 광주전남 지역민의 취·창업을 지원하기 위한 사업 발굴 필요
  - (지자체, 지역대학 연계사업) 나주시, 광주광역시, 전라남도 등 KCA와 인접한 지자체의 청년, 여성, 신중년에 대한 일자리 창출 사업을 우선적으로 고려하여 단기성과 도출 사업 필요
  - (송파청년창업센터 연계사업) 지역민의 수도권 취·창업을 지원하기 위한 인프라로서 고려되고 있는 송파청년창업센터 활성화 사업 필요
- (실행 가능한 사업 도출) 공공기관 일자리 창출 드라이브 국면에서 단기간에 실행 가능한 KCA 일자리 창출 사업 도출 필요
- (KCA 세부 일자리 창출 사업 필요) 공공기관 일자리 창출 전략방향에



대해서는 이미 선행연구와 전문가 제언 등을 통해 제시가 되었으므로 KCA 관점에서 세부 일자리 창출 사업 필요

- (연차별 세부 실행 계획 필요) 개별 사업안의 제안이 아닌 연차별, 점진적 확대형 일자리 창출 사업을 통해 발전형 일자리 창출 필요
- (단기성과 도출 방안 필요) 동시에 단기적으로 성과 도출이 가능한 사업을 통해 일자리 창출 대표기관으로서 KCA 브랜드를 확보할 수 있는 사업 발굴 필요

## 나. 연구 구성 및 내용

### 1) 연구 구성

- 본 연구는 연구의 개요, ICT관련 국내외 일자리 정책 및 사례조사, KCA 방송통신전파분야 일자리 창출 현황 조사, 그리고 KCA 일자리 창출 전략 수립으로 구성됨
  - (최종 목표) 본 연구의 최종 목표는 ‘KCA의 본업과 인프라를 활용한 일자리 창출 전략과 대표 프로그램’을 도출하는 것이며, 세부 사업안을 연차별 정량·정성적 목표치와 함께 도출 필요
  - (파트별 분석) (파트 1)은 일자리 창출 관련 환경분석과 ICT산업특성 분석을 통해 일자리 창출 방향을 제시하고, (파트 2)는 KCA의 일자리 창출 사업계획을 타기관과 비교분석하여 수준과 전략의 정합성을 검토하고, (파트 3)에서는 환경분석과 경쟁분석을 통해서 KCA의 일자리 창출 전략 및 세부 사업안 발굴로 추진됨
- (파트 1)은 ICT산업을 중심으로 하는 일자리 창출 환경분석 실시
  - 「(파트 1)은 ICT관련 국내외 일자리 정책 및 사례조사 분석으로서 국내 ICT 분야 일자리 창출 사업분석, 해외 ICT 분야 일자리 창출 사업분석을 실시함
  - 특히 4차산업 시대 방송통신전파분야 유망 일자리 분야를 전망하는 것으로 구성됨

- (파트 2)는 KCA 일자리 창출 사업 분석 실시
  - 「(파트 2)에서는 KCA에서 추진하고 있는 일자리 창출 사업의 특성을 분석, KCA 사업 관계자 수요조사를 바탕으로 KCA 일자리 창출 사업의 특수성을 도출하였음
- (파트 3)은 KCA의 일자리 창출 전략과 세부 사업안 제시
  - 「(파트 3)에서는 KCA일자리 창출 전략과 사업 추진 방안으로 구성됨
  - 세부 사업 추진방안은 일자리 창출 전략에 따른 본업기반 일자리 창출 방안, KCA 인프라 활용방안 그리고 지역 연계형 일자리 창출 사업 제시
  - 사업안에서는 연차별 계획과 목표치를 제시함으로써 사업추진을 통해 도출 가능한 시뮬레이션 결과치 제시

## 2) 연구 내용

- (파트 1) ICT관련 국내외 일자리 정책 및 사례조사에서는 (환경분석) 국내외 ICT분야 일자리 창출 사업의 특성, (미래전망) 4차산업 시대 방송통신전파분야 유망 일자리 전망을 통해 ICT분야 일자리 창출 전략 방향 도출
  - (국내외 ICT분야 일자리 창출 사업의 특성) ICT산업의 특성, ICT공공기관 일자리 창출 사업분석, 일본, 미국, 유럽에서 ICT 분야 일자리 창출 사업의 특성을 분석하였고,
  - (4차산업 시대 방송통신전파분야 유망 일자리 전망) 4차 산업혁명의 의미, 4차산업혁명이 ICT 산업 일자리 창출에 미치는 영향을 분석함
- (파트 2) KCA 방송통신전파분야 일자리 창출 현황 조사 분석에서는 KCA 일자리 창출 사업분석, KCA 사업 관계자 수요조사를 바탕으로 KCA 일자리 창출 사업의 특수성을 도출
  - (KCA 일자리 창출 사업분석) KCA일자리 사업분석, (송파구청) 창업클러스터 사업분석을 통해 법제도적 가능성을 검토 함
  - (KCA 사업 관계자 수요조사) KCA본부 및 지역본부 주요 이해관계자에 대한 인터뷰 및 설문조사를 통해 도출된 주요 사업들을 분석하고 이를 통해 KCA 일자리 창출 사업의 전략방향을 도출함

- (파트 3) KCA 일자리 창출 전략 수립에서는 KCA일자리 창출 비전 및 전략, 일자리 창출 사업 추진방안을 도출함
  - (KCA 일자리 창출전략) KCA일자리 창출 비전 및 전략, 사업추진전략, 대표 브랜드사업을 통해 KCA만의 특징적인 일자리 창출 추진
  - (KCA 일자리 창출 사업 추진방안) KCA 인프라 활용방안, 수도권 창업지원센터 설립방안, 대외 홍보방안을 구성하여 단계별 일자리 창출 추진방안을 도출함

## 다. 연구 수행 전략 및 프로세스

### 1) 연구 수행 전략

- 본 연구는 다음과 같은 인식과 전략에 따라 연구 실행
- (일자리에서 일 중심 접근) 일을 창출해 일할 기회와 일자리 창출
  - (일자리 창출에서 일 창출로 패러다임 전환) KCA가 독자적으로 창출할 수 있는 일자리는 많지 않기 때문에 KCA의 본업과 관련된 일을 창출하여 이를 통해 민간을 중심으로 다양한 일의 기회가 발생할 수 있도록 하는 사업 추진
  - (고용 확대와 창업/보육 부문 강화) 기존에 있는 기업을 통한 고용확대와 함께 KCA 인프라를 활용하여 창업과 보육 부문을 강화할 수 있는 장기적이고 혁신적인 일자리 창출 사업 도출
- (일자리 창출 사업 세분화) 사업분야, 사업형태, 사업방식에 따라 일자리 창출 사업 유형을 세분화하여 추진
  - (사업 분야) 방송, 통신, 전파, 융합분야로 구분하여 유형화
  - 일자리 창출 사업분야를 KCA의 본업과 연관되어 방송, 통신, 전파, 융합분야로 구분하여 분야별 특성을 고려한 사업유형 도출
  - (사업 형태) 단독직접사업, 협력간접사업 유형화
  - KCA가 단독으로 수행하여 직접 일자리 창출사업과 산·학·관 협력을 통해서 일자리를 창출 할 수 있는 사업으로 구분하여 사업유형 제시

- (사업 방식) 직접고용형태, 간접고용형태
  - 정규직 형태의 직접 고용과 함께 다양한 형태의 일을 수행하는 간접고용까지를 포함한 일자리 창출 유형 제시
- (기존 사업과 연계성 확보) 사업의 내용에 있어서도 기존사업과 연계성을 확보하여 실행 가능한 과제 중심 대안 제시
- (기존 사업 유지확대분야) KCA에서 수행하고 있는 사업 확대 발전 제안
  - (기존 사업변경 분야) KCA 수행하고 있거나 계획한 사업의 효과를 높이기 위해 추가적으로 변경할 사업 중심
  - (신규 사업 분야) KCA의 신규 사업 분야 중심으로 사업 제안

## 2) 연구 수행 프로세스

- (파트 1) ICT 관련 국내외 일자리 정책 및 사례 조사
- (해외 사례 조사 분석) ICT 관련 일자리 창출정책
    - 일본, 프랑스 ICT 관련 일자리 창출 정책 분석
    - 일본, 프랑스 ICT 산업육성 정책과 ICT분야별 인력수요 예측 및 ICT 전문인력 양성 및 공급 방안을 중심으로 연구 추진 … 일본의 Society 5.0 논리와 일자리창출 등 주목
    - ICT분야 중 방송, 통신, 전파 관련 분야를 중심으로 일자리 전망 및 인력 양성 프로그램을 중심으로 연구하여 국내 적용가능한 시사점 중심 도출
  - (국내 사례) 국내(공기업, 준정부기관) 일자리 창출 정책 사례조사 분석
    - 기업, 공기업, 준정부기관 일자리 창출 정책 및 프로그램 조사
    - 국내 공기업, 준정부기관의 일자리 창출 정책의 특징 및 주요 시사점 도출
    - 2017년 경영평가 일자리보고서 분석 및 시사점 도출
    - 민관 창업클러스터, 보육센터 실태파악, 성공사례 및 부진사례 조사
  - (ICT 관련 일자리 창출) 국내 ICT 환경에 맞는 일자리 창출 정책 시사점 도출
    - ICT 산업의 특성을 고려한 일자리 창출 정책 방향 도출

- 타산업의 기반 산업으로서 확장성을 가진 ICT 산업의 특성을 고려한 일자리 창출 정책 방향
- 대표적인 창업유망산업으로서 ICT의 특성을 고려한 일자리 정책 방향 도출
- 다양한 창업 성공사례를 통해 KCA와 연계성 조사
- 국내 ICT 산업의 특성을 고려한 일자리 창출 정책 시사점 도출
- 국내 ICT산업 분야별 전망 및 인력양성 계획을 고려한 일자리 창출
- 과학기술정보통신부의 ICT산업 육성 정책과 연계된 일자리 창출 정책 시사점 도출
- (4차산업) 4차산업 시대 방송통신전파산업의 유망 일자리 전망
  - 4차산업 시대 방송통신·전파 산업 유망 일자리 전망(해외사례 포함)
  - 융합화 되어 가는 기술트렌드에 부합하는 미래 유망 일자리 조사

● (파트 2) KCA 방송통신전파분야 일자리 창출 현황 조사 분석

- (KCA 인프라 활용) KCA 인프라를 활용한 일자리 창출 환경조사
  - 지역별 특성화된 일자리 환경 : 지역본부, 스마트미디어센터 연계
  - 지역본부 및 스마트 미디어 센터 프로그램과 연계된 일자리 창출 현황 조사
  - 지방본부의 지역별 산업특성을 고려한 일자리 발굴(예, 부산, 미디어 콘텐츠, 해양산업)
  - 지방본부-SMC-빛마루 연계한 창업지원 방안(각 인프라별 특성을 고려한 시너지 창출방안, 입주자 연계 등)산업별 특성화된 일자리 환경 분석 : 방송, 통신, 전파, 융합 산업 환경
- (KCA 주요 업무 연계) 주요 업무와 관련한 일자리 창출 관련 현장 수요자에 대한 심층인터뷰 등을 통해 문제점 및 창출 방안 도출
  - KCA 주요 업무와 연계된 일자리 창출 방안
  - 정부 창업센터 스타트업 조사를 통한 애로사항과 요청사항 발굴
  - KCA 사업부서장 면담을 통한 창업/일자리 창출 방안 도출

● (파트 3) KCA 일자리 창출 전략 수립

- (KCA 일자리 창출 전략 수립) KCA 일자리 창출 전략 수립, 세부 추진과제 발굴 및 KCA에 적합한 일자리 창출을 대표하는 브랜드 발굴
  - 내부현황진단 : 조직, 예산, 사업구조, 창업지원 인프라 조사
  - 시사점 도출 : SWOT분석, CSF 및 추진대책 도출
  - KCA 일자리 창출 전략 및 세부 추진 과제 발굴
  - 사업 분야 : 방송, 통신, 전파, 융합분야로 구분하여 유형화
  - 사업 형태 : 단독직접사업, 협력간접사업 유형화
  - 사업 방식 : 직접고용형태, 간접고용형태
  - 실행방안/중장기 로드맵 마련(환류를 위한 성과지표 개발)
  - KCA에 적합한 일자리 창출 대표 브랜드 프로그램 개발
- (일자리 창출 효과 분석 및 시뮬레이션) KCA에 맞는 적정 모델에 대한 일자리 창출효과를 정량·정성적 분석 기준 및 시뮬레이션 결과치 제시
  - KCA 특화된 사업별 목표치를 제시하고 시뮬레이션 결과치 제시
- 수도권내 (가칭)방송통신전파 창업보육허브센터 구축 타당성 검토
  - 방송통신전파 창업보육허브센터 구축 타당성 검토
- 분과운영 및 분과별 업무분장
  - 창업전문가(엑셀러레이터, 일자리 전문가, 대학창업센터, 취업센터 관계자 등)
  - 정책방향 및 추진계획 수립 : 경영평가 이해도가 높은 유경험자가 설계



# 목차

# | 목차 |

1. 연구 개요 .....	i
가. 연구 배경 및 목적 .....	i
나. 연구 구성 및 내용 .....	v
다. 연구 수행 전략 및 프로세스 .....	vii
 (파트1) ICT관련 국내외 일자리 정책 및 사례 조사 .....	1
1. 국내외 ICT분야 일자리 창출 사업 분석 .....	3
가. 국내 ICT분야 일자리 창출 사업 분석 .....	3
나. 해외 ICT분야 일자리 창출 사업 분석 .....	34
2. 4차산업 시대 방송통신전파산업 유망 일자리 전망 .....	49
가. ICT산업 특성을 고려한 일자리 창출 방향 .....	49
나. 4차 산업혁명 시대 방송통신전파산업 일자리 전망 .....	53
 (파트2) KCA방송통신전파분야 일자리 창출 현황 분석 .....	59
1. KCA 일자리 창출 사업 분석 .....	61
가. KCA 일자리 사업 분석 .....	61
나. 창업허브센터구축사업 분석 .....	68
2. KCA 사업 관계자 수요조사 .....	70
가. KCA 사업관계자 인터뷰 .....	70
나. KCA 관련 이해관계자 조사 .....	85



# | 목차 |

(파트3) KCA일자리 창출 전략 및 세부 사업안 .....	89
1. KCA 일자리 창출 전략 .....	91
가. KCA 일자리 창출 전략 방향 .....	91
나. KCA 일자리 창출 사업 추진 전략 .....	93
다. 본업 기반 일자리 창출 전략 .....	94
라. 지역사회 연계형 일자리 창출 전략 .....	116
마. KCA 인프라 활용 전략 .....	143

## | 표목차 |

〈표 1〉 일자리 정책 10대 중점 과제 .....	9
〈표 2〉 일자리 창출 관련 주요 성과지표 및 목표_NIPA .....	13
〈표 3〉 성과목표 설정 근거_NIPA .....	13
〈표 4〉 일자리 창출 추진 전략_KISA.....	18
〈표 5〉 일자리 창출 운영 전략_KISA .....	19
〈표 6〉 일자리 창출 추진 계획_KISA.....	19
〈표 7〉 일자리 창출 비전체계_시청자미디어재단 .....	21
〈표 8〉 일자리 창출 목표 및 과제_시청자미디어재단 .....	22
〈표 9〉 일자리 창출 비전체계_중소기업진흥공단 .....	23
〈표 10〉 일자리 창출 과제 및 성과지표_중소기업진흥공단 .....	24
〈표 11〉 옴니텔 운영목표 .....	29
〈표 12〉 옴니텔의 주요 협력기관 .....	33
〈표 13〉 지역진흥협력대원 수 및 시행 지방자치단체 수 추이.....	37
〈표 14〉 누보 셰르비스 앙플루아 쥘 (Nouveaux Services Emplois Jeunes) ...	46
〈표 15〉 고용주 사회보장 부담금 면제 특전 (Zero Charges) .....	46
〈표 16〉 KCA 주요 업무 .....	63
〈표 17〉 미얀마 미디어 개발 센터.....	115
〈표 18〉 MMDC 주요 교육 프로그램.....	115

## | 그림목차 |

[그림 1] 옴니텔 사업전략 .....	26
[그림 2] 옴니텔 사업성과 .....	27
[그림 3] 옴니텔 사업비전 .....	28
[그림 4] 옴니텔의 슬로건(스타업고 오오일오) .....	29
[그림 5] 옴니텔 추진전략 .....	30
[그림 6] 옴니텔 추진과정 .....	31
[그림 7] 옴니텔 추진 체계 .....	32
[그림 8] 지역진흥협력대 모집 세미나(훗카이도) .....	36
[그림 9] 지역진흥협력대 프로그램 시행효과 .....	37
[그림 10] 지역진흥기업인 활용전략 세미나 .....	39
[그림 11] 지역진흥기업 교류 프로그램 기대효과 .....	39
[그림 12] 도쿄펍카페 - 편안한 분위기에서 다양한 형태의 교류로 활발함 .....	40
[그림 13] 펍카페의 기능과 구성요소 .....	41
[그림 14] FabLab Yamaguchi .....	42
[그림 15] KAIR 투어 / KAIR 아티스트와 함께 하는 방과후 수업 .....	43
[그림 16] 고가를 사무실로 개조한 SanSan(주) 원격사무소 '카미야마라보' .....	43
[그림 17] 관계인구 .....	44
[그림 18] 관계인구 증가를 위한 단계적 교류 · 이주 지원 .....	45



# 파트 1

---

## ICT관련 국내외 일자리 정책 및 사례 조사



# 1. 국내외 ICT분야 일자리 창출 사업 분석

## 가. 국내 ICT분야 일자리 창출 사업 분석

### 1) ICT산업의 특성

#### (1) ICT산업과 일자리

□ (ICT산업 일자리 창출 관련 연구) 과학기술과 ICT 정책의 일자리 창출효과 분석과 정책방향에 관한 연구<sup>1)</sup>

○ (ICT부문 고용현황 분석) 4차산업혁명 등을 통해서 기존 일자리가 감소하고, ICT 부문의 고용은 증가할 것으로 예상됨

– ICT 부문은 전체 사업체의 5.3%를 차지하고 있으며 다른 부문의 고용이 감소되고 있는데 비해서 ICT서비스업을 중심으로 고용이 크게 증가하고 있음

• 과학기술 및 ICT 산업 취업자가 전체 산업에서 차지하는 비중은 약 3.0%이고, 사업체 조사 기준으로도 5.3%를 차지하고 있어 매우 중요한 부분임

• 2016년 기준 출판영상방송통신 및 정보서비스업의 취업자 수는 78.6만 명으로 2010년의 66.8만 명에 비해 11.8만 명(CAGR 2.7%)이 증가함

• ICT 부문은 ICT제조업 부문의 취업자 수 성장은 둔화 되었지만 SW개발, SW 공급, 컴퓨터프래그래밍/SI, 정보서비스업을 중심으로 취업자 수가 크게 증가하여 전반적으로 고용이 증가하고 있음

– 방송통신전파 관련 산업 중에서 방송, 정보서비스업, SI산업은 고용이 증가하였으나, 통신업 그중에서 유선통신사업 부문의 고용이 감소하였음

• 방송업 : 방송업의 40% 비중을 차지하는 지상파방송 종사자수의 정체에도 불구하고 홈쇼핑 및 종편 등 방송채널사용사업 종사자수의 증가에 힘입어 1.5% 성장하였음

• 통신업 : 통신서비스업의 성장성 둔화로 유선통신사업 부문을 중심으로 한 구조조정에 따라 종사자수가 2.8% 감소하였음

• 정보서비스업 : 호스팅 및 포털서비스업의 지속적인 매출증가에 힘입어 3.5%의 고용성장을 기록하였으나 2013년 이후 성장성 둔화에 따른 고용이 정체되고 있음

• 컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업 : 60%의 비중을 차지하고 있는

1) 일자리창출중심의 창조경제정책 수립 및 추진방안 연구(정보통신정책연구원, 2017. 4)

SI산업 성장에 따른 고용증가와 신규 서비스 확대에 따른 주문형 소프트웨어 개발자 수요가 높아지면서 고용이 증가하고 있음

- 방송통신 전파와 관련된 취업계수도 노동생산성 향상에 따라 지속적으로 하락하고 있어 동일 산업투입액 대비 고용창출이 줄어들고 있음
  - 설비투자 증가 및 기술수준 향상 등에 따라 노동생산성이 개선되어 2015년 ICT 산업 취업계수는 2.02로 2007년의 2.48에 비해 지속적으로 하락하고 있음
  - 부문별로 방송서비스업이 2.17, ICT제조업이 1.78로 각각 하락하였고, 패키지 SW 및 컴퓨터관련 서비스업의 취업계수는 4.12로 가장 높은 수준인 것으로 나타남(취업계수는 투입액 10억 원당 취업자 수로 계산됨)
- 방송통신 관련 향후 인력수요를 볼 때 대부분의 산업에서 고용이 증가할 것으로 예상되고 일부 ICT 제조업과 정보서비스업의 고용은 감소할 것으로 예상됨
  - 2015년 이후 2019년과 2024년의 ICT부문 총 취업자 수는 꾸준히 증가하여 2014년 131만 명에서 2019년 144만 명, 2024년 153만 명으로 고용이 증가할 것으로 예상됨
  - 부문별로 방송업, 통신업, 컴퓨터프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업 등은 취업자 수가 증가할 것으로 기대되지만 제조업 및 정보서비스업은 2014년 이후로 차츰 감소할 것으로 전망됨
  - 2020년까지 스마트홈, 지능형로봇, 드론, 바이오의약, 미래형자동차를 중심으로 신규인력 9만 명 정도의 인력수요가 전망됨

## (2) ICT 관련 일자리 정책의 특성

- (일자리 창출 정책 분석) 정부의 일자리 창출정책은 공급확대와 수요확대로 구분할 수 있으며 지금까지는 일자리 공급확대에 집중되고 있음
  - 노동시장의 수요를 견인하기 위해 R&D투자와 같이 산업육성 지원
    - 정부는 산업정책을 통해 해당 산업의 수요를 증가시켜 관련 산업의 생산 및 고용을 증가시키고(1차 파급효과)
    - 이로 인해 소득이 증가되면 국민 전체적으로 소비 증가로 이어져 생산 및 고용이 증가(2차 파급효과)하여 고용 증가가 경제 전체로 확산되도록 유도함
  - 노동시장의 공급조정을 통해 인력수급 불일치를 보정하는 것도 정부의 중요한 일자리 정책 중 하나임
    - ICT산업과 같이 시장의 트렌드가 빠르게 변화하는 산업의 경우 전문 인력을 적기에 공급하는 것이 어려움



- 정부는 인력양성, 전문인력 공급, 미스매치 해소, 노동의 유연성 강화 등의 지원을 통해 산업의 인력수급 불일치를 조정하는 일자리 공급 정책을 통해 일자리 창출을 추진하고 있음
- ICT산업은 다른 산업과 달리 시장수요 확대정책과 함께 정부의 일자리 공급정책이 매우 중요한데 이는 빠른 기술진보와 타산업을 지원하는 기반산업으로서의 기능을 하기 때문임
  - 일반적으로 정부의 일자리 창출정책은 공급확대보다는 지속적인 일자리 창출을 위해서는 시장 수요를 증가시키는 산업정책이 효과적임
  - 하지만 ICT 분야 관련 일자리 정책의 경우 타산업과 비교할 때 노동공급 측면의 일자리 정책이 매우 중요한데 이는 타 산업에 비해서 ICT 관련 산업이 기술진보가 매우 빠르게 일어나고 많은 산업의 기반이 되는 전문 인력을 적기에 공급하는 것이 중요하기 때문임

## 2) 정부의 일자리 창출 정책 분석

### (1) 기존 정부의 일자리 창출 내용 및 방향

□ (정부의 일자리 창출 정책 방향) 직접적인 고용창출을 위한 관주도형 사업추진

- (일자리 창출 정책 내용) 정부의 일자리 창출 정책은 직접적인 고용창출지원사업이 대부분이었고 인력당 월 60만원 내외의 지원금을 지급하는 형태임
  - 지금까지 정부의 일자리 창출 정책은 기업일자리 창출 지원, 비정규직 고용안정 지원, 여성 고용안정지원, 사업 조정에 따른 유지지원, 청장년층 고용지원, 고용 인프라 구축 지원 등으로 구분됨
  - 이러한 사업 중에서 직접적인 고용창출지원사업은 일자리 함께하기, 시간 선택제 고용지원, 지역산업 고용지원, 전문인력 고용지원, 고용촉진장려금 지원사업으로 구성됨
    - 일자리 함께하기 사업은 장시간 근로를 개선하여 빈 일자리에 신규로 근로자를 고용하는 것을 장려하는 사업으로 교대제 도입(확대), 실 근로시간 단축제, 일자리 순환제를 통해서 인원당 월 40~80만원을 지원하는 사업임
    - 시간 선택제 고용지원사업은 시간 선택제 근로자를 신규로 채용한 경우 근로자 1인당 월 60만원까지 지원해주는 사업임
    - 전문인력고용 지원사업은 전문적인 경력을 가진 근로자를 3개월 이상 고용을 유지하는 경우 근로자 1인당 월 60만원까지 지원해주는 사업임

- 고용촉진장려금제도는 취업이 어려운 중증장애인, 여성가장, 취업지원 프로그램 이수자 등을 신규로 고용한 사업주에게 지원하는 제도로 근로자 1인당 월 60만원까지 6개월을 지원하는 사업임
- 그 외에도 청년을 대상으로 하는 인턴제, 취업성공패키지, 일학습병행제에 참여 후 중소기업 등에 정규직으로 취업 및 전환되는 경우 해당근로자와 기업을 지원하는 제도가 있음

○ (일자리 창출 정책 방향) ICT 부문의 일자리 창출을 위해서 공급측면과 수요측면을 동시에 고려한 정책방향 수립이 필요함

- 산업성장 및 성장 잠재력 확충을 통한 일자리 창출 지원정책이 요구됨
  - 기술혁신형 신성장 산업지원, 기술이전 및 사업화 촉진을 통한 고용창출의 선순환 구조확립, 법제도 및 규제 완화를 통한 산업활성화 지원이 필요함
- 창업지원을 통한 고용 수요 창출
  - 대기업 등 기업체 채용에 의한 고용 의존도를 낮추고 고용 없는 성장의 돌파구로서 고용창출효과가 높은 창업 기업을 장려하는 정책이 필요함
  - 이를 위해서 창업 교육, 자금조달, R&D 및 기술지원, 해외진출 및 사업화 지원 등 종합적인 창업지원을 통한 고용 수요 창출 필요
- 법제도 정비 및 규제 완화를 통한 산업 활성화 지원
  - 적극적 규제 완화는 산업 활성화 생태계 구성에 따른 직간접 고용증가 및 신규 인력수요 증가에 영향을 주므로 규제 완화를 통한 산업활성화 필요
- 필요한 전문인력 확보 및 유지 재교육 지원 정책 필요
  - 신성장 기술 인력 수요에 부합하는 고급 인력양성을 위해 대학 및 2차 교육기관을 통한 전문인력 육성지원과 중장기 인력 수급 정책 수립 필요
  - 세부 분야별로 수요가 높으나 공급이 불충분한 미스매치 분야를 중심으로 현장수요 맞춤형 인력양성 지원이 요구됨

□ (일자리 정책 진단) 정책의 중복이나 홍보부족으로 분석하여 사업조정, 맞춤형 지원 정책 필요성을 제시함

- (청년, 여성 고용상황) 우리나라는 청년과 여성의 고용부진이 가장 두드러지고, 여러 정책이 시행되고 있으나 개선효과가 뚜렷하지 않음
- 장년 고령층의 경제활동참여율은 OECD국가에 비해 증가하고 있으나 청년 고용률(41.5%)과 여성고용률(55.7%)은 OECD 평균에 미치지 못하는 형태임

- 특히 청년실업 문제해결에 대한 관심이 높고 다양한 논의는 이루어지고 있지만 정책 대안 제시와 평가는 여전히 많지 않은 상황임
- 여성고용관련해서는 성별 고용격차가 양적 지표뿐만 아니라 임금, 고용안정 등 질적 지표에 있어서도 차이가 있는 것으로 나타나는데 여성의 대학진학률이 높고, 격차가 증가하고 있지만 노동시장의 성별격차는 지속되고 있음

○ (고용부진 원인) 청년 고용 부진은 수급의 문제가 크고, 여성고용 부진은 사회 구조적인 문제로 인한 인식개선 필요성이 큼

- 청년 고용률이 부진한 원인은 정규교육과 기업이 요구하는 실무능력 간의 괴리, 노동시장 이중구조 고착화로 인한 인력수급 불일치, 2차 베이비붐 세대의 노동시장 신규 진입확대, 정년연장으로 인한 베이비붐 세대의 노동시장 체류증가, 취업준비활동 증가로 취업 준비기간이 증가함에 따라 청년들의 노동시장 진입 지연 등이 원인임
- 여성고용률이 부진한 원인은 출산, 육아, 자녀 교육의 부담으로 인한 노동시장 진입 포기, 일가정양립 문화의 확산 저조로 인해 여성의 경력단절이 지속되는 문제 때문임

○ (정책지원의 한계) 정책 추진에 있어서도 정책의 중복현상과 홍보 부족 등으로 인한 인식 부족이 정책 추진에 애로사항이 되고 있음

- 복잡한 고용서비스 전달체계 : 청년, 여성 일자리 사업 및 지원 체계 등이 기관별 부처별로 중복되어 있어 분절화된 정책으로 인한 혼선과 비효율이 발생하고 있음
- 일자리 지원정책의 낮은 실효성 : 재정투입 규모는 지속적으로 증가하고 있으나 일자리 사업이 중첩되고, 홍보가 부족하여 실효성이 부족함

○ (개선방향) 사업의 조정과 통합, 정책 효과 평가, 맞춤형 패키지 정책 추진을 통해 정책의 효과를 제고할 필요가 있음

- 청년 및 일자리 사업의 조정 및 통합 : 산재되어 있는 일자리 정책을 부처간 상시 협의체 운영을 통해 효율적으로 통합하거나 조정할 필요가 있음
- 일자리 사업에 대한 고용영향평가 의무화 : 청년일자리 정책을 우선적으로 각 일자리 사업의 고용영향을 평가하여 정책의 효율성 제고 필요
- 수요자 맞춤형 패키지 정책 추진 : 취업알선, 교육훈련, 보조금, 창업지원을 수

요자 맞춤형으로 패키지화하고 메뉴화할 필요가 있음

- (정책별 보완방안) 일학습병행제, NCS 도입, 미래 신직업 창출 등을 통해 현장과 맞닿은 정책 추진 필요
  - 일학습병행제 확대 : 일학습병행제 확대를 통해 교육과 현장의 연계, 기업에서 필요로 하는 훈련제공, 청년층의 노동시장 조기 진입 등의 효과를 확대할 필요가 있고 이를 위해서 NCS 기반의 신직업자격 부여 방안 검토 필요
  - NCS제도 확산 : 대기업을 대상으로 NCS 도입은 현실적으로 어려운 실정이므로 공공부문을 선도적으로 NCS 기반 채용을 확산 필요
  - 해외취업 활성화 : 청년들의 해외진출 위한 정책지원을 지속적으로 추진하여 지원제도의 고도화 추진필요
  - 미래 신직업 창출 : 미국, 일본 등에 비해 절대적인 직업의 종류가 적고, 과도한 직업규제를 완화하여 새로운 직업 창출을 유인할 필요가 있음

## (2) 문재인 정부의 일자리 정책 추진 방향

- (문재인정부의 강력한 일자리 창출 천명) 새 정부는 일자리 창출을 국정운영 최우선 과제로 설정하고 청년, 여성 중심 일자리 창출 추진
  - (일자리 정부 지향) 문재인 정부는 시대적 요구인 양질의 일자리 창출을 국정운영의 최우선 과제로 설정하고 '내 삶을 바꾸는 일자리 정부'를 지향함
  - (미래 사회 선제적 대응) 4차 산업혁명, 저출산·고령화 등 미래변화에 선제적으로 대응하고 혁신성장 기반 구축으로 지속가능한 일자리 창출을 추구
  - (일자리 중심 경제) 문재인 정부의 경제전략도 소득주도성장, 혁신성장, 공정경제 부문에서도 최종적인 목표는 일자리 창출을 목표로 하고 있음
  - (타깃별 세분화된 일자리) 세부적으로 일자리 창출 타깃을 선진국 대비 고용률이 낮은 청년, 여성 그리고 신중년을 대상으로 설정하였음
  - (일자리 정책 10대 중점과제) 정부는 일자리 인프라 구축, 공공 및 민간 일자리 창출, 일자리 질 개선, 맞춤형 일자리 지원을 중심으로 하는 10대 중점과제를 설정하였음

〈표 1〉 일자리 정책 10대 중점 과제

분야		10대 중점과제	100개 세부 추진과제
일자리 인프라 구축		① 일자리 중심 국정운영 시스템 구축	12개
		② 일자리 안전망 강화 및 혁신형 인적자원 개발	10개
일자리 창출	공공	③ 공공일자리 81만 명 확충	7개
	민간	④ 혁신형 창업 촉진	6개
		⑤ 산업경쟁력 제고 및 신산업/서비스업 육성	19개
		⑥ 사회적 경제 활성화	6개
		⑦ 지역일자리 창출	10개
일자리 질 개선		⑧ 비정규직 남용 방지 및 차별 없는 일터 조성	5개
		⑨ 근로여건 개선	9개
맞춤형 일자리지원		⑩ 청년/여성/신종년 등 맞춤형 일자리 지원	16개

### (3) 일자리 창출 정책의 한계

□ (일자리 정책 효과 분석 미약) 일자리 정책을 통한 효과분석이 계량적이고 체감되지 못하는 한계가 있음

○ (일자리 창출 정책 효과 분석) 일자리 정책효과 분석을 위해 IO분석, CGE모델 등 다양한 방법이 추진되어 왔음

– 일자리 창출 정책의 효과를 분석하기 위해서 가장 대표적인 방법이 레온티에프 투입산출모형(Leontief Input–Output Model)임

- 레온티에프 투입산출모형은 특정 산업의 고용효과를 분석하는데 주로 사용되며 경제 내 산업간 지역 간 상호 효과분석이 가능함
- 산업연관표 상의 고용표에 의한 산업별 고용유발효과 등의 간접효과와 유발효과 분석에 용이하여 대표적인 정책효과 분석 방법임

– CGE모형(Computable General Equilibrium Model)

- CGE모형은 생산, 소비, 투자, 정부지출 등 국내 경제부문들과 수출입 등 대외 부문이 상호의존적으로 반응하는 상황에서 정책변화의 효과를 연산할 수 있는 모형임
- 정책이 산출증가에 미치는 영향에 대한 경로와 인과관계 등을 파악하기에는 적합하지 않지만 분석대상을 세분화하여 필요한 부분만 활성화시켜 분석하기에는 유용한 모델임

– PSM(Propensity Score Matching) 분석과 DID(Difference in Difference)분석

도 일자리창출 효과분석을 위한 방법론으로 활용되고 있음

- PSM모형은 특정 정책에 참여하지 않은 집단 중 사업 참여그룹의 특성과 가장 유사한 특성을 가지는 그룹을 매칭 시켜 참여그룹이 해당 사업에 참여하지 않았다면 얻을 수 있는 성과를 추정하는 모델임
- 수혜를 받은 그룹이 수혜 전후의 성과를 비교분석하여 그 차이의 유의미한 특성이 있는지를 분석하는 모델임
- 그 외에도 정부의 일자리 창출 정책의 효과를 산정하기 위해서 거시계량 모형 (Macro Econometric Model) 등이 활용될 수 있음

□ (일자리 정책 대안의 한계) 일학습병행제, NCS, 해외취업지원, 미래 신직업 창출 등 미시적 대안 제시

○ (정책 대안의 내용) 일학습 병행제, NCS 도입, 미래 신직업 창출 등을 통해 현장과 맞닿은 정책 추진 필요성 제시

- 일학습병행제 확대 : 일학습병행제 확대를 통해 교육과 현장의 연계, 기업에서 필요로 하는 훈련제공, 청년층의 노동시장 조기 진입 등의 효과를 확대할 필요가 있고 이를 위해서 NCS 기반의 신직업자격 부여 방안 검토 필요
- NCS제도 확산 : 대기업을 대상으로 NCS 도입은 현실적으로 어려운 실정임으로 공공부문을 선도적으로 NCS 기반 채용을 확산 필요
- 해외취업 활성화 : 청년들의 해외진출 위한 정책지원을 지속적으로 추진하여 지원제도의 고도화 추진필요
- 미래 신직업 창출 : 미국, 일본 등에 비해 절대적인 직업의 종류가 적고, 과도한 직업규제를 완화하여 새로운 직업 창출을 유인할 필요가 있음

○ (미시적 대안의 한계) 이러한 미시적 대안은 현재 시장에서 약간의 개선은 가능하지만 근본적인 대안이 되지 못함

- 일학습병행제는 장기간에 성과가 도출되는 사업이며 현재 우리나라 정서나 진학구조를 볼 때 대안으로서 제시되기 어려운 정책임
- NCS제도 확산의 경우에도 기업 중심의 일자리 창출 정책이라는 점에서는 바람직하지만 일자리 창출정책이라기 보다는 학교와 기업 간 역량 미스매치 해결방안이라고 할 수 있음
- 해외취업과 미래 신직업창출은 국내 산업활성화와 충돌하는 사업이며 미래 신직업창출은 정부가 추진하기 어려운 사업임
- 이처럼 지금까지 정부가 제시한 일자리 창출사업은 현재의 청년실업, 여성실업

의 문제를 해결하기 어려운 사업이라고 할 수 있음

#### (4) 주요 시사점

- (시장중심 정책 추진 미흡) 정부주도, 공급자 중심의 사업추진으로 인해서 실질적인 성과 도출이 어렵고 성과가 가장됨
- (시사점) ICT 부문의 지속적인 일자리 창출을 위해서는 수요견인 산업정책과 정부 R&D 투자 및 창업지원을 통한 시장 활성화 지원 필요
  - (수요견인) ICT산업의 성장지원을 통한 수요견인 정책이 고용창출을 위해 가장 효과가 큰 것으로 나타남
  - (공급확대) 단기적으로는 R&D투자 그 자체로 관련 전문인력의 고용을 통해 새로운 고용을 창출할 수 있고 장기적으로 지능정보시대를 선도할 수 있는 시장을 조성하여 새로운 일자리를 창출할 수 있음
  - (창업활성화) ICT 기술을 활용한 창업과 성장을 촉진시켜 관련 산업과 연관 산업에서의 수요를 견인할 수 있음
  - (고급 인력 양성 및 확보) 과학기술 및 ICT 관련 산업의 특성상 시장수요가 빠르게 변화하므로 여러분야가 하나로 융합하여 발전하는 형태를 보이고 있으므로 이러한 변화에 맞춘 적기 고급인력 양성 및 공급이 필요함

### 3) 주요 ICT 공공기관 일자리 창출 사업 분석

#### (1) NIPA(정보통신산업진흥원)

- (경영환경 및 정부의 정책 기조) 근무환경 개선 및 신규 인력 충원 관련 내부 요인, 일자리 창출 문제 및 ICT 사업의 성장 등 외부 환경 변화 등과 함께 신정부의 일자리 창출 정책 등
  - 비정규직의 정규직화, 근무환경 개선에 대한 요구 증가와 함께 사업 확대 · 업무 증가 등으로 인한 사업부서의 신규 인력 충원 수요 증대
  - 청년 실업률이 사회적 이슈로 대두되고, ICT 산업 진흥 관련 일자리 창출 요구가 지속적으로 증대됨
  - 또한 신정부의 일자리 중심 국정운영을 통해 ICT 일자리 26만개 창출 등을 중심으로 한 과학기술 ICT 일자리 창출 방안 발표 등 기관과 관련된 내 · 외부 일자리 창출 환경 변화 및 수요가 증대되고 있음



- (NIPA의 일자리 창출 노력) 일자리 창출 종합계획을 자체적으로 수립하여, P-D-C-A(Plan-Do-Check-Act)에 기반 일자리 창출 사업 추진
  - NIPA의 비정규직 제로(Zero) 지대 실현 및 일자리 창출을 우선 고려하는 조직문화 조성
    - 좋은 일자리 창출 및 고용의 질 개선 추진
    - 비정규직·간접고용의 정규직 전환 및 처우 개선
    - 정현원차 합리적 관리 및 일자리 나누기
  - 민간 일자리 창출을 위한 모든 지원 사업을 일자리 중심으로 재편
    - 기관의 핵심기능·사업·투자를 통한 민간 일자리 창출
    - 혁신적 노력 및 협력을 통한 좋은 일자리 창출
  
- (NIPA의 일자리 창출 성과) 기관 내 일자리 형태상 차별을 타파하고, 양질의 일자리를 만들기 위한 노력 지속함과 동시에 ICT 관련 미래형 일자리 창출
  - 기관 설립시 부터 정규직, 계약직, 기간제, 고졸자 등 모든 직원에게 동일 처우(급여, 복지 등) 제공하고, 비정규직의 정규직 전환 목표 100% 달성 및 청년 인력 28명 채용(총 채용(31명)의 90.3%)
  - 정규직 93.8%, 4대 보험 가입률 95.6%에 달하는 양질의 민간 일자리 약 19,000여개(m/y(man/year) 기준 5,960명) 창출(신규 채용 1,036명 달성 및 청년일자리 2,000개 이상 확보)
  - 실패 경영인 재창업 164명, 퇴직전문가 해외 진출 71명, 경력단절여성 35명 sw프로슈머 활동 지원 등 사회적 약자의 취업 지원
  - 과학기술ICT일자리 대책(12월, 26만개 과학기술ICT일자리 창출 목표) 등 정부 일자리 전략 수립 지원
  - 블록체인, 지능정보 등 신규 사업 발굴 및 주요 사업 확대로만 2018년 1,200여명의 일자리 창출 예상



□ 일자리 창출 주요 성과지표 및 목표

〈표 2〉 일자리 창출 관련 주요 성과지표 및 목표\_NIPA

구 분	성과지표	2016 실적	2017 목표	목표설정 근거
공공기관 좋은 일자리 창출 실적	비정규직의 정규직 전환 실적*	21명	7명	• 비정규직 연차별 전환계획상의 연도별 계획 대비 실적
	기관의 정현원차 축소 실적	19명	12명	• 정현원차 감소 추세치(2년)를 고려하여 2016년 대비 7명 축소
민간부문 좋은 일자리 창출	총 일자리 규모	—	11.6 이상	• 한국은행 SW분야 고용유발계수
	신규 채용 규모	—	15.5%	• 통계청의 국내 신규채용 규모
	4대 보험 가입률	—	92.2% 이상	• 통계청의 4대보험 가입 평균
	정규직 비율	—	74.2%	• 통계청의 국내 비정규직 비율

〈표 3〉 성과목표 설정 근거\_NIPA

구 분	성과지표	2017 목표	목표설정 근거
좋은 일자리 창출 및 고용 질 개선 노력	좋은 일자리 창출 및 고용질 개선을 위한 전사적 노력도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 비정규직 가이드라인 준수</li> <li>• 정규직 전환 계획 수립</li> <li>• 노사간 정규직 전환 공감대 형성</li> <li>• 민간부문 일자리 창출 계획 수립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부 가이드라인 준수 등</li> <li>• 내부 노력 목표 근거 반영</li> </ul>
공공기관 좋은 일자리 창출	비정규직의 정규직 전환을 위한 특별한 노력도	• 정원 외 비정규직 추가 전환을 위한 정원 확보 등의 노력	• 정부 가이드라인을 준수하고, 추가 노력 강화
	정규직 전환자, 고졸자, 무기계약직, 별도직군 등의 불합리한 차별 처우 개선 노력	• 기관 설립 시부터 차별 없는 처우 수준 유지	• 동일가치노동-동일임금가치에 따른 현행수준 유지
	일자리 나누기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 임금피크제, 시간선택제, 유연근무제, 탄력정원제 개편 및 이용활성화</li> <li>• 정원 확보 및 청년인턴제 시행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2018년 본격 일자리 나누기 추진을 위한 시간선택제, 유연근무제 등 활성화</li> <li>• 신규채용확대를 위한 정원 증원, 청년인턴 신규 시행 등 노력 강화</li> </ul>
민간부문 좋은 일자리 창출	민간부문 새로운 일자리 창출 노력도	• 컨설팅, 법률지원, 창업, 금융알선 등을 통한 일자리 창출	• 민간 일자리 창출을 우선하는 다양한 수단 모색
	협력 및 위탁도급업체 근로조건 등 처우개선 노력도	• 협력 및 위탁업체의 판로확대 및 일자리 창출 유도	• 정부 가이드라인을 준수하고, 일자리 확대를 위한 추가노력 반영
	사회적 가치 실현을 위한 일자리 창출 노력도	• 사회적 가치 실현 기업의 우선 계약 및 가점부여 추진	• 공공계약의 직간접적 일자리 창출 효과 강화
좋은 일자리 창출을 위한 혁신적 노력과 성과	일자리 창출의 혁신성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일하는 방식 개선을 통한 좋은 일자리 창출</li> <li>• 기술혁신, 기술공유 등을 통한 일자리 창출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기관 경영효율화 계획 추진</li> <li>• 일자리 창출을 위한 다양한 혁신적 노력을 평가</li> </ul>
	일자리 창출을 위한 협력도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 임직원 대상 일자리 창출 및 사회적 책임 가치 공유</li> <li>• 사회적 기업 등과 협력</li> </ul>	• 교육, 주간회의, 포상, 잡페어, 협력 등을 통한 일자리창출 가치 내재화

□ (일자리 창출 주요 사업) ICT, SW산업 진흥을 통해 민간부문의 일자리 규모 확대 및 근로조건 개선

□ 일자리 중심 사업 관리 추진을 위한 제도 개선 및 근로조건 개선

- '17년 초부터 본원의 25개 사업에 시범적으로 일자리 창출을 고려하여 사업을 공고하고\* IITP R&D사업 공모시 중소기업의 인건비 전액 지원 등 인센티브 제공
  - 일자리 창출 효과를 선정 평가시 반영, 신규 채용시 현금 사업비 계상 등
- '18년부터는 ICT·SW사업 진흥 및 ICT R&D를 통한 본격적인 민간 일자리 창출을 추진하기 위하여 일자리 중심 사업관리 체계 강화 및 수행기관의 근로조건 개선 지원

구분	현행(~2017년)	개선(2018년 이후 사업부터 적용, 2018. 2월 개정 고시)
NIPA 본원	<ul style="list-style-type: none"> <li>신규채용 인력에 대한 인건비 지원</li> <li>4대 보험 가입 여부 확인(Optional)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>선정시 일자리의 양(총 인원, 신규채용), 일자리의 질(정규직 여부, 4대보험 가입여부) 등을 고려하여 평가</li> <li>4대 보험가입 여부, 정규직 여부 등을 필수로 확인</li> <li>최종보고서 제출 및 최종 평가시 일자리 실적이 반영되도록 평가 편람 개정</li> </ul>
IITP (부설 기관)	<ul style="list-style-type: none"> <li>신규채용 인력에 대한 인건비 지원</li> <li>연구개발서비스업자 또는 인건비 현금 인정분야 중소기업 수행시 인건비 전액 지원</li> <li>연구지원전문가 신규 채용시 인건비 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>34세 이하 청년을 신규인력으로 채용시 민간부담금 경감</li> <li>창업기업 소속 인력 인건비 전액 지원</li> <li>창업 학생연구원 인건비 지원</li> <li>신규고용 우수기업 ICT R&amp;D사업 신청시 가점 부여</li> </ul>

□ ICT 사업 추진을 통해 일자리 창출 자체 목표 초과 달성

- 총 고용 5,960명(m/y, 참여한 총 인력 기준 약 19,000여명), 신규 채용 1,036명, 정규직 비율 93.8%, 4대 보험 가입률 평균 95.6% 등 주요 일자리 지표의 자체 목표치를 초과 달성

구분		목표(M)	성과(N)	달성률(N/M×100)
총 일자리규모 (학교, 공공기관 지원 부분, 외국인 등 제외)	총 일자리(A, m/y)	5,295명	5,960명	113%
	민간 지원 예산(B)	-	4,565억원	
	10억원당 고용효과(C=A/B)	11.6명 <sup>2)</sup>	13.1명	
신규 채용 규모	신규채용수(D, m/y)	821명	1,036명	112%
	신규채용률(E=D/A)	15.5% <sup>3)</sup>	17.4%	
정규직 비율	정규직 수(F, m/y)	3,930명	5,588명	126%
	정규직 비율(G=F/A)	74.2% <sup>4)</sup>	93.8%	
평균 4대 보험 가입률	고용보험(H)	90.7%	94.2%	104%
	건강보험(I)	89.7%	97.8%	109%
	국민연금(J)	90.1%	96.8%	107%
	산재보험(K)	98.1%	93.8%	96%
	평균(L=(H+I+J+K)/4)	92.2% <sup>5)</sup>	95.6%	104%

표안에 주 설명 없습니다

- (일자리 창출 주요 사업) 금융지원, 컨설팅, 규제완화 등 간접 지원을 통한 일자리 확대 지원
- ICT관련 융자, 신용보증, 스타트업 주식시장 추천 등을 통한 금융지원, 창업, 해외진출, 인력 채용 등에 관한 법률 컨설팅 등으로 일자리 확대

구분	주요 일자리 창출 효과	
금융 지원을 통한 일자리 확대	SW지식재산권 평가보증, SW기술가치 평가 지원	평가보증액(269억원) 및 가치평가기반 투자유치(61억원)로 약 380여명* 일자리 창출 기여 예상
	한국벤처투자의 디지털콘텐츠산업육성을 위한 펀드의 운용 계획·활성화방안 등을 수립	'16년 과기정통계정 자펀드 투자를 받은 68개 기업 고용현황은 투자 시점보다 513명(25%) 증가
	SGI서울보증과 협력하여 보증증권 발급이 어려운 벤처의 보증증권 발급 지원	1,177개 기업에 7,437건, 1,651억원 보증지원으로 약 1,915명* 일자리 창출 예상
	자금력이 부족한 ICT 중소기업 경쟁력 강화 등을 위해 ICT 기술개발자금 장기·저리 지원	400억원 융자지원 및 356여명 규모 일자리 창출 기여 예상
* 일자리 창출 규모 산정은 고용유발 계수 11.6 활용		

- (일자리 창출 주요 사업) 사내벤처 및 임직원 창업 등과 같은 혁신적 수단을 통한 일자리 창출 노력
  - 정부 예산 집행을 대행하는 산업진흥기관 특성상 사내 벤처, 임직원 창업 제도 운영이 곤란
    - 공공기관 임직원이 국민, 기업이 해야 하는 창업, 기업 활동을 할 경우 민간 영역 침해, 정부 지원공모사업 참여기업 선정 시 공정성 문제 등의 이슈 발생 가능성 농후
  - 이에 사내 벤처 및 창업보다는 민간 기업의 창업을 활성화하는 역할에 주력
    - 창업 인프라 제공, 엑셀러레이터를 활용한 스타트업 보육, 우수 재창업자 발굴 등을 통해 58건의 신규창업을 지원하였고 이로 인해 약 207명(m/y) 이상의 일자리 창출
- (일자리 창출 주요 사업) 사회적 기업, 협동조합, 자활기업 지원을 통한 해당 분야 일자리 확대, 사회적 약자 및 청년 창업·취업 지원
  - 실패 기업인, 경력단절여성, 퇴직전문가, 장애인 등 사회적 약자의 취업 지원
  - 여성인력개발원과 업무협약을 통해 경력단절여성의 SW프로슈머 참여 및 테스트링 국제자격증 취득\*을 적극 지원하고 우리원이 지원하는 사업 참여기업의 사회적 약

자 채용을 권장

- 경력단절여성 35명의 테스트 국제자격증(ISTQB) 자격 취득 및 SW프로슈머 활동 지원
- 실패로 어려움을 겪고 있는 재도전기업인의 경험·기술 등 우수 창업 자산을 활용하여 재창업·사업화 연계를 지원하고 164명의 고용창출
- 개도국 공공부문으로 중장년 퇴직자 71명(m/y 기준 69명, 2017년 기준)의 재취업 사업을 추진하여 베이비붐세대의 퇴직 후 제2의 인생 설계를 지원
  - 2017년 사업으로 파견 간 퇴직전문가 98명 중 2018년 이후 투입된 27명은 실적에서 제외
- K-Global 프로젝트 운영지원 용역사로 전직원의 3/4 이상이 장애인으로 구성된 장애인 인권센터 ICT사업단을 선정함으로써 공익단체와 일자리 협력 진행
  - 사회적 기업 인증, 중증장애인 생산품 생산시설 지정, 장애인표준사업자 지정

□ 인력양성, ICT R&D지원 사업 등을 통한 청년의 취업 지원

- 고등학교, 대학교 ICT인재양성에서부터 취업, 창업까지 일괄 지원, ICT R&D사업 지원 등을 통하여 2,000명 이상의 청년 일자리 창출
  - 2018년부터는 34세 이하 청년인력을 신규로 채용시 R&D사업의 민간 부담금을 경감해줄 수 있도록 정보통신·방송연구개발관리규정 개정(2017년 12월)

□ (일자리 창출 주요 사업) 지방·혁신도시의 지역경제 활성화를 통한 지역일자리 창출

- 충북혁신도시 경제 활성화를 통한 일자리 창출 환경 조성
- 혁신도시 및 인근도시 이주 정착 확대를 통한 지역경제 활성화와 일자리 창출 환경 조성(이주 직원 '16년 80명 → '17년 113명)
- 공사입찰 시 지역제한 경쟁 입찰 추진('18년 시행)하는 등 지방이전 이후 본원(충청) 지역 업체와 거래 확대('16년 13건(142백만 원) → '17년 18건(172백만 원), 전년 대비 5건(30백만 원) 증가)
- 충북혁신도시내 유관기관 협력 모임을 통하여 과학기술ICT분야 일자리 창출 협력 제안
- K-Global 재도전 사업 서면평가시 지방 거주자 또는 사업장에 대해 지역일자리창출 가점 부여(17개 지방기업이 가점을 받았고 이중 7개가 선정, 지역 인재 8.7명(신규 4.7명) 활용, m/y)
- ICT R&D 설명회 등 사업 공모시 설명회를 울산, 천안, 광주 등 지역에서 개최(충

19회)하여 지역 기업들의 참여와 성장을 지원, 궁극적으로 지역 인재 등용으로 이어지도록 노력

□ (일자리 창출 노력) 신규사업 발굴 및 주요사업의 확대를 통한 미래 일자리 창출 기회 제공

- 2018년 신규 사업 확보로 423명(신규 65명)의 미래 일자리 창출이 기대되고 사업 확대로 915명의 고용(신규 142명) 예상(채용 규모는 관련분야 고용유발계수 11.6을 활용)
- 정밀의료 기술개발, 국가전략프로젝트 등 '16년 신규 사업 발굴을 통해 '17년 새로 창출한 일자리 규모는 163명

신규사업	신규 사업 현황	'18년도 예산			일자리 창출	신규고용
	블록체인, IoT, AI, ICT융합서비스, ICT 공공서비스 등 10개 사업	365억 원			423명	65명
사업 확대	확대 사업	'17년 예산	'18년 예산	증액 규모	일자리 창출	신규고용
	차세대융합콘텐츠산업육성, 국가전략프로젝트 등 12개 사업	2,207억 원	2,995억 원	789억 원	915명	142명

□ (일자리 창출 노력) 협력기업과의 기술 및 성과공유 등을 통한 일자리 창출

- 컨소시엄 간 협력, 기술개발 결과물 공개 등을 통한 일자리 창출 노력

구분	기술 및 성과공유를 통한 일자리 창출 실적
ICT융합 기술확산	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수요기업-중소CT기업 간 R&amp;D 협력을 통해 수요 맞춤형 융합제품 개발 및 상용화를 지원함으로써 사업화 성공률 제고 및 일자리 시장 확대</li> <li>– 수요·중소CT기업의 사업화 성공사례 발굴 및 일자리 창출 122명 달성(m/y)</li> </ul>
글로벌SaaS 기술 공유	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내외 클라우드 선도기업(10개)과 중소 SW기업 간 연계를 통해 국내 클라우드 서비스(SaaS)의 글로벌 경쟁력 강화 및 일자리 시장 확대</li> <li>– 중소SW기업을 지원하여 SaaS 개발·서비스 및 관련 일자리 창출 134.5명 달성(m/y)</li> </ul>
대중소기업간 성과공유	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대·중소기업간 협업경쟁력 강화를 위해 산업분야 전반의 협업프로세스(생산, 조달, 물류 등)에 IT도입 적용을 확대하여 상생 IT혁신 기반 마련 및 일자리 시장 확대</li> <li>– 상생IT혁신전략 수립, IT협업시스템 구축 등을 추진하여 일자리 창출 9.6명 달성(m/y)</li> </ul>
공개SW 소스 공개 및 멘토링 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업·공개SW 개발자 커뮤니티가 협력하여 신기술분야 공개SW기술을 함께 개발하고 소스코드 개방으로 창업가·개발자·기업 등의 활용 확산을 지원(일자리 137명(신규 26명) 창출)</li> <li>– 우수 공개SW개발자 공모, 기술멘토링 등을 제공하여 우수 공개SW개발자로 양성</li> </ul>

- ☐ (일자리 창출 노력) 창업, 인력양성 등 기타 혁신적 수단을 통한 일자리 창출
  - 창업, 글로벌 자본 및 인력 활용 및 퇴직전문가 활용 등으로 일자리 창출 확대

(국내) 창업을 통한 내국인 직접 채용	
(스타트업공모전) 창업초기 인프라(공간, 클라우드 서버, 시제품 제작 지원 등) 제공 → 창업 및 초기 인프라 비용 절감 등으로 신규 고용 31명(m/y) (성장) 엑셀러레이터육성 → 엑셀러레이터 7개사 및 보육 스타트업 60개사 지원으로 51명(m/y) 고용 (재창업) 재도전지원사업 → 재도전 창업 71개사 지원으로 116명(m/y) 고용 성과	
(국내) 외국인투자 및 인력 활용을 통한 내국인 채용	(국외) 내국인 직접 채용
(해외창업기업유입) 그랜드챌린지 → 해외 스타트업의 내국인 채용 9명(m/y) (국내거주외국인 활용) 스타트업다국적화 → 외국 우수 인재 활용하여 사업 확대 및 수출 증가를 이루어 내국인 채용 확대(약 300여명)	(퇴직전문가) 퇴직전문가 활용 → 베트남, 우즈베키스탄 등 27개국 69명(m/y) 해외 파견

- 인력양성 사업을 통해 고교, 대학교 인재양성에서 취업 지원까지 청년 취업을 one-stop으로 지원하고 객관적이고 저렴한 역량평가 시험 TOPCIT\* 운영으로 공정한 채용문화 확산
- (2) KISA(한국인터넷진흥원)
- ☐ (비전전략 체계)한국정보통신산업진흥원은 건강한 민간 일자리 1,300건 창출을 일자리 창출 추진 목표로 신산업 서비스 육성, 민간 파트너십 확대, 나눔 경영 아웃소싱 등의 추진 방향을 기본으로 한 일자리 창출 사업을 진행
    - 추진 목표 : 인터넷 기반「정보보호 산업을 지속가능한 경제성장의 핵심 인프라화 하여 건강한 민간 일자리 1,300건 창출
    - 추진 방향 : 신산업 서비스 육성, 민간 파트너십 확대, 나눔 경영 아웃소싱

〈표 4〉 일자리 창출 추진 전략\_KISA

추진목표	인터넷기반·정보보호 산업을 지속가능한 경제성장의 핵심 인프라화 하여 건강한 민간 일자리 1,300건 창출		
추진방향	신산업·서비스 육성	민간 파트너십 확대	나눔 경영 아웃소싱
실행과제	• 인터넷 신산업기반 조성 • 정보보호 산업경쟁력 강화 • 중소기업 해외진출·판로개척	• 민간 공동 투자 • 보안 핵심기술 협력개발 • 산학연계 인력양성	• 전문분야 아웃소싱 • 운영업무 아웃소싱 • 심사·조사 등 전문가 활용

- ☐ (일자리 창출 추진 체계)일자리 창출평가 TF를 신설하여 일자리 찾고, 일자리 만들고, 일자리 늘리고 등의 추진 전략을 바탕으로 관련 사업을 실행, 17년부터 22년까지의 중장기 추진 과제를 선정

- 일자리 중심의 사업 추진을 위해 일자리 창출 평가 TF를 조직 내 신설
- 추진 전략 : 일자리 찾Go, 일자리 만들Go, 일자리 늘리Go 등의 전략을 통해 일자리 창출 성과 도출

〈표 5〉 일자리 창출 운영 전략\_KISA

운영방향	일자리 찾Go	일자리 만들Go	일자리 늘리Go
실행과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 스타트업 · 중소기업 발굴</li> <li>• 인터넷 신산업 · 정보보호 전문인력 양성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 창업 인프라 · 인큐베이팅</li> <li>• 민관협력 및 시범사업</li> <li>• 정보보호 R&amp;D 협력개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업화 · 투자유치 지원</li> <li>• 해외 신시장 진출 지원</li> </ul>
실행과제	찾은 일자리 217개	만든 일자리 364건	늘린 일자리 47건

- 추진 계획 : 2017년부터 2022년까지 중장기 로드맵을 구축하여 일자리 1,660건 창출을 목표로 함

〈표 6〉 일자리 창출 추진 계획\_KISA

기간	17년~18년	19년~20년	21년~22년
추진과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성장Go, 가치 Go, 일자리 창출 전략 추진골</li> <li>• 일자리 성과지표 개발</li> <li>• 일자리 창출 사업 아이디어 공모 · 사업화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인터넷 · 정보보호 신기술 정책 · 기술 지원</li> <li>• 국내외 협력 파트너십 전략 거점 확대</li> <li>• 위협정보 · 개인정보 등 빅데이터 플랫폼 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전산업 일자리 중심으로 추진 체계 대전환 완료</li> <li>• 민간기업 빅데이터 공유 및 기술 테스트 환경 제공</li> </ul>
목표	2022년까지 일자리 1,660건 창출		

- (일자리 창출 형태 및 성과) KISA는 기관의 주요 사업 및 추가적인 활동을 통해 직접적 일자리 창출, 간접적 일자리 창출 지원, 혁신적 수단을 통한 민간 일자릴 창출 등을 달성함

- 직접적 일자리창출을 위한 9대 실천과제를 설정하고 총 1,382건의 일자리 창출
  - 인터넷 신기술 산업기반 조성, 정보보호 산업경쟁력 강화, 중소기업 해외진출 · 판로개척, 민간 공동 투자 · 협력사업, 정보보호 핵심기술 협력개발, 산학연계 인력양성, 전문분야 아웃소싱, 운영업무 아웃소싱, 심사 · 조사인력 전문가 활용 등 본업기반 일자리 창출 사업 추진
  - 인터넷 기반산업 조성 : IoT, 핀테크 기업 등 스타트업 및 서비스 발굴 · 육성(총 106명의 일자리 창출)



- 정보보호 산업경쟁력 강화 : 창업지원 인프라 구축, 정보보호 스타트업 공모 · 선발, 중소기업 제품 테스트 지원 등(총 146명의 일자리 창출)
- 해외진출 판로개척 : IoT 핀테크 기업 해외진출 지원, 정보보호 중소기업 수출 지원 등(총 25명의 일자리 창출)
- 민간공동 투자사업 : 융합보안시범사업, 정보보호 융합집적 기반조성, 전자화 전환 시범사업 등(총 25명의 일자리 창출)
- 정보보호 핵심기술 협력개발 : 모바일 결제사기 통합대응기술, IoT 소프트웨어 보안 취약점 자동분석 기술, CTI분석 및 정보 공유 기술 등 24개 민간기업 R&D 협업 개발(총 80명의 일자리 창출)
- 산학연계 인력양성 : 정보보호 인력양성/정보보호 특성화 대학, 고용계약형 석사과정 지원 등(총 97명의 일자리 창출)
- 전문분야 아웃소싱 : 6개 전산센터 및 클러스터 운영 · 관제 지원, 주요 정보통신기반시설 보호 및 강화지원 등(총 211명의 일자리 창출)
- 운영업무 아웃소싱 : 전자거래분쟁조정 위원회 운영, 인터넷 주소 할당등록 및 대행자 관리 등(총 58명의 일자리 창출)
- 외부 전문가 활용 : 정보보호 관리체계 인증/개인정보관리체계인증 심사원, 인터넷 실태조사 · 분석 등(총 576명의 일자리 창출)

○ 간접적 일자리 창출 형태는 기술·정책지원, 사업 전략 거점확대, 민간 개방 영역 확대 등을 통해 추진

- 블록체인 실증사업 관련 기술지원, 안전한 개인정보 활용을 위한 규제완화, 위치기반서비스 활성화를 위한 법률지원 등 4차 산업혁명 대비 신산업 기술 · 정책으로 일자리 창출
- 지역정보보호지원센터 구축(인천, 대구, 광주, 충북, 부산, 경기 등) 및 글로벌 전략 거점 구축(아프리카, 중남미, 동남아, 중동 등)을 통해 지역 내 산 · 학 · 연 업무 협업, 중소기업 정보보호 활동 지원 등을 통한 일자리 창출
- 실전형 사이버 훈련장 구축 및 보안기술 해킹대응 실전훈련 등을 육 · 해 · 공군 및 경찰청 등 공공부문에 제공하여 전문가 양성 기여

○ 혁신적 수단을 통한 민간 일자리 창출

- 일자리 관련 임직원 아이디어 공모 및 관련 예산 확충, 일자리 지표 개발 및 성과관리 등 사람 · 일자리 중심 사업 발굴 및 추진



- 빅 데이터 플랫폼 구축 및 활용, 민간 공유 및 기술 지원 등을 통한 일자리 창출 (플랫폼 구축 관련 일자리 창출, 49명)
- 한국여성과학기술인지원센터, 양성평등위원회, Women in Cyber security 등 국내·외 여성 지원기관과 협업 네트워크 구축으로 사이버보안 분야의 여성참여 지원

### (3) 시청자미디어재단

□ (비전전략 체계)시청자미디어재단은 “시청자와 미디어의 만남, 더 Good Job”이라는 일자리 비전을 중심으로 관련 사업을 추진 중

- 일자리 비전 : 시청자와 미디어의 만남, 더 Good Job  
일자리 창출이 최고의 미디어 복지
- 지표 목표 : 미디어교육 허브 기능 수행을 통한 일자리 창출로 사회적 가치 실현
- 추진 전략 : 비정규직 정규직 전환을 통한 지속가능 좋은 일자리 창출  
맞춤형 미디어교육을 통한 민간 일자리 창출  
지역 기반 유기적 네트워크 구축을 통한 일자리 창출  
대내외 소통을 통한 방송미디어분야 혁신 일자리 창출

〈표 7〉 일자리 창출 비전체계\_시청자미디어재단

일자리 비전	-시청자와 미디어의 만남 더 Good Job- 일자리 창출이 최고의 미디어 복지
지표 목표	미디어교육 허브 기능 수행을 통한 일자리 창출로 사회적 가치 실현
추진전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 비정규직 정규직 전환을 통한 지속가능 좋은 일자리 창출</li> <li>• 맞춤형 미디어교육을 통한 민간 일자리 창출</li> <li>• 지역 기반 유기적 네트워크 구축을 통한 일자리 창출</li> <li>• 대내외 소통을 통한 방송미디어분야 혁신 일자리 창출</li> </ul>

□ (일자리 창출 추진 목표 및 추진 과제)지속 가능한 좋은 일자리 창출, 맞춤형 교육을 통한 민간 일자리 창출, 지역네트워크 구축을 통한 일자리 창출, 방송미디어분야 혁신 일자리 창출 등 4대 목표를 중심으로 관련 사업을 추진함

- 지속가능한 좋은 일자리 창출 : 비정규직 정규직 전환, NCS기반 모두가 공평한 신규 채용 실시, 정현원차 합리적 관리 및 일자리 나누기, 센터추가건립을 통한 일자리 창출 등
- 맞춤형 미디어 교육을 통한 일자리 창출 : 미디어교육 강사 양성 및 운영, 시청자

제작단 교육 및 지원, 장애인방송 전문 인력 양성 등

- 지역 네트워크 구축을 통한 일자리 창출 : 사회적 기업 지원 확대, 대학 연계 미디어 인재 양성, 기타 네트워크 구축 등
- 방송미디어분야 혁신일자리 창출 : 방송 신기술 분야 전문인력 양성, 스마트 미디어 분야 창업 및 취업 지원, 제도 개선을 통한 일자리 창출 등

〈표 8〉 일자리 창출 목표 및 과제\_시청자미디어재단

추진목표	지속가능한 좋은 일자리 창출	맞춤형 교육을 통한 민간 일자리 창출	지역 네트워크 구축을 통한 일자리 창출	방송 미디어 분야 혁신 일자리 창출
추진과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 좋은 일자리 추진단 운영</li> <li>• 노사협의체 운영, 비정규직 정규직 전환</li> <li>• 정현원차 합리적 관리 및 일자리 나누기</li> <li>• 센터 추가건립을 통한 일자리 창출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미디어교육 강사 양성 및 운영</li> <li>• 시청자 제작단 교육 및 지원</li> <li>• 장애인방송 관련 전문가 양성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적 기업 지원 확대</li> <li>• 대학 연계 미디어 인재 양성</li> <li>• 기타 네트워크 구축을 통한 일자리 창출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 방송 신기술 분야 전문인력 양성</li> <li>• 스마트 미디어 분야 창업 및 취업 지원</li> <li>• 제도 개선을 통한 일자리 창출</li> </ul>

□ (일자리 창출 추진 성과) 시청자 미디어재단은 직·간접적 일자리 창출 사업 추진을 통해 약 1500여 명의 일자리를 창출

- 지속가능한 좋은 일자리 창출(총 91명) : 비정규직 정규직 전환 실시(79명), NCS 기반 지속적 신규 채용 실시(13명)
- 맞춤형 미디어교육을 통한 일자리 창출(총 1,462명) : 미디어교육 강사 운영(886명), 시청자 제작단 교육 및 지원(546명), 장애인방송 전문인력 양성(30명)

#### (4) 중소기업진흥공단

□ (비전전략 체계) 중소기업진흥공단은 SBC 일자리 G-MAP이라는 슬로건과 “17년 좋은 일자리 9만개 창출”이라는 목표 달성을 위해 관련 사업을 추진 중

- 슬로건 : SBC 일자리 G-MAP
  - 좋은(Good), 일자리를 만들고(Make), 늘리고(Add), 지키고(preserve)!
- 일자리 창출 목표 : 17년 좋은 일자리 9만개 창출(22년까지 내부 810명, 민간 70만 명 일자리 창출)
- 추진 전략 : 좋은 일자리 창출 및 질 개선 전략 수립
  - 공공기관(내부)의 좋은 일자리 창출
  - 중소기업(민간)의 일자리 창출 기여
  - 혁신·협업을 통한 일자리 창출 성과 확산

〈표 9〉 일자리 창출 비전체계\_중소기업진흥공단

SBC 일자리 G-MAP 좋은(Good), 일자리를 만들고(Make), 늘리고(Add), 지키고(Preserve)!	
일자리 창출 목표	17년 좋은 일자리 9만개 창출 (22년까지 내부 810명, 민간 70만 명 일자리 창출)
추진전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 좋은 일자리 창출 및 질 개선 전략 수립</li> <li>• 공공기관(내부)의 좋은 일자리 창출</li> <li>• 중소기업(민간)의 일자리 창출 기여</li> <li>• 혁신·협업을 통한 일자리 창출 성과 확산</li> </ul>

- (추진 전략 및 과제) 좋은 일자리 창출 및 질 개선 전략 수립 등 4대 추진 전략을 바탕으로 일자리 창출 실현을 위한 세부 실행과제를 도출하고 관련 성과지표를 설정함
- 좋은 일자리 창출 및 질 개선 전략 수립 : 중진공 특성에 맞는 일자리 창출 추진계획 수립, 일자리 중심의 조직, 예산, 시스템 개편, 노사공감대 형성을 통한 기관 내 정규직 전환 체계 구축 등
    - (성과지표) 일자리 창출 전략목표 수립 및 실행 체계 마련
  - 공공기관(내부)의 좋은 일자리 창출 : 비정규직·간접고용의 정규직 전환, 참여와 협력을 통해 기관 비정규직 근로자 처우 개선, 정현원차 합리적 관리 등을 통한 일자리 나누기 확대 등
    - (성과지표) 비정규직의 정규직 전환 인원 수, 일자리 나누기를 통한 일자리 창출 수, 청년 일자리 창출 수
  - 중소기업(민간)의 일자리 창출 기여 : 창업 및 혁신성장 지원을 통한 일자리 창출 기여, 3대 격차 해소를 통한 일자리 미스매치 완화, 협력 및 위탁업체 근로자 처우 개선, 사회적 가치 실현과 연계한 일자리 창출 추진
    - 창업 및 혁신성장 지원을 통한 일자리 창출 수, 3대 격차해소를 통한 일자리 창출 수
  - 혁신·협업을 통한 일자리 창출 성과 확산 : 일자리 창출 관점의 기관 혁신과 협력 추진, 협력과 공유를 통한 일자리 지원성과 창출, 중진공 일자리 창출 우수사례 확산 등
    - 신사업 개발을 위한 전사적 혁신 노력, 기관 간 협업을 통한 중소기업 근로여건 개선 추진

〈표 10〉 일자리 창출 과제 및 성과지표\_중소기업진흥공단

추진전략	좋은 일자리 창출 및 질 개선	공공기관(내부)의 좋은 일자리 창출	중소기업(민간)의 일자리 창출 기여	혁신·협업을 통한 일자리 창출 성과 확산
추진과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중진공 특성에 맞는 일자리 창출 추진계획 수립</li> <li>• 일자리 중심의 조직, 예산, 시스템 개편</li> <li>• 노사공감대 형성을 통한 기관 내 정규직 전환 체계 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 비정규직·간접고용의 정규직 전환</li> <li>• 참여와 협력을 통해 기관 비정규직 근로자 처우 개선</li> <li>• 정현원차 합리적 관리 등을 통한 일자리 나누기 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 창업 및 혁신성장 지원을 통한 일자리 창출 기여</li> <li>• 3대 격차 해소를 통한 일자리 미스매치 완화</li> <li>• 협력 및 위탁업체 근로자 처우 개선</li> <li>• 사회적 가치 실현과 연계한 일자리 창출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일자리 창출 관점의 기관 혁신과 협력 추진</li> <li>• 협력과 공유를 통한 일자리 지원 성과 창출</li> <li>• 중진공 일자리 창출 우수사례 확산</li> </ul>
성과지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일자리 창출 전략목표 수립 및 실행 체계 마련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 비정규직 정규직 전환 인원 수</li> <li>• 일자리 나누기를 통한 일자리 창출 수</li> <li>• 청년 일자리 창출 수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 창업 및 혁신성장 지원을 통한 일자리 창출 수</li> <li>• 3대 격차해소를 통한 일자리 창출 수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신사업 개발을 위한 전사적 혁신 노력</li> <li>• 기관 간 협업을 통한 중소기업 근로여건 개선 추진</li> </ul>

- (일자리 창출 성과 달성을 위한 시스템 개편) 중소기업진흥공단은 일자리 창출 목표 달성을 위한 조직, 예산, 시스템 등의 개편을 진행함
- (조직) 노사전문가협의체, 정규직전환심의위원회 등을 신설하여 이해관계자 공감대 형성, 성과 점검 등의 기능을 보유한 조직을 통해 기관의 전사적 노력을 뒷받침함
  - (예산) 전년도 사업별 고용창출 효과 분석 결과를 반영하여 예산 배분 우선순위를 결정하는 등 일자리 창출 관련 사업이 조직 내에서 적극적인 형태로 진행될 수 있도록 독려
  - (시스템) 일자리 창출 관련 성과관리 체계 구축 및 운영을 통해 데이터 기반의 합리적인 성과관리 실행

(5) 기타 사례

기관명	사례명	내용
부산 혁신도시 6개 공공기관	사회적 경제 및 지역경제 활성화를 통한 일자리창출 * 자산관리공사, 기술보증기금, 주택도시보 증공사, 남부발전, 여탁결제원, 주택금융 공사	사회적경제기업의 창업과 육성·성장을 적극 지원하기로 하고 △부산 사회적경제 활성화 기반 마련 △조선, 해운업 등 지역핵심사업 공동지원 △민관공동 협력사업 발굴
서부 발전	굴 껍데기 폐기물 자원화 기술개발로 어 민소득 증대, 일자리 창출	석회석을 대신해서 굴 껍데기를 탈황원료로 사용
한국 도로공사	고속도로와 함께 희망의 꿈을 키워라 ! ex-청년창업사관학교	최대 2 년간 고속도로 휴게소 내 청년창업매 장 영업권 부여 (운영 기간은 1 년을 원칙으 로 하되, 성과평가 결과에 따라 1 년 추가연 장 가능
한국수력원자력	지역참여형 일자리 창출을 위한 원전지역 협동조합 육성	원자력 발전소 건설 주변지역 협동조합 육성
한국 전력공사	에너지밸리 활성화를 통한 민간 일자리 창출	에너지밸리에 2020 년까지 500 개 기업유치 및 30,000 개 일자리 창출
도로 교통공단	내손주지킴이 사업을 통한 신중년 일자리 창출	지역 노인일자리센터 및 학원들과 협업해 신 중년 구직자들을 통학버스 동승보호자 (내 손주지킴이)로 채용

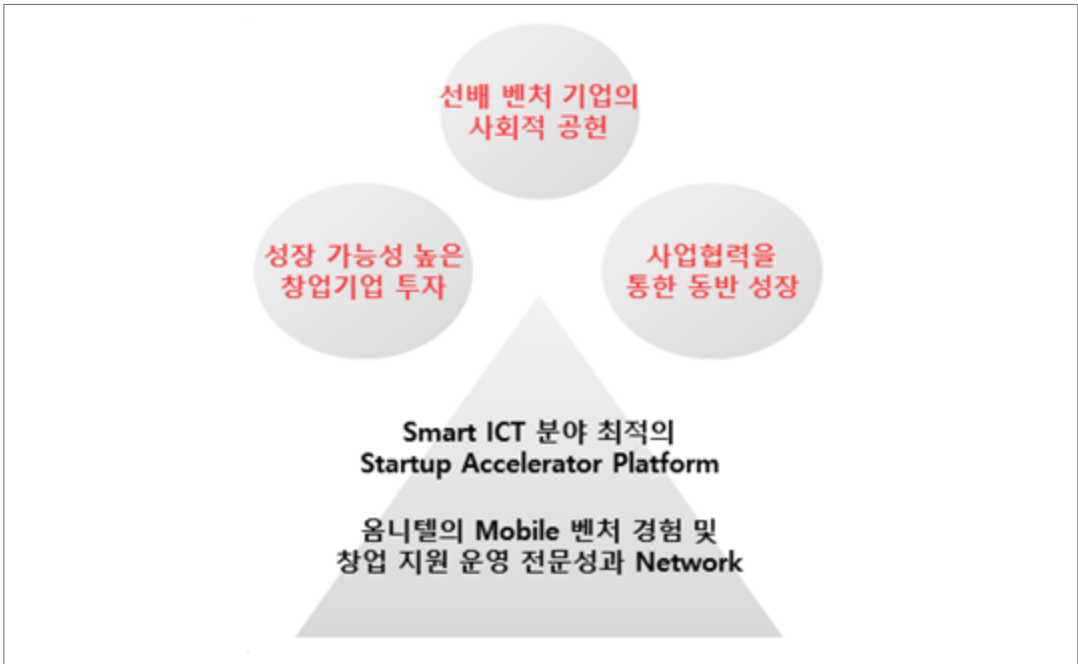
4) 주요 ICT 민간기업 일자리 창출 사업 분석(옵니텔 사업 모델)

(1) 사업전략

- 옵니텔의 Mobile 사업 분야 19년의 벤처 사업 경험과 4년 이상의 창업 지원 사  
업 전문성 및 Network을 바탕으로 Smart ICT 분야 최적의 Startup Accelerator  
Platform을 구축
- 이를 통하여 성장 가능성이 높은 창업 기업 대상의 투자를 통하여 성장 지원 및 투  
자 수익을 창출하고, 옵니텔 사업과 협력을 통하여 동반 성장을 도모하며, 궁극적  
으로 선배 벤처 기업의 사회적 공헌을 목표로 추진함
- (주)옵니텔의 창업 지원 운영 주관을 중심으로 Startup 투자 전문 회사 (주)옵니네  
트웍스를 통하여 보다 전문적이고 폭 넓은 투자 재원을 확보, 운영함
- 서울시 디지털재단의 '서울애플비즈니스센터'와 공동 운영으로 에스플렉스센터 스마  
티움 16층의 쾌적하고 편리한 공간과 시설을 제공하며, 11층에 약 80석 규모로 공  
간을 추가 확보하여 후속 지원까지 무상으로 지원 가능

- 정부·지자체 창업 지원 과제 5년 차의 운영 노하우가 축적된 정규직 운영진과 평가위원, 강사, 멘토, 스카우터 등 현장 중심의 전문가로 구성하여 철저하게 Business 관점의 창업 지원이 가능

[그림 1] 옴니텔 사업전략



## (2) 추진배경

- (주)옴니텔은 2013년부터 ‘스마트벤처창업학교’ 과제 시작부터 수도권을 대표하는 주관기관으로 Smart ICT 분야 청년 창업 지원의 축적된 운영 전문성과 네트워크 등 최고의 창업 지원 Platform을 확보하고 있음
- 옴니텔 스마트벤처창업학교는 민간 기관의 사업적 역동성 기반으로 성공 가능성 높은 청년 창업자를 발굴하고 전문적인 창업 지원 프로그램을 제공하여 매출, 투자, 고용 등 (예비)창업 기업의 실질적 사업성과가 타기관 대비 탁월함

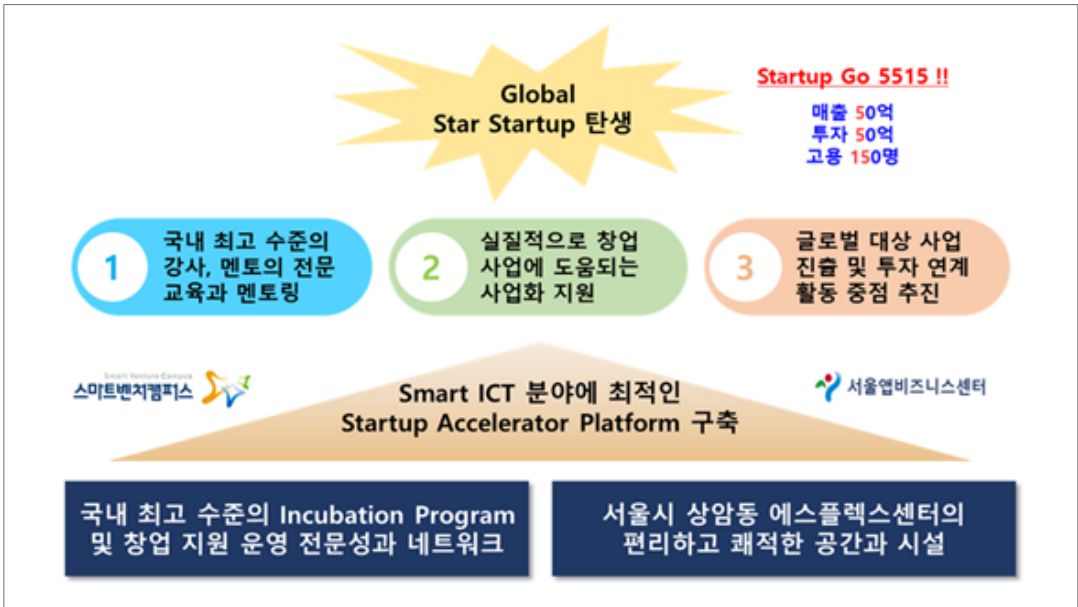
[그림 2] 옴니텔 사업성과



- 스카우터, 평가위원 및 강사/멘토 등 주요 참여자가 관련 사업 분야에 실질적 경험을 가진 현장 전문가로 구성되어 보다 사업적인 관점에서 평가 및 교육, 멘토링을 제공하고 있으며, 이러한 참여자와 지속적으로 우호적인 관계 교류를 유지하고 있음
- 서울시의 Smart App 분야 창업 지원 과제인 '서울앱비즈니스센터'와 공동 운영으로 서울시 상암동 DMC 단지 내 에스플렉스센터 스마트움 16층을 지원 받아 더욱 쾌적하고 편리한 창업 환경을 제공할 수 있게 되었으며, 2017년부터 11층으로 확장하여 졸업 기업 대상으로 공간 후속 지원까지 가능함
- 옴니텔 스마트벤처창업학교를 졸업한 대부분의 1~4기 창업 기업은 Jump-up을 위한 전문적인 멘토링 및 성장 자금 등 후속 지원이 절실한 상황에서 8개월 이상 밀착 지원을 통한 친숙한 Relationship을 기반으로 보다 효과적인 후속 성장 지원이 가능함

### (3) 사업비전

[그림 3] 옴니텔 사업비전



#### ☐ Smart ICT 분야 국내 최고 Startup Business Accelerator !

- (Smart ICT 최적의 BI Platform 구축) 서울시 상암동 에스플렉스센터의 편리하고 쾌적한 창업 환경을 기반으로 옴니텔의 풍부한 ICT 사업 경험과 창업지원 운영 전문성 및 네트워크를 통하여 민간 기업만의 역동적이고 차별적인 Startup Accelerator Platform 구축
- (민간 기업 특화된 현장 중심 Program 제공) 평가위원, 강사, 멘토, 스카우터 등 주요 참여자를 국내 최고 수준의 현장 실무 전문가 중심으로 구성하여 보다 실질적인 창업 사업에 도움이 되는 벤처 사업적 관점의 교육/멘토링 및 사업화 지원이 가능
- (Global 스타 벤처 탄생에 기여) Global 대상의 현지 사업 진출 및 투자 연계 지원 등 입교부터 졸업 후 성장까지 밀착 지원하여 세계적인 벤처 기업 탄생에 기여



#### (4) 사업목표

##### ☐ 창업자 목표

- 2017년 제 5기 청년 (예비)창업자 목표는 36개의 창업기업 대상으로 매출 50억 원, 투자 유치 50억 원, 고용 창출 150명으로 “Startup Go 5515 !!” (스타업고 오오일오~)의 슬로건으로 추진

[그림 4] 옴니텔의 슬로건(스타업고 오오일오)



##### ☐ 운영 목표

- 2017년 사업 운영은 20개 이상의 교육 과정 진행, 팀당 멘토링 평균 5회 이상, Global 진출 지원 10개 팀 이상, 투자유치 지원 프로그램 3개 이상, 권역 별 네트워킹 3회 이상 실시하는 것을 목표로 추진함

〈표 11〉 옴니텔 운영목표

교육 (과정 수)	멘토링 (팀 당 회수)	Global 지원 (팀 수)	투자지원 (프로그램 수)	권역별 네트워킹
20개 이상	5회 이상	10개 이상	3개 이상	3회 이상

##### ☐ 정성적 목표

- 초기기업 투자 전문 VC, 엔젤투자자 등의 스카우터 클럽 및 서울시 지자체의 다양한 청년 창업 지원 사업과 연계하여 Smart ICT 분야 성공 가능성 높은 유망 창업자를 발굴
- 1~4기 동안 축적된 운영 전문성을 기반으로 교육, 멘토링 및 사업화 지원 등 가장 우수한 프로그램 만 총 집대성한 국내에서 가장 전문적이고, 가장 만족도 높은 최

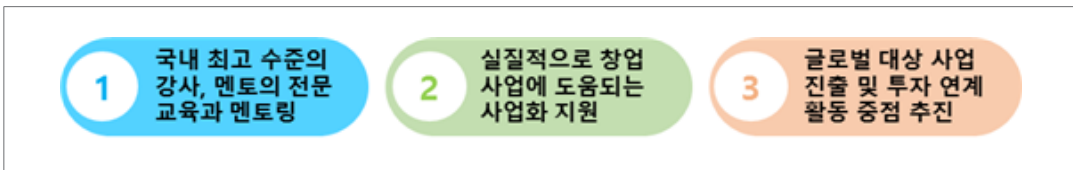
고의 창업 지원 플랫폼으로 자리 매김

- 이를 통하여 드롭박스, 에어비앤비와 같은 세계적인 Star 벤처 기업 탄생에 기여하는 것을 목표로 함

##### (5) 추진전략 및 체계

###### □ 추진 전략

[그림 5] 옴니텔 추진전략



###### ① 국내 최고 수준의 강사, 멘토의 전문 교육과 멘토링

- (강사진, 멘토단의 전문화) 1~4기 운영 상 창업자의 만족도가 높은 강사 및 멘토 중심으로 유지하고 성공 벤처인, VC 투자 심사역 등 더욱 전문적인 Pool을 운영하여 성공 잠재력 높은 (예비)창업자를 발굴하고 육성함
- (교육, 멘토링 프로그램 고도화) 창업 팀의 사전 설문조사를 통하여 20개 과정의 창업 전문 교육 과정을 자율과 의무 과정으로 분리하여 운영하고 특히, 마케팅/투자/정책자금/조직관리 등 초기기업에 중요도가 높은 과정은 일반 자율 교육/멘토링에 추가하여 그룹 멘토링, In-Depth 멘토링 등 더욱 심층적 문제 해결 과정을 제공함

###### ② 실질적으로 창업 사업에 도움이 되는 사업화 지원

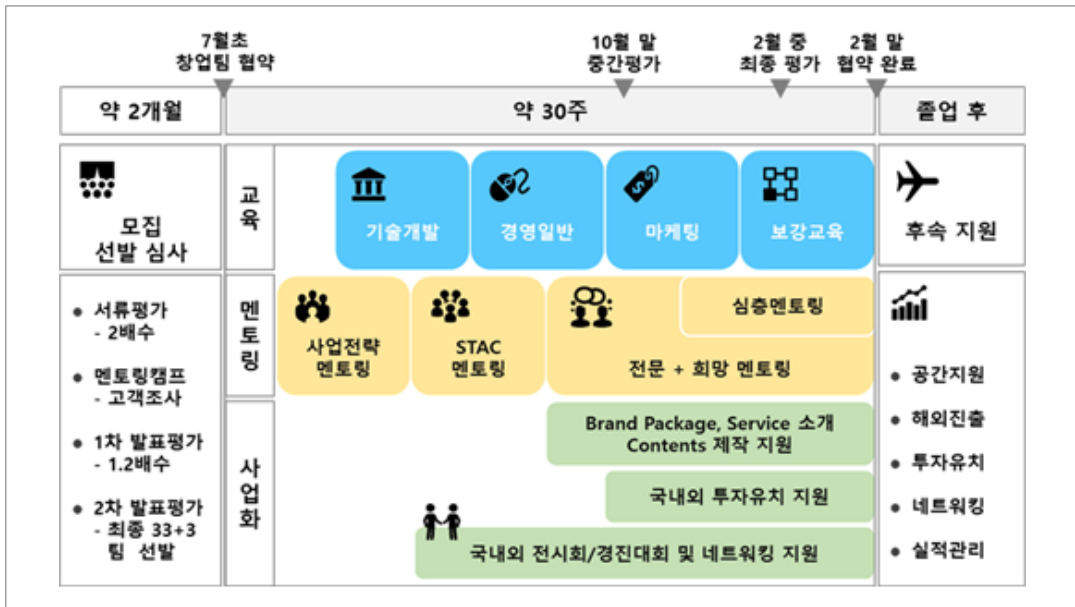
- (1~4기 동안 만족도 높은 과제 중심 지원) 4년 동안 운영 결과, 창업 기업의 만족도가 높고 초기 기업에 필수적인 CI/BI Logo 제작, 서비스 소개 동영상 등 실질적 사업에 필요한 마케팅 지원
- (공정하고 효과적인 투자 지원) VC, 엔젤투자자 중심으로 스카우터를 구성하여 성공 가능성 높은 청년 창업자를 발굴하고, 이 창업 기업 대상으로 스카우터의 직접 경영 멘토링 및 직·간접 투자를 유도하며, 또한 주관·참여기관 투자 재원으로 선발-중간-최종-후속의 단계로 투자 지원을 엄정한 기준과 절차에 의해 진행함

③ Global 대상 사업 진출 및 투자 연계 활동 증점 추진

- (Target Specific 해외 IR 활동) 폭발적 성장을 보이고 있는 중국의 모바일 게임 시장과 같이 Global 지역 특성에 맞는 사업 아이템을 대상으로 현지 투자 설명회 및 컨설팅 등을 진행하여 보다 실질적으로 사업 진출 및 투자 유치가 성사되도록 지원
- (아시아 국가 중심의 사업 진출 및 투자 연계) 한류 문화의 인기가 높고 Start-up 열기가 뜨거운 말레이시아, 인도네시아, 베트남 등 신흥 동남아시아 대상의 현지 사업 진출 및 투자 연계 지원

□ 전체 과정

[그림 6] 옴니텔 추진과정



- (유망 우수팀 발굴) 경험과 전문성 높은 스카우터와 서울시 대학, 창업 지원 센터 등 Smart ICT 분야의 Pre-Incubation 기관과 협업을 통한 추천 및 주관기관의 다양한 네트워크를 활용한 적극적 온·오프라인 홍보 활동을 통하여 성공 가능성 높은 우수 창업팀 선발
- (최고의 강사·멘토단의 전문 교육과 멘토링) 국내 최고 수준의 현장 중심 전문 강사·멘토단을 통한 초기 창업자에게 필수적인 내용의 전문 교육 및 멘토링과 창업 팀 그룹 활동을 통한 자발적 문제 해결을 지원하는 심층 멘토링 등을 진행
- (1~4기 동안 만족도 높은 사업화 지원 고도화) 4년 동안 추진한 마케팅, 투자 유

치, 글로벌 과제 중 만족도가 높은 핵심 과제 중심으로 더욱 강화하여 추진

- (졸업 기업에 대한 지속적 성장 지원) 추가 확보한 에스플렉스센터 11층을 졸업 기업 대상으로 무상 제공하고, 투자 유치 및 해외 진출 연계 등 지속적으로 성장을 위한 지원

## □ 추진 체계

[그림 7] 옴니텔 추진 체계



- (주관기관의 협력업체 및 글로벌 네트워크 활용) 모바일 서비스&콘텐츠 사업 관련 협력 업체 및 해외 네트워크를 통한 현장 전문가의 교육·멘토링 및 글로벌 진출 연계 지원
  - KT, LGU+, CJ E&M 등 협력사
  - 주관기관 해외 자회사 및 MaGIC, 홍콩과기대, WTA Accelerator 등
- (창업 지원 관련 공공기관 협업) 서울시 산하 창업 지원 기관 및 관련 공공기관과의 협업을 통한 우수 창업 팀 추천 및 공간 시설 지원
  - 서울창업타운, 아스피린센터 및 지자체 창조경제혁신센터 등
- (투자 관련 전문기관 협력 강화) 초기 기업 투자 전문 VC, 엔젤투자자 및 해외 펀드 등 참여기관 옴니네트웍스를 통한 투자 재원 확보 및 투자 유치 연계 지원
  - KIF 펀드 운용 VCs 및 JB자산운용, 벤처포트 및 엔젤투자조합 등

- (스카우터를 활용한 창업팀 지원) 창업 지원 관련 전문성과 네트워크가 풍부한 스카우터의 창업자 발굴 및 책임 멘토링, 투자 유치 연계 추진

〈표 12〉 옴니텔의 주요 협력기관

기관명	기관 개요	주요 역할	협약
서울특별시	서울시 디지털창업과	서울 디지털 창업 업무	MOU 완료
한국벤처기업협회	국내 벤처 육성 및 지원 기관	우수 벤처 기업 추천 해외 네트워크 소개	MOU 완료
서울시 아스피린센터	서울시 산하 청년창업 지원기관	우수 창업 기업 추천	(예정)
KTOA	이동통신연합회 KIF 펀드 앵커	우수 기업 추천 및 투자 관련 전반 협업	(예정)
연세대학교창업지원단	연세대학교 창업 지원 전문 기관	우수 창업 기업 추천 지원 프로그램 협업	MOU 완료
연세대학교 BEST기술사업단	연세대학교 공대 기술 사업화 기관	기술 사업화 및 멘토링	MOU 완료
한양대학교산학협력단	한양대학교 창업 지원 전문 기관	우수 창업 기업 추천	MOU 완료
고려대학교산학협력단	고려대학교 창업지원 전문기관	우수 창업 기업 추천	MOU 완료
CKD창업투자	바이오, 헬스케어 등 전문 VC	투자 유치 연계	MOU 완료
마젤란기술투자	기술 중심 초기 기업 투자 전문 VC	투자 연계 및 멘토링	MOU 완료
K2인베스트먼트	바이오, 뷰티 등 전문 VC	투자 연계 및 멘토링	MOU 완료
JB자산운용	에너지, 부동산 등 전문 VC	투자 연계 및 멘토링	MOU 완료
벤처포트	스타트업 중심 투자 전문 회사	투자 유치 연계	MOU 완료
어니스트벤처스	초기 기업 전문 Micro VC	투자 연계 및 멘토링 (Scouter Club 멤버)	MOU 완료
알토란벤처스코리아	벤처 인큐베이팅 전문 기업	투자 유치 연계	MOU 완료
코스카엔젤클럽	스타트업 투자전문 엔젤클럽	투자 연계 및 멘토링	MOU 완료
시저스파트너스 엔젤클럽	스타트업 전문 엔젤클럽	투자 연계 및 멘토링 (Scouter Club 멤버)	MOU 완료
미라클랩	매일경제 Accelerator	우수 창업 기업 추천	MOU 완료
WTA Accelerator	말레이시아 스타트업 전문	말레이시아 중심 남부 아시아 창업 지원	MOU 완료
PayAllz	말레이시아 모바일커머스 회사	말레이시아 커머스 분야 창업 지원	MOU 완료
테크코드	중국 창업 지원 전문회사	중국 사업 진출 연계 및 투자 지원	(예정)

#### (6) 기대효과

- ☐ Smart ICT 분야 최적의 창업 지원 플랫폼 구축

- 서울시 창업 지원 사업과 공동으로 민간 기업의 사업 역동성과 벤처 사업경험을 기

반으로 수도권의 지역적 특성을 반영한 청년 창업자 발굴, 육성 및 성장 지원까지 창업 전 과정을 지원하는 대표 플랫폼으로 Positioning

□ 성공 잠재력 높은 (예비)창업자 발굴

- 수도권의 창업 지원 관련 Pre-Incubation을 운영 중인 대학교 및 창업 전문 기관과의 협력을 통하여 보다 우수한 창업자를 우선적으로 추천 받고, VC 및 엔젤투자 중심의 실질적으로 경영·기술 멘토링이 가능하고 투자까지 연결 가능한 전문 스카우터 클럽을 통하여 성공 가능성이 높은 Startup을 추천하도록 운영

□ 초기 기업 투자 전문 펀드 운영을 통한 투자 활성화

- (주)옴니네트웍스를 통하여 Startup 투자 전문 Fund를 운영하여, 관련 VC, 엔젤투자조합 및 해외 펀드까지 확보 또는 연결하는 전문적 펀드 운영을 통하여 창업기업에게 직·간접 투자 활성화 기대

□ 해외 사업 진출 및 투자 연계 활동을 통한 Global 사업 기회

- 한류 콘텐츠의 인기가 높은 중국 및 동남아시아 중심으로 현지 사업 기회를 모색하고 또한 현지 스타트업과의 친밀한 네트워킹을 통하여 현지 기관의 투자 유치, Joint Venture 설립 등 실질적 사업성고가 발생하도록 옴니텔의 현지 법인 및 다양한 네트워크를 통한 지원

□ 청년 창업자의 실질적인 사업 성과 기대

- 창업자의 실패 가능성을 최소화하기 위한 사전 문제 해결 지원 및 Startup CEO로서 전문 역량을 최대한 업그레이드하여 매출, 투자 등 실질적 사업성고가 창출되도록 철저한 비즈니스 중심의 운영을 통하여 2017년 운영 목표인 Startup Go 5515!!를 반드시 달성할

## 나. 해외 ICT분야 일자리 창출 사업 분석

### 1) 일본 사례 분석

#### (1) 일본의 ICT분야 일자리 창출 현황

- (일본 사례) 일본 청년고용 활성화 정책 분석을 통한 시사점 도출

- 일본의 청년실업률은 2010년 9.2%까지 높아졌지만 2017년 4.3% 수준으로 떨어지는 등 최근 청년 고용사정이 크게 호전된 모습임
- 청년지표의 개선 이유는 저출산 고령화로 인해 생산가능인구가 감소하였고, 아베노믹스에 의한 경기 부양효과, 엔화저하로 인한 관광, 서비스, 부동산업을 중심으로 일자리 창출이 이루어졌기 때문임
- 무엇보다도 2003년 이후 청년자립도전계획을 수립하여 현재까지도 청년고용정책의 근간으로 삼고 있으며 관계 4장관 회의를 통해 교육, 고용, 산업 정책이 제후되는 방식으로 추진하고 있음
- 기본법으로 청년육성지원추진법, 청년고용촉진등에관한법률을 제정하고 워크세워링을 통해 고용을 인위적으로 증가시키는 정책이 효과를 가져온 것임

## (2) 지역중심의 일자리 창출 사업 추진

- (현황)지역진흥협력대(Community-Reactivating Cooperator Squad)란, 지방자치단체가 도시지역 인재를 '지역진흥협력대원'으로 위촉하여 고령화·인구감소 등으로 인한 조건불리지역으로 이주시켜 일정기간 동안 지역협력활동을 하도록 지원하고, 궁극적으로는 그 지역에 정주·정착시켜 지역력을 유지·강화하는 것을 목적으로 함
- (추진과정) 이 제도는 2008년 아소타로(麻生太夫) 정권에서 당시 총무대신이었던 하토야마 유키오(鳩山由紀夫)가 본격적인 지방분권개혁을 실행하기 위해 주도적으로 추진한 '지역력창조·지방재생 플랜'의 핵심정책 중 하나로 2009년 3월 31일 제정됨
- (개요) 지방자치단체는 도시지역의 인재를 지역진흥협력대원으로 선발·위촉하여 일정기간 동안 지역협력활동을 하도록 하고, 가능하면 지역에 정주·정착할 수 있도록 총무성과 함께 지원함
  - 실시주체 : 지방자치단체
  - 활동기간 : 1년 이상 3년 이하
  - 생활거점 : 도시지역에서 과소, 산촌, 이도(離島) 등 조건불리지역으로 주민 등록지를 옮길 것
  - 지역협력활동의 내용
    - 지역진흥지원(지역행사·이벤트 응원, 전통예술·축제 부활, 지역브랜드 및 지역산품 개발·판매·프로모션, 빈점포 등 상가활성화, 도시와의 교류사업·교육교류사업 응원, 이주자수용 촉진, 지역미디어를 활용한 정보발신 등)
    - 농림수산업종사(농작물 지원, 경작포기지 재생, 축산업 지원 등)



- 수자원 보전·감시활동(수원지 정비·청소 등)
- 환경보전활동(불법투기순찰, 도로청소 등)
- 주민생활지원(돌봄이 서비스, 통원·쇼핑 지원 등)
- 기타(건강증진 지원, 야생조수 보호관리, 유형민속자료 보존, 결혼주선이벤트 개최 등)

○ (재정지원) 총무성은 지역진흥협력대 프로그램을 시행하는 지방자치단체에 다음과 같이 재정지원을 함

- 지역진흥협력대원 활동에 필요한 경비 : 대원 1명당 400만 원 상한(보상비 등 200만 원, 기타 경비 200만 원)
- 지역진흥협력대원 등 창업에 필요한 경비 : 최종연차 또는 임기만료 익년에 창업하는 자(1인당 100만 엔 상한)
- 지역진흥협력대원 모집에 필요한 경비 : 1지자체당 200만 엔 상한
- 도도부현이 실시하는 지역진흥협력대 등을 대상으로 하는 연수 등에 필요한 경비에 대해 보통교부세 교부(2016년도부터 시행)

[그림 8] 지역진흥협력대 모집 세미나(홋카이도)



- (기대효과) 이 프로그램을 통해 지역진흥협력대원은 자신의 재능과 능력을 살려 이상적인 생활과 삶을 보람을 찾고, 지방자치단체는 행정이 수행하기 어려운 지역진흥사업을 유연하게 대응함
- 그 결과, 지역은 외부인 유입에 의한 정주·교류·관계인구가 증가하면서 활력을 되찾음



[그림 9] 지역진흥협력대 프로그램 시행효과



- (성과) 2017년 현재 4,830명의 지역진흥협력대가 전국 979개 지방자치단체에서 활동하고 있음

〈표 13〉 지역진흥협력대원 수 및 시행 지방자치단체 수 추이

연도	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
인원	89명	257명	413명	617명	978명	1,511명	2,625명	3,978명	4,830명
단체	31	90	147	207	318	444	673	886	997

### (3) 기업인의 지역진출 지원

- (현황) ‘지역진흥기업인 교류 프로그램’은 ‘지역진흥협력대’의 기업인버전이라 할 수 있고 총무성은 지방자치단체가 3대도시권에 근무하는 민간기업의 사원을 일정기간 받아 들여 그들의 노하우와 지식을 지역의 독자적인 매력 및 가치 향상, 안심·안전에 위한 업무에 종사하도록 함으로써 지방권으로 인구유입을 유도하는 ‘지역진흥기업인 교류 프로그램’을 시행하고 있음

- (활동분야) 지역진흥기업인은 다음의 분야에서 활동함

- － ICT분야 : ICT를 활용한 고령자생활 지원, 액티브시니어활동지원, 건강증진사업
- － 관광분야 : 관광분야의 전문지식과 경험을 살려 관광관련조직(DMO, 관광협회 등)과 연계한 인바운드 대책, 착지형여행상품 개발, 비수기 관광객 유치대책 등
- － 시티프로모션 : 영업에 대한 전문지식과 인맥과 경험을 살려 지역브랜드를 대도시권에서 홍보, 판로 확대

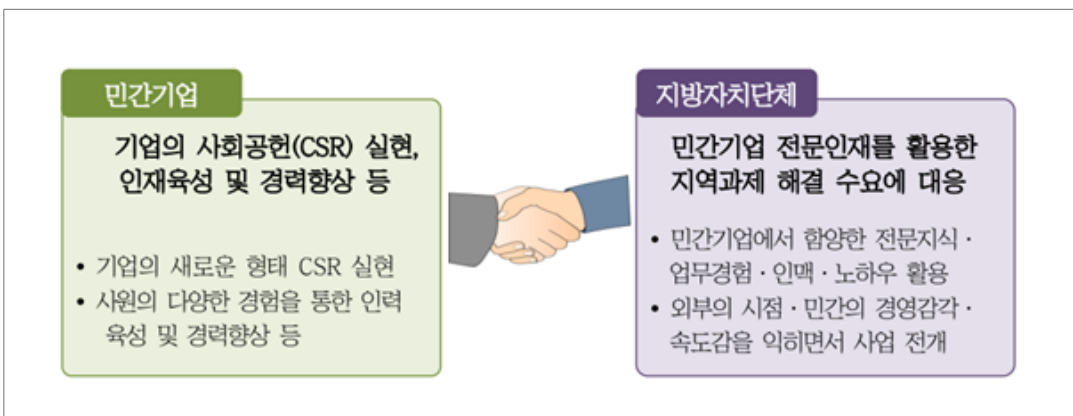
- 에너지 분야 : 신재생에너지의 전문지식을 살려 새로운 사업 및 지역고용 창출
- (요건) 이 프로그램에 참가하는 민간기업 및 지방자치단체는 다음의 요건을 갖추어야 함
  - 파견대상자 : 원칙적으로 3대도시권에 소재하는 기업 등에 근무하는 사원을 대상으로 함. 단, 파견지의 매력 향상에 공헌할 수 있는 인재를 기업 내부에서 폭넓게 선택할 수 있도록 하기 위해 3대도시권에 본사 기능이 있는 기업에 대해서는 반드시 3대도시권 안에 근무하지 않아도 됨
  - 활동지역(대상 지방자치단체) : 인구 5만 명 이상의 중심시와 근린시정촌이 역할분담을 하여 연계·협력함으로써 권역 전체에 필요한 생활기능을 확보하는 ‘정주자립권 시책·사업’을 추진하고 있는 시정촌. 과소지역자립촉진특별조치법, 산촌진흥법, 이도진흥법, 반도진흥법 등의 규정을 적용받는 조건불리지역의 시정촌
  - 활동기간 : 프로젝트의 실태에 맞게 파견기간을 유연히 조정할 수 있도록 하기 위해 6개월 이상 3년 이하로 함
- (파견자의 신분) 파견 형태에 대해서는 특별한 조건을 필요로 하지 않지만, 파견자는 파견기업의 신분을 유지할 것을 전제로 함
- 때문에 파견기간 중의 직무내용, 직업조건, 급여지급, 사회보장 및 연차유급휴가, 재해보상 등에 대해서는 파견기업과 수용 지방자치단체와 협의하여 정함
- (재정지원) 총무성은 이 프로그램을 추진하는 지방자치단체에 아래와 같은 재정지원조치(특별교부세 교부) 외에 선진사례·우수사례 조사 및 정보 제공, 지역진흥기업인 연수기회 등을 제공함
  - 기업인 수용 전에 필요한 경비 상한액: 연간 100만 엔(조치율 0.5)/단체 (파견기업에 대한 모집·홍보, 협력체결을 위해 필요한 경비)
  - 수용에 필요한 경비 상한액 : 연간 350만 엔/인
  - 기업인이 발안·제안한 사업에 필요한 경비 상한액 : 연간 100만 엔

[그림 10] 지역진흥기업인 활용전략 세미나



- (기대효과) 지역진흥기업인을 수용하는 지방자치단체로서는 파견기업의 노하우와 인맥 등을 활용하여 지역 활성화·과제해결을 위한 시책·사업을 추진하고, 또 민간의 경영감각과 속도로 지방창생·지역재생의 목표를 조기 달성할 수 있는 파트너를 확보할 수 있음
  - 또한 조직의 의식개혁에도 공헌하며, 특히 일반적인 위탁사업과 달리, 현장에 유능한 기업인을 투입함으로써 사기가 진작됨
  - 파견기업으로서의 사원의 인재육성과 지방권과의 인적교류 및 인맥구축에만 머무르지 않고, 지역의 잠재자원을 활용한 신사업을 구상하여 행정과의 연계, 주민과의 협력으로 새로운 비즈니스 모델을 구축하는 등 경영전략의 톨로 활용할 수 있음

[그림 11] 지역진흥기업 교류 프로그램 기대효과



#### (4) 펍카페 사업

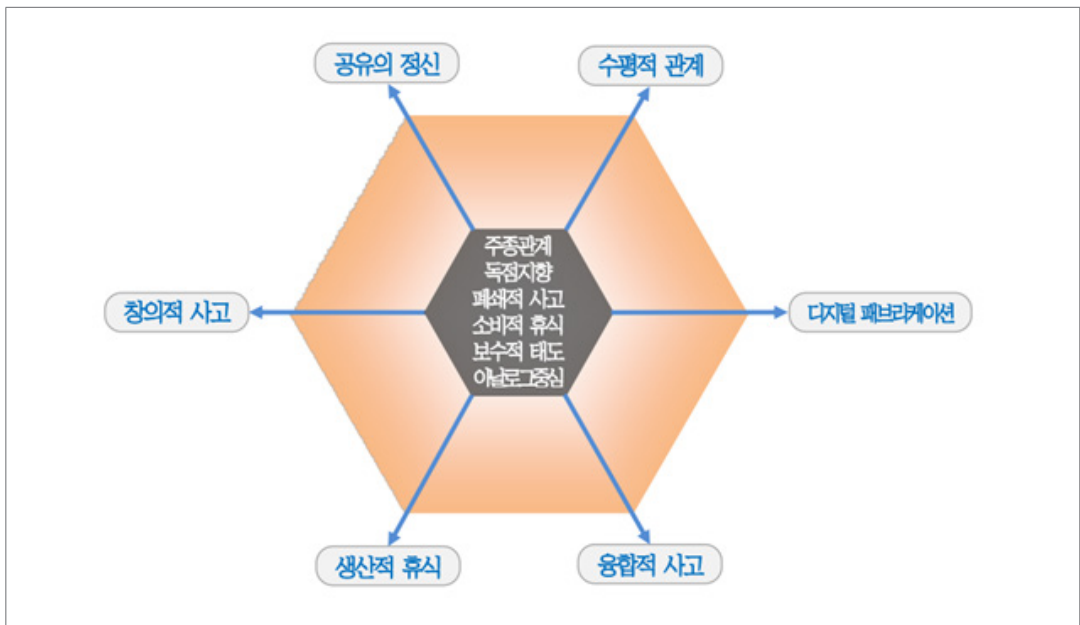
- (개념) ‘펍카페’(FabCafe)는 호기심 많고 창의적인 사람들이 즐겁고 유쾌한’ 분위기에서 독창적인 아이디어를 디지털 패브리케이션으로 모티베이션을 찾아 코워킹(co-working), 콜라보레이션(collaboration) 할 수 있는 수평적 관계의 커뮤니티 공간
- 2012년 3월 도쿄(시부야)에 첫 오픈한 이후 오사카, 삿포로, 히다 등으로 영역을 넓혀 나가고 있으며, 해외에서는 2013년 5월 대만 타이페이, 2014년 스페인 바르셀로나와 시체스(Sitges), 2015년 1월 태국 방콕에 FabCafe를 오픈하여 활발한 활동을 전개하고 있음
- FabCafe는 17세기 말 계몽시대에 과학주의와 시민정신으로 충만했던 사람들이 새로운 사상과 지식, 정보를 교류했던 영국의 ‘커피하우스’와 같은 곳으로 2002년 MIT 닐 가셴펠드(Neil Gershenfeld) 교수가 저서 『FAB: The Coming Revolution on Your Desktop - from Personal Computers to Personal Fabrication』에서 소개한 이후 전 세계로 확산됨
- Fab이란, ‘FABulous’(유쾌한)과 ‘FABrication’(물건만들기)의 두 가지 의미가 있으며, ‘Fab’의 의미를 존중하여 회원들 사이에 유쾌한 커뮤니케이션으로 네트워크를 확대하고 있음
- (시설) 창의적인 사람들이 만나는 FabCafe에는 기본적으로 레이저커터, 3D프린터 등 디지털 데이터를 이용할 수 있는 설비를 갖추고 있음
- 디지털 기기 외에 스페셜 티커피, 파티시에(patissier)가 만든 요리, 무료 인터넷 등이 제공되는 FabCafe에서는 회원끼리 코워킹(co-working) 또는 기업과의 콜라보레이션(collaboration) 기회가 일어나고 있음

[그림 12] 도쿄펍카페 - 편안한 분위기에서 다양한 형태의 교류로 활발함



- (FabCafe의 기능과 구성요소) 대량생산과 시장논리를 거부하는 사람들이 모이는 FabCafe는, ① 공유의 정신과 ② 창의적 사고로 ③ 생산적으로 휴식하면서 ④ 아이디어를 융합하고 ⑤ 그것을 디지털 패브리케이션으로 시작(試作)하고 ⑥ 수평적 관계에서 코워킹할 수 있음

[그림 13] 펍카페의 기능과 구성요소



- 야마구치현(山口県) 야마구치시에 소재하는 YCAM(야마구치정보예술센터, Yamaguchi Center for Arts and Media)은 전시공간, 영화관, 도서관, 워크숍 스페이스, 레스토랑 등을 갖추고 2003년에 개관한 복합문화시설로 ‘모노즈쿠리’가 커뮤니케이션과 교육의 기회로 주목을 받으면서 이곳에서 다양한 워크숍, 이벤트 등 다양한 활동을 전개하고 있음
- FabLab Yamaguchi에서는 3D프린터, 레이저커터 등 디지털 공작기계와 모노즈쿠리 공간을 시민들에게 개방하고 있음
- YCAM의 특징으로 ‘R&D 프로젝트’ 형태를 중심으로 YCAM 내에 있는 연구개발팀 ‘YCAM 인터랩’(InterLab)이 시민과 각 분야 전문가가 콜라보레이션하여 조사·실험에서 아웃풋—작품 제작, 워크숍 개발 소프트웨어·하드웨어 개발, 논문발표 등—에 이르기까지 종합적이고 장기적인 안목에서 활동을 전개하고 있음



- 제작 Lab : YCAM 외에서는 만들 수 없는 독창적인 작품을 제작함
- 교육 Lab : 미디어테크놀로지와 시민을 연계하는 YCAM만의 교육 프로그램을 제공함
- 지역개발 Lab : 지역과제 해결을 위해 지역의 자원과 미디어테크놀로지를 융합함

[그림 14] FabLab Yamaguchi



#### (5) ICT 영상관련 기업 유치

□ 토카미야마초(神山町)는 쿠시마역(くしま)에서 자동차로 40분 정도의 거리에 있는 산간 부에 있는 인구 약 5천명의 과소지역으로 최근 IT, 영상관련기업 등의 입주로 정주인구 및 교류인구가 증가하여 주목을 받고 있음

○ (아티스트 초청 이벤트, 광케이블·인터넷 인프라로 IT기업 등 유치) 토쿠시마현은 1997년 카미야마초(神山町)에 ‘국제문화촌’을 건설하는 구상을 발표하였으나 실현되지 않았고, 이후 지역실업가들이 중심이 되어 1999년부터 예술가를 초청하는 ‘카미야마 아티스트 인 레지던스’(KAIR: Kamiyama Artist In Residence) 프로젝트를 추진함

- 매년 8월부터 3개월간, 일본 국내외 예술가를 초청하여 작품과 제작활동을 견학할 수 있는 프로그램으로 이주자 증가, 폐교 및 빈집활용 촉진 등 ‘창조적 과소’를 테마로 하여 지역 활성화를 구체적으로 실현하고 있음

[그림 15] KAIR 투어 / KAIR 아티스트와 함께 하는 방과 후 수업



- 국제문화위원회는 2004년에 NPO법인 그린밸리(green valley)로 이름을 바꾸고 카미야마초(神山町)로부터 수탁한 이주지원사업, 긴급인재육성지원사업 등의 추진과 함께 토쿠시마현으로부터 2011년까지 지상디지털방송난시청대책의 일환으로 광케이블망을 정비하여 전 세대 고속광케이블통신을 사용할 수 있는 인터넷인프라를 구축함
- 이를 계기로 2010년 10월 벤처기업 ‘카미야마라보’(클라우드 명함관리서비스 분야에서 전국적으로 유명한 SanSan주식회사 원격사무소)가 이곳의 고가(古家)를 사무실로 개조하여 입주한 것을 시작으로 이후 IT기업, 영상관련기업 등이 원격사무소(satellite office)를 개설하면서 사회동태인구(관계인구)가 증가하고 있음

[그림 16] 고가를 사무실로 개조한 SanSan(주) 원격사무소 ‘카미야마라보’



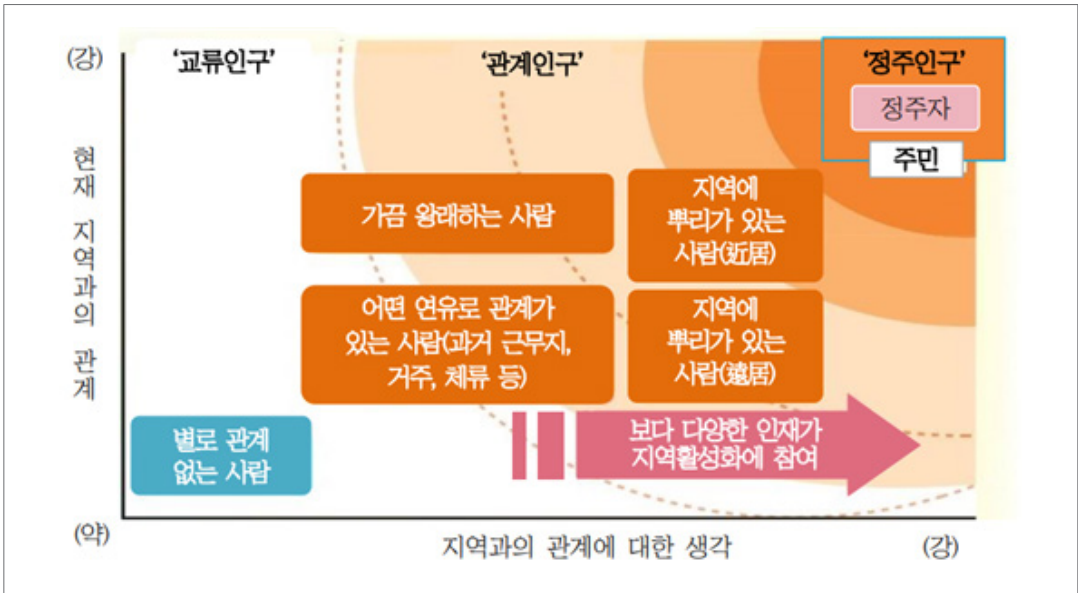
‘관계인구’란?

이주한 ‘정주인구’도 아니고, 관광으로 온 ‘교류인구’도 아닌, 지역·지역주민들과의 관계로 인해 지역 활성화에 공헌하는 인적자원이 될 수 있다는 가능성에 착안하여 일본 총무성이 붙인 호칭

‘관계인구’는 장기적으로 정주인구가 될 수 있으므로 지역주체로 인식하여 지방자치단체에서는 지역 활성화에 참여할 수 있는 모델사업(지역진흥협력대, 지역진흥기업인 교류 프로그램 등)을 실시하고 있음

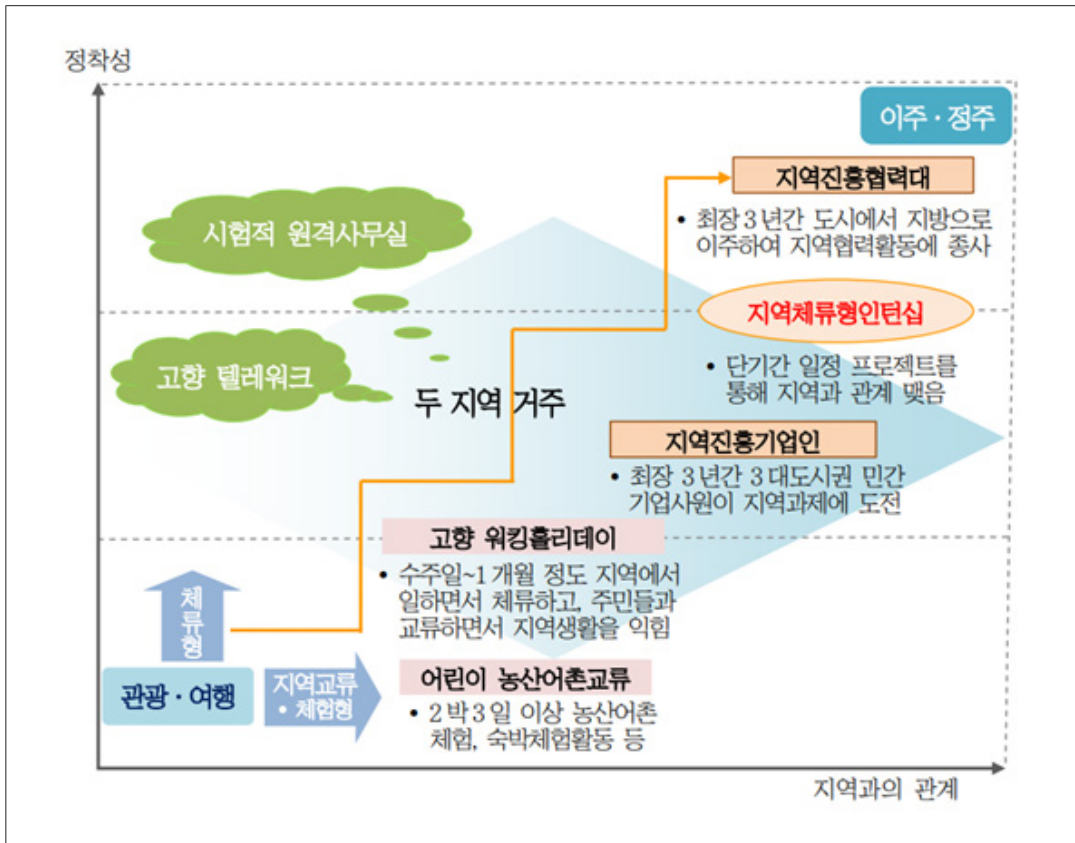
총무성은 ‘관계인구’ 창출을 위한 모델사업을 시행하는 지방자치단체를 지원하기 위해 2018년도 예산에 2.5억 엔을 계상하고 있음

[그림 17] 관계인구





[그림 18] 관계인구 증가를 위한 단계적 교류·이주 지원



## 2) 유럽 사례 분석(프랑스 사례)

□ (정부차원의 일자리 창출 추진) 정부 차원의 일자리 창출

- 최근 프랑스 정부차원에서 추진된 신규 고용 창출 정책
- 누보 셰르비스 앙폴루아 쥘 (Nouveaux Services Emplois Jeunes)

〈표 14〉 누보 셰르비스 앙폴루아 쉐 (Nouveaux Services Emplois Jeunes)

개 요	“서비스 분야 청년 신규 고용제도”로 사회, 복지, 문화, 교통 등 공공서비스 분야에 청년 실업자를 신규 고용할 때 임금의 일부를 정부가 보상해주는 제도
시 행	1997년 입법 10월부터 시행됨
고 용 주	자치단체, 공공기관, 국공립 의료기관, 경찰기관, 비영리 사회단체
고용대상	만 18~26세 구직 · 실업자, 30세 미만 성인 장애인, 실업수당을 지급받지 못하는 26~30세 구직 · 실직자
고용기간	60개월(5년)
고용직종	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 사회복지 분야 : 독거노인 방문 도우미, 결혼 가정 가사 도우미, 장애인 도우미, 간병인 등</li> <li>- 사회연대 : 학업 부진아 과외 지도, 빈민 지역 애니메이터, 사회봉사 민간단체 활동원 등</li> <li>- 교통분야 : 출퇴근시간 교통 통제원, 혼잡지역 교통 안내원 등</li> <li>- 문화, 체육, 관광 : 박물관 안내원, 음악 미술 여가센터 애니메이터, 스포츠협회 애니메이터, 관광지 안내 요원 등</li> <li>- 환경, 안전 분야 : 도로안전요원, 공공 공원 안전요원, 자연보호 지역 환경요원 등</li> </ul>
정부지원	최저임금 기준액의 80%를 고용주에게 지원 현 최저임금 : 월 1,321.02유로(주 35시간 노동자, 2008.7.1일자 정부고시액)
목 표	고용기간 5년 중 직업 연수를 통해 일반고용으로 유도
실 적	전국 47만 명 청년실업자 고용 (1999~2005년) 그 중 61%가 일반고용으로 전환, 23%는 견습직원으로 재고용

〈표 15〉 고용주 사회보장 부담금 면제 특전 (Zero Charges)

개 요	소규모 기업체 고용 촉진을 위해 고용주가 부담하게 되는 사회보장 부담금 (임금액의 약 70%)을 정부가 변제해주는 제도
시 행	2009년 신설 시행 (2008.12.4일 이후 고용계약부터 적용)
고용주	고용인 10명 미만의 소규모 민간 기업
고용대상	모든 신규 고용자
고용기간	일반직 및 임시직 모두 적용
고용직종	전 직종
정부지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최저임금 기준액의 1.6배 (월 2,113.63유로) 미만의 월급을 받는 신규 고용자의 사회보장 고용주 부담금 차등 변제</li> <li>- 최저임금 기준액과 동일한 임금 고용자의 경우 100% 변제</li> <li>- 임금이 높아질수록 변제 폭 감소 (월 2,113.7 유로부터 0% 변제)</li> </ul>

□ (지자체 차원의 일자리 창출) 자치단체 차원의 일자리 창출 사례

- 중앙 정부와는 달리 제한적인 규모의 일자리 창출에 머물고 있는 실정
- 자치단체가 신규 일자리를 창출해 내는 방식은 위에 언급한 “누보 셰르비스 앙폴루아 쉐”와 같은 국가 고용정책에 부응하여 공공 서비스의 각 분야에 청년 실업자를 고용하는 경우가 많음

- 자발적인 고용 창출 방식으로는 한시적으로 지방세를 감면(할인) 함으로써 새로이 기업체를 유치하여 고용을 활성화하는 전통적인 방식과 사회복지, 건설, 도로, 교통, 환경 등 제반 분야에 신규 사업을 발주함으로써 창출하는 적극적인 방법 등이 병행하여 추진
- 벨리브 서비스 요원 고용
  - 2007년 여름 자전거 20,000대를 시내 전역에 비치하여 공공임대제도를 시작한 파리의 Velib사업은 자전거 유지보수와 시내 수송, 로지스틱 운영 등을 위해 400명을 신규 고용한 바 있음
- 패스트푸드 식당과 연계한 환경미화원 고용
  - 공공 도로 상에 담배꽂초나 각종 쓰레기 투기가 관습적으로 목인되는 경향이 있는 프랑스의 경우 도심지역 패스트푸드 점에서 포장구매 후 쓰레기를 도로 상에 방치하는 사례가 빈번하여 시청과 패스트푸드 요식업 협회 간에 협약을 체결, 공공 도로 상 패스트푸드 포장 쓰레기만을 수거하는 전담 청소원을 고용(임금은 식당주 부담)한 사례
  - 파리에서 2008년 10월 시작된 이러한 협약은 패스트푸드 점이 많은 주요 자치단체로 확산되고 있는 실정

### 3) 주요 시사점

- 우리나라 청년고용의 정책목표는 청년·여성 등과 같은 취업 취약 계층에 초점을 맞춘 취업지원이 주를 이루고 있어, 양적 고용에만 치중하는 측면이 있으나, 일본은 청년의 자립 실현이라는 목표 하에 청년층 취업을 지원하면서 청년의 자아실현을 중요시하고 있다는 점을 주목할 필요가 있음
- 일본은 이를 위해 학교 교과과정 내에서 관련 프로그램을 단계적으로 운영하고 있는바, 청년 개인의 문제 해소에 초점을 맞추어 청년실업 문제에 접근하는 점은 우리나라가 적극 참고해야 할 사항임
  - 이러한 일본의 정책목표 설정은 올바른 직업관·근로관의 양성으로 인해 구직활동 의욕을 높여 니트족이나 프리터와 같은 문제를 미연에 방지하는 데 일정 부분 성과를 거두고 있는 것으로 평가되고 있음
- 일본 정부가 버블경제의 붕괴라고 하는 경제 상황에도 불구하고 청년층의 고용문제에 대하여 본격적으로 대응하기 시작한 것은 2003년부터임. 이는 선제적인 청년층 고용정책을 실시하지 못했던 것이 일정기간 동안 청년층의 고용문제를 악화

시키는 요인이 되었다는 점을 인식하기 시작한 데서 비롯되었음에 주목할 필요가 있음

– 우리나라로서는 현 청년 고용문제에 대한 체계적 대응이 급선무라 할 수 있음. 하지만, 일본보다 빠른 저출산·고령화의 진행으로 장래의 노동력 부족 등 문제가 심각해질 것으로 예상되는 상황이기 때문에 이에 대한 선제적인 대응책의 마련도 시급함

○ 일본은 청년 고용문제에 대하여 문부과학성, 후생노동성, 경제산업성, 내각부 등 4개 관계부처가 범부처적으로 참여하여 교육·고용·산업의 정책을 연계한 종합적 대책을 추진한다는 점임

– 이는 종래 우리나라의 경우 고용노동부를 중심으로 대한상공회의소, 한국직업능력개발원 등과 같은 공공기관과 관련 연구기관이 각자 역할을 담당하며 청년 실업 문제 해결에 주력해 온 것과는 대조적임. 청년실업 문제가 고용의 문제로만 인식하기보다 종합적 대책으로 추진할 필요가 있는 바, 범부처 차원의 노력을 통해 미스매치를 줄이고 니트족, 프리터의 취업을 촉진시킨 일본의 사례는 우리에게 시사하는 바가 큼. 이러한 점에서 우리나라의 경우에도 현 정부들어 대통령을 위원장으로 하는 일자리위원회를 중심으로 범정부 차원의 일자리 마련에 주력하고 있는 점은 평가할 만한 일이라 하겠음

○ 일본의 경우엔 노동시장의 일하는 방식의 개혁을 통해 청년고용 문제를 완화해 나가는 측면이 있다는 점도 특징임. 워크 셰어링을 통해 한국보다 더 많은 생산가능 인구가 노동시장에 참가할 수 있도록 제도화하고 있는 바, 이는 우리나라와 큰 차이를 보이고 있는 점임

– 우리나라도 일하는 방식의 개혁을 도모하여 보다 많은 생산가능인구가 노동시장에 참가할 수 있도록 주력할 필요가 있는 것으로 보임

○ 일본 정부의 청년고용 관련 정책의 경우, 직접적 현금의 지급과 같은 지원금 지급을 통한 일회성이거나, 단기적인 지원보다는, 기업정보 제공을 통한 미스매치 해소, 상담서비스 제공, 청년들의 역량 강화, 기업에 사회적 책임 부여 등 기업에서 필요로 하는 인재만들기, 일할 수 있는 청년 역량 강화 등 구직자와 사용자 측 양쪽의 고용환경을 개선함으로써 청년고용률을 제고하고 있다는 점임

○ 또한, 이러한 고용환경을 개선하기 위한 관련 정책들은 시기적 변화에 따라 정책 목표를 달성하기 위하여 정책 개선을 실시하기는 하나 꾸준히 운영하고 있다는 점도 주목할 필요가 있음

## 2. 4차산업 시대 방송통신전파산업 유망 일자리 전망

### 가. ICT산업 특성을 고려한 일자리 창출 방향

#### 1) ICT산업의 특성

- (ICT산업 특성) ICT산업은 산업의 특성과 글로벌 사업구조를 볼 때 일자리 창출을 위해 유리한 산업 형태임
  - (ICT산업) ICT산업을 인터넷과 휴대전화를 통해 다양한 형태의 서비스를 제공하는 사업으로서 아이디어가 중요하고, 초기 투자비용이 적고, 글로벌 진출이 용이하다는 점 때문에 일자리 창출에 유리한 산업임
    - ICT는 Information, Communication Technology의 약자이며 정보통신기술과 연계된 산업이라고 할 수 있음
    - IT가 인터넷, 휴대전화 등에 사용되는 전반적인 기술로서 보다 큰 개념이고 ICT는 통신(Communication) 관련된 사업을 지칭하는 사업임
  - (ICT산업 예시) 인터넷과 휴대전화를 통해 다양한 형태의 사업부문이 가능함
    - ICT산업은 소셜네트워크, 플랫폼, 모바일 콘텐츠분야, 스마트폰, 태블릿 PC용 앱 개발부문, 클라우드, 모바일프로그램, e-러닝, 원격수업 등이 대표적인 사업부문임
    - (ICT산업과 일자리 창업의 연계성) ICT산업은 그 특성상 청년이나 벤처 등 창의성이 뛰어난 주체들의 일자리 창출에 용이한 산업임
    - (아이디어 중심) ICT산업은 기존 제조업과 비교할 때 PC와 스마트폰이라는 새로운 디바이스를 이용함으로써 다양한 아이디어를 통한 사업화가 용이하다는 점에서 창업 등 일자리 창출에 유리한 산업구조임
    - (낮은 초기 투자비용) 따라서 상대적으로 제조업이나 타산업에 비해서 아이디어의 중요성이 커서 초기 투자비용이나 창업을 위한 비용일 적게 소요됨
    - (글로벌 진출용이) 글로벌 표준이 확정되어 있고 호환성이 높기 때문에 해외시장을 대상으로 하는 사업추진 가능성이 높음
    - (벤처 및 청년 진출용이) 이러한 산업특성으로 인해서 아이디어가 있고, 모험심이 있는 청년이나 벤처 등이 단기간에 수익을 낼 수 있는 대표적인 사업부문임

## 2) ICT산업 일자리 특성

- ☐ (ICT산업 일자리 특성) ICT산업은 높은 성장률을 기록하고 있으나 고용유발계수 변화를 볼 때 고용창출효과는 큰 폭의 감소가 나타나고 있어 산업규모는 커지고 있지만 고용은 감소하고 있음
  - (높은 산업 성장) ICT산업은 타산업의 지원하는 기반산업으로서 특성을 가지고 타산업 성장에 힘입어 지속적인 성장을 하고 있음
    - ICT산업은 산업전반의 투입요소로서 활용되는 산업으로서 타산업의 성장에 따라 동시에 성장하며, 타산업의 성장을 지원하는 측면에서 의미가 있는 산업임
    - ICT산업은 1990년 이후 타산업의 성장에 힘입어 우리나라 경제성장은 물론 타산업 성장에 비해서 높은 성장률을 기록하고 있음
  - (ICT서비스업의 고용창출 효과) ICT산업의 성장률은 높아졌지만 고용유발계수는 감소하고 있어 산업성장에 비해 고용창출은 더딘 측면이 있음
    - ICT산업을 ICT제조업과 ICT서비스업으로 구분하여 보았을 때 ICT 서비스업을 중심으로 높은 성장과 고용창출이 이루어짐
    - ICT서비스업에서의 높은 성장률을 보였는데 해당기간 동안 ICT제조업은 1.2%의 성장을 기록한데 비해서 ICT서비스업은 연평균 5%의 성장률을 기록함
    - ICT산업의 고용유발계수는 타산업과 마찬가지로 지속적으로 하락하고 있는데 ICT제조업은 1990년 0.0233에서 2010년 0.0015로 연평균 12.7% 하락하였지만 ICT서비스업의 고용유발계수도 연평균 8.6%씩 감소하고 있음
- ☐ (ICT 신산업 육성을 통한 일자리 창출 필요) ICT산업 일자리는 연구소와 기업 간 문턱이 낮기 때문에 연계를 통한 창업, 취업 지원 필요
  - (미래 인재 양성 필요) 현재 ICT산업은 추가적인 고용창출이 어렵기 때문에 미래 ICT 산업을 전망한 미래 인재 양성 필요
    - ICT산업은 타분야 비해 기술진화가 거듭되고 있고 새로운 기술과 시장이 지속적으로 국내 및 해외에서 나타나고 있으므로 미래 시장을 예측하여 적합한 인재를 양성하는 전략이 필요함
    - 이를 위해서는 현재 산업을 보고 양적인 공급확대를 추진하는 것은 장기적으로 ICT산업 인력구조의 미스매치로 이어질 수 있고, ICT분야에서의 대규모의 실업으로 이어질 수 있음
    - 구체적으로 벤처기업, 중소기업을 위한 인재양성, SW산업, 인공지능, 융합신산

업 등 분야, 최고급 연구인력 양성 등 미래 노동시장의 미스매치 해소, R&D 중심인력, 창업인력을 적극적으로 육성하는 인력양성 정책 필요

□ (대학 연구소와 기업 연계 구조 필요) 대학-중소기업 연계 지원을 통한 R&D사업화를 통한 창업지원 필요

○ (중소기업 중심 지원) 중소기업 R&D 사업화 지원과 연구소 창업 지원을 통한 일자리 창출 지원 필요

- ICT산업의 경우 연구결과가 사업화 되는 비중이 타산업에 비해서 높고 하드웨어나 기반보다는 아이디어의 중요성이 높기 때문에 전문인력 창업 성공 가능성이 높음
- 특히 중소기업의 경우 R&D의 사업화를 통한 시장창출 니즈가 크기 때문에 중소기업 R&D 인력부족을 해소하기 위해서 대학의 교육과정과 R&D지원을 중소기업 연계, 창업연계 형태로 전환할 필요가 있음

### 3) 정부의 ICT산업 일자리 창출 계획

□ (과기정통부 계획) 과기정통부는 주요 신산업분야 인재양성 계획을 발표하여 미래 ICT 고급인재 양성을 중심으로 일자리 창출 추진

○ (비전) 혁신성장을 선도하는 과학기술, ICT 기반 일자리 창출

- (목표) 4차 산업혁명에 대비한 일자리 인프라 조성 및 과학기술, ICT 일자리 26만개 창출
- (기본 방향) 미래 대응, 신산업육성, 융합 확산 등 고용확대 추진
  - 미래직업예측, 핵심인재 양성 등 미래 일자리 변화 대비
  - 연구개발 성과 사업화와 서비스산업 육성으로 일자리 창출
  - ICT 신산업 육성, 융합 확산, 인프라 조기구축으로 고용확대
  - 근로여건 개선 및 잠재인력 활용확대

○ (세부과제) 일자리 창출 인프라 조성, 일자리 창출, 일자리 질과 기회제고

- (일자리 창출 인프라 조성)
  - 미래 일자리 변화 대비 체계적 예측 및 준비
  - 4차 산업혁명 유망인재 양성
  - 신산업 및 서비스를 촉진하는 규제 개선
  - 일자리 창출을 유인하는 제도 개선



- (일자리 창출) 과학기술 기반구축과 ICT 기반구축 사업 추진
- 연구성과 사업화 및 창업을 통한 실험실 일자리 창출
- 연구산업, 과학문화산업 육성을 통한 서비스 일자리 창출
- 지방과학기술 진흥을 통한 지역일자리 창출
- 과학기술 국제협력을 통한 글로벌 일자리 창출
- 인공지능 등 ICT 융합 신산업 육성
- 5G 이동통신 등 ICT 핵심 인프라 구축
- 공공 SW시장 혁신 및 SW신산업 창출
- (일자리 질과 기회제고) 비정규직의 정규직화 등 추진
- 출연연 비정규직의 정규직 전환
- 학생연구원, 청년과학기술인 안전망 강화
- 잠재인력 지원 및 사회적 기여 확대

□ (ICT분야 일자리 창출 세부 사업내용) 정부는 ICT 분야 고급인력 부족에 대응하기 위해 R&D 투자강화, 고급 인재양성, 제조업 기반 지원을 통한 26만개 일자리 창출 지원 사업 추진

- (ICT 분야 고급 인력 부족 예측) 미래일자리 전망보고서에 의하면 ICT분야 등 고급인재가 부족할 것으로 전망되어 정부는 고급인재 양성을 위한 대응방안 모색 중
  - 미래 일자리 전망보고서에 의하면 2020년까지 우리나라 과학기술과 ICT분야에서 20만 명 이상의 고급인재가 부족할 것으로 예상되며 이러한 상황에 대응하기 위해서 정부는 미래직업예측 모델을 개발하고 있음
  - 특히 2017년 12월 과기정통부 제4차 일자리위원회 보고에서 향후 5년간 과학기술과 ICT 분야에서 일자리 26만개를 만든다는 목표를 발표하였는데 세부적으로 2022년까지 연구산업 1만 2천개, 실험실 일자리 1만개, 무인이동체 2만 7천 900개 등 다양한 분야에서 새 일자리를 창출하겠다는 목표를 설정함
- (ICT 분야 고급 인력 부족 예측) 정부는 ICT 주요 산업 분야 인재양성을 위해 세계 최고수준의 R&D 투자, 인적자원, 제조업 기반 지원 사업추진
  - (지능정보) 대학 ICT연구센터 개편과 확대 그리고 지능정보특성화 대학원을 신설하여 2022년까지 지능정보분야 최고급 전문인력 6천명 양성 예정
  - (SW) SW중심대학을 2019년 30개로 지정하고 이를 기반으로 새로운 산업과 일자리를 창출하여 2022년까지 핵심 SW 전문, 융합인재 2만 명을 양성할 계획임
  - (정보보호) 산학협력 교육과정 개발과 산학협력 정보보호 대학원 과정을 신설하



- 여 사이버보안 분야 전문인력 1만 명 양성 예정
- (나노) 나노 분야 공통기반 이론교육과 6개 나노 랩을 활용한 실습교육을 통해 매년 800명의 나노 분야 전문인력 양성 추진
- (바이오) 바이오 R&D 인력대상 기술사업화, 금융, 경영 관련 교육프로그램 운영을 통해 바이오품, 투자 전문가를 양성하고자 함

□ (주요 선진국 ICT일자리 창출) 선진국의 ICT 산업 및 정책 동향<sup>2)</sup>

- 방송통신 융합은 2005년까지를 1단계(준비), 2010년까지를 2단계 (본격화), 그 이후를 3단계(고도화)로 구분할 수 있으며, 미국의 시장주도형과 일본의 정부주도형, 그리고 유럽의 조화형으로 구분
- 규제기구와 법제는 영국이 가장 체계화된 형태를 취하고 있으며, 미국은 법제와 기구가 통일되었으나 융합서비스에 관련된 규제는 시장자율을 우선으로 하는 편이다. 한편, 독일과 일본은 가장 분권화된 체제를 고수
- 미국과 영국, 그리고 일본이 각각 다른 정치, 문화, 산업적 특성을 반영하여 정책과 추진체계의 방향을 정립

## 나. 4차 산업혁명 시대 방송통신전파산업 일자리 전망

### 1) 4차 산업혁명 시대의 의미

- (4차 산업혁명) 사물인터넷, 클라우드 등 4차산업혁명 기술의 변화로 인해서 산업자체의 근본적인 변화가 일어나는 현상을 의미함
- (4차산업 혁명과 산업 4.0 관계) 4차 산업혁명 기술로 인해서 제조업을 중심으로 하는 산업자체의 파괴적 혁신이 이루어지는 것을 의미함
  - 2016년 다보스 포럼 이후 4차 산업혁명이라는 용어가 산업 4.0이라는 개념과 혼용되어 사용되고 있음
  - 4차 산업혁명은 컴퓨터와 인터넷의 등장과는 차원이 다른 종류의 기술이 산업계에 일으킬 혁명적 변화를 의미하는데 산업4.0은 독일 제조업의 활로를 모색하는 과정에서 나타난 개념으로서 새로운 기술진보로 인해 파괴적으로 변화하는 산업의 모습을 정의하는 개념임
  - 결국 4차 산업혁명이라는 현상이 산업4.0이라는 제조업의 지각변동을 일으킬

2) 해외 ICT산업 활성화 정책 및 중소기업 지원 사례 조사·분석 인용(KCA 연구보고서, 2015)

것이라는 점에서 두 개념은 연계된 것이라고 할 수 있음

- (4차산업 혁명 기술) 4차 산업혁명 기술은 사물인터넷, 클라우드, 빅데이터, 모바일 인터넷, 인공지능, 로봇 공학을 포함함
  - (4차 산업혁명 기술들) 사물인터넷, 클라우드, 빅데이터, 모바일 인터넷, 인공지능, 로봇 공학으로 설명할 수 있고 이러한 기술들이 독자적으로 융합을 통해서 새로운 제품과 서비스 등장을 지원함
    - 사물인터넷 기술은 사물들 간 네트워크화와 소통을 의미하고, 클라우드 기술은 엄청난 속도로 진화하고 있는 컴퓨터 연산능력과 데이터 처리기술을, 빅데이터 수집/저장/분석은 코드화 혹은 알고리즘화에 사용될 수 있는 데이터의 수집과 처리 기술, 인터넷과 연결되는 스마트 기기의 진화, 인간의 뇌의 인지 기능을 모방한 알고리즘화 기술인 인공지능, 그리고 인공지능을 이식한 기계인 로봇 공학이 4차 산업혁명 기술에 해당됨
- 기술변화는 전통적인 생산과 기술적용을 해체하고 있고, 이러한 현상은 일자리 변화를 가져옴
  - (기술변화와 일자리) 기술변화는 크게 비즈니스 구조변화와 자동화를 가져오고 이로 인한 산업구조 변화와 직무변화가 나타남
    - (기술변화) 기술변화는 비즈니스 구조의 변화를 통한 경쟁우위의 변화를 가져오고 자동화를 통해서 직무의 변화를 가져오게 됨
    - (비즈니스 구조변화) 기술변화는 가치사슬의 해체와 기존 비즈니스 구조에서 핵심역량의 변화를 가져오게 되면서 제품 자체를 대체하는 현상이 발생해 대규모의 산업변화로 인한 구조조정이 발생함
      - IT혁명으로 인해서 1990년대 이후 많은 산업에서 정보화가 추지이 되었지만 20년 전의 직업과 현재 직업을 비교하면 사라진 직업의 수는 크지 않고, 대신 새로운 직업군의 등장이 훨씬 큰 것을 볼 때 기술진보가 직업 소멸을 야기한다는 주장은 성급한 주장이라고 판단됨
      - 4차산업 혁명에서도 사라지는 비즈니스나 직업보다도 새로 생성될 직업의 수가 많을 가능성이 크다는 점에서는 의미가 있지만 그 분야와 규모에 있어서는 산업마다 다른 효과가 기대됨
    - (자동화) 과거 자동화로 인해서 많은 직무와 직업이 사라지게 되었는데 인공지능으로 대표되는 자동화는 과거와 차원이 다른 직업 소멸을 가져옴
      - 특히 기술진보를 통한 자동화에서는 기술이 직무를 대체하는지, 직무를 지원

하는지, 새로운 직무를 생성하는지에 따라 일자리의 구조와 변화가 발생함

- 만약 기술진보로 인해서 직무가 지원되거나 생성된다면 해당 일자리의 생산성이 올라가고 그 일자리는 없어지지 않고 오히려 수요가 늘어날 수 있음

○ (직무변화, 중간 숙련층 대체) 기술변화는 직무의 변화를 가져오고 고급인력, 자동화가 어려운 직무는 증가하지만 중간 숙련 인력은 감소함

– (기술변화로 인한 직무변화) 기술발달로 인한 일자리 변화의 요체는 일자리 수라기 보다는 직무변화임

- 자동화가 용이한 직무는 수요가 크게 감소할 수 있고, 단순 기능을 직무로 하는 일자리 형태(기능직)는 크게 감소하고, 대인관계를 직무로 하는 직업은 증가함

- 전문직, 기술직에 대한 증가와 함께 자동화가 힘든 경비원, 청소원, 운전자, 승무원, 음식서비스 종사자, 가사 도우미 등 단순 일자리도 증가하는 일자리의 양극화 형태가 동시에 나타나고 있음

- 이처럼 중간 숙련 수준의 직업이 줄어들고 자동화로 대체되면서 노동비용이 현저하게 절약하는 형태가 나타나고, 직무 자체의 변화 발생

○ (4차 산업혁명과 기술변화) 4차 산업혁명시대에는 동시다발적인 기술변화로 인해서 산업변화와 직무변화를 예측하기 힘들다는 점에서 애로사항이 발생하고 단기적으로 큰 혼란과 장기적으로는 새로운 일자리 창출이 예상됨

## 2) 4차산업 시대 유망 일자리 분석

□ (기업과 고용의 변화) 4차산업 혁명시대에는 기업 규모와 고용계약 형태가 변화하기 때문에 전통적인 형태의 접근 개선 필요

○ (기업규모 감소) 4차산업 혁명시대에는 외주를 통한 아웃소싱의 비중이 커지기 때문에 기업들의 규모가 소기업, 연성형 기업으로 전환 예상

– 기업은 자체생산과 아웃소싱을 통합 공급을 결정할 수 있는데 미래에서는 시장 거래를 통해서 사오는 방식이 일상화되면서 안정적인 고용형태가 아니라 소규모 기업 형태가 많아지고 있음

– 디지털 기술의 발전은 생산방식의 거래비용을 혁명적으로 낮추었고, 외부자원을 밖에서 사올 때의 거래비용을 크게 낮추었음

– 이로 인해서 기업조직이 핵심인력 중심으로 슬림화하고 임금근로자-자영업자성의 혼합된 계약형태가 확산되면서 기업규모가 감소됨

- (고용형태 변화) 4차산업 혁명시대에는 전통적인 형태의 고용보다는 프로젝트형 고용, 비전통적 고용계약이 확대될 것으로 예상됨
  - 이로 인해서 프로젝트형 고용계약 형식이 늘어나면서 기술진보가 자원의 특정 성과 거래의 복잡성을 감소시켜 정규직보다는 외부, 임시직 등을 활용한 프로젝트형 고용계약이 늘어날 것으로 예상됨
  - 이로 인해서 취업형태가 다양화하고, 비전통적인 고용계약이 증가하여 임시직, 파견, 재택근무, 파트타임 등 취업형태가 늘어날 것으로 예상됨
- (시간과 공간 인식 변화) 4차산업 혁명시대에는 전통적인 형태의 고용보다는 프로젝트형 고용, 비전통적 고용계약이 확대될 것으로 예상됨
  - 온라인 근로, 원격근로 등이 확산되면서 근로시간과 여가시간의 구분이 모호해지면 언제나 근로시간이 되고 동시에 여가를 즐기면서 근로를 이어가는 형태가 됨
  - 동시에 근로공간과 비근로공간의 구분이 모호해지고 각자 맡은 업무를 장소와 상관없이 알아서 완성하는 형태가 발생함
  - 한 사람의 근로자가 여러 고용주를 위해 일하는 사례가 늘어나면서 전통적인 고용관계가 해체되고 고도화된 관리체계가 필요함
  - 따라서 지휘명령을 받는 고용체계가 아닌 상호 약속한 업무를 스스로 결정하고 통제하는 환경에서 처리하여 넘기는 관계가 변화함
  - 이로 인해서 보상이나 성과에 대한 제도가 고도화되고 성과급제도가 확산되어 최저임금이 무의미해지는 상태가 나타남
- (4차산업 혁명과 ICT 일자리) 4차 산업혁명은 첨단 ICT 발전을 통한 혁신적 변화와 새로운 일자리 창출과 함께, 기존 일자리의 소멸이 공존되는 현상이 예상되고 있는 상황
  - (4차 산업혁명 시대) 컴퓨터와 정보통신기술(ICT) 발전으로 인한 '3차 산업혁명'으로 부터 디지털 혁명 기반 물리적 공간, 디지털 공간 및 생물학적 공간의 경계가 희석되는 기술융합시대인 '제 4차 산업혁명' 시대가 도래함
  - (ICT 기술의 가치) 초연결사회인 제 4차 산업혁명 시대에서 ICT기술은 보다 혁신적인 변화가 나타나고, 한국고용정보원의 ICT 부분 인력수요 전망을 보면 2009년 115만 명에서 2024년 153만 명으로 증가할 것으로 전망함
  - (미래 유망 신산업) 산업연구원과 산업기술진흥원은 미래 유망 신산업인 스마트 홈, 지능형로봇, 미래형자동차 등에서 2020년까지 총 인력 17만 명, 신규인력 9만 명 정도로 전망함

- (인력수요 증가율) 웨어러블 디바이스, 드론, 에너지저장시스템, 스마트그리드, 지능형 로봇이 연평균 20% 이상 성장이 예상되는 등 ICT 분야의 인력수요 증가율이 높음

### 3) 4차산업 시대 방송통신전파산업 일자리 전망

- (방송통신 일자리) 방송통신 산업의 특성을 고려할 때 직무변화가 일자리 변화를 소득 불안정성을 심화하고 이를 해소하기 위한 커뮤니케이션 기능의 강화가 필요하므로 방송통신 전파의 역할은 미래에서는 더욱 확대될 것으로 예상됨
- (직무의 변화) 4차산업 혁명은 직업자체의 변화가 아닌 직무의 변화를 의미하므로 방송통신의 기능은 강화될 것으로 예상됨
  - 기술진보에 따른 일자리 변화는 일자의 소멸이나 창출이 과거에 비해서 현저하게 달라지는데 있기보다는 일자리의 직무가 변화하는 것이 핵심임
  - (직무 강화 확대) 회계사, 의사, 변호사 등 전문직의 경우에도 자료검색이나 분석 전문가의 직무는 대체되지만 변호사, 회계사, 의사의 기능인 변호, 판단, 치료 등 기본적인 직무는 없어지지 않음
  - (직무의 변화) 지식을 전달하는 많은 직업은 정보 전달이라는 직무는 인공지능에 의해서 대체될 수 있지만 학생과 토론하고 멘토링 하는 교사의 역할은 강화되어 교사의 직무자체의 변화가 나타남
  - 이처럼 기술진보는 일차적으로 직무의 변화를 가져오고 직업과 일자리에 영향을 미치지만 직업 내 기능과 보상의 차이를 가져오는 형태가 될 것임
  - 이러한 과정에서 고용과 근로형태가 변화하고 소득분배와 교육제도의 개편이 요구됨
- (사회적 불안정성 증가) 4차산업 혁명은 직업자체의 변화가 아닌 직무의 변화를 의미하므로 방송통신의 기능은 강화될 것으로 예상됨
  - 갑작스런 직무의 변화와 이로 인한 보상체계의 변화는 소득의 불안정성을 강화하고 사회불안을 가중시키면서 이를 극복하기 위한 정부와 사회의 역할은 강화됨
  - 이러한 역할을 수행하기 위해서는 소통을 위한 인프라 지원이 확대되어야 하고 이러한 측면에서 방송통신 전파의 역할을 확대될 것으로 예상됨
- (단기 불안정성) 4차 산업혁명을 통해 사회적으로는 단기적 불안정성이 강화되면서 방송통신전파의 역할 강화 필요

- (사회 소통 지원 필요) 단기적으로 사회소통을 위한 사업과 인프라 강화가 필요하므로 KCA의 역할과 사업 확대 필요
  - 혁명적인 변화로 인해서 전반적인 직무변화와 일자리 감소가 두드러지게 나타나 제도적, 정책적으로 대응하기 전 단계에서는 사회불안이 강화될 것으로 예상된다
  - 따라서 단기적으로 정책커뮤니케이션, 사회소통, 사회적 교육지원 등을 위한 방송통신 전파의 기능은 확대되어야 함
  - 기술진보에 맞추어 사회가 적응하는 과정에서 교육매체로서의 방송통신전파의 기능이 강화되어야 하고, 이를 기술적으로 사업적으로 효과적으로 목표를 달성하기 위한 사업설계가 필요함
- (한국적 특수성 고려) 높은 규제, 사회자본 부족을 정보통신 인프라를 통해 해결하는 한국적 대응 방안 모색 필요
  - 특히 한국과 같이 규제의 강도가 크고, 사회적 불신이 높은 국가에서는 4차산업혁명이 초래하는 단기적인 불안정성의 부작용이 클 것으로 예상되며 고도로 발달한 정보통신 인프라를 통해 조기에 이를 극복하는 방안이 필요함

## 파트 2

---

### KCA방송통신전파분야 일자리 창출 현황 분석





## 1. KCA 일자리 창출 사업 분석

### 가. KCA 일자리 사업 분석

#### 1) KCA 일자리 사업 내용

##### (1) KCA 설립목적 및 주요 사업 분석



- (KCA의 일자리창출 사업) KCA는 방송통신전파의 진흥과 인력양성을 위한 사업을 수행하기 위해서 설립된 기관으로 경영기획본부에 일자리창출지원팀을 구성하였음
  - (KCA 설립목적) 한국방송통신전파진흥원(KCA)은 전파의 효율적 관리 및 방송·통신·전파의 진흥 및 인력양성을 위한 사업과 정부로부터 위탁받은 업무를 수행함으로써 국민의 전파이용 기회 확대와 방송·통신·전파 진흥에 기여하기 위한 목적으로 설립되었음
  - (KCA 주요 사업) KCA는 방송통신융합산업 진흥, 합리적 전파지원관리, 방송통신전파 관련 정책연구, 방송통신발전기금 운용 및 관리의 업무를 주요한 업무로 하고 있음
  - (KCA 조직 구조) KCA는 본원, 3단, 10지방본부로 구성되어 KCA는 정부의 국가균형발전정책에 따라 본사를 광주/전남 혁신도시로 이전하였고, 경영기획본부에 일자리 창출 전담 부서인 '일자리창출지원팀'이 구성되어 있음
  
- (KCA 인프라) KCA는 전국에 방송통신전파 관련 다양한 인프라를 보유하고 있으며 본 연구를 통해 KCA 인프라를 활용한 대표 프로그램을 발굴하고자 함
  - (스마트미디어 센터) KCA는 서울, 경기, 대구, 광주, 경북, 전북지역에 스마트 미디어 센터를 보유하고 있음
  - (빛마루방송지원센터) 중소 PP 및 독립제작사 대상 방송영상 콘텐츠의 기획·제작·편집·송출 종합 지원을 목적으로 경기도 고양시에 빛마루 방송지원센터가 설립되어 있음
  - (전파기술센터) 나주본원에 5G 등 전파환경 변화에 대비하여 전파기술센터를 개설하여 운영하고 있음
  - (10개 지역본부 및 6개 지역사업소) 10개 지역본부와 진주, 충주, 목포 등 6개 지역사업소를 운영하고 있음

(2) KCA 주요 사업 내용 분석

☐ (KCA 주요 업무)

〈표 16〉 KCA 주요 업무

방송통신융합 산업 진흥	녹색인증평가 제도 및 방송소외계층 방송접근권 보장 방송콘텐츠 및 해외한국어 방송 제작지원을 통한 방송산업 진흥 디지털방송콘텐츠지원센터 건립을 통한 종합 방송 인프라 지원
합리적 전파자원 관리	전파검사사업 중장기 계획 수립 및 조정 개설허가 받은 무선국의 준공/정기/변경 검사 무선국 전자파 강도 측정 및 인체영향 정보 제공 국가기술 자격검정 시행 계획수립 및 종합관리 국가기술 자격검정/자격증 발급/자격취득교육 및 통신보안교육
실천 지향적 정책연구	국내외 방송/통신/전파/융합분야 법, 제도, 정책 연구 주파수자원 재개발 및 손실보상 연구 전파자원관리 정책 연구 스마트 미디어 산업 활성화를 위한 융합 콘텐츠 정책 연구 방송/통신/전파 산업의 발전방안 등에 관한 연구
효율적인 기금 운용/관리	중장기 및 연도별 기금운용계획 수립 방송통신발전기금 징수/운용 관리
사업간 선순환 경영 체계 구축	경영목표 및 경영전략 수립 윤리경영 및 사회공헌 활동 국회 및 국제협력 대응과 정보화시스템 계획수립/구축/관리 정부경영평가 및 성과평가 추진/관리

☐ (KCA 주요 사업구성) 성과목표와 지표 분석

주요사업	성과목표 정의	핵심성공요인(CSF)
전파관리 강화	• 깨끗하고 안전한 전파이용환경 구축	• 전파혼신발생 리스크 최소화 • 대국민 전자파 불안감 경감 • 전파의 사회적 이용가치 확대
방송콘텐츠 및 스마트 미디어 활성화	• 방송콘텐츠 및 스마트 미디어의 다양한 지 원을 통한 산업 활성화 조성	• 고품질 방송프로그램 제작지원 • 스마트미디어산업 성장기반 체계 마련

□ (KCA 주요사업별 성과지표 설정)

구분	무선국검사(22개)	콘텐츠 및 스마트미디어 활성화(21개)
성과 지표 POOL	(계량) 전파이용환경 개선노력도 (계량) 무선국 검사 실적 달성도 (계량) 전파불안감 경감지수 ..... (비계량) 전파이용가치 활성화	(계량) 시청자 만족도 제고 노력 (계량) 프로그램 제작자 만족도 (계량) 프로그램 시청률 ..... (비계량) 방송 콘텐츠 및 스마트미디어의 다양한 지원 강화
성과 지표	(계량) 전파이용환경 개선노력도 (계량) 전파 불안감 경감지수 (비계량) 전파이용가치 활성화	(계량) 시청자 만족도 제고 노력  (비계량) 방송 콘텐츠 및 스마트미디어의 다양한 지원 강화

□ (KCA 주요사업) 전파관리 강화 분야

성과목표	깨끗하고 안전한 전파이용환경 구축							
핵심 성공요인	전파혼신발생 리스크 사전해결		대국민 전자파 불안감 경감	전파의 사회적 이용가치 확대				
성과지표	(계 량) ① 전파이용환경 개선노력도    ② 전파 불안감 경감 지수 (비계량) ③ 전파이용환경 가치 활성화							
선정사유	① (계량) 전파이용환경 개선노력도							
	정의	전파혼신을 유발하여 통신품질을 저하시키는 불량무선국을 검사현장에서 장애요인 진단 및 현장개선을 통해 사전에 해결하는 노력						
	대표성·타당성	전파 혼신으로 인한 통신단절, 간섭 발생 현상을 사전에 예방하기 위해 검사관의 기술력·컨설팅·문제진단 노하우 전수 등 전파환경 품질 개선 노력을 종합적으로 평가하는 대표지표						
	도전성	<table><tr><td>2014실적</td><td>2015목표</td></tr><tr><td>6.043%</td><td>7.212%</td></tr></table>	2014실적	2015목표	6.043%	7.212%	전년도 실적을 기준으로 과거 5개년 실적의 편차를 2배 적용하여 설정한 도전적 목표치임	
	2014실적	2015목표						
	6.043%	7.212%						
	② (계량) 전파 불안감 경감 지수							
	정의	전자파에 대한 국민의 불안감 정도를 객관적으로 조사하여 대국민 전자파 불안감 경감 성과를 측정						
	대표성·타당성	국민 불안감 경감 수행성과를 나타내는 대표 지표로, 불안감 경감 개선 정도를 고객으로부터 피드백을 받음으로써, 전파업무의 선순환적인 개선 효과를 기대하는 지표						
	도전성	<table><tr><td>2014실적</td><td>2015목표</td></tr><tr><td>73.30</td><td>76.30</td></tr></table>	2014실적	2015목표	73.30	76.30	최초 실시한 '13년을 대비 '14년의 경우 불안감 경감 지수 증가율이 0.5%임을 감안할 때 '15년 목표를“국민안전 지수 증감률”을 준용한 4.1%로 정한 것은 매우 난이도가 높음 ※ 대국민 안전지수(국민안전처)의 5년 편차(증가율) : 4.1%	
2014실적	2015목표							
73.30	76.30							
③ (비계량) 전파이용가치 활성화								
정의	무선국 관련 제도개선, 고수요 정보개방 및 산·학·연·관 협업을 통해 전파의 사회적 이용가치가 활성화될 수 있도록 하는 노력을 평가함							
도전성	무선국 제도개선은 기관의 경영수익과 연관되나 사회적비용 절감을 통한 산업 활성화 측면에서는 기여도가 크며, 고가치 전파정보를 전면 개방하여 민간의 아이디어가 결합된 새로운 비즈니스 창출을 유도하는 도전적인 지표							

□ (KCA 주요사업) 방송콘텐츠 및 스마트 미디어 활성화

성과목표	방송 및 스마트 미디어 산업의 활성화 조성			
핵심 성공요인	고품질 방송프로그램 제작지원		스마트미디어 산업 성장기반 체계 마련	
성과지표	(계량) 시청자 만족도 제고 노력, (비계량) 방송 콘텐츠 및 스마트미디어의 다양한 지원 강화			
선정사유	① (계량) 시청자 만족도 제고 노력(상향)			
	정 의	제작지원 프로그램의 공익성과 다양성 측면에서 시청자의 만족 수준을 측정		
	대표성 · 타당성	시청자 만족도 조사는 외부 전문기관에서 불특정 다수의 시청자를 대상으로 조사하는 지표로, 시청자로부터 피드백을 받아 제작지원 프로그램의 경쟁력을 측정하는 대표지표		
	도전성	2014실적	2015목표	- 전년도 실적을 기준으로 과거 5개년 실적의 편차를 2배적용 - 95점 이상의 목표점수는 국내기관 만족도 목표점수 대비 최고 점수로서 도전적 목표치임
		92.40점	97.8점	
	② (비계량) 방송콘텐츠 및 스마트미디어의 다양한 지원 강화			
	정 의	국정과제 '방송통신 산업 육성'에 해당되는 내용으로 방송통신 산업의 성장기반 체계 마련을 위한 지표		
도전성	· 국내 방송 산업 환경은 방송플랫폼 다변화 및 한미FTA에 따른 콘텐츠 시장 개방 등으로 콘텐츠 경쟁이 심화되고 있기 때문에, 방송사업자들의 글로벌 협력 지원 및 신규 수익 창출을 위한 기반확대 지원은 난이도가 높음			
	· 스마트 미디어 서비스 분야는 플랫폼사와 IT기술과 콘텐츠 서비스개발사의 균형 발전이 필요하나 크게 미흡한 실정이므로 난이도가 높음  · 콘텐츠를 매개로 방송 · 통신 · 기기 등 산업 간 융합을 통해 스마트 미디어 신산업의 발굴 및 시장 개척 선도를 위해서 다양한 지원을 하는 것은 도전적임			

(3) KCA 일자리 창출 사업 추진 경과 및 성과

- 그동안 한국방송통신전파진흥원은 정부의 정책기조에 맞추어 고용을 확대하고 특히 사회적 약자를 위한 일자리 확대 등을 도모하였으며, 민간의 고용 창출을 유발하는 등 직간접적인 고용 확대를 위해 노력
- 임금피크제 운영을 통한 청년 일자리 창출(신규채용), 정규직 및 무기 계약직 전환을 통한 양질의 일자리 창출 등의 성과를 도출함

- 특히, 정규직의 비중을 늘리고 기간 및 무기 계약직 비중이 감소하는 등 기관 고용 구조의 안정성이 증대됨
    - 정규직 비중 : 60%(‘14) → 75.4%(‘17) / 무기 계약직 비중 : 24%(‘14) → 24.3%(‘17) / 기간제 계약직 비중 : 17%(‘14) → 0.3%(‘17)
    - 또한 파견 및 용역직 직접고용(83명)을 통해 정규직 전환문제 해소(‘17)
  - 또한 기관 사업을 통해 직접적인 일자리 창출과 함께 민간의 고용 유발 기여 등 사회 전체적인 일자리 창출에 기여함
    - 5G 정부정책, 기술동향 등에 대비한 검사인력 확충, 전자파 안전 전담체계 구축을 위한 기관 직접일자리 창출 등 직접 고용 확대
    - 스마트미디어 서비스 개발 지원, 방송콘텐츠제작지원 등을 통해 민간의 일자리 확대를 위한 지원 강화
  - 전문 시니어 인력, 지역인재 고용 등 사회적 취약계층을 위한 일자리 창출을 도모함
    - 퇴직직원 강사 인력풀을 통한 고용창출, 이전지역 균형 발전을 위한 지역인재 채용비율 확대 유지 등을 통해 사회적 약자 배려, 기관이 위치한 지역과의 상생을 위한 노력 지속
- ☐ 정부정책 및 경영환경을 반영하여 정규직 전환 추진방향 정립 및 비정규직 직접고용 전환
- 공공부문 비정규직 ZERO화를 통한 정규직 고용관행의 민간 확산 역할 요구에 부응하고, 차별 없는 일터 조성을 위해 비정규직 고용안정 계획을 수립하여 노사 간 협의를 통해 직접 고용 확대
  - 기간제 직원, 파견직원, 용역직원 등 단계별 전환을 추진하여, 비정규직 인력 전체 인원 대비 0.3% 달성
- ☐ 민간의 부문의 일자리 창출 관련 지속적인 노력을 통해 방송·통신·전파 분야 민간 일자리 8,000명 이상 달성
- ICT 기금사업을 통한 일자리 창출, 무선국검사와 연계한 통신시장 일자리 창출, 국가기술자격 취득을 통한 취업실적 등의 부문에서 각 2,000명 이상의 성과 도출
- ☐ 일자리 창출을 위한 체계적이고 균형잡힌 접근을 통해 기관의 직접적인 일자리 창출 뿐만 아니라 민간부문의 일자리 창출에도 기여

- 일자리 창출(일자리 만들기, 일자리 늘리기), 일자리 질 개선(비정규직 정규직 전환, 사회형평적 채용), 일자리 기반 강화(新중년 인생 3모작, 지역균형발전) 등 장기적인 계획 수립을 통해 산업 진흥을 위한 일자리 기반 마련

## 2) 주요 시사점

### □ (미래 고용환경 고려 모델 개발 필요)

- (미래 고용환경을 고려한 일의 시대 창조) 직장 중심으로부터 일(job)중심으로 변화하는 '일자리' 사회를 고려한 미래형 일의 시대를 선도적으로 연구 필요
  - 직장(company)의 시대에서 직업(job)의 시대로 전환되는 시대적인 패러다임에 맞게 KCA가 방송통신전파 산업을 중심으로 한 새로운 직업의 시대 등장에 따른 다양한 '일자리 모델'을 제시
    - 기존 평생직장 개념의 직장 중심의 일자리 창출이 아닌 직장은 달라지지만 직업은 유사업종에 지속적으로 종사하여 전문성을 높일 수 있는 방안에 대한 선도적 연구 필요
    - 방송통신전파 산업의 특성을 고려하여 타산업의 기반산업으로서, 변화의 속도가 빠른 산업으로서 해외 시장 진출에 가장 유리한 산업으로서의 특성을 고려한 일 창출 추진
    - 4차 산업혁명 시대를 선도하고, 다양한 융·복합 산업을 지원하는 기관으로서의 미래 위상을 확보하는 연구 필요

### □ (KCA 맞춤형 일자리 창출 모델 개발 필요)

- (KCA 업무와 자산과 연계된 일자리 창출) 기업의 사회적 책임 연계성, KCA 본업 기반의 사업확장, KCA 자산을 활용한 사업 추진 필요
  - 기관의 사회적 책임(CSR) 연계 : 기업의 사회적 책임이 지속성을 갖기 위해서는 본연의 업무와의 연계성을 통해 장기적인 추진이 필요함
  - 기관이 가장 잘 할 수 있는 일 중심 : KCA의 본업과 연관된 일자리 창출을 통해서 효과적인 일자리 창출 사업 가능
  - KCA가 이미 확보한 자산과 인프라 활용 : 일자리 창출과정에서 발생하는 비용을 최소화하기 위해서는 KCA가 이미 확보한 자산을 활용한 일자리 창출 필요
- (대표 사례 발굴 및 확산) 본업 기반, 자산/인프라 활용 형태의 대표적인 일자리 창출 모델을 개발하고 확산하여 이를 통해 KCA의 위상과 역할 정립 필요

- 방송통신전파산업과 함께하는 일자리 창출 필요
- 지역과 함께하는 일자리 창출 필요
- 지속가능하고 미래세대와 함께하는 일자리 창출 필요

## 나. 창업허브센터구축사업 분석

### 1) 창업허브센터 사업 개요

- (추진개요) ICT 청년창업지원센터 구축을 통한 일자리 창출을 위해 KCA와 송파구청 간 업무협약을 체결하고 창업공간 제공 및 지원프로그램 운영
- (사업 내용) 송파구와 KCA 간 청년창업지원센터 개설을 위한 협조 체계
  - 송파구와 KCA 간 청년일자리 창출과 사회적 가치 구현을 위한 협력체계를 구축하고 창업지원을 위한 센터 개설 업무협약 체결(17년 12월)
  - (송파구청 역할) 서울비 보조금 3.4억 원을 투입하여 시설을 설치하고 3.6억 원의 운영비 편성
  - (KCA의 역할) 송파 ICT청년창업지원센터 공간제공을 위해 IT벤처타워 11층 약 778㎡를 제공하고, 전파측정장비 및 기술력 제공
- (세부 내용) 송파구와 KCA간 청년창업지원센터 개설을 위한 협조 체계
  - 민간위탁 운영과 입주기업 대상 지원프로그램 개발을 통해 실질적인 창업을 통한 일자리 창출 지원
  - 일자리 창출 업무협약의 취지를 고려하여 무상사용기간을 10년 설정

### 2) 세부 사업 내용 분석

- (KCA의 역할) 공간제공, 장비제공, 기술력 제공 담당
  - IT벤처타워의 공간을 제공하고, 전파측정장비 제공, KCA의 인적 네트워크를 활용한 기술력 제공
    - 기관의 위치와 특성을 고려하여 실질적인 운영지원이나 구체적인 사업지원이 아닌 인프라지원, 장비지원 등 실시
    - 중장기적으로 KCA의 주요사업과 연계한 사업 기회제공으로 확대될 수는 있으나 단기적으로 인프라지원에 집중함
- (송파구청의 역할) 구축비용, 운영비용 등 재원 조달 담당



- 송파구청은 창업공간 구축과 운영을 위한 자금지원 담당
  - 서울시의 청년창업지원예산과 연계하여 창업공간을 위한 공사비용과 운영비용 제공
  - 장기적이고 큰 규모의 지원이 아닌 연차별 예산과 공간구축비용 등 운영비용 지원을 담당함

### 3) 주요 시사점

- (성과) 기초지자체와 기관 간 협력을 통한 일자리 창출
  - (협력사업) 기관과 기초지자체가 협력하는 형태의 사업
    - 지금까지 많은 일자리 창출 사업이 기관단독이나 지자체 단독으로 이루어지면서 실질적인 일자리창출과 연계되는데 지원이 부족한 측면이 있었음
    - 본 사업의 경우 지자체의 재원과 기관의 특정 분야의 사업역량을 연계하여 특정 분야에서 구체적인 성과를 도출할 수 있는 사업모델임
  - (청년지원) 청년창업이라는 구체적인 대상을 위한 지원 사업
    - 청년실업률이 높은 상황에서 일자리 취약계층인 청년을 대상으로 하는 창업공간을 제공한다는 점에서 의미 있는 사업임
    - 청년창업의 특성을 고려한 지원사업과 연계될 경우 타사업과 달리 성과를 기대할 수 있음
  - (수도권 진출 지원 사업) 공공기관 이전의 한계를 극복하기 위해 서울에 공간을 확보하고 지방의 청년의 수도권진출을 지원하기 사업임
    - 공공기관 지방이전으로 실질적인 창업이나 고용을 위한 수요는 수도권에 집중되어 있으나 사업은 지방에서 이루어지면서 미스매치현상발생
    - 본 사업은 지방 청년들의 수도권 진출을 지원하는 교두보로서의 역할을 할 수 있다는 점에서 의미가 있음
- (한계) 세부 사업 지원을 통한 성과 목표 설정과 KCA의 창업지원 인프라와 연계를 통한 시너지 창출 필요
  - (인프라 구축 중심) 공간구축, 공간운영비 지원 등 하드웨어 지원 중심
    - 청년일자리 창출을 위해서는 창업 멘토링, 경영지원, 초기사업지원 등 소프트웨어 중심의 지원사업이 필요함
    - 현 단계에서 지원되는 사업들은 대부분 공간구축, 장비지원, 인적네트워크 지원 등 하드웨어에 집중되어 있어 실질적인 성과도출을 위한 추가적인 지원 필요

- (성과목표 설정 필요) 청년, 창업을 통해 달성하고자 하는 세부적인 성과목표를 설정하고 이에 합당한 예산과 인력지원 필요
  - 공간구축에 대한 계획과 운영예산 등은 설정되어 있지만 이러한 자원투입을 통해 달성하고자 하는 구체적인 목표치가 설정되어 있지 않음
- (KCA 창업지원 인프라 연계 필요) KCA의 경우 SMC, 빛마루방송지원센터 등 창업지원기관이 존재하는데 해당 기관과 연계성 등 확보 필요
  - 송파청년창업지원센터의 경우 대상(청년), 목적(창업), 위치(수도권)등은 확정되었으나 기존 KCA의 창업지원 인프라인 SMC와 빛마루방송지원센터와 연계성은 명확하지 않음
- (향후 추진 방향)
  - (세부 지원 사업 발굴) 실질적인 창업과 연계되는 사업안 구체화 필요
    - 청년창업센터를 지향하므로 멘토링, 아이디어 공유 및 발표, 초기 투자금 지원, 다양한 성공사례 공유, 지원기업 연계 등 실질적인 성과가 도출될 수 있는 사업안 구체화 필요
    - 특히 청년들의 창의적인 아이디어가 사업화로 연계될 수 있도록 기업과 연계를 통한 장기적인 성장가능성 확보 필요
  - (KCA 지원사업 연계) KCA의 방송통신콘텐츠 개발지원사업과 연계한 일할 기회를 제공하는 형태 사업 추진 필요
    - 타사업과 유사하게 공간제공, 운영자금지원 수준의 지원이 아닌 구체적인 일을 통한 성장을 지원하는 사업 필요
    - 이를 위해서 KCA 지원사업을 청년을 지원대상으로 특정화함으로써 청년창업을 실질적으로 유도하는 일을 통한 창업 지원 필요

## 2. KCA 사업 관계자 수요조사

### 가. KCA 사업관계자 인터뷰

#### 1) 인터뷰 개요

- (인터뷰 주제) KCA 인프라 활용 방안, 업무연계 방안, 기금사업 활용방안
- (KCA 인프라 활용) KCA 인프라를 활용한 일자리 창출 환경조사

- 지역별 특성화된 일자리 환경 : 지역본부, 스마트미디어센터 연계
  - 지역본부 및 스마트 미디어 센터 프로그램과 연계된 일자리 창출 현황 조사
  - 지방본부의 지역별 산업특성을 고려한 일자리 발굴 (예, 부산, 미디어콘텐츠, 해양산업)
  - 지방본부-SMC-빛마루 연계한 창업지원 방안(각 인프라별 특성을 고려한 시너지 창출방안, 입주자 연계 등)

○ (KCA 주요 업무 연계) 주요 업무와 관련한 일자리 창출 관련 현장 수요자에 대한 심층인터뷰 등을 통해 문제점 및 창출 방안 도출

- KCA 주요 업무와 연계된 일자리 창출 방안
- 정부 창업센터 스타트업 조사를 통한 애로사항과 요청사항 발굴
- KCA 사업부서장 면담을 통한 창업/일자리 창출 방안 도출

○ (지원사업 활용방안) KCA 인프라와 지원사업을 활용한 일자리 창출방안 아이디어

- KCA의 나주 본원 및 전국 사업소, 스마트 워크 센터, 빛마루 등을 활용한 일자리 창출방안
- KCA 방송콘텐츠 관련의 각종 지원 사업의 효과적 활용을 통한 일자리 창출방안 등

□ (인터뷰 추진 내용) KCA 인프라 활용 방안, 업무연계 방안, 기금사업 활용방안

- 일시 : 7월 31일 (화) 10:00 - 16:00
- 장소 : 나주 KCA 본원
- 대상자 : 관련 부서 담당자(차장, 팀장, 과장 등) 총 10인

## 2) 조사 인터뷰 내용 분석

### (1) 콘텐츠 산업진흥팀

- 질문자) 일자리 창출 사업을 위해 현재 진행 중인 사업은?, ODA 사업에 대한 평은?, 그 외 일자리 창출을 위한 아이디어는?
  - 먼저 간단하게 현재 사업을 설명하면 부서의 이름에서 예상이 되듯 방송사업자에게 방송프로그램 제작비를 지원해주는 사업을 진행 중
  - 일자리 관점에서 현 사업의 구조적 한계는 제작비 지원이 목적이라 인건비는 인

정이 되지 않는 한계가 있음. 즉, 제작비만을 지원해주고 프로그램제작 인력에 대한 인건비는 지급이 되지 않아 일자리 창출에 반영이 되지 않는 구조적 한계가 있음.

- 실제 금액이 사용되는 부분은 인력 사용에 따른 지출이나 지출 비목으로는 인건비에 해당이 안 되는 한계가 있음

○ 질문자) 작년 보고서에 제시한 중장기 일자리 창출 목표의 산출 내용은?

- 고용유발계수와 연간 예산을 활용해 산출한 수치임

○ 질문자) 콘텐츠 제작지원을 통해 다른 기관이나 유사기관에서 진행하는 사업 중 참고 할 만한 사례는?

- KCA의 지원 사업 중 “해외한국어방송사지원사업”이 있는데 해외의 코리아 타운에 한국인을 대상으로 방송사업자를 지원하는 사업임. 사업을 진행하다보니 방송사업자들의 고충이 기술적 여건이 부족한 상황이라 한국의 전문 인력이 해외에 파견되어 기술적 지원이나 한국 방송사와 협력을 원하는 등의 수요를 확인함
- 산업측면에서 방송분야는 특수 전문인력이 종사하는 분야임. 따라서 정규 샐러리맨 보다 프리랜서의 인력 구성비가 높은 상황. 이런 프리랜서 근로자의 고정적 수입을 보장해주기 위한 고용형태를 만들어내는 방법 또한 일자리 창출을 위한 하나의 아이디어로 제안해 봄

○ 질문자) 미얀마 방송의 방송기술지원을 위한 ODA 협업안에 대한 실행가능성은?

- 이와 비슷한 사업이 사실 전파진흥협회의 사업 중에 있음 ODA는 아니지만 방송인력에 대한 교육 사업을 현재 진행 중 그러나 협회와 함께 하는 것은 어려움이 있어 빛마루방송지원센터의 교육프로그램과 연계하는 것이 좋을 듯하며 사업의 주요업무는 방송제작지원 업무가 좋을 것

○ 질문자) 방송제작에 관심이 있는 학생들에 대한 콘텐츠 제작 지원하거나 경진대회 개최는 어떤지?

- 이미 시청자 참여 프로그램으로 진행이 되고 있으며 제작의 지원이나 경진대회가 직접적인 일자리 창출과 연결되기는 어렵다고 생각함

○ 질문자) 보고서에 제시한 일자리 창출 중장기 목표 중 현재 진행 중인 사업과 관련하여 정확하게 수치화하기 위한 방안은?

- 부서 내부에서도 노력 중이며 정부에서도 지속적으로 관심을 가지고 있는 상황임. 그러나 구조적 한계에 직면한 상황에서 외부인력에 초점을 두고 직군별 활용 기간 수준의 데이터를 내부적으로 마련하는 중 더욱 정확한 창출 지표 산출을 위해 대비하고 있음

○ (주요 시사점)

- 미국과 중국에서 한국어 방송사업 지원 사업을 신규 사업으로 추가 검토하기로 함
- 미얀마 방송전문 인력양성사업을 해외 일자리 창출 사업으로 추가 검토하기로 함

## (2) 미디어산업 진흥팀

○ 질문자) SMC 사업을 통해 구체적으로 어느 정도 일이 진행이 되고 있는지? 그리고 이를 연계하여 확장하거나 추가적으로 실행 가능한 사업은?

- 6개소가 운영 중인데 입주기업은 현재 45개 기업. 작년 기준 1년에 거쳐간 업체 수는 66개, 이러한 업체에서 일하는 인력의 수를 보면 95명 정도 근무를 하나 이런 수치가 일자리 창출로 인정하기에는 어려움
- 대부분 참여한 업체는 창업 업체로 1년 매출은 40억 정도이며 1개 기업 개별 매출은 매우 낮은 수준임. 향후 성장을 위한 계획이나 추진 사업은 아직까지 없음

○ 질문자) 입주 기업을 위한 공간은 여유가 있는지? 그리고 추가적인 확장에 대한 계획은?

- 확장은 현재 운영 중인 6개소의 확장보다 다른 지역으로의 확장이 이뤄질 것으로 보이며 아직 내년도 예산이 확보되지 않은 상황에서 신규로 생성된다고 보기에는 어려움. 대신 입주 기업에 개발을 위한 창업공간과 멘토링[금전적 지원(100만-200만), 전문가 자문] 등의 지원을 제공하고 있음

○ 질문자) 공간 활용에 대한 입주 기업의 입장은?

- 기업 역시 공간 활용에 대해 많은 도움이 되고 있다고 느끼며 현재 2년의 사용기간을 더욱 연장을 원하는 부분도 있음. 기관에서도 공간을 확장하고 연장을 하고 싶지만 현실적으로는 어려운 부분

- 질문자) 입주 기업에 대한 수요는??
  - 서울은 10:1에서 적게는 7:1의 경쟁률을 보이고 지역은 2:1, 3:1 수준. 업종은 주로 스마트미디어 분야의 업종이나 스마트미디어의 개념상 모호한 부분이 있어 대부분 IT와 미디어가 융합이 된 서비스를 제공하려는 기업을 대상으로 창업 지원하고 있음
  
- 질문자) 창업기업을 위해 추가적인 사업을 진행할 향후 계획은?
  - 예산이 많지 않아 현재까지는 어려움
  
- 질문자) VC와 연계방안은 있는지?
  - VC연계는 현재 진행 중으로 데모데이를 하거나 작은 미팅 등 플랫폼사 설명회를 통해 대기업과 네트워킹을 위해 행사를 유치하며 엑셀러레이터와 VC간의 연결을 지원해주고 있음. 그러나 성과에 있어서는 유의미한 성과가 도출이 되는 경우도 있으며 그렇지 않은 경우도 있음. 이는 VC의 경우에도 사업성, 수익성이 높은 주제에 관심이 있기에 네트워킹이 성공하기에는 현실적 어려움이 존재
  - 센터와 개발지원을 연계하기에는 사업 특성이 다른 점으로 인해 개발지원 분야와 연계는 아직 진행을 못하고 있음. 개발지원 분야에도 데모데이나 VC 연계를 진행하고 있는데 오히려 이런 활동이 개발지원 분야에서는 더욱 활동적
  - 개발지원에 대한 지원은 2가지 과정으로 지원
  - 스마트미디어 엑스캠프: 대기업 플랫폼사를 대상으로 피칭을 통해 관심 있는 플랫폼사와 기업체가 연계하여 컨소시엄 후 지원이 이뤄지면 기관은 우수한 아이디어를 선발하고 지원을 하고 있음 (3개 분야를 두고 선정)
  
- 질문자) 이 캠프에 지원하는 기업은 어느 정도 수준인지?
  - 기대하는 성과를 낼 수 있는 능력이 있는 기업체들이 주로 참여하는 추세
  - 4월에 엑스캠프 시작-지원사업-연말 성과보고, 업무 보고하는 과정이며 4월의 엑스캠프에서 장관이 참여해 아이디어 발표회를 좀 더 자주 갖도록 요청해 내년부터는 격월 단위로 아이디어 발표를 늘릴 계획
  
- 질문자) 내년 구상중인 계획에서 SMC와 연계하는 방안은?
  - SMC는 창업보육의 컨셉으로 현재 구상중인 계획은 기업들의 성장발판을 마련하는 방향으로 구상 중

- 질문자) 일자리 창출 중장기 목표에 작성된 수치는 어떻게 산출된 것인가?
  - SMC 고용된 사람의 수 + 개발지원 수행 인력 = 127명
- 질문자) 고용창출 수치에서 신규 인력에 대한 고려는 있는지?
  - 센터의 경우 신규 인력을 고려한 수치이나 신규인력과 기존 내부인력에 대한 구분은 힘든 상황
- 질문자) 지역 대학 내 창업보육센터를 기반으로 SMC 입주 기업 육성을 위한 모델을 제시하고 있는데 사업 가능성에 대한 의견은?
  - 좋은 아이디어로 보이며 경기센터의 경우 지역대학과 MOU를 체결하고 학생들 역시 IT 미디어 관련 교육에 참여하는 등 대구센터 역시 긍정적이고 활발한 모습으로 운영 중에 있음. 이 모델은 전반적으로 실행 가능성 있는 모델이라 생각함
- 질문자) 일자리 창출과 관련한 본 부서에서 논의됐었던 아이디어나 기타 의견은?
  - 특별한 아이디어는 없으나 아까 이야기했던 아이디어 발표회의를 자주 개최하는 것에 초점을 두고 있음
  - 개발지원 사업에 대해서는 4차 산업혁명이나 인공지능 분야 지원사업을 하고는 싶으나 아직은 산업적 성장이 좀 더 필요한 분야라 생각
- 질문자) SMC운영에 있어 요구되는 사항이나 애로사항은?
  - 공간을 키우고 지원 사업과 연계를 하면 좋을 듯, 그러나 사업이 분리 돼있다 보니 쉽지 않고 지원사업 선발에 대한 자료가 지속적으로 요구되고 있어 입주 기업에 대한 막연한 지원은 공정성의 문제가 존재 함
  - 과기정통부 내 여러 지원 사업에서 K-GLOBAL이라는 업체를 300개 가량 선발하고 300개 업체는 각 지원사업에 쿼터(할당)를 두어 기업체에게 지원이 이뤄지도록 하는 경우가 있으나 특혜로 보일 수 있는 위험이 있음
  - 새로운 사업을 기획해도 기존에 진행 중인 사업들과 중복의 문제로 새로운 사업을 기획하기가 어려움이 있고 나아가 이를 통한 예산 확보의 한계가 있음
- (주요 시사점)
  - 지역대학교, 대학 내 창업보육센터, SMC, 빛마루 방송지원센터로 연계되는 스타기업 육성사업형태의 대표브랜드 사업으로 발전시키기로 함



### (3) 기금성과 평가팀

- 질문자) ICT기금을 사용해 일자리 창출을 위한 새로운 사업안에 대한 아이디어와 현재 ICT 기금사업 활용을 통해 도출한 고용유발계수에 적힌 수는?
  - 외부 조사 의뢰를 통해 산출된 값으로 작년에 경영평가를 대비해 성급하게 작업한 수로 정확한 수치는 아니며 사업비 대비 일자리 창출 수를 조사해 만들어진 수치임
  - 작년의 경우 양적 수치로 단순 고용에 따른 평가만 이뤄졌다면 올해부터는 양질의 일자리 창출을 위해 정규직 전환율, 청년채용률 등의 평가체계를 두어 가점제를 세분화 하고자 함
  - 수행기관에 대한 실태점검을 하게되어있는데 이 때 일자리 창출관련해 자료를 미리 점검하고 성과를 내도록 독려를 하고 있음
- 질문자) 기금사업을 통해 혁신적으로 할 만한 사업은?
  - 일자리 우수 사례집을 만들 예정(성과홍보용) 작년의 경우 성과발표회를 했고 시상도 진행함. 그러나 작년은 일자리에 초점을 두지 않았지만 올해는 일자리에 초점을 두고 창출한 기업에 대해 성과발표회를 진행할 예정
  - ICT 핫 클립(산업기술용역보고서)를 발행 중인데 내부에 31개 사업의 수행기관이 존재하는데 이런 수행기관들이 채용정보를 보고서에 추가하여 매주 발행 중
  - 실질적인 아이디어는 31 수행기관이 관리중인 기업들이 약1000개 업체이며 실태점검을 통한 결과 대부분 영세한 기업들이 많음. 그래서 인력 수급에 문제를 겪고 있으며 이러한 기업들을 대상으로 대학과 연계해 취업을 연결 짓는 채용박람회를 개최하는 사업안을 생각해 봄
- 질문자) 기타 일자리 창출 관련한 아이디어는?
  - 작년에 대부분 아이디어를 내서 더 이상의 아이디어는 없을 듯
- (주요 시사점)
  - 기금을 통한 대표적인 일자리 창출 사업 관련 사례를 추가 검토하기로 함

### (4) 전파기획본부

- 질문자) 민간 일자리 창출 사업 발굴이 연구의 목적임. 이에 전파관련 부문에서 이와 관련해 진행 중인 사업과 고용유발계수에 도출된 수치의 설명이 필요



- 16명 산출 내역은 사업자들에게 주파수 할당 이후 연도별로 망구축 의무를 부여함. 이는 투자활성화 유도를 위한 것인데 여기서 매년 점검해야 하는 기지국 수를 기준으로 한 기지국의 점검 비용 대비 고용노동부의 고용영향평가 가이드라인을 활용해 산출해낸 수치임

○ 질문자) 예산에 대한 고용창출효과와 퇴직검사원의 활용을 통한 고용창출로 계산한 것인지?

- 퇴직검사원 활용이 어려울 경우는 자격증을 취득한 청년을 활용하는 것으로 계산

○ 질문자) 주파수 할당 이행점검은 올해도 계속 계획이 있는지?

- 주파수 할당 이후 사업자 이용기간이 5년, 10년이 주파수별로 존재하고 현재 2021년까지는 사업이 유지될 것이나 고용이 성장할 것인가에 대해서는 미지수
- 5G 도입 후 이행점검 사업을 통해서도 네트워크구축을 위한 간접적 일자리 창출은 있을 수 있음
- 기관에서도 사업자들이 매년 보고하는 실적 보고서에 투자내용 추가를 안내하고는 있으나 향후 활용 가능성은 아직 명확하지 않음

○ 질문자) 부서 내 일자리 창출 관련해 부서나 인프라와 연계하여 할 만한 사업에 대한 아이디어는?

- 주로 자격검정, 무선국과 연계한 사업이 대부분으로 일자리 창출로 보기는 어려움
- 이행점검의 경우 예산 사업이다 보니 매년 예산 확보를 위해 기획재정부 승인을 받고 있는데 현재 법제화를 추진 중이며 이를 통해 사업 안정화를 준비하고 있음. 법제화가 된다면 조금이나마 이행점검을 통해 일자리 창출이 이뤄질 수 있을 것

○ 질문자) 전파국 내 일자리 창출 관련 전체적으로 논의된 내용은?

- 매년 진흥기본계획으로 전파국 5년 단위 계획을 수립하는데 연말에 수립될 예정으로 계획이 형성되어야 방향을 가늠할 수 있을 것

○ 질문자) 이행점검을 위한 교육은 현재 이뤄지고 있는지?

- 관련 실무자를 대상으로만 하고 있음

○ 질문자) 전파국과 방송통신 부서 간 업무 협업은 잘 되는지?

- 업무 특성상 차이로 어쩔 수 없는 간극이 존재 하는 듯함

○ 질문자) 자격검정은 일자리나 사업으로 연계시킬만한 부분이 있는지?

- 기업과 중소기업을 연계하는 부분으로 고민을 해보면 사업안이 만들어 질 수 있다고 보임

#### (5) 검사기획본부

○ 질문자) 검사기획팀에서는 일자리 창출과 관련해 연계된 부분은 어느 부분인가?  
검사기획팀에서 작성한 고용유발계수 산출 내역은?

- 검사를 통해 일자리창출은 어려우며 이를 대응하기 위한 통신업체 등의 인력 수급을 가상으로 계상했을 때의 수치이며 상향적인 전망 결과는 통신시장의 성장적 추세 전망에 따라 예측한 수치임

○ 질문자) 2,000명이 넘는 지표 산출 근거는?

- 10개 지역 거점 사무소가 있는데 무선국 검사와 관련된 인원을 취합한 수치임  
- 무선국 검사와 관련해 인력들이 창출된다는 방향으로 제시한 지표  
- 사회적 가치 실현을 위해서는 10개 지역 사무소에서 전파통신 관련의 교육을 진행 중이며 초, 중, 고, 대학교 별로 교육 중

○ 질문자) 전체적인 수치는 고용유발계수를 통해 도출하고 기업체들이 고용하고 있는 수치를 통해 산출한 수치인데 굉장히 높은 수치인데 성과를 이룰 수 있는 수준인가?

- 물론 매우 높은 수치이기는 하나 5G 활성화라는 개연성을 가지고 목표치로 정한 것으로 알고 있음

○ 질문자) 5G 도입에 대한 시장 현황은?

- 현재 관망하는 상황이며 관련 여러 산업들이 5G 산업을 아직까지는 따라오지는 못함

○ 질문자) 일자리 창출관련 검사기획에서 진행 할 수 있는 사업안은?

- 업무 자체가 규제를 담당하기 때문에 업무의 효율성에 초점을 많이 두고 있었음. 따라서 지금까지는 사회적 가치 실현에 대한 사업안 등의 내용은 없었지만

담당 직원이 진행하고 있음. 지금은 휴가 중으로 복귀 후 연락을 드려 자료에 도움을 드리겠음

○ 질문자) 검사 관련해서 통신시장 일자리를 새롭게 창출할 수 있는 사업을 민간 기업체들과 할 수 있는 기관이 있는지? 아니면 기본적인 업무를 하는 상황인지?

- 검사업무만을 가지고 일자리를 창출하기는 거의 없다고 보임 다만 검사에 따른 통신사업자의 추가인력이 발생하는 정도는 가능

○ 질문자) 무선 전파 산업에서도 방송콘텐츠 산업과 같은 생태계가 구성되어 있긴 한가?

- 국내 기업들이 있긴 하나 사업 규모적인 면에서 비교가 불가하고 메이저를 제외한 기초 산업자체가 단합되어 있는 상황. 기관에서 사용하는 측정 장비 역시 국내 제조업체의 장비도 없음

- 국가사업으로도 전파 기기 업체 등 산업 육성을 하고는 있으나 아직 안정화단계로 보기는 어렵고 벤처기업보다도 안정된 중견기업이 시장을 장악하고 있어 새로운 기술이 없을 시 시장 진입이 다른 산업에 비해 어려움

○ 질문자) 중간보고 평가 사항인 물적 인프라가 아닌 지적 인프라 활용에 대한 분석의 관점에서 본 부서에서 진행 중인 사업은?

- 무형적 자원에 대해서는 실제 이공계 대학생을 대상으로 교육이나 교육 시 지역의 전파방송 관련 기업체와 잡(job) 마켓을 개최하는 정도 수준에서 진행 중임

○ 질문자) 성과는 있는가?

- 많지는 않으나 일부 성과는 있고 고용까지를 살펴본다면 두자릿 수 남짓

○ (주요 시사점)

- 5G 관련한 일자리 창출 사업 가능성에 대한 검토를 하는 중임

## (6) 전파검사본부

○ 질문자) 일자리 창출 사업 중 전파환경팀에서 진행 중인 사업과 신(新)사업을 위한 아이디어는?

- 진행 중인 사업에서는 일자리 창출 사회적 가치인데 기본부서의 업무 자체는 전

자파 측정 검사 업무가 주된 업무로 전체 8만 국 정도에서 10%정도를 기관이 담당

- 법 개정으로 인해 검사대상이 대폭 확대된 경우는 있음. 이에 인력 수요 역시 늘어났으나 한시적이고 기존 인력 활용하는데 무리가 없어 일자리 창출에 기여하기에는 어려울 듯
- 사회적 가치 실현에 있어서는 유치원을 대상으로 별도의 비용 없이 무상으로 전파측정을 하는 사업을 하고 있으며 이를 사업화 하려는 단계는 아직 아님
- 일반인, 학생 대상으로 교육 및 홍보의 사업도 진행 중에 있음 이런 부분은 사회적 가치와 관련해 풀어낼 수는 있어 보이나 일자리 창출과는 연결짓기에 어려울 것으로
- 일자리 창출을 위한 사업안은 현재 각각의 기관에 산발되어 있는 전자파 관련 업무를 과기부에서 통합된 하나의 전담 기구를 새로 신설하기를 원하며 현재 초기 수준에서 보자면 연간 30명 정도 인원이 필요할 것으로 판단하고 있음
- 당초 계획은 올해 법 개정안 진행이었으나 내부 상황으로 연기되어 있음

○ 질문자) 검사인력의 경우 사업이 확대된다면 추가적으로 인력수요가 늘어날 가능성은?

- 가능성은 있으며 앞서 말한 센터 설립을 KCA로 하는 이유가 지역 검사소를 확보 하고 있기 때문임. 그러나 아직까지 전자파 인력은 없는 상황. 따라서 앞으로 센터가 설립이 된다면 전파업무 전담을 위해 추가적인 인력 수요는 있을 것으로 예상
- 내년 5G 구축은 기존의 통신망을 완전히 새롭게 구축해야 함. 기저에서 보기로는 LTE 보다 더욱 많은 망이 구축될 것이며 제도적으로 구축망이 전자파강도 측정 대상에 포함될 경우 지금 보다 훨씬 많은 인력 수요가 있을 것으로 예상 중이고 기업의 입장에서는 이 것으로 발생하는 비용을 줄이는 것이 목적이거나 기관의 입장에서는 적정선의 논의를 통해 조정하자는 입장으로 앞으로도 지속적으로 지켜봐야 하는 상황임

○ 질문자) 전자파 검사 인력에 대한 보수 교육은?

- 교육을 하고 있으며 현재 전자파 관련 검사 인력이 따로 있는 것은 아니나 검사관 10명 중 1명이 전자파 담당 인력으로 구성해 현재 운영 중
- 지역 본부에도 전자파 담당 인력이 1명씩 배치되어 있는데 이 부분에 대해서도

기관에서 교육을 하고 있음

○ (주요 시사점)

- 전파검사본부 자체적으로 전파관련 일자리 창출을 준비하고 있으므로 해당 자료를 검토하여 추가 사업안을 발굴하기로 함

(7) 인사노무팀

○ 질문자) 경력단절 여성이나 실버 계층에 대한 일자리 창출 사업안과 고용목표 수치에 대한 산출은 어떤 방식으로?

- 최근에는 경력단절 여성을 대상으로 교육을 진행하고 이들을 기관에 추천하는 센터와의 미팅을 한 적이 있으나 업무와 무관한 인력을 추천해주고 있어 실질적인 도움이 되지 않았음

○ 질문자) 경력단절여성이나 실버 인력에 대해서 외부의 다른 인력으로 연계하거나 매칭하려는 사업이 있는데 이는 어떻게 보는지?

- KISA와 협업과제로 청년이나 경력단절여성에게 교육을 진행하는 교육기관에 찾아가는 채용버스를 운영 할 계획은 있음 다만 이에는 업무와 연관된 인력이 발굴될 수 있도록 진행 할 예정

○ 질문자) 경력단절여성이 업무 능력만 갖춰져 있다면 내부적으로 흡수할 여력은?

- 경영평가에 이미 경력단절여성이나 취약계층 채용에 평가 항목이 있기 때문에 흡수할 여력은 있음. 그러나 많은 인력이 될 것은 아님
- 작년 파견인력이나 비정규직의 정규직화로 현재 인력 수급이 어려운 사정이긴 하나 올해 하반기 채용버스 운영을 통해 청년이나 경력단절여성 등을 대상으로 진행 할 것. 구체적인 채용 규모는 현재로써 구상 중이기 때문에 정확히 안내 하기는 어려움

○ 질문자) 경력단절여성을 채용하는 과정이나 계획은?

- 제한적 경쟁 또는 업무 분야별 역량이 갖춰진 분이라면 방법은 있으며 채용형태에 있어서 정규직으로만 채용해야 한다는 내용은 없기에 대부분 무기 계약직으로 채용함

○ 질문자) 취업취약계층을 현재 청년, 실버, 경력단절여성으로 구분하는데 파견으로

활용하는 방안은?

- 청년이나 경력단절여성을 채용하는 것은 가능하나 실버계층을 활용하기 위해서는 파견을 통한 활용인데 이는 매우 위험이 높은 활용방안

○ 질문자) 청년을 대상으로 한 사업은?

- 청년형 채용인턴 의무비율이 생겼으며 전체의 3%, 만 34세 이하 청년, 올해 10명 채용이 되었고 현재 근무 중
- 동신대학교와 기관에서 청년들의 활동을 학점으로 인정하는 것은 진행 중

○ (주요 시사점)

- 동신대학교와 협력하는 모델을 광주지역 대학교와 연계한 일자리 창출 관련 사업을 발굴하기로 함

#### (8) 사회적가치팀

○ 질문자) 송파구 창업보육센터 건립과 관련된 사업안은 현재 어떤 상황인지?

- MOU를 체결한 상황이며, 서울-나주-부산을 트라이앵글로 하는 사업계획을 고려중이며, 그 과정에서 송파 창업보육센터의 역할을 고민 중임

○ (주요 시사점)

- 송파구, 빛마루방송지원센터를 방문하여 추가 사업안을 발굴하기로 함
- 송파구는 지역창업기업이나 지역인재가 수도권에 진출하는 거점 기관으로서 역할 고려 중
- 빛마루방송지원센터는 창업단계가 아닌 post-창업단계 기업을 대상으로 스타 프로젝트 육성을 위한 사업을 고려중임

#### (9) 빛마루방송지원센터

○ 질문자) 빛마루방송지원센터의 설립 목적과 기능은 무엇입니까?

- 한미 FTA 체결로 PP시장이 개방될 것으로 예상이 되어서 방송통신위원회와 문체부가 공동으로 방송사업을 보호하고 육성하기 위해서 2013년 12월 설립하였음
- 중소 PP사의 제작을 지원할 수 있도록 중계차, 스튜디오 대여사업을 주로 하고 있으며, 방송관련 중소기업체들에게 저렴한 임대료로 공간을 제공하는 사업을

하고 있음

- 매년 44억 원의 수익을 얻고 있는데 60%는 스튜디오와 중계차 대여를 통해서 얻고 있고, 임대수익은 전체 수익의 40% 정도로 안정적인 특성이 있음

○ 질문자) 빛마루방송지원센터 일자리 창출 관련한 사업은 무엇이 있는가?

- 일자리 창출 관련해서 3가지 사업을 추진 중임
- 첫 번째는 스튜디오, 중계차 대여를 통해 중소 PP사를 지원함으로써 일자리 창출을 하고 있음.
- 두 번째는 일자리 매칭으로 120명의 카메라, 조명, 후반작업 업무를 담당하는 전문가들을 중소 PP사에 매칭 해주는 사업을 하고 있음
- 세 번째는 방송 전공하는 대학생을 대상으로 오픈 캠퍼스를 운영하고 있음. 대학생들이 첨단시설이나 기자재를 활용이나 제작 실습을 할 수 있도록 지원하는 일자리 기반구축 사업을 하고 있음
- 마지막으로 VR콘텐츠개발지원사업과 같이 문체부, 과기부가 함께 4차산업혁명과 관련된 기업체들을 지원하고 창업을 유도하는 사업을 하고 있음

○ 질문자) 오픈 캠퍼스 사업 등 일자리 창출의 성과는 어떻습니까?

- 스튜디오 대여, 중계차 대여는 일자리 창출이라기보다는 자체적이고 기본적인 사업이므로 이것을 통해서 일자리가 창출되기 보다는 중소 PP사들이 지속적으로 직원들을 고용하기 위한 기반이 되고 있음
- 일자리 매칭은 120명 중에서 실제로 활발하게 매칭이 되는 인력이 있고, DB안에는 들어 있는데 활용이 되지 않는 인력도 있어서 향후 확대가 필요함
- 오픈 캠퍼스는 사업에 대한 만족도가 높아서 방학기간으로 확대하고, 협력하는 대학의 수도 확대할 계획임

○ 질문자) 일자리 매칭 DB 인력을 확대하여 다른 분야도 지원하는 형태의 매칭사업은 실행이 가능한지?

- 인력을 120명에서 1천명으로 늘리는 것은 문제가 되지 않음 하지만 방송제작 인력이 영화, 광고, 드라마 등의 분야로 확대하기에는 분야의 특수성이 있어서 확대하는 것이 어려움
- 120명의 인력에 대한 수요가 있는 회사들이 중소규모의 PP사들인데 이러한 PP사들의 수도 한정이 되어 있으므로 120명을 1천명으로 늘리더라도 늘어난 DB



에서 활용되는 인력이 크게 확대되지는 않을 것으로 생각됨

○ 질문자) 미얀마 ODA 사업에 대한 의견은 어떻습니까?

- 미얀마 방송제작 인력을 빗마루방송지원센터를 통해서 실무적인 교육을 받는 것은 현재도 단기사업으로 타기관과 협력하여 진행하고 있는 부분이므로 진행에는 문제가 없음
- 다만 예산을 ODA사업을 통해서 확보한다면 가능하지만 빗마루방송지원센터 자체예산으로 진행하는 것은 불가능함(정부에서 인건비 등에 대해서 자립화를 요구하기 때문에 새로운 사업을 추진하기는 어려움이 있음)
- 교육 이후에 해외에 전문인력이 진출하는 형태로 발전적으로 진행하는 것도 방법임
- 미얀마 공익광고 제작지원과 같은 ODA 사업은 방송과 광고가 매우 다른 구조를 보이기 때문에 추진이 어려울 것으로 생각됨

○ (질문) 창업지원전문센터로서 기능을 확대하는 것은 어떻습니까?

- 임대수익에 대한 부담이 덜 하다면 1개 층 정도를 방송관련 기업들을 글로벌 수준으로 육성하는 일에 투입할 필요가 있다고 생각함(임대수익에 대한 부담이 있음)
- 서울북부지역본부와 통합하는 부분에 대해서는 부문이 다르기 때문에 신중한 접근이 필요함
- 현재 고양지식정보센터가 2개 층을 쓰고 있고, 쌍용정보통신, CJ 사업단이 각각 한 개 층을 사용하고 있는데 만약 스타기업을 육성하는 형태로 방향이 정해지면 해당 층을 사용하면 될 것 같음

○ 질문자) 기타의견이 있다면?

- JTBC가 스튜디오 사용, 중계차 사용을 위한 주요 고객인데 독자적인 스튜디오를 건설 중이어서 향후 수익구조에 어려움이 있을 것으로 예상됨
- 임대수익은 매우 안정적인 형태이지만 주변에 지자체에서 지원하는 창업공간, 임대공간이 많아지면서 경쟁력을 잃을 가능성이 있음
- 공공기관에서는 공익 목적의 일자리 창출 사업을 적극적으로 추진하는 것이 옳다고 생각하며 이를 위해서는 수익성을 동시에 확보하는 의무조항을 좀 더 낮출 필요가 있음



- 지역본부-SMC-송파 청년창업지원센터-빛마루가 연계되는 형태의 발전적 기업육성의 구조로 발전하는 것이 좋음

- 질문자) 향후 일자리 창출과 관련된 사업 추진 계획은?
  - 빛마루방송지원센터 포스트BI 지원센터 발전방향 고려
  - 미안마 방송전문인력 역량강화사업 계획안 고려
  - 오픈 캠퍼스 확장방안에 대해서 추가 사업안 고려

## 나. KCA 관련 이해관계자 조사

### 1) 조사 개요

#### ☐ 조사대상

- 스마트미디어센터 운영자 및 입주기업
  - 광주광역시 스마트미디어센터(SMC) 입주기업 대표 3인 및 운영자 1인

#### ☐ 인터뷰 주제

- (KCA 인프라 활용)스마트미디어센터 지원 현황조사
  - 지역본부 및 스마트 미디어 센터 프로그램과 연계된 일자리 창출 현황 조사
  - 지방본부의 지역별 산업특성을 고려한 일자리 발굴
  - 지방본부-SMC 연계한 창업지원 방안(각 인프라별 특성을 고려한 시너지 창출 방안, 입주자 연계 등)
- (SMC내 입주기업의 수요) 주요 업무와 관련한 일자리 창출 관련 현장 수요 및 일자리 창출 방안 도출
  - KCA 주요 업무와 연계된 일자리 창출 방안
  - 정부 창업센터 스타트업 조사를 통한 애로사항과 요청사항 발굴

### 2) 조사 내용 분석

#### ☐ 스마트미디어센터 및 입주기업에 대한 지원 현황

- (스마트미디어센터 지원 현황) 스마트미디어센터 운영 방식이 직접 또는 일부위탁 형태로 운영 중에 있고 사실상 지원이 이루어지고 있지 않아 센터나 기업 입장에서

운영에 많은 어려움을 겪고 있음

- 작년에 올해 사업비가 일몰이 됐다가 올해 2-3월 최종평가 때 원래 사업비가 없다고 했는데 KCA에서 기금사업비를 마련해 광주센터에는 시비 매칭 조건 없이 멘토링과 교육 정도의 예산으로만 6천만 원을 지원 받았고 올해는 초기 창업자들의 교육과 멘토링 컨설팅 정도 지원만 되고 있음
- 작년의 경우에는 국비와 시비를 합쳐 교육 및 멘토링과 더불어 시비로 제작지원과 창업지원까지 진행이 됐으며 지원 형태는 1차, 2차로 구분해 초기 창업자들을 대상으로 교육·멘토링·컨설팅 지원 이후 우수업체 선정을 통해 제작지원, 창업지원 등을 예산지원 형태로 지원함(1개 업체당 약 2천만 원 지원, 예산은 시비에서 지원된 것) 그러나 올해는 1차적인 교육·멘토링·컨설팅 지원만 가능
- 시설 운영에 있어서도 올해는 KCA에서 받은 예산만으로는 시설 운영이 어려우며 KCA 지원 사업비와 다른 여러 예산을 함께해 시설을 운영 중

○ (입주기업 지원 현황) 센터 내 입주한 기업에게 공간이나 시설 사용에 대한 지원은 많은 도움이 되고 있지만 올해는 예산적인 지원이 부족해 실제 운영에는 어려움 존재

- 입주기업들 대부분 초기 스타트업 기업으로 고가의 장비를 마련하거나 작업 공간을 구하는 것에 많은 어려움이 있지만 현재 미디어센터에서 제공해주는 공간과 장비 사용 지원에 대한 사업은 굉장히 많은 도움이 되고 있는 것이 현실
- 그러나 입주기업 입장에서 제작지원비를 통해 주로 인건비가 지급되고 있었으나 이러한 제작지원이 없는 상황에서 현재는 회사 운영 자체가 어려움
- 제도적으로도 투자진흥지구에 대한 혜택도 전혀 못 받고 있는데 이는 지원 대상을 선별하는 기준이 현실적 상황과 어긋나 있기 때문

#### □ 미디어 센터 및 입주기업의 수요

○ (센터운영) 센터에 대한 운영 실태 조사가 필요하고 효율적인 운영과 관리를 위한 방안 마련이 필요함

- 지역진흥원 기관과의 연계를 통해 관리를 위탁하고 있는 기관에게도 사업비를 지원해 실제로 입주기업에게 지원이 이뤄지도록 하는 것이 필요
- 직접 관리 또는 위탁 관리로 진행되는 센터 별로 지원 방안을 구별하여 진행하는 것이 필요
- 직접 관리 운영 센터는 교육이나 멘토링 지원이 필요하고 도움이 될 수 있음

- 위탁관리로 운영되는 곳의 경우 기존의 교육·멘토링 지원사업은 충분하며 이보다 실제 현장의 수요를 반영하여 기업에게 필요한 방향으로 충분한 예산이 사용될 수 있도록 하는 것이 필요

○ (입주 기업 운영) 제작비지원도 물론 중요하지만 한편으로 일할 인력이 없는 것이 문제이고 직업전문학교에서 교육하는 커리큘럼과 실제 현장에서 필요한 능력과 매칭이 안 이뤄짐

- 광주를 대표하는 IT기업이 없다보니 이를 보고 들어오는 기업들이 없는 것이 인력 부족이나 유출의 원인으로 볼 수 있음. 이를 위해 기업의 유치 또는 지역을 대표할 수 있는 기업을 만들기 위해 많은 지원이 필요하다고 봄
- KCA 또는 스마트미디어센터가 직업전문학교와 연계하여 학교에서 현장 수요에 맞는 인력을 교육하고 양성해 기업은 적합한 인재를 구하고 구직자들은 일자리를 찾을 수 있도록 매칭하는 것이 필요
- ‘현장맞춤형 인력양성’ 프로그램 운영, ‘채용확정형맞춤인력양성프로그램’ 예전 시범적인 사업을 실시한 바 있고 이를 참고로 진행



# 파트 3

---

## KCA일자리 창출 전략 및 세부 사업안



## 1. KCA 일자리 창출 전략

### 가. KCA 일자리 창출 전략 방향

#### 1) KCA 일자리 창출 전략 방향

- ☐ (일자리에서 일 중심 접근) 일을 창출해 일할 기회와 일자리 창출
  - (일자리 창출에서 일 창출로 패러다임 전환) KCA가 독자적으로 창출할 수 있는 일자리는 많지 않기 때문에 KCA의 본업과 관련된 일을 창출하여 이를 통해 민간을 중심으로 다양한 일의 기회가 발생할 수 있도록 하는 사업 추진
  - (고용 확대와 창업/보육 부문 강화) 기존에 있는 기업을 통한 고용확대와 함께 KCA 인프라를 활용하여 창업과 보육 부문을 강화할 수 있는 장기적이고 혁신적인 일자리 창출 사업 도출
- ☐ (일자리 창출 사업 세분화) 사업분야, 사업형태, 사업방식에 따라 일자리 창출 사업 유형을 세분화하여 추진
  - (사업 분야) 방송, 통신, 전파, 융합분야로 구분하여 유형화
    - 일자리 창출 사업 분야를 KCA의 본업과 연관되어 방송, 통신, 전파, 융합분야로 구분하여 분야별 특성을 고려한 사업유형 도출
  - (사업 형태) 단독직접사업, 협력간접사업 유형화
    - KCA가 단독으로 수행하여 직접 일자리 창출사업과 산학관 협력을 통해서 일자리를 창출 할 수 있는 사업으로 구분하여 사업유형 제시
  - (사업 방식) 직접고용형태, 간접고용형태
    - 정규직 형태의 직접 고용과 함께 다양한 형태의 일을 수행하는 간접고용까지를 포함한 일자리 창출 유형 제시
- ☐ (기존 사업과 연계성 확보) 사업의 내용에 있어서도 기존사업과 연계성을 확보하여 실행 가능한 과제 중심 대안 제시
  - (기존 사업 유지확대분야) KCA에서 수행하고 있는 사업 확대 발전 제안
  - (기존 사업변경 분야) KCA 수행하고 있거나 계획한 사업의 효과를 높이기 위해 추가적으로 변경할 사업 중심
  - (신규 사업 분야) KCA의 신규 사업 분야 중심으로 사업 제안

## 2) 기대 효과

- ☐ (정책적 측면) 전문가 참여를 통한 KCA 일자리 창출 정책방향 및 전략 수립을 통해 청년과 여성에 대한 고용확대 전략 수립
  - KCA의 주요 업무와 인프라를 활용한 청년, 여성 고용 확대 정책을 수립함으로써 관련 산업 육성, 기관 발전과 연계된 새로운 일자리 창출 모델 개발
  - 단순 전략과 과제 개발이 아닌 세부 프로그램을 통한 파급효과 분석 등을 통해 구체적이고 실효성 있는 일자리 창출 프로그램 개발
- ☐ (산업·경제적 측면) ICT 산업의 지속성장과 KCA 방송통신전파 산업육성을 위한 전문인력 양성
  - ICT 산업의 지속적인 성장과 방송통신전파 산업의 경쟁력 제고를 위한 전문인력 확보 전략 수립을 통해 ICT 산업의 지속성장 기반 마련
- ☐ (기관 목적 달성) KCA 일자리 정책 수립을 통해 공공기관으로서 사회적 책임을 다하고 정부의 최우선 국정과제인 일자리 창출을 체계적으로 지원할 수 있음
  - 방송통신 전파 분야 대표 기관인 KCA가 본업을 중심으로 일자리를 창출하여 공공기관으로서 사회적 책임을 다하는 대표 사례 발굴 가능
  - 이를 통해 문재인 정부의 최우선 국정과제인 일자리 창출을 지원할 수 있는 대표 사업으로 브랜드화 가능
- ☐ (일자리 창출) KCA의 업무와 연계되고, KCA의 기존 인프라를 활용한 일자리 창출을 통해 지속가능한 일자리 창출
  - ICT 기술을 기반으로 방송통신전파분야 일자리 창출을 통해 지속가능하고 효과적인 일자리 창출 사업 추진
  - KCA의 기존 인프라를 활용하고, 기존 사업과 연계된 일자리 창출 사업을 통해서 효율적인 일자리 창출 프로그램을 통한 실행 가능한 사업 추진
  - 청년 창업 등 고용확대가 아닌 혁신적인 창업보육 지원을 통해서 방송통신 분야 미래 인재를 양성하고 미래 경쟁력을 확보할 수 있는 기반 확보
  - 이를 통해 KCA 본연의 설립목적에 부합하고, 비용이 최소화되는 지속가능하고 효과적인 일자리 창출 사업 가능



- ☐ (KCA 사회적 책임) 지역과 상생하고 방송통신전파 분야에 특성화된 일자리 창출을 통해 KCA의 사회적 책임
  - 광주전남 혁신도시, 지역본부 및 스마트미디어센터와 연계한 사업추진을 통해서 지역과 상생하는 공공기관으로서 KCA 위상 확보
  - 방송통신전파 분야 연구기관으로서 전문화된 영역에서 연구인력, 사업인력을 육성함으로써 관련 분야에 대한 전문성 제고 가능
  - 지역과 상생하는 방송통신전파 전문기관으로서의 위상을 확보하고 일자리 창출을 통해 KCA의 사회적 책임 달성

## 나. KCA 일자리 창출 사업 추진 전략

### 1) 본업 기반 미래형 일자리 창출 전략

- ☐ (본업 기반 사업) 방송 콘텐츠, 전파 산업 등 기관 본업에 기반한 청년창업 일자리 창출 지원 사업 추진
  - 지역본부에 ‘콘텐츠제작공간’을 마련하고 장비구축, 인력지원, 사업자 연계 등을 통해 콘텐츠 제작 투자 지원과 취업을 연계할 수 있는 사업 추진
  - 국내뿐만 아니라 해외 개도국 등을 대상으로 한 콘텐츠제작 지원 사업, 관련 인력 양성 사업 추진 등

### 2) 지역사회 연계형 일자리 창출 전략

- ☐ (지역대학, 지자체, 기관 연계사업) 광주, 전남 지역 대학, 지자체, 공공기관과 연계한 방송통신전파 산업 육성을 통한 일자리 창출 사업
  - 주요 대학의 방송콘텐츠 관련 학생 등을 대상으로 교육 등의 지원을 통한 전문 인력 양성 사업 추진
  - 드론 등 최신 IT 기술을 바탕으로 한 영상촬영 관련 교육 및 콘텐츠 제작 지원 사업 추진
  - 전파 전문 인력 구인 구직 플랫폼 구축 사업 등 일자리 연계사업 추진
  - 시민 참여를 통한 방송콘텐츠 사업 활성화 사업 추진 등

### 3) KCA 인프라 활용 전략

- ☐ (KCA 인프라 활용 사업) KCA가 보유한 물적, 인적 인프라를 활용하여, 방송통신전파 산업 창업 지원 및 관련 인력 양성 사업 추진
  - SMC 입주기업 대상 스타프로그램 제작 지원 사업 추진
  - 빛마루 방송지원센터 내에서 추진 중인 지원사업과 입주기업 간 연계를 통한 시너지 창출 유도 사업
  - 전파체험 교육센터 운영 사업
  - 퇴직인력 및 경력단절여성 등 사회적 취약계층 지원사업 등

## 다. 본업 기반 일자리 창출 전략

### 1) 본업 기반 일자리 창출 전략의 의미

- ☐ (분야) 방송통신융합, 전파 관련 분야를 중심으로 한 일자리 창출
- ☐ (접근) 관련 산업육성을 통한 일자리 창출 관점
- ☐ (방법) 동일 사업이더라도 일자리 창출 형태 사업 추진

### 2) 주요 사업 개요

- ☐ (국내 일자리 창출 사업)
  - 사업안 1. 방송콘텐츠 기획지원 및 제작 연계 사업(콘텐츠산업진흥팀)
  - 사업안 2. 차세대 한류방송콘텐츠 제작지원 사업(콘텐츠산업진흥팀)
  - 사업안 3. 스마트 미디어 X 캠프 활성화 사업(미디어산업진흥팀)
  - 사업안 4. 전자파 안전성 지도 제작 사업(전파환경팀)
- ☐ (해외 일자리 창출)
  - 사업안 4. 해외 방송프로그램 제작인력 양성사업(빛마루 방송지원센터)

### 3) 세부 사업 내용

#### 사업안 1. 예비 창업자 방송프로그램 기획 및 제작 지원 사업

(주관부서 : 콘텐츠산업진흥팀)

##### (1) 사업 필요성

- (방송프로그램 제작지원 사업 대상자 확대) 현재 방송사업자, 외주제작사, 1인창작자(독립 PD)를 대상으로 방송프로그램 제작지원 사업 추진
  - 방송콘텐츠에 대한 시청자 만족도 제고와 방송사업자 경쟁력 강화를 위해 방송사업자 등에 대한 제작지원 사업을 매칭사업 형태로 지원하고 있음
  - 현재 방송프로그램 제작지원 사업이 방송제작자들의 운영비를 지원하는 형태로 추진되어 창의적이거나 다양한 콘텐츠를 제작하기보다 패턴화된 프로그램을 지속적으로 생산하는 형태가 되고 있음
- (콘텐츠 기획-제작 연계 필요) 방송콘텐츠 흥행에서 기획능력의 중요성이 커지고 있고 새로운 감각의 콘텐츠 기획이 요구됨
  - 방송콘텐츠의 다양성과 창의성을 확보하기 위해서는 기존 방송제작자를 중심으로 한 지원보다는 새로운 인력과 아이디어가 방송프로그램 제작에 반영될 필요가 있음
  - 방송사업자 외에도 방송프로그램에 관심이 있는 개인, 단체, 업체들의 방송콘텐츠 제작에 참여시켜 방송콘텐츠의 다양성 제고 필요
- (예비창업자, 대학동아리 등 참여 유도) 방송사업자 외에 예비 방송 인력의 기획력을 제고하고 창의적인 방송콘텐츠 제작을 위한 지원 필요
  - 현재 대학에서는 주요 과목에서 팀 프로젝트를 통해서 협력을 통한 창의적인 콘텐츠 개발을 유도하고 있고, 방송콘텐츠의 다양성을 위해 대학생, 예비창업자 등의 방송콘텐츠 시장 참여 필요
  - 이를 위해서 예비창업자, 대학동아리, 방송관련 학과를 대상으로 방송프로그램 기획안을 받아서 우수 기획안에 대한 지원사업을 추진하여 방송프로그램의 창의성과 다양성 확보 필요
- (실무능력을 갖춘 방송제작인력 양성 및 취업지원) 창업을 준비하는 과정에서 기업체에 대한 이해를 높이기 위한 실무적인 지원 필요
  - 방송사업자 외에도 방송프로그램에 관심이 있는 개인, 단체, 업체들의 방송콘텐츠 제작에 참여시켜 방송콘텐츠의 다양성 제고 필요

## (2) 사업 내용

- (세부사업 1. 예비 방송인력 대상 방송콘텐츠 콘테스트) 방송관련 학과, 방송관련

동아리, 초기 창업기업 등 예비 방송전문 인력만을 대상으로 방송기획안 공모를 통해 새로운 감각의 방송콘텐츠 모집

- 국내 방송프로그램의 다양성 확대를 위해서는 방송제작자뿐만 아니라 예비 방송 인력의 새로운 아이디어가 필요하며 이를 위해서 예비 방송 인력을 대상으로 방송프로그램 기획안을 공모하여 시장참여 유도

○ (세부 사업 2. 우수 기획 콘텐츠 제작지원) 콘테스트를 통해 기획력이 우수한 작품을 선정하여 실제 방송 프로그램을 제작하고 방송사를 통해 제작함으로써 방송관련 프로세스 이해 유도

- 예비 방송 인력의 기획안 중 국내 및 해외 시장을 고려하여 우수 기획안에 대해서는 파일럿 형태의 방송콘텐츠 제작을 지원하고 이를 국내 및 해외 방송제작사와 투자자를 대상으로 투자를 유치하여 프로그램 제작 지원

○ (세부 사업 3. 제작사 취업연계 및 창업지원) 일련의 과정을 정기적이고 지속적으로 추진하여 방송관련 동아리 등의 창업을 지원하고, 방송관련 업체와의 협력을 통해 취업을 제고함

- 우수 프로그램 제작자들을 중심으로 창업을 유도하고 안정화되는 단계까지 동일한 형태의 방송프로그램 지원 사업, 스마트미디어센터 입주지원, 빛마루방송지원센터 장비활용, 창업멘토링 등의 사업을 통해 안정화될 수 있도록 지원(창업지원)
- 국내 및 해외제작사에 취업을 원하는 사람에 대해서는 해당 기업에 대한 취업연계를 통해서 일자리 창출 지원(취업지원)

### (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

○ (1단계(2018) : 대학 방송관련 예비 창업기업 조사) 방송관련 동아리, 대학 내 예비창업자, 3년 이내 창업기업 등 방송관련 예비창업기업 조사

- 시청자미디어재단과 우리원의 사업의 특성을 고려할 때 일반국민을 대상으로 지원하는 형태가 아닌 예비창업자 및 기업을 대상으로 지원하는 사업이므로 창업을 준비하는 개인, 단체들에 대한 사전 조사 필요

○ (1단계(2019) : 우수 기획 방송프로그램 공모전) 예비 창업자 및 기업을 대상으로 하는 우수 기획 방송프로그램 공모전 실시

- 사전 조사된 대학생 동아리, 예비창업자, 3년 이내 창업기업을 대상으로 국내 및 해외 시장 대상 우수 방송프로그램 공모전 실시
- 공모전은 전문대행사를 중심으로 추진되어 1차적으로 일자리 창출을 하고 공모

전 기획안은 제작사 중심으로 평가 후 시상

- (1단계(2019) : 파일럿 프로그램 제작지원) 우수 프로그램을 대상으로 파일럿 프로그램 제작지원 사업 실시
  - KCA 방송프로그램 제작지원사업의 세부 사업으로 (가칭) 예비창업자 우수 방송프로그램 기획안에 대해서는 파일럿 프로그램 제작지원을 실시하여 2차적인 일자리 창출
- (2단계(2020) : 국내 및 해외 제작사 연계) 파일럿 프로그램 국내외 제작사 쇼케이스 등 판매 지원
  - 제작 된 파일럿 프로그램을 국내 제작사 및 방송사를 대상으로 제공 및 제작지원
  - 아시아, 미주 등을 대상으로 파일럿 프로그램을 공급하거나 추가적인 제작지원
- (2단계(2021) : SMC 기업 연계를 통한 취업지원) SMC 입주 기업과 예비 취업자 연계를 통한 추가적인 고용 창출 추진
  - 우수 기획안에 대한 SMC 입주기업 대상 설명회를 통해 예비인력 취업 및 프로그램 제작 지원 연계
  - SMC 대상 기획 프로그램 제작지원을 통해 실제 방송될 수 있도록 하고 해당 팀의 SMC 기업 협력을 통해 취업 연계
- (3단계(2022) : 빗마루 방송지원센터 연계 창업지원) 취업 대신 창업을 희망하는 개인 및 예비방송인 대상 빗마루 방송지원센터 등을 통한 창업지원
  - 대학 예비 창업기업을 대상으로 하는 콘테스트를 통해 창업기회를 마련

#### (4) 주요 이해관계자

- (방송관련 예비 창업자) 방송콘텐츠 기획 및 제작 기술을 바탕으로 창업을 준비하는 예비창업자 DB구축 및 지원 사업 필요
  - 시청자미디어재단과 중복성을 피하기 위해 지원 대상을 방송관련 예비 창업자 및 창업기업을 대상으로 사업 추진
- (SMC 입주 기업) 우수한 인재 유입을 원하는 SMC 입주기업과 예비창업자 또는 관련 분야 전공자와 연계 추진 필요
  - SMC 입주기업 중 우수한 인재를 고용하고자 하는 기업체를 대상으로 예비 방송 전문 인력의 안정적인 취업을 지원할 수 있는 루트 개발
- (프로그램 제작업체) SMC 입주기업은 아니지만 방송콘텐츠 제작기업과의 연계를 통해 해당 프로그램 제작사 취업 연계
  - 국내 프로그램제작사의 경우 우수 기획안에 대한 프로그램 제작을 추진하며 해

당 인력의 취업 연계

- (방송사) 개발된 프로그램을 송출할 수 있는 방송사 연계 필요
  - 우수 기획안에 대한 별도의 방송코너를 개발하여 송출될 수 있도록 지원

(5) KCA 주요 역할

- (예비 방송전문 인력 및 예비창업자 관리) 방송프로그램 제작사의 열악한 생태계를 근본적으로 해결하기 위해서는 우수한 인력을 확보하여 역량 있는 프로그램 제작사에 취업하는 것이므로 이를 위해서 방송 전문 인력 및 예비 창업자에 대한 모집과 관리 추진
- (프로그램 기획 공모사업 활성화) 공모사업에 대한 관련 학과, 동아리, 예비창업자의 참여를 유도하기 위한 지역본부 역할 필요
  - 일반적인 형태의 공모전이 아닌 참여주체를 특정 대상으로 한정하여 추진하는 제한 공모전이기에 때문에 사전에 참가자들을 관리할 필요가 있음
  - 특히 KCA의 방송프로그램 제작지원사업과 연계되는 공모전이고 이후 취업 및 창업지원등과 연계되는 점을 부각시켜 우수한 프로그램들이 지원될 수 있도록 기간과 방식에서 차별화 필요
- (프로그램 제작 지원) 공모사업을 통해 선정된 우수 기획안에 대한 제작지원과 국내외 제작사 대상 투자설명회 등을 통한 제작지원 추진
- (취업 연계 및 창업 지원) SMC기업체 연계 취업, 빗마루 방송지원센터 입주기업 지원 사업을 통한 창업지원 등 사업 추진

(6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018 ~ 2019) 사업기획 및 공모전 추진
- (2단계 : 2020 ~ 2021) 우수 기획안 제작지원, 취업연계
- (3단계 : 2022 ~ ) 우수 기획안 제작지원 계속, 취업연계 계속, 창업지원

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	3	10	15	21	
세부 내용	사업기획	공모전 추진	5개 기획안 지원	5개 기획안 지원 취업연계	5개 기획안 지원 취업연계 창업지원	

## 사업안 2. 차세대 한류방송콘텐츠 제작지원사업

(주관부서 : 콘텐츠산업진흥팀)

### (1) 사업 필요성

- (한류 콘텐츠 수요 증가) 해외 동포 이외 외국인의 한류 콘텐츠에 대한 수요가 증가하고 있고 특히 드라마, 예능 등 방송콘텐츠에 대한 수요가 높음
  - 아시아 국가를 중심으로 드라마와 예능 프로그램 등 한국 방송 콘텐츠에 대한 해외방송사의 선호도가 높은 상황이지만 기존 방송프로그램을 대체할 만한 매력 있는 방송콘텐츠가 부족한 상황임
  - 현재 드라마, 예능 한류를 대체할만한 한국 방송프로그램을 개발할 필요가 있고, 포맷자체를 수출함으로써 한국방송콘텐츠의 글로벌 경쟁력을 지속적으로 유지할 필요가 있음
- (해외 한국어 방송사 콘텐츠 지원) 해외 방송사 중에서 한국어 프로그램을 정기적으로 방송하는 방송사로서는 안정적이고 매력 있는 한국어 방송프로그램 제공이 필요함
  - KCA에서는 해외 한국어방송사를 중심으로 한국어 방송프로그램을 지원하고 있지만 이를 통한 일자리 창출 효과는 크지 않은 상황임
  - 따라서 제작비지원과 같은 단순지원이 아닌 새로운 포맷의 프로그램을 개발하고, 이를 생산하는 인력자체를 지원함으로써 일자리 창출 효과를 극대화하는 전략 필요
- (차세대 한류 방송콘텐츠 제작 지원) 해외 일자리 창출 관점에서 획기적인 프로그램 기획을 통해 차세대 한류를 이어나갈 수 있는 방송 프로그램 포맷을 개발하여 수출할 수 있도록 하는 접근 필요
  - 방송프로그램을 지원하거나 수출하는 목적을 넘어서서 국내 우수한 방송프로그램 기획 및 제작인력이 해외시장에 진출할 수 있도록 하는 일자리 창출 관점에서 차세대 한류 방송콘텐츠 제작 지원 사업 수행 필요

### (2) 사업 내용

- (세부사업 1. 차세대 한류 콘텐츠 기획 및 판매 지원) 외국인을 대상으로 새로운 재미와 함께 한국의 문화를 알릴 수 있는 차세대 한류 콘텐츠 기획안 공모 및 제작 지원
  - 기존 방송 포맷을 벗어나 새로운 재미와 요소를 담고 이를 해외 방송사에 판매할 수 있는 포맷을 공모하고 우수한 기획 프로그램에 대해서 판매를 지원하는



#### 사업 추진

- 방송제작사뿐만 아니라 예비창업자(대학생 등)도 기획안 공모에 참여할 수 있도록 하고, 예비창업자의 취업이나 창업과 연계함으로써 제작지원과 함께 일자리 창출 추진

- (세부 사업 2. 해외 방송사 대상 글로벌 판매 지원) 우수 기획 포맷 프로그램을 중심으로 파일럿 프로그램 제작을 지원하고, 이를 아시아 방송사를 중심으로 해외 방송사에 판매할 수 있도록 지원
  - 공모된 기획안을 중심으로 국내 방송사를 중심으로 우수 기획안을 선정하여 선정된 기획안에 대한 제작지원을 하고 이를 통해서 우수한 기획인력이 방송시장에 진출할 수 있도록 취업지원
  - 제작된 파일럿 프로그램을 아시아를 중심으로 해외 방송사에 판매할 수 있도록 지원함으로써 차세대 한류 콘텐츠의 글로벌 시장진출 지원
- (세부 사업 3. 우수 제작사 해외 시장진출 지원) 새로운 포맷을 개발한 방송제작사를 중심으로 해외시장에 특화된 방송프로그램 개선을 위해 해외 시장진출을 지원함으로써 글로벌 일자리 창출 지원
  - 우수한 포맷의 경우 국내 소수 방송사가 아닌 해외시장에서 경쟁력을 확보할 수 있도록 하기 위해서는 해외 방송현실에 맞는 포맷변경과 새로운 형태의 프로그램 기획이 필요하므로 국내 제작사의 글로벌 시장 진출 지원

#### (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

- (1. 차세대 한류 콘텐츠 기획 콘테스트, 2019) 대학동아리, 예비창업자, 방송제작사를 중심으로 차세대 한류 콘텐츠 포맷 기획 공모전 실시
  - 특정 국가나 특정 분야에 있어서 우수한 기획안을 모집하고 창의적이고 우수한 인재들이 방송시장에 진출할 수 있도록 유도
- (2. 우수 기획안 제작지원, 2019) 우수 기획 프로그램을 대상으로 기획자와 프로그램 제작자를 연계한 영문 또는 중문 콘텐츠의 제작지원을 실시하고 해외 방송사 대상 판매 추진
  - 공모된 기획안에 대해서 국내 방송사 및 제작사가 주도가 되어 우수 기획안을 선정하고 KCA에서 (가칭) 차세대 한류방송프로그램 제작 지원 사업을 통해 파일럿 프로그램 개발 지원
- (3. 해외 방송사 대상 포맷 판매 지원, 2020) 제작된 우수 기획안을 아시아 방송사를 중심으로 판매하고, 제작인력의 해외 시장 진출 지원



- 일차적으로 문화가 유사한 아시아 방송사를 중심으로 프로그램을 판매하고 미주, 유럽을 대상으로 방송프로그램 투자설명회를 통해 글로벌 시장진출 지원
- (4. 현지화 지원을 통한 해외 시장 진출 지원, 2021) 개발된 프로그램을 현지 방송사의 요구에 맞게 수정하는 등 포맷변경 등을 지원하여 우수한 인력의 해외시장 진출 지원
  - 해외 국가의 특성에 맞게 방송 프로그램을 현지화하는 작업에 있어서 원래 기획자의 의사가 변하지 않는 상황에서 프로그램이 현지화 할 수 있도록 지원 필요
  - 동시에 이 과정에서 최초 기획자나 제작사가 해외 시장에 진출할 수 있도록 지원함으로써 해외 일자리 창출 추진

#### (4) 주요 이해관계자

- (예비 방송인력) 차세대 한류 방송프로그램을 기존 제작사가 아닌 새로운 아이디어를 가진 일반국민, 예비 방송인력이 참여할 수 있도록 함으로써 우수한 인력의 방송시장 진출 지원
  - 기획안은 제작능력보다는 새로운 아이디어가 중요하기 때문에 기존 제작사가 아닌 방송관련 대학생, 동아리, 예비창업자를 기획 공모전에 참여할 수 있도록 추진 필요
- (방송 프로그램 제작사) SMC 입주기업 또는 프로그램 제작사들이 우수한 기획안을 방송프로그램으로 제작함으로써 프로그램 기획능력 제고 추진
  - 우수 기획안의 해외 시장 진출을 위해서는 해외 시장에서 매력도가 높은 국내 방송프로그램 제작 경험이 있는 방송제작사의 참여가 필요함
  - 기획안 발제자가 제작사에 취업할 수 있는 구조를 만들기 위해서도 방송제작사가 기획안 선정단계에서 참여함으로써 본 사업에 대한 이해를 바탕으로 취업과 연계될 수 있도록 추진
- (해외 방송사) 우수 기획안을 현지 방송프로그램 환경에 맞게 개선하고 현지 방송될 수 있도록 현지 방송사를 초기단계에 참여 유도
  - 본 사업은 차세대 한류 콘텐츠를 해외 방송사를 통해서 송출하는 것을 목표로 추진되는 사업이므로 해외 방송사와 공동으로 사업을 추진하거나 초기 단계에서 해외 방송사 협력이 필요함
  - 특히 해외 한국어 방송사업에 참여하는 중소방송사들이나 방송 제작업체들이 새로운 포맷의 콘텐츠를 통해서 경쟁력을 확보하는 것을 돕고 자립화 할 수 있도록 추진하는 전략 필요

### (5) KCA 역할

- (차세대 방송콘텐츠 기획 지원) 현재 드라마, 예능 형태를 벗어나 차세대 한류 콘텐츠를 선도할 수 있는 획기적인 아이디어 도출 유도
  - KCA가 중소제작사에게 제작비 지원을 통해 운영을 연장시키는 형태의 사업이 아니라 국내 방송콘텐츠의 경쟁력 자체를 개선할 수 있도록 하는 지원을 함으로써 방송생태계 자체를 국내가 아닌 해외를 목표로 할 수 있는 혁신적인 접근 필요
  - 유력한 방송제작사, 해외 방송사를 기획 초기단계에 참여함으로써 해외 시장에 서 판매될 수 있는 방송 프로그램 제작 지원
- (해외 일자리 창출 지원) 국내 방송제작사 프로그램의 해외 수출뿐만 아니라 해외 방송사에 제작인력을 지원하고 일할 기회를 마련하는 일자리 창출과 연계될 수 있는 사업 추진
  - 본 사업의 목적이 단순 방송프로그램의 해외 시장진출이 아닌 이를 통한 일자리 창출에 있기 때문에 진행단계에서 일자리가 해외 시장을 통해서 창출 될 수 있도록 일의 방식을 변경하는 접근이 필요함
- (한국어 방송제작사 지원 연계) 해외에서 한국어 방송프로그램을 방송하는 중소 방송사를 대상으로 새로운 형태의 한류콘텐츠를 제공함으로써 지속적인 경쟁력을 확보할 수 있도록 추진
  - 해외 한국어방송프로그램 지원사업 자체를 프로그램 지원이 아닌 포맷 지원형태로 추진하여 해외 한국어방송사가 근본적인 경쟁력을 확보할 수 있도록 사업 내용의 변경 필요

### (6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획 및 차세대 한류콘텐츠 공모전 추진
- (2단계 : 2020~2021) 우수 기획안 제작지원 및 해외 방송사 연계
- (3단계 : 2022~) 해외 인력진출 추진 및 취업 연계 등 추진

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	3	4	8	21	
세부 내용	사업기획	공모전 추진	2개 기획안 지원	4개 기획안 지원 취업연계	5개 기획안 지원 취업연계 창업지원	

### 사업안 3. 스마트 미디어 X 캠프 활성화 사업

(주관부서 : 미디어산업진흥팀)

#### (1) 사업 필요성

- (스마트미디어 X 캠프) X 캠프는 스마트미디어 분야 중소기업의 창의적인 아이디어가 상용화될 수 있도록 지상파, 케이블 TV, IPTV, 위성방송, 포털 등 플랫폼사와 교류협력을 지원하는 사업임
  - 스마트미디어 X 캠프는 KCA가 중소기업자와 플랫폼 회사를 연계하여 다양한 형태의 프로그램 개발을 지원하는 대표적인 사업임
  - 현재 연 1회의 사업을 통해 새로운 형태의 프로그램을 발표하는 행사를 추진하고 있고 시장의 반응이 우호적인 상황이므로 확대 필요
  - 다만 단순히 양적인 측면에서 더 많은 제작사와 더 많은 플랫폼사가 참여하는 형태가 아닌 일자리 창출과 연계되는 사업형태로 추진 필요
- (성과 중심형 X캠프 운영) X캠프의 양적인 확대와 함께 경연형태로 운영하고 다양한 투자자가 참여할 수 있도록 함으로써 실제 성과로 연계되는 X 캠프 운영
  - (분야별 캠프 운영) 현재 제작사와 플랫폼사의 만족도가 높은 점을 고려하여 X 캠프를 스마트미디어별로 추진하여 캠프 횟수 증대
  - (융복합 분야 신설) 기존 형태를 벗어나 4차 산업혁명의 결과 새로운 형태의 프로그램을 유도할 수 있는 융복합 미디어데이를 신설
  - (경쟁형태의 X캠프 운영) 단순히 1회성으로 자신의 아이디어를 발표하는 것이 아니라 우수한 프로그램에 대해서는 평가를 통해서 최종 투자유치를 위한 차별화된 지원형태로 운영
  - (VC 및 해외 투자자 참여) 최종 평가에서는 벤처캐피탈과 해외 투자자가 참여하도록 함으로써 현장에서 투자지원이 이루어질 수 있도록 추진
- (창업 및 취업 연계) X캠프를 통해 우수 프로그램으로 선정된 프로그램에 대해서는 KCA와 투자자가 동시에 투자함으로써 취업과 창업이 연계될 수 있도록 추진
  - 우수 프로그램에 대해서는 지원조건을 창출되는 일자리 수에 따라 지원금액을 증액하는 형태로 추진하여 일자리와 지원규모 연계 추진
  - 예비창업자의 경우 적극적인 창업을 유도할 수 있도록 빔마루 방송지원센터, 송파청년창업지원센터 입주를 지원하는 창업 멘토링 사업과 연계

## (2) 사업 내용

- (세부사업 1. 분야별 스마트미디어 X 캠프 운영) 연 1회 종합적인 캠프형태가 아닌 분야별 전문기업, 전문가, 예비창업자 모두 참여할 수 있는 분야별 캠프 운영
  - 현재 연 1회 운영방식에서 분야별로 그룹을 구분하여 (1)글로벌 스타프로젝트 분야, (2)국내 방송사 연계 분야, (3) 예비창업자 대상으로 구분하여 분야별 다양한 그룹들이 참여할 수 있는 캠프 운영
  - 분야별 투자자나 제작사가 참여하여 X캠프가 기업들이나 예비창업자의 성장을 지원할 수 있는 형태로 추진하고, 동시에 교육프로그램, 관련기업 소개를 통한 취업박람회를 개최하여 취업연계
- (세부 사업 2. 경연을 통한 투자 유치 및 공동제작 지원) 분야별 경진대회를 통해 우수 프로그램으로 선정된 프로그램을 대상으로 최종 투자유치 설명회 형태의 지원대상 프로그램 선정
  - KCA 단독지원을 통해서 글로벌 시장에서 경쟁력 있는 프로그램 생산이 어렵기 때문에 우수 프로그램을 대상으로 민간투자자, 방송제작자, 방송사(해외 포함)들이 참여하는 종합 투자설명회 개최 추진
  - 선정된 프로그램에 대해서는 KCA와 제작사가 공동으로 투자함으로써 충분한 투자비용을 확보하고, 시장에서 바로 판매되거나 송출될 수 있도록 네트워크 구축 추진
- (세부 사업 3. 일자리 창출 효과에 따른 차등지원 및 글로벌 스타프로젝트 진출 지원) 선정된 기업 중 일자리 창출 효과에 따라 KCA의 지원규모를 차등화하고 글로벌 스타프로젝트에 대해서는 연차지원을 통해 실제 성과가 해외에서 도출될 수 있도록 추진
  - KCA 지원방식을 일자리 창출 효과와 연계하여 차등화함으로써 제작사들이 적극적인 일자리 창출을 할 수 있도록 추진
  - 국내 시장이 아닌 초기부터 해외 시장에서 성공할 수 있는 프로그램을 기획한 제작자의 경우 단기 지원이 아닌 장기, 대규모 지원을 통한 스타프로젝트를 발굴할 수 있도록 추진함으로써 새로운 지원사업 모델 개발

## (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

- (1. 스마트미디어 확대 및 관련 기업 조사, 2019) 스마트미디어 X 캠프에 대한 인지도를 높이고 참여기업체를 확대하기 위해서는 스마트미디어 확대와 관련기업체 확대 필요

- 미디어 환경이 변화되는 특성을 고려하여 스마트미디어 X 캠프의 경우에는 다양한 융복합 분야의 기업들이 참여할 수 있도록 스마트미디어의 범위를 확대하는 적극적인 지원 필요
- 스마트미디어 X 캠프에 참여할 수 있는 기업체의 범위를 확대하고 다양한 기업이 참여하여 창의적인 아이디어가 제시될 수 있도록 추진
- (2. 분야별 스마트미디어 X 캠프, 2019) 6개 SMC를 중심으로 분야별 특화하고 지역별 분야별 X 캠프를 통해 지역업체의 참여와 분야별 다양한 기업들이 참여할 수 있도록 추진
  - 스마트미디어 X 캠프를 분야별로 추진하되 기업들의 규모에 따라 경쟁부문을 다양화함으로써 기획력은 있으나 제작기술이 없는 기업들이나 예비창업자들도 참여할 수 있도록 대상 확대 필요
  - 각 대학동아리, 예비창업자들의 참여를 위해서 독자적인 참여분야를 만들어서 참여 기업의 저변을 확대하고 향후 X캠프 잠재 참여기업 확대 필요
- (3. 경연을 통한 투자대상 선별, 2020) 방송제작자 관점이 아닌 투자 상품으로서 X캠프 프로그램을 평가할 수 있도록 투자설명회 형태의 프로그램 운영
  - 방송제작자의 눈이 아닌 투자자의 입장에서 해당 프로그램을 평가하고, 현장에서 투자유치를 받을 수 있도록 평가자의 범위 확대 필요
  - 이를 위해서 벤처캐피탈, 개인투자자, 해외 방송사들이 X캠프 본선 평가에 참여할 수 있도록 추진
- (4. 글로벌 시장 목적 스타프로젝트 추진, 2021) 스마트미디어 X 캠프를 통해 세계적인 경쟁력을 확보할 수 있는 콘텐츠에 대해서는 KCA와 방송사, 프로그램 제작업체가 공동으로 지원을 통해 글로벌 스타프로젝트로 발전할 수 있도록 선택과 집중형태 지원 추진
  - 국내 방송사가 아닌 해외 방송사와 공동으로 프로그램을 제작할 수 있도록 초기 단계부터 해외 시장을 대상으로 하는 프로그램 기획 지원
  - 이를 위해서 해외 투자자, 해외 방송사업자들의 참여를 유도하고 우수한 기획프로그램이 발표될 수 있도록 운영 필요

#### (4) 주요 이해관계자

- (스마트미디어 기업체) 분야별 다양한 스마트미디어 제작사들이 본 캠프에 참여할 수 있도록 초기에 사업홍보와 모객에 중점적인 노력 필요
- (방송 플랫폼사) 지상파, 케이블TV, IPTV 위성방송, 포털 등 주요한 플랫폼사의

참여 필요

- (해외 방송사) 글로벌 시장진출을 위한 프로그램의 경우 해외 방송사나 플랫폼사의 연계 필요

#### (5) KCA의 주요 역할

- (지역본부를 중심으로 분야별 스마트미디어 X 캠프 추진) 현재 연 1회 추진되는 스마트미디어 X캠프를 지역본부를 중심으로 다수 추진
- (글로벌 스타프로젝트 공동지원) 개발사, 플랫폼사와 함께 글로벌시장에서 경쟁력 있는 스타프로젝트에 대한 공동지원사업 추진
- (해외 플랫폼사 연계 지원) 제작된 프로젝트를 해외 방송사를 통해 송출될 수 있도록 해외 플랫폼사 연계 지원
- (일자리 창출 연계형 사업 기획) 단순 대응형 제작지원 사업이 아닌 일자리 창출 규모와 연계된 사업추진을 일자리 창출 지원

#### (6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 스마트 X 캠프 확대 운영
- (2단계 : 2020~2021) 글로벌 스타프로젝트 발굴지원 연계
- (3단계 : 2022~) 해외 인력진출 추진 및 취업 연계 등 추진

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	2	10	20	20	
세부 내용	사업기획	시범사업 추진	5개 지역별 스마트미디어 X 캠프 운영	2개 지역 해 외시장진출 지원		

#### 사업안 4. 전자파 안전성 지도 제작 사업

(주관부서 : 전파환경팀)

##### (1) 사업필요성

- (전자파 불신 증가) 5G서비스가 개통되면서 이동통신 기지국이 주요 건물들에 들어서면서 전자파에 대한 불안이 나타나고 있음
  - 국민안전을 위한 정부의 역할에 대한 요구 증가하고 있고, 전자파의 위해성에 대한 우려가 주기적으로 발생하고 있음
  - 최근 5G 서비스 개통에 따른 추가적인 기지국 건설에 따른 전자파의 안전성이 기지국 주변시설이나 어린이 집 등 특정 공간을 중심으로 대두되고 있어 국민안전 관점에서 전자파 위해성에 대한 설명 필요
- (전자파 관련 정보 제공 필요) 전자파에 대한 일반국민들의 정확한 인식이나 불안감을 해소하기 위한 관련 정보 제공 필요
  - 국립전파연구원을 중심으로 안전포럼을 통해 전자파의 위해성에 대한 세미나가 개최되고 있으나 전자파 위해성과 함께 가치에 대한 국민들의 인식 수준은 낮은 상황임
  - 특히 공간적으로 전자파의 위해성에 대한 우려가 높은 어린이집, 학교, 기지국 주변 지역을 중심으로 과학적으로 전자파 현황 정보 제공 필요
- (안전한 전자파 공간 조성) 우리나라 전국토를 대상으로 전자파 안전성에 대한 조사를 실시하고 이를 통해 안전한 전자파 공간을 조성하기 위한 지원사업 필요
  - 전 국토에 대한 전자파 안전성 검증 조사 자료를 제시하고 이를 바탕으로 국민들의 신뢰를 얻어 KCA가 전파관련 기관으로서 신뢰성 확보 추진
  - 동시에 국민안전을 통한 일자리 창출이라는 복수의 정책목표를 달성하기 위해 전자파 안전성 관련 사업 추진 필요

##### (2) 사업 내용

- (세부 사업 1. 전자파 안전에 대한 국민인식 개선) 전자파의 가치와 위해성을 균형 있게 인식하는 국민인식 캠페인 사업 추진
  - 전자파의 의미, 구별되는 개념, 전자파의 가치, 전자파의 위해성에 대한 정의와 세부 내용에 대한 이해도 제고
  - 안전포럼과 같이 전문가들을 대상으로 하는 학술대회 형태가 아니라 전자파의 위해성에 대한 국민들의 막연한 불안을 해소 할 수 있는 일반국민 대상 캠페인 사업 추진



- (세부 사업 2. 전자파 안전 지도 제작) 균형 있는 국민인식을 바탕으로 어린이 시설, 대도시나 주요 기지국 주변을 대상으로 전자파 안전도를 측정
  - 전자파의 위해성에 대한 국민인식을 바탕으로 인구밀집도가 높거나, 조사에 대한 필요성이 높은 지역(ex. 어린이집, 학교 등)을 중심으로 전자파 수준을 측정하여 안전 지도 제작 추진
  - 전자파 안전지도는 초기에는 인구밀집도가 높은 지역을 중심으로 조사하되 전국토를 대상으로 조사하여 실시간 모니터링 형태로 정보공개
- (세부 사업 3. 전자파 국민 안전 사업) 전자파 측정 결과 상대적으로 수치가 높은 위험지역에 대한 컨설팅 사업을 통해 국민들이 안전하게 생활할 수 있는 여건 조성 필요
  - 상대적으로 전자파 수치가 높은 지역에 대한 상시모니터링과 전자파 저감을 위한 컨설팅을 실시하여 전자파에서 안전한 생활환경 조성
  - 전자파 수준과 일반국민의 건강관련 지표를 조사하여 전자파와 건강간의 관계성을 과학적으로 연구하는 기반환경 구축

### (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

- (1. 전자파에 대한 국민인식 개선, 2018) 전자파에 대한 국민인식 조사 결과를 발표하고 전자파의 위해성에 대한 국민인식 캠페인 추진
  - 국립전파연구원이 전문가 및 이해관계자 대상 연구결과 형태라면 KCA는 일반국민의 전자파에 대한 이해도와 인식도를 조사하여 발표
  - 조사결과를 바탕으로 일반국민들이 전자파의 가치와 위해성을 균형 있게 이해할 수 있도록 장기 계획의 캠페인 추진
- (2. 주요 도시 인구밀집에 대한 전자파 안전성 측정, 2019) 전자파 안전성에 대한 기준을 마련하여 대도시 중심, 인구밀집지역 중심으로 전자파 안전성 측정
  - 전자파 안전도에 대한 국제적인 기준과 국내기준을 국립전파연구원, KCA가 공동으로 연구하여 마련하여 한국형 전자파 기준 수립
  - 서울 및 광역시의 학교, 병원, 업무시설 등 인구밀집 지역을 중심으로 전자파 수준을 측정하여 해당 정보를 공개하여 국민들의 관심도 제고
- (3. 대한민국 전자파 안전지도 제작, 2020) 측정결과를 바탕으로 대한민국 전자파 안전지도를 제작하고 이를 일반국민에게 공개함으로써 국민 불안 해소
  - 서울 및 광역시 주요 장소의 전자파 수준 정보를 공개하고 점진적으로 조사대상을 확대하여 대한민국 전자파 안전지도 제작



- 전자파 수준을 지역별로 조사하고, 지역별 전자파 안전도를 발표하여 향후 지자체 생활환경 수준을 측정하는 지표로서 전자파 수준 활용
- (4. 주요 공간 컨설팅, 2021) 상대적으로 위험 공간에 대한 심층 진단 및 컨설팅을 통해 전자파 관련 안전시장 창출 추진
  - 조사 정보를 바탕으로 지역별 전자파 저감을 위한 컨설팅과 교육을 실시하여 안전한 전자파 생활환경 지원사업 형태로 추진
- (5. 관련 기업 취업 및 창업 연계, 2021) 전자파 측정 및 컨설팅과 연계된 새로운 시장을 창출하여 취업 및 창업지원사업과 연계
  - 초기에는 KCA 중심으로 전자파 위해성 저감 지원사업을 실시하되 향후 민간기업에서 해당 시장을 주요한 사업분야로 활용할 수 있도록 전자파 안전성 지원 전문업체 지정 등을 통해 컨설팅 추진

#### (4) KCA의 주요 역할

- (관련 기준 마련 등) 전자파 안전성 관련 주요 기준을 마련하고 이를 측정할 수 있는 기술 및 인력 확보 필요
  - 국립전파연구원 등 연구기관과 함께 한국의 지리적 특성, 거주환경을 고려한 전자파 안전성 기준 마련
- (전자파 안전지도 제작 지원) 대도시 및 주요 공간을 대상으로 하는 안전지도를 시범사업으로 제작하여 해당 지역 주민과 공유함으로써 전자파 안전성 확보
  - 전자파에 대한 과도한 위험성이나 불안감을 증폭시키지 않도록 신뢰할 수 있는 정보를 제공하고, 전자파 위해성을 저감할 수 있는 방법을 제시함으로써 국민들이 생활 속에서 전자파에 안전할 수 있도록 지원
- (관련 기술인력 양성) 전자파 측정이나 컨설팅 관련 전문인력을 양성하고 해당 인력의 안정적인 업무를 제공
  - 전자파 위해성 측정, 저감방법 등에 대한 교육이나 컨설팅을 할 수 있도록 전문인력을 양성하고 안정적인 일거리 제공
- (취업 및 창업 연계 지원) 관련 기업체 지원이나 신규 기업체 창업을 위한 지원사업 추진
  - 전자파 위해성 측정 및 저감을 위한 전문업체 지정 등을 통해 새로운 분야의 일자리 창출 지원

(5) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획, 연구결과 발표
  - 2018. 전자파 위해성에 대한 대국민 인식 조사 실시
  - 2019. 주요 주거 밀집지역 중심으로 전자파 수준 측정 및 발표
- (2단계 : 2020~2021) 전자파 위해서 측정 및 저감 지원 사업
  - 2020. 지자체별, 주요 지역별 전자파 안전도 비교분석을 통한 전자파에 안전한 생활환경 조성이라는 사업 필요성 제시
- (3단계 : 2022~) 전자파 전문가 양성 및 전문업체 인증 사업
  - 2021. 관련인력 양성 및 전문업체 인증을 통한 일자리 창출

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	3	10	50	100	200	
세부 내용	국민인식 조사	전자파 위해 성 시범조사	전국단위 전자파 위해 성 조사	전자파 위해 성 관리 전문 가 양성	전문업체 인 증 및 사업 발 굴	

## 사업안 5. 해외 방송프로그램 제작인력 양성사업

(주관부서 : 빗마루 방송지원센터)

### (1) 사업 필요성

- (한국 방송제작 기술 전파 : ODA 사업연계) 한국의 우수한 방송제작 기술을 중점 개발 협력국을 대상으로 전파함으로써 국내 기술의 해외진출과 관련기업의 해외 시장 진출 지원 필요
  - 한국의 발전된 방송프로그램 기획 및 제작 기술을 국제개발원조 중점 개발 협력국을 중심으로 전파함으로써 기술이전과 개도국의 방송산업 육성 지원 필요
  - 특히 해외 일자리 창출 관점에서 국내 방송인력의 해외방송프로그램 제작 시장 진출이 필요하고 미얀마 등 일부 지역의 경우 방송제작 기술에 대한 전문교육에 대한 수요가 있음
- (한국 방송장비 수출 등 지원) 노후되거나 현재 활용되지 않는 방송장비의 해외 지원이나 수출을 통해 방송장비 시장진출 지원 필요
  - UHD 기술 등 국민의 방송제작 기술에 대한 높은 요구로 인해 급속한 방송관련 기술발달이 이루어지고 장비교체가 이루어지면서 충분히 활용가능한 장비들이 폐기되고 있는 실정임
  - 아시아 주요 중점 개발협력국의 경우 우리보다 방송장비, 제작기술이 낙후되어 있어서 우리나라 방송사 및 제작업체에서 활용하고 있는 장비들을 재사용할 수 있으므로 장비를 지원하고 동시에 해당 장비 활용인력의 해외 시장 진출 지원 필요
- (방송인력 해외진출 추진) 방송제작 관련 전문가들이 해외 방송제작 교육에 참여하여 해외시장 진출 추진
  - 양질의 방송프로그램 제작을 위해서는 장비와 함께 숙달된 인력이 필요하므로 국내 우수한 방송제작인력이 해외시장에 진출함으로써 현지 방송제작 기술수준을 높이고 동시에 일자리 창출 지원과 연계 추진
  - 또한 해외 방송제작인력을 단기(3개월), 장기(1년) 과정의 공적개발원조(ODA) 사업을 통해 교육하고, 해당 인력이 본국으로 귀국할 때 우리나라 방송제작 전문인력이 현지 적응을 위해 파견되는 형태로 개발원조 사업 추진 필요

### (2) 사업 내용

- (세부사업 1. 미얀마 방송제작 기술인력 양성사업) 미얀마 방송프로그램 제작인력에 대한 현지연수 등을 통한 공적개발원조사업 추진

- 미얀마는 2012년 시장개방 이후 외국투자가 확대되면서 영국, 미국 등으로부터 방송콘텐츠를 접한 일반 국민들의 방송콘텐츠에 대한 눈높이는 높지만 국영 TV 방송국들의 방송콘텐츠 및 제작기술은 낙후된 상황임
- 특히 방송제작 전문인력 양성을 위한 기관(MMDC)의 전문성과 교육프로그램은 양질의 방송콘텐츠를 제작하기에는 미흡한 수준이므로 공적개발원조를 통한 역량강화와 우수한 콘텐츠 확산 필요
- (세부 사업 2. 방송제작 교육강사 진출 사업) 미얀마 방송콘텐츠 제작센터에 국내 방송제작 강사 진출을 통한 해외일자리 창출
  - 미얀마 방송제작 인력에 대한 교육이후 해당 인력이 업무로 복귀할 때 국내 방송제작 교육인력이 미얀마에 진출하여 일정기간 동안 제작지원 교육 등을 수행할 수 있도록 함으로써 방송제작 기술역량 제고 지원

### (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

- (1. 미얀마 방송제작 환경 조사, 2018) 미얀마 방송사, 방송제작기술, 방송프로그램 제작환경 등을 조사하여 지원분야 및 내용 확정
  - 미얀마 방송사 현황, 방송제작 환경, 방송제작 관련 법제도 변화, 방송사 및 제작사의 제작환경 조사를 바탕으로 지원요청 분야 선정
- (2. 미얀마 방송제작 환경 조사, 2019) 미얀마 방송사, 방송제작기술, 방송프로그램 제작환경 등을 조사하여 지원분야 및 내용 확정
  - 공적개발원조(ODA) 수요조사 및 대사관을 통한 사업 신청을 통해 방송제작 기술지원사업이 공적개발원조 사업으로 지정될 수 있도록 추진
- (3. 미얀마 미디어 개발센터 강사 위탁교육, 2020) 미얀마 미디어 개발센터(MMDC) 방송제작 강사 위탁교육 및 방송제작 교육프로그램을 MMDC 정규 과정으로 편입함으로써 해외 일자리 창출
  - 빗마루 방송지원센터를 통한 미얀마 방송제작 전문인력 위탁교육 사업을 수행하고, 우리나라 방송제작 기술 전파
  - 우리나라의 방송콘텐츠 제작 관련 기술 교육프로그램을 개발하고, 이를 미얀마 미디어 개발센터(MMDC)에 정규 프로그램으로 편입함으로써 해외 일자리 창출 추진
  - 향후 미얀마 이외에 동남아시아 국가들을 대상으로 한 방송제작 전문인력 양성 및 해외진출 방송콘텐츠 제작 지원 사업을 공적개발협력 사업으로 추진
- (4. MMDC 정규과정 개설 및 교육 강사 미얀마 진출 지원, 2021) 미얀마 방송제작

인력에 대한 교육을 통해 우리나라의 선진 방송제작 기술을 전파하고, 이를 통해 방송콘텐츠 관련 전문 인력의 해외시장 진출 지원

- 미얀마 방송콘텐츠 제작인력의 국내 초청 교육과 국내 방송 제작 전문인력의 미얀마 진출을 통한 해외 일자리 창출 추진
- 2017년 미얀마 방송법 개정 등으로 인해서 방송콘텐츠에 대한 수요가 확산되고 있고, 해외 방송콘텐츠의 유입으로 인해 주요 선진국의 방송콘텐츠 제작 기술에 대한 수요가 큰 상황

#### (4) KCA의 역할

- (공적개발원조 교육기관 등록 및 사업추진) 공적개발원조를 통한 해외 기관 등 지원을 위해서는 관련 기관으로 등록하고 사업계획서 수립 필요
  - 방송프로그램 제작기술을 해외에 공적개발원조 형태로 전달하기 위해서는 KCA가 공적개발원조 주요 사업주체로서 등록이 되어야 하며, 유사한 사업실적을 통해서 구체적인 사업계획서 작성 필요
  - 타기관과 연계하여 빗마루 방송지원센터를 통한 미얀마 방송제작 전문인력 위탁교육 사업을 수행하고, 우리나라 방송제작 기술 전파의 전문기관으로서 위상 확보 필요
- (공적개발원조 사업수행) 방송관련 공무원교육, 전문가 기술교육 등을 수행하기 위해서는 세부 프로그램, 강사진, 숙박시설 등 전반적인 사업기반 마련 필요
  - 현재까지 필요에 의해서 한시적으로 방송제작 기술교육을 실시했다면 향후에는 KCA의 주요사업으로 글로벌 방송제작인력양성 지원 사업분야를 주요한 사업영역으로 확대할 필요가 있음
  - 이를 위해서는 사업수행을 위한 법제도 근거 마련, 조직구성, 예산확보 등의 내부적인 노력이 필요함
- (미얀마 이외 국가로 확대) 방송관련 공무원교육, 전문가 기술교육 등을 일차적으로 네트워크가 구축된 미얀마를 통해서 추진하되 아시아, 중남미, 아프리카 등 중점 협력대상국으로 확대할 필요가 있음
  - 미얀마의 방송사와 방송인력 양성센터 이외에 추가적인 사업을 위해서는 아시아 주요국가 및 중남미, 아프리카 지역으로 방송제작 기술 지원사업 확대 필요

#### (5) 주요 이해관계자

- (MMDC) 2009년 국영 방송국과 민간 방송사들을 대상으로 방송관련 전문 인력을

공급하기 위한 목적으로 설립되어 미얀마 라디오 방송국, MRTV-4, 미얀마정부를 대상으로 숙련인력 공급

- 미얀마 방송인력 전문양성을 위해서 방송사들을 중심으로 수립된 기관으로서 현재 전문인력에 대한 교육 이외에 일반국민에 대한 교육까지 확대하고 있는 상황임
- 주로 강의형태의 이론 교육으로 진행되며 장비활용교육이나 구체적인 제작기술은 장비, 인력 부족으로 체계적으로 이루어지지 않고 있는 상황임

#### (6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획, 시장조사, 공적개발원조 사업 신청
  - 2018. 미얀마를 대상으로 방송제작 사업 현황 조사
  - 2019. 미얀마방송제작기술 이전사업을 주요 공적개발원조사업으로 신청
- (2단계 : 2020~2021) 미얀마 대상 공적개발원조 사업 추진, 전문인력 해외 진출 등 공적개발원조 사업 확대
  - 2020. 미얀마 방송제작 기술인력 교육 지원사업 추진
  - 2021. 국내 방송제작전문인력 현지지원사업 추진
- (3단계 : 2022~) 미얀마 이외 지역으로 공적개발원조 사업 확대
  - 2022. 라오스, 캄보디아 등 아시아 주요 국가로 사업 확대

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	3	10	12	30	
세부 내용	사업기획	공적개발원조 사업 수요조 사	방송제작 기 술인력교육 추진	사업지속추진 및 해외시장 진출	라오스, 캄보 디아 지역으 로 사업확대	

#### 〈참고사항 : 미얀마 방송제작 현황〉

- (현황) 미얀마 방송제작을 위한 MMDC가 설립되었지만 제작기술이 낙후되어 있고, 방송콘텐츠의 완성도가 낮아 선진국의 방송제작 기술 도입 필요가 나타남
  - 2012년 시장개방 이후 외국투자가 확대되면서 영국, 미국 등으로부터 방송콘텐츠를 접한 일반 국민들의 방송콘텐츠에 대한 눈높이는 높지만 국영 TV방송국들의 방송콘텐츠 및 제작기술은 낙후된 상황임
  - 특히 방송제작 전문인력 양성을 위한 기관(MMDC)의 전문성과 교육프로그램은

양질의 방송콘텐츠를 제작하기에는 미흡한 수준이므로 공적개발원조를 통한 역량강화와 우수한 콘텐츠 확산 필요

〈표 17〉 미얀마 미디어 개발 센터

MMDC(Myanmar Media Development Center)
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (설립) MMDC는 2009년 국영 방송국과 민간 방송사들을 대상으로 방송관련 전문인력을 공급하기 위한 목적으로 설립됨</li> <li>○ (역할) 미얀마 라디오 방송국, MRTV-4, 미얀마정부를 대상으로 숙련인력 공급</li> <li>○ (비전) 공인된 교육 프로그램을 통해 기관 졸업생을 대상으로 취업 연계등을 통해 지속적인 방송 관련 전문기관을 지향함</li> <li>○ (시설과 위치) 강의실, 컴퓨터 편집실, 미니 스튜디오, 녹음 스튜디오, 도서관, 회의실을 보유하고 양곤의 중심가인 Junction Square에 위치함</li> </ul>

〈표 18〉 MMDC 주요 교육 프로그램

구분	내용
Taste of TV	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1개월 교육 프로그램</li> <li>• TV제작 기본 요소를 발견</li> <li>• 다양한 미디어 개념을 이해하는 기초 교육 과정</li> </ul>
Diploma in TV Broadcasting	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 10개월 프로그램</li> <li>• 미래 미디어 전문가 양성 포괄적 주제로 구성된 프로그램</li> <li>• 국내외 업계 지도자, 전문가, 실무자 진행</li> <li>• TV 방송의 AtoZ까지 포함(사전 제작에서부터 방송까지 포함)</li> </ul>
Digital Video Camera	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1개월 프로그램</li> <li>• 카메라 작업의 동향과 혁신을 포함하여 카메라 노하우 집중 교육</li> <li>• 미래 디지털 비디오 카메라맨 양성을 위한 실습 교육</li> </ul>
Vocal Training	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2개월 프로그램</li> <li>• 보컬 기술 습득</li> <li>• 보컬교육과 함께 악보 교육 등 병행</li> </ul>
Professional Graphic Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1개월 반 프로그램</li> <li>• 그래픽 디자인 기법 습득</li> </ul>
Fundamentals of Audio Profession	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3개월 프로그램</li> <li>• 오디오 엔지니어링 기초 과정</li> <li>• 믹싱, 콘솔, DAW, 컴퓨터 실험실, 현장 녹음 장비 사용</li> </ul>
Taste of Scriptwriting	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TV, 영화, 미디어 관련 미래제작자 양성 과정</li> <li>• 스크립트 개발 방법등 교육</li> </ul>

## 라. 지역사회 연계형 일자리 창출 전략

### 1) 주요 사업 개요

#### 가) 대학 연계사업

- 사업안 1. 드론 영상콘텐츠 플랫폼 구축 및 창업지원사업(미디어산업진흥팀)
- 사업안 2. 방송통신분야 창업보육 졸업기업 지원사업(미디어산업진흥팀)
- 사업안 3. 전파관련 전문인력 취업 지원사업(검사기획팀)

#### 나) 지자체 연계사업

- 사업안 1. SMC 방송제작 공간 활성화 사업(미디어산업진흥팀)
- 사업안 2. 나주시 연계 혁신도시 이주 여성/주부 일자리창출 및 창업지원사업(사회적가치추진팀)
- 사업안 3. 광주 광산구 연계 ICT콘텐츠 일자리 창출 지원사업(사회적가치추진팀)
- 사업안 4. 광주 서구 시니어클럽 연계 시니어 ICT 일자리 창출 사업(사회적가치추진팀)
- 사업안 3. ICT 창업빌리지 조성사업(사회적가치추진팀)

#### 다) 공공기관 연계사업

- 사업안 1. 유튜브 콘텐츠 제작교육 및 취업연계사업(콘텐츠산업진흥팀)

### 2) 세부 사업 내용

#### 가) 대학 연계사업

##### 사업안 1. 드론 영상콘텐츠 플랫폼 구축 및 창업 지원사업

(주관부서 : 미디어산업진흥팀)

#### (1) 사업 필요성

- (드론 자격증 취득자 증가) 드론 자격증 취득자가 증가하면서 드론을 통한 다양한 영상촬영이 가능해 짐
  - － 국내 드론 조종 자격증 취득자가 크게 증가하여 2015년 205명에서 2017년 2872명으로 증가하고 정부는 국내 드론산업을 10년 내 4조원 규모로 성장시키는 계획을 발표하였음
  - － 국가 공인 드론 국가시험장도 전국적으로 전주시, 순천시, 김해시, 옥천군, 홍천



군, 파주시로 지정되면서 지자체를 중심으로 드론산업 육성을 경쟁중임

- 드론 영상콘텐츠의 경우 새만금개발청은 새만금 드론 영상제를 부산 국제영화제는 드론영상부문을 별도로 시상하고 있고, 울산시의 경우에도 드론영상제를 실시하는 등 드론영상의 활용성이 커지고 있음

○ (드론 영상콘텐츠 활용도 제고 필요) 드론을 통해 촬영된 사진이나 영상을 상업적으로 활용하기 위한 플랫폼 구축 필요

- 드론 조종기법이 고도화되고, 드론 영상 기술이 발달하면서 일상생활 속에서 드론 영상을 활용하는 것외에 방송, 영화 등 상업적 목적으로 영상이 활용되면서 콘텐츠에 대한 수요가 높아지고 있음
- 하지만 아직까지 드론 영상을 체계적으로 모집하여 방송이나 영화로 활용하면서 수익을 얻는 모델이 개발되지 않고 있음

○ (드론 방송제작 시장 창출 필요) 추후 드론을 통해 방송, 영화 등 촬영을 상업화하여 지속적인 시장 창출 필요

- 드론 조종자격증을 취득한 자격증 보유자를 대상으로 드론 영상촬영기술을 교육하고 해당 영상을 상업적으로 이용할 수 있는 시장을 창출하면 새로운 직업분야로 드론 영상촬영 분야가 개발될 가능성이 있음
- KCA의 방송프로그램 제작지원사업과 연계하여 드론을 활용한 영상촬영 기술, 편집기술 그리고 영상을 통한 방송프로그램 제작 부분을 개발하여 시장창출을 지원하는 것을 주요 일자리 창출 사업으로 추진 필요

## (2) 사업 내용

○ (세부사업 1. 드론 조종 자격증 보유자 대상 영상촬영 기술 교육) 드론 조종사 대상 영상촬영 기술교육을 실시하여 새로운 일자리 창출

- 드론 영상은 현재 방송프로그램에서 활발히 사용하고 있는데 방송에서 활용할 수 있는 영상촬영 장비와 기술을 보유한 전문가가 많지 않음
- KCA를 통해서 드론 영상 전용장비를 통한 영상촬영 기술을 교육하고 교육이수자를 대상으로 창업 지원 및 취업연계를 통한 일자리 창출 추진

○ (세부 사업 2. 드론 영상 플랫폼 구축) 드론영화, 드론방송, 드론영상 등을 거래할 수 있는 플랫폼을 구축하여 프리랜서 일자리 창출

- 교육이수자, 일반인을 대상으로 드론 영상을 공모하여 우수 드론 영상에 대해서

- 는 시상과 함께 방송콘텐츠나 영화콘텐츠로 활용할 수 있도록 유도
- 중장기적으로 실시간 드론 방송프로그램, 드론을 활용한 테마파크, 드론과 VR 영상을 융합한 콘텐츠 제작 등을 통해 새로운 미디어분야로 발전유도

- (세부 사업 3. 드론 관련 기업 취업 및 드론 활용 창업 지원사업) 드론 영상 촬영 업체와 연계를 통한 취업 및 드론 관련 분야 창업 지원
  - 국내 드론영상 촬영업체에 대한 취업교육과 드론 방송콘텐츠 촬영기술교육, 드론 방송콘텐츠 제작지원사업을 통한 창업유도 등을 통해 새로운 일자리 창출 분야로 육성

### (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

- (1. 드론 자격증 보유자 대상 교육프로그램 개설, 2019) 드론 자격증 취득자 대상 영상촬영 기술 교육을 통한 드론 영상 시장 창출
  - 드론 자격증 보유자 대상 조사를 통해서 드론 영상촬영기술 교육에 대한 수요조사를 실시하여 사업 규모와 내용에 대한 조사
  - 드론 영상촬영 전문교육을 실시하여 일차적으로 교육강사, 교육운영을 통한 일자리 창출
- (2. 드론 방송 콘텐츠 콘테스트, 2020) 드론을 활용한 방송콘텐츠를 개발하여 드론 방송콘테스트 개최 및 우수프로그램 방송
  - 드론을 활용한 다큐멘터리, 영상, 게임콘텐츠 등 다양한 부문으로 드론 영상콘텐츠를 모집하여 우수 콘텐츠에 대한 시상 실시
  - 우수 드론 방송콘텐츠의 경우 프로그램 제작업체에 해당 영상을 판매하거나 공동 제작할 수 있도록 연계함으로써 일자리 마련
  - 방송프로그램 제작지원사업부문의 하나로 드론 방송프로그램 지원분야를 신설하여 드론 영상촬영분야에 대한 선제적 투자 실시
- (3. 드론 영상콘텐츠 플랫폼 구축, 2021) 전문가 및 일반인이 촬영한 드론 영상 콘텐츠를 매매할 수 있는 플랫폼을 구축하여 방송 등에 활용할 수 있도록 지원
  - 드론 조종 자격증 보유자를 중심으로 다양한 영상콘텐츠를 촬영하도록 하고, 해당 콘텐츠를 매매할 수 있는 플랫폼 구축 지원
- (4. 드론 관련 기업 취업 및 드론 활용 창업 지원사업, 2022) 드론 영상 촬영 업체와 연계를 통한 취업 및 드론 관련 분야 창업 지원
  - 드론 자격증 보유자를 중심으로 드론 촬영교육, 드론 영상콘텐츠 거래 등을 전

문으로 하는 기업체 창업 지원

- 드론 영상촬영업체 대상 취업연계를 통한 지속적인 일자리 창출 지원

#### (4) 주요 이해관계자

- (드론협회) 드론 자격증 취득자 대상 영상촬영기술 등 교육
  - 드론 조종 자격자를 대상으로 하는 영상촬영 전문가 교육 운영을 위해 드론 협회와 공동으로 사업추진
  - 현재 드론 협회도 자격사들을 다양한 분야로 진출하고자 하는 수요가 있으므로 KCA와 공동으로 교육프로그램 운영시 안정적 사업추진 가능
- (드론 영상 촬영업체) 드론 영상콘텐츠 플랫폼 활용 및 취업연계를 위한 네트워크 구축
  - 취업연계와 창업컨설팅을 위한 관련 업체 현황 조사 및 연계 필요

#### (5) KCA의 역할

- (1. 드론 영상 촬영 및 편집 교육) 드론 자격증을 확보한 일반인을 대상으로 드론을 활용한 영상촬영 방법 등을 교육하고 콘테스트를 통해 우수한 드론 영상 확보
  - 드론 영상촬영을 위한 교육은 이론 및 실습교육으로 운영되며 이를 위해 야외 촬영장을 보유한 교육기관과 연계 필요
  - 드론 영상편집기술에 대한 전문교육 실시
- (2. 드론 영상 플랫폼 구축 및 활용 지원) 드론을 통해 촬영한 사진이나 영상 등을 게시하고 판매를 유도할 수 있는 플랫폼 구축
- (3. 드론 관련 업체 취업연계 및 창업지원) 드론관련업체 DB를 구축하고 해당 업체 취업연계 및 다양한 형태의 드론 활용 창업컨설팅을 통한 창업지원

#### (6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획, 드론 영상 촬영 및 편집 교육
- (2단계 : 2020~2021) 우수 드론 방송프로그램 공모전, 제작 지원
- (3단계 : 2022~) 드론 방송프로그램 취업 및 창업

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	2	10	15	25	
세부 내용	사업기획	시범사업 추진	교육 지속추진, 드론 방송프로그램 공모전	교육추진, 공모전 지속, 제작지원사업	사업확대 및 취업 및 창업 연계	

## 사업안 2. 방송통신 분야 창업보육센터 졸업기업 지원사업

(주관부서 : 빛마루 방송지원센터)

### (1) 사업필요성

- (대학 및 지자체창업보육센터 졸업기업) 대학 및 지자체에서 운영하는 창업 보육센터에 입주한 기업은 3년 입주기간이 종료되면 졸업하여 자립화를 추진해야 하지만 실제 3년 이내 자립화가 불가능하여 애로사항이 발생함
  - 대학이나 지자체에서 창업기업체를 대상으로 입주공간 지원사업 등을 하고 있으나 많은 경우 3년의 기한 동안 자립화를 통한 타공간 이주를 의무적인 규정으로 하고 있음
  - 대학의 경우, 창업보육센터 입주기업이 제조업 중심, IT기업 중심으로 입주를 유도하여 일자리 창출을 추진하고 있으나 실질적으로 사업목적에 맞는 기업체들이 3년 이내에 자립화를 하는 경우는 많지 않음
- (추가지원 필요성 존재) 방송통신분야 기업체의 경우 안정적인 시장을 확보 하기 어렵기 때문에 자립화를 위한 기간이 더 필요하며 이를 위해서 유망 기술보유 기업체를 대상으로 추가적인 지원 필요
  - 방송관련 기업들은 안정적인 매출을 통한 자립화가 어려운 상황이어서 추가적인 지원이 필요함
  - 창업초기단계 기업 중 설립 후 3년 이후의 방송, 콘텐츠, 스마트미디어 관련 기업의 경우 시장특성을 고려하여 창업 안정화 단계 지원사업으로서 추가적인 지원이 필요함
- (일자리 창출 효과 극대화) 특히 창업 후 3년이 지난 기업체의 경우 성장가능성이 크고, 고용가능성이 높기 때문에 지원을 통한 일자리 창출 효과는 더 클 것으로 예상됨
  - 창업후 3년 이후 기업의 경우 폐업과 지속성장의 갈림길에 있는 기업들이 대부분이므로 해당 기업 중 지속성장 여력이 있는 기업을 지원할 때 일자리 창출 효과가 가장 크게 나타날 수 있음

### (2) 사업 내용

- (세부사업 1. 대학 내 방송통신전파 관련 창업보육기업 육성사업) 대학내 방송관련 창업보육센터 기업 조사 및 지원 연계 사업
  - 지역본부와 연계하여 해당 지역 대학교 창업보육센터 입주 기업 중 방송통신전파 관련 기업체를 조사하여 해당 기업체의 지속성장을 위한 체계적 지원 실시

- 세부사업으로 KCA 지원사업 연계, KCA 창업기업 공간 연계, 창업기업 멘토링, 글로벌 시장진출 지원 등 사업을 통해 기업체 성장단계에 맞는 연계지원사업 실시
- (세부 사업 2. 방송통신전파 Post BI 지원사업) 빗마루 방송지원센터를 대학 창업보육센터 졸업기업을 대상으로 맞춤형 지원 전문 센터로 육성
  - 빗마루 방송지원센터의 역할을 일정 수준 이상으로 성장가능성이 있는 기업체를 맞춤형으로 지원하기 위한 중기 창업보육지원센터로 육성
  - 이를 위해서 대학창업보육센터 졸업기업, SMC 우수기업, 글로벌 시장진출 준비기업 등 일정 규모 이상의 기업체들을 전문적으로 지원하는 기관으로 차별화 추진

### (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

- (1. 대학 창업보육센터 입주업체 기업조사, 2018) 광주전남 지역 대학을 중심으로 대학 창업보육센터 입주기업 중 방송통신전파 분야 기업체들 현황 조사를 통해 지원 필요성과 내용 조사
  - 광주전남 주요 대학교 창업보육센터 입주기업 중 KCA 주요 사업영역과 맞는 기업체를 발굴하고 해당 기업체를 DB화 하여 성장단계별 맞춤형 지원사업 연계
- (2. 대학 창업보육센터 입주기업과 대학생 취업희망자 연계, 2019) 방송통신전파 분야에 취업을 희망하는 지역대상생과 창업보육센터 입주기업을 연계하여 일자리 창출 지원
  - 대학내 창업보육센터 입주기업에 대한 정보가 없어서 취업을 하지 못하는 관련 분야 예비취업생을 대상으로 관련 정보를 제공하고 취업을 연계할 수 있도록 일자리 매칭 추진
  - 동시에 대학 내에서 창업을 준비하는 예비창업자를 대상으로 창업보육센터 입주기업과 연계를 통해 창업과정에서 어려움 등을 멘토링 받을 수 있도록 연계 추진
- (3. 창업보육센터 졸업기업 입주지원, 2019) 창업보육센터 졸업기업에 대한 입주공간 지원, 제작지원 등을 통해 사업 기회 부여
  - 빗마루 방송지원센터 한 개층을 창업보육센터 졸업기업, SMC 졸업기업, 글로벌 시장진출 준비기업 등 일정규모 이상의 기업체들을 위한 전문지원 센터로 육성
  - 빗마루 방송지원센터 입주 조건을 매출 등이 아닌 일자리 창출 계획 등을 중심으로 심사하여 일자리 창출 파급효과가 큰 기업체를 중심으로 입주하도록 유도

(4) 주요 이해관계자

- (대학교 창업보육센터 입주기업) 대학교 창업보육센터 입주기업의 경우 창업초기 단계로서, 2~3년 이내 자립화를 요구하고 있으나 실제 운영이 어려운 상황임
- (SMC) 스마트미디어센터는 방송통신 융합분야 창업초기단계 기업으로서 대학 창업 보육센터와 수준이 다르지 않음
- (송파 창업보육센터) 송파구청과 협약을 통해 40개 내외 기업체들이 입주할 수 있는 공간을 확보 중이며 해당기업은 수도권 시장에 진출할 수 있는 역량 있는 기업으로 구성할 계획임

(5) KCA의 역할

- (대학 및 지자체 창업보육센터 입주기업 실태조사) 창업보육센터 입주기업의 현황, 지원요청사항, 역량에 대한 조사를 바탕으로 지원기업체 선정
- (창업보육센터 졸업기업 대상 지원사업) 방송통신 융합분야 기업체를 대상으로 일자리 창출 목적을 지원사업을 실시하여 다양한 형태의 수익창출 기회 부여
- (빛마루 방송지원센터 역할 차별화) 유망한 기업체를 중심으로 송파 창업 보육센터 입주지원을 통해 수도권 진출을 위한 기회 부여

(6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획, 실태조사, 취업연계
  - 지역본부를 중심으로 해당 지역 대학교 창업보육센터 입주기업 중 방송통신전파 관련 기업체들 조사
  - 예비창업자와 기업체 연계, 취업준비자와 기업체 연계
- (2단계 : 2020~2021) 빛마루 방송지원센터를 통한 성장지원
  - 빛마루 방송지원센터 입주공간 중 1개층을 전문지원센터로 육성
- (3단계 : 2022~) 해외 인력진출 추진 및 취업 연계 등 추진
  - 입주기업체 대상 특화된 지원사업 추진

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	5	30	30	30	
세부 내용	사업기획	실태조사 취업연계	빛마루 방송 지원센터 입주	기업체 고용 확대	기업체 고용 확대	

### 사업안 3. 전파 전문인력 매칭 플랫폼 구축

(주관부서 : 감사기획팀)

#### (1) 사업 필요성

- (전파 전문인력 수급 불일치) 전파분야는 국내에서 해당 학과가 많지 않고 관련 민간기업체도 일부 기업을 제외하면 규모가 크지 않아 구인난에 시달리고 있어 노동시장의 수급이 불일치함
  - 국내 전파관련 학과가 많지 않고 관련 분야의 기술이 급속도로 발전하지만 전파 분야 전공자들이 새로운 분야로 진출하기 위한 체계적인 교육이 이루어지지 않으면서 전파 관련 산업육성에 어려움이 있음
  - 특히 최근 VR 등 전파관련 새로운 일자리가 생겨나고 있지만 전파분야에 대한 전문인력 정보가 없어서 새로운 분야에 대한 인력 공급이 원활하게 이루어지지 않고 있음
- (전파 전문인력 육성 필요) 전파 관련 일자리에 대한 정보 자체가 부족한 상황에서 전파 전문인력이 연구기관이나 기업체로 지속적으로 공급되어 안정적인 일자리를 창출할 수 있도록 체계적인 인력수급 연계 필요
  - 국내 전파관련 주요 기업체, 연구기관 등 전문인력에 대한 수요정보와 함께 전파관련 전문인력 배출현황에 대한 전문인력 공급정보를 한곳에서 비교할 수 있는 전파전문 일자리 매칭 플랫폼을 구축하여 안정적인 전파분야 일자리 연계 구조 마련 필요
  - 특히 전파분야는 국내 시장이 크지 않고 요구되는 전문기술에 차이가 있으므로 장기간의 준비기간이 필요하므로 정확한 기업정보를 바탕으로 체계적으로 준비할 수 있는 지원이 필요함

#### (2) 사업 내용

- (세부사업 1. 전파 전문인력 구인구직 플랫폼 구축) 관련 기업체 인력 수요상황을 기본으로 전파관련 분야 인력에 대한 수급 연계 플랫폼 구축
  - 전파 전문인력에 대한 기업체와 기관의 수요를 파악하고, 동시에 대학, 대학원, 학원 등을 통해 배출되는 전파 전문인력 공급 정보를 파악하여 전파 관련 전문인력 일자리 플랫폼 구축
- (세부 사업 2. 전파 관련 일자리 연계 사업) 구인구직 플랫폼 이외에 다양한 사업 정보 등을 제공하여 일자리와 일에 대한 정보가 한 곳에서 교환될 수 있도록 추진
  - 구인구직 관련 일자리 매칭을 위한 온라인 플랫폼을 구축하여 회사와 개인의 일



자리 정보가 연계될 수 있도록 시스템 구축

- 정기적인 오프라인 일자리 매칭행사, 기업의 대학 방문 등 오프라인 행사 병행을 통해 실질적이 일자리 매칭이 이루어질 수 있도록 추진

### (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

- (1. 주요 대학 전파관련 학과 수급조사, 2018) 전파관련 주요 학과에 대한 인력배출 현황 및 주요 경로 조사
  - KCA와 국내 전파전자통신 관련 학과간 협력을 통해 전파관련 전문인력 공급현황, 취업현황, 전문성에 대한 조사를 바탕으로 일자리 매칭에 대한 수요를 파악하여 사업기획
- (2. 전파 관련 주요 기관 및 기업조사, 2019) 전파 관련 기관 및 기업체들의 구인현황 및 소개 등을 통해 일할 기회 정보 조사
  - ICT 기금 수혜기업을 중심으로 국내 전파관련 업체를 조사하고, 구인정보, 취업조건 등을 공개함으로써 구직자들이 업체들에 대한 정보를 상시적으로 접할 수 있도록 추진
- (3. 전파 전문인력 플랫폼 구축 및 연계, 2020) 전파관련 일자리 수급 정보 플랫폼 구축을 통한 일자리 정보 부족에 의한 문제 해결
  - 전파관련 일자리 공급정보와 수요자들의 구직정보를 연계할 수 있는 웹&앱 플랫폼을 구축하여 실시간으로 전파 전문인력 매칭이 이루어질 수 있도록 추진
- (4. 오프라인 전파 전문인력 매칭 행사, 2020) 오프라인 행사를 통해서도 일자리 매칭이 이루어질 수 있도록 지원
  - 정기적인 전파전문인력 잡매칭 행사, 주요 기업체의 구인설명회, 기업체의 대학방문 등을 통해 전파 분야 일자리 매칭 지원

### (4) 주요 이해관계자

- (전파 관련 학과) 국내 주요 전파관련한 학과 졸업생 수와 주요 취업 경로 등을 조사하여 전파관련 취업 문제점 분석 필요
  - 전파 관련 학과가 소수이고 전파 관련 분야 진출도 예측가능성이 높기 때문에 대학과 연계를 통한 안정적인 사업지원이 가능함
- (전파 관련 기업체) 국내 전파관련한 주요 업체들에 대한 소개, 구인현황, 요구되는 전문성에 대한 정보 확보 필요
  - ICT 기금 수혜기업 중 기술력, 경영상황 등을 고려하여 추천할 수 있는 기업체



를 중심으로 DB를 구축하여 신뢰할 수 있는 구인정보 제공 필요

#### (5) KCA 역할

- (전파 관련 분야 일자리 정보 조사) 국내 주요 전파 관련 학과 졸업 이후 진로 현황 조사와 국내 주요 전파 관련 기관 및 기업체 현황 조사
  - KCA 직원 동문기업을 중심으로 관련 학과 정보를 수집하고, 구직자 정보도 조사함으로써 사업의 수요에 대한 정확한 파악 필요
- (전파 일자리 연계 플랫폼 구축 및 연계) 온라인 플랫폼 구축 및 오프라인 잡매칭을 통한 전파 분야 일자리 창출
  - ICT 기금사업 결과를 바탕으로 추천할 수 있는 기업체 정보를 수집하여 구직자들이 믿고 취업을 상담할 수 있도록 유지 관리 필요

#### (6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획 및 대학 등 구직기관 조사
- (2단계 : 2020~2021) 구인 기업체 DB 구축 및 정보 공개
- (3단계 : 2022~) 일자리 온오프라인 매칭

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	3	6	20	20	
세부 내용	사업기획	대학 등 기관 조사	기업체 조사	일자리 매칭	지속적인 일자리 매칭	

나) 지자체 연계사업

사업안 1. 방송 콘텐츠제작 공간 조성 및 활성화 사업

(주관부서 : 미디어산업진흥팀)

(1) 사업 필요성

- (방송 콘텐츠 기획 및 개발 공간 필요) 방송통신분야는 다양한 형태의 콘텐츠를 비교적 용이하게 기획하고 제작할 수 있으므로 SMC를 중심으로 방송 관련 콘텐츠를 공동으로 기획하고 프로그램을 개발할 수 있는 공간 구축 필요
  - 예비 방송인력의 경우 방송콘텐츠 기획력은 있으나 이를 SW 및 기기로 제작할 수 있는 기회가 많지 않기 때문에 방송제작을 지원할 수 있는 공간에 대한 요구가 있음
  - 빛마루 방송지원센터는 프로그램제작업체들이 대규모로 활용할 수 있는 세트장, 장비 등을 체험할 수 있는 프로그램은 있지만 SW를 활용한 방송제작 및 편집분야는 제공하지 않음
  - SMC의 경우 기업입주공간으로 활용되고 있고 전문적인 프로그램 제작이나 편집교육은 활발히 이루어지지 않고 있어 실질적으로 예비방송인력이 기획한 프로그램을 구현할 수 있는 공간은 부족한 실정임
- (방송제작 기기 활용 공간 마련) 일반인에게도 빛마루 방송지원센터, SMC 등에 카메라, 음향 시설 등 방송 제작 관련 장비를 구축하고 활용할 수 있도록 함으로써 기획 콘텐츠의 제작 가능성 제고 필요
  - 빛마루 방송지원센터, 일부 SMC에 방송제작을 위한 공간을 조성하고 이를 제작사가 아닌 일반인(대학생, 예비창업자)이 활용할 수 있도록 SW, 소규모 기기를 제공하는 형태로 일부 SMC 공간을 소규모 빛마루 방송지원센터를 운영필요
  - 이를 통해서 일반인도 방송 기획, 제작, 편집 등 송출 전단계 모든 과정을 경험하게 함으로써 방송분야 창업 및 취업을 위한 관심을 높일 수 있음
- (취·창업 연계를 위한 정기 발표회 필요) 정기적으로 콘텐츠 기획 및 제작 현황에 대한 발표회를 통해 취업 및 창업 연계 필요
  - 또한 해당 공간에서 제작된 콘텐츠를 발표하고 이를 통해서 아이디어를 나누고, 취업 및 창업정보가 공유될 수 있도록 지원 필요

(2) 사업 내용

- (세부사업 1. 방송창업 지원 장비, 공간 구축) 일부 SMC 및 나주본원에 방송 프로그램 제작을 위한 기본적인 기기를 축하고 활용할 수 있도록 지원

- 대학생 및 예비창업자들이 활용할 수 있는 방송 프로그램 제작 기본 장비 구축 및 교육 실시
- (세부 사업 2. SMC 공간 활용 취창업 교육 사업) 방송콘텐츠 기획 및 제작과 관련된 정기적인 설명회를 통한 아이디어를 공유하고 취업 및 창업 기회 부여
- 방송콘텐츠 기획 아이디어 공유, 콘텐츠 제작 결과물 공유 등을 통한 취창업 교육 프로그램 공유

### (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

- (1. SMC, 본원 방송제작 장비구축) SMC의 창업공간으로서의 기능과 함께 방송 프로그램 제작을 위한 기초장비를 구축하고 활용할 수 있도록 함으로써 창업기업 이외 일반인도 SMC 활용성 제고
  - 나주본원, 지역 SMC 중 방송제작 장비를 활용할 수 있는 공간을 마련하고 방송 영상 관련 동아리, 예비창업자, 일반인을 대상으로 하는 방송제작 공간 활용
- (2. SMC 내 아이디어 카페 활성화) SMC를 정적인 창업지원공간으로서의 기능뿐만 아니라 일반인들이 다양한 형태의 창업아이디어를 발전시킬 수 있는 회의공간으로 활용함으로써 활용성을 제고
  - 방송에 관심있는 일반인들이 쉽게 이용하고, 다양한 결과물을 경험할 수 있는 휴게공간을 조성하고 정기적인 교육과 창업아이디어 발표회 등을 통해 오픈 이노베이션 공간으로 활성화
- (3. 취창업 연계 교육) 정기적인 사업아이디어 발표회를 통해 기업체와 투자자들이 해당 아이디어와 기업에 투자할 수 있도록 지원 필요
  - 취창업 연계를 위한 기업연계 및 아이디어 발표회 개최

### (4) 주요 이해관계자

- (SMC) 6개 스마트미디어센터 중 입지와 활용 가능한 공간에 따라 일반인 대상 아이디어 카페 형태로 운영 필요
- (SMC 입주기업) SMC 입주기업 대상 정기적인 아이디어 발표회 등을 통해 투자유치 및 사업화 기회 부여
- (방송통신 분야 예비창업자) 방송통신 관련 사업화 아이디어를 가진 다양한 개인 등 예비창업자를 대상으로 투자설명회 개최

### (5) KCA의 역할

- (SMC 활용성 제고) 단순 창업보육공간에서 창업 아이디어 카페로 SMC의 기능을 전환하기 위해서 공간구성이나 활용성 개선 필요
- (정기적인 사업설명회 지원) SMC 입주기업이나 일반인을 대상으로 사업 아이디어를 발표하고 투자를 유치할 수 있도록 기업체 현황 및 제안 아이디어에 대한 진단 및 투자자 매칭 지원 필요
- (아이디어 카페 창업지원) SMC를 카페로 창업할 수 있도록 지원하여 기본적인 일자리 창출 효과 확보

#### (6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) SMC 및 나주본원 제작 체험 공간 마련
  - 나주 본원 방송프로그램 제작 기기 및 공간 마련
  - SMC 중 1곳 방송프로그램 제작 기기 및 공간 마련
- (2단계 : 2020~2021) 창업아이디어 카페 활성화
  - 아이디어 카페 활성화
  - 취업연계(잡 매칭)
  - 창업지원
- (3단계 : 2022~) 취업 및 창업 지원 연계
  - 취업연계(잡 매칭)
  - 창업지원

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	6	6	10	10	
세부 내용	사업기획	체험 공간 마련	카페 활성화	취업연계 창업지원	취업연계 창업지원	

## 사업안 2. 나주시 연계 혁신도시 이주 여성/주부 일자리창출 및 창업지원사업

(주관부서 : 사회적가치추진팀)

### (1) 사업 필요성

- 빚가람 혁신도시는 16개 공공기관 이전 완료 및 인구 3만명 선에 도달하면서 광주·전남지역의 새로운 성장거점으로 도약하기 시작
  - 에너지밸리 및 에너지 신산업 육성 등 혁신도시 시즌Ⅱ와 한전공대 신설 등에 대한 지역내부의 논의가 활발한 상황
  - 빚가람 혁신도시 자체의 자족기능 강화와 새로운 경제산업적 활력 필요성 강화
  - 그러나, 이와 반면에 혁신도시의 빨대효과로 인한 나주시의 원도심의 활력저하와 인구 이탈, 신규 유입인구와 원주민간의 이질감 노출과 갈등양상도 상당
  - 최근 빚가람 혁신도시 SRF 열병합발전소 가동을 둘러싼 혁신도시 주민들의 반발로 인한 지역사회 갈등까지 가세해 있는 상황
- 나주시와 전남도로서는 혁신도시 활성화를 위해 다양한 시책사업 추진 및 신산업 육성과 함께, 새로운 창업 및 일자리창출을 위한 노력을 추진하는 중인 바, 나주 혁신도시에 본사가 위치한 KCA의 지역사회 연계「협력형 일자리창출 사업의 필요성과 현실적 타당성이 존재함
  - KCA는 빚가람 혁신도시로의 이전 이후 인근 지역사회에 대한 상생「협력 지원 사업을 제한적으로 진행하고 있으나, 일자리창출 사업 차원의 접근은 시작단계
  - KCA 본사 1층에 창업지원센터를 개설하고 소규모 스타트업 기업에 대한 공간 제공 이외에는 사회적기업에 대한 우선구매, 재래시장 상품권 구매 등을 추진하는 정도임
  - KCA 이외에 15개 빚가람 혁신도시내 이전 공공기관들 역시 대동소이한 사업을 전개하고 있고, 이는 빚가람 혁신도시 추진단이 집계한 2018 지역발전사업 계획 현황에서도 확인되는 사항임
- 이에 KCA의 지역사회 상생「협력형 사회적가치 확산 차원의 창업 및 일자리창출 사업을 혁신도시 내에서부터 추진하는 선도적 면모를 확보하자는 취지임

### (2) 사업 내용

- (세부사업 1. 문화콘텐츠 개발 인력 양성) 나주시 문화해설사 및 사회적 서비스, 지역 학생 및 주부/여성/시니어 관련 교육, 문화콘텐츠 개발 등의 인력을 양성
- (세부 사업 2. 나주 여성 청년창업 지원사업 연계) 일차적으로 일자리 통합지원센터 및 나주 나빌레라 센터(구 나주잠사), 원도심 활성화 차원의 청년창업 및 문화예술인 레지던스 사업 등과 관련한 나주시의 일자리창출을 활용한 사업에 혁신도

시 이주 여성/주부층 우선 선발

(3) 세부 추진 방안

- (1. 나주시와 일자리창출 MOU 체결, 2019) KCA와 나주시간 주부 청년 대상 일자리 창출 MOU체결을 통한 사업 분야 확대
  - KCA 내부 이주 직원 가족부터 사업에 참여하며 나주시 공공기관 관련 이주 여성/주부층 실태조사 지원
  - 일자리 창출을 위한 예산과 공간은 나주시가 주도적으로 투자하며, KCA는 ICT 관련 프로그램 개발, 교육, 멘토링 시스템을 담당
- (2. 청년 및 여성창업지원센터 설립) KCA 공간을 활용한 청년창업 시범사업 추진
  - KCA 본부에 혁신도시 이주 여성/주부들을 위한 문화콘텐츠 개발 및 서비스 창업을 위한 지원센터 설립
- (3. 방송콘텐츠 제작 지원사업) 나주 나빌레라 센터와 연계한 시민 참여형 문화 예술 프로그램 제작지원사업 연계

(4) 주요 이해관계자

- (나주시) 나주시 주요 일자리 창출 관련 담당 부서
- (시민단체) 교육사업, 창업지원을 위한 협력 대상

(5) KCA의 역할

- (ICT 인프라 구축 등 지원) 지자체와 협력하여 레지던스 공간에 클라우드 인프라를 구축하는 등의 지원
- (ICT 교육사업 지원) 주부, 청년 대상 교육프로그램 제공, 학생 및 일반인 대상 방송프로그램 제작 등을 통해 전문인력양성 사업 지원

(6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획, MOU 체결
- (2단계 : 2020~2021) 창업지원센터 개소 및 교육
- (3단계 : 2022~) 일자리 매칭

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	3	3	5	5	
세부 내용	사업기획 MOU체결	관련 실태조사	창업지원센터 개소/교육사업	취업연계 창업지원	취업 및 창업 지원 확대	

### 사업안 3. 광주 광산구 연계 ICT문화콘텐츠 일자리 창출 지원사업

(주관부서 : 사회적가치추진팀)

#### (1) 사업 필요성

- 광주 광산구는 민선7기 개막과 함께 △빛가람 혁신도시 공공기관들의 사회적가치 확산 연계·활용, △ 2019년 세계수영대회를 계기로 한 지역경제 활성화와 도시마케팅, △1913 송정시장을 비롯한 지역 상권 활성화, △청소년대상 야호센터의 메이커스페이스 조성 등의 시책을 가장 활발하게 추진하고 있는 상황인 바, 광산구와의 연계·협력형 일자리창출 사업을 적극 추진
  - － 광산구는 이미 민선 5,6기를 거치면서 사회적경제 활성화 선도 지자체로 자리매김해 오고 있고, 현대카드와의 협력을 통해 1913송정시장 활성화 성과를 거둬
  - － 민선 7기 구청장의 혁신적이고 적극적인 마인드, 광산구 공무원들의 의욕과 노력, 그리고 사회적경제 지원체계 등이 강점인 지자체임
- 현재 광산구가 자체적으로 적극 추진하고 있는 주요 사업과의 연계·협력을 통한 일자리창출 사업을 시도
- (사업형태 및 방식) 광주 광산구 차원의 '지역특화형 창업 및 일자리 창출사업'과의 협력을 통한 특성화 및 차별화된 일자리창출 사업 추진을 공식화
  - － 광산구의 일자리창출 관련 주요 프로젝트로는 ...
    - － ① 1913 송정시장 활성화 차원의 1인미디어센터 구축 및 문화콘텐츠 개발 사업
    - － ② 2019 세계수영대회 대비 지역경제활성화-일자리창출-도시마케팅 추진
    - － ③ (우산동) 야호센터의 청소년대상 메이커스페이스 구축 및 창업교육
    - － ④ 사계절 꽃피는 광산 프로젝트를 통한 노인일자리창출 및 지역대학 연계
    - － ⑤ 지역 대학의 예술-문화콘텐츠 관련 학과 및 대학기업 연계 창업 활성화
- 광산구로서는 KCA의 일자리창출사업 및 지역사회와의 상생·협력에 대해 관심이 매우 높은 상황이며, 적극적으로 KCA의 역할을 요청할 준비에 착수한 상황
- KCA로서는 단기적인 가시적 성과를 확보하는데 가장 유리한 조건을 갖추고 있는 광주 광산구와의 협력을 통한 일자리창출 사업을 추진하는 것이 효과적

#### (2) 사업 내용

- (세부사업 1. 야호센터 메이커스페이스 지원기반 일자리 창출) 메이커 스페이스 기반 멘토 채용 지원 및 3D 프린팅 기반창업/기업성장 유도
- (세부 사업 2. 문화콘텐츠 관련 사회적 경제 기업 육성 지원) 광산구내 사회적 경제



기업과 연계한 일자리 창출

- (세부 사업 3. 1913 송정시장 활성화 및 세계수영대회 계기 활용 콘텐츠 일자리 창출) 광주 송정시장 활성화 콘텐츠 개발 및 관광상품 개발을 통한 지역 일자리 창출
- (세부 사업 4. 지역대학 및 대학기업 연계 창업 및 성장지원) 광산구 문화예술 콘텐츠 학과 및 링크사업단과 연계한 일자리 창출

구분	일자리목표				비고
	2018	2019	2020	합계	
야호센터 메이커스페이스 지원 기반 일자리창출	3명	5명	7명	15명	메이커스페이스 기반 멘토채용 지원 및 3D프린팅 기반 창업/기업성장 유도
문화콘텐츠 관련 사회적 경제 기업 육성 지원		10명	15명	25명	광산구내 10여개 문화콘텐츠관련 사회 적경제기업 존재
1913송정시장 활성화 및 세계 수영대회 계기 활용 콘텐츠 일자리창출	5명	40명		45명	콘텐츠 및 관광상품개발 지원사업 활성화를 통한 고용창출 효과
지역대학 및 대학기업 연계 창업 및 성장지원	3개	7개	5개	15개	광산구 및 광주지역 예술/문화콘텐츠 학과/링크사업단 연계 고용증가 유도(순증가) 광산구 및 광주지역 예술/문화콘텐츠 학과/링크사업단 연계 고용증가 유도(순증가)
지역대학 및 대학기업 연계 창업 및 성장지원	5명	20명	20명	45명	

- 2018년 하반기의 시범 선도사업 형태의 협력을 통해 18명 정도의 고용을 창출하는 방안 추진 → 야호센터의 메이커스페이스 구축 및 운영사업부터 추진 : 메이커스페이스 구축 및 운영 내실화를 위한 교육-멘토-3D프린팅 활용 인력 배치
- 광주 광산구가 2019년 세계수영대회 준비 차원의 지역상권활성화와 도시마케팅, 이를 위한 도시경관정비와 1913 송정시장-첨단상권 등에 관한 기반조성 사업을 10월부터 추진할 계획 → 광산구 관내의 남부대-광주여대-호남대-보건대 등의 예술/문화콘텐츠 관련 학과를 비롯해 전남대-조선대-광주대 등의 링크사업단 및 대학기업 등의 참여를 추진할 예정
- 1913 송정시장 역시 1인미디어센터 및 데이터프리존 등의 신설을 통해 ‘추억/향수 위주로부터 문화(콘텐츠)과 스토리가 있는 시장으로의 전환’을 추구할 예정
- 위와 같은 다양한 형태와 수준의 시책사업들은 광산구의 주도적 추진 및 관련 예산투입이 기본이 될 것이나, 광산구는 상당부분을 공공기관 및 민간기업의 사회적가치확산과 연계해 소기의 성과를 확대하겠다는 의도

(4) 주요 이해관계자



- (광산구청) 주요 사업추진 주체
- (광산구 사회적 경제주체) 지원대상 및 협력 기관
- (광산구 소재 대학 및 대학기업) 방송,통신,전파,문화콘텐츠 관련 학과

#### (5) KCA의 역할

- 2018년에는 KCA의 지역사회 상생·협력 사업 차원 사회적가치 확산 사업의 일환으로 참여 → 2019년부터 방송·통신 콘텐츠 개발 지원사업의 일부를 광산구와의 협력형 사업에 지원 할애
- 2018년은 광산구의 직접 인건비 지원 & KCA의 시설/장비 일부 지원과 운영측면에 대한 지원역할 담당 ... KCA의 사회적가치확산형 CSR 차원으로 일차 추진
- 광산구는 KCA가 일차적으로 야호센터 메이커스페이스 조성 사업에의 참여와 지원부터 원하는 상황 → 전국 타지자체의 사업대비 차별성과 단순 청소년교육을 넘어선 3D프린팅 기반의 상품개발과 창업 활성화를 추구 ... KCA의 전문성과 인력, 네트워크를 활용한 직·간접 지원 추진
- 1913 송정시장을 포함한 세계수영대회경기 지역경제활성화(상권/거리 활성화+창업/일자리창출+관광상품) + 도시마케팅 (부대행사)등을 자체적으로 준비 → 광산구는 KCA가 세계수영대회 경기장-송정역-첨단지역 등 주요 거점예의 ICT홍보 테마 존(zone)운영, 문화콘텐츠 & 관광상품 개발, 1인미디어센터 등에 관한 협력과 지원을 요망

#### (6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획 및 MOU 체결
  - 사업계획 수립
  - 광산구와 MOU체결
- (2단계 : 2020~2021) 메이커스페이스 지원, 송정시장 활성화 지원
  - 야호센터 메이커스페이스 콘텐츠 및 인력 지원
  - 송정시장 활성화 관련 1인미디어센터 및 데이터프리 존 신설
- (3단계 : 2022~) 취업 및 창업 지원 연계
  - 창업 지원

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	13	65	42	20	20	
세부 내용	사업기획	세계수영선수권대회 연계	카페 활성화	취업연계 창업지원	취업연계 창업지원	

#### 사업안 4. 광주 서구 시니어클럽 연계 시니어 ICT일자리 창출 사업

(주관부서 : 사회적가치추진팀)

##### (1) 사업 필요성

- 광주 서구 시니어클럽은 노인층 일자리창출 사업을 적극적으로 수행하는 전문 주관기관이며 2018 노인일자리 및 사회활동지원사업 관련 예산 40억5천만원, 일자리수 1,361명을 목표로 함
- 그러나, 노인빈곤층 문제 해결 위주의 아파트 경비 인력 파견 사업과 시장형 사업 위주의 일자리창출 사업이 주를 이루고 있고, 노인 소일거리 위주의 사회적서비스 분야의 공익활동 지원이 절대부분을 차지
- 광주 서구 시니어클럽의 고유사업으로 추진 중인 시험감독관파견사업의 경우, 전직 교사출신 등 고학력 시니어대상 사업으로 만족도가 높고 호평을 받고 있는 사업임
- 시니어클럽 관계자는 지난 4차포럼 때 참석해 노인층 역시 인터넷, 모바일 사용이 가능하고 교육과 문화 콘텐츠에 대한 관심도가 높은 만큼, 그러한 기대와 수요를 충족할 만한 여건만 된다면 시니어대상 ICT 문화콘텐츠 개발 및 서비스, 교육 등에 관한 일자리창출 사업 추진 의지를 밝힘

##### (2) 사업 내용

- (사업형태와 방식) 시니어클럽의 노인일자리창출 사업의 일환으로 ICT 「문화콘텐츠 일자리」창업활성화 사업을 추진
  - 2018년 사업내용과 예산이 확정된 상황인 바, 2018년 내 사업 기획 및 서구관내와 유관기관의 협조를 통해 광주시구 노인 ICT「문화콘텐츠 역량강화 교육부터 착수
  - 광주 서구 관내 노인층의 정보화 활용「전문능력에 관한 실태조사와 교육-일자리-창업 관련 의향조사부터 착수해 즉시 일자리 구직과 창업가능 노인층이 있을 경우 창업지원교육으로 돌입 → 광주 서구 및 광주시와의 협의를 통해 광주 지역 시니어대상 호남역사「문화 관련 콘텐츠 제작 공모전과 광주지역 ICT 능력경진대회 등의 시범 개최를 통해 지역 내 시니어층의 관심을 유도
  - 광주 서구 시니어클럽은 사업기획서를 토대로 빛가람혁신도시 공공기관에의 지역사회 상생「협력 사회적가치 확산사업의 유치를 타진
  - 이와 더불어, 광주지역 및 전국의 민간기업의 CSR활동과 연계해 광주 서구 시니어클럽 사업모델에 대한 지원을 추진 → 시니어클럽이 주관하는 시니어 ICT「문화콘텐츠 기업 창업 지원 및 시니어 ICT·문화콘텐츠 역량 강화 교육사업 지원에

착수

- 광주 서구와의 협의를 거쳐 2019년 <시니어 ICT「문화콘텐츠 일자리」창업 활성화 지원사업>을 정식 편성 → 시니어클럽에의 위탁사업 및 역량강화와 사업기회 확대를 위한 콘텐츠개발 공모전과 개발지원사업을 병행 신설
- <시니어 ICT「문화콘텐츠 일자리」창업 활성화 지원사업>은 1인 미디어1인기업-사회적기업/협동조합 형태-취업형으로 구분, 콘텐츠개발-콘텐츠서비스-교육 및 지역사회서비스 등의 구분을 병행
- 광주 서구 시니어 클럽은 ICT「문화콘텐츠 관련 공공기관, 민간기업, 교육관련 기관/기업 및 전문능력을 보유한 개인 등으로 구성된 멘토단을 구성해 운영

(3) 세부 추진 방안

- (사업목표 및 규모) 2018~20년 3개년동안 1단계 사업 차원으로 150명의 일자리 창출을 목표로 설정

구분	일자리목표				비고
	2018	2019	2020	합계	
시니어 ICT「문화콘텐츠 시간선택제 일자리창출	2명	8명	10명	20명	광주서구 및 시니어클럽, 주요 유관 기관「기업의 시범사업 일자리창출 차원
시니어 ICT「문화콘텐츠 교육강사 파견 사업	-	20명	30명	50명	광주서구 등 광주시내 5개구청 및 광주교육청 연계 코딩 등 교육강사 양성 및 파견
시니어 ICT「문화콘텐츠 창업 지원사업	3명	17명	30명	50명	콘텐츠 및 관광상품개발 지원사업 활성화를 통한 고용창출 효과
노「장」청 협력형 지역특화 ICT「문화콘텐츠 창업 지원사업		5개	10개	15개	시니어클럽의 기획에 의한 광주지역 특화형 사회적경제 창업활성화 사업 기획
노「장」청 협력형 지역특화 ICT「문화콘텐츠 창업 지원사업	-	10명	20명	30명	시니어클럽의 기획에 의한 광주지역 특화형 사회적경제 창업활성화 사업 기획

- 2018년 하반기 광주 서구 시니어클럽의 관련 사업 기획 및 사업추진 기반 구축 차원의 업무를 신속하게 진행 → 사업 기획서 작성과 광주 서구 노인층 대상 정보화능력 실태 및 ICT「문화콘텐츠 관련 일자리」창업 관련 의향 조사 완료
- 광주지역내 및 전국 차원의 민간기업 사회공헌활동과 연계한 시설「인프라 지원 방안 가시화 및 멘토단 확보 → KCA의 선도적인 사업참여와 지원 약속 및 연차별 지원방안을 구체화하는 상호 협의 실시

- 시니어클럽의 시범사업 추진 및 교육기반 구축에 조기 착수 → 전문성과 실무능력을 갖춘 시니어분들의 사업기획 참여와 시간(선택)제 일자리 형태의 초기 사업을 가시화

○ (KCA와 광주서구 시니어클럽간 MOU 체결) 광주서구 시니어클럽 차원의 【4차산업시대형 시니어 ICT·문화콘텐츠 일자리·창업활성화 사업】에 KCA의 적극적 참여와 지원 활동 추진

- 광주 서구 시니어클럽의 ICT·문화콘텐츠 일자리·창업활성화예의 협력과 지원
- KCA와 광주서구 시니어클럽간의 지역 상생·협력 기반 사회적가치 확산 관련 협력에 관한 내용

○ (KCA의 역할범위와 수준) 2018년에는 KCA의 지역사회 상생·협력 사업 차원 사회적가치 확산 사업의 일환으로 참여 → 2019년부터 KCA의 시니어인력 시간제 채용 지원 및 방송·통신 콘텐츠 개발 지원사업의 일부를 광주 서구 시니어 클럽과의 협력형 사업에 지원 할애

- 방송·통신 분야 민간기업 및 기관의 광주 서구 시니어 ICT·문화콘텐츠 일자리·창업활성화예의 후원과 참여 유도를 위한 적극적 소통 역할 담당
- 본 사업을 통해 발굴된 개인-기업 차원의 문화콘텐츠의 질적 향상과 방송-통신용 서비스를 위한 개선-유통 채널 지원 역할 담당 → (예시)‘구수한 아재, 넉넉한 아짐의 남도맛집 탐방’등 다양한 소재-형식의 콘텐츠 개발 기획-제작-재가공 등의 지원 역할 체계 가동
- KCA의 인프라와 인력, 협력네트워크를 활용한 광주 서구 시니어클럽 사업과의 연계 확대에 역점 → 비즈니스 활성화와 인력의 활로를 터주는 역할에 역점을 두는 방식으로 대응

#### (4) 주요 이해관계자

- (광주 서구청) 주요 사업추진 주체
- (서구 시니어클럽) 사업 담당주체 및 협력 기관

#### (5) KCA의 역할

- (시니어클럽 관장과의 면담 추진 및 기본 협력 협의 신속 착수)

- 9월까지 실무적 협의 및 시니어클럽의 1차 사업기획을 완료하고 10월부터 실질적인 사업준비 작업에 착수
- 광주 서구청장을 비롯한 광주서구 관계부서와의 협의에 착수
- 9월부터 시니어클럽 차원의 광주서구 시니어층의 정보화 활용실태와 역량, ICT「문화콘텐츠 관련 일자리」창업 의향 조사 등을 적극 실시
- 광주 서구 및 유관기관, 기업 후원을 통한 시니어 ICT「문화콘텐츠 역량 경진대회 및 공모전 등을 추진 → KCA의 공모전 후원 적극 검토
- (광주서구 시니어클럽 실무진과의 긴밀한 협력체계 구축) 광주서구 시니어클럽 차원의 KCA와의 협력 및 지원 요청 준비 착수 조기 유도

#### (6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획
- (2단계 : 2020~2021) ICT문화콘텐츠 교육강사 파견, 창업지원
- (3단계 : 2022~) 창업지원사업확대

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	5	52	90	150	150	
세부 내용	사업기획	교육강사 파견사업 등	창업지원사업	창업지원사업 확대	창업지원사업 확대	

## 사업안 5. ICT 창업 빌리지 조성사업

(주관부서 : 사회적가치추진팀)

### (1) 사업 필요성

- (ICT 장점 활용 필요) ICT분야의 경우 개인작업 형태, 비교적 장기적인 작업, 공간의 제약이 덜한 업무라는 특징 때문에 장소적 제약이 적은 산업임
  - ICT 분야의 경우 장소적 제약, 시간적 제약이 가장 덜한 업무분야이며 프리랜서 중심의 일자리 창출이 효과적인 사업임
  - 동시에 다양한 분야로 접목되고 확장성도 큰 분야이므로 도심 중심의 업무구조가 아닌 농촌형 레지던스형 비즈니스 운영 가능
- (농촌형 휴식 및 업무 공간 개발) 도시를 벗어나 농촌에서 휴식을 겸한 작업을 할 수 있는 사업이므로 농촌지역에 ICT 전문인력 레지던스를 구축하고 공동작업 추진
  - 농촌형 지자체의 경우 도시의 우수한 인력이 지역에 정주하여 상업활동을 함에 따라 지역경제 파급효과를 기대할 수 있고,
  - ICT전문가는 지역에 정주하면서 휴양과 업무를 겸한 업무가 가능하므로 번 아웃 증후군을 겪고 있는 ICT인력들의 수요가 존재함
- (지역 레지던스 사업 연계) 일본의 경우 ICT 전문가 레지던스를 통해 지역 관광활성화, 지역산업육성 등을 성공한 사례가 있음
  - 일본의 경우 ICT기업의 연구소, 휴양을 겸한 교육을 농촌형 ICT 빌리지를 통해서 수행하고 있고, 이를 통해서 해당 기업과 지자체가 유기적으로 협력하여 지역경제 활성화에 기여하는 모델이 존재함
  - 따라서 도시에 위치한 ICT 기업과 농촌형 지자체 협력을 통한 상생형 지역발전 모델을 ICT산업을 통해서 구현할 수 있음

### (2) 사업 내용

- (세부사업 1. ICT 전문가 레지던스 사업) ICT 분야 퇴직인력이나 프리랜서들이 머물면서 작업할 수 있는 인프라를 구축하여 전문가 레지던스 사업추진
  - KCA 및 유관 업체 퇴직인력에 대한 레지던스 사업 기획
  - 전문가 레지던스를 통한 지역활성화를 위한 지자체와 MOU 체결
  - ICT기업업체 중 ICT 창업빌리지 조성사업 참여업체 모집

- (세부 사업 2. ICT 창업 빌리지 조성) ICT 관련 기업의 지역본부나 연구소 등을 지자체에서 유치하여 휴식과 업무가 동일한 공간에서 이루어질 수 있도록 추진
  - 화순군 등 지자체와 연계한 창업빌리지 조성
  - 전문가 및 업체 레지던스 사업 추진

### (3) 세부 추진 방안

- (1. ICT 퇴직자 및 프리랜서 연계 사업 기획, 2019) KCA, 지자체, ICT 기업간 협력을 통한 ICT 창업빌리지 조성사업 계획 수립
  - 협력대상 지자체 선정(화순군 등 협의 중)
  - ICT 기금 주요 기업 중 지역 레지던스 참여자 우대
- (2. ICT 전문가 레지던스 사업, 2020) ICT 분야 퇴직자나 프리랜서를 대상으로 전원생활 공간을 제공하고 공동업무를 할 수 있는 힐링형 업무공간 제공
  - 프리랜서 대상 시범사업 형태로 지역레지던스 사업 추진
  - 가족형 시범사업 추진(방학기간 중 추진)
- (2. ICT 및 콘텐츠 제작 교육사업 등, 2020) 퇴직자의 사회공헌활동이나 전문가의 관련 분야 교육을 통해 ICT 전문가 양성교육 추진
  - 지역사회와 협력하는 사회공헌 활동 및 교육사업 추진
- (3. ICT 창업 빌리지 조성, 2021) ICT 관련기업 지사설립이나 연구소 창업 등을 통해 해당 지역이 창업빌리지 형태로 발전할 수 있도록 추진
  - 지자체 유휴공간을 활용한 ICT 기업체 연구소나 교육센터 유치
  - 지역대학과 협력한 지역인재 채용형 경영 추진

### (4) 주요 이해관계자

- (지자체) 유휴공간 제공, 사업추진 주체
- (ICT 주요 기업) ICT 기업의 지사 및 연구소 설립 협력
- (ICT 분야 프리랜서) 교육사업, 레지던스 사업의 대상자

### (5) KCA의 역할

- (ICT 인프라 구축 등 지원) 지자체와 협력하여 레지던스 공간에 클라우드 인프라를 구축하는 등의 지원
- (ICT 교육사업 지원) 학생 및 일반인 대상 방송프로그램 제작 등을 통해 전문인력 양성 사업 지원

(6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획 및 레지던스 시범사업 추진
- (2단계 : 2020~2021) 지역협력 사업 추진, 레지던스 사업 확대
- (3단계 : 2022~) 기업 및 연구소 유치 등 추진

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	5	10	20	50	
세부 내용	사업기획	시범사업 추진	시범사업 확대	기업연구소 유치	기업유치 확대	



다) 공공기관 연계사업

사업안 1. 영상콘텐츠(유튜브) 제작 교육 및 창업지원사업

(교직원공제회연계)

(주관부서 : 콘텐츠산업진흥팀)

(1) 사업 필요성

- (UCC 활성화) 과거 콘텐츠 소비자가 이제는 직접적인 콘텐츠 생산자가 되고 있는 환경변화를 고려할 때 콘텐츠 제작을 통한 일자리 창출 가능성 확인
- (유튜브 마케팅 활성화) 최근 유튜브를 통한 마케팅이 활발해 지면서 다양한 형태의 고급 유튜브 제작 기술에 대한 수요가 커지면서 교육필요성이 높음
- (창업 지원 및 취업 연계) 영상콘텐츠 제작을 통한 창업 교육과 관련 기업체 취업을 위한 지원 필요

(2) 사업 내용

- (세부사업 1. 영상콘텐츠(유튜브) 제작 교육 사업) 대학생 및 경력단절 여성 대상 영상 콘텐츠 제작 교육을 통해 자신이 소비하는 콘텐츠 또는 상업용 콘텐츠 제작 기술 교육
  - 유튜브가 정식적인 미디어로 인정을 받지 못하고 있는 것이 사업의 한계이지만 일자리 창출 관점에서 새로운 비즈니스 모델을 KCA와 교직원공제회에서 공동으로 추진함으로써 일자리 창출 선도적 역할 담당
- (세부 사업 2. 영상콘텐츠 창업 활성화 지원사업) 피교육자를 대상으로 다양한 형태의 창업교육이나 관련 기업체 취업연계를 통한 일자리 창출 추진
  - 유튜브를 활용한 마케팅 광고 업체와 연계를 통한 취업활성화
  - 유튜브 연계 다양한 비즈니스 모델을 제시하여 개인 창업지원

(3) 세부 추진 방안

- (1. 사업기획 및 기관간 MOU 체결 2019) 교직원공제회와 공동으로 사업을 추진하기 위한 MOU 체결
  - 전반적인 교육비용, 공간제공 등은 교직원공제회에서 담당하며 KCA는 강사, 연계네트워크, 시범사업 추진 담당
- (2. 영상콘텐츠 기획 및 제작 교육, 2019) 영상콘텐츠 기획 및 제작을 위한 기초교육과 고급 제작기술 교육을 통해 전문인력 양성

- 피교육자 대상 교육과 함께 공모전을 통해 우수 기획콘텐츠 제작 지원
- 투자자 대상 설명회를 통해 추가 제작 지원 실시
- (3. 영상콘텐츠 제작 지원, 2020) 피교육자를 대상으로 영상콘텐츠를 제작하고 이를 다양한 채널을 통해서 공유하는 형태의 사업을 통해 사업화 가능성 검토
  - 유튜브를 공식 미디어로 인정하여 다양한 형태의 지원사업 추진
- (4. 영상콘텐츠 관련 창업활성화 지원, 2021) 피교육생을 대상으로 다양한 콘텐츠를 제작하고 이를 상업용 채널을 통해서 공급하는 일련의 과정을 통해서 전문가 창업형태 사업 추진
  - 유튜브 마케팅 업체 연계를 통한 취업지원
  - 다양한 비즈니스 모델 교육을 통한 피교육자 대상 창업지원 실시

#### (4) 주요 이해관계자

- (교직원공제회) 퇴직 예정 교직원 대상 영상콘텐츠 제작, 창업 교육 등을 연계함으로써 안정적인 교육 수요 확보
- (콘텐츠 수요 업체) 다양한 형태의 영상콘텐츠를 상업용으로 구매하는 기업체와 연계를 통한 취업 및 창업 추진

#### (5) KCA의 역할

- (영상 기획 및 제작 관련 교육) 대학생, 경력단절여성, 퇴직 예정자를 대상으로 하는 영상콘텐츠 기획 및 제작 교육 운영
- (플랫폼사 연계를 통한 비즈니스 모델 설계) 개인이 제작한 콘텐츠를 플랫폼사와 연계하여 수익을 창출할 수 있도록 네트워크 구축

#### (6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획 및 기관간 MOU 체결
- (2단계 : 2020~2021) 관련 교육 및 공모전 추진, 제작지원 사업
- (3단계 : 2022~) 제작지원 확대, 취창업 지원

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	3	10	20	50	
세부 내용	사업기획	기관간 MOU 시범사업 추 진	교육실시	교육 실시 제작지원사업 연계	취업연계 창업지원	

## 마. KCA 인프라 활용 전략

### 1) 주요 사업 개요

#### 가) 물적 인프라 활용

- 사업안 1. 글로벌 스타 방송콘텐츠 발굴 육성 프로젝트(빛마루방송지원센터)
- 사업안 2. 빛마루 오픈 캠퍼스 맞춤형 취업 연계사업(빛마루방송지원센터)
- 사업안 3. 송파 청년창업지원센터(사회적가치추진팀)
- 사업안 4. 미래 전파체험 교육센터 운영사업(검사기획팀)

#### 나) 인적 인프라 활용

- 사업안 1. ICT 기금 수혜기업체 대상 일자리 매칭 지원사업 (기금성과평가팀)

### 2) 세부 사업 내용

#### 가) 물적 인프라 활용

#### 사업안 1. 글로벌 스타프로그램 발굴 육성 프로젝트

(주관부서 : 빛마루방송지원센터)

##### (1) 사업 필요성

- (체계적인 시장진출 지원 필요) 기업의 성장주기를 고려하여 창업단계, 초기시장 진출 단계, 국내시장 안정화단계, 글로벌시장 진출단계 등 체계적인 기업지원 프로세스 구축 필요
  - 기업의 일자리 창출 지원사업의 효과를 높이기 위해서는 기업성장단계를 고려한 사업지원이 필요하며,
  - 현재 대부분의 창업지원이 창업단계, 초기단계에 집중되어 있는데 지원대상 기업의 특성을 고려할 때 이러한 형태의 창업지원사업의 파급효과는 크지 않음
  - 일정 수준이상의 기업을 대상으로 해외 시장 진출을 목표로 한 프로그램 발굴 지원을 통한 일자리 창출 사업 필요
- (기업성장단계를 고려한 보유 인프라의 체계적 활용 필요) SMC-송파 창업 보육 센터-빛마루방송지원센터가 연계되어 글로벌 시장에서 경쟁력을 갖춘 기업체로 육성하기 위한 맞춤형 지원 필요
  - 현재 KCA의 SMC, 송파창업보육센터, 빛마루방송지원센터가 지원대상에 차이

가 없고, 단계별 특성을 고려한 지원이 이루어지지 않으면서 중복지원의 문제가 나타나고 있고, 효과도 크지 않음

- SMC 입주기업 중 역량 있는 기업을 대상으로 초기부터 해외시장을 목표로 한 스마트미디어 프로그램 개발 지원사업을 통해 새로운 사업모델 발굴 필요

○ (글로벌 스타 방송콘텐츠 발굴 지원 사업 필요) 동시에 초기부터 글로벌 시장을 타깃으로 한 스타 프로젝트 발굴 지원을 통해 시장자체의 확대가 필요함

- 스타프로젝트는 국내 및 해외사업자와 초기부터 대규모 프로젝트를 기획한 사업에 대해서 적극적으로 지원함으로써 스마트미디어 기업을 글로벌 경쟁력이 있는 기업으로 육성하는 것으로 목표로 추진하는 것임

## (2) 사업 내용

○ (세부사업 1. 글로벌 스타 프로그램 기획 공모) 글로벌 시장을 선도할 수 있는 프로그램 기획 공모 추진

- 사업 기획 자체가 해외 시장을 목표로 하는 방송 등 프로그램 개발사업을 지원 대상으로 하는 사업임
- 기획, 제작, 판매까지 일련의 모든 프로세스에 있어서 협력네트워크를 구축한 기업체를 대상으로 해외시장을 목표로 선택과 집중형태로 지원하는 형태의 사업임

○ (세부사업 2. 글로벌 스타 프로그램 발굴육성) SMC 입주기업 컨소시엄을 통해 글로벌시장을 선도할 프로그램 발굴 사업

- 개별 기업이 아닌 기업 간 컨소시엄을 적극적으로 유도하여 규모 있는 사업이 추진되도록 유도
- 동시에 일자리 창출을 지원대상 프로그램 선정의 가장 중요한 요소로 설정하여 일자리 창출형 글로벌 시장진출 프로젝트로 유도 필요

## (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

○ (1. 사업 기획 및 인프라 구축) 기획초기부터 국내시장이 아닌 해외시장을 타깃으로 하는 프로그램 기획 공모

- SMC 입주기업 중 역량 있는 기업이 적극적으로 참여할 수 있도록 추진

○ (2. 글로벌 시장 타깃 프로그램 기획 공모) 기획초기부터 국내시장이 아닌 해외시장을 타깃으로 하는 프로그램 기획 공모

- (3. SMC기업, 플랫폼사 컨소시엄 지원) 공모사업을 통해 선정된 프로그램에 대해서 제작사와 플랫폼사가 컨소시엄을 구성하여 글로벌 스타프로그램 발굴 제작 사업 추진
- (4. 글로벌 스타프로그램 해외진출 지원) 해외방송사, 플랫폼사와 협력을 통해 국내기업의 해외시장 진출 지원

#### (4) 주요 이해관계자

- (국내 전체 기업체) 선택과 집중형태의 대규모 지원사업을 통해 국내 주요 기업체들이 참여할 수 있는 프로그램 개발
- (해외 주요 플랫폼사) 초기부터 해외 기업체와 연계를 통한 사업을 통해 해외시장 진출을 염두에 둔 기획 및 제작 추진

#### (5) KCA 역할

- (글로벌 타깃 프로그램 기획 공모) 컨소시엄 등을 통해 해외시장 진출을 목적으로 하는 프로그램 공모 추진
- (글로벌 스타 프로그램 발굴지원 공동 지원) 글로벌 시장을 선도하는 프로그램 개발을 위한 공동지원
- (민간기업 연계를 통한 취업 및 창업) 사업을 통해 기획인력의 민간기업 취업 및 창업 지원

#### (6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획, 사업공모 및 지원
- (2단계 : 2020~2021) 글로벌 스타프로젝트 사업 확대
- (3단계 : 2022~) 해외 인력진출 추진 및 취업 연계 등 추진

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	10	20	40	100	
세부 내용	사업기획	공모사업 추진	사업확대	사업확대	글로벌 대표 기업 육성	

## 사업안 2. 빗마루 오픈 캠퍼스 맞춤형 취업 연계사업

(주관부서 : 빗마루방송지원센터)

### (1) 사업 필요성

- (차세대 방송인력) KCA는 빗마루방송지원센터를 통해 대학생을 대상으로 영상제작 실습교육을 실시하고 해당 학점을 부여하고 있음
- (취업연계 교육 필요) 오픈 캠퍼스를 통해 단순 현장실습 능력이나 학점부여를 넘어서서 SMC 기업체, 입주기업체와 공동프로젝트를 할 수 있도록 취업 연계형 오픈 캠퍼스 운영

### (2) 사업 내용

- (세부사업 1. 오픈 캠퍼스 우수프로그램 기획안 발굴 사업) 방송 제작부문과 기획 부문을 구분하여 기획 특화 프로그램 운영하고 우수 기획안에 대한 방송제작 지원
- (세부 사업 2. 빗마루 오픈 캠퍼스 취업 연계 프로그램 운영) 방송기기 체험이나 제작 프로세스 이해를 넘어서 기업체와 공동으로 프로젝트 제작에 참여하는 취업연계형 프로그램 운영

### (3) 세부 추진 방안

- (1.사업기획 및 MOU 체결, 2018) 방학기간이나 학기 중 교육이 아닌 6개월이나 1년 전도의 프로그램 기획 전문과정을 통해 프로그램을 기획하고 우수 프로그램에 대한 제작지원 실시
- (2. 우수 프로그램 선정을 위한 교육, 2019) 방학기간이나 학기 중 교육이 아닌 6개월이나 1년 전도의 프로그램 기획 전문과정을 통해 프로그램을 기획하고 우수 프로그램에 대한 제작지원 실시
- (3. 프로젝트 참여형 오픈 캠퍼스 운영, 2020) 교육 이후 입주기업 제작 프로그램에 실제 참여하고, 해당 기업체에 취업과 연계될 수 있는 실질적 지원 사업 추진
- (4. 취업연계 및 창업지원, 2021) 우수 프로그램 기획안에 대한 지원사업을 통해 창업을 연계하고, 프로젝트 참여자에 대해서는 해당 기업에 취업을 연계하는 실질적인 일자리 창출형 프로그램 운영

### (4) 주요 이해관계자

- (관련 대학교) 학점인정 과정이 아닌 취업 연계 과정을 운영할 수 있는 전문학과를 중심으로 연계 필요

- (빛마루방송지원센터) 센터 내 중계차나 편집실 체험이 아닌 해당 기기 활용 교육 이후 실제 기업체에서 관련 업무를 수행할 수 있는 형태의 교육과 프로그램 운영 필요

#### (5) KCA 역할

- (취업연계형 교육 과정 운영) 장기 교육 과정, 기업체 인턴십 과정 등을 통해 실제 취업과 연계된 교육과정 운영
- (우수 프로그램 제작지원) 프로그램 기획안 중에서 우수 프로그램에 대해서는 제작 지원 사업 연계
- (취업 연계 및 창업 지원) 교육프로그램에 참여한 학생을 대상으로 취업연계와 창업지원 프로그램 지원

#### (6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획 및 MOU 체결
- (2단계 : 2020~2021) 취업연계를 통한 일자리 창출
- (3단계 : 2022~) 창업지원 본격 추진

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	10	50	80	100	
세부 내용	사업기획	교육추진	프로젝트 참여 오픈캠퍼스	사업확대	사업지속추진 창업지원	

### 사업안 3. 송파 청년창업지원센터 글로벌 진출 지원 사업

(주관부서 : 사회적가치추진팀)

#### (1) 사업 필요성

- (청년창업지원센터 운영) IT벤처타워에 송파 ICT 청년창업지원센터 구축을 통해 업무 공간 제공 등 창업지원 추진
- (SMC와 연계성, 차별성 필요) SMC 연계성 등을 고려하여 입주기업의 수준과 지원내용에 있어서 차별화된 접근 필요
- (공간지원 이외 사업 필요) 단순 업무공간 제공 수준의 사업이 아닌 실질적인 일자리 창출 효과가 발생하는 공간으로 활용 필요

#### (2) 사업 내용

- (세부사업 1. 성장지원형 지원센터 운영) 창업단계의 기업이 아닌 SMC 우수기업 유치를 통한 성장지원형 지원센터 운영
- (세부 사업 2. 일자리 창출형 지원사업 추진) 공간활용에서 VC 매칭, 글로벌 로드쇼, 글로벌 프로그램 제작지원 등 글로벌 시장 진출을 위한 지원사업 추진

#### (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

- (1. 사업기획 및 송파구청 MOU체결, 2018) 송파구청과 KCA간 업무 협력에 관한 협약체결
- (2. SMC입주기업 중 우수기업 선정, 2019) 송파 청년창업지원센터는 SMC 입주기업과 차별화된 글로벌 시장을 타깃으로 하는 우수기업 중심으로 입주하도록 차별화
- (3. 일자리 창출을 위한 특화지원사업 연계, 2020) KOTRA 해외시장 진출지원사업, K-Global 지원사업 등 글로벌 시장진출을 위한 특화지원사업 연계를 통한 실질적인 성과 도출)
- (4. 일자리 성과 연동형 지원사업 운영, 2021) 지원사업에 있어서도 일자리 창출 성과를 바탕으로 지원규모와 지원사업 연동

#### (4) 주요 이해관계자

- (벤처캐피탈 등 투자업체) 글로벌 시장진출 등을 위한 프로그램 제작지원 등을 목적으로 사업체 대상 투자유치 지원
- (글로벌 진출 지원기관) 해외 시장 진출을 위한 사업 지원



(5) KCA역할

- (공간 제공 및 지원 기관 연계) IT벤처타워 공간 제공, 벤처캐피탈 연계, 투자설명회 등을 통해 실질적인 성과 도출 추진
- (글로벌 시장진출 지원사업) SMC 입주기업 등과 함께 글로벌 시장진출을 위한 특화사업을 개발하여 지원

(6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획 및 입주기업 선정
- (2단계 : 2020~2021) 글로벌 진출 지원 등 일자리 성과 연동 지원
- (3단계 : 2022~) 글로벌 지원사업 확대 등을 통한 일자리 창출 성과 확대

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	20	20	40	50	
세부 내용	사업기획	입주기업 모집	특화지원사업 연계	특화지원사업 연계 확대	사업성과 확 대	

#### 사업안 4. 미래 전파체험 교육센터 운영사업

(주관부서 : 감사기획팀)

##### (1) 사업 필요성

- (전파에 대한 이해도 제고 필요) 일반국민들은 전파의 가치보다는 전파의 유해성에 대한 인식이 강하고 전파의 종류에 대해서도 이해가 부족함
- (전파 체험 교육센터 운영) 수도권 또는 나주본원에 전파 관련 체험 및 교육센터를 구축하여 일반국민의 인식개선 필요
- (체험 교육센터를 통한 일자리 창출) 체험교육 센터 운영을 통한 일자리 창출

##### (2) 사업내용

- (세부사업 : 미래 전파체험 교육센터 구축 및 운영) 전파의 원리, 전파 활용, 전파의 유해성 등을 교육하고 체험할 수 있는 공간 구축

##### (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

- (1. 사업기획, 2019) 전파 가치 체험센터 계획 수립
- (2. 전파 가치 체험센터 운영, 2020) 전파의 개념, 원리, 가치 등을 체험하고 관련 상품 등을 구입할 수 있는 테마파크형 공간 구성
- (3. 전파교육 센터 운영, 2020) 전자파 측정 등을 위한 교육센터 운영

##### (4) 주요 이해관계자

- (전파 관련 기관) 전파진흥원, 전파협회 등과 협력 필요
- (전파 전문기업체) 체험센터, 교육센터 이용 업체

##### (5) KCA 역할

- (전파 체험 및 교육 관련 사업기획) 전파 관련 전문기관으로서 전파의 가치 중심의 홍보 교육관 사업 계획 수립
- (전파 관련 체험 및 교육 운영) 일반국민 대상 전파에 대한 체험 및 교육
- (기업체 매칭 지원) 관련 기업 연계

##### (6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업계획 수립
- (2단계 : 2020~2021) 체험센터와 교육센터 설립 및 운영

○ (3단계 : 2022~) 센터 활성화를 통한 일자리 창출

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	10	14	20	30	
세부 내용	사업기획	공간구성	센터 운영	센터 활성화	센터 활성화 및 파생사업 추진	

나) 인적 인프라 활용

사업안 1. ICT 기금 수혜기업체 대상 일자리 매칭 지원사업

(주관부서 : 기금성과평가팀)

(1) 사업 필요성

- (기금 지원 대상 기업체) ICT 기금을 통해 실질적인 수혜를 받는 기업이 1000개 기업이 넘고, 주요 기업들이 기술력과 재무구조가 안정적인 기업체들임
- (구인-구직관련 정보의 비대칭성) 해당 기업체에 대한 정보가 부족하고 기업규모만을 고려하면서 구인난이 가중되고 있어서 기업에 대한 정보제공을 통한 정보의 비대칭성 해결 필요
- (일자리 매칭 지원 필요) 구인구직 매칭 플랫폼을 활용한 일자리 창출 기업에 대해서는 ICT 기금 지원 시 가점제 등 고려 필요

(2) 사업 내용

- (세부사업 1. ICT 기금 수혜기업 온라인 플랫폼 구축) ICT 기금 수혜기업의 일반정보, 구인정보, 연봉 등 조건 등을 공개하여 구직자들에게 관련 기업에 대한 정확한 정보 제공
- (세부 사업 2. 방송통신전파 잡 페어) 방송통신 전파 관련 기업체와 구직자들을 대상으로 특정분야 잡 페어를 개최하여 오프라인 일자리 매칭 활성화

(3) 세부 추진 방안

- (1. 사업기획 및 업무협력, 2018) 사업기업 및 ICT 기금 수혜기업 대상 사업 수요 파악
- (2. 온라인 플랫폼 구축, 2019) ICT 기금 수혜기업을 중심으로 일자리 매칭 플랫폼 구축
- (3. 오프라인 잡 페어 연계, 2020) 방송통신전파 관련 구인-구직 잡 페어 개최

(4) 주요 이해관계자

- (방송통신 전파 분야 구직자) 방송통신전파 관련 구직자
- (관련 기업체) ICT 기금 수혜 기업체 1000개 내외

(5) KCA 역할

- (ICT 기금 수혜기업 정보 조사) 관련 기업체 조사

- (방송통신전파 구인구직 플랫폼 구축) 온라인 플랫폼 구축
- (방송통신전파 잡 페어 개최) 특정 분야 잡 페어 개최

(6) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획 및 차세대 한류콘텐츠 공모전 추진
- (2단계 : 2020~2021) 우수 기획안 제작지원 및 해외 방송사 연계
- (3단계 : 2022~) 해외 인력진출 추진 및 취업 연계 등 추진

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	3	4	8	21	
세부 내용	사업기획	공모전 추진	2개 기획안 지원	4개 기획안 지원 취업연계	5개 기획안 지원 취업연계 창업지원	

## 다. 2019년 일자리 창출 핵심 사업안

### 1) 2019년 해외 방송프로그램 제작인력 양성사업

#### (1) 사업 추진 필요성

- (미얀마 방송제작 현실) HD방송을 도입한 상황이고 향후 UHD 도입을 위해서는 인력, 장비, 제작기술, IT기기 활용 등 많은 전문인력 필요
  - 미얀마는 정부(미얀마정보부)가 운영하는 국영방송텔레비전(MRTV)이 자체 제작한 프로그램과 외국 콘텐츠를 단순히 번역해 HD 형태의 프로그램을 제공하는 형태임
  - 2014년 한국전파진흥협회(RAPA)는 미얀마의 열악한 방송환경을 개선하고 국내 디지털방송 전환으로 인한 유휴장비 지원을 위해 미얀마 MRTV에 55인치 LED 모니터를 제공하는 형태의 장비 지원 ODA 사업을 추진한 경험이 있음
  - 미얀마에서 TV 보급률은 80% 이상이고, TV를 통한 정보 전달과 여가소비의 비중이 매우 큼에도 불구하고 관련 분야 전문인력 양성을 위한 계획수립이 미흡하고, 방송제작기술 또한 자체제작 형태로 운영되면서 독립제작를 찾아서 지원하기 어려운 측면임
- (미얀마 대상 방송장비 수출 경험) 우리나라의 경우 UHD 기술이 적용되면서 방송 제작을 위한 프로세스 자체가 변화하였고, 향후 미얀마에서도 UHD 기술 적용 시 관련 분야 인력 추진 필요
  - 앞에서 언급했듯이 2007년 국내 방송콘텐츠 기술이 국민의 높은 수준의 콘텐츠 제공필요성이 높아지면서 UHD 장비와 기기에 대한 높은 요구로 인해 급속한 방송관련 기술발달이 이루어지고 장비교체가 이루어지면서 충분히 활용가능한 장비들이 폐기되고 있는 실정임
  - 아시아 주요 중점 개발협력국의 경우 우리보다 방송장비, 제작기술이 낙후되어 있어서 우리나라 방송사 및 제작업체에서 활용하고 있는 장비들을 재사용할 수 있으므로 장비를 지원하고 동시에 해당 장비 활용인력의 해외 시장 진출 지원 필요
- (한국 방송관련 인력 구직 어려움) 한국 방송제작 관련 학과 및 민간교육 기관을 통해 배출된 인재들이 국내에서 구직활동의 어려움 발생

- 한국에서 방송프로그램 제작 전문인력은 대학과 민간 교육기관을 통해 매년 꾸준히 배출되고 있지만 상당수의 독립제작사들은 구인활동을 통해 우수한 인력을 얻지 못하고 있는 상황임
- 대학 등을 졸업한 인력들은 방송사와 우수 제작업체에 취업하기를 원하지만 방송국의 정규인력 채용은 줄어들고 있고, 대부분의 독립제작사가 영세성을 면치 못하고 있는 상황에서 우수한 신규 인력이 유입되지 못하는 등 방송프로그램 제작 관련 인력의 일자리 미스매치 현상이 커지고 있음
- 따라서 실무 능력을 갖춘 우수한 인력들이 외국에서 일자리를 찾을 수 있도록 지원하는 사업 필요

○ (한국 방송제작 기술 전파 : ODA 사업연계) 한국의 우수한 방송제작 기술을 중점 개발 협력국을 대상으로 전파함으로써 국내 기술의 해외진출과 관련기업의 해외 시장 진출 지원 필요

- 한국의 발전된 방송프로그램 기획 및 제작 기술을 국제개발원조 중점 개발 협력국을 중심으로 전파함으로써 기술이전과 개도국의 방송산업 육성 지원 필요
- 특히 해외 일자리 창출 관점에서 국내 방송인력의 해외방송프로그램 제작 시장 진출이 필요하고 미얀마 등 일부 지역의 경우 방송제작 기술에 대한 전문교육에 대한 수요가 있음

## (2) 사업 세부 내용

○ (세부사업 1. UHD 방송 제작 인력 초청 사업) 미얀마 UHD 방송기술 도입을 대비한 방송프로그램 제작인력 초청 기술교육 사업 추진

- 미얀마는 2012년 시장개방 이후 외국투자가 확대되면서 영국, 미국 등으로부터 방송콘텐츠를 접한 일반 국민들의 방송콘텐츠에 대한 눈높이는 높지만 국영 TV 방송국들의 방송콘텐츠 및 제작기술은 낙후된 상황임
- 특히 방송제작 전문인력 양성을 위한 기관(미얀마 미디어 개발센터: MMDC)의 전문성과 교육프로그램은 양질의 방송콘텐츠를 제작하기에는 미흡한 수준이므로 공적개발원조를 통한 역량강화와 우수한 콘텐츠 확산 필요
- 미얀마는 HD 기술을 도입하여 방송프로그램을 제작하고 있으며 향후 UHD 방송기술 도입 시 현재보다 높은 수준의 방송제작인력이 필요하므로 우리나라 UHD 방송제작관련 전문기술 전파 필요

○ (세부 사업 2. UHD 방송제작 교육강사 진출 사업) 미얀마 방송콘텐츠 제작센터에

국내 방송제작 강사 진출을 통한 해외일자리 창출

- 미얀마는 방송프로그램을 내부 자체제작 방식으로 진행하고 있는데 방송프로그램 수요 증가에 따라 외주제작이 확대될 것으로 예상됨
- 현재 방송전문인력 양성센터인 MMDC의 역할이 확대될 것으로 예상되므로 MMDC에 한국형 UHD 제작프로그램 과정을 개설하고, 제작과정에 대한 교육 지원을 통해 한국형 UHD 제작 기술 전파 필요
- 미얀마 방송제작 인력에 대한 교육이후 해당 인력이 업무로 복귀할 때 국내 방송제작 교육인력이 미얀마에 진출하여 일정기간 동안 제작지원 교육 등을 수행할 수 있도록 함으로써 방송제작 기술역량 제고 지원

### (3) 사업 추진 절차

- (1. 미얀마 UHD 방송제작 환경 조사, 2018) 미얀마 방송사, 방송제작기술, 방송 프로그램 제작환경 등을 조사하여 지원분야 및 내용 확정
  - UHD(Ultra High Definition) TV 방송서비스는 높은 화질과 초고음질을 통해 시청자에게 현장감과 사실감을 제공할 수 있는 실감 방송 서비스로서 3DTV와 스마트 TV에 이은 차세대 방송서비스임
  - UHDTV를 중심으로 한 UHD미디어 산업은 방송, 교육, 게임 등 다양한 분야에 서 활용되어 향후 미디어 산업 전반에 걸친 막대한 파급효과가 예상됨
  - UHDTV영상 제작은 제작 과정이 현재의 HDTV와 크게 다르지 않지만 초고화질의 사실감을 전달하기 위해서는 HD보다 더 많은 제작 요소의 차별성이 있어야 하며, 이를 위해서는 초고화질 카메라 제작 기술, 대용량 UHD 데이터의 저장 및 고속 전송 기술, 완성 프로그램 제작을 위한 새로운 편집기술등이 필요함
  - 현재 미얀마는 HD급 방송프로그램을 제공하고 있으며 프로그램 제작 기술, 제작환경, 관련 법에 있어서도 소비자들의 요구에 비해서 콘텐츠의 내용과 질에서 크게 미흡한 측면이 있음
  - 따라서 미얀마 방송사 현황, 방송제작 환경, 방송제작 관련 법제도 변화, 방송사 및 제작사의 제작환경 조사를 바탕으로 지원요청 분야 선정
  - 또한 미얀마 현지 HD 제작기술 현황 및 UHD 기술 도입 관련 정부정책을 살펴 보고 한국의 UHD 기술 도입 가능성 등 검토
- (2. 미얀마 방송제작 인력 환경 조사, 2019) 미얀마 주요 방송사, 방송제작기술, 방송프로그램 제작환경 등을 조사하여 지원분야 및 내용 확정



- 미얀마 방송제작 시스템은 자체제작이 대부분이고 내부 도제식 방송 제작 및 편집기술 교육 형태로 이루어지고 있음
- 2016년 경기도 국제개발협력사업의 일환으로 '아시아 3개국 방송종사자 역량강화사업'을 추진한바 있으며 미얀마 MRTV는 프로듀서 등 총 4명의 인력을 연수에 파견하였음
- 경기도는 방송제작 현지 컨설팅과 추가 교육을 실시하여 MRTV 방송제작을 지원하여 방송편집교육, 방송제작 기술을 전수한 바 있음
- 한국 PD교육원도 MRTV, MITV 등 미얀마 방송제작자들을 대상으로 40여명 내외의 방송제작 역량강화 프로그램을 현지에서 실시하고 있으며 현지에서 실무진을 중심으로 하는 교육 프로그램 확대를 요청한 상황임
- 현재 미얀마에서 이루어지고 있는 방송인력 교육사업은 현재 미얀마 제작 장비를 바탕으로 촬영, 편집 등 일부 기술을 전수하는 형태로서 과거 한국의 제작방식을 전수하는 형태로 추진되어 향후 기술발달을 반영하지 못하는 한계가 있음
- 따라서 먼저 미얀마 주요 방송사의 방송제작기술과 방송프로그램 제작환경을 조사하여 UHD 방송프로그램 제작을 위한 지원분야 및 내용 확정 필요

○ (3. UHD 제작 기술 전파 및 교육, 2020) 미얀마 주요 방송국을 대상으로 UHD 프로그램 제작 기술 교육

- 1주일 기간 동안 한국의 UHD 방송 프로그램 제작 기술을 설명하고, 교육을 통해 미얀마에 UHD 방송제작 가능성과 인력 수요를 검토
- MRTV, MITV 등 국영방송사를 중심으로 UHD 제작 프로그램을 설명하고 관련 장비 등을 우선적으로 지원하여 제작 기술 혁신의 필요성 설득
- 1주일간의 UHD 방송제작 인력 교육을 통해 향후 미얀마 방송제작 부문의 변화를 미리 경험하고 이를 방송사에 적용하기 위한 방안 모색
- 향후 빗마루 방송지원센터를 한국형 방송프로그램 제작을 위한 교육과 장비 수출을 위한 전진기지로 활용하고 미얀마에 대해서도 방송제작 전문인력 위탁교육 사업을 수행하고, 우리나라 방송제작 기술 전파

○ (4. 미얀마 미디어 개발센터 강사 위탁교육, 2020) 미얀마 미디어 개발센터(MMDC) 방송제작 강사 위탁교육 및 방송제작 교육프로그램을 MMDC 정규 과정으로 편입함으로써 해외 일자리 창출

- 현재 미얀마는 대부분의 방송을 자체제작하고 있는데 향후 방송프로그램 수요

- 가 확대될 경우 외주제작 등의 방식이 활발히 이루어질 것으로 예상됨
- 이를 위해서는 방송프로그램 제작 인력에 대한 수요가 확대될 것으로 예상되며, 현재 미얀마 미디어 개발센터(MMDC)의 역할을 확대될 것으로 예상됨
- 따라서 우리나라의 방송콘텐츠 제작 관련 기술 교육프로그램을 개발하고, 이를 미얀마 미디어 개발센터(MMDC)에 정규 프로그램으로 편입함으로써 해외 일자리 창출 추진
- 향후 미얀마 이외에 동남아시아 국가들을 대상으로 한 방송제작 전문인력 양성 및 해외진출 방송콘텐츠 제작 지원 사업을 공적개발협력 사업으로 추진

- (5. MMDC 정규과정 개설 및 실무 교육진 파견, 2021) 미얀마 방송제작 인력에 대한 교육을 통해 우리나라의 선진 방송제작 기술을 전파하고, 이를 통해 방송콘텐츠 관련 전문 인력의 해외시장 진출 지원
- 미얀마 방송콘텐츠 제작인력의 국내 초청 교육과 국내 방송 제작 전문인력의 미얀마 진출을 통한 해외 일자리 창출 추진
- 2017년 미얀마 방송법 개정 등으로 인해서 방송콘텐츠에 대한 수요가 확산되고 있고, 해외 방송콘텐츠의 유입으로 인해 주요 선진국의 방송콘텐츠 제작 기술에 대한 수요가 큰 상황

#### (4) 주요 이해관계자 분석 및 KCA 역할

- (미얀마 미디어 개발 센터 : MMDC) 2009년 국영 방송국과 민간 방송사들을 대상으로 방송관련 전문 인력을 공급하기 위한 목적으로 설립되어 미얀마 라디오 방송국, MRTV-4, 미얀마정부를 대상으로 숙련인력 공급
- 미얀마 방송인력 전문양성을 위해서 방송사들을 중심으로 수립된 기관으로서 현재 전문인력에 대한 교육 이외에 일반국민에 대한 교육까지 확대하고 있는 상황임
- 주로 강의형태의 이론 교육으로 진행되며 장비활용교육이나 구체적인 제작기술은 장비, 인력 부족으로 체계적으로 이루어지지 않고 있는 상황임
- (공적개발원조 교육기관 등록 및 사업추진) 공적개발원조를 통한 해외 기관 등 지원을 위해서는 관련 기관으로 등록하고 사업계획서 수립 필요
- 방송프로그램 제작기술을 해외에 공적개발원조 형태로 전달하기 위해서는 KCA가 공적개발원조 주요 사업주체로서 등록이 되어야 하며, 유사한 사업실적을 통해서 구체적인 사업계획서 작성 필요

- 타기관과 연계하여 빛마루 방송지원센터를 통한 미얀마 방송제작 전문인력 위탁교육 사업을 수행하고, 우리나라 방송제작 기술 전파의 전문기관으로서 위상 확보 필요

- (공적개발원조 사업수행) 방송관련 공무원교육, 전문가 기술교육 등을 수행하기 위해서는 세부 프로그램, 강사진, 숙박시설 등 전반적인 사업기반 마련 필요
  - 현재까지 필요에 의해서 한시적으로 방송제작 기술교육을 실시했다면 향후에는 KCA의 주요사업으로 글로벌 방송제작인력양성 지원사업분야를 주요한 사업영역으로 확대할 필요가 있음
  - 이를 위해서는 사업수행을 위한 법제도 근거 마련, 조직구성, 예산확보 등의 내부적인 노력이 필요함

#### (5) 연도별 성과 목표 및 소요 예산(안)

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획, 시장조사, 공적개발원조 사업 신청
  - 2018. 미얀마를 대상으로 방송제작 사업 현황 조사
    - 내부 인력 중심으로 미얀마 방송제작 시장에 대한 문헌조사 실시
    - 관련분야 전문가를 통한 사업 필요성과 타당성 검토
  - 2019. 미얀마방송제작기술 이전사업을 주요 공적개발원조사업으로 신청
    - 미얀마 방송프로그램 고도화 지원사업들 분석(경기도, PD교육원 등)
    - 미얀마 현지 방송국 및 MMDC 방문을 통한 협력체계 구축
    - 한국국제협력단(KOICA) 대상 사업설명 및 일자리 창출 협력 체계 구축
    - 전문기관을 통한 미얀마 방송프로그램 제작 실무인력 초청교육사업의 타당성 (F/S) 조사 실시
    - 미얀마 현지 방송국(MITV) 및 미얀마미디어 개발센터(MMDC)를 통한 공적개발원조 신청서 접수
- (2단계 : 2020~2021) 미얀마 대상 공적개발원조 사업 추진, 전문인력 해외 진출 등 공적개발원조 사업 확대
  - 2020. 미얀마 방송제작 기술인력 교육 지원사업 추진
    - MITV 및 MMDC 방송제작 인력 대상 1주일 연수 프로그램을 통한 UHD 프로그램 제작 관련 기술 연수 실시

- 미얀마 UHD 방송제작인력 현지 맞춤형 지원사업을 위한 사업타당성 검토
- MMDC를 통한 UHD 방송제작 지원사업 공적개발원조 신청서 접수
- 2021. 국내 방송제작전문인력 현지지원사업 추진
  - MMDC 맞춤형 교육프로그램 개발 및 방송제작 강사 파견 사업 추진

○ (3단계 : 2022~) 미얀마 이외 지역으로 공적개발원조 사업 확대

- 2022. 라오스, 캄보디아 등 아시아 주요 국가로 사업 확대
  - 한국형 UHD 방송제작 경험을 동남아시아 국가로 확대

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	1	3	10	12	30	56
사업 예산 (억원)	0	1	2	3	6	12
세부내용	사업기획	공적개발원조 사업 수요조 사	방송제작 기 술인력교육 추진	사업지속추진 및 해외시장 진출	라오스, 캄보 디아 지역으 로 사업확대	

## 2) 청년 방송인 취창업 연계 및 글로벌 진출 지원사업(빛마루방송지원센터)

### (1) 사업 필요성

- (빛마루방송지원센터 인프라 활용) 빛마루방송지원센터는 방송콘텐츠 제작과 일반인의 방송콘텐츠 제작 실무 등을 지원하고 있음
  - 빛마루방송지원센터 방송콘텐츠의 기획-제작-편집-송출-유통 등을 종합 지원하고 사무실 공간 대여를 통해 방송산업 육성에 기여하고 있음
    - 빛마루방송지원센터는 한-미 FTA에 따른 국내 콘텐츠 경쟁력 강화 및 디지털 방송 전면 실시를 대비하여 미래창조과학부와 문화체육관광부가 공동으로 구축하였음
    - 센터는 방송콘텐츠의 기획-제작-편집-송출-유통 등을 종합 지원하는 디지털 최첨단 방송제작시설로 일산 한류월드 내에 건립되었음
    - 센터는 기획(개발), 제작, 송출, 유통(활용), 기타시설을 갖추고 콘텐츠의 기획부터 활용까지 전분야를 지원하고 있음
    - 또한, 지상 9층부터 20층까지 총 12개 층에 각 층마다 임대사무실과 공용공간을 마련하여 기업지원 서비스를 제공하고 있음

〈표〉 주요 시설

	시설명	수량	세부 기능	규모
기획 (개발)	인큐베이팅	10실	아이디어의 실제구현, 콘텐츠 창작 등을 위한 지원 시설	100평
제작	스튜디오	6실	대형(500평) 1실, 중형(310평) 1실, 소형(150평) 1실	1,387평
	편집실	17실	HD종합편집실 7개, 개인편집실 10개	138평
	녹음, 더빙실	4실	5.1 CH 돌비녹음 및 음향 더빙	134평
	HD 중계차	2대	전국권 HD 제작, 송출지원(19톤, 5톤 각1대)	
송출	송출시설	15CH	15ro 채널의 콘텐츠를 플랫폼 사업자에 전송	15CH
유통 (활용)	포맷변환실	2실	국내외 OSMU를 위한 다기능 포맷변화 지원	30평
	스마트개발 지원실	1실	일방향 콘텐츠의 뉴미디어 플랫폼 구현 및 테스트 지원	63평
	아카이빙, 온라인 유통시설	각 1실	콘텐츠의 보존, 활용을 위한 데이터베이스 및 온라인 유통을 위한 시스템 지원	135평
기타	교육실	8실	콘텐츠 창작, 기획, 제작 신기술 등 교육 지원	136평
	체험관	2실	일반인을 위한 체험시설(체험마루, 3D체험관)	153평

〈표〉 층별 면적 및 시설현황

층 별	층별면적 (평)	시 설 현 황	비 고
지상 1층	1,463.68	로비, 스튜디오(대형), 체험마루, 분장실, 대기실, 세트실, 공용부 등	
지상 2층	946.27	스튜디오(소형A), 교육실, 기획회의실, 분장실, 대기실, 세트실, 공용부 등	
지상 3층	838.56	부조정실(대형,소형A), 음향더빙실, 녹음실, 교육실, 3D 체험관, 공용부 등	
지상 4층	581.12	기획회의실, 편집실(종합/개인), 컴퓨터그래픽실, 공용부 등	
지상 5층	1,448.26	스튜디오(중형), 스튜디오(소형B/소형C), 분장실, 대기실, 세트실, 공용부 등	
지상 6층	912.16	주조정실(송출실), 부조정실(중형/소형B/소형C), 포맷변환실, 회선조정실, 유통실	
지상 7층	802.62	스튜디오(소형D), 분장실, 대기실, 운영사무실, 대회의실, 다목적실, 공용부 등	
지상 8층	473.87	부조정실(소형D), 세미나실, 하늘공원(오픈스튜디오), 공용부 등	
지상 9층	258.53	임대 사무실, 공용공간(ELEV홀, 화장실, 공조실 등)	
지상10층	252.69	임대 사무실, 공용공간(ELEV홀, 화장실 등)	
지상11층	248.68	임대 사무실, 공용공간(ELEV홀, 화장실 등)	
지상12층	243.29	임대 사무실, 공용공간(ELEV홀, 화장실 등)	
지상13층	238.54	임대 사무실, 공용공간(ELEV홀, 화장실 등)	
지상14층	233.76	임대 사무실, 공용공간(ELEV홀, 화장실 등)	
지상15층	228.94	임대 사무실, 공용공간(ELEV홀, 화장실 등)	
지상16층	224.09	임대 사무실, 공용공간(ELEV홀, 화장실 등)	
지상17층	219.21	임대 사무실, 공용공간(ELEV홀, 화장실 등)	
지상18층	214.29	임대 사무실, 공용공간(ELEV홀, 화장실 등)	
지상19층	209.34	임대 사무실, 공용공간(ELEV홀, 화장실 등)	
지상20층	205.53	임대 사무실, 공용공간(ELEV홀, 화장실, 공조실 등)	
지상층 소계	10,243.44		

- (빛마루 영상캠프) KCA는 빛마루 영상캠프를 통해 일반인(대학생)이 방송콘텐츠 제작 경험을 쌓고 전문방송인으로 성장하는 것을 지원하고 있음
  - KCA는 매년 대학생들을 대상으로 3개월간 영상 제작과정을 통해 콘텐츠를 제작하고 심사를 거쳐 시상하는 빛마루 영상캠프 사업을 운영하고 있음
  - 본 사업을 통해 영상콘텐츠 제작에 잠재적 역량이 있는 대학생을 발굴하고 첨단 방송 제작시설과 전문가 멘토링을 통해 전문 방송인으로 성장할 수 있도록 지원하고 있음
  - 빛마루 영상캠프는 매년 10개 팀을 제작역량, 기획독창성, 방송적합성 등의 예선 심사를 통해 선정하여 각본, 연출, 카메라, 방송기술, 후반제작 5개 분야

의 멘토링 교육을 통해 최종적으로 팀별로 영상콘텐츠를 제공하는 사업을 추진하고 있음

○ (영상캠프 일자리 창출 효과 극대화) 영상캠프에 방송제작사, 국내외 방송사, 민간 기업들이 공동으로 참여하여 제작된 콘텐츠가 실제 송출되고 수익을 창출할 수 있도록 함으로써 일자리 창출 극대화 추진

- 대학생을 대상으로 하는 영상캠프는 일반인의 방송콘텐츠 제작 경험을 쌓는 목적에서는 우수한 프로그램이지만 일자리 창출효과로 연계되기는 어려운 상황임
  - 영상캠프를 통해 자신이 기획한 콘텐츠가 실제 제작과 편집과정을 통해 송출될 수 있는 경험을 한다는 점에서는 예비방송인 양성을 위해서 우수한 사업임
  - 하지만 해당 영상콘텐츠가 국내 및 해외 방송사를 통해서 송출되고 수익으로 연결되기까지는 사업성과 마케팅 등 추가적인 노력이 필요하고 이를 위해서는 관련 기업과의 협력이 필요함
  - 따라서 1회성 행사나 예비방송인 양성 사업이 대학생의 일자리 창출과 실질적으로 연계될 수 있는 보다 장기적이고 시장을 고려한 사업추진이 필요함
- 영상캠프를 일반인의 방송콘텐츠 제작경험을 쌓는 형태가 아닌 방송콘텐츠 사업 관련 다양한 이해관계자의 참여를 통해 수익을 창출하는 형태로 운영하여 일자리 창출 효과를 극대화하는 방향으로 전환 필요
  - 일반인(대학생)의 창의적인 방송기획과 방송제작사의 제작기술, 국내외 방송사의 콘텐츠 구매력, 민간기업의 마케팅 연계력을 조합한다면 기획된 콘텐츠가 실제 송출되고 수익을 창출할 수 있음
  - 따라서 영상캠프를 방송제작과 해외 수출과 연계하는 형태의 사업기획을 통해 방송관련 다양한 이해관계자가 참여하고 제작된 콘텐츠의 수준을 높일 수 있는 사업기획 필요

○ (창업 후 3년 후 방송제작사 지원 필요) 창업 후 3년이 지난 기업의 경우 일자리 창출 효과가 크지만 현재 이들 기업에 대한 지원필요성에도 불구하고 체계적인 지원이 이루어지지 않고 있음

- 대학이나 지자체에서 창업기업체를 대상으로 입주공간 지원사업 등을 하고 있으나 많은 경우 3년의 기한 동안 자립화를 통한 타공간 이주를 의무적인 규정으로 하고 있음
  - 우리나라 벤처기업의 3년 생존율은 38%이고, 창업기업 73%가 5년 내에 폐업



하는 것으로 나타나 3년에서 5년 사이에 있는 창업기업에 대한 체계적인 지원이 필요한 상황임

- 하지만 대학이나 지자체 창업보육센터에 입주한 많은 기업들이 3년 정도 입주기간을 넘으면 지원이 종료되어 공간을 이주해야 함
- 3년에서 5년 사이에 집중적인 지원이 이루어져야 하는 시점에 경상비 증가를 발생시키는 공간이주로 인해서 도리어 지원이 되지 않게 되면서 실적악화와 폐업으로 이어질 가능성이 높음
- 대학의 경우, 창업보육센터 입주기업이 제조업 중심, IT기업 중심으로 입주를 유도하여 일자리 창출을 추진하고 있으나 실질적으로 사업목적에 맞는 기업체들이 3년 이내에 자립화를 하는 경우는 많지 않음
  - 방송통신관련 기업들의 경우 콘텐츠창업, 아이디어 창업, IT창업 형태인데 이들 기업들은 청년들의 아이디어에 의한 창업이 많아 안정성과 수익을 얻을 수 있는 방법이 다른 기업에 비해서 매우 취약한 구조임
  - 대부분의 기업들이 기술개발이나 판로개척에 애로를 가지고 있어서 3년 이내에 자립화에 성공한 확률이 상대적으로 낮음
  - 따라서 방송통신 분야 창업을 위해서는 3년보다 긴 기간 동안 체계적인 지원이 필요함
- 기업체의 경우 안정적인 시장을 확보하기 어렵기 때문에 자립화를 위한 기간이 더 필요하며 이를 위해서 유망 기술보유 기업체를 대상으로 추가적인 지원 필요
  - 방송관련 기업들은 방송사나 규모가 있는 제작사가 최종적인 구매고객이므로 해당 기업들과 네트워크 구축이 되지 않으면 안정적인 수익을 얻기 힘든 구조임
  - 따라서 이들 최종 구매자와 연계를 통한 수익을 창출할 수 있도록 지원하는 방안 등 단순 공간지원이 아닌 사업지원을 통한 수익창출 필요
- 창업초기단계 기업 중 설립 후 3년 이후의 방송, 콘텐츠, 스마트미디어 관련 기업의 경우 시장특성을 고려하여 창업 안정화 단계 지원사업으로서 추가적인 지원이 필요함
  - 창업 초기단계에서는 프로그램이 개발되지 않은 기획안이나 데모타입의 프로그램이 대부분임을 고려할 때 기업들의 성장단계와 제품개발 단계를 고려한 맞춤형 지원이 필요함

○ (빛마루방송지원센터 역할 차별화) 빛마루 방송지원센터를 창업 후 3년이 지난 기업체 지원센터로 차별화 하여 성장가능성이 크고, 일자리 창출효과가 가장 큰 기



업을 대상으로 국내 및 해외 진출지원과 대학생 취업을 연계할 수 있는 형태로 운영 필요

- 창업후 3년 이후 기업의 경우 폐업과 지속성장의 갈림길에 있는 기업들이 대부분이므로 해당 기업 중 지속성장 여력이 있는 기업을 지원할 때 일자리 창출 효과가 가장 크게 나타날 수 있음
  - 창업초기단계에서는 창업자와 소수의 인력이 제품을 개발하는 단계이기 때문에 일자리 창출효과가 적은 반면 제품이 개발된 이후에는 제작인력이나 마케팅인력 등 다양한 분야의 인력이 필요하게 됨
  - 따라서 일자리 창출의 성과를 얻기 위해서는 창업이후 3년이 지나서 제품을 개발하고 양산단계에 있는 기업체들을 대상으로 하는 지원이 일자리 창출을 위해 효과적인 정책이라고 할 수 있음

## (2) 사업 내용

- (세부사업 1. 빗마루 영상캠프 사업 확대) 빗마루 영상캠프를 대학생의 방송제작 역량강화 사업이 아닌 국내 및 해외시장 대상 방송콘텐츠 수출을 통한 일자리 창출 사업으로 확대
  - 빗마루 영상캠프를 대학생, 중소방송제작사, 국내외방송사, 민간기업이 공동으로 참여하여 방송콘텐츠를 제작하여 국내외 방송사를 통해 송출하고 수익을 얻을 수 있는 형태로 확대 지원
    - (일반인 : 영상 콘텐츠 아이디어 제출) 현재 대학생을 대상으로 10개 팀 내외를 선정하는 형태에서 모든 국민을 대상으로 영상콘텐츠 아이디어를 발굴하여 100개 팀을 대상으로 방송제작사와 함께 방송콘텐츠를 제작하는 형태로 사업 추진
    - (방송제작사 : 아이디어 제안자와 함께 방송콘텐츠 공동 제작) 방송제작사는 선정된 일반인의 방송콘텐츠 제작 아이디어 중에서 공동으로 제작할 방송콘텐츠를 선정하여 3개월의 교육기간 동안 함께 프로그램을 공동제작
    - (국내외 방송사 : 아이디어 선정 및 콘텐츠 송출) 방송사는 아이디어 선정과정과 제작된 콘텐츠의 국내외 방송사 송출을 담당하여 수익을 창출 할 수 있도록 지원
    - (기업체 : PPL 등 마케팅 등을 연계한 제작 참여) 기업체들은 사회공헌 관점에서 공익프로그램 제작지원, 일자리 창출 지원과 방송콘텐츠에 기업홍보를 연계할 수 있도록 유도하여 참여 확산

- (세부 사업 2. 방송통신전파 Post BI 지원사업) 빗마루 방송지원센터를 대학 창업보육센터 졸업기업을 대상으로 맞춤형 지원 전문 센터로 육성
  - 빗마루방송지원센터의 역할을 일정 수준 이상으로 성장가능성이 있는 기업체를 맞춤형으로 지원하기 위한 중기 창업보육지원센터로 육성
    - 현재 지역본부, SMC, 빗마루방송지원센터, 송파청년창업지원센터 등 다양한 창업기업체 지원사업들이 지원대상의 특성이나 지원사업의 내용을 고려하지 않고 지원하면서 중복지원과 수준을 고려하지 않는 지원으로 효과적인 형태로 이루어지지 않음
    - 특히 빗마루방송지원센터의 경우 장비, 공간, 연계기업체들을 고려할 때 창업 초기 기업이 아닌 일정 수준이상의 기업체들을 지원할 수 있는 인프라와 자원을 확보하고 있으므로 지원의 대상과 방식에서 차별화가 필요함
    - 또한 SMC, 송파청년창업지원센터, 빗마루방송지원센터를 정책수혜자 관점에서 지원사업을 구분하여 성장을 실질적으로 지원해주는 형태의 사업으로 설계할 필요가 있음
  - 이를 위해서 대학창업보육센터 졸업기업, SMC 우수기업, 글로벌 시장진출 준비기업 등 일정 규모 이상의 기업체들을 전문적으로 지원하는 기관으로 차별화 추진
    - 빗마루방송지원센터 입주기업은 대학, 지자체, 기관간의 지원을 통한 지속적인 성장이 가능하도록 대학창업보육센터 졸업기업, SMC 우수기업, 글로벌 시장을 대상으로 콘텐츠를 제작하는 글로벌 역량이 있는 기업들을 집중적으로 지원하는 기관으로 차별화할 필요가 있음
    - 또한 이러한 차별화를 통해 빗마루방송지원센터는 우리나라에서 대표적인 방송통신분야 일자리가 양산되는 대표사례로 발굴할 필요가 있음
- (세부사업 3. 글로벌 스타 프로그램 발굴육성) 영상캠프를 통해 제작된 방송콘텐츠 중 컨소시엄을 통해 글로벌시장을 선도할 프로그램 발굴 사업
  - 사업 기획 자체가 해외 시장을 목표로 하는 방송 등 프로그램 개발사업을 지원 대상으로 하는 사업임
  - 기획, 제작, 판매까지 일련의 모든 프로세스에 있어서 협력네트워크를 구축한 기업체를 대상으로 해외시장을 목표로 선택과 집중형태로 지원하는 형태의 사업임 사업 기획 자체가 해외 시장을 목표로 하는 방송 등 프로그램 개발사업을 지원대상으로 하는 사업임

- 기획, 제작, 판매까지 일련의 모든 프로세스에 있어서 협력네트워크를 구축한 기업체를 대상으로 해외시장을 목표로 선택과 집중형태로 지원하는 형태의 사업
- 개별 기업이 아닌 기업 간 컨소시엄을 적극적으로 유도하여 규모 있는 사업이 추진되도록 유도
- 동시에 일자리 창출을 지원대상 프로그램 선정의 가장 중요한 요소로 설정하여 일자리 창출형 글로벌 시장진출 프로젝트로 유도 필요

### (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

- (1. 빗마루 영상캠프 참여 기업체 기업조사, 2018) 빗마루 영상캠프에 참여할 중소 방송제작사를 조사하고 사업 참여 유도
  - 주요 대학교 창업보육센터 입주기업 등 빗마루 영상캠프에서 선정된 아이디어를 방송콘텐츠로 제작하는데 참여할 기업체를 조사 발굴하고 해당 기업체를 DB화하여 성장단계별 맞춤형 지원사업 연계
    - 전남대, 조선대, 호남대, 광주대 등 광주전남 주요 대학교 창업보육센터 입주 기업에 대한 전수조사를 통해 광주전남 지역에 위치하고 있는 방송통신 관련 업체들의 현황과 지원요구사항에 대한 조사 필요
    - 해당 기업체들을 대상으로 빗마루 영상캠프 사업에 참여하도록 유도하고 그 외 KCA 사업설명회, FGI 등을 통한 지원사업 재설계 등을 통해 기업체 관점에서 KCA 사업의 특성과 활용가능성을 높일 수 있는 성장단계별 맞춤형 지원사업 개발 필요
- (2. 대학 창업보육센터 입주기업과 대학생 취업희망자 연계, 2019) 방송통신전파 분야에 취업을 희망하는 지역대상생과 창업보육센터 입주기업을 연계하여 일자리 창출 지원
  - 대학 내 창업보육센터 입주기업에 대한 정보가 없어서 취업을 하지 못하는 관련 분야 예비취업생을 대상으로 관련 정보를 제공하고 취업을 연계할 수 있도록 일자리 매칭 추진
    - 광주전남 방송통신 관련 졸업생의 경우 우수한 지역기업이 있음에도 불구하고 정보가 없어서 일자리를 얻지 못하는 경우가 있기 때문에 KCA가 관련 분야 구인과 구직을 매칭할 수 있는 역할 수행 필요
  - 동시에 대학내에서 창업을 준비하는 예비창업자를 대상으로 창업보육센터 입

주기업과 연계를 통해 창업과정에서 어려움 등을 멘토링 받을 수 있도록 연계 추진

- 대학내 방송통신 관련 예비창업자의 경우 학교 및 지역내에 도움을 받을 수 있는 기업체들이 있음에도 불구하고 정보가 없어서 이를 활용하지 못하는 사례가 많기 때문에 대학 창업보육지원센터와 연계

- (3. 창업보육센터 졸업기업 입주지원, 2019) 창업보육센터 졸업기업에 대한 입주 공간 지원, 제작지원 등을 통해 사업 기회 부여
  - 빛마루방송지원센터 한 개층을 창업보육센터 졸업기업, SMC 졸업기업, 글로벌 시장진출 준비기업 등 일정규모 이상의 기업체들을 위한 전문지원 센터로 육성
  - 빛마루방송지원센터 입주 조건을 매출 등이 아닌 일자리 창출 계획 등을 중심으로 심사하여 일자리 창출 파급효과가 큰 기업체를 중심으로 입주하도록 유도
- (4. 글로벌 스타프프로그램 해외진출 지원) 빛마루 영상캠프를 통해 제작된 프로그램을 대상으로 해외방송사, 플랫폼사와 협력을 통해 국내기업의 해외시장 진출 지원
  - (글로벌 시장 타깃 프로그램 기획 공모) 기획초기부터 국내시장이 아닌 해외시장을 타깃으로 하는 프로그램 기획 공모
  - (SMC기업, 플랫폼사 컨소시엄 지원) 공모사업을 통해 선정된 프로그램에 대해서 제작사와 플랫폼사가 컨소시엄을 구성하여 글로벌 스타프프로그램 발굴 제작 사업 추진

#### (4) 주요 이해관계자 및 KCA 역할

- (대학교 창업보육센터 입주기업) 대학교 창업보육센터 입주기업의 경우 창업초기 단계로서, 2~3년 이내 자립화를 요구하고 있으나 실제 운영이 어려운 상황임
- (SMC) 스마트미디어센터는 방송통신 융합분야 창업초기단계 기업으로서 대학 창업 보육센터와 수준이 다르지 않음
- (송파 창업보육센터) 송파구청과 협약을 통해 40개 내외 기업체들이 입주할 수 있는 공간을 확보 중이며 해당기업은 수도권 시장에 진출할 수 있는 역량 있는 기업으로 구성할 계획임
- (대학 및 지자체 창업보육센터 입주기업 실태조사) 창업보육센터 입주기업의 현황, 지원요청사항, 역량에 대한 조사를 바탕으로 지원기업체 선정
- (창업보육센터 졸업기업 대상 지원사업) 방송통신 융합분야 기업체를 대상으로 일

자리 창출 목적을 지원사업을 실시하여 다양한 형태의 수익창출 기회 부여

- (빛마루방송지원센터 역할 차별화) 유망한 기업체를 중심으로 송파 창업 보육센터 입주지원을 통해 수도권 진출을 위한 기회 부여

(5) 연도별 성과 목표 및 소요 예산(안)

- (1단계 : 2018~2019) 영상캠프 사업 재설계, 기업 실태조사, 취업연계
  - (2018) 빛마루 영상캠프 사업 재설계
  - (2018) 지역본부를 중심으로 빛마루 영상캠프 지원에 참여할 창업 보육센터 입주기업 중 방송통신전파 관련 기업체들 조사
  - (2019) 빛마루 영상캠프 참여자, 제작사 연계, 취업준비자와 기업체 연계
- (2단계 : 2020~2021) 빛마루방송지원센터 위상과 역할 정립
  - (2020) 빛마루방송지원센터 입주공간 중 1개층을 전문지원센터로 육성
  - (2020) 글로벌 스타프로젝트 사업기획 및 공모
  - (2021) 글로벌 스타 기업 지정 및 지원사업 추진
- (3단계 : 2021~) 글로벌 스타프로젝트 사업 확대
  - (2021) 글로벌 스타프로젝트 사업기획, 사업공모 및 지원
  - (2022) 해외 인력진출 추진 및 취업 연계 등 추진

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치	10	100	200	300	400	1010
예산		3	10	20	30	63
세부 내용	사업기획	빛마루 영상 캠프 확대	방송제작사 및 기업체 연계	글로벌 진출 지원	기업체 고용 확대	

### 3) 전파 전문인력 일자리 플랫폼 구축 및 운영 사업(전파기술센터)

#### (1) 사업 필요성

- (전파 전문인력 수급 불일치) 현재 전파산업은 성숙기에 접어들었지만 최근 기술개발과 4차 산업혁명과 연계된 전파 융합분야가 나타나면서 전파분야의 일자리 미스매칭 현상이 나타남
  - 국내 전파관련 학과가 많지 않고 관련 분야의 기술이 급속도로 발전하지만 전파 분야 전공자들이 새로운 분야로 진출하기 위한 체계적인 교육이 이루어지지 않으면서 전파 관련 산업육성에 어려움이 있음
    - 우리나라의 경우 전파 산업 분야가 성장단계를 넘어 성숙기에 도달하였고, 이 동통신사와 연구소를 중심으로 하는 고용시장 구조로 인해서 전파분야의 일자리 수요가 크지 않은 상황임
    - 반면 전파와 융합된 다양한 일자리 기회가 있지만 융합분야에 대한 이해와 관련 분야에 대한 교육은 체계적으로 이루어지지 못해 일의 기회가 있음에도 불구하고 일자리가 창출되지 못하는 문제가 나타나고 있음
  - 최근 5G 도입, 4차 산업혁명 등으로 전파관련 새로운 일자리가 생겨나고 있지만 전파분야에 대한 전문인력 정보가 없어서 새로운 분야에 대한 인력 공급이 원활하게 이루어지지 않고 있음
    - 최근 5G기술 도입, 4차 산업혁명과 함께 전파분야와 관련된 다양한 일자리가 나타나고 있음에도 불구하고 벤처기업, 중소기업 중심으로 구인을 하고 있어 관련분야에 관심이 있는 예비취업자들이 정보가 없어 일자리를 얻지 못하고 있음
    - 전파와 관련된 주요 기업체들의 기술개발 현황과 사업계획을 공유하고 해당 분야에 적극적으로 참여할 대학생이나 일반인과 연계할 수 있는 플랫폼 제공이 필요함
- (전파 전문인력 육성 필요) 전파 분야 신뢰할 수 있는 기업정보가 부족하고, 관련 기술교육이 이루어지지 못해 기업들은 구인에 어려움을 겪고 있어 이러한 기술과 지식의 갭을 극복할 필요가 있음
  - 국내 전파관련 주요 기업체, 연구기관 등 전문인력에 대한 수요정보와 함께 전파관련 전문인력 배출현황에 대한 전문인력 공급정보를 한곳에서 비교할 수 있는 전파전문 일자리 매칭 플랫폼을 구축하여 안정적인 전파분야 일자리 연계 구

### 조 마련 필요

- (구인 관련) 전파 및 전파 융합분야의 기업들은 전파에 대한 이해를 가지고 새로운 사업을 기획하고 제품을 개발할 인재가 필요함에도 불구하고 많은 전파 전문인력이 대기업과 연구소에 집중되면서 구인난의 어려움이 있음
  - (구직 관련) 전파 관련 분야 졸업자의 경우 기업체들의 기술 및 제품개발 기술에 대한 정보가 없어 기존 기관이나 기업 또는 개인들의 네트워크를 기반으로 일자리를 찾고 있는 상황임
  - (구인구직 매칭 지원) 온오프라인상에서 미래 전파관련 시장에서 잠재력 있는 기업들에 대한 정보를 얻고, 해당 기업에 취업할 수 있도록 온오프라인 일자리 플랫폼 구축 필요
- 일자리 매칭에서 가장 중요한 신뢰성 확보를 위해 지역본부, 전파기술센터, 대학간 연계를 통해서 신뢰할 수 있는 일자리 플랫폼 제공
- (기업 및 기술정보 신뢰성 확보) KCA 지역본부를 중심으로 지역별 신뢰할 수 있는 기업정보와 최신 기술개발 정보를 취합하여 구직자를 대상으로 제공하여 기업 정보의 신뢰성 제고
  - (다양한 기술 취득 기회 부여) 최근 기업들이 추진하고 있는 분야에 대한 기술에 대한 이해와 전문성 제고를 위해 기업과 KCA가 최신 기술에 대한 교육 등의 기회를 부여하고 교육 후 해당 기업과 연계 추진
  - (KCA-대학-기업체 공동 지원 필요) 대학 졸업자 정보, 기업체 정보를 KCA가 검증하고 연계함으로써 산학관 연계형 일자리 플랫폼 구축
- (기관 내부 협력 필요) KCA 내부 지역본부와 전파기술센터 간 협력을 통해 신뢰할 수 있는 기업체정보 등을 지속적으로 확보하고 일자리 연계 추진
- (지역본부 : 추천 기업 DB 구축) 현재 전파관련 기업체의 정보는 KCA 본사가 아닌 지역본부에서 가지고 있고, 지역본부는 기업체 교육 등을 통해 지속적으로 기업체의 현황 정보를 알고 있음
- KCA 지역본부는 해당 지역 전파관련 기업체 검사, 교육, 사업지원 등의 기능을 수행하고 있어 지역 내에서 신뢰할 수 있는 기업정보와 최근 기술개발 현황에 대한 이해를 하고 있음
  - 하지만 해당 정보가 KCA 내부적으로 공유되지 않고 정보로 활용되지 않고 있어 일자리 창출사업에 애로사항이 발생함
- (전파기술센터 : 기술 교육 및 기업연계) 전파기술센터는 5G 기술 도입과 대학



생 교육 및 실습지원 등의 업무를 담당하고 있어 대학과의 연계는 있지만 기업체 정보는 없는 상황임

- 전파기술센터는 KCA가 보유한 장비를 바탕으로 장비 활용 지원을 우선으로 하고 대학생들의 실습을 지원하는 등 최소한의 업무를 수행 중임
  - 전파기술센터는 전파관련 대학들과 연계를 강화하여 구직자 DB를 구축하고 기업체들이 필요로 하는 기술교육을 담당함으로써 구인-구직간 기술갭을 극복하는 역할 수행 필요
- (일자리 플랫폼 구축) 지역본부와 전파기술센터의 협력을 통해서 기업체 DB와 구직자 DB를 연계하고 기술 등의 갭을 극복하기 위한 교육 프로그램 도입 필요
- 전파 관련 다양한 기관이나 연구소들이 각자 사업 중심으로 전파 구인-구직 정보를 가지고 있어 전파 관련 일자리 플랫폼은 없는 상황임
  - KCA는 ICT 기금사업을 통해 다양한 기업체 정보를 취득할 수 있고, 지역본부를 통해 해당 기업의 신뢰성을 검증할 수 있는 장점이 있음
  - KCA를 중심으로 하는 일자리 플랫폼을 구축하고 온-오프라인 취업연계를 통해 일자리 창출 지원 필요

## (2) 사업 내용

- (세부사업 1. 전파 전문인력 구인구직 플랫폼 구축) 관련 기업체 인력 수요상황을 기본으로 전파관련 분야 인력에 대한 수급 연계 플랫폼 구축
- 전파 전문인력에 대한 기업체와 기관의 수요를 파악하고, 동시에 대학, 대학원, 학원 등을 통해 배출되는 전파 전문인력 공급 정보를 파악하여 전파 관련 전문인력 일자리 플랫폼 구축
  - (기관, 연구소, 기업체 정보 수집) 국내 전파관련 기관, 연구소, 기업체 정보를 기술개발, 사업현황, 구인관련 정보를 중심으로 수집
  - (주요 대학 정보 수집) 전파 관련 국내 주요 대학교의 학부, 대학원 학생 및 교수들의 전문분야에 대한 정보를 취합하여 배출될 수 있는 예비 전문인력 정보 제공
  - (기술개발 관련 정보 수집) 대학의 프로젝트 수행 내역, 기관 및 연구소의 연구개발 현황, 기업체의 특허 개발 및 최신 기술 관련 정보를 취합하여 전파 관련 최신 기술개발 동향 정보 제공

- (세부 사업 2. 전파 관련 일자리 연계 사업) 구인구직 플랫폼 이외에 다양한 사업



- 정보 등을 제공하여 일자리와 일에 대한 정보가 한 곳에서 교환될 수 있도록 추진
- 구인구직 관련 일자리 매칭을 위한 온라인 플랫폼을 구축하여 회사와 개인의 일자리 정보가 연계될 수 있도록 시스템 구축
  - (구인 정보 온라인 제공) 기관, 연구소, 기업들의 구인 정보 등을 지속적으로 제공하여 전파 관련 전문 인력 매칭 플랫폼 위상 확보
  - (주요 기업 기술교육 제공) 이동통신사, 연구소 등에서 활용되고 있는 최신 기술이나 장비 활용에 대한 교육을 KCA를 중심으로 제공함으로써 관련 분야 기술 업데이트 지원
- 정기적인 오프라인 일자리 매칭행사, 기업의 대학 방문 등 오프라인 행사 병행을 통해 실질적이 일자리 매칭이 이루어질 수 있도록 추진
  - (전파 및 융합분야 일자리 페어) 전파 및 전파 융합 분야에 대한 구인구직을 오프라인 상에서 연계하여 실질적인 일자리 창출 유도
  - (연구소, 기업체들의 찾아가는 기술교육 및 취업 설명회) 국내 주요 기업 및 연구소들이 대학에 직접적으로 찾아가서 기술교육과 일자리 정보를 제공함으로써 정보 부족에 의한 일자리 창출 실패 보완
  - (전파 관련 해외 일자리 지원) 주요 해외 기업들의 국내 우수 인재 채용을 지원하기 위한 해외 기업체 국내 일자리 페이 지원

### (3) 세부 일자리 창출 추진 방안

- (1. 주요 대학 전파관련 학과 수급조사, 2018) 전파관련 주요 학과에 대한 인력배출 현황 및 주요 경로 조사
  - KCA와 국내 전파전자통신 관련 학과간 협력을 통해 전파관련 전문인력 공급현황, 취업현황, 전문성에 대한 조사를 바탕으로 일자리 매칭에 대한 수요를 파악하여 사업기획
    - (전파 관련 대학 인력 DB 구축) 전파 관련 기관, 연구소, 기업체들이 우리나라 전파관련 대학들의 학부 및 대학원 정원 등 확인
    - (주요 대학 연구 정보 제공) ICT 기금사업 등 대학을 중심으로 이루어지고 있는 연구개발 현황 정보를 제공하고 기업과 대학이 공동연구등을 수행할 수 있는 정보 제공
- (2. 전파 관련 주요 기관 및 기업조사, 2019) 전파 관련 기관 및 기업체들의 구인현황 및 소개 등을 통해 일할 기회 정보 조사

- ICT 기금 수혜기업을 중심으로 국내 전파관련 업체를 조사하고, 구인정보, 취업 조건 등을 공개함으로써 구직자들이 업체들에 대한 정보를 상시적으로 접할 수 있도록 추진
  - (신뢰할 수 있는 기업체 DB 구축) 지역본부를 중심으로 보유하고 있는 전파 관련 기업체 정보와 기업들의 신뢰도를 검증 할 수 있는 시스템 구축
  - (벤처 및 중소기업 진출 대학생 교육) KCA의 ICT 기금 지원대상 기업들을 중심으로 전파 관련 벤처기업이나 중소기업 들의 기술개발 정보를 제공하여 관련 분야에 관심 있는 대학생의 취업 연계 지원
  - (전파 관련 기술개발 정보 제공) ICT 기금사업의 성과로서 전파 관련 기술개발 현황 및 관련 기업체 소개 등을 통해 미래 기술 등을 제공하고 관련 기업 취업을 연계할 수 있는 지원

○ (3. 전파 전문인력 플랫폼 구축 및 연계, 2020) 전파관련 일자리 수급 정보 플랫폼 구축을 통한 일자리 정보 부족에 의한 문제 해결

- 전파관련 일자리 공급정보와 수요자들의 구직정보를 연계할 수 있는 웹&앱 플랫폼을 구축하여 실시간으로 전파 전문인력 매칭이 이루어질 수 있도록 추진
  - (국내 일자리 정보 온라인 연계 지원) 국내 기관, 연구소, 기업체들의 구인정보를 제공하고 구직자들의 이력 등을 웹&앱을 통해 제공함으로써 국내 일자리 정보 온라인 연계 지원
  - (해외 일자리 정보 온라인 제공) 해외 전파관련 주요 기관 및 기업들의 구인정보를 제공하여 해외 일자리 창출 지원
  - (기술 교육 등을 통한 갭 극복) 주요 기업들의 최신 기술을 소개하고 관련 장비를 활용할 수 있도록 하는 기술 교육 등을 통해 기술 관련 격차 극복

○ (4. 오프라인 전파 전문인력 매칭 행사, 2020) 오프라인 행사를 통해서도 일자리 매칭이 이루어질 수 있도록 지원

- 정기적인 전파전문인력 잡매칭 행사, 주요 기업체의 구인설명회, 기업체의 대학 방문 등을 통해 전파 분야 일자리 매칭 지원
  - (전파 및 융합분야 일자리 페어) 전파 및 전파 융합 분야에 대한 구인구직을 오프라인 상에서 연계하여 실질적인 일자리 창출 유도
  - (연구소, 기업체들의 찾아가는 기술교육 및 취업 설명회) 국내 주요 기업 및 연구소들이 대학에 직접적으로 찾아가서 기술교육과 일자리 정보를 제공함으

로써 정보 부족에 의한 일자리 창출 실패 보완

- (전파 관련 해외 일자리 지원) 주요 해외 기업들의 국내 우수 인재 채용을 지원하기 위한 해외 기업체 국내 일자리 페이 지원

#### (4) 주요 이해관계자 및 KCA 역할

- (전파 관련 학과) 국내 주요 전파관련 학과 졸업생 수와 주요 취업 경로 등을 조사하여 전파관련 취업 문제점 분석 필요
  - 전파 관련 학과가 소수이고 전파 관련 분야 진출도 예측가능성이 높기 때문에 대학과 연계를 통한 안정적인 사업지원이 가능함
- (전파 관련 기업체) 국내 전파관련 주요 업체들에 대한 소개, 구인현황, 요구되는 전문성에 대한 정보 확보 필요
  - ICT 기금 수혜기업 중 기술력, 경영상황 등을 고려하여 추천할 수 있는 기업체를 중심으로 DB를 구축하여 신뢰할 수 있는 구인정보 제공 필요
- (KCA : 전파 관련 분야 일자리 정보 조사) 국내 주요 전파 관련 학과 졸업 이후 진로 현황 조사와 국내 주요 전파 관련 기관 및 기업체 현황 조사
  - KCA 직원 동문기업을 중심으로 관련 학과 정보를 수집하고, 구직자 정보도 조사함으로써 사업의 수요에 대한 정확한 파악 필요
- (전파 일자리 연계 플랫폼 구축 및 연계) 온라인 플랫폼 구축 및 오프라인 잡매칭을 통한 전파 분야 일자리 창출
  - ICT 기금사업 결과를 바탕으로 추천할 수 있는 기업체 정보를 수집하여 구직자들이 믿고 취업을 상담할 수 있도록 유지 관리 필요

#### (5) 단계별 목표 설정

- (1단계 : 2018~2019) 사업기획 및 대학 등 구직기관 조사
  - 대학 구직 관련 DB 구축 : 정원, 전문분야, 기술개발 현황
  - 기업 구인 관련 DB 구축 : 연구개발, 구직 계획 등 정보
- (2단계 : 2020~2021) 온오프라인 연계 지원
  - 온라인 플랫폼 구축 및 연계 지원
  - 오프라인 잡 페어 등을 통한 일자리 연계
- (3단계 : 2022~) 국내 및 해외 일자리 온오프라인 매칭
  - 해외 주요 기관 및 기업체 일자리 연계
  - 전파 관련 분야 교육 차별화

구분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
일자리 목표치		10	20	100	200	330
예산 (억원)		3	10	15	20	48
세부 내용	사업기획	대학 등 기관 조사	기업체 조사 및 온라인 플 랫폼 구축	일자리 매칭	지속적인 일 자리 매칭	

