

아이디어 창업시대, 1인 창조기업

기고_ 김원제 유플러스연구소장

글로벌 경제는 산업경제와 지식경제에 이어 창조경제(Creative Economy)로 이동 중이다. 창조경제는 문화, 지식, 기술 등의 지적 자본을 요소로 한 재화와 서비스의 창조-생산-분배를 통해 부가가치를 창출하는 시스템으로 정의된다. 산업경제에서는 유형자산과 자본이, 지식경제시대에는 R&D와 마케팅이 경쟁력 요인이었다면, 창조경제 시대에는 창의성과 지적재산권이 경쟁력의 원천이다.

창조경제를 이끄는 주체는 창조계급과 창조기업가이다. 창조계급은 과학, 기술, 건축, 디자인, 교육, 예술, 음악, 엔터테인먼트 분야에 종사하며 새로운 아이디어, 기술, 콘텐츠를 창출하는 경제기능을 하는 계급을 의미하며, 이런 유형의 기업가를 창조기업가라고 한다. 이러한 연장선에서 개인의 창의력과 아이디어가 생산요소로 투입되어 무형의 가치를 생산하는 창조기업이 부상하고 있다.

이에 우리 정부는 새로운 성장동력 발굴 및 일자리 창출 차원에서 '1인 창조기업' 육성을 적극 추진하고 있다.

개인의 창조성에 기반하는 1인 창조기업의 시대

창조경제로의 경제패러다임 변화, IT의 성숙화, 사회적 협업의 보편화 등에 따라 신기업 신노동 패러다임으로 개인의 창의성에 기반한 1인 창조기업이 탄생하고 있다. 1인

1인 창조기업은 인터넷을 기반으로 시간과 공간의 제약이 없는 유연한 근무형태를 가지며 1인 창조기업 간 네트워크 구축을 통해 제품 및 서비스의 생산과 판매 등 일련의 과정을 수행한다. 창조적 학업, 과업, 부업, 창업, 겸업, 본업, 주업, 전업 등으로 유연하고 협력적인 경영활동이 가능하다.

창조기업은 창의적 아이디어(서비스, 노하우, 전통기술)를 가진 국민 개개인이 창업(또는 사업활동)을 통해 경제적 가치를 향유할 수 있는 상징적 의미를 가지는 기업형태를 말한다.

1인 창조기업은 창의적인 아이디어, 전문기술, 지식, 지식재산권을 사업화하는 개인, 개인사업자 또는 법인형태의 1인 기업으로 정의된다. 대표자를 포함하여 종사자수가 1인이나, 일정기간 임시근로자를 활용하기도 한다. 제3자가 아닌 가족을 고용하는 '가족기업', 스승과 제자관계로 운영되는 '도제 기업' 등을 포함한다. 원래 1인 기업 개념은 자기 스스로를 위한 개인 기업 또는 독립된 계약상대자로서 비즈니스 수행 주체를 말하는데, 톰 피터스가 1983년 'Personal Service Firm'이라는 개념으로 처음 소개하였고, '브랜드 유(Brand U)' 또는 '나 주식회사(Me Inc)'로 정의되기도 한다.

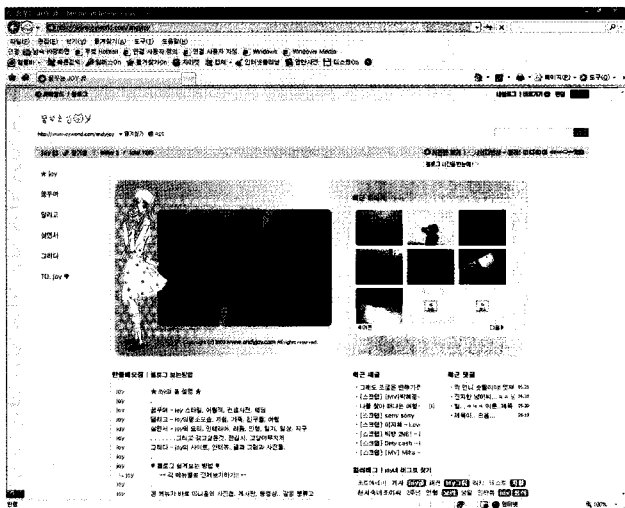
1인 창조기업은 인터넷을 기반으로 시간과 공간의 제약이 없는 유연한 근무형태를 가지며 1인 창조기업 간 네트워크 구축을 통해 제품 및 서비스의 생산과 판매 등 일련의 과정을 수행한다. 창조적 학업, 과업, 부업, 창업, 겸업, 본업, 주업, 전업 등으로 유연하고 협력적인 경영활동이 가능하며 시장 환경에 신속하게 대응하고 맞춤형으로 생산이 용이해진다. 또한 일한만큼 대가를 받는 등 직업에 대한 자기만족도가 높다고 하겠다.

국민의 창조적 아이디어 등이 발현되어 경제적 부가가치 및 일자리 창출이 타 업종에 비해 높은 업종이 대표적인데, 출판기획, 게임·음악 등 콘텐츠 개발, 웹디자인, 전문블로거, 개인 강연 및 집필, 공예품 제작·판매, 전통음식 등 다양한 영역을 망라한다. 특히 문화콘텐츠 분야는 개인의 창의적 아이디어와 상상력 및 기술 등이 경제적 부가가치로 직접 연결되는 분야이다.

인터넷, 뉴미디어 등 첨단기술에 의해 일대일 맞춤생산방식으로 전환이 용이해지면서 선진국에서는 1인 창조기업이 '창업 및 신규 일자리 창출'에 주도적인 역할을 담당하고 있다. 애플, 구글, MS 등도 아이디어와 기술을 지닌 1인 창업으로부터 시작했다. 미국의 실리콘밸리는 1인 기업 육성을 통해 실업률 감소(2002년 8% → 2006년 4%)를 증명해주고 있다. 영국 작가 조앤 롤링은 '해리포터' 시리즈를 통해 10억 달러의 수입을 기록했으며, 포브스紙가 선정한 세계 여성갑부 2위에 등극했다. 만화 '그리스 로마 신화'의 흥은영 작가는 18편 출판으로 약 58억원의 인세 수입을 기록했다.

상상력과 창의력 기반, 온라인 콘텐츠 분야에 1인 창업 기회 무궁무진

상상력과 창의력을 바탕으로 하는 만화, 애니메이션, 게임, 디지털 영상, 지식정보 콘텐츠는 소자본, 무점포창업, 독립적 업무 특성의 1인 창조기업에 최적이다. 1인 창조기업은 디지털 정보기술의 도움으로 개인의 업무 생산성과 업무 범위가 극적으로 넓어진 데서 비롯된다. 온라인 콘텐츠 분야는 이러한 디지털 테크놀로지의 강점을 극대화할 수 있는 영역이다. 온라인 콘텐츠분야의 1인 창조기업은 활용방법에 따라 콘텐츠 생산형과 마케팅 활용형으로 구분된다. 마케팅 활용형은 온라인 콘텐츠를 생산하기도 하지만 그 자체가 수익이 되지는 않고 이를 입소문 등 마케팅의 수단으로 활용하는 유형으



블로그형은 1인 창조기업의 브랜드를 알리는 수단으로 블로그를 활용하고 있다. 일러스트레이터 김은정씨의 블로그(왼쪽)와 아줌마닷컴(오른쪽)

로, 블로그형, UCC형, 쇼핑(상품판매)형 등이 가능하다.

블로그형은 1인 창조기업의 브랜드를 알리기 위한 마케팅의 수단으로 블로그를 활용하는 경우이다. 블로그에서는 콘텐츠 자체에서 직접 수익이 발생하기 어렵고 블로그를 통해 형성된 개인 브랜드를 통해 강연, 저술, TV출연 등 연관 수익을 창출하는 것이 일반적이다. 지식·정보형 1인 창조기업사례 중 블로그 기반 도서출판의 경우는 대부분 마케팅도구 활용을 통한 블로그형 1인 창조기업에 해당한다. 일러스트레이터 김은정씨는 자신의 일러스트를 일상과 함께 담아 발행한 페이퍼(www.cyworld.com/andyjoy)가 구독자수 9천여명을 돌파할 정도로 큰 인기를 끌면서 일러스트 에세이집 '하트 쿠키'를 출간했다.

UCC형은 1인 창조기업의 브랜드를 알리기 위한 마케팅의 수단으로 동영상 UCC나 인터넷 실시간 방송을 주로 활용한다. 동영상 UCC를 통해 자신의 재능을 알려 방송 등 기존의 미디어에 진출하여 탤런트, 가수 등 대중 스타로 진출하는 경우이다. 가요계와 방송계가 UCC를 캐스팅 창구로 활용하기 시작하면서 얼짱, 가수, 연주자 등이 온라인 스타에서 대중 스타로 발돋움하는 사례가 나타나고 있다. SBS '스타킹' 등 최근에는 재능 있는 일반인을 방송에 출연시키는 리얼리티 프로그램 붐을 타고 이런 움직임은 더욱 확산될 것으로 보인다. 대표적인 UCC스타로는 캐논번주곡을 연주한 유튜브 동영상으로 유명한 일렉 기타리스트 임정현씨, 클래식 기타 신동으로 알려진 정성하군 등을 들 수 있다. 또한 UCC를 통해 얻은 지명도를 바탕으로 아예 기존 방송의 해설자 등으로 출연해 방송인으로 변신하는 사례도 있다. 나우콤이 운영하는 인터넷 실시간 방송 아프리카(Afreeca.com)에서 게임방송을 하다가 방송에 진출한 사례는 케이블방송 온게임넷의 버라이어티쇼에 고정 MC로 활동하고 있는 유명기씨와 황효진씨를 들 수 있다.

블로그형, UCC형, 쇼핑(상품판매)형, 지식정보형, 엔터테인먼트형 등 다양

쇼핑(상품판매)형은 블로그형, UCC형과 달리 브랜드 마케팅의 목적과 대상이 개인이 아닌 판매하려는 상품인 경우로 콘텐츠를 상품 판매를 위한 마케팅 수단으로 활용한다. 인터넷 쇼핑방송 '주인장닷컴'의 김도형씨는 자신의 쇼핑몰에서 판매하는 상품을 홍보하는 코믹한 인터넷방송을 아프리카를 통해 매일 정기적으로 진행하면서 창업 5개월만에 월 매출액 1억원의 폭발적 성과를 달성했다. 인터넷 실시간 방송이 끝나면 이를 다시 재미있는 부분만 1분 정도로 편집하여 동영상 UCC로 공유하여 입소문 마케팅으

로 활용함으로써 마케팅 효과를 극대화한 것이다.

상품 전문성을 활용한 공동구매 사례도 있다. 와이프블로거들은 자신의 지명도를 활용, 기업들과 소비자들을 연결하여 공동구매 이벤트를 주도함으로써 부가 수익을 창출하고 있다. 주부 블로거로 유명한 문성실씨는 자신의 블로그를 통해 닷새만에 오븐 1300대를 판매했다.

콘텐츠 생산형은 온라인 콘텐츠를 생산하여 그 자체를 수익화하는 형태로, 콘텐츠 유형에 따라 지식정보형과 엔터테인먼트형이 있다.

지식정보형은 생산 콘텐츠의 유형이 연구보고서, 리포트, 노하우, 강의 등 e-Book, e-Learning과 같은 형태의 지식과 정보성 콘텐츠를 생산하여 이를 수익의 원천으로 삼는 경우이다. 수익의 형태는 온라인상에서 콘텐츠 유료 판매가 현실적으로 어려워 대부분 구글 애드센스나 다음 애드클릭스 같은 문맥광고를 활용한 광고 수익이 대부분이다. 대표적인 직업 블로거인 호주의 다렌 로우즈(Darren Rowse)는 구글의 '애드센스'를 자신의 블로그에 탑재해 월 1만 6천여 달러 이상을 벌어들이고 있으며 블로그로 수입을 얻는 정보를 담은 '프로 블로거' (probblogger.net)를 운영하면서 노하우를 공유하고 있다. 그는 동영상, MP3파일, 사진, 인터넷 라디오방송, 인터넷방송 등 다양한 수단을 동원해 학습 노하우를 지식화하여 사업화한다. 또한 오프라인 멘토링 사업, 도서 '공부 혁신' 출판 등으로 사업 모델을 확장하고 있다.

엔터테인먼트형은 생산 콘텐츠의 유형이 만화, UCC 동영상, 소설 등 스토리텔링 기반의 재미를 목적으로 하는 오락성 콘텐츠를 생산하여 이를 수익의 원천으로 삼는 경우이다.

인터넷이나 모바일 미디어의 특성을 살려 단편위주의 소설을 공개하고 이것이 인기를 얻어 도서 출판까지 확장하는 사례도 있다. 무서운 이야기를 모아놓은 블로그 잠들 수 없는 밤의 기묘한 이야기(www.thering.co.kr)를 운영하는 송준의씨는 이를 모아 정말로 있었던 무서운 이야기(07년)를 저술했다. 일본에서는 휴대폰으로 읽는 100자 내외의 초단편 모바일 소설이 독자층만 약 2백만명에 이를 정도로 인기를 얻고 있는데 유료 결제를 통해 콘텐츠 자체에 대한 수익 창출이 가능하다는 점이 인터넷 소설과 다르다.

창조계급의 확산, 부가가치 확대 및 일자리 기회 창출 견인

제품 리뷰 및 사용 후기를 제공하는 와이프블로거(wife+blower)는 가정주부들이 살림을 하면서 터득한 상품 구입, 요리 등 생활의 노하우를 블로그를 통해 공개하면서 지식 정보 매체를 구축한 경우이다. 기업들의 블로그 마케팅 수요가 증가함에 따라 제품 체험단 참여, 공동 구매 실시 등의 방법으로 부가수익을 창출한다. 삼성전자는 드림세탁기 '하우젠 버블'을 출시하면서 100명의 주부 블로거로 체험단을 구성해 6주 동안의 체험기를 자신의 블로그에 올리도록 하는 블로그 마케팅을 실시했다.

블로그를 통해 전문 분야의 글을 게재하여 고정독자가 확보되고 콘텐츠가 검증되면 출판사의 권유에 의해 오프라인 도서로 출판하거나, 셀프 출판의 도움을 받아 저자 스스로 자신의 책을 출판하는 경우도 가능하다. 출간 서적의 카테고리는 현대적 시각에서 조명한 삼국지 처세론, 경제 서적, 취업전망대 등의 실용서적까지 다양한 분야를 망라한다. 이처럼 1인 창조기업 모델은 새로운 기회를 제공, 경제적 동력으로 작동할 가능성을 열어준다. 정책적 뒷받침이 강화된다면, 그 성과는 다양한 분야에 걸쳐 나타날 것으로 기대된다. 따라서 국민 개개인의 참여가 적극적으로 이루어질 수 있는 창조 영역에서 '1인 창조기업 육성'이라는 정부의 정책적 지원은 최근의 경제위기와 실업난 극복을 위한 대안으로서도 효과적인 것으로 평가된다. 국민의 창의적 아이디어를 발굴, 상호간

협업시스템을 통해 사업화함으로써 전 국민의 부가가치 및 일자리 창출 기회를 제공해주는 것이다.

1인 창조기업 정책은 창의적이고 생산적인 창조기업가를 배양, 국민경제의 토대를 강화해줄 것으로 기대된다. 국민 누구나 자신의 능력에 따라 적재적소의 창조계급(Creative Class)으로 거듭나는 기회를 가지게 되는 것이다. ☞