

# 디지털콘텐츠 선도기업 사례 분석을 통한 정책 방안 연구

A Study on Policy Planning through Case Analysis  
of Leading Company in Digital Contents

김민철\*, 최성\*\*, 김신표\*\*\*

## 목 차

- |                      |                       |
|----------------------|-----------------------|
| I. 서론                | III. 디지털콘텐츠 선도기업 사례연구 |
| II. 디지털콘텐츠 산업동향      | 1. 사례연구 방법론           |
| 1. 디지털콘텐츠 시장동향       | 2. 선도기업의 기능과 역할       |
| 2. 디지털콘텐츠 산업의 육성 필요성 | IV. 결론                |
|                      | 참고문헌                  |

Key Words : 디지털콘텐츠, 사례 분석, 선도기업, 브레인스토밍, 정책 연구

## Abstract

The purpose of this paper is to analyze the case of leading company in digital contents to promote industrial competitiveness of Korea. Analysis of this case study focuses on function and roles of leading company in digital contents industry. The main results of the paper are as follows: First, the government should prepare, main, and improve required technological and legal infrastructure for digital contents as quickly as possible. Second, the diffusion of the new digital contents companies can be promoted by ensuring fair competition and reliable market. For the inducing of this results, brainstorming methodology of related expert and survey research with leading company were applied to this paper.

\* 제주대학교 경영정보학과 조교수, mck1292@cheju.ac.kr, 016-466-9377

\*\* 남서울대학교 컴퓨터학과 교수, sstar@nsu.ac.kr, 016-390-2062

\*\*\* 한국IT렌탈산업협회 본부장, 경제학박사, spkim@kitria.or.kr, 011-417-0192

# I. 서론

현재의 한국경제는 세계화와 더불어 급격히 산업경제에서 디지털경제로 전환되고 있다. 디지털 경제에서는 다양한 유형의 디지털산업을 생성하고 있는 바, 전통적인 문화산업도 디지털콘텐츠산업으로 발전되면서 새로운 비즈니스 시장의 창출 및 확대에 결정적인 요소로 작용하고 있다. 디지털콘텐츠는 지식기반사회 및 웰빙사회의 핵심적 원료로 작용하면서 새로운 국가 발전의 원동력이 되고 있으며, 특히 국경 없이 생산, 유통, 소비되는 디지털경제의 핵심으로 부상하면서 디지털콘텐츠산업은 차세대 생산, 고용, 수출 및 소득의 새로운 동력으로 등장하기에 이르렀다. 일찍이 선진국의 미디어 관련 기업들은 이러한 디지털콘텐츠산업의 미래를 내다보고 M&A, 전략적 제휴 등을 활발히 전개하여 이미 시장을 선도하고 있다.

한편 정보통신부가 국민소득 2만 불 조기 달성을 위한 최적의 전략으로서 IT839 전략을 발표하면서 디지털콘텐츠산업의 중요성이 배가되고 있다. 즉 IT839에서 8대 서비스의 대부분은 모두 양질의 디지털콘텐츠가 기반이 되어야 가능하며, 이를 원활히 뒷받침하기 위한 기술적 기반으로서의 9대 신 성장 동력에도 디지털콘텐츠가 포함되도록 전략을 수립 추진하고 있는 것이다(정보통신부, 2004).

그러나 아직 디지털콘텐츠산업의 시장규모는 절대적으로 협소한 상황이고 국내의 디지털콘텐츠 시장을 형성하고 있는 기업들의 규모도 매우 영세하고 열악한 실정이다. 반면 해외 디지털콘텐츠산업의 흐름을 보면 거대기업군이 형성되어 시장을 리드해가면서 시장의 발전을 선도해가고 있다. 따라서 국내에서도 중장기적인 미래를 보고 투자하

여야 하는 상황에서 선도기업(군)의 육성 발전이 산업발전의 현실적 과제로 등장하게 되었다.

본 연구에서는 선도기업(군) 육성 관련 국내·외의 성공사례 조사 분석을 토대로, 세계 유수의 기업과 경쟁할 수 있는 국내 디지털콘텐츠 기업의 성장환경 조성에 필요한 정부의 역할과 정책, 제도적 장치 등을 제시하는 것이다.

# II. 디지털콘텐츠 산업동향

## 1. 디지털콘텐츠 시장동향

국내 디지털콘텐츠 시장은 전 세계적으로 가장 잘 발달해 있는 유무선 인프라 기반으로 다양한 디지털콘텐츠 활용의 테스트베드가 되고 있으며, 특히 세계적으로도 앞서있는 무선인프라를 기반으로 하는 모바일 콘텐츠분야의 성장이 가장 빠르게 진행되고 있다. 그러나 벨소리와 캐릭터 다운로드 서비스로 대표되는 모바일 콘텐츠 분야의 성장은 지나치게 엔터테인먼트 위주의 시장이라는 비판도 적지 않으며, 이들 외에 다른 모바일 콘텐츠가 새로운 킬러 애플리케이션(KILLER APPLICATION)으로 등장하고 있지 못하는 등 모바일 콘텐츠 시장의 성장이 상당히 왜곡되어 있다는 비판적인 시각도 팽배해 있다. 그러나 콘텐츠 가격에 대한 부담이 적고 가격결제가 용이하다는 장점 등을 기반으로 생활정보, 비즈니스부문으로 사업영역의 확대가 기대되고 있다. 또한 온라인 게임업체의 성장은 주목할 필요가 있는데, 확실한 수익모델을 갖고 있는 온라인 게임 서비스 업체들의 주식은 연중 상승하고 있으며, 일부 업체들의 경우 국내에서의 성공을 기반으로 해외 시장진출이 가

속화되고 있다.

지금까지 국내 게임산업에서 비디오 게임 시장이 차지하는 비중은 크지 않지만 주요 업체들의 게임콘솔이 국내시장에서 빠르게 시장을 확대해 가고 있으며, 대대적인 마케팅을 통한 고객 확보가 급증하고 있어 향후 비디오 게임 시장의 성장에 주목할 필요가 있을 것으로 보인다. 인터넷 음악, 인터넷 방송 분야는 여전히 유료화에 어려움을 겪고 있다. 업계에서는 난립해 있는 인터넷 방송 서비스 사업자들 간의 인수합병이나 포털 등과의 제휴를 통한 할로모색이 대안으로 제시되고 있다.

2004년 말 기준으로 7조 5,175억원인 국내 디지털콘텐츠 시장이 2007년에는 20조원으로 연평균 38.7%씩 고속성장 할 것으로 보인다. 온라인게임의 강세와 콘솔 및 아케이드 게임의 온라인 화에 따라 게임분양의 고성장은 지속 될 것이며, 무선콘텐츠에 대한 수요도 실생활과 연계되어가며 지적재산권 보호 등을 위한 솔루션 시장이 급성장 할 것이다. 이중 제작 및 서비스업체 매출액의 비중은 63.25를 차지하며 유통 업체 매출액은 14.9%, 솔루션 업체 매출액은 21.9%를 차지하는 것으로 나타났다.

## 2. 디지털콘텐츠 산업의 육성 필요성

세계 디지털콘텐츠 시장 규모와는 다르게 국내의 시장 규모는 매우 영세하기 그지 없다. 국내 디지털콘텐츠 산업의 2005년도 시장규모 전망치는 10조 5천71억원(95억불)으로 세계시장의 0.57%정도에 불과하며, 2001년 말 기준으로 국내 디지털콘텐츠산업 매출액은 약 2.4조원으로 국내 IT산업 전체 매출액의 1.6%에 불과하고, S/W산업 매출액 대비 약 20% 수준에 불과하다.

물론 최근 국내 디지털콘텐츠산업은 년 평균 38.4%의 높은 신장세를 보이고 있다. 그럼에도 불

구하고, AOL 타임워너, 비방디 유니버설과 한국 기업들의 매출액을 비교한 <표 1>에서 볼 수 있듯이, 국내 기업은 그 규모면에서 절대적으로 영세한 모습을 보이고 있다. 구체적인 예를 들면, 국내 디지털콘텐츠 산업의 총 시장규모는 2.4조원(22억불)으로 AOL 타임워너 매출액 382억불(2001년도)의 5.8%에 불과한 상황이다.

<표 1> 세계 디지털콘텐츠 선도기업과 국내 선도기업 비교

AOL 타임워너		비방디 유니버설		한국기업	
AOL	8,718	음악	6,560	엔씨소프트	104
케이블	6,992	출판	9,501	한빛소프트	69
영상/오락	8,759	TV/영상	7,639	SM엔터테인먼트	24
네트워크	7,050	통신	4,286	대원C&A홀딩스	17
음악	3,929	인터넷	129	대영에이앤브이	17
출판	4,810			플레너스	13
총 매출 (백만 달러)	38,234	총 매출 (100유로)	28,115	총 매출 (백만 달러)	244

(자료: 한국문화정책연구원, 문화콘텐츠백서, 2003)

이와같이 한국기업의 매출액 규모나 총체적인 우리의 디지털콘텐츠 산업의 규모는 선진국 선도기업에 비하여 대단히 취약한데, 국내 시장의 성장 가능성과 최근 국내기업들의 약진 상황을 고려할 때, 정책적으로 잘 유도하면 효자산업으로 육성할 가능성이 높다. 그러나 디지털콘텐츠 산업의 특성상 대규모의 투자와 국제시장에서의 경쟁력 배양이라는 전제조건이 불기 때문에 정책적인 선도기업의 집중적 육성이 절대적으로 필요한 것이다.

이러한 제반 여건을 볼 때 국내외 디지털콘텐츠 산업의 성장전망은 매우 밝으나, 국내 디지털콘텐츠 산업내 기업들의 영세성으로 인해 기회를 부가가치로 연결시키기 어려운 상황이라 단정 지을 수 있다. 따라서 디지털콘텐츠사장이 이제 막 급신장하는 상황에 있으므로 지금이라도 체계적으로 선

도기업을 육성한다면 디지털콘텐츠산업을 국제경쟁력을 갖춘 차세대 성장 동력으로 발전시킬 수 있을 것이다.

### Ⅲ. 디지털콘텐츠 선도 기업 사례 연구

#### 1. 사례연구 방법론

본 연구는 선도기업 육성 필요성을 도출하였는데, 문제는 어떠한 방식으로 선도기업 육성 정책을 도출하는냐이다. 이에 본 연구는 먼저 선도기업에 관한 이전의 연구결과 자료를 수집하고 이들 자료에서 선도 기업군을 정리한 다음, 이들 사례로부터 얻은 시사점을 토대로 설문서를 작성하였다. 설문서는 실제 산업현장에서 성공사례로 알려진 각 산업의 대표기업 혹은 대표적인 전문가를 대상으로 자료를 확보하기 위해 작성하였으며, 이 설문서를 중심으로 한 성공기업의 CEO나 임원진에 대한 조사는 2004년 8월~2004년 10월 중순까지 조사하였다.

또한 이러한 실제 기업들을 조사한 설문 결과를 토대로 관련 전문가들과 브레인스토밍에 의해 최종적으로 분석하였다.

이러한 사례연구방법론은 경영학의 연구에 있어서 가장 주요한 연구방법론의 하나로 발전하였으며, 경영실무 교육의 방법으로도 널리 이용되고 있다. 산업 현장에서 실제로 발생하는 경영현상에 숨어 있는 일반원리를 파악하게 하고 학생들로 하여금 문제해결 방법에 대한 각자의 의견을 발표시킴

으로써 앞으로 최고경영자로서의 창의력, 분석력과 의사결정 능력을 배양할 수 있도록 해 주는 것이 사례연구법의 주목적이다. 사례연구방법에는 여러 접근들이 있을 수 있는데 본 연구에서는 브레인스토밍을 통하여 분석하고자 한다.

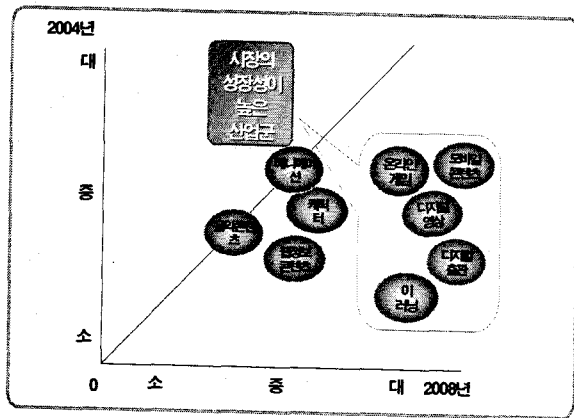
특히 이러한 브레인스토밍 기법은 이전 연구가 전무한 상황에서 전문가들의 여러 의견들을 개진하여 성공 사례들의 여러 특징을 찾아내는데 유용하다.

#### 2. 선도기업의 기능과 사례연구 역할

이러한 사례연구 방법에 근간으로 다음과 같이 결론을 도출하였다.

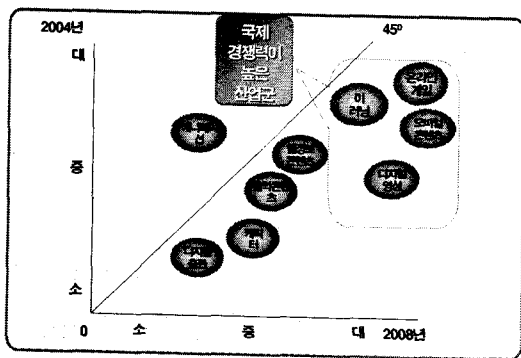
우선 모든 산업 부문을 대상으로 선도기업(군)을 육성하는 것은 국가자원의 효율적 배분 면에서도 문제를 가지고 있다는 점이다. 즉 선택과 집중이라는 전략적 방향성을 가지고 각 산업별 성장성과 글로벌마켓에서의 경쟁력 등을 감안하여 육성 대상 산업 군을 선택할 필요가 있다. 물론 미래의 불확실성을 감안할 때 인위적으로 특정 산업을 선택한다는 점에서 위험성이 따르는 하지만, 전문가들을 대상으로 하는 브레인스토밍 분석 결과를 집약하여 대안을 제시하였다.

먼저 세계 디지털콘텐츠 시장전망관련 문헌자료와 전문가들의 의견을 종합해 볼 때, 시장의 성장성이 높은 산업군(연평균 50% 이상 성장)으로는 온라인게임, 모바일콘텐츠, e-러닝(e-learning), 디지털영상·방송, 디지털출판 등의 분야가 해당한다.



〈그림 1〉 디지털콘텐츠 산업별 위상(시장의 성장성)

다음으로 비교적 국제경쟁력이 높다고 판단되는 산업 군으로 역시 온라인게임, 모바일콘텐츠, e-learning, 디지털영상·방송 등의 분야가 포함한다. 물론 다른 콘텐츠산업 분야도 잘 육성하면 국제경쟁력을 확보할 수 있지만, 이 4분야가 현재 잠재력을 갖는 분야라고 할 수 있다.



〈그림 2〉 디지털콘텐츠 산업별 위상(국제경쟁력)

따라서 본 연구에서는 10개 산업 군 중 세계시장에서 성장성이 높으면서 국제경쟁력이 높은 산업으로 온라인게임, 모바일콘텐츠, e-learning, 디지털영상·방송 등의 4개 산업을 선정하고 이 산업군에 대해 집중적으로 분석하고 육성대안을 제시

하고자 한다.

### 1) 온라인게임

온라인게임은 한국에서 세계 최초로 개발되어, 세계 온라인게임 시장의 급속한 확대와 더불어 초고속 정보통신망 및 기술개발력 등 세계최고의 인프라를 바탕으로 세계시장에서 약진을 하고 있다.

또한 온라인게임은 인터넷인구의 증가와 광대역 broadband 보급이 확대되면서 시장규모가 급속히 성장할 것으로 예상된다. 특히 2006년에 세계 broadband 보급률이 153% 이상 성장할 것으로 예상되어 온라인게임 인구는 1억 8백만명에 달할 것으로 전망된다.

온라인게임산업은 이러한 세계적 수준의 경쟁우위를 바탕으로 지속적으로 세계시장에서의 주도권을 유지할 수 있고 고부가가치를 창출할 수 있는 분야이므로 선도기업(군)의 육성을 통한 국가적 경쟁력을 지속적으로 유지해 나가기 위한 정책적 노력이 필요한 산업 분야이다.

### 2) 모바일 콘텐츠

우리나라의 경우 CDMA 2000 1x EV-DO의 보급 확대 등 네트워크의 고도화와 콘텐츠 및 인터넷 가입자 급증, 핸드폰 수출시장 점유율 1위 등 외형적인 고성장을 실현한 국가로서 모바일콘텐츠 세계시장을 선도할 수 있는 국제 경쟁적 위상을 가지고 있다. 특히 광대역 통합망(BcN) 구축 및 유무선 통합의 유비쿼터스로의 패러다임 이동을 감안할 때, 모바일 콘텐츠의 무한한 성장잠재력을 실질적인 가치창출로 연결하기 위해서 이 산업에서의 선도기업(군) 육성이 절대적으로 필요하다.

더구나 모바일콘텐츠 산업은 미국, 유럽뿐만 아니라 일본, 중국 등 아시아 시장에서도 중요한 차

세대서비스 영역으로 부상하고 있어, 우리나라의 모바일콘텐츠 기술력과 기획력을 바탕으로 해외 시장으로 진출할 수 있는 전략산업으로 육성할 필요가 있다.

### 3) e-Learning

급속한 정보통신기술의 발전 및 인터넷 보급의 확산으로 지식의 확산·이전·축적이 용이한 이러닝이 디지털콘텐츠 산업의 주요 분야로 등장하고 있다. 따라서 미국, 유럽 등 교육 선진국에서는 이러닝산업 육성 및 이러닝 기반 확충에 정책적 의지를 반영하여 적극적으로 육성 정책을 실행하고 있다.

국내의 경우 사이버대학과 이러닝 전문 업체의 등장 및 강력한 교육육구 등 환경적 배경과 기술적 우수성을 갖추어 산업으로의 성장잠재력을 갖고 있음에도 불구하고 그 기반이 취약하여 정부는 이러닝을 육성하기 위한 법적 근거로서 2004년 1월 이러닝산업발전법을 제정하기에 이르렀다.

이러한 산업적 및 정책적 배경을 바탕으로 선도기업(군)을 육성하게 되면 국내시장의 건전한 발전은 물론 세계 시장에서의 경쟁우위를 확보하여 세계시장에서 큰 가치를 창출해 가능성을 보이고 있다.

### 4) 디지털영상방송산업

지식기반사회에서 방송부문의 인프라는 누구나, 언제, 어디서나 유·무선의 초고속 정보통신 서비스를 이용할 수 있어야 하며 이는 디지털영상·방송 콘텐츠 기반에 의해 가능하다. 이러한 디지털영상·방송은 지식기반정보사회의 실현에 필수적이기 때문에 미국을 비롯한 선진 각국은 디지털방송 도입을 위해 정책적 사업을 적극적으로 추진하

고 있다.

디지털영상·방송부문은 연평균 235%의 성장을 구가하고 있는 디지털영화를 비롯하여 HDTV 및 디지털 위성 방송 등의 분야에서 급격히 성장을 나타내고 있으며, 특히 텔레매틱스, 홈네트워크 등 차세대 콘텐츠 서비스 시장의 핵심 콘텐츠로 부각되고 있어 이 분야의 선도기업(군) 육성이 절대적으로 필요하다고 할 수 있다.

## IV. 결 론

선도기업의 육성정책은 디지털콘텐츠산업의 전반적인 발전을 위한 정책이어야 한다. 그러나 모든 콘텐츠산업이 다 국제경쟁력을 갖추도록 할 수는 없기 때문에 국가자원의 효율적 배분을 위한 선택과 집중 전략을 구가하도록 주요 산업 군에 대해서 집중적으로 추진되어야 할 것이다.

또한 선도기업 육성정책은 선도기업과 중소벤처기업이 공생하는 모델로 추진되어야 한다. 정책적 뒷받침에 의해 선도기업의 육성 토양이 조성되면 선도기업은 중소벤처기업들의 창의력과 기술력을 끌어주고 그것을 바탕으로 하는 제품을 개발하도록 지원하여 국제시장에서 가치를 크게 창출하고 공유하도록 하는 산업 토양이 마련되도록 정책이 추진되어야 한다.

선도기업은 독자적인 발전과 독립적인 위치에서의 수익성 확보에 급급해서는 안 되며, 산업에서 리더로서 같은 산업에서 연결된 가치사슬내의 기업들과 전략적으로 연합하고 수익을 공유하는 리더십을 보유하여야 한다. 이러한 선도기업으로서

의 자질을 기반으로 디지털콘텐츠 선도기업은 publisher(유능한 마케팅 및 보급회사)가 되어야 하고, 이 기업은 중소벤처기업들에 대해 우수한 소재 발굴을 지원하고 개발 후 마케팅을 지원할 수 있어야 한다.

따라서 선도기업의 핵심적 역할은 개발 및 관련 업체의 기술적 지원, 안정적인 개발을 위한 자금지원, 독창적인 시나리오 및 게임 장르 개발을 할 수 있도록 인력의 능력 배양 지원, 마케팅 지원 등이다.

## 참고문헌

1. 고정민, 애니메이션 비즈니스 사례와 성공전략, 삼성경제연구소, 2004
2. 권영철, 무한경쟁시대의 전략적 제휴, 김영사, 1994
3. 문화관광부, 2002 문화산업백서, 2002
4. 문화관광부, 2002 캐릭터산업 백서, 2002
5. 문화관광부, 2002년도 문화산업진흥 연차보고서, 2002
6. 문화관광부, 한국 문화산업의 해외진출 전략 연구, 2000
7. 이연정 외, 해외 문화콘텐츠 선도기업 연구, 한국문화정책개발원, 2002
8. 이유경, 정보기술을 활용한 전통문화 콘텐츠의 개발방법론, 단국대 멀티미디어대학원 석사학위 논문, 2003
9. 이철송, 디지털콘텐츠 조세 및 금융지원방안 연구, 한국소프트웨어진흥원, 2002
10. 이후종, 디지털문화 콘텐츠산업에 관한 연구, 디자인과학연구, 2002
11. 전자신문, 각국의 콘텐츠 정책, '콘텐츠는 미래 국가경쟁력이다.', 2003
12. 정보통신부 정책총괄과, IT839전략, 정보통신부, 2004
13. 정보통신부, 디지털콘텐츠산업 발전 기본계획(2003-2005), 2003
14. 한국게임개발원, 게임백서, 2004
15. 한국문화정책연구원, 디지털방송환경과 방송제작인력 육성방안, 2003
16. 한국문화정책연구원, 문화콘텐츠백서, 2003
17. 한국소프트웨어진흥원, 2003년도 국내 디지털콘텐츠산업 시장조사 보고서, 2004
18. 한국소프트웨어진흥원, 국내?외 디지털콘텐츠 시장조사 컨퍼런스, 2004
19. 한국소프트웨어진흥원, 디지털콘텐츠산업백서, 2004
20. 한국소프트웨어진흥원, 해외디지털콘텐츠선도기업연구, 2003
21. FNZ, Film New Zealand Strategic Plan, 2004
22. KPMG, Public Policy Issues Arising from Telecommunications and Audiovisual Convergence, 1996
23. Porter, E. M, Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, Macmillan, Inc., 1985
24. SBS 서울디지털포럼 엮음, 제3의 디지털혁명 컨버전스의 최전선, 미래 M&B, 2004
25. Working paper, the Australian Official Co-production Program, 2004