

디지털콘텐츠 산업에서 선도기업 육성 방안 연구

- 가치사슬모형을 통한 -

A Study on Cultivating Planning of Leading Company
in Digital Contents Industry

노규성* 최성** 김민철***

목 차

- I. 서론
- II. 디지털콘텐츠 선도기업 개념 연구
 1. 개념 정립을 위한 절차
 2. 개념 정의
- III. 디지털콘텐츠 선도기업 육성 정책
 1. 가치사슬 모형 적용
 2. 선도기업 육성 방안
- IV. 결론

Key Words: 디지털콘텐츠, 선도기업, 델파이, 육성 방안, 가치사슬, AHP, 정책 연구

Abstract

The purpose of this paper is to analyze the concept and cultivating planning of leading company in digital contents industry to promote industrial competitiveness of Korea. Analysis of this study focuses on concept of leading company in digital contents industry through the delphi method. And in addition, we propose the cultivating planning through the value chain method and AHP method. Finally, this study presents the various implication and policy planning.

* 선문대학교 경영학부 교수, ksnoh@sunmoon.ac.kr, (016)468-4114

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

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

I. 서론

우리나라의 디지털콘텐츠 산업을 세계적 수준으로 올리기 위해서는, 대형기업이 성장할 수 있는 환경을 조성하고, 가치 사슬 상에서 수직·수평적인 제휴와 합병의 활성화 등을 통해 외국기업과 겨룰 수 있는 대형 선도기업(군)의 육성이 필요한 시점이다. 현재 국내에서의 디지털콘텐츠산업은 이론 미 정립으로 이론적 분석 어려우며, 전반적 경기전망이 이루어진 적이 없으며 디지털콘텐츠산업에 영향을 미치는 요인에 대한 체계적인 분석이 미미하며 산업경기전망을 예측하기 위한 모델이 미비한 편이다. 이러한 이유는 디지털 콘텐츠산업은 다른 산업에 비해 범위가 광범위한 반면 기업의 규모가 영세하고 기업의 교체가 잦은 편으로 일관성 있는 기업 조사가 어려움에 있는 것이다. 특히 디지털콘텐츠산업은 규모의 경제 및 범위의 경제가 적용되는 특성상 소수의 메이저회사가 과점 시장을 형성하기 때문에 선도기업 조사를 통해 적은 비용으로 시장의 흐름 파악가능 하다. 여기서 산업의 흐름을 보기 위하여 시장점유율 70-80%를 차지하는 선도 기업을 조사함으로써 트렌드 분석의 타당성 있는 결과 도출 가능한데 선도기업조사만으로 시장전체의 흐름을 읽을 경우 발생할 수 있는 에러를 줄이기 위하여 선도기업 설문조사와 거시적 요인, 전문가 분석 및 토론 등을 종합하여 전망할 필요가 있다.

이러한 디지털콘텐츠는 디지털 화된 유 무선통신, 인터넷, 패키지 미디어 유통망 및 디지털방송 등 전반적인 정보 통신체계를 통하여 디지털 시장에서 유통되는 정보 내용물을 말하는 것으로서 여기에는 교육용콘텐츠, 멀티미디어 출판, 게임콘텐츠, 영상물, 가상현실 콘텐츠 등 모든 종류의 디지털 화된 정보가 포함된다.

그런데 국내에서는 통계자료가 부족한 상황에서 디지털콘텐츠 산업의 동향을 파악하고 미래를 예측하기 위해 선도기업 설문조사가 필요하다. 이를 통해 디지털콘텐츠산업의 경제적 특성 때문에 몇몇 소수 기업의 시장지배력이 큰 과점시장이 형성되어 선도기업 조사를 통해 시장흐름 파악이 가능하게 된다.

본 연구에서는 선도기업(군) 육성 관련 국내?외의 성공사례 조사 분석을 토대로, 세계 유수의 기업과 경쟁할 수 있는 국내 디지털콘텐츠 기업의 성장 환경 조성에 필요한 정부의 역할과 정책, 제도적 장치 등을 제시하는 것이며 디지털콘텐츠 산업의 가치사슬(Value Chain)에 대한 연구 분석을 토대로 각 부문별 사업자간 혹은 동종 기업간 전략적 제휴 활성화 및 시너지 효과 증대를 위해 필요한 정부의 정책방향을 제시하는데 그 목적을 두고 있다.

따라서 본 연구에서는 크게 다음과 같이 연구 범위를 구분하여 접근할 것이다.

첫째, 디지털콘텐츠 산업에서의 선도기업의 개념을 정립하는 것이다.

둘째, 디지털콘텐츠 산업의 가치사슬(Value Chain)상의 각 요인별 중요성과 연계강화 및 선도기업(군), 스타플레이어 육성을 위한 정부의 역할 및 정책 연구에 관한 것이다.

II. 디지털콘텐츠 선도기업 개념 연구

1. 개념 정립을 위한 절차

본 연구에서는 기본적인 선도기업들의 조건들을 정리한 다음 최종적으로 델파이 조사에 의해 선도

기업 조건 요인을 산출하였다.

여기서 활용하는 ‘델파이(Delphi)’ 라는 이름은 고대 희랍신화 중에서 아폴로 신이 미래를 통찰하고 신탁을 하였다는 신전 델파이를 따른 것이다. 델파이 방법은 예측하려는 문제에 대하여 전문가들의 견해를 유도하고 종합하여 집단적 판단으로 정리하는 기법이다. 이 방법은 미국의 랜드연구소(Rand Corporation)에서 대면토의의 제한점을 제거하고 당시 긴급한 문제였던 소련의 핵무기 보유량 문제에 관하여 전문가들의 합의를 얻는데 최초로 사용하였다. 이 방법은 추정하려는 문제에 대한 정확한 정보가 없을 때에는 “두 사람의 의견이 한 사람의 의견보다 정확하다”는 통계적 객관의 원리와 “다수의 판단이 소수의 판단보다 타당하다”는 민주적 의사결정의 원리에 논리적 근거를 두고 있다.

본 보고서에서는 선도기업이 갖추어야 할 조건들 앞서 산출된 여러 요인들을 기초로 하여 1차 델파이 설문지(별첨 2 참조)를 산출하였다. 그리고 1차 설문지 반응결과를 기초로 2차 설문지를 작성하여 동일한 집단에게 조사하였다.

우선 1차적으로 다음과 같은 설문 결과를 도출하였다. 1차 설문지 결과를 분석해보면 다양한 의견들이 제출되었고 여기서 유사한 조건들은 묶어서 정리 요약하였다. 즉 1차 설문조사의 응답내용을 정리하면서 응답의 범위를 점차 축소하여 합의를 지향하기위해 응답률이 전체 응답인원의 20%에 미달하는 항목은 생략하였다.

〈표 1〉 1차 설문 결과

번호	조건
①	창작 및 창조력
②	마케팅 능력
③	인적 자원
④	기술력
⑤	유통
⑥	자금력
⑦	제작 및 가공
⑧	시장 예측력

〈표 1〉의 분석 결과 ‘창작 및 창조력’에 가장 많은 응답자가 기술하였고 다음으로 ‘마케팅 능력’ 등이 기술되었다.

위의 1차 설문 결과에 근거하여 1차 응답자를 대상으로 다시 2차 설문지를 배부하였다.

〈표 2〉 2차 설문 결과

우선순위	조건
①	창작 및 창조력
②	마케팅 능력
③	기술력
④	자금력
⑤	인적 자원
⑥	시장 예측력
⑦	유통
⑧	제작 및 가공

〈표 2〉는 2차 설문 응답자들이 1차 설문에 근거하여 조건 내 우선 순위를 제시하거나 새로운 조건을 제시한 내용을 근거로 다시 정리하였다. 그 결과 ‘창작 및 창조력’이 가장 중요한 요인으로 나타났으며, ‘마케팅 능력’, ‘자금력’ 순으로 결과가 도출되었다. 이는 1차 설문 결과와 큰 차이가 없었으며 이러한 결과는 이후에 기술되는 가치사슬별 중요도 산출의 기본 자료로 활용되었다.

2. 개념 정의

본 연구는 이전 연구의 선도기업들의 사례를 통한 특징을 종합정리한 결과 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 시장의 통찰력이란 성공적인 시장진입 요인을 정확히 인지하고 이를 전략적으로 추진하는 기업이고, 둘째, 시장의 창출력이란 해당 시장에서 창의력, 기술력, 자본력, 유통망 등을 바탕으로 탁월한 매출액과 수익성 확보가 가능한 기업이며, 셋째, 시장의 리더십이란 시장 창출력을 가지고 시장을 주도적으로 이끌어 나갈 수 있는 기업을 말한다.

즉 “창의력을 기반으로 과감하고 실패를 두려워하지 않는 도전정신과 끊임없는 연구개발로 시장 지향 서비스역량으로 공격적인 마케팅을 하는 기업” 그리고 “창의적인 시나리오 기획과 감독발굴 및 자금동원능력 확보하고, 원소스 멀티유스전략을 성공리에 구사하며, 온라인기반의 커뮤니티 활성화를 통하여 뛰어난 창조적(Creative)능력과 상업화(Merchandizing) 능력 확보한 기업을 선도기업”이라고 제시하였다.

결국 선도기업이란 창의력, 상상력을 갖춘 콘텐츠개발 기술 인력이 많은 기업이다. 창의성과 전문성을 가진 기술 중심 인력은 산학협동을 통해 양성해야 한다. 대학은 산업계 수요를 충족시킬 수 있는 실용적 영상기술교육 추구해야 한다. 그러므로 대학과 공공 및 민간교육기관의 인력양성 확대와 더불어 해외 우수인력도 유치해야만 한다. 그리고 전통 순수예술과의 접목을 통한 승수효과 제고토록 한다. 순수 문화예술분야는 디지털콘텐츠산업의 창작소재를 제공하는 공급자이며, 이들 분야와 콘텐츠산업(창작소재 소비자)의 밀접한 상호작용은 디지털콘텐츠산업이 장기적으로 성장할 수 있는 기반이 될 수 있다. 또한 창작소재의 공급자와 소비자가 파트너십을 형성하여 인력양성, 시나리오

개발, 창작소재 개발, 연구와 세미나 등 상호연계 발전을 위한 공동정책사업을 지속적으로 개발함으로써 시너지 효과가 발생한다.

본 연구에서는 최종적으로 실제 선도 기업들의 CEO 및 임원들과의 인터뷰 및 설문 분석 결과 기술력(Technology), 마케팅(Marketing), 자금(Funding) 등의 요인들을 제시한 것을 참조로 하여 델파이 분석에 의해 최종적으로 우선적인 성공 조건들을 고려한 선도기업을 정의는 다음과 같다.

- 시장에서의 경쟁력(성공) 확보 요인을 정확히 파악하고 이를 전략적으로 추진하는 기업
- 시장 창출력을 가지고 시장을 주도적으로 이끌어가는 기업
- 해당 산업에서 창의력, 탁월한 기술(우수인력), 자본력, 유통망, 탁월한 매출과 수익성 확보 등의 특징을 가지는 기업
- 여기에서는 해외진출역량(제휴, 합작, 유통, 현지화 등)을 확보한 기업이 중요

Ⅲ. 디지털콘텐츠 선도기업 육성 정책

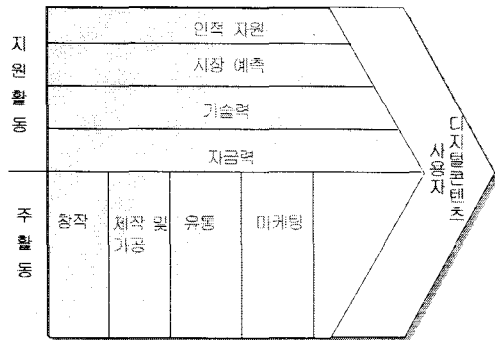
1. 가치사슬 모형 적용

여기서는 가치사슬 요인 간 중요도를 산출하여 시사점을 도출하였다. 즉 가치사슬(Value Chain) 내 분석을 위해 AHP(Analytic Hierarchy Process) 기법을 가지고 각 요인 별 중요도를 산출하여 정책적 시사점을 도출한다.

여기서는 디지털콘텐츠 산업의 경쟁력 분석의 도구로 활용된 바 있고 최근 주요 선진국에서 디지털

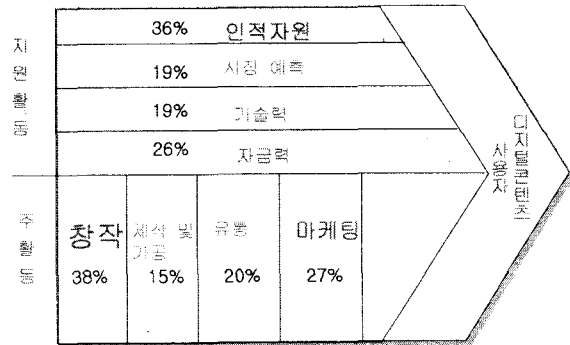
텔콘텐츠 산업의 분석의 틀로 사용되고 있는 가치사슬(value chain)²⁾ 모형을 토대로 살펴보기로 한다. 이러한 가치사슬의 개념은 포터(1985)가 기업의 경쟁력을 실현시키기 위해 요구되는 활동들을 분석하기 위해 처음 도입되었다.³⁾ 디지털콘텐츠 산업에서 가치사슬은 창의적인 아이디어로부터 공공이나 소비자에 이르는 영역까지 포괄한다. 즉 가치사슬은 창작에서부터 개발, 재가공, 유통 및 소비자 접촉 등 모든 단계를 의미한다.

다음은 앞서 분석한 선도기업이 갖추어야 할 조건들을 중심으로 가치사슬을 주 활동과 보조 활동으로 구분한 최종 가치사슬 그림이다.



〈그림 1〉 선도기업(군) 가치사슬 단계

AHP 분석 결과 다음 그림과 같이 4개 산업을 종합적으로 정리한 결과 주 활동 중에서 창작 활동이 가장 높은 중요도를 차지하고 있음을 알 수 있었으며, 보조(지원) 활동 중에서는 인적자원이 가장 중요한 요소로 작용한다고 볼 수 있다. 물론 각 산업 별로 다소 중요도가 다르게 산출되었지만 창작 활동을 어떻게 육성시키느냐가 결국 선도기업(군)의 발전을 도모할 수 있는 근간이 된다고 할 수 있다.



〈그림 2〉 가치사슬 중요도 종합 결과

위의 결과를 토대로 정리해볼 때 디지털콘텐츠 시장을 활성화하기 위해서는 창작이라는 측면에서 다른 무엇보다도 저작권자 및 제작사들의 신뢰성을 회복할 수 있는 저작권 보호 기술개발이 선행되어야 한다. 이 같은 기술적인 인프라가 갖춰져야만 저작권자 및 디지털콘텐츠 제작자들이 안심하고 창작활동에 자금과 시간, 노력을 투자할 수 있는 환경이 조성될 수 있다.

시간이 흐를수록 일과 현실보다는 놀이와 환상이 강조되는 방향으로 커다란 변화를 겪게 될 것이다. 특히 디지털콘텐츠 산업은 놀이와 문화의 양대 영역에서 인간의 욕구를 충족시켜 주고 오감을 즐겁게 해주는 방향으로 발전될 전망이다. 이에 대한 대응책을 마련할 필요가 있다.

경제 사회의 기본 구도가 생산자 중심에서 소비자 중심으로 이동하게 됨에 따라 디지털콘텐츠 부문 역시 창작자와 사업자, 정책당국자 중심에서 점차 소비자 및 향유 공간쪽으로 권력 이동(Power Shift)이 일어나게 될 것이다. 결국 디지털 콘텐츠 개발자는 양질의 창작 콘텐츠로 승부한다는 것이 콘텐츠미디어 선도기업의 철칙이 되어야 한다.

2) 가치사슬(value chain)이란 공급(supply side)에서부터 소비자단계(demand side)를 거치는 동안 어느 한 산업이나 기업의 부가가치가 창출되도록 하는 활동들의 연결된 집합을 의미한다.

3) Porter, E. M.(1985), Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, Macmillan, Inc.

2. 선도기업 육성 방안

일반적으로 산업을 육성하기 위한 정책적 요소에는 홍보, 분위기 조성 및 진흥, 자금지원, 인력양성, 기술개발, 표준화, 수출촉진 등 여러 가지 요소가 있을 수 있다. 그러나 이러한 육성정책 대안 모두를 선도기업(군)을 육성하기 위한 정책에 반영할 경우 대기업 지원 특혜 혹은 공공기관의 역할 증대와 같은 효과가 나타날 수 있어 자칫 중소벤처기업의 반발과 국제기구에서의 제소 등 여러 부작용이 나타날 우려가 있다.

따라서 디지털콘텐츠 선도기업(군) 육성을 위한 정책은 부작용을 최소화하면서 중소벤처와의 상생 효과를 보도록 추진되어야 하며, 특정 분야로 선택과 집중이 이루어져야 할 것이다. 대표적인 정책대안으로 고려해 볼 수 있는 것은 자금지원, 대규모 기업의 수월한 참여를 위한 법·제도 개선, 중소벤처와의 공동발전을 위한 정책 등이 포함될 것이다.

디지털콘텐츠 선도기업 육성은 곧 디지털콘텐츠 산업 육성을 위한 방안의 하나이므로 정부는 직접적인 디지털콘텐츠 선도기업 육성정책 외에도 그동안 추진해오던 여러 가지 산업 육성정책을 지속적으로 추진하여 선도기업이 산업의 발전 토대를 확고히 하여 다수의 디지털콘텐츠 중소벤처기업이 튼튼한 성장기반을 갖추도록 하여야 한다.

- 국가간 글로벌 경쟁 환경 기반의 문제점의 해소 방안
- 글로벌 시장 활성화를 위한 각종 제도적·금융적·정책적 뒷받침
- 글로벌 퍼블리셔(publisher)와의 지속적인 협조와 커뮤니케이션 지원
- 글로벌 미디어콘텐츠 네트워크 구축 및 지원

IV. 결 론

본 연구는 산업 현장의 애로사항과 발전 과제를 토대로 디지털콘텐츠산업이 성장 발전하기 위한 토대를 마련하는 정책을 지원하기 위해 이루어진 것이다. 따라서 본 연구 결과, 대형 디지털콘텐츠 기업?그룹을 육성할 수 있는 전략 수립의 근거가 마련되었다고 볼 수 있다. 그리고 본 연구결과 정부는 선택과 집중을 통해 국내기업의 대외 경쟁력 제고와 국내 디지털콘텐츠 산업 발전을 선도할 수 있는 글로벌 수준의 기업 육성에 기여할 것이다.

특히 본 연구는 세계 유수의 기업과 경쟁할 수 있는 국내 디지털콘텐츠 기업의 성장환경 조성에 필요한 정부의 역할과 정책, 제도적 장치 마련을 위한 기초 자료로서 큰 역할을 할 것이다. 또한 주요 4개 디지털콘텐츠 산업의 가치사슬(Value Chain)에 대한 연구 분석을 토대로 각 부문별 사업자간 혹은 동종 기업간 전략적 제휴 활성화 및 시너지 효과 증대를 위한 정부의 정책방향을 제시함으로써 정책적 대안 모색을 지원할 것이다.

참 고 문 헌

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