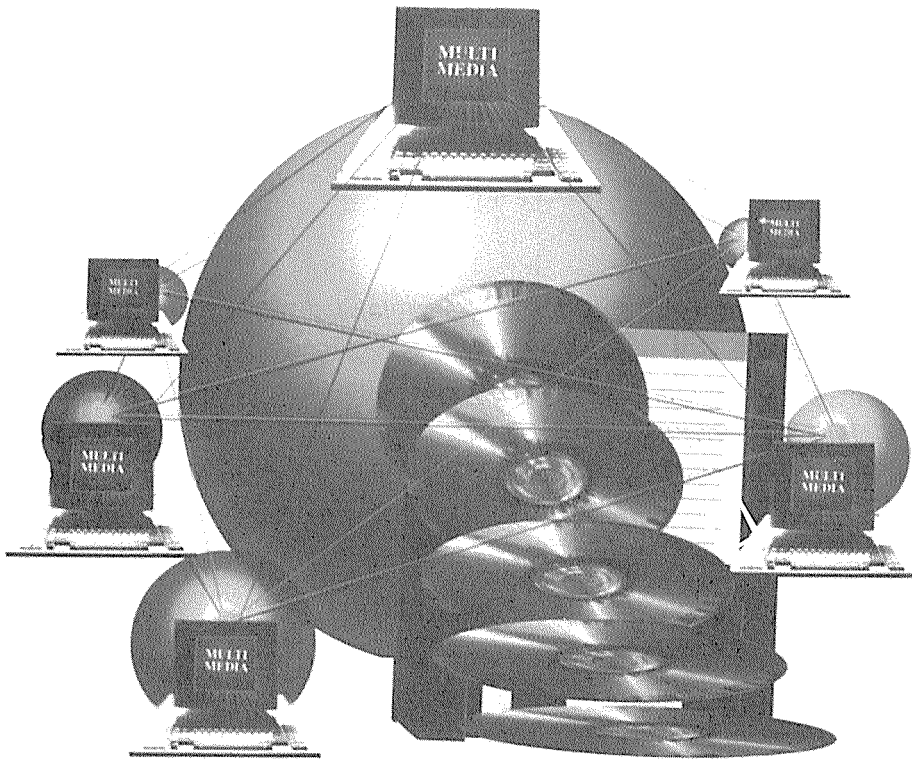
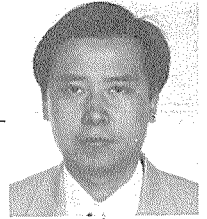


멀티미디어 산업



1. 멀티미디어 영향으로 새로운 양상최정규 •
2. 멀티미디어의 원천이되는 기술추이박항구 •
3. 멀티미디어 산업의 구조전망 및 기업의 M&A...김두현 •
4. '97 VGA와 Modem의 현주소황정환 •



멀티미디어 영향으로 새로운 양상

최 정 규 차장

— 산업동향 및 전망 —

한국 멀티미디어 협회

하루가 다르게 변화되어가는 정보화 사회에 오늘날 개인이나 기업이나 정보의 중요성을 인식하여 그 위치와 의미가 점점 커지고 우리 생활속에 깊숙히 자리를 잡고 있다. 앞으로 우리는 다가오는 21세기를 맞아 더욱 새로운 형태의 모습으로 밀려오는 신기술에 적응하기 위하여 만반의 준비를 하여야만 한다.

경제나 산업사회는 이미 멀티미디어 영향으로 새로운 양상을 띄고 초고속 정보통신망을 기반으로 고도 정보화 사회는 현실로 다가오고 있다. 세계는 지금 멀티미디어산업의 중요성을 인식하여 정부와 사업자들이 자국의 이익을 우선하고 선두자리를 차지하기 위하여 치열한 경쟁을 하고 있다.

이에 1996년 멀티미디어산업 한해를 되돌아보고 향후 국내외 멀티미디어산업 전망에 대하여 알아보고자 한다.

목 차

멀티미디어 산업

1. 멀티미디어산업 동향
2. 멀티미디어기술 동향
3. 멀티미디어산업 연혁
4. 멀티미디어산업 문제점 및 대안제시
5. 멀티미디어산업 발전 전망

1. 멀티미디어 산업 동향

국내 멀티미디어산업 시장규모는 <표 1>과 같이 전체적으로 연평균 53.6%의 성장을 지속하여 2000년에는 약 17조2천억원에 도달할 전망이다.

이는 1990년대 중반까지는 멀티미디어 PC, CD-ROM Drive, 비디오보드, 타이틀 등 개별 제품의 가격 등락에 의해 수요가 형성될 전망이다.

한편으로 초고속 정보통신망이 구축되는 시점부터 다양하고 우수한 네트워크형 멀티미디어 서비스 및 제품에 의하여 멀티미디어 시장규모가 더욱 더 확대될 것이다.

세계 멀티미디어산업 시장규모는 <표 2>와 같이 연평균 69%의 고도성장을 지속하여 1997년 경에는 321억달러에 도달할 전망이다.

또한 규모면에서는 컴퓨터 계열이 최대규모를 형성할 전망이지만 1990년대 중반이후 멀티미디어가 네트워크와 연결되면 통신 계열 멀티미디어산업 시장이 급속히 성장하여 최대 발전 분야가 될 전망이다.

이제 국내 멀티미디어산업 각 부문별 매출현황에 대하여 언급하여 보면 다음과 같다.

'95년 매출 2조1,300억원에서 '96년도에는 3조1,000억원으로 약 1.5배의 성장을 하였으며, 부분별 매출은 사단법인 한국멀티미디어협회의 수요조사 결과 <그림 1>에서 보는 바와 같이 멀티미디

어 PC가 전체시장의 80.77%인 2조5,000억원, CD-ROM Drive는 10.34%인 3,200억원, Sound Card는 1.68%인 520억원, MPEG Board는 1.26%인 390억원, CD-Title 및 응용 소프트웨어는 5.82%인 1,800억원, Authoring Tool은 0.13%인 40억원 등으로 각각 조사되었다.

한편, 우리 주위에서 가장 쉽게 접할 수 있는 멀티미디어 콘텐츠 부문의 CD-ROM 타이틀의 경우, 1990년대 초반에는 약 30여 개의 멀티미디어 콘텐츠 업체가 다양한 타이틀 개발과 멀티미디어 관련 소프트웨어에 관한 영업을 시작하여 국내 멀티미디어 콘텐츠 산업 초기 시대를 선도 하였다.

현재에는 전문 멀티미디어 콘텐츠 개발사, 대형 출판사, 신문 방송 등 언론사를 포함하여 약 130여 개의 회사들이 참여하고 있다.

초기에는 전문멀티미디어 콘텐츠 개발사들이 교육부문과 사회문화 부문 제품 제작의 주류를 이루었으나, 최근에는 멀티미디어 게임을 포함한 오락부문과 교육부문에 편중된 경향을 보이고 있다.

또한, 최근에 조류로는 다양하고 양질의 멀티미디어 정보 서비스를 초고속 정보통신망과 연계하여 시범적으로 제공하고 있으며, 실제적으로 언제 어디서나 누구든지 쉽게 이용할 수 있도록 제반 시스템을 준비하고 있으며, 우수한 멀티미디어 콘텐츠화 할 수 있는 자료와 조직을 갖추고 있는 대형 출판사, 신문사, 방송사 등이 활발한 제작활동과 계획을 하고 있다.

더 나아가서는 과거에 적대적 관계에 있던 업체들이 국내외적으로 오늘의 공동운명체로서 합병을 주도하여 멀티미디어산업계에 등

<표 1> 국내 멀티미디어산업 시장규모

(단위 : 억원, %)

구 분	1995	1996	1997	1998	1999	2000	연평균 성장률
시장규모	21,300	30,950	77,455	131,906	194,034	231,482	53.6

자료 : 한국멀티미디어협회

<표 2> 세계 멀티미디어산업 제품별 시장규모

(단위 : 백만달러, %)

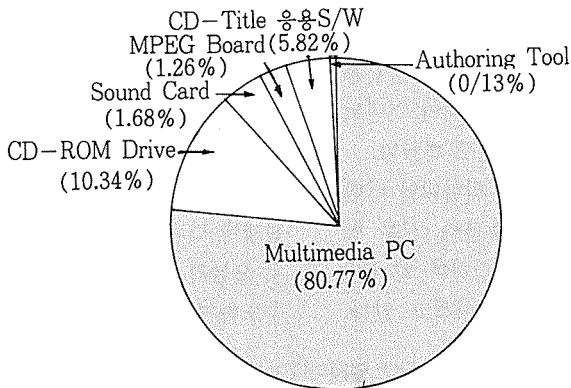
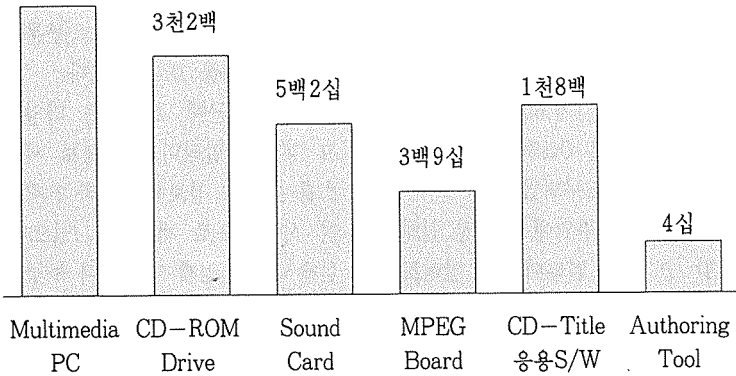
구 분	1993	1994	1995	1996	1997	연평균 성장률	
시	컴퓨터베이스	2,717	4,824	7,010	9,604	12,160	59
스	TV 베이스	240	650	1,344	2,441	4,400	111
템	통신베이스	200	446	995	2,218	5,000	123
주	번 기 기	680	960	1,170	1,372	1,520	31
타	이틀소프트웨어	985	1,714	2,983	5,190	9,040	74
계		4,822	8,594	13,502	20,825	32,120	69

자료 : '96 Seoul Multimedia Seminar, 1996

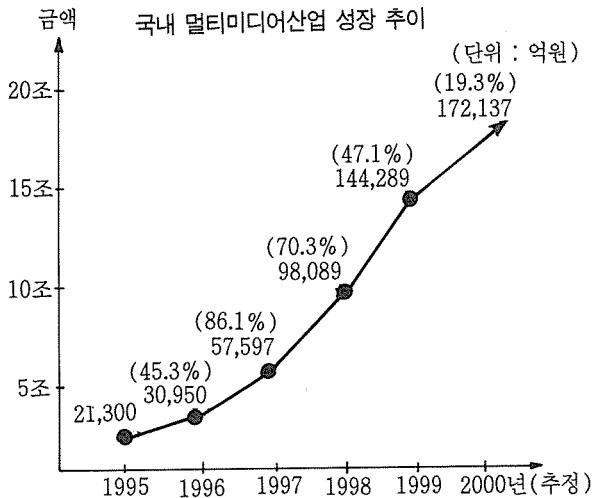
[그림 1] 국내 멀티미디어 매출현황

■ 1996년 3조1천억원
2조5천

(단위 : 억원)



자료 : 한국멀티미디어협회



자료 : (한국멀티미디어협회)

장하고 있다.

2. 멀티미디어 기술동향

멀티미디어 기술동향은 개별 단독형(Stand-Alone) 멀티미디어 기술에서 정보통신과 결합된 형태의 멀티미디어 기술로 발전하고 있다. 이를 단계별로 보면 다음과 같다.

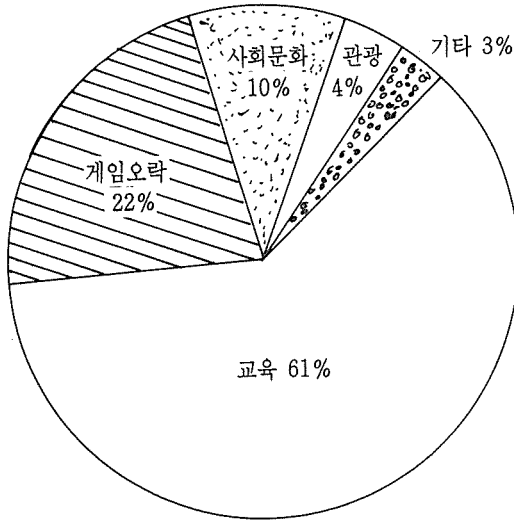
(1) 1단계(1990-1994) : 주변 기기 및 멀티미디어시스템 기술 위주

단독형(Stand-Alone) 멀티미디어 기술 정보 Capture 위주였으며, CD-ROM이나 멀티미디어관련 보드 개발에 중점을 두었고, 멀티미디어 PC나 가정용 CD-ROM 드라이브 등 주변기기 산업이 활발하였다.

(2) 2단계(1995-1997) : 멀티미디어통신 및 서비스 위주

고속 통신망에 연결된 비디오 PC, 멀티미디어 워크스테이션 등 멀티미디어정보통신 기술 도입과 네트워크를 통한 서비스 지원을 위하여 멀티미디어정보통신 기술과 정보 제작 기술 개발이 연구되었고, 비디오 PC, 멀티미디어 워크스테이션, 서버 등을 초고속통신망에 연결하는 기술이 개발되었으며 멀티미디어

1996년 국내 CD-ROM 타이틀 현황



자료 : 한국멀티미디어 협회

〈표 3〉 초고속정보통신기반의 구조

교육방식·체제	정보사회계층	관습·가치관 교육·인재 법제도체계
원격교육서비스	정보응용계층	애플리케이션 데이터베이스
영상분배기능 영상수신기능	정보유통계층	멀티미디어 단말 비디오 서버 등
초고속정보통신 전송로	정보전송계층	B-ISDN 광 CATV 통신위성, PCS
응용사례 (원격교육)	계층구조	구성요소

어 시스템 및 소프트웨어 산업의 활성화가 기대된다.

(3) 3단계(1998-2002) : 멀티

미디어서비스의 지능화 및 고급화 위주

초고속 정보통신망과 결합된 멀티미디어 정보 서비스 창

출 위주로 진행되며 가상현실(VR)기술, 지능화 기술이 결합된 고도의 멀티미디어 서비스 개발 기술의 발달로 멀티미디어 서비스 산업이 활발하게 발전할 것이다.

(4) 4단계(2003-2010) : 실감형 멀티미디어서비스

초고속 정보통신을 기반(표 3)으로 하는 자유로운 정보 창출 및 이용이 가능하며, 실감형 단말기와 차세대 통신망 기술인 대용량 광교환기, Tera급 광전송 시스템의 보급으로 다양하고 양질의 멀티미디어서비스를 제공하여 지적 충만과 삶의 질 향상을 충족할 수 있다.

3. 국내 멀티미디어 산업 연혁

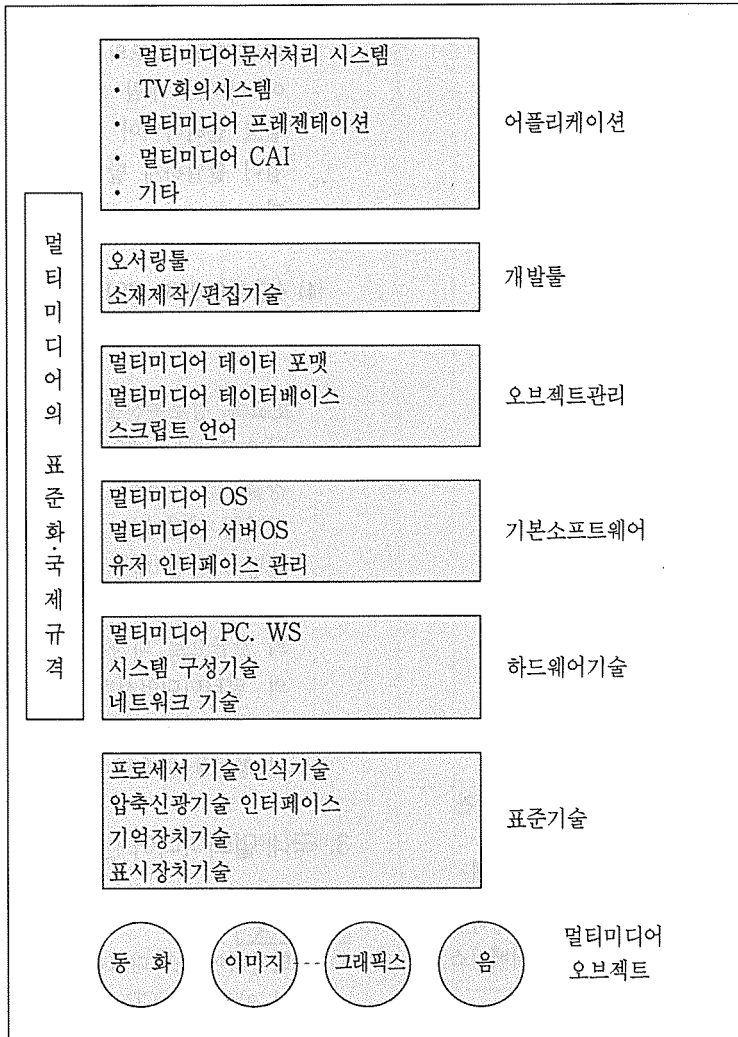
'80년대

- 멀티미디어 스튜디오 시작
- 국내 일부기관 CD-ROM 도입 및 연구

1990년

- 멀티미디어 관련업체 설립
- CD-ROM 개발 공급업체 사업시작
- CD-ROM 드라이브 OEM 수출
- 화상정보시스템 및 시제품 출시
- 대학, 연구소, 대기업 CD-

멀티미디어 시스템의 技術階層



ROM 도입 활용

1991년

- 국산 CD-ROM 드라이브 개발
- 사운드카드 업체 매출 호조
- 조립 MPC 첫선
- 하이퍼미디어 처리 시스템 개발연구

○ 해외 저작도구 등 멀티미디어 관련 수입

1992년

- CD-ROM 타이틀 개발업체 적극적 시장 참여
- 국산 멀티미디어 저작도구 개발
- CD-I 제품개발

○ 멀티미디어 협의회 구성

1993년

- 통상산업부 멀티미디어산업 발전계획 발표
- 국내 80여개사 시장 참여
- 한국멀티미디어협회 사단법인 등록
- 멀티미디어 기술세미나 등 마인드 확산
- 다양한 CD-ROM 타이틀 개발 및 판매
- 멀티미디어 업그레이드 키트 개발 및 수입판매

1994년

- 국내 120여개사 시장 참여
- Set-Top Box 개발
- 멀티미디어 주요부품의 국산화
- 화상회의시스템 개발
- 32비트 게임기 개발
- MPC 성능 향상과 저장기술 발전
- 초고속정보통신망 구축계획

1995년

- 국내 160여개사 시장참여
- 초고속정보통신기반구축 추진 계획 확정
- HDTV, 광CATV 시스템 개발, VOD 서비스
- CD-ROM 타이틀의 시장확대와 고급화
- DVD 핵심기술 국산화
- 멀티미디어산업 육성계획안 마련
- 인터넷상의 멀티미디어서비스 실시

1996년

- 국내 180여개사 시장 참여
- 초고속응용과제 개발
- ATM 국산화 및 PDA 개발
- CD-ROM 드라이브 12배속 개발
- DVD ROM 시제품 개발
- 인터넷 TV 출현
- 인터넷을 이용한 DB서비스 활성화

4. 멀티미디어 산업 문제점 및 대안제시

국내 멀티미디어산업은 바야흐로 도입기를 지나 성숙기로 진입하는 아주 중요한 시기에 놓여있다.

급속히 변화, 발전하고 있는 국내 멀티미디어산업은 예견된 시장 규모 만큼의 성장을 이루지 못하고 있으며, 여러 멀티미디어산업체들은 대규모의 집중된 투자에도 불구하고 가시화된 성과가 바로바로 나타나지 않는 관계로 시행착오를 거듭하며 국내의 멀티미디어 산업 환경 변화를 면밀히 주시하고 있다.

올 1996년도에 나타난 멀티미디어산업 전반에 걸친 문제점은 중장기적 차원에서의 기술투자나 제품개발 보다는 단기적 차원의 수익에만 치우친 관련 기업들의 단발성 정책전략 수립으로 문제점이 심각하게 대두되었다.

이를 극복하고 해결하기 위해서는 중장기적 차원의 경쟁력 있는 핵심기술이나 기반기술의 습득과

축적으로 급속히 변화하는 멀티미디어산업의 흐름에 신속히 대처할 수 있을 것이다.

그러기 위해서는 최고경영자의 투자 마인드와 의지가 무엇보다도 중요한 시점이라 할 수 있다.

특히, 멀티미디어산업은 대규모의 조직과 자본을 필요로하여 과거 경쟁적 위치에 있던 기업들간에 M&A 합병 이라든가, 특화된 상품 전략을 기획하여 경쟁력 제고에 힘써 나아가야 한다.

또한 멀티미디어산업의 기술 및 시장의 변화가 급속히 이루어지는 관계로 관련 국가나 기업들의 신속하고 정확한 정보 습득과 창출을 위하여 다양하고 체계적인 응용 시스템을 구축하여야 한다.

여기서 올 한해 멀티미디어산업 콘텐츠 분야의 문제점을 되돌아보면, 전반적으로 시장 창출 측면에서 수요 예측의 불확실성으로 인하여 많은 관련업체들이 어려움을 겪는 한해였다. 영세한 자본과 열악한 환경으로 장기적인 투자 및 개발계획 수립이 원천적으로 불가능 하였고 전문개발 인원의 빈번한 이직으로 다양하고 우수한 양질의 제품을 개발하는 것이 어려웠으며, 위탁 개발 사업에 의존하다보니 새로운 신기술 습득과 축적이 미흡하였다.

제품 개발 측면에서도, 전문가와의 교류 부족으로 양질의 시나리오 기획 수립이 부족하였고, 전문가들로부터 충분한 검증이 되지 않은 제품들의 양산으로 최종 사용자들로부터 외면당해 신규

시장 개척의 활로가 어려워졌고 이러한 현상은 마케팅 기획 부족으로 인하여 판매부진 및 덤핑 판매로 시장 질서를 흐리는 결과를 초래하여 경영의 어려움을 가져왔다.

이의 해결 방안으로는 기술력이 부족한 개발업체들을 지원하기 위하여 새로운 기술 공개, 기술지도, 타이틀 개발 전략, 판매 지원 방향 등에 관한 관련 공개 강좌를 마련하여 지속적으로 실시하며, 기술과 개발 자금이 부족한 영세 개발업체들을 하청관계가 아닌 협력관계의 차원에서 각종 기술지도, 개발자금 지원, 마케팅 지원 등을 실시한다.

또한, 멀티미디어 개발업체와 관련 전문가와의 각종 워크샵이나 세미나를 통한 활발한 교류와 이들 전문가들과 정기적인 대화의 장을 지속적으로 마련하여 다양하고 수준 높은 멀티미디어 콘텐츠 제품을 개발할 수 있도록 산·학·연 간의 교류를 적극 모색하여야 하며, 산·학·연 간의 연구 결과로 개발된 소프트웨어에 대하여는 정부 관련 주무부처의 정책적인 관심과 배려로 충분한 예산 지원이 이루어져야 하고, 공정하고 철저한 결과 평가로 삶의 질을 증진할 수 있는 양질의 멀티미디어 소프트웨어가 지속적으로 개발될 수 있도록 중장기적인 지원 체계를 구축하여야 할 것이다.

끝으로 멀티미디어산업 관련 업계에서도 소극적 방법보다는 더욱 적극적으로 수요 창출의 기틀을

마련하여야 한다.

광범위한 멀티미디어산업 시장에서 응용 가능한 틈새시장을 개척하는 것도 경쟁력제고의 한 방법이며, 궁극적으로는 세계화 시대를 맞아 글로벌 상품을 출시하므로서 항구적이고 독자적인 고유의 제품 브랜드를 획득하여 국제 경쟁력을 갖추어야 할 것이다.

5. 멀티미디어 산업 발전전망

오늘날 세계는 하루가 다르게 급속히 정보화 사회로 변해가고 있으며, 개인이나 기업 모두 정보사회라는 울타리에서 그 위치와 의미가 점점 커지고 이것은 우리 생활속에 깊숙히 자리를 잡아가고 있다.

현재 진행중인 멀티미디어산업은 21세기를 맞아 더욱 새로운 형태의 모습으로 변화되어 지금까지의 산업화 사회를 지배해온 패러다임의 성격 본질이 신혁명으로 인하여 멀티미디어가 우리 생활에 확실한 자리를 잡고 중심적 역할을 하게 될 것이다. 이러한 변화는 사회적, 기술적으로 점점 넓어지며, 특히 경제적 지역 분산, 글로벌화 탈민족주의, 지능 중심의 멀티미디어 소프트웨어로 발전하

는 사회가 예상된다.

경제나 산업은 이미 멀티미디어의 영향으로 새로운 양상을 띄고 유형·무형의 상품과 서비스는 시장 확대와 축소를 경험하고 있으며, 기업은 구태의연한 옛날방식을 고집하지 않고 경영철학을 바꾸어 가고 있으며 사용자 중심과 소비자의 권리 확보를 위한 신기업 경영으로 변해가고 있다.

빠르게 발전하는 하드웨어 기술의 보유와 필요한 소프트웨어 등의 적절한 개발시기를 예측하여야 하며, 또한 사회의 기본구조를 지탱하는 교육, 군사, 행정, 금융, 의료 등의 일대혁신이 요구되고 원격교육, 원격진료, 화상회의, 전자주민카드, 화상재판, 온라인행정서비스, 위성을 이용한 공중과 방송, 디지털터니 등 이미 많은 것들이 실용화 단계로 우리에게 다가오고 있으며 통신과 방송 등 정보가전이 전환단계에 와있는 것이다.

상호작용을 기본으로 대화형, 양방향의 필수적인 요건과 모든 정보를 생산, 처리하는 디지털 신호의 통합, 인간 중심의 휴먼인터페이스를 통한 감각적효과를 최대한 발휘할 수 있는 사용자 위주의 정보형태 구현이 핵심적 역할을

하게 될 것이다.

기업의 환경 변화를 볼 때 멀티미디어 도입은 필연적으로 그 방법과 시기, 그리고 기존 시스템과의 효율적인 연결, 조직구성원이 받게 되는 충격을 최소화 하는 방안 등이 구체적으로 검토되고 있으며, 이제 정보는 자본과 조직에 의해서가 아닌 정보사용자의 능력과 가치기준에 따라 좌우된다.

21세기 멀티미디어시대는 새로운 기술적 충격과 함께 정신적, 문화적 충격 효과를 주게 되며 멀티미디어산업의 급격한 변화는 많은 긍정적, 부정적 효과도 함께 수반하게 될 것이다.

그러나 멀티미디어 정보의 속성이 인간 감각을 최대한 생각하므로 앞으로 기술 향상이 계속 될 것이며 초고속 정보통신망 구축을 기반으로 자유로운 정보 창출 및 편리한 이용이 가능하며, 실감형 단말기와 차세대 통신망 기술인 대용량 광교환기, Tera급 광전송 시스템의 보급으로 다양하고 양질의 우수한 멀티미디어 서비스를 이용하므로서 지적 충만과 삶의 질 향상을 충족시킬 수 있을 것이다