



디지털콘텐츠 시장 매년 30% 이상 매출 성장세

업체 난립으로 시장 혼란 가중



디지털콘텐츠 시장은 그 특성상 정확한 규모나 업체 수를 파악하기 어려운 특성이 있다. 디지털콘텐츠 산업은 업체 수가 난립해 있고 매출액도 정확하게 파악하기 어렵기 때문이다. 때문에 전수 조사 방법이 어려운 측면도 있다. 그러나 모집단과 분야별 시장 규모를 합산하는 방법으로 시장규모를 조사한 결과를 게재한다. 이 자료는 한국소프트웨어진흥원의 자료를 가공한 것이다.

이번 조사결과 디지털콘텐츠 시장은 매년 30% 이상의 매출 성장세를 보여 그 전망이 밝다고 할 수 있다. 다만 시장 진입 장벽이 낮아 업체가 난립하여 시장 혼란이 가중되는 단점도 있다. 특히 수익성이 있다고 판단되는 분야는 신규업체들이 계속 진입하고 있다.

시장진입에 대한 것은 자율에 맡기는 것이 원칙이지만 경쟁력 없는 업체들의 경우 상당한 개발비 부담을 안고 진입하는 것이지 때문에 국가경제면에서 비효율적인 측면이 있다고 해도 과언이 아니다.

특히 사이트 오픈후 개점 휴업인 상태도 많은 것이 온라인디지털콘텐츠 업계의 현실이다.

본고는 디지털콘텐츠시장 조사결과이다. 여기서 조사결과에 대해 '추정'이라고 쓰는 것은 전수조사가 아니기 때문이다. [편집자주]



이 자료는 설문조사 방법에 의해 구축된 모집단을 토대로 조사되었다. 대상은 810개 업체이며, 이 중 650개 업체가 설문문에 응답하였다. 이렇게 구축된 1차 모집단 자료에 한국정보통신연구원(KISDI)이 별도로 조사한 392개 업체 조사결과를 추가하여 신뢰도를 높였다.

이러한 조사의 결과로 국내에서 인터넷으로 디지털콘텐츠 사업을 영위하는 업체의 수는 2000년 12월 현재 1202개로 추정되었으며, 이를 분야별로 재정리하여 시장규모 추정을 위한 모집단을 구성했다.

조사결과 업체 수 및 매출액 기준 시장규모를 살펴보면 국내 디지털콘텐츠 업체의 총 수는 1202 개로 추정되고 있다. 이 중 게임 업체가 206 개, 온라인 교육업체가 188개 등이었으며, 영화, 음악, e-Book, 신문 등 다른 주요 분야에도 100 개 안팎의 업체가 활동 중인 것으로 나타났다.

위에 열거된 주요 분야의 업체를 제외한 기타 CP 업체들은 총 384개로 집계되었다.

또한 디지털콘텐츠 산업의 2000년 기준 순수 온라인콘텐츠의 매출액 규모는 총 4106억 원으로 나타났다. 이와 같은 액수는 주요 사업분야를 기준으로 추정한 것이기 때문에 사업다각화 현황을 반영하면 매출액 규모는 약 20% 정도까지 늘어날 가능성이 있다. 따라서 국내 디지털콘텐츠 산업에서 순수 온라인콘텐츠는 4100억 원에서 5000억 원 사이, 콘텐츠 관련 총매출은 1조3000억 원에서 6000억원으로 추정된다.

분야별로는 일반 CP를 제외하면 순수콘텐츠 매출액은 온라인 게임산업이, 콘텐츠 관련 매출액 총합은 인터넷 영화산업이 가장 큰 것으로 조사되었다.

순수 콘텐츠 매출액은 디지털 콘텐츠 관련 매출액 중에 광

고료, 회원비, 콘텐츠당 사용료, 라이선스 수익 등을 합한 것이고, 콘텐츠 관련 매출총액은 순수 콘텐츠 매출액에다가 오프라인을 통한 콘텐츠 판매나 관련 전자상거래 매출액, 솔루션 판매액 등을 합한 것으로 게임산업의 경우 순수 콘텐츠 매출액이 약 1210억 원으로 가장 많았으나 관련 매출액 부분은 크지 않은 것으로 나타났다.

반면, 인터넷 영화업의 경우 온라인 콘텐츠 매출액은 234억 원에 불과하나 전자상거래, 솔루션 판매 등을 통한 추가 수익을 합하면 2200억 원 규모 가장 큰 것으로 나타났다. 분야별 온라인 매출액이 가장 적은 것은 역시 e-Book 분야로서 아직은 매출액 규모가 70억원 정도로 추정되고 있다.

또한 1개 업체당 평균 온라인콘텐츠 매출액의 경우 온라인

〈표1〉 분야별 업체수 및 2000년 매출액 추정치

(단위 : 백만원)

	업체수	온라인 콘텐츠 매출액		콘텐츠 관련 매출총액	
		합계	업체평균	합계	업체평균
전체	1,202	410,600	342	1,269,055	1,056
일반CP	384	130,420	341	382,972	1,000
온라인 게임*	206	120,802	586	137,105	666
교육	188	53,975	287	123,571	657
영화	112	23,358	209	222,175	1,984
음악	105	16,279	155	195,880	1,866
e-Book	86	7,011	82	142,863	1,661
신문	121	58,755	486	64,489	533

주 : * 온라인 게임의 경우 PC게임 매출은 제외했으며, 관련매출은 솔루션 판매를 의미
 ** CP는 각 분야에 포함된 업체를 제외한 모든 기타 콘텐츠 제공업체를 의미

〈표2〉 분야별 2000년 매출항목별 비중평균 비교 (%)

세부분야	항목	광고	회원비	콘텐츠 사용료	콘텐츠 판매	라이선스 수익	전자상거래	솔루션 판매	기타	Total
CP(N=106)		8.3	8.3	18.5	17.9	3.7	10.0	13.3	20.0	100
교육(N=54)		3.5	15.2	17.7	21.4	6.4	0.6	18.1	17.1	100
음악(N=27)		18.6	1.6	5.2	13.9	5.6	14.5	17.3	23.4	100
영화(N=25)		15.4	9.2	19.8	16.8	3.4	3.7	14.6	17.2	100
신문(N=23)		37.3	2.8	10.8	7.4	0.0	0.3	0.7	40.6	100
e-book(N=20)		1.8	4.0	6.0	25.5	2.0	12.9	11.8	36.2	100
Total(N=255)		11.2	8.3	15.4	17.7	4.0	7.2	13.6	22.6	100

주 : CP는 각 분야에 포함된 업체를 제외한 모든 기타 콘텐츠 제공업체를 의미



게임업체가 약 5억 9000만 원으로 가장 높고 e-Book 업체가 8200만원으로 가장 낮은 것으로 조사되었다. 콘텐츠 관련 매출총액 기준으로는 영화, 음악, e-Book 업체가 17-20 억원 정도로 비슷한 규모인 것으로 나타났다.

이후 조사결과 자료 및 방법 결과분석을 살펴보도록 하자.

매출구조 및 비중 (표본조사) 수익원별 비교

- 2000년 매출액의 세부항목별 비중에 대한 평균값을 보면 대부분 다양한 형태의 매출항목으로 구성되어 있는 특징을 보이고 있어 주된 수익모델 부재라는 현실을 반영하고

〈표3〉 분야별 콘텐츠 매출비중 평균 비교

업체분야	매출분야	음악	영화	e-book	뉴스	교육	게임	기타
CP(N=106)		3.5	7.3	3.1	4.0	14.9	6.3	60.9
교육(N=54)		0.4	3.5	2.3	1.1	78.9	1.6	12.2
음악(N=27)		73.9	4.3	-	0.4	3.3	4.8	13.3
영화(N=25)		6.4	64.0	-	1.2	7.6	2.6	18.2
신문(N=23)		0.5	1.5	-	72.7	4.3	0.0	20.9
e-book(N=20)		-	-	49.1	3.8	11.0	0.0	36.3
Total(N=255)		10.0	10.6	5.6	8.9	25.2	3.7	35.8

주 : CP는 각 분야에 포함된 업체를 제외한 모든 기타 콘텐츠 제공업체를 의미

있음

- 교육과 영화 콘텐츠 업체는 콘텐츠 판매+사용료에 대한 매출의 비중이 상대적으로 다소 높으며 (교육=39.1%, 영화=36.6%), 반면 신문 및 e-book업체는 기타의 비중이 높아 콘텐츠 비관련 매출이 상대적으로 큰 것으로 추정됨

콘텐츠 분야별 매출비중

- 상당수의 업체가 복수의 콘텐츠를 제공한다는 응답결과에 비해 매출비중은 대개 주력분야에 편중되어 있는 특징을 보이고 있음. 이는 많은 콘텐츠 업체들이 단일 콘텐츠 유형으로 출발해서 연관성이 높은 인접 부문으로 확장해 가는 초기단계에 있다는 추정을 가능케 하는 결과임
- 단, E-book 업체의 경우 해당 콘텐츠에서의 매출의존도가 가장 낮고 기타의 비중이 높은 것으로 나타남 (CP의 경우에 기타의 비중이 높은 것은 CP의 유형 자체가 기타에 해당하는 것으로 분류되어있기 때문임)

업체 자체추정 시장규모 및 전망

업체 추정 2000년 시장규모 (응답자 예상규모별 분포)

- 응답자의 시장규모에 대한 인식이 매우 상이하게 나타나 콘텐츠 시장의 개념이 혼란스러운 현실을 반영하고 있음. 이는 동일한 기준의 시장에 대한 편차라기보다는 해당 시

〈표4〉 시장규모 예상



주 : CP는 각 분야에 포함된 업체를 제외한 모든 기타 콘텐츠 제공업체를 의미



〈표5〉 시장성장률 전망 및 총 시장규모 추정

N=230

세부분야	99대비 00	00대비 01	01대비 02	세부분야	10억 이하	10-50억 이하	50-200억 이하	200-1000억 이하	1000억 이상
CP	60.1	59.6	81.9	CP(N=64)	14.1	18.8	15.6	29.7	21.9
교육	40.5	89.7	55.5	교육(N=39)	12.8	15.4	12.8	25.6	33.3
음악	44.1	78.5	62.4	음악(N=19)	15.8	15.8	21.1	15.8	31.6
영화	110.4	81.2	78.2	영화(N=15)	6.7	26.7	20.0	33.3	13.3
신문	27.4	45.5	65.3	신문(N=14)	14.3	28.6	21.4	21.4	14.3
e-book	61.7	177.0	82.8	e-book(N=14)	42.9	14.3	21.4	7.1	14.3
게임	75.2	53.4	39.7	게임(N=65)	4.6	-	9.2	41.5	44.6
Total	59.5	73.0	67.1	Total(N=230)	12.6	13.5	14.8	29.6	29.6

주 : CP는 각 분야에 포함된 업체를 제외한 모든 기타 콘텐츠 제공업체를 의미

장에 대한 개념상의 큰 차이를 반영하는 것으로 판단됨

- 게임업체의 경우 대다수(86%)가 200억 이상으로 보고 있는 것으로 나타나 가장 큰 시장이라는 점을 확인케 하고 있으며, 이외에 200억 이상의 시장규모라고 보는 업체가 많은 부문은 교육(59%), CP(52%), 음악(47%), 영화(47%) 순임

업체별 시장성장률 전망

- 응답자의 시장규모에 대한 인식이 매우 상이하게 나타나며, e-book업체와 게임업체가 시장규모를 보는데 있어 상당히 대조적으로 나타남
- 콘텐츠 제공 업체들의 시장 성장에 대한 응답의 평균값은 전체적으로는 1999년을 기준으로 2002년에는 거의 5배

가까이 시장규모가 커질 것으로 기대하고 있는 것으로 나타남. 특히 영화, e-book 업체들은 2002년이 1999년 대비 상당히 커질 것으로 응답, 가장 큰 폭의 시장 성장을 기대하고 있는 것으로 나타남

- 2000년 기준으로 환산하면 2001년에는 전반적인 경기 침체 우려에 비해 낙관적으로 응답하고 있음

시장성장률 규모 (응답자 예상 성장률 규모)

- 1999년 대비 2000년 시장성장률에 대한 인식이 20%이상 100%미만으로 보는 응답이 가장 많은 것으로 나타남
- 영화업체의 경우 성장률의 평균값은 상당히 높게 나타나지만 절반 가량의 업체는 21-100%사이의 응답이 주로 나타남

〈표6〉 시장성장률목 1999년 대비 2000년

N=230

세부분야	성장률	99년 대비 00 평균	전년과 동일	20% 이하	21-100% 미만	100-200% 미만	200% 이상
CP		60.1	16.0	25.3	29.3	24.0	5.3
교육		40.5	17.1	29.3	36.6	14.6	2.4
음악		44.1	21.1	31.6	26.3	21.1	-
영화		110.4	10.5	15.8	52.6	15.8	5.3
신문		27.4	25.0	31.3	37.5	6.3	-
e-book		61.7	12.5	37.5	18.8	18.8	12.5
게임		75.2	13.5	19.2	28.8	26.9	11.5
전체		59.5	15.5	25.6	31.9	20.6	5.9

주 : CP는 각 분야에 포함된 업체를 제외한 모든 기타 콘텐츠 제공업체를 의미