
21세기 전략산업 '문화콘텐츠'

서 병 문(한국문화콘텐츠진흥원장)

차 례

- I. 서론
 - II. 문화콘텐츠 산업의 현황과 전망
 - III. 연문화콘텐츠 산업의 시장규모와 정책방향
 - IV. 결론
-

I. 서론

21세기는 흔히들 '문화의 시대'라고 한다. 인류의 생활수준이 향상되면서 전 세계가 문화에 관심을 갖고, 투자를 아끼지 않고 있으며, 이에 따라 문화콘텐츠 산업 분야도 크게 성장하고 있다. 우리나라는 물론이고 일본, 영국, 프랑스, 캐나다, 중국 등 세계 많은 나라들이 이 산업을 국가적인 핵심 전략산업으로 집중 육성하고 있다.

본고에서는 이처럼 세계가 주목하고 있는 문화콘텐츠 산업의 성공사례를 중심으로 그 부가가치에 대하여 분석하여 문화콘텐츠에 대한 새로운 인식을 고취하며, 세계적인 시장규모와 성장가능성을 분석함으로써 문화콘텐츠 산업에 대한 투자와 지원의 필요성을 강조하고자 한다. 또한, 같은 맥락으로 문화콘텐츠 산업의 국가적 경쟁력을 향상시키기 위한 정책적 과제를 제시하고자 한다.

II. 문화콘텐츠 산업의 현황과 전망

이처럼 문화콘텐츠 산업에 대하여 세계가 주목하고 있는 이유는 무엇일까.

첫째, 문화콘텐츠 산업은 고부가가치 산업이기 때문이다. 하나의 성공한 문화콘텐츠는 다양한 장르로 재창조되면서 끊임없이 많은 부가가치를 생산해낼 수 있다. 최근의 대표적인 예로는 조앤 롤링의 '해리포터'를 들 수 있다. 1997년 처음 소설로 선보인 '해리포터'는 2002년까지 전 세계에 약 1억 9,200만 부가 팔려나갔고, 이후 영화와 게임, 그리고 캐릭터 상품으로 개발돼 모두 20억 달러, 즉 2조 6,000억 원에 가까운 수익을 올린 것으로 알려져 있다.

우리나라에도 이와 같은 성공사례가 있다. '아기공룡 둘리'는 1983년 처음 만화로 인기를 끌기 시작한 이래, 지금까지 약 20여 년 동안 애니메이션과 게임으로 제작되는가 하면, 각종 교육용 교재와 식품 등 1,000여 종에 이르는 캐릭터 상품으로 개발되어 매년 라이선스 비용만으로 20억 이상의 매출을 올리고 있다. 2000년 3월 초고속 인터넷과 함께 등장한 엽기토키 '마시마로'도 대표적인 문화콘텐츠 성공사례다. '마시마로'는 2001년 한 해 동안 캐릭터 상품 판매로 1,200억원의 매출을 올렸고, 최근에는 일본, 중국, 동남아시아 등지에 진출해 현지인들로부터도 뜨거운

사랑을 받고 있다. 이처럼 성공한 문화콘텐츠는 소설이나 만화원작에서 출발하여 애니메이션과 영화, 게임, 캐릭터 상품 등으로 재창조되면서 어마어마한 수익을 만들어낸다.

둘째, 문화콘텐츠의 시장규모가 크고, 빠르게 성장하는 산업이기 때문이다. 규모만 비교해 보더라도 현재 애니메이션 시장이 조선 시장보다 훨씬 크고, 게임 시장도 최근 반도체 시장을 앞질렀다. 산업의 성장속도도 다른 분야보다 빠르게 나타나고 있다. PwC의 자료에 따르면 세계 경제가 3%대의 속도로 성장할 때 문화콘텐츠 산업은 5%대의 속도로 성장할 것으로 나타나고 있다[1].

국내의 경우는 그 성장속도가 훨씬 더 빠르게 나타나고 있다. 국가 전체 경제가 4%대의 성장률을 기록할 때 문화콘텐츠 산업은 그 4배에 가까운 15~20%의 성장률로 빠르게 성장할 전망이다. 표 1은 2001년도를 기준으로 주요 제조업과 문화콘텐츠 산업의 시장규모를 비교하여 정리한 것이다.

표 1. 주요 제조업과 문화콘텐츠산업의 시장규모 비교 (2001)

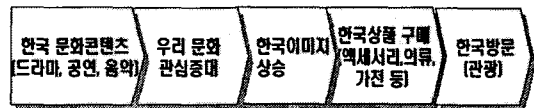
주요 제조업			주요 문화콘텐츠산업		
구분	세계시장 규모	한국산업 MS	구분	세계시장 규모	한국산업 MS
조선	460	32.4%	애니메이션	750	0.4%
반도체	1,390	5.7	게임	1,704	1.4%
(메모리)	(249)	(25.4%)	영화	677	0.7%
TFT/LCD	144	40.7%	음악	337	0.9%
디지털가전	381	5.1%	캐릭터	1,220	2.6%
철강	4,915	5.2%	방송	1,780	2.5%

- * 출처 : 산업자원부, 문화관광부 자료(2001)
- * 철강, 조선의 세계시장규모는 생산량과 건조량 기준 매출액 환산 추정액임

셋째, 문화적인 파급효과가 큰 산업이다. 한류(韓流)의 예에서 알 수 있듯이 해외로 수출된 우

리 문화콘텐츠가 현지에서 성공하면, 그 나라 국민은 콘텐츠 자체뿐만 아니라 우리 문화에 관심을 기울이게 된다. 그리고 자연스럽게 우리나라에 대하여 좋은 이미지를 가지고, 우리 상품을 선호하게 될 뿐만 아니라 우리나라를 직접 찾아오기도 한다. 요컨대 문화콘텐츠는 하나의 상품으로만 그치지 않고 외교와 통상을 촉진하는 첨병 역할도 하고 있는 것이다. 그림 1은 이러한 문화콘텐츠의 파급효과를 도시한 것이다.

문화 산업이 한 국가의 이미지를 크게 제고했던 대표적인 예로는 한류스타 안재욱과 김남주를 꼽을 수 있다. 삼성전자는 중국에서 텔런트 안재욱이 출연한 CF를 계기로 세계적인 기업인 필립스를 제치고 모니터 시장 점유율 1위를 달성했고, LG드봉은 베트남에서 드라마 '모텔'의 주인공 김남주를 CF에 기용하여 세계적인 화장품 브랜드인 '랑콤'을 누르고 화장품 시장 점유율 70%를 차지하는 성과를 올렸다.



▶▶ 그림 1. 문화콘텐츠 산업의 파급효과

그렇다면 현재 우리 나라 문화콘텐츠산업의 경쟁력은 어느 정도일까. 아직은 세계 시장에서 1.5% 내외 수준으로 부족한 게 사실이다. 아직은 산업의 핵심인력이 소수 매니아가 중심을 이루고 있고, 기획·창작·마케팅 분야에 우수인력 유입이 활발하게 이루어지지 못하고 있다. 또 대부분 중소기업 수준이어서 자본력이나 유통구조에 약점을 가지고 있다. 특히 성공사례가 충분하지 않아 선순환 투자구조가 정착되지 못한 것이 가장 큰 애로점으로 지적되고 있다.

그러나 우리나라 문화콘텐츠 산업의 성장가능성은 높은 것으로 평가할 수 있다. 먼저 세계 최고 수준의 IT기반을 꼽을 수 있다. 초고속 인터넷이 설치된 가구 수가 지난해 11월에 이미 1,000만을 넘어섰고, 이동전화기 가입자 수는 2003년 5월 현재 3,300만 명에 육박하고 있다. 위성방송은 물론이고 케이블과 지상파도 빠른 속도로 디지털 방송으로 체질을 개선하고 있으며, 홈 네트워킹이 가전시장의 새로운 화두로 떠오르고 있다. 이와 같은 세계 수준의 IT기반은 문화콘텐츠 산업의 든든한 발전기반이 되는 동시에 문화콘텐츠에 대한 수요 폭증을 예고하고 있는 것이다.

또한 우리 민족은 반만년의 유구한 역사를 가지고 있고, 세계적으로도 우수한 인적자원을 보유하고 있다. 문화콘텐츠 산업이 창의력과 상상력의 산업임을 감안할 때 우수한 인적자원을 가지고 있다는 것은 엄청난 경쟁력임에 틀림없다.

Ⅲ. 문화콘텐츠 산업의 시장규모와 정책방향

현재, 우리나라 문화콘텐츠 산업의 시장규모는 약 18조 5,918억 원으로 추산되고 있다. 문화콘텐츠 산업의 애니메이션, 음악, 캐릭터, 만화, 모바일 콘텐츠, 게임, 방송, 영화 등 총 8개 분야 중 방송 콘텐츠 시장이 7조 3,000억 원으로 가장 크고, 캐릭터 시장이 5조 2,711억 원으로 그 뒤를 잇고 있으며, 다음으로 게임, 영화, 애니메이션, 음악, 모바일 콘텐츠, 만화 등의 순으로 시장이 형성되어 있다. 표 2는 이러한 문화콘텐츠의 분야별 시장규모를 비교하여 정리한 것이다.

표 2. 국내 문화콘텐츠 산업 시장 규모

구분	시장규모	비고
애니메이션	3,645	
음악	2,861	
캐릭터	52,771	소비시장 기준
만화	6,033	소비시장 기준
모바일콘텐츠	2,580	
게임	34,138	소비시장 기준
방송	73,000	
영화	10,890	
합계	185,918	

* 출처 : 문화관광부, 한국문화콘텐츠진흥원, 한국게임산업개발원, 음반산업협회 2003 한국인터넷백서 자료

지난 해 말 한 경제일간지가 2만 여명의 네티즌 독자를 상대로 실시한 여론조사에서 '문화콘텐츠'가 2003년 대한민국에 가장 널리 회자될 화두로 선택되었다. 지난 연말의 다양한 사회적 이슈가 많았지만, 그 중에서도 '문화콘텐츠'가 2003년을 장식할 화두로 지목된 것이다. 사실 2000년에 접어들면서 사용되기 시작한 '문화콘텐츠'라는 용어는 아직까지 일반 국민들에게 생소한 개념이다. 그러나 상당수의 네티즌들은 문화콘텐츠를 지목해 2003년의 화두 1위로 만들었고, 이는 문화콘텐츠 산업에 대한 국민들과 경제계의 관심이 빠르게 확산되고 있다는 사실을 나타내 주고 있다.

이러한 문화콘텐츠 산업이 효과적으로 발전하기 위해서는 국민적인 관심과 아울러 적극적인 지원정책이 필요하다. 이를 위해 먼저 우리 문화콘텐츠의 해외 진출을 최우선적으로 지원할 필요가 있다. 문화콘텐츠산업을 우리나라의 대표적인 수출산업으로 육성해 1.5%에 머물고 있는 세계 시장 점유율을 5%대까지 끌어올리면, 우리나라는 미국, 일본, 영국, 중국 등에 이어 세계 5대 문화콘텐츠 강국에 진입할 수 있다. 특히 동북아 시대를 겨냥해 중국과 일본을 잇는 '아시아 문화콘텐츠 허브' 기능을 강화하고, 국가간의 협력기반

을 구축할 필요가 있다.

둘째, 문화콘텐츠 창작 역량을 강화해야 한다. 문화콘텐츠 산업의 경쟁력은 바로 상상력과 창의력에서 비롯된다. 이를 위해 우수 인력을 적극적으로 발굴·육성해야 한다. 또한 풍부한 소재개발을 위해 전통문화와 순수 문화예술 부문과의 접목이 필요하며, 이들에 대한 디지털 콘텐츠화가 계속 추진될 필요가 있다. 특히 작가들의 창작 의지를 북돋우기 위해서도 온-오프라인 상의 저작권 보호시스템도 구축되어야 한다.

셋째, 기술, 유통, 자금 등의 인프라적 요소를 강화해 나가야 한다. 문화콘텐츠 기술 부문은 현재 우리나라 문화콘텐츠 산업 분야 중 선진국과 격차가 많이 나는 부분 중 하나다. 그리고 세계시장에서 안정적인 우위를 확보하기 위해서는 핵심 기술을 보유할 필요가 있다. 또 산업 장르별로 낙후된 유통구조를 효율적으로 개선하고, 문화콘텐츠 프로젝트에 대한 투자가 활성화될 수 있도록 제도적인 장치를 마련해야 한다.

넷째, 지방 문화콘텐츠 산업에도 관심을 기울여야 한다. 문화콘텐츠 산업이 장기적으로 발전하기 위해서는 지역의 다양하고 풍부한 문화자원과 역량이 활용되어야 한다.

끝으로 문화콘텐츠에 대한 이용문화를 정립해 나가야 한다. 문화콘텐츠산업이 건강하게 발전하기 위해서는 소비자들의 인식이 개선되어야 하며, 건전한 소비문화 또한 정착돼야 한다. 소비자들이 손쉽게 콘텐츠에 접근하고 즐기며, 더 나아가 직접 창작활동에도 참여할 수 있는 다양한 프로그램이 개발될 필요가 있다.

IV. 결론

세계 경제는 지식기반 경제시스템으로 빠르게 변화하고 있다. 우리나라가 2000년대에 접어들며 정부 차원에서 문화콘텐츠산업 육성에 적극 나선 것도 이러한 변화에 능동적으로 적응하기 위해서였다.

우리 경제는 매우 중요한 시점에서 있다. 현재 우리 경제는 반도체, 조선, 자동차, 철강 등의 산업들이 떠받치고 있다. 그러나 앞으로 10년만 흘러도 이들 산업이 여전히 제 역할을 해줄지는 미지수다.

이제 미래를 내다보고 적극적인 준비에 나설 시점이다.

문화콘텐츠산업을 21세기 전략산업으로 육성해야 한다는 주장도 이러한 맥락에서 나온 것이다. 우리 민족은 반만년의 역사와 문화유산은 물론이고, 풍부한 문화적 감수성도 가지고 있다. 이러한 바탕은 우리 문화콘텐츠산업이 세계 속에 우뚝 설 수 있는 강력한 경쟁력이 될 것이다.

참고문헌

- [1] 한국문화콘텐츠진흥원(2003), 문화콘텐츠산업 중장기 발전전략 연구 : Creative Contents Korea 2007.
- [2] 한국문화콘텐츠진흥원(2003), 문화콘텐츠산업 소비자조사.
- [3] 한국문화콘텐츠진흥원(2003), 2003년 문화콘텐츠산업 동향과 경기전망
- [4] 한국문화콘텐츠진흥원(2003), 만화산업 중장기 발전 전략 연구.
- [5] 한국문화콘텐츠진흥원(2003), 캐릭터산업백서.
- [6] 문화관광부(2003), 만화산업백서 2002.

저자소개

● 서병문(Byung-Moon Suh)



1974년 : 부산대학교 공과대학

1998년 : 서울대학교 행정대학원

통신방송정책 과정 수료

1973년 10월 ~ 1983년 10월 : 한국

과학기술연구원 선임연구원

1983년 10월 ~ 1994년 3월 : 삼성

물신(주) 사업개발실장 이사

1994년 3월 ~ 1996년 11월 : 삼성그룹 회장비서실 정보통

신팀장 이사

1996년 11월 ~ 1997년 12월 : 삼성전재(주) 정보통신본부

상무이사

1997년 12월 ~ 2001년 8월 : 삼성전자 미디어콘텐츠센터

장 전무이사

2001년 8월 ~ 현재 : 한국문화콘텐츠진흥원장 초대원장