

# I. 디지털콘텐츠 산업 2003년 총결산 및 甲申年 기상도

## DC산업 ‘불황은 없다’ ... 지난해 38.6% 성장 · 올해도 낙관적

‘힘들다’ ‘어렵다.’ 계속되는 경기침체로 소비위축, 기업들의 잇따른 구조조정과 청년실업 증가. 악순환의 고리가 이어지고 있는 가운데 산업전반에 걸쳐 이런 탄식을 듣기 일쑤였다. 하지만 하락된 체감경기가 고개를 들 줄 모르는 가운데서도 디지털콘텐츠 산업은 불황을 입고 있는 것으로 나타났다. 경기회복 여부에 대한 관심이 그 어느 때보다 높은 이즈음, 한국콘텐츠산업연합회가 수행한 ‘2003년 시장조사 보고서’를 긴급입수, 이를 바탕으로 지난해 디지털콘텐츠 시장을 분석해봤다. 또한 관련기업 CEO를 대상으로 설문조사를 실시, 올해 디지털콘텐츠 산업을 조망해봤다.

글 신승철 기자

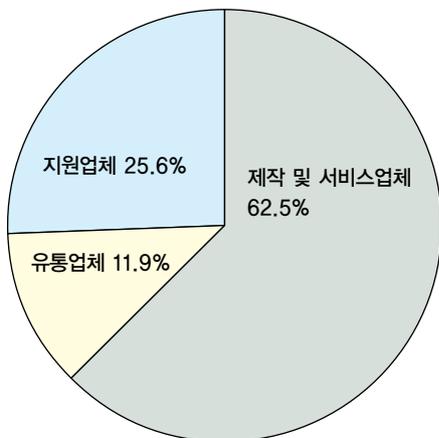
### 조사방법

영세업체를 포함하면 국내 디지털콘텐츠 관련업체는 3,000여개를 상회하나 모집단을 2,982개 업체로 규정, 설문조사를 실시했다. 총 856개 업체가 응답했으며, 회수된 856개의 설문지중 30%에 해당하는 257개의 설문지는 전화 검증을 통해 신뢰도를 높였다. 설문기업은 크게 ▲제작 및 서비스 ▲유통 ▲지원 부문으로 구분했으며, 주요 조사내용은 ▲일반현황 ▲재무현황 ▲인력현황 ▲기술현황 ▲수출입현황 ▲서비스현황 ▲관련 주요 이슈 ▲정책 요구사항 등이었다.

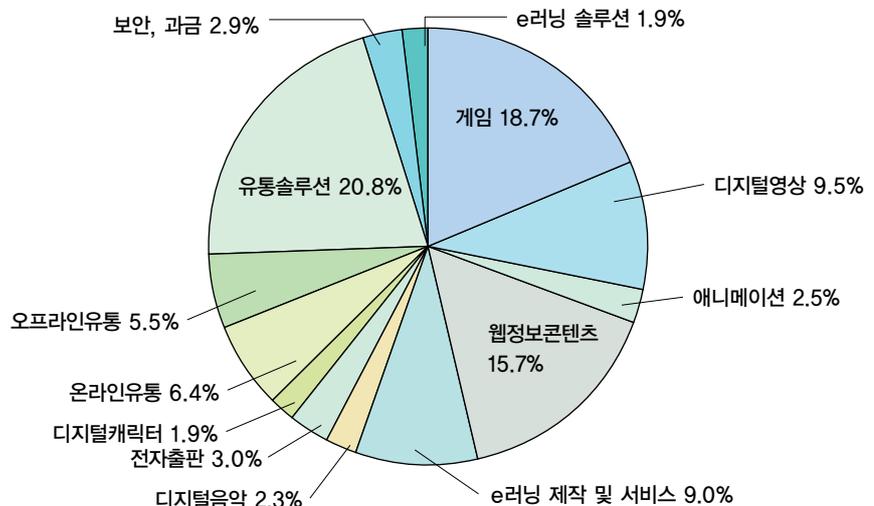
### 분석방법

매출액 기준으로 전체시장 매출액의 84%를 넘어서는 상위 177개 업체를 집중적으로 전수 조사했으며, 미조사된 2,126개 업체 중에서 약 100여개 업체를 임의표본으로 추출, 종업원 수의 분포를 통해 시장규모를 추정하는데 적용했다. 이에 따라 이번 조사가 이상적으로 이뤄졌다고 가정하면 시장규모 예상치의 실질적인 오차는 6.4%에도 미치지 않을 것으로 보인다. 또한 조사된 설문자료는 코딩, 에디팅, 편집의 과정을 거쳐 통계패키지 SPSS(Statistical Package for the Social Science) 프로그램으로 처리했다.

〈그림 1〉 대분류별 응답업체 분포



〈그림 2〉 중분류별 응답업체 분포



산업 전반에 걸쳐 하락된 체감경기가 고개를 들 줄 모르는 가운데 온라인게임 등 일부 디지털콘텐츠 산업은 불황을 잇고 있는 것으로 나타났다

최근 한국콘텐츠산업연합회(KIBA)가 수행한 '2003년 디지털콘텐츠산업 시장조사'를 잠정 집계한 결과에 따르면, 게임, 웹정보콘텐츠 부문이 꾸준한 성장세를 보이고 오프라인 유통 및 보안 솔루션 부문 등이 크게 성장하면서 지난해 국내 디지털콘텐츠 시장은 5조4,226억원 규모에 달했던 것으로 추정된다. 이는 전년대비 38.6% 성장한 수치.

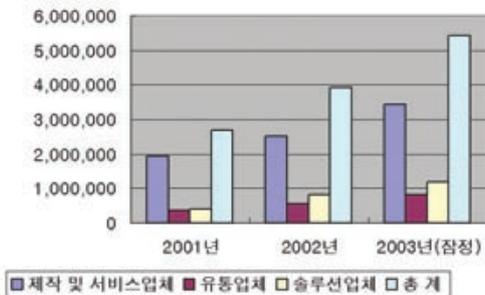
〈표 1〉 2003년 국내 디지털콘텐츠 산업 (단위: 백만원, 명, 업체)

구분	총 매출	총 비용	순이익	종업원 수	사업체 수
디지털콘텐츠산업	5,422,589	4,785,548	261,584	34,511	2,982
제작 및 서비스업	3,425,284	3,225,666	199,618	22,117	1,864
유통업	807,098	420,132 +(375,457)	11,509	5,43	355
솔루션업	1,190,207	1,139,750	50,457	6,961	763

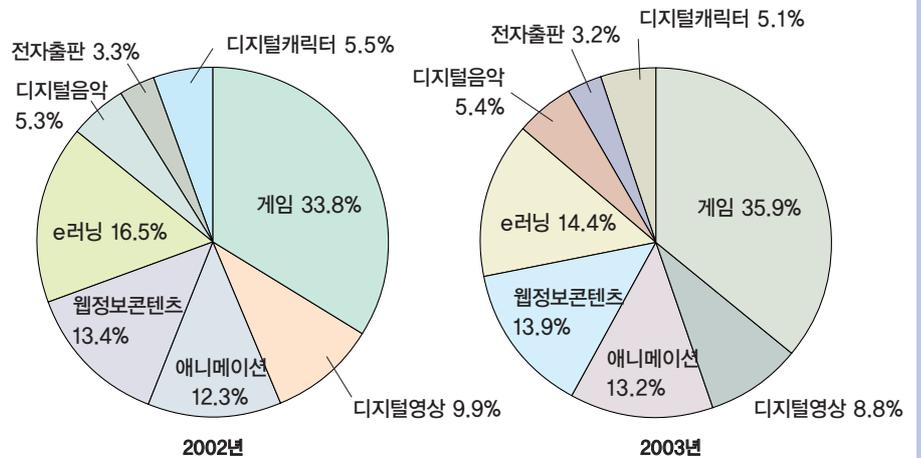
〈표 2〉 제작 및 서비스시장의 매출액 (단위: 백만원, %)

구분	2002년	2003년	전년대비 증가율
게임	852,488	1,229,290	44.2
디지털영상	249,336	302,319	21.3
애니메이션	308,822	453,486	46.8
웹정보콘텐츠	338,189	476,587	40.9
e러닝	415,816	494,827	19.0
디지털음악	134,450	185,028	37.6
전자출판	82,516	108,428	31.4
디지털캐릭터	139,301	175,320	25.9
전체	2,520,918	3,425,285	35.9

〈그림 1〉 2003년 국내 디지털콘텐츠 산업 시장규모 (단위: 백만원)



〈그림 2〉 제작 및 서비스 시장의 매출 비중



부문별로 살펴보면, 디지털콘텐츠를 직접 제작하고 서비스한 업체들은 지난해 약 3조4,253억원의 매출(전년대비 35.9% 증가)을 올리면서 전체시장을 리드했다. 또한 디지털콘텐츠의 유통업체들이 8,070억원, 솔루션업체들이 1조1,902억원의 매출을 올리면서 각각 전년대비 41.7%, 44.6%의 성장률을 보인 것으로 조사됐다.

### 국내 게임시장 1조원대 규모 진입

이러한 디지털콘텐츠산업의 성장에는 게임콘텐츠가 효자 노릇을 톡톡히 했다. 지난해 국내업체들이 게임콘텐츠를 제작하거나 서비스하면서 올린 매출은 연간 처음으로 1조원을 넘어선 1조2,293억원으로 전년대비 44.2% 성장한 것으로 드러났다. 유통부문으로 별도 분류된 일부 외산게임의 매출까지 포함하면 국내 게임시장은 사실상 이 규모를 초과할 것으로 짐작된다.

〈표 3〉 게임시장의 매출액 (단위: 백만원, %)

구분	2002년		2003년		전년대비 증가율
	매출액	비율	매출액	비율	
아케이드	108,200	12.7	114,176	9.3	5.5
PC	91,173	10.7	96,980	7.9	6.4
비디오	51,436	6.0	90,386	7.4	75.7
온라인	488,043	57.2	775,802	63.1	59.0
모바일	54,112	6.4	85,109	6.9	57.3
기타	59,524	7.0	66,837	5.4	12.3
전체	852,488	100.0	1,299,290	100.0	44.2

〈표 4〉 디지털영상 시장의 매출액 (단위: 백만원, %)

구분	2002년		2003년		전년대비 증가율
	매출액	비율	매출액	비율	
디지털영화제작	66,746	26.8	65,729	21.7	-1.5
디지털위성방송	53,181	21.3	72,589	24.0	36.5
온라인서비스	11,460	4.6	14,958	5.0	30.5
웹캐스팅콘텐츠	66,795	26.8	78,288	25.9	17.2
컴퓨터그래픽	13,395	5.4	18,165	6.0	35.6
모바일방송	28,333	11.4	45,655	15.1	61.1
기타	9,426	3.8	6,935	2.3	-26.4
전체	249,336	100.0	302,319	100.0	21.3

〈표 5〉 디지털음악 시장의 매출액 (단위: 백만원, %)

구분	2002년		2003년		전년대비 증가율
	매출액	비율	매출액	비율	
벨소리	128,050	95.2	175,439	94.8	37.0
통화연결음	1,009	0.8	1,284	0.7	27.3
스트리밍	3,851	2.9	4,452	2.4	15.6
기타	1,540	1.2	3,853	2.1	150.2
전체	134,450	100.0	185,028	100.0	37.6

게임콘텐츠의 제작 및 서비스시장을 자세히 살펴보면, 온라인게임이 63.1%를 점유, 시장에서 차지하는 비중이 더욱 높아졌으며, 비디오게임과 모바일게임은 각각 75.7%, 57.3%의 고속 성장세를 보였다. 반면 아케이드 및 PC게임은 전체시장에서 차지하는 비율도 줄어들고 성장곡선도 완만해졌다.

특히 온라인게임 업체들의 매출액은 지난해 총 7,758억원에

달해 59%라는 가파른 성장세를 이어갔다. 이는 엔씨소프트의 '리니지', 웹젠의 '뮤' 등 시장을 선점했던 온라인게임의 매출이 줄지 않았는데다 엔씨소프트의 '리니지2', 액토즈소프트의 'A3' 등 신작게임들이 속속 상용화되면서 매출증가에 탄력을 받았기 때문이다. 또한 중국 및 동남아 지역에서의 잇단 성공적인 시장진출도 매출확대에 한몫을 한 것으로 보인다.

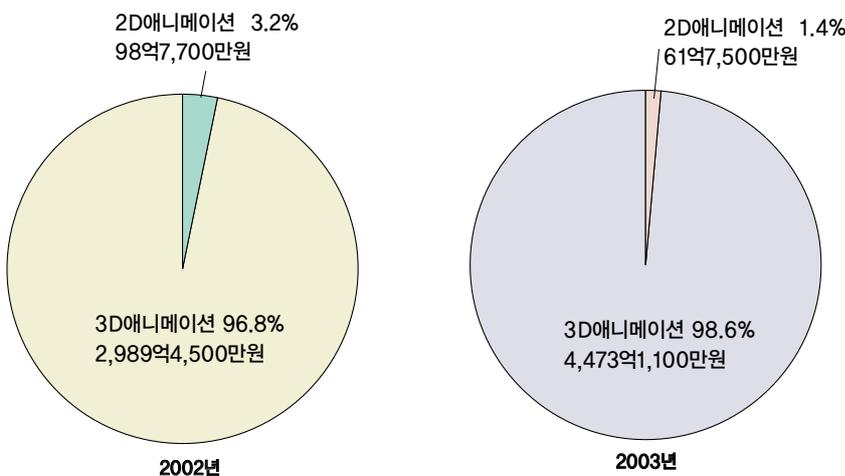
〈표 6〉 전자출판 시장의 매출액 (단위: 백만원, %)

구분	2002년		2003년		전년대비 증가율
	매출액	비율	매출액	비율	
디지털신문/잡지	31,255	37.9	40,952	37.8	31.0
디지털만화	36,592	44.4	31,656	29.2	-13.5
e북	9,285	11.3	29,787	27.5	220.8
기타	5,384	6.5	6,033	5.6	12.1
전체	82,516	100.0	108,428	100.0	31.4

〈표 7〉 웹정보콘텐츠 시장의 매출액

구분	2002년		2003년		전년대비 증가율
	매출액	비율	매출액	비율	
디지털금융/경제	77,556	22.9	115,024	24.1	48.3
디지털가정생활	22,012	6.5	29,106	6.1	32.2
디지털엔터테인먼트	72,944	21.6	74,298	15.6	1.9
의료	6,530	1.9	13,374	2.8	104.8
법률	4,547	1.3	4,971	1.0	9.3
위치기반정보	13,320	3.9	23,845	5.0	79.0
기타	141,280	41.8	215,969	45.3	52.9
전체	338,189	100.0	476,587	100.0	40.9

〈그림 3〉 애니메이션 시장의 매출 및 비율



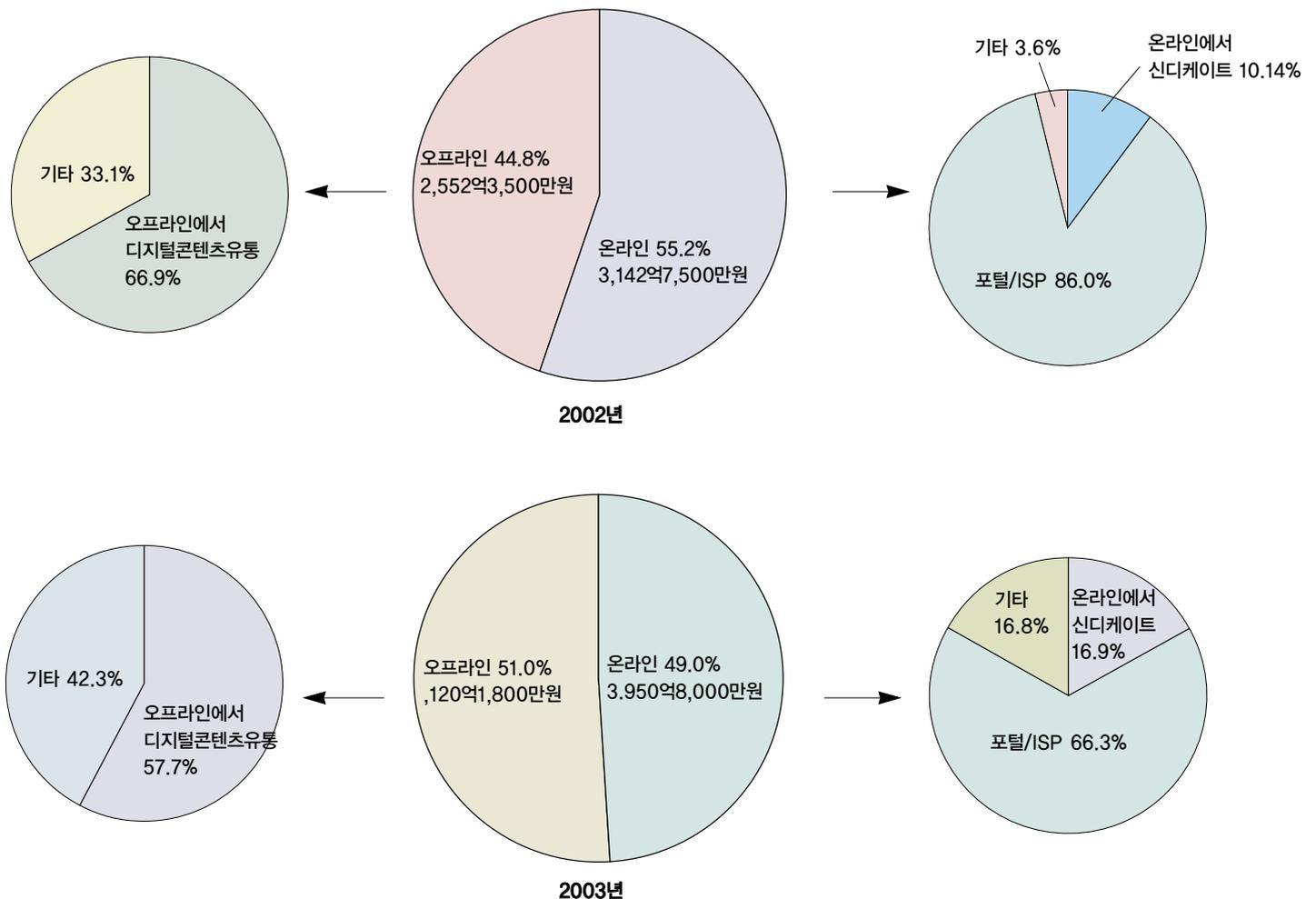
온라인게임 다음으로 매출비중이 컸던 게임부문은 아케이드 게임이었으며 1,122억원인 9.3%를 차지했다. PC게임은 약 970억원의 매출을 올려 7.9%를 차지했다. 그러나 아케이드게임 및 PC게임은 각각 5.5%, 6.4%의 완만한 성장세를 보이면서 게임 시장에서 차지하는 비중도 12.7%에서 9.3%로, 10.7%에서 7.9%로 하락했다.

오락실 이용자가 지속적으로 감소하고 스타크래프트나 디아블로와 같은 밀리언셀러가 등장하지 못하면서 국내 게임산업을 이끌어 온 양축이 급속히 위축된 것. 더구나 아케이드게임과 PC 게임이 고전을 면치 못하자 관련업체들은 온라인 혹은 모바일게임 개발을 병행하거나 퍼블리셔로 진출하는 방법으로 활로를 모색하고 있어 아케이드 및 PC게임의 산업비중은 더욱 줄어들 전망이다.

특히 일부 게임에서는 이미 비디오게임이 PC게임을 앞지르고 있는 것으로 나타나고 있다. 이번 조사에서도 비디오게임 시장은 약 904억원(7.4%)으로 드러나 PC게임 시장을 턱밑까지 따라붙었다. 업계에서는 지난 2002년부터 X박스와 PS2가 국내시장에 진입하면서 비디오게임 시장이 눈에 띄게 확대되고 있으며 PC게임과 비디오게임의 '역전 현상'이 진행되는 것으로 보고 있다.

모바일게임 부문 역시 2003년은 시장확대의 탄력을 받았던 해로 기억될 듯하다. 컬러폰 보급률이 크게 증가하고 통신의 브로드밴드화로 인해 지난해 관련업체들이 모바일게임을 제작하거나 서비스하면서 올린 매출은 총 851억원을 넘어섰다. 이는 게임시장의 6.9%에 달하는 비중으로 전년대비 57.3% 증가한 것이다.

〈그림 4〉 유통시장의 매출액 및 매출분포



한편, 지난해에는 네오위즈가 코스타등록 게임업체인 타프시스템을 인수한데 이어 플레너스와 넷마블이 합병하는 등 게임 관련업체들의 M&A가 유난히 많았고, 기업들의 게임진출 열풍도 두드러졌는데, 이는 결국 게임산업의 외형적인 성장에 있어 기폭제로 작용한 것으로 보인다.

### 제작 및 서비스시장 성장기조 유지

지난해 디지털영상 시장규모는 3,023억원으로 전년 같은 기간보다 21.3% 성장한 것으로 예상된다. 디지털영상 시장에서는 웹캐스팅콘텐츠의 매출이 783억원으로 가장 많은 비중(25.9%)을 차지했으며, 디지털위성방송(726억원, 24.0%), 디지털영화

제작(657억원, 21.7%)이 그 뒤를 이었다. 모바일방송은 매출규모가 전년대비 61.1% 증가, 가장 높은 성장률을 보여줬고, 디지털위성방송도 크게 성장(36.5%)했다. 반면 디지털영화제작 매출은 감소세를 나타냈다.

애니메이션 시장은 약 4,535억원을 기록했다. 이중 2D애니메이션 업체들의 매출은 1.3%인 62억원이었으며, 3D애니메이션 업체들의 매출은 98.6%인 4,473억원이었다. 2D애니메이션 시장이 감소세에 접어든 반면, 3D애니메이션 시장은 49.6%의 성장률을 보여주면서 전체적으로는 전년대비 46.8% 성장, 2D에서 3D로 급속한 시장변화가 진행됨을 보여줬다. 기대를 모았던 ‘오세암’, ‘원더풀데이즈’의 흥행참패, 지상파 방송사의 편

〈표 8〉 솔루션시장의 매출액 (단위: 백만원, %)

구분	2002년	2003년	전년대비 증가율
유통	626,799	893,424	42.5
보안 및 과금	90,602	138,386	52.7
e러닝	106,000	158,396	49.4
전체	823,401	1,190,207	44.6

〈표 9〉 솔루션 유통시장의 매출액 (단위: 백만원, %)

구분	2002년		2003년		전년대비 증가율
	매출액	비율	매출액	비율	
CMS	6,252	1.0	6,767	0.8	8.2
P2P	2,372	0.4	3,997	0.5	68.5
DRM	9,062	1.5	8,291	0.9	-8.5
SMS/MMS	22,508	3.6	25,758	2.9	14.4
게이트웨이	7,793	1.2	9,864	1.1	26.6
플랫폼	21,333	3.4	33,956	3.8	59.2
응용솔루션	93,500	14.9	140,600	15.7	50.4
기타	463,979	74.0	664,191	74.3	43.2
전체	626,799	100.0	893,424	100.0	42.6

〈표 10〉 보안 및 과금시장의 매출액 (단위: 백만원, %)

구분	2002년		2003년		전년대비 증가율
	매출액	비율	매출액	비율	
암호화/보안키	65,895	72.8	89,574	64.8	35.9
과금결제시스템	24,707	27.3	48,812	35.3	97.6
전체	90,602	100.0	138,386	100.0	52.7

성시간 축소 등 안팎의 어려움에도 불구하고 외형적으로는 시장성장을 이뤄 비교적 선전한 것으로 평가된다.

디지털음악 시장을 살펴보면, 지난해 1,850억원의 규모를 이뤄 전년대비 37.6% 성장한 것으로 추정된다. 벨소리업체들의 매출액이 1,754억원인 94.8%로 거의 대부분을 차지했으며, 스트리밍은 45억원인 2.4%를, 통화연결음은 13억원인 0.7%를 차지하는 것으로 조사됐다. 지난해 이용자가 크게 늘었던 통화연결음 시장의 매출이 실제보다 적었던 이유는 ▲벨소리업체들이 통화연결음을 제공하는 경우가 대다수여서 별도로 매출분류를 하는 데 어려움이 있었고 ▲ISP 등 온라인유통에 통화연결음 관련매출이 잡혔기 때문인 것으로 추측된다.

지난해 e러닝 시장규모는 약 4,948억원으로 나타났다. e러닝 분야는 디지털교육 및 교육용콘텐츠를 제작하는 분야로 이번 조사에서는 시장을 더이상 세분화시키지 않고 조사에 임했다. 전년 4,158억원에 비해 19% 성장했다.

전자출판 시장규모는 1,084억원을 넘어선 것으로 예상된다. 이중에서 웹진을 포함한 디지털신문이나 잡지를 제작하는 업체들의 매출이 410억원으로 가장 많은 비중(37.8%)을 차지했으며, 다음으로 디지털만화(317억원, 29.2%), e북(298억원, 27.5%) 등의 순으로 매출이 발생함을 보여줬다.

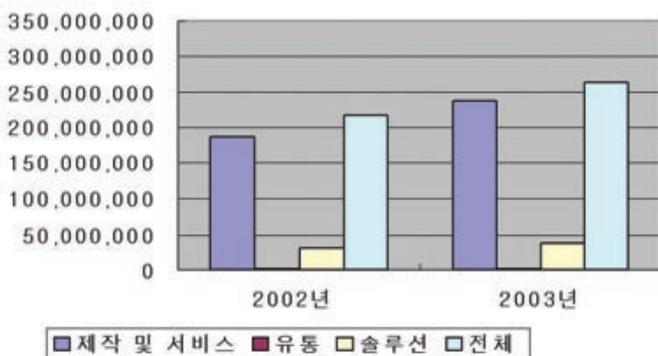
특히 닷컴열풍의 붕괴와 함께 좌초하고 말았던 e북은 지난해에 전년대비 220.8%라는 놀라운 성장률을 보여줘서 눈길을 끌었다. 이는 PDA와 초박형 노트북 보급이 증가하고 사회적 관심이 높아지면서, 인터넷서점들이 한때 문을 닫았던 'e북 코너'를 다시 여는 등 관련 마케팅을 활발히 전개한 데서 비롯된 것으로 보인다. 반면 디지털만화의 지난해 매출은 전년에 비해 13.5%가 감소하는 예상외의 결과가 나왔다.

지난해 디지털캐릭터 시장규모는 약 1,753억원으로 조사됐다. 이중에서 캐릭터를 제작하는 업체들의 매출액이 1,662억원인 94.8%를 차지하며, 아바타를 제작하는 업체들의 매출액은

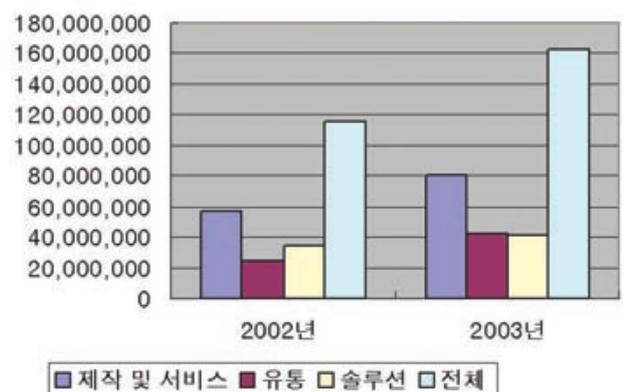
〈표 11〉 e러닝 솔루션시장의 매출액 (단위: 백만원, %)

구분	2002년		2003년		전년대비 증가율
	매출액	비율	매출액	비율	
LMS	10,781	10.2	14,558	9.2	35.0
CMS	3,438	3.2	4,734	3.0	37.7
저작물	3,670	3.5	10,925	6.9	197.7
기타	88,111	83.1	128,179	80.9	45.5
전체	106,000	100.0	158,396	100.0	49.4

〈그림 5〉 디지털콘텐츠 시장의 수출규모 (단위: 달러)



〈그림 6〉 디지털콘텐츠 시장의 수입규모 (단위: 달러)



91억원인 5.2%를 차지하고 있다. 전년대비 증가율은 전체적으로는 25.9%였으며, 아바타는 59.3%, 그리고 캐릭터는 24.2%의 증가세를 보였다.

웹정보콘텐츠 시장은 지난해에 약 4,766억원의 매출을 기록하면서 전년에 비해 40.9% 성장했다.

온라인상에서 증권, 부동산, 은행, 신용카드, 대출 등 디지털 금융/경제 관련 콘텐츠 제작업체들의 매출은 1,150억원으로 24.1%를 차지, 웹정보콘텐츠 시장에서 가장 많은 비중을 차지했다. 영화, 연예, 공연, 스포츠, 복권, 운세, 유머 등 각종 오락 정보를 포함한 디지털엔터테인먼트 업체들이 743억원의 매출을 올려 15.6%의 비중으로 그 뒤를 이었다. 또한 여성, 육아, 패션, 컴퓨터, 종교, 여행, 취업 등 실생활에 관련된 정보를 제공하는 디지털가정생활 업체들은 291억원의 매출을 올려 6.1% 비중을 차지했다.

전문 웹정보 콘텐츠에 해당하는 의료정보와 법률정보는 각각

134억과 50억원의 매출을 발생시켰다. 특히 의학, 약학, 한방, 민간요법 등 건강관련 정보제공 서비스인 의료정보는 전년에 비해 104.8%라는 비약적인 성장세를 보여줬으며, 위치확인 정보 및 이와 연동된 정보제공 서비스도 79.0%의 높은 성장세를 나타냈다.

### 유통 및 솔루션시장 40%대 성장률 보여

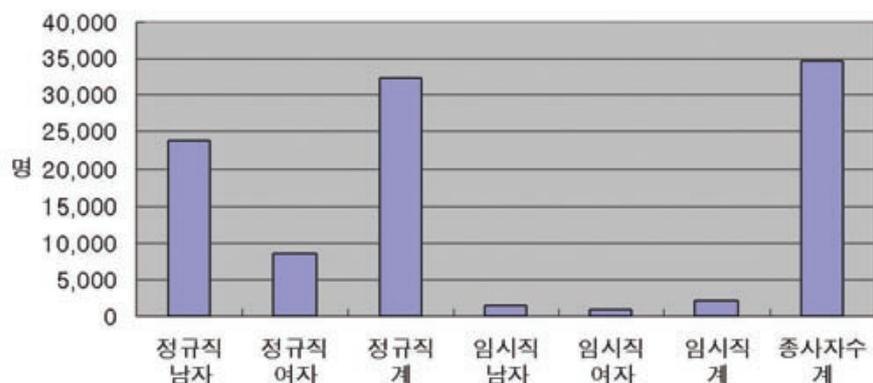
디지털콘텐츠의 유통시장은 지난해에 총 8,070억9,800만원의 매출을 올려 전년(5,695억1,000만원)에 비해 41.7% 성장한 것으로 조사됐다. 특이한 점은 오프라인 유통의 매출이 크게 증가하면서 온라인 유통의 매출을 앞질렀다는 것.

지난해 오프라인 유통시장은 4,120억원으로 전년에 비해 61.4%나 증가했다. 이 중에서 CD롬 타이틀, DVD, VCD 등을 포함하는 디지털콘텐츠 유통은 2,376억원으로 오프라인 유통시장의 57.7%를 차지했으며, 이를 제외한 유통시장은 1,744억원

〈표 12〉 디지털콘텐츠산업의 종사자 수 (단위: 명)

구분	정규직			임시직			계(비율)	
	남	여	소계	남	여	소계		
제작 및 서비스	14,925	5,391	20,316	1,176	625	1,801	22,117	64.1
유통	3,557	1,733	5,290	95	48	143	5,433	15.7
솔루션	5,447	1,369	6,816	82	63	145	6,961	20.2
전체	23,929	8,493	32,422	1,353	736	2,089	34,511	100.0

〈그림 7〉 디지털콘텐츠산업의 종사자 수



으로 42.3%를 점유했다. 전년 대비 증가율을 살펴보면 디지털콘텐츠의 오프라인 유통시장은 39.2%, 기타 유통시장은 106.5%의 증가율을 보여줬다.

디지털콘텐츠의 온라인 유통시장 규모는 지난해에 약 3,951억 원이었던 것으로 추정된다. 포털/ISP 등을 통해 서비스를 제공하는 업체들의 매출은 지난해에 3.1% 감소한 2,619억 원을 기록했으며, 이에 따라 디지털콘텐츠의 온라인 유통시장에서 차지하는 비중도 66.3%로 전년 대비 크게 줄어들었다. 콘텐츠 생산자와 사용자 사이를 연결하고 마켓플레이스 역할을 하는 디지털콘텐츠중개(신디케이트) 업체들은 지난해 669억 원의 매출로 16.9%를 차지했다. 전년 대비 증가율을 보면 전체적으로는 25.7%의 증가세를 보여줬으며, 전문 콘텐츠를 판매하는 신디케이트 업체는 109.9%의 급성장세를 나타냈다.

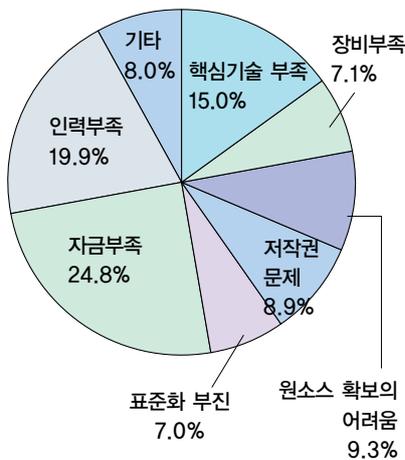
디지털콘텐츠 제작·서비스·유통을 지원키 위한 각종 솔루션 시장은 지난해 총 1조1,902억700만원의 매출을 올린 것으로 조사됐다. 이 중 유통, 보안 및 과금, e러닝 시장이 각각 약 8,934억 원, 906억 원, 1,584억 원의 매출을 기록했으며, 전체적

으로는 전년 대비 42.5% 성장했다.

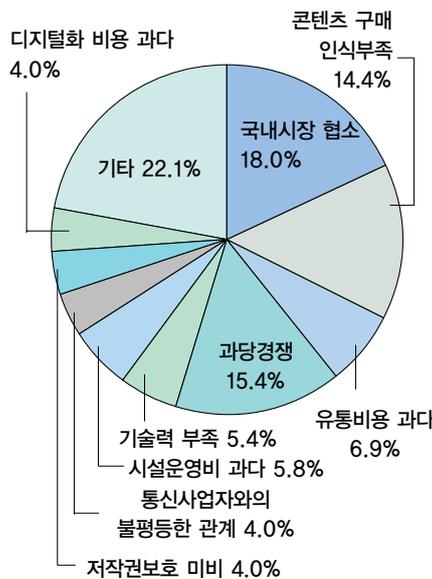
솔루션 유통시장을 자세히 살펴보면, 기타부분을 제외하고는 GVM(General Virtual Machine) 등 응용솔루션이 1,406억 원으로 15.7%를, 플랫폼이 340억 원으로 3.8%, SMS(Short Message Service)/MMS(Multimedia Message Service)는 258억 원인 2.9%를 차지하는 순서로 나타났다. 여기서 기타분야가 6,642억 원인 74.3%를 차지하는 것은 설문조사 피응답자들이 설문지를 작성하는 과정에서 대부분 특정분야보다는 기타로 기입한 경우가 많았기 때문인 것으로 풀이된다. 가장 높은 증가 추세를 보여준 솔루션 유통분야는 59.2%의 성장세를 보여준 플랫폼이었으며, 가장 성장률이 낮았던 솔루션 유통분야는 8.51%의 감소세를 보여준 DRM(Digital Rights Management)이었다.

지난해 1,384억 원의 매출을 기록한 보안 및 과금시장에서는 암호화/보안키 분야가 896억 원으로 64.7%의 비중을, 과금결제 시스템은 488억 원으로 35.3%를 차지하는 것으로 나타났다. 전년 대비 증가율로 보면 전체적으로는 52.7%의 증가세를 보여 주

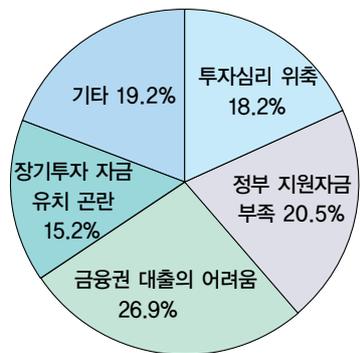
〈그림 8〉 콘텐츠 제작 및 솔루션 개발시 애로사항



〈그림 9〉 디지털콘텐츠산업의 사업 추진시 애로사항



〈그림 10〉 자금조달시 애로사항



며, 과금결제시스템은 97.6%의 높은 증가추세를 보였다. 암호화/보안키는 35.9%의 성장률을 보여줬다.

1,584억원의 시장규모를 보인 e러닝 솔루션시장은 기타부분을 제외하고는 LMS(Learning Management System)가 146억원으로 가장 높은 점유율(9.2%)을 보였다. 저작물은 109억원으로 6.9%, CMS(Contents Management System)는 47억원인 3%를 차지했다. 기타분야가 1,282억원에 달했던 이유 역시 설문조사 피응답자들이 설문지를 작성하는 과정에서 특정분야보다는 기타로 기입한 경우가 많았기 때문인 것으로 추정된다. 전년대비 증가율을 보면 전체적으로는 49.4%의 증가세를 보여주고 있으며, 저작물이 197.7%로 가장 높은 증가 추세를 보여줬고, CMS도 37.7%로 성장세가 높았다.

**2,616억원의 순이익 달성 · 무역흑자 1,486억원**

비용에 있어서는 지난해 제작 및 서비스업이 약 3조2,257억원을, 솔루션업이 1조 1,398억원을 지출한 것으로 추정된다. 비용은 주로 각종 원료 구입비, 인건비, 자본 설비비, 세금 등에 사

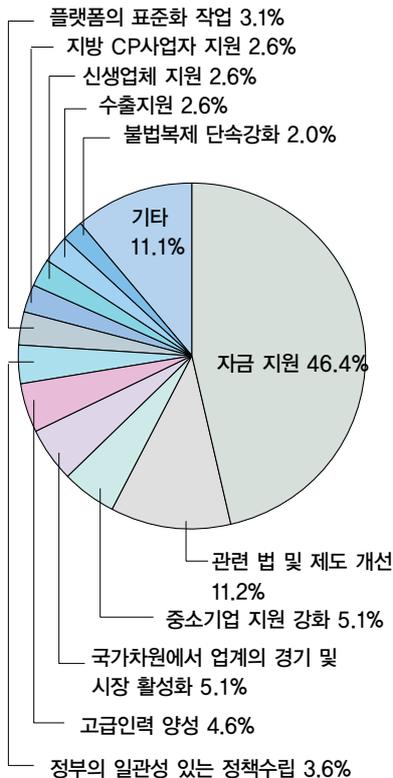
용됐다. 유통업은 콘텐츠 제품 구입 및 제작 판매비용이 4,201억원, 각종 인건비, 자본 설비비, 세금 등이 차지하는 비용이 3,755억원이었다. 이에 따라 지난해 국내 디지털콘텐츠산업은 총매출은 5조4,226억원을 올리고 4조7,855억원을 사용해 2,616억원의 순이익을 올린 것으로 나타났다.

또한 이번 조사 및 분석결과에서는 지난해 디지털콘텐츠를 통해 수출한 금액이 2억6,568만달러, 수입한 금액이 1억6,275만달러인 것으로 잠정 집계됐다. 지난해 디지털콘텐츠산업의 무역흑자는 약 1억2,383만달러(한화 약 1,486억원)로 전년대비 21.6% 증가했다.

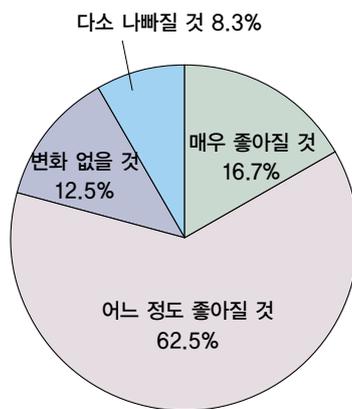
디지털콘텐츠 산업의 무역구조를 살펴보면, 제작 및 서비스시장은 흑자폭이 늘었으나 유통시장은 수출에 비해 수입이 상대적으로 크게 늘었다.

지난해 디지털콘텐츠의 제작 및 서비스를 통한 수출액은 2억 4,870만달러로 전년대비 33.4% 증가했고, 유통과 솔루션을 통한 수출액은 각각 19.2%, 21.8% 증가한 151만달러, 3,896만달러였다. 전체 수출액은 전년대비 21.6% 증가한 수치. 반면 디지

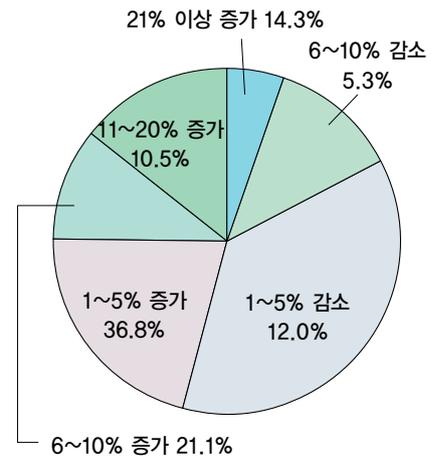
〈그림 11〉 국내 디지털콘텐츠산업 향후 과제



〈그림 12〉 CEO들의 올해 디지털콘텐츠 경기전망



〈그림 13〉 CEO들이 예상한 올해 디지털콘텐츠 시장규모



털콘텐츠의 제작 및 서비스와 관련된 수입액은 7,986만달러로 40.6% 증가했으며, 솔루션 수입은 전년대비 19.4% 증가한 4,109만달러였다. 지난해 디지털콘텐츠 유통을 위한 수입액은 전년 2,446만달러에서 4,179만달러로 크게 증가(70.9%)했다.

디지털콘텐츠산업의 고용현황을 살펴보면, 지난해 정규직 3만2,422명, 임시직 2,089명으로 총 종사자 수는 3만4,511명인 것으로 추정된다. 정규직 종사자 중 남성은 2만3,929명, 여성은 8,493명이었으며, 비정규직 종사자 중 남성은 1,353명, 여성은 736명이었다. 콘텐츠 제작 및 서비스업에는 총 2만2,117명이 종사, 전체 디지털콘텐츠산업 종사자의 64.1%를 점유했다.

한편, 이번 시장조사와 더불어 실시한 설문결과에 의하면, 디지털콘텐츠 업체들은 콘텐츠 제작시 자금부족으로 가장 큰 어려움을 겪는 것으로 드러났다. 그 다음으로 인력부족(19.9%), 핵심 기술 부족(15%), 원소스 확보의 어려움(9.3%)이 애로사항으로 꼽혔다. 또한 유통업체만 한정해서는 '원소스 확보의 어려움'이 20.1%로 가장 높은 응답률을 보였다.

실질적인 사업추진에 있어 어려운 점으로는 ▲국내시장 협소(18.0%) ▲과당경쟁으로 인한 중복개발(15.4%) ▲유료 콘텐츠 구매에 대한 인식부족(14.4%) ▲유통비용 과다(6.9%) ▲시설운영비 과다(5.8%) ▲기술력 부족(5.4%) ▲통신사업자와의 불평등한 관계(4.0%) ▲저작권보호 미비(4.0%) ▲디지털화 비용 과

다(4.0%) 등을 꼽았다.

또한 국내 디지털콘텐츠 업체들의 자금조달시 애로사항으로는 ▲은행 등 금융권 대출의 어려움(26.9%) ▲사업운영에 대한 정부 지원자금 부족(20.5%) ▲창업사 또는 개인투자자의 투자 심리 위축(18.2%) ▲장기투자 자금유치 곤란(15.2%) 순으로 나타났다.

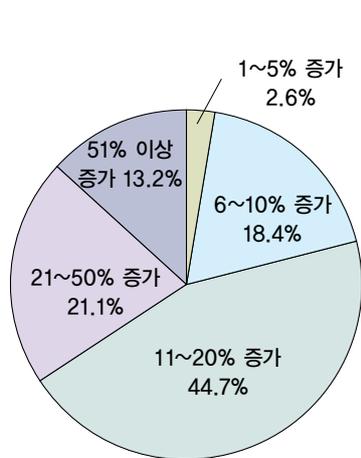
이에 따라 국내 디지털콘텐츠산업 활성화를 위한 향후 과제로는 ▲자금지원 강화 ▲관련 법 및 제도 개선 ▲중소기업 지원 강화 ▲국가차원에서 업계의 경기 및 시장 활성화 ▲고급인력 양성 ▲정부의 일관성 있는 정책수립 ▲플랫폼의 표준화 작업 ▲지방 CP사업자 지원 ▲신생업체 지원 ▲수출지원 ▲불법복제 단속강화 등을 지적했다.

### 관련기업 CEO, “올해도 낙관적”

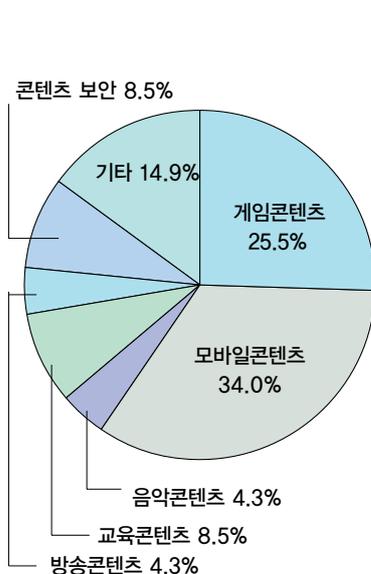
지난해 높은 성장을 일궈낸 국내 디지털콘텐츠 산업은 올해 역시 최소 한자릿수 이상의 성장세를 이어갈 것으로 기대된다.

<디지털콘텐츠>가 최근 실시한 설문조사에서 디지털콘텐츠 관련기업 CEO 대부분이 올해의 디지털콘텐츠 산업경기를 긍정적으로 평가했다. CEO 67명이 참여한 이번 설문조사에서는 CEO의 79.2%가 올해 디지털콘텐츠 산업경기가 매우 좋아지거나 다소 좋아질 것으로 전망했으며, '다소 나빠진다'의 응답률

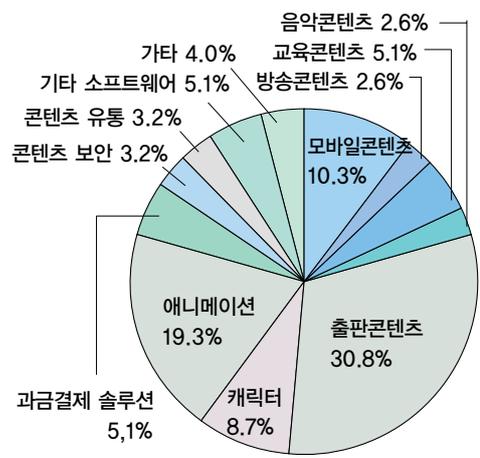
〈그림 14〉 디지털콘텐츠 업체들의 전년대비 2004년 매출목표



〈그림 15〉 CEO들이 예상한 가장 성장할 디지털콘텐츠 분야



〈그림 16〉 CEO들이 예상한 성장이 저조할 디지털콘텐츠 분야



은 8.3%에 불과했다. 또한 '매우 나빠진다'는 단 한건의 응답도 없었다.

좀더 자세히 물어본 '지난해 대비 2004년 디지털콘텐츠 시장의 성장률'과 관련해서는 '1~5% 증가할 것'이라는 응답이 36.8%로 가장 많았고 다음으로 '6~10% 증가할 것'이라는 전망도 21.1%에 이르는 등 총 82.7%가 상승세를 점쳤다. 반면 감소할 것이라는 전망은 17.3%에 그쳤으며, 모두 소폭이었다.

CEO들은 이처럼 낙관적인 경기전망 아래 자사의 올 매출목표도 지난해에 비해 높게 설정하고 있는 것으로 드러났다. 이번 설문조사에서는 올해 매출목표에 있어 '감소' 혹은 '지난해 수준을 유지하겠다'는 응답은 한 건도 없었으며, 모두 매출증가를 목표로 삼았다. '11~20% 증가'라는 답변이 44.7%에 이르렀고, 21% 이상의 고도성장을 목표로 하는 기업도 34.3%나 됐다.

한편, CEO들이 꼽은 올해 가장 높은 성장이 예상되는 디지털콘텐츠 분야는 모바일콘텐츠(34.0%), 게임콘텐츠(25.5%), 교육콘텐츠(8.5%), 콘텐츠 보안(8.5%), 방송콘텐츠(4.3%)였다. 반면 성장이 저조할 것으로 예상되는 분야로는 출판콘텐츠(30.8%), 애니메이션(19.3%), 모바일콘텐츠(10.3%), 캐릭터(8.7%), 기타 소프트웨어(5.1%), 과금결제 솔루션(5.1%) 순이었다.

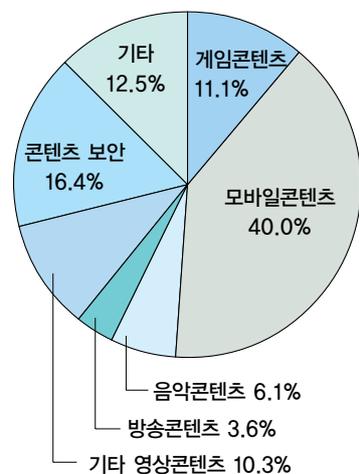
이와 함께 모바일콘텐츠(40%), 콘텐츠 보안(16.4%), 게임콘텐츠(11.1%), 기타 영상콘텐츠(10.3%) 등이 '기술적 발전이 높을

것'으로 예상했고, 출판콘텐츠(26.4%), 교육콘텐츠(21.4%), 기타 소프트웨어(13.2%), 음악콘텐츠(11.3%) 등은 '기술적 발전이 더딜 것'으로 예상했다.

결국 게임콘텐츠는 기술적인 진보와 더불어 당분간 시장성장이 지속될 것이라는 풀이가 가능하다. 그러나 출판콘텐츠는 시장잠재력과 기술진보에서 모두 낙제점을 받았다. 모바일콘텐츠 분야는 상당한 혼돈과 함께 시장의 불투명성을 그대로 드러냈다. 올해 '가장 높은 성장'과 '가장 높은 기술적 발전'을 이룰 것으로 평가된 모바일콘텐츠는 '가장 낮은 성장이 예상되는 디지털콘텐츠 분야'에서도 10.3%의 응답률을 보여 예측을 불허했다. 또한 콘텐츠 보안 등은 기술력과 상관없이 시장을 좌지우지할 수 있는 변수가 많기 때문에 의견이 분분했던 것으로 풀이된다.

물론 올해 디지털콘텐츠 경기를 예상하는데 있어 이번 설문조사를 전적으로 신뢰하는데는 한계가 있다. 표본 수에 한계가 있는데다 분야별로 상황이 크게 다른 경우가 많아 일관적인 적용이 어렵기 때문이다. 하지만 이번 설문조사의 대상 CEO가 대부분이 디지털콘텐츠 산업에 다년간 종사해왔고, 분야별로 고르게 설문 참여했기에 올 디지털콘텐츠 시장의 성장세가 지속된다는 예상은 그리 설부른 판단으로 보이지 않는다. 

〈그림 17〉 CEO들이 예상한 기술발전이 높을 디지털콘텐츠 산업분야



〈그림 18〉 CEO들이 예상한 기술발전이 더딜 디지털콘텐츠 산업분야

