

# DC산업 경기 “나쁘지 않아!”

## 응답 CEO 중 80% 성장 지속 예상

국내 DC기업 CEO들은 국내 DC시장의 성장세가 지속될 것이며 게임, 모바일 콘텐츠 등의 분야가 DC산업의 성장을 견인할 것으로 내다봤다. 아울러 많은 DC기업들이 전문인력과 자금 부족으로 어려움을 겪고 있는 것으로 나타나 정부의 지원책도 자금 지원이나 세제 혜택 등에 집중해 줄 것을 희망했다.

조사 · 정리 양기석 기자

### 설문대상 및 조사방법

월간 「디지털콘텐츠」는 지난달 8일부터 19일까지 국내 주요 DC기업 CEO를 대상으로 국내 DC산업 현황과 향후 전망을 물어보는 설문조사를 실시했다. 이번 설문에서는 한국소프트웨어진흥원의 디지털콘텐츠 분류를 바탕으로 △게임 △디지털영상·방송 △애니메이션 △모바일 콘텐츠 △e러닝 △콘텐츠 보안 △디지털출판 등으로 카테고리를 나눴다. 특히 모바일 콘텐츠 분야에서 게임이 차지하는 비중을 감안, 모바일 게임을 모바일 콘텐츠 분야로 구분해 기존 게임 분야와 구별했다. 이번 설문조사에서 단순 응답은 각 응답에 해당하는 단위(명·개·업체 등)와 백분율(%)을 사용했으며, 복

수응답의 경우 백분율로만 표시했다. 또 백분율로 표시되는 수치는 소수점 둘째 자리에서 반올림했다.

총 108명의 CEO가 응답한 이번 조사에서는 국내 디지털콘텐츠산업에서 게임이 차지하는 비중을 말해주듯 게임업체들의 응답(총 응답자의 35.2%)이 가장 많았으며 뒤를 이어 모바일 콘텐츠(22.2%), 애니메이션(7.4%) 순으로 응답률이 높았다.

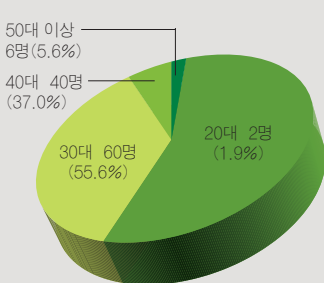
설문에 응답한 CEO의 평균 연령은 30대가 60명(55.6%)으로 과반수를 넘었으며, 40대가 40명(37.0%), 50대 이상은 6명(5.6%)으로 나타나 ‘젊은’ CEO들이 DC산업을 견인하고 있는 것으로 조사됐다. 또 응답 CEO의 평균 재직기간도 ‘3년 이상’이 72명(66.7%)으로 압도적으로 많았고, 재직기간이 1년이

채 안된 CEO는 12명(11.1%)에 불과했다.

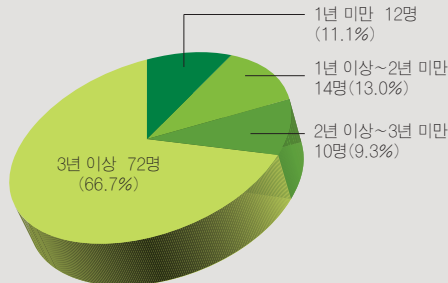
설문 응답 업체 중 미상장·미등록된 업체가 90개(83.3%)로 가장 많았고 코스닥에 등록된 업체는 15개(13.9%)였지만 거래소에 상장한 업체는 한 곳(0.9%)에 불과했다.

또 연간 매출액 규모는 ‘10억원 이상 ~ 50억원 미만’인 업체가 44개(40.7%)로 가장 많았으며 ‘10억원 미만’인 업체가 19개(17.6%)였다. ‘50억원 이상 ~ 100억원 미만’인 업체와 ‘100억원 이상 ~ 500억원 미만’인 업체들은 각각 18개(16.7%)로 조사됐고, 매출액이 연간 1,000억원을 웃도는 업체들은 6개(16.7%)였다. 이밖에 3개 업체는 연간 매출액 항목에 응답하지 않았다.

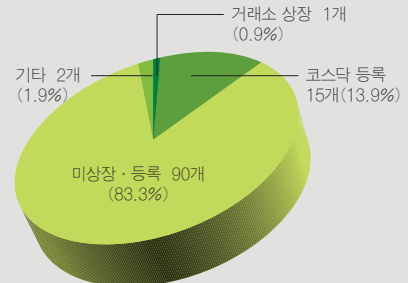
〈그림 1〉 설문 응답 CEO의 연령



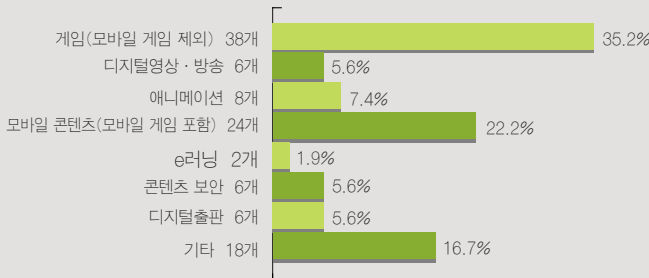
〈그림 2〉 설문 응답 CEO의 재직기간



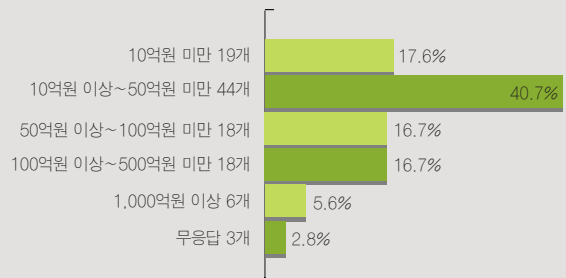
〈그림 4〉 설문 응답기업의 상장 및 등록여부



〈그림 3〉 설문 응답기업의 주력 사업분야



〈그림 5〉 설문 응답기업의 연간 매출액



국내 DC기업 CEO들은 국내 DC산업의 경기가 평년 수준 이상인 것으로 파악하고 있으며, 올해에도 지난해 수준 이상의 성장세를 보일 것으로 낙관하고 있는 것으로 분석됐다.

이와 같은 결과는 본지가 최근 국내 DC기업 CEO 108명을 대상으로 실시한 설문조사 결과에서 나타났다.

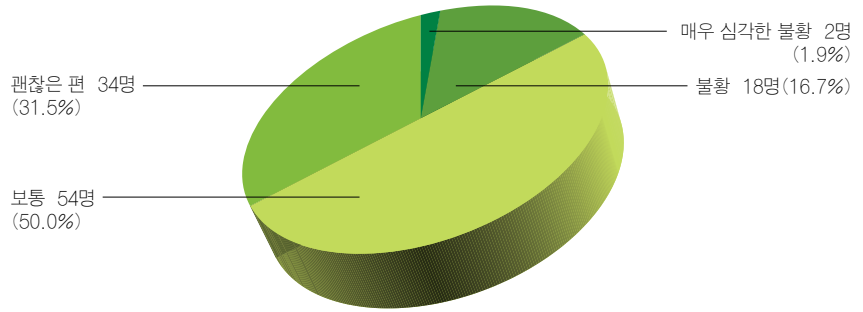
이번 설문에 응답한 CEO 중 54명이 국내 DC시장 경기가 '보통' 이라고 응답했고 '괜찮은 편' 34명, '불황' 은 18명이었다. 반면 '매우 심각한 불황' 이라고 생각하는 CEO는 단 두명에 그치는 등 전체 응답자 중 80% 이상이 DC시장이 지속적인 성장세를 보일 것으로 예상했다. 이는 최근의 고유가 지속, 환율 하락 등 국내외적인 변수에도 불구하고 경기 회복에 대한 기대심리가 반영된 것으로 풀이된다. 또 IT산업의 전반적인 침체 속에서도 DC산업이 꾸준한 성장세를 보인 것도 CEO들의 응답에 영향을 끼친 것으로 보인다.

올해 DC산업의 예상 성장률을 묻는 질문에는 10% 내외의 성장을 할 것이라고 응답한 비율이 전체 응답의 과반수를 넘었고 '지난해와 비슷' 할 것이라고 전망한 CEO는 24명(22.2%)이었다. 반면 '20% 이상 감소' 할 것이라는 비관적인 전망을 한 CEO는 2명(1.9%)에 그쳤다.

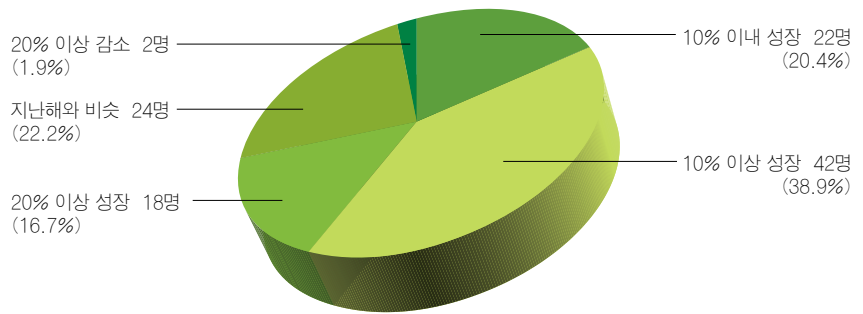
DC시장이 지속적으로 성장할 것이라는 응답 결과가 말해주듯 CEO들의 44.4%는 자사의 올해 상반기 예상매출액이 '10% 이상 증가' 할 것이라고 답했다. 또 '10% 이내 증가' 라고 밝힌 CEO도 27.8%에 달했다. 반면 '변동없음' 이라고 응답한 비율은 16.7%, '10% 이상 감소' 5.6%, '10% 이내 감소' 5.6%로 나타나 DC시장의 성장세와 자사의 매출과 연계하는 경향을 보였다.

올 하반기 예상 매출 실적에 대한 답변도 상반기와 그것과 크게 다르지 않았다. 응답자 중 76명(70.4%)이 올 하반기 매출이 전년 동기 대비 '10% 이상 증가' 할 것으로 내다봤고, '10% 이내 증가' 라는 답변도 22명(20.4%)에 이르렀다. 반면 '지난해와 비슷' 할 것이라 응답은 8명(7.4%), '10% 이상 감소' 할 것이라 응답도 2명(1.9%)에 그치는 등 올해 실적

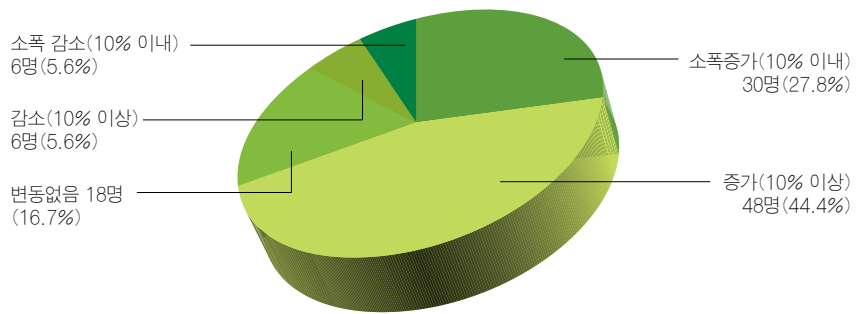
<그림 1> 최근 국내 DC산업 시장 상황은.



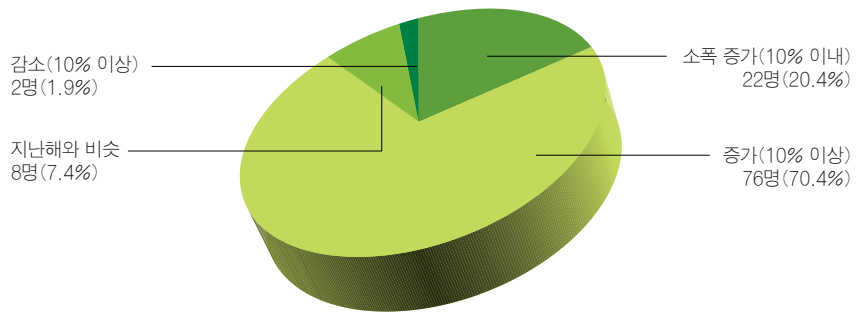
<그림 2> 올해 전체 DC산업 증감률은.



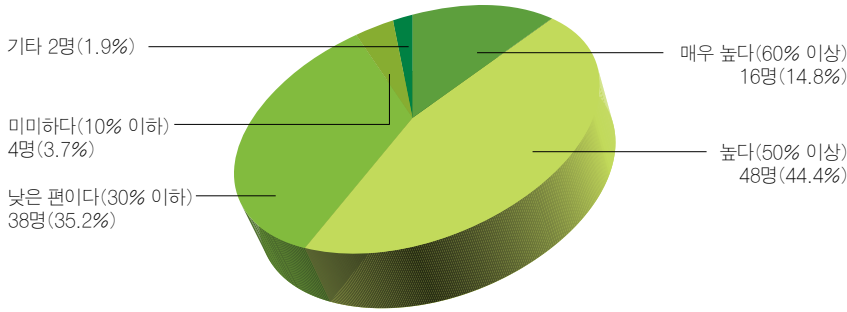
<그림 3> 귀사의 전년 동기 대비 올 상반기 매출액 변화는.



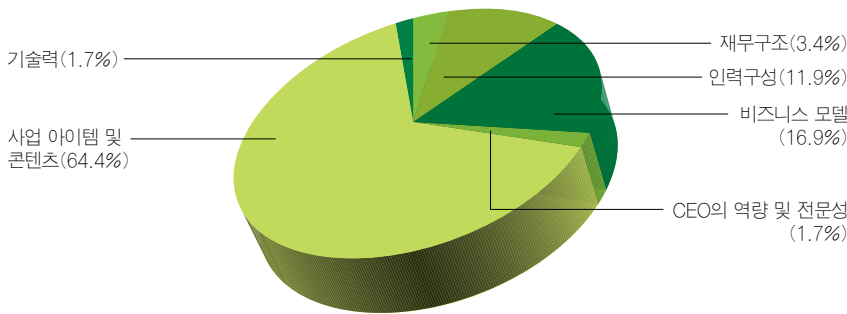
<그림 4> 귀사의 전년 동기 대비 올해 하반기 매출 예상치는.



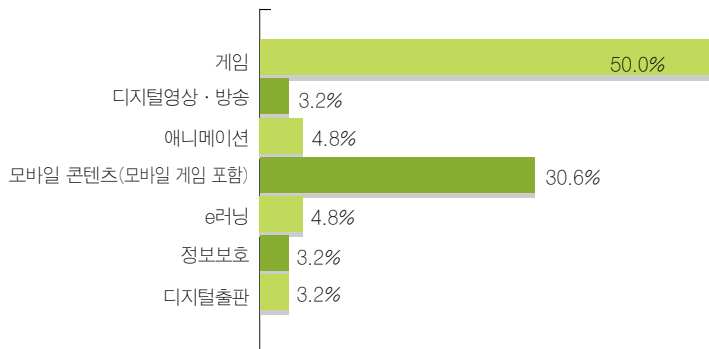
(그림 5) DC산업이 전체 IT산업에서 차지하는 비중은.



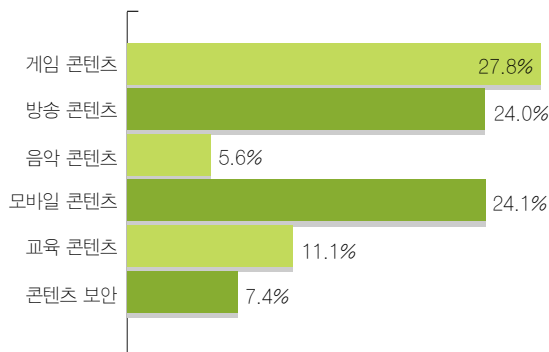
(그림 6) DC기업의 가치를 평가하는 척도는.(복수 응답)



(그림 7) 국내 DC기업이 글로벌 기업들에 비해 경쟁력 있는 분야는.(복수 응답)



(그림 8) 성장률이 가장 높을 것으로 예상되는 분야는.(자사 주력분야 제외)



이 개선될 것으로 기대했다.

### 기업 가치 척도는 '사업아이템'과 '콘텐츠'

DC산업이 전체 IT산업에서 차지하는 비중을 묻는 항목에는 '높다'고 대답한 경우가 48명(44.4%)이었고, '매우 높다'라고 밝힌 경우도 16명(14.8%)이었지만 '낮은 편'이라고 응답한 경우도 38명(35.2%)이나 됐다. 전체 IT산업에서 차지하는 비중과 중요성이 점차 커져가고 있지만 아직까지 유망 산업에 머물고 있는 DC산업의 가능성과 한계가 혼재되어 있는 것으로 풀이된다.

한편, DC기업의 가치를 평가하는 기준(복수 응답 허용)으로는 '사업아이템 및 콘텐츠'가 기준이 된다는 응답이 64.4%로 가장 높았고 '비즈니스 모델'(16.9%), '인력구성'(11.9%) 등도 중요하다는 CEO도 많았다. 반면 '재무구조'(3.4%), 'CEO의 역량 및 전문성'(1.7%), '기술력'(1.7%) 등을 가치 척도로 꼽은 경우는 극히 낮았다. 대부분의 CEO들이 DC산업의 특성을 감안할 때 새로운 아이템을 발굴하고 상용화하는 것이 부가 가치를 높이는 척도라는 인식을 갖고 있었다.

국내 DC 분야 중 글로벌 경쟁력을 갖춘 분야로는 '게임'(50.0%)과 모바일게임을 포함한 '모바일콘텐츠'(30.6%)인 것으로 조사됐다. 이에 반해 애니메이션(4.8%), e러닝(4.8%), 디지털영상·방송(3.2%), 정보보호(3.2%), 디지털출판(3.2%) 등을 지목하는 경우는 낮았다. 하지만 이와 같은 결과는 이번 설문조사에 응답한 CEO 중 절반이 넘는 62명이 게임이나 모바일콘텐츠 분야에 종사하고 있다는 점을 감안하면 일정 정도 예상된 수치.

그래서 자사의 주력분야를 제외한 가운데 향후 성장률이 가장 높을 것으로 예상되는 분야에 대해서 다시 물었다. 그러자 이전 항목의 응답과 일정한 차이가 나타났다. '게임 콘텐츠'(27.8%), '모바일 콘텐츠'(24.1%) 등이 성장률이 가장 높을 것으로 예상된 가운데서도 '방송 콘텐츠'(24.0%), '교육 콘텐츠'(11.1%) 등도 비교적 높은 성장률을 보일 것으로 예상됐다. 이러한 결과는 지난해 하반기

부터 상용 서비스에 들어간 DMB와 올해 본격적으로 서비스될 것으로 예상되는 와이브로 등이 시장에서 이슈화되고 있다는 점이 이번 조사에 반영된 것으로 보인다.

반면, 성장률이 비교적 더딜 것으로 예상되는 분야로는 '출판 콘텐츠'(46.3%)라고 응답한 비율이 가장 높았으며, '교육 콘텐츠'(14.8%) '콘텐츠 보안'(13.0%), '콘텐츠 유통'(11.1%) 등도 성장률이 낮은 분야로 인식됐다. 여기서 성장률이 가장 더딜 것으로 예상된 출판 콘텐츠가 CEO들의 인식과는 달리 최근 몇 년간 매년 두 배 이상의 가파른 성장세를 나타내고 있다는 점에서 CEO들이 느끼는 시장 상황과 실제 시장 상황과는 다소 차이가 있었다.

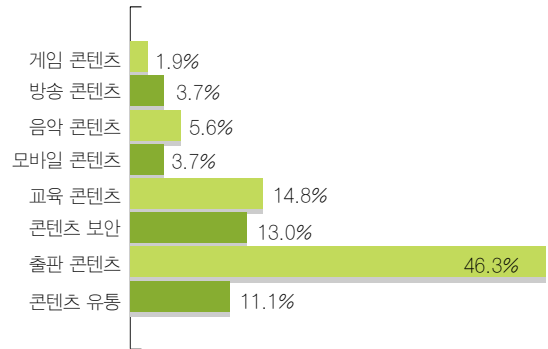
또 국내 DC기업들의 경쟁력 강화 방안으로 '원천기술 확보'(36.7%)가 가장 필요한 부분으로 지적됐고, '선진화된 영업 및 마케팅 능력'(25.0%), 'R&D 투자 확대'(18.3%), '자본력'(16.7%) 등도 경쟁력을 확보하는데 중요한 요소인 것으로 분석됐다.

### 한 우물만 파는(?) DC기업

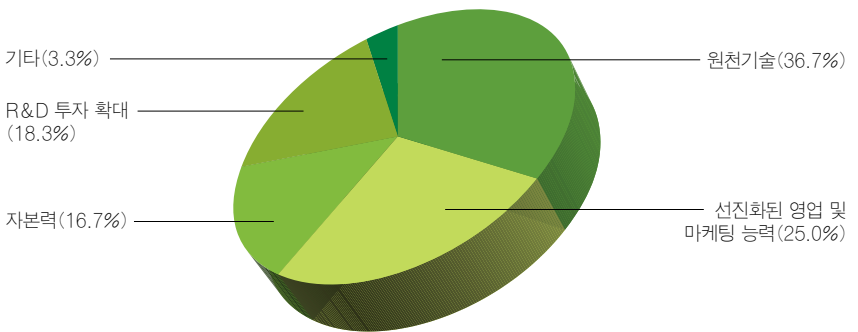
또, 설문에 응답한 CEO 중 62명(57.4%)이 '핵심사업 역량 집중'이 가장 역점을 두고 있는 사업이라고 밝혔고 '해외시장 개척'(16.7%), '수익모델 확대'(14.9%)라고 응답한 비율도 적지 않았다. 반면 '마케팅 역량 강화'(5.6%), 'R&D 확대'(3.7%) 등은 상대적으로 응답자가 적었다. 이는 현실적으로 규모의 경제를 이루지 못하고 있는 DC기업들로서는 수익모델 다변화나 R&D 확대보다는 '한 우물만 파야' 하는 한계를 보여주는 것으로 해석할 수 있다. 다만, 해외시장을 개척할 것이라는 의견이 적지 않다는 점은 국내 DC기업의 경쟁력이 높아가고 있다는 방증이라는 점에서 주목할 만하다.

국내 DC기업 CEO들은 콘텐츠를 제작하거나 솔루션을 개발할 때 '전문인력 부족'(35.2%)과 '자금 부족'(33.3%)을 가장 큰 애로사항으로 꼽았고, '핵심기술 부족'과 '표준화 및 저작권 문제' 해결도 시급한 것으로 보았다. DC 분야의 전문인력 확보 문제와 열

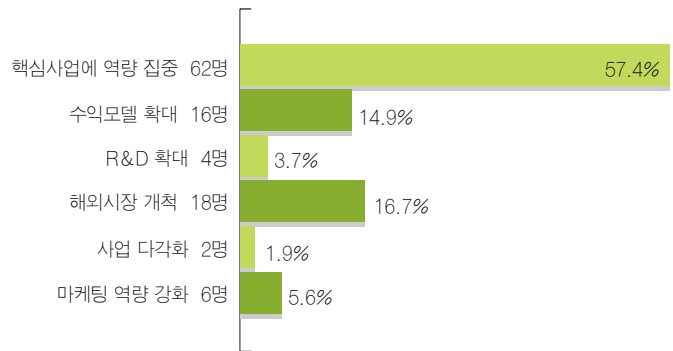
(그림 9) 성장률이 가장 더딜 것으로 예상되는 분야는. (자사 주력분야 제외)



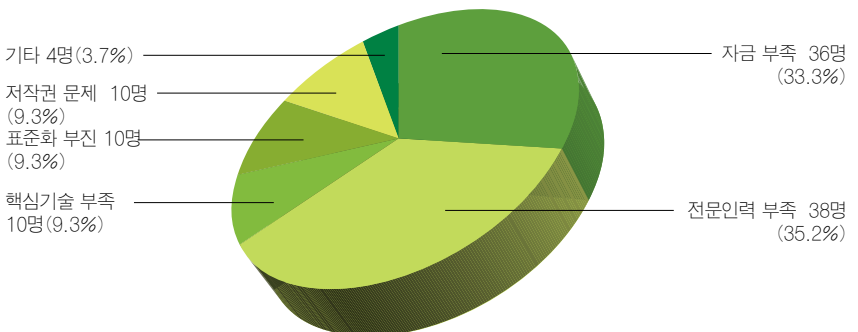
(그림 10) 국내 DC기업의 경쟁력 강화 방안은. (중복응답)



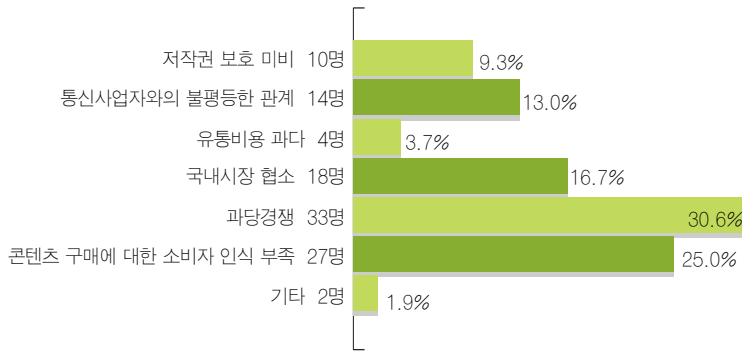
(그림 11) 현재 가장 역점을 두고 진행하는 사업은.



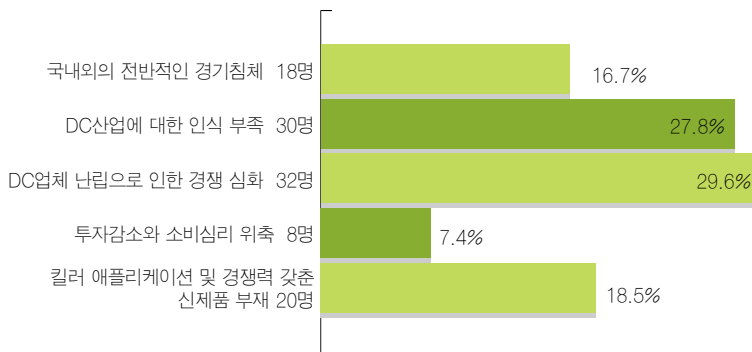
(그림 12) 콘텐츠를 제작하거나 솔루션 개발 시 가장 큰 애로사항은.



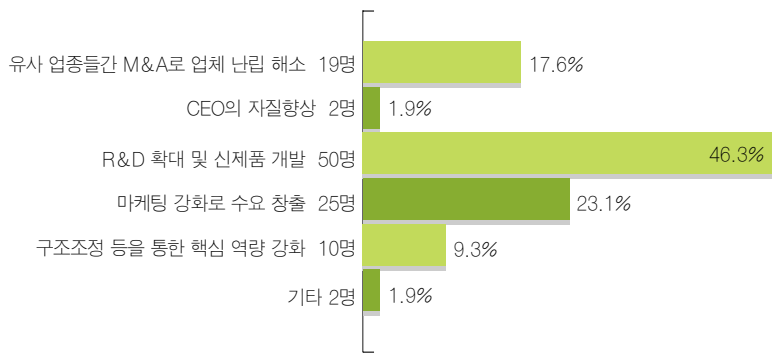
〈그림 13〉 국내서 DC사업 추진 시 가장 큰 애로사항은



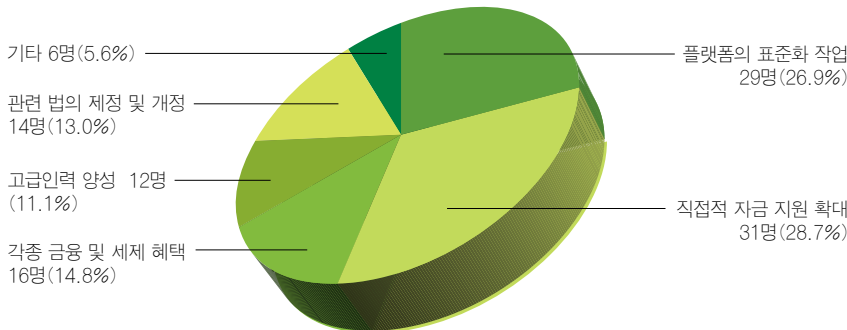
〈그림 14〉 현재 DC업계의 가장 큰 문제점은.



〈그림 15〉 DC산업의 문제점을 해결하기 위해서 가장 시급한 것은.



〈그림 16〉 DC산업 발전을 위해서 정부의 노력이 요구되는 부분은.



악한 경영 환경 개선 필요성은 이미 오래전부터 DC산업의 난제가 되어온 것이 현실. 특히 전문인력 부족 문제는 기업 규모가 작을수록, 또 시장 개화기 단계에 머물고 있는 분야일수록 더 심각한 것으로 나타나 장기적인 지원책 마련이 필요할 것으로 보인다.

아울러 DC사업을 추진하는데 있어서 가장 큰 어려움을 겪는 것으로는 '과당경쟁'을 지적한 CEO들이 33명(30.6%)으로 가장 많았다. 이어 '콘텐츠 구매에 대한 소비자의 인식 부족' 27명(25.0%), '국내시장 협소'가 가장 큰 문제라고 응답한 CEO는 18명(16.7%)이었다. 과당경쟁 문제는 국내시장 협소 문제와도 연결되는데 일부 DC기업들이 해외시장을 공략하는 이유 중 하나는 콘텐츠 유료화 등의 체계가 확립된 해외시장에서의 승부가 장기적으로 국내시장보다 더 큰 수익을 올릴 수 있을 것이라는 인식 때문. 따라서 과당경쟁 문제는 국내 DC산업의 선순환 체계를 갖추기 위해서도 가장 시급히 해결해야 할 문제로 보여진다.

특히, 과당경쟁은 DC업계의 가장 큰 문제점을 묻는 질문에서도 첫손에 꼽혔다. 응답 CEO 중 32명(29.6%)이 'DC업체 난립으로 인한 경쟁 심화'가 전체 DC산업의 성장을 가로막는 요인이라고 답했고 'DC산업에 대한 인식 부족'이 가장 큰 문제라고 응답한 경우도 30명(27.8%)이었다.

결국 DC산업이 그간의 성장세를 이어가기 위해서는 공급자인 DC기업들의 경우 제철각기식 과당경쟁을 지양해야 하고, 소비자들도 콘텐츠 사용에 대한 정당한 대가를 지불해야 한다는 인식전환이 가장 필요한 것으로 나타났다. 이밖에 '킬러 애플리케이션 및 경쟁력 갖춘 신제품 부재' 20명(18.5%), '국내외적인 전반적 경기침체' 18명(16.7%) 등도 DC산업 성장의 걸림돌로 조사됐다.

아울러 이러한 DC산업의 문제점을 해결하기 위한 방안으로 'R&D 확대 및 신제품 개발'이 필요하다는 의견이 46.3%로 가장 많았고, '마케팅 강화(23.1%)'와 '유사 업종 간 M&A(17.6%)'가 필요하다는 의견도 많았다. ☺