



디지털콘텐츠산업 동향 및 발전방향

IT기술과 문화산업이 융합된 고부가가치 산업으로 자리매김하는 디지털콘텐츠산업의 현황과 발전방향을 점검해 본다. (편집자 주)

1. 국내외 시장전망

산은경제연구소, 산업분석 2팀

□ 세계 시장전망

- 2004년 세계 디지털콘텐츠 시장은 2,053억 달러 규모이었으며, 2005년부터 2010년까지 연평균 15.0%의 성장으로 2010년에는 4,878억 달러에 이를 전망이다
- 2004년 991억 달러 규모로 디지털콘텐츠 가운데 가장 큰 비중을 차지하고 있는 디지털 영상 분야는 2010년에 2,360억 달러로 성장하여 연평균성장률이 14.4%에 이를 전망이다
- 2004년 8.8억 달러 수준에 불과했던 온라인 출판 분야는 2005년부터 2010년까지 연평균 45.0%의 성장으로 2010년에 93.3억달러 규모에 이를 전망이며, 온라인 음악 분야도 연평균 35.0%의 높은 성장률을 보일 전망이다

세계 디지털콘텐츠 시장규모 및 전망

(단위 : 백만 달러, %)

| 분류 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 연평균 성장률 |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 게임 | 39,392 | 43,153 | 51,677 | 61,029 | 68,642 | 75,243 | 80,214 | 13.2 |
| 디지털 영상 | 99,180 | 120,607 | 141,308 | 163,599 | 187,912 | 211,658 | 236,003 | 14.4 |
| 온라인 음악 | 4,141 | 6,748 | 10,379 | 15,159 | 20,219 | 25,198 | 30,231 | 35.0 |
| e-Learning | 6,431 | 8,080 | 10,250 | 12,662 | 15,821 | 18,481 | 21,267 | 21.4 |
| 정보콘텐츠 | 36,506 | 38,629 | 41,579 | 44,869 | 48,674 | 54,555 | 59,678 | 9.1 |
| 온라인 출판 | 884 | 1,458 | 2,393 | 3,696 | 5,362 | 7,511 | 9,338 | 45.0 |
| 온라인 포털 | 15,616 | 19,859 | 24,419 | 28,848 | 33,324 | 37,684 | 42,125 | 16.2 |
| 디지털콘텐츠 솔루션 | 3,211 | 3,956 | 4,895 | 5,715 | 6,794 | 7,930 | 8,989 | 17.8 |
| 합 계 | 205,361 | 242,488 | 286,899 | 335,576 | 386,747 | 438,261 | 487,846 | 15.0 |

자료 : 한국소프트웨어진흥원, 「디지털콘텐츠 산업백서 2005~2006」

□ 국내 시장전망

- 2005년 국내 디지털콘텐츠 시장은 8조 5백억 원 규모이었으며, 2006년부터 2010년까지 연평균 10.8%의 성장으로 2010년에는 14조 8천억 원 규모에 이를 전망이다
- 국내 디지털콘텐츠 시장은 게임 분야가 2005년 2조 4,138억 원 규모로 약 30%의 비중을 차지하고 있음
- 게임 분야는 2010년까지 4조 2,097억 원 규모로 성장하면서 12.5%의 연평균성장률을 보일 전망이다
- 국내 디지털콘텐츠 시장은 전자출판, 디지털 영상, 디지털 음악 분야가 각각 16%를 넘는 높은 성장률을 보일 전망이다

국내 디지털콘텐츠 시장규모 및 전망

(단위 : 억원, %)

| 분류 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 연평균 성장률 |
|-------------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 게임 | 24,138 | 27,647 | 31,391 | 35,204 | 38,804 | 42,097 | 12.50 |
| 애니메이션 | 3,926 | 4,261 | 4,825 | 5,539 | 6,293 | 7,027 | 10.31 |
| 디지털 영상 | 5,591 | 7,497 | 9,175 | 11,028 | 12,965 | 14,840 | 18.12 |
| 정보콘텐츠 | 6,847 | 7,975 | 9,242 | 9,966 | 10,669 | 11,657 | 9.42 |
| e-Learning | 6,724 | 8,044 | 9,610 | 10,978 | 12,530 | 14,220 | 13.49 |
| 디지털 음악 | 2,486 | 3,055 | 3,758 | 4,617 | 5,374 | 6,139 | 16.56 |
| 전자출판 | 735 | 955 | 1,235 | 1,509 | 1,758 | 2,010 | 18.71 |
| 콘텐츠 거래 및 중개 | 17,268 | 19,994 | 22,686 | 25,445 | 27,962 | 30,104 | 9.83 |
| 저작물 | 3,667 | 4,277 | 4,854 | 5,395 | 5,914 | 6,330 | 9.65 |
| 콘텐츠 보호 | 1,197 | 1,456 | 1,715 | 1,943 | 2,161 | 2,336 | 12.01 |
| 관리/서비스 | 7,886 | 8,524 | 9,180 | 9,897 | 10,590 | 11,210 | 6.08 |
| 합 계 | 80,465 | 93,685 | 107,671 | 121,521 | 135,020 | 147,970 | 10.82 |

자료 : 한국소프트웨어진흥원, 「디지털콘텐츠 산업백서 2005~2006」

2. 디지털콘텐츠산업 사업자 동향

대전전략산업기획단 장길수

□ 통신사업자의 콘텐츠산업 진출

통신사업자는 제휴 혹은 결합 등을 통해 이 부분을 내재화함으로써 가치사슬상 디지털 유통창구가 증가함에 따라 교섭력이 유통에서 제작부분으로 이동하는 것에 대응하고 유통기반의 통신기업의 시너지를 확보할 수 있다. 또한 이동통신사업자와 콘텐츠사업자들이 인터넷을 통한 콘텐츠 사업의 수익을 결정하는데, 이동통신사는 과금체계를 소유하고 있으므로 가치사슬상의 다른 참여자에 비해 매우 유리한 점을 가지고 있다. 또한 통신 방송이 통합됨으로서 나타나는 거대 시장을 선점할 수 있으며 성장이 정체되고 있는 통신시장에 콘텐츠 부문을 결합시킴으로서 새로운 성장동력의 근원으로 삼을 수 있다.

우리나라의 경우 통신사업자는 통신망을 기반으로 한 광범위한 수요폭을 가지고 있어 디지털콘텐츠 시장의 확대에 있어 케이블방송을 근간으로 하는 MSO에 비해 유리한 면을 가지고 있다. 통신사업자가 방송콘텐츠 산업에서의 제휴 보다는 M&A를 선호할 가능성이 존재한다. 우리나라의 경우 통신사업자가 디지털콘텐츠를 확보하기 위한 방안은 기존 디지털콘텐츠 사업의 인수, 관련 자회사의 설립, 모그룹 내 관련사 활동 등의 형태로 나타나고 있다.

국내 통신사업자의 디지털콘텐츠 확보 사례

| 통신사업자 | 내용 |
|------------|--|
| SK Telecom | <ul style="list-style-type: none"> ● YBM 서울음반 인수 (60.0%) ● 유무선 음악포털 '멜론' 오픈 ● 대규모 음악펀드 구성 ● 워너뮤직과 음악기획제작사 설립 ● IHQ 지분 확보 (34.9%) ● YU미디어 (29.6%)를 통해 향후 5년간 콘텐츠 분야 1천억 투자 발표 |
| KT | <ul style="list-style-type: none"> ● 싸이더스 FNH 인수 (51.0%) ● 쇼박스 영화펀드 80억 투자 ● Disney와 콘텐츠 사용 계약 협상 진행 ● KTF와 도시락 서비스 ● KTH의 P2P 게임 포털사업 추진 |
| 하나로텔레콤 | <ul style="list-style-type: none"> ● 하나로미디어 (셀러TV)와 핵심역량을 보유한 사업자와 공동 콘텐츠 확보를 위한 하나로 드림을 자회사로 보유 ● 하나TV 서비스 시행 |

자료: 디지털콘텐츠산업의 가치사슬 변화와 사업자 동향, 2006. 12 KISDI 재인용

□ 해외 콘텐츠사업자의 통신산업 진출

콘텐츠사업자가 통신산업에 진출한 경우는 콘텐츠사업자를 어떻게 정의하는가에 따라 다소 차이가 있지만 Disney, Bertelsmann, Vivendi Universal 등의 기업들이 거론 된다.

Disney는 1984년부터 대형미디어 그룹으로 변신하였으며, 1990년대에는 ABC방송사 인수, ESPN 인수 등을 통해 본격적으로 대형미디어 콘텐츠 기업으로 전환하게 되었다. 이후 지속적인 다각화 노력을 거쳐 2006년에는 ESPN Mobile, Mobile Disney 두 개의 MVNO사업을 개시함으로써 통신사업에 본격 진출 하였다.

Bertelsmann은 1835년 출판사업에 진출한 독일의 문화 기업이다. 1920년도부터 엔터테인먼트 방면으로 진출을 시도 1995년에 멀티미디어 시장에 진입하여 미국의 AOL과 합작으로 유럽에 AOL을 설립하였다. 현재 자회사로 전체 그룹수익의 23.7%를 차지하고 있는 Aravato를 두고 이를 통해 미디어 및 통신사업을 하고 있다.

해외콘텐츠 사업자들의 통신산업 진출 사례

| 콘텐츠사업자 | 내용 |
|-------------------|--|
| Disney | <ul style="list-style-type: none"> - Disney와 ESPN은 MVNO(가상이동통신망사업자) 형태로 이동전화에 각종 애니메이션, 스포츠 동영상 콘텐츠를 제공하였음 - MVNO 형태의 Disney Mobile을 통해 콘텐츠 산업에서 구축한 고객 확보력을 근거로 통신산업 진출 |
| Bertelsmann | <ul style="list-style-type: none"> - 자회사 Arvato를 통해 그룹의 콘텐츠를 통신, 방송영역에 유통시킴 |
| Vivendi Universal | <ul style="list-style-type: none"> - 자회사 SFR SA, Maroc Telecom, Elektrim Telekomunikacija를 통해 유선전화, 이동전화 인터넷 서비스를 제공함 |
| Discovery | <ul style="list-style-type: none"> - 2007년 하반기부터 모바일 전용 채널 서비스인 'Discovery Mobile' 사업을 시작하여, 30초~4분 길이의 콘텐츠를 모바일 전용 프로그램으로 방영 |

자료: 디지털콘텐츠산업의 가치사슬 변화와 사업자 동향, 2006. 12 KISDI 재인용

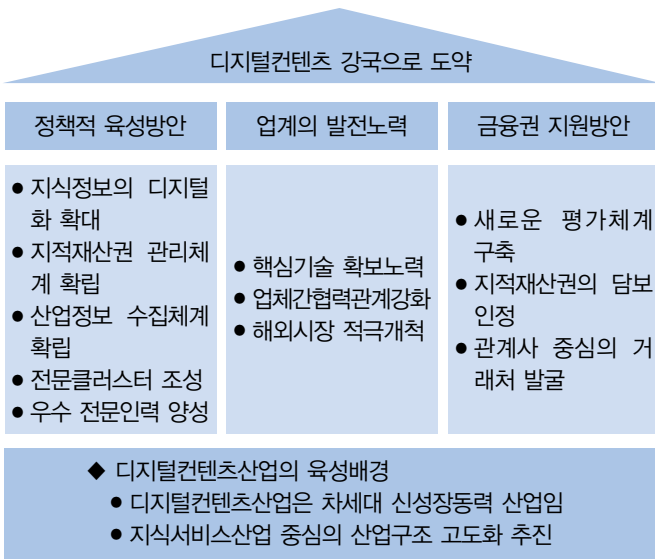


3. 디지털콘텐츠산업 발전방향

산은경제연구소, 산업분석 2팀

- 우리나라가 디지털콘텐츠 강국으로 도약하기 위해서는 정부의 정책지원, 업계의 노력, 금융지원 등 여러 측면에서 발전방안이 강구되어야함

디지털콘텐츠산업의 발전구조



산업의 부가가치를 높여 동반발전을 이끌 수 있음

- 디지털콘텐츠산업 등 지식서비스 산업을 중심으로 한 산업구조의 고도화가 요구됨
- 우리나라는 과거에 제조업 중심의 성장전략으로 고도성장을 이루어왔으나, 근래 들어 낮은 경제성장률이 유지되고 있음
- 선진국 진입을 위해서는 디지털콘텐츠산업 등 지식서비스 산업을 경제발전의 새로운 동력으로 삼을 필요가 있음
- 주요 선진국의 서비스업 비중은 70% 이상인데 비해, 우리나라의 서비스업 비중은 아직 50% 수준에 그치고 있음
- 반도체, 자동차 등 주요 수출품이 전체 수출액에서 차지하는 비중이 10% 이상인 반면, 디지털콘텐츠 산업의 수출비중은 아직 1%에도 미치지 못하고 있는 상황임

2005년도 국내 주요산업의 수출비중

| 수출품목 | 반도체 | 자동차 | 디지털콘텐츠 |
|---------|------|------|--------|
| 수출비중(%) | 10.5 | 10.4 | 0.2 |

자료 : 한국무역협회(www.kita.net), 한국소프트웨어진흥원

1) 디지털콘텐츠산업의 정책적 발전방안

- 디지털콘텐츠산업의 육성 필요성
- 디지털콘텐츠산업은 IT기술과 문화산업이 융합된 고부가가치 산업으로 SW산업과 더불어 지식서비스산업의 핵심분야임
- 디지털콘텐츠산업은 IT기술을 기반으로 하며, 앞선 IT기술을 보유하고 있는 우리나라가 경쟁우위를 가질 수 있는 분야임
- 또한, 디지털콘텐츠산업은 영화, 출판, 만화 등 기존 문화

- 디지털콘텐츠산업의 정책적 육성방안
- 정부는 디지털콘텐츠산업을 IT839전략11)의 신성장동력 산업의 하나로 선정하고 다양한 육성정책을 추진 중임
- 디지털콘텐츠산업을 신성장동력으로 육성하기 위한 정부의 정책적 지원방안으로는
- 지식정보자원의 디지털화 확대, 지적재산권 관리 체계 확립, 체계적인 산업정보 수집, 전문 클러스터(Cluster) 조성, 우수 전문인력 양성 등이 적극 추진되어야 할 것임



디지털컨텐츠산업의 정책적 육성방안

| 육성방안 | 세부 실천방안 |
|-------------------------------|--|
| 지식정보자원의 디지털화 확대 및 이용활성화 | - 국가적으로 보존 및 이용가치가 있는 정보자원의 디지털화를 지속적으로 추진 - 정부 및 공공기관 보유 정보를 민간부문에서 상업적으로 활용할 수 있도록 공공정보의 개방 및 이용 활성화 추진 |
| 지적재산권 관리 체계 정립 | - 디지털컨텐츠 이용자의 저작권에 대한 인식 강화 - 이용자의 불편을 초래하지 않는 범위에서 콘텐츠를 보호하고 유통을 촉진하는 기술적인 보호시스템의 적용 추진 |
| 체계적인 디지털 콘텐츠 산업정보 수집체계 확립 | - 디지털컨텐츠산업의 체계적인 산업분류체계 재정립 - 국내외 산업정보 수집 및 통계자료 제공 |
| 디지털컨텐츠 산업 전문 클러스터(Cluster) 조성 | - 탕정, 파주 등 LCD 산업 클러스터와 유사한 디지털컨텐츠 전문산업단지 조성 - 관련업체의 유기적인 협력을 통해 창업 컨설팅, 교육, 기술지원, 마케팅 등 다양한 활동을 지원 |
| 우수 전문인력양성 | - 전문인력 양성기관 설립 - 디지털컨텐츠산업의 해외진출을 위한 글로벌 인력의 확충 및 양성 |

2) 디지털컨텐츠산업계의 발전노력

□ 산업계의 발전노력

● 해외 의존 핵심기술의 자체 개발

- 디지털컨텐츠의 품질은 콘텐츠 자체의 우수성 뿐만 아니라 디지털 기술에 의해서도 영향을 크게 받음

• 영화 분야에서 컴퓨터그래픽(CG)의 기술이 차지하는 비중이 점차 높아지고 있음

- 아직까지 게임 엔진, 3차원 애니메이션 제작툴 등과 같은 핵심기술은 해외의존도가 높은 상황임

• 영화 '괴물(2006)'은 한국영화의 수준을 한 단계 업그레이드 시킨 작품으로 평가되고 있으나, 컴퓨터그래픽 특수효과는 미국의 오퍼니지(Orphanage)가 담당하였음

● 디지털컨텐츠 유관업종과의 협력 강화

- 음악, 미술, 공연 등 원천 콘텐츠를 보유하고 있는 다양한 문화예술계와의 교류를 증대하고 협력관계를 강화

- 디지털컨텐츠산업이 활성화되기 위해서는 네트워크, 단말기 등 관련 산업의 뒷받침이 매우 중요함

• DMB 서비스의 경우 초기에 DMB를 지원하는 단말기의 출시지연으로 DMB 시장확대가 늦어지기도 하였음

● 한정된 국내시장에서 벗어나 해외시장을 적극적으로 개척

- 디지털컨텐츠 기획단계에서부터 해외시장에서도 통용될 수 있는 콘텐츠를 기획·발굴

- 디지털컨텐츠의 해외진출을 위한 글로벌 전문인력의 양성과 더불어 홍보·마케팅 강화

- 최근 한류(韓流)의 확산으로 동남아 지역을 중심으로 드라마 및 영화 등 콘텐츠 수출이 증가하고 수출단가도 높아졌음

3) 디지털컨텐츠산업의 금융지원방안

□ 금융지원의 필요성

● 디지털컨텐츠산업에 대한 금융권의 금융지원 기피로 디지털컨텐츠산업의 신성장동력으로서의 발전잠재력이 저하되고 있음

국내 디지털컨텐츠 업체의 자금조달시 애로사항

| 구분 | 금융기관 대출의 어려움 | 정부지원 자금부족 | 투자심리 위축 | 장기투자 유치 곤란 | 기타 | 합계 |
|-------|--------------|-----------|---------|------------|------|-----|
| 비중(%) | 26.9 | 20.5 | 18.2 | 15.2 | 19.2 | 100 |

자료 : 2003년도 국내 디지털컨텐츠산업 시장보고서



● 디지털컨텐츠산업에 대한 금융지원 주요 기피요인

- 유형의 제품을 생산해내지 않은 산업특성상 생산설비를 보유하고 있지 않아 담보력이 떨어짐
- 콘텐츠의 성공 여부에 따라 매출액이 크게 영향을 받아 장기적인 사업성 예측이 어려움
- 게임, 영화 등을 중심으로 점차 여신규모가 커지고 있으나, 취급사례 부족으로 여신담당자의 여신취급 기피
- 국내 대작 온라인 게임의 경우 제작비가 수백억 원 수준으로 상승하였음

□ 금융지원 방안

- 디지털컨텐츠산업에 대한 여신을 활성화하기 위해서는 산업의 특성을 반영한 평가체제 구축이 필요
- 디지털컨텐츠 업체 평가시 담보에 의존한 평가보다는 시

장성이나 기술성과 같은 무형자산 중심으로 평가가 이루어져야 함

- 디지털컨텐츠산업 금융지원으로 인한 리스크를 줄이기 위한 다각적인 방안 모색
- 대상업체가 보유하고 있는 콘텐츠에 대한 저작권, 특허권 등 지적재산권을 담보로 인정하는 방안을 고려
- 기존 통신업체, 방송사들이 콘텐츠 분야로 사업 다각화하는 추세에 따라 초기에는 이들 관계사 중심으로 거래처 발굴

디지털컨텐츠산업은 IT기술과 문화산업이 융합된 고부가가치 산업으로 SW산업과 더불어 지식서비스산업의 핵심분야로 선진국 진입을 위해서는 디지털컨텐츠산업 등 지식서비스산업을 경제발전의 새로운 동력으로 삼을 필요가 있다.

