

2010년 콘텐츠 상장기업 분석*

노준석* 박지현**

◆ 목 차 ◆

1. 서 론
2. 콘텐츠 상장기업 분석
3. 콘텐츠산업 대비 콘텐츠 상장기업 주요 실적 분석
4. 결 론

1. 서 론

과거 60년대 철강산업, 70년대 자동차산업, 80년대 반도체산업이 우리나라의 주력 산업으로 발전하였다면, 90년대는 IT산업을 시작으로 최근 서비스업의 비중이 점차 높아지고 있다. 서비스업 중에서도 콘텐츠산업은 정보사회로서의 패러다임 전환 시기를 맞이하여 더욱 더 그 중요성이 부각되고 있다. 특히, 최근 인터넷을 기반으로 한 스마트폰의 보급과 함께 다양하고 광범위한 무형의 콘텐츠가 소비자의 수요를 창출할 수 있는 중요한 요소로 등장하고 있다. 이렇듯 콘텐츠 산업은 우리나라의 미래 서비스 산업을 이끌어갈 핵심 원동력으로 급부상하였다.

이러한 기대를 반영하듯, 2010년 세계 콘텐츠시장 규모는 1조 3,566억 달러로 연평균 5.0%의 성장을 기록하고 있으며, 향후 5년간 연평균 5%씩 성장하여 2014년에는 1조 6,900억 달러 수준으로 성장할 것으로 전망되고 있다.[1] 이러한 전망은 스마트 환경의 급속한 진전에 따라 앞으로의 콘텐츠산업의 성장은 계속 이루어질 것을 반영하고 있다.

시장조사기관인 PWC에 의하면, 세계 콘텐츠시장에서 국내 콘텐츠 시장규모는 2.2%로 9위를 기록하고 있으며, 국내 콘텐츠산업 통계조사에 따르면, 2009년 69조원의 콘텐츠산업 규모는 2014년까지 연평균 7%의 고도성장을 유지할 것으로 전망되고 있다.[1] 특히

콘텐츠산업 분기별 실태조사를 토대로 한 예측 결과, 2010년 기준 전체 콘텐츠산업 매출액은 72조 5,376억 원으로 2009년 대비 약 3조 5,371억 원 증가한 것으로 나타나고 있다[2].

2009년과 2010년 콘텐츠산업에 대한 비교는 <표 1>을 통하여 구체적으로 볼 수 있다. 2009년 대비 2010년 5.1% 증가한 콘텐츠산업 매출액 중 전년대비 높은 성장세를 보인 콘텐츠산업은 '지식정보산업'으로 6조 9,836억 원의 매출액을 올렸으며 이는 전년대비 약 32.9% 증가한 수치이다. 이 외에 게임산업은 전년대비 약 19.3% 증가하였고, 음악(공연포함)산업은 전년대비 약 12.7% 성장하여 두 자릿수 성장률을 나타냈다. 2010년 콘텐츠산업 종사자수는 53만 2,445명으로 전년대비 약 10,569명(2.0%) 증가하였고, 수출액은 30억 7,434만 달러로 전년대비 4억 7,010만 달러인 18.1%가 증가했다. 특히, 수출부문에서 전년대비 높은 성장세를 보인 산업은 '음악(공연포함) 산업'으로 158.9%라는 괄목할 만한 증가를 기록했다. 이외에 방송영상독립제작사부문이 84.6%, 만화부문이 84.2%라는 높은 증가율을 나타내고 있다.

2009년과 2010년의 콘텐츠산업 비교를 통하여 콘텐츠산업 전체의 꾸준한 성장을 구체적으로 확인할 수 있었다. 또한 전체 콘텐츠산업만을 분석하는 거시적인 차원뿐 아니라 콘텐츠 업체의 실효성 있는 구체적인 자료의 제공과 향후 방향성을 제시하고자 본 논문은 콘텐츠 상장기업에 대한 분석과 시사점 도출에 목적을 두고자 한다.

* 본 논문은 한국콘텐츠진흥원(2011), <2010년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서>를 바탕으로 작성되었다.

(표 1) 2009년과 2010년의 콘텐츠산업 총괄 비교

산업명	매출액 (백만원)			종사자 (명)			수출액 (천달러)		
	2009년	2010년	전년대비 증감률(%)	2009년	2010년	전년대비 증감률(%)	2009년	2010년	전년대비 증감률(%)
출판	20,609,123	20,148,965	-2.4%	206,926	204,432	-1.2%	250,764	258,498	3.1%
만화	739,094	709,991	-3.9%	10,748	11,068	3.0%	4,209	7,754	84.2%
음악(공연포함)	2,740,753	3,028,905	12.7%	76,539	77,756	1.6%	31,269	80,971	158.9%
게임	6,580,600	7,853,473	19.3%	43,365	48,834	12.6%	1,240,856	1,598,228	28.8%
영화	3,306,672	3,335,080	0.9%	28,041	29,118	3.8%	14,122	15,478	9.6%
애니메이션	418,570	488,377	16.7%	4,170	4,262	2.2%	89,651	92,719	3.4%
방송	11,972,788	11,972,788	0.0%	29,560	29,560	0.0%	170,228	170,228	0.0%
방송영상 독립제작사	796,175	713,113	-10.4%	4,748	4,632	-2.4%	14,349	26,482	84.6%
광고	9,186,878	9,318,189	1.4%	33,509	33,205	-0.9%	93,151	93,151	0.0%
캐릭터	5,358,272	5,779,389	7.9%	23,406	23,080	-1.4%	236,521	251,610	6.4%
지식정보	5,255,185	6,983,631	32.9%	44,897	47,626	6.1%	345,693	356,087	3.0%
콘텐츠 솔루션	2,036,362	2,205,761	8.3%	15,967	18,872	18.2%	113,418	123,134	8.6%
합계	69,000,472	72,537,662	5.1%	521,876	532,445	2.0%	2,604,231	3,074,340	18.1%

* 출처: 2010년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서

※ 분기별 동향조사에서 일부 제외된 방송과 광고산업의 통계값을 2009년 통계값으로 적용한 후 비교

※ 분기별 동향조사에서는 다음의 부분이 제외됨

- 광고산업: 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업

- 방송산업: 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널 사용사업

※ 2009년 기준 콘텐츠산업 통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 천달러로 수정함 (10년 평균환율 1.156원)

※ 영화 매출액 중 애니메이션 극장 매출액 제외

본 논문의 구성은 다음과 같다. 2장에서는 콘텐츠 상장기업에 대한 매출액, 영업이익, 수출 및 고용에 대한 개요 분석을 하며, 3장에서는 2장에서 분석한 콘텐츠 상장기업에 대한 내용을 토대로 콘텐츠산업 대비 콘텐츠 상장기업의 주요 실적에 관하여 분석한다. 끝으로 4장에서는 전체 산업의 상장기업과 콘텐츠산업의 상장기업을 비교하며 결론을 도출하고자 한다.

2. 콘텐츠 상장기업의 분석** [2]

2.1 콘텐츠 상장기업의 매출액, 영업이익의 변화

** 본 논문에 사용된 콘텐츠 상장기업은 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 81개를 선별(게임(20), 인터넷포털(4), 출판(9), 방송(20), 광고(4), 영화(9), 음악(9), 애니메이션/캐릭터(6))하였으며, 자료의 출처는 금융감독원 전자공시시스템에 등록된 기업보고서를 중심으로 하였다.

국내 81개의 콘텐츠산업 상장기업을 중심으로 2010년 연간 매출액은 약 13조 1,839억 원으로 2009년 11조 8,822억 원과 비교해 볼 때, 11.0% 성장한 수치이다. 산업별로 보면 출판을 제외한 대부분의 산업이 전년도 대비 10% 이상의 증가를 기록하고 있다. 구체적으로 본다면, 게임산업의 경우, 대형업체들의 매출 증가세가 정체를 나타냈음에도 불구하고, 네오위즈게임즈, 엔씨소프트의 게임 업체가 각각 전년도 대비 54.0%와 13.7% 성장을 기록하였다. 특히, 네오위즈게임즈는 해외수출이 매출성장세를 주도하였으며, 2010년은 2009년 대비 159.7%의 괄목할만한 성장을 이루었다.

인터넷포털 부문에서 매출액 비중이 가장 높은 NHN은 6.1%의 성장을 하였고, 2009년 대비 가장 높은 성장률을 기록한 방송산업의 종합유선방송사업자 티브로한빛방송은 연간 매출액이 전년도 대비 44.8% 성장하였다. 음악산업도 꾸준한 매출액 상승을 보이고 있

(표 2) 2009년과 2010년 콘텐츠 상장기업 매출액, 영업이익, 영업이익률

산업명	매출액(억원)			영업이익(억원)			영업이익률(%)	
	2009년	2010년	전년대비 증감률(%)	2009년	2010년	전년대비 증감률(%)	2009년	2010년
게임	28,068.5	30,811.5	9.8%	9,809.1	11,236.6	14.6%	34.95%	36.47%
인터넷 포털	18,156.0	20,501.9	12.9%	5,693.6	7,155.3	25.7%	31.36%	34.90%
출판	24,753.2	24,969.6	0.9%	2,723.1	2,467.9	-9.4%	11.00%	9.88%
방송	25,583.6	30,324.5	18.5%	3,125.6	3,608.0	15.4%	12.22%	11.90%
광고	8,758.8	9,958.0	13.7%	484.6	712.8	47.1%	5.53%	7.16%
영화	6,238.1	7,060.0	13.2%	469.9	492.5	4.8%	7.53%	6.98%
음악	4,962.4	5,658.5	14.0%	252.1	583.7	131.5%	5.08%	10.32%
애니/캐릭터	2,302.0	2,555.2	11.0%	-121.2	-59.3	51.1%	-5.26%	-2.32%
합계	118,822.6	131,839.3	11.0%	22,436.8	26,197.5	16.8%	18.88%	19.87%

* 2010년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서 재편집

※ 인터넷포털의 NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복편입(NHN의 사업 및 매출구조 특성상)

※ 출판의 예림당은 2010년 2분기부터 자료 확보 및 분석 적용

※ 방송의 올리브나인은 2010년 10월 20일 상장폐지된 상태이므로 분석에서 제외

주) 본 자료의 영업이익은 실제 영업이익이 호전된 경우는 양의 증감률, 악화된 경우는 음의 증감률로 표기함

다. 에스엠엔터테인먼트는 전년도 대비 2010년 39.8%, 로엔엔터테인먼트는 37.0% 성장하였다. 마지막으로 애니메이션과 캐릭터산업에서 매출액이 100억원이 넘는 업체 중 손오공은 전년대비 22.0%의 성장세를 기록했다.

콘텐츠산업 관련 상장기업의 영업이익은 전년대비 2조 6,197억 원으로 16.8% 성장하였다. 음악산업의 영업이익이 전년대비 131.5%라는 매우 큰 증가를 나타내고 있으며, 그 외에 광고와 인터넷 포털의 영업이익이 각각 전년대비 47.1%, 25.7% 증가했다. 하지만 출판산업의 영업이익이 2009년 대비 마이너스 9.4%를 기록하였고, 애니메이션과 캐릭터는 2009년과 2010년 모두 마이너스의 영업이익을 나타내고 있다.

매출액과 영업이익을 바탕으로 영업이익률을 분석해 본다면, 콘텐츠산업의 2010년 영업이익률은 19.9%로서 2009년의 콘텐츠산업 전체 영업이익률 18.9%에 비하여 약 1.0% 증가하였다. 콘텐츠산업별로 본다면, 음악산업이 2009년 대비 2010년 5.2%라는 매우 큰 증가를 보이고, 그 외에, 게임산업, 인터넷포털산업 등이 전년대비 영업이익률 증가를 보이고 있다.

2.2 콘텐츠 상장기업의 수출 변화

2010년 콘텐츠산업 상장기업들의 수출은 2009년에 비해 크게 증가하였다. 2009년 6천 411억 원에서 2010년 7천 986억 원으로 전년대비 24.6%의 증가세를 기록하였다. 이는 2010년 3분기까지 꾸준한 상승세를 이어오다가 2010년 4분기에 하락세로 반전을 보였지만, 2009년과 비교해 볼 때, 두 자릿수의 증가율을 기록하였다. 산업별로 살펴본다면, 방송산업이 2009년 대비 249.1%라는 높은 증가율을 기록하였고, 음악산업이 83.1%, 출판산업이 36.0%, 애니메이션/캐릭터산업이 35.1%의 증가를 나타내고 있다. 게임산업은 2009년 대비 6.7%의 수출 증가를 기록하였다. 게임업체인 네오위즈게임즈는 2009년 대비 159.7%라는 높은 수출 증가를 기록하였지만, 반면에 액토즈소프트는 전년대비 마이너스 26.0%의 수출 감소를 기록하며 대형업체들 중에서도 하락세가 눈에 띄게 두드러졌다. 게임산업의 네오위즈게임즈가 괄목할만한 수출 증가를 기록하였지만, 이를 제외한 전반적인 게임 상장기업들은 수출액 감소 및 하락세를 보여주고 있다. 또한 중소형 업체들 중에서 웹젠, 이스트소프트, 컴투스, 드래곤폴

(표 3) 2009년과 2010년 연간 콘텐츠 상장기업 수출 비교 및 고용 비교

구분	수출 (억원)			고용 (명)		
	2009년	2010년	전년대비 증감률(%)	2009년	2010년	전년대비 증감률(%)
게임	5,150.0	5,496.3	6.7%	9,802	10,517	7.3%
인터넷포털	n/a	n/a	n/a	5,007	5,336	6.6%
출판	32.1	43.6	36.0%	7,067	7,165	1.4%
방송	333.9	1,165.5	249.1%	4,395	4,492	2.2%
광고	n/a	n/a	n/a	1,188	1,267	6.6%
영화	127.8	124.4	-2.7%	1,146	1,299	13.4%
음악	247.3	452.6	83.1%	922	1,106	20.0%
애니/캐릭터	520.9	703.7	35.1%	549	605	10.2%
합계	6,411.8	7,986.2	24.6%	30,076	31,787	5.7%

* 2010년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서 재편집

- ※ 게임 - 위메이드엔터테인먼트는 2009년 4분기 자료를 적용하였고 CJ 인터넷은 2011년 3월 CJ E&M으로 합병됨에 따라 2010년 4분기 수출데이터 부재로 전체 분석에서 제외함
 - CJ인터넷은 CJ E&M 합병으로 2010년 4분기 종사자수 데이터 부재이나 1)상대적으로 낮은 종사자수 변화 2)업계의 중요도 등을 고려하여 3분기 종사자수 수준으로 산입 및 분석적용
- ※ 인터넷포털 - 산업의 특성상 내수를 중심으로 영업활동이 이루어지므로 수출이 발생하지 않아 분석에서 제외
 - NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입(NHN의 사업 및 매출구조 특성상)
- ※ 출판 - 대교와 능률교육 사업보고서를 통하여 수출 발생 확인
 - 예림당은 2010년 2분기부터 자료확보 및 분석 적용
- ※ 방송, 영화 중 약 30% 업체만이 사업보고서 상에 수출액을 명시함
- ※ 방송 - 울리브나인은 2010년 10월 20일 현재 상장폐지상태이므로 분석에서 제외
 - 온미디어는 CJ E&M 합병으로 2010년 4분기 종사자수 데이터 부재이나 1)상대적으로 낮은 종사자수 변화 2)업계의 중요도 등을 고려하여 3분기 종사자수 수준으로 산입 및 분석적용
- ※ 광고산업 중 대부분의 업체들의 수출 데이터 수집에 한계가 있어 분석에서 제외함
- ※ 음악 중 엠넷미디어는 CJ E&M으로 합병됨에 따라 2010년 4분기 수출데이터 부재로 분석에서 제외. 또한 2010년 4분기 종사자수 데이터 부재이나 1)상대적으로 낮은 종사자수 변화 2)업계의 중요도 등을 고려하여 3분기 종사자수 수준으로 산입 및 분석 적용
- ※ 애니/캐릭터 - 코코엔터프라이즈 및 바른손은 수출데이터 부재로 분석에서 제외함
 - 바른손은 2010년 12월 9일 외식업에 베니건스의 합병에 따른 증가 인원 중 펜시, 영화부분만 적용

라이, 조이맥스, 게임빌 등을 제외한다면, 중소기업체들 역시 대형업체와 마찬가지로 수출부진을 면치 못하고 있는 실정이다.

3. 콘텐츠산업 대비 콘텐츠 상장기업의 주요 실적 분석^[2]

앞서 콘텐츠산업 상장기업에 대한 매출액, 영업이익 등 개요 분석을 실시하였다. 본 절에서는 콘텐츠 상장기업 분석을 토대로 전체 콘텐츠산업에서의 실적과 콘텐츠 상장기업의 실적 비교를 하고자 한다. 이러한 비교분석을 통하여 중소기업의 업체들이 많은 전체 콘텐츠산업에서 콘텐츠 상장기업이 차지하는 비중

이 어떻게 되는가에 대하여 분석해보고자 한다.

우선, 콘텐츠산업의 매출액과 콘텐츠 상장기업의 매출액의 추이를 비교분석해 본 결과, 2010년 상장기업의 매출액은 콘텐츠산업 매출액 대비 약 18.2%를 차지한다. 이중 게임, 영화, 방송영상독립제작사, 지식정보산업에서 상장기업의 매출액 비중이 높게 나타났다. 이는 게임, 영화 등의 산업에 대형 상장기업들이 몰려 있음을 시사하며, 만화산업과 콘텐츠솔루션산업의 매우 낮은 비중도 눈에 띄는 결과로 볼 수 있을 것이다.

다음으로 2010년 전체 콘텐츠산업 대비 콘텐츠 상장기업의 비중을 살펴보면, 상장사 수출 비중은 21.5%를 차지하는 것으로 나타났다. 산업별로는 전체 콘텐츠산업 중에서 영화산업의 상장기업 수출액 비중

(표 4) 2010년 콘텐츠산업 대비 콘텐츠 상장기업의 주요 실적 비교

산업명	콘텐츠 산업 전체					콘텐츠 상장기업					콘텐츠산업 전체 대비 상장사비중		
	매출액 (백만원)	수출액 (백만원)	종사자 수 (명)	1인당 평균 매출액 (백만원)	1인당 평균 수출액 (백만원)	매출액 (백만원)	수출액 (백만원)	종사자 수 (명)	1인당 평균 매출액 (백만원)	1인당 평균 수출액 (백만원)	매출액 비중 (%)	수출액 비중 (%)	종사자수 비중 (%)
출판	20,148,965	298,824	204,432	98.6	1.5	2,496,960	4,360	7,165	348.5	0.6	12.4%	1.5%	3.5%
만화	709,991	8,963	11,068	64.1	0.8	-	-	-	-	-	0.0%	-	-
음악	3,028,905	93,603	77,756	39.0	1.2	565,850	45,260	1,106	511.6	40.9	18.7%	48.4%	1.4%
게임	7,853,473	1,847,551	48,834	160.8	37.8	3,081,150	549,630	10,517	293.0	52.3	39.2%	29.7%	21.5%
영화	3,335,080	17,893	29,118	114.5	0.6	706,000	12,440	1,299	543.5	9.6	21.2%	69.5%	4.5%
애니메이션	488,377	107,183	4,262	114.6	25.1	60,870	380	120	507.3	3.2	12.5%	0.4%	2.8%
방송영상 독립제작사	713,113	30,613	4,632	154.0	6.6	175,570	18,390	435	403.6	42.3	24.6%	60.1%	9.4%
광고	5,546,163	-	4,987	1112.1	0.0	995,800	-	1,267	786.0	-	18.0%	-	25.4%
캐릭터	5,779,389	290,861	23,080	250.4	12.6	194,650	69,730	485	401.3	143.8	3.4%	24.0%	2.1%
지식정보	6,983,631	411,637	47,626	146.6	8.6	2,050,190	-	5,336	384.2	-	29.4%	-	11.2%
콘텐츠 솔루션	2,205,761	142,343	18,872	116.9	7.5	-	-	-	-	-	0.0%	-	-
합계	56,792,848	3,249,471	474,667	119.6	6.8	10,327,040	700,190	27,730	372.4	25.3	18.2%	21.5%	5.8%

* 2010년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서 재편집

※ 출판산업 중 2010년 1분기 콘텐츠산업 실태조사에서 조사하지 않은 신문발행업, 잡지 및 정기 간행물발행업, 정기광고간행물 발행업, 기타인쇄물발행업은 2분기 실태조사에서 추가보완 조사함

※ 출판산업에서 1분기, 2분기, 3분기 외부인용자료 동일하게 포함한 부분: 인쇄업, 신문계약배달직업

※ 방송산업 중 포함되지 않은 부분: 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업

※ 광고산업 중 포함되지 않은 부분: 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업

이 69.5%로 높게 나타났고, 방송영상독립제작사와 음악 및 게임산업에서도 콘텐츠 상장기업의 수출액 비중이 높게 나타났다.

그리고 콘텐츠산업 종사자 수 대비 콘텐츠산업 상장기업의 종사자수는 약 5.8%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 특히, 광고산업과 게임산업에 종사하는 종사자수는 높은 비중을 차지하고 있었지만, 캐릭터, 음악 등의 산업 비중이 상대적으로 낮아 보다 적은 수의 종사자가 있음을 알 수 있었다.

마지막으로 콘텐츠산업 전체 1인당 평균 매출액이 119.6백만 원임에 비해 콘텐츠 상장기업의 1인당 평균 매출액은 372.4백만 원으로서 약 3배 이상 높게 나타났다. 콘텐츠 상장기업의 1인당 평균 매출액이 높은

산업은 광고산업, 영화산업, 음악산업, 애니메이션산업으로 나타났다. 1인당 평균 매출액과 함께 1인당 평균 수출액에 있어서도 콘텐츠산업 상장기업의 수출액이 전체 콘텐츠산업의 1인당 평균 수출액보다 3배 이상이나 높은 수치를 나타내고 있었다. 콘텐츠산업 전체의 1인당 평균 수출액은 6.8백만 원임에 비해 콘텐츠산업 상장기업의 1인당 평균 수출액은 25.3백만 원으로 나타나고 있기 때문이다. 콘텐츠산업 상장기업의 1인당 평균 수출액은 수출을 하는 산업과 하지 않는 산업간 편차가 심했으며, 특히 캐릭터산업은 1인당 평균 수출액이 143.8%로 높은 수치를 나타냈다.

콘텐츠 상장기업의 매출액 분석을 시작으로 콘텐츠 상장기업의 고용변화 추이까지 분석한 결과 콘텐츠산

업의 상장기업들은 2009년과 비교해 볼 때, 2010년 꾸준한 증가를 보이고 있는 것으로 나타났다. 즉, 콘텐츠산업 분야의 고용 감소에도 불구하고 콘텐츠 상장기업의 고용 변화는 2009년 대비 2010년 5.7% 증가하였다. 모든 콘텐츠산업의 고용률이 전년대비 증가한 가운데 특히, 영화, 음악, 애니메이션/캐릭터 산업에서의 고용이 눈에 띄게 성장하였다.

4. 결 론

본 논문은 세계 및 국내에서 급속하게 성장하고 있는 콘텐츠산업의 2010년 콘텐츠 상장기업들에 관하여 분석하였다. 이러한 분석을 바탕으로 기존의 전체 콘텐츠산업에 대해서만 분석을 주로 하였던 거시적인 맥락에서 벗어나 실제 콘텐츠산업에 속한 상장기업들에 대한 분석을 통하여 현재 콘텐츠산업에 있거나 향후 진출을 하고자 하는 기업들에게 현실적인 분석을 제공하고자 하였다.

특히, 콘텐츠산업 중 핵심 산업이라고 할 수 있는 게임산업의 경우, 2010년 매출액은 전년대비 19.3% 증가하였고, 20개의 게임 상장기업의 매출액 역시 전년대비 약 10% 증가하는 등 게임산업이 고성장 산업임을 다시 한 번 증명하였다.

이를 뒷받침하듯, 주요 게임 상장기업인 NHN(매출액 1조 3,125억원, 영업이익 6,071억원), 엔씨소프트(매출액 5,146억원, 영업이익 2,507억원), 강원랜드(매출액 1조 3,136억원, 영업이익 5,712억원), 스포츠토토(매출액 2,551억원, 영업이익 745억원) 등이 주도하는 게임산업의 상장기업 영업이익은 전체 콘텐츠산업 관련 상장기업 영업이익의 약 43%에 달한다. 게임 상장기업은 영업이익 뿐만 아니라, 콘텐츠 상장기업 전체 수출액의 69%를 차지하고 있으며 게임산업 전체 수출액 역시 콘텐츠산업 전체 수출액의 52%를 차지하고 있는 등 게임산업은 콘텐츠산업의 수출에 있어서도 절대적인 기여를 하고 있다. 이는 제조업에 기반 한 수출 중심의 경제구조를 지닌 우리 국가 경제구조에도 적합하며 또한 미디어 기기(제조업)와 통신 네트워크(서비스업)와의 연계성도 높아 동반성장이라는 산업연관효과도 높은 산업임을 증명한다.

이러한 게임산업의 성장과 함께 3D산업의 급성장과 스마트폰의 보급 증가로 인하여 콘텐츠산업은 앞으로 성장세가 계속 될 전망이다. 국내의 3D 시장은 초기 성장 단계에 있지만 해외의 3D 시장의 영화, 방송, 게임 분야의 급성장으로 국내 3D 시장의 성장 또한 기대된다. 이와 함께 스마트 시장의 급속한 성장이 콘텐츠산업의 성장을 견인할 것으로 보인다. 아이폰으로 촉발된 스마트 혁명은 스마트톤, 태블릿 PC, 스마트 TV와 앱스토어의 동반성장을 가져왔으며, 이와 함께 콘텐츠의 스마트 서비스화를 촉진시켰다. 국내 스마트폰의 보급 대수가 1,000만을 넘어서면서 스마트폰에서 이용 가능한 콘텐츠의 급속한 스마트화가 진행되고 있다. 현재 스마트폰에서 가장 많이 이용되고 있는 콘텐츠는 게임콘텐츠로서 아이패드 앱스토어에 등록된 애플리케이션(2010년 6월 11일 기준 9,885개) 중 게임이 21.3%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 미국 앱스토어에서 판매되는 아이패드용 콘텐츠 매출 순위에서도 상위 100개 중에 게임이 47개로 50%에 육박한 수치를 기록하고 있다.

이렇듯 콘텐츠산업의 성장이 계속 유지 될 전망인 가운데 콘텐츠산업에 이미 존재하고 있는 기업들의 지속적인 성장 뿐만 아니라 새로 진입 할 기업들의 수 또한 점차 늘어날 것이다. 하지만 콘텐츠산업 자체에 대한 연구는 다수 존재하지만 콘텐츠산업에 존재하는 기업들에 관한 구체적인 정보 제시와 함께 기업들 간 비교를 통한 경쟁력 방안, 앞으로의 발전방향 등 실제로 현재 콘텐츠산업의 기업들에게 실효성을 줄 수 있는 연구는 아직 미비한 실정이다. 이러한 점에서 본 논문은 어느 한 기업만이 아닌 콘텐츠 상장기업에 대한 분석을 시도해보았다는 점에서 의의를 가진다고 할 것이다. 하지만 아직 콘텐츠산업에 존재하는 기업에 대한 심층적인 연구는 많이 부족하다. 단지 콘텐츠산업에 존재하는 특정 기업에 관한 성공 사례분석만이 다소 연구가 진행되고 있을 뿐이다. 이러한 점에서 앞으로는 콘텐츠산업의 특정 기업에 대한 성공 스토리에 관한 연구뿐 아니라 콘텐츠 상장기업과 더 나아가서는 콘텐츠산업의 소규모 기업에 대한 심층 분석 연구가 활발하게 이루어져야 할 것으로 보인다.

참고 문헌

- [1] PWC(2010), Global Entertainment & Media Outlook
- [2] 한국콘텐츠진흥원(2010), 2010년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서.

● 저자 소개 ●



노준석

중앙대학교 신문방송학(언론학박사)

현) 한국콘텐츠진흥원 산업분석팀장

현) 한양대학교 국제관광대학원 엔터테인먼트전공 겸임교수

전) 한국문화콘텐츠진흥원 정책개발팀장

E-mail : yes0253@kocca.kr



박지현

서강대 대학원 경영학과 박사수료