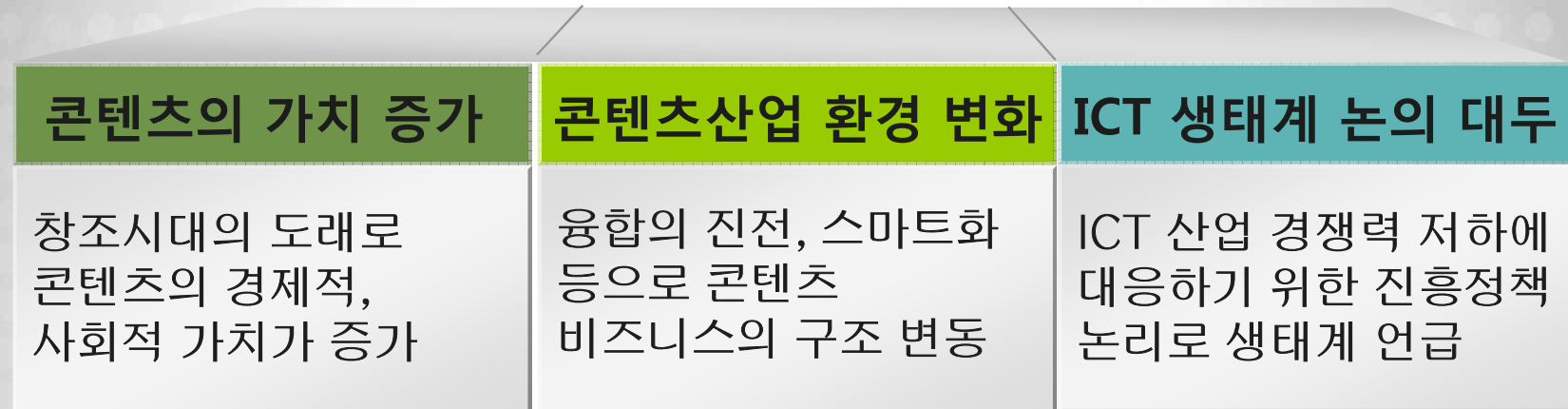


# 왜 콘텐츠산업 생태계인가?



콘텐츠산업 활성화를 위한 생태계 형성 방안 검토 필요

- ?
  - , ?
  - ?
  - ? Ⅱ
- ?



# 논의 전개의 틀

“콘텐츠란,

되는 내용물 및 메시지 등  
를 가지는 것” **OECD (2008)**

로서

“창조적 자산은,

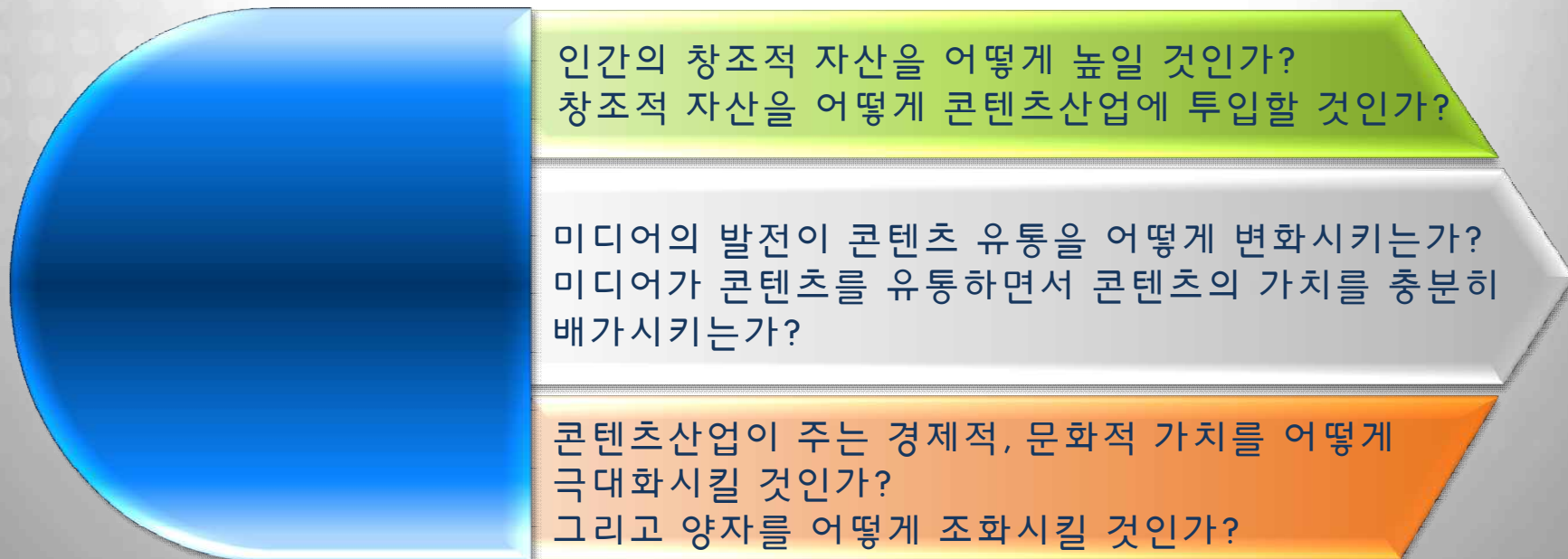
높이고

을 증대시킬 뿐만 아니라

을 향상시키는 잠재력을 갖고 있다” **UNCAD (2008)**

과

을





# 스토리산업의 부상



미키마우스

1928  
160 , 30  
**6**  
(라이센싱+머천다이징)



해리포터

1997  
7 , 8  
**308**  
영국경제 기여도 연간 약 5조원



토이스토리

1995 , 3  
3-4  
**5**  
스티브 잡스 1.5조원 수입

# 문화기술의 적용 확산



( )



아바타

( , , )

3D



픽사 애니메이션

CG

( , )



애플 감성기술

( , , )

# 콘텐츠 유통과 소비의 다원화



①

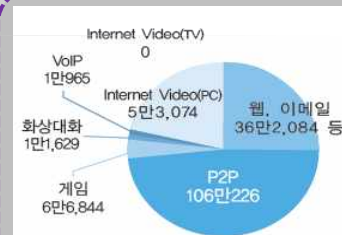
N

<

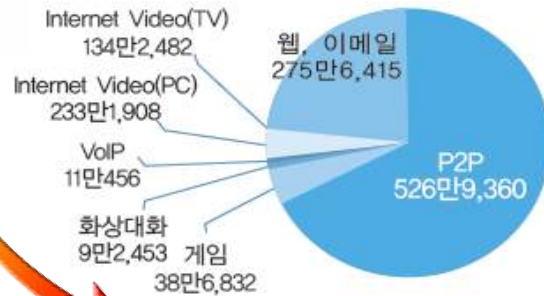
>

<

②



— 2005년 156만4,822 —



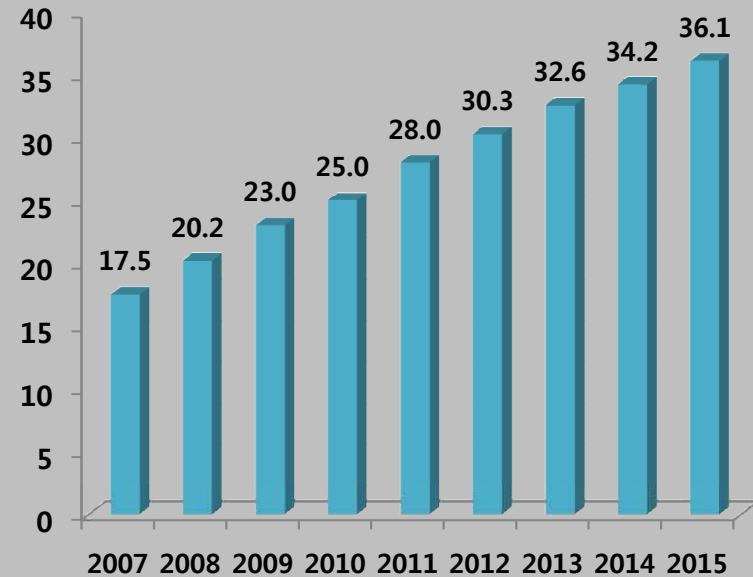
— 2011년 1,228만9,906 —

10

\*



\*



\*



# 콘텐츠의 다각적 활용 확산



, , ,

,

,



- 국가 홍보효과 **4,800만 달러**
- 연간 관광객 **5.6%** 상승
- 일자리 **2만여** 개 창출



- **52일만** 유튜브 조회수 **1억** 돌파, 세계신기록



- 문화상품 **100달러** 수출 증가 시 핸드폰, 가전 등 IT제품 수출이 평균 **395달러** 증가

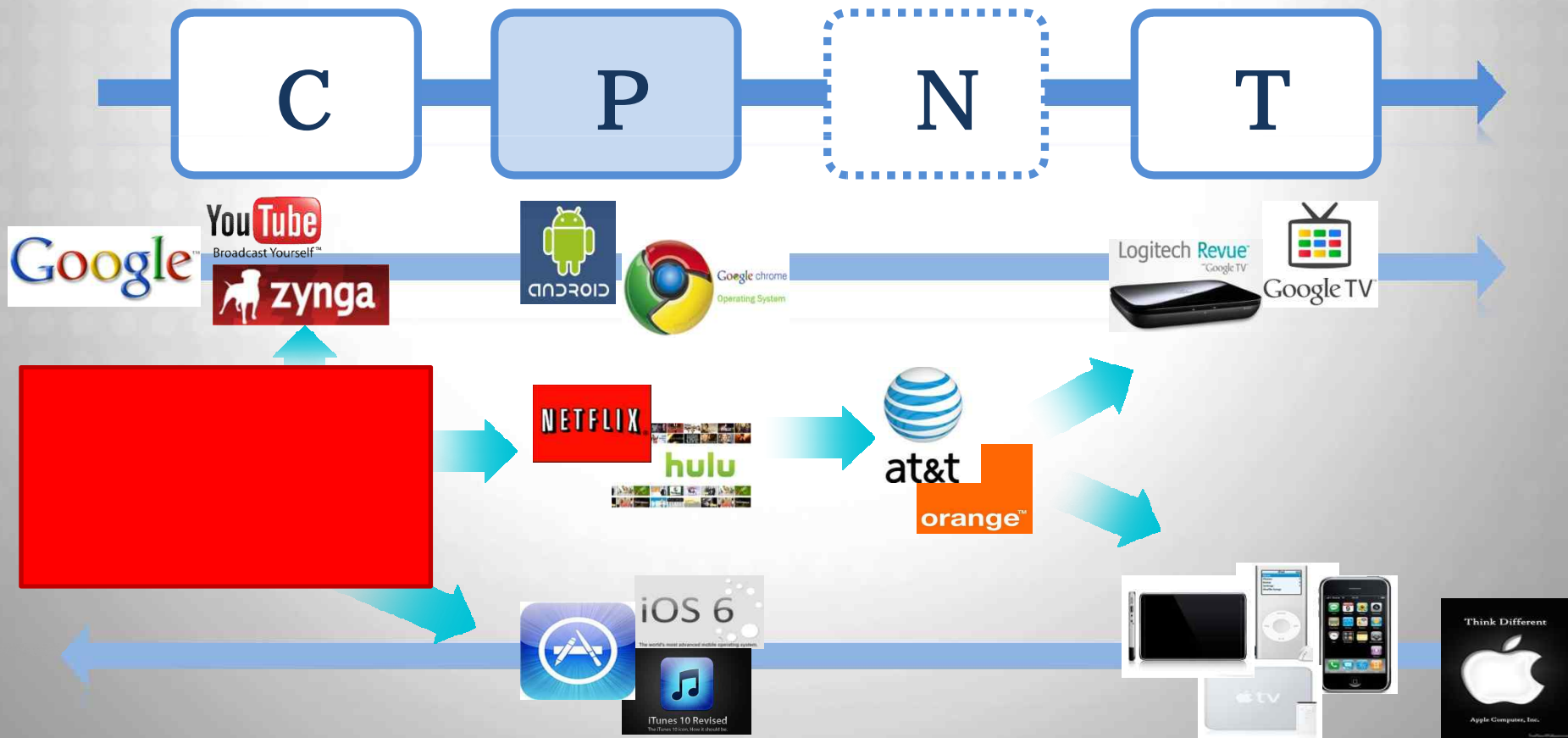
- 문화상품 수출 **1%** 증가 IT산업 수출 **0.032%** 증가에 기여 (수출입은행)

- “한류 덕에 매출이 증가한다” **51.9%** 응답 (대한상의)

# 융합의 진전과 가치사슬의 분화



( )





# 콘텐츠 중심의 비즈니스 경쟁 심화



,

,

Content Type	Content by Technology	Facility	Interactive	Example
1 Broadcasting	TV Free to View by Terrestrial	TV		UK FreeView
	TV Paid & Received by Cable or Satellite	TV STB		Service Providers
	CATV by Cable with Broadband Service	TV STB @	✓	Comcast
	IPTV by Internet Protocol & Broadband	TV STB @	✓	Verizon, Alcatel
2 Peripheral to TV	Content via USB, HDMI or AV Port	TV PP	✓	Sony HandyCam
	DVD Player & HDD TV Recorder	TV PP	✓	Blu-ray, TiVO
	Game Console	TV PP @	✓	PS3, Xbox 360
	DMA-like & TV Transferred via Internet	TV PP @	✓	Apple TV, Sling
3 PC / Web Source Web Applications	Web 2.0 or TV Programs on the Web	MNT PC @	✓	YouTube, Veoh
	BT, Bit Torrent Video Content	MNT PC @	✓	Bit Comet, PPLive
	Web-based Application S/W Service	MNT PC @	✓	Google Docs
	Email, Messenger & Web Surfing	MNT PC @	✓	Google Mail
	Application-based Web Site	MNT PC @	✓	Google Map



# 비즈니스 갈등과 시장지배력 강화



## • 전통적인 가치창출 지배자 [네트워크/플랫폼 사업자]



비즈니스  
경쟁 및 갈등

## • 가치창출이 유리해진 사업자 [콘텐츠 사업자]



소비자의 접근과 경험을 통제하는  
독자적 플랫폼으로 영향력을 지속화  
기존 가입자를 활용한 레버리지 효과  
기존 수직결합구조를 이용하여 프리미엄  
콘텐츠의 독점권을 강화

다양한 플랫폼에 자사 콘텐츠를 유통시켜  
소비자와의 접점 기회 극대화  
콘텐츠를 직접 배포하는 신디케이션 수행  
단말기와 결합한 콘텐츠 서비스 추진

# 콘텐츠산업 생태계의 위협요인



,

,

온라인 유통이 증가하면서  
통신사업자가 콘텐츠 제공  
업체에게 망 이용대가 별도  
요구(종량제 도입)

무선망에서 트래픽을 차등  
하거나 우선 순위를 부여



ex> Comcast의 Netflix와  
Xbox 360을 통한 Xfinity  
TV 간 트래픽 차별 처리

( )

유사 서비스의 증가로  
저작권 귀속의 주체에  
대한 사업자간 분쟁 증가

프리미엄 콘텐츠를 확보  
하기 위한 저작권 독점 및  
지적재산권 소송 증가



ex> NBC, ABC, CBS와  
Aereo간 재전송 저작권  
침해 소송 발생

시장지배력을 이용하여  
경쟁사업자에게 콘텐츠를  
공급하지 못하도록 제한

공급 중지 및 계약 해지를  
언급하면서 정당한 대가  
지불하지 않거나 대금 지연



ex> Apple이 iTunes 배제를  
위협하면서 음반사들에게  
Amazon의 Daily Deal  
서비스 참여를 방해



# 시장규모



, , ,

, ,

5

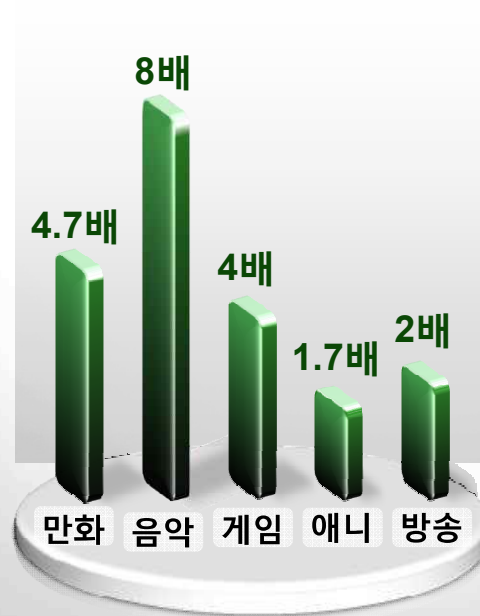
4

## 매출액 성장규모

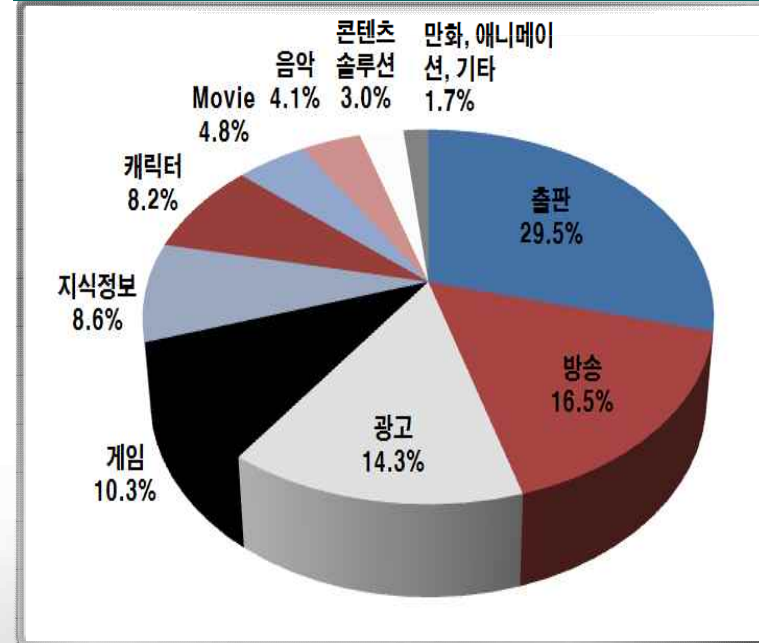


\* : , 2012

## 장르별 성장규모



## 장르별 시장 비중



\* : , 2012

# 수출규모



, / / , /  
 , 2

## 콘텐츠 수출 실적 추이

단위: 천만 달러



\* : , 2011

## 장르별 수출 성장률

방송/영화

만화/애니/캐릭터

게임

CAGR  
up 4.1%  
(unit: million USD)

CAGR  
Up 9.2%  
(unit: million USD)

CAGR  
up 23.3%  
(unit: million USD)



\* : , 2011

# 글로벌 시장에서 국내 위상



,

2%

3



.

<

M

% >

0

2

3

3

6

6

4

2

\*

M

<

%

3

9

1

9

6

21

0

2

6

\*

:

0

# 구조적 한계와 문제 1 : 영세한 기업 규모



①

②

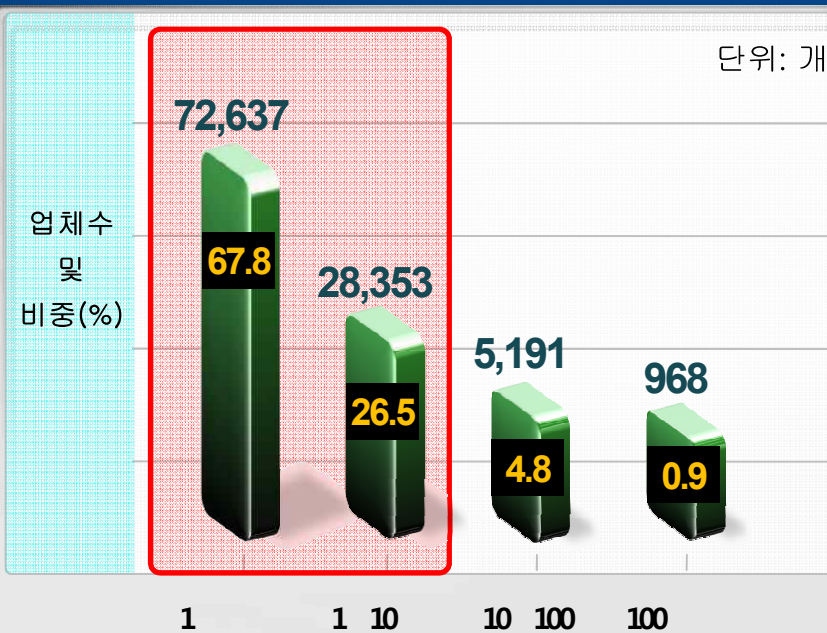
%

③

( )

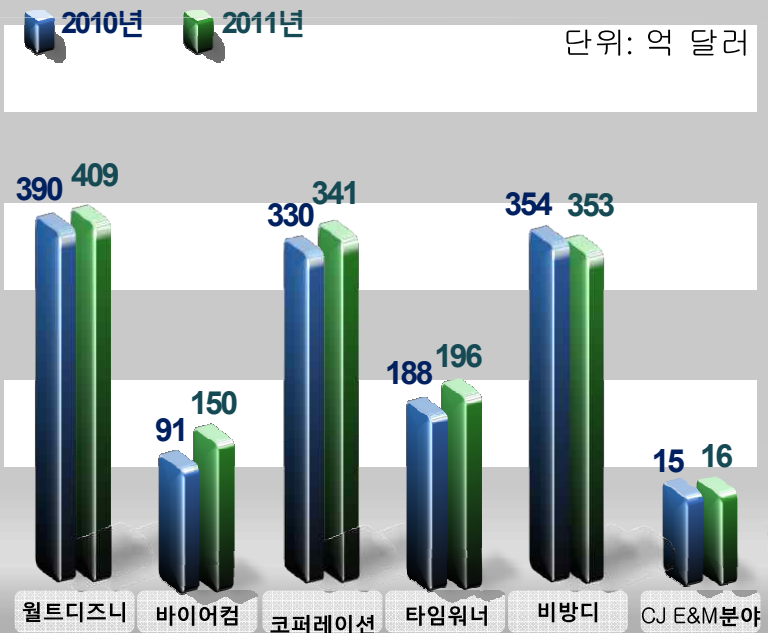
④

컨텐츠 기업 규모 현황



\* : , 2011

기업별 매출액 비교



\* :

# 구조적 한계와 문제 2 : 열악한 창작 환경



₩

,

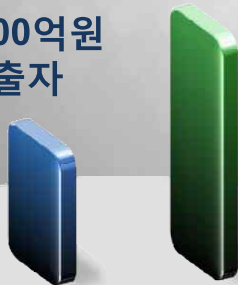
,

한국 콘텐츠

(2007~2011년)

8,300억원 결성

3,000억원  
출자

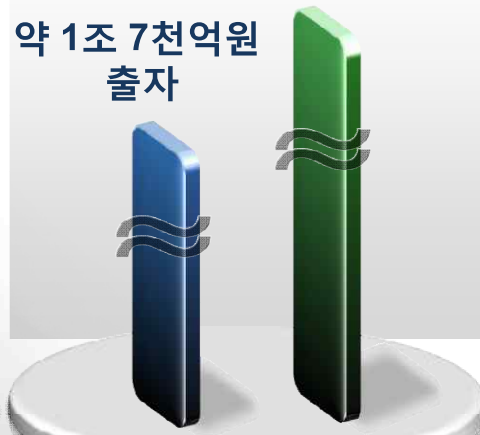


프랑스 콘텐츠

(2005년)

2조 3천억원 결성

약 1조 7천억원  
출자



'09

3,187



<

>

5,300

<

₩

>

방송사	미지급 총액	작품명(제작사)
MBC	21억 6천만 원	대한민국 변호사(에스엘 프로덕션) 돌아온 일지매(지피워크샵) 2009 외인구단(그린시티 픽처스) 파스타(올리브나인)
SBS	11억 5천만 원	온에어(케이드림) 녹색마차(드림핀미디어) 커피하우스(코어콘텐츠) 태양을 삼켜라(뉴포트픽처스)
KBS	10억 5천만 원	그들이 사는 세상(와이이지) 공주가 돌아왔다(단디미디어) 국가가 부른다(JH프러덕션)

\*

₩

₩



# 구조적 한계와 문제 3 : 저작권 침해



,

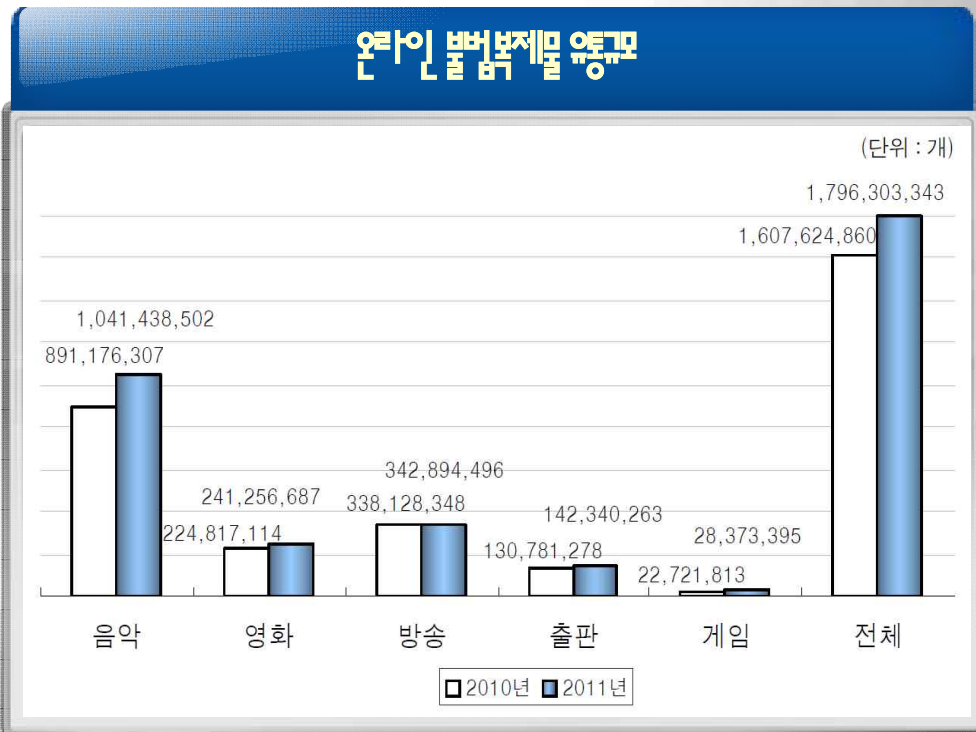
<

>

구분	생산 감소(억원)	고용 손실(명)
음악산업	718,786	8,554
영화산업	868,425	10,349
방송산업	337,055	1,196
출판산업	371,649	3,824
게임산업	244,661	1,899
콘텐츠산업 합계	2,540,575	25,822
기타산업	1,435,206	9,914
전체산업	3,975,780	35,736

\* :

0



\* :

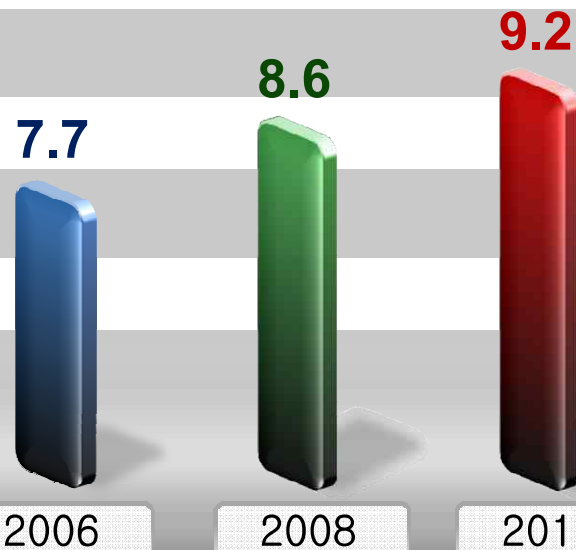
0

# 구조적 한계와 문제 4 : 창조 및 향유 격차



학교 이외 문화예술 교육 경험률

단위: %



\* :



문화오락비 지출액

단위 : %



\*

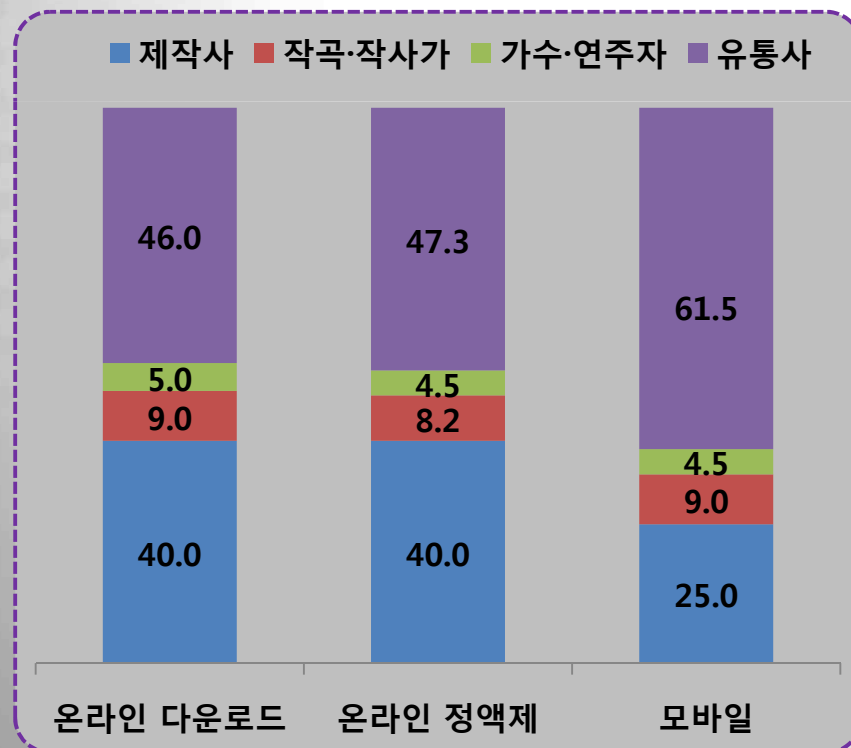


# 장르별 생태계 진단 1 : 음악



<

>



\* : 0

<2000년>

앨범판매량 상위 10개  
곡당 평균 수입 4.23억원  
곡당 단가 549원

<2010년>

디지털음원 판매량 상위 10개  
곡당 평균 수입 2.46억원  
곡당 단가 다운로드 71.3원, 스트리밍 1.5원

오프라인 대비 평균수입 42% 감소

# 장르별 생태계 진단 2 : 방송

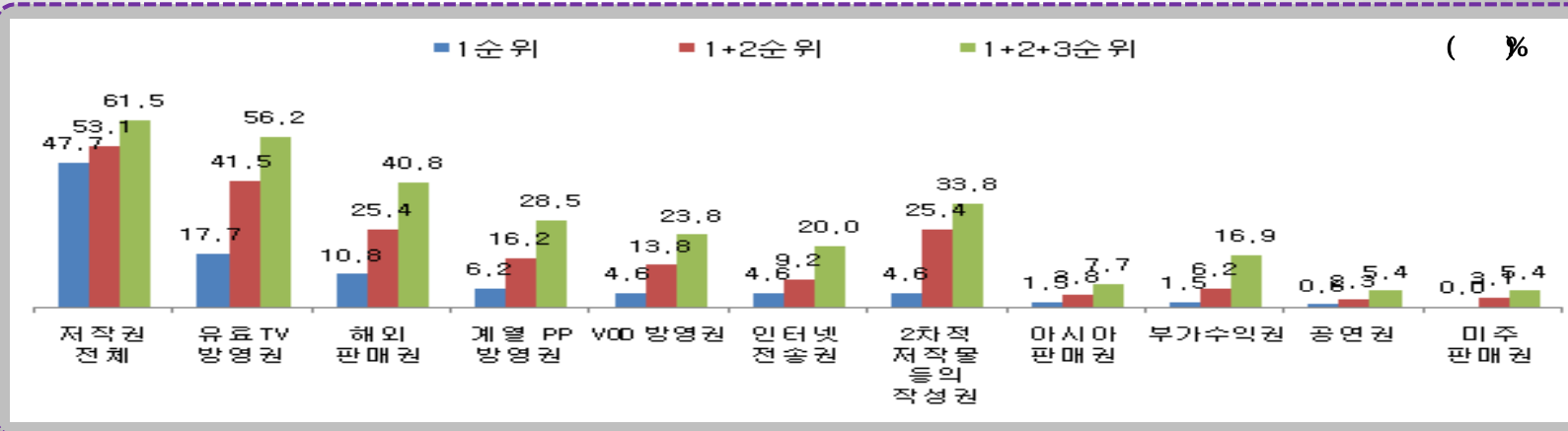


( : )

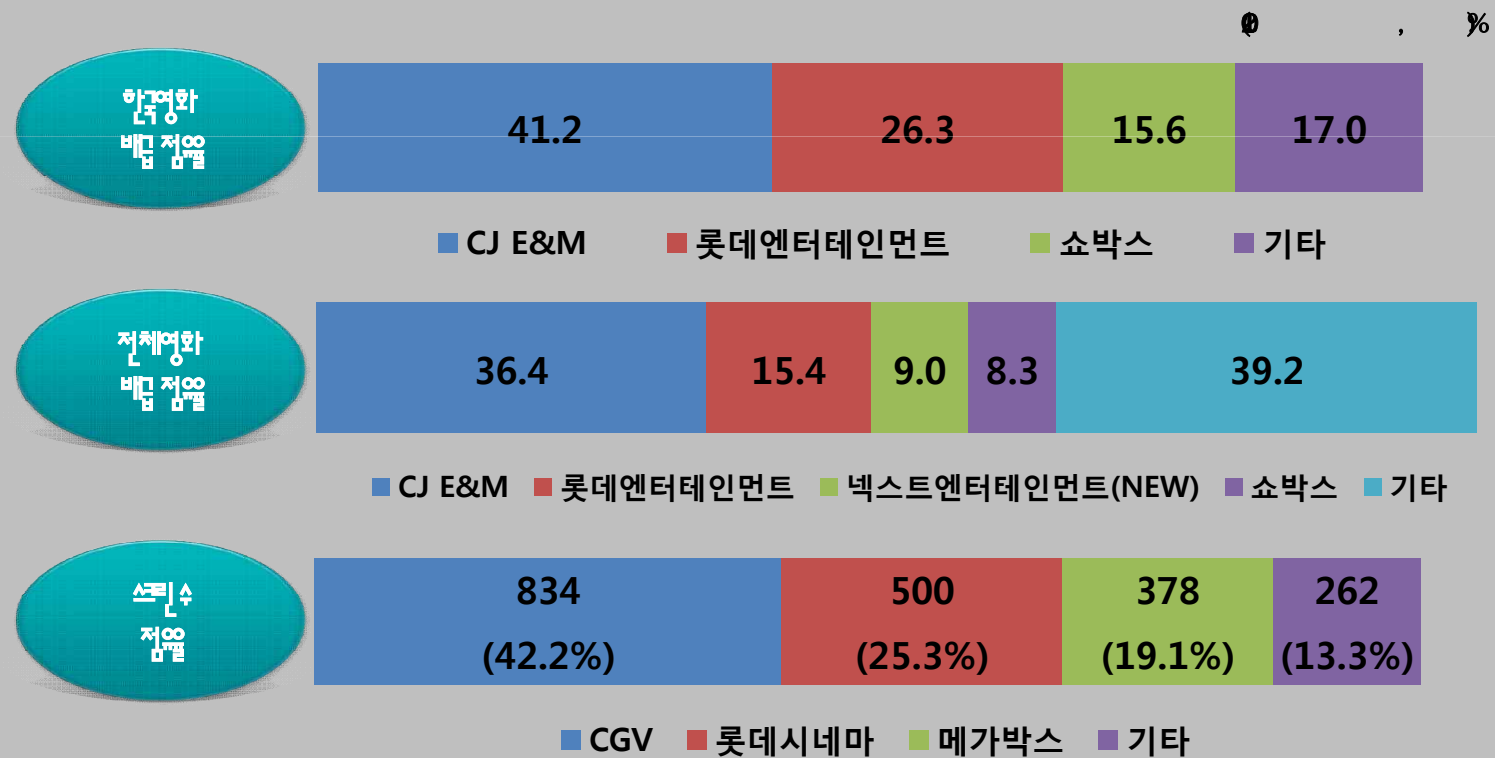
구분	지상파	PP	지상파DMB	종합유선	위성방송	위성DMB	총계
자체제작	6,171	3,655	21	190	0	1	10,038
외주제작	3,817	1,073	13	121	18	29	5,071
구매	220	2,969	25	0.5	7	0	3,222
기타	0	0	0	22	0	0	22
총계	10,209	7,696	60	338	24	31	18,358

프로그램  
제작비  
(2010)

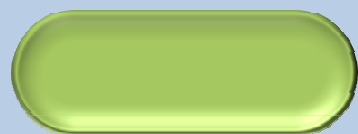
방송사의  
저작권  
영도외  
범위  
(2010)



# 장르별 생태계 진단 3 : 영화



\* : ②



# 콘텐츠산업 생태계 형성을 위한 고려요인

## 산업 동향

스토리의  
발굴과 상품화

인간 지향의  
문화기술 개발

콘텐츠의  
다각적 활용

콘텐츠 관련  
불공정 거래

### 1. 창작

좋은 스토리의  
발굴과 창작자가  
보호받는 여건

### 2. 기술력

영세한 기업규모를  
극복할 수 있는  
혁신적 기술개발

### 3. 저작권

창작자의 권리가  
보호받고 저작물이  
활용되는 환경

### 4. 유통

공정한 거래가  
보장되는 유통구조  
(미디어 환경)

열악한  
창작 환경

영세한  
기업규모

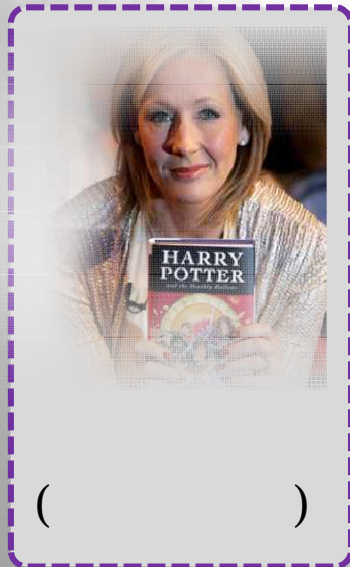
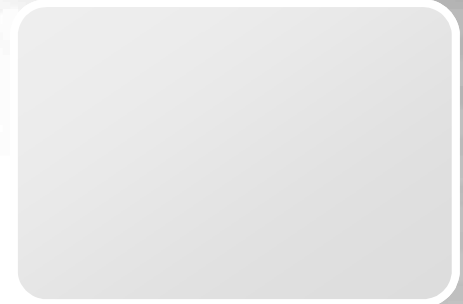
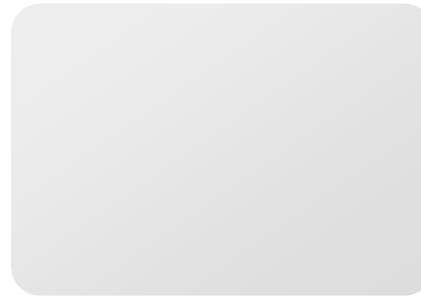
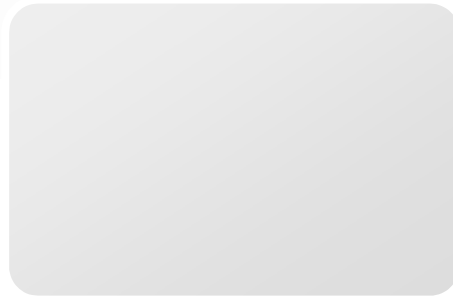
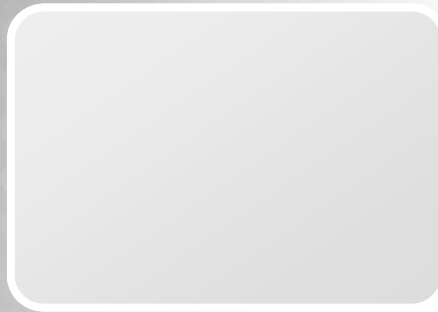
저작권 침해  
일반화

창조 및  
향유 격차

유통 중심의  
산업생태계

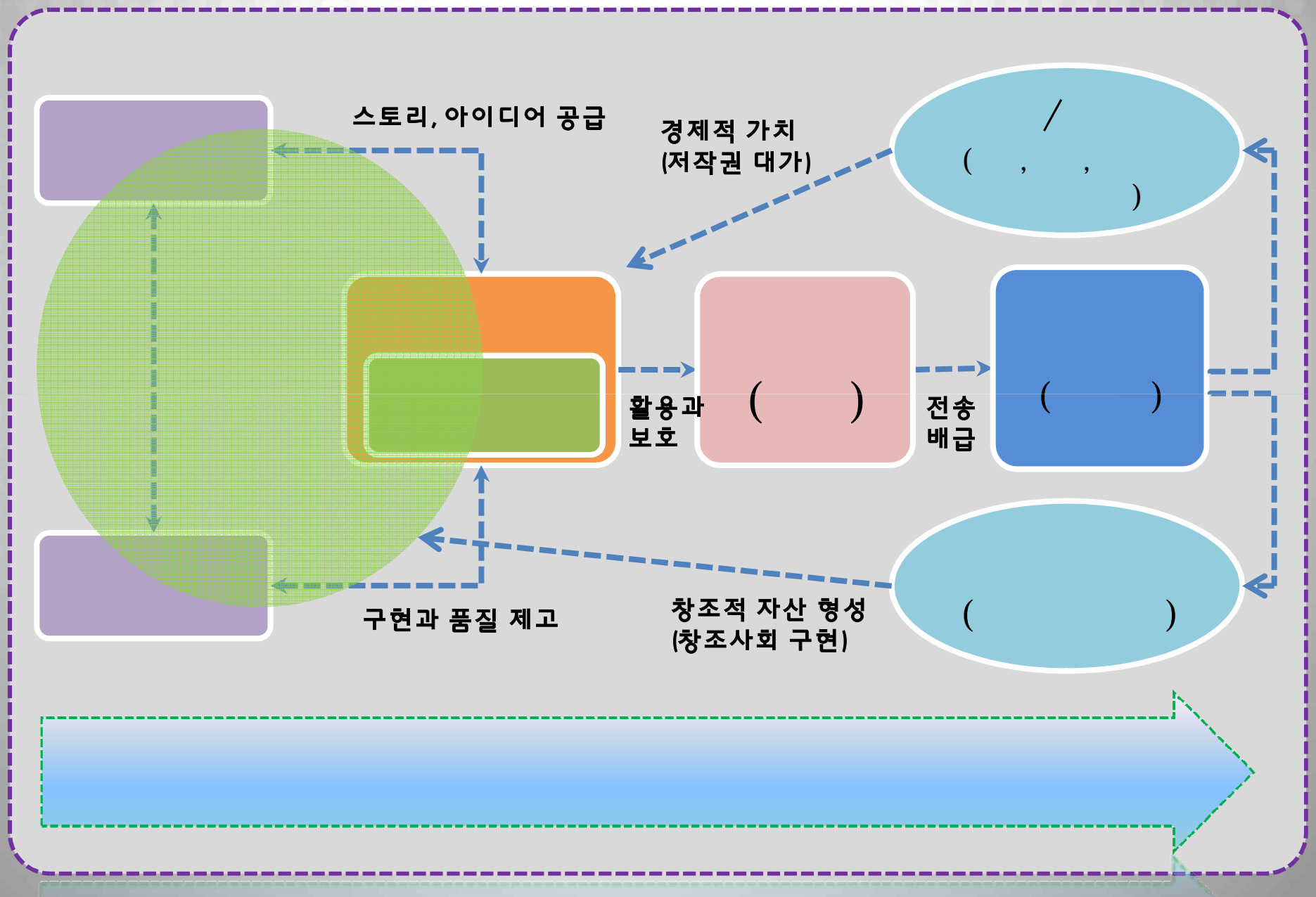
## 생태계 진단

# 콘텐츠산업 생태계 형성의 핵심조건





# 콘텐츠산업 생태계 형성도



# C-P-N-T 생태계에서 콘텐츠



T

C-P-N-D

T

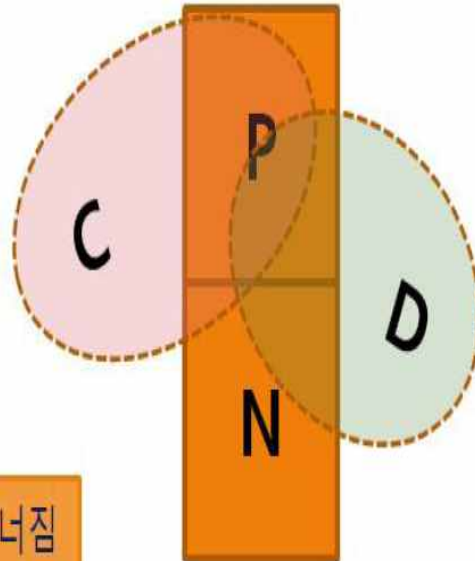
T

C-P-N-D

>

인터넷상의  
P플랫폼을  
통한 디지털  
콘텐츠 제공,  
클라우드를 통  
한 서비스 제공

P와 N도 경계가 무너지짐



D의 OS는 특정P와  
연계되며  
내장 SW는 P, N의  
SW와 연계되어  
서비스 완결  
(ex. 음성·사물인식,  
LBS 등)

인터넷이 통신, 방송,  
미디어를 모두 흡수

SW 애플리케이션이  
모든 가치사슬에 관여

가치사슬 간의 상호  
의존성이 높은 생태계  
형성

가치사슬 단계를 모두  
총괄한 정책 추진 필요

# C-P-N-T 생태계 논의의 한계1 : 가치사슬의 문제



가치사슬은 부가가치가  
창출되는 비즈니스로  
산업 및 시장 활동과는  
분명한 차이 존재

인력양성, 기술개발, 수출,  
인프라 등 전체산업의 생태계를  
구성하는 여러 기능에 대한  
정책은 경시될 수 있음

가치사슬은 생산에서  
소비까지의 프로세스로  
유통이 핵심  
생산 이전과 소비 이후에  
대해서는 주목하지 않음

유통사업자의 관점에서만  
생태계 구성을 인식할 수 있음  
(콘텐츠를 유통사의  
수익원으로 보는 문제)

가치사슬은 수평구조로  
인해 더욱 분화  
기업이 다른 가치사슬  
영역으로 확장하면서  
가치사슬 간의 경쟁 심화

가치사슬별 정책의 목표와  
수단이 달라, 하나의 정책이  
생태계 전체의 측면에서  
역효과를 야기할 수 있음

## C-P-N-T 생태계 논의의 한계 2 : 정책 추진의 문제

◆ C-P-N-T

C-P-N-T

,

,

,

,

( )

( )

,

# 콘텐츠산업 생태계 형성을 위한 정책 방향과 과제

1

◆ EIS

◆ EIS

, , ,

2

◆

· ·

, ,

3

◆

, ,

,

,

4

◆

◆

