

## ■ PWC, 2011년 글로벌 E&M시장 1조 6천억 달러 규모, 우리나라는 10위 ■

김영수(KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

2012년 6월 12일 PWC(2012)<sup>1)</sup>는 2011년 기준 글로벌 E&M(Entertainment & Media) 산업에 대한 분야별, 국가별, 권역별 시장규모를 발표했다. 시장조사는 내수 소비시장(retail value)을 기준으로 측정했으며, 국가 인구수와 1인당 소비규모를 반영하고 있다. 13개 분야는 유무선 인터넷접속, 유무선 인터넷광고, TV가입 및 라이선스, TV광고, 음악, 영화, 게임, 소비자 잡지, 신문, 라디오, 옥외광고, 소비자/교육용 서적출판, 기업정보 시장이다.

<표 1> 글로벌 E&M산업 분야별 현황 및 전망(단위: 백만 달러)

분야	2010	2011p	2012	2013	2014	2015	2016	2012-16 CAGR
인터넷 접속: 유무선	275,472	316,972	351,006	386,855	419,838	456,109	493,390	
% 증감	10.0	15.1	10.7	10.2	8.5	8.6	8.2	9.3
인터넷 광고: 유무선	75,594	89,766	105,411	123,511	143,285	164,908	188,069	
% 증감	18.3	18.7	17.4	17.2	16.0	15.1	14.0	15.9
TV가입 및 라이선스	201,016	215,536	229,092	243,368	258,148	274,151	290,596	
% 증감	5.5	7.2	6.3	6.2	6.1	6.2	6.0	6.2
TV광고	179,479	185,005	196,507	203,833	224,710	231,555	254,745	
% 증감	11.8	3.1	6.2	3.7	10.2	3.0	10.0	6.6
음악	49,270	49,886	51,124	52,771	54,810	57,141	59,741	
% 증감	-7.3	1.3	2.5	3.2	3.9	4.3	4.6	3.7
영화	84,897	85,433	87,877	90,724	93,651	96,714	99,657	
% 증감	1.8	0.6	2.9	3.2	3.2	3.3	3.0	3.1
게임	57,459	58,723	62,349	66,206	71,243	76,878	82,976	
% 증감	4.1	2.2	6.2	6.2	7.6	7.9	7.9	7.2
소비자 잡지	75,855	75,221	75,337	75,687	76,651	78,211	80,184	
% 증감	-0.1	-0.8	0.2	0.5	1.3	2.0	2.5	1.3
신문	169,091	167,968	168,553	170,553	173,264	176,906	181,224	
% 증감	0.5	-0.7	0.3	1.2	1.6	2.1	2.4	1.5
라디오	46,542	47,255	49,601	51,284	52,911	54,558	56,244	
% 증감	5.0	1.5	5.0	3.4	3.2	3.1	3.1	3.5
옥외 광고	30,406	31,940	33,809	35,452	37,188	38,941	40,830	
% 증감	5.2	5.0	5.9	4.9	4.9	4.7	4.9	5.0
소비자/교육용 서적 출판	113,530	112,066	112,173	112,706	113,623	114,634	115,719	
% 증감	-0.1	-1.3	0.1	0.5	0.8	0.9	0.9	0.6
기업정보	190,349	191,125	194,462	199,739	207,159	216,130	226,324	
% 증감	-0.6	0.4	1.7	2.7	3.7	4.3	4.7	3.4
<b>전체</b>	<b>1,530,197</b>	<b>1,604,583</b>	<b>1,690,871</b>	<b>1,781,593</b>	<b>1,889,923</b>	<b>1,994,205</b>	<b>2,120,070</b>	
% 증감	4.5	4.9	5.4	5.4	6.1	5.5	6.3	5.7

※출처: PWC(2012), Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016

1) PWC(PricewaterhouseCoopers)는 1898년 영국 런던에서 설립(현재는 미국 뉴욕 본사)되어 150개국에 지사와 14만 여명 근무. 사업영역으로 회계, 감사, 컨설팅, 금융자문, 조세 등 전문서비스업 수행. 글로벌 엔터테인먼트&미디어 시장에 대한 10년간 데이터(과거 5년간, 미래 5년간) 발표

PWC에 따르면, 2011년 글로벌 E&M 시장규모는 전년 대비 4.9% 성장한 1조 6,046억 달러로 추정되며, 향후 5년간 연평균 5.7% 성장하여 2015년에는 2조 1,201억 달러의 시장규모로 전망하였다. 산업별 시장규모는 유무선 인터넷접속(Internet access-wired and mobile)이 3,170억 달러, 전체의 19.8%로 가장 큰 비중을 차지했으며, TV가입 및 라이선스(TV subscription and license fee)가 2,155억 달러(13.4%), 기업정보(Business to business)가 1,911억 달러(11.9%), TV광고(TV advertising)가 1,850억 달러(11.5%), 신문(Newspaper publishing)이 1,680억 달러(10.5%) 등의 순으로 나타났고, 옥외광고(Out of home)가 319억 달러(2.0%)로 가장 작은 비중을 차지했다.

<표 2> 글로벌 E&M산업 상위 13개국의 시장현황 및 전망(단위: 백만 달러)

순위	국가	2010	2011p	2012	2013	2014	2015	2016	2012-16 CAGR
1	미국	450,095	463,863	489,873	508,416	536,667	562,199	597,279	5.2
2	일본	195,667	192,796	198,938	204,913	210,424	215,876	221,630	2.8
3	중국	95,702	109,059	120,948	137,458	154,940	173,449	192,516	12.0
4	독일	97,183	99,342	101,857	104,789	107,441	110,242	113,433	2.7
5	영국	82,278	83,367	85,225	87,472	90,139	93,563	97,332	3.1
6	프랑스	73,392	77,098	79,495	82,191	84,831	87,737	91,063	3.4
7	이탈리아	45,402	46,099	47,024	47,864	49,577	51,485	53,688	3.1
8	캐나다	41,801	44,166	46,868	49,850	53,216	56,696	60,574	6.5
9	브라질	35,379	39,168	43,307	48,255	55,519	57,781	64,823	10.6
10	대한민국	36,289	38,562	40,191	41,926	43,644	45,497	47,455	4.2
11	호주	34,264	35,021	37,003	39,162	40,925	43,078	45,029	5.2
12	스페인	28,702	29,412	29,580	30,332	31,071	32,072	33,227	2.5
13	중동/북아프리카	17,300	25,412	28,516	31,698	34,983	39,064	43,622	11.4
상위 13개국 합계		1,233,454	1,283,365	1,348,825	1,414,326	1,493,377	1,568,739	1,661,671	
전체		1,530,197	1,604,583	1,690,871	1,781,593	1,889,923	1,994,205	2,120,070	

※출처: PWC(2012), Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016

특히 글로벌 E&M 시장의 상위 13개국(미국, 일본, 중국, 독일, 영국, 프랑스, 이탈리아, 캐나다, 브라질, 대한민국, 호주, 스페인, 중동/북아프리카)의 시장규모는 1조 2,834억 달러로 세계시장에서 80%를 차지하고 있다. 상위 13개국의 순위를 살펴보면, 미국이 4,639억 달러로 1위(28.9%), 일본은 1,928억 달러로 2위(12.0%), 중국은 1,091억 달러로 3위(6.8%), 독일은 993억 달러로 4위(6.2%), 영국은 834억 달러로 5위(5.2%) 순으로 나타났으며, 우리나라는 386억 달러로 10위(2.4%) 차지했다. 특히 우리나라는 2010년 363억 달러로 9위였으나, 2011년에 한 단계 하락했다.

향후 5년간 연평균성장률(CAGR)이 가장 높게 예상되는 국가는 중국(12.0%)으로 시장규모 2위인 일본과의 격차를 점차 좁힐 것으로 보이며, 브라질은 연평균 10.6% 성장률이 예상되어 2015년에는 7위까지 성장할 것으로 전망된다. 한편, 사우디아라비아, 아랍에미리트, 남아프리카공화국 등 13개국을 포함하는 중동/북아프리카 시장은 연평균 11.4%의 높은 성장률이 예상됨에 따라 새롭게 시장규모 상위 13개국에 진입한 점도 눈에 띈다.

또한 PWC에 따르면, 2011년 우리나라 E&M 시장규모는 386억 달러이며, 향후 5년간 연평균 4.2% 성장하여 2015년에는 475억 달러 규모가 예상된다. 분야별 시장규모를 살펴보면,

유무선 인터넷접속 시장이 151억 달러로 전체의 39.2%로 가장 높은 비중을 기록했고, 게임이 58억 달러(15.0%), 기업정보가 29억 달러(7.5%), TV가입 및 라이선스가 28억 달러(7.2%), 신문이 28억 달러(7.2%), TV광고가 21억 달러(5.5%) 등의 순으로 나타났으며, 라디오 시장이 3억 5천만 달러(0.9%)로 가장 비중이 낮은 것으로 나타났다. 한편, 향후 5년간 유무선 인터넷광고가 12.1%로 가장 높은 성장률이 예상되고, 이어 음악(10.2%), TV광고(8.1%), 게임(7.7%), TV가입 및 라이선스 요금(6.4%) 등의 순으로 성장할 것으로 전망되었다.

<표 3> 우리나라 E&M 시장현황 및 전망(단위: 백만 달러)

구분	2010	2011p	2012	2013	2014	2015	2016	2012-16 CAGR
인터넷 접속: 유무선	14,307	15,099	15,479	15,895	16,189	16,485	16,762	2.1
인터넷 광고: 유무선	1,564	1,758	1,963	2,230	2,510	2,804	3,111	12.1
TV가입 및 라이선스	2,614	2,787	2,962	3,151	3,348	3,567	3,794	6.4
TV광고	1,762	2,127	2,288	2,476	2,690	2,885	3,141	8.1
음악	763	857	957	1,062	1,173	1,288	1,394	10.2
영화	1,691	1,794	1,859	1,952	2,043	2,137	2,231	4.5
게임	5,287	5,763	6,274	6,731	7,215	7,759	8,343	7.7
소비자 잡지	667	662	657	655	657	669	680	0.5
신문	2,717	2,754	2,742	2,715	2,702	2,704	2,722	-0.2
라디오	335	350	367	386	407	429	450	5.2
옥외광고	396	421	443	466	493	520	547	5.4
소비자/교육용 서적 출판	1,665	1,716	1,736	1,742	1,736	1,729	1,724	0.1
기업정보	2,854	2,897	2,951	3,027	3,134	3,278	3,434	3.5
전체	36,289	38,562	40,191	41,926	43,644	45,497	47,455	4.2

※출처: PWC(2012), Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016

이번에 발표된 PWC(2012) 보고서를 통해 몇가지 시사점을 제시하면, 첫째, PWC의 시장규모는 내수시장기준으로 소비주체인 인구수에 영향을 받기 때문에 고령화 및 인구정체를 보이는 우리나라의 시장규모는 확대에 한계가 존재한다. 둘째, PWC에서 집계한 우리나라 콘텐츠 시장규모(386억달러)와 국내 콘텐츠산업통계에서 발표한 국내 콘텐츠산업규모(82조원)와는 큰 차이가 있다. 그 이유는 산업범위(PWC는 13개 분야, 콘텐츠산업통계는 11개 분야)와 조사영역(PWC는 내수시장, 콘텐츠산업통계는 내수/외수, 제작/유통시장 모두 포함)이 상이하기 때문이다. 예컨대, 우리나라 E&M 시장규모는 방송(드라마), 음악(K-pop) 등 한류수출과 연관된 매출규모가 포함되지 않는 등 시장통계를 직접 비교하거나 경쟁력 지표로 보는 것은 무리가 있다.

셋째, 2011년을 기준으로 글로벌 E&M시장의 상위 12개국에서 국가별 GDP 대비 E&M시장 비중은 우리나라가 영국에 이어 2위 기록해 E&M 분야의 1인당 소비규모가 상당하다는 것을 유추할 수 있다. 넷째, 우리나라는 2000년 이후 초고속인터넷 통신망의 원활한 보급, 2011년 시작된 4G(LTE) 서비스의 상용화, 전 국민의 96%에 육박하는 모바일 디바이스 이용자 확보에 힘입어 최근 5년간(2007~2011) 온라인/모바일 게임시장의 성장률이 세계 2위(17억 5천만 달러 성장)를 기록했다는 것은 매우 고무적이다.

마지막으로 이번 PWC(2012) 보고서는 처음으로 공연행사(Concerts and music festivals) 매출액을 음악시장에 포함시켰는데, 2009년 미 무역대표부(USTR)에서 우리나라를 지적재산권 감시대상국(watch list)에서 제외시켰고 그에 따라 음악을 비롯한 콘텐츠산업 전반에 걸쳐 성공적인 지적재산권 보호 국가로 소개한 점은 우리나라를 긍정적으로 바라 볼 수 있을 것으로 예상된다.