

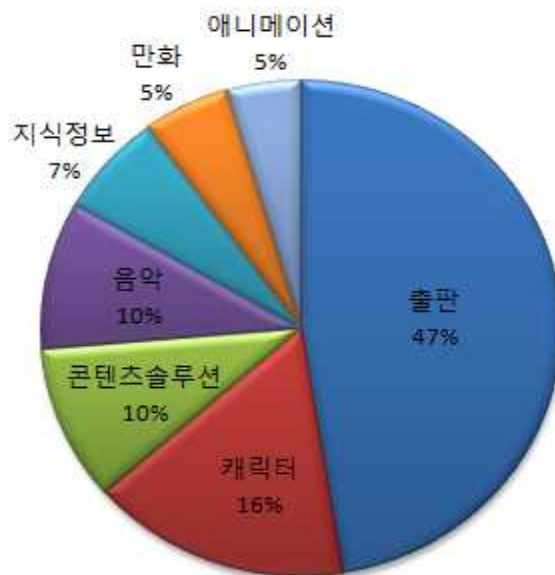
■ 국내 콘텐츠산업 라이선싱 매출 2조 6천억원 시장으로 급성장 ■

박성원(KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

콘텐츠산업의 특징 중 하나가 타 산업과의 연관효과가 높다는 것과 고부가가치 산업이라는 점이다. 이러한 특징을 설명할 수 있는 비즈니스 모델이 바로 라이선싱과 머천다이징이다.¹⁾ 대표적인 사례로 국내 토종 캐릭터 “뿌까”가 있다. 뿌까는 2000년 탄생한 후 의류, 액세서리, 신발, 가방 등 캐릭터 라이선싱을 통해 3~10% 로열티를 받으며 성장하였는데, 현재까지 월트 디즈니, 워너브라더스, 베네통 등 500여개 글로벌 파트너들과의 제휴를 통해 약 150여 개 국가에 약 3,000종의 상품을 진출시켰다. 그 결과 뿌까 상품의 해외매출은 2009년 기준 5,000억 원을 돌파하며 국내 캐릭터 라이선싱 업계에 성공가능성을 제시해주었다.

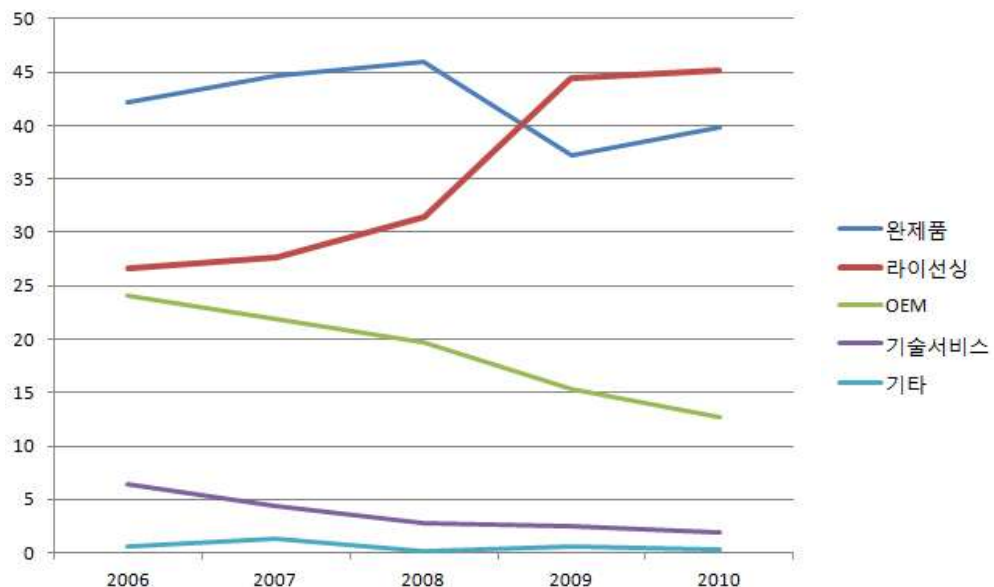
[그림 1]에 따르면, 국내 주요 콘텐츠산업의 라이선싱 매출액(2010년 기준)은 약 2조 5,603억 원으로 나타났는데, 구체적으로는 출판산업 1조 2,138억 원(47.4%), 만화산업 1,389억 원(5.4%), 음악산업 2,467억 원(9.6%), 애니메이션산업 1,173억 원(4.6%), 캐릭터산업 4,120억 원(16.1%), 지식정보산업 1,725억 원(6.7%), 콘텐츠솔루션산업 2,587억 원(10.1%) 등 매출규모에서 라이선싱 매출이 점점 확대되고 있는 상황이다.

[그림 1] 2010년 주요 콘텐츠산업별 라이선싱 매출액 비중



특히 [그림 2]에 따르면, 국내 주요 콘텐츠산업의 라이선싱 매출 중 해외 라이선싱 규모는 콘텐츠산업 전체 수출액의 46%로 큰 비중을 보이고 있다. 그 다음 해외 수출형태로 완제품 수출 39.9%, OEM 수출 12.7%, 기술서비스 수출 1.9%, 기타 수출 0.3% 순으로 나타났다. 2006년부터 2010년까지 5년간 수출형태별 비중의 추이를 살펴본 결과, 지속적으로 라이선싱 수출 비중만 증가된 것을 알 수 있다. 즉, 2008년까지는 콘텐츠 상품(완제품) 수출 비중이 가장 높았으나, 2009년부터는 라이선싱(계약) 수출이 완제품 수출 비중을 초과하면서 가장 큰 비중을 차지하게 된 것이다. 이는 선진국형 비즈니스 모델을 지향한다고 할 수 있다.

[그림 2] 2006년-2010년 연도별 수출형태별 수출액 비중

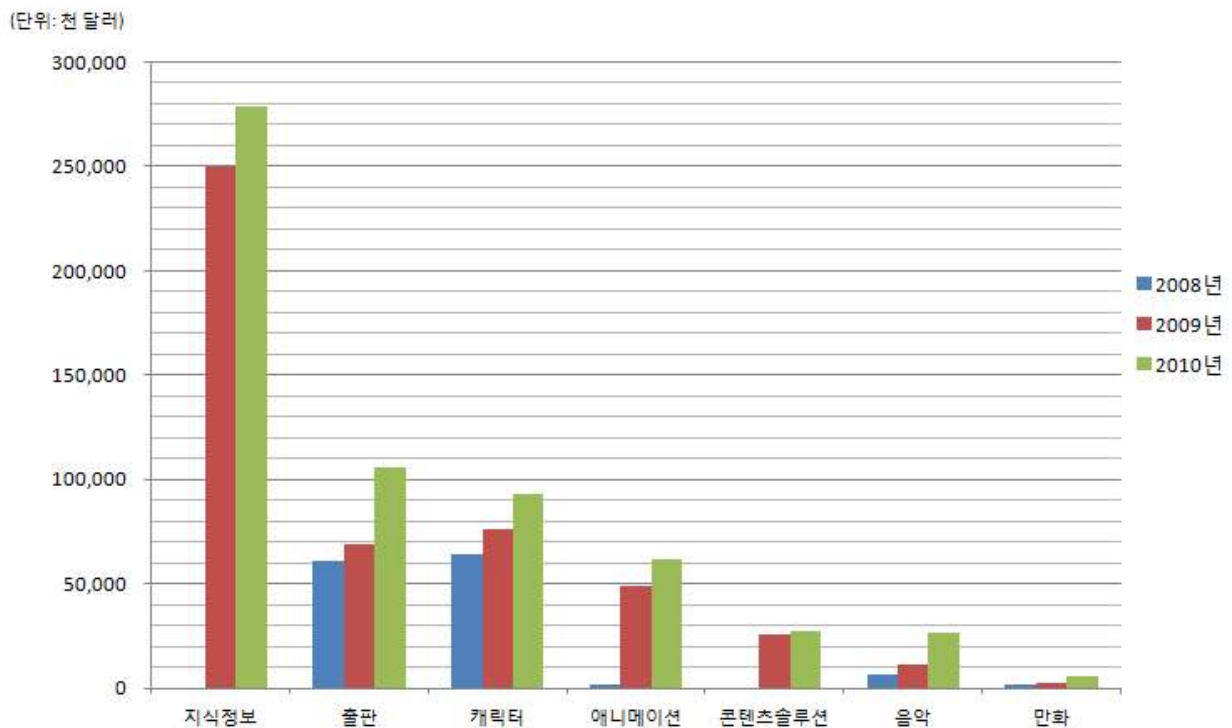


보다 더 구체적으로 살펴보면, [그림 3]에서 보여주는 것과 같이 2008년부터 2010년까지 주요 콘텐츠산업의 라이선싱 수출액 중 가장 큰 규모는 2억 7,900만 달러의 라이선싱 수출실적을 거둔 지식정보산업으로 나타났다. 그 다음은 출판산업 1억 599만 달러, 캐릭터산업 9,284만 달러, 애니메이션산업 6,177만 달러, 콘텐츠솔루션산업 2,760만 달러, 음악산업 2,614만 달러, 만화산업 699만 달러 순으로 나타났다.

1) 라이선싱(Licensing)은 라이선서(Licensor)가 보유하고 있는 상표, 로고, 캐릭터, 디자인 등 재산을 제품화 또는 홍보 수단으로 사용할 수 있도록 라이선시(Licensee)에게 허가 또는 권리를 위임하는 행위를 말한다. 라이선시는 라이선서와의 라이선싱 계약을 통해서 특정 제품의 생산, 사용, 판매 등을 할 수 있고 그 보상으로 라이선서에게 로열티(Royalty)를 지급한다. 이때 콘텐츠 상품을 제작, 유통, 판매하는 상품화 과정을 머천다이징(Merchandising)이라 한다.

특히 2009년 대비 2010년 수출액 비중에서 가장 크게 성장한 산업은 음악산업인데, 최근 몇 년 전부터 대중가요(K-POP)의 해외진출 확대로 음악산업에서 라이선스를 통한 수출액 비중이 전년대비 124.2%로 나타났다. 일례로, 가장 최근에 상장한 YG엔터테인먼트는 K-POP의 한류효과로 인해 매출액 781억원, 영업이익 173억원, 영업이익률 22.2%라는 높은 실적을 기록하였다. 더 중요한건 향후 매출액과 영업이익의 전망치가 2012년 1,371억원과 336억원, 2013년 1,668억원과 432억원으로 예상되어 시장에서도 그 가치를 인정하고 있다는 점이다. 이는 라이선싱 비즈니스의 힘이랄 수 있다. 또한 두 번째로 크게 전년대비 수출액 비중이 확대된 산업은 만화산업으로 113.4%로 나타났다. 그 다음은 출판산업 53.6%, 캐릭터산업 22.3%, 지식정보산업 11.8%, 그리고 콘텐츠솔루션산업 8.2% 순으로 나타났다.

[그림 3] 2008년-2010년 콘텐츠 산업별 라이선싱 수출액



미국의 핵심저작권산업이나 일본의 콘텐츠산업, 영국의 창조산업 모두 지적재산을 기반으로 콘텐츠 라이선싱과 머천다이징을 통해 세계 콘텐츠시장에서 우위를 점하고 있다. 현재 국내에서 콘텐츠 제작 능력과 질 좋은 콘텐츠를 보유하고 있으나 브랜딩 능력과 마케팅 능력이 부족한 콘텐츠사업체(라이선서)가 상품의 홍보 및 판매를 위하여 다른 사업체(라이선시)와 제휴를 하고자 한다거나, 출판물로 제작된 콘텐츠를 애니메이션 또는 영화로 제작하고 출판물 내 등장인물을 캐릭터로 제작하여 다양한 영역의 콘텐츠산업으로 확장을 추구하는 OSMU(One Source Multi Use) 비즈니스는 이제 누군가 하는 선택이 아닌 모두가 하는 필수가 되었다.