

## ■ 국내 콘텐츠산업의 시장집중도 분석 ■

박성원(KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

“3대 메이저 중심으로 시장이 지배되는 구조”, “견제받지 않는 권력, 규제는 가능할까” 최근에 기사화된 뉴스의 머리말(headline) 중 일부분이다. 이 일부분만 보고는 기자가 어떤 산업에 대하여 이야기 하고자 했는지 알아차리기 어렵다. 이제는 독과점 또는 소수 업체의 시장 지배란 말이 정유 산업 또는 통신 산업 등의 산업을 이야기할 때만 나오는 것이 아니다. 위의 머리말 전문은 “영화시장, 3대 메이저 중심으로 시장이 지배되는 구조”, “네이버독주시대, 견제 받지 않는 권력, 규제는 가능할까”이다. 이처럼 콘텐츠산업이 성장함에 따라 콘텐츠산업의 독점 또는 독과점에 대한 우려를 낫설지 않게 볼 수 있다.

2012년 2월 통계청의 발표에 따르면 광업·제조업 분야에서 매출액 기준 최상위 사업체 3개의 시장집중도 단순평균은 2002년 40.7%, 그리고 2009년 45.0%로 나타났다. 그러나 국내 콘텐츠산업은 최근 몇 년간 지속적으로 성장해왔으며, 콘텐츠 산업의 성장에 따라 CJ CGV, 넥슨, NHN과 같은 대형 기업이 등장하였음에도 불구하고, 국내 콘텐츠산업의 시장집중도 분석은 아직까지 이루어지지 않았다. 이렇게 콘텐츠산업의 시장집중도 분석의 필요성이 대두됨에 따라, 2010년 기준 국내 11개(방송, 광고, 영화, 출판, 만화, 애니메이션, 캐릭터, 음악, 게임, 지식정보, 콘텐츠솔루션) 콘텐츠산업 분야별 시장집중도를 분석하였다. 공정거래위원회는 시장지배적 사업자<sup>1)</sup>를 판별하는 잣대로 시장집중도(CR: Concentration Ratio)<sup>2)</sup>라는 지표를 사용하는데, 콘텐츠산업의 시장집중도 분석 또한 이 지표를 사용하였으며, 구체적으로는 콘텐츠 산업 분야별 매출액 상위 3개, 5개, 그리고 10개 사업체의 시장집중도(CR<sub>3</sub>, CR<sub>5</sub>, CR<sub>10</sub>)를 분석하였다.

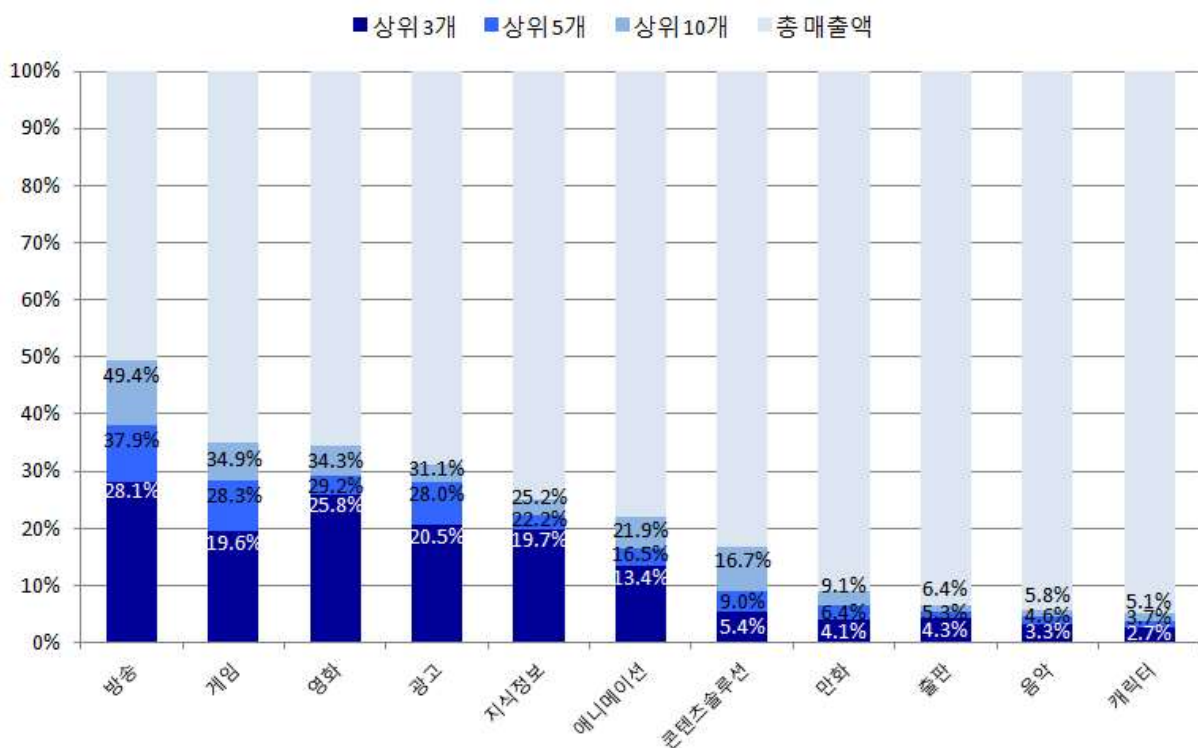
1) '시장 지배적 사업자'는 일정한 분야에서 단독으로 또는 다른 사업자와 함께 상품이나 서비스의 가격이나 수량 등 거래조건을 결정할 수 있는 힘을 가진 사업자를 의미한다. 이들 사업자는 생산량을 감소시켜 가격을 일정 수준 이상으로 인상할 수 있는 능력을 가지고 있는데, 이런 능력을 시장 지배력이라고 한다. 1개 기업이 시장 지배력을 행사하면 독점, 2개 이상 소수 기업이면 과점이라고 한다. 이런 불완전 경쟁 시장과 달리 많은 기업들이 시장에 참여해 가격에 영향력을 미칠 수 없을 경우를 완전경쟁시장이라고 한다.

2) CR<sub>1</sub>은 매출액 기준 상위 1개사의 시장점유율의 합계를 의미하고 CR<sub>3</sub>은 매출액 기준 상위 3개사의 시장점유율의 합계를 의미한다. 공정거래위원회는 1개사의 시장점유율이 50% 이상이거나, 2개 또는 3개 사업자의 시장점유율의 합계가 75% 이상인 경우 시장지배적 사업자로 추정하고 있다. 다만 연간 매출액 또는 구매액이 40억 원 미만인 사업자는 제외한다.

[그림 1]에 따르면, 국내 콘텐츠 산업 중 상위 3개사의 매출액 비중이 가장 큰 산업은 방송 산업(28.1%)으로 나타났고, 두 번째로 상위 3개사의 매출액 비중이 큰 산업은 영화 산업(25.8%), 그리고 세 번째는 광고 산업(20.5%)으로 나타났다. 다음은 지식정보 산업 19.7%, 게임 산업 19.6%, 애니메이션 산업 13.4%, 콘텐츠솔루션 산업 5.4%, 출판 산업 4.3%, 만화 산업 4.1%, 음악 산업 3.3%, 캐릭터 산업 2.7% 순으로 나타났다. 분석 결과, 국내 콘텐츠 산업에서 1개 사업체의 시장점유율이 50% 이상인 산업이 존재하지 않으며, 3개 사업체의 시장 점유율 합계가 75% 이상인 산업이 존재하지 않으므로, 콘텐츠산업을 크게 분류하여 분석했을 때에는 독점 또는 과점 현상이 나타나지 않고 있는 것으로 나타났다.

그러나 콘텐츠 산업에서 독점 또는 과점 현상이 나타나고 있지는 않다고 할지라도, 소수의 매출액 상위 기업들이 특정 산업의 매출을 독식하여 경쟁이 유효하게 작동되는 것을 막을 수도 있다. 이러한 이유로 상위 5개사 매출이 특정 산업 전체의 매출액 중 얼마나 큰 비중을 차지하고 있는지 CR<sub>5</sub>와 상위 10개사 매출이 특정 산업 전체의 매출액 중 얼마나 큰 비중을 차지하고 있는지 CR<sub>10</sub>을 살펴보았다. [그림 1]에 따르면 상위 5개사 매출액 비중이 가장 높은 산업은 방송 산업(37.9%)으로 나타났으며, 두 번째로 상위 5개사 매출액 비중이 높은 산업은 영화 산업(29.2%), 그 다음은 게임 산업(28.3%), 광고 산업(28.1%) 순으로 나타났다. 마지막으로 상위 10개사 매출액 비중이 가장 높은 산업을 살펴본 결과에서도 CR<sub>3</sub>, CR<sub>5</sub> 에서와 마찬가지로 상위 기업의 매출액 비중이 가장 높은 산업은 방송 산업(49.4%)으로 나타났으며, 다음은 게임 산업(34.9%), 영화 산업(34.3%), 광고 산업(31.1%) 순으로 나타났다.

[그림 1] 2010년 콘텐츠산업 시장집중도



<표 1> 2010년 콘텐츠산업 순위별 시장집중도

구분	산업 (비중)										
	1위	2위	3위	4위	5위	6위	7위	8위	9위	10위	11위
CR <sub>3</sub>	방송 (28.1%)	영화 (25.8%)	광고 (20.5%)	지식정보 (19.7%)	게임 (19.6%)	애니메이션 (13.4%)	콘텐츠솔루션 (5.4%)	출판 (4.3%)	만화 (4.1%)	음악 (3.3%)	캐릭터 (2.7%)
CR <sub>5</sub>	방송 (37.9%)	영화 (29.2%)	게임 (28.3%)	광고 (28.0%)	지식정보 (22.2%)	애니메이션 (16.5%)	콘텐츠솔루션 (9.0%)	만화 (6.4%)	출판 (5.3%)	음악 (4.6%)	캐릭터 (3.7%)
CR <sub>10</sub>	방송 (49.4%)	게임 (34.9%)	영화 (34.3%)	광고 (31.1%)	지식정보 (25.2%)	애니메이션 (21.9%)	콘텐츠솔루션 (16.7%)	만화 (9.1%)	출판 (6.4%)	음악 (5.8%)	캐릭터 (5.1%)

※출처: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2012), “2011 콘텐츠 산업통계” 재구성

분석 결과, 국내 11개의 콘텐츠 산업의 시장집중도를 분석했을 때, 소수의 사업체가 특정 산업을 독식하는 구조가 아니며, 진입장벽이 낮아 시장의 진입 및 퇴출이 자유로운 상황인 것으로 나타났다. 독점 및 과점현상이 나타나지 않아, 거래거절(부당하게 거래를 거절하는 행위), 끼워팔기, 경쟁사업자 배제 등의 불공정거래행위가 일어날 가능성이 적으며, 다수의 사업체가 다양한 상품을 생산하고 있으므로 건전한 경쟁과 창의적인 상품 개발이 보다 더 용이한 환경인 것으로 나타났다. 즉, 콘텐츠산업의 특성상 자유롭고 경쟁적인 시장의 형태를 띠는 분석 결과는 고무적이라 생각한다.

그러나 본 분석은 콘텐츠산업을 대분류(방송, 광고, 영화, 출판, 만화, 애니메이션, 캐릭터, 음악, 게임, 지식정보, 콘텐츠솔루션) 기준으로 나누어 이루어졌다는 점에 유의할 필요가 있다. 즉, 한 단계 더 세분화하여 분류한 중분류 기준으로 제작업, 유통업 등을 나누어 분석한다면, 특정 산업의 일부 업종에서는 시장지배적 사업자가 존재할 수도 있다. 중분류로 나누어 분석하는 예를 들어본다면, 지식정보산업은 ‘e-learning업’, ‘기타 데이터베이스 및 온라인 정보제공업’ 그리고 ‘포털 및 기타 인터넷 정보매개서비스업’을 포함하고 있다. 이중 유명 포털 사이트 네이버(NAVER), 다음(DAUM), 네이트(NATE) 등이 포함된 업종은 ‘포털 및 기타 인터넷 정보매개서비스업’이다. 이 포털 사이트들의 2011년 상반기 검색엔진 유입률<sup>3)</sup>을 살펴보면 네이버(NHN 사)가 72.8%를 차지하여, 포털시장에서 NHN은 시장지배적 사업자임이 드러났다. 다음은 소분류로 나누어 분석하는 예를 들어보고자 한다. 영화산업에 중분류로 영화 제작 및 지원, 유통업이 있고, 그 하위에 영화 기획 및 제작, 영화 배급, 극장 상영과 같은 소분류들이 존재한다. 이 소분류 중 극장 상영업의 경우 복합상영관 3사(CJ CGV, 롯데 시네마, 메가박스)의 2010년 전국 관객점유율은 61%이며, 스크린 점유율은 86.7%인데, 이는 극장 상영 시장의 독과점이 일어날 우려가 상당히 높다는 것을 알 수 있게 해준다. 그러므로 향후에 대분류 뿐 만 아니라 보다 세부적인 시장집중도의 분석이 필요할 것이다.

3) 에이스카운터(www.acecounter.com), “검색엔진 유입률 분석(2011년 상반기)”, 2011년 7월