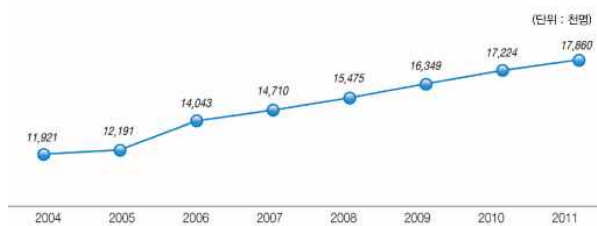


## ■ 국내 콘텐츠산업 내 디지털 콘텐츠 매출액 동향 ■

유은영(KOCCA 통계정보팀 주임연구원)

OECD Broadband Portal에 따르면, 한국의 가구당 초고속인터넷 보급률은 2009년 95.9%으로 나타났으며, 인구 100명당 초고속 무선 인터넷 가입자 수는 2010년 89.8명으로 나타나 OECD 회원국 중 1위를 차지한 것으로 나타났다. 국내의 인터넷 환경은 초고속인터넷의 이용이 보편화된 가운데 스마트폰, 테블릿 PC 등의 보급 확산 및 무선 인터넷의 데이터 전송 품질 향상에 따라 모바일 기기를 이용하여 이동 중에 인터넷을 사용하는 사용자가 급속도로 증가하게 되었다. 모바일 인터넷 시장의 성장은 모바일 인터넷 사용자들이 음악, 영화, 방송 등 다양한 콘텐츠를 쉽고 빠르게 접근할 수 있도록 해 주었으며 결과적으로 콘텐츠산업에도 지대한 영향을 미치고 있는 것으로 판단된다. 그러나 콘텐츠산업이 지속적으로 분석되어 왔음에도 콘텐츠산업 내 최근 디지털 콘텐츠 매출액 부분을 심층적으로 분석한 자료는 없었으므로 본지에서는 국내 콘텐츠산업에서 디지털 콘텐츠 매출액 부분을 자세하게 보여주고자 한다. 구체적으로는 콘텐츠산업별 디지털 콘텐츠 매출 규모, 콘텐츠산업별 디지털 콘텐츠 매출 비중 그리고 기획·제작, 유통·배급 가치사슬별 디지털 콘텐츠 매출 규모를 중심으로 분석하여 보여준다.

[그림 1] 초고속인터넷 가입자 수 추이



※ 출처: 한국인터넷진흥원(2012), "2012 한국인터넷백서"

[그림 2] 스마트폰 이용률



※ 출처: 한국인터넷진흥원(2012), "2012년 무선인터넷 이용실태조사"

문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원의 콘텐츠산업 통계조사에 따르면 국내 콘텐츠산업은 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보 및 콘텐츠솔루션의 총 11개 산업으로 분류되는데, 디지털 콘텐츠 매출액은 지식정보산업과 콘텐츠솔루션 산업의 매출액 전체와 나머지 9개 산업 매출액의 일부가 해당된다.

2011년 콘텐츠산업의 디지털 콘텐츠 매출액을 각 산업별로 살펴보면, 지식정보가 9조 458억 원으로 가장 많았고, 그 다음으로 게임 7조 122억 원, 콘텐츠솔루션 2조 8,672억 원, 출판 1조 4,814억 원, 광고 1조 4,430억 원, 음악 9,076억 원 등의 순인 것으로 나타났다. 지식정보산업에는 이러닝업, 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업 등이 포함되는데, 인터넷을 이용한 멀티미

디어 교육시장이 지속적으로 성장하고 있으며 최근 디지털 교과서 및 참고서 이용이 증가함에 따라 이러닝업의 매출액이 증가하여 지식정보산업 매출액이 증가한 것으로 판단된다. 게임산업의 온라인 및 디지털 콘텐츠 매출액이 증가한 이유는 크로스파이어, 포인트블랭크 등 대작 온라인 게임을 중심으로 수출액이 증가하였기 때문인 것으로 판단된다.

영화산업의 디지털 콘텐츠 매출액은 2009년 224억 원, 2010년 286억 원, 2011년 1,819억 원으로 연평균 185.0%의 가장 높은 증가율을 보였다. 그 이유로는 극장 매출과 더불어 디지털 케이블 방송, IPTV(Internet Protocol television) 등의 신규 매체를 이용하여 영화를 보는 사람들이 증가했기 때문이다. 반면에, 방송산업의 디지털 콘텐츠 매출액은 2009년 5,025억 원, 2010년 5,014억 원, 2011년 4,959억 원으로 연평균 0.7% 감소하여 콘텐츠산업 중 유일하게 감소한 산업인 것으로 나타났다. 그러나 방송산업의 디지털 콘텐츠 매출액에는 IPTV 매출액이 제외되어 있었으며, IPTV 매출액이 포함되었었다면 방송산업 역시 디지털 콘텐츠 매출액이 증가한 것으로 나타났을 것으로 판단된다. 즉, 11개의 콘텐츠산업 모두 디지털 콘텐츠 매출액이 증가한 것으로 나타났다.

[표 1] 2009년~2011년 콘텐츠산업별 디지털 콘텐츠 매출액

(단위: 억 원, %)

구분	지식정보	게임	콘텐츠 솔루션	출판	광고	음악	방송	영화	만화	애니 메이션	콘텐츠산업 전체
2009년	60,715	45,720	21,822	11,495	8,781	5,899	5,025	224	1,009	79	160,766
2010년	72,427	55,942	23,599	13,094	8,895	6,505	5,014	286	1,053	75	186,887
2011년	90,458	70,122	28,672	14,814	14,430	9,076	4,959	1,819	1,182	131	235,656
연평균증감률	22.1	23.8	14.6	13.5	28.2	24.0	-0.7	185.0	8.2	28.8	21.1

※ 출처: 문화체육관광부(2012), "2012 콘텐츠산업 통계조사"

콘텐츠산업 매출액 중 디지털 콘텐츠 매출액의 비중은 2009년 24.0%, 2010년 25.5%, 2011년에는 28.4%로 매년 꾸준히 증가한 것으로 나타났다. 또한, 2009년부터 2011년까지 디지털 콘텐츠 매출액의 연평균증가율은 21.1%로 콘텐츠산업 전체 매출액의 연평균증가율인 11.2% 보다 약 2배 높은 것으로 나타나 콘텐츠산업 내에서도 온라인 및 디지털 콘텐츠 시장이 급속도로 성장하고 있는 것으로 나타났다.

콘텐츠산업 중 전 영역이 디지털 콘텐츠인 지식정보산업과 콘텐츠솔루션산업을 제외한 9개 산업의 각 매출액 대비 디지털 콘텐츠 매출액 비중을 살펴보면, 게임이 79.6%로 가장 높았고, 그 다음으로 음악 23.8%, 만화 15.7%, 광고 11.9% 등의 순인 것으로 나타났다. 게임산업의 매출 규모는 게임 과몰입 및 중독에 관한 우려로 여러 게임 규제 법안의 논의와 시행이 이루어져 왔음에도 불구하고 지속적으로 성장해왔다. 특히 인기를 끌고 있는 게임 분야가 온라인 게임이기 때문에, 온라인 및 디지털 매출액의 비중은 2009년 69.5%에서 2011년 79.6%로 크게 증가한 것으로 나타났다. 음악산업은 매출 규모가 크지는 않았지만 온라인 및 디지털 콘텐츠 매출 비중은 꾸준히 20%대를 유지하는 것으로 나타났는데, 이는 스마트폰, 테블릿 PC 등 이동 중에 음악을 들을 수 있는 기기의 사용자가 증가하고 K-POP의 해외진출이 활발해지면서 국내외 음원 수요가 증가하여 온라인 음원시장의 매출이 증가했기 때문으로 판단된다.

[표 2] 2009년~2011년 콘텐츠산업별 매출액 대비 디지털 콘텐츠 매출액 비중

(단위: %)

구분	콘텐츠 솔루션	지식정보	게임	음악	만화	광고	출판	영화	방송	애니 메이션	콘텐츠산업 전체
2009년	100.0	100.0	69.5	21.5	13.7	9.6	5.6	0.7	5.1	1.9	24.0
2010년	100.0	100.0	75.3	22.0	14.2	8.6	6.2	0.8	4.5	1.4	25.5
2011년	100.0	100.0	79.6	23.8	15.7	11.9	7.0	4.8	3.9	2.5	28.4
전년대비 증감	-	-	4.4	1.8	1.5	3.2	0.8	4.0	-0.6	1.0	2.9

※ 출처: 문화체육관광부(2012), "2012 콘텐츠산업 통계조사" 재구성

콘텐츠산업 중 콘텐츠솔루션, 애니메이션, 음악, 만화, 지식정보의 6개 산업의 디지털 콘텐츠 매출액을 가치사슬별로 기획·제작, 유통·배급, 기타로 나누어 살펴보았다. 이때 기타 매출액은 비중이 작아 분석에서 제외하였으며, 기획·제작, 유통·배급에 중점을 맞추어 설명한다.

콘텐츠솔루션과 애니메이션의 디지털 콘텐츠 매출액은 유통·배급 매출액 비중보다 기획·배급 매출액의 비중이 높은 것으로 나타났으며, 음악, 출판, 만화, 지식정보는 기획·배급 매출액 비중보다 유통·배급 매출액의 비중이 높은 것으로 나타났다. 2011년 콘텐츠솔루션산업의 디지털 콘텐츠 매출액은 기획·제작 매출액이 98.0%, 유통·배급 매출액이 1.0%로 대부분이 기획·제작인 것으로 나타났으며, 애니메이션산업의 디지털 콘텐츠 매출액은 기획·제작 매출액이 53.0%, 유통·배급 매출액이 49.3%로 비슷한 비중인 것으로 나타났다. 콘텐츠솔루션산업은 제작업체에서 직접 유통을 하는 경우가 많기 때문에 기획·제작 매출액 비중이 높게 나타난 것으로 판단된다.

반면에, 2011년 음악산업의 디지털 콘텐츠 매출액은 기획·제작 매출액이 7.0%, 유통·배급 매출액이 91.7%로 대부분이 유통·배급인 것으로 나타났으며, 출판산업 역시 기획·제작 매출액이 10.6%, 유통·배급 매출액이 88.7%로 유통·배급 매출액 비중이 매우 높은 것으로 나타났다. 음악산업의 온라인 및 디지털 매출액이 증가한 가장 큰 이유는 스마트폰 이용자 수의 급속한 증가에 따라 스마트폰의 무선인터넷을 사용하여 멜론, 엠넷 등의 음악 스트리밍 및 다운로드 서비스를 이용하는 이용자 또한 증가하였기 때문이다. 출판산업과 만화산업은 전자책 리더기 및 전자책 콘텐츠가 증가하였고 이에 따라 전자책 이용자 또한 증가함에 따라, 인터넷·모바일 전자출판 서비스업, 인터넷·모바일 만화 콘텐츠 서비스, 인터넷서점의 매출이 증가하여 유통·배급 매출액 비중이 높게 나타난 것으로 판단된다.

[표 3] 2009년~2011년 콘텐츠산업별 디지털 콘텐츠의 기획·제작 및 유통·배급 매출액 비중

(단위: %)

구분		콘텐츠솔루션	애니메이션	음악	출판	만화	지식정보	콘텐츠산업 전체
2009년	기획·제작	97.6	88.9	9.9	8.9	28.2	29.8	40.9
	유통·배급	1.0	10.4	88.4	90.1	71.4	68.1	57.3
2010년	기획·제작	97.6	24.9	8.4	9.1	22.6	26.9	38.1
	유통·배급	1.0	74.8	90.0	90.0	77.0	71.3	60.3
2011년	기획·제작	98.0	50.3	7.0	10.6	18.6	23.4	51.6
	유통·배급	1.0	49.6	91.7	88.7	81.0	75.0	46.3

※ 출처: 문화체육관광부(2012), "2012 콘텐츠산업 통계조사" 재구성

국내 콘텐츠산업의 디지털 콘텐츠 매출액의 분석 결과, 전체 콘텐츠산업에서 디지털 콘텐츠 매출액은 해마다 증가하고 있으며, 전체 매출액에서 차지하는 비중 또한 꾸준히 증가하고 있는 것으로 확인되었다. 향후에도 콘텐츠 관련 네트워크 및 기기 기술은 지속적으로 개발될 것이고, 이는 콘텐츠 향유를 보다 쉽고 빠르게 해줄 것이다. 따라서 디지털 콘텐츠 이용자의 요구를 충족시켜 줄 수 있는 질 높은 콘텐츠의 제작이 필수적이다. 질 높은 콘텐츠의 제작을 위해서는 콘텐츠산업 세제 개선을 위한 정책, 콘텐츠 제작자와 유통업체 간 적정한 수익분배와 같은 유통구조에 관한 연구 그리고 창의적인 콘텐츠 제작을 위한 교육 과정 및 콘텐츠 제작 환경의 개선 등이 필요할 것이다.