

■ 서비스업생산지수 중 콘텐츠산업 및 분야별 생산변화 추이 ■

김은정(KOCCA 통계정보팀 책임연구원)

통계청은 2월 28일 광공업 및 서비스업의 구조 변화를 반영하고 GDP 및 생산자물가지수 등 2010년 기준 경제지표와의 비교가능성을 유지하기 위해 산업활동동향 지수의 기준연도를 현재 2005년에서 2010년(=100)으로 일제히 변경하였다. 지수 개편에 따라 지난해 2012년 광공업생산 증가율은 전년대비 0.8%로 기존 지수 기준 1.7%보다 0.9%p 줄어들고, 서비스업생산지수 증가율은 1.7%에서 1.6%로 0.1%p 낮아진 것으로 나타났다.

산업의 구조변화를 반영함에 따라 서비스업생산지수를 구성하는 대표업종도 추가, 세분화, 통합, 탈락을 통해 21개 늘어난 203개로 변경되었다. 콘텐츠산업과 관련된 대표업종의 변경을 살펴보면, 이용자 요구에 의해 '영화·비디오물 및 방송프로그램제작업', 영화·비디오물 및 방송 프로그램배급업과 비중 증가가 예상되는 '매니저업', '전시 및 행사대행업'이 추가되었다. 또한 비중 감소 및 구분 곤란한 업종으로 공연시설운영업, 공연단체가 '공연시설 운영업'으로 통합되었다. 대분류 업종가중치 조정을 보면, 'J. 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업'은 0.1%p 증가한 반면, 'R. 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업'은 0.1%p 감소하였다.

서비스업생산지수 중 콘텐츠산업 관련 업종만을 재집계한 "콘텐츠산업생산지수"는 '10년 4.4%, '11년 5%의 증가율을 보였으나, '12년에는 증가폭이 감소하며 0.7%의 증가율을 보이고 있다. 콘텐츠산업 관련 대분류항목인 J. 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업, R. 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업과 비교해 보면, '10년에는 두 대분류항목보다 높은 증가율을, '11년에는 비슷한 성장폭을 보이다가 '12년 들어 두 대분류 항목보다 낮은 증가율을 나타내고 있다.

<표 1> 콘텐츠산업생산지수의 분기별 변화 추이('10년 ~ '12년)

(()은 증가율%)

분기	'10년 1분기	'10년 2분기	'10년 3분기	'10년 4분기	'10년	'11년 1분기	'11년 2분기	'11년 3분기	'11년 4분기	'11년	'12년 1분기	'12년 2분기	'12년 3분기	'12년 4분기	'12년
서비스업 생산지수	96 (-2.9)	100.3 (4.5)	99.2 (-1.1)	104.5 (5.3)	100 (5.8)	101.6 (-2.8)	106.3 (4.6)	106.6 (0.3)	110.3 (3.5)	106.2 (6.2)	106.5 (-3.4)	109.7 (3)	109.4 (-0.3)	112.4 (2.7)	109.5 (3.1)
콘텐츠산업 생산지수*	99.5 (1.1)	98 (-1.5)	102.2 (4.3)	100.3 (-1.8)	100 (4.4)	102 (1.7)	101.7 (-0.3)	107.2 (5.3)	108.8 (1.5)	104.9 (5)	104.8 (-3.7)	107.3 (2.4)	108.7 (1.3)	110.6 (1.7)	105.6 (0.7)
출판·영상·방송·통신 및 정보 서비스업	92.7 (-11.8)	98.9 (6.7)	98 (-0.9)	110.4 (12.7)	100 (2.1)	97.5 (-11.7)	102.6 (5.2)	104.3 (1.7)	116.6 (11.8)	105.3 (5.3)	101.7 (-12.8)	106.9 (5.1)	106.9 (0)	117.7 (10.1)	108.3 (2.8)
예술·스포츠 및 여가관련 서비스업	85.2 (-13)	107.9 (26.6)	104.7 (-3)	102.2 (-2.4)	100 (1.6)	90.4 (-11.5)	113.8 (25.9)	111.5 (-2)	110.3 (-1.1)	106.5 (6.5)	96.1 (-12.9)	120.5 (25.4)	117.2 (-2.7)	109.7 (-6.4)	110.8 (4)

출처: 통계청 서비스업생산지수

* 콘텐츠산업생산지수는 서비스업생산지수의 세부항목 중 콘텐츠산업 관련 업종만을 재집계한 것

콘텐츠산업생산지수가 대분류 J 및 R보다 전체 서비스생산지수의 변화 추이와 더 유사한 이유는 본 지수 항목에 콘텐츠 온오프라인 유통·소비와 관련된 산업분류 항목이 모두 포함되어 있고 이 때문에 '12년 경기 및 소비가 위축된 부분이 직접적으로 반영된 것에서 기인한 것으로 판단된다.

분기별 생산 변화추이를 살펴보면, J 산업분류의 경우 1분기에 불황기, 4분기에 호황기를 보이고 있는데, 4분기의 호황은 콘텐츠산업의 계절적 특수 및 높은 매출 집중도 등에 의한 것임을 확인할 수 있다. R 산업분류의 경우는 1분기는 불황기, 2분기는 호황기로 전분기대비 20% 이상의 증가율을 나타내고 있다. 이는 해당 산업의 특성상 봄(4월~6월), 가정의 달(5월)에 생산 및 소비가 전분기에 비해 급격히 증가하기 때문임을 알 수 있다. 반면, 콘텐츠산업 생산 분류는 콘텐츠 제작, 유통 관련 산업군이 종합되다보니 J, R과 같은 뚜렷한 계절적인 변화가 주목되지 않고 있다. 서비스업생산지수는 1분기 불황, 2분기 호황을 보이며, 10년도에만 4분기에 전분기대비 가장 높은 증가율을 보이고 있다. 이는 '10년도 말 경제상황이 호전된 부분이 반영된 것으로 보인다.

현 서비스업생산지수 내에서 명확하게 분리하여 살펴볼 수 있는 콘텐츠 산업 중 세부산업은 출판산업, 영화산업, 방송산업, 광고산업으로, 이에 대한 구체적인 분석은 다음과 같다.

출판산업 생산은 '10년 이후 지속 감소하는 추세(-2.3%, -2%, -1.4%)를 보이는데, 이는 전통 출판산업이 쇠퇴하고 있음을 보여주는 것이다. 그러나 감소폭은 점차 줄어주는 추세로, 전자출판 시장이 기존 전통 출판시장을 보완하고 있는 것으로 보인다. 태블릿PC, 패블릿 등 다양한 스마트 기기의 보급은 높으나 해외에 비해 아직 전자책 전용리더기의 보급률은 낮은 편으로 다양한 방식의 마케팅 및 판매 촉진이 요구되는 상황이다. 분기별 변화 추이를 보면, 대체적으로 1~3분기까지 지속 불황기를 보이다 4분기에 생산 및 매출이 집중되는 것으로 나타나고 있다.

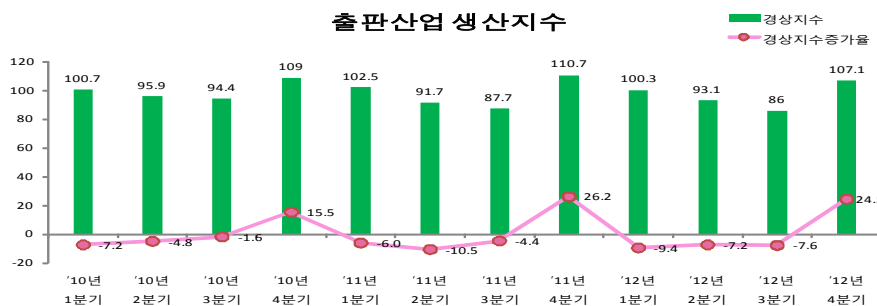
<표 2> 출판산업 생산지수의 분기별 변화 추이('10년 ~ '12년)

(()은 증가율%)

분기	'10년 1분기	'10년 2분기	'10년 3분기	'10년 4분기	'10년	'11년 1분기	'11년 2분기	'11년 3분기	'11년 4분기	'11년	'12년 1분기	'12년 2분기	'12년 3분기	'12년 4분기	'12년
출판산업 생산지수*	100.7 (-7.2)	95.9 (-4.8)	94.4 (-1.6)	109 (15.5)	100 (-2.3)	102.5 (-6)	91.7 (-10.5)	87.7 (-4.4)	110.7 (26.2)	98 (-2)	100.3 (-9.4)	93.1 (-7.2)	86 (-7.6)	107.1 (24.5)	96.6 (-1.4)

출처: 통계청 서비스업생산지수

* 출판산업 생산지수는 서비스업생산지수에서 출판업 하위분류인 서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업(하위분류 서적출판업, 신문, 잡지 및 정기간행물 출판업)을 의미



방송산업 생산은 '10년 11.4%, '11년 9.1%, '12년 3.5% 지속 증가하고 있지만 그 증가폭은 감소하는 추세를 보이고 있다. 특히 '12년은 증가율이 현저히 하락한 것으로 나타나고 있는데, 이는 '2012년 방송매체이용행태조사'에서도 나타나고 있듯이 스마트폰 보유율이 2011년 27.1%에서 2012년 57.5%로 크게 증가하면서 TV 이용이 스마트폰 등 신규 매체로 대체현상이 증가한데 따른 것이다. 분기별 추이를 보면, 1분기가 저조하고, 2분기는 1분기 기초효과로 증가폭이 컸다가 3분기 다시 주춤, 4분기 때 호황인 것으로 나타나고 있다.

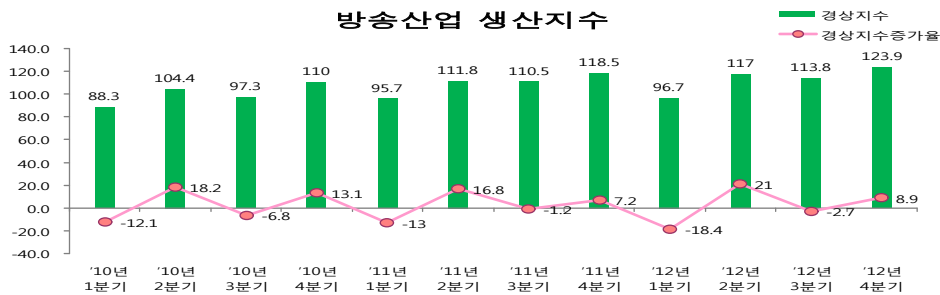
<표 4> 방송산업 생산지수의 분기별 변화 추이('10년 ~ '12년)

(()은 증가율%)

분기	'10년 1분기	'10년 2분기	'10년 3분기	'10년 4분기	'10년	'11년 1분기	'11년 2분기	'11년 3분기	'11년 4분기	'11년	'12년 1분기	'12년 2분기	'12년 3분기	'12년 4분기	'12년
방송산업 생산지수	88.3 (-12.1)	104.4 (18.2)	97.3 (-6.8)	110 (13.1)	100 (11.4)	95.7 (-13)	111.8 (16.8)	110.5 (-1.2)	118.5 (7.2)	109.1 (9.1)	96.7 (-18.4)	117 (21)	113.8 (-2.7)	123.9 (8.9)	112.9 (3.5)

출처: 통계청 서비스업생산지수

* 방송산업 생산지수는 서비스업생산지수에서 방송업을 의미하며, 하위분류로 텔레비전 방송업(지상파 방송업, 유선, 위성 및 기타 방송업)



방송산업과 밀접한 연관분야인 광고산업은 '10년 16.6%, '11년 11.7%, '12년 7.8%의 높은 성장률을 보이고 있지만, 역시 성장폭은 감소하고 있는 것으로 나타나고 있다. 광고산업은 온라인 광고시장을 흡수하며 지속 성장하고 있지만 산업의 큰 비중을 차지하는 방송매체의 변화에 영향을 받는 점, 경기에 가장 민감한 산업 중 하나인 점은 산업의 성장이 제한될 수밖에 없는 요인들이다.

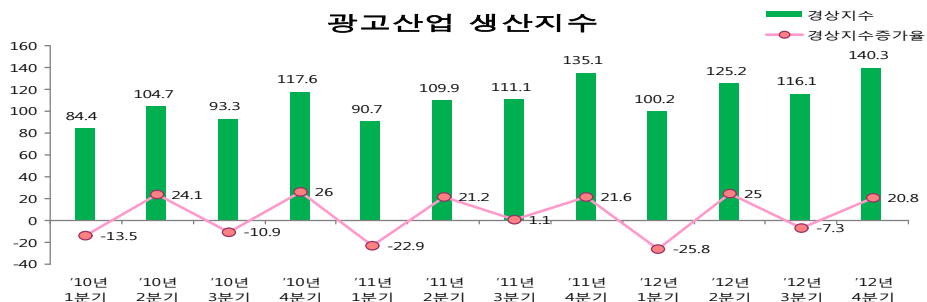
<표 5> 광고산업 생산지수의 분기별 변화 추이('10년 ~ '12년)

(()은 증가율%)

분기	'10년 1분기	'10년 2분기	'10년 3분기	'10년 4분기	'10년	'11년 1분기	'11년 2분기	'11년 3분기	'11년 4분기	'11년	'12년 1분기	'12년 2분기	'12년 3분기	'12년 4분기	'12년
광고산업 생산지수	84.4 (-13.5)	104.7 (24.1)	93.3 (-10.9)	117.6 (26)	100 (16.6)	90.7 (-22.9)	109.9 (21.2)	111.1 (1.1)	135.1 (21.6)	111.7 (11.7)	100.2 (-25.8)	125.2 (25)	116.1 (-7.3)	140.3 (20.8)	120.4 (7.8)

출처: 통계청 서비스업생산지수

* 광고산업 생산지수는 서비스업생산지수에서 광고업을 의미



영화산업 생산은 지수 내에서 콘텐츠산업 세부산업 분류 중 제작, 배급(유통), 소비를 모두 포괄하여 볼 수 있는 산업군이다. 영화산업 전체적으로 봤을 때 매년 7~8%의 성장률이 나타나고 있으며, 3분기(7~9월)가 호황기로 나타나고 있다. 이는 영화 및 비디오물 상영업의 3분기 호황에 기인한 것으로 7~9월은 소비측면에서의 여름방학 특수기로서 영화산업 전체에 미치는 영향이 매우 큼을 알 수 있다. 영화 및 비디오물 상영업의 불황기는 4분기 겨울시즌으로 나타나고 있으며, 점차 그 감소율 폭이 줄어들고 있는 점 등 2012년 들어 영화산업의 경우 국내 영화를 중심으로 소비수요가 급격히 증가하면서 계절적인 요인이 점차 사라지고 있다는 분석이 제기되고 있다. 영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작업의 경우 2013년 지수개편에 이용자 요구로 새롭게 편입된 분류로 '10년 7%, '11년 12%의 증가율을 보이다가 '12년 -2.7%의 감소율을 보여 2012년 영화산업의 제작시장은 경기침체로 위축(-2.7%)된 반면, 소비시장은 전체적인 소비위축에도 불구하고 영화소비는 급증(16.8%)한 것으로 나타나고 있다.

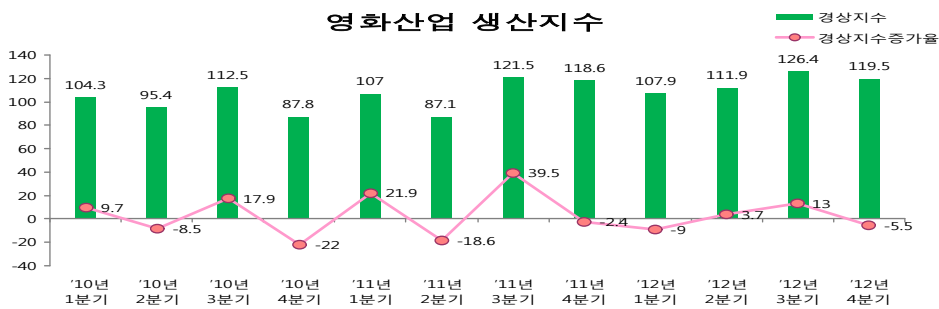
<표 3> 영화산업 생산지수의 분기별 변화 추이('10년 ~ '12년)

(()은 증가율%)

분기	'10년 1분기	'10년 2분기	'10년 3분기	'10년 4분기	'10년	'11년 1분기	'11년 2분기	'11년 3분기	'11년 4분기	'11년	'12년 1분기	'12년 2분기	'12년 3분기	'12년 4분기	'12년
영화산업 생산지수*	104.3 (9.7)	95.4 (-8.5)	112.5 (17.9)	87.8 (-22)	100 (7)	107 (21.9)	87.1 (-18.6)	121.5 (39.5)	118.6 (-2.4)	108.6 (8.6)	107.9 (-9)	111.9 (3.7)	126.4 (13)	119.5 (-5.5)	116.5 (7.3)
영화 비디오물 및 방송프로그램 제작업	103.6 (0)	108.8 (5)	91.9 (-15.5)	95.7 (4.1)	100 (7)	124.4 (30)	78.6 (-36.8)	103.4 (31.6)	141 (36.4)	111.9 (12)	108.4 (-23.1)	115.1 (6.2)	101.4 (-11.9)	110.8 (9.3)	108.9 (-2.7)
영화및비디오물상 영업	105.6 (11.3)	84.2 (-20.3)	131 (55.6)	79.2 (-39.5)	100 (7)	92.5 (16.8)	93.3 (0.9)	139.1 (49.1)	102.1 (-26.6)	106.8 (7)	108.5 (6.3)	112.4 (3.6)	151.2 (34.5)	129.2 (-14.5)	125.3 (16.8)

출처: 통계청 서비스업생산지수

* 영화산업 생산지수는 서비스업생산지수에서 영화·비디오물 방송프로그램 제작 및 배급업 생산지수를 의미하며, 하위분류로 영화·비디오물 및 방송프로그램 제작업과 영화 및 비디오물 상영업으로 구분



2010년~2012년 3년간의 서비스생산지수를 통해 콘텐츠산업과 분야별 생산변화 추이를 살펴 보면서 콘텐츠산업이 경기흐름과 세부산업들의 계절적 요인들이 반영되어 성장폭과 감소폭이 완화되거나 증대되는 것을 알 수 있었다. 이러한 과거 추이를 살펴보는 이유 중에는 이를 토대로 미래를 예측하는 것인데, 한국콘텐츠진흥원에서 분기별로 조사하는 콘텐츠기업경영체감도에 따르면, '13년 1, 2분기는 '12년 4분기 대비 유사한 수준의 매출, 수출, 투자, 고용, 자금흐름이 보여질 것으로 나타나고 있다. '13년 2분기 이후에는 정책적 지원에 따른 내수확대와 세계 경제회복에 기인하여 대내외 경쟁력을 확보한 콘텐츠 중심으로 산업이 지지개를 펼 것으로 예상되고 있다.