

# 콘텐츠@창조산업 동향과 이슈 : 산업 동향



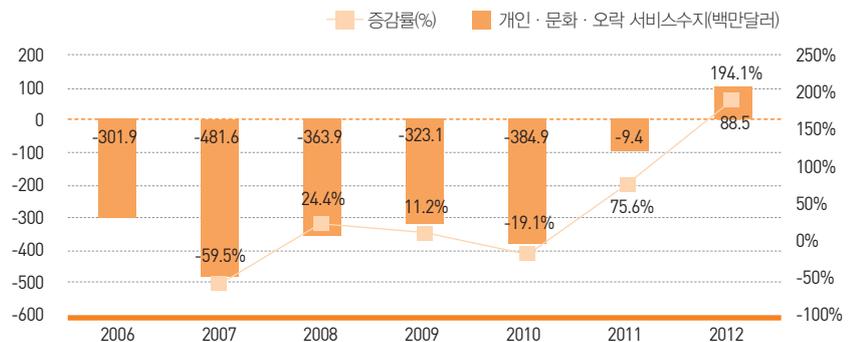
## + 콘텐츠산업의 2012년 결산과 2013년 전망

| 홍유진 (한국콘텐츠진흥원 통계정보팀장) |

얼마 전 콘텐츠산업으로서는 주목할 만한 통계가 발표되었다. 우리나라의 '개인·문화·오락 서비스 수지'(음향·영상서비스+기타 개인·문화·오락서비스)가 1980년도부터 시작된 국가통계 산정 이후 처음으로 흑자를 기록한 것이다. 개인문화오락서비스수지는 그간 지속적으로 적자를 기록해오다 2012년 8천5백만 달러로 첫 흑자를 기록했다.

이는 전년도 -9천4백만 달러의 적자였던 것과 비교하면 약 1억8천만 달러의 차이를 보이는 수치이다. 개인문화오락서비스 수지의 흑자 기록은 이제 우리나라의 문화 및 콘텐츠·여가활동이 사회적·심리적 중요성 및 수요 증가에 그치는 것이 아니라 실질적으로 경제적 성과를 거두는 영역이 되었음을 의미한다. 즉, 문화와 여가 분야는 이제 명실공히 창조경제 내 수출형 산업으로서 우리나라의 문화 및 경제적 부흥을 이끄는 데에 주요한 몫을 하고 있는 것이다.

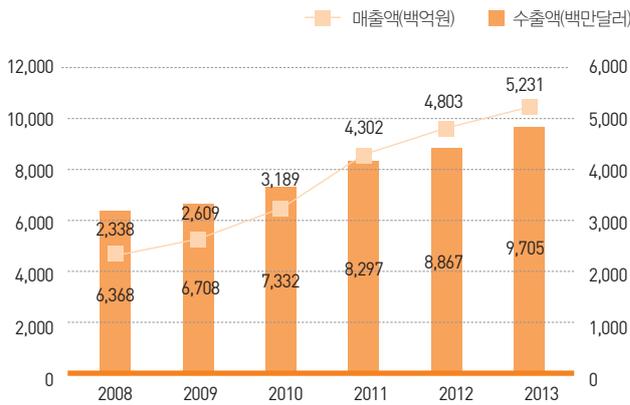
개인·문화·오락서비스 수지 추이



※ 한국은행 경제통계시스템 자료를 재구성

또한 콘텐츠산업의 수출액 및 내수시장에서의 성과를 포괄하는 매출액 추이에서도 지난해에 비해 약 6.9% 성장한 약 89조원의 규모를 달성한 것으로 추정되고 있다. 이는 스마트 기기의 확산과 함께 콘텐츠 유통 채널의 다각화가 이루어지면서 게임, 캐릭터, 광고, 방송 등을 중심으로 하는 수요 증가가 주된 요인으로 작용한 것으로 판단된다.

콘텐츠산업의 매출액 및 수출액 추이



분야	2012년(○)	
	매출액(백억원)	수출액(백만달러)
출판	2,098	265
만화	73	18
음악	420	235
게임	1,053	2,787
영화	415	29
애니메이션	54	105
방송	1,355	223
광고	1,325	98
캐릭터	796	458
지식정보	968	434
콘텐츠솔루션	311	151
합계	8,868	4,803

※ 한국콘텐츠진흥원, 2013년 콘텐츠산업 전망 보고서 및 내부자료

특히 게임은 2011년 대비 무려 약 20%의 증가율을 보였고 캐릭터 및 영화 분야도 각각 10% 가량의 증가율을 보임으로써 2012년 콘텐츠산업 성장에 기여했다. 게임은 전체 콘텐츠산업 수출액의 절반을 상회하는 58%의 비중을 차지하여 2011년 55.3% 비중보다 더욱 확대되어 한국 콘텐츠의 해외 진출을 주도하는 것으로 나타났고, 각 산업별로는 특히 영화 분야가 2011년 대비 81.3% 성장하였으며, 음악(19.7%), 게임(17.2%), 캐릭터(16.8%)이 높은 수출 증가율을 보였다.

산업적 성장과 함께 고용 창출에서도 연이은 성과를 보였다. 콘텐츠산업 분야의 종사자 수는 최근 들어 증가율은 감소하고 있으나 매년 꾸준히 늘어나고 있으며 2012년에도 전년 대비 0.1% 증가한 605,496명으로 추정되고 있다.

이처럼 개인·문화·오락서비스 수지의 흑자 전환 수치와 콘텐츠산업의 매출·수출 증가에서도 확인되듯이, 지난해 우리나라는 한류 등 문화콘텐츠의 대외 수출 증가, 온라인·모바일 유통방식의 확산, 스마트기기를 기반으로 콘텐츠의 매출 확대 등으로 대내외적으로 높은 실질적·상징적 성과를 거둔 한 해였다. 2010년부터 본격화된 한류가 드라마, 게임에 이어 음악 분야로까지 연속적으로 확대되면서 전 세계적으로 한국 콘텐츠의 위력을 발휘하고 있는 것이다. 2013년은 이러한 2012년의 성과를 보다 확대하고 견고히 해 나갈 것으로 전망되며, 콘텐츠 경쟁력이 더욱 부각되는 한 해가 될 것으로 예상된다.

국내 콘텐츠산업별 종사자 현황

(단위 : 명, %)

구 분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년p	증감률(%) (*11~*12p)	연평균성장률(%) (*08~*12p)
출 판	210,084	206,926	203,226	198,691	197,113	-0.8	-1.6
만 화	11,093	10,748	10,779	10,358	10,102	-2.5	-2.3
음 악	66,475	76,539	76,654	78,181	78,833	0.8	4.4
게 임	95,292	92,533	94,973	95,015	94,802	-0.2	-0.1
영 화	19,908	28,041	30,561	29,569	30,125	1.9	10.9
애니메이션	3,924	4,170	4,349	4,646	4,652	0.1	4.3
방 송	34,393	34,714	34,584	38,366	38,478	0.3	2.8
광 고	30,700	33,509	34,438	34,647	34,806	0.5	3.2
캐릭터	21,092	23,406	25,102	26,418	26,897	1.8	6.3
지식정보	41,279	55,126	61,792	69,026	69,137	0.2	13.8
콘텐츠 솔루션	14,679	17,089	19,540	19,813	20,551	3.7	8.8
합 계	548,919	582,801	595,998	604,730	605,496	0.1	2.5

※ 문화체육관광부, 「2012 콘텐츠산업통계」(2008~2011); KOCCA 내부자료, 「콘텐츠산업전망」(2012p)

그간 아이돌 중심의 해외진출이 지속적으로 이루어진 음악 분야는 2012년 가수 사이의 '강남 스타일'로 또 다른 돌풍을 일으켰는데, '강남 스타일'의 유튜브 조회 수는 13억 건으로 역대 최대 조회 동영상으로 꼽혔고 현재도 꾸준히 증가하고 있다. 특히 메이저 엔터테인먼트 기업의 경우 오디션 프로그램과 같은 방송과의 연계를 통해서 신인 발굴 및 기획, 음원출시까지 새로운 비즈니스 모델을 자리매김하기도 했다. 앞으로도 유튜브 등 UCC 및 스마트폰을 기반으로 국내외 마케팅은 보다 활발하게 이루어짐으로써 K팝의 저변이 확대될 것으로 전망되며 일본에 편중된 수출지역이 보다 다변화될 것으로 기대된다.

영화의 경우, 베니스 국제영화제에서 황금사자상을 받은 김기덕 감독의 영화 '피에타'의 경우 이미 해외 30개국에 판매되었고, 영화시장 자체로도 극장 관객수 1억9천만 명 및 극장매출액 1조4천억 원으로 역대 최대의 규모를 달성했다. 그간 한국 영화가 해외 영화제에서 받았던 높은 평가를 기반으로 2013년에는 한국 배우 외에 박찬욱 감독 및 김지운 감독 등 영화감독들의 해외진출도 활발해지면서 한국 영화에 대한 세계 인지도는 더욱 높아질 것으로 기대된다.

애니메이션 분야에서도 한미 합작 '코라의 전설'이 미국에 방영되면서 전체 케이블에서 4위 및 어린이프로그램 1위를 차지하기도 했고 '파닥파닥' 및 '돼지의 왕' 등은 영화제에서 수상 혹은 초청작으로 상영되면서 작품성에서도 높은 평가를 받았던 해였다. 3D애니메이션 대작 '다이노타임'은 북미에서, '뛰뛰빵빵구조대'는 중국에서 개봉하는 등 한국 애니메이션의 해외진출은 앞으로도 지속적으로 증대될 것으로 기대된다. 국내에서는 애니메이션 총량제의 확대 및 KBS kids와 EBSu 등 유아와 어린이를 대상으로 하는 지상파 채널이 개국하면서 2013년 애니메이션 제작과 편성이 보다 활성화될 것으로 기대되고 있다.

게임 분야에서는 내수 온라인게임 시장은 성장률이 다소 정체된 가운데 ‘리그 오브 레전드’, ‘디아블로3’, ‘피파 온라인’ 등 외산게임의 점유율이 크게 증가했으나, 해외 수출은 여전히 큰 폭의 증가세를 유지하며 견조한 성장세를 이어나갔다. 또한 한 가지 주목할 점은 ‘애니팡’ 및 ‘드래곤 플라이트’ 등과 같이 카카오톡 및 라인 등 MIM(mobile instant messenger)을 새로운 게임플랫폼으로 한 모바일게임들의 시장성을 확인하였으며 이에 대해 이전에 한국이 주도적으로 창출했던 온라인게임의 비즈니스모델이 모바일 분야에서 다시 한 번 재현될 수 있을지 전세계의 귀추가 주목된 중요한 한 해였다는 점이다. 2013년은 이러한 모바일게임 중심의 시장 재편이 보다 가속화될 것으로 보이며, ‘아키에이지’ 및 ‘블레이드 앤 소울’ 등을 통해 온라인게임이 또다시 시장 확대를 꾀할 수 있을지 기대되는 한 해가 될 것으로 예상된다.

이와 같은 게임 및 애니메이션의 활성화는 캐릭터 분야에도 영향을 미침으로써 지난해에는 ‘앵그리 버드’ 및 ‘애니팡’ 등 게임캐릭터도 큰 인기를 끌었으며, 캐릭터를 중심으로 한 뮤지컬도 ‘구름뽕’, ‘빼꼼’, ‘로보카 폴리’ 등 다양하게 등장하거나 뽀로로나 코코몽 및 디보 등 캐릭터를 주제로 하는 테마파크 및 카페도 새로운 비즈니스 영역으로 활성화되었다.

2012년 흥행 아이템: 싸이 ‘강남스타일’, 모바일게임 ‘애니팡’, 영화 ‘피에타’



또한 만화분야에서는 포털 등을 통한 웹툰의 급성장으로 만화 수요자의 소비패턴을 바꾼 것 뿐 아니라 신규 수요자의 유인도 가속화되었다. ‘열혈강호’와 같은 기존의 베스트셀러 만화가 앱 만화로 새롭게 유통되면서 앱스토어 도서 분야 1위를 차지하기도 했다. 이와 함께 ‘이웃사람’ 및 ‘26년’과 같이 만화를 원작으로 다른 장르로 확장된 사례 꾸준히 나타났고, 만화 일러스트를 활용한 모바일 카드게임류의 확산 등 콘텐츠 장르 간 연계는 이전보다 다각적인 차원에서 확장되는 추세를 보였다.

출판 및 만화 분야에서는 국내외적으로 전반적으로 감소 추세를 보이기는 했으나, 온라인을 중심으로 하는 유통은 지속적으로 증가함으로써 오프라인 시장의 감소를 어느 정도 상쇄시켜왔다. 종이책보다는 전자책(e북)을 중심으로 하는 시장 확대와 기존의 출판 만화 외에 웹툰의 성장 등으로 온라인 중심의 유통시장이 새롭게 확산되기 시작한 것이

다. 이러한 흐름은 2013년에 온라인 및 모바일 플랫폼의 확대와 더불어 전체 출판 및 만화 시장이 비로소 플러스 성장을 가시화하게 되는 해가 될 것으로 예상된다. 더구나 최근 스마트 기기는 태블릿PC의 지속적인 확산 뿐 아니라 스마트폰 디스플레이 크기가 확장된 형태인 패블릿(phablet)의 급속한 보급으로, 출판 및 만화 등의 온라인·모바일 유통의 확산에 또 다른 유인 요인으로 작용할 것으로 기대되고 있다.

광고 분야의 경우에도 스마트 환경의 영향으로 기존의 전통매체를 통한 광고보다는 뉴미디어 광고 시장이 크게 성장했다. 방송광고 제작 편수는 30%가 감소한 것에 비해 온라인광고는 전년 대비 7.7% 증가했고, 소외 프리미엄 콘텐츠(freemium contents)를 기반으로 하는 광고와 콘텐츠의 결합은 향후 광고시장의 새로운 수익모델로 자리 잡았으며 이는 앞으로 더욱 확산될 것으로 보인다.

방송분야의 경우 종편채널의 부진과 지상파 재송신 분쟁 등으로 다양한 이슈들이 제기된 한 해였고, 특히 poq, tving 등의 등장과 N스크린의 유료가입자 증가로 뉴미디어와 기존 채널 간의 경쟁이 심화되었다. 또한 2011년에 이어 2012년에도 오디션 프로그램 및 리얼 버라이어티는 여전히 사회적으로 큰 관심을 받는 동시에 드라마 이외에 새로운 한류 장르로서 부각되었고 향후 드라마와 함께 해외수출에 기여하는 장르로 자리잡아 나갈 것으로 기대되고 있다.

이상과 같이 우리나라 콘텐츠는 앞으로도 격화되는 글로벌 경쟁체제 속에서도 지속적으로 양적·질적인 성과를 이루어나갈 것으로 전망된다. 질적인 성장으로 인한 국제 행사에서의 수상과 해외시장 진출, 기존의 편중된 시장에서 벗어나 새로운 권역으로의 수출 확대, 스마트 환경을 시의성 있게 접목하고 적용시킨 스마트 콘텐츠 및 고부가서비스로의 탈바꿈, 온라인·모바일 환경을 활용한 새로운 비즈니스 모델의 개발과 빠른 대응 등은 한국의 콘텐츠 진흥을 견인하는 주요한 방향이자 전략으로 작용될 것으로 보인다. 이를 통해 2013년은 콘텐츠와 함께 국민의 문화적 향유의 기회가 보다 확장되는 동시에 또 다른 한류의 새 버전이 국제적으로 큰 반향을 일으키는 한 해가 되기를 기대해 본다.