

콘텐츠@창조산업 동향과 이슈 : 글로벌 동향

+ 세계 콘텐츠 & 창조산업의 동향과 이슈

| 한국콘텐츠진흥원 미래전략팀 |

일본의 산업 & 정책 동향

‘쿨 재팬 펀드’를 통해 콘텐츠 해외진출 가속화

경제산업성은 애니메이션, 패션 등 일본의 콘텐츠가 최근 해외에서 주목받고 있는 가운데 글로벌 비즈니스로 발전시켜나가는 ‘쿨재팬 전략’을 몇 년 전부터 추진하고 있다. 동 계획은 쿨 재팬을 활용해 해외에 진출하고 있는 일본기업에 리스크 머니를 공급, 투자하는 것이 목적이다. 경제산업성은 2013년도 예산으로 재정투융자에 400억 엔의 조성을 요구하고 있다. 또한 펀드 경유가 아닌 민간 직접 출자형태로 400억 엔을 조성할 예정이며 국민펀드를 관리할 회사 설립도 계획 중이다.

일본의 문화콘텐츠 보존·활용 정책

문화유산 온라인은 2003년부터 문화청이 총무성과 함께 추진한 디지털 아카이브 정책으로 미술관, 박물관 등에 소장된 문화유산의 데이터를 등록해 검색·열람이 가능한 인터넷 포털사이트이다. 2008년 3월 오픈하여 2011년 11월 기준 92,466건의 문화유산정보가 등록되어 있으며 전국 927개의 미술관, 박물관이 정보를 공개하고 있다. 문화유산 온라인은 일본 내의 문화유산정보를 열람할 수 있도록 하고 나아가 전 세계 발신을 목표로 문화청과 국립정보화연구소가 공동 운영하고 있다.

문화유산 온라인 구상 이미지



NTT도코모의 스마트폰 콘텐츠 해외공략

NTT 도코모가 해외에서 일본 애니메이션과 소셜 게임 서비스를 본격적으로 시작하였다. 먼저 2013년 가을까지 스마트폰 대상으로 유럽과 남미에 서비스를 개시할 예정이다. 구글의 안드로이드와 애플의 iOS 등에 대응이 가능해 높은 평가를 받으면서도 해외 수출이 지연되어 온 일본 콘텐츠의 해외시장 개척을 지원할 방침이다. 도코모는 일본 내에 애니메이션과 게임 등을 판매하는 스마트폰 전용 사이트 <d 마켓>을 운영하고 있으며, 해외서비스는 이탈리아 콘텐츠 전송 서비스 업체인 본조르노(유럽, 미국, 남미 등 약 60개국에 게임, 음악 전송 서비스 중)와 함으로써 일본의 작품을 각 지역 특성에 맞게 서비스하는 것이 가능해 졌다. 도코모는 본조르노를 이용하여 구글, 애플과는 다른 형태로 콘텐츠의 세계 전송망을 구축하고자 한국의 삼성전자와 미국의 인텔이 주도하는 TISEN(타이젠)의 개발에 참가하여 전용 콘텐츠를 공급할 계획이다.

일본 전자서적 시장경쟁 심화

2013년 3월 6일 애플은 일본에서 전자서적 판매를 발표하였다. 이로써 주요 전자서점이 모두 진입해 전자서적이 보급기를 맞이하였으며, 중소 전자서점을 합치면 10개 이상으로 이용자를 확보하기 위한 경쟁이 심화될 것으로 보인다. 애플의 전자서점 iBOOKS는 자사의 태블릿PC 아이패드와 스마트폰 아이폰 이용자들을 대상으로 간편한 구입 제



| 애플 iBooks(일본판)

도를 도입하였다. 앞서 아마존은 단말기 크기와 가격으로 승부하였는데, 자사의 전자서적 단말기 <킨들> 및 태블릿 PC 등 다양한 기기에 애플리케이션을 제공하였다. 아마존과 애플 등이 전자서점을 연이어 개점함에 따라 일본 출판사들도 전자서적 사업에 신속히 대응하고 있다. 2012년도 일본 내 전자서적 시장은 713억 엔에 그쳤으나, 2016년에는 2000억 엔으로 급증할 전망으로 시장 확대에 따라 출판사들의 경쟁이 본격화될 것으로 예상된다.

라이브 공연 시장의 성장

일본의 전체 음악시장은 2011년 기준 1조 4,704억 엔으로 전년대비 500억 엔 감소한 3.3% 마이너스를 기록했다. 그런 가운데 라이브공연 시장의 성장은 매년 두드러지고 있다. 콘서트 프로모터스 협회에 따르면, 라이브 시장 매출은 2011년 기준 1,596억 엔으로 1996년 이후 라이브 공연 수와 라이브 입장객 수 모두 증가 추세에 있다. 이처럼 라이브 시장이 주목받는 배경에는 스마트폰과 같은 디지털 디바이스 보급에 기인한다. 특히 2006년 이후에 iTunes와 Youtube의 보급으로 음악·엔터테인먼트의 정보를 손쉽게 입수할 수 있게 되어 라이브에 대한 욕구가 높아졌다.

중국의 산업 & 정책 동향



광전총국(广电总局)과 신문출판총서(新闻出版总署)의 통합

2013년 3월 11일, 국무원은 신문출판총서(新闻出版总署)와 광전총국(广电总局)의 기능을 통폐합하여 국가신문출판광전영전시총국(国家新闻出版广播电影电视总局)을 설치한다고 발표하였다. 현재 과학기술과 문화산업이 융합된 형태로 발전을 거듭하면서 문화산업 각 영역이 유기적으로 발전하고 있다. 기존 방안은 문화부와 신문출판총서, 광전총국을 하나의 기관으로 통폐합하여 대문화부(大文化部)를 설치하는 것이었으나 3개의 기관이 통합되면서 가져올 혼란을 우려해 12.5 기간 내에는 대문화부가 출현하지 않을 것으로 합의하였다. 그리고 명칭도 '국가신문출판광전총국'으로 정정하였다.

인터넷 동영상 프로그램에 대한 관리 강화 정책

인터넷 동영상산업이 급성장함에 따라 관련 부서에 대한 관리·감독의 필요성이 높아져 이를 위해 국가광전총국과 국가인터넷관리사무처(国家互联网办公室)는 2012년 7월에 《인터넷 드라마와 마이크로 무비 등 인터넷 동영상 프로그램에 대한 관리 강화 통지》를 발표했다. 이는 국가가 우수한 인터넷 드라마와 마이크로 무비 등 인터넷 동영상 프로그램의 제작과 규범화 발전을 지원할 것을 제시한다. 이 통지에 따르면 첫째, 인터넷 동



영상 프로그램 운영업자가 책임진다는 원칙에 따라 프로그램이 방송되기 전 심사비준을 통과해야 인터넷에서 방송이 가능하다. 둘째, 인터넷 동영상프로그램산업협회는 자율 관리제도를 실시하고 심사위원에 대한 훈련과 감사를 실시해야 한다. 셋째, 법에 의거해 프로그램 운영업자의 진출 여부를 가려야 한다. 통지는 사이트 내에서 자체적인 우선심사비준을 통과한 뒤 방송 자격을 얻는 방식으로 인터넷 동영상 프로그램을 관리하는 것을 규정한다. 이처럼 관리방식을 혁신하고 운영업자의 책임의식을 강화시켜 인터넷 동영상 문화의 발전을 촉진하려 하나 여전히 많은 저작권 문제가 발생하고 있다.



바이두, 음원 다운로드 유료화 결정

2012년 12월 중국 최대 인터넷 포털 바이두가 소니 BMG, 워너브라더스와 같은 음원업체와 음원 다운로드 서비스 유료화에 합의하여 미리듣기만 무료서비스가 제공되고 음원 다운로드에는 월 정액제 방식으로 제공하는 방안을 논의 중이다. 유료화 되는 음원 가격은 곡당 1위안(한화 약 184원), 월 정액제는 20위안(한화 약 3,675원) 수준이 될 전망이다.

불법복제 CD와 온라인 무료 음원 다운로드로 중국 음반사의 수입이 2007년 이후 매년 40%씩 감소해 왔다. 한국 음악산업도 피해 대상으로 2012년 중국에서 온라인으로 유통된 한국 음원의 98.8%가 불법 유통된 것으로 파악되고 있다. 그러나 중국 네티즌의 음원 다운로드 유료화에 대한 반발이 거세고 이런 거부감이 음원 가격 결정에 반영돼 곡당 1위안으로 낮게 책정되었다. 또한 지난 10년간 무료로 음원을 사용해온 네티즌은 바이두나 QQ 등이 유료 다운로드 서비스를 실시하면, 다른 무료 음원 사이트로 이동할 가능성이 커 불법 다운로드가 사라질 지는 미지수이다(출처: KOTRA).

문화금융산업연구원 설립

2013년 3월 26일 북경중전문화금융산업연구원(北京中传文化金融产业研究院) 개원식이 있었다. 연구원은 중국문화미디어그룹(中国文化传媒集团)과 포상은행(包商银行)이 중국 문화기업의 융자 및 투자를 해소하기 위해 설립한 것으로 중국 최초의 민영 공공성 산업연구기관이다. 발기인이자 창간주인 중국문화미디어그룹은 2009년 국무원으로 부터 대형문화기업 육성의 허가를 받아 문화기술, 금융, 부동산 등 전략적인 발전을 해왔으며, 전통 간행물에서 온라인 매체, 영화극장체인, 예술품교역, 전시전람회 등 다양한 문화산업을 아우르는 활동을 활발히 전개하고 있다. 이번 문화산업과 금융산업이라는 이중산업 간 협력은 영역 확대의 발전가능성을 보여준 사례라 할 수 있으며, 《문화산업 진흥 및 발전변영을 지지하는 금융에 대한 지도의견》에 따라 구체적인 운영방안을 계획, 실시할 예정이다(출처: 중국신문망 中国新闻网).

유럽의 산업 & 정책 동향



콘텐츠 기업에 대한 영국의 세제 혜택 정책

2013년 4월부터 영국에서는 애니메이션, 게임, 고품질 방송 등 콘텐츠 분야 기업에 대한 세제 혜택 정책이 시행된다. 관련 창조산업 업체들은 본래 주어지던 기본적인 공제 금액 외에 영국 내 지출 비용(UK qualifying production expenditure)의 100%에 해당하는 금액을 추가로 공제받을 수 있다. 콘텐츠의 수익 규모가 클 경우, 이와 같은 추가적인 공제는 과세 대상이 세전 금액을 최소화시킨다. 그리고 이러한 추가 공제의 결과로 해당 프로젝트에서 손실이 발생할 경우, 손실분에 대해서 정부로부터 일정액의 보조금(tax credit)을 현금으로 받을 수 있다. 보조금의 규모는 해당 프로젝트 영국 내 지출 비용의 25%에 해당된다. 영국 정부는 세제 혜택의 결과로 연간 2,500만 파운드의 비용이 들 것으로 예측했다. 그러나 이러한 비용을 대가로 영국 내 수천 개의 일자리가 창출되고, GDP 향상에 기여할 것으로 기대된다.

야후 UK, 오리지널 콘텐츠 사냥

2천7백만 방문자를 가지고 있는 웹 거인 야후가 오리지널 온라인 비디오 커미셔닝에 박차를 가하면서 포털에 실릴 주요 뉴스, 파이낸스, 스포츠, 라이프 스타일 분야에 대한 콘텐츠 아이디어를 찾고 있다. 오리지널 콘텐츠는 점차적으로 포털의 색깔을 세팅하는데 중요하며 뷰잉(Viewing)에 있어 성장은 커미션의 증가를 가져올 것이라고 기대된다. 이러한 온라인 비디오 전략은 초기 단계이며 많은 예산이 마련되어 있지는 않지만 위험을 감수할 예정이다. Spirit Digital Media는 온라인 인터랙티브 쇼를 제작하였으며 역사적인 요소가 가미된 시리즈물도 현재 개발 중이다(출처: Broadcastnow 2013/3/22).

또한 미국 내 소셜 네트워킹 유저들의 소셜 네트워킹 웹사이트 접속 시간의 1/3 이상이 모바일 앱을 통하여 이루어지고 있어 소셜 네트워킹과 모바일, 특히 모바일 앱과의 밀접 관계를 볼 수 있다. 2011년과 비교하여, 모바일 웹이 아닌 모바일 앱에 직접 소비하는 시간이 76% (약 7배) 이상 상승하였다. 모바일 앱과 모바일 웹을 통해 소셜 네트워크에 접속하는 사용자 수는 각각 약 2배 증가한데 비하여 컴퓨터(PC)를 통한 접속자수는 1억 6,360만 명에서 1억 7,180만 명으로 증가율이 크지 않았다.

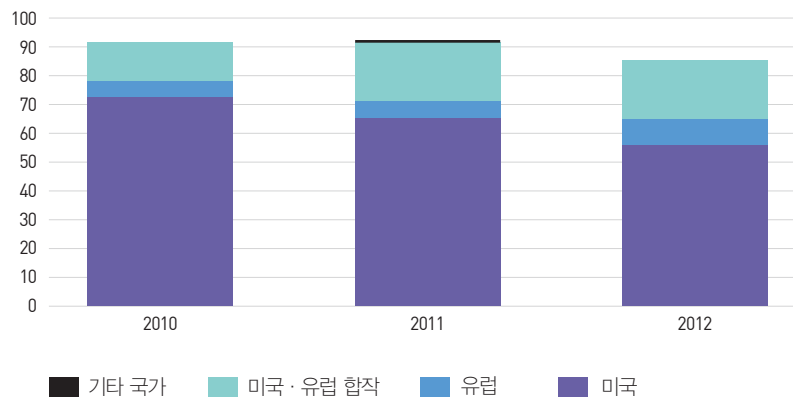
유럽 애니메이션의 틈새시장 전략

Screen Digest의 조사에 따르면, 2012년 유럽 애니메이션은 유럽 내 상위 5개국에서 관객 점유율 22%를 차지했다. 유럽에서 생산되는 미국 투자 애니메이션(Aardman의 <해적! 과학자와 함께 떠나는 모험>, 팀버튼의 <프랭크와 위니> 등)은 11%를 차지했고, 미국 애니메이션의 점유율은 66%였다. 이는 유럽 애니메이션 점유율 16%와 미국/유럽 공동 제작 7% 외 미국 애니메이션 점유율 77%를 보였던 2010년과 비교해 볼 만한 수치이다.

다른 국적의 애니메이션(일본, 한국, 러시아)은 1% 미만의 점유율로 눈에 띄지 않았다.

유럽 애니메이션은 미국 스튜디오의 흥행작들보다 훨씬 적은 예산으로 제작되지만, 이는 성공의 낮은 임계값을 의미하기도 한다. 제작자는 공적 자금, 텔레비전 공동 제작 및 판매 계약 네트워크에 지원받아 흥행에 실패하더라도 피해를 분담할 수 있다. 유럽 애니메이션은 수익 창출이 가능한 틈새시장을 찾아가고 있다(출처: Screen Digest 2013년 4월 호).

극장용 애니메이션 연간 관람객 수(유럽 주요 5개국, 백만 유로)



아이폰 vs. 안드로이드폰

2013년 모바일 OS별 시장 점유 수준을 비교해보면 아이폰의 iOS보다는 안드로이드 중심으로 재편되고 있음을 확인할 수 있다. 어플리케이션 다운로드 수로 비교할 때 초기 아이폰의 앱스토어 중심에서 안드로이드폰의 구글플레이로 순위가 뒤바뀌었고 유럽의 경우, 실제 사용되고 있는 스마트폰의 기기 수도 아이폰보다 안드로이드폰의 증가세가 높게 나타나고 있다. 매출액 역시 앱스토어 매출액에 비해 구글플레이 매출액이 더 높게 나타나고 있으나, 이를 각 스마트폰 1대 당 매출액으로 비교하면 앱스토어 매출액이 구글플레이보다 훨씬 더 높다. 이는 앱스토어의 경우, 무료 비중이 66%이고 유료 비중이 34%인 것에 비해 구글플레이의 경우, 무료 비중이 77%로 앱스토어보다 10% 이상 높기 때문이다. 이와 같이 구글 OS인 안드로이드폰의 높은 사용률, 그리고 이를 기반으로 하는 오픈마켓 구글플레이의 높은 어플리케이션 다운로드율과 무료 비중은 안드로이드의 개방성과 iOS의 폐쇄성에서 기인한다.

커넥티드 TV

유튜브와 BBC iPlayer 같은 온라인 비디오 콘텐츠 스트리밍 사이트의 선전에 TV가 다른 기기로 대체될 것이라는 예상을 깨고, 사람들이 TV 프로그램과 영화는 여전히 큰 스

스크린으로 시청하는 것을 선호함에 따라 오히려 TV와 인터넷을 접목하여 기술 사양이 더 높아지고 있다. 최근에 출시된 TV는 안테나, 위성, 개인비디오리코더(PVRs), DVD 플레이어, 게임 콘솔, 컴퓨터 등의 다른 서비스 및 기기와 연결되어 데이터 전송을 받을 수 있으며, 그 기능이 점차 다양해지고 있다. 더 많은 시청자들이 TV를 시청하는 동안 쌍방향 연결성을 가진 노트북, 태블릿, 스마트폰 등 제 2의 스크린 또는 2개 이상의 멀티 스크린을 함께 이용하는 시청 행태가 증가하고 있다. 커넥티드 TV는 인터넷을 기반으로 소비자들이 다양한 기능을 이용할 수 있게 하여 여러 스크린으로 분산된 시청자의 주의를 하나의 스크린에 집중시키려고 한다.

소셜 네트워크의 강세

전 세계적 트렌드와 마찬가지로 2013년 유럽의 가장 두드러진 전망은 페이스북, 트위터, 유튜브와 같은 소셜 네트워크의 강세이다. 이와 더불어 Instagram, Pinterest, SoundCloud, 그리고 바뀐 MySpace까지 이 대열에 합류할 것으로 보인다. 특히 음악은 이러한 소셜 네트워크 서비스들의 중요한 무기가 되는데, 이는 쉽게 공유되고 문화의 차이를 좁혀주는 역할을 하기 때문이다. Pew Research Center의 조사에 따르면, SNS에서 가장 흔하게 공유되는 토픽이 엔터테인먼트이고, 그 중 67%가 음악과 영화에 대해 의견을 공유한다. 이렇게 SNS 상에서 소비자들의 음악에 대한 관심은 계속될 것이고 이에 따라 음악업계에서도 SNS와 더욱 긴밀한 상생 전략이 요구된다.

미국의 산업 & 정책 동향



구글, '음악 스트리밍 서비스' 준비

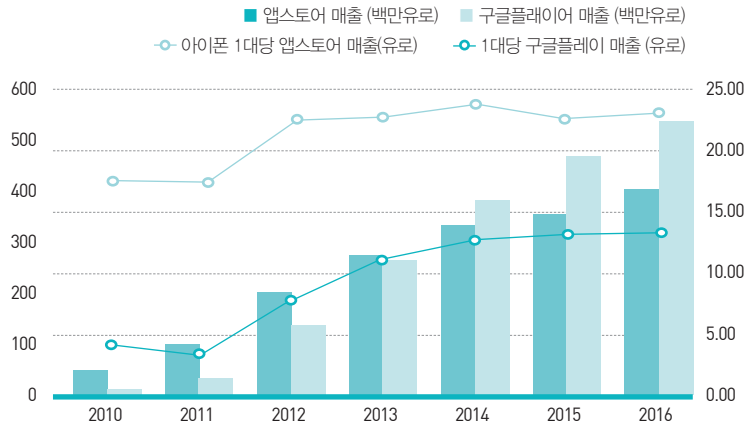
구글이 스포티파이와 같은 유료 가입을 통한 음악 스트리밍 서비스를 안드로이드 전용 서비스로 구현하기 위해 대형 음악 회사들과 협상 중이다. 협상 내용은 유튜브 웹사이트에 있는 뮤직비디오를 유료 구독 서비스로 전환하기 위해 라이선스를 획득하려는 것이며, 여기에는 노래만 포함하고 있는 일반 동영상 등도 잠재적으로 포함될 것으로 전해진다. 이로써, 구글은 안드로이드 전용 스마트폰과 태블릿 PC 등에 음원 스트리밍 제품을 설치할 수 있게 되고 이를 통해 음악 유통 채널로서 빠르게 성장하는 음악 시장에서 영향력을 확대할 수 있을 것으로 전망된다(출처: The Wall Street Journal 2013/2/22).

다저스, 타임워너 케이블에 독자 채널 설립

LA 다저스가 타임워너 케이블과 함께 새로운 스포츠 전문 케이블채널을 설립하기로 계약했다. 새로 만들어지게 될 스포츠 전문 케이블 채널의 경영권은 다저스가 맡고 채널



유럽 OS별 매출액 비교



※ screen digest (Feb. 2013)를 재구성

운영은 타임워너가 하는 방식으로, 운영권을 넘겨주는 대가로 다저스는 향후 20년간 메이저리그 역사상 가장 큰 협상금액인 최대 70억 달러(약 7조 4천억 원)를 확보하게 되었다. 이같이 독자적인 채널을 설립할 경우, 초기 투자비용이 만만치 않지만 광고 수입과 시청료를 동시에 확보할 수 있어 매출이 크게 늘어나는 효과를 거둔다. 또한 자체 케이블 채널을 보유한 구단들은 시청률 향상을 위해서 유명 스타들을 해당 구단으로 끌어들이는 노력을 아끼지 않아 구단 전력 향상은 물론 관중도 늘어나는 선순환 구조를 기대할 수 있다. 다저스의 새로운 채널은 2014년 시즌부터 중계를 시작할 예정이다(출처: The Los Angeles Times 2013/1/23).



인기 게임 <앵그리버드> 만화로 제작

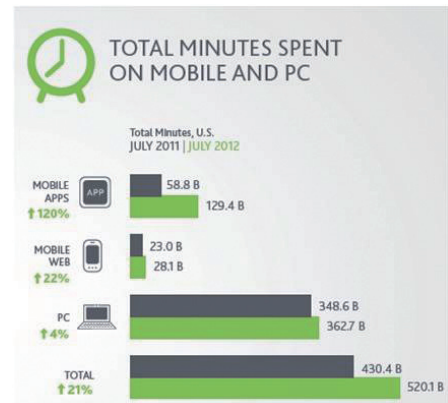
세계적으로 선풍적 인기를 얻고 있는 핀란드산 게임 <앵그리버드>가 원작사인 로비오(Rovio)를 통해 만화로 제작되어 TV로 방영 중이다. 총 52부작으로 기획된 TV 만화시리즈는 북미지역 외에도 프랑스, 독일, 호주, 인도, 이스라엘과 국내에서도 시청 가능하다. 삼성 스마트 TV 및 로쿠와 같은 인터넷 TV 플랫폼 뿐 아니라, iOS와 안드로이드용 스마트폰과 태블릿PC용 앱을 통해서도 공급되며, 컴캐스트의 스트리밍 서비스 '엑스피니티'를 포함한 모든 비디오



플랫폼에서도 만화를 시청할 수 있다. 또한 기존게임 앱이용자들을 위해 앱 내에서 만화 시리즈를 볼 수 있게 서비스 예정이다. 로비오는 앵그리버드 모바일 게임 성공 이후 캐릭터 장난감 및 보드게임으로도 선보였으며 인기 유지를 위해 엔터테인먼트 사업으로 영역을 확장 중이다(출처: USA TODAY 2013/3/12).

PC와 스마트폰 이용행태

2012년 7월 미국 내 PC와 스마트폰 사용 시간은 4,034억 분으로 2011년 동기간 대비 약 21% 증가하였다. 다른 어떤 사이트보다 소셜 네트워크 사이트의 사용시간이 늘어나고 있으며 PC 총 사용시간 중 17%는 미국 내 최고 인기 웹사이트 중 하나인 페이스북의 접속에 사용된다.



또한 미국 내 소셜 네트워킹 유저들의 소셜 네트워킹 웹사이트 접속 시간의 1/3 이상이 모바일 앱을 통해 이루어지고 있어 소셜 네트워킹과 모바일, 특히 모바일 앱과의 밀접한 관계를 볼 수 있다. 2011년과 비교하여 모바일 웹이 아닌 모바일 앱에 직접 소비하는 시간이 76%(약 7배) 이상 상승하였다. 모바일 앱과 모바일 웹을 통해 소셜 네트워크에 접속하는 사용자 수는 각각 약 2배 증가한 데 비하여 PC를 통한 접속자수는 1억 6,360만 명에서 1억 7,180만 명으로 증가율이 크지 않았다.

미국 콘텐츠 산업의 2013년 키워드

2013년 미국의 콘텐츠 산업의 키워드는 단연 ‘소셜 미디어/소셜 네트워크 서비스’와 ‘스크린’일 것이다. TV와 PC의 스크린은 물론, 스마트폰, 태블릿 보급이 확대됨에 따라 다양한 스크린을 통해서 시청



자들이 콘텐츠를 만나고 공유하며 재생산하는 등 가치를 창출하는 행위에 직간접적으로 참여하고 있다. 또한 사람들이 소셜 미디어/소셜 네트워크 서비스에서 느끼는 감정에서 Connected, informed, excited, happy 등 긍정적인 감정이 차지하는 비율이 76%로 높았고, 무반응/부정적 반응은 24%에 머물러, 소셜 미디어/SNS의 현주소는 긍정적인 것으로 나타났다.

한국콘텐츠진흥원에서 격주로 발간되는 일본, 유럽, 중국, 미국 콘텐츠 산업동향을 참고하여 재구성하였습니다.