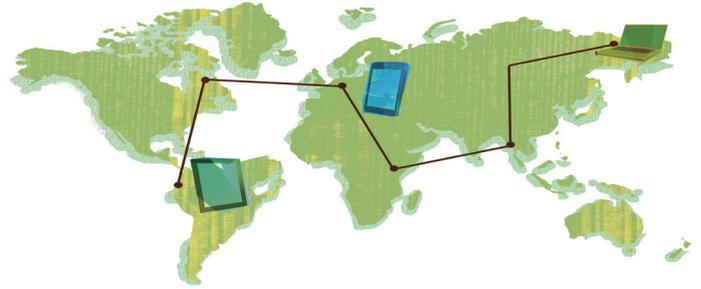


# 콘텐츠@창조산업 동향과 이슈 :

## 글로벌 동향



### + 세계 콘텐츠 & 창조산업의 동향과 이슈

| 신항우 (아시아엔터테인먼트네트워크(EAN) 대표) |

#### 세계 콘텐츠시장규모, 2011년 1조 6천억 달러

2011년 유럽발 경제위기라는 악재에도 불구하고 세계 콘텐츠시장은 4.9%의 안정적인 성장을 이뤄냈다. 2009년에는 세계 금융위기의 영향으로 2.5% 하락했으나, 2010년부터 다시 회복세로 돌아선 뒤 2년 연속 상승세를 유지하고 있다. 신흥 국가들의 콘텐츠시장 성장세에 힘입어 향후 5년간 연평균 5.7%의 성장이 전망된다. 이는 세계 경제성장률 6.6%보다 낮은 수준이기는 하나 비교적 안정적인 성장이라고 할 수 있다.

세계 콘텐츠 시장규모의 현황 및 전망(2010~2016년)

(단위: 십억 달러)

구분	2010	2011P	2012	2013	2014	2015	2016	2012~2016 CAGR
영화	84.9	85.4	87.9	90.7	93.7	96.7	99.7	3.1
애니메이션	14.1	13.8	14.8	15.2	16.0	16.8	17.0	4.2
방송	425.0	446.3	474.1	497.9	535.5	560.5	602.2	6.3
게임	57.8	59.0	62.7	66.6	71.6	77.3	83.4	7.2
음악	49.3	49.9	51.1	52.8	54.8	57.1	59.7	3.7
출판	358.5	355.3	356.1	358.9	363.5	369.8	377.1	1.2
만화	6.1	6.1	6.2	6.3	6.4	6.5	6.4	0.9
광고	468.7	485.7	512.9	539.0	581.0	611.7	660.9	6.4
지식정보	465.8	508.1	545.5	586.6	627.0	672.2	719.7	7.2
캐릭터	150.6	152.9	157.6	163.0	169.5	176.7	184.2	3.8
전체	1,530.2	1,604.6	1,690.9	1,781.6	1,889.9	1,994.2	2,120.1	5.7

※ PWC(2012), MPAA, FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

세계 콘텐츠시장에서 지식정보 콘텐츠 시장규모가 가장 크며, 이어서 광고, 방송, 출판, 캐릭터 순이다. 2011년 세계 콘텐츠시장에서 가장 큰 성장을 보인 분야 역시 지식정보 콘텐츠로 시장규모는 5,081억 달러이며 전년대비 9.1%의 성장세를 기록했다. 이중에서 가장 큰 비중을 차지하는 인터넷 접속부문은 엔터테인먼트 & 미디어분야에 속하지는 않으나, (1)콘텐츠에 접속하는 비용이며 (2)대부분의 엔터테인먼트 & 미디어 소비에 있어 핵심 동인이다. 인터넷 접속시장은 2011년 3,170억 달러로 전년대비 15.1% 성장했으며, 이는 모바일 서비스 확산과 유선 브로드밴드의 지속적인 보급의 결과이다. 향후 5년간 모바일 인터넷 가입자 수는 2배 이상 증가할 것이며, 유선 브로드밴드 가입 가구 수도 50% 이상 증가할 것으로 전망된다.

두 번째로 높은 성장세를 보인 세계 방송 콘텐츠 시장규모는 2011년 4,463억 달러를 기록하며 5%의 성장을 보였다. 향후 2016년까지 연평균 6.3%의 성장세를 구가하며 광고 분야와 더불어 빠른 성장을 이룩할 것으로 전망된다. 광고 분야에서 가장 큰 매출을 차지하는 영역이 방송임을 감안할 때 두 분야의 유사한 성장세는 당연한 결과라 할 수 있다.

2012년부터 향후 5년간 성장을 전망해 보자면 무엇보다도 게임 콘텐츠의 높은 성장이 기대된다. 온라인 및 모바일 게임을 합한 인터넷 게임 매출규모는 2013년부터 콘솔과 PC게임 매출규모를 앞지를 것으로 보이며, 2016년 게임산업에서 인터넷 게임이 차지하는 비중은 55%까지 증가할 것으로 예상된다. 게임 콘텐츠시장은 2011년 590억 달러에서 2016년에 830억 달러로 확대될 전망이며, 향후 5년 동안 연평균 성장률은 7.2%로 예상된다.

세계 게임 콘텐츠시장의 상위 4개국 중 3개국이 존재하는 아시아지역은 2011년 기준 시장규모 240억 달러로 4대 권역 중 가장 큰 시장을 형성하고 있다. 아시아지역의 게임시장은 향후 5년간 연평균 10.3%의 성장세를 보일 것으로 예상되며, 2016년에는 시장규모가 400억 달러에 이를 전망이다. 아시아지역은 다른 권역보다 상대적으로 온라인·모바일게임이 발달한 지역으로 평가되는데 전체 게임산업에서 온라인·모바일게임이 차지하는 비중이 65%에 달한다.

또한 애니메이션 분야도 3D 상영관 및 3DTV의 보급이 확대되면서 향후 5년간 4.2%의 연평균 성장률이 예상된다. 그러나 캐릭터, 음악, 영화, 출판, 만화 등의 분야는 향후 5년간 상대적으로 낮은 성장이 전망된다. 이 5개 콘텐츠시장은 2011년 모두 2%대 미만의 성장률을 나타냈으며, 특히 출판과 만화 분야는 마이너스 성장을 기록했다. 출판과 만화는 2012년 이후 5년간 연평균 성장률에서 각각 1.2%, 0.9%로 10개 콘텐츠 시장분야 중 가장 낮은 성장률이 예상된다.

음악, 캐릭터, 영화 분야는 향후 5년간 3%대의 무난한 성장을 이어갈 전망이며, 특히 캐릭터는 신흥 국가들의 라이선싱 규모가 확대되면서 점진적인 성장을 이루어 낼 것으로 기대되고 있다. 음악 콘텐츠시장은 오프라인 음반 매출이 지속적으로 감소될 것으로 예상되나, 온라인 매출과 공연수익의 꾸준한 증가로 전체 시장은 안정적인 성장세를 유지

할 것으로 예상된다.

### 12개 국가의 콘텐츠 시장규모, 세계시장의 78.6% 차지

2011년 콘텐츠 소비시장 규모가 250억 달러를 초과한 국가는 모두 12개 국가로 전체 시장규모는 1조 2,580억 달러 규모이다. 이는 세계 콘텐츠 시장규모의 78.6%를 차지하는 비중이다. 국가별로 매출 순위와 비중을 보면, 미국은 4,640억 달러로 세계시장에서 28.9%를 차지하며 1위를 나타냈다. 다음으로 일본은 1,930억 달러로 세계시장에서 12%를 차지하며 2위를 나타냈다. 이어서 중국은 1,090억 달러로 3위, 독일은 990억 달러로 4위를 각각 차지하였다.

특히 중국은 2011년에 독일을 제치고 세계에서 세 번째로 큰 콘텐츠 소비시장으로 부상했다. 콘텐츠 상위국 중 중국과 브라질은 가장 빠른 성장 속도를 보이고 있으며, 향후 5년간 성장률은 각각 12.0%, 10.6%로 예상된다. 브라질은 2011년 기준으로 한국을 제치고 세계 9위의 콘텐츠시장으로 자리매김했으며, 향후 5년 이내 캐나다와 이탈리아를 제치고 7번째 시장으로의 성장이 기대된다.

세계 콘텐츠 Top 12개 국가의 시장규모

(단위: 백만 달러)

국가	2010	2011P	2012	2013	2014	2015	2016	2012~2016 CAGR
미국	450,095	463,863	489,873	508,416	536,667	562,199	597,279	5.2
일본	195,667	192,796	198,938	204,913	210,424	215,876	221,630	2.8
중국	95,702	109,059	120,948	137,458	154,940	173,449	192,516	12.0
독일	97,183	99,342	101,857	104,789	107,441	110,242	113,433	2.7
영국	82,278	83,367	85,225	87,472	90,139	93,563	97,332	3.1
프랑스	73,392	77,098	79,495	82,191	84,831	87,737	91,063	3.4
이탈리아	45,402	46,099	47,024	47,864	49,577	51,485	53,688	3.1
캐나다	41,801	44,166	46,868	49,850	53,216	56,696	60,574	6.5
브라질	35,379	39,168	43,307	48,255	55,519	57,781	64,823	10.6
한국	36,289	38,562	40,191	41,926	43,644	45,497	47,455	4.2
호주	34,264	35,021	37,003	39,162	40,925	43,078	45,029	5.2
스페인	28,702	29,412	29,580	30,332	31,071	32,072	33,227	2.5
계	1,216,154	1,257,953	1,320,309	1,382,628	1,458,394	1,529,675	1,618,049	5.2

※ PWC(2012), MPAA, FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

세계 권역별 콘텐츠시장을 보면, 1990년대 세계 콘텐츠시장의 절반을 차지했던 북미지역은 지난 10년간 시장점유율이 지속적으로 감소하여 2007년 35.4%까지 하락했으며, 2011년에는 30% 아래까지 감소했다. 북미는 연평균 성장률 5.3%로 2016년 시장규모는 6,580달러로 전망된다. 소위 선진시장이라고 할 수 있는 유럽시장의 점유율도 점차 하락하고 있으나, 동유럽, 중동, 아프리카 등 신흥시장을 포함한 EMEA지역이 점유율

에서는 정체상태이다. EMEA지역은 선진시장으로 구성된 서유럽과 신흥시장으로 분류되는 동유럽, 그리고 중동 및 아프리카 지역을 포괄하는데 시장규모는 4대 권역 중 가장 큰 지역이다. EMEA 지역의 2012-2016년 연평균 성장률은 4.3%로 가장 더딘 성장을 보이는 지역이 될 것으로 예상된다.

반면 아시아와 남미지역은 세계 콘텐츠시장에서 점유율이 계속 상승하고 있다. 2011년 25.9%를 기록했던 아시아지역의 콘텐츠 시장점유율은 2011년에 28.8%로 증가했으며, 2016년에는 30%를 상회하면서 북미, 유럽 등과 비슷한 시장규모를 갖추게 될 것으로 예상된다. 아시아지역은 연평균 성장률 7.1%로 2016년 시장규모는 6,510억 달러로 예상된다.

또한 남미지역도 세계 콘텐츠시장에서 점유율이 점차 상승하고 있는데, 2011년 5.3%에서 2016년에는 6.3%로 증가하여 10년 만에 두 배에 가까운 점유율 상승이 예상된다. 남미지역의 2012-2016년 연평균 성장률은 9.7%이며, 콘텐츠시장규모는 2011년 840억 달러에서 2016년에는 1,340억 달러로 성장할 전망이다.

이처럼 남미와 아시아지역은 세계 콘텐츠시장의 성장을 이끌어가고 있다. 남미지역은 2007년 이후 꾸준히 10%대를 넘나드는 성장률을 보여주고 있으며, 아시아지역 역시 7%대의 높은 성장세를 보여주고 있다. 세계 콘텐츠시장에서 남미와 아시아는 세계 GDP 성장률을 상회하는 시장성장률이 기대된다.

권역별 세계 콘텐츠시장 규모(2010~2016)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2010	2011P	2012	2013	2014	2015	2016	2012~2016 CAGR
북미	491,896	508,029	536,741	558,266	589,883	618,895	657,853	
(성장률)	2.4	3.3	5.7	4.0	5.7	4.9	6.3	5.3
EMEA	522,828	549,867	569,277	592,340	617,831	646,402	677,747	
(성장률)	3.2	5.2	3.5	4.1	4.3	4.6	4.8	4.3
아시아	438,351	462,232	492,655	529,513	567,526	608,128	650,522	
(성장률)	6.9	5.4	6.6	7.5	7.2	7.2	7.0	7.1
남미	77,122	84,455	92,198	101,474	114,683	120,780	133,948	
(성장률)	14.3	9.5	9.2	10.1	13.0	5.3	10.9	9.7
세계	1,530,197	1,604,583	1,690,871	1,781,593	1,889,923	1,994,205	2,120,070	
(성장률)	4.5	4.9	5.4	5.4	6.1	5.5	6.3	5.7

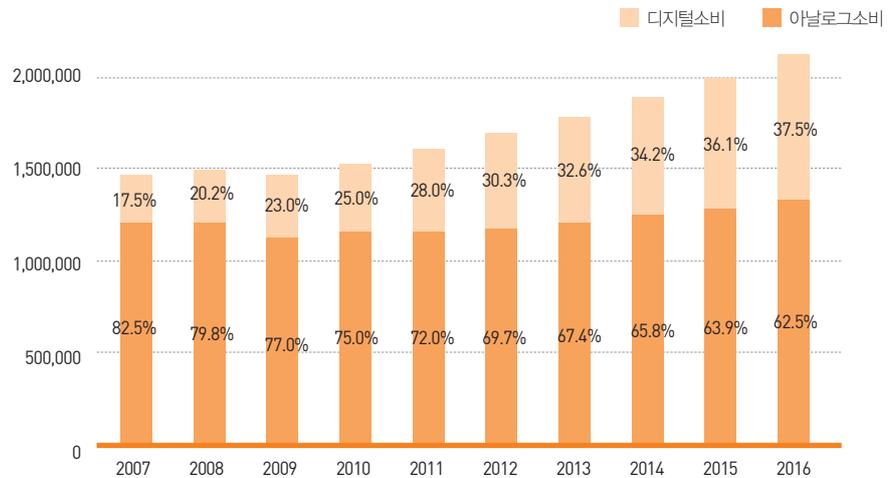
※ PWC(2012), MPAA, FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

최근 세계 콘텐츠시장의 주요 트렌드 중 하나는 디지털화로 인한 지속적인 전환이다. 디지털 소비에는 인터넷 접속 및 광고, 모바일TV 수신료, 디지털 음원 및 홈비디오 배급, 유무선 게임, 디지털 출판, 위성라디오 수신료 등이 포함되는데 이중 인터넷 접속시장의 비중이 70.5%로 절대적으로 높다. 콘텐츠시장에서 디지털 부문이 차지하는 비중은 해

마다 꾸준히 증가하고 있으며, 2011년 기준 전체 콘텐츠 소비에서 28%의 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 2011년 디지털 소비는 전년대비 17.6% 증가한데 반해, 아날로그 소비 부문의 증가율은 전년대비 0.6%에 불과했다. 이러한 패턴은 향후에도 지속되어 2016년에는 디지털 소비 비중이 전체 시장의 37.5%까지 증가할 것으로 전망된다.

세계 콘텐츠시장의 디지털 소비 추세(2007~2016)

(단위: 백만 달러, %)



※ PWC(2012), MPAA, FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers





## 글로벌 미디어 콘텐츠 기업 동향



온라인 가입 서비스는 영국과 아일랜드에서 방송콘텐츠에 대해 워너브라더스와 다년 계약을 맺었다. 이 거래로 내년에 뱀파이어 다이어리(The Vampire Diaries), 가십걸(Gossip Girl), 척(Chuck)이 서비스에 추가된다.



독립 유통 회사 쇼박스미디어그룹은 아시아 무술 영화 브랜드인 씨네아시아(Cine Asia)를 다룬다.



온라인 게임 스튜디오는 비공개 금액으로 디즈니에 인수되었다. 이번 인수를 통해 디즈니는 스튜디오엑스에서 아직 제목을 공개하지 않았으나, 아시아의 프리미엄 게임에 더 큰 견인력을 얻을 수 있게 되었다. 2012년 11월에 디즈니는 마블 유니버스(Marvel universe)를 기반으로 한 프리미엄 게임을 만들기 위해 한국 운영자 스마일게이트(Smilegate)와 제휴하였다.



홈 비디오 출시 한 달 후, 폭스 북유럽의 프로메테우스(Prometheus)는 스웨덴의 2012년 베스트셀러 블루레이(BD)이며 통틀어 네 번째 베스트셀러 BD가 되었다. 공상과학 블록버스터는 높은 BD 판매량과 많은 수익 창출을 보였으며 스웨덴 월간 비디오 차트에서도 상위권을 기록했다.



MSO가 2013년에 H1에서 배포 예정인 새로운 DVR-기반의 셋톱 박스용 소프트웨어를 제공하기 위해 티보(TiVo)가 미국 케이블 사업자, Cable One에 의해 독점적으로 선정되었다. 이 새로운 출시를 통해, 가입자는 DVRs, 저가의 IP STBs, 태블릿과 스마트 폰 등의 기기에 선형(linear), 주문형, 녹화 및 IPTV & VoD)를 포함하여 MSO에서 제공하는 모든 콘텐츠 형식에 접근 할 수 있다.



Stream.ru는 배급사 Miramax와 새로운 가입 주문형 비디오 계약을 맺었다. 이는 러시아에서 Miramax 콘텐츠에 대한 최초의 디지털 유통 계약이다. Stream은 워너브라더스와 디즈니를 포함한 미국의 주요 스튜디오와 영화 콘텐츠를 대여 또는 구입 가능하게 하는 기존 계약을 보유하고 있다. Stream은 모바일 Telesystems(MTS) 및 투자 회사인 Sistema가 소유하고 있다.



유니버설 픽처스(Universal Pictures)는 프리미엄 유료 네트워크 홈 박스 오피스와의 미국 출력 계약을 갱신했다. 갱신된 계약에 따르면, HBO의 국내 유료 TV 네트워크에서 유니버설 픽처스와 포커스 피쳐(Focus Features)의 영화를 2022년까지 유지하게 된다. HBO는 이미 자매 스튜디오인 워너브라더스, 20세기 폭스, 서밋 엔터테인먼트와의 장기 계약을 보유하고 있다.



미국 독립 스튜디오는 이번 극장판 타이틀의 2D-3D 변환을 위해 전자회사인 삼성과 거래를 체결했으며, 삼성의 독점 3D0미지 처리기술을 사용하여 3D로 카탈로그 필름을 선택한다. 홈 비디오 시장에서 3D로 변환할 카탈로그 타이틀의 첫 번째 후보군은 Game(2009), Crank(2006)과 Descent(2005)이다.



아마존이 소유한 DVD 우편 구독 및 온라인 비디오 서비스는 영국에 있는 스튜디오의 TV 콘텐츠에 대해 NBC유니버설과의 계약에 합의했다. 콘텐츠는 오피스(The Office)의 미국 버전, 30 록 나이트 라이더(30 Rock and Knight Rider)를 포함하며 2012년 영화에 대해 스튜디오와의 다년 계약을 준수할 것이다.



Rovi가 스트리밍 형식과 DRM시스템으로 선택한 DivX 플러스가 Ultraviolet(UV)과 함께 스트리밍을 위한 디지털 엔터테인먼트 콘텐츠 에코시스템(DECE)에 의해 승인되었다. 현재 전 세계적으로 9백만 이상의 Ultraviolet 등록 계정이 있으며 DECE와 제휴한 회원들이 약 80여 개에 이른다.



ITV는 미국 팩추얼 엔터테인먼트(actual entertainment)와 리얼리티 제작사인 거니프로덕션(Gurney Productions)의 지배지분을 취득하기로 합의했다. 영국 방송은 3년 후 회사의 나머지 38.5%를 구매하기 위한 주식 매입/매각 선택권과 함께 61.5%의 지분에 대해 4천만 달러를 지불할 예정이다. 2005년 설립된 거니 프로덕션은 미국 케이블 네트워크에서 선도 제작사이다.



타임워너케이블은 멀티스크린 서비스를 위해 모토로라(SecureMedia)의 DRM을 선택했다. 운영자는 스마트폰, 태블릿, 게임콘솔 및 캐릭터 TV와 블루레이플레이어 등의 다양한 디바이스에 전달되는 선형(linear) 및 주문형(on-demand) 콘텐츠를 효율적으로 확보할 것이다.

※ Screen Digest Research Bulletin(1~2월호)