OPEN 출처표시 상업용금지 변경금지
공공누리 공공저작물 자유이용허락

KOCCA
한국콘텐츠진흥원

2022 콘텐츠산업 중장기 시장전망 연구

2022 Contents Industry
Mid-to Long-term Market Forecast

KOCCA22-08

2022

2022 콘텐츠산업 중장기 시장전망 연구

2022 Contents Industry
Mid-to Long-term Market Forecast

KOCCA22-08

2022

본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “2022 콘텐츠산업 중장기 시장전망 연구”의 결과 보고서로 제출합니다.

2022년 10월 30일

연구기관 : 한국과학기술정보연구원
연구책임자 : 유형선 (한국과학기술정보연구원 책임연구원)
연구원 : 김한국 (한국과학기술정보연구원 책임연구원)
이중연 (한국과학기술정보연구원 책임연구원)
김지희 (한국과학기술정보연구원 선임연구원)
정예림 (한국과학기술정보연구원 선임연구원)

요약문

2022

요 약 문

제1장 서론

1. 연구개요

가. 연구 배경 및 필요성

○ 콘텐츠산업은 코로나19 확산 등 대내외적인 어려운 환경에도 불구하고 국가 경제 성장에 중요한 역할을 담당하고 있어, 신부가가치를 창출하는 콘텐츠산업에 대한 장기적이고 효율적인 육성 정책 수립이 더욱 중요해지고 있음.

○ 콘텐츠산업 육성을 위한 정부 정책의 효율성을 제고하기 위해서는 전체 산업 및 분야별 시장성장의 영향요인과 향후 시장성장 패턴에 대한 객관적이고 신뢰성 있는 의사결정 근거자료가 요구됨.

○ 이에 본 연구에서는 기존 연구방법론들을 보완하고 다양한 관점의 시장변화요인을 분석하여 신뢰성 있는 콘텐츠산업 중장기 시장전망을 수행하고 이를 바탕으로 콘텐츠산업 육성을 위한 정책적 시사점을 도출하고자 함.

나. 연구 목표 및 범위

□ **연구의 목표**

○ 콘텐츠산업의 중장기 성장전망과 산업, 정책, 기술, 소비자 동향 등 다양한 관점의 시장변화요인을 분석하여 선제적인 산업진흥정책 수립을 위한 정책적 시사점 제시

- 콘텐츠산업의 중장기 시장 전망치를 과학적 방법론(계량적 예측모형, 델파이조사 등)을 활용하여 합리적으로 산출
- 콘텐츠산업의 성장과 변화에 영향을 미치는 영향요인들을 산업, 정책, 기술, 소비자 등 다양한 관점에서 분석하여 향후 산업변화를 예측하고 선제적인 콘텐츠산업 진흥정책 수립을 위한 방향을 제시

□ 연구의 범위

○ 콘텐츠산업 중장기 시장전망

- 전망대상: 국내 콘텐츠산업 전체와 11개 분야(출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션)별 전망
- 분석항목: 콘텐츠산업 매출, 수출, 고용의 미래 규모 및 성장률 전망
- 전망기간: 과거 시계열자료를 바탕으로 향후 3개년(2023~2025년) 시장규모 전망

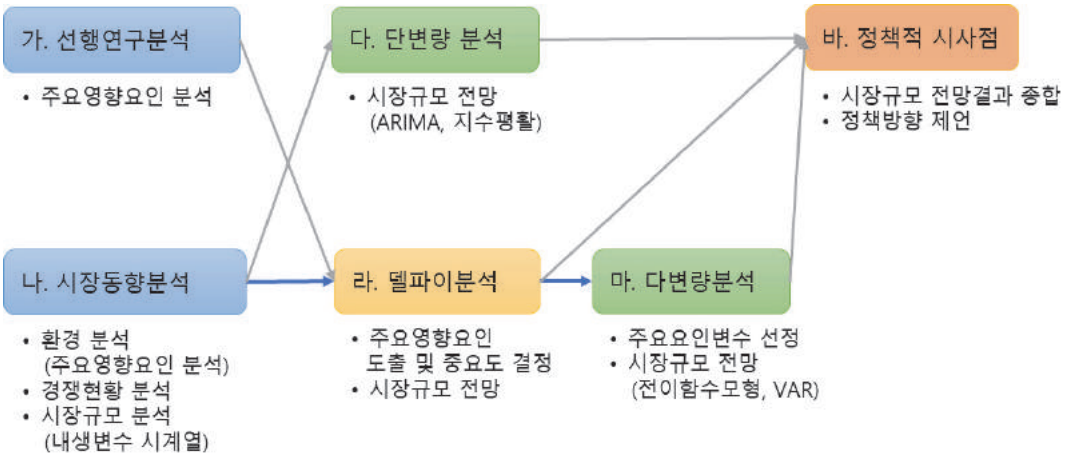
○ 콘텐츠산업 시장변화요인 및 주요 트렌드 분석

- 산업, 정책, 기술, 소비 등의 관점에서 콘텐츠산업의 성장 촉진·저해요인을 종합적으로 분석하고 국내외 주요 트렌드 분석
- 콘텐츠산업 중장기 성장률 전망을 다양한 시장변화요인의 관점에서 종합적으로 해석

다. 연구 수행 프로세스

○ 크게는 시장동향분석(선행연구조사) - 델파이분석 - 다변량 계량분석(전이함수모형, VAR)의 순서로 프로세스를 수립하고, 앞 단계의 분석 결과를 다음 단계의 분석에 유기적으로 반영하여 정성적·정량적 분석의 시사점을 종합적으로 도출함.

- 선행연구분석과 시장동향분석에서 도출된 주요영향요인들을 바탕으로 전문가의 의견을 수렴하며 주요영향요인을 추가적으로 도출하고 중요도를 결정함.
- 델파이조사와 선행연구분석을 통해 도출된 외생변수를 전이함수모형과 VAR에 반영하고 각 내생변수별로 통계적으로 유의한 외생변수를 선정함.
  - VAR(Vector Auto-Regression Model): 벡터자기회귀모형



[그림 1] 연구수행 프로세스

2. 각 단계별 연구방법론

가. 선행연구분석

○ 콘텐츠산업 성장의 촉진·저해요인에 관한 선행연구들을 분석하여 이론적 근거에 기반을 둔 예측모형 구축에 활용함.

○ 선행연구분석을 통해 선정한 주요영향요인들과 시장전망을 위해 사용한 방법론에 대해 정리하고, 그것을 바탕으로 본 연구에서 고려할 다양한 시장영향요인 변수들을 종합하였으며 그 결과를 델파이분석과 다변량 분석에 활용함.

나. 콘텐츠산업 시장동향분석

□ **환경분석**

○ (메가트렌드 분석) 국내 콘텐츠산업과 관련된 메가트렌드를 분석하여 콘텐츠시장에서 벌어지고 있는 장기적 관점의 변화 양상을 전망함.

○ (SWOT 분석) 국내 콘텐츠산업의 강점과 약점, 기회와 위협 요인을 분석하여 콘텐츠산업이 처해 있는 환경을 분석하였고, 분석 결과를 산업의 안정적 성장을 위한 시사점을 도출하기 위해 활용함.

○ (PEST 분석) 정치적, 경제적, 사회문화적, 기술적 관점에서 국내 콘텐츠산업의 수요와 공급에 중·단기적 영향을 미칠 요인들을 분석함. 이러한 영향요인들을 분야별 시장영향요인 간 중요도 결정을 위한 델파이 분석에 활용함.

□ **경쟁분석**

○ (경쟁현황 분석) 국내 콘텐츠산업 전체 및 분야별 기업 참여현황, 시장집중도 및 평균적인 재무구조를 분석하여 기업지원 전략을 위한 정책적 시사점 도출에 활용함.

○ 각 분야별 참여기업 동향은 한국과학기술정보연구원의 산업시장분석시스템 KMAPS(KISTI Market Analysis and Prediction System)을 이용하여 분석함.

□ 시장규모 분석

○ (세계시장규모 분석) 한국콘텐츠진흥원의 '2021 해외콘텐츠시장 분석'을 바탕으로 전체 산업 및 분야별 시장규모를 추정하고, 추가적으로 각 분야별로 MarketsandMarkets 등 해외 유수 시장분석기관의 보고서를 참조하여 세계시장규모 및 성장률에 대한 정보를 분석함.

○ (국내시장규모 분석) 콘텐츠산업통계 등 공공통계데이터에 근거하여 매출, 수출, 고용과 관련된 국내시장규모 및 과거 시계열 패턴을 파악하고 내생변수 데이터로 활용함.

다. 정성적 시장전망

□ 분야별 전문가위원회 구성

○ 11개 분야별 5명씩 총 55명으로 구성된 전문가 위원회를 구성함.
- 업계 현황에 대한 이해도가 높은 각 분야별 대표기업들의 대표 및 실무책임자를 산업계 전문가 위원으로 초빙
- 기술적 동향과 정책적 이슈를 잘 이해하고 있는 대학교수 및 연구원을 학연계 전문가 위원으로 초빙
- 가능한 분야별 산업계와 학연계의 비중을 3:2로 구성

□ 배경자료 작성

○ 콘텐츠산업 전체 및 각 분야별 매출액, 수출액, 종사자수의 시계열자료 수집 및 정리

○ 시계열 패턴의 특징 및 특이사항 정리

○ 선행연구조사, 시장동향조사에서 도출된 시장영향요인 정리

□ 설문지 작성

○ 설문지는 A. 과거시계열 패턴의 이해, B. 시장영향요인 도출, C. 분야별 시장규모 전망, D. 전체 산업 시장규모 전망, E. 정부지원정책 제언으로 구성

○ 시장규모전망은 매출액, 수출액, 종사자수에 대해 '전년대비 예상 성장률'로 응답하고 엑셀(MS Excel)로 작성된 설문지 파일에서 즉시 전망된 시장규모를 확인할 수 있도록 구성함.

○ 또한 코로나19가 재확산되는 상황을 가정하여 총 2개의 시나리오에 따라 시장규모를 전망함.

- 시나리오1 : 2022년 7월 기준 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려하는 경우
- 시나리오2 : 코로나19가 2022년 겨울 크게 재확산되는 경우

□ **델파이 조사 실시**

○ (사전미팅) 사전 온라인 미팅에서 취지와 배경자료를 충분히 설명한 후, 전체 산업 및 세부 분야별 주요영향요인을 추가적으로 도출하고 과거시계열 패턴의 원인에 대해 논의함.

○ (1차 설문) 사전미팅과 함께 A. 과거시계열 패턴의 이해, B. 시장영향요인 도출, C. 분야별 시장규모 전망, D. 전체 산업 시장규모 전망, E. 정부지원정책 제언에 대한 설문을 실시하고, 설문 결과를 종합하여 B. 시장영향요인 도출, C. 분야별 시장규모 전망, D. 전체 산업 시장규모 전망에 대한 평균치를 산출함.

○ (2차 설문) 1차 설문의 수렴된 결과를 제시하여 전문가 위원별로 필요 시 1차 설문 내용을 수정하도록 2차 설문을 실시하고, 이를 다시 종합하여 수렴된 결과를 정성적 시장전망에 활용함.

○ (3차 설문) 정성적·정량적 시장전망 결과 중에서 어떤 방법론에 의한 시장전망치가 가장 실현가능성이 높은지 설문하고, 각 분야별 중장기적 산업 진흥을 위해 필요한 지원정책에 대해 검토 및 제안 요청함.

□ **정성적 시장전망 및 다변량 분석에 활용**

○ 2차 설문결과를 종합하여 각 분야별 및 전체 콘텐츠산업의 시장규모를 시나리오별로 전망함.

○ 전문가 위원회에서 중요한 영향요인으로 도출한 요인 중 정량적 측정이 가능한 요인들은 다변량 분석의 외생변수로 활용함.

라. 단변량 시계열분석

○ 예측하고자 하는 하나의 내생변수에 대한 과거 시계열만을 근거로 해당 변수의 미래

값을 예측하는 것을 단변량 시계열분석이라고 하며, 단변량 시계열분석에는 ARIMA (Auto-Regressive Integrated Moving Average; 자기회귀이동평균모형)와 지수평활법이 주로 사용되고 있음.

○ 콘텐츠산업 통계로부터 전체 산업과 11개 세부 분야에 대한 매출, 수출, 고용의 과거시계열 자료를 확보하고, 이들 36개 내생변수 각각에 대해 ARIMA와 지수평활법에 의해 예측모형을 도출함.

○ 여러 예측 모형 중 적합도가 높고 가능한 간결한 모형을 최종모형으로 선택하여 시장규모를 예측함. 각 분야별 예측치를 합산하고 전체 산업의 예측치와 비교하여 분야별 예측치의 적절성을 검토함.

마. 다변량 시계열분석

○ 내생변수의 시계열에 영향을 줄 수 있는 외부 요인들의 효과를 포함하여 보다 설명력이 높은 모형을 생성하여 내생변수를 예측하는 것을 다변량 시계열분석이라고 하며, 본 연구에서는 다변량 시계열 분석에 일반적으로 쓰이는 전이함수모형, VAR(Vector Auto-Regressive) 모형을 이용함.

□ 외생변수 선정 및 시계열 예측

○ (주요영향요인 정리) 선행연구조사, 콘텐츠산업 시장동향분석, 델파이분석 결과를 종합하여 콘텐츠산업 시장성장에 영향을 미치는 산업, 정책, 기술, 소비, 경제, 사회적 영향요인들을 정리함.

○ 본 연구에서는 여러 외생변수 중 일부만 선택하였는데, 외생변수의 축소가 불가피한 본질적인 문제 중 하나는 시계열 자료의 절대적 규모의 부족으로, 많은 외생 변수를 고려한 모형을 개발할 수 없기 때문임.

○ 본 연구에서 선택한 외생변수의 조건
- 이론적으로 시장규모에 영향을 미치는 것으로 나타난 주요영향요인
- 정량적으로 측정 가능
- 대표성과 상호 독립성 확보
- 최소 15년 이상의 충분한 시계열이 존재
- 지속적이고 안정적으로 시계열 확보 가능

- 변동성이 상대적으로 작아 미래 예측가능성 존재

<표 1> 본 연구에서 고려한 외생변수

구분	변수명	데이터수집 출처
인구와 가구	국내 총인구수	통계청 KOSIS
	14세 이하 인구수	
	국내 총가구수	
	평균 가구원수	
소득과 지출	평균 가구소득	
	평균 가계지출	
	민간소비증가율	
	가구 평균 문화서비스 지출액	
	조세부담률	
고용	실업률	
	고용률	
생산	1인당 명목 국내총생산	
	창작예술여가서비스업 생산지수	
물가	소비자물가지수	
	영화관람물가지수	
	공연예술관람물가지수	
	온라인콘텐츠물가지수	
콘텐츠산업	콘텐츠산업 전체 및 분야별 업체수	
	콘텐츠산업 전체 매출액	
기타	원달러 환율	
	인터넷 이용률	
	코로나19로 인한 사회적 거리두기	-

○ 단변량분석을 통한 외생변수별 시계열 예측

- 본 연구에서 고려한 모든 외생변수들은 통계청(KOSIS, e-나라지표 등)으로부터 수집하였으며 따라서 향후에도 지속적이고 안정적인 시계열 확보가 가능함.
- 외생변수를 다변량 시계열 예측모형에 포함시키기 위해서는 외생변수별 시계열 예측치가 요구되며, 본 연구에서는 단변량분석(ARIMA, 지수평활)을 통해 가장 적합도가 높고 간결한 모형을 통해 외생변수별 시계열 예측치를 확보함.

□ **전이함수모형 분석**

○ 일반회귀분석은 내생변수와 외생변수의 동일 시점에 대한 선형관계에 관심을 갖지만, 시계열 데이터의 경우 내생변수는 외생변수의 동일시점 값뿐만 아니라 과거시점 값에 영향을 받는다고 가정할 수 있으며 오차항의 계열이 서로 독립이 아닌 시계열 관계로 표현할 수 있는데 이러한 모형을 전이함수모형(혹은 동적회귀모형)이라고 함.

○ 본 연구에서는 개입모형을 포함하는 전이함수모형을 이용하여 외생변수들과의 관계를 고려한 모든 분야의 36개 내생변수별 예측모델을 구축하였음.

○ 본 연구에서 고려한 외생변수가 매우 다양하였으므로 각 내생변수별로 다양한 외생변수조합을 통해 다수의 전이함수모형을 생성하였으며, 이들 간 유의확률(p), 정규화된 BIC(Bayesian information criterion), 결정계수, RMSE(Root mean square error; 평균제곱근편차), MAPE(Mean Absolute Percentage Error; 평균절대비오차) 등을 종합적으로 고려하여 최종모형을 선택함.

○ 개입모형에서 탐지한 이상값의 유형으로는 가법, 수준이동의 두 가지를 고려하였고 사전에 알려진 이벤트에 대해서는 모형에 우선 반영하였음.

- 게임 분야의 경우 2017년부터 통계치 집계 범위가 변경되었으므로 수준이동 유형의 개입모형을 반영함.
- 코로나19의 영향을 많이 받은 분야(음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 만화, 광고, 게임)의 경우 코로나19의 영향 기간을 2020~2021년으로 한정하여 가법 유형의 개입모형을 반영함.

□ VAR모형 분석

○ 벡터자기회귀(VAR) 모형은 시계열 분석과 회귀분석의 특징을 결합하여 변수 간에 나타나는 상관관계와 인과관계를 추정할 수 있는 다변량 시계열 모형임.

○ 본 연구에서 내생변수로 선택한 변수는 분야별 매출액, 수출액, 종사자수이며, 여기에 상관계수가 높고 의미적으로도 관련성이 높은 업체수까지 내생변수로 고려하였으며, 그 외 다른 모든 변수들은 외생변수로 고려함.

○ 전이함수모형에서 선택되었던 외생변수들을 우선적으로 고려하되 모든 외생변수들의 조합을 고려하여 분야별 최적 외생변수를 선택함.

○ 확보된 과거 시계열 데이터 길이(크기)의 부족으로 lag는 1차수만 반영되었으며, 앞서 선정된 최적 외생변수를 반영하여 최적의 VAR 예측 모형을 구축함.

바. 정책적 시사점 도출 방안

○ 시장규모 전망 결과 종합

- 두 가지 시나리오에 따른 정성적 시장규모 전망치를 비교하고 전문가 위원회의 의견을 반영하여 그 차이를 해석함. 또한 세 가지 정량적 방법론에 의한 시장규모 전망치를 정성적 전망 결과와 비교하여 분야별 특징을 파악함.
- 기본적으로 최근 시장규모가 코로나19에 큰 영향을 받은 분야는 정성적 방법론에 의한 전망치를 적용하고 코로나19의 영향을 적게 받은 분야는 정량적 방법론에 의한 전망치를 적용하되, 전문가위원회의 3차 설문 및 검토 과정을 거쳐 최종 방법론을 결정하였음.
- 정성 시나리오 2개 중에서는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 정책의 상황을 고려하여 실현가능성이 더 높은 시나리오1에 의한 전망치를 활용함.
- 정량적 예측 모형 중에서는 기본적으로 과거 시계열에 대한 적합도를 기준으로 최적 모형을 선정하되, 전문가의 판단에 따라 보다 실현가능성이 높은 모형을 선정하였음.

○ 정책적 시사점 도출
- 전문가위원회의 요구사항 및 제언을 바탕으로 하여 콘텐츠산업 전반 그리고 각 분야별로 시급하게 추진해야 할 것으로 판단되는 정책 방향을 도출함.
- 해외시장진출, 제작투자지원, 규제완화 등 콘텐츠산업의 중장기적인 진흥정책 수립을 위한 시사점을 도출함.

제2장 선행연구분석

1. 콘텐츠산업 시장전망에 관한 기존 연구 분석

○ 한국콘텐츠진흥원(2015)은 국내 전체 콘텐츠산업에 대한 중장기 시장전망을 위해 연립방정식 형태의 거시계량 구조모형을 개발하고, 콘텐츠산업의 11개 세부 분야에 대해 하향식으로 중장기 시장 전망치를 예측함.

○ 그러나 상기 연구는 소득, 소비, 가격에 중요한 요인으로 작용하는 물가를 반영하지 못하는 등의 한계를 가지고 있어 이를 보완하기 위해 한국콘텐츠진흥원(2017)에서 추가 연구를 통해 심화모형을 제시함.

○ 기존 연구들은 내생변수와 외생변수 간의 복잡한 관계를 SEM, VAR를 통해 모형화하였으나, 한국콘텐츠진흥원(2020)에서는 단변량분석과 전이함수모형 등 보다 간결하고 짧은 시계열에 적합한 시계열 분석 방법론을 추가적으로 적용하였음.

○ 한국콘텐츠진흥원(2020)은 코로나19 확산의 정도에 따라 4가지 시나리오로 정성적 시장 전망을 하였으며, 2021년까지 코로나19가 영향을 미칠 것이라는 시나리오2에 의한 전망치를 최종 전망치로 제시하였음.

2. 분야별 콘텐츠산업 시장영향요인에 관한 기존연구 분석

○ 게임산업에서 현재 가장 이슈가 되고 있는 게임 이용 장애 질병 코드에 대해서 박진우&이형민(2019)은 질병코드 도입이 게임 이용자, 게임 광고, 게임산업에 미치는 영향을 사회적 낙인 인식 효과 검증을 통해 연구하였음.

○ 이선미(2021)는 미디어패널데이터를 활용하여 인구사회학적 특성 및 유료미디어 이용행태가 스마트TV이용에 미치는 영향을 탐색한 결과, 연령, 가구형태, 가구소득, 거주지역 규모 등이 스마트TV 이용과 관련이 있음을 발견하였음.

○ 출판산업의 분류중 하나인 전자출판산업의 발전 방안에 대해 정윤희&김기덕(2019)은 출판 생태계의 이론적 배경과 국내 전자출판산업의 발전과정 및 정책을 살펴보았음.

○ 심유정(2021)은 대중음악의 흥행요인과 흥행과의 관계에서 인터넷 밈의 매개효과를 분석한 결과, ‘커버 효과’와 ‘챌린지 효과’의 매개효과가 있음을 발견하였음.

○ 이원형(2022)은 공급 측면의 음악 한류를 분석할 수 있는 이론모형을 제시하였는데, 한국기업의 경쟁력 강화가 시장균형에 미치는 영향을 경합이론을 활용하여 이론적으로 분석하였음. 그 결과, 음악산업 수출의 증가, 무역수지의 흑자 및 흑자 증가, 수출시장의 다변화 등의 음악산업 교역 데이터 및 관련 지표를 이용하여 한국기업의 경쟁력이 높아지는 것이 음악산업 한류의 공급 측면에서 효과가 있음을 실증적으로 확인하였음.

○ 이슬(2019)은 한국 경제지표와 영화 및 대중음악 분야 흥행추이에 대한 영향관계를 분석하였으며, 그 결과, 영화 및 대중음악 콘텐츠를 소비함에 있어 경기 추이가 소비하는 분야 선호도에 영향을 미친다는 것을 확인함.

○ 지식정보 분야의 하위 분야인 가상현실 산업에 대해 송은지(2018)는 133명에 대한 설문조사를 기반으로 가상현실 콘텐츠 및 디바이스 보급 확대를 가상현실 시장 성장을 결정하는 요인으로 제시하였음.

○ 본 연구에서는 선행연구분석을 통해 도출된 콘텐츠산업의 시장규모에 영향을 미치는 주요영향요인을 아래 표와 같이 정리하였으며, 콘텐츠산업의 각 세부 분야별 특징이 각

기 다양하기 때문에 각 분야별 전문가의 의견을 종합하여 계량적 예측모델에 사용될 요인변수들을 최종 결정하였음.

<표 2> 선행연구에서 고려한 콘텐츠산업 시장규모의 주요영향요인

구분	주요 영향요인	내용
정책	콘텐츠분야 정부지출	문화예술분야 정부예산지출규모(문화체육관광부 내부자료)
경제	콘텐츠 투자 규모	전통적 TV, 영화, 신문 산업에서의콘텐츠 투자는 기업 매출 증가의 주요 요인
경제	경제성장률	국내외 경기는 콘텐츠산업을 비롯한 산업 전반에 영향을 미침.
경제	국내총생산	한국 명목 GDP
경제	국내총소득	1인당 GNI
경제	소비심리	소비자심리지수
경제	환율	원/달러 명목환율
경제	콘텐츠 물가	소비자물가지수의 오락, 문화분야물가(한국은행 소비자물가지수)
경제	지식재산투자	저작권 등 지식재산생산물의 투자(한국은행(국민계정))
경제	콘텐츠 제작투자	국내 콘텐츠산업 총 제작비(콘텐츠산업 통계)
경제	광고 산업의 매출	광고시장 매출액(제일기획 '광고통계')
경제	세계콘텐츠 매출	세계콘텐츠산업 매출액 합계
경제	웹툰 플랫폼 성장	네이버, 다음, 레진코믹스 등의 만화 플랫폼 성장
경제	스마트 기기 대중화	모바일 중심으로 문화콘텐츠의 소비형태 변화
경제	외국 자본 유입	외국 자본의 유입으로 콘텐츠 제작 편수 증가 및 해외 진출 확대
경제	실업률	실업률이 높을수록 광고시장의 성장률이 높아짐.
경제	조세부담률	조세부담이 낮을수록 가계나 기업의 가처분소득이 늘어나므로 구매력 증가
사회	저작권 등록건수	저작권위원회에 등록된 저작권수(한국저작권위원회 저작권통계)
사회	유료방송 가입자수	유료방송 이용 가입자 수(방송산업실태조사)
사회	인터넷 이용자수	인터넷 이용자수(인터넷이용실태조사)
사회	모바일 이용자수	이동전화 가입자수(방송산업실태조사)
사회	콘텐츠 사업체수	콘텐츠산업의 사업체 수(콘텐츠산업통계)
사회	교육 수준	교육 연수가 높아질수록 음악, 연극, 마당극, 뮤지컬을 관람할 확률이 높아짐
사회	가구형태	가구 구성원 수에 따라 콘텐츠 소비 형태에 차이가 있음.
사회	가구소득	가구소득이 클수록 음악, 연주회와연극, 마당극, 뮤지컬을 관람할 확률이 높아짐
사회	2차 저작물 활성화	웹툰, 웹소설 IP의 2차 창작물 인기 흥행
사회	소비층 확대	콘텐츠 주요 소비층의 연령대가 확대되고 있음.
사회	OTT 서비스 확산	넷플릭스, Hulu등 OTT사업자증가
기술	콘텐츠솔루션 기술 향상	콘텐츠솔루션 산업은 콘텐츠산업 전반에 걸쳐 기본적인 인프라를 제공
기술	5G 기술의 대중화	5G 기술 확산 및 이용 가능한 단말기 보급 증가
기술	AR/VR 기술의 발전	AR/VR 등 가상현실 콘텐츠 및 디바이스 보급의 확대가 콘텐츠산업 성장에 기여
기술	스마트 TV 보급	타 미디어와의 서비스 차별화를 통한 방송 분야의 상생을 가능하게 함.

제3장 콘텐츠산업 시장동향분석

1. 환경분석

가. 메가트랜드 분석

□ 온라인 콘텐츠 서비스 및 소비 확대

○ 코로나19 팬데믹으로 인한 사회적 거리두기로 공연 및 영화 관람, PC방과 노래방 이용 등 오프라인 콘텐츠 소비가 크게 위축된 반면 온라인 콘텐츠 소비는 크게 증가하였음.

○ 반면 진화하고 있는 콘텐츠 플랫폼과 소비자 경험이 온라인 콘텐츠 소비를 촉진시키면서, 온라인 콘텐츠 서비스 및 소비가 지속적으로 확대될 것으로 전망됨.

□ 콘텐츠 소비층의 확대와 인구 고령화

○ 모바일기기 및 5G 기술의 보급, 다양한 소비층을 겨냥한 양질의 콘텐츠가 지속적으로 보급되면서 콘텐츠의 주요 소비층이 기존 20~30대에서 전 연령대로 확대되고 있음.

○ 한편 우리나라는 출산율 저조로 빠르게 초고령 사회로 접어들고 있으며, 이것이 장기적인 국가경제성장 및 콘텐츠 소비층의 구조 변화에 영향을 줄 것으로 전망됨.

□ K-콘텐츠에 대한 한류열풍 지속 및 글로벌화

○ 방송, 만화, 게임, 음악, 영화 등 다양한 분야에서 K-콘텐츠가 전 세계적인 인기를 끄는 사례가 증가하고 있고, 이로 인해 코로나19의 여파에도 불구하고 K-콘텐츠의 수출규모가 빠르게 증가하고 있음.

○ 콘텐츠 수요 측면에서도 우리나라 콘텐츠산업의 글로벌화가 가속화되고 있음. 넷플릭스와 유튜브는 물론 애플TV, 디즈니+, 아마존프라임 등 글로벌 OTT 플랫폼 기업들의 국내 영향력이 크게 확대되고 있음. 플랫폼 기업간 경쟁이 본격화되면서 국내 OTT 연합도 글로벌 플랫폼과의 차별화 및 경쟁력 확보를 위한 전략을 수립하고 있음.

나. PEST 분석

○ 국내 콘텐츠산업에 영향을 미치는 주요 정치, 경제, 사회, 기술적 요인들은 아래와 같이 분석됨.

정치(Political)	경제(Economical)
• 코로나19 사회적 거리두기 조치 해제 • 메타버스·디지털전환 지원 • 창의적 IP 확보를 위한 제작 투자 • 상생협력 및 공정환경 조성 지원 • 저작권 보호 정책 강화 • 콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	• 콘텐츠 플랫폼의 대형화 • 국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속 • 세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합 • 제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대 • 콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성 • 금리 인상, 초저금리 시대의 마감
사회(Social)	**기술(Technological)**
• 코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대 • K-콘텐츠 한류 열풍 지속 • 콘텐츠 주요 소비층의 확대 • 방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대 • 성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	• 메타버스 플랫폼의 확장 • 가상인간 기술의 발전 • NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장 • 인공지능 기술을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스

다. SWOT 분석

○ 국내 콘텐츠산업 전반에 대한 강점, 약점, 기회, 위협 요인들은 아래와 같이 분석됨.

강점(Strengths)	약점(Weaknesses)
• 세계 7위 시장의 콘텐츠 강국 • K-드라마, K-POPs, K-Games 등 K-콘텐츠의 한류 열풍 지속 • 세계 최초 5G 기술 상용화 및 활성화 • 세계 최고의 디지털 기기 보급률	• 여전히 낮은 국산 콘텐츠 유통 플랫폼의 이용률 • 국내 콘텐츠 기업의 영세성 • 불공정 거래, 계약, 고용 관행 지속
기회(Opportunities)	**위협(Threats)**
• 코로나 19로 비대면·온라인 콘텐츠 서비스 활성화 • 글로벌 콘텐츠 유통 플랫폼 활성화로 해외 진출 기회 용이 • 메타버스 플랫폼의 확장 및 신시장 창출 가능성	• 금리 인상 및 경기침체에 대한 우려 • 콘텐츠 유통 플랫폼의 독점화 및 경쟁 심화 • 해외콘텐츠시장 자국보호주의 심화

2. 경쟁현황분석

○ 매년 10.5만 개 규모를 유지해오던 콘텐츠산업 사업체수가 코로나19 팬데믹으로 인해 2020년 99,551개로 전년 대비 4.4% 감소하였음.

○ 2020년 기준 콘텐츠산업조사(문체부)에 따르면, 전체의 87%를 차지하는 86,867개 사업체는 매출액 규모가 10억 원 미만이며 91.6%를 차지하는 91,117개 사업체는 종사자수가 10인 이하로 90% 이상이 영세한 기업들로 구성되어 있음.

<표 3> 국내 콘텐츠산업 사업체수

(단위: 개)

분야	2016	2017	2018	2019	2020	비중	CAGR 16-20
출판	25,452	25,829	24,995	25,220	25,244	25.4%	-0.2%
만화	7,726	7,172	6,628	6,607	6,144	6.2%	-5.6%
음악	37,501	36,066	35,670	34,145	33,138	33.3%	-3.0%
게임	12,363	12,937	13,357	13,387	11,541	0.9%	-1.7%
영화	1,398	1,409	1,369	1,223	916	11.6%	-10.0%
애니메이션	447	492	509	480	490	0.5%	2.3%
방송	957	1,054	1,148	1,062	1,070	1.1%	2.8%
광고	7,231	7,234	7,256	7,323	6,337	6.4%	-3.2%
캐릭터	2,213	2,261	2,534	2,754	2,700	2.7%	5.1%
지식정보	8,719	9,149	9,724	9,859	9,949	10.0%	3.4%
콘텐츠솔루션	17,98	1,872	2,120	2,076	2,022	2.0%	3.0%
합계	105,805	105,475	105,310	104,136	99,551	100.0%	-1.5%

출처: 문화체육관광부(2021). <2020년 기준 콘텐츠산업조사>

3. 시장규모분석

가. 세계시장규모

○ 2020년 글로벌 콘텐츠시장규모는 2.32조 달러 규모로 추정되며 4.98%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 2.95조 달러에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19의 영향을 직접적으로 받은 2020년 글로벌 콘텐츠 시장규모가 역성장하였고, 2021년부터 점차 회복되고 있음.
- 글로벌 콘텐츠 시장은 코로나19로 인해 비대면 온라인 소비 트렌드가 확대되었고, 따라서 온라인 콘텐츠 서비스도 확대되고 있음. 특히 방송, 만화, 게임, 음악 등의 분야에서 온라인 스트리밍을 중심으로 하는 서비스가 확대되고 있음.
- 코로나19로 인해 특히 모바일 게임 시장이 급성장하였고 진보된 메타버스 플랫폼이 등장하면서 게임 시장이 크게 성장하였음.

- 향후 시장은 영화와 애니메이션, 음악 분야의 성장률이 가장 높을 것으로 기대되는 반면, 출판, 방송 분야의 성장률은 다소 낮을 것으로 전망됨.

<표 4> 세계 콘텐츠시장규모 추정 및 전망

(단위: 억 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020p	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 20-25
출판	2,859	2,808	2,769	2,714	2,452	2,538	2,536	2,518	2,498	2,480	0.22%
만화	84	86	87	91	110	120	131	143	157	171	9.33%
음악	480	508	538	570	371	460	597	640	663	679	12.85%
게임	935	1,065	1,178	1,297	1,490	1,613	1,721	1,822	1,913	2,000	6.07%
영화	394	412	428	444	131	254	396	432	452	470	29.05%
애니메이션	68	53	49	83	15	29	45	49	51	53	29.19%
방송	4,695	4,745	4,818	4,818	4,592	4,748	4,903	4,981	5,071	5,141	2.28%
광고	4,858	5,135	5,553	5,928	5,724	6,186	6,641	6,966	7,287	7,552	5.7%
지식정보	7,095	7,705	8,139	8,594	8,398	8,858	9,440	9,912	10,369	10,802	5.16%
캐릭터/라이선스	2,629	2,716	2,803	2,928	2,816	3,000	3,200	3,342	3,473	3,593	4.99%
산술합계	24,099	25,232	26,362	27,467	26,098	27,805	29,610	30,805	31,934	32,940	4.77%
합계[1]	20,622	21,829	22,953	24,057	23,157	24,659	26,301	27,464	28,540	29,525	4.98%

출처 : 한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 해외 콘텐츠시장 분석>

나. 국내시장규모

○ 국내 콘텐츠산업 매출액은 2021년 136조 원 규모로 추정되며, 코로나19의 여파에도 불구하고 최근 3년 3.7%의 연평균성장률로 성장하였음.

○ 국내 콘텐츠산업의 수출액은 게임분야의 지속적 성장에 힘입어, 최근 3년 15.1%의 연평균성장률을 보이며 2021년 136억 달러에 이른 것으로 추정됨.

○ 전체 콘텐츠산업의 종사자수는 코로나19의 여파로 2020년 큰 폭으로 감소하였고 2021년에도 2019년 수준을 회복하지 못한 것으로 추정됨.

1) 중복 시장을 제외한 시장규모임.
- 출판의 신문/잡지 광고, 게임의 비디오 게임/e스포츠 스트리밍 광고, 영화의 극장 광고, 방송의 TV/라디오/팟캐스트 광고, 지식정보의 디렉토리 광고는 광고시장에 포함
- 만화, 지식정보의 전문서적/산업 잡지는 출판시장에 포함
- 애니메이션은 영화시장에 포함

<표 5> 분야별 국내 콘텐츠산업 시장규모

분야	매출액(십억 원)				
	2019	2020	2021	비중 (21)	CAGR (19-21)
출판	21,341	21,649	22,112	16.2%	1.8%
만화	1,337	1,534	1,895	1.4%	19.1%
음악	6,812	6,065	6,357	4.7%	-3.4%
게임	15,575	18,885	20,618	15.1%	15.1%
영화	6,432	2,987	2,728	2.0%	-34.9%
애니메이션	641	553	563	0.4%	-6.3%
방송	20,843	21,965	22,950	16.8%	4.9%
광고	18,134	17,422	19,372	14.2%	3.4%
캐릭터	12,567	12,218	12,258	9.0%	-1.2%
지식정보	17,669	19,373	21,345	15.7%	9.9%
콘텐츠솔루션	5,361	5,635	6,159	4.5%	7.2%
산업 전체	126,712	128,287	136,356	100.0%	3.7%
분야	수출액(천 달러)				
	2019	2020	2021	비중 (21)	CAGR (19-21)
출판	214,732	345,960	428,379	3.2%	41.2%
만화	46,010	62,715	87,605	0.6%	38.0%
음악	756,198	679,633	941,354	6.9%	11.6%
게임	6,657,777	8,193,562	9,435,401	69.5%	19.0%
영화	37,877	54,157	43,033	0.3%	6.6%
애니메이션	194,148	134,532	151,928	1.1%	-11.5%
방송	539,214	692,790	700,096	5.2%	13.9%
광고	139,083	119,935	155,998	1.1%	5.9%
캐릭터	791,338	715,816	717,762	5.3%	-4.8%
지식정보	649,623	691,987	666,586	4.9%	1.3%
콘텐츠솔루션	227,881	233,196	250,111	1.8%	4.8%
산업 전체	10,253,881	11,924,283	13,578,253	100.0%	15.1%
분야	종사자수(명)				
	2019	2020	2021	비중 (21)	CAGR (19-21)
출판	185,270	185,444	185,370	28.5%	0.0%
만화	11,079	11,230	11,563	1.8%	2.2%
음악	77,149	65,464	65,920	10.1%	-7.6%
게임	89,157	83,303	84,506	13.0%	-2.6%
영화	32,566	10,497	11,170	1.7%	-41.4%
애니메이션	5,436	5,472	5,519	0.8%	0.8%
방송	51,006	50,239	49,450	7.6%	-1.5%
광고	73,520	68,888	68,810	10.6%	-3.3%
캐릭터	37,521	36,505	36,441	5.6%	-1.4%
지식정보	89,286	93,182	97,244	15.0%	4.4%
콘텐츠솔루션	30,655	31,863	33,561	5.2%	4.6%
산업 전체	682,645	642,087	649,554	100.0%	-2.5%

출처: 문화체육관광부(2021). <2020년 기준 콘텐츠산업조사>, 한국콘텐츠진흥원(2022). <2021년 하반기 및 연간 콘텐츠 산업 동향분석 보고서>

제4장 정성적 시장전망

1. 콘텐츠산업 성장의 주요영향요인 분석

가. 전체 콘텐츠산업 성장의 주요영향요인

○ 우리나라 전체 콘텐츠산업의 시장성장을 견인할 주요 요인으로는 ‘국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속 (2.6)’, ‘K-콘텐츠 한류열풍 지속 (2.4)’, ‘창의적 IP 확보를 위한 제작 투자 (2.1)’, ‘콘텐츠 주요 소비층의 확대 (2.1)’, ‘성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가 (2.0)’, ‘코로나19 사회적 거리두기 조치 해제 (1.8)’, ‘코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대 (1.8)’, ‘메타버스·디지털전환 지원 (1.8)’ 등의 순으로 분석되었음.

○ 반면, ‘국제분쟁 및 경기침체 우려 (-2.2)’, ‘저출산으로 인한 인구감소 및 고령화 (-1.4)’, ‘금리 인상, 초저금리 시대의 마감 (-1.2)’은 향후 국내 콘텐츠산업의 시장규모를 위축시킬 가장 중요한 요인으로 꼽혔음.

○ 한편 ‘방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대’와 ‘콘텐츠 플랫폼의 대형화’는 분야별로 다른 영향을 줄 것으로 분석되었음.

<표 6> 시장영향요인이 콘텐츠산업 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수

구분	시장영향요인	평균점수
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제	1.8
정책2	메타버스·디지털전환 지원	1.8
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자	2.1
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원	1.4
정책5	저작권 보호 정책 강화	1.6
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	1.4
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화	1.7
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속	2.6
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합	1.7
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대	1.6
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성	0.5
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감	-1.2
경제7	국제분쟁 및 경기침체 우려	-2.2

구분	시장영향요인	평균점수
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대	1.8
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속	2.4
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대	2.1
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대	0.3
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	2.0
사회6	저출산으로 인한 인구감소 및 고령화	-1.4
기술1	메타버스 플랫폼의 확장	1.5
기술2	가상인간 기술의 발전	1.2
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장	1.4
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스	1.5

*각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(−), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가

2. 콘텐츠산업 정성적 시장전망

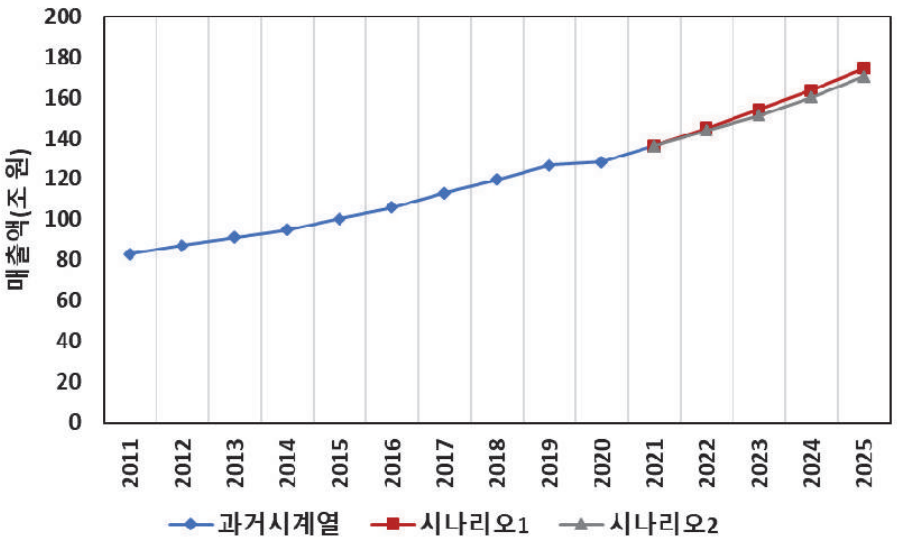
가. 전체 콘텐츠산업 정성적 시장전망

(1) 매출액

○ (시나리오 1) 국내 콘텐츠산업의 전체 매출규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려할 때, 2021년 136조 원에서 6.4%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 174조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화 분야가 21.2%로 가장 높은 성장률을 보일 것으로 전망되며, 코로나19로 인해 큰 타격을 받았던 영화 분야가 매출이 회복되면서 17.7%의 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨. 또한 게임 분야 역시 10.9%의 높은 성장률을 보이며 전체 콘텐츠산업의 성장을 견인할 것으로 전망됨.
- 반면, 출판, 캐릭터 분야는 2% 미만의 상대적으로 낮은 성장률을 보일 것으로 전망됨.

○ (시나리오 2) 2022년 겨울에 코로나19가 다시 크게 재확산되는 경우를 가정하면, 2025년까지의 매출액 연평균성장률은 5.7%로 다소 낮아져 171조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.



[그림 2] 정성적 예측에 따른 매출액 전망

○ 2022년 겨울 코로나19가 크게 재확산되는 경우, 만화, 게임 등 온라인 소비가 활성화되어 있는 분야는 매출이 더욱 성장할 것으로 기대되는 반면, 영화, 음악, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터 등 대부분의 분야는 성장률이 저하될 것으로 전망됨.

<표 7> 정성적 예측에 따른 분야별 매출액 전망

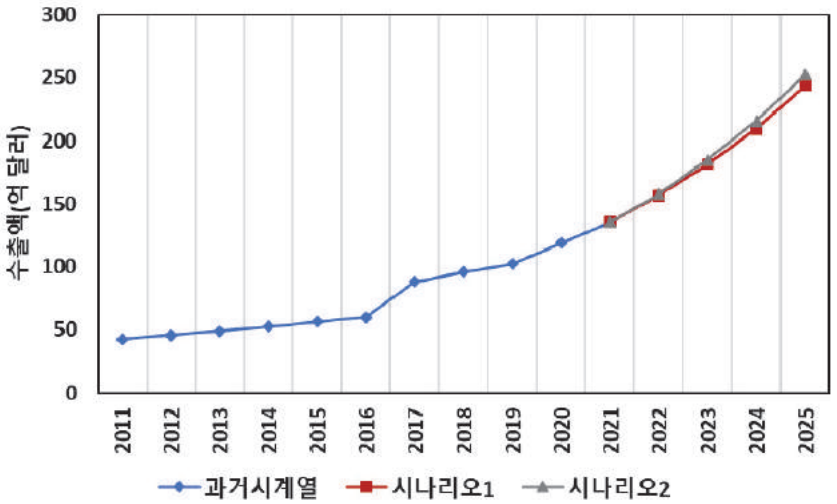
시나리오	분야	매출액(십억 원)					CAGR 21-25
		2021	2022	2023	2024	2025	
시나리오1	출판	22,112	22,453	22,794	23,145	23,511	1.5%
	만화	1,895	2,285	2,761	3,357	4,089	21.2%
	음악	6,357	6,732	7,113	7,501	7,896	5.6%
	게임	20,618	22,618	25,015	27,767	31,155	10.9%
	영화	2,728	4,037	4,910	5,057	5,229	17.7%
	애니메이션	563	577	594	611	628	2.8%
	방송	22,950	23,997	25,052	26,265	27,494	4.6%
	광고	19,372	20,341	21,561	22,639	23,771	5.2%
	캐릭터	12,258	12,388	12,522	12,815	13,212	1.9%
	지식정보	21,345	23,053	24,971	27,178	29,695	8.6%
	콘텐츠솔루션	6,159	6,547	6,950	7,370	7,792	6.1%
	전체 산업	136,357	145,027	154,243	163,705	174,470	6.4%

시나리오	분야	매출액(십억 원)					CAGR 21-25
		2021	2022	2023	2024	2025	
시나리오2	출판	22,112	22,492	22,884	23,317	23,713	1.8%
	만화	1,895	2,346	2,862	3,475	4,253	22.4%
	음악	6,357	6,386	6,365	6,559	6,747	1.5%
	게임	20,618	22,927	25,954	29,172	33,081	12.5%
	영화	2,728	3,574	3,345	3,412	3,617	7.3%
	애니메이션	563	570	555	570	596	1.4%
	방송	22,950	23,781	24,599	25,450	26,284	3.4%
	광고	19,372	20,147	20,751	21,789	22,878	4.2%
	캐릭터	12,258	12,278	12,177	12,279	12,449	0.4%
	지식정보	21,345	22,933	24,717	26,719	28,964	7.9%
	콘텐츠솔루션	6,159	6,563	6,988	7,437	7,921	6.5%
	전체 산업	136,357	143,998	151,197	160,178	170,501	5.7%

(2) 수출액

○ (시나리오 1) 국내 콘텐츠산업의 전체 수출규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려할 때, 2021년 136억 달러에서 15.8%의 높은 연평균성장률로 성장하여 2025년 244억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19의 영향을 크게 받은 2020~2021년 기간에도 수출이 높은 성장률을 보이며 성장한 것이 향후 높은 성장률을 기대한 중요한 요인으로 작용하였음.
- 전체 수출액의 69.5%를 차지하고 있는 게임 분야가 18.0%의 높은 성장률을 보일 것으로 전망되는 한편, 만화, 출판, 음악, 영화, 광고 등 많은 분야에서 10% 이상의 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 캐릭터와 지식정보 분야는 각각 2.5%와 3.3%로 상대적으로 낮은 연평균성장률을 보일 것으로 전망됨.



[그림 3] 정성적 예측에 따른 수출액 전망

○ (시나리오 2) 2022년 겨울에 코로나19가 다시 크게 재확산되는 경우를 가정하면, 2025년까지의 수출액 연평균성장률은 16.8%로 오히려 높아져 253억 달러에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19 재확산 시 음악, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보 등 많은 분야의 수출 감소가 예상되는 반면, 온라인으로 소비되는 게임 분야의 수출이 오히려 늘어날 것으로 전망됨.
- 전체 콘텐츠산업 수출액에서 게임 분야가 차지하는 비중이 매우 크기 때문에, 게임 분야의 수출 증가가 타 분야의 수출 감소를 충분히 상쇄하여 오히려 전체 수출액이 늘어날 것으로 전망되었음.

<표 8> 정성적 예측에 따른 분야별 수출액 전망

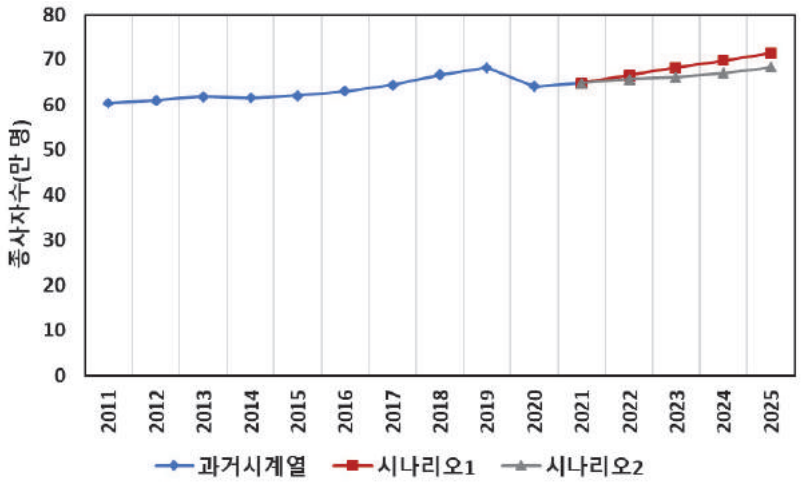
시나리오	분야	수출액(천 달러)					CAGR 21-25
		2021	2022	2023	2024	2025	
시나리오1	출판	428,379	507,608	591,363	691,895	812,285	17.4%
	만화	87,605	115,104	151,707	199,040	261,538	31.3%
	음악	941,354	1,096,077	1,271,449	1,485,053	1,746,422	16.7%
	게임	9,435,401	11,152,170	13,248,778	15,527,568	18,322,530	18.0%
	영화	43,033	52,890	58,179	63,415	68,488	12.3%
	애니메이션	151,928	156,894	165,147	171,489	178,451	4.1%
	방송	700,096	732,200	776,132	819,595	873,689	5.7%
	광고	155,998	163,800	163,800	196,560	235,872	10.9%
	캐릭터	717,762	732,504	746,861	767,474	792,494	2.5%
	지식정보	666,586	680,607	702,114	728,654	758,383	3.3%
	콘텐츠솔루션	250,111	265,868	284,213	304,392	326,247	6.9%
	전체 산업	13,578,253	15,655,722	18,159,743	20,955,134	24,376,399	15.8%

시나리오	분야	수출액(천 달러)					CAGR 21-25
		2021	2022	2023	2024	2025	
시나리오2	출판	428,379	506,752	599,488	704,398	827,668	17.9%
	만화	87,605	115,632	152,172	198,736	262,332	31.4%
	음악	941,354	1,048,274	1,142,619	1,268,307	1,382,454	10.1%
	게임	9,435,401	11,359,740	13,813,444	16,493,252	19,725,929	20.2%
	영화	43,033	49,708	50,205	54,523	63,573	10.3%
	애니메이션	151,928	155,952	150,026	156,357	165,457	2.1%
	방송	700,096	727,832	759,682	789,887	821,293	4.1%
	광고	155,998	156,000	156,000	187,200	224,640	9.5%
	캐릭터	717,762	725,611	728,078	738,562	750,231	1.1%
	지식정보	666,586	669,535	676,096	686,643	704,221	1.4%
	콘텐츠솔루션	250,111	267,019	286,404	308,744	336,036	7.7%
	전체 산업	13,578,253	15,782,054	18,514,213	21,586,608	25,263,835	16.8%

(3) 종사자수

○ (시나리오 1) 국내 콘텐츠산업의 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려할 때, 2021년 65만 명 규모에서 2.4%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 71만 명 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 전반적으로 매출액, 수출액의 증가세와는 상반되게, 고용의 회복 및 증가는 매우 더딜 것으로 전망됨.
- 코로나19로 가장 큰 타격을 받았던 영화 분야가 빠르게 회복하면서 18.5%의 가장 높은 성장률을 보일 것으로 전망되며, 최근 지속적으로 종사자수가 늘고 있는 지식정보, 콘텐츠솔루션, 만화 분야의 성장률도 상대적으로 높을 것으로 전망됨.
- 반면, 방송 분야는 종사자수가 다소 감소될 것으로 전망되며 출판, 애니메이션 분야 역시 종사자수에 큰 변화가 없을 것으로 전망됨.



[그림 4] 정성적 예측에 따른 종사자수 전망

<표 9> 정성적 예측에 따른 분야별 종사자수 전망

시나리오	분야	종사자수(명)					CAGR
		2021	2022	2023	2024	2025	21-25
시나리오1	출판	185,370	185,296	185,185	185,148	185,044	0.0%
	만화	11,563	11,979	12,446	12,957	13,514	4.0%
	음악	65,920	67,634	68,716	69,747	70,305	1.6%
	게임	84,506	86,619	89,737	92,878	96,258	3.3%
	영화	11,170	15,973	19,966	21,284	22,050	18.5%
	애니메이션	5,519	5,519	5,536	5,551	5,568	0.2%
	방송	49,450	48,985	48,515	48,622	48,816	-0.3%
	광고	68,810	70,874	73,001	75,191	77,446	3.0%
	캐릭터	36,441	36,733	37,056	37,515	38,108	1.1%
	지식정보	97,244	101,795	106,498	111,546	116,722	4.7%
	콘텐츠솔루션	33,561	35,125	36,755	38,460	40,206	4.6%
	전체 산업	649,554	666,532	683,410	698,898	714,038	2.4%
시나리오2	출판	185,370	185,333	185,185	185,111	184,962	-0.1%
	만화	11,563	11,952	12,406	12,976	13,625	4.2%
	음악	65,920	64,074	61,639	60,160	59,558	-2.5%
	게임	84,506	86,281	89,214	92,069	95,107	3.0%
	영화	11,170	13,627	12,810	13,117	14,298	6.4%
	애니메이션	5,519	5,490	5,454	5,509	5,568	0.2%
	방송	49,450	48,693	48,030	47,457	46,876	-1.3%
	광고	68,810	70,186	70,186	72,292	74,461	2.0%
	캐릭터	36,441	36,441	36,098	36,207	36,410	0.0%
	지식정보	97,244	100,725	104,432	108,547	113,019	3.8%
	콘텐츠솔루션	33,561	35,004	36,488	38,138	39,854	4.4%
	전체 산업	649,554	657,807	661,943	671,582	683,738	1.3%

○ (시나리오 2) 2022년 겨울에 코로나19가 다시 크게 재확산되는 경우를 가정하면, 2025년까지의 종사자수 연평균성장률은 1.3%로 크게 감소하여 68만 명 수준에 이를 것으로

전망됨.

- 코로나19 재확산 시 영화 분야 종사자수 회복이 크게 위축될 뿐만 아니라 음악, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 등 대부분의 분야에서 종사자수 감소가 예상됨.
- 매출액, 수출액의 시장성장 가능성과 무관하게 코로나19의 재확산은 고용 시장을 크게 위축시킬 것으로 전망됨.

제5장 계량적 시장전망

1. 단변량모형에 의한 시장예측

(1) 매출액

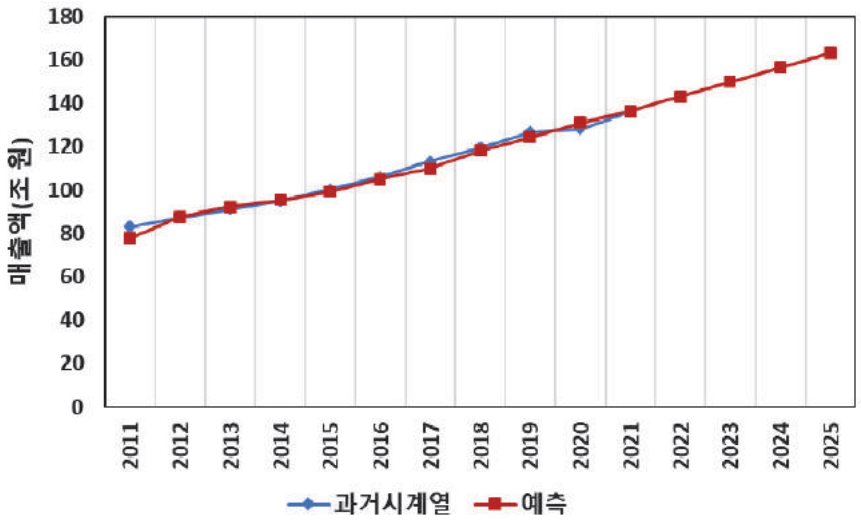
○ 단변량 분석결과 전체 콘텐츠산업의 국내 매출액은 2021년 136조 원 규모에서 4.6%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 163조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화, 게임, 음악, 지식정보의 순서로 높은 성장률을 보일 것으로 예상되며, 특히 이들 상위 4개 분야는 5.0% 이상의 높은 연평균성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 출판 분야의 매출규모는 거의 정체되어 0.8%의 가장 낮은 성장률이 예상되며, 광고, 영화, 애니메이션, 방송 등의 분야도 상대적으로 낮은 3%대의 성장률을 보일 것으로 전망됨.

<표 10> 단변량 예측에 따른 분야별 매출액 전망

분야	매출액(십억 원)					CAGR 21-25	최적 방법론	평활상수	유의 확률
	2021	2022	2023	2024	2025				
출판	22,112	22,282	22,452	22,622	22,792	0.8%	ARIMA (0,1,0)		0.226
만화	1,895	2,255	2,616	2,976	3,336	15.2%	지수평활 (Brown)	1.000	
음악	6,357	7,110	7,425	7,740	8,055	6.1%	지수평활 (Holt)	0.130, 0.000	
게임	20,618	22,733	24,819	26,905	28,991	8.9%	지수평활 (Brown)	0.807	
영화	2,728	2,826	2,922	3,018	3,115	3.4%	지수평활 (Holt)	0.996, 0.001	

분야	매출액(십억 원)					CAGR 21-25	최적 방법론	평활상수	유의 확률
	2021	2022	2023	2024	2025				
애니메이션	563	584	604	625	645	3.5%	ARIMA (0,1,0)		0.099
방송	22,950	23,844	24,739	25,634	26,528	3.7%	ARIMA (0,1,0)		0.000
광고	19,372	19,690	20,397	21,104	21,812	3.0%	지수평활 (Holt)	0.096, 0.000	
캐릭터	12,258	12,895	13,531	14,167	14,804	4.8%	ARIMA (0,1,0)		0.001
지식정보	21,345	22,489	23,633	24,777	25,920	5.0%	ARIMA (0,1,0)		0.000
콘텐츠솔루션	6,159	6,464	6,770	7,075	7,380	4.6%	ARIMA (0,1,0)		0.000
전체 산업	136,356	143,171	149,907	156,642	163,378	4.6%	-	-	-



[그림 5] 단변량 예측에 따른 전체 콘텐츠산업 매출액 전망

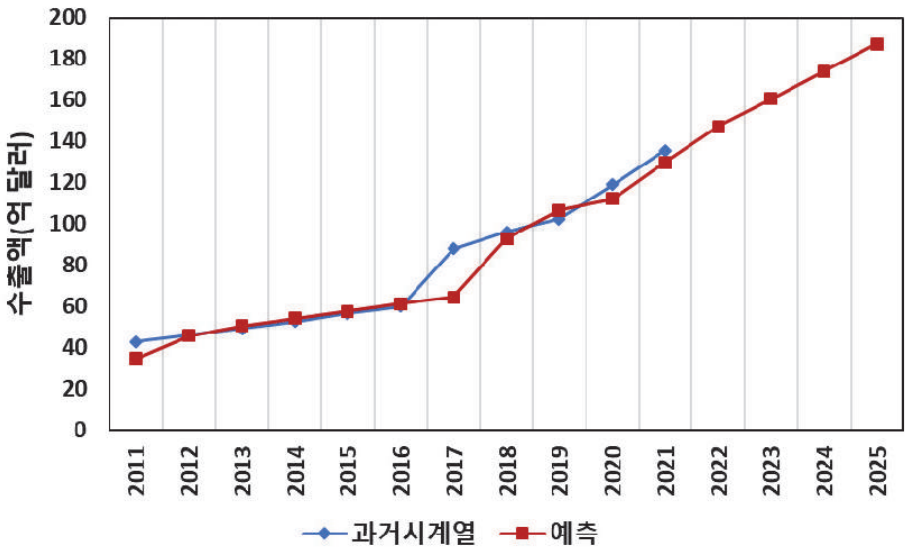
(2) 수출액

○ 단변량 분석결과 전체 콘텐츠산업의 수출액은 2021년 136억 달러 규모에서 8.4%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 187억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화, 게임, 방송의 순서로 높은 성장률을 보일 것으로 예상되며, 특히 만화는 20.9%의 매우 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 출판과 콘텐츠솔루션 분야의 수출규모는 3%대의 비교적 낮은 성장률을 보일 것으로 전망됨.

<표 11> 단변량 예측에 따른 분야별 수출액 전망

분야	수출액(천 달러)					CAGR 21-25	최적 방법론	평활 상수	유의 확률
	2021	2022	2023	2024	2025				
출판	428,379	443,194	458,008	472,823	487,637	3.3%	ARIMA (0,1,0)		0.327
만화	87,605	112,494	137,382	162,271	187,159	20.9%	지수평활 (Brown)	1.000	
음악	941,354	931,177	1,025,532	1,119,888	1,214,243	6.6%	지수평활 (Holt)	0.188, 1.000	
게임	9,435,401	10,356,543	11,394,067	12,431,592	13,469,116	9.3%	지수평활 (Brown)	0.513	
영화	43,033	48,192	49,376	50,559	51,743	4.7%	지수평활 (Holt)	0.400, 1.000	
애니메이션	151,928	174,695	181,120	187,544	193,969	6.3%	지수평활 (Holt)	0.100, 1.000	
방송	700,096	776,197	842,736	909,275	975,814	8.7%	지수평활 (Brown)	0.479	
광고	155,998	165,163	174,328	183,493	192,658	5.4%	ARIMA (0,1,0)		0.404
캐릭터	717,762	752,393	787,024	821,655	856,286	4.5%	ARIMA (0,1,0)		0.004
지식정보	666,586	706,075	745,564	785,053	824,542	5.5%	ARIMA (0,1,0)		0.034
콘텐츠솔루션	250,111	259,928	269,744	279,561	289,378	3.7%	ARIMA (0,1,0)		0.001
전체 산업	13,578,253	14,726,050	16,064,882	17,403,713	18,742,545	8.4%	-	-	-



[그림 6] 단변량 예측에 따른 전체 콘텐츠산업 수출액 전망

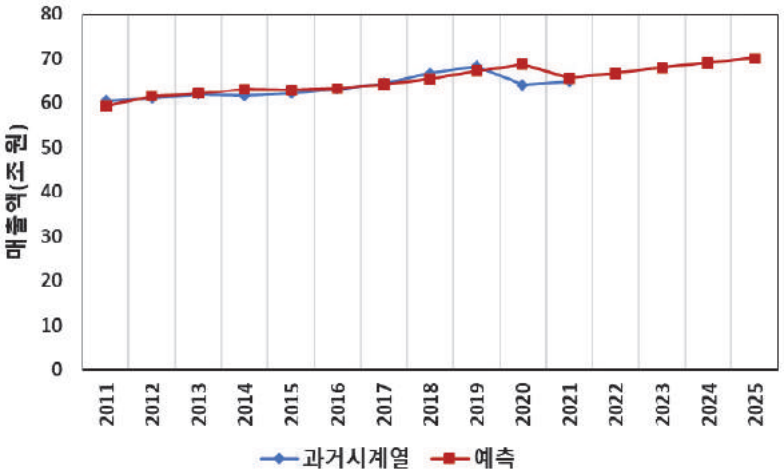
(3) 종사자수

○ 단변량 분석결과 전체 콘텐츠산업의 종사자수는 2021년 65만 명 규모에서 1.9%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 70만 명 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 영화, 지식정보, 방송, 콘텐츠솔루션, 광고의 순서로 높은 성장률을 보일 것으로 예상되며, 특히 이들 상위 5개 분야는 3% 이상의 성장률을 보이며 콘텐츠산업의 고용 증가를 견인할 것으로 전망됨.
- 반면, 만화, 출판, 캐릭터 분야는 종사자수가 감소할 것으로 전망되며, 음악의 경우도 성장이 둔화되어 비슷한 규모를 유지할 것으로 전망됨.

<표 12> 단변량 예측에 따른 분야별 종사자수 전망

분야	종사자수 (명)					CAGR 21-25	최적 방법론	평활상수	유의확률
	2021	2022	2023	2024	2025				
출판	185,370	183,524	181,678	179,832	177,987	-1.0%	ARIMA (0,1,0)		0.142
만화	11,563	10,839	10,846	10,853	10,861	-1.6%	지수평활 (Brown)	0.103	0.085
음악	65,920	65,956	65,992	66,028	66,064	0.1%	ARIMA (0,1,0)		0.978
게임	84,506	85,996	87,486	88,975	90,465	1.7%	ARIMA (0,1,0)		0.710
영화	11,170	17,496	21,068	23,085	24,224	21.4%	ARIMA (1,0,0)		0.062
애니메이션	5,519	5,769	5,899	6,030	6,160	2.8%	지수평활 (Holt)	0.102, 0.000	
방송	49,450	53,374	54,833	56,292	57,752	4.0%	지수평활 (Holt)	0.121, 0.000	
광고	68,810	71,259	73,708	76,157	78,606	3.4%	ARIMA (0,1,0)		0.056
캐릭터	36,441	36,377	36,313	36,249	36,185	-0.2%	지수평활 (Brown)	1.000	
지식정보	97,244	101,364	105,484	109,603	113,723	4.0%	ARIMA (0,1,0)		0.002
콘텐츠솔루션	33,561	34,882	36,202	37,523	38,844	3.7%	ARIMA (0,1,0)		0.000
전체 산업	649,554	666,835	679,509	690,629	700,870	1.9%	-	-	-



[그림 7] 단변량 예측에 따른 전체 콘텐츠산업 종사자수 전망

2. 전이함수모형에 의한 시장예측

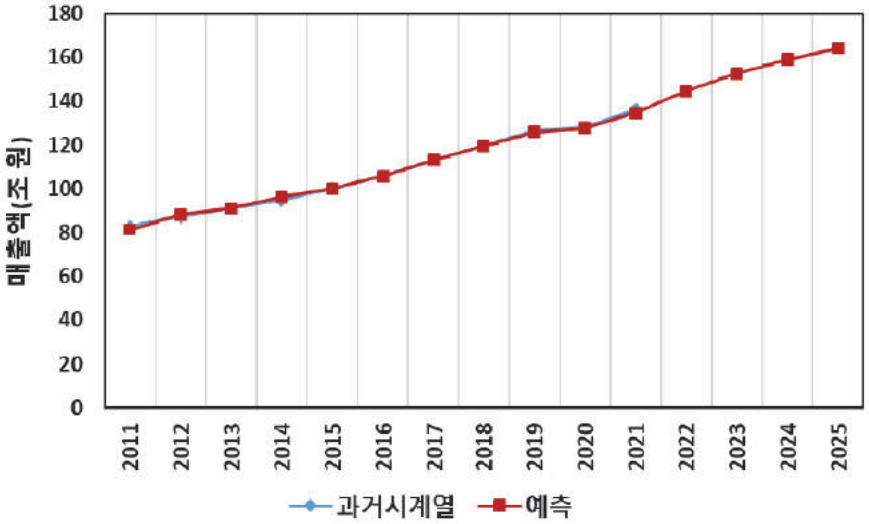
(1) 매출액

○ 전이함수모형에 의한 분석결과 전체 콘텐츠산업의 국내 매출액은 2021년 136조 원 규모에서 4.8%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 164조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19로 큰 타격을 입었던 영화 분야의 매출이 회복되면서 상대적으로 높은 성장률을 보일 것으로 예상되며, 그 밖에 게임, 지식정보 분야의 매출 성장이 비교적 높은 상태로 지속될 것으로 전망됨.
- 반면, 캐릭터, 출판 분야의 매출은 상대적으로 낮은 성장률을 보일 것으로 전망됨.

<표 13> 전이함수모형에 따른 분야별 매출액 전망

분야	매출액(십억 원)					CAGR
	2021	2022	2023	2024	2025	21-25
출판	22,112	22,493	23,148	23,725	23,648	1.7%
만화	1,895	1,965	2,025	2,083	2,137	3.1%
음악	6,357	6,736	6,990	7,095	7,329	3.6%
게임	20,618	22,572	24,940	27,489	29,746	9.6%
영화	2,728	4,970	5,749	5,874	5,999	21.8%
애니메이션	563	557	588	635	672	4.5%
방송	22,950	23,779	25,104	26,017	26,930	4.1%
광고	19,372	20,035	20,699	21,364	22,029	3.3%
캐릭터	12,258	12,298	12,338	12,378	12,418	0.3%
지식정보	21,345	22,945	24,490	25,469	26,291	5.3%
콘텐츠솔루션	6,159	6,392	6,672	6,953	7,233	4.1%
전체 산업	136,356	144,743	152,743	159,082	164,432	4.8%



[그림 8] 전이함수모형에 따른 전체 콘텐츠산업 매출액 전망

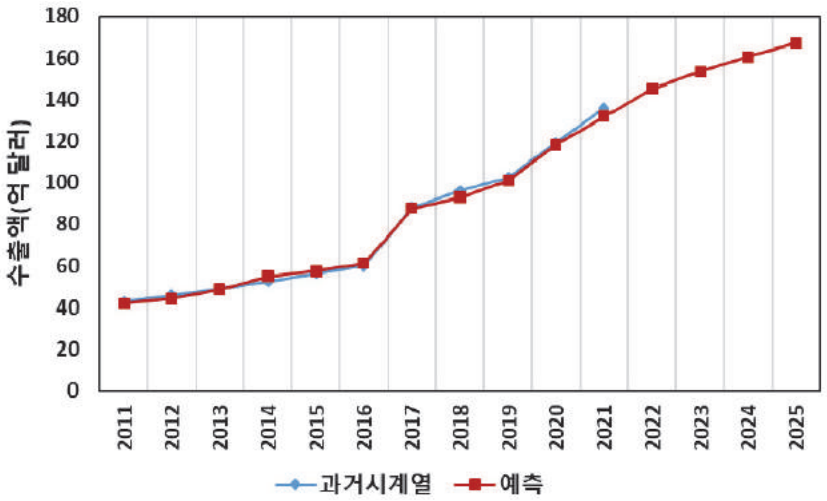
(2) 수출액

○ 전이함수모형에 따른 분석결과 전체 콘텐츠산업의 수출액은 2021년 136억 달러 규모에서 5.3%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 167억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화, 영화, 방송, 지식정보 분야의 순서로 높은 성장률을 보일 것으로 예상되며, 특히 만화는 20.5%, 영화는 13.7%의 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 광고 분야의 수출은 소폭 감소할 것으로 전망됨.

<표 14> 전이함수모형에 따른 분야별 수출액 전망

분야	수출액(천 달러)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
출판	428,379	448,122	464,785	480,977	495,962	3.7%
만화	87,605	113,066	136,814	160,727	184,641	20.5%
음악	941,354	992,912	1,044,470	1,096,028	1,147,586	5.1%
게임	9,435,401	10,107,154	10,666,004	11,159,101	11,613,904	5.3%
영화	43,033	42,988	67,319	69,617	71,914	13.7%
애니메이션	151,928	163,478	171,627	179,776	187,926	5.5%
방송	700,096	741,713	843,174	876,242	912,729	6.9%
광고	155,998	164,798	155,335	152,778	151,545	-0.7%
캐릭터	717,762	743,498	769,234	794,969	820,705	3.4%
지식정보	666,586	726,274	746,792	809,309	834,331	5.8%
콘텐츠솔루션	250,111	259,928	269,744	279,561	289,378	3.7%
전체 산업	13,578,253	14,503,931	15,335,298	16,059,085	16,710,621	5.3%



[그림 9] 전이함수모형에 따른 전체 콘텐츠산업 수출액 전망

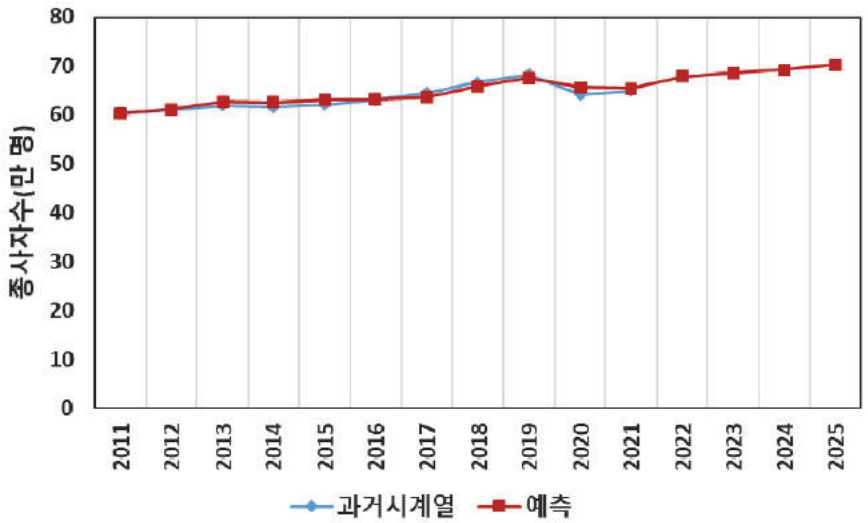
(3) 종사자수

○ 전이함수모형 분석결과 전체 콘텐츠산업의 종사자수는 2021년 65만 명 규모에서 2.0%의 연평균성장률로 성장하여 2023년 70.3만 명 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19로 인해 큰 감소를 겪었던 영화 분야에서 24.7%의 가장 높은 성장률을 보일 것으로 전망되며, 그 밖에 캐릭터, 콘텐츠솔루션, 광고 등의 순서로 높은 성장률을 보일 것으로 예상됨.
- 반면, 출판 분야는 종사자수가 다소 감소할 것으로 전망되며, 게임, 애니메이션의 경우도 성장률이 상대적으로 낮을 것으로 전망됨.

<표 15> 전이함수모형에 따른 분야별 종사자수 전망

분야	종사자수(명)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
출판	185,370	186,032	185,408	182,424	182,728	-0.4%
만화	11,563	12,274	12,869	12,490	12,291	1.5%
음악	65,920	66,544	67,167	67,791	68,414	0.9%
게임	84,506	84,506	84,506	84,506	84,506	0.0%
영화	11,170	27,933	27,004	27,004	27,004	24.7%
애니메이션	5,519	5,553	5,577	5,594	5,606	0.4%
방송	49,450	49,765	50,653	51,540	52,427	1.5%
광고	68,810	72,744	75,411	78,077	80,743	4.1%
캐릭터	36,441	38,118	39,795	41,472	43,149	4.3%
지식정보	97,244	100,541	101,268	103,847	106,796	2.4%
콘텐츠솔루션	33,561	35,029	36,104	38,160	39,616	4.2%
전체 산업	649,554	679,039	685,762	692,905	703,280	2.0%



[그림 10] 전이함수모형에 따른 전체 콘텐츠산업 종사자수 전망

3. VAR에 의한 시장예측

(1) 매출액

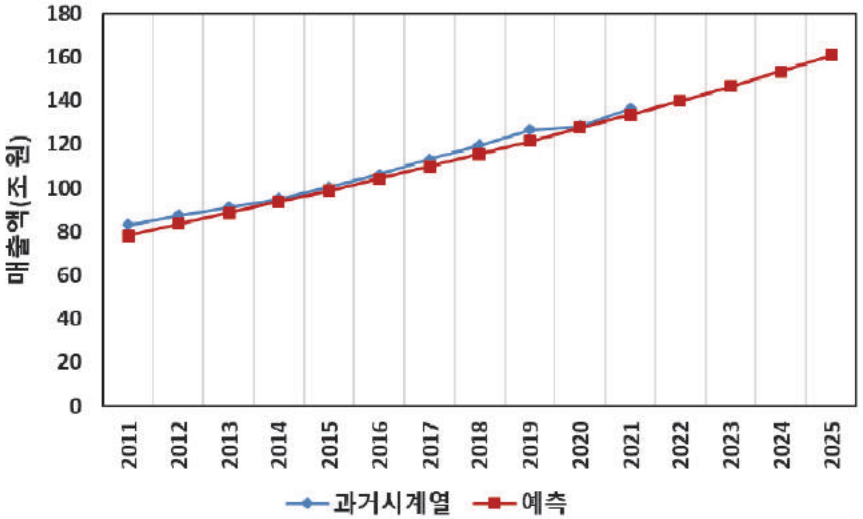
○ VAR모형에 의한 분석결과 전체 콘텐츠산업의 국내 매출액은 2021년 136조 원 규모에서 4.9%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 165조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화, 게임, 지식정보, 광고의 순서로 높은 성장률을 보일 것으로 예상되며, 특히 이들 상위 4개 분야는 6% 이상의 비교적 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 음악, 캐릭터, 애니메이션 분야의 매출규모는 감소될 것으로 전망되며, 출판, 영화 분야 역시 상대적으로 낮은 성장률을 보일 것으로 전망됨.

<표 16> VAR모형에 따른 분야별 매출액 전망

분야	매출액(십억 원)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
출판	22,112	22,118	22,219	22,294	22,351	0.3%
만화	1,895	2,056	2,424	2,887	3,470	16.3%
음악	6,357	6,187	5,948	5,551	4,980	-5.9%
게임	20,618	22,367	24,597	27,026	29,672	9.5%
영화	2,728	3,377	3,208	3,033	2,852	1.1%
애니메이션	563	564	560	558	555	-0.4%
방송	22,950	24,264	25,354	26,472	27,602	4.7%
광고	19,372	20,625	21,940	23,360	24,894	6.5%

분야	매출액(십억 원)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
캐릭터	12,258	11,013	11,297	11,561	11,806	-0.9%
지식정보	21,345	23,253	25,228	27,350	29,634	8.5%
콘텐츠솔루션	6,159	6,353	6,674	6,993	7,310	4.4%
전체 산업	136,357	142,177	149,449	157,085	165,126	4.9%



[그림 11] VAR모형에 따른 전체 콘텐츠산업 매출액 전망

(2) 수출액

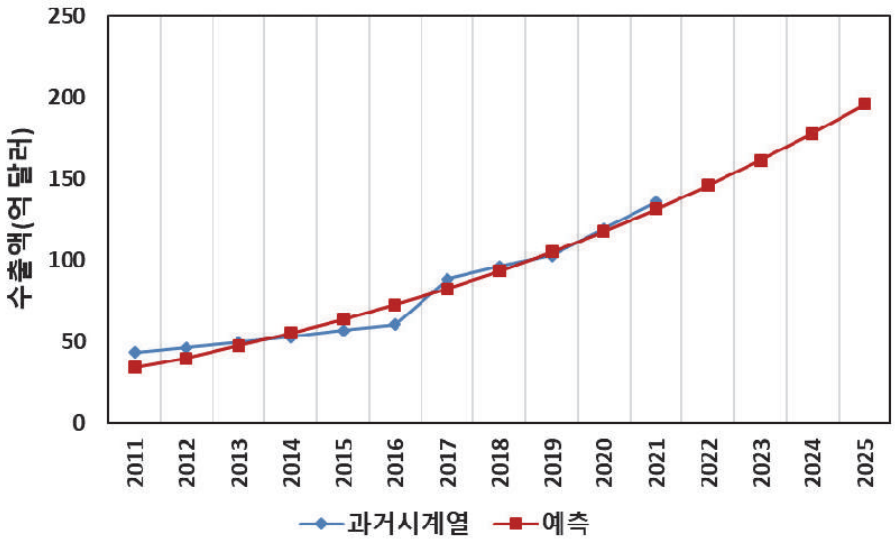
○ VAR모형에 따른 분석결과 전체 콘텐츠산업의 수출액은 2021년 136억 달러 규모에서 9.7%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 197억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화, 게임 분야가 각각 25.4%, 12.5%의 높은 성장률로 성장하며 전체 콘텐츠산업의 수출액 증가를 견인할 것으로 전망됨.
- 반면, 영화, 캐릭터, 애니메이션 분야에서의 수출은 감소할 것으로 전망됨.

<표 17> VAR모형에 따른 분야별 수출액 전망

분야	수출액(천 달러)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
출판	428,379	415,639	433,295	446,763	456,850	1.6%
만화	87,605	110,293	137,999	172,867	216,749	25.4%
음악	941,354	851,343	917,068	973,371	1,017,755	2.0%
게임	9,435,401	10,656,582	12,021,152	13,508,456	15,128,755	12.5%

분야	수출액(천 달러)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
영화	43,033	36,490	37,214	37,948	38,698	-2.6%
애니메이션	151,928	147,511	147,008	146,425	145,823	-1.0%
방송	700,096	682,846	722,862	763,555	806,161	3.6%
광고	155,998	148,130	158,102	168,871	180,502	3.7%
캐릭터	717,762	627,067	645,727	662,910	679,005	-1.4%
지식정보	666,586	688,753	703,858	717,847	730,813	2.3%
콘텐츠솔루션	250,111	258,710	270,093	281,483	292,867	4.0%
전체 산업	13,578,253	14,623,364	16,194,378	17,880,496	19,693,978	9.7%



[그림 12] VAR모형에 따른 전체 콘텐츠산업 수출액 전망

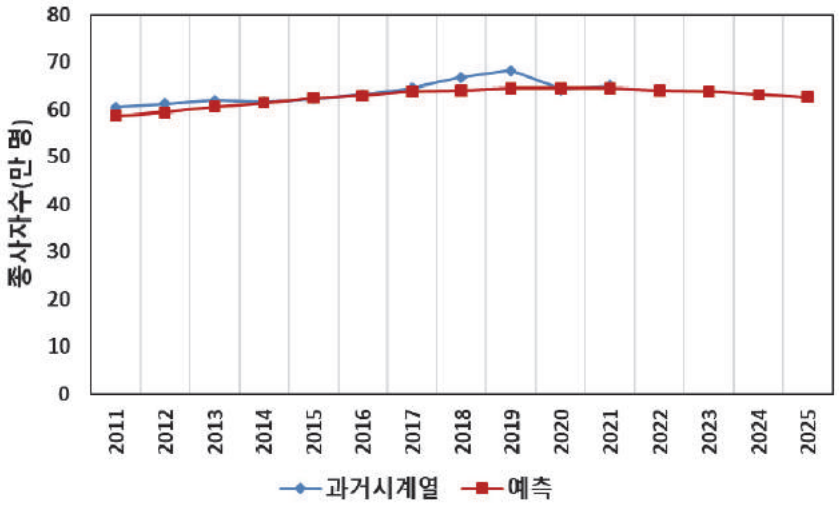
(3) 종사자수

○ VAR모형 분석결과 전체 콘텐츠산업의 종사자수는 2021년 65.0만 명 규모에서 -0.3%의 연평균성장률로 감소하여 2025년 64.2만 명 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 광고 9.6%, 영화, 방송, 콘텐츠솔루션 분야가 3.8%로 비교적 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 음악, 만화, 게임, 애니메이션 등 대부분의 분야에서 종사자수가 다소 감소할 것으로 전망됨.

<표 18> VAR모형에 따른 분야별 종사자수 전망

분야	종사자수 (명)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
출판	185,370	182,139	180,910	179,671	178,474	-0.9%
만화	11,563	9,750	9,506	9,200	8,814	-6.6%
음악	65,920	58,540	50,069	40,051	28,591	-18.8%
게임	84,506	80,634	78,410	75,904	73,107	-3.6%
영화	11,170	17,547	16,059	14,527	12,948	3.8%
애니메이션	5,519	5,209	5,200	5,189	5,178	-1.6%
방송	49,450	52,966	54,369	55,832	57,312	3.8%
광고	68,810	80,110	86,008	92,379	99,263	9.6%
캐릭터	36,441	33,404	33,932	34,417	34,869	-1.1%
지식정보	97,244	98,144	100,500	102,754	104,922	1.9%
콘텐츠솔루션	33,561	34,794	36,182	37,563	38,937	3.8%
전체 산업	649,554	653,237	651,145	647,487	642,415	-0.3%



[그림 13] VAR모형에 따른 전체 콘텐츠산업 종사자수 전망

제6장 결론

1. 콘텐츠산업 시장규모 전망 결과 종합

○ 콘텐츠산업의 최근(2020~2021년) 시장규모는 코로나19의 영향을 크게 받았으며, 그 영향의 크기와 방향은 분야별로 큰 편차를 보였음.

- 오프라인 서비스를 위주로 했던 음악, 영화, 애니메이션 분야와 제조업 특성을 갖는 캐릭터 분야는 코로나19로 인해 매출, 고용 등 시장규모가 특히 감소한 반면, 온라인 서비스에 특화되었던 만화, 게임 분야는 시장규모가 크게 성장하였음. 또한 광고 분야 역시 최근 큰 폭의 증감을 보였고 고용은 감소하였음.
- 한편 출판, 방송, 지식정보, 콘텐츠솔루션 분야는 코로나19의 영향이 비교적 적었으며 대체로 기존의 성장 패턴에 따라 성장하였음.

○ 코로나19의 영향을 크게 받은 분야는 정성적 방법론에 의한 전망치가 더욱 적합하며, 코로나19의 영향이 크지 않았던 분야는 정량적 방법론에 의한 전망치를 활용하는 것이 더욱 적합하다고 판단됨.
- 코로나19와 같은 큰 충격은 과거 시계열 자료에 기록된 바 없는데, 과거 시계열 패턴에 근거하여 시장규모를 전망하는 정량적 방법론은 코로나19의 영향을 크게 받은 분야의 시장전망에 적용하는데 한계가 있음.
- 반면, 코로나19의 영향을 적게 받은 분야의 경우 그 외에 매우 특별한 시장변화요인이 없는 경우 과거의 시장성장 패턴 대로 성장할 것을 가정하는 것이 합리적이며, 전문가의 정성적 판단에 비해 비교적 객관적이고 신뢰성 있는 전망치를 제공할 수 있음.

○ 따라서 본 연구에서는 기본적으로 최근 시장규모가 코로나19에 큰 영향을 받은 분야는 정성적 방법론에 의한 전망치를 적용하고 코로나19의 영향을 적게 받은 분야는 정량적 방법론에 의한 전망치를 적용하되, 전문가위원회의 3차 설문 및 검토 과정을 거쳐 최종 방법론을 결정하였음.
- 코로나19의 영향을 많이 받은 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 만화, 광고 분야의 경우 정성적 방법론에 의한 전망치를 적용하였음.
- 코로나19의 영향을 비교적 적게 받은 출판, 방송, 지식정보, 콘텐츠솔루션 분야는 정량적 방법론에 의한 전망치를 적용하였음.
- 게임 분야의 경우 코로나19 영향기간 동안 수출이 큰 폭으로 상승하였지만 코로나19 뿐만 아니라 중국의 판호 정책 역시 큰 영향을 주었으며, 향후 경기 상황에 따른 수출 변화에 대해 전문가의 정성적 판단이 시시각각 변하고 있음. 또한 매출 상승이 있었지만 과거 성장 패턴에 크게 벗어난 수준은 아니며, 종사자수 역시 큰 폭의 변화는 없을 것으로 판단됨. 이러한 상황과 전문가들의 정성적 판단을 고려하여 게임 분야는 정량적 방법론에 의한 전망치를 적용하기로 결정함.

○ 본 연구에서 고려하였던 두 가지의 정성적 시나리오 중 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 사회적 대응 체계를 고려하였을 때 더욱 현실적인 시나리오인 정성적 시나리오 1에 의한 전망치를 코로나19의 영향을 크게 받은 분야의 시장전망에 적용하였음.

- 2022년 10월 초 현재 국내 코로나19 일평균 확진자수는 1만 명 이내로 크게 감소한 상황이며, 2022년 겨울 변이 바이러스가 크게 유행하더라도 기존과 같은 사회적 거리두기 정책이 실현되지 않을 것이라는 관측이 지배적임.
- 또한 3차 설문조사 결과 본 연구에 참여한 대부분의 전문가들은 두 가지의 정성적 시나리오 중 시나리오1에 따른 전망치가 보다 실현가능성이 높은 것으로 판단하였음.

○ 코로나19의 영향을 적게 받은 분야에 적용하는 정량적 방법론으로는 각 방법론에 의한 예측 모델의 성능을 비교하여 과거 시계열에 대해 보다 적합도가 높은 모형을 최적 모형으로 선택하였음.

- 구체적으로 RMSE(Root Maen Square Error), MAPE(Mean Absolute Percentage Error), 정상 R2(결정계수)를 최적 모형 선정을 위한 지표로 활용하였음.
- RMSE와 MAPE는 작을수록 정상 R2는 높을수록 적합도 성능이 우수한 모형임.

<표 19> 정량적 방법론에 의한 예측 모형들의 적합도 성능 비교

분야	항목	RMSE			MAPE			정상 R2		
		단변량	전이함수	VAR	단변량	전이함수	VAR	단변량	전이함수	VAR
출판	매출액	537.9	256.1	294.8	1.8	1.0	1.1	0.00	0.80	0.80
	수출액	58.4	43.8	55.2	17.8	13.3	19.9	0.00	0.40	0.53
	종사자수	4.8	1.0	3.4	1.6	0.3	0.9	0.00	0.97	0.95
만화	매출액	84.0	127.0	60.8	4.9	12.0	1.6	0.00	0.12	0.98
	수출액	4.6	3.3	4.3	12.4	15.9	16.7	-0.13	0.53	0.98
	종사자수	0.9	0.3	0.6	6.9	2.2	5.7	0.77	0.91	0.93
음악	매출액	311.9	220.9	406.7	5.6	4.9	8.2	0.73	0.72	0.95
	수출액	66.4	51.6	73.6	51.9	89.0	17.0	0.71	0.57	0.96
	종사자수	5.2	1.8	2.1	4.0	1.8	2.7	0.00	0.90	0.89
게임	매출액	1,117.1	777.7	1,000.0	9.7	4.7	6.2	0.14	0.38	0.97
	수출액	686.6	184.3	715.2	13.4	6.4	13.6	0.46	0.94	0.96
	종사자수	15.7	5.4	15.0	13.8	7.2	6.1	0.00	0.88	0.70
영화	매출액	973.2	225.7	867.7	13.5	3.6	11.9	0.50	0.95	0.61
	수출액	14.4	4.2	5.7	45.2	10.7	13.7	0.65	0.95	0.86
	종사자수	6.0	1.7	5.3	22.3	5.2	14.9	0.24	0.95	0.59
애니메이션	매출액	46.9	8.3	38.7	6.8	1.3	6.7	0.00	0.98	0.93
	수출액	16.5	8.0	13.3	8.1	5.0	11.1	0.72	0.85	0.91
	종사자수	0.2	0.4	0.1	2.8	5.7	4.1	0.70	0.49	0.97

분야	항목	RMSE			MAPE			정상 R2		
		단변량	전이함수	VAR	단변량	전이함수	VAR	단변량	전이함수	VAR
방송	매출액	646.0	377.2	488.1	3.2	1.9	2.1	0.00	0.70	0.99
	수출액	50.0	45.2	46.8	11.4	10.2	11.5	0.63	0.52	0.96
	종사자수	1.7	1.1	1.2	3.6	2.4	2.4	0.64	0.65	0.98
광고	매출액	644.3	372.1	729.4	4.4	2.2	5.6	0.68	0.71	0.97
	수출액	42.7	21.2	20.9	68.9	33.8	19.4	0.00	0.59	0.56
	종사자수	4.7	2.7	4.5	6.9	4.1	9.4	0.00	0.74	0.95
캐릭터	매출액	653.9	495.3	455.1	6.7	6.5	14.9	0.00	0.87	0.98
	수출액	41.2	32.9	31.8	6.1	6.3	17.9	0.00	0.35	0.98
	종사자수	2.7	1.9	0.9	5.9	6.6	8.6	-0.08	0.50	0.98
지식정보	매출액	645.3	163.3	503.2	6.3	1.2	3.0	0.00	0.98	0.99
	수출액	67.5	10.0	58.0	95.7	1.5	3.7	0.00	0.88	0.92
	종사자수	4.5	0.3	4.3	3.1	0.2	3.6	0.00	1.00	0.97
콘텐츠솔루션	매출액	150.6	97.1	141.6	4.2	2.3	2.4	0.00	0.67	0.99
	수출액	8.2	6.5	4.0	4.1	3.5	1.6	0.00	0.41	1.00
	종사자수	0.6	0.3	0.6	2.3	1.0	1.6	0.00	0.71	0.99

○ 이와 같은 결과를 종합하면, 전체 콘텐츠산업의 매출액은 2021년 136조 원 규모에서 5.5%의 연평균성장률을 보여 2025년 169조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화, 게임 등 최근 높은 성장률을 보이고 있는 분야가 향후 성장률도 높을 것으로 전망되며, 코로나19로 인해 매출액이 크게 감소하였던 영화 분야가 회복되면서 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 출판, 캐릭터, 애니메이션 등의 분야는 상대적으로 낮은 성장률을 보일 것으로 전망됨.

<표 20> 분야별 매출액 전망치 종합결과

분야	방법론	매출액(십억 원)					CAGR 21-25
		2021	2022	2023	2024	2025	
출판	2.전이함수	22,112	22,493	23,148	23,725	23,648	1.7%
만화	시나리오1	1,895	2,285	2,761	3,357	4,089	21.2%
음악	시나리오1	6,357	6,732	7,113	7,501	7,896	5.6%
게임	2.전이함수	20,618	22,572	24,940	27,489	29,746	9.6%
영화	시나리오1	2,728	4,037	4,910	5,057	5,229	17.7%
애니메이션	시나리오1	563	577	594	611	628	2.8%
방송	2.전이함수	22,950	23,779	25,104	26,017	26,930	4.1%
광고	시나리오1	19,372	20,341	21,561	22,639	23,771	5.2%

분야	방법론	매출액(십억 원)					CAGR 21-25
		2021	2022	2023	2024	2025	
캐릭터	시나리오1	12,258	12,388	12,522	12,815	13,212	1.9%
지식정보	2.전이함수	21,345	22,945	24,490	25,469	26,291	5.3%
콘텐츠솔루션	2.전이함수	6,159	6,392	6,672	6,953	7,233	4.1%
전체 산업	종합	136,356	144,541	153,814	161,633	168,672	5.5%

○ 전체 콘텐츠산업의 수출액은 2021년 136억 달러에서 6.3%의 연평균성장률을 보여 2025년 173억 달러로 성장할 것으로 전망됨.

- 콘텐츠산업 수출에서 가장 큰 비중을 차지하는 게임 분야는 5.3%의 안정적 성장을 보이며 콘텐츠 수출 성장을 견인할 것으로 전망됨.
- 최근 높은 성장률을 보였던 만화, 광고 분야가 높은 성장률을 유지할 것으로 보이며, 코로나19로 위축되었던 음악, 영화 분야 역시 큰 폭의 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 캐릭터, 지식정보, 출판 분야의 성장률은 다른 분야에 비해 다소 낮을 것으로 전망됨.

<표 21> 분야별 수출액 전망치 종합결과

분야	방법론	수출액(천 달러)					CAGR 21-25
		2021	2022	2023	2024	2025	
출판	2.전이함수	428,379	448,122	464,785	480,977	495,962	3.7%
만화	시나리오1	87,605	115,104	151,707	199,040	261,538	31.3%
음악	시나리오1	941,354	1,096,077	1,271,449	1,485,053	1,746,422	16.7%
게임	2.전이함수	9,435,401	10,107,154	10,666,004	11,159,101	11,613,904	5.3%
영화	시나리오1	43,033	52,890	58,179	63,415	68,488	12.3%
애니메이션	시나리오1	151,928	156,894	165,147	171,489	178,451	4.1%
방송	2.전이함수	700,096	741,713	843,174	876,242	912,729	6.9%
광고	시나리오1	155,998	163,800	163,800	196,560	235,872	10.9%
캐릭터	시나리오1	717,762	732,504	746,861	767,474	792,494	2.5%
지식정보	3.VAR	666,586	688,753	703,858	717,847	730,813	2.3%
콘텐츠솔루션	3.VAR	250,111	258,710	270,093	281,483	292,867	4.0%
전체 산업	종합	13,578,253	14,561,721	15,505,057	16,398,680	17,329,540	6.3%

○ 전체 콘텐츠산업의 종사자수 규모는 2021년 65만 명 규모에서 1.6%의 연평균성장률을 보이며 2025년 70만 명 수준까지 증가할 것으로 전망됨.

- 코로나19로 영화관 근무 인력이 큰 폭으로 감소한 영화 분야의 종사자수가 가장 높은 성장률을 보이며 회복할 것으로 전망되며, 음악, 광고, 게임 분야 역시 종사자수 규모

가 일정 수준 회복될 것으로 전망됨.

- 또한 지속적인 성장세를 보여 온 만화, 콘텐츠솔루션, 지식정보 분야의 종사자수 역시 안정적인 성장을 이어갈 것으로 전망됨.
- 반면 출판 분야 종사자수는 다소 감소할 것으로 전망되며, 애니메이션, 캐릭터, 방송 분야는 상대적으로 미미한 고용 증가가 있을 것으로 전망됨.

<표 22> 분야별 종사자수 전망치 종합결과

분야	방법론	종사자수(명)					CAGR 21-25
		2021	2022	2023	2024	2025	
출판	2.전이함수	185,370	186,032	185,408	182,424	182,728	-0.4%
만화	시나리오1	11,563	11,979	12,446	12,957	13,514	4.0%
음악	시나리오1	65,920	67,634	68,716	69,747	70,305	1.6%
게임	1.단변량	84,506	85,996	87,486	88,975	90,465	1.7%
영화	시나리오1	11,170	15,973	19,966	21,284	22,050	18.5%
애니메이션	시나리오1	5,519	5,519	5,536	5,551	5,568	0.2%
방송	2.전이함수	49,450	49,765	50,653	51,540	52,427	1.5%
광고	시나리오1	68,810	70,874	73,001	75,191	77,446	3.0%
캐릭터	시나리오1	36,441	36,733	37,056	37,515	38,108	1.1%
지식정보	2.전이함수	97,244	100,541	101,268	103,847	106,796	2.4%
콘텐츠솔루션	2.전이함수	33,561	35,029	36,104	38,160	39,616	4.2%
전체 산업	종합	649,554	666,075	677,639	687,191	699,023	1.9%

○ 코로나19의 영향을 크게 받은 분야의 경우 그 충격과 회복이 실측치에 충분히 반영되기 전까지는 정성적 방법론이 효과적인 방안이 될 것으로 전망되며, 매년 실측치를 확인하여 전망치를 업데이트하는 노력이 필요할 것으로 판단됨.

2. 콘텐츠산업 성장을 위한 정책 방향 제언

○ 콘텐츠산업에 종사하는 산학연 전문가들이 요구하는 콘텐츠산업 육성정책은 분야별 특징에 따라 다소 차이가 있으나, 해외 진출 지원, 콘텐츠 제작 투자 확대, 공정거래를 위한 규제혁신 등 3가지 정책 수요는 공통적으로 도출되었음. 정부에서 추진하고 있는 콘텐츠산업 육성 정책의 큰 틀은 이미 이러한 수요에 잘 대응하고 있지만, 세부적인 레벨에서 콘텐츠산업 종사자들에게 실질적으로 도움이 될 수 있는 정책 수립이 요구됨.

○ (K-콘텐츠 해외 진출 지원) 국내 제작 콘텐츠의 대다수가 이미 국내에서 소비되고 있어

국내 수요 확대에는 한계가 있는 만큼, 경쟁력 있는 K-콘텐츠의 수출 활성화 지원을 위한 노력이 요구됨. 수출활성화를 위한 외교적 지원, 글로벌 플랫폼과의 공정계약 가이드라인 마련과 함께, 콘텐츠 저작권 해외 침해 대응 지원, K-콘텐츠의 자막 및 더빙 번역 지원, 해외시장 모니터링 및 조사·분석 플랫폼 구축, 수요처 발굴 지원, 마케팅 역량 강화 교육 지원 등의 사업 운영이 효과적일 것으로 판단됨.

○ (콘텐츠 제작 투자 확대) 콘텐츠산업은 수출액이 꾸준히 성장하면서 국가경제에 미치는 영향력이 커지고 있음. 글로벌 시장에서 경쟁력을 갖춘 양질의 콘텐츠 IP를 지속적으로 확보하기 위하여 정부차원의 콘텐츠 제작 투자를 확대할 필요가 있음. 정부의 제작 투자는 콘텐츠산업의 고용창출 및 유지, 신기술 확보 및 적용, 신규 IP 확보 등에 크게 기여할 것임. 콘텐츠산업 통계조사에 따르면, 전체 사업체 중 약 90%가 매출액 규모가 10억 원 미만, 종사자수가 10인 이하 사업체로 구성되어 있음. 콘텐츠는 아이디어와 독창성이 생명이고 이를 위해서는 다양성이 중요하므로, 창의적인 아이디어를 갖춘 소규모 사업자들이 사업을 계속 영위할 수 있도록 지원하는 것이 요구됨.

○ (새로운 패러다임에 맞는 규제 혁신) 콘텐츠산업의 환경이 변화함에 따라 일부 규제는 그에 맞게 완화하거나 강화해야 할 필요가 있음. OTT 등 새로운 형태의 서비스가 확대되면서 영화, 방송, 음악 등 여러 분야의 유통구조가 변화하고 있음. 콘텐츠 업계의 상황과 입장을 정확하게 파악하고 새로운 환경에 맞는 규제 마련이 요구됨. 또한 각 분야별 관행적으로 이루어지고 있던 독과점 유통구조, 불공정한 수익배분 구조 등은 코로나19와 같은 외부 환경에 더욱 취약함을 드러내고 있음. 제작사-유통사, 제작사-종사자, 대기업-중소제작사 사이에 불공정 거래·계약·고용 관행이 아직도 광범위하게 존재하고 있는데, 이것이 글로벌 플랫폼 시대에 경쟁력을 가진 콘텐츠 제작과 기업·산업의 지속성장에 장애가 되며, 콘텐츠 기업들의 양극화와 창작-유통 사업자간 불균형을 초래하고 있음. 보다 건전하고 건강한 콘텐츠산업 생태계를 구축하고 운영하기 위해 다양한 제도적 장치의 마련이 요구됨.

목 차

제1장 서론 ····· 1

1. 연구 개요 ····· 3
가. 연구 배경 및 필요성 ····· 3
나. 연구 목표 및 범위 ····· 4
다. 연구 수행 프로세스 ····· 5
2. 각 단계별 연구방법론 ····· 6
가. 선행연구분석 ····· 6
나. 콘텐츠산업 시장동향분석 ····· 6
다. 정성적 시장전망 ····· 8
라. 단변량 시계열분석 ····· 11
마. 다변량 시계열분석 ····· 12
바. 정책적 시사점 ····· 16

제2장 선행연구분석 ····· 19

1. 콘텐츠산업 시장전망에 관한 기존 연구 분석 ····· 21
2. 분야별 콘텐츠산업 시장영향요인에 관한 기존연구 분석 ····· 24
3. 소결 ····· 31

제3장 콘텐츠산업 시장동향분석 ····· 33

1. 환경분석 ····· 35
가. 메가트랜드 분석 ····· 35
나. PEST 분석 ····· 37
다. SWOT 분석 ····· 42
2. 경쟁현황분석 ····· 45
3. 시장규모분석 ····· 73
가. 세계시장규모 ····· 73
나. 국내시장규모 ····· 82
4. 소결 ····· 98

제4장 정성적 시장전망 ····· 101
1. 콘텐츠산업 성장의 주요영향요인 분석 ····· 103
가. 전체 콘텐츠산업 성장의 주요영향요인 ····· 103
나. 분야별 시장성장의 주요영향요인 ····· 104
2. 콘텐츠산업 정성적 시장전망 ····· 116
가. 전체 콘텐츠산업 정성적 시장전망 ····· 116
나. 세부 분야별 정성적 시장전망 ····· 124
3. 소결 ····· 135

제5장 계량적 시장전망 ····· 137
1. 단변량모형에 의한 시장예측 ····· 139
2. 전이함수모형에 의한 시장예측 ····· 145
가. 분야별 전이함수 최종모형 ····· 145
나. 전체 콘텐츠산업 시장전망 ····· 156
3. VAR에 의한 시장예측 ····· 162
가. 분야별 VAR 최종모형 ····· 162
나. VAR 모형에 따른 전체 콘텐츠산업 시장전망 ····· 170
4. 소결 ····· 175

제6장 결론 ····· 177
1. 콘텐츠산업 시장규모 전망 결과 종합 ····· 179
가. 정성적 시장규모 전망 결과 비교 ····· 179
나. 정량적 시장규모 전망 결과 비교 ····· 182
다. 콘텐츠산업 시장전망 결과 종합 ····· 187
2. 콘텐츠산업 성장을 위한 정책 방향 제언 ····· 191
3. 연구의 의의 및 한계점 ····· 202

참고 문헌 ····· 205
부록1. 델파이조사 설문지 ····· 209

표목차

<표 1-1> 델파이 분석 참여 전문가명단 ····· 8
<표 1-2> 본 연구에서 고려한 외생변수 ····· 14
<표 2-1> 한국콘텐츠진흥원(2017)의 SEM 예측모형 잠정변수 ····· 22
<표 2-2> 회귀분석에 사용된 변수 ····· 25
<표 2-3> 선행연구에서 고려한 콘텐츠산업 시장규모의 주요영향요인 ····· 31
<표 3-1> 국내 콘텐츠산업 사업체수 ····· 45
<표 3-2> 출판 분야 주요기업들의 평균재무구조 ····· 47
<표 3-3> 출판 분야 주요기업들의 평균 재무비율 ····· 48
<표 3-4> 만화 분야 주요기업들의 평균재무구조 ····· 50
<표 3-5> 만화 분야 주요기업들의 평균 재무비율 ····· 50
<표 3-6> 음악 분야 주요기업들의 평균재무구조 ····· 53
<표 3-7> 음악 분야 주요기업들의 평균 재무비율 ····· 53
<표 3-8> 게임 분야 주요기업들의 평균재무구조 ····· 55
<표 3-9> 게임 분야 주요기업들의 평균 재무비율 ····· 56
<표 3-10> 영화 분야 주요기업들의 평균재무구조 ····· 58
<표 3-11> 영화 분야 주요기업들의 평균 재무비율 ····· 58
<표 3-12> 애니메이션 분야 주요기업들의 평균재무구조 ····· 60
<표 3-13> 애니메이션 분야 주요기업들의 평균 재무비율 ····· 61
<표 3-14> 방송 분야 주요기업들의 평균재무구조 ····· 62
<표 3-15> 방송 분야 주요기업들의 평균 재무비율 ····· 63
<표 3-16> 광고 분야 주요기업들의 평균재무구조 ····· 65
<표 3-17> 광고 분야 주요기업들의 평균 재무비율 ····· 65
<표 3-18> 캐릭터 분야 주요기업들의 평균재무구조 ····· 67
<표 3-19> 캐릭터 분야 주요기업들의 평균 재무비율 ····· 68
<표 3-20> 지식정보 분야 주요기업들의 평균재무구조 ····· 70
<표 3-21> 지식정보 분야 주요기업들의 평균 재무비율 ····· 70
<표 3-22> 콘텐츠솔루션 분야 주요기업들의 평균재무구조 ····· 72
<표 3-23> 콘텐츠솔루션 분야 주요기업들의 평균 재무비율 ····· 73

〈표 3-24〉 세계 콘텐츠시장규모 추정 및 전망 ····· 74
〈표 3-25〉 국가별 콘텐츠시장 규모 및 전망 ····· 75
〈표 3-26〉 서비스 유형별 OTT 서비스 시장 분석 및 예측 ····· 76
〈표 3-27〉 콘텐츠 서비스 솔루션 글로벌 시장전망 ····· 81
〈표 3-28〉 분야별 국내 콘텐츠산업 시장규모 ····· 83
〈표 3-29〉 출판 분야 시장규모 ····· 84
〈표 3-30〉 만화 분야 시장규모 ····· 85
〈표 3-31〉 음악 분야 시장규모 ····· 87
〈표 3-32〉 게임 분야 시장규모 ····· 88
〈표 3-33〉 영화 분야 시장규모 ····· 89
〈표 3-34〉 애니메이션 분야 시장규모 ····· 91
〈표 3-35〉 방송 분야 시장규모 ····· 92
〈표 3-36〉 광고 분야 시장규모 ····· 93
〈표 3-37〉 캐릭터 분야 시장규모 ····· 95
〈표 3-38〉 지식정보 분야 시장규모 ····· 96
〈표 3-39〉 콘텐츠솔루션 분야 시장규모 ····· 97
〈표 3-40〉 콘텐츠산업 시장동향분석을 통해 도출된 주요영향요인 ····· 99
〈표 4-1〉 시장영향요인이 콘텐츠산업 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수 ····· 104
〈표 4-2〉 시장영향요인이 출판 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수 ····· 105
〈표 4-3〉 시장영향요인이 만화 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수 ····· 106
〈표 4-4〉 시장영향요인이 음악 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수 ····· 107
〈표 4-5〉 시장영향요인이 게임 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수 ····· 108
〈표 4-6〉 시장영향요인이 영화 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수 ····· 109
〈표 4-7〉 시장영향요인이 애니메이션 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수 ····· 110
〈표 4-8〉 시장영향요인이 방송 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수 ····· 111
〈표 4-9〉 시장영향요인이 광고 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수 ····· 112
〈표 4-10〉 시장영향요인이 캐릭터 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수 ····· 113
〈표 4-11〉 시장영향요인이 지식정보 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수 ··· 114
〈표 4-12〉 시장영향요인이 콘텐츠솔루션 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수 ····· 116
〈표 4-13〉 정성적 예측에 따른 분야별 매출액 전망 ····· 117

〈표 4-14〉 정성적 예측에 따른 분야별 매출액 비중 ····· 118
〈표 4-15〉 정성적 예측에 따른 분야별 수출액 전망 ····· 120
〈표 4-16〉 정성적 예측에 따른 분야별 수출액 비중 ····· 121
〈표 4-17〉 정성적 예측에 따른 분야별 종사자수 전망 ····· 122
〈표 4-18〉 정성적 예측에 따른 분야별 종사자수 비중 ····· 123
〈표 4-19〉 출판 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과 ····· 124
〈표 4-20〉 만화 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과 ····· 126
〈표 4-21〉 게임 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과 ····· 127
〈표 4-22〉 음악 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과 ····· 128
〈표 4-23〉 영화 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과 ····· 129
〈표 4-24〉 애니메이션 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과 ····· 130
〈표 4-25〉 방송 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과 ····· 131
〈표 4-26〉 광고 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과 ····· 132
〈표 4-27〉 캐릭터 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과 ····· 133
〈표 4-28〉 지식정보 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과 ····· 134
〈표 4-29〉 콘텐츠솔루션 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과 ····· 135
〈표 5-1〉 단변량 예측에 따른 분야별 매출액 전망 ····· 139
〈표 5-2〉 단변량 예측에 따른 분야별 매출액 비중 ····· 140
〈표 5-3〉 단변량 예측에 따른 분야별 수출액 전망 ····· 141
〈표 5-4〉 단변량 예측에 따른 분야별 수출액 비중 ····· 142
〈표 5-5〉 단변량 예측에 따른 분야별 종사자수 전망 ····· 143
〈표 5-6〉 단변량 예측에 따른 분야별 종사자수 비중 ····· 144
〈표 5-7〉 출판 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량 ····· 145
〈표 5-8〉 출판 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정 ····· 145
〈표 5-9〉 출판 분야 내생변수별 개입모형 모수추정 ····· 146
〈표 5-10〉 만화 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량 ····· 146
〈표 5-11〉 만화 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정 ····· 146
〈표 5-12〉 만화 분야 내생변수별 개입모형 모수추정 ····· 147
〈표 5-13〉 음악 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량 ····· 147
〈표 5-14〉 음악 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정 ····· 147
〈표 5-15〉 음악 분야 내생변수별 개입모형 모수추정 ····· 148
〈표 5-16〉 게임 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량 ····· 148
〈표 5-17〉 게임 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정 ····· 148

〈표 5-18〉 게임 분야 내생변수별 개입모형 모수추정 ····· 149
〈표 5-19〉 영화 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량 ····· 149
〈표 5-20〉 영화 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정 ····· 149
〈표 5-21〉 영화 분야 내생변수별 개입모형 모수추정 ····· 150
〈표 5-22〉 애니메이션 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량 ····· 150
〈표 5-23〉 애니메이션 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정 ····· 151
〈표 5-24〉 애니메이션 분야 내생변수별 개입모형 모수추정 ····· 151
〈표 5-25〉 방송 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량 ····· 152
〈표 5-26〉 방송 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정 ····· 152
〈표 5-27〉 방송 분야 내생변수별 개입모형 모수추정 ····· 152
〈표 5-28〉 광고 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량 ····· 153
〈표 5-29〉 광고 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정 ····· 153
〈표 5-30〉 캐릭터 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량 ····· 153
〈표 5-31〉 캐릭터 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정 ····· 154
〈표 5-32〉 캐릭터 분야 내생변수별 개입모형 모수추정 ····· 154
〈표 5-33〉 지식정보 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량 ····· 154
〈표 5-34〉 지식정보 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정 ····· 155
〈표 5-35〉 지식정보 분야 내생변수별 개입모형 모수추정 ····· 155
〈표 5-36〉 콘텐츠솔루션 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량 ····· 156
〈표 5-37〉 콘텐츠솔루션 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정 ····· 156
〈표 5-38〉 콘텐츠솔루션 분야 내생변수별 개입모형 모수추정 ····· 156
〈표 5-39〉 전이함수모형에 따른 분야별 매출액 전망 ····· 157
〈표 5-40〉 전이함수모형에 따른 분야별 매출액 비중 ····· 158
〈표 5-41〉 전이함수모형에 따른 분야별 수출액 전망 ····· 158
〈표 5-42〉 전이함수모형에 따른 분야별 수출액 비중 ····· 160
〈표 5-43〉 전이함수모형에 따른 분야별 종사자수 전망 ····· 160
〈표 5-44〉 전이함수모형에 따른 분야별 종사자수 비중 ····· 161
〈표 5-45〉 출판 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정 ····· 162
〈표 5-46〉 만화 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정 ····· 163
〈표 5-47〉 음악 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정 ····· 163
〈표 5-48〉 게임 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정 ····· 164
〈표 5-49〉 영화 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정 ····· 165
〈표 5-50〉 애니메이션 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정 ····· 166

〈표 5-51〉 방송 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정 ····· 166
〈표 5-52〉 광고 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정 ····· 167
〈표 5-53〉 캐릭터 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정 ····· 168
〈표 5-54〉 지식정보 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정 ····· 168
〈표 5-55〉 콘텐츠솔루션 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정 ····· 169
〈표 5-56〉 VAR모형에 따른 분야별 매출액 전망 ····· 170
〈표 5-57〉 VAR모형에 따른 분야별 매출액 비중 ····· 171
〈표 5-58〉 VAR모형에 따른 분야별 수출액 전망 ····· 172
〈표 5-59〉 VAR모형에 따른 분야별 수출액 비중 ····· 173
〈표 5-60〉 VAR모형에 따른 분야별 종사자수 전망 ····· 174
〈표 5-61〉 VAR모형에 따른 분야별 종사자수 비중 ····· 175
〈표 6-1〉 정성적 방법에 따른 분야별 매출액 전망 ····· 180
〈표 6-2〉 정성적 방법에 따른 분야별 수출액 전망 ····· 181
〈표 6-3〉 정성적 방법에 따른 분야별 종사자수 전망 ····· 181
〈표 6-4〉 정량적 방법에 따른 분야별 매출액 전망 ····· 183
〈표 6-5〉 정량적 방법에 따른 분야별 수출액 전망 ····· 184
〈표 6-6〉 정량적 방법에 따른 분야별 종사자수 전망 ····· 185
〈표 6-7〉 예측 방법론에 따른 2025년까지의 연평균성장률 비교 ····· 186
〈표 6-8〉 정량적 방법론에 의한 예측 모형들의 적합도 성능 비교 ····· 188
〈표 6-9〉 분야별 매출액 전망치 종합결과 ····· 190
〈표 6-10〉 분야별 수출액 전망치 종합결과 ····· 190
〈표 6-11〉 분야별 종사자수 전망치 종합결과 ····· 191

그 림 목 차

[그림 1-1] 국내 콘텐츠산업 수출 증가 및 분야별 2020년 매출액 증가율 ····· 3
[그림 1-2] 연구수행 프로세스 ····· 5
[그림 2-1] 한국콘텐츠진흥원(2015)의 시장규모 추정모형 ····· 21
[그림 2-2] 한국콘텐츠진흥원(2017)의 계량적 시장규모 추정 절차 ····· 23
[그림 2-3] 코로나19 확산 시나리오에 따른 정량적 매출액 전망 결과 ····· 24
[그림 2-4] 게임 이용 장애 구조방정식 모형 ····· 26
[그림 3-1] 출판 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율 ····· 46
[그림 3-2] 출판 분야 시장집중도 ····· 47
[그림 3-3] 출판 분야 주요제품 ····· 47
[그림 3-4] 만화 분야 매출액 기준 기업별 시장점유율 ····· 49
[그림 3-5] 만화 분야 시장집중도 ····· 49
[그림 3-6] 만화 분야 주요 제품 ····· 49
[그림 3-7] 음악 분야 매출액 기준 기업별 시장점유율 ····· 52
[그림 3-8] 음악 분야 시장집중도 ····· 52
[그림 3-9] 음악 분야 주요 제품 ····· 52
[그림 3-10] 게임 분야 매출액 기준 기업별 시장점유율 ····· 54
[그림 3-11] 게임 분야 시장집중도 ····· 55
[그림 3-12] 게임 분야 주요 제품 ····· 55
[그림 3-13] 영화 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율 ····· 57
[그림 3-14] 영화 분야 시장집중도 ····· 57
[그림 3-15] 영화 분야 주요 제품 ····· 57
[그림 3-16] 애니메이션 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율 ····· 59
[그림 3-17] 애니메이션 분야 시장집중도 ····· 60
[그림 3-18] 애니메이션 분야 주요 제품 ····· 60
[그림 3-19] 방송 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율 ····· 61
[그림 3-20] 방송 분야 시장집중도 ····· 62
[그림 3-21] 방송 분야 주요 제품 ····· 62
[그림 3-22] 광고 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율 ····· 64

[그림 3-23] 광고 분야 시장집중도 ····· 64
[그림 3-24] 광고 분야 주요 제품 ····· 64
[그림 3-25] 캐릭터 분야 시장집중도 ····· 67
[그림 3-26] 캐릭터 분야 주요 제품 ····· 67
[그림 3-27] 지식정보 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율 ····· 69
[그림 3-28] 지식정보 분야 시장집중도 ····· 69
[그림 3-29] 지식정보 분야 주요 제품 ····· 69
[그림 3-30] 콘텐츠솔루션 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율 ····· 71
[그림 3-31] 콘텐츠솔루션 분야 시장집중도 ····· 72
[그림 3-32] 콘텐츠솔루션 주요 제품 ····· 72
[그림 3-33] 글로벌 콘텐츠 시장규모의 분야별 점유율 ····· 74
[그림 3-34] 유형별 OTT 서비스 시장 점유율 ····· 76
[그림 3-35] VOD 글로벌 시장전망 ····· 77
[그림 3-36] VOD 솔루션별 글로벌 시장규모 비중 ····· 77
[그림 3-37] 무선통신 방송 글로벌 시장전망 ····· 78
[그림 3-38] 세부 응용분야별 무선통신 방송 글로벌 시장전망 ····· 78
[그림 3-39] 클라우드 광고 글로벌 시장전망 ····· 79
[그림 3-40] 클라우드 광고 세부 응용분야별 시장규모 비중 ····· 79
[그림 3-41] 메타버스 글로벌 시장전망 ····· 80
[그림 3-42] 메타버스 글로벌 시장의 세부 분야별 점유율 변화 ····· 80
[그림 3-43] 콘텐츠 지능화 글로벌 시장전망 ····· 81
[그림 3-44] 출판 분야 시장규모 과거 시계열 패턴 ····· 84
[그림 3-45] 만화 분야 시장규모 과거 시계열 패턴 ····· 86
[그림 3-46] 음악 분야 시장규모 과거 시계열 패턴 ····· 87
[그림 3-47] 게임 분야 시장규모 과거 시계열 패턴 ····· 88
[그림 3-48] 영화 분야 시장규모 과거 시계열 패턴 ····· 90
[그림 3-49] 애니메이션 분야 시장규모 과거 시계열 패턴 ····· 91
[그림 3-50] 방송 분야 시장규모 과거 시계열 패턴 ····· 92
[그림 3-51] 광고 분야 시장규모 과거 시계열 패턴 ····· 94
[그림 3-52] 캐릭터 분야 시장규모 과거 시계열 패턴 ····· 95
[그림 3-53] 지식정보 분야 시장규모 과거 시계열 패턴 ····· 96
[그림 3-54] 콘텐츠솔루션 분야 시장규모 과거 시계열 패턴 ····· 98
[그림 4-1] 정성적 예측에 따른 매출액 전망 ····· 117

[그림 4-2] 정성적 예측에 따른 수출액 전망 ····· 119
[그림 4-3] 정성적 예측에 따른 종사자수 전망 ····· 122
[그림 5-1] 단변량 예측에 따른 전체 콘텐츠산업 매출액 전망 ····· 140
[그림 5-2] 단변량 예측에 따른 전체 콘텐츠산업 수출액 전망 ····· 142
[그림 5-3] 단변량 예측에 따른 전체 콘텐츠산업 종사자수 전망 ····· 144
[그림 5-4] 전이함수모형에 따른 전체 콘텐츠산업 매출액 전망 ····· 157
[그림 5-5] 전이함수모형에 따른 전체 콘텐츠산업 수출액 전망 ····· 159
[그림 5-6] 전이함수모형에 따른 전체 콘텐츠산업 종사자수 전망 ····· 161
[그림 5-7] VAR모형에 따른 전체 콘텐츠산업 매출액 전망 ····· 171
[그림 5-8] VAR모형에 따른 전체 콘텐츠산업 수출액 전망 ····· 172
[그림 5-9] VAR모형에 따른 전체 콘텐츠산업 종사자수 전망 ····· 174

제1장 서 론

2022

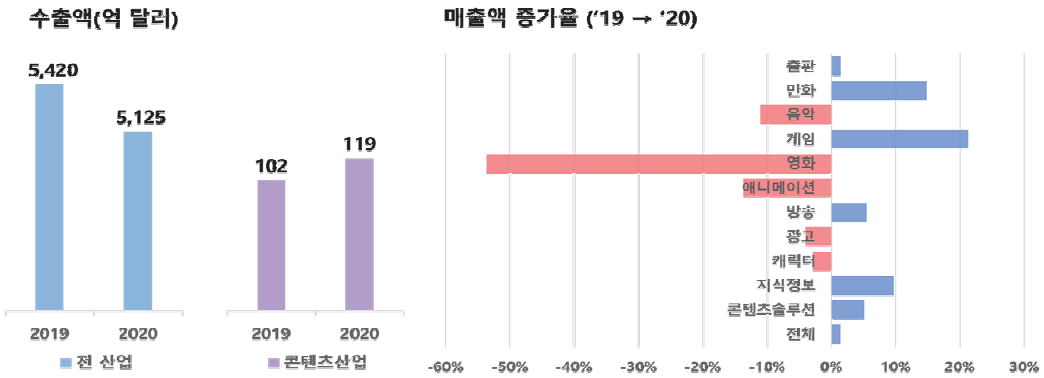
제1장 서론

1. 연구 개요

가. 연구 배경 및 필요성

○ 콘텐츠산업은 코로나19 확산 등 대내외적인 어려운 환경에도 불구하고 국가 경제 성장에 중요한 역할을 담당하고 있어, 신부가가치를 창출하는 콘텐츠산업에 대한 장기적이고 효율적인 육성 정책 수립이 더욱 중요해지고 있음.

- 제조업 중심의 경제 성장이 둔화되고 있는 가운데 콘텐츠산업은 새로운 부가가치를 창출하여 국가 경제를 뒷받침하는 중요한 역할을 담당하고 있음.
- 2020년 코로나19 확산으로 영화, 게임 등 일부 분야가 큰 타격을 받았음에도 불구하고, 콘텐츠산업 수출규모는 전년대비 16.3% 증가하여 119조 원을 달성하는 등 우리나라 수출규모(2019년 5,420조 원 → 2020년 5,125조 원으로 5.4% 감소)에서 차지하는 비중이 크게 증가하고 있음.
- 2020년 우리나라 콘텐츠 시장규모는 598억 달러로 수년간 세계 7위(시장점유율 2.6%)를 유지하고 있어, 우리나라는 공급과 수요 모든 측면에서 세계 콘텐츠 시장을 선도하는 위치에 있음.
- 또한 콘텐츠산업은 콘텐츠확장산업(디자인, 패션산업 등) → 콘텐츠연관서비스산업(테마파크, 관광, 이스포츠산업 등) → 콘텐츠연관제조업(컴퓨터, 스마트가전, 가상현실기기 제조업 등)으로 경제적 파급효과가 매우 크므로, 콘텐츠산업의 안정적 성장을 위한 장기적이고 효율적인 정책 수립이 더욱 중요해지고 있음.



[그림 1-1] 국내 콘텐츠산업 수출 증가 및 분야별 2020년 매출액 증가율

○ 콘텐츠산업 육성을 위한 정부 정책의 효율성을 제고하기 위해서는 전체 산업 및 분야별 시장성장의 영향요인과 향후 시장성장 패턴에 대한 객관적이고 신뢰성 있는 의사결정 근거자료가 요구됨.

- 문화체육관광부는 코로나19로 큰 타격을 입은 콘텐츠산업의 지속적이고 안정적인 육성을 위해 2020년 9월 "디지털 뉴딜 문화콘텐츠산업 성장전략"을 발표하며 비대면 디지털전환, 차세대 시장 개척, 세계시장 경쟁력 강화 등을 견인하고 있음.
- 코로나19 등 대외 환경변화가 각 분야별 미치는 영향이 크게 다르므로, 이러한 정부 노력의 효율성 극대화를 위해서는 각 분야별 시장변화 전망에 따른 차별되고 세부적인 정책 수립이 필요함.
- 이를 위해 전체 산업 및 분야별 과거 시장성장의 패턴과 원인에 대한 객관적이고 포괄적인 이해를 바탕으로 향후 시장규모와 변화 양상에 대한 신뢰성 있는 근거 자료를 확보해야 함.

○ 이에 본 연구에서는 기존 연구방법론들을 보완하고 다양한 관점의 시장변화요인을 분석하여 신뢰성 있는 콘텐츠산업 중장기 시장전망을 수행하고 이를 바탕으로 콘텐츠산업 육성을 위한 정책적 시사점을 도출하고자 함.

나. 연구 목표 및 범위

□ 연구의 목표

○ 콘텐츠산업의 중장기 성장전망과 산업, 정책, 기술, 소비자 동향 등 다양한 관점의 시장변화요인을 분석하여 선제적인 산업진흥정책 수립을 위한 정책적 시사점 제시

- 콘텐츠산업의 중장기 시장 전망치를 과학적 방법론(계량적 예측모형, 델파이조사 등)을 활용하여 합리적으로 산출
- 콘텐츠산업의 성장과 변화에 영향을 미치는 영향요인들을 정책, 경제, 사회, 기술 등 다양한 관점에서 분석하여 향후 산업변화를 예측하고 선제적인 콘텐츠산업 진흥정책 수립을 위한 방향을 제시

□ 연구의 범위

○ 콘텐츠산업 중장기 시장전망

- 전망대상: 국내 콘텐츠산업 전체와 11개 분야(출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션)별 전망

- 분석항목: 콘텐츠산업 매출, 수출, 고용의 미래 규모 및 성장률 전망
- 전망기간: 과거 시계열자료를 바탕으로 향후 3개년(2023~2025년) 시장규모 전망

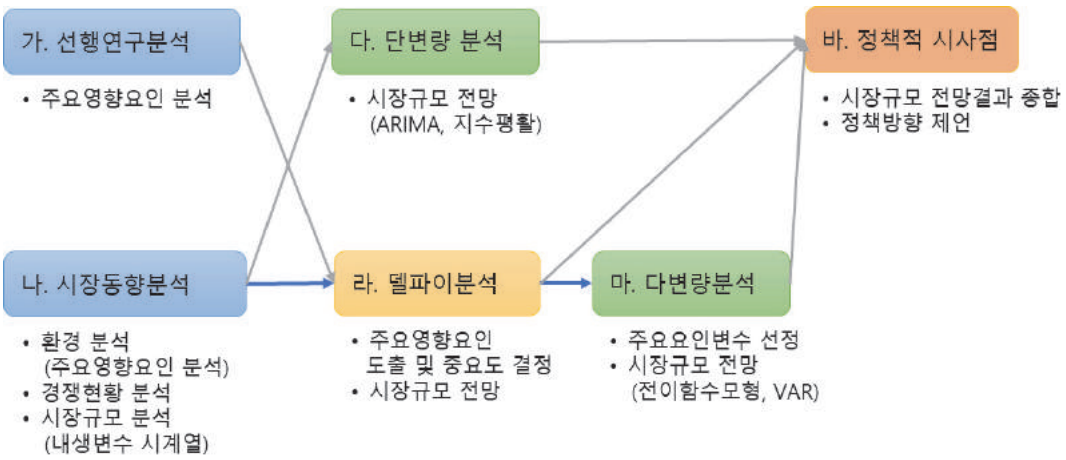
○ 콘텐츠산업 시장변화요인 및 주요 트렌드 분석

- 산업, 정책, 기술, 소비 등의 관점에서 콘텐츠산업의 성장 촉진·저해요인을 종합적으로 분석하고 국내외 주요 트렌드 분석
- 콘텐츠산업 중장기 성장률 전망을 다양한 시장변화요인의 관점에서 종합적으로 해석

다. 연구 수행 프로세스

○ 크게는 시장동향분석(선행연구조사) - 델파이분석 - 다변량 계량분석(전이함수모형, VAR)의 순서로 프로세스를 수립하고, 앞 단계의 분석 결과를 다음 단계의 분석에 유기적으로 반영하여 정성적·정량적 분석의 시사점을 종합적으로 도출함.

- 선행연구분석과 시장동향분석에서 도출된 주요영향요인들을 바탕으로 전문가의 의견을 수렴하며 주요영향요인을 추가적으로 도출하고 중요도를 결정함.
- 델파이조사를 계량분석에 앞서 수행하여 전문가들이 선정한 정책, 경제, 사회, 기술 영역 등의 주요 외생변수를 선행연구를 통해 도출된 외생변수와 함께 계량모형 설계에 반영함.
- 델파이조사와 선행연구분석을 통해 도출된 외생변수를 전이함수모형과 VAR에 반영하고 각 내생변수별로 통계적으로 유의한 외생변수를 선정함.
  - VAR(Vector Auto-Regression Model): 벡터자기회귀모형



[그림 1-2] 연구수행 프로세스

2. 각 단계별 연구방법론

가. 선행연구분석

○ 콘텐츠산업 성장의 촉진·저해요인에 관한 선행연구들을 분석하여 이론적 근거에 기반을 둔 예측모형 구축에 활용함.

- 콘텐츠산업 전반에 걸쳐 시장규모전망을 수행한 사전연구로서 한국콘텐츠진흥원에 의해 수행되었던 기존 연구들에 대한 장단점을 분석하였으며, 본 연구에서 적용한 정성, 정량 분석방법론을 결정하는데 활용함.
- 또한 각 분야별 시장규모전망 및 시장영향요인 분석을 수행한 선행연구들에 대한 분석을 통해 각 분야별 주요요인변수들을 도출함.
- 국내 콘텐츠산업의 성장현황과 전망에 대해 분석한 논문 및 보고서를 참고하여 이론적 근거에 기반을 둔 계량적 예측모형 구축에 활용함.

○ 선행연구에서 선정한 주요영향요인들과 시장전망을 위해 사용한 방법론에 대해 정리하고, 그것을 바탕으로 본 연구에서 고려할 다양한 시장영향요인 변수들을 종합하였으며 그 결과를 델파이분석과 다변량 분석에 활용함.

나. 콘텐츠산업 시장동향분석

□ **환경분석**

○ (메가트렌드 분석) 국내 콘텐츠산업과 관련된 메가트렌드를 분석하여 콘텐츠시장에서 벌어지고 있는 장기적 관점의 변화 양상을 전망함.

○ (SWOT 분석) 국내 콘텐츠산업의 강점과 약점, 기회와 위협 요인을 분석하여 콘텐츠산업이 처해 있는 환경을 분석하였고, 분석 결과를 산업의 안정적 성장을 위한 시사점을 도출하기 위해 활용함.

○ (PEST 분석) 정치적, 경제적, 사회문화적, 기술적 관점에서 국내 콘텐츠산업의 수요와 공급에 중·단기적 영향을 미칠 요인들을 분석함. 이러한 영향요인들을 분야별 시장영향요인 간 중요도 결정을 위한 델파이 분석에 활용함.

□ 경쟁분석

○ (경쟁현황 분석) 국내 콘텐츠산업 전체 및 분야별 기업 참여현황, 시장집중도 및 평균적인 재무구조를 분석하여 기업지원 전략을 위한 정책적 시사점 도출에 활용함.

- 콘텐츠산업 참여기업의 전체적인 동향은 한국콘텐츠진흥원의 2021 콘텐츠산업 통계조사 보고서를 참고함.
- 각 분야별 참여기업 동향은 한국과학기술정보연구원의 산업시장분석시스템 KMAPS(KISTI Market Analysis and Prediction System)를 이용하여 분석함.

○ KMAPS를 이용한 참여기업 분석 방법론

- 원시 데이터: ㈜NICE신용정보의 기업데이터를 바탕으로 KISTI에서 가공·정제한 KMAPS 자체 데이터
- 참여기업 결정: 주요 제품명에 각 분야별 핵심 키워드가 포함된 기업 중 '콘텐츠산업 및 한국표준산업분류 연계표'에 따라 관련 업종으로 분류된 기업 군을 해당 분야의 참여기업으로 결정함.
- 시장점유율: 참여기업의 2020년 매출액을 기준으로 해당 분야 내 각 기업별 시장점유율을 산출함.
- 시장집중도: HHI(Hershiman-Herpindal Index)와 CR(Concentration Ratio)3 등 시장집중도 지수를 이용하여 시장경쟁구조를 유형화함.
- 주요 제품: 참여기업이 취급하고 있는 제품명을 정제하여 워드 클라우드 분석을 수행함.
- 재무 정보: 참여기업들을 전체, 중소기업, 창업 5년 이하 기업 등으로 구분하고, 이들의 최근 3년 재무데이터를 바탕으로 성장성, 수익성, 안정성, 활동성을 나타내는 다양한 재무지표를 분석함.

□ 시장규모 분석

○ (세계시장규모 분석) 한국콘텐츠진흥원의 '2021 해외콘텐츠시장 분석'을 바탕으로 전체 산업 및 분야별 시장규모를 추정하고, 추가적으로 각 분야별로 MarketsandMarkets 등 해외 유수 시장분석기관의 보고서를 참조하여 세계시장규모 및 성장률에 대한 정보를 분석함.

○ (국내시장규모 분석) 콘텐츠산업통계 등 공공통계데이터에 근거하여 매출, 수출, 고용과 관련된 국내시장규모 및 과거 시계열 패턴을 파악하고 내생변수 데이터로 활용함.

다. 정성적 시장전망

(1) 분야별 전문가위원회 구성

○ 11개 분야별 5명씩 총 55명으로 구성된 전문가 위원회를 구성함.

- 업계 현황에 대한 이해도가 높은 각 분야별 대표기업들의 대표 및 실무책임자를 산업계 전문가 위원으로 초빙
- 기술적 동향과 정책적 이슈를 잘 이해하고 있는 대학교수 및 연구원을 학연계 전문가 위원으로 초빙
- 가능한 분야별 산업계와 학연계의 비중을 3:2로 구성

<표 1-1> 델파이 분석 참여 전문가명단

번호	분야	성명	소속
1	출판	양ㅇㅇ	쌤앤파커스
2	출판	이ㅇㅇ	교보문고
3	출판	한ㅇㅇ	유니타스브랜드
4	출판	박ㅇㅇ	책문화콘텐츠연구소
5	출판	이ㅇㅇ	대진대학교 미디어커뮤니케이션학과
6	만화	조ㅇㅇ	GTENT
7	만화	이ㅇㅇ	워터스프로덕션
8	만화	오ㅇㅇ	서울미디어코믹스
9	만화	이ㅇㅇ	중부대학교 만화애니메이션과
10	만화	조ㅇㅇ	카툰캠퍼스
11	음악	최ㅇㅇ	케미컬레코드
12	음악	이ㅇㅇ	YG엔터테인먼트
13	음악	이ㅇㅇ	칠리뮤직
14	음악	고ㅇㅇ	홍익대학교 경영대학원
15	음악	신ㅇㅇ	카카오엔터테인먼트
16	게임	김ㅇㅇ	WithusGames
17	게임	권ㅇㅇ	4:33 CREATIVE LAB
18	게임	김ㅇㅇ	스마일게이트
19	게임	김ㅇㅇ	광운대학교 게임프로그래밍학
20	게임	황ㅇㅇ	네오위즈게임즈
21	영화	김ㅇㅇ	HCN
22	영화	함ㅇ	넥스트엔터테인먼트월드
23	영화	배ㅇㅇ	OPUS pictures
24	영화	채ㅇㅇ	한신대학교 미디어영상광공홍보학부
25	영화	노ㅇㅇ	디지털산업정책연구소

번호	분야	성명	소속
26	애니메이션	안ㅇㅇ	와라픽쳐스
27	애니메이션	이ㅇㅇ	해피업스튜디오
28	애니메이션	이ㅇㅇ	비원비주얼이팩츠
29	애니메이션	주ㅇㅇ	한예종 애니메이션과
30	애니메이션	박ㅇㅇ	중부대학교
31	방송	윤ㅇㅇ	SBS
32	방송	권ㅇㅇ	아프리카TV
33	방송	신ㅇㅇ	한국케이블협회
34	방송	최ㅇㅇ	중앙대학교 공연영상창작학부
35	방송	정ㅇㅇ	KOBACO 미디어광고연구소
36	광고	허ㅇㅇ	나스미디어
37	광고	유ㅇㅇ	엔젠바이오
38	광고	이ㅇㅇ	(사)한국방송영상제작사협회
39	광고	김ㅇㅇ	스튜디오드래곤
40	광고	한ㅇㅇ	차의과학대학교 의료홍보미디어학과
41	캐릭터	배ㅇㅇ	현대씨스퀘어
42	캐릭터	김ㅇㅇ	우쏘
43	캐릭터	최ㅇㅇ	아이러브캐릭터
44	캐릭터	김ㅇㅇ	한양대학교 문화콘텐츠학과
45	캐릭터	조ㅇㅇ	한국문화콘텐츠라이센싱협회
46	지식정보	박ㅇㅇ	한국전자기술연구원
47	지식정보	박ㅇㅇ	동국대학교
48	지식정보	박ㅇㅇ	위지윅스튜디오
49	지식정보	서ㅇㅇ	한국교육학술정보원
50	지식정보	이ㅇㅇ	서경대학교 컴퓨터공학과
51	콘텐츠솔루션	강ㅇㅇ	스퀘어엑시트
52	콘텐츠솔루션	윤ㅇㅇ	서강대학교
53	콘텐츠솔루션	이ㅇㅇ	KETI
54	콘텐츠솔루션	조ㅇㅇ	SPACE ELVIS
55	콘텐츠솔루션	변ㅇㅇ	액시소프트

(2) 배경자료 작성

○ 콘텐츠산업 전체 및 각 분야별 매출액, 수출액, 종사자수의 시계열자료 수집 및 정리

- 2005~2019 기준 데이터: 통계청 KOSIS
- 2020 기준 데이터: 2021년 콘텐츠산업 통계조사
- 2021 기준 데이터: 2021년 하반기 콘텐츠산업 동향분석 보고서의 추정치

○ 2010~2020년 각 분야별 세부 시계열 확보 및 정리

- 2013, 2016, 2019, 2021년 콘텐츠산업 통계조사 데이터 이용
- 각 분야의 세부업종별 매출액, 종사자수(사업체수) 동향 정리
- 각 분야의 권역별 수출입 동향 정리

○ 시계열 패턴의 특징 및 특이사항 정리

- 각 시계열의 추세 및 패턴 분석
- 시계열 패턴의 원인 및 특이사항 정리

○ 선행연구조사, 시장동향조사에서 도출된 시장영향요인 정리

- 전체 산업에 해당하는 요인과 세부 분야에만 특화된 요인을 구분하여 정리
- 정치, 경제, 사회, 기술적 관점에서 요인을 구분하여 정리

(3) 설문지 작성

○ 설문지는 A. 과거시계열 패턴의 이해, B. 시장영향요인 도출, C. 분야별 시장규모 전망, D. 전체 산업 시장규모 전망, E. 정부지원정책 제언으로 구성

- 부록 1. 설문지(1차)

○ 전체 산업에 대한 내용과 해당 분야에 대한 내용을 구분하여 응답하도록 구성함.

○ 시장영향요인에 대한 전문가의 평가는 각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(-), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가함.

○ 시장규모전망은 매출액, 수출액, 종사자수에 대해 '전년대비 예상 성장률'로 응답하고 엑셀(MS Excel)로 작성된 설문지 파일에서 즉시 전망된 시장규모를 확인할 수 있도록 구성함.

○ 또한 코로나19가 재확산되는 상황을 가정하여 총 2개의 시나리오에 따라 시장규모를 전망함.

- 시나리오1 : 2022년 7월 기준 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려하는 경우
- 시나리오2 : 코로나19가 2022년 겨울 크게 재확산되는 경우

(4) 델파이 조사 실시

○ (사전미팅) 사전 온라인 미팅에서 취지와 배경자료를 충분히 설명한 후, 전체 산업 및 세부 분야별 주요영향요인을 추가적으로 도출하고 과거시계열 패턴의 원인에 대해 논의함.

○ (1차 설문) 사전미팅과 함께 A. 과거시계열 패턴의 이해, B. 시장영향요인 도출, C. 분야별 시장규모 전망, D. 전체 산업 시장규모 전망, E. 정부지원정책 제언에 대한 설문을 실시하고, 설문 결과를 종합하여 B. 시장영향요인 도출, C. 분야별 시장규모 전망, D. 전체 산업 시장규모 전망에 대한 평균치를 산출함.

○ (2차 설문) 1차 설문의 수렴된 결과를 제시하여 전문가 위원별로 필요 시 1차 설문 내용을 수정하도록 2차 설문을 실시하고, 이를 다시 종합하여 수렴된 결과를 정성적 시장전망에 활용함.

○ (3차 설문) 정성적·정량적 시장전망 결과 중에서 어떤 방법론에 의한 시장전망치가 가장 실현가능성이 높은지 설문하고, 각 분야별 중장기적 산업 진흥을 위해 필요한 지원정책에 대해 검토 및 제안 요청함.

(5) 정성적 시장전망 및 다변량 분석에 활용

○ 2차 설문결과를 종합하여 각 분야별 및 전체 콘텐츠산업의 시장규모를 시나리오별로 전망함.

○ 전문가 위원회에서 중요한 영향요인으로 도출한 요인 중 정량적 측정이 가능한 요인들은 다변량 분석의 외생변수로 활용함.

- 대부분의 주요영향요인들은 정성적으로 측정됨.

라. 단변량 시계열분석

○ (단변량 시계열분석의 정의) 예측하고자 하는 하나의 내생변수에 대한 과거 시계열만을 근거로 해당 변수의 미래 값을 예측하는 것을 단변량 시계열분석이라고 하며, 단변량 시계열분석에는 ARIMA(Auto-Regressive Integrated Moving Average; 자기회귀이동평균모형)와 지수평활법이 주로 사용되고 있음.

○ 콘텐츠산업 통계로부터 전체 산업과 11개 세부 분야에 대한 매출, 수출, 고용의 과거시계열 자료를 확보하고, 이들 36개 내생변수 각각에 대해 ARIMA와 지수평활법에 의해 예측모형을 도출함.

○ 여러 예측 모형 중 적합도가 높고 가능한 간결한 모형을 최종모형으로 선택하여 시장규모를 예측함.

- 최종모형은 예측모델의 유의확률(p), 정규화된 BIC(Bayesian information criterion), 결정계수, RMSE(Root mean square error; 평균제곱근편차), MAPE(Mean Absolute Percentage Error; 평균절대비오차) 등을 종합적으로 고려하여 선택됨.
- ARIMA가 최종모형으로 선택된 경우 유의확률(p)을 지수평활이 최종모형으로 선택된 경우 평활상수를 제시함.

○ 각 분야별 예측치를 합산하고 전체 산업의 예측치와 비교하여 분야별 예측치의 적절성을 검토함.

마. 다변량 시계열분석

○ (다변량 시계열분석의 정의) 내생변수의 시계열에 영향을 줄 수 있는 외부 요인들의 효과를 포함하여 보다 정확도가 높은 모형을 생성하여 내생변수를 예측하는 것을 다변량 시계열분석이라고 하며, 본 연구에서는 다변량 시계열 분석에 일반적으로 쓰이는 전이함수모형, VAR(Vector Auto-Regressive) 모형을 이용함.

- 콘텐츠산업에 대해 안정적으로 확보할 수 있는 과거시계열이 17년밖에 되지 않아, 유의성 있는 외생변수를 탐색하거나 복잡한 다변량 모형을 생성하는 것 자체가 매우 제한적임.
- 복잡한 모형은 과거 데이터에 대한 적합도를 높일 수 있으나 과적합의 문제로 미래 전망치에 대한 정확성을 담보하기 어려운 측면이 있음.
- 본 연구에서는 제한된 데이터와 상황 속에서 다변량 시계열 분석에 일반적으로 사용되는 전이함수모형과 VAR를 통해 시계열 예측을 수행함.

(1) 외생변수 선정 및 시계열 예측

○ (주요영향요인 정리) 선행연구조사, 콘텐츠산업 시장동향분석, 델파이분석 결과를 종합하여 콘텐츠산업 시장성장에 영향을 미치는 산업, 정책, 기술, 소비, 경제, 사회적 영향

요인들을 정리함.

○ 콘텐츠산업 시장전망 예측 변수 도출

- 내생변수(매출, 고용, 수출)에 영향을 주는 외생변수(거시경제 변수/콘텐츠산업 내부 변수) 도출
- 한국은행, 통계청, 콘텐츠산업 관련 DB 등을 통해 접근 및 활용 가능한 변수 위주로 구성

○ 본 연구에서는 여러 외생변수 중 일부만 선택하였는데, 외생변수의 축소가 불가피한 본질적인 문제 중 하나는 시계열 자료의 절대적 규모의 부족으로, 많은 외생 변수를 고려한 모형을 개발할 수 없기 때문임.

- VAR 모형을 위해 분석하는 시계열은 2005년부터로 2021년까지 자료를 활용하는데, 2005년 이전으로 데이터를 확장해도 최근에 대두된 콘텐츠산업 시장이라는 의미에서는 오히려 노이즈를 제공할 수 있음.
- 실제 2005~2006년 분류체계 변경, 집계의 안정성 미확보 등의 이유로 비합리적인 추세를 보이는 경향을 확인할 수 있음.

○ 또한 외생변수들간의 너무 높은 상관관계는 다중공선성을 일으켜서 회귀계수 추정에 문제를 야기할 수 있음.

- 변수들간 상관관계가 높을 때는 당연히 다중공선성 발생 확률이 높은 만큼 매우 높은 상관관계(0.9이상)가 다수 나타난 변수들은 미리 제외하고 진행함.
- 다중공선성 제외 기준은 VIF값 10을 기준으로 했고, 변수 제외 후 남은 모든 변수들의 VIF값이 10 이하로 안정적인 결과를 확인할 수 있음.

○ 본 연구에서 선택한 외생변수의 조건

- 이론적으로 시장규모에 영향을 미치는 것으로 나타난 주요영향요인
- 정량적으로 측정 가능
- 대표성과 상호 독립성 확보
- 최소 15년 이상의 충분한 시계열이 존재
- 지속적이고 안정적으로 시계열 확보 가능
- 변동성이 상대적으로 작아 미래 예측가능성 존재

<표 1-2> 본 연구에서 고려한 외생변수

구분	변수명
인구와 가구	국내 총인구수
	14세 이하 인구수
	국내 총가구수
	평균 가구원수
소득과 지출	평균 가구소득
	평균 가계지출
	민간소비증가율
	가구 평균 문화서비스 지출액
	조세부담률
고용	실업률
	고용률
생산	1인당 명목 국내총생산
	창작예술여가서비스업 생산지수
물가	소비자물가지수
	영화관람물가지수
	공연예술관람물가지수
	온라인콘텐츠물가지수
콘텐츠산업	콘텐츠산업 전체 및 분야별 업체수
	콘텐츠산업 전체 매출액
기타	원달러 환율
	인터넷 이용률
	코로나19로 인한 사회적 거리두기

○ 단변량분석을 통한 외생변수별 시계열 예측

- 본 연구에서 고려한 모든 외생변수들은 통계청(KOSIS, e-나라지표 등)으로부터 수집하였으며 따라서 향후에도 지속적이고 안정적인 시계열 확보가 가능함.
- 외생변수를 다변량 시계열 예측모형에 포함시키기 위해서는 외생변수별 시계열 예측치가 요구되며, 본 연구에서는 단변량분석(ARIMA, 지수평활)을 통해 가장 적합도가 높고 간결한 모형을 통해 외생변수별 시계열 예측치를 확보함.

(2) 전이함수모형 분석

○ (전이함수모형의 정의) 일반회귀분석은 내생변수와 외생변수의 동일 시점에 대한 선형 관계에 관심을 갖지만, 시계열 데이터의 경우 내생변수는 외생변수의 동일시점 값뿐만 아니라 과거시점 값에 영향을 받는다고 가정할 수 있으며 오차항의 계열이 서로 독립

이 아닌 시계열 관계로 표현할 수 있는데 이러한 모형을 전이함수모형(혹은 동적회귀모형)이라고 함.

- 외부사건으로 인해 시계열 패턴이 심각하게 영향을 받는 개입요인이 포함된 개입모형 역시 개입요인을 외생변수로 고려하면 전이함수모형의 일종으로 판단할 수 있음.

○ 본 연구에서는 개입모형을 포함하는 전이함수모형을 이용하여 외생변수들과의 관계를 고려한 모든 분야의 36개 내생변수별 예측모델을 구축하였음.

- 36개 내생변수별로 외생변수들의 모든 조합을 테스트하여 최적의 모형을 선택하였으며, 통계적 유의성 검정을 통해 유의한 변수들만 외생변수로 포함하였음.

○ 본 연구에서 고려한 외생변수가 매우 다양하였으므로 각 내생변수별로 다양한 외생변수조합을 통해 다수의 전이함수모형을 생성하였으며, 이들 간 유의확률(p), 정규화된 BIC(Bayesian information criterion), 결정계수, RMSE(Root mean square error; 평균제곱근편차), MAPE(Mean Absolute Percentage Error; 평균절대비오차) 등을 종합적으로 고려하여 최종모형을 선택함.

○ 개입모형에서 탐지한 이상값의 유형으로는 가법, 수준이동의 두 가지를 고려하였고 사전에 알려진 이벤트에 대해서는 모형에 우선 반영하였음.

- 과거 시계열에 통계적으로 유의한 수준의 이상값이 존재하는 경우 가법, 수준이동 유형의 개입모형이 적용되었으며, 이상값이 존재하지 않는 내생변수에 대해서는 개입모형이 적용되지 않음.
- 게임 분야의 경우 2017년부터 통계치 집계 범위가 변경되었으므로 수준이동 유형의 개입모형을 반영함.
- 코로나19의 영향을 많이 받은 분야(음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 만화, 광고, 게임)의 경우 코로나19의 영향 기간을 2020~2021년으로 한정하여 가법 유형의 개입모형을 반영함.

(3) VAR모형 분석

○ (VAR 모형의 정의) 벡터자기회귀(VAR) 모형은 시계열 분석과 회귀분석의 특징을 결합하여 변수 간에 나타나는 상관관계와 인과관계를 추정할 수 있는 다변량 시계열 모형임.

- 앞서 살펴본 ARIMA나 전이함수모형의 경우 모두 내생(종속) 변수가 단일인 경우로 내생 변수들 간의 상관관계는 고려하지 않았음.

- 이러한 한계점을 극복하여 예측의 결과를 비교하기 위해서 내생 변수들 간의 내생성(시차를 고려한 상관관계)을 고려할 수 있는 VAR 모형을 통한 예측을 제시함.

○ 본 연구에서 내생변수로 선택한 변수는 분야별 매출액, 수출액, 종사자수이며, 여기에 상관계수가 높고 의미적으로도 관련성이 높은 업체수까지 내생변수로 고려하였으며, 그 외 다른 모든 변수들은 외생변수로 고려함.
- 2020년 연구 결과에서도 각 분야의 업체수는 다른 내생변수들에 유의미한 영향을 주는 변수가 될 수 있음을 확인한 바 있음.

○ (변수변환) 비정상성을 판단하기 위해서 단위근 검정(unit root test)을 수행한 결과 대부분의 변수들이 비정상 시계열이었으므로, 1차 차분을 통해 모형을 생성함.

○ (분야별 최적 외생변수의 선택) 전이함수모형에서 선택되었던 외생변수들을 우선적으로 고려하되 모든 외생변수들의 조합을 고려하여 분야별 최적 외생변수를 선택함.
- 후보 외생변수들 중에서 많은 변수들이 제외되었지만 여전히 적은 규모의 시계열 데이터로 내생성을 고려하기 위해서는 최적의 외생 변수를 선택해야 함.
- 본 연구에서는 전이함수모형에서 각 분야별로 선택된 유의미한 변수들을 우선적으로 고려하였으며, 그 외 본 연구에서 고려한 모든 외생변수들의 다양한 조합을 테스트하여 최적의 외생변수를 선정하였음.
- 보유 시계열의 길이를 고려하여 모형에 포함시키는 추가 외생변수의 수는 최대 1개로 제한하였음.

○ (VAR 예측모형 구축) 확보된 과거 시계열 데이터 길이(크기)의 부족으로 lag는 1차수만 반영되었으며, 앞서 선정된 최적 외생변수를 반영하여 최적의 VAR 예측 모형을 구축함.

바. 정책적 시사점

○ 시장규모 전망 결과 종합
- 두 가지 시나리오에 따른 정성적 시장규모 전망치를 비교하고 전문가 위원회의 의견을 반영하여 그 차이를 해석함. 또한 세 가지 정량적 방법론에 의한 시장규모 전망치를 정성적 전망 결과와 비교하여 분야별 특징을 파악함.
- 기본적으로 최근 시장규모가 코로나19에 큰 영향을 받은 분야는 정성적 방법론에 의한 전망치를 적용하고 코로나19의 영향을 적게 받은 분야는 정량적 방법론에 의한 전

망치를 적용하되, 전문가위원회의 3차 설문 및 검토 과정을 거쳐 최종 방법론을 결정하였음.

- 정성 시나리오 2개 중에서는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 정책의 상황을 고려하여 실현가능성이 더 높은 시나리오1에 의한 전망치를 활용함.
- 정량적 예측 모형 중에서는 기본적으로 과거 시계열에 대한 적합도를 기준으로 최적 모형을 선정하되, 전문가의 판단에 따라 보다 실현가능성이 높은 모형을 선정하였음.

○ 정책적 시사점 도출

- 전문가위원회의 요구사항 및 제언을 바탕으로 하여 콘텐츠산업 전반 그리고 각 분야별로 시급하게 추진해야 할 것으로 판단되는 정책 방향을 도출함.
- 해외시장진출, 제작투자지원, 규제완화 등 콘텐츠산업의 중장기적인 진흥정책 수립을 위한 시사점을 도출함.

제2장 선행연구분석

2022

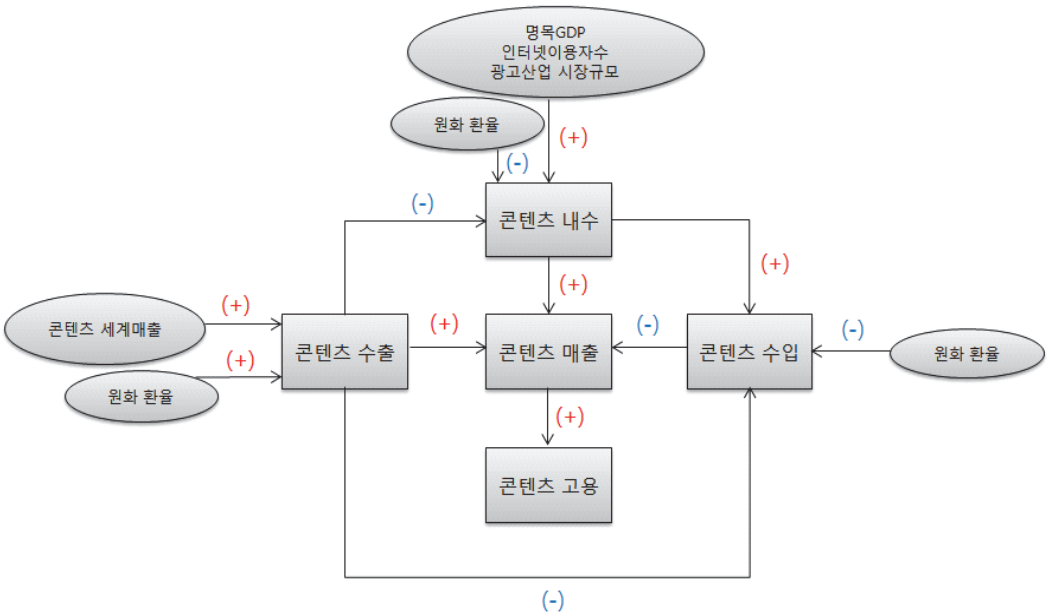
제2장 선행연구분석

1. 콘텐츠산업 시장전망에 관한 기존 연구 분석

○ 콘텐츠산업은 게임, 음악, 만화, 방송, 광고, 지식정보 등 11 개의 이질적인 분야로 구성되어 있으나 콘텐츠산업 전체의 시장규모를 계량적으로 예측하기 위한 모형 연구가 한국콘텐츠진흥원에 의해 수행되어 왔음.

○ 한국콘텐츠진흥원(2015)은 국내 전체 콘텐츠산업에 대한 중장기 시장전망을 위해 연립방정식 형태의 거시계량 구조모형을 개발하고, 콘텐츠산업의 11개 세부 분야에 대해 하향식으로 중장기 시장 전망치를 예측함.

- 해당 연구에서 사용한 외생변수로는 인터넷 이용자수, 광고산업 시장규모 등의 콘텐츠 특성변수, 국내 소득변수로 국내총생산, 해외콘텐츠 수요로 세계 콘텐츠 매출액, 원/달러 환율 등이 있고 이를 통해 내수, 수출, 수입, 고용, 매출의 내생변수를 추정함.
- 전체 내생변수와 외생변수의 모형 구조는 아래 그림과 같음.



출처: 한국콘텐츠진흥원(2015)

[그림 2-1] 한국콘텐츠진흥원(2015)의 시장규모 추정모형

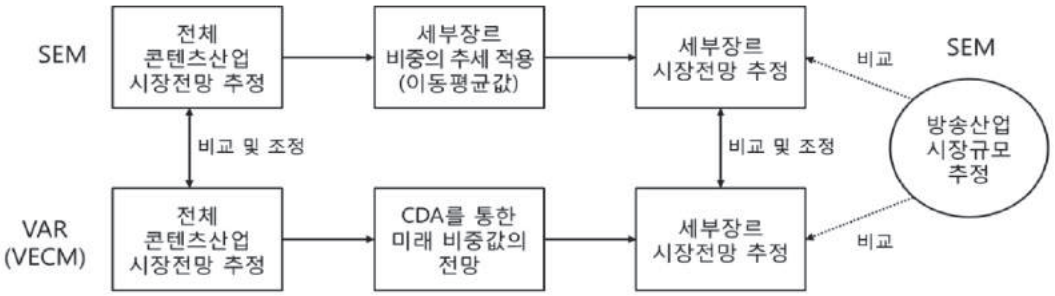
○ 그러나 상기 연구는 소득, 소비, 가격에 중요한 요인으로 작용하는 물가를 반영하지 못하는 등의 한계를 가지고 있어 이를 보완하기 위해 한국콘텐츠진흥원(2017)에서 추가 연구를 통해 심화모형을 제시함.

- 2015년 연구의 한계점을 보완하기 위해 VAR(Vector Autoregression Model) 예측모형을 도입하여 거시경제변수와 콘텐츠산업의 특성변수를 활용하여 종속변수에 대한 예측 정확성을 향상시키고자 하였음.
- 또한 콘텐츠산업의 각 세부 분야의 시장규모추정은 구성자료분석법(Compositional Data Analysis)을 활용하여 과거의 세부 분야 비중을 기초로 미래의 세부 분야 비중을 추정하여 이에 근거하여 분야별 시장 예측치를 도출하는 방식을 사용함.
- 해당 연구에서 사용된 콘텐츠산업의 잠정적 외생변수는 아래 표와 같음.

<표 2-1> 한국콘텐츠진흥원(2017)의 SEM 예측모형 잠정변수

구분		변수명	변수설명
거시경제 변수		세계경기	세계경제성장률
		소득	한국 명목 GDP
		환율	원/달러 명목환율
		정부지출	문화예술 분야 정부예산 지출규모
		콘텐츠 물가	소비자물가지수의 오락·문화 분야 물가
콘텐츠산업 특성변수	콘텐츠	저작권 등록수	저작권위원회에 등록된 저작권 수
		콘텐츠제작투자	국내 콘텐츠산업 총제작비
	디바이스 (수용자)	인터넷 이용	인터넷 이용자수
		모바일 이용	이동전화 가입자수
		스마트폰 보급	스마트폰 판매량/출하량
		유료방송 이용	유료방송 가입자수
		미디어 이용	미디어 이용시간
	플랫폼·공통	콘텐츠사업체수	국내 콘텐츠산업 사업체수
		광고산업 매출	국내 광고시장 매출액
		세계콘텐츠 매출	세계 콘텐츠산업 매출액

- SEM(Structural Equation Model)과 VAR 모델을 개별적으로 활용하여 콘텐츠산업 시장을 추정하되, SEM 모델은 전체 시장규모를 추정한 후 세부 분야는 이동평균값을 적용하여 각 분야 비중을 결정하였고 VAR 모델은 구성자료분석법을 통해 세부 분야의 비중을 추정하여 배분하는 방식을 채택함.
- 또한 과거 시계열을 토대로 한 계량모형이 가지고 있는 한계를 보완하기 위해 전문가 델파이조사를 실시하였으며, 이를 통해 전체 산업의 매출과 수출의 전망치를 도출하고 11개 세부 분야별 시장규모에 영향을 미치는 요인을 분석함.



출처: 한국콘텐츠진흥원(2017)

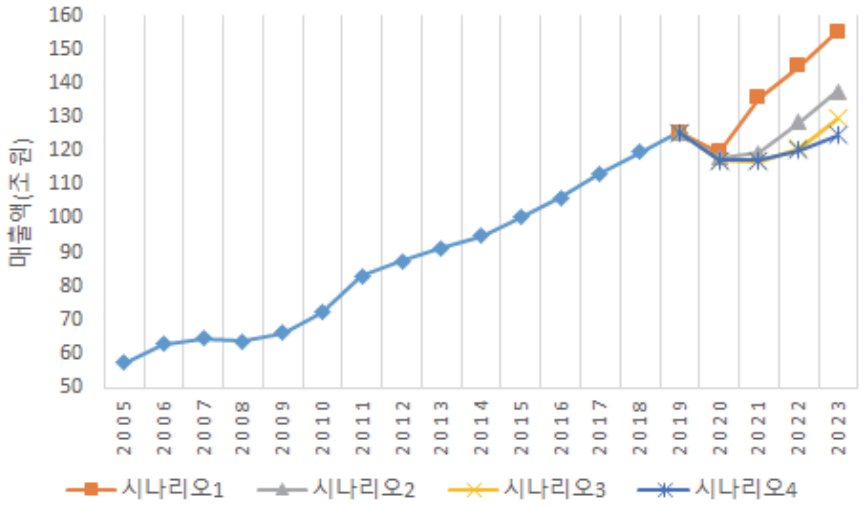
[그림 2-2] 한국콘텐츠진흥원(2017)의 계량적 시장규모 추정 절차

○ 기존 연구들은 내생변수와 외생변수 간의 복잡한 관계를 SEM, VAR를 통해 모형화하였으나, 한국콘텐츠진흥원(2020)에서는 단변량분석과 전이함수모형 등 보다 간결하고 짧은 시계열에 적합한 시계열 분석 방법론을 추가적으로 적용하였음.

- ARIMA(Auto-Regressive Integrated Moving Average ; 자기회귀이동평균모형), 지수평활법 등의 단변량 방법론 및 전이함수모형을 적용하여 과거 기간에 대해 사후분석한 결과 VAR 등 복잡한 모형에 비해 높은 예측력을 보인 것으로 나타남.
- 11개 세부 분야별 매출, 수출, 수입, 고용 등 4개 변수에 대해 각각 복수의 단변량, 다변량 방법론을 적용하여 예측하였고, 이들을 상향식으로 조합하여 전체 콘텐츠산업 시장규모를 예측하였음.
- 다변량 분석을 위해 인구 및 가구수, 고용, 소득과 지출, 물가, 생산, 무역, 전체 콘텐츠산업 규모 등 다양한 영향요인 변수들을 고려하였음.

○ 한국콘텐츠진흥원(2020)은 코로나19 확산의 정도에 따라 4가지 시나리오로 정성적 시장전망을 하였으며, 2021년까지 코로나19가 영향을 미칠 것이라는 시나리오2에 의한 전망치를 최종 전망치로 제시하였음.

- 갑작스럽게 발생한 팬데믹으로 인해 사회적 거리두기, 오프라인 공연·행사 축소, 경기침체 등의 현상이 발생하였고, 이에 따라 분야별 시장규모에 큰 충격이 발생하였음.
- 이를 반영하기 위해 코로나19의 영향기간을 2020년부터 2023년까지로 가정한 4가지 시나리오를 정성분석에 고려하였음.
- 과거 시계열에 반영된 바 없는 코로나19의 충격을 고려하기 위해, 정량적 방법에 의한 예측치를 활용하지 못하고 최종적으로는 시나리오2에 의한 정성적 시장전망치를 활용하였다는 점이 한계임.



출처: 한국콘텐츠진흥원(2020)

[그림 2-3] 코로나19 확산 시나리오에 따른 정량적 매출액 전망 결과

○ 그 밖에 빈기범 외(2017)는 구성자료분석법(CDA: Compositional Data Analysis)을 사용하여 전체 콘텐츠산업과 11개 세부 분야에 대한 시장규모를 전망함.

- 분석 결과, 명목 국내총생산이 내수시장에 큰 영향을 미치는 바 국내 경제성장율의 저하가 콘텐츠산업의 성장에도 다분히 영향을 미칠 것으로 전망함.
- 콘텐츠산업의 매출이 증가함에 따라 고용도 증가하나, 그 증가폭은 크지 않으며, 모바일사용자수 증감율이 콘텐츠산업의 매출, 고용, 수출, 수입 증가율 모두에 양(+)의 영향을 미치는 것을 확인함.

2. 분야별 콘텐츠산업 시장영향요인에 관한 기존연구 분석

□ 광고

○ 변상규(2012)는 광고시장에 영향을 끼치는 결정요인을 분석하기 위하여 여러 독립변수를 선정하고 회귀분석을 통해 광고시장의 성장 모형을 도출함. 이를 통해 광고시장에 영향을 끼치는 영향요인으로 서비스 산업의 비중, 실업률, 조세부담률이 도출되었음.

- 국내뿐 아니라 유사한 경제 수준 및 환경을 가지고 있는 OECD 국가 중 28개의 국가를 선택하고 각 국가들의 자료를 수집하여 모형을 구성하고 횡단면 분석을 수행함. 이를 통해 자료의 부족 문제를 해소하고 세계의 보편적인 시장의 추세를 파악할 수 있는 장점이 있음.

- 미시경제의 측면에서 국내 광고시장의 규모를 결정하는 주요 요인을 도출하기 위해 선행연구와 전문가의 의견을 종합하여 독립변수와 종속변수를 선정하고 다중공선성 문제를 해결한 후 선형회귀분석을 수행함.
- 선형회귀분석 결과 서비스 산업의 비중이 낮을수록, 실업률이 높을수록. 조세부담률이 낮을수록 광고시장의 성장률이 높아짐을 확인함.
- TV 광고시장은 전체 광고시장과 달리 서비스 산업 비중 대신 1인당 GDP가 음의 상관관계를 띄는 것으로 분석되었으며 이를 통해 앞으로 국내 TV 광고의 비중도 점차 감소할 것으로 예상할 수 있음.

<표 2-2> 회귀분석에 사용된 변수

변수	의미	출처
종속변수	국가별 전체 광고시장 성장률(%)	Zenith Optima (2009.3.)
	광고 시장 대비 TV광고 시장 비율(%)	
독립변수	영토 크기(kha)	OECD Factbook 2010
	연간 인구 성장률(%)	
	서비스 산업 비중(%)	
	GDP 대비 수출 비중	
	실업률(%)	
	인당 GDP ($)	
	조세부담률(%) (incl. social security funds)	KOSIS
	인구밀도 (person/㎢)	
	도시화율(%)	
	Gini 계수	CIA, the world factbook(2008)

출처: 변상규(2012), KISTI 수정

□ 만화

○ 만화시장의 경우 방우송(2016)은 웹툰을 중심으로 만화산업의 현황 및 발전방향을 모색하는 연구를 통해 드라마, 영화 등의 2차 저작물, 스토리나 캐릭터를 기반으로 한 PPL(Product Placement) 광고, 게임 등의 제작 활성화를 만화 시장의 성장에 영향을 주는 요인으로 선정하였음.

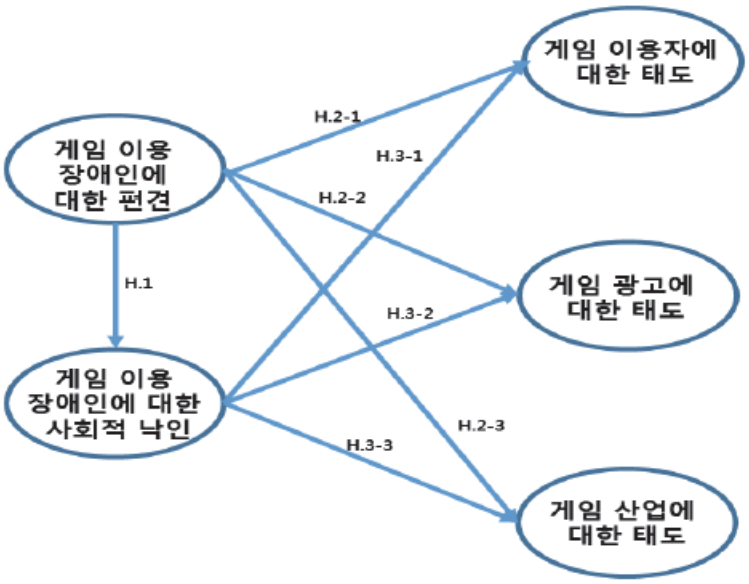
- 스마트폰을 필두로 한 스마트 기기의 대대적인 보급과 이를 바탕으로 하는 새로운 형태의 미디어 등장은 웹툰을 빠르게 성장시키는 배경이 되었고, 웹툰의 서비스 과정에서 일어나는 양방향 소통 행위는 웹툰 시장의 새로운 발전 방향을 제시함.
- 만화방과는 다른 만화카페의 등장은 젊은 층의 취향에 맞게 쾌적한 공간으로 거듭나 또 다른 형태의 커뮤니티를 창출하고 있음.

- 또한 네이버, 다음 등의 만화 플랫폼의 성장, 모바일 중심의 문화콘텐츠의 소비형태 변화 등도 만화 시장의 성장에 큰 영향을 끼치는 결정요인으로 도출되었음.
- 그러나 웹툰은 무료 콘텐츠라는 인식이 웹툰 시장 발전의 장애요인으로 작용하고 있고 작가들의 과도한 작업량 및 처우 문제도 시장 발전에 있어 개선되어야 할 부분으로 지적함.

□ 게임

○ 게임산업에서 현재 가장 이슈가 되고 있는 게임 이용 장애 질병 코드에 대해서 박진우&이형민(2019)은 질병코드 도입이 게임 이용자, 게임 광고, 게임산업에 미치는 영향을 사회적 낙인 인식 효과 검증을 통해 연구하였음.

- 게임 이용 장애에 대한 논의가 쟁점으로 떠오른 이후 WHO의 제 72차 총회에서 게임 이용 장애를 중독행동에 따른 장애에 포함시키기로 의결하였음. 이에 따라 게임 이용 장애를 질병코드로 등재시켜야 하는지에 대한 논쟁이 진행중이며 국내에서도 표준 질병 분류에 게임 이용 장애를 질병으로 포함하는 것에 대한 논의가 진행중임.
- 해당 연구에서는 게임 이용 장애를 겪고 있는 사람들에 대한 편견이 게임 이용자에 대한 태도, 광고, 산업에 미치는 주효과를 찾아보고 이에 대한 매개로 게임 이용 장애를 겪고 있는 사람에 대한 사회적 낙인의 효과를 검증함.



출처: 박진우&이형민(2019)

[그림 2-4] 게임 이용 장애 구조방정식 모형

- SEM 모형을 통해 분석한 결과 게임 이용 장애를 겪고 있는 이용자들에 대한 편견이 게임 이용자들에 대한 태도, 게임 광고 및 산업에 대한 태도에 부정적인 효과가 있음이 검증되었음. 이를 통해 게임 이용 장애 도입은 게임산업에 부정적인 태도를 형성하여 게임 산업의 시장을 위축시키는 중요한 요인이 될 것으로 판단됨.

□ 방송

○ 방송시장은 중국 자본의 유입, 넷플릭스, Hulu 등 OTT 사업자 증가, TV 시장 파이 확대 등이 주요 영향요인으로 연구됨.

○ 김주영&이민화(2016)는 중국자본의 한국 콘텐츠 기업에 대한 투자는 한국 콘텐츠 시장에 새로운 기회라고 분석하고 유입된 자본을 통해 중국 및 글로벌 시장으로의 수출이 활발해질 것으로 예측함.

- 중국 자본의 유입 이유로는 첫 번째로 중국 내에서 한국 콘텐츠의 경쟁력이 입증되면서 판권 확보를 넘어 직접 투자가 증가하고 있는 것을 들 수 있음.
- 한국 콘텐츠 기업은 상대적 비교우위에 있어 중국의 벤치마킹 대상이자 투자협력의 대상으로 여겨져 2014년 이후 대대적으로 한국 콘텐츠기업에 대한 투자가 이루어지고 있음.
- 중국 정부의 한류콘텐츠에 대한 규제도 투자를 증가시키는 요인이 되는데 한국 드라마에 대한 규제가 심해지면서 사전 검열을 받아야 하고 전편의 콘텐츠가 등록되어야 하므로 중국 수입사의 경우 이를 해결하기 위해 사전제작 및 공동제작이 필요해졌고 이것으로 중국 자본이 유입될 계기가 마련되었음. 한중합작 콘텐츠는 중국에서 만든 콘텐츠의 일종으로 인정이 되기 때문에 검열 및 심의가 쉬우며 쿼터제의 영향도 받지 않을 수 있는 장점이 있음.

○ 김영주(2015)는 OTT 서비스가 콘텐츠 생산과 유통, 소비에 미치는 영향을 살펴보는 연구를 수행하였음.

- OTT 서비스는 초기 넷플릭스와 같은 사업자뿐만 아니라 기존의 방송사업자, 통신사업자들이 제공하는 온라인 동영상 서비스까지 아우르는 개념으로 외연이 확장됨.
- OTT 서비스 성장의 주된 요인으로는 TV를 대체하는 스크린과 다양한 스마트 디바이스의 등장, 스마트 디바이스에 콘텐츠를 적재할 새로운 플랫폼의 등장을 들 수 있음. 또한 채널 중심의 TV 시청에서 벗어나 몰아보기, 다시보기, 이어보기 등 콘텐츠 중심으로의 TV 시청 형태의 변화도 큰 영향을 끼침.
- 이를 통한 OTT 서비스의 확대는 기존 유료방송 서비스에 큰 영향을 미치며 특히 유

료방송 이용료가 높은 미국의 경우 케이블 방송의 시장 점유율은 점진적으로 낮아지는 추세임.

- 한국의 경우 유료방송 이용료가 비교적 저가인 구조이기 때문에 현재까지는 큰 영향은 없으나 일부 세대에는 코드커팅(Cord cutting: 유료방송 가입해지)을 유발할 수 있다고 분석함.

○ 김문구&박종현(2011)은 스마트 TV 서비스의 활성화로 TV 시장 파이의 확대 및 타 미디어와의 서비스 차별화를 통해 방송시장의 상생이 가능하다고 진단하였음.

- 스마트 TV의 콘텐츠, 애플리케이션, 부가 서비스 등의 이용 확산과 함께 UI의 편의성 등이 스마트 TV의 시장 수용에 결정요인으로 작용할 것으로 예측함.
- CP(Contents Provider)의 육성으로 광고와 같은 다양한 비즈니스 모델을 개발하고 이용자 편의를 극대화할 수 있는 인터페이스 제공과 함께, 스마트 홈, 스마트 워크, 에듀테인먼트 등 차세대 융복합 라이프 허브로의 포지셔닝이 시장 성공의 핵심 요인으로 작용함.

○ 이선미(2021)는 미디어패널데이터를 활용하여 인구사회학적 특성 및 유료미디어 이용행태가 스마트TV이용에 미치는 영향을 탐색한 결과, 연령, 가구형태, 가구소득, 거주지역 규모 등이 스마트TV 이용과 관련이 있음을 발견하였음.

- 유료플랫폼 중 IPTV 가입자가 스마트TV를 보완적으로 이용했으며, VOD 지출액이 클수록 스마트TV 이용가능성이 컸음.
- 반면, 영화VOD 지출액이 큰 IPTV 가입자는 스마트TV로 대체할 가능성이 낮은 것으로 분석됨.

□ 출판

○ 출판산업의 분류중 하나인 전자출판산업의 발전 방안에 대해 정윤희&김기덕(2019)은 출판 생태계의 이론적 배경과 국내 전자출판산업의 발전과정 및 정책을 살펴보았음.

- 디지털 기술이 발전함에 따라 종이를 기반으로 하는 출판산업은 매년 규모가 줄어드는 반면, 전자책 출판 및 유통 등 전자출판 산업의 매출은 증가하고 있는 추세로 전자출판이 출판산업에서 차지하는 중요성은 날이 갈수록 커지고 있음.
- 전자책 저술 측면에서는 콘텐츠의 다양성 확보와 창작환경 조성, 저작권 보호정책 강화 등의 요인이 제시되었으며, 제작 측면에서는 전자책 생산의 효율화 및 독자 중심의 콘텐츠 생산, 읽기 편리성 강화 등이 제안됨.

- 유통 측면에서는 독자 친화적인 유통 방식을 바탕으로 유통 인프라 구축을 통한 유통의 투명성을 확보하고 독자에 대한 홍보를 강화하는 것이 중요하다고 분석하였으며 전자책에서 종이책으로의 소비 촉진전략과 전자책의 소비 인식 변화가 소비 측면에서 중요한 영향요인으로 제시되었음.

□ 음악

○ 이은우(2016)는 음악·연주회, 연극·마당극·뮤지컬 등의 문화예술 상품 분야의 수요에 영향을 주는 결정요인을 프로빗 모형을 통해 분석하였음.

- 통계청에서 매년 발표하는 '사회조사'의 원시자료를 이용하여 음악 및 연주회, 연극·마당극·뮤지컬의 수요결정함수를 추정하였으며 그 결과 교육수준, 가구소득, 여가활용 만족도 등이 문화예술 상품의 수요를 결정하는 요인으로 파악됨.
- 2013 사회조사의 자료를 바탕으로 성별과 같은 범주형 변수는 카이스퀘어 검정을 통해 분석하고, 연령이나 소득과 같은 변수는 t 검정을 통해 분석을 실시함.
- 그 결과 여성보다 남성이 음악 및 연주회를 더 많이 관람하는 것이 통계적으로 유의한 결과를 보였으며, 전문관리직과 사무직일수록, 미혼일수록, 도시지역일수록 음악 및 연주회의 관람비율이 높은 것으로 나타남.
- 추가적으로 프로빗(probit) 모형을 사용하여 문화예술 수용함수를 추정하였으며 관람 여부에 영향을 미치는 여러 변수들을 동시에 고려한 분석을 수행하였음.
- 해당 분석을 통해 남성보다 여성, 연령이 낮을수록, 고학력, 고소득일수록, 미혼일수록, 전문관리직일수록 문화예술 상품을 관람할 확률이 높고 가족규모가 작을수록, 여가활용 만족도가 클수록 높은 관람률을 보여주었음.

○ 심유정(2021)은 대중음악의 흥행요인과 흥행과의 관계에서 인터넷 밈의 매개효과를 분석한 결과, '커버 효과'와 '챌린지 효과'의 매개효과가 있음을 발견하였음.

- 내부 흥행요인 중에서는 '가수의 인지도', 'POP, 댄스, 발라드, 성인가요, 일렉트로니카' 분야에서 매개효과가 존재하였음.
- 외부 흥행 요인 중에서는 '기획사 역량', '음악 방송 프로그램 출연 횟수', '뉴스 기사 수'에서 매개효과가 나타남.

○ 이원형(2022)은 공급 측면의 음악 한류를 분석할 수 있는 이론모형을 제시하였는데, 한국기업의 경쟁력 강화가 시장균형에 미치는 영향을 경합이론을 활용하여 이론적으로 분석하였음. 그 결과, 음악산업 수출의 증가, 무역수지의 흑자 및 흑자 증가, 수출시장

의 다변화 등의 음악산업 교역 데이터 및 관련 지표를 이용하여 한국기업의 경쟁력이 높아지는 것이 음악산업 한류의 공급 측면에서 효과가 있음을 실증적으로 확인하였음.

- 또한 음악산업의 지리적 분포와 업종별 구성을 연계하여 한국 음악산업의 구조와 지역별 성장률에 대해 분석한 결과, 서울은 대부분의 음악산업 세부 업종이 비교우위를 지니고 있거나 성장업종인 것으로 나타나 서울 이외에 지역에서도 음악산업이 균형 있게 발전하기 위해 음악산업의 서울집중을 완화하여 균형 있는 성장을 가능케 하는 방안이 필요하다고 주장함.
- 권역별 분석에서도, 수도권은 대부분의 세부 업종에서 경쟁력이 있는 것으로 측정되어, 한국의 음악 또는 문화의 창작과 관련된 산업의 생산 활동이 수도권에 집적되고 이에 따라서 클러스터(Cluster)가 형성되어 집적의 이익을 극대화하는 경향이 있음을 보여줌.

□ 영화

○ 이슬(2019)은 한국 경제지표와 영화 및 대중음악 분야 흥행추이에 대한 영향관계를 분석하였으며, 그 결과, 영화 및 대중음악 콘텐츠를 소비함에 있어 경기 추이가 소비하는 분야 선호도에 영향을 미친다는 것을 확인함.

- 2009~2018년 간 실질 GDP, 경제성장률, 일인당 GNI, 소비자심리지수, 경기동행지수순환변동치 등 총 5개의 경제지표를 기준으로 영화진흥위원회에서 제공하는 연간 박스오피스 50위, 총 500편의 영화와 멜론 연간차트 100위, 총 1000곡의 대중음악 음원을 연구 대상으로 선정함.
- 영화 분야에는 경제성장률, 소비자심리지수, 경기동행순환변동치 등 총 3개의 경제지표와 판타지/SF, 액션, 코미디, 멜로로맨스 총 4개의 분야 간 유의미한 관계가 존재하는 것을 확인하였으며, 판타지/SF 및 액션 분야는 경기추이와 정비례관계가, 코미디 및 멜로로맨스 분야는 경기추이와 반비례관계를 확인함.
- 대중음악 분야에서는 5개의 경제지표 전체가 발라드, 락, R&B, 기타(일렉트로닉 외) 총 4개의 분야와 유의미한 관계를 가지고 있음을 확인함. 발라드 분야는 경기추이와 정비례관계가 성립되었으며, 락 분야는 반비례관계가 관찰됨.

□ 지식정보

○ 지식정보 분야의 하위 분야인 가상현실 산업에 대해 송은지(2018)는 133명에 대한 설문조사를 기반으로 가상현실 콘텐츠 및 디바이스 보급 확대를 가상현실 시장 성장을 결정하는 요인으로 제시하였음.

- 구체적으로 거시적 관점에서의 PEST 분석과 미시적 관점에서의 SWOT 분석, 소비자 분석, 경쟁구조 분석 등 다양한 산업환경 분석을 수행하고 해당 내용을 바탕으로 문제점에 대한 대안 제시 및 가상현실 산업 활성화 방안을 제안함.
- 설문조사 결과, 가상현실 콘텐츠 체험에 대한 만족도는 90% 이상이었지만 구매의사는 64% 정도로 그 이유로는 필요성을 느끼지 못한다는 대답이 가장 많아 킬러 콘텐츠의 부재가 가상현실 시장 성장에 큰 영향을 미친다고 분석하였음.
- 디바이스 측면에서는 구매의사가 없는 응답자 중 디바이스 가격이 비싸다는 의견이 절반 정도를 차지하여 아직 시장에서의 디바이스 가격이 수요자의 생각보다 비싼 가격에 형성되어 있는 것을 확인할 수 있음.
- 종합적으로 킬러콘텐츠의 부재, 국산 디바이스의 부재, 사업성의 불확실 등이 가상현실 산업의 장애요인으로 분석되었으며 이를 해결하기 위해 인력 양성 프로그램 마련, 디바이스 구입 및 사용문제 개선, 관련사업 투자지원 확대 등이 해결 방안으로 제시됨.

3. 소결

○ 콘텐츠산업이 다양하고 이질적인 세부 분야로 구성된 만큼, 선행연구에서는 각 분야별 특색에 맞는 연구모형들이 수립되었으며 매우 다양한 영향요인들이 고려되어 왔음.

○ 콘텐츠산업 전반을 다룬 연구는 한국콘텐츠진흥원에 의해서 주로 연구되어 왔으며, 기존 선행연구들을 반영하여 다양한 외부환경요인들을 고려하였음.

○ 본 연구에서는 선행연구분석을 통해 도출된 콘텐츠산업의 시장규모에 영향을 미치는 주요영향요인을 아래 표와 같이 정리하였으며, 콘텐츠산업의 각 세부 분야별 특징이 각기 다양하기 때문에 각 분야별 전문가의 의견을 종합하여 계량적 예측모델에 사용될 요인변수들을 최종 결정하였음.

<표 2-3> 선행연구에서 고려한 콘텐츠산업 시장규모의 주요영향요인

구분	주요 영향요인	내용
정책	콘텐츠분야 정부지출	문화예술분야 정부예산지출규모(문화체육관광부 내부자료)
경제	콘텐츠 투자 규모	전통적 TV, 영화, 신문 산업에서의콘텐츠 투자는 기업 매출 증가의 주요 요인
경제	경제성장률	국내외 경기는 콘텐츠산업을 비롯한 산업 전반에 영향을 미침.
경제	국내총생산	한국 명목 GDP
경제	국내총소득	1인당 GNI
경제	소비심리	소비자심리지수

구분	주요 영향요인	내용
경제	환율	원/달러 명목환율
경제	콘텐츠 물가	소비자물가지수의 오락, 문화분야물가(한국은행 소비자물가지수)
경제	지식재산투자	저작권 등 지식재산생산물의 투자(한국은행(국민계정))
경제	콘텐츠 제작투자	국내 콘텐츠산업 총 제작비(콘텐츠산업 통계)
경제	광고 산업의 매출	광고시장 매출액(제일기획 '광고통계')
경제	세계콘텐츠 매출	세계콘텐츠산업 매출액 합계
경제	웹툰 플랫폼 성장	네이버, 다음, 레진코믹스 등의 만화 플랫폼 성장
경제	스마트 기기 대중화	모바일 중심으로 문화콘텐츠의 소비형태 변화
경제	외국 자본 유입	외국 자본의 유입으로 콘텐츠 제작 편수 증가 및 해외 진출 확대
경제	실업률	실업률이 높을수록 광고시장의 성장률이 높아짐.
경제	조세부담률	조세부담이 낮을수록 가계나 기업의 가처분소득이 늘어나므로 구매력 증가
사회	저작권 등록건수	저작권위원회에 등록된 저작권수(한국저작권위원회 저작권통계)
사회	유료방송 가입자수	유료방송 이용 가입자 수(방송산업실태조사)
사회	인터넷 이용자수	인터넷 이용자수(인터넷이용실태조사)
사회	모바일 이용자수	이동전화 가입자수(방송산업실태조사)
사회	콘텐츠 사업체수	콘텐츠산업의 사업체 수(콘텐츠산업통계)
사회	교육 수준	교육 연수가 높아질수록 음악, 연극, 마당극, 뮤지컬을 관람할 확률이 높아짐
사회	가구형태	가구 구성원 수에 따라 콘텐츠 소비 형태에 차이가 있음.
사회	가구소득	가구소득이 클수록 음악, 연주회와연극, 마당극, 뮤지컬을 관람할 확률이 높아짐
사회	2차 저작물 활성화	웹툰, 웹소설 IP의 2차 창작물 인기 흥행
사회	소비층 확대	콘텐츠 주요 소비층의 연령대가 확대되고 있음.
사회	OTT 서비스 확산	넷플릭스, Hulu등 OTT사업자증가
기술	콘텐츠솔루션 기술 향상	콘텐츠솔루션 산업은 콘텐츠산업 전반에 걸쳐 기본적인 인프라를 제공
기술	5G 기술의 대중화	5G 기술 확산 및 이용 가능한 단말기 보급 증가
기술	AR/VR 기술의 발전	AR/VR 등 가상현실 콘텐츠 및 디바이스 보급의 확대가 콘텐츠산업 성장에 기여
기술	스마트 TV 보급	타 미디어와의 서비스 차별화를 통한 방송 분야의 상생을 가능하게 함.

제3장 콘텐츠산업 시장동향분석

2022

제3장 콘텐츠산업 시장동향분석

1. 환경분석

가. 메가트랜드 분석

□ **온라인 콘텐츠 서비스 및 소비 확대**

○ 코로나19 팬데믹으로 인한 사회적 거리두기로 공연 및 영화 관람, PC방과 노래방 이용 등 오프라인 콘텐츠 소비가 크게 위축된 반면 온라인 콘텐츠 소비는 크게 증가하였음.

○ 콘텐츠산업은 온라인 콘텐츠 제작 및 유통을 크게 확대하면서 이러한 변화에 대응하여 왔으며, 소비자 역시 온라인 콘텐츠 소비에 적응하면서 콘텐츠산업의 시장규모가 꾸준히 증가해왔음.

○ 2022년 4월 코로나19에 대한 사회적 거리두기 조치가 해제되었지만, 변이 바이러스 및 신종 팬데믹에 대한 우려가 지속되고 있고 일반 시민들의 안전에 대한 민감도가 상승하여 오프라인 콘텐츠 소비가 코로나19 이전만큼 회복하는데 상당한 시간이 소요될 것으로 전망되고 있음.

○ 반면 진화하고 있는 콘텐츠 플랫폼과 소비자 경험이 온라인 콘텐츠 소비를 촉진시키면서, 온라인 콘텐츠 서비스 및 소비가 지속적으로 확대될 것으로 전망됨.

□ **콘텐츠 소비층의 확대와 인구 고령화**

○ 모바일기기 및 5G 기술의 보급, 다양한 소비층을 겨냥한 양질의 콘텐츠가 지속적으로 보급되면서 콘텐츠의 주요 소비층이 기존 20~30대에서 전 연령대로 확대되고 있음.

- 2021년 우리나라 성인 스마트폰 보급률은 95%로 전 세계 1위이며, 우리나라는 2019년 4월 세계 최초로 5G 이동통신을 상용화하였음. 이를 통해 모바일기기를 이용한 온라인 콘텐츠에 대한 접근성이 강화되었음.
- OTT 플랫폼을 비롯한 온라인 콘텐츠를 소비할 수 있는 다양한 유통 채널이 등장하였고, 전 세계에서 생산되는 양질의 콘텐츠가 제공되면서 온라인 콘텐츠에 대한 소비를 촉진하고 있음.
- 유튜브와 틱톡 등의 플랫폼을 통해 콘텐츠 생산자가 폭발적으로 증가하였고, 대중적

인 인기를 얻는 콘텐츠뿐만 아니라 소수 마니아 및 개인적인 관심사를 타깃으로 하는 다양한 콘텐츠도 제작되면서 콘텐츠 소비층 역시 꾸준히 확대되고 있음.

- 이러한 현상들로 인해 콘텐츠의 주요 소비층이 기존 20~30대에서 전 연령대로 확대되면서 콘텐츠산업에 새로운 활력을 불어넣고 있으며, 콘텐츠산업은 물론 여행, 패션 등 연관 산업의 성장에도 크게 기여할 것으로 전망됨.

○ 한편 우리나라는 출산율 저조로 빠르게 초고령 사회로 접어들고 있으며, 이것이 장기적인 국가경제성장 및 콘텐츠 소비층의 구조 변화에 영향을 줄 것으로 전망됨.

- 2021년 우리나라 출산율은 0.81명으로 전 세계에서 가장 낮으며, 2019년 이후 인구가 감소하면서 빠르게 초고령화 사회로 접어들고 있음.
- 생산연령인구 비중의 급감으로 국가 경제성장에 대한 기대감이 낮아질 뿐만 아니라, 인구구조의 변화는 콘텐츠 소비층과 수요의 변화를 야기할 것으로 예상됨.

□ K-콘텐츠에 대한 한류열풍 지속 및 글로벌화

○ 방송, 만화, 게임, 음악, 영화 등 다양한 분야에서 K-콘텐츠가 전 세계적인 인기를 끄는 사례가 증가하고 있고, 이로 인해 코로나19의 여파에도 불구하고 K-콘텐츠의 수출규모가 빠르게 증가하고 있음.

- 우리나라 콘텐츠산업은 세계적 수준의 제작 역량을 바탕으로 글로벌 시장에서 인기를 끌 수 있는 콘텐츠를 지속적으로 제공하고 있고, 이를 통해 글로벌 영향력을 확대하고 있음.
- <오징어 게임>은 2021년 넷플릭스에서 글로벌 시장 1위를 차지하며 흥행에 성공하였고, 2022년 9월에 미국 에미상 감독상과 남우주연상을 수상하며 그 작품성도 인정받고 있음.
- <나 혼자 레벨업>, <여신강림> 등의 웹툰과 <미니특공대>, <베이비샤크 빅 쇼> 등 애니메이션을 중심으로 일본, 중국, 미국 등 글로벌 시장에서 큰 인기를 끌고 있으며, <룸즈>, <검은사막 모바일> 등의 게임은 중국 판호를 발급 받는 등 수출을 이끌고 있음.
- 이로 인해, 코로나19 팬데믹에도 불구하고 2020년 콘텐츠산업 수출규모는 전년 대비 6.3% 증가한 108.3억 달러를 기록하였고 2021년에도 115.6억 달러를 달성하였음. 특히 게임의 수출 호조가 전체 콘텐츠 수출 성장을 견인함.

○ 콘텐츠 수요 측면에서도 우리나라 콘텐츠산업의 글로벌화가 가속화되고 있음. 넷플릭스와 유튜브는 물론 애플TV, 디즈니+, 아마존프라임 등 글로벌 OTT 플랫폼 기업들의 국

내 영향력이 크게 확대되고 있음. 플랫폼 기업간 경쟁이 본격화되면서 국내 OTT 연합도 글로벌 플랫폼과의 차별화 및 경쟁력 확보를 위한 전략을 수립하고 있음.

나. PEST 분석

정치(Political)	경제(Economical)
• 코로나19 사회적 거리두기 조치 해제 • 메타버스·디지털전환 지원 • 창의적 IP 확보를 위한 제작 투자 • 상생협력 및 공정환경 조성 지원 • 저작권 보호 정책 강화 • 콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	• 콘텐츠 플랫폼의 대형화 • 국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속 • 세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합 • 제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대 • 콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성 • 금리 인상, 초저금리 시대의 마감
사회(Social)	**기술(Technological)**
• 코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대 • K-콘텐츠 한류 열풍 지속 • 콘텐츠 주요 소비층의 확대 • 방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대 • 성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	• 메타버스 플랫폼의 확장 • 가상인간 기술의 발전 • NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장 • 인공지능 기술을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스

□ 정책적(Political) 요인

○ 코로나19 확산 방지를 위한 정부의 사회적 거리두기 조치가 2022년 4월 18일부로 모두 해제되었음. 이에 따라 노래연습장 등에 대한 운영시간, 사적모임 가능 인원, 300인 이상 행사 및 집회 등에 대한 제한이 해제되었으며, 해외 출입국자에 대한 격리면제 등 방역 조치 완화가 논의되고 있음. 이로 인해 제한되어 왔던 오프라인 대면 콘텐츠를 즐기고자 하는 수요가 크게 늘어나면서, 영화, 음악 등 2020년 역성장했던 분야들이 상대적으로 빠른 회복과 반등을 보일 것으로 기대됨.

○ 정부는 새롭게 떠오르고 있는 메타버스, 실감 콘텐츠 시장의 선점을 위해 분야별 가상 콘텐츠 제작 지원, K-메타 월드 구축, 온라인 K-POP 공연장 조성 및 공연 제작, IP 연계 실감콘텐츠 제작 등에 적극적으로 투자하고 있음. 또한 분야별 디지털 전환 수준을 진단하고 맞춤형 지원 및 제도 개선을 추진하는 등 콘텐츠산업의 디지털 전환을 지원하기 위한 노력을 기울이고 있음.

○ 정부는 글로벌시장을 겨냥한 IP 확보를 위해 2022년 500억 원 규모의 드라마 펀드 조성하고, 116억 원 규모의 OTT 특화콘텐츠 제작 지원을 진행하고 있음. 또한 제작 초기 단계 및 소외 분야에 대한 집중 투자를 위해 2022년 2,200억 원 규모의 '모험투자 펀

드' 조성을 추진하고 있음. 그 밖에 지역 문화인프라 혁신, 현장 맞춤형 인재 양성 등 창의적 콘텐츠 IP 확보를 위한 정부차원의 투자가 진행되고 있음.

○ 콘텐츠산업에서 발생될 수 있는 불공정 거래를 방지하기 위한 다양한 정책이 마련되고 있음. OTT 플랫폼 - 콘텐츠 제작사 - 창작자 간의 공정한 계약을 위한 가이드라인을 마련하고 있으며, OTT - 통신사 간의 망이용 계약에 대한 정책적 지원도 이루어지고 있음. 최근 구글이 게임 앱에만 적용했던 인앱결제를 2021년 10월부터 모든 앱에 대해 강제하여 매출액의 30%를 수수료로 부과할 계획이었으나, 전 세계 최초로 정부차원에서 인앱결제 강제금지법을 의결하여 이를 방지하였음. 또한 콘텐츠 제작 환경과 관련하여 표준계약서 제·개정 등에 있어서도 정부가 적극적으로 지원하고 있음. 그 밖에 음원사재기, 암표, 불법콘텐츠 유통 등 과거로부터 전해 내려오던 콘텐츠산업 내 불공정 관행들을 해소하기 위한 정책적인 지원도 이루어지고 있음.

○ 콘텐츠산업에서는 저작권이 가장 중요한데 콘텐츠 불법복제 및 공유, 무단사용, 불법판매가 지속되고 있어, 정부에서는 이를 막기 위해 저작권 보호 정책을 강화하고 있음. 특히 한류 콘텐츠의 해외 불법복제를 막기 위해 문화체육관광부를 중심으로 '해외지식재산보호협의체'를 운영하여 대응하고, '해외 저작권 진출 확대 및 보호 강화 방안'을 마련하는 등 저작권 보호를 위한 적극적인 정책을 추진하고 있음.

○ 정부는 2020년 IP 금융투자 활성화 추진전략을 발표하고 2021년 4차 산업혁명시대 기술지식재산(IP) 이전 거래 활성화를 위한 가치평가체계 개선방안을 발표하는 등 콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 제도적 기반을 마련하고 있음. 콘텐츠 IP에 대한 거래를 지원하기 위해 국가지식재산거래플랫폼(IP-Market)이 운영되고 있음.

□ 경제적(Economical) 요인

○ 콘텐츠 플랫폼 기업들이 콘텐츠 유통뿐만 아니라 제작까지 밸류체인을 확대하면서 점차 대형화되고 있음. 글로벌 플랫폼뿐만 아니라 국내 플랫폼 기업들 역시 이러한 움직임을 보이면서, 세부 분야를 초월한 기업 간 협업과 투자, 인수합병 등이 가속화되고 있음. 플랫폼 기업의 대형화는 효율과 시너지 등의 측면에서 긍정적일 수 있으나, 대형 플랫폼, 콘텐츠 제작사, 창작자 간의 수수료, 정산비율 등에 대한 불공정 계약 논란도 일어나고 있음. 이는 생태계 개선에 대한 요구와 함께 창작자 친화적인 오픈 플랫폼의 등장을 촉발시키기도 함.

○ 콘텐츠 수요와 공급 두 측면 모두에서 우리나라 콘텐츠산업의 글로벌화가 가속화되고 있음. 넷플릭스는 물론 애플TV, 디즈니+, 아마존프라임 등 글로벌 플랫폼 기업들이 국내 시장에 진출하면서 국내 시장에서 이들의 영향력이 매우 커지고 있음. 플랫폼 기업 간 경쟁이 본격화되면서 국내 OTT 연합도 글로벌 플랫폼과의 차별화 및 경쟁력 확보를 위한 전략을 수립하고 있음. 한편 우리나라 콘텐츠산업이 세계적 수준의 콘텐츠 제작 역량 갖춰나가면서, K-콘텐츠의 글로벌 영향력도 확대되고 있음. 이로 인해 국내 제작사들의 협상력은 강화될 것으로 기대되지만, 이러한 현상은 일부 유명 제작사에만 편중될 가능성이 존재함.

○ 콘텐츠산업의 디지털 전환이 가속화되면서 창작과 비즈니스 모델에 있어서 세부 분야 간 경계는 점점 약화될 것으로 전망됨. 코로나19는 전통 영화와 공연 산업의 불황을 야기한 반면 OTT의 대중화를 촉발시켰으며, OTT는 영화, 음악, 방송 등 다양한 세부 산업을 포괄하면서 세부 산업 간 경계를 약화시키고 있음. 예를 들어, 영화 제작인력이 OTT 시리즈물을 연출하는 사례가 늘고 있고 최근 넷플릭스가 게임 서비스를 시작함. OTT는 기존 방송 편성 관행에 구애받지 않고 다양한 형식의 콘텐츠를 서비스하면서, 향후에도 세부 산업 간 융합과 다양한 비즈니스 모델을 창출할 것으로 기대됨. 가령, 웹툰과 애니메이션이 혼합된 웹투니메이션, 웹툰과 웹소설이 혼합된 텍스툰, 형식이 자유로운 OTT만의 특색을 살린 씨네틱 드라마 등 다양한 융합이 가속화될 것으로 전망됨.

○ 콘텐츠산업에서 소비를 담당해 오던 개인의 역할이 동영상 콘텐츠 제작을 넘어 투자와 거래까지 영역을 확대하고 있음. 개인 소비자의 제작 참여는 과거 유튜브나 틱톡 등을 통한 영상 콘텐츠 위주였으나, 제페토와 로블룩스 등 메타버스가 새로운 무대로 등장하면서 패션아이템 제작, 영상, 웹소설, 웹툰, 오디오북까지 영역이 확장되고 있음. 음악 분야에서도 개인은 단순 소비자를 넘어 음악 플레이리스트, 큐레이터 역할도 담당하고 있음. 이렇게 개인의 적극적인 참여는 수익 모델도 변화시키고 있는데, 과거에는 유튜브 등 플랫폼 광고를 통한 간접 수익을 얻었다면, 최근에는 콘텐츠를 통한 팬덤을 확보하고 광고주와의 직접 연결을 통한 수익 창출도 이루어지고 있음. 또한 기존에는 제작사, 유통사 등 콘텐츠 기업을 중심으로 이루어졌던 콘텐츠 투자 및 거래가 콘텐츠 소비자인 개인과 공공영역으로까지 확대되고 있음. 뮤직카우, 펀더풀 등 음원, 영화, 드라마, 공연 IP에 대한 개인 투자/거래 플랫폼이 등장하고 있으며, 회원수와 투자금액 등 그 규모가 빠르게 성장하고 있음.

○ MZ세대를 중심으로 한 콘텐츠 이용자들의 가치소비 경향이 지속적으로 확대되고 있고, ESG (Environment, Social, Governance) 경영이 시대적 화두가 되고 있음. 현재 많은 글로벌 기업들이 ESG 경영을 추진하고 있는 만큼, 콘텐츠산업에서도 일부 대기업을 중심으로 ESG 도입이 추진되고 있음. 향후 환경문제, 사회이슈, 기업의 지배구조를 고려한 콘텐츠 제작 및 유통 패턴이 가속화될 것으로 예상됨.

○ 코로나19로 인한 경기위축 대응을 위해 미국, EU, 일본, 중국 등 주요국이 기준금리를 인하하며 글로벌 통화량이 크게 확대되어 왔음. 이로 인해 글로벌 증시와 주택가격 등 자산 가격이 크게 상승하였고, 원유, 목재, 농산물 가격도 급등하였음. 인플레이션 압력이 높아지면서 미국은 2021년 12월부터 긴급 유동성 지원 프로그램을 종료하며 우리나라를 비롯한 주요국들의 기준금리 인상을 촉발하고 있음. 금리 인상은 대출, 투자 등과 연결되며 콘텐츠산업에 영향을 줄 것으로 판단됨.

□ 사회적(Social) 요인

○ 코로나19로 인해 영화, 공연, 방송 등 오프라인 소비가 중심이 되는 분야는 큰 타격을 받았으나, 게임, 웹툰, OTT 등 이미 예전부터 온라인 소비가 주를 이루었던 세부 산업은 오히려 수요가 크게 늘면서 콘텐츠산업의 성장을 견인하였음. 이에 따라 영화와 공연 산업은 현장 서비스와 함께 라이브 중계 및 온라인 스트리밍 서비스를 제공하는 등 온라인 서비스를 확대하고 있으며, 방송 역시 OTT와 유튜브 등과 연계하여 더욱 다채로운 콘텐츠를 제공하고 있음. 팬데믹을 겪으면서 소비자들이 이미 OTT를 통한 영화 시청 등 온라인 콘텐츠 소비에 적응하여, 코로나19가 완전히 종식되더라도 코로나19 이전 소비 패턴으로의 회귀는 어려울 것으로 전망됨.

○ 오징어 게임, 지옥 등 K-드라마가 넷플릭스에서 글로벌 시장 1위를 차지하는 등 K-콘텐츠에 대한 전 세계적인 유행이 지속되고 있음. <나 혼자 레벨업>, <여신강림> 등의 웹툰과 <미니특공대>, <베이비샤크 빅 쇼> 등 애니메이션을 중심으로 일본, 중국, 미국 등 글로벌 시장에서 큰 인기를 끌고 있으며, <룸즈>, <검은사막 모바일> 등의 게임은 중국 판호를 발급 받는 등 수출을 이끌고 있음. 이로 인해, 코로나19 팬데믹에도 불구하고 2020년 콘텐츠산업 수출규모는 전년 대비 6.3% 증가한 108.3억 달러를 기록하였고 2021년에도 115.6억 달러를 달성하였음. 특히 게임의 수출 호조가 전체 콘텐츠 수출 성장을 견인함.

○ 모바일기기의 보급 및 5G 기술 상용화를 바탕으로 콘텐츠의 주요 소비층이 기존 20~30대에서 골드키즈, FAST 시니어 등 전 연령대로 확대되고 있음. 콘텐츠 주요 소비층의 확대는 콘텐츠산업에 새로운 활력을 불어넣어 시장 성장에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상됨.

○ 코로나19 팬데믹을 겪으면서 일반 시민들의 안전에 대한 민감도가 상승하여, 영화, 공연 등 오프라인 콘텐츠 이용 시 안전하게 관람할 수 있는 서비스에 대한 요구가 크게 증가하고 있음. 이에 대응하여 실내 마스크 착용이 상당 기간 유지될 것으로 판단되며, '한 칸 띄어 앉기', '언택트 시네마', '프라이빗 영화관' 등 개인 간 접촉을 최소화하고 방역을 강화할 수 있는 방안도 등장하고 있음.

○ 웹툰, 웹소설 등 인기를 끈 콘텐츠를 드라마, 애니메이션, 게임, 캐릭터 등 다른 유형으로도 즐기고자 하는 소비자들의 욕구가 증가하고 있음. 이로 인해 성공한 IP가 2차 창작물로 확장되어 성공한 경우가 많고 그것으로 인해 다시 원작이 인기를 얻는 현상이 나타나고 있음. 메타버스 공간은 성공한 IP의 세계관과 캐릭터들을 체험할 수 있는 기회도 확장시키고 있음. 이러한 현상은 주된 IP 제공처인 웹툰, 웹소설에 대한 IP 가치를 상승시키는 요인으로 작용하기도 함.

□ 기술적(Technological) 요인

○ AR/VR 등 실감콘텐츠로 시작된 가상공간이 메타버스로 진화하여 게임, 캐릭터, 애니메이션, 음악, 영화, 방송, 웹툰 등 다양한 분야의 성장에 원동력이 되고 있음. 팬데믹 상황에서 등장한 메타버스 공연장은 현장 공연의 대안으로 대두되었고, 콘텐츠 IP 세계관을 경험할 수 있는 테마파크형 메타버스도 등장하고 있음. 또한 네이버제트의 제페토 등 가상세계 콘텐츠 제작 플랫폼이 등장하며 전 세계적으로 2.4억 명 이상이 사용자수를 확보하고 있으며, 어린이대공원과 롯데월드 가상 체험과 아이돌 팬미팅 참여 등 다양한 체험이 가능해지고 있음. 메타버스 공간을 활용한 콘텐츠 제작, 서비스 시장의 성장잠재력을 바탕으로 페이스북, SKT, 넷마블에프앤씨 등 많은 기업이 메타버스 플랫폼에 투자하고 있음.

○ 3D 그래픽, 모션캡쳐 기술의 발달로 현실감과 생동감 있는 가상 인간의 등장이 빠르게 가속화되고 있으며, 광고와 마케팅 분야를 중심으로 가상 인간이 활발하게 활동하고 있음. 가상 인간은 활동에 있어 시공간에 제약이 없고 리스크 관리에 효과적이며, 고객

맞춤형 콘텐츠 서비스 제공이 용이하다는 장점이 알려져 있음. 또한 가상 인간 기술은 버추얼 아이돌, 버추얼 액터, 버추얼 캐릭터 등을 등장시켰으며, 특히 코로나19로 성장한 온라인 공연 분야에서 버추얼 아이돌의 무대가 빠르게 성장하고 있음. 카카오엔터테인먼트, 넷마블 등 많은 콘텐츠 기업이 가상 인간에 대한 투자와 협력을 확대해 가고 있어, 향후 더 많은 가상 인간이 메타버스와 현실을 오가며 활약할 것으로 전망됨.

○ 콘텐츠 정보와 고유한 데이터를 블록체인에 저장하는 기술인 NFT(대체 불가능한 토큰)는 복제가 손쉽던 디지털 환경에서 콘텐츠의 원본성을 보장하고 거래 내역을 공유할 수 있어, 콘텐츠의 저작권과 소유권 등에 관한 문제를 해결하는데 하나의 대안으로 떠오르고 있음. 최근 MBC 무한도전의 '무야호' 클립 영상이 NFT 플랫폼에서 950만 원에 낙찰되는 등 게임, 음악, 플랫폼 등에서 NFT를 활용하는 범위가 점차 확대되며 이로 인한 산업 규모도 점차 성장할 것으로 전망됨. NFT 기술의 발전은 최근 등장한 개인의 콘텐츠 IP 투자 및 거래를 용이하게 하기 위한 수단으로써 활용 가치가 더욱 높아질 것으로 기대됨.

○ 초고속, 초저지연, 초연결성 5G 기술의 상용화로 AR, VR 등의 실감콘텐츠는 물론 스트리밍, OTT 등 다양한 동영상 콘텐츠를 언제, 어디서나, 실시간으로 감상 가능한 환경이 갖춰지고 있음.

○ 인공지능을 통해 이용자의 취향과 상황, 기분에 맞는 음악, 영화 등을 맞춤형으로 제공하고, 이용자가 원하는 스토리로 드라마나 영화를 완성할 수 있는 지능형 콘텐츠 제작 기술이 등장하고 있음.

다. SWOT 분석

강점(Strengths)	약점(Weaknesses)
• 세계 7위 시장의 콘텐츠 강국 • K-드라마, K-POPs, K-Games 등 K-콘텐츠의 한류 열풍 지속 • 세계 최초 5G 기술 상용화 및 활성화 • 세계 최고의 디지털 기기 보급률	• 여전히 낮은 국산 콘텐츠 유통 플랫폼의 이용률 • 국내 콘텐츠 기업의 영세성 • 불공정 거래, 계약, 고용 관행 지속
기회(Opportunities)	**위협(Threats)**
• 코로나 19로 비대면·온라인 콘텐츠 서비스 활성화 • 글로벌 콘텐츠 유통 플랫폼 활성화로 해외 진출 기회 용이 • 메타버스 플랫폼의 확장 및 신시장 창출 가능성	• 금리 인상 및 경기침체에 대한 우려 • 콘텐츠 유통 플랫폼의 독점화 및 경쟁 심화 • 해외콘텐츠시장 자국보호주의 심화

□ 강점(Strengths)

○ 우리나라는 글로벌 콘텐츠 시장 내 점유율 7위의 콘텐츠 강국으로, 차별화된 콘텐츠, 우수한 전문 인력, 혁신적인 기술력, 잘 갖춰진 콘텐츠 생산·유통 체계 등 비교적 우수한 인프라를 보유하고 있음.

○ 이러한 인프라를 바탕으로 만들어진 K-드라마, K-POPs, K-Games 등 K-콘텐츠가 한류 열풍을 타고 글로벌 시장에서 인기를 끌고 있어, 당분간은 K-콘텐츠의 해외진출과 수출 전망이 밝을 것으로 예상됨.

○ 초고속, 초저지연성 등 우수한 핵심기술력을 확보하여 2019년 5G(5th generation mobile communications) 서비스를 세계 최초로 상용화함으로써 대한민국이 정보통신 최강국임을 입증하였으며, 이것이 모바일기기를 이용한 온라인 콘텐츠 사용의 중요한 자원으로 작용하고 있음.

○ 우리나라는 디지털 기기 보급률이 세계에서 가장 높은 수준임. 또한 우리나라는 초고속 인터넷망이 구축되어 있을 뿐만 아니라 세계 최고의 네트워크 기술을 보유하고 있어 디지털콘텐츠산업 기반에 대한 글로벌 경쟁력이 우수한 편임.

□ 약점(Weaknesses)

○ 2022년 상반기 넷플릭스와 유튜브프리미엄의 국내 이용률이 각각 60%와 25%인 것에 비하여 티빙, 웨이브, 쿠팡플레이 등 국내 OTT 플랫폼의 이용률은 20% 미만에 머물고 있음. 국산 플랫폼의 점유율 강화를 위해 다양한 양질의 콘텐츠 확보, 유통 구조 개선 등이 요구되고 있음.

○ 콘텐츠산업이 우리나라의 미래 먹거리 산업으로 꼽히지만, 콘텐츠 관련 기업 중 종사자 10인 미만 기업이 90% 이상, 매출액 10억 원 미만인 기업도 약 90%로 대부분의 기업들이 영세하며, 민간투자의 부족으로 업체의 제작비용과 인력, 기반시설 등이 현장 수요 대비 상당히 부족함.

○ 제작사-유통사, 제작사-종사자, 대기업-중소제작사 등 간의 불공정 거래·계약·고용 관행은 아직도 광범위하게 존재하고 있음. 이것이 글로벌 플랫폼 시대에 경쟁력을 가진 콘텐츠 제작과 기업·산업의 지속성장에 장애가 되며, 콘텐츠 기업들의 양극화와 창작-유통 사업자간 불균형을 초래하고 있음.

□ 기회(Opportunities)

○ 코로나19로 인해 오프라인 콘텐츠 소비를 대신하여 온라인으로 콘텐츠를 소비하는 경험이 크게 누적되어 왔음. 향후에도 비대면 온라인 콘텐츠 소비가 지속적으로 늘어날 것으로 전망되고 있으며, 이것이 업계의 디지털 전환을 가속화하는 하나의 요인으로 작용할 것으로 기대됨.

○ 유튜브의 등장으로 동영상 콘텐츠 제작·유통에 대한 진입장벽이 낮아지면서 기존 미디어뿐만 아니라 집단이나 개인 누구나 창의적인 아이디어만 있으면 쉽게 콘텐츠를 제작하고 전 세계인들에게 공유함으로써 수익을 창출할 수 있는 기회가 마련되었음. 또한 글로벌 OTT 플랫폼의 확장은 K-콘텐츠의 글로벌 시장 진출을 위한 하나의 방안이 되고 있음.

○ 메타버스 플랫폼의 확장은 콘텐츠산업에 새로운 비즈니스 모델을 창출하고 있음. 메타버스 공간을 이용하여 생산자뿐만 아니라 소비자도 콘텐츠를 함께 만들 수 있으며, 온라인 공연장을 제공하여 더 많은 소비자들이 콘텐츠를 이용할 수 있게 진화하고 있음. 메타버스 공간에서 다양한 콘텐츠에 대한 실험과 시도가 이어질 것으로 기대되며, 정부에서도 관련 기술 시장 선점을 위해 다양한 지원방안을 수립하고 있음.

□ 위협(Treats)

○ 팬데믹 기간의 양적 완화가 주요국의 인플레이션 압력을 높였고, 이에 대해 2022년부터 본격적으로 주요국들의 기준금리가 인상되고 있음. 우리나라 역시 기준금리가 오르며 콘텐츠 제작 등을 위한 대출이 어려워지고 있음. 또한 우크라이나-러시아 전쟁이 장기화되면서 원료수급의 불확실성이 증가하고 있고 경기침체에 대한 우려도 깊어지고 있음.

○ 넷플릭스가 K-콘텐츠를 확대하는 것은 국내 미디어 업계엔 기회이자 위협요인으로 작용됨. 넷플릭스, 유튜브 등 글로벌 유통 플랫폼의 영향력이 점차 확대될수록, 국내 방송시장은 물론 콘텐츠 제작, 유통 체계가 이들에 의해 장악될 위험성이 있음.

○ 중국을 비롯하여 자국 산업육성을 위해 해외 콘텐츠 수입과 시장진출을 제한하는 등의 진입규제가, 한류를 바탕으로 세계시장에 진출하려는 국내 콘텐츠산업 매출과 수출 증대에 위협요인으로 작용함.

2. 경쟁현황분석

○ 매년 10.5만 개 규모를 유지해오던 콘텐츠산업 사업체수가 코로나19 팬데믹으로 인해 2020년 99,551개로 전년 대비 4.4% 감소하였음.

- 음악 분야 사업체 수가 33,138개(33.3%)로 가장 큰 비중을 차지하고 있는데, 그 중 노래방 운영업은 평년에 비해 그 수가 줄어 30,398개의 사업체가 참여하고 있고 음악 기획, 제작, 유통, 공연 분야에는 3,000여 개 기업이 참여하고 있음.
- 다음으로 출판, 게임 분야 순으로 사업체 수가 많은데, 출판의 경우 인쇄업에 11,682개 사업체가 참여하여 가장 큰 비중을 차지하고 있고 게임의 경우 86%에 해당하는 9,970개 이상의 사업체가 컴퓨터 게임방 운영업에 참여하고 있음.
- 2016~2020년 기간 동안 사업체 수 증가율이 가장 높은 분야는 캐릭터로 캐릭터상품 도매업과 소매업 업체수가 증가한 반면 캐릭터 제작업체 수는 감소하였음. 그 밖에 지식정보, 콘텐츠솔루션, 방송 분야를 중심으로 사업체 수가 증가하고 있음.
- 반면, 동 기간 사업체 수가 줄어든 분야는 영화, 만화, 광고, 음악, 게임 순으로, 코로나19로 인해 극장, 노래방, 만화방, 게임방, 오락실 영업에 큰 제약이 있었기 때문으로 분석됨. 만화 분야는 매출액, 수출액 증가에도 불구하고 만화출판업, 유통업, 만화책 임대업, 도소매업 모든 세부 분야에서 사업체수 감소가 나타남.

<표 3-1> 국내 콘텐츠산업 사업체수

(단위: 개)

분야	2016	2017	2018	2019	2020	비중	CAGR 16-20
출판	25,452	25,829	24,995	25,220	25,244	25.4%	-0.2%
만화	7,726	7,172	6,628	6,607	6,144	6.2%	-5.6%
음악	37,501	36,066	35,670	34,145	33,138	33.3%	-3.0%
게임	12,363	12,937	13,357	13,387	11,541	11.6%	-1.7%
영화	1,398	1,409	1,369	1,223	916	0.9%	-10.0%
애니메이션	447	492	509	480	490	0.5%	2.3%
방송	957	1,054	1,148	1,062	1,070	1.1%	2.8%
광고	7,231	7,234	7,256	7,323	6,337	6.4%	-3.2%
캐릭터	2,213	2,261	2,534	2,754	2,700	2.7%	5.1%
지식정보	8,719	9,149	9,724	9,859	9,949	10.0%	3.4%
콘텐츠솔루션	17,98	1,872	2,120	2,076	2,022	2.0%	3.0%
합계	105,805	105,475	105,310	104,136	99,551	100.0%	-1.5%

출처: 문화체육관광부(2021). <2020년 기준 콘텐츠산업조사>

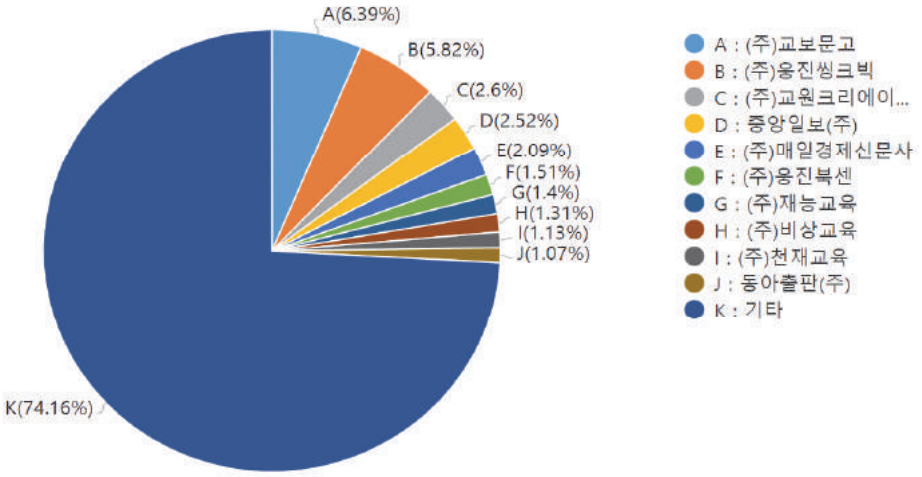
○ 2020년 기준 콘텐츠산업조사(문체부)에 따르면, 전체의 87%를 차지하는 86,827개 사업체는 매출액 규모가 10억 원 미만이며 91.6%를 차지하는 91,117개 사업체는 종사자수가 10인 이하로 90% 이상이 영세한 기업들로 구성되어 있음.

○ 이하 각 분야별 경쟁현황분석은 한국과학기술정보연구원의 KMAPS(KISTI Market Analysis and Prediction System; http://kmaps.kisti.re.kr)를 이용하여 분석하였음.

(1) 출판

○ 출판 분야 기업 중 재무데이터가 공개된 기업들을 중심으로 3,805개 주요기업의 경쟁현황 및 평균 재무 상태를 분석한 결과 다음과 같음.

○ 출판 분야에 종사하는 사업체들의 2020년 매출액 기준 시장점유율은 ㈜교보문고(6.39%), ㈜웅진씽크빅(5.82%), ㈜교원크리에이티브(2.6%), 중앙일보(주)(2.52%), ㈜매일경제신문사(2.09%)의 순인 것으로 분석되었음.

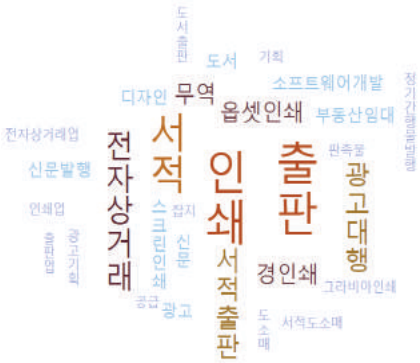


[그림 3-1] 출판 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율

○ 시장집중도를 나타내는 HHI는 119, CR3는 14.81%로 나타나 출판 시장은 다수의 기업이 서로 경쟁하는 집중도가 낮은 시장으로 분류할 수 있음.

○ 출판 분야의 기업들이 취급하는 주요 제품 및 서비스는 인쇄, 출판, 서적, 전자상거래, 광고대행, 서적출판 등인 것으로 분석됨.

[그림 3-2] 출판 분야 시장집중도



[그림 3-3] 출판 분야 주요제품

<표 3-2> 출판 분야 주요기업들의 평균재무구조

재무 항목	전체 기업			중소기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	140,303	157,561	146,946	90,141	87,566	93,739
자본총계	72,724	75,951	79,197	41,890	42,006	45,448
매출액	114,739	107,047	108,707	77,272	68,304	70,696
영업이익	5,698	6,274	5,291	3,963	3,623	3,856
당기순이익	4,702	5,471	5,889	2,521	3,742	3,968
연구개발비	0	11	829	0	11	567
기업 수	2,005	1,511	1,607	1,963	1,477	1,569
재무 항목	영업이익 상위 25% 기업			창업 5년 미만 기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	103,269	120,536	110,884	7,953	8,507	11,753
자본총계	58,805	59,099	63,899	2,062	2,154	3,335
매출액	82,199	79,235	80,193	9,047	9,933	14,134
영업이익	6,384	6,956	6,186	227	650	1,064
당기순이익	5,897	6,339	6,531	172	577	898
연구개발비	0	10	604	0	0	57
기업 수	502	378	402	593	501	578

○ 출판 분야 주요기업들의 재무상태는 다른 분야에 비해 성장성은 떨어지나 수익성과 안정성은 전체 분야 평균수준으로 분석됨.

- 출판 분야 전체의 최근 3년 평균 총자산 증가율은 4.8%로 타 분야에 비해 비교적 낮은 편이며, 중소기업의 경우도 3.4%로 다소 낮은 편임.
- 영업이익률은 5.2%로 전체 분야 평균 수준이며, 중소기업과 창업기업의 경우도 각각 5.3%, 5.5% 수준이어서 수익성은 타 분야에 비해 높은 편임.

- 부채비율은 95.3%로 타 분야와 비교할 때 보통 수준이며, 중소기업은 110.0%, 수준으로 전체 분야 평균 수준보다 낮고, 창업기업은 277.7% 수준으로 전체 분야 평균 수준보다 높은 편임.

<표 3-3> 출판 분야 주요기업들의 평균 재무비율

재무비율		2020년 평균			최근 3년(2018~2020년) 평균		
		전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업	전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업
성장성	총자산 증가율	-6.7%	7.1%	38.2%	4.8%	3.4%	28.9%
	매출액 증가율	1.6%	3.5%	42.3%	-0.7%	-1.8%	29.8%
	영업이익 증가율	-15.7%	6.5%	63.6%	-1.2%	1.3%	81.7%
수익성	총자본순이익율	4.0%	4.2%	7.6%	3.6%	3.8%	5.5%
	자기자본순이익율	7.4%	8.7%	26.9%	7.0%	7.9%	20.7%
	매출총이익율	37.2%	32.5%	46.2%	36.8%	32.3%	43.6%
	매출액영업이익율	4.9%	5.5%	7.5%	5.2%	5.3%	5.5%
	세후영업이익율	5.4%	5.6%	6.4%	4.9%	4.8%	4.7%
	감가상각비율	2.3%	2.2%	2.1%	0.8%	0.7%	0.7%
안정성	부채비율	85.6%	106.3%	252.4%	95.3%	110.0%	277.7%
	유동비율	143.7%	143.7%	107.2%	137.5%	139.7%	108.8%
	자기자본비율	53.9%	48.5%	28.4%	51.3%	47.6%	26.5%
활동성	총자산회전율	0.7회	0.8회	1.2회	0.7회	0.8회	1.2회
	매출채권회전율	5.2회	5.6회	5.1회	5.1회	5.4회	5.2회
	재고자산회전율	11.6회	10.7회	15.7회	11.2회	10.2회	15.5회
	매입채무회전율	13.4회	12.7회	16.1회	12.8회	12.0회	14.0회

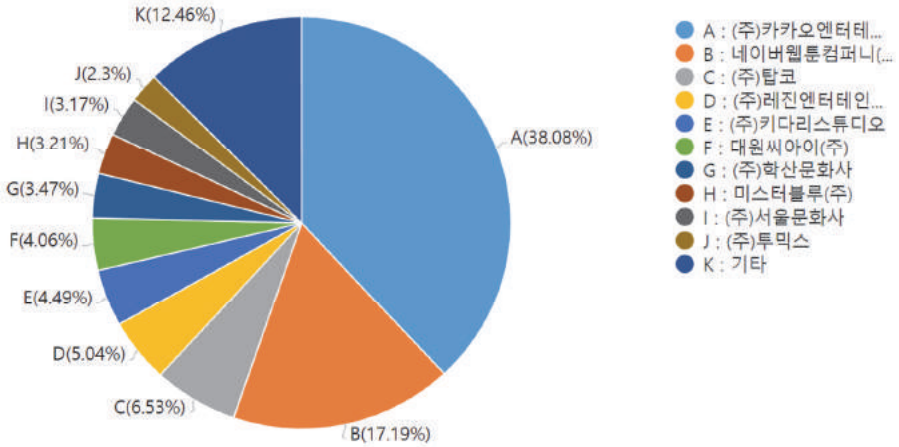
(2) 만화

○ 만화 분야에 참여하는 기업들은 대부분 출판, 지식정보 등 다른 분야의 사업도 병행하고 있어 만화 분야만의 기업들을 규정하는 것은 매우 어려우나, 본 분석에서는 만화를 전문으로 하는 사업체 중 재무데이터가 공개된 기업을 중심으로 92개 주요기업의 경쟁 현황 및 평균 재무 상태를 분석하였음.

- 2020년 기준 콘텐츠산업조사(문체부)에 따르면, 만화 분야의 사업체 수는 6,144개에 달하지만 그 중 96% 이상이 만화책 임대업과 도소매업에 참여하고 있음.
- 이들 중 대부분은 영세하여 재무데이터가 공개되지 않았고, 일반 서적, 잡지, 기타 인쇄물 및 다양한 도소매품을 함께 취급하고 있어 분석 대상에서 제외하였음.
- 따라서 전체 만화 산업 중 만화 출판업, 온라인 만화 제작·유통업에 참여하는 기업들을 중심으로 분석하였음.

○ 만화 분야에 종사하는 사업체들의 2020년 매출액 기준 시장점유율은 ㈜카카오페이지(38.08%), 네이버웹툰컴퍼니㈜(17.19%), ㈜레진엔터테인먼트(6.53%), 키다리스튜디오(5.04%)의 순인 것으로 분석되었음.

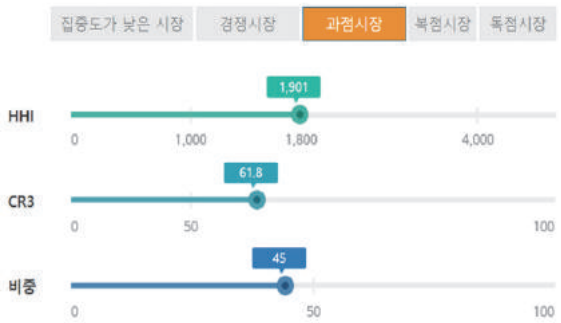
- 최근 웹툰 시장이 크게 성장하며, ㈜카카오페이지, 네이버웹툰컴퍼니㈜ 등 웹툰 전문 기업들의 시장점유율이 크게 증가하고 있음.



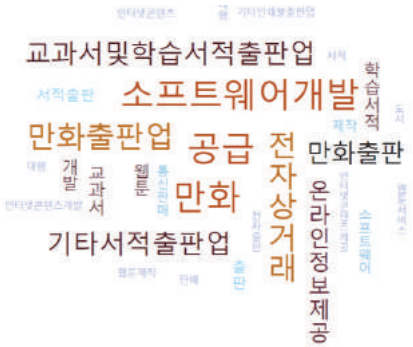
[그림 3-4] 만화 분야 매출액 기준 기업별 시장점유율

○ 시장집중도를 나타내는 HHI는 1,901, CR3는 61.8%로 다른 분야에 비해 비교적 높은 편이며, 소수 선도기업을 중심으로 경쟁구도가 형성된 경쟁시장으로 분류할 수 있음.

○ 만화 분야의 기업들이 취급하는 주요 제품 및 서비스는 만화출판업, 만화, 전자상거래, 교과서 및 학습서적 출판, 기타 서적 출판, 소프트웨어개발 등인 것으로 분석됨.



[그림 3-5] 만화 분야 시장집중도



[그림 3-6] 만화 분야 주요 제품

<표 3-4> 만화 분야 주요기업들의 평균재무구조

재무 항목	전체 기업			중소기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	7,652	10,409	9,783	2,692	3,078	3,462
자본총계	5,608	7,585	6,413	1,624	1,860	2,035
매출액	5,674	7,574	9,006	2,541	2,886	3,094
영업이익	-375	226	660	150	176	256
당기순이익	-519	-145	-201	200	155	213
연구개발비	0	0	34	0	0	34
기업 수	48	41	46	44	37	40
재무 항목	영업이익 상위 25% 기업			창업 5년 미만 기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	4,664	5,818	7,626	2,351	3,409	1,026
자본총계	3,544	4,656	5,113	1,858	2,412	745
매출액	3,982	4,533	5,916	989	1,992	2,042
영업이익	343	583	792	-582	-246	-26
당기순이익	303	348	659	-664	-375	-739
연구개발비	0	0	17	0	0	12
기업 수	12	11	12	27	21	25

<표 3-5> 만화 분야 주요기업들의 평균 재무비율

재무비율		2020년 평균			최근 3년(2018~2020년) 평균		
		전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업	전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업
성장성	총자산 증가율	-6.0%	12.5%	-69.9%	27.5%	14.6%	125.9%
	매출액 증가율	18.9%	7.2%	2.5%	23.9%	5.4%	73.1%
	영업이익 증가율	191.5%	45.3%	-89.6%	5.0%	87.8%	-27.9%
수익성	총자본순이익율	-2.1%	6.2%	-72.0%	-3.4%	6.2%	-37.1%
	자기자본순이익율	-3.1%	10.5%	-99.1%	-4.8%	10.4%	-50.1%
	매출총이익율	82.4%	57.6%	85.1%	81.2%	58.5%	85.6%
	매출액영업이익율	7.3%	8.3%	-1.3%	1.2%	6.7%	-24.1%
	세후영업이익율	-2.2%	6.9%	-36.2%	-4.4%	6.7%	-40.7%
	감가상각비율	3.5%	4.7%	0.9%	1.2%	1.6%	0.3%
안정성	부채비율	52.5%	70.1%	37.7%	42.1%	67.1%	35.2%
	유동비율	116.6%	169.7%	288.8%	173.1%	201.9%	212.0%
	자기자본비율	65.6%	58.8%	72.6%	70.6%	59.9%	74.2%
활동성	총자산회전율	0.9회	0.9회	2.0회	0.8회	0.9회	1.0회
	매출채권회전율	12.2회	7.7회	28.3회	9.8회	6.8회	14.4회
	재고자산회전율	36.2회	12.7회	77.3	31.6회	12.4회	62.6회
	매입채무회전율	90.3회	33.5회	156.8회	52.1회	28.7회	64.8회

○ 만화 분야 주요기업들의 재무상태는 다른 분야에 비해 성장성과 안정성은 우수한 편이나 수익성은 다소 열위임.

- 만화 분야 전체의 최근 3년 평균 총자산 증가율은 27.5%로 타 분야에 비해 매우 높은 편이며, 중소기업의 경우도 14.6%로 성장성이 높은 편임.
- 다만, 영업이익률은 1.2%로 타 분야에 비해 낮은 편이며, 특히 창업기업은 -24.1% 수준이어서 수익성은 타 분야에 비해 열악한 상황임.
- 부채비율은 42.1%로 타 분야에 비해 매우 안정적인 편이며, 중소기업과 창업기업은 각각 67.1%, 35.2% 수준으로 안정적인 상황임.

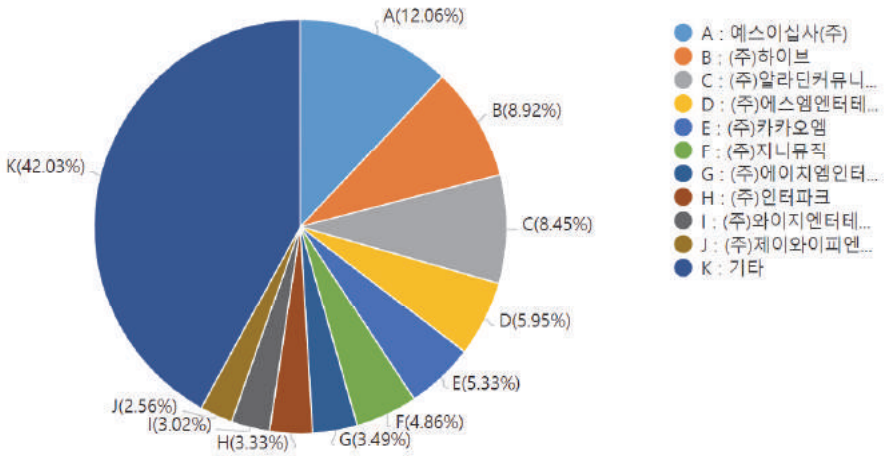
(3) 음악

○ 음악 분야 기업 중 재무데이터가 공개된 기업들을 중심으로 1,506개 주요기업의 경쟁현황 및 평균 재무 상태를 분석한 결과 다음과 같음.

- 음악 분야 사업체의 대부분은 노래연습장 운영업에 참여하고 있으며, 이들은 대체로 영세하고 재무정보가 공개되지 않아 경쟁현황분석에서 제외하였음.
- 음악 산업 중 음악제작업, 음악공연업, 음반도소매업, 음악 및 오디오물출판업 등에 참여하는 기업들을 중심으로 분석하였음.

○ 음악 분야에 종사하는 기업들의 2020년 매출액 기준 시장점유율은 예스이십사(주)(12.06%), ㈜하이브(8.92%), ㈜알라딘커뮤니케이션스(8.45%), ㈜에스엠엔터테인먼트(5.95%), ㈜카카오엠(5.33%), ㈜지니뮤직(4.86%), ㈜에이치엠엔터테인먼트(3.49%), 인터파크(3.33%), ㈜와이지엔터테인먼트(3.02%), ㈜제이와이피엔터테인먼트(2.56%),의 순인 것으로 분석되었음.

- 예스이십사(주), ㈜인터파크 등 전자상거래 소매 중개업 혹은 전자상거래 소매업에 종사하는 기업들은 음반, 음원 등 음악 관련 품목뿐만 아니라 도서, DVD, 화장품 등 다양한 품목을 취급하고 있으며 이러한 모든 매출이 포함된 결과임.
- 전자상거래 소매 및 소매중개업을 제외하면, 2020년 매출액 기준 시장점유율은 ㈜하이브(10.66%), ㈜에스엠엔터테인먼트(7.12%), ㈜카카오엠(6.37%), ㈜에이치엠엔터테인먼트(4.17%), ㈜와이지엔터테인먼트(3.61%)의 순으로 분석됨.

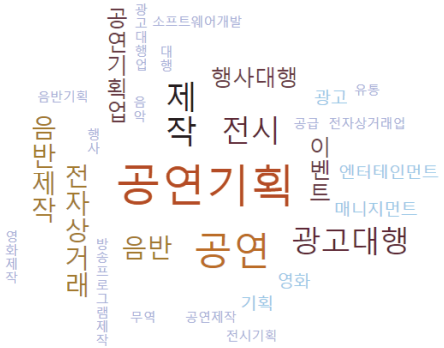


[그림 3-7] 음악 분야 매출액 기준 기업별 시장점유율

○ 시장집중도를 나타내는 HHI는 457, CR3는 29.43%로 나타나 음악 시장은 다수의 기업이 서로 경쟁하는 집중도가 낮은 시장으로 분류할 수 있음.

○ 음악 분야의 기업들이 취급하는 주요 제품 및 서비스는 공연기획 및 공연, 음반제작 이외에도 행사 및 광고대행, 이벤트, 전시 등도 병행하고 있는 것으로 분석됨.

[그림 3-8] 음악 분야 시장집중도



[그림 3-9] 음악 분야 주요 제품

○ 음악 분야 주요기업들의 재무상태는 다른 분야에 비해 성장성과 안정성은 비교적 높으나 수익성은 다소 낮은 것으로 분석되었음.

- 음악 분야 전체의 최근 3년 평균 총자산 증가율은 16.1%로 타 분야에 비해 다소 높으며, 중소기업의 경우도 26.8%로 전체 산업 평균보다 높은 수준임.
- 영업이익률은 4.4%로 전체 평균에 비해 다소 낮으며, 중소기업과 창업기업은 각각 3.6%, 2.2%로 타 분야에 비해 다소 높은 편임.

- 부채비율은 63.7%로 타 분야에 비해 안정한 편이며 중소기업의 경우는 128.5% 수준임.

<표 3-6> 음악 분야 주요기업들의 평균재무구조

재무 항목	전체 기업			중소기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	59,262	60,192	80,278	18,006	19,026	35,832
자본총계	35,584	36,641	50,079	7,408	7,631	18,559
매출액	46,841	52,035	50,821	21,223	23,309	23,564
영업이익	2,050	2,207	2,371	663	829	956
당기순이익	659	191	-295	238	268	-25
연구개발비	0	0	133	0	0	56
기업 수	732	584	612	706	560	589
재무 항목	영업이익 상위 25% 기업			창업 5년 미만 기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	49,865	45,807	63,798	7,684	8,945	13,515
자본총계	31,876	28,792	43,259	4,570	5,735	8,586
매출액	38,769	42,547	42,184	3,741	5,437	8,452
영업이익	3,223	3,638	3,903	23	115	318
당기순이익	1,863	2,167	1,629	-3	15	-112
연구개발비	0	0	71	0	0	20
기업 수	183	146	153	350	312	359

<표 3-7> 음악 분야 주요기업들의 평균 재무비율

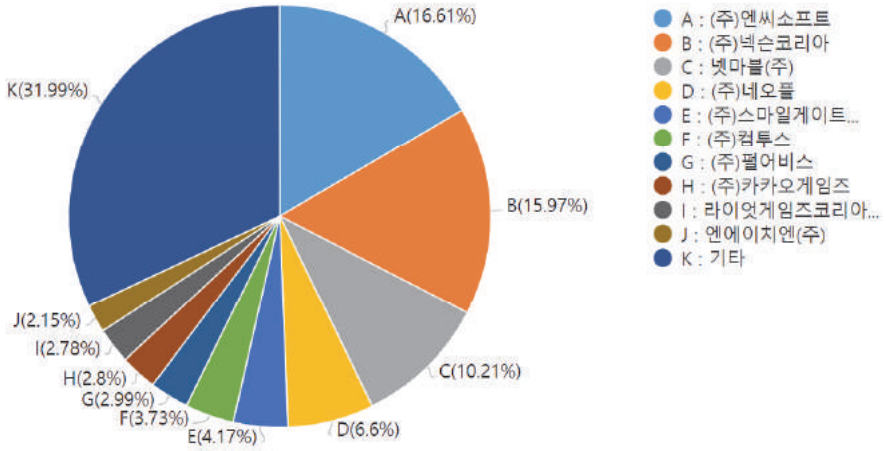
재무비율		2020년 평균			최근 3년(2018~2020년) 평균		
		전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업	전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업
성장성	총자산 증가율	33.4%	88.3%	51.1%	16.1%	26.8%	166.4%
	매출액 증가율	-2.3%	1.1%	55.5%	1.8%	-0.5%	55.5%
	영업이익 증가율	7.4%	15.4%	175.5%	-1.7%	-1.1%	155.4%
수익성	총자본순이익율	-0.4%	-0.1%	-0.8%	0.4%	0.9%	-0.2%
	자기자본순이익율	-0.6%	-0.1%	-1.3%	0.6%	2.2%	-0.4%
	매출총이익율	36.4%	35.1%	60.0%	37.2%	38.2%	65.7%
	매출액영업이익율	4.7%	4.1%	3.8%	4.4%	3.6%	2.2%
	세후영업이익율	-0.6%	-0.1%	-1.3%	0.4%	0.7%	-0.4%
	감가상각비율	3.3%	2.2%	3.8%	1.1%	0.7%	1.3%
안정성	부채비율	60.3%	93.1%	57.4%	63.7%	128.5%	60.5%
	유동비율	175.2%	211.4%	130.3%	152.1%	158.6%	128.9%
	자기자본비율	62.4%	51.8%	63.5%	61.1%	44.3%	62.4%
활동성	총자산회전율	0.6회	0.7회	0.7회	0.8회	1.0회	0.6회
	매출채권회전율	7.9회	7.7회	7.3회	8.8회	9.5회	9.0회
	재고자산회전율	22.8회	24.2회	17.6회	22.5회	17.5회	55.3회
	매입채무회전율	15.2회	15.0회	20.6회	16.1회	24.4회	33.7회

(4) 게임

○ 게임 분야 기업 중 재무데이터가 공개된 기업들을 중심으로 907개 주요기업의 경쟁현황 및 평균 재무 상태를 분석한 결과 다음과 같으며, 게임 제작 및 배급업에 참여하는 기업들을 중심으로 분석하였음.

- 게임 분야 사업체 중 80% 이상이 컴퓨터 게임방 운영업에 참여하고 있으며, 이들은 대부분 영세하고 재무데이터가 공개되지 않아 분석 대상에서 제외하였음.

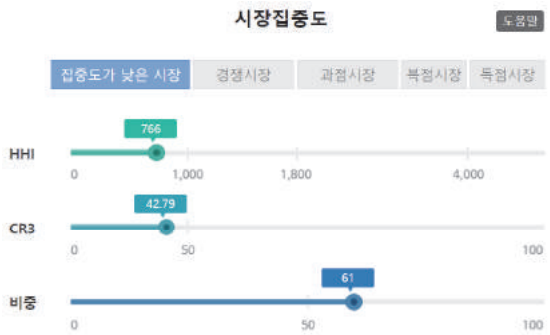
○ 게임 분야에 종사하는 기업들의 2020년 매출액 기준 시장점유율은 ㈜엔씨소프트(16.61%), ㈜넥슨코리아(15.97%), 넷마블(주)(10.21%), ㈜네오플(6.6%), ㈜스마일게이트엔터테인먼트(4.17%), ㈜컴투스(3.73%), ㈜펄어비스(2.99%), ㈜카카오게임즈(2.8%)의 순인 것으로 분석되었음.



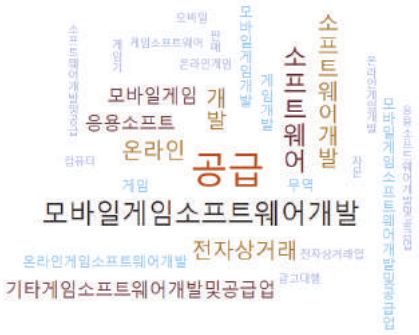
[그림 3-10] 게임 분야 매출액 기준 기업별 시장점유율

○ 시장집중도를 나타내는 HHI는 766, CR3는 42.79%로 나타나 게임 분야는 다수의 기업이 서로 경쟁하는 집중도가 낮은 시장으로 분류할 수 있음.

○ 게임 분야의 기업들이 취급하는 주요 제품 및 서비스는 모바일게임, 소프트웨어 개발 및 공급이 주를 이루고 있으나, 그 이외에도 전자상거래, 응용소프트웨어 등도 병행하고 있는 것으로 분석됨.



[그림 3-11] 게임 분야 시장집중도



[그림 3-12] 게임 분야 주요 제품

○ 게임 분야 주요기업들의 재무상태는 다른 분야에 비해 성장성, 수익성, 안정성이 모두 우수한 편임.

- 게임 분야 전체의 최근 3년 평균 총자산 증가율은 12.4%로 타 분야에 비해 다소 높은 편이며, 중소기업의 경우도 5.9%로 전체 분야 평균 수준임.
- 영업이익률은 28.0%로 역시 타 분야에 비해 매우 높은 편이며, 중소기업과 창업기업도 각각 17.8%, 5.2%로 타 분야에 비해 매우 우수한 편임.
- 부채비율은 25.4%로 타 분야에 비교할 때 매우 안정적인 편이며, 중소기업의 경우도 73.8%로 안정적인 편임.

<표 3-8> 게임 분야 주요기업들의 평균재무구조

재무 항목	전체 기업			중소기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	254,657	278,299	342,094	36,240	39,159	40,131
자본총계	205,588	224,778	266,132	18,044	23,819	25,702
매출액	116,228	119,394	134,991	31,679	33,090	30,262
영업이익	32,446	33,147	38,363	4,494	7,138	5,340
당기순이익	26,036	27,742	30,491	3,268	5,402	3,515
연구개발비	0	2	6,640	0	2	880
기업 수	405	304	324	367	269	289
재무 항목	영업이익 상위 25% 기업			창업 5년 미만 기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	210,253	256,845	316,349	6,458	6,973	10,872
자본총계	174,450	212,602	248,789	2,777	3,520	7,075
매출액	96,812	110,386	125,999	4,412	4,861	8,046
영업이익	35,663	35,561	40,465	-419	306	1,516
당기순이익	31,003	31,210	32,485	-868	-531	1,747
연구개발비	0	0	6,166	0	0	330
기업 수	102	76	81	189	157	174

<표 3-9> 게임 분야 주요기업들의 평균 재무비율

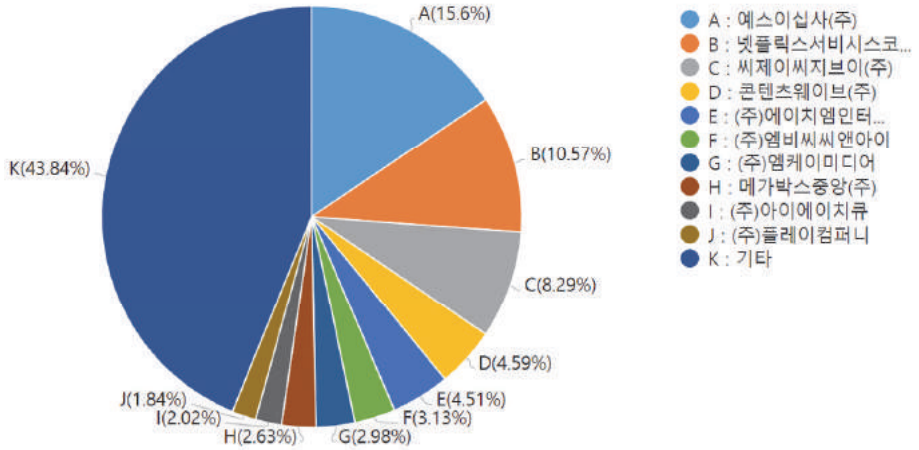
재무비율		2020년 평균			최근 3년(2018~2020년) 평균		
		전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업	전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업
성장성	총자산 증가율	22.9%	2.5%	55.9%	12.4%	5.9%	28.8%
	매출액 증가율	13.1%	-8.5%	65.5%	8.5%	19.1%	42.0%
	영업이익 증가율	15.7%	-25.2%	395.8%	9.7%	-624.7%	105.4%
수익성	총자본순이익율	8.9%	8.8%	16.1%	9.7%	10.5%	-1.7%
	자기자본순이익율	11.5%	13.7%	24.7%	12.2%	18.2%	-7.2%
	매출총이익율	85.9%	82.7%	93.2%	84.2%	74.8%	84.8%
	매출액영업이익율	28.4%	17.7%	18.8%	28.0%	17.8%	5.2%
	세후영업이익율	22.6%	11.6%	21.7%	22.7%	12.8%	-3.0%
	감가상각비율	1.6%	2.1%	2.9%	0.5%	0.7%	1.0%
안정성	부채비율	28.5%	56.1%	53.7%	25.4%	73.8%	94.8%
	유동비율	284.9%	213.0%	231.4%	368.0%	188.8%	178.5%
	자기자본비율	77.8%	64.1%	65.1%	79.8%	58.2%	52.9%
활동성	총자산회전율	0.4회	0.8회	0.7회	0.4회	0.8회	0.7회
	매출채권회전율	9.9회	10.1회	6.5회	8.2회	7.9회	5.0회
	재고자산회전율	190.2회	53.1회	57.4회	143.3회	47.8회	36.4회
	매입채무회전율	60.5회	78.8회	237.0회	52.0회	48.8회	110.2회

(5) 영화

○ 영화 분야 기업 중 재무데이터가 공개된 기업들을 중심으로 1,435개 주요기업의 경쟁현황 및 평균 재무 상태를 분석한 결과 다음과 같음.

○ 영화 분야에 종사하는 기업들의 2020년 매출액 기준 시장점유율은 예스이십사(주)(15.6%), 넷플릭스서비시스코리아(유)(10.57%), 씨제이씨지브이(주)(8.29%), 콘텐츠웨이브(주)(4.59%), (주)에이치엠인터내셔날(4.51%), ㈜엠비씨씨앤아이(3.13%)의 순인 것으로 분석되었음.

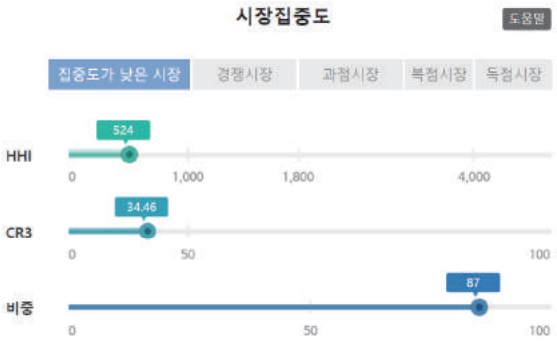
- 예스이십사(주) 등 전자상거래 소매 중개업 혹은 전자상거래 소매업에 종사하는 기업들은 DVD 등 영화 관련 품목뿐만 아니라 도서, 음반, 화장품 등 다양한 품목을 취급하고 있으며 이러한 모든 매출이 포함된 결과임.
- 전자상거래 소매 및 소매중개업을 제외하면, 2020년 매출액 기준 시장점유율은 넷플릭스서비시스코리아(유)(13.24%), 씨제이씨지브이(주)(10.38%), 콘텐츠웨이브(주)(5.74%), (주)에이치엠인터내셔날(5.65%), ㈜엠비씨씨앤아이(3.92%)의 순인 것으로 분석되었음.



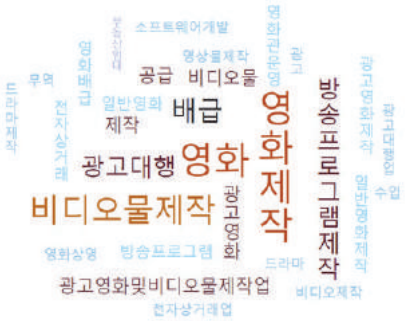
[그림 3-13] 영화 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율

○ 시장집중도를 나타내는 HHI는 524, CR3는 34.46%로 나타나 영화 분야는 다수의 기업이 서로 경쟁하는 집중도가 낮은 시장으로 분류할 수 있음.

○ 영화 분야의 기업들이 취급하는 주요 제품 및 서비스는 영화 및 비디오물 제작, 광고대행이 주를 이루고 있으나, 그 이외에도 방송프로그램, 광고 제작, 광고영화, 배급 등도 병행하고 있는 것으로 분석됨.



[그림 3-14] 영화 분야 시장집중도



[그림 3-15] 영화 분야 주요 제품

○ 코로나19의 영향을 크게 받은 영화 분야 주요기업들의 재무상태는 다른 분야에 비해 성장성, 수익성, 안정성 등 모든 항목에서 다소 열위에 있음.

- 영화 분야 전체의 최근 3년 평균 총자산 증가율은 10.2%로 타 분야에 비해 낮은 편이나, 중소기업의 경우에는 9.8%으로 타 분야에 비해 다소 높은 편임.

- 영업이익률은 -1.4%로 타 분야에 비해 매우 낮은 편이며, 중소기업도 0.3%로 다소 낮은 편임.
- 부채비율은 190.7%로 전체 분야 중 가장 높은 편이며, 중소기업의 경우에도 198.6%로 매우 높음.

<표 3-10> 영화 분야 주요기업들의 평균재무구조

재무 항목	전체 기업			중소기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	58,847	73,503	79,848	19,683	20,510	22,475
자본총계	26,409	24,014	23,263	7,017	6,877	7,086
매출액	40,301	40,514	39,295	15,576	14,489	22,752
영업이익	455	959	-3,032	-202	302	16
당기순이익	-7,947	-2,874	-8,185	-530	-141	-513
연구개발비	0	0	107	0	0	103
기업 수	671	497	532	646	475	510
재무 항목	영업이익 상위 25% 기업			창업 5년 미만 기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	38,139	45,044	23,167	9,815	10,978	13,051
자본총계	16,948	10,322	12,289	4,354	3,288	2,722
매출액	31,102	29,905	24,305	4,025	4,480	10,457
영업이익	1,845	2,156	1,302	-215	-161	-51
당기순이익	-2,353	223	585	-4,196	-1,415	-1,450
연구개발비	0	0	69	0	0	13
기업 수	168	125	133	303	271	293

<표 3-11> 영화 분야 주요기업들의 평균 재무비율

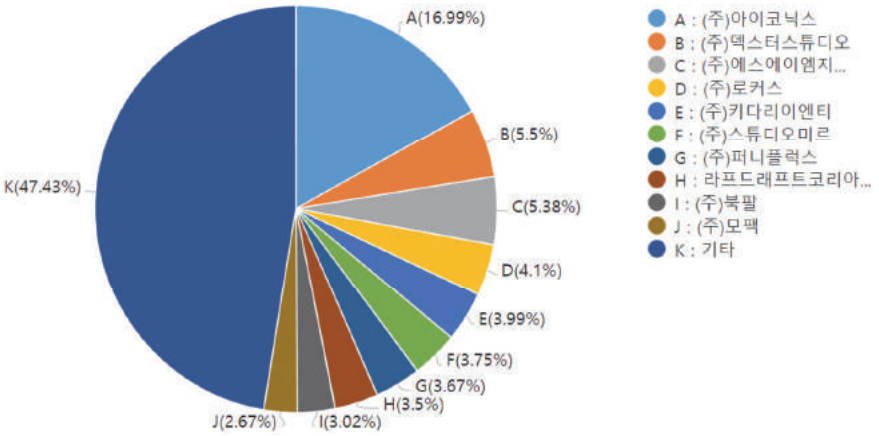
재무비율		2020년 평균			최근 3년(2018~2020년) 평균		
		전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업	전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업
성장성	총자산 증가율	8.6%	9.6%	18.9%	10.2%	9.8%	6.6%
	매출액 증가율	-3.0%	57.0%	133.4%	1.5%	18.4%	79.3%
	영업이익 증가율	-416.2%	-94.8%	-68.2%	-111.1%	-94.4%	-44.2%
수익성	총자본순이익율	-10.3%	-2.3%	-11.1%	-9.2%	-1.9%	-22.3%
	자기자본순이익율	-35.2%	-7.3%	-53.3%	-25.7%	-5.6%	-64.2%
	매출총이익율	34.9%	28.8%	30.6%	36.8%	35.3%	36.6%
	매출액영업이익율	-7.7%	0.1%	-0.5%	-1.4%	0.3%	-3.1%
	세후영업이익율	-20.8%	-2.3%	-13.9%	-15.9%	-2.2%	-49.9%
	감가상각비율	8.6%	2.0%	2.2%	2.9%	0.7%	0.7%
안정성	부채비율	243.2%	217.2%	379.5%	190.7%	198.6%	246.3%
	유동비율	102.2%	109.6%	81.2%	101.0%	107.5%	79.7%
	자기자본비율	29.1%	31.5%	20.9%	35.6%	33.6%	31.7%
활동성	총자산회전율	0.5회	1.0회	0.8회	0.6회	0.8회	0.5회
	매출채권회전율	11.5회	11.3회	10.6회	10.7회	11.1회	11.2회
	재고자산회전율	17.2회	12.4회	21.1	16.5회	9.1회	11.8회
	매입채무회전율	18.4회	22.2회	18.3회	16.6회	24.3회	25.2회

(6) 애니메이션

○ 애니메이션 분야 기업 중 재무데이터가 공개된 기업들을 중심으로 323개 주요기업의 경쟁현황 및 평균 재무 상태를 분석한 결과 다음과 같음.

- 애니메이션을 제작하는 기업들은 영화, 비디오, 컴퓨터그래픽 영상 등의 제작을 병행하고 있기 때문에 애니메이션 제작에만 국한된 기업을 한정하는 것은 매우 어려우나, 애니메이션 영화 및 비디오물 제작업을 중심으로 애니메이션 제작, 유통, 배급을 담당하고 있는 기업들을 주요기업으로 선정하여 분석함.

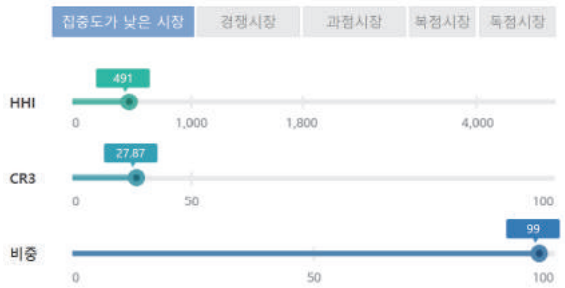
○ 애니메이션 분야에 종사하는 기업들의 2020년 매출액 기준 시장점유율은 ㈜아이코닉스(16.99%), (주)덱스터스튜디오(5.5%), ㈜에스에이엠지엔터테인먼트(구. 삼지애니메이션)(5.38%), ㈜로커스(4.1%), ㈜키다리이엔티(3.99%)의 순인 것으로 분석되었음.



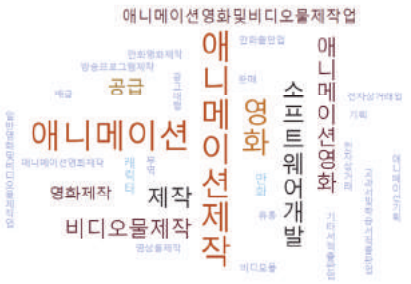
[그림 3-16] 애니메이션 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율

○ 시장집중도를 나타내는 HHI는 491, CR3는 27.87%로 나타나 애니메이션 분야는 다수의 기업이 서로 경쟁하는 집중도가 낮은 시장으로 분류할 수 있음.

○ 애니메이션 분야의 기업들이 취급하는 주요 제품 및 서비스는 애니메이션 및 애니메이션영화 제작이 주를 이루고 있으나, 그 이외에도 소프트웨어 개발, 영화 및 비디오물 제작 등도 병행하고 있는 것으로 분석됨.



[그림 3-17] 애니메이션 분야 시장집중도



[그림 3-18] 애니메이션 분야 주요 제품

○ 애니메이션 분야 주요기업들의 재무상태는 다른 분야에 비해 성장성, 수익성, 안정성이 매우 열위에 있는 상황임.

- 애니메이션 분야 전체의 최근 3년 평균 총자산 증가율은 -6.3%로 전체 분야에서 가장 낮은 수준이며, 중소기업의 경우도 -7.0%를 보이고 있음.
- 영업이익률도 -9.7%로 역시 전체 분야에서 가장 저조한 편이며, 중소기업의 경우도 -13.2%로 매우 저조한 상황임.
- 전체 기업의 부채비율은 157.1%로 타 분야에 비교할 때 매우 불안정적인 편이며, 중소기업의 경우에도 165.8%로 높은 편임.

<표 3-12> 애니메이션 분야 주요기업들의 평균재무구조

재무 항목	전체 기업			중소기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	8,514	6,892	7,211	7,395	5,745	5,878
자본총계	3,806	2,469	2,685	3,357	1,933	2,101
매출액	5,311	4,502	4,382	4,052	3,608	3,412
영업이익	-555	-674	-162	-604	-695	-189
당기순이익	-1,002	-1,354	-436	-1,031	-1,415	-422
연구개발비	0	0	139	0	0	139
기업 수	177	119	125	173	115	121
재무 항목	영업이익 상위 25% 기업			창업 5년 미만 기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	3,360	3,004	2,826	813	1,025	1,096
자본총계	1,654	1,419	1,331	370	480	463
매출액	3,344	2,777	2,199	1,063	455	731
영업이익	221	263	207	-15	-136	-69
당기순이익	126	208	174	-7	-123	-67
연구개발비	0	0	77	0	0	22
기업 수	45	30	32	68	46	51

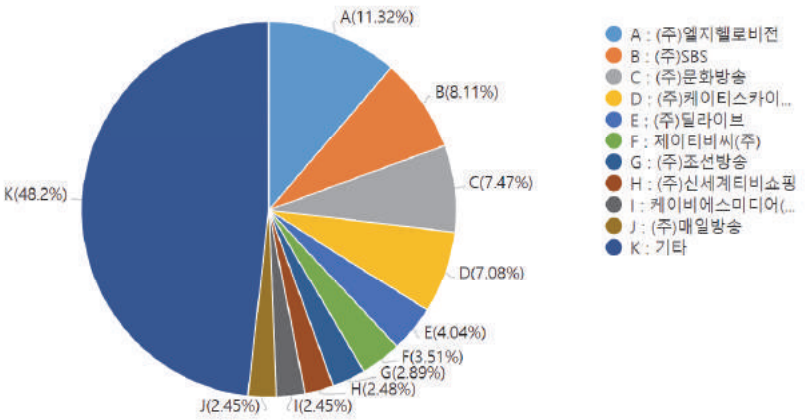
<표 3-13> 애니메이션 분야 주요기업들의 평균 재무비율

재무비율		2020년 평균			최근 3년(2018~2020년) 평균		
		전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업	전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업
성장성	총자산 증가율	4.6%	2.3%	6.9%	-6.3%	-7.0%	7.6%
	매출액 증가율	-2.7%	-5.4%	60.8%	-4.1%	-6.4%	51.6%
	영업이익 증가율	-76.0%	-72.9%	-49.5%	6.6%	18.2%	239.3%
수익성	총자본순이익율	-6.1%	-7.2%	-6.1%	-12.5%	-15.3%	-6.4%
	자기자본순이익율	-16.3%	-20.1%	-14.5%	-32.5%	-41.4%	-14.1%
	매출총이익율	49.5%	54.1%	44.1%	44.4%	48.5%	41.5%
	매출액영업이익율	-3.7%	-5.5%	-9.4%	-9.7%	-13.2%	-13.6%
	세후영업이익율	-10.0%	-12.4%	-9.2%	-19.6%	-25.7%	-12.3%
	감가상각비율	5.0%	6.1%	2.7%	1.7%	2.1%	0.9%
안정성	부채비율	168.6%	179.8%	136.9%	157.1%	165.8%	123.3%
	유동비율	105.7%	94.7%	130.6%	104.5%	100.2%	138.0%
	자기자본비율	37.2%	35.7%	42.2%	39.3%	38.3%	44.9%
활동성	총자산회전율	0.6회	0.6회	0.7회	0.6회	0.6회	0.8회
	매출채권회전율	6.9회	6.5회	12.6회	5.8회	5.5회	13.2회
	재고자산회전율	16.2회	15.9회	89.6회	14.4회	13.9회	60.0회
	매입채무회전율	25.7회	46.1회	29.8회	26.9회	50.4회	20.2회

(7) 방송

○ 방송 분야 기업 중 재무데이터가 공개된 기업들을 중심으로 1,290개 주요기업의 경쟁현황 및 평균 재무 상태를 분석한 결과 다음과 같음.

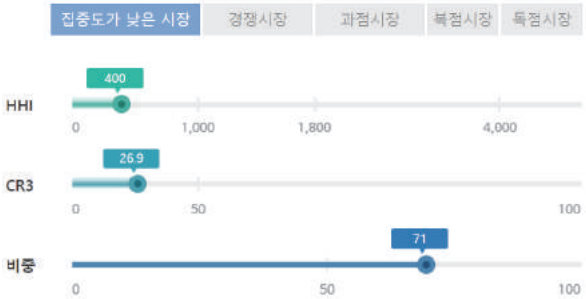
○ 방송 분야에 종사하는 기업들의 2020년 매출액 기준 시장점유율은 ㈜엘지헬로비전(11.32%), ㈜SBS(8.11%), ㈜문화방송(7.47%), ㈜케이티스카이라이프(7.08%), ㈜딜라이브(4.04%)의 순인 것으로 분석되었음.



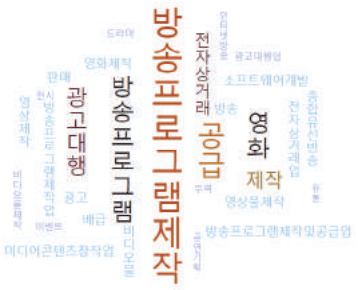
[그림 3-19] 방송 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율

○ 시장집중도를 나타내는 HHI는 400, CR3는 26.9%로 나타나, 방송 분야는 독보적인 선도 기업 없이 다수의 기업이 서로 경쟁하는 집중도가 낮은 시장으로 분류할 수 있음.

○ 방송 분야의 기업들이 취급하는 주요 제품 및 서비스는 방송프로그램 제작이 주를 이루고 있으나, 그 이외에도 광고대행 및 전자상거래, 영화 등도 병행하고 있는 것으로 분석됨.



[그림 3-20] 방송 분야 시장집중도



[그림 3-21] 방송 분야 주요 제품

○ 방송 분야 주요기업들의 재무상태는 다른 분야에 비해 성장성과 수익성은 떨어지나, 안정성은 우수한 것으로 분석됨.

- 방송 분야 전체의 최근 3년 평균 총자산 증가율은 -3.6%로 타 분야에 비해 매우 낮은 편이며, 중소기업의 경우도 -13.6%로 매우 낮은 편임.
- 영업이익률도 2.5%로 타 분야에 비해 다소 낮은 편이며, 창업기업의 경우에도 -9.4%로 전체 평균 수준보다 다소 낮은 편임.
- 부채비율은 51.0%로 타 분야에 비교할 때 낮은 편이며, 중소기업도 85.3%로 안정된 편임.

<표 3-14> 방송 분야 주요기업들의 평균재무구조

재무 항목	전체 기업			중소기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	163,032	170,698	163,706	23,773	23,379	25,632
자본총계	114,846	114,706	100,943	13,206	13,206	12,899
매출액	100,987	100,071	93,290	17,635	17,523	17,502
영업이익	2,436	1,945	2,898	-17	210	394
당기순이익	1,038	2,586	-5,851	-328	129	-93
연구개발비	0	0	87	0	0	30
기업 수	628	490	523	564	426	465

재무 항목	영업이익 상위 25% 기업			창업 5년 미만 기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	112,280	115,015	122,328	7,069	8,173	9,035
자본총계	77,834	78,195	78,986	2,463	2,116	1,491
매출액	76,937	72,910	69,008	4,252	4,356	4,525
영업이익	5,504	5,054	5,128	-332	-446	-464
당기순이익	3,927	2,533	-3,044	-378	-405	-897
연구개발비	0	0	61	0	0	7
기업 수	157	123	131	237	212	250

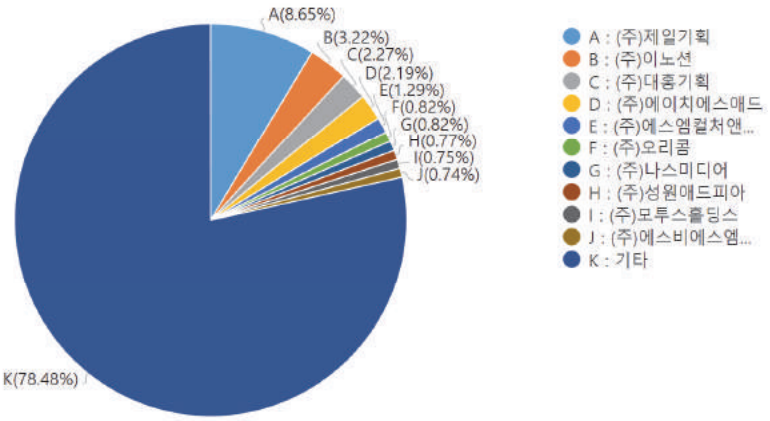
<표 3-15> 방송 분야 주요기업들의 평균 재무비율

재무비율		2020년 평균			최근 3년(2018~2020년) 평균		
		전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업	전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업
성장성	총자산 증가율	-4.1%	9.6%	10.5%	-3.6%	-13.6%	25.4%
	매출액 증가율	-6.8%	-0.1%	3.9%	-5.3%	-14.2%	17.3%
	영업이익 증가율	49.0%	87.5%	4.0%	-6.9%	-446.8%	7.8%
수익성	총자본순이익율	-3.6%	-0.4%	-9.9%	-0.5%	-0.4%	-6.7%
	자기자본순이익율	-5.8%	-0.7%	-60.2%	-0.9%	-0.7%	-31.6%
	매출총이익율	42.5%	43.4%	38.6%	42.6%	41.8%	36.0%
	매출액영업이익율	3.1%	2.3%	-10.3%	2.5%	1.1%	-9.4%
	세후영업이익율	-6.3%	-0.5%	-19.8%	-0.9%	-0.6%	-12.7%
	감가상각비율	6.0%	4.6%	2.4%	2.0%	1.5%	0.8%
안정성	부채비율	62.2%	98.7%	505.9%	51.0%	85.3%	326.4%
	유동비율	179.2%	158.8%	71.7%	175.3%	151.2%	77.9%
	자기자본비율	61.7%	50.3%	16.5%	66.4%	54.1%	25.7%
활동성	총자산회전율	0.6회	0.7회	0.5회	0.6회	0.7회	0.5회
	매출채권회전율	5.3회	7.6회	7.6회	5.5회	7.5회	7.4회
	재고자산회전율	47.0회	12.0회	20.7회	73.7회	35.5회	33.0회
	매입채무회전율	22.2회	24.0회	29.4회	22.1회	27.1회	25.1회

(8) 광고

○ 광고 분야 기업 중 재무데이터가 공개된 기업들을 중심으로 7,583개 주요기업의 경쟁현황 및 평균 재무 상태를 분석한 결과 다음과 같음.

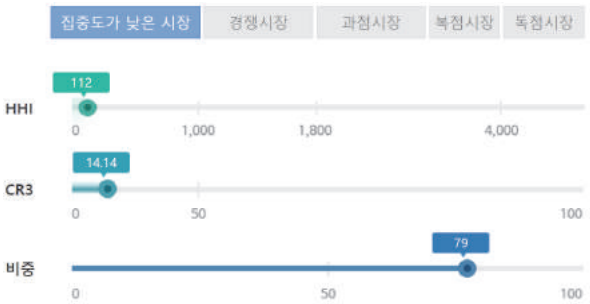
○ 광고 분야에 종사하는 기업들의 2020년 매출액 기준 시장점유율은 ㈜제일기획(8.65%), ㈜이노션(3.22%), ㈜대홍기획(2.27%), ㈜에이치에스애드(2.19%), ㈜에스엠컬처앤콘텐츠(1.29%)의 순인 것으로 분석되었음.



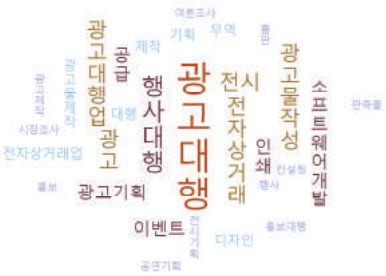
[그림 3-22] 광고 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율

○ 시장집중도를 나타내는 HHI는 112, CR3는 14.14%로 나타나, 광고 분야는 독보적인 선도기업 없이 다수의 기업이 서로 경쟁하는 집중도가 낮은 시장으로 분류할 수 있음.

○ 광고 분야의 기업들이 취급하는 주요 제품 및 서비스는 광고대행, 광고물작성, 행사대행, 광고기획이 주를 이루고 있으나, 그 이외에도 전자상거래, 전시, 이벤트 등도 병행하고 있는 것으로 분석됨.



[그림 3-23] 광고 분야 시장집중도



[그림 3-24] 광고 분야 주요 제품

○ 광고 분야 주요기업들의 재무상태는 다른 분야에 비해 수익성은 보통 수준이지만, 성장성과 안정성은 떨어지는 편임.

- 광고 분야 전체의 최근 3년 평균 총자산 증가율은 0.2%로 타 분야에 비해 낮은 편이며, 중소기업의 경우도 -0.5% 수준으로 낮은 편임.
- 영업이익률은 4.4%로 타 분야에 비해 보통 수준이나, 중소기업은 3.5%로 전체 분야 평균 수준보다 높은 편임.

- 부채비율은 135.7%로 타 분야의 평균보다 높은 편이며, 중소기업과 창업기업도 각각 173.2%, 255.5%로 비교적 높은 편임.

<표 3-16> 광고 분야 주요기업들의 평균재무구조

재무 항목	전체 기업			중소기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	128,929	122,840	130,952	72,720	65,456	73,401
자본총계	54,443	52,152	55,758	26,669	23,294	27,606
매출액	120,440	102,861	100,697	85,539	68,559	72,285
영업이익	5,508	5,170	3,562	3,345	2,812	1,797
당기순이익	4,530	4,606	3,389	1,886	2,055	1,555
연구개발비	0	6	743	0	6	659
기업 수	3,738	2,697	3,019	3,688	2,654	2,974
재무 항목	영업이익 상위 25% 기업			창업 5년 미만 기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	85,641	86,934	86,990	12,256	13,470	19,366
자본총계	40,968	40,808	40,368	3,696	3,815	5,074
매출액	81,481	73,854	66,306	19,335	20,007	24,565
영업이익	6,855	6,473	6,709	627	528	427
당기순이익	6,820	6,401	7,200	527	441	422
연구개발비	0	2	459	0	2	160
기업 수	935	675	755	1,554	1,262	1,559

<표 3-17> 광고 분야 주요기업들의 평균 재무비율

재무비율		2020년 평균			최근 3년(2018~2020년) 평균		
		전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업	전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업
성장성	총자산 증가율	6.6%	12.1%	43.8%	0.2%	-0.5%	60.5%
	매출액 증가율	-2.1%	5.4%	22.8%	-3.1%	-3.9%	43.2%
	영업이익 증가율	-31.1%	-36.1%	-19.2%	-9.5%	-16.6%	19.0%
수익성	총자본순이익율	2.6%	2.1%	2.2%	3.3%	2.6%	3.3%
	자기자본순이익율	6.1%	5.6%	8.3%	7.7%	7.2%	11.4%
	매출총이익율	57.6%	63.9%	66.6%	54.6%	62.6%	63.4%
	매출액영업이익율	3.5%	2.5%	1.7%	4.4%	3.5%	2.5%
	세후영업이익율	3.4%	2.2%	1.7%	3.9%	2.5%	2.2%
	감가상각비율	2.0%	1.8%	1.7%	0.7%	0.6%	0.6%
안정성	부채비율	134.9%	165.9%	281.7%	135.7%	173.2%	255.5%
	유동비율	139.2%	133.6%	127.7%	132.9%	121.9%	128.4%
	자기자본비율	42.6%	37.6%	26.2%	42.4%	36.6%	28.2%
활동성	총자산회전율	0.8회	1.0회	1.3회	0.8회	1.1회	1.4회
	매출채권회전율	3.8회	5.9회	6.4회	4.1회	6.6회	6.5회
	재고자산회전율	49.9회	36.1회	32.5회	53.8회	37.8회	36.7회
	매입채무회전율	5.4회	12.8회	9.5회	5.9회	13.8회	8.1회

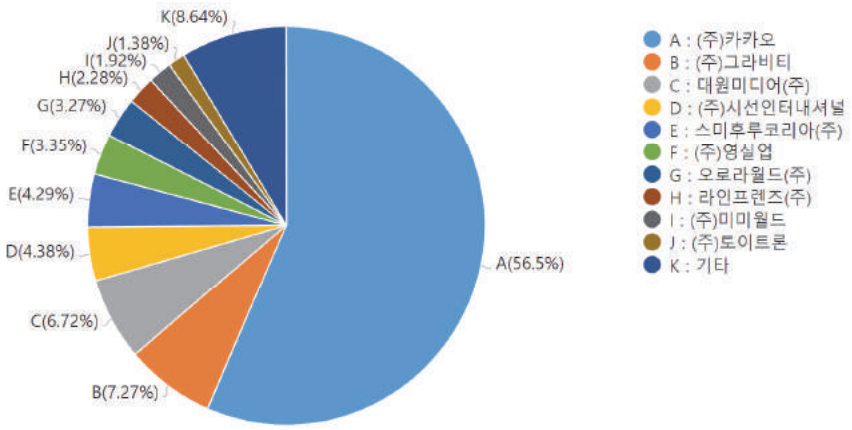
(9) 캐릭터

○ 캐릭터 분야 기업 중 재무데이터가 공개된 기업들을 중심으로 308개 주요기업의 경쟁 현황 및 평균 재무 상태를 분석한 결과 다음과 같음.

- 캐릭터 개발, 캐릭터 상품 제작 및 유통을 하는 기업들은 대부분 정보서비스, 게임 등 타 분야 및 사업을 병행하고 있기 때문에 사업영역이 캐릭터에만 국한된 기업을 한정하는 것은 매우 어려우나, 캐릭터 IP, 인형, 장난감 등을 주로 취급하는 기업들을 중심으로 주요기업을 선정하여 분석함.

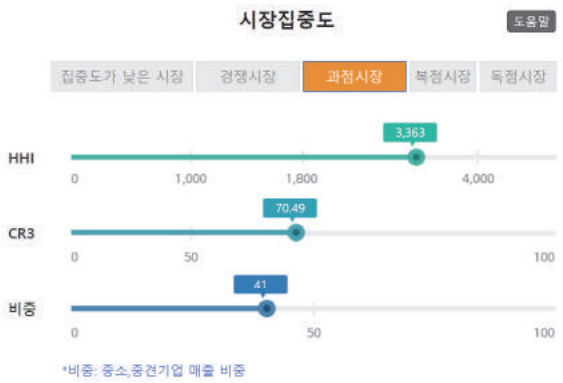
○ 캐릭터 분야에 종사하는 기업들의 2020년 매출액 기준 시장점유율은 ㈜카카오(56.5%), ㈜그라비티(7.27%), 대원미디어(주)(6.72%), ㈜시선인터내셔널(4.38%), 스미후루코리아㈜(4.29%), ㈜영실업(3.35%), 오로라월드(주)(3.27%), 라인프렌즈(주) (2.28%), ㈜미미월드(1.92%), ㈜토이트론(1.38%) 순인 것으로 분석되었음.

- 이 중 ㈜카카오는 캐릭터사업뿐만 아니라 데이터베이스, 인터넷 관련 소프트웨어, 인터넷 광고, 시스템 통합 등 다양한 사업을 병행하고 있으며, 모든 사업부의 실적이 포함된 매출액임을 감안해야 함.

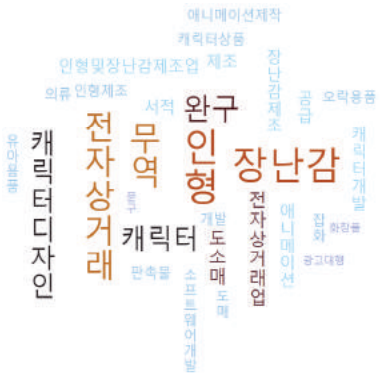


○ 시장집중도를 나타내는 HHI는 3,363, CR3는 70.49%로 나타나, 캐릭터 분야는 타 분야에 비해 소수 선도기업의 영향력이 다소 큰 과점 시장으로 분류할 수 있음.

○ 캐릭터 분야의 기업들이 취급하는 주요 제품 및 서비스는 인형, 장난감, 캐릭터디자인 등 캐릭터 상품 제작 및 도소매가 주를 이루고 있으나, 그 이외에도 이와 관련된 전자상거래, 무역 등도 병행하고 있는 것으로 분석됨.



[그림 3-25] 캐릭터 분야 시장집중도



[그림 3-26] 캐릭터 분야 주요 제품

○ 캐릭터 분야 주요기업들의 재무상태는 다른 분야에 비해 성장성과 안정성, 수익성이 우수한 편임.

- 캐릭터 분야 전체의 최근 3년 평균 총자산 증가율은 13.4%로 타 분야에 비해 높은 편이나, ㈜카카오 등을 제외한 중소기업의 경우에는 3.4% 수준으로 전체 분야 평균보다 낮은 편임.
- 영업이익률은 9.9%로 전체 산업 평균 보다 다소 높은 수준에 해당하나, 중소기업은 1.9%로 전체 산업 평균 수준보다 낮은 편임.
- 부채비율은 39.6%로 타 분야에 비해 매우 안정적인 편이지만, 역시 중소기업은 175.9% 수준으로 타 분야에 비해 높은 편임.

<표 3-18> 캐릭터 분야 주요기업들의 평균재무구조

재무 항목	전체 기업			중소기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	73,273	77,636	86,520	3,466	3,371	3,146
자본총계	53,568	55,801	60,508	1,253	1,191	1,174
매출액	27,414	28,973	31,493	4,302	3,829	3,761
영업이익	2,535	2,550	3,682	73	38	114
당기순이익	1,970	-2,415	-1,038	75	0	79
연구개발비	0	1	222	0	1	50
기업 수	160	128	139	151	118	131
재무 항목	영업이익 상위 25% 기업			창업 5년 미만 기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	71,693	72,758	83,351	1,760	1,920	3,097
자본총계	52,984	52,818	58,690	840	760	1,839
매출액	25,418	24,487	29,985	2,449	2,074	1,668
영업이익	2,649	2,798	3,921	89	-43	-162
당기순이익	2,049	-2,125	-552	61	-73	-422
연구개발비	0	1	210	0	0	10
기업 수	40	32	35	80	69	82

<표 3-19> 캐릭터 분야 주요기업들의 평균 재무비율

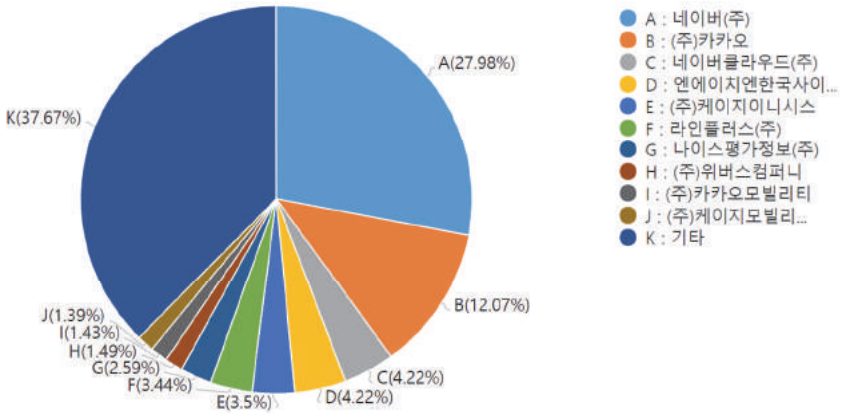
재무비율		2020년 평균			최근 3년(2018~2020년) 평균		
		전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업	전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업
성장성	총자산 증가율	11.4%	-6.7%	61.3%	13.4%	3.4%	39.5%
	매출액 증가율	8.7%	-1.8%	-19.6%	10.6%	-3.4%	11.1%
	영업이익 증가율	44.4%	201.8%	275.1%	27.3%	28.9%	-33.5%
수익성	총자본순이익율	-1.2%	2.5%	-13.6%	-0.5%	1.6%	-4.6%
	자기자본순이익율	-1.7%	6.8%	-23.0%	-0.8%	4.2%	-8.4%
	매출총이익율	45.7%	33.6%	49.8%	58.6%	31.7%	52.2%
	매출액영업이익율	11.7%	3.0%	-9.7%	9.9%	1.9%	-2.7%
	세후영업이익율	-3.3%	2.1%	-25.3%	-1.5%	1.3%	-8.8%
	감가상각비율	5.3%	1.4%	5.4%	1.8%	0.5%	1.8%
안정성	부채비율	43.0%	167.9%	68.4%	39.6%	175.9%	110.1%
	유동비율	137.5%	150.3%	261.9%	116.8%	142.7%	203.8%
	자기자본비율	69.9%	37.3%	59.4%	71.6%	36.3%	48.9%
활동성	총자산회전율	0.4회	1.2회	0.5회	0.4회	1.2회	1.0회
	매출채권회전율	10.7회	7.4회	5.3회	10.2회	6.5회	5.1회
	재고자산회전율	16.9회	4.7회	7회	14.1회	5.1회	8.5회
	매입채무회전율	51.5회	13.0회	27.2회	37.4회	9.7회	24.8회

(10) 지식정보

○ 지식정보 분야 기업 중 재무데이터가 공개된 기업들을 중심으로 2,944개 주요기업의 경쟁현황 및 평균 재무 상태를 분석한 결과 다음과 같음.

- 2020년 기준 콘텐츠산업조사(문체부)에 따르면, 지식정보 분야의 사업체 수는 9,949여개에 달하지만 그 중 61% 이상이 스크린골프 운영업에 참여하고 있으며 이들 중 대부분은 영세하고 재무데이터가 공개되지 않아 분석대상에서 제외되었음.
- 지식정보 분야는 e-learning, 데이터베이스 및 온라인 정보제공, 포털 및 인터넷 매개서비스, 가상현실 등 매우 폭넓은 범위를 포괄하고 있고, 대부분의 기업들이 해당 범위 이외의 사업도 병행하고 있기 때문에 지식정보 분야에 국한된 기업을 한정하는 것은 매우 어려우나 기업들의 사업 내용을 고려하여 주요기업들 선정하여 분석함.

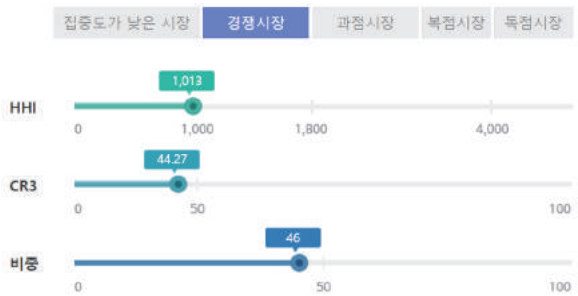
○ 지식정보 분야에 종사하는 기업들의 2020년 매출액 기준 시장점유율은 네이버(주)(7.98%), ㈜카카오(12.07%), 네이버클라우드(주)(구. 네이버비즈니스플랫폼(주))(4.22%), 엔에이치엔한국사이버결제(주)(4.22%), 케이지이니시스(3.5%)의 순인 것으로 분석되었음.



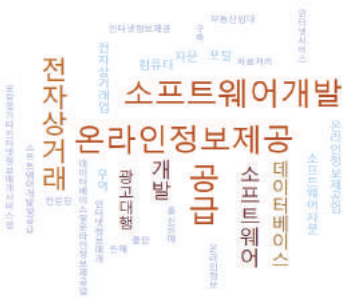
[그림 3-27] 지식정보 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율

○ 시장집중도를 나타내는 HHI는 1,013, CR3는 44.27%로 나타나, 지식정보 분야는 대기업을 중심으로 경쟁구도가 형성된 경쟁시장으로 분류할 수 있음.

○ 지식정보 분야의 기업들이 취급하는 주요 제품 및 서비스는 온라인정보제공, 소프트웨어 개발 및 공급, 전자상거래 등이 주를 이루고 있으며 그 이외에도 이와 관련된 광고대행, 데이터베이스 등도 병행하고 있는 것으로 분석됨.



[그림 3-28] 지식정보 분야 시장집중도



[그림 3-29] 지식정보 분야 주요 제품

○ 지식정보 분야 주요기업들의 재무상태는 다른 분야에 비해 성장성, 안정성, 수익성이 매우 우수한 편임. 이는 네이버(주), ㈜카카오 등 대기업의 재무상태가 큰 영향을 미친 것으로 분석됨.

- 지식정보 분야 전체의 최근 3년 평균 총자산 증가율은 14.9%로 전체 산업의 평균 수준보다 높은 편에 해당하며, 중소기업의 경우에도 12.1% 수준으로 매우 높은 편임.
- 영업이익률 역시 14.9%로 타 분야에 비해 높은 편이지만, 중소기업과 창업기업은 각

각 -1.2%, -17.2% 수준이어서 지식정보 분야의 대부분의 이익이 대기업과 중견기업에 편중됨을 알 수 있음.

- 부채비율은 52.9%로 타 분야에 비해 매우 안정적인 편이며, 중소기업과 창업기업도 각각 127.0%, 75.4%로 타 분야에 비해 안정적인 수준임.

<표 3-20> 지식정보 분야 주요기업들의 평균재무구조

재무 항목	전체 기업			중소기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	205,593	229,876	281,739	38,142	44,442	49,742
자본총계	136,164	154,945	176,678	17,051	21,682	19,709
매출액	117,986	125,351	147,463	33,216	32,634	40,845
영업이익	18,566	18,365	21,191	-355	-431	-432
당기순이익	10,505	7,202	9,948	-1,613	-1,997	-1,722
연구개발비	0	21	2,026	0	21	1,482
기업 수	1,354	1,077	1,226	1,310	1,034	1,182
재무 항목	영업이익 상위 25% 기업			창업 5년 미만 기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	181,458	199,184	250,408	11,340	15,108	18,579
자본총계	126,289	140,240	165,969	7,097	9,714	8,808
매출액	100,787	106,037	126,453	6,101	7,406	15,478
영업이익	22,386	21,863	25,932	-1,226	-1,412	-1,945
당기순이익	15,212	12,332	15,702	-1,111	-1,968	-2,225
연구개발비	0	15	1,167	0	0	384
기업 수	339	270	307	656	580	722

<표 3-21> 지식정보 분야 주요기업들의 평균 재무비율

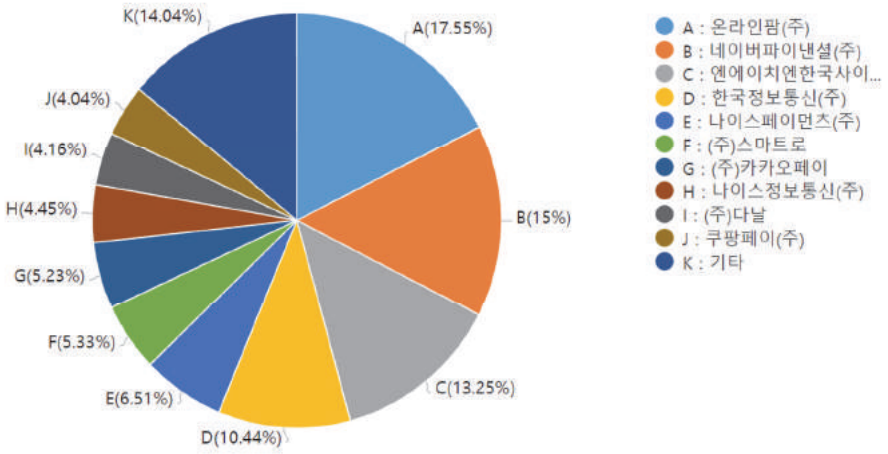
재무비율		2020년 평균			최근 3년(2018~2020년) 평균		
		전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업	전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업
성장성	총자산 증가율	22.6%	11.9%	23.0%	14.9%	12.1%	23.8%
	매출액 증가율	17.6%	25.2%	109.0%	12.7%	9.3%	71.2%
	영업이익 증가율	15.4%	0.3%	37.7%	8.7%	-62.4%	35.6%
수익성	총자본순이익율	3.5%	-3.5%	-12.0%	3.9%	-4.1%	-11.6%
	자기자본순이익율	5.6%	-8.7%	-25.3%	6.0%	-9.1%	-20.4%
	매출총이익율	73.7%	66.2%	74.8%	77.1%	64.9%	75.5%
	매출액영업이익율	14.4%	-1.1%	-12.6%	14.9%	-1.2%	-17.2%
	세후영업이익율	6.8%	-4.2%	-14.4%	7.1%	-5.1%	-19.7%
	감가상각비율	4.1%	2.5%	3.3%	1.4%	0.9%	1.1%
안정성	부채비율	59.5%	152.4%	110.9%	52.9%	127.0%	75.4%
	유동비율	117.2%	129.5%	152.1%	122.0%	136.1%	183.6%
	자기자본비율	62.7%	39.6%	47.4%	65.4%	44.4%	58.1%
활동성	총자산회전율	0.5회	0.8회	0.8회	0.5회	0.8회	0.6회
	매출채권회전율	9.7회	9.4회	9.6회	9.5회	8.3회	9.6회
	재고자산회전율	92.6회	34.7회	27.5회	98.5회	37.2회	31.1회
	매입채무회전율	53.5회	20.2회	50.3회	51.3회	19.3회	42.7회

(11) 콘텐츠솔루션

○ 콘텐츠솔루션 분야 기업 중 재무데이터가 공개된 기업들을 중심으로 143개 주요기업의 경쟁현황 및 평균 재무 상태를 분석한 결과 다음과 같음.

- 콘텐츠솔루션 분야는 저작툴, 저작도구, 제작도구, 콘텐츠보호, 모바일솔루션, 과금/결제, 콘텐츠관리시스템(CMS), 콘텐츠전송네트워크(CDN), 컴퓨터그래픽스(CG) 등 매우 폭넓은 범위를 포괄하고 있음.
- 또한 대부분의 기업들은 해당 범위 이외의 타 사업도 병행하고 있기 때문에 콘텐츠솔루션 분야에 국한된 기업을 한정하는 것은 매우 어려워 기업들의 사업내용과 대표제품을 고려하여 주요기업을 선정하여 분석함.

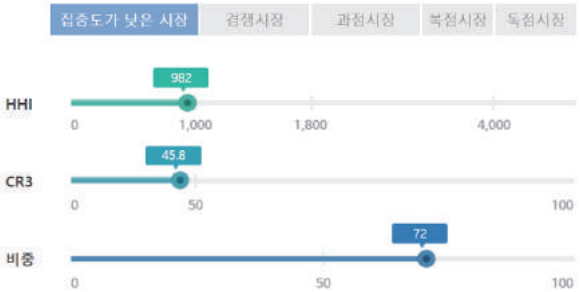
○ 콘텐츠솔루션 분야에 종사하는 기업들의 2020년 매출액 기준 시장점유율은 온라인팜(주)(17.55%), 네이버파이낸셜(주)(15%), 엔에이치엔한국사이버결제(주)(13.25%), 한국정보통신(주)(10.44%), 나이스페이먼츠(주)(6.51%)의 순인 것으로 분석되었음.



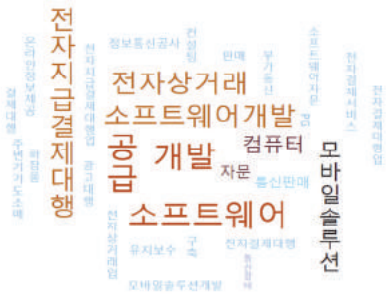
[그림 3-30] 콘텐츠솔루션 분야 매출액 기준 주요기업별 시장점유율

○ 시장집중도를 나타내는 HHI는 982, CR3는 45.8%로 나타나, 콘텐츠솔루션 분야는 다수의 기업이 서로 경쟁하는 집중도가 낮은 시장으로 분류할 수 있음.

○ 콘텐츠솔루션 분야의 기업들이 취급하는 주요 제품 및 서비스는 소프트웨어 개발, 전자상거래, 전자지급결제대행, 모바일솔루션 등이 주를 이루고 있으며 그 이외에도 이와 관련된 통신판매, 유지보수, 부가통신 등도 병행하고 있는 것으로 분석됨.



[그림 3-31] 콘텐츠솔루션 분야 시장집중도



[그림 3-32] 콘텐츠솔루션 주요 제품

○ 콘텐츠솔루션 분야 주요기업들의 재무상태는 다른 분야에 비해 성장성은 우수하나, 수익성과 안정성은 모두 열악한 상황으로 분석됨.

- 콘텐츠솔루션 분야 전체의 최근 3년 평균 총자산 증가율은 38.8%로 타 분야에 비해 매우 높은 편이며, 중소기업의 경우도 14.6%로 매우 우수한 편임.
- 영업이익률은 1.8%로 타 분야에 비해 낮은 편이며, 중소기업은 3.8%로 전체 분야 평균수준보다 높은 편임에 비해 창업기업은 -24.1% 수준이어서 수익성이 매우 저조한 상황임을 알 수 있음.
- 부채비율은 169.0%로 타 분야에 비해 불안정적인 편이며, 중소기업과 창업기업도 각각 149.79%, 271.1%로 타 분야에 비해 높은 편임.

<표 3-22> 콘텐츠솔루션 분야 주요기업들의 평균재무구조

재무 항목	전체 기업			중소기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	25,719	30,352	46,357	5,659	7,284	8,454
자본총계	10,857	12,549	14,036	2,149	2,536	2,849
매출액	27,311	30,108	35,816	3,752	3,691	4,485
영업이익	1,420	1,561	1,623	92	73	75
당기순이익	476	1,044	1,028	-548	-170	5
연구개발비	0	0	173	0	0	96
기업 수	64	50	52	54	41	42
재무 항목	영업이익 상위 25% 기업			창업 5년 미만 기업		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
자산총계	23,806	27,701	42,791	3,676	4,360	5,065
자본총계	10,478	12,289	13,480	372	294	311
매출액	26,137	28,876	33,697	1,951	2,476	3,419
영업이익	1,636	1,752	1,800	-43	-18	38
당기순이익	1,301	1,466	1,296	-48	-125	-73
연구개발비	0	0	125	0	0	10
기업 수	16	13	13	20	14	16

<표 3-23> 콘텐츠솔루션 분야 주요기업들의 평균 재무비율

재무비율		2020년 평균			최근 3년(2018~2020년) 평균		
		전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업	전체 기업	중소기업	창업 5년 이하 기업
성장성	총자산 증가율	65.2%	17.8%	78.3%	38.8%	14.6%	65.4%
	매출액 증가율	38.3%	27.4%	162.1%	23.5%	14.0%	108.8%
	영업이익 증가율	199.3%	1.0%	-91.7%	260.3%	1.6%	-0.3%
수익성	총자본순이익율	1.4%	1.0%	-0.3%	-0.3%	-2.3%	-6.5%
	자기자본순이익율	3.9%	2.7%	-1.0%	-0.3%	-5.4%	-22.8%
	매출총이익율	42.9%	61.2%	72.0%	33.4%	62.9%	54.6%
	매출액영업이익율	3.5%	3.3%	-0.7%	1.8%	3.8%	-24.1%
	세후영업이익율	2.3%	1.9%	-0.9%	-0.1%	-3.6%	-23.8%
	감가상각비율	0.8%	1.9%	1.0%	0.3%	0.6%	0.3%
안정성	부채비율	189.5%	158.4%	187.8%	169.0%	149.7%	271.1%
	유동비율	139.8%	138.6%	144.3%	145.0%	145.6%	129.9%
	자기자본비율	34.5%	38.7%	34.7%	37.7%	40.1%	30.0%
활동성	총자산회전율	0.6회	0.5회	0.4회	0.7회	0.6회	0.6회
	매출채권회전율	12.3회	10.3회	57.2회	12.4회	8.9회	57.9회
	재고자산회전율	34.5회	77.0회	979.6회	27.9회	65.8회	452.0회
	매입채무회전율	23.9회	13.1회	619.3회	18.8회	14.9회	427.2회

3. 시장규모분석

가. 세계시장규모

○ 2020년 글로벌 콘텐츠시장규모는 2.32조 달러 규모로 추정되며 4.98%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 2.95조 달러에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19의 영향을 직접적으로 받은 2020년 글로벌 콘텐츠 시장규모가 역성장하였고, 2021년부터 점차 회복되고 있음.
- 글로벌 콘텐츠 시장은 코로나19로 인해 비대면 온라인 소비 트렌드가 확대되었고, 따라서 온라인 콘텐츠 서비스도 확대되고 있음. 특히 방송, 만화, 게임, 음악 등의 분야에서 온라인 스트리밍을 중심으로 하는 서비스가 확대되고 있음.
- 코로나19로 인해 특히 모바일 게임 시장이 급성장하였고 진보된 메타버스 플랫폼이 등장하면서 게임 시장이 크게 성장하였음.
- 향후 시장은 영화와 애니메이션, 음악 분야의 성장률이 가장 높을 것으로 기대되는 반면, 출판, 방송분야의 성장률은 다소 낮을 것으로 전망됨.

<표 3-24> 세계 콘텐츠시장규모 추정 및 전망

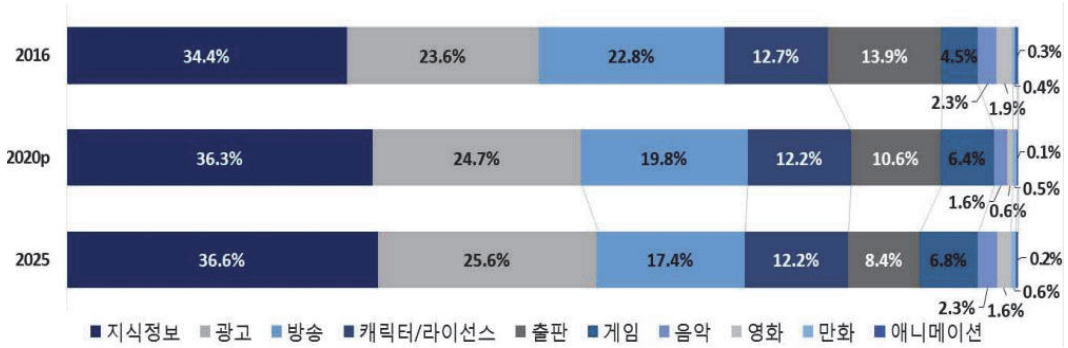
(단위: 억 달러)

구분	2016	2017	2018	2019	2020p	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 20-25
출판	2,859	2,808	2,769	2,714	2,452	2,538	2,536	2,518	2,498	2,480	0.22%
만화	84	86	87	91	110	120	131	143	157	171	9.33%
음악	480	508	538	570	371	460	597	640	663	679	12.85%
게임	935	1,065	1,178	1,297	1,490	1,613	1,721	1,822	1,913	2,000	6.07%
영화	394	412	428	444	131	254	396	432	452	470	29.05%
애니메이션	68	53	49	83	15	29	45	49	51	53	29.19%
방송	4,695	4,745	4,818	4,818	4,592	4,748	4,903	4,981	5,071	5,141	2.28%
광고	4,858	5,135	5,553	5,928	5,724	6,186	6,641	6,966	7,287	7,552	5.7%
지식정보	7,095	7,705	8,139	8,594	8,398	8,858	9,440	9,912	10,369	10,802	5.16%
캐릭터/라이선스	2,629	2,716	2,803	2,928	2,816	3,000	3,200	3,342	3,473	3,593	4.99%
산술합계	24,099	25,232	26,362	27,467	26,098	27,805	29,610	30,805	31,934	32,940	4.77%
합계[2]	20,622	21,829	22,953	24,057	23,157	24,659	26,301	27,464	28,540	29,525	4.98%

출처 : 한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 해외콘텐츠시장 분석>

○ 세계 콘텐츠시장의 분야별 비중을 살펴보면, 지식정보가 전체 시장의 36.3%, 광고가 24.7%, 방송이 19.8% 순서로 차지하고 있는 것으로 나타남.

- 향후에는 지식정보, 광고 분야의 비중은 점차 증가하는 반면, 방송, 출판 분야의 비중은 감소될 것으로 전망됨.



출처 : 한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 해외콘텐츠시장 분석>

[그림 3-33] 글로벌 콘텐츠 시장규모의 분야별 점유율

2) 중복 시장을 제외한 시장규모임.
- 출판의 신문/잡지 광고, 게임의 비디오 게임/e스포츠 스트리밍 광고, 영화의 극장 광고, 방송의 TV/라디오/팟캐스트 광고,, 지식정보의 디렉토리 광고는 광고시장에 포함
- 만화, 지식정보의 전문서적/산업 잡지는 출판시장에 포함
- 애니메이션은 영화시장에 포함

○ 2020년 기준 전 세계 콘텐츠시장을 국가별로 살펴보면 미국 8,446억 달러로 1위, 중국이 3,449억 달러로 2위, 일본이 1,943억 달러로 3위를 차지하였으며, 우리나라는 598억 달러를 기록하며 기존과 같이 7위를 유지하고 있음.

<표 3-25> 국가별 콘텐츠시장 규모 및 전망

(단위: 억 달러)

순위	국가	2016	2017	2018	2019	2020p	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 20-25
1	미국	7,634	7,947	8,377	8,840	8,446	8,925	9,519	9,885	10,230	10,543	4.54%
2	중국	2,582	3,001	3,266	3,450	3,449	3,699	3,939	4,153	4,339	4,505	5.49%
3	일본	1,844	1,907	1,968	2,018	1,943	2,034	2,109	2,156	2,201	2,243	2.91%
4	독일	989	1,017	1,044	1,074	999	1,058	1,128	1,169	1,206	1,237	4.36%
5	영국	896	933	986	1,026	971	1,058	1,136	1,194	1,250	1,305	6.10%
6	프랑스	677	693	713	733	680	728	782	816	849	878	5.25%
7	한국	516	548	563	588	598	641	679	709	735	759	4.87%
8	캐나다	500	522	541	567	544	574	610	636	660	681	4.62%
9	이탈리아	400	417	417	419	382	417	454	472	488	500	5.54%
10	인도	291	300	311	344	352	401	448	494	540	586	10.75%

출처 : 한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 해외콘텐츠시장 분석>

○ 우리나라의 향후 연평균성장률은 4.87%로 상위 10개국 가운데 보통 수준인 것으로 나타남.

- 인도, 영국, 중국, 이탈리아, 프랑스의 성장률이 5% 이상으로 높은 편인 반면, 일본, 독일 등의 성장률은 비교적 낮을 것으로 전망됨.

□ OTT 글로벌 시장전망

○ OTT 글로벌 시장규모는 2019년 816억 달러 규모에서 14%의 연평균 성장률로 성장하여 2024년 1,569억 달러에 이를 것으로 전망됨.

○ 스마트폰의 성능 향상과 5G통신의 발달로 과거 지상파 TV, 유선방송, IPTV등을 통해 콘텐츠를 소비하던 것이 이제는 스마트폰으로 가능해지면서 최근 OTT 시장은 급성장하고 있음.

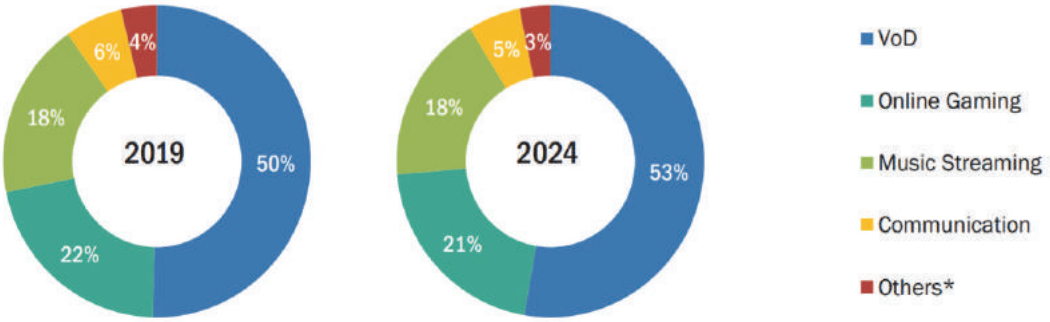
<표 3-26> 서비스 유형별 OTT 서비스 시장 분석 및 예측

단위: 백만 달러

Type	2017	2018	2019e	2024p	CAGR (19~24)
Online Gaming	11,307	14,365	17,478	32,895	13.5%
Music Streaming	9,899	12,365	14,943	27,536	13.0%
VoD	24,464	32,610	41,124	82,712	15%
Communication	3,479	4,220	4,971	8,698	11.8%
Others	2,246	2,642	3,048	5,051	10.6%
Total	51,396	66,201	81,564	1,56,891	14%

출처: MarketsandMarkests(2019). <OVER-THE-TOP(OTT) SERVICES MARKET>

○ OTT 서비스 유형별로 비중을 살펴보면 VoD(50%), Online Gaming(22%), Music Streaming(18%), Communication(6%)의 순으로 분석되며, 2024년에도 비슷한 점유율을 보일 것으로 전망됨.



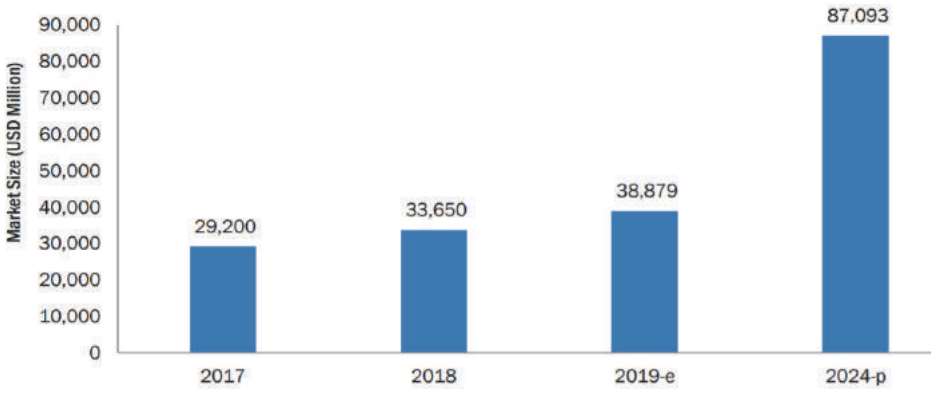
출처: MarketsandMarkests(2019). <OVER-THE-TOP(OTT) SERVICES MARKET>

[그림 3-34] 유형별 OTT 서비스 시장 점유율

□ VOD 글로벌 시장전망

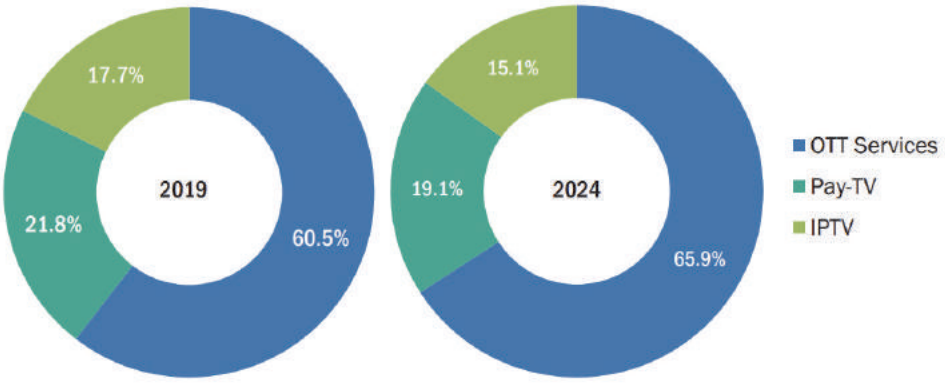
○ VOD 글로벌 시장규모는 2019년 389억 달러에 이른 것으로 추정되며 17.5%의 연평균성장률로 성장하여 2024년 871억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

○ OTT 서비스를 통한 VOD 소비가 60% 이상을 차지하고 있으며, OTT 플랫폼 및 서비스의 진화와 더불어 이러한 현상은 더욱 가속화 될 것으로 전망됨.



출처: MarketsandMarkests(2019). <Video On Demand Market>

[그림 3-35] VOD 글로벌 시장전망



출처: MarketsandMarkests(2019). <Video On Demand Market>

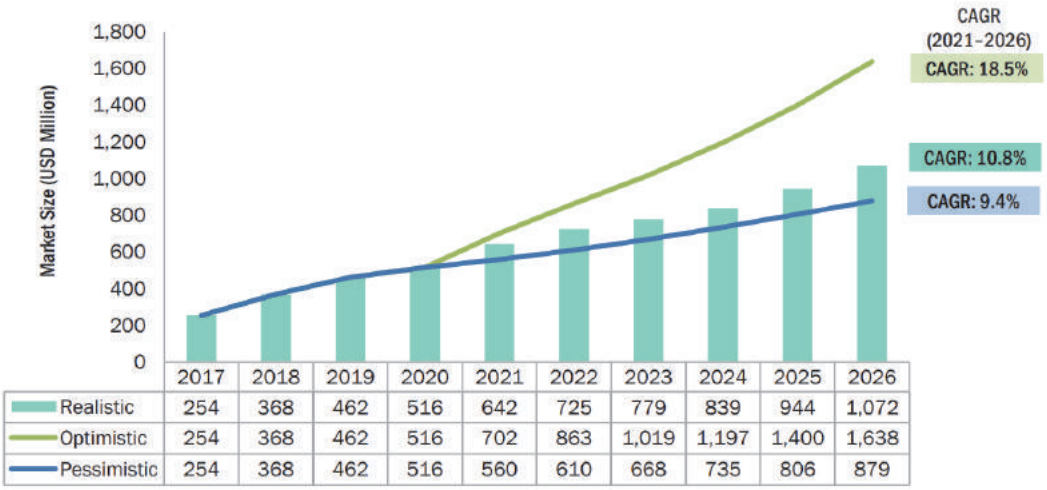
[그림 3-36] VOD 솔루션별 글로벌 시장규모 비중

□ 무선통신 방송 글로벌 시장전망

○ LTE와 5G 등 무선통신 기술을 이용하여 소비되는 방송의 글로벌 시장규모는 2020년 5.2억 달러 규모로 추정되며, 코로나19의 영향력 시나리오에 따라 2026년에 8.8억 달러에서 16.4억 달러까지 성장할 것으로 전망됨.

○ 최근 LTE/5G 이동통신 구독자수가 빠르게 증가하고 있는 것이 시장 성장의 가장 중요한 요인이며, 5G 이동통신 기술은 VR/AR 등 가상현실 기술 및 서비스를 비즈니스, 교육 등 다양한 분야에서 활용되도록 촉진할 것임.

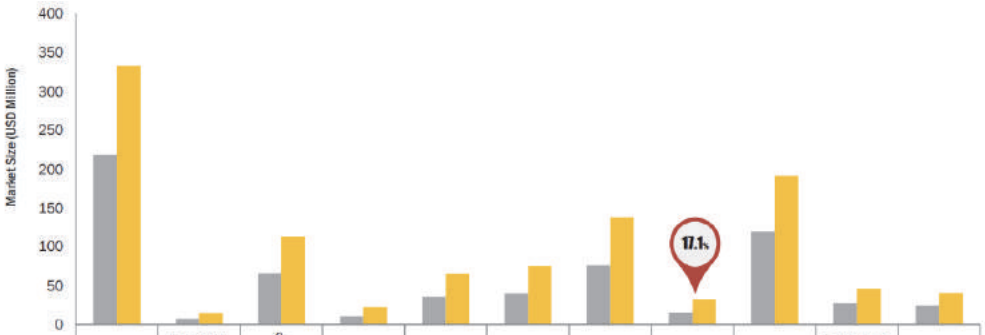
○ VOD, stadiums, mobile TV 분야의 시장 점유율이 높은 가운데, connected cars 분야의 시장 성장률이 가장 높을 것으로 전망됨.



	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Realistic	254	368	462	516	642	725	779	839	944	1,072
Optimistic	254	368	462	516	702	863	1,019	1,197	1,400	1,638
Pessimistic	254	368	462	516	560	610	668	735	806	879

출처: MarketsandMarkests(2021). <LTE and 5G broadcast market with COVID-19 impact>

[그림 3-37] 무선통신 방송 글로벌 시장전망



	Video on Demand	Fixed LTE Quadruple Play	e Newspapers and e-Magazines	Last-mile CDN	Emergency Alerts	Radio	Mobile TV	Connected Cars	Stadiums	Data Feeds & Notifications	Others
2021	218.6	7.6	66.0	10.8	36.4	40.6	75.7	14.6	119.5	27.5	24.6
2026	333.8	13.8	112.5	21.4	65.8	75.0	137.8	32.2	191.4	46.9	41.2
CAGR (2021-2026)	8.8%	12.5%	11.3%	14.6%	12.6%	13.1%	12.7%	17.1%	9.9%	11.3%	10.8%

출처: MarketsandMarkests(2021). <LTE and 5G broadcast market with COVID-19 impact>

[그림 3-38] 세부 응용분야별 무선통신 방송 글로벌 시장전망

□ 클라우드 광고 글로벌 시장전망

○ 2021년 클라우드 광고 글로벌 시장규모는 27.4억 달러 규모로 추정되며 매년 15% 이상의 높은 성장률로 성장하여 2026년 66.9억 달러에 이를 것으로 전망됨.

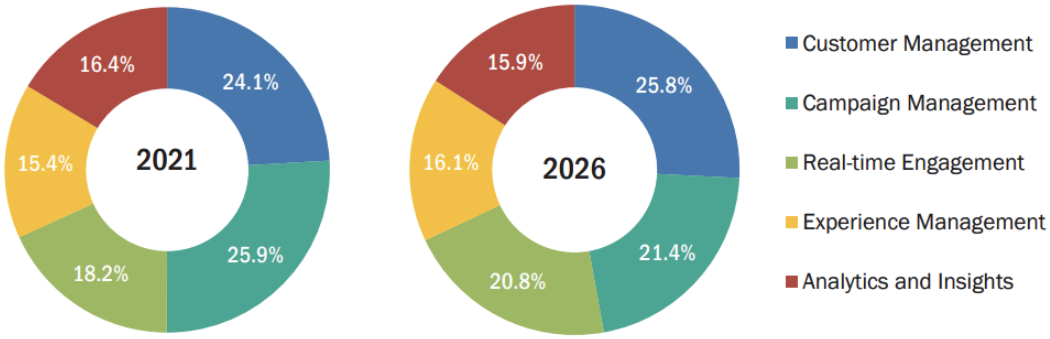
○ 클라우드 광고 시장은 클라우드 서비스의 활용 증가, 타켓 마케팅 및 소비자 분석에 대한 요구가 증가하는 것이 중요한 성장요인으로 작용함.

○ 2021년에는 campaign management 분야의 비중이 가장 높은 반면, 2026년에는 customer

management, real-time engagement, experience management 분야의 비중이 늘어날 것으로 분석됨.

출처: MarketsandMarkests(2021). <Cloud advertising market with COVID-19 impact>

[그림 3-39] 클라우드 광고 글로벌 시장전망



출처: MarketsandMarkests(2021). <Cloud advertising market with COVID-19 impact>

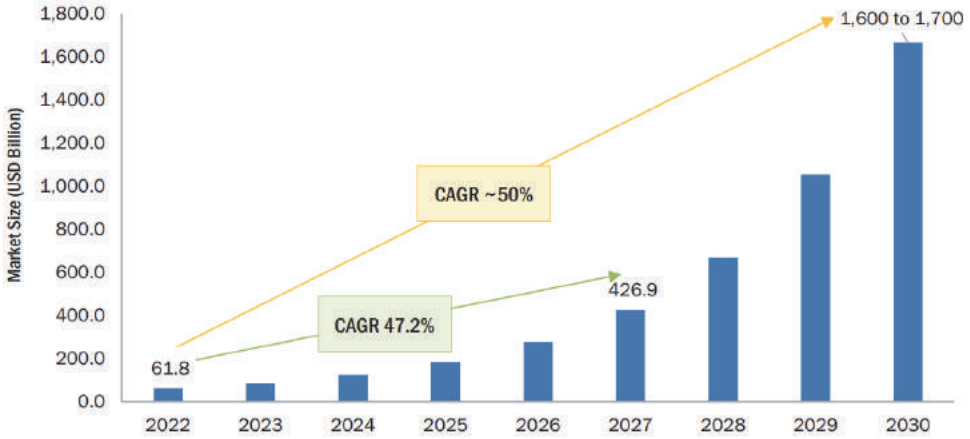
[그림 3-40] 클라우드 광고 세부 응용분야별 시장규모 비중

□ 메타버스 글로벌 시장전망

○ 2022년 메타버스 글로벌 시장규모는 618억 달러에 이른 것으로 추정되며, 2027년까지 47.2%의 연평균성장률로 성장하여 4,269억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨. 또한 2030년까지는 더 빠른 성장률을 보이며 1.6~1.7조 달러까지 성장할 것으로 전망됨.

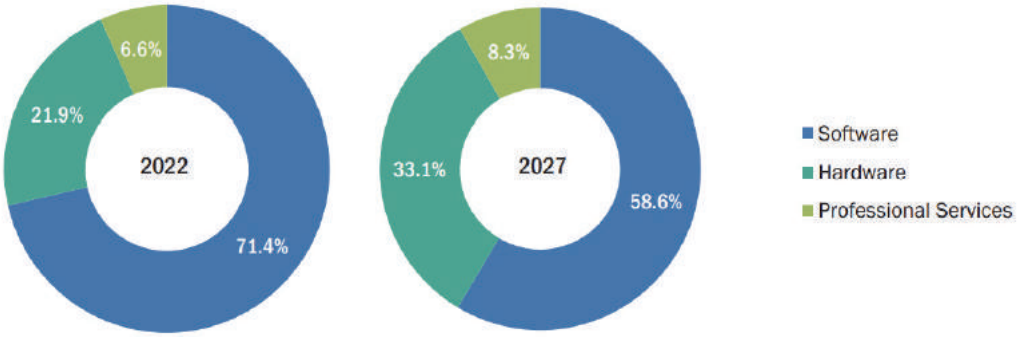
○ 메타버스 구현을 위한 소프트웨어가 전체 시장의 71.4%를 차지하고 있으며, 그 중에서 Extended reality 소프트웨어가 77.2%를 차지하고 있음. 그 밖에 Financial platforms, Game engines, 3D 솔루션 소프트웨어 등이 시장을 형성하고 있음.

○ 하드웨어는 2022년 현재 21.9%의 시장을 차지하고 있는데, AR, VR 장비가 대부분을 차지하고 있으며, 향후 AR 장비 시장이 크게 성장할 것으로 전망됨.



출처: MarketsandMarkests(2022). <Metaverse market>

[그림 3-41] 메타버스 글로벌 시장전망



출처: MarketsandMarkests(2022). <Metaverse market>

[그림 3-42] 메타버스 글로벌 시장의 세부 분야별 점유율 변화

□ 콘텐츠 서비스 솔루션 글로벌 시장전망

○ 콘텐츠 서비스 플랫폼 제작을 위한 콘텐츠 서비스 솔루션 글로벌 시장규모는 2022년 383억 달러 규모로 추정되며 15.4%의 높은 연평균성장률로 성장하여 2027년 786억 달러에 이를 것으로 전망됨.

- 2022년에는 Document & record management, Work-flow management 분야의 시장규모가 가장 크지만, 향후 Information security & governance 분야와 content reporting & analysis 분야의 성장률이 비교적 높을 것으로 전망됨.

<표 3-27> 콘텐츠 서비스 솔루션 글로벌 시장전망

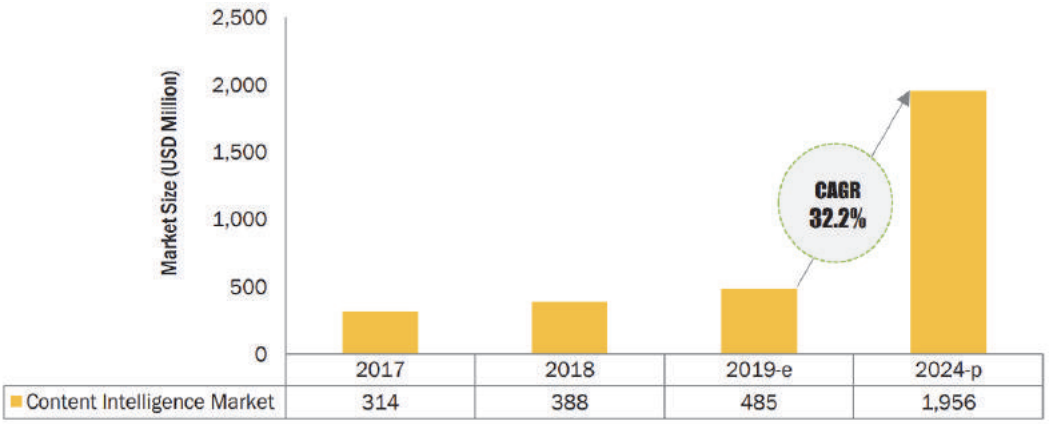
Solution	2022	2023	2024	2025	2026	2027	CAGR (2022-2027)
Document & Record Management	7,709	9,017	10,427	11,934	13,535	15,214	14.6%
Workflow Mangement	7,059	8,276	9,593	11,007	12,515	14,103	14.8%
Data Capture	6,665	7,865	9,174	10,593	12,122	13,748	15.6%
Content Reporting & Analysis	6,742	8,051	9,504	11,105	12,860	14,759	17.0%
Case Management	3,492	4,106	4,774	5,494	6,266	7,082	15.2%
Information Security & Covernance	4,252	5,167	6,204	7,371	8,676	10,117	18.9%
Other Solutions	2,408	2,691	2,958	3,202	3,413	3,581	8.3%
Total	38,327	45,173	52,633	60,705	69,387	78,603	15.4%

출처: MarketsandMarkests(2022). <Content service platforms market with COVID-19 impact analysis>

□ 콘텐츠 지능화 글로벌 시장전망

○ 콘텐츠 지능화는 인공지능, 기계학습, 자연어처리, 빅데이터 등과 같은 첨단 기술을 결합하여 콘텐츠를 효과적으로 관리하고 활용할 수 있는 기술을 의미함.

○ 콘텐츠 지능화 시장은 크게 솔루션과 서비스 시장으로 구분할 수 있으며, 글로벌 시장 규모는 2019년 4.9억 달러에서 32.2%의 높은 성장률로 성장하여 2024년 19.6억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.



출처: MarketsandMarkests(2019). <Content intelligence market>

[그림 3-43] 콘텐츠 지능화 글로벌 시장전망

나. 국내시장규모

○ 국내 콘텐츠산업 매출액은 2021년 136조 원 규모로 추정되며, 코로나19의 여파에도 불구하고 최근 3년 3.7%의 연평균성장률로 성장하였음.

- 코로나19의 여파로 2020년 성장률이 다소 정체되었으나 2021년 크게 회복세로 돌아섰음.
- 방송, 출판, 지식정보, 게임, 광고 분야의 순서로 매출액 비중이 큰 반면, 애니메이션, 만화, 영화 분야는 2%에 미치지 못하는 매출액 비중을 보이고 있음.
- 온라인 소비가 활발한 만화, 게임, 지식정보 분야의 매출액이 최근 3년 가장 크게 늘어난 반면, 코로나19로 오프라인 소비가 위축된 영화, 애니메이션, 음악 분야는 매출액이 크게 감소하였음.

○ 국내 콘텐츠산업의 수출액은 게임분야의 지속적 성장에 힘입어, 최근 3년 15.1%의 연평균성장률을 보이며 2021년 136억 달러에 이른 것으로 추정됨.

- 전체 산업에서 차지하는 비중이 70%에 육박하는 게임 분야의 수출 호황이 전체 산업의 수출 증가에 큰 영향을 미친 것으로 분석됨.
- 게임 분야 이외에도 출판, 만화, 방송, 음악 분야 역시 10% 이상의 성장률을 보이며 수출이 크게 증가하였음.
- 반면 애니메이션 분야의 수출이 감소하였고, 우크라이나-러시아 전쟁 등의 영향으로 캐릭터 역시 수출이 다소 감소하였음.

○ 전체 콘텐츠산업의 종사자수는 코로나19의 여파로 2020년 큰 폭으로 감소하였고 2021년에도 2019년 수준을 회복하지 못한 것으로 추정됨.

- 2019년 68.3만 명에 이르던 콘텐츠산업 종사자수는 2020년 64.2만 명까지 감소하였으며 2021년 다소 회복하였으나 2019년 수준까지 회복하는 데는 시간이 소요될 것으로 전망됨.
- 2021년 기준 출판, 지식정보, 게임, 광고, 음악 분야의 순으로 종사자수 비중이 높은 반면, 애니메이션, 영화, 만화 분야는 종사자수 비중이 작은 편임.
- 2019년 3.3만 명이 종사하던 영화 분야가 코로나19로 인해 2020년 1.0만 명 수준으로 큰 폭의 감소를 보였으며, 노래연습장 종사자수 비중이 높은 음악 분야 역시 2020년 큰 폭의 감소 후 2021년까지 크게 회복하지 못하고 있음.
- 반면 온라인 서비스가 가능한 지식정보, 만화 분야는 종사자수가 늘고 있으며, 콘텐츠 솔루션 분야 역시 꾸준히 종사자수가 늘어나고 있음.

<표 3-28> 분야별 국내 콘텐츠산업 시장규모

분야	매출액(십억 원)				
	2019	2020	2021	비중 (21)	CAGR (19-21)
출판	21,341	21,649	22,112	16.2%	1.8%
만화	1,337	1,534	1,895	1.4%	19.1%
음악	6,812	6,065	6,357	4.7%	-3.4%
게임	15,575	18,885	20,618	15.1%	15.1%
영화	6,432	2,987	2,728	2.0%	-34.9%
애니메이션	641	553	563	0.4%	-6.3%
방송	20,843	21,965	22,950	16.8%	4.9%
광고	18,134	17,422	19,372	14.2%	3.4%
캐릭터	12,567	12,218	12,258	9.0%	-1.2%
지식정보	17,669	19,373	21,345	15.7%	9.9%
콘텐츠솔루션	5,361	5,635	6,159	4.5%	7.2%
산업 전체	126,712	128,287	136,356	100.0%	3.7%
분야	수출액(천 달러)				
	2019	2020	2021	비중 (21)	CAGR (19-21)
출판	214,732	345,960	428,379	3.2%	41.2%
만화	46,010	62,715	87,605	0.6%	38.0%
음악	756,198	679,633	941,354	6.9%	11.6%
게임	6,657,777	8,193,562	9,435,401	69.5%	19.0%
영화	37,877	54,157	43,033	0.3%	6.6%
애니메이션	194,148	134,532	151,928	1.1%	-11.5%
방송	539,214	692,790	700,096	5.2%	13.9%
광고	139,083	119,935	155,998	1.1%	5.9%
캐릭터	791,338	715,816	717,762	5.3%	-4.8%
지식정보	649,623	691,987	666,586	4.9%	1.3%
콘텐츠솔루션	227,881	233,196	250,111	1.8%	4.8%
산업 전체	10,253,881	11,924,283	13,578,253	100.0%	15.1%
분야	종사자수(명)				
	2019	2020	2021	비중 (21)	CAGR (19-21)
출판	185,270	185,444	185,370	28.5%	0.0%
만화	11,079	11,230	11,563	1.8%	2.2%
음악	77,149	65,464	65,920	10.1%	-7.6%
게임	89,157	83,303	84,506	13.0%	-2.6%
영화	32,566	10,497	11,170	1.7%	-41.4%
애니메이션	5,436	5,472	5,519	0.8%	0.8%
방송	51,006	50,239	49,450	7.6%	-1.5%
광고	73,520	68,888	68,810	10.6%	-3.3%
캐릭터	37,521	36,505	36,441	5.6%	-1.4%
지식정보	89,286	93,182	97,244	15.0%	4.4%
콘텐츠솔루션	30,655	31,863	33,561	5.2%	4.6%
산업 전체	682,645	642,087	649,554	100.0%	-2.5%

출처: 문화체육관광부(2021). <2020년 기준 콘텐츠산업조사>, 한국콘텐츠진흥원(2022). <2021년 하반기 및 연간 콘텐츠 산업 동향분석 보고서>

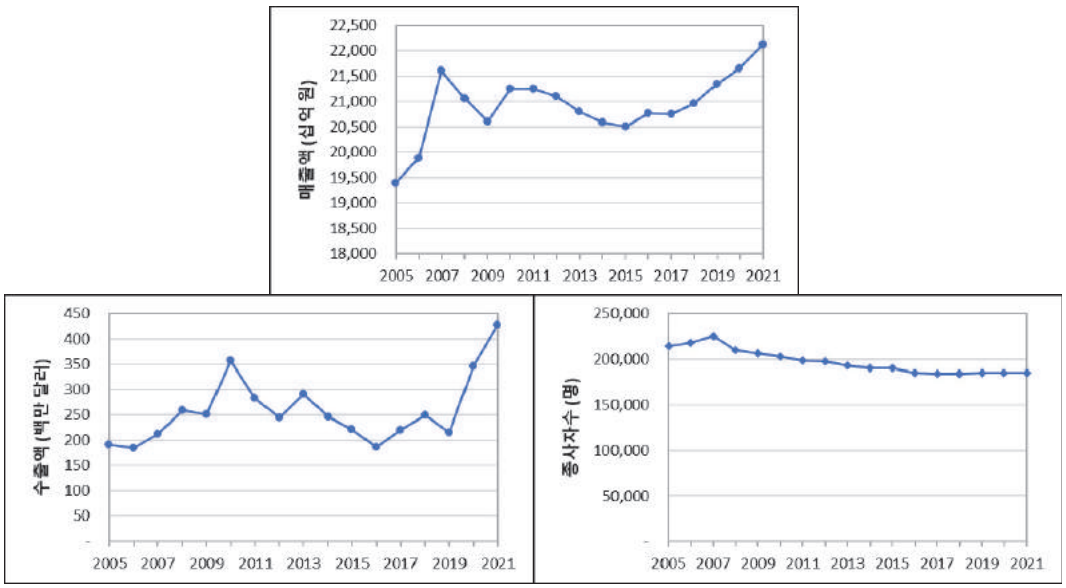
(1) 출판

○ 출판 분야의 2021년 매출액은 22.1조 원 규모로, 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 팬데믹에도 불구하고 2020년 1.4%의 성장률을 보임.

- 세부 분야를 살펴보면, 서적 및 잡지류 소매업 분야가 24%로 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있고, 인쇄업도 20%를 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 인터넷/모바일 전자출판제작업, 인터넷/모바일 전자출판서비스업 분야이며, 반면 가장 저조한 성장을 보인 분야는 교과서 및 학습서적출판업 분야인 것으로 나타남.

<표 3-29> 출판 분야 시장규모

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR 17-21
매출(십억 원)	21,097	20,800	20,587	20,510	20,766	20,755	20,954	21,341	21,649	22,112	1.6%
수출(천 달러)	245,154	291,863	247,268	222,736	187,388	220,951	248,991	214,732	345,960	428,379	18.0%
종사자수(명)	198,262	193,613	191,033	190,277	185,001	184,794	184,554	185,270	185,444	185,370	0.1%



[그림 3-44] 출판 분야 시장규모 과거 시계열 패턴

○ 출판 분야의 2021년 수출액은 4.3억 달러 규모로 최근 성장세에 있으며, 특히 팬데믹의 여파에도 불구하고 2020년 수출 성장률은 최근 4년 평균성장률(16.1%)보다 매우 높은 60.9% 수준을 보임.

- 권역별로 살펴보면, 동남아로의 수출이 44%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 권역 역시 동남아이며, 반면 중화권, 북미, 유럽으로의 수출은 최근 들어 크게 늘고 있지 않은 것으로 분석됨.

○ 출판 분야의 2021년 종사자수는 185,370명 규모로, 최근 6년 간 18.5만 명 대를 유지하고 있음.
- 세부 분야를 살펴보면, 인쇄업과 계약배달판매업(신문배달판매) 분야가 각각 29%, 16%로 가장 높은 종사자수 비중을 보이고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 인터넷/모바일 전자출판제작업, 인터넷/모바일 전자출판서비스업 분야이며, 반면 저조한 성장을 보인 분야는 계약배달판매업(신문배달판매) 분야인 것으로 나타남.

(2) 만화

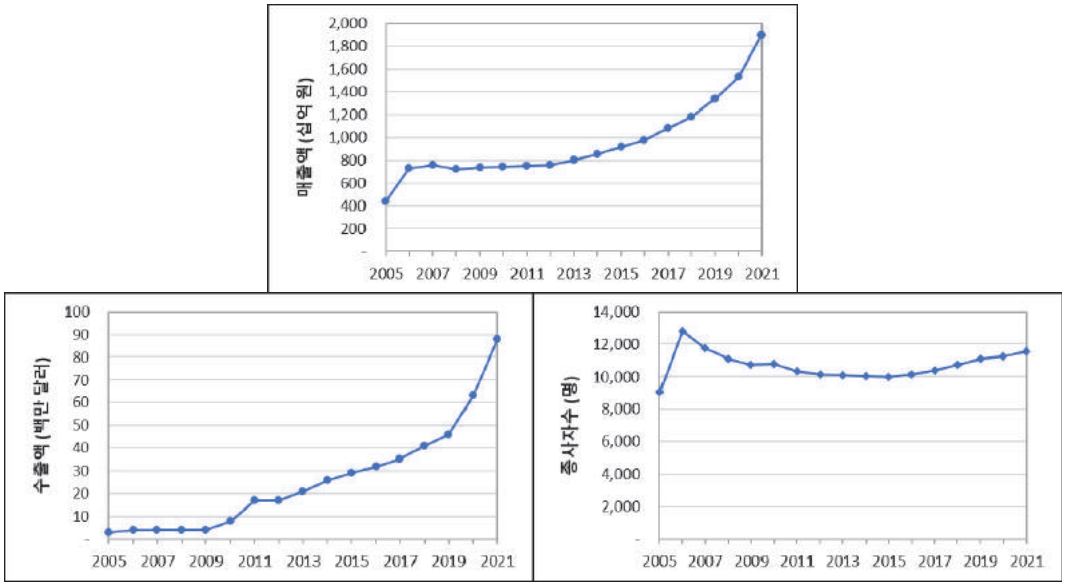
○ 만화 분야의 2021년 매출액은 1.9조 원 규모로, 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 팬데믹에도 불구하고 2020년 오히려 14.7%의 높은 성장률을 보임.
- 세부 분야를 살펴보면, 인터넷/모바일 만화 콘텐츠 서비스 분야가 33%로 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 인터넷/모바일 만화 콘텐츠 서비스, 인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공 분야이며, 반면 가장 저조한 성장을 보인 분야는 서적임대(대여) 분야인 것으로 나타남.

<표 3-30> 만화 분야 시장규모

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR 17-21
매출(십억 원)	759	798	855	919	976	1,082	1,179	1,337	1,534	1,895	15.0%
수출(천 달러)	17,105	20,982	25,562	29,354	32,482	35,262	40,501	46,010	62,715	87,605	25.5%
종사자수(명)	10,161	10,077	10,066	10,003	10,127	10,397	10,761	11,079	11,230	11,563	2.7%

○ 만화 분야의 2021년 수출액은 0.88억 달러 규모로 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 팬데믹의 여파에도 불구하고 2020년 수출 성장률은 최근 4년 평균성장률(21.6%)보다 높은 37.0% 수준을 보임.
- 권역별로 살펴보면, 일본으로의 수출이 25%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음.

- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 권역은 중화권이며, 반면 유럽으로의 수출은 최근 들어 크게 늘고 있지 않은 것으로 분석됨.



[그림 3-45] 만화 분야 시장규모 과거 시계열 패턴

○ 만화 분야의 2021년 종사자수는 11,563명 규모로, 2016년 이후 꾸준한 성장세를 보 이고 있으며, 팬데믹에도 불구하고 2020년 1.4%의 성장률을 보임.

- 세부 분야를 살펴보면, 서적임대(대여), 만화서적 및 잡지류 소매 분야가 각각 24%, 25%로 가장 높은 종사자수 비중을 보이고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공, 인터넷/모바일만화 콘텐츠 서비스 분야이며, 반면 저조한 성장을 보인 분야는 서적임대(대여) 분야인 것으로 나타남.

(3) 음악

○ 음악 분야의 매출액의 경우, 2019년까지는 비교적 꾸준한 성장세를 보였으나, 팬데믹의 여파로 2020년도에는 -11.0%의 성장률을 보이며 크게 감소하였음.

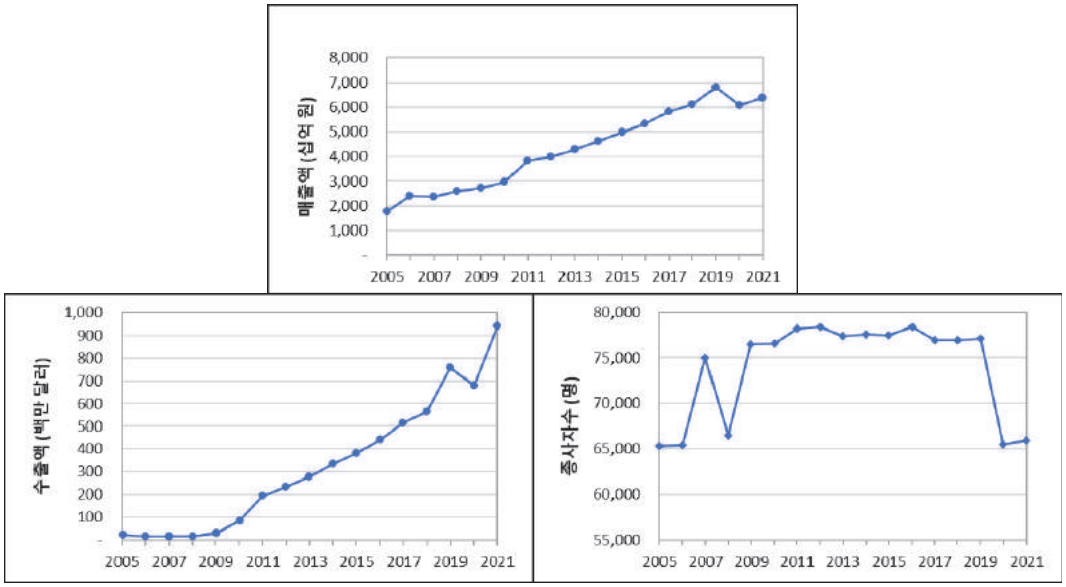
- 음악 분야의 2021년 매출액은 6.4조 원 규모로 2020년의 마이너스 성장을 상당부분 회복하였으나, 2019년도의 매출액 규모까지는 여전히 회복하지 못하였음.
- 세부 분야를 살펴보면, 음악 기획 및 제작업 분야가 33%로 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있는 반면, 음악 오디오물 출판업과 기타 오디오물 제작업은 비중이 매우 미미

한 편임.

- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 음반 도매업분야이며, 반면 가장 저조한 성장을 보인 분야는 -18.2%의 성장률을 보인 노래연습장 운영업 분야인 것으로 나타남.

<표 3-31> 음악 분야 시장규모

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR 17-21
매출(십억 원)	3,995	4,277	4,607	4,975	5,308	5,804	6,098	6,812	6,065	6,357	2.3%
수출(천 달러)	235,097	277,328	335,650	381,023	442,566	512,580	564,236	756,198	679,633	941,354	16.4%
종사자수(명)	78,402	77,456	77,637	77,490	78,393	77,005	76,954	77,149	65,464	65,920	-3.8%



[그림 3-46] 음악 분야 시장규모 과거 시계열 패턴

○ 음악 분야의 수출액은 2019년까지 꾸준한 성장세를 보였으나, 팬데믹의 여파로 2020년에는 최근 4년 평균성장률(9.8%)보다 매우 낮은 -10.1%의 수출 감소를 보였으며, 2021년에는 9.4억 달러로 대폭 반등하여 역대 최고 실적을 기록함.

- 권역별로 살펴보면, 일본으로의 수출이 47%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 권역은 북미이며, 반면 일본으로의 수출은 최근 들어 감소세인 것으로 분석됨.

○ 음악 분야의 2021년 종사자수는 65,920명 규모로, 팬데믹의 영향으로 2019년 대비 대폭

감소하였으며, 2020년은 -15.1%의 매우 큰 감소를 보임.

- 세부 분야를 살펴보면, 노래연습장 운영업분야가 80%로 가장 높은 종사자수 비중을 보이고 있는데, 팬데믹의 여파로 음악 공연업과 함께 가장 큰 감소율을 보임.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 기타 오디오물 제작업분야임.

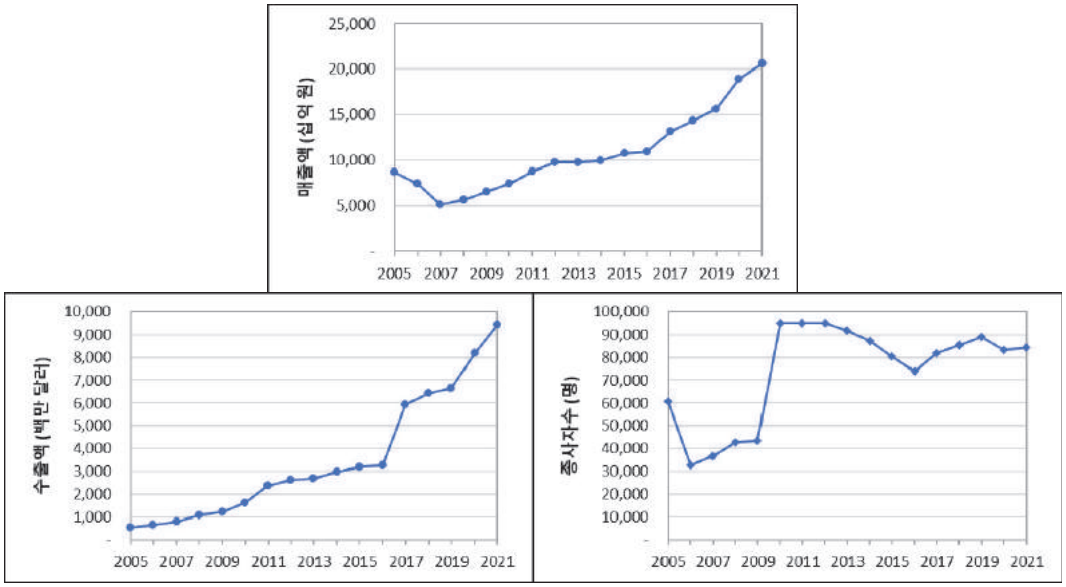
(4) 게임

○ 게임 분야의 2021년 매출액은 20.6조 원 규모로, 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 2020년 21.3%의 높은 성장률로 코로나 팬데믹의 수혜를 입은 것으로 보임.

- 세부 분야를 살펴보면, 모바일게임 분야가 57%로 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 콘솔게임 분야이며, 반면 전자 게임장운영업 분야는 -22.0%의 성장률로 가장 큰 감소를 보인 것으로 나타남.

<표 3-32> 게임 분야 시장규모

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR 17-21
매출(십억 원)	9,753	9,720	9,971	10,722	10,895	13,142	14,290	15,575	18,885	20,618	11.9%
수출(백만 달러)	2,639	2,715	2,974	3,215	3,277	5,923	6,411	6,658	8,194	9,435	12.3%
종사자수(명)	95,051	91,893	87,281	80,388	73,993	81,932	85,492	89,157	83,303	84,506	0.8%



[그림 3-47] 게임 분야 시장규모 과거 시계열 패턴

○ 게임 분야의 2021년 수출액은 94.3억 달러 규모로 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 2020년 수출 성장률은 최근 4년 평균성장률(11.4%)의 두 배 수준인 23.1%를 보임.

- 권역별로 살펴보면, 중화권으로의 수출이 50%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 권역은 유럽이며, 반면 일본으로의 수출은 최근 들어 대폭 감소한 것으로 나타남.

○ 게임 분야의 2021년 종사자수는 84,506명 규모로, 2010년 이후 성장이 정체되고 있는 것으로 나타남.

- 세부 분야를 살펴보면, 컴퓨터 게임방운영업 분야가 46%로 가장 큰 종사자수 비중을 보이고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 콘솔게임 분야이며, 반면 전자 게임장운영업 분야의 성장률은 -23.7%로 매우 큰 역성장을 보인 것으로 분석됨.

(5) 영화

○ 영화 분야의 2021년 매출액은 2.7조 원 규모로, 2008년 이후 꾸준히 증가하다가 코로나19가 큰 충격을 준 2020년에 -53.6%의 마이너스 성장률을 보이는 등 감소세에 있음.

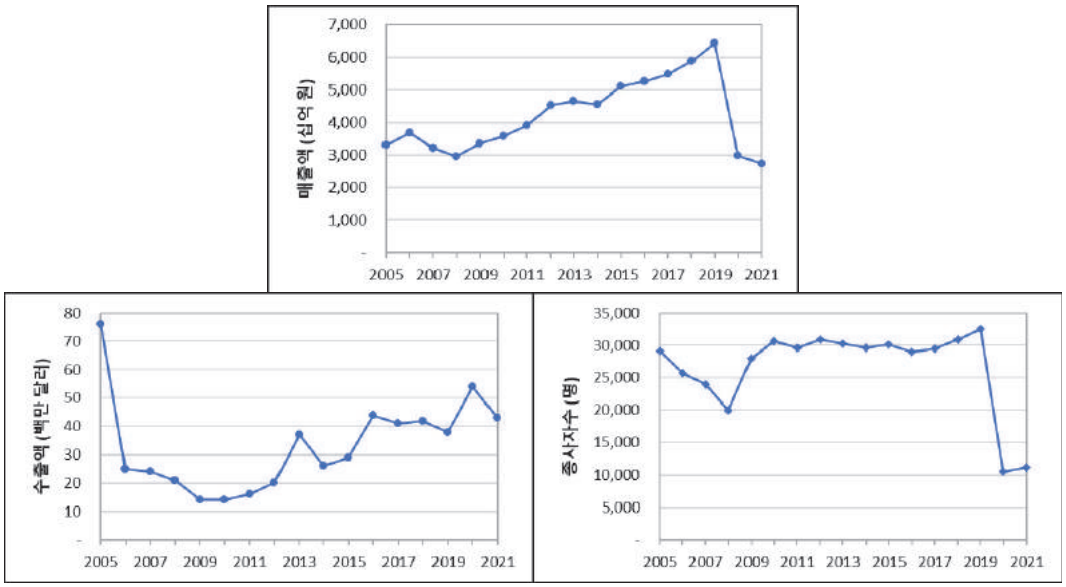
- 세부 분야를 살펴보면, 영화 분야 매출의 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있는 극장상영 분야가 2020년 매우 큰 폭의 감소를 겪음.
- 반면 영화제작 지원 분야와 온라인 배급 분야가 상대적으로 빠른 성장세를 보이고 있음.

<표 3-33> 영화 분야 시장규모

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR 17-21
매출(십억 원)	4,528	4,665	4,565	5,112	5,256	5,495	5,890	6,432	2,987	2,728	-16.1%
수출(천 달러)	20,175	37,071	26,380	29,374	43,894	40,726	41,607	37,877	54,157	43,033	1.4%
종사자수(명)	30,857	30,238	29,646	30,100	28,974	29,546	30,878	32,566	10,497	11,170	-21.6%

○ 영화분야의 2021년 수출액은 0.4억 달러 규모로 다른 분야에 비해 규모 자체가 작은 편이며, 2009년 이후 대체로 성장세를 보이고 있고 매년 등락폭이 매우 큰 편임.

- 권역별로 살펴보면, 아시아로의 수출이 50%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음.



[그림 3-48] 영화 분야 시장규모 과거 시계열 패턴

○ 영화분야의 2021년 종사자수는 11,170명 규모로, 2010년 이후 3만 명 수준을 유지하여 왔으나, 2020년 이후 크게 감소하였음.

- 가장 큰 비중을 차지하고 있는 극장 상영 분야의 종사자수가 사회적 거리두기의 여파로 크게 감소하였기 때문임.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 온라인 배급, 온라인 상영 분야이며, 반면 극장 상영 분야와 함께 영화 수입분야도 큰 폭의 감소를 보였음.

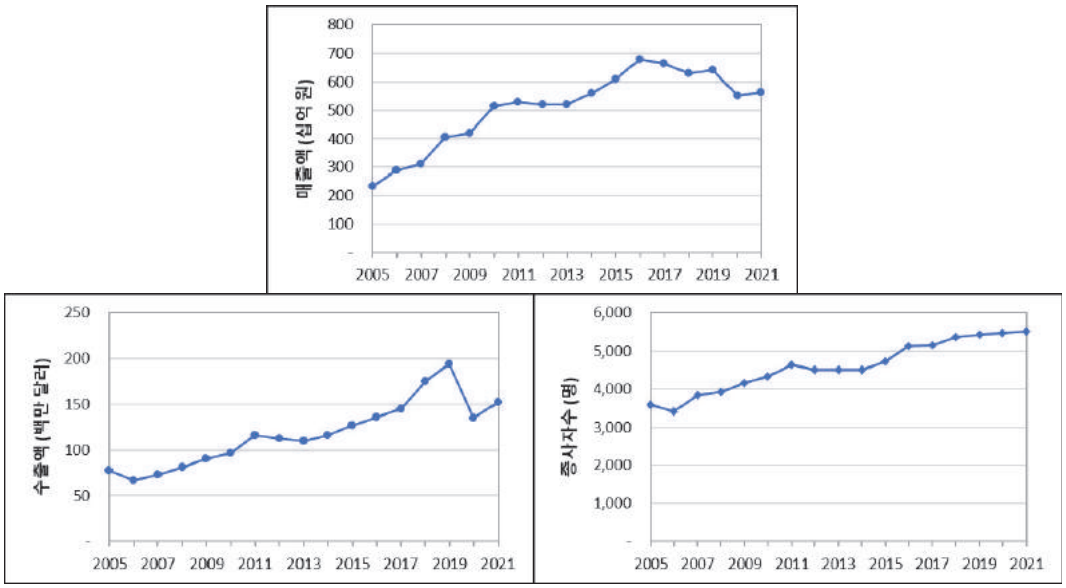
(6) 애니메이션

○ 애니메이션 분야의 2021년 매출액은 0.6조 원 규모로, 2016년을 기점으로 성장세가 둔화되고 있으며, 팬데믹의 여파로 2020년 -13.7%의 성장률을 보였음.

- 세부 분야를 살펴보면, 애니메이션 창작 제작업 분야가 60%로 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 온라인(인터넷/모바일) 애니메이션 유통, 배급 및 홍보업 분야이며, 반면 가장 저조한 성장을 보인 분야는 극장 매출액 분야인 것으로 나타남.

<표 3-34> 애니메이션 분야 시장규모

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR 17-21
매출(십억 원)	521	521	560	610	677	665	629	641	553	563	-4.1%
수출(천 달러)	112,542	109,845	115,652	126,570	135,622	144,870	174,517	194,148	134,532	151,928	1.2%
종사자수(명)	4,503	4,502	4,505	4,728	5,142	5,161	5,380	5,436	5,472	5,519	1.7%



[그림 3-49] 애니메이션 분야 시장규모 과거 시계열 패턴

○ 애니메이션 분야의 2021년 수출액은 1.5억 달러 규모로 2019년 정점에 달한 이후, 팬데믹의 여파로 2020년 수출 성장률은 -30.4%로 큰 폭의 감소를 보임.

- 권역별로 살펴보면, 북미로의 수출이 47%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 권역은 동남아이며, 반면 북미, 유럽으로의 수출은 최근 들어 크게 늘고 있지 않은 것으로 분석됨.

○ 애니메이션 분야의 2021년 종사자수는 5,519명 규모로, 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 팬데믹에도 불구하고 2020년 0.7%의 성장률을 보임.

- 세부 분야를 살펴보면, 애니메이션 창작 제작업분야가 55%로 가장 높은 종사자수 비중을 보이고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 온라인(인터넷/모바일), 애니메이션 서비스업 분야이며, 반면 저조한 성장을 보인 분야는 애니메이션 하청 제작업 분야인 것으로 나타남.

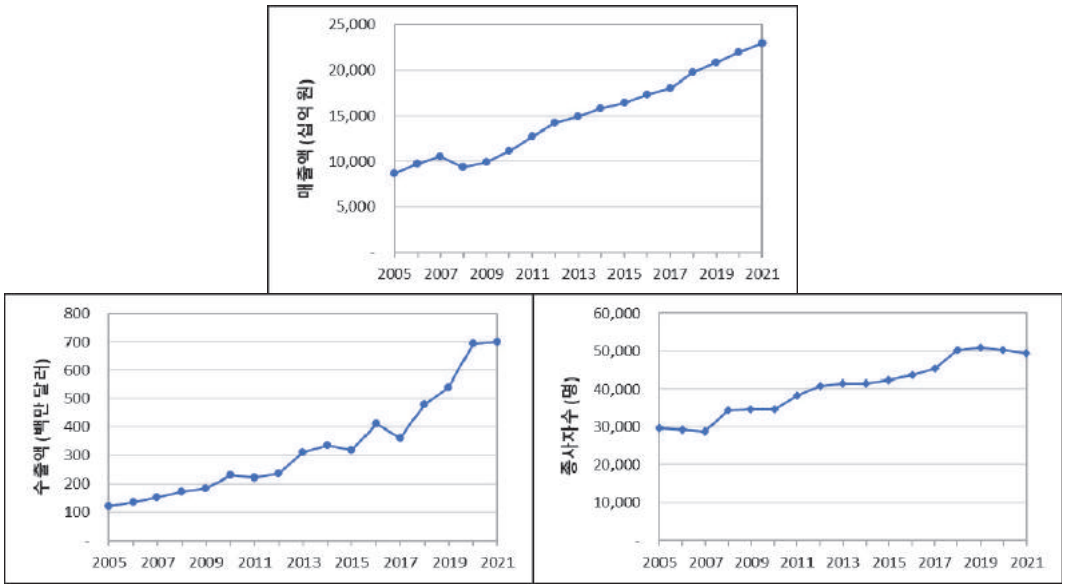
(7) 방송

○ 방송 분야의 2021년 매출액은 23조 원 규모로, 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 팬데믹에도 불구하고 2020년 5.4%의 성장률을 보임.

- 세부 분야를 살펴보면, 방송채널사용사업자 분야가 32%로 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 방송영상독립제작사, 인터넷프로토콜TV(IPTV) 분야이며, 반면 가장 저조한 성장을 보인 분야는 지상파계열 이동멀티미디어방송 분야인 것으로 나타남.

<표 3-35> 방송 분야 시장규모

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR 17-21
매출(십억 원)	14,182	14,941	15,775	16,463	17,331	18,044	19,762	20,843	21,965	22,950	6.2%
수출(천 달러)	233,821	309,399	336,019	320,434	411,212	362,403		539,214	692,790	700,096	17.9%
종사자수(명)	40,774	41,522	41,397	42,378	43,662	45,337	50,286	51,006	50,239	49,450	2.2%



[그림 3-50] 방송 분야 시장규모 과거 시계열 패턴

○ 방송분야의 2021년 수출액은 7억 달러 규모이고, 2005년 이후 대체로 성장세를 보이고 있으며 2020년 수출 성장률은 최근 4년 평균성장률(24.2%)보다 다소 높은 28.6% 수준을 보임.

- 권역별로 살펴보면, 아시아지역으로의 수출이 27%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음.
- 방송분야의 수출 성장률은 코로나19가 큰 영향을 준 2020년까지도 꾸준한 성장세를 보이다가 2021년 정체된 것이 특이사항임.

○ 방송분야의 2021년 종사자수는 49,450명 규모로 2007년 이후 꾸준한 성장세를 보이다가 2019년 이후 다소 감소추세를 보여 2020년 -1.5%의 성장률을 보임.
- 세부 분야를 살펴보면, 방송채널사용 사업자와 지상파방송사업자가 34%, 28%로 가장 높은 종사자수 비중을 보이고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 매출액과 마찬가지로 방송영상독립제작사와 인터넷프로토콜TV(IPTV) 분야이며, 반면 저조한 성장을 보인 분야는 중계유선방송사업자 분야인 것으로 나타남.

(8) 광고

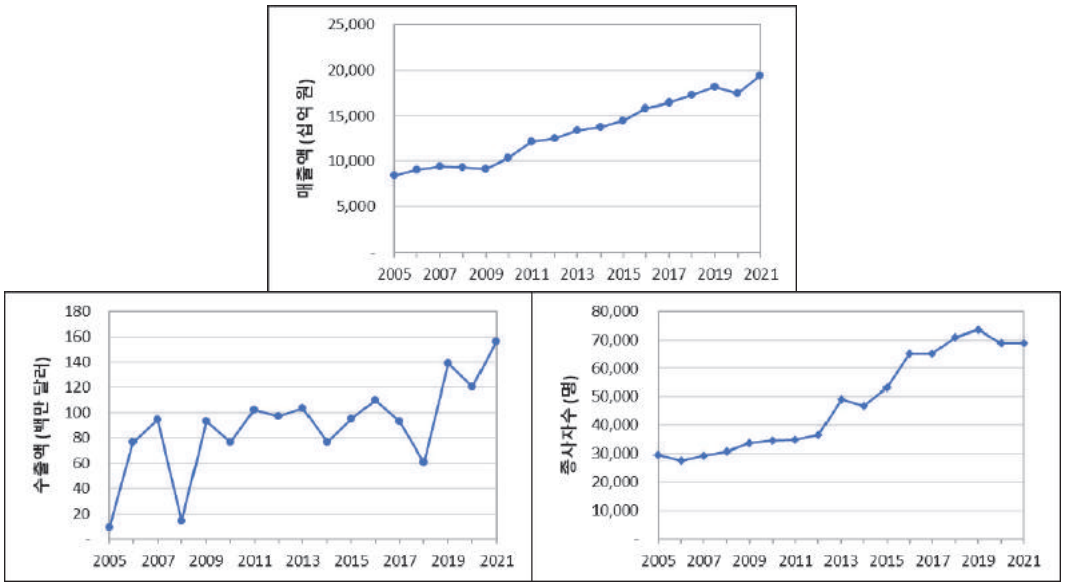
○ 광고분야의 2021년 매출액은 19.4조 원 규모로, 꾸준한 성장세를 보이다가, 2020년 코로나19의 여파로 -3.9%의 마이너스 성장률을 보임.
- 세부 분야를 살펴보면, 종합광고대행 분야가 29%로 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 온라인광고매체대행, 마케팅조사 분야이며, 반면 가장 저조한 성장을 보인 분야는 인쇄광고제작업 분야인 것으로 나타남.

<표 3-36> 광고 분야 시장규모

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR 17-21
매출(십억 원)	12,484	13,356	13,737	14,440	15,795	16,413	17,212	18,134	17,422	19,372	4.2%
수출(천 달러)	97,492	102,881	76,407	94,508	109,804	93,230	61,293	139,083	119,935	155,998	13.7%
종사자수(명)	36,424	49,114	46,918	52,971	65,118	65,159	70,827	73,520	68,888	68,810	1.4%

○ 광고 분야의 2021년 수출액은 1.6억 달러 규모이며, 2006년 이후 1억 달러규모를유지하다가 2016년 이후 큰 폭의 증감을 보이고 있음. 2020년 수출 성장률은 최근 4년 평균성장률(8.9%)보다 크게 낮은 -13.7%를 보임.
- 해외 광고주의 국내 광고수출이 94%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 분야는 해외 광고주의 국내광고 분야이며, 반면

해외 광고주의 해외광고 분야로의 수출은 최근 들어 크게 감소한 것으로 분석됨.



[그림 3-51] 광고 분야 시장규모 과거 시계열 패턴

○ 광고분야의 2021년 종사자수는 68,810명 규모로, 2012년 이후 대체로 꾸준한 성장세를 보이다가 2020년 큰 폭의 감소를 보인 후 2021년까지 회복되지 못하고 있음.

- 세부 분야를 살펴보면, 종합광고대행과 온라인 종합광고대행 분야가 25%, 21%로 가장 높은 종사자수 비중을 보이고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 온라인 광고매체대행, 마케팅 조사 분야이며, 반면 저조한 성장을 보인 분야는 영상광고 제작업, PR(Public Relations) 분야인 것으로 나타남.

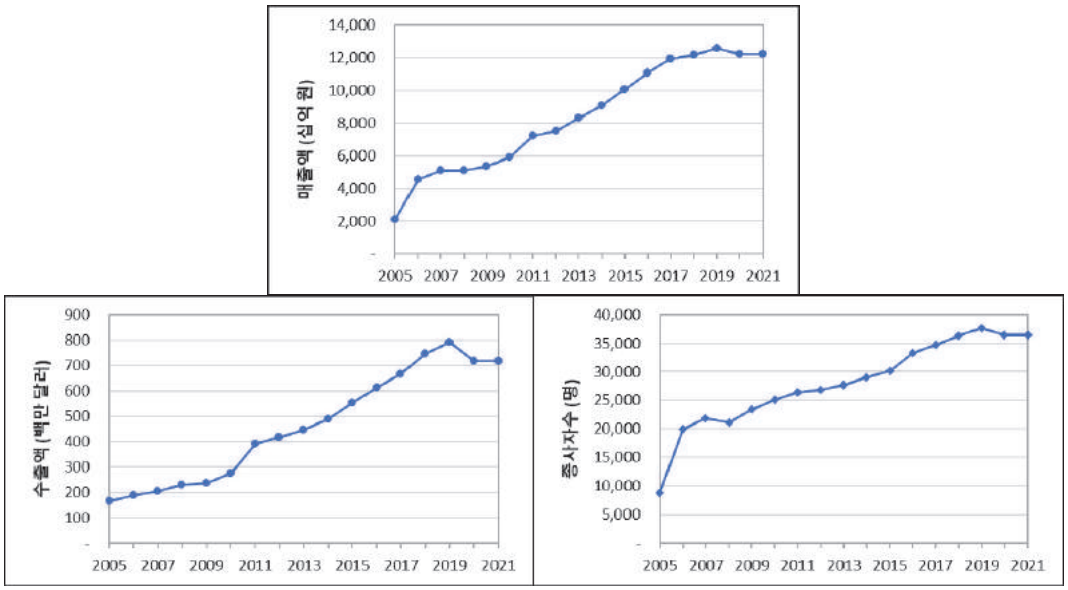
(9) 캐릭터

○ 캐릭터 분야의 2021년 매출액은 12.3조 원 규모로, 꾸준한 성장세를 보이고 있었으나, 팬데믹의 여파로 2020년 -2.8%의 성장률을 보이고 2021년에도 비슷한 규모를 유지하고 있음.

- 세부 분야를 살펴보면, 캐릭터상품 제조업 분야가 42%로 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 캐릭터 개발 및 라이선스업분야이며, 반면 가장 저조한 성장을 보인 분야는 캐릭터상품 제조업 분야인 것으로 나타남.

<표 3-37> 캐릭터 분야 시장규모

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR 17-21
매출(십억 원)	7,518	8,307	9,053	10,081	11,066	11,922	12,207	12,567	12,218	12,258	0.7%
수출(천 달러)	416,454	446,219	489,234	551,456	612,842	663,853	745,142	791,338	715,816	717,762	2.0%
종사자수(명)	26,897	27,701	29,039	30,128	33,323	34,778	36,306	37,521	36,505	36,441	1.2%



[그림 3-52] 캐릭터 분야 시장규모 과거 시계열 패턴

○ 캐릭터 분야의 2021년 수출액은 7.2억 달러 규모로 2005년 이후 꾸준한 성장세를 보이다가 팬데믹의 여파로 2020년 수출 증가율은 최근 4년 평균성장률(4.9%)보다 낮은 -9.5% 수준을 보임.

- 권역별로 살펴보면, 중화권으로의 수출이 23%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 권역은 일본이며, 반면 북미, 유럽으로의 수출은 최근 들어 크게 늘고 있지 않은 것으로 분석됨.

○ 캐릭터 분야의 2021년 종사자수는 36,441명 규모로, 꾸준한 성장세를 보여 왔으나, 팬데믹의 여파로 2020년 -2.7%의 성장률을 보임.

- 세부 분야를 살펴보면, 캐릭터상품 제조업과 캐릭터상품 소매업 분야가 각각 38%, 39%로 가장 높은 종사자수 비중을 보이고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 캐릭터 개발 및 라이선스업이며, 반면 저조한 성장을 보인 분야는 캐릭터상품 제조업인 것으로 나타남.

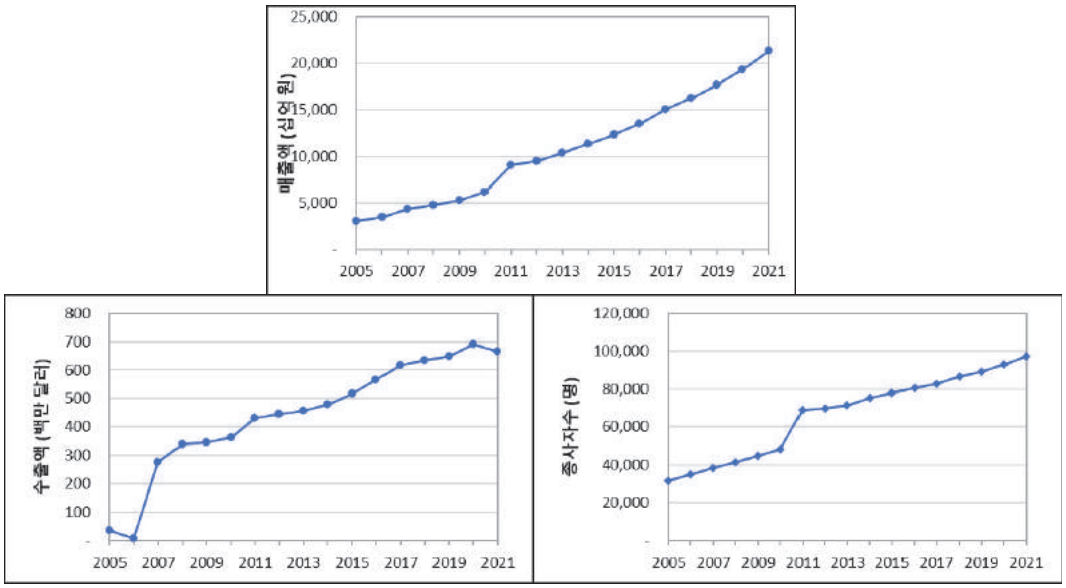
(10) 지식정보

○ 지식정보 분야의 2021년 매출액은 21.3조 원 규모로, 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 2020년에는 팬데믹에도 불구하고 9.6%의 성장률을 보임.

- 세부 분야를 살펴보면, 포털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업 분야가 51%로 절반의 매출 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 기타 가상세계 및 가상현실 기획 및 제작업 분야이고, 반면 e-learning 기획업 분야는 가장 느린 성장률을 보인 것으로 나타남.

<표 3-38> 지식정보 분야 시장규모

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR 17-21
매출(십억 원)	9,529	10,388	11,344	12,342	13,462	15,041	16,291	17,669	19,373	21,345	9.1%
수출(천 달러)	444,837	456,911	479,653	515,703	566,412	616,061	633,878	649,623	691,987	666,586	2.0%
종사자수(명)	69,961	71,591	75,142	77,809	80,396	82,470	86,490	89,286	93,182	97,244	4.2%



[그림 3-53] 지식정보 분야 시장규모 과거 시계열 패턴

○ 지식정보 분야의 2021년 수출액은 6.7억 달러 규모로 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 2020년 수출 성장률은 최근 4년 평균성장률(4.0%)보다 높은 6.5%를 보임.

- 권역별로 살펴보면, 동남아로의 수출이 44%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음.

- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 권역은 유럽이며, 반면 중화권으로의 수출은 가장 느린 성장률을 보임.

○ 지식정보 분야의 2021년 종사자수는 97,244명 규모로, 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 팬데믹에도 불구하고 2020년 4.4%의 성장률을 보임.
- 세부 분야를 살펴보면, e-learning 인터넷/모바일서비스업 분야가 22%로 가장 높은 종사자수 비중을 보이고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 기타 가상세계 및 가상현실 기획 및 제작업 분야이며, 반면 가장 저조한 성장을 보인 분야는 에듀테인먼트기획 및 제작업 분야인 것으로 나타남.

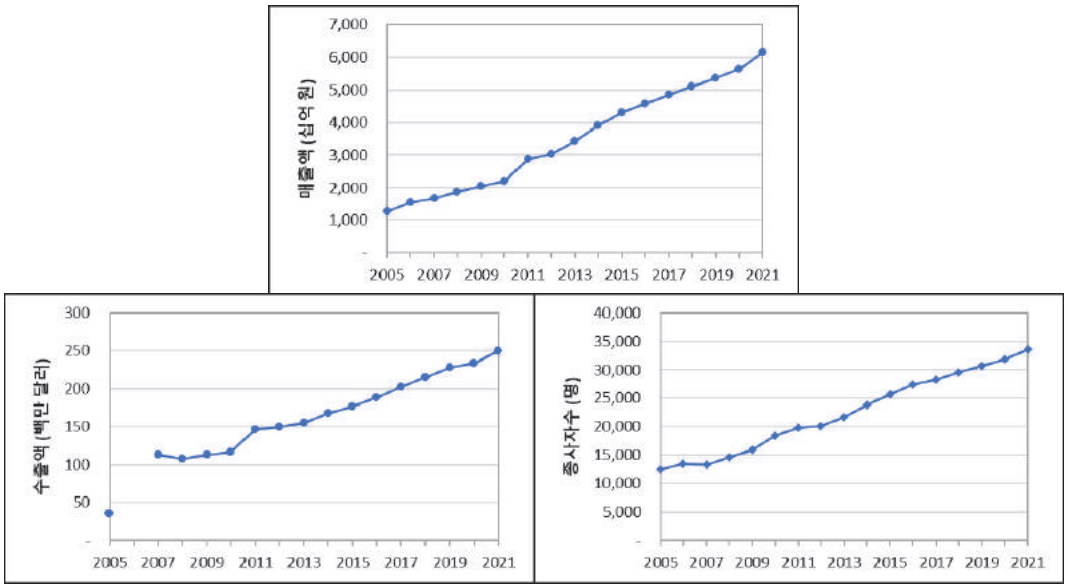
(11) 콘텐츠솔루션

○ 콘텐츠솔루션 분야의 2021년 매출액은 6.2조 원 규모로, 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 팬데믹에도 불구하고 2020년 5.0%의 성장률을 보임.
- 세부 분야를 살펴보면, 모바일솔루션 분야가 29%로 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 콘텐츠관리시스템, 기타 콘텐츠솔루션 분야이며, 반면 가장 저조한 성장을 보인 분야는 모바일솔루션 분야인 것으로 나타남.

<표 3-39> 콘텐츠솔루션 분야 시장규모

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR 17-21
매출(십억 원)	3,029	3,438	3,895	4,312	4,584	4,852	5,095	5,361	5,635	6,159	6.1%
수출(천 달러)	149,912	155,201	167,860	175,583	188,495	201,508	214,933	227,881	233,196	250,111	5.6%
종사자수(명)	20,145	21,731	23,795	25,656	27,374	28,268	29,509	30,655	31,863	33,561	4.4%

○ 콘텐츠솔루션 분야의 2021년 수출액은 2.5억 달러 규모로 꾸준한 성장세를 보이고 있으나, 팬데믹의 여파로 2020년 수출 성장률은 최근 4년 평균성장률(4.9%)보다 다소 낮은 2.2% 수준을 보임.
- 권역별로 살펴보면, 일본으로의 수출이 33%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 권역은 동남아이며, 반면 북미, 유럽으로의 수출은 최근 들어 크게 늘고 있지 않은 것으로 분석됨.



[그림 3-54] 콘텐츠솔루션 분야 시장규모 과거 시계열 패턴

○ 콘텐츠솔루션 분야의 2021년 종사자수는 33,561명 규모로, 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 팬데믹에도 불구하고 2020년 3.9%의 성장률을 보임.

- 세부 분야를 살펴보면, 모바일솔루션과 기타 콘텐츠솔루션 분야가 24%로 가장 높은 종사자수 비중을 보이고 있음.
- 최근 4년간 가장 빠른 성장률을 보인 세부 분야는 콘텐츠관리시스템, 기타 콘텐츠솔루션 분야이며, 반면 저조한 성장을 보인 분야는 콘텐츠보호, 모바일솔루션 분야인 것으로 나타남.

4. 소결

○ 국내 콘텐츠산업은 코로나19를 겪으며 온라인 콘텐츠 서비스 및 소비 확대, K-콘텐츠 한류열풍 지속 및 글로벌화, 콘텐츠 주요 소비층의 확대, 메타버스·가상인간·NFT 등 신기술 도입 등의 효과로 꾸준한 성장을 이뤄오고 있음.

○ 국내 콘텐츠산업 매출액의 경우 2021년 136조 원 규모로 추정되며, 코로나19의 여파에도 불구하고 최근 3년 3.7%의 연평균성장률로 성장하였으며, 수출액 역시 게임 분야를 중심으로 큰 폭의 성장을 거둬2021년 136억 달러를 달성하였음.

○ 그러나 코로나19의 여파로 영화, 음악 등 오프라인 서비스가 중심이었던 분야는 매출과

고용에서 2020년 큰 폭의 하락을 겪었으며 2021년부터 서서히 회복되고 있음.

○ 국내 생산 콘텐츠의 90% 가량은 국내에서 소비되고 수출 비중은 10% 남짓으로 분석되었으며, 수입규모는 수출액의 10% 수준으로 국내 소비의 상당 부분은 국내 콘텐츠로 구성되어 있음을 알 수 있음.

○ 콘텐츠 산업 생태계는 <기획-제작-유통-소비>의 가치사슬을 형성하고 있었으나, OTT의 활성화, 모바일기기 보급 및 5G 통신서비스 활성화 등으로 인해 산업 전반의 혁신과 생태계 변화촉진을 가져오고 있음.

○ 코로나19에 얼마나 잘 적응했는지 여부에 따라 분야별 주요 기업들의 재무 실적에 편차가 있었으며, 대기업과 중소기업 간에도 차이가 있었음.

○ 콘텐츠산업의 수요와 공급은 정치, 경제, 사회, 기술적인 환경변화에 매우 민감하게 반응하는 특징을 보이고 있으며, 콘텐츠산업의 시장규모에 영향을 미칠 것으로 예상되는 주요 영향요인들은 아래 표와 같이 정리해 볼 수 있고 이를 바탕으로 델파이 분석을 수행함.

<표 3-40> 콘텐츠산업 시장동향분석을 통해 도출된 주요영향요인

구분	시장영향요인
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제
정책2	메타버스·디지털전환 지원
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원
정책5	저작권 보호 정책 강화
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감
경제7	국제분쟁 및 경기침체 우려
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가
사회6	저출산으로 인한 인구감소 및 고령화
기술1	메타버스 플랫폼의 확장
기술2	가상인간 기술의 발전
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스

제4장 정성적 시장전망

2022

제4장 정성적 시장전망

1. 콘텐츠산업 성장의 주요영향요인 분석

가. 전체 콘텐츠산업 성장의 주요영향요인

○ 우리나라 전체 콘텐츠산업의 시장성장을 견인할 주요 요인으로는 ‘국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속 (2.6)’, ‘K-콘텐츠 한류열풍 지속 (2.4)’, ‘창의적 IP 확보를 위한 제작 투자 (2.1)’, ‘콘텐츠 주요 소비층의 확대 (2.1)’, ‘성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가 (2.0)’, ‘코로나19 사회적 거리두기 조치 해제 (1.8)’, ‘코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대 (1.8)’, ‘메타버스·디지털전환 지원 (1.8)’ 등의 순으로 분석되었음.

- 콘텐츠산업에 종사하고 있는 국내 전문가들은 K-콘텐츠가 글로벌 시장에서 성공을 거두는 사례가 늘어나는 것이 우리나라 콘텐츠산업의 시장성장에 가장 큰 요인이 될 것으로 판단하였음.
- 또한 정부의 콘텐츠 제작 지원 정책과 코로나19에 대한 사회적 거리두기 조치 해제 등도 콘텐츠 생산과 소비를 촉진시키는 중요한 요인으로 꼽았음.
- 콘텐츠 소비층이 확대되고 있고 코로나19를 겪으면서 비대면 온라인 콘텐츠 소비가 확대되고 있는 사회적 현상 역시 중요한 시장성장 요인으로 작용할 것으로 분석되었음.

○ 반면, ‘국제분쟁 및 경기침체 우려 (-2.2)’, ‘저출산으로 인한 인구감소 및 고령화 (-1.4)’, ‘금리 인상, 초저금리 시대의 마감 (-1.2)’은 향후 국내 콘텐츠산업의 시장규모를 위축시킬 가장 중요한 요인으로 꼽혔음.

○ 한편 ‘방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대’와 ‘콘텐츠 플랫폼의 대형화’는 분야별로 다른 영향을 줄 것으로 분석되었음.

- 방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구는 오프라인 서비스가 큰 비중을 차지하는 음악, 영화 분야에 대해서는 부정적인 요인으로 작용하였으나, 온라인 서비스 위주로 운영되고 있는 게임, 만화 분야에 대해서는 긍정적인 요인으로 작용할 것으로 분석되었음.
- 콘텐츠 플랫폼의 대형화는 이미 한창 진행되고 있는 방송, 광고, 캐릭터 분야에는 긍정적인 요인으로 작용하는 반면, 아직 크게 활성화되어 있지 않은 만화, 게임 분야와 콘텐츠솔루션 분야에는 부정적인 영향을 미칠 것으로 분석됨.

<표 4-1> 시장영향요인이 콘텐츠산업 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수

구분	시장영향요인	평균점수
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제	1.8
정책2	메타버스·디지털전환 지원	1.8
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자	2.1
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원	1.4
정책5	저작권 보호 정책 강화	1.6
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	1.4
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화	1.7
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속	2.6
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합	1.7
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대	1.6
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성	0.5
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감	-1.2
경제7	국제분쟁 및 경기침체 우려	-2.2
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대	1.8
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속	2.4
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대	2.1
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대	0.3
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	2.0
사회6	저출산으로 인한 인구감소 및 고령화	-1.4
기술1	메타버스 플랫폼의 확장	1.5
기술2	가상인간 기술의 발전	1.2
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장	1.4
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스	1.5

* 각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(−), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가

나. 분야별 시장성장의 주요영향요인

(1) 출판

○ 출판 분야 시장성장을 견인할 주요 요인은 '저작권 보호 정책 강화 (2.2)', 'K-콘텐츠 한류열풍 지속 (2.2)', '성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가 (1.8)'. '국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속 (1.6)', '콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련 (1.4)', '콘텐츠 플랫폼의 대형화 (1.4)' 등의 순서인 것으로 나타남.

○ 반면, '출산율 저하로 인한 교육시장의 변화 (-2.0)', '금리 인상, 초저금리 시대의 마감 (-1.2)'은 향후 출판 분야 시장규모를 감소시킬 중요한 요인인 것으로 나타나, 향

후 경기 침체 및 불확실성에 대한 우려가 있는 것으로 분석됨.

○ 한편 '가상인간 기술의 발전'은 출판 분야의 중장기적 시장규모에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 전망됨.

<표 4-2> 시장영향요인이 출판 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수

구분	시장영향요인	평균점수
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제	0.8
정책2	메타버스·디지털전환 지원	1.2
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자	1.2
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원	1.2
정책5	저작권 보호 정책 강화	2.2
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	1.4
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화	1.4
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속	1.6
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합	0.4
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대	1.0
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성	0.4
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감	-1.2
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대	1.2
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속	2.2
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대	1.2
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대	0.2
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	1.8
사회6	출산율 저하로 인한 교육시장의 변화	-2.0
기술1	메타버스 플랫폼의 확장	0.8
기술2	가상인간 기술의 발전	0.2
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장	0.4
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스	1.0

* 각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(−), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가

(2) 만화

○ 만화 분야 시장성장을 견인할 주요 요인은 '코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대 (2.8)', 'K-콘텐츠 한류열풍 지속 (2.6)', '콘텐츠 주요 소비층의 확대 (2.6)', '성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가 (2.6)', '창의적 IP 확보를 위한 제작 투자 (2.6)' 등의 순서인 것으로 나타났으며, 대체로 사회 요인들이 중요한 긍정적 요인들로 분석됨.

○ 반면, ‘금리 인상, 초저금리 시대의 마감 (-1.2)’과 ‘콘텐츠 플랫폼의 대형화 (-0.4)’는 향후 만화 분야 시장규모를 감소시킬 중요한 요인인 것으로 나타남.

○ 한편 ‘코로나19 사회적 거리두기 조치 해제’는 만화 분야의 중장기적 시장규모에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 전망됨.

<표 4-3> 시장영향요인이 만화 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수

구분	시장영향요인	평균점수
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제	-0.2
정책2	메타버스·디지털전환 지원	1.4
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자	2.6
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원	1.6
정책5	저작권 보호 정책 강화	2.4
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	2.2
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화	-0.4
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속	2.4
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합	2.0
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대	2.2
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성	0.8
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감	-1.2
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대	2.8
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속	2.6
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대	2.6
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대	1.4
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	2.6
기술1	메타버스 플랫폼의 확장	1.2
기술2	가상인간 기술의 발전	1.2
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장	0.8
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스	1.4

* 각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(−), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가

(3) 음악

○ 음악 분야 시장성장을 견인할 주요 요인은 ‘코로나19 사회적 거리두기 조치 해제 (2.8)’, ‘국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속 (2.4)’, ‘국내외 음악 플랫폼 공정 경쟁 (2.3)’, ‘K-콘텐츠 한류열풍 지속 (2.2)’, ‘콘텐츠 주요 소비층의 확대 (2.0)’ 등의 순서인 것으로 나타났음.

○ 반면, ‘국제분쟁 및 경기침체 우려 (-2.0)’와 ‘방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대 (-1.0)’는 향후 음악 분야 시장규모를 감소시킬 중요한 요인인 것으로 나타나, 향후 경기 침체 및 코로나19 재확산에 대한 우려가 있는 것으로 분석됨.

<표 4-4> 시장영향요인이 음악 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수

구분	시장영향요인	평균점수
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제	2.8
정책2	메타버스·디지털전환 지원	1.0
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자	1.6
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원	1.2
정책5	저작권 보호 정책 강화	1.2
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	1.0
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화	1.2
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속	2.4
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합	1.0
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대	1.0
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성	0.5
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감	1.1
경제7	국제분쟁 및 경기침체 우려	-2.0
경제8	국내외 음악 플랫폼 공정 경쟁	2.3
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대	1.4
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속	2.2
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대	2.0
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대	-1.0
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	1.7
기술1	메타버스 플랫폼의 확장	0.8
기술2	가상인간 기술의 발전	0.8
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장	0.8
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스	1.3

* 각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(−), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가

(4) 게임

○ 게임 분야 시장성장을 견인할 주요 요인은 ‘블록체인을 활용한 P2E게임 활성화 (2.8)’, ‘성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가 (2.6)’, ‘NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장 (2.6)’, ‘세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합 (2.4)’, ‘콘텐츠 주요 소비층의 확대 (2.4)’ 등의 순서인 것으로 나타났음.

○ 반면, ‘한한령 등 정치적 규제 요인 발생 가능성 (-2.5)’과 ‘게임중독 코드 등재 (-2.0)’는 향후 게임 분야 시장규모를 감소시킬 중요한 요인인 것으로 나타나, 향후 국내외 정책적인 상황에 대한 우려가 있는 것으로 분석됨.

○ 게임 분야는 다른 분야와 달리 ‘블록체인을 활용한 P2E게임 활성화 (2.8)’, ‘한한령 등 정치적 규제 요인 발생 가능성 (-2.5)’, ‘게임중독 코드 등재 (-2.0)’, ‘게임 셧다운제 폐지 및 시간선택제로 일원화 (1.2)’가 향후 시장성장에 중요한 영향을 미치는 요인으로 분석되었음.

○ 한편, ‘코로나19 사회적 거리두기 조치 해제 (-0.2)’와 ‘금리 인상, 초저금리 시대의 마감 (0.2)’은 게임 분야의 중장기적 시장규모에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 전망됨.

<표 4-5> 시장영향요인이 게임 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수

구분	시장영향요인	평균점수
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제	-0.2
정책2	메타버스·디지털전환 지원	1.4
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자	2.0
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원	1.0
정책5	저작권 보호 정책 강화	1.4
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	1.4
정책7	게임 셧다운제 폐지 및 시간선택제로 일원화	1.2
정책8	게임중독 코드 등재	-2.0
정책9	한한령 등 정치적 규제요인 발생 가능성	-2.5
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화	1.6
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속	2.2
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합	2.4
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대	2.2
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성	0.6
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감	0.2
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대	2.0
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속	1.4
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대	2.4
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대	1.0
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	2.6
기술1	메타버스 플랫폼의 확장	1.8
기술2	가상인간 기술의 발전	0.8
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장	2.6
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스	1.8
기술5	블록체인을 활용한 P2E게임 활성화	2.8

* 각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(−), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가

(5) 영화

○ 영화분야 시장성장을 견인할 주요 요인은 ‘코로나19 사회적 거리두기 조치 해제 (3.0)’, ‘국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속 (2.6)’, ‘창의적 IP 확보를 위한 제작 투자 (2.4)’, ‘K-콘텐츠 한류열풍 지속 (2.4)’, ‘콘텐츠 주요 소비층의 확대 (2.0)’, ‘성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가 (2.0)’ 등의 순서인 것으로 나타남.

○ 반면, ‘금리 인상, 초저금리 시대의 마감 (-2.2)’은 향후 영화 분야 시장규모를 감소시킬 중요한 요인인 것으로 나타나, 향후 경기 침체 및 불확실성에 대한 우려가 있는 것으로 분석됨. 또한 ‘콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영의 필요성 (-0.8)’ 역시 영화산업의 대기업들에게 부담으로 작용하는 것으로 분석됨.

○ 한편, ‘메타버스 플랫폼의 확장’, ‘가상인간 기술의 발전’, ‘NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장’ 등 기술적 요인들과 정부의 ‘메타버스·디지털전환 지원’ 정책은 영화 분야의 중장기적 시장규모에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 전망됨.

<표 4-6> 시장영향요인이 영화 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수

구분	시장영향요인	평균점수
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제	3.0
정책2	메타버스·디지털전환 지원	0.0
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자	2.4
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원	1.0
정책5	저작권 보호 정책 강화	1.4
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	1.4
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화	1.6
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속	2.6
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합	1.8
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대	1.0
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성	-0.8
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감	-2.2
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대	-0.2
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속	2.4
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대	2.0
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대	0.6
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	2.0
기술1	메타버스 플랫폼의 확장	0.0
기술2	가상인간 기술의 발전	0.0
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장	0.0
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스	0.4

* 각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(−), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가

(6) 애니메이션

○ 애니메이션 분야 시장성장을 견인할 주요 요인은 '국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속 (2.2)', K-콘텐츠 한류열풍 지속 (1.8)', '성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가 (1.6)', '창의적 IP 확보를 위한 제작 투자 (1.4)', '저작권 보호 정책 강화 (1.4)', '콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련 (1.4)', '세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합 (1.4)', '코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대 (1.4)' 등의 순서인 것으로 나타났으며, 대체로 정책 및 사회 요인들이 중요한 긍정적 요인들로 분석됨.

○ 반면, '국제분쟁 및 경기침체의 우려 (-2.3)', '금리 인상, 초저금리 시대의 마감 (-2.0)'은 향후 애니메이션 분야 시장규모를 감소시킬 중요한 요인인 것으로 나타나, 국제사회분쟁 및 금리인상으로 인한 경기침체의 파급효과에 대해 우려가 있는 것으로 분석됨.

<표 4-7> 시장영향요인이 애니메이션 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수

구분	시장영향요인	평균점수
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제	0.6
정책2	메타버스·디지털전환지원	0.6
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자	1.4
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원	1.0
정책5	저작권 보호 정책 강화	1.4
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	1.4
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화	2.0
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속	2.2
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합	1.4
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대	0.8
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성	-0.4
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감	-2.0
경제7	국제 분쟁 및 경기 침체 우려	-2.3
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대	1.4
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속	1.8
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대	2.0
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대	0.4
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	1.6
기술1	메타버스 플랫폼의 확장	0.8
기술2	가상인간 기술의 발전	1.0
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장	0.8
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스	1.0

* 각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(−), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가

(7) 방송

○ 방송 분야 시장성장을 견인할 주요 요인은 ‘콘텐츠 플랫폼의 대형화 (2.6)’, ‘국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속 (2.6)’, ‘K-콘텐츠 한류열풍 지속 (2.6)’, ‘창의적 IP 확보를 위한 제작 투자 (2.4)’, ‘콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련 (2.4)’ 등의 순서인 것으로 나타남.

○ 반면, ‘근로기준법 강화로 인한 인건비 및 제작비 증가 (-2.0)’, ‘금리 인상, 초저금리 시대의 마감 (-1.8)’, ‘국제분쟁 및 경기침체 우려 (-1.6)’, ‘방송규제의 경직성 (-1.0)’은 향후 방송 분야 시장규모를 감소시킬 중요한 요인인 것으로 분석됨.

○ 한편, ‘코로나19 사회적 거리두기 조치 해제’, ‘콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성’은 방송 분야의 중장기적 시장규모에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 전망됨.

<표 4-8> 시장영향요인이 방송 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수

구분	시장영향요인	평균점수
정책1	코로나19 사회적 거리두기조치 해제	0.0
정책2	메타버스·디지털전환지원	1.2
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자	2.4
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원	1.8
정책5	저작권 보호 정책 강화	2.2
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	2.4
정책7	근로기준법 강화로 인한 인건비 및 제작비 증가	-2.0
정책8	방송규제의 경직성	-1.0
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화	2.6
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속	2.6
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합	1.0
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대	1.2
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성	0.2
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감	-1.8
경제7	국제분쟁 및 경기침체 우려	-1.6
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대	1.8
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속	2.6
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대	2.2
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대	0.6
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	1.8
기술1	메타버스 플랫폼의 확장	1.2
기술2	가상인간 기술의 발전	0.8
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장	1.2
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스	0.8

* 각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(−), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가

(8) 광고

○ 광고 분야 시장성장을 견인할 주요 요인은 'K-콘텐츠 한류열풍 지속 (2.2)', '코로나19 사회적 거리두기 조치 해제 (2.0)', '국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속 (2.0)', '콘텐츠 주요 소비층의 확대 (2.0)', '콘텐츠 플랫폼의 대형화 (1.8)', '코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대 (1.8)' 등의 순서인 것으로 나타남.

○ 반면, '저출산으로 인한 인구감소 및 고령화 (-1.2)', '방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대 (-0.8)', '금리 인상, 초저금리 시대의 마감 (-0.4)'은 향후 광고 분야 시장규모를 감소시킬 중요한 요인인 것으로 분석됨.

<표 4-9> 시장영향요인이 광고 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수

구분	시장영향요인	평균점수
정책1	코로나19 사회적 거리두기조치 해제	2.0
정책2	메타버스·디지털전환지원	1.2
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자	0.6
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원	0.6
정책5	저작권 보호 정책 강화	0.8
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	0.6
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화	1.8
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속	2.0
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합	1.4
경제4	제작/투자/거래등으로 개인 소비자의 역할 확대	1.2
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성	0.6
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감	-0.4
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대	1.8
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속	2.2
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대	2.0
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대	-0.8
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	1.4
사회6	저출산으로 인한 인구감소 및 고령화	-1.2
기술1	메타버스 플랫폼의 확장	1.0
기술2	가상인간 기술의 발전	1.0
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장	1.2
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스	1.0

* 각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(−), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가

(9) 캐릭터

○ 캐릭터 분야 시장성장을 견인할 주요 요인은 '콘텐츠 주요 소비층의 확대 (2.8)', '코로나19 사회적 거리두기 조치 해제 (2.4)', '국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속 (2.4)', '창의적 IP 확보를 위한 제작 투자 (2.2)', '콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련 (2.2)', '성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가 (2.2)' 등의 순서인 것으로 나타남.

○ 반면, '국제분쟁 및 경기침체 우려 (-3.0)', '금리 인상, 초저금리 시대의 마감 (-1.2)', '저출산으로 인한 인구감소 및 고령화 (-1.0)'는 향후 캐릭터 분야 시장규모를 감소시킬 중요한 요인인 것으로 분석됨.

○ 캐릭터 분야는 타 분야와 다르게 제조업 특성을 가져 국제분쟁 및 경기침체로 인한 원료 수급 및 수출 차질에 대한 이슈가 크며, 주요 소비층인 저연령 인구의 감소 역시 중요한 요인으로 작용함.

○ 한편 '콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성', '방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대'는 캐릭터 분야의 중장기적 시장규모에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 전망됨.

<표 4-10> 시장영향요인이 캐릭터 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수

구분	시장영향요인	평균점수
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제	2.4
정책2	메타버스·디지털전환지원	1.8
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자	2.2
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원	1.4
정책5	저작권 보호 정책 강화	1.2
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	2.2
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화	2.0
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속	2.4
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합	2.0
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대	2.0
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성	-0.2
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감	-1.2
경제7	국제분쟁 및 경기침체 우려	-3.0
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대	0.8
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속	1.0

구분	시장영향요인	평균점수
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대	2.8
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대	0.2
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	2.2
사회6	저출산으로 인한 인구감소 및 고령화	-1.0
기술1	메타버스 플랫폼의 확장	2.0
기술2	가상인간 기술의 발전	0.8
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장	1.8
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스	1.2

* 각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(−), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가

(10) 지식정보

○ 지식정보 분야 시장성장을 견인할 주요 요인은 '제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대 (1.8)', '코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대 (1.8)', '콘텐츠 주요 소비층의 확대 (1.8)', '메타버스·디지털전환 지원 (1.6)', '세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합 (1.6)' 등의 순서인 것으로 나타났음.

○ 한편 지식정보 분야의 시장규모를 감소시킬만한 요인은 특별히 없으며, '금리 인상, 초저금리 시대의 마감' 역시 지식정보 분야의 중장기적 시장규모에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 전망됨.

<표 4-11> 시장영향요인이 지식정보 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수

구분	시장영향요인	평균점수
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제	0.4
정책2	메타버스·디지털전환 지원	1.6
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자	1.2
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원	0.8
정책5	저작권 보호 정책 강화	1.2
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	0.8
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화	1.2
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속	1.2
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합	1.6
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대	1.8
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성	0.6

구분	시장영향요인	평균점수
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감	0.0
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대	1.8
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속	1.4
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대	1.8
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대	0.2
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	1.4
기술1	메타버스 플랫폼의 확장	0.8
기술2	가상인간 기술의 발전	0.8
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장	0.8
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스	1.4

* 각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(−), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가

(11) 콘텐츠솔루션

○ 콘텐츠솔루션 분야 시장성장을 견인할 주요 요인은 ‘K-콘텐츠 한류열풍 지속 (2.4)’, ‘메타버스 플랫폼의 확장 (2.2)’, ‘NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장 (2.0)’, ‘재택/원격근무의 활성화 (2.0)’, ‘가상인간 기술의 발전 (1.8)’, ‘코로나 19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대 (1.8)’, ‘국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속 (1.8)’ 등의 순서인 것으로 나타났으며, 대체로 기술 요인들이 중요한 긍정적 요인들로 분석됨.

○ 반면, ‘금리 인상, 초저금리 시대의 마감 (-1.8)’은 향후 콘텐츠솔루션 분야 시장규모를 감소시킬 중요한 요인인 것으로 나타나, 향후 경기 침체 및 불확실성에 대한 우려가 있는 것으로 분석됨.

○ 콘텐츠솔루션 분야는 다른 분야와 달리 ‘근로기준법에 따른 근무시간 변경 가능성 (1.0)’과 ‘재택/원격근무의 활성화 (2.0)’가 향후 시장성장에 중요한 영향을 미치는 요인으로 분석되었음.

○ 한편 ‘콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성’은 콘텐츠솔루션 분야의 중장기적 시장규모에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 전망됨.

<표 4-12> 시장영향요인이 콘텐츠솔루션 시장규모에 미치는 영향력에 대한 전문가 평가점수

구분	시장영향요인	평균점수
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제	1.2
정책2	메타버스·디지털전환 지원	1.6
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자	1.6
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원	0.8
정책5	저작권 보호 정책 강화	0.8
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련	1.2
정책7	근로기준법에 따른 근무시간 변경 가능성	1.0
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화	1.0
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속	1.8
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합	1.4
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대	1.4
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성	0.0
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감	-1.8
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대	1.8
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속	2.4
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대	1.6
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대	0.6
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가	1.4
사회6	재택/원격근무의 활성화	2.0
기술1	메타버스 플랫폼의 확장	2.2
기술2	가상인간 기술의 발전	1.8
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장	2.0
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스	1.4

* 각 요인이 시장규모에 미치는 부정적(−), 긍정적(+) 효과를 -3점에서 +3점의 범위에서 평가

2. 콘텐츠산업 정성적 시장전망

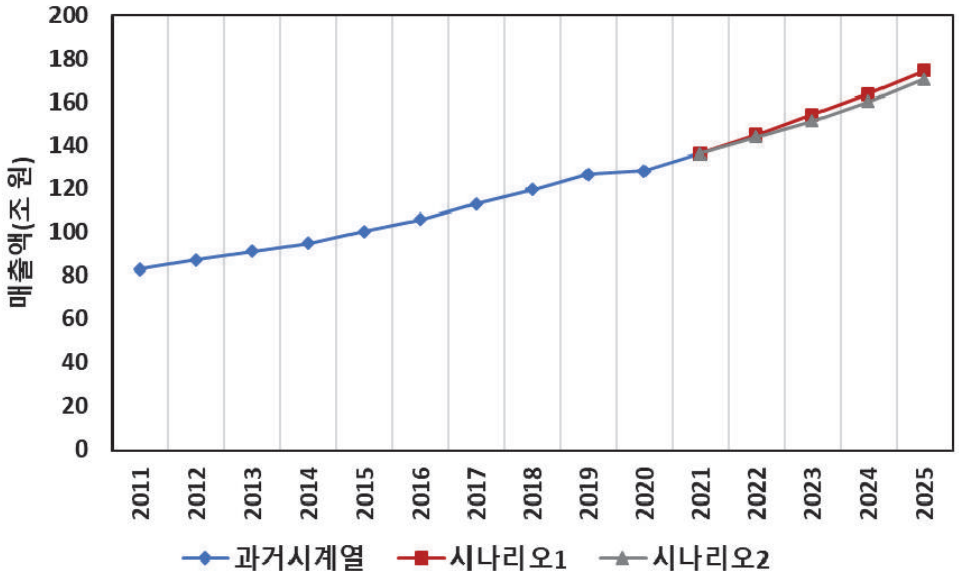
가. 전체 콘텐츠산업 정성적 시장전망

(1) 매출액

○ (시나리오 1) 국내 콘텐츠산업의 전체 매출규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려할 때, 2021년 136조 원에서 6.4%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 174조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화 분야가 21.2%로 가장 높은 성장률을 보일 것으로 전망되며, 코로나19로 인해 큰 타격을 받았던 영화 분야가 매출이 회복되면서 17.7%의 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨. 또한 게임 분야 역시 10.9%의 높은 성장률을 보이며 전체 콘텐츠산업의 성장을 견인할 것으로 전망됨.
- 반면, 출판, 캐릭터 분야는 2% 미만의 상대적으로 낮은 성장률을 보일 것으로 전망됨.

○ (시나리오 2) 2022년 겨울에 코로나19가 다시 크게 재확산되는 경우를 가정하면, 2025년까지의 매출액 연평균성장률은 5.7%로 다소 낮아져 171조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.



[그림 4-1] 정성적 예측에 따른 매출액 전망

<표 4-13> 정성적 예측에 따른 분야별 매출액 전망

시나리오	분야	매출액(십억 원)					CAGR
		2021	2022	2023	2024	2025	21-25
시나리오1	출판	22,112	22,453	22,794	23,145	23,511	1.5%
	만화	1,895	2,285	2,761	3,357	4,089	21.2%
	음악	6,357	6,732	7,113	7,501	7,896	5.6%
	게임	20,618	22,618	25,015	27,767	31,155	10.9%
	영화	2,728	4,037	4,910	5,057	5,229	17.7%
	애니메이션	563	577	594	611	628	2.8%
	방송	22,950	23,997	25,052	26,265	27,494	4.6%
	광고	19,372	20,341	21,561	22,639	23,771	5.2%
	캐릭터	12,258	12,388	12,522	12,815	13,212	1.9%
	지식정보	21,345	23,053	24,971	27,178	29,695	8.6%
	콘텐츠솔루션	6,159	6,547	6,950	7,370	7,792	6.1%
	전체 산업	136,357	145,027	154,243	163,705	174,470	6.4%

시나리오	분야	매출액(십억 원)					CAGR
		2021	2022	2023	2024	2025	21-25
시나리오2	출판	22,112	22,492	22,884	23,317	23,713	1.8%
	만화	1,895	2,346	2,862	3,475	4,253	22.4%
	음악	6,357	6,386	6,365	6,559	6,747	1.5%
	게임	20,618	22,927	25,954	29,172	33,081	12.5%
	영화	2,728	3,574	3,345	3,412	3,617	7.3%
	애니메이션	563	570	555	570	596	1.4%
	방송	22,950	23,781	24,599	25,450	26,284	3.4%
	광고	19,372	20,147	20,751	21,789	22,878	4.2%
	캐릭터	12,258	12,278	12,177	12,279	12,449	0.4%
	지식정보	21,345	22,933	24,717	26,719	28,964	7.9%
	콘텐츠솔루션	6,159	6,563	6,988	7,437	7,921	6.5%
	전체 산업	136,357	143,998	151,197	160,178	170,501	5.7%

○ 성장률이 높은 게임, 지식정보 분야는 전체 콘텐츠산업 매출규모에서 차지하는 비중이 지속적으로 증가할 것으로 예상되는 반면, 출판, 방송, 광고 분야는 전체 산업에서 차지하는 비중이 축소될 것으로 전망됨.

○ 2022년 겨울 코로나19가 크게 재확산되는 경우, 만화, 게임 등 온라인 소비가 활성화되어 있는 분야는 매출이 더욱 성장할 것으로 기대되는 반면, 영화, 음악, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터 등 대부분의 분야는 성장률이 저하될 것으로 전망됨.

<표 4-14> 정성적 예측에 따른 분야별 매출액 비중

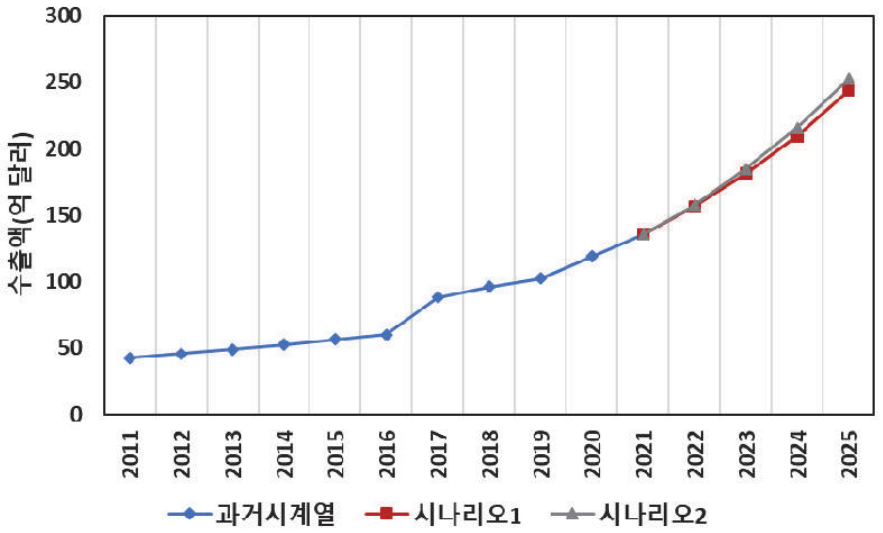
시나리오	분야	매출액 비중				
		2021	2022	2023	2024	2025
시나리오1	출판	16.2%	15.5%	14.8%	14.1%	13.5%
	만화	1.4%	1.6%	1.8%	2.1%	2.3%
	음악	4.7%	4.6%	4.6%	4.6%	4.5%
	게임	15.1%	15.6%	16.2%	17.0%	17.9%
	영화	2.0%	2.8%	3.2%	3.1%	3.0%
	애니메이션	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%
	방송	16.8%	16.5%	16.2%	16.0%	15.8%
	광고	14.2%	14.0%	14.0%	13.8%	13.6%
	캐릭터	9.0%	8.5%	8.1%	7.8%	7.6%
	지식정보	15.7%	15.9%	16.2%	16.6%	17.0%
	콘텐츠솔루션	4.5%	4.5%	4.5%	4.5%	4.5%
	전체 산업	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
시나리오2	출판	16.2%	15.6%	15.1%	14.6%	13.9%
	만화	1.4%	1.6%	1.9%	2.2%	2.5%
	음악	4.7%	4.4%	4.2%	4.1%	4.0%
	게임	15.1%	15.9%	17.2%	18.2%	19.4%
	영화	2.0%	2.5%	2.2%	2.1%	2.1%
	애니메이션	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%

시나리오	분야	매출액 비중				
		2021	2022	2023	2024	2025
	방송	16.8%	16.5%	16.3%	15.9%	15.4%
	광고	14.2%	14.0%	13.7%	13.6%	13.4%
	캐릭터	9.0%	8.5%	8.1%	7.7%	7.3%
	지식정보	15.7%	15.9%	16.3%	16.7%	17.0%
	콘텐츠솔루션	4.5%	4.6%	4.6%	4.6%	4.6%
	전체 산업	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(2) 수출액

○ (시나리오 1) 국내 콘텐츠산업의 전체 수출규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려할 때, 2021년 136억 달러에서 15.8%의 높은 연평균성장률로 성장하여 2025년 244억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19의 영향을 크게 받은 2020~2021년 기간에도 수출이 높은 성장률을 보이며 성장한 것이 향후 높은 성장률을 기대한 중요한 요인으로 작용하였음.
- 전체 수출액의 69.5%를 차지하고 있는 게임 분야가 18.0%의 높은 성장률을 보일 것으로 전망되는 한편, 만화, 출판, 음악, 영화, 광고 등 많은 분야에서 10% 이상의 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 캐릭터와 지식정보 분야는 각각 2.5%와 3.3%로 상대적으로 낮은 연평균성장률을 보일 것으로 전망됨.



[그림 4-2] 정성적 예측에 따른 수출액 전망

○ (시나리오 2) 2022년 겨울에 코로나19가 다시 크게 재확산되는 경우를 가정하면, 2025년까지의 수출액 연평균성장률은 16.8%로 오히려 높아져 253억 달러에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19 재확산 시 음악, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보 등 많은 분야의 수출 감소가 예상되는 반면, 온라인으로 소비되는 게임 분야의 수출이 오히려 늘어날 것으로 전망됨.
- 전체 콘텐츠산업 수출액에서 게임 분야가 차지하는 비중이 매우 크기 때문에, 게임 분야의 수출 증가가 타 분야의 수출 감소를 충분히 상쇄하여 오히려 전체 수출액이 늘어날 것으로 전망되었음.

<표 4-15> 정성적 예측에 따른 분야별 수출액 전망

시나리오	분야	수출액(천 달러)					CAGR
		2021	2022	2023	2024	2025	21-25
시나리오1	출판	428,379	507,608	591,363	691,895	812,285	17.4%
	만화	87,605	115,104	151,707	199,040	261,538	31.3%
	음악	941,354	1,096,077	1,271,449	1,485,053	1,746,422	16.7%
	게임	9,435,401	11,152,170	13,248,778	15,527,568	18,322,530	18.0%
	영화	43,033	52,890	58,179	63,415	68,488	12.3%
	애니메이션	151,928	156,894	165,147	171,489	178,451	4.1%
	방송	700,096	732,200	776,132	819,595	873,689	5.7%
	광고	155,998	163,800	163,800	196,560	235,872	10.9%
	캐릭터	717,762	732,504	746,861	767,474	792,494	2.5%
	지식정보	666,586	680,607	702,114	728,654	758,383	3.3%
	콘텐츠솔루션	250,111	265,868	284,213	304,392	326,247	6.9%
	전체 산업	13,578,253	15,655,722	18,159,743	20,955,134	24,376,399	15.8%
시나리오2	출판	428,379	506,752	599,488	704,398	827,668	17.9%
	만화	87,605	115,632	152,172	198,736	262,332	31.4%
	음악	941,354	1,048,274	1,142,619	1,268,307	1,382,454	10.1%
	게임	9,435,401	11,359,740	13,813,444	16,493,252	19,725,929	20.2%
	영화	43,033	49,708	50,205	54,523	63,573	10.3%
	애니메이션	151,928	155,952	150,026	156,357	165,457	2.1%
	방송	700,096	727,832	759,682	789,887	821,293	4.1%
	광고	155,998	156,000	156,000	187,200	224,640	9.5%
	캐릭터	717,762	725,611	728,078	738,562	750,231	1.1%
	지식정보	666,586	669,535	676,096	686,643	704,221	1.4%
	콘텐츠솔루션	250,111	267,019	286,404	308,744	336,036	7.7%
	전체 산업	13,578,253	15,782,054	18,514,213	21,586,608	25,263,835	16.8%

○ 수출액 부문에서 게임 분야가 전체 콘텐츠산업에서 차지하는 비중은 2021년 69.5%에서 2025년 75.2%까지 지속적으로 증가할 것으로 전망되는 반면, 성장률이 상대적으로 낮은 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 분야의 수출액 비중은 감소할 것으로 전망됨.

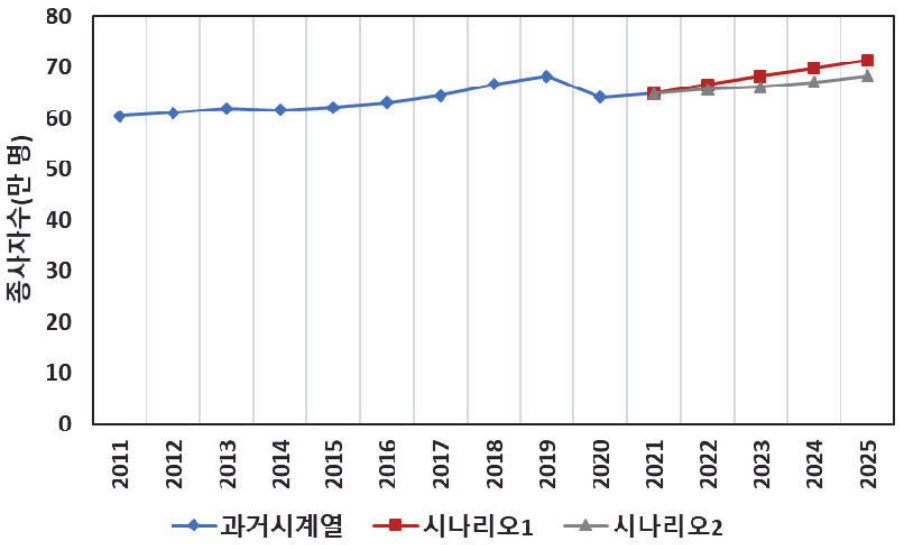
<표 4-16> 정성적 예측에 따른 분야별 수출액 비중

시나리오	분야	수출액 비중				
		2021	2022	2023	2024	2025
시나리오1	출판	3.2%	3.2%	3.3%	3.3%	3.3%
	만화	0.6%	0.7%	0.8%	0.9%	1.1%
	음악	6.9%	7.0%	7.0%	7.1%	7.2%
	게임	69.5%	71.2%	73.0%	74.1%	75.2%
	영화	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%
	애니메이션	1.1%	1.0%	0.9%	0.8%	0.7%
	방송	5.2%	4.7%	4.3%	3.9%	3.6%
	광고	1.1%	1.0%	0.9%	0.9%	1.0%
	캐릭터	5.3%	4.7%	4.1%	3.7%	3.3%
	지식정보	4.9%	4.3%	3.9%	3.5%	3.1%
	콘텐츠솔루션	1.8%	1.7%	1.6%	1.5%	1.3%
	전체 산업	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
시나리오2	출판	3.2%	3.2%	3.2%	3.3%	3.3%
	만화	0.6%	0.7%	0.8%	0.9%	1.0%
	음악	6.9%	6.6%	6.2%	5.9%	5.5%
	게임	69.5%	72.0%	74.6%	76.4%	78.1%
	영화	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%
	애니메이션	1.1%	1.0%	0.8%	0.7%	0.7%
	방송	5.2%	4.6%	4.1%	3.7%	3.3%
	광고	1.1%	1.0%	0.8%	0.9%	0.9%
	캐릭터	5.3%	4.6%	3.9%	3.4%	3.0%
	지식정보	4.9%	4.2%	3.7%	3.2%	2.8%
	콘텐츠솔루션	1.8%	1.7%	1.5%	1.4%	1.3%
	전체 산업	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(3) 종사자수

○ (시나리오 1) 국내 콘텐츠산업의 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려할 때, 2021년 65만 명 규모에서 2.4%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 71만 명 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 전반적으로 매출액, 수출액의 증가세와는 상반되게, 고용의 회복 및 증가는 매우 더딜 것으로 전망됨.
- 코로나19로 가장 큰 타격을 받았던 영화 분야가 빠르게 회복하면서 18.5%의 가장 높은 성장률을 보일 것으로 전망되며, 최근 지속적으로 종사자수가 늘고 있는 지식정보, 콘텐츠솔루션, 만화 분야의 성장률도 상대적으로 높을 것으로 전망됨.
- 반면, 방송 분야는 종사자수가 다소 감소될 것으로 전망되며 출판, 애니메이션 분야 역시 종사자수에 큰 변화가 없을 것으로 전망됨.



[그림 4-3] 정성적 예측에 따른 종사자수 전망

<표 4-17> 정성적 예측에 따른 분야별 종사자수 전망

시나리오	분야	종사자수(명)					CAGR 21-25
		2021	2022	2023	2024	2025	
시나리오1	출판	185,370	185,296	185,185	185,148	185,044	0.0%
	만화	11,563	11,979	12,446	12,957	13,514	4.0%
	음악	65,920	67,634	68,716	69,747	70,305	1.6%
	게임	84,506	86,619	89,737	92,878	96,258	3.3%
	영화	11,170	15,973	19,966	21,284	22,050	18.5%
	애니메이션	5,519	5,519	5,536	5,551	5,568	0.2%
	방송	49,450	48,985	48,515	48,622	48,816	-0.3%
	광고	68,810	70,874	73,001	75,191	77,446	3.0%
	캐릭터	36,441	36,733	37,056	37,515	38,108	1.1%
	지식정보	97,244	101,795	106,498	111,546	116,722	4.7%
	콘텐츠솔루션	33,561	35,125	36,755	38,460	40,206	4.6%
	전체 산업	649,554	666,532	683,410	698,898	714,038	2.4%
시나리오2	출판	185,370	185,333	185,185	185,111	184,962	-0.1%
	만화	11,563	11,952	12,406	12,976	13,625	4.2%
	음악	65,920	64,074	61,639	60,160	59,558	-2.5%
	게임	84,506	86,281	89,214	92,069	95,107	3.0%
	영화	11,170	13,627	12,810	13,117	14,298	6.4%
	애니메이션	5,519	5,490	5,454	5,509	5,568	0.2%
	방송	49,450	48,693	48,030	47,457	46,876	-1.3%
	광고	68,810	70,186	70,186	72,292	74,461	2.0%
	캐릭터	36,441	36,441	36,098	36,207	36,410	0.0%
	지식정보	97,244	100,725	104,432	108,547	113,019	3.8%
	콘텐츠솔루션	33,561	35,004	36,488	38,138	39,854	4.4%
	전체 산업	649,554	657,807	661,943	671,582	683,738	1.3%

○ (시나리오 2) 2022년 겨울에 코로나19가 다시 크게 재확산되는 경우를 가정하면, 2025년까지의 종사자수 연평균성장률은 1.3%로 크게 감소하여 68만 명 수준에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19 재확산 시 영화 분야 종사자수 회복이 크게 위축될 뿐만 아니라 음악, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 등 대부분의 분야에서 종사자수 감소가 예상됨.
- 매출액, 수출액의 시장성장 가능성과 무관하게 코로나19의 재확산은 고용 시장을 크게 위축시킬 것으로 전망됨.

<표 4-18> 정성적 예측에 따른 분야별 종사자수 비중

시나리오	분야	종사자수 비중				
		2021	2022	2023	2024	2025
시나리오1	출판	28.5%	27.8%	27.1%	26.5%	25.9%
	만화	1.8%	1.8%	1.8%	1.9%	1.9%
	음악	10.1%	10.1%	10.1%	10.0%	9.8%
	게임	13.0%	13.0%	13.1%	13.3%	13.5%
	영화	1.7%	2.4%	2.9%	3.0%	3.1%
	애니메이션	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%
	방송	7.6%	7.3%	7.1%	7.0%	6.8%
	광고	10.6%	10.6%	10.7%	10.8%	10.8%
	캐릭터	5.6%	5.5%	5.4%	5.4%	5.3%
	지식정보	15.0%	15.3%	15.6%	16.0%	16.3%
	콘텐츠솔루션	5.2%	5.3%	5.4%	5.5%	5.6%
	전체 산업	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
시나리오2	출판	28.5%	28.2%	28.0%	27.6%	27.1%
	만화	1.8%	1.8%	1.9%	1.9%	2.0%
	음악	10.1%	9.7%	9.3%	9.0%	8.7%
	게임	13.0%	13.1%	13.5%	13.7%	13.9%
	영화	1.7%	2.1%	1.9%	2.0%	2.1%
	애니메이션	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%
	방송	7.6%	7.4%	7.3%	7.1%	6.9%
	광고	10.6%	10.7%	10.6%	10.8%	10.9%
	캐릭터	5.6%	5.5%	5.5%	5.4%	5.3%
	지식정보	15.0%	15.3%	15.8%	16.2%	16.5%
	콘텐츠솔루션	5.2%	5.3%	5.5%	5.7%	5.8%
	전체 산업	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

나. 세부 분야별 정성적 시장전망

(1) 출판

○ 출판 분야 매출 규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 1.5%의 연평균성장률을 보이며 2025년 23.5조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 1.8%의 연평균성장률을 보여 23.7조 원에 이를 것으로 전망됨.

- 독서 인구는 크게 늘지 않았으나 코로나19로 인해 전자책과 오디오북 등의 활용이 늘어난 것이 출판 분야 매출 성장에 영향을 준 것으로 판단됨.
- 콘텐츠산업에서 전체적으로 OTT에 대한 수요가 늘어날수록 독서시간이 줄어 출판물에 대한 수요는 감소될 것으로 전망됨.

○ 수출액은 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 17.4%의 연평균성장률을 보여 2025년 8.1억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 17.9%의 연평균성장률을 보여 8.3억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 국내 문학, 그림책, 아동도서 등이 국제상을 수상하면서 K-출판물에 대한 인지도가 증가하고 있고, 학습교재 등 완제품이 동남아 시장으로 수출이 늘고 있음.

○ 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 정체되어 2025년 18.5만 명 규모를 유지할 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, -0.1%의 연평균성장률을 보여 2025년 184,962명 수준에 이를 것으로 전망됨.

- 출판 분야 종사자들이 웹소설이나 웹툰 등 타분야로 이동하는 추세가 늘면서 출판 분야 종사자수가 정체되거나 감소할 가능성이 있음.
- 또한 신문, 잡지류 소매 수요는 줄면서 전자 출판물에 대한 수요가 늘어나 디지털 전환이 가속화 될수록 출판 분야의 종사자수 증가는 기대하기 어려움.

<표 4-19> 출판 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과

구분	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
매출액 (백만 원)	시나리오1	22,112,000	22,452,525	22,793,803	23,144,828	23,510,516	1.5%
	시나리오2	22,112,000	22,492,326	22,883,693	23,316,652	23,713,035	1.8%
수출액 (천 달러)	시나리오1	428,000	507,608	591,363	691,895	812,285	17.4%
	시나리오2	428,000	506,752	599,488	704,398	827,668	17.9%
종사자수 (명)	시나리오1	185,370	185,296	185,185	185,148	185,044	0.0%
	시나리오2	185,370	185,333	185,185	185,111	184,962	-0.1%

(2) 만화

○ 만화 분야 매출 규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 21.2%의 연평균성장률을 보이며 2025년 4.1조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 보다 높은 성장률 (22.4%)로 성장하여 4.3조 원에 이를 것으로 전망됨.

- 대형 K-웹툰 플랫폼의 공격적인 사업 확장과 중소중견 웹툰 플랫폼의 안정화, 그리고 그에 따른 양질의 콘텐츠 증가 및 유료화 모델의 성공이 매출 성장세를 견인하고 있음.
- 모바일 사용자 증가로 국내 웹툰 시장이 지속적으로 확대되고 있고 침체되었던 출판 만화도 웹툰의 단행본 출판 등으로 판매가 확대되고 있음.
- 엔데믹 환경에서 외부활동이 증가하면 시장성장이 다소 둔화될 수 있겠지만 전반적으로 지속적인 성장이 기대됨.

○ 수출액은 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 31.3%의 연평균성장률을 보여 2025년 2.6억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 31.4%의 연평균성장률을 보여 2.6억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 네이버, 카카오 등 대형 K-웹툰 플랫폼의 해외진출이 가속화되면서 북미, 유럽 시장 진출도 공격적인 상황임.
- 양질의 K-웹툰 공급이 증가하고 있고, 해외에서도 웹툰 시장이 확대되고 있어 신규 독자층의 형성이 지속될 것으로 예상됨.

○ 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 4.0%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 13,514명 수준에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 보다 더 높은 성장률 (4.2%)로 성장하여 2025년 13,630명 수준에 이를 것으로 전망됨.

- 웹툰 플랫폼 기업으로의 취업희망자가 늘고 있고 실제 급여 수준도 타 분야에 비해 상승폭이 큰 상황임.
- 해외 플랫폼 운영 인력 필요, 만화 산업 전반의 성장, 외부 투자 확대로 당분간 타 분야에 비해 지속적인 종사자수 증가가 기대됨.

<표 4-20> 만화 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과

구분	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
매출액 (백만 원)	시나리오1	1,895,000	2,285,370	2,760,727	3,357,044	4,088,880	21.2%
	시나리오2	1,895,000	2,346,010	2,862,132	3,474,628	4,252,945	22.4%
수출액 (천 달러)	시나리오1	88,000	115,104	151,707	199,040	261,538	31.3%
	시나리오2	88,000	115,632	152,172	198,736	262,332	31.4%
종사자수 (명)	시나리오1	11,563	11,979	12,446	12,957	13,514	4.0%
	시나리오2	11,563	11,956	12,410	12,981	13,630	4.2%

(3) 게임

○ 게임 분야 매출 규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 10.9%의 연평균성장률을 보이며 2025년 31.2조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 보다 높은 성장률인 12.5%로 성장하여 33.1조 원에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19 확산으로 온라인 콘텐츠 이용이 증가하면서 온라인 서비스 위주의 게임 분야 매출이 크게 증가하였음.
- 기존 PC 중심에서 모바일 게임 중심으로 전환되면서 글로벌 잠재 수요자가 크게 늘고 있고 높은 성장률을 보이고 있음.
- 메타버스 등 신규 플랫폼 및 콘텐츠가 등장하면서 향후 시장 성장을 견인할 것으로 판단됨.
- 향후에도 한한령, 게임규제 등 정치적 이슈만 없다면 현재 수준의 성장률을 유지할 것으로 전망됨.

○ 수출액은 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 18.0%의 연평균성장률을 보여 2025년 183.2억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 보다 높은 20.2%의 연평균성장률을 보여 197.3억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 배틀그라운드, 검은사막, 로스트아크 등 K-게임이 중화권에서 인기를 끌면서 수출 증대를 일으키고 있음.
- 모바일 게임의 비중이 증가하고 구글, 애플 등 글로벌 플랫폼을 통한 시장 진출이 용이해지면서 게임 분야 수출이 성장하고 있음.
- 향후에도 한한령, 게임규제 등 정치적 이슈만 없다면 현재 수준의 성장률을 유지할 것으로 전망됨.

○ 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 3.3%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 96,258명 수준에 이를 것으로 전망됨. 그러나 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 성장폭은 다소 둔화되어 2025년 95,107명 수준에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19로 인해 PC방 이용량이 감소하여 종사자수가 감소하였으나 사회적 거리두기 해제로 크게 회복하였고, K-게임 제작 증가로 인해 종사자수도 일정 수준 증가할 것으로 전망됨.
- 메타버스, 블록체인 등 신기술을 접목한 게임의 등장은 게임 분야 종사자수 증가에 긍정적으로 영향을 줄 것임.

<표 4-21> 게임 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과

구분	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
매출액 (백만 원)	시나리오1	20,618,000	22,617,946	25,015,448	27,767.148	31,154,740	10.9%
	시나리오2	20,618,000	22,927,216	25,953,609	29,171,856	33,080,885	12.5%
수출액 (천 달러)	시나리오1	9,435,000	11,152,170	13,248,778	15,527,568	18,322,530	18.0%
	시나리오2	9,435,000	11,359,740	13,813,444	16,493,252	19,725,929	20.2%
종사자수 (명)	시나리오1	84,506	86,619	89,737	92,878	96,258	3.3%
	시나리오2	84,506	86,281	89,214	92.069	95,107	3.0%

(4) 음악

○ 음악 분야 매출 규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 5.6%의 연평균성장률을 보이며 2025년 7.9조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 1.5%의 연평균성장률을 보여 6.7조 원에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19로 인해 공연 분야 매출이 크게 감소하였으나, 음반 판매의 증가 및 글로벌 팬덤 증가로 향후 회복세를 보일 것으로 전망됨.
- 글로벌 경기침체가 음악 분야 시장 성장에 악영향을 줄 것으로 전망되지만, 음악 주요 소비층의 소비패턴을 보면 그 하락폭은 크지 않을 것으로 전망됨.

○ 수출액은 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 16.7%의 연평균성장률을 보여 2025년 17.3억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 10.1%의 연평균성장률을 보여 13.8억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19로 타격을 받은 노래방, 공연 분야는 수출과 직접적인 관계가 없으며, BTS를 비롯하여 블랙핑크, 세븐틴, 스트레이키즈, NCT, 나연 등 K-팝이 미국내 강세를 보이

는 등 K-콘텐츠에 대한 한류열풍 지속으로 수출은 높은 성장률을 보이며 성장할 것으로 전망됨.

- 최근 환율의 증가 역시 K-콘텐츠의 수출 호조에 유리하게 작용할 것으로 전망됨.
- 다만 수출의 대부분을 차지하는 BTS 등 대형 아이돌들의 활동 여부에 따라 수출규모는 크게 조정될 수 있음.

○ 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 1.6%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 70,305명 수준에 이를 것으로 전망됨. 그러나 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 다시 크게 감소하여 59,558명 수준에 이를 것으로 전망됨.

- 노래방 분야에서 종사자수가 크게 감소하였으나 코로나19 종식으로 향후 일정 수준 회복할 것으로 기대됨.

<표 4-22> 음악 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과

구분	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
매출액 (백만 원)	시나리오1	6,357,000	6,732,063	7,113,098	7,501,473	7,896,050	5.6%
	시나리오2	6,357,000	6,386,242	6,364,529	6,559,284	6.746,879	1.5%
수출액 (천 달러)	시나리오1	941,000	1.096,077	1,271,449	1.485,053	1,746,422	16.7%
	시나리오2	941,000	1,048,274	1,142,619	1,268,307	1,382,454	10.1%
종사자수 (명)	시나리오1	65,920	67,634	68,716	69,747	70,305	1.6%
	시나리오2	65,920	64,074	61,639	60,160	59,558	-2.5%

(5) 영화

○ 영화 분야 매출 규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 17.7%의 연평균성장률을 보이며 2025년 5.2조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 성장률 (7.3%)이 감소하여 3.6조 원에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19 팬데믹으로 크게 감소하였던 극장 매출이 빠르게 회복될 것으로 전망됨.
- 그러나 OTT의 지속적인 확대 및 온라인 영화 소비에 대한 충분한 경험, 금리인상과 경기침체에 대한 우려로 극장 매출이 과거 수준으로 회복되는데 상당한 시간이 걸릴 것으로 전망됨.

○ 수출액은 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 12.3%의 연평균성장률을 보여 2025년 0.7억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 10.3%의 연평균성장률을 보여 0.6억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 양질의 K-콘텐츠가 계속 공급되고 있고 글로벌 시장에서 K-콘텐츠에 대한 한류열풍이 지속되고 있어 인해 영화 수출액도 꾸준히 성장할 것으로 전망됨.

○ 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 18.5%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 22,050명 수준에 이를 것으로 전망됨. 그러나 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 성장폭은 다소 감소되어 2025년 14,298명 수준에 이를 것으로 전망됨.

- 극장 이용 감소로 크게 위축된 영화 종사자수는 엔데믹 이후 많이 회복하겠으나 2019년 수준으로 회복하기에는 상당한 시간이 소요될 수 있음.

<표 4-23> 영화 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과

구분	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
매출액 (백만 원)	시나리오1	2,728,000	4,037,440	4,909,527	5,056,813	5,228,744	17.7%
	시나리오2	2,728,000	3,573,680	3,344,964	3,411,864	3,616,576	7.3%
수출액 (천 달러)	시나리오1	43,000	52,890	58,179	63,415	68,488	12.3%
	시나리오2	43,000	49,708	50,205	54,523	63,573	10.3%
종사자수 (명)	시나리오1	11,170	15,973	19,966	21,284	22,050	18.5%
	시나리오2	11,170	13,627	12,810	13,117	14,298	6.4%

(6) 애니메이션

○ 애니메이션 분야 매출 규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 2.8%의 연평균성장률을 보이며 2025년 0.6조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 성장폭은 다소 둔화될 것으로 전망됨.

- 코로나19로 인해 극장 매출이 크게 감소되었으며, 글로벌 애니메이션 시장의 성장세 둔화로 회복이 다소 늦어질 것으로 전망됨.
- 국내 애니메이션 제작 업체들은 OTT 서비스를 염두에 두고 창작 위주의 비즈니스 모델로 바꾸고 있음.

○ 수출액은 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 4.1%의 연평균성장률을 보여 2025년 1.8억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 성장폭은 다소 둔화되었다가 재상승하여 (2.1%) 1.7억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19 극복에 따라 수출이 어느 정도 회복될 것으로 전망됨.

○ 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 큰 폭의 변화없이 5,500명 수준을 유지할 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하더라도 비슷한 규모를 유지할 것으로 전망됨.

- 애니메이션 분야는 수급 자체가 경직되어 있어 종사자수 변화는 크지 않을 것으로 전망됨.
- 애니메이션 업계는 신입보다 경력자를 선호하는 경향이 두드러지는데 시장에 경력자들이 부족하여 인력난이 가중되고 있음.

<표 4-24> 애니메이션 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과

구분	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
매출액 (백만 원)	시나리오1	563,000	576,737	594,385	610,909	627,648	2.8%
	시나리오2	563,000	570,432	555,030	569,572	595,544	1.4%
수출액 (천 달러)	시나리오1	152,000	156,894	165,147	171,489	178,451	4.1%
	시나리오2	152,000	155,952	150,026	156,357	165,457	2.1%
종사자수 (명)	시나리오1	5,519	5,519	5,536	5,551	5,568	0.2%
	시나리오2	5,519	5,490	5,454	5,509	5,568	0.2%

(7) 방송

○ 방송 분야 매출 규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 4.6%의 연평균성장률을 보이며 2025년 27.5조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 보다 다소 낮은 성장률 (3.4%)로 성장하여 26.3조 원에 이를 것으로 전망됨.

- 온라인 방송 콘텐츠 소비가 지속적으로 증가하고 있고, OTT 플랫폼들의 국내 투자가 증대되면서 방송 분야 매출은 지속적으로 성장할 것으로 전망됨.
- 또한 K-콘텐츠에 대한 글로벌 수요가 당분간 지속되면서 방송 분야 매출이 성장세를 보일 것으로 전망됨.

○ 수출액은 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 5.7%의 연평균성장률을 보여 2025년 8.7억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 4.1%의 연평균성장률을 보여 8.2억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- OTT 플랫폼의 글로벌화와 코로나19로 인한 온라인 콘텐츠 소비 확대, K-콘텐츠의 인기 지속이 방송 분야 수출 증대를 견인할 것으로 전망됨.
- 단, OTT 플랫폼의 성장 둔화로 향후 수출 둔화 가능성도 존재함.

○ 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 -0.3%의 연평균성장률을 보여 2025년 48,816명 수준에 이를 것으로 전망됨. 게다가 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 더욱 감소하여 2025년 46,876명 수준에 이를 것으로 전망됨.

- 제작과정의 표준계약서 이슈, 인건비 급증, 수익 배분 이슈 등과 맞물려 당분간 종사자수 규모가 정체될 것으로 전망됨.
- 또한 방송 분야 디지털 전환이 가속화되면 제작 인력 수요가 감소될 것으로 전망됨.

<표 4-25> 방송 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과

구분	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
매출액 (백만 원)	시나리오1	22,950,000	23,996,520	25,052,367	26,264,901	27,494,099	4.6%
	시나리오2	22,950,000	23,781,341	24,599,419	25,449,968	26,283,506	3.4%
수출액 (천 달러)	시나리오1	700,000	732,200	776,132	819,595	873,689	5.7%
	시나리오2	700,000	727,832	759,682	789,887	821,293	4.1%
종사자수 (명)	시나리오1	49,450	48,985	48,515	48,622	48,816	-0.3%
	시나리오2	49,450	48,693	48,030	47,457	46,876	-1.3%

(8) 광고

○ 광고 분야 매출 규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 5.2%의 연평균성장률을 보이며 2025년 23.8조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 보다 다소 낮은 성장률 (4.2%)로 성장하여 22.9조 원에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19로 인해 광고 시장이 다소 위축되었으나 일상회복에 대한 기대감으로 완만한 성장세를 보일 것으로 전망됨.
- 특히 구글, 네이버, 카카오 등 포털을 통한 온라인 검색 광고, OTT 및 종편 광고 분야의 성장으로 시장규모가 증가할 것으로 전망됨.
- 다만, 우크라이나-러시아 전쟁의 장기화 및 인플레이션으로 인한 글로벌 경기 침체는 광고 시장의 저해 요인으로 작용할 것으로 전망됨.

○ 수출액은 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 10.9%의 연평균성장률을 보여 2025년 2.4억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 9.5%의 연평균성장률을 보여 2.2억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

○ 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 3.0%의 연평균성장률

로 성장하여 2025년 77,446명 수준에 이를 것으로 전망됨. 그러나 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 성장폭은 다소 둔화되어 2025년 74,461명 수준에 이를 것으로 전망됨.

- 광고 분야 매출 증대에 대한 기대감으로 다소 시차를 두고 종사자수도 일정 수준 증가할 것으로 전망됨.
- 온라인 광고 대행업의 성장과 디지털 전환의 영향으로 지속적인 인력 수요가 있을 것으로 전망됨.

<표 4-26> 광고 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과

구분	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
매출액 (백만 원)	시나리오1	19,372,000	20,340,600	21,561,036	22,639,088	23,771,042	5.2%
	시나리오2	19,372,000	20,146,880	20,751,286	21,788,851	22,878,293	4.2%
수출액 (천 달러)	시나리오1	156,000	163,800	163,800	196,560	235,872	10.9%
	시나리오2	156,000	156,000	156,000	187,200	224,640	9.5%
종사자수 (명)	시나리오1	68,810	70,874	73,001	75,191	77,446	3.0%
	시나리오2	68,810	70,186	70,186	72,292	74,461	2.0%

(9) 캐릭터

○ 캐릭터 분야 매출 규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 1.9%의 연평균성장률을 보이며 2025년 13.2조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 성장폭은 0.4%로 둔화되어 12.4조 원에 이를 것으로 전망됨.

- 펭수 등 리딩 캐릭터가 부족한 상황이고 코로나19로 인해 캐릭터 상품의 제조, 유통, 소비가 위축되었으며, 우크라이나-러시아 전쟁의 장기화, 세계적인 경기 침체의 우려로 향후 시장 성장에도 한계가 있음.
- 출산율 감소도 캐릭터 상품을 소비하는 소비층을 약화시켜 장기적으로 시장규모 감소를 일으킬 요인으로 작용할 것으로 판단됨.
- 캐릭터를 이용한 디지털 상품화가 가속화되어야 지속적인 매출액 증대를 기대할 수 있음.

○ 수출액은 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 2.5%의 연평균성장률을 보여 2025년 7.9억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 성장폭은 1.1%로 다소 둔화되어 7.5억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 팬데믹으로 인해 국제적인 캐릭터 상품 제조 및 물류비용이 증가하면서 수출이 감소

하였음.

- 메타버스, NFT 기술과 접목하여 디지털 캐릭터 상품을 제작, 유통하는 전략이 요구됨.

○ 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 1.1%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 38,108명 수준에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우 정체되어 3.6만 명 수준을 유지할 것으로 전망됨.

- 캐릭터 분야는 제조업 기반의 성격이 강하며 일정 수준의 고용은 유지하겠으나 큰 성장은 기대하기 어려움.

<표 4-27> 캐릭터 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과

구분	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
매출액 (백만 원)	시나리오1	12,258,000	12,387,935	12,521,724	12,814,733	13,211,990	1.9%
	시나리오2	12,258,000	12,277,613	12,176,936	12,279,223	12,448,676	0.4%
수출액 (천 달러)	시나리오1	718,000	732,504	746,861	767,474	792,494	2.5%
	시나리오2	718,000	725,611	728,078	738,562	750,231	1.1%
종사자수 (명)	시나리오1	36,441	36,733	37,056	37,515	38,108	1.1%
	시나리오2	36,441	36,441	36,098	36,207	36,410	0.0%

(10) 지식정보

○ 지식정보 분야 매출 규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 8.6%의 연평균성장률을 보이며 2025년 29.7조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 다소 낮은 성장률인 7.9%로 성장하여 2025년 29조원에 이를 것으로 전망됨.

- 지식정보 분야는 팬데믹에 큰 영향을 받지 않는 분야이며, 온라인 교육이 활성화되고 있어 향후에도 지속적인 성장을 유지할 것으로 기대됨.
- 지식정보 분야가 보다 다변화되고 소비자의 기대수준 역시 계속 높아지므로 생산과 소비가 계속 촉진될 것이라 전망됨.
- 온라인 및 IT 기술 역시 계속 향상되고 있으며 보다 빠른 통신 환경 구축에 따른 인프라 기반 역시도 향상될 것이라 기대됨.

○ 수출액은 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 3.3%의 연평균성장률을 보여 2025년 7.6억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우에는 1.4%의 낮은 연평균성장률을 보여 2025년 7.0억 달러 규모에 그칠 것으로 전망됨.

- 지식정보 분야는 국내 매출이 큰 편으로 수출 성장률은 매출 성장률보다 다소 낮을 것으로 전망됨.
- 글로벌 경기 침체 등이 지식정보 분야 수출에 변수로 작용할 수 있음.

○ 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 4.7%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 116,722명 수준에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우에는 성장폭이 다소 둔화되어 연평균 3.8%의 성장률을 보이며 2025년 113,019명 수준에 이를 것으로 전망됨.
- 지속적인 매출 증대로 인해 종사자수도 지속적으로 늘어날 것으로 전망됨.
- 콘텐츠 전반과 지식정보 분야의 시장 수요가 꾸준히 늘고 있으며 해당 종사자에게 기대하는 산업에서의 역량이 점차 증가되어 보다 숙련된 노동자가 선호되고 있음.

<표 4-28> 지식정보 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과

구분	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
매출액 (백만 원)	시나리오1	21,345,000	23,052,600	24,970,576	21,177,975	29,694,656	8.6%
	시나리오2	21,345,000	22,933,068	24,717,261	26,719,359	28,963,785	7.9%
수출액 (천 달러)	시나리오1	667,000	680,607	702,114	728,654	758,383	3.3%
	시나리오2	667,000	669,535	676,096	686,643	704,221	1.4%
종사자수 (명)	시나리오1	97,244	101,795	106,498	111,546	116,722	4.7%
	시나리오2	97,244	100,725	104,432	108,547	113,019	3.8%

(11) 콘텐츠솔루션

○ 콘텐츠솔루션 분야 매출 규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 6.1%의 연평균성장률을 보이며 2025년 7.8조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 보다 높은 성장률 (6.5%)로 성장하여 7.9조 원에 이를 것으로 전망됨.
- 코로나19로 인해 온라인 콘텐츠 제작이 늘어나면서 콘텐츠솔루션 분야의 매출이 성장하여 왔으며, 향후 메타버스 시장의 성장과 디지털 전환이 콘텐츠솔루션 수요를 촉진할 것으로 전망됨.
- 단, 콘텐츠 제작이 대형 플랫폼을 중심으로 이루어지고 있는 것은 콘텐츠솔루션 분야의 고객 다각화 차원에서 문제가 될 수 있음.

○ 수출액은 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 6.9%의 연평균성장률을 보여 2025년 3.3억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨. 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 7.7%의 연평균성장률을 보여 3.4억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 팬데믹에 따른 온라인 콘텐츠 제작 증가가 수출 증가에 긍정적인 영향을 주었음.
- 글로벌 플랫폼 기업들의 콘텐츠 제작 비중이 늘어나면서 수출 규모가 증대될 것으로 전망되나, 국내 콘텐츠솔루션 기업들의 경쟁력 확보가 중요해지고 있음.

○ 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 상태를 고려할 때 4.6%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 40,206명 수준에 이를 것으로 전망됨. 그러나 2022년 말 코로나19가 재유행하는 경우, 성장폭은 다소 둔화되어 2025년 39,854명 수준에 이를 것으로 전망됨.

- 매출과 수출의 호조로 종사자수가 증가해 왔으며 앞으로도 일정 수준 성장을 유지할 것으로 전망됨.

<표 4-29> 콘텐츠솔루션 분야 시나리오별 정성적 시장전망 결과

구분	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
매출액 (백만 원)	시나리오1	6,159,151	6,547,178	6,950,484	7,370,293	7,791,874	6.1%
	시나리오2	6,159,151	6,563,191	6,988,486	7,437,147	7,920,561	6.5%
수출액 (천 달러)	시나리오1	250,111	265,868	284,213	304,392	326,247	6.9%
	시나리오2	250,111	267,019	286,404	308,744	336,036	7.7%
종사자수 (명)	시나리오1	33,561	35,125	36,755	38,460	40,206	4.6%
	시나리오2	33,561	35,004	36,488	38,138	39,854	4.4%

3. 소결

○ 콘텐츠산업의 산학연 전문가들을 대상으로 한 델파이 분석결과, 국내 콘텐츠산업의 전체 시장성장을 견인할 주요 요인으로는 국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속, K-콘텐츠 한류열풍 지속, 창의적 IP 확보를 위한 제작 투자, 콘텐츠 주요 소비층의 확대, 성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가, 코로나19 사회적 거리두기 조치 해제, 코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대 등이 꼽혔음.

○ 반면, 국제분쟁 및 경기침체 우려, 저출산으로 인한 인구감소 및 고령화, 금리 인상, 초

저금리 시대의 마감은 향후 국내 콘텐츠산업의 전체 시장규모를 감소시킬 가장 중요한 요인으로 분석되었음.

○ 2022년 1월부터 국내에서 빠르게 확산되었던 코로나19가 2022년 10월 현재 크게 잠잠해졌지만, 2022년 겨울 추가적인 변이 바이러스에 의한 대규모 유행을 고려하여 두 가지 시나리오에 따라 시장규모를 전망함.

- 시나리오1 : 코로나19가 현재의 수준으로 영향을 미치는 경우
- 시나리오2 : 2022년 말 변이 바이러스가 다시 한번 대유행하는 경우

○ 국내 콘텐츠산업의 전체 매출규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려할 때, 2021년 136조 원에서 6.4%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 174조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 2022년 겨울에 코로나19가 다시 크게 재확산되는 경우를 가정하면, 2025년까지의 매출액 연평균성장률은 5.7%로 다소 낮아져 171조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

○ 국내 콘텐츠산업의 전체 수출규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려할 때, 2021년 136억 달러에서 15.8%의 높은 연평균성장률로 성장하여 2025년 244억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 2022년 겨울에 코로나19가 다시 크게 재확산되는 경우를 가정하면, 2025년까지의 수출액 연평균성장률은 16.8%로 오히려 높아져 253억 달러에 이를 것으로 전망됨.
- 전체 콘텐츠산업 수출액에서 게임 분야가 차지하는 비중이 매우 크기 때문에, 게임 분야의 수출 증가가 타 분야의 수출 감소를 충분히 상쇄하여 오히려 수출액이 늘어날 것으로 전망되었음.

○ 국내 콘텐츠산업의 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려할 때, 2021년 65만 명 규모에서 2.4%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 71만 명 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 2022년 겨울에 코로나19가 다시 크게 재확산되는 경우를 가정하면, 2025년까지의 종사자수 연평균성장률은 1.3%로 크게 감소하여 68만 명 수준에 이를 것으로 전망됨.

제5장 계량적 시장전망

2022

제5장 계량적 시장전망

1. 단변량모형에 의한 시장예측

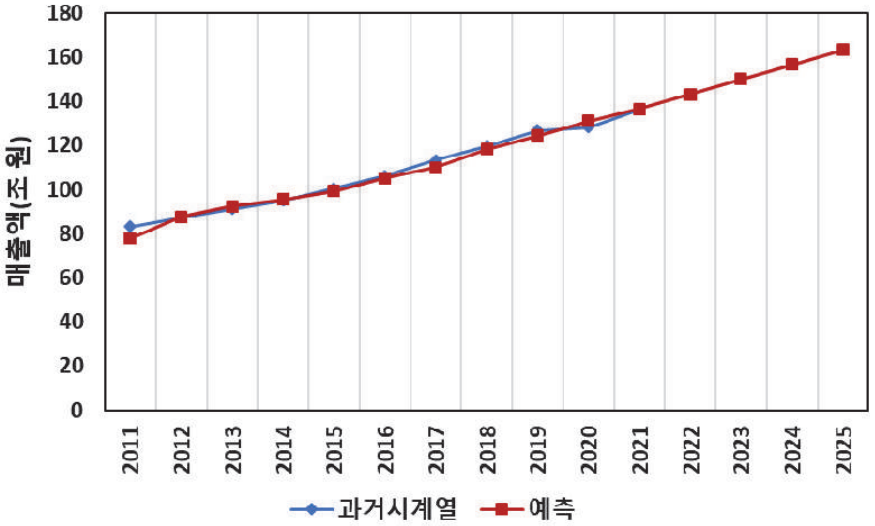
(1) 매출액

○ 단변량 분석결과 전체 콘텐츠산업의 국내 매출액은 2021년 136조 원 규모에서 4.6%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 163조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화, 게임, 음악, 지식정보의 순서로 높은 성장률을 보일 것으로 예상되며, 특히 이들 상위 4개 분야는 5.0% 이상의 높은 연평균성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 출판 분야의 매출규모는 거의 정체되어 0.8%의 가장 낮은 성장률이 예상되며, 광고, 영화, 애니메이션, 방송 등의 분야도 상대적으로 낮은 3%대의 성장률을 보일 것으로 전망됨.

<표 5-1> 단변량 예측에 따른 분야별 매출액 전망

분야	매출액(십억 원)					CAGR 21-25	최적 방법론	평활 상수	유의 확률
	2021	2022	2023	2024	2025				
출판	22,112	22,282	22,452	22,622	22,792	0.8%	ARIMA (0,1,0)		0.226
만화	1,895	2,255	2,616	2,976	3,336	15.2%	지수평활 (Brown)	1.000	
음악	6,357	7,110	7,425	7,740	8,055	6.1%	지수평활 (Holt)	0.130, 0.000	
게임	20,618	22,733	24,819	26,905	28,991	8.9%	지수평활 (Brown)	0.807	
영화	2,728	2,826	2,922	3,018	3,115	3.4%	지수평활 (Holt)	0.996, 0.001	
애니메이션	563	584	604	625	645	3.5%	ARIMA (0,1,0)		0.099
방송	22,950	23,844	24,739	25,634	26,528	3.7%	ARIMA (0,1,0)		0.000
광고	19,372	19,690	20,397	21,104	21,812	3.0%	지수평활 (Holt)	0.096, 0.000	
캐릭터	12,258	12,895	13,531	14,167	14,804	4.8%	ARIMA (0,1,0)		0.001
지식정보	21,345	22,489	23,633	24,777	25,920	5.0%	ARIMA (0,1,0)		0.000
콘텐츠솔루션	6,159	6,464	6,770	7,075	7,380	4.6%	ARIMA (0,1,0)		0.000
전체 산업	136,356	143,171	149,907	156,642	163,378	4.6%	-	-	-



[그림 5-1] 단변량 예측에 따른 전체 콘텐츠산업 매출액 전망

○ 2021년 전체 콘텐츠산업 매출규모에서 방송, 출판, 지식정보 분야가 각각 16.8%, 16.2%, 15.7%로 큰 비중을 차지하였는데, 2025년에는 출판 분야의 비중은 줄어드는 반면 방송, 지식정보 분야의 비중은 16.2%, 15.9%로 비슷한 수준을 유지할 것으로 전망됨.

- 2021년 15.1%의 매출액 비중을 차지한 게임 분야는 2025년 17.7%로 상승하여, 전체 콘텐츠산업의 매출 성장을 견인할 것으로 전망됨.
- 반면, 출판 분야는 2021년 16.2%에서 2025년 14.0%로 전체 콘텐츠산업 매출규모에서 차지하는 비중이 가장 크게 감소할 것으로 전망됨.

<표 5-2> 단변량 예측에 따른 분야별 매출액 비중

분야	매출액 비중				
	2021	2022	2023	2024	2025
출판	16.2%	15.6%	15.0%	14.4%	14.0%
만화	1.4%	1.6%	1.7%	1.9%	2.0%
음악	4.7%	5.0%	5.0%	4.9%	4.9%
게임	15.1%	15.9%	16.6%	17.2%	17.7%
영화	2.0%	2.0%	1.9%	1.9%	1.9%
애니메이션	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%
방송	16.8%	16.7%	16.5%	16.4%	16.2%
광고	14.2%	13.8%	13.6%	13.5%	13.4%
캐릭터	9.0%	9.0%	9.0%	9.0%	9.1%
지식정보	15.7%	15.7%	15.8%	15.8%	15.9%
콘텐츠솔루션	4.5%	4.5%	4.5%	4.5%	4.5%
전체	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

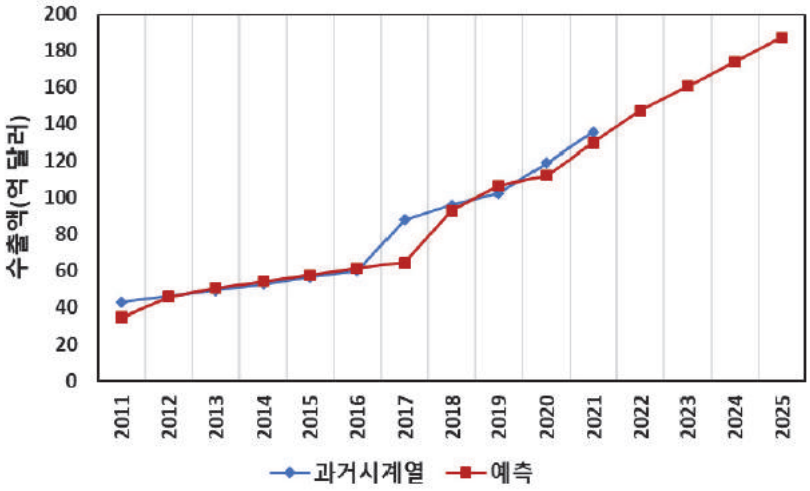
(2) 수출액

○ 단변량 분석결과 전체 콘텐츠산업의 수출액은 2021년 136억 달러 규모에서 8.4%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 187억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화, 게임, 방송의 순서로 높은 성장률을 보일 것으로 예상되며, 특히 만화는 20.9%의 매우 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 출판과 콘텐츠솔루션 분야의 수출규모는 3%대의 비교적 낮은 성장률을 보일 것으로 전망됨.

<표 5-3> 단변량 예측에 따른 분야별 수출액 전망

분야	수출액(천 달러)					CAGR 21-25	최적 방법론	평활 상수	유의 확률
	2021	2022	2023	2024	2025				
출판	428,379	443,194	458,008	472,823	487,637	3.3%	ARIMA (0,1,0)		0.327
만화	87,605	112,494	137,382	162,271	187,159	20.9%	지수평활 (Brown)	1.000	
음악	941,354	931,177	1,025,532	1,119,888	1,214,243	6.6%	지수평활 (Holt)	0.188, 1.000	
게임	9,435,401	10,356,543	11,394,067	12,431,592	13,469,116	9.3%	지수평활 (Brown)	0.513	
영화	43,033	48,192	49,376	50,559	51,743	4.7%	지수평활 (Holt)	0.400, 1.000	
애니메이션	151,928	174,695	181,120	187,544	193,969	6.3%	지수평활 (Holt)	0.100, 1.000	
방송	700,096	776,197	842,736	909,275	975,814	8.7%	지수평활 (Brown)	0.479	
광고	155,998	165,163	174,328	183,493	192,658	5.4%	ARIMA (0,1,0)		0.404
캐릭터	717,762	752,393	787,024	821,655	856,286	4.5%	ARIMA (0,1,0)		0.004
지식정보	666,586	706,075	745,564	785,053	824,542	5.5%	ARIMA (0,1,0)		0.034
콘텐츠솔루션	250,111	259,928	269,744	279,561	289,378	3.7%	ARIMA (0,1,0)		0.001
전체 산업	13,578,253	14,726,050	16,064,882	17,403,713	18,742,545	8.4%	-	-	-



[그림 5-2] 단변량 예측에 따른 전체 콘텐츠산업 수출액 전망

○ 2021년 게임 분야의 수출액은 94억 달러로 전체 콘텐츠산업에서 69.5%의 가장 큰 비중을 차지하였는데 2025년에도 135억 달러 규모로 성장하여 71.9%의 비중을 차지할 것으로 전망됨.

- 게임 이외에는 음악, 캐릭터, 방송 등의 분야가 비교적 높은 비중을 차지하고 있는 반면, 영화, 만화, 애니메이션, 광고 분야의 수출액은 타 분야에 비해 작은 편임.
- 2021년 0.6%의 수출액 비중을 차지한 만화 분야는 비중은 작지만 높은 성장률로 인해 2025년 1.0%로 전체 콘텐츠산업 수출규모에서 차지하는 비중이 증가할 것으로 전망됨.
- 반면, 캐릭터 분야는 2021년 5.3%에서 2025년 4.6%로 전체 콘텐츠산업 수출규모에서 차지하는 비중이 가장 크게 감소할 것으로 전망됨.

<표 5-4> 단변량 예측에 따른 분야별 수출액 비중

분야	수출액 비중				
	2021	2022	2023	2024	2025
출판	3.2%	3.0%	2.9%	2.7%	2.6%
만화	0.6%	0.8%	0.9%	0.9%	1.0%
음악	6.9%	6.3%	6.4%	6.4%	6.5%
게임	69.5%	70.3%	70.9%	71.4%	71.9%
영화	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%
애니메이션	1.1%	1.2%	1.1%	1.1%	1.0%
방송	5.2%	5.3%	5.2%	5.2%	5.2%
광고	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%	1.0%
캐릭터	5.3%	5.1%	4.9%	4.7%	4.6%
지식정보	4.9%	4.8%	4.6%	4.5%	4.4%
콘텐츠솔루션	1.8%	1.8%	1.7%	1.6%	1.5%
전체	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

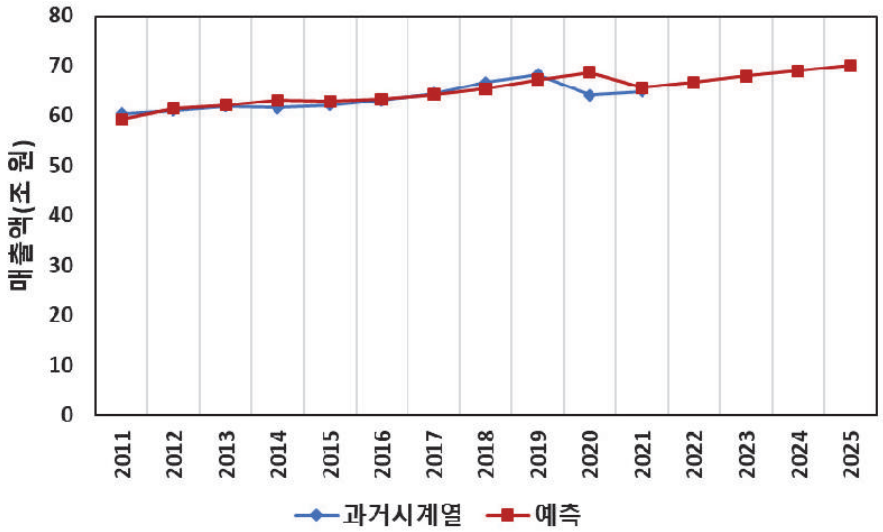
(3) 종사자수

○ 단변량 분석결과 전체 콘텐츠산업의 종사자수는 2021년 65만 명 규모에서 1.9%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 70만 명 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 영화, 지식정보, 방송, 콘텐츠솔루션, 광고의 순서로 높은 성장률을 보일 것으로 예상되며, 특히 이들 상위 5개 분야는 3% 이상의 성장률을 보이며 콘텐츠산업의 고용 증가를 견인할 것으로 전망됨.
- 반면, 만화, 출판, 캐릭터 분야는 종사자수가 감소할 것으로 전망되며, 음악의 경우도 성장이 둔화되어 비슷한 규모를 유지할 것으로 전망됨.

<표 5-5> 단변량 예측에 따른 분야별 종사자수 전망

분야	종사자수 (명)					CAGR 21-25	최적 방법론	평활 상수	유의 확률
	2021	2022	2023	2024	2025				
출판	185,370	183,524	181,678	179,832	177,987	-1.0%	ARIMA (0,1,0)		0.142
만화	11,563	10,839	10,846	10,853	10,861	-1.6%	지수평활(Brown)	0.103	0.085
음악	65,920	65,956	65,992	66,028	66,064	0.1%	ARIMA (0,1,0)		0.978
게임	84,506	85,996	87,486	88,975	90,465	1.7%	ARIMA (0,1,0)		0.710
영화	11,170	17,496	21,068	23,085	24,224	21.4%	ARIMA (1,0,0)		0.062
애니메이션	5,519	5,769	5,899	6,030	6,160	2.8%	지수평활(Holt)	0.102, 0.000	
방송	49,450	53,374	54,833	56,292	57,752	4.0%	지수평활(Holt)	0.121, 0.000	
광고	68,810	71,259	73,708	76,157	78,606	3.4%	ARIMA (0,1,0)		0.056
캐릭터	36,441	36,377	36,313	36,249	36,185	-0.2%	지수평활(Brown)	1.000	
지식정보	97,244	101,364	105,484	109,603	113,723	4.0%	ARIMA (0,1,0)		0.002
콘텐츠솔루션	33,561	34,882	36,202	37,523	38,844	3.7%	ARIMA (0,1,0)		0.000
전체 산업	649,554	666,835	679,509	690,629	700,870	1.9%	-	-	-



[그림 5-3] 단변량 예측에 따른 전체 콘텐츠산업 종사자수 전망

○ 2021년 전체 콘텐츠산업의 종사자수 비중은 출판(28.5%), 지식정보(15.0%), 게임(13.0%)의 순이었고 애니메이션(0.8%)과 영화(1.7%), 만화(1.8%) 분야는 상대적으로 작은 비중을 차지하였으며, 2025년에도 분야별 편차가 있으나 비슷한 비중을 유지할 것으로 전망됨.

- 2021년 15.0%의 종사자수 비중을 차지한 지식정보는 2025년 16.2%로 상승할 것으로 전망되며, 영화 역시 1.7%에서 3.5%로 상승하며 전체 콘텐츠산업의 고용 성장을 견인할 것으로 전망됨.
- 반면, 출판 분야는 2021년 28.5%에서 2025년 25.4%로 전체 콘텐츠산업 종사자수에서 차지하는 비중이 가장 크게 감소할 것으로 전망됨.

<표 5-6> 단변량 예측에 따른 분야별 종사자수 비중

분야	종사자수 비중				
	2021	2022	2023	2024	2025
출판	28.5%	27.5%	26.7%	26.0%	25.4%
만화	1.8%	1.6%	1.6%	1.6%	1.5%
음악	10.1%	9.9%	9.7%	9.6%	9.4%
게임	13.0%	12.9%	12.9%	12.9%	12.9%
영화	1.7%	2.6%	3.1%	3.3%	3.5%
애니메이션	0.8%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%
방송	7.6%	8.0%	8.1%	8.2%	8.2%
광고	10.6%	10.7%	10.8%	11.0%	11.2%
캐릭터	5.6%	5.5%	5.3%	5.2%	5.2%
지식정보	15.0%	15.2%	15.5%	15.9%	16.2%
콘텐츠솔루션	5.2%	5.2%	5.3%	5.4%	5.5%
전체	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

2. 전이함수모형에 의한 시장예측

가. 분야별 전이함수 최종모형

(1) 출판

○ 전이함수모형에 따른 분석 결과 출판 분야에는 4개의 외생변수가 통계적으로 유의하게 내생변수들에 영향을 주는 것으로 나타남.

- 매출액의 경우, ‘14세 미만 인구수’가 유의한 변수로 선택됨.
- 수출액의 경우, ‘총가구수’가 유의한 변수로 선택됨.
- 종사자수의 경우, ‘14세 미만 인구수’, ‘온라인콘텐츠 물가지수’, ‘출판업체수’가 유의한 변수로 선택됨.

<표 5-7> 출판 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량

내생변수	모형유형	R^2	MAPE	정규 BIC	외생변수	개입(이상값)
매출액	ARIMA(0,1,0)	.804	.952	25.426	1	1
수출액	ARIMA(0,1,0)	.403	13.313	21.698	1	1
종사자수	ARIMA(0,1,0)	.969	.296	14.955	3	1

<표 5-8> 출판 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정

내생변수	외생변수	모수		추정값	유의확률
매출액	출판매출액	상수항		177714.463	.016
		차분		1	
	14세 미만 인구수	지연		1	
		분자	시차 0	-10.167	.002
		차분		2	
수출액	출판수출액	차분		1	
	총가구수	분자	시차 0	.066	.050
		차분		1	
종사자수	출판종사자수	차분		1	
	14세 미만 인구수	분자	시차 0	-.042	.036
			시차 1	-.043	.017
		차분		2	
	온라인콘텐츠 물가지수	분자	시차 0	-1190.110	.001
		차분		1	
	출판업체수	분자	시차 0	3.055	.002
			시차 1	-1.502	.004
		차분		1	

○ 과거 시계열에 대해, 매출액의 경우 2007년 가법 유형의 개입모형이 적용되었고, 수출액의 경우 2010년 가법 유형의 개입모형이 적용되었으며, 종사자수의 경우 2007년 가법 유형의 개입모형이 적용되었음.

<표 5-9> 출판 분야 내생변수별 개입모형 모수추정

내생변수	년도	유형	추정값(차분)	유의확률
매출액	2007	가법	1053730.321	.000
수출액	2010	가법	92662.486	.009
종사자수	2007	가법	9816.099	.000

(2) 만화

○ 전이함수모형에 따른 분석 결과 만화 분야에는 4개의 외생변수가 통계적으로 유의하게 내생변수들에 영향을 주는 것으로 나타남.

- 매출액의 경우, ‘총가구수’가 유의한 변수로 선택됨.
- 수출액의 경우, ‘가구원수’가 유의한 변수로 선택됨.
- 종사자수의 경우, ‘14세 미만 인구수’, ‘조세부담률’이 유의한 변수로 선택됨.

<표 5-10> 만화 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량

내생변수	모형유형	R^2	MAPE	정규 BIC	외생변수	개입(이상값)
매출액	ARIMA(0,1,0)	.125	11.984	23.664	1	0
수출액	ARIMA(0,2,0)	.528	15.915	16.573	1	1
종사자수	ARIMA(0,1,0)	.905	2.236	12.197	2	1

<표 5-11> 만화 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정

내생변수	외생변수	모수		추정값	유의확률
매출액	만화매출액	차분		1	
	총가구수	분자	시차 0	.235	.018
		차분		1	
수출액	만화수출액	차분		2	
	가구원수	지연		2	
		분자	시차 0	57098.606	.023
		차분		2	
종사자수	만화종사자수	차분		1	
	14세 미만 인구수	분자	시차 0	-.015	.003
		차분		2	
	조세부담률	분자	시차 0	310.353	.003
		차분		1	

○ 과거 시계열에 대해, 수출액의 경우 2011년 가법 유형의 개입모형이 적용되었으며, 종사자수의 경우 2006년 가법 유형 방식의 개입모형이 적용되었음.

<표 5-12> 만화 분야 내생변수별 개입모형 모수추정

내생변수	년도	유형	추정값(차분)	유의확률
수출액	2011	가법	3906.683	.014
종사자수	2006	가법	2388.332	.000

(3) 음악

○ 전이함수모형에 따른 분석 결과 음악 분야에는 3개의 외생변수가 통계적으로 유의하게 내생변수들에 영향을 주는 것으로 나타남.

- 매출액의 경우, '창작예술여가서비스업 생산지수', '고용률', '원달러환율'이 유의한 변수로 선택됨.
- 종사자수의 경우, '창작예술여가서비스업 생산지수'가 유의한 변수로 선택됨.

<표 5-13> 음악 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량

내생변수	모형유형	R^2	MAPE	정규 BIC	외생변수	개입(이상값)
매출액	ARIMA(0,1,0)	.719	4.891	25.277	3	0
수출액	ARIMA(0,1,0)	.574	89.050	22.022	0	1
종사자수	ARIMA(0,1,0)	.896	1.848	15.616	1	3

<표 5-14> 음악 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정

내생변수	외생변수	모수		추정값	유의확률
매출액	음악매출액	상수항		185511.612	.006
		차분		1	
	창작예술여가서비스업 생산지수	분자	시차 0	30299.308	.008
		차분		1	
	고용률	분자	시차 0	512289.541	.011
		차분		1	
	원달러환율	지연		1	
		분자	시차 0	1439.095	.034
		차분		1	
수출액	음악수출액	상수항		51557.890	.001
		차분		1	
종사자수	음악종사자수	차분		1	
	창작예술여가서비스업 생산지수	분자	시차 0	387.043	.000
		차분		1	

○ 과거 시계열에 대해, 수출액의 경우 2020년 가법 유형의 개입모형이 적용되었으며, 종사자수의 경우 2004년, 2007년 가법 유형, 2009년 수준 이동 유형의 개입모형이 적용되었음.

<표 5-15> 음악 분야 내생변수별 개입모형 모수추정

내생변수	년도	유형	추정값(차분)	유의확률
수출액	2020	가법	-169142.983	.000
종사자수	2004	가법	4080.628	.007
	2007	가법	9054.647	.000
	2009	수준 이동	8322.307	.000

(4) 게임

○ 전이함수모형에 따른 분석 결과 게임 분야에는 2개의 외생변수가 통계적으로 유의하게 내생변수들에 영향을 주는 것으로 나타남.

- 매출액의 경우, '14세 미만 인구수'가 유의한 변수로 선택됨.
- 수출액의 경우, '창작예술여가서비스업 생산지수'가 유의한 변수로 선택됨.

<표 5-16> 게임 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량

내생변수	모형유형	R^2	MAPE	정규 BIC	외생변수	개입(이상값)
매출액	ARIMA(0,1,0)	.378	4.715	27.542	1	0
수출액	ARIMA(0,1,0)	.945	6.438	25.082	1	2
종사자수	ARIMA(0,1,0)	.881	7.195	17.501	0	2

<표 5-17> 게임 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정

내생변수	외생변수	모수		추정값	유의확률
매출액	게임매출액	상수항		4680486.251	.009
		차분		1	
	14세 미만 인구수	지연		6	
		분자	시차 0	16.489	.033
		차분		1	
수출액	게임수출액	상수항		622061.882	.000
		차분		1	
	창작예술여가서비스업 생산지수	분자	시차 0	-57197.096	.000
		차분		1	
		분모	시차 1	.582	.000
종사자수	게임종사자수	차분		1	

○ 과거 시계열에 대해, 수출액의 경우 2011년, 2017년 수준 이동 유형의 개입모형이 적용되었으며, 종사자수의 경우 2005년 가법, 2010년 수준 이동 유형의 개입모형이 적용되었음.

<표 5-18> 게임 분야 내생변수별 개입모형 모수추정

내생변수	년도	유형	추정값(차분)	유의확률
수출액	2011	수준 이동	780142.979	.002
	2017	수준 이동	2233201.959	.000
종사자수	2005	가법	20786.498	.000
	2010	수준 이동	51607.995	.000

(5) 영화

○ 전이함수모형에 따른 분석 결과 영화 분야에는 6개의 외생변수가 통계적으로 유의하게 내생변수들에 영향을 주는 것으로 나타남.

- 매출액의 경우, ‘창작예술여가서비스업 생산지수’, ‘사회적 거리두기’, ‘온라인 콘텐츠 물가지수’가 유의한 변수로 선택됨.
- 수출액의 경우, ‘영화관람 물가지수’, ‘온라인콘텐츠 물가지수’가 유의한 변수로 선택됨.
- 종사자수의 경우, ‘문화서비스지출’, ‘조세부담률’, ‘사회적 거리두기’가 유의한 변수로 선택됨.

<표 5-19> 영화 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량

내생변수	모형유형	R^2	MAPE	정규 BIC	외생변수	개입(이상값)
매출액	ARIMA(0,1,0)	.953	3.570	25.321	3	0
수출액	ARIMA(0,0,0)	.949	10.747	17.537	2	1
종사자수	ARIMA(0,0,0)	.949	5.244	15.680	3	1

<표 5-20> 영화 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정

내생변수	외생변수	모수		추정값	유의확률
매출액	영화매출액	차분		1	
	창작예술여가서비스업 생산지수	분자	시차 0	69030.881	.000
		차분		1	
	사회적 거리두기	분자	시차 0	-2089019.519	.000
			시차 1	653686.653	.018
		차분		1	

내생변수	외생변수	모수		추정값	유의확률
	온라인콘텐츠 물가지수	지연		1	
		분자	시차 0	92132.016	.033
		차분		1	
수출액	영화수출액	상수항		-236338.068	.002
	영화관람 물가지수	분자	시차 0	-938.357	.007
			시차 2	-1618.801	.003
	온라인콘텐츠 물가지수	분자	시차 0	2280.658	.011
종사자수	영화종사자수	상수항		59620.985	.000
	문화서비스지출	분자	시차 0	.787	.012
		차분		1	
	조세부담률	지연		1	
		분자	시차 0	-1666.121	.000
	사회적 거리두기	분자	시차 0	-14938.929	.000

○ 과거 시계열에 대해, 수출액의 경우 2005년 가법 유형의 개입모형이 적용되었으며, 종사자수의 경우 2004년 가법 유형의 개입모형이 적용되었음.

<표 5-21> 영화 분야 내생변수별 개입모형 모수추정

내생변수	년도	유형	추정값(차분)	유의확률
수출액	2005	가법	45470.710	.000
종사자수	2004	가법	5499.050	.009

(6) 애니메이션

○ 전이함수모형에 따른 분석 결과 애니메이션 분야에는 4개의 외생변수가 통계적으로 유의하게 내생변수들에 영향을 주는 것으로 나타남.

- 매출액의 경우, ‘14세 미만 인구수’, ‘가구소득’이 유의한 변수로 선택됨.
- 수출액의 경우, ‘문화서비스지출’, ‘창작예술여가서비스업 생산지수’가 유의한 변수로 선택됨.

<표 5-22> 애니메이션 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량

내생변수	모형유형	R^2	MAPE	정규 BIC	외생변수	개입(이상값)
매출액	ARIMA(0,1,0)	.979	1.266	19.038	2	4
수출액	ARIMA(0,1,0)	.850	5.040	18.480	2	1
종사자수	ARIMA(1,1,0)	.493	5.707	12.043	0	1

<표 5-23> 애니메이션 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정

내생변수	외생변수	모수		추정값	유의확률
매출액	애니메이션매출액	차분		1	
	14세 미만 인구수	지연		1	
		분자	시차 0	-.418	.000
		차분		1	
	가구소득	지연		1	
		분자	시차 0	-.473	.000
		차분		1	
수출액	애니메이션수출액	차분		1	
	문화서비스지출	분자	시차 0	2.882	.022
		차분		1	
	창작예술여가서비스업 생산지수	분자	시차 0	1940.350	.000
		차분		1	
종사자수	애니메이션종사자수	AR	시차 1	.716	.001
		차분		1	

○ 과거 시계열에 대해, 매출액의 경우 2005년, 2008년 가법 유형, 2017년, 2018년 수준 이동 유형의 개입모형이 적용되었고, 수출액의 경우 2005년 가법 유형의 개입모형이 적용되었으며, 종사자수의 경우 2004년 가법 유형의 개입모형이 적용되었음.

<표 5-24> 애니메이션 분야 내생변수별 개입모형 모수추정

내생변수	년도	유형	추정값(차분)	유의확률
매출액	2005	가법	-22444.294	.003
	2008	가법	39723.453	.000
	2017	수준 이동	-85226.312	.000
	2018	수준 이동	-43234.591	.000
수출액	2005	가법	17059.407	.011
종사자수	2004	가법	-795.937	.000

(7) 방송

○ 전이함수모형에 따른 분석 결과 방송 분야에는 4개의 외생변수가 통계적으로 유의하게 내생변수들에 영향을 주는 것으로 나타남.

- 매출액의 경우, ‘원달러환율’, ‘온라인콘텐츠 물가지수’가 유의한 변수로 선택됨.
- 수출액의 경우, ‘창작예술여가서비스업 생산지수’가 유의한 변수로 선택됨.
- 종사자수의 경우, ‘공연예술관람 물가지수’가 유의한 변수로 선택됨.

<표 5-25> 방송 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량

내생변수	모형유형	R^2	MAPE	정규 BIC	외생변수	개입(이상값)
매출액	ARIMA(0,1,0)	.704	1.924	26.201	2	0
수출액	ARIMA(0,1,0)	.516	10.160	21.875	1	0
종사자수	ARIMA(0,1,0)	.653	2.382	14.529	1	1

<표 5-26> 방송 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정

내생변수	외생변수	모수		추정값	유의확률
매출액	방송매출액	상수항		877072.315	.000
		차분		1	
	원달러환율	분자	시차 0	-3777.685	.001
		차분		1	
	온라인콘텐츠 물가지수	지연		2	
		분자	시차 0	238431.899	.003
		차분		1	
수출액	방송수출액	상수항		99751.890	.002
		차분		1	
	창작예술여가서비스업 생산지수	지연		6	
		분자	시차 0	-17098.574	.013
		차분		1	
종사자수	방송종사자수	차분		1	
	공연예술관람 물가지수	지연		1	
		분자	시차 0	409.337	.000
		차분		1	

○ 과거 시계열에 대해, 종사자수의 경우 2018년 수준 이동 유형의 개입모형이 적용되었음.

<표 5-27> 방송 분야 내생변수별 개입모형 모수추정

내생변수	년도	유형	추정값(차분)	유의확률
종사자수	2018	수준 이동	4361.601	.003

(8) 광고

○ 전이함수모형에 따른 분석 결과 광고 분야에는 4개의 외생변수가 통계적으로 유의하게 내생변수들에 영향을 주는 것으로 나타남.

- 매출액의 경우, ‘전체 콘텐츠산업 매출액’, ‘고용률’이 유의한 변수로 선택됨.
- 수출액의 경우, ‘총인구수’가 유의한 변수로 선택됨.
- 종사자수의 경우, ‘인터넷이용률’, ‘소비자물가총지수’가 유의한 변수로 선택됨.

<표 5-28> 광고 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량

내생변수	모형유형	R^2	MAPE	정규 BIC	외생변수	개입(이상값)
매출액	ARIMA(0,1,0)	.705	2.218	25.975	2	0
수출액	ARIMA(0,0,0)	.590	33.758	20.271	1	0
종사자수	ARIMA(0,1,0)	.744	4.070	16.479	2	0

<표 5-29> 광고 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정

내생변수	외생변수	모수		추정값	유의확률
매출액	광고매출액	차분		1	
	전체 콘텐츠산업 매출액	분자	시차 0	.129	.000
		차분		1	
	고용률	분자	시차 0	605752.264	.015
		차분		1	
수출액	총인구수	분자	시차 0	-.196	.001
			시차 1	-.199	.001
종사자수	광고종사자수	차분		1	
	인터넷이용률	분자	시차 0	3762.407	.000
			시차 1	1434.976	.045
		차분		1	
	소비자물가총지수	분자	시차 0	-1645.505	.042
			시차 1	-1486.659	.064
		차분		1	

○ 광고 분야에서는 매출액, 수출액, 종사자수 모든 내생변수에 대해 개입모형이 적용되지 않음.

(9) 캐릭터

○ 전이함수모형에 따른 분석 결과 캐릭터 분야에는 2개의 외생변수가 통계적으로 유의하게 내생변수들에 영향을 주는 것으로 나타남.

- 수출액의 경우, ‘가구소득’, ‘창작예술여가서비스업 생산지수’가 유의한 변수로 선택됨.

<표 5-30> 캐릭터 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량

내생변수	모형유형	R^2	MAPE	정규 BIC	외생변수	개입(이상값)
매출액	ARIMA(0,2,0)	.873	6.458	26.393	0	1
수출액	ARIMA(0,1,0)	.350	6.327	21.123	2	0
종사자수	ARIMA(0,1,0)	.496	6.578	15.393	0	1

<표 5-31> 캐릭터 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정

내생변수	외생변수	모수		추정값	유의확률
매출액	캐릭터매출액	변환 안 함	차분	2	
수출액	캐릭터수출액	차분		1	
	가구소득	분자	시차 0	.154	.017
		차분		1	
	창작예술여가서비스업 생산지수	분자	시차 0	4499.058	.003
		차분		1	
종사자수	캐릭터종사자수	상수항		1676.889	.002
		차분		1	

○ 과거 시계열에 대해, 매출액의 경우 2005년 가법 유형의 개입모형이 적용되었고, 종사자수의 경우도 2005년 가법 유형의 개입모형이 적용되었음.

<표 5-32> 캐릭터 분야 내생변수별 개입모형 모수추정

내생변수	년도	유형	추정값(차분)	유의확률
매출액	2005	가법	-2116873.792	.000
종사자수	2005	가법	-5262.499	.001

(10) 지식정보

○ 전이함수모형에 따른 분석 결과 지식정보 분야에는 5개의 외생변수가 통계적으로 유의하게 내생변수들에 영향을 주는 것으로 나타남.

- 매출액의 경우, ‘총가구수’, ‘가구원수’가 유의한 변수로 선택됨.
- 수출액의 경우, ‘14세 미만 인구수’, ‘민간소비증가율’이 유의한 변수로 선택됨.
- 종사자수의 경우, ‘총가구수’, ‘가구원수’, ‘인터넷이용률’이 유의한 변수로 선택됨.

<표 5-33> 지식정보 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량

내생변수	모형유형	R^2	MAPE	정규 BIC	외생변수	개입(이상값)
매출액	ARIMA(0,2,0)	.976	1.169	24.795	2	1
수출액	ARIMA(0,1,0)	.879	1.450	19.256	2	0
종사자수	ARIMA(0,1,0)	.997	.235	12.808	3	2

<표 5-34> 지식정보 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정

내생변수	외생변수	모수		추정값	유의확률
매출액	지식정보매출액	차분		2	
	총가구수	분자	시차 0	2.939	.006
			시차 2	-2.208	.043
		차분		2	
	가구원수	분자	시차 0	-4484365.469	.007
		차분		2	
수출액	지식정보수출액	상수항		29287.727	.000
		차분		1	
	14세 미만 인구수	분자	시차 0	.582	.045
			시차 1	.475	.033
		차분		2	
	민간소비증가율	지연		1	
		분자	시차 0	5601.297	.011
		차분		1	
종사자수	지식정보종사자수	상수항		3163.087	.000
		차분		1	
	총가구수	지연		1	
		분자	시차 0	.009	.000
		차분		2	
	가구원수	분자	시차 0	17405.316	.004
		차분		1	
	인터넷이용률	지연		1	
		분자	시차 0	392.411	.022
		차분		1	

○ 과거 시계열에 대해, 매출액의 경우 2011년 수준 이동 유형의 개입모형이 적용되었고, 종사자수의 경우 2011년, 2012년 수준 이동 유형의 개입모형이 적용되었음.

<표 5-35> 지식정보 분야 내생변수별 개입모형 모수추정

내생변수	년도	유형	추정값(차분)	유의확률
매출액	2011	수준 이동	1916188.053	.000
종사자수	2011	수준 이동	17180.763	.000
	2012	수준 이동	-2491.509	.000

(11) 콘텐츠솔루션

○ 전이함수모형에 따른 분석 결과 콘텐츠솔루션 분야에는 2개의 외생변수가 통계적으로 유의하게 내생변수들에 영향을 주는 것으로 나타남.

- 매출액의 경우, ‘창작예술여가서비스업 생산지수’가 유의한 변수로 선택됨.
- 종사자수의 경우, ‘실업률’이 유의한 변수로 선택됨.

<표 5-36> 콘텐츠솔루션 분야 내생변수별 전이함수 최종모형의 통계량

내생변수	모형유형	R^2	MAPE	정규 BIC	외생변수	개입(이상값)
매출액	ARIMA(0,1,0)	.666	2.319	23.508	1	1
수출액	ARIMA(0,1,0)	.413	3.466	17.936	0	1
종사자수	ARIMA(0,1,0)	.709	.963	11.807	1	0

<표 5-37> 콘텐츠솔루션 분야 내생변수별 전이함수 최종모형 모수추정

내생변수	외생변수	모수		추정값	유의확률
매출액	콘텐츠솔루션매출액	상수항		298642.781	.000
		차분		1	
	창작예술여가서비스업 생산지수	지연		1	
		분자	시차 0	-11494.454	.011
		차분		1	
수출액	콘텐츠솔루션수출액	상수항		9816.643	.000
		차분		1	
종사자수	콘텐츠솔루션종사자수	상수항		1467.543	.000
		차분		1	
	실업률	지연		3	
		분자	시차 0	-1960.562	.000
		차분		1	

○ 과거 시계열에 대해, 매출액의 경우 2011년 수준 이동 유형의 개입모형이 적용되었고, 수출액의 경우 2010년 가법 유형의 개입모형이 적용되었음.

<표 5-38> 콘텐츠솔루션 분야 내생변수별 개입모형 모수추정

내생변수	년도	유형	추정값(차분)	유의확률
매출액	2011	수준 이동	403331.198	.002
수출액	2010	가법	-13362.499	.013

나. 전체 콘텐츠산업 시장전망

(1) 매출액

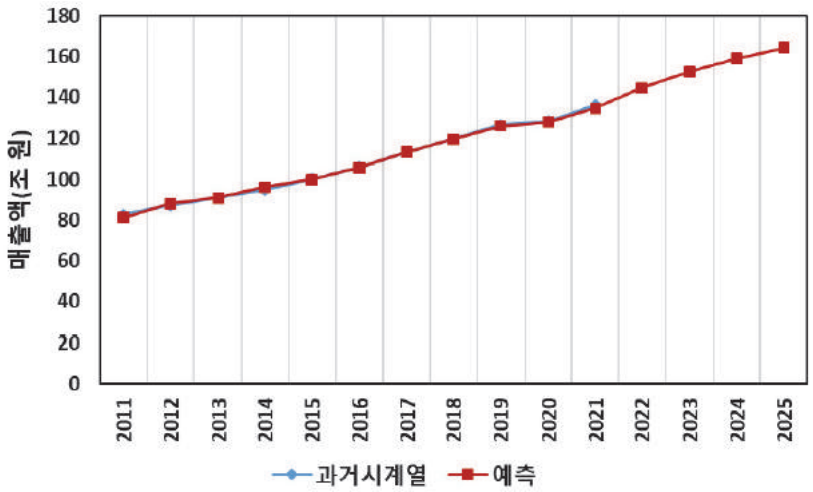
○ 전이함수모형에 의한 분석결과 전체 콘텐츠산업의 국내 매출액은 2021년 136조 원 규

모에서 4.8%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 164조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19로 큰 타격을 입었던 영화 분야의 매출이 회복되면서 상대적으로 높은 성장률을 보일 것으로 예상되며, 그 밖에 게임, 지식정보 분야의 매출 성장이 비교적 높은 상태로 지속될 것으로 전망됨.
- 반면, 캐릭터, 출판 분야의 매출은 상대적으로 낮은 성장률을 보일 것으로 전망됨.

<표 5-39> 전이함수모형에 따른 분야별 매출액 전망

분야	매출액(십억 원)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
출판	22,112	22,493	23,148	23,725	23,648	1.7%
만화	1,895	1,965	2,025	2,083	2,137	3.1%
음악	6,357	6,736	6,990	7,095	7,329	3.6%
게임	20,618	22,572	24,940	27,489	29,746	9.6%
영화	2,728	4,970	5,749	5,874	5,999	21.8%
애니메이션	563	557	588	635	672	4.5%
방송	22,950	23,779	25,104	26,017	26,930	4.1%
광고	19,372	20,035	20,699	21,364	22,029	3.3%
캐릭터	12,258	12,298	12,338	12,378	12,418	0.3%
지식정보	21,345	22,945	24,490	25,469	26,291	5.3%
콘텐츠솔루션	6,159	6,392	6,672	6,953	7,233	4.1%
전체 산업	136,356	144,743	152,743	159,082	164,432	4.8%



[그림 5-4] 전이함수모형에 따른 전체 콘텐츠산업 매출액 전망

○ 2021년 전체 콘텐츠산업 매출규모에서 방송, 출판 분야가 각각 16.8%, 16.2%로 큰 비중을 차지하였는데, 2025년까지 출판 분야의 비중은 크게 줄어드는 반면 게임 분야의 비

중은 18.1%까지 증가할 것으로 전망됨.

- 2021년 15.1%의 매출액 비중을 차지한 게임 분야는 2025년 18.1%로 비중이 크게 상승하며 콘텐츠산업의 매출 성장을 견인할 것으로 전망됨.
- 반면, 출판 분야는 2021년 16.2%에서 2025년 14.4%로 전체 콘텐츠산업 매출규모에서 차지하는 비중이 가장 크게 감소할 것으로 전망됨.

<표 5-40> 전이함수모형에 따른 분야별 매출액 비중

분야	매출액 비중				
	2021	2022	2023	2024	2025
출판	16.2%	15.5%	15.2%	14.9%	14.4%
만화	1.4%	1.4%	1.3%	1.3%	1.3%
음악	4.7%	4.7%	4.6%	4.5%	4.5%
게임	15.1%	15.6%	16.3%	17.3%	18.1%
영화	2.0%	3.4%	3.8%	3.7%	3.6%
애니메이션	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%
방송	16.8%	16.4%	16.4%	16.4%	16.4%
광고	14.2%	13.8%	13.6%	13.4%	13.4%
캐릭터	9.0%	8.5%	8.1%	7.8%	7.6%
지식정보	15.7%	15.9%	16.0%	16.0%	16.0%
콘텐츠솔루션	4.5%	4.4%	4.4%	4.4%	4.4%
전체	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(2) 수출액

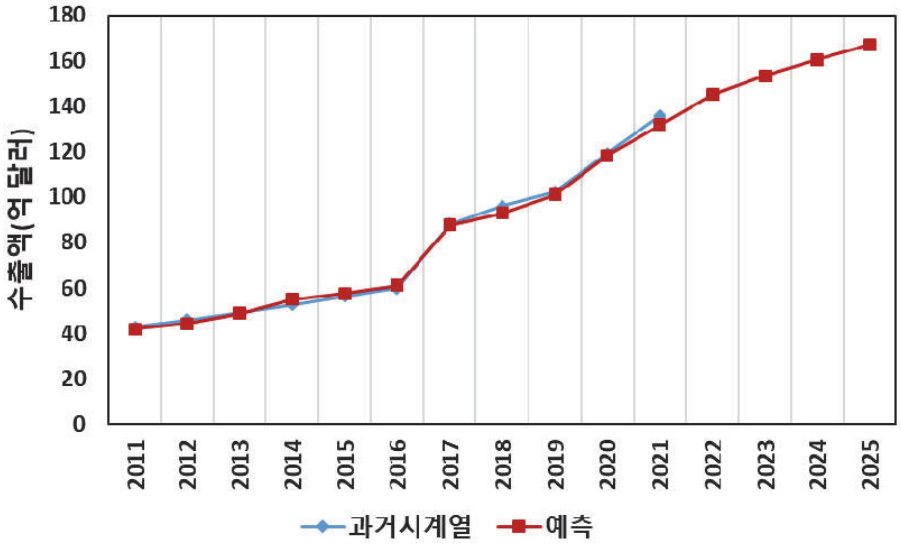
○ 전이함수모형에 따른 분석결과 전체 콘텐츠산업의 수출액은 2021년 136억 달러 규모에서 5.3%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 167억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화, 영화, 방송, 지식정보 분야의 순서로 높은 성장률을 보일 것으로 예상되며, 특히 만화는 20.5%, 영화는 13.7%의 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 광고 분야의 수출은 소폭 감소할 것으로 전망됨.

<표 5-41> 전이함수모형에 따른 분야별 수출액 전망

분야	수출액(천 달러)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
출판	428,379	448,122	464,785	480,977	495,962	3.7%
만화	87,605	113,066	136,814	160,727	184,641	20.5%
음악	941,354	992,912	1,044,470	1,096,028	1,147,586	5.1%
게임	9,435,401	10,107,154	10,666,004	11,159,101	11,613,904	5.3%

분야	수출액(천 달러)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
영화	43,033	42,988	67,319	69,617	71,914	13.7%
애니메이션	151,928	163,478	171,627	179,776	187,926	5.5%
방송	700,096	741,713	843,174	876,242	912,729	6.9%
광고	155,998	164,798	155,335	152,778	151,545	-0.7%
캐릭터	717,762	743,498	769,234	794,969	820,705	3.4%
지식정보	666,586	726,274	746,792	809,309	834,331	5.8%
콘텐츠솔루션	250,111	259,928	269,744	279,561	289,378	3.7%
전체 산업	13,578,253	14,503,931	15,335,298	16,059,085	16,710,621	5.3%



[그림 5-5] 전이함수모형에 따른 전체 콘텐츠산업 수출액 전망

○ 2021년 게임 분야의 수출액은 91억 달러에 육박하여 전체 콘텐츠산업에서 69.5%를 차지하였는데 2025년까지 116억 달러 규모로 성장하여 69.5% 이상의 수준을 유지할 것으로 전망됨.

- 비교적 규모가 작은 만화, 영화 분야의 수출액 비중 증가가 클 것으로 예상됨.
- 반면, 광고 분야는 2021년 1.1%에서 2025년 0.9%로 비중이 감소할 것으로 예상되며, 캐릭터 분야 역시 같은 기간 5.3%에서 4.9% 수준으로 감소될 것으로 전망됨.

<표 5-42> 전이함수모형에 따른 분야별 수출액 비중

분야	수출액 비중				
	2021	2022	2023	2024	2025
출판	3.2%	3.1%	3.0%	3.0%	3.0%
만화	0.6%	0.8%	0.9%	1.0%	1.1%
음악	6.9%	6.8%	6.8%	6.8%	6.9%
게임	69.5%	69.7%	69.6%	69.5%	69.5%
영화	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.4%
애니메이션	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%
방송	5.2%	5.1%	5.5%	5.5%	5.5%
광고	1.1%	1.1%	1.0%	1.0%	0.9%
캐릭터	5.3%	5.1%	5.0%	5.0%	4.9%
지식정보	4.9%	5.0%	4.9%	5.0%	5.0%
콘텐츠솔루션	1.8%	1.8%	1.8%	1.7%	1.7%
전체	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

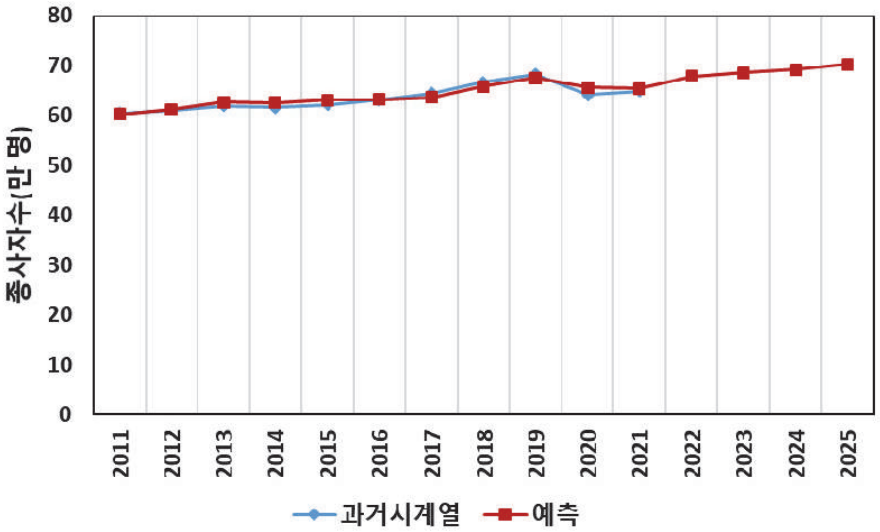
(3) 종사자수

○ 전이함수모형 분석결과 전체 콘텐츠산업의 종사자수는 2021년 65만 명 규모에서 2.0%의 연평균성장률로 성장하여 2023년 70.3만 명 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 코로나19로 인해 큰 감소를 겪었던 영화 분야에서 24.7%의 가장 높은 성장률을 보일 것으로 전망되며, 그 밖에 캐릭터, 콘텐츠솔루션, 광고 등의 순서로 높은 성장률을 보일 것으로 예상됨.
- 반면, 출판 분야는 종사자수가 다소 감소할 것으로 전망되며, 게임, 애니메이션의 경우도 성장률이 상대적으로 낮을 것으로 전망됨.

<표 5-43> 전이함수모형에 따른 분야별 종사자수 전망

분야	종사자수(명)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
출판	185,370	186,032	185,408	182,424	182,728	-0.4%
만화	11,563	12,274	12,869	12,490	12,291	1.5%
음악	65,920	66,544	67,167	67,791	68,414	0.9%
게임	84,506	84,506	84,506	84,506	84,506	0.0%
영화	11,170	27,933	27,004	27,004	27,004	24.7%
애니메이션	5,519	5,553	5,577	5,594	5,606	0.4%
방송	49,450	49,765	50,653	51,540	52,427	1.5%
광고	68,810	72,744	75,411	78,077	80,743	4.1%
캐릭터	36,441	38,118	39,795	41,472	43,149	4.3%
지식정보	97,244	100,541	101,268	103,847	106,796	2.4%
콘텐츠솔루션	33,561	35,029	36,104	38,160	39,616	4.2%
전체 산업	649,554	679,039	685,762	692,905	703,280	2.0%



[그림 5-6] 전이함수모형에 따른 전체 콘텐츠산업 종사자수 전망

○ 2021년 전체 콘텐츠산업의 종사자수 비중은 출판, 지식정보, 게임, 광고의 순이었고, 애니메이션과 만화 분야는 상대적으로 작은 비중을 차지하고 있음.

- 2021년 15.0%의 종사자수 비중을 차지한 지식정보 분야는 2025년 15.2%까지 늘어날 것으로 전망되며, 광고 분야 역시 같은 기간 10.6%에서 11.5%까지 상승하며 전체 콘텐츠산업의 고용 성장을 견인할 것으로 전망됨.
- 반면, 출판 분야는 2019년 28.5%에서 2025년 26.0%로 전체 콘텐츠산업 종사자수에서 차지하는 비중이 가장 크게 감소할 것으로 전망됨.

<표 5-44> 전이함수모형에 따른 분야별 종사자수 비중

분야	종사자수 비중				
	2019	2020	2021	2022	2023
출판	28.5%	27.4%	27.0%	26.3%	26.0%
만화	1.8%	1.8%	1.9%	1.8%	1.7%
음악	10.1%	9.8%	9.8%	9.8%	9.7%
게임	13.0%	12.4%	12.3%	12.2%	12.0%
영화	1.7%	4.1%	3.9%	3.9%	3.8%
애니메이션	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%
방송	7.6%	7.3%	7.4%	7.4%	7.5%
광고	10.6%	10.7%	11.0%	11.3%	11.5%
캐릭터	5.6%	5.6%	5.8%	6.0%	6.1%
지식정보	15.0%	14.8%	14.8%	15.0%	15.2%
콘텐츠솔루션	5.2%	5.2%	5.3%	5.5%	5.6%
전체	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

3. VAR에 의한 시장예측

가. 분야별 VAR 최종모형

(1) 출판 분야 VAR 최종모형

○ 매출액, 수출액, 종사자수, 업체수, 온라인콘텐츠 물가지수에 대한 1 시차 시계열을 고려한 출판 분야의 VAR 최종모형에 대한 통계량과 모수 추정치는 아래 표와 같음.

<표 5-45> 출판 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정

변수	매출액	수출액	종사자수
매출액(-1)	-0.156	0.0484	-0.00715***
	(0.182)	(0.0341)	(0.00209)
수출액(-1)	5.284***	0.539*	0.0332*
	(1.600)	(0.300)	(0.0184)
종사자수(-1)	94.34***	2.298	1.092***
	(17.78)	(3.332)	(0.204)
업체수(-1)	-464.7***	-5.529	-0.828
	(93.08)	(17.44)	(1.069)
상수	-2.678e+06	-2.275e+06**	53,618
	(4.727e+06)	(885,701)	(54,315)
온라인콘텐츠 물가지수(-1)	205,245***	11,405*	938.5**
	(34,616)	(6,486)	(397.7)
Observations	16	16	16
Log likelihood	-675.869		
SBIC	89.682		
RMSE	294796.000	55234.600	3387.220
R2	0.795	0.534	0.954
Chi2	61.951	18.318	335.139
p	0.000	0.003	0.000

(*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. ( )는 표준오차

(2) 만화 분야 VAR 최종모형

○ 매출액, 수출액, 종사자수, 업체수에 대한 1 시차 시계열을 고려한 만화 분야의 VAR 최종모형에 대한 통계량과 모수 추정치는 아래 표와 같음.

<표 5-46> 만화 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정

변수	매출액	수출액	종사자수
매출액(-1)	0.894***	0.0371*	0.000151
	(0.276)	(0.0193)	(0.00181)
수출액(-1)	-2.274	0.683**	-0.0869***
	(4.565)	(0.319)	(0.0299)
종사자수(-1)	65.30**	-1.282	1.024***
	(32.85)	(2.299)	(0.216)
업체수(-1)	-115.3***	-1.065	-1.242***
	(24.19)	(1.693)	(0.159)
상수	513,521**	1,717	12,175***
	(213,652)	(14,950)	(1,402)
Observations	16	16	16
Log likelihood	-553.172		
SBIC	72.612		
RMSE	60818.200	4255.750	649.352
R2	0.977	0.976	0.931
Chi2	678.334	649.352	215.223
p	0.000	0.000	0.000

(*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. ( )는 표준오차

(3) 음악 분야 VAR 최종모형

○ 매출액, 수출액, 종사자수, 업체수, 창작예술여가서비스업 생산지수에 대한 1 시차 시계열을 고려한 음악 분야의 VAR 최종모형에 대한 통계량과 모수 추정치는 아래 표와 같음.

<표 5-47> 음악 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정

변수	매출액	수출액	종사자수
매출액(-1)	1.441**	0.288**	0.0143***
	(0.655)	(0.119)	(0.00340)
수출액(-1)	-1.865	-0.115	-0.109***
	(3.012)	(0.545)	(0.0156)
종사자수(-1)	16.46	9.085	-0.0774
	(44.25)	(8.013)	(0.230)
업체수(-1)	46.11	-23.68	-1.731**
	(133.3)	(24.14)	(0.692)
상수	-1.727e+06	899,288	98,313***
	(4.132e+06)	(748,179)	(21,445)

변수	매출액	수출액	종사자수
창작예술여가서비스업 생산지수(-1)	-24,375	-16,721**	193.1
	(38,645)	(6,998)	(200.6)
Observations	16	16	16
Log likelihood	-697.428		
SBIC	92.377		
RMSE	406686.000	73640.800	2110.760
R2	0.953	0.957	0.889
Chi2	324.311	354.219	128.204
p	0.000	0.000	0.000

(*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. ( )는 표준오차

(4) 게임 분야 VAR 최종모형

○ 매출액, 수출액, 종사자수, 업체수, 창작예술여가서비스업 생산지수에 대한 1 시차 시계열을 고려한 게임 분야의 VAR 최종모형에 대한 통계량과 모수 추정치는 아래 표와 같음.

<표 5-48> 게임 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정

변수	매출액	수출액	종사자수
매출액(-1)	0.541**	0.204	-0.00521
	(0.229)	(0.159)	(0.00334)
수출액(-1)	0.932**	0.719***	0.00711
	(0.400)	(0.278)	(0.00582)
종사자수(-1)	11.22	-16.06	0.509**
	(17.03)	(11.84)	(0.248)
업체수(-1)	20.53	-38.49	-0.941
	(68.65)	(47.71)	(1.000)
상수	-1.143e+06	7,414	89,677
	(5.328e+06)	(3.702e+06)	(77,623)
창작예술여가서비스업 생산지수(-1)	26,149	14,584	-24.80
	(40,656)	(28,252)	(592.3)
Observations	16	16	16
Log likelihood	-819.050		
SBIC	107.580		
RMSE	1000000.000	715204.000	14995.000
R2	0.966	0.955	0.699
Chi2	449.728	340.045	37.176
p	0.000	0.000	0.000

(*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. ( )는 표준오차

(5) 영화 분야 VAR 최종모형

○ 매출액, 수출액, 종사자수, 업체수, 문화서비스지출에 대한 1 시차 시계열을 고려한 영화 분야의 VAR 최종모형에 대한 통계량과 모수 추정치는 아래 표와 같음.

<표 5-49> 영화 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정

변수	매출액	수출액	종사자수
매출액(-1)	0.709	0.00775**	0.00129
	(0.537)	(0.00351)	(0.00330)
수출액(-1)	33.20**	0.0895	0.132
	(16.06)	(0.105)	(0.0988)
종사자수(-1)	29.24	-0.704	0.479
	(74.49)	(0.487)	(0.458)
업체수(-1)	-396.1***	0.821	-2.453***
	(143.7)	(0.939)	(0.884)
상수	4.814e+06**	-9,373	43,687***
	(2.045e+06)	(13,367)	(12,574)
문화서비스지출(-1)	-152.9**	0.744	-1.183**
	(75.91)	(0.496)	(0.467)
Observations	16	16	16
Log likelihood	-776.309		
SBIC	102.237		
RMSE	867685.000	5672.310	5336.070
R2	0.613	0.859	0.592
Chi2	25.330	97.320	23.163
p	0.000	0.000	0.000

(*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. ( )는 표준오차

(6) 애니메이션 분야 VAR 최종모형

○ 매출액, 수출액, 종사자수, 업체수, 창작예술여가서비스업 생산지수에 대한 1 시차 시계열을 고려한 애니메이션 분야의 VAR 최종모형에 대한 통계량과 모수 추정치는 아래 표와 같음.

<표 5-50> 애니메이션 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정

변수	매출액	수출액	종사자수
매출액(-1)	0.627**	0.149*	0.00279***
	(0.263)	(0.0904)	(0.000980)
수출액(-1)	-2.019**	0.0733	0.00179
	(0.839)	(0.288)	(0.00312)
종사자수(-1)	90.76	-17.97	0.113
	(64.28)	(22.07)	(0.239)
업체수(-1)	-199.7	338.0***	3.431***
	(310.6)	(106.6)	(1.156)
상수	-252,299	59,738	2,707***
	(226,193)	(77,644)	(841.9)
창작예술여가서비스업 생산지수(-1)	3,890	-702.2	-15.48
	(2,691)	(923.7)	(10.02)
Observations	16	16	16
Log likelihood	-551.209		
SBIC	74.100		
RMSE	38749.300	13301.200	144.226
R2	0.927	0.906	0.966
Chi2	202.844	154.642	459.008
p	0.000	0.000	0.000

(*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. ( )는 표준오차

(7) 방송 분야 VAR 최종모형

○ 매출액, 수출액, 종사자수, 업체수, 공연예술관람 물가지수에 대한 1 시차 시계열을 고려한 방송 분야의 VAR 최종모형에 대한 통계량과 모수 추정치는 아래 표와 같음.

<표 5-51> 방송 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정

변수	매출액	수출액	종사자수
매출액(-1)	1.096***	0.000887	0.00137***
	(0.162)	(0.0155)	(0.000395)
수출액(-1)	0.0844	0.513**	-0.0131**
	(2.118)	(0.203)	(0.00518)
종사자수(-1)	-34.91	17.98*	-0.0686
	(98.81)	(9.470)	(0.242)
업체수(-1)	5,090***	-186.7	7.777**
	(1,621)	(155.3)	(3.966)

변수	매출액	수출액	종사자수
상수	3.888e+06*	-307,778	1,846
	(2.122e+06)	(203,338)	(5,191)
공연예술관람 물가지수(-1)	-85,567***	-790.8	217.5***
	(30,155)	(2,890)	(73.78)
Observations	16	16	16
Log likelihood	-665.137		
SBIC	88.341		
RMSE	488087.000	46778.200	1194.270
R2	0.992	0.955	0.982
Chi2	2067.002	340.922	865.112
p	0.000	0.000	0.000

(*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. ( )는 표준오차

(8) 광고 분야 VAR 최종모형

○ 매출액, 수출액, 종사자수, 업체수에 대한 1 시차 시계열을 고려한 광고 분야의 VAR 최종모형에 대한 통계량과 모수 추정치는 아래 표와 같음.

<표 5-52> 광고 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정

변수	매출액	수출액	종사자수
매출액(-1)	1.197***	0.0219***	0.00420***
	(0.243)	(0.00830)	(0.00148)
수출액(-1)	-2.393	-0.367*	-0.0485
	(6.091)	(0.208)	(0.0372)
종사자수(-1)	20.54	-0.605	0.297
	(42.28)	(1.444)	(0.258)
업체수(-1)	-934.6**	-40.23**	-1.579
	(474.7)	(16.21)	(2.897)
상수	2.834e+06*	105,176**	-5,692
	(1.481e+06)	(50,559)	(9,035)
Observations	16	16	16
Log likelihood	-675.635		
SBIC	87.920		
RMSE	729373	24906	4451
R2	0.968	0.556	0.951
Chi2	488.086	20.036	307.264
p	0.000	0.001	0.000

(*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. ( )는 표준오차

(9) 캐릭터 분야 VAR 최종모형

○ 매출액, 수출액, 종사자수, 업체수에 대한 1 시차 시계열을 고려한 캐릭터 분야의 VAR 최종모형에 대한 통계량과 모수 추정치는 아래 표와 같음.

<표 5-53> 캐릭터 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정

변수	매출액	수출액	종사자수
매출액(-1)	1.106***	0.0347	0.000867
	(0.347)	(0.0242)	(0.000699)
수출액(-1)	3.122	0.643***	0.0156**
	(3.423)	(0.239)	(0.00690)
종사자수(-1)	-33.41	11.86	0.385*
	(111.3)	(7.771)	(0.224)
업체수(-1)	-2,082*	-246.7***	-5.805***
	(1,073)	(74.88)	(2.163)
상수	3.259e+06***	55,513	15,612***
	(599,080)	(41,828)	(1,208)
Observations	16	16	16
Log likelihood	-617.973		
SBIC	80.712		
RMSE	455072.000	31773.500	917.730
R2	0.983	0.984	0.983
Chi2	939.500	955.430	928.100
p	0.000	0.000	0.000

(*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. ( )는 표준오차

(10) 지식정보 분야 VAR 최종모형

○ 매출액, 수출액, 종사자수, 업체수에 대한 1 시차 시계열을 고려한 지식정보 분야의 VAR 최종모형에 대한 통계량과 모수 추정치는 아래 표와 같음.

<표 5-54> 지식정보 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정

변수	매출액	수출액	종사자수
매출액(-1)	0.794***	-0.0257	-0.00164
	(0.150)	(0.0173)	(0.00129)
수출액(-1)	-0.887	0.361*	0.00381
	(1.774)	(0.204)	(0.0153)

변수	매출액	수출액	종사자수
종사자수(-1)	163.0**	18.59**	1.854***
	(73.41)	(8.461)	(0.634)
업체수(-1)	-547.7***	-46.23**	-3.177*
	(188.4)	(21.72)	(1.627)
상수	-3.361e+06*	-327,579	-15,439
	(1.746e+06)	(201,253)	(15,078)
Observations	16	16	16
Log likelihood	-678.244		
SBIC	88.246		
RMSE	503239.000	58005.100	4345.650
R2	0.994	0.923	0.968
Chi2	2716.396	191.485	479.589
p	0.000	0.000	0.000

(*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. ( )는 표준오차

(11) 콘텐츠솔루션 분야 VAR 최종모형

○ 매출액, 수출액, 종사자수, 업체수, 창작예술여가서비스업 생산지수에 대한 1 시차 시계열을 고려한 콘텐츠솔루션 분야의 VAR 최종모형에 대한 통계량과 모수 추정치는 아래 표와 같음.

<표 5-55> 콘텐츠솔루션 분야 VAR 최종모형의 통계량 및 모수추정

변수	매출액	수출액	종사자수
매출액(-1)	0.547*	-0.0233***	0.00183
	(0.296)	(0.00846)	(0.00121)
수출액(-1)	-5.488	0.444***	-0.0322
	(5.343)	(0.153)	(0.0218)
종사자수(-1)	186.0***	10.38***	0.781***
	(56.92)	(1.627)	(0.232)
업체수(-1)	-521.7	-5.620	0.824
	(357.0)	(10.20)	(1.454)
상수	-1,751	-222.5	-23.23
	(5,453)	(155.8)	(22.21)
창작예술여가서비스업 생산지수(-1)	-447,037	-22,575	6,093**
	(618,401)	(17,671)	(2,519)
Observations	16	16	16
Log likelihood	-520.115		

변수	매출액	수출액	종사자수
SBIC		79.957	
RMSE	141648.000	4047.680	577.043
R2	0.994	0.995	0.994
Chi2	2230.466	2970.457	2501.691
p	0.000	0.000	0.000

(*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. ( )는 표준오차

나. VAR 모형에 따른 전체 콘텐츠산업 시장전망

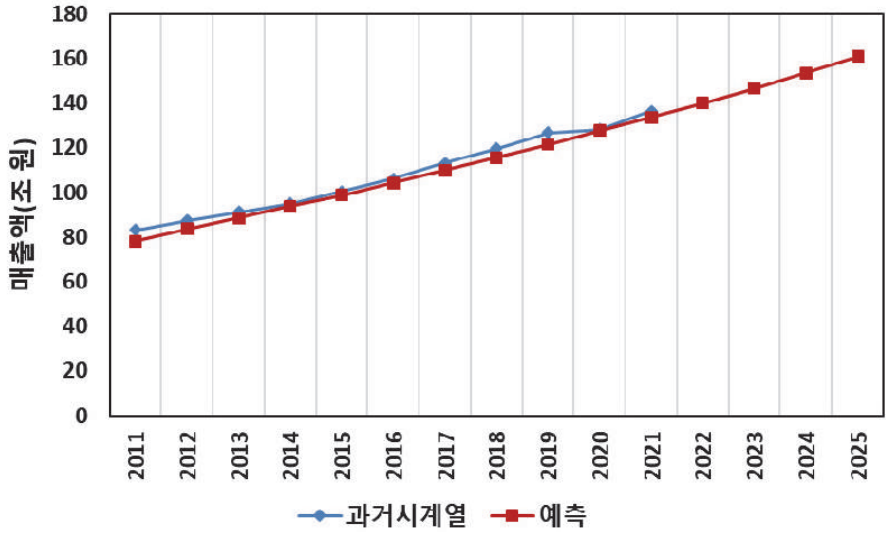
(1) 매출액

○ VAR모형에 의한 분석결과 전체 콘텐츠산업의 국내 매출액은 2021년 136조 원 규모에서 4.9%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 165조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화, 게임, 지식정보, 광고의 순서로 높은 성장률을 보일 것으로 예상되며, 특히 이들 상위 4개 분야는 6% 이상의 비교적 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 음악, 캐릭터, 애니메이션 분야의 매출규모는 감소될 것으로 전망되며, 출판, 영화 분야 역시 상대적으로 낮은 성장률을 보일 것으로 전망됨.

<표 5-56> VAR모형에 따른 분야별 매출액 전망

분야	매출액(십억 원)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
출판	22,112	22,118	22,219	22,294	22,351	0.3%
만화	1,895	2,056	2,424	2,887	3,470	16.3%
음악	6,357	6,187	5,948	5,551	4,980	-5.9%
게임	20,618	22,367	24,597	27,026	29,672	9.5%
영화	2,728	3,377	3,208	3,033	2,852	1.1%
애니메이션	563	564	560	558	555	-0.4%
방송	22,950	24,264	25,354	26,472	27,602	4.7%
광고	19,372	20,625	21,940	23,360	24,894	6.5%
캐릭터	12,258	11,013	11,297	11,561	11,806	-0.9%
지식정보	21,345	23,253	25,228	27,350	29,634	8.5%
콘텐츠솔루션	6,159	6,353	6,674	6,993	7,310	4.4%
전체 산업	136,357	142,177	149,449	157,085	165,126	4.9%



[그림 5-7] VAR모형에 따른 전체 콘텐츠산업 매출액 전망

○ 2021년 전체 콘텐츠산업 매출규모에서 방송, 출판, 지식정보, 게임 분야가 각각 16.8%, 16.2%, 15.7%, 15.1%로 큰 비중을 차지하였는데, 2025년에는 출판 분야의 비중은 크게 줄어드는 반면 게임 분야의 비중은 18.0%까지, 지식정보 분야는 17.9%까지 증가할 것으로 전망됨.

- 2021년 15.1%의 매출액 비중을 차지한 게임 분야는 2025년 18.0%로 비중이 크게 상승하며 콘텐츠산업의 매출 성장을 견인할 것으로 전망됨.
- 반면, 출판과 캐릭터 분야는 2021년 16.2%와 9.0%에서 2025년 각각 13.5%와 7.1%로 전체 콘텐츠산업 매출규모에서 차지하는 비중이 가장 크게 감소할 것으로 전망됨.

<표 5-57> VAR모형에 따른 분야별 매출액 비중

분야	매출액 비중				
	2021	2022	2023	2024	2025
출판	16.2%	15.6%	14.9%	14.2%	13.5%
만화	1.4%	1.4%	1.6%	1.8%	2.1%
음악	4.7%	4.4%	4.0%	3.5%	3.0%
게임	15.1%	15.7%	16.5%	17.2%	18.0%
영화	2.0%	2.4%	2.1%	1.9%	1.7%
애니메이션	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%
방송	16.8%	17.1%	17.0%	16.9%	16.7%
광고	14.2%	14.5%	14.7%	14.9%	15.1%
캐릭터	9.0%	7.7%	7.6%	7.4%	7.1%
지식정보	15.7%	16.4%	16.9%	17.4%	17.9%
콘텐츠솔루션	4.5%	4.5%	4.5%	4.5%	4.4%
전체	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

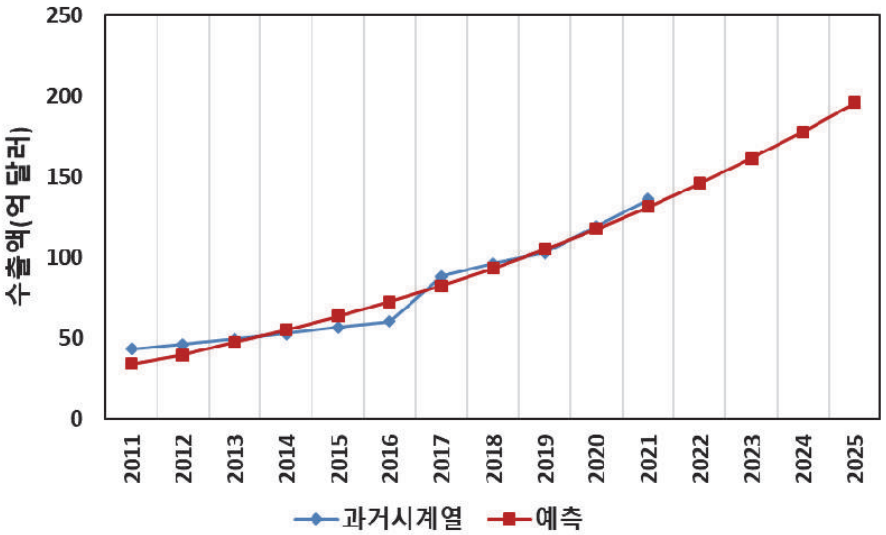
(2) 수출액

○ VAR모형에 따른 분석결과 전체 콘텐츠산업의 수출액은 2021년 136억 달러 규모에서 9.7%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 197억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화, 게임 분야가 각각 25.4%, 12.5%의 높은 성장률로 성장하며 전체 콘텐츠산업의 수출액 증가를 견인할 것으로 전망됨.
- 반면, 영화, 캐릭터, 애니메이션 분야에서의 수출은 감소할 것으로 전망됨.

<표 5-58> VAR모형에 따른 분야별 수출액 전망

분야	수출액(천 달러)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
출판	428,379	415,639	433,295	446,763	456,850	1.6%
만화	87,605	110,293	137,999	172,867	216,749	25.4%
음악	941,354	851,343	917,068	973,371	1,017,755	2.0%
게임	9,435,401	10,656,582	12,021,152	13,508,456	15,128,755	12.5%
영화	43,033	36,490	37,214	37,948	38,698	-2.6%
애니메이션	151,928	147,511	147,008	146,425	145,823	-1.0%
방송	700,096	682,846	722,862	763,555	806,161	3.6%
광고	155,998	148,130	158,102	168,871	180,502	3.7%
캐릭터	717,762	627,067	645,727	662,910	679,005	-1.4%
지식정보	666,586	688,753	703,858	717,847	730,813	2.3%
콘텐츠솔루션	250,111	258,710	270,093	281,483	292,867	4.0%
전체 산업	13,578,253	14,623,364	16,194,378	17,880,496	19,693,978	9.7%



[그림 5-8] VAR모형에 따른 전체 콘텐츠산업 수출액 전망

○ 2021년 게임 분야의 수출액은 코로나19의 여파로 94억 달러에 육박하여 전체 콘텐츠산업에서 69.5%를 차지하였는데 2025년에는 151억 달러 규모까지 성장하여 76.8%의 수준을 차지할 것으로 전망됨.

- 게임 이외에는 음악, 캐릭터, 방송 등의 분야가 비교적 높은 비중을 차지하고 있는 반면, 만화, 영화, 애니메이션, 광고 분야의 수출액은 타 분야에 비해 작은 편임. 특히 만화 분야는 성장률이 가장 높을 것으로 기대되지만 전체 수출액에서 차지하는 비중이 작은 편임.
- 반면, 캐릭터 분야는 2021년 5.3%에서 2025년 3.4%로 전체 산업에서 차지하는 비중이 크게 감소될 것으로 전망됨.

<표 5-59> VAR모형에 따른 분야별 수출액 비중

분야	수출액 비중				
	2021	2022	2023	2024	2025
출판	3.2%	2.8%	2.7%	2.5%	2.3%
만화	0.6%	0.8%	0.9%	1.0%	1.1%
음악	6.9%	5.8%	5.7%	5.4%	5.2%
게임	69.5%	72.9%	74.2%	75.5%	76.8%
영화	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
애니메이션	1.1%	1.0%	0.9%	0.8%	0.7%
방송	5.2%	4.7%	4.5%	4.3%	4.1%
광고	1.1%	1.0%	1.0%	0.9%	0.9%
캐릭터	5.3%	4.3%	4.0%	3.7%	3.4%
지식정보	4.9%	4.7%	4.3%	4.0%	3.7%
콘텐츠솔루션	1.8%	1.8%	1.7%	1.6%	1.5%
전체	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

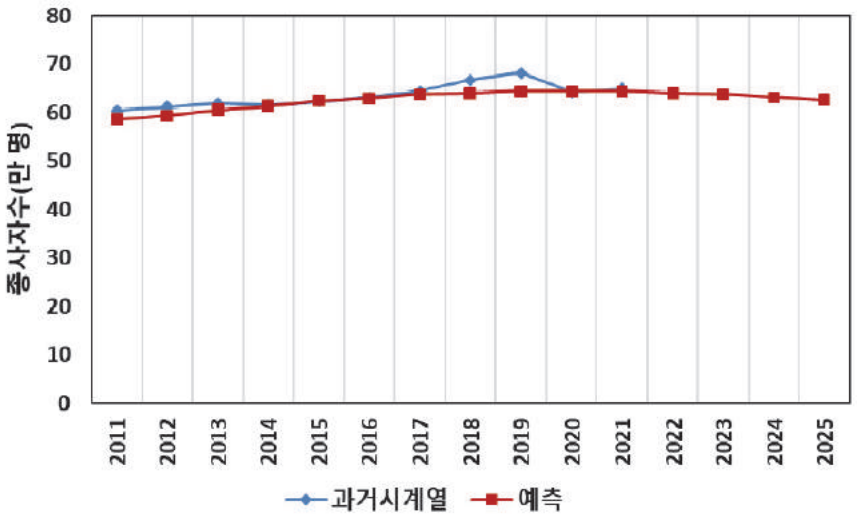
(3) 종사자수

○ VAR모형 분석결과 전체 콘텐츠산업의 종사자수는 2021년 65.0만 명 규모에서 -0.3%의 연평균성장률로 감소하여 2025년 64.2만 명 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 광고 9.6%, 영화, 방송, 콘텐츠솔루션 분야가 3.8%로 비교적 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 음악, 만화, 게임, 애니메이션 등 대부분의 분야에서 종사자수가 다소 감소할 것으로 전망됨.

<표 5-60> VAR모형에 따른 분야별 종사자수 전망

분야	종사자수 (명)					CAGR 21-25
	2021	2022	2023	2024	2025	
출판	185,370	182,139	180,910	179,671	178,474	-0.9%
만화	11,563	9,750	9,506	9,200	8,814	-6.6%
음악	65,920	58,540	50,069	40,051	28,591	-18.8%
게임	84,506	80,634	78,410	75,904	73,107	-3.6%
영화	11,170	17,547	16,059	14,527	12,948	3.8%
애니메이션	5,519	5,209	5,200	5,189	5,178	-1.6%
방송	49,450	52,966	54,369	55,832	57,312	3.8%
광고	68,810	80,110	86,008	92,379	99,263	9.6%
캐릭터	36,441	33,404	33,932	34,417	34,869	-1.1%
지식정보	97,244	98,144	100,500	102,754	104,922	1.9%
콘텐츠솔루션	33,561	34,794	36,182	37,563	38,937	3.8%
전체 산업	649,554	653,237	651,145	647,487	642,415	-0.3%



[그림 5-9] VAR모형에 따른 전체 콘텐츠산업 종사자수 전망

○ 2021년 전체 콘텐츠산업의 종사자수 비중은 출판, 지식정보, 게임, 광고, 음악의 순이었고 애니메이션, 영화, 만화 분야는 상대적으로 작은 비중을 차지하였음.

- 2021년 10.6%의 종사자수 비중을 차지한 광고는 2025년 15.5%로 상승할 것으로 전망되며, 방송 분야 역시 7.6%에서 8.9%로 상승하며 전체 콘텐츠산업의 고용 성장을 견인할 것으로 전망됨.
- 반면, 출판과 게임 분야의 종사자수 비중은 2021년 각각 28.5%, 13.0%에서 2025년

27.8%와 11.4%로 전체 콘텐츠산업 종사자수에서 차지하는 비중이 가장 크게 감소할 것으로 전망됨.

<표 5-61> VAR모형에 따른 분야별 종사자수 비중

분야	종사자수 비중				
	2021	2022	2023	2024	2025
출판	28.5%	27.9%	27.8%	27.7%	27.8%
만화	1.8%	1.5%	1.5%	1.4%	1.4%
음악	10.1%	9.0%	7.7%	6.2%	4.5%
게임	13.0%	12.3%	12.0%	11.7%	11.4%
영화	1.7%	2.7%	2.5%	2.2%	2.0%
애니메이션	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%
방송	7.6%	8.1%	8.3%	8.6%	8.9%
광고	10.6%	12.3%	13.2%	14.3%	15.5%
캐릭터	5.6%	5.1%	5.2%	5.3%	5.4%
지식정보	15.0%	15.0%	15.4%	15.9%	16.3%
콘텐츠솔루션	5.2%	5.3%	5.6%	5.8%	6.1%
전체 산업	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

4. 소결

○ 본 연구에서는 정량적 방법론으로서 단변량 모형, 전이함수 모형, VAR 모형을 적용하여 각 장르별 각 항목별 시장전망을 수행하였음.

○ 단변량 모형에 의한 시계열 예측은 짧은 과거 시계열을 근거로 한 단기 예측에 있어 실용적이고 효과적인 방법론이 될 수 있으나 외생변수를 고려하지 못하고 갑작스러운 통계 기준 변경 등에 유연하게 대처하는데 한계가 있음.

○ 전이함수 모형은 단변량 모형과 달리 경제변수 및 산업특화변수 등 다양한 외생변수를 고려할 수 있고 개입모형을 통해 갑작스러운 통계 기준 변경 등에도 유연하게 대처할 수 있다는 장점이 있으나 내생변수 간 상관관계를 고려하지 못한다는 한계가 있음.

○ VAR 모형은 복수의 내생변수 간 시차 상관관계뿐만 아니라 외생변수와의 관계도 고려하여 보다 유연하게 대상변수들의 자기상관구조를 모형화할 수 있는 장점이 있고 변수 간 관계에 대한 이론적 지식이 없어도 데이터에 근거하여 쉽게 예측할 수 있다는 장점이 있으나, 고려한 변수, 시차길이에 따라 결과가 크게 변동되며 변수 간 복잡한 관계

를 고려하므로 많은 시계열자료가 요구된다는 단점이 있음.

○ 정량적 방법론에 따라 전체 콘텐츠산업의 매출액 전망치에는 큰 차이가 없었으며, 2021년 136조 원 규모에서 4%대 성장률을 보여 2025년 대체로 164조 원 내외의 규모에 이를 것으로 전망되었음.

○ 2021년 136억 달러를 달성한 수출액의 경우 방법론에 따라 전망치에 다소 차이가 나타나, 2025년 최소 167억 달러에서 최대 197억 달러까지 성장할 것으로 전망되었음.

○ 종사자수의 경우도 방법론에 따라 다소 차이가 나타나, 2021년 65만 명 규모에서 2% 내외의 성장률로 성장하여 70만 명에 이를 것이라는 전망치(단변량모형, 전이함수모형)와 함께 오히려 감소하여 2025년 64만 명 수준이 될 것이라는 전망치(VAR)도 도출되었음.

○ 한편 정량적 시계열예측 방법론은 과거 시계열에 근거하여 미래를 예측하므로 과거 실측치에 전혀 반영되지 않았던 코로나19의 영향과 회복탄력성을 고려할 수 없으므로, 각 분야별 내생변수별 코로나19의 영향을 얼마나 크게 받았는지 여부에 따라 정량적 방법론에 의한 전망치를 적용할지 여부를 고려할 필요가 있음.

제6장 결 론

2022

제6장 결론

1. 콘텐츠산업 시장규모 전망 결과 종합

가. 정성적 시장규모 전망 결과 비교

○ 정성적 시장규모 전망은 각 분야별 전문가 위원회에서 델파이 조사를 통해 수행되었으며, 2005년부터 2021년까지 집계된 과거 시계열의 성장 패턴을 바탕으로 각 분야에 영향을 주고 있는 최근 이슈를 반영하여 2022년부터 2025년까지의 매출액, 수출액, 종사자수 규모를 예측하였음.

○ 2022년 1월부터 국내에서 빠르게 확산되었던 코로나19가 2022년 10월 현재 크게 잠잠해졌지만, 2022년 겨울 추가적인 변이 바이러스에 의한 대규모 유행을 고려하여 두 가지 시나리오에 따라 시장규모를 전망함.

- 시나리오1 : 2022년 7월 기준 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려하는 경우
- 시나리오2 : 코로나19가 2022년 겨울 크게 재확산되는 경우

○ 국내 콘텐츠산업의 전체 매출규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려할 때, 2021년 136조 원에서 6.4%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 174조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 2022년 겨울에 코로나19가 다시 크게 재확산되는 경우를 가정하면, 2025년까지의 매출액 연평균성장률은 5.7%로 다소 낮아져 171조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

○ 국내 콘텐츠산업의 전체 수출규모는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려할 때, 2021년 136억 달러에서 15.8%의 높은 연평균성장률로 성장하여 2025년 244억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 2022년 겨울에 코로나19가 다시 크게 재확산되는 경우를 가정하면, 2025년까지의 수출액 연평균성장률은 16.8%로 오히려 높아져 253억 달러에 이를 것으로 전망됨.
- 전체 콘텐츠산업 수출액에서 게임 분야가 차지하는 비중이 매우 크기 때문에, 게임 분야의 수출 증가가 타 분야의 수출 감소를 충분히 상쇄하여 오히려 수출액이 늘어날 것으로 전망되었음.

○ 국내 콘텐츠산업의 종사자수는 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 대응 상황을 고려할 때, 2021년 65만 명 규모에서 2.4%의 연평균성장률로 성장하여 2025년 71만 명 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 2022년 겨울에 코로나19가 다시 크게 재확산되는 경우를 가정하면, 2025년까지의 종사자수 연평균성장률은 1.3%로 크게 감소하여 68만 명 수준에 이를 것으로 전망됨.

<표 6-1> 정성적 방법에 따른 분야별 매출액 전망 (단위: 십억 원)

분야	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
출판	시나리오1	22,112	22,453	22,794	23,145	23,511	1.5%
	시나리오2	22,112	22,492	22,884	23,317	23,713	1.8%
만화	시나리오1	1,895	2,285	2,761	3,357	4,089	21.2%
	시나리오2	1,895	2,346	2,862	3,475	4,253	22.4%
음악	시나리오1	6,357	6,732	7,113	7,501	7,896	5.6%
	시나리오2	6,357	6,386	6,365	6,559	6,747	1.5%
게임	시나리오1	20,618	22,618	25,015	27,767	31,155	10.9%
	시나리오2	20,618	22,927	25,954	29,172	33,081	12.5%
영화	시나리오1	2,728	4,037	4,910	5,057	5,229	17.7%
	시나리오2	2,728	3,574	3,345	3,412	3,617	7.3%
애니메이션	시나리오1	563	577	594	611	628	2.8%
	시나리오2	563	570	555	570	596	1.4%
방송	시나리오1	22,950	23,997	25,052	26,265	27,494	4.6%
	시나리오2	22,950	23,781	24,599	25,450	26,284	3.4%
광고	시나리오1	19,372	20,341	21,561	22,639	23,771	5.2%
	시나리오2	19,372	20,147	20,751	21,789	22,878	4.2%
캐릭터	시나리오1	12,258	12,388	12,522	12,815	13,212	1.9%
	시나리오2	12,258	12,278	12,177	12,279	12,449	0.4%
지식정보	시나리오1	21,345	23,053	24,971	27,178	29,695	8.6%
	시나리오2	21,345	22,933	24,717	26,719	28,964	7.9%
콘텐츠솔루션	시나리오1	6,159	6,547	6,950	7,370	7,792	6.1%
	시나리오2	6,159	6,563	6,988	7,437	7,921	6.5%
전체 산업	시나리오1	136,357	145,027	154,243	163,705	174,470	6.4%
	시나리오2	136,357	143,998	151,197	160,178	170,501	5.7%

<표 6-2> 정성적 방법에 따른 분야별 수출액 전망 (단위: 천 달러)

분야	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
출판	시나리오1	428,379	507,608	591,363	691,895	812,285	17.4%
	시나리오2	428,379	506,752	599,488	704,398	827,668	17.9%
만화	시나리오1	87,605	115,104	151,707	199,040	261,538	31.3%
	시나리오2	87,605	115,632	152,172	198,736	262,332	31.4%
음악	시나리오1	941,354	1,096,077	1,271,449	1,485,053	1,746,422	16.7%
	시나리오2	941,354	1,048,274	1,142,619	1,268,307	1,382,454	10.1%
게임	시나리오1	9,435,401	11,152,170	13,248,778	15,527,568	18,322,530	18.0%
	시나리오2	9,435,401	11,359,740	13,813,444	16,493,252	19,725,929	20.2%
영화	시나리오1	43,033	52,890	58,179	63,415	68,488	12.3%
	시나리오2	43,033	49,708	50,205	54,523	63,573	10.3%
애니메이션	시나리오1	151,928	156,894	165,147	171,489	178,451	4.1%
	시나리오2	151,928	155,952	150,026	156,357	165,457	2.1%
방송	시나리오1	700,096	732,200	776,132	819,595	873,689	5.7%
	시나리오2	700,096	727,832	759,682	789,887	821,293	4.1%
광고	시나리오1	155,998	163,800	163,800	196,560	235,872	10.9%
	시나리오2	155,998	156,000	156,000	187,200	224,640	9.5%
캐릭터	시나리오1	717,762	732,504	746,861	767,474	792,494	2.5%
	시나리오2	717,762	725,611	728,078	738,562	750,231	1.1%
지식정보	시나리오1	666,586	680,607	702,114	728,654	758,383	3.3%
	시나리오2	666,586	669,535	676,096	686,643	704,221	1.4%
콘텐츠솔루션	시나리오1	250,111	265,868	284,213	304,392	326,247	6.9%
	시나리오2	250,111	267,019	286,404	308,744	336,036	7.7%
전체 산업	시나리오1	13,578,253	15,655,722	18,159,743	20,955,134	24,376,399	15.8%
	시나리오2	13,578,253	15,782,054	18,514,213	21,586,608	25,263,835	16.8%

<표 6-3> 정성적 방법에 따른 분야별 종사자수 전망 (단위: 명)

분야	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
출판	시나리오1	185,370	185,296	185,185	185,148	185,044	0.0%
	시나리오2	185,370	185,333	185,185	185,111	184,962	-0.1%
만화	시나리오1	11,563	11,979	12,446	12,957	13,514	4.0%
	시나리오2	11,563	11,952	12,406	12,976	13,625	4.2%
음악	시나리오1	65,920	67,634	68,716	69,747	70,305	1.6%
	시나리오2	65,920	64,074	61,639	60,160	59,558	-2.5%
게임	시나리오1	84,506	86,619	89,737	92,878	96,258	3.3%
	시나리오2	84,506	86,281	89,214	92,069	95,107	3.0%
영화	시나리오1	11,170	15,973	19,966	21,284	22,050	18.5%
	시나리오2	11,170	13,627	12,810	13,117	14,298	6.4%

분야	시나리오	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
애니메이션	시나리오1	5,519	5,519	5,536	5,551	5,568	0.2%
	시나리오2	5,519	5,490	5,454	5,509	5,568	0.2%
방송	시나리오1	49,450	48,985	48,515	48,622	48,816	-0.3%
	시나리오2	49,450	48,693	48,030	47,457	46,876	-1.3%
광고	시나리오1	68,810	70,874	73,001	75,191	77,446	3.0%
	시나리오2	68,810	70,186	70,186	72,292	74,461	2.0%
캐릭터	시나리오1	36,441	36,733	37,056	37,515	38,108	1.1%
	시나리오2	36,441	36,441	36,098	36,207	36,410	0.0%
지식정보	시나리오1	97,244	101,795	106,498	111,546	116,722	4.7%
	시나리오2	97,244	100,725	104,432	108,547	113,019	3.8%
콘텐츠솔루션	시나리오1	33,561	35,125	36,755	38,460	40,206	4.6%
	시나리오2	33,561	35,004	36,488	38,138	39,854	4.4%
전체 산업	시나리오1	649,554	666,532	683,410	698,898	714,038	2.4%
	시나리오2	649,554	657,807	661,943	671,582	683,738	1.3%

나. 정량적 시장규모 전망 결과 비교

○ 정량적 시장규모 전망은 2005년부터 2021년까지 집계된 과거 시계열 데이터를 바탕으로 단변량 모형, 전이함수 모형, VAR 모형을 적용하여 2022년부터 2025년까지의 매출액, 수출액, 종사자수 규모를 예측하였음.

○ 내생변수뿐만 아니라 외생변수까지 고려하는 전이함수 모형과 VAR 모형을 적용하기 위해서 다양한 경제변수와 산업특화변수들을 고려하였음.

○ 정량적 방법론에 따라 전체 콘텐츠산업의 매출액 전망치에는 큰 차이가 없었으며, 2021년 136조 원 규모에서 4%대 성장률을 보여 2025년 대체로 164조 원 내외의 규모에 이를 것으로 전망되었음.

○ 2021년 136억 달러를 달성한 수출액의 경우 방법론에 따라 전망치에 다소 차이가 나타나, 2025년 최소 167억 달러에서 최대 197억 달러까지 성장할 것으로 전망되었음.

○ 종사자수의 경우도 방법론에 따라 다소 차이가 나타나, 2021년 65만 명 규모에서 2% 내외의 성장률로 성장하여 70만 명에 이를 것이라는 전망치(단변량모형, 전이함수모형)와 함께 오히려 감소하여 2025년 64만 명 수준이 될 것이라는 전망치(VAR)도 도출되었음.

<표 6-4> 정량적 방법에 따른 분야별 매출액 전망 (단위: 십억 원)

분야	방법론	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
출판	1.단변량	22,112	22,282	22,452	22,622	22,792	0.8%
	2.전이함수	22,112	22,493	23,148	23,725	23,648	1.7%
	3.VAR	22,112	22,118	22,219	22,294	22,351	0.3%
만화	1.단변량	1,895	2,255	2,616	2,976	3,336	15.2%
	2.전이함수	1,895	1,965	2,025	2,083	2,137	3.1%
	3.VAR	1,895	2,056	2,424	2,887	3,470	16.3%
음악	1.단변량	6,357	7,110	7,425	7,740	8,055	6.1%
	2.전이함수	6,357	6,736	6,990	7,095	7,329	3.6%
	3.VAR	6,357	6,187	5,948	5,551	4,980	-5.9%
게임	1.단변량	20,618	22,733	24,819	26,905	28,991	8.9%
	2.전이함수	20,618	22,572	24,940	27,489	29,746	9.6%
	3.VAR	20,618	22,367	24,597	27,026	29,672	9.5%
영화	1.단변량	2,728	2,826	2,922	3,018	3,115	3.4%
	2.전이함수	2,728	4,970	5,749	5,874	5,999	21.8%
	3.VAR	2,728	3,377	3,208	3,033	2,852	1.1%
애니메이션	1.단변량	563	584	604	625	645	3.5%
	2.전이함수	563	557	588	635	672	4.5%
	3.VAR	563	564	560	558	555	-0.4%
방송	1.단변량	22,950	23,844	24,739	25,634	26,528	3.7%
	2.전이함수	22,950	23,779	25,104	26,017	26,930	4.1%
	3.VAR	22,950	24,264	25,354	26,472	27,602	4.7%
광고	1.단변량	19,372	19,690	20,397	21,104	21,812	3.0%
	2.전이함수	19,372	20,035	20,699	21,364	22,029	3.3%
	3.VAR	19,372	20,625	21,940	23,360	24,894	6.5%
캐릭터	1.단변량	12,258	12,895	13,531	14,167	14,804	4.8%
	2.전이함수	12,258	12,298	12,338	12,378	12,418	0.3%
	3.VAR	12,258	11,013	11,297	11,561	11,806	-0.9%
지식정보	1.단변량	21,345	22,489	23,633	24,777	25,920	5.0%
	2.전이함수	21,345	22,945	24,490	25,469	26,291	5.3%
	3.VAR	21,345	23,253	25,228	27,350	29,634	8.5%
콘텐츠솔루션	1.단변량	6,159	6,464	6,770	7,075	7,380	4.6%
	2.전이함수	6,159	6,392	6,672	6,953	7,233	4.1%
	3.VAR	6,159	6,353	6,674	6,993	7,310	4.4%
전체	1.단변량	136,357	143,171	149,907	156,642	163,378	4.6%
	2.전이함수	136,357	144,743	152,743	159,082	164,432	4.8%
	3.VAR	136,357	142,177	149,449	157,085	165,126	4.9%

<표 6-5> 정량적 방법에 따른 분야별 수출액 전망 (단위: 천 달러)

분야	방법론	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
출판	1.단변량	428,379	443,194	458,008	472,823	487,637	3.3%
	2.전이함수	428,379	448,122	464,785	480,977	495,962	3.7%
	3.VAR	428,379	415,639	433,295	446,763	456,850	1.6%
만화	1.단변량	87,605	112,494	137,382	162,271	187,159	20.9%
	2.전이함수	87,605	113,066	136,814	160,727	184,641	20.5%
	3.VAR	87,605	110,293	137,999	172,867	216,749	25.4%
음악	1.단변량	941,354	931,177	1,025,532	1,119,888	1,214,243	6.6%
	2.전이함수	941,354	992,912	1,044,470	1,096,028	1,147,586	5.1%
	3.VAR	941,354	851,343	917,068	973,371	1,017,755	2.0%
게임	1.단변량	9,435,401	10,356,543	11,394,067	12,431,592	13,469,116	9.3%
	2.전이함수	9,435,401	10,107,154	10,666,004	11,159,101	11,613,904	5.3%
	3.VAR	9,435,401	10,656,582	12,021,152	13,508,456	15,128,755	12.5%
영화	1.단변량	43,033	48,192	49,376	50,559	51,743	4.7%
	2.전이함수	43,033	42,988	67,319	69,617	71,914	13.7%
	3.VAR	43,033	36,490	37,214	37,948	38,698	-2.6%
애니메이션	1.단변량	151,928	174,695	181,120	187,544	193,969	6.3%
	2.전이함수	151,928	163,478	171,627	179,776	187,926	5.5%
	3.VAR	151,928	147,511	147,008	146,425	145,823	-1.0%
방송	1.단변량	700,096	776,197	842,736	909,275	975,814	8.7%
	2.전이함수	700,096	741,713	843,174	876,242	912,729	6.9%
	3.VAR	700,096	682,846	722,862	763,555	806,161	3.6%
광고	1.단변량	155,998	165,163	174,328	183,493	192,658	5.4%
	2.전이함수	155,998	164,798	155,335	152,778	151,545	-0.7%
	3.VAR	155,998	148,130	158,102	168,871	180,502	3.7%
캐릭터	1.단변량	717,762	752,393	787,024	821,655	856,286	4.5%
	2.전이함수	717,762	743,498	769,234	794,969	820,705	3.4%
	3.VAR	717,762	627,067	645,727	662,910	679,005	-1.4%
지식정보	1.단변량	666,586	706,075	745,564	785,053	824,542	5.5%
	2.전이함수	666,586	726,274	746,792	809,309	834,331	5.8%
	3.VAR	666,586	688,753	703,858	717,847	730,813	2.3%
콘텐츠솔루션	1.단변량	250,111	259,928	269,744	279,561	289,378	3.7%
	2.전이함수	250,111	259,928	269,744	279,561	289,378	3.7%
	3.VAR	250,111	258,710	270,093	281,483	292,867	4.0%
전체	1.단변량	13,578,253	14,726,050	16,064,882	17,403,713	18,742,545	8.4%
	2.전이함수	13,578,253	14,503,931	15,335,298	16,059,085	16,710,621	5.3%
	3.VAR	13,578,253	14,623,364	16,194,378	17,880,496	19,693,978	9.7%

<표 6-6> 정량적 방법에 따른 분야별 종사자수 전망 (단위: 명)

분야	방법론	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR 21-25
출판	1.단변량	185,370	183,524	181,678	179,832	177,987	-1.0%
	2.전이함수	185,370	186,032	185,408	182,424	182,728	-0.4%
	3.VAR	185,370	182,139	180,910	179,671	178,474	-0.9%
만화	1.단변량	11,563	10,839	10,846	10,853	10,861	-1.6%
	2.전이함수	11,563	12,274	12,869	12,490	12,291	1.5%
	3.VAR	11,563	9,750	9,506	9,200	8,814	-6.6%
음악	1.단변량	65,920	65,956	65,992	66,028	66,064	0.1%
	2.전이함수	65,920	66,544	67,167	67,791	68,414	0.9%
	3.VAR	65,920	58,540	50,069	40,051	28,591	-18.8%
게임	1.단변량	84,506	85,996	87,486	88,975	90,465	1.7%
	2.전이함수	84,506	84,506	84,506	84,506	84,506	0.0%
	3.VAR	84,506	80,634	78,410	75,904	73,107	-3.6%
영화	1.단변량	11,170	17,496	21,068	23,085	24,224	21.4%
	2.전이함수	11,170	27,933	27,004	27,004	27,004	24.7%
	3.VAR	11,170	17,547	16,059	14,527	12,948	3.8%
애니메이션	1.단변량	5,519	5,769	5,899	6,030	6,160	2.8%
	2.전이함수	5,519	5,553	5,577	5,594	5,606	0.4%
	3.VAR	5,519	5,209	5,200	5,189	5,178	-1.6%
방송	1.단변량	49,450	53,374	54,833	56,292	57,752	4.0%
	2.전이함수	49,450	49,765	50,653	51,540	52,427	1.5%
	3.VAR	49,450	52,966	54,369	55,832	57,312	3.8%
광고	1.단변량	68,810	71,259	73,708	76,157	78,606	3.4%
	2.전이함수	68,810	72,744	75,411	78,077	80,743	4.1%
	3.VAR	68,810	80,110	86,008	92,379	99,263	9.6%
캐릭터	1.단변량	36,441	36,377	36,313	36,249	36,185	-0.2%
	2.전이함수	36,441	38,118	39,795	41,472	43,149	4.3%
	3.VAR	36,441	33,404	33,932	34,417	34,869	-1.1%
지식정보	1.단변량	97,244	101,364	105,484	109,603	113,723	4.0%
	2.전이함수	97,244	100,541	101,268	103,847	106,796	2.4%
	3.VAR	97,244	98,144	100,500	102,754	104,922	1.9%
콘텐츠솔루션	1.단변량	33,561	34,882	36,202	37,523	38,844	3.7%
	2.전이함수	33,561	35,029	36,104	38,160	39,616	4.2%
	3.VAR	33,561	34,794	36,182	37,563	38,937	3.8%
전체	1.단변량	649,554	666,835	679,509	690,629	700,870	1.9%
	2.전이함수	649,554	679,039	685,762	692,905	703,280	2.0%
	3.VAR	649,554	653,237	651,145	647,487	642,415	-0.3%

○ 대체로 정량적 방법론은 정성적 방법에 비해 보수적인 전망치를 제시하였음.

- 정량적 방법은 과거 시장규모의 성장 패턴과 성장률에 기반하여 전망치를 제시한 반면, 정성적 예측에 참여한 전문가들은 특히 수출액을 중심으로 과거의 성장률을 상회하는 전망치를 예상하였음.

- 이는 콘텐츠산업이 가장 큰 불확실 요소로 작용한 코로나19 상황에서도 일정 수준의 성장을 보였으며 코로나19의 부정적 영향이 크게 완화되고 있다는 점에 대해 전문가들이 시장 상황을 긍정적으로 평가했기 때문으로 이해됨.

<표 6-7> 예측 방법론에 따른 2025년까지의 연평균성장률 비교

분류	항목	CAGR 17-21	CAGR 21-25				
			정성1	정성2	단변량	전이함수	VAR
출판	매출액	1.6%	1.5%	1.8%	0.8%	1.7%	0.3%
	수출액	18.0%	17.4%	17.9%	3.3%	3.7%	1.6%
	종사자수	0.1%	0.0%	-0.1%	-1.0%	-0.4%	-0.9%
만화	매출액	15.0%	21.2%	22.4%	15.2%	3.1%	16.3%
	수출액	25.5%	31.3%	31.4%	20.9%	20.5%	25.4%
	종사자수	2.7%	4.0%	4.2%	-1.6%	1.5%	-6.6%
음악	매출액	2.3%	5.6%	1.5%	6.1%	3.6%	-5.9%
	수출액	16.4%	16.7%	10.1%	6.6%	5.1%	2.0%
	종사자수	-3.8%	1.6%	-2.5%	0.1%	0.9%	-18.8%
게임	매출액	11.9%	10.9%	12.5%	8.9%	9.6%	9.5%
	수출액	12.3%	18.0%	20.2%	9.3%	5.3%	12.5%
	종사자수	0.8%	3.3%	3.0%	1.7%	0.0%	-3.6%
영화	매출액	-16.1%	17.7%	7.3%	3.4%	21.8%	1.1%
	수출액	1.4%	12.3%	10.3%	4.7%	13.7%	-2.6%
	종사자수	-21.6%	18.5%	6.4%	21.4%	24.7%	3.8%
애니메이션	매출액	-4.1%	2.8%	1.4%	3.5%	4.5%	-0.4%
	수출액	1.2%	4.1%	2.1%	6.3%	5.5%	-1.0%
	종사자수	1.7%	0.2%	0.2%	2.8%	0.4%	-1.6%
방송	매출액	6.2%	4.6%	3.4%	3.7%	4.1%	4.7%
	수출액	17.9%	5.7%	4.1%	8.7%	6.9%	3.6%
	종사자수	2.2%	-0.3%	-1.3%	4.0%	1.5%	3.8%
광고	매출액	4.2%	5.2%	4.2%	3.0%	3.3%	6.5%
	수출액	13.7%	10.9%	9.5%	5.4%	-0.7%	3.7%
	종사자수	1.4%	3.0%	2.0%	3.4%	4.1%	9.6%
캐릭터	매출액	0.7%	1.9%	0.4%	4.8%	0.3%	-0.9%
	수출액	2.0%	2.5%	1.1%	4.5%	3.4%	-1.4%
	종사자수	1.2%	1.1%	0.0%	-0.2%	4.3%	-1.1%
지식정보	매출액	9.1%	8.6%	7.9%	5.0%	5.3%	8.5%
	수출액	2.0%	3.3%	1.4%	5.5%	5.8%	2.3%
	종사자수	4.2%	4.7%	3.8%	4.0%	2.4%	1.9%
콘텐츠솔루션	매출액	6.1%	6.1%	6.5%	4.6%	4.1%	4.4%
	수출액	5.6%	6.9%	7.7%	3.7%	3.7%	4.0%
	종사자수	4.4%	4.6%	4.4%	3.7%	4.2%	3.8%
전체 산업	매출액	4.8%	6.4%	5.7%	4.6%	4.8%	4.9%
	수출액	11.4%	15.8%	16.8%	8.4%	5.3%	9.7%
	종사자수	0.2%	2.4%	1.3%	1.9%	2.0%	-0.3%

다. 콘텐츠산업 시장전망 결과 종합

○ 콘텐츠산업의 최근(2020~2021년) 시장규모는 코로나19의 영향을 크게 받았으며, 그 영향의 크기와 방향은 분야별로 큰 편차를 보였음.

- 오프라인 서비스를 위주로 했던 음악, 영화, 애니메이션 분야와 제조업 특성을 갖는 캐릭터 분야는 코로나19로 인해 매출, 고용 등 시장규모가 특히 감소한 반면, 온라인 서비스에 특화되었던 만화, 게임 분야는 시장규모가 크게 성장하였음. 또한 광고 분야 역시 최근 큰 폭의 증감을 보였고 고용은 감소하였음.
- 한편 출판, 방송, 지식정보, 콘텐츠솔루션 분야는 코로나19의 영향이 비교적 적었으며 대체로 기존의 성장 패턴에 따라 성장하였음.

○ 코로나19의 영향을 크게 받은 분야는 정성적 방법론에 의한 전망치가 더욱 적합하며, 코로나19의 영향이 크지 않았던 분야는 정량적 방법론에 의한 전망치를 활용하는 것이 더욱 적합하다고 판단됨.

- 코로나19와 같은 큰 충격은 과거 시계열 자료에 기록된 바 없는데, 과거 시계열 패턴에 근거하여 시장규모를 전망하는 정량적 방법론은 코로나19의 영향을 크게 받은 분야의 시장전망에 적용하는데 한계가 있음.
- 반면, 코로나19의 영향을 적게 받은 분야의 경우 그 외에 매우 특별한 시장변화요인이 없는 경우 과거의 시장성장 패턴 대로 성장할 것을 가정하는 것이 합리적이며, 전문가의 정성적 판단에 비해 비교적 객관적이고 신뢰성 있는 전망치를 제공할 수 있음.

○ 따라서 본 연구에서는 기본적으로 최근 시장규모가 코로나19에 큰 영향을 받은 분야는 정성적 방법론에 의한 전망치를 적용하고 코로나19의 영향을 적게 받은 분야는 정량적 방법론에 의한 전망치를 적용하되, 전문가위원회의 3차 설문 및 검토 과정을 거쳐 최종 방법론을 결정하였음.

- 코로나19의 영향을 많이 받은 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 만화, 광고 분야의 경우 정성적 방법론에 의한 전망치를 적용하였음.
- 코로나19의 영향을 비교적 적게 받은 출판, 방송, 지식정보, 콘텐츠솔루션 분야는 정량적 방법론에 의한 전망치를 적용하였음.
- 게임 분야의 경우 코로나19 영향기간 동안 수출이 큰 폭으로 상승하였지만 코로나19 뿐만 아니라 중국의 판호 정책 역시 큰 영향을 주었으며, 향후 경기 상황에 따른 수출 변화에 대해 전문가의 정성적 판단이 시시각각 변하고 있음. 또한 매출 상승이 있

었지만 과거 성장 패턴에 크게 벗어난 수준은 아니며, 종사자수 역시 큰 폭의 변화는 없을 것으로 판단됨. 이러한 상황과 전문가들의 정성적 판단을 고려하여 게임 분야는 정량적 방법론에 의한 전망치를 적용하기로 결정함.

○ 본 연구에서 고려하였던 두 가지의 정성적 시나리오 중 2022년 7월 현재의 코로나19 확산 및 사회적 대응 체계를 고려하였을 때 더욱 현실적인 시나리오인 정성적 시나리오 1에 의한 전망치를 코로나19의 영향을 크게 받은 분야의 시장전망에 적용하였음.

- 2022년 10월 초 현재 국내 코로나19 일평균 확진자수는 1만 명 이내로 크게 감소한 상황이며, 2022년 겨울 변이 바이러스가 크게 유행하더라도 기존과 같은 사회적 거리두기 정책이 실현되지 않을 것이라는 관측이 지배적임.
- 또한 3차 설문조사 결과 본 연구에 참여한 대부분의 전문가들은 두 가지의 정성적 시나리오 중 시나리오1에 따른 전망치가 보다 실현가능성이 높은 것으로 판단하였음.

○ 코로나19의 영향을 적게 받은 분야에 적용하는 정량적 방법론으로는 각 방법론에 의한 예측 모델의 성능을 비교하여 과거 시계열에 대해 보다 적합도가 높은 모형을 최적 모형으로 선택하였음.

- 구체적으로 RMSE(Root Maen Square Error), MAPE(Mean Absolute Percentage Error), 정상 R2(결정계수)를 최적 모형 선정을 위한 지표로 활용하였음.
- RMSE와 MAPE는 작을수록 정상 R2는 높을수록 적합도 성능이 우수한 모형임.

<표 6-8> 정량적 방법론에 의한 예측 모형들의 적합도 성능 비교

분야	항목	RMSE			MAPE			정상 R^2		
		단변량	전이함수	VAR	단변량	전이함수	VAR	단변량	전이함수	VAR
출판	매출액	537.9	256.1	294.8	1.8	1.0	1.1	0.00	0.80	0.80
	수출액	58.4	43.8	55.2	17.8	13.3	19.9	0.00	0.40	0.53
	종사자수	4.8	1.0	3.4	1.6	0.3	0.9	0.00	0.97	0.95
만화	매출액	84.0	127.0	60.8	4.9	12.0	1.6	0.00	0.12	0.98
	수출액	4.6	3.3	4.3	12.4	15.9	16.7	-0.13	0.53	0.98
	종사자수	0.9	0.3	0.6	6.9	2.2	5.7	0.77	0.91	0.93
음악	매출액	311.9	220.9	406.7	5.6	4.9	8.2	0.73	0.72	0.95
	수출액	66.4	51.6	73.6	51.9	89.0	17.0	0.71	0.57	0.96
	종사자수	5.2	1.8	2.1	4.0	1.8	2.7	0.00	0.90	0.89

분야	항목	RMSE			MAPE			정상 R^2		
		단변량	전이함수	VAR	단변량	전이함수	VAR	단변량	전이함수	VAR
게임	매출액	1,117.1	777.7	1,000.0	9.7	4.7	6.2	0.14	0.38	0.97
	수출액	686.6	184.3	715.2	13.4	6.4	13.6	0.46	0.94	0.96
	종사자수	15.7	5.4	15.0	13.8	7.2	6.1	0.00	0.88	0.70
영화	매출액	973.2	225.7	867.7	13.5	3.6	11.9	0.50	0.95	0.61
	수출액	14.4	4.2	5.7	45.2	10.7	13.7	0.65	0.95	0.86
	종사자수	6.0	1.7	5.3	22.3	5.2	14.9	0.24	0.95	0.59
애니메이션	매출액	46.9	8.3	38.7	6.8	1.3	6.7	0.00	0.98	0.93
	수출액	16.5	8.0	13.3	8.1	5.0	11.1	0.72	0.85	0.91
	종사자수	0.2	0.4	0.1	2.8	5.7	4.1	0.70	0.49	0.97
방송	매출액	646.0	377.2	488.1	3.2	1.9	2.1	0.00	0.70	0.99
	수출액	50.0	45.2	46.8	11.4	10.2	11.5	0.63	0.52	0.96
	종사자수	1.7	1.1	1.2	3.6	2.4	2.4	0.64	0.65	0.98
광고	매출액	644.3	372.1	729.4	4.4	2.2	5.6	0.68	0.71	0.97
	수출액	42.7	21.2	20.9	68.9	33.8	19.4	0.00	0.59	0.56
	종사자수	4.7	2.7	4.5	6.9	4.1	9.4	0.00	0.74	0.95
캐릭터	매출액	653.9	495.3	455.1	6.7	6.5	14.9	0.00	0.87	0.98
	수출액	41.2	32.9	31.8	6.1	6.3	17.9	0.00	0.35	0.98
	종사자수	2.7	1.9	0.9	5.9	6.6	8.6	-0.08	0.50	0.98
지식정보	매출액	645.3	163.3	503.2	6.3	1.2	3.0	0.00	0.98	0.99
	수출액	67.5	10.0	58.0	95.7	1.5	3.7	0.00	0.88	0.92
	종사자수	4.5	0.3	4.3	3.1	0.2	3.6	0.00	1.00	0.97
콘텐츠솔루션	매출액	150.6	97.1	141.6	4.2	2.3	2.4	0.00	0.67	0.99
	수출액	8.2	6.5	4.0	4.1	3.5	1.6	0.00	0.41	1.00
	종사자수	0.6	0.3	0.6	2.3	1.0	1.6	0.00	0.71	0.99

○ 이와 같은 결과를 종합하면, 전체 콘텐츠산업의 매출액은 2021년 136조 원 규모에서 5.5%의 연평균성장률을 보여 2025년 169조 원 규모에 이를 것으로 전망됨.

- 만화, 게임 등 최근 높은 성장률을 보이고 있는 분야가 향후 성장률도 높을 것으로 전망되며, 코로나19로 인해 매출액이 크게 감소하였던 영화 분야가 회복되면서 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 출판, 캐릭터, 애니메이션 등의 분야는 상대적으로 낮은 성장률을 보일 것으로 전망됨.

<표 6-9> 분야별 매출액 전망치 종합결과

분야	방법론	매출액(십억 원)					CAGR 21-25
		2021	2022	2023	2024	2025	
출판	전이함수	22,112	22,493	23,148	23,725	23,648	1.7%
만화	시나리오1	1,895	2,285	2,761	3,357	4,089	21.2%
음악	시나리오1	6,357	6,732	7,113	7,501	7,896	5.6%
게임	전이함수	20,618	22,572	24,940	27,489	29,746	9.6%
영화	시나리오1	2,728	4,037	4,910	5,057	5,229	17.7%
애니메이션	시나리오1	563	577	594	611	628	2.8%
방송	전이함수	22,950	23,779	25,104	26,017	26,930	4.1%
광고	시나리오1	19,372	20,341	21,561	22,639	23,771	5.2%
캐릭터	시나리오1	12,258	12,388	12,522	12,815	13,212	1.9%
지식정보	전이함수	21,345	22,945	24,490	25,469	26,291	5.3%
콘텐츠솔루션	전이함수	6,159	6,392	6,672	6,953	7,233	4.1%
전체 산업	종합	136,356	144,541	153,814	161,633	168,672	5.5%

○ 전체 콘텐츠산업의 수출액은 2021년 136억 달러에서 6.3%의 연평균성장률을 보여 2025년 173억 달러로 성장할 것으로 전망됨.

- 콘텐츠산업 수출에서 가장 큰 비중을 차지하는 게임 분야는 5.3%의 안정적 성장을 보이며 콘텐츠 수출 성장을 견인할 것으로 전망됨.
- 최근 높은 성장률을 보였던 만화, 광고 분야가 높은 성장률을 유지할 것으로 보이며, 코로나19로 위축되었던 음악, 영화 분야 역시 큰 폭의 성장률을 보일 것으로 전망됨.
- 반면, 캐릭터, 지식정보, 출판 분야의 성장률은 다른 분야에 비해 다소 낮을 것으로 전망됨.

<표 6-10> 분야별 수출액 전망치 종합결과

분야	방법론	수출액(천 달러)					CAGR 21-25
		2021	2022	2023	2024	2025	
출판	전이함수	428,379	448,122	464,785	480,977	495,962	3.7%
만화	시나리오1	87,605	115,104	151,707	199,040	261,538	31.3%
음악	시나리오1	941,354	1,096,077	1,271,449	1,485,053	1,746,422	16.7%
게임	전이함수	9,435,401	10,107,154	10,666,004	11,159,101	11,613,904	5.3%
영화	시나리오1	43,033	52,890	58,179	63,415	68,488	12.3%
애니메이션	시나리오1	151,928	156,894	165,147	171,489	178,451	4.1%
방송	전이함수	700,096	741,713	843,174	876,242	912,729	6.9%
광고	시나리오1	155,998	163,800	163,800	196,560	235,872	10.9%
캐릭터	시나리오1	717,762	732,504	746,861	767,474	792,494	2.5%
지식정보	VAR	666,586	688,753	703,858	717,847	730,813	2.3%
콘텐츠솔루션	VAR	250,111	258,710	270,093	281,483	292,867	4.0%
전체 산업	종합	13,578,253	14,561,721	15,505,057	16,398,680	17,329,540	6.3%

○ 전체 콘텐츠산업의 종사자수 규모는 2021년 65만 명 규모에서 1.6%의 연평균성장률을 보이며 2025년 70만 명 수준까지 증가할 것으로 전망됨.

- 코로나19로 영화관 근무 인력이 큰 폭으로 감소한 영화 분야의 종사자수가 가장 높은 성장률을 보이며 회복할 것으로 전망되며, 음악, 광고, 게임 분야 역시 종사자수 규모가 일정 수준 회복될 것으로 전망됨.
- 또한 지속적인 성장세를 보여 온 만화, 콘텐츠솔루션, 지식정보 분야의 종사자수 역시 안정적인 성장을 이어갈 것으로 전망됨.
- 반면 출판 분야 종사자수는 다소 감소할 것으로 전망되며, 애니메이션, 캐릭터, 방송 분야는 상대적으로 미미한 고용 증가가 있을 것으로 전망됨.

<표 6-11> 분야별 종사자수 전망치 종합결과

분야	방법론	종사자수(명)					CAGR 21-25
		2021	2022	2023	2024	2025	
출판	전이함수	185,370	186,032	185,408	182,424	182,728	-0.4%
만화	시나리오1	11,563	11,979	12,446	12,957	13,514	4.0%
음악	시나리오1	65,920	67,634	68,716	69,747	70,305	1.6%
게임	단변량	84,506	85,996	87,486	88,975	90,465	1.7%
영화	시나리오1	11,170	15,973	19,966	21,284	22,050	18.5%
애니메이션	시나리오1	5,519	5,519	5,536	5,551	5,568	0.2%
방송	전이함수	49,450	49,765	50,653	51,540	52,427	1.5%
광고	시나리오1	68,810	70,874	73,001	75,191	77,446	3.0%
캐릭터	시나리오1	36,441	36,733	37,056	37,515	38,108	1.1%
지식정보	전이함수	97,244	100,541	101,268	103,847	106,796	2.4%
콘텐츠솔루션	전이함수	33,561	35,029	36,104	38,160	39,616	4.2%
전체 산업	종합	649,554	666,075	677,639	687,191	699,023	1.9%

○ 코로나19의 영향을 크게 받은 분야의 경우 그 충격과 회복이 실측치에 충분히 반영되기 전까지는 정성적 방법론이 효과적인 방안이 될 것으로 전망되며, 매년 실측치를 확인하여 전망치를 업데이트하는 노력이 필요할 것으로 판단됨.

2. 콘텐츠산업 성장을 위한 정책 방향 제언

○ 콘텐츠산업에 종사하는 산학연 전문가들이 요구하는 콘텐츠산업 육성정책은 분야별 특징에 따라 다소 차이가 있으나, 해외 진출 지원, 콘텐츠 제작 투자 확대, 공정거래를 위

한 규제혁신 등 3가지 정책 수요는 공통적으로 도출되었음. 정부에서 추진하고 있는 콘텐츠산업 육성 정책의 큰 틀은 이미 이러한 수요에 잘 대응하고 있지만, 세부적인 레벨에서 콘텐츠산업 종사자들에게 실질적으로 도움이 될 수 있는 정책 수립이 요구됨.

○ (K-콘텐츠 해외 진출 지원) 국내 제작 콘텐츠의 대다수가 이미 국내에서 소비되고 있어 국내 수요 확대에는 한계가 있는 만큼, 경쟁력 있는 K-콘텐츠의 수출 활성화 지원을 위한 노력이 요구됨. 수출활성화를 위한 외교적 지원, 글로벌 플랫폼과의 공정계약 가이드라인 마련과 함께, 콘텐츠 저작권 해외 침해 대응 지원, K-콘텐츠의 자막 및 더빙 번역 지원, 해외시장 모니터링 및 조사·분석 플랫폼 구축, 수요처 발굴 지원, 마케팅 역량 강화 교육 지원 등의 사업 운영이 효과적일 것으로 판단됨.

○ (콘텐츠 제작 투자 확대) 콘텐츠산업은 수출액이 꾸준히 성장하면서 국가경제에 미치는 영향력이 커지고 있음. 글로벌 시장에서 경쟁력을 갖춘 양질의 콘텐츠 IP를 지속적으로 확보하기 위하여 정부차원의 콘텐츠 제작 투자를 확대할 필요가 있음. 정부의 제작 투자는 콘텐츠산업의 고용창출 및 유지, 신기술 확보 및 적용, 신규 IP 확보 등에 크게 기여할 것임. 콘텐츠산업 통계조사에 따르면, 전체 사업체 중 약 90%가 매출액 규모가 10억 원 미만, 종사자수가 10인 이하 사업체로 구성되어 있음. 콘텐츠는 아이디어와 독창성이 생명이고 이를 위해서는 다양성이 중요하므로, 창의적인 아이디어를 갖춘 소규모 사업자들이 사업을 계속 영위할 수 있도록 지원하는 것이 요구됨.

○ (새로운 패러다임에 맞는 규제 혁신) 콘텐츠산업의 환경이 변화함에 따라 일부 규제는 그에 맞게 완화하거나 강화해야 할 필요가 있음. OTT 등 새로운 형태의 서비스가 확대되면서 영화, 방송, 음악 등 여러 분야의 유통구조가 변화하고 있음. 콘텐츠 업계의 상황과 입장을 정확하게 파악하고 새로운 환경에 맞는 규제 마련이 요구됨. 또한 각 분야별 관행적으로 이루어지고 있던 독과점 유통구조, 불공정한 수익배분 구조 등은 코로나19와 같은 외부 환경에 더욱 취약함을 드러내고 있음. 제작사-유통사, 제작사-종사자, 대기업-중소제작사 사이에 불공정 거래·계약·고용 관행이 아직도 광범위하게 존재하고 있는데, 이것이 글로벌 플랫폼 시대에 경쟁력을 가진 콘텐츠 제작과 기업·산업의 지속성장에 장애가 되며, 콘텐츠 기업들의 양극화와 창작-유통 사업자간 불균형을 초래하고 있음. 보다 건전하고 건강한 콘텐츠산업 생태계를 구축하고 운영하기 위해 다양한 제도적 장치의 마련이 요구됨.

(1) 출판

○ (디지털 전환 지원) 출판 업계에도 디지털 트랜스포메이션(DX)이 도입되고 있는 만큼, 디지털 네이티브 세대를 새로운 수요층으로 확보하기 위한 전략이 필요함. 또한 출판 콘텐츠의 타 콘텐츠로의 전환 혹은 타 콘텐츠로부터의 출판 콘텐츠 전환 시 재정 지원 등을 통해 도출된 결과물을 지속적으로 활용하는 한편, 디지털 콘텐츠 전환을 위한 전문인력 양성 방안을 마련해야 함.

○ (해외 진출 지원) 최근 출판 분야 수출액이 증가하고 있음. 초록 번역 사업 확대, 영문 브로슈어 제작 지원, 해외 한국어판 출판 콘텐츠의 생산 및 유통 지원, 각 분야별 저자 발굴 등 출판 산업의 해외 시장 진출을 위한 기반 마련이 필요함. 또한 국내 출판 인재의 해외 진출을 위한 해외 출판사와의 인력 및 시스템 교류가 요구됨.

○ (출판 콘텐츠 다양화 및 독서 문화 활성화 지원) 최근 스마트폰 사용 시간 증가와 더불어 독서 기피 현상이 확대되고 있어 출판 시장이 고사 상태에 있음. 이에 따라 출판 산업의 지속적인 성장을 위해서는 정부 차원의 정책 입안과 지원방안 마련이 필요함. 콘텐츠의 전략적 다양화를 위한 스타트업 또는 벤처투자 개념의 전략의 수립, 질적 도서관리 체계 마련, 출판 문화의 용이한 접근을 위한 지자체별 지역 서점 활성화 지원 등이 요구됨. 또한 학교 교육에서의 읽기 교육 강조 및 대대적인 독서 문화 증진 행사 추진 등 출판 시장 활성화를 위한 지원 정책 마련이 절실히 필요함. 고령화 사회, 평생 구직 시대에 필요한 학습 및 교육 수요와 출판 산업이 연계될 수 있는 지원 방안도 필요함.

○ (출판 유통 정보 투명화 지원) 현재 개별적으로 분산되어 있는 도서 판매량 및 재고, 신간 정보 등의 도서 유통 정보를 실시간으로 정확하게 파악할 수 있는 통합적인 정보시스템 구축이 요구됨. 이를 통해 독자들에게는 신간 판매 부수 등 정확한 정보를 제공하는 한편, 유통 과정에서의 부조리를 최소화함으로써 출판사는 양질의 콘텐츠를 생산하는 일에만 집중할 수 있도록 하는 투명한 출판 유통 체제를 마련해야 함.

(2) 만화

○ (소규모 만화 제작자에 대한 지원 확대) 기존 정부 지원사업의 경우 기업의 매출액, 자산, 종업원수 등을 고려하여 지원 기업을 선정하게 되는데, 이 경우 소규모 기업이나 신진 작가는 지원을 받기 어려움. 1인 만화 기획 사업자나 갓 만화학과를 졸업한 콘텐

츠 제작인력은 자본, 매출, 직원 규모 등 기본 요건을 갖추지 못하여 서류 검토에서부터 불이익을 받는 상황이므로, 이러한 소규모 만화 제작자도 지원을 받을 수 있도록 잠재능력을 주요 평가요소로 하는 지원 프로그램이 확충되어야 함. 웹툰은 창의력이 중요하고 창의력은 다양성이 생명이므로 많은 소규모 제작자들이 지원 혜택을 받을 수 있도록 정책방향을 수정해야 함. 또한 제작 지원 사업 이후의 사후관리를 통해 플랫폼 런칭 확보 및 적정 수준의 원고료 수령 등을 위한 정부차원의 중개가 필요함.

○ (만화 분야 고용 창출 지원) 현재 작품 제작비의 대부분이 인건비로 사용되는 상태임에도 불구하고, 고용노동부 지원정책은 고용보험 가입 이력이 없는 신규인력 등에 한정되어 있음. 따라서 인력 추가 고용 및 인력 유지에 대한 지원 확대가 필요함. 또한 과거 출판만화에서 현재 웹툰으로 발전한 만화 산업 구성 인력은 대부분 대학의 만화 관련 학과 전공 학생에서 배출되기에, 관련 학과나 학생 양성을 위한 재정 지원이 필요함.

○ (해외 진출 지원) 국내 콘텐츠 기업들이 내수시장만으로는 성장에 한계가 있기 때문에 국내 만화산업 성과를 해외시장을 통해 지속적으로 확대하는 것이 중요함. 자금 및 인력 부족으로 해외 현지화 역량을 갖추기가 매우 힘들기 때문에 영세 콘텐츠 기업도 네트워크 구축 및 원활한 수출이 가능하도록 원스톱 지원 프로그램이 확충되어야 함. 또한 현재 팬데믹 상황을 거치면서 발생한 만화 산업 내 변화 탐지 및 해외 현지 소비자에게 국내 만화가 직접 소개되는 마케팅 지원이 부족한 실정임. 따라서 현장 파악 등을 통해 일본, 유럽, 미국 등 기존 시장과 남미 등 신시장을 포함해 해외 시장 맞춤형 수출 지원 관련 정책 확대가 필요함. 해외 수출을 위한 번역 지원이 중소업체들에게는 큰 도움이 될 것임. 한편 해외 콘텐츠 불법 유통 차단을 위한 다양한 정책적 지원 확대도 함께 요구됨.

○ (만화 콘텐츠 파생사업 지원) 웹소설을 원작으로 하여 웹툰으로 제작된 경우 약 10배 이상의 매출을 기록한 사례가 있는 만큼, 원형 콘텐츠의 파생사업(OSMU), 즉 웹소설을 원작으로 하는 웹툰, 웹툰을 원작으로 하는 영화 및 드라마 제작 등에 대한 지원 및 투자의 지속이 필요함. 또한 정부 차원에서 이러한 OSMU 혹은 머천다이징이 가능한 업체와의 수월한 연결을 지원할 수 있는 방안 모색이 요구됨.

(3) 음악

○ (국내 음악 플랫폼 활성화) 음악 콘텐츠가 유통되는 플랫폼에 대한 지원이 절실히 필요

함. 유튜브로 대표되는 해외 음악 플랫폼의 한국 내 점유율이 급속도로 증가하는 추세는 플랫폼 서비스의 질적인 부분 때문만이 아니라, 저작권료와 관련하여 정책적으로 균형이 맞지 않아 발생하는 부분도 있는 바, 이에 대한 진지한 분석과 대책 마련이 필요함. 또한 음악 플랫폼은 해외 진출이 상대적으로 어려운 구조임. 비좁은 내수 시장의 한계를 극복하기 위한 방안으로 국내 음악 플랫폼의 해외 진출을 위한 지원 방안이 정책적으로 논의될 필요가 있음.

○ (해외 진출 지원) 음악 콘텐츠의 해외 진출 지원을 위한 추가적인 정책적·외교적 지원이 필요함. 대외 저작권보호 정책강화, 해외 기업과의 분쟁시 법률 서비스 지원, 콘서트 투어 활성화를 위한 글로벌 스탠다드에 부합한 방역정책, 중국과의 문화 수출 거래 활성화를 위한 외교관계 개선 등이 여기에 포함됨.

○ (뮤직 비디오 심의 지원) 기존 방송사에서 도맡아 하던 뮤직비디오 심의가 자사에 출연하는 아티스트들에 한해서 진행되는 바람에 나머지 군소회사 소속의 뮤지션들은 상대적으로 까다로운 영상물등급위원회를 통한 심의절차를 밟아야 함. 각 회사들은 영화 및 방송영상물 심의와 동일한 기준이 적용되고 있고, 심의료도 납부해야 하는 등, 영세한 군소회사들에게는 실질적으로 큰 부담이 되고 있음. 뮤직비디오 심의 지원과 절차 단순화 등의 정책적 지원이 요구됨.

○ (인적자원에 대한 거시적 투자) 현재 확장일로에 있는 K-POP의 지속적 발전을 도모하기 위해 공교육 내에서의 음악과 관련된 질적인 향상과 각종 교육 지원프로그램이 요구됨. 예를 들어, 각 대학 예술학과의 취업희망자들을 위한 현장실무 인턴쉽 프로그램이나 인문학 교육 지원 프로그램이 요구되며, 공연과 마케팅 관련 실무 인력을 대상으로 하는 재교육 프로그램 운영 등도 필요함.

(4) 게임

○ (게임 분야에 대한 정책 규제 완화) 빠른 수출 성장을 이루고 있는 게임 분야가 더욱 성장하기 위해서는 메타버스, 블록체인 등의 다양한 신기술과 소셜카지노 등 다양한 분야를 접목하고 실험하여 글로벌 완전경쟁을 펼쳐야 함. 그러나 정부 차원의 과도한 규제는 게임 시장 성장에 불확실 요소로 작용할 수 있음. ‘게임이용장애’ KCD 질병코드 등록에 따라 게임 산업의 성장에 매우 큰 악재로 작용할 가능성이 큼. 이로 인해 게임에 대한 부정적 편견이 게임규제 강화로 작용될 가능성도 존재함. 현재 게임물에 대

한 자세한 내용 규제를 가능하게 할 우려가 있는 게임산업법 전면개정안이 국회에 계류중인데, 정부가 강력한 규제보다는 게임물에 대한 네거티브규제 방침과 진흥중심 정책의지를 천명할 필요가 있음.

○ (P2E 게임 도입 관련 대비) P2E 게임의 국내 서비스가 가능하게 되는 경우 새로운 비즈니스 모델이 창출되면서 매출과 고용 측면에서 긍정적인 효과가 있을 것으로 예상됨. 그러나 P2E 게임이 가진 속성 중 환전성 부분이 강한 사행성으로 작동하는 경우 게임산업계 전체에 매우 부정적인 영향을 미칠 것으로 예상됨. 따라서 P2E 게임 도입에 앞서 사전에 충분한 고려를 통해 필요한 정책을 마련해 두는 것이 필요함.

○ (인디 게임사 지원) 인디 개발사를 위한 인프라는 어느 정도 안착이 되었지만, 향후 해외 시장에 수출할 수 있는 스케일로 성장하는 것은 매우 어려운 환경임. 이러한 인디 게임사가 보다 큰 게임사로 성장할 수 있도록 하는 정책의 보완이 필요함.

(5) 영화

○ (창작자 수익 배분 및 저작권 보호 지원) 해외에서 OTT 플랫폼들의 창작자에 대한 수익 배분 등을 법으로 규정하려고 하는 움직임이 있는 것처럼 국내에서도 급변하는 미디어 환경에 대한 대처로 OTT 플랫폼들에 관한 규제 및 정당한 저작권에 대한 보호가 필요함.

○ (감염병 대응 정책변화) 코로나19와 같은 팬데믹이 다시 오더라도, 영화관과 같은 특수한 집객시설의 운영을 멈추게 하는 것은 바람직하지 않으며 이에 대한 대비책과 적절한 정책이 수립되어야 함. 현재의 영화산업은 극장 매출에 크게 의존하고 있으나, 현재 영화관 구조는 코로나 19 등 감염병에 취약하므로 이를 해결하기 위해 커플박스처럼 칸막이를 설치하는 등의 구조개선을 장려할 필요가 있으며, 이와 관련하여 다양한 아이디어를 가지고 있는 스타트업과 대기업 멀티플렉스 등의 협업을 지원해야 함.

○ (독점 콘텐츠 IP확보 지원) 국내 OTT들이 글로벌 OTT에 맞서기 위해선 IP 전략을 강화시켜야 함. 즉, 국내 사업자는 단순히 오리지널 콘텐츠 수를 늘리기보다, 원천 IP로 개발될 수 있는 콘텐츠를 발굴하고 활용해야 하며, 이를 위해서는 정부의 제작 지원 및 투자가 뒷받침되어야 함.

(6) 애니메이션

○ (콘텐츠 제작 지원 확대) TV 방송용 애니메이션의 경우 국내 방송사들이 지급하는 방영료가 매우 낮아 제작비 회수가 힘들고, 극장용 애니메이션은 높은 제작비에 비해 스크린 확보가 쉽지 않은 실정이어서 완구 업체와의 제휴를 통한 연계 수익에만 매달리는 실정이라 양질의 콘텐츠 제작이 어려움. 애니메이션 산업 투자는 상대적으로 타 콘텐츠 산업 분야에 비해 저조한 경향이 있고, 트렌드에 따라 지원정책이 자주 변화하여 작품 제작에 불확실성을 낳음. 따라서 일관성 있는 지원 정책 시행과 함께 스크린 확보, 사후 제작지원, 제작비 보전 등 양질의 애니메이션 콘텐츠 제작을 위한 제도적 뒷받침이 필요함. 또한 상업용 주류 애니메이션뿐 아니라 단편 혹은 독립 애니메이션 등 다양한 분야에 대한 제작 지원이 요구됨. 지원 기간 역시 현재는 1년짜리 단기 사업 위주로 진행되다 보니 제작 후 방송과 상품화까지 이어지는 부분에 대한 지원이 부족하므로 장기 투자 프로그램의 부활이 필요하며, OTT를 겨냥할 수 있는 고품질 작품 제작을 위한 높은 제작비 지원도 요구됨.

○ (고용 창출 및 인재 양성 지원) 현재 한국 애니메이션 업계는 심각한 인력난으로 인해 수준 높은 콘텐츠 제작에 어려움을 겪고 있음. 애니메이션 제작을 위한 전문 인력을 양성하는 데에는 충실한 교육 커리큘럼, 초기 기자재 확보 및 제작팀과의 장기간 협업에 따른 막대한 투자가 필요함. 그러나 학교나 기업에서 부담하기에는 리스크가 매우 커서 투자가 제대로 이루어지고 있지 않으므로 정부 차원에서 애니메이션 전문 인력을 양성하기 위한 지원 프로그램 운영이 필요함.

○ (해외 진출 지원) 애니메이션 내수시장 활성화는 둔화되고 있고, 팬데믹 여파 등으로 인해 전세계적으로 콘텐츠 소비패턴이 변화하면서 OTT시장이 발전하고 있음. OTT시장을 통해 세계시장을 공략하기 위해서는 해외시장 프로젝트에 대한 집중 투자, 콘텐츠 소개 및 수출 관련 교육 기관 및 프로그램의 지속적 운영 등 지원사업 규모의 확대가 필요함.

○ (투명한 애니메이션 기금 운영) 공적으로 조성된 애니메이션 펀드가 우선적으로 투자사들에게 배정된 이후, 투자사들이 독단적인 판단에 의해 투자 시기를 조율하거나 단기간에 수익 창출이 가능한 프로젝트에만 투자하는 사례가 빈번하게 발생하고 있음. 애니메이션 펀드로 조성된 기금이 개별 애니메이션 프로젝트에 신속하게 바로 투자될 수 있도록 제도적인 장치 마련이 필요함.

(7) 방송

○ (방송 규제 혁신) 콘텐츠산업의 글로벌화에 따라, 방송규제 역시 국내 시장 현황 및 글로벌 기준에 맞춰 개선할 필요가 있음. 콘텐츠산업은 생산/유통/소비 측면에서 글로벌화에 따른 수용력이 높아져 온 상태임에도, 방송영화 등 영상물 심의, 게임물 심의, 개인정보보호 및 청소년보호법 등 각종 규제가 현실에 맞지 않아 방송 산업을 위축시키고 있음. 글로벌 사업자의 국내 시장 진입, 국내 통신사업자의 유료방송 시장 지출 등을 고려할 때 전통적 방송 콘텐츠 제작 주체인 방송사에 대한 비대칭 규제 완화(품목규제 완화, 지상파방송의 결합판매 완화, 순수외주비율 완화 등)를 고려할 필요가 있음.

○ (유료방송사업자 규제 완화) OTT 등 새로운 서비스의 등장으로 유료방송 전체가 상당한 위기에 처해 있고 그중에서도 케이블TV 업계가 가장 큰 위기를 느끼고 있음. 그러므로 케이블TV방송사처럼 지역을 대상으로 하는 서비스는 지역과의 상생, 지역민을 위한 차별화된 서비스를 제공하며 경쟁력을 높일 수 있으므로 유료방송사업자에 대한 규제를 완화시켜야 함.

○ (해외 진출 지원) 한류열풍으로 해외에서의 K-콘텐츠 수요가 지속적으로 성장하고 있으므로, 전문기관 상담뿐만 아니라 실질적인 수출 지원 정책이 요구됨. 또한 수출 성공 시 법인세 감면 등의 제도와 함께 자금사정이 여의치 않은 중소기업을 위한 융자 제도를 보다 다양하고 큰 규모로 지원하는 것도 필요함.

○ (방송시장 선순환 구조 마련) 유료방송 저가화가 고착되면서, 제작사는 콘텐츠 대가가 아닌 광고나 협찬 등 부가가치로 새로운 콘텐츠를 제작하는 비정상적인 구조가 이어지고 있음. 낮은 유료방송 요금으로 사업자간 경쟁이 과열되고 있고 과도한 요금 인하가 시장성장을 저해하고 있음. 그로 인해 PP 수익성이 악화되고 콘텐츠 및 서비스 품질 수준도 저하되는 악순환을 막을 필요가 있음. 이를 극복하기 위해 유료방송 요금의 정상화 및 합리적인 콘텐츠 대가 지급을 고려할 수 있음.

(8) 광고

○ (신뢰성 있는 광고 시장 데이터 구축) 콘텐츠산업 통계는 산학연에서 많이 활용되고 있는 중요한 통계자료임. 그러나 최근 성장하고 있는 소셜 미디어 및 온라인 광고 시장에 대한 명확하고 신뢰성 있는 통계를 제공하지 않음. 기존 산업 범위에 국한하지 않고 새

로운 변화를 반영할 수 있는 통계조사가 이루어지길 바람.

○ (저작권 보호정책 강화) 해외 불법 복제 및 무단 공유가 심각한 상황이며, 개인 사업자가 단속하기엔 국내 사업자들의 규모나 역량이 많이 부족함. 특히 중국과 같이 글로벌 시장 논리가 잘 통하지 않는 지역의 경우 정부 차원에서 보호 기반 마련이 절실히 필요함.

○ (현실적인 노동정책 추진) 인력 중심의 콘텐츠산업 특성을 감안하지 않은 제조업 기반의 근로기준법, 주52시간제한 등이 충분한 논의와 준비 없이 현장에 적용된 상황임. 근로조건이 바뀌었음에도 임금 조정은 이루어지지 않으며, 현실과 맞지 않는 법조항으로 광고를 비롯한 콘텐츠 제작 현장에서의 쟁의가 빈번함.

○ (오픈 플랫폼 신설) 콘텐츠 IP를 창작, 제작 시 플랫폼과의 거래 관계에 있어 불공정하고, 불평등한 거래가 빈번하게 발생되고 있으므로 이를 위해서는 콘텐츠 IP 창, 제작자를 위한 오픈 플랫폼이 근본적으로 필요함. 이에 대해 정부 기관 주도의 사회적 합의 또는 오픈 플랫폼 신설도 고려할 필요가 있음.

○ (광고효과 측정 플랫폼 구축) 한국판 뉴딜, 구체적으로 디지털 뉴딜과 연계해서 광고효과 측정을 위한 공공데이터 인프라 구축이 필요함. 현재 코로나 19로 광고주가 광고 집행을 머뭇거리는 것은 광고 집행과 매출의 관계를 확신하지 못하기 때문인데, 대형 광고대행사를 제외하면 광고효과를 측정할 수 있는 인프라를 갖추지 못하고 있음.

○ (광고 리터러시 교육 프로그램 운영) 개인 맞춤형 광고, 콘텐츠 내 광고 등이 확대되는 상황에서 정부차원의 규제, 업계차원의 자정노력과 함께 이용자 광고 리터러시의 필요성이 대두되고 있음. 미디어·광고 환경변화 속에서 광고 리터러시를 미디어 교육에서 독립된 영역으로 체계화해, 창작자와 이용자 대상의 종합적인 교육 프로그램이 필요함. 광고 리터러시 교육 프로그램을 통해 신뢰할 수 있는 광고를 제작하는 광고 생산자, 신뢰할 수 없는 광고를 파악할 수 있는 역량을 가진 광고 소비자를 양성함으로써 광고 산업 생태계를 건강하게 만들 수 있음.

(9) 캐릭터

○ (디지털 전환 지원) 디지털 전환이 가속화되고, 메타버스, NFT, 디지털캐릭터 상품 증가 등 신기술이 등장하는 상황을 반영한 새로운 지원 정책의 수립이 요구됨. 기존 제조업

기반 캐릭터 산업에서 디지털 산업으로 발전하고 있기 때문에, 3D 캐릭터 제작 및 기존 2D 캐릭터에서 3D 캐릭터로의 변환 비용 지원 등의 디지털 관련 정책 마련이 필요함. 이를 위해서 관련 정부 부처 및 공공기관의 캐릭터 산업에 대한 인식 재정립 및 지원 예산 증액 노력이 우선되어야 함.

○ (해외 진출 지원) 현재 해외 시장은 미국, 중국, 일본 및 유럽 시장에 편중되어 있는데, 이를 기타 중남미, 중동, 아프리카 및 동남아시아 시장 등으로 확대하는 해외 시장 다변화 전략 수립이 요구됨. 또한 이러한 해외 진출을 위해 해외 캐릭터 상품화 및 유통 지원이 필요함.

○ (고용 창출 및 창업 지원) 캐릭터 산업을 활성화하기 위해서는 캐릭터 기업의 신규 고용에 따른 인건비 지원, 창업 지원 및 창업 후 성장 정책 수립 등이 요구됨. 또한 양질의 캐릭터 콘텐츠 기획을 위한 지원 제도 마련 및 캐릭터업계 클러스터 조성, 캐릭터 홍보 지원 사업 운영 지원 등이 필요함.

(10) 지식정보

○ (대형 콘텐츠 제작 지원) 대형 콘텐츠 제작이 활성화될 수 있는 투자 및 판매 촉진 전략이 필요함. 중소규모의 투자가 필요한 콘텐츠 제작은 이미 민간 분야에서 활성화되고 있다고 판단됨. 중규모 콘텐츠가 대규모 콘텐츠 제작으로 이어질 수 있도록 정책적 고려가 필요함.

○ (중소기업 고용 지원) 현재 고용시장은 양극화 현상이 뚜렷하며 대기업 편중 현상이 이전보다 더욱 심해졌음. 과거 지식정보 분야의 인력은 대부분 중소기업에 종사하였는데, 플랫폼과의 연계가 강해지면서 대기업 중심으로 노동시장이 재편되고 있음. 사회 초년생의 경우는 생산성이 개인별로 큰 차이가 없음에도 모두 대형회사에서의 연봉을 기대하는 상황이 되었기에 중소기업에서 좋은 인재를 영입할 수 있도록 금융 혜택과 인재 양성 측면의 정책적인 도움이 필요함.

○ (해외 진출 지원) 지식정보분야는 매출액 증가대비 수출액의 증가가 저조함. 이는 국내 시장 중심의 발전이 원인인 것으로 파악되며 이를 위한 해결 방안이 필요함. 또한 세계 시장에서의 한국 콘텐츠의 경쟁력 및 인지도가 높아지고 있다고 판단되며, 이 기조를 유지, 발전시켜나가기 위한 민관학연 연대와 협력 체제의 구축이 필요함.

(11) 콘텐츠솔루션

○ (메타버스 등 신기술 R&D 투자확대) 메타버스 시장이 크케 성장하고 있어 콘텐츠솔루션 분야 시장성장도 지속될 것으로 기대됨. 이에 따라 메타버스 솔루션 초기시장에 기술적인 우위를 선점하기 위한 기술 투자와 확보가 반드시 필요함. 특히 메타버스 관련 기술(XR기술, 디지털휴먼 기술 등) 과 NFT 관련 기술에 적극적인 R&D 투자가 필요함.

○ (해외 진출 지원) 국내 콘텐츠 기업들이 내수시장만으로는 성장에 한계가 있기 때문에 해외 진출이 매우 중요하며, 이를 촉진할 수 있도록 수출용 콘텐츠 제작을 위한 전문적인 번역·감수 지원이 요구됨. 구체적으로, K-콘텐츠를 소비하는 외국인이 쉽게 이해할 수 있도록 그 나라 문화와 정서에 맞는 자막 및 더빙대본 제작이 요구됨. 이를 위해 현지 한인 네트워크와의 연결고리 제공 등의 지원이 효과적일 수 있음. 또한 신규콘텐츠뿐만 아니라 과거 콘텐츠에 대한 수요도 증가하고 있으므로 광범위하게 K-콘텐츠를 즐길 수 있는 지원 체계 마련이 요구됨.

○ (인력양성 지원) 코로나19 사태로 갑자기 일자리를 잃은 콘텐츠 인력들이 한 단계 업그레이드 할 수 있는 무료 교육프로그램을 제공하는 것이 현재 어려움을 극복할 수 있는 대안이 될 수 있음. 상황이 호전되어 추후 현장에 복귀했을 때 콘텐츠 제작에 활용될 수 있는 실무 중심의 고급 교육과정 설계를 위해 관련분야의 콘텐츠 전문가와 실습시설을 보유하고 있는 대학이 중심 역할을 할 수 있을 것임. 단순 장단기 교육과정으로 설계할 수도 있지만, 석사학위까지 취득할 수 있다면 교육 참가자 입장에서는 큰 도움이 될 것이며, 대학과 콘텐츠 수요기업의 협업을 통해 교육과정을 운영함으로써 자연스럽게 재취업의 기회도 만들어질 수 있을 것으로 기대됨. 특히 콘텐츠 제작에는 고학력 인력들이 많이 참여하고 있는데, 병역특례 등 기존 기업들이 안정적으로 고용을 유지하고 새롭게 창출할 수 있도록 지원하는 프로그램이 필요함. 또한 빠른 트렌드 변화 등을 고려하여 정규 교육과정 마련 외에 종사자들에 대한 계속 교육과정(Continuous Professional Development) 체제로의 전환 및 지원이 요구됨.

○ (구매조건부 제작 지원) 중소벤처기업부 구매조건부 R&D 지원사업과 같은 사업을 콘텐츠 분야에도 도입하면 콘텐츠 수요업체와 제작업체 양측 모두에게 도움이 될 수 있음. 소규모 콘텐츠 제작업체에서 수요 여부에 대한 확인 없이 '선 제작-후 판매'를 추진하다가 실패할 가능성을 낮출 수 있고, 수요기업 입장에서도 정부지원에 따라 구입 가격을 조금이라도 낮출 수 있다는 장점이 있음. 현재 진행되고 있는 콘텐츠 제작지원,

기술개발 중심의 사업들도 중요하지만, 생산-소비 사이의 중간 다리 역할로 안정적 콘텐츠 생태계를 구축할 수 있는 사업도 함께 고민할 필요가 있음.

3. 연구의 의의 및 한계점

○ 본 연구는 국내 콘텐츠산업 전반에 대한 충실한 시장동향분석을 바탕으로 향후 시장 성장에 영향을 미칠 주요 영향요인들을 도출하였으며, 정성적·정량적 방법론을 포괄적으로 적용하여 중장기 시장전망을 하였고 이를 바탕으로 향후 콘텐츠산업의 지속적 성장을 위한 바람직한 정책 방향을 제시하였음.

○ 본 연구는 기존에 수행되었던 선행연구들을 분석하여 강점은 유지하고 한계점은 보완하는 전략을 수립하여 연구를 수행하였음.

- 프로세스적인 측면에서, 분석의 순서를 시장동향분석 - 델파이분석 - 다변량 시계열 예측 순으로 진행하여 앞 단계 분석 결과가 다음 단계 분석을 위한 기초자료로서 유기적으로 연계되도록 하였음.
- 정량적 방법론으로써 VAR 모형뿐만 아니라, 단변량모형, 전이함수모형 등 간결하고 짧은 과거 시계열에서 더 강건한 방법론을 활용하였음.
- 분야별 시장전망을 하는데 있어서는 11개 분야별 매출액, 수출액, 종사자수 규모를 각각 전망하고 Bottoms-Up 방식으로 전체 규모를 추정함으로써 각 분야의 특성을 더 정밀하게 반영함.
- 예상치 못한 팬데믹으로 인해 계량모형에 의한 전망치를 활용하지 못했던 2020년 연구의 한계점을 보완하여, 분야별 코로나19의 영향 정도에 따라 정성적 방법론과 정량적 방법론을 혼합하여 적용하였음.
- 또한 팬데믹 충격으로부터의 회복 속도, 국제 분쟁 장기화, 경기침체에 대한 우려 등 외부 환경의 변화를 시의성 있게 반영하여 최종모형 선정 과정에 적용하기 위하여 델파이조사 후 3개월이 지난 시점에 3차 설문을 다시 진행하였음.

○ 최근 콘텐츠산업 시장규모에 가장 큰 영향을 미친 코로나19의 확산은 향후 수년간은 지속적인 영향을 줄 것으로 판단되며, 이러한 코로나19의 영향이 실측치에 충분히 반영되기 전까지는 정성적 방법론이 보다 효과적일 것으로 예상됨.

- 영화, 음악, 게임, 만화 등의 분야는 특히 코로나19의 영향을 크게 받았는데 그 충격

을 완전히 회복하고 그것이 시장규모 실측치에 반영되기까지는 일정 수준 이상의 시간이 필요할 것으로 판단됨.

- 정량적 방법론은 과거의 패턴을 효과적으로 반영하며 객관적이라는 장점이 있지만 코로나19와 같은 충격이 과거 시계열에 반영되지 않은 상황에서는 신뢰성 있는 전망치를 제시하기 어려움.
- 따라서 코로나19의 영향이 여전히 큰 분야에 대해서는 정성적 방법론이 효과적일 것으로 판단되며, 코로나19의 영향을 작게 받은 분야와 코로나19의 충격이 회복된 분야에 대해서는 정량적 방법론의 적용을 고려하는 것이 바람직함.

○ 향후 보다 시의성 있고 신뢰성 있는 중장기 시장 전망을 하기 위해서는 반기별 동향분석과 연계하여 진행하는 방안을 모색할 필요가 있음.

- 본 연구는 2023~2025년까지의 중장기 시장전망을 위해 2005~2021년의 과거 시계열을 이용하였음. 그 가운데 2005~2020년 시계열은 콘텐츠산업 통계를 통해 전수 조사된 실측치인 반면, 2021년 시계열은 상장사 및 표본기업을 대상으로 조사한 반기별 동향분석에 의한 추정치임.
- 미래를 예측하기 위해 활용되는 과거 시계열은 현재와 가까운 시점일수록 그 가치가 높은데, 콘텐츠산업 통계는 예측을 하는 현 시점에 비해 2년 후행하는 시점의 과거 시계열까지만 제공하기 때문에 비교적 최근 시점의 시장규모를 가늠할 수 있는 반기별 동향분석 결과가 매우 중요하게 활용되고 있음.
- 2022년 상반기에 대한 반기별 동향분석 결과는 2022년 하반기 중 발표될 수 있으며 이것 역시 중장기 시장전망을 하는데 매우 중요하게 활용될 수 있으므로, 두 연구의 수행 시점을 조정하여 연계시키는 방안을 모색해야 함.
- 예를 들어, 중장기 시장전망을 위해 전문가의 정성적 판단을 요구하는 과정에서 보다 시의성 있는 실적 추정치를 참고자료로서 제공하게 된다면 합리적인 시장전망치를 도출하는데 도움이 될 것이며, 두 결과 간의 불일치도 크게 줄일 수 있음.
- 다만, 매년 수행되고 있는 반기별 동향분석의 추정 결과와 다음 해 조사되는 콘텐츠산업 통계조사의 실측 결과에 작지 않은 오차가 발생하여 왔다는 점에 주의하여야 함. 앞서 언급한 것처럼 반기별 동향분석은 중장기 시장전망을 위해 필수적으로 사용되는 가장 최근 시점의 과거 시계열을 제공하고 있고, 그것의 결과에 따라 중장기 시장전망의 신뢰성이 크게 좌우되기 때문임.

○ 콘텐츠산업 시장규모는 외부 환경변화에 민감하게 반응하므로, 향후 시장변화를 반영하여 중장기 시장전망치를 주기적으로 업데이트하는 노력이 필요함.

- 콘텐츠산업은 전통적인 제조업이나 삶에 필수적인 서비스업과 달리 수요와 공급이 경기변동이나 유행 등 외부 환경변화에 큰 영향을 받는 특징이 있음.
- 코로나19의 확산 및 사회적 거리두기 조치로 인해 콘텐츠산업이 받은 충격은 어느 정도 회복되고 있으나, 장기화되고 있는 국제분쟁, 금리인상 및 경기침체에 대한 우려가 콘텐츠산업 시장전망의 불확실 요소로 작용하고 있음.
- 급변하는 외부환경을 반영하여 중장기 시장전망치를 주기적으로 업데이트함으로써, 성장 저해 요인에 선제적으로 대응하고 안정적인 콘텐츠산업의 성장을 지원할 수 있는 정책을 모색해야 할 것임.

참고문헌

2022

참고 문헌

김문구, 박종현(2011). 『스마트TV가 방송통신 시장에 미치는 영향과 수용결정 요인에 관한 연구』. 대한산업공학회 춘계공동학술대회 논문집.

김영주(2015). OTT 서비스 확산이 콘텐츠 생산, 유통, 소비에 미친 영향에 관한 연구. 『방송문화연구』, 27권 1호, 75~102.

김주영, 이민화(2016). 『중국자본의 유입이 한국영상콘텐츠산업에 미치는 영향에 대한 연구』. 한국경영학회 통합학술발표논문집.

문화체육관광부(2014). 『2013 콘텐츠산업 통계조사』. 문화체육관광부.

문화체육관광부(2017). 『2016 콘텐츠산업 통계조사』. 문화체육관광부.

문화체육관광부(2019). 『2018 콘텐츠산업 통계조사』. 문화체육관광부.

문화체육관광부(2020). 『2019 콘텐츠산업 통계조사』. 문화체육관광부.

문화체육관광부(2021). 『2020 콘텐츠산업 통계조사』. 문화체육관광부.

박진우, 이형민(2019). 게임 이용 장애 질병코드 도입이 일반적인 게임 이용자,게임광고, 게임산업 태도에 미치는 영향: 편견과 사회적 낙인인식의 효과검증을 중심으로. 『융합사회와 공공정책』, 13권 3호, 138~168.

방우송(2016). 만화산업의 현황분석 및 발전 방향모색 – 웹툰을 중심으로. 『애니메이션연구』, 12권 2호, 101~122.

변상규(2012). 광고시장 규모결정 요인에 대한 미시경제학적 접근 및 콘텐츠산업 재원정책 연구. 『한국디지털콘텐츠학회 논문지』, 13권 4호, 591~600.

빈기범, 최세경, 강형구(2017). 구성자료분석법(CDA)을 이용한 콘텐츠산업 부분별 성장 분석 및 예측. 『문화정책논총』, 31권 2호, 104~137.

송은지(2018). 가상현실 산업 분석 및 활성화 방안에 관한 연구. 『한국정보통신학회논문지』, 22권 4호, 656~663.

심유정(2021). 『대중음악 흥행 요인에 대한 연구: 인터넷 밈(Meme)의 매개효과를 중심으로』. 한양대학교 대학원.

유형선, 서주환, 전승표, 서진이(2015). 표준통계분류를 이용한 내수시장 규모 추정방법에 관한 연구. 『기술혁신학회지』, 18권 3호, 387~415.

이선미(2021). 스마트TV 이용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 『한국콘텐츠학회논문지』,

21권 6호, 524~532.
이슬(2019). 『한국 경제지표와 영화 및 대중음악 분야 흥행추이 영향관계 분석』. 중앙대학교 예술대학원.
이원우, 장인홍(2018). 『SPSS 활용 시계열 자료분석』. 자유아카데미.
이원형(2022). 『한국 음악산업의 성장패턴과 교역구조에 대한 연구』. 국민대학교 일반대학원.
이은우(2016). 문화예술 상품수요의 결정요인 분석. 『문화산업연구』, 16권 2호, 69~78.
정동빈(2009). 『SPSS 시계열 수요예측 I』. 한나래아카데미.
정동빈(2010). 『SPSS 시계열 수요예측 II』. 한나래아카데미.
정동빈(2015). 『시계열 애널리스트를 위한 Eviews 솔루션』. 황소걸음 아카데미.
정보통신산업진흥원(2019). 『품목별 보고서 - 디지털콘텐츠』. 정보통신산업진흥원.
정윤희, 김기덕(2019). 전자출판산업 발전 방안에 관한 연구: 책문화생태계 관점을 중심으로. 『한국출판학연구』, 45권 1호, 69~97.
한국과학기술정보연구원(2020). KMAPS(KISTI Market Analysis and Prediction System) (http://kmaps.kisti.re.kr).
한국콘텐츠진흥원(2015). 『콘텐츠산업 시장전망 예측 계량모형 구축 연구』. 한국콘텐츠진흥원.
한국콘텐츠진흥원(2017). 『콘텐츠산업 시장전망 예측모형 심화 연구』. 한국콘텐츠진흥원.
한국콘텐츠진흥원(2020). 『2020 콘텐츠산업 중장기 시장전망 연구』. 한국콘텐츠진흥원.
한국콘텐츠진흥원(2021). 『2021 해외 콘텐츠시장 분석』. 한국콘텐츠진흥원.
한국콘텐츠진흥원(2021). 『2021년 상반기 콘텐츠산업 동향분석 보고서』. 한국콘텐츠진흥원.
MarketsandMarkets (2019). Over-The-Top Service Market. Northbrook : MarketsandMarkets.
MarketsandMarkets (2019). Content intelligence market. Northbrook : MarketsandMarkets.
MarketsandMarkets (2019). Video On Demand Market. Northbrook : MarketsandMarkets.
MarketsandMarkets (2021). LTE and 5G broadcast market with COVID-19 impact. Northbrook : MarketsandMarkets.
MarketsandMarkets (2021). Cloud advertising market with COVID-19 impact. Northbrook : MarketsandMarkets.
MarketsandMarkets (2022). Metaverse market. Northbrook : MarketsandMarkets.
MarketsandMarkets (2022). Content service platforms market with COVID-19 impact analysis. Northbrook : MarketsandMarkets.

부 록

2022

부록1. 델파이조사 설문지

ID				
		-		

(게임 분야)
콘텐츠산업 시장전망 델파이조사(1차)

안녕하십니까? 귀하의 무궁한 발전을 기원합니다.

본 전문가 델파이조사는 한국콘텐츠진흥원의 의뢰를 받아, 한국과학기술정보연구원이 수행하는 “2020 콘텐츠산업 중장기 시장전망” 연구용역의 일환으로 실시하고 있습니다.

본 조사를 통해 콘텐츠산업의 성장 촉진·저해 요인을 파악하고 향후 시장규모를 전망하여 콘텐츠산업 성장을 위한 효과적인 정부지원정책을 수립하는데 활용하고자 하오니, 바쁘시더라도 귀한 시간 내주시어 답변해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

본 조사는 통계법 제33조에 따라 통계목적으로만 이용되며, 귀하의 응답내용은 절대 비밀로 보장됨을 알려드립니다. 구체적으로 귀하의 응답은 단지 어떤 의견을 가진 분이 몇 %인가 하는 식으로 통계치를 산출하기 위해서만 사용하며 특정 개인이 어떤 응답을 했는지는 공개되지 않사오니 평소 가지고 계신 생각에 따라 자유롭게 응답해 주시기 바랍니다.

귀하의 응답에 도움을 드리기 위해 국내외 콘텐츠산업의 시장 동향에 대한 배경자료를 첨부해 드리오니 참고하시기 바랍니다.

본 조사는 1차와 2차로 진행되며, 모두 응답해 주시는 경우 소정의 사례비를 드릴 예정입니다.

본 조사에 대한 문의사항은 조사기관 연락처로 연락하여 주시기 바랍니다. 감사합니다.

2022. 07.

조사기관: 한국과학기술정보연구원
연구책임자: 유형선 책임연구원
연락처: 02-3299-6173

응답자 정보

소속기관		직위	
성명		콘텐츠산업 근무경력(년)	
전문 분야			

A. 게임 분야의 과거 시계열 패턴 이해

A1. 과거 시장규모의 시계열 패턴(추세)이 나타나게 된 가장 중요한 이유가 무엇이라고 생각하십니까?

A1-1. 매출	
A1-2. 수출	
A1-3. 종사자수	

A2. 과거 시장규모의 시계열에 특이사항이 나타나게 된 이유가 무엇이라고 생각하십니까?

A2-1. 매출	
A2-2. 수출	
A2-3. 종사자수	

A3. 과거 시장규모의 시계열 패턴 즉 추세가 앞으로(2021~2023년)도 계속 지속될 것으로 생각하십니까? 그 이유는 무엇입니까?

A3-1. 매출	
A3-2. 수출	
A3-3. 종사자수	

B. 시장영향요인

B1. 다음의 시장영향요인들이 2025년까지의 **전체 콘텐츠산업** 시장규모에 얼마나 영향을 미칠 것으로 생각하십니까?

구분	시장영향요인	매우 부정적		영향없음			매우 긍정적		점수
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제								
정책2	메타버스·디지털전환 지원								
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자								
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원								
정책5	저작권 보호 정책 강화								
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련								
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화								
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속								
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합								
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대								
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성								
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감								
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대								
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속								
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대								
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대								
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가								
기술1	메타버스 플랫폼의 확장								
기술2	가상인간 기술의 발전								
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장								
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스								

B2. 다음의 시장영향요인들이 2025년까지의 **게임 분야** 시장규모에 얼마나 영향을 미칠 것으로 생각하십니까?

구분	시장영향요인	매우 부정적		영향없음			매우 긍정적		점수
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
정책1	코로나19 사회적 거리두기 조치 해제								
정책2	메타버스·디지털전환 지원								
정책3	창의적 IP 확보를 위한 제작 투자								
정책4	상생협력 및 공정환경 조성 지원								
정책5	저작권 보호 정책 강화								
정책6	콘텐츠 IP 거래 활성화를 위한 정책적 기반 마련								
정책7	게임 셧다운제 폐지 및 시간선택제로 일원화								
경제1	콘텐츠 플랫폼의 대형화								
경제2	국내 콘텐츠산업의 글로벌화 가속								
경제3	세부 분야 간 경계 약화 및 비즈니스 모델의 혼합								
경제4	제작/투자/거래 등으로 개인 소비자의 역할 확대								
경제5	콘텐츠산업에도 불어온 ESG 경영 필요성								
경제6	금리 인상, 초저금리 시대의 마감								
사회1	코로나19로 촉발된 비대면, 온라인 콘텐츠 소비 확대								
사회2	K-콘텐츠 한류열풍 지속								
사회3	콘텐츠 주요 소비층의 확대								
사회4	방역 강화 및 접촉 최소화에 대한 요구 확대								
사회5	성공한 IP에 대한 2차 창작물 수요 증가								
기술1	메타버스 플랫폼의 확장								
기술2	가상인간 기술의 발전								
기술3	NFT 기술을 활용한 콘텐츠 저장 및 거래 등장								
기술4	인공지능을 이용한 소비자 맞춤형 콘텐츠 제작/서비스								

B3. 어떤 요인이 추가적으로 2023년까지의 **게임 분야** 시장규모에 영향을 미칠 것으로 생각하십니까?

구분	시장영향요인	이유	점수

C. 해당 분야 정성적 시장 전망

C1. (시나리오 1) 현재의 코로나19 상황을 고려할 때, **게임 분야**의 시장규모가 2025년까지 어느 정도 수준에 이를 것으로 전망하십니까?

시장규모														
구분	단위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (E)	2022 (F)	2023 (F)	2024 (F)	2025 (F)	CAGR (17-21)	CAGR (21-25)
매출	조 원	10.72	10.90	13.14	14.29	15.58	18.89	20.62					11.9%	
수출	억 달러	32.15	32.77	59.23	64.11	66.58	81.94	94.35					12.3%	
종사자수	만 명	8.04	7.40	8.19	8.55	8.92	8.33	8.45					0.8%	

전년대비 성장률									전년대비 몇 % 성장?					
구분	단위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (E)	2022 (F)	2023 (F)	2024 (F)	2025 (F)	CAGR (17-21)	CAGR (21-25)
매출	%	-	1.6%	20.6%	8.7%	9.0%	21.3%	9.2%					11.9%	
수출	%	-	1.9%	80.7%	8.2%	3.9%	23.1%	15.1%					12.3%	
종사자수	%	-	-8.0%	10.7%	4.3%	4.3%	-6.6%	1.4%					0.8%	

C1.1 위와 같이 전망하시는 이유는 무엇입니까?

C2. (시나리오 2) 만약 2022년 겨울에 코로나19가 재확산되는 상황을 가정한다면, **게임 분야**의 시장규모가 2025년까지 어느 정도 수준에 이를 것으로 전망하십니까?

시장규모														
구분	단위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (E)	2022 (F)	2023 (F)	2024 (F)	2025 (F)	CAGR (17-21)	CAGR (21-25)
매출	조 원	10.72	10.90	13.14	14.29	15.58	18.89	20.62					11.9%	
수출	억 달러	32.15	32.77	59.23	64.11	66.58	81.94	94.35					12.3%	
종사자수	만 명	8.04	7.40	8.19	8.55	8.92	8.33	8.45					0.8%	

전년대비 성장률									전년대비 몇 % 성장?					
구분	단위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (E)	2022 (F)	2023 (F)	2024 (F)	2025 (F)	CAGR (17-21)	CAGR (21-25)
매출	%	-	1.6%	20.6%	8.7%	9.0%	21.3%	9.2%					11.9%	
수출	%	-	1.9%	80.7%	8.2%	3.9%	23.1%	15.1%					12.3%	
종사자수	%	-	-8.0%	10.7%	4.3%	4.3%	-6.6%	1.4%					0.8%	

C2.1 위와 같이 전망하시는 이유는 무엇입니까?

D. 전체 콘텐츠산업 정성적 시장 전망

D1. (시나리오 1) 현재의 코로나19 상황을 고려할 때, **전체 콘텐츠산업**의 시장규모가 2025년까지 어느 정도 수준에 이를 것으로 전망하십니까?

시장규모														
구분	단위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (E)	2022 (F)	2023 (F)	2024 (F)	2025 (F)	CAGR (17-21)	CAGR (21-25)
매출	조 원	100.5	106.1	113.2	119.6	126.7	128.3	136.4					4.8%	
수출	억 달러	56.6	60.1	88.1	96.2	102.5	119.2	135.8					11.4%	
종사자수	만 명	62.2	63.2	64.5	66.7	68.3	64.2	65.0					0.2%	

전년대비 성장률									전년대비 몇 % 성장?					
구분	단위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (E)	2022 (F)	2023 (F)	2024 (F)	2025 (F)	CAGR (17-21)	CAGR (21-25)
매출	%	-	5.6%	6.7%	5.6%	5.9%	1.2%	6.3%					4.8%	
수출	%	-	6.1%	46.7%	9.1%	6.6%	16.3%	13.9%					11.4%	
종사자수	%	-	1.5%	2.1%	3.5%	2.3%	-5.9%	1.2%					0.2%	

D1.1 위와 같이 전망하시는 이유는 무엇입니까?

D2. (시나리오 2) 만약 2022년 겨울에 코로나19가 재확산되는 상황을 가정한다면, **전체 콘텐츠산업**의 시장규모가 2025년까지 어느 정도 수준에 이를 것으로 전망하십니까?

시장규모														
구분	단위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (E)	2022 (F)	2023 (F)	2024 (F)	2025 (F)	CAGR (17-21)	CAGR (21-25)
매출	조 원	100.5	106.1	113.2	119.6	126.7	128.3	136.4					4.8%	
수출	억 달러	56.6	60.1	88.1	96.2	102.5	119.2	135.8					11.4%	
종사자수	만 명	62.2	63.2	64.5	66.7	68.3	64.2	65.0					0.2%	

전년대비 성장률									전년대비 몇 % 성장?					
구분	단위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (E)	2022 (F)	2023 (F)	2024 (F)	2025 (F)	CAGR (17-21)	CAGR (21-25)
매출	%	-	5.6%	6.7%	5.6%	5.9%	1.2%	6.3%					4.8%	
수출	%	-	6.1%	46.7%	9.1%	6.6%	16.3%	13.9%					11.4%	
종사자수	%	-	1.5%	2.1%	3.5%	2.3%	-5.9%	1.2%					0.2%	

D2.1 위와 같이 전망하시는 이유는 무엇입니까?

E. 정책적 요구사항 및 제언

E1. 전체 콘텐츠산업 및 게임 분야의 시장 성장, 기업의 사업화 성공, 창업 활성화, 고용창출 등을 위해, 정부가 구체적으로 어떠한 형태의 지원 정책을 가장 시급하게 수립하여 추진해야 한다고 생각하십니까?

오랜 시간 응답해 주셔서 대단히 감사합니다.

2022 콘텐츠산업 중장기 시장전망 연구

2022 Contents Industry Mid- to Long-term Market Forecast

주관기관 | 한국콘텐츠진흥원
감　　수 | 송　진(한국콘텐츠진흥원 정책본부장)
　　김문주(한국콘텐츠진흥원 정보분석팀장)
연구총괄 | 전창영(한국콘텐츠진흥원 정보분석팀 선임연구원)
수행기관 | 한국과학기술정보연구원
연구책임 | 유형선(한국과학기술정보연구원 책임연구원)

발 행 인 | 조현래(한국콘텐츠진흥원장)
발 행 일 | 2022년 11월 22일
발 행 처 | 한국콘텐츠진흥원
주　　소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전　　화 | 1566-1114
홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호_KOCCA22-08
ISBN_979-11-6677-088-3 (93600) (비매품)

* 본 보고서의 저작권은 한국콘텐츠진흥원이 소유하고 있으며, 내용을 인용하고자 할 경우에는 반드시 <2022 콘텐츠산업 중장기 시장전망 연구> OO쪽에서 인용하였음을 표시해 주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114"