

3. 인도

1) 콘텐츠시장 개요

2013년 인도 경제는 2012년과 유사한 4.5%대의 경제성장률을 보였는데 예년과 비슷한 성장률 덕분에 개인 가처분 소득이 큰 폭으로 증가하였고 상품에 대한 판매 세율이 소폭 하락하여 전반적인 소비심리가 살아났다. 이로 인하여 콘텐츠 분야의 소비도 대부분 큰 폭으로 성장하여 인도의 콘텐츠 시장 규모는 전년대비 11.2% 증가한 235억 4,900만 달러 시장을 형성하였다. 소득세가 13.3% 가량 증가하였지만 저축률이 매년 약 10%이상 증가해왔고 소비자 지출이 전년대비 6% 증가했다는 점을 통해 인도인들의 콘텐츠의 소비 여력과 큰 잠재성을 예상할 수 있다. 향후 5년간 인도 콘텐츠의 시장 규모는 연평균 성장률 11.6%를 보이며 406억 8,100만 달러 시장을 형성할 것으로 전망된다.

[표 4-1] 인도 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR ¹⁶⁸⁾
출판	4,707	5,085	5,492	5,942	6,166	6,566	7,046	7,539	8,057	8,562	6.8
만화	32	42	55	65	61	67	75	82	90	99	10.0
음악	266	294	320	332	347	362	380	398	418	438	4.8
게임	147	197	267	357	450	538	634	734	844	972	16.7
영화	1,337	1,163	1,266	1,526	1,774	2,006	2,255	2,494	2,703	2,942	10.7
애니메이션	203	177	210	281	358	443	544	651	759	827	18.0
방송	6,148	7,098	7,954	8,781	9,767	11,363	12,959	14,644	16,420	18,360	13.5
광고	4,164	4,708	5,268	5,916	6,427	7,194	8,056	8,910	9,786	10,701	10.7
캐릭터	450	500	550	588	637	709	785	866	950	1,042	10.3
지식정보	1,999	2,467	2,901	3,420	4,107	4,763	5,494	6,218	6,909	7,634	13.2
산술합계	19,453	21,731	24,283	27,208	30,094	34,011	38,228	42,536	46,936	51,577	11.4
합계 ¹⁶⁹⁾	15,141	16,926	18,911	21,176	23,549	26,696	30,040	33,455	36,938	40,681	11.6

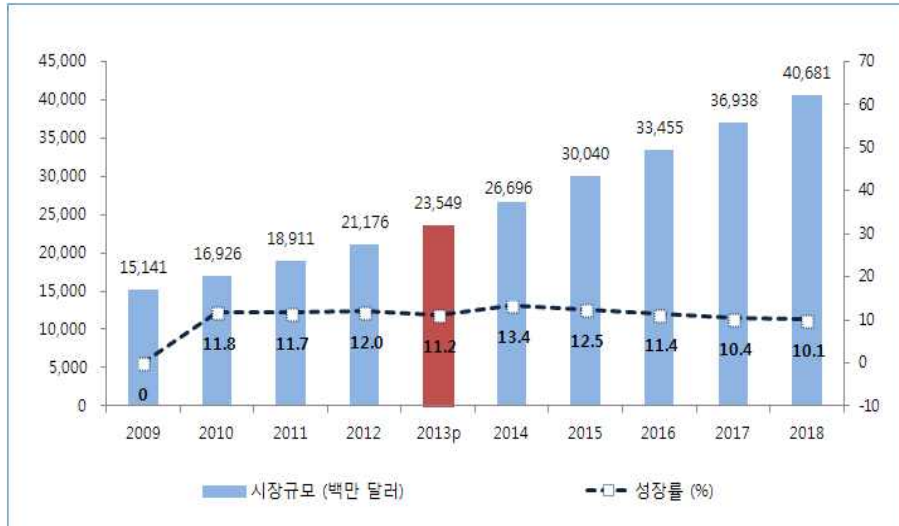
출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)

168) 2013년부터 2018년까지 연평균성장률

169) 중복 시장을 제외한 시장 규모임

- 출판의 신문/잡지 광고, 게임의 게임 광고, 영화의 극장광고, 방송의 TV/라디오 광고, 지식정보의 디렉토리 광고는 광고시장에 포함
- 만화, 지식정보의 전문서적/산업잡지는 출판시장에 포함
- 애니메이션은 영화시장에 포함

[그림 4-1] 인도 콘텐츠시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)

2013년 인도의 콘텐츠시장은 방송이 40.6%의 가장 높은 비중을 보였고 광고와 출판이 그 뒤를 이었다. 방송과 출판은 지식정보 산업의 발달에 의해 조금 다른 양상을 보일 것으로 나타났는데 2018년까지 방송은 45.1%의 비중으로 좀 더 큰 시장 규모를 확보할 것으로 보이나 출판의 경우 전자도서의 활성화에 따라 기존의 인쇄 출판물의 급격한 감소로 비중이 2013년보다 크게 줄어들 것으로 전망 된다.

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

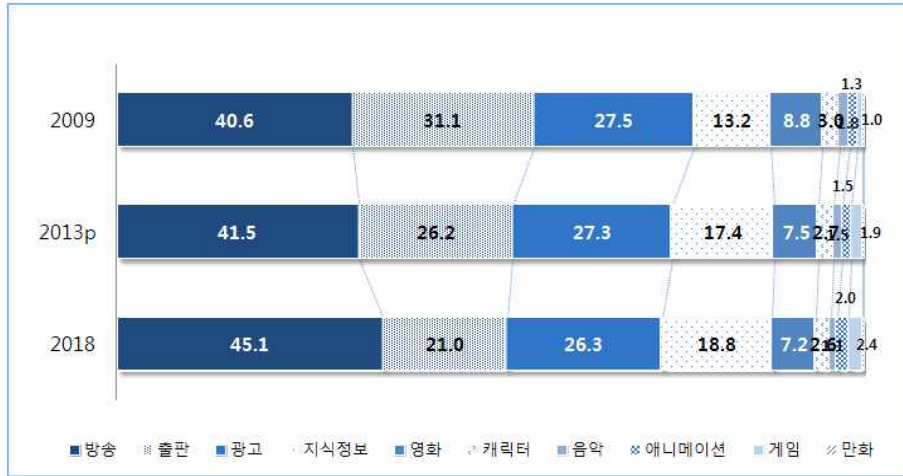
5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

[그림 4-2] 인도 콘텐츠별 시장점유율, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)

앞으로 2018년까지 인도의 콘텐츠시장은 전 장르에서 고른 성장세를 이룰 것으로 전망되는 가운데 게임과 방송 지식정보의 성장률은 13.2%를 넘을 것으로 전망되며 가장 낮은 성장률을 보일 것으로 예상 되는 음악도 4.8%의 좋은 성적을 보일 것으로 전망된다.

[그림 4-3] 인도 콘텐츠별 연평균성장률 추정 2013-2018



출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)