

6. 태국

1) 콘텐츠시장 개요

태국은 2011년 대홍수로 인한 경제위기에서 벗어나 2012년 성공적인 경제회복을 달성했다. 하지만 2013년에는 선진국의 양적완화 정책으로 인한 태국의 바트화가 강세를 보이면서 수출 가격 경쟁력이 저하되었고 2013년 11월부터 반정부 시위 사태로 경제성장에 제동이 걸렸다.

태국의 콘텐츠시장은 2012년 경제회복에 힘입어 전반적으로 높은 성장률을 보이고 있으나 2013년 들어서는 성장세가 다소 둔화된 양상을 보였다. 2013년 태국 콘텐츠시장은 전년 대비 4.8% 성장한 92억 4,900만 달러 규모를 나타냈다. 태국은 불법복제 문제로 음악시장 성장률이 하락세를 보이고 있지만 유무선 네트워크 확대에 따라 지식정보시장의 폭발적인 성장이 예상된다. 반정부 시위 등 정정불안으로 소비심리가 위축되어 있지만 인터넷 인프라 구축과 디지털 단말의 보급으로 콘텐츠에 대한 소비는 꾸준히 증가할 것으로 보인다. 태국의 콘텐츠시장은 향후 5년간 연평균 7.2%의 성장률로 2018년에는 130억 9,400만 달러 규모에 이를 것으로 보인다.

[표 7-1] 태국 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
출판	2,573	2,619	2,757	2,833	2,959	3,110	3,279	3,466	3,677	3,907	5.7
만화	17	20	23	26	23	24	26	27	29	31	6.3
음악	326	323	324	321	308	300	295	293	294	297	△0.7
게임	136	157	179	207	228	252	271	288	305	325	7.3
영화	345	374	440	463	456	472	490	510	531	552	3.9
애니메이션	52	57	73	85	92	104	118	133	149	155	11.0
방송	2,268	2,530	2,786	3,028	3,103	3,304	3,522	3,759	4,002	4,230	6.4
광고	2,742	3,116	3,388	3,652	3,745	3,923	4,109	4,302	4,497	4,671	4.5
캐릭터	20	21	19	20	21	22	23	24	25	26	4.3
지식정보	1,076	1,327	1,532	1,787	1,987	2,240	2,531	2,837	3,161	3,512	12.1
산술합계	9,555	10,544	11,521	12,422	12,922	13,751	14,664	15,639	16,670	17,706	6.5
합계 ²⁷⁴⁾	6,851	7,470	8,185	8,825	9,249	9,907	10,633	11,414	12,240	13,094	7.2

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

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

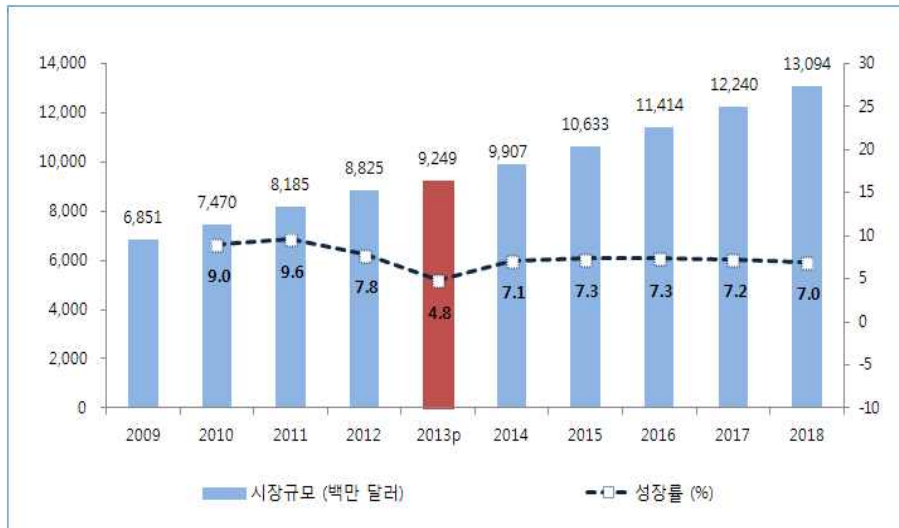
5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

[그림 7-1] 태국 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)

태국 콘텐츠시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 것은 광고시장이다. 광고시장은 2009년 40.0%의 점유율을 차지했으며 그 비중이 다소 늘어나 2013년에는 40.5%의 점유율을 보였다.

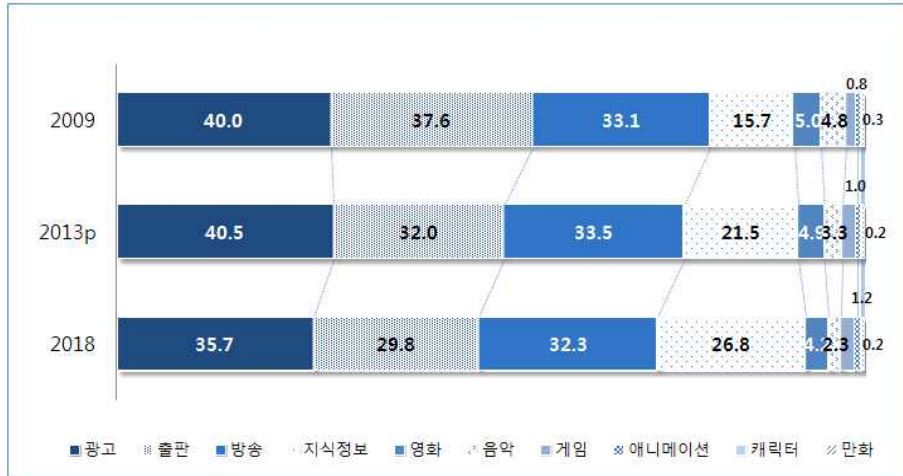
그러나 지식정보시장의 확대로 2018년에는 35.7%의 점유율로 다소 비중이 줄어들 것으로 보인다. 광고시장 다음으로 큰 시장은 출판시장으로 2009년 37.6%의 점유율로 광고시장의 뒤를 이었다. 출판시장은 잡지시장의 부진으로 전체에서 차지하는 비중이 점차 줄어들어 2018년에는 점유율이 29.8%까지 줄어들 것으로 전망된다.

방송시장은 2009년 33.1%의 점유율로 세 번째로 큰 시장이었으나 2018년에는 그 비중이 소폭 감소하여 32.3%로 광고시장에 이어 두 번째로 큰 시장이 될 것으로 보인다.

274) 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

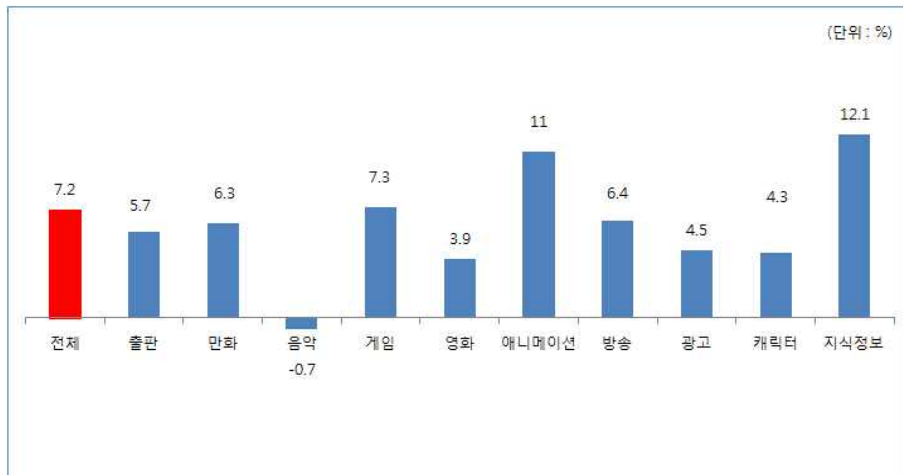
[그림 7-2] 태국 콘텐츠별 시장점유율, 2009 vs. 2013 vs. 2018



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

향후 5년간, 태국 콘텐츠시장은 음악시장이 0.7% 감소하는 것을 제외하고 모두 성장세를 보일 것으로 예측된다. 특히 지식정보시장은 12.1%에 이르는 높은 성장률을 기록할 것으로 보이며, 그 뒤를 이어 애니메이션시장이 11% 게임이 7.3%, 방송시장이 6.4% 수준의 성장률을 기록할 전망이다.

[그림 7-3] 태국 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)

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아