

# 세계 디지털콘텐츠 시장 현황과 우리의 기회

정 호 교\*

## — 목 차 —

- I. 세계디지털콘텐츠시장 현황 및 전망
- II. 주요 권역별 분석
  - 1. 미주편
  - 2. 유럽편
  - 3. 일본편
  - 4. 중화권편
  - 5. 기타 아시아권편
- III. 성공적인 해외진출 전략

급속도로 변화하는 디지털 기술의 눈부신 발전, 고객 맞춤형 디지털콘텐츠 및 이에 기반한 뉴미디어 서비스의 제공을 통해 2004년 이후 정체되어 있던 세계 디지털 콘텐츠관련 산업이 전반적으로 유의미한 플러스 성장을 하면서 뚜렷한 회복 단계에 들어서고 있다.

이에 세계 디지털콘텐츠 시장에 대해 전반적으로 살펴보고, 권역별 주요 산업 분야별 현황과 우리나라가 강점을 가지고 있는 온라인게임과 모바일콘텐츠를 중심으로 진출 기회를 살펴보고자 한다.

---

\* 한국소프트웨어진흥원 콘텐츠전략지원팀장

## I. 세계디지털콘텐츠시장 현황 및 전망

세계 디지털콘텐츠 시장 규모는 2005년 게임, 디지털영상, 모바일콘텐츠 등 9개 산업 부문 1,734억 달러에 달한 것으로 예상된다. 향후 세계 디지털콘텐츠 시장은 '04~'08년 연평균 13.81%의 높은 성장세를 유지하여 2008년에는 2,536억 달러 시장에 이를 것으로 전망되었다. 극장용 및 TV용 애니메이션 시장, DVD판매(대여)시장, IPTV 시장이 포함된 디지털 영상부문이 가장 높은 비중을 차지하는 디지털 영상 시장의 규모는 551억 달러로 예상되며, 타분야에 비해 상대적으로 낮은 연평균성장률을 보이고 있으나, 규모에 따른 성장률을 인지한다면 간과할 수 없는 부문이다. 또한 게임 시장의 규모는 2005년 367억 달러로, 온라인 게임 시장의 급성장과 콘솔게임 시장의 온라인화에 지속 성장할 것으로 예상된다.

<표 I-1> 세계 디지털콘텐츠 산업분야별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억달러)

산업 부문	2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08 CAGR
영상 콘텐츠	311.43	453.60	551.66	649.40	734.18	821.18	16.00%
이러닝 콘텐츠	51.64	63.20	79.34	101.63	129.08	163.95	26.91%
게임 콘텐츠	335.02	353.12	367.95	408.40	449.87	490.14	8.54%
디지털 솔루션	22.70	26.61	31.94	38.62	46.54	56.53	20.73%
온라인 포털	121.80	150.40	184.70	223.10	258.10	288.90	17.73%
음악 콘텐츠	0.77	2.09	4.59	11.74	25.92	41.37	110.83%
모바일 콘텐츠	23.90	41.50	72.00	98.50	134.00	165.50	41.31%
웹정보콘텐츠	402.00	421.00	441.00	461.00	483.00	505.75	4.69%
온라인 출판	0.32	0.70	1.37	2.16	2.80	3.41	48.33%
<b>세계 시장 전체</b>	<b>1,269.6</b>	<b>1,512.2</b>	<b>1,734.6</b>	<b>1,994.5</b>	<b>2,263.5</b>	<b>2,536.7</b>	<b>13.81%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

## 1. 산업 분야별 현황 및 전망

### 가. 게임시장 분야

세계 게임 시장 분야는 2005년에 368억 달러에서 2008년에는 490억 1,400만 달러 규모로 성장할 것으로 전망된다. 전반적인 경향을 보면, 비디오 게임은 2005년 이후 휴대게임기(PSP등), X-Box360 및 PS3 등 신규 콘솔 게임기의 등장과 더불어 큰 성장을 보일 것으로 전망되고 있으며, 세계적으로 브로드밴드의 보급 확산으로 온라인 게임은 고성장을 보일 것으로 전망되고 있다.

### 나. 디지털영상 부문

연이은 애니메이션 작품 흥행성공, 기존 VHS 매체의 DVD화 및 IPTV의 활성화 등 최근 들어 디지털 영상 산업이 가장 중요한 산업으로 부각되고 있다. 2005년 디지털 영상 부문은 551억 달러 규모로 예상되며, 2008년에는 821억 달러로 시장 규모가 크에도 불구하고 향후 성장성도 매우 높을 것이다. 특히 현재는 미미한 수준에 그치고 있는 IPTV 시장은 쌍방향 통신과 T-Commerce, 그리고 쌍방향 광고가 활성화되면서 급성장할 것으로 기대되고 있다.

### 다. 모바일콘텐츠 시장

국내 및 일본처럼 모바일 멀티미디어 콘텐츠가 활발히 이용되는 국가는 아직 드물지만, 미주권과, 중화권을 중심으로 고사양 단말기 보급 확대 및 다양한 모바일 상거래 서비스 파생에 힘입어 급성장할 것으로 예상된다. 2005년 세계 모바일 콘텐츠 시장 규모는 약 72억 달러, '04~'08년 연평균성장률 41.3%로 고속 성장세를 보여 2008년에는 165억 달러 규모의 시장을 형성할 것으로 전망된다.

## 라. 온라인 음악 시장

온라인 음악 시장은 지난 몇 년간 불법 복제, P2P 사이트의 활성화 등으로 인해 인터넷 이용자들 사이에 음악은 무료 콘텐츠라는 인식이 팽배한 가운데 음반 시장이 급격하게 축소되고, 온라인 음악 다운로드 시장 또한 수익 모델의 부재로 그 미래가 불투명했던 것이 사실이다. 그러나 2003년 Apple이 iTunes 서비스를 오픈하면서, 관련 기업들은 하나둘씩 온라인 음악시장에 대해 재고하였고 업계의 P2P 및 불법 복제에 대한 인식과 대처방법이 보다 적극적으로 바뀌어 2005년 4.5억 달러에서 2008년에는 약 10배 성장한 41억 달러에 이를 것으로 전망된다.

## 마. 이러닝 시장 부문

세계 이러닝 시장은 2005년 79억 달러 시장 규모로 예상되지만, 향후 지식과 교육의 급격한 진보, 언제든 어디서든 할 수 있는 학습에 대한 욕구 증가, 노동력의 비용 효율적 교육 수요 증가, 기술격차와 인구통계 변화에 따른 새로운 교육모델 요구, 평생 교육을 위한 유연한 접근에 대한 욕구 등의 성장 요인에 힘입어 '04~'08년 연평균성장률 26.9%로 지속 성장할 것으로 전망된다.

## 바. 웹정보콘텐츠 시장

세계 웹정보콘텐츠 시장 규모는 미주권을 중심으로 2005년 441억 달러에서 2008년 약 505억 달러 규모의 시장으로 성장할 것으로 전망된다. 웹정보콘텐츠 시장은 기존의 정보 콘텐츠 업계가 하드카피(Hard Copy)로만 판매했던 정보 서비스를 온라인 등으로 다각화하면서 생겨난 시장으로, 전혀 새로운 시장이 개척된 것은 아니다. 하지만, 웹정보콘텐츠 산업은 최근 검색엔진의 발달과 온라인 무료 정보의 증가로 인해 유료 웹정보콘텐츠 시장에 타격을 주고 있으며, 이로 인해 업체간 비용을 줄이고 지역적 확대를 위해 인수합병을 추진하고 있다.

## 사. 온라인 포털

세계 온라인 포털 부문은 브로드밴드 보급으로 엔터테인먼트 및 여가생활 관련 시장이 온라인으로 이전되면서 성장이 가속화되고 있다. 2005년에는 184억 달러의 시장에서 2004년부터 연평균성장률 17.73%를 유지하며 2008년에는 288억 달러의 시장이 될 것으로 기대된다. 검색 광고의 활성화, 리치 미디어 등의 온라인 광고와 유료 뉴스, 유료 게임 등 포털을 통해 배포되는 유료 콘텐츠의 확대에 힘입어 온라인 포털 부문은 지속적인 성장을 보일 것으로 사료된다.

## II. 주요 권역별 분석

### 1. 미주권

#### 가. 전체시장 현황

미주권 시장은 비록 남미권의 열악한 디지털콘텐츠 산업 수준에도 불구하고 북미지역의 높은 경제 수준과 광대한 시장, 풍부한 인적자원과 자본력을 바탕으로 모바일콘텐츠와 온라인 출판 산업을 제외하고 디지털 콘텐츠 산업의 각 분야별로 세계 최대의 시장을 형성하고 있다. 미주권 전체 디지털 콘텐츠 시장 규모는 2005년 905억 달러로 추산되며, 2008년도까지 연평균성장률 11%로 성장할 것으로 전망된다. 이 중 온라인음악 시장이 연평균성장률 90.45%로 매우 높은 성장세를 기록할 것으로 전망되며, 모바일콘텐츠 시장이 연평균성장률 59.34%, 온라인 출판 시장이 57.35%로 그 뒤를 이어 높은 성장세를 나타낼 것으로 예상된다. 특히 모바일콘텐츠 분야는 브로드밴드와 무선통신 인프라 확대 등으로 인해 높은 성장률을 기록하면서 2008년에는 세계최대의 모바일 콘텐츠 시장인 유럽 시장 규모와 비슷해질 것으로 전망된다.

&lt;표 II-1&gt; 미주권 디지털콘텐츠 산업 분야별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

산업분야	2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR
영상 콘텐츠	177.60	254.35	297.97	330.06	356.39	380.97	10.63%
교육용 콘텐츠	27.36	30.19	35.75	44.80	57.90	76.10	26.00%
게임 콘텐츠	114.80	124.32	135.62	151.18	171.57	189.55	11.12%
디지털 솔루션	14.18	15.34	17.16	19.27	22.34	26.60	14.75%
온라인 포털	86.50	103.20	123.40	144.70	163.10	178.20	14.63%
음악 콘텐츠	0.71	1.74	3.54	8.59	15.90	22.89	90.45%
모바일 콘텐츠	2.95	6.57	14.73	23.19	32.96	42.35	59.34%
웹정보콘텐츠	261.70	271.55	277.83	287.66	295.11	308.51	3.24%
온라인 출판	0.09	0.23	0.47	0.81	1.16	1.41	57.35%
<b>미주권 합계</b>	<b>685.87</b>	<b>807.50</b>	<b>906.48</b>	<b>1010.32</b>	<b>1116.43</b>	<b>1226.56</b>	<b>11.02%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

## 나. 주요 산업 분야별 현황 및 전망

### 1) 게임 시장

미국은 전체 인구의 50% 수준이 게임을 즐기고 있는 세계 최대의 게임시장으로 일본과 함께 세계 게임 시장의 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 특히 미국은 단일 국가 시장임에도 유럽 전체보다 큰 시장이다. 2005년 135억 달러 규모의 시장을 형성하고 있으며, 2008년까지 연평균성장률 11.1%이 예상되고 있다. 이러한 성장세는 주로 42% 이상의 높은 연평균성장률을 보이며 성장하는 온라인게임 시장의 확장에 따른 결과로 분석된다. 또, 콘솔게임은 차세대 콘솔 출시 및 휴대형 콘솔의 보급 증가, 네트워크 게임의 확대에 의해 지속 성장할 것으로 전망된다.

<표 II-2> 미주권 게임 산업 분야별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	04-08CAGR
PC 게임	12.00	11.00	10.80	10.60	10.40	10.20	-1.87%
온라인 게임	4.65	8.72	12.42	20.09	27.70	35.89	42.43%
비디오 게임	62.31	66.20	68.27	73.83	84.15	91.18	8.33%
아케이드 게임	35.84	38.40	44.13	46.66	49.32	52.28	8.02%
<b>전 체</b>	<b>114.80</b>	<b>124.32</b>	<b>135.62</b>	<b>151.18</b>	<b>171.57</b>	<b>189.55</b>	<b>11.12%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

## 2) 디지털영상 시장

미주권 디지털영상 시장은 미국을 중심으로 디지털영상 제작뿐 아니라 소비면에서 세계 최대 규모의 시장을 형성하고 있다. DVD 시장은 인터넷 사용의 대중화에 따른 신개념 판매/대여 시스템 등장으로 비용 절감 및 실시간 주문과 배송이 가능해졌다. 또한 애니메이션 시장은 복합기업(디즈니, 타임워너, 비방디유니버설 등)의 대규모 자본 투자가 예상되며, IPTV시장은 아직 형성 초기이지만 기술의 발달과 통신사업주 중심의 적극적인 투자로 고성장이 기대되고 있다. 이에 미주권 디지털영상시장은 2005년 297억 달러에서 2008년 380억 달러로 지속 성장이 전망된다.

<표 II-3> 미주권 영상 산업 분야별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR
애니메이션	31.63	35.15	39.06	43.26	47.63	52.08	10.33%
DVD	145.11	217	255	280	298	313	9.59%
IPTV	0.86	2.2	3.91	6.8	10.76	15.89	63.94%
<b>전체</b>	<b>177.6</b>	<b>254.35</b>	<b>297.97</b>	<b>330.06</b>	<b>356.39</b>	<b>380.97</b>	<b>10.63%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

### 3) 모바일콘텐츠 시장

한국과 일본을 제외한 타 글로벌 시장에 비해 상대적으로 브로드밴드 유선 인터넷 인프라 보급률이 높은 미국 시장은 모바일 인프라 환경에서의 콘텐츠 이용률, 특히 엔터테인먼트 관련 콘텐츠의 이용 실적이 상당히 저조한 편이다. CDMA, GSM, TDMA, iDEN 등 여러 기술표준이 혼재하고 있고, 유선 인프라의 보완적 형태로 무선 인프라를 인식하는 미국 시장의 특성에서 비롯된 것으로, 가장 기본적인 형태의 데이터 서비스라 할 수 있는 SMS 조차도 보급률이 낮은 상황이었다. 하지만, 최근 들어 벨소리, 사진 메시지, 음악, 게임 등과 같은 엔터테인먼트 콘텐츠가 점차 증가하고 있고, SMS 상호호환 솔루션 도입 및 MMS 상호호환이 시작됐다는 사실은 모바일콘텐츠 시장이 급속히 증가할 할 있는 토대를 마련했다고 볼 수 있다.

<표 II-4> 미주권 모바일콘텐츠 분야별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분		2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR
인포 메이션	(Traffic)	4.99	9.33	14.75	23.13	31.12	40.47	44.33%
	Content	0.49	1.50	3.89	5.53	8.93	10.67	63.20%
엔터 테인먼트	(Traffic)	7.66	13.91	23.48	32.29	37.90	43.90	33.28%
	Content	2.45	5.07	10.85	17.66	24.03	31.68	58.13%
(커뮤니케이션)		34.57	63.81	97.24	129.26	155.27	181.28	29.83%
<b>전 체</b>		<b>2.95</b>	<b>6.57</b>	<b>14.73</b>	<b>23.19</b>	<b>32.96</b>	<b>42.35</b>	<b>59.34%</b>

주 : 전체시장 규모는 ( )안의 이탤릭체 부분을 제외하고 인포메이션과 엔터테인먼트의 콘텐츠만을 합산한 것임.

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

### 4) 온라인음악 시장

미주권은 세계 온라인음악 시장의 대부분을 차지하고 있으며 주도적으로 시장을 이끌고 있다. 미주권의 음반 판매는 1999년 이래로 꾸준히 감소하고 있는 반면 인터넷을 통한 음악의 소비는 점차 증가하고 있다. 특히 최근 들어 Apple의

iTunes 등과 같은 합법적인 음악 다운로드 서비스 시장의 성장과 소비자들의 불법 복제 사용에 대한 인식 제고 및 불법 유통 감소로 2005년 3.5억 달러에서 2008년 22억 달러로 높은 성장세를 보일 것으로 전망된다.

## 5) 이러닝 시장

미주권 이러닝 시장은 2005년 35억 달러로 세계 시장의 약 53%를 차지하고 있으며, 향후 26%의 연평균성장률로 성장하여 2008년 76억 달러 규모로 성장할 것으로 전망된다.

현재 미국에서는 기업 및 교육기관의 이러닝 이용 비중이 가장 크며, K-12 교육 시장 규모는 크지만 미국 전역에 분산되어 있어 이러닝 업체들이 집중하지는 못하고 있다. 하지만, 미주권 각국 e-government 정책으로 정부부문의 이러닝 도입과 비용절감 측면에서 기업들의 이러닝 도입이 활발한 움직임이 보이고 있어 향후 성장 또한 높을 것으로 기대된다.

## 6) 웹정보콘텐츠 시장

2001년 IT 거품 붕괴에 따른 IT 시장의 경기침체로 미주권의 웹정보콘텐츠 시장은 어려움을 겪었지만, 2002년 후반부터 점차 회복세를 보이고 있다. 특히 미국에서는 모든 금융 서비스 업체가 고객의 신원을 확인하고, 이를 연방 정부의 테러리스트 명단과 대조하도록 한 패트리엇 법안(Patriot Act)에 따라 지난 몇 년간 신용정보 서비스를 중심으로 크게 증가해 왔다.

## 7) 온라인포털 시장

2001년 닷컴 붐이 사라지면서 20% 이상 마이너스 성장을 해 온 온라인 광고 시장은 2002년과 2003년 사이 키워드 검색 광고가 크게 인기를 끌면서 회복세로 돌아서기 시작했다. 유료 콘텐츠를 중심으로 전체적인 경기가 회복될 것으로 전망되고 있는 2005년, 2006년 큰 폭의 성장을 거듭하면서 연평균성장률 24.56%로

2008년에는 44억 6,000만 달러 규모의 시장을 형성할 것으로 보인다.

<표 II-5> 미주권 온라인포털 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR
온라인광고	70.86	84.69	98.39	111.02	122.75	133.58	12.07%
유료콘텐츠	15.62	18.53	25.02	33.74	40.35	44.60	24.56%
<b>합 계</b>	<b>86.48</b>	<b>103.22</b>	<b>123.41</b>	<b>144.76</b>	<b>163.1</b>	<b>178.18</b>	<b>14.63%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

### 다. 우리의 기회

미주권 시장은 브로드밴드와 무선통신 인프라 확대 보급에 따라 미국 소비자들의 다양한 요구 증대로 우리에게 많은 기회가 있을 것으로 사료된다.

미주권 온라인 게임시장은 콘솔 게임의 온라인화가 시작되었고, 동일한 게임에 대해 PC와 콘솔 게임 및 온라인 게임의 멀티 플랫폼화 현상이 나타나고 있다. 또한 미국 온라인 게이머들은 캐주얼 온라인 게임을 선호하고, 콘솔 온라인 게임에 많은 관심을 가지고 있다. 이에 대용량 다중접속처리 기술을 가지고 있는 우리의 기술을 바탕으로 장르의 다양화 및 화려한 그래픽, 퀘스트 내용, 캐릭터의 다양성을 확보하고, 현지 글로벌 퍼블리셔와 협업을 통해 진출을 꾀한다면, 게임 시장 진출 성공을 더욱 높일 수 있을 것으로 전망된다.

최근 미국 이동통신 사업자들의 3G 서비스 본격화 및 게임과 음악같은 엔터테인먼트 콘텐츠 소비가 증가하면서 우리의 모바일콘텐츠 시장 진출 기회가 확대되고 있다. 특히 남미권 시장은 2005년 이후부터 환율 가치 안정화에 대한 긍정적인 전망으로 국제적인 투자와 경기 부양이 이루어지고 있어, 인프라 구축이 활발하게 일어남 따라 브라질, 칠레 등이 남미지역의 중요 시장으로 부각되고 있다. 이에, 모바일콘텐츠 테스트베드로 불려질 만큼 우수한 인프라 및 콘텐츠를 보유하고 있는 우리의 강점을 살려, 인프라 및 콘텐츠 동반 진출을 통한 신규 시장 개척도 중요할 것으로 생각된다.

## 2. 유럽편

### 가. 전체시장 현황

산업혁명의 근원지였던 유럽은 디지털혁명에 있어서는 속도가 결코 빠른 편이 아니다. 특히, 유럽의 콘텐츠 강국인 영국과 프랑스 등에서는 콘텐츠를 문화유산으로 보는 측면이 강하여, 관련 분야에 대한 정책 지원과 개발은 활발하게 일어나고 있으나, 유럽권 디지털콘텐츠 시장은 세계적으로 광범위하게 보급된 이동통신 네트워크와는 대조적으로 광대역 통신망 보급이 저조하여 온라인콘텐츠시장은 현재 형성 단계에 있다. 하지만, 모바일 콘텐츠와 온라인 출판 산업은 활성화 되고 있는 추세이다. 최근 유럽 연합과 각국 정부의 주도형 정책으로 인해 현재에는 상당히 성숙하게 균형을 이룬 시장으로 성장해나가고 있으며, 전통적인 통신 강국인 영국과 프랑스, 독일 등 서부 유럽의 선진 국가들을 중심으로 디지털 클러스터가 조성되어 산학협동 및 민간, 정부 차원의 전략적인 제휴가 활발히 진행되고 있다. 이에 유럽권의 전체 디지털콘텐츠 시장 규모는 2005년 490억 달러로 추산되며, 2004년에서 2008년도까지 연평균성장률 16.3%로 성장할 것으로 전망된다.

<표 II-6> 유럽권 디지털콘텐츠 산업별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

산업 분야	2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR
영상 콘텐츠	90.80	138.82	177.10	226.31	267.62	307.37	21.98%
교육용 콘텐츠	12.38	16.27	22.63	29.46	35.84	45.78	29.52%
게임 콘텐츠	113.01	113.46	109.49	122.13	132.82	145.21	6.36%
디지털 솔루션	5.16	6.82	8.82	11.41	13.97	17.13	25.89%
온라인 포털	19.90	25.60	32.90	41.20	48.70	55.30	21.23%
음악 콘텐츠	0.02	0.26	0.86	2.57	6.75	13.59	168.88%
모바일 콘텐츠	11.33	18.16	28.52	36.02	46.37	52.80	30.57%
웹정보콘텐츠	94.47	101.04	110.25	117.56	125.58	131.50	6.81%
온라인 출판	0.03	0.06	0.10	0.20	0.36	0.60	77.83%
<b>합 계</b>	<b>347.10</b>	<b>420.49</b>	<b>490.67</b>	<b>586.85</b>	<b>678.01</b>	<b>769.27</b>	<b>16.30%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

## 나. 주요 산업 분야별 현황 및 전망

### 1) 게임 시장

유럽 게임 시장 규모는 2005년 109억 달러에서 2008년 145억 달러로 성장할 것으로 전망되고 있으나 세계 시장에서 차지하는 비율은 소폭 감소할 것으로 전망된다.

<표 II-7> 유럽권 게임 분야별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	04-08CAGR
PC 게임	14.79	11.73	11.37	10.66	10.28	10.30	-3.20%
온라인 게임	1.29	2.99	4.44	7.05	10.89	15.97	52.02%
비디오 게임	50.92	49.44	47.54	55.62	60.07	64.27	6.78%
아케이드 게임	46.01	49.30	46.14	48.80	51.58	54.67	2.62%
<b>전 체</b>	<b>113.01</b>	<b>113.46</b>	<b>109.49</b>	<b>122.13</b>	<b>132.82</b>	<b>145.21</b>	<b>6.36%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

게임 중에서도 절대적인 위치를 차지하고 있는 비디오 게임은 계속 완만한 성장세를 보일 전망이며, 온라인 게임의 성장 속도가 빨라 향후 주요한 부분을 차지할 것으로 전망되고 있다. 온라인 게임의 세계 시장 점유율 변화는 인프라에 관련이 있는 것으로 해석되고 있는데, 유럽은 한국, 일본 등의 아시아와 미국에 비하여 브로드밴드 보급률이 뒤떨어지고 있으나, 향후 이 문제가 개선되면서 온라인 게임이 활성화될 것으로 전망되고 있다.

### 2) 디지털영상 시장

유럽권 디지털영상 시장은 2005년 177억 달러로 추산되며, 2008년까지 연평균 성장률 21.9%의 성장세로 성장하여, 307억 달러 규모의 시장을 형성할 것으로 전

망되고 있다. 유럽권 디지털영상 산업은 미국영화산업의 영향 속에서도 서부 유럽 국가를 중심으로 영상 산업 발전을 위한 노력을 기울여오고 있다. 특히, 정부의 지원 확대, 자국 문화 콘텐츠 보호 정책 등은 향후 유럽권 디지털영상 시장의 주요 발전 동인이 될 것으로 전망된다.

<표 II-8> 유럽 디지털영상 산업 분야별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR
애니메이션	17.93	20.02	22.31	24.77	27.42	30.06	10.70%
DVD	72.39	117.18	151.23	194.34	227.04	256.68	21.66%
IPTV	0.48	1.62	3.56	7.2	13.16	20.63	88.91%
<b>전체</b>	<b>90.8</b>	<b>138.82</b>	<b>177.1</b>	<b>226.31</b>	<b>267.62</b>	<b>307.37</b>	<b>21.98%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

### 3) 모바일콘텐츠 시장

유럽 모바일콘텐츠 시장은 2005년 28억 달러로, 2004년부터 2008년에 이르기까지 30.57%의 연평균성장률을 보일 전망이다. 유럽 시장 대부분의 이동사들은 SMS와 MMS를 중심으로 한 데이터 서비스 부문에서는 지속적인 성장을 이뤄냈다. 유럽시장은 시장 포화에 따른 통신사업자들 간의 치열한 경쟁으로 각사업자마다 지속적인 네트워크 업그레이드와 성능 향상 및 커버리지 확대에 투자를 아끼지 않을 것으로 보이며, 특히 양질의 콘텐츠를 통한 모바일 데이터 시장 확대에 더욱 주력할 것으로 보여 향후 유럽권 모바일콘텐츠 시장 전망은 낙관적이다.

<표 II-9> 유럽권 모바일콘텐츠 분야별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분		2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR
인포 메이션	(Traffic)	19.06	25.73	28.54	35.94	44.93	56.78	21.88%
	Content	1.89	4.15	7.52	8.59	12.90	14.97	37.81%
엔터 테인먼트	(Traffic)	29.45	38.49	45.47	50.15	52.78	52.42	8.03%
	Content	9.44	14.01	21.00	27.43	33.47	37.82	28.18%
(커뮤니케이션)		132.51	176.16	188.11	200.84	216.32	231.81	7.10%
<b>합 계</b>		<b>11.33</b>	<b>18.16</b>	<b>28.52</b>	<b>36.02</b>	<b>46.37</b>	<b>52.80</b>	<b>30.57%</b>

주 : 전체시장 규모는 ( )안의 이텔릭체 부문은 제외하고 인포메이션과 엔터테인먼트의 콘텐츠 부문만을 합산하여 집계하였음.

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

#### 4) 온라인음악 시장

불법복제를 해결하지 못한 브라질, 멕시코 등과 달리 유럽은 전반적으로 유료 서비스가 정착돼 가고 있어 시장 경쟁이 치열하다. 2004년 5월 Napster가 유럽지역 중 처음으로 영국에서 다운로드 서비스를 개시한 이후 Apple과 Sony 등이 영국, 프랑스, 독일 등에 진출하였고, 향후 유럽연합 확대 등으로 인해 유럽권 온라인음악 시장은 2004년에서 2008년까지 약 168%의 높은 연평균성장률로 성장하여 2008년에 13억 달러 규모의 시장을 형성할 것으로 예상된다.

#### 5) 이러닝 시장

유럽권 이러닝 시장은 유럽연합과 각국정부의 주도적인 정책에 의해 확산되어 가고 있다. 유럽 연합 위원회는 정보통신 기술을 교육과 트레이닝 과정에 통합시키기 위해, 2000년 5월의 이러닝-미래 교육의 설계(e-Learning-Designing tomorrow's education) 에서 이러닝 정책의 골격을 제시하였으며, 2001년 3월 e-유럽 활성화 방안의 한 부분으로서 이러닝 활성화 방안(e-Learning Action Plan)을 채택하고, 이러닝 전용 포털 사이트인 elearningeuropa.info를 개설하였다. 영국과 프랑스를

비롯한 서부 유럽국가 뿐 아니라 IT 강국 입국을 선언하고 강력한 IT 정책을 펼치고 있는 핀란드 등 동부 유럽국가 또한 적극적인 이러닝 정책을 펼치고 있다.

2005년 유럽권 이러닝 시장 규모는 22.6억 달러로 추산되며, 유럽연합 확대와 유럽 각국의 적극적인 개입정책으로 29.52%의 높은 연평균성장률로 성장하여 2008년에는 45.7억 달러 규모의 시장이 될 것으로 전망된다.

## 다. 우리의 기회

세계 디지털콘텐츠 시장에서 미주권에 이어 큰 시장을 형성하고 있는 유럽권 디지털콘텐츠 시장은 모바일콘텐츠 분야에서 다른 권역에 비해 세계시장에서 가장 큰 규모의 시장을 형성하고 있고, 게임시장 또한 가장 큰 시장인 미주권과 비슷한 규모를 차지하고 있다. 현재 유럽에서는 대작 온라인 게임의 성공과 브로드밴드 보급률이 증가되면서 온라인 게임 시장 활성화의 가능성은 더욱 높아지고 있다. 이에, 현지 게임 포털 사업자 및 게임 퍼블리셔 중심으로 협업을 통해 커뮤니티 활성화 및 실시간 고객 관리 기술을 통한 라인센스 형식의 진출 전략이 유럽 진출의 핵심 성공 요소이다.

그리고, 모바일콘텐츠는 링톤이나 성인물 같은 타 콘텐츠의 진출도 고려해 보아야 하나, 현지 문화의 벽에 부딪쳐 진출의 어려움이 많다. 이에 서로 다른 문화와 언어에 대한 현지화 작업을 고려해 현지 파트너 선정을 기반으로 문화적 이해가 쉬운 창의적이고 중독성이 강한 모바일 게임 중심의 진출 전략을 꾀하는 것이 유리하다.

## 3. 일본편

### 가. 전체시장 현황

세계 2위의 경제수준을 자랑하는 일본은 2000년대 하이테크와 서비스 산업으로 전환되면서, 디지털콘텐츠를 중요한 재산으로 인식하고 이를 위한 지적 재산 국가전략을 마련하여 콘텐츠 산업 활성화 정책과 디지털콘텐츠 보호 정책을 적극적

으로 추진해오고 있다. 일본의 2005년 디지털콘텐츠 시장 규모는 196억 달러로 추산되며, 게임 및 모바일콘텐츠 시장은 세계 시장에서 높은 점유율을 차지하고 있으나 향후 타 지역권의 성장으로 인해 점유율은 점차 감소할 전망이다.

<표 II-11> 일본 전체 디지털콘텐츠 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

산업분야	2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR
영상 콘텐츠	28.86	42.42	53.30	62.65	72.69	84.92	18.95%
이러닝 콘텐츠	7.34	9.78	10.76	11.99	13.07	14.19	9.75%
게임 콘텐츠	64.70	69.12	73.48	78.20	81.62	85.03	5.32%
디지털솔루션	2.02	2.62	3.45	4.55	5.70	7.05	28.08%
온라인 포털	10.40	13.30	17.20	22.10	26.80	31.90	24.45%
음악 콘텐츠	0.03	0.05	0.10	0.32	1.66	2.49	166.97%
모바일 콘텐츠	4.46	6.90	10.77	13.24	17.03	19.63	29.85%
웹정보콘텐츠	24.52	25.26	26.90	28.12	29.46	30.35	4.69%
온라인 출판	0.17	0.36	0.72	1.03	1.13	1.22	35.68%
<b>일본 합계</b>	<b>142.52</b>	<b>169.82</b>	<b>196.64</b>	<b>222.17</b>	<b>249.21</b>	<b>276.71</b>	<b>12.98%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

## 나. 주요 산업 분야별 현황 및 전망

### 1) 게임시장

일본 게임 시장 규모는 아케이드 게임과 비디오 게임 위주의 시장 성장에 힘입어 2005년 73억 달러에서 2008년 연평균성장률 5%대의 완만한 성장을 이룰 것으로 전망된다. 특히 온라인게임은 2003년부터 시장이 형성되어 높은 성장세를 보이고 있다.

<표 II-12> 일본 게임 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	04-08CAGR
PC 게임	2.08	1.90	1.78	1.65	1.51	1.37	-7.85%
온라인 게임	1.44	3.15	4.60	6.47	8.47	10.74	35.89%
비디오 게임	30.90	31.63	32.16	33.13	32.58	31.52	-0.09%
아케이드 게임	30.28	32.44	34.94	36.95	39.06	41.40	6.29%
<b>전 체</b>	<b>64.70</b>	<b>69.12</b>	<b>73.48</b>	<b>78.20</b>	<b>81.62</b>	<b>85.03</b>	<b>5.32%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

## 2) 디지털영상 시장

전통적으로 애니메이션이 발달한 일본 영상시장은 다른 국가들에 비해 애니메이션시장과 DVD시장이 활성화되어 있다. 이미 미국보다 먼저 애니메이션에 3G 기술을 도입했던 일본은 세계에서 방송되는 애니메이션의 약 60%를 제작하고 있으며, 수출 대상국은 전 세계에 걸쳐 있다.

특히 일본은 2003년 3월 소프트뱅크BB가 IPTV over DSL 서비스를 시작으로 디지털 방송 활성화와 그에 따른 경제 과급효과에 주목하고 있다.

<표 II-13> 일본 디지털영상 산업 분야별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR
애니메이션	15.23	17.07	19.1	21.29	23.65	26.04	11.14%
DVD	13.62	25.31	34.09	41.13	48.57	58.11	23.09%
IPTV	0.01	0.04	0.11	0.23	0.47	0.77	109.46%
<b>전 체</b>	<b>28.86</b>	<b>42.42</b>	<b>53.3</b>	<b>62.65</b>	<b>72.69</b>	<b>84.92</b>	<b>18.95%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

### 3) 모바일콘텐츠 시장

일본의 모바일콘텐츠 시장 규모는 미주권과 비슷하지만, 일본이 단일 국가임을 감안한다면, 독보적인 시장 규모를 구축하고 있다고 할 수 있다. 1999년 i-mode 등장 이후 급성장을 거듭해온 일본 모바일콘텐츠 시장은 수신대기 화면 및 화음 벨소리 중심의 콘텐츠 시장에서 'Cahku Uta' 및 'Cahku Uta Full'로 지칭되는 원음벨소리 중심으로 옮겨가고 있다. 특히, 3G의 도입으로 인해 Rich 콘텐츠 제공이 가능해지고, 패킷요금 정액제로 인해 요금에 대한 부담에서 벗어나면서 시장이 급성장하고 있다.

2005년 일본 모바일 콘텐츠 시장은 약 10억 달러 규모를 형성하고 있으며, 2004-2008년 연평균성장률 29.85%의 성장세로 성장할 전망이다. 특히 착신멜로디 및 벨소리 시장, 모바일 게임 시장 등은 휴대폰 단말기의 발전, 대용량 멀티미디어 콘텐츠의 활성화와 더불어 지속적인 발전이 기대되고 있다.

<표 II-14> 일본 모바일콘텐츠 분야별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분		2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR
인포 메이션	(Traffic)	7.51	9.81	10.80	13.27	17.29	21.53	21.72%
	Content	0.75	1.58	2.85	3.17	4.96	5.68	37.64%
엔터 테인먼트	(Traffic)	11.58	14.62	17.15	18.41	19.03	19.33	7.24%
	Content	3.71	5.32	7.92	10.07	12.06	13.95	27.24%
(커뮤니케이션)		52.18	67.18	71.25	74.10	78.38	82.66	5.32%
<b>전 체</b>		<b>4.46</b>	<b>6.90</b>	<b>10.77</b>	<b>13.24</b>	<b>17.03</b>	<b>19.63</b>	<b>29.85%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

### 4) 온라인음악 시장

일본의 온라인음악 시장 상황은 2003년부터 「기우따」 서비스가 시작되는 등 인터넷과 휴대폰 등의 서비스에 의한 유통이 점점 중요한 수입원으로 되어 가는 추세이다. 향후 일본 온라인 음악시장은 본격적으로 음원 공급에 뛰어들 음반회

사의 본격적인 시장 공략이 예상되며, 세계에서 가장 앞선 인프라를 구축하고 있는 이동통신 시장과 브로드밴드의 연계에 따른 음악 재생, 휴대전화와 오디오 기기 및 PC의 연동, 음악전송 사업자와 통신사의 제휴, DRM 서비스 기술과 인증 서비스 사업자의 융합 등에 따른 성장이 이루어질 것으로 전망된다.

#### 다. 우리의 기회

일본의 게임시장은 일본 디지털콘텐츠 시장에서 제일 높은 점유율을 보이며 게임 산업이 상당히 활성화되어 있다는 것을 알 수 있다. 특히 일본 온라인 게임은 콘솔 게임에 밀려 개화되지 못하다가 한국 온라인 게임업체가 진출하기 시작하면서 시장형성이 본격화 되어가고 있다. MMORPG 및 액션 장르를 중심으로 충성도 높은 일본 소비자들의 성향을 고려하여, 아이템 유료화 같은 부문 유료화 정책과 대형 퍼블리셔와의 파트너 관계를 형성하여 진출한다면 진출 성공률은 더욱 높일 수 있을 것이다.

또한, 일본의 이동통신 시장은 전세계에서 3G를 처음 시작한 국가답게 높은 성장률을 보이고 있다. 이에 한류열풍을 동반한 창의적 게임 소재 발굴과 아바타 및 링백톤, 오프라인 머천다이즈 상품에 이르기까지 동반 진출을 고려한다면 좋은 기회를 포착할 수 있을 것이다. 특히 콘솔게임의 타이틀이 모바일 게임으로 등장하는 등 대형 퍼블리셔와의 공조를 통해 데이터 정액제 정책을 통해 라이선스 수출 형식으로 추진한다면 더욱 효과적일 것이다.

### 4. 중화권편

#### 가. 전체시장 현황

홍콩과 대만을 포함한 중화권 전체 디지털콘텐츠 시장 규모는 2005년 40억 달러에서 2008년까지 연평균성장률 30.01%의 성장세로, 여러 권역 시장 중 가장 높은 성장률로 성장할 전망이다.

홍콩과 대만을 포함한 중화권 디지털콘텐츠 시장은 풍부한 콘텐츠 자원과, 풍부한 인력, 정부의 영화, 애니메이션, 게임 산업 활성화를 위한 적극적인 투자와 정책으로 인해 급속히 발달하고 있는 시장이다. 특히 중국은 아직 브로드밴드와 무선통신 등 인프라 보급이 낮은 수준이나 최근 들어서 중국의 인프라 상황은 급속히 확대되고 있다. 최근 중국 정부는 자국 산업의 구조조정방침을 발표하고 온라인 게임 및 애니메이션 등의 디지털콘텐츠 산업 등의 폭발적 발전이 기대되는 장려/육성 산업에 대해서는 집중 지원하겠다는 계획을 발표하여 빠른 성장세에 대한 평가를 더욱 뒷받침해 주고 있다.

<표 II-15> 중화권 전체 디지털콘텐츠 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

산업분야	2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR
영상 콘텐츠	3.16	6.11	8.16	11.24	14.73	19.83	34.22%
이러닝 콘텐츠	0.62	1.04	1.88	3.28	5.24	6.56	58.48%
게임 콘텐츠	6.55	7.41	8.21	10.48	12.86	15.32	19.91%
솔루션	0.56	0.78	1.10	1.51	2.04	2.60	35.12%
온라인 포털	1.60	2.50	3.30	4.40	5.50	6.50	26.98%
음악 콘텐츠	0.00	0.00	0.01	0.02	0.03	0.04	77.83%
모바일 콘텐츠	1.99	4.04	7.65	11.35	16.68	22.76	54.06%
웹정보콘텐츠	8.44	9.26	10.58	11.53	14.01	15.17	13.13%
온라인 출판	0.01	0.01	0.02	0.03	0.05	0.07	49.53%
<b>합 계</b>	<b>23.01</b>	<b>31.12</b>	<b>40.91</b>	<b>53.87</b>	<b>71.12</b>	<b>88.91</b>	<b>30.01%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

## 나. 주요 산업 분야별 현황 및 전망

### 1) 게임 시장

중화권 게임 시장 규모는 2005년 8.2억 달러에서 연평균성장률 19.91%의 성장세로 2008년 15억 달러 규모로 성장할 것으로 전망되고 있다. 하지만, 중화권 게임시장은 1990년대 PC 보급과 함께 PC 게임이 급성장하였으나 불법복제품이 범

람하고 있어 PC게임 산업발전의 큰 걸림돌로 작용하고 있다.

중화권의 게임 시장은 온라인게임 시장이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 2005년 4억 달러 규모의 시장을 형성하고 있는 것으로 추산된다. 온라인 게임은 2002년을 기점으로 붐이 일어나기 시작했고, 향후에도 브로드밴드와 무선통신 인프라 구축이 확대됨에 따라 온라인게임이 연평균성장률 26%로 중국 게임 시장의 성장을 이끌 것으로 전망된다.

<표 II-16> 중화권 게임시장 분야별 규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	04-08CAGR
PC 게임	0.58	0.53	0.54	0.57	0.61	0.64	4.83%
온라인 게임	3.21	4.01	4.16	6.05	8.05	10.10	25.98%
비디오 게임	0.86	0.84	0.92	1.12	1.31	1.52	15.98%
아케이드 게임	1.90	2.03	2.59	2.74	2.89	3.06	10.80%
<b>전체</b>	<b>6.55</b>	<b>7.41</b>	<b>8.21</b>	<b>10.48</b>	<b>12.86</b>	<b>15.32</b>	<b>19.91%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

## 2) 디지털영상 시장

중국은 오랫동안의 폐쇄적인 국가정책과 영상산업의 국제 교류 등이 제한되어 있어 전반적인 중국의 기존 영상산업은 부진하였다. 그러나 최근 중국 경제체제의 전환과 이에 따른 급속한 경제 발전 및 국제교류의 증가, 영화, 애니메이션, TV 사업 발전을 위한 법과 제도의 정비, 제작지원 정책 등으로 인해 중국영상산업의 발전은 가속화되고 있다.

현재 중화권 디지털영상시장은 2005년 4.3억 달러로 추산되며, 애니메이션 시장이 다른 권역과 달리 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 중화권 애니메이션 시장은 2005년 2.8억 달러에서 2008년에는 4억 달러로 성장할 것으로 전망되고 있다.

<표 II-17> 중화권 디지털영상 시장 분야별 규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR
애니메이션	2.15	2.48	2.86	3.29	3.76	4.26	14.48%
DVD	0.85	3.16	4.34	6	7.02	9.24	30.77%
IPTV	0.16	0.47	0.96	1.95	3.95	6.33	91.57%
<b>전체</b>	<b>3.16</b>	<b>6.11</b>	<b>8.16</b>	<b>11.24</b>	<b>14.73</b>	<b>19.83</b>	<b>34.22%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

### 3) 모바일콘텐츠 시장

홍콩, 대만을 포함하는 중화권 모바일콘텐츠 시장은 2005년 7.6억 달러로 추산된다. 그 중 콘텐츠만을 살펴보았을 때, 엔터테인먼트의 비중이 5.6억 달러로 큰 비중을 차지하고 있으며, 중국 이동통신 시장의 높은 성장에 힘입어 연평균성장률이 51.34%로 높은 성장이 기대된다. 현재까지는 SMS 서비스가 주류를 이루고 있으나, MMS·모바일게임 등 지속적인 확대가 예상되며, 3G 서비스의 출시와 안착화를 통한 MMS 및 모바일 게임 등의 서비스의 확대에 관심이 주목된다.

<표 II-18> 중화권 모바일콘텐츠 분야별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR	
인포 메이션	(Traffic)	3.38	5.76	7.65	11.36	15.76	24.43	43.50%
	Content	0.34	0.93	2.02	2.71	4.52	6.44	62.26%
엔터 테인먼트	(Traffic)	5.16	8.54	12.20	15.80	19.18	22.61	27.55%
	Content	1.66	3.11	5.64	8.64	12.16	16.31	51.34%
(커뮤니케이션)	23.54	39.42	50.42	63.45	78.65	93.85	24.22%	
<b>합 계</b>	<b>1.99</b>	<b>4.04</b>	<b>7.65</b>	<b>11.35</b>	<b>16.68</b>	<b>22.76</b>	<b>54.06%</b>	

주 : 전체 모바일콘텐츠 시장규모는 ( )안의 이텔릭체 부문은 포함하지 않고 인포메이션 과 엔터테인먼트의 콘텐츠 부문만 합산하여 집계 하였음.

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

#### 4) 온라인음악 시장

중화권 온라인 음악시장은 아직 일정 규모 이상의 시장을 형성하고 있지 못하며, 2005년에 들어서야 100만 달러 정도의 시장을 형성할 전망이다. 2005년 이후에도 연평균 성장률 70%이상의 급격한 성장이 있겠지만 다른 권역의 온라인음악 시장 발달에 비해서는 현저히 낮은 성장세를 보일 전망이다. 중화권에서의 온라인 음악 산업의 발전에 가장 장애요소는 불법복제문제이다. 많은 외국 업체들의 중국에 대한 지적재산권 보호 강화 조치를 위한 요청이 강해지고 있는 가운데, 중국 정부도 단속을 강화하고는 있으나 아직 기대수준에 못 미치는 것이 사실이다. 그러나 중국 정부의 의지와 외부의 이행 압력이 강해지고 있어 중국에서도 온라인음악시장이 증가할 것으로 예상된다.

#### 다. 우리의 기회

중화권 시장에서 특히 중국게임 시장은 곧 온라인 게임 시장이라 할 만큼 시장에서 온라인 게임의 인기가 높다. 한국의 온라인게임을 수입하여 대리하는 비즈니스 모델로 시작하여 한국 게임을 모방한 자국 제품들을 출시하여, 나스닥 상장 등을 통해 확보된 막강한 자금력으로 한국 게임업체를 인수하고 있는 상황이다. 또한 정부차원의 자국 게임 부흥정책으로 수출 조건이 점점 까다로워지고 있다. 이에 우리는 초기 비즈니스 모델의 실패를 거울삼아 한국의 온라인게임에 익숙한 이용자들을 이용하여 전통 무협 RPG 등 선호하는 게임 소재를 발굴하여 현지 퍼블리셔와 공동 제작 형식을 취해 진출하는 것이 유리하다고 생각된다.

중화권 모바일콘텐츠 시장은 이동통신 가입자의 폭발적인 증가와 3G 출시에 따른 MMS 및 모바일 게임 분야의 높은 성장이 예상된다. 하지만, 모바일콘텐츠 밸류체인에서 소수 이동통신사업자의 역할이 제일 중요시되는 독특한 비즈니스 모델을 가지고 있는 상황으로 통신사업자와 협업을 통하지 못하면 진출이 어려운 실정이다. 이에, 중화권의 통신사업자 및 퍼블리셔들과 협조를 통해 유선인터넷, IPTV등 멀티 플랫폼 전략에 맞는 콘텐츠 개발로 판로 다양화를 모색하고, 무선 소프트웨어 애플리케이션이나 솔루션 동반 진출을 꾀한다면 빠른 진출 기회를 모색할 수 있을 것이다.

## 5. 기타 아시아권편

### 가. 전체시장 현황

아시아권 전체 디지털콘텐츠 시장은 2005년 99.8억 달러로 추산되며, 2008년에는 연평균성장률 20.43%의 높은 성장세를 보인 175억 달러에 이를 전망이다.

다양한 국가들로 구성된 기타 아시아권 디지털콘텐츠 시장은 다양한 경제수준과 지역적, 민족적, 종교적, 문화적 특성 등에 의해 디지털콘텐츠 시장 규모 또한 다양하다. 하지만 대체적으로 아시아권 국가들의 경제수준과 인프라 구축 수준이 상당히 미약한 편이며, 이에 따라 디지털콘텐츠 산업에 수요 자체가 작았다.

그러나 최근 기타 아시아권의 인터넷 시장은 급속도로 발전하고 있다. 브로드밴드 접속률, PC 보급 대수 등 인프라 부문이 대중화된 것은 아니지만, 그 성장 폭이 여타 서구국가들에 비해 큰 폭으로 증가하고 있다는 것에 주목할 필요가 있다. 특히 현재 아시아 국가들의 인터넷 시장은 정부가 주도적으로 시장을 육성하고, 지원 정책을 펼치고 있는 것이 가장 큰 특징이라고 할 수 있다.

<표 II-20> 아시아권 디지털콘텐츠 산업 분야별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

산업분야	2003	2004	2005	2006	2007	2008	04-08CAGR
영상 콘텐츠	11.01	11.90	15.13	19.14	22.75	28.09	23.95%
이러닝 콘텐츠	3.94	5.92	8.32	12.10	17.03	21.32	37.76%
게임 콘텐츠	35.96	38.81	41.15	46.41	51.00	55.03	9.12%
디지털 솔루션	0.78	1.05	1.41	1.88	2.49	3.15	31.61%
온라인 포털	3.40	5.90	8.00	10.60	14.00	17.00	30.29%
음악 콘텐츠	0.01	0.04	0.09	0.24	1.58	2.37	175.59%
모바일 콘텐츠	3.17	5.82	10.33	14.70	20.95	27.97	48.05%
웹정보콘텐츠	12.86	13.89	15.44	16.14	18.84	20.23	9.85%
온라인 출판	0.02	0.04	0.07	0.09	0.10	0.11	28.19%
<b>합 계</b>	<b>71.10</b>	<b>83.33</b>	<b>99.89</b>	<b>121.30</b>	<b>148.71</b>	<b>175.29</b>	<b>20.43%</b>

자료 : 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

## 나. 주요 산업 분야별 현황 및 전망

### 1) 게임 시장

일본 및 중화권을 제외한 기타 아시아권의 게임 시장은 2005년 41억 달러에서 2008년 55억 달러로 성장할 것으로 전망된다. 최근 한국의 게임 기업들이 이들 지역에 많이 진출하여 시장을 개척하면서 시장이 급격히 성장하고 있으며, 특히 온라인게임이 활성화되고 있다. 온라인 게임 시장은 2008년까지 12.36%의 연평균 성장률을 나타내며 성장할 전망이다.

<표 II-21> 아시아권 게임 분야별 시장규모 현황 및 전망

(단위 : 억 달러)

구 분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	04-08CAGR
PC	1.42	1.40	1.41	1.44	1.45	1.48	1.40%
온라인	18.23	20.45	21.47	25.94	29.59	32.59	12.36%
비디오	2.75	2.72	2.87	2.97	3.21	3.44	6.05%
아케이드	13.56	14.24	15.40	16.06	16.75	17.52	5.32%
<b>합계</b>	<b>35.96</b>	<b>38.81</b>	<b>41.15</b>	<b>46.41</b>	<b>51.00</b>	<b>55.03</b>	<b>9.12%</b>

자료 : 『04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)

### 2) 디지털영상 시장

아시아권 지역은 인도와 호주 등 일부 국가를 제외하고 기존 영화 산업과 애니메이션 산업 자체가 발달되지 못하였다. 특히 동남아시아 지역의 불법복제 문제는 심각한 수준이다. 이러한 기존의 문제점들은 이들 권역 국가들의 디지털영상 산업 발전에 있어 큰 걸림돌이 되고 있다.

### 3) 모바일콘텐츠 시장

기타 아시아권역은 전반적으로 모바일 콘텐츠 시장의 활성화 정도가 높지 않

다. 하지만, 최근 싱가포르, 호주 등 특정 국가를 제외하고는 이동통신 가입률 50% 내외로 향후 잠재 구매력을 갖추고 있어, 이동통신 사업자들이 한국·일본과 같은 모바일콘텐츠 선진국을 모델로, MMS·모바일 게임 등 새로운 모바일콘텐츠 수익 영역을 창출하기 위해 노력하고 있다. 이에 향후 높은 성장률이 기대되어 주목받고 있는 신흥 시장으로 부각되고 있다.

#### 4) 온라인음악 시장

기타 아시아권역의 온라인음악 시장은 시장 형성이 미미한 수준에 그치고 있다. 하지만 향후 무선 통신 인프라 확대가 증가함에 따라 기타 아시아권 온라인음악 시장 역시 급성장할 것으로 기대된다.

#### 다. 우리의 기회

기타 아시아 지역은 국가마다 경제수준과 시장 환경의 편차와 복잡한 현지 언어 및 문화적 관습 차이를 극복하기는 쉽지 않을 것이다.

이에, 온라인게임을 중심으로 신흥시장으로 부각되고 있는 베트남, 태국 등 동남아시아와 BRICs의 일원인 인도를 중심으로 미흡한 인프라 개선을 위해 인프라 사업자와 동반 진출 모색과 현지에 적합한 유통전략 마련을 기한다면 많은 기회를 얻을 수 있을 것으로 사료된다. 그리고 아직 온라인게임 및 모바일콘텐츠에 대한 경험이 부족한 동남아시아 및 인도 사용자들에게 고급화된 제품 서비스를 구사할 수 있도록 현지 대기업과 협업도 고려해 볼만 하다. 동남아시아와 인도 소비자들의 대기업 및 고급브랜드에 대한 맹목적인 편향성을 감안하면 좋은 전략이 될 수 있을 것으로 생각된다.

### Ⅲ. 성공적인 해외진출 전략

정보화로 화두를 열었던 21세기는 디지털에 의한 신 르네상스의 시대로 접어들고 있다. 특히 최근 컨버전스 시대가 도래함에 따라 통신과 방송의 융합, 기기간의 융합, 유·무선의 융합 그리고 서비스 간의 융합을 선도하는 마켓리더들만이 규모의 가늠이 어려운 블루오션의 기회를 선점하게 될 것이다. 이에 우리보다 앞서 있는 국가 그리고 우리를 쫓아오고 있는 국가들 모두 네트워크 고도화에 기반한 IT인프라의 확대와 함께 디지털콘텐츠를 블루오션 분야로 선정하여 국가 경쟁력을 제고하기 위해 노력하고 있는 것이다.

우리나라도 10대 차세대 성장 동력의 하나로 디지털콘텐츠를 선정하여 국가적 역량을 결집시키고 있으며, 특히 IT839전략을 통해 디지털콘텐츠의 빅뱅을 선도할 DMB, Wibro, IPTV 등 신규 서비스를 상용화해 나가고 있다. 앞선 서비스에서 새로운 형식의 디지털콘텐츠를 성공적으로 구현해낸다면 이는 서비스와 디지털콘텐츠의 동반 해외진출의 가능성을 담보하는 것이라는 점에서 우리에게 또 하나의 기회라 할 수 있다.

특히 최근 브로드밴드 확산에 따른 새로운 비즈니스 모델을 성공시킨 우리나라에 세계적 관심이 집중되고 있으며, PC온라인게임과 앞선 모바일 환경에서 비롯한 모바일콘텐츠및 솔루션 분야의 해외 진출은 괄목할 만 하다.

이러한 작지만 의미 있는 성취를 바탕으로 우리나라 디지털콘텐츠 해외진출 활성화 위한 전략 포인트를 살펴보면 4가지로 요약할 수 있다.

첫째, 각 나라의 현지 파트너를 선정할 경우 신뢰할 수 있는 파트너를 선택하는 것이다. 많은 업체들이 해외에 진출하기는 하지만 대부분 중도하차를 하는 이유가 신뢰성 없는 파트너를 만나 사기를 당하거나 파트너가 제 욕심만을 채우기 위해 여러 장애요인을 만든다는 것이다.

둘째, 제품에 대한 철저한 현지화이다. 즉, 문화, 법규, 유저의 성향 등을 철저히 파악하여 그들 나라만의 독특한 성향이 베어있는 제품을 제공할 수 있도록 하자는 것이다.

셋째, 흐름에 맞는 적절한 제품을 통해 시장에서 승부하라는 것이다. 이는 컴퓨터 환경, 유저 성향, 그리고 시대의 변화에 따른 제품으로 시장에서 승부해야만 성공할 수 있다는 것이다.

마지막으로, 해외 진출 타겟시장에 대한 철저한 법적/제도적 분석이다. 해외 진출 시장의 기업간의 계약 관련 형태, 저작권 및 지적재산권 현황, 조세 사항, 투자법규, 수익배분율, 고용 법안 등에 대한 철저한 분석과 대비가 없다면 진출이후 보다 많은 추가 비용을 부담할 수 있기 때문이다.

실제 해외 시장으로 진출하기 위해서는 앞서 논술한 세계 권역별 시장현황과 기회요인 보다 더 심층적인 분석과 대응전략 수립이 요구된다. 현재 세계가 주목하고 있는 IT인프라, 서비스, 비즈니스 모델의 테스트베드인 우리나라 환경을 기반으로 세계로 시야를 넓히고 대비해 나간다면 우리 디지털콘텐츠가 세계 시장의 큰 몫을 차지할 것이라 기대하고 확신하다.

#### □ 참고 문헌 □

1. 「'04 해외 DC시장조사 - 총괄, 한국소프트웨어진흥원 (2005. 3.)