지식서비스 산업 동향

목 차

제1장 21C 산업 환경변화

제2장 21C 산업발전 조류

제3장 21C 유망산업

제4장 문화컨텐츠산업 분석

- 산업범위
- 산업특징
- 산업규모
- KOSDAQ법인: 게임, 컨텐츠, 영화부분

제5장 문화컨텐츠산업 평가(별도)

1. 21C 산업 환경변화

경쟁 Paradiam

Global 경쟁강화 →

Glabal Standard 확산 →

21C 한국산업에 대한 挑 戰

← 지식.기술.정보 등 무형자산의 중요성

← 매력적인 기업경영환경

경쟁 Paradiam

- 산업구조조정 강화
- 기업/산업시스템재편
- 기술,지식경쟁력 제고
- 국제 분업구조변화 대응
- 산업공동화 대응

세계 경제의 5 대 Mega-Trend

산업활동의 Globalization

- Global최적생산체제
- 산업의 세계공급과잉

Digital/ Network 화

- 디지털 제품.지능형 생산
- 생산성증가,기업간 협업확대

IT/BT/NT등 지식기술혁명

- 신기술간의 상호의존성
- 기존산업의 신기술 접목
- 기술선점 경쟁강화

中國 경제의 급성장

- 10년후 세계 3대 경제대국
- 동북아 국제 분업체제 변화

환경과 시장의 조화

- 시장친화적 환경규제
- 환경친화적 산업구조

2. 21C 산업발전 조류

① 기술혁신의 가속

- 정보통신기술의 지속적 발전
- 후속신기술의 발전도 가속
- 기술의 융합화 ·복합화 진전

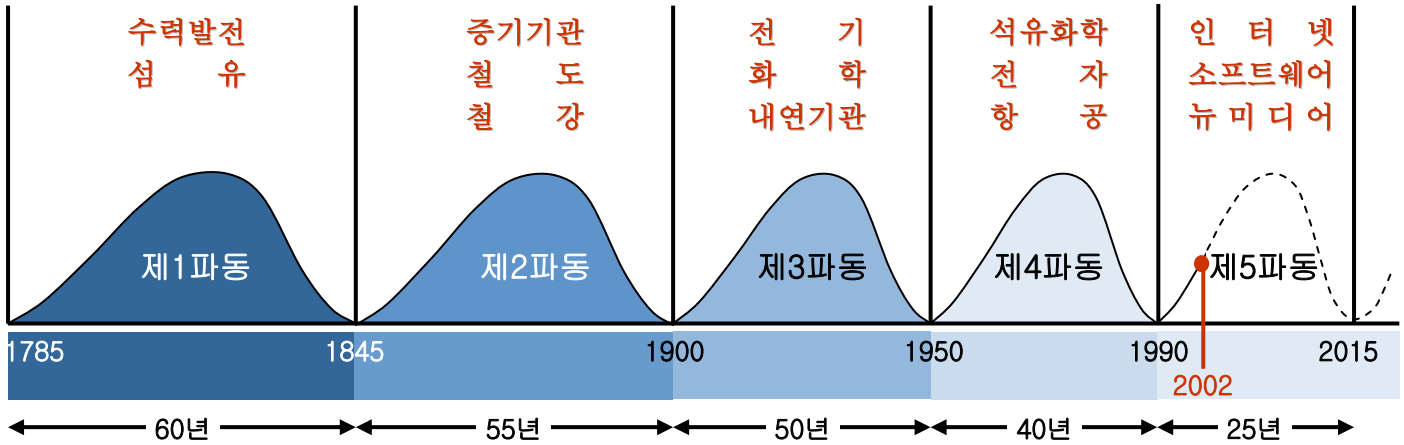
② 서비스화의 진전

- 고령화 추세에 따른 서비스 수요 증가
- 명목 GDP에서 차지하는 서비스산업의 비중(2000년)
  : 미국 76.8%, 일본 66.4%
  한국 52.7%

③ 환경중시경향 증대

- 국내외적으로 환경규제 압력과 에너지 절감 필요성이 더욱 커지면서 산업구조 및 생산 방식도 환경친화적 방향으로 나아갈 전망

산업혁명 이후 시대별 기술혁명의 변천

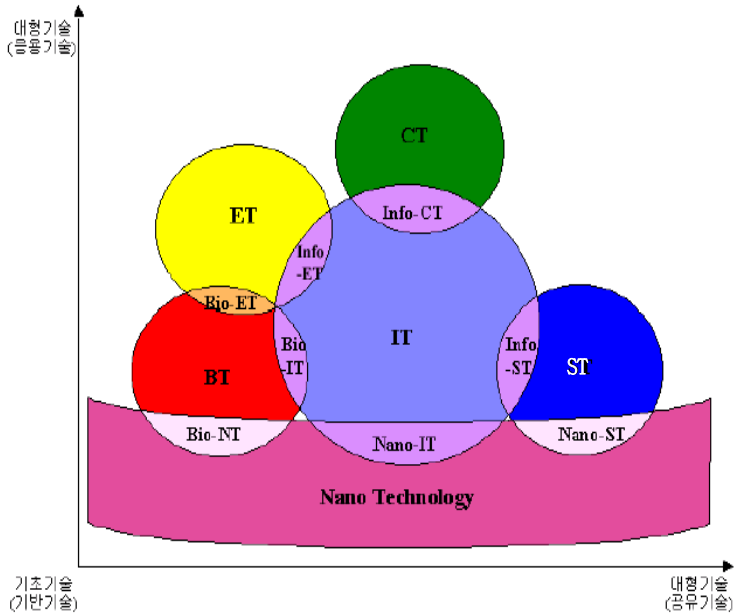


자료 : *The Economist,* Feb.20,1999 및 Dec.8,2001

2. 21C 산업발전 조류: Technology

2010년까지 융·복합화 는 IT기술이 BT, ET, CT, ST, NT에 파급되는 형태로 나타날 것이며, IT기술의 파급효과는 관련 산업에서 IT를 기반으로 한 Process의 혁신을 촉진할 것으로 예측됨.

[기술, 산업의 융/복합화 진행]



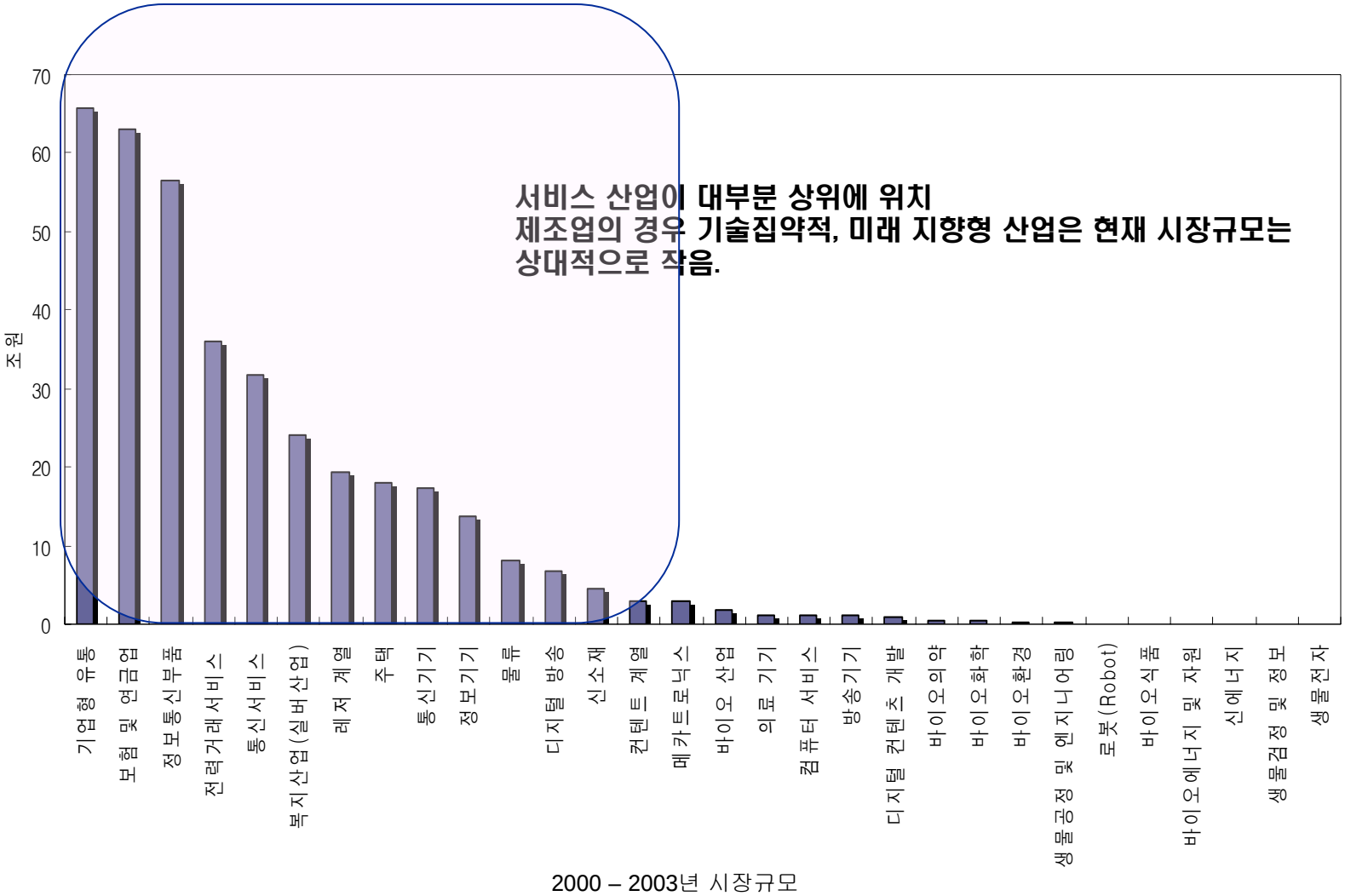
미래 유망 기술은 **IT, BT, NT, ET, CT, ST** 등으로 미래 사회 경제를 주도적으로 변화시킬 것으로 예상됨.

- **IT**는 정보 혁명 시대의 핵심 기술로서 타 기술분야와의 융합성이 가장 크며, **2010**년경까지 신기술의 개발보다 타 기술과의 융합을 통한 신시장 창출을 구동

IT 기술과 타 기술의 융합은 **Seed** 산업군의 융/복합화를 구동

- **IT**를 기반으로 한 **Process**의 개선
- 소비자 **Needs**를 고려한 쾌적함, 편리성, 즐거움의 추구 : 이종 산업간 융/복합화로 진행, 서비스의 융/복합화, 제품의 융/복합화

2. 21C 산업발전 조류: 서비스산업



2000 – 2003년 시장규모

3. 21C 유망산업: 종합

산업 / 기관명	전자, 반도체	정보통신	환경	생물산업	광산업	에너지	신소재	메카트로닉스
NRI		√	√	√		√	√	
SRI	√	√	√	√			√	
MRI	√	√	√	√		√		√
KIET	√	√	√	√	√	√	√	√
SERI		√	√	√	√	√	√	
LGERI	√	√	√	√		√	√	√
HRI	√	√	√	√	√	√		

산업 / 기관명	우주, 항공, 해양	주택, 도시환경 정비	유통,물류	레져, 생활문화	국제화, 인재관련	의료복지	화학, 화성품
NRI	√	√	√	√	√	√	
SRI				√	√	√	√
MRI			√	√		√	
KIET	√	√		√		√	√
SERI			√	√		√	√
LGERI		√	√	√		√	√
HRI		√		√		√	

3. 21C 유망산업: NRI

Area	Estimated number of jobs(thousand)			Estimated market size(Yen trillion)		
	1997	2010	increase	1997	2010	increase
Health and welfare	3480	4800	1320	38	91	53
Culture and family life support	2200	3550	1350	20	43	23
Information and communications technology	1250	2450	1200	38	126	88
New manufacturing technologies	730	1550	820	14	41	27
Distribution and transport	490	1450	960	36	132	96
Environment	640	1400	760	15	37	22
Business support	920	1400	480	17	33	16
Marine business	590	800	210	4	7	3
Biotechnology	30	150	120	1	10	9
Urban environmental facilities	60	150	90	5	16	11
Aerospace (private demand)	80	140	60	4	8	4
New sources of energy and energy conservation	40	130	90	2	7	5
Human resources	60	110	50	2	4	2
Internationalization	60	100	40	1	2	1
Housing	30	90	60	1	4	3
Tatal(approximate)	10,600	18,000	7,400	200	550	350

*일본의 시장규모 및 성장률

▣ Sixteen New Growth Areas: New Products and Services

21세기 유망산업을 예측하는데 영향을 미치는 요인으로

소비자 취향 변화,
개인 생활양식 변화,
기술의 진전,
산업의 라이프싸이클,
정부 정책 변화 등 5가지 변수를 지정

→

이를 기초로 21세기 성장 산업으로
5개 부문에서 16개 산업을 선정

이들은 매출 성장률 연 평균 12%이상인 업종.

정보통신계	정보기술, 정보서비스, 오락 및 미디어, 컴퓨터 소프트웨어, 텔레커뮤니케이션.
소재계	화학, 첨단소재, 의약품, 생명공학
엔지니어링계	환경설비.
서비스계	교육 서비스, 여행 및 관광, 건강관리.
가공조립계	전자, 의학장비, 컴퓨터장비.

4. 문화컨텐츠산업 분석: Scope

感性産業

- **Contents 系列**
  - : Biz Approach - 영화 + 음반 + 기타(캐릭터..)
  - : Tech Approach - On line +Off line Contents + 일반 Contents
- **Lesiure 系列**
  - : Sport + 기타(테마파크,사행산업..)
- **Fashion 系列**
  - : 디자인, 인테리어 → 미적 추구: Need

이용형태 / 기술적 접근방식		정보 Contents	문화 Contents	교육 Contents
디지털 Contents	On line Contents	웹페이지,전자메일 등의 형태로 유통되는 교육,보건,산업 등 각종 정보 컨텐츠,DB컨텐츠	MP3 음악파이,전자책 컨텐츠,사진,그래픽, 온라인용으로 제작 및 편집된 방송프로그램 등의 영상물	원격 강의
	Off line Contents	디지털로 작성되었으나 온라인에서 유통되지 않는 각종 정보 켄텐츠	디지털 영화,디지털 에니메이션, DVD, CD-ROM 타이틀,음반CD 등	교육용 타이틀 및 S / W 등
일반 Contents		디지털화 되지않은 일반 정보컨텐츠	영화,에니메이션,서적,그림,사진등 디지털화 되지않은 문화컨텐츠	디지털화 되지 않은 학교,학원 등 각종 교육내용 및 정보

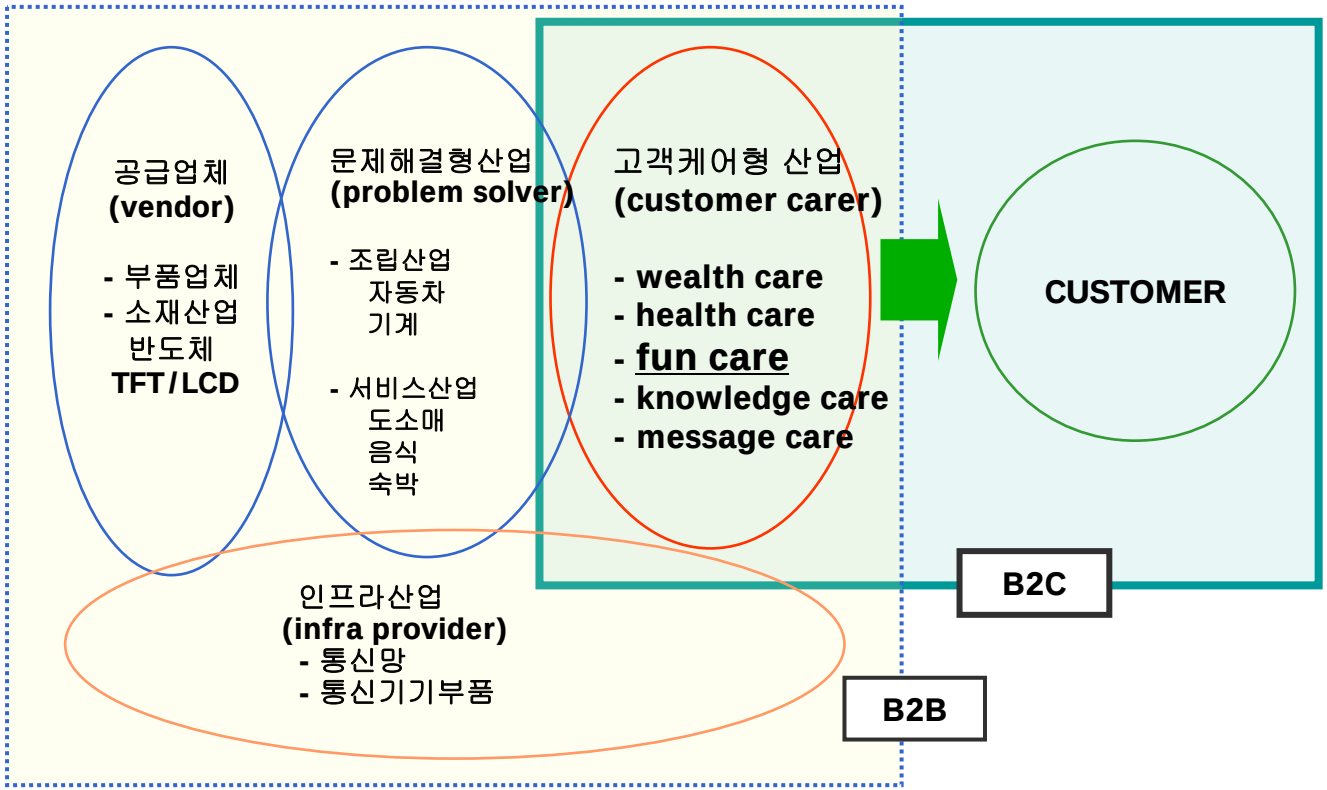
4. 문화컨텐츠산업 분석: 산업 특징

■ CUSTOMER CARE 형 산업: B2C

■ 문화,오락 서비스 산업 수요 = f (소득, 여가시간, 오락 및 문화지출/ 가계소비지출 비중, 고연령 소비자의 증가 등)

■ 규모의 경제 & 범위의 경제: One Source, Multi Use

■ 차별화된 니즈를 갖는 소비자 계층



4. 문화컨텐츠산업 분석: 산업특징

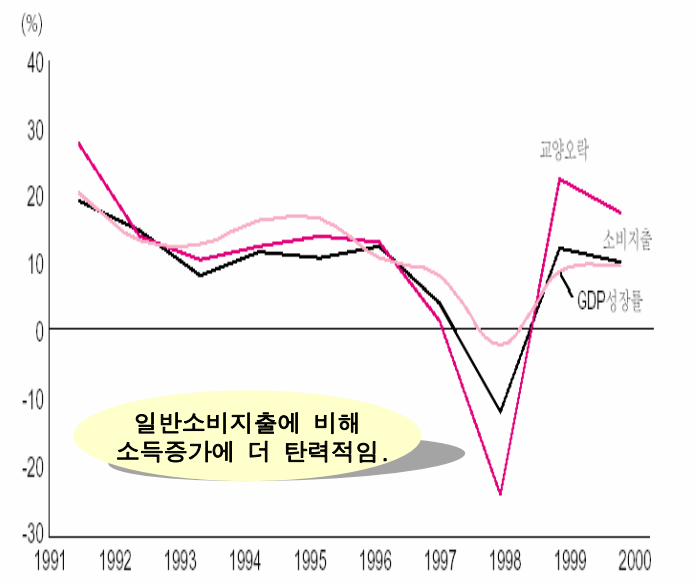
■ **CUSTOMER CARE 형 산업: B2C**

■ 문화,오락 서비스 산업 수요 = f (소득, 여가시간, 오락 및 문화지출/ 가계소비지출 비중, 고연령 소비자의 증가 등)

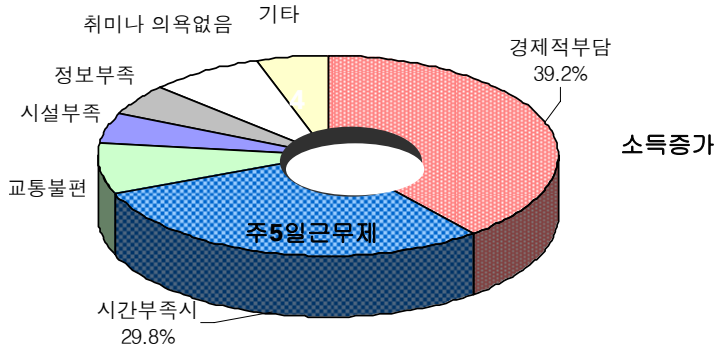
■ 규모의 경제 & 범위의 경제: One Source, Multi Use

■ 차별화된 니즈를 갖는 소비자 계층

[교양오락비 지출 /GDP성장률대비]



[여가활동에 대한 불만 사유]



[한,일 가계소비지출 구조]

	한국	일본
소비 지출액	188.4만원	33.5만엔
여유성소비지출	23.0%	30.5%

자료:통계청,한국의 사회지표(2000.12) "증가가능성"

4. 문화컨텐츠산업 분석: 산업특징

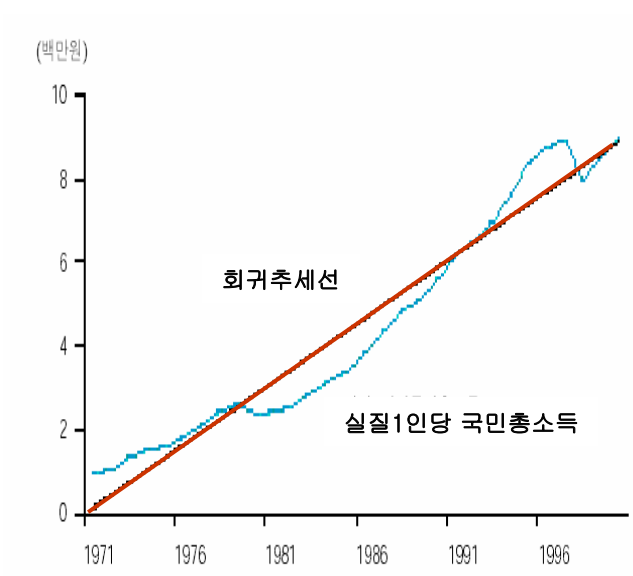
■ **CUSTOMER CARE 형 산업: B2C**

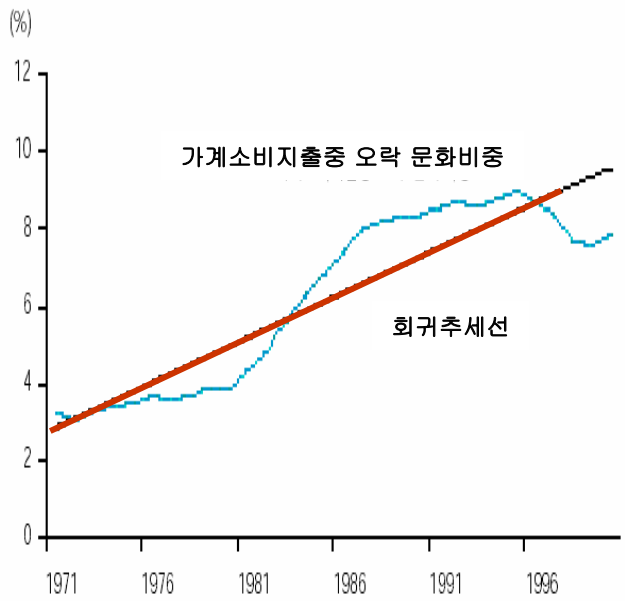
■ 문화,오락 서비스 산업 수요 = f (소득, 여가시간, 오락 및 문화지출/ 가계소비지출 비중, 고연령 소비자의 증가 등)

■ 규모의 경제 & 범위의 경제: One Source, Multi Use

■ 차별화된 니즈를 갖는 소비자 계층

수요의 소득탄력성 (income elasticity of Demand)이 큰 산업





4. 문화컨텐츠산업 분석: 산업특징

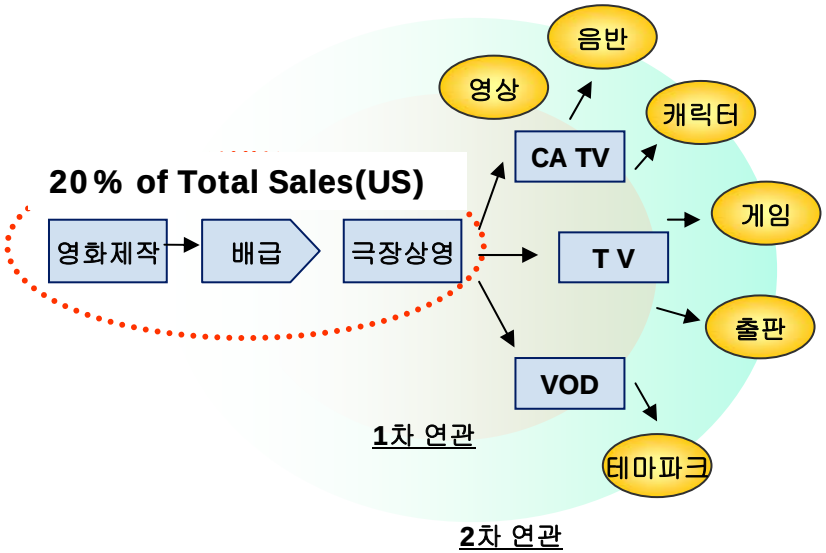
■ **CUSTOMER CARE 형 산업: B2C**

■ 문화,오락 서비스 산업 수요 = **f (**소득, 여가시간, 오락 및 문화지출/ 가계소비지출 비중, 고연령 소비자의 증가 등**)**

■ 규모의 경제 **&** 범위의 경제**: One Source, Multi Use**

■ 차별화된 니즈를 갖는 소비자 계층

[영화산업의 가치연쇄 및 확대]



[문화산업이 유발효과와 연쇄효과]

구 분		문화산업	서비스업 평균	제조업 평균
유발효과	생 산	1.76	1.53	1.89
	부가가치	0.91	0.89	0.64
	고용(명/10억)	54	34	19
전후방 연쇄효과	영향력계수	0.94	0.83	1.03
	감응도계수	0.63	1.42	2.01

자료:문화관광부 2001. 문화산업 전문인력 수습대책과 투자의 고용창출효과에 관한 연구

4. 문화컨텐츠산업 분석: 산업특징

■ **CUSTOMER CARE 형 산업: B2C**

■ 문화,오락 서비스 산업 수요 **= f (**소득**,** 여가시간**,** 오락 및 문화지출**/** 가계소비지출 비중**,** 고연령 소비자의 증가 등**)**

■ 규모의 경제 **&** 범위의 경제**: One Source, Multi Use**

■ 차별화된 니즈를 갖는 소비자 계층

[세계 주요기업들의 사업영역]

단위:억 달러

	AOL-Time Warner	Walt Disney	Sony	Vivandi-Universal	Bertelsmann	Viacom	News Corps
매 출 액	246	225	159	154	143	132	129
TV물 제작	o	o	o	o	o	o	o
영화제작	o	o	o	o	o	o	o
음 반	o	o	o	o	o	x	o
출 판	o	o	x	x	o	o	o
TV 방송	o	o	x	x	o	o	o
케이블TV	o	o	o	o	x	o	o
위성방송	o	x	o	x	o	x	o
인 터 넷	o	o	o	o	o	o	o
테마파크	o	o	x	o	x	o	x
판 매 점	o	o	x	o	o	o	x

주: O 진출분야 + 미진출분야

자료: 한국산업은행 CT산업 2002.1

Vivandi-Universal:유럽최대멀티 미디어그룹

1990년 유니버설을 마쓰시다가 인수후 1995년 Seagram이 인수하였고, 1998년 폴리그램이 인수하였으며, 2000년 비방디가 인수함.

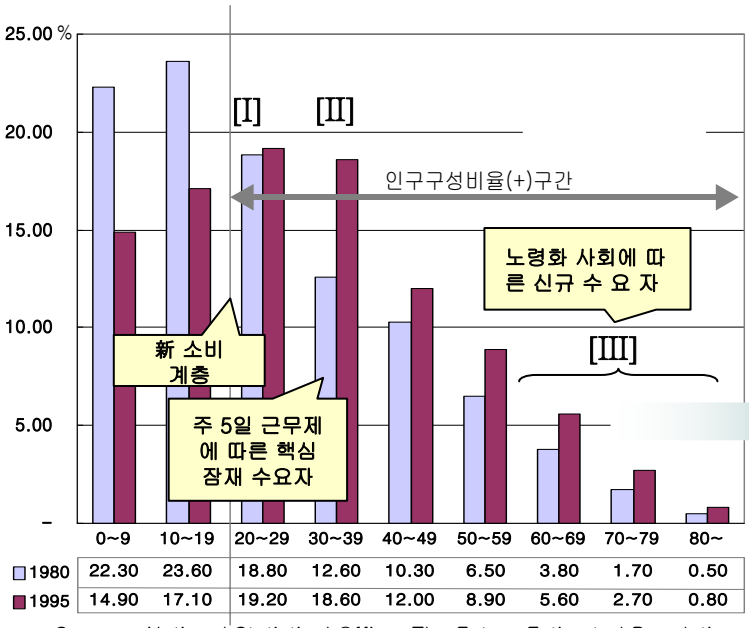
4. 문화컨텐츠산업 분석: 산업특징

■ **CUSTOMER CARE 형 산업: B2C**

■ 문화,오락 서비스 산업 수요 **= f (**소득**,** 여가시간**,** 오락 및 문화지출**/** 가계소비지출 비중**,** 고연령 소비자의 증가 등**)**

■ 규모의 경제 **&** 범위의 경제**: One Source, Multi Use**

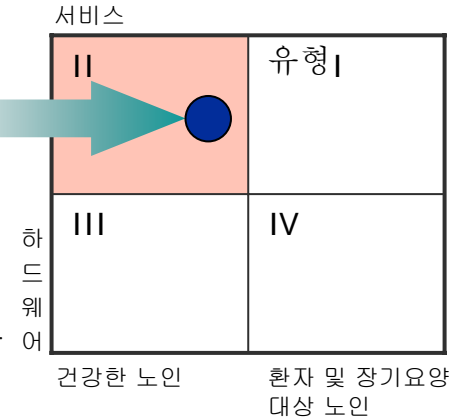
■ 차별화된 니즈를 갖는 소비자 계층



Source : National Statistical Office, The Future Estimated Population, 1996.

	구매율(%)			전체 기준 월평균 지출액(원)			이용자 기준 월평균 지출액(원)		
	전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대
전 체	89.8	97.0	96.4	27,028	28,278	40,771	30,107	29,144	44,438
음악감상(음반구입, 유료 온라인 서비스 등)	71.8	66.7	83.3	6,614	5,052	9,364	9,123	7,477	11,152
애니메이션 관람(영화관, 비디오 등 구입 대여 등)	34.4	47.2	48.3	1,745	1,891	2,369	5,024	3,967	4,835
만화보기(만화책 대여/구입, 유료 만화사이트 이용 등)	30.5	72.0	44.9	2,157	4,426	3,905	6,980	5,989	8,397
캐릭터 제품 구입(팬시용품 등)	12.8	21.2	18.1	1,228	1,603	1,731	9,344	7,391	9,322
게임(오락실, 게임기 구입, 온라인 게임, 게임CD 구입 등)	23.4	46.2	38.2	4,638	6,320	9,181	19,313	13,498	23,430
영화관람(극장영화, 유료 온라인 영화, 비디오/DVD 대여 등)	69.0	72.6	87.5	9,706	8,570	15,722	13,879	11,608	17,830
대중음악 live 콘서트 관람(유료 관람)	19.9	17.9	29.8	1,327	889	2,111	6,646	4,971	

자료:한국문화콘텐츠진흥원 정책개발팀 2003.4.20



※ - 수익성이 높고, 시장 확대 가능성이 높아 신상품개발 전략 요구됨.

-TONK족이 수요자 층으로 부상

4. 문화컨텐츠산업 분석: 산업특징

산 업	특 징	개 요
영 화 산 업	High Risk High Return	■ 영화상영은 성공가능성이 불확실하고, 위험도가 높으나 성공시 상영수입 뿐 아니라 창구화고정을 통해 관련시장에서의 지속적인 고수익 창출이 가능함.
	Window effect(창구효과)	■ 불확실한 시장상황에 대응하기 우해 다양한 창구를 이용한 영화배급 시행
	Demand Uncertainity	■ 소득변화 및 경기상황에 따라 수요탄력성 높음
	독점적 경쟁	■ 동일한상품이 존재하지않으며, 이에 따라 상품간 가격경쟁이 불가능하고,상품의완전 대체성이 성립하지않음.
	소비의 비반복성	■ 한번소비한 후 다시 소비할 가능성이 낮은 재화
음 반 산 업	High Risk High Return	■ 기획자의 창의성과 전문성, 최근에는 대규모 자금 등이 투입되는 대규모의 지식창조형 문화상품임. ■ 흥행 성공시 각종 매체를 통한 판매로 대규모의 수익이 가능하나, 실패할시 원금의 손실이 나는 고수익, 고위험산업임.
	높은 진입장벽	■ 음반산업에서의 인맥과 관행: 음반산업에 대기업이나 외국기업이 진입했다가 철수한 이유 중에 가장 큰 이유임. ■ 국내 음반시장 성장률이 6%대에 머물어도 현재 6대 메이저 업체들의 성장이 15% 정도 예상되고 있는 이유 중에 하나임.
	규모의 경제	■ 신인가수 음반비용은 5억원 이내인 반면 대형가수의 경우는 10억원 이상으로 다양한 케이스가 존재함. ■ 초기 음반 제작하는 고정비용: 작사,작곡, 디자인, 녹음, 기획, CD제작, MC제작비 등 ■ 10만장이 팔리면 손익분기점에 도달한 것으로 봄
캐릭터산업	고 부가가치	■ 일반적으로 캐릭터 산업의 시장규모는 애니메이션 산업의 1 0 ~ 2 0배 수준임. ■ 최근에는 이와 같은 시장규모를 기반으로 파생상품의 위치에서 독자적인 산업의 지위로 부상됨.
	초기산업	■ 소비자들의 수요파악, 자본의 투자, 아이디어, 마케팅 등이 결합되어야 하나 아직 국내 캐릭터 산업은 초기단계에서 성장하는 단계로 넘어가는 수준임. ■ 이와 같은 성장단계로의 진입수준 임에도 불구하고 국내시장에서는 이미 불법복제물이 시장에 나오면서 문제로 등장하고 있음.

4. 문화컨텐츠산업 분석: 산업특징

전략산업/Needs 기능	경제적 파급효과					전략적 중요도	기술개발 가능성	
	수요조건: 10년 후 시장전망	시장형성 시기 예측	신산업 창출가능성	전방산업과 후방산업의 관계	국내기업의 경쟁력	국가위상 및 국방강화 삶의 질 향상 등	기술개발 가능성 요소조건	세계적 경쟁우위성
영 화	기존영화 시장 대체가능 시장규모는 천억불 이상	Home Theater 5년 후 입체영화 10년 후	입체영화는 신산업 창출예상	전자산업에 직접적 영향	현재 기반기술 연구 중	영화산업의 주도권 쟁취 가능	전자산업과 협동하여 추진할 경우 가능성이 높음	국가지원이 강화되면 기술경쟁력은 충분함
음 악 음 향	기존시장 대체가능 시장규모는 천억불 이상	자동작곡 5년 후	음반 등 기존산업에의 영향 예상	순수 창작 산업에 직접적인 영향	세계시장을 주도할 기술 보유업체 형성	저작권 문제 해결 시 음반시장의 주도권 획득	국내 독자기술 확보가 가능 세계시장의 독점적 지위 획득	기술적인 측면에서 가능 2005년 이 후 경쟁우위 확보
캐릭터 애니메이션	기존시장 대체가능 시장규모는 천억불 이상	홀로그램 캐릭터는 10년 후	온라인 상 신규산업 창출 예상	온라인 유통 및 광고시장에 영향	후발국가에 비하여 경쟁력 보유	인터넷 최강국으로서 위상 제고 및 미래시장 주도	선진국과의 기술격차가 적어 국내 독자기술 확보 가능	기술적인 측면에서 가능 연구지원 강화 필요

▣ 영화산업 : SWOT분석

구 분	강 점	약 점	기회요인	위험요인
기 술	-전자산업 등 연계산업 기반 풍부 -반도체, 가전 등 전자산업 세계 1위	-3차원 입체영상 및 음향관련 원천기술 확보 부족 -원천기술 확보를 위한 R&D 자금 부족	-미국, 유럽 등 선진국도 초보 단계	-선진국도 경쟁우위를 위한 기술 개발 착수
인 력	-최근 CT산업의 인식 증대에 따라 연구 인력 증가 예상 -연구소, 학계 등에서 우수인력 양성 강화	-현재 CT관련 전문 연구소 및 연구개발인력이 취약	-해외 유학인력의 유입으로 수년 내 우수인력 확보 가능	
경 제 성 (시장성장 및 신시장 형성)	-기장크기와 성장률이 매우 큼 -관련기술 개발 시 신규시장형성 가능	-현재 영화시장의 규모가 선진국에 비해 적음	-풍부한 한국적 영화소재로 세계 시장 진출의 가능성이 큼	-외국자본에 의한 국내영화시장의 가본잠식 우려 -이로인한 영화산업의 외국 종속 문제
시장확보 가능성	-국제적인 영화시장 추세가 3차원 입체영화로 가고 있음	-국내 제품의 세계시장의 인지도가 약함	-향상된 국가 경제력을 바탕으로 국내제품 선호도 증가	-정책적 배려에 의한 선진기술국들의 배타적 시장형성의 가능
인프라 및 지원정책	-정부는 CT산업을 국가전략산업으로 추진	-정통부, 산자부 등 다 부처가 다발적으로 추진하여 지원체계의 일원화 필요	-일원화 할 경우 집중적인 R&D 추진으로 개발역량 강화 가능	
국제규제 및 표준화	-관련기술의 국제표준이 미정립되어 차세대 표준주도 가능	-차세대 기술 표준에 대한 위상 열악	-우수기술 확보 시 국제표준화를 선도하여 기술 수출 가능	-표준화 미 주도 시 관련기술 사장 우려
종 합	-전자산업 등 관련산업의 기반 충부 및 정부의 CT산업지원 강화	-영화산업 원천기술 확보의 부족 및 기술표준에 대한 위상 열악	-우수인력 확보 및 R&D 체계일원화를 통해 개발역량 집중 가능	-국제표준 미 주도 시 관련기술이 사장될 가능성이 높음

▣ 음악 및 음향산업 : SWOT분석

구 분	강 점	약 점	기회요인	위험요인
기 술	-컴퓨터 작곡기를 위한 인공지능, HCI 등에 대한 기술연구가 활발히 진행 -세계1위의 인터넷 이용률로 인한 관련 기술의 발달	-원천기술의 확보를 위한 연구개발이 미국, 일본 등에 비하여 부진 -원천기술 확보를 위한 R&D 자금 부족	-음악장르의 다양화로 인한 관련기술의 필요성 증대	-원천기술 부족으로 인한 기술종속 우려
인 력	-외국시장에서 통하는 음악창작역량이 풍부한 인력 보유	-음악적인 역량을 상품화하는 전문 인력의 부족	-정명훈, 조수미 등 세계적인 음악가를 보유	-원천기술 관련 개발인력의 부족
경제성 (시장성장 및 신시장 형성)	-한류열풍 등을 통한 음반산업의 활성화 및 수출 증대	-미국, 일본 등에 비하여 상대적으로 시장이 열악함	-관련산업의 활성화로 인한 음반시장 규모의 확대	-벤처지원을 위한 코스닥 시장의 자금지원 기능 약화
시장확보 가능성	-기존 음반시장을 대체할 신규온라인 음반시장 형성	-세계시장에 진출할 기반 조성이 부족	-한류열풍을 통한 중국진출 및 일본수출이 증대	-온라인 상의 불법 유통으로 인한 온라인 음반시장 위축
인프라 및 지원정책	-정부는 CT산업을 국가전략산업으로 추진	-정통부, 산자부 등 다 부처가 다발적으로 추진하여 지원체계의 일원화 필요	-일원화 할 경우 집중적인 R&D추진으로 개발 역량 강화 가능	-마케팅, 수출을 위한 기반 조성 미흡
국제규제 및 표준화	-매체보호 등 국제 표준이 미 정립되어 차세대 표준 주도 가능	-차세대 기술 표준에 대한 위상 열악	-우수기술 확보 시 국제표준화를 선도하여 기술 수출 가능	-표준화 미 주도 시 관련기술 사장 우려
종 합	-인터넷 관련기술의 발달 및 신규 온라인 음반시장 형성	-기술인력 등 기반 인프라 절대 부족	-한류열풍을 통한 중국진출 및 일본 수출이 증대	-온라인 상의 불법 유통으로 인한 온라인 음반시장 위축

▣ 캐릭터,에니메이션 산업 : SWOT분석

구 분	강 점	약 점	기회요인	위험요인
기 술	-3차원 영상기술에 대한 기술연구가 활발히 진행 -세계1위의 인터넷 이용률로 인한 관련 기술의 발달	-그래픽 엔진 등 원천기술 미확보 -원천기술 확보를 위한 R&D 자금 부족	-연구소, 학계 등 관련기술의 연구저변 확대	-원천기술 부족으로 인한 기술종속 우려
인 력	-캐릭터 등 관련산업의 중요성이 증대되어 관심인력 증가	-체계적인 교육을 받은 전문인력의 부족	-인터넷인력의 증가로 캐릭터 등 창작인력 저변의 풍부	-원천기술 관련 개발인력의 부족
경제성 (시장성장 및 신시장 형성)	-1인당 국민소득 증대로 인한 소비산업의 활성화	-미국, 일본 등에 비하여 상대적으로 시장이 열악함	-영화산업의 부흥으로 인한 애니메이션 영화의 활성화 기대	-벤처지원을 위한 코스닥 시장의 자금지원 기능 약화
시장확보 가능성	-연예인 캐릭터를 이용한 동남아, 중국시장 진출 가능	-세계시장에 어필할 한국적 캐릭터가 없음	-한국적 캐릭터를 제작할 창작 소재 풍부	
인프라 및 지원정책	-정부는 CT산업을 국가전략산업으로 추진	-정통부, 산자부 등 다 부처가 다발적으로 추진하여 지원체계의 일원화 필요	-일원화 할 경우 집중적인 R&D추진으로 개발	-마케팅, 수출을 위한 기반조성 미흡
국제규제 및 표준화	-홀로그램 등 국제 표준이 미 정립되어 차세대 표준 주도 가능	-차세대 기술 표준에 대한 위상 열악	-우수기술 확보 시 국제표준화를 선도하여 기술 수출 가능	-표준화 미 주도 시 관련기술 사장 우려
종 합	-동남아, 중국 등 국제적인 한국문화의 확산으로 인한 국내캐릭터의 수출 가능성이 증대	-미국, 일본 등에 비하여 시장이 열악하고 세계시장에 어필할 캐릭터 부재	-한국적 캐릭터를 제작할 창작 소재 풍부하여 세계시장 진출 가능성	-원천기술 관련 개발인력의 부족 및 마케팅, 수출을 위한 기반조성 미흡

4. 문화컨텐츠산업 분석: 산업규모

▣ 세계시장 (종합)

(단위 : 억달러, %)

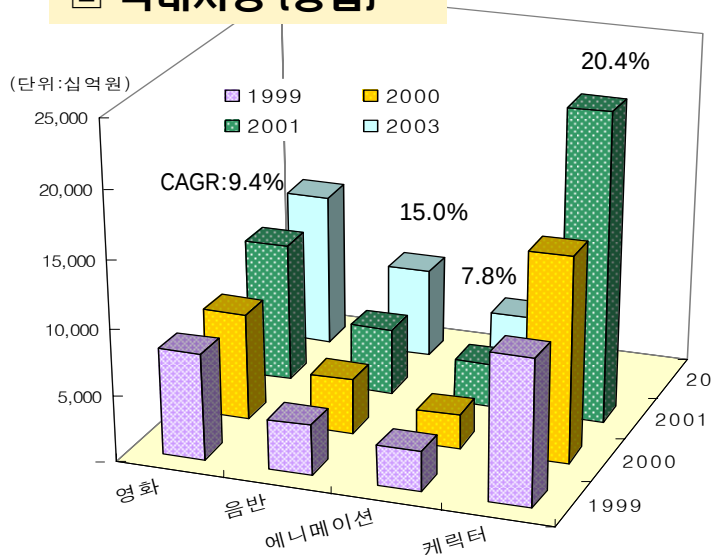
	2000	2001	2002	연평균성장률 (2000~2002)
영 화	678	728	781	7.3
TV콘텐츠	1,073	1,154	1,277	9.1
TV유통(방송국,케이블)	1,519	1,624	1,774	8.1
음반 시장	384	400	418	4.3
인터넷광고	402	501	594	21.6
잡지, 출판	836	871	925	5.2
신문 발행	1,552	1,612	1,687	4.3
도서 출판	853	884	918	3.7
라디오방송	478	505	547	7.0
테마파크	178	190	202	6.5
스 포 츠	352	372	419	9.1
합 계	8,305	8,841	9,542	7.2

자료 : Pricewaterhouse and Coopers LLP, Wilkofsky Gruen Associates, 2001

	2002	2003	2004	2005	연평균성장률 (2002~05)
영 화	781	831	882	931	6.0
TV콘텐츠	1,277	1,399	1,548	1,680	9.6
V유통(방송국,케이블)	1,774	1,910	2,063	2,206	7.5
음반 시장	418	438	464	494	5.7
인터넷광고	594	691	796	901	14.9
잡지, 출판	925	988	1,047	1,108	6.2
신문 발행	1,687	1,773	1,866	1,967	5.3
도서 출판	918	955	998	1,046	4.4
라디오방송	547	590	636	685	7.8
테마 파크	202	214	227	242	6.2
스 포 츠	419	440	481	504	6.4
합 계	9,542	10,229	11,008	11,764	7.2

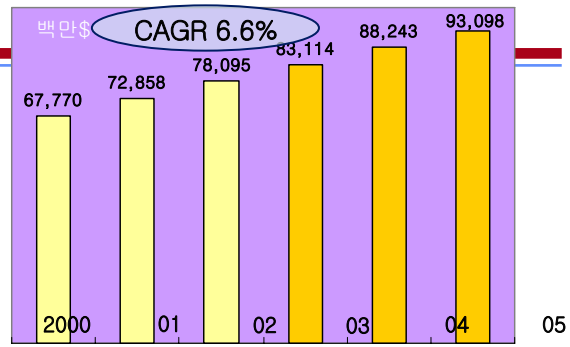
료 : Pricewaterhouse and Coopers LLP, Wilkofsky Gruen Associates, 2001

▣ 국내시장 (종합)



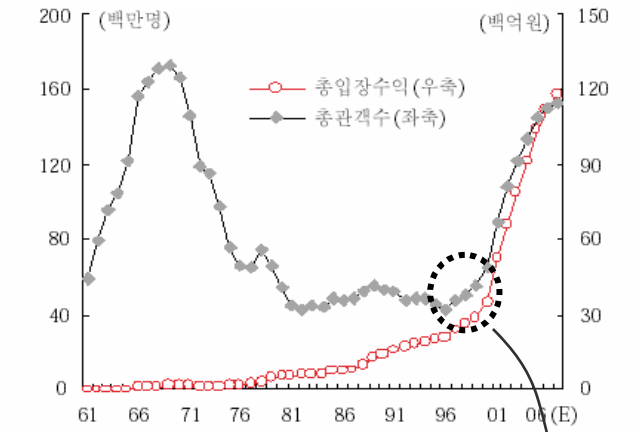
문화 컨텐츠	1999	2000	2001	2003(E)
영 화 (비디오 포함)	7,982	7,962	10,350	11,415
음 반	3,800	4,104	4,925	6,650
에니메이션	3,000	2,534	3,294	4,050
케 릭 터	10,985	15,379	23,069	N/A

4. 문화컨텐츠산업 분석: 산업규모

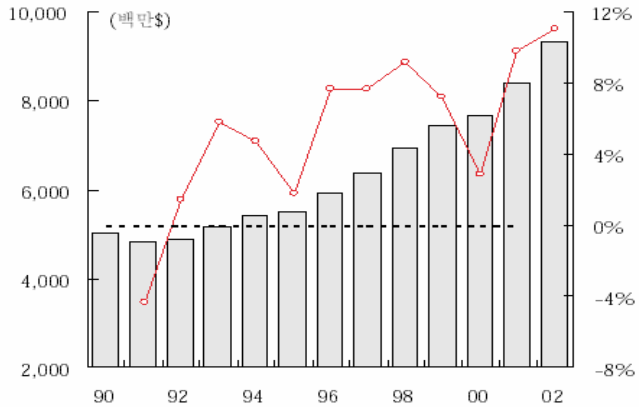


▣ 영화산업

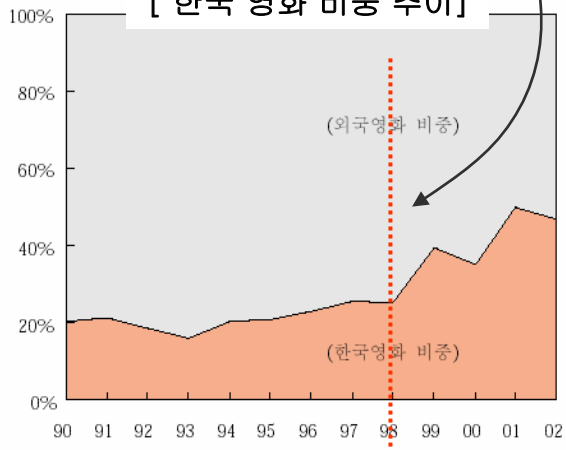
[국내 영화시장 추이]



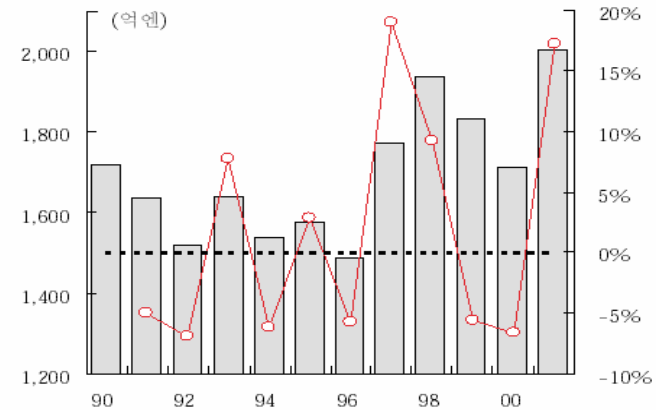
[미국 영화시장 추이]



[한국 영화 비중 추이]



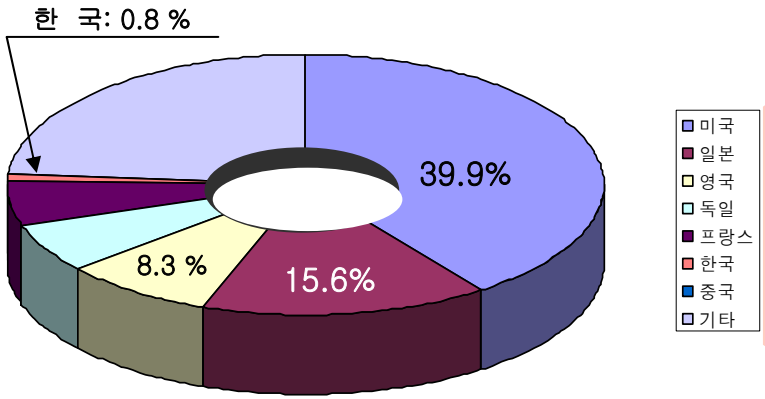
[일본 영화시장 추이]



▣ 음반 산업

구 분		1995	1996	1997	1998	1999
국내시장(백만원)		379,000	404,500	414,000	353,000	374,000
	CAGR	-	6.7	2.3	-14.7	5.9
세계시장(백만불)		37,500	37,700	40,174	41,250	42,798
	CAGR	-	0.5	0.8	0.3	1.0

Source: 한국영상음반협회, 1999, The Financial Times, 동양증권 리서치팀 음반시장규모



Source: IFPI 2002

단위:백만달러

국가	2001	Ranking
미 국	13,418	1
일 본	5,254	2
영 국	2,809	3
독 일	2,129	4
프랑스	1,828	5
한 국	266	15
중 국	84	33
기 타	25,788	
합 계	109,736	

4. 문화컨텐츠산업 분석: KOSDAQ법인

국내 문화컨텐츠산업1) 내의 주요업체 중 36개 KOSDAQ 결산법인을 대상으로 재무적 성과를 분석하고 기업규모(매출액)과 투자효율성(ROE)으로 평가함

1) **게임, 애니메이션, 캐릭터, 영화, 음반, 인쇄출판, 디자인부문**

		업체명	ROE	매출액
게임 (14사)	39350	타프시스템	-82.5%	1,968
	47080	한빛소프트	0.5%	20,115
	51980	위자드소프트	-13.3%	2,992
	52190	소프트맥스	-6.1%	2,689
	52790	액토즈소프트	-4.6%	6,066
	53320	세고	-29.3%	3,253
	23770	써니YNK	-5.5%	13,775
	35420	NHN	21.6%	76,482
	35620	퓨센스	-12.9%	2,347
	40130	엔플렉스	-62.1%	866
	41060	이오리스	-17.9%	3,665
	45970	디지탈캠프	-5.9%	5,368
	53810	세안아이티	0.6%	4,242
	69080	웹젠	25.6%	27,543
애니메이션 캐릭터 (6사)	39530	코코	-7.5%	6,258
	39830	오로라	5.0%	23,808
	48910	대원씨앤에이	-1.0%	10,031
	56080	지나월드	-6.4%	10,137
	66430	선우엔터테인	0.3%	10,136
	15050	영실업	-7.0%	10,767

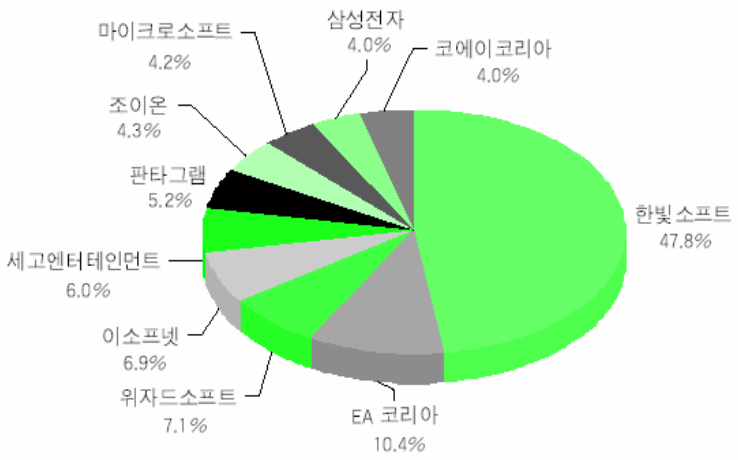
		업체명	ROE	매출액
영화 (5사)	37150	플레너스	2.5%	59,049
	49370	CJ엔터테인	9.1%	47,453
	17050	스타맥스	3.0%	16,688
	35500	엔터원	-44.8%	14,652
	52880	큐앤에스	4.0%	18,160
음반 (4사)	16170	YBM서울	1.2%	10,856
	38810	포이보스	-8.3%	4,976
	41510	에스엠	-5.0%	8,519
	65650	명진아트	1.4%	3,460
인쇄,출판 (5사)	30950	보진재	-6.4%	3,391
	53890	영진닷컴	2.3%	18,122
	60280	대원씨아이	6.8%	18,674
	63440	케이디미디어	14.4%	12,902
	36420	일간스포츠	-3.3%	39,108
디자인 (2사)	30030	중앙디자인	3.8%	41,405
	66620	국보디자인	13.4%	38,726

4. 문화컨텐츠산업 분석: KOSDAQ법인(게임분야)

한빛소프트 (HanbitSoft Inc)

한빛소프트는 1999년 1월에 설립되어 스타크래프트, 디아블로2, 워크래프트 3 등의 게임을 개발, 공급하는 게임 엔터테인먼트 전문 업체임.

매출액	영업이익	순이익	순이익증감율	ROE	부채비율	시가총액(1)	시가총액(2)
20,115	257	525	-86.8%	0.5%	8.8%	82,017	98,172



Busines Model

구 분	정 의	한빛소프트 Approach
고객 선택	Who Should I target as Customer?	연령층 확대 지역적 확대
가치 Network	Which activities do I work with partner?	세계수출을 위해 현지 컨텐츠 개발을 위한 전략적 제휴
핵심 가치	Which activities do I perform?	기획, 마케팅, 선진유통체제
핵심 역량	What products or service should I offer?	PC게임, 밀리언셀러 마케팅 경험과 역량

다각화 전략

① PC게임부문에서 블리자드(Blizzard)사에 대한 지나친 의존도를 줄이는 방향

② 게임사업에서는 PC게임에 대한 의존도를 줄이고 온라인게임 비중을 늘리는 전략

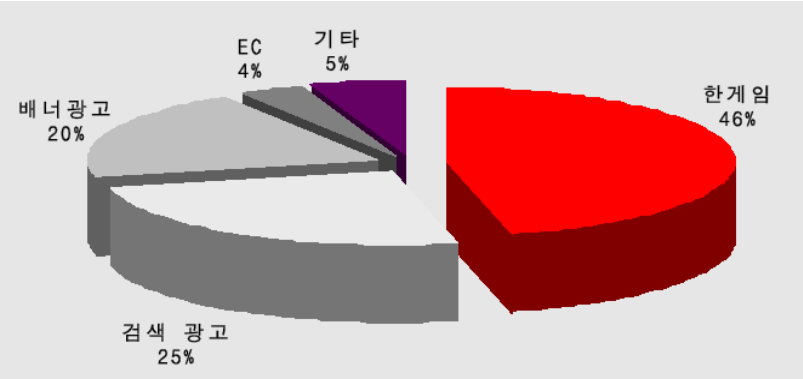
③ 전체 사업구조에서는 게임사업 이외 부문과의 시너지효과를 늘리는 방향으로 경영활동 전개: 주력사업인 게임분야에서 축적된 노하우와 기술력을 바탕으로 캐릭터 등 기타 엔터테인먼트사업 분야로 확대

4. 문화컨텐츠산업 분석: KOSDAQ법인(게임분야)

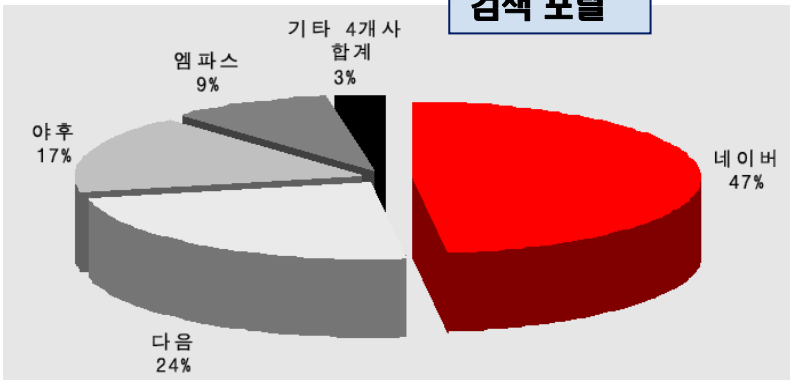
NHN

NHN은 국내 검색 시장과 웹게임 포털 시장에서 네이버와 한게임이라는 강력한 브랜드를 보유하고있음.

매출액	영업이익	순이익	순이익증감율	ROE	부채비율	시가총액(1)	시가총액(2)	시총증감율
76,482	34,050	29,538	172.3%	21.6%	17.8%	1,136,270	330,949	243.3%



검색 포털



Busines Model

구 분	정 의	NHN Approach
고객 선택	Who Should I target as Customer?	**수요자 층 확대**
가치 Network	Which activities do I work with partner?	**검색 서비스**
핵심 가치	Which activities do I perform?	**브랜드파워**: **"지식검색"**
핵심 역량	What products or service should I offer?	**게임** > **검색** > **광고** > EC

(3) 웹진

웹젠은 온라인게임 뮤(MU)를 대표 브랜드로 하는 전문 게임업체로서 대 중국진출 등으로 고성장을 유지하고 있는 업체임.

매출액	영업이익	순이익	순이익 증감율	ROE	부채비율	시가총액(1)	시가총액(2)	시총 증감율
27,543	16,793	16,587	188.1%	25.6%	15.7%	467,950	112,000	317.8%

향후 장기 성장의 발판이 되는 신규게임 개발을 위한 자금을 지속적으로 확보할 수 있음.

국내 외 시장에서 강력한 브랜드를 형성하고 국내외 PC방을 유통채널로 확보함으로 인해 향후 신규 게임 출시시 마케팅 위험을 크게 회피가능함.

중국시장에서의 성공적인 진출로 2D게임 시장을 대체해 나가는 3D 게임 시장의 선도적인 위치를 차지함.

Busines Model

구 분	정 의	웹진 Approach
고객 선택	Who Should I target as Customer?	연령별 고객 마니아 층 고객
핵심 가치	Which activities do I perform?	나스닥 상장 등으로 브랜드 가치 제고
핵심 역량	What products or service should I offer?	3D 온라인 게임

오로라 (Aurora)

국내 본사에서 디자인, 개발한 캐릭터 완구 아이템을 중국 2개 공장(청도: 자가공장, 남경: 아웃소싱)과 인도네시아에서 생산함. 주로 미국, 유럽지역으로 봉제완구 (Plush Toy) 제조하여 수출하고 있음.

매출액	영업이익	순이익	순이익 증감율	ROE	부채비율	시가총액(1)	시가총액(2)	시총 증감율
23,808	2,224	1,095	-0.2%	5.0%	94.1%	18,576	28,080	33.8%

뛰어난 캐릭터 디자인 능력과 판매망 확보로 세계 최대의 Plush Toy(봉제인형) 시장인 미국에서 4위의 마켓인지도(시장점유율: 3.3%)를 확보하고 있음.

현재 생산한 제품의 수출비중은 2001년 기준 미국 57.4% 영국 12.0% 프랑스 54% 일본 3.1%순이며 국내 본사는 전체 매출의 97% 이상을 수출하고 있음.

제품의 단순 제조, 판매에서 고부가가치 산업인 캐릭터 개발 및 디자인 전문업체로의 전환을 모색하고 있음.

본격적인 내수사업 및 고가의 고부가 선물용품 신규사업을 추진 하고 있음.

【표1】 품목별 매출 비중 전망

	매출원가율	매출 비중		
		2001(E)	2002(F)	2003(F)
캐릭터완구	70-75%	93%	85%	72%
고급선물용품	50%내외	3%	10%	22%
캐릭터로얄티	0%	4%	5%	6%

자료: 오로라월드, 신흥증권 추정

Busines Model

구 분	정 의	Aurora's Approach
고객 선택	**Who Should I target as Customer?**	Plush Toy(**봉제인형**) **수요자** **품목**: Non Media **캐릭터완구**, **타겟 마켓**: **일상화된** Gift**시장**, Mass**시장**
가치 Network	**Which activities do I work with partner?**	**유통**:**유명백화점**(Harrods, **미국** Sears, Macy自s),**대형 전문점**(**미국**:Wal-Mart, K-Mart, Kids**용품 전문점** ToysRus,**선물용품**, **유통 전문점** Hallmark, **대형 쇼핑몰의** Gift Shop 등)**을 파트너로 함**.
핵심 가치	**Which activities do I perform?**	**아이템 및 브랜드 개발능력**
핵심 역량	**What products or service should I offer?**	**캐릭터 디자인 능력** **글로벌 판매망 확보**

4. 문화컨텐츠산업 분석: KOSDAQ법인(영화분야)

(1) 플레너스

매출액	영업 이익	순이익	순이익 증감율	ROE	부채 비율	시가 총액(1)
59,049	-2,018	3,209	1.5%	2.5%	49.6%	505,257

영화사업: 투자 및 배급 – 국내 멀티플렉스 영화관 업체는 CGV > 롯데 시네마스 > 프리머스 > 동양 메가박스 순임.

프리머스의 경우 2004년말 기준 130여개의 스크린을 확보함으로써 CGV에 이어 2위로 도약할 계획임.

Busines Model

구 분	정 의	플레너스 Approach
가치 Network	Which activities do I work with partner?	유통: 멀티플렉스 영화관 업체인 프리머스에 대해 50%의 지분 보유사업제휴: 중국의 포털업체인 시나닷컴과 중국내 게임포털 사업에 대한 제휴방안 모색(2003년 10월~)
핵심 가치	Which activities do I perform?	영화 투자, 배급,상영의 수직통합
핵심 역량	What products or Service Should I offer?	영화, 인터넷 포털

1+1 비즈니스: 영화(시네마서비스), 웹게임(넷마블)을 영업의 양대 축으로 운영함. 포털(네이버), 웹게임(한게임)을 양대 축으로 운영하고 있는 NHN과 유사한 영업구조를 형성함.

검색포털 마이엠(http://www.mym.net)을 2004. 2월 오픈함.

영화사업부의 분리: 장기적으로 기복이 심한 영화산업부를 분리하고 게임포털(넷마블), 검색포털(마이엠)의 순수 인터넷포털업체로 독립시켜 안정성을 높이고자 함.

4. 문화컨텐츠산업 분석: KOSDAQ법인(영화분야)

CJ엔터테인먼트

매출액	영업이익	순이익	순이익증감율	ROE	부채비율	시가총액(1)	시가총액(2)	시총증감율
47,453	6,589	9,490	58.1%	9.1%	27.3%	260,285	145,530	78.9%

구분	작품명	개봉일	감독	제작사	주연	순제작비	투자비율	관객수
한국영화								
Main	동갑내기 과외하기	2003. 2. 7	김경형	코리아 Ent.	권상우, 김하늘	20	61.6	4,903
Main	지구를 지켜라	2003. 4. 4	장준환	싸이더스	신하균, 백윤식	33	70.0	68
Sub	질투는 나의 힘	2003. 4.18	박찬옥	청년필름	문성근, 배종옥	14	14.0	62
Main	살인의 추억	2003. 4.25	봉준호	싸이더스	송강호, 김상경	30	70.0	5,206
Main	4인용 식탁	2003. 8. 8	이수연	영화사봄	전지현, 박신양	27	80.0	707
Sub	조폭마누라2	2003. 9. 5	정홍순	현진영화사	신은경, 박준규	30	33.0	1,863
Main	스캔들*	2003.10. 2	이재용	영화사봄	이미숙, 배용준	46	75.0	3,200
Main	위대한 유산*	2003.10.24	오상훈	CJ Ent.	임창정, 김선아	22	70.0	1,000
Sub	낭만자객	2003.12. 5	윤제균	두사부필름	김민종	36	35.0	-
드림웍스								
	The Ring	2003. 1.10						363
	Catch me if you can	2003. 1.24						1,799
	Old school	2003. 4.25						24
	Sinbad	2003. 7.11						1,295
	The cat in the Hat	2003.12.31						-
배급대행								
외화(미)	Undisputed	2003. 3. 7						53
외화(미)	Narc	2003. 6.13						78
외화(미)	컨페션	2003. 7.25						152
외화(미)	The Nest	2003. 8.14						15
외화(미)	데드캠프	2003. 8.22						176
외화(미)	방탄승	2003. 9.19						247
외화(미)	Birthday Girl	2003.10.10						62
외화(미)	Kill Bill	2003.11.14						-
외화(미)	반지의제왕3	2003.12.17						-

CJ엔터테인먼트

Busines Model

구 분	정 의	플레너스 Approach
고객 선택	Who Should I target as Customer?	2004년에도다양한 장르 Line-up
핵심 가치	Which activities do I perform?	국내 최대의 멀티플렉스 체인 CGV를 보유 미국, 일본 등지에서 영화시장이 빠르게 성장하고 있는데, 이러한 성장의 원동력은 바로 멀티플렉스임.
핵심 역량	What products or service should I offer?	① 선두 위치를 활용한 양질의 컨텐츠 확보 ② CGV 라는 극장 배급망의 확보

제작, 배급, 상영을 수직적으로 통합하여 흥행 리스크를 분산시키고 산업 성장에 따른 수혜를 증대시키는 효과를 발휘함.

극장 비즈니스는 개별 영화의 부침과는 상관 없이 영화 산업의 성장에 따라 높은 성장세를 유지할 수 있다는 장점을 가지고 있어 배급 부문의 불확실성을 보완해주는 역할을 함.

제작	배급	상영
위대한 유산 (자체 제작 1호)	CJ엔터테인먼트	CGV (멀티플렉스 체인)

종합 엔터테인먼트 기업
영화 투자. 배급뿐 아니라 드라마. 영화 컨텐츠 다각화를 통해 종합 엔터테인먼트 기업으로 변화를 추진함.