



2011. 11. 04.

# 글로벌 엔터테인먼트&미디어산업 현황 분석 및 전망

(PWC, Global Entertainment and Media Outlook: 2011-2015 분석)

- I. 글로벌 E&M 시장규모 분석 및 전망
- II. 국가규모 및 소득수준별 E&M 시장규모 분석
- III. 글로벌 E&M 시장의 GDP 기여도 분석
- IV. 종합분석 및 시사점

KOCCA  
FOCUS

작성 : 김영수 / 한국콘텐츠진흥원 선임연구원, splyskim@kocca.kr  
김은정 / 한국콘텐츠진흥원 선임연구원, ejkim@kocca.kr

## 요약

### 1. 글로벌 E&M 시장<sup>1)</sup> 규모분석 및 전망

- 2010년 글로벌 경기회복에 따라 E&M 시장은 전년대비 4.6% 성장한 1조 4,195억 달러를 기록하였으며 광고, 게임, 출판시장 분야의 성장이 두드러짐
  - E&M 시장규모 가운데 가장 높은 비중을 차지하는 권역은 북미권으로 4,813억 달러(33.9%)를 기록하였고 이어 유럽·중동·아프리카권 4,771억 달러(33.6%), 아시아권 3,948억 달러(27.8%), 남미권 664억 달러(4.7%) 순으로 나타남
  - 한편, 남미권은 2015년까지 두 자릿수 성장이 예상되는데 이와 같은 남미권 E&M 시장의 성장요인은 초고속인터넷 보급 확산에 기인한 디지털 소비시장 확대에 예상
- E&M 시장규모가 250억 달러를 초과하는 시장은 총 12개국에 달하며 이 중 미국이 4,431억 달러로 전체의 31.2%를 차지
  - 그 다음은 일본으로 1,740억 달러, 독일 872억 달러, 중국 855억 달러, 영국 767억 달러 등의 순이었고 한국의 경우 338억 달러(2.4%)로 상위 12개국 가운데 9위를 기록
  - 상위 12개국에서 중국·브라질의 연평균성장률(2011~2015년)이 각각 11.6%, 11.4%로 매우 높을 것으로 예상되는데 이들 국가는 다른 국가에 비해 상대적으로 평균 연령(중국: 35.2세, 브라질: 28.9세)이 낮아 E&M 상품수요가 많을 것이고 이에 따라 시장 성장이 예상

### 2. 국가규모 및 소득수준별 콘텐츠시장 현황 및 전망

- 국가규모 및 소득수준별 E&M 시장규모 분석
  - 인구수를 기준으로 한 국가 규모 상위 10위 국가의 소득수준은 고소득국가 2개국(미국과 일본뿐임), 중상소득국가 4개국, 중하소득국가 4개국으로 국가규모와 소득수준(1인당 국민총소득) 간에는 양적 상관관계는 보이지 않음
  - 결론적으로 고소득국가일수록 E&M 시장규모가 높게 나타나는데, 국가규모가 E&M 내수 시장규모를 결정하는데 한 요인이 될 수 있으나 소득수준이 더 밀접한 연관성을 보이며 중요한 결정요인임
  - 2010년 기준 고소득국가 1인당 평균 E&M 시장규모는 중상소득국가에 비해 약 7.5배, 중하소득국가에 비해 무려 약 41.5배 높게 나타나고 있으나, 향후 소득수준 및 GDP 성장률이

1) E&M 시장은 PWC(2011)가 칭하는 엔터테인먼트&미디어 시장으로서 국내 콘텐츠·미디어시장과 개념 정의가 유사하나 분류체계 등이 다소 상이하어 이하 'E&M 시장'으로 통칭함

정체를 보이는 고소득국가보다는 경제성장이 급격히 이루어질 중상소득국가의 1인당 평균 E&M 시장규모 증가속도가 2배, 중하소득국가는 3배에 이를 것으로 전망

### 3. 글로벌 콘텐츠시장의 GDP 기여도 분석

- 국가별 GDP 대비 E&M 시장비중 변화 상이
  - 2006~2009년 기준 주요 12개국의 GDP에서 차지하는 E&M 시장비중은 과거 4년간 전반적으로 감소 추세를 나타냈으나, 영국, 캐나다, 한국은 꾸준히 증가하였고 특히 한국은 주요 12개 국가 중 가장 큰 폭의 비중 증가를 보이며 E&M 산업의 경제 성장 기여도가 지속적으로 높아졌음을 알 수 있음
  - 2010년부터 2015년까지의 소득수준별 GDP 대비 E&M 시장 평균 비중 추이를 살펴보면, 고소득국가(28개국)는 2010년 2.45%에서 2011년 2.26%로 감소한 뒤 다시 소폭 증가세
  - 한국의 경우, 2010년 3.33%로 증가율 2위를 기록하였으나, 2011년과 2012년 2.94%로 비중이 하락하며 3위, 2013년~2015년까지 2.87%, 2.79%, 2.71%로 지속적으로 비중이 감소하며 5위 전망

### 4. 종합분석 및 시사점

- 한국의 GDP 대비 E&M 시장비중 감소 전망
  - 2009년까지 증가 추세를 보이던 GDP 대비 E&M 시장비중은 2010년 3.3%로 감소하기 시작하여 2015년까지 지속적으로 하락 전망. 2015년 2.71%로 5위 전망
  - E&M 시장의 GDP 기여도 즉, E&M 시장비중이 감소 추세를 보이는 것은 한국의 경제성장이 세계 경제성장을 상회하나 E&M 시장은 오히려 세계 시장을 하회하는 성장 전망에서 비롯
  - 한국 콘텐츠시장의 성장 한계 및 소비 진작의 애로점으로 디지털 전환에 따른 다양한 결합서비스 및 정액제 요금과 같은 저가 전략, 불법복제 또는 P2P 등의 시장 왜곡, 자국산 콘텐츠의 시장 점유율 저조 등으로 내수 기반 취약 등을 지적할 수 있음
  - 이 외에도 경제 성장은 저비용 고효율의 경제구조 재편에 따라 높게 나타나고 있으나 잠재 E&M 시장규모를 결정할 수 있는 인구증가를 감소와 고령화는 한국의 E&M 시장성장의 한계점
- 유통 시장을 중심으로 한 내수 시장 활성화로 한국 콘텐츠시장의 재도약 기대
  - 향후 한국 콘텐츠시장은 공급측면에서 국가 성장동력으로서 콘텐츠산업을 진흥하는 정부의 정책지원, 공공기관 지방이전 및 정부부처의 세종시 이전에 따른 지역문화산업클러스터, 지역 축제, 지역 콘텐츠 이벤트 등의 연계를 통한 시너지 효과 극대화로 내수시장 활성화 전망
  - 수요측면에서 2011년 말 종합편성채널 도입에 따른 콘텐츠 제작 활성화, 2012년 여수세계박람회, 2010년~2016년 영암 F1 코리아 그랑프리, 2018년 평창 동계올림픽 등 대형 이벤트를 등을 기반으로 한 내수 소비 확대 기대

## I. 글로벌 E&M 시장규모 분석 및 전망

### 1. 전체 E&M 시장규모 및 전망

- 2010년 전세계 E&M 시장규모는 1조 4,195억 달러를 기록한 가운데 전년대비 4.6% 성장률을 기록했고 매년 연평균 5.7% 성장세를 지속, 2015년에는 1조 8,704억 달러로 성장할 것으로 전망
  - 권역별로 살펴보면 북미권이 4,813억 달러(이하 2009년 대비, 3.2% ↑)로 전체의 33.9%를 차지했고 이어 유럽·중동·아프리카권 4,771억 달러(3.6% ↑), 아시아권 3,948억 달러(6.3% ↑), 남미권 664억 달러(12.2% ↑) 순임
  - 한편, 2011~2015년 동안 남미권(CAGR: 10.5%)은 매년 두 자릿수 성장률이 예상되며 이와 같은 성장 요인은 초고속인터넷 보급 확산에 기인한 디지털 소비시장 확대라고 PWC(2011)는 분석

[표 1] 글로벌 E&M 시장의 권역별 규모 및 전망

(단위: 백만 달러, %)

구분	2006	2007	2008	2009	2010p	2011	2012	2013	2014	2015	2011-15 CAGR	비중
북미권	488,572	504,934	498,639	466,333	481,299	498,949	527,500	549,353	580,377	606,677		33.9
증감률	4.9	3.3	-1.2	-6.5	3.2	3.7	5.7	4.1	5.6	4.5	4.7	
유럽·중동·아프리카권	422,303	454,104	470,444	460,569	477,141	497,445	524,006	553,880	584,149	613,943		33.6
증감률	6.6	7.5	3.6	-2.1	3.6	4.3	5.3	5.7	5.5	5.1	5.2	
아시아권	310,086	341,076	364,832	371,256	394,777	410,653	442,679	476,128	508,981	540,716		27.8
증감률	10.5	10.0	7.0	1.8	6.3	4.0	7.8	7.6	6.9	6.2	6.5	
남미권	45,165	51,535	57,145	59,093	66,309	73,754	82,005	90,435	102,162	109,139		4.7
증감률	13.9	14.1	10.9	3.4	12.2	11.2	11.2	10.3	13.0	6.8	10.5	
합계	1,266,126	1,351,649	1,391,060	1,357,251	1,419,526	1,480,801	1,576,190	1,669,796	1,775,669	1,870,475		100.0
증감률	7.1	6.8	2.9	-2.4	4.6	4.3	6.4	5.9	6.3	5.3	5.7	

※ 출처: PWC(2011) 재구성

- 2010년 기준, E&M 시장규모가 250억 달러를 초과하는 시장은 12개 국가이며 이들 국가들의 총 시장규모는 1조 1,395억 달러로 전세계 시장규모 1조 4,195억 달러의 80.3%에 해당
  - E&M 시장 상위 12개국 가운데 미국은 4,431억 달러(31.2%)로 1위의 시장규모를 기록한 가운데 일본 1,740억 달러(12.3%), 독일 873억 달러(6.2%), 중국 855억 달러(6.0%), 영국

- 768억 달러(5.4%) 등의 순입
- 한편, 한국은 338억 3,100만 달러로 E&M 시장 상위 12개국 가운데 9위를 기록했고 전세계 시장의 2.4%를 점유하는 것으로 나타났으며 2015년에는 브라질 시장의 성장으로 순위는 한 단계 아래인 10위로 하락 예상
  - 또한, 상위 12개국의 인구통계 변화 추이에 따르면, 향후 5년간 45세 이상 인구 증가율이 45세 미만의 인구 증가율에 비해 크게 앞서 인구 고령화가 급속히 진행될 것으로 전망됨. 이는 E&M 시장의 주요 소비층인 15~44세 연령층이 아닌 고령층의 비율이 높아질수록 E&M 상품소비가 적어지게 됨을 뜻하고 이에 따라 광고주는 이들 연령층에 대한 소구점을 점차 상실하게 되어 결국 전체 E&M시장 성장에 부정적 영향을 미친다는 것임
  - 반면, 브라질의 경우 전체 인구의 평균연령이 28.9세에 불과해 E&M 상품 잠재소비 계층이 상대적으로 많을 것으로 판단되며 이는 곧 E&M 시장 성장으로 이어질 것임

[표 2] 글로벌 E&M 시장의 권역별 규모 및 전망

(단위: 백만 달러, %)

국가명	2006	2007	2008	2009	2010p	2011	2012	2013	2014	2015	2011-15 CAGR
전세계	1,266,126	1,351,649	1,391,060	1,357,251	1,419,526	1,480,801	1,576,190	1,669,796	1,775,669	1,870,475	5.7
미국	455,520	469,713	461,737	429,912	443,144	458,842	484,835	503,901	531,718	555,277	4.6
일본	164,687	174,732	178,279	172,768	174,036	169,095	177,535	185,770	191,797	197,035	2.5
독일	81,733	85,129	86,131	85,106	87,296	89,859	92,812	96,532	99,952	103,010	3.4
중국	47,583	58,020	68,992	75,085	85,543	96,002	108,094	120,492	134,880	148,229	11.6
영국	70,857	76,304	77,223	74,404	76,794	78,960	82,119	85,352	88,643	92,063	3.7
프랑스	56,269	60,247	62,584	64,626	66,676	69,244	72,339	75,601	78,132	80,989	4.0
이탈리아	40,709	42,822	43,901	41,715	42,213	43,329	45,217	47,189	49,280	51,336	4.0
캐나다	33,052	35,221	36,902	36,421	38,155	40,107	42,665	45,452	48,659	51,400	6.1
한국	26,473	28,896	30,842	32,018	33,831	35,674	37,438	39,128	40,837	42,618	4.7
브라질	21,192	24,829	27,756	28,718	33,104	37,478	42,239	46,869	53,860	56,731	11.4
호주	23,859	26,208	28,949	29,480	32,157	33,494	34,972	36,855	37,764	39,459	4.2
스페인	26,721	28,841	28,465	26,063	26,510	27,213	28,426	29,864	31,486	33,479	4.8

\*출처: PWC(2011) 재구성

## 2. 분야별 E&M 시장현황 분석

### □ 디지털 출판산업 분야 비중 확대, 인터넷 분야의 약진

- PWC(2011)는 전세계 E&M 산업을 총 13개 영역<sup>2)</sup>으로 구분하여 시장규모를 집계하였으며 아래 <표 3>에서 2006년부터 2015년까지 시장규모 추이 및 전망을 제시
  - 산업별 시장규모를 살펴보면, 2006년 대비 시장규모는 축소되고 있으나 여전히 출판시장이 전체의 34.5%의 비중을 차지하고 있으며 이어 TV(TV광고, TV라이선스 및 가입)가 26.3%로 전통적 미디어산업 분야의 시장규모가 전체의 60.8%를 차지
    - 도서, 신문, 잡지와 같은 과거 전통적 출판시장이 온라인 서적·잡지, e-book, 지식정보콘텐츠 등 디지털 콘텐츠를 바탕으로 한 디지털 출판시장으로 진화
  - 한편, 인터넷(인터넷 접속, 인터넷 광고) 24.0%, 영화 6.1%, 비디오게임 3.9%, 라디오 3.2%, 옥외광고 1.8%, 음악 1.7%의 순임
  - 이렇듯 E&M 산업이 오프라인 플랫폼과 콘텐츠에서 온라인, 디지털화로 전개되면서 이들의 소비 근간이 되는 인터넷 접속 및 인터넷 광고시장의 성장세는 당분간 지속될 것이며 디지털 소비시장의 핵심 성장동인으로서 전체 E&M 시장규모 확대될 것으로 전망

[표 3] 글로벌 E&M 시장규모 및 추이

(단위: 백만 달러, %)

전체(13개) 영역	규모					2010년 비중(%)
	2006	2010	2015	2006-10 CAGR(%)	2010-15 CAGR(%)	
(유무선)인터넷 접속	167,353	269,927	407,871	12.69	8.61	19.0
인터넷 광고	37,912	70,515	129,865	16.78	12.99	5.0
TV라이선스 및 가입	154,183	203,083	285,219	7.13	7.03	14.3
TV광고	158,208	169,770	232,648	1.78	6.50	12.0
음반(공연)	33,492	23,440	22,127	-8.54	-1.15	1.7
영화	81,104	86,222	114,759	1.54	5.88	6.1
게임	34,108	55,530	82,436	12.96	8.22	3.9
소비자 잡지	81,481	72,618	81,565	-2.84	2.35	5.1
신문	185,580	159,704	175,558	-3.68	1.91	11.3
라디오	46,788	44,800	53,126	-1.08	3.47	3.2
옥외광고	27,873	26,093	34,240	-1.64	5.58	1.8
소비자 및 교육도서	104,061	108,691	119,229	1.09	1.87	7.7
B2B 출판	162,029	147,234	175,011	-2.37	3.52	10.4
합계	1,266,126	1,419,526	1,870,475	2.90	5.67	100.0

\*출처: PWC(2011) 재구성

2) PWC(2011)는 전세계 E&M시장을 13개 영역인 B2B출판(Business-to-business), 소비자 및 교육도서(Consumer and educational book publishing), 소비자 잡지(Consumer magazine publishing), 영화(Filmed entertainment), 인터넷 접속(Internet access spending: wired and mobile), 인터넷 광고(Internet advertising: wired and mobile), 신문(Newspaper publishing), 옥외광고(Out-of-home advertising), 라디오(Radio), 음악(Recorded music), TV광고(Television advertising), TV 라이선스 및 가입(Television subscription and license fee), 게임(Video games)으로 구분

## □ 국내 모바일·모바일게임 부문 강세, 영화렌탈 부문 약세

○ PWC(2011)는 전세계 E&M시장을 46개 세부시장으로 구분하여 시장규모를 추정하였는데 한국의 경우, 모바일TV, 모바일광고, 모바일게임 분야가 강세를 보인 반면, 영화시장에서 온라인 렌탈 및 다운로드, 오프라인 영화 판매시장 약세

- 한국의 분야별 비중이 가장 높은 분야는 게임으로 50억 4,000만 달러로 전체 시장의 9.1%를 점유하고 있고 그 다음으로 인터넷접속 132억 2,400만 달러(4.9%), 인터넷광고 14억 9,000만 달러(2.1%) 등의 순임
- 46개 세부 분야별 비중이 가장 높은 분야는 모바일TV 광고로 1억 9,800만 달러를 기록, 전체시장 6억 9,000만 달러의 28.7%를 차지하였고 이어 모바일TV가 2억 5,200만 달러(23.0%), 모바일게임 15억 6,900만 달러(20.8%) 등의 순임
- 한편, 한국의 온라인 렌탈 및 다운로드 시장은 연간 약 50만 달러 미만으로 비중을 거의 차지하지 않는 것으로 나타났고 DVD와 같은 오프라인 영화판매 시장도 2,900만 달러에 불과해 전체시장 304억 3,400만 달러의 0.1%에 그치는 것으로 나타남
- 이밖에 디지털 잡지광고, PPV(pay per view), 오프라인 음반 유통시장도 전체시장의 0.2% 미만을 차지

[표 4] 산업별 세부 글로벌 E&M 시장규모 비교(2010년 기준)

(단위: 백만 달러, %)

산업영역	세부 분야	세계시장규모	한국시장규모	비중
B2B	기업정보	76,028	1,595	2.2
	디렉토리 광고	28,025	215	0.8
	전문도서	20,659	459	2.2
	기업지	22,522	129	0.6
	소계	147,234	2,398	1.7
소비자 및 교육도서	소비자도서	66,790	871	1.3
	교육도서	39,117	461	1.2
	전자책(소비자도서)	1,989	252	12.7
	전자책(교육도서)	795	3	0.4
	소계	108,691	1,587	1.5
소비자 잡지	인쇄광고	27,512	142	0.5
	디지털광고	1,721	4	0.2
	유통시장	43,385	490	1.1
	소계	72,618	636	0.9
신문 발행	인쇄광고	80,885	823	1.0
	디지털 광고	6,362	63	1.0
	유통	72,457	1,703	2.4
	소계	159,704	2,589	1.6

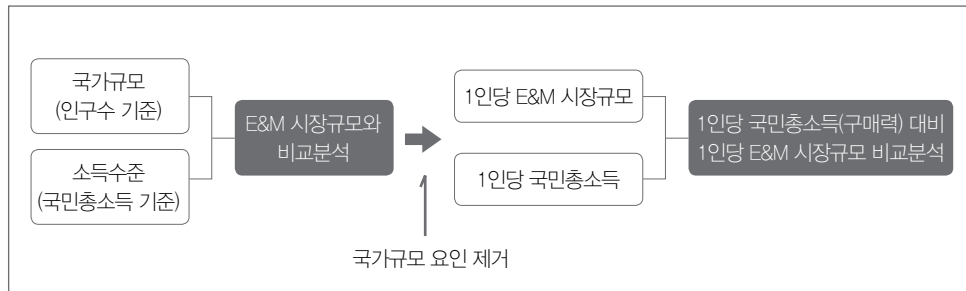
영화	박스오피스	33,033	1,113	3.4
	영화광고	2,028	41	2.0
	오프라인 판매	30,434	29	0.1
	스토어대여	15,446	358	2.3
	온라인(대여, 다운로드)	5,281	0	0.0
	소계	86,222	1,541	1.8
TV가입 및 라이선스	TV가입	163,394	2,011	1.2
	OTT	244	0	0.0
	페이퍼뷰	4,273	8	0.2
	VOD	4,870	309	6.3
	모바일TV	1,097	252	23.0
	지상파 TV 라이선스	29,205	325	1.1
소계	203,083	2,905	1.4	
라디오	광고	30,403	181	0.6
	라디오 라이선스	11,545	139	1.2
	위성라디오방송 가입	2,852	NA	NA
	소계	44,800	320	0.8
인터넷광고	검색광고	31,960	784	2.5
	디스플레이, 카테고리 및 기타	35,709	320	0.9
	모바일인터넷광고	2,846	386	13.6
소계	70,515	1,490	2.1	
TV광고	지상파광고	121,173	953	0.8
	멀티채널광고	45,064	491	1.1
	온라인 TV광고	2,843	32	1.1
	모바일 TV광고	690	198	28.7
소계	169,770	1,674	1.0	
옥외광고	옥외광고	26,093	378	1.4
음악	오프라인 유통	16,249	38	0.2
	디지털 유통	7,191	323	4.5
	소계	23,440	361	1.5
인터넷 접속	다이얼업 접속	19,410	0	0.0
	브로드밴드 접속	160,618	6,945	4.3
	모바일접속	89,899	6,279	7.0
	소계	269,927	13,224	4.9
게임	콘솔/휴대용 게임	28,066	1,940	6.9
	온라인게임	14,190	1,454	10.2
	모바일게임	7,527	1,569	20.8
	PC게임	3,902	30	0.8
	광고	1,845	47	2.5
	소계	55,530	5,040	9.1
합계	1,419,526*	34,102	2.4	

\* 전세계 부문별 E&M 시장규모의 총 합계는 1조 4,376억 2,700만 달러에 달하지만 부문(TV, 라디오, 신문, 잡지, 출판, 인터넷 광고 등)간 중첩되는 시장규모를 고려한 전체 시장규모는 1조 4,195억 2,600만 달러임 ※출처: PWC(2011) 재구성



## II. 국가규모 및 소득수준별 E&M 시장규모 분석

[그림 1] 인구수 · 소득수준 기준에 따른 E&M 시장규모 분석 체계 I



### 1. 인구수 · 소득수준 기준에 따른 E&M 시장규모 분석

#### □ 국가별 인구수 기준에 따른 E&M 시장규모

- 국가별 인구수(2010년 7월 기준)를 기준으로 E&M 시장규모 상위 10개국을 비교해보면, 중국(4위), 미국(1위), 브라질(10위), 일본(2위)이 포함 \*()는 E&M 시장규모 순위
  - 미국의 인구수는 중국의 23% 수준(0.25배 수준), E&M 시장규모는 2010년 기준 518%(5배 수준)로 인구수를 감안한 E&M 시장규모는 약 20배 차이를 보임
  - 한편, 한국은 총 인구수가 약 4천 9백만 명으로 집계되어, 48개 국가 중 총 인구수 순위 19위를 기록

[표 5] 총 인구수 상위 10개 국가 및 한국 총 인구수(2010년 7월 기준)

(단위: 명, 백만 달러)

순위	구분	국가명	총 인구수	2010년 E&M 시장규모p	
				순위	
1		중국	1,330,141,000	85,543	(4)
2		인도	1,173,108,000	17,226	(15)
3		미국	310,233,000	443,144	(1)
4		인도네시아	242,968,000	10,184	(21)
5		브라질	201,103,000	33,104	(10)
6		파키스탄	177,277,000	1,951	(45)
7		러시아	139,390,000	20,552	(13)
8		일본	126,804,000	174,036	(2)
9		멕시코	112,469,000	14,075	(16)
10		필리핀	99,900,000	3,708	(39)
19		한국	48,636,000	33,831	(9)

\*출처: Urban Information Network(2011)의 국가별 총 인구수(2010년 7월 기준) 참고

- 한국 인구수(9위)는 중국의 3.7% 수준(0.04배 수준), E&M 시장규모는 2010년 기준 40%(0.4배 수준)로 E&M 시장규모는 약 10배 차이를 보임

## □ 국가별 소득수준 기준에 따른 E&M 시장규모

- 국가별 소득수준을 기준으로 48개 국가를 대분류한 결과, 고소득국가(28개국), 중상소득국가(13개국), 중하소득국가(5개국) 등으로 구분
  - 소득수준은 2010년 1인당 국민총소득(GNI per capita)<sup>3)</sup>을 기준으로 하였으며, 세계은행(The World Bank)의 소득에 따른 국가분류 기준을 적용하면 분류
  - 고소득국가(28개국)가 분석대상 48개국 중 58%를 차지했고 한국은 19,830달러로 고소득국가로 분류되며 25위를 차지

[표 6] 글로벌 E&M 시장규모 및 추이

(2010년 GNI per capita 기준)

구분	국가명
고소득 국가 (28개국)	노르웨이(1)/스위스(2)/덴마크(3)/스웨덴(4)/네덜란드(5)/핀란드(6)/미국(7)/오스트리아(8)/호주(9)/벨기에(10)/캐나다(11)/독일(12)/프랑스(13)/일본(14)/아일랜드(15)/싱가포르(16)/영국(17)/이탈리아(18)/홍콩(19)/스페인(20)/뉴질랜드(21)/이스라엘(22)/그리스(23)/포르투갈(24)/한국(25)/체코(26)/헝가리(27)/폴란드(28)
중상소득국가 (13개국)	베네수엘라(29)/칠레(30)/러시아(31)/터키(32)/브라질(33)/멕시코(34)/아르헨티나(35)/말레이시아(36)/루마니아(37)/남아프리카공화국(38)/콜롬비아(39)/중국(40)/태국(41)
중하소득국가 (5개국)	인도네시아(42)/필리핀(43)/인도(44)/베트남(45)/파키스탄(46)
미분류 국가 (1개국)	대만(47), 중동북아프리카(48)

주) ( )안은 1인당 국민총소득 국가 순위를 나타냄

\* 국가분류 기준은 The World Bank의 GNI per capita 기준을 따름(The World Bank 기준: 고소득국가 12,196 달러 이상, 중상소득국가 3,946달러-12,195달러, 중하소득국가 996달러-3,945달러, 저소득국가 995달러 이하)

- 앞서 살펴본 인구수를 기준으로 한 국가규모 상위 10위 국가의 소득수준은 고소득국가 2개국(미국과 일본뿐임), 중상소득국가 4개국, 중하소득국가 4개국으로 국가규모와 소득수준 간에는 양적 상관관계는 보이지 않음

3) GNI는 한 나라의 국민이 일정 기간 생산활동에 참여한 대가로 벌어들인 소득의 합계로서, 실질적인 국민소득을 측정하기 위하여 교역조건을 반영한 소득지표

- 경제여건 변화에 따라 생산활동을 통해 벌어들인 소득에 따라 구매력도 급변하므로 한 나라의 경제력을 측정하기 위해서는 생산측면뿐만 아니라 교역조건도 감안한 구매력으로 산정해야 한다는 차원에서 도입. 국내총생산은 무역 손익을 감안하지 않기 때문에 생산량이나 수출량만 일정하면 실제 국민소득보다 높게 나타남

\* 1인당 국민소득(GNI)는 국민들의 평균적인 생활수준을 알아보기 위해서 사용되는 지표

[표 7] 총 인구수 상위 10개 국가의 소득수준(2010년 7월 기준)

(단위: 명)

구분 순위	국가명	총 인구수	소득수준별 대분류 국가
1	중국	1,330,141,000	중상소득국가
2	인도	1,173,108,000	중하소득국가
3	미국	310,233,000	고소득국가
4	인도네시아	242,968,000	중하소득국가
5	브라질	201,103,000	중상소득국가
6	파키스탄	177,277,000	중하소득국가
7	러시아	139,390,000	중상소득국가
8	일본	126,804,000	고소득국가
9	멕시코	112,469,000	중상소득국가
10	필리핀	99,900,000	중하소득국가
19	한국	48,636,000	고소득국가

※ 출처: Urban Information Network(2011)의 국가별 총 인구수(2010년 7월 기준) 참고

- 2010년 기준 E&M 시장규모 기준 상위 10개 국가 중 8개 국가가 고소득국가에 집중
  - E&M 시장규모 상위 10개 국가 중 2개 국가(브라질, 중국)를 제외한 8개 국가(미국, 일본, 독일, 영국, 프랑스, 이탈리아, 캐나다, 한국)가 고소득국가
  - 미국의 1인당 국민총소득은 중국의 1,270% 수준(13배 수준), E&M 시장규모는 518%(5배 수준)으로 인구수는 1/4의 수준이나 소득수준에 양의 상관관계를 보이며 E&M 시장규모가 크게 나타남
  - 한국 역시 1인당 국민총소득은 중국의 540% 수준(5배 수준), E&M 시장규모는 40%(0.4배 수준)로 인구수는 1/25 수준이나 소득수준에 일정 비례하며 E&M 시장규모가 크게 나타남
  - 고소득국가일수록 E&M 시장규모가 크게 나타나고 있어 소득수준이 E&M 시장규모를 결정하는 중요한 요인

[표 8] E&M 시장규모 상위 10개 국가 및 한국 GNI(2010년)

(단위: 백만 달러, 달러)

구분 순위	국가명	2010년 E&M 시장규모p	GNI per capita	
				순위
1	미국	443,144	46,360	(7)
2	일본	174,036	38,080	(14)
3	독일	87,296	42,450	(12)
4	중국	85,543	3,650	(40)
5	영국	76,794	41,370	(17)
6	프랑스	66,676	42,620	(13)
7	이탈리아	42,213	35,110	(18)

8	캐나다	38,155	41,980	(11)
9	한국	33,831	19,830	(25)
10	브라질	33,104	8,070	(33)

주) ( )안은 GNI per capita를 기준으로 한 국가별 순위를 나타냄

\* 출처: PWC(2011)의 "Global Entertainment and Media Outlook 2011-2015" 2010년 E&M 시장규모 참고, The World Bank(2011)의 국가별 GNI per capita(2010년 기준) 참고

\* 국가별 1인당 국민총소득(GNI), 엔터테인먼트 및 미디어(E&M) 시장규모(2010년~2015년) 상세내용은 부록 [부표 7] 참조

## □ 1인당 국민총소득 대비 1인당 E&M 시장규모

### ○ 소득분류별 1인당 평균 E&M 시장규모 분석 및 향후 성장 전망

- 국가별 총 인구수<sup>4)</sup> 대비 E&M 시장규모, 1인당 E&M 시장규모는 2010년 기준 고소득국가(28개국)의 경우 1인당 평균 E&M 시장규모가 996.26달러로 중상소득국가(13개국) 132.23달러에 비해 약 7.5배, 중하소득국가(5개) 24.01달러에 비해 무려 약 41.5배 높게 나타남
- 2011년부터 2015년 5년간의 전망치에 대한 대분류 국가별 1인당 평균 E&M 시장규모를 살펴보면, 고소득국가(28개국)는 2010년 996.26달러에서 2011년 1,028.71달러로 약 3.3% 증가 후, 2015년까지 향후 5년 동안 연평균성장률(CAGR) 4.4% 성장 전망(인구 증가에 따른 1인당 시장규모 변동 미반영)
- 중상소득국가(13개국)는 2010년 132.23달러에서 2011년 144.94달러로 약 9.6% 증가 후, 2015년까지 향후 5년 동안 연평균성장률(CAGR) 9.8%로 성장 예상
- 2010년 기준 고소득국가 1인당 평균 E&M 시장규모는 중상소득국가에 비해 약 7.5배, 중하소득국가에 비해 무려 약 41.5배 높게 나타나고 있으나, 향후 소득수준 및 GDP 성장률이 정체를 보이는 고소득국가보다는 경제성장이 급격히 이루어질 중상소득국가의 1인당 평균 E&M 시장규모 증가속도는 2배, 중하소득국가는 3배에 이를 것으로 전망

[표 9] 소득분류별 1인당 평균 E&M 시장규모(2010~2015년)

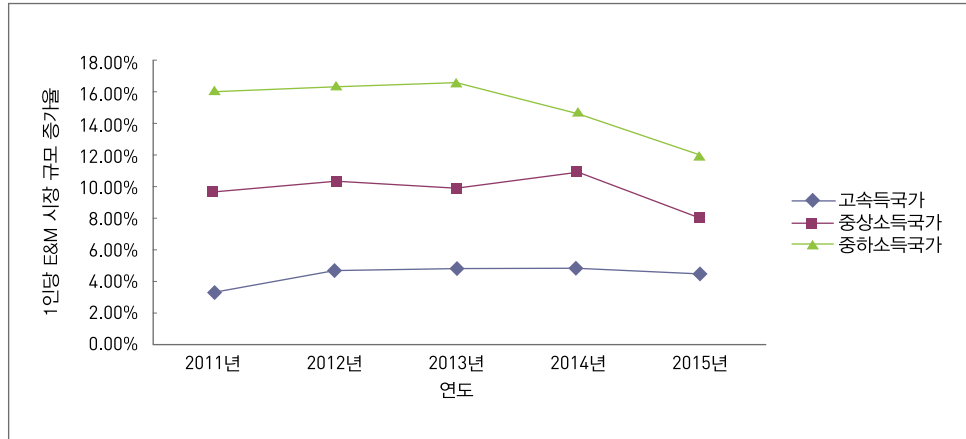
(단위: 달러, %)

대분류 국가	1인당 E&M 시장규모						2011-15 연평균성장률 (CAGR)
	2010년p	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	
고소득국가	996.26	1028.71	1076.19	1127.81	1180.28	1233.69	4.4
전년대비 증가율		3.3	4.6	4.8	4.7	4.5	
중상소득국가	132.23	144.94	160.02	175.93	195.07	210.94	9.8
전년대비 증가율		9.6	10.4	9.9	10.9	8.1	
중하소득국가	24.01	27.88	32.46	37.83	43.40	48.62	15.2
전년대비 증가율		16.1	16.4	16.5	14.7	12.0	

주) 고소득국가는 노르웨이 외 27개국, 중상소득국가는 베네수엘라의 12개국, 중하소득국가는 인도네시아외 4개국임

4) 국가별 총 인구수는 세계도시정보(UrBan Information Network) 자료를 참고(2010년 7월 기준)

[그림 2] 소득분류별 1인당 평균 E&M 시장 증가율(2011~2015년)



○ 1인당 E&M 시장규모 상위 10개 국가

- 2010년 기준 1인당 E&M 시장규모 상위 10개 국가가 고소득국가에 집중
- 2010년 기준 상위 10위를 기록한 국가들의 1인당 E&M 시장규모를 구체적으로 살펴보면, 노르웨이 2,069.50달러, 덴마크 1,603.70달러, 스위스 1,585.86달러, 호주 1,494.56달러, 미국 1,428.42달러, 일본 1,372.48달러, 스웨덴 1,333.37달러, 오스트리아 1,281.47달러, 영국 1,253.06달러, 핀란드 1,170.88달러 등의 순으로 유럽 국가들이 다수 차지
- 2011년부터 2015년 향후 5년간의 국가별 1인당 E&M 시장규모 전망치를 살펴보면, 1인당 E&M 시장규모 상위 10개 국가가 주요 11개 고소득국가(노르웨이, 덴마크, 스위스, 호주, 미국, 일본, 스웨덴, 오스트리아, 영국, 핀란드, 캐나다)에 집중될 전망
- 한편, 고소득국가에 속하는 한국(25위)은 2010년 기준 1인당 E&M 시장규모 20위(695.60달러)를 기록하며 소득수준 대비 높은 E&M 시장규모를 보임

[표 10] 1인당 평균 E&M 시장규모 상위 10개 국가(2010~2015년)

(단위: 달러)

구분 순위	2010년p		2011년		2012년		2013년		2014년		2015년	
	국가명	시장규모	국가명	시장규모	국가명	시장규모	국가명	시장규모	국가명	시장규모	국가명	시장규모
1	노르웨이	2,069.50	노르웨이	2,145.42	노르웨이	2,230.33	노르웨이	2,323.14	노르웨이	2,424.94	노르웨이	2,522.88
2	덴마크	1,603.70	스위스	1,636.89	스위스	1,695.40	스위스	1,764.00	스위스	1,839.30	스위스	1,909.75
3	스위스	1,585.86	덴마크	1,635.42	덴마크	1,687.82	덴마크	1,746.01	덴마크	1,805.47	덴마크	1,866.93
4	호주	1,494.56	호주	1,556.70	호주	1,625.40	호주	1,712.91	호주	1,755.16	호주	1,833.94
5	미국	1,428.42	미국	1,479.02	미국	1,562.81	미국	1,624.27	미국	1,713.93	미국	1,789.87
6	일본	1,372.48	스웨덴	1,371.50	스웨덴	1,434.32	스웨덴	1,493.28	스웨덴	1,553.56	스웨덴	1,614.72
7	스웨덴	1,333.37	일본	1,335.80	일본	1,401.71	일본	1,465.87	일본	1,512.55	오스트리아	1,561.72
8	오스트리아	1,281.47	오스트리아	1,323.35	오스트리아	1,379.84	오스트리아	1,437.06	오스트리아	1,496.23	일본	1,553.85

9	영국	1,253.06	영국	1,288.41	영국	1,339.95	영국	1,392.71	영국	1,446.41	캐나다	1,522.51
10	핀란드	1,170.88	핀란드	1,222.84	핀란드	1,278.21	캐나다	1,346.33	캐나다	1,441.32	영국	1,502.21
20	한국	695.60	한국	733.49	한국	769.76	한국	804.51	한국	839.65	한국	876.26

주) 국가별 1인당 국민총소득(GNI), 엔터테인먼트 및 미디어(E&M) 시장규모(2010년~2015년) 상세내용은 부록 [부표 7] 참조

## 2. 주요 권역별 국가 대비 한국 비교

### □ 1인당 국민총소득(GNI per capita) 비교

- 한국 1인당 국민총소득은 브릭스(BRICS)에 비해 약 4배 정도 높음
- 브릭스(BRICS)<sup>5)</sup>와 친디아(Chindia)<sup>6)</sup>를 구성하는 국가들의 2010년 1인당 국민총소득을 살펴 보면, 브릭스의 5개 국가 중 러시아가 9,340달러로 가장 높은 국민총소득을 기록했으며, 그 다음으로 브라질 8,070달러, 남아프리카공화국 5,760, 중국 3,650달러, 인도 1,220달러 순임
- 친디아를 구성하는 2개 국가인 중국과 인도는 브릭스에도 포함되고 있으며, 전체적으로 브릭스와 친디아 권역은 중상소득국가(4개국)와 중하소득국가(1개국)로 구성
- 반면, 한국은 2010년 1인당 국민총소득 19,830달러로 고소득국가에 속함

[표 11] 브릭스 · 친디아 · 한국 국민총소득 비교

(단위: 달러)

권역 구분	순위	국가명	GNI per capita (2010년)	소득수준별 국가 대분류
브릭스 (BRICS)	1	러시아	9,340	중상소득국가
	2	브라질	8,070	중상소득국가
	3	남아프리카공화국	5,760	중상소득국가
	4	중국	3,650	중상소득국가
	5	인도	1,220	중하소득국가
친디아 (Chindia)	1	중국	3,650	중상소득국가
	2	인도	1,220	중하소득국가
한국	-	한국	19,830	고소득국가

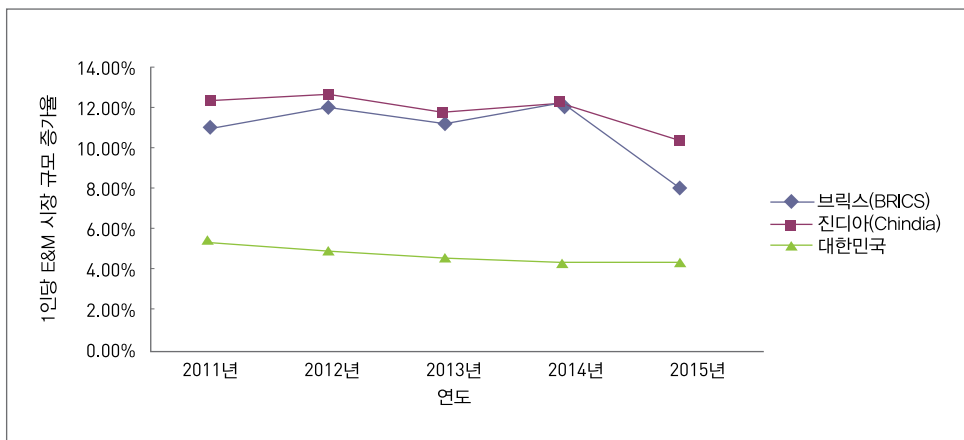
5) 브릭스(BRICS)는 2000년대를 전후해 빠른 경제성장을 거듭하고 있는 브라질 · 러시아 · 인도 · 중국 등 신흥경제 4국을 일컫는 경제용어. 2011년 남아프리카공화국이 제5의 회원국으로 가입해 의미가 확장

6) 친디아(Chindia)는 21세기 세계경제를 주도해 나갈 두 국가라는 뜻으로, 중국과 인도를 하나의 경제권으로 묶어 부르는 용어

## □ 1인당 E&M 시장규모 비교

- 한국 1인당 E&M 시장규모는 브릭스에 비해 약 6배 정도 높음
  - 2010년 기준 1인당 E&M 시장규모의 경우, 한국 695.60달러, 브릭스와 친디아 각각 112.63달러, 39.50달러
  - 2011년부터 2015년 5년간의 브릭스와 친디아의 1인당 평균E&M 시장규모 전망치를 살펴 보면, 브릭스는 2010년 112.63달러에서 2011년 125.05달러로 약 11.0% 증가 후, 2015년 까지 향후 5년 동안 연평균성장률은 10.9%로 증대 전망. 친디아는 2010년 39.50달러에서 2011년 44.42달러로 약 12.5% 증가 후, 2015년까지 향후 5년 동안 연평균성장률은 11.9%로 증대 전망
  - 한국은 2010년 695.60달러에서 2011년 733.46달러 5.4% 증가 후, 2015년까지 향후 5년 동안 연평균성장률은 4.7%로 완만한 증가세를 나타낼 것으로 전망. 이는 브릭스와 친디아의 연평균성장률 절반에도 못 미치는 수준
- 한국의 2010년 기준 1인당 국민총소득은 브릭스에 비해 약 4배 정도, 1인당 E&M시장규모는 약 6배 높게 나타나지만, 향후 2015년까지 브릭스의 GDP 연평균성장률은 11.6%, 한국은 9.2%로 전망되어 소득수준의 차이가 좁혀지면서, 1인당 E&M 시장규모 차이도 줄어들 것으로 보임
- 종합적으로 브릭스와 친디아는 소득수준별 국가분류기준으로 중상소득국가와 중하소득국가로 구성되어 있으나, 국가 경제규모(GDP)와 소득수준의 빠른 증가를 토대로 1인당 E&M 시장규모의 가파른 성장세 전망

[그림 3] 브릭스 · 친디아 · 한국 1인당 E&M 시장규모 증가율(2011~2015년)



[표 12] 브릭스·친디아·한국 1인당 E&M 시장규모 비교

(단위: 달러, %)

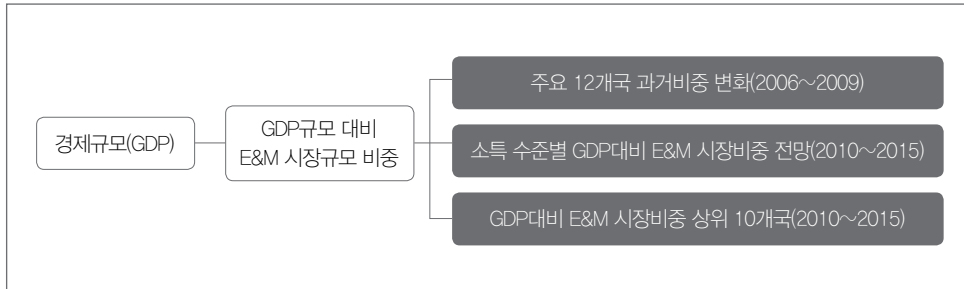
구분	1인당 E&M 시장규모						2011-15 연평균성장률 (CAGR)
	2010년p	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	
브릭스(BRICS)	112.63	125.05	139.99	155.77	174.94	188.98	10.9
전년대비 증가율		11.0	11.9	11.3	12.3	8.0	
GDP 증가율		19.3	9.4	10.1	9.9	9.8	11.6
브라질	164.61	186.36	210.04	233.06	267.82	282.10	11.4
전년대비 증가율		13.2	12.7	11.0	14.9	5.3	
GDP 증가율		20.5	3.9	6.6	6.5	6.5	8.7
러시아	147.44	167.43	188.11	210.02	232.84	256.62	11.7
전년대비 증가율		13.6	12.4	11.6	10.9	10.2	
GDP 증가율		27.4	12.3	10.6	9.7	9.4	13.7
인도	14.68	16.66	18.84	21.35	24.08	27.05	13.0
전년대비 증가율		13.5	13.1	13.3	12.8	12.3	
GDP 증가율		13.0	9.2	11.1	10.8	10.6	10.9
중국	64.31	72.17	81.27	90.59	101.40	111.44	11.6
전년대비 증가율		12.2	12.6	11.5	11.9	9.9	
GDP 증가율		18.9	10.8	11.2	11.0	11.0	12.5
남아프리카공화국	172.11	182.61	201.67	223.85	248.57	267.71	9.2
전년대비 증가율		6.1	10.4	11.0	11.0	7.7	
GDP 증가율		16.1	5.0	4.9	4.9	4.8	7.0
친디아(Chindia)	39.50	44.42	50.06	55.97	62.74	69.25	11.9
전년대비 증가율		12.5	12.7	11.8	12.1	10.4	
GDP 증가율		17.6	10.5	11.1	11.0	10.9	12.2
중국	64.31	72.17	81.27	90.59	101.40	111.44	11.6
전년대비 증가율		12.2	12.6	11.5	11.9	9.9	
GDP 증가율		18.9	10.8	11.2	11.0	11.0	12.5
인도	14.68	16.66	18.84	21.35	24.08	27.05	13.0
전년대비 증가율		13.5	13.1	13.3	12.8	12.3	
GDP 증가율		13.0	9.2	11.1	10.8	10.6	10.9
한국	695.60	733.49	769.76	804.51	839.65	876.26	4.7
전년대비 증가율		5.4	4.9	4.5	4.4	4.4	
GDP 증가율		14.7	9.6	7.0	7.3	7.3	9.2

주) 브릭스(BRICS), 친디아(Chindia), 한국의 2010~2015년 GDP는 IMF의 『World Economic Outlook Database』 Gross domestic product(current prices U.S. dollars)를 참고



## III. 글로벌 E&M 시장의 GDP 기여도 분석

[그림 4] 인구수 · 소득수준 기준에 따른 E&M 시장규모 분석 체계 II



### 1. GDP 대비 E&M 시장

#### □ GDP 규모 대비 E&M 시장규모(2010년 기준)

- 2010년 기준 한국 GDP 규모는 약 1조 달러로 15위(1인당 국민총소득 25위), E&M 시장규모는 338억 달러로 9위(1인당 E&M 시장규모 20위)
  - 전체 E&M 시장규모 중 한국이 차지하는 비중 약 2.4%
  - 국가규모(총 인구수 19위) 및 소득수준(1인당 국민총소득 25위)을 고려할 경우 한국 경제규모(GDP 15위) 및 E&M 시장규모(9위)는 큰 편임

[표 13] 세계 및 GDP 상위 15개 국가 E&M 시장규모(2010년)

(단위: 백만 달러)

국가	2010년 GDP 규모		2010년 E&M 규모	
	순위	시장규모	순위	시장규모
세계	-	62,911,247	-	1,419,526
미국	(1)	14,526,550	(1)	443,144
중국	(2)	5,878,257	(4)	85,543
일본	(3)	5,458,797	(2)	174,036
독일	(4)	3,286,451	(3)	87,296
프랑스	(5)	2,562,742	(6)	66,676
영국	(6)	2,250,209	(5)	76,794
브라질	(7)	2,090,314	(10)	33,104
이탈리아	(8)	2,055,114	(7)	42,213
인도	(9)	1,631,970	(13)	17,226
캐나다	(10)	1,577,040	(8)	38,155

러시아	(11)	1,479,825	(15)	8,670
스페인	(12)	1,409,946	(14)	26,510
호주	(13)	1,237,363	(11)	32,157
멕시코	(14)	1,034,308	(12)	14,075
한국	(15)	1,014,482	(9)	33,831

주1) 국가별 GDP(2010년 기준)는 IMF(2011)의 『World Economic Outlook Database』 Gross domestic product(current prices U.S. dollars)를 참고  
 주2) 국가별 E&M시장규모는 PWC(2011)를 참고

### □ GDP 성장률 대비 E&M 시장규모 성장률(2011~2015년)

- PWC(2011)에 따르면 2010년 세계 GDP 성장률은 6.1%, 향후 5년(2011~2015년) GDP 연평균성장률은 6.5% 전망
  - 한국의 2010년 GDP 성장률은 9.4%, 향후 5년(2011~2015년) GDP 연평균성장률은 7.2% 전망
  - 한국의 인플레이션과 GDP 성장률은 세계시장 성장에 부응하며 인플레이션은 다소 하회, GDP 성장률은 다소 상회 전망

[표 14] 세계 및 GDP 상위 15개 국가 E&M 시장규모(2010년)

(단위: %)

구분	GDP 성장률						2011-15 연평균성장률 (CAGR)
	2010년p	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	
전세계	6.1	5.7	6.7	6.8	6.8	6.7	6.5
한국	9.4	8.1	7.3	7.2	7.0	6.4	7.2

※출처: PWC(2011) 재구성

[표 15] 세계 및 한국 소비자 가격 인플레이션(2010~2015년)

(단위: %)

구분	소비자 가격 인플레이션						2011-15 연평균성장률 (CAGR)
	2010년p	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	
전세계	2.7	3.0	3.4	3.8	4.1	4.5	3.8
한국	2.7	3.0	3.1	3.2	3.1	3.0	3.1

- 세계 E&M 시장규모는 2010년 4.6% 성장 후 향후 5년(2011~2015년) 연평균 성장률은 5.7% 전망
  - 한국 E&M 시장규모 성장률은 2010년 5.7%를 기록한 이후 2011~2015년 연평균 성장률 4.7%로 전망되며, 세계 E&M 시장의 연평균 성장률 5.7%를 하회

[표 16] 세계 및 한국 E&M 시장규모(2010~2015년)

(단위: 백만 달러, %)

구분	E&M 시장규모						2011-15 연평균성장률 (CAGR)
	2010년p	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	
전세계	1,419,526	1,480,801	1,576,190	1,669,796	1,775,669	1,870,475	5.7
전년대비 증가율	4.6	4.3	6.4	5.9	6.3	5.3	
한국	33,831	35,674	37,438	39,128	40,837	42,618	4.7
전년대비 증가율	5.7	5.4	4.9	4.5	4.4	4.4	

\* 출처: PWC(2011) 재구성

- 2015년까지 세계 E&M 시장규모는 연평균성장률 5.7%로 GDP 연평균성장률 6.5%를 하회할 것으로 예측
  - 한국은 세계 경제 성장을 상회할 것으로 전망되고 있으나 E&M 시장은 오히려 세계 E&M 시장 성장보다도 하회할 것으로 전망되는 가운데 한국의 E&M 시장 성장은 2012년을 기점으로 성장률 하락세 예상
  - 이러한 전망이 예상되는 이유 중 하나로 IT, 디지털 디바이스 기반이 탄탄한 한국의 경우, 전통적 미디어에서 디지털 미디어로의 전환 속도가 빠르게 이루어지면서 높은 가격의 오프라인 유통이 저가의 디지털 온라인 유통으로 대체되는 점을 들 수 있음

## 2. GDP 규모 대비 E&M 시장비중 변화

- 주요 12개 국가 2006~2009년 GDP 대비 E&M 시장비중
- PWC 분석 국가 중 주요 12개국(미국, 일본, 독일, 중국, 영국, 프랑스, 이탈리아, 캐나다, 한국, 브라질, 호주, 스페인)의 과거 4년(2006~2009년) GDP 대비 E&M 시장비중은 영국, 캐나다, 한국을 제외하고 전반적으로 감소세
  - 주요 12개국의 과거 4년(2006~2009년) GDP 대비 E&M 시장비중을 구체적으로 살펴보면, 미국 2006년 3.4%에서 2009년 3.1%로 소폭 하락, 일본 2006년 3.8%에서 2009년 3.4%로 소폭 하락, 독일 2006년 3.9%에서 2009년 2.6%로 하락, 중국 2006년 1.8%에서 2009년 1.5%로 소폭 하락, 이탈리아 2006년 2.2%에서 2.0%로 소폭 하락, 브라질 2006년 1.9%에서 2009년 1.8%로 소폭 하락, 스페인 2006년 2.2%에서 2009년 1.8%로 소폭 하락. 한편, 프랑스 2006년 2.5%에서 2009년 2.5%로 동일, 호주 2006년 3.0%에서 2009년 3.0%로 동일
  - 반면, 영국 2006년 2.9%에서 2009년 3.4%로 소폭 상승, 캐나다 2006년 2.6%에서 2009년

- 2.7%로 소폭 상승, 한국 2006년 2.8%에서 2009년 3.8%로 상승
- 종합적으로, 주요 12개국의 GDP에서 차지하는 E&M 시장비중은 과거 4년간 전반적으로 감소 추세였으나, 영국, 캐나다, 한국은 꾸준히 증가하였고 특히, 한국은 주요 12개 국가 중 가장 큰 폭의 비중 증가를 보이며 E&M 산업의 경제 성장 기여도가 지속적으로 높아졌음을 알 수 있음

[표 17] 주요 12개국 GDP 대비 E&M 시장비중 증감 추이(2006~2009년)

(단위: 백만 달러, %)

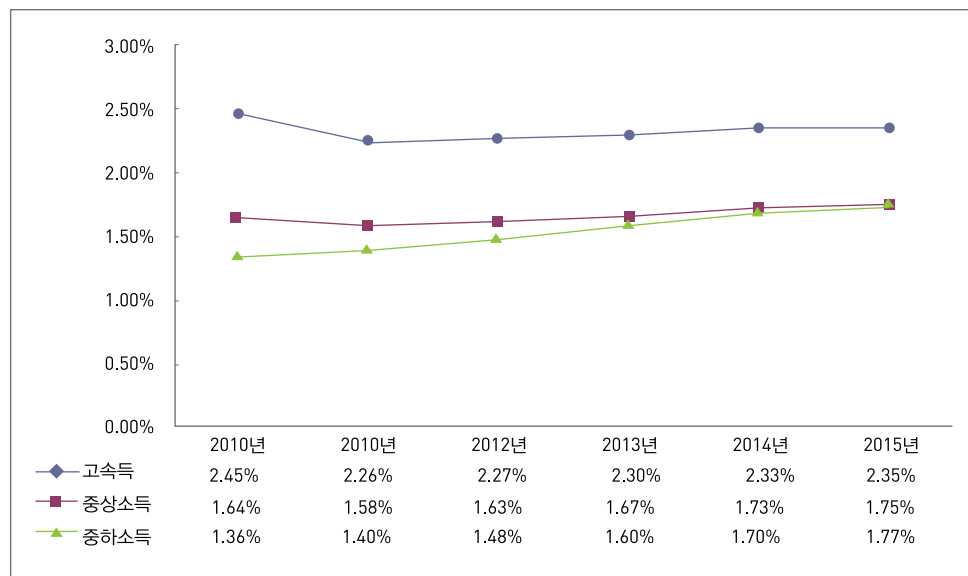
구분		2006년	2007년	2008년	2009년
미국	GDP 규모	13,377,200	14,028,675	14,291,550	13,938,925
	E&M 시장규모	455,520	469,713	461,737	429,912
	GDP 대비 비중	3.4	3.3	3.2	3.1
일본	GDP 규모	4,362,577	4,377,961	4,879,838	5,032,982
	E&M 시장규모	164,687	174,732	178,279	172,768
	GDP 대비 비중	3.8	4.0	3.7	3.4
독일	GDP 규모	2,095,445	3,328,589	3,640,727	3,307,197
	E&M 시장규모	81,733	85,129	86,131	85,106
	GDP 대비 비중	3.9	2.6	2.4	2.6
중국	GDP 규모	2,712,917	3,494,235	4,519,950	4,990,528
	E&M 시장규모	47,583	58,020	68,992	75,085
	GDP 대비 비중	1.8	1.7	1.5	1.5
영국	GDP 규모	2,447,682	2,812,049	2,679,013	2,182,430
	E&M 시장규모	70,857	76,304	77,223	74,404
	GDP 대비 비중	2.9	2.7	2.9	3.4
프랑스	GDP 규모	2,259,974	2,587,175	2,842,515	2,631,851
	E&M 시장규모	56,269	60,247	62,584	64,626
	GDP 대비 비중	2.5	2.3	2.2	2.5
이탈리아	GDP 규모	1,865,112	2,119,247	2,307,297	2,116,637
	E&M 시장규모	40,709	42,822	43,901	41,715
	GDP 대비 비중	2.2	2.0	1.9	2.0
캐나다	GDP 규모	1,278,607	1,424,067	1,502,678	1,337,577
	E&M 시장규모	33,052	35,221	36,902	36,421
	GDP 대비 비중	2.6	2.5	2.5	2.7
한국	GDP 규모	951,773	1,049,239	931,405	834,060
	E&M 시장규모	26,473	28,896	30,842	32,018
	GDP 대비 비중	2.8	2.8	3.3	3.8
브라질	GDP 규모	1,093,494	1,378,190	1,655,091	1,600,841
	E&M 시장규모	21,192	24,829	27,756	28,718
	GDP 대비 비중	1.9	1.8	1.7	1.8
호주	GDP 규모	784,459	953,656	1,061,037	988,581
	E&M 시장규모	23,859	26,208	28,949	29,480
	GDP 대비 비중	3.0	2.7	2.7	3.0
스페인	GDP 규모	1,235,915	1,444,015	1,601,408	1,467,889
	E&M 시장규모	26,721	28,841	28,465	26,063
	GDP 대비 비중	2.2	2.0	1.8	1.8

주1) 국가별 2005년~2009년 GDP는 IMF(2011)의 『World Economic Outlook Database』, Gross domestic product(current prices U.S. dollars) 참고  
 주2) 국가별 E&M시장규모는 PWC(2011)의 『Global Entertainment and Media Outlook: 2011-2015』 참고

## □ 소득수준별 GDP 대비 E&M 시장비중 전망(2010~2015년)

- 2010년부터 2015년까지 국가별 GDP 대비 E&M 시장규모가 차지하는 비중을 살펴본 결과, 전체적으로 꾸준히 증가
  - 2010년부터 2015년까지의 소득수준별 GDP 대비 E&M 시장 평균 비중 추이를 살펴보면, 고소득국가(28개국)는 2010년 2.45%에서 2011년 2.26%로 감소한 뒤 다시 소폭 증가세
  - 중상소득국가(13개국) 역시 2010년(1.64%)부터 2011년(1.58%)까지 소폭 감소한 뒤 2012년(1.63%)부터 꾸준한 증가세
  - 한편, 중하소득국가(5개국)는 2010년 1.36%에서 2015년까지 1.77%로 지속적인 성장세를 유지

[그림 5] 소득수준별 GDP 대비 E&M 시장규모 평균 비중(2010~2015년)



## □ GDP 대비 E&M 시장비중 상위 10개 국가(2010~2015년)

- 국가별 GDP 대비 E&M 시장비중 변화 상이
  - 2011년에 10위권 내에 진입하는 콜롬비아(중상소득국가)와 2015년에 진입하는 필리핀(중하소득국가)은 2010년 이후 GDP 대비 E&M 시장비중이 급격히 증가하며, 2015년에는 각각 상위 1위와 7위를 기록할 것으로 예상
  - 한국의 경우, 2010년 3.33%로 2위를 기록하나, 2011년과 2012년 2.94%로 비중이 하락하며 3위, 2013~2015년까지 2.87%, 2.79%, 2.71%로 지속적으로 비중이 감소하며 5위 전망
  - 미국의 경우 2010년 3.05%에서 2015년 3.19%로 비중이 소폭이나마 증가 추세를 보이고 있어 한국과 다른 흐름을 보이고 있음

[표 18] GDP 대비 E&M 시장비중 상위 10개 국가(2010~2015년)

(단위: %)

구분 순위	2010년		2011년		2012년		2013년		2014년		2015년	
	국가명	GDP 대비 비중	국가명	GDP 대비 비중	국가명	GDP 대비 비중	국가명	GDP 대비 비중	국가명	GDP 대비 비중	국가명	GDP 대비 비중
1	영국	3.41	영국	3.15	영국	3.15	미국	3.15	미국	3.20	콜롬비아	3.28
2	한국	3.33	미국	3.13	미국	3.13	영국	3.11	콜롬비아	3.11	미국	3.19
3	일본	3.19	한국	2.94	한국	2.94	일본	2.97	영국	3.06	영국	3.02
4	미국	3.05	일본	2.90	일본	2.90	콜롬비아	2.90	일본	2.98	일본	2.98
5	뉴질랜드	2.98	콜롬비아	2.77	콜롬비아	2.77	한국	2.87	한국	2.79	한국	2.71
6	덴마크	2.85	태국	2.59	태국	2.59	덴마크	2.60	덴마크	2.63	뉴질랜드	2.71
7	오스트리아	2.79	오스트리아	2.57	오스트리아	2.57	오스트리아	2.60	뉴질랜드	2.63	필리핀	2.67
8	콜롬비아	2.70	덴마크	2.57	덴마크	2.57	독일	2.57	오스트리아	2.62	덴마크	2.67
9	독일	2.66	홍콩	2.56	홍콩	2.56	뉴질랜드	2.56	독일	2.62	오스트리아	2.66
10	홍콩	2.65	뉴질랜드	2.53	뉴질랜드	2.53	홍콩	2.55	포르투갈	2.57	포르투갈	2.66

주1) 2010년부터 2015년까지의 국가별 GDP는 IMF의 『World Economic Outlook Database』 Gross domestic product(current prices U.S. dollars)를 참고함

주2) 국가별 GDP 대비 E&M 시장비중(2010~2015년) 상세내용은 부록 [부표 9] 참조

## IV. 종합분석 및 시사점

- PWC(2011) 글로벌 E&M 시장규모 데이터는 산업 경쟁력 지표로서의 활용 한계
  - 본 보고서의 분석 자료인 PWC(2011) 『Global Entertainment and Media Outlook: 2011-2015』에서 산출된 개별 분야의 소비시장규모는 엔터테인먼트 & 미디어 콘텐츠와 직접적으로 관련된 광고와 최종소비자에 의한 내수 소비로 구성되어 있음. 또한, 하드웨어에 대한 소비와 콘텐츠에 접근하기 위해 활용되는 서비스는 포함하지 않음
  - 특히, 국가별 E&M 시장에는 해외 유통에 따른 수출 및 제작시장 규모가 포함되어 있지 않으므로 산업의 경쟁력으로 판단하기에는 무리가 있음
  - 또한 한국 콘텐츠산업 구조 역시 유통시장 중심이 아닌 제작 및 수출시장 중심으로 이루어져 있으므로 PWC의 E&M 시장규모 추정은 한국 E&M 시장 즉, 콘텐츠시장을 과소평가하는 부분이 있음
- 국가의 경제력 성장에 따른 E&M 시장규모의 동반 성장성
  - 소득수준이 높은 국가일수록 1인당 평균 E&M 시장규모가 큼
    - 국가별 2010년부터 2015년까지의 1인당 국민총소득이 높은 국가일수록 1인당 E&M 시장 규모가 크게 나타남

- GDP 대비 E&M 시장비중 결과, 경제규모가 큰 국가일수록 E&M 시장규모 비중도 높게 나타남. 또한 소득수준별 GDP 대비 E&M 시장규모 평균 비중은 고소득국가와 중상소득국가와는 0.5%이상 차이가 나지만, 중상소득국가와 중하소득국가와의 차이는 매우 근소
- 위와 같은 결과들은 일정 수준 이상의 소득수준이 갖춰져야 E&M 시장 관련 소비시장이 확대될 수 있음을 시사
- 중국과 인도의 경우, 다른 국가들에 비해 상대적으로 1인당 국민총소득 수준은 작은 반면, E&M 시장규모의 급격한 팽창 속도는 고소득국가들을 앞지를 것으로 예상
  - 국가 규모(인구수)가 큰 중국과 인도의 경우 인구수는 E&M 시장규모의 성장 원동력
  - 향후 중하소득국가 E&M 시장의 폭발적인 성장이 예상되어, 이를 주목할 필요가 있음. 특히 필리핀, 인도 E&M 시장규모 비중의 증가는 글로벌 E&M 시장에 시사하는 바가 큼
- 한국의 경우 2010년 기준 국가규모 및 소득수준을 고려할 경우 경제규모(GDP 15위) 및 E&M 시장규모(9위)는 높은 편
  - 특히 GDP 대비 E&M 시장비중은 2006~2009년 2.8~3.8%로 증가 추세를 보이며 2009년 1위 기록. 2010년에는 3.3%로 2위 기록

## □ 한국 E&M 시장성장의 한계 및 소비 활성화의 애로점

- 한국의 GDP 대비 E&M 시장비중 감소 전망
  - 2009년까지 증가 추세를 보이던 GDP 대비 E&M 시장비중은 2010년 3.3%로 감소하기 시작하여 2015년까지 지속적으로 하락 전망. 2015년 2.71%로 5위 전망
  - E&M 시장의 GDP 기여도 즉, E&M 시장비중이 감소 추세를 보이는 데는 한국의 경제성장은 세계 경제성장을 상회하나 E&M 시장은 오히려 세계 시장을 하회하는 성장이 전망되는데 따름
- 콘텐츠 전반에 걸친 디지털 전환에 따라 다양한 결합서비스 및 정액제 요금 부과로 단위 콘텐츠 매출 하락
  - 국내 대표적 음원 포털사이트인 'B'사의 온라인 음원당 분배 가격의 경우, 단일 음원 구매시 곡당 600원에 판매되고 있으나 정액제 요금 지불시 음원당 60원에 구매 가능(150곡/9,000원)
- 콘텐츠의 불법복제 또는 P2P 등과 같은 음성시장이 여전히 존재함에 따라 콘텐츠 원저작자의 피해 발생 및 시장 왜곡
  - 한국저작권위원회(2011)에 따르면, 2010년 국내 콘텐츠 불법복제로 인한 합법저작물 시장 침해규모가 약 2조 1,100억원을 초과하여 전체 합법저작물 시장규모인 8조 9,300억원의 23.6%에 이르는 것으로 나타남
- 국내 콘텐츠시장에서 자국산 콘텐츠의 시장 점유율 저조로 내수 기반이 매우 취약
  - <만화> · <애니> · <캐릭터백서>(2010), <영화연감>(2010)에 따르면, 국산 콘텐츠의 점유

율이 만화는 33.8%, 애니메이션 41.8%, 캐릭터 46.7%, 영화 46.5%로 나타나 시장내 외산 콘텐츠의 점유율이 전체의 절반을 상회

- 또한 E&M 시장성장에 영향을 미치는 GDP 성장률은 저비용 고효율의 경제구조 재편에 따라 높게 나타나고 있으나 잠재 E&M 시장규모를 결정할 수 있는 인구증가율 감소와 고령화는 한국의 E&M 시장성장의 한계점으로 볼 수 있음

#### □ 유통시장을 중심으로 한 내수시장 활성화로 한국 콘텐츠시장의 재도약

- 시장 성장 한계 및 소비 진작의 애로점으로 꼽히는 디지털화 콘텐츠상품의 낮은 가격, 만연해 있는 불법 복제, 유명무실한 애니메이션 총량제 및 게임 섯다운제 등 현실적 재검토 및 대안 마련이 필요한 시점
- 향후 한국 콘텐츠시장은 공급측면에서 국가 성장동력으로서 콘텐츠산업을 진흥하는 정부의 정책지원, 공공기관 지방이전 및 정부부처의 세종시 이전에 따른 문화산업 지역클러스터, 지역축제, 지역 콘텐츠 이벤트 등의 연계를 통한 시너지 효과 극대화로 내수 시장의 활성화 기대
- 수요측면에서 2011년 말 종합편성채널 도입에 따른 콘텐츠 제작 활성화, 2012년 여수세계박람회, 2010~2016년 영암 F1 코리아 그랑프리, 2018년 평창 동계올림픽 등 대형 이벤트를 기반으로 한 내수 소비 확대 기대

## 참고문헌

PWC(2011). "Global Entertainment and Media Outlook 2011-2015".

The World Bank(2011). <http://www.worldbank.org/>

UrBan Information Network(2011). <http://ubin.krihs.re.kr/2009/index.php>

IMF 『World Economic Outlook Database』



## 부 록

### 1. 2010년 분야별 · 국가별 시장규모(13개 영역-13개 국가)

[부표 1] 세계 주요 국가 출판시장규모

(단위:백만 달러)

	B2B 출판		서적		서적(전자책)		잡지		신문		합계	
	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모
전세계		147,234		105,907		2,784		29,233		72,457		357,615
미국	1	70,259	1	30,010	1	(1,588)	1	8,786	2	9,480	1	120,123
일본	4	7,594	3	9,831	2	(625)	6	2,412	1	13,963	2	34,425
독일	2	14,193	4	8,955	4	(81)	3	3,382	5	6,092	3	32,703
중국	7	5,846	2	10,623	5	(43)	10	477	4	7,518	4	24,507
영국	3	9,717	6	4,795	7	(18)	4	3,188	6	4,658	5	22,376
프랑스	6	6,391	5	7,566	9	(9)	2	4,713	7	2,752	6	21,431
브라질	12	1,735	10	1,787	13	(0)	7	1,355	3	8,200	7	13,077
이탈리아	8	2,741	7	4,207	11	(5)	5	3,180	12	1,072	8	11,205
캐나다	5	6,490	12	1,720	6	(36)	11	466	13	643	9	9,355
스페인	11	1,861	8	3,988	10	(7)	8	656	9	1,513	10	8,025
한국	9	2,398	13	1,332	3	(255)	13	146	8	1,703	11	5,834
호주	10	2,032	11	1,724	8	(12)	9	618	11	1,204	12	5,590
인도	13	549	9	2,010	12	(1)	12	328	10	1,268	13	4,156

\* 광고 미포함

[부표 2] 세계 주요 국가 영상시장규모

(단위:백만 달러)

	영화		영화(영상전송서비스)		방송		합계	
	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모
전세계		80,941		5,281		203,083		289,305
미국	1	31,438	1	3,762	1	75,366	1	110,566
일본	2	7,397	3	277	2	12,115	2	19,789
영국	3	5,367	2	442	4	11,950	3	17,759
프랑스	4	3,761	9	44	3	12,734	4	16,539
독일	7	3,441	7	87	5	11,491	5	15,019
캐나다	5	3,576	4	194	6	8,029	6	11,799
이탈리아	8	1,977	8	80	8	6,944	7	9,001
중국	9	1,878	6	91	7	7,015	8	8,984
브라질	12	1,368	12	0*	9	5,173	9	6,541
인도	10	1,854	11	1	10	4,204	10	6,059
호주	6	3,489	5	133	13	2,344	11	5,966
한국	11	1,541	12	0	11	2,905	12	4,446
스페인	13	1,143	10	15	12	2,667	13	3,825

주) 광고 미포함

\* PWC(2011)에 따르면, 한국의 영상전송서비스시장은 50만 달러 미만으로 추정

[부표 3] 세계 주요 국가 음악·음성시장규모

(단위:백만 달러)

	음반		음악전송서비스		라디오		합계	
	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모
전세계		16,249		7,191		14,397		37,837
미국	2	3,633	1	2,966	2	2,660	1	9,259
일본	1	4,190	2	1,270	3	2,626	2	8,086
독일	3	1,789	5	244	1	3,631	3	5,664
영국	4	1,390	3	636	5	1,208	4	3,134
프랑스	5	916	6	232	4	1,236	5	2,384
캐나다	6	366	8	128	6	192	6	686
한국	13	38	4	323	7	139	7	500
호주	7	345	7	129	8	0	8	474
이탈리아	8	282	11	52	8	0	9	334
스페인	9	254	12	49	8	0	10	303
브라질	10	186	12	49	8	0	11	235
인도	11	74	10	113	8	0	12	187
중국	12	40	9	125	8	0	13	165

[부표 4] 세계 주요 국가 게임시장규모

(단위:백만 달러)

	비디오게임		온라인게임		모바일게임		PC게임		합계	
	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모
전세계		28,066		14,190		7,527		3,902		53,685
미국	1	9,400	2	1,879	3	911	3	557	1	12,747
일본	2	3,609	4	1,249	2	1,267	1	739	2	6,864
중국	12	97	1	4,983	4	693	13	5	3	5,778
한국	5	1,940	3	1,454	1	1,569	11	30	4	4,993
영국	3	2,239	5	713	5	290	5	298	5	3,540
프랑스	4	2,054	6	485	9	168	4	387	6	3,094
독일	6	1,491	9	285	8	179	2	568	7	2,523
호주	7	1,024	10	233	6	267	6	101	8	1,625
캐나다	8	850	7	405	13	105	8	68	9	1,428
이탈리아	9	775	8	302	11	119	9	60	10	1,256
스페인	10	217	11	224	7	233	7	76	11	750
브라질	11	186	12	30	10	129	10	38	12	383
인도	13	22	13	28	12	113	12	15	13	178

[부표 5] 세계 주요 국가 광고시장규모

(단위:백만 달러)

	TV광고		라디오광고		옥외광고		잡지광고		신문광고		인터넷광고		합계	
	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모
전세계		169,770		30,467		26,093		29,233		87,247		70,515		413,325
미국	1	70,693	1	15,731	1	6,140	1	11,293	1	25,837	1	26,040	1	155,734
일본	2	16,823	3	1,476	2	5,702	2	2,412	2	7,896	2	10,070	2	44,379
중국	3	9,115	4	1,396	3	2,005	11	477	5	4,587	5	3,445	3	21,025
영국	5	5,541	8	741	4	1,359	6	973	4	4,934	3	6,327	4	19,875
독일	6	5,430	5	943	6	1,044	3	2,137	3	5,479	4	4,777	5	19,810
브라질	4	7,830	11	615	10	420	5	1,355	12	1,377	12	766	6	12,363
호주	8	3,778	6	910	8	460	9	618	6	3,719	7	2,099	7	11,584
프랑스	9	3,615	7	776	5	1,193	4	1,363	10	1,658	6	2,555	8	11,160
캐나다	10	3,558	2	1,512	9	441	8	624	7	2,196	8	2,066	9	10,397
이탈리아	7	4,974	10	647	12	325	7	857	9	1,907	10	1,322	10	10,032
스페인	11	2,968	9	696	7	521	10	562	11	1,601	11	1,053	11	7,401
인도	12	2,182	12	218	13	294	12	328	8	2,192	13	153	12	5,367
한국	13	1,674	13	181	11	378	13	146	13	886	9	1,490	13	4,755

[부표 6] 세계 주요 국가 인터넷접속 시장규모

(단위:백만 달러)

	유선 전송서비스		무선 전송서비스		합계	
	순위	규모	순위	규모	순위	규모
전세계		180,028		89,899		269,927
일본	2	19,675	1	38,815	1	58,490
미국	1	39,056	4	4,212	2	43,268
중국	3	19,638	6	3,610	3	23,248
한국	7	6,945	2	6,279	4	13,224
프랑스	4	9,441	7	3,146	5	12,587
독일	5	8,755	5	3,689	6	12,444
영국	6	7,904	8	3,129	7	11,033
이탈리아	8	5,908	3	4,949	8	10,857
호주	9	5,284	10	1,738	9	7,022
브라질	10	5,090	9	1,758	10	6,848
스페인	11	5,034	11	932	11	5,966
캐나다	12	4,131	12	682	12	4,813
인도	13	973	13	535	13	1,508

## 2. 국가별 주요지수와 글로벌 E&M 시장실적

[부표] 국가별 1인당 국민총소득(GNI), E&M 시장규모(2010~2015년)

(단위: 백만 달러)

국민총소득 순위	국가명	GNI per capita (단위: 달러)	2010년		2011년		2012년		2013년		2014년		2015년	
			규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위	규모	순위
1	노르웨이	84,640	9,677	(22)	10,032	(22)	10,429	(22)	10,863	(24)	11,339	(26)	11,797	(27)
2	스위스	65,430	12,089	(18)	12,478	(17)	12,924	(19)	13,447	(19)	14,021	(19)	14,558	(19)
3	덴마크	59,060	8,846	(25)	9,021	(25)	9,310	(28)	9,631	(29)	9,959	(30)	10,298	(30)
4	스웨덴	48,840	12,099	(17)	12,445	(18)	13,015	(18)	13,550	(18)	14,097	(18)	14,652	(18)
5	네덜란드	48,460	17,486	(14)	17,838	(15)	18,333	(15)	19,014	(15)	19,827	(16)	20,623	(16)
6	핀란드	45,940	6,153	(30)	6,426	(31)	6,717	(32)	7,031	(32)	7,373	(32)	7,737	(32)
7	미국	46,360	443,144	(1)	458,842	(1)	484,835	(1)	503,901	(1)	531,718	(1)	555,277	(1)
8	오스트리아	46,450	10,526	(20)	10,870	(21)	11,334	(21)	11,804	(21)	12,290	(21)	12,828	(23)
9	호주	43,770	32,157	(11)	33,494	(11)	34,972	(11)	36,855	(11)	37,764	(11)	39,459	(11)
10	벨기에	45,270	10,755	(19)	11,177	(20)	11,696	(20)	12,263	(20)	12,884	(20)	13,479	(20)
11	캐나다	41,980	38,155	(8)	40,107	(8)	42,665	(8)	45,452	(9)	48,659	(9)	51,400	(8)
12	독일	42,450	87,296	(3)	89,859	(4)	92,812	(4)	96,532	(4)	99,952	(4)	103,010	(4)
13	프랑스	42,620	66,676	(6)	69,244	(6)	72,339	(6)	75,601	(6)	78,132	(6)	80,989	(6)
14	일본	38,080	174,036	(2)	169,385	(2)	177,743	(2)	185,878	(2)	191,797	(2)	197,035	(2)
15	아일랜드	44,280	4,262	(37)	4,309	(38)	4,444	(39)	4,640	(39)	4,851	(39)	5,067	(40)
16	싱가포르	37,220	2,969	(42)	3,025	(42)	3,223	(43)	3,458	(44)	3,676	(44)	3,887	(44)
17	영국	41,370	76,794	(5)	78,960	(5)	82,119	(5)	85,352	(5)	88,643	(5)	92,063	(5)
18	이탈리아	35,110	42,213	(7)	43,329	(7)	45,217	(7)	47,189	(7)	49,280	(8)	51,336	(9)
19	홍콩	31,570	5,958	(32)	6,398	(32)	6,876	(31)	7,391	(31)	7,945	(31)	8,518	(31)
20	스페인	32,120	26,510	(12)	27,213	(12)	28,426	(12)	29,864	(12)	31,486	(13)	33,479	(13)
21	뉴질랜드	28,810	4,181	(38)	4,376	(37)	4,630	(38)	4,906	(38)	5,186	(38)	5,519	(39)
22	이스라엘	25,790	3,463	(40)	3,600	(40)	3,770	(40)	3,965	(40)	4,156	(41)	4,338	(41)
23	그리스	29,040	5,559	(33)	5,518	(33)	5,685	(34)	5,919	(35)	6,241	(36)	6,571	(36)
24	포르투갈	21,910	4,903	(35)	5,337	(34)	5,712	(33)	6,081	(33)	6,477	(34)	6,892	(34)
25	한국	19,830	33,831	(9)	35,674	(10)	37,438	(10)	39,128	(10)	40,837	(10)	42,618	(10)

국민 총소득 순위	국가명	GNI per capita (단위: 달러)	2010년		2011년		2012년		2013년		2014년		2015년	
			매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위
26	체코	17,310	4,942	(34)	5,190	(35)	5,575	(35)	6,027	(34)	6,460	(35)	6,878	(35)
27	헝가리	12,980	2,982	(41)	3,133	(41)	3,331	(41)	3,572	(42)	3,815	(42)	4,020	(43)
28	폴란드	12,260	8,891	(24)	9,501	(23)	10,221	(23)	11,032	(22)	11,834	(24)	12,541	(24)
29	베네수엘라	10,090	1,053	(47)	1,174	(47)	1,317	(47)	1,462	(47)	1,637	(47)	1,775	(47)
30	칠레	9,470	2,754	(43)	2,994	(43)	3,227	(42)	3,486	(43)	3,792	(43)	4,031	(42)
31	러시아	9,340	20,552	(13)	23,338	(13)	26,220	(13)	29,275	(13)	32,455	(12)	35,770	(12)
32	터키	8,720	6,134	(31)	6,880	(30)	7,901	(30)	9,018	(30)	10,269	(29)	11,420	(28)
33	브라질	8,070	33,104	(10)	37,478	(9)	42,239	(9)	46,869	(8)	53,860	(7)	56,731	(7)
34	멕시코	8,960	14,075	(16)	15,216	(16)	16,556	(16)	18,006	(16)	19,890	(15)	21,384	(15)
35	아르헨티나	7,550	7,512	(29)	8,397	(29)	9,250	(29)	10,073	(28)	11,081	(27)	11,927	(26)
36	말레이시아	7,350	4,428	(36)	4,671	(36)	5,010	(36)	5,379	(37)	5,819	(37)	6,233	(37)
37	루마니아	8,330	2,485	(44)	2,672	(44)	2,952	(45)	3,217	(45)	3,523	(45)	3,797	(45)
38	남아프리카공화국	5,760	8,452	(26)	8,968	(27)	9,904	(24)	10,998	(23)	12,207	(22)	13,147	(22)
39	콜롬비아	4,990	7,811	(28)	8,495	(28)	9,416	(27)	10,539	(26)	11,902	(23)	13,291	(21)
40	중국	3,650	85,543	(4)	96,002	(3)	108,094	(3)	120,492	(3)	134,880	(3)	148,229	(3)
41	태국	3,760	8,218	(27)	9,012	(26)	9,831	(25)	10,554	(25)	11,373	(25)	12,144	(25)
42	인도네시아	2,050	10,184	(21)	11,630	(19)	13,268	(17)	14,903	(17)	16,517	(17)	17,863	(17)
43	필리핀	1,790	3,708	(39)	4,276	(39)	4,985	(37)	5,834	(36)	6,768	(33)	7,647	(33)
44	인도	1,220	17,226	(15)	19,546	(14)	22,098	(14)	25,044	(14)	28,250	(14)	31,731	(14)
45	베트남	1,000	1,373	(46)	1,618	(46)	1,955	(46)	2,318	(46)	2,689	(46)	3,052	(46)
46	파키스탄	1,000	1,951	(45)	2,482	(45)	3,036	(44)	3,934	(41)	4,815	(40)	5,661	(38)
47	대만	N/A	9,014	(23)	9,354	(24)	9,728	(26)	10,162	(27)	10,665	(28)	11,120	(29)

주1) 셀 운영이 독재인 국가는 고소득국가, 주형색은 중상소득국가, 파랑색은 중위소득국가, 보라색은 미분류 국가를 나타냄  
 주2) GNI per capita는 1인당 국민 총소득으로 단위는 '달러'이며, 시장규모는 '백만 달러'임

[부표 8] 국가별 1인당 E&M 소비규모(2010~2015년)

(단위: 명)

1인당 국민 총소득 순위	국가명	2010년 총인구수	2010년		2011년		2012년		2013년		2014년		2015년	
			1인당 소비 규모 금액 (달러)	순위	1인당 소비 규모 금액 (달러)	순위	1인당 소비 규모 금액 (달러)	순위	1인당 소비 규모 금액 (달러)	순위	1인당 소비 규모 금액 (달러)	순위	1인당 소비 규모 금액 (달러)	순위
1	노르웨이	4,676,000	2,069.50	(1)	2,145.42	(1)	2,230.33	(1)	2,323.14	(1)	2,424.94	(1)	2,522.88	(1)
2	스위스	7,623,000	1,585.96	(3)	1,636.89	(2)	1,695.40	(2)	1,764.00	(2)	1,839.30	(2)	1,909.75	(2)
3	덴마크	5,516,000	1,603.70	(2)	1,635.42	(3)	1,697.82	(3)	1,746.01	(3)	1,805.47	(3)	1,866.93	(3)
4	스웨덴	9,074,000	1,333.37	(7)	1,371.50	(6)	1,434.32	(6)	1,493.28	(6)	1,553.56	(6)	1,614.72	(6)
5	네덜란드	16,783,000	1,041.89	(13)	1,062.86	(15)	1,092.36	(15)	1,132.93	(16)	1,181.37	(16)	1,228.80	(16)
6	핀란드	5,255,000	1,170.98	(10)	1,222.84	(10)	1,278.21	(10)	1,337.96	(11)	1,403.04	(11)	1,472.31	(11)
7	미국	310,233,000	1,428.42	(5)	1,479.02	(5)	1,562.81	(5)	1,624.27	(5)	1,713.93	(5)	1,788.87	(5)
8	오스트리아	8,214,000	1,281.47	(8)	1,323.35	(8)	1,379.84	(8)	1,437.06	(8)	1,496.23	(8)	1,561.72	(7)
9	호주	21,516,000	1,494.56	(4)	1,556.70	(4)	1,625.40	(4)	1,712.91	(4)	1,755.16	(4)	1,833.94	(4)
10	벨기에	10,423,000	1,031.85	(15)	1,072.34	(14)	1,122.13	(14)	1,176.53	(13)	1,236.11	(12)	1,293.20	(13)
11	캐나다	33,760,000	1,130.18	(11)	1,188.00	(11)	1,263.77	(11)	1,346.33	(10)	1,441.32	(10)	1,522.51	(9)
12	독일	82,283,000	1,060.92	(12)	1,092.07	(12)	1,127.96	(13)	1,173.17	(14)	1,214.73	(15)	1,251.90	(15)
13	프랑스	64,058,000	1,040.87	(14)	1,090.96	(13)	1,129.27	(12)	1,180.20	(12)	1,219.71	(13)	1,264.31	(14)
14	일본	126,804,000	1,372.48	(6)	1,335.80	(7)	1,401.71	(7)	1,465.67	(7)	1,512.55	(7)	1,553.85	(8)
15	아일랜드	4,250,000	1,002.82	(16)	1,013.88	(17)	1,045.65	(17)	1,091.76	(17)	1,141.41	(17)	1,192.24	(18)
16	싱가포르	4,701,000	631.57	(22)	643.48	(22)	663.60	(22)	735.59	(22)	781.96	(21)	826.85	(21)
17	영국	61,285,000	1,253.06	(9)	1,288.41	(9)	1,339.95	(9)	1,392.71	(9)	1,446.41	(9)	1,502.21	(10)
18	이탈리아	58,091,000	726.67	(18)	745.88	(19)	778.38	(19)	812.33	(19)	848.32	(19)	883.72	(19)
19	홍콩	7,090,000	840.34	(18)	902.40	(18)	969.82	(18)	1,042.45	(18)	1,120.59	(18)	1,201.41	(17)
20	스페인	40,549,000	653.78	(21)	671.11	(21)	701.03	(21)	736.49	(21)	776.49	(22)	825.64	(22)
21	뉴질랜드	4,252,000	983.30	(17)	1,029.16	(16)	1,088.90	(16)	1,153.81	(15)	1,219.66	(14)	1,297.98	(12)
22	이스라엘	7,354,000	470.90	(25)	489.53	(26)	512.65	(26)	539.16	(26)	565.13	(26)	589.88	(26)
23	그리스	10,750,000	517.12	(23)	513.30	(23)	528.84	(25)	550.60	(25)	580.56	(25)	611.26	(25)
24	포르투갈	10,736,000	456.69	(26)	497.11	(25)	532.04	(24)	566.41	(24)	603.30	(24)	641.95	(24)
25	한국	48,636,000	695.60	(20)	733.49	(20)	769.76	(20)	804.51	(20)	839.65	(20)	876.26	(20)
26	체코	10,202,000	484.41	(24)	508.72	(24)	546.46	(23)	590.77	(23)	633.21	(23)	674.18	(23)
27	헝가리	9,880,000	301.82	(28)	317.11	(28)	337.15	(28)	361.54	(28)	386.13	(28)	408.88	(28)
28	폴란드	38,464,000	231.15	(29)	247.01	(29)	265.73	(29)	286.81	(29)	307.66	(29)	326.05	(29)
			996.26		1,028.71		1,076.19		1,127.81		1,180.28		1,233.69	



[부표 9] 국가별 GDP 대비 E&M 시장비중(2010~2015년)

(단위: 백만 달러)

1인당 국민총소득 순위	국가명	2010년 GDP	CAAGR (%)	2010년		2011년		2012년		2013년		2014년		2015년	
				GDP 대비 E&M 시장 매출액 비중	순위	GDP 대비 E&M 시장 매출액 비중	순위	GDP 대비 E&M 시장 매출액 비중	순위	GDP 대비 E&M 시장 매출액 비중	순위	GDP 대비 E&M 시장 매출액 비중	순위		
1	노르웨이	414,462	5.3	23.3%	(18)	2.30%	(20)	2.27%	(23)	2.24%	(26)	2.22%	(23)	2.20%	(25)
2	스위스	523,772	7.6	23.1%	(20)	2.21%	(23)	2.13%	(25)	2.06%	(26)	2.00%	(28)	1.93%	(29)
3	덴마크	310,405	3.1	28.5%	(7)	2.82%	(7)	2.82%	(7)	2.83%	(8)	2.84%	(7)	2.84%	(7)
4	스웨덴	458,004	3.5	26.4%	(11)	2.63%	(11)	2.65%	(10)	2.67%	(11)	2.68%	(12)	2.69%	(12)
5	네덜란드	783,413	3.7	22.3%	(23)	2.20%	(24)	2.18%	(24)	2.18%	(24)	2.19%	(24)	2.20%	(24)
6	핀란드	238,801	3.5	25.8%	(15)	2.60%	(13)	2.62%	(13)	2.65%	(13)	2.69%	(11)	2.72%	(10)
7	미국	14,582,400	2.3	30.4%	(6)	3.08%	(5)	3.18%	(5)	3.23%	(4)	3.33%	(4)	3.41%	(4)
8	오스트리아	376,162	3.9	28.0%	(8)	2.78%	(8)	2.79%	(9)	2.79%	(9)	2.80%	(8)	2.81%	(8)
9	홍주	974,807	5.4	33.0%	(3)	3.26%	(3)	3.23%	(4)	3.23%	(5)	3.14%	(5)	3.11%	(5)
10	벨기에	467,472	4.0	23.0%	(21)	2.30%	(19)	2.31%	(20)	2.33%	(22)	2.35%	(20)	2.37%	(20)
11	캐나다	1,574,052	5.3	24.2%	(17)	2.42%	(17)	2.44%	(17)	2.47%	(15)	2.51%	(16)	2.52%	(17)
12	독일	3,309,689	3.2	26.4%	(12)	2.63%	(10)	2.63%	(12)	2.65%	(12)	2.66%	(13)	2.66%	(14)
13	프랑스	2,560,002	3.2	26.0%	(13)	2.62%	(12)	2.65%	(11)	2.69%	(10)	2.69%	(10)	2.70%	(11)
14	일본	5,497,813	6.0	31.7%	(5)	2.91%	(6)	2.88%	(6)	2.84%	(7)	2.77%	(9)	2.68%	(13)
15	이탈리아	2,038,92	-2.2	20.9%	(25)	2.16%	(25)	2.28%	(22)	2.43%	(17)	2.60%	(14)	2.77%	(9)
16	싱가포르	222,699	11.3	1.33%	(41)	1.22%	(43)	1.17%	(43)	1.13%	(43)	1.08%	(42)	1.02%	(43)
17	영국	2,246,079	-2.1	3.42%	(1)	3.59%	(1)	3.81%	(1)	4.05%	(1)	4.29%	(1)	4.56%	(1)
18	이탈리아	2,051,412	2.4	2.06%	(26)	2.06%	(26)	2.10%	(26)	2.14%	(25)	2.18%	(25)	2.22%	(23)
19	홍콩	224,458	4.3	2.66%	(10)	2.73%	(9)	2.82%	(8)	2.91%	(6)	3.00%	(6)	3.08%	(6)
20	스페인	1,407,405	3.3	1.88%	(29)	1.87%	(30)	1.89%	(29)	1.92%	(28)	1.96%	(29)	2.02%	(28)
21	뉴질랜드	131,063	3.5	3.19%	(4)	3.23%	(4)	3.30%	(3)	3.38%	(3)	3.45%	(3)	3.55%	(3)
22	이스라엘	217,334	10.5	1.59%	(33)	1.50%	(35)	1.42%	(39)	1.35%	(39)	1.28%	(40)	1.21%	(39)
23	그리스	304,865	3.6	1.82%	(32)	1.75%	(32)	1.74%	(31)	1.75%	(32)	1.78%	(31)	1.81%	(31)
24	포르투갈	228,538	3.3	2.15%	(24)	2.26%	(22)	2.34%	(19)	2.42%	(18)	2.49%	(18)	2.57%	(16)
25	한국	1,014,483	1.6	3.33%	(2)	3.46%	(2)	3.57%	(2)	3.68%	(2)	3.78%	(2)	3.88%	(2)
26	체코	192,152	7.7	2.57%	(16)	2.51%	(16)	2.50%	(14)	2.51%	(14)	2.50%	(17)	2.47%	(18)
27	헝가리	130,419	3.7	2.29%	(22)	2.32%	(18)	2.38%	(18)	2.46%	(16)	2.53%	(15)	2.57%	(15)
28	폴란드	488,585	8.2	1.90%	(28)	1.87%	(29)	1.86%	(30)	1.86%	(29)	1.84%	(30)	1.80%	(32)



