

# 세계 엔터테인먼트 및 미디어(E&M) 시장의 현황 및 전망

■ 유선실\*

## 1. 개요

PwC는 엔터테인먼트와 미디어 관련 산업 14개 분야, 53개국을 대상으로 Global Entertainment & Media Outlook 보고서를 매년 출간하고 있다. 본고는 PwC의 「Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023」 자료를 기반으로 세계 E&M 시장 추이 및 전망을 살펴보고, 성장성이 높은 분야인 OTT와 가상현실(VR)을 중심으로 전망을 파악한다.

## 2. 시장의 현황 및 전망

세계 엔터테인먼트 및 미디어(E&M) 시장은 '18년 약 2.11조 달러로 전년대비 5.5% 성장하였고, 향후 5년간 연평균 4.3%씩 성장하여 '23년에는 2.6조 달러에 이를 것으로 전망된다.(PwC, 2019) 분야별로는 TV 및 홈비디오, 신문 및 잡지 등 전통적인 미디어 시장은 감소할 것으로 전망되고, TV 광고, 도서 등도 미미한 성장을 보일 것으로 전망된다. 반면, 인터넷 미디어의 성장에 따라 인터넷 광고 시장은 성장을 지속할 것으로 보

\* 정보통신정책연구원 ICT통계정보연구실 부연구위원, (043)531-4333, sunsil@kisdi.re.kr

고, OTT, VR 등 신규 시장은 5년 연평균 각각 13.8%, 22.2%의 고성장을 나타낼 것으로 전망되고 있다.

〈표 1〉 세계 엔터테인먼트 및 미디어 시장 현황 및 전망

(단위: 백만 달러)

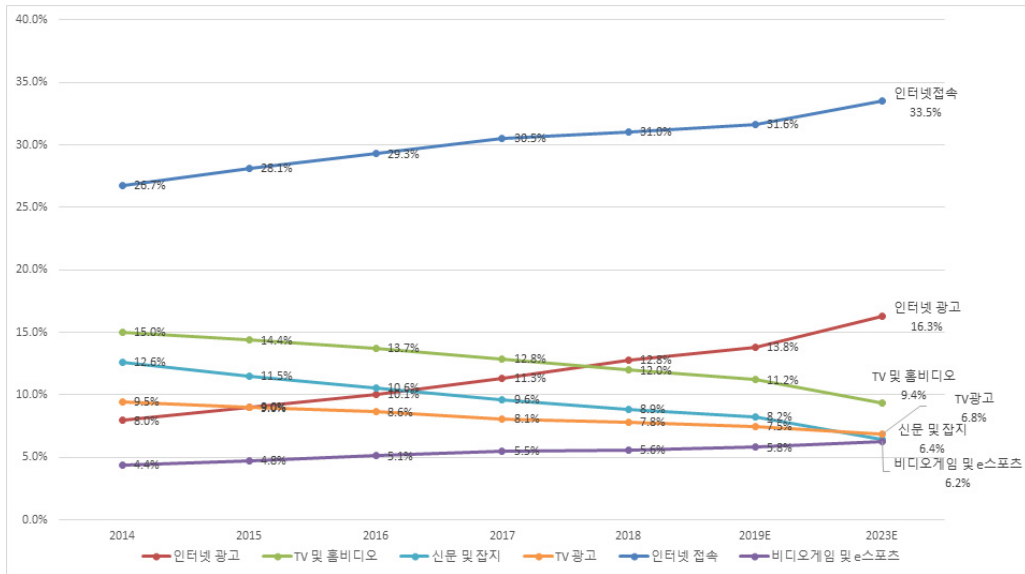
	2017	'16~'17 성장률	2018	'17~'18 성장률	2019E	'18~'19 성장률	2023E	'18~'23 CAGR
인터넷 접속	610,203	10.7%	654,965	7.3%	699,937	6.9%	871,297	5.9%
인터넷 광고	226,376	19.3%	269,496	19.0%	306,228	13.6%	424,808	9.5%
TV 및 홈비디오	257,121	-0.4%	252,734	-1.7%	248,289	-1.8%	244,447	-0.7%
BtoB <sup>1)</sup>	189,557	2.7%	194,956	2.8%	200,487	2.8%	222,558	2.7%
신문 및 잡지	192,202	-3.5%	186,995	-2.7%	182,473	-2.4%	166,887	-2.3%
TV 광고	161,348	-0.9%	164,668	2.1%	166,300	1.0%	177,714	1.5%
도서	120,420	2.0%	122,527	1.7%	124,464	1.6%	129,933	1.2%
비디오게임 및 e스포츠	109,817	13.6%	118,435	7.8%	128,646	8.6%	162,140	6.5%
음악, 라디오, 팟캐스트	95,500	4.0%	99,629	4.3%	103,525	3.9%	116,619	3.2%
극장	42,441	4.6%	44,759	5.5%	47,129	5.3%	55,494	4.4%
OTT (Over-the-Top)	31,115	33.5%	38,173	22.7%	45,268	18.6%	72,754	13.8%
옥외 광고	36,763	4.5%	38,338	4.3%	39,759	3.7%	45,196	3.4%
VR(Virtual Reality)	1,435	242.1%	2,240	56.1%	2,906	29.8%	6,109	22.2%
합 계 <sup>2)</sup>	2,001,352	6.3%	2,110,766	5.5%	2,214,523	4.9%	2,601,473	4.3%

주: 1. BtoB에는 비즈니스정보, 전화번호부 등 디렉토리광고, 무역잡지, 전문서적, 무역 관련 전시회 등을 포함  
 2. 온라인 TV, 온라인 라디오, 디지털 신문, 디지털 잡지, 디지털 무역 잡지, 디지털 디렉터리 광고, 스트리밍 음악 광고, e스포츠 스트리밍 광고, 팟캐스트 광고와 같은 디지털 광고는 각 부문과 인터넷 광고에 이중으로 포함되어 있어 전체 합계에서는 중복을 제외함. 또한, 라디오 사용료에 대한 소비자 지출은 TV와 비디오와 라디오 부문 모두에 포함되지만 합계에서는 중복을 제외하였고, 전문 서적은 도서와 B2B 부문 모두에 포함되어 있어서 합계에서는 중복을 제외함

자료: PwC(2019), Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023

TV 및 홈비디오, TV 광고, 신문 및 잡지 등 세계 E&M 시장을 주도하던 전통 미디어의 비중은 지속적으로 감소하는 반면, 인터넷 콘텐츠의 성장으로 인터넷접속, 인터넷광고, 비디오게임 및 e스포츠 등의 비중은 빠르게 증가하고 있다.

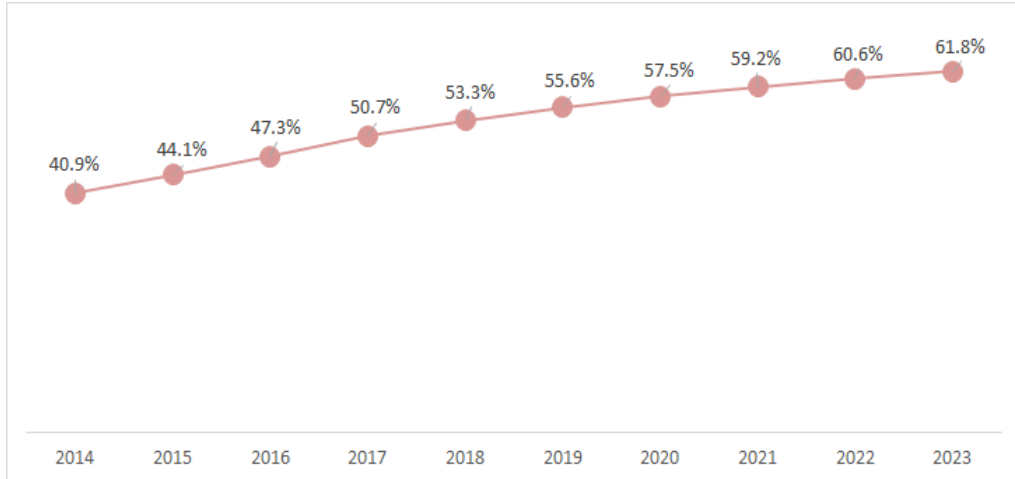
[그림 1] 세계 엔터테인먼트 및 미디어 시장 중 주요 부문의 비중 추이 및 전망



자료: PwC(2019), Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023

세계 E&M 시장은 디지털화가 더욱 가속화될 전망이다. 콘텐츠 소비자들은 스마트폰과 다양한 디지털 기기를 활용하고 있고, 스마트홈과 커넥티드카 등을 통해 더 많은 디지털 미디어 콘텐츠를 소비할 전망이다. 이에 세계 E&M 시장 중 디지털 비중은 매년 상승하여 '17년 50%를 넘겼고, '23년에는 61.8%에 달할 것으로 전망된다. 특히 신문 및 잡지, 서적, 음악 및 라디오 등 전통적인 콘텐츠도 스마트폰과 디지털 기기의 확산, 개인화된 맞춤형 콘텐츠의 확대, 정액형 과금 모델 등으로 인해 디지털화가 급속하게 진행 중이다.(<표 2> 참조)

[그림 2] 세계 엔터테인먼트 및 미디어 시장 중 디지털 비중 추이 및 전망



자료: PwC(2019), Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023

<표 2> 세계 디지털 엔터테인먼트 및 미디어 시장 분야별 현황 및 전망

(단위: 백만 달러)

	2017	'16~'17 성장률	2018	'17~'18 성장률	2019E	'18~'19 성장률	2023E	'18~'23 CAGR
비디오게임 및 e스포츠	90,220	16.8%	98,709	9.4%	108,894	10.3%	143,212	7.7%
· 디지털 비중	82.2%		83.3%		84.6%		88.3%	
신문 및 잡지	26,465	10.6%	28,726	8.5%	30,790	7.2%	37,145	5.3%
· 디지털 비중	13.8%		15.4%		16.9%		22.3%	
BtoB	23,095	9.3%	24,970	8.1%	26,730	7.1%	32,159	5.2%
· 디지털 비중	12.2%		12.8%		13.3%		14.4%	
서적	22,286	9.3%	24,056	7.9%	25,816	7.3%	31,968	5.9%
· 디지털 비중	18.5%		19.6%		20.7%		24.6%	
음악, 라디오, 팟캐스트	16,040	24.0%	18,935	18.0%	22,029	16.3%	30,615	10.1%
· 디지털 비중	16.8%		19.0%		21.3%		26.3%	
옥외 광고	12,720	12.4%	14,157	11.3%	15,563	9.9%	21,224	8.4%
· 디지털 비중	34.6%		36.9%		39.1%		47.0%	
TV 광고	6,979	13.9%	7,894	13.1%	8,817	11.7%	11,861	8.5%
· 디지털 비중	4.3%		4.8%		5.3%		6.7%	

자료: PwC(2019), Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023

### 3. 주요 디지털 엔터테인먼트 및 미디어 시장 전망

#### (1) OTT

전 세계적으로 넷플릭스와 같은 가입형 OTT 서비스는 이용자 편이성과 다양한 콘텐츠 제공으로 인해 빠르게 증가하고 있다. PwC(2019)에 따르면, 전세계 OTT<sup>1)</sup> 시장은 '18년 전년 대비 22.7% 증가한 381.7억 달러를 기록하였고, 향후 5년간 13.8%씩 성장하여 '23년에는 727.5억 달러를 형성할 것으로 전망된다. 최근 Disney+, Apple TV+, WarnerMedia, NBC Universal 등 전통적인 미디어 사업자에 의한 신규 OTT 서비스 출시로 경쟁이 더욱 치열해질 전망이다.

〈표 3〉 세계 OTT 비디오 분야별 현황 및 전망

(단위: 백만 달러)

	2017	'16~'17 성장률	2018	'17~'18 성장률	2019E	'18~'19 성장률	2023E	'18~'23 CAGR
OTT video	31,115	33.5%	38,173	22.7%	45,268	18.6%	72,754	13.8%
Subscription VOD	23,977	41.7%	30,351	26.6%	36,789	21.2%	62,022	15.4%
Transactional VOD	7,138	11.7%	7,823	9.6%	8,479	8.4%	10,732	6.5%

주: Subscription VOD(SVOD)는 회원 가입을 통해 서비스를 제공하는 OTT이고(ex. 넷플릭스), Transactional VOD (TVOD)는 회원 가입이 필요 없는 OTT 서비스임

자료: PwC(2019), Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023

#### (2) 가상현실(VR)

가상현실(VR) 시장은 그동안 높은 비용과 매력있는 콘텐츠의 부족, 불편한 하드웨어 착용감 및 기술적 한계 등으로 예상보다 더딘 성장을 하였으나, 5G의 보급에 따른 네트워크 비용의 감소와 독립형 VR 장비의 출시로 인해 시장이 확대될 것으로 전망되고 있다. PwC(2019)에 따르면, '18년 전세계 VR(Virtual reality) 콘텐츠 시장은 약 22.4억 달러

1) OTT(Over-The-Top)란 인터넷을 통해 드라마나 영화 등의 다양한 영상 콘텐츠를 제공하는 온라인동영상제공서비스로서 대표적으로 넷플릭스와 아마존 비디오 등이 있음

로 전년 대비 56.1% 성장하였고, 매년 22.2%씩 성장하여 '23년에는 61억 달러 시장을 형성할 것으로 전망된다. 분야별로는 VR 게임이 11.8억 달러로 52.9%를 차지하고 있고, 다음으로 VR 비디오가 8.7억 달러로 38.8%를 차지하고 있으나, '23년에는 45.0%로 비중이 증가할 것으로 전망된다.

〈표 4〉 세계 VR 콘텐츠 분야별 현황 및 전망

(단위: 백만 달러)

	2017	'16~'17 성장률	2018	'17~'18 성장률	2019E	'18~'19 성장률	2023E	'18~'23 CAGR
VR(Virtual reality)	1,435	242.1%	2,240	56.1%	2,906	29.8%	6,109	22.2%
VR app	123	268.0%	184	50.2%	200	8.4%	297	10.0%
VR gaming	802	241.2%	1,185	47.9%	1,489	25.6%	3,061	20.9%
VR video	511	237.7%	870	70.3%	1,218	40.0%	2,751	25.9%

자료: PwC(2019), Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023

VR 시장은 향후 5G 서비스의 보급으로 성장이 촉진될 것으로 전망되며, 디지털 기기와 연결된 다양한 VR 헤드셋의 출시로 더욱 성장할 것으로 예상된다. VR 헤드셋 시장은 이용자의 멀미나 어지러움 등 불편한 착용감과 기술적 한계 등으로 인해 예상보다 더딘 성장을 하였으나, 고사양에 이동성을 더한 독립형 VR 헤드셋이 출시되면서 VR 대중화에 대한 기대감이 높아지고 있다. 대표적인 VR 헤드셋으로는 PC나 콘솔 게임기에 연결하여 사용하는 HTC Vive, Sony PS VR과 PC나 콘솔에 연결할 필요 없이 헤드셋만으로 VR 콘텐츠를 즐길 수 있는 Oculus Quest, Lenovo Mirage Solo 등이 있다. IDC(2019. 6)에 따르면, 2020년 전세계 VR 헤드셋 출하량은 58.2% 증가한 1,250만 대로 전망되며, 5G 보급이 확대되고 고사양 콘텐츠가 제공됨에 따라 2023년 출하량은 3,670만 대에 이를 것으로 전망된다.

## 4. 결 어

엔터테인먼트 및 미디어 시장은 개인적인 선호, 상황, 일정에 따라 맞춤형 콘텐츠와 미디어를 소비하고, 능동적이고 개별화된 콘텐츠와 미디어에 대한 선호가 커지고 있다. 특히 영상 콘텐츠의 경우 브로드캐스팅 되는 TV 시청보다는 직접 채널을 선택할 수 있는 OTT 시장이 더욱 성장하고 있다. 또한 인공지능에 기반한 큐레이팅 서비스와 스마트 스피커의 보급은 개인화된 콘텐츠의 성장을 더욱 가속화 시킬 것으로 예상된다.

또한 5G서비스는 대용량 데이터의 전송을 더욱 용이하게 하고, 모바일 콘텐츠에 더 저렴하게 접근할 수 있도록 함으로써 E&M 시장의 성장을 촉진할 것으로 전망이다.<sup>2)</sup> 2019년 6월 기준 5G를 상용화한 국가는 한국, 미국(Chicago, Minneapolis), 스위스, 영국, 스페인 등 5개 국가이며, 중국, 일본 및 유럽 주요 국가들은 2020년까지 상용화 목표로 하고 있어 전세계 5G 가입자수는 2023년에는 13.9억 명, 2025년에는 27.2억 명으로 증가할 것으로 전망된다.(Statista, 2019. 7) 특히 VR 시장은 그동안 높은 비용과 매력있는 콘텐츠의 부족으로 예상보다 더딘 성장을 하였으나 5G의 보급에 따른 네트워크 비용의 감소로 성장 기회가 커질 것으로 예상된다.

### 〈참고문헌〉

- IDC(2019. 6), “Global Augmented and Virtual Reality Headset Shipment forecast 2019-2023”, Statista Published.
- PwC(2019), “Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023”.
- Statista(2019. 7), “Forecast Number of 5G Connections Worldwide by Region from 2021 to 2025 (in millions)”.

2) 5G는 최대속도가 20Gbps로 LTE에 비해 속도가 20배 빠르고, 처리 용량은 100배 증가하여 용량이 큰 VR 콘텐츠의 전송이 가능하게 됨