

# 인터넷 콘텐츠 및 상거래의 정의와 범위

---

## 제 1 장

본 보고서는 인터넷을 통해 유통되는 콘텐츠 및 상거래에 관한 산업동향을 다루고 있다. 이 장에서는 본격적인 내용전개에 앞서 보고서에서 다루고 있는 인터넷 콘텐츠와 상거래의 정의 및 범위에 대하여 간단히 밝혀두고자 한다.

먼저, 인터넷 콘텐츠 산업은 인터넷에서 유통되는 디지털 콘텐츠를 제작, 유통, 소비하는 과정에 연관된 산업을 의미한다. 기본적으로 콘텐츠란 문자, 소리, 화상, 영상 등의 형태로 이루어진 정보의 내용물을 지칭한다. 여기에는 인터넷을 통해 유통되는 것뿐 아니라 출판, 음악, 영화 등의 영상, 사진 등의 화상, 게임, DB정보 등의 광범위한 분야가 포함된다. 일반적으로, 이러한 콘텐츠를 정보기술을 이용하여 디지털화하여 제작, 유통, 소비하는 과정에 참여하는 산업을 포괄하여 디지털콘텐츠 산업이라고 부르는데 이는 다시 유통(전달) 형태에 따라 오프라인과 온라인으로 구분된다. 이 중 오프라인 디지털 콘텐츠는 플로피 디스크, CD-ROM, DVD 등의 매체를 통해 전달되거나 전시관, 영화관, 오락장 등에서 상영 또는 서비스되는 디지털 콘텐츠를 의미하며, 온라인 디지털 콘텐츠는 물적 매체를 통하지 않고 PC통신망이나 인터넷 망 등을 통해 바로 유통되는 디지털 콘텐츠를 의미한다. 그런데, 오늘날 x.25기반의 PC통신 서비스는 거의 자취를 감추고 있으며, 거의 대부분의 온라인 디지털 콘텐츠는 인터넷을 통해 유통된다고 보아도 좋을 것이다. 또한, 700 유료전화 등을 통해 유통되는 디지털 콘텐츠나 SMS 서비스의 경우처럼 분류가 애매한 경우도 무선인터넷의 발전 등으로 점차 인터넷 망을 통한 콘텐츠 산업으로 수렴되어 가고 있는 추세이다. 따라서, 본 보고서에서는 온라인 디지털 콘텐츠 중에서도 인터넷을 매체로 유통되는 디지털 콘텐츠와 관련된 산업들로 대상을 한정하고자 한다.

다음, 인터넷 상거래 관련산업은 인터넷을 통하여 물리적 형태를 지니고 있는 상품이나 오프라인에서 제공되는 서비스에 대한 권리 등을 사고 파는 행위를 직접 영위하거나 중개, 지원하는 산업을 의미한다. 일반적으로 인터넷 상거래는 크게 기업대상(Business to Business: BtoB) 상거래와 소비자 대상 상거래(Business to Consumer: BtoC)로 구분될 수 있다. 그런데, 전자는 중개서비스업 및 정보시스템 구축업, 컨설팅 등과 관련이 깊은 반면 후자는 기존의 도소매 유통업과 유사한 성격을 지니고 있어 하나의 범주로 묶어서 분석하는 것에 다소 무리가 있다. 본 보고서는 인터넷 관련산업들 중에서도 최종 소비자에 접한 활용단계에 초점이 맞추어져 있으므로 기업대상의 상거래는 다루지 않고 있다.

한편, 소비자 대상 상거래는 다시 상품거래를 기반으로 하고 서비스 거래 등을 포함하는 경우(쇼핑몰, 경매 등)와 서비스만을 전문으로 거래하는 경우(금융, 교육, 여행, 부동산, 취업중개 등) 등으로 나눌 수 있다. 좁은 의미의 인터넷 상거래라고도 불리는 전자의 경우 비교적 정의가 분명하고 인터넷 활용을 통해 독립적인 산업의 성격을 강하게 띄게 된 반면, 인터넷을 통한 서비스 거래업의 경우 형태가 매우 다양할 뿐 아니라, 아직도 오프라인 산업의 부속적 역할에 머물고 있어 본 보고서에서 독립적으로 다

루는 것이 부적절한 경우가 많다. 또한, 금융, 교육 등 많은 변화를 겪고 있는 일부 산업들의 경우 서비스의 내용 자체가 변화함으로써 서비스 거래와 콘텐츠 산업의 경계가 애매해져 가고 있는 추세이다. 따라서, 본 보고서에서는 통상적인 관행을 따라 쇼핑몰, 경매 등 상품거래를 기본으로 하는 경우만을 인터넷 상거래로 지칭하기로 한다. 그리고, 서비스 거래업 중에서는 인터넷 금융, 온라인 교육 등 인터넷의 도입을 통해 서비스의 내용이 현격한 변화를 겪고 있으며, 따라서 오프라인 산업과는 독립적인 특성을 갖추며 주목받고 있는 산업들만을 ‘인터넷 활용 서비스’라는 이름으로 다루기로 한다. 이들의 경우에는 사실상 인터넷을 통한 서비스의 거래라는 측면과 인터넷 콘텐츠 서비스의 측면을 동시에 가지게 되어 구분 자체가 무의미해지고 있는 추세이다.

이와 같은 인터넷 콘텐츠 및 상거래에 관한 정의를 바탕으로 본 보고서에서 다루고 있는 세부 산업들의 범위는 <표 1-1>과 같다. 우선, 인터넷 콘텐츠는 다시 포털, 인터넷 신문, 인터넷 방송 등을 포함하는 인터넷 미디어와 인터넷 음악, 영화, eBook, 게임 등을 포괄하는 인터넷 엔터테인먼트 등을 다루고 있다. 다음으로, 전술한 바와 같이 인터넷 활용 서비스의 범주로 온라인 교육<sup>1)</sup> 및 인터넷 금융업을 다루고, 인터넷 상거래로 인터넷 쇼핑몰과 인터넷 경매업 등을 다루고자 한다.

<표 1-1> 본 보고서에서 다루고 있는 인터넷 콘텐츠 및 상거래 분류

분 류		정 의
인터넷 미디어	포털	인터넷 활용의 관문역할을 하는 서비스로서 사용자 트래픽을 기반으로 수익을 창출하는 서비스
	인터넷 신문	웹상에서 하루 1회 이상의 정보내용을 갱신하여 여론을 전달할 목적으로 발행하는 전자적 형태의 신문
	인터넷 방송	텍스트, 그림, 오디오, 동영상 등을 멀티미디어 콘텐츠로 가공, 압축하여 인터넷을 통해 이용자의 요구가 있을 때마다 실시간으로 전송하는 양방향 서비스
인터넷 엔터테인먼트	인터넷 음악	MP3 등 인터넷 네트워크를 통해 유통되는 디지털화된 음악파일 서비스
	인터넷 영화	필름으로 제작된 영화를 디지털화 하거나 디지털 카메라로 촬영된 뒤 디지털 편집을 거쳐 인터넷을 통해 배급되는 영화 서비스
	eBook	다양한 단말기를 통해 열독할 수 있는 디지털화된 책의 제공 서비스
	온라인 게임	통신망을 통해 접속하고 서버에 접속해 있는 타인과 함께 즐기는 유형의 게임

1) 본 보고서에서는 정의상의 차이에도 불구하고 용어 사용에 있어서는 ‘온라인’과 ‘인터넷’을 엄밀히 구분해서 사용하기보다는 일반적으로 통용되는 방식을 따라 혼용하기로 한다. 예를 들어 ‘온라인 금융’의 경우도 인터넷을 통한 금융서비스를 의미하고 있다.

분 류		정 의
인터넷 활용서비스	온라인 교육	인터넷망을 기반으로 개방적, 혹은 폐쇄적으로 서비스되는 디지털 교육 및 양방향 교습 서비스
	온라인 금융	컴퓨터나 이동전화 등을 통한 बैं킹, 보험, 증권 등 기존의 금융서비스 또는 새로운 형태의 금융서비스
인터넷 상거래	인터넷 쇼핑몰	인터넷에서 소비자를 대상으로(B2C) 상품 및 일부 규격화된 서비스를 판매하는 업종
	인터넷 경매	입찰 및 낙찰 형태로 가격을 결정하는 경매방식을 활용한 인터넷 상품판매 혹은 개인간 거래중개업

위와 같은 분류는 현재의 업계의 상황을 상당히 반영한 것으로서 모든 종류의 인터넷 콘텐츠나 상거래를 포괄하기보다는 독립적 범주로서 다룰 수 있을 만큼 중요하거나 성장속도가 빠른 경우만을 다룬 것이라고 할 수 있다. 또한, 예를 들어 인터넷 방송처럼 현재로서는 지상파 방송과의 관계 등으로 인해 주목받고 있는 부분이지만, 인터넷의 특성상 웹캐스팅에 포함할 수 있는 서비스의 범위가 워낙 크기 때문에 점차 독립적 분야로서의 성격이 모호해지는 경우도 있다는 점을 염두에 두어야 한다.

또한, 본 장에서 내려진 정의와 범위설정에도 불구하고 보고서의 논의가 항상 이에만 국한되고 있는 것은 아니다. 세부 분야에 따라서는 인터넷 콘텐츠나 상거래를 중심으로 논의를 진행하되 필요에 따라서는 오프라인의 관련부분도 다루고 있다. 따라서, 예를 들어 게임산업의 경우 산업성격상 관련이 깊은 아케이드 게임이나 패키지SW 게임 등도 다루고 있다는 점을 고려하기 바란다.