

2019 KCA Media Issue & Trend

03

## 리뷰 리포트

### 2019~2023년 글로벌 M&E 산업 전망

1. 들어가며
2. 맞춤형 미디어 콘텐츠의 부상
3. 5G · AI · 개인정보 보호
4. 마치며

# 2019~2023년 글로벌 M&E 산업 전망

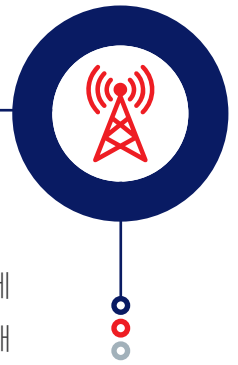
## 요약문

2019년 PwC는 <2019~2023년 글로벌 M&E<sup>1</sup> 산업 성장 전망 보고서>를 발행했다. PwC는 해당 보고서에서 개인 맞춤형 미디어 콘텐츠의 증가, 5G 네트워크와 AI 기술의 활용, 개인정보 보호를 M&E 산업의 주요 이슈로 꼽았다.

## 1. 들어가며

글로벌 컨설팅 기관인 PwC에서 2019년 발간한 <2019~2023년 글로벌 M&E 산업 전망 보고서>는 2023년까지 개인 맞춤형 콘텐츠 시장이 매년 4.3%씩 성장할 것으로 예측한다. 미디어 매체가 TV와 컴퓨터에 한정된 과거와 달리, 현재는 스마트폰·태블릿 등 미디어를 시청할 수 있는 디지털 플랫폼의 종류가 훨씬 다양해졌다. 개인이 원하는 시간대에 원하는 디지털 플랫폼으로 미디어 콘텐츠를 활용하는, 일명 “개인 맞춤형(personalized)” 미디어 시청 경향이 확산되고 있는 것이다. 미디어 업계의 거물들도 AI 기술을 활용한 콘텐츠 추천 서비스를 개발하는 등 소비자를 공략하기 위해 노력하고 있다.

1) 미디어&엔터테인먼트(Media & Entertainment)의 준말



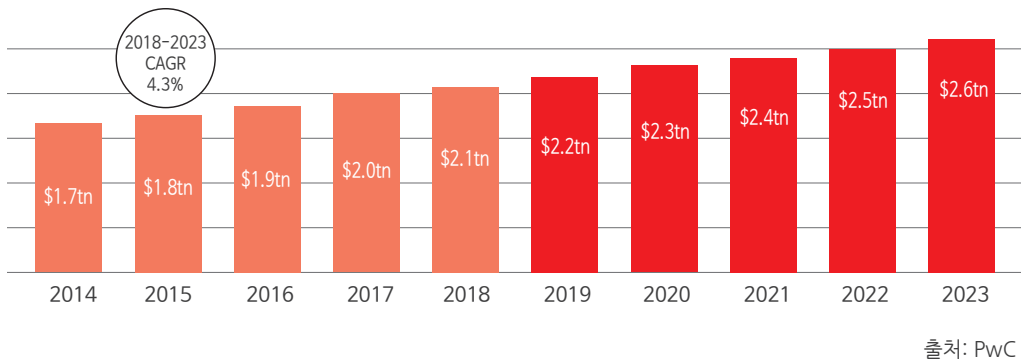
반면, 맞춤형 미디어 콘텐츠가 증가하면서 개인 정보 유출의 위험 또한 확산되고 있다. 이에 따라 각국에서는 미디어 플랫폼에 제공되는 개인 정보 유출에 대한 불안을 잠식하기 위해 미디어 관련 규제를 신설할 수도 있다. 미디어 기업들 또한 소비자 정보의 유출을 방지할 수 있는 개인 정보 관련 정책을 새로이 수립하기 위해 노력하는 추세다.

본고는 〈2019~2023년 글로벌 M&E 산업 전망 보고서〉의 골자인 개인 맞춤형 미디어 콘텐츠, 5G 네트워크와 AI 기술, 개인정보 보호에 대해 고찰하며 향후 5년 동안의 미디어 산업 전망을 제시한다. PwC 보고서에서 주목한 여러 이슈는 향후 미디어 업계의 판도를 예측하는데 도움이 될 것이다.

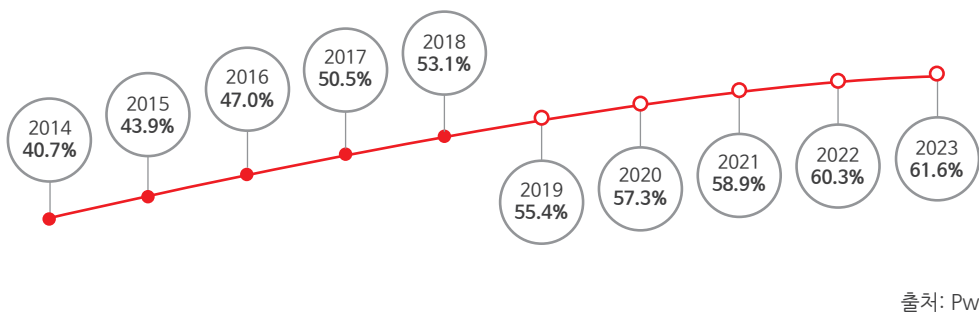
## 2. 맞춤형 미디어 콘텐츠의 부상

### 2.1. 맞춤형 미디어 콘텐츠의 등장 배경

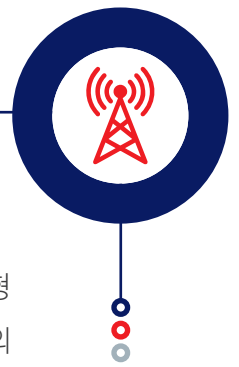
〈2019~2023년 글로벌 M&E 산업 전망 보고서〉에 따르면, 2019년 글로벌 M&E 시장 매출은 2.2조 달러로 전망되며, 향후 5년간 연평균 4.3%씩 증가하여 2023년에는 2.6조 달러에 달할 것으로 예측된다(그림 1). 이와 함께 해당 보고서에서는 전 세계 미디어 소비 패턴을 “사회화(socialization)”와 “고립(isolation)”, 두 단어로 정의했다. 표면적으로 두 단어는 전혀 반대의 의미를 지니지만, 최근 발생하는 미디어 소비 패턴은 두 단어의 양면적 특성을 모두 지니고 있다. 그동안 미디어는 개인 간의 소통 창구 역할을 하며 개인의 “사회화”에 기여해왔다. 하지만 최근 맞춤형 콘텐츠가 부상하면서 개인은 자신의 취향과 선호에 최적화된 맞춤형 미디어를 홀로 감상하는, 일명 “고립된” 미디어 경험도 할 수 있게 되었다.

**그림 1** 2019~2023년간 글로벌 M&E 시장 매출 전망 (단위: 1조 달러)

2019년 PwC 보고서에서는 개인 맞춤형 콘텐츠의 부상이 새로운 플랫폼의 등장과 같은 기술의 발전에서 비롯되었다고 분석한다. 현재 시장 규모가 382억 달러까지 성장한 OTT 플랫폼은 기술 발전에 따라 등장한 대표적인 신(新) 미디어 플랫폼으로, 2023년에는 시장 규모가 현재의 2배에 달할 것으로 전망된다. 최근 개발된 스마트 스피커 또한 미디어 업계에서 영향력이 향상하는 추세이다. PwC 보고서에 따르면, 스마트 스피커 시장의 누적 성장률은 2023년경 38.1%에 달할 것으로 예측되며, 향후 음성 콘텐츠가 부상하는 데 주도적 역할을 할 것으로 기대된다. M&E 업계 매출 중 디지털 플랫폼<sup>2)</sup>의 매출 비율이 2019년에는 55.4%, 2023년에는 61.6%까지 상승할 것으로 전망되며(그림 2), 상당수의 소비자가 맞춤형 콘텐츠를 제공하는 서비스에 호응하고 있는 것으로 분석된다.

**그림 2** 전 세계 M&E 매출 중 디지털 플랫폼 매출의 비중 전망

2) 미디어 플랫폼 중 TV·라디오 등 전통적 플랫폼을 제외한 신(新) 미디어 플랫폼



더불어 PwC 보고서에서는 문화적·지리적 환경에 따른 소비자 선호도의 차이가 개인 맞춤형 콘텐츠의 발전과 관련성을 지닌다고 분석한다. 즉, 맞춤형 콘텐츠가 발전할수록 각 지역의 문화적·지리적 환경을 고려한 콘텐츠의 수가 증가할 가능성이 높다. 예를 들어 종교적 색채가 강한 국가에서는 특정 종교를 비판하는 내용의 콘텐츠를 선호하지 않는 경향이 있기 때문에 해당 지역에서는 종교를 부정하는 내용의 콘텐츠를 제공하지 않을 가능성이 있으며, 추리물을 좋아하는 국가에서는 추리물 관련 콘텐츠가 증가할 가능성이 커져 해당 지역의 맞춤형 콘텐츠가 더욱 풍부해질 것이란 뜻이다.

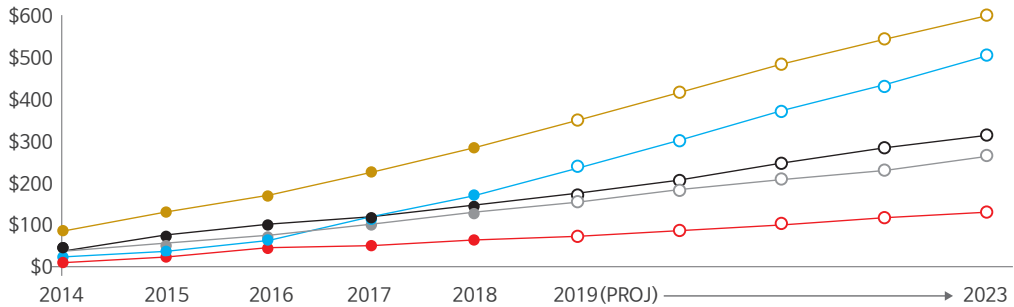
## 2.2. 맞춤형 미디어 콘텐츠의 활용 가능 분야

2019년 PwC 보고서에서는 맞춤형 미디어 콘텐츠의 활용 가능 분야로 특히 광고·e스포츠·오디오 콘텐츠에 주목했다. 광고는 이미 여러 미디어 플랫폼에서 맞춤형 서비스로 제공되고 있다. Amazon은 자사 온라인 판매 사이트에서 소비자의 검색 기록을 바탕으로 선호할 만한 광고를 개별 추천한다. Google도 한 이미지 내에서도 여러 장의 이미지를 동시에 제공하는 쇼케이스 쇼핑 광고를 개시하는 등 맞춤형 광고 기능을 강화하고 있다.

e스포츠 또한, 많은 사용자와 성장 속도 덕분에 미디어 업계에서는 매력적인 시장이다. 일례로, e스포츠 영상을 다수 제공하는 미디어 기업인 Enthusiast는 YouTube 등 여러 온라인 플랫폼에 자사 채널을 구축했으며, 월간 조회 수는 1억 5,000만 건이 넘는다. e스포츠 시장은 2020년경에 10억 달러 규모까지 성장할 것으로 전망되며, 이에 따라 동영상 플랫폼에서는 각 시청자의 선호도에 부합할 수 있도록 다양한 e스포츠 영상을 제공하는 추세가 확산되고 있다. Netflix는 향후 자사의 가장 큰 경쟁사가 동종업계의 HBO나 Hulu가 아니라 e스포츠 게임인 'Fortnite'이 될 수도 있다고 언급할 정도로, e스포츠 시장의 규모와 성장은 괄목할만하다.

**그림 3 전 세계 e스포츠 매출 추이 (단위: 백만 달러)**

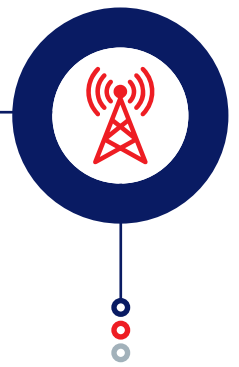
\*(1) 노란선: 스폰서십 (2) 분홍색: 미디어 방영권 (3) 검은색: 스트리밍 광고, (4) 회색: 소비자 후원 (5) 붉은색: 경기 티켓 판매



출처: PwC

오디오 콘텐츠는 음악, 라디오, 팟캐스트 등의 콘텐츠를 총칭한다. 팟캐스트 마니아의 증가, 스마트 스피커의 등장, 음악 스트리밍 서비스의 확산 등이 오디오 콘텐츠가 주목받게 된 배경으로 분석된다. 오디오 콘텐츠 이용의 증가를 반영하듯, 녹음 형태인 음악의 2017년도 매출은 전년 대비 7.7% 상승했으며, 디지털 음악 스트리밍의 2018년도 매출은 전년 대비 28.8% 상승했다. 또한, 시장 조사 기관인 Nielsen과 온라인 라디오 플랫폼인 Qingting FM(Dragonfly FM)의 합동 조사 결과에 따르면, 2018년 중국 내 디지털 오디오 사용 인구는 총 6억 6,100만 명이며, 해당 수치는 중국 내 온라인 사용 인구의 82%에 해당한다. PwC는 2019년도 보고서에서 영국 공영방송인 BBC가 2018년에 자체 오디오 플랫폼인 BBC Sounds를 출시한 사례를 소개하며, BBC Sounds처럼 한 플랫폼 내에서 음악, 라디오, 팟캐스트 콘텐츠를 모두 이용할 수 있는 오디오 플랫폼이 더욱 등장하리라 전망했다.





### 3. 5G · AI · 개인정보 보호

〈2019~2023년 글로벌 M&E 산업 전망〉 보고서가 주목한 또 다른 이슈는 5G 네트워크와 AI 기술의 활용, 그리고 개인정보 보호이다. PwC 보고서는 소비자들이 개인적인 선호도를 반영할 수 있는 미디어 서비스를 선호함에 따라, 개인별로 다른 서비스를 제공할 수 있는 AI 기술과 해당 기술이 원활하게 작동되는 데 필요한 5G 네트워크가 주목받게 되었다고 분석한다.

특히, 5G 기술은 향상된 데이터 전송 용량, 속도<sup>3</sup>를 바탕으로 AI 관련 콘텐츠가 더욱 원활하게 작동할 수 있는 환경을 조성한다. 5G 네트워크 기술이 접목된 미디어 콘텐츠는 화면 지연 확률과 에너지 사용량이 감소하는 효과가 나타난다. 또한, PwC 보고서는 5G 네트워크의 활용이 증가하면 모바일 기기에서의 인터넷 사용량 또한 증가하리라 전망한다. PwC는 모바일 인터넷 매출이 2018~2023년 동안 연간 8%까지 성장할 것으로 예측하며, 해당 연평균성장률은 비디오 게임(6%)·유료 TV 방송(0%)의 연평균성장률보다도 높다.

M&E 업계에서 AI 기술, 5G 네트워크 등 첨단 기술의 활용이 증가하는 반면, 개인 정보 유출의 우려 또한 높아지고 있다. AI 등 첨단 기술을 미디어 콘텐츠에 접목하려면 개인 취향 등 소비자 정보를 확보해야 하기 때문이다. 또한, 미디어 콘텐츠 사용자 가운데서는 여러 미디어 플랫폼을 동시에 이용하는 경향이 확산되면서 개인정보를 다수의 플랫폼에 제공하는 사례 또한 늘어나고 있다. 이에 소비자들은 개인정보 유출에 대한 불안이 심화되는 상태이며, PwC가 발표한 또 다른 보고서인 〈Consumer Intelligence Series: Protect.me〉에 따르면 소비자 중 71%가 본인의 개인 정보를 허락 없이 유출한 기업의 서비스를 이용하지 않겠다고 응답했다. 영국 정보부(ICO)가 개인 정보법 위반 혐의로 Facebook에 65만 8,000달러를 청구한 사건 또한 이러한 불안에 불을 지핀 것으로 분석된다. 이에 PwC 보고서는 소비자와 미디어 기업 간의 신뢰 구축을 강조했으며, 미디어 플랫폼들은 개인 정보 보안을 강화하는 대신 소비자는 플랫폼에 대한 신뢰를 거두지 않아야 한다고 주장했다.

---

3) · 4G 네트워크 대비 데이터 용량은 1,000배, 데이터 전송속도는 100배 높다.

## 4. 마치며

PwC에서 발간한 〈2019~2023년 글로벌 M&E 산업 전망 보고서〉는 향후 5년간 미디어·엔터테인먼트 업계에서 거론될 주요 이슈로 맞춤형 콘텐츠, AI와 5G 등 신기술, 개인 정보 보호를 고찰했다. 이 중에서도 PwC 보고서는 콘텐츠 추천 서비스로 대표되는 개인 맞춤형 콘텐츠 서비스에 중점을 두고 있으며, 기술 발전과 전 세계 각 지역의 다른 사회문화적 환경이 개인 맞춤형 콘텐츠 서비스의 발전과 관련성을 지닌다고 분석했다. 또한 광고, e스포츠, 오디오 콘텐츠 등 분야가 향후 개인 맞춤형 콘텐츠 산업과 긴밀히 연관될 수 있다고 예측했다.

더불어 PwC 보고서는 AI 기술과 5G 네트워크 등 첨단 기술이 접목된 미디어 콘텐츠가 증가하리라 전망했다. AI 기술을 활용하면 개인 맞춤형 콘텐츠를 다양화할 수 있으며, 5G 네트워크는 해당 콘텐츠의 재생 환경이 원활해지도록 지원한다. 한편, 다수의 소비자가 여러 미디어 플랫폼을 동시에 활용하는 경향이 증가하면서 개인정보 유출에 대한 불안 또한 심화되고 있다. 이에 PwC 측은 소비자와 미디어 기업 간 신뢰를 구축하는 일이 중요하다고 주장했다. 2019년도 PwC 보고서는 근 미래의 글로벌 M&E 업계를 분석했다는 점에서 국내 미디어 업계에도 좋은 참고자료가 될 것으로 기대한다.

### REFERENCES

1. PwC 보고서 〈Global Entertainment and Media Outlook 2019~2023〉

