

2019

저작권 보호 연차보고서

Annual Report on Copyright Protection

- 2018년 기준 불법복제물 유통실태 조사 -



2019

저작권 보호 연차보고서

Annual Report on Copyright Protection

- 2018년 기준 불법복제물 유통실태 조사 -



발간사

최근 대한민국이 문화콘텐츠를 통해 세계와 소통하며 진가를 발하고 있습니다. 프랑스 칸 영화제에서 봉준호 감독의 영화 ‘기생충’이 황금종려상을 수상하였고, 방탄소년단 (BTS)의 음악 앨범이 빌보드200 차트에서 1위를 차지하는 등 뚜렷한 자신만의 색깔로 한류가 전 세계를 열광시키고 있습니다. 이처럼 문화콘텐츠가 미래를 책임지는 핵심 산업으로 발전함과 동시에 창작자의 열정이 제대로 가치를 인정받기 위해서는 저작권 보호가 필수적입니다. 10여 년 전부터 우리나라의 저작권 보호 수준은 나날이 향상되었고, 이제는 개발도상국뿐 아니라 선진국도 우리의 저작권 보호체계를 배우고 협력하기 위해 매년 한국을 방문하고 있으며, 그 중심에는 한국저작권보호원이 자리하고 있습니다.

2016년 9월말 설립된 보호원이 올해로 설립 3주년을 맞았습니다. 그동안 저작권 보호와 관련한 사회적·제도적 기틀을 강화하고, 첨단 정보기술을 활용하여 저작권을 보호하는 한편, 국민들의 저작권 존중 의식 함양을 위하여 다양한 사업을 추진해왔습니다. 특히, 지난해에는 온라인상 저작권 침해에 대해 골든타임 내에 신속 대응하기 위한 ‘저작권 침해대응 종합상황실’을 개소한바 있습니다. 또한, 디지털 포렌식 기술역량을 활용하여 저작권 특별사법경찰과의 과학수사 공조를 강화하는 한편, 인공지능 딥러닝 기술을 통해 영상 불법복제물을 쉽게 식별할 수 있는 저작권 보호 기술을 고도화해나가고 있습니다.

‘2019 저작권 보호 연차보고서’는 2018년 한 해 동안 우리나라의 이러한 저작권 보호 활동에 대한 성과와 함께, 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 5개 분야에 대한 불법복제물 시장 규모와 합법저작물 시장 침해규모 등의 다양한 결과를 담고 있습니다. 주요지표 중 잠재적 합법저작물 시장 침해율이 10.7%로, 전년대비 1.8%p 감소하는 등 저작권 보호 환경이 크게 개선된 것으로 나타났습니다. 이는 정부와 저작권자들의 적극적인 저작권 보호 노력과 더불어 국민들의 저작권 존중 의식 개선을 통해 합법적인 콘텐츠 시장이 크게 증가한데 따른 것입니다. 또한, 저작권이 올바르게 보호되면, 우리나라 전체산업에서 약 4조 7천억 원의 국내 생산이 증가하고, 약 4만 1천 명의 새로운 일자리가 창출되는 것으로 분석되었습니다.



2019 저작권 보호 연차보고서



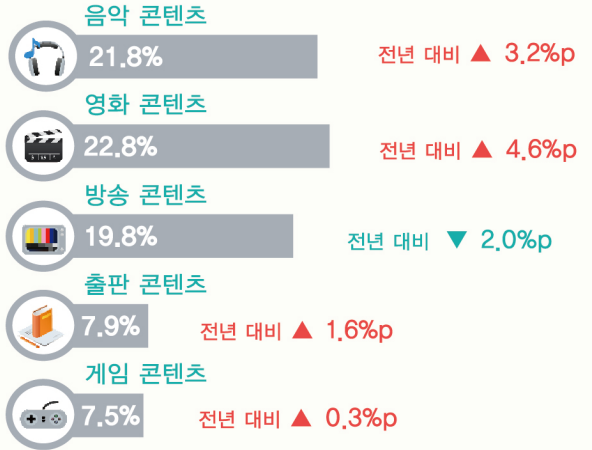
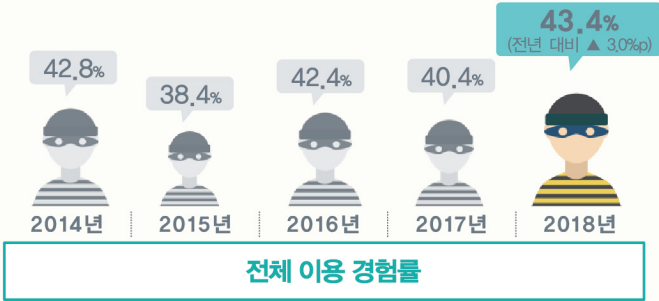
2018년 불법복제물 유통실태 조사 주요결과

불법복제물 이용경험

(만 13~69세 인구)



불법복제물 이용경험 인구

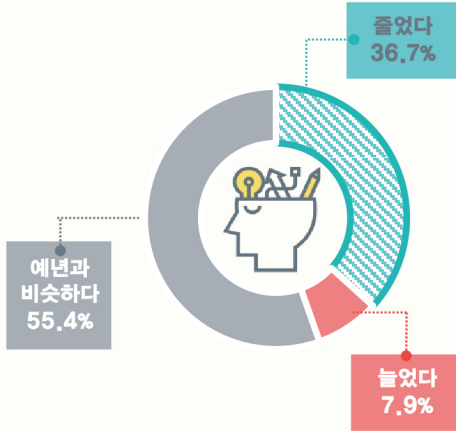
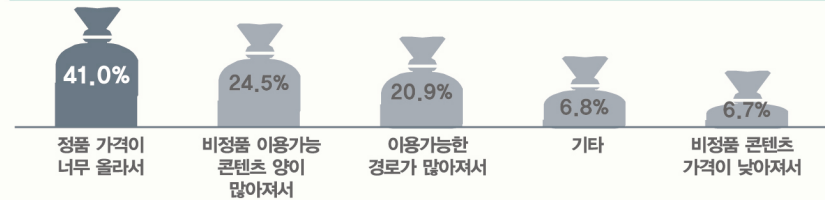


전년 대비 불법복제물 이용 증감 현황

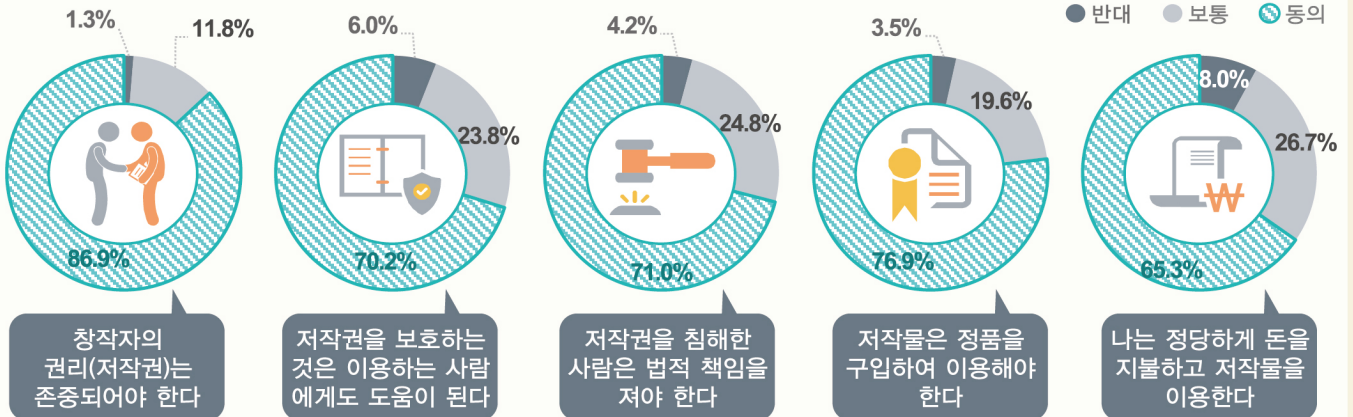
불법복제물 이용이 감소한 이유



불법복제물 이용이 증가한 이유



저작권 보호에 대한 인식



불법복제물 시장규모(금액)

3,792 억 원



▼ 0.6%

3,770 억 원



2017년



음악

▼ 7.4%



영화

▼ 12.5%



방송

▼ 23.1%



2018년



출판

▲ 13.6%



게임

▲ 4.6%



불법복제물 시장규모(유통량)

20억 8,311만 개



▼ 5.6%

19억 6,737만 개



2017년

2018년



음악

▼ 3.2%



영화

▼ 7.3%



방송

▼ 12.1%



출판

▼ 0.8%



게임

▼ 1.5%



합법저작물 시장 침해규모(금액)

2조 5,646억 원



▼ 2.8%

2조 4,916억 원



2017년

2018년



음악



영화



방송



출판



게임

▲ 8.9%

▼ 3.3%

▲ 15.2%

▼ 13.5%

▼ 8.1%

3,452억 원

3,758억 원

8,840억 원

8,550억 원

2,728억 원

3,143억 원

5,598억 원

4,844억 원

5,029억 원

4,621억 원



2017년



2018년



2017년



2018년



2017년



2018년



2017년



2018년



2017년



2018년

합법저작물 시장 침해규모(침해량)

9억 710만 개



▼ 0.2%

9억 558만 개



2017년

2018년



음악



영화



방송



출판



게임

▼ 4.9%

0.0%

▲ 23.5%

▼ 3.6%

▼ 20.0%

5억 7,452만 곡

5억 4,612만 곡



1억 2,772만 편

2017년



1억 2,776만 편

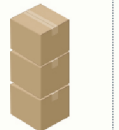
2018년



1억 3,924만 편

2017년

1억 7,194만 편



2018년



4,411만 편

2017년



4,254만 편

2018년



2,152만 편

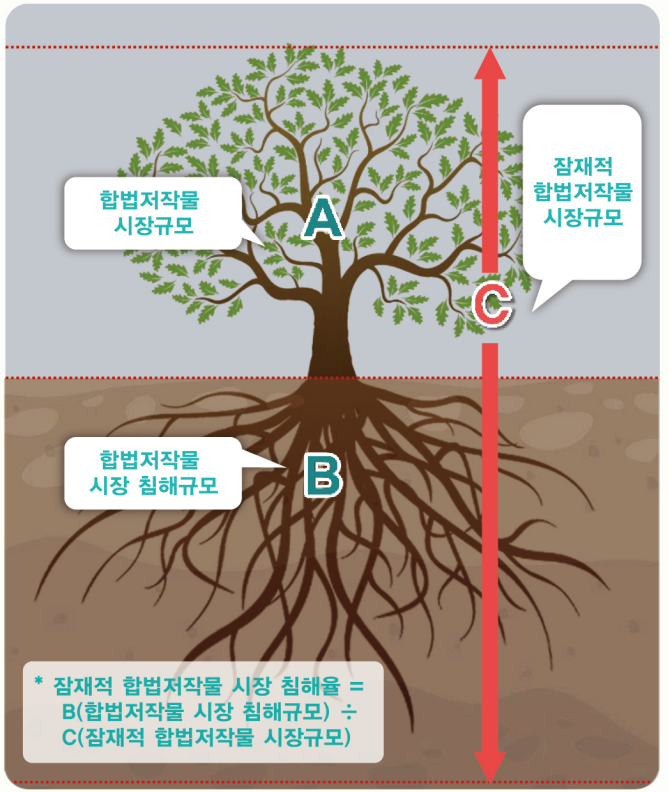
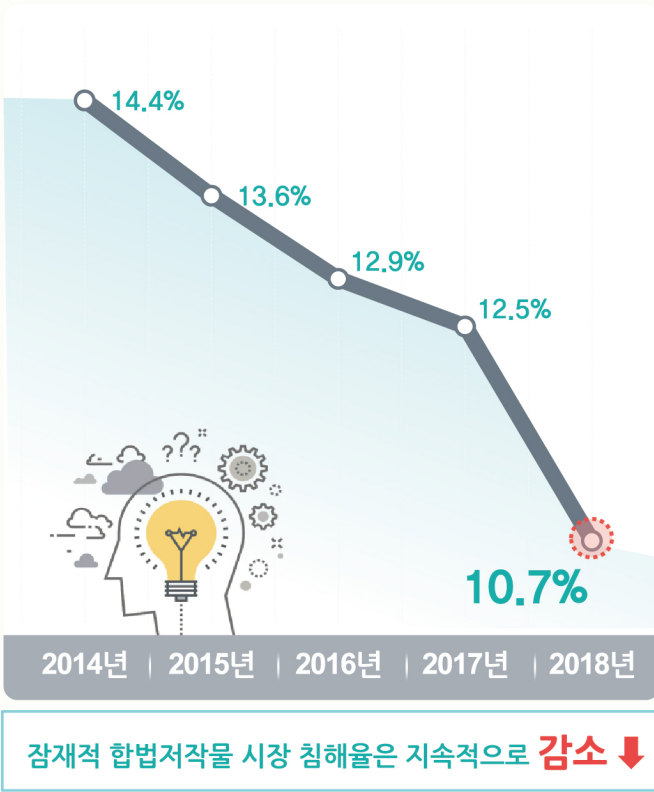
2017년



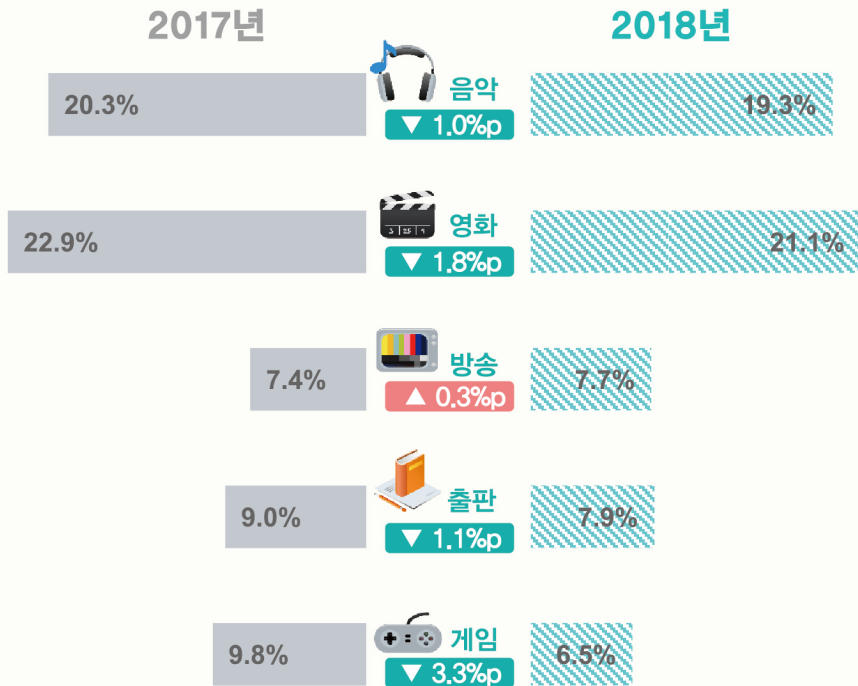
1,722만 편

2018년

잠재적 합법저작물 시장 침해율



콘텐츠별 잠재적 합법저작물 시장 침해율

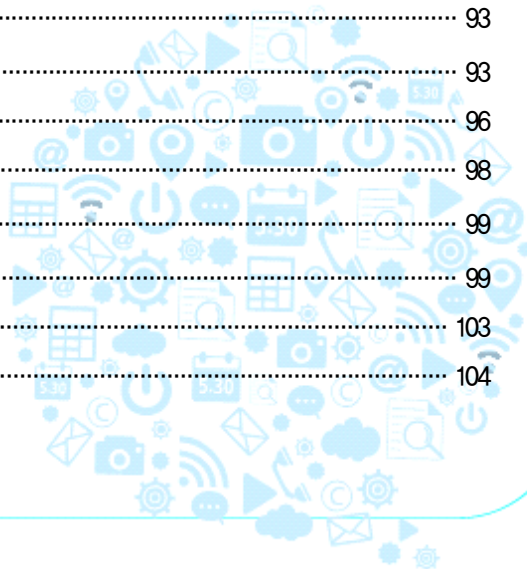


차례

Part 1 저작권 보호 환경 1

제1장 저작권 보호 체계 및 성과	3
제1절 저작권 보호 환경	3
1. 저작권 보호 정책과 법제	3
가. 저작권 보호 정책	3
나. 저작권 보호 법제	8
2. 국내 저작권 보호 체계	14
가. 공공부문	14
나. 민간부문	16
3. 저작권법 주요 개정 이슈사항	19
가. 저작권보호심사위원회 위원 자격요건 강화 및 분과위원회 설치 규정	19
나. 게임 프로그램 등록 시 영상물 자동등록 간주규정	19
다. 미분배 보상금 분배기간 연장 등	20
라. 빅데이터 활용을 위한 복제 허용규정	22
제2절 2018년 한국저작권보호원 활동 성과	23
가. 온오프라인 저작권 침해 대응	26
1) 온라인 분야	26
2) 오프라인 분야	32
나. 저작권 보호를 위한 침해 예방	41
1) 저작권 침해대응 종합상황실 구축	41
2) 불법복제물 추적관리시스템(COP) 운영	42
3) 영상물 침해방지를 위한 인공지능 실증시스템 연구 및 개발	45
4) 디지털 저작권 침해 과학수사 지원	47
5) 불법복제물 유통실태 조사 및 홍보	49
6) 국제 저작권 기술 콘퍼런스(ICOTEC) 개최	54
7) 국제 저작권 보호인력 워크숍 개최	57
8) 저작권해외진흥협회(COA) 운영 지원	59
다. 이용자 보호환경 조성	61
1) 저작권OK 지정사업 운영	61

2) 저작권 열린포럼 개최	64
3) 사업 인지도 제고를 위한 저작권OK 홍보	64
4) '저작권 공정사용 및 침해예방' 안내자료 제작	65
5) 저작권 보호 인식 조성	66
제2장 콘텐츠 유통 환경	69
제1절 음악산업	69
1. 2018년 음악산업 동향	69
2. 합법저작물 유통 환경	73
3. 불법복제물 유통 환경	75
제2절 영화산업	79
1. 2018년 영화산업 동향	79
2. 합법저작물 유통 환경	82
3. 불법복제물 유통 환경	84
제3절 방송산업	86
1. 2018년 방송산업 동향	86
2. 합법저작물 유통 환경	89
3. 불법복제물 유통 환경	92
제4절 출판산업	93
1. 2018년 출판산업 동향	93
2. 합법저작물 유통 환경	96
3. 불법복제물 유통 환경	98
제5절 게임산업	99
1. 2018년 게임산업 동향	99
2. 합법저작물 유통 환경	103
3. 불법복제물 유통 환경	104



차례

제1장 조사 개요	112
제1절 조사의 개요	112
1. 조사의 배경 및 목적	112
2. 조사 연혁	114
3. 조사 내용	116
4. 조사의 방법론	116
5. 조사 설계	117
가. 조사 체계	117
나. 표본 설계	118
1) 모집단	118
2) 표본 추출	118
다. 실사	118
라. 자료 입력 및 처리	119
1) 자료 검증	119
2) 자료 입력 및 분석	119
마. 산출식	119
1) 불법복제물 시장규모 산출식	119
2) 합법저작물 시장 침해규모 산출식	121
바. 표본오차	122
1) 표본오차	122
2) 상대표준오차	122
3) 신뢰구간	123
사. 모집단 현황	123
아. 응답자 특성	125
제2절 조사 적용기준	126
1. 불법복제물 유통의 범위	126
2. 불법복제물의 범위	127
3. 조사 용어의 정의	129
4. 합법저작물 시장 침해의 구조	130
5. 적용단가	131

제2장 불법복제물 유통실태 조사결과 분석	132
제1절 전체 결과	132
1. 불법복제물 이용경험	132
가. 전체 불법복제물 이용경험	132
나. 온라인 불법복제물 이용경험	135
다. 오프라인 불법복제물 이용경험	136
라. 응답자 특성별 불법복제물 이용경험	138
2. 불법복제물 시장규모	141
가. 전체 불법복제물 시장규모	141
나. 온라인 불법복제물 시장규모	154
다. 오프라인 불법복제물 시장규모	164
3. 합법저작물 시장 침해규모	174
가. 전체 합법저작물 시장 침해규모	174
나. 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해규모	176
다. 온·오프라인 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모	180
라. 잠재적 합법저작물 시장 침해율	182
1) 합법저작물 시장규모	182
2) 잠재적 합법저작물 시장규모	183
3) 잠재적 합법저작물 시장 침해율	184
4. 조사결과 분석	187
가. 불법복제물 시장규모 조사결과 분석	187
1) 불법복제물 시장규모 분석	187
2) 콘텐츠별 불법복제물 시장규모 분석	190
나. 합법저작물 시장 침해규모 조사결과 분석	194
1) 잠재적 합법저작물 시장 침해율 분석	194
2) 합법저작물 시장 침해규모 분석	195
3) 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해규모 분석	196
제2절 부문별 결과	199
1. 음악	199
가. 음악 불법복제물 이용경험	199

차 례

1) 유통경로별 음악 불법복제물 이용경험	199
2) 응답자 특성별 음악 불법복제물 이용경험	201
나. 음악 불법복제물 시장규모	204
1) 전체 음악 불법복제물 시장규모	204
2) 온라인 음악 불법복제물 시장규모	211
3) 오프라인 음악 불법복제물 시장규모	218
다. 합법저작물 시장 침해규모(음악)	224
1) 음악 분야 합법저작물 시장 침해규모	224
2) 음악 분야 온·오프라인 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모	226
3) 음악 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율	227
2. 영화	230
가. 영화 불법복제물 이용경험	230
1) 유통경로별 영화 불법복제물 이용경험	230
2) 응답자 특성별 영화 불법복제물 이용경험	232
나. 영화 불법복제물 시장규모	235
1) 전체 영화 불법복제물 시장규모	235
2) 온라인 영화 불법복제물 시장규모	242
3) 오프라인 영화 불법복제물 시장규모	250
다. 합법저작물 시장 침해규모(영화)	253
1) 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모	253
2) 영화 분야 온·오프라인 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모	255
3) 영화 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율	256
3. 방송	259
가. 방송 불법복제물 이용경험	259
1) 유통경로별 방송 불법복제물 이용경험	259
2) 응답자 특성별 방송 불법복제물 이용경험	261
나. 방송 불법복제물 시장규모	264
1) 전체 방송 불법복제물 시장규모	264
2) 온라인 방송 불법복제물 시장규모	271
3) 오프라인 불법복제 방송 콘텐츠 시장규모	278
다. 합법저작물 시장 침해규모(방송)	281

1) 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모	281
2) 방송 분야 온·오프라인 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모	283
3) 방송 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율	284
4. 출판	287
가. 출판 불법복제물 이용경험	287
1) 유통경로별 출판 불법복제물 이용경험	287
2) 장르별 출판 불법복제물 이용경험	289
3) 응답자 특성별 출판 불법복제물 이용경험	290
나. 출판 불법복제물 시장규모	293
1) 전체 출판 불법복제물 시장규모	293
2) 온라인 출판 불법복제물 시장규모	301
3) 오프라인 불법복제물 시장규모	308
다. 합법저작물 시장 침해규모(출판)	313
1) 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모	313
2) 출판 분야 온·오프라인 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모	317
3) 출판 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율	317
5. 게임	320
가. 게임 불법복제물 이용경험	320
1) 유통경로별 게임 불법복제물 이용경험	320
2) 응답자 특성별 게임 불법복제물 이용경험	322
나. 게임 불법복제물 시장규모	325
1) 전체 게임 불법복제물 시장규모	325
2) 온라인 게임 불법복제물 시장규모	332
3) 오프라인 게임 불법복제물 시장규모	339
다. 합법저작물 시장 침해규모(게임)	342
1) 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모	342
2) 게임 분야 온·오프라인 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모	344
3) 게임 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율	345
부록. 2018년 기준 불법복제물 시장규모 및 합법저작물 시장 침해규모 조사결과 요약표	348

차례

Part 3 불법복제물 유통 감소로 인한 경제적 파급효과 357

제1장 저작물 불법복제 감소에 따른 경제적 효과 분석	359
제1절 문제 설정	359
1. 문제 의의 및 분석 대상	359
2. 분석 방법	362
제2절 분석 모형	364
1. 기본 구조	364
가. 산업연관표의 기본 구조	364
나. 투입계수 도출 및 산업연관표의 균형관계	366
다. 각종 유발효과 분석 모형	369
1) 생산 유발효과	369
2) 고용 유발효과	370
3) 부가가치 유발효과	371
4) 세수 증감 효과	372
5) 영업 잉여 증감 효과	373
2. 산업 분류 및 자료	374
가. 산업 분류	374
나. 자료	377
1) 산업연관표(Input-Output Table)	377
2) 각 연도 『저작권 보호 연차보고서』	377
제3절 분석 결과	380
1. 불법복제로 발생된 국내 경제적 손실	380
가. 생산 감소 규모	380
나. 고용 감소 규모	381
다. 부가가치 감소 규모	382
라. 영업잉여 손실 규모	383
마. 세수(생산세) 감소 규모	384
2. 불법복제 방지 노력의 경제적 효과	385

제4절 유사 사례 연구	387
1. 저작권산업	387
2. 음악산업	388
3. 영화산업	390
제5절 결론 및 시사점	392
1. 결론	392
2. 시사점	394



Part 1

저작권 보호 환경



제1장 저작권 보호 체계 및 성과

제1절 저작권 보호 환경

제2절 2018년 한국저작권보호원 활동 성과

제2장 콘텐츠 유통 환경

제1절 음악산업

제2절 영화산업

제3절 방송산업

제4절 출판산업

제5절 게임산업

제1장 저작권 보호 체계 및 성과

제1절 저작권 보호 환경

1. 저작권 보호 정책과 법제

가. 저작권 보호 정책

최근 우리나라는 4차 산업혁명이라는 새로운 시대로의 진입을 앞두고 사회, 문화 등 다양한 분야에서 혁신적 변화를 경험하고 있다. 고도로 발달한 디지털 네트워크와 초연결 사회로의 변화, 빅데이터가 기반이 되는 인공지능과 그에 수반되는 기술의 발전 등이 그것이다. 이런 가운데 우리나라의 문화콘텐츠가 2017년에 이어 2018년에도 전통적인 한류시장이었던 아시아권을 넘어 이제는 미주와 유럽시장 등에서도 큰 인기를 구가하고 있다. 아이돌 그룹 방탄소년단(BTS)의 인기가 미주를 넘어 유럽 전역을 뒤흔드는 것이 그 대표적인 예다. 이뿐만 아니라 우리나라의 문화콘텐츠가 한류시장에서 다양한 장르로 확산되어 가고 있는 것도 주목할 만하다. 과거에는 한류 드라마가 기폭제 역할을 하면서 인기를 누렸던 반면, 최근의 양상은 드라마를 비롯해 영화, 게임, 음악, 웹툰 등 다양한 장르로 급속히 확산되고 있다. 이처럼 국내외적으로 새롭고 복잡하면서도 다양한 환경 변화는 저작권 보호 상에 여러 가지 문제를 야기할 수밖에 없는데, 저작권 보호 정책 추진 시 간과할 수 없는 중요한 요소라고 할 수 있다.

기본적으로 우리나라의 저작권 보호 법제는 세계 대부분의 국가가 취하고 있는 체제와 유사하다. 저작권 침해 우려가 있는 경우에 정지나 방지를 청구할 수 있는 사전 침해 예방청구권 제도, 저작권 침해가 발생한 후에 청구할 수 있는 사후의 손해배상 청구제도 등은 민사적 구제제도의 대표적인 것이다. 또한 저작권 침해에 대한 형사책임을 물을 수 있도록 규정하고 있는 제재제도는 원칙적으로 친고죄 형태이기는 하나, 영리를 목적으로 하거나 상습적으로 저작권을 침해한 경우에는 이를 요구함이 없이 형사제재가 가능하도록 하고 있다.

이에 더하여 우리나라의 구제제도에서는 행정적인 제재도 가능하도록 하고 있다. 특수한 유형의 온라인서비스제공자가 불법적인 전송을 차단하는 기술적 조치를 불이행하는 경우 과태료를 부과할 수 있는 제도는 그 하나다. 또한 온라인서비스제공자를 대상으로 불법적인 복제 및 전송, 게시판 운영 등과 관련한 시정 명령 및 권고, 불법적인 복제 및 전송자에 관한 정보 제공 명령 등의 행정처분을 할 수 있도록 하는 제도도 설치되어 있다. 더욱이 해외 사이트를 통한 저작권 침해 행위에 대하여는 방송통신심의위원회의 심의를 거쳐 저작권 침해 사이트와 게시물에 대한 접속을 차단하는 제도도 마련되어 있는 상태다.

상기와 같은 보호 법제 하에서 정부는 2018년 업무계획을 통하여 ‘권리자 보호와 정당한 보상’을 저작권 보호정책의 하나로 수립하여 추진하였다. 여기에는 첫째, 불법유통에 대한 적시 대응이라는 항목이 있었다. 이는 장르·플랫폼별 새로운 침해실태를 조사하고, 이에 대한 기획수사를 한 다음 그에 따른 대책을 마련한 뒤 ‘인지(적발 및 분석) → 조기경보 → 즉시조치’라는 3단계를 통하여 불법복제물 유통을 적시에 대응하는 방식이다. 구체적으로 링크사이트에 대하여는 현황조사를 한 다음, 모니터링을 실시하여 그 조치결과를 권리자에게 제공하는 한편, 단속을 강화하는 것이 그 내용을 이룬다. 또한 모바일 앱의 경우에는 주요 앱 상의 불법유통에 대한 현황조사 실시 후 권리자에게 그 정보를 제공함으로써 자력구제를 지원하는 것이다. 이와 같은 계획의 일환으로 실제 정부는 2018년 5월 저작권 침해사이트(‘밤토끼’, ‘토렌트김’ 등) 접속차단 및 운영자 기획수사를 실시하였다.¹⁾

둘째, 사전적 보호조치의 일환으로 ‘공정한 계약’이라는 항목을 저작권 보호정책으로 수립 시행하였다. 구체적으로 찾아가는 예술인 상담카페, 지역저작권서비스센터를 구축하여 관련 법률·실무전문가 풀로 하여금 수준별·계약단계별로 체계적인 지원 등을 하도록 함으로써 창작자나 영세기업에 대한 공정한 저작권 계약이 체결되도록 하는 것이 그 내용이다.

셋째, ‘정당한 보상체계’를 이룩하기 위한 항목을 저작권 보호정책의 하나로 수립 시행하였다. 권리자에게 정당한 보상이 돌아가도록 하는 것을 신탁관리단체나 보상금지정단

1) 2018년 : 사이트 접속차단 244개, 폐쇄 25개 사이트(13개 사이트 검거)

체 등 주로 제도권에서 추진하겠다는 것이 그 내용인바, 음원의 전송사용료 분배구조를 개선한다는 것이 대표적이다(매출액 60→65%). 이 밖에도 공연권의 확대시행이 이루어졌으며, 교과용 도서 보상금의 인상과 보상금지정단체에 대한 재심사 등이 세부내용으로 추진되었다.

넷째, ‘업무상저작물’의 저작권법 규율규정을 개정한다는 항목도 저작권 보호정책의 하나로 선정하였는바, 이는 현행의 업무상저작물 규율규정을 창작자주의 원칙에 입각하여 적어도 실제의 자연인인 창작자가 저작권격권을 향유할 수 있도록 하는 제도개선을 뜻한다. 현행의 업무상저작물 규율규정은 실제의 창작자가 아닌 법인 등이 저작자로 될 수 있음을 규정하고 있다. 그 때문에 실제 창작자가 저작자 지위를 인정받지 못하고 있는 구조인바, 이를 실제 창작한 자에게 저작권격권을 부여함으로써 저작자의 인격적 이익을 보호하고자 하는 것이 그 개정내용이었다. 곧, 저작자 보호를 위한 제도개선의 하나로서 업무상저작물 규율규정을 개정하는 것이다.

이에 더하여 정부는 2018년 업무계획을 통하여 ‘문화행정 혁신’이라는 별도의 장에서 ‘해외저작권 보호 강화’에 대한 정책을 수립·시행하였다. 구체적으로 북미·유럽 등의 선진 시장과 중남미·중동 등의 신흥시장에 대한 네트워크 구축 추진, 우리나라 권리자와 해외 유통사 간의 협력 확대가 그 주요 내용이다. 여기에는 민간 교류와 협력국가를 확대하는 것뿐만 아니라, 문화콘텐츠 장르의 확대(방송·음악 → 영화·웹툰·게임·유아출판물 등)와 함께 새롭게 부상하는 해외의 현지 유통사를 발굴하여 협력하는 내용이 포함되었다.

정부는 2018년에 이어 2019년도에도 ‘저작권 보호와 편리한 저작물 이용의 균형’이라는 항목에서 저작권 보호를 위한 다음과 같은 정책을 수립하였다. 첫째 부문은 제도개선으로 ‘창작자 권리’ 항목이다. 여기에는 먼저 ‘영상저작물 공연권 제한규정’의 개선이 자리한다. 현행 저작권법은 상업용 영상저작물에 대하여 비영리 공공시설 등 특정시설을 제외하고 이의 상영에 반대급부가 없는 경우에는 기간의 제한 없이 자유이용이 가능하도록 저작재산권을 제한하고 있는바, 이를 개선함으로써 권리 보호를 꾀하겠다는 것이다.

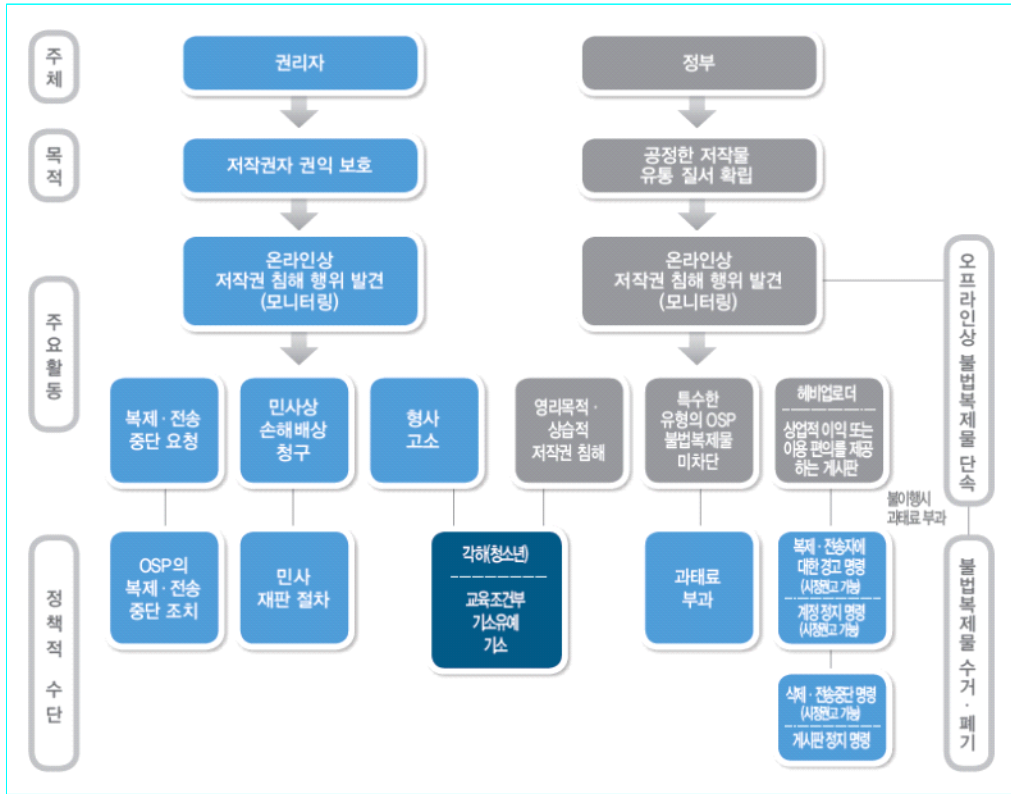
창작자 권리 항목에서의 다음은 공공대출권과 사적복제보상금제도의 도입 검토다. 공공대출권은 공공도서관에서의 도서대여에 대하여 저작자에게 부여되는 배타적 권리의

하나인 대여권의 일종이다. 저작자에게 새로운 권리가 부여되는 만큼 권리가 저작자의 권리는 강화된다. 또한 사적복제보상금제도는 우리나라에서도 그 도입여부를 둘러싸고 오랫동안 논의되어 왔던 것으로 사적 복제에 대하여도 보상금이 지급되도록 하는 제도로써 역시 저작자의 권리가 강화된다는 측면이 있다. 이들 제도는 저작자의 권리 신설 내지 강화를 의미하며, 그로써 결과적으로 창작 진흥을 이룰 수 있게 된다.

둘째 부문은 ‘감시 및 단속’이다. 이는 주로 불법사이트를 대상으로 한 감시·단속이 그 내용을 이루며, 국내외적으로 나뉘어 시행된다. 우리나라의 문화콘텐츠를 불법으로 제공하는 해외 사이트에 대한 단속을 포함하여 정부 합동(문화체육관광부, 방송통신위원회, 경찰청)으로 불법사이트에 대한 차단 및 기획수사의 실시, 모바일을 포함하는 웹하드에 대한 모니터링 확대가 그 구체적 내용이다.

온라인 상의 불법사이트를 대상으로 한 감시 및 단속과 관련하여 종전에는 국내 사이트 중심으로 저작권 침해가 이루어졌던바, 이에는 정부나 권리자가 적극적으로 대응함으로써 상당 부분 감소한 것으로 나타난다. 그러나 근래 들어 국내의 감시·단속의 강화로 말미암아 불법복제물의 유통경로가 해외 서버를 이용하는 불법사이트로 이전하는 현상이 초래되었다. 이에 따라 국내에서 해당 불법사이트에 접근하지 못하도록 차단하는 노력을 더욱 기울이는 한편, 해당 사이트에 대한 광고차단도 병행함으로써 해당 사이트의 운영을 영위하지 못하도록 하고 있다. 또한 오프라인상의 저작권 침해에 대한 대응도 지속적으로 이루어지고 있다. 침해의 사전적 예방을 위한 교육과 홍보가 계속 이루어지고 있는 것이 그 일환이다. 또한 직접적인 침해에 대응하기 위하여 중소기업 정품 소프트웨어 사용 계도 활동과 음악을 불법으로 복제한 메모리 칩(SD카드), 영상 불법복제 DVD, 서적 불법복제물 유통 거점을 중심으로 한 단속 및 영화나 애니메이션 캐릭터의 불법복제물 단속에도 지속적인 노력을 기울이고 있다.

그림 1-1 ■ 우리나라 저작권 보호체계



출처 : 문화체육관광부

우리나라의 저작권 내지 지적재산권 보호수준은 세계적이라고 평가되고 있다. 과거 우리나라는 1992년부터 2008년까지 미국의 무역대표부(Office of the United States Trade Representative, 이하 'USTR')가 제정하는 지식재산권 침해 감시대상국에서 무려 17년간 우선감시대상국이나 감시대상국으로 분류되었던 적이 있었다. 그러나 정부 차원에서 위에서 언급한 것과 같은 지속적이고 강력하며 체계적인 저작권 보호 정책을 펼쳐 나가 2009년부터 2018년까지 10년 연속으로 감시 대상국에서 제외되었다. 2019년 4월 미국은 '2019년도 스페셜 301조 보고서'(2019 Special 301 Report)를 발표하였는바, 여기에서 우리나라는 다시금 감시대상국에서 제외됨으로써 11년 연속으로 달성하는 등 수준 높은 국제적 위상을 확고히 해나가고 있다.

나. 저작권 보호 법제

1) 저작권자의 복제·전송 중단 요구

저작권법 제103조는 온라인상에서 유통되는 자신의 저작물에 대한 권리침해가 발생할 경우에 복제·전송의 중단을 요구할 수 있도록 규정하고 있다. 또한 동조는 온라인서비스 제공자에게 법적 의무를 부여하고 있는바, 그 의무는 권리주장자의 중단요구를 받게 되면 ‘즉시’ 복제 및 전송 중단조치를 취하여야 한다는 것이다. 이는 온라인에서 명확하게 드러나지 않는 저작권 침해부분에 대해 신속한 대응조치를 취하기 위함이라고 할 수 있다.

표 1-1 | 저작권법 제103조 제1항 및 제2항

제103조(복제·전송의 중단)

① 온라인서비스제공자(제102조제1항제1호의 경우는 제외한다. 이하 이 조에서 같다)의 서비스를 이용한 저작물 등의 복제·전송에 따라 저작권, 그 밖에 이 법에 따라 보호되는 자신의 권리가 침해됨을 주장하는 자(이하 이 조에서 "권리주장자"라 한다)는 그 사실을 소명하여 온라인서비스제공자에게 그 저작물등의 복제·전송을 중단시킬 것을 요구할 수 있다.

② 온라인서비스제공자는 제1항에 따른 복제·전송의 중단요구를 받은 경우에는 즉시 그 저작물등의 복제·전송을 중단시키고 권리주장자에게 그 사실을 통보하여야 한다. 다만, 제102조 제1항 제3호 및 제4호의 온라인서비스제공자는 그 저작물등의 복제·전송자에게도 이를 통보하여야 한다.

출처 : 법제처 (국가법령정보센터)

2) 문화체육관광부 장관의 과태료 부과

다른 사람들 상호 간에 컴퓨터를 이용하여 저작물을 전송하도록 하는 것을 주된 목적으로 하는 온라인서비스제공자를 ‘특수한 유형의 온라인서비스제공자’라고 한다. 이러한 유형의 사업자들에 대한 의무를 규정하고 있는 법률이 저작권법 제104조와 제142조이다. 우선 제104조를 살펴보면 문화체육관광부 장관이 이러한 특수한 유형의 온라인서비스제공자의 범위를 정하여 고시할 수 있도록 하였으며, 이에 따라 해당 사업자들은 권리자의 요청이 있는 경우 저작물 등의 불법적인 전송을 차단하는 기술적인 조치 등을 취하여야 한다.

저작권법 제142조에서는 동법 제104조 제1항의 의무를 위반한 온라인서비스제공자에 대한 과태료 부과기준이 명시되어 있다. 해당 조항을 살펴보면 위반 시 문화체육관광부 장관이 '3천만 원 이하의 과태료'를 부과할 수 있도록 규정한다.

표 1-2 | 저작권법 제104조 및 제142조 제1항

제104조(특수한 유형의 온라인 서비스제공자의 의무 등) ① 다른 사람들 상호 간에 컴퓨터를 이용하여 저작물 등을 전송하도록 하는 것을 주된 목적으로 하는 온라인서비스제공자(이하 "특수한 유형의 온라인서비스제공자"라 한다)는 권리자의 요청이 있는 경우 해당 저작물등의 불법적인 전송을 차단하는 기술적인 조치 등 필요한 조치를 하여야 한다. 이 경우 권리자의 요청 및 필요한 조치에 관한 사항은 대통령령으로 정한다.

② 문화체육관광부장관은 제1항의 규정에 따른 특수한 유형의 온라인서비스제공자의 범위를 정하여 고시할 수 있다.

제142조(과태료) ① 제104조제1항에 따른 필요한 조치를 하지 아니한 자에게는 3천만 원 이하의 과태료를 부과한다.

출처 : 법제처 (국가법령정보센터)

3) 불법복제물 수거·폐기 및 삭제

저작권법 제133조는 불법복제물의 수거·폐기 및 삭제 등에 관한 규정이다. 불법복제물의 수거·폐기 및 삭제 등에 대해 법률에서 정한 문화체육관광부 장관, 특별시장·광역시장·도지사·특별자치도지사 또는 시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다)의 권한이 명시되어 있다. 권한 범위는 저작권을 침해하는 복제물의 확산을 돕는 기기, 장치, 정보, 프로그램 등을 발견하면 이에 대해 수거, 폐기 및 삭제를 할 수 있다는 내용이다.

한국저작권보호원은 저작권법 제122조의5(업무) 근거에 따라 문화체육관광부로부터 업무위탁을 받아 업무를 수행 중이다. 이에 따라 음악, 영상, 출판, 게임, 캐릭터 분야의 불법복제물에 대한 행정집행과 문화체육관광부 저작권특별사법경찰의 수사 지원 및 관련단체와 한국저작권보호원이 공조하여 단속활동을 하고 있다.

표 1-3 | 저작권법 제133조 제1항, 제2항, 제3항 및 제5항

제133조(불법복제물의 수거·폐기 및 삭제) ① 문화체육관광부장관, 특별시장·광역시장·도지사·특별자치도지사 또는 시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다)은 저작권 그 밖에 이 법에 따라 보호되는 권리를 침해하는 복제물(정보통신망을 통하여 전송되는 복제물은 제외한다) 또는 저작물등의 기술적 보호조치를 무력하게 하기 위하여 제작된 기기·장치·정보 및 프로그램을 발견한 때에는 대통령령으로 정한 절차 및 방법에 따라 관계공무원으로 하여금 이를 수거·폐기 또는 삭제하게 할 수 있다.

② 문화체육관광부장관은 제1항의 규정에 따른 업무를 대통령령이 정한 단체에 위탁할 수 있다. 이 경우 이에 종사하는 자는 공무원으로 본다.

③ 문화체육관광부장관은 제1항 및 제2항에 따라 관계 공무원 등이 수거·폐기 또는 삭제를 하는 경우 필요한 때에는 관련 단체에 협조를 요청할 수 있다.

⑤ 문화체육관광부장관은 제1항에 따른 업무를 위하여 필요한 기구를 설치·운영할 수 있다.

출처 : 법제처 (국가법령정보센터)

4) 문화체육관광부 장관의 시정명령 조치

정보통신망을 통한 불법복제물 등의 삭제명령에 관한 내용은 저작권법 제133조의2 제1항에 규정되어 있다. 문화체육관광부 장관은 정보통신망을 통하여 저작권법을 위반하는 불법복제물이 전송되는 경우에 저작권보호심의위원회의 심의를 거쳐 대통령령으로 정하는 바에 따라 온라인서비스제공자에게 조치를 할 것을 명할 수 있다는 것이 규정내용이다. 조치가 가능한 내용으로는 첫째, 불법복제물 등의 복제·전송자에 대한 경고(제1호), 둘째 불법복제물 등의 삭제 또는 전송 중단(제2호)이 명시되어 있다.

동조 제2항은 문화체육관광부장관은 ‘불법복제물 등의 복제·전송자에 대한 경고’를 3회 이상 받은 복제·전송자가 불법복제물 등을 전송한 경우에 저작권보호심의위원회의 심의를 거쳐 6개월 이내의 기간을 정하여, 복제·전송자의 계정 정지를 명할 수 있도록 규정한다. 또한 동조 제3항에서는 불법복제물의 복제·전송자로 판명되어 계정을 정지하게 할 경우, 계정정지 7일 전에 해당 계정의 정지사실을 복제·전송자에게 통지해야함도 명시하고 있다.

표 1-4 | 저작권법 제133조의2 제1항, 제2항 및 제3항

제133조의2(정보통신망을 통한 불법복제물등의 삭제명령 등) ① 문화체육관광부장관은 정보통신망을 통하여 저작권이나 그 밖에 이 법에 따라 보호되는 권리를 침해하는 복제물 또는 정보, 기술적 보호조치를 무력하게 하는 프로그램 또는 정보(이하 "불법복제물등"이라 한다)가 전송되는 경우에 위원회의 심의를 거쳐 대통령령으로 정하는 바에 따라 온라인서비스제공자에게 다음 각 호의 조치를 할 것을 명할 수 있다.

1. 불법복제물등의 복제·전송자에 대한 경고
2. 불법복제물등의 삭제 또는 전송 중단

② 문화체육관광부장관은 제1항제1호에 따른 경고를 3회 이상 받은 복제·전송자가 불법복제물등을 전송한 경우에는 위원회의 심의를 거쳐 대통령령으로 정하는 바에 따라 온라인서비스제공자에게 6개월 이내의 기간을 정하여 해당 복제·전송자의 계정(이메일 전용 계정은 제외하며, 해당 온라인서비스제공자가 부여한 다른 계정을 포함한다. 이하 같다)을 정지할 것을 명할 수 있다.

③ 제2항에 따른 명령을 받은 온라인서비스제공자는 해당 복제·전송자의 계정을 정지하기 7일 전에 대통령령으로 정하는 바에 따라 해당 계정이 정지된다는 사실을 해당 복제·전송자에게 통지하여야 한다.

출처 : 법제처 (국가법령정보센터)

5) 시정권고 조치

정보통신망에서 불법복제물이 전송된 사실이 발견된 경우에는 저작권법 제133조의3에 따라 한국저작권보호원이 온라인서비스제공자에게 시정조치를 권고할 수 있다. 여기에서 시정 조치는 크게 3가지로 나뉘는바, 동조 제1항은 제1호에서 제3호까지 이를 규정한다. 첫째, 불법복제물 등의 복제·전송자에 대한 경고(제1호), 둘째 불법복제물 등의 삭제 또는 전송 중단(제2호), 셋째 반복적으로 불법복제물 등을 전송한 복제·전송자의 계정 정지(제3호)가 그것이다.

동조 제2항에서는 통보기간에 대한 조항을 명시했다. 이에 따르면 불법복제물 등의 복제·전송자에 대한 경고나 불법복제물 등의 삭제 또는 전송 중단 등이 권고될 경우 5일 이내, 계정 정지를 권고 받을 경우에는 10일 이내에 그 조치결과가 통보되어야 한다.

표 1-5 | 저작권법 제133조의3 제1항 및 제2항

제133조의3(시정권고 등) ① 보호원은 온라인서비스제공자의 정보통신망을 조사하여 불법복제물등이 전송된 사실을 발견한 경우에는 이를 심의하여 온라인서비스제공자에 대하여 다음 각 호에 해당하는 시정 조치를 권고할 수 있다.

1. 불법복제물등의 복제·전송자에 대한 경고
2. 불법복제물등의 삭제 또는 전송 중단
3. 반복적으로 불법복제물등을 전송한 복제·전송자의 계정 정지

② 온라인서비스제공자는 제1항제1호 및 제2호에 따른 권고를 받은 경우에는 권고를 받은 날부터 5일 이내에, 제1항제3호의 권고를 받은 경우에는 권고를 받은 날부터 10일 이내에 그 조치결과를 보호원에 통보하여야 한다.

출처 : 법제처 (국가법령정보센터)

6) 문화체육관광부 저작권특별사법경찰의 저작권 침해범죄 수사

저작권특별사법경찰의 저작권 침해범죄 수사의 권리와 직무는 ‘사법경찰관리의 직무를 수행할 자와 그 직무에 관한 법률’ 제5조 제26호와 제6조 제23호에 기반한다. 제5조에서는 법률을 통해 '문화체육관광부, 특별시·광역시·도 및 시·군·구에 근무하며 저작권 침해에 관한 단속 사무에 종사하는 4급부터 9급까지의 국가공무원 및 지방공무원'으로 사법경찰관리 직무 수행자의 범위를 규정하고 있다.

표 1-6 | 사법경찰관리의 직무를 수행할 자와 그 직무범위에 관한 법률 제5조 본문 및 제26호

제5조(검사장의 지명에 의한 사법경찰관리) 다음 각 호에 규정된 자로서 그 소속 관서의 장의 제청에 의하여 그 근무지를 관할하는 지방검찰청검사장이 지명한 자 중 7급 이상의 국가공무원 또는 지방공무원 및 소방위 또는 지방소방위 이상의 소방공무원은 사법경찰관의 직무를, 8급·9급의 국가공무원 또는 지방공무원 및 소방장 또는 지방소방장 이하의 소방공무원은 사법경찰리의 직무를 수행한다.

26. 문화체육관광부, 특별시·광역시·도 및 시·군·구에 근무하며 저작권 침해에 관한 단속 사무에 종사하는 4급부터 9급까지의 국가공무원 및 지방공무원

출처 : 법제처 (국가법령정보센터)

법률 제6조에서는 직무범위를 관할 지역 기준으로 제시하고 있다. 이에 따라 저작권특별사법경찰은 현재 서울, 부산, 세종, 광주, 대구에 지역사무소를 두고 저작권 침해 범죄에 대한 수사를 수행하고 있다.

표 1-7 | 사법경찰관리의 직무를 수행할 자와 그 직무범위에 관한 법률 제6조 본문 및 제23호

제6조(직무범위와 수사 관할) 제4조와 제5조에 따라 사법경찰관리의 직무를 수행할 자의 직무범위와 수사 관할은 다음 각 호에 규정된 범죄로 한정한다.

23. 제5조제26호에 규정된 자의 경우에는 소속 관서 관할 구역에서 발생하는「저작권법」중 저작권 침해에 관한 범죄

출처 : 법제처 (국가법령정보센터)

7) 온라인서비스제공자에 대한 법원의 명령

온라인서비스제공자에 대한 법원 명령의 범위는 저작권법 제103조의2에 명시되어 있다. 또한 요건을 충족한 온라인서비스제공자에게 명할 수 있는 조치도 동조 제2항에 별도로 규정한다.

표 1-8 | 저작권법 제103조의2

제103조의2(온라인서비스제공자에 대한 법원 명령의 범위) ① 법원은 제102조제1항제1호에 따른 요건을 충족한 온라인서비스제공자에게 제123조제3항에 따라 필요한 조치를 명하는 경우에는 다음 각 호의 조치만을 명할 수 있다.

1. 특정 계정의 해지
2. 특정 해외 인터넷 사이트에 대한 접근을 막기 위한 합리적 조치

② 법원은 제102조제1항제2호부터 제4호까지의 요건을 충족한 온라인서비스제공자에게 제123조제3항에 따라 필요한 조치를 명하는 경우에는 다음 각 호의 조치만을 명할 수 있다.

1. 불법복제물의 삭제
2. 불법복제물에 대한 접근을 막기 위한 조치
3. 특정 계정의 해지
4. 그 밖에 온라인서비스제공자에게 최소한의 부담이 되는 범위에서 법원이 필요하다고 판단하는 조치

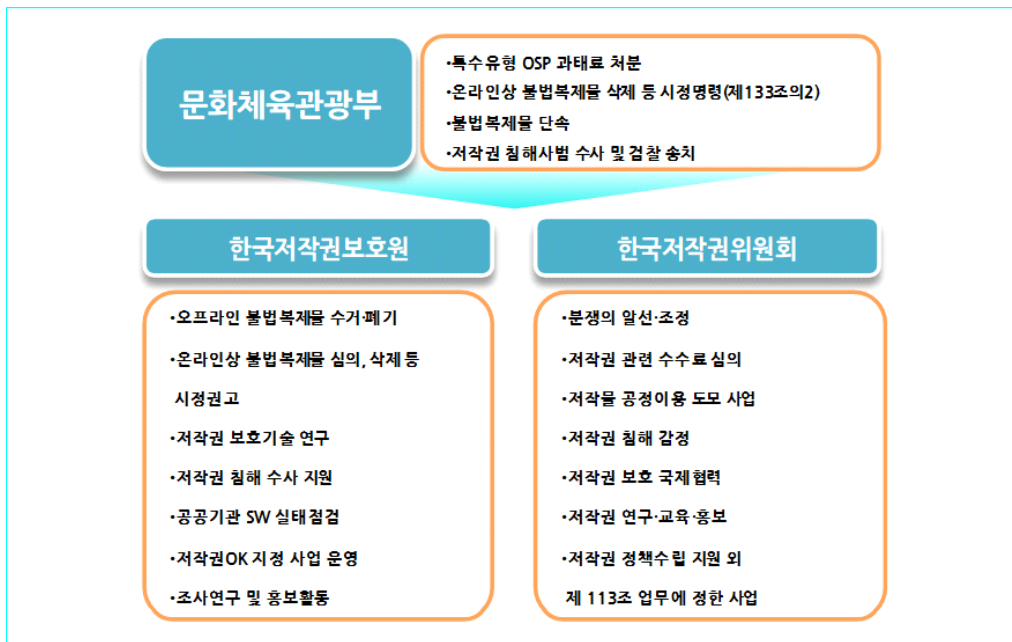
출처 : 법제처 (국가법령정보센터)

2. 국내 저작권 보호 체계

가. 공공부문

우리나라 공공부문의 저작권 보호 체계는 문화체육관광부를 중심으로 하여 문화체육관광부가 운영하는 저작권특별사법경찰, 한국저작권보호원, 한국저작권위원회가 그 역할을 분담하고 있다.

그림 1-2 | 공공부문 저작권 보호 및 관리체계



문화체육관광부 장관은 저작권법 제2조의 2 제1항에 근거하여 저작권 보호의 목적 달성을 위해 (1)저작권의 보호 및 저작물의 공정한 이용 환경 조성을 위한 기본 정책에 관한 사항, (2)저작권 인식 확산을 위한 교육 및 홍보에 관한 사항, (3)저작물 등의 권리 관리정보 및 기술적 보호조치의 정책에 관한 사항의 권한을 가진다. 이러한 권한의 효율적인 행사를 위하여 문화체육관광부는 2017년 9월 조직개편을 통하여 기존 문화콘텐츠 산업실의 보좌기관이었던 저작권정책관을 저작권국으로 개편하여 저작권국 산하에 저작권정책과, 저작권산업과, 저작권보호과, 문화통상협력과를 두었다. 저작권국에서는 우리나라 저작권 정책 종합계획 수립·추진, 합리적인 저작물 이용체계 구축, 저작권 보호체계

강화, 저작권 인식제고를 위한 교육 및 홍보, 세계지식재산기구(WIPO) 등 저작권 관련 국제기구, 외국정부 및 기관과의 협력 등을 추진하고 있다. 또한 저작권법 제133조의 2에 따라 저작권을 침해하는 복제물 등이 전송되는 경우 저작권보호위원회의 심의를 거쳐 OSP에게 복제·전송자에 대한 경고, 불법복제물 삭제·전송중단, 복제·전송자의 계정정지, OSP의 게시판 정지 등의 명령을 내린다.

한국저작권보호원이 업무 지원을 하는 저작권특별사법경찰의 경우 전국 5개 지역을 거점으로 하여 저작권 침해사건에 대한 수사 활동을 한다. 또한 저작권 침해 범외에 대응하기 위해 디지털 저작권 포렌식(Digital Copyrights Forensics) 등의 과학수사 기술을 도입하고 관련 연구를 수행하기도 한다.

그림 1-3 | 저작권특별사법경찰 조직과 관할 지역



출처 : 문화체육관광부

한국저작권위원회는 저작권법 제113조에 따라 (1) 분쟁의 알선·조정, (2) 제105조 제6항의 규정에 따른 저작권위탁관리업자의 수수료 및 사용료의 요율 또는 금액에 관한 사항 및 문화체육관광부장관 또는 위원 3인 이상이 공동으로 부의하는 사항의 심의, (3) 저작물 등의 이용질서 확립 및 저작물의 공정한 이용 도모를 위한 사업, (4) 저작권 보호를 위한 국제협력, (5) 저작권 연구·교육 및 홍보, (6) 저작권 정책의 수립 지원, (7) 기술적 보호조치 및 권리관리정보에 관한 정책 수립 지원, (8) 저작권 정보 제공을 위한 정보관리 시스템 구축 및 운영, (9) 저작권의 침해 등에 관한 감정, (10) 법령에 따라 위원회의 업무로 정하거나 위탁하는 업무, (11) 그 밖에 문화체육관광부장관이 위탁하는 업무를 수행한다.

나. 민간부문

저작권의 특성상 저작권자가 직접 자신의 저작물을 관리하는 것은 상당히 어렵고 이용자들도 자신이 사용하려는 저작물을 개별적으로 저작권자들을 찾아다니며 이용허락을 받는 것도 쉬운 일이 아니다. 나아가 소량의 저작물을 이용하고자 저작권자들에게 이용허락을 받는 것은 가능하다 하더라도 다량의 저작물을 자주 이용하거나 외국의 저작물을 이용하고자 하는 경우에는 이용자가 저작권자와 이용허락을 협상하는 것 등은 더욱 어려운 일이다. 그렇기에 대부분의 저작권자들은 저작권을 관리해주는 단체 또는 업체에 맡겨 자신의 저작물을 관리하는 방법을 택하는데, 이러한 경우 저작권자와 이용자 모두 편의를 도모할 수 있다.

저작권위탁관리업은 이러한 배경 속에서 저작권법에 근거를 두고 탄생하게 되었다. 우리나라 저작권법은 저작권위탁관리업을 다시 저작권신탁관리업과 저작권대리중개업으로 나누어 규정한다. 저작권신탁관리업은 저작재산권, 배타적발행권, 출판권, 저작인접권, 데이터베이스제작자의 권리 등을 그 권리자를 위하여 신탁관리하는 것을 업으로 하는 것을 말한다. 저작권대리중개업은 저작재산권자, 배타적 발행권자, 출판권자, 저작인접권자 또는 데이터베이스 제작자의 권리를 가진 자를 위하여 그 권리의 이용에 관한 대리 또는 중개행위를 하는 업을 가리킨다.

신탁관리에서 신탁의 법적 성격은 신탁법상의 신탁에 해당하여 그 권리가 법률상 수탁자에게 이전된다. 신탁관리단체는 수탁 받은 저작재산권 등을 신탁자를 위하여 지속적으로 관리하며 이용자로부터 사용료를 징수하여 신탁자인 저작권자에게 배분한다. 다만, 일신전속권의 성질을 가지는 저작인격권은 신탁관리의 대상이 아니다.

현재 국내에는 분야별 총 13개 단체가 문화체육관광부의 저작권신탁관리업 허가를 받아 신탁관리업을 영위하고 있다. 이들 단체는 저작권신탁관리 업무 외에도 저작권 보호와 이용 활성화를 위해 노력하고 있다.

우리나라에서 가장 먼저 신탁허가를 받은 단체는 한국음악저작권협회로 1988년에 허가됐으며 이들의 주요관리대상은 음악저작물의 공연권, 방송권, 복제권, 전송권 등이다.

그 외에도 음악저작물을 관리하는 단체는 함께하는음악저작인협회가 있다. 이외에 저작권접권 영역에서 음악과 관련한 한국음악실연자연합회, 한국음반산업협회 등이 있다. 위의 각 단체는 음악저작자(작곡가, 작사사, 편곡자, 음악출판사)의 권리, 음악실연자(가수, 연주자 등)의 권리, 음반제작자의 권리 등을 나누어 집중 관리하는 역할을 한다. 어문저작물의 경우에는 한국방송작가협회, 한국문예학술저작권협회, 한국복제전송저작권협회, 한국시나리오작가협회 등 4곳의 저작권 신탁관리 단체가 있다. 한국방송작가협회의 경우 방송작가의 권리를 관리하며, 한국문예학술저작권협회는 어문·연극·영상·미술·사진 저작자들의 권리를 관리한다. 한국복제전송저작권협회의 경우에 어문저작물의 복사권, 전송권의 관리를 맡는다. 영화부문에는 한국영화배급협회, 한국영화제작가협회 등 2곳이 있다. 이들 모두 영상제작자의 권리를 집중관리하고 있다. 방송부문에는 한국방송실연자협회가 있는데, 동 협회는 주로 방송실연자인 탤런트·성우·코미디언·방송인 등의 권리를 관리한다. 또한 뉴스 영역에서는 한국언론진흥재단이 뉴스 저작자의 권리를, 공공 분야에서는 한국문화정보원이 공공저작물에 속하는 정부·지자체·공공기관 등의 저작물의 저작권을 집중적으로 관리하고 있다.

표 1-9 | 국내 저작권 신탁단체

구분	단체명	주요관리대상
음악	한국음악저작권협회	음악저작권자(작곡가, 작사가, 편곡자, 음악출판사)의 권리
	함께하는음악저작권협회	음악저작권자(작곡가, 작사가, 편곡자, 음악출판사)의 권리
	한국음악실연자연합회	음악실연자(가수, 연주자 등)의 권리
	한국음반산업협회	음반제작자의 권리
어문	한국문예학술저작권협회	어문, 연극, 영상, 미술, 사진 저작권자의 권리
	한국방송작가협회	방송작가의 권리
	한국시나리오작가협회	영화시나리오 작가의 권리
	한국복제전송저작권협회	어문저작물의 복사권, 전송권의 관리
영상	한국영화제작가협회	영상제작자의 권리
	한국영화배급협회	영상제작자의 권리
방송	한국방송실연자협회	방송실연자(탤런트, 성우, 코미디언, 방송인 등)의 권리
뉴스	한국언론진흥재단	뉴스저작권자의 권리
공공	한국문화정보원	공공저작물(정부, 지자체, 공공기관)

3. 저작권법 주요 개정 이슈사항

가. 저작권보호심의위원회 위원 자격요건 강화 및 분과위원회 설치 규정

이상헌 의원이 2018년 10월 31일 대표발의한 저작권법 일부개정법률안은 한국저작권보호원에 설치된 저작권심의위원회의 심의의 공정성과 효율성을 제고하고 저작권 보호역량을 강화하기 위한 취지에서 제출되었다. 위 개정법률안의 내용은 저작권보호심의위원회 위원의 자격 요건을 강화하고 연임을 1회로 제한하며, 위원 수를 확대하고 분과위원회의 법적 근거를 마련하자는 것이다.

현행 저작권법에 따르면, 저작권보호심의위원회는 ① 정보통신망을 통한 불법복제물 등의 삭제명령 등, ② 불법복제물등의 복제·전송자에 대한 경고 등 시정조치 권고, ③ 복제·전송자에 관한 정보 제공의 청구 심의 및 저작권 보호와 관련된 사항의 심의를 위하여 설치된 위원회다. 현재는 위원장 1명을 포함한 5명 이상 10명 이내의 위원으로 위원회를 구성하도록 하면서, 심의위원회의 위원은 저작권·문화산업 및 법률 등에 대하여 학식과 경험이 풍부한 사람 중에서 문화체육관광부 장관이 위촉한 자로 하고, 임기는 3년으로 하되 제한없이 연임할 수 있도록 규정하고 있다.

이런 상황에서 최근 시정권고 및 정보제공 청구 등 저작권보호심의위원회의 심의 실적을 살펴보면, 2015년에 비해 2017년에 시정권고 심의는 약 2배, 정보제공청구 심의는 약 5.5배로 증가하였다. 연간 55만여 건의 시정권고와 8천여 건의 정보제공청구를 10인의 위원이 처리해야 하므로, 심의위원의 업무 부담 완화 측면에서 심의위원 수의 증원과 분과위원회의 설치가 필요한 이유라고 할 수 있다. 또한, 심의위원의 연임 횟수를 1회로 제한함으로써 장기간 재직하는 위원에 의해 심의 공정성이 저해될 가능성을 사전에 억제할 수 있을 것으로 기대된다.

나. 게임 프로그램 등록 시 영상물 자동등록 간주규정

김해영 의원이 2018년 8월 20일 대표발의한 저작권법 일부개정법률안은 게임 콘텐츠의 재활용 가치를 보존하기 위한 취지에서 제출되었다. 위 개정법률안의 내용은 게임을 구동시키는 컴퓨터프로그램을 저작권 등록할 경우에 컴퓨터프로그램의 실행을 통하여

표현되는 영상저작물도 같이 등록된 것으로 보도록 하는 간주규정의 설치다.

현행 저작권법에 따르면 일정의 저작권 등록 사항에 대하여 추정력 등을 부여하고 있으며, 기본적으로 하나의 권리대상물에 대하여 하나의 등록만이 허용되는 체제를 취한다. 그에 따라 컴퓨터프로그램을 비롯하여 그래픽, 음향 등 여러 저작물 등으로 구성되어 있는 게임 콘텐츠의 경우에는 각 해당 저작물 등별로 등록을 하여야 그 각각에 대하여 추정력 등을 부여받을 수 있다.

우리나라 중소기업개발사의 경우 비용문제로 상표권과 컴퓨터프로그램저작권은 등록을 하는 편이지만 다른 권리대상물은 등록하지 않는 경우가 많은 실정이다. 그리하여 게임을 개발하는 벤처회사 등이 경영에 실패할 경우 막대한 자금을 투자해 완성시킨 게임 콘텐츠를 구성하는 여러 가지 권리대상물이 재활용 가치가 있음에도 사장될 가능성이 높다. 이를 재활용하려면 물론 개인에 의한 관리가 필요한바, 현실에서는 위에서 살핀 바와 같이 최소한의 관리조치라고 할 수 있는 저작권 등록조치 하지 않고 있는 것이다.

이 점에서 게임 콘텐츠를 구성하는 컴퓨터프로그램을 저작권 등록할 경우에 그로써 표현되는 영상저작물도 같이 등록된 것으로 보도록 함으로써 권리자를 두텁게 보호하는 한편, 게임 콘텐츠의 재활용을 위한 최소한의 관리조치를 제도적으로 확보하려는 것이 위 개정법안의 취지다. 그러나 이는 하나의 저작물 등에 하나의 저작권 등록만을 허용하는 기존 체제를 허물어뜨리는 것이기 때문에 법적 안정성 문제가 제기될 수 있으며, 저작권이 개인의 재산권이라는 속성상 지나친 법의 개입이라는 비난도 있을 수 있으므로 신중한 검토가 필요한 사안이라고 할 것이다.

다. 미분배 보상금 분배기간 연장 등

김재원 의원이 2018년 4월 19일 대표발의한 저작권법 일부개정법률안은 현행 저작권법이 규정하고 있는 3년의 보상금 지급기간을 5년으로 연장함으로써 보상금 청구권자의 권익보호를 위한 제도적 기반을 마련하자는 취지다.

현행 저작권법은 유치원 및 초·중·고교에서 사용되는 교과용도서에 저작물을 게재하거나 유치원과 초·중·고교 및 대학을 포함한 교육기관과 교육지원기관이 수업 또는 지원 목적상 필요하다고 인정되는 경우에는 사전에 저작권료를 지급하지 않고 사후에 보상금을 지급할 수 있도록 허용하는 규정을 설치하고 있다. 이에 따른 보상금의 징수와 분배는 문화체육관광부장관이 지정한 단체(이하 '지정단체')를 통해서 이루어지고 있으며, 보상금 분배 공고를 한 날부터 3년이 경과하여도 보상권리자에게 미분배된 보상금에 대하여는 문화체육관광부 장관의 승인을 얻어 공익목적에 위하여 사용할 수 있도록 저작권법이 규정한다.

여기에서 현행 저작권법은 미분배 보상금의 사용 가능 기간을 보상금 분배 공고를 한 날부터 3년으로 규정하고 있다. 이에 대하여 동 규정이 보상권리자가 보상금을 지급받을 수 있는 기간을 지나치게 짧게 규정한 것으로 보상권리자의 권익보호를 해치기 때문에 이를 5년으로 연장하고자 하는 것이 위 개정법률안의 입법 취지이자 그 주요내용이다. 또한 위 개정법률안은 이의 실효성 확보를 위하여 대통령령으로 정하는 일정 비율의 미분배 보상금을 적립하여 추후 보상권리자에 대한 정보가 확인되는 경우 보상금을 지급할 수 있도록 하는 개정안도 함께 규정하고 있다.

현행 저작권법에서 규정하고 있는 보상금 지급기간은 당초 보상금 체제가 도입할 때의 그것과 동일하다. 무릇 법은 환경의 지배를 받기 마련이다. 보상금 지급기간은 입법 당시의 환경 특히, 정보환경에 비추어서도 큰 논란 없이 외국의 입법례에 따라 이를 설치하였다. 오늘날의 우리나라 정보환경은 세계 최선두에 있다고 과언이 아닐 정도로 발달되어 있다. 곧, 보상권리자가 보상금 수급정보를 획득할 수 있는 우리나라의 정보환경이 과거에 비하여 더욱 발전된 것이다. 이에 비추어 또한 법적 안정성 확보 차원에서 이 법률안에 대한 비판이 있을 수 있기 때문에 신중한 검토가 필요한 것으로 보인다. 지정단체의 보상금 실제 운용과 관련해서는 미지급분에 대한 유보를 더 길게 산정하여 보상권리자의 권익 보호를 꾀하고 있는 것으로 알려진다.

라. 빅데이터 활용을 위한 복제 허용규정

박정 의원이 2017년 12월 7일 대표발의한 저작권법 일부개정법률안은 제4차 산업혁명을 촉진하고 빅데이터(Big Data) 활용 활성화를 위하여 정보를 분석하는 과정에서 필요한 경우 저작물 등을 복제할 수 있도록 명시적으로 규정하려는 것이 입법취지다.

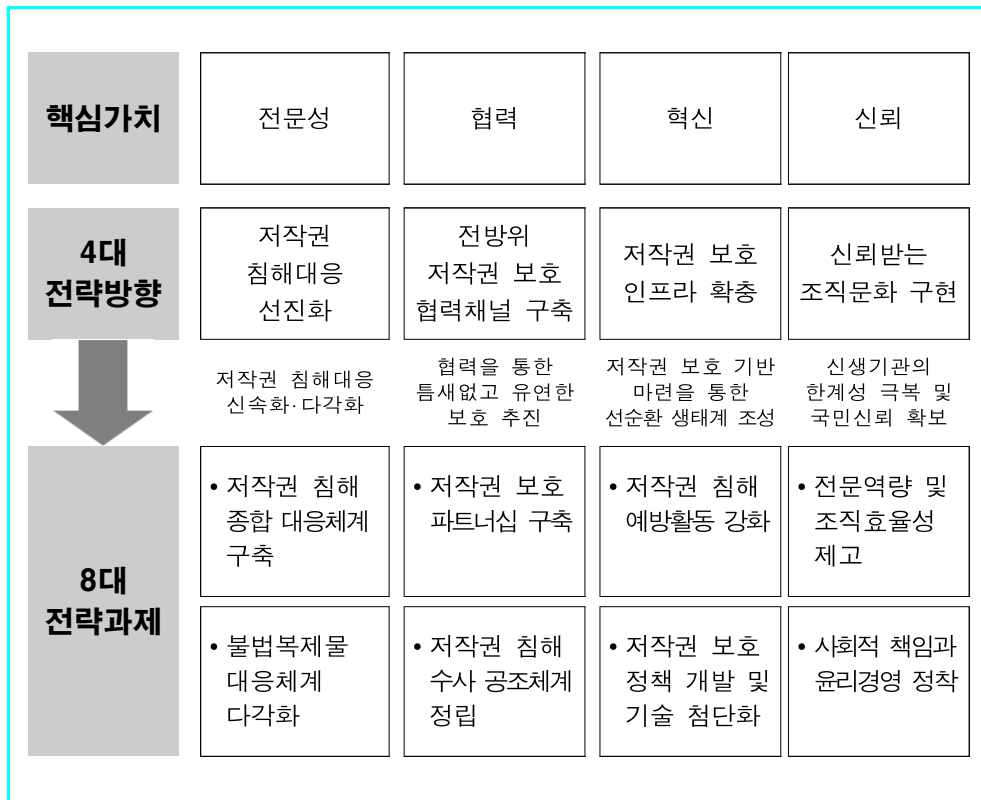
현재 우리나라는 제4차 산업혁명에 매진하고 있는 상황으로 이에 필수적으로 소용되는 빅데이터의 활용이 절실하게 요구되고 있다. 일반적으로 빅데이터 활용이란 자료를 처리하여 필요한 정보를 생성하고, 생성된 정보로부터 결과를 분석하여 가치를 창출하는 것을 의미한다. 빅데이터를 통하여 분석된 정보는 인공지능 등과 함께 제4차 산업혁명을 이끌어 갈 새로운 성장동력으로 활용될 것으로 기대되고 있는 것이다.

빅데이터를 활용하기 위해서는 저작물 등 기존 자료를 처리하여 필요한 정보를 분석하는 것이 필수적이다. 정보를 분석하는 과정에서는 물리적으로 저작물 등의 복제가 수반될 수밖에 없다. 그러나 현행 저작권법은 이에 관한 명시적인 복제권 제한규정을 설치하고 있지 않다. 다만, 관련 조항으로 특정의 경우에 저작자의 이익을 부당하게 해치지 않는 범위 내에서 저작물의 공정한 이용이 가능하다는 포괄적 규정만이 있을 뿐이다. 그렇기 때문에 빅데이터의 활용 특히, 시장에서의 비즈니스는 예측가능성이 담보되지 않는 상황에 처하게 될 수밖에 없다. 곧, 빅데이터의 활용에서 저작권이 역작용을 하고 있는 것이다. 그 점에서 제4차 산업혁명의 기반이 되는 빅데이터의 활용을 위한 복제권 제한은 긍정적인 면이 있다.

제2절 2018년 한국저작권보호원 활동 성과

저작권법 제122조의2에 따라 2016년 9월 30일에 설립된 한국저작권보호원은 저작권 보호를 위한 시책 수립 지원·집행 및 저작권 보호와 관련한 사항을 심의함으로써 저작권 보호에 필요한 사업을 수행하여 문화 및 관련 사업의 발전에 이바지함을 목적으로 하고 있다. 2018년에는 ‘건강한 저작권 생태계를 조성하는 저작권 보호 전문기관’이라는 비전 하에 전략체계 고도화를 위한 핵심가치를 재설정하였다.

그림 1-4 한국저작권보호원 핵심 가치 및 전략방향·전략과제



온라인보호팀은 불법복제물 모니터링을 통하여 상시 대응체계를 구축하고, 보호기술팀은 저작권 침해대응 종합상황실을 비롯한 저작권 보호 관련 기술을 개발하여 저작물 보호체계를 고도화하고 있다. 현장조사팀은 오프라인 불법복제물의 수거·폐기, 저작권 특별사법경찰과의 업무공조와 함께 SW와 관련한 점검활동 및 수사지원 등의 업무를 수행하고 있다. 디지털포렌식팀은 디지털 증거를 분석하여 저작권 침해에 대한 과학수사를 지원하고, 디지털포렌식 기술을 연구하여 저작권 침해 수사의 선진화를 도모하고 있다. 보호홍보팀은 정품 콘텐츠 판매업체 인증사업 등 저작권OK 사업과 관련한 홍보·캠페인과 상담을 진행하며, 조사연구팀은 저작권 침해실태에 대한 객관적인 통계 조사분석 업무와 기획조사 업무를 수행하고 있다.

끝으로 저작권보호심의팀은 저작권법 제103조의3, 제133조의2, 제133조의3에 따른 심의와 보호원 원장이 요청하거나 심의위원회 위원장이 부의하는 심의를 수행하는 저작권보호심의위원회의 사무국 역할을 한다.

가. 온오프라인 저작권 침해 대응

1) 온라인 분야

(1) 온라인 불법복제물 모니터링 활동

한국저작권보호원은 온라인상에서의 올바른 저작물 이용 환경 조성을 위해 불법복제물 추적관리시스템(ICOP)과 상시 모니터링·재택 모니터링 직원을 활용한 불법복제물 유통 상시 감시체계를 구축하여 운영하고 있다.

표 1-10 | 2018년 온라인 불법복제물 모니터링 대상 OSP 현황

유형	2018년 12월 말
	OSP 수
특수유형(P2P, 웹하드)	52
토렌트	41
포털	5
스트리밍 링크	88
기타(웹툰 등)	87
합계	273

※ '기타'는 웹툰, 게시판, UCC를 운영하는 사이트를 의미함

온라인상의 저작권 침해 대응과 다양한 계층의 사회진출 지원을 목적으로 장애인, 경력단절 여성, 다문화 가족 및 차상위 계층을 포함한 온라인 불법복제물 모니터링 직원을 채용하여 재택근무 형태로 운영하고 있다. 2017년에는 295명, 2018년에는 미취업청년을 포함하여 재택모니터링 직원 총 320명을 운영하였다.

표 1-11 | 연도별 온라인 불법복제물 재택모니터링 운영 현황

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
운영 인원	30명	35명	71명	100명	100명	350명	300명	400명	320명	295명	320명

온라인상 불법복제물 유통 감시의 사각지대를 최소화하기 위해 평일, 주말 주야간심야 모니터링을 실시하였다. 또한 웹하드, 토렌트, 스트리밍 사이트, 카페 및 블로그, SNS 등을 중심으로 음악·영화·방송·출판·만화·게임·소프트웨어 장르에 대한 모니터링을 추진하였다. 이와 함께 킬러콘텐츠, 주요 불법복제물 유통 경로와 국내외 신규 침해 유형(토렌트, 링크 사이트 등) 및 한류 침해 해외 사이트에 대한 집중 모니터링 등으로 재택 모니터링 인력의 효율적인 운영을 목표로 하였다. 그 결과 2018년 재택모니터링을 통하여 총 1,408,669건의 불법복제물 모니터링을 수행하였으며, 작년 불법복제물 모니터링 건수에 비해 2배 이상 증가하였다.

표 1-12 | 재택근무 모니터링 현황

(단위: 건)

구분	음악	영상	출판	게임	만화	SW	합계
2017	36,000	462,682	29,239	18,156	38,917	16,859	601,853
2018	65,885	1,134,558	46,062	40,915	88,161	33,088	1,408,669

(2) 온라인 불법복제물 심의 및 시정권고

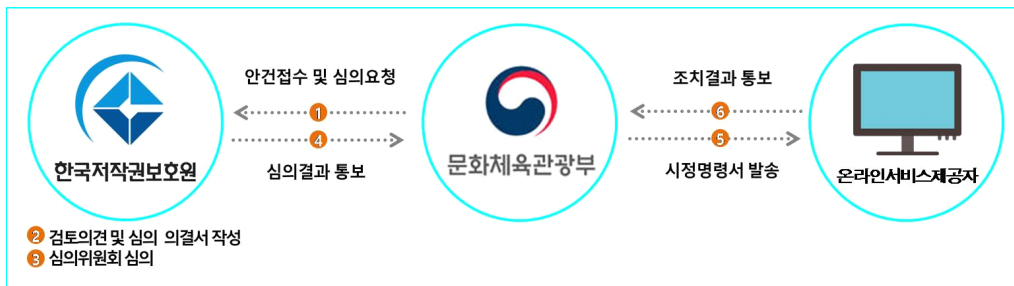
저작권법 제122조의(64)에 따라 구성된 심의위원회는 보호원의 온라인서비스제공자에 대한 시정권고 심의 및 문화체육관광부 장관의 시정명령에 대한 심의를 수행한다. 시정권고란 보호원이 저작권법 제133조의3에 근거하여 온라인서비스 제공자(이하 OSP)에게 불법복제물의 삭제 또는 전송중단을 요구하고, 불법복제물 복제·전송자에게 경고를 하며, 반복적으로 불법복제물을 전송한 자의 계정 정지 조치를 권고하는 것을 말한다. 보호원의 시정권고 불이행 시 문화체육관광부 장관(이하 문체부)은 저작권 유통질서에 미치는 영향 등을 고려하여 경고, 삭제, 계정 정지 및 해당 게시판 정지 등을 동법 제133조의2에 근거하여 명하게 된다.

- 4) 저작권 보호와 관련하여 보호원의 원장이 요청하거나 심의위원회의 위원장이 부의하는 사항의 심의를 위하여 보호원에 저작권보호심의위원회를 두며, 저작권, 문화산업 및 법률 등에 대하여 학식과 경험이 풍부한 사람 중에서 문화체육관광부 장관이 위촉한 5명 이상 10명 이내의 위원으로 구성

그림 1-6 | 저작권법 제133조의3(시정권고 등) 처리 절차



그림 1-7 | 저작권법 제133조의2(정보통신망을 통한 불법복제물 등의 삭제명령 등) 처리 절차



불법복제물 심의 및 시정권고 체계는 모니터링 실적, 일반인·권리자 등의 신고 접수를 받아 불법복제물을 조사하여 검증한다. 검증 결과에 대해 저작권보호심의위원회가 심의한 후 불법복제물의 시정권고, OSP이행 및 통보하는 절차로 진행된다. 저작권보호심의위원회는 심의 운영을 위한 별도의 규정을 마련하여 운영되고 있다.

표 1-13 | 온라인상 불법복제물 시정권고 현황

(단위 : 건)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
경고	13,466	42,794	54,504	130,304	86,455	150,722	133,146	152,766	291,574	294,934
삭제 전송중단	21,840	42,200	53,106	119,560	84,412	145,638	131,768	145,329	263,034	276,230
계정정지	39	91	114	175	0	0	68	182	235	252
계	35,345	85,085	107,724	250,039	170,867	296,360	264,982	298,277	554,843	571,416

* 수치 단위인 '건'은 온라인서비스제공자에게 시정권고한 건수를 뜻함

2018년 온라인상 불법복제물에 대한 시정권고 총 건수는 571,416건으로 전년 대비 16,573건(약 3%) 증가한 것으로 나타났다. 2018년에는 불법복제물 모니터링과 심의 절차가 효율적으로 이루어져 전년도에 비하여 시정권고 건수가 증가하였다. 시정권고 총 건수에서 세부 내용을 보면, 경고 294,934건, 삭제·전송중단 276,230건 및 계정정지 252건으로 조사되었다. 유통 매체별로 살펴보면 웹하드에서 499,349건으로 전년 대비 1,145건(약 0.5%) 증가하였고, 포털은 70,952건으로 전년 대비 15,652건(약 28.3%) 증가하였다. 반면 토렌트, 스트리밍 사이트는 감소하는 추세를 보였다.

표 1-14 | 유통 매체별 온라인상 불법복제물 시정권고 현황

(단위 : 건)

구분	2017년	2018년	전년 대비 증감	
			건	증감률(%)
웹하드	496,862	499,349	1,145	0.5
P2P	1,342	-	-	-
포털 등	55,300	70,952	15,654	28.3
토렌트, 스트리밍 사이트 등	1,339	1,115	-226	-16.9
합계	554,843	571,416	16,573	3

콘텐츠 장르별로는 영상이 457,031건으로 전체 시정권고의 약 80%를 차지하고 있으며, 그 뒤로 음악, 만화, 출판, SW, 게임 순으로 비중을 차지하고 있다.

표 1-15 | 콘텐츠 장르별 온라인상 불법복제물 시정권고 현황

(단위 : 건)

구분	2017년	2018년	전년 대비 증감	
			건	증감률(%)
음악	39,283	37,536	-1,747	-4.4
영상	423,981	457,034	33,053	7.8
출판	16,622	17,712	1,090	6.6
게임	19,631	8,053	-11,578	-59
만화	46,467	37,250	-9,217	-19.8
SW	8,624	13,579	4,955	57.5
계정정지	235	252	17	7.2
합계	554,843	571,416	16,573	3

※ 합계는 장르별 실적과 계정정지 건수를 합산한 수치이며, 계정정지의 경우 장르 구분 불가

또한, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호에 관한 법률」 제 44조의7 제1항 제9호 및 제3항에 근거하여 문화체육관광부는 방송통신심의위원회의 해외 저작권 침해 사이트 접속차단을 위해 저작권 침해 불법성 심의를 보호원에 요청하였다. 이에 보호원은 해외 저작권 침해 사이트 대상으로 내국인의 인터넷 접속 차단을 위해 해외사이트의 불법성 여부를 심의(총 8회)하여 2018년 총 90개 신규 사이트와 171개의 대체 사이트의 접속차단을 추진하였다.⁵⁾ 2018년부터 서버를 해외에 둔 불법 사이트가 증가함에 따라 이에 대응하기 위해 해외 저작권 침해 사이트에 대한 대응방안 연구 용역 및 관계부처 합동 대책 회의(8회)를 진행하였다.

표 1-16 | 정보통신망법에 의한 사이트 접속차단 등

(단위 : 건)

구분	영상·음악	게임	스마트폰 앱	출판	웹툰/이미지	합계
2013년	12	0	0	0	-	12
2014년	44	0	0	0	-	44
2015년	122(177)	0	0	208	2(이미지)	122(385)
2016년	209(116)	(2)	0	(7)	(86)	209(211)
2017년	65(0)	0	4	(139)	3(566)	72(705)
2018년	205(4)	0	0	(582)	58(1,259)	263(1,845)

- ※ (절차) 중앙관서장의 요청 → 방송통신심의위원회 심의 → 처분
- ※ 2015년부터 게시물 접속차단 시행으로 ()밖의 수치는 사이트 건수를, ()안의 수치는 게시물 및 게시판 건수를 의미함
- ※ 2017년도에는 ‘웹툰’ 분야가 신규로 추가되었음
- ※ 접속차단은 2019년도부터 방송통신심의위원회에서 접수심의 및 처분

(3) 복제·전송자 정보제공청구 관련

저작권법 제103조의3에 따르면 저작권에 대해 권리를 주장하는 자가 민·형사상 절차에 필요한 복제·전송자의 정보를 온라인서비스제공자에게 요청하였으나 온라인서비스제공자가 이를 거절할 경우, 권리주장자는 문화체육부장관에게 해당 온라인서비스제공자에 대하여 정보의 제공을 명령하여 줄 것을 청구할 수 있다. 문화체육부장관이 이런 청구를 받았을 시, 저작권보호심의위원회의 심의를 거쳐 온라인서비스제공자에게 해당 복제·전송자의 정보를 제출하도록 명할 수 있다. 저작권보호심의위원회는 2018년 복제·전송자

5) 2018년도 수치에서 접속차단 추진건수(261건)보다 조치건수(263건)가 많은 이유는 2017년에 요청된 접속차단 일부가 2018년에 이루어졌기 때문이다

에 관한 정보제공 청구 심의를 21회 개최하여 8,146개 계정을 심의하였다.

그림 1-8 | 저작권법 제103조의3(복제·전송자에 관한 정보 제공의 청구) 처리 절차

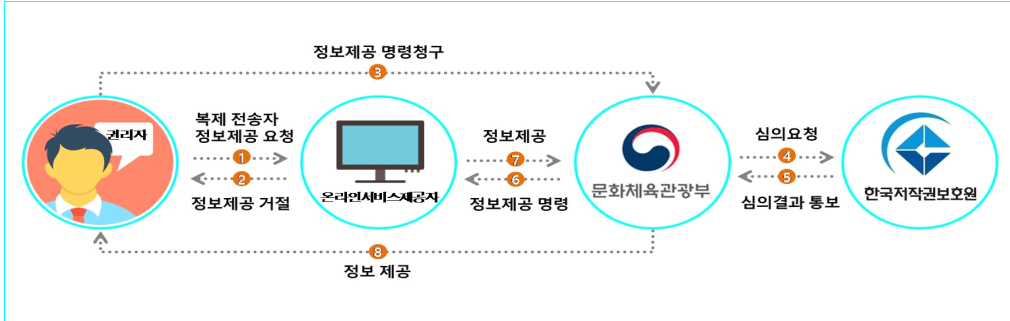


표 1-17 | 복제·전송자 정보제공청구 관련 (법 제103조의3)

(단위 : 회, 개)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
심의횟수(회)	1	6	13	12	11	22	21
계정 수(개)	27	2,353	3,613	1,607	1,258	8,874	8,146
심의 결과	가결	24	1,856	651	813	964	7,786
	부결	3	497	2,962	794	294	1,088

※ 부결 사유 : OSP 거절사실 확인불가, 권리소명부족, 게시일자 확인불가 등

(4) 민관 협력 대응조치

한국저작권보호원은 OSP(온라인서비스제공자)와 협력 체계를 구축하여 권리자가 보호원으로 보호를 요청한 저작물 중 명백한 저작권 침해물에 한정하여 OSP의 약관에 따라 적절한 조치를 취할 수 있도록 요청하고 있다. 민관 협력 대응조치를 통해 시정권고와 같은 행정절차 없이 빠르게 불법복제물을 삭제할 수 있으며, 2018년에는 불법복제물 38,016건이 24시간 이내에 삭제 조치가 완료되었다. 2017년에 시작된 민·관 협력 대응 조치는 2018년 참여 OSP가 22개에서 32개로 증가하였으며 조치에 소요되는 시간도 1.5일에서 0.85일로 단축되었다. 더 넓은 협력체계 구축을 위하여 권리자 단체 간 업무협약(MOU)을 추진하였으며, 그 대상은 CISAC(국제저작권관리단체연맹), 워너브라더스, ESA(미국게임산업협회)로 총 3곳이다. 또한 저작권 침해 현안 의견수렴을 위하여 13곳과의 실무협의체를 운영하였고, 정부부처와 권리자, 방송사 및 ISP 등이 참여한 해외사

이트 저작권 침해 대책회의를 8회 개최하여 협력관계를 강화하였다. 이를 바탕으로 향후 협력체계를 지속적으로 확대할 계획이다.

그림 1-9 | 민관 협력 대응조치 처리 절차



- ※ 민관협력조치 대상 OSP: 저작권법 제102조제1항제3호 다목⁶⁾에 따라 보호원이 침해사실을 OSP에 통지 시, OSP는 약관에 따라 조치
- ※ 민관협력조치 비대상 OSP: 긴급심의

2) 오프라인 분야

(1) 오프라인 불법복제물 수거·폐기 활동

오프라인에서는 2018년 전국 주요 거점을 중심으로 음악, 영상, 게임, 출판, 캐릭터 콘텐츠에 대한 단속을 실시하여 530곳의 거점을 단속하였다. 단속거점이 가장 집중된 곳은 영남권(168곳)이며, 수도권(165곳), 호남권(100곳), 충청권(80곳), 영동권(14곳) 및 제주(3곳) 순이다.

6) 온라인서비스제공자가 침해를 실제로 알게 되거나 제103조제1항에 따른 복제·전송의 중단요구 등을 통하여 침해가 명백하다는 사실 또는 정황을 알게 된 때에 즉시 그 저작물등의 복제·전송을 중단시킨 경우

표 1-18 | 오프라인 불법복제물 단속거점 현황(2018년 기준)

(단위 : 곳, %)

구분	음악 콘텐츠		영상 콘텐츠		출판 콘텐츠		캐릭터 콘텐츠		전체	
	거점수	비율	거점수	비율	거점수	비율	거점수	비율	거점수	비율
수도권	46	24.8	28	73.7	88	29.2	3	75	165	31.2
충청권	32	17.3	4	10.5	44	14.5	-	-	80	15.0
영동권	9	4.8	-	-	5	1.6	-	-	14	2.6
영남권	60	32.3	6	15.8	102	33.8	-	-	168	31.8
호남권	37	19.8	-	-	62	20.6	1	25	100	18.9
제주	2	1.0	-	-	1	0.3	-	-	3	0.5
총계	186	100	38	100	302	100	4	100	530	100

※ 전국 오프라인 불법복제물 단속거점은 2018년 1월~12월 간의 누적치임

※ 수도권(서울, 경기, 인천), 충청권(대전, 세종, 충남, 충북), 영동권(강원), 영남권(부산, 대구, 울산, 경남, 경북), 호남권(광주, 전남, 전북), 제주(제주)

2018년 오프라인 불법복제물 수거·삭제 실적은 예방 활동까지 포함하여 총 3,329건이다. 콘텐츠별로 살펴보면 음악 불법복제물은 2018년에 186건으로 전년 575건 대비 389건 감소하였다. 단속 건수가 크게 감소한 이유는 불법 음원이 내장된 SD카드 장착 라디오의 수요 자체가 큰 폭으로 감소함에 따라 자연스럽게 불법 SD카드 판매 거점 및 2018년 단속량의 감소로 이어졌으며, 이는 지속적인 단속 활동과 전국 전통시장을 대상으로 한 음악 유통 단속으로 불법복제물 유통 최소화를 위한 보호활동의 영향이 반영된 결과라고 볼 수 있을 것이다.

영상 불법복제물은 2018년에 38건으로 전년 157건 대비 119건 감소하였다. 영상 불법복제물 단속 점수가 감소한 이유는 스마트 휴대기기, IPTV, 동영상 스트리밍 사이트 등 영상 콘텐츠의 이용 플랫폼이 다양해지고 편리해짐에 따라 오프라인 불법복제물 이용이 점차 감소하고 있기 때문이다. 현재 영상 불법복제물의 경우 용산 전자상가 일대, 평택 미군부대 주변을 거점으로 하여 10개 미만으로 운영되고 있으며 불법 유통량 또한 소량에 그치고 있다.

출판 불법복제물은 2018년에 302건으로 전년 503건 대비 201건 감소하였다. 출판 불법복제물 단속 건수가 감소한 이유는 2018년 수도권 84개 대학교의 교내·교외 복사업소

를 대상으로 한 특별 감시 활동 효과가 반영된 것으로 보인다. 특히, 출판의 경우 총 4회에 걸쳐 상·하반기 신학기 대학가 단속 및 시험기간, 방학기간 시점 학원가 주요 유통 거점에 대한 집중점검을 수행하였다.

게임 불법복제물은 게임CD의 지속적인 단속과 게임 이용방식의 변화로 예전과 같이 노점 형태의 판매처를 거의 찾을 수 없지만 PC기반과 단말기 형태로 이용되는 게임 콘텐츠는 단속을 피해 여전히 은밀하게 거래되고 있다. 게임 불법복제물은 스마트폰과 온라인으로의 이용방식 변화로 인해 대부분 온라인에서 불법 파일 형태로 유통되고 있으며, 오프라인 상 불법유통은 거의 찾아보기 힘든 상황이다. 불법 이용을 위한 단말기 개조와 같은 불법 행위도 일부 제한된 고객에 한해 은밀하게 이루어지는 등 단속 또한 어려운 실정이다.

캐릭터 불법복제물은 2018년에 4건으로 전년 47건 대비 43건 감소하였다. 캐릭터 불법복제물 단속 건수가 감소한 이유는 대규모 불법복제물 유통업자를 중심으로 한 저작권 특별사법경찰과의 기획단속과 중국 등 해외에서 수입되는 불법복제물이 감소한 결과로 추정된다. 불법캐릭터 복제상품 단속은 신규 유형 침해 대응을 위해 2014년부터 시작되었다. 2016년에는 정부 대책에 따라 문화체육관광부 저작권 특별사법경찰과 관세청의 공조체제를 구축하여 불법 캐릭터 복제상품의 집중단속 및 단속범위 확대를 통해 단속량이 크게 증가하였다.

표 1-19 | 2018년 오프라인 불법복제물 수거·폐기 실적

구분	세부 품목	2016년		2017년		2018년	
		건	점	건	점	건	점
음악	테이프	920	24	575	150	186	56
	음악CD		7,108		12,661		3,406
	파일		7,669,859		4,054,130		1,399,282
	기타		1,118		-		-
	소계	920	7,678,109	575	4,066,941	186	1,402,744
영상	VCD	432	-	157	-	38	-
	DVD		78,342		10,170		861
	파일		5,622		2,433		520
	기타		64		1,158		-
	소계	432	84,028	157	13,761	38	1,381
출판	책	456	9,253	503	4,501	302	3,407
	파일		12,190		30,479		12,498
	기타		-		-		-
	소계	456	21,443	503	34,980	302	15,545
게임	CD	-	-	-	-	-	-
	칩		-		-		-
	파일		-		-		-
	기타		-		-		-
	소계	-	-	-	-	-	-
캐릭터	문구	10	-	47	-	4	-
	완구		3,385		1,673		18,265
	기타		29,833		35,492		-
	소계	10	33,218	47	37,165	4	18,265
합계		1,818	7,816,798	1,282	4,152,847	530	1,437,935

※ 불법복제물 단속 수치 단위인 '건'은 적발 횟수를, '점(수량)'은 적발된 불법복제물의 수를 의미함

출판 불법복제물의 경우 매년 전국 주요 대학의 개학 시기에 맞춰 대학 및 인근 복사업소, 학원가, 인쇄소를 중심으로 상·하반기(3월과 9월) 2차례에 걸쳐 출판 불법복제물에 대한 집중단속을 추진하고 있다. 2018년에는 상·하반기 출판 합동단속 결과 총 286건, 15,465점을 수거하였으며 전년 대비 174건(-37.8%), 19,341점(-55.6%) 감소하였다. 단속 건수 및 점수가 감소한 이유는 대학교의 강의 방식 변화, 학생들의 중고서적 구매와 함께 복사업체들의 단속 회피 수단이 다양해진 결과로 보이며, 실버감시원 운영을 통하여 수도권 84개 대학교의 교내외 복사업소 대상 불법복제물 특별 감시활동의 영향이 반영되었다.

표 1-20 | 2018년 신학기 출판분야 집중단속 실적

구분	상반기		하반기		합계	
	건	점	건	점	건	점
2014년	195	9,740	174	5,734	369	15,474
2015년	237	12,058	222	4,277	459	16,335
2016년	284	17,391	135	3,913	419	21,304
2017년	239	9,106	221	25,700	460	34,806
2018년	147	9,516	139	5,949	286	15,465

2018년에는 출판 분야를 중심으로 캐릭터와 음악 분야의 특별단속을 추진하였다. 총 6회에 걸쳐 437건의 단속 실적을 기록하였다. 주요 특징을 살펴보면, 3월과 9월에는 신학기를 맞이해 대학가 복사업소 대상 출판 분야의 단속을 실시하여 286건의 실적을 쌓았다. 대학가뿐만 아니라 전국 학원가 및 제주지역의 출판 불법복제물도 단속하였다. 5월에는 가정의 달을 맞이하여 불법캐릭터에 대한 단속을 실시하였으며, 특별단속(3회차) 음악 분야에서는 전국 전통시장 노점을 대상으로 단속을 실시하였다. 이 밖에도 출판과 캐릭터 분야에 대해 저작권 특별사법경찰과 기획수사를 추진하여 출판 불법복제물 7,099점, 캐릭터 불법복제물 18,265점을 수거하였다.

표 1-21 | 2018년 장르별 특별단속 추진 현황

분기	회차(장르)	건수(건)	점수(점)	기간	주요 추진 내용
1	1회(출판)	147	9,516	02.26(월)~03.30(금)	3월 신학기 대학가 복사업소 대상 단속 및 예방
2	2회(캐릭터)	3	13,140	05.09(수)~05.31(목)	대규모 제작 유통업자 문체부 합동단속(수사)
	3회(음악)	135	712,071	06.18(월)~06.29(금)	전국 5일장 및 축제행사장 대상 단속 및 예방
3	4회(출판)	7	18	07.16(월)~07.20(금)	전국 학원가(입사고시) 복사업소 대상 단속 및 예방
	5회(출판)	139	5,949	08.27(월)~09.21(금)	9월 신학기 대학가 복사업소 대상 단속 및 예방
4	6회(출판)	6	6,540	12.10(월)~12.18(화)	제주도 전통시장 및 학원가 복사업소 단속 및 예방

(2) 오프라인 불법복제물 실버감시원 운영

오프라인상 불법복제물 실버감시원 사업은 2012년부터 지속적으로 추진하고 있으며, 불법복제물 판매현장에 대한 감시체계를 강화하고, 유희 고령 인력에게 고용시장의 재진입 기회를 부여하는데 의의가 있다. 만 60세 이상 고령층으로 구성된 실버감시원은 수도권 내 주요 거점 지역에서 감시활동을 펼치고 있다. 불법복제물 판매현장을 발견하면 이를 제보하는 역할을 수행한다. 또한, 국민 참여형 사업으로써 사회계층 전반에 걸쳐 저작권 보호 인식 확산을 기대할 수 있다. 2018년에 실버감시원은 서울(25개 자치구)과 경기도권(17개 행정시) 내 42개 권역별 주요 유통거점을 중심으로 총 14,577개소(중복 포함)에 대한 감시 업무를 수행하였다. 또한, 매주 1회 총 38회에 걸쳐 보호원에서 실버감시원을 대상으로 교육을 실시하였다. 불법복제물 판매 확인, 정품가품 구별방법 교육, 감시활동 정보공유 및 감시 업무의 애로사항 청취와 근무 환경 개선을 위한 물품 지급을 통해서 효과적인 실버감시원 사업 운영을 도모하였다.

표 1-22 | 실버감시원 운영 현황

구분	제보실적 (건)	단속실적 (건)	단속실적(점)			합계
			음악	영상	게임	
2012년	1,291	406	96,484	40,587	292	137,363
2013년	1,812	579	798,898	31,968	5	830,871
2014년	1,292	430	2,824,646	17,489	-	2,842,135
2015년	3,283	292	1,501,766	6,605	-	1,508,371
2016년	5,229	241	1,054,323	3,547	-	1,057,890
2017년	5,045	144	567,668	1,344	-	569,012
2018년	4,114	38	186,734	147	-	186,881

(3) SW지적재산권 공정이용환경 조성

국가 기간산업인 SW산업은 모든 산업의 기반이자 중요 요소로 국가경쟁력 향상을 위해 필수 불가결한 존재이다. 우리나라의 소프트웨어 불법복제율은 매년 감소하고 있으나 세계 주요 선진국에 비해 높은 편으로 국가경쟁력 향상에 저해요인으로 작용하고 있다. 이에 한국저작권보호원에서는 SW산업 보호와 SW 불법복제 감소를 위해 사법기관의 SW 단속 및 점검 시 기술을 지원하고 있다. 매년 단속에 관련된 기술들을 고도화하고,

교육 등을 통한 전문 인력을 강화하여 단속의 효율성과 신뢰도를 높이는데 힘쓰고 있다.

보호원은 공공기관에서 정품 SW 사용으로 권리자를 보호하고 SW의 공정한 이용을 도모하기 위해 ‘공공기관의 소프트웨어 관리에 관한 규정(대통령 훈령 제296호)’에 따라 매년 공공기관의 소프트웨어 사용실태를 점검하도록 하고 있다. 공공기관은 매년 4월부터 6월까지 자체적으로 설치된 SW별 수량과 기관별 보유한 정품 SW 라이선스 수량을 비교한 점검 결과를 보호원에 제출하여야 한다. 이후 9월부터 11월까지 미제출 기관과 불법복제 실적이 발생한 기관 등을 포함하여 현장 점검을 실시하고 있다. 2018년에는 총 2,778개 기관을 자체 점검하였고, 274개 기관을 대상으로 현장 점검을 추진하였다.

또한, 소프트웨어의 자율 관리능력을 향상하고, SW 저작권 분쟁을 예방하기 위해 공공기관의 소프트웨어 저작권 담당자를 대상으로 교육을 실시하고 있다. 2018년에는 전국 순회교육(수도권, 경기권, 강원권, 충청권, 경남·경북권, 전남·전북권 및 제주권)을 실시하였다. 공공기관 지방 이전에 따라 전국 16개 시·도 권역별 순회교육을 개설하여 지역의 교육여건 차별을 해소시켰으며, 총 26회의 강의를 개최하여 2,118명의 담당자가 교육에 참여하였다. SW저작권 관련 법령, 소송 사례, SW·폰트 라이선스 교육, SW점검도구 사용방법 및 효율적 SW관리 등 3과목의 기본과정과 기본과정에 데스크톱 가상화(VDI, Virtual Desktop Infrastructure) 환경에서의 SW라이선스 관리방법을 추가한 심화과정으로 교육과정을 운영하였다. 공공기관의 SW관리 담당자 교육을 통해 기관의 SW관련 분쟁을 예방하고자 하였으며, 담당자 외에 일반 직원에게도 교육기회를 부여하는 등 참여대상을 확대하여 1,734명의 전국 공공기관 임직원들의 정품 SW 사용인식을 제고하고자 하였다.

표 1-23 | 공공기관 SW관리 담당자 순회교육 현황

회차	지역	일자	장소
제1회	경북권(대구)	5.28(월)	대구 엑스코
제2~3회	경남권(부산)	5.29(화) ~ 30(수)	부산 벅스코
제4회	경기권(인천)	6.8(금)	인천 YMCA
제5~6회	수도권(서울)	6. 11(월) ~ 12(화)	한국저작권위원회
제7회	제주권(제주)	6.15(금)	제주테크노파크
제8 ~ 9회	수도권(서울)	6.18(월) ~19(화)	한국저작권위원회
제10~11회	충청권(대전)	6.20(수) ~21(목)	한국철도공사 대전충남본부
제12~13회	전남권(광주)	6.26(화) ~ 27(수)	김대중컨벤션센터
제14~15회	수도권(서울)	8.27(월) ~ 28(화)	포스코P&S
제16~17회	(강원)	8.30(목) ~ 31(금)	강릉문화원
제18회	경남권(부산)	9.3(월)	부산 벅스코
제19~20회	경북권(대구)	9. 4(화) ~ 5(수)	대구 엑스코
제21회	(진주)	9.7(금)	국립진주박물관
제22회	전남권(광주)	9.10(월)	김대중컨벤션센터
제23회	충청권(대전)	9.11(화)	한국철도공사 대전충남본부
제24 ~ 25회	수도권(서울)	9. 14(금) ~ 15(토)	포스코P&S
제26회	전북권(전주)	9. 19(수)	전북여성교육문화센터

그리고 기관, 기업 및 개인 등 누구나 활용할 수 있는 SW 자가진단 프로그램인 인스펙터(Inspector)를 무료로 배포(165,430건)하여 민간에서의 SW 관리를 지원하고 있다. 인스펙터(Inspector)는 PC 환경 및 네트워크 환경에 따라 선택할 수 있도록 3가지 버전(Windows용, MacOSX용, Web용)이 있으며, 보호된 홈페이지를 통해 다운로드하여 이용할 수 있다. 자가진단 도구의 활용으로 무분별한 SW 설치를 방지함으로써 SW 저작권 침해를 사전에 예방하고, 효율적인 SW 자산관리 체계를 구축을 유도하였다. 이외에도 교육기관에서의 폰트 저작권 분쟁 예방을 위하여 상담과 함께 폰트 검색 프로그램 ‘내 PC 폰트 점검기’를 99,848건 배포하였고, 교육과 컨설팅을 시범적으로 운영하여 올바른 폰트 사용 문화를 도모하였다.

마지막으로, 불법복제 SW 근절을 위한 공공 및 민관 협력체계를 강화하기 위하여 2018년 5월부터 11월 약 7개월 간 ‘저작권 보호를 위한 유관기관 공동 캠페인’을 추진하였다. 초등학생의 저작권 인식 강화를 위해 전국 10개 초등학교를 대상(1,662명 참여)의

‘정품이 흐르는 교실’을 통해 다양한 교육프로그램을 운영하여 미래 저작권 보호의 기틀을 마련하였다. 초등학생들에게 막연하게 저작권 이론을 교육하는 것이 아닌, 퀴즈를 통해 눈높이에 맞는 사례 중심으로 저작권의 가치와 보호 필요성을 생각해볼 수 있도록 안내하였다.

그림 1-10 | 초등학생 대상 SW 캠페인 진행 ‘정품이 흐르는 교실’



나. 저작권 보호를 위한 침해 예방

1) 저작권 침해대응 종합상황실 구축

한국저작권보호원은 기관 내 운영되는 정보화 시스템을 연계하여 저작권 침해정보를 통합 관리·분석하고 저작권사, 저작권 특별사법경찰관 등 관계 기관과의 긴급대응 협조 체계를 기반으로 저작권 침해대응 컨트롤타워 임무를 수행하기 위한 ‘저작권 침해대응 종합상황실’을 2018년 11월에 개소하였다.

그림 1-11 | 저작권 침해대응 종합상황실 화면 구성도



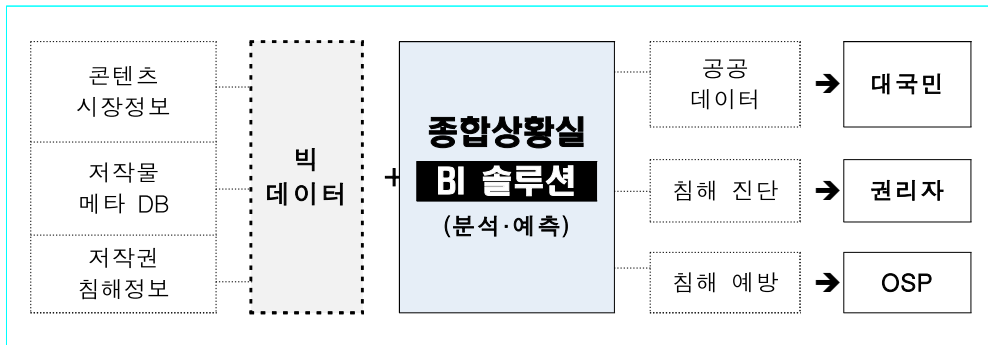
저작권 침해 종합대응시스템(이하 ‘종합대응시스템’)은 시정권고 등의 행정조치를 지원하는 ‘심의정보시스템’과 디지털 저작권 침해 과학수사를 지원하는 ‘온라인 불법복제물 유통분석 시스템’ 그리고 ‘불법복제물 추적관리시스템’(ICOP) 등으로부터 수집되는 온라인상의 저작권 침해정보를 실시간 통합 관리하면서 긴급대응 저작물기 침해상황을 신속하게 파악하고 조치할 수 있도록 하였다. 또한 이 외에도 종합상황실 시스템 기능 개선과 고도화 작업을 통하여 민관협력 대응조치 시스템, 공공데이터 보유 기관 등 내외부 시스템과의 연계를 강화하였다.

- 7) 현재 상영 중 또는 상영 예정인 영화 저작물이나 정식 공표 예정인 음악 저작물 등과 같이 불법복제물 유통에 따른 피해가 크고, 긴급한 조치가 필요하다고 보호원이 인정하는 저작물, 온라인 불법복제물 등 업무 처리 규칙 제3조(용어의 정의)

2018년에는 영화(영화진흥위원회), 음악(음악콘텐츠산업협회), 게임(게임물관리위원회), 출판(국립중앙도서관)분야의 공공데이터와 연계하여 저작권 보호 대상을 확대하였으며, 저작물 메타 DB 수집을 자동화하고 공표된 저작물의 권리관계를 신속하게 확인할 수 있도록 하였다.

종합상황시스템으로 모여지는 유통 경로별 침해정보와 저작물 메타 DB 정보는 콘텐츠별 시장정보와 결합한 빅데이터를 응용·분석할 수 있도록 BI(Business Intelligence)⁸⁾ 솔루션을 도입하고 저작권 보호에 필요한 새로운 공공데이터를 발굴하여 저작물 침해상황 진단 및 예방 업무에 활용할 계획이다.

그림 1-12 | BI 솔루션 활용 방안



2019년에는 단속 거점 정보 관리 및 효율적인 현장 단속을 위한 오프라인 데이터 연계를 통해 온오프라인 침해에 신속하게 대응해 나갈 수 있는 저작권 침해대응 종합상황실로 운영을 강화할 예정이다.

2) 불법복제물 추적관리시스템(ICOP) 운영

불법복제물 추적관리시스템(Illegal Content Obstruction Program, 이하 ICOP)은 자동 검색 기술을 기반으로 웹하드 내에서 불법적으로 유통되는 저작물을 자동 모니터링하는 시스템이다.

8) 기업이 보유하고 있는 수많은 데이터를 정리하고 분석해 기업의 의사결정에 활용하는 일련의 프로세스, 네이버 지식백과 (<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2274738&cid=42171&categoryId=51120>)

2018년 기준으로 ICOP은 총 839,899건의 불법복제물 게시 정보를 수집하였으며, 전체 웹하드의 약 63%(일반 웹하드 28개, 모바일 웹하드 25개)에 해당하는 사이트를 대상으로 자동 모니터링을 수행하고 있다.

특히 한국저작권보호원 출범(2016년 9월 30일) 이후에는 기존의 저작권법(103조) 복제·전송 중단 요청 중심에서 저작권법 제133조의 3에 따른 온라인 불법복제물 행정조치를 위한 지원도구로의 역할을 정립하고자 시스템을 지속적으로 개선해 나가고 있다.

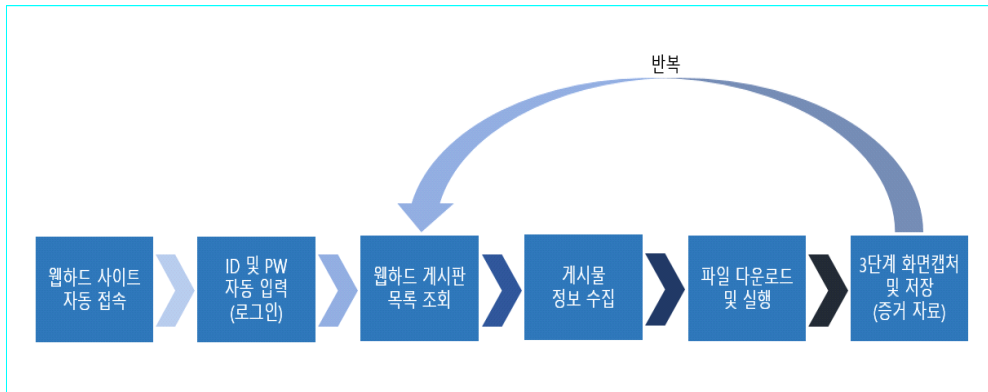
그 결과, 2018년 7월부터 12월까지 약 5개월 간 ‘ICOP 기능 개선 및 고도화’ 사업을 추진하여 시스템을 개선하였다. 해당 사업을 통해 ①웹하드 모니터링 범위를 84개 사이트로 확대하였고, ②불법복제물 게시정보 증거 수집기능을 기존의 1단계 채증에서 3단계 채증(게시화면→다운로드화면→실행화면)으로 전면 개편하였으며, ③심의시스템 연계 및 행정조치 지원을 위한 중앙관리시스템(업무처리시스템)을 구축하였다.

그림 1-13 ■ ICOP 불법복제물 3단계 채증 화면



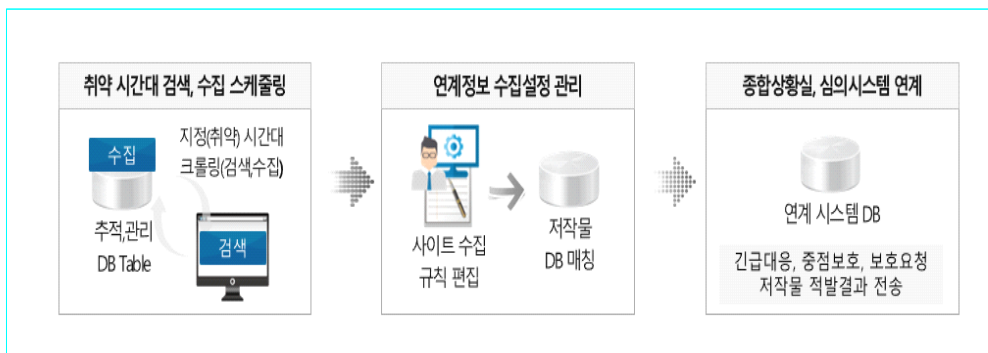
ICOP의 불법복제물 검색 기능은 ‘웹하드 사이트 접속, 게시물 정보 수집, 파일 다운로드 및 실행, 3단계 화면 캡처’ 등 일련의 모든 과정을 시스템이 자동으로 수행하는 것이며, 이는 사람이 직접 웹하드 내 불법복제물을 모니터링하는 행위와 유사하다.

그림 I-14 | ICOP 불법복제물 검색 과정



또한, ICOP은 취약 시간대를 중심으로 웹하드 사이트 내 긴급대응·중점보호·보호요청 저작물 게시 여부를 모니터링하고 그 결과를 보호원 내부시스템(종합상황실, 심의시스템)에 연계하고 있다. 이는 ①종합상황실과 심의시스템의 보호대상 저작물 목록을 ICOP의 DB에 저장하고, ②ICOP이 수집한 게시물의 정보와 자동으로 비교하여 일치 여부를 판단한 뒤, ③대상 저작물의 적발결과를 각각의 시스템으로 전송하는 것이다. 따라서 최신 개봉 영화 등 저작권 침해 이슈 발생이 빈번한 저작물에 대한 신속한 대응이 가능하게 되었다.

그림 I-15 | ICOP과 보호원 내부 시스템(종합상황실, 심의시스템) 연계



향후 온라인 불법복제물 유통 감시 및 자동 모니터링 체계를 더욱 견고히 하기 위해 P2P 기반의 웹하드 및 일반사이트·SNS·블로그 등 모니터링 기능 개발을 통해 온라인 불

법복제물 모니터링의 사각지대를 해소해 나갈 예정이다. 아울러 ICOP과 인공지능 영상물 식별 연구모델과의 시범 연계를 추진하여 영화 저작물 식별 기능을 고도화하고, 긴급 대응저작물 모니터링 장르의 범위를 영화에서 게임·출판·음악 등으로 확대하는 등 종합 상황실 연계 강화 및 침해 상황 정보 분석의 제반을 마련하고자 한다.

3) 영상물 침해방지를 위한 인공지능 실증시스템 연구 및 개발

영상물 침해방지 인공지능 시스템은 2017년부터 추진된 사업으로, 2018년에는 실용적인 운영을 위한 영상물 식별 모델 개선과 실증 시스템 기능 확대를 목표로 연구 사업을 추진하였다. 그 결과 새로운 유형의 왜곡영상 식별 범위를 확장하고 영상의 다양한 특징 정보 값을 활용한 영상콘텐츠 식별결과를 도출하였다.

최근 저작물의 이용 환경과 형태가 다양해짐에 따라 변칙적으로 불법 공유하는 저작물의 방법과 행태가 또한 증가하고 있다. 화질 열화, 해상도 변경, 영상물 편집 등과 같은 원본 영상을 변형하여 기존 인식 기술을 무력화하고 있으며 PC에서 모바일로 저작물 이용환경이 변화함에 따라 다운로드에서 스트리밍의 형태로 저작물이 불법적으로 유통되고 있다.

당해 사업의 목적은 이러한 새로운 불법복제물 유통 환경에서 영상물 침해에 즉각적으로 대응할 수 있는 실증적인 보호 기술을 개발하고, 지능형 기술을 접목한 저작권 보호 시스템 체계를 구축하는 데에 있다. 기존의 보호기술의 경우, 복잡한 변형 유형에는 식별에 어려움이 있었다. 반면, 인공지능 기술은 사람이 영상을 구분하는 것과 비슷한 과정을 통해 영상을 식별하기 때문에 식별범위를 확장할 수 있다. 또한, 신속한 기술적 대응과 불법복제물 유통환경 동향 정보교류를 위한 산학연 협력 체계를 구축하여 전문가들의 기술적 자문을 수렴할 수 있는 기술자문위원회를 운영하였다.

(1) 연구 실증 시스템 식별 대상 확대 및 기능 개선 연구

기 연구모델과 실증 시스템의 기능을 개선하고, 산업에서 활용하고 있는 인공지능 기술을 조사하여 연구 모델에 적용하였다. 해당 사업은 6월부터 11월까지(6개월) 영상저

작물 식별 모델 개선 설계와 연구결과 실증시스템 기능 확대 사업으로 진행되었다.

영상 저작권 보호를 위한 실용 모델에는 음성, 텍스트, 얼굴, 마크 식별기술을 적용하여 설계하였으며 원본이 확보되지 않은 영상콘텐츠를 신속하게 보호하기 위해 포스터, 트레이일러를 활용한 영상 식별 방안 등을 연구하였다. 또한 좌우 반전과 같은 자동 왜곡 영상이나 영상 필터링 기술 회피를 목적으로 제작·유포되는 복합적인 왜곡 영상을 식별하기 위하여 영상별 특성에 맞는 특징 데이터를 추출하여 활용함으로써 실증 시스템의 속도와 정확도를 개선하였다.

그림 1-16 | 영상저작물 식별 모델 개념도



(2) 인공지능을 활용한 영상저작물 보호 연구

새로운 유형의 불법유통 영상물을 조사하고 이에 대응할 수 있는 보호기술을 연구하였다. 토렌트, 스트리밍, 링크사이트, 웹하드를 대상으로 영상 왜곡 형태(복합ROI, 해상도 등)와 서비스 제공 방식(스트리밍, 다운로드)에 따른 대응방안을 분석하여 모델 설계에 적용하였다. 아울러 저작권 보호 기술과 관련한 업계의 동향과 기술 개발에 대한 이슈, 의견을 수렴하기 위하여 기술개발 업계와 회의(6회)를 개최하였다.

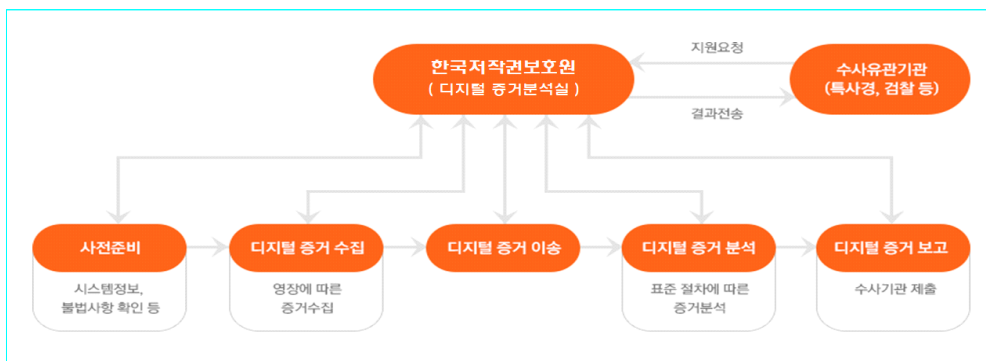
6월부터 12월(총 7개월 간)까지 인공지능 전문가들(10명)로 구성된 기술자문위원회를 운영(6회)하여 전반적인 연구 결과를 검증하였고, 기술적 자문과 함께 실증시스템의 향후 개선방향에 대한 의견을 수렴하였다.

이 외에도 보호원에서는 저작권 보호 사각지대에서 유통되는 신유형의 불법복제물들에 대한 대응방안과 기술개발 연구를 진행하고 있다.

4) 디지털 저작권 침해 과학수사 지원

디지털 저작권 침해 과학수사는 저작권법에 의해 보호되는 디지털 저작물 중 저작권자의 승인 없이 불법적으로 유통하거나 도용하여 수익을 창출하는 기업, 개인의 디지털 저장 장치를 대상으로 한다. 디지털 저장 장치에서 해당 데이터가 디지털 증거로서의 법적 증거력을 가질 수 있도록 표준화된 절차에 따라 데이터 수집, 보관, 분석 및 보고하는 일련의 과정을 말한다.

그림 1-17 ■ 디지털 저작권 침해 과학수사 절차



수사 유관기관(문화체육관광부 저작권특별사법경찰, 검찰 및 경찰 등)으로부터 디지털 증거수집, 분석 등의 기술지원 요청을 받으면, 디지털 증거에 대한 객관적인 분석을 수행하여 저작권 침해에 대한 과학수사를 지원한다.

2018년도에는 총 512건의 과학수사 지원 실적을 기록하였다. 해외 사이트, SW클랙버전 등 지능화·다양화되고 있는 저작권 침해범죄의 증가에 대해 디지털 포렌식 기반 수사 지원을 강화하고 디지털 저작권 침해 범죄 규명을 위해 과학적·체계적 수사 대응체계를 조성하였다.

특히 웹툰 및 토렌트 사이트에 대한 경찰청 수사공조(12개)와 불법 만화 공유 사이트(13개), 불법 해외 사이트(6개)에 대해 기획수사를 진행하여 해외 저작권 침해 사이트에 대한 합법시장 잠식 차단을 도모하였다. 특히 웹툰 및 만화 분야에 기획수사를 진행하여 불법 사이트인 ‘밤토끼’, ‘마루마루’ 운영자를 검거하는 등 불법 만화 시장 확대를 차단하고 웹툰 저작권 보호를 강화하였다. 또한 웹하드 헤비업로더에 대한 저작권 침해 과학수사를 지원하여 온라인 환경에서의 저작권 침해 예방계기를 마련하였다.

한편, 디지털 포렌식 유관기관 협력체계 구축(16회), 디지털 포렌식 연구반 전문가 회의 운영(4회), 과학수사 전문인력 역량 강화 직무교육(3회) 등을 통해 디지털 포렌식 전문가들 간 기술교류협력을 강화하였으며, 지능화되고 있는 신규 온라인 범죄의 증거분석 등 디지털 포렌식 대응 및 수사 공조 체계를 확대하였다.

또한, 디지털 저작권 침해 과학수사 솔루션 및 장비를 도입하였다. 저작권 침해 과학수사 전용도구 및 모바일 증거 수집·분석 도구의 도입을 통해 첨단 저작권 침해 범죄에 대한 과학적인 증거수집·분석이 강화되었다. 이를 통해 과학 수사 체계의 효율성과 디지털 증거 능력을 제고하고, 급증하는 모바일 기기를 이용한 디지털 저작권 침해 범죄에 적극적으로 대응할 수 있는 기반을 마련하였다.

그리고 온라인 불법복제물 유통분석 시스템을 통해 침해 매체별 불법복제물 유통 현황을 실시간으로 분석하고, 이를 기반으로 디지털 저작권 침해 과학수사에 활용하고 있다. 2018년 7월부터 11월 약 5개월 간 ‘불법복제물 유통분석시스템(ICOP-T) 고도화 및 운영’ 사업을 추진하였다. 2018년에는 온라인 불법복제물 유통분석 시스템을 활용하여 토렌트 사이트 244개에 대해 시드파일 185,512개를 수집하였다. 해당 시스템을 통해 시드파일 식별 프로그램을 개발하고 수사에 필요한 증거 자료 수집 자동화를 통해 토렌트로 최초 유포되는 불법복제물에 대한 신속한 대응과 디지털 포렌식 기반 수사의 효율성을

제고하였다. 또한, 저작권 침해 대응 종합상황실과 연계하여 불법복제물 감시, 추적, 대응 체계를 구축하였다.

그림 I-18 | ICOP-T 현황판



5) 불법복제물 유통실태 조사 및 홍보

(1) 저작권 보호 연차보고서

한국저작권보호원은 매년 1회 온·오프라인 상의 불법복제물 시장규모 및 합법저작물 시장 침해규모 등을 분석한 「저작권 보호 연차보고서」를 발간하고 있다. 연차보고서 발간을 통하여 저작권 보호 정책 수립을 위한 통계자료로 활용하고 있으며, 보고서 결과를 토대로 효과적인 저작권 보호 활동을 수행하고 있다.

연차보고서는 크게 3개의 Part로 구분되어 있는데, Part 1에서는 주요 콘텐츠(음악, 영화, 방송, 출판 및 게임)의 온·오프라인 합법저작물 및 불법복제물 유통 환경과 저작권 보호 환경에 대한 분석을 실시하고 있다. Part 2에서는 유통경로별 저작권 침해규모를 조사하고 있으며, 조사결과를 바탕으로 불법복제물 시장규모, 합법저작물 시장 침해규모 및 합법저작물 시장 침해율을 산출하고 있다. 주요 결과의 가독성 향상을 위해 인포그래픽을 도입하였다. 마지막 Part 3에서는 불법복제물 유통 감소로 인한 직간접적 경제적 파급효과를 분석하고, 관련 내용을 수록하고 있다. 합법저작물 시장 침해규모와 콘텐츠

산업 통계를 활용하여 분석하고 있으며, 생산·고용·부가가치·세수·영업잉여에 대한 손실 및 증대효과를 포함하고 있다.

또한 2018년 9월부터 12월까지 약 4개월 간 ‘불법복제물 이용행태 조사’ 사업을 추진하여 이용 행태 위주의 정성적인 조사를 수행하였다. 신규 침해 유형인 웹툰 분야를 추가적으로 조사하였으며 스트리밍 사이트, UGC 등 신규 침해 경로를 조사에 반영하였다. 향후 이 조사를 바탕으로 불법복제물 유통실태 조사를 수행할 예정이다.

(2) 저작권 보호 통계 전문지 ‘C STORY’

C STORY는 격월로 1회 발간되고 있으며, 정부·국회·대학·일반인·저작권 관련 단체 등을 대상으로 저작권 보호 통계, 국내외 동향 자료 등을 정기적으로 제공함으로써 저작권 보호 활동 홍보를 통한 대국민 인식 제고를 목적으로 하고 있다.

저작권 보호 통계 전문지답게 온·오프라인 상의 불법복제물 단속실적, 시정권고 등의 통계자료와 통계자료를 시각화한 인포그래픽을 포함하고 있다. 이 밖에도 국내외 저작권 보호 동향, 저작권 보호 활동성과 및 전문가 기고 등의 다양한 내용을 담고 있다. 2018년에는 총 6회, 13,000부를 발간·배포하였고 웹진(e-book)은 총 6회, 25,666명에게 발송하는 동시에 홈페이지에 게재하였다. 또한 구독자 확보를 위한 이벤트와 만족도 설문조사를 실시하여 C STORY 구독 활성화와 대국민 인식 제고를 위한 기반을 마련하였다.

C STORY의 영문판으로서 해외에 저작권 보호 정보를 제공할 목적으로 창간된 KCOPA REPORT는 C STORY 내 보호원 소식, 국내외 저작권 보호 동향, 전문가 기고문 및 국내외 주요 연사 인터뷰 등의 내용을 영문으로 번역하여 수록하고 있으며, 매년 1회 발간되어 배포되고 있다. 주요 배송처는 WIPO(세계지식재산권기구), CODA(일본 콘텐츠 해외유통 촉진기구), IPO(영국 특허청), BMI(미국저작권협회) 및 재외한국문화원 등 해외 주요 유관기관이다.

그림 1-19 | 불법복제물 유통실태 조사 사업의 주요 발간 책자



(3) 기획 조사 및 연구 보고서 발간

저작권 보호 유관기관과 산·학·연 전문가 75명을 대상으로 조사한 ‘2019 저작권 보호 이슈’ 전망 보고서를 발간하였다. 해당 조사를 통해 2019년도 분야별 이슈 순위와 세부 이슈를 조사하였고, 정책 방향에 대한 의견을 도출하였다. 이외에도 저작권 보호 동향과 최신 판결에 대한 분석을 중심으로 이슈페이퍼(6건)을 발간하였으며, 저작권 분야 산·학·연 전문가를 대상으로 ‘2018 저작권 보호 이슈’를 분석하였다.

표 1-24 | 2019년 저작권 보호 이슈 순위(온라인 조사 대상자 65명 기준)

순위	2018 저작권 보호 이슈	2019 저작권 보호 이슈
1	AI, 빅데이터, 4차산업(29.26%)	유튜브, 페이스북 등 SNS(16.3%)
2	유튜브, OTT, IPTV(19.51%)	1인 미디어 방송(14.4%)
3	링크, SNS, 해외침해(12.19%)	해외 불법사이트(11.3%)
		인공지능(AI) 창작물의 저작권 보호(11.3%)
4	저작권 보호 기술, 블록체인(9.75%)	빅데이터의 저작권 면책 도입(9.9%)
기타	저작권법 개정 등 9개(32.55%)	블록체인, 공연저작료 등(17.4%)

PART 1

저작권
보호
환경

PART 2

2018년
불법
복제물
유통
실태조사

전체
음악
영화
방송
출판
게임
부록

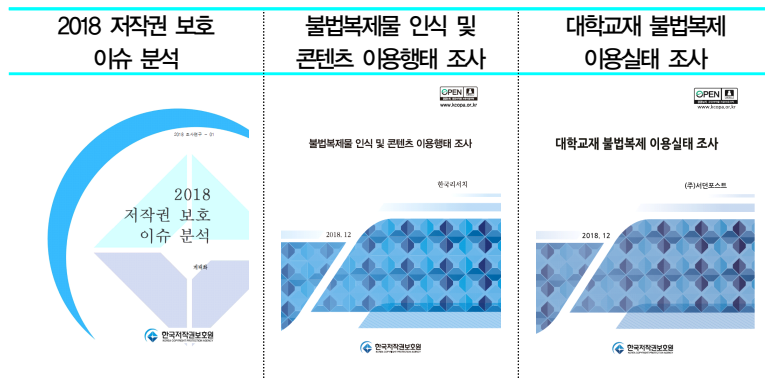
PART 3

불법
복제물
유통
감소로
인한
경제적
파급
효과

콘텐츠별로 살펴보면, 음악 분야에서는 ‘SNS상 불법 음원 유통’, 영화 분야에서는 ‘IPTV 동시개봉 영화 유출’, 방송 분야에서는 ‘모바일 앱 상 불법복제물 유통’ 이슈를 전망했다. 또한 웹툰 분야는 ‘기업형 불법복제 웹툰 유포 사이트’, 출판 분야는 ‘온라인 상 출판물의 불법복제물 유통’, 게임 분야는 ‘해외에서의 게임 유통 및 침해’를 향후 저작권 보호 이슈로 전망하였다.

또한, 2018년에는 대학생들의 불법복제 실태에 대한 첫 조사인 ‘대학교재 불법복제 이용실태 조사’를 추진하였다. 대학생 대상의 온오프라인 조사와 함께 대학 교수 대상의 면접 조사를 실시하여 정성적 데이터를 확보하였으며, 해당 사업을 통해 출판 불법복제물에 대한 향후 대응 방안과 저작권 보호 정책 수립을 위한 기초 자료를 마련하였다.

그림 1-20 | 기획조사 발간 책자



끝으로, 2018년 5월부터 12월, 약 8개월 간 산학 전문가와 함께 논의하는 ‘저작권 보호 정책 연구회’를 운영하여 보고서를 발간하였고(1, 2주제) 연차보고서 개선방향을 도출하였다(3주제). 1주제에서는 온라인 상 저작권 보호를 위한 국제 동향을 분석하여 효율적인 저작권 침해 대응 방안을 모색하고자 하였다. 2주제는 보호원이 수행하고 있는 오프라인 상 불법복제물 수거·폐기 업무와 관련하여, 불법복제물 유통 환경 변화에 따른 해당 업무의 효율성 확보 방안을 논의하였다. 마지막으로 3주제는 저작권 보호 연차보고서의 개선방향 도출을 목적으로, 각 산업계별 의견 수렴 회의(5회)를 개최하여 논의를 진행하였다.

(4) 저작권 보호 홍보 활동

국민의 저작권 보호 의식을 높이기 위해서는 차별적인 홍보 전략을 수립하여 이를 적극적으로, 효과적으로 수행하는 것이 필요하다. 이에 한국저작권보호원은 저작권 보호의 중요성을 알리고, 사업성과를 홍보하기 위해 자체적으로 보도자료를 배포하고 있다. 2018년에는 총 36건의 기사를 배포하였고, 언론사에 203회 보도되었다.

표 1-25 | 2018년 보도자료 배포실적

구분	배포 건수	언론사 보도횟수	보도자료명
2월	1건	2회	- 한국저작권보호원 - 국제저작권관리단체연맹, 국제 저작권 보호협력을 위한 업무협력 체결
3월	5건	22회	- 문체부-보호원 신학기 대학가 출판 저작권 보호활동 강화 - 한국저작권보호원-워너브라더스와 한국 영화·TV 제작 투자 확대와 저작권 보호 업무 협약 체결 - 한국저작권보호원 - 미국게임산업협회, 게임 저작권 보호 협력 위해 손 맞잡는다. - 한국저작권보호원, 저작권보호통계전문지 <C STORY> 3월호 발간 - 내 컴퓨터 안의 불법복제 SW, 점검도구 하나로 해결한다
4월	7건	53회	- 한국저작권보호원, 신규 침해 유형에 대한 시정권고 강화 - 한국저작권보호원, 디지털 포렌식 기반 첨단 지능범죄 대응 강화 - 책 도둑도 도둑입니다! 저작권 인식 개선되어야 - 한국저작권보호원, 「온라인 저작권 침해 중단 요청 가이드라인」 제작배포 및 “도우미 제도” 운영 - 미래 콘텐츠산업 지키는 저작권 보호 전문가 공개채용 - 한국저작권보호원, 2018년 저작권 보호 리포터즈 모집 - ‘2018 국제 저작권 보호인력 워크숍’ 개최
5월	5건	14회	- 한국저작권보호원, 2018 저작권 보호 리포터즈 발대식 개최 - 저작권 보호 위해 전국 대학생 리포터즈 뭉쳤다! - 한국저작권보호원, 경기콘텐츠진흥원과 MOU체결 - ‘2018 정품이 흐르는 교실’ 개최 - 한국저작권보호원, 저작권OK 안심 매장 701개 지정
6월	3건	5회	- 저작권 공정사용 및 침해예방 지원단 전문가 추가 위촉 - 한국저작권보호원, 2017년 불법복제물 유통 실태 발표 - 한국저작권보호원, 제28회 저작권 열린포럼 개최
7월	1건	1회	- 한국저작권보호원-한국서점조합연합회 업무협약 체결
8월	3건	15회	- 교육기관 폰트분쟁, ‘내PC 폰트점검기’로 해결하자! - 한국저작권보호원, 부천국제만화축제 현장에서 만화 웹툰 저작권 보호에 앞장서다 - 문체부-보호원, 가을 신학기 출판 불법복제물 단속 강화

구분	배포 건수	언론사 보도횟수	보도자료명
9월	3건	6회	- 한국저작권보호원, 4개 분야 전문기관과 고품질 공공서비스 제공을 위한 협력체계 구축 - 한국저작권보호원, IT 서비스 분야 저작권 관리를 위한 가이드라인 제작 및 배포 - '보호원-한국포렌식학회 업무협약 체결'
10월	1건	4회	- 한국저작권보호원-한국디지털포렌식학회 업무협약 체결
11월	5건	72회	- 2018 국제 저작권 기술 콘퍼런스(ICOTEC 2018) 개최 - 한국저작권보호원, 저작권보호심의회위원회 심의기능 강화 - 제29회 저작권 열린포럼 개최 - 한국저작권보호원, 저작권 보호 리포터즈 해단식 개최 - 한국저작권보호원, 저작권 침해대응 종합상황실 구축
12월	2건	9회	- 2018 저작권 침해 예방 컨설팅 가이드북 발간 - 보호원-출판문화산업진흥원 MOU 체결
합계	36건	203회	-

6) 국제 저작권 기술 콘퍼런스(ICOTEC) 개최

국내 유일의 저작권 기술 전문 콘퍼런스인 ICOTEC은 '저작권, 콘텐츠의 생명이다! Copyright First!'라는 슬로건으로 2011년 처음 개최되어 저작물의 유통과 보호를 위한 국내외 저작권 관련 기술 및 산업의 미래에 대한 정보 교류의 장을 마련해왔다.

문화체육관광부가 주최하고 한국저작권보호원과 한국저작권위원회가 공동 주관한 '국제 저작권 기술 콘퍼런스(International Copyright Technology Conference, 이하 ICOTEC)'를 2018년 11월 7일, 서울 양재동 The-K호텔서울에서 개최하였다.

그림 1-21 | 국제 저작권 기술 콘퍼런스(ICOTEC) BI

엠블럼	슬로건
	
<p>삼각형의 퍼즐조각들이 콘텐츠라는 요소를 담고 그 요소들이 하나하나 모여 ICOTEC을 만든다는 의미</p>	<p>Copyright First! 독자적인 정체성과 활발한 저작권 보호활동을 상징할 수 있도록 역동적인 캘리그래피를 가미</p>

역대 포스터



2018년에는 ‘블록체인, 저작권 기술의 미래(BlockChain, The Future of Copyright Technology)’이라는 주제로 국내외 저작권, IT 전문가들과 함께 블록체인 기술을 활용한 저작권 기술 사례를 선보이고, 저작권에서 블록체인의 역할 및 미래 방향 등에 대해 논의하였다.

PART 1
저작권 보호 환경

PART 2
2018년 불법 복제물 유통 실태조사
전체 음악 영화 방송 출판 게임 부록

PART 3
불법 복제물 유통 감소로 인한 경제적 파급 효과

표 1-26 ■ ICOTEC 2018 세부 프로그램

<p>○ 기조연설</p> <ul style="list-style-type: none"> - 블록체인 패러다임과 저작권 보호 · [국내] 박성준(센터장, 동국대학교 블록체인 연구센터) <p>○ 초청연설</p> <ul style="list-style-type: none"> - 저작권 및 저작권접권의 국제적 법체계 진화 · [해외] 애나 로레나 볼로스 데 파치코(수석프로그램 자문관, WIPO/과테말라) <p>○ Session 1 : 저작권 이용 활성화 및 보호 기술 사례</p> <ul style="list-style-type: none"> - 국제 저작권 보호의 향후 과제 · [해외] 얀 빌큰스(CEO, COMESO/독일) - 저작권 이용 활성화를 위한 인공지능 기술 적용 사례 · [국내] 김철연(교수, 숙명여자대학교) - 저작권 보호 및 활성화를 위한 기술 · [해외] 마이클 슬레진저(변호사, MPA/싱가포르) - 저작권 회피 기법에 강인한 딥러닝 기반의 영상물 저작권 인식 시스템 · [국내] 백훈(전무, 마인즈랩 인공지능 연구소) <p>○ Session 2 : 블록체인과 콘텐츠 유통</p> <ul style="list-style-type: none"> - 저작권 산업의 블록체인 관리 방안 · [해외] 사오준 티안(저작권 연구센터 사무총장, 텐센트/중국) - 블록체인 기반 디지털 콘텐츠 응용 기술 · [국내] 정병욱(팀장, 디지캡) - 음악 저작권에 대한 블록체인의 잠재력 활용 · [해외] 라홀 루말라(Co-Founder&CTO, 페이퍼체인/미국) - 블록체인의 가치 : 저작권 유통 · [국내] 김태원(대표, 글로스퍼) - 블록체인 상용화와 저작권 · [국내] 박동휘(한국지사 대표, 아시아 이노베이션스) <p>○ Session 3 : 블록체인, 저작권 기술에서의 역할 및 미래 방향</p> <ul style="list-style-type: none"> - 패널 토의 및 질의응답 · 페이퍼체인, 글로스퍼, 아시아 이노베이션스

‘ICOTEC 2018’에서는 국내외 저작권 및 보호 기술 전문가의 초청 강연 및 부대행사, 저작권 기술 시상식을 추진하였다. 부대행사로는 ▲제7회 저작권 기술 시상식 ▲저작권

기술 전시회 ▲ 저작권 R&D 우수 기술이전 설명회 ▲ 찾아오는 비즈니스 교류회 등 다양하게 진행되었다.

국제 저작권 기술 콘퍼런스(ICOTEC) 개최와 관련하여 홈페이지 및 언론매체 등을 통해 다양한 온-오프라인 홍보를 추진했으며, 보도자료 배포, 포스터 부착, 뉴스레터, SNS 홍보를 통해 국제 저작권 기술 콘퍼런스(ICOTEC)의 인지도를 향상시키고, 저작권 보호에 대한 인식을 제고하기도 하였다.

7) 국제 저작권 보호인력 워크숍 개최

문화체육관광부, 세계지식재산기구(WIPO)가 주최하고 한국저작권보호원, 한국저작권위원회, 세계무역기구(WTO)가 공동 주관한 국제 저작권 보호인력 워크숍(영문명 : WIPO-MCST-KCOPA Interregional Workshop on Copyright Enforcement)이 서울 한국저작권위원회 서울사무소(2018년 4월 30일~5월 4일)에서 4박 5일 일정으로 개최되었다. 이번 워크숍은 국제 저작권 보호 집행 전문 인력 양성을 통한 한류 콘텐츠 보호기반을 마련하고, 보호를 위한 우호적 환경을 구축하며, 세계의 저작권 보호 동향과 기술을 파악하고자 하는 정보 교류의 목적으로 개최되었다.

참석 대상은 WIPO·WTO 관계자, 해외전문가 및 WIPO 연수생이고, 연수생은 9개국(캄보디아, 중국, 에티오피아, 과테말라, 말레이시아, 파키스탄, 필리핀, 우루과이, 잠비아, 동남아프리카 공동시장)에서 19명이 참석하였다.

표 1-27 | 국제 저작권 보호인력 워크숍 프로그램

일자	시간	내용	
4.30 (월) 서울	11:35~12:00	주제1	WIPO 전략적 목표 "IP존중강화를 위한 국제협력"
	14:00~14:30	주제2	국제적 IP 집행체계 - 무역 관련 지적재산권에 관한 협정의 3장, WTO의 집행 관련 정보
	14:30~15:15	주제3	저작권의 가치 및 창조산업의 경제적 파급효과
	15:30~16:00	주제4	국제 저작권법 및 유럽 저작권법 발전현황
	16:00~16:30	주제5	한국의 저작권 집행 체계 소개
	16:30~17:00	주제6	한국저작권보호원의 저작권침해 대응 전략
5.1 (화) 서울	09:30~10:15	주제7	민사 침해와 구제-①한국 시각에서 본 온라인 상 민사 구제
	10:15~11:00	계속	②글로벌 시각
	11:15~12:00	계속	③유럽 시각에서 본 온라인 상 민사 구제

일자	시간	내용
	12:00-12:30	계속 국제 저작권법 및 유럽 저작권법 발전현황
	14:00-14:45	주제8 저작권 판례법 발전 I-① 글로벌 시각
	14:45-15:30	계속 ② 유럽 시각
	15:45-16:30	계속 ③ WTO 분쟁해결 판례법
	16:30-17:15	주제9 국가경험 : 효과적인 저작권 집행의 도전 및 기회 I
5.2 (수) 서울	09:30-10:15	주제10 온라인 IP 분쟁의 관할권과 준거법
	10:15-10:45	주제11 저작권 판례법 발전 II-참가국 시각
	11:00-11:45	주제12 저작권 침해에 대한 형사절차-① 유럽 시각
	11:45-12:30	계속 ② 한국 시각
	12:30-12:45	주제13 모의 공판 소개
	14:00-18:00	문화체험(국립중앙박물관 관람 → 인사동 문화거리 도보관광)
5.3 (목) 서울	09:30-10:00	주제14 저작권 집행 및 무역협정
	10:00-10:45	주제15 IP 침해상품(불법복제물)에 대한 국경조치
	10:45-11:15	주제16 지속적 집행조치의 보안을 위한 예방책- ① WIPO의 인식제고 활동
	11:30-11:55	계속 ② 대한민국 저작권 존중 강화를 위한 인식제고
	11:55-12:20	계속 ③ 한국 디지털저작권거래소 소개
	12:20-12:45	계속 ④ 기술적 보호조치-저작권 보호 기술
	14:00-14:30	주제17 IFPI(국제음반산업협회)에서 본 디지털 환경에서의 저작권 집행 과제
	14:30-15:45	주제18 패널토의 : 민관협력 및 권리자협력
	16:00-16:15	주제19 동남아프리카 공동시장(COMESA)의 저작권 집행
	16:15-17:00	주제20 국가경험 : 효과적인 저작권 집행의 도전 및 기회 II
5.4 (금) 서울	09:30-10:15	주제21 국가경험 : 효과적인 저작권 집행의 도전 및 기회 III
	10:30-12:30	주제22 모의 공판

이번 워크숍에서는 저작권 집행 관련 국제 조약 및 법제, 저작권 침해에 대한 민·형사 절차, 국경조치, 각국의 저작권 집행체계 소개 등 폭 넓은 주제를 다루었다. 강의·토론 및 실습(모의 공판) 등 다양한 내용으로 구성되어 저작권 집행 관련 내용을 종합적으로 체득하고, 각국 사례를 비교·분석해 향후 관련 협력방안을 도출하는 자리를 마련하였다. 국제적 정책교류 및 협력방안 논의를 통해 각국 콘텐츠 보호에 대한 우호적 환경을 조성하고자 하였다.

8) 저작권해외진흥협회(COA) 운영 지원

2018년부터 한국저작권보호원은 민관이 유기적으로 협력해 해외 저작권을 좀 더 적극적으로 촘촘하게 보호할 수 있도록 (사)저작권해외진흥협회(Copyright Overseas Promotion Association, 약칭 COA)의 운영을 지원하고 있다. 저작권해외진흥협회는 2017년 3월 한류 콘텐츠 주요 분야를 대표하는 저작권 권리자들이 한데 모여 민간 및 공공 부문의 각 기능적 한계를 보완한 권리자 주도의 민간협의체를 출범하였다. 현재 주요 회원사로 한국방송공사, (주)문화방송, (주)에스비에스, (주)제이티비씨, (주)레진엔터테인먼트, (주)카카오페이지, (사)한국음악실연자연협회 등이 참여 중이다.

저작권해외진흥협회는 설립된 지 2년 만에 해외의 한국 콘텐츠 보호 영역에서 유의미한 성과를 내고 있다. 한국 콘텐츠의 저작권 침해 불법 게시물들을 대량 삭제하고, 불법 유통 사이트에 대한 접근 차단성을 높이며, 불법 사이트의 운영 가치를 떨어뜨려 사이트 폐쇄 또는 운영 포기를 유도하는 등 전 세계적으로 광범위하게 퍼져 있는 한국 콘텐츠의 온라인 불법 유통을 근절하기 위한 역할을 수행하고 있다.

또한 저작권해외진흥협회는 국내외 저작권 유관 기관, 민간 권리자 단체 및 유통 플랫폼과 적극적으로 교류해 저작권 침해 대응의 글로벌 공조 체계를 구축하고 있다. 설립 추진 당시 참고 모델이라 할 수 있는 미국영화협회(MPAA), 일본의 콘텐츠해외유통진흥기구(CODA)와 협력관계를 구축하기 시작했다. 지난 2017년 12월 일본 도쿄에서 열린 일·일저작권포럼에서 일본의 CODA와 정식 MOU 체결을 시작으로 관련 기관과 긴밀한 대응 협업을 이루었으며, 2018년 3월에는 한국 콘텐츠 업계 관계자들을 대상으로 미국 내 저작권 유관기관 및 기업을 방문하여 저작권 보호 업무에 대한 공조 가능 영역을 모색하는 등의 활동을 진행하였다. 2019년부터는 저작권 침해 웹사이트 목록(IWL) 데이터베이스 구축 후 해외 유관 기관과 공유 등 다양한 협업을 추진할 예정이다. 이로써 해당 기관들과 유사한 기능을 하는 한국의 민간 주도 저작권 보호 단체 자격으로서 향후 다각적인 공동 대응이 가능해질 것으로 기대된다.

그림 1-22 | 해외 저작권 기관 네트워크 구축



이와 더불어 저작권해외진흥협회는 콘텐츠 저작권 실무자들의 글로벌 저작권 보호 역량을 강화하기 위한 해외 주요 교류행사 참가를 지원하며 각종 미팅, 간담회, 설명회, 홍보 부스 운영으로 콘텐츠 분야별 저작권 관련 주요 의견을 수렴하고 있다. 또한 국내외 산업 관계자를 대상으로 한 포럼 등을 개최해 해외 저작권 보호와 업계 연대·공동 대응의 중요성을 인식시키고 저작권 보호 활동 참여를 독려하고 있다.

다. 이용자 보호환경 조성

1) 저작권OK 지정사업 운영

‘저작권OK’ 지정 제도란 합법적인 저작물을 유통·이용하는 온오프라인 사업자를 대상으로 ‘저작권OK’ 지정 마크를 부여하여, 정품 저작물 판매 및 유통 또는 이용사업자로 인증하는 것을 말한다. 이는 소비자와 판매자의 저작권 인식 제고와 소비자가 안전하게 콘텐츠를 이용할 수 있게 하여 건강한 저작권 생태계를 조성하는데 목적을 두고 있다.

합법과 불법 서비스의 경계가 모호해지고 저작권 침해로 인한 이해당사자 간의 갈등 심화는 온오프라인 서비스 제공자에 대한 객관적이고 신뢰성 있는 지표를 필요로 함에 따라 저작권OK 지정사업이 추진되었다.

저작권OK 지정사업은 2009년부터 운영해 오던 온라인상 합법사이트인 클린사이트 지정사업과 2015년부터 추진되었던 오프라인 상 정품 콘텐츠 판매업체 인증사업의 전문화 및 지정 확대를 위해 2017년부터 저작권OK로 통합하여 운영하고 있다.

통합된 저작권OK 지정사업은 이용자의 접근성과 편리성을 위해 대표 홈페이지도 통합(www.copyrightok.kr)하여 서비스하고 있으며, 저작권 공정사용 및 침해예방을 위한 열린상담실 운영을 통해 교육과 맞춤형 컨설팅을 제공하는 등 저작권 보호를 위한 사전 예방적 기능을 강화하고 있다.

저작권OK 지정은 크게 ‘정품유통OK’와 ‘자율준수OK’로 분류되며, 지속적인 저작권 관리가 필요한 사업자를 ‘정품유통OK’로 지정하고 대형 저작물 유통사, 서점 등 자율적인 저작권 관리가 가능한 사업자에 대해서는 ‘자율준수OK’로 지정하여 효율적인 지정사 관리 및 사업자와 이용자 모두를 보호하고 저작권 산업을 활성화하는 기능을 담당하고 있다.

저작권OK 지정 절차는 ① 신청 및 구비서류 작성 제출 → ② 자격요건 및 서류심사 → ③ 지정위원회 평가 → ④ 지정확정·통보 순으로 진행되며, 저작권OK 홈페이지(www.copyrightok.kr)를 통해 신청양식 다운로드 및 지정신청이 가능하다. 또한, 저작권OK 홈

페이지 내에 자가 진단 서비스를 제공하여, 저작권OK 지정신청 전, 신청업체의 적격여부 등 세부 심사 문항에 대하여 신청 자격이 되는지 여부를 파악할 수 있는 서비스를 제공하고 있다.

그림 1-23 | 저작권OK 마크

기본형	온라인		오프라인
	정품유통	자율준수	지정현판
			

저작권OK 지정을 원하는 온오프라인 사업자가 지정 신청을 하면, 해당 서비스의 저작권 보호 현황, 저작권 보호 제도의 도입·운용 및 저작권 보호수준의 실측 과정 등을 거쳐 지정 여부를 결정하게 된다. 저작권OK 업체 지정은 해당 분야 전문가로 구성된 지정위원회의 공정하고 신뢰성 있는 심사평가를 통해 최종적으로 저작권OK 지정사업자로 선정되게 된다.

저작권OK로 지정된 온오프라인 사업자에게는 저작권OK 마크를 부여하여 저작권OK 업체임을 인증함과 동시에 대내외적 홍보를 통해 인지도 향상에 도움이 되도록 지원하고 있다. 또한 지정된 이후에도 지속적인 모니터링 활동과 지정위원회를 통한 재평가를 실시하여 저작권OK 지정사업의 공정성과 투명성 등을 확보하고 있다.

2018년에는 온라인 29개, 오프라인 331개로 총 360개가 신규로 지정되었다. 2018년 12월말 기준 누적으로 지정된 개수는 온라인 사이트 213개, 오프라인 매장 1,116개로 총 1,329개이다.

표 1-28 | 2018년 저작권OK 온라인 사이트 지정 현황

구분	총 지정 수	지정 취소 수	현재 지정 수	비고
음악	22	7	15	음원, 악보, MR 등
영상	26	21	5	영상, 드라마 등
출판	20	2	18	e-book, 웹소설 등
게임	2	2	0	-
만화	23	3	20	만화, 웹툰 등
교육	46	15	31	e러닝
기타	71	8	63	공공, DB, 이미지, 뉴스, 미술, 캐릭터 등
B2B	16	2	14	콘텐츠 B2B 서비스
모바일	56	9	47	모바일 앱
합계	282	69	213	

표 1-29 | 2018년 저작권OK 오프라인 매장 지정 현황

구분	음악매장	출판매장	기타매장	소계
서울특별시	27	198	34	259
인천광역시	3	13	5	21
부산광역시	7	120	9	136
대구광역시	3	6	7	16
대전광역시	3	45	1	49
광주광역시	1	72	12	85
울산광역시	1	4	2	7
경기도	8	199	47	254
세종	1	1	1	3
강원	-	12	9	21
충북	1	34	4	39
충남	1	24	5	30
경북	1	18	3	22
경남	2	49	9	60
전북	2	53	3	58
전남	1	26	6	33
제주	-	22	1	23
합계	62	896	158	1,116

※ 기타 매장은 캐릭터 인형 제조판매업체, 영상 DVD, 악보, 복합매장(음악도서, 액세서리 등 복합 판매) 등을 포함

2) 저작권 열린포럼 개최

한국저작권보호원은 올바른 저작물 이용과 저작권 관리 등 실무 정보를 제공하기 위하여 열린포럼을 개최하고 있다. 2018년에는 저작권 보호 인식 제고를 위해 저작권 열린포럼을 2회 개최하였다. 유관 산업계 실무 종사자 및 전문가를 초청하여 저작권 관련 강연을 하거나 토크 콘서트를 진행하는 등 다양한 형식으로 진행되고 있다.

표 1-30 | 2018년 저작권 열린포럼 개최 현황

제28회	일시/장소	2018.6.28(목), 강남 SC컨벤션센터
	주제	‘IT서비스 산업 내 저작물 계약현황 및 개선방향’
	주요내용	·IT서비스 산업의 저작권 공정사용 도모를 위한 업무협약 체결(IT협회) ·IT서비스 운영사업 저작권 관리 가이드라인 소개(보호원 강대오 국장) ·주제 발제(IT협회 채효근 전무) ·패널토의(‘향후 IT서비스산업의 저작권 보호의 방향성과 개선점’ / 좌장(손승우 단국대 교수), 한국저작권보호원 강대오 국장, 한국IT서비스산업협회 채효근 전무, (주)유엔파인 조기현 대표, 한국문화정보원 김신의 선임, 김시열 송실대 교수)
제29회	일시/장소	2018.11.22(목), 서초 화이트베일
	주제	‘4차 산업혁명 시대의 저작권 보호, 일자리를 만든다’
	주요내용	·기조연설(김종민 콘텐츠공제조합 이사장, 4차 산업혁명 시대의 저작권 보호) ·특별강연(고정민 홍익대 교수, 4차 산업혁명이 문화산업에 미치는 영향) ·패널토의(‘4차 산업혁명 시대의 저작권 관련 일자리 창출 방안’ / 좌장(손승우 지식재산일자리포럼 회장 / 중앙대 교수), 한국저작권보호원 윤태용 원장, 한국데이터산업진흥원 민기영 원장, 한국문화정보원 김종업 부원장, 한국소프트웨어저작권협회 유병한 회장)

3) 사업 인지도 제고를 위한 저작권OK 홍보

저작권 보호를 위한 권리자·사업자·이용자 등의 협력 방안을 마련하고자 저작권OK 홍보부스 운영, 찾아가는 열림상담실 운영 및 지하철 광고 등의 홍보를 진행하였다. 온라인상으로는 저작권OK 뉴스레터를 월 1회씩 총 12회를 발송하였으며, 오프라인상으로는 찾아가는 열림상담실과 지하철 광고를 통해 저작권OK 홍보를 추진하였다. 다양한 방법으로 저작권OK 사업을 홍보하여, 국민들의 저작권 보호 의식을 높이고자 하였다.

표 1-31 | 2018년 저작권OK 홍보 추진 현황

홍보채널	일자	추진 내용	사업 결과
저작권OK 리플렛 제작 및 배포	4월	1차 홍보 리플렛 제작(3,000부) 및 시사회, 타기관 연계 저작권OK 홍보 시 일반인 대상 배포	홍보 및 상담 등 행사에서 저작권OK 지정사업 리플렛 제공 및 사업 홍보
	7월	2차 홍보 리플렛 제작(8,000부) 및 부천만 화축제, 실연자 콘서트 등 타기관 연계 OK 홍보 시 일반인 대상 배포	
저작권OK 열린포럼 개최	6.28	제28회 열린포럼 개최(IT서비스 산업 내 저작물 계약현황 및 개선방향)	IT 저작권관리 가이드라인 소개, IT 산업 내 저작물 계약 및 개선방향 토론
	11.22	제29회 열린포럼 개최(4차 산업혁명 시대의 저작권 보호, 일자리를 만든다)	구조연설 및 특별강연, 기관별 패널토의 참여(한국데이터산업진흥원, 한국문화정보원, 한국소프트웨어저작권협회)
찾아가는 열린상담실을 통한 기업의 저작권OK 지정 유도	3월~12월 (11회)	서울기업지원센터 연계 등 찾아가는 상담서비스 및 기업 대상 저작권OK 사업 홍보	저작권 침해예방 컨설팅 제공 및 저작권OK 안내
타 행사 연계 홍보 및 부스운영 등	2.2	'2018 저작권 지원 정책 설명회' 연계 홍보	저작권OK 지정사업 소개 및 대면상담 진행
	8.3~8.5	'코믹콘 서울 2018' 연계 홍보	지정사 기념품 지원 및 저작권OK 홍보 이벤트 진행
	8.15~19	제21회 부천국제만화축제 부스 운영	부스 운영, 트러스 및 판넬 전시, 관람객·참관객 대상 저작권OK 홍보 및 이벤트를 통한 기념품 배포 등
	8.21~23	국제콘텐츠마켓 2018 연계, 찾아가는 열린상담실 및 저작권OK 홍보	
	10.26	2018 실연자 페스티벌 부스 운영	
	11.07	ICOTEC 2018 연계 찾아가는 열린상담실 및 저작권OK 홍보	
지하철 광고	6.18~7.17	서울 지하철 역사내 와이드칼라 포스터 광고	유동인구 밀집 4개 역사내 저작권OK 지정사업 홍보
언론 홍보	1월~12월	저작권OK 지정사업 관련 보도자료 배포	총 62건 언론 기사화
월간 뉴스레터 제작 및 배포	1월~12월	한국저작권보호원 및 저작권OK 사이트 소식 등(12회 발송)	일반인 및 OSP대상 매회 약 4천여명 대상 발송

4) '저작권 공정사용 및 침해예방' 안내자료 제작

2018년 4월부터 12월까지 약 8개월 간 저작권 공정사용 및 침해예방을 위한 안내자료를 제작하여 배포하였다. 온라인 상 불법복제물 유통 차단과 저작권 침해에 대한 권리자

의 대응력을 강화시키기 위한 복제·전송 중단 요청 가이드라인과 매뉴얼을 제작하였고, 이 내용을 영상으로 만들어 배포하였다. 또한 기업 내 합법저작물 이용을 도모하고 저작권 침해 대응 방안을 제시하기 위한 IT서비스 저작권 이용 및 관리 가이드라인과 저작권 침해예방 컨설팅 가이드북을 제작하였다.

그림 1-24 | 저작권 공정사용 및 침해예방을 위한 안내자료



5) 저작권 보호 인식 조성

2018년 5월부터 7개월 동안 일반 국민의 저작권 보호 인식을 제고하고 저작권 침해 예방 활동의 자발적인 참여를 독려하기 위한 목적으로 대학생 기자단 20명으로 구성된 ‘저작권 보호 리포터즈’를 운영하였다. 리포터즈는 저작권 보호의 중요성과 한국저작권보호원의 전반적인 사업에 대한 홍보 활동을 수행하였다. 콘텐츠 발굴 능력과 역량 강화를 위한 정기모임(4회)을 통하여 영상 기획, 기사 작성 능력을 함양하였고, 우수한 콘텐츠(개인 153건, 팀 11건)를 보호원 블로그 등에 게재하였다. 그 결과 보호원 블로그 방문자수가 2017년 34,950명에서 2018년 약 75,203명으로 2배 이상 증가하였다.

9) <https://www.youtube.com/watch?v=pnYnRFCXypU>

그림 1-25 | 저작권 보호 리포터즈 활동 사진



2018년 한국저작권보호원은 급속한 환경 변화 속에서도 반드시 저작권을 지키겠다는 의지를 표현한 캐릭터 ‘바로’를 제작하였다. ‘바로’에는 ‘저작권이 올바르게 보호되도록 곧바로 조치하는 수호자’라는 의미가 담겨 있다. 향후 캐릭터를 이모티콘, 각종 홍보물, SNS 등에 활용하여 국민들의 저작권 존중 의식을 함양할 수 있는 기반을 마련할 예정이다.

그림 1-26 | 저작권 보호 캐릭터 ‘바로’



또한, 저작권에 대해 국민들이 쉽고 재미있게 공감할 수 있는 웹툰을 제작하였다. 20대를 주요 대상으로 하여 저작권 상담 사례와 저작권자의 권리 구제, 이용자 피해 예방법 등을 20편으로 나누어 포털 등에 연재할 계획이며, 향후 단행본으로 발간할 예정이다.

제2장 콘텐츠 유통 환경

제1절 음악산업

1. 2018년 음악산업 동향

2018년 우리나라 음악산업 매출액은 약 6.5조원으로, 이는 전년 대비 11.9% 증가한 수준으로, 지난 5년간 안정적인 성장세를 보이고 있다.¹⁰⁾

작년부터 이어지는 방탄소년단의 인기는 빌보드 차트에서 1위를 차지하는 등 놀라운 기록을 만들어냈고, 그에 따라 해외 팬덤 역시 성장세를 탔다. 그 여세를 몰아 해외시장에서 다소 주춤하던 K-Pop은 전반적으로 상승세를 보였고, 음반 판매량, 저작권료 증가 등 여러 요소에서 성장세를 보였다.

인공지능(AI)을 이용한 맞춤형 음악 서비스 본격화

음악 서비스에도 인공지능을 활용한 서비스가 본격적으로 시작되었다. 카카오의 음악 서비스 ‘멜론(MelOn)’은 멜론 사용 이력을 토대로 카카오톡 채팅방에서 이용자의 취향에 맞는 음악을 검색, 추천해주는 인공지능(AI)기반 뮤직봇 ‘로니’를 출시하였고, 네이버가 선보인 새로운 음악 서비스 ‘바이브(VIBE)’와 SK텔레콤의 ‘플로(FLO)’ 역시 AI 추천을 내세워 이용자의 취향에 맞춘 음악 서비스를 강조하였다. 글로벌 음악 서비스인 스포티파이(Spotify)도 AI를 통한 추천 서비스로 주목받고 있다. 애플은 AI 뮤직 앱인 ‘아사이(Asaai)’를 인수하고 시리(Siri)와 자사 AI 스피커와의 시너지를 준비하고 있다. AI의 도입은 음악 서비스의 홈 화면에도 영향을 주었는데, 기존에는 서비스 홈 화면에서 이용자들에게 일괄적으로 주요 차트 정보를 제공하던 형태에서, 이제는 개인의 취향을 중심으로 분석된 추천 음악을 각각 이용자에 맞게 노출하는 서비스를 홈화면에 제공하는 방향으로 바뀌어 가고 있다.

10) 한국콘텐츠진흥원, 『2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서』, 한국콘텐츠진흥원, 2019
2018년 매출액은 확정치가 아닌 잠정치임

음악 시장의 큰 비중을 차지하게 된 스트리밍 서비스

스마트폰과 초고속 인터넷 서비스의 발달로 인하여 이용자가 언제든지 원하는 곳에서 음악을 스트리밍 할 수 있게 되었고, 이용자의 음악 소비 행태의 변화로 곡의 소비주기가 짧아져 음원을 매번 번거롭게 다운로드 하여 듣는 것 보다 편하게 스트리밍으로 즐기려는 수요가 늘어나게 됨에 따라 스트리밍 사용량은 점차 증가하였다. 일례로, 미국레코드산업협회(RIAA)의 자료에 따르면 미국의 2018년 상반기(1H)의 스트리밍 비중은 전체 매출의 75%를 차지하고 있고 매년 28%의 성장률을 보이고 있다.¹¹⁾ 인공지능을 활용한 AI 스피커의 보급률이 높아진 것도 스트리밍 서비스 확대에 영향을 미쳤다. AI 스피커를 사용할 때 이용자들은 ‘음악 듣기’ 기능을 가장 많이 사용하게 되는데, 이에 따라 AI 스피커로 연동될 수 있는 음악 스트리밍 서비스 사용량도 함께 높아진 것이다. 실제로 아마존(Amazon)은 2017년 4분기 컨퍼런스콜에서 자체 음악 스트리밍 서비스인 아마존 뮤직 언리미티드(Amazon Music Unlimited)가 북미시장에서 3위의 음악 스트리밍 사업자로 성장한 이유가 자사 AI 스피커인 에코(Echo)의 보급 확산 때문이었다고 언급하기도 하였다.¹²⁾

전 세계 기준, 음악 스트리밍 서비스 중에서는 스포티파이가 가장 많은 이용자를 보유하고 있다. 스포티파이는 이용자가 광고를 보면 무료로 음악을 스트리밍 할 수 있는 서비스를 제공하고 있으며, 유료회원의 경우 광고없이 음악을 들을 수 있다. 스포티파이는 이용자의 한 해 청취 패턴을 알 수 있는 프로그램을 탑재하여 이용자의 청취습관을 분석, 취향에 맞는 선곡 리스트를 제공하고 있으며, 특히 2014년부터 제공되고 있는 디스커버 위클리(Discover Weekly) 서비스는 리듬, 박자, 장르 등 세분화한 음악 빅데이터를 활용한 맞춤형 서비스를 제공하고 있다.

유튜브(YouTube)의 독보적 성장세

국내 유료 음악 서비스 영역에서는 멜론(MelOn), 지니(Genie), 네이버(Naver) 등 국내 사업자들이 대부분의 시장을 점유하고 있으나, 무료 시장까지 확대하여 살펴보면 음악 시장에서도 유튜브가 압도적 지위를 차지하고 있다. 2018년 5월 한국인터넷기업협회가 발표한 ‘모바일 이용행태 보고서’에 따르면 ‘모바일 서비스로 음악 감상 시 주로 구글의 유튜브 앱을 이용한다’고 응답한 비율이 43.0%에 달했다. 이어 카카오프렌드의 멜론

11) RIAA, 『MID-YEAR 2018 MUSIC REVENUES REPORT』, RIAA, 2018.

12) 카카오, 자회사 카카옴 합병...음원 스트리밍 시장 판도 변화에 대비, 비즈트리뷴, 박동우 기자

(28.1%), KT의 지니뮤직(7.7%), 네이버의 네이버뮤직(6.5%) 등의 순이었다.¹³⁾ 유튜브는 2018년 5월, 기존의 유료 서비스인 유튜브 레드(YouTube Red)를 유튜브 프리미엄(YouTube Premium)으로 개편, 확대하였다. 유튜브 프리미엄을 이용하면 유튜브에 올라와있는 영상을 광고없이 재생할 수 있고, 백그라운드 재생도 지원한다. 아울러 음악 관련 콘텐츠에 특화된 유튜브 뮤직 프리미엄도 출시하였는데, 이 서비스를 이용하면 뮤직비디오 등 음악을 광고없이 시청할 수 있다. 별도 앱을 이용하면 스포티파이나 멜론 등과 같은 음악서비스와 유사하게 서비스를 이용할 수 있다. 뮤직 프리미엄 서비스는 아직 국내에서 출시되지 않아 서비스 개편에 따른 큰 파장은 없었지만, 유튜브 뮤직 프리미엄의 가격이 미국 현지의 스포티파이 이용요금과 동일하다 보니, 일각에서는 국내 스트리밍 시장의 변화를 몰고 올 것으로 우려하고 있다.¹⁴⁾

거세지는 한류 열풍

2017년 미국 시장에 등장한 방탄소년단은 2018년 빌보드 메인 앨범 차트인 ‘빌보드 200’에서 1위를 두차례 기록하였고, 2018 빌보드 뮤직어워드에서 톱 소셜 아티스트 부문 2년 연속 수상, ‘2018 아메리칸 뮤직 어워드’에서 페이보릿 소셜 아티스트 부문 수상, 2018년 미국 빌보드 연말 결산에서 톱 아티스트 8위, 톱 아티스트 듀오/그룹 부문 2위, 미국내 두 번째로 높은 음반판매량을 기록하는 등 국내 아티스트로는 누구도 세우지 못한 신기록을 이어갔다. 그리고 그 뒤를 이어 NCT, GOT7, 몬스타엑스, 블랙핑크 등이 제2의 한류 열풍의 주역으로 주목받고 있다.

반한 감정으로 한때 주춤하던 일본 내 한류 열풍은 방탄소년단의 인기에 힘입어 다시 거세졌다. 방탄소년단의 ‘페이크 러브/에어플레인 pt.2’는 오리콘 주간 싱글차트 1위를 차지했고 트와이스의 미니 6집 ‘예스 오어 예스(Yes or Yes)’는 오리콘 위클리 앨범 차트에서 1위에 등극했다.¹⁵⁾ ‘프로듀스 48’로 결성된 한·일 프로젝트 그룹 아이즈원의 데뷔 앨범은 11월 첫째주 주간 앨범 랭킹과 디지털 앨범 랭킹에서 동시에 1위를 차지하였다.

13) 인터넷기업협회, 『모바일 이용행태 조사보고서』, 인터넷기업협회, 2018

14) 음악 시장 공세 거센 유튜브...韓도 흔들까, 머니투데이, 이해인 기자

15) 방탄소년단, 트와이스, 극우 반한 유도에도 일본 오리콘 1위(종합), 뉴시스,, 이재훈 기자

이러한 인기는 온라인 동영상 서비스인 유튜브에서도 나타났는데, 방탄소년단의 유튜브 조회수는 2017년 이후 32억뷰를 넘어섰고, 트와이스도 같은 기간 총 19억뷰를 기록했다. 하나금융투자에 의하면 국내 3대 기획사(JYP·YG·SM엔터테인먼트)가 유튜브와 아이튠즈, 스포티파이 등 해외 음원 플랫폼을 통해 거둔 매출은 2016년 총 320억원에서 2017년 495억원으로 55% 늘었다. 또 2018년 상반기에만 285억원을 벌어들여 2017년 상반기보다 58% 성장했다. 3사의 음원 매출 중 해외 플랫폼 비중 역시 2017년 47%에서 2018년 1분기 54%까지 상승했다.¹⁶⁾ 이러한 한류 열풍에 힘입어 2018년 문화부문 국제수지는 역대 2위 규모로 2억 6,000만달러의 흑자를 기록하였다. 이는 중국의 한한령이 본격화되기 이전인 2016년 4억 7,000만달러의 흑자에 이어 역대 두 번째로 많은 규모이다.¹⁷⁾

중국 음악시장의 성장과 한한령 해제

국제음반산업협회(IFPI)의 자료에 따르면 2017년 중국이 처음으로 세계 음악 시장 상위 10위에 올랐다고 평가했다.¹⁸⁾ 중국 정부가 음원 불법복제 사이트를 차단하는 등 저작권 침해를 막기 위해 노력하고 있고, 텐센트 등 중국 인터넷 업체가 제공하는 스트리밍 서비스가 점차 시장에 자리잡고 있기 때문으로 보여진다. 2016년 이후 사드 보복조치에 의한 한한령에 의해 중국내 K-Pop 시장이 한순간에 축소되고 아티스트들의 중국 진출 자체가 무산되는 등 가장 타격이 컸던 엔터테인먼트 분야는 한한령 해제 분위기로 다시 중국 진출의 기회를 엿보고 있다. 주요 엔터테인먼트 회사들은 중국 기업과 합작회사를 설립하여 중국 현지 아이돌 그룹을 데뷔시키고, K-Pop 음원, 뮤직비디오 등 콘텐츠 유통에 대한 중국 측과의 파트너십을 체결하는 등 중국 내에서의 활동을 위한 움직임을 보이는 중이다.

음원 전송 사용료 징수규정 개정에 따른 음원 상품 요금 인상

2018년 6월 문화체육관광부는 한국음악저작권협회 등 4개 신탁관리단체의 음원 전송 사용료 징수규정 개정안을 최종승인 하였고, 2019년 1월 1일부터 적용하기로 하였다. 징수규정 개정으로, 음원 스트리밍 서비스에 대한 저작권자 수익의 비율은 60%에서 65%로 증가하였고, 다운로드의 경우에는 70%로 늘어나게 되었다. 아울러 다운로드의 경우

16) 유튜브 올라탄 K팝...3사 해외음원 플랫폼 매출 두배 급증, 한국경제, 정진 기자

17) 방탄소년단이 주도한 한류...지난해 문화부문 수지 흑자 '역대 2위', 머니스, 김창성 기자

18) IFPI, 『State of the Industry』, IFPI, 2018

뮤음 상품의 할인율도 축소되면서 단계적으로 할인폭을 줄이고 2021년에는 모든 다운로드 상품의 뮤음 판매 할인 혜택이 완전히 폐지될 예정이다. 동 개정안으로 인하여, 각 음악 서비스 업체들은 주요 음원 상품의 요금을 인상하는 것이 불가피해졌다. 소비자 부담을 최소화 하면서 주요 상품 및 서비스의 요금 인상을 감행해야 하는 상황이 되었다. 기존 자동결제 가입자에 대해서는 현재 요금으로 계속 사용할 수 있게 하는 유예조항이 있다고 하더라도, 신규가입자 등에 대해서는 그 부담이 커질 수밖에 없는 상황이다. 반면, 유튜브, 애플 등 해외 업체들은 동영상 내 음원의 사용, 자사 글로벌 기준에 따른 음원 사용료 지급 등의 이유로 징수규정의 적용을 받지 않아 이용료 인상의 대상이 되지 않았다. 이로 인하여 국내 업체에 대한 역차별 이슈와 함께 해외 업체들이 받게 될 반사이익이 예상되고 있다.

2. 합법저작물 유통 환경

가. 온라인 유통

온라인 음악 서비스의 경우, 그 형태는 크게 전송서비스와 디지털음성송신 서비스로 나눌 수 있다. 전송과 디지털음성송신은 동시성과 이시성의 차이로 구분될 수 있다. 즉, 개별 이용자들이 자신이 선택한 시간과 장소에서 음원을 개별적으로 선택해 청취할 수 있는 경우 전송에 해당하고, 음원을 청취함에 있어 모든 이용자들이 같은 시점에 같은 내용을 청취하는 경우 디지털음성송신에 해당한다.

1) 전송서비스 (스트리밍, 다운로드)

스트리밍은 인터넷 네트워크를 통해 실시간으로 이용자가 음악을 감상할 수 있도록 하는 형태의 서비스이다. 최초 온라인 음악서비스가 도입될 당시만 해도, 데이터 소모량이 큰 스트리밍은 다운로드보다 크게 각광받지 못하였다. 이후 데이터 전송 속도가 빨라지고, 모바일로 음악을 즐길 수 있는 환경이 확대되었으며, AI 스피커의 보급과 함께, 무제한 데이터 요금제가 소비자의 입맛에 맞추어 다양해지고, 이용자들의 음악 소비 패턴이 '소유'에서 '소비'로 바뀌는 등 다양한 요인으로 인하여 최근에는 스트리밍이 가장 선호하는 서비스로 자리잡게 되었다.

다운로드는 이용자가 보유한 재생기에 음원 파일을 저장하여 사용할 수 있도록 하는 서비스이다. 이 경우에는 다운로드 받을 때에만 인터넷 데이터를 사용하게 되고 이후에는 인터넷의 연결이나 데이터의 제약 없이 계속적으로 음원을 이용할 수 있다. Non-DRM 다운로드 서비스인 MP3 다운로드의 경우, MP3 파일이 기기에 저장되어 MP3 재생이 가능한 프로그램 혹은 앱만으로 해당 음원을 영구히 소장하고 재생이 가능하다. 반면 기간제 다운로드 서비스인 DRM 다운로드의 경우, 해당 DRM 파일을 재생하기 위한 특정 서비스의 프로그램 혹은 앱이 있어야 해당 음원의 재생이 가능하고, 기간제 다운로드 서비스이므로 이용권 사용기간이 끝나면 해당 음원을 사용하지 못하게 된다. 최근에는 스트리밍 서비스에 밀려 DRM 다운로드 서비스는 그 이용자가 줄어드는 추세이다.

2) 디지털음성송신 서비스 (웹캐스팅)

디지털음성송신 서비스는 모든 이용자들이 같은 시점에 같은 내용을 청취하도록 하는 서비스로, 방송과 유사하나 공중의 구성원의 요청에 의하여 개시되는 디지털 방식의 음의 송신, 즉 웹캐스팅이라는 점에서 차이가 있다. 아프리카TV나 유튜브 등 인터넷 방송 중 음의 송신(음성, 음악)에 한하여 제공되는 웹캐스팅의 경우에는 디지털음성송신에 해당한다. 최근 디지털음성송신 서비스로 각광받고 있는 것이 매장음악 서비스이다. 매장음악 사업자는 가입한 각 매장의 업종과 분위기에 맞는 곡을 선곡하여 웹캐스팅 형태로 매장에 송신한다. 최근에는 기술의 발전과 다양한 방식의 서비스 등장에 의해 디지털음성송신 서비스인지 전송인지 그 경계가 모호한 신규 서비스들도 출시되고 있다.

나. 오프라인 유통

오프라인 음반 유통의 경우, 온라인에 밀려 그 시장 자체가 많이 축소되었으나, 2018년의 경우 눈에 띄는 성장세를 보였다. 한국음악저작권협회의 2018년도 3/4분기(1월1일~9월 30일)까지의 신보 음반 저작권료 징수 금액은 약 155억원으로, 이는 전년도 같은 기간에 비해 약 45.2% 증가한 금액이며, 이는 2017년에 징수된 전체 신보 음반 저작권료 징수액에 육박하는 금액이다.¹⁹⁾ 이런 성장의 원인은 K-Pop의 성장과도 직결된 것으로 분석하고 있다. 실제로 G마켓 글로벌 샵의 경우, 2018년에 역직구 형태로 외국인들

19) 한국음악저작권협회, 「[보도자료] 'K-POP 전성시대' 신보음반 저작권료 매출 전년대비 45% 증가해」, 한국음악저작권협회, 2018.

에게 판매된 도서, 음반 매출액이 2017년도보다 약 62% 정도 증가하였다고 한다. 음반 중에는 방탄소년단을 비롯한 워너원, 엑소, 갯세븐, 슈퍼주니어, 샤이니 등 보이그룹의 앨범 판매량이 높은 판매량을 보였다. 참고로 방탄소년단은 미국 내 음반 시장에서도 판매순위 2위를 차지하였다.²⁰⁾

3. 불법복제물 유통 환경

가. 온라인 상 불법복제물 이용

전 세계적으로 저작권 보호에 대한 의식이 고취되고 다양한 형태의 유, 무료 음악 서비스가 늘어나면서 과거에 비해 불법 음원 이용이 많이 줄어들었다. 그럼에도 불구하고 IFPI가 발표한 ‘세계 음악 소비자 동향 분석 보고서’에 따르면 전세계 음악 소비자 전체의 38%가 불법으로 음악을 듣는 것으로 나타났다.²¹⁾

온라인에서 불법 음원을 이용할 수 있는 방법은 웹하드, P2P, 토렌트를 통한 방법 외에도 모바일 앱을 통한 불법 스트리밍, 다운로드 서비스 및 스트림 리핑(Stream Ripping) 등이 있다. 온라인 상 불법복제물은 대부분 토렌트, 웹하드, P2P 등을 통해 유포된다. 한국저작권보호원의 ‘2018 저작권 보호 연차보고서’에 따르면 온라인 불법복제물의 유통경로는 토렌트(27.8%), 모바일 앱(21.9%), 웹하드(17.9%), 포털(16.9%) 순으로 나타났다.²²⁾

웹하드는 인터넷이 보급되던 시절부터 불법복제물의 온상으로 규제되어 왔고, 웹하드 등록제와 저작권법 제104조에 따른 기술적 보호조치 이행, 웹하드 등록제, 권리자들의 꾸준한 저작권 침해 대응 행위를 통하여 음원 저작물 불법 유통이 꾸준히 줄어들고 있는 추세이다. 다만, 이에 따른 풍선효과로 이용자들이 토렌트로 몰리면서 최근에는 토렌트가 불법복제물 유통량의 대다수를 차지하게 되었다.

20) 방탄소년단, 지난해 외국인 앨범 역직구 판매1위...5명 중 1명꼴로 방탄 음반 구매, 스포츠조선, 이정혁 기자

21) IFPI, 『Music Consumer Insight Report』, IFPI, 2018.

22) 한국저작권보호원, 『2018 저작권 보호 연차보고서』, 한국저작권보호원, 2019.

1) 토렌트를 통한 저작권 침해

토렌트는 P2P 방식의 파일 공유 프로그램으로, 개인 PC, 스마트폰 등이 서버가 되고 동시에 클라이언트가 되어 파일을 여러 조각으로 나누어 공유하는 방식으로, 토렌트 소프트웨어를 설치한 기기에서 시드파일을 실행하면, 해당 파일의 조각을 가지고 있는 사용자들로부터 파일을 다운로드 받을 수 있고, 파일을 다운받은 후에는 시드를 유지하는 모든 다운로드 유저들과 함께 새로운 다운로드 이용자를 위한 파일 조각을 공유하게 된다. 따라서 토렌트의 유저는 다운로드이자 업로더가 되는 셈이다.

토렌트는 해외 소재 서버를 이용하기 때문에 추적이 어렵다는 점을 악용해왔다. 이에 정부는 토렌트를 통한 불법유통을 근절하기 위하여 접속 차단 조치 등 다양한 조치를 취해왔으나, 이용자들은 우회사이트나, 브라우저 변경 등을 통해 회피방안을 찾아내는 등 풍선효과로 인한 침해는 계속되었다. 이러한 토렌트의 심각성을 파악하고 정부는 불법사이트 집중단속에 나섰고, 대표적인 국내 토렌트 사이트인 토렌트킴, 보고보고 등 3곳이 2018년 10월 적발, 폐쇄되었다.

2) 스트림 리핑(Stream Ripping)을 통한 저작권 침해

최근 스트리밍으로 나오는 음악을 추출하여 다운로드 가능한 형태의 음원 파일로 변환하여 제공하는 스트림 리핑 형태의 침해가 증가하였다. 가장 빈번하게 발생하는 예가 유튜브에서 재생되는 영상의 음원을 추출하여 MP3 등의 음원 파일 형태로 만들어주는 스트림 리핑이다. 이 사이트나 앱을 이용하면 이용자는 유튜브에 접근하지 않고도 리핑하여 본인의 기기에 MP3 파일을 저장할 수 있게 된다. 유튜브는 무료 서비스를 이용하면 백그라운드 재생이 불가하고 온라인 상태에서만 이용이 가능하나, 스트림 리핑을 이용하여 저장한 파일을 재생하면 오프라인 상태나 유튜브에 접속하지 않고도 음악을 감상할 수 있는 것이다. 과거 PC를 이용하여 접근가능한 사이트에서 이러한 스트림 리핑이 주로 이루어졌다면 최근 스마트폰 등 모바일에서도 손쉽게 리핑(Ripping) 하여 다운로드 및 스트리밍 할 수 있도록 하는 앱도 제공되고 있다.

스트림 리핑이 저작권을 침해하는지 여부에 대해서는 다소 논란이 있어왔으나, 스트림 리핑의 불법성을 인정한 최초의 사례로 덴마크의 국제음반산업협회(IFPI), 신탁단체

(KODA), 예술인 연합회, 음악인 협회로 이루어진 권리연합(Rights Alliance)이 스트림 리핑 플랫폼인 Convert2MP3를 상대로 제기한 저작권 침해 소송이 있다. 해당 소송에서 Frederiksberg 법원은 해당 사이트가 불법적이라 판단했고, 그에 따라 인터넷 서비스 제공자들에게 해당 사이트를 차단하도록 명했다.²³⁾ 2016년에도 국제음반산업협회, 미국 레코드산업협회(RIAA), 영국음반산업협회(BPI)가 YouTube-MP3에 대하여 미국에서 소송을 진행하였던 사례가 있었으나, YouTube-MP3가 미국 레코드산업협회에 도메인을 넘겨주는 것으로 합의하여 소송이 종료되었기에, 덴마크 법원의 판단은 세계 최초로 스트림 리핑 서비스를 불법으로 규정한 사례라고 볼 수 있다. 다만, 본 사례 역시 Convert2MP3 측이 대응하지 않았기 때문에 원고의 주장이 모두 받아들여진 것으로 볼 수 있으므로, 앞으로 스트림 리핑의 저작권 침해에 대한 논란은 계속될 가능성이 있다고 보인다.

3) 전송과 디지털 음성송신의 경계성 서비스

기술의 발달과 새로운 서비스 모델의 개발로 새롭게 등장하는 음악 서비스들이 디지털 음성송신에 해당하는지, 전송에 해당하는지 판단이 모호하여 발생하는 권리 침해 문제가 있다. 전송에 해당하는 경우 저작권자 및 저작인접권자에게 물권적 권리로서의 ‘전송권’에 대하여 사전에 이용허락을 받아야 하는 반면, 디지털음성송신의 경우 저작권자를 제외한 저작인접권자(음반제작자, 실연권자)에 대해서는 채권적 권리인 ‘보상금 청구권’만이 있기 때문에, 저작인접권자에 대해서는 사후적인 보상금의 지급만으로도 권리처리가 가능하다. 이 경우 저작인접권자는 전송권에 대한 이용허락을 받지 않은 불법서비스라며 저작인접권 침해를 주장하고, 사업자는 디지털 음성송신에 대한 ‘보상금 청구권’에 대하여 보상금 납부로 사후 권리처리를 하였다며 합법적 이용이라고 주장하게 된다.

실제로 지니뮤직이 미디어스코프를 상대로 낸 음반 전송금지 청구소송에서 미디어스코프에서 출시한 덩가라디오의 ‘채널만들기’ 기능인 DJ FEED 기능이 전송인지 디지털음성송신인지에 대하여 권리와 사업자 간 저작권 분쟁이 발생한 사례가 있었는데, 법원에서는 이를 전송에 해당한다고 판단하였다. 해당 판결에서, ① 디지털음성송신과 전송은 음원을 청취함에 있어 모든 이용자들이 같은 시점에 같은 내용을 청취할 수밖에 없는

23) 김창화, 『덴마크, 세계 최초로 스트림-리핑을 불법으로 규정하다』, 『C STORY 2018년 9+10월호 Vol.12』, 한국저작권보호원, 2018

지(디지털음성송신), 아니면 개별 이용자들이 자신이 선택한 시간과 장소에서 음원을 개별적으로 선택해 청취할 수 있는지(전송) 등 동시성의 유무에 따라 구별할 수 있다는 기준을 제시하고, ② 이 기준에 의하면 DJ FEED 서비스는 이용자 요청에 의해 개시되기는 하나 이용자는 어디까지나 개별적으로 선택한 시간과 장소에서 음원을 청취할 수 있는 것이므로 DJ FEED 서비스는 상충되는 여러 특성들이 혼재되어 있기는 하지만 그 주된 기능으로 볼 때 동시성을 결여한 것으로서 디지털음성송신이 아닌 전송에 해당한다고 판단하고, 음반제작자인 지니뮤직으로부터 이용허락을 받지 않고 DJ FEED 서비스에 음원을 사용함으로써 이용자들에게 각 음원을 전송한 것은 지니뮤직의 전송권을 침해하는 행위에 해당한다고 판시한 바 있다.²⁴⁾ 본 건과 유사한 경계성 서비스로는 과거 프리리슨이나 넥슨뮤직과 같은 사례들이 있었다.

나. 오프라인 불법복제물 이용

온라인 불법 복제가 늘어나면서 오프라인에서는 상대적으로 복제물이 줄어드는 추세이다. 이는 CD 등 매체의 사용이 줄어들면서 오프라인 음반 시장 자체가 과거에 비해 줄어든 탓도 있겠으나, 디지털 환경에 익숙한 세대가 늘어나면서 오프라인 불법복제물의 수요가 줄어든 것도 하나의 요인으로 볼 수 있다. 아울러 최근 음반시장은 방탄소년단, 엑소 등 K-Pop 팬덤이 구매하는 음반이 시장의 대부분을 차지하는 양상을 보인다. 이러한 팬덤 문화는 음반 자체를 ‘음악 청취용’ 보다는 일종의 ‘MD 상품’으로 인식하는 경향이 있기 때문에 정품 음반 구매율이 높아지게 되었고, 이로 인하여 불법 음반을 구매하는 이용자도 확연히 줄어들게 된 것으로 보인다.

한때 고속도로 휴게소에서 판매하던 불법 음반이나 SD카드에 수록된 불법 음원을 재생해주는 휴대용 음악 재생기기인 일명 ‘효도라디오’는 지속적인 단속과 불법복제물 근절 캠페인을 통한 계도로 인하여 최근에는 다소 줄어든 상태이다.

24) 대법원 2018. 9. 13. 선고 2018다235415 판결.

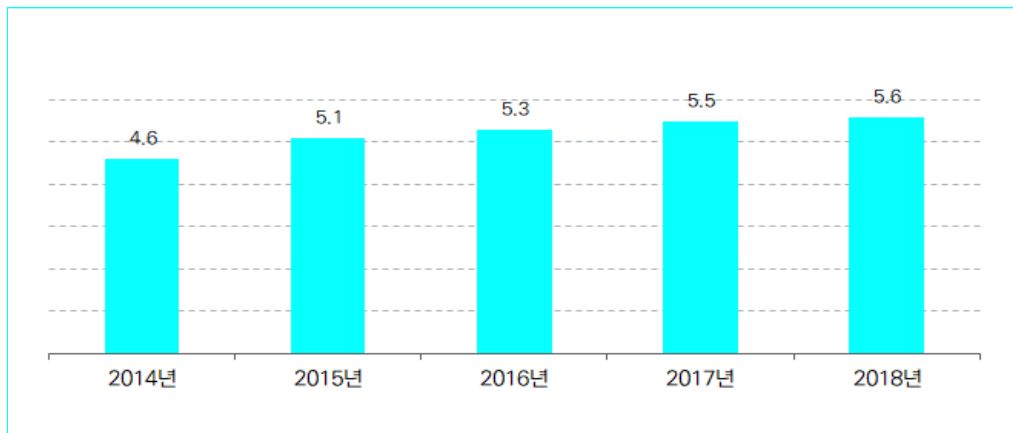
제2절 영화산업

1. 2018년 영화산업 동향

2018년 영화산업 매출 규모는 5조 6천억 원으로, 이는 5조 5천억 원이었던 전년 대비 1.7% 성장한 수치이다. 영화산업 매출액은 2015년 5조 원을 돌파한 이후 성장세를 지속하고 있다.

그림 1-28 ■ 영화산업 매출 추이²⁵⁾

(단위: 조 원)



『2018년 한국 영화산업 결산』(영화진흥위원회)에 따르면 2018년 극장 입장료 매출은 1조 8,140억 원으로 전년(1조 7,566억 원) 대비 3.3% 증가하며 역대 최고치를 기록했다. 2018년 전체 극장 관객 수는 2억 1,639만 명으로 전년(2억 1,987만 명) 대비 1.6% 감소했다. 관객 수가 감소했음에도 2018년 극장 입장료 매출이 증가한 것은 평균 관람요금에 8,383원으로 전년(7,989원) 대비 4.9% 증가함에 따른 결과였다. 2018년 4월 경 멀티플렉스 체인 중심으로 이뤄진 영화 관람료 인상과 입장료 단가가 높은 특수상영 매출 증가로 2018년 평균 관람요금도 역대 최고치를 기록했다.

25) 2014~2017년 수치는 한국콘텐츠진흥원의 각 연도별『콘텐츠산업 통계』, 한국콘텐츠진흥원 2018년 수치는『2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서』, 한국콘텐츠진흥원 2018년 매출액은 확정치가 아닌 잠정치임

2018년 한국영화 관객 점유율은 50.9%로 8년 연속 50%를 넘었고, 인구 1인당 연평균 극장관람횟수는 4.18회로 역대 최고치(4.25회)를 기록했던 전년과 비교해 0.07회 감소했으나, 이는 여전히 세계 최고 수준의 관람횟수이다. 인구 1인당 관람횟수가 세계 최고 수준인 상황이기엔 극장 관객이 과거와 같이 급성장하기는 어려울 것이다. 극장 시장은 앞으로도 큰 변화 없이 낮은 성장에 머무를 것으로 예측된다. 배급사 관객 점유율에서는 지난해 2위였던 롯데가 17.1%로 1위에 올라섰고, 디즈니는 13.9%로 2위를 기록하며 약진했다. 지난 15년간 부동의 1위를 지켜왔던 CJ ENM은 13.3%를 기록하며 3위로 내려왔다.

한국형 프랜차이즈 영화의 가능성

2018년 한국영화 관객 수 1위는 1,227만 명을 기록한 <신과함께-인과 연>이었고, 2위는 587만 명(최종 1,441만 명)을 모은 <신과함께-죄와 벌>이었다. 2018년 최고 흥행작인 ‘신과함께’ 시리즈는 한국영화산업의 정점을 보여준 작품이다. 순제작비 350억 원, 총제작비 400억 원의 ‘신과함께’ 시리즈는 1편과 2편을 동시에 제작했는데, 1편과 2편 모두 천만 관객을 돌파하면서 기획, 제작, 마케팅, 흥행 모두에서 성공적인 모범 사례가 되었다. 3편 제작에 기대가 모아지는 ‘신과함께’ 시리즈는 안정적인 수익성을 가진 할리우드 프랜차이즈영화처럼 한국형 프랜차이즈영화의 가능성을 열어 보였다.

할리우드 프랜차이즈 영화 등 대작영화 중심 상영

해를 더해 갈수록 대작 영화 중심 상영이 심화되고 있고 있다. <어벤져스: 인피니티 워>는 2018년 4월 29일에 77.4%의 일일 상영 점유율²⁶⁾을 기록했는데 이는 일일 상영 점유율로는 역대 최대치이다. 상영 편중의 심화로 인해 할리우드 프랜차이즈영화 중심으로 상영 편성이 이뤄짐에 따라 중소규모의 한국영화가 흥행을 노려볼 수 있는 시기가 줄고 있다. 이에 한국영화의 다양성과 관객의 영화 선택권이 크게 위축되고 있는 상황이다. 한편 고예산 대작영화의 흥행 부진도 나타나 2018년에는 제작비 100억 원 이상의 한국 고예산영화가들이 투자 대비 흥행에 실패한 사례도 다수 나타났다.

26) 상영 점유율은 영화가 하루 동안 전체 극장에서 상영된 상영횟수를 모든 영화의 상영횟수로 나눈 백분율.

고예산 대작영화의 상영 편중이 불러온 여러 폐단에 공감대가 형성되면서 복합상영관의 상영을 일정 비율로 제한하는 영비법 개정안이 발의되는 등 상영 편중을 해결하기 위한 방안 마련도 진행 중에 있다.

한국영화 리메이크 붐

2018년에는 리메이크 영화들의 선전이 눈에 띄었다. <독전>, <완벽한 타인>, <지금 만나러 갑니다>, <리틀 포레스트> 등 중급 이하 영화에서부터 <골든 슬럼버>, <인랑> 등의 고예산 영화까지 리메이크 영화가 2018년에 유독 많았다. 리메이크 영화 열풍 원인에 대해 창작 시나리오 부족, 아이디어 고갈, 기획개발 지원 부족, 열악한 시나리오 작가 처우 문제 등의 비판적 분석과 함께, 리메이크 영화 제작이 활발한 할리우드와 마찬가지로 한국영화산업 규모가 커져감에 따른 자연스러운 현상이라는 진단까지 다양한 해석이 나오고 있다.²⁷⁾ 리메이크 영화가 한국 대작영화와 할리우드 프랜차이즈영화로 양분된 극장가에 새로운 활력을 불어넣어준 것만큼은 분명하다.

주 52시간 근무제 시행

2018년 2월 근로기준법 개정법률이 국회를 통과하면서 개정법률 시행에 따라 영화제작 현장에서도 주 52시간 근무제가 적용된다. 주 52시간 근무제는 기업 규모에 따라 단계적으로 시행된다. 300인 이상 사업장은 2018년 7월 1일, 50~300인 사업장은 2020년 1월 1일, 5~50인 미만 사업장은 2021년 7월 1일부터 근로기준법 개정안을 따라야 한다. 보통 상업영화는 50~300인 사업장에 해당하고, 독립영화나 저예산영화는 5~50인 사업장에 해당된다.²⁸⁾ 개정된 근로기준법이 완전히 적용되기까지 남은 시간 동안 정부, 제작사, 노동자 간 다양한 논의가 활발히 이뤄질 것으로 보인다.

미투 운동과 한국영화의 성평등 정책

영화계도 ‘미투’ 운동에서 자유롭지 못했다. 유명 영화인들이 2018년 미투 논란의 중심에 서면서 영화계에 큰 파장이 일었다. 영화계의 미투는 본질적으로 남성 중심의 한국 영화 제작시스템이 가져온 폐해이기도 해 정책적인 개선이 필요하다는 목소리가 그간 꾸

27) 전중혁, 『한국영화 리메이크 열풍』, 『월간한국영화 102호』, 영화진흥위원회, 2018,

28) 근로기준법 개정안 시행 앞둔 영화계의 고민은?, 씨네21. 김성훈 기자

준했다. 이에 3월에는 영화산업 내 성폭력 상담·신고 및 성폭력 예방교육을 위한 한국영화성평등센터 ‘든든’이 설립되었고, 8월에는 영화진흥위원회 산하 최초로 한국영화성평등소위원회가 구성되어 거시적 차원의 성평등 정책 수립을 위한 논의가 이어지고 있다. 극장가에서도 변화의 움직임이 일어나고 있다. 남성 중심의 서사를 보여주는 한국영화에 대한 문제 인식이 SNS를 중심으로 여성 담론을 형성하면서 여성영화 보기 운동도 확산되고 있다. ‘쓰백러’로 일컬어지는 <미쓰백>의 여성 팬덤이 대표적인 예로, 좌석 판매율을 높이기 위해 관람은 하지 않고 티켓만 구매하는 일명 ‘영혼 보내기’로 불리는 영화보기 운동이 일어나기도 했다. 변화된 극장가의 분위기 하에서 여성영화의 흥행 성적도 대폭 향상되었다. 『2018년 한국영화산업 결산』에 따르면 여성 감독과 여성 주연 비율이 2018년에 최근 5년 간 가장 높은 비율을 기록했다. 2018년 여성 감독 영화의 평균 관객 수는 59만 명인데 이는 전년 대비 28.8% 증가한 수치로 최근 5년간 매해 증가하고 있다. 또한 여성 주연 영화의 평균 관객 수는 57만 명으로 전년 대비 41.4% 증가하였다.

2. 합법저작물 유통 환경²⁹⁾

과거 영화산업에서 극장 상영 이외의 영화 유통창구를 통상 ‘부가시장’이란 용어로 지칭되어 왔고, VHS와 DVD가 부가시장의 주를 이루었다. 그러나 최근에는 영화 부가시장이 IPTV로 대변되는 디지털 온라인 시장으로 재편됨에 따라 영화의 합법저작물 유통 환경도 디지털 온라인 매출을 중심으로 살펴보았다.

표 1-32 | 2016~2018년 전체 디지털 온라인 시장 매출 규모

(단위 : 억 원)

구분	2016년			2017년			2018년		
	매출액	비중	전년 대비 증감률	매출액	비중	전년 대비 증감률	매출액	비중	전년 대비 증감률
TV VOD	3,347	81.1%	28.3%	3,543	81.2%	5.9%	3,946	83.3%	11.4%
인터넷 VOD	679	16.5%	16.7%	752	17.2%	10.8%	728	15.4%	-3.2%
패키지 상품	99	2.4%	-37.3%	67	1.5%	-32.3%	65	1.4%	-3.0%
합계	4,125	100%	23.2%	4,362	100%	5.7%	4,739	100%	8.6%

29) 영화진흥위원회, 『2018년 한국 영화산업 결산』, 영화진흥위원회, 2018.

2018년 디지털 온라인 시장 매출액은 4,739억 원으로 전년 대비 8.6% 성장하였다. 이 중 디지털 케이블, 셋톱박스를 통해 서비스하는 VOD 플랫폼인 TV VOD(IPTV 및 디지털케이블TV)의 매출은 3,946억 원으로 전년 대비 1.3%가 증가하였다. TV VOD 매출이 디지털 온라인 시장 매출의 83.3%를 차지하고 있다. TV VOD 시장은 IPTV 최초개봉 영화 등 전용콘텐츠의 증가, 다양한 가격 정책, 홀드백 조정 등을 통해 지속적인 성장세를 보였다.

PC 및 모바일 기반 VOD 서비스 플랫폼과 웹하드를 일컫는 인터넷 VOD 매출은 728억 원을 기록하며 전년 대비 3.2% 감소했다. 디지털 온라인 시장 매출액에서 인터넷 VOD 매출이 차지하는 비중은 15.4%였다. 인터넷 VOD 시장은 큰 변화 없이 저성장세에 머물러있다. 패키지 상품(DVD, 블루레이)은 전년 대비 3.0% 감소한 65억 원의 매출을 기록했는데, 디지털 온라인 시장 매출 비중으로는 1.4%에 해당했다.

표 1-33 | 2018년 TV VOD(IPTV 및 디지털케이블TV) 전체영화 매출 순위

순위	영화명	매출(억 원)	이용건수(건)
1	신과함께-죄와 벌	116.9	1,727,098
2	신과함께-인과 연	79.6	927,021
3	마녀	69.1	920,712
4	독전	65.5	850,146
5	강철비	63.2	811,376
6	주라기 월드: 폴른 킹덤	62.1	700,770
7	어벤져스: 인피니티 워	57.1	710,390
8	1987	54.9	766,223
9	안시성	47.2	602,667
10	암수살인	45.1	579,262

2018년 TV VOD 전체 영화 매출 1위는 2017년 12월 극장 개봉한 <신과함께-죄와 벌>(매출액 116억 9천만 원)이 차지했다. 2위는 2018년 8월 극장개봉 한 <신과함께-인과 연>(매출액 79억 6천만 원)이었다. <신과함께-죄와 벌>이 TV VOD 흥행 1위에 오른 것은 후편인 <신과함께-인과 연> 개봉에 맞춰 전편에 대한 관람 수요가 높아졌고, 이후 다양한 플랫폼에서 1, 2편 연계 프로모션을 진행하면서 이용건수가 증가함에 따른

결과였다. <마녀>, <독전>, <강철비> 등의 액션영화가 상위권에 오른 것을 통해 TV VOD 시장에서 액션영화에 대한 수요가 높다는 것도 알 수 있는데, 이는 소비력을 갖춘 중장년층 남성이 안방극장의 주요 이용자층임을 알려주는 방증이기도 하다.

3. 불법복제물 유통 환경

영화 콘텐츠 소비 환경이 다운로드와 스트리밍으로 변화함에 따라 오프라인 불법복제물 유통이 지금은 현저히 줄어들었고, 대신 온라인이 영화 불법복제물의 주경로가 되었다. 온라인 불법복제물 유통의 경우, 기존 웹하드와 P2P에서 토렌트와 SNS로 옮겨가는 형국이다. 영화 불법복제의 온상이었던 웹하드 업체가 쇠락하면서 웹하드를 통한 불법복제물의 유통 규모도 축소되고 있다. 한때 150개 업체가 난립했었으나, 2012년 웹하드 등록제 시행 이후 웹하드 업체수가 크게 줄었다. 과학기술정보통신부의 2018년 12월 말 기준 「특수한 유형의 부가통신 등록사업자 현황」 을 보면 웹하드(P2P 포함) 업체는 44개로 감소했다.

웹하드를 통한 불법 유통이 줄어들면서 최근에는 토렌트를 통한 영화 불법 유통 비중이 증가했다. 토렌트는 파일 하나를 통째로 내려받는 웹하드 공유 방식과는 다르게 하나의 파일을 여러 조각으로 쪼개 다수 사용자끼리 공유하는 프로그램이다. 불법 유통에서 토렌트의 비중이 커짐에 따라 영화나 드라마 등을 무단 유포한 불법 공유사이트를 강제 폐쇄하는 등 정부의 대응도 보다 강력해지고 있다.

그림 1-29 | 토렌트 사이트상 불법복제 한국영화 목록(예시)

번호	제목	용량	날짜
587	● 극한직업 Extreme Job 2018 1080p-H264-AC3 (DolbyDigital-5.1) & nickarad	2.89G	오늘
586	● 노후 대책 없다 No.Money.No.Future.2017.720p.HDRip	2.47G	오늘
585	● 로드킬 ROAD KILL, 2018.720p.HDRip.H264.AAC.mkv	2.78G	오늘
584	● 공동정범 The.Remnants.2016.720p	1015.47M	오늘
583	● 내 친구 정일우 Jung.il-woo.My.Friend.2017	385.17M	오늘
582	● 초행 The.First.Lap.2017.720p.HDRip.H264.AAC-PCHD	997.23M	오늘
581	● 작전 The.Scam.2009.HDRip.x264.1080p-Ernie	2.94G	오늘
580	● 위험한 관계 Dangerous.Liaisons.2012.SUBBED.1080p.BluRay.x264-PFa	3.64G	오늘
579	● 두 번째 겨울 Second.Winter.2018.720p.HDRip.H264.AAC	407.89M	오늘
578	● 극한직업 Extreme Job 2018 1080p H264 AC3 DolbyDigital 5.1	2.89G	오늘
577	● [블랙바켓] 커피메이트 Coffee.Mate.2016.HDRip.1080p.H264.AAC-STY1.mp4	2.46G	오늘
576	● 해빙 Bluebeard.2017.1920X1080.FHD-NWB	474.03M	오늘
575	● 해빙 Bluebeard 2017 1080p HDRip x264-[ENTER] [51분 멈춤 현상 없음]	2.23G	오늘
574	● 라이터를 켜라 2002 릴볼명	1.09G	오늘
573	● 써니 Sunny.2011.DC.LIMITED.1080p.BluRay.x264 GIMCHI	1.84G	오늘

웹하드와 토렌트 같은 다운로드 방식의 불법복제물 유통경로가 지속적인 모니터링과 시정권고 등 행정조치로 인해 차단되어감에 따라 스트리밍이 최근에는 새로운 불법복제물 유통경로로 부상하고 있다. 이는 콘텐츠 소비 방식이 다운로드에서 스트리밍으로 바뀌고 있는 것에 따른 영향으로 분석된다. SNS를 통한 스트리밍의 사례를 살펴보면, 영화 불법 스트리밍을 통해 구독자를 늘린 다음 SNS 페이지를 전혀 다른 아이템을 가진 제3자에게 돈을 받고 파는 경우가 많다. 이에 불법 유통 윈도우도 PC에서 스마트폰으로 이동하고 있다. 웹하드도 PC에서 모바일로 확장하고 있는 추세에 있고, 스마트폰과 같은 모바일 기기에서도 토렌트 애플리케이션을 이용해 불법 영화 콘텐츠를 다운로드 할 수 있다.

제3절 방송산업

1. 2018년 방송산업 동향³⁰⁾

2018년 방송산업의 경우 19.2조원의 매출을 올린 것으로 추정되며 이는 전년 대비 6.3% 성장한 것이다. 전 세계적으로 방송 프로그램 포맷에 대해 저작권을 인정하기 어려운 부분이 있었으나, 2017년 11월 대법원 판례를 계기로 방송 프로그램 포맷에 대해 재논의가 시작되었다. 이와 관련하여 MBC의 예능 콘텐츠인 <복면가왕>이 미국 FOX사에 판매되어 매회 1천만명이 시청하기도 하였다. 전 세계에 진출한 OTT서비스인 넷플릭스는 한국 시장 공략을 위해 오리지널 콘텐츠 ‘킹덤(Kingdom)’을 제작하면서 한국 시장에 본격적인 진출을 하게 되었다.

유료방송시장 지각 변동 예고

2018년 6월 유료방송 합산 규제 일몰 예정에 따른 통신사간 시장 재편에 대한 각사의 방침을 밝혔다. SK텔레콤은 케이블 TV와 통신사간 합병에 대해 긍정적이라 평하며 합산규제 일몰 후, 시장에 대응할 것으로 밝혔다. LG유플러스 역시 상황을 지켜보며 대응할 것으로 밝혔으며, KT 역시 유료방송 시장의 마켓리더로서 환경변화와 관계없이 압도적 1위를 유지할 의지를 밝히며 이동통신 3사가 유료방송시장 재편에 뛰어들겠다는 의지를 재확인하였다. 현행법상 유료방송(IPTV+케이블TV) 시장은 특정 업체의 점유율이 전체의 33%를 넘지 못하도록 규제하고 있어 합산규제 하에서는 KT와 자회사 KT스카이라이프의 점유율 합계는 30.18%로 인수합병에 나설 수 없으나 6월 합산규제 일몰 이후에는 점유율 경쟁에 나설 수 있는 상황이다. LG유플러스는 인수 합병을 통해 2위로 점유율을 높일 계획이며, KT는 1위 사수에 총력을 다 할 계획임을 밝혔다. SK텔레콤은 CJ헬로비전 인수합병에 실패 후 상황을 지켜보고 있다. LG유플러스는 317만 명의 가입자를 확보하여 시장점유율 10.42%를 기록하고 있으며 3개월 후 재공시에서 시장점유율 12.97%대의 CJ헬로비전 인수를 재추진할 경우 23%대 점유율을 기록하게 되며 SK텔레콤은 SK브로드밴드를 통해 유료방송 인수합병에 재도전할 가능성이 엿보인다.

30) 한국콘텐츠진흥원, 『2017년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서』 방송산업편, 한국콘텐츠진흥원, 2018, 한국콘텐츠진흥원, 『2018년 상반기 콘텐츠산업 동향분석 보고서』 방송산업편, 한국콘텐츠진흥원, 2018, 한국콘텐츠진흥원, 『콘텐츠산업 2018년 결산 및 2019년 전망 보고서』, 한국콘텐츠진흥원, 2019, 한국콘텐츠진흥원, 『2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서』, 한국콘텐츠진흥원, 2019. 2018년 매출액은 확정치가 아닌 잠정치임

넷플릭스의 오리지널 콘텐츠 제작 강화와 한국 콘텐츠 제작 착수

넷플릭스가 한국 상주 팀을 구성하여 영화, 드라마, 예능을 아우르는 국내 콘텐츠 생산과 유통 활동을 본격화 하고 있다. 이는 국내 콘텐츠 제작사와 협업해 오리지널 콘텐츠를 제작, 라이선스 공급 등에 집중할 것을 의미하며, 이는 한국 콘텐츠가 해외에서 인기가 높아지는 것에 대한 확신이라고 볼 수 있다. 넷플릭스는 전 세계 1억명이 넘는 가입자를 보유한 글로벌 온라인 동영상 서비스(OTT)기업이다. 넷플릭스의 글로벌 오리지널 콘텐츠 투자액은 한해 80억 달러이며, 국내의 경우, 봉준호 감독의 영화 ‘옥자’에 561억원을 투자 하였고 김은희 작가 드라마 ‘킹덤’에 100억원을 투자해 독점 콘텐츠 확보에 나서고 있다. 이는 콘텐츠 제작과 별도로 LG유플러스와 국내 인터넷 TV(IPTV)사업체휴가 압박해, PC, 모바일, IPTV에서도 넷플릭스 시청이 가능해 질 것을 시사하며, 또한 지상파, 케이블 TV PP(프로그램 공급사)중심의 방산 콘텐츠 시장에도 큰 변화를 야기할 것으로 예상된다.

‘통합 방송법’ 개정 논의 시작

온라인 동영상 서비스(OTT)와 IPTV(인터넷 TV)를 방송법 관리 아래 두는 내용의 ‘통합 방송법’개정 논의가 국회에서 시작되고 있다. 현재 방송법은 ‘방송법’, ‘종합유선방송법’, ‘유선방송관리법’, ‘한국방송공사법’을 하나로 통합 제정한 것으로 신규 방송 서비스가 도입될 때마다 법 개정이 늦어져 규제의 공백을 야기한다는 지적이 있어 왔다. 현재 국내 OTT시장은 유튜브가 독식하고 있는데, 모바일 앱 시장조사업체 와이즈앱의 ‘모바일 동영상 앱 사용시간 점유율’에 따르면 유튜브는 국내 동영상 점유율 86%를 차지하고 있다고 한다. 최근 검색 시장까지 장악하면서 구글의 광고 장악이 더욱 가속화 되고 있으나 현행 법규로는 유튜브가 부가통신사업자로 규정돼 시장진입, 광고에서 거의 규제가 없었던 상황이다. 주요 개정 내용으로는 IPTV사업법, 지역방송발전지원특별법을 방송법에 통합하고 유료방송사업 내 ‘부가유료방송사업자’를 규정해 OTT를 이에 포함해 규제의 영역에 두자는 것이 있다. 단, 이러한 규제를 통해 소규모 콘텐츠 사업자나 1인 크리에이터의 활성화가 위축되지 않는지 점검해 볼 필요가 있다.

세계 최초 제23회 평창동계올림픽 UHD 방송

대한민국이 강원도 평창군에서 최초로 동계 올림픽을 개최하였다. 평창동계올림픽은 세계 최초로 UHD 4K로 중계되었고, 5G 이동통신 서비스를 시범 운영하였다. 하지만 방송법 제76조에 따른 보편적 시청권에 따라 SBS가 KBS와 MBC에 중계권을 재판매 하면서 전 채널이 동일한 내용을 중계하는 문제가 발생하였다. 미국 NBC가 방송 시청률이 하락하는 환경에서 미국 올림픽 역사상 최초로 전 경기를 독점 생중계하여 스포츠 방송의 가치를 높인 사례를 배울 필요가 있다는 지적이 나오고 있다.

드라마 제작 주체와 방송 채널의 다양화

최근 영화 제작사와 포털들이 드라마 제작 시장에 진입하고 있다. 영화제작사 NEW는 2016년 KBS 2TV에서 방송한 <태양의 후예>를 제작하여 성공한 이후 스튜디오앤뉴를 설립하여 <미스 함무라비>, <뷰티 인사이드>를 제작하였고, 강풀 동명 웹툰 <무빙>, <기기괴괴>, <보좌관> 등의 드라마 제작을 추진하고 있다. 영화제작사 쇼박스는 <이태원 클라쓰>, <대세녀의 메이크업 이야기>등 웹툰의 드라마 판권 계약을 체결하여 드라마 제작을 추진 중이며, 필름몬스터는 OCN의 <트랩>, 영화제작사 워너브라더스 코리아는 <애타는 로맨스>, <그 남자, 오수>, 반 사전제작 드라마인 <그래서 나는 안티팬과 결혼했다> 등에 투자 및 공동 제작을 추진하고 있다. 네이버는 2017년 자회사 스노우를 통해 웹드라마를 제작하기 위해 플레이리스트 스튜디오를 설립하였으며, 올해 8월에는 네이버웹툰이 자사 웹툰을 원작으로 드라마와 영화를 제작하기 위해 스튜디오 N을 설립하였다. 카카오 역시 6월 tvN에서 방송한 <김비서가 왜 그럴까>를 기획, 메가몬스터를 인수한 카카오엠은 11월 MBC에서 방송한 <붉은 달 푸른 해>를 제작하였다. 드라마의 방송 채널은 지상파, 케이블, 종편, OTT로 확대되면서 드라마 제작이 롱폼(long form) 콘텐츠에서 숏폼(short form) 콘텐츠까지 다양하게 증가하였다.

방송 종사자의 근무 환경 개선

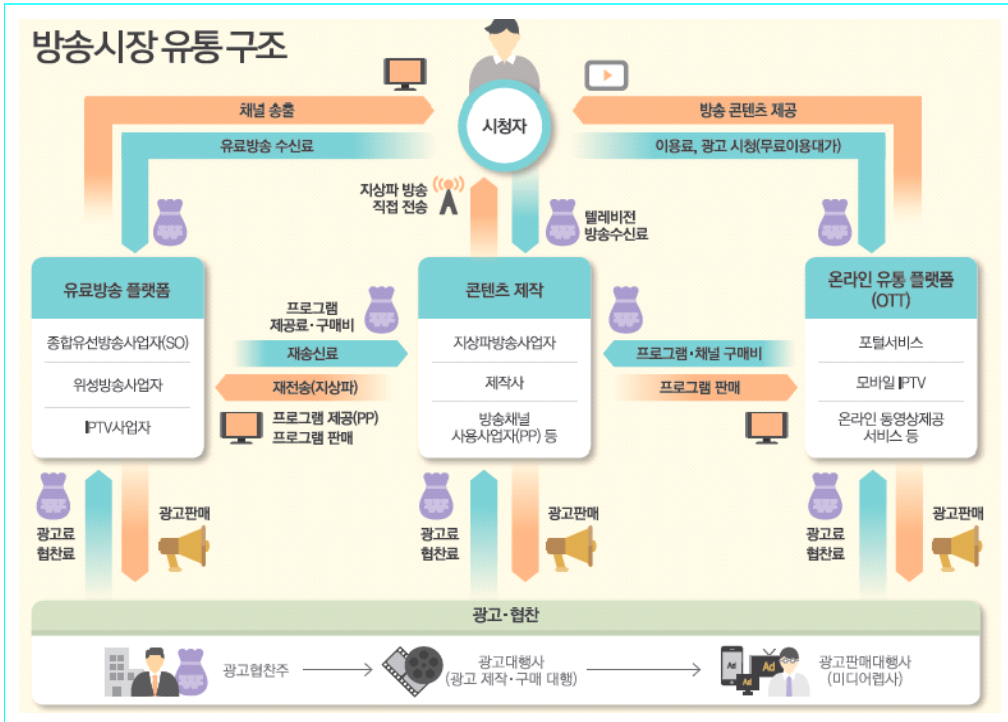
방송업은 근로기준법 제59조(근로시간 및 휴게시간의 특례)의 특례업종에 포함되어 있었으나, 특례업종에서 제외되어 2018년 7월 1일부터 근로시간 68시간을 준수해야 하며 2019년 7월 1일부터 52시간이 적용된다. 이러한 변화에 따라 방송사별로는 2019년

부터 시행될 근로시간 52시간 준수에 대한 대책을 세우고 있고 SBS는 8월 27일 노사가 연말까지 한시적으로 주 최장 근로시간을 68시간으로 하되, 드라마·예능 부서에 ‘재량근무제’ 등의 유연근무제를 허용하는 근무시간 단축을 합의하였다. 주당 52시간 기준은 <혼술남녀> 이한빛 PD사망, <화유기> 스태프 추락 사고, <킹덤>, <서른이지만 열일곱입니다> 스태프 사망 등의 사건이 지속적으로 발생하는 불합리한 노동 환경의 개선으로 이어질 가능성을 높이고 있다.

2. 합법저작물 유통 환경

방송콘텐츠의 유통구조는 지상파방송사업자, 제작사, 그리고 방송채널사용사업자 등이 콘텐츠를 제작하면 온라인 유통 플랫폼(OTT)과 유료방송 플랫폼인 IPTV/VOD, 그리고 지상파 방송으로 직접 전송 하는 형태로 시청자에게 전달된다. 또한 인기 드라마나 다큐멘터리의 경우에는 DVD또는 블루레이로 제작되어 높은 가격에 유통이 이루어진다.

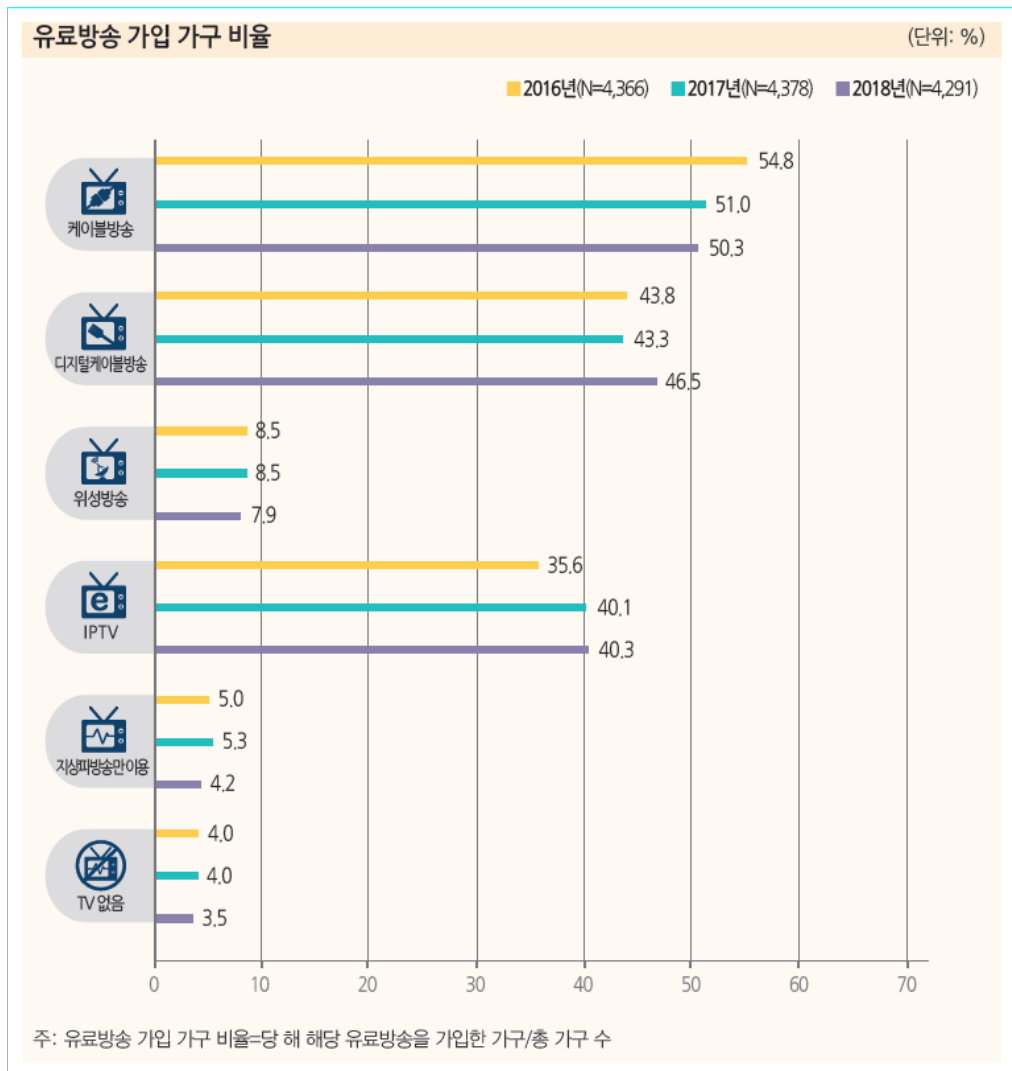
그림 1-30 | 방송시장 유통 구조



출처 : 2018 방송산업 실태조사 보고서, 방송통신위원회

먼저 유료방송 가입자의 경우 3,167만으로 전년대비 5.4% 증가하였으나, IPTV 가입률이 지속 증가하여 2017년 IPTV의 가입자 수가 케이블방송(지역SO사)을 넘어서게 되었다. 이는 통신사의 다양한 결합 상품을 이용한 요금 할인 및 부가 서비스 혜택을 받는 가입자가 많아지기 때문으로 풀이된다.

그림 1-31 | 유료방송 가입 가구 비율



출처 : 2018 방송매체 이용행태 조사, 방송통신위원회

VOD 서비스의 경우에는 방송통신위원회의 조사³¹⁾에 따르면 20대의 이용률(20.7%)이 가장 높게 나타났으며, 10대(18.9%), 30대(18.2%) 순으로 높은 이용률이 확인되었다. 또한, 10~20대의 경우에는 스마트폰을 이용하여 시청하는 비율이 상대적으로 높은 것을 알 수 있다. VOD 서비스를 이용하는 매체의 경우 IPTV가 16.2%로 가장 높았으며 유료방송, 위성방송 그리고 케이블TV 순으로 이어졌다. 또한, VOD 서비스는 2017년에 이용률이 16.5%의 높은 이용률이 확인됐으나, 2018년도에는 11.7%의 수준의 감소세를 보였다. 이는 2016년도의 이용률인 11.1%와 비슷한 수준이다.

인터넷을 통해 볼 수 있는 TV 서비스를 가르키는 OTT(Over The Top)는 전파나 케이블이 아닌 인터넷망으로 영상 콘텐츠를 제공하는 방식이다. 동영상 서비스를 끊김 없이 즐길 수 있는 초고속 인터넷이 보급 된 이후에 대부분의 OTT서비스들이 등장하였다. OTT서비스는 특히 미국에서 빠른 성장세를 보이고 있는데 2013년 ‘넷플릭스’가 미국 최대 케이블방송 <HBO>의 가입자 수를 넘어서기도 하였다. 해외의 대표적인 OTT서비스로는 가장 선두에 있는 ‘넷플릭스’, <구글>이 운영하고 있는 ‘유튜브’, <뉴스코퍼레이션>과 <NBC유니버설>의 합작으로 탄생한 ‘홀루’, <HBO>의 ‘HBO나우’, <애플>의 ‘애플TV’등이 있다. 우리나라의 경우에는 <CJ E&M>의 ‘티빙’, 지상파 방송사가 모여 만든 ‘푹’, <SK브로드밴드>의 ‘옥수수’, <KT>의 ‘올레TV모바일’ 등이 있다.

국내 지상파 방송사들이 운영하는 KCP(‘푹’ 운영사)는 SK브로드밴드 플랫폼인 ‘옥수수’와 서비스를 통합하기로 양해각서를 체결하였다.³²⁾ 새로운 신설법인을 통해 국내 미디어 생태계를 키우고 나아가 해외 진출의 교두보를 마련하겠다는 전략이다.

방송통신위원회에 따르면 우리나라의 경우 OTT를 스마트기기로 이용하는 비율이 압도적으로 높은 것으로 조사되었다. OTT서비스 이용률은 전체 응답자 기준 42.7%로 이용기기는 스마트기기가 93.7%로 압도적으로 나타났다. 유튜브를 통한 OTT이용이 38.4%로 가장 높았으며 페이스북(11.5%), 네이버 TV(7.1%), 아프리카TV(3.8%), POOQ(2.5%) 순으로 나타났다. 하지만 정액제 또는 추가요금을 지불하고 이용한 비율은 전체 응답자 기준 3.2%, 이용자 기준 7.7%에 그쳐 아직까지 정당한 대가를 지불하고 저

31) 방송통신위원회, 『2018년 방송매체 이용행태 조사』, 방송통신위원회, 2018

32) 2019년 1월 기준

작물을 이용하는 이용자는 낮은 것으로 분석되었으며 이는 2017년도 약 1% 상승한 것으로 OTT서비스의 유료 시장은 점차 발전할 것으로 보인다.

인기드라마나 다큐멘터리의 경우에는 여전히 DVD로 발매되어 오프라인으로 유통되기도 한다. 이는 주로 소장할 원하는 매니아층을 위한 상품으로 NG장면, 제작현장 스케치와 같은 쉽게 접할 수 없는 특별 콘텐츠와 함께 구성되어 비싼 가격대에서 거래되고 있다.

3. 불법복제물 유통 환경

불법적으로 방송 콘텐츠가 유통되는 경로는 다른 매체들과 마찬가지로 토렌트, 웹하드, 링크사이트 등을 통하여 온라인으로 유통되고, 불법적으로 복제되어 오프라인으로 유통되는 경우에는 오프라인 매장, PC방 또는 노점상 등이다. 그러나 오프라인의 경우에는 온라인으로 유통되는 불법복제물이 증가하면서 자연스럽게 감소하고 있는 상황이다.

온라인의 경우 먼저 토렌트는 온라인을 통하여 방송용 콘텐츠가 불법적으로 유통되는 대표적인 통로이다. 토렌트의 원리는 프로그램의 시드(Seed)파일 또는 마그넷 주소를 제공해 불법복제물을 토렌트 게시판을 통해 불법복제물이 유통되는 원리이다. 그러나 워낙 많은 공유자들이 참여하고 있고 이들의 업로드와 다운로드 행위가 동시다발적으로 이루어짐에 따라 단속이 어렵다. 최근 토렌트 시드(Seed)파일을 공유하는 ‘토렌트킴’, ‘보고보고’, ‘토렌트걸’ 등 최대 불법 사이트의 운영자들이 수사기관에 검거되거나, 해당 사이트가 폐쇄되는 등 토렌트로 인한 저작권 침해행위에 대한 처벌이 강화되었고, 이로 인해 다른 토렌트 공유 사이트들도 자구노력을 하는 것으로 알려졌다.

웹하드나 P2P의 경우에는 정부가 헤비업로더에 대한 단속을 강화하거나 웹하드 등록제를 시행하면서 시장의 위축이 이뤄져 그 규모가 작아지고 있다. 그러나 기존 웹하드 운영자가 별도로 토렌트 게시판 사이트를 운영하면서 웹하드로 이용자를 끌어들이려는 미끼형 토렌트 사이트를 운영하기도 하였으며, 토렌트 게시판 형태의 사이트를 운영하며 이용자들에게 광고를 노출해 수익을 챙기는 유형도 증가하고 있는 추세이다.

최근 가장 많은 사용자들이 불법복제물을 이용하는 방식은 링크사이트를 통한 방식으로, 웹사이트에 영상을 링크하거나 임베디드 하는 방식으로 유통이 이루어지는 것이 보통이다. 링크사이트는 단속을 회피하기 위해 해외에 구축되어 있는 경우가 많은데, 운영 서버가 해외에 거점을 두는 경우에는 불법으로 서비스되는 동영상은 해외 동영상 포털의 링크나 임베디드로 제공되기 때문에 국내에서는 단속이 힘들다. 법적 제재도 해외에서 저작권자가 직접 해야 하고, 주무 부처가 단속해 국내로 유입되는 URL을 차단시켜야 하고 또 다른 우회사이트가 생겨나기 때문에 사실상 신속한 단속이 이루어지지 못하는 경우가 대부분이다. 해외 소재 최대 불법 링크사이트인 <베이크리언즈>는 고유 URL주소를 버리고 이용자들의 게시물 작성 권한을 없앤 <동영상닷컴>으로 한국 이용자들의 접근을 막은 채 변경 운영하고 있었으나, 최근 한국의 접근을 허용함에 따라 접속이 가능하게 되었다. 링크사이트의 불법성에 대해서는 법원에 계류 중인 사건들의 판결을 주목하여 볼 필요가 있다.

제4절 출판산업

1. 2018년 출판산업 동향

출판산업의 침체기

한국콘텐츠진흥원의 「2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서」에 따르면, 2018년 전체 콘텐츠산업의 매출액은 119조 1,103억 1백만 원³³⁾이고, 수출액은 95억 5,077만 9천 달러, 종사자수는 129만 4,857명으로 추정되고 있다. 전체 콘텐츠산업 매출액 중 가장 큰 비중을 차지하는 분야는 출판산업(17.7%)으로 약 21조원이었으며, 다음으로 방송(16.1%), 광고(14.5%), 지식정보(13.9%), 게임(11.7%) 등의 순으로 나타났다. 분야별 매출액은 음악산업이 전년대비 가장 높은 증가율(11.9%)을 보였으며, 지식정보(9.7%), 방송(6.3%), 게임(6.0%) 등의 순으로 높은 증가율을 나타냈으나, 출판산업의 경우 전년 대비 1.4% 소폭 증가하였고 애니메이션 산업의 경우 전년대비 1.9% 감소한 수준을 기록했다. 우리나라 콘텐츠산업에서 출판이 가장 큰 비중을 차지하고 있으나, 점점 산업 매출액이 감소 추세에 있어 출판산업이 침체되고 있는 것으로 보인다.

33) 2018년 매출액은 확정치가 아닌 잠정치임

문화체육관광부의 출판사/인쇄사 검색시스템(2019년 4월 11일 기준)에 따르면, 전국적으로 등록된 출판사는 68,535개로 서울에 위치한 출판사가 39,707개(57.9%)로 가장 많았다.

한국출판문화산업진흥원에서 발간한 「KPIPA 출판산업 동향(2018 상반기)」에 따르면, 2018년 상반기 발행실적별 출판사 총 5,827종으로 1~5종을 발행한 출판사는 4,441개(75.7%), 6~10종을 발행한 출판사는 653개(11.2%), 11~30종을 발행한 출판사는 539개(9.3%), 31종 이상을 발행한 출판사는 224개(3.8%)로 나타났다. 문체부에 등록된 출판사 수 대비 일 년에 1종 이상 책을 발행하는 출판사는 대략 5,800개 정도로 전체의 8.4%로 나타났다. 출판사 등록 신고만 하고 실제로 출판은 하지 않는 출판사가 상당수 존재하고 있는 것으로 보인다.³⁴⁾

표 1-34 ■ 2018 상반기 발행실적별 출판사 수

(단위 : 개, %)

발행종수	2017년 상반기		2018년 상반기		출판사 수 증감률
	출판사 수	구성비	출판사 수	구성비	
1~5종	4,357	75.7	4,441	75.7	1.2
6~10종	621	10.8	653	11.2	5.2
11~30종	540	9.4	539	9.3	-0.2
31종 이상	236	4.1	224	3.8	-5.1
합 계	5,754	100.0	5,827	100.0	1.3

다양한 출판 저작권 이슈로 부각

최근 출판계에서는 저작권 관련 이슈가 꾸준히 제기되고 있다. 2018년 3월 13일 문화체육관광부 서울사무소 앞에서 ‘문화국가 건설을 위한 출판 적폐 청산 촉구 제1차 출판 인대회’가 열렸다. 특히 ‘저작권법 제62조 2항 개정’, ‘불법복제 근절’ 등 출판산업 발전을 위한 제도 개선에 대한 요구가 있었다.

34) 한국출판문화산업진흥원, 「KPIPA 출판산업 동향」, 한국출판문화산업진흥원, 2018.

2018년 4월 24일에는 문화체육관광부 1차관 주제로 수업목적보상금 청구권 관련 출판계 간담회가 열렸다. 수업목적보상금이란 대학에서 수업을 하면서 모든 대학교재에 대한 저작권료를 지급할 수 없으니, 일정 부분(10%)까지 사용을 하되 추후에 보상금을 지급하는 제도이다. 현행 저작권법에는 보상금이 저작권자에게는 지급되고 있는 실정으로 출판권자의 청구권을 위해 출판계는 지속적으로 문체부, 국회, 관련 단체와 이 문제를 논의하고 있다.

우리나라의 저작권법 체계상 출판권은 불안정한 권리로 저작권자인 작가와 출판권 설정 계약을 통해 권리가 완전히 인정된다. 즉, 출판 분야에서 계약서는 근본적으로 중요한 문제이다. 문화체육관광부는 2018년 9월 18일 문화·예술 전 분야에 걸쳐 표준계약서를 고시하였다. 그러나 출판계에서 공문화 과정과 협의 없는 표준계약서 고시 자체에 대한 반대를 표명하였고, 결국 고시에서 제외되었다. 향후 출판 단체와 저작권 단체는 협력을 통해 표준계약서를 만들어 보급할 예정이다.

또한 대통령 소속 국가지식재산위원회에서도 출판 저작권에 관한 논의가 이루어지고 있다. 해당 위원회는 국무총리의 주재로 각 부처 장관이 참석하는 회의이다. 각종 회의에서 사적복제보상금 도입 등 출판 저작권 분야의 다양한 논의가 오가고 있다.

지난 2019년 2월 28일 국회에서 ‘저작권, 지식의 공공성, 출판산업’이라는 주제로 저작권법 제도개선에 관한 공청회가 열렸다. 대한출판문화협회와 국회 문화체육관광위원회 이상호 더불어민주당 의원, 한국작가회의, 한국문학번역원이 공동 주최하고, 한국예술인복지재단과 한국출판문화산업진흥원이 공동으로 후원했다. 이 공청회는 출판권자와 저작권자가 함께 저작권 현안에 대한 다양한 논의가 이루어 졌다. 저작권법 제62조2항 개정(수업목적보상금), 공공대출권 도입 등 출판산업의 발전을 위한 제도 개선이 주 내용이었다. 앞으로 출판산업에서 다양한 저작권 이슈가 계속 부상할 것으로 예상된다.

최근 들어 넷플릭스의 월정액 서비스와 같이 출판물에서도 월정액 서비스가 인기를 끌고 있다. ‘밀리의 서재’를 비롯해 많은 유통사들이 월정액 서비스 사업에 뛰어 들고 있다. 하지만 유통사, 출판사, 작가 등 수익배분 구조의 공정성 문제가 제기될 가능성 있으며, 출판 진흥법과 저작권법에서 대여권에 관한 규정이 없어 앞으로 계속 이슈가 부각될 것으로 보인다.

2. 합법저작물 유통 환경³⁵⁾

책은 온라인과 오프라인 두 가지로 유통된다. 2016년 기준으로 전체 출판유통 매출은 약 6조 3천억 규모인데, 오프라인은 약 4조 9천억원으로 대부분은 차지하고 있으며, 온라인은 약 1조 3천억원으로 지속적으로 증가세에 있다. 오프라인 유통 매출에 비해 온라인 유통 채널의 매출이 증가하고 있다.

서점은 2007년 3,247개에서 꾸준히 감소하여 2017년 2,050개로 2007년 대비 2017년 서점 수가 36.9% 감소한 것으로 나타났다.

표 1-35 | 서점 수 추이(2007~2017)

연도 규모	2007년	2009년	2011년	2013년	2015년	2017년	2007/2017 증감률
서점 수(개)	3,247	2,846	2,577	2,331	2,113	2,050	-36.9

오프라인 출판유통 매출은 2012년 약 4조원에서 2016년 약 4조 9천억으로 증가하였으나 전년 대비 성장률이 0.7% 감소하여 매출이 감소하는 추세를 보인다. 반면 온라인 출판 유통 매출액은 2012년 약 1조 2천억에서 2016년 1조 3천억으로 전년 대비 성장률은 16.5%로 증가 추세에 있다. 온·오프라인 출판 유통은 2016년 기준 약 6조 3천억원으로 나타났다.

표 1-36 | 오프라인과 온라인 출판유통 매출 비교(2012~2016)

(단위 : 백만 원, %)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	전년 대비 성장률
오프라인	4,060,414	5,146,300	5,042,680	5,010,952	4,975,420	-0.7
온라인	1,272,781	1,196,149	1,280,404	1,151,195	1,340,629	16.5
합계	5,333,195	6,342,449	6,323,084	6,162,147	6,316,049	2.5

35) 한국출판문화산업진흥원, 『KPIPA 출판산업 동향』, 한국출판문화산업진흥원, 2018.

교보문고, 영풍문고, 서울문고, 리브로 등 대형 서점 4곳의 매출추이를 보면 2012년 대비 2017년 증감률이 3.5%가 감소하고 있는 것으로 나타났다. 2017년 매출 기준으로 교보문고는 5,450억 원, 영풍문고 1,352억 원, 서울문고 1,104억 원, 리브로 296억 원을 기록하였다. 2012년 대비 2017년 증감률은 전체 3.5% 감소하고 있는데, 영풍문고는 오히려 26.9%가 증가하였다. 대형 서점의 매출은 전반적으로 감소 추세에 있다.

표 1-37 | 대형서점 매출 추이(2012~2017)

(단위 : 억 원, %)

구 분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	전년대비 증감률	2012-2017 증감률
교보문고	5,557	5,351	5,245	5,234	5,255	5,450	3.7	-1.9
영풍문고	1,065	1,194	1,209	1,372	1,333	1,352	1.4	26.9
반디앤루니스 (서울문고)	1,524	1,598	1,450	1,115	1,169	1,104	-5.6	-27.6
리브로	351	292	293	277	292	296	1.4	-15.7
합 계	8,497	8,435	8,193	7,998	8,049	8,202	1.9	-3.5

에스이십사, 인터파크, 알라딘 등 주요 인터넷 서점 매출은 2017년 7,633억원으로 2012년 대비 2017년 증감률이 50.1%나 증가하였다. 주요 인터넷 서점 매출 추이를 살펴보면 앞으로 인터넷 서점의 매출은 계속 늘어날 것으로 전망된다.

표 1-38 | 주요 인터넷 서점 매출 추이(2012~2017)

(단위 : 억 원, %)

구 분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	전년대비 증감률	2012-2017 증감률
에스이십사	3,401	3,304	3,536	3,586	4,085	4,397	7.6	29.3
인터파크	2,150	2,215	1,896	1,614	1,767	-	-	-
알라딘	1,684	1,977	2,328	2,394	2,849	3,236	13.6	92.2
합계	7,235	7,496	7,760	7,594	8,701	7,633	10.1	50.1

3. 불법복제물 유통 환경

출판물의 불법복제물의 유통은 주로 매 학기 초 대학가 주변에서 발생하고 있다. 대학교재 불법복사물에 대한 단속이 매년 진행되고 있지만 여전히 근절 되지 않고 있다. 더군다나 최근에는 교재 불법복사가 개인 SNS를 통해 주고 받는 등 음성화되어 단속이 더욱 어려워지고 있는 현실이다.

한국출판저작권연구소 자료에 따르면, 2017년 기준 불법복제물로 인해 침해받는 합법 저작물 시장의 규모는 전체 약 5,598억 원으로 추정되며, 학술서적의 침해규모는 2,823억 원으로 전체의 절반가량을 차지하는 것으로 나타났다. 학술서적에 대한 침해규모는 2013년 635억 원에서 2014년에 1,259억 원으로 98.4% 증가하였고, 2015년에 1,471억, 2016년에 1,862억, 2017년 2,823억으로 매년 큰 폭으로 증가하고 있는 실정이다.

2018년 12월에 발간된 「대학교재 불법복제 이용실태 조사」(한국저작권보호원)에 따르면 대학생의 76.3%가 불법복제의 저작권법 위반 가능성에 대해 인지하고 있었고, 59.4%가 불법복제 문제가 심각하다고 응답했다고 한다. 대다수 대학생들이 불법복제의 심각성을 인지하고 있음에도 여전히 불법복제가 성행하고 있는 현실이다.

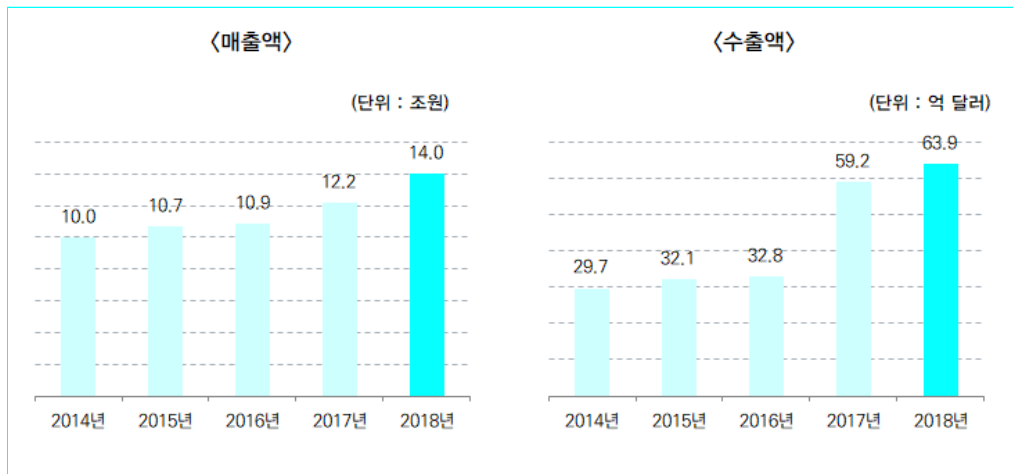
지난 2019년 3월 8일 중앙대 서울캠퍼스에서 학생들과 교수, 복사업체 등 시민들을 대상으로 저작권 보호의 중요성에 관한 홍보를 주제로 ‘대학교재 불법복제 근절 캠페인’이 열렸다. 민간 출판 단체인 대한출판문화협회, 한국학술출판협회, 한국과학기술출판협회와 공공기관인 한국저작권보호원, 한국출판문화산업진흥원이 서로 힘을 모아 캠페인을 진행하였다. 이후 단체장 간담회를 통하여 출판 분야 저작권 인식 개선의 필요성, 학술 출판 활성화 방안, 효과적인 저작권 보호 홍보 방안 등이 논의 되었다. 앞으로 관계 기관 및 단체를 중심으로 대학교재 불법복제 근절 방안에 관한 다양한 대응방안이 마련될 것으로 예상된다.

제5절 게임산업

1. 2018년 게임산업 동향

『2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서』³⁶⁾에 따르면, 2018년 국내 게임시장은 14조 원에 육박하는 매출과 약 64억 달러의 수출을 기록했다고 조사되었다. 국내 게임산업의 매출액과 수출액 모두 상승세에 있어, 2019년 역시 매출액과 수출액 모두 증가가 예상된다.

그림 1-32 ■ 5년간 게임산업 매출액 및 수출액 추이

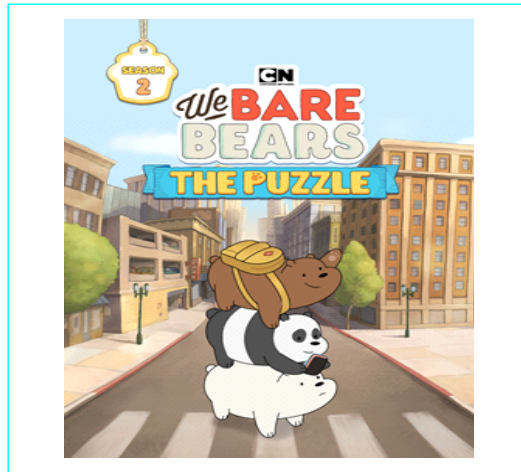


유명 IP를 활용한 게임 개발 확대

글로벌 시장에서 인지도가 높은 디즈니와 스누피 같은 유명 캐릭터를 활용한 게임 제작이 확대되고 있다. 흥행성을 높일 수 있는 게임으로 기업들의 전략적 선택으로 이루어지는 IP활용게임은 실제로도 많은 성과를 내고 있다. 기존 IP를 활용한 게임으로 ‘블레이드&소울 레볼루션’과 ‘검은사막 모바일’, ‘뮤오리진2’, ‘다크에덴M’, ‘미르의전설2 리부트’, ‘라그나로크M’이 2018년 출시된 신작게임으로 매출 상위에 기록된 게임물이다.

36) 한국콘텐츠진흥원, 『2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서』, 한국콘텐츠진흥원, 2019. 2018년 매출액은 확정치가 아닌 잠정치임

그림 1-33 | 위베어베어스 더 퍼즐



캡슐형 유료 아이템의 자율 규제

게임산업협회를 중심으로, 2015년부터 자율규제를 통해 확률 정보를 공개해왔으며, 2018년도부터는 공개대상 게임물도 회원사가 아닌 경우까지 확대하였다. 이로써 자율규제를 따르는 게임사도 확대되고 있다. 아울러, 캡슐형 유료 아이템의 자율규제를 위해 ‘한국게임정책자율기구’라는 독립적 자율기구가 발족함으로써 게임의 자율규제가 강화될 것으로 보인다.

블록체인 등 신기술을 활용한 게임 개발

블록체인이나 인공지능을 활용한 게임 R&D가 확대되고 있다. 블록체인은 게임아이템의 소유권 이슈와 맞물려, 평생 소유권을 주장할 수 있는 메커니즘으로 이해되고 있다. 또한, 게임과정에서 블록체인과 가상화폐가 연계되어 게임내에서 게임 아이템을 구입할 수 있도록 하기도 한다. 다만, 게임내 아이템을 가상화폐 거래소에서 거래하는 것은 사행성을 이유로 금지되는 사항이기 때문에 국내에서 허용되기 어려운 비즈니스 모델이다.

인공지능 분야도 오래전부터 도입되어 왔다. 게임 자체가 NPC(non-player character)와 같이, AI에 의해 실행되는 구조라는 점에서 인공지능은 꾸준히 게임 내에서 구현되어 왔다. 이세돌과 대전을 했던 알파고는 스타크래프트를 통해 인간과 대전을 펼치기도 했

다. 바둑도 두뇌 스포츠이고 보드게임에서 많이 활용되고 있다는 점에서 신기술이 이미 도입되었다고 볼 수 있다. AI를 활용하면 이용자의 행태를 분석하여 부정이용도 확인할 수 있다는 점에서 건전 게임문화의 형성에도 긍정적으로 기여할 것으로 평가된다.

영역 간 경계 확장

다른 플랫폼 유저들과 함께 게임을 즐기거나, 플랫폼의 구분없이 동일 게임을 여러 플랫폼에서 이용할 수 있는 크로스 플레이어가 확대되고 있다. 이미 윈도우 기반에서 모바일과 온라인 게임의 연동이 가속화되고 있다. 배틀그라운드는 PC와 Xbox one으로 출시된 바 있으며, 2018년 말에 PS4용으로 출시되었다.

그림 1-34 | PS4용 배틀그라운드



출처: 펍지 사이트

자체 유통의 확대

국내 게임플랫폼을 대표하는 카카오는 게임사들의 성장을 이끌어왔다고 해도 과언이 아니다. 그렇지만, 개발사 입장에서는 플랫폼 수수료 30%는 작지 않은 금액이기 때문에 이를 개발자에게 지원될 수 있도록 하는 분위기가 확산되고 있다. 게임트렌드 자체가 변화하고 있다는 점도 한 요인으로 지목된다. SNS형 게임은 순위경쟁이나 지인간 네트워크를 통해 게임을 할 수 있는 요인을 제공하기도 한다. 그렇지만, 경쟁은 상대적으로 이용자의 피로감을 가져오기 때문에 게임의 창작성과 재미를 추구하는 트렌드가 나타나고 있다. 이러한 추세에 따라 자체 유통 플랫폼을 확대하고 있는 스마일게이트의 스토브(STOVE)는 새로운 유통 플랫폼으로 자리잡고 있다.

비상업용 게임의 등급분류

인디게임이란 비상업적인 목적으로 개발된 게임물을 말한다. 인디밴드에서 따온 개념으로 이해할 수 있으며, 게임업계에서는 오래전부터 학생들이 수업시간에 개발한 게임물을 유통시킬 수 있는 방안에 대해 문제를 제기해왔다. 국내에서는 누구라도 등급분류를 받지 않고서는 게임물을 유통시킬 수 없기 때문이다. 그렇지만, 등급분류를 받기 위해서는 다양한 행정적 요구사항을 충족해야하나, 실상은 그렇지 못하기 때문에 학생들의 입장에서 자신의 결과물을 대중에게 선보일 수도 없었다는 점에서 문제였다. 향후, 논의가 된다면 수수료 면제를 넘어서, 등급분류의 예외로서 인디게임을 포함하는 것이 합리적인 방안이라고 본다. 다만, 인디게임이 상업적인 성공을 거두거나 하는 상황이 발생하면, 등급분류를 받도록 안내한다면 법적으로도 크게 문제는 없을 것으로 본다.

중국 시장 진출과 판호 발급지연

중국은 우리나라 게임물을 수입하여 유통시키는 거대 시장이다. 글로벌 게임시장의 1/4 정도인 38조원의 시장을 점유하고 있다. 그렇지만 문제는 중국 시장에 진출하기 위해서는 판호라는 중국정부의 라이선스를 받아야하는데, 판호의 발급을 의도적으로 지연시키고 있다는 점이다. 중국 게임사가 우리나라에 진출하는 데는 별다른 허들이 없으나, 국내 기업들이 중국에 진출하기 위한 기본적인 판호 발급이 지연됨으로써 중국 시장에서의 매출은 낮을 수밖에 없다. 정부차원에서 적극적인 대응을 통해, 중국의 콘텐츠 시장을 합리적으로 개방할 수 있도록 통상문제 제기를 포함한 외교적 노력을 다하여야 할 것이다.

셋다운제도 논쟁

온라인게임의 셋다운제도는 해묵은 논쟁거리 중 하나다. 헌법소원까지 간 사례이지만, 여가부와 문화부가 게임산업을 서로 상이한 시각으로 다루는 사안이기도 하다. 무엇보다 2019년도에 재심사를 통해 모바일 게임물이 셋다운 대상으로 포함되느냐, 아니면 현행대로 유보되느냐 하는 결정이 이루어진다. 다만, 2019년도에도 게임시장의 흐름을 모바일이 주도할 것으로 예상되기 때문에 셋다운 대상에는 포함되지 않을 것으로 보인다.

2. 합법저작물 유통 환경

오락실에서 이용하던 아케이드게임과 닌텐도와 같은 가정용 게임기를 거쳐, 초고속 인터넷망의 확대보급에 따라 PC온라인 게임으로 게임이용환경이 변화해왔다. 아이폰 등 스마트 기기의 보급에 따른 모바일 플랫폼은 새로운 게임환경을 제공했다고 해도 과언이 아니다.

글로벌 게임역사에서 우리나라에서 온라인 게임이 성공한 이유는 간단하다. 8~90년대 SW유통환경을 보면, 플로피디스켓이나 CD에 담겨 유통되는 구조였다. 이러한 매체를 통해 유통되는 SW는 불법적으로 복제되어 이용자의 PC에 인스톨되기도 했다. 개발자의 개발의욕과 개발이익을 훼손하는 문제였다. 특히, 80년대 미국과의 통상협상의 주된 아젠다에 SW지식재산권이 포함되었고, 불법복제를 방지하는 법제도 정비가 이루어지게 되었다. 지금은 저작권법과 통합되었지만, 컴퓨터프로그램보호법이 바로 SW의 불법복제를 방지하기 위한 법률이었다.

이러한 불법복제의 경험을 바탕으로, 게임업계는 디스켓과 같은 유통매체가 아닌 온라인을 통해 게임을 유통시키게 된 것이다. 이러한 패러다임의 변화는 PC통신의 확산과 초고속 인터넷망의 보급과 맞물려 떨어졌다. 그 결과, 온라인게임은 월 정액제를 기반으로 확고한 수익원을 갖출 수 있는 비즈니스 모델이 된 것이다. 특히, 게임업계에서의 회원제를 기반으로 한 접속서비스의 성공은 SW의 분야에서도 확대되었다는 점에서 그 의의가 있다.

아울러, 게임업계는 정액제를 대체할 수 있는 수익원으로 부분유료화 모델을 채택했다. 부분유료화에 따른 BM 개선으로, 초기 이용자를 확보할 수 있게 되었고, 이들을 대상으로 게임내 아이템을 구매할 수 있도록 이끌어냈다. 지금은 NHN으로 사명을 변경한 한게임이 네이버와 합병하면서 도입한 부분유료화는 네이버와 NHN이 사라지지 않고 성장할 수 있었던 이유다. 한게임의 부분유료화가 성공하면서, 네이버 검색서비스에 투자할 수 있었기 때문에 지금의 네이버는 글로벌 기업으로서 성장할 수 있었던 것이다. 이처럼, 게임의 유통 패러다임의 변화는 새로운 산업으로서 인터넷산업, 게임산업을 글로벌 시장에서 우리 가 앞장서도록 이끌었다는 점에서 의의가 있다.

이제 게임은 클라우드 환경에서 스트리밍 방식으로 이용할 수 있는 기술 개발이 이루어지고 있다. 언제 어디서나 접속하여 이용할 수 있는 환경을 제공함으로써 게임 유통은 한 단계 도약하고 있음을 알 수 있다.

3. 불법복제물 유통 환경

온라인을 통해 게임을 이용할 수 있는 환경에서는 통제 불법복제하는 데드카피(dead copy)는 작아졌으나, 게임의 특정 기능을 해제하는 핵이나 아예 사설서버를 설치하여 이용자를 모집하는 사례가 등장하였다. 여기에 더해, 제3자가 게임을 키우는 방식의 대리게임도 증가함으로써 건전한 게임을 즐기는 문화에 역행하게 되었다. 이러한 상황을 규제하기 위한 게임산업진흥에 관한 법률(이하 ‘게임법’이라 함)이 지속적으로 개정됨으로써, 게임물의 불법적인 유통 및 이용환경의 개선을 이끌어 가고있다.

게임핵이나 사설서버 규제

게임이용이 온라인으로 이루어짐으로써 불법복제 문제는 줄어들었으나, 불법 게임조작 프로그램인 게임핵을 유통시키거나 게임서버를 통제로 불법복제하여 이용에 제공하는 사설서버와 같은 문제가 발생하기도 했다. 게임핵은 상당부분 인터넷 방송이나 사이트에서 판매·유통되고 있기 때문에 이들에 대한 단속도 강화될 필요가 있다. 게임법에서는 이러한 이유 때문에 게임법에서는 누구든지 게임물의 유통질서를 저해하는 행위를 금지하고 있다.

제32조(불법게임물 등의 유통금지 등) ① 누구든지 게임물의 유통질서를 저해하는 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다

8호. 게임물의 정상적인 운영을 방해할 목적으로 게임물 관련사업자가 제공 또는 승인하지 아니한 컴퓨터프로그램이나 기기 또는 장치를 배포하거나 배포할 목적으로 제작하는 행위

정상적으로 게임 유통플랫폼을 통해 제공되는 것이 아니거나, 승인되지 않은 프로그램이나 기기를 배포하거나 배포할 목적으로 제작하는 행위를 금지하고 있으며, 이를 위반할 경우에는 형사처벌을 받게된다.

중국 등의 지식재산 침해 대응

중국·인도 게임사들이 국산게임을 무분별하게 모방하고 복제하는 등, 우리나라 콘텐츠의 지식재산권을 침해함으로써 국내 게임사들이 피해를 입는 경우가 속출하고 있다. 특히 단순 모방을 넘어서 원천 기술 및 소스 자체를 유출하여 국산게임을 고스란히 도용한 사례들도 다수 보고되고 있다. 그러나 이러한 피해를 사전에 예방하고 구제할 수 있는 법률적 체계가 미비할 뿐만 아니라, 특히 시간이 오래 걸리는 국제 소송의 특성과 게임에 대한 중국의 폐쇄적 시장 체계로 인해 국내 게임업체들이 피해를 입기도 구제 및 보상을 받는 사례가 극히 드물다. 이와 같은 피해에 효율적으로 대응하기 위해 문화체육관광부장관이 외교부를 비롯한 중앙행정기관의 장과 협조를 할 수 있도록 근거 조항을 신설하였다.

게임법 제13조(지식재산권의 보호) ④ 문화체육관광부장관은 게임의 지식재산권을 보호하기 위해 필요한 경우 관련 제도의 개선 및 운영합리화 등에 관해 관계 중앙행정기관의 장에게 협조를 요청할 수 있다.

대리게임의 금지

게임물의 이용자가 직접 또는 정상적으로 게임을 하지 아니하고, 제3자에게 자신의 개인정보와 계정정보를 공유하는 방법을 통해 부적절한 게임 결과물을 획득하고 있는 사례가 급증하고 있다. 이에 따라 최근에는 제3자 게임이용 위탁도 금지행위로 포함하는 게임법이 시행되고 있다.

그림 1-35 | 대리게임 사이트(예시)



출처 : 한국정책신문

국회 심사보고서에 따르면 대리게임은 금전 거래를 기반으로 하여 실제 소유주 대신 제3자가 소유주의 게임 캐릭터를 랭크(Rank) 상승 등의 목적으로 대신 육성하거나 아이템 획득 등을 하는 행위로, '리그오브레전드(League of Legend)' 등 일부 인기 게임물에서의 대리게임 사례가 증가함에 따라 다른 게임이용자들의 불만 사례가 다수 제기된 바 있다고 한다. 또한 이와 같이 게임 내 결과물 획득 행위를 불법적으로 제공, 알선하여 그 대가로 금전 등을 취득하는 영리행위를 하는 자들 역시 증가하고 있고, 이러한 불법행위는 게임 내 공정한 경쟁을 해침으로써 게임물을 이용하는 이용자들에게 피해를 입히고 있으며, 게임물 관련사업자에게도 직·간접적 피해를 주고 있는 상황이라고 한다.

아울러 이러한 영리행위를 목적으로 타인의 개인정보를 무분별하게 도용하거나 결제사기가 발생하는 등, 사회적으로도 심각한 물의를 빚는 결과도 발생하고 있다. 이와 같이 게임물의 유통질서를 저해하는 행위를 처벌할 수 있도록 하여 건전한 게임문화를 조성하고 게임물 이용자와 관련사업자를 보호하고자 제3자 게임이용을 금지하도록 입법화하였다.

제32조(불법게임물 등의 유통금지 등) ① 누구든지 게임물의 유통질서를 저해하는 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다

11. 게임물 관련사업자가 승인하지 아니한 방법으로 게임물의 점수·성과 등을 대신 획득하여 주는 용역의 알선 또는 제공을 업으로 함으로써 게임물의 정상적인 운영을 방해하는 행위

국회 심사보고서에 따르면, 대리게임이 ① 게임 이용자 간 공정한 경쟁을 해침으로써 게임 이용자의 불만을 증가시키고, ② 게임이용자를 해당 게임에서 이탈하게 만들어 게임 사업자의 영업 피해까지 유발한다는 점과, ③ 아울러 대리게임을 수행하는 제3자에게 계정 정보를 알려줘야 하는 특성상 개인정보 유출 및 결제 사기 피해 등의 문제까지도 우려된다는 점에서, 대리게임 행위를 게임물의 유통질서를 저해하는 행위로서 법에 규정하고, 어길 경우의 처벌 규정을 함께 마련하여 건전한 게임 이용문화 및 공정한 시장 질서를 마련하도록 하였다.

Part 2

2018년 불법복제물 유통실태 조사



제1장 조사 개요

- 제1절 조사의 개요
- 제2절 조사 적용기준

제2장 불법복제물 유통실태 조사결과 분석

- 제1절 전체 결과
- 제2절 부문별 결과

일러두기

1. 본 보고서는 2018년 불법복제물 유통실태 조사의 결과를 수록한 것임
2. 본 조사의 대상 기간은 2018년 1월 1일~2018년 12월 31일임
3. 본 보고서에 수록되어 있는 ‘만 13세~69세’는 통계청 2018년 추계 인구 자료 (40,845,312명)를 기준으로 하며, ‘불법복제물 경험자’는 ‘만 13세~69세’ 중 불법복제물 이용 경험이 있다고 응답한 인구수를 기준으로 함
4. 본 보고서의 전체 콘텐츠 시장은 합법저작물 시장과 불법복제물 시장으로 구분되며, 각 저작물 시장별로 온·오프라인으로 5개 콘텐츠 시장으로 구분됨

전체 콘텐츠 시장			
합법저작물 시장		불법복제물 시장	
온라인	오프라인	온라인	오프라인
음악	음악	음악	음악
영화	영화	영화	영화
방송	방송	방송	방송
출판	출판	출판	출판
게임	게임	게임	게임

5. 본 보고서의 침해량과 침해규모의 세부내용은 다음과 같음
 - 합법저작물 시장 침해량 : 불법복제물로 인해 구매하지 않게 된 합법저작물의 수
 - 합법저작물 시장 침해규모 : 불법복제물로 인해 구매하지 않게 된 합법저작물의 금액
6. 통계표에 사용된 부호의 뜻은 다음과 같음
[-] : 해당 숫자 없음 [0] : 해당 응답값 없음
7. 통계표에 수록된 숫자는 반올림되었으므로 각 항목의 합이 총계(또는 전체)와 일치하지 않을 수 있음



제1장 조사 개요

제1절 조사의 개요

1. 조사의 배경 및 목적

디지털 콘텐츠 유통 플랫폼의 변화, 스마트폰의 대중화, 정보통신기술(ICT)의 비약적 발전은 더 많은 양의 콘텐츠를 쉽고, 빠르게 이용할 수 있도록 해주었다. 그러나 동시에 저작권 침해 위험성을 증가시키는 역할도 하고 있다.³⁷⁾ 이에 대응하기 위해 정부는 강력한 저작권 보호 정책을 추진하고 있다. 문화체육관광부 산하 한국저작권보호원은 급변하는 콘텐츠 유통환경에 능동적 대응을 위해 디지털 포렌식 기법을 활용한 저작권 침해 수사 및 저작권 침해대응 종합상황실을 개소하였고, ‘2019년 저작권 보호 이슈’³⁸⁾ 전망 보고서를 발표하는 등 각종 노력을 기울이고 있다. 그럼에도 불법복제물은 여전히 온라인과 오프라인 상에서 광범위하게 유통되며 콘텐츠산업 전반에 피해를 입히고 있다. 불법복제물을 차단하고자 여러 가지 필터링 기술을 동원해 단속하고 있지만, 이를 교묘히 회피한 불법 영상물이 여전히 빈번하게 유통되고 있기 때문이다.³⁹⁾

온라인의 경우, 스마트기기 이용 확산으로 디지털 콘텐츠에 대한 수요 증가는 합법적 작품 유통뿐만 아니라 불법복제물 유통 증가로 이어졌다. 비제휴 스트리밍 링크사이트와 모바일 앱에서 더 나아가, SNS와 1인 미디어 방송도 새로운 유형의 불법복제물 유통채널로 등장했다.⁴⁰⁾ 특히 유통 수명(life cycle)이 짧은 영화나 방송 콘텐츠의 경우, 그 피해가 매우 심각한 수준이다. 오프라인상에서도 USB나 SD카드와 같이 대용량 저장장치 형태로 불법복제물이 유통되거나 노점상 등에서 ‘치고 빠지기’ 수법으로 유통되는 경우가 늘어나면서 단속은 물론 정확한 유통량 파악조차 어려운 실정이다. 이러한 상황에서 불법복제물의 유통 현황과 저작권 보호 환경의 변화를 설명할 수 있는, 공신력 있고 일관된 기준에 의해 집계된 통계 자료의 필요성이 대내외적으로 꾸준히 제기되어 왔다.

37) 김영모, 『저작권 기술의 현주소와 미래』, 『C STORY 2018년 11+12월호 Vol.13』, 한국저작권보호원, 2018.

38) 한국저작권보호원, 『2019 저작권 보호 이슈 전망』, 한국저작권보호원, 2019.

39) 백훈, 『AI 기술을 활용한 영상 저작물 보호 방안』, 『Cstory 2018년 11+12월호 Vol.13』, 한국저작권보호원, 2018.

40) 한국저작권보호원, 『2019 저작권 보호 이슈 전망』, 한국저작권보호원, 2019.

이에 한국저작권보호원⁴¹⁾은 2008년부터 현재까지 매년 우리나라의 불법복제물 유통량과 침해규모를 파악하는 조사를 수행해오고 있다. 2006년 최초로 불법복제물 유통 실태조사를 실시한 이후, 조사방법론을 개선하여 2008년부터 온·오프라인상의 불법복제물 시장규모와 불법복제물로 인한 침해규모를 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야에 대한 조사를 통해 통계의 연속성을 갖고자 하였다. 또한 본 조사 결과를 통해 우리나라의 저작권 보호 환경이 얼마나 개선되고 있는지 등에 대한 통계 자료로 활용하여 대외적으로는 통상마찰에 대응하고, 대내적으로는 체계적인 저작권 보호정책 및 비전 수립의 기초자료로 활용하는 데 목적을 두고 있다.

41) 2008년부터 2016년 9월까지 한국저작권단체연합회 저작권보호센터에서 업무를 수행함.

2. 조사 연혁

2009 저작권 보호 연차보고서

- 2008년 실태조사⁴²⁾
- 방송과 게임 분야를 추가하여 조사 분야 확대
- 전국 만 13세~69세의 일반국민 3,600명을 대상으로 온·오프라인 경로를 통한 불법복제물 유통량과 합법저작물 침해량을 설문 조사
- 연령층 및 조사대상(인터넷 비이용자 추가) 확대, 조사 지역의 전국 확대, 표본규모 확대로 표본대표성 증가



2010 저작권 보호 연차보고서

- 2009년 실태조사
- 전국 만 13세~69세의 일반국민 5,600명을 대상으로 온·오프라인 경로를 통한 불법복제물 유통량과 합법저작물 침해량을 설문 조사
- 과거 1년간의 불법복제물 유통량을 1회 조사하는 방식에서 분기별 조사를 실시함으로써 화상오차를 경감
- 표본규모 확대로 표본대표성 증가



2011 저작권 보호 연차보고서

- 2010년 실태조사
- 전국 만 13세~69세의 일반국민 5,600명을 대상으로 온·오프라인 경로를 통한 불법복제물 유통량과 합법저작물 침해량을 설문 조사



2012 저작권 보호 연차보고서

- 2011년 실태조사
- 전국 만 13세~69세의 일반국민 6,800명을 대상으로 온·오프라인 경로를 통한 불법복제물 유통량과 합법저작물 침해량을 설문 조사
- 표본규모 확대로 표본대표성 증가
- 기존의 온라인 이용 경로(포털, 웹하드, P2P) 중 토렌트를 추가



2013 저작권 보호 연차보고서

- 2012년 실태조사
- 전국 만 13세~69세의 일반국민 6,800명을 대상으로 온·오프라인 경로를 통한 불법복제물 유통량과 합법저작물 침해량을 설문 조사
- 불법복제물 감소에 따른 경제적 파급효과 분석 추가

42) 2007년도는 저작권보호센터 기관 이전 및 조사방법론 개선 등에 따라 조사가 이뤄지지 않았으며, 2008년부터 현재의 조사방법론이 정립됨.

2014 저작권 보호 연차보고서

- 2013년 실태조사
- 전국 만 13세~69세의 일반국민 8,000명을 대상으로 온·오프라인 경로를 통한 불법복제물 유통량과 합법저작물 침해량을 설문 조사
- 표본규모 확대로 표본 대표성 증가

2015 저작권 보호 연차보고서

- 2014년 실태조사
- 전국 만 13세~69세의 일반국민 8,000명을 대상으로 온·오프라인 경로를 통한 불법복제물 유통량과 합법저작물 침해량을 설문 조사
- 기존의 온라인 이용 경로(P2P, 웹하드, 포털, 토렌트) 중 모바일 앱을 추가

2016 저작권 보호 연차보고서

- 2015년 실태조사
- 전국 만 13~69세의 일반국민 18,645명을 대상으로 온·오프라인 경로를 통한 불법복제물 유통량과 합법저작물 침해량을 설문 조사
- 표본규모 확대로 표본 대표성 및 생산통계 안정성 증가
- 불법 스트리밍 전문 사이트 이용 현황 분석 추가

2017 저작권 보호 연차보고서

- 2016년 실태조사
- 전국 만 13~69세의 일반국민 20,198명을 대상으로 온·오프라인 경로를 통한 불법복제물 유통량과 합법저작물 침해량을 설문 조사
- 표본규모 확대로 표본 대표성 증가

2018 저작권 보호 연차보고서

- 2017년 실태조사
- 전국 만 13~69세의 일반국민 20,167명을 대상으로 온·오프라인 경로를 통한 불법복제물 유통량과 합법저작물 침해량을 설문 조사
- 표본규모 확대로 표본 대표성 증가

2019 저작권 보호 연차보고서

- 2018년 실태조사
- 전국 만 13~69세의 일반국민 20,039명을 대상으로 온·오프라인 경로를 통한 불법복제물 유통량과 합법저작물 침해량을 설문 조사

3. 조사 내용

본 조사는 5개 콘텐츠별(음악, 영화, 방송, 출판, 게임) 온·오프라인 불법복제물 시장 규모 및 합법저작물 시장 침해규모를 파악할 수 있는 내용으로 구성되었으며, 기존 조사 결과와의 시계열 분석을 통해 향후 추이 변화를 예측해 볼 수 있도록 하였다.

본 조사의 주요 내용은 다음과 같다.

- 콘텐츠 분야별 온·오프라인 불법복제물 경험률 및 이용규모 분석
- 성, 연령, 지역 등 응답자 특성에 따른 불법복제물 이용실태 분석
- 콘텐츠 분야별 합법저작물 시장 침해규모 및 침해율 추정
- 산업연관표를 활용한 불법복제물 감소에 따른 경제적 파급효과 분석

4. 조사의 방법론

본 조사에서는 불법복제물 시장의 규모 산출을 위해서 실제 이용자를 대상으로 과거의 불법복제물 이용경험을 역추적하는 방식을 선택하였다. 이러한 방법은 특수한 성격을 지닌 SW 분야를 제외하면 불법복제물 시장 조사를 위해 가장 일반적으로 사용되고 있는 방식이라 할 수 있다.

조사는 인터넷을 이용한 웹 서베이(web survey) 및 개별면접 방식을 활용하여 각 분기별로 나누어 4차에 걸쳐 진행되었다. 인터넷 이용률⁴³⁾이 높은 10대에서 50대까지 온라인 조사 방식으로 진행하였으며, 상대적으로 인터넷 이용률이 낮은 60대에 대해서는 온라인 조사와 오프라인 개별면접조사를 병행하여 실시하였다.

일반적으로 웹 서베이 방식은 익명성이 보장되고 접근이 용이하여 응답자가 자신의 노출을 꺼리는 경우 유용하게 사용되는 방법으로 불법복제물에 대한 정확한 응답을 회피할 수 있는 경향이 높은 이번 조사에 적합한 조사방식이라고 할 수 있다. 또한 웹 서베이 방식은 자료입력 단계가 생략되기 때문에 코딩이나 데이터 입력단계에서의 오류로 인한 비표본오차가 발생하지 않는 장점이 있다.

43) 한국인터넷진흥원의 '2018년 인터넷이용실태조사'에 따르면, 10대의 인터넷 이용률은 99.9%, 20대는 99.9%, 30대는 99.9%, 40대는 99.7%, 50대는 98.7%이며, 60대의 이용률은 88.8%로 나타남.

조사 진행시 5개 콘텐츠(음악, 영화, 방송, 출판, 게임)에 대한 합법·불법의 여부는 한국저작권보호원의 단속 가이드라인에 의거하였으며, 조사대상자는 이에 대한 주관적인 판단을 할 필요 없이 설문지의 항목에 따라 응답하도록 설계하였다. 응답과정에서 상황별 판단의 오류를 최소화하고, 조사범위에서 합법저작물을 배제함으로써 불법복제물에 집중하였다.

이러한 방식으로 조사된 불법복제물 시장규모가 직접적으로 합법저작물 시장의 침해 규모를 의미하는 것은 아니다. 왜냐하면 불법복제물 시장규모가 합법저작물 시장의 침해와 직접적인 관계가 발생하기 위해서는, 이용자가 구입 또는 이용한 불법복제물 중에서 실제로 합법저작물을 구입할 의사나 이용할 의사가 분명히 있었던 것이어야 하기 때문이다. 즉, 응답자가 이용한 불법복제물 중에서 처음부터 불법복제물만을 구입하거나 이용하려고 하였던 경우, 또는 불법복제물 이용 후 저작물을 합법적으로 구입 또는 이용하는 등의 경우는 합법저작물 시장을 침해한다고 볼 수 없다. 이와 같은 개념을 바탕으로 불법복제물 시장규모와 합법저작물 시장 침해규모를 파악할 수 있도록 본 조사를 설계하여, 현실적인 합법저작물 시장 침해규모 추정이 가능하도록 하였다.

5. 조사 설계

가. 조사 체계

- 조사대상 : 전국의 만 13세~69세의 일반국민
- 유효 응답자수 : 20,039명
- 표본 오차 : 95% 신뢰수준에서 $\pm 0.7\%p$
- 조사 주기 : 온라인 조사 연 4회(분기별 조사), 면접조사 1회
- 조사기간 : 2018년 4월~2019년 1월
- 조사방법 : 온라인 조사(10~50대)와 면접조사(60대) 병행

나. 표본 설계

1) 모집단

- 목표 모집단(Target Population) : 전국의 만 13~69세 일반 국민
- 조사 모집단(Survey Population) : 통계청 2018년 추계인구자료를 활용한 전국의 만 13~69세 일반 국민

2) 표본 추출

- 개요 : 지역(시·도)별 인구 수 비례 할당 추출(Quota Sampling)
- 표본할당 : 통계청 2018년 추계인구자료를 바탕으로 성, 연령(10대~60대), 지역(17개 시도)을 기준으로 비례 할당 실시

다. 실사

- 조사기간 및 조사기준 시점

구분	조사기간	조사기준 시점
1차	2018년 4월 5일 ~ 4월 27일(23일)	2018년 1분기(1월 1일 ~ 3월 31일)
2차	2018년 7월 2일 ~ 7월 23일(22일)	2018년 2분기(4월 1일 ~ 6월 30일)
3차	2018년 10월 1일 ~ 10월 31일(31일)	2018년 3분기(7월 1일 ~ 9월 30일)
4차	2019년 1월 2일 ~ 1월 28일(27일)	2018년 4분기(10월 1일 ~ 12월 31일)

- 조사방법
 - 10~50대는 온라인조사(응답자 자기기입)
 - 60대는 면접조사(전문면접원에 의한 대인면접조사) 병행
- 조사절차
 - 온라인 조사 : 온라인 패널 중 타겟 응답자 대상 이메일 발송 후 데이터 수집
→ 불량 응답 필터링 → 재조사 → 최종 자료 확정
 - 면접조사 : 면접조사 실시 → 지역별 실사감독원의 관리 및 통제 → 설문지 집계
→ 보완조사 및 재조사 → 최종 자료 검증

라. 자료 입력 및 처리

1) 자료 검증

- 실사 과정에서 자료 검증(면접조사)
 - 전문 검증원이 회수된 설문지의 30% 이상을 무작위 추출하여 조사원 방문 여부, 응답의 정확성 등에 대한 전화 검증 실시
 - 1차 검증에서 합격된 설문지는 에디팅 및 입력 과정에서 전산 프로그램에 의해 2차 검증
 - 검증 단계별로 불합격된 설문지에 대한 보완조사 및 재조사 실시
- 분석 과정에서 자료 검증(온라인조사)
 - 응답자 특성별(성, 연령, 지역 등) 평균치 및 이상치 비교
 - 이전 조사결과와의 시계열 비교·검증

2) 자료 입력 및 분석

- 수집된 자료는 부호화(coding) 과정을 통해 전산입력되며, 다단계 검증과정에서 최종 합격된 자료는 SPSS for Windows(통계 패키지 프로그램)를 이용하여 분석됨

마. 산출식

1) 불법복제물 시장규모 산출식

- 전체 불법복제물 시장규모는 콘텐츠 분야별로 온라인 불법복제물 시장규모와 오프라인 불법복제물 시장규모를 합산한 것으로 정의

$$M = M_1 + M_2$$

M : 전체 불법복제물 시장규모

M_1 : 온라인 불법복제물 시장규모

M_2 : 오프라인 불법복제물 시장규모

- 온라인 불법복제물의 시장규모 추정을 위한 산출식은 다음과 같음

$$M_1 = \sum_c^5 \left\{ \left(\frac{Q_{ci}}{n_{ci}} \times \frac{n_{ci}}{n} \right) NP_{ci} \right\} = \sum_c^5 \left(\frac{Q_{ci}}{n} \times NP_{ci} \right)$$

M_1 : 온라인 불법복제물 시장규모

c : 불법복제 콘텐츠 분야(음악, 영화, 방송, 출판, 게임)

Q_{ci} : 온라인 불법복제물 총 이용량

n : 조사대상자 수

n_{ci} : 온라인 불법복제물 이용자 수

N : 만 13~69세 전체 인구 수⁴⁴⁾

P_{ci} : 콘텐츠별 유통경로별(P2P·웹하드) 불법복제물 유통 단가

- 오프라인 불법복제물의 시장규모 추정을 위한 산출식은 다음과 같음

$$M_2 = \sum_c^5 \left\{ \left(\frac{Q_{cf}}{n_{cf}} \times \frac{n_{cf}}{n} \right) NP_{cf} \right\} = \sum_c^5 \left(\frac{Q_{cf}}{n} \times NP_{cf} \right)$$

M_2 : 오프라인 불법복제물 시장규모

c : 불법복제 콘텐츠 분야(음악, 영화, 방송, 출판, 게임)

Q_{cf} : 오프라인 불법복제물 총 이용량

n : 조사대상자 수

n_{cf} : 오프라인 불법복제물 이용자 수

N : 만 13~69세 전체 인구 수

P_{cf} : 오프라인 콘텐츠별 불법복제물 유통 단가

44) 2018년 추계인구자료 기준으로 함(이하 동일).

2) 합법저작물 시장 침해규모 산출식

- 전체 합법저작물 시장의 침해규모는 콘텐츠 분야별로 온라인 시장 침해규모와 오프라인 시장 침해규모를 합산한 것으로 정의

$$V = V_1 + V_2$$

- V : 전체 합법저작물 시장 침해규모
 V_1 : 온라인 합법저작물 시장 침해규모
 V_2 : 오프라인 합법저작물 시장 침해규모

- 합법저작물 시장의 침해규모 추정을 위한 산출식은 다음과 같음

$$\begin{aligned} V &= \sum_{C_v}^5 \left[\left\{ \left(\frac{C_{ai}}{n_{ai}} \times \frac{n_{ai}}{n_{ci}} \right) \frac{n_{ci}}{n} \times NP_i \right\} + \left\{ \left(\frac{C_{bf}}{n_{bf}} \times \frac{n_{bf}}{n_{cf}} \right) \frac{n_{cf}}{n} \times NP_f \right\} \right] \\ &= \sum_{C_v}^5 \left\{ \left(\frac{C_{ai}}{n} \times NP_i \right) + \left(\frac{C_{bf}}{n} \times NP_f \right) \right\} \end{aligned}$$

- V : 합법저작물 시장 침해규모
 C_v : 합법저작물 시장이 침해된 콘텐츠 분야(음악, 영화, 방송, 출판, 게임)
 C_{ai} : 온라인 불법복제물이 합법저작물을 침해한 양
 n_{ai} : 온라인 합법저작물 침해자 수
 n_{ci} : 온라인 불법복제물 이용자 수
 n : 조사대상자 수
 N : 만 13~69세 전체 인구 수
 P_i : 온라인 합법저작물 분야별 시장 단가
 C_{bf} : 오프라인 불법복제물이 합법저작물을 침해한 양
 n_{bf} : 오프라인 합법저작물 침해자 수
 n_{cf} : 오프라인 불법복제물 이용자 수
 P_f : 오프라인 합법저작물 분야별 시장 단가

바. 표본오차

1) 표본오차

- 전국 추정비율에 대한 95% 신뢰구간 하에서의 표본오차

$$\begin{aligned} \text{추정비율}(\hat{p})\text{에 대한 표본오차} & \pm 1.96 * \sqrt{\widehat{Var}(\hat{p})} \\ \text{추정값}(\bar{x})\text{에 대한 표본오차} & \pm 1.96 * \sqrt{\widehat{Var}(\bar{x})} \end{aligned}$$

- 불법복제물 경험률에 대한 추정결과 및 표본오차

구분		이용경험	
		온라인	오프라인
음악 콘텐츠	표본오차	± 0.01%p(95% 신뢰수준)	± 0.00%p(95% 신뢰수준)
	추정결과	19.6% ± 0.01%p	5.5% ± 0.00%p
영화 콘텐츠	표본오차	± 0.01%p(95% 신뢰수준)	± 0.00%p(95% 신뢰수준)
	추정결과	21.7% ± 0.01%p	3.8% ± 0.00%p
방송 콘텐츠	표본오차	± 0.01%p(95% 신뢰수준)	± 0.00%p(95% 신뢰수준)
	추정결과	18.7% ± 0.01%p	3.1% ± 0.00%p
출판 콘텐츠	표본오차	± 0.00%p(95% 신뢰수준)	± 0.00%p(95% 신뢰수준)
	추정결과	5.5% ± 0.00%p	4.5% ± 0.00%p
게임 콘텐츠	표본오차	± 0.00%p(95% 신뢰수준)	± 0.00%p(95% 신뢰수준)
	추정결과	6.5% ± 0.00%p	1.9% ± 0.00%p

2) 상대표준오차

$$\begin{aligned} \text{추정비율}(\hat{p})\text{에 대한 변동 계수} & : \frac{\sqrt{\widehat{Var}(\hat{p})}}{\hat{p}} \\ \text{추정값}(\bar{x})\text{에 대한 변동 계수} & : \frac{\sqrt{\widehat{Var}(\bar{x})}}{\bar{x}} \end{aligned}$$

- 불법복제물 경험률에 대한 상대표준오차

(단위 : %)

구분	온라인 이용경험		오프라인 이용경험	
	있다	없다	있다	없다
음악 콘텐츠	1.43	0.35	2.93	0.17
영화 콘텐츠	1.34	0.37	3.55	0.14
방송 콘텐츠	1.47	0.34	3.95	0.13
출판 콘텐츠	2.93	0.17	3.25	0.15
게임 콘텐츠	2.68	0.19	5.08	0.10

3) 신뢰구간

- 추정비율 및 추정량에 대한 95% 신뢰구간은

$$\text{추정비율}(\hat{p})\text{에 신뢰구간} : \hat{p} \pm 1.96 * \sqrt{\widehat{Var}(\hat{p})}$$

$$\text{추정값}(\bar{x})\text{에 대한 신뢰구간} : \bar{x} \pm 1.96 * \sqrt{\widehat{Var}(\bar{x})}$$

사. 모집단 현황

(단위 : 명)

구분		13~19세	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	60~69세
전국	남성	1,937,072	3,702,546	3,875,555	4,332,909	4,245,373	2,802,930
	여성	1,782,013	3,249,007	3,568,736	4,173,650	4,227,004	2,948,517
서울	남성	317,542	727,812	783,989	784,228	747,759	533,312
	여성	299,864	750,234	774,414	792,418	796,937	593,626
부산	남성	115,194	246,915	236,466	261,507	278,173	222,760
	여성	105,331	220,275	222,181	261,334	303,637	246,933
대구	남성	98,774	183,903	165,699	201,815	208,449	136,397
	여성	87,921	152,871	156,246	207,124	216,744	149,039
인천	남성	109,390	211,944	232,539	254,098	253,340	150,103
	여성	102,205	189,851	212,456	244,917	253,367	153,470
광주	남성	66,550	114,103	108,057	128,054	117,120	69,783
	여성	61,445	104,967	103,584	127,722	117,753	75,075

구 분		13~19세	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	60~69세
대전	남성	61,905	131,421	110,686	125,482	119,063	76,422
	여성	56,914	113,536	104,698	126,714	120,896	79,376
울산	남성	47,665	88,465	94,966	101,518	108,117	61,221
	여성	41,794	63,147	81,421	98,862	102,148	59,551
세종	남성	11,876	21,534	29,196	30,723	18,943	11,459
	여성	11,677	19,459	30,691	27,421	18,196	12,067
경기	남성	505,513	916,874	1,038,520	1,168,762	1,069,959	613,345
	여성	472,623	807,793	952,656	1,125,240	1,039,298	628,929
강원	남성	58,644	111,593	91,784	119,283	133,761	96,676
	여성	52,992	81,342	83,571	111,651	129,459	98,754
충북	남성	62,111	119,828	113,823	130,428	136,900	92,863
	여성	56,227	97,508	99,283	121,032	130,375	93,203
충남	남성	80,704	155,115	167,905	180,845	173,251	119,099
	여성	73,750	127,515	137,842	156,032	159,088	120,871
전북	남성	73,757	126,039	110,878	144,894	149,755	109,305
	여성	67,509	102,621	102,153	135,461	144,811	113,665
전남	남성	69,682	103,110	108,473	142,213	156,918	113,633
	여성	63,283	78,466	95,748	123,973	143,609	115,580
경북	남성	97,496	180,310	181,156	210,193	231,933	172,374
	여성	85,417	137,931	154,593	192,007	222,936	178,412
경남	남성	132,821	222,603	255,754	290,255	288,622	191,516
	여성	118,333	166,140	214,554	268,563	277,985	196,275
제주	남성	27,448	40,977	45,664	58,611	53,310	32,662
	여성	24,728	35,351	42,645	53,179	49,765	33,691

아. 응답자 특성

구 분		조 사 표 본		가 중 표 본			
		사례수(명)	구성비(%)	사례수(명)	구성비(%)		
전체		20,039	100.0	20,039	100.0		
성별	남성	10,357	51.7	10,252	51.2		
	여성	9,682	48.3	9,787	48.8		
연령	만 13~19세	2,074	10.3	1,825	9.1		
	만 20~29세	3,647	18.2	3,410	17.0		
	만 30~39세	3,852	19.2	3,652	18.2		
	만 40~49세	4,392	21.9	4,173	20.8		
	만 50~59세	4,418	22.0	4,157	20.7		
	만 60~69세	1,656	8.3	2,822	14.1		
지역	수도권	전체	9,666	48.2	10,111	50.5	
		서울	3,687	18.4	3,877	19.3	
		경인	5,979	29.8	6,234	31.1	
		충청권	2,316	11.6	2,147	10.7	
		영남권	4,921	24.6	5,055	25.2	
		호남권	2,198	11.0	2,153	10.7	
		강원권	938	4.7	574	2.9	
		중고등학생	1,417	7.1	1,236	6.2	
	대학생	2,021	10.1	1,876	9.4		
	대학원생	129	0.6	120	0.6		
직업	직장인	기업체	일반직	6,055	30.2	5,936	29.6
			연구직	734	3.7	720	3.6
			기능직	1,041	5.2	1,056	5.3
			기타	767	3.8	778	3.9
	공공기관	일반직	1,454	7.3	1,388	6.9	
		연구직	290	1.4	301	1.5	
		기능직	109	0.5	107	0.5	
		기타	310	1.5	307	1.5	
	기타(자영업, 주부, 고시준비생, 무직 등)		5,712	28.5	6,214	31.0	

제2절 조사 적용기준

1. 불법복제물 유통의 범위

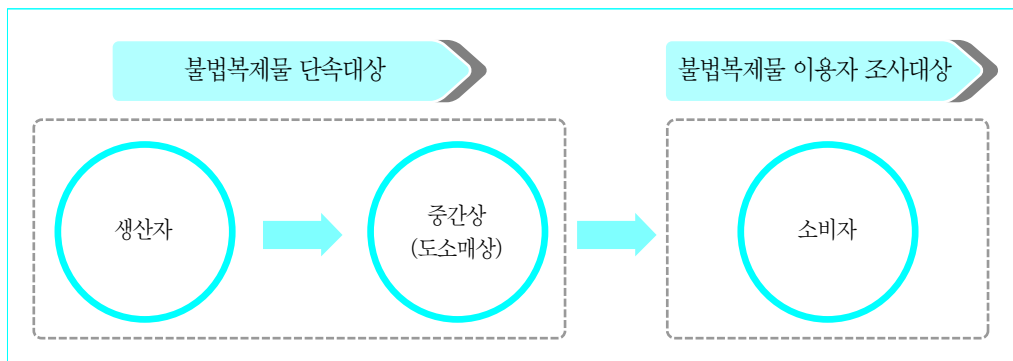
일반적으로 ‘유통’이란 생산과 소비의 두 가지 의미를 가지고 있다. 즉, 생산자가 제공하는 것과 소비자가 이용하는 것을 모두 포함한다.

유통이란?

유통(distribution)은 생산자로부터 소비자에게 재화 및 서비스를 이전시키는 장소, 시간 및 소유의 효율성을 창조하는 활동을 의미함

본 조사는 소비자를 대상으로 한 유통량 조사가 목적이므로 공급자(OSP, 노점상 등)를 대상으로 실시하는 온·오프라인 모니터링 및 단속과는 별개의 개념으로 구분된다. 온라인 모니터링은 온라인상에서 이루어지는 불법복제물의 업로드를 적발하는 것이고, 오프라인 단속은 노점상 등에서 이루어지는 불법복제물의 판매를 적발하는 활동이다. 그러므로 온라인 다운로드와 오프라인 구매에 대해 진행되는 본 조사와는 차이가 있음을 인식할 필요가 있다.

그림 II-1 | 유통단계에 따른 조사대상 구분



2. 불법복제물의 범위

본 조사에서 다루는 불법복제물이란 저작권자의 허락 없이 복제(제작)·유통되는 음악, 영화, 방송, 출판, 게임의 5개 분야 콘텐츠의 복제물을 말하며, 온라인과 오프라인 상에서 유통되는 불법복제물이 모두 포함된다. 단, 음란물⁴⁵⁾은 조사대상에서 제외하였다.

음악 불법복제물은 온라인 음악 불법복제물과 오프라인 음악 불법복제물로 구분된다. 온라인 음악 불법복제물은 저작권자의 허락 없이 웹하드, P2P, 토렌트, 포털사이트 및 모바일 앱 등에서 다운로드 되거나 스트리밍 된 음원을 의미한다. 오프라인 음악 불법복제물은 저작권자의 허락 없이 복제되어 노점상이나 고속도로 휴게소, 온라인 쇼핑몰 등에서 CD, 테이프, USB 메모리, SD카드, 외장하드 등의 저장매체에 담겨 판매되는 음악 콘텐츠를 의미한다.

영화 불법복제물⁴⁶⁾은 온라인 영화 불법복제물과 오프라인 영화 불법복제물로 구분된다. 온라인 영화 불법복제물은 저작권자의 허락 없이 웹하드, P2P, 토렌트, 포털사이트, 모바일 앱 및 불법 링크사이트 등에서 다운로드 되거나 스트리밍 된 영화 콘텐츠를 의미한다. 오프라인 영화 불법복제물은 저작권자의 허락 없이 복제되어 노점상, DVD 판매점, 고속도로 휴게소, 온라인 쇼핑몰 등에서 DVD 등의 매체에 고정된 형태로 유통되는 영화 콘텐츠를 의미한다.

방송 불법복제물⁴⁷⁾은 온라인 방송 불법복제물과 오프라인 방송 불법복제물로 구분된다. 온라인 방송 불법복제물은 저작권자의 허락 없이 웹하드, P2P, 토렌트, 포털사이트, 모바일 앱 및 불법 링크사이트 등에서 다운로드 되거나 스트리밍 된 방송 콘텐츠를 의미한다. 오프라인 방송 불법복제물은 저작권자의 허락 없이 복제되어 노점상, DVD 판매점, 고속도로 휴게소, 온라인 쇼핑몰 등에서 DVD 등의 매체에 고정된 형태로 유통되는 방송 콘텐츠를 의미한다.

45) '음란물'은 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률에 따라 수입·유통·배포 자체가 금지되고 있으므로, 합법저작물이 불법복제·유통되는 규모를 산출하는 본 조사의 개념과 차이가 있어 조사범위에서 제외함.

46) 극장 개봉을 1차적 목적으로 하여 제작된 영상 콘텐츠로 애니메이션 장르를 포함함.

47) 전파를 통해 텔레비전 등에서 방송할 목적으로 제작된 영상 콘텐츠.

출판 불법복제물은 온라인 출판 불법복제물과 오프라인 출판 불법복제물로 구분된다. 온라인 출판 불법복제물은 저작권자의 허락 없이 디지털화되어 웹하드, P2P, 토렌트, 포털사이트 및 모바일 앱 등에서 다운로드 되거나 게시된 출판 콘텐츠를 의미한다. 오프라인 출판 불법복제물은 저작권자의 허락 없이 유·무인 복사기, 복사업체, 웹하드 복사업체 등을 통해 복사된 출판 콘텐츠를 의미한다. 본 조사에서는 전체 페이지의 10%를 초과 복사하는 경우를 불법으로 간주하였다.

게임 불법복제물은 온라인 게임 불법복제물과 오프라인 게임 불법복제물로 구분된다. 온라인 게임 불법복제물은 저작권자의 허락 없이 웹하드, P2P, 토렌트, 포털사이트 및 모바일 앱 등에서 다운로드 된 게임 콘텐츠를 의미한다. 오프라인 게임 불법복제물은 저작권자의 허락 없이 게임 콘텐츠 판매점, 온라인 쇼핑몰, 노점상 등에서 DVD, 외장하드, 칩(chip) 등의 매체에 복제되어 유통되는 게임 콘텐츠를 의미한다. 본 조사에서는 PC게임, 콘솔게임⁴⁸⁾, 모바일 게임을 모두 포함하고 있다.

48) 플레이스테이션, 닌텐도 등의 게임기를 통해 이용하는 게임으로, 초기에는 디스크 형태로 출시된 게임 콘텐츠를 게임기에 넣도록 설계되었으나 최근에는 인터넷을 통해 직접 게임 콘텐츠를 다운로드할 수 있음.

3. 조사 용어의 정의

- 불법복제물 : 온·오프라인 상에서 저작권자의 이용허락 없이 복사·복제되어 유통되는 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 5개 분야 콘텐츠를 의미하며, 표절물과 음란물은 제외
- 불법복제물 유통 : 불특정 다수가 이용할 수 있도록 온·오프라인상에서 유료 또는 무료로 불법복제물이 제공되는 것
- 불법복제물 경험률 : 만 13~69세 국민 중 조사대상 기간 동안 불법복제물을 이용한 경험이 있는 인구의 비율
- 불법복제물 유통량 : 만 13~69세 국민이 조사대상 기간 동안 유료로 구입하거나 무료로 획득한 불법복제물의 개수
- 불법복제물 시장규모 : 만 13~69세 국민이 조사대상 기간 동안 불법복제물의 구입을 위해 지출한 총 금액
 - ※ 불법복제물 시장규모 = 불법복제물 유통량 × 불법복제물 단가
- 합법저작물 : 저작권자와의 계약 또는 저작권자의 허락에 의해 합법적으로 유통되는 저작물
- 합법저작물 시장 침해량 : 기존에 합법저작물에 대한 구매 의사(intent)가 있었음에도 불구하고 조사대상 기간 동안의 불법복제물의 이용으로 인해 구매하지 않게 된 합법저작물의 양
- 합법저작물 시장 침해규모 : 기존에 합법저작물에 대한 구매 의사(intent)가 있었음에도 불구하고 조사대상 기간 동안의 불법복제물의 이용으로 인해 합법저작물을 구매하지 않음으로써 발생한 직접적인 매출액 손실
 - ※ 합법저작물 시장 침해규모 = 합법저작물 시장 침해량 × 합법저작물 단가
- 합법저작물 시장규모⁴⁹⁾: 음악, 영화, 방송, 출판, 게임시장에서 합법저작물의 유통으로 인해 발생한 매출액
- 잠재적 합법저작물 시장규모: 불법복제물로 인한 침해가 발생하지 않았을 경우 원래 형성되었어야 할 시장규모
 - ※ 잠재적 합법저작물 시장규모 = 합법저작물 시장규모 + 합법저작물 시장 침해규모
- 잠재적 합법저작물 시장 침해율 : 잠재적 합법저작물 시장규모에서 합법저작물 시장 침해규모가 차지하는 비율
 - ※ 잠재적 합법저작물 시장 침해율 = (합법저작물 시장 침해규모/잠재적 합법저작물 시장규모)×100

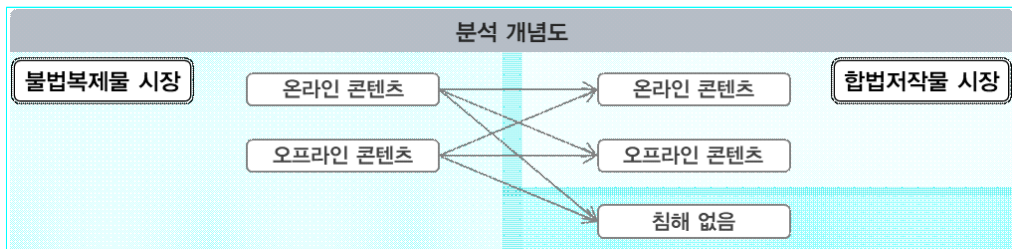
49) 본 조사는 합법저작물 시장을 별도로 조사하고 있지 않으므로 합법저작물 시장규모 산정을 위해 '2018 콘텐츠산업 통계조사'를 활용하였음. 콘텐츠산업 통계조사에서 밝히고 있는 각 콘텐츠별 매출액은 전체 산업의 매출을 대상으로 하고 있으므로, 본 조사에서는 불법복제물의 유통으로 인해 직접적인 피해를 받는 업종을 선정하여 사용함.

4. 합법저작물 시장 침해의 구조

앞에서 밝힌 산출식을 통해 도출되는 온라인 불법복제물 시장과 오프라인 불법복제물 시장은 온라인 합법저작물 시장을 침해할 수도 있고, 오프라인 합법저작물 시장을 침해할 수도 있다. 즉, 합법저작물 시장에 대한 침해는 온라인과 오프라인을 막론하고 발생할 수 있는 것이다.

예를 들어, A씨가 웹하드 사이트에서 영화물을 불법 다운로드 받아 이용한 경우, 이로 인한 부정적 영향으로 온라인 상의 합법적인 영화물 다운로드 서비스나 VOD 서비스를 이용하지 않게 될 수 있다. 또한 오프라인 상의 극장 관람이나 정품 DVD, 비디오테이프 등을 구입하지 않도록 부정적 영향을 미칠 수 있다.⁵⁰⁾ 즉, 온라인 불법복제물은 온라인 합법저작물 시장에 국한되지 않고 유통경로가 상이한 오프라인 합법저작물 시장까지도 침해할 수 있다.⁵¹⁾

그림 II-2 | 합법저작물 시장 침해 구조



따라서 온라인 합법저작물 시장 침해금액은 온라인 불법복제물에 의한 침해금액과 오프라인 불법복제물에 의한 침해금액의 합으로 이루어지며, 오프라인 합법저작물 시장 침해금액 또한 같다. 그리고 합법저작물 시장 전체의 침해금액은 온라인 합법저작물 시장 침해금액과 오프라인 합법저작물 시장 침해금액의 합으로 이루어진다. 이로써 불법복제물 시장이 형성되어 있으나 합법저작물 시장에 대한 침해와는 관계가 없는(위 그림에서의 ‘침해 없음’) 영역이 발생하며, 불법복제 금액과 침해금액 간에 비교가 가능하다.⁵²⁾

50) 이하의 연구에서는 불법복제물 시장이 합법저작물 시장에 미친 부정적인 영향에 집중하기로 하며, 불법복제물 이용으로 인하여 합법저작물에 대한 소장 의사가 발생함으로써 구매가 촉진되는 긍정적인 경우는 제외하기로 함
 51) 그러나 단일 콘텐츠가 온·오프라인의 합법 콘텐츠를 동시에 위협할 수는 있으나, 침해금액 산출시에는 위협 받는 콘텐츠 중에서 한 가지만이 포함되어야 함. B라는 소설을 읽기 위하여 e-Book으로 정식 구매하고, 정식 출간된 서적을 서점에서 또 구입하는 경우는 거의 없기 때문임
 52) ‘침해 없음’은 합법저작물에 대한 구매 의사가 없음을 의미함

5. 적용단가

한국저작권보호원은 ‘불법복제물 시장규모’ 및 ‘합법저작물 시장 침해규모’를 파악하기 위해 불법복제물과 합법저작물 단가를 조사하고 있다. 단가 조사를 위해 판매량 순위 기준으로 온·오프라인상의 가격조사를 수행하고 있으며⁵³⁾, 실조사가 어려울 경우 2차 자료를 활용하고 있다. ‘2019 저작권 보호 연차보고서’에 사용된 각 콘텐츠별·형태별 단가는 아래와 같다. 불법복제물 시장규모 산출에 적용된 단가는 실제 불법복제물을 구입·이용하는데 지불하는 금액이며, 무료로 이용되는 경우에는 단가를 0원으로 계산하였다.

표 II-1 ■ 불법 및 합법저작물 시장의 콘텐츠별·형태별 단가

콘텐츠	형태	구분	불법	합법
음악	온라인	MP3 및 스트리밍	- P2P, 웹하드 : 0.65원 - 포털, 토렌트, 모바일 앱 : 0원	- 다운로드 : 261.0원 - 스트리밍 : 15.38원
	오프라인	테이프 및 CD	- 테이프 : 2,700원 - CD : 8,700원 - SD카드, USB : 11,000원	- 테이프 : 5,000원 - CD : 17,167원
영화	온라인	다운로드 및 VOD	- P2P, 웹하드 : 206.98원 - 포털, 토렌트, 모바일 앱 : 0원	- VOD : 4,999.9원(1편당) - 다운로드 : 4,819.4원(1편당)
	오프라인	노점상 DVD	- DVD : 2,000원	- 극장 관람 : 8,383원 - DVD : 22,968원
방송	온라인	다운로드 및 VOD	- P2P, 웹하드 : 57.20원 - 포털, 토렌트, 모바일 앱 : 0원	- VOD : 1,413.4원(1편당) - 다운로드 : 1,341.6원(1편당)
	오프라인	노점상 DVD	- DVD : 2,000원	- DVD : 9,461원
출판	온라인	다운로드	- P2P, 웹하드 1) 소셜·수필 : 19.38원 2) 만화 : 3.16원 3) 학습교재(참고서) : 19.38원 - 포털, 토렌트, 모바일 앱 : 0원	<e-Book 시장 (평균)> - 소셜·수필 : 9,479원 - 만화 : 2,799원 - 학습교재(참고서) : 7,871원 - 학술서적 : 14,521원
	오프라인	대학내 유무인 복사기 및 외부 복사업체	- 1편당 : 10,000원	<오프라인 출판시장 (평균)> - 소셜·수필 : 13,272원 - 만화 : 7,530원
		복제서적 판매	- 학습교재 : 8,325.80원 - 학술서적 : 18,755.10원	- 학습교재(참고서) : 15,227원 - 학술서적 : 25,036원
게임	온라인	다운로드	- P2P, 웹하드 : 1,133.81원 - 포털, 토렌트, 모바일 앱 : 0원	- 인터넷 콘솔게임 : 41,241.0원 - 인터넷 PC게임 : 25,613.0원 - 모바일 앱 : 5,145.9원
	오프라인	노점상 전자상가 DVD·칩 내장	- 1타이틀당 : 4,000원	- 정품 콘솔게임 : 35,135원 - 정품 PC게임 : 23,645원

53) 판매량 순위를 알 수 없는 경우 랜덤 샘플링(random sampling)을 통해 가격을 조사함.



제2장 불법복제물 유통실태 조사결과 분석

「저작권 보호 연차보고서」는 불법복제물 이용실태 파악과 불법복제물 시장규모 및 합법저작물 시장 침해규모의 시계열 분석을 위해 2008년 기준 조사부터 이번 2018년 기준 조사까지 총 11회 진행되었으며, 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 5개 분야에 대한 조사내용을 다루고 있다. 본 보고서상의 수치는 2018년 1월 주민등록인구통계를 활용한 통계청의 2018년 추계인구자료를 기준으로 성, 연령, 지역별 할당을 통해 표본을 추출하여 조사한 결과이며, 만 13~69세 인구만을 대상으로 하고 있음에 유의할 필요가 있다.

제1절 전체 결과

1. 불법복제물 이용경험

가. 전체 불법복제물 이용경험

2018년 한 해 동안의 불법복제물 이용경험을 살펴보면 우리나라 만 13~69세 인구의 43.4%인 약 1,773만 명이 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 불법복제물 경험률(43.4%)⁵⁴⁾은 전년 대비 약 3.0%p 증가하였으며 2014년 이후 증감을 반복하고 있다. 최근 5년간 불법복제물 이용경험을 살펴보면 2014년 42.8%, 2015년에 38.4%, 2016년에 42.4%로 증감을 반복하다 2017년 40.4%로 다시 감소하였으나 2018년에는 43.4%로 상승하였다. 온라인과 오프라인을 나누어 살펴보면, 온라인의 불법복제물 경험률은 39.9%로 전년대비 0.7%p 증가하였고, 오프라인의 불법복제물 경험률 역시 13.2%로 전년대비 2.7%p 증가하였다.

54) 만 13~69세 국민 중 조사대상 기간 동안 불법복제물을 이용한 경험이 있는 인구의 비율을 의미함. 매년 인구수(모집단 수)가 변화하기 때문에 비율 간 단순 비교는 수치상 차이를 보일 수 있으나, 본 조사에서는 연간 우리나라 인구의 증감치가 크지 않다는 가정 하에 전반적인 추이 파악을 위해 연도별 증감현황을 분석하였음.

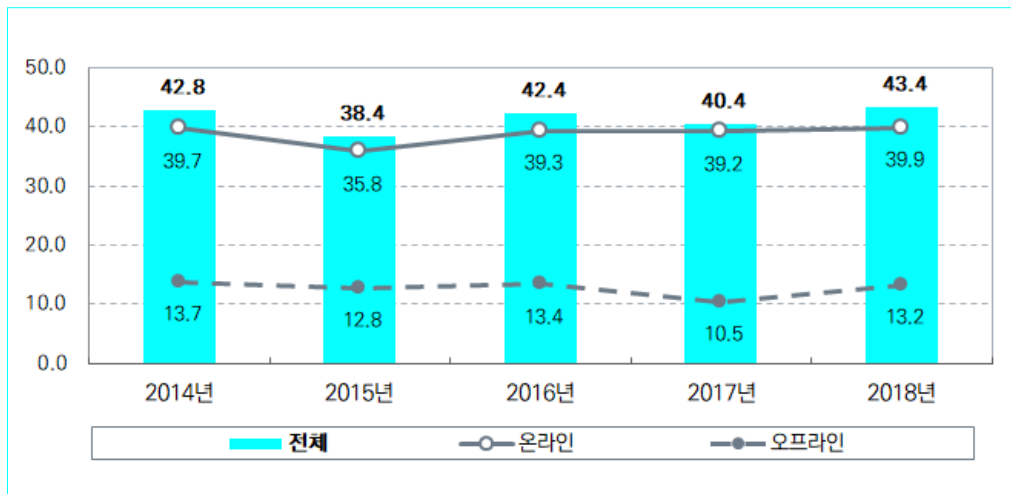
표 II-2 | 연도별 불법복제물 경험률

(단위 : %, 천 명)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
온라인	39.7	35.8	39.3	39.2	39.9
이용인구	15,042	13,827	15,669	16,073	16,297
오프라인	13.7	12.8	13.4	10.5	13.2
이용인구	5,191	4,930	5,357	4,304	5,392
전체	42.8	38.4	42.4	40.4	43.4
이용인구	16,231	14,810	16,920	16,578	17,726

그림 II-3 | 연도별 불법복제물 경험률

(단위 : %)



콘텐츠별로 보면, 불법복제물 경험률이 가장 높게 나타난 분야는 ‘영화’(22.8%)로 조사되었으며, ‘음악’ 21.8%, ‘방송’ 19.8%, ‘출판’ 7.9%, ‘게임’ 7.5%의 순으로 나타났다. 2018년도의 불법복제물 경험률은 ‘방송’을 제외한 전 분야에서 전년에 비해 높게 나타났다. ‘방송’ 분야의 경험률은 전년 대비 2.0%p 감소했다.

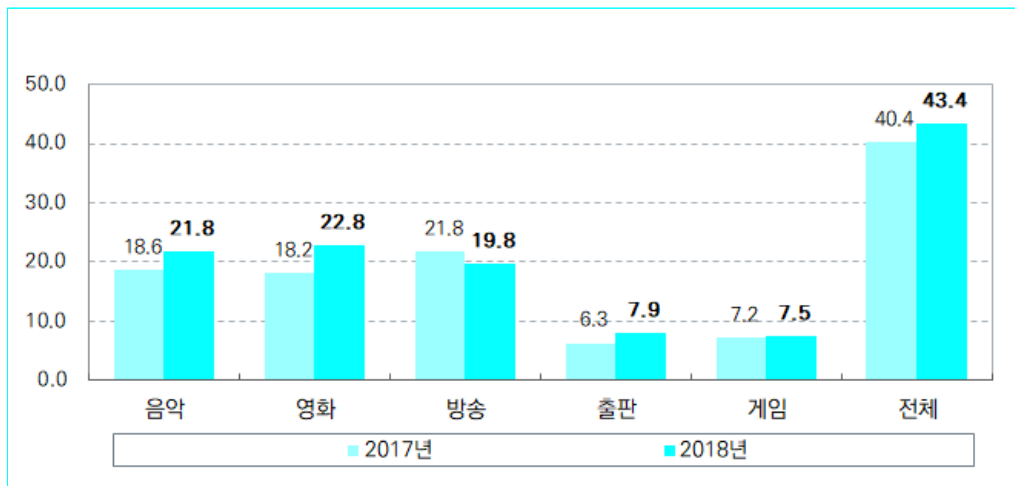
표 II-3 | 콘텐츠별 불법복제물 경험률

(단위 : %, 천 명)

구분		2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	전년 대비
음악	경험률	24.7	19.6	21.9	18.6	21.8	+3.2
	이용인구	9,354	7,573	8,753	7,636	8,896	+1,260
영화	경험률	22.6	21.4	23.7	18.2	22.8	+4.6
	이용인구	8,554	8,245	9,453	7,478	9,313	+1,835
방송	경험률	16.6	19.6	22.7	21.8	19.8	-2.0
	이용인구	6,285	7,567	9,053	8,953	8,087	-866
출판	경험률	6.9	6.8	7.5	6.3	7.9	+1.6
	이용인구	2,619	2,626	2,981	2,580	3,227	+647
게임	경험률	7.8	8.2	8.3	7.2	7.5	+0.3
	이용인구	2,946	3,161	3,297	2,944	3,063	+119
전체	경험률	42.8	38.4	42.4	40.4	43.4	+3.0
	이용인구	16,231	14,810	16,920	16,578	17,726	+1,148

그림 II-4 | 콘텐츠별 불법복제물 경험률(전년 대비)

(단위 : %)



나. 온라인 불법복제물 이용경험

2018년 한 해 온라인상의 불법복제물 이용경험을 살펴보면 우리나라 만 13~69세 인구의 39.9%인 약 1,630만 명이 온라인에서 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 온라인 불법복제물 경험률(39.9%)은 전년 대비 0.7%p 증가하였으며 2016년 이후 약 39% 정도로 유지하고 있다.

콘텐츠별로 보면 온라인 불법복제물 경험률이 가장 높게 나타난 분야는 '영화' (21.7%)로 조사되었으며, '음악' 19.6%, '방송' 18.7%, '게임' 6.5%, '출판' 5.5%의 순으로 나타났다. 2018년도 온라인 불법복제물 경험률은 '방송' 및 '게임'을 제외한 모든 분야에서 2017년에 비해 수치가 높아졌으며 특히 '영화' 분야는 전년 대비 4.5%p 증가하였다.

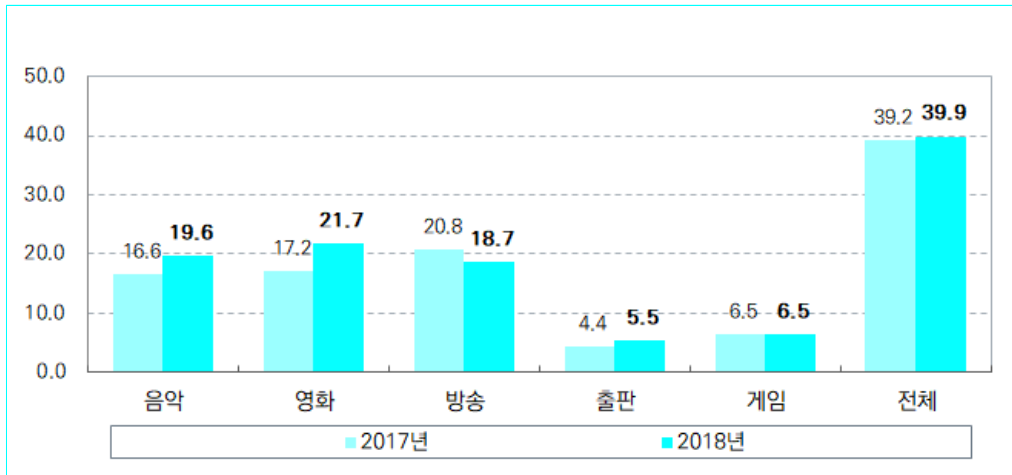
표 II-4 | 콘텐츠별 불법복제물 경험률(온라인)

(단위 : %, 천 명)

구분		2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	전년 대비
음악	경험률	22.2	17.9	20.3	16.6	19.6	+3.0
	이용인구	8,426	6,889	8,101	6,810	8,008	+1,198
영화	경험률	21.5	20.1	22.3	17.2	21.7	+4.5
	이용인구	8,151	7,744	8,877	7,068	8,856	+1,788
방송	경험률	16.0	18.8	21.4	20.8	18.7	-2.1
	이용인구	6,043	7,255	8,552	8,524	7,658	-866
출판	경험률	5.1	4.8	4.7	4.4	5.5	+1.1
	이용인구	1,942	1,838	1,860	1,808	2,230	+422
게임	경험률	7.2	7.5	7.1	6.5	6.5	0.0
	이용인구	2,723	2,889	2,830	2,648	2,667	+19
전체	경험률	39.7	35.8	39.3	39.2	39.9	+0.7
	이용인구	15,042	13,827	15,669	16,073	16,297	+224

그림 II-5 ■ 콘텐츠별 불법복제물 경험률(온라인)

(단위 : %)



다. 오프라인 불법복제물 이용경험

2018년 한 해 오프라인상의 불법복제물 이용경험을 살펴보면 우리나라 만 13~69세 인구의 13.2%인 약 539만 명이 오프라인에서 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 오프라인 불법복제물 경험률은 전년(10.5%) 대비 2.7%p 증가하였으며 매년 증감을 반복하고 있다.

콘텐츠별로 살펴보았을 때 오프라인 불법복제물 경험률이 가장 높게 나타난 분야는 ‘음악’(5.5%)으로 조사되었으며, ‘출판’ 4.5%, ‘영화’ 3.8%, ‘방송’ 3.0%, ‘게임’ 1.9%의 순으로 나타났다. 2018년도의 오프라인 불법복제물 경험률은 ‘음악’을 제외한 전 분야에서 증감 폭이 1%p 내외로 완만하게 나타났다.

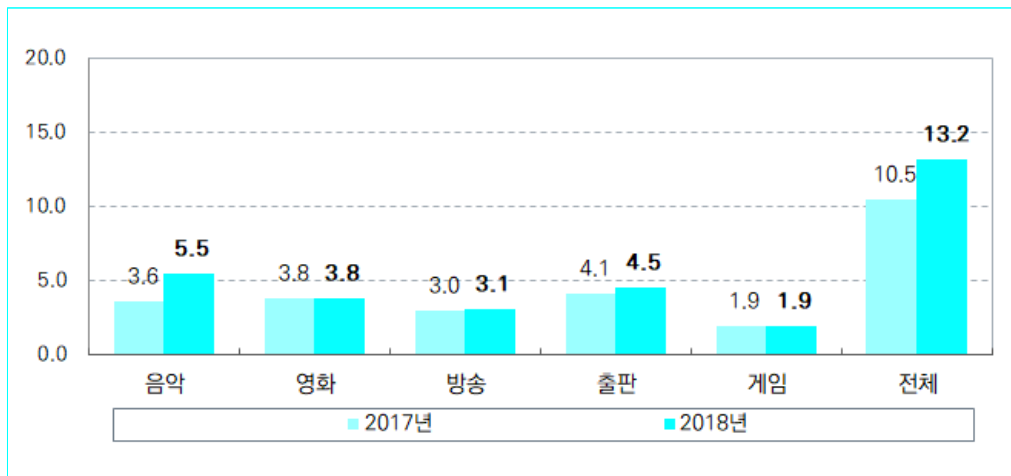
표 II-5 | 콘텐츠별 불법복제물 경험률(오프라인)

(단위 : %, 천 명)

구분		2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	전년 대비
음악	경험률	6.8	5.7	6.0	3.6	5.5	+1.9
	이용인구	2,572	2,181	2,398	1,486	2,230	+744
영화	경험률	5.0	5.1	4.6	3.8	3.8	0.0
	이용인구	1,880	1,982	1,837	1,544	1,563	+19
방송	경험률	3.0	3.1	3.6	3.0	3.0	0.0
	이용인구	1,137	1,209	1,430	1,210	1,266	+56
출판	경험률	3.9	4.5	4.8	4.1	4.5	+0.4
	이용인구	1,487	1,749	1,898	1,659	1,857	+198
게임	경험률	2.8	1.9	1.9	1.9	1.9	0.0
	이용인구	1,051	728	741	779	780	+1.0
전체	경험률	13.7	12.8	13.4	10.5	13.2	+2.7
	이용인구	5,191	4,930	5,357	4,304	5,392	+1,088

그림 II-6 | 콘텐츠별 불법복제물 경험률(오프라인)

(단위 : %)



라. 응답자 특성별 불법복제물 이용경험

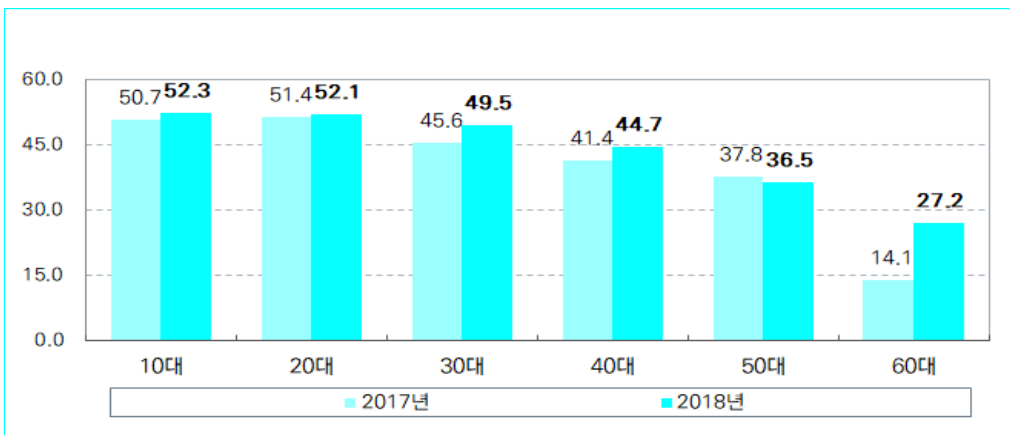
불법복제물 이용자는 다양한 연령, 지역, 소득, 직업 등에 걸쳐 분포되어 있으며, 각 요인별로 불법복제물 경험률에 차이를 보인다. 이하에서는 불법복제물 이용에 영향을 미치는 6가지 요인(성, 연령, 지역, 소득, 직업, 학력)을 중심으로 살펴보았다.

먼저 성별을 기준으로 보면 2018년 한 해 동안 ‘남성’의 47.3%, ‘여성’의 39.2%가 불법복제물을 이용한 경험이 있다고 조사되었다. 현재의 조사방법론을 정립한 2008년부터 지금까지의 추이를 살펴보면 남성의 불법복제물 경험률은 여성보다 지속적으로 높게 나타나는데, 이는 남성이 온라인 불법복제물 유통방식에 상대적으로 익숙하며, 여성보다 콘텐츠를 더 많이 소비하는 경향이 있기 때문으로 분석된다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 ‘남성’의 43.7%, ‘여성’의 35.9%가 불법복제물 이용경험이 있는 것으로 나타났으며, 오프라인의 경우는 ‘남성’의 14.4%, ‘여성’의 12.0%가 이용경험이 있다고 응답했다.

연령을 기준으로 살펴보면 낮은 연령대일수록 불법복제물 경험률이 높았으며, 특히 ‘20대’ 이하 연령대에서는 절반 이상이 불법복제물 이용경험이 있는 것으로 나타났다. ‘10대’가 52.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘20대’ 52.1%, ‘30대’ 49.5%, ‘40대’ 44.7%, ‘50대’ 36.5%, ‘60대’ 27.2%의 순으로 조사되었다. 불법복제물 경험률 수치는 2017년 기준 조사보다 ‘60대’에서 대폭 상승한 것으로 나타났다.

그림 II-7 ■ 연령별 불법복제물 경험률

(단위 : %)



유통경로별로 구분해보면 온라인에서는 ‘10대’가 49.4%로 가장 높았으나 오프라인에서는 ‘20대’가 15.6%로 높게 나타났다. ‘60대’ 불법복제물 경험률은 온·오프라인 모두 가장 낮은 수준으로 나타났다.

불법복제물 경험률은 지역별로는 큰 차이를 보이지 않았다. ‘수도권’이 44.2%로 가장 높았으며, ‘호남권’ 44.0%, ‘영남권’ 42.4%, ‘충청권’ 41.9%, ‘강원권’ 40.7%로 모두 40% 초반대의 경험률로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 ‘수도권’이 40.9%로 불법복제물 경험률이 가장 높게 나타났으며, 오프라인의 경우 ‘호남권’에서 불법복제물 경험률이 15.2%로 높게 조사되었다.

가구소득을 기준으로 살펴보면 월 소득이 ‘600만 원 이상’인 고소득층의 41.8%가 불법복제물 이용경험이 있다고 응답했으며, ‘400~599만 원’인 집단은 43.9%, ‘200~399만 원’ 집단은 44.7%로 나타났고, ‘200만 원 미만’에 해당하는 응답 집단도 약 40.8%가량이 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었다. 유통경로별로 구분해 온·오프라인 모두 살펴본 결과, 온라인의 경우 월 가구소득 ‘200~399만 원’ 집단이 불법복제물 경험률이 가장 높았으며, 오프라인 불법복제물 경험률의 경우 ‘600만 원 이상’인 집단이 가장 많이 나타나 소득이 높을수록 오프라인 불법복제물 경험률이 높아지는 경향을 보였다.

직업을 기준으로 살펴보면 ‘학생’ 집단의 54.0%가 불법복제물을 이용한 경험이 있는 것으로 나타나 가장 높았으며, ‘농/수/축산업 종사자(45.9%)’, ‘사무직 종사자(44.9%)’, ‘생산직 종사자(42.1%)’, ‘무직/기타(39.8%)’, ‘자영업자(38.0%)’, ‘전업주부(32.3%)’의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인에서는 ‘학생’의 불법복제물 경험률이 50.3%로 가장 높게 나타났으나 오프라인에서는 ‘농/수/축산업 종사자(26.9%)’가 가장 높은 것으로 나타나 차이를 보였다.

학력을 기준으로 살펴보면 재학생의 경우 ‘대학원생’이 55.7%로 높게 나타났으며, ‘대학생’은 55.4%, ‘중·고등학생’은 51.7%로 나타났다. 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’이상이 약 44.0% 이상으로 불법복제물 경험률이 비교적 높게 조사되었으며, ‘초등학교 졸업 이하’에서는 불법복제물 경험률이 14.0% 가량으로 나타났다.

표 II-6 | 응답자 특성별 불법복제물 경험률

(단위 : %)

구분		전체	온라인	오프라인	
전체		43.4	39.9	13.2	
성별	남성	47.3	43.7	14.4	
	여성	39.2	35.9	12.0	
연령	10대	52.3	49.4	14.9	
	20대	52.1	48.4	15.6	
	30대	49.5	46.8	14.0	
	40대	44.7	41.3	12.5	
	50대	36.5	32.2	12.6	
	60대	27.2	23.7	10.3	
지역	수 도 권	전체	44.2	40.9	13.1
		서울	46.2	42.6	14.8
		경기/인천	43.0	39.8	12.0
	충청권		41.9	38.5	12.5
	영남권		42.4	39.0	13.1
	호남권		44.0	39.5	15.2
	강원권		40.7	37.4	12.5
	가구 소득	200만 원 미만		40.8	38.2
200~399만 원		44.7	41.4	13.1	
400~599만 원		43.9	40.2	13.4	
600만 원 이상		41.8	38.0	13.6	
직업	농/수/축산업		45.9	35.7	26.9
	자영업		38.0	34.2	12.1
	생산직 종사자		42.1	38.2	13.4
	사무직 종사자		44.9	41.3	13.8
	전업주부		32.3	29.8	9.8
	학생		54.0	50.3	16.4
	무직/기타		39.8	37.2	9.6
학력	재학	중 고등학생	51.7	48.8	14.9
		대학생	55.4	51.3	17.2
		대학원생	55.7	50.7	18.1
	초등학교 졸업 이하		14.0	14.0	4.7
	중학교 졸업		16.8	13.6	4.8
	고등학교 졸업		36.0	32.5	11.6
	대학교 졸업		44.0	40.7	13.1
	대학원 졸업		41.6	37.3	13.3

2. 불법복제물 시장규모

본 보고서는 2018년의 불법복제물 시장규모를 유통량⁵⁵⁾과 금액⁵⁶⁾ 두 가지 기준으로 구분하여 분석하고 있다. 무료로 불법복제물을 이용하는 경우에는 유통량에는 영향을 미치지 않지만 금액에는 영향을 미치지 않으므로, 유통량과 금액이 정비례하지 않는다는 것에 유의할 필요가 있다. 또한 불법복제물 시장규모의 증감추이를 정량적으로 파악하기 위해서는 유통량을 기준으로 분석하는 것이 보다 적절하며, 금액 부분은 불법복제물 이용자들의 지출액 또는 유통업자들의 매출액 추이를 추정하는 기준으로 활용할 수 있다.

가. 전체 불법복제물 시장규모⁵⁷⁾

2018년도의 불법복제물 시장규모는 2017년에 비해 유통량과 금액이 모두 소폭 감소한 것으로 나타났다. 조사를 통해 파악한 5개 분야(음악, 영화, 방송, 출판, 게임)의 2018년 불법복제물 유통량은 약 19억 7천만 개로 2017년(20억 8천만 개) 대비 5.6% 감소한 것으로 나타났다. 불법복제물 유통량은 2015년까지 감소하다 2016년에 증가하였으나 2017년 이후 다시 감소하였다. 한편 불법복제물 시장규모는 약 3,770억 원으로 전년(3,792억 원) 대비 0.6% 감소하였다.

표 II-7 | 연도별 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	2,261,004	-	362,869	-
2015년	2,088,568	-7.6	367,174	1.2
2016년	2,380,944	14.0	422,875	15.2
2017년	2,083,111	-12.5	379,234	-10.3
2018년	1,967,374	-5.6	377,008	-0.6
5년 평균	2,156,200	-	381,832	-

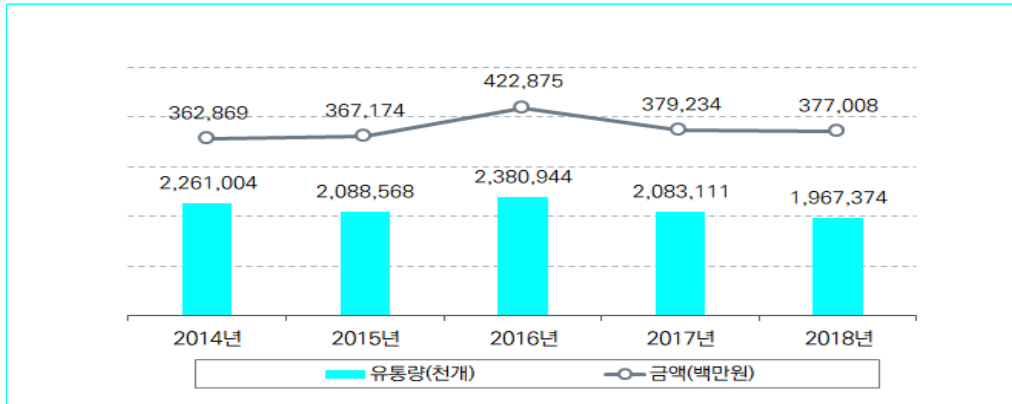
55) 만 13~69세 국민이 조사대상 기간 동안 유료로 구입하거나 무료로 획득한 불법복제물의 개수.

56) 만 13~69세 국민이 조사대상 기간 동안 불법복제물의 구입을 위해 지출한 총금액.

※ 불법복제물 시장규모 = 불법복제물 유통량 × 불법복제물 단가.

57) 불법복제물 시장규모 및 합법저작물 시장 침해규모와 관련한 일부 수치들은 엑셀 프로그램 상에서 반올림된 값으로, 개별 수치의 합과 총계로 제시된 값이 근소하게 일치하지 않을 수 있음(이하 동일).

그림 II-8 | 연도별 불법복제물 시장규모



먼저 유통량 기준으로 콘텐츠별 불법복제물 시장규모를 살펴보면 음악 콘텐츠가 약 12억 6천만 곡으로 전년(13억 곡) 대비 3.2% 감소, 영화 콘텐츠가 약 2억 1천만 편으로 전년(2억 3천만 편) 대비 7.3% 감소, 방송 콘텐츠가 약 4억 2천만 편으로 전년(4억 7천만 편) 대비 12.1% 감소, 출판 콘텐츠는 약 6천 1백만 권으로 전년(6천 1백만 권) 대비 0.8% 감소, 게임 콘텐츠는 2,268만 편으로 전년(2,303만 편) 대비 1.5% 감소한 것으로 조사되었다.

표 II-8 | 콘텐츠별 불법복제물 유통량

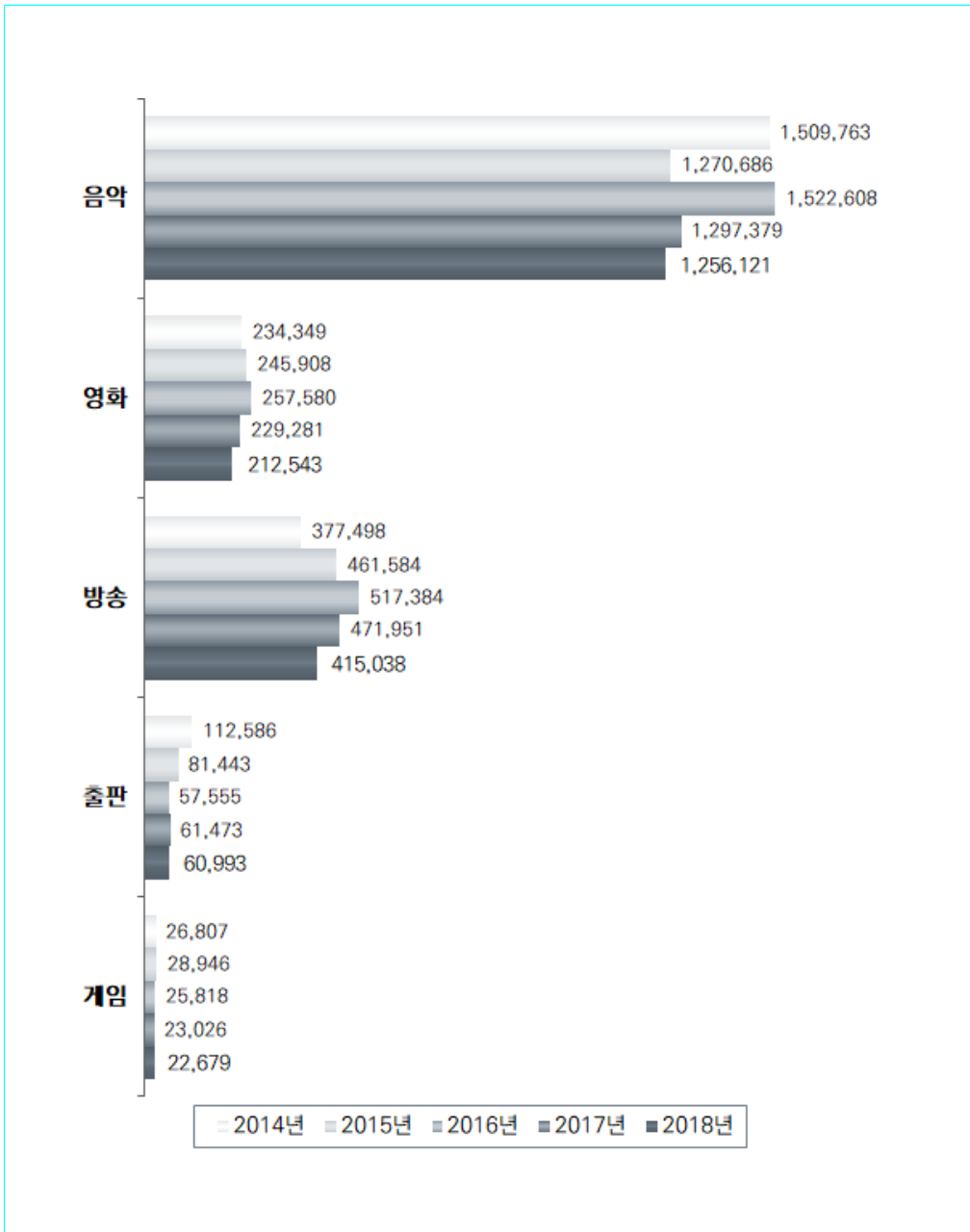
(단위 : 천 개, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	5년 평균
음악	1,509,763	1,270,686	1,522,608	1,297,379	1,256,121	1,371,311
	(-)	(-15.8)	(19.8)	(-14.8)	(-3.2)	(-)
영화	234,349	245,908	257,580	229,281	212,543	235,932
	(-)	(4.9)	(4.7)	(-11.0)	(-7.3)	(-)
방송	377,498	461,584	517,384	471,951	415,038	448,691
	(-)	(22.3)	(12.1)	(-8.8)	(-12.1)	(-)
출판	112,586	81,443	57,555	61,473	60,993	74,810
	(-)	(-27.7)	(-29.3)	(6.8)	(-0.8)	(-)
게임	26,807	28,946	25,818	23,026	22,679	25,455
	(-)	(8.0)	(-10.8)	(-10.8)	(-1.5)	(-)
총계	2,261,004	2,088,568	2,380,944	2,083,111	1,967,374	2,156,200
	(-)	(-7.6)	(14.0)	(-12.5)	(-5.6)	(-)

※ ()는 전년 대비 증감을

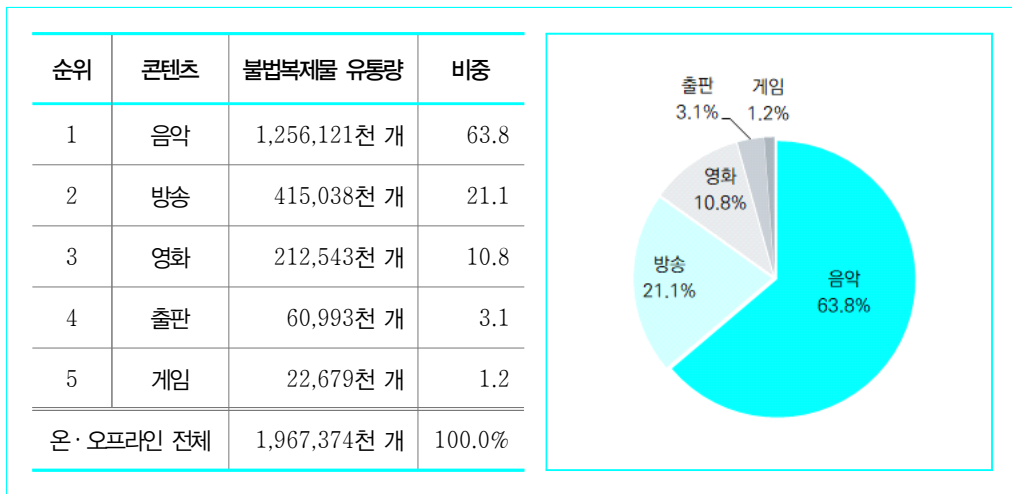
그림 II-9 | 콘텐츠별 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)



콘텐츠별 불법복제물 시장규모에 대한 비중을 유통량을 기준으로 살펴보면, 음악 콘텐츠 63.8%, 방송 콘텐츠 21.1%, 영화 콘텐츠 10.8%, 출판 콘텐츠 3.1%, 게임 콘텐츠 1.2%의 순으로 나타나 음악 콘텐츠의 불법유통이 가장 많이 이루어지는 것으로 조사되었다. 이는 음악 콘텐츠의 경우 타 콘텐츠에 비해 전 연령대에 걸쳐 수요가 높고, 짧은 소비 지속성과 단위당 이용시간이 짧으면서도 한 번에 다수의 저작물이 불법으로 유통되는 경우가 빈번하기 때문이라고 할 수 있다.

그림 II-10 | 콘텐츠별 불법복제물 시장 비중(유통량)



금액 기준으로 살펴보면, 불법복제물 유통량에 불법복제물 유통가격을 적용하여 산출한 시장규모는 총 3,770억 원으로 2017년(3,792억 원) 대비 0.6% 감소한 것으로 나타났다. 콘텐츠별로는 방송 콘텐츠는 210억 원으로 전년(273억 원) 대비 23.1% 감소, 출판 콘텐츠는 1,602억 원으로 전년(1,410억 원) 대비 13.6% 증가, 영화 콘텐츠가 348억 원으로 전년(398억 원) 대비 12.5% 감소, 음악 콘텐츠는 1,382억 원으로 전년(1,493억 원) 대비 7.4% 감소, 게임 콘텐츠는 229억 원으로 전년(218억 원) 대비 4.6% 증가한 것으로 나타났다.

표 II-9 | 콘텐츠별 불법복제물 시장규모

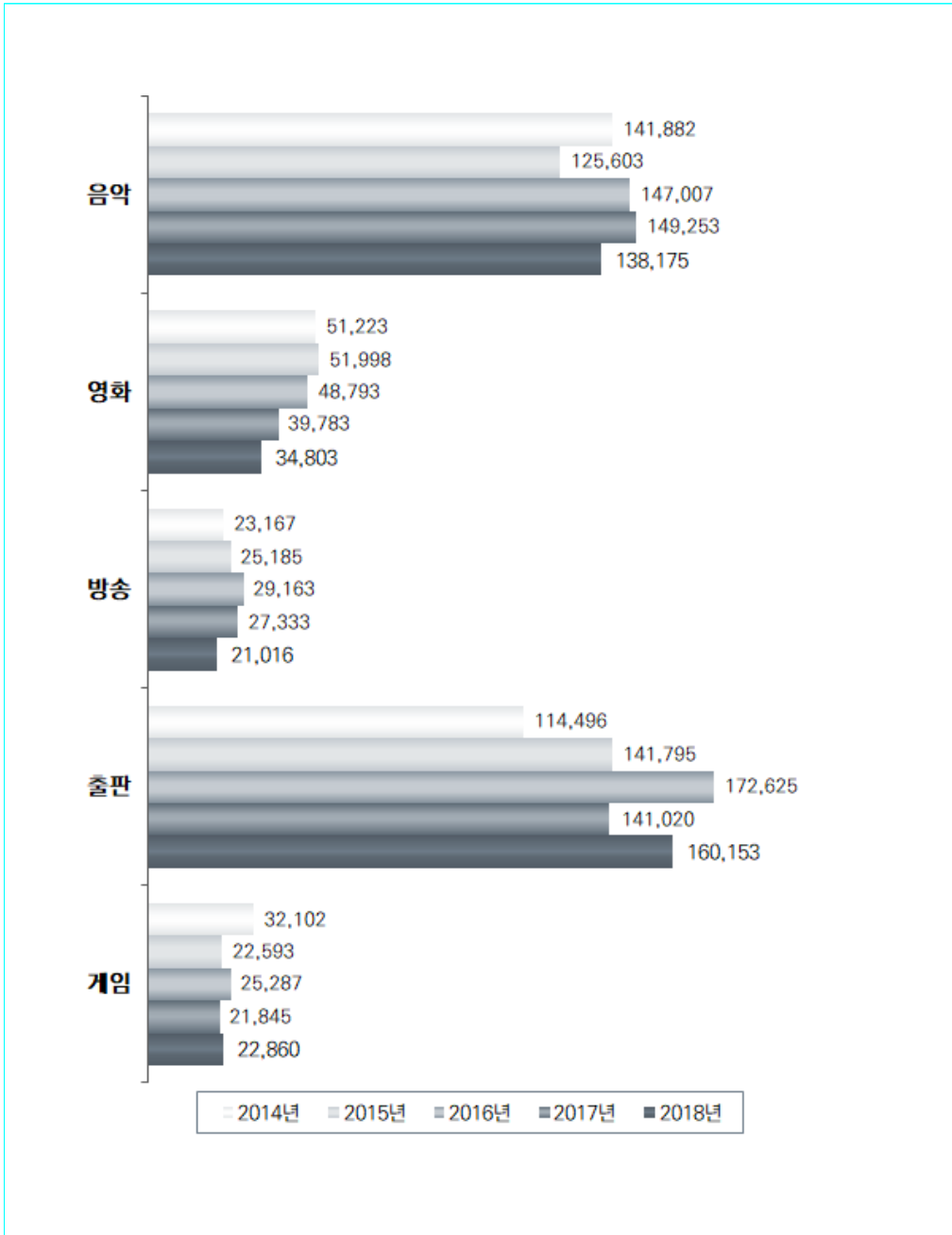
(단위 : 백만 원, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	연평균
음악	141,882	125,603	147,007	149,253	138,175	140,384
	(-)	(-11.5)	(17.0)	(1.5)	(-7.4)	(-)
영화	51,223	51,998	48,793	39,783	34,803	45,320
	(-)	(1.5)	(-6.2)	(-18.5)	(-12.5)	(-)
방송	23,167	25,185	29,163	27,333	21,016	25,173
	(-)	(8.7)	(15.8)	(-6.3)	(-23.1)	(-)
출판	114,496	141,795	172,625	141,020	160,153	146,018
	(0)	(23.8)	(21.7)	(-18.3)	(13.6)	(-)
게임	32,102	22,593	25,287	21,845	22,860	24,937
	(-)	(-29.6)	(11.9)	(-13.6)	(4.6)	(-)
총계	362,869	367,174	422,875	379,234	377,008	381,832
	(-)	(1.2)	(15.2)	(-10.3)	(-0.6)	(-)

※ ()는 전년 대비 증감률

그림 II-11 | 콘텐츠별 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)



온·오프라인 유통경로별 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년 한 해 동안 온라인상에서 17억 6,347만 개, 오프라인상에서 2억 391만 개로 총 19억 6,787만 개가 유통된 것으로 조사되었다. 온라인 유통비율은 89.6%로 오프라인 유통비율인 10.4%보다 약 8.6배 정도 높은 것으로 나타났다.

한편 금액 기준으로 유통경로별 시장규모를 살펴보면 온라인의 경우 252억 원, 오프라인은 3,518억 원으로 총 약 3,770억 원 규모로 불법복제물 시장이 형성되어 있다는 것을 알 수 있다. 비율로 보면 온라인 시장은 6.7%, 오프라인 시장은 93.3%로 나타나 오프라인이 온라인 시장 비율보다 약 14.0배 정도 높은 것으로 나타났다. 이는 오프라인 불법복제물의 유통 가격이 온라인 불법복제물의 유통 가격보다 현저히 높기 때문에 나타나는 현상이다.

그림 II-12 | 유통경로별 불법복제물 시장 비중

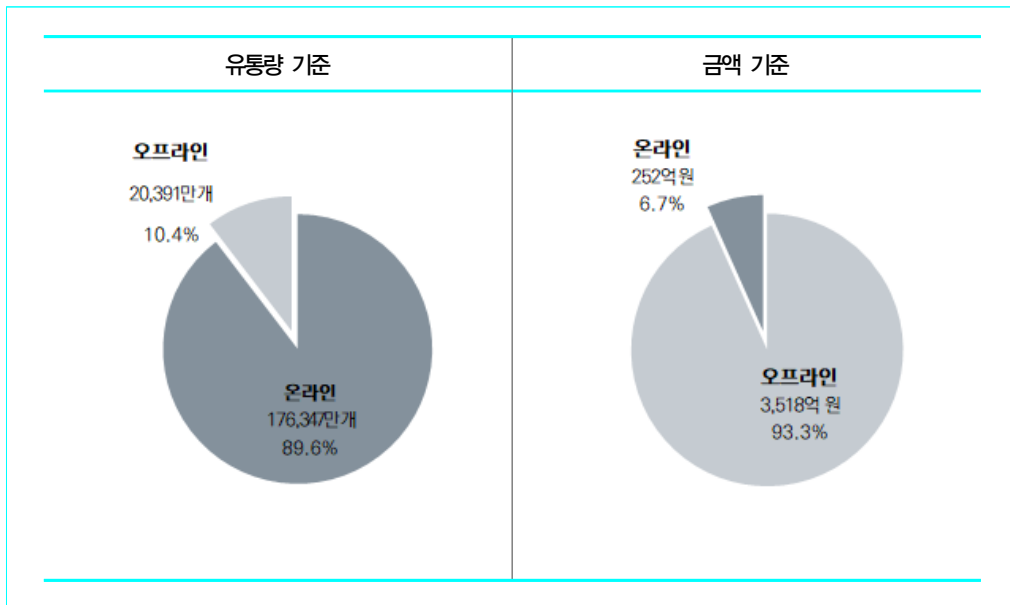


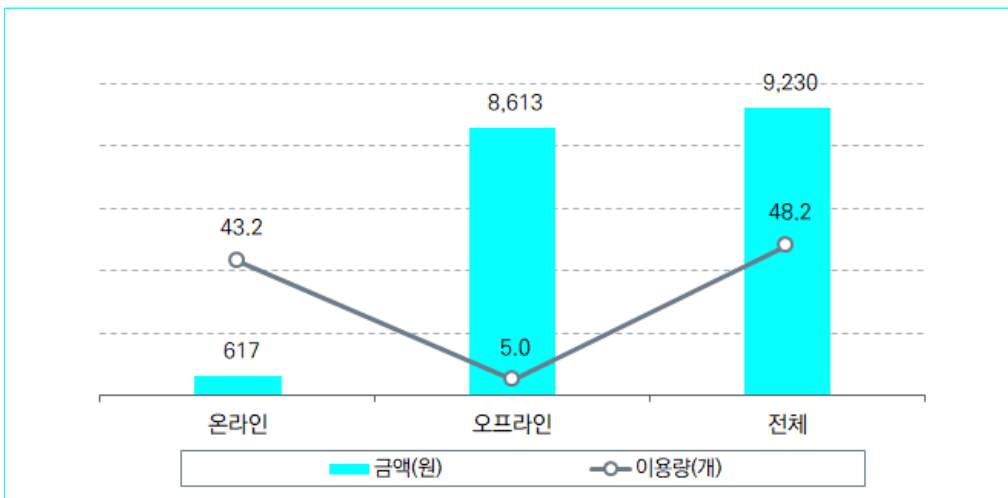
그림 II-13 | 전체 불법복제물 시장규모

기준	건수 기준		금액 기준		비율	합계	1인당 월 평균 불법복제물 4.01개를 이용 불법복제물 이용자 1인당 월 평균 9.25개 이용
	온라인	오프라인	온라인	오프라인			
건수 기준	1,763,469천 개	203,905천 개	25,214백만 원	351,794백만 원	89.64%	1,967,374천 개	1인당 월 평균 약 769원 지출 불법복제물 이용자 1인당 월 평균 약 1,772원 지출
금액 기준					6.69%	377,008백만 원	
					93.31%		

※ 만 13세~69세 인구수 : 40,845,312명
 ※ 만 13세~69세 불법복제물 이용자수 : 17,726,865명

한편, 2018년 한 해 동안 우리나라 만 13~69세 인구 1인당 평균 48.2개(월 평균 4.0개)의 불법복제물을 구입 또는 이용했으며, 유통경로별로 구분했을 때 온라인에서 43.2개, 오프라인에서 5.0개를 이용한 것으로 나타났다. 이를 금액으로 환산 시 약 9,230원(월 평균 769원)을 매달 불법복제물 소비에 사용하였으며, 온라인에서 617원, 오프라인에서 8,613원을 지출한 것으로 볼 수 있다.

그림 II-14 | 1인당 1년 평균 불법복제물 유통량 및 지출액



응답자의 특성별 불법복제물 유통량을 살펴보면, 조사된 모든 분야에서 ‘남성’이 ‘여성’보다 불법복제물을 더 많이 이용하는 것으로 조사되었다. 유통된 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 불법복제물은 약 13억 개로 전체의 64.2%의 비중을 차지하고 있으며, ‘여성’이 이용한 불법복제물은 약 7억 개(35.8%)로 나타났다.

연령별로는 음악, 영화, 출판, 게임 분야에서는 ‘30대’, 방송은 ‘20대’의 유통량이 많은 것으로 나타났다. 연령대별 유통량을 살펴보면 ‘30대’가 약 5억 5천만 개(27.8%)로 가장 높게 나타났으며, ‘20대’가 약 4억 3천만 개(22.1%), ‘40대’가 약 4억 1천만 개(20.8%), ‘50대’가 2억 4천만 개(12.0%), ‘10대’가 2억 개(9.9%), ‘60대’가 1억 5천만 개(7.5%)의 순으로 나타났다.

지역별로는 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야 모두 ‘수도권’에서 전체 유통량의 절반 이상이 편중돼 불법복제물의 유통이 가장 많은 것으로 나타났다. 이는 수도권에 우리나라 인구가 많이 밀집되어 있고, 특히 불법복제물 유통을 상대적으로 많이 하는 ‘20~30대’ 연령층의 인구밀도가 높기 때문이라고 할 수 있다. 지역별 유통량을 살펴보면 ‘수도권’이 약 10억 개(52.7%)로 가장 높게 나타났으며, ‘영남권’이 약 4억 7천만 개(24.1%), ‘충청권’이 약 2억 2천만 개(11.1%), ‘호남권’이 약 1억 9천만 개(9.5%), ‘강원권’이 약 5천만 개(2.5%)의 순으로 나타났다.

가구소득별 유통량을 살펴보면 ‘200~399만 원’의 소득 집단이 약 6억 개(32.3%)로 가장 높게 나타났으며, ‘400~599만 원’ 역시 약 6억 개(32.1%)로 높은 비중을 차지하였다. 다음으로 ‘600만 원 이상’이 약 5억 1천만 개(27.8%), ‘200만 원 미만’이 약 1억 4천만 개(7.8%)의 순으로 조사되었다.

직업별로 구분했을 때 ‘사무직 종사자’가 약 9억 2천만 개(46.8%)로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘학생’이 약 3억 8천만 개(19.2%)로 불법복제물을 많이 유통하는 집단으로 나타났으며, ‘생산직 종사자’가 약 2억 2천만 개, ‘무직/기타’가 약 1억 5천만 개, ‘전업주부’ 역시 약 1억 5천만 개, ‘자영업’이 약 1억 4천만 개, ‘농/수/축산업 종사자’가 2천만 개 가량을 유통하는 것으로 나타났다.

학력별로는 재학생의 경우 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 모든 분야에서 '대학생'에 의한 유통이 가장 많은 것으로 나타났다. 졸업생의 경우는 '대학교 졸업'이 전체 유통량 비중의 절반 이상을 차지하여 방송 분야를 제외한 전 분야에 걸쳐 불법복제물을 가장 많이 이용하는 것으로 조사되었다.

표 II-10 ■ 응답자 특성별 불법복제물 유통량⁵⁸⁾

(단위 : 천 개)

구분		합계	음악	영화	방송	출판	게임	
전체		1,967,374	1,256,121	212,543	415,038	60,993	22,679	
성별	남성	1,263,237	832,054	140,633	237,052	38,392	15,106	
	여성	704,268	424,064	71,910	177,984	22,586	7,724	
연령	10대	195,246	134,467	18,309	32,397	7,288	2,785	
	20대	434,307	248,717	48,463	119,327	12,970	4,830	
	30대	545,966	352,248	54,910	115,832	17,880	5,096	
	40대	408,572	261,755	49,271	82,340	10,807	4,400	
	50대	235,276	151,138	29,333	43,059	8,285	3,460	
	60대	148,061	107,812	12,264	22,100	3,764	2,120	
지역	수도권	전체	1,036,665	646,757	115,819	230,177	31,671	12,240
		서울	439,901	273,441	46,255	99,496	15,256	5,452
		경기/인천	596,764	373,317	69,549	130,680	16,430	6,788
	충청권	218,354	146,022	18,796	45,003	6,562	1,970	
	영남권	474,961	313,338	51,764	89,861	14,818	5,180	
	호남권	187,474	117,100	21,769	39,085	6,717	2,803	
	강원권	49,977	32,992	4,401	10,881	1,208	495	
	가구 소득	200만 원 미만	144,437	105,580	16,877	13,377	7,187	1,416
200~399만 원		597,389	456,771	76,448	39,519	20,503	4,148	
400~599만 원		592,742	385,335	65,031	122,206	15,319	4,850	
600만 원 이상		513,518	308,442	48,334	131,940	17,985	6,818	
직업	농/수/축산업	17,838	12,909	1,566	2,020	970	372	
	자영업	135,446	91,437	16,219	23,147	3,049	1,593	
	생산직 종사자	218,346	145,522	22,963	41,322	5,992	2,547	
	사무직 종사자	919,997	587,758	99,397	194,374	28,741	9,726	
	전업주부	146,974	95,898	14,442	29,812	4,891	1,930	
	학생	377,796	229,271	41,368	88,559	13,919	4,679	
	무직/기타	151,023	93,368	16,612	35,803	3,416	1,823	
학력	재학	중·고등학생	119,282	82,821	11,183	18,462	5,023	1,792
		대학생	241,392	141,983	25,918	62,913	7,910	2,669
		대학원생	16,955	4,305	4,262	7,183	986	219
	초등학교 졸업 이하	2,984	2,774	37	103	0	70	
	중학교 졸업	6,616	3,734	690	1,744	348	100	
	고등학교 졸업	252,544	172,702	54,001	18,506	5,970	1,365	
	대학교 졸업	990,913	720,932	118,163	113,300	31,972	6,546	
	대학원 졸업	331,298	126,909	23,430	167,918	8,771	4,271	

다음으로 금액을 기준으로 불법복제물 시장규모⁵⁹⁾를 살펴보면 전반적으로 ‘남성’이 ‘여성’보다 불법복제물 이용을 위해 지출하는 총 금액이 큰 것으로 나타났다. 콘텐츠별로는 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 전 분야에 걸쳐 ‘남성’이 ‘여성’보다 불법복제물 이용을 위해 더 많은 금액을 지출한 것으로 나타났다.

연령별로는 ‘30대’의 총 지출액이 가장 큰 것으로 조사되었으며, ‘20대’, ‘40대’ 및 ‘50대’의 지출액은 비슷한 수준인 것으로 나타났다. 다음으로 ‘60대’, ‘10대’의 순으로 지출액의 금액이 큰 것으로 조사되었다. 콘텐츠 분야별로 살펴보면 음악은 ‘50대’, 영화, 방송, 게임은 ‘30대’, 출판은 ‘20대’에서의 지출액이 가장 크다고 나타났다.

지역별로는 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야 모두 인구가 가장 많이 밀집되어 있는 ‘수도권’에서의 총 지출액이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘영남권’, ‘호남권’, ‘충청권’, ‘강원권’의 순으로 조사되었다.

가구소득별로는 월 소득이 ‘200~399만 원’에 해당하는 응답 집단의 총 지출액이 가장 높았으며, 다음으로 ‘600만 원 이상’, ‘400~599만 원’, ‘200만 원 미만’의 순으로 나타났다.

직업을 기준으로 살펴보면 ‘사무직 종사자’의 지출액이 전체 지출액의 과반을 넘어 가장 높았으며, ‘학생’, ‘생산직 종사자’, ‘전업주부’, ‘자영업자’, ‘무직/기타’, ‘농/수/축산업 종사자’의 순으로 나타났다.

학력을 기준으로 살펴보면 재학생의 경우 ‘대학생’의 총 지출액이 가장 높았으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’에 해당하는 응답자가 불법복제물 이용을 위해 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었다.

58) 오프라인 음악 불법복제물 이용에 대해서는 앨범 단위로 조사를 실시하였으나, 온라인 음악 불법복제물과의 비중 비교를 위해 ‘곡’ 단위로 환산하였음(1개 앨범을 10곡으로 가정).

59) 불법복제물 유통량에 불법복제물의 유통단가를 적용하여 산출한 시장규모로서, 불법복제물 이용을 위해 이용자들이 지출한 금액의 총합을 의미함.

표 II-11 | 응답자 특성별 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

구분		합계	음악	영화	방송	출판	게임	
전체		377,008	138,175	34,803	21,016	160,153	22,860	
성별	남성	226,252	81,155	23,038	12,629	93,254	16,176	
	여성	150,677	57,021	11,764	8,387	66,719	6,786	
연령	10대	32,971	10,781	2,899	1,721	15,557	2,013	
	20대	73,713	16,537	6,700	4,781	40,097	5,598	
	30대	77,618	22,863	8,150	5,094	35,685	5,826	
	40대	72,944	26,255	8,062	4,698	29,698	4,231	
	50대	71,686	33,654	5,782	3,176	25,771	3,303	
	60대	48,123	28,083	3,211	1,546	13,348	1,936	
지역	수도권	전체	202,705	67,797	18,771	11,290	91,883	12,963
		서울	96,076	33,523	8,205	5,282	42,912	6,155
		경기/인천	106,797	34,275	10,536	6,008	49,168	6,810
	충청권	34,391	12,501	3,019	2,243	14,309	2,318	
	영남권	84,820	35,499	8,279	4,639	31,906	4,496	
	호남권	47,612	19,216	4,013	2,246	19,269	2,868	
	강원권	7,456	3,277	749	573	2,605	252	
가구 소득	200만 원 미만	33,991	13,380	3,286	1,485	13,830	2,010	
	200~399만 원	130,192	47,804	13,472	6,501	53,695	8,720	
	400~599만 원	105,662	40,515	9,744	6,066	43,413	5,923	
	600만 원 이상	106,373	36,477	8,302	6,167	49,219	6,208	
직업	농/수/축산업	8,677	4,558	406	179	3,229	306	
	자영업	28,186	13,383	2,740	1,525	9,150	1,388	
	생산직 종사자	34,910	15,182	3,900	2,424	10,403	3,000	
	사무직 종사자	177,794	60,195	17,331	9,810	78,891	11,568	
	전업주부	32,666	16,759	2,918	1,572	10,189	1,227	
	학생	71,798	18,341	5,667	3,690	40,263	3,837	
	무직/기타	22,763	9,763	1,877	1,790	7,837	1,496	
학력	재학	중·고등학생	20,434	7,624	1,963	1,017	8,662	1,168
		대학생	47,164	10,020	3,575	2,333	28,826	2,409
		대학원생	4,111	563	133	366	2,785	263
	초등학교 졸업 이하	1,291	1,184	0	107	0	0	
	중학교 졸업	2,208	1,119	116	41	900	33	
	고등학교 졸업	49,954	25,398	5,150	2,486	14,234	2,687	
	대학교 졸업	200,466	78,420	20,059	9,938	77,686	14,362	
	대학원 졸업	50,696	13,872	3,810	4,132	26,897	1,985	

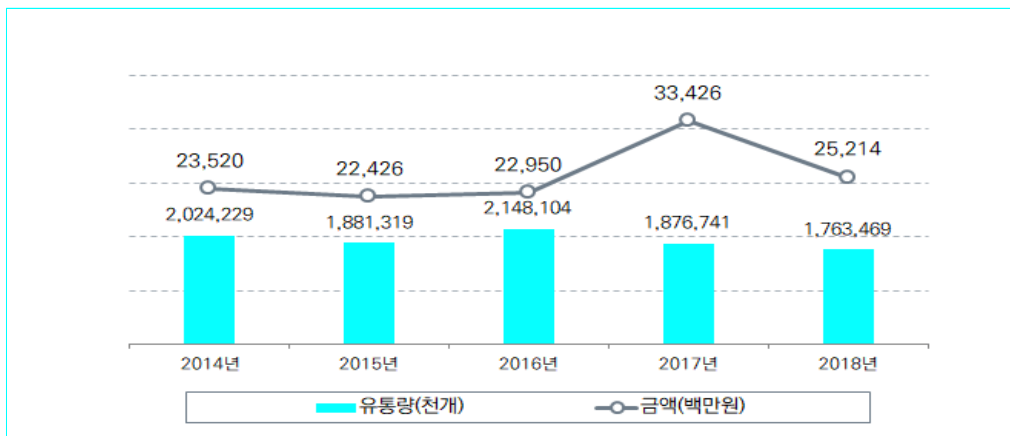
나. 온라인 불법복제물 시장규모

2018년도의 온라인 불법복제물 유통량은 약 17억 6천만 개로 2017년(18억 8천만 개) 대비 6.0% 감소하였으며, 2014년(20억 2천만 개) 대비 약 2억 6천만 개 감소한 것으로 나타났다. 온라인 불법복제물 유통량은 토렌트의 등장으로 꾸준히 증가 추세를 보였다. 2014년에는 신규 침해유형인 불법 모바일 앱에 대한 조사를 추가하였음에도 불구하고 웹하드의 이용량이 예전에 비해 크게 줄어 전년대비 소폭 감소하였고, 2015년에도 감소하는 추세가 이어졌으나 2016년에는 다시 대폭 증가하고, 2017년 이후 감소하는 추세에 있다. 한편 온라인 불법복제물 시장규모⁶⁰⁾는 약 252억 원으로 2014년 이후 지속적으로 감소추세에 있었으나, 2017년 대폭 증가 후, 2018년 대폭 감소하였다.

표 II-12 | 연도별 온라인 불법복제물 시장규모

연 도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	2,024,229	-	23,520	-
2015년	1,881,319	-7.1	22,426	-4.7
2016년	2,148,104	14.2	22,950	2.3
2017년	1,876,741	-12.6	33,426	45.6
2018년	1,763,469	-6.0	25,214	-24.6
5년 평균	1,938,772	-	25,507	-

그림 II-15 | 연도별 온라인 불법복제물 시장규모



60) 불법복제물 시장규모는 불법복제물 유통단가를 적용하여 산출하였으며, 온라인상에서는 무료로 유통되는 경우가 많으므로 유통량과 금액은 정비례하지 않음에 유의할 필요가 있음.

먼저 유통량 기준으로 콘텐츠별 온라인 불법복제물 시장규모를 살펴보면 음악 분야의 불법복제물 유통량이 가장 높게 나타났으며, 방송, 영화, 출판, 게임의 순으로 나타났다. 음악 불법복제물의 유통량은 약 10억 9천만 곡으로 전년(11억 3천만 곡) 대비 3.6% 감소했으며, 영화 콘텐츠는 약 2억 편으로 전년(2억 2천만 편) 대비 7.5% 감소했다. 방송 콘텐츠는 약 4억 1천만 편으로 전년(4억 6천만 편) 대비 12.1% 감소했으며, 출판 콘텐츠는 약 4,804만 편으로 전년(4,811만 편) 대비 0.2% 감소했고, 게임 콘텐츠는 약 1,862만 편으로 전년(1,894만 편) 대비 1.7% 감소한 것으로 조사되었다.

표 II-13 | 콘텐츠별 온라인 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개, %)

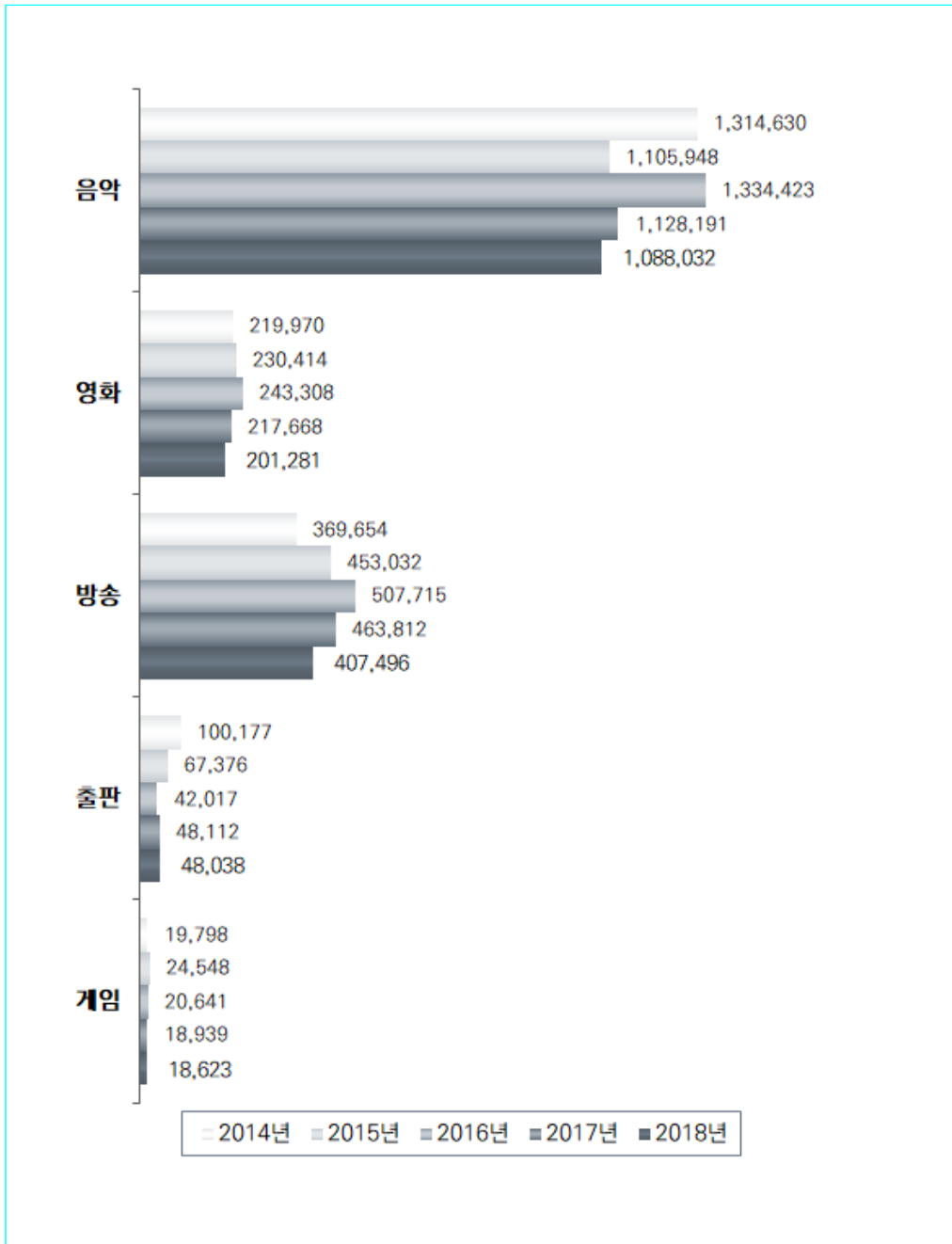
구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	연평균
음악	1,314,630	1,105,948	1,334,423	1,128,191	1,088,032	1,194,245
	(-)	(-15.9)	(20.7)	(-15.5)	(-3.6)	(-)
영화	219,970	230,414	243,308	217,688	201,281	222,532
	(-)	(4.7)	(5.6)	(-10.5)	(-7.5)	(-)
방송	369,654	453,032	507,715	463,812	407,496	440,342
	(-)	(22.6)	(12.1)	(-8.6)	(-12.1)	(-)
출판	100,177	67,376	42,017	48,112	48,038	61,144
	(-)	(-32.7)	(-37.6)	(14.5)	(-0.2)	(-)
게임	19,798	24,548	20,641	18,939	18,623	20,510
	(-)	(24.0)	(-15.9)	(-8.2)	(-1.7)	(-)
총계	2,024,229	1,881,319	2,148,104	1,876,741	1,763,469	1,938,772
	(-)	(-7.1)	(14.2)	(-12.6)	(-6.0)	(-)

* ()는 전년 대비 증감률

2017년도와 비교했을 때 모든 분야에서 불법복제물 유통량이 감소한 것으로 나타났으며, 특히 '방송'의 경우 불법복제물 유통량이 가장 크게 감소한 것으로 조사되었다.

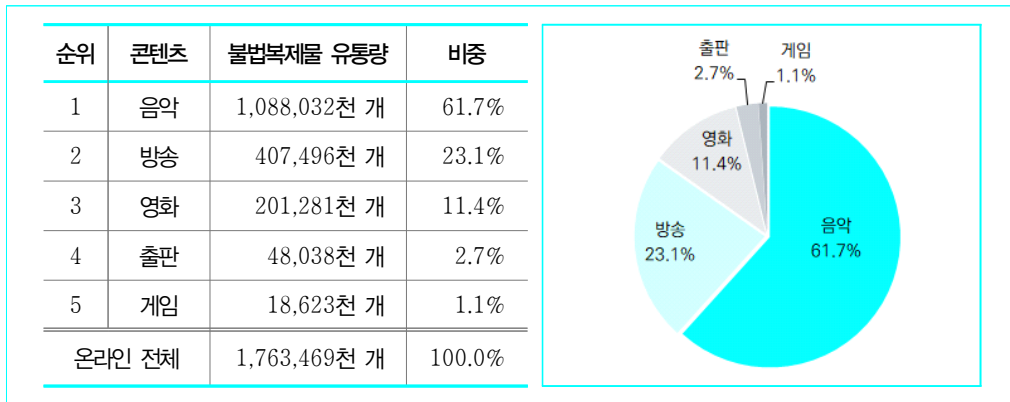
그림 II-16 | 콘텐츠별 온라인 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)



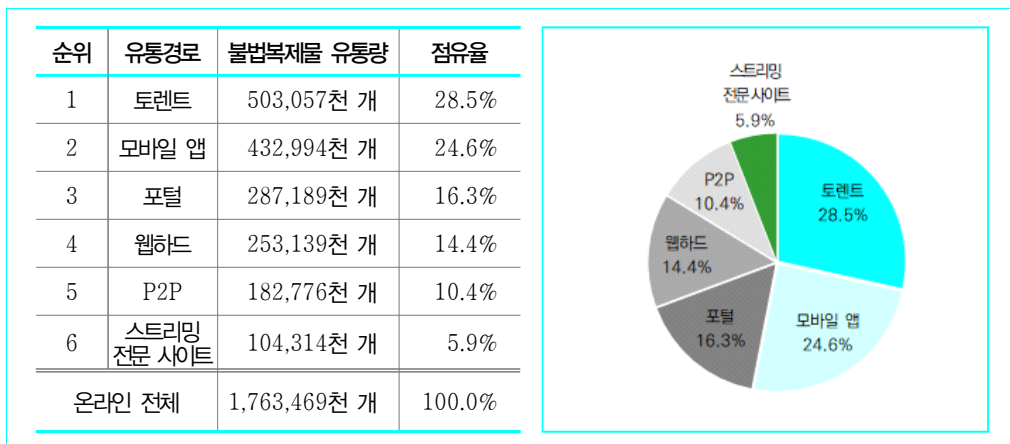
콘텐츠별 온라인 불법복제물 시장규모에 대한 비중을 살펴보면, 음악 콘텐츠 61.7%, 방송 콘텐츠 23.1%, 영화 콘텐츠 11.4%, 출판 콘텐츠 2.7%, 게임 콘텐츠 1.1%의 순으로 나타나 음악 콘텐츠의 온라인 불법유통이 가장 많이 이루어지는 것으로 조사되었다.

그림 II-17 | 콘텐츠별 온라인 불법복제물 시장 비중(유통량)



온라인 불법복제물 유통량을 유통경로별로 살펴보면, ‘토렌트’를 통한 유통량이 약 5억 개(28.5%)로 가장 많았으며, 다음으로 ‘모바일 앱’이 약 4억 3천만 개(24.6%), ‘포털’이 약 2억 9천만 개(16.3%), ‘웹하드’가 약 2억 5천만 개(14.4%), ‘P2P’가 약 1억 8천만 개(10.4%), ‘스트리밍 전문 사이트’가 약 1억 개(5.9%)⁶¹⁾의 순으로 나타났다.

그림 II-18 | 유통경로별 온라인 불법복제물 시장 비중(유통량)



61) 스트리밍 전문 사이트는 2015년에 조사 유통경로로 신규 추가되었음.

다음으로 금액 기준으로 살펴보면, 온라인 불법복제물 유통량에 불법복제물 유통가격을 적용하여 산출한 시장규모는 총 252억 원으로 2017년(334억 원) 대비 24.6% 감소한 것으로 나타났다. 콘텐츠별로는 음악 콘텐츠가 1억 6천만 원으로 전년(1억 4천만 원) 대비 15.4% 증가, 영화 콘텐츠는 123억 원으로 전년(166억 원) 대비 26.0% 감소, 방송 콘텐츠는 59억 3천만 원으로 전년(110억 5천만 원) 대비 46.3% 감소, 출판 콘텐츠는 2억 1천만 원으로 전년(1억 4천만 원) 대비 46.5% 증가, 게임 콘텐츠는 66억 4천만 원으로 전년(54억 9천만 원) 대비 20.8% 증가한 것으로 나타났다.

표 II-14 ■ 콘텐츠별 온라인 불법복제물 시장규모

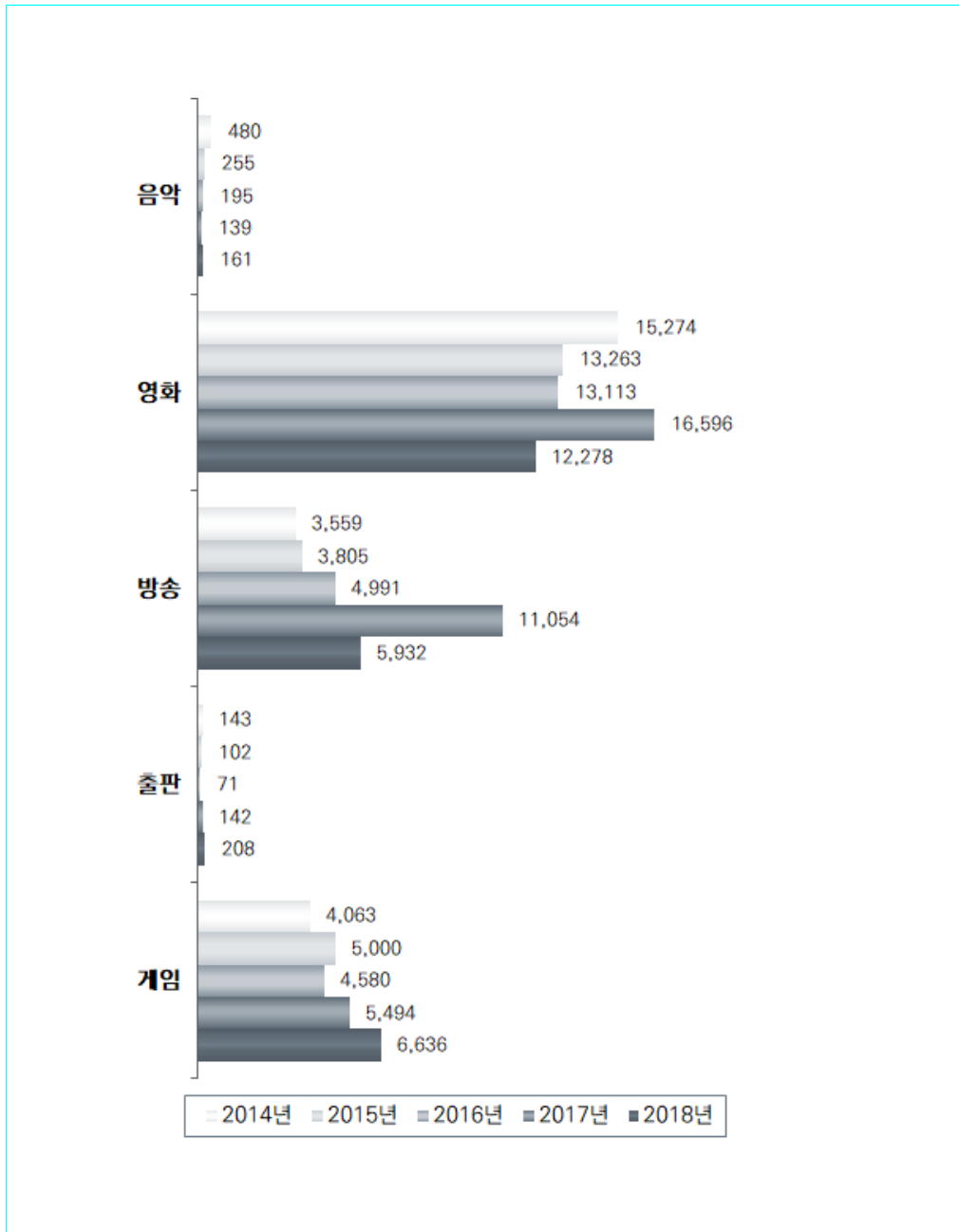
(단위 : 백만 원, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	연평균
음악	480	255	195	139	161	246
	(-)	(-46.8)	(-23.5)	(-28.7)	(15.4)	(-)
영화	15,274	13,263	13,113	16,596	12,278	14,105
	(-)	(-13.2)	(-1.1)	(26.6)	(-26.0)	(-)
방송	3,559	3,805	4,991	11,054	5,932	5,868
	(-)	(6.9)	(31.2)	(121.5)	(-46.3)	(-)
출판	143	102	71	142	208	133
	(-)	(-28.6)	(-30.9)	(100.9)	(46.5)	(-)
게임	4,063	5,000	4,580	5,494	6,636	5,155
	(-)	(23.1)	(-8.4)	(20.0)	(20.8)	(-)
총계	23,520	22,426	22,950	33,426	25,214	25,507
	(-)	(-4.7)	(2.3)	(-45.6)	(-24.6)	(-)

※ ()는 전년 대비 증감률

그림 II-19 | 콘텐츠별 온라인 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)



응답자 특성별 온라인 불법복제물 유통량을 살펴보면, 음악, 영화, 방송, 게임 분야 모두 ‘남성’이 ‘여성’보다 온라인 불법복제물을 더 많이 이용하는 것으로 조사되었다. 유통된 온라인 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 불법복제물은 약 11억 4천만 개로써 전체의 64.8%의 비중을 차지하고 있다. ‘여성’이 이용한 불법복제물은 6억 2천만 개(35.2%)로 나타났다.

연령별로는 방송을 제외한 전 분야에서 ‘30대’의 유통량이 가장 많았으며, 방송은 ‘20대’에서 유통량이 가장 많은 것으로 나타났다. 연령대별 유통량 비중을 살펴보면 ‘30대’가 28.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘20대’가 23.0%, ‘40대’가 21.1%, ‘50대’가 10.7%, ‘10대’가 10.1%, ‘60대’가 6.2%의 순으로 조사되었다.

지역별로는 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야 모두 ‘수도권’에서 온라인 불법복제물의 유통이 가장 많은 것으로 나타났다. 지역별 유통량 비중을 살펴보면 ‘수도권’이 53.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘영남권’이 24.0%, ‘충청권’이 11.3%, ‘호남권’이 9.1%, ‘강원권’이 2.6%의 순으로 나타났다.

가구소득별로는 모든 분야에서 월 소득이 ‘400~599만 원’에 해당하는 응답 집단에 의한 유통이 가장 많은 것으로 나타났다. 가구소득별 유통량 비중을 살펴보면 ‘400~599만 원’이 32.6%로 가장 높게 나타났으며, ‘200~399만 원’이 32.0%, ‘600만 원 이상’이 27.9%, ‘200만 원 미만’이 7.5% 순으로 조사되었다.

직업별로는 음악, 방송, 영화, 출판, 게임 분야 모두 ‘사무직 종사자’에 의한 유통이 가장 많은 것으로 나타났다. 직업별 유통량 비중을 살펴보면 ‘사무직 종사자’가 47.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘학생’이 19.7%, ‘생산직 종사자’가 11.1%, ‘무직/기타’가 7.8%, ‘전업주부’가 7.0%, ‘자영업자’가 6.6%, ‘농/수/축산업 종사자’가 0.6%의 순으로 나타났다. 직업별로 구분했을 때 ‘사무직 종사자’와 ‘학생’의 온라인 불법복제물 유통량이 두드러지게 높았다.

학력별로는 재학생의 경우 음악과 영화, 방송, 출판, 게임 분야 모두 ‘대학생’에 의한 유통이 가장 많은 것으로 나타났다. 졸업생의 경우는 ‘대학교 졸업’이 방송을 제외한 음악, 영화, 출판, 게임 분야의 온라인 불법복제물을 가장 많이 이용하는 것으로 조사되었다.

표 II-15 | 응답자 특성별 온라인 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분		합계	음악	영화	방송	출판	게임	
전체		1,763,469	1,088,031	201,281	407,496	48,038	18,623	
성별	남 성	1,143,575	733,630	133,905	232,731	30,882	12,368	
	여 성	620,029	354,399	67,375	174,704	17,156	6,394	
연령	10대	178,995	121,814	17,111	31,684	5,942	2,443	
	20대	405,456	228,237	46,117	117,548	9,756	3,797	
	30대	510,497	324,728	52,446	114,188	15,036	4,099	
	40대	371,878	231,979	47,092	80,735	8,408	3,666	
	50대	188,171	109,938	27,413	41,780	6,199	2,840	
	60대	108,527	71,364	11,108	21,578	2,698	1,779	
지역	수 도 권	전체	934,576	564,352	109,844	226,167	24,349	9,863
		서울	389,365	232,242	43,412	97,612	11,783	4,315
		경기/인천	545,208	332,109	66,432	128,554	12,566	5,547
	충청권		199,797	130,806	17,829	44,204	5,385	1,574
	영남권		423,720	269,853	49,084	88,140	12,185	4,459
	호남권		159,874	93,844	20,378	38,258	5,130	2,264
	강원권		45,421	29,127	4,137	10,709	987	462
	가구 소득	200만 원 미만	124,002	88,490	15,699	12,741	5,992	1,081
200~399만 원		526,333	398,408	72,247	36,783	16,267	2,627	
400~599만 원		535,433	337,605	61,963	120,259	11,847	3,759	
600만 원 이상		458,397	265,533	45,519	129,704	13,932	5,708	
직업	농/수/축산업	11,140	6,737	1,3923	1,962	717	332	
	자영업	116,217	74,449	15,430	22,660	2,293	1,385	
	생산직 종사자	196,143	126,822	21,715	40,430	5,158	2,019	
	사무직 종사자	831,373	516,252	94,134	190,933	22,495	7,558	
	전업주부	123,158	75,033	13,279	29,143	3,991	1,712	
	학생	348,207	207,230	39,203	87,107	10,625	4,043	
	무직/기타	137,295	81,549	16,134	35,273	2,762	1,576	
학력	재 학	중·고등학생	108,363	74,134	10,353	18,022	4,250	1,605
		대학생	224,036	129,529	24,605	62,051	5,581	2,269
		대학원생	15,792	3,572	4,238	7,020	793	169
	초등학교 졸업 이하		1,312	1,155	37	50	0	70
	중학교 졸업		5,172	2,421	657	1,736	266	91
	고등학교 졸업		216,633	141,281	52,231	17,376	4,804	940
	대학교 졸업		876,132	625,553	111,873	109,193	25,609	3,904
	대학원 졸업		310,586	110,383	22,425	167,128	6,734	3,915

다음으로 금액을 기준으로 살펴보면, 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 모든 분야에서 ‘남성’이 ‘여성’ 보다 온라인상에서 불법복제물 이용을 위해 더 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었다. 남성이 온라인상의 불법복제물 구입을 위해 지출한 총 금액은 약 192억 원이며, 여성이 지출한 총 금액은 61억 원으로 추정된다.

연령별로는 ‘30대’의 총 지출액이 가장 큰 것으로 조사되었으며, ‘40대’, ‘20대’, ‘50대’, ‘60대’, ‘10대’의 순으로 나타났다. 콘텐츠 분야별로 보면 음악, 방송, 출판, 게임은 ‘30대’, 영화는 ‘40대’에서 온라인 불법복제물 이용을 위해 가장 많은 금액을 지출한 것으로 나타났다.

지역별로는 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야 모두 인구가 가장 많이 밀집되어 있는 ‘수도권’에서의 총 지출액이 가장 높게 나타났으며, ‘영남권’, ‘호남권’, ‘충청권’, ‘강원권’의 순으로 나타났다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’에 해당하는 응답자의 총 지출액이 가장 크게 나타났으며, ‘400~599만 원’, ‘600만 원 이상’, ‘200만 원 미만’의 순으로 조사되었다.

직업을 기준으로 살펴보면 ‘사무직 종사자’ 종사자의 총 지출액이 가장 높았으며, ‘학생’, ‘생산직 종사자’, ‘자영업자’, ‘무직/기타’, ‘전업주부’, ‘농/수/축산업 종사자’의 순으로 나타났다.

학력을 기준으로 살펴보면 재학생의 경우 ‘대학생’의 총 지출액이 가장 크게 나타났으며, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’의 순으로 나타났다. 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’이 전체의 절반 이상으로 가장 많은 비중을 차지하였고, ‘대학원 졸업’, ‘고등학교 졸업’, ‘중학교 졸업’, ‘초등학교 졸업 이하’의 순으로 조사되었다.

표 II-16 I 응답자 특성별 온라인 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

구분		합계	음악	영화	방송	출판	게임	
전체		25,214	161	12,278	5,932	208	6,636	
성별	남성	19,191	130	9,582	4,106	148	5,226	
	여성	6,081	31	2,696	1,826	60	1,468	
연령	10대	1,474	12	503	295	18	646	
	20대	4,751	27	2,008	1,224	27	1,466	
	30대	6,977	48	3,221	1,807	62	1,838	
	40대	6,575	46	3,703	1,488	44	1,295	
	50대	3,438	20	1,943	618	36	821	
	60대	2,000	8	900	500	21	570	
지역	수도권	전체	13,743	79	6,821	3,270	119	3,454
		서울	5,729	27	2,518	1,514	62	1,608
		경기/인천	8,014	53	4,303	1,756	57	1,846
	충청권	2,507	19	1,085	645	24	735	
	영남권	5,818	43	2,919	1,197	47	1,612	
	호남권	2,564	14	1,232	591	14	713	
	강원권	580	6	220	229	3	122	
	가구 소득	200만 원 미만	1,849	12	929	214	27	668
200~399만 원	8,867	60	5,070	1,029	70	2,638		
400~599만 원	7,448	53	3,607	2,171	59	1,559		
600만 원 이상	6,226	37	2,672	1,696	52	1,770		
직업	농/수/축산업	271	1	59	62	2	147	
	자영업	2,290	10	1,162	550	11	557	
	생산직 종사자	2,979	20	1,402	640	33	885	
	사무직 종사자	12,820	91	6,805	2,929	100	2,895	
	전업주부	1,200	6	592	235	13	354	
	학생	3,470	25	1,338	786	31	1,292	
	무직/기타	2,184	9	920	732	18	506	
	학력	재학	중 고등학생	872	4	302	137	11
대학생			2,407	20	951	609	17	811
대학원생			191	0	85	40	3	63
초등학교 졸업 이하		0	0	0	0	0	0	
중학교 졸업		78	0	50	25	2	0	
고등학교 졸업		2,866	19	1,610	226	23	987	
대학교 졸업		13,207	96	7,479	1,725	113	3,794	
대학원 졸업		4,974	21	1,801	2,552	38	562	

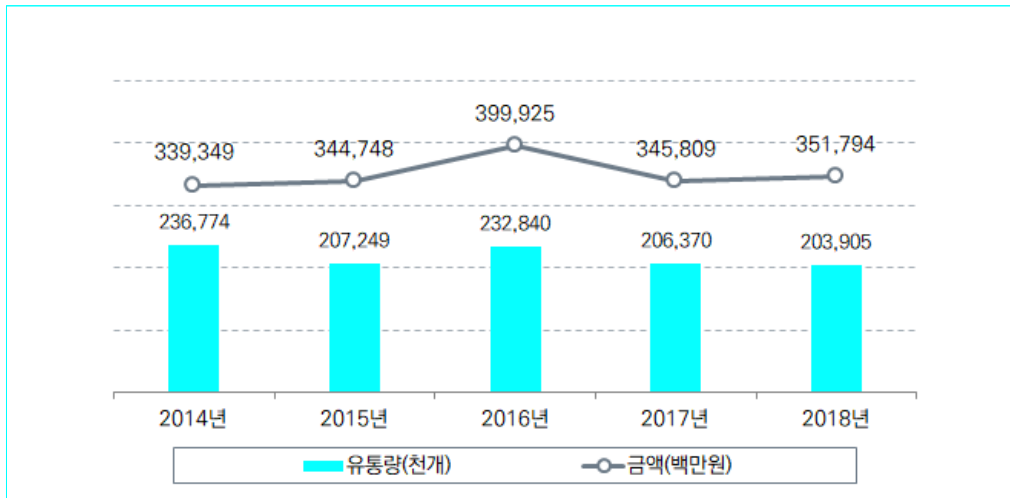
다. 오프라인 불법복제물 시장규모

2018년도의 오프라인 불법복제물 유통량은 약 2억 개로 2017년(2억 1천만 개) 대비 1.2% 감소하였다. 오프라인 불법복제물 유통량은 2014년부터 2016년까지 매년 증가와 감소가 반복하다 2017년 이후에는 감소하는 추세이다. 금액으로 환산한 불법복제물 시장규모는 2014년 이후 매년 증가하다 2017년 이후 감소하는 추세이다. 2018년에는 음악, 영화, 방송, 출판 및 게임 분야 전 분야에서 전년대비 감소 추세를 보였다.

표 II-17 | 연도별 오프라인 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	236,774	-	339,349	-
2015년	207,249	-12.5	344,748	1.6
2016년	232,840	12.3	399,925	16.0
2017년	206,370	-12.5	345,809	-10.3
2018년	203,905	-1.2	351,794	1.7
5년 평균	217,428	-	356,325	-

그림 II-20 | 연도별 오프라인 불법복제물 시장규모



먼저 유통량 기준으로 콘텐츠별 오프라인 불법복제물 시장규모를 살펴보면 음악 분야의 불법복제물 유통량이 가장 높게 나타났으며, 출판, 영화, 방송, 게임의 순으로 나타났다. 음악 불법복제물의 유통량은 1억 6,809만 곡으로 전년(1억 6,919만 곡) 대비 0.6% 감소했으며, 영화 콘텐츠는 1,126만 편으로 전년(1,159만 편) 대비 2.9% 감소, 방송 콘텐츠는 754만 편으로 전년(814만 편) 대비 7.3% 감소, 출판 콘텐츠는 1,295만 편으로 전년(1,336만 편) 대비 3.0% 감소, 게임 콘텐츠는 406만 편으로 전년(409만 편) 대비 0.8% 감소한 것으로 조사되었다.

표 II-18 | 콘텐츠별 오프라인 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개, %)

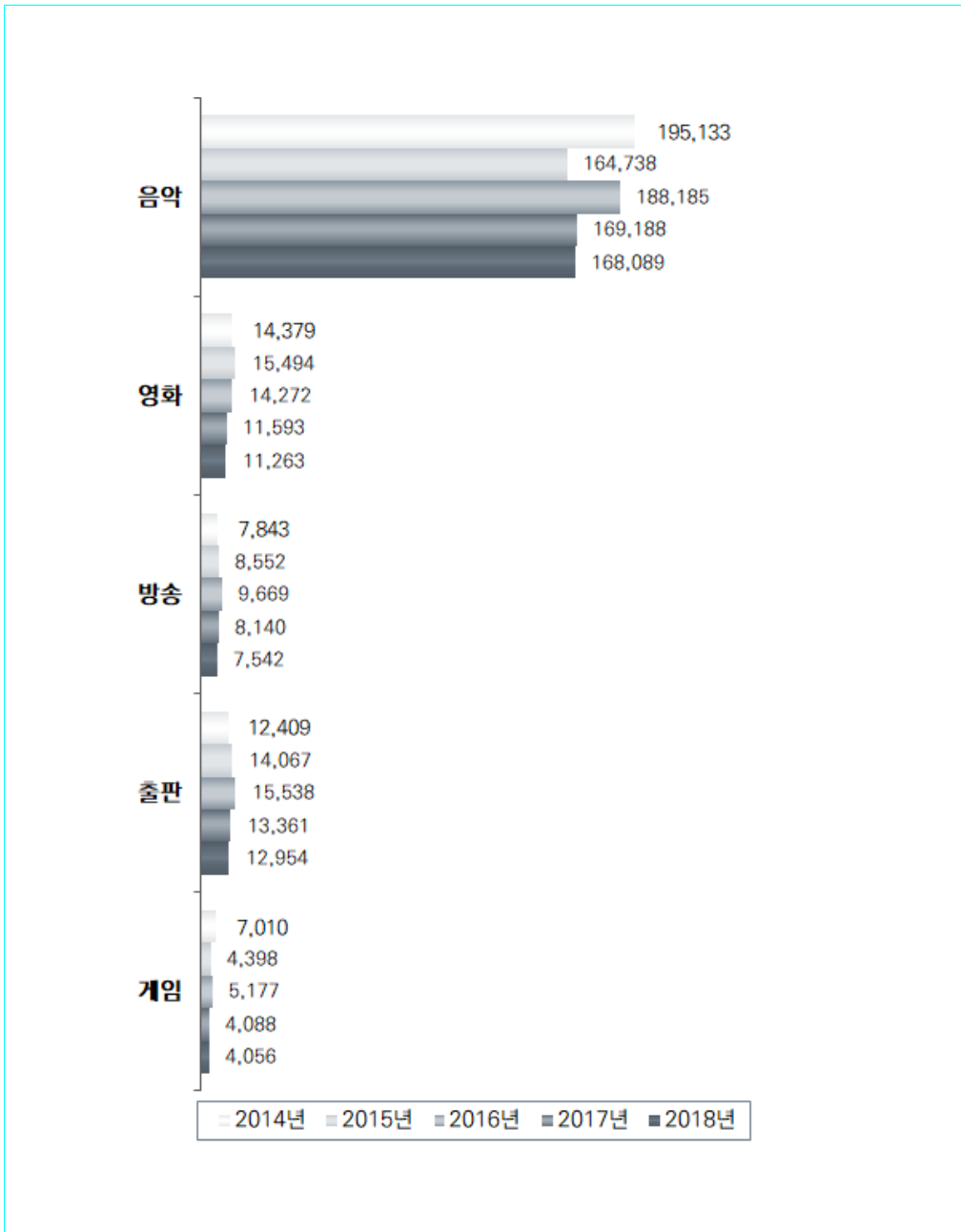
구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	5년 평균
음악	195,133	164,738	188,185	169,188	168,089	177,067
	(-)	(-15.6)	(14.2)	(-10.1)	(-0.6)	(-)
영화	14,379	15,494	14,272	11,593	11,263	13,400
	(-)	(7.8)	(-7.9)	(-18.8)	(-2.9)	(-)
방송	7,843	8,552	9,669	8,140	7,542	8,349
	(-)	(9.0)	(13.1)	(-15.8)	(-7.3)	(-)
출판	12,409	14,067	15,538	13,361	12,954	13,666
	(-)	(13.4)	(10.5)	(-14.0)	(-3.0)	(-)
게임	7,010	4,398	5,177	4,088	4,056	4,946
	(-)	(-37.3)	(17.7)	(-21.0)	(-0.8)	(-)
총계	236,774	207,249	232,840	206,370	203,905	217,428
	(-)	(-12.5)	(12.3)	(-11.4)	(-1.2)	(-)

* ()는 전년 대비 증감률

2017년도와 비교했을 때 ‘음악’, ‘영화’, ‘방송’, ‘출판’, ‘게임’ 모두 불법복제물 유통량은 감소한 것으로 나타났다. 특히, 방송의 경우 2018년의 유통량 감소폭이 가장 큰 것으로 나타났다.

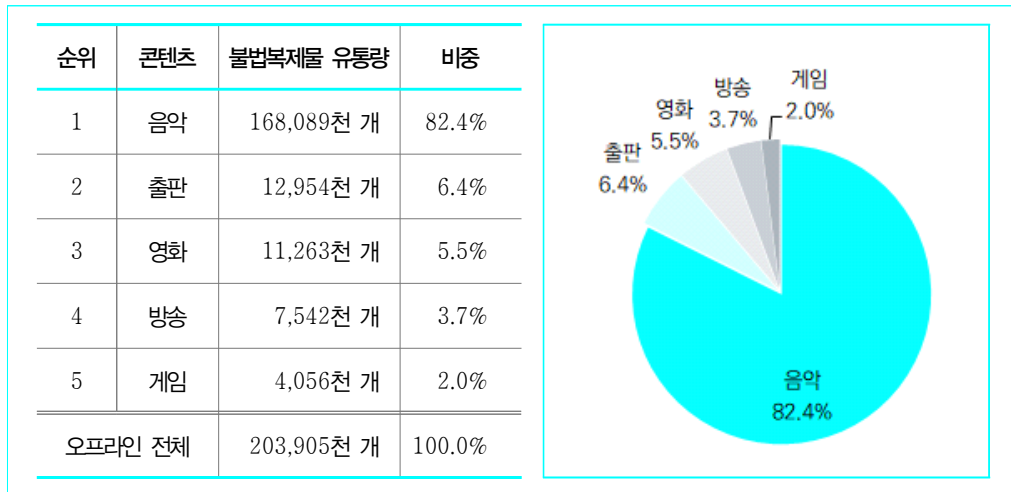
그림 II-21 | 콘텐츠별 오프라인 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)



콘텐츠별 오프라인 불법복제물 유통량에 대한 비중을 살펴보면, 음악 콘텐츠 82.4%, 출판 콘텐츠 6.4%, 영화 콘텐츠 5.5%, 방송 콘텐츠 3.7%, 게임 콘텐츠 2.0%의 순으로 나타나 음악 콘텐츠의 오프라인 불법유통이 가장 많은 부분을 차지하는 것으로 조사되었다.

그림 II-22 | 콘텐츠별 오프라인 불법복제물 시장 비중(유통량)



다음으로 금액 기준으로 살펴보면, 오프라인 불법복제물 유통량에 불법복제물 유통가격을 적용하여 산출한 시장규모는 총 3,518억 원으로 2017년(3,458억 원) 대비 1.7% 증가한 것으로 나타났다. 콘텐츠 금액 기준으로 살펴보면 음악 콘텐츠가 1,380억 원으로 전년(1,491억 원) 대비 7.4% 감소, 영화 콘텐츠는 225억 원으로 전년(232억 원) 대비 2.9% 감소, 방송 콘텐츠는 151억 원으로 전년(163억 원) 대비 7.3% 감소, 출판 콘텐츠는 1,599억 원으로 전년(1,409억 원) 대비 13.5% 증가, 게임 콘텐츠는 162억 원으로 전년(164억 원) 대비 0.8% 감소한 것으로 나타났다.

표 II-19 | 콘텐츠별 오프라인 불법복제물 시장규모

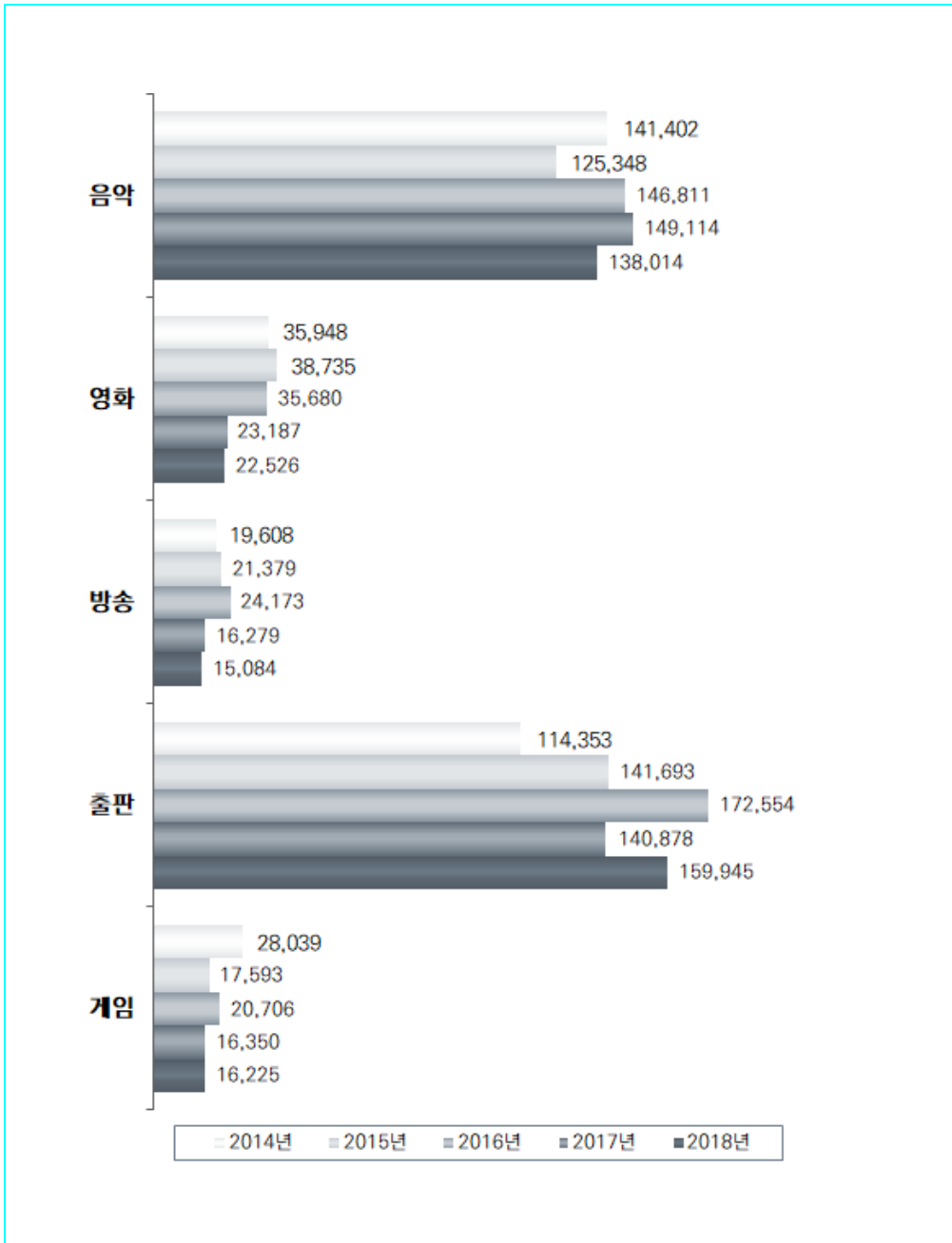
(단위 : 백만 원, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	연평균
음악	141,402	125,348	146,811	149,114	138,014	140,138
	(-)	(-11.4)	(17.1)	(1.6)	(-7.4)	(-)
영화	35,948	38,735	35,680	23,187	22,526	31,215
	(-)	(7.8)	(-7.9)	(-35.0)	(-2.9)	(-)
방송	19,608	21,379	24,173	16,279	15,084	19,305
	(-)	(9.0)	(13.1)	(-32.7)	(-7.3)	(-)
출판	114,353	141,693	172,554	140,878	159,945	145,885
	(-)	(23.9)	(21.8)	(-18.4)	(13.5)	(-)
게임	28,039	17,593	20,706	16,350	16,225	19,783
	(-)	(-37.3)	(17.7)	(-21.0)	(-0.8)	(-)
총계	339,349	344,748	399,925	345,809	351,794	356,325
	(-)	(1.6)	(16.0)	(-13.5)	(1.7)	(-)

※ ()는 전년 대비 증감을

그림 II-23 | 콘텐츠별 오프라인 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)



응답자 특성별 오프라인 불법복제물 유통량을 살펴보면, 음악과 영화, 방송, 출판, 게임 분야 모두 ‘남성’이 ‘여성’보다 오프라인 불법복제물을 더 많이 이용하는 것으로 조사되었다. 유통된 오프라인 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 불법복제물은 약 1억 2천만 개로 전체의 58.7%의 비중을 차지하고 있으며, ‘여성’이 이용한 불법복제물은 8천만 개(41.3%)로 나타났다.

연령별로는 음악 분야에서는 ‘50대’, 영화는 ‘30대’, 방송, 출판, 게임에서는 ‘20대’에서 유통량이 많은 것으로 나타났다. 연령대별 유통량 비중을 살펴보면 ‘50대’가 23.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘60대’가 19.5%, ‘40대’가 17.6%, ‘30대’가 17.5%, ‘20대’가 14.2%, ‘10대’가 8.0%의 순으로 나타났다.

지역별로는 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야 모두 ‘수도권’에서 오프라인 불법복제물의 유통이 가장 많은 것으로 나타났다. 지역별 유통량 비중을 살펴보면 ‘수도권’이 50.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘영남권’이 25.1%, ‘호남권’이 13.5%, ‘충청권’이 9.1%, ‘강원권’이 2.2%의 순으로 나타났다.

가구소득별로는 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야 모두 ‘200~399만 원’에 해당하는 응답 집단에 의한 유통이 가장 많은 것으로 나타났다. 가구소득별 유통량 비중을 살펴보면 ‘200~399만 원’이 34.8%로 가장 높게 나타났으며, ‘400~599만 원’이 28.1%, ‘600만 원 이상’이 27.0%, ‘200만 원 미만’이 10.0%의 순으로 조사되었다.

직업별로는 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 모든 분야에서 ‘사무직 종사자’에 의한 유통이 가장 많은 것으로 나타났다. 직업별 유통량 비중을 살펴보면 ‘사무직 종사자’가 43.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘학생’이 14.5%, ‘전업주부’가 11.7%, ‘생산직 종사자’가 10.9%, ‘자영업자’가 9.4%, ‘무직/기타’가 6.7%, ‘농/수/축산업 종사자’가 3.3%의 순으로 나타났다.

학력별로는 재학생의 경우 음악과 영화, 방송, 출판, 게임 모든 분야에서 ‘대학생’에 의한 유통이 가장 많은 것으로 나타났다. 졸업생의 경우는 ‘대학교 졸업’이 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 전 분야에 걸쳐 오프라인 불법복제물을 가장 많이 이용하는 것으로 조사되었다.

표 II-20 I 응답자 특성별 오프라인 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분		합계	음악 ⁶²⁾	영화	방송	출판	게임	
전체		203,905	168,089	11,263	7,542	12,954	4,056	
성별	남성	119,662	98,425	6,728	4,261	7,510	2,737	
	여성	84,239	69,666	4,534	3,280	5,430	1,329	
연령	10대	16,251	12,653	1,198	713	1,346	342	
	20대	28,851	20,480	2,346	1,779	3,213	1,033	
	30대	35,469	27,521	2,464	1,643	2,843	997	
	40대	35,694	29,776	2,180	1,605	2,400	734	
	50대	47,105	41,200	1,920	1,279	2,086	620	
	60대	39,535	36,449	1,155	523	1,066	342	
지역	수도권	전체	102,089	82,405	5,975	4,010	7,321	2,377
		서울	50,535	41,199	2,843	1,884	3,473	1,137
		경기/인천	51,556	41,208	3,117	2,126	3,864	1,241
	충청권	18,556	15,216	967	799	1,178	396	
	영남권	51,240	43,486	2,680	1,721	2,633	721	
	호남권	27,600	23,256	1,391	828	1,587	539	
	강원권	4,556	3,866	264	172	221	33	
	가구 소득	200만 원 미만	20,435	17,090	1,178	636	1,195	336
200~399만 원		71,056	58,363	4,201	2,736	4,236	1,520	
400~599만 원		57,309	47,730	3,069	1,947	3,472	1,091	
600만 원 이상		55,122	44,909	2,815	2,236	4,053	1,109	
직업	농/수/축산업	6,698	6,172	174	58	254	40	
	자영업	19,229	16,989	789	487	757	208	
	생산직 종사자	22,203	18,700	1,249	892	833	529	
	사무직 종사자	88,624	71,506	5,263	3,441	6,247	2,168	
	전업주부	23,815	20,865	1,163	669	900	218	
	학생	29,589	22,042	2,165	1,452	3,294	636	
	무직/기타	13,728	11,819	478	529	654	248	
학력	재학	중·고등학생	10,919	8,687	831	440	774	188
		대학생	17,356	12,454	1,312	862	2,329	400
		대학원생	1,164	733	24	163	193	50
	초등학교 졸업 이하	1,672	1,619	0	54	0	0	
	중학교 졸업	1,444	1,313	33	8	82	8	
	고등학교 졸업	35,911	31,421	1,770	1,130	1,166	425	
	대학교 졸업	114,782	95,379	6,290	4,107	6,363	2,642	
	대학원 졸업	20,712	16,525	1,005	790	2,037	356	

62) 오프라인 음악 불법복제물 이용에 대해서는 앨범 단위로 조사를 실시하였으나, 온라인 음악 불법복제물과의 비중 비교를 위해 '곡' 단위로 환산하였음(1개 앨범을 10곡으로 가정)

금액을 기준으로 오프라인 불법복제물 시장규모를 살펴보면 전반적으로 ‘남성’이 ‘여성’보다 불법복제물 이용을 위해 지출하는 총 금액이 큰 것으로 나타났다. 콘텐츠별로도 음악과 영화, 방송, 출판, 게임 모두에서 ‘남성’이 ‘여성’보다 오프라인 불법복제물 이용을 위해 더 많은 금액을 지출한 것으로 나타났다.

연령별로는 ‘30대’의 총 지출액이 가장 큰 것으로 조사된 가운데, ‘20대’, ‘40대’, ‘50대’의 지출액도 비슷한 수준으로 높게 나타났다. 다음으로 ‘60대’, ‘10대’의 순으로 지출액이 높게 조사되었다. 콘텐츠 분야별로 보면 음악 분야는 ‘50대’, 영화는 ‘30대’, 방송, 출판, 게임은 ‘20대’에서 오프라인 불법복제물 이용을 위해 가장 많은 금액을 지출한 것으로 나타났다.

지역별로는 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야 모두 인구가 가장 밀집되어 있는 ‘수도권’에서의 총 지출액이 가장 높게 나타났으며, ‘영남권’, ‘호남권’, ‘충청권’, ‘강원권’의 순으로 나타났다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’에 해당하는 소득층의 총 지출액이 가장 크게 나타났으며, ‘600만 원 이상’, ‘400~599만 원’, ‘200만 원 미만’의 순으로 조사되었다.

직업을 기준으로 살펴보면 ‘사무직 종사자’ 종사자의 총 지출액이 가장 높았으며, ‘학생’, ‘생산직 종사자’, ‘전업주부’, ‘자영업자’, ‘무직/기타’, ‘농/수/축산업 종사자’의 순으로 나타났다.

학력을 기준으로 살펴보면 재학생의 경우 ‘대학생’의 총 지출액이 가장 크게 나타났으며, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’의 순으로 나타났다. 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’, ‘고등학교 졸업’, ‘대학원 졸업’, ‘중학교 졸업’, ‘초등학교 졸업 이하’의 순으로 나타났다.

표 II-21 | 응답자 특성별 오프라인 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

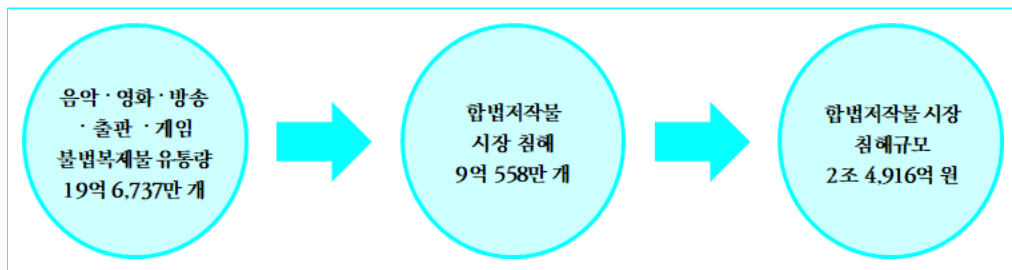
구분		합계	음악	영화	방송	출판	게임	
전체		351,794	138,014	22,526	15,084	159,945	16,225	
성별	남성	207,060	81,026	13,456	8,523	93,106	10,950	
	여성	144,596	56,989	9,068	6,561	66,659	5,318	
연령	10대	31,497	10,769	2,396	1,426	15,540	1,367	
	20대	68,962	16,510	4,692	3,558	40,070	4,132	
	30대	70,640	22,814	4,929	3,287	35,623	3,987	
	40대	66,369	26,209	4,359	3,210	29,655	2,936	
	50대	68,248	33,634	3,839	2,558	25,735	2,481	
	60대	46,124	28,075	2,311	1,046	13,326	1,366	
지역	수도권	전체	188,962	67,717	11,950	8,020	91,764	9,510
		서울	90,347	33,496	5,686	3,768	42,849	4,547
		경기/인천	98,783	34,222	6,233	4,253	49,111	4,963
	충청권	31,884	12,483	1,935	1,598	14,285	1,582	
	영남권	79,001	35,456	5,360	3,442	31,859	2,885	
	호남권	45,048	19,202	2,781	1,655	19,255	2,155	
	강원권	6,876	3,271	529	344	2,602	131	
	가구 소득	200만 원 미만	32,142	13,368	2,357	1,271	13,803	1,342
200~399만 원		121,325	47,744	8,402	5,472	53,625	6,082	
400~599만 원		98,213	40,462	6,137	3,895	43,355	4,364	
600만 원 이상		100,147	36,441	5,630	4,472	49,167	4,437	
직업	농/수/축산업	8,406	4,557	347	117	3,227	158	
	자영업	25,896	13,373	1,577	975	9,139	831	
	생산직 종사자	29,433	15,163	2,498	1,784	10,370	2,115	
	사무직 종사자	164,974	60,104	10,526	6,881	78,790	8,673	
	전업주부	29,140	16,753	2,326	1,337	10,176	873	
	학생	68,328	18,317	4,330	2,904	40,232	2,545	
	무직/기타	20,578	9,754	957	1,059	7,819	990	
학력	재학	중·고등학생	19,562	7,620	1,661	880	8,651	750
		대학생	44,757	10,000	2,625	1,724	28,810	1,598
		대학원생	3,920	563	49	326	2,782	200
	초등학교 졸업 이하	1,291	1,184	0	107	0	0	
	중학교 졸업	2,130	1,119	65	16	897	33	
	고등학교 졸업	47,088	25,378	3,539	2,260	14,211	1,700	
	대학교 졸업	187,259	78,325	12,580	8,214	77,573	10,568	
	대학원 졸업	45,721	13,851	2,009	1,580	26,859	1,423	

3. 합법저작물 시장 침해규모

가. 전체 합법저작물 시장 침해규모

합법저작물 시장의 침해규모도 불법복제물 시장규모와 마찬가지로 양적(침해량), 금액적으로 구분할 수 있다. 먼저 침해량은 구입 또는 이용한 불법복제물로 인하여 실제로 구매 또는 이용하지 않게 된 합법저작물의 개수를 의미한다. 이러한 침해량에 정품가격을 곱하여 산출한 것이 침해금액이다. 이하에서는 합법저작물 시장 침해규모를 침해량과 금액으로 구분하여 분석한다. 침해량 분석을 통해 침해규모에 대한 정량적 추이를 살펴볼 수 있으며, 침해금액 분석을 통해 최종수요의 상실로 인한 콘텐츠산업의 직접적(1차적) 경제적 손실규모를 추정할 수 있다.

그림 II-24 | 불법복제물 유통으로 인한 합법저작물 시장 침해규모



앞서 언급한 대로 불법복제물 시장규모는 약 3,770억 원으로 나타났으며, 이러한 불법복제물로 인해 침해받는 합법저작물 시장의 규모는 약 2조 5천억 원으로 추정할 수 있다. 이 수치는 Part2의 제1장 ‘합법저작물 시장 침해규모 산출식’에서 밝힌 계산식을 바탕으로 산출한 결과이다. 불법복제물과 합법저작물 간의 유통단가 차이로 인해 합법저작물 시장 침해규모는 불법복제물 시장의 약 6.6배 가량 큰 규모로 형성되어 있다.

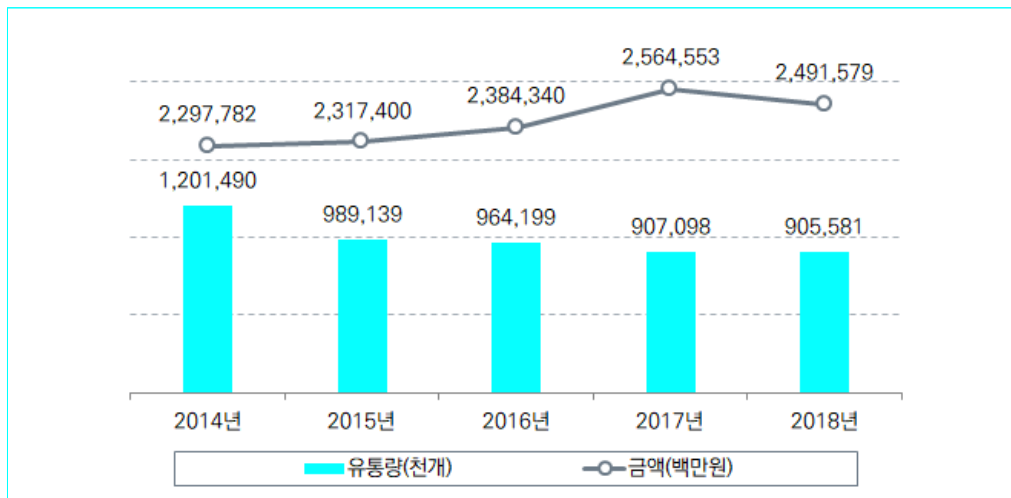
좀 더 세부적으로 살펴보면, 2018년 한 해 동안의 불법복제물 침해량은 약 9억 558만 개로 전년(9억 710만 개) 대비 0.2% 감소하였으며, 2014년(12억 149만 개) 대비 24.6% 감소한 것으로 나타났다. 이 침해량에 합법저작물 유통가격을 적용하여 산출한 시장규모는 총 2조 4,916억 원으로 전년(2조 5,646억 원) 대비 2.8% 감소하였으며, 2014년 이후 지속적으로 증가하다 2018년에 감소한 것으로 나타났다.

표 II-22 | 연도별 합법저작물 시장 침해규모

연도	침해량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	1,201,490	1.2	2,297,782	-4.2
2015년	989,139	-17.7	2,317,400	0.9
2016년	964,199	-2.5	2,384,340	2.9
2017년	907,098	-5.9	2,564,553	7.6
2018년	905,581	-0.2	2,491,579	-2.8
5년 평균	993,501	-	2,411,131	-
누적	5,249,259	-	11,962,732	-

합법저작물 시장 침해량은 2014년 이후 지속적으로 감소하는 추세이다. 합법저작물 시장 침해규모는 2014년 이후 증가하는 추세에서 2018년 감소세로 돌아섰다.

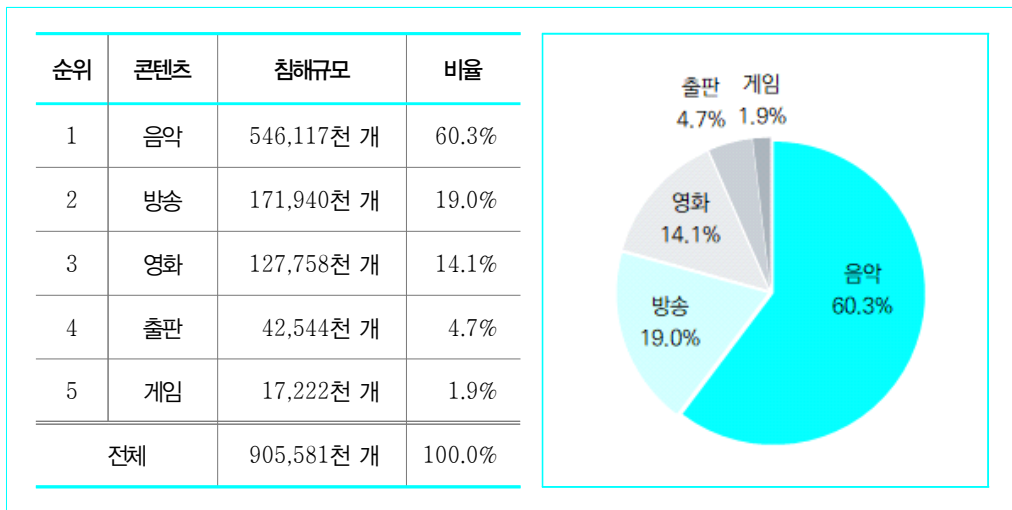
그림 II-25 | 연도별 합법저작물 시장 침해규모



나. 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해규모

콘텐츠별로 합법저작물 시장 침해량을 살펴보면 ‘음악’이 5억 4,612만 개(60.3%)로 가장 큰 것으로 분석되었으며, 그 다음으로 ‘방송’이 1억 7,194만 개(19.0%), ‘영화’가 1억 2,776만 개(14.1%), ‘출판’이 4,254만 개(4.7%), ‘게임’이 1,722만 개(1.9%)의 순으로 나타났다.

그림 II-26 | 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해규모 비율(침해량)



합법저작물 시장 침해규모를 침해량 기준으로 2017년도와 비교해보면, ‘음악’은 4.9%, ‘출판’은 3.6%, ‘게임’은 20.0% 감소한 것으로 나타났고, ‘방송’은 23.5% 증가하였고, ‘영화’는 전년도와 유사한 수준이었다. 또한 전체 합법저작물 시장 침해규모(건수)는 2017년 대비 0.2% 감소한 것으로 나타났다.

표 II-23 | 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해량

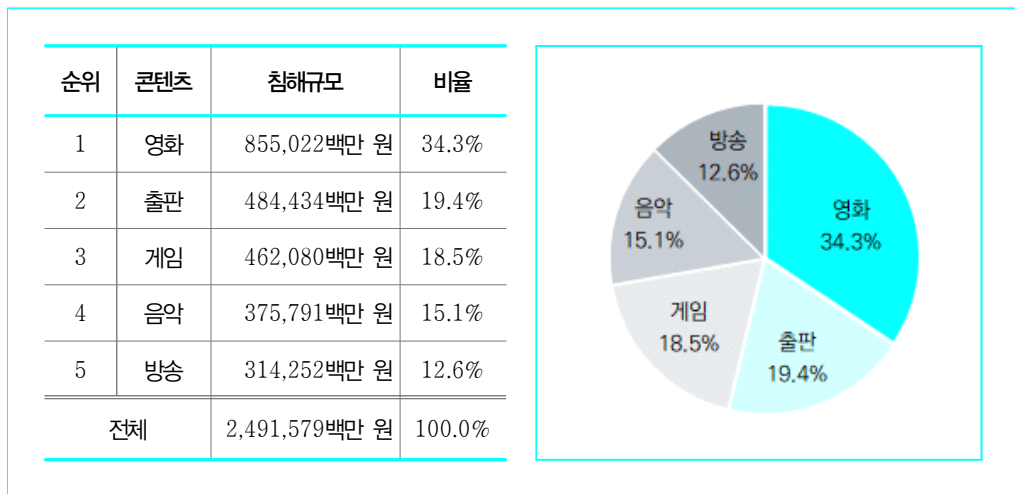
(단위 : 천 개, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	5년 평균
음악	829,547	591,455	603,532	574,516	546,117	629,033
	(-)	(-28.7)	(2.0)	(-4.8)	(-4.9)	(-)
영화	136,862	131,161	151,945	127,716	127,758	135,088
	(-)	(-4.2)	(15.8)	(-15.9)	(0.0)	(-)
방송	172,077	200,058	150,565	139,235	171,940	166,775
	(-)	(16.3)	(-24.7)	(-7.5)	(23.5)	(-)
출판	47,703	44,431	39,262	44,112	42,544	43,610
	(-)	(-6.9)	(-11.6)	(12.4)	(-3.6)	(-)
게임	15,300	22,033	18,894	21,519	17,222	18,994
	(-)	(44.0)	(-14.2)	(13.9)	(-20.0)	(-)
총계	1,201,490	989,139	964,199	907,098	905,581	993,501
	(-)	(-17.7)	(-2.5)	(-5.9)	(-0.2)	(-)

※ ()는 전년 대비 증감률

합법저작물 시장 침해규모를 금액 기준으로 살펴보면, ‘영화’가 8,550억 원(34.3%)으로 가장 큰 것으로 분석되었으며, 그 다음으로 ‘출판’이 4,844억 원(19.4%), ‘게임’이 4,621억 원(18.5%), ‘음악’이 3,758억 원(15.1%), ‘방송’이 3,143억 원(12.6%)의 순으로 나타났다.

그림 II-27 | 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해규모 비율(금액)



합법저작물 시장 침해규모를 금액 기준으로 2017년도와 비교해보면, ‘음악’은 8.9%, ‘방송’은 15.2% 증가한 것으로 나타났고, ‘영화’는 3.3%, ‘출판’은 13.5%, ‘게임’은 8.1% 감소하였다. 전체 합법저작물 시장 침해규모는 2017년 대비 2.8% 감소한 것으로 나타났다.

표 II-24 | 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해규모

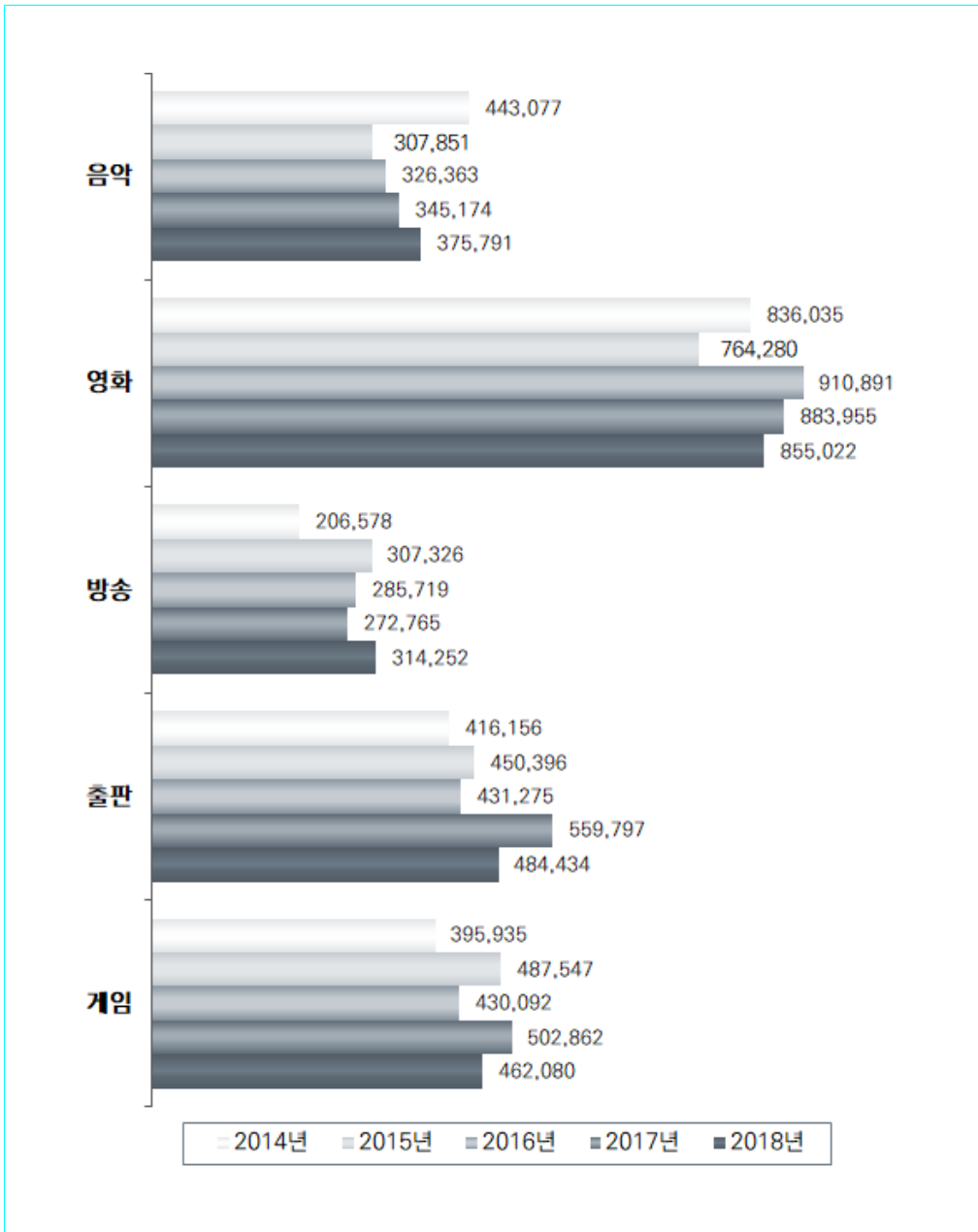
(단위 : 백만 원, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	5년 평균
음악	443,077	307,851	326,363	345,174	375,791	359,651
	(-)	(-30.5)	(6.0)	(5.8)	(8.9)	(-)
영화	836,035	764,280	910,891	883,955	855,022	850,037
	(-)	(-8.6)	(19.2)	(-3.0)	(-3.3)	(-)
방송	206,578	307,326	285,719	272,765	314,252	277,328
	(-)	(48.8)	(-7)	(-4.5)	(15.2)	(-)
출판	416,156	450,396	431,275	559,797	484,434	468,412
	(-)	(8.2)	(-4.2)	(29.8)	(-13.5)	(-)
게임	395,935	487,547	430,092	502,862	462,080	455,703
	(-)	(23.1)	(-11.8)	(16.9)	(-8.1)	(-)
총계	2,297,782	2,317,400	2,384,340	2,564,553	2,491,579	2,411,131
	(-)	(0.9)	(2.9)	(7.6)	(-2.8)	(-)

※ ()는 전년 대비 증감률

그림 II-28 | 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해규모

(단위 : 백만 원)



다. 온·오프라인 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모

합법저작물 시장 침해규모는 불법복제물에 비해 건수로는 적으나, 금액으로 환산하면 그 규모가 더 크다. 이는 불법복제물의 저렴한 가격과 상대적으로 고가인 합법저작물의 가격에 기인한다. 예를 들어, 온라인 음악 콘텐츠의 경우 합법저작물의 곡당 다운로드 비용은 약 260원 정도에 유통되고 있다. 하지만 불법복제물의 경우 곡당 무료이거나 약 0.5원의 가격으로 유통되므로 약 520배에 가까운 가격의 차이가 발생한다. 이는 합법저작물 시장 침해의 규모가 건수로는 적음에도 불구하고 금액으로 환산하였을 경우 불법복제물 시장보다 더 큰 규모로 형성하게 되는 원인이 되는 것이다.

2018년 온·오프라인 불법복제물로 인한 합법저작물 시장에 대한 침해비율을 살펴보면, 모든 콘텐츠 분야에서 온라인 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해가 오프라인 불법복제물로 인한 시장 침해보다 큰 것으로 조사되었다. 온라인 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해비율은 76.8%, 오프라인 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해비율은 23.2%로 나타났으며, 이는 2017년 기준 조사결과 대비 온라인 비율이 약 2.6%p 낮아진 수치이다. 콘텐츠 분야별로 전년 대비 비율 증감률을 살펴보면, 음악과 출판 콘텐츠에서 온라인 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해비율이 증가한 것으로 나타났다.

한편 온·오프라인 불법복제물별 합법저작물 시장 침해규모를 금액 기준으로 살펴보면, 온라인 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모는 2017년과 비교했을 때 음악, 방송, 출판 콘텐츠 분야에서 증가하였으며, 오프라인 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모는 영화, 방송, 게임 콘텐츠 분야에서 증가한 것으로 나타났다.

표 II-25 | 온·오프라인 불법복제물 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모 비교

구분	2017년		2018년	
	온라인 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모	오프라인 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모	온라인 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모	오프라인 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모
음악	235,561,012,826	109,613,254,039	272,303,824,248	103,487,267,130
	68.2%	31.8%	72.5%	27.5%
영화	820,466,136,487	63,489,226,479	775,948,102,488	79,073,401,187
	92.8%	7.2%	90.8%	9.2%
방송	252,070,433,469	20,694,099,291	292,342,865,395	21,909,617,115
	92.4%	7.6%	93.0%	7.0%
출판	228,291,054,471	331,505,445,917	249,606,338,340	234,827,509,276
	40.8%	59.2%	51.5%	48.5%
게임	366,851,647,654	136,010,232,505	322,156,090,617	139,923,860,834
	73.0%	27.0%	69.7%	30.3%
합계	1,903,240,284,907	661,312,258,231	1,912,357,221,088	579,221,655,542
	74.2%	25.8%	76.8%	23.2%

라. 잠재적 합법저작물 시장 침해율

1) 합법저작물 시장규모⁶³⁾

합법저작물 시장의 침해규모와 합법저작물 시장규모를 비교해 보면 음악, 영화, 방송, 출판, 게임의 합법저작물 시장 침해규모는 각각 3,758억 원, 8,550억 원, 3,143억 원, 4,844억 원, 4,621억 원으로 합법저작물 시장규모(각각 1조 5,719억 원, 3조 1,949억 원, 3조 7,793억 원, 5조 6,442억 원, 6조 6,154억 원)보다 작게 형성되어 있다.

표 II-26 | 연도별 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원, %)

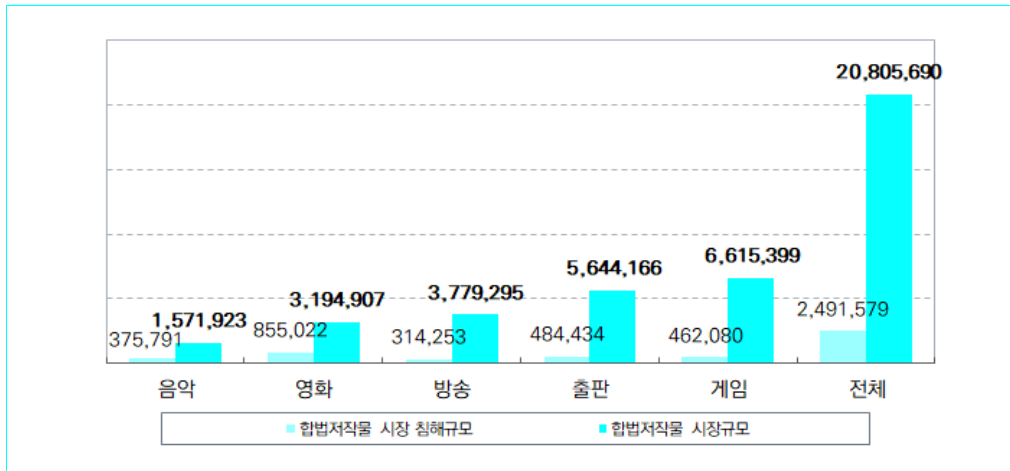
구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
음악	983,581 (-)	1,100,880 (11.9)	1,249,835 (13.5)	1,353,870 (8.3)	1,571,923 (16.1)
영화	2,631,845 (-)	2,567,279 (-2.5)	2,775,240 (8.1)	2,972,348 (7.1)	3,194,907 (7.5)
방송	1,869,529 (-)	2,383,719 (27.5)	2,789,396 (17)	3,426,676 (22.8)	3,779,295 (10.3)
출판	5,686,827 (-)	5,617,117 (-1.2)	5,633,044 (0.3)	5,647,577 (0.2)	5,644,166 (-0.1)
게임	2,459,264 (-)	3,107,120 (26.3)	3,688,358 (18.7)	4,625,027 (25.3)	6,615,399 (43.0)
총계	13,631,046 (-)	14,776,115 (8.4)	16,135,873 (9.2)	18,025,498 (11.7)	20,805,690 (15.4)

※ ()는 전년 대비 증감률

63) 본 보고서에 사용된 합법저작물 시장규모는 현 시점에서 각 콘텐츠의 통계 출처별로 2018년도 매출액이 집계되지 않아 '2018 콘텐츠산업 통계조사'(문화체육관광부, 2018)의 2017년도 시장규모를 기준으로 사용함. 또한 합법저작물 시장규모의 매출액은 각 콘텐츠별로 불법복제물로 인해 직접적인 피해를 입는 업종의 매출액을 사용하였으므로 '2018 콘텐츠산업 통계조사'의 콘텐츠별 매출액과 차이가 있음.

그림 II-29 ■ 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해규모 및 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원)

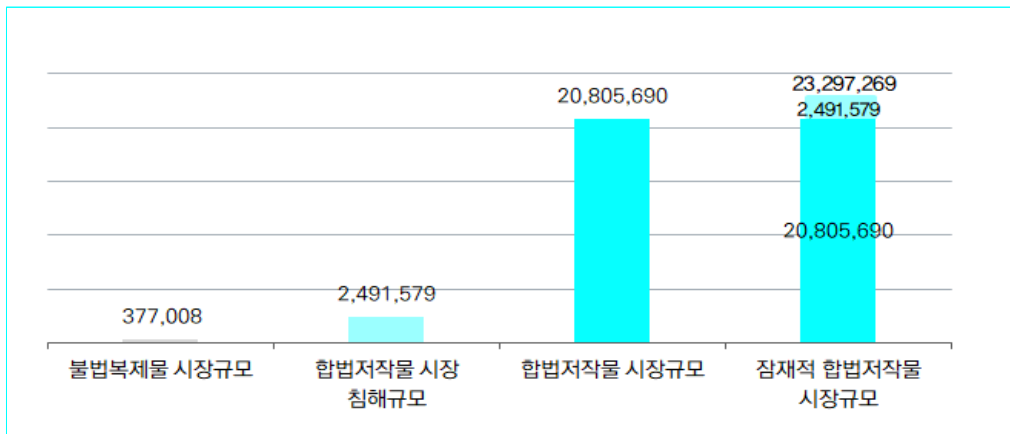


2) 잠재적 합법저작물 시장규모

합법저작물 시장 침해규모와 합법저작물 시장규모를 합산하면 불법복제물로 인해 침해가 일어나지 않았을 경우 원래 형성되었어야 할 잠재적 합법저작물 시장규모를 추정할 수 있다. 불법복제물 근절 시 약 2조 5천억 원 가량의 합법저작물 시장을 추가적으로 창출할 수 있으며, 여기에 현재의 합법저작물 시장규모를 합산하면 잠재적 합법저작물 시장규모는 약 23조 2,973억 원 규모로 추정된다.

그림 II-30 ■ 잠재적 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원)



3) 잠재적 합법저작물 시장 침해율

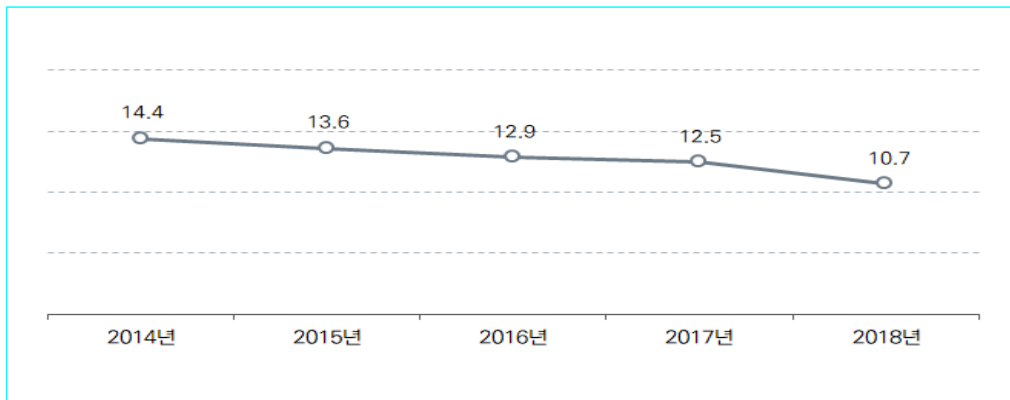
‘잠재적 합법저작물 시장 침해율’이란 잠재적 합법저작물 시장규모에서 차지하는 합법저작물 시장 침해규모에 대한 비율로써, 2018년 잠재적 합법저작물 시장 침해율은 10.7%로 조사되었다.⁶⁴⁾ 이는 2017년 잠재적 합법저작물 시장 침해율(12.5%)과 비교하여 약 1.8%p 낮아진 수치이며, 2014년(14.4%)과 비교하였을 때는 3.7%p 낮아진 수치이다. 이는 우리나라 저작권 보호환경이 점차 개선되고 있음을 나타내는 것으로 분석된다.

표 II-27 | 잠재적 합법저작물 시장 침해율

구 분	합법저작물 시장규모(A)	합법저작물 시장 침해규모(B)	잠재적 합법저작물 시장규모(C=A+B)	잠재적 합법저작물 시장 침해율(%) (B/C)
2014년	13조 6,310억 원	2조 2,978억 원	15조 9,288억 원	14.4%
2015년	14조 7,761억 원	2조 3,174억 원	17조 935억 원	13.6%
2016년	16조 1,359억 원	2조 3,843억 원	18조 5,202억 원	12.9%
2017년	18조 255억 원	2조 5,646억 원	20조 5,901억 원	12.5%
2018년	20조 8,057억 원	2조 4,916억 원	23조 2,973억 원	10.7%

그림 II-31 | 잠재적 합법저작물 시장 침해율

(단위 : %)



64) 합법저작물 시장규모가 전년대비 약 2조 8천억 원이 증가되어 침해율이 감소된 것으로 분석되었다. 특히 모바일 게임 합법저작물 시장규모가 6조 2천억 원으로 전년대비(4조 3천억 원) 약 43.4% 증가하여, 전체적인 잠재적 합법저작물 시장 침해율 감소에 큰 영향을 미친 것으로 분석되었다.

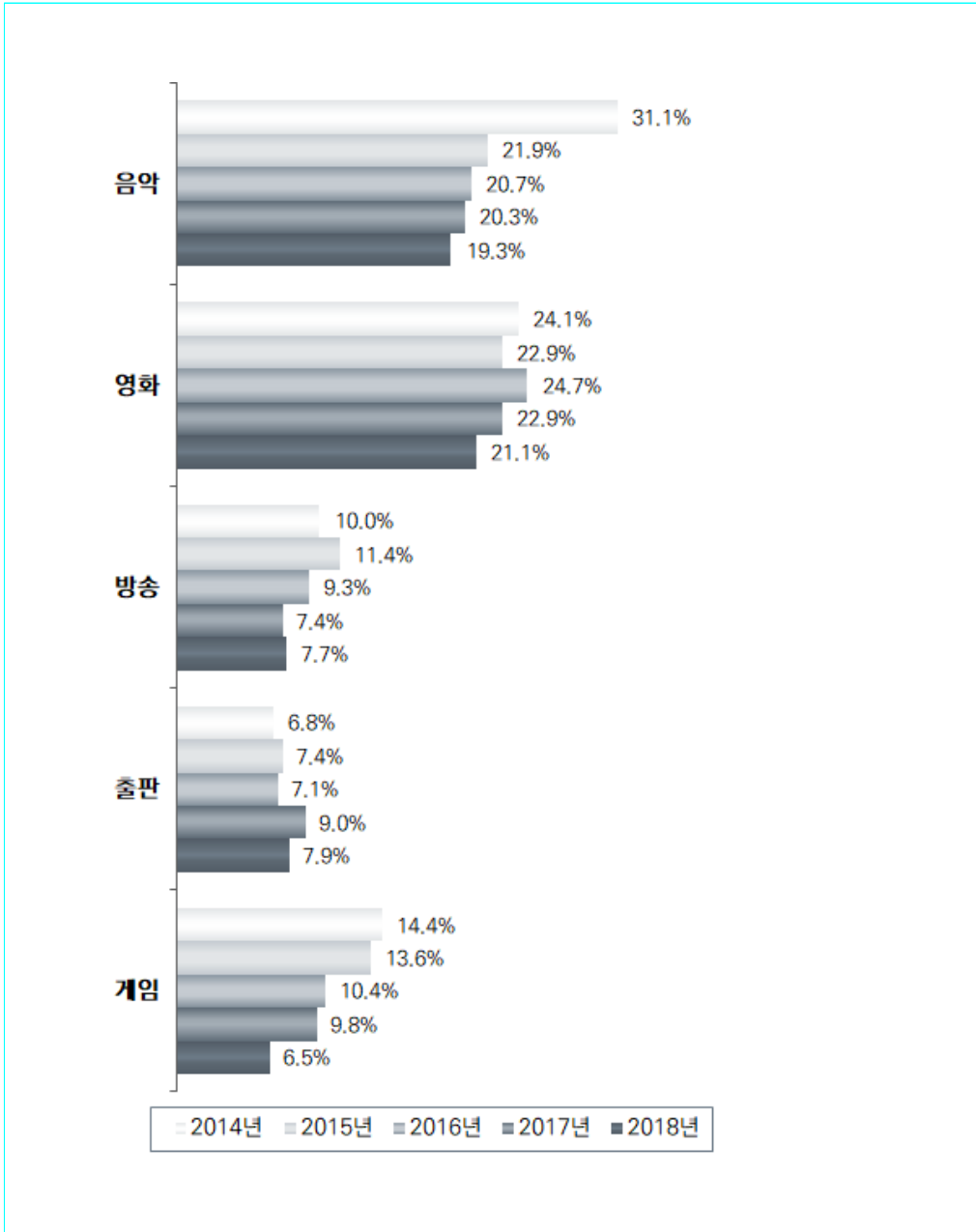
* 모바일 게임 합법저작물 시장규모 : (14) 2조 9천 1백억원 → (15) 3조 4천 8백억원 → (16) 4조 3천 3백억원 → (17) 6조 2천 1백억원

한편 콘텐츠별로 2018년 잠재적 합법저작물 시장 침해율을 살펴보면, 음악은 19.3%, 영화는 21.1%, 방송은 7.7%, 출판은 7.9%, 게임은 6.5%로 나타났다. 전년과 비교하여 음악은 1.0%p 감소, 영화는 1.8%p 감소, 방송은 0.3%p 증가, 출판은 1.1%p 감소, 게임은 3.3%p 감소한 것으로 조사되었다.

표 II-28 | 콘텐츠별 잠재적 합법저작물 시장 침해율

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
음악	31.1%	21.9%	20.7%	20.3%	19.3%
영화	24.1%	22.9%	24.7%	22.9%	21.1%
방송	10.0%	11.4%	9.3%	7.4%	7.7%
출판	6.8%	7.4%	7.1%	9.0%	7.9%
게임	13.9%	13.6%	10.4%	9.8%	6.5%
총계	14.4%	13.6%	12.9%	12.5%	10.7%

그림 II-32 | 콘텐츠별 잠재적 합법저작물 시장 침해율



4. 조사결과 분석

가. 불법복제물 시장규모 조사결과 분석

1) 불법복제물 시장규모 분석

2018년도에 국내에서 유통된 불법복제물은 약 19억 6천7백만 개로 이 중 온라인 불법복제물은 약 17억 6천3백만 개, 오프라인 불법복제물은 약 2억 4백만 개로 조사되었으며, 불법복제물의 유통량 중 온라인이 차지하는 비중은 89.6%로 2009년 이후 꾸준히 증가하다가 2017년 0.1% 감소, 2018년 0.5% 소폭 감소하였다⁶⁵⁾. 2018년 온라인 불법복제물 유통량은 오프라인 불법복제물 유통량보다 약 8.6배가 큰 것으로 조사되었으며, 5개 콘텐츠(음악, 영화, 방송, 출판, 게임) 모두 온라인 불법복제물 유통량이 오프라인 불법복제물 시장보다 큰 것으로 나타났다.

이는 온라인 콘텐츠가 오프라인 콘텐츠를 모든 영역에서 대체하고 있는 현상이 반영된 결과로 해석된다. 콘텐츠의 디지털화, 스마트 기기의 대중화, IT 기술의 발달이 콘텐츠 생태계 전반에 큰 변화를 가져왔기 때문이다. 과거에는 CD나 DVD를 오프라인에서 직접 구매했다면, 지금은 스마트폰 하나면 디지털 파일로 손쉽게 다운로드 받고, 공유할 수 있다. 즉, 굳이 불법복제물을 다운로드 받지 않아도, 스트리밍 방식으로 언제 어디서나 불법복제물을 이용할 수 있는 환경이 정착되고 있다. 최근 IPTV가 인터넷 결합상품과 함께 급속도로 확산됨에 따라 영화, 방송 콘텐츠들이 불법으로 유통되는 현상이 증가했다. 주문형 비디오(VOD) 서비스를 제공함으로써 합법적인 콘텐츠 소비 환경을 조성하고 있지만, 불법복제물 유통 및 이용의 경로로도 활용되고 있다. IPTV는 원본과 다름없는 고품질의 콘텐츠를 이용자에게 제공하는데, 이를 추출하여 웹하드와 P2P 사이트에 유통한다. 또한, 불법복제물로 전환 및 배포가 용이해 방송 프로그램은 거의 실시간으로 유통된다. 영화는 극장과 동시에 VOD 서비스를 지원하는 경우가 있어 피해가 심각하다. 콘텐츠 이용 측면에서도 IPTV를 통해 해외 불법 링크사이트에 접속하여 불법복제 영상물을 시청하는 방식이 증가하고 있다. 이들 사이트들은 국내 단속을 피해 해외에 서버를 두고 운영되며, 대체 사이트로 전환하거나 우회기술을 이용해 접속차단 조치 등의 단속을 무력화하고 있다.

65) 불법복제물 유통량 중 온라인의 비중은 2009년 74.3%, 2010년 84.8%, 2011년 85.5%, 2012년 89.2%, 2013년 87.5%, 2014년 89.5%, 2015년 90.1%, 2016년 90.2%, 2017년 90.1%로 나타남.

불법복제물 시장은 새롭게 성장하고 있는 웹툰 분야까지 확대되어 산업 성장에 걸림돌이 되고 있다. 이에 2018년 5월, 문화체육관광부 저작권 특별사법경찰은 최대 규모 웹툰 불법복제 사이트 ‘밤토끼’, ‘마루마루’ 등의 사이트를 폐쇄하는 강력한 조치를 취했다. 그럼에도 제2, 제3의 웹툰 불법유통 사이트가 등장하고 있다. 이처럼 불법복제물은 우리 콘텐츠산업 전반에 막대한 피해를 입히고 있어, 새로운 유형의 침해에 대응할 수 있는 방안 마련이 필요하다.

표 II-29 | 2018년 콘텐츠별 온라인 유통 비중

(단위 : 천 개, %)

구분	유통경로					
	P2P(비중)	포털(비중)	웹하드(비중)	토렌트(비중)	모바일 앱(비중)	스트리밍 전문 사이트(비중)
음악	118,786(10.9)	193,365(17.8)	128,828(11.8)	310,958(28.6)	336,095(30.9)	-
영화	20,860(10.4)	25,082(12.5)	38,458(19.1)	59,548(29.6)	25,991(12.9)	31,342(15.6)
방송	32,095(7.9)	55,223(13.6)	71,610(17.6)	118,275(29.0)	57,319(14.1)	72,973(17.9)
출판	8,007(16.7)	10,297(21.4)	11,417(23.8)	10,775(22.4)	7,542(15.7)	-
게임	3,028(16.3)	3,222(17.3)	2,825(15.2)	3,502(18.8)	6,047(32.5)	-
전체	182,776(10.4)	287,189(16.3)	253,139(14.4)	503,057(28.5)	432,994(24.6)	104,314(5.9)

전체 온라인 불법복제물 유통량 중 28.5%를 토렌트가 차지하고 있으며, 모바일 앱이 24.6%의 비중을 차지하였다. 다음으로 포털 16.3%, 웹하드 14.4%, P2P 10.4% 순으로 나타났고, 2015년 처음으로 조사한 스트리밍 전문 사이트의 경우도 5.9%로 조사되어 적지 않은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 2011년까지는 웹하드에서의 불법복제물 유통이 가장 심각한 것으로 조사되었으나, 2012년 5월 ‘웹하드 등록제’가 본격 시행되면서 유발된 풍선효과로 인해 토렌트를 통한 유통이 크게 증가하였고⁶⁶⁾, 2018년까지 토렌트를 통한 불법복제물 유통이 가장 많은 것으로 조사되었다. 이는 ‘웹하드 등록제’ 시행 이후, 웹하드 사이트의 숫자 자체가 크게 줄어든 까닭이다. 급격한 사업자 수 감소와 함께 웹하드 사이트에도 영화, 방송 콘텐츠의 제휴(합법) 서비스가 정착되면서, IPTV와의 가격 경쟁에서 큰 차이가 사라졌다. 더 이상 이점을 느낄 수 없게 된 이용자들이 대체 수단을 찾아 토렌트 등으로 이동한 것으로 보인다. 2014년부터는 아시아를 넘어 유럽과

66) '2013 저작권 보호 연차보고서'에 따르면 2012년도 기준 불법복제물 시장의 유통경로별 비중은 토렌트 40.5%, 웹하드 36.1%, 포털 12.1%, P2P 11.4%로 나타남.

남미 등으로 한류 열풍이 불기 시작하고 해외에서 한류 콘텐츠에 대한 수요가 급증하면서, 유튜브나 해외 동영상 사이트에 국내 저작물이 게시되기 시작했다. 이들 사이트에 올라온 콘텐츠를 연계하는 방식의 불법 모바일 앱과 불법 스트리밍 전문 사이트에 대한 이용률 역시 높아졌다. 특히 안드로이드 기반 스마트폰의 경우, 해외 저작권 침해 사이트에 올라온 불법 영상저작물을 링크하여 서비스하는 모바일 앱이 지속적으로 증가하고 있다. 포털 사이트와 SNS는 직접 불법복제 영상물을 게시할 뿐만 아니라, 검색어를 통해 불법 스트리밍 링크 사이트에 게시된 영상 콘텐츠의 위치를 알려주는 주요 경로로 이용되고 있다. 2015년부터 조사를 실시한 불법 스트리밍 전문 사이트는 콘텐츠 소비 패턴의 변화와 함께 등장한 유형이다. 사이트 운영자는 자신의 사이트에 콘텐츠를 게재하지 않고, 링크 정보를 제공하여 이용자를 유도한다. 이들 사이트들은 국내 단속을 피하기 위해 해외에 사이트를 개설해 불법복제물을 유통하기 때문에 제재에 어려움을 겪고 있다.

표 II-30 | 연도별 온라인 불법복제물 유통 비중

(단위 : 천 개, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
P2P	215,039(12.4)	196,418(10.4)	206,936(9.6)	183,732(9.8)	182,776(10.4)
포털	313,235(15.5)	301,233(16)	318,198(14.8)	316,801(16.9)	287,189(16.3)
웹하드	333,942(16.5)	295,423(15.7)	334,715(15.6)	335,237(17.9)	253,139(14.4)
토렌트	772,596(38.2)	598,822(31.8)	721,610(33.6)	521,344(27.8)	503,057(28.5)
모바일 앱	353,415(17.5)	370,915(19.7)	435,611(20.3)	411,048(21.9)	432,994(24.6)
스트리밍 전문 사이트	-	118,509(6.3)	131,034(6.1)	108,577(5.8)	104,314(5.9)
총계	2,024,227(100.0)	1,881,319(100.0)	2,148,103(100.0)	1,876,741(100.0)	1,763,469(100.0)

한편 금액 기준으로 본 전체 불법복제물 시장규모는 약 3,770억 원으로 조사되었다. 이 중에서 온라인 불법복제물은 252억 원으로 약 6.7%의 비중을 보인 반면, 오프라인 불법복제물은 3,518억 원으로 약 93.3%를 차지하는 것으로 나타났다. 유통량 기준과는 상이하게 오프라인 불법복제물의 시장규모가 온라인보다 크게 나타난 이유는 오프라인 불법복제물의 구입단가가 온라인 불법복제물의 구입단가보다 월등하게 높기 때문이다. 온라인 불법복제물은 최초의 합법저작물이나 불법복제물의 확보 비용만 발생하지만, 오프라인 불법복제물은 이외에도 CD, DVD, 테이프 등과 같은 매체 구매비용과 유통 거래 비용 등이 발생한다. 이렇게 발생한 비용은 오프라인 불법복제물 판매가격에 영향을 미

치게 된다. 반면 온라인 유통경로 중 토렌트와 포털, 불법 모바일 앱, 스트리밍 전문 사이트의 경우 이용자가 불법복제물 이용 시 별도의 비용 지불 없이 이용하기 때문에 불법복제물 시장규모에 영향을 미치지 않는다. 또한 P2P와 웹하드를 통해 이용하는 경우도 불법복제물 구매비용은 오프라인 이용금액에 비해 매우 작은 점이 반영된 결과라고 할 수 있다. 즉, 금액 기준의 불법복제물 시장규모는 실제 불법복제 유통으로 인해 발생한 불법 수익이라 볼 수 있다. 불법복제물 유통량에 비해 불법복제물로 인한 수익이 적음에도 이러한 사이트들의 지속적인 운영이 가능한 가장 큰 이유는 성인물이나 도박 등의 광고 수익 때문이다. 또한, 가입자의 개인정보를 사적으로 이용해 수익을 창출하는 경우도 있다. 따라서 저작권 침해에 대한 불법복제 사이트 차단과 함께 광고 차단을 통한 수익원 차단, 연계된 성인·도박 등의 불법사이트 차단을 함께 추진할 필요가 있다.

2) 콘텐츠별 불법복제물 시장규모 분석

불법복제물 시장규모에 대한 증감 분석은 금액 기준보다는 유통량 기준으로 검토하는 것이 더욱 합리적인 것이다. 포털이나 토렌트, 불법 모바일 앱, 불법 스트리밍 전문 사이트의 경우 이용에 따른 추가적인 비용, 즉 구매 비용이 발생하지 않기 때문에 불법복제물 유통량이 아무리 많아도 불법복제물 시장규모(금액)에는 영향을 미치지 않는다. 따라서 여기서는 유통량 기준으로 불법복제물 시장규모를 분석하고자 한다.

표 II-31 | 콘텐츠별 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	연평균
음악	1,509,763	1,270,686	1,522,608	1,297,379	1,256,120	1,371,311
	(-)	(-15.8)	(19.8)	(-14.8)	(-3.2)	(-)
영화	234,349	245,908	257,580	229,281	212,543	235,932
	(-)	(4.9)	(4.7)	(-11.0)	(-7.3)	(-)
방송	377,498	461,584	517,384	471,951	415,038	448,691
	(-)	(22.3)	(12.1)	(-8.8)	(-12.1)	(-)
출판	112,586	81,443	57,555	61,473	60,993	74,810
	(-)	(-27.7)	(-29.3)	(6.8)	(-0.8)	(-)
게임	26,807	28,946	25,818	23,026	22,679	25,455
	(-)	(8.0)	(-10.8)	(-10.8)	(-1.5)	(-)
총계	2,261,004	2,088,568	2,380,944	2,083,111	1,967,374	2,156,200
	(-)	(-7.6)	(14.0)	(-12.5)	(-5.6)	(-)

* ()는 전년 대비 증감률

불법복제물 시장규모를 건수 기준으로 살펴볼 때, 음악 콘텐츠는 전년대비 약 3.2% 감소하였으며, 약 13억 곡이 불법 유통되며 전년과 동일하게 유통량이 가장 많은 콘텐츠로 나타났다. 이 중 온라인을 통해 유통된 양은 약 10억 9천만 곡으로 전년대비 3.6% 감소하였고, 오프라인의 경우 약 1억 7천만 곡으로 전년대비 0.6% 감소한 것으로 조사되었다. 2017년 이후 지속적으로 음악 불법복제물이 온라인과 오프라인 모두 감소한 것으로 나타났는데, 온라인에서는 2030 세대를 중심으로 음원 스트리밍 서비스와 같이 합법적 구매 환경이 보편화되고 있다. 이에 따라 디지털 콘텐츠는 공짜라는 인식이 개선되고 있어, 불법복제 사이트를 통한 다운로드 방식의 이용이 감소할 것으로 예상된다.

한편, 오프라인에서는 2012년 여름부터 등장한 일명 ‘효도라디오’가 2013년에 급속하게 확산되었다. 주로 등산로, 고속도로 휴게소, 인터넷 등을 통해 판매되며, 휴대가 편리하고 조작성 간편해 중·장년층을 대상으로 큰 인기를 얻었다. 내장된 SD카드에는 성인가요, 올드 팝송 등의 음악과 교회 CCM, 불교 경전, 성경 구절 등 음성이 내장되어 있다. 그러나 저작권료를 정당하게 지불하지 않은 불법복제물이 대부분이어서, 트로트 등 해당 업계에 미치는 피해가 상당한 것으로 나타났다. 이에 저작권 특별사법경찰과 한국저작권보호원이 제작공장을 대대적으로 단속에 나섰으며, 이용 근절을 위한 홍보캠페인을 벌였다. 덕분에 불법 음원을 담은 효도라디오의 유통 속도가 급감했고, 유통량도 줄어들고 있다.

2018년 영화 불법복제물의 유통량은 약 2억 1천 3백만 개로 전년대비 약 7.3% 감소한 것으로 나타났으며, 이 중 온라인 불법복제물이 2억 1백만 개, 오프라인 불법복제물이 1천 1백만 개로 조사되어 온라인 불법복제물이 전체 영화 불법복제물 유통량의 약 94.7%를 차지하고 있다. 전년대비 감소한 이유는 IPTV의 가입자수 증가와 일정 시간이 지나면 저렴한 가격으로 영화를 합법적으로 이용할 수 있는 환경이 정착되고 있기 때문으로 분석할 수 있다. 또한, 최근에는 넷플릭스, 왓챠플레이, 폭(POOQ), 티빙 등 OTT를 통해서 비교적 저렴한 가격에 영화콘텐츠를 이용할 수 있다. 그러나 온라인상에서의 영화 불법복제물이 여전히 줄지 않는 원인은 IPTV를 통한 불법복제를 완벽하게 막을 수 있는 방법이 없어 고화질의 영화가 디지털 파일로 전환되어 불법으로 유통되고 있기 때문이다. IPTV를 통한 고화질 불법 영화물이 토렌트를 통해 다량으로 급속하게 유통되고, 이를 다시 해외 사이트를 통해 스트리밍 방식으로 제공되는 형식이 정착되고 있다. 한편, 2018년 오프라인 영화 불법복제물의 유통량이 약 1천 1백만 개로 전년도 1천 2백만 개

에서 약 1백만 개 감소하면서 2016년 이후 지속적으로 감소하는 추세이다. 이는 오프라인 콘텐츠에 대한 수요를 온라인 콘텐츠가 대체하면서 DVD 시장의 감소가 반영된 결과로 해석된다.

방송 불법복제물의 경우 유통량은 2018년 약 4억 2천만 개로 전년 대비 12.1% 감소하였으며, 온라인에서 12.1%, 오프라인에서 7.3% 감소한 것으로 나타났다. 온라인 유통 경로별로 살펴보면 토렌트를 통한 유통량이 29.0%를 차지하고 있고, 스트리밍 전문 사이트 17.9%, 웹하드가 17.6%, 불법 모바일 앱 14.1%, 포털 13.6%, P2P 7.9%를 차지하고 있는 것으로 조사되었다. 영화와 마찬가지로 해외 스트리밍 전문 사이트와 이를 링크로 연결하는 불법 모바일 앱에 대한 수요가 지속적으로 증가할 것으로 보인다. 반면, DVD 형태의 방송 불법복제물의 유통량은 영화와 마찬가지로 지속적으로 감소될 것으로 예상된다.

출판 불법복제물은 약 6천 1백만 건으로 2017년도와 비교했을 때 약 0.8% 감소하였는데, 온라인은 0.2%, 오프라인은 3.0% 감소한 것으로 나타났다. 2017년 온라인 불법복제 유통량 증가 이후 크게 감소하지 못한 이유는 스마트 기기 대중화에 따라 오프라인 서적을 스캔하여 PDF나 이미지 등의 디지털 파일 형태로 전환하여 이용하는 수요가 증가한 것으로 보인다. 오프라인 불법복제물의 경우 대학가 복사업소에서 대학교재 출판물의 불법 제본으로 인해 유통량이 크게 줄지 않았으며, 점차 종이책 불법복제물은 줄어드는 대신 스캔한 PDF 파일 형태의 불법복제가 늘어나고 있는 상황이다.

게임 불법복제물은 약 2천 3백만 건이 유통된 것으로 나타났고 전년 대비 1.5% 감소된 규모로 조사되었다. 온라인 유통량은 약 1천 9백만 건으로 전년대비 1.7% 감소, 오프라인은 약 4백만 건으로 전년대비 약 0.8% 감소하였다. 게임 불법복제물 역시 2016년 이후 지속적으로 감소하는 추세에 있다. 과거 CD 등을 통한 PC 패키지 게임은 출시 후 2~3일이면, 크랙⁶⁷⁾ 파일이 불법 파일 공유 사이트에 올라와 손쉽게 게임 불법복제물을 접할 수 있었다. 하지만 현재는 온라인 게임과 모바일 게임 시장의 문제가 더 심각하다. 2015년부터 모바일 앱을 통한 불법 게임 유통량을 조사하기 시작하였는데, 2018년 조사

67) 복사방지나 등록기술 등이 적용된 상용 소프트웨어의 비밀을 풀어서 불법으로 복제하거나 파괴하는 것으로 금전적 이익을 목적으로 해킹하는 것.(글로벌 게임산업트렌드)

결과 전체 온라인 게임 불법복제물의 32.0%를 차지하는 약 605만 개가 유통된 것으로 조사되었다. 이는 토렌트의 약 350만 개(18.8%) 보다도 많이 유통된 것으로 조사되어 불법 모바일 게임에 대한 심각성을 알 수 있다. 유료 모바일 게임의 경우 스마트 기기가 대중화된 이후로는 불법복제 문제로부터 벗어나지 못하고 있다. 특히, 안드로이드 플랫폼은 사용자가 앱을 자유롭게 설치할 수 있기 때문에 그 문제성이 더 심각하다. 반면, 현재 모바일 게임 시장은 기본적으로 게임은 무료로 제공하면서 게임 내 유료 기능을 판매하는 형태를 취하고 있다. 하지만, 이 역시 유료 결제를 무료로 바꾸어 주는 ‘핵 프로그램’이 등장하면서 게임회사 또는 개발자들에게 큰 피해를 입히고 있다.

나. 합법저작물 시장 침해규모 조사결과 분석

1) 잠재적 합법저작물 시장 침해율 분석

조사 결과 2018년의 잠재적 합법저작물 시장 침해율⁶⁸⁾(이하, 시장 침해율)은 10.7%로 2008년 이래 꾸준히 감소하고 있는 것으로 나타났다. 합법저작물 시장규모⁶⁹⁾가 커질수록 침해율은 낮아지고, 합법저작물 시장 침해규모가 커질수록 침해율은 높아지게 된다. 시장 침해율이 감소했다는 것은 합법저작물 시장규모 대비 불법복제물로 인한 피해 규모가 차지하는 비율이 낮아졌음을 의미한다. 2018년 합법저작물 시장 침해규모는 약 2조 5천억 원으로 전년대비 2.8% 감소하였고, 합법저작물 시장규모가 전년대비 약 15.4% 증가하여 시장 침해율은 전년대비 1.8%p 낮아진 것으로 나타났다. 이처럼 시장 침해율이 감소된 이유는 정부와 권리자들의 저작권 보호활동 강화 및 국민들의 저작권 보호 인식 개선으로 합법저작물에 대한 수요가 늘어났으며, 콘텐츠산업 전반의 성장으로 합법저작물 시장규모가 전년대비 약 2조 8천억 원이 증가되어 침해율이 감소된 것으로 분석되었다. 특히 모바일 게임 합법저작물 시장규모가 약 6조 2천억 원으로 전년대비(약 4조 3천억 원) 약 43.4% 증가하여, 전체적인 잠재적 합법저작물 시장 침해율 감소에 큰 영향을 미친 것으로 분석되었다.⁷⁰⁾

표 II-32 ■ 잠재적 합법저작물 시장 침해율

구분	합법저작물 시장규모(A)	합법저작물 시장 침해규모(B)	잠재적 합법저작물 시장규모(C=A+B)	잠재적 합법저작물 시장 침해율(%)(B/C)
2014년	13조 6,310억 원	2조 2,978억 원	15조 9,288억 원	14.4%
2015년	14조 7,761억 원	2조 3,174억 원	17조 935억 원	13.6%
2016년	16조 1,359억 원	2조 3,843억 원	18조 5,202억 원	12.9%
2017년	18조 255억 원	2조 5,646억 원	20조 5,901억 원	12.5%
2018년	20조 8,057억 원	2조 4,916억 원	23조 2,973억 원	10.7%

68) 잠재적 합법저작물 시장 침해율 = 합법저작물 시장 침해규모 / (합법저작물 시장규모 + 합법저작물 시장 침해규모).

69) 합법저작물 시장을 별도로 조사하고 있지 않으므로 합법저작물 시장규모 산정을 위해 '2018 콘텐츠산업 통계조사'를 활용하였음. 2018 콘텐츠산업 통계조사에서 밝히고 있는 각 콘텐츠별 매출액은 전체 산업의 매출을 대상으로 하고 있으므로, 본 조사에서는 불법복제물의 유통으로 인해 직접적인 피해를 받는 업종을 발췌하여 사용함.

70) 모바일 게임 합법저작물 시장규모 : ('14) 2조 9천 1백억 원 → ('15) 3조 4천 8백억 원 → ('16) 4조 3천 3백억 원 → ('17) 6조 2천 1백억 원

2) 합법저작물 시장 침해규모 분석

2017년과 2018년의 합법저작물 시장 침해규모를 비교해 보면 금액 기준으로 2017년 2조 5,646억 원에서 2018년 2조 4,916억 원으로 약 730억 원(2.8%) 감소하였으며, 건수(침해량)⁷¹⁾ 기준으로는 2017년 약 9억 7천만 건에서 2018년 약 9억 6천만 건으로 약 1백만 건(0.2%) 감소한 것으로 조사되었다. 합법저작물 시장 침해규모는 시장 침해량에 콘텐츠 정품 단가를 곱하여 산정되는데, 온라인에서 유통되는 콘텐츠들은 오프라인에 비해 정품단가가 상대적으로 낮기 때문에 온라인 콘텐츠의 침해가 많다 하더라도 전체 시장 침해규모의 증가율은 높지 않다. 반면에 오프라인에서 유통되는 콘텐츠(CD, DVD, 극장 등)에서의 침해가 많거나 작아지게 되면 오프라인의 정품 단가가 높기 때문에 전체 시장 침해규모의 변동 폭은 커질 수밖에 없다.

표 II-33 | 2018년 합법저작물 시장 침해규모 비교

구분	합법저작물 시장 침해규모 건수기준(백만 개)			합법저작물 시장 침해규모 금액기준(억 원)		
	2017년(비중)	2018년(비중)	증감	2017년(비중)	2018년(비중)	증감
온라인	616(67.9%)	598(66.0%)	-3.0%	13,619(53.1%)	12,264(49.2%)	-10.0%
오프라인	291(32.1%)	308(34.0%)	5.8%	12,026(46.9%)	12,652(50.8%)	5.2%
합계	907(100.0%)	906(100.0%)	-0.2%	25,646(100.0%)	24,916(100.0%)	-2.8%

<표 II-33>를 보면 2018년 합법저작물 시장 침해규모는 건수(침해량) 기준으로는 온라인에서 5억 9천 8백만 건으로 2017년 대비 3.0% 감소하였으며, 오프라인에서 3억 1천만 건으로 5.8% 증가하였다. 온라인 합법저작물 시장 침해량(66.0%)이 오프라인(34.0%)보다 약 1.9배 큰 것으로 조사되었는데, 이러한 이유는 무선 네트워크의 등장으로 PC에서만 사용 가능하던 인터넷이 공간의 제약 없는 모바일 환경에서도 가능하도록 기술이 발전하였고, 스마트 기기가 확산되면서 콘텐츠 소비 행태에 큰 변화를 가져왔기 때문이다. 새로운 플랫폼의 등장으로 기존의 책, CD, DVD와 같은 오프라인 콘텐츠가 디지털 콘텐츠로 전환되어 언제 어디서든 콘텐츠를 이용할 수 있는 환경이 조성되었다.

71) 불법복제물이 없었다면 합법적인 콘텐츠 시장에서 구매 또는 이용하려고 했던 콘텐츠 수.

3) 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해규모 분석

콘텐츠별 합법저작물 시장 침해규모를 금액 기준으로 살펴보면, 음악 콘텐츠의 경우 전체 침해규모가 전년 대비 8.9% 증가하였고, 온라인상의 침해규모는 11.3% 증가한 것으로 나타났다. 전년대비 온라인 합법저작물 시장 침해건수가 감소하였음에도 불구하고 온라인 침해규모가 증가한 것은 합법저작물의 온라인(다운로드, 스트리밍) 및 오프라인(CD, 테이프)의 단가가 전년대비 상승하면서 침해규모가 증가한 것으로 해석된다. 또한, '2018 콘텐츠산업 통계조사'에 따르면 인터넷/모바일 음악서비스업의 매출액이 약 1조 4천4백억 원으로 전년대비 15.8%, 연평균 12.6% 증가하고 있는 것으로 나타나 디지털 음원시장이 성장하고 있다.⁷²⁾ 하지만, 온라인 합법저작물 시장 침해규모 건수는 지속적으로 감소하고 있으며, 이러한 현상은 온라인 음악 불법복제물 시장이 합법 음악 콘텐츠로 점차 대체되고 있음을 의미한다. 음원 서비스 업체들 간의 경쟁이 심화되면서 높은 할인율을 적용한 가격정책으로 이용자에게 실질적인 합법 음원의 구매·이용 가격 체감률이 낮아진 것도 영향을 미친 것으로 분석할 수 있다. 반면 오프라인상의 침해규모는 8.5% 증가한 것으로 나타났는데, '2018 콘텐츠산업 통계조사'의 음악 및 오디오물 출판업과 음반 도소매업의 매출액을 살펴보면 연평균 증감률이 각각 25.7%, 나타나 여전히 오프라인 정품 CD에 대한 수요가 지속되고 있음을 보인다.

표 II-34 | 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해규모

(단위 : 백만 원, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	5년 평균
음악	443,077	307,851	326,363	345,174	375,791	359,651
	(-)	(-30.5)	(6.0)	(5.8)	(8.9)	(-)
영화	836,035	764,280	910,891	883,955	855,022	850,037
	(-)	(-8.6)	(19.2)	(-3.0)	(-3.3)	(-)
방송	206,578	307,326	285,719	272,765	314,252	277,328
	(-)	(48.8)	(-7.0)	(-4.5)	(15.2)	(-)
출판	416,156	450,396	431,275	559,797	484,434	468,412
	(-)	(8.2)	(-4.2)	(29.8)	(-13.5)	(-)
게임	395,935	487,547	430,092	502,862	462,080	455,703
	(-)	(23.1)	(-11.8)	(16.9)	(-8.1)	(-)
총계	2,297,782	2,317,400	2,384,340	2,564,553	2,491,579	2,411,131
	(-)	(0.9)	(2.9)	(7.6)	(-2.8)	(-)

* ()는 전년 대비 증감률

72) 한국콘텐츠진흥원, 『2018 콘텐츠산업 통계조사』, 한국콘텐츠진흥원, 2018.

영화 콘텐츠와 방송콘텐츠의 침해규모는 영화의 경우, 전년 대비 3.3% 감소(온라인상의 침해규모는 16.8% 감소)하였으나, 방송 콘텐츠는 15.2% 증가하였고 온라인상의 침해규모는 14.5% 증가한 것으로 나타났다. 먼저, 영화 콘텐츠의 온라인 합법저작물 시장 침해규모의 감소는 정부 차원의 불법복제물 근절 노력과 합법 콘텐츠 구매 시장의 정착 때문이다. 예전부터 영화 불법복제물 유통이 가장 활발했던 웹하드, P2P 사이트에 대한 적극적인 단속으로 실제로 사업자 수가 감소했다. 이와 함께 IPTV의 VOD 서비스, OTT 사이트 등 온라인에서 합법적으로 영화 콘텐츠를 구매할 수 있는 경로가 다양해지고 보편화되고 있다.

반면, 방송 콘텐츠의 경우 IPTV나 VOD 전문 사이트에서 정품을 이용하기가 용이하나, 해외 침해 사이트 수의 증가와 스트리밍 전문 사이트를 중심으로 불법 유통 경로를 비교적 쉽게 접할 수 있어 방송 불법복제물 침해건수가 전년대비 크게 증가하면서 침해규모 역시 증가한 것으로 보인다. 더불어 1시간 내외의 전체 방송 영상(풀 버전)을 짧게 잘라서 온라인에 게시하는 클립 영상 이용이 증가하며 정식 이용 수요가 증가함에 따라 침해규모 역시 증가한 것으로 보인다.

출판 콘텐츠의 침해규모는 전년 대비 13.5% 감소하였으며 온라인에서 26.4% 감소, 오프라인에서는 2.9% 감소한 것으로 나타났다. 합법저작물 시장 침해량 대비 침해규모가 상대적으로 큰 이유는 합법저작물들의 단가가 다른 콘텐츠 대비 높기 때문이다. 스마트기기와 전자책 단말기의 보급으로 전자출판 시장이 점차 활성화됨에 따라 종이책에 비해 상대적으로 저렴한 e-Book과 같은 정품 온라인 출판 콘텐츠가 다양해졌고, 월정액 온라인 구독 서비스 등의 등장으로 합리적인 가격에 출판 콘텐츠를 이용할 수 있게 됨으로써 침해규모가 감소한 것으로 보인다. 하지만, 이러한 전자출판 시장의 성장 전망을 감안했을 때 전자출판의 불법복제를 막을 수 있는 기술이 개발되지 않는다면 온라인 출판 콘텐츠의 침해규모는 향후 증가할 가능성이 클 것으로 예상된다. 오프라인 서적에 대한 침해량이 증가하였음에도 불구하고 침해규모가 감소한 이유는 상대적으로 단가가 높은 대학생 학습교재의 대학외부 복사집을 통한 침해량이 전년대비 줄어들었기 때문이다.

한편 게임 콘텐츠의 침해규모는 전년 대비 8.1% 감소한 것으로 나타났으며, 온라인에서 4.6%, 오프라인에서는 16.5% 감소한 수치를 나타냈다. ‘2018 콘텐츠산업 통계조사’

에 따르면 모바일 게임의 게임산업 점유율은 47.3%로 가장 높게 나타나고 있으며, 모바일 게임의 매출액이 약 6조 2천억 원으로 전년도 약 4조 3천억 원에서 약 43.4%로 크게 증가하여 게임산업의 성장에 주도적인 역할을 하고 있다. 이에 반해, 모바일 게임의 침해량은 전년 대비 62.3% 감소한 것으로 나타나 전체 게임산업의 온라인 침해량 감소에 영향을 미친 것으로 보인다. 온라인게임은 불법복제를 통한 이용이 불가능하기 때문에 결국 모바일 게임과 비디오게임, PC게임이 게임의 불법복제물 시장규모 및 침해규모의 증감에 큰 영향을 미치게 된다. 오프라인 게임의 경우 침해량이 증가하였음에도 불구하고 침해규모가 감소한 원인은 콘솔게임 및 오프라인 PC게임의 단가가 전년대비 하락한 점이 영향을 준 것으로 볼 수 있다.

제2절 부문별 결과

1. 음악

가. 음악 불법복제물 이용경험

1) 유통경로별 음악 불법복제물 이용경험

2018년 한 해 동안의 음악 불법복제물 이용경험을 살펴보면 우리나라 만 13~69세 인구의 21.8%인 약 890만 명이 음악 불법복제물을 이용한 경험이 있는 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해서 보면 온라인상의 음악 불법복제물 경험률은 19.6%로 나타났다으며 약 801만 명이 온라인에서 음악 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었다. 한편 오프라인상의 음악 불법복제물 경험률은 5.5%로 나타났으며 약 223만 명이 오프라인에서 음악 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었다.

표 II-35 | 전체 음악 불법복제물 경험률

(단위 : %, 천 명)

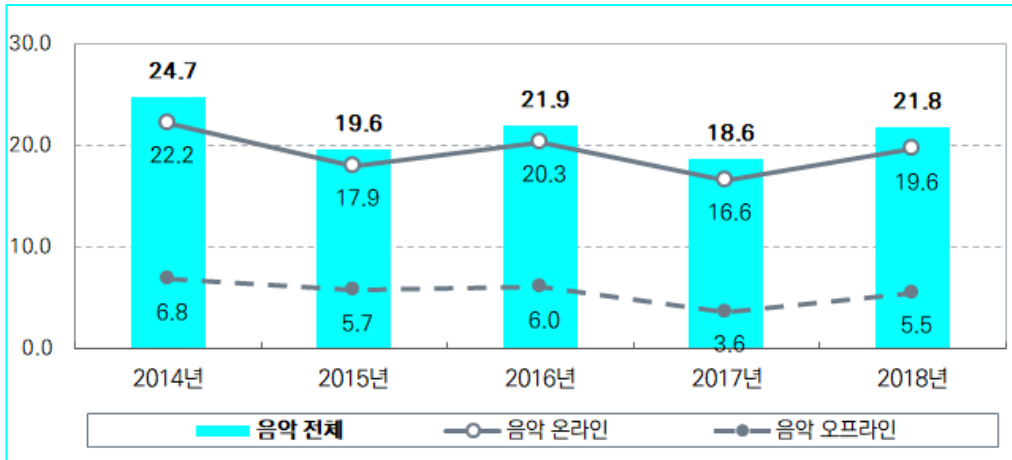
구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
온라인	22.2	17.9	20.3	16.6	19.6
이용인구	8,426	6,889	8,101	6,810	8,008
오프라인	6.8	5.7	6.0	3.6	5.5
이용인구	2,572	2,181	2,398	1,486	2,230
전체	24.7	19.6	21.9	18.6	21.8
이용인구	9,354	7,573	8,753	7,636	8,896

음악 불법복제물 경험률(21.8%)⁷³⁾은 전년 대비 3.2%p 증가하였으며, 2014년 이후 증감을 반복하고 있다. 온라인 음악 불법복제물 경험률(19.6%)은 전년 대비 3.0%p 증가하였으며, 2014년 이후로 증가와 감소를 반복하고 있다. 오프라인 역시 음악 불법복제물 경험률(5.5%)이 전년 대비 1.9%p 증가하였으며, 온라인과 마찬가지로 증감을 반복하고 있다.

73) 만 13~69세 국민 중 조사대상 기간 동안 불법복제물을 이용한 경험이 있는 인구의 비율을 의미함. 매년 인구수(모집단 수)가 변화하기 때문에 비율 간 단순 비교는 수치상 차이를 보일 수 있으나, 본 조사에서는 연간 우리나라 인구의 증감치가 크지 않다는 가정 하에 전반적인 추이 파악을 위해 연도별 증감현황을 분석하였음(이하, 동일).

그림 II-33 | 연도별 음악 불법복제물 경험률 추이

(단위 : %)



콘텐츠별로 비교해 보면 영화(22.8%) 분야의 불법복제물 경험률이 가장 높게 조사된 가운데 음악(21.8%)과 방송(19.8%)가 다음으로 높게 나타났고, 이어서 출판(7.9%), 게임(7.5%)의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 살펴보면 온라인은 영화 분야의 경험률이 가장 높은 반면, 오프라인의 경우에는 음악 분야의 불법복제물 경험률이 높게 나타나 차이를 보였다.

표 II-36 | 음악 불법복제물 경험률 비교

(단위 : %)

구분		2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
음악	온라인	22.2	17.9	20.3	16.6	19.6
	오프라인	6.8	5.7	6.0	3.6	5.5
	전체	24.7	19.6	21.9	18.6	21.8
영화	온라인	21.5	20.1	22.3	17.2	21.7
	오프라인	5.0	5.1	4.6	3.8	3.8
	전체	22.6	21.4	23.7	18.2	22.8
방송	온라인	16.0	18.8	21.4	20.8	18.7
	오프라인	3.0	3.1	3.6	3.0	3.0
	전체	16.6	19.6	22.7	21.8	19.8
출판	온라인	5.1	4.8	4.7	4.4	5.4
	오프라인	3.9	4.5	4.8	4.1	4.4
	전체	6.9	6.8	7.5	6.3	7.9
게임	온라인	7.2	7.5	7.1	6.5	6.5
	오프라인	2.8	1.9	1.9	1.9	1.9
	전체	7.8	8.2	8.3	7.2	7.5

2) 응답자 특성별 음악 불법복제물 이용경험

음악 불법복제물을 이용하는 층은 다양한 연령, 지역, 소득, 직업 등에 걸쳐 분포되어 있으며, 각 요인별로 불법복제물 경험률에 차이를 보인다. 이하에서는 음악 불법복제물 이용에 영향을 미치는 6가지 요인(성, 연령, 지역, 소득, 직업, 학력)을 중심으로 살펴보았다.

먼저 성별을 기준으로 살펴보면 2018년 한 해 동안 ‘남성’의 23.5%, ‘여성’의 19.9%가 음악 불법복제물을 이용한 경험이 있다고 조사되었다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 ‘남성’의 21.1%, ‘여성’의 18.0%가 음악 불법복제물을 이용한 경험이 있으며, 오프라인의 경우는 ‘남성’의 6.1%, ‘여성’의 4.8%가 이용경험이 있다고 응답했다.

연령별 음악 불법복제물 경험률은 ‘10대’가 27.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘30대’가 23.3%, ‘40대’가 23.2%, ‘20대’가 21.1%, ‘50대’가 20.3%, ‘60대’가 17.3%의 순으로 나타나 50대 이상에서도 음악 불법복제물의 경험률이 높아진 것으로 조사되었다. 특히, 60대의 경우 오프라인 불법복제물 경험률이 7.5%로 가장 높게 나타났으며, 연령이 낮아질수록 오프라인 불법복제물 경험률이 낮은 것으로 조사되었다. 온라인의 경우에는 ‘10대’가 25.7%로 가장 높았으며, ‘30대’가 21.6%, ‘40대’가 21.4%, ‘20대’가 19.9%, ‘50대’가 17.2%, ‘60대’가 13.7%의 순으로 나타났다.

지역별 음악 불법복제물 경험률은 ‘서울’이 23.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘호남권’이 22.5%, ‘영남권’이 22.1%, ‘충청권’이 22.0%, ‘경기/인천’이 20.5%, ‘강원권’이 20.0%로 나타나 지역별 차이는 크지 않은 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온·오프라인 모두 ‘서울’이 음악 불법복제물의 경험률이 가장 높게 나타났다.

가구소득별 음악 불법복제물 경험률은 ‘200~399만 원’이 22.5%로 가장 높게 조사되었으며, 다음으로 ‘400~599만 원’이 22.4%, ‘200만 원 미만’이 20.9%, ‘600만 원 이상’이 20.4%로 가구소득에 따른 음악 불법복제물 경험률 차이는 크지 않은 것으로 나타났다. 온라인과 오프라인 경로별로 살펴보면 온라인에서는 ‘200~399만 원’에서 음악 불법복제물 경험률이 가장 높게 나타났으며, 오프라인에서는 ‘400~599만 원’이 5.7%로 음악 불법복제물 경험률이 가장 높게 나타났지만 타 가구소득 집단과 차이가 크지 않은 것

으로 조사되었다.

직업별 음악 불법복제물 경험률은 ‘농/수/축산업 종사자’가 37.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘학생’이 25.1%, ‘사무직 종사자’가 21.9%, ‘생산직 종사자’가 21.1%, ‘무직/기타’가 20.8%, ‘자영업’ 20.0%, ‘전업주부’가 18.8%의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온·오프라인 모두 ‘농/수/축산업 종사자’가 각각 25.9%와 21.6%로 가장 높게 나타났다. 온라인의 경우 ‘학생’이 23.7%로 다음으로 음악 불법복제물의 경험률이 가장 높게 나타났으며, 오프라인의 경우는 ‘자영업’이 7.1%로 ‘농/수/축산업 종사자’ 다음으로 높게 나타났다.

학력별 음악 불법복제물 경험률은 재학생의 경우 ‘중·고등학생’(27.8%)과 ‘대학생’(23.7%)이 ‘대학원생’(19.1%)보다 상대적으로 높았다. 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’이 22.4%로 음악 불법복제물의 경험률이 가장 높게 조사되었으며, ‘대학원 졸업’이 19.8%, ‘고등학교 졸업’이 19.7%, ‘중학교 졸업’이 9.0%, ‘초등학교 졸업 이하’가 7.8%의 순으로 나타났다.

표 II-37 | 응답자 특성별 음악 불법복제물 경험률

(단위 : %)

구분		전체	온라인	오프라인	
전체		21.8	19.6	5.5	
성별	남성	23.5	21.1	6.1	
	여성	19.9	18.0	4.8	
연령	10대	27.0	25.7	4.4	
	20대	21.1	19.9	3.8	
	30대	23.3	21.6	5.0	
	40대	23.2	21.4	5.2	
	50대	20.3	17.2	6.5	
	60대	17.3	13.7	7.5	
지역	수도권	전체	21.5	19.6	5.0
		서울	23.1	21.0	6.1
		경기/인천	20.5	18.8	4.3
	충청권	22.0	19.8	5.1	
	영남권	22.1	19.6	5.9	
	호남권	22.5	19.8	6.8	
	강원권	20.0	17.2	5.2	
	가구 소득	200만 원 미만	20.9	19.2	5.3
200~399만 원		22.5	20.5	5.3	
400~599만 원		22.4	19.9	5.7	
600만 원 이상		20.4	18.1	5.5	
직업	농/수/축산업	37.4	25.9	21.6	
	자영업	20.0	16.6	7.1	
	생산직 종사자	21.1	18.4	6.2	
	사무직 종사자	21.9	19.8	5.4	
	전업주부	18.8	16.9	5.1	
	학생	25.1	23.7	4.3	
	무직/기타	20.8	18.9	4.4	
학력	재학	중·고등학생	27.8	26.3	4.6
		대학생	23.7	22.4	4.2
		대학원생	19.1	18.3	3.3
	초등학교 졸업 이하	7.8	7.5	4.2	
	중학교 졸업	9.0	6.3	3.3	
	고등학교 졸업	19.7	17.0	6.0	
	대학교 졸업	22.4	20.1	5.8	
	대학원 졸업	19.8	17.6	4.9	

나. 음악 불법복제물 시장규모

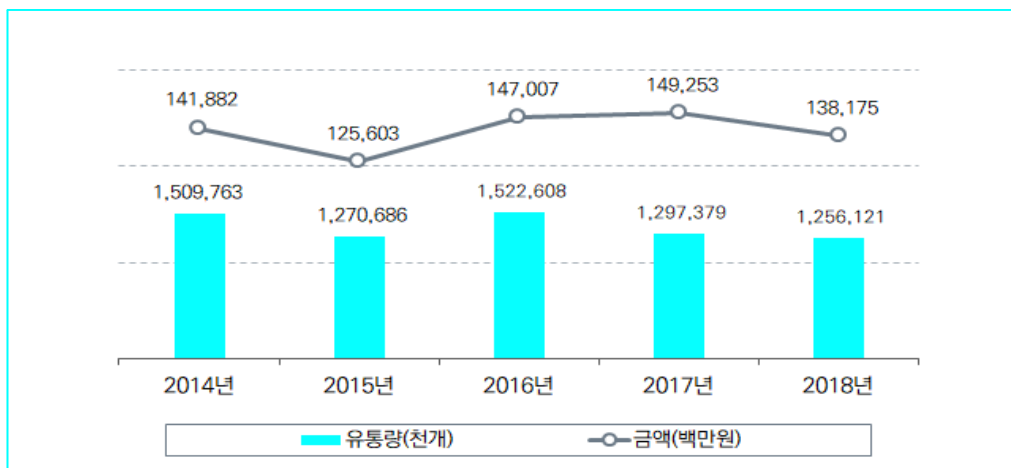
1) 전체 음악 불법복제물 시장규모⁷⁴⁾

2018년도 음악 불법복제물의 유통량은 약 12억 6천만 개로 전년(13억 개) 대비 3.2% 감소하였으며 2014년 이후 증감을 반복하다, 2017년 이후 감소추세에 있다. 음악 불법복제물의 유통량은 전체(음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야) 불법복제물 유통량의 63.8%를 차지하고 있으며, 최근 5년간 연간 평균 유통량은 약 13억 7천만 개로 나타났다. 한편 음악 불법복제물 유통량에 불법복제물 단가를 적용하여 산출한 불법복제물 시장규모는 약 1,382억 원으로 전년(1,493억 원) 대비 7.4% 감소한 것으로 나타났다.

표 II-38 | 연도별 음악 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	1,509,763	-	141,882	-
2015년	1,270,686	-15.8	125,603	-11.5
2016년	1,522,608	19.8	147,007	17.0
2017년	1,297,379	-14.8	149,253	1.5
2018년	1,256,121	-3.2	138,175	-7.4
5년 평균	1,371,311	-	140,384	-

그림 II-34 | 연도별 음악 불법복제물 시장규모



74) 불법복제물 시장규모 및 합법저작물 시장 침해규모와 관련한 일부 수치들은 엑셀 프로그램 상에서 반올림된 값으로, 개별 수치의 합과 총계로 제시된 값이 근소하게 일치하지 않을 수 있음(이하 동일).

먼저 유통량 기준으로 온·오프라인 유통경로별 비중을 살펴보면, 2018년 한 해 동안 온라인상에서 10억 9천만 개, 오프라인상에서 1억 7천만 개로 총 12억 6천만 개의 음악 불법복제물이 유통된 것으로 조사되었다. 온라인 유통비율은 86.6%로 오프라인 유통비율 13.4%보다 약 6.5배 정도 높게 나타났다.

한편 금액 기준으로 온·오프라인 유통경로별 비중을 살펴보면, 온라인의 경우 1억 6천만 원, 오프라인은 1,380억 원으로 총 1,382억 원의 규모로 불법복제물 시장이 형성되어 있다는 것을 알 수 있다. 비율로 보면 온라인 시장은 0.1%, 오프라인 시장은 99.9%로 나타나 오프라인이 온라인 시장 비율보다 약 1,069배 정도 높은 것으로 나타났다. 이는 오프라인 불법복제물의 가격 산정 시, 합법저작물 또는 불법복제물을 확보하여 CD, 테이프 등의 매개체에 복제를 하는 생산비용과 유통거래 비용, 이윤 등을 고려하므로, 복제비용 발생이 거의 없는 온라인 불법복제물보다 가격이 현저히 높게 나타나게 된다.

그림 II-35 | 유통경로별 음악 불법복제물 시장 비중

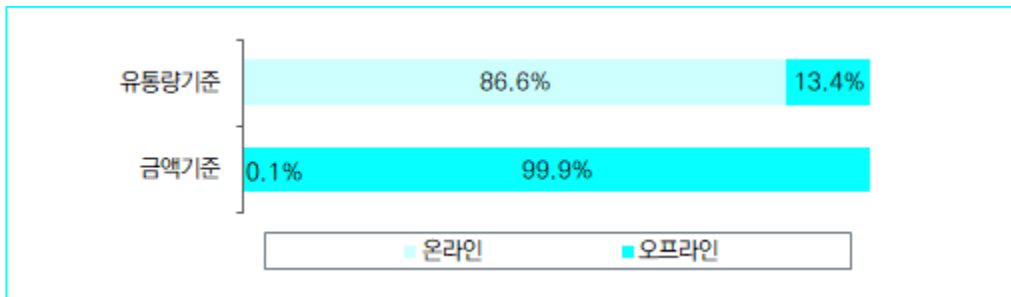


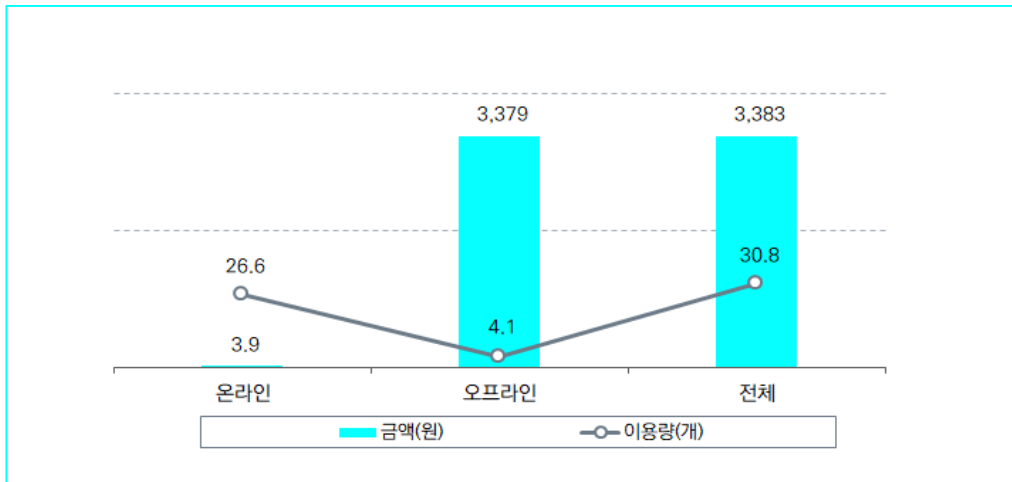
그림 II-36 | 전체 음악 불법복제물 시장규모

기준	건수 기준			금액 기준		비율	합계	1인당 월 평균 불법복제물 2.56개를 이용 불법복제물 이용자 1인당 월 평균 11.77개 이용
	온라인	오프라인	비율	온라인	오프라인			
건수 기준	온라인	1,088,032천 개	86.62%	온라인	161백만 원	0.12%	1,256,121천 곡	1인당 월 평균 약 282원 지출 불법복제물 이용자 1인당 월 평균 약 1,294원 지출
	오프라인	168,089천 개	13.38%	오프라인	138,014백만 원	99.88%		
금액 기준	온라인	161백만 원	0.12%	온라인	161백만 원	0.12%	138,175백만 원	1인당 월 평균 약 282원 지출 불법복제물 이용자 1인당 월 평균 약 1,294원 지출
	오프라인	138,014백만 원	99.88%	오프라인	138,014백만 원	99.88%		

※ 만 13세~69세 인구수 : 40,845,312명
 ※ 만 13세~69세 불법복제 음악물 이용자수 : 8,896,000명

한편, 2018년 한 해 동안 우리나라 만 13~69세 인구 1인당 평균 30.8개(월 평균 2.56개)의 음악 불법복제물을 구입 또는 이용했으며, 유통경로별로 구분했을 때 온라인에서 26.6개, 오프라인에서 4.1개를 이용한 것으로 나타났다. 이를 금액으로 환산 시 약 3,383원(월 평균 282원)을 매달 음악 불법복제물 소비에 사용하였으며, 온라인에서 3.9원, 오프라인에서 3,379원을 지출한 것으로 볼 수 있다.

그림 II-37 | 1인당 1년 평균 음악 불법복제물 유통량 및 지출액



응답자 특성별 음악 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 유통된 음악 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 불법복제물은 약 8억 3천만 곡으로 ‘여성(4억 2천만 곡)’ 보다 많은 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때, 온라인에서는 ‘남성’이 약 7억 3천만 곡, ‘여성’이 약 3억 5천만 곡의 음악 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었고, 오프라인에서는 ‘남성’이 약 1억 곡, ‘여성’이 약 7천만 곡의 음악 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’가 약 3억 5천만 곡으로 음악 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘40대’가 약 2억 6천만 곡, ‘20대’가 약 2억 5천만 곡, ‘50대’가 약 1억 5천만 곡, ‘10대’가 약 1억 3천만 곡, ‘60대’가 약 1억 1천만 곡의 음악 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 온라인에서는 ‘30대’가 약 3억 2천만 곡, 오프라인에서는 ‘50대’가 약 4천만 곡으로 음악 불법복제물을 가장 많이 이용한 연령대로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 6억 5천만 곡으로 음악 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 3억 1천만 곡, ‘충청권’이 약 1억 5천만 곡, ‘호남권’이 약 1억 2천만 곡, ‘강원권’이 약 3천만 곡의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 온라인과 오프라인 모두 ‘수도권’에서 음악 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 약 4억 6천만 곡으로 음악 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘400~599만 원’도 약 3억 9천만 곡을 이용한 것으로 나타나 이용량이 많았다. 반면, ‘200만 원 미만’ 집단의 이용량은 1억 1천만 곡으로 나타나 이용량이 가장 적은 것으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 5억 9천만 곡, ‘학생’이 2억 3천만 곡을 이용한 것으로 나타나 음악 불법복제물의 핵심 이용집단으로 분류되었다.

학력별로는 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 음악 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용량이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-39 | 응답자 특성별 음악 불법복제물 유통량⁷⁵⁾

(단위 : 천 개)

구분		합계	온라인	오프라인	
전체		1,256,121	1,088,032	168,089	
성별	남성	832,054	733,630	98,425	
	여성	424,064	354,399	69,666	
연령	10대	134,467	121,814	12,653	
	20대	248,717	228,237	20,480	
	30대	352,248	324,728	27,521	
	40대	261,755	231,979	29,776	
	50대	151,138	109,938	41,200	
	60대	107,813	71,364	36,449	
지역	수 도 권	전체	646,757	564,352	82,405
		서울	273,441	232,242	41,199
		경기인천	373,317	332,109	41,208
		충청권	146,022	130,806	15,216
		영남권	313,338	269,853	43,486
		호남권	117,100	93,844	23,256
		강원권	32,992	29,127	3,866
	가구 소득	200만 원 미만	105,580	88,490	17,090
200~399만 원		456,771	398,408	58,363	
400~599만 원		385,335	337,605	47,730	
600만 원 이상		308,442	263,533	44,909	
직업	농/수/축산업	12,909	6,737	6,172	
	자영업	91,437	74,449	16,989	
	생산직 종사자	145,522	126,822	18,700	
	사무직 종사자	587,758	516,252	71,506	
	전업주부	95,898	75,033	20,865	
	학생	229,271	207,230	22,042	
	무직/기타	93,368	81,549	11,819	
학력	재 학	중·고등학생	82,821	74,134	8,687
		대학생	141,983	129,529	12,454
		대학원생	4,305	3,572	733
		초등학교 졸업 이하	2,774	1,155	1,619
		중학교 졸업	3,734	2,421	1,313
		고등학교 졸업	172,702	141,281	31,421
		대학교 졸업	720,932	625,553	95,379
		대학원 졸업	126,909	110,383	16,525

75) 오프라인 음악 불법복제물 이용에 대해서는 앨범 단위로 조사를 실시하였으나, 온라인 음악 불법복제물과의 비중 비교를 위해 '곡' 단위로 환산하였음(1개 앨범을 10곡으로 가정).

다음으로 금액을 기준으로 음악 불법복제물 시장규모를 살펴보면 ‘남성’이 약 812억 원으로 ‘여성(약 570억 원)’ 보다 음악 불법복제물 이용을 위해 지출한 총 금액이 더 큰 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때, 온라인에서는 ‘남성’이 약 1억 3천만 원, ‘여성’이 약 3천만 원을 음악 불법복제물 이용에 지출했으며, 오프라인에서는 ‘남성’이 약 810억 원, 여성이 약 570억 원을 지출한 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘50대’가 약 337억 원으로 음악 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘60대’가 약 281억 원, ‘40대’가 약 263억 원, ‘30대’가 약 229억 원, ‘20대’가 165억 원, ‘10대’가 약 110억 원의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 온라인에서는 ‘30’대가 약 5천만 원으로 나타났고, 오프라인에서는 ‘50대’가 약 336억 원으로 가장 많은 금액을 지출한 연령대로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 678억 원으로 음악 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 355억 원, ‘호남권’이 약 192억 원, ‘충청권’이 약 125억 원, ‘강원권’이 약 33억 원의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때에도 ‘수도권’이 음악 불법복제물 이용을 위해 가장 많은 금액을 지출한 지역으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 478억 원, ‘400~599만 원’이 405억 원, ‘600만 원 이상’이 약 365억 원으로 상대적으로 음악 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사된 반면, ‘200만 원 미만’이 약 134억 원을 지출한 것으로 나타나 음악 불법복제물 이용금액이 상대적으로 적은 것으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 602억 원으로 음악 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 그 다음으로 ‘학생’이 약 183억 원으로 지출 금액이 큰 것으로 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 음악 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용금액이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-40 I 응답자 특성별 음악 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

구분		합계	온라인	오프라인
전체		138,175	161	138,014
성별	남성	81,155	130	81,026
	여성	57,021	31	56,989
연령	10대	10,781	12	10,769
	20대	16,537	27	16,510
	30대	22,863	48	22,814
	40대	26,255	46	26,209
	50대	33,654	20	33,634
	60대	28,083	8	28,075
지역	수도권	전체	79	67,718
		서울	27	33,496
		경기/인천	53	34,222
	충청권	12,501	19	12,483
	영남권	35,499	43	35,456
	호남권	19,216	14	19,202
	강원권	3,277	6	3,271
	가구 소득	200만 원 미만	13,380	12
200~399만 원	47,804	60	47,744	
400~599만 원	40,515	53	40,462	
600만 원 이상	36,477	37	36,441	
직업	농/수/축산업	4,558	1	4,557
	자영업	13,383	10	13,373
	생산직 종사자	15,182	20	15,163
	사무직 종사자	60,195	91	60,104
	전업주부	16,759	6	16,753
	학생	18,341	25	18,317
	무직/기타	9,763	9	9,754
학력	재학	중 고등학생	4	7,620
		대학생	20	10,000
		대학원생	0	563
	초등학교 졸업 이하	1,184	0	1,184
	중학교 졸업	1,119	0	1,119
	고등학교 졸업	25,398	19	25,378
	대학교 졸업	78,420	96	78,325
	대학원 졸업	13,872	21	13,851

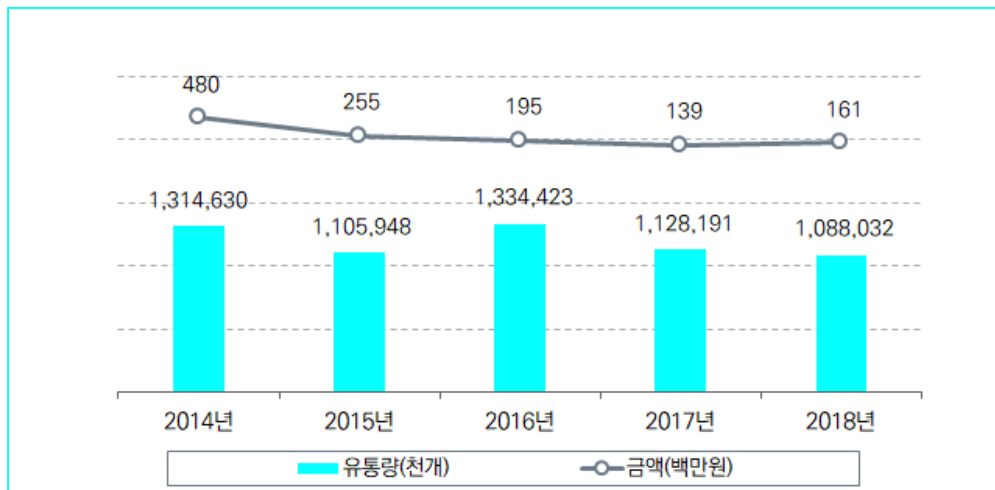
2) 온라인 음악 불법복제물 시장규모

2018년도의 온라인 음악 불법복제물 유통량은 약 10억 9천만 곡으로 2017년(11억 3천만 곡) 대비 3.6% 감소하였으며, 2014년(13억 1천만 곡) 대비 2억 3천만 곡이 감소한 것으로 나타났다. 온라인 음악 불법복제물의 유통량은 2014년 이후 매년 큰 폭으로 증감을 반복하다 2017년 이후 감소하는 추세다. 한편 불법복제물 시장규모는 약 1억 6천만 원으로 2017년(1억 4천만 원) 대비 15.4% 증가하였으며, 2014년(4억 8천만 원) 대비 약 3억 2천만 원 감소한 것으로 나타났다. 온라인 음악 불법복제물의 유통량은 전체 온라인 불법복제물 유통량의 61.7%를 차지하고 있다.

표 II-41 ■ 연도별 온라인 음악 불법복제물 시장규모

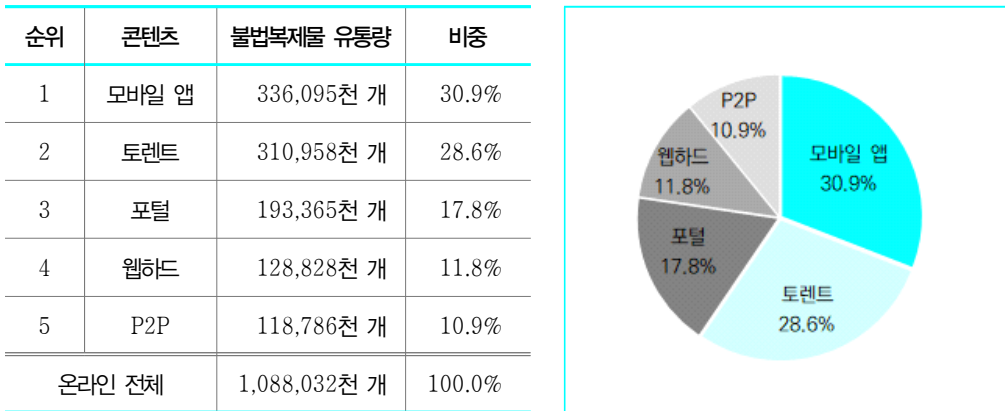
연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	1,314,630	-	480	-
2015년	1,105,948	-15.9	255	-46.9
2016년	1,334,423	20.7	195	-23.5
2017년	1,128,191	-15.5	139	-28.5
2018년	1,088,032	-3.6	161	15.4
5년 평균	1,194,245	-	246	-

그림 II-38 ■ 연도별 온라인 음악 불법복제물 시장규모



온라인 음악 불법복제물 유통량 비중을 유통경로별로 살펴보면 ‘모바일 앱’을 통한 유통량이 3억 4천만 곡(30.9%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘토렌트’가 3억 1천만 곡(28.6%), ‘포털’이 1억 9천만 곡(17.8%), ‘웹하드’가 1억 3천만 곡(11.8%), ‘P2P’가 1억 2천만 곡(10.9%)의 순으로 나타났다.

그림 II-39 | 온라인 유통경로별 음악 불법복제물 시장 비중(유통량)



연도별로 온라인 음악 불법복제물 유통경로별 시장 비중을 살펴보면, 2014년 이후 꾸준히 모바일 앱의 온라인 음악 시장 비중이 증가하고 있는 것으로 나타났다. 반면, 토렌트의 시장 비중은 전반적으로 감소하는 추세를 보였으며, 웹하드의 시장 비중 역시 2015년 이후 증가하다 2018년에 감소한 것으로 조사되었다.⁷⁶⁾

표 II-42 | 연도별 온라인 유통경로별 음악 불법복제물 시장 비중(유통량)

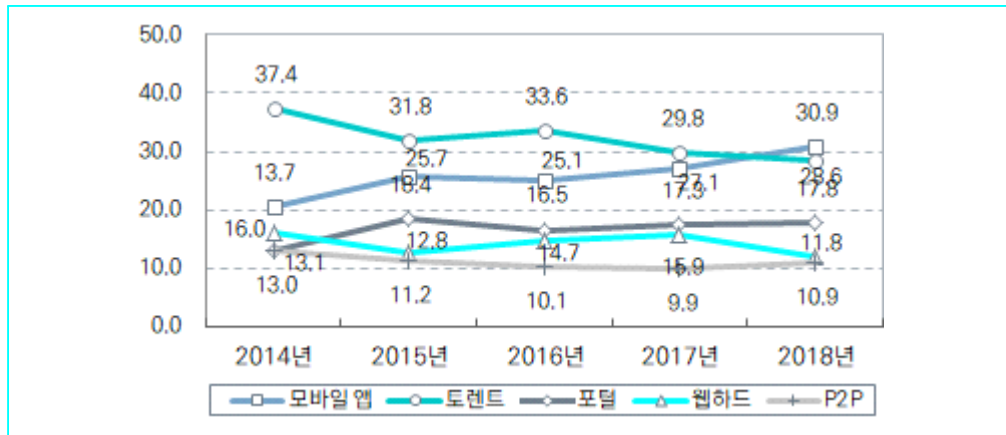
(단위 : %)

연도	토렌트	모바일 앱	포털	웹하드	P2P	합계
2014년	37.4	20.5	13.1	16.0	13.0	100.0
2015년	31.8	25.7	18.4	12.8	11.2	100.0
2016년	33.6	25.1	16.5	14.7	10.1	100.0
2017년	29.8	27.1	17.3	15.9	9.9	100.0
2018년	28.6	30.9	17.8	11.8	10.9	100.0

76) 온라인 유통경로 중 모바일 앱은 2014년에 신규로 추가되어 연도별 유통경로별 시장 비중 결과 해석 시 주의해야 함.

그림 II-40 ■ 연도별 온라인 유통경로별 음악 불법복제물 시장 비중(유통량)

(단위 : %)



응답자 특성별 온라인 음악 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 온라인상에서 유통된 음악 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 음악 불법복제물은 약 7억 3천만 곡으로 ‘여성(3억 5천만 곡)’ 보다 많은 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P와 포털, 웹하드, 토렌트, 모바일 앱 모두 경로에서 ‘남성’이 이용한 음악 불법복제물이 ‘여성’ 보다 더 많은 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’가 약 3억 2천만 곡으로 온라인 음악 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘40대’와 ‘20대’가 약 2억 3천만 곡, ‘10대’가 약 1억 2천만 곡, ‘50대’가 약 1억 1천만 곡, ‘60대’가 7천만 곡의 온라인 음악 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때 P2P, 포털, 웹하드, 토렌트는 ‘30대’, 모바일 앱은 ‘20대’를 통한 유통량이 가장 많은 것으로 나타나 온라인 불법복제물은 30대가 가장 많이 이용한 것으로 조사되었다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 5억 6천만 곡으로 온라인 음악 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 2억 7천만 곡, ‘충청권’이 약 1억 3천만 곡, ‘호남권’이 약 9천만 곡, ‘강원권’이 약 3천만 곡의 순으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때 P2P, 포털, 웹하드, 토렌트, 모바일 앱 모두 ‘수도권’에서의 유통량이 가장 높은 것으로 조사되었다.

가구소득별로는 '200~399만 원'이 약 4억 곡, '400~599만 원'이 약 3억 4천만 곡, '600만 원 이상'이 약 2억 6천만 곡으로 온라인 음악 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사된 반면, '200만 원 미만' 응답자는 9천만 곡을 이용한 것으로 조사되어 이용량이 상대적으로 적은 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때 P2P, 포털, 웹하드, 토렌트, 모바일 앱 모두 '200~399만 원'에 해당하는 소득층에 의한 온라인 음악 불법복제물 유통이 가장 많았던 것으로 나타났다.

직업별로는 '사무직 종사자'가 약 5억 2천만 곡, '학생'이 약 2억 1천만 곡으로 음악 불법복제물을 많이 이용한 직업층으로 조사되었다. 유통경로별로 구분했을 때 P2P, 포털, 웹하드, 토렌트, 모바일 앱 모두 '사무직 종사자'를 통한 유통량이 가장 많은 것으로 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 '대학생', '중·고등학생', '대학원생' 순으로 음악 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 '대학교 졸업' 응답자의 이용량이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-43 | 응답자 특성별 온라인 음악 불법복제물 유통량

(단위 : 천 곡)

구분		합계	P2P	포털	웹하드	토렌트	모바일 앱	
전체		1,088,032	118,786	193,365	128,828	310,958	336,095	
성별	남성	733,630	99,347	113,201	99,896	238,808	182,378	
	여성	354,399	19,439	80,164	28,931	72,148	153,717	
연령	10대	121,814	4,292	23,717	14,236	19,716	59,854	
	20대	228,237	14,514	41,048	26,322	66,131	80,222	
	30대	324,728	37,324	46,519	36,842	127,282	76,760	
	40대	231,979	36,983	34,207	33,489	65,610	61,690	
	50대	109,938	18,281	24,277	12,478	20,340	34,563	
	60대	71,364	7,396	23,598	5,467	11,894	23,010	
지역	수도권	전체	564,352	61,115	108,967	60,919	147,826	185,525
		서울	232,242	26,294	46,569	14,645	63,675	81,059
		경기/인천	332,109	34,820	62,397	46,274	84,151	104,466
	충청권	130,806	15,184	17,161	13,356	50,569	34,537	
	영남권	269,853	28,176	42,453	38,618	79,985	80,622	
	호남권	93,844	12,268	19,016	8,975	25,975	27,610	
	강원권	29,127	2,039	5,760	6,953	6,588	7,787	
가구 소득	200만원미만	88,490	8,651	18,826	9,775	22,858	28,380	
	200~399만원	398,408	43,479	70,054	48,417	113,103	123,354	
	400~599만원	337,605	37,850	54,601	43,144	94,423	107,587	
	600만원이상	263,533	28,807	49,883	27,492	80,577	76,774	
직업	농/수/축산업	6,737	1,231	2,179	298	101	2,928	
	자영업	74,449	6,741	11,671	8,393	23,703	23,941	
	생산직종사자	126,822	14,642	17,329	15,530	34,117	45,204	
	사무직종사자	516,252	75,032	84,532	64,559	167,202	124,928	
	전업주부	75,033	4,451	22,680	5,184	12,921	29,797	
	학생	207,230	10,765	38,686	27,071	45,089	85,618	
	무직/기타	81,549	5,930	16,297	7,796	27,834	23,693	
학력	재학	중·고등학생	74,134	2,415	12,651	4,392	13,557	41,118
		대학생	129,529	8,288	25,198	22,069	31,153	42,822
		대학원생	3,572	61	837	609	380	1,684
	초등학교 졸업 이하	1,155	114	333	96	0	612	
	중학교 졸업	2,421	8	680	8	116	1,609	
	고등학교 졸업	141,281	19,366	27,719	10,443	25,904	57,849	
	대학교 졸업	625,553	75,401	104,587	71,928	201,525	172,113	
	대학원 졸업	110,383	13,131	21,358	19,279	38,321	18,294	

다음으로 금액을 기준으로 온라인 음악 불법복제물의 시장규모를 살펴보면 ‘남성’이 약 1억 3천만 원으로 ‘여성(3천만 원)’ 보다 온라인상에서 음악 불법복제물의 이용을 위해 지출한 총 금액이 큰 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P와 웹하드 모두 ‘남성’이 지출한 금액이 많은 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’와 ‘40대’가 약 5천만 원으로 음악 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘20대’가 약 3천만 원, ‘50대’가 2천만 원, ‘10대’가 1천만 원, ‘60대’가 8백만 원의 순으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P와 웹하드 모두 ‘30대’와 ‘40대’가 지출한 금액이 가장 많은 것으로 조사되었다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 8천만 원으로 온라인 음악 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 4천만 원, ‘충청권’이 약 2천만 원, ‘호남권’이 약 1천만 원, ‘강원권’이 약 6백만 원의 순으로 나타났다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 약 6천만 원으로 온라인 음악 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘400~599만 원’이 약 5천만 원, ‘600만 원 이상’이 약 4천만 원, ‘200만 원 미만’이 약 천만 원의 순으로 나타났다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 9천만 원, ‘학생’이 약 2천 5백만 원으로 온라인 음악 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 음악 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용 금액이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-44 | 응답자 특성별 온라인 음악 불법복제물 시장규모⁷⁷⁾

(단위 : 백만 원)

구분		합계	P2P	포털	웹하드	토렌트	모바일 앱	
전체		161	77	0	84	0	0	
성별	남성	130	65	0	65	0	0	
	여성	31	13	0	19	0	0	
연령	10대	12	3	0	9	0	0	
	20대	27	9	0	17	0	0	
	30대	48	24	0	24	0	0	
	40대	46	24	0	22	0	0	
	50대	20	12	0	8	0	0	
	60대	8	5	0	4	0	0	
지역	수도권	전체	79	40	0	40	0	0
		서울	27	17	0	10	0	0
		경기/인천	53	23	0	30	0	0
	충청권	충청권	19	10	0	9	0	0
		영남권	43	18	0	25	0	0
		호남권	14	8	0	6	0	0
		강원권	6	1	0	5	0	0
	가구 소득	200만 원 미만	12	6	0	6	0	0
		200~399만 원	60	28	0	31	0	0
400~599만 원		53	25	0	28	0	0	
600만 원 이상		37	19	0	18	0	0	
직업	농/수/축산업	1	1	0	0	0	0	
	자영업	10	4	0	5	0	0	
	생산직 종사자	20	10	0	10	0	0	
	사무직 종사자	91	49	0	42	0	0	
	전업주부	6	3	0	3	0	0	
	학생	25	7	0	18	0	0	
	무직/기타	9	4	0	5	0	0	
학력	재학	중·고등학생	4	2	0	3	0	0
		대학생	20	5	0	14	0	0
		대학원생	0	0	0	0	0	0
	졸업	초등학교 졸업 이하	0	0	0	0	0	0
		중학교 졸업	0	0	0	0	0	0
		고등학교 졸업	19	13	0	7	0	0
		대학교 졸업	96	49	0	47	0	0
대학원 졸업	21	9	0	13	0	0		

77) 포털과 토렌트, 모바일 앱의 경우 불법복제물이 무료로 유통되고 있으므로 금액을 표시하지 않음.
천만 원 단위에서 반올림하여, 총 합계와 세부항목간의 합계가 상이할 수 있음

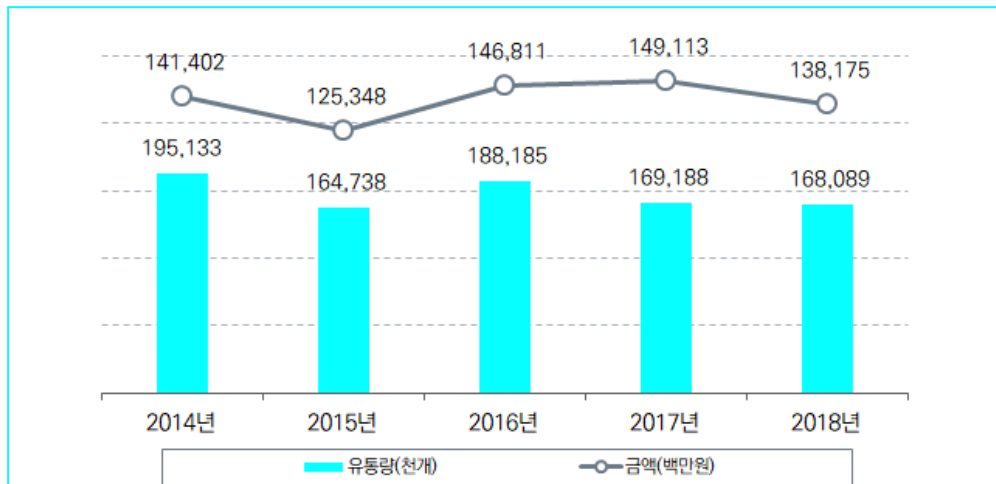
3) 오프라인 음악 불법복제물 시장규모

2018년도의 오프라인 음악 불법복제물 유통량은 약 1억 6천 8백만 곡으로 2017년(1억 6천 9백만 곡) 대비 3.2% 감소하였으며, 2014년 이후 증감을 반복하다 2017년에 이후 감소하는 추세에 있다. 한편 오프라인 음악 불법복제물 시장규모는 약 1,382억 원으로 2017년(1,491억 원) 대비 7.4% 감소하였으며, 2014년 이후 감소하다 2016년부터 증가한 후, 2018년 다시 감소하였다. 오프라인 음악 불법복제물의 유통량은 전체 오프라인 불법복제물 유통량의 82.4%를 차지하고 있다.

표 II-45 | 연도별 오프라인 음악 불법복제물 시장규모

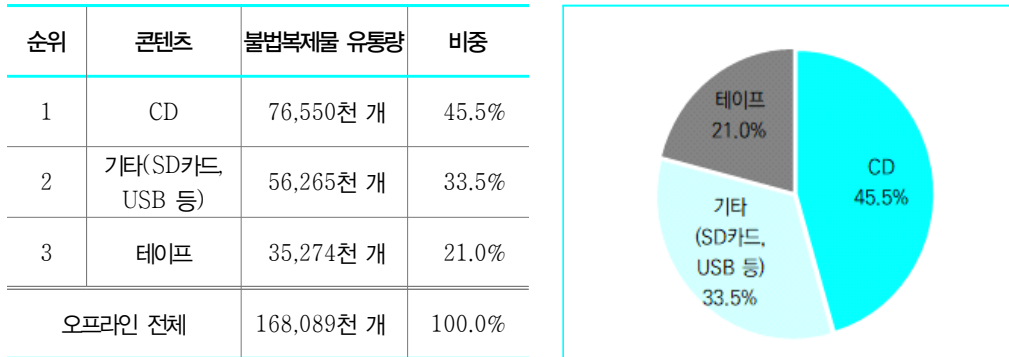
연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	195,133	-	141,402	-
2015년	164,738	-15.6	125,348	-11.4
2016년	188,185	14.2	146,811	17.1
2017년	169,188	-10.1	149,113	1.7
2018년	168,089	-3.2	138,175	-7.4
5년 평균	177,067	-	140,170	-

그림 II-41 | 연도별 오프라인 음악 불법복제물 시장규모



오프라인 음악 불법복제물의 유형별로 유통량을 살펴보면, CD를 통한 유통량이 약 8천만 곡(45.5%)으로 나타났으며, 기타(SD카드, USB 등)를 통한 유통량이 약 6천만 곡(33.5%), 테이프가 약 4천만 곡(21.0%)으로 조사되었다.

그림 II-42 ■ 유형별 오프라인 음악 불법복제물 시장 비중(유통량)



응답자 특성별 오프라인 음악 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 오프라인상에서 유통된 음악 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 음악 불법복제물은 약 1억 곡으로써 ‘여성’(약 7천만 곡) 보다 많은 것으로 나타났다. 한편 불법복제물 유형별로 구분했을 때, CD와 테이프, 기타(SD카드, USB 등) 모두 남성을 통한 유통량이 더 많은 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘50대’가 약 4천만 곡으로 오프라인 음악 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘60대’가 약 3천 6백만 곡, ‘40대’, ‘30대’가 약 3천만 곡, ‘20대’가 약 2천만 곡, ‘10대’가 약 1천만 곡의 오프라인 음악 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 불법복제물 유형별로 구분했을 때, CD는 ‘50대’, 테이프는 ‘60대’, 기타(SD카드, USB 등)는 ‘40대’를 통한 유통량이 가장 많다고 조사되었다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 8천만 곡으로 오프라인 음악 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 4천만 곡, ‘호남권’이 약 2천만 곡, ‘충청권’이 약 1천 5백만 곡 등의 순으로 나타났다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’의 소득층이 약 6천만 곡으로 오프라인 음악 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘200만 원 미만’은 약 2천만 곡으로 이용량이 상대적으로 낮았다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 7천만 곡으로 오프라인 음악 불법복제물을 가장 많이 이용한 직업층으로 조사되었으며, 온라인에서 이용량이 많았던 학생의 이용량은 약 2천만 곡 정도로 오프라인에서는 높지 않은 것으로 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 오프라인 음악 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용량이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-46 | 응답자 특성별 오프라인 음악 불법복제물 유통량⁷⁸⁾

(단위 : 천 곡)

구분		합계	CD	Tape	기타 (SD카드, USB 등)	
전체		168,089	76,550	35,274	56,265	
성별	남성	98,425	44,441	20,506	33,478	
	여성	69,666	32,110	14,768	22,788	
연령	10대	12,653	5,435	2,288	4,929	
	20대	20,480	8,508	4,893	7,079	
	30대	27,521	11,144	5,898	10,479	
	40대	29,776	11,794	4,616	13,365	
	50대	41,200	21,631	8,085	11,484	
	60대	36,449	18,020	9,487	8,942	
지역	수도권	전체	82,405	38,018	17,089	27,299
		서울	41,199	19,481	8,846	12,872
		경기/인천	41,208	18,537	8,244	14,426
	지역	충청권	15,216	6,578	3,304	5,335
		영남권	43,486	21,376	8,990	13,119
		호남권	23,256	8,934	5,211	9,111
		강원권	3,866	1,708	709	1,448
	가구 소득	200만 원 미만	17,090	7,391	4,495	5,204
200~399만 원		58,363	26,730	12,418	19,214	
400~599만 원		47,730	20,963	8,698	18,069	
600만 원 이상		44,909	21,468	9,664	13,776	
직업	농/수/축산업	6,172	2,577	1,976	1,619	
	자영업	16,989	8,646	4,007	4,336	
	생산직 종사자	18,700	8,215	4,238	6,247	
	사무직 종사자	71,506	33,114	13,176	25,215	
	전업주부	20,865	9,661	4,791	6,413	
	학생	22,042	9,182	4,599	8,261	
	무직/기타	11,819	5,156	2,483	4,180	
학력	재학	중·고등학생	8,687	3,288	1,422	3,978
		대학생	12,454	5,573	2,912	3,969
		대학원생	733	256	223	254
	졸업	초등학교 졸업 이하	1,619	407	606	606
		중학교 졸업	1,313	770	179	364
		고등학교 졸업	31,421	15,672	6,722	9,026
		대학교 졸업	95,379	43,130	20,087	32,162
		대학원 졸업	16,525	7,463	3,144	5,917

78) 오프라인 음악 불법복제물 이용에 대해서는 앨범 단위로 조사를 실시하였으나, 온라인 음악 불법복제물과의 비중 비교를 위해 '곡' 단위로 환산하였음(1개 앨범을 10곡으로 가정).

다음으로 금액을 기준으로 오프라인 음악 불법복제물의 시장규모를 살펴보면 ‘남성’이 약 810억 원으로 ‘여성(570억 원)’ 보다 오프라인상에서 음악 불법복제물의 이용을 위해 지출한 총 금액이 큰 것으로 나타났다. 불법복제물 유형별로 보면 CD와 테이프, 기타(SD카드, USB 등) 모두 ‘남성’을 통한 금액 지출이 많은 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘50대’가 약 336억 원으로 오프라인 음악 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘60대’가 약 281억 원, ‘40대’가 약 262억 원, ‘30대’가 약 228억 원 등의 순으로 나타났다. CD는 ‘50대’, 테이프는 ‘60대’, 기타(SD카드, USB 등)는 ‘40대’가 지출한 금액이 가장 많은 것으로 조사되었다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 677억 원으로 오프라인 음악 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’, ‘호남권’, ‘충청권’, ‘강원권’의 순으로 나타났다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 477억 원, ‘400~599만 원’이 405억, ‘600만 원 이상’이 약 364억 원 순으로 오프라인 음악 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사된 반면, ‘200만 원 미만’은 134억 원으로 이용금액이 상대적으로 낮은 집단으로 나타났다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 601억 원으로 오프라인 음악 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 온라인에서 비교적 많은 금액을 지출했던 ‘학생’의 지출 금액은 약 183억 원으로 오프라인에서의 지출 금액은 비교적 높지 않았다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 오프라인 음악 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용금액이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-47 | 응답자 특성별 오프라인 음악 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

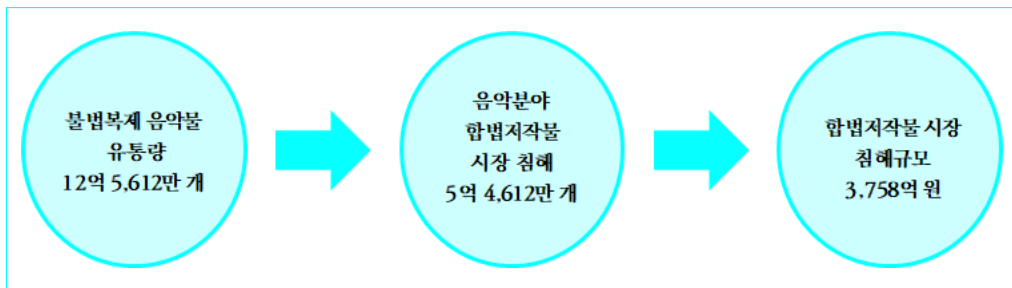
구분		합계	CD	테이프	기타 (SD카드, USB 등)	
전체		138,014	66,598	9,524	61,892	
성별	남성	81,026	38,663	5,537	36,826	
	여성	56,989	27,935	3,987	25,067	
연령	10대	10,769	4,729	618	5,422	
	20대	16,510	7,402	1,321	7,787	
	30대	22,814	9,695	1,593	11,526	
	40대	26,209	10,261	1,246	14,702	
	50대	33,634	18,819	2,183	12,632	
	60대	28,075	15,677	2,561	9,836	
지역	수도권	전체	67,718	33,075	4,614	30,028
		서울	33,496	16,949	2,388	14,159
		경기/인천	34,222	16,128	2,226	15,869
	충청권	12,483	5,723	892	5,868	
	영남권	35,456	18,597	2,427	14,431	
	호남권	19,202	7,773	1,407	10,023	
	강원권	3,271	1,486	191	1,593	
	가구 소득	200만 원 미만	13,368	6,430	1,214	5,725
200~399만 원	47,744	23,255	3,353	21,136		
400~599만 원	40,462	18,238	2,348	19,876		
600만 원 이상	36,441	18,677	2,609	15,154		
직업	농/수/축산업	4,557	2,242	534	1,781	
	자영업	13,373	7,522	1,082	4,770	
	생산직 종사자	15,163	7,147	1,144	6,871	
	사무직 종사자	60,104	28,809	3,558	27,737	
	전업주부	16,753	8,405	1,294	7,055	
	학생	18,317	7,988	1,242	9,087	
	무직/기타	9,754	4,486	671	4,598	
학력	재학	중·고등학생	7,620	2,860	384	4,375
		대학생	10,000	4,848	786	4,365
		대학원생	563	223	60	279
	초등학교 졸업 이하	1,184	354	164	666	
	중학교 졸업	1,119	670	48	400	
	고등학교 졸업	25,378	13,635	1,815	9,929	
	대학교 졸업	78,325	37,523	5,424	35,378	
	대학원 졸업	13,851	6,493	849	6,509	

다. 합법저작물 시장 침해규모(음악)

1) 음악 분야 합법저작물 시장 침해규모

합법저작물 시장의 침해규모도 불법복제물 시장규모와 마찬가지로 양적(침해량), 금액적으로 구분할 수 있다. 먼저 침해량은 구입 또는 이용한 불법복제물로 인하여 실제로 구매 또는 이용하지 않게 된 합법저작물의 개수를 의미한다. 이러한 침해량에 정품가격을 곱하여 산출한 것이 침해금액이다. 이하에서는 합법저작물 시장 침해규모를 침해량과 금액으로 구분하여 분석한다. 침해량 분석을 통해 침해규모에 대한 정량적 추이를 살펴볼 수 있으며, 침해금액 분석을 통해 최종수요의 상실로 인한 콘텐츠산업의 직접적(1차적) 경제적 손실규모를 추정할 수 있다.

그림 II-43 | 음악 불법복제물 유통으로 인한 합법저작물 시장 침해규모



앞서 언급한 대로 음악 불법복제물 시장규모는 약 1,382억 원으로 나타났으며, 이러한 불법복제물로 인해 침해받는 합법저작물 시장의 규모는 약 3,758억 원으로 추정할 수 있다. 이 수치는 Part2의 제1장 ‘합법저작물 시장 침해규모 산출식’에서 밝힌 계산식을 바탕으로 산출한 결과이다. 불법복제물과 합법저작물 간의 유통단가 차이로 인해 음악 분야 합법저작물 시장 침해규모는 불법복제물 시장의 약 2.7배 가량 큰 규모로 형성되어 있다. 음악 분야 합법저작물 시장 침해규모는 전체(음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야) 합법저작물 시장 침해규모의 15.1%에 해당한다.

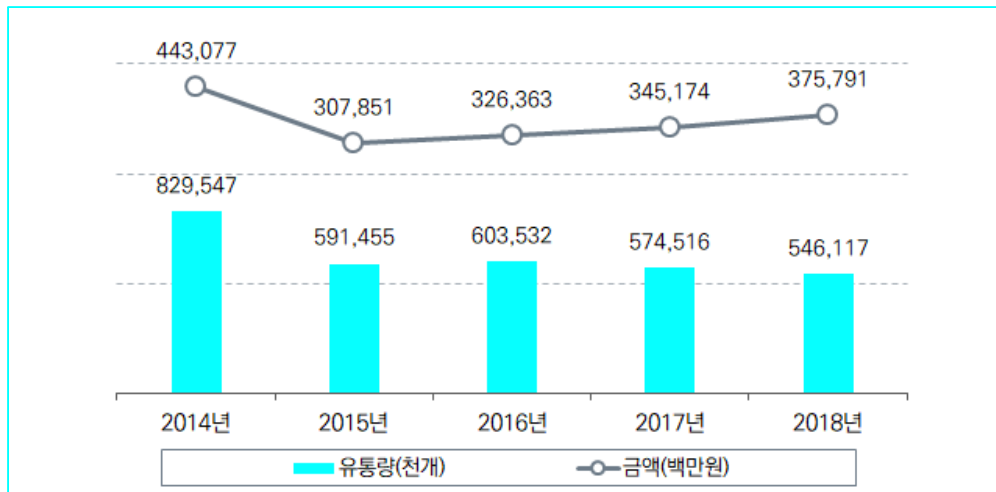
세부적으로 살펴보면, 2018년 한 해 동안의 음악 불법복제물 침해량은 약 5억 4,612만 곡으로 전년(약 5억 7,452만 곡) 대비 4.9% 감소하였으며, 2014년(8억 2,955만 곡) 대비 2억 834만 곡 감소한 것으로 나타났다. 음악 합법저작물의 침해량은 전체 합법저작

물 침해량의 60.3%를 차지하고 있다. 이 침해량에 음악 합법저작물 유통가격을 적용하여 산출한 시장규모는 총 3,758억 원으로 전년(3,452억 원) 대비 8.9% 증가하였으며, 2014년(4,431억 원) 대비 673억 원 감소했다.

표 II-48 ■ 연도별 합법저작물 시장 침해규모(음악 분야)

연도	침해량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	829,547	-	443,077	-
2015년	591,455	-28.7	307,851	-30.5
2016년	603,532	2.0	326,363	6.0
2017년	574,516	-4.8	345,174	5.8
2018년	546,117	-4.9	375,791	8.9
5년 평균	629,033	-	359,651	-

그림 II-44 ■ 연도별 합법저작물 시장 침해규모(음악 분야)

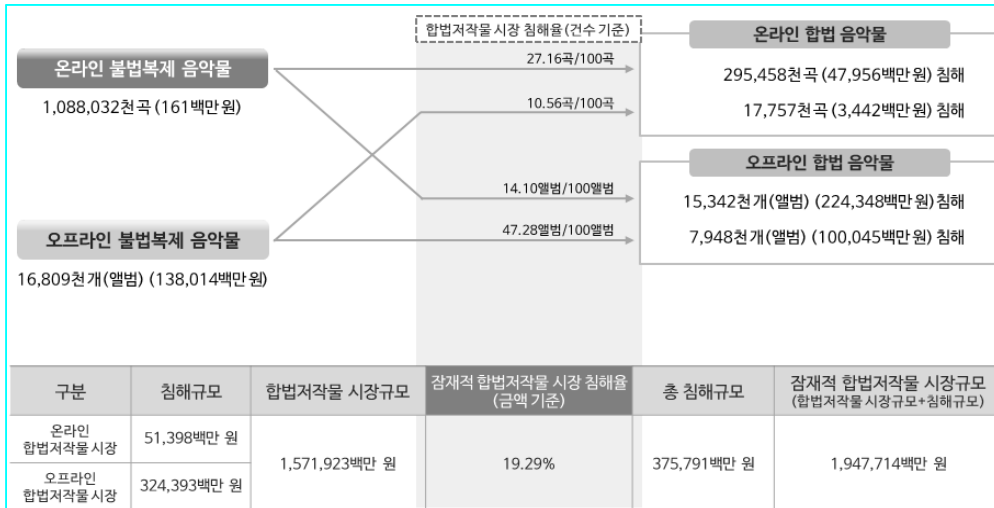


음악 불법복제물이 합법저작물 시장을 침해하는 비율(합법저작물 시장 침해율(건수 기준))⁷⁹⁾을 살펴보면, 온라인 음악 불법복제물은 이용한 100곡 중 27.16곡이 온라인 합법저작물(디지털 음원)을 침해하고 있으며, 100개 앨범 중 14.10개 앨범이 오프라인 합

79) '합법저작물 시장 침해율(건수 기준)'은 이용자가 실제로 구입 또는 이용한 불법복제물 중 합법저작물을 구입할 의사가 있었던 것에 대한 비율로써, 불법복제물의 비율을 100으로 환산하여 제시한 것임(이하, 동일).

법저작물을 침해⁸⁰⁾하고 있다. 오프라인 음악 불법복제물은 구입한 100곡 중 10.56곡이 온라인 합법저작물을 침해하고 있으며, 100개 앨범 중 47.28개 앨범의 비율로 오프라인 합법저작물을 침해하고 있다.

그림 II-45 ■ 음악 불법복제물 시장의 합법저작물 시장 침해 현황



※ 음악 합법저작물 시장규모는 '2018 콘텐츠산업 통계조사'(문화체육관광부, 2019)를 참조함.

※ 합법저작물 시장 침해율(건수) = 침해된 합법저작물 콘텐츠 수 / 불법복제물 이용 콘텐츠 수
 ※ 잠재적 합법저작물 시장 침해율(금액) = 침해규모 / 잠재적 합법저작물 시장규모

2) 음악 분야 온·오프라인 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모

음악 콘텐츠의 온·오프라인 합법저작물 시장은 온라인 음악 불법복제물에 의해 침해되기도 하며, 오프라인 음악 불법복제물에 의해 침해되기도 한다. 불법복제물의 유통경로에 따라 합법저작물 시장의 침해규모를 살펴보면, 온라인 불법복제물 유통경로로 인한 합법저작물 시장 침해규모는 2,723억 원, 오프라인 불법복제물 유통경로로 인한 합법저작물 시장 침해규모는 1,035억 원으로 나타났다. 비중으로 보면 온라인 불법복제물 유통경로로 인한 침해규모는 72.5%를 차지하고 있으며, 오프라인 불법복제물 유통경로로 인한 침해규모는 27.5%로 나타났다.

80) 10곡을 1개 앨범으로 환산한 것임.

표 II-49 | 온·오프라인 불법복제물 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모(음악)

(단위 : 백만 원, %)

구분	온라인 음악 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모	오프라인 음악 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모	합계
금액	272,304	103,487	375,791
비율	72.5	27.5	100.0

3) 음악 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율

가) 합법저작물 시장규모⁸¹⁾

합법저작물 시장의 침해규모와 합법저작물 시장규모를 비교해 보면 음악의 경우, 합법저작물 시장 침해규모는 3,758억 원으로 합법저작물 시장규모 1조 5,719억 원보다 작게 형성되어 있으며, 합법저작물 시장규모는 2013년부터 꾸준히 증가세를 보여 왔다.

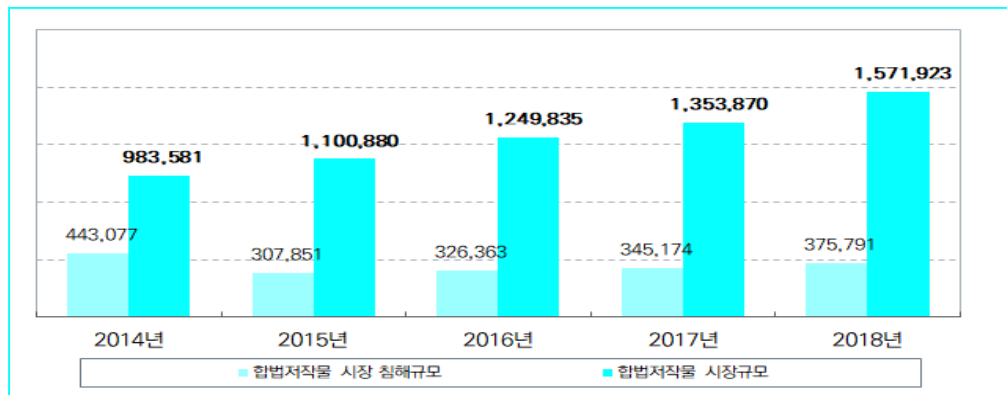
표 II-50 | 연도별 합법저작물 시장규모(음악)

(단위 : 백만 원, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
음악 합법저작물 시장규모	983,581	1,100,880	1,249,835	1,353,870	1,571,923
증감률	14.2	11.9	13.5	8.3	16.1

그림 II-46 | 연도별 음악 합법저작물 시장 침해규모 및 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원)



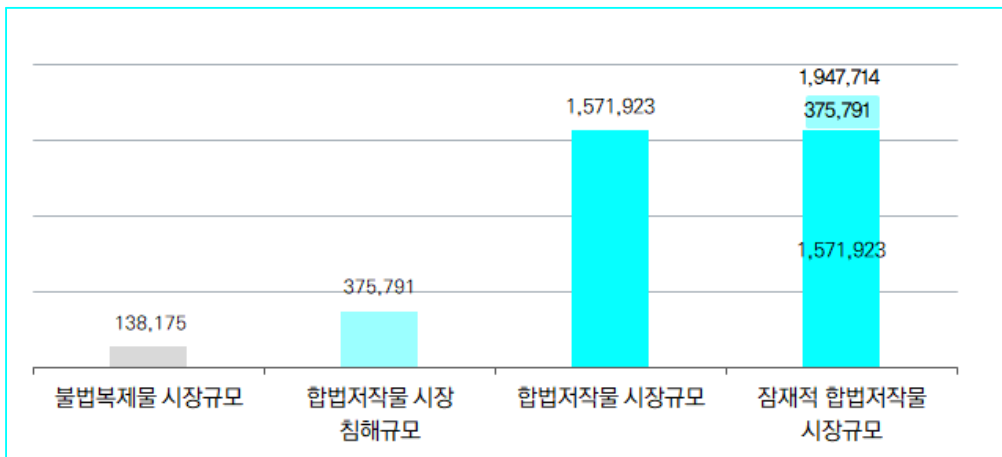
81) 본 보고서에 사용된 합법저작물 시장규모는 현 시점에서 각 콘텐츠의 통계 출처별로 2018년도 매출액이 집계되지 않아 '2018 콘텐츠산업 통계조사'(문화체육관광부, 2019)의 2018년도 시장규모를 기준으로 사용함.

나) 잠재적 합법저작물 시장규모⁸²⁾

합법저작물 시장 침해규모와 합법저작물 시장규모를 합산하면 침해가 일어나지 않았을 경우 원래 형성되었어야 할 잠재적 합법저작물 시장규모를 추정할 수 있다. 음악 불법복제물 근절 시 약 3,758억 원 가량의 합법저작물 시장을 추가적으로 창출할 수 있다. 여기에 현재의 합법저작물 시장규모 1조 5,719억 원을 합산하면 잠재적 합법저작물 시장규모는 약 1조 9,477억 원으로 추정된다.

그림 II-47 ■ 음악 분야 잠재적 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원)



82) '잠재적 합법저작물 시장규모'란 합법저작물 시장규모와 합법저작물 시장 침해규모를 합산한 것으로 불법복제물이 존재하지 않았을 경우 합법저작물을 이용하였을 것으로 예상되는 전체 시장규모를 말함. 즉, 불법복제물이 침해를 유발시키지 않았을 경우 원래 형성되었어야 할 합법저작물 시장규모를 의미함.

다) 잠재적 합법저작물 시장 침해율⁸³⁾

‘잠재적 합법저작물 시장 침해율’이란 잠재적 합법저작물 시장규모에서 차지하는 합법저작물 시장 침해규모에 대한 비율로써, 2018년 음악 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율은 19.3%로 조사되었다. 이는 2017년 잠재적 합법저작물 시장 침해율(20.3%)과 비교하였을 때 약 1.0%p 낮아진 수치이며, 2014년 잠재적 합법저작물 시장 침해율(31.1%)과 비교하였을 때는 11.8%p 낮아진 수치로, 지속적으로 저작권 보호 환경이 개선되고 있음을 나타내는 것으로 볼 수 있다.

표 II-51 | 음악 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율

구분	합법저작물 시장규모(A)	합법저작물 시장 침해규모(B)	잠재적 합법저작물 시장규모(C=A+B)	잠재적 합법저작물 시장 침해율(%) (B/C)
2014년	9,836억 원	4,431억 원	1조4,267억 원	31.1%
2015년	11,009억 원	3,079억 원	1조4,087억 원	21.9%
2016년	12,498억 원	3,264억 원	1조5,761억 원	20.7%
2017년	13,539억 원	3,452억 원	1조6,990억 원	20.3%
2018년	15,719억 원	3,758억 원	1조9,477억 원	19.3%

83) ‘잠재적 합법저작물 시장 침해율(금액 기준)’은 합법저작물 시장 침해규모 대비 잠재적 합법저작물 시장규모의 비율로써, 잠재적 합법저작물 시장규모 중 불법복제물로 인해 이용하지 않게 된 합법저작물 시장규모의 비율을 의미함. 예를 들어, 잠재적 합법저작물 시장 침해율이 80%라고 할 경우, 이는 원래 형성되었어야 할 잠재적 합법저작물 시장규모 중 80%에 해당하는 금액의 피해가 발생하였음을 의미함.

2. 영화

가. 영화 불법복제물 이용경험

1) 유통경로별 영화 불법복제물 이용경험

2018년 한 해 동안의 영화 불법복제물 이용경험을 살펴보면 우리나라 만 13~69세 인구의 22.8%인 약 931만 명이 영화 불법복제물을 이용한 경험이 있는 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해서 보면 온라인상의 영화 불법복제물 이용경험은 21.7%로 나타났으며 약 886만 명이 온라인에서 영화 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 한편 오프라인상의 영화 불법복제물 경험률은 3.8%로 나타났으며 약 156만 명이 오프라인에서 영화 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다.

표 II-52 | 전체 영화 불법복제물 경험률

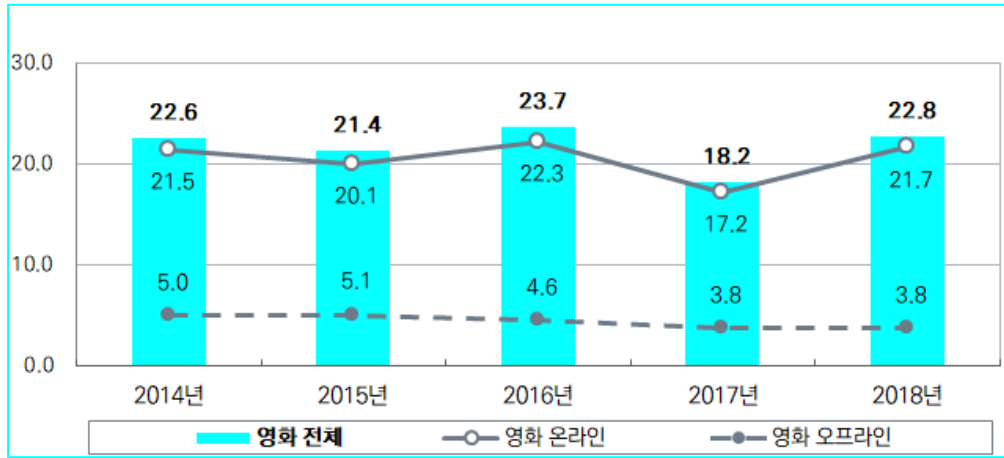
(단위 : %, 천 명)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
온라인	21.5	20.1	22.3	17.2	21.7
이용인구	8,151	7,744	8,877	7,068	8,856
오프라인	5.0	5.1	4.6	3.8	3.8
이용인구	1,880	1,982	1,837	1,544	1,563
전체	22.6	21.4	23.7	18.2	22.8
이용인구	8,554	8,245	9,453	7,463	9,313

영화 불법복제물 경험률(22.8%)은 전년 대비 4.6%p 증가하였으며 2014년 이후 증감을 반복하고 있다. 온라인 영화 불법복제물의 경험률(21.7%) 역시 전년 대비 4.5%p 증가하였다. 오프라인 영화 불법복제물의 경험률(3.8%)은 전년과 동일하게 나타났으며, 2015년 소폭 증가 후 2016년부터 꾸준히 감소하고 있다.

그림 II-48 | 연도별 영화 불법복제물 경험률 추이

(단위 : %)



콘텐츠별로 비교해 보면 영화(22.8%) 분야의 불법복제물 경험률은 다른 음악(21.8%), 방송(19.8%), 출판(7.9%), 게임(7.5%) 보다 높은 것으로 조사되었다. 온·오프라인 경로별로 구분해서 보면 온라인(21.7%)은 가장 높은 수준이며 오프라인(3.8%)은 세 번째로 높은 수준인 것으로 나타났다.

표 II-53 | 영화 불법복제물 경험률 비교

(단위 : %)

구분		2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
음악	온라인	22.2	17.9	20.3	16.6	19.6
	오프라인	6.8	5.7	6.0	3.6	5.5
	전체	24.7	19.6	21.9	18.6	21.8
영화	온라인	21.5	20.1	22.3	17.2	21.7
	오프라인	5.0	5.1	4.6	3.8	3.8
	전체	22.6	21.4	23.7	18.2	22.8
방송	온라인	16.0	18.8	21.4	20.8	18.7
	오프라인	3.0	3.1	3.6	3.0	3.0
	전체	16.6	19.6	22.7	21.8	19.8
출판	온라인	5.1	4.8	4.7	4.4	5.4
	오프라인	3.9	4.5	4.8	4.1	4.4
	전체	6.9	6.8	7.5	6.3	7.9
게임	온라인	7.2	7.5	7.1	6.5	6.5
	오프라인	2.8	1.9	1.9	1.9	1.9
	전체	7.8	8.2	8.3	7.2	7.5

2) 응답자 특성별 영화 불법복제물 이용경험

영화 불법복제물을 이용하는 층은 다양한 연령, 지역, 소득, 직업 등에 걸쳐 분포되어 있으며, 각 요인별로 불법복제물 경험률에 차이를 보인다. 이하에서는 영화 불법복제물 이용에 영향을 미치는 6가지 요인(성, 연령, 지역, 소득, 직업, 학력)을 중심으로 살펴보았다.

먼저 성별을 기준으로 살펴보면 2018년 한 해 동안 ‘남성’의 26.5%, ‘여성’의 18.8%가 영화 불법복제물을 이용한 경험이 있다고 조사되었다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 ‘남성’의 25.5%, ‘여성’의 17.7%가 영화 불법복제물을 이용한 경험이 있었으며, 오프라인의 경우는 ‘남성’의 4.1%, ‘여성’의 3.5%가 이용경험이 있다고 응답했다.

연령별 영화 불법복제물 경험률은 ‘30대’가 29.3%로 가장 높게 조사되었으며, ‘20대’가 28.4%, ‘40대’가 24.8%, ‘10대’가 23.7%, ‘50대’가 18.0%, ‘60대’가 10.8%의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 ‘30대’가 28.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘20대’가 27.3%, ‘40대’가 23.7%, ‘10대’가 22.4%, ‘50대’가 16.6%, ‘60대’가 10.3%의 순으로 나타났다. 오프라인의 경우는 ‘10대’, ‘20대’, ‘30대’가 4.6%로 가장 높게 나타났으며, ‘40대’가 3.5%, ‘50대’가 3.4%, ‘60대’가 2.5%로 나타났다.

지역별 영화 불법복제물 경험률은 ‘수도권’이 23.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘호남권’이 22.4%, ‘영남권’이 22.0%, ‘충청권’이 21.8%, ‘강원권’이 20.6%의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인은 수도권(22.5%), 오프라인은 호남권(4.3%)에서 영화 불법복제물 경험률이 가장 높게 나타났다.

가구소득별 영화 불법복제물 경험률은 ‘200~399만 원’의 소득층이 24.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘400~599만 원’이 23.4%, ‘600만 원 이상’이 21.2%, ‘200만 원 미만’이 20.3%의 순으로 조사되었다.

직업별 영화 불법복제물 경험률은 ‘학생’이 26.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘사무직 종사자’가 24.8%, ‘생산직 종사자’가 23.6%, ‘자영업’이 21.2%, ‘무직/기타’ 19.1%, ‘농/수/축산업’이 15.1%, ‘전업주부’가 14.8%의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구

분해보면 온라인의 경우 ‘학생’ 집단이 25.7%로 영화 불법복제물의 경험률이 가장 높게 나타났으며 오프라인은 ‘농/수/축산업’ 집단이 6.2%로 가장 높았다.

학력별 영화 불법복제물 경험률은 재학생의 경우 ‘대학원생’(30.3%)과 ‘대학생’(29.5%)이 ‘중고등학생’(22.7%)보다 상대적으로 높았다. 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’이 23.8%로 영화 불법복제물의 경험률이 가장 높게 조사되었으며, ‘대학원 졸업’이 23.1%, ‘고등학교 졸업’이 17.7%, ‘중학교 졸업’이 7.2%, ‘초등학교 졸업 이하’가 1.9%의 순으로 나타났다.

표 II-54 | 응답자 특성별 영화 불법복제물 경험률

(단위 : %)

구분		전체	온라인	오프라인	
전체		22.8	21.7	3.8	
성별	남성	26.5	25.5	4.1	
	여성	18.8	17.7	3.5	
연령	10대	23.7	22.4	4.6	
	20대	28.4	27.3	4.6	
	30대	29.3	28.3	4.6	
	40대	24.8	23.7	3.5	
	50대	18.0	16.6	3.4	
	60대	10.8	10.3	2.5	
지역	수도권	전체	23.5	22.5	4.0
		서울	24.9	23.7	5.2
		경기/인천	22.7	21.8	3.2
	충청권	21.8	20.9	3.2	
	영남권	22.0	20.8	3.6	
	호남권	22.4	21.0	4.3	
	강원권	20.6	19.5	3.7	
	가구 소득	200만 원 미만	20.3	19.3	4.0
200~399만 원	24.0	22.8	3.9		
400~599만 원	23.4	22.4	3.8		
600만 원 이상	21.2	20.1	3.8		
직업	농/수/축산업	15.1	14.2	6.2	
	자영업	21.2	20.2	3.1	
	생산직 종사자	23.6	22.6	3.9	
	사무직 종사자	24.8	23.6	4.3	
	전업주부	14.8	13.6	3.1	
	학생	26.9	25.7	4.5	
	무직/기타	19.1	18.6	1.8	
학력	재학	중 고등학생	22.7	21.3	4.8
		대학생	29.5	28.3	4.5
		대학원생	30.3	30.0	2.5
	초등학교 졸업 이하	1.9	1.7	0.0	
	중학교 졸업	7.2	6.6	1.3	
	고등학교 졸업	17.7	16.7	3.3	
	대학교 졸업	23.8	22.7	4.0	
	대학원 졸업	23.1	22.1	3.5	

나. 영화 불법복제물 시장규모

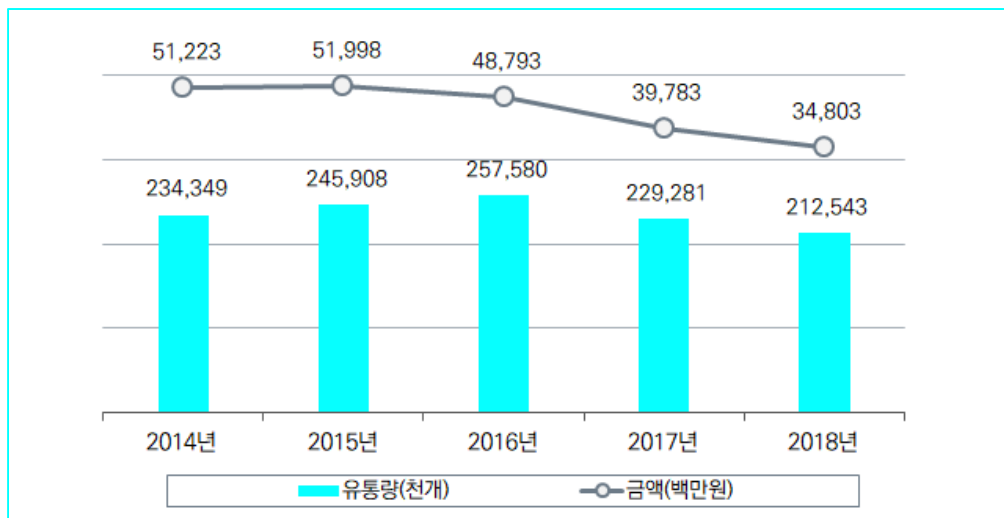
1) 전체 영화 불법복제물 시장규모

2018년도 영화 불법복제물의 유통량은 약 2억 1천만 개로 전년(2억 3천만 개) 대비 7.3% 감소하였다. 영화 불법복제물의 유통량은 전체(음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야) 불법복제물 유통량의 10.8%를 차지하고 있으며, 최근 5년간 연간 평균 유통량은 약 2억 4천만 개로 나타났다. 한편 영화 불법복제물 유통량에 불법복제물 단가를 적용하여 산출한 불법복제물 시장규모는 약 348억 원으로 전년(398억 원) 대비 12.5% 감소한 것으로 나타났다.

표 II-55 ■ 연도별 영화 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	234,349	-	51,223	-
2015년	245,908	4.9	51,998	1.5
2016년	257,580	4.7	48,793	-6.2
2017년	229,281	-11.0	39,783	-18.5
2018년	212,543	-7.3	34,803	-12.5
5년 평균	235,932	-	45,320	-

그림 II-49 ■ 연도별 영화 불법복제물 시장규모



먼저 유통량 기준으로 온·오프라인 유통경로별 비중을 살펴보면, 2018년 한 해 동안 온라인상에서 2억 개, 오프라인상에서 1천만 개로 총 2억 1천만 개의 영화 불법복제물이 유통된 것으로 조사되었다. 온라인 유통비율은 94.7%로 오프라인 유통비율인 5.3%보다 약 17.9배 정도 높았다.

한편 금액 기준으로 온·오프라인 유통경로별 비중을 살펴보면, 온라인의 경우 123억 원, 오프라인은 225억 원으로 총 348억 원의 규모로 불법복제물 시장이 형성되어 있다는 것을 알 수 있다. 비율로 보면 온라인 시장은 35.3%, 오프라인 시장은 64.7%로 나타나 오프라인이 온라인 시장 비율보다 약 1.8배 정도 높은 것으로 나타났다.

그림 II-50 ■ 유통경로별 영화 불법복제물 시장 비중

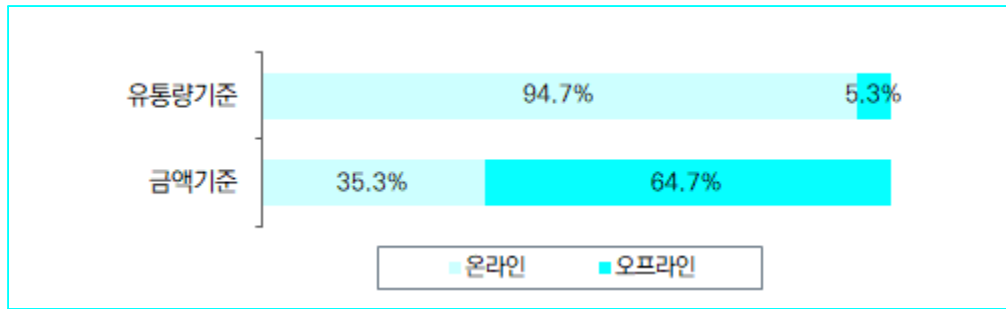


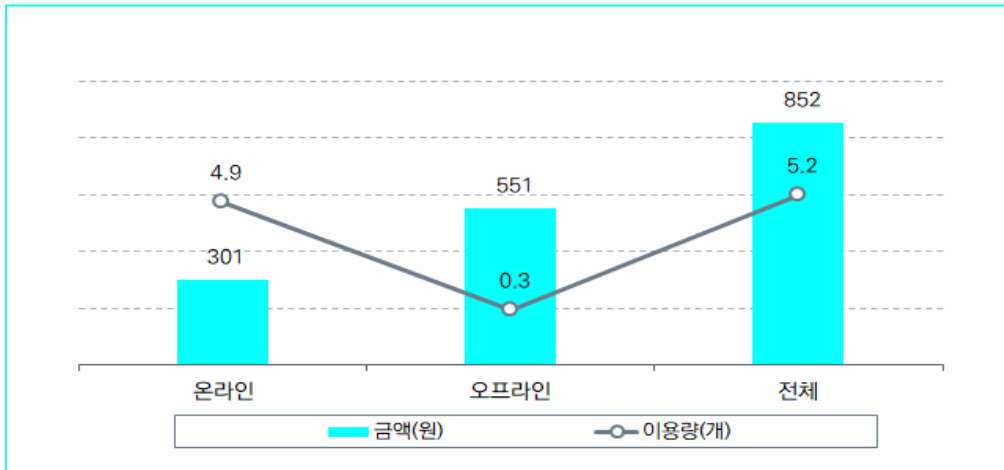
그림 II-51 ■ 전체 영화 불법복제물 시장규모

기준	온라인			오프라인		비율	합계	비고
	건수	금액	비율	건수	금액			
건수 기준	201,281천 편		94.70%	11,263천 편		5.30%	212,543천 건	1인당 월 평균 0.43건을 불법 다운로드 또는 이용 불법복제 영화를 이용자 1인당 월 평균 1.90건 이용
금액 기준		12,278백만 원	35.28%		22,526백만 원	64.72%	34,803백만 원	1인당 월 평균 불법복제 영화를 소비에 약 71원 지출 불법복제 영화를 이용자 1인당 월 평균 약 311원 지출

※ 만 13세~69세 인구수 : 40,845,312명
 ※ 만 13세~69세 불법복제 영화물 이용자수 : 9,312,731명

한편, 2018년 한 해 동안 우리나라 만 13~69세 인구 1인당 평균 5.2개(월 평균 0.43개)의 영화 불법복제물을 구입 또는 이용했으며, 유통경로별로 구분했을 때 온라인에서 4.9개, 오프라인에서 0.3개를 이용한 것으로 나타났다. 이를 금액으로 환산 시 약 852원(월 평균 71원)을 매달 영화 불법복제물 소비에 사용하였으며, 온라인에서 301원, 오프라인에서 551원을 지출한 것으로 볼 수 있다.

그림 II-52 ■ 1인당 1년 평균 영화 불법복제물 유통량 및 지출액



응답자 특성별 영화 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 유통된 영화 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 불법복제물은 약 1억 4천만 개로써 ‘여성(7천만 개)’ 보다 많은 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때, 온라인에서는 ‘남성’이 약 1억 3천만 개, ‘여성’이 약 7천만 개의 영화 불법복제물을 이용한 것으로 드러났다. 한편 오프라인에서는 ‘남성’이 약 7백만 개, ‘여성’이 약 5백만 개의 영화 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’가 약 5,491만 개의 영화 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었으며, ‘40대’가 4,927만 개, ‘20대’가 4,846만 개, ‘50대’가 2,933만 개, ‘10대’가 1,831만 개, ‘60대’가 1,226만 개의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 온라인에서는 ‘30대’가 약 5,245만 개로 가장 높게 나타났고, 오프라인 역시 ‘30대’가 약 2백 5십만 개로 영화 불법복제물을 가장 많이 이용한 연령대로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’에서 약 1억 2천만 개로 영화 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 5천 2백만 개, ‘호남권’이 2천 2백만 개, ‘충청권’이 1천 9백만 개 ‘강원권’이 4백만 개의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 온라인과 오프라인 모두 ‘수도권’에서 영화 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 약 8천 4백만 개로 영화 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘400~599만 원’이 약 6천 2백만 개, ‘600만 원 이상’이 약 4천 7백만 개, ‘200만 원 미만’이 약 2천만 개의 순으로 나타났다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 9천 9백만 개, ‘학생’이 4천 1백만 개를 이용한 것으로 나타나 영화 불법복제물의 핵심 이용집단으로 분류되었다. 반면, ‘농/수/축산업 종사자’의 이용량은 2백만 개 가량으로 타 직업 대비 이용량이 가장 낮게 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 영화 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용량이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-56 I 응답자 특성별 영화 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분		전체	온라인	오프라인	
전체		212,543	201,281	11,263	
성별	남성	140,633	133,905	6,728	
	여성	71,910	67,375	4,534	
연령	10대	18,309	17,111	1,198	
	20대	48,463	46,117	2,346	
	30대	54,910	52,446	2,464	
	40대	49,271	47,092	2,180	
	50대	29,333	27,413	1,920	
	60대	12,264	11,108	1,155	
지역	수도권	전체	115,819	109,844	5,975
		서울	46,255	43,412	2,843
		경기/인천	69,549	66,432	3,117
	충청권	18,796	17,829	967	
	영남권	51,764	49,084	2,680	
	호남권	21,769	20,378	1,391	
강원권	4,401	4,137	264		
가구 소득	200만 원 미만	19,614	18,435	1,178	
	200~399만 원	84,071	79,870	4,201	
	400~599만 원	61,710	58,641	3,069	
	600만 원 이상	47,149	44,334	2,815	
직업	농/수/축산업	1,566	1,393	174	
	자영업	16,219	15,430	789	
	생산직 종사자	22,963	21,715	1,249	
	사무직 종사자	99,397	94,134	5,263	
	전업주부	14,442	13,279	1,163	
	학생	41,368	39,203	2,165	
	무직/기타	16,613	16,134	478	
학력	재학	중·고등학생	11,183	10,353	831
		대학생	25,918	24,605	1,312
		대학원생	4,262	4,238	24
	초등학교 졸업 이하	38	38	0	
	중학교 졸업	690	657	33	
	고등학교 졸업	28,852	27,083	1,770	
	대학교 졸업	118,163	111,873	6,290	
	대학원 졸업	23,430	22,425	1,005	

다음으로 금액을 기준으로 영화 불법복제물 시장규모를 살펴보면 ‘남성’이 약 230억 원으로 ‘여성(118억 원)’ 보다 영화 불법복제물 이용을 위해 지출한 총 금액이 큰 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때, 먼저 온라인에서는 ‘남성’이 약 96억 원, ‘여성’이 약 27억 원을 영화 불법복제물 이용에 지출했으며, 오프라인에서는 ‘남성’이 약 135억 원, ‘여성’이 약 91억 원을 지출한 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’가 약 82억 원으로 영화 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘40대’가 약 81억 원, ‘20대’가 약 67억 원, ‘50대’가 약 58억 원의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 온라인은 ‘40대’가 37억으로 가장 높은 반면, 오프라인에서는 ‘30대’가 49억 원으로 영화 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 연령대로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’에서 약 188억 원으로 영화 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 다음으로 ‘영남권’이 약 83억 원, ‘호남권’이 약 40억 원, ‘충청권’이 약 30억 원, ‘강원권’이 약 7억 원의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때에도 ‘수도권’이 영화 불법복제물 이용을 위해 가장 많은 금액을 지출한 지역으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’ 소득층이 약 135억 원으로 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사된 반면, ‘200만 원 미만’의 경우는 약 33억 원을 지출한 것으로 나타나 영화 불법복제물 이용금액이 상대적으로 적은 것으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 173억 원으로 영화 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 그 다음으로 ‘학생’이 약 57억 원으로 지출 금액이 큰 것으로 나타났다. 반면, ‘농/수/축산업 종사자’는 약 4억 원으로 이용금액이 타 직업 대비 상대적으로 적은 것으로 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 영화 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용금액이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-57 | 응답자 특성별 영화 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

구분		전체	온라인	오프라인	
전체		34,803	12,278	22,526	
성별	남성	23,038	9,582	13,456	
	여성	11,764	2,696	9,068	
연령	10대	2,899	503	2,396	
	20대	6,700	2,008	4,692	
	30대	8,150	3,221	4,929	
	40대	8,062	3,703	4,359	
	50대	5,782	1,943	3,839	
	60대	3,211	900	2,311	
지역	수도권	전체	18,771	6,821	11,950
		서울	8,205	2,518	5,686
		경기/인천	10,536	4,303	6,233
	충청권	3,019	1,085	1,935	
	영남권	8,279	2,919	5,360	
	호남권	4,013	1,232	2,781	
	강원권	749	220	529	
	가구 소득	200만 원 미만	3,286	929	2,357
200~399만 원		13,472	5,070	8,402	
400~599만 원		9,744	3,607	6,137	
600만 원 이상		8,302	2,672	5,630	
직업	농/수/축산업	406	59	347	
	자영업	2,740	1,162	1,578	
	생산직 종사자	3,900	1,402	2,498	
	사무직 종사자	17,331	6,805	10,526	
	전업주부	2,918	592	2,326	
	학생	5,667	1,338	4,329	
	무직/기타	1,877	920	957	
학력	재학	중 고등학생	1,963	302	1,661
		대학생	3,575	951	2,625
		대학원생	133	85	49
	초등학교 졸업 이하	0	0	0	
	중학교 졸업	116	50	65	
	고등학교 졸업	5,150	1,610	3,539	
	대학교 졸업	20,059	7,479	12,580	
	대학원 졸업	3,810	1,801	2,009	

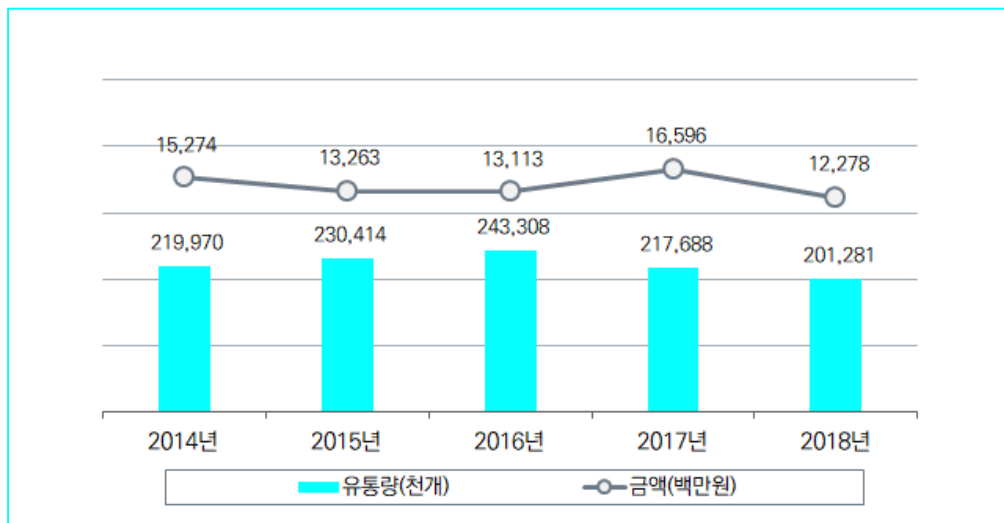
2) 온라인 영화 불법복제물 시장규모

2018년도의 온라인 영화 불법복제물 유통량은 약 2억 만 개로 2017년(2억 2천만 개) 대비 7.5% 감소하였으며, 2014년(2억 2천만 개)과 비교해 보면 2천만 개 가량 감소한 것으로 나타났다. 온라인 영화 불법복제물의 유통량은 2014년 이후 증가하다 2017년부터 감소하고 있다. 한편 불법복제물 시장규모는 약 123억 원으로 2017년(166억 원) 대비 26.0% 감소하였으며, 2014년(153억 원) 대비 약 30억 원 감소한 것으로 나타났다. 온라인 영화 불법복제물의 유통량은 전체 온라인 불법복제물 유통량의 11.4%를 차지하고 있다.

표 II-58 | 연도별 온라인 영화 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	219,970	-	15,274	-
2015년	230,414	4.7	13,263	-13.2
2016년	243,308	5.6	13,113	-1.1
2017년	217,688	-10.5	16,596	26.6
2018년	201,281	-7.5	12,278	-26.0
5년 평균	222,532	-	14,105	-

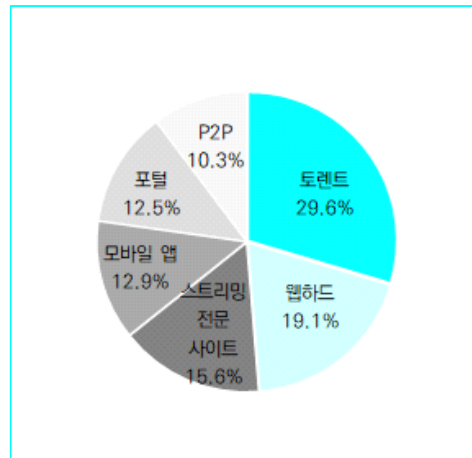
그림 II-53 | 연도별 온라인 영화 불법복제물 시장규모



온라인 영화 불법복제물 유통량을 유통경로별로 살펴보면 ‘토렌트’를 통한 유통량이 약 6천만 개(29.6%)로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘웹하드’가 약 3천 8백만 개(19.1%), ‘스트리밍 전문 사이트’가 약 3천 1백만 개(15.6%), ‘모바일 앱’이 약 2천 6백만 개(12.9%), ‘포털’이 약 2천 5백만 개(12.5%), ‘P2P’가 약 2천 1백만 개(10.3%)의 순으로 나타났다.

그림 II-54 ■ 온라인 유통경로별 영화 불법복제물 시장 비중(유통량)

순위	유통경로	불법복제물 유통량	비중
1	토렌트	59,548천 개	29.6%
2	웹하드	38,458천 개	19.1%
3	스트리밍 전문 사이트	31,342천 개	15.6%
4	모바일 앱	25,991천 개	12.9%
5	포털	25,082천 개	12.5%
6	P2P	20,860천 개	10.3%
온라인 전체		201,281천 개	100.0%



연도별로 온라인 영화 불법복제물 유통경로별 시장 비중을 살펴보면, 2016년까지는 토렌트의 시장 비중이 30% 내외로 가장 높았으며, 2017년에는 웹하드와 토렌트의 온라인 시장 비중이 23% 내외로 비슷한 수준으로 높게 나타났다. 2018년에는 다시 토렌트의 시장 비중이 약 30%로 가장 높게 나타났으며, 2014년부터 추가된 모바일 앱 경로와 2015년에 추가된 스트리밍 전문 사이트 경로의 시장 비중이 각각 12.9%와 15.6%로 웹하드 및 토렌트에 비해 낮은 편이지만 점차 증가하는 추세이다⁸⁴⁾.

84) 온라인 유통경로 중 토렌트는 2011년, 모바일 앱은 2014년, 스트리밍 전문 사이트는 2015년에 신규로 추가되어 연도별 유통경로별 시장 비중 결과 해석 시 주의해야 함.

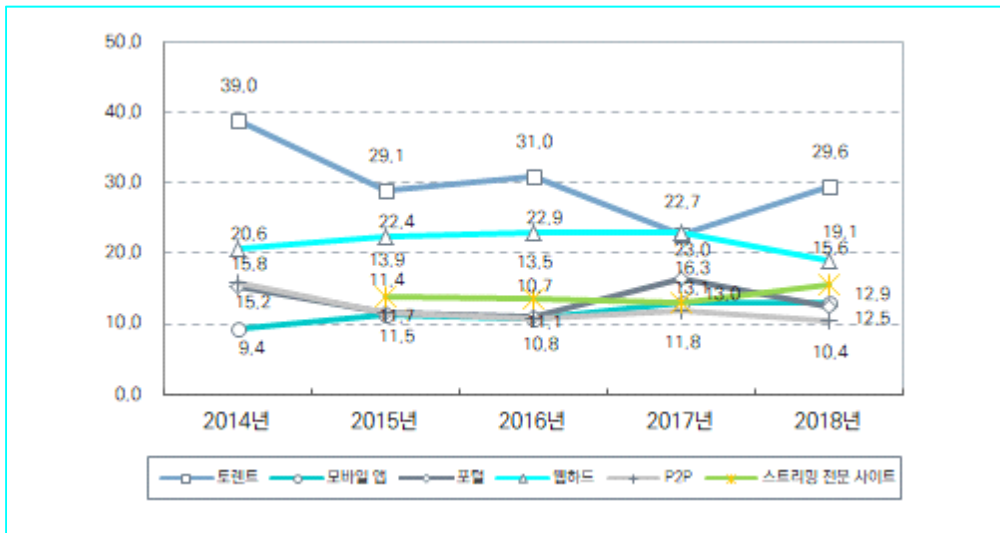
표 II-59 | 연도별 온라인 유통경로별 영화 불법복제물 시장 비중(유통량)

(단위 : %)

연도	웹하드	토렌트	포털	모바일 앱	스트리밍 전문 사이트	P2P	합계
2014년	20.6	39.0	15.2	9.4	-	15.8	100.0
2015년	22.4	29.1	11.5	11.4	13.9	11.7	100.0
2016년	22.9	31.0	11.1	10.7	13.5	10.8	100.0
2017년	23.0	22.7	16.3	13.1	13.0	11.8	100.0
2018년	19.1	29.6	12.5	12.9	15.6	10.4	100.0

그림 II-55 | 연도별 온라인 유통경로별 영화 불법복제물 시장 비중(유통량)

(단위 : %)



응답자 특성별 온라인 영화 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 온라인상에서 유통된 영화 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 불법복제물은 약 1억 3천만 개로 ‘여성(7천만 개)’ 보다 많은 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때 P2P와 포털, 웹하드, 토렌트, 스트리밍 전문 사이트에서는 ‘남성’이 이용한 영화 불법복제물이 더 많은 것으로 나타났으며, 모바일 앱에서는 ‘여성’이 이용한 영화 불법복제물의 유통량이 더 많다고 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’가 약 5천 2백만 개로 온라인 영화 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘40대’가 약 4천 7백만 개, ‘20대’가 약 4천 6백만 개, ‘50대’가 약 2천 7백만 개, ‘10대’가 약 1천 7백만 개의 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 유통 경로별로 구분했을 때 P2P, 포털, 웹하드는 ‘40대’, 토렌트, 모바일 앱은 ‘30대’, 스트리밍 전문 사이트는 ‘20대’를 통한 유통량이 가장 많은 것으로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 1억 1천만 개로 온라인 영화 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 4천 9백만 개, ‘호남권’이 약 2천만 개, ‘충청권’이 약 1천 8백만 개, ‘강원권’이 약 4백만 개의 순으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때 P2P, 포털, 웹하드, 토렌트, 모바일 앱, 스트리밍 전문 사이트 모두 ‘수도권’에서의 유통량이 가장 높은 것으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’의 응답이 약 8천만 개, ‘400~599만 원’이 약 5천 9백만 개, ‘600만 원 이상’이 약 4천 4백만 개, ‘200만 원 미만’ 응답자는 약 1천 8백만 개를 이용한 것으로 조사되었다. 유통경로별로 구분했을 때 P2P와 포털, 웹하드, 토렌트, 모바일 앱, 스트리밍 전문사이트 모두 ‘200~399만 원’에 해당하는 소득층에 의한 유통이 가장 많았던 것으로 나타났다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 9천만 개, ‘학생’이 약 4천만 개로 영화 불법복제물을 많이 이용한 직업층으로 조사되었다. 유통경로별로 구분했을 때 모든 경로에서 ‘사무직 종사자’를 통한 유통량이 가장 많은 것으로 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 영화 불법 복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용량이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-60 I 응답자 특성별 온라인 영화 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분		합계	P2P	포털	웹하드	토렌트	모바일 앱	스트리밍 전문 사이트	
전체		201,281	20,860	25,082	38,458	59,548	25,991	31,342	
성별	남성	133,905	16,735	15,009	29,558	41,357	12,932	18,313	
	여성	67,375	4,125	10,073	8,900	18,191	13,058	13,029	
연령	10대	17,111	938	3,676	1,493	4,345	2,474	4,185	
	20대	46,117	3,839	4,524	5,864	17,933	5,176	8,781	
	30대	52,446	5,466	5,168	10,098	18,201	6,795	6,718	
	40대	47,092	6,052	5,288	11,837	12,129	5,580	6,206	
	50대	27,413	3,676	4,417	5,711	5,336	4,695	3,578	
	60대	11,108	890	2,008	3,457	1,608	1,270	1,875	
지역	수도권	전체	109,844	10,802	13,020	22,152	32,565	13,617	17,689
		서울	43,412	4,520	5,448	7,646	12,688	5,524	7,586
		경기/인천	66,432	6,282	7,571	14,506	19,877	8,093	10,103
	충청권	17,829	1,814	2,164	3,426	5,706	1,930	2,789	
	영남권	49,084	5,940	6,619	8,164	14,367	7,432	6,561	
	호남권	20,378	1,860	2,826	4,092	5,749	2,547	3,304	
	강원권	4,137	443	452	623	1,158	464	997	
	가구 소득	200만 원 미만	18,435	1,411	2,414	3,077	5,366	2,736	3,431
200~399만 원		79,870	8,787	9,564	15,708	23,712	10,360	11,740	
400~599만 원		58,641	5,511	6,760	11,916	17,592	7,039	9,822	
600만 원 이상		44,334	5,151	6,344	7,757	12,878	5,854	6,348	
직업	농/수/축산업	1,393	175	462	108	69	489	89	
	자영업	15,430	1,722	1,811	3,894	3,988	2,065	1,949	
	생산직 종사자	21,715	2,535	2,896	4,239	5,997	3,263	2,784	
	사무직 종사자	94,134	11,484	10,821	21,394	27,453	10,885	12,097	
	전업주부	13,279	1,004	1,681	1,857	3,789	2,808	2,140	
	학생	39,203	2,805	5,534	3,657	13,776	5,071	8,360	
	무직/기타	16,134	1,136	1,878	3,310	4,476	1,410	3,925	
학력	재학	중·고등학생	10,353	489	2,045	970	2,622	1,683	2,544
		대학생	24,605	2,245	3,319	2,348	9,594	2,017	5,084
		대학원생	4,238	71	170	338	1,558	1,370	731
	초등학교 졸업 이하	38	0	0	0	0	38	0	
	중학교 졸업	657	29	113	214	160	51	90	
	고등학교 졸업	27,083	2,994	4,255	4,787	6,918	4,225	3,904	
	대학교 졸업	111,873	12,383	12,344	23,749	33,261	13,679	16,457	
	대학원 졸업	22,425	2,649	2,836	6,051	5,432	2,927	2,531	

다음으로 금액을 기준으로 온라인 영화 불법복제물의 시장규모를 살펴보면 ‘남성’이 약 96억 원으로 ‘여성(27억 원)’ 보다 온라인상에서 영화 불법복제물의 이용을 위해 지출한 총 금액이 큰 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P와 웹하드 모두 ‘남성’이 지출한 금액이 많은 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘40대’가 약 37억 원으로 영화 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘30대’가 약 32억 원, ‘20대’가 약 20억 원, ‘50대’가 19억 원 등의 순으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P와 웹하드 모두 ‘40대’가 지출한 금액이 가장 많은 것으로 조사되었다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 68억 원으로 온라인 영화 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 30억 원, ‘호남권’이 약 12억 원, ‘충청권’이 약 11억 원, ‘강원권’이 약 2억 원의 순으로 나타났다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 약 51억 원으로 온라인 영화 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘400~599만 원’이 36억 원, ‘600만 원 이상’이 27억 원, ‘200만 원 미만’이 9억 원의 순으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P와 웹하드 모두 ‘200~399만 원’에 해당하는 응답자의 지출 금액이 가장 많은 것으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 68억 원, ‘생산직 종사자’가 약 14억 원, ‘학생’이 약 13억 원으로 온라인 영화 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었다. 반면, ‘농/수/축산업’에 종사하는 응답자의 경우 약 6천만 원을 지출한 것으로 나타나 온라인 영화 불법복제물 이용에 가장 적은 금액을 지출한 직업군으로 조사되었다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 영화 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용 금액이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-61 | 응답자 특성별 온라인 영화 불법복제물 시장규모⁸⁵⁾

(단위 : 백만 원)

구분		합계	P2P	포털	웹하드	토렌트	모바일 앱	스트리밍 전문	
전체		12,278	4,318	0	7,960	0	0	0	
성별	남성	9,582	3,464	0	6,118	0	0	0	
	여성	2,696	854	0	1,842	0	0	0	
연령	10대	503	194	0	309	0	0	0	
	20대	2,008	795	0	1,214	0	0	0	
	30대	3,221	1,131	0	2,090	0	0	0	
	40대	3,703	1,253	0	2,450	0	0	0	
	50대	1,943	761	0	1,182	0	0	0	
	60대	900	184	0	716	0	0	0	
지역	수도권	전체	6,821	2,236	0	4,585	0	0	0
		서울	2,518	936	0	1,583	0	0	0
		경기/인천	4,303	1,300	0	3,002	0	0	0
	충청권	1,085	375	0	709	0	0	0	
	영남권	2,919	1,230	0	1,690	0	0	0	
	호남권	1,232	385	0	847	0	0	0	
	강원권	220	92	0	129	0	0	0	
	가구 소득	200만 원 미만	929	292	0	637	0	0	0
200~399만 원		5,070	1,819	0	3,251	0	0	0	
400~599만 원		3,607	1,141	0	2,466	0	0	0	
600만 원 이상		2,672	1,066	0	1,606	0	0	0	
직업	농/수/축산업	59	36	0	22	0	0	0	
	자영업	1,162	356	0	806	0	0	0	
	생산직 종사자	1,402	525	0	877	0	0	0	
	사무직 종사자	6,805	2,377	0	4,428	0	0	0	
	전업주부	592	208	0	384	0	0	0	
	학생	1,338	581	0	757	0	0	0	
	무직/기타	920	235	0	685	0	0	0	
학력	재학	중·고등학생	302	101	0	201	0	0	0
		대학생	951	465	0	486	0	0	0
		대학원생	85	15	0	70	0	0	0
	초등학교 졸업 이하	-	-	0	-	0	0	0	
	중학교 졸업	50	6	0	44	0	0	0	
	고등학교 졸업	1,610	620	0	991	0	0	0	
	대학교 졸업	7,479	2,563	0	4,916	0	0	0	
	대학원 졸업	1,801	548	0	1,252	0	0	0	

85) 포털과 토렌트, 모바일 앱의 경우 불법복제물이 무료로 유통되고 있으므로 금액을 표시하지 않음.

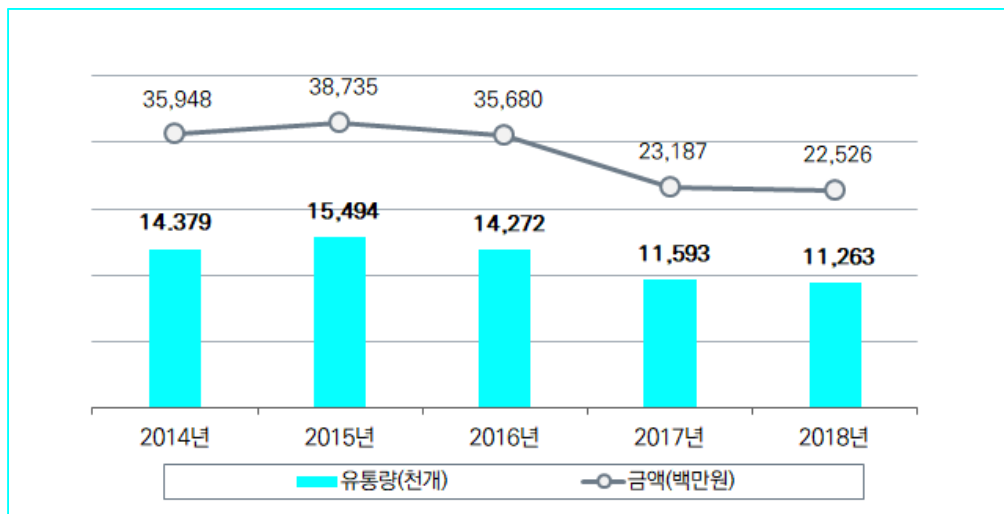
3) 오프라인 영화 불법복제물 시장규모

오프라인상에서 영화 불법복제물은 DVD 형태로 유통되고 있다. 2018년도의 오프라인 영화 불법복제물 유통량은 약 1,126만 개로 2017년(1,159만 개) 대비 2.9% 감소하였으며, 2014년(1,438만 개) 대비 약 312만 개 감소한 것으로 나타났다. 오프라인 영화 불법복제물의 유통량은 2015년 증가 후 2016년부터 감소하는 추세이다. 오프라인 영화 불법복제물의 유통량은 전체 오프라인 불법복제물 유통량의 5.5%를 차지하고 있다. 한편 오프라인 영화 불법복제물의 시장규모는 약 225억 원으로 2017년(232억 원) 대비 2.9% 감소하였으며, 2014년(359억 원) 대비 약 127억 원 감소했다.

표 II-62 | 연도별 오프라인 영화 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	14,379	-	35,948	-
2015년	15,494	7.8	38,735	7.8
2016년	14,272	-7.9	35,680	-7.9
2017년	11,593	-18.8	23,187	-35.0
2018년	11,263	-2.9	22,526	-2.9
5년 평균	13,400	-	31,215	-

그림 II-56 | 연도별 오프라인 영화 불법복제물 시장규모



응답자 특성별 오프라인 영화 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 오프라인상에서 유통된 영화 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 영화 불법복제물은 약 673만 개로 ‘여성(약 453만 개)’ 보다 많은 것으로 나타났다. 이를 금액으로 환산하면 ‘남성’은 약 135억 원, ‘여성’은 약 91억 원을 오프라인 영화 불법복제물 이용에 지출한 것으로 추정할 수 있다.

연령별로는 ‘30대’가 약 246만 개로 오프라인 영화 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘20대’가 약 235만 개, ‘40대’가 약 218만 개, ‘50대’가 192만 개, ‘10대’가 약 120만 개, ‘60대’가 약 116만 개 등의 순으로 나타났다. 이를 금액으로 환산하면 ‘30대’가 약 49억 원, ‘20대’가 약 47억 원, ‘40대’가 약 44억 원, ‘50대’가 약 38억 원, ‘10대’가 약 24억 원, ‘60대’가 약 23억 원을 오프라인 영화 불법복제물 이용에 지출한 것으로 추정할 수 있다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 598만 개로 오프라인 영화 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 268만 개, ‘호남권’이 약 139만 개, ‘충청권’이 약 97만 개, ‘강원권’이 약 26만 개의 순으로 나타났다. 이를 금액으로 환산하면 ‘수도권’이 약 120억 원, ‘영남권’이 약 54억 원, ‘호남권’이 약 28억 원, ‘충청권’이 약 19억 원, ‘강원권’이 약 5억 원을 오프라인 영화 불법복제물 이용에 지출한 것으로 추정할 수 있다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 약 420만 개로 오프라인 영화 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘400~599만 원’이 약 307만 개, ‘600만 원 이상’이 약 282만 개, ‘200만 원 미만’이 약 118만 개의 순으로 나타났다. 이를 금액으로 환산하면 ‘200~399만 원’이 약 84억 원, ‘400~599만 원’이 약 61억 원을 오프라인 영화 불법복제물 이용에 지출한 것으로 추정할 수 있다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 526만 개로 오프라인 영화 불법복제물을 가장 많이 이용한 직업층으로 조사되었으며, ‘학생’이 약 217만 개, ‘생산직 종사자’가 약 125만 개, ‘전업주부’가 116만 개 등의 순으로 나타났다. 이를 금액으로 환산하면 ‘사무직 종사자’가 약 105억 원, ‘학생’이 약 43억 원을 오프라인 영화 불법복제물 이용에 지출한 것으로 추정할 수 있다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 오프라인 영화 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’에 해당하는 응답자의 유통량이 가장 높게 나타났다.

표 II-63 | 응답자 특성별 오프라인 영화 불법복제물 시장규모

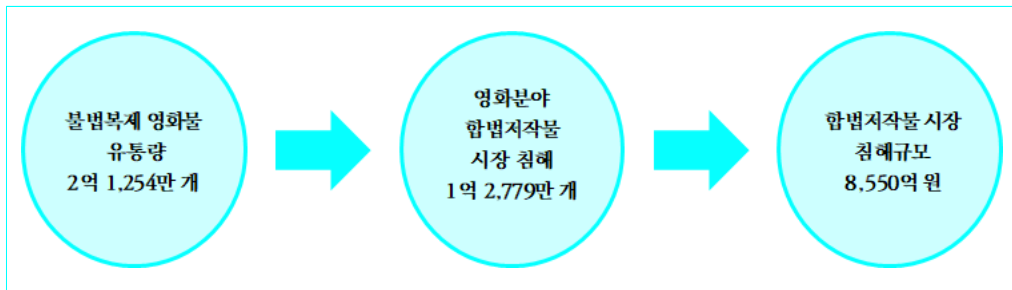
구분		유통량(천 개)	금액(백만 원)	
전체		11,263	22,526	
성별	남성	6,728	13,456	
	여성	4,534	9,068	
연령	10대	1,198	2,396	
	20대	2,346	4,692	
	30대	2,464	4,929	
	40대	2,180	4,359	
	50대	1,920	3,839	
	60대	1,155	2,311	
지역	수도권	전체	5,975	11,950
		서울	2,843	5,686
		경기/인천	3,117	6,233
	충청권	967	1,935	
	영남권	2,680	5,360	
	호남권	1,391	2,781	
	강원권	264	529	
가구 소득	200만 원 미만	1,178	2,357	
	200~399만 원	4,201	8,402	
	400~599만 원	3,069	6,137	
	600만 원 이상	2,815	5,630	
직업	농/수/축산업	174	347	
	자영업	789	1,578	
	생산직 종사자	1,249	2,498	
	사무직 종사자	5,263	10,526	
	전업주부	1,163	2,326	
	학생	2,165	4,329	
	무직/기타	478	957	
학력	재학	중·고등학생	831	1,661
		대학생	1,312	2,625
		대학원생	24	49
	초등학교 졸업 이하	0	0	
	중학교 졸업	33	65	
	고등학교 졸업	1,770	3,539	
	대학교 졸업	6,290	12,580	
	대학원 졸업	1,005	2,009	

다. 합법저작물 시장 침해규모(영화)

1) 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모

합법저작물 시장의 침해규모도 불법복제물 시장규모와 마찬가지로 양적(침해량), 금액적으로 구분할 수 있다. 먼저 침해량은 구입 또는 이용한 불법복제물로 인하여 실제로 구매 또는 이용하지 않게 된 합법저작물의 개수를 의미한다. 이러한 침해량에 정품가격을 곱하여 산출한 것이 침해금액이다. 이하에서는 합법저작물 시장 침해규모를 침해량과 금액으로 구분하여 분석한다. 침해량 분석을 통해 침해규모에 대한 정량적 추이를 살펴볼 수 있으며, 침해금액 분석을 통해 최종수요의 상실로 인한 콘텐츠산업의 직접적(1차적) 경제적 손실규모를 추정할 수 있다.

그림 II-57 | 영화 불법복제물 시장규모 및 합법저작물 시장 침해규모



앞서 언급한 대로 영화 불법복제물 시장규모는 약 348억 원으로 나타났으며, 이러한 불법복제물로 인해 침해받는 합법저작물 시장의 규모는 약 8,550억 원으로 추정할 수 있다. 이 수치는 Part2의 제1장 ‘합법저작물 시장 침해규모 산출식’에서 밝힌 계산식을 바탕으로 산출한 결과이다. 불법복제물과 합법저작물 간의 유통단가 차이로 인해 영화 분야 합법저작물 시장 침해규모는 불법복제물 시장의 약 24.6배 가량 큰 규모로 형성되어 있다. 영화 분야 합법저작물 시장 침해규모는 전체(음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야) 합법저작물 시장 침해규모의 34.3%에 해당한다.

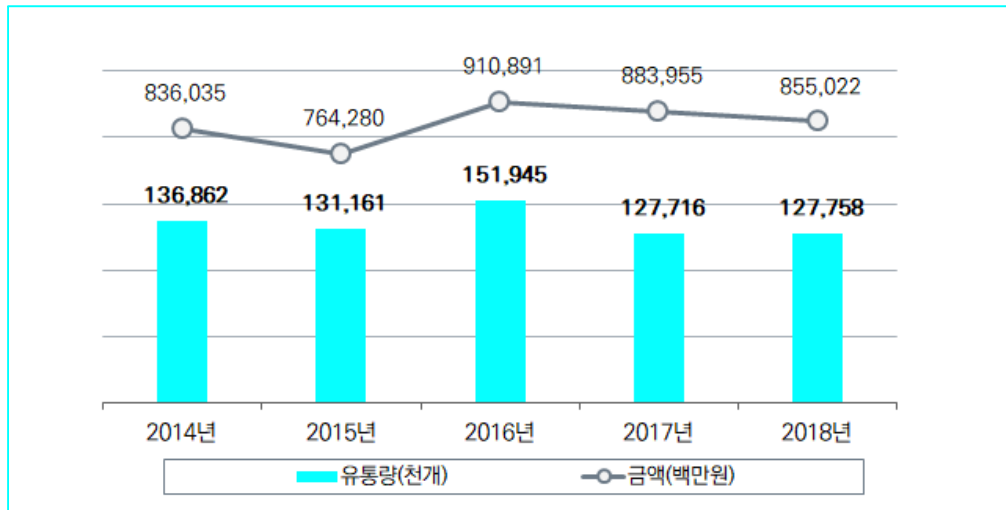
조금 더 세부적으로 살펴보면, 2018년 한 해 동안의 영화 불법복제물 침해량은 약 1억 2,779만 편으로 전년(1억 2,772만 편)과 유사한 수준이었으며, 2014년(1억 3,686만 편) 대비 약 910만 편 감소한 것으로 나타났다. 영화 합법저작물의 침해량은 전체 합법

저작물 침해량의 14.1%를 차지하고 있다. 이 침해량에 영화 합법저작물 유통가격을 적용하여 산출한 시장규모는 총 8,550억 원으로 전년(8,840억 원) 대비 3.3% 감소하였으며, 2014년(8,360억 원) 대비 약 190억 원 증가했다.

표 II-64 | 연도별 합법저작물 시장 침해규모(영화 분야)

연도	침해량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	136,862	-	836,035	-
2015년	131,161	-4.2	764,280	-8.6
2016년	151,945	15.8	910,891	19.2
2017년	127,716	-15.9	883,955	-3.0
2018년	127,758	0.0	855,022	-3.3
5년 평균	135,088	-	850,037	-

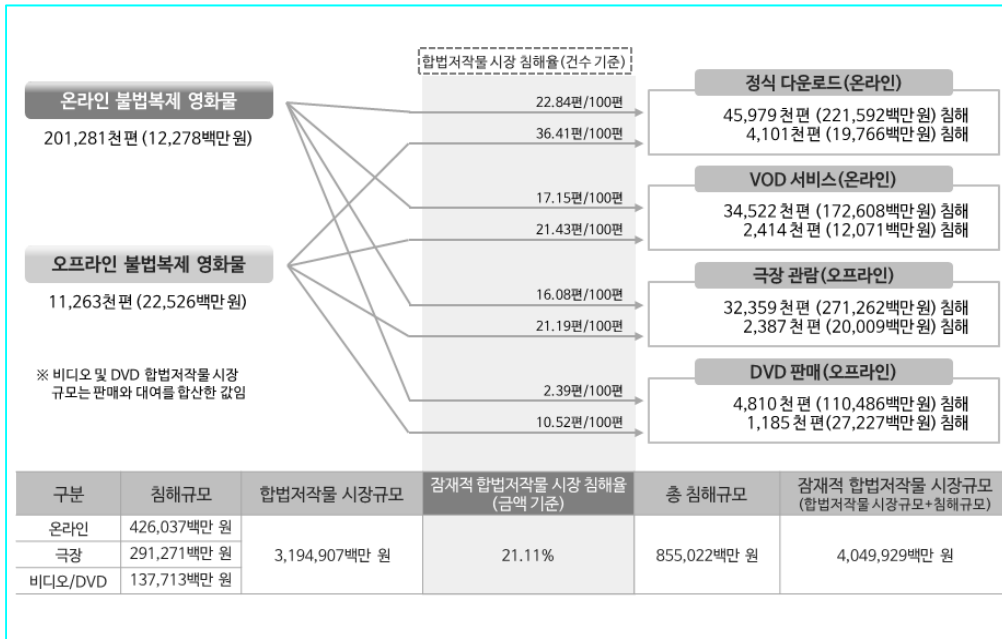
그림 II-58 | 연도별 합법저작물 시장 침해규모(영화 분야)



영화 불법복제물이 영화 분야의 합법저작물 시장을 침해하는 비율(합법저작물 시장 침해율(건수 기준)을 살펴보면, 온라인 영화 불법복제물 100편 중 22.84편은 정식 다운로드, 17.15편은 VOD 서비스 이용, 16.08편은 극장 관람, 2.39편은 DVD 구매를 침해하고 있는 것으로 나타났다.

합법저작물 시장 침해규모 중 온라인(다운로드+VOD 서비스)에 대한 침해는 4,260억 원, 극장 및 상영관 관람 침해는 2,913억 원, DVD 침해는 1,377억 원으로, 총 8,550억 원으로 분석되었다. 합법저작물 시장 침해규모와 합법저작물 시장규모를 합산한 잠재적 합법저작물 시장규모는 4조 499억 원으로 나타났으며, 잠재적 합법저작물 시장 침해율(금액 기준)은 21.1%로 나타났다.

그림 II-59 ■ 영화 불법복제물 시장의 합법저작물 시장 침해 현황



※ 영화 합법저작물 시장규모는 '2018 콘텐츠산업 통계조사'(문화체육관광부, 2019) 참조.

- ※ 합법저작물 시장 침해율(건수) = 침해된 합법저작물 콘텐츠 수 / 불법복제물 이용 콘텐츠 수
- ※ 잠재적 합법저작물 시장 침해율(금액) = 침해규모 / 잠재적 합법저작물 시장규모

2) 영화 분야 온·오프라인 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모

영화 콘텐츠의 온·오프라인 합법저작물 시장은 온라인 영화 불법복제물에 의해 침해되기도 하며, 오프라인 영화 불법복제물에 의해 침해되기도 한다. 불법복제물의 유통경로에 따라 합법저작물 시장의 침해규모를 살펴보면, 온라인 불법복제물 유통경로로 인한 합법저작물 시장 침해규모는 7,759억 원, 오프라인 불법복제물 유통경로로 인한 합법저작물 시장 침해규모는 791억 원으로 나타났다. 비중으로 보면 온라인 불법복제물 유통경

로 인한 침해규모는 90.8%를 차지하고 있으며, 오프라인 불법복제물 유통경로로 인한 침해규모는 9.2%로 나타났다.

표 II-65 ■ 온·오프라인 불법복제물 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모(영화)

(단위 : 백만 원, %)

구분	온라인 영화 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모	오프라인 영화 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모	합계
금액	775,948	79,073	855,022
비율	90.8	9.2	100.0

3) 영화 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율

가) 합법저작물 시장규모

합법저작물 시장의 침해규모와 합법저작물 시장규모를 비교해 보면 영화의 경우, 합법저작물 시장 침해규모는 8,550억 원으로 합법저작물 시장규모 3조 1,949억 원보다 작게 형성되어 있으며, 2015년에 감소하였다가 2016년부터 다시 증가세를 보이고 있다.

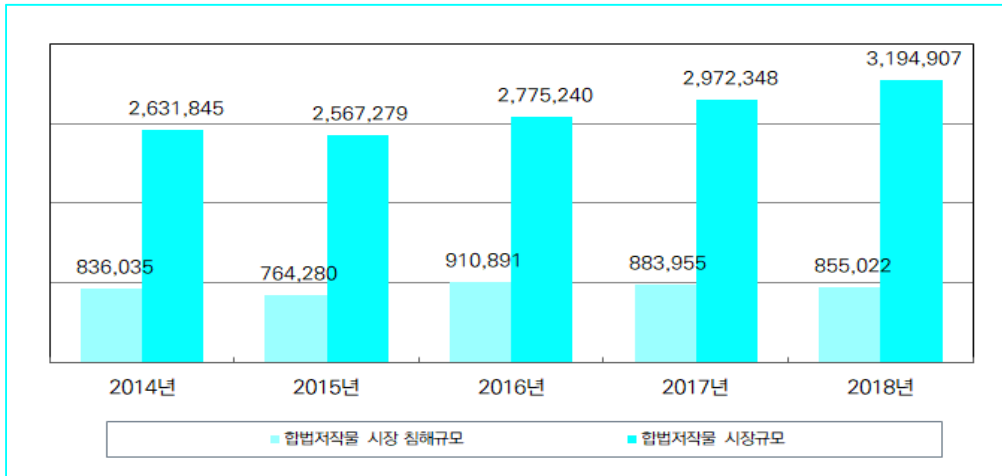
표 II-66 ■ 연도별 합법저작물 시장규모(영화)

(단위 : 백만 원, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
영화 합법저작물 시장규모	2,631,845	2,567,279	2,775,240	2,972,348	3,194,907
증감률	15.5	-2.5	8.1	7.1	7.5

그림 II-60 ■ 연도별 영화 합법저작물 시장 침해규모 및 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원)

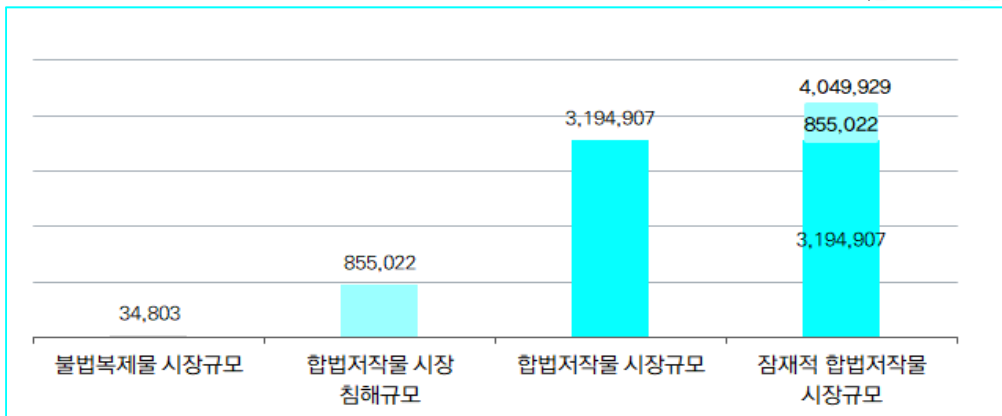


나) 잠재적 합법저작물 시장규모

합법저작물 시장 침해규모와 합법저작물 시장규모를 합산하면 침해가 일어나지 않았을 경우 원래 형성되었어야 할 잠재적 합법저작물 시장규모를 추정할 수 있다. 영화 불법복제물 근절 시 약 8,550억 원 가량의 합법저작물 시장을 추가로 창출할 수 있다. 여기에 현재의 합법저작물 시장규모를 합산하면 잠재적 합법저작물 시장규모는 약 4조 499억 원 규모로 추정된다.

그림 II-61 ■ 영화 분야 잠재적 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원)



다) 잠재적 합법저작물 시장 침해율

‘잠재적 합법저작물 시장 침해율’이란 잠재적 합법저작물 시장규모에서 차지하는 합법저작물 시장 침해규모에 대한 비율로써, 2018년 영화 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율은 21.1%로 조사되었다. 이는 2017년 잠재적 합법저작물 시장 침해율(22.9%)과 비교하였을 때 약 1.8%p 감소한 수치이며, 2014년 잠재적 합법저작물 시장 침해율(24.1%)과 비교하였을 때는 3.0%p 낮아진 수치로써, 지속적으로 저작권 보호환경이 개선되는 추세를 나타내는 것으로 분석된다.

표 II-67 | 영화 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율

구분	합법저작물 시장규모(A)	합법저작물 시장 침해규모(B)	잠재적 합법저작물 시장규모(C=A+B)	잠재적 합법저작물 시장 침해율(%) (B/C)
2014년	2조 6,318억 원	8,360억 원	3조 4,679억 원	24.1%
2015년	2조 5,673억 원	7,643억 원	3조 3,316억 원	22.9%
2016년	2조 7,752억 원	9,109억 원	3조 6,861억 원	24.7%
2017년	2조 9,723억 원	8,840억 원	3조 8,563억 원	22.9%
2018년	3조 1,949억 원	8,550억 원	4조 499억 원	21.1%

3. 방송

가. 방송 불법복제물 이용경험

1) 유통경로별 방송 불법복제물 이용경험

2018년 한 해 동안의 방송 불법복제물 이용경험을 살펴보면 우리나라 만 13~69세 인구의 19.8%인 약 809만 명이 방송 불법복제물을 이용한 경험이 있는 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해서 보면 온라인상의 방송 불법복제물 경험률은 18.7%로 나타났으며 약 766만 명이 온라인에서 방송 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 한편 오프라인상의 방송 불법복제물 경험률은 3.0%로 나타났으며 약 124만 명이 오프라인에서 방송 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다.

표 II-68 | 전체 방송 불법복제물 경험률

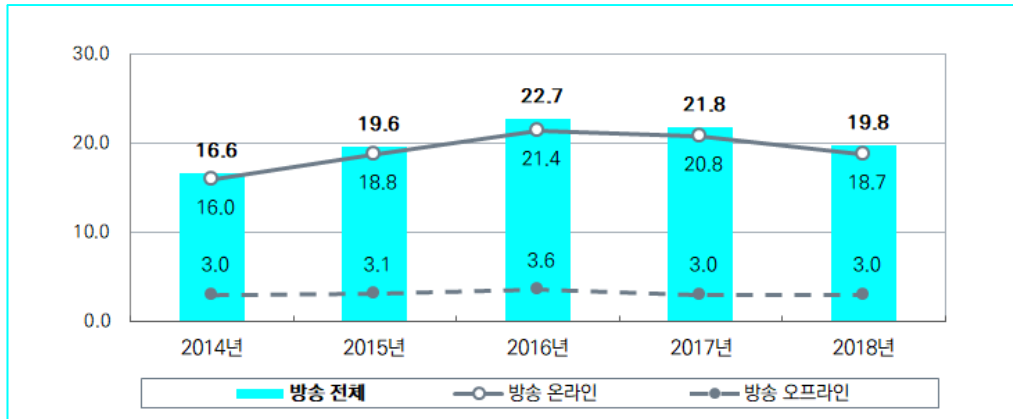
(단위 : %, 천 명)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
온라인	16.0	18.8	21.4	20.8	18.7
이용인구	6,043	7,255	8,552	8,524	7,658
오프라인	3.0	3.1	3.6	3.0	3.0
이용인구	1,137	1,209	1,430	1,210	1,235
전체	16.6	19.6	22.7	21.8	19.8
이용인구	6,285	7,567	9,053	8,953	8,087

방송 불법복제물 경험률(19.8%)은 전년 대비 2.0%p 하락하였으며 2016년까지 꾸준히 증가하였으나 2017년 이후 감소하는 추세이다. 온라인 방송 불법복제물의 경험률(18.7%) 역시 전년 대비 2.1%p 하락하였으며, 꾸준히 증가하다가 2017년 이후 하락하는 추세이다. 오프라인 방송 불법복제물의 경험률(3.0%)로 전년과 유사한 수준이었다.

그림 II-62 | 연도별 방송 불법복제물 경험률 추이

(단위 : %)



콘텐츠별로 비교해 보면 방송(19.8%) 분야의 불법복제물 경험률이 영화와 음악에 이어 세 번째로 높게 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해서 보면 온라인 방송 불법복제물(18.7%)의 경험률 역시 세 번째로 높았으며, 오프라인 방송 불법복제물(3.0%)의 경험률은 음악(5.5%), 영화(3.8%), 출판(4.5%) 보다 낮게 나타났으며, 게임(1.9%) 보다 높게 나타났다.

표 II-69 | 방송 불법복제물 경험률 비교

(단위 : %)

구분		2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
음악	온라인	22.2	17.9	20.3	16.6	19.6
	오프라인	6.8	5.7	6.0	3.6	5.5
	전체	24.7	19.6	21.9	18.6	21.8
영화	온라인	21.5	20.1	22.3	17.2	21.7
	오프라인	5.0	5.1	4.6	3.8	3.8
	전체	22.6	21.4	23.7	18.2	22.8
방송	온라인	16.0	18.8	21.4	20.8	18.7
	오프라인	3.0	3.1	3.6	3.0	3.0
	전체	16.6	19.6	22.7	21.8	19.8
출판	온라인	5.1	4.8	4.7	4.4	5.4
	오프라인	3.9	4.5	4.8	4.1	4.4
	전체	6.9	6.8	7.5	6.3	7.9
게임	온라인	7.2	7.5	7.1	6.5	6.5
	오프라인	2.8	1.9	1.9	1.9	1.9
	전체	7.8	8.2	8.3	7.2	7.5

2) 응답자 특성별 방송 불법복제물 이용경험

방송 불법복제물을 이용하는 층은 다양한 연령, 지역, 소득, 직업 등에 걸쳐 분포되어 있으며, 각 요인별로 불법복제물 경험률에 차이를 보인다. 이하에서는 방송 불법복제물 이용에 영향을 미치는 6가지 요인(성, 연령, 지역, 소득, 직업, 학력)을 중심으로 살펴보았다.

먼저 성별을 기준으로 살펴보면 2018년 한 해 동안 ‘남성’의 21.0%, ‘여성’의 18.5%가 방송 불법복제물을 이용한 경험이 있다고 조사되었다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 ‘남성’의 19.9%, ‘여성’의 17.5%가 방송 불법복제물을 이용한 경험이 있으며, 오프라인의 경우는 ‘남성’의 3.2%, ‘여성’의 2.8%가 이용경험이 있다고 응답했다.

연령별 방송 불법복제물 경험률은 ‘20대’가 28.6%로 가장 높게 나타났으며, ‘30대’가 26.9%, ‘40대’가 20.5%, ‘10대’가 20.1%, ‘50대’가 13.2%, ‘60대’가 8.3% 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 ‘20대’가 27.5%, ‘30대’가 25.8%, ‘40대’가 19.3%, ‘10대’가 18.8%, ‘50대’가 12.1%, ‘60대’가 7.9% 순으로 나타났으며, 오프라인의 경우는 ‘20대’가 4.2%, ‘30대’와 ‘10대’가 3.5%, ‘40대’가 3.0%, ‘50대’가 2.4%, ‘60대’가 1.6% 순으로 온·오프라인 모두 20대의 방송 불법복제물의 경험률이 가장 높게 나타났다.

지역별 방송 불법복제물 경험률은 ‘서울’이 22.2%로 가장 높게 나타났으며, ‘영남권’이 18.4%로 가장 낮게 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 ‘서울’이 21.1%로 방송 불법복제물의 경험률이 상대적으로 높게 나타났으며, 오프라인 역시 ‘서울’이 4.0%로 가장 높았으며 서울을 제외한 대부분 지역의 방송 불법복제물의 경험률이 3% 내외로 비슷한 분포를 보였다.

가구소득별 방송 불법복제물 경험률은 ‘200~399만 원’이 20.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘400~599만 원’이 20.0%, ‘600만 원 이상’이 19.5%, ‘200만 원 미만’이 17.6%의 순으로 나타나 ‘200만 원 미만’ 집단을 제외하고는 큰 차이가 없는 것으로 조사되었다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인은 ‘400~599만 원’이 19.1%로 가장 높았으며, 오프라인의 경우 가구소득이 ‘600만 원 이상’의 방송 불법복제물 경험률이 가장 높았으

며, 온라인의 경우 '200만 원 미만'이, 오프라인의 경우는 '400~599만 원'의 경험률이 가장 낮은 것으로 조사되었다.

직업별 방송 불법복제물 경험률은 '학생'이 24.8%로 가장 높게 나타났으며, '사무직 종사자'가 21.4%, '생산직 종사자'가 20.0%, '무직/기타'가 17.1%, '자영업자'가 15.2%, '전업주부'가 13.4%, '농/수/축산업 종사자'가 11.9%의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 '학생'이 24.8%로 방송 불법복제물의 경험률이 가장 높게 나타났으며 오프라인의 경우도 '학생'이 3.7%로 가장 높았다. 한편, '농/수/축산업 종사자'는 온라인과 오프라인 모두 경험률이 가장 낮은 응답집단으로 나타났다.

학력별 방송 불법복제물 경험률은 재학생의 경우 '대학원생'이 37.6%, '대학생'이 27.6%, '중고등학생'이 19.4% 순으로 나타나 학력 수준이 높을수록 경험률 또한 상대적으로 높은 경향을 보였다. 졸업자의 경우 역시 '대학교 졸업'이 21.2%로 방송 불법복제물의 경험률이 가장 높게 조사되었으며, '대학원 졸업'이 18.3%, '고등학교 졸업'이 13.5%, '중학교 졸업'이 6.2%, '초등학교 졸업 이하'가 2.7%의 순으로 나타났다.

표 II-70 I 응답자 특성별 방송 불법복제물 경험률

(단위 : %)

구분		전체	온라인	오프라인	
전체		19.8	18.7	3.0	
성별	남성	21.0	19.9	3.2	
	여성	18.5	17.5	2.8	
연령	10대	20.1	18.8	3.5	
	20대	28.6	27.5	4.2	
	30대	26.9	25.8	3.5	
	40대	20.5	19.3	3.0	
	50대	13.2	12.1	2.4	
	60대	8.3	7.9	1.6	
지역	수도권	전체	20.8	19.8	3.2
		서울	22.2	21.1	4.0
		경기/인천	20.0	19.0	2.7
	충청권	19.5	18.5	3.1	
	영남권	18.4	17.3	2.7	
	호남권	18.8	17.6	2.9	
	강원권	18.5	17.8	2.3	
	가구 소득	200만 원 미만	17.6	16.9	2.9
200~399만 원		20.5	19.3	3.0	
400~599만 원		20.0	19.1	2.7	
600만 원 이상		19.5	18.3	3.5	
직업	농/수/축산업	11.9	11.1	1.9	
	자영업	15.2	14.1	2.2	
	생산직 종사자	20.0	18.7	3.4	
	사무직 종사자	21.4	20.4	3.2	
	전업주부	13.4	12.6	2.1	
	학생	24.8	23.6	3.7	
	무직/기타	17.1	16.3	2.5	
학력	재학	중·고등학생	19.4	18.0	3.1
		대학생	27.6	26.5	4.0
		대학원생	37.6	35.0	6.7
	초등학교 졸업 이하	2.7	2.5	2.5	
	중학교 졸업	6.2	6.3	0.3	
	고등학교 졸업	13.5	12.3	2.5	
	대학교 졸업	21.2	20.2	3.1	
	대학원 졸업	18.3	17.2	3.0	

나. 방송 불법복제물 시장규모

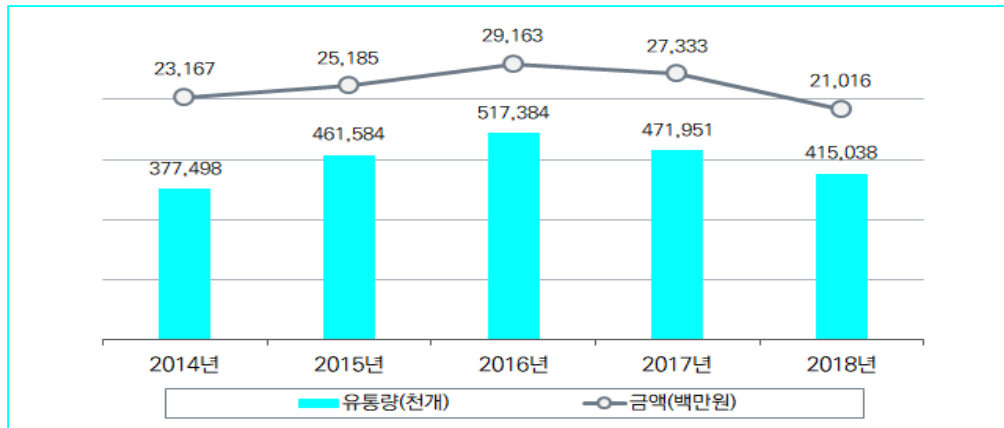
1) 전체 방송 불법복제물 시장규모

2018년도 방송 불법복제물의 유통량은 약 4억 2천만 개로 전년(4억 7천만 개)대비 12.1% 하락하였다. 방송 불법복제물의 유통량은 2016년까지 증가하다 2017년 이후 감소하는 추세이다. 2017년에 이어 2018년에도 감소하기는 하였지만, 한류 열풍뿐만 아니라 케이블 방송 등이 제공하는 양질의 콘텐츠 증가로 방송 콘텐츠 수요가 증가하는 것에 비해 해외 스트리밍 전문 사이트나 모바일 앱 등 새로운 불법 유통경로에 대한 법적 조치가 아직 자리 잡지 못한 것으로 보인다. 방송 불법복제물의 유통량은 전체(음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야) 불법복제물 유통량의 21.1%를 차지하고 있으며, 최근 5년간 연간 평균 유통량은 약 4억 5천만 개로 나타났다. 한편 방송 불법복제물 유통량에 불법복제물 단가를 적용하여 산출한 불법복제물 시장규모는 약 210억 원으로 전년(273억 원) 대비 23.1% 가량 감소한 것으로 나타났다.

표 II-71 | 연도별 방송 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	377,498	-	23,167	-
2015년	461,584	22.3	25,185	8.7
2016년	517,384	12.1	29,163	15.8
2017년	471,951	-8.8	27,333	-6.3
2018년	415,038	-12.1	21,016	-23.1
5년 평균	448,691	-	25,173	-

그림 II-63 | 연도별 방송 불법복제물 시장규모



먼저 유통량 기준으로 온·오프라인 유통경로별 비중을 살펴보면, 2018년 한 해 동안 온라인상에서 4억 1천만 편, 오프라인상에서 7백 5십만 편으로 총 4억 2천만 개의 방송 불법복제물이 유통된 것으로 조사되었다. 온라인 유통비율은 98.2%로 오프라인 유통비율인 1.8%보다 약 54배 정도 높게 나타났다.

한편 금액 기준으로 온·오프라인 유통경로별 비중을 살펴보면, 온라인의 경우 약 59억 원, 오프라인은 151억 원으로 총 210억 원의 규모로 방송 불법복제물 시장이 형성되어 있다는 것을 알 수 있다. 비율로 보면 온라인 시장은 28.2%, 오프라인 시장은 71.8%로 나타나 오프라인이 온라인 시장 비율보다 약 2.5배 정도 높은 것으로 나타났다.

그림 II-64 | 유통경로별 방송 불법복제물 시장 비중

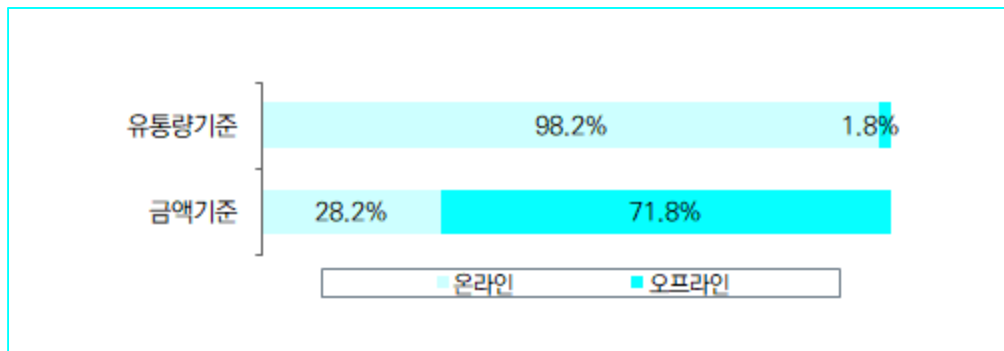


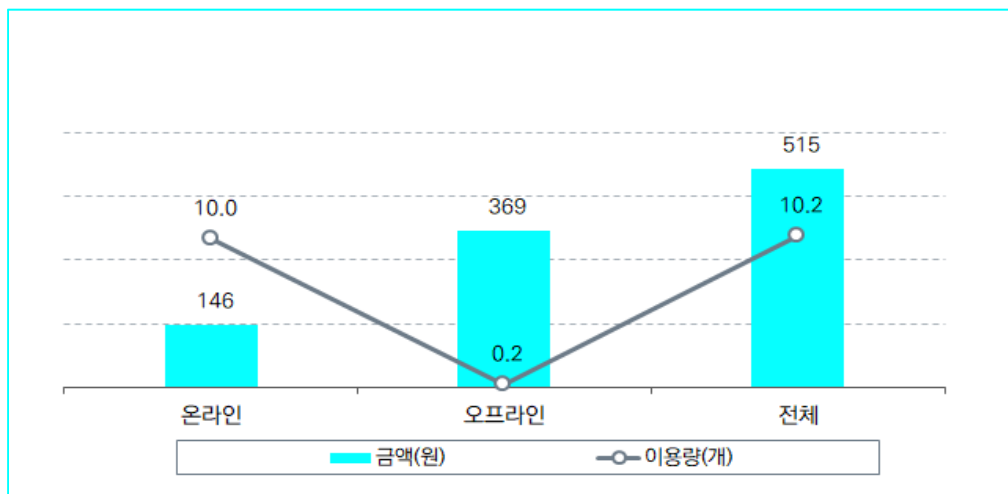
그림 II-65 | 전체 방송 불법복제물 시장규모

기준	건수		비율	합계	비고
	온라인	407,496천편	98.18%	415,038천건	
오프라인	7,542천편	1.82%	불법복제 방송물 이용자 1인당 월 평균 4.28건 이용		
금액 기준	금액		비율	합계	비고
	온라인	5,932백만원	28.23%	21,016백만원	
오프라인	15,084백만원	71.77%	불법복제 방송물 이용자 1인당 월 평균 약 217원 지출		

※ 만 13세~69세 인구수 : 40,845,312명
 ※ 만 13세~69세 불법복제 방송물 이용자수 : 8,087,372명

한편, 2018년 한 해 동안 우리나라 만 13~69세 인구 1인당 평균 10.2개(월 평균 0.85개)의 방송 불법복제물을 구입 또는 이용했으며, 유통경로별로 구분했을 때 온라인에서 10.0개, 오프라인에서 0.2개를 이용한 것으로 나타났다. 이를 금액으로 환산 시 약 515원(월 평균 43원)을 매달 방송 불법복제물 소비에 사용하였으며, 온라인에서 146원, 오프라인에서 369원을 지출한 것으로 볼 수 있다.

그림 II-66 | 1인당 1년 평균 방송 불법복제물 유통량 및 지출액



응답자 특성별 방송 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 유통된 방송 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 불법복제물은 약 2억 4천만 개로써 ‘여성(1억 8천만 개)’ 보다 많은 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때, 먼저 온라인에서는 ‘남성’이 약 2억 3천만 개, ‘여성’이 약 1억 7천만 개의 방송 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었다. 한편 오프라인에서는 ‘남성’이 약 426만 개, ‘여성’이 약 328만 개의 방송 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘20대’와 ‘30대’가 약 1억 2천만 개로 방송 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘40대’가 약 8천 2백만 개, ‘50대’가 약 4천 3백만 개, ‘10대’가 약 3천 2백만 개, ‘60대’가 약 2천 2백만 개의 방송 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 온라인에서는 ‘20대’가 약 1억 2천만 개, 오프라인에서도 ‘20대’가 약 1백 8십만 개로 방송 불법복제물을 가장 많이 이용한 연령대로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 2억 3천만 개로 방송 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 9천만 개, ‘충청권’이 약 5천만 개, ‘호남권’이 약 4천만 개, ‘강원권’이 약 1천만 개의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 온라인과 오프라인 모두 ‘수도권’에서 방송 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 1억 6천만 개로 방송 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘400~599만 원’이 약 1억 2천만 개, ‘600만원 이상’이 약 1억개 개를 이용한 것으로 나타났다. 반면, ‘200만 원 미만’의 이용량은 약 4천 2백만 개로 나타나 이용량이 다른 소득 집단에 비해 특히 적은 것으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 1억 9천만 개, ‘학생’이 약 9천만 개를 이용한 것으로 나타나 방송 불법복제물의 핵심 이용집단으로 분류되었다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 방송 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용량이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-72 | 응답자 특성별 방송 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분		전체	온라인	오프라인	
전체		415,038	407,496	7,542	
성별	남성	237,052	232,791	4,261	
	여성	177,985	174,704	3,280	
연령	10대	32,397	31,684	713	
	20대	119,327	117,548	1,779	
	30대	115,832	114,188	1,643	
	40대	82,340	80,735	1,605	
	50대	43,059	41,780	1,279	
	60대	22,100	21,578	523	
지역	수도권	전체	230,177	226,167	4,010
		서울	99,496	97,612	1,884
		경기/인천	130,680	128,554	2,126
	충청권	45,003	44,204	799	
	영남권	89,861	88,140	1,721	
	호남권	39,085	38,258	828	
	강원권	10,881	10,709	172	
	가구 소득	200만 원 미만	42,342	41,707	636
200~399만 원	155,149	152,413	2,736		
400~599만 원	122,294	120,346	1,947		
600만 원 이상	95,264	93,028	2,236		
직업	농/수/축산업	2,020	1,962	58	
	자영업	23,147	22,660	487	
	생산직 종사자	41,322	40,430	892	
	사무직 종사자	194,374	190,933	3,441	
	전업주부	29,812	29,143	669	
	학생	88,559	87,107	1,452	
	무직/기타	35,803	35,273	529	
학력	재학	중·고등학생	18,462	18,022	440
		대학생	62,913	62,051	862
		대학원생	7,183	7,020	163
	초등학교 졸업 이하	103	50	0	
	중학교 졸업	1,744	1,736	8	
	고등학교 졸업	43,908	42,777	1,130	
	대학교 졸업	241,344	237,237	4,107	
	대학원 졸업	39,378	38,588	790	

다음으로 금액을 기준으로 방송 불법복제물 시장규모를 살펴보면 ‘남성’이 약 126억 원으로 ‘여성(약 84억 원)’ 보다 방송 불법복제물 이용을 위해 지출한 총 금액이 큰 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때, 먼저 온라인에서는 ‘남성’이 약 41억 원, ‘여성’이 약 18억 원을 방송 불법복제물 이용에 지출했으며, 오프라인에서는 ‘남성’이 약 85억 원, 여성이 약 66억 원을 지출한 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’가 약 51억 원으로 방송 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘20대’가 약 48억 원, ‘40대’가 약 47억 원, ‘50대’가 약 32억 원, ‘60대’가 약 15억 원, ‘10대’가 약 17억 원의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 온라인에서는 ‘30대’가 약 18억 원, 오프라인에서는 ‘20대’가 약 36억 원을 지출해 방송 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 연령대로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 113억 원으로 방송 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 46억 원, ‘호남권’과 ‘충청권’이 약 22억 원, ‘강원권’이 약 6억 원의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때에도 ‘수도권’이 방송 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 지역으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 약 77억 원, ‘600만 원 이상’이 약 58억 원, ‘400~599만 원’이 약 56억 원으로 상대적으로 방송 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사된 반면, ‘200만 원 미만’ 응답자는 약 19억 원을 지출한 것으로 나타나 방송 불법복제물 이용금액이 상대적으로 적은 것으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 98억 원으로 방송 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 그 다음으로 ‘학생’이 약 37억 원으로 지출 금액이 큰 것으로 나타났다. 반면, ‘농/수/축산업 종사자’의 경우 약 1억 8천만 원을 지출한 것으로 나타나 방송 불법복제물 이용금액이 매우 적은 것으로 조사되었다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 방송 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용금액이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-73 | 응답자 특성별 방송 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

구분		전체	온라인	오프라인	
전체		21,016	5,932	15,084	
성별	남성	12,629	4,106	8,523	
	여성	8,387	1,826	6,561	
연령	10대	1,721	295	1,426	
	20대	4,781	1,224	3,558	
	30대	5,094	1,807	3,287	
	40대	4,698	1,488	3,210	
	50대	3,176	618	2,558	
	60대	1,546	500	1,046	
지역	수도권	전체	11,290	3,270	8,020
		서울	5,282	1,514	3,768
		경기/인천	6,008	1,756	4,253
		충청권	2,243	645	1,598
		영남권	4,639	1,197	3,442
		호남권	2,246	591	1,655
		강원권	573	229	344
가구 소득	200만 원 미만	1,923	652	1,271	
	200~399만 원	7,703	2,231	5,472	
	400~599만 원	5,621	1,726	3,895	
	600만 원 이상	5,795	1,323	4,472	
직업	농/수/축산업	179	62	117	
	자영업	1,525	550	975	
	생산직 종사자	2,424	640	1,784	
	사무직 종사자	9,810	2,929	6,881	
	전업주부	1,572	235	1,337	
	학생	3,690	786	2,905	
	무직/기타	1,790	732	1,059	
학력	재학	중·고등학생	1,017	137	880
		대학생	2,333	609	1,724
		대학원생	366	40	326
		초등학교 졸업 이하	107	0	107
		중학교 졸업	41	25	16
		고등학교 졸업	3,038	777	2,260
		대학교 졸업	11,712	3,498	8,214
		대학원 졸업	2,425	846	1,580

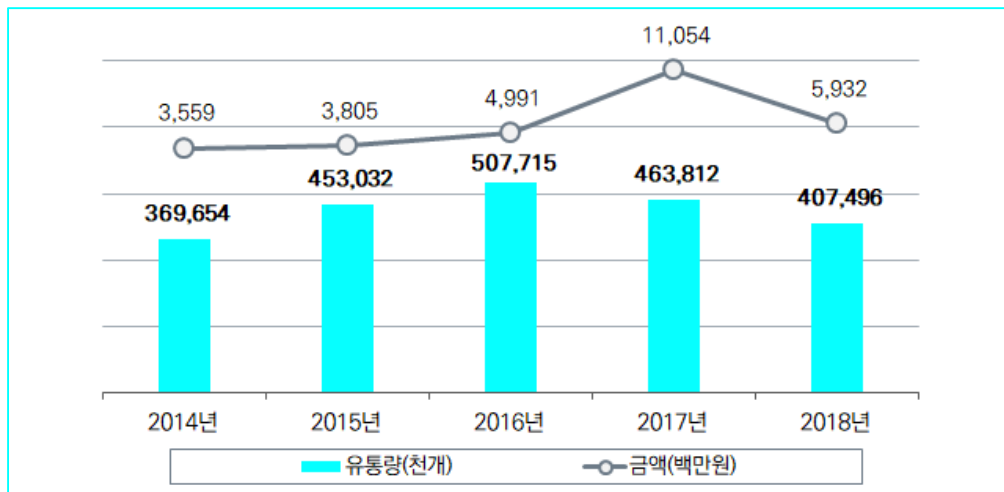
2) 온라인 방송 불법복제물 시장규모

2018년도의 온라인 방송 불법복제물 유통량은 약 4억 7천만 개로 전년(4억 6천만 개) 대비 12.1% 감소하였으며, 2014년(3억 7천만 개) 대비 약 2천 8백만 개 증가하였다. 온라인 방송 불법복제물의 유통량은 전체 온라인 불법복제물 유통량의 98.2%를 차지하고 있으며, 최근 5년간 연간 평균 유통량은 약 4억 4천만 개로 나타났다. 이 유통량에 방송 불법복제물 유통가격을 적용하여 산출한 시장규모는 약 59억 원으로 전년(111억 원) 대비 46.3% 감소하였으며, 2014년(36억 원) 대비 약 23억 원 증가했다.

표 II-74 ■ 연도별 온라인 방송 불법복제물 시장규모

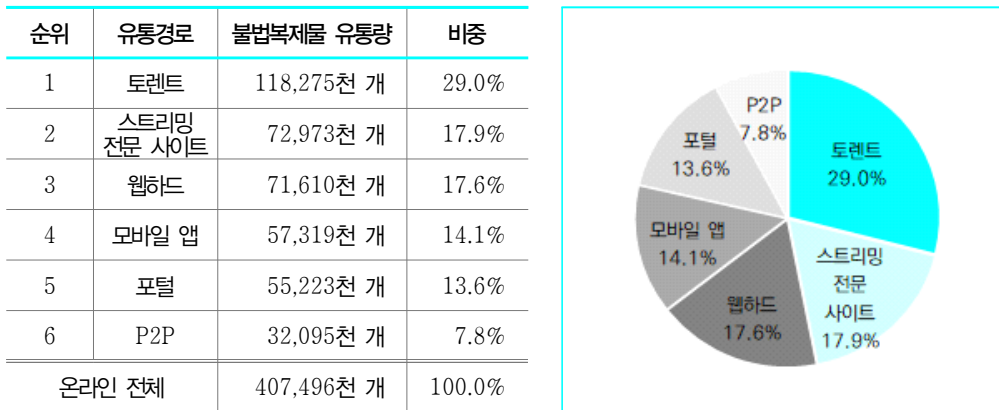
연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	369,654	-	3,559	-
2015년	453,032	22.6	3,805	6.9
2016년	507,715	12.1	4,991	31.2
2017년	463,812	-8.7	11,054	121.5
2018년	407,496	-12.1	5,932	-46.3
5년 평균	440,342	-	5,868	-

그림 II-67 ■ 연도별 온라인 방송 불법복제물 시장규모



온라인 방송 불법복제물 유통량을 유통경로별로 살펴보면, ‘토렌트’를 통한 유통량이 약 1억 2천만 개(29.0%)로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘스트리밍 전문 사이트’가 약 7천 3백만 개(17.9%), ‘웹하드’가 약 7천만 개(17.6%), ‘모바일 앱’이 약 5천 7백만 개(14.1%), ‘포털’이 약 5천 5백만 개(13.6%), ‘P2P’가 약 3천 2백만 개(7.8%)의 순으로 나타났다.

그림 II-68 | 온라인 유통경로별 방송 불법복제물 시장 비중(유통량)



연도별로 온라인 방송 불법복제물 유통경로별 시장 비중을 살펴보면, 2013년 이후부터 계속해서 토렌트에 의한 온라인 방송 콘텐츠 시장 비중이 가장 높게 나타났다. 2015년에 신규로 조사된 스트리밍 전문 사이트에 의한 시장 비중은 전체 유통경로 중 두 번째로 많은 비중을 차지해 주요한 불법 유통경로임이 확인되었다. 한편, 웹하드의 시장 비중은 증감을 반복하는 추세이며, P2P의 시장 비중은 유통경로 중 시장 비중이 가장 낮은 것으로 조사되었다⁸⁶⁾. 이러한 결과는 온라인 불법복제물에 대한 모니터링 강화와 더불어 웹하드와 방송사 간 제휴가 확대되면서 불법으로 이용 가능한 콘텐츠가 줄어든 반면, 한류 콘텐츠를 불법으로 서비스하고 있는 해외 스트리밍 사이트에 링크 방식으로 연결되는 불법 수요가 증가되어 나타난 것으로 보인다.

86) 온라인 유통경로 중 모바일 앱은 2014년, 스트리밍 전문 사이트는 2015년에 신규로 추가되어 연도별 유통 경로별 시장 비중 결과 해석 시 주의해야 함.

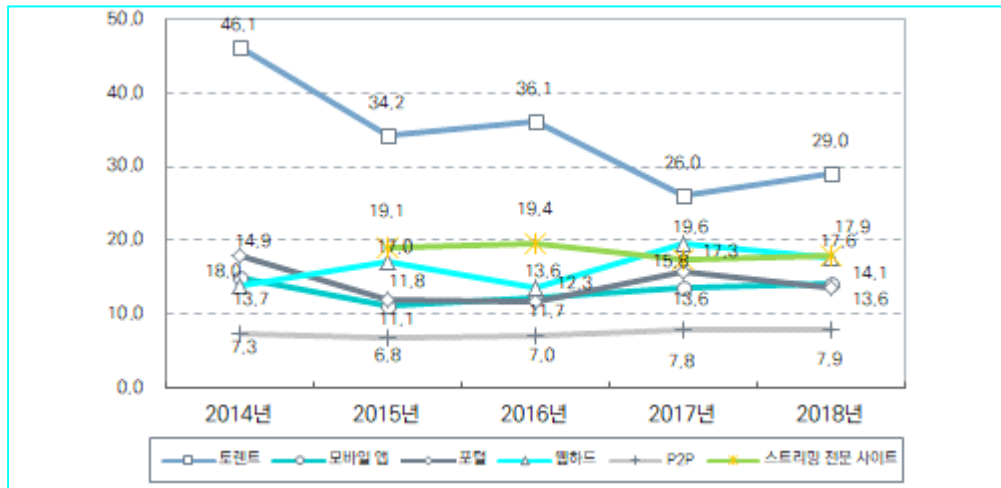
표 II-75 ■ 연도별 온라인 유통경로별 방송 불법복제물 시장 비중(유통량)

(단위 : %)

연도	토렌트	웹하드	스트리밍 전문 사이트	포털	모바일 앱	P2P	합계
2014년	46.1	13.7	-	18.0	14.9	7.3	100.0
2015년	34.2	17.0	19.1	11.8	11.1	6.8	100.0
2016년	36.1	13.6	19.4	11.7	12.3	7.0	100.0
2017년	26.0	19.6	17.3	15.8	13.6	7.8	100.0
2018년	29.0	17.6	17.9	13.6	14.1	7.9	100.0

그림 II-69 ■ 연도별 온라인 유통경로별 방송 불법복제물 시장 비중(유통량)

(단위 : %)



응답자 특성별 온라인 방송 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 온라인상에서 유통된 방송 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 방송 불법복제물은 약 2억 3천만 개로 ‘여성’(약 2억 개) 보다 많은 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P와 웹하드, 토렌트에서는 ‘남성’이 이용한 방송 불법복제물이 더 많은 것으로 나타난 반면, 포털, 모바일 앱, 스트리밍 전문 사이트에서는 ‘여성’이 이용한 방송 불법복제물의 유통량이 더 많은 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘20대’가 약 1억 2천만 개로 온라인 방송 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘30대’가 약 1억 1천만 개, ‘40대’가 약 8천만 개, ‘50대’가 약 4천

만 개, '10대'가 약 3천만 개의 온라인 방송 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 유통 경로별로 구분했을 때 포털, 토렌트, 모바일 앱, 스트리밍 전문 사이트에서는 '20대'가, P2P, 웹하드에서는 '30대'에서의 유통량이 가장 높은 것으로 조사되었다.

지역별로는 '수도권'이 약 2억 3천만 개로 온라인 방송 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, '영남권'이 약 9천만 개, '충청권'이 약 4천만 개, '호남권'이 약 4천만 개, '강원권'이 약 1천만 개의 순으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때 모든 유통 경로에서 '수도권'의 유통량이 가장 높은 것으로 조사되었다.

가구소득별로는 '200~399만 원'이 약 1억 5,241만 개, '400~599만 원'이 약 1억 2,035만 개, '600만 원 이상'이 약 9,303만개로 온라인 방송 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사된 반면, '200만 원 미만' 응답자는 약 4,171만 개를 이용한 것으로 조사되어 이용량이 상대적으로 적은 것으로 나타났다. 유통경로별로는 대부분의 경로에서 '200~399만 원'에 해당하는 응답자에 의한 유통이 가장 많았던 것으로 나타났다.

직업별로는 '사무직 종사자'가 약 2억 개, '학생'이 약 9천만 개로 방송 불법복제물을 많이 이용한 직업층으로 조사되었다. 유통경로별로는 모든 경로에서 '사무직 종사자'를 통한 유통량이 가장 많은 것으로 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 '대학생', '중·고등학생', '대학원생' 순으로 방송 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 '대학교 졸업' 응답자의 이용량이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-76 I 응답자 특성별 온라인 방송 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분		온라인	P2P	포털	웹하드	토렌트	모바일 앱	스트리밍 전문 사이트	
전체		407,496	32,095	55,223	71,610	118,275	57,319	72,973	
성별	남성	232,791	23,678	24,557	48,101	79,691	23,343	33,420	
	여성	174,704	8,417	30,666	23,509	38,584	33,976	39,553	
연령	10대	31,684	1,421	7,803	3,744	5,344	5,778	7,593	
	20대	117,548	8,612	13,905	12,779	43,542	14,240	24,471	
	30대	114,188	8,749	12,642	22,847	38,020	13,410	18,521	
	40대	80,735	7,465	9,718	18,540	20,326	13,284	11,401	
	50대	41,780	4,294	7,112	6,515	7,824	7,348	8,687	
	60대	21,578	1,556	4,044	7,188	3,227	3,261	2,302	
지역	수도권	전체	226,167	18,263	31,568	38,904	67,648	29,551	40,234
		서울	97,612	7,487	13,995	18,988	29,125	11,018	17,000
		경기/인천	128,554	10,776	17,573	19,915	38,523	18,534	23,233
	충청권	44,204	2,409	3,389	8,860	14,426	6,771	8,348	
	영남권	88,140	7,860	13,049	13,073	24,755	14,291	15,112	
	호남권	38,258	2,683	5,854	7,648	9,161	5,691	7,221	
	강원권	10,709	879	1,360	3,122	2,279	1,013	2,055	
	가구 소득	200만 원 미만	41,707	3,739	5,247	7,657	12,780	6,272	6,011
200~399만 원		152,413	10,330	20,496	28,673	45,322	22,141	25,452	
400~599만 원		120,346	9,279	16,913	20,895	33,256	15,844	24,159	
600만 원 이상		93,028	8,747	12,567	14,385	26,916	13,062	17,351	
직업	농/수/축산업	1,962	121	159	957	327	291	106	
	자영업	22,660	2,942	2,532	6,673	4,180	2,824	3,508	
	생산직 종사자	40,430	3,480	4,079	7,705	12,584	5,129	7,452	
	사무직 종사자	190,933	16,488	24,768	34,709	58,762	24,937	31,269	
	전업주부	29,143	1,505	5,490	2,603	6,298	6,841	6,406	
	학생	87,107	4,948	13,775	8,787	26,186	13,906	19,503	
	무직/기타	35,273	2,612	4,421	10,179	9,940	3,393	4,729	
학력	재학	중·고등학생	18,022	572	4,239	1,821	2,819	3,134	5,437
		대학생	62,051	4,059	9,119	6,586	20,811	8,869	12,606
		대학원생	7,020	316	417	380	2,549	1,900	1,458
	초등학교 졸업 이하	50	0	18	0	0	31	0	
	중학교 졸업	1,736	0	338	433	457	232	277	
	고등학교 졸업	42,777	3,516	4,413	10,072	10,529	8,282	5,965	
	대학교 졸업	237,237	20,081	31,388	41,078	70,686	31,156	42,848	
	대학원 졸업	38,588	3,549	5,291	11,240	10,416	3,712	4,380	

다음으로 금액을 기준으로 온라인 방송 불법복제물의 시장규모를 살펴보면 ‘남성’이 약 41억 원으로 ‘여성(약 18억 원)’ 보다 온라인상에서 방송 불법복제물의 이용을 위해 지출한 총 금액이 큰 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P와 웹하드 모두 ‘남성’이 지출한 금액이 많은 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’가 약 18억 원으로 방송 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘40대’가 약 15억 원, ‘20대’가 약 12억 원, ‘50대’가 약 6억 원 등의 순으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P, 웹하드 모두 ‘30대’가 지출한 금액이 가장 많은 것으로 조사되었다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 33억 원으로 온라인 방송 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 다음으로 ‘영남권’이 약 12억 원으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P와 웹하드 모두 ‘수도권’에서 지출한 금액이 가장 많은 것으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’의 소득 집단이 약 22억 원으로 온라인 방송 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 다음으로 ‘400~599만 원’ 집단이 약 17억 원, ‘600만 원 이상’ 집단이 약 13억 원 수준으로 나타났다. 반면 ‘200만 원 미만’의 소득 집단은 약 7억 원으로 나타나 상대적으로 지출 금액이 적은 집단으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 29억 원으로 온라인 방송 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 다음으로 ‘학생’이 약 8억 원 순으로 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 방송 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용 금액이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-77 | 응답자 특성별 온라인 방송 불법복제물 시장규모⁸⁷⁾

(단위 : 백만 원)

구분		온라인	P2P	포털	웹하드	토렌트	모바일 앱	스트리밍 전문 사이트	
전체		5,932	1,836	0	4,096	0	0	0	
성별	남성	4,106	1,354	0	2,751	0	0	0	
	여성	1,826	481	0	1,345	0	0	0	
연령	10대	295	81	0	214	0	0	0	
	20대	1,224	493	0	731	0	0	0	
	30대	1,807	500	0	1,307	0	0	0	
	40대	1,488	427	0	1,061	0	0	0	
	50대	618	246	0	373	0	0	0	
	60대	500	89	0	411	0	0	0	
지역	수도권	전체	3,270	1,045	0	2,225	0	0	0
		서울	1,514	428	0	1,086	0	0	0
		경기/인천	1,756	616	0	1,139	0	0	0
	충청권	645	138	0	507	0	0	0	
	영남권	1,197	450	0	748	0	0	0	
	호남권	591	153	0	437	0	0	0	
	강원권	229	50	0	179	0	0	0	
	가구 소득	200만 원 미만	652	214	0	438	0	0	0
200~399만 원	2,231	591	0	1,640	0	0	0		
400~599만 원	1,726	531	0	1,195	0	0	0		
600만 원 이상	1,323	500	0	823	0	0	0		
직업	농/수/축산업	62	7	0	55	0	0	0	
	자영업	550	168	0	382	0	0	0	
	생산직 종사자	640	199	0	441	0	0	0	
	사무직 종사자	2,929	943	0	1,985	0	0	0	
	전업주부	235	86	0	149	0	0	0	
	학생	786	283	0	503	0	0	0	
	무직/기타	732	149	0	582	0	0	0	
학력	재학	중·고등학생	137	33	0	104	0	0	0
		대학생	609	232	0	377	0	0	0
		대학원생	40	18	0	22	0	0	0
	초등학교 졸업 이하	0	0	0	0	0	0	0	
	중학교 졸업	25	0	0	25	0	0	0	
	고등학교 졸업	777	201	0	576	0	0	0	
	대학교 졸업	3,498	1,149	0	2,350	0	0	0	
	대학원 졸업	846	203	0	643	0	0	0	

87) 포털과 토렌트, 모바일 앱, 스트리밍 전문 사이트의 경우 불법복제물이 무료로 유통되고 있으므로 금액을 표시하지 않음.

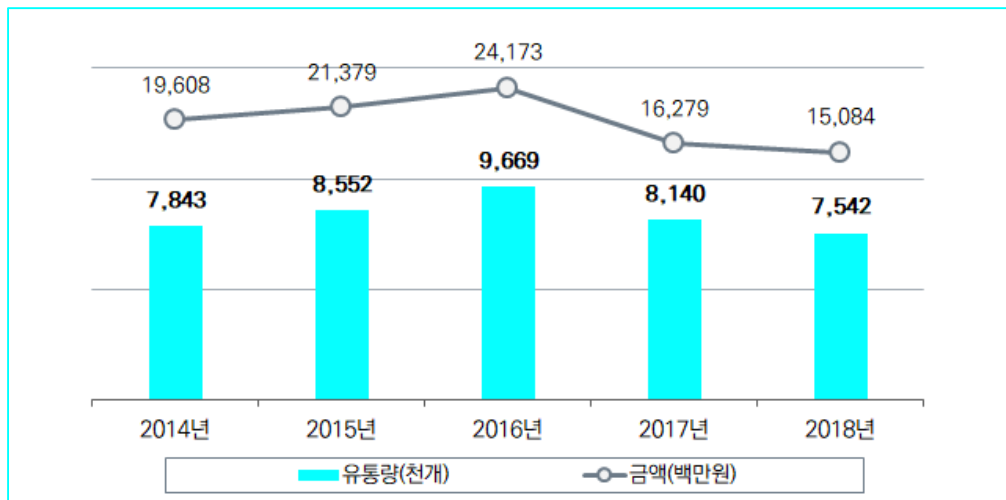
3) 오프라인 불법복제 방송 콘텐츠 시장규모

오프라인상에서 방송 불법복제물은 DVD 형태로 유통되고 있다. 2018년도의 오프라인 방송 불법복제물 유통량은 약 754만 개로 전년(814만 개) 대비 7.3% 감소하였으며, 2014년(784만 개) 대비 약 30만 개 감소한 것으로 나타났다. 오프라인 방송 불법복제물의 유통량은 전체 오프라인 불법복제물 유통량의 1.8%를 차지하고 있으며, 최근 5년간 연간 평균 유통량은 약 835만 개로 나타났다. 한편 오프라인 방송 불법복제물의 시장규모는 약 151억 원으로 전년(163억 원) 대비 7.3% 감소하였으며, 2014년(196억 원) 대비 약 45억 원 감소하였다.

표 II-78 | 연도별 오프라인 방송 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	7,843	-	19,608	-
2015년	8,552	9.0	21,379	9.0
2016년	9,669	13.1	24,173	13.1
2017년	8,140	-15.8	16,279	-32.7
2018년	7,542	-7.3	15,084	-7.3
5년 평균	8,349	-	19,305	-

그림 II-70 | 연도별 오프라인 방송 불법복제물 시장규모



응답자 특성별 오프라인 방송 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 오프라인상에서 유통된 방송 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 방송 불법복제물은 약 426만 개로써 ‘여성(약 328만 개)’ 보다 많은 것으로 나타났다. 이를 금액으로 환산하면 ‘남성’은 약 85억 원, ‘여성’은 66억 원을 오프라인 방송 불법복제물 이용에 지출한 것으로 추정할 수 있다.

연령별로는 ‘20대’가 약 178만 개로 오프라인 방송 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘30대’가 약 164만 개, ‘40대’가 약 161만 개, ‘50대’가 약 128만개, ‘10대’가 약 71만 개의 오프라인 방송 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 이를 금액으로 환산하면 ‘20대’가 약 36억 원, ‘30대’가 약 33억 원, ‘40대’가 약 32억 원, ‘10대’가 약 14억 원을 오프라인 방송 불법복제물 이용에 지출한 것으로 추정할 수 있다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 401만 개로 오프라인 방송 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 172만 개, ‘호남권’이 약 83만 개, ‘충청권’이 약 80만 개, ‘강원권’이 약 17만 개의 순으로 나타났다. 이를 금액으로 환산하면 ‘수도권’이 약 80억 원으로 오프라인 방송 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사된 반면 ‘강원권’은 3억 원으로 가장 적게 지출한 것으로 추정할 수 있다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’의 소득 집단이 약 274만 개로 오프라인 방송 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사된 반면, ‘200만 원 미만’은 약 64만 개로 이용량이 가장 낮았다. 이를 금액으로 환산하면 ‘200~399만 원’ 집단의 이용 금액이 약 55억 원으로 오프라인 방송 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 추정할 수 있다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 344만 개로 오프라인 방송 불법복제물을 가장 많이 이용한 직업층으로 조사된 반면, ‘농/수/축산업 종사자’는 약 5만 8천 개로 이용량이 상대적으로 낮게 조사되었다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 오프라인 방송 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용량이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-79 | 응답자 특성별 오프라인 방송 불법복제물 시장규모

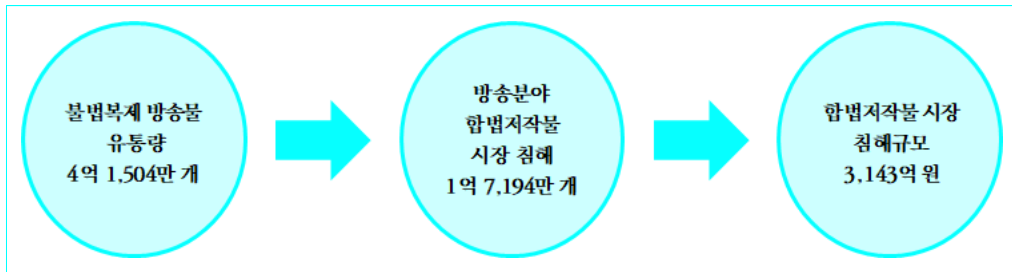
구분		유통량(천 개)	금액(백만 원)	
전체		7,542	15,084	
성별	남성	4,261	8,523	
	여성	3,280	6,561	
연령	10대	713	1,426	
	20대	1,779	3,558	
	30대	1,643	3,287	
	40대	1,605	3,210	
	50대	1,279	2,558	
	60대	523	1,046	
지역	수도권	전체	4,010	8,020
		서울	1,884	3,768
		경기/인천	2,126	4,253
	충청권	799	1,598	
	영남권	1,721	3,442	
	호남권	828	1,655	
	강원권	172	344	
	가구 소득	200만 원 미만	636	1,271
200~399만 원	2,736	5,472		
400~599만 원	1,947	3,895		
600만 원 이상	2,236	4,472		
직업	농/수/축산업	58	117	
	자영업	487	975	
	생산직 종사자	892	1,784	
	사무직 종사자	3,441	6,881	
	전업주부	669	1,337	
	학생	1,452	2,905	
	무직/기타	529	1,059	
학력	재학	중·고등학생	440	880
		대학생	862	1,724
		대학원생	163	326
	초등학교 졸업 이하	54	107	
	중학교 졸업	8	16	
	고등학교 졸업	1,130	2,260	
	대학교 졸업	4,107	8,214	
	대학원 졸업	790	1,580	

다. 합법저작물 시장 침해규모(방송)

1) 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모

합법저작물 시장의 침해규모도 불법복제물 시장규모와 마찬가지로 양적(침해량), 금액적으로 구분할 수 있다. 먼저 침해량은 구입 또는 이용한 불법복제물로 인하여 실제로 구매 또는 이용하지 않게 된 합법저작물의 개수를 의미한다. 이러한 침해량에 정품가격을 곱하여 산출한 것이 침해금액이다. 이하에서는 합법저작물 시장 침해규모를 침해량과 금액으로 구분하여 분석한다. 침해량 분석을 통해 침해규모에 대한 정량적 추이를 살펴볼 수 있으며, 침해금액 분석을 통해 최종수요의 상실로 인한 콘텐츠산업의 직접적(1차적) 경제적 손실규모를 추정할 수 있다.

그림 II-71 ■ 방송 불법복제물 시장규모 및 합법저작물 시장 침해규모



앞서 언급한 대로 방송 불법복제물 시장규모는 약 210억 원으로 나타났으며, 이러한 불법복제물로 인해 침해받는 합법저작물 시장의 규모는 약 1,719억 원으로 추정할 수 있다. 이 수치는 Part2의 제1장 ‘합법저작물 시장 침해규모 산출식’에서 밝힌 계산식을 바탕으로 산출한 결과이다. 불법복제물과 합법저작물 간의 유통단가 차이로 인해 방송 분야 합법저작물 시장 침해규모는 불법복제물 시장의 약 10.0배 가량 큰 규모로 형성되어 있다. 방송 분야 합법저작물 시장 침해규모는 전체(음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야) 합법저작물 시장 침해규모의 12.6%에 해당한다.

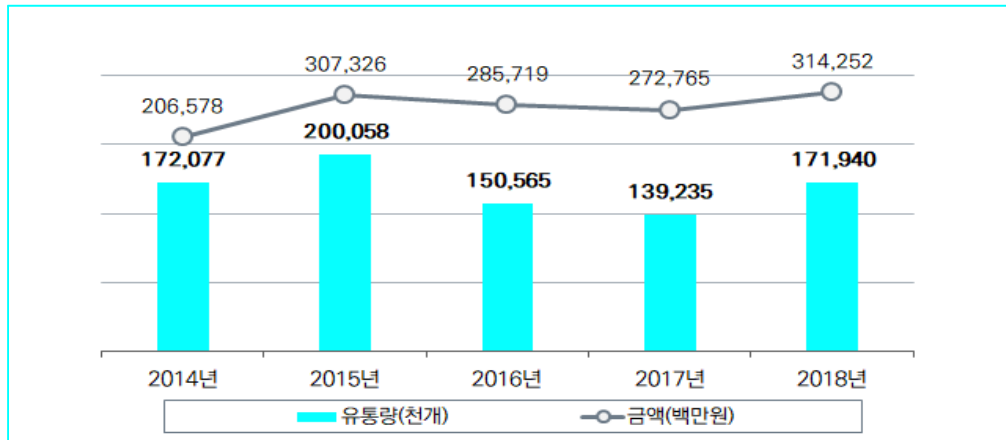
좀 더 세부적으로 살펴보면, 2018년 한 해 동안의 방송 불법복제물 침해량은 약 1억 7,194만 편으로 2017년(약 1억 3,929만 편) 대비 23.5% 증가하였으며, 2014년(1억 7,207만 편) 대비 약 1만 편이 감소한 것으로 나타났다. 방송 합법저작물의 침해량은 전

체 합법저작물 침해량의 19.0%를 차지하고 있다. 이 침해량에 방송 합법저작물 유통가격을 적용하여 산출한 시장규모는 총 3,143억 원으로 2017년(2,728억 원) 대비 15.2% 증가하였으며, 2014년(2,066억 원) 대비 약 1,077억 원 증가했다.⁸⁸⁾

표 II-80 | 연도별 합법저작물 시장 침해규모(방송 분야)

연도	침해량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	172,077	-	206,578	-
2015년	200,058	16.3	307,326	48.8
2016년	150,565	-24.7	285,719	-7.0
2017년	139,235	-7.5	272,765	-4.5
2018년	171,940	23.5	314,252	15.2
5년 평균	166,775	-	277,328	-

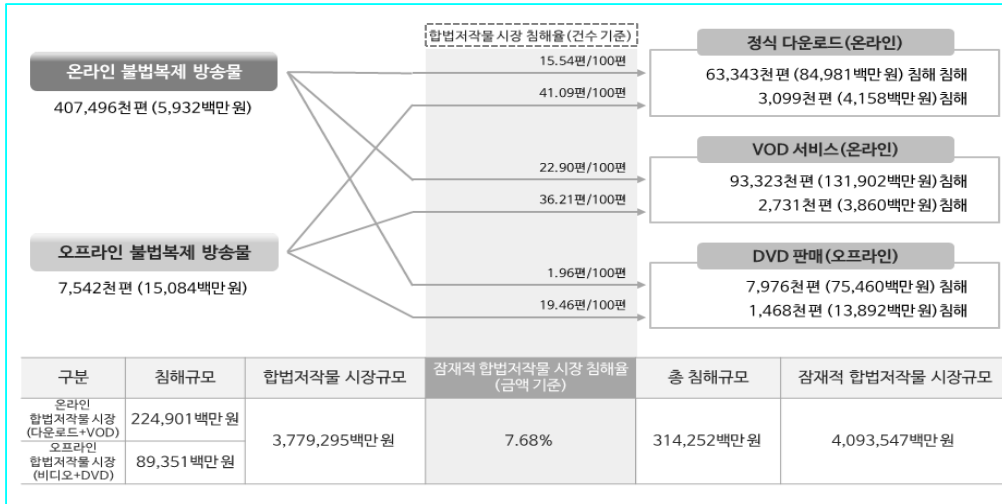
그림 II-72 | 연도별 합법저작물 시장 침해규모(방송 분야)



방송 불법복제물이 방송 분야의 합법저작물 시장을 침해하는 비율(합법저작물 시장 침해율(건수 기준)을 살펴보면, 온라인 방송 불법복제물은 이용한 100편 중 15.54편은 정식 다운로드, 22.90편은 VOD 서비스 이용, 1.96편은 DVD 구매를 침해하고 있는 것으로 나타났다. 오프라인 방송 불법복제물은 구입한 100편 중 41.09편은 정식 다운로드, 36.21편은 VOD 서비스 이용, 19.46편은 DVD 구매를 침해하고 있는 것으로 분석되었다.

88) 2015년도 합법 방송 콘텐츠 시장의 침해규모(금액)가 전년 대비 대폭 증가한 것은 2015년도에 온라인 방송 콘텐츠 VOD 단가가 크게 인상(최대 50%까지)된 것과도 관련이 있으므로 해석 시 주의가 필요함.

그림 II-73 방송 불법복제물 시장의 합법저작물 시장 침해 현황



※ 방송 합법저작물 시장규모는 '2018 콘텐츠산업 통계조사'(문화체육관광부, 2019) 참조

※ 합법저작물 시장 침해율(건수) = 침해된 합법저작물 콘텐츠 수 / 불법복제물 이용 콘텐츠 수
 ※ 잠재적 합법저작물 시장 침해율(금액) = 침해규모 / 잠재적 합법저작물 시장규모

2) 방송 분야 온·오프라인 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모

방송 콘텐츠의 온·오프라인 합법저작물 시장은 온라인 방송 불법복제물에 의해 침해되기도 하며, 오프라인 방송 불법복제물에 의해 침해되기도 한다. 불법복제물의 유통경로에 따라 합법저작물 시장의 침해규모를 살펴보면, 온라인 불법복제물 유통경로로 인한 합법저작물 시장 침해규모는 2,923억 원, 오프라인 불법복제물 유통경로로 인한 합법저작물 시장 침해규모는 219억 원으로 나타났다. 비중으로 보면 온라인 불법복제물 유통경로로 인한 침해규모는 93.0%를 차지하고 있으며, 오프라인 불법복제물 유통경로로 인한 침해규모는 7.0%로 나타났다.

표 II-81 온·오프라인 불법복제물 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모(방송)

(단위 : 백만 원, %)

구분	온라인 방송 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모	오프라인 방송 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모	합계
금액	292,343	21,910	314,252
비율	93.0%	7.0%	100.0

3) 방송 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율

가) 합법저작물 시장규모

합법저작물 시장의 침해규모와 합법저작물 시장규모를 비교해 보면 방송의 경우, 합법저작물 시장 침해규모는 3,143억 원으로 합법저작물 시장규모 3조 7,793억 원보다 작게 형성되어 있다.

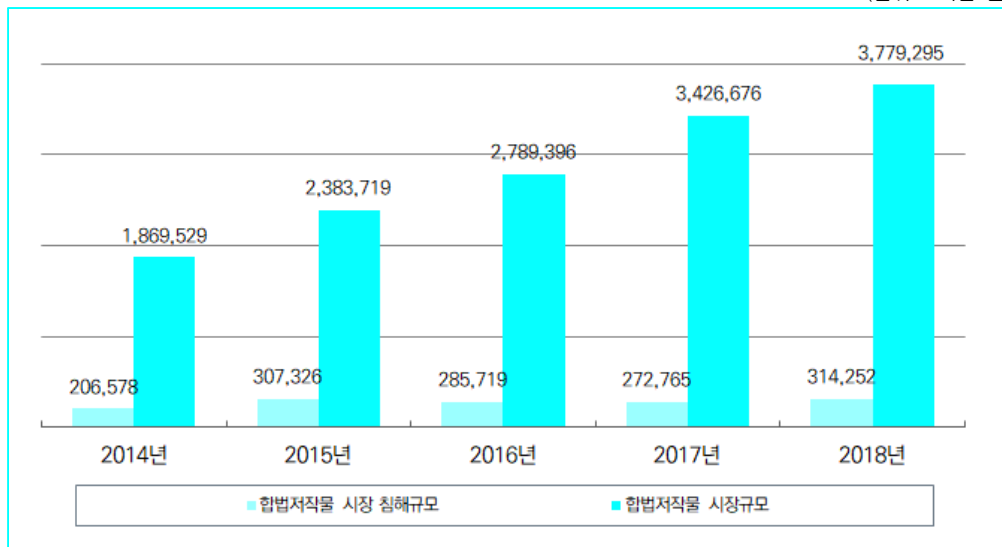
표 II-82 ■ 연도별 합법저작물 시장규모(방송)

(단위 : 백만 원, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
방송 합법저작물 시장규모	1,869,529	2,383,719	2,789,396	3,426,676	3,779,295
증감률	-	27.5	17.0	22.9	10.3

그림 II-74 ■ 연도별 방송 합법저작물 시장 침해규모 및 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원)

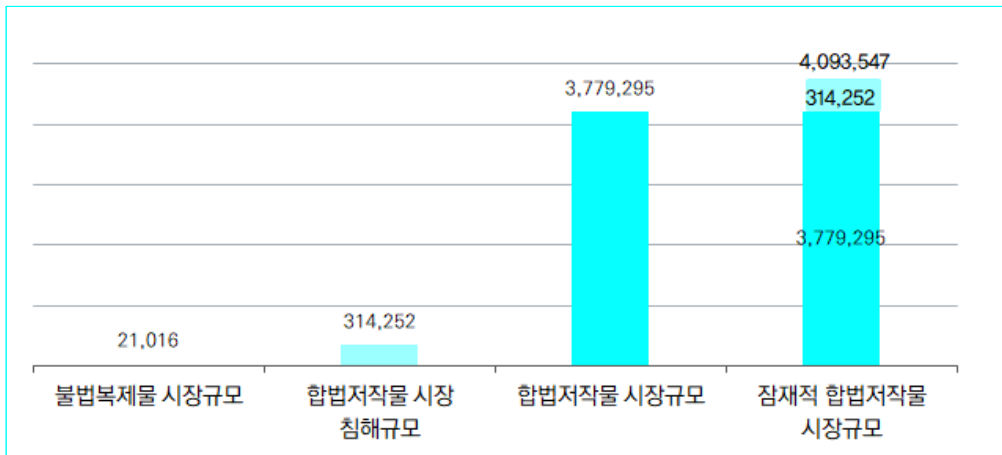


나) 잠재적 합법저작물 시장규모

합법저작물 시장 침해규모와 합법저작물 시장규모를 합산하면 침해가 일어나지 않았을 경우 원래 형성되었어야 할 잠재적 합법저작물 시장규모를 추정할 수 있다. 방송 불법복제물 근절 시 약 3,143억 원 가량의 합법저작물 시장을 추가적으로 창출할 수 있다. 여기에 현재의 합법저작물 시장규모를 합산하면 잠재적 합법저작물 시장규모는 약 4조 935억 원 규모로 추정된다.

그림 II-75 ■ 방송 분야 잠재적 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원)



다) 잠재적 합법저작물 시장 침해율

‘잠재적 합법저작물 시장 침해율’이란 잠재적 합법저작물 시장규모에서 차지하는 합법저작물 시장 침해규모에 대한 비율로써, 2018년 방송 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율은 7.7%로 조사되었다. 이는 2017년 잠재적 합법저작물 시장 침해율(7.4%)과 비교하였을 때 0.3%p 높아진 수준이며, 2014년 잠재적 합법저작물 시장 침해율(10.0%)과 비교하였을 때는 2.3%p 낮아진 수치로, 방송 분야에 대한 저작권 보호를 위한 개선 노력이 지속적으로 필요한 것으로 보여진다.

표 II-83 | 방송 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율

구분	합법저작물 시장규모(A)	합법저작물 시장 침해규모(B)	잠재적 합법저작물 시장규모(C=A+B)	잠재적 합법저작물 시장 침해율%(B/C)
2014년	1조 8,695억 원	2,066억 원	2조 761억 원	10.0%
2015년	2조 3,837억 원	3,073억 원	2조 6,910억 원	11.4%
2016년	2조 7,894억 원	2,857억 원	3조 751억 원	9.3%
2017년	3조 4,267억 원	2,728억 원	3조 6,994억 원	7.4%
2018년	3조 7,793억 원	3,143억 원	4조 935억 원	7.7%

4. 출판

가. 출판 불법복제물 이용경험

1) 유통경로별 출판 불법복제물 이용경험

2018년 한 해 동안의 출판 불법복제물 이용경험을 살펴보면 우리나라 만 13~69세 인구의 7.9%인 약 323만 명이 출판 불법복제물을 이용한 경험이 있는 것으로 나타났다. 온라인상의 출판 불법복제물 이용경험을 살펴보면 우리나라 만 13~69세 인구의 5.4%인 약 222만 명이 온라인에서 출판 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 오프라인상의 출판 불법복제물 이용경험을 살펴보면 우리나라 만 13~69세 인구의 4.4%인 약 181만 명이 오프라인에서 출판 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다.

표 II-84 | 전체 출판 불법복제물 경험률

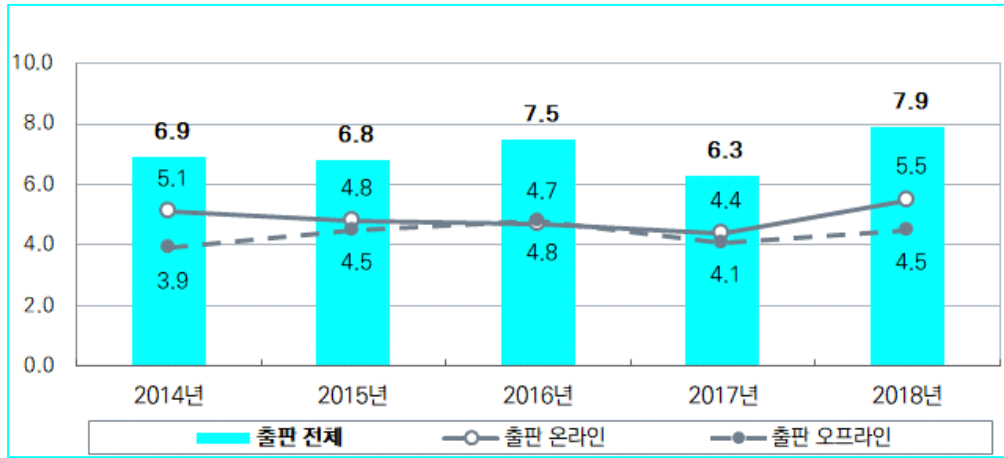
(단위 : %, 천 명)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
온라인	5.1	4.8	4.7	4.4	5.4
이용인구	1,942	1,838	1,860	1,808	2,224
오프라인	3.9	4.5	4.8	4.1	4.4
이용인구	1,487	1,749	1,898	1,659	1,808
전체	6.9	6.8	7.5	6.3	7.9
이용인구	2,619	2,626	2,981	2,580	3,227

출판 불법복제물 경험률(7.9%)은 전년 대비 소폭 상승한 수준이며, 2014년부터 6~7% 수준을 유지하고 있다. 온라인 출판 불법복제물의 경험률(5.4%)은 전년 대비 1.0%p 증가하였으며, 2014년부터 4~5% 수준을 유지하고 있다. 오프라인 출판 불법복제물의 경험률(4.4%)은 전년 대비 0.3%p 증가하였으며, 2014년부터 6~7% 수준을 유지하고 있다.

그림 II-76 | 연도별 출판 불법복제물 경험률 추이

(단위 : %)



콘텐츠별로 보면 출판(7.9%) 분야의 불법복제물 경험률은 다른 영화(22.8%), 음악(21.8%), 방송(19.8%)분야보다 낮게 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해서 보면 온라인 출판 불법복제물(5.4%)의 경험률도 타 분야 대비 가장 낮게 나타났으며, 오프라인 출판 불법복제물(4.4%)의 경험률은 타 분야 대비 상대적으로 높게 나타났다.

표 II-85 | 출판 불법복제물 경험률 비교

(단위 : %)

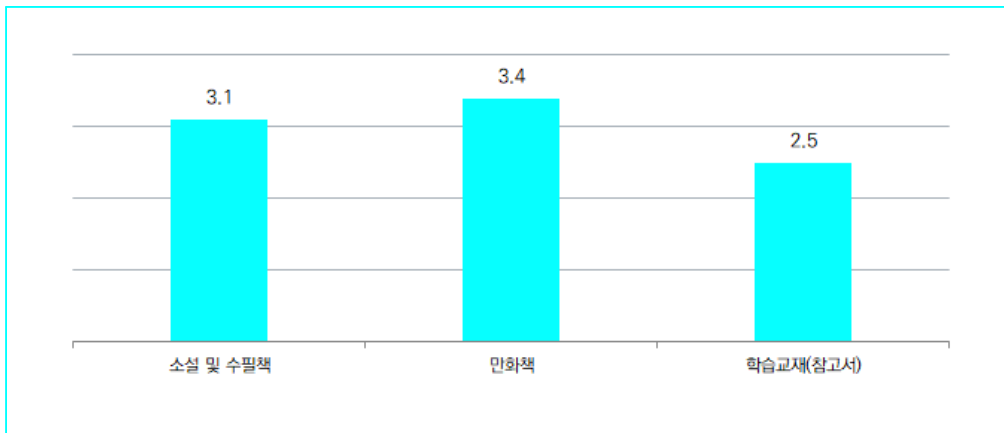
구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	
음악	온라인	22.2	17.9	20.3	16.6	19.6
	오프라인	6.8	5.7	6.0	3.6	5.5
	전체	24.7	19.6	21.9	18.6	21.8
영화	온라인	21.5	20.1	22.3	17.2	21.7
	오프라인	5.0	5.1	4.6	3.8	3.8
	전체	22.6	21.4	23.7	18.2	22.8
방송	온라인	16.0	18.8	21.4	20.8	18.7
	오프라인	3.0	3.1	3.6	3.0	3.0
	전체	16.6	19.6	22.7	21.8	19.8
출판	온라인	5.1	4.8	4.7	4.4	5.4
	오프라인	3.9	4.5	4.8	4.1	4.4
	전체	6.9	6.8	7.5	6.3	7.9
게임	온라인	7.2	7.5	7.1	6.5	6.5
	오프라인	2.8	1.9	1.9	1.9	1.9
	전체	7.8	8.2	8.3	7.2	7.5

2) 장르별 출판 불법복제물 이용경험

2018년 한 해 온라인 출판 불법복제물의 경험률을 장르별로 살펴보면, ‘만화’가 3.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘소설/수필’ 3.1%, ‘학습교재’ 2.5%의 순으로 나타났다.

그림 II-77 ■ 장르별 출판 불법복제물 경험률(온라인)

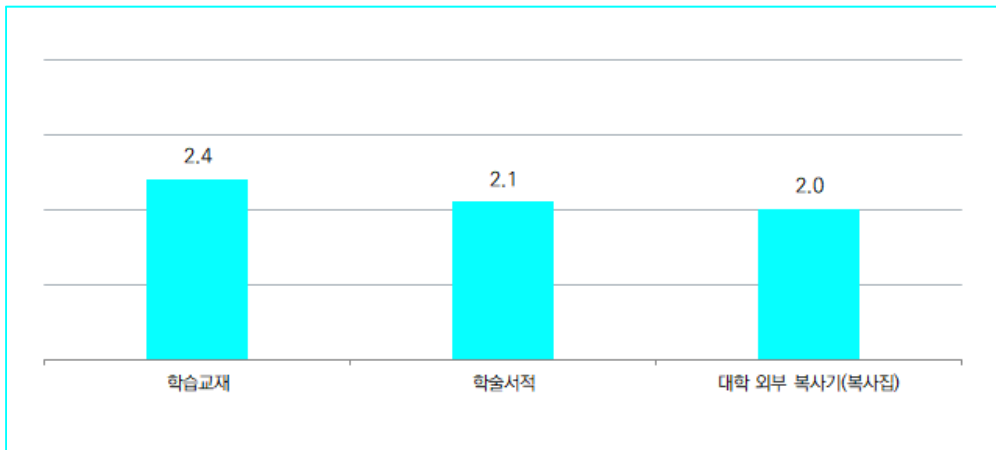
(단위 : %)



한편 오프라인 출판 불법복제물의 경험률은 ‘학습교재’ 2.4%, ‘학술서적’ 2.1%로 나타났으며, 불법복사를 위해 대학 외부 복사기를 이용한 경험률은 2.0%로 나타났다.

그림 II-78 ■ 장르별 출판 불법복제물 경험률(오프라인)

(단위 : %)



3) 응답자 특성별 출판 불법복제물 이용경험

출판 불법복제물을 이용하는 층은 다양한 연령, 지역, 소득, 직업 등에 걸쳐 분포되어 있으며, 각 요인별로 불법복제물 경험률에 차이를 보인다. 이하에서는 출판 불법복제물 이용에 영향을 미치는 6가지 요인(성, 연령, 지역, 소득, 직업, 학력)을 중심으로 살펴보았다.

먼저 성별을 기준으로 살펴보면 2018년 한 해 동안 ‘남성’의 8.8%, ‘여성’의 7.0%가 출판 불법복제물을 이용한 경험이 있다고 조사되었다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 ‘남성’의 6.1%, ‘여성’의 4.8%가 출판 불법복제물을 이용한 경험이 있었으며, 오프라인의 경우는 ‘남성’의 4.9%, ‘여성’의 3.9%가 이용경험이 있다고 응답했다.

연령별 출판 불법복제물 경험률은 ‘10대’가 11.6%로 가장 높게 나타났으며, ‘20대’가 11.5%, ‘30대’가 9.4%, ‘40대’가 7.2%, ‘50대’가 5.4%의 순으로 조사되었다. ‘60대’는 4.0%로 가장 낮게 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 ‘10대’가 8.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘20대’가 7.7%, ‘30대’가 6.9%, ‘40대’가 4.9%, ‘50대’가 3.4%의 순으로 나타났다. 오프라인의 경우는 ‘20대’가 6.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘10대’가 5.5%, ‘30대’가 5.1%, ‘40대’가 4.0%, ‘50대’가 3.5%의 순으로 나타났다.

지역별 출판 불법복제물 경험률은 ‘서울’이 9.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘호남권’이 8.5%, ‘충청권’이 7.7%, ‘영남권’이 7.3%, ‘강원권’이 6.2%의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인과 오프라인 모두 ‘서울’에서 출판 불법복제물 이용경험이 가장 높은 것으로 나타났다.

가구소득별 출판 불법복제물 경험률은 ‘600만 원 이상’의 소득 집단이 8.2%로 가장 높게 나타났으며, ‘200~399만 원’이 7.9%, ‘200만 원 미만’이 7.8%, ‘400만~599만 원’은 7.7%순으로 조사되었다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인과 오프라인 모두 가구소득이 ‘600만 원 이상’에 해당하는 응답자가 출판 불법복제물 경험률이 가장 높았으며, ‘400만~599만 원’에 해당하는 응답자가 경험률이 가장 낮은 것으로 조사되었다.

직업별 출판 불법복제물 경험률은 ‘학생’이 12.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘농/수/축산업 종사자’가 10.1%, ‘사무직 종사자’가 8.4%, ‘생산직 종사자’가 6.2%, ‘무직/기타’가 6.0%, ‘자영업자’가 5.9%, ‘전업주부’의 경험률은 4.0%로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인은 ‘학생’이 8.3%로, 오프라인은 ‘농/수/축산업 종사자’가 8.6%로 출판 불법복제물의 경험률이 가장 높게 나타난 반면, ‘전업주부’는 온라인이 2.9%, 오프라인이 2.2%로 경험률이 가장 낮게 나타났다.

학력별 출판 불법복제물 경험률은 재학생의 경우 ‘대학원생’이 19.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘대학생’이 14.2%, ‘중·고등학생’이 10.4% 순으로 나타났다. 졸업자의 경우는 ‘대학원 졸업’과 ‘대학교 졸업’이 각각 9.5%와 7.4%로 출판 불법복제물의 경험률이 비교적 높게 조사되었으며, ‘초등학교 졸업 이하’의 집단에서는 출판 불법복제물 이용경험이 없는 것으로 나타났다.

표 II-86 | 응답자 특성별 출판 불법복제물 경험률

(단위 : %)

구분		전체	온라인	오프라인	
전체		7.9	5.4	4.4	
성별	남성	8.8	6.1	4.9	
	여성	7.0	4.8	3.9	
연령	10대	11.6	8.4	5.5	
	20대	11.5	7.7	6.4	
	30대	9.4	6.9	5.1	
	40대	7.2	4.9	4.0	
	50대	5.4	3.4	3.5	
	60대	4.0	2.8	2.7	
지역	수도권	전체	8.2	5.8	4.6
		서울	9.4	6.7	5.4
		경기/인천	7.5	5.2	4.1
	충청권	7.7	5.2	4.1	
	영남권	7.3	5.2	4.1	
	호남권	8.5	5.1	5.0	
	강원권	6.2	4.2	3.1	
	가구 소득	200만 원 미만	7.8	5.2	4.3
200~399만 원	7.9	5.6	4.2		
400~599만 원	7.7	5.2	4.1		
600만 원 이상	8.2	5.6	5.0		
직업	농/수/축산업	10.1	5.6	8.6	
	자영업	5.9	3.9	3.7	
	생산직 종사자	6.2	4.8	3.0	
	사무직 종사자	8.4	5.8	4.8	
	전업주부	4.0	2.9	2.2	
	학생	12.9	8.3	7.2	
	무직/기타	6.0	4.6	2.8	
학력	재학	중·고등학생	10.4	7.2	5.0
		대학생	14.2	8.7	8.4
		대학원생	19.0	12.5	10.8
	초등학교 졸업 이하	0.0	0.0	0.0	
	중학교 졸업	1.7	1.3	1.3	
	고등학교 졸업	4.6	3.2	2.6	
	대학교 졸업	7.4	5.4	4.0	
	대학원 졸업	9.5	6.1	6.2	

나. 출판 불법복제물 시장규모

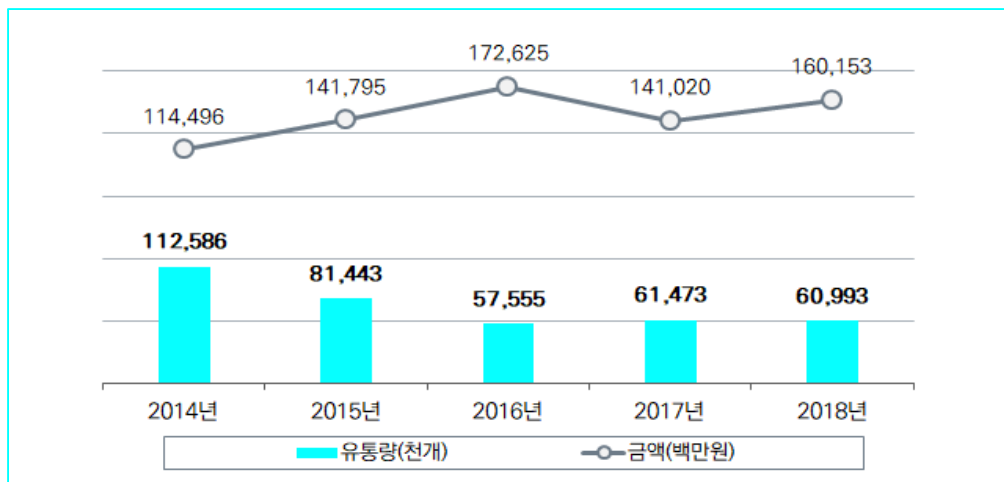
1) 전체 출판 불법복제물 시장규모

2018년도 출판 불법복제물의 유통량은 약 6천 99만 개로 전년(6천 1백만 개) 대비 0.8% 감소하였으며, 2014년(1억 1천 3백만 개) 대비 약 5천 2백만 개 감소한 것으로 나타났다. 출판 불법복제물의 유통량은 전체(음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야) 불법복제물 유통량의 3.1%를 차지하고 있으며, 최근 5년간 연간 평균 유통량은 약 7천만 개로 나타났다. 한편 출판 불법복제물 유통량에 불법복제물 단가를 적용하여 산출한 시장규모는 약 1,602억 원으로 전년(1,410억 원) 대비 13.6% 증가하였으며, 이는 2014년(1,145억 원) 대비 약 457억 원 증가한 것이다.

표 II-87 | 연도별 출판 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	112,586	-	114,496	-
2015년	81,443	-27.7	141,795	23.8
2016년	57,555	-29.3	172,625	21.7
2017년	61,473	6.8	141,020	-18.3
2018년	60,993	-0.8	160,153	13.6
5년 평균	74,810	-	146,018	-

그림 II-79 | 연도별 출판 불법복제물 시장규모



먼저 유통량 기준으로 온·오프라인 유통경로별 비중을 살펴보면, 2018년 한 해 동안 온라인상에서 4,804만 편, 오프라인상에서 1,295만 편으로 총 6,099만 편의 출판 불법복제물이 유통된 것으로 조사되었다. 온라인 유통비율은 78.8%로 오프라인 유통비율인 21.2%보다 약 3.7배 정도 높았다.

한편 금액 기준으로 온·오프라인 유통경로별 비중을 살펴보면 온라인의 경우 약 2억 8백만 원, 오프라인은 약 1,599억 원으로 총 1,602억 원의 규모로 출판 불법복제물 시장이 형성되어 있다는 것을 알 수 있다. 비율로 보면 오프라인 시장이 99.9%로 거의 대부분인 것으로 나타났다.

그림 II-80 | 유통경로별 출판 불법복제물 시장 비중

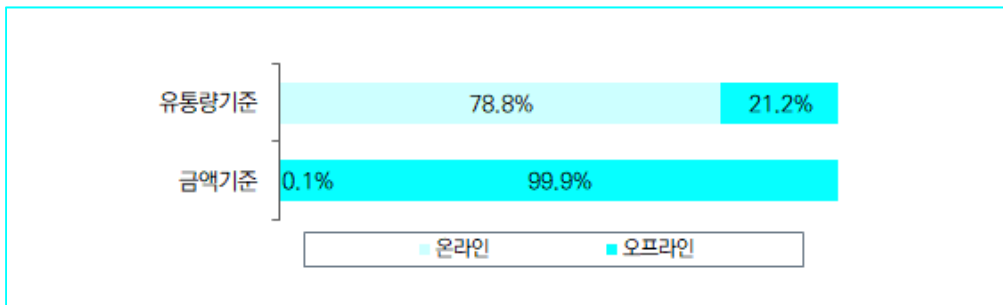


그림 II-81 | 전체 출판 불법복제물 시장규모



※ 만 13세~69세 인구수 : 40,845,312명
 ※ 만 13세~69세 불법복제 출판물 이용자수 : 3,226,780명

장르별로 살펴보면 출판 불법복제물 중 ‘만화’가 2,567만 편으로 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘소설·수필’이 1,500만 편, ‘학습교재(참고서)’가 736만 편의 순으로 나타났다. 한편 ‘대학 외부 복사기(복사집)’를 통한 불법복사는 401만 편으로 조사되었다. 이를 금액으로 환산하면 약 1,602억 원을 출판 불법복제물 소비에 지출하고 있는 것으로 드러났다.

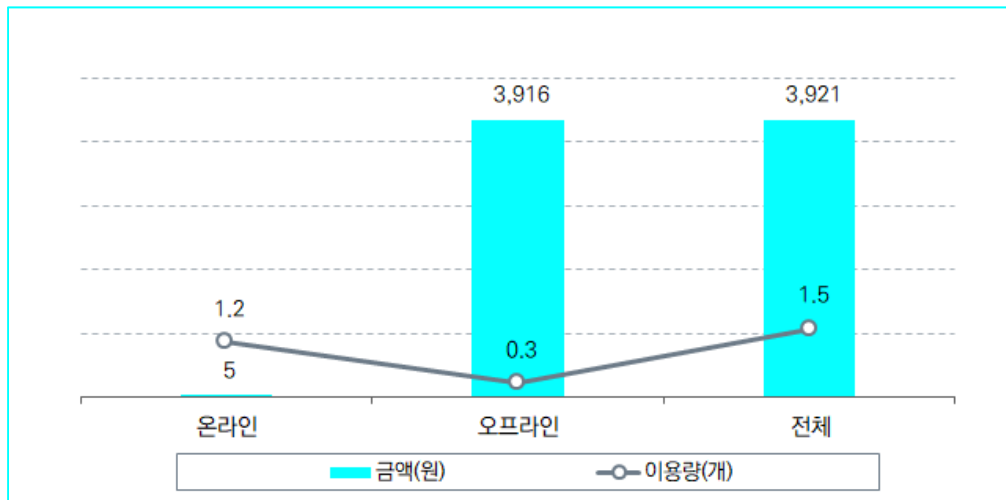
표 II-88 | 유형별 출판 불법복제물 유통량 및 금액

(단위 : 천 개, 백만 원)

구분	합계	소설 /수필	만화	학습 교재	학술 서적	대학 외부 복사기
유통량	60,993	15,006	25,668	11,955	4,350	4,014
금 액	160,153	118	33	38,276	81,588	40,138

한편, 2018년 한 해 동안 우리나라 만 13~69세 인구 1인당 평균 1.5개(월 평균 0.12개)의 출판 불법복제물을 구입 또는 이용했으며, 유통경로별로 구분했을 때 온라인에서 1.2개, 오프라인에서 0.3개를 이용한 것으로 나타났다. 이를 금액으로 환산 시 약 3,921원(월 평균 327원)을 매달 출판 불법복제물 소비에 사용하였으며, 온라인에서 5원, 오프라인에서 3,916원을 지출한 것으로 볼 수 있다.

그림 II-82 | 1인당 1년 평균 출판 불법복제물 유통량 및 지출액



응답자 특성별 출판 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 유통된 출판 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 불법복제물은 약 3,839만 개로써 ‘여성(2,259만 개)’ 보다 많은 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때, 온라인에서는 ‘남성’이 약 3,088만 개, ‘여성’이 약 1,716만 개의 출판 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었다. 한편 오프라인에서는 ‘남성’이 약 751만 개, ‘여성’이 약 543만 개의 출판 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’가 약 1,788만 개의 출판 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었으며, ‘20대’가 약 1,297만 개, ‘40대’가 약 1,081만 개, ‘50대’가 약 829만 개, ‘10대’가 약 729만 개의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 온라인에서는 ‘30대’가 약 1,504만 개로, 오프라인에서는 ‘20대’가 약 321만 개로 출판 불법복제물을 가장 많이 이용한 연령대로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’에서 약 3,167만 개로 출판 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 1,482만 개, ‘호남권’이 약 672만 개, ‘충청권’이 약 656만 개, ‘강원권’이 약 121만 개의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 온라인과 오프라인 모두 ‘수도권’에서 출판 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’의 소득 집단이 약 2,050만 개로 출판 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘600만 원 이상’도 약 1,799만 개로 이용량이 많은 것으로 나타났다. 반면, ‘200만 원 미만’의 이용량은 719만 개 정도로 나타나 이용량이 상대적으로 적은 것으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 2,874만 개, ‘학생’이 약 1,392만 개를 이용한 것으로 나타나 출판 불법복제물의 핵심 이용집단으로 분류되었다. 반면, ‘농/수/축산업 종사자’의 경우는 이용량이 약 10만 개로 타 직업 대비 이용량이 낮게 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 출판 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용량이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-89 | 응답자 특성별 출판 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분		전체	온라인	오프라인	
전체		60,993	48,038	12,954	
성별	남성	38,392	30,882	7,510	
	여성	22,586	17,156	5,430	
연령	10대	7,288	5,942	1,346	
	20대	12,970	9,756	3,213	
	30대	17,880	15,036	2,843	
	40대	10,807	8,408	2,400	
	50대	8,285	6,199	2,086	
	60대	3,764	2,698	1,066	
지역	수도권	전체	31,671	24,349	7,321
		서울	15,256	11,783	3,473
		경기/인천	16,430	12,566	3,864
	충청권	6,562	5,385	1,178	
	영남권	14,818	12,185	2,633	
	호남권	6,717	5,130	1,587	
	강원권	1,208	987	221	
가구 소득	200만 원 미만	7,187	5,992	1,195	
	200~399만 원	20,503	16,267	4,236	
	400~599만 원	15,319	11,847	3,472	
	600만 원 이상	17,985	13,932	4,053	
직업	농/수/축산업	971	717	254	
	자영업	3,049	2,293	757	
	생산직 종사자	5,992	5,158	833	
	사무직 종사자	28,741	22,495	6,247	
	전업주부	4,891	3,991	900	
	학생	13,919	10,625	3,294	
	무직/기타	3,416	2,762	654	
학력	재학	중·고등학생	5,023	4,250	774
		대학생	7,910	5,581	2,329
		대학원생	986	793	193
	초등학교 졸업 이하	0	0	0	
	중학교 졸업	348	266	82	
	고등학교 졸업	5,970	4,804	1,166	
	대학교 졸업	31,972	25,609	6,363	
	대학원 졸업	8,771	6,734	2,037	

다음으로 금액을 기준으로 출판 불법복제물 시장규모를 살펴보면 ‘남성’이 약 933억 원으로 ‘여성(약 667억 원)’ 보다 출판 불법복제물 이용을 위해 지출한 총 금액이 큰 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때, 먼저 온라인에서는 ‘남성’은 1억 원, ‘여성’은 1억 원 미만을 출판 불법복제물 이용에 지출했으며, 오프라인에서는 ‘남성’이 약 931억 원, 여성이 약 478억 원을 지출한 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘20대’가 약 401억 원으로 출판 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘30대’가 약 357억 원, ‘50대’가 약 297억 원, ‘10대’가 약 156억 원 등의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 온라인에서는 ‘30대’가 약 6천 2백만 원, 오프라인은 ‘20대’가 약 401억 원으로 출판 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 연령대로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’이 919억 원으로 출판 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 319억 원, ‘호남권’이 약 193억 원, ‘충청권’이 약 143억 원, ‘강원권’이 약 26억 원의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때에도 ‘수도권’이 출판 불법복제물 이용을 위해 가장 많은 금액을 지출한 지역으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 약 537억 원으로 출판 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘600만 원 이상’과 ‘400~599만 원’ 도 각각 약 492억 원, 434억 원을 지출한 것으로 나타났다. 반면, ‘200만 원 미만’의 경우는 약 138억 원을 지출한 것으로 나타나 출판 불법복제물 이용금액이 상대적으로 적은 것으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 789억 원으로 출판 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 그 다음으로 ‘학생’이 약 403억 원으로 지출 금액이 큰 것으로 나타났다. 반면, ‘농/수/축산업 종사자’는 출판 불법복제물 이용을 위한 지출이 상대적으로 적게 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 출판 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용금액이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-90 | 응답자 특성별 출판 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

구분		전체	온라인	오프라인
전체		160,153	208	159,945
성별	남성	93,254	148	93,106
	여성	66,719	60	66,659
연령	10대	15,557	18	15,540
	20대	40,097	27	40,070
	30대	35,685	62	35,623
	40대	29,698	44	29,655
	50대	25,771	36	25,735
	60대	13,348	21	13,326
지역	수도권	전체	119	91,764
		서울	62	42,849
		경기/인천	57	49,111
	충청권	14,309	24	14,285
	영남권	31,906	47	31,859
	호남권	19,269	14	19,255
	강원권	2,605	3	2,602
	가구 소득	200만 원 미만	13,830	27
200~399만 원	53,695	70	53,625	
400~599만 원	43,413	59	43,355	
600만 원 이상	49,219	52	49,167	
직업	농/수/축산업	3,229	2	3,227
	자영업	9,150	11	9,139
	생산직 종사자	10,403	33	10,370
	사무직 종사자	78,891	100	78,790
	전업주부	10,189	13	10,176
	학생	40,263	31	40,232
	무직/기타	7,837	18	7,819
학력	재학	중·고등학생	11	8,651
		대학생	17	28,810
		대학원생	3	2,782
	초등학교 졸업 이하	0	0	0
	중학교 졸업	900	2	897
	고등학교 졸업	14,234	23	14,211
	대학교 졸업	77,686	113	77,573
	대학원 졸업	26,897	38	26,859

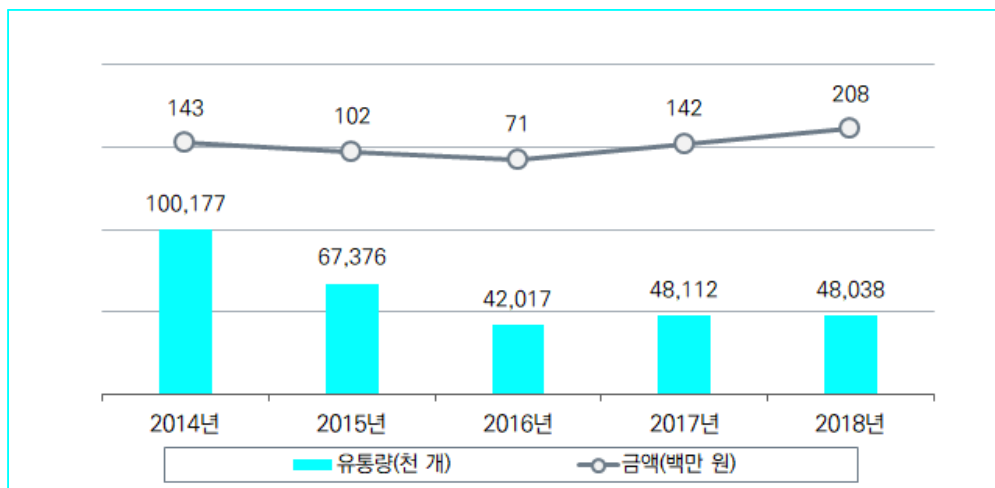
2) 온라인 출판 불법복제물 시장규모

2018년도의 온라인 출판 불법복제물 유통량은 약 4천 804만 개로 전년(약 4천 811만 개) 대비 0.2% 감소하였으며, 2014년(1억 17만 개) 대비 약 5천 2백만 개 감소하였다. 온라인 출판 불법복제물의 유통량은 전체 온라인 불법복제물 유통량의 2.7%를 차지하고 있으며, 최근 5년간 연간 평균 유통량은 약 6천만 개로 나타났다. 이 유통량에 출판 불법복제물 유통가격을 적용하여 산출한 시장규모는 약 2억 1천만 원으로 2017년(1억 4천만 원) 대비 46.5% 증가하였으며, 2014년(1억 4천만 원) 대비 약 7천만 원 증가한 것으로 나타났다.

표 II-91 ■ 연도별 온라인 출판 불법복제물 시장규모

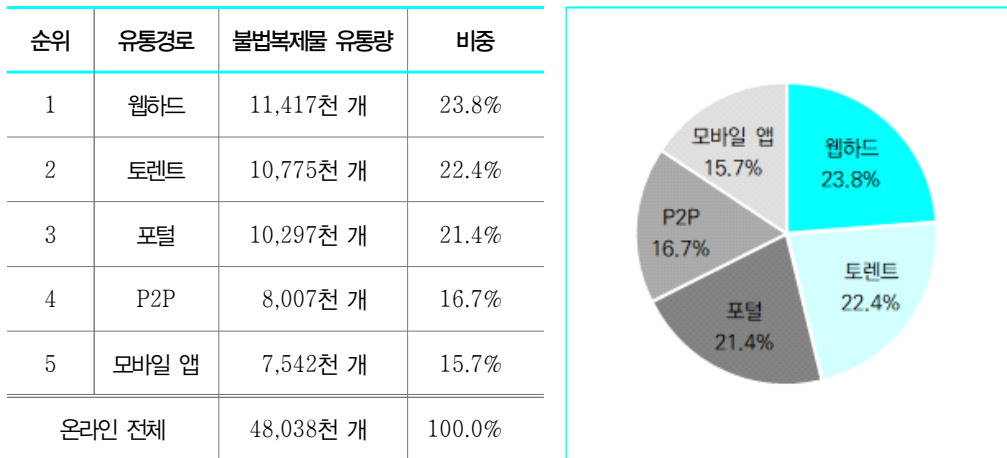
연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	100,177	-	143	-
2015년	67,376	-32.7	102	-28.4
2016년	42,017	-37.6	71	-30.9
2017년	48,112	14.5	142	100.9
2018년	48,038	-0.2	208	46.5
5년 평균	61,144	-	133	-

그림 II-83 ■ 연도별 온라인 출판 불법복제물 시장규모



온라인 출판 불법복제물 유통량을 유통경로별로 살펴보면, ‘웹하드’를 통한 유통량이 약 1,142만 개(23.8%)로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘토렌트’가 약 1,078만 개(22.4%), ‘포털’이 약 1,030만 개(21.4%), ‘P2P’가 801만 개(16.7%), ‘모바일 앱’이 754만 개(15.7%)의 순으로 나타났다.

그림 II-84 ■ 온라인 유통경로별 출판 불법복제물 시장 비중(유통량)



연도별로 온라인 출판 불법복제물 유통경로별 시장 비중을 살펴보면, 2014에는 포털의 시장 비중이 가장 높은 것으로 나타났으나, 2015년에 웹하드, 2016년에는 토렌트, 2017년 이후에는 다시 웹하드의 시장 비중이 가장 높은 것으로 조사되었다. 2018년 기준으로 살펴보면, 모바일 앱 시장의 비중이 대폭 늘어난 반면 토렌트의 시장 비중은 감소하는 추세이다.⁸⁹⁾

89) 온라인 유통경로 중 모바일 앱은 2014년에 신규로 추가되어 연도별 유통경로별 시장 비중 결과 해석 시 주의해야 함.

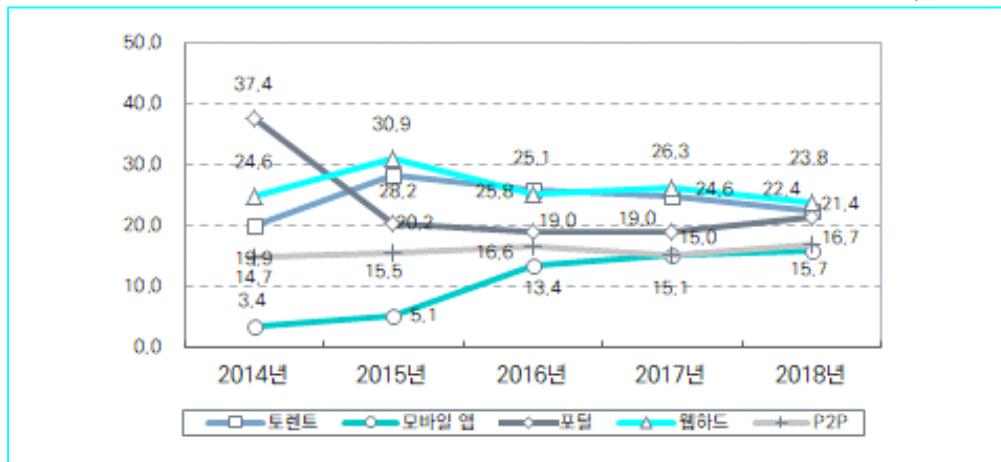
표 II-92 ■ 연도별 온라인 유통경로별 출판 불법복제물 시장 비중(유통량)

(단위 : %)

연도	웹하드	토렌트	포털	P2P	모바일 앱	합계
2014년	24.6	19.9	37.4	14.7	3.4	100.0
2015년	30.9	28.2	20.2	15.5	5.1	100.0
2016년	25.1	25.8	19.0	16.6	13.4	100.0
2017년	26.3	24.6	19.0	15.1	15.0	100.0
2018년	23.8	22.4	21.4	16.7	15.7	100.0

그림 II-85 ■ 연도별 온라인 유통경로별 출판 불법복제물 시장 비중(유통량)

(단위 : %)



다음으로 장르별로 살펴보면 온라인 불법복제 서적 중 ‘만화’가 2,567만 편으로 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘소설/수필’이 1,501만 편, ‘학습교재’가 737만 편 순으로 나타났다. 이를 금액으로 환산하면 총 2억 8백만 원을 온라인 출판 불법복제물 소비에 지출한 것으로 드러났다.

표 II-93 ■ 유형별 출판 불법복제물 유통량 및 금액(온라인)

(단위 : 천 개, 백만 원)

구분	합계	소설/수필	만화	학습교재
유통량	48,038	15,006	25,668	7,365
금액	208	117	32	56

응답자 특성별 온라인 출판 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 온라인상에서 유통된 출판 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 불법복제물은 약 3,088만 개로 ‘여성(1,716만 개)’ 보다 많은 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때 ‘P2P’와 ‘포털’, ‘웹하드’, ‘토렌트’는 ‘남성’이, ‘모바일 앱’은 ‘여성’이 이용한 출판 불법복제물의 유통량이 더 많은 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’가 약 1,504만 개로 온라인 출판 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘20대’가 976만 개, ‘40대’가 약 841만 개, ‘50대’가 약 620만 개, ‘10대’가 약 594만 개의 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때 P2P, 포털, 웹하드, 모바일 앱은 ‘30대’, 토렌트는 ‘20대’를 통한 유통량이 가장 많은 것으로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 2,435만 개로 온라인 출판 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 1,219만 개, ‘충청권’이 약 539만 개, ‘호남권’이 약 513만 개, ‘강원권’이 약 99만 개의 순으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때 모든 경로에서 ‘수도권’에서의 유통량이 가장 높은 것으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 약 1,627만 개, ‘600만 원 이상’이 약 1,393만 개를 이용한 것으로 나타나 이용량이 가장 많았다. 반면, ‘200만 원 미만’의 이용량은 599만 개로 나타나 이용량이 특히 적은 것으로 조사되었다. 유통경로별로 구분했을 때 대부분의 경로에서 ‘200~399만 원’에 해당하는 응답자에 의한 유통이 가장 많은 것으로 나타났다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 2,250만 개, ‘학생’이 약 1,063만 개로 출판 불법복제물을 많이 이용한 직업층으로 조사되었다. 유통경로별로 살펴보면 모든 경로에서 ‘사무직 종사자’를 통한 유통량이 가장 많은 것으로 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 출판 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용량이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-94 | 응답자 특성별 온라인 출판 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분		온라인	P2P	포털	웹하드	토렌트	모바일 앱	
전체		48,038	8,007	10,297	11,417	10,775	7,542	
성별	남성	30,882	6,118	5,879	7,690	7,774	3,420	
	여성	17,156	1,889	4,418	3,728	3,000	4,122	
연령	10대	5,942	439	1,888	878	1,961	775	
	20대	9,756	1,030	2,410	1,967	3,184	1,164	
	30대	15,036	2,660	2,596	3,835	3,146	2,799	
	40대	8,408	1,876	1,319	2,420	1,451	1,342	
	50대	6,199	1,583	1,496	1,251	778	1,091	
	60대	2,698	418	588	1,067	255	370	
지역	수도권	전체	24,349	4,443	4,477	6,012	5,726	3,691
		서울	11,783	2,362	1,768	2,933	3,132	1,588
		경기/인천	12,566	2,081	2,709	3,079	2,594	2,103
	충청권	5,385	469	1,411	1,740	1,024	740	
	영남권	12,185	2,479	2,724	2,207	2,937	1,837	
	호남권	5,130	529	1,629	1,135	872	965	
	강원권	987	87	54	323	214	308	
	가구 소득	200만 원 미만	5,992	1,118	1,026	1,522	1,633	692
200~399만 원	16,267	2,451	3,531	3,928	3,908	2,448		
400~599만 원	11,847	1,735	2,314	3,211	2,536	2,052		
600만 원 이상	13,932	2,702	3,426	2,756	2,697	2,351		
직업	농/수/축산업	717	151	158	62	210	135	
	자영업	2,293	792	349	497	483	172	
	생산직 종사자	5,158	835	545	1,792	1,122	865	
	사무직 종사자	22,495	4,136	4,212	5,899	4,658	3,589	
	전업주부	3,991	540	776	542	746	1,387	
	학생	10,625	1,033	3,435	1,635	3,291	1,231	
	무직/기타	2,762	520	823	991	265	164	
학력	재학	중·고등학생	4,250	306	1,212	476	1,697	558
		대학생	5,581	563	2,087	1,068	1,251	612
		대학원생	793	164	135	91	342	62
	초등학교 졸업 이하	0	0	0	0	0	0	
	중학교 졸업	266	84	8	77	49	47	
	고등학교 졸업	4,804	821	999	968	887	1,129	
	대학교 졸업	25,609	4,388	4,911	6,431	5,596	4,282	
	대학원 졸업	6,734	1,680	943	2,306	952	853	

다음으로 금액을 기준으로 온라인 출판 불법복제물의 시장규모를 살펴보면 ‘남성’이 약 1억 5천만원으로 ‘여성(6천만 원)’ 보다 온라인상에서 출판 불법복제물의 이용을 위해 지출한 총 금액이 큰 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P와 웹하드 모두에서 ‘남성’이 ‘여성’ 보다 지출한 금액이 많은 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’가 약 6천 2백만 원으로 출판 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘40대’가 약 4천 4백만 원, ‘50대’가 약 3천 6백만 원, ‘20대’가 약 2천 7백만 원, ‘60대’가 약 2천 1백만 원 등의 순으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P, 웹하드 모두 ‘30대’가 지출한 금액이 가장 많은 것으로 조사되었다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 1억 2천만 원으로 온라인 출판 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 5천만 원, ‘충청권’이 약 2천만 원, ‘호남권’이 약 1천만 원 순으로 나타났다. ‘강원권’은 3백만 원으로 출판 불법복제물 이용에 가장 적은 금액을 지출한 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때 P2P, 웹하드 모두 ‘수도권’에서 지출한 금액이 가장 많은 것으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’의 소득 집단이 약 7천만 원으로 온라인 출판 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘400~599만 원’이 약 6천만 원, ‘600만 원 이상’이 5천만 원의 순으로 나타났다. 반면, ‘200만 원 미만’의 경우는 3천만 원 가량으로 지출 금액이 가장 낮은 것으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 1억원 원으로 온라인 출판 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘생산직 종사자’가 약 3천 3백만 원, ‘학생’이 약 3천 1백만 원으로 금액을 지출한 것으로 나타났다. 반면, ‘농/수/축산업 종사자’는 출판 불법복제물 이용에 가장 적은 금액을 지출한 것으로 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 출판 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용 금액이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-95 | 응답자 특성별 온라인 출판 불법복제물 시장규모⁹⁰⁾

(단위 : 백만 원)

구분		온라인	P2P	포털	웹하드	토렌트	모바일 앱	
전체		208	83	0	125	0	0	
성별	남성	148	61	0	87	0	0	
	여성	60	22	0	38	0	0	
연령	10대	18	8	0	10	0	0	
	20대	27	12	0	15	0	0	
	30대	62	23	0	39	0	0	
	40대	44	17	0	27	0	0	
	50대	36	17	0	19	0	0	
	60대	21	7	0	15	0	0	
지역	수도권	전체	119	48	0	71	0	0
		서울	62	28	0	34	0	0
		경기/인천	57	20	0	37	0	0
	충청권	24	6	0	18	0	0	
	영남권	47	21	0	26	0	0	
	호남권	14	6	0	8	0	0	
	강원권	3	1	0	2	0	0	
가구 소득	200만 원 미만	27	11	0	16	0	0	
	200~399만 원	70	23	0	47	0	0	
	400~599만 원	59	21	0	37	0	0	
	600만 원 이상	52	28	0	25	0	0	
직업	농/수/축산업	2	1	0	1	0	0	
	지역업	11	5	0	5	0	0	
	생산직 종사자	33	8	0	25	0	0	
	사무직 종사자	100	41	0	59	0	0	
	전업주부	13	7	0	6	0	0	
	학생	31	15	0	16	0	0	
	무직/기타	18	5	0	13	0	0	
학력	재학	중·고등학생	11	5	0	5	0	0
		대학생	17	8	0	9	0	0
		대학원생	3	1	0	2	0	0
	초등학교 졸업 이하	0	0	0	0	0	0	
	중학교 졸업	2	1	0	1	0	0	
	고등학교 졸업	23	10	0	13	0	0	
	대학교 졸업	113	44	0	69	0	0	
	대학원 졸업	38	13	0	26	0	0	

90) 포털과 토렌트, 모바일 앱의 경우 불법복제물이 무료로 유통되고 있으므로 금액을 표시하지 않음.

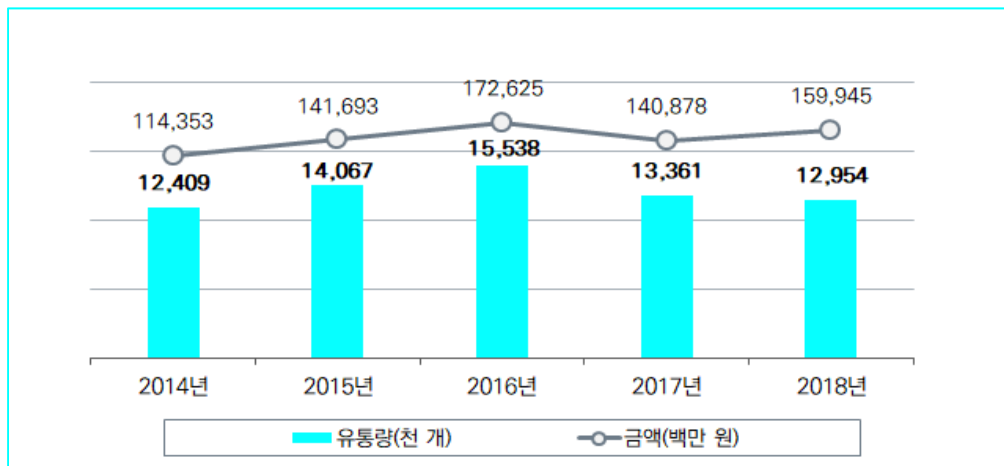
3) 오프라인 불법복제물 시장규모

2018년도의 오프라인 출판 불법복제물 유통량은 약 1,295만 개로 2017년(1,336만 개) 대비 3.0% 감소하였으며, 2014년(1,241만 개) 대비 약 55만 개 증가한 것으로 나타났다. 오프라인 출판 불법복제물의 유통량은 전체 오프라인 불법복제물 유통량의 6.4%를 차지하고 있다. 한편 오프라인 출판 불법복제물의 유통량에 불법복제물 단가를 적용하여 산출한 시장규모는 약 1,599억 원으로 전년(1,409억 원) 대비 13.5% 증가하였으며, 2014년(1,144억 원) 대비 약 456억 원 증가한 것으로 나타났다.

표 II-96 | 연도별 오프라인 출판 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	12,409	-	114,353	-
2015년	14,067	13.4	141,693	23.9
2016년	15,538	10.5	172,625	21.7
2017년	13,361	-14.0	140,878	-18.4
2018년	12,954	-3.0	159,945	13.5
5년 평균	13,666	-	145,899	-

그림 II-86 | 연도별 오프라인 출판 불법복제물 시장규모



2018년 한 해 동안 오프라인상에서 유통된 출판 불법복제물을 살펴보면, ‘학습교재’를 통한 유통량이 459만 편으로 가장 많았으며, ‘학술서적’ 435만 편, ‘대학 외부 복사기(복사집)’ 401만 편의 순으로 나타났다.

표 II-97 | 유형별 출판 불법복제물 유통량 및 금액(오프라인)

(단위 : 천 개, 백만 원)

구분	합계	학습교재	학술서적	대학 외부 복사기
유통량	12,954	4,591	4,350	4,014
금액	159,945	38,220	81,588	40,138

응답자 특성별 오프라인 출판 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 오프라인상에서 유통된 출판 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 출판 불법복제물은 약 751만 편으로 ‘여성(약 543만 편)’ 보다 많은 것으로 나타났다.

연령별로는 ‘20대’가 약 321만 편으로 오프라인 출판 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘30대’가 약 284만 편, ‘40대’가 약 240만 편, ‘50대’가 약 209만 편, ‘10대’가 약 135만 편, ‘60대’는 약 107만 편의 오프라인 출판 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 732만 편으로 오프라인 출판 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 263만 편, ‘호남권’이 약 159만 편, ‘충청권’이 약 118만 편, ‘강원권’이 약 22만 편의 순으로 나타났다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 424만 편으로 오프라인 출판 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘200만 원 미만’은 약 120만 개로 오프라인 출판 불법복제물 이용량이 가장 낮은 것으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 625만 개로 오프라인 출판 불법복제물을 가장 많이 이용한 직업층으로 조사되었으며, ‘학생’이 약 329만 개로 나타났다. 반면, ‘농/수/축산업 종사자’는 오프라인 출판 불법복제물을 가장 적게 이용한 것으로 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 오프라인 출판 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’에 해당하는 응답자의 유통량이 가장 높게 나타났다.

표 II-98 | 응답자 특성별 오프라인 출판 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분		합계	출판 콘텐츠		불법복사	
			학습 교재	학습 서적	대학 외부 복사기	
전체		12,954	4,591	4,350	4,014	
성별	남성	7,510	2,596	2,553	2,361	
	여성	5,430	1,989	1,793	1,648	
연령	10대	1,346	636	359	351	
	20대	3,213	976	1,093	1,144	
	30대	2,843	984	1,009	851	
	40대	2,400	866	812	722	
	50대	2,086	761	703	623	
	60대	1,066	368	375	324	
지역	수도권	전체	7,321	2,547	2,606	2,168
		서울	3,473	1,238	1,164	1,070
		경기/인천	3,864	1,314	1,447	1,103
	충청권	1,178	427	368	382	
	영남권	2,633	954	815	864	
	호남권	1,587	570	496	521	
	강원권	221	87	61	74	
	가구 소득	200만 원 미만	1,195	488	305	402
200~399만 원		4,236	1,346	1,544	1,346	
400~599만 원		3,472	1,229	1,222	1,021	
600만 원 이상		4,053	1,528	1,279	1,246	
직업	농/수/축산업	254	71	92	92	
	자영업	757	322	241	194	
	생산직 종사자	833	318	293	223	
	사무직 종사자	6,247	2,039	2,255	1,953	
	전업주부	900	417	213	270	
	학생	3,294	1,214	1,065	1,015	
	무직/기타	654	206	186	262	
학력	재학	중·고등학생	774	413	183	177
		대학생	2,329	747	774	807
		대학원생	193	53	108	32
	초등학교 졸업 이하	0	0	0	0	
	중학교 졸업	82	33	15	33	
	고등학교 졸업	1,166	432	374	360	
	대학교 졸업	6,363	2,351	2,042	1,970	
	대학원 졸업	2,037	557	848	632	

다음으로 금액을 기준으로 오프라인 출판 불법복제물의 시장규모를 살펴보면 ‘남성’이 약 931억 원으로 ‘여성(667억 원)’ 보다 오프라인상에서 출판 불법복제물의 이용을 위해 지출한 총 금액이 큰 것으로 나타났다.

연령별로는 ‘20대’가 약 401억 원, ‘30대’가 약 356억 원으로 오프라인 출판 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘40대’가 약 297억 원, ‘50대’가 약 257억 원, ‘10대’가 약 155억 원의 순으로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 918억 원으로 오프라인 출판 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 319억 원, ‘호남권’이 193억 원, ‘충청권’이 143억 원, ‘강원권’이 26억 원의 순으로 나타났다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 536억 원, ‘600만 원 이상’이 약 492억 원, ‘400~599만 원’이 약 434억 원으로 오프라인 출판 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사된 반면, ‘200만 원 미만’은 약 138억 원을 지출해 이용금액이 상대적으로 가장 낮은 집단으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 788억 원으로 오프라인 출판 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘학생’이 약 402억 원, ‘생산직 종사자’가 약 104억 원 등의 순으로 나타났다. 한편, ‘농/수/축산업 종사자’는 오프라인 출판 불법복제물을 이용한 금액이 가장 낮은 집단으로 조사되었다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 오프라인 출판 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용금액이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-99 | 응답자 특성별 오프라인 출판 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

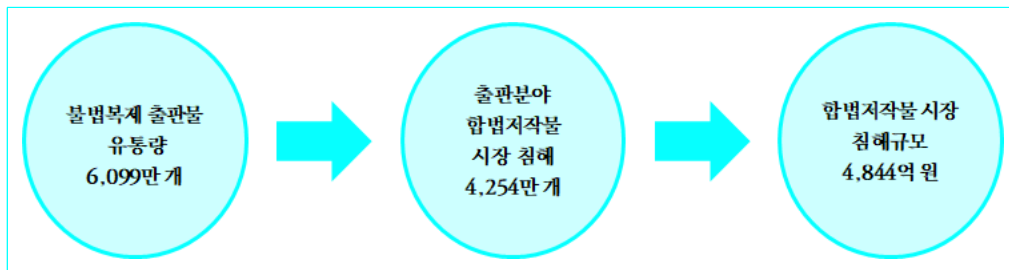
구분		합계	출판 콘텐츠		불법복사	
			학습 교재	학술 서적	대학 외부 복사기	
전체		159,945	38,220	81,588	40,138	
성별	남성	93,106	21,617	47,877	23,612	
	여성	66,659	16,559	33,619	16,481	
연령	10대	15,540	5,292	6,739	3,508	
	20대	40,070	8,128	20,502	11,440	
	30대	35,623	8,189	18,926	8,508	
	40대	29,655	7,214	15,223	7,218	
	50대	25,735	6,332	13,176	6,227	
	60대	13,326	3,061	7,026	3,240	
지역	수도권	전체	91,764	21,206	48,874	21,683
		서울	42,849	10,311	21,840	10,699
		경기/인천	49,111	10,941	27,139	11,030
		충청권	14,285	3,557	6,906	3,823
		영남권	31,859	7,944	15,277	8,638
		호남권	19,255	4,746	9,299	5,210
		강원권	2,602	723	1,141	738
	가구 소득	200만 원 미만	13,803	4,065	5,718	4,020
200~399만 원		53,625	11,206	28,962	13,457	
400~599만 원		43,355	10,233	22,915	10,207	
600만 원 이상		49,167	12,722	23,988	12,457	
직업	농/수/축산업	3,227	588	1,723	916	
	자영업	9,139	2,678	4,525	1,937	
	생산직 종사자	10,370	2,645	5,500	2,226	
	사무직 종사자	78,790	16,977	42,284	19,529	
	전업주부	10,176	3,469	4,003	2,705	
	학생	40,232	10,109	19,971	10,153	
	무직/기타	7,819	1,716	3,483	2,619	
재학 학력	재학	중·고등학생	8,651	3,438	3,441	1,772
		대학생	28,810	6,223	14,514	8,073
		대학원생	2,782	442	2,025	315
	학력	초등학교 졸업 이하	0	0	0	0
		중학교 졸업	897	276	289	332
		고등학교 졸업	14,211	3,594	7,020	3,596
		대학교 졸업	77,573	19,574	38,298	19,701
		대학원 졸업	26,859	4,635	15,901	6,322

다. 합법저작물 시장 침해규모(출판)

1) 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모

합법저작물 시장의 침해규모도 불법복제물 시장규모와 마찬가지로 양적(침해량), 금액적으로 구분할 수 있다. 먼저 침해량은 구입 또는 이용한 불법복제물로 인하여 실제로 구매 또는 이용하지 않게 된 합법저작물의 개수를 의미한다. 이러한 침해량에 정품가격을 곱하여 산출한 것이 침해금액이다. 이하에서는 합법저작물 시장 침해규모를 침해량과 금액으로 구분하여 분석한다. 침해량 분석을 통해 침해규모에 대한 정량적 추이를 살펴볼 수 있으며, 침해금액 분석을 통해 최종수요의 상실로 인한 콘텐츠산업의 직접적(1차적) 경제적 손실규모를 추정할 수 있다.

그림 II-87 ■ 출판 불법복제물 시장규모 및 합법저작물 시장 침해규모



앞서 언급한 대로 출판 불법복제물 시장규모는 약 1,602억 원으로 나타났으며, 이러한 불법복제물로 인해 침해받는 합법저작물 시장의 규모는 약 4,844억 원으로 추정할 수 있다. 이 수치는 Part2의 제1장 ‘합법저작물 시장 침해규모 산출식’에서 밝힌 계산식을 바탕으로 산출한 결과이다. 불법복제물과 합법저작물 간의 유통단가 차이로 인해 출판 분야 합법저작물 시장 침해규모는 불법복제물 시장의 약 3배 가량 큰 규모로 형성되어 있다. 출판 분야 합법저작물 시장 침해규모는 전체(음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야) 합법저작물 시장 침해규모의 19.4%에 해당한다.

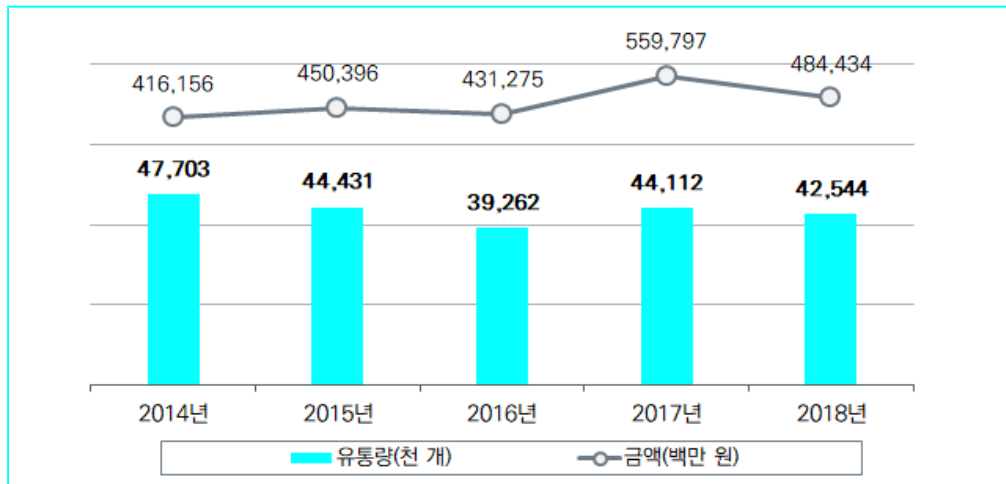
좀 더 세부적으로 살펴보면 2018년 한 해 동안의 출판 불법복제물 침해량은 약 4,254만 편으로 2017년(4,411만 편) 대비 3.6% 감소하였으며, 2014년(4,770만 편) 대비 약 516만 편 감소한 것으로 나타났다. 출판 합법저작물의 침해량은 전체 합법저작물 침해량

의 4.9%를 차지하고 있다. 이 침해량에 출판 합법저작물 유통가격을 적용하여 산출한 시장규모는 총 4,844억 원으로 2017년(5,598억 원) 대비 13.5% 감소하였으며, 2014년(4,162억 원) 대비 약 682억 원 증가했다.

표 II-100 | 연도별 합법저작물 시장 침해규모(출판 분야)

연도	침해량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	47,703	10.8	416,156	29.5
2015년	44,431	-6.9	450,396	8.2
2016년	39,262	-11.6	431,275	-4.2
2017년	44,112	12.4	559,797	29.8
2018년	42,544	-3.6	484,434	-13.5
5년 평균	43,610	-	468,412	-

그림 II-88 | 연도별 오프라인 출판 불법복제물 시장규모

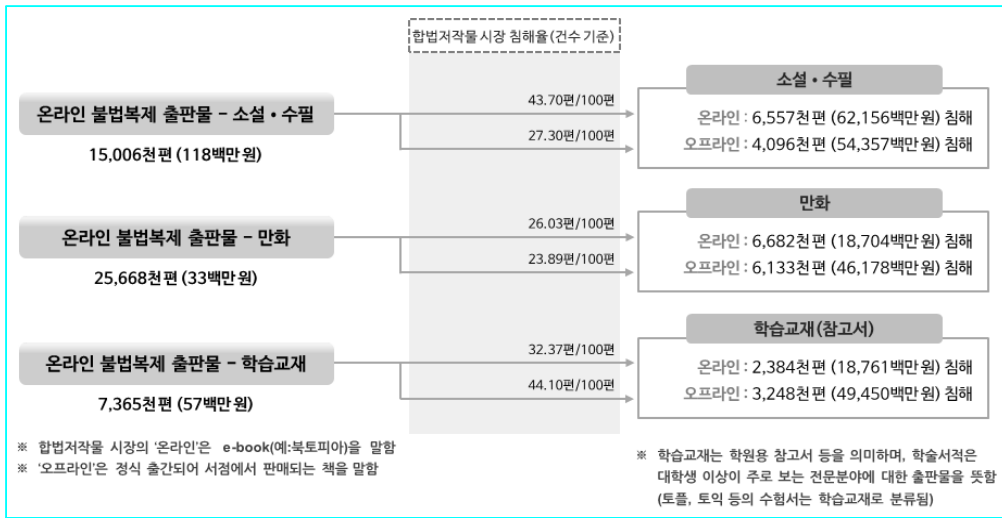


출판 불법복제물이 출판 분야의 합법저작물 시장을 침해하는 비율(합법저작물 시장 침해율(건수 기준)⁹¹)을 살펴보면, 불법적으로 이용한 온라인 ‘소설/수필’은 이용한 100편 중 43.70편이 동일 장르의 온라인 출판 합법저작물을, 27.30편은 오프라인 출판 합법저작물을 침해하는 것으로 나타났다. 온라인 ‘만화’는 이용한 100편 중 26.03편이 동일 장르의 출판 합법저작물을, 23.89편이 오프라인 출판 합법저작물을 침해하며, 온라인

91) ‘합법저작물 시장 침해율(건수 기준)’은 이용자가 실제로 구입 또는 이용한 불법복제물 중 합법저작물을 구입 할 의사가 있었던 것에 대한 비율로서, 불법복제물의 비율을 100으로 환산하여 제시한 것임.

‘참고서(학습교재)’는 이용한 100편 중 32.37편이 동일 장르의 온라인 출판 합법저작물을, 44.10편이 오프라인 출판 합법저작물을 침해하는 것으로 나타났다.

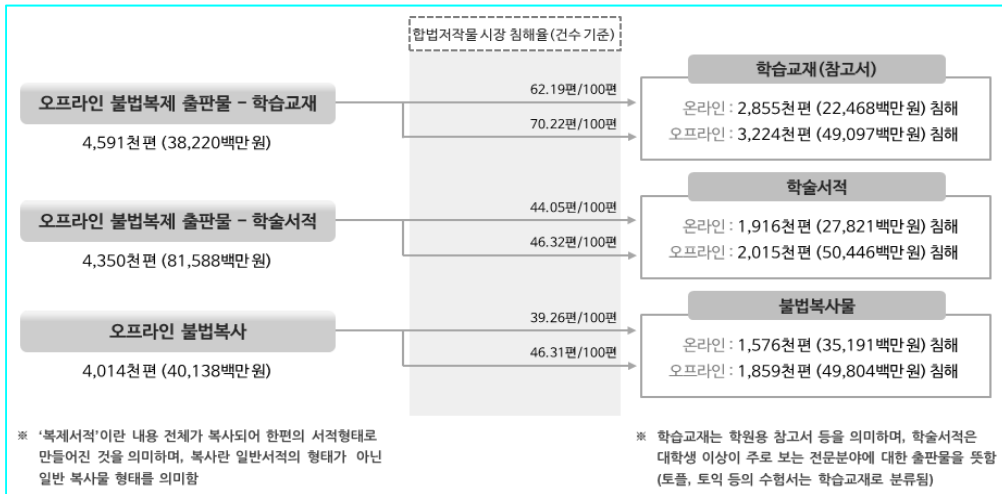
그림 II-89 ■ 출판 불법복제물 시장의 합법저작물 시장 침해 현황(온라인)



불법적으로 구입한 오프라인 ‘학습교재(참고서)’는 100편 중 62.19편이 동일 장르의 온라인 출판 합법저작물을, 70.22편은 오프라인 출판 합법저작물을 침해하고 있다. 오프라인 ‘학술서적’은 100편 중 44.05편이 동일 장르의 온라인 출판 합법저작물을, 46.32편이 오프라인 출판 합법저작물을 침해하는 것으로 조사되었다.

불법복사의 경우, ‘대학 외부 복사기(복사집)’에서 이용한 100편 중 39.26편이 온라인 학술서적을, 46.31편이 오프라인 학술서적을 침해하고 있다.

그림 II-90 ■ 출판 불법복제물 시장의 합법저작물 시장 침해 현황(오프라인)



온라인 합법저작물 시장 침해규모는 총 1,851억 원으로, 온라인 '학술서적' 침해규모는 630억 원, 온라인 '소설/수필'에 대한 침해규모는 622억 원, 온라인 '학습교재(참고서)' 침해규모는 412억 원, 온라인 '만화' 침해규모는 187억 원으로 나타났다. 한편 오프라인 합법저작물 시장 침해규모는 총 2,993억 원으로, 오프라인 '학술서적'에 대한 침해규모는 1,003억 원, 오프라인 '학습교재(참고서)' 침해규모는 985억 원, 오프라인 '소설/수필' 침해규모는 544억 원, 오프라인 '만화' 침해규모는 462억 원으로 나타났다.

표 II-101 ■ 출판 불법복제물 시장의 합법저작물 시장 침해 현황(장르별)

구분		침해규모(백만 원)
온라인	소설/수필	62,156
	만화	18,704
	학습교재(참고서)	41,229
	학술서적	63,013
	온라인 전체	185,102
오프라인	소설/수필	54,357
	만화	46,178
	학습교재(참고서)	98,546
	학술서적	100,250
	오프라인 전체	299,332
온 · 오프라인 전체		484,434

2) 출판 분야 온·오프라인 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모

출판 콘텐츠의 온·오프라인 합법저작물 시장은 온라인 출판 불법복제물에 의해 침해되기도 하며, 오프라인 출판 불법복제물에 의해 침해되기도 한다. 불법복제물의 유통경로에 따라 합법저작물 시장의 침해규모를 살펴보면, 온라인 불법복제물 유통경로로 인한 합법저작물 시장 침해규모는 2,496억 원, 오프라인 불법복제물 유통경로로 인한 합법저작물 시장 침해규모는 2,348억 원으로 나타났다. 비중으로 보면 온라인 불법복제물 유통경로로 인한 침해규모는 51.5%를 차지하고 있으며, 오프라인 불법복제물 유통경로로 인한 침해규모는 48.5%로 나타났다.

표 II-102 | 온·오프라인 불법복제물 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모(출판)

(단위 : 백만 원, %)

구분	온라인 출판 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모	오프라인 출판 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모	합계
금액	249,606	234,828	484,434
비율	51.5	48.5	100.0

3) 출판 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율

가) 합법저작물 시장규모

합법저작물 시장의 침해규모와 합법저작물 시장규모를 비교해 보면 출판의 경우, 합법저작물 시장 침해규모는 4,844억 원으로 합법저작물 시장규모 5조 6,444억 원보다 작게 형성되어 있다.

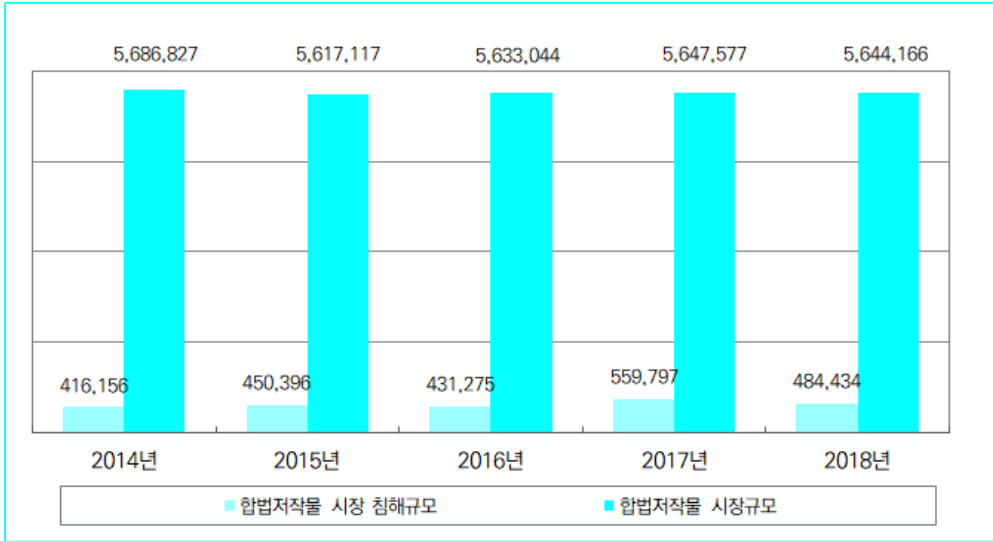
표 II-103 | 연도별 합법저작물 시장규모(출판)

(단위 : 백만 원, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
출판 합법저작물 시장규모	5,686,827	5,617,117	5,633,044	5,647,577	5,644,166
증감률	17.1	-1.2	0.3	0.2	-0.1

그림 II-91 | 연도별 출판 합법저작물 시장 침해규모 및 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원)

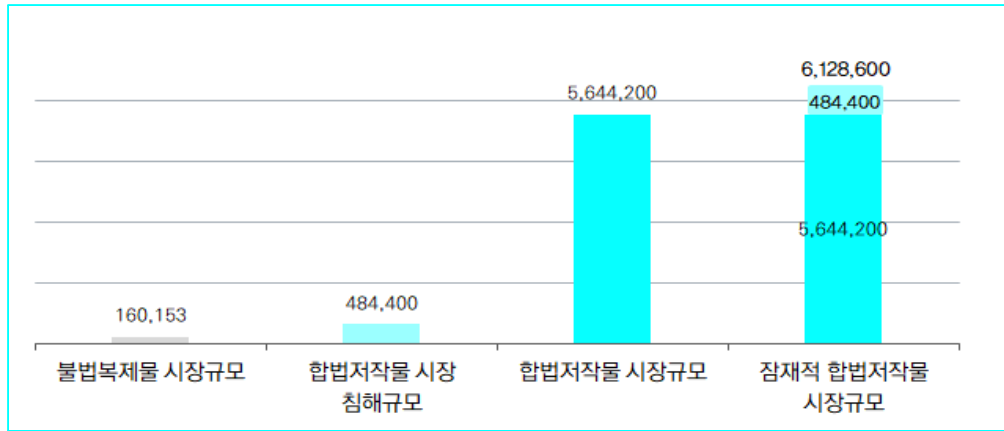


나) 잠재적 합법저작물 시장규모

합법저작물 시장 침해규모와 합법저작물 시장규모를 합산하면 침해가 일어나지 않았을 경우 원래 형성되었어야 할 잠재적 합법저작물 시장규모를 추정할 수 있다. 출판 불법 복제물 근절 시 약 4,844억 원 가량의 합법저작물 시장을 추가적으로 창출할 수 있다. 여기에 현재의 합법저작물 시장규모를 합산하면 잠재적 합법저작물 시장규모는 약 6조 1,286억 원 규모로 추정된다.

그림 II-92 ■ 출판 분야 잠재적 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원)



다) 잠재적 합법저작물 시장 침해율

‘잠재적 합법저작물 시장 침해율’이란 잠재적 합법저작물 시장규모에서 차지하는 합법저작물 시장 침해규모에 대한 비율로써, 2018년 출판 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율은 7.9%로 조사되었다. 이는 2017년 잠재적 합법저작물 시장 침해율(9.0%)과 비교하였을 때 약 2.1%p 낮아진 수치이며, 2014년 잠재적 합법저작물 시장 침해율(6.8%)과 비교하였을 때는 1.1%p 높아진 수치로써, 출판 분야에 대한 저작권 보호를 위한 개선 노력이 지속적으로 필요할 것으로 보인다.

표 II-104 ■ 출판 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율

구분	합법저작물 시장규모(A)	합법저작물 시장 침해규모(B)	잠재적 합법저작물 시장규모(C=A+B)	잠재적 합법저작물 시장 침해율(%) (B/C)
2014년	5조 6,868억 원	4,162억 원	6조 1,030억 원	6.8%
2015년	5조 6,171억 원	4,504억 원	6조 675억 원	7.4%
2016년	5조 6,330억 원	4,313억 원	6조 643억 원	7.1%
2017년	5조 6,476억 원	5,598억 원	6조 2,074억 원	9.0%
2018년	5조 6,442억 원	4,844억 원	6조 1,286억 원	7.9%

5. 게임

가. 게임 불법복제물 이용경험

1) 유통경로별 게임 불법복제물 이용경험

2018년 한 해 동안의 게임 불법복제물 이용경험을 살펴보면 우리나라 만 13~69세 인구의 7.5%인 약 306만 명이 게임 불법복제물을 이용한 경험이 있는 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해서 보면 온라인상의 게임 불법복제물 경험률은 6.5%로 나타났다으며, 약 266만 명이 온라인에서 게임 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 한편 오프라인상의 게임 불법복제물 경험률은 1.9%로 나타났으며, 약 78만 명이 오프라인에서 게임 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다.

표 II-105 | 전체 게임 불법복제물 경험률

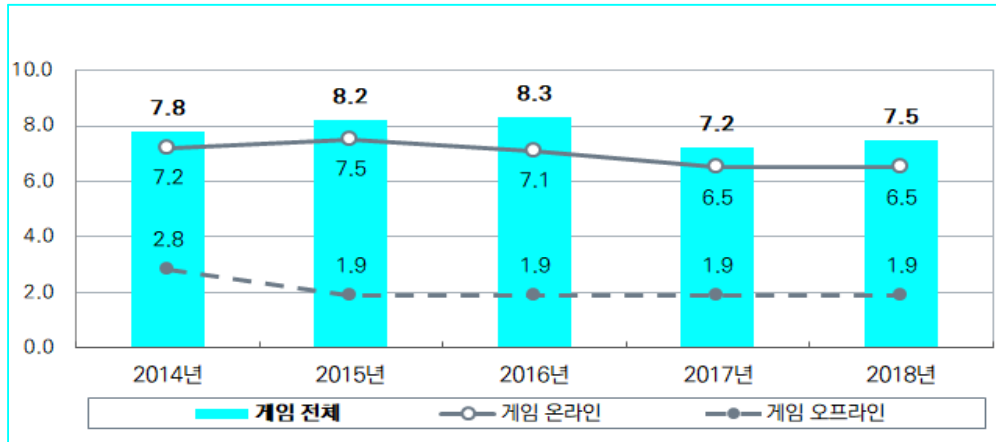
(단위 : %, 천 명)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
온라인	7.2	7.5	7.1	6.5	6.5
이용인구	2,723	2,889	2,830	2,647	2,664
오프라인	2.8	1.9	1.9	1.9	1.9
이용인구	1,051	728	741	779	777
전체	7.8	8.2	8.3	7.2	7.5
이용인구	2,946	3,161	3,297	2,971	3,063

게임 불법복제물 경험률(7.5%)은 전년 대비 0.3%p 증가하였으며 2013년까지는 5% 수준으로 유지되었으나 2014년도부터 7% 내외 수준으로 증가하였다. 온라인 게임 불법복제물의 경험률(6.5%)은 전년과 동일하며, 오프라인 게임 불법복제물의 경험률(1.9%)은 2015년부터 현재까지 1.9%를 유지하고 있다.

그림 II-93 | 연도별 게임 불법복제물 경험률 추이

(단위 : %)



콘텐츠별로 보면 게임(7.5%) 분야의 불법복제물 경험률은 영화(22.8%), 음악(21.8%), 방송(19.8%), 출판(7.9%) 보다 낮게 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해서 보면 온라인 게임 불법복제물(6.5%)의 경험률은 영화(21.7%), 음악(19.6%), 방송(18.7%) 보다 낮고 출판(5.4%) 보다 높게 나타났다. 오프라인 게임 불법복제물의 경험률(1.9%)는 음악(5.5%), 출판(4.4%), 영화(3.8%), 방송(3.0%) 보다 낮게 나타났다.

표 II-106 | 게임 불법복제물 경험률 비교

(단위 : %)

구분		2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
음악	온라인	22.2	17.9	20.3	16.6	19.6
	오프라인	6.8	5.7	6.0	3.6	5.5
	전체	24.7	19.6	21.9	18.6	21.8
영화	온라인	21.5	20.1	22.3	17.2	21.7
	오프라인	5.0	5.1	4.6	3.8	3.8
	전체	22.6	21.4	23.7	18.2	22.8
방송	온라인	16.0	18.8	21.4	20.8	18.7
	오프라인	3.0	3.1	3.6	3.0	3.0
	전체	16.6	19.6	22.7	21.8	19.8
출판	온라인	5.1	4.8	4.7	4.4	5.4
	오프라인	3.9	4.5	4.8	4.1	4.4
	전체	6.9	6.8	7.5	6.3	7.9
게임	온라인	7.2	7.5	7.1	6.5	6.5
	오프라인	2.8	1.9	1.9	1.9	1.9
	전체	7.8	8.2	8.3	7.2	7.5

2) 응답자 특성별 게임 불법복제물 이용경험

게임 불법복제물을 이용하는 층은 다양한 연령, 지역, 소득, 직업 등에 걸쳐 분포되어 있으며, 요인별로 불법복제물 경험률에 차이를 보인다. 게임 불법복제물 이용에 영향을 미치는 6가지 요인(성, 연령, 지역, 소득, 직업, 학력)을 중심으로 살펴보았다.

성별을 기준으로 살펴보면 2018년 한 해 동안 ‘남성’의 9.0%, ‘여성’의 5.9%가 게임 불법복제물을 이용한 경험이 있다고 조사되었다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 ‘남성’의 7.8%, ‘여성’의 5.2%가 게임 불법복제물을 이용한 경험이 있으며, 오프라인의 경우는 ‘남성’의 2.5%, ‘여성’의 1.3%가 이용경험이 있다고 응답했다.

연령별 게임 불법복제물 경험률은 ‘10대’가 9.8%로 가장 높게 나타났으며, ‘30대’가 9.3%, ‘20대’가 9.0%, ‘40대’가 7.3%, ‘50대’가 6.2% 등의 순으로 조사되었다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 ‘10대’가 8.5%, ‘30대’가 8.0%, ‘20대’가 7.5%, ‘40대’가 6.5%, ‘50대’가 5.3%로 나타났으며, 오프라인의 경우는 ‘30대’가 2.7%로 조사돼 이용 경험률이 높은 연령대로 나타났다. 다음으로 ‘20대’와 ‘10대’가 2.5%, 2.0%, ‘40대’가 1.7%로 나타났다.

지역별 게임 불법복제물 경험률은 ‘수도권’이 7.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘호남권’이 8.0%, ‘영남권’이 7.0% 등으로 조사되었다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인의 경우 ‘서울’이 7.5%, 오프라인의 경우에도 ‘서울’이 2.6%로 게임 불법복제물의 경험률이 상대적으로 높게 나타났다.

가구소득별 게임 불법복제물 경험률은 ‘200~399만 원’이 7.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘200만 원 미만’이 7.5%, ‘600만 원 이상’이 7.5%, ‘400~599만 원’이 7.0%의 순으로 조사되었다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인과 오프라인 모두 가구소득이 ‘200~399만 원’에 해당하는 응답 집단의 게임 불법복제물 경험률이 가장 높게 조사되었다.

직업별 게임 불법복제물 경험률은 ‘농/수/축산업 종사자’가 12.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘학생’이 9.0%로 타 직업 대비 상대적으로 높게 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분해보면 온라인, 오프라인 모두 ‘농/수/축산업 종사자’가 가장 높았다.

학력별 게임 불법복제물 경험률은 재학생의 경우 ‘중·고등학생’이 9.8%, ‘대학원생’이 9.3%로 ‘대학생’의 8.6%보다 상대적으로 높았다. 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’이 7.9%로 게임 불법복제물의 경험률이 가장 높게 조사되었다.

표 II-107 | 응답자 특성별 게임 불법복제물 경험률

(단위 : %)

구분		전체	온라인	오프라인	
전체		7.5	6.5	1.9	
성별	남성	9.0	7.8	2.5	
	여성	5.9	5.2	1.3	
연령	10대	9.8	8.5	2.0	
	20대	9.0	7.5	2.5	
	30대	9.3	8.0	2.7	
	40대	7.3	6.5	1.7	
	50대	6.2	5.3	1.5	
	60대	4.3	3.9	0.9	
지역	수도권	전체	7.9	6.7	2.1
		서울	8.9	7.5	2.6
		경기/인천	7.3	6.3	1.8
	충청권	6.7	5.6	2.2	
	영남권	7.0	6.4	1.4	
	호남권	8.0	7.1	2.2	
	강원권	5.9	5.6	0.7	
가구 소득	200만 원 미만	7.5	6.6	1.6	
	200~399만 원	7.9	6.8	2.0	
	400~599만 원	7.0	6.2	1.7	
	600만 원 이상	7.5	6.4	2.2	
직업	농/수/축산업	12.1	10.5	3.7	
	자영업	6.7	6.2	1.4	
	생산직 종사자	8.1	6.7	2.4	
	사무직 종사자	7.7	6.5	2.3	
	전업주부	5.3	4.9	0.8	
	학생	9.0	8.0	1.9	
	무직/기타	7.1	6.5	1.4	
학력	재학	중·고등학생	9.8	8.5	1.8
		대학생	8.6	7.6	1.9
		대학원생	9.3	7.5	2.5
	초등학교 졸업 이하	3.4	3.3	0.0	
	중학교 졸업	3.2	3.0	0.3	
	고등학교 졸업	6.5	6.0	1.2	
	대학교 졸업	7.9	6.7	2.3	
	대학원 졸업	6.0	4.8	1.7	

나. 게임 불법복제물 시장규모

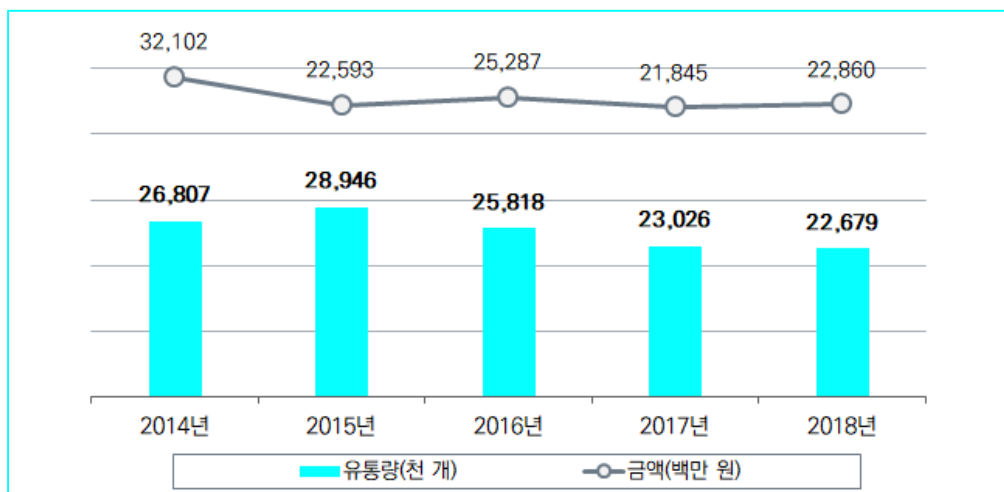
1) 전체 게임 불법복제물 시장규모

2018년도 게임 불법복제물 유통량은 약 2,268만 개로 전년(2,303만 개) 대비 1.5% 감소하였으며, 2014년(2,681만 개) 대비 약 413만 개 감소한 것으로 나타났다. 게임 불법복제물의 유통량은 전체(음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야) 불법복제물 유통량의 1.2%를 차지하고 있으며, 최근 5년간의 연간 평균 유통량은 약 2,546만 개로 나타났다. 한편 게임 불법복제물 유통량에 불법복제물 단가를 적용하여 산출한 불법복제물 시장규모는 약 229억 원으로 전년(218억 원) 대비 4.6%가량 증가한 것으로 나타났다.

표 II-108 ■ 연도별 게임 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	26,807	-	32,102	-
2015년	28,946	8.0	22,593	-29.6
2016년	25,818	-10.8	25,287	11.9
2017년	23,026	-10.8	21,845	-13.6
2018년	22,679	-1.5	22,860	4.6
5년 평균	25,455	-	24,937	-

그림 II-94 ■ 연도별 게임 불법복제물 시장규모



먼저 유통량 기준으로 온·오프라인 유통경로별 비중을 살펴보면, 2018년 한 해 동안 온라인상에서 1,862만 개, 오프라인상에서 406만 개로 총 2,268만 개의 게임 불법복제물이 유통된 것으로 조사되었다. 온라인 유통비율은 82.1%로 오프라인 유통비율인 17.9%보다 약 4.6배 정도 높았다.

한편 금액 기준으로 온·오프라인 유통경로별 비중을 살펴보면, 온라인의 경우 약 66억 원, 오프라인은 약 162억 원으로 총 229억 원의 규모로 게임 불법복제물 시장이 형성되어 있다는 것을 알 수 있다. 비율로 보면 온라인 시장은 29.0%, 오프라인 시장은 71.0%로 나타나 오프라인이 온라인 시장 비율보다 약 2.4배 정도 높은 것으로 나타났다.

그림 II-95 ■ 유통경로별 게임 불법복제물 시장 비중

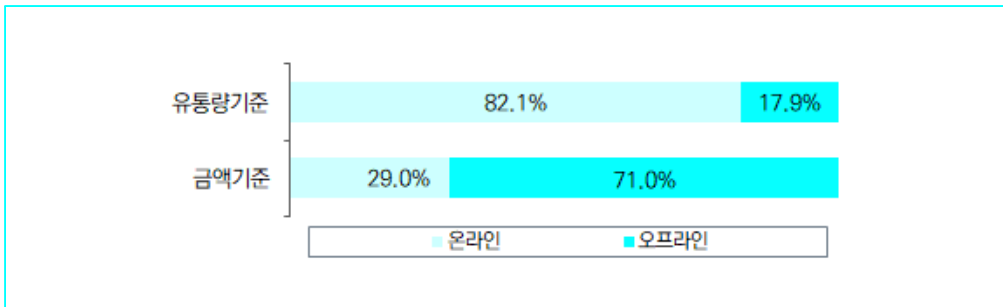


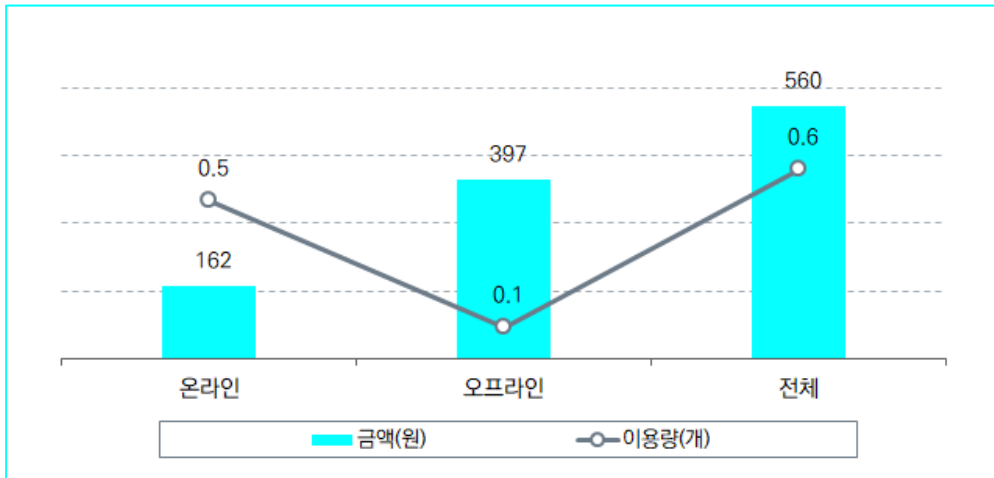
그림 II-96 ■ 전체 게임 불법복제물 시장규모

기준	건수		비율	합계	비고
	온라인	오프라인			
건수 기준	온라인	18,623천 편	82.12%	22,679천 건	1인당 월 평균 0.05편을 불법 다운로드 또는 이용 불법복제 게임물 이용자 1인당 월 평균 0.62건 이용
	오프라인	4,056천 편	17.88%		
금액 기준			비율	합계	1인당 월 평균 불법복제 영화물 소비에 약 47원 지출 불법복제 영화물 이용자 1인당 월 평균 약 622원 지출
	온라인	6,636백만 원	29.03%	22,860백만 원	
오프라인	16,225백만 원	70.97%			

※ 만 13세~69세 인구수 : 40,845,312명
 ※ 만 13세~69세 불법복제 게임물 이용자수 : 3,063,398명

한편, 2018년 한 해 동안 우리나라 만 13~69세 인구 1인당 평균 0.6개(월 평균 0.05개)의 게임 불법복제물을 구입 또는 이용했으며, 유통경로별로 구분했을 때 온라인에서 0.5개, 오프라인에서 0.1개를 이용한 것으로 나타났다. 이를 금액으로 환산 시 약 560원(월 평균 47원)을 매달 게임 불법복제물 소비에 사용하였으며, 온라인에서 162원, 오프라인에서 397원을 지출한 것으로 볼 수 있다.

그림 II-97 ■ 1인당 1년 평균 게임 불법복제물 유통량 및 지출액



응답자 특성별 게임 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 유통된 게임 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 불법복제물은 약 1,511만 개로써 ‘여성(약 772만 개)’ 보다 많은 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때, 먼저 온라인에서는 ‘남성’이 약 1,237만 개, ‘여성’이 약 639만 개의 게임 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었다. 오프라인에서는 ‘남성’이 약 274만 개, ‘여성’이 약 133만 개의 게임 불법복제물을 이용한 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’가 약 510만 개로 게임 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘20대’가 약 483만 개, ‘40대’가 약 440만 개, ‘50대’가 약 346만 개, ‘10대’가 약 279만 개의 게임 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 ‘30대’가 온라인에서는 약 410만 개, 오프라인에서는 ‘20대’가 약 100만 개로 게임 불법복제물을 가장 많이 이용한 연령대로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 1,224만 개로 게임 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 518만 개, ‘호남권’이 약 280만 개, ‘충청권’이 약 197만 개, ‘강원권’이 약 50만 개의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 온라인과 오프라인 모두 ‘수도권’에서 게임 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 약 859만개로 게임 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘400~599만 원’도 약 611만 개, ‘600만 원 이상’이 약 582만 개로 이용량이 많았다. 반면, ‘200만 원 미만’의 이용량은 약 217만 개로 나타나 이용량이 상대적으로 적은 것으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 973만 개, ‘학생’이 약 468만 개를 이용한 것으로 나타나 게임 불법복제물의 핵심 이용집단으로 분류되었다. 반면, ‘농/수/축산업 종사자’의 이용량은 약 37만 개로 나타나 이용량이 특히 적은 것으로 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 게임 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용량이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-109 | 응답자 특성별 게임 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분		전체	온라인	오프라인	
전체		22,679	18,623	4,056	
성별	남성	15,106	12,368	2,737	
	여성	7,724	6,394	1,329	
연령	10대	2,785	2,443	342	
	20대	4,830	3,797	1,033	
	30대	5,096	4,099	997	
	40대	4,400	3,666	734	
	50대	3,460	2,840	620	
	60대	2,120	1,779	342	
지역	수도권	전체	12,240	9,863	2,377
		서울	5,452	4,315	1,137
		경기/인천	6,788	5,547	1,241
	충청권	1,970	1,574	396	
	영남권	5,180	4,459	721	
	호남권	2,803	2,264	539	
가구 소득	200만 원 미만	2,169	1,834	336	
	200~399만 원	8,585	7,064	1,520	
	400~599만 원	6,109	5,018	1,091	
	600만 원 이상	5,817	4,707	1,109	
직업	농/수/축산업	372	332	40	
	자영업	1,593	1,385	208	
	생산직 종사자	2,547	2,019	529	
	사무직 종사자	9,726	7,558	2,168	
	전업주부	1,930	1,712	218	
	학생	4,679	4,043	636	
	무직/기타	1,823	1,576	248	
학력	재학	중·고등학생	1,792	1,605	188
		대학생	2,669	2,269	400
		대학원생	219	169	50
	초등학교 졸업 이하	70	70	0	
	중학교 졸업	100	92	8	
	고등학교 졸업	3,475	3,050	425	
	대학교 졸업	12,845	10,203	2,642	
	대학원 졸업	1,521	1,166	356	

다음으로 금액을 기준으로 게임 불법복제물 시장규모를 살펴보면 ‘남성’이 약 162억 원으로 ‘여성(약 68억 원)’ 보다 게임 불법복제물 이용을 위해 지출한 총 금액이 큰 것으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때, 먼저 온라인에서는 ‘남성’이 약 52억 원, ‘여성’이 약 15억 원을 게임 불법복제물 이용에 지출했으며, 오프라인에서는 ‘남성’이 약 110억 원, ‘여성’이 약 53억 원을 지출한 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’와 ‘20대’가 각각 약 58억 원과 약 56억 원으로 게임 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 반면, ‘60’대는 약 19억 원을 지출한 것으로 나타나, 게임 불법복제물 이용금액이 상대적으로 적은 것으로 조사되었다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때 ‘30대’가 온라인에서는 약 18억 원, 오프라인에서는 ‘20대’가 41억 원으로 게임 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 연령대로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 130억 원으로 게임 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 45억 원, ‘호남권’과 ‘충청권’이 약 29억 원, 23억 원, ‘강원권’이 약 3억 원의 순으로 나타났다. 온·오프라인 경로별로 구분했을 때에도 ‘수도권’이 게임 불법복제물 이용을 위해 가장 많은 금액을 지출한 지역으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 약 87억 원, ‘600만 원 이상’이 약 62억 원, ‘400만~599만 원’이 약 59억 원으로 상대적으로 게임 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사된 반면, ‘200만 원 미만’ 응답자는 약 20억 원을 지출한 것으로 나타나, 게임 불법복제물 이용금액이 상대적으로 적은 것으로 조사되었다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 116억 원으로 게임 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 그 다음으로 ‘학생’이 약 38억 원으로 지출 금액이 큰 것으로 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 게임 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용금액이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-110 | 응답자 특성별 게임 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

구분		전체	온라인	오프라인	
전체		22,860	6,636	16,225	
성별	남성	16,176	5,226	10,950	
	여성	6,786	1,468	5,318	
연령	10대	2,013	646	1,367	
	20대	5,598	1,466	4,132	
	30대	5,826	1,838	3,987	
	40대	4,231	1,295	2,936	
	50대	3,303	821	2,481	
	60대	1,936	570	1,366	
지역	수도권	전체	12,963	3,454	9,510
		서울	6,155	1,608	4,547
		경기/인천	6,810	1,846	4,963
		충청권	2,318	735	1,582
		영남권	4,496	1,612	2,885
		호남권	2,868	713	2,155
		강원권	252	122	131
가구 소득	200만 원 미만	2,010	668	1,342	
	200~399만 원	8,720	2,638	6,082	
	400~599만 원	5,923	1,559	4,364	
	600만 원 이상	6,208	1,770	4,437	
직업	농/수/축산업	306	147	158	
	자영업	1,388	557	831	
	생산직 종사자	3,000	885	2,115	
	사무직 종사자	11,568	2,895	8,673	
	전업주부	1,227	354	873	
	학생	3,837	1,292	2,545	
	무직/기타	1,496	506	990	
학력	재학	중·고등학생	1,168	418	750
		대학생	2,409	811	1,598
		대학원생	263	63	200
		초등학교 졸업 이하	0	0	0
		중학교 졸업	33	0	33
		고등학교 졸업	2,687	987	1,700
		대학교 졸업	14,362	3,794	10,568
		대학원 졸업	1,985	562	1,423

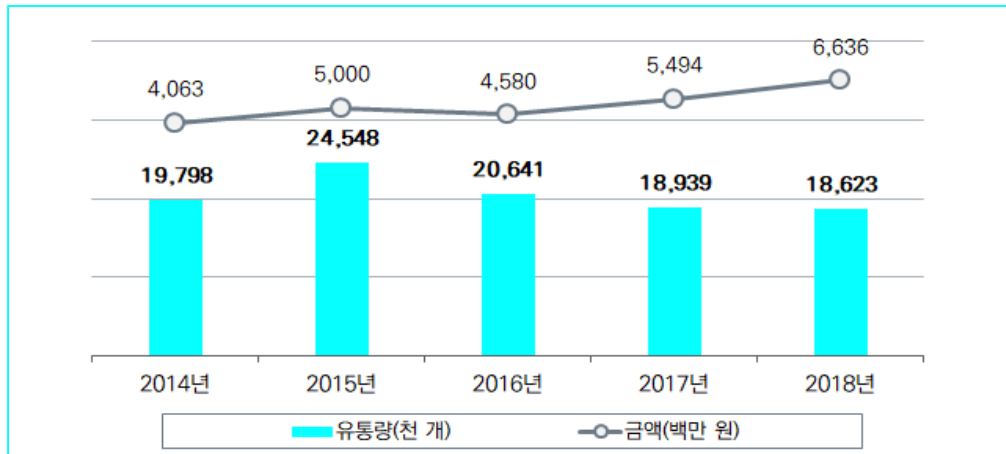
2) 온라인 게임 불법복제물 시장규모

2018년도의 온라인 게임 불법복제물 유통량은 약 1,862만 개로 전년(1,894만 개) 대비 1.7% 감소하였으며, 2014년(1,980만 개) 대비 약 118만 개 감소한 것으로 나타났다. 온라인 게임 불법복제물의 유통량은 전체 온라인 불법복제물 유통량의 1.1%를 차지하고 있으며, 최근 5년간의 연간 평균 유통량은 약 2,051만 개로 나타났다. 이 유통량에 게임 불법복제물의 유통가격을 적용하여 산출한 시장규모는 약 66억 원으로 전년(55억 원) 대비 20.8% 증가하였으며, 2014년(41억 원) 대비 약 25억 원 증가했다.

표 II-111 | 연도별 온라인 게임 불법복제물 시장규모

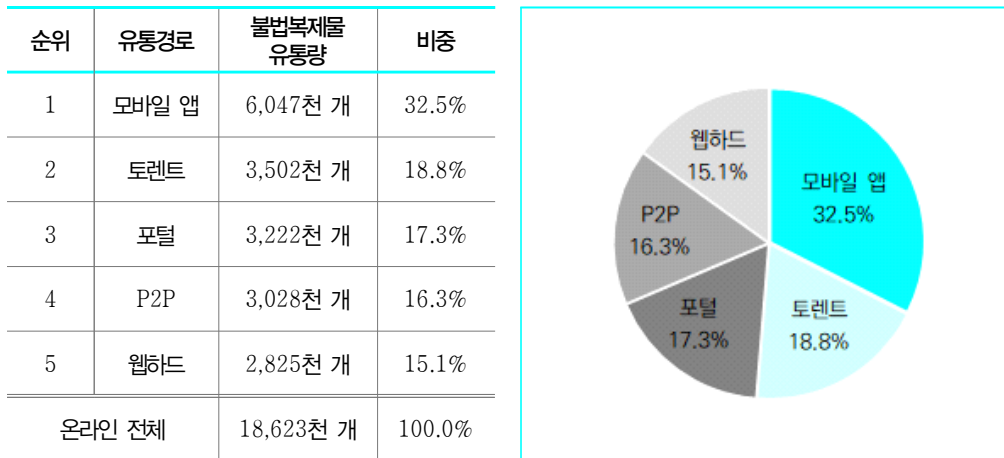
연 도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	19,798	-	4,063	-
2015년	24,548	24.0	5,000	23.0
2016년	20,641	-15.9	4,580	-8.4
2017년	18,939	-8.3	5,494	20.0
2018년	18,623	-1.7	6,636	20.8
5년 평균	20,510	-	5,155	-

그림 II-98 | 연도별 온라인 게임 불법복제물 시장규모



온라인 게임 불법복제물 시장규모를 유통경로별로 살펴보면, ‘모바일 앱’을 통한 유통량이 약 605만 개(32.5%)로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘토렌트’가 약 350만 개(18.8%), ‘포털’ 약 322만 개(17.3%), ‘P2P’ 약 303만 개(16.3%), ‘웹하드’ 약 283만 개(15.1%)의 순으로 나타났다.

그림 II-99 ■ 온라인 유통경로별 게임 불법복제물 시장 비중(유통량)



연도별로 온라인 게임 불법복제물 유통경로별 시장 비중을 살펴보면, 2014년도부터 신규로 추가된 모바일 앱에 의한 온라인 게임 콘텐츠 시장 비중이 점차 확대되어 2015년부터는 유통경로 중 가장 높게 나타났다. 반면 과거 온라인 게임 불법복제물 시장에서 비중을 많이 차지하던 웹하드의 비중은 점차 작아진 것으로 조사되었다.⁹²⁾ 이는 스마트폰과 태블릿PC 등 휴대기기의 기술 발전과 더불어 보급률 또한 높아지면서 온라인 게임 시장도 모바일 중심으로 재편되는 것에 기인하는 것으로 보인다.

92) 온라인 유통경로 중 모바일은 2014년에 신규로 추가되어 연도별 유통경로별 시장 비중 결과 해석 시 매우 주의해야 함.

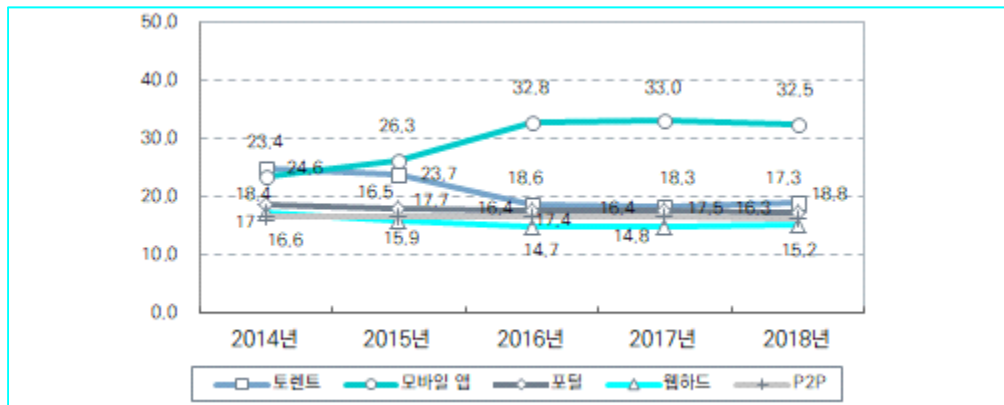
표 II-112 ■ 연도별 온라인 유통경로별 게임 불법복제물 시장 비중(유통량)

(단위 : %)

연도	모바일 앱	토렌트	포털	P2P	웹하드	합계
2014년	23.4	24.6	18.4	16.6	17.0	100.0
2015년	26.3	23.7	17.7	16.5	15.9	100.0
2016년	32.8	18.6	17.4	16.4	14.7	100.0
2017년	33.0	18.3	17.5	16.4	14.8	100.0
2018년	32.5	18.8	17.3	16.3	15.2	100.0

그림 II-100 ■ 연도별 온라인 유통경로별 게임 불법복제물 시장 비중(유통량)

(단위 : %)



응답자 특성별 온라인 게임 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 온라인상에서 유통된 음악 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 게임 불법복제물은 약 1,237만 개로 ‘여성(약 639만 개)’ 보다 많은 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P와 포털, 웹하드, 토렌트 에서는 ‘남성’이 이용한 게임 불법복제물이 더 많은 것으로 나타났으나, 모바일 앱에서는 ‘여성’이 이용한 게임 불법복제물이 더 많은 것으로 나타났다.

연령별로는 ‘30대’가 약 410만 개로 온라인 게임 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘20대’가 약 380만 개, ‘40대’가 약 367만 개, ‘50대’가 약 284만 개, ‘10대’가 약 244만 개의 온라인 게임 불법복제물을 이용한 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때 P2P, 웹하드는 ‘30대’, 포털은 ‘10대’, 모바일 앱은 ‘40대’, 토렌트는 ‘20대’를 통한 유통량이 가장 많은 것으로 나타났다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 986만 개로 온라인 게임 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 446만 개, ‘호남권’이 약 226만 개, ‘충청권’이 약 157만 개, ‘강원권’이 약 46만 개의 순으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때 모두 ‘수도권’에서의 유통량이 가장 높은 것으로 조사되었다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 약 706만 개, ‘400~599만 원’이 약 502만 개, ‘600만 원 이상’이 약 471만 개로 온라인 게임 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사된 반면, ‘200만 원 미만’의 응답 집단은 약 183만 개를 이용한 것으로 조사되어 이용량이 상대적으로 적은 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때 모든 경로에서 ‘200~399만 원’에 해당하는 소득 집단에 의한 유통이 가장 많았던 것으로 나타났다

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 756만 개, ‘학생’이 약 404만 개로 게임 불법복제물을 많이 이용한 직업층으로 조사되었다. 유통경로별로 구분했을 때 모든 경로에서 ‘사무직 종사자’에 의한 유통량이 가장 많은 것으로 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 게임 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’ 응답자의 이용량이 가장 많은 것으로 나타났다.

표 II-113 | 응답자 특성별 온라인 게임 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분		합계	P2P	포털	웹하드	토렌트	모바일 앱	
전체		18,623	3,028	3,222	2,825	3,502	6,047	
성별	남성	12,368	2,383	2,061	2,226	2,763	2,935	
	여성	6,394	671	1,185	623	770	3,145	
연령	10대	2,443	234	721	335	584	569	
	20대	3,797	708	509	585	1,220	776	
	30대	4,099	843	437	779	941	1,098	
	40대	3,666	644	444	499	491	1,588	
	50대	2,840	365	671	359	204	1,241	
	60대	1,779	233	440	269	62	774	
지역	수도권	전체	9,863	1,522	1,779	1,524	1,953	3,085
		서울	4,315	838	682	579	853	1,363
		경기/인천	5,547	683	1,097	945	1,100	1,722
		충청권	1,574	358	253	290	240	434
		영남권	4,459	688	641	733	920	1,477
		호남권	2,264	406	500	223	265	870
		강원권	462	53	49	54	125	181
	가구 소득	200만 원 미만	1,834	350	351	239	300	593
200~399만 원		7,064	1,186	1,167	1,141	1,439	2,131	
400~599만 원		5,018	702	893	673	849	1,901	
600만 원 이상		4,707	790	811	772	914	1,421	
직업	농/수/축산업	332	109	103	21	21	78	
	자영업	1,385	247	265	245	196	433	
	생산직 종사자	2,019	370	325	411	389	525	
	사무직 종사자	7,558	1,396	1,133	1,157	1,272	2,600	
	전업주부	1,712	121	217	191	111	1,072	
	학생	4,043	615	882	524	1,151	870	
	무직/기타	1,576	170	297	276	362	470	
학력	재학	중·고등학생	1,605	136	492	233	392	353
		대학생	2,269	471	379	244	687	489
		대학원생	169	9	12	47	73	28
		초등학교 졸업 이하	70	0	37	0	0	33
		중학교 졸업	92	0	63	0	0	28
		고등학교 졸업	3,050	437	609	433	466	1,104
		대학교 졸업	10,203	1,808	1,475	1,538	1,706	3,675
		대학원 졸업	1,166	167	155	329	178	336

다음으로 금액을 기준으로 온라인 게임 불법복제물의 시장규모를 살펴보면 ‘남성’이 약 52억 원으로 ‘여성(15억 원)’ 보다 온라인상에서 게임 불법복제물의 이용을 위해 지출한 총 금액이 큰 것으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P와 웹하드 모두 ‘남성’이 지출한 금액이 많은 것으로 조사되었다.

연령별로는 ‘30대’가 약 18억 원으로 게임 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘20대’가 약 15억 원, ‘40대’가 약 13억 원, ‘50대’가 약 8억 원, ‘10대’가 약 6억 원 등의 순으로 나타났다. 유통경로별로 구분했을 때, P2P, 웹하드 모두 ‘30대’가 지출한 금액이 가장 많은 것으로 조사되었다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 35억 원으로 온라인 게임 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 16억 원, ‘충청권’이 7억 원, ‘호남권’이 약 7억 원, ‘강원권’이 약 1억 원의 순으로 나타났다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 약 26억 원으로 온라인 게임 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘600만 원 이상’이 약 18억원, ‘400~599만 원’이 약 16억 원, ‘200만 원 미만’이 약 7억 원의 순으로 나타났다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 29억 원, ‘학생’이 약 13억 원으로 온라인 게임 불법복제물 이용에 가장 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, ‘농/수/축산업 종사자’는 온라인 게임 불법복제물 이용에 지출한 비용이 1억 원 가량으로 낮게 나타났다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’의 순으로 게임 불법복제물 이용에 많은 금액을 지출한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’, ‘고등학교 졸업’, ‘대학원 졸업’의 순으로 나타났다.

표 II-114 | 응답자 특성별 온라인 게임 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

구분		합계	P2P	포털	웹하드	토렌트	모바일 앱	
전체		6,636	3,433	0	3,203	0	0	
성별	남성	5,226	2,702	0	2,524	0	0	
	여성	1,468	761	0	707	0	0	
연령	10대	646	266	0	380	0	0	
	20대	1,466	803	0	663	0	0	
	30대	1,838	956	0	883	0	0	
	40대	1,295	730	0	566	0	0	
	50대	821	414	0	407	0	0	
	60대	570	265	0	305	0	0	
지역	수도권	전체	3,454	1,725	0	1,728	0	0
		서울	1,608	951	0	657	0	0
		경기/인천	1,846	775	0	1,071	0	0
		충청권	735	406	0	329	0	0
		영남권	1,612	780	0	831	0	0
		호남권	713	460	0	253	0	0
		강원권	122	61	0	61	0	0
	가구 소득	200만 원 미만	668	397	0	271	0	0
200~399만 원		2,638	1,345	0	1,293	0	0	
400~599만 원		1,559	796	0	763	0	0	
600만 원 이상		1,770	895	0	875	0	0	
직업	농/수/축산업	147	124	0	23	0	0	
	자영업	557	280	0	278	0	0	
	생산직 종사자	885	419	0	466	0	0	
	사무직 종사자	2,895	1,583	0	1,312	0	0	
	전업주부	354	137	0	217	0	0	
	학생	1,292	698	0	594	0	0	
	무직기타	506	193	0	313	0	0	
학력	재학	중·고등학생	418	154	0	264	0	0
		대학생	811	534	0	277	0	0
		대학원생	63	10	0	53	0	0
		초등학교 졸업 이하	0	0	0	0	0	0
		중학교 졸업	0	0	0	0	0	0
		고등학교 졸업	987	496	0	491	0	0
		대학교 졸업	3,794	2,050	0	1,744	0	0
		대학원 졸업	562	189	0	373	0	0

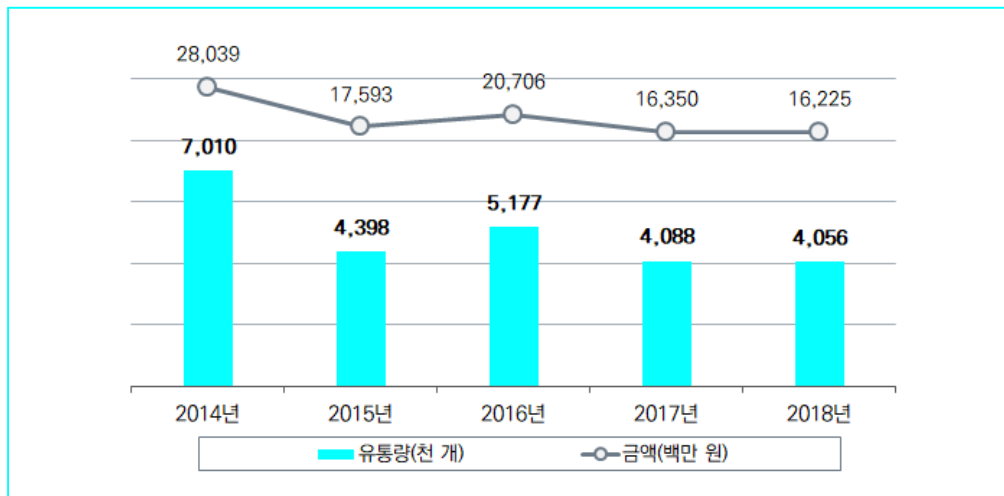
3) 오프라인 게임 불법복제물 시장규모

2018년도의 오프라인 게임 불법복제물 유통량은 약 406만 개로 전년(409만 개) 대비 0.8% 감소하였으며, 2014년(701만 개) 대비 약 300만 개 감소한 것으로 나타났다. 오프라인 게임 불법복제물의 유통량은 전체 오프라인 불법복제물 유통량의 2.0%를 차지하고 있으며, 최근 5년간의 연간 평균 유통량은 약 495만 개로 나타났다. 한편 오프라인 게임 불법복제물의 유통가격을 적용하여 산출한 시장규모는 약 162억 원으로 전년(164억 원) 대비 0.8% 감소하였으며, 2014년(280억 원) 대비 약 118억 원 감소했다.

표 II-115 ■ 연도별 오프라인 게임 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	7,010	-	28,039	-
2015년	4,398	-37.3	17,593	-37.3
2016년	5,177	17.7	20,706	17.7
2017년	4,088	-21.0	16,350	-21.0
2018년	4,056	-0.8	16,225	-0.8
5년 평균	4,946	-	19,783	-

그림 II-101 ■ 연도별 오프라인 게임 불법복제물 시장규모



응답자 특성별 오프라인 게임 불법복제물 유통량을 살펴보면, 2018년에 오프라인에서 유통된 게임 불법복제물 중 ‘남성’이 이용한 게임 불법복제물은 약 274만 개로 ‘여성(약 133만 개)’ 보다 많은 것으로 나타났다. 이를 금액으로 환산하면 ‘남성’은 약 110억 원, ‘여성’은 약 53억 원을 오프라인 게임 불법복제물 이용에 지출한 것으로 추정할 수 있다.

연령별로는 ‘20대’가 약 103만 개, ‘30대’가 100만 개로 오프라인 게임 불법복제물을 많이 이용한 연령대로 조사되었으며, ‘40대’가 약 73만 개, ‘50대’가 약 62만 개, ‘10대’, ‘60대’가 각각 약 34만 개의 순으로 나타났다. 이를 금액으로 환산하면 ‘20대’가 약 41억 원, ‘30대’가 약 40억 원, ‘40대’가 약 29억 원, ‘10대’, ‘60대’가 각각 약 14억 원을 오프라인 게임 불법복제물 이용에 지출한 것으로 추정할 수 있다.

지역별로는 ‘수도권’이 약 238만 개로 오프라인 게임 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘영남권’이 약 72만 개, ‘호남권’이 약 54만 개, ‘충청권’이 약 40만 개, ‘강원권’이 약 3만 개의 순으로 나타났다. 이를 금액으로 환산하면 ‘수도권’이 약 95억 원, ‘영남권’이 약 29억 원, ‘호남권’이 약 22억 원, ‘충청권’이 약 16억 원, ‘강원권’이 약 1억 원을 오프라인 게임 불법복제물 이용에 지출한 것으로 추정할 수 있다.

가구소득별로는 ‘200~399만 원’이 약 152만 개로 오프라인 게임 불법복제물을 가장 많이 이용한 것으로 조사되었으며, ‘600만 원 이상’이 약 111만 개, ‘400~599만 원’이 약 109만 개로 나타난 반면, ‘200만 원 미만’은 약 34만 개로 오프라인 게임 불법복제물을 가장 적게 이용한 것으로 나타났다.

직업별로는 ‘사무직 종사자’가 약 217만 개로 오프라인 게임 불법복제물을 가장 많이 이용한 직업층으로 조사되었으며, ‘학생’이 약 64만 개, ‘생산직 종사자’가 53만 개, ‘무직/기타’가 약 25만 개, ‘전업주부’가 약 22만 개 등의 순으로 나타났다. 이를 금액으로 환산하면 ‘사무직 종사자’가 약 87억 원, ‘학생’이 약 25억 원을 오프라인 게임 불법복제물 이용에 지출한 것으로 추정할 수 있다.

학력별로는 먼저 재학생의 경우 ‘대학생’, ‘중·고등학생’, ‘대학원생’ 순으로 오프라인 게임 불법복제물을 많이 이용한 것으로 조사되었으며, 졸업자의 경우는 ‘대학교 졸업’에 해당하는 응답자의 유통량이 가장 높게 나타났다.

표 II-116 | 응답자 특성별 오프라인 게임 불법복제물 시장규모

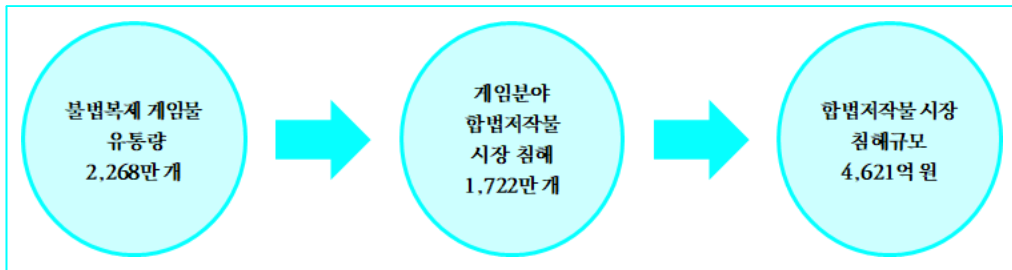
구분		유통량(천 개)	금 액(백만 원)	
전체		4,056	16,225	
성별	남 성	2,737	10,950	
	여 성	1,329	5,318	
연령	10 대	342	1,367	
	20 대	1,033	4,132	
	30 대	997	3,987	
	40 대	734	2,936	
	50 대	620	2,481	
	60 대	342	1,366	
지역	수 도 권	전체	2,377	9,510
		서울	1,137	4,547
		경기/인천	1,241	4,963
		충청권	396	1,582
		영남권	721	2,885
		호남권	539	2,155
		강원권	33	131
	가구 소득	200만 원 미만	336	1,342
200~399만 원		1,520	6,082	
400~599만 원		1,091	4,364	
600만 원 이상		1,109	4,437	
직업	농/수/축산업	40	158	
	자영업	208	831	
	생산직 종사자	529	2,115	
	사무직 종사자	2,168	8,673	
	전업주부	218	873	
	학생	636	2,545	
	무직/기타	248	990	
학력	재 학	중·고등학생	188	750
		대학생	400	1,598
		대학원생	50	200
		초등학교 졸업 이하	0	0
		중학교 졸업	8	33
		고등학교 졸업	425	1,700
		대학교 졸업	2,642	10,568
		대학원 졸업	356	1,423

다. 합법저작물 시장 침해규모(게임)

1) 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모

합법저작물 시장의 침해규모도 불법복제물 시장규모와 마찬가지로 양적(침해량), 금액적으로 구분할 수 있다. 먼저 침해량은 구입 또는 이용한 불법복제물로 인하여 실제로 구매 또는 이용하지 않게 된 합법저작물의 개수를 의미한다. 이러한 침해량에 정품가격을 곱하여 산출한 것이 침해금액이다. 이하에서는 합법저작물 시장 침해규모를 침해량과 금액으로 구분하여 분석한다. 침해량 분석을 통해 침해규모에 대한 정량적 추이를 살펴볼 수 있으며, 침해금액 분석을 통해 최종수요의 상실로 인한 콘텐츠산업의 직접적(1차적) 경제적 손실규모를 추정할 수 있다.

그림 II-102 | 게임 불법복제물 시장규모 및 합법저작물 시장 침해규모



앞서 언급한 대로 게임 불법복제물 시장규모는 약 229억 원으로 나타났으며, 이러한 불법복제물로 인해 침해받는 합법저작물 시장의 규모는 약 4,621억 원으로 추정할 수 있다. 이 수치는 Part2의 제1장 ‘합법저작물 시장 침해규모 산출식’에서 밝힌 계산식을 바탕으로 산출한 결과이다. 불법복제물과 합법저작물 간의 유통단가 차이로 인해 게임 분야 합법저작물 시장 침해규모는 불법복제물 시장의 약 20.2배 가량 큰 규모로 형성되어 있다. 게임 분야 합법저작물 시장 침해규모는 전체(음악, 영화, 방송, 출판, 게임 분야) 합법저작물 시장 침해규모의 18.5%에 해당한다.

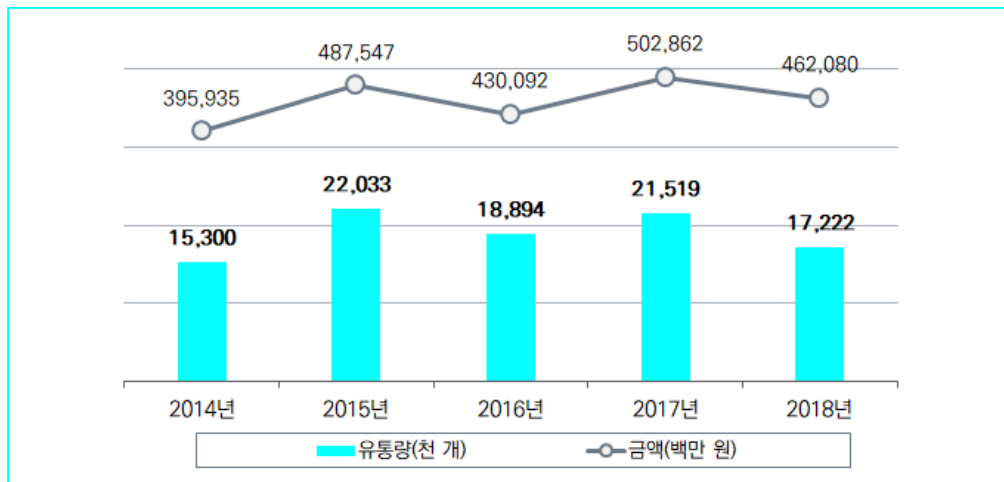
좀 더 세부적으로 살펴보면, 2018년 한 해 동안의 게임 불법복제물 침해량은 약 1,722만 개로 2017년(2,152만 개) 대비 20.0% 감소하였으며, 2014년(1,530만 개) 대비 약 192만 개 증가한 것으로 나타났다. 게임 합법저작물의 침해량은 전체 합법저작물 침해량

의 1.9%를 차지하고 있다. 이 침해량에 게임 합법저작물 유통가격을 적용하여 산출한 시장규모는 총 4,621억 원으로 2017년(5,029억 원) 대비 8.1% 감소하였으며, 2014년(3,959억 원) 대비 약 662억 원 증가했다.

표 II-117 | 연도별 합법저작물 시장 침해규모(게임 분야)

연도	침해량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2014년	15,300	-	395,935	-
2015년	22,033	44.0	487,547	23.1
2016년	18,894	-14.2	430,092	-11.8
2017년	21,519	13.9	502,862	16.9
2018년	17,222	-20.0	462,080	-8.1
5년 평균	18,994	-	455,703	-

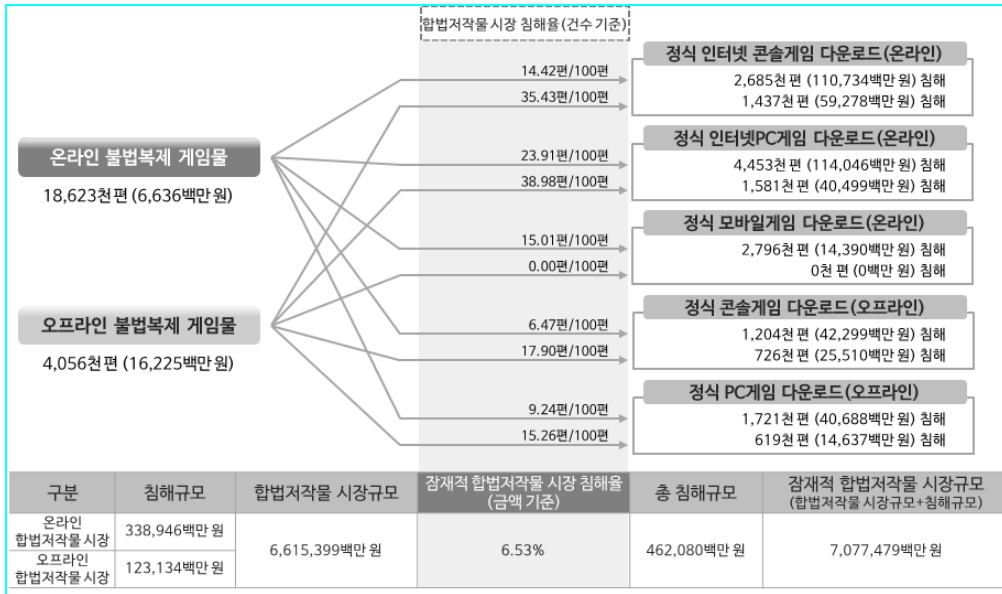
그림 II-103 | 연도별 합법저작물 시장 침해규모(게임 분야)



게임 불법복제물이 게임 분야의 합법저작물 시장을 침해하는 비율(합법저작물 시장 침해율(건수 기준))을 살펴보면, 온라인에서 게임 불법복제물을 이용한 100편 중 14.42편은 정식 인터넷콘솔게임 다운로드, 23.91편은 정식 인터넷PC게임 다운로드, 15.01편은 정식 모바일 게임 다운로드, 6.47편은 정식 콘솔게임 다운로드, 9.24편은 정식 PC게임 다운로드 구매를 통해 침해하고 있는 것으로 나타났다. 오프라인 게임 불법복제물을

구입한 100편 중 35.43편은 정식 인터넷콘솔게임 다운로드, 38.98편은 정식 인터넷PC 게임 다운로드, 17.90편은 정식 콘솔게임 다운로드, 15.26편은 정식 PC게임 다운로드 구매를 통해 침해하고 있는 것으로 나타났다.

그림 II-104 ■ 게임 불법복제물 시장의 합법저작물 시장 침해 현황



※ 게임 합법저작물 시장규모는 '2018 콘텐츠산업 통계조사'(문화체육관광부, 2019) 참조.

※ 합법저작물 시장 침해율(건수) = 침해된 합법저작물 콘텐츠 수 / 불법복제물 이용 콘텐츠 수

※ 잠재적 합법저작물 시장 침해율(금액) = 침해규모 / 잠재적 합법저작물 시장규모

2) 게임 분야 온·오프라인 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모

게임 콘텐츠의 온·오프라인 합법저작물 시장은 온라인 게임 불법복제물에 의해 침해되기도 하며, 오프라인 게임 불법복제물에 의해 침해되기도 한다. 불법복제물의 유통경로에 따라 합법저작물 시장의 침해규모를 살펴보면, 온라인 불법복제물 유통경로로 인한 합법저작물 시장 침해규모는 3,222억 원, 오프라인 불법복제물 유통경로로 인한 합법저작물 시장 침해규모는 1,399억 원으로 나타났다. 비중으로 보면 온라인 불법복제물 유통경로로 인한 침해규모는 69.7%를 차지하고 있으며, 오프라인 불법복제물 유통경로로 인한 침해규모는 30.3%로 나타났다.

표 II-118 ■ 온·오프라인 불법복제물 유통경로별 합법저작물 시장 침해규모(게임)

(단위 : 백만 원, %)

구분	온라인 게임 불법복제물로 인한 합법저작물 시장침해규모	오프라인 게임 불법복제물로 인한 합법저작물 시장 침해규모	합계
금액	322,156	139,924	462,080
비율	69.7	30.3	100.0

3) 게임 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율

가) 합법저작물 시장규모

합법저작물 시장의 침해규모와 합법저작물 시장규모를 비교해 보면 게임의 경우, 합법저작물 시장 침해규모는 4,621억 원으로 합법저작물 시장규모 6조 6,154억 원보다 작게 형성되어 있다.

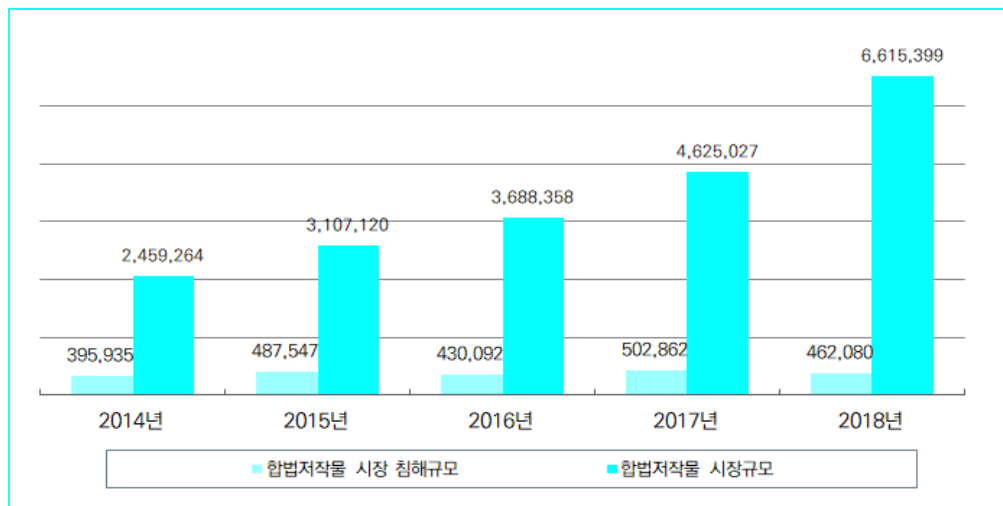
표 II-119 ■ 연도별 합법저작물 시장규모(게임)

(단위 : 백만 원, %)

구 분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
게임 합법저작물 시장규모	2,459,264	3,107,120	3,688,358	4,625,027	6,615,399
증감률	138.8	26.3	18.7	20.3	43.0

그림 II-105 ■ 연도별 게임 합법저작물 시장 침해규모 및 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원)

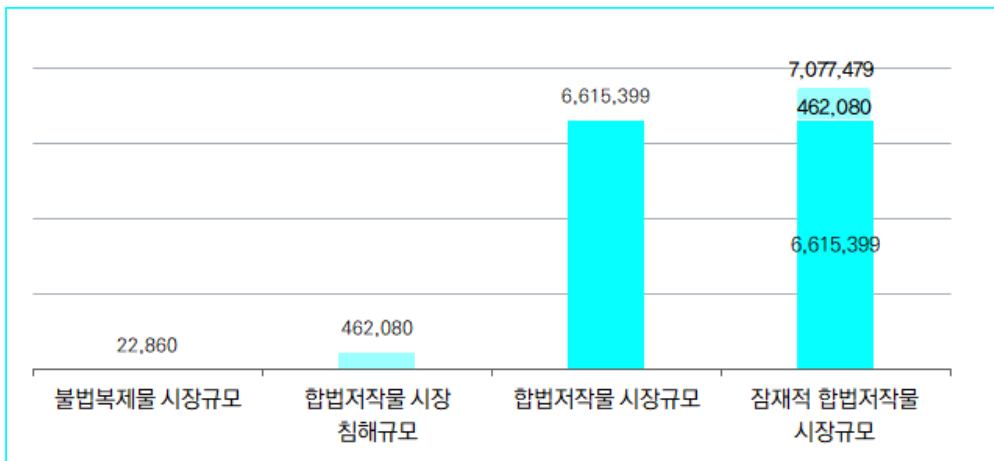


나) 잠재적 합법저작물 시장규모

합법저작물 시장 침해규모와 합법저작물 시장규모를 합산하면 침해가 일어나지 않았을 경우 원래 형성되었어야 할 잠재적 합법저작물 시장규모를 추정할 수 있다. 게임 불법복제물 근절 시 약 4,621억 원 가량의 합법저작물 시장을 추가적으로 창출할 수 있다. 여기에 현재의 합법저작물 시장규모를 합산하면 잠재적 합법저작물 시장규모는 약 7조 775억 원 규모로 추정된다.

그림 II-106 | 게임 분야 잠재적 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원)



다) 잠재적 합법저작물 시장 침해율

‘잠재적 합법저작물 시장 침해율’이란 잠재적 합법저작물 시장규모에서 차지하는 합법저작물 시장 침해규모에 대한 비율로써, 2018년 게임 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율은 6.5%로 조사되었다.⁹³⁾ 이는 2017년 잠재적 합법저작물 시장 침해율(9.8%)과 비교하였을 때 약 3.3%p 낮아졌으며 2014년 잠재적 합법저작물 시장 침해율(13.9%)과 비교하였을 때는 7.4%p 낮아진 수치로써, 게임 분야의 저작권 보호 환경이 개선되고 있음을 나타내는 것으로 분석된다.

93) 합법저작물 시장규모가 전년대비 약 2조 8천억 원이 증가되어 침해율이 감소된 것으로 분석됨. 특히 모바일 게임 합법저작물 시장규모가 6조 2천억 원으로 전년대비(4조 3천억 원) 약 43.4% 증가하여, 전체적인 잠재적 합법저작물 시장 침해율 감소에 큰 영향을 미친 것으로 해석됨.

* 모바일 게임 합법저작물 시장규모 : (‘14) 2조 9천 1백억원 → (‘15) 3조 4천 8백억원 → (‘16) 4조 3천 3백억원 → (‘17) 6조 2천 1백억원

표 II-120 | 게임 분야 잠재적 합법저작물 시장 침해율

구분	합법저작물 시장규모(A) ⁹⁴⁾	합법저작물 시장 침해규모(B)	잠재적 합법저작물 시장규모(C=A+B)	잠재적 합법저작물 시장 침해율(%) (B/C)
2014년	2조 4,593억 원	3,959억 원	2조 8,552억 원	13.9%
2015년	3조 1,071억 원	4,875억 원	3조 5,947억 원	13.6%
2016년	3조 6,884억 원	4,301억 원	4조 1,184억 원	10.4%
2017년	4조 6,250억 원	5,029억 원	5조 1,279억 원	9.8%
2018년	6조 6,154억 원	4,621억 원	7조 775억 원	6.5%

94) 게임 분야 합법저작물 시장규모는 게임 합법저작물 시장을 별도로 조사하고 있지 않으므로 합법저작물 시장규모 산정을 위해 '2018 콘텐츠산업 통계조사'를 활용하였음. 2018 콘텐츠산업 통계조사에서 밝히고 있는 각 콘텐츠별 매출액은 전체 산업의 매출을 대상으로 하고 있으므로, 본 조사에서는 불법복제물의 유통으로 인해 직접적인 피해를 받는 업종을 발췌하여 사용함.

[2018년 기준 불법복제물 시장규모 및 합법저작물 시장 침해규모 조사결과 요약표]

□ 불법복제물 시장규모 (전년 대비)

• 전체 불법복제물 시장규모

구분	2017년		2018년		증감(%)	
	이용량	금액	이용량	금액	이용량	금액
음악	12억 9,737만 9,473곡	1,492억 5,334만 8,066원	12억 5,612만 562곡	1,381억 7,514만 1,747원	-3.2	-7.4
영화	2억 2,928만 982편	397억 8,300만 7,438원	2억 1,254만 3,418편	348억 342만 5,532원	-7.3	-12.5
방송	4억 7,195만 1,336편	273억 3,297만 6,999원	4억 1,503만 7,793편	210억 1,644만 4,024원	-12.1	-23.1
출판	6,147만 2,900편	1,410억 2,001만 6,101원	6,099만 2,632편	1,601억 5,262만 918원	-0.8	13.6
게임	2,302만 6,374편	218억 4,483만 7,098원	2,267만 9,486편	228억 6,038만 6,864원	-1.5	4.6
총계	20억 8,311만 1,065개	3,792억 3,418만 5,702원	19억 6,737만 3,888개	3,770억 801만 9,085원	-5.6	-0.6

※ 2016년 전체 불법복제 시장규모 총액 : 4,228억 7,505만 2,556원

• 온라인 불법복제물 시장규모

구분	2017년		2018년		증감(%)	
	이용량	금액	이용량	금액	이용량	금액
음악	11억 2,819만 1,233곡	1억 3,942만 5,066원	10억 8,803만 1,562곡	1억 6,094만 9,247원	-3.6	15.4
영화	2억 1,768만 7,644편	165억 9,633만 1,438원	2억 128만 562편	122억 7,771만 3,532원	-7.5	-26.0
방송	4억 6,381만 1,675편	110억 5,365만 4,999원	4억 749만 5,546편	59억 3,195만 24원	-12.1	-46.3
출판	4,811만 2,020편	1억 4,169만 9,383원	4,803만 8,192편	2억 752만 5,748원	-0.2	46.5
게임	1,893만 8,777편	54억 9,444만 9,098원	1,862만 3,315편	66억 3,571만 4,864원	-1.7	20.8
총계	18억 7,674만 1,349개	334억 2,555만 9,984원	17억 6,346만 9,177편	252억 1,385만 3,415원	-6.0	-24.6

※ 2016년 온라인 불법복제 시장규모 총액 : 229억 5,019만 9,279원

• 오프라인 불법복제물 시장규모

구분	2017년		2018년		증감(%)	
	이용량	금액	이용량	금액	이용량	금액
음악	1억 6,918만 8,240곡	1,491억 1,392만 3,000원	1억 6,808만 9,000곡	1,380억 1,419만 2,500원	-0.6	-7.4
영화	1,159만 3,338편	231억 8,667만 6000원	1,126만 2,856편	225억 2,571만 2,000원	-2.9	-2.9
방송	813만 9,661편	162억 7,932만 2,000원	754만 2,247편	150억 8,449만 4,000원	-7.3	-7.3
출판	1,336만 880편	1,408억 7,831만 6,718원	1,295만 4,440편	1,599억 4,509만 5,170원	-3.0	13.5
게임	408만 7,597편	163억 5,038만 8,000원	405만 6,168편	162억 2,467만 2,000원	-0.8	-0.8
총계	2억 636만 9,716개	3,458억 862만 5,718원	2억 390만 4,711편	3,517억 9,416만 5,670원	-1.2	1.7

※ 2016년 오프라인 불법복제 시장규모 총액 : 3,999억 2,485만 3,277원

□ 합법저작물 시장 침해규모 (전년 대비)

• 전체 합법저작물 시장 침해규모

구분	2017년		2018년		증감(%)	
	침해량	금액	침해량	금액	침해량	금액
음악	5억 7,451만 6,006곡	3,451억 7,426만 6,865원	5억 4,611만 6,732곡	3,757억 9,109만 1,378원	-4.9	8.9
영화	1억 2,771만 6,280편	8,839억 5,536만 2,966원	1억 2,775만 8,407편	8,550억 2,150만 3,675원	0.0	-3.3
방송	1억 3,923만 5,087편	2,727억 6,453만 2,760원	1억 7,194만 220편	3,142억 5,248만 2,510원	23.5	15.2
출판	4,411만 2,051편	5,597억 9,650만 388원	4,254만 3,701편	4,844억 3,384만 7,616원	-3.6	-13.5
게임	2,151만 8,612편	5,028억 6,188만 159원	1,722만 2,325편	4,620억 7,995만 1,451원	-20.0	-8.1
총계	9억 709만 8,036개	2조 5,645억 5,254만 3,138원	9억 558만 1,385편	2조 4,915억 7,887만 6,630원	-0.2	-2.8

※ 2016년 전체 합법저작물 시장 침해규모 총액 : 2조 3,843억 3,964만 4,379원

• 온라인 합법저작물 시장 침해규모

구분	2017년		2018년		증감(%)	
	침해량	금액	침해량	금액	침해량	금액
음악	3억 5,218만 1,776곡	461억 9,099만 4,649원	3억 1,321만 4,622곡	513억 9,808만 5,661원	-11.1	11.3
영화	9,026만 3,435편	5,121억 9,703만 2,933원	8,701만 7,115편	4,260억 3,734만 3,039원	-3.6	-16.8
방송	1억 3,216만 75편	1,964억 6,052만 8,340원	1억 6,249만 6,071편	2,249억 138만 8,821원	23.0	14.5
출판	2,397만 9,383편	2,516억 4,165만 8,827원	2,196만 9,855편	1,851억 152만 9,519원	-8.4	-26.4
게임	1,737만 7,187편	3,554억 4,827만 5,698원	1,295만 2,549편	3,389억 4,605만 2,861원	-25.5	-4.6
총계	6억 1,596만 1,856개	1조 3,619억 3,849만 447원	5억 9,765만 212원	1조 2,263억 8,439만 9,901원	-3.0	-10.0

※ 2016년 온라인 합법저작물 시장 침해규모 총액 : 1조 1,942억 5,123만 8,432원

• 오프라인 합법저작물 시장 침해규모

구분	2017년		2018년		증감(%)	
	침해량	금액	침해량	금액	침해량	금액
음악	2억 2,233만 4,230곡	2,989억 8,327만 2,216원	2억 3,290만 2,110곡	3,243억 9,300만 5,717원	4.8	8.9
영화	3,745만 2,845편	3,717억 5,833만 33원	4,074만 1,292편	4,289억 8,416만 636원	8.8	15.4
방송	707만 5,012편	763억 400만 4,420원	944만 4,149편	893억 5,109만 3,689원	33.5	17.1
출판	2,013만 2,668편	3,081억 5,484만 1,561원	2,057만 3,846편	2,993억 3,231만 8,097원	2.2	-2.9
게임	414만 1,425편	1,474억 1,360만 4,461원	426만 9,776편	1,231억 3,389만 8,590원	3.1	-16.5
총계	2억 9,113만 6,180개	1조 2,026억 1,405만 2,691원	3억 793만 1,173편	1조 2,651억 9,447만 6,729원	5.8	5.2

※ 2016년 오프라인 합법저작물 시장 침해규모 총액 : 1조 1,900억 8,840만 5,947원

□ 세부통계(최근 10년 추이)

• 연도별 불법복제물 경험률

(단위 : %, 천 명)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
온라인	37.0	33.0	32.5	30.1	30.7	39.7	35.8	39.3	39.2	39.9
이용인구	14,358	13,056	13,074	12,185	12,439	15,042	13,827	15,669	16,073	16,297
오프라인	24.6	9.4	9.3	8.1	9.6	13.7	12.8	13.4	10.5	13.2
이용인구	9,546	3,719	3,741	3,289	3,890	5,191	4,930	5,357	4,304	5,392
전체	42.4	35.9	35.3	32.4	33.3	42.8	38.4	42.4	40.4	43.4
이용인구	16,453	14,204	14,201	13,083	13,492	16,231	14,810	16,920	16,578	17,726

• 콘텐츠별 불법복제물 경험률

(단위 : %, 천 명)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	전년 대비	
음악	경험률	28.5	21.6	21.3	18.6	20.3	24.7	19.6	21.9	18.6	21.8	3.2%
	이용인구	11,059	8,546	8,569	7,535	8,225	9,354	7,573	8,753	7,636	8,896	1,260
영화	경험률	24.1	21.1	19.4	18.8	19.4	22.6	21.4	23.7	18.2	22.8	4.6%
	인구	9,352	8,348	7,804	7,588	7,860	8,554	8,245	9,453	7,478	9,313	1,835
방송	경험률	14.8	14.9	14.4	14.7	14.1	16.6	19.6	22.7	21.8	19.8	-2.0%
	이용인구	5,743	5,895	5,793	5,929	5,713	6,285	7,567	9,053	8,953	8,087	-866
출판	경험률	8.9	7.6	6.8	6.1	6.9	6.9	6.8	7.5	6.3	7.9	1.6%
	이용인구	3,454	3,007	2,736	2,462	2,796	2,619	2,626	2,981	2,580	3,227	647
게임	경험률	9.8	4.9	4.6	4.1	4.9	7.8	8.2	8.3	7.2	7.5	0.3%
	이용인구	3,803	1,939	1,851	1,677	1,985	2,946	3,161	3,297	2,944	3,063	119
전체	경험률	42.4	35.9	35.3	32.4	33.3	42.8	38.4	42.4	40.4	43.4	3.0%
	이용인구	16,453	14,204	14,201	13,083	13,492	16,217	14,810	16,920	16,578	17,726	1,148

• 콘텐츠별 불법복제물 경험률(온라인)

(단위 : %, 천 명)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	전년 대비	
음악	경험률	24.1	19.5	19.0	17.0	17.9	22.2	17.9	20.3	16.6	19.6	3.0%
	이용인구	9,352	7,715	7,644	6,881	7,253	8,426	6,889	8,101	6,810	8,008	1,198
영화	경험률	23.0	20.3	18.7	18.3	19.0	21.5	20.1	22.3	17.2	21.7	4.5%
	인구	8,925	8,032	7,523	7,404	7,698	8,151	7,744	8,877	7,068	8,856	1,788
방송	경험률	14.1	14.5	14.0	14.3	13.8	16.0	18.8	21.4	20.8	18.7	-2.1%
	이용인구	5,472	5,737	5,632	5,792	5,591	6,043	7,255	8,552	8,524	7,658	-866
출판	경험률	6.4	5.7	5.3	4.4	5.8	5.1	4.8	4.7	4.4	5.5	1.1%
	이용인구	2,484	2,255	2,132	1,796	2,350	1,942	1,838	1,860	1,808	2,230	422
게임	경험률	9.3	4.6	4.4	3.8	4.5	7.2	7.5	7.1	6.5	6.5	0.0%
	이용인구	3,609	1,820	1,770	1,540	1,823	2,723	2,889	2,830	2,648	2,667	19
전체	경험률	37.0	33.0	32.5	30.1	30.7	39.7	35.8	39.3	39.2	39.9	0.7%
	이용인구	14,358	13,056	13,074	12,185	12,439	15,042	13,827	15,669	16,073	16,297	224

• 콘텐츠별 불법복제물 경험률 (오프라인)

(단위 : %, 천 명)

구분		2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	전년 대비
음악	경험률	15.0	4.3	5.0	4.2	5.7	6.8	5.7	6.0	3.6	5.5	1.9%
	이용인구	5,820	1,701	2,011	1,707	2,310	2,572	2,181	2,398	1,486	2,230	744
영화	경험률	8.7	2.9	2.7	2.7	3.0	5.0	5.1	4.6	3.8	3.8	0.0%
	인구	3,376	1,147	1,086	1,082	1,216	1,880	1,982	1,837	1,544	1,563	19
방송	경험률	5.0	1.6	1.8	1.8	2.2	3.0	3.1	3.6	3.0	3.1	0.1%
	이용인구	1,940	633	724	726	891	1,137	1,209	1,430	1,210	1,266	56
출판	경험률	6.9	3.5	3.0	2.2	2.7	3.9	4.5	4.8	4.1	4.5	0.4%
	이용인구	2,678	1,385	1,207	886	1,094	1,487	1,749	1,898	1,659	1,857	198
게임	경험률	5.1	1.1	1.5	1.6	2.1	2.8	1.9	1.9	1.9	1.9	0.0%
	이용인구	1,979	435	603	666	851	1,051	728	741	779	780	1
전체	경험률	24.6	9.4	9.3	8.1	9.6	13.7	12.8	13.4	10.5	13.2	2.7%
	이용인구	9,546	3,719	3,741	3,289	3,890	5,191	4,930	5,357	4,304	5,392	1,088

• 연도별 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2010년	1,895,709	-20.9	510,173	-41.9
2011년	2,100,270	10.8	422,046	-17.3
2012년	2,064,330	-1.7	305,485	-27.6
2013년	2,407,419	16.6	372,806	22.0
2014년	2,261,004	-6.1	362,869	-2.7%
2015년	2,088,568	-7.6	367,174	1.2
2016년	2,380,944	14.0	422,875	15.2
2017년	2,083,111	-12.5	379,234	-10.3
2018년	1,967,374	-5.6	377,008	-0.6
10년 평균	2,138,748	-	391,074	-

• 콘텐츠별 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	10년 평균
음악	1,767,265	1,120,035	1,291,569	1,327,019	1,662,420	1,509,763	1,270,686	1,522,608	1,297,379	1,256,121	1,402,487
	-30.9%	-36.6%	15.3%	2.7%	25.3%	-9.2%	-15.8	19.8%	-14.8%	-3.2%	-
영화	228,451	240,043	251,456	214,878	237,474	234,349	245,908	257,580	229,281	212,543	235,196
	-34.6%	5.1%	4.8%	-14.5%	10.5%	-1.3%	4.9%	4.7%	-11.0%	-7.3%	-
방송	210,601	350,501	350,585	358,058	347,378	377,498	461,584	517,384	471,951	415,038	386,058
	-22.4%	66.4%	0.0%	2.1%	-3.0%	8.7%	22.3%	12.1%	-8.8%	-12.1%	-
출판	135,956	159,354	173,601	139,065	134,661	112,586	81,443	57,555	61,473	60,993	111,669
	-35.6%	17.2%	8.9%	-19.9%	-3.2%	-16.4%	-27.7	-29.3%	6.8%	-0.8%	-
게임	53,745	25,777	33,059	25,311	25,486	26,807	28,946	25,818	23,026	22,679	29,065
	-13.4%	-52.0%	28.2%	-23.4%	0.7%	5.2%	8.0%	-10.8%	-10.8%	-1.5%	-
총계	2,396,018	1,895,709	2,100,270	2,064,330	2,407,419	2,261,004	2,088,568	2,380,944	2,083,111	1,967,374	2,164,475
	-30.5%	-20.9%	10.8%	-1.7%	16.6%	-6.1%	-7.6	14.0%	-12.5%	-5.6%	-

• 콘텐츠별 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	10년 평균
음악	248,100	107,534	114,575	84,202	174,972	141,882	125,603	147,007	149,253	138,175	143,130
	3.5%	-56.7%	6.5%	-26.5%	107.8%	-18.9%	-11.5%	17.0%	1.5%	-7.4%	-
영화	156,311	111,848	61,596	68,066	54,995	51,223	51,998	48,793	39,783	34,803	67,942
	-24.6%	-28.4%	-44.9%	10.5%	-19.2%	-6.9%	1.5%	-6.2%	-18.5%	-12.5%	-
방송	75,358	82,629	46,267	49,706	30,507	23,167	25,185	29,163	27,333	21,016	41,033
	-5.3%	9.6%	-44.0%	7.4%	-38.6%	-24.1%	8.7%	15.8%	-6.3%	-23.1%	-
출판	309,862	178,990	172,596	67,495	73,648	114,496	141,795	172,625	141,020	160,153	153,268
	-9.3%	-42.2%	-3.6%	-60.9%	9.1%	55.5%	23.8%	21.7%	-18.3%	13.6%	-
게임	88,809	29,172	27,013	36,017	38,683	32,102	22,593	25,287	21,845	22,860	34,438
	-9.1%	-67.2%	-7.4%	33.3%	7.4%	-17.0%	-29.6%	11.9%	-13.6%	4.6%	-
총계	878,440	510,173	422,046	305,485	372,806	362,869	367,174	422,875	379,234	377,008	439,811
	-9.1%	-41.9%	-17.3%	-27.6%	22.0%	-2.7%	1.2%	15.2%	-10.3%	-0.6%	-

• 연도별 온라인 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2009년	1,781,262	-38.1	187,007	-26.3
2010년	1,607,625	-9.7	165,793	-11.3
2011년	1,796,303	11.7	85,914	-48.2
2012년	1,841,888	2.5	85,637	-0.3
2013년	2,106,555	14.4	55,421	-35.3
2014년	2,024,229	-3.9	23,520	-57.6
2015년	1,881,319	-7.1	22,426	-4.7
2016년	2,148,104	14.2	22,950	2.3
2017년	1,876,741	-12.6	33,426	45.6
2018년	1,763,469	-6.0	25,214	-24.6
10년 평균	1,882,750	-	70,731	-

• 콘텐츠별 온라인 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	10년 평균
음악	1,262,799	891,176	1,041,439	1,139,093	1,394,801	1,314,630	1,105,948	1,334,423	1,128,191	1,088,032	1,170,053
	-40.0%	-29.4%	16.9%	9.4%	22.4%	-5.7%	-15.9%	20.7%	-15.5%	-3.6%	-
영화	198,460	224,817	241,257	204,292	227,243	219,970	230,414	243,308	217,688	201,281	220,873
	-37.1%	13.3%	7.3%	-15.3%	11.2%	-3.2%	4.7%	5.6%	-10.5%	-7.5%	-
방송	194,801	338,128	342,894	349,851	339,437	369,654	453,032	507,715	463,812	407,496	376,682
	-24.5%	73.6%	1.4%	2.0%	-3.0%	8.9%	22.6%	12.1%	-8.6%	-12.1%	-
출판	86,092	130,781	142,340	129,859	125,848	100,177	67,376	42,017	48,112	48,038	92,064
	-43.4%	51.9%	8.8%	-8.8%	-3.1%	-20.4%	-32.7%	-37.6%	14.5%	-0.2%	-
게임	39,110	22,722	28,373	18,793	19,226	19,798	24,548	20,641	18,939	18,623	23,077
	-18.3%	-41.9%	24.9%	-33.8%	2.3%	3.0%	24.0%	-15.9%	-8.2%	-1.7%	-
총계	1,781,262	1,607,625	1,796,303	1,841,888	2,106,555	2,024,229	1,881,319	2,148,104	1,876,741	1,763,469	1,882,750
	-38.1%	-9.7%	11.7%	2.5%	14.4%	-3.9%	-7.1%	14.2%	-12.6%	-6.0%	-

• 콘텐츠별 온라인 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	10년 평균
음악	3,144	1,717	691	931	1,099	480	255	195	139	161	881
	-35.7%	-45.4%	-59.8%	34.7%	18.0%	-56.3%	-46.8%	-23.5%	-28.7%	15.4%	-
영화	87,932	77,133	37,974	45,571	29,418	15,274	13,263	13,113	16,596	12,278	34,855
	-32.5%	-12.3%	-50.8%	20.0%	-35.4%	-48.1%	-13.2%	-1.1%	26.6%	-26.0%	-
방송	43,759	57,885	27,040	29,189	10,653	3,559	3,805	4,991	11,054	5,932	19,787
	-17.1%	32.3%	-53.3%	7.9%	-63.5%	-66.6%	6.9%	31.2%	121.5%	-46.3%	-
출판	10,195	9,662	12,144	288	608	143	102	71	142	208	3,356
	-24.4%	-5.2%	25.7%	-97.6%	111.1%	-76.5%	-28.6%	-30.9%	100.9%	46.5%	-
게임	41,977	19,396	8,064	9,658	13,643	4,063	5,000	4,580	5,494	6,636	11,851
	-19.6%	-53.8%	-58.4%	19.8%	41.3%	-70.2%	23.1%	-8.4%	20.0%	20.8%	-
총계	187,007	165,793	85,914	85,637	55,421	23,520	22,426	22,950	33,426	25,214	70,731
	-26.3%	-11.3%	-48.2%	-0.3%	-35.3%	-57.6%	-4.7%	2.3%	-10.3%	-24.6%	-

• 연도별 오프라인 불법복제물 시장규모

연도	유통량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2009년	614,755	7.4	691,433	-2.9
2010년	288,084	-53.1	344,381	-50.2
2011년	303,967	5.5	336,132	-2.4
2012년	222,442	-26.8	219,848	-34.6
2013년	300,864	35.3	317,384	44.4
2014년	236,774	-21.3	339,349	6.9
2015년	207,249	-12.5	344,748	1.6
2016년	232,840	12.3	399,925	16.0
2017년	206,370	-12.5	345,809	-10.3
2018년	203,905	-1.2	351,764	1.7
10년 평균	281,725	-	369,077	-

• 콘텐츠별 오프라인 불법복제물 유통량

(단위 : 천 개)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	10년 평균
음악	504,466	228,859	250,131	187,926	267,619	195,133	164,738	188,185	169,188	168,089	232,433
	11.5%	-54.6%	9.3%	-24.9%	42.4%	-27.1%	-15.6%	14.2%	-10.1%	-0.6%	-
영화	29,991	15,226	10,199	10,586	10,231	14,379	15,494	14,272	11,593	11,263	14,323
	-11.3%	-49.2%	-33.0%	3.8%	-3.4%	40.5%	7.8%	-7.9%	-18.8%	-2.9%	-
방송	15,799	12,372	7,691	8,207	7,941	7,843	8,552	9,669	8,140	7,542	9,376
	18.0%	-21.7%	-37.8%	6.7%	-3.2%	-1.2%	9.0%	13.1%	-15.8%	7.3%	-
출판	49,864	28,572	31,260	9,206	8,813	12,409	14,067	15,538	13,361	12,954	19,604
	-15.3%	-42.7%	9.4%	-70.6%	-4.3%	40.8%	13.4%	10.5%	-14.0%	-3.0%	-
게임	14,635	3,055	4,686	6,518	6,260	7,010	4,398	5,177	4,088	4,056	5,988
	3.1%	-79.1%	53.4%	39.1%	-4.0%	12.0%	-37.3%	17.7%	-21.0%	-0.8%	-
총계	614,755	288,084	303,967	222,442	300,864	236,774	207,249	232,840	206,370	203,905	281,725
	7.4%	-53.1%	5.5%	-26.8%	35.3%	-21.3%	-12.5%	12.3%	-11.4%	-1.2%	-

• 콘텐츠별 오프라인 불법복제물 시장규모

(단위 : 백만 원)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	10년 평균
음악	244,957	105,817	113,884	83,270	173,874	141,402	125,348	146,811	149,114	138,014	142,249
	4.3%	-56.8%	7.6%	-26.9%	108.8%	-18.7%	-11.4%	17.1%	1.6%	-7.4%	-
영화	68,379	34,715	23,622	22,495	25,577	35,948	38,735	35,680	23,187	22,526	33,086
	-11.3%	-49.2%	-32.0%	-4.8%	13.7%	40.5%	7.8%	-7.9%	-35.0%	-2.9%	-
방송	31,598	24,745	19,227	20,517	19,854	19,608	21,379	24,173	16,279	15,084	21,246
	18.0%	-21.7%	-22.3%	6.7%	-3.2%	-1.2%	9.0%	13.1%	-32.7%	-7.3%	-
출판	299,666	169,328	160,451	67,207	73,040	114,353	141,693	172,554	140,878	159,945	149,912
	-8.7%	-43.5%	-5.2%	-58.1%	8.7%	56.6%	23.9%	21.8%	-18.4%	13.5%	-
게임	46,832	9,776	18,948	26,359	25,040	28,039	17,593	20,706	16,350	16,225	22,587
	3.1%	-79.1%	93.8%	39.1%	-5.0%	12.0%	-37.3%	17.7%	-21.0%	-0.8%	-
총계	691,433	344,381	336,132	219,848	317,384	339,349	344,748	399,925	345,809	351,794	369,080
	-2.9%	-50.2%	-2.4%	-34.6%	44.4%	6.9%	1.6%	16.0%	-13.5%	1.7%	-

• 연도별 합법저작물 시장 침해규모

연도	침해량(천 개)	증감(%)	금액(백만 원)	증감(%)
2009년	885,781	-7.9	2,249,740	-7.2
2010년	888,174	0.3	2,117,251	-5.9
2011년	1,168,170	31.5	2,498,661	18
2012년	1,165,640	-0.2	2,218,550	-11.2
2013년	1,187,333	1.9	2,398,657	8.1
2014년	1,201,490	1.2	2,297,782	-4.2
2015년	989,139	-17.7	2,317,400	0.9
2016년	964,199	-2.5	2,384,340	2.9
2017년	907,098	-5.9	2,564,553	7.6
2018년	905,581	-0.2	2,491,579	-2.8
10년 평균	1,039,669	-	2,338,548	-
누적	10,318,559	-	23,470,399	-

• 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해량

(단위 : 천 개)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	10년 평균
음악	666,338	623,597	900,329	868,242	880,003	829,547	591,455	603,532	574,516	546,117	708,368
	-7.8%	-6.4%	44.4%	-3.6%	1.4%	-5.7%	-28.7%	2.0%	-4.8%	-4.9%	-
영화	100,256	112,486	109,518	110,900	111,322	136,862	131,161	151,945	127,716	127,758	121,992
	-7.0%	12.2%	-2.6%	1.3%	0.4%	22.9%	-4.2%	15.8%	-15.9%	0.0%	-
방송	47,120	91,410	82,162	128,479	135,268	172,077	200,058	150,565	139,235	171,940	131,831
	-5.0%	94.0%	-10.1%	56.4%	5.3%	27.2%	16.3%	-24.7%	-7.5%	23.5%	-
출판	52,442	49,460	60,212	42,010	43,050	47,703	44,431	39,262	44,112	42,544	46,523
	-15.7%	-5.7%	21.7%	-30.2%	2.5%	10.8%	-6.9%	-11.6%	12.4%	-3.6%	-
게임	19,624	11,222	15,950	16,009	17,689	15,300	22,033	18,894	21,519	17,222	17,546
	4.0%	-42.8%	42.1%	0.4%	10.5%	-13.5%	44.0%	-14.2%	13.9%	-20.0%	-
총계	885,781	888,174	1,168,170	1,165,640	1,187,333	1,201,490	989,139	964,199	907,098	905,581	1,026,261
	-7.9%	0.3%	31.5%	-0.2%	1.9%	1.2%	-17.7%	-2.5%	-5.9%	-0.2%	-

• 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해규모

(단위 : 백만 원)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	10년 평균
음악	556,408	545,275	590,982	583,979	609,784	443,077	307,851	326,363	345,174	375,791	468,468
	-5.6%	-2.0%	8.4%	-1.2%	4.4%	-27.3%	-30.5%	6.0%	5.8%	8.9%	-
영화	663,065	693,310	794,145	657,532	772,985	836,035	764,280	910,891	883,955	855,022	783,122
	-6.7%	4.6%	14.5%	-17.2%	17.6%	8.2%	-8.6%	19.2%	-3.0%	-3.3%	-
방송	220,339	282,964	196,475	159,363	176,044	206,578	307,326	285,719	272,765	314,252	242,183
	-16.0%	28.4%	-30.6%	-18.9%	10.5%	17.3%	48.8%	-7.0%	-4.5%	15.2%	-
출판	423,719	358,937	379,965	297,755	321,247	416,156	450,396	431,275	559,797	484,434	412,368
	-5.2%	-15.3%	5.9%	-21.6%	7.9%	29.5%	8.2%	-4.2%	29.8%	-13.5%	-
게임	386,209	236,765	537,093	519,920	518,598	395,935	487,547	430,092	502,862	462,080	447,710
	-6.7%	-38.7%	126.8%	-3.2%	-0.3%	-23.7%	23.1%	-11.8%	16.9%	-8.1%	-
총계	2,249,740	2,117,251	2,498,661	2,218,550	2,398,657	2,297,782	2,317,400	2,384,340	2,564,553	2,491,579	2,353,851
	-7.2%	-5.9%	18.0%	-11.2%	8.1%	-4.2%	0.9%	2.9%	7.6%	-2.8%	-

• 연도별 합법저작물 시장규모

(단위 : 백만 원)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	10년 평균
음악	479,355	506,296	587,938	794,401	861,244	983,581	1,100,880	1,249,835	1,353,870	1,571,923	948,932
	25.4%	5.6%	16.1%	35.1%	8.4%	14.2%	11.9%	13.5%	8.3%	16.1%	-
영화	1,509,254	1,748,735	1,807,197	1,996,903	2,278,756	2,631,845	2,567,279	2,775,240	2,972,348	3,194,907	2,348,246
	10.5%	15.9%	3.3%	10.5%	14.1%	15.5%	-2.5%	8.1%	7.1%	7.5%	-
방송	2,592,134	2,943,733	3,081,362	3,265,603	3,547,028	1,869,529	2,383,719	2,789,396	3,426,676	3,779,295	2,967,848
	-3.2%	13.6%	4.7%	6.0%	8.6%	-47.3%	27.5%	17.0%	22.8%	10.3%	-
출판	2,736,635	2,934,501	4,583,272	4,737,748	4,855,521	5,686,827	5,617,117	5,633,044	5,647,577	5,644,166	4,807,641
	-16.8%	7.2%	56.2%	3.4%	2.5%	17.1%	-1.2%	0.3%	0.2%	-0.1%	-
게임	833,400	801,500	755,500	701,629	1,029,791	2,459,264	3,107,120	3,688,358	4,625,027	6,615,399	2,461,699
	17.9%	-3.8%	-5.7%	-7.1%	46.8%	138.8%	26.3%	18.7%	25.3%	43.0%	-
총계	8,150,778	8,934,765	10,815,269	11,496,284	12,572,340	13,631,046	14,776,115	16,135,873	18,025,498	20,805,690	13,534,366
	-3.2%	9.6%	21.0%	6.3%	9.4%	8.4%	8.4%	9.2%	11.7%	15.4%	-

• 잠재적 합법저작물 시장 침해율

구분	합법저작물 시장규모(A)	합법저작물 시장 침해규모(B)	잠재적 합법저작물 시장규모(C=A+B)	잠재적 합법저작물 시장 침해율%(B/C)
2009년	8조 1,507억 원	2조 2,497억 원	10조 4,005억 원	21.6%
2010년	8조 9,347억 원	2조 1,172억 원	11조 520억 원	19.2%
2011년	10조 8,153억 원	2조 4,987억 원	13조 3,140억 원	18.8%
2012년	11조 4,963억 원	2조 2,186억 원	13조 7,148억 원	16.2%
2013년	12조 5,723억 원	2조 3,987억 원	14조 9,710억 원	16.0%
2014년	13조 6,310억 원	2조 2,978억 원	15조 9,288억 원	14.4%
2015년	14조 7,761억 원	2조 3,174억 원	17조 935억 원	13.6%
2016년	16조 1,359억 원	2조 3,843억 원	18조 5,202억 원	12.9%
2017년	18조 254억 원	2조 5,646억 원	20조 5,901억 원	12.5%
2018년	20조 8,057억 원	2조 4,916억 원	23조 2,973억 원	10.7%

제1장 저작물 불법복제 감소에 따른 경제적 효과 분석

제1절 문제 설정

1. 문제 의식 및 분석 대상

시장에서 저작물에 대한 수요가 발생하면 콘텐츠산업은 그 수요에 대응한 생산활동을 하게 된다. 콘텐츠산업의 생산활동이 이루어지는 과정에서 직접적으로 수요가 발생한 특정 콘텐츠산업을 비롯하여 여타 콘텐츠산업에서 생산된 상품과 서비스를 중간재로 사용하며, 콘텐츠산업 외의 기타 산업에서 생산된 상품과 서비스도 중간재로 사용하게 되는데, 이와 같이 복잡하게 얽혀 있는 직간접적인 산업연관관계 속에서 콘텐츠 상품이나 서비스 수요가 발생하면 관련된 모든 산업의 생산활동이 유발된다. 어떤 산업에서 상품이나 서비스를 생산하기 위해서는 중간재뿐만 아니라 노동, 자본과 같은 본원적인 생산요소의 투입이 필요하다. 따라서 콘텐츠산업의 수요는 콘텐츠산업을 비롯한 여타 연관산업의 생산을 유발시키게 되고, 관련된 모든 산업에서는 생산에 필요한 일자리가 만들어지게 된다.

저작물에 대한 합법적인 수요는 앞서 살펴본 바와 같이 정태적으로 해당 콘텐츠산업을 비롯한 국민경제 전반에 경제적 과급효과를 가져다주는 동시에 동태적으로도 국민경제 전반, 특히 콘텐츠산업의 발전에 큰 영향을 미치게 된다. 먼저 시장에서 발생하는 콘텐츠 상품과 서비스에 대한 수요는 해당 콘텐츠산업의 생산활동을 발생시켜 기업들이 영업이익을 거둘 수 있게 만들며, 콘텐츠 기업들이 벌어들인 영업이익을 기술개발, 설비도입, 우수 인재의 육성 및 채용 등에 사용함으로써 기업의 경쟁력을 보다 강화하는 기회로 삼을 수 있다. 콘텐츠산업의 생산활동으로 만들어진 일자리를 통해서도 동태적인 콘텐츠산업의 발전이라는 선순환이 충분히 예상된다. 즉, 저작물의 수요에 대응한 생산활동으로 고용이 발생하게 되면 노동력을 제공한 노동자들은 그 대가로 임금을 받고, 노동자들이 받는 보수는 가계의 소득이 되어 여타 상품 및 서비스를 구매하는데 지출되는데, 이때 지출소득의 일정 부분이 다시 콘텐츠산업의 상품과 서비스 구매에 사용됨으로써 콘텐츠산업의 시장규모를 확대시키고 관련 기업들의 혁신과 경쟁 등을 촉진시키게 된다.

그러나 사회·경제 전반에서 지적재산권에 대한 인식이 부족하여 저작물에 대한 합법적인 수요 대신에 불법적인 이용이 많아지게 되면 그 국가에 매우 큰 경제적 손실이 발생하게 된다. 저작물의 불법적인 이용은 직접적으로 전술한 정태적 효과의 과급 경로에 따라 우리 경제의 생산과 고용 등 제반 경제적 이익을 손실시킨다. 예를 들어 불법적으로 영화를 다운로드 받는 행위는 영화 창작활동을 포기하게 만들어 영화 종사자들의 일자리를 줄이는 동시에 영화 제작이 줄어들면서 이들에게 영상·음향기기를 공급하는 전자산업의 생산과 고용도 감소시키는 등 국민경제 전체의 생산과 소득이 줄어드는 결과를 낳게 만든다. 저작물의 불법복제는 직접적인 경제적 손실 외에도 동태적으로 콘텐츠 시장을 위축시켜 기술개발과 우수 인재육성 등과 같은 중장기적인 투자를 막아 콘텐츠산업이 퇴보하도록 만든다.

이처럼 저작물의 불법복제는 단기뿐만 아니라 중장기적으로 일국의 경제 전반과 콘텐츠산업에 큰 손실을 발생시킨다. ‘나 하나쯤이야’하는 생각으로 발달된 정보통신기술을 이용해 저작물을 손쉽게 복제해서 사용할 수 있을지 모르지만, 그런 행위는 주위 사람들과 자신의 일자리를 사라지게 만들고, 우리나라 콘텐츠 기업의 몰락으로 우리의 후세들이 외국 콘텐츠만을 보고 들으면서 자라게 하는 결과를 초래할 수 있다. 이런 암울한 미래의 모습이 현실화 되는 것을 차단하기 위해서는 우리 사회 속에서 이루어지고 있는 불법복제 행위를 보다 적극적으로 막고 이를 합법적인 콘텐츠 시장으로 전환하는 노력이 매우 중요하다.

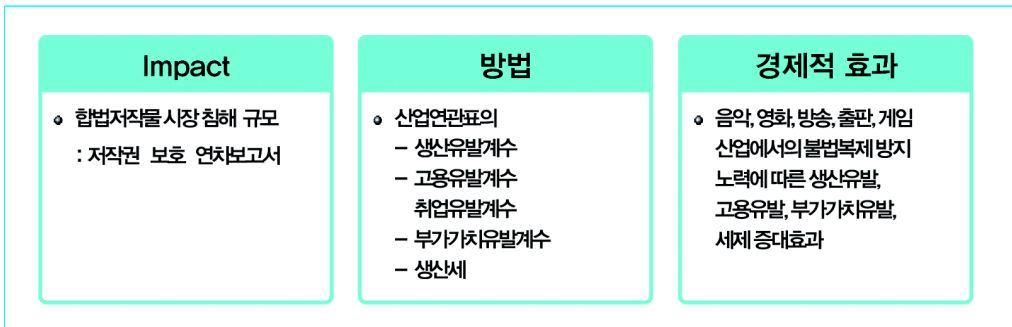
이러한 노력의 일환으로 본 장에서는 콘텐츠 저작물의 불법복제 행위가 우리나라 경제에 얼마만큼의 경제적 손실을 발생시키고 있는가를 분석하여 소개함으로써 불법복제 행위에 대한 경각심을 일깨우고 나아가 우리나라 전반에서 지적재산권에 대한 인식이 제고 되도록 하는 계기를 마련하고자 한다. 본 장에서는 저작물의 불법복제가 경제적으로 미치는 효과를 정량적으로 분석하기 위해 산업연관분석의 제반 응용분석 방법을 연구방법론으로 사용하며, 크게 다음과 같은 두 가지 측면에서 그 효과를 분석한다. 첫째, 저작물의 불법복제로 발생된 경제적 손실이 얼마만큼 발생하였는가를 분석한다. 이를 위해 저작물의 불법복제 행위로 인해 합법저작물 시장이 침해되어 우리나라 경제의 최종수요를 유실시킴으로써 나타난 제반 경제적 효과를 분석한다. 이와 같은 분석 결과는 저작물의 불법복제 없이 합법적인 시장 수요가 발생한 경우 거둘 수 있는 경제적 효과로 해석될

수 있다. 본 장에서 분석하는 경제적 효과는 저작물 불법복제가 없었더라면 창출되었을 생산유발효과, 고용유발효과, 부가가치 유발효과, 영업잉여유발효과, 세수효과의 크기를 추정한다.

둘째, 현실적으로 존재하고 있는 불법적인 저작물 복제행위를 집중적인 단속 강화, 대 국민 홍보 강화, 제반 법체계 정비 등 적극적인 정책을 통해 줄여나가는 경우 우리나라 경제에 얼마만큼의 경제적 이익을 가져다 줄 것인가를 분석한다. 2008년부터 조사한 우리나라의 잠재적 합법저작물 시장 침해율이 지속적으로 감소되었다. 이는 정책당국의 노력과 소비자의 저작권의식이 고취된 결과이다. 정부의 적극적인 정책을 통해 잠재적 합법저작물 시장 침해율의 하락에 따른 경제적 효과를 분석한다. 동 분석에서는 저작물 불법복제 행위 중 일정 부분을 합법적인 시장 수요로 전환하는 경우 발생하게 되는 국민경제 전반 및 국내 콘텐츠산업의 생산유발효과, 고용유발효과, 부가가치 유발효과, 영업잉여유발효과, 세수효과를 분석한다.

이상과 같은 ① 합법저작물 시장 침해규모의 경제적 파급효과와 ② 합법저작물 시장 침해율의 감소축소에 따른 경제적 효과분석은 한국저작권보호원에서 조사한 합법저작물 시장 침해규모를 경제적 영향(impact, 국내 최종수요 변동)로 산업연관분석에 반영하여 분석한 것이다.

그림 III-1 | 경제적 효과 분석 흐름도



2. 분석 방법

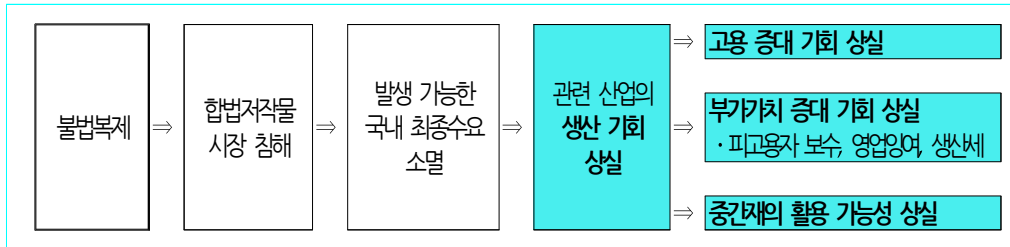
저작물의 불법복제는 수 없이 많은 사회경제적 문제를 야기하지만 이를 모두 규명하고 정량적으로 가늠하는 것은 불가능하다. 따라서 본 장에서는 이러한 복잡 다양한 영향 중에서 거시 경제적인 효과에 초점을 맞추고자 한다.

앞서 잠시 언급한 바와 같이 본 장에서는 산업연관분석을 이용하여 저작물 불법복제가 발생시키는 경제적 효과를 분석한다. 이와 같이 산업연관분석을 연구방법론으로 선택한 이유는 최종수요와 관련된 변수를 염두에 둔 정책이 국민경제에 미치는 제반 경제적 효과를 분석하는 방법으로 산업연관 분석이 많이 사용되기 때문이다. 환언하면, 산업연관 분석에서는 각 산업의 소비(민간 및 정부), 투자(고정자본 형성, 재고 증가), 수출 등 최종수요가 변화할 때 국민경제 전반에 발생하게 되는 직간접적인 경제적 파급효과를 분석할 수 있다. 특히 산업연관분석은 특정 산업 또는 분야와 관련된 정책이 해당 산업에 미치는 파급효과는 물론 그 산업과 관련된 여타 산업에 미치는 파급효과를 모두 정량적으로 분석할 수 있다. 또한 해당 산업은 물론 관련된 산업에 직접적(1차적)으로 미치는 효과와 간접적(2차적~∞)으로 미치는 효과를 모두 분석할 수 있다.

저작물을 불법적으로 복제함으로써 발생하는 거시 경제적 효과를 분석하기에 앞서 이런 행위가 어떠한 경로를 통해 경제 전반에 영향을 미치는가를 파악할 필요가 있다. 본 연구에서는 <그림 III-2>와 같이 저작물을 불법복제하는 행위가 발생하면 합법저작물 시장을 침해하게 되고, 그만큼 국내 콘텐츠산업에서 발생될 수 있었던 콘텐츠 상품과 서비스의 최종수요가 사라진다고 보았다. 또한 이렇게 저작물의 불법복제에 따라 콘텐츠산업의 최종수요가 유실되면 국내 콘텐츠산업뿐만 아니라 연관된 국내 산업 전반에서 발생 가능했던 최종수요에 대응하는 생산기회를 잃게 된다. 이처럼 저작물의 불법복제 행위는 국내의 콘텐츠산업과 관련된 여타 산업의 생산활동 기회를 박탈함으로써 그 결과 충분히 만들어질 수 있었던 국내의 일자리와 부가가치를 유실시키게 된다. 본 장에서 고려한 저작물 불법복제 행위가 경제에 미치는 경로는 정태적인 측면에서의 경로이며, 동태적인 구조 변화는 고려하지 않았다는 점을 밝혀 둔다. 한 가지 더 언급할 것은, 본 장에서의 거시 경제적 효과 분석이 콘텐츠산업에 직접적으로 미치는 효과만을 분석한 것이 아니라 거미줄처럼 얽혀 있는 복잡한 산업연관관계를 모두 고려하여 직간접적인 경제적 효

과 모두를 분석하고 있다는 점이다. 이에 대한 사항은 다음 절의 분석 모형을 통해 이해될 수 있다.

그림 Ⅲ-2 Ⅱ 저작물 불법복제에 따른 거시 경제적 효과



이상과 같이 저작물에 대한 불법복제 행위가 경제에 영향을 미치는 경로를 설정하였다면 분석의 목적을 어떻게 둘 것인가를 정해야 한다. 본 장에서는 첫째, 저작물의 불법복제로 인해 합법저작물 시장이 침해됨으로써 우리나라 경제 전반에 발생한 경제적 손실을 살펴보고자 한다. 이를 위해 거시 경제적 측면에서 저작물의 불법복제가 합법저작물의 시장을 침해하는 규모만큼 국내 최종수요의 발생 기회 또는 가능성을 소멸시켰다고 보았다. 따라서 분석 과정에서는 불법복제가 이루어지지 않고 합법저작물 침해 금액만큼 최종수요가 발생한 경우 나타나는 경제적 효과를 분석하고, 이와 같은 효과가 제반 경제적인 이익을 감소시키는 효과로 해석한다. 둘째, 정부와 유관 기관의 단속 강화와 사회 전반의 인식 제고 등으로 거둘 수 있는 경제적 효과를 분석한다. 현실적으로 불법복제에 의한 합법저작물 시장의 침해 금액을 바로 합법적인 시장의 수요로 전환할 수는 없다. 따라서 여기에서는 저작물에 대한 불법복제를 일정 수준으로 줄여나가는 경우 그동안 유실되었던 합법저작물 시장이 우리 경제에 ‘실질적인 최종수요’로 작용을 함으로써 발생하는 실제적인 경제적 효과를 분석한다.

일국의 경제 내에서 일정한 최종수요가 발생하게 되면 해당 산업은 물론 여타 관련 산업의 생산이 유발되고, 그에 따라 고용, 부가가치 등이 발생하게 된다. 특히 직접적으로는 해당 산업의 생산, 고용, 부가가치 등 제반 경제적 효과가 유발되며, 간접적으로는 산업의 연관구조 또는 투입기술상의 의존구조에 따라 관련된 여타 산업의 생산, 고용, 부가가치 등도 함께 유발된다. 따라서 본 장에서는 콘텐츠의 불법복제가 직접적으로 콘텐츠산업에 미치는 경제적 효과와 함께 이와 관련된 여타 산업에 미치는 경제적 효과도 분석한다.

다음 절에서는 분석 모형을 간략하게 설명한 후, 실증분석에서 사용된 자료와 산업분류의 기준을 살펴보고, 이 후 각각의 분석 결과를 구체적으로 제시한다.

제2절 분석 모형

1. 기본 구조

가. 산업연관표의 기본 구조

<그림 III-3>과 같이 산업연관표의 기본구조는 크게 중간거래부문(x_{ij}), 최종수요부문(Y_i), 부가가치부문(V_j)으로 구분되며, 산출균형관계에 따라 중간수요와 최종수요의 합에 수입을 차감하면 총산출액과 같게 되고, 투입균형관계에 따라 중간투입과 부가가치의 합은 총투입액과 같게 된다. 또한 산업연관표의 투입산출균형 원리에 따라 산업연관표는 산업부문별 투입 합계인 국내 총투입액과 산업부문별 산출 합계인 국내 총산출액이 같아지도록 작성된다.

보다 쉬운 이해를 위해 산업연관분석의 원리를 <그림 III-3>을 기초로 설명하면 다음과 같다. 먼저 어떤 국가의 경제는 총 n 개 산업으로 구성되어 있다고 가정하자. 그리고 i 산업에서 j 산업으로의 중간거래부문을 x_{ij} , i 산업의 중간수요의 합을 W_i , i 산업의 최종수요를 Y_i , i 산업의 수입은 M_i , i 산업의 총산출은 X_i , j 산업의 중간투입의 합을 U_j , j 산업의 생산에 투입된 부가가치는 V_j , j 산업의 총투입은 X_j 라고 각각 약속하자. 이때 i 와 j 는 1부터 n 까지의 정수이며, 산업연관분석에서 $i = j$ 일 때 투입산출균형 원리에 의거 $X_i = X_j$ 가 성립하게 된다.

산업연관표에서 최종수요(Y_i)는 국내 최종수요($Y_i^d + Y_i^m$)와 수출(Y_i^e)로 구성되며, 이를 식으로 나타내면 $Y_i = Y_i^d + Y_i^m + Y_i^e$ 가 된다(단, Y_i^d 는 국산최종수요, Y_i^m 는 수입최종수요를 나타낸다). 일반적으로 산업연관표에서 최종수요부문은 민간소비지출, 정부소비지출, 민간고정자본형성(민간설비투자), 정부고정자본형성(공공투자), 재고증가, 수출로 구성되어 있으나, 본 연구에서는 민간소비지출, 정부소비지출, 민간고

정자본형성(민간설비투자), 정부고정자본형성(공공투자), 재고증가를 단순화하여 국산 최종수요(Y_i^d)와 수입최종수요(Y_i^m)로 구분하여 나타내었다.

그림 III-3 ■ 산업연관표의 기본 구조(생산자가격평가표)

		내생 부문 (중간수요)				외생 부문		총 산출액		
		1	...	j	...	n	중간 수요계		최종 수요	수입
내생 부문 (중간투입)	1	x_{11}	...	x_{1j}	...	x_{1n}	W_1	$Y_1 = Y_1^d + Y_1^m + Y_1^e$	M_1	X_1
	⋮	⋮		⋮		⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
	i	x_{i1}	...	x_{ij}	...	x_{in}	W_i	$Y_i = Y_i^d + Y_i^m + Y_i^e$	M_i	X_i
	⋮	⋮		⋮		⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
	n	x_{n1}	...	x_{nj}	...	x_{nn}	W_n	$Y_n = Y_n^d + Y_n^m + Y_n^e$	M_n	X_n
	중간 투입계	U_1	...	U_j	...	U_n				
	외생 부문 (부가치계)	V_1	...	V_j	...	V_n				
	총 투입액	X_1	...	X_j	...	X_n				

다음으로 살펴볼 것은 산업연관표의 종류이다. 산업연관표는 생산자가격평가표, 국산 거래표, 수입거래표 등 세 가지 표로 집계되고 있다. 이때 국산 중간재의 거래와 국산 최종수요를 집계하여 산업연관표의 작성 방식에 따라 정리한 것이 국산거래표이며, 수입 중간재의 거래와 수입 최종수요를 정리한 것이 수입거래표이다. 그리고 국산거래표와 수입거래표 각각의 중간재 거래와 최종재 거래를 합하여 하나의 표로 나타낸 것이 생산자가격평가표가 된다. 따라서 생산자가격평가표=국산거래표+수입거래표 관계가 성립한다. 일반적으로 국산(중간거래 및 최종수요)과 수입(중간거래 및 최종수요)을 구분하지 않고 같은 것으로 간주하는 경우 생산자가격평가표를 사용하여 분석을 하며, 국산과 수입이 다른 것으로 보고 구분하는 경우에는 국산거래표, 수입거래표 및 생산자가격표 모두를 사용하여 분석을 한다. 본 연구에서는 저작물 불법복제가 국내 경제에 미치는 경제적 효과를 분석하기 위해 국산거래표와 생산자가격평가표를 사용하였다.

나. 투입계수 도출 및 산업연관표의 균형관계

산업연관분석은 투입계수를 기초로 산출되는 각종 유발계수를 이용하여 분석이 이루어진다. 산업연관분석에서는 최종수요의 변동에 따른 직간접적인 파급효과를 도출하는데 있어 크게 두 가지 방법, 즉 국산과 수입을 구분하지 않는 생산자가격평가표에서 생산유발계수를 유도하여 사용하는 방법과 국산과 수입을 구분하는 국산거래표에서 국산생산유발계수를 유도하여 사용하는 방법이 있는데, 분석 목적에 따라 어떠한 종류의 산업연관표에서 투입계수와 생산유발계수를 구해야 할 것인지를 결정해야 한다. 현실적으로 국산과 수입은 투입 또는 거래 구조상 상당한 차이를 보이는 것이 일반적이며, 특정 최종수요 변동과 관련된 제반 정책은 국내의 생산에 직간접적인 영향을 주게 된다. 이러한 점을 고려하여 본 장에서는 국내 저작물의 불법복제 방지의 경제적 효과를 분석하는데 국산거래표에서 도출된 국산생산유발계수를 사용한다.

다음으로 산업연관표에서 투입계수의 도출 과정을 살펴보면 다음과 같다. 배분측면(산업연관표의 행(가로)방향)⁹⁵에서 산출균형관계에 따라 생산자가격평가표에서 어떤 산업의 중간거래와 최종수요의 합에 수입을 공제하면 그 산업의 총산출과 같게 되는데, 이를 i 산업에 대한 식으로 나타내면 <식 III-1>과 같다.

$$x_{i1} + x_{i2} + \dots + x_{in} + Y_i - M_i = X_i \quad \text{<식 III-1>}$$

앞서 어떤 국가의 경제가 총 n 개의 산업으로 구성되어 있다고 상정하였으므로 <식 III-1>을 각각의 산업의 산출균형식으로 나타내면 다음의 <식 III-2>와 같은 연립방정식이 된다.

95) 산업연관표에서 세로방향은 생산물의 비용구성 즉 투입구조를, 가로방향은 생산물이 어떤 부문에 얼마나 팔렸는가 즉 상품의 배분구조를 나타낸다. 이 때 세로방향의 합계인 총투입액과 가로방향의 총합계(총공급)에서 수입을 차감한 총산출액은 서로 일치한다. 이를 균형식으로 나타내면 다음과 같다.

투입구조 : 총투입액=중간투입+부가가치

배분구조 : 총산출액=중간수요+최종수요+수입

$$a_{ij}^d = x_{ij}^d / X_j \quad \text{<식 III-5>}$$

$$a_{ij}^m = x_{ij}^m / X_j \quad \text{<식 III-6>}$$

이상과 같이 유도된 투입계수를 사용한 산업별 산출균형식(연립방정식)을 행렬식으로 바꾸어 정리하면 직간접적인 생산과급효과를 정량적으로 분석할 수 있는 생산유발계수를 도출할 수 있다. <식 III-4>의 연립방정식을 행렬식으로 나타내기 위해 투입계수(a_{ij}) 정방행렬을 A , 최종수요(Y_i) 열벡터를 Y , 수입(M_i) 열벡터를 M , 그리고 총산출(X_i) 열벡터를 X 라고 하면, 생산자가격평가표의 산출균형을 나타내는 연립방정식 <식 III-4>는 다음의 <식 III-7>과 같은 행렬식으로 표현할 수 있다.

$$AX + Y - M = X \quad \text{<식 III-7>}$$

그리고 <식 III-7>의 생산자가격평가표 산출균형식을 국산거래표의 산출균형식으로 나타내면 <식 III-8>과 같게 된다. 이때 A^d 는 국산투입계수(a_{ij}^d)의 정방행렬, Y^d 는 국산최종수요(Y_i^d) 열벡터, Y^e 는 수출(Y_i^e) 열벡터를 각각 나타낸다.

$$A^d X + (Y^d + Y^e) = X \quad \text{<식 III-8>}$$

또한 수입거래표의 산출균형식은 <식 III-9>와 같이 나타낼 수 있다. 이때 A^m 은 수입투입계수(a_{ij}^m) 정방행렬, Y^m 은 수입최종수요(Y_i^m) 열벡터를 각각 나타낸다.

$$A^m X + Y^m = M \quad \text{<식 III-9>}$$

산업연관분석에서 생산자가격평가표는 국산거래표와 수입거래표를 합해서 도출할 수 있다. 따라서 <식 III-8>과 <식 III-9>의 각 변을 합하면 <식 III-10>과 같은 식이 도출된다.

$$A^d X + A^m X + Y^d + Y^m + Y^e = X + M \quad \text{<식 III-10>}$$

<식 III-10>의 우변에 위치한 수입(M_i) 열벡터 M 을 좌변으로 이항하면 앞서 살펴본 생산자가격평가표의 산출균형식인 <식 III-7>과 동일한 방식으로 국산거래표와 수입거래표의 구성 요소를 사용한 <식 III-11>이 구해지게 된다.

$$A^d X + A^m X + Y^d + Y^m + Y^e - M = X \quad \text{<식 III-11>}$$

<식 III-11>에서 $A^d X + A^m X = (A^d + A^m)X = AX$ 관계가 성립하며, 앞서 살펴본 바와 같이 $Y^d + Y^m + Y^e = Y$ 이므로 <식 III-11>은 앞의 <식 III-7>과 같게 된다.

다. 각종 유발효과 분석 모형

지금까지는 산업연관분석의 기본적인 유도과정을 살펴보았으며, 다음에서는 이를 바탕으로 본 장에서 사용될 분석 모형, 즉 불법복제에 따른 각종 경제적 손실규모를 측정하기 위한 식을 도출한다.

1) 생산 유발효과

전술한 바와 같이 본 장에서는 국내 저작물의 불법복제 방지의 경제적 효과를 분석하는데 국산거래표에서 도출된 국산생산유발계수를 사용한다. 따라서 각종 경제적 파급효과 분석 식은 기본적으로 국산거래표를 사용한 <식 III-8>를 이용한다.

먼저 앞의 <식 III-8>을 총산출 X 에 대한 식으로 정리하면 <식 III-12>와 같이 나타낼 수 있다. 단, I 는 $n \times n$ 단위행렬이다.

$$X = (I - A^d)^{-1} (Y^d + Y^e) \quad \text{<식 III-12>}$$

<식 III-12>에서 $(I - A^d)^{-1}$ 는 산업연관분석에서 직간접적인 파급효과를 도출하는 데 사용되는 생산유발계수 또는 레온티에프 역행렬이 된다. 특히 <식 III-12>의 $(I - A^d)^{-1}$ 은 국산거래표에서 도출된 생산유발계수로, 이를 이용하면 국산품에 대한 최종수요가 외생적으로 주어질 때 이를 충족시키기 위해 발생하는 국내 생산유발액을 구할 수 있다.⁹⁶⁾

<식 III-12>에서 일정한 최종수요의 변동, 즉 국산품에 대한 최종수요의 변동이 발생하는 경우 국내 생산유발액이 얼마만큼 발생하는가를 산출해 내는 식은 <식 III-13>과 같다. 여기에서 저작물 불법복제에 따른 최종수요의 상실분 ($\Delta(Y^d + Y^e)$)은 <식 III-13>에 의해 생산유발계수만큼 생산액의 감소(ΔX)로 귀결된다. 다음에서 도출되는 각종 유발효과 추계 식 또한 이와 동일한 원리가 적용된다.

$$\Delta X = (I - A^d)^{-1} \Delta(Y^d + Y^e) \quad \text{<식 III-13>}$$

본 연구에서는 생산유발효과의 경제적 해석에 주의를 필요로 한다. 즉, ‘생산유발효과’가 1조 원인 경우를 상정하면, ‘불법복제 행위로 합법저작물 시장이 타격(또는 침해)을 입어 우리 경제의 생산이 직간접적으로 1조 원 만큼 감소하는 부정적인 효과가 발생하였다’라고 해석할 수 있다. 따라서 엄격한 의미에서 본 연구에서 ‘생산유발효과’는 ‘생산유발손실’을 의미한다. 뒤에서 다루게 되는 다른 유발효과에서도 이와 동일한 개념이 적용된다.

2) 고용 유발효과

산업연관분석에서 고용유발효과는 <식 III-13>의 우변 앞에 취업계수의 대각행렬 (\hat{l})을 곱한 <식 III-14>에 의해 구할 수 있다. 이때 취업계수(l)는 각 산업의 총취업자 수를 그 산업의 총산출액(10억 원 단위)으로 나눈 값이다.

96) 저작권 연차보고서의 조사에서는 불법 복제 콘텐츠의 국적은 별도로 조사하지 않는다. 위의 방법론은 결국 국내에서 이루어진 불법 복제 저작물은 모두 국산으로 가정하는 것과 같다.

$$\Delta L = \hat{l} (I - A^d)^{-1} \Delta(Y^d + Y^e) \quad \text{<식 III-14>}$$

고용유발효과는 어떤 국가의 경제에서 생산(총산출)의 변동이 발생하는 경우 이를 충당하기 위해 일정 생산액 증가분만큼 고용이 늘어나는 관계(취업계수 등을 사용)를 연산하여 도출된다. 이러한 관계를 <식 III-14>를 사용하여 살펴보면, 어떤 국가의 경제 내에서 생산(총산출)의 변동은 생산유발계수($(I - A^d)^{-1}$)와 최종수요의 증가($\Delta(Y^d + Y^e)$)의 곱으로 추계되며, 여기에 생산액 증가분만큼 고용이 늘어나는 관계, 즉 취업계수(l)를 반영(곱)하면 고용유발 규모가 산출된다. 단, 행렬의 연산을 위해 취업계수는 정방행렬 형태인 취업계수 대각행렬(\hat{l})을 적용한다. <식 III-14>에서 취업계수 대각행렬과 생산유발계수를 곱한 $\hat{l} (I - A^d)^{-1}$ 을 고용유발계수라고 한다.

3) 부가가치 유발효과

부가가치 유발효과 분석 식을 도출하기 위해 산업연관표에서 j산업의 부가가치를 V_j , 부가가치 열벡터를 V , 부가가치계수를 V_j/X_j , 부가가치계수의 대각행렬을 \hat{V}^* 라고 하자. 부가가치율과 부가가치계수는 모두 어떤 산업의 총투입에서 그 산업의 부가가치가 차지하는 비중을 의미하는 것으로 동일하다.

<식 III-15>는 일국 경제의 생산(총산출, X)에 부가가치계수를 반영하면 생산에 따른 부가가치 발생 정도(V)가 계산된다는 것을 의미한다. 행렬식의 계산을 위해 부가가치계수는 정방행렬의 형태를 가지는 부가가치계수의 대각행렬(\hat{V}^*)을 사용한다.

$$V = \hat{V}^* X \quad \text{<식 III-15>}$$

<식 III-15>의 X 에 <식 III-12>를 대입하면 부가가치는 다음의 <식 III-16>과 같이 표현된다.

$$V = \hat{V}^* (I - A^d)^{-1} (Y^d + Y^e) \quad \text{<식 III-16>}$$

<식 III-16>에서 $\widehat{V}^*(I-A^d)^{-1}$ 은 부가가치유발계수행렬이 되며, 경제적으로 어떤 산업부문의 국내생산물에 대한 최종수요가 한 단위 발생할 경우 국민경제 전체에서 직·간접으로 유발되는 부가가치 단위를 나타낸다. 따라서 <식 III-16>에서 최종수요의 변동($\Delta(Y^d + Y^e)$) 개념을 적용하면 부가가치 변화(ΔV)는 <식 III-17>과 같이 구해질 수 있다.

$$\Delta V = \widehat{V}^*(I-A^d)^{-1}\Delta(Y^d + Y^e) \quad \text{<식 III-17>}$$

<식 III-17>이 의미하는 것은 일국의 최종수요가 변화($\Delta(Y^d + Y^e)$)되면 생산유발계수($(I-A^d)^{-1}$)와 계산되어 생산의 변동이 발생하며, 생산의 변동(증감)에 부가가치계수(단, 행렬 연산을 위해 부가가치계수의 대각행렬을 사용)가 적용되어 결과적으로 부가가치유발 규모를 산출하게 된다는 것을 의미한다.

4) 세수 증감 효과

불법복제로 인해 콘텐츠에 대한 최종수요가 감소되면 부가가치의 구성항목인 생산세도 감소를 하게 되며, 동일하게 불법복제가 줄어들고 합법저작물 시장에서 최종수요 증대가 발생하면 부가가치의 구성 항목인 생산세도 증가하게 된다.⁹⁷⁾ 따라서 앞의 부가가치 유발효과 분석과 마찬가지로의 방법으로 산업연관표의 생산세 값을 이용하면 불법복제에 따른 세수 감소 및 불법복제 방지에 따른 세수 증대 효과를 분석할 수 있다. 우리나라 산업연관표의 세부 분류 기준인 기본 부문표(384부문)를 살펴보면 생산물세와 기타 생산세로 구분되지 않고 생산세로만 발표되고 있다. 이와 같은 제약으로 본 연구에서는 ‘생산세’를 기준으로 세수 증감 효과를 분석한다.

j산업의 생산세를 T_j , 생산세 열벡터를 T , 생산세계수를 T_j/X_j , 생산세계수의 대각행렬을 \widehat{T}^* 라고 하면 <식 III-18>의 관계가 성립하게 된다. 앞서 부가가치 유발효과 유

97) 산업연관표에서 부가가치 항목에는 생산세가 포함되어 있으며 생산세는 생산물세와 기타 생산세로 구분이 된다. 생산물세는 생산자가 재화와 서비스를 생산, 배달, 판매, 이전 또는 기타 용도로 사용하였을 때 동 재화 및 서비스에 부과되는 부가가치세, 수입세, 특별소비세 등을 의미한다. 기타 생산세는 생산자가 사용한 토지, 건물, 기타자산의 소유 또는 임차에 대해 부과되는 조세이다.

도식과 마찬가지로 <식 III-18>의 X 에 <식 III-12>을 대입하면 <식 III-19>가 된다.

$$T = \widehat{T}^* X \quad \text{<식 III-18>}$$

$$T = \widehat{T}^* (I - A^d)^{-1} (Y^d + Y^e) \quad \text{<식 III-19>}$$

앞서와 마찬가지로 <식 III-19>에 최종수요의 변동($\Delta(Y^d + Y^e)$) 개념을 적용하면 세수증대(ΔT)는 <식 III-20>과 같은 식에 의해 계산될 수 있다.

$$\Delta T = \widehat{T}^* (I - A^d)^{-1} \Delta(Y^d + Y^e) \quad \text{<식 III-20>}$$

<식 III-20>은 최종수요가 변화($\Delta(Y^d + Y^e)$)되면 생산유발계수($(I - A^d)^{-1}$) 만큼 생산의 변동액이 산출되고, 이것을 다시 생산세계수(단, 행렬 연산을 위해 생산세계수의 대각행렬을 사용)와 연산하여 생산세 유발액 규모가 계산되는 것을 의미한다.

5) 영업 잉여 증감 효과

생산세와 마찬가지로 불법복제에 의해 최종수요가 감소하거나 불법복제의 방지를 통해 최종수요를 증대시킬 때 부가가치의 구성 항목인 영업잉여도 각각 감소 및 증대하게 된다. 산업연관표에서 영업잉여는 부가가치 총액에서 피용자보수, 고정자본소모, 순간접세를 공제한 것으로 각 산업부문의 기업잉여, 순지급이자, 토지에 대한 순지급임료(純支給賃料) 등으로 구성된다.

앞의 세수 증감 효과와 마찬가지로 방법으로 j 산업의 영업잉여를 P_j , 영업잉여 열벡터를 P , 영업잉여계수를 P_j/X_j , 영업잉여계수의 대각행렬을 \widehat{P}^* 라고 하면 영업잉여 증감 효과는 다음의 <식 III-21>과 같이 계산된다.

$$\Delta P = \widehat{P}^* (I - A^d)^{-1} \Delta(Y^d + Y^e) \quad \text{<식 III-21>}$$

<식 III-21>의 의미는 영업잉여의 변화(ΔP)는 최종수요 변화($\Delta(Y^d + Y^e)$) 규모와 생산유발계수($(I - A^d)^{-1}$)를 계산하여 생산변동액을 추계하고, 여기에 영업잉여계수(단, 행렬 연산을 위해 영업잉여계수의 대각행렬을 사용)를 반영함으로써 구할 수 있다는 것을 나타낸다.

2. 산업 분류 및 자료

가. 산업 분류

한국은행에서 작성하는 2014년 산업연관표(2016년 작성)는 분류된 부문(산업)의 수에 따라 통합대분류(30부문), 통합중분류(82부문), 통합소분류(161부문), 기본부문(384부문)으로 구분된다. 한국은행의 산업연관표 부문 분류표에 따르면 통합소분류(161부문)에서는 콘텐츠산업이 별도의 산업으로 분류되어 있지 못하고 인쇄 및 복제, 컴퓨터 관련서비스, 출판서비스, 문화서비스 등의 일부에 포함되어 있다. 본 장은 『저작권 보호 연차보고서』의 콘텐츠산업 내 세부 산업별로 불법 콘텐츠 이용 감소에 따른 경제적 효과를 분석하는 것이 목적이므로 방송산업, 영화산업, 출판산업, 음악산업, 게임산업으로 분류 가능한 기본부문(384부문)을 활용하였다.

저작물 불법복제가 콘텐츠산업과 여타 산업에 미치는 영향을 분석하기 위해서는 콘텐츠산업의 세부 분야가 분류될 필요가 있는데, 본 연구의 산업분류는 기본적으로 한국문화콘텐츠진흥원(2004)의 「문화콘텐츠산업의 경제적 파급효과」에서 제시된 문화콘텐츠산업 산업연관표 부문분류 기준을 기초로 하고, 일부 연구 목적에 따라 조정하여 콘텐츠산업을 방송, 영화, 출판, 음악, 게임, 기록매체출판 및 복제로 설정하였다. 본 연구에서 산업 분류는 다음의 <표 III-1>과 같은 기준에 따르고 있다. 참고로 2009년 산업연관표와 2014년 산업연관표의 산업분류가 상이하여 부문수에 있어서 차이를 보이지만 이를 서로 대응시키면 아래와 같다.

표 III-1 | 산업 분류 기준

구 분		2014년 산업연관표 기본부문(384부문)	2009년 산업연관표 기본부문(403부문)
1	농림수산업	001-034	001-044
2	식품	035-061	045-084
3	섬유, 의류	062-082	085-113
4	목재, 종이	083-096	114-129
5	정유화학	099-139	131-171
6	비금속제품	140-156	172-187
7	1차금속 및 금속제품	157-191	188-219
8	기계	192-213	220-239
9	전기전자	214-241	240-267
10	정밀기기	242-248	268-273
11	자동차, 운송기기	249-262	274-287
12	기타제조업	263-273	288-297
13	전기가스수도	274-281	298-304
14	건설	282-301	305-320
15	도소매, 음식숙박	302-303, 318-321	321-326
16	운송서비스	304-317	327-340
17	통신	322-325, 328	341-345
18	금융보험	335-340	348-353
19	부동산, 사업서비스	330, 341-359	354-365, 367-371
20	공공국방교육보건	360-370	372-383
21	기타 문화오락서비스	371, 373-375	386-387, 391-392
22	사회, 기타	376-384	393-403
23	콘텐츠산업	326(지상파방송) 327(유선, 위성방송 및 기타방송)	346(지상파방송) 347(유선 및 위성방송)
24		333(영화오디오물 제작 및 배급), 334(영화상영)	388(영화제작 및 배급), 389(영화상영)
25		97(인쇄), 331(신문), 332(출판)	384(신문), 385(출판)
26		372(연극, 음악 및 기타 예술)	390(연극, 음악 및 기타 예술)
27		329(소프트웨어개발공급)	366(소프트웨어개발공급)
28		098(기록매체 복제)	130(기록매체 출판 및 복제)

본 장에서 부문 분류는 다음과 같은 기준에 따르고 있다. 먼저 2014년 산업연관표의 기본부문의 326부문(지상파방송)과 327부문(유선, 위성방송 및 기타방송)을 묶어 방송 산업으로 분류하였다. 영화의 경우 333부문(영화·오디오물 제작 및 배급)과 334부문(영화 상영)을 합해 영화로 분류하였다. 출판의 경우 한국문화콘텐츠진흥원(2004)은 출판에 출판, 인쇄, 기록매체 출판 및 복제를 포함하고 있으나, 본 장의 분석에서는 인쇄(97부문), 신문(331부문)과 출판(332부문)만을 고려하였다.

기록매체 출판 및 복제는 출판, 영화, 방송, 음악, 게임 등 모든 콘텐츠업에 관련된 산업으로 여기에서는 별도의 산업으로 분류하였다. 문화체육관광부의 콘텐츠산업 분류체계를 살펴보면 98부문(기록매체 복제)은 KSIC 코드로 18200에 해당하는데, 이는 음악 산업, 영화산업, 그 외에 분류되지 않은 콘텐츠산업에 포함되어 있으며, CD, DVD, 블루레이 등의 형태로 제작되는 디지털 출판물, 게임 패키지, 방송물 등도 동 업종과 밀접한 관련이 있다. 다만, 기록매체 복제산업은 일반적인 콘텐츠산업의 하나로 분류되지 않고 여타 콘텐츠산업의 일부 기능을 담당하는 특성을 보이고 있기 때문에 여기에서는 별도의 산업으로 분류를 해서 경제적 효과를 분석한 후 그 효과를 일정한 기준 하에서 각각의 콘텐츠 세부 업종의 효과로 반영하는 방법을 사용하였다. 이와 같은 방법을 적용하기 위해서는 기록매체 출판 및 복제 산업의 불법복제 관련 통계가 필요하지만, 『(각연도) 저작권 보호 연차보고서』에서는 기록매체 출판 및 복제와 관련된 통계는 존재하지 않는다. 따라서 본 장에서는 먼저 최종수요 변화 반영 규모 산출시 방송, 영화, 출판, 음악, 게임 각각의 합법저작물 시장 침해규모에 대해 각 산업의 투입구조상 기록매체 출판 및 복제의 중간투입이 차지하는 비중을 적용하여 기록매체 출판 및 복제의 합법저작물 시장 침해규모를 계산하였다. 이렇게 분석된 기록매체 복제부문에서 발생하는 제반 경제적 파급효과는 기록매체 복제의 합법저작물 시장 침해규모를 계산할 때 반영되었던 비중만큼 각각의 콘텐츠산업(방송, 영화, 출판, 음악, 게임)으로 배분하는 방식을 적용하였다.⁹⁸⁾

음악의 경우 산업연관표 기본부문(384부문)에서도 독립된 산업으로 분류되어 있지 않고 372부문(연극, 음악 및 기타 예술)의 일부 분야로 포함되어 있는 상황이다. 이와 같은 자료의 제약이 존재하지만 임의로 음악산업만을 분류하게 되면 우리나라 산업의 투입구조가 왜곡될 소지가 있기 때문에 기본부문에서 372부문을 그대로 음악이 포함된 산업으

98) 구체적인 방법은 『2015 저작권 보호 연차보고서』(2015)의 347쪽과 349쪽의 표를 참조할 수 있다.

로 분류하고, 분석 시 음악 불법복제물 최종수요 규모를 적용하는 방법을 사용한다. 게임도 앞서 음악과 마찬가지로의 이유로 329부문(소프트웨어개발공급)을 게임이 포함된 하나의 산업으로 분류하였다.

나. 자료

1) 산업연관표(Input-Output Table)

앞에서 언급한 바와 같이 가장 최근의 산업연관표인 2014년 산업연관표(2016년 작성)의 기본부문(384부문) 통계를 활용하였다. 따라서 여기에서는 2014년의 우리나라 중간거래구조가 2018년에도 그대로 유지된다는 가정을 두고 2014년의 산업연관표 자료를 이용하였다. 본 장의 연구 목적을 최대한 정확하게 반영·분석하기 위해 해당 연도의 생산자 가격평가표는 물론 국산거래표를 함께 사용한다. 이때 생산자가격평가표에서는 총투입(총산출), 부가가치계수, 생산세계수, 영업잉여계수 등을 도출해서 사용하며, 국산거래표에서는 생산유발계수를 도출하고 이를 이용하여 각종 파급효과 분석에 사용한다.

고용 파급효과를 분석하기 위해 2014년 산업연관표의 고용표를 사용하였다. 고용표는 세분류 자료가 통합소분류(161부문)만 존재하기 때문에 콘텐츠 세부 산업별로 다시 분류를 할 필요가 있다. 본 장의 연구에서는 세분류가 되어 있지 않은 콘텐츠산업의 고용을 기본부문(384부문) 산출액 비중을 적용하여 다시 분류하였다.

2) 각 연도 『저작권 보호 연차보고서』

저작물 불법복제가 유발하는 경제적 효과를 분석하기 위해서는 분석 모형에 저작물 불법복제로 우리나라 경제에서 최종수요가 얼마만큼 발생하지 못하였는가를 외생적으로 반영해야 한다. 본 연구에서는 이와 같은 최종수요 상실분을 한국저작권보호원의 『저작권 보호 연차보고서』에서 제시하고 있는 불법복제물의 합법저작물 시장 침해규모를 사용한다. 동 보고서에서 추정된 불법복제물의 합법저작물 시장 침해규모는 불법복제물 이용자에게 정품구입 의사가 있는 이용자의 불법복제물 이용량을 정품가격으로 곱하여 계산하고 있다. 본 연구에서는 한국저작권보호원이 집계한 불법복제물로 인한 ‘합법저작물 시장 침해규모’의 100%를 최종수요의 상실분으로 반영하였다.

표 III-2 | 연도별 합법저작물 시장 침해규모

(단위: 억 원, %)

구 분	합법저작물 시장규모(A)	합법저작물 시장 침해규모(B)	잠재적 합법저작물 시장규모 (C=A+B)	잠재적 합법저작물 시장 침해율(%) (B/C)
2008년	8조 4,213억원	2조 4,234억원	10조 8,448억원	22.3%
2009년	8조 1,507억원	2조 2,497억원	10조 4,005억원	21.6%
2010년	8조 9,347억원	2조 1,172억원	11조 520억원	19.2%
2011년	10조 8,153억원	2조 4,987억원	13조 3,140억원	18.8%
2012년	11조 4,963억원	2조 2,186억원	13조 7,148억원	16.2%
2013년	12조 5,723억원	2조 3,987억원	14조 9,710억원	16.0%
2014년	13조 6,310억원	2조 2,978억원	15조 9,288억원	14.4%
2015년	14조 7,761억원	2조 3,174억원	17조 935억원	13.6%
2016년	16조 1,359억원	2조 3,843억원	18조 5,202억원	12.9%
2017년	18조 255억원	2조 5,646억원	20조 5,901억원	12.5%
2018년	20조 8,057억원	2조 4,916억원	23조 2,973억원	10.7%

2018년 우리나라 합법저작물 시장 침해규모는 총 2조 4,916억원이며 잠재적 합법저작물 시장 침해율은 10.7%이다. <표 III-2>에서 2008년부터 잠재적 합법저작물 시장 침해율이 꾸준히 낮아진 것을 확인할 수 있다. 잠재적 합법저작물 시장 침해율의 분자를 구성하는 합법저작물 시장 침해규모가 낮아지거나 분모인 잠재적 합법저작물 시장규모가 높아지면 잠재적 합법저작물 시장 침해율이 낮아진다. 예를 들어 합법저작물 시장 침해규모는 2017년에 비해 다소 낮고 잠재적 합법저작물 시장규모 또한 2017년보다 2018년에 더 높아져 2018년도 잠재적 합법저작물 시장 침해율이 2017년에 비해 1.8% 포인트 낮아졌다.

세부 업종별 합법저작물 시장 침해규모는 <표 III-3>과 같다. 2018년 합법저작물 시장 침해규모가 가장 큰 산업은 영화산업으로 8,550억원이다. 잠재적 합법저작물 시장 침해율 또한 영화산업이 21.1%로 가장 높다. 2017년과 비교할 때 방송산업을 제외하고 잠재적 합법저작물 시장 침해율이 모두 줄었다. 이는 방송산업에서 잠재적 합법저작물 시장규모보다 합법저작물 시장 침해규모가 2017년에 비해 2018년에 상대적으로 더 증가한 것에 기인한다.

표 III-3 | 콘텐츠별 합법저작물 시장 침해규모(2018년도)

(단위 : 백만 원, %)

구 분	합법저작물 시장규모(A)	합법저작물 시장 침해규모(B)	잠재적 합법저작물 시장규모 (C=A+B)	잠재적 합법저작물 시장 침해율(%) (B/C)	
				2018년	2017년
방송산업	3,779,295	314,252	4,093,547	7.7	7.4
영화산업	3,194,907	855,022	4,049,929	21.1	22.9
출판산업	5,644,166	484,434	6,128,599	7.9	9.0
음악산업	1,571,923	375,791	1,947,714	19.3	20.3
게임산업	6,615,399	462,079	7,077,479	6.5	9.8

제3절 분석 결과

1. 불법복제로 발생된 국내 경제적 손실

가. 생산 감소 규모

생산유발효과는 앞의 <식 III-13>에 따라 분석된다. 생산유발효과(ΔX)는 생산유발계수($(I - A^d)^{-1}$)와 최종 수요 변동분($\Delta(Y^d + Y^e)$)을 연산하여 계산되며, 여기에서 최종 수요 변동분은 산업별 합법저작물 시장 침해규모를 사용한다.

국내 생산 감소 효과(ΔX)는 단순히 해당 산업의 생산유발계수 열합과 그 산업의 조정된 합법저작물 시장 침해규모를 직접 계산해서 도출되는 것이 아니다. 방송산업의 예를 들면 <식 III-13>에 따라 생산유발계수(28×28 정방행렬)와 23번째 행(방송산업)의 합법저작물 시장 침해규모와 나머지 행은 모두 0으로 하는 열벡터를 곱해 방송산업에서의 불법복제로 인한 국내 생산 감소 효과를 측정하는 것이다. 다음의 불법복제에 따른 고용 감소 규모, 부가가치 손실 규모, 세수 손실 규모, 영업잉여 감소 규모에서는 위의 생산 감소 규모와 동일한 원리에서 추계되므로 아래에서는 구체적인 단계적 추계 과정을 생략하고 최종 결과를 제시한다.

표 III-4 ■ 불법복제로 인한 국내 생산 감소 규모

(단위 : 억 원)

산업	국내 생산 감소
방송산업	3,734
영화산업	10,505
출판산업	5,004
음악산업	5,569
게임산업	4,768
콘텐츠산업	29,579
기타산업	17,226
전체산업	46,806

2018년 기준 불법복제 행위로 인해 발생된 국내의 직간접적인 생산유발효과(생산유발감소)는 콘텐츠산업 내에서의 생산 감소가 약 2조 9천원, 여타 관련(기타) 산업의 생산 감소가 약 1.7조 원에 이르러 우리나라 경제 전체에는 약 4.6조 원의 생산 감소가 발생된 것으로 분석되었다. 세부 산업별로 보면, 영화산업의 생산 감소가 약 1조원으로 가장 많으며 그 다음이 음악산업(5,569억 원), 출판산업(5,004억 원), 게임산업(4,768억 원), 방송산업의 생산 감소액이 3,734억 원으로 가장 작은 것으로 나타났다.

나. 고용 감소 규모

고용유발효과는 앞의 <식 III-14>에 따라 분석되는데, 이때 고용유발효과(ΔL)는 고용유발계수($\hat{l}(I-A^d)^{-1}$)와 최종 수요 변동분($\Delta(Y^d+Y^c)$)의 행렬 곱으로 계산되며, 여기에서 최종 수요 변동분은 합법저작물 시장 침해규모를 사용한다.

2018년 기준 불법복제 행위로 인해 발생된 국내의 직간접적인 고용 감소 효과는 콘텐츠산업에서 약 2만 9천명, 여타 산업에서 약 1만 2천명으로 우리 경제 전체에서는 총 4.1만 명의 일자리가 만들어 질 수 있는 기회가 상실되었다.

표 III-5 ■ 불법복제로 인한 국내 고용 감소 규모

(단위: 명)

산업	국내 고용 감소 규모
방송산업	1,281
영화산업	12,554
출판산업	5,149
음악산업	6,655
게임산업	3,701
콘텐츠산업	29,340
기타산업	11,973
전체산업	41,313

불법복제에 의해 발생한 세부 산업별 국내 고용과급효과를 살펴보면, 영화산업의 고용 창출 기회 유실이 12,554명으로 가장 크게 나타났으며, 그 외에 음악산업에서 6,655명, 출판산업에서 5,149명, 게임산업에서 3,701명, 방송산업에서 1,281명의 일자리 창출 기회를 잃게 된 것으로 분석되었다. 고용과급효과의 분석 식(<식 III-14>)에 따르면 동효과는 생산과급의 정도, 즉 생산유발계수($(I - A^d)^{-1}$)의 크기와 함께 업종별 산출액 대비 취업자 수준을 반영하는 취업계수의 대각행렬(\hat{l})에 영향을 받게 된다. 각 산업에서 동일한 생산의 감소가 발생한다고 하더라도 상대적으로 취업계수가 매우 작은 방송산업의 고용감소 규모는 작게 나타나고, 그와는 반대로 취업계수가 큰 영화산업, 음악산업과 게임산업의 고용감소 규모는 크게 나타나게 된다는 점에 유의할 필요가 있다.

다. 부가가치 감소 규모

부가가치 유발효과는 앞의 <식 III-17>에 따라 분석된다. 여기에서 부가가치 유발효과(ΔV)는 부가가치 유발계수($\hat{V}^*(I - A^d)^{-1}$)와 최종 수요 변동분($\Delta(Y^d + Y^e)$)을 연산하여 계산하며, 여기에서 최종 수요 변동분은 합법저작물시장 침해규모를 사용한다.

불법복제 행위로 인한 2018년 국내의 직·간접적인 부가가치 감소액은 콘텐츠산업에서 약 1.3조억 원이 발생하고 기타 산업에서 7천 700억 원이 발생하여 국민경제 전체에서는 약 2조억 원의 부가가치 증대 기회가 유실된 것으로 분석되었다.

표 III-6 ■ 불법복제물로 인한 국내 부가가치 감소 규모

(단위: 억 원)

산업	국내 부가가치 감소 규모
방송산업	1,641
영화산업	4,009
출판산업	1,779
음악산업	3,088
게임산업	2,433
콘텐츠산업	12,952
기타산업	7,422
전체산업	20,374

한편, 세부 산업별 국내 부가가치 감소액을 살펴보면 산업별 부가가치율의 차이로 인해 영화의 부가가치 감소 규모가 가장 크며(4,009억 원), 음악산업은 3,088억원의 부가가치 감소가 발생한 것으로 나타났다. 그 외에도 게임산업에서 2,433억 원, 출판산업에서 1,779억 원, 방송산업에서 1,641억 원의 부가가치 창출 기회가 유실된 것으로 나타났다.

라. 영업잉여 손실 규모

앞의 <식 III-21>에 따르면 영업잉여 손실효과(ΔP)는 영업잉여 유발계수($\widehat{P}^*(I-A^d)^{-1}$)와 최종 수요 변동분($\Delta(Y^d+Y^e)$)을 연산하여 구할 수 있다. 영업잉여 손실효과 분석에 사용된 최종 수요 변동분으로 합법저작물 시장 침해규모를 사용한다.

2018년에 발생한 불법복제 행위로 국내 전체의 영업잉여는 약 4,790억 원 감소하였으며, 그 중 콘텐츠 기업의 영업잉여가 2,093억 원 감소하였고 기타 산업의 영업잉여는 2,696억 원 감소한 것으로 분석되었다. 세부 산업별로 보면 영업잉여의 손실은 영화(671억 원), 음악(479억 원), 게임(462억 원), 방송(279억 원), 출판(200억 원) 순으로 발생한 것으로 분석되었다.

표 III-7 ■ 불법복제물로 인한 국내 영업잉여 감소 규모

(단위: 억 원)

산업	국내 영업잉여 감소 규모
방송산업	279
영화산업	671
출판산업	200
음악산업	479
게임산업	462
콘텐츠산업	2,093
기타산업	2,696
전체산업	4,790

기업 입장에서 영업잉여가 발생하게 되면 그 중 일정 부분을 보다 높은 경쟁력을 확보하기 위해 재투자 할 수 있고, 그와 같은 선순환을 통해 국내 콘텐츠 기업이 세계적인 경쟁력을 확보할 수 있게 된다. 그러나 불법복제로 인해 결과적으로 국내 콘텐츠산업의 영업잉여가 2,093억 원 상실됨으로써 국내 콘텐츠 기업은 2018년 당해는 물론 중장기적으로 경쟁력을 확보할 수 있는 기회를 상당 부분 잃게 되었다는 점에 주목할 필요가 있다.

마. 세수(생산세) 감소 규모

앞의 <식 III-20>에서 세수감소효과(ΔT)는 생산세 유발계수($\widehat{T}^*(I-A^d)^{-1}$)와 최종 수요 변동분($\Delta(Y^d + Y^e)$)을 연산하여 계산된다. 이때 최종 수요 변동분은 합법 저작물 시장 침해규모를 사용한다.

불법복제 행위는 2018년 기준 우리나라의 세수를 총 1,719억 원 감소시켰으며, 이 중 콘텐츠산업에서 거둘 수 있던 세수는 약 872억 원이며 기타 산업에서 거둘 수 있던 세수는 847억 원으로 분석되었다. 특히 콘텐츠산업에서 거둔 세수를 정부지출 등을 통해 동분야의 최종수요 증대로 이어지게 하는 경우 국민경제 전반에서 보다 큰 직간접적인 경제적 효과를 거둘 수 있음은 물론이고 우리나라의 콘텐츠 시장을 더욱 확대함으로써 관련 기업들의 참여 확대 및 경쟁력 제고의 기회 등을 제공할 수 있다. 그러나 불법복제 행위로 인해 세수의 증대 가능성이 상실됨으로써 그러한 기회 또한 잃게 되었다.

표 III-8 ■ 불법복제로 인한 세수 감소 규모

(단위: 억 원)

산업	국내 세수 감소 규모
방송산업	15
영화산업	448
출판산업	212
음악산업	168
게임산업	28
콘텐츠산업	872
기타산업	847
전체산업	1,719

불법복제 행위에 의한 세수 감소 효과를 세부 분야별로 살펴보면, 가장 많은 세수 손실이 발생한 분야는 영화(448억 원)이며, 그 외에 출판(212억 원), 음악(168억 원)에서 세수 감소가 크게 발생하였다. 반면, 방송과 게임의 경우 생산세 계수가 매우 작아 여타 콘텐츠산업에 비해 세수 감소 효과가 미미하게 나타났다.

2. 불법복제 방지 노력의 경제적 효과

잠재적 합법저작물 시장 침해율은 앞의 <표 III-2>와 같이 2008년 22.3%에서 2018년 10.7%로 지속적으로 감소하였다. 이러한 감소에는 소비자의 정품 콘텐츠 이용에 대한 사회적 의식이 제고되고, 콘텐츠기업의 자사의 콘텐츠에 대한 기술적 보호가 높아지거나, 정부의 저작권 보호관련 정책적 노력 등의 결과이다.

침해율은 분모와 분자를 이루는 수치의 상대적 변화에 의해 변화하는 반면 침해율 감소에 따른 경제적 효과는 분자인 합법저작물 시장 침해규모를 이용한다. 즉 합법저작물 시장 침해율은 그 정의상 전년도에 비해 합법저작물 시장규모가 커지거나 합법저작물 시장 침해규모가 작아지면 감소하게 된다. 앞의 <표III-3>에서 알 수 있듯이 침해율은 떨어졌지만 합법저작물 시장 침해규모는 오히려 증가한 경우도 발견할 수 있다. 또한 침해율의 1%p 감소에 따른 경제적 효과는 동일한 1%p감소이더라도 어떠한 산업에서 감소가 많이 이루어지느냐에 따라 그 경제적 효과는 달라진다. 예를 들어 생산유발계수가 높은 산업에서 침해율이 많이 감소가 이루어지면, 당해 침해율 1%p 감소에 따른 생산 증가분은 높을 것이다.

표III-9 ■ 침해율 1%p 감소에 따른 경제적 효과

(단위 : 억 원, 명)

	생산 증가분	고용 증가분	부가가치 증가분	영업잉여 증가분	세수 증가분
국민경제 전체	1,284	972	559	175	63
콘텐츠산업	715	798	338	89	28

각 연도의 잠재적 합법저작물 시장 침해율 1%p 감소에 따른 경제적 효과는 플러스 또는 마이너스로 상이한 데 이를 평균적 개념으로 계산하였다. 합법저작물 시장 침해규모에 관한 데이터가 발표된 2008~2018년 기간에 걸친 연간 경제적 손실 규모를 이용하여 침해율 감소효과를 파악하기 위해 불법복제로 인한 국민경제와 콘텐츠산업에의 피해액을 2005년도 기준의 불변가격으로 전환하여 분석하였다.⁹⁹⁾ 그 결과 침해율 1%p 감소에 따라 생산유발효과는 국민경제에 약 1,284억원, 콘텐츠산업에는 715억원이 추가적으로 유발되는 것으로 추정되었다. 고용은 972명과 798명, 부가가치는 559억과 338억원, 영업잉여는 175억원과 89억원, 세수증가분은 63억원과 28억원이 국민경제와 콘텐츠산업에 각각 추가적으로 유발되는 것으로 파악되었다.

99) 2005년 기준 불변가격으로 작성된 불변가격 산업연관표를 사용하였다. 다만, 불변가격 산업연관표가 없는 2010~2014년 산업연관표에서는 최종수요의 변화분에 GDP 디플레이터를 적용하여 불변가격화 시켰다.

제4절 유사 사례 연구

미국의 노동부 산하의 정책혁신연구소(Institute of Policy Innovation; 이하에서는 IPI로 표기)에서는 2006년과 2007년에 저작권산업, 음반산업, 영화산업에서의 불법 복제로 인한 미국경제에 미친 경제적 손실 규모를 연구하였다. 불법복제로 인한 경제적 영향을 살펴보기 위해 미국 경제분석(BEA: US Bureau of Economic Analysis)의 RIMS II 모델을 이용하여 한 산업에서의 수요나 공급의 변화가 다른 산업에서의 수요나 공급에 어떠한 영향을 미치는 지를 측정하였다.

한 국가의 경제는 서로 연관되어 있기 때문에(interlocking system), 한 산업에서 수요나 공급의 변화는 다른 산업들의 수요와 공급에도 영향을 끼친다는 점을 고려하여 아래에서는 저작권 산업, 음반시장, 영화시장에서의 불법 복제로 인한 미국 경제의 손실을 분석한 연구 결과를 각각 정리하였다.

1. 저작권산업

미국 노동부의 IPI(2007a)는 ‘The True Cost of Copyright Industry Piracy to the U.S. Economy’ 보고서를 통해 373,375명의 미취업 미국인들이 불법복제된 영화, 비디오게임, 음반을 소유·배포하고 있으며 이로 인해 그들 스스로의 취업 기회를 빼앗기는 것은 물론 미국 경제에 무려 163억 달러의 경제적 손실을 입히고 있다고 분석하였다.

위 연구에서는 저작권산업을 영화, 음반, 소프트웨어, 비디오게임으로 분류하고 이들 산업에서의 불법복제로 인한 미국 경제 전반에 걸친 경제적 손실을 추정하고 있다. 만약 불법복제가 사라진다면 미국 경제에 373,375개의 새로운 일자리가 추가될 것이며, 그 중 123,814개의 일자리가 저작권 관련 산업에서 창출될 수 있을 것이라고 분석했다. 그리고 다른 산업 분야에서도 249,561개의 일자리가 새롭게 추가될 수 있을 것으로 예상했다.

나아가 저작권 관련 산업에서 추가된 인력으로 72억 달러의 수익을 얻을 수 있는 규모이며, 기타 산업 분야에서 추가된 인력으로 91억 달러의 수익이 발생할 것으로 예상했다. 불법복제로 인한 세수 손실 규모는 총 26억 달러이며 이 중 18억 달러는 개인 소득세

형태로 나머지 8억 달러는 기업 대상의 법인세 형태의 세수 손실로 추정했다.

표 III-10 | 미국 저작권산업에서의 불법복제물로 인한 연간 경제적 손실 규모

구 분	손실된 금액	비 고
생산액 손실	63조 8,000억 원(580억 달러)	-
일자리 손실	373,375개	저작권 관련 산업에서 123,814개 일자리 손실. 미국의 다른 산업에서 249,561개 일자리 손실
근로 소득의 손실	17조 9,300억 원(163억 달러)	저작권 관련 산업분야 종사자로부터 72억 달러 소득 손실. 기타 산업분야 종사자로부터 91억 달러 소득 손실
세수 손실	2조 8,600억 원(26억 달러)	이 중 18억 달러는 개인 소득세 형태, 8억 달러는 법인세 형태의 세수 손실임

이와 같이 불법복제로 인해 저작권의 소유자와 저작물의 제작자뿐만 아니라 미국의 소비자, 노동자 그리고 납세자 등 미국 모든 국민에게 피해가 돌아간다고 결론지었다. 또한 미국이 국제시장에서 지속적인 경쟁력을 유지하려면 정책 입안자들이 수많은 의제 중 저작권 침해 문제를 우선순위에 두어야 할 것이라고 지적했다.

2. 음악산업

IPI(2007b)는 음반 불법복제와 관련하여 미국 음악산업의 자료를 바탕으로 RIMS II 모델을 이용하여 저작권자의 매출 감소로 인한 직·간접적인 손실을 추정하였다. 미국 음악의 불법복제로 인한 경제적 손실을 계산하기 위해, 직접적인 손실을 보는 음반 산업(NAICS 51220)과 이로 인해 소매업에서 영향을 받으므로 소매업(NAICS 44-45)을 분석대상으로 삼았다. 불법복제로 인한 각 산업의 직접적인 손실액은 아래와 같다.

표 III-11 | 음악 불법복제물로 인한 직접적 손실액

	음반 산업	소매업
물리적 형태로 손실액	16억 30백만 달러	1억 51백만 달러
다운로드 형태의 손실액	37억 3백만 달러	8억 90백만 달러
합계	53억 33백만 달러	10억 41백만 달러

미국 음반산업에서는 CD와 같은 물리적 형태에 의한 복제로 16억 달러, 다운로드 형태에 의한 복제로 37억 달러의 손실로 총 53억 달러 이상의 손실을 보았으며 소매업에서는 CD와 물리적 형태에 의한 복제로 1억 5천만 달러, 다운로드 형태에 의한 복제로 8억 9천만 달러의 손실로 총 10억 달러 이상의 손실을 보았다.

위의 음반산업과 소매업에서의 손실액이 미국 경제 전반에 미친 파급효과를 계산하기 위해 RIMS II 모델의 5개의 승수를 활용하여 계산하였다. 미국 경제 전반에 걸친 생산량 감소, 소득, 고용에 미치는 파급효과를 계산하기 위해 3가지 ‘최종 수요(Final Demand)’ 승수를 활용하였으며 해당 산업 내에서의 직접적인 수입과 고용 계산을 위해 ‘직접 효과(Direct-Effect)’ 승수를 활용했다.

미국 음반산업에서의 불법복제로 인한 저작권자, 생산자 뿐 만 아니라 정품 소비자까지 손해를 끼쳤으며, 매출액, 일자리, 소득, 조세 수입의 감소에 아래와 같은 영향을 미쳤다. 이는 앞서 언급한 음반산업, 소매업뿐만 아니라 이들 산업과 연관된 경제 전반의 직·간접적인 영향력을 모두 포함하고 있다.

표 III-12 | 미국 음악산업에서의 불법복제물로 인한 연간 경제적 손실 규모

구 분	손실된 금액	비고
생산액 손실	13조 7,500억 원(125억 달러)	-
일자리 손실	71,060개	음반 시장 및 소매업자 관련 산업에서 26,860개 일자리 손실. 미국의 다른 산업에서 44,200개 일자리 손실
근로 소득의 손실	2조 9,700억 원(27억 달러)	-
세수 손실	4,642억 원(4억 22백만 달러)	이 중 2억 91백만 달러는 개인 소득세 형태, 1억 31백만 달러는 법인 소득세 형태의 세수 손실임

※ 주: 1\$=1,100원으로 환산함.

위와 같이 음악산업에서 불법복제로 인한 미국 경제는 13조 7,500억 원(125억 달러)의 생산액 및 4,642억 원(4억 22백만 달러)의 세수 손실을 초래하였다. 음반복제로 인해 71,060개의 일자리가 손실되었고 이 중 26,860개는 음반 시장 및 소매업자, 나머지

44,200개는 미국의 다른 산업에서 손실되었다. 일자리 손실로 인한 미국 근로자들의 수입은 연간 2조 9,700억 원(27억 달러) 감소한 것으로 추정된다. 또한 미국 연방정부 및 주정부, 지역정부의 연간 조세 수입은 최소 약 4억 2천만 달러가 감소했는데, 이 중 2억 91백만 달러는 개인 소득세 감소이며 1억 31백만 달러는 법인 소득세 감소이다.

3. 영화산업

IPI(2006)은 앞의 음악산업과 동일한 방법론으로 영화산업에서의 불법복제로 인한 경제적 손실을 추정했다. 미국 영화의 불법복제로 인한 경제적 손실을 계산하기 위해, 직접적인 손실을 보는 영화산업(NAICS 512100)¹⁰⁰과 이로 인해 소매업에서 영향을 받으므로 소매업(NAICS 44-45)을 분석대상으로 삼았다. 불법복제로 인한 각 산업의 직접적인 손실액은 다음과 같다.

영화산업 내에서는 제작과 배급부문에 60억 7천 달러의 손실과 극장의 상영부문에 3억 7천 달러로 총 64억 4천 달러의 손실을 보았다. 소매업에서는 rental업에서 3억 5천억 달러, 셀서루(sell-through)업에서는 3억 9천 달러, PPV/VOD 형태에서는 1억 3천 달러로 총 8억 7천 달러의 손실을 보았다.

표 III-13 | 미국 영화산업에서의 불법복제로 인한 연간 경제적 손실 규모

구 분	손실된 금액	비 고
생산액 손실	22조 5,500억 원 (205억 달러)	-
일자리 손실	141,030개	영화관련 산업에서 46,597개 일자리 손실. 다른 산업에서 94,433개 일자리 손실
근로 소득의 손실	6조 500억 원 (55억 달러)	영화관련 산업에서 19억 달러 소득 손실. 다른 산업에서 36억 달러 소득 손실
세수 손실	9,207억 원(8억 3,700만 달러)	이 중 9,100만 달러는 영화 제작 및 판매자로부터 개인 소득세 형태, 1억 4,700만 달러는 영화관련 회사로부터의 법인세 형태의 세수 손실임. 그리고 5억 9,900만 달러는 연방정부로부터 세수 손실임

※ 주: 1\$=1,100원으로 환산함
출처 : IPI(2006)의 내용을 정리함

100) 여기에서 언급하는 영화산업은 영화 및 비디오의 제작, 배급과 상영을 포함한다.

위와 같이 영화산업에서 불법복제로 인한 미국 경제는 22조 5,500억 원(205억 달러)의 경제적 손실을 입고, 이로 인하여 미국 근로자들의 수입은 연간 6조 500억 원(55억 달러) 감소하고 있다고 추정했다. 영화의 불법복제로 인해 산업 전체적인 손실액 중 노동자들의 수입은 6조 500억 원(55억 달러) 감소하였고, 이들의 일자리는 141,030개 감소하였다. 또한 정부는 조세 수입이 9,207억 원 (8억 3,700만 달러) 감소하였는데 9,100만 달러는 개인 소득세 형태, 1억 4,700만 달러는 법인세 형태의 세수 손실이며, 5조 9,900만 달러는 연방정부로부터 세수 손실이다.

제5절 결론 및 시사점

1. 결론

2018년 기준 불법복제 행위로 인해 발생한 국내의 직간접적인 경제효과를 콘텐츠산업 중심으로 정리하면 다음과 같다. 생산유발효과(생산유발 감소)는 콘텐츠산업의 생산 감소가 약 3조 원, 고용측면에서는 2만 9천명, 부가가치측면에서는 1조 3천억원, 영업잉여는 2천억원, 생산세는 872억원의 손실이 발생하였다.

표 III-14 | 불법복제물에 따른 연간 경제적 손실 규모(2018)

(단위: 억 원, 명)

산업	생산 감소	고용 손실(명)	부가가치 감소	영업잉여 감소	세수 손실
방송산업	3,734	1,281	1,641	279	15
영화산업	10,505	12,554	4,009	671	448
출판산업	5,004	5,149	1,779	200	212
음악산업	5,569	6,655	3,088	479	168
게임산업	4,768	3,701	2,433	462	28
콘텐츠산업	29,579	29,340	12,952	2,093	872
기타산업	17,226	11,973	7,422	2,696	847
전체산업	46,806	41,313	20,374	4,790	1,719

불법 복제로 인한 당해 연도의 합법저작물 침해규모의 경제적 효과를 차기 연도의 재투자 규모로 환산하면 다음과 같다. 기업은 외부로부터 별도의 금전적 지원이 없다면, 영업잉여(이익)가 발생해야 당해 연도의 투자보다 추가적인 투자를 차기 연도에 할 수 있다. 따라서 합법저작물 침해규모의 경제적 효과를 차기 연도의 재투자 규모로 계산하기 위하여 위 분석의 영업이익 감소분을 활용했다.

영업이익¹⁰¹⁾은 매출액에서 매출원가와 관리비 및 판매비를 제한 값으로 기업이 재투자를 한다면 영업이익이 발생해야만 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 불법복제로 인한

101) 영업이익은 매출액에서 매출원가를 빼고 얻은 매출 총이익에서 다시 일반 관리비와 판매비를 뺀 것이다. 말 그대로 순수하게 영업을 통해 벌어들인 이익을 말한다. 일반관리비와 판매비는 상품의 판매활동과 기업의 유지관리 활동에 필요한 비용으로서 인건비, 세금 및 각종 공과금, 감가상각비, 광고 선전비 등을 들 수 있다.

영업이익 손실 100%를 차기 연도에 콘텐츠 제작에 재투자하는 것으로 가정했다.

$$\text{영업이익} = \text{매출액} - \text{매출원가} - (\text{관리비} + \text{판매비}) \quad \text{<식 III-22 >}$$

표 III-15 | 불법복제물로 인한 영업이익 감소분을 재투자할 경우의 제작 규모 추정

구분	영업이익 감소액(A)	평균 제작비(B)	재투자로 인한 연간 추가 생산량(A/B)
방송산업	279억원	드라마 타이틀당 57.6억 원	약 5편
영화산업	671억원	한 편당 21.4억 원	약 31편
출판산업	200억원	한 권당 약 520만 원	약 3,846권
음악산업	479억원	음반당 8천만 원	약 599개
게임산업	462억원	온라인 게임(클라이언트 기반)의 경우, 한 타이틀당 약 24.9억 원	약 19개 타이틀

방송산업의 경우, 불법복제로 인해 연간 279억 원의 영업이익 손실이 발생하며, 이는 연간 드라마 약 5여 편을 제작할 수 있는 규모이다. 평균 제작비는 2013년 기준 드라마 타이틀 (70분/16회, 미니시리즈 기준) 평균 제작비 57.6억 원 소요, 회당 1.9억 원으로 계산하였다.¹⁰²⁾ 영화산업의 경우, 불법복제로 인해 연간 671억 원의 영업이익 손실이 발생하며, 이는 연간 영화 31편을 제작할 수 있는 규모이다. 2013년 기준 영화의 평균 제작비는 21.4억으로 계산하였다.¹⁰³⁾

출판산업의 경우, 불법복제로 인해 연간 200억 원의 영업이익 손실이 발생하며, 이는 연간 서적 3,846권(종)을 제작할 수 있는 규모이다. ‘2013 출판산업 실태조사’에 따라 신간도서 1종 제작하는 비용(인건비 인세비 등을 제외한 제작비)은 약 520만원으로 상정했다 (한국출판문화산업진흥원, 2013).

102) 한국콘텐츠진흥원(2014), 상생의 콘텐츠 제작 생태계 조성 방안 토론회 자료집을 참조하였다.

103) 영화진흥위원회 온라인 영화연감 통계자료를 참조하였다.

음악산업의 경우, 불법복제로 인해 연간 462억 원의 영업이익 손실이 발생하며, 이는 연간 음반 약 599개를 제작할 수 있는 규모이다. 평균 앨범 제작비(아이돌 앨범 제작 기준)는 8천만원으로 상정했다.¹⁰⁴⁾ 제작비의 구성요소는 작곡·작사료사료, 편곡료, 악단사용료, 인쇄비, 홍보용 CD제작비, 사진촬영 및 자켓 디자인 비용, 녹음실 사용료 등으로 구성된다. 게임산업의 경우, 불법복제로 인해 연간 462억 원의 영업이익 손실이 발생하며, 이는 클라이언트 기반 온라인 게임을 19개 제작할 수 있는 규모이다. 게임 타이틀 당 평균 제작비는 약 24.9억원으로 상정했다.¹⁰⁵⁾

2. 시사점

불법복제 행위는 합법저작물 시장을 침해하여 국민경제에 생산 기회를 상실 또는 유실시키는 결과를 초래한다. 또한 그로 인해 고용, 부가가치(영업이익, 세수 등) 등이 창출될 수 있는 가능성을 차단하게 한다. 분석 결과에서 나타난 바와 같이 국내 콘텐츠 불법복제 행위는 1차적으로는 해당 콘텐츠산업에 매우 큰 경제적 손실을 유발시킬 뿐만 아니라, 국민경제에도 상당한 손실을 야기하고 있다는 것을 확인할 수 있다. 국내의 콘텐츠 불법복제 행위를 막아 생산 활동의 기회로 전환시키는 경우 콘텐츠산업은 물론 여타 국내 산업 전반에 매우 큰 경제적 효과를 유발시킬 수 있다. 수십억 달러의 FDI를 유치함으로써 얻을 수 있는 경제적 효과를 국내의 콘텐츠 불법복제 행위를 막음으로써 거둘 수 있다. 특히 취업계수가 높은 음악, 영화 등의 분야는 고용파급효과가 매우 크기 때문에 국내 실업난 해소에도 큰 도움이 될 수 있는 산업이다. 따라서 정부 및 유관 기관의 적극적인 노력을 통해 콘텐츠 불법복제 행위를 막을 필요가 있다.

불법복제 방지 및 저작권 보호는 창의적인 콘텐츠를 만들기 위한 가장 기초적인 조건이나, ‘콘텐츠는 공짜’라는 다수의 수요자들의 인식은 곧 불법복제를 야기하면서 산업성장의 큰 걸림돌로 존재한다. 불법복제가 성행하면, 콘텐츠 시장은 왜곡되고 창작자는 창의적 콘텐츠 제작 의지를 상실하게 된다. 이러한 상황이 지속된다면 미래 성장 동력 산업인 콘텐츠 분야의 글로벌 경쟁력을 약화시키는 결과를 초래할 수 있다. 또한 선진국의 콘텐츠 기업은 거대 자본을 보유하고 높은 기술력과 제작 경험, 인적 자원등을 갖추고

104) 이승환·이소라, 거장들의 ‘역소리 나는 귀환, 일간스포츠. 2014. 03. 28를 참조하였다.

105) 한국콘텐츠진흥원(2012)의 ‘콘텐츠 금융수요 전망 및 신규펀드 제안’ 내 게임산업 제작비용 산출방법을 참고하였다.

있는 반면, 우리나라의 콘텐츠산업은 대부분 발전의 초기 단계에 있고, 콘텐츠 기업들 또한 일부를 제외하면 선진국의 기업들에 비해 경쟁열위에 직면해 있는 상황이다. 이런 상황 속에서 국내의 콘텐츠 생산 기회를 빼앗는 불법복제 행위는 관련 기업들의 경험 축적, 인력 활용 및 육성, 재투자 등 제반 경쟁력 제고의 가능성을 유실시킴으로써 국내 콘텐츠산업의 기반을 약화시키는 결과를 초래하게 된다.

콘텐츠산업은 부가가치가 높고 양질의 고용 파급효과가 기대되는 대표적인 창조산업으로 향후 우리나라의 산업구조 고도화에 중요한 역할을 할 수 있다. 영국의 경우, 제조업 중심에서 금융 중심으로 변하는 산업구조를 거친 뒤 1990년대 이후에는 창조산업을 중심으로 산업구조 고도화를 추진하고 있다. 우리나라도 머지않아 제조업의 공동화 현상이 불가피한 상황이다. 따라서 콘텐츠산업에 대한 보다 적극적인 육성이 필요하다. 콘텐츠산업 육성을 위해서는 반드시 그 토대가 되는 저작권 보호가 선행되어야만 한다. 최근 아시아를 넘어 유럽 등 전 세계로 영역을 확장하며 국가 브랜드 제고에 기여하고 있는 한류의 기반인 콘텐츠산업이 지속적으로 성장하기 위해서는 합법적인 콘텐츠 유통시장을 확대하고 다양할 수 있도록 산업계의 노력과 정부의 지원이 필요하다. 물론 이를 위해서는 콘텐츠도 돈을 지불해야만 구매할 수 있는 ‘상품’이라는 사실을 올바르게 인식하는 국민적 의식 변화의 대전환이 무엇보다 우선되어야 할 것이다.

2019 저작권 보호 연차보고서 편찬위원회

■ 자문위원 (가나다순)

김성희 영화평론가

김윤명 법학박사

박종선 성균관대학교 통계학과 교수

박진환 대한출판문화협회 과장

안상필 MBC 차장

유창석 경희대학교 문화관광콘텐츠학과 교수

이은지 (주)카카오엠 PL

이정재 송실사이버대학교 연예예술경영학과 교수

이창한 한국데이터산업진흥원 연구위원

이호흥 한국저작권법학회 명예회장

정상철 전통문화대학교 문화재관리학과 교수

하병현 법무법인 엘플러스 변호사

■ 한국저작권보호원

강대오 보호기반국 국장

홍훈기 조사연구팀 팀장

정지은 조사연구팀 선임

정민주 조사연구팀 주임

■ (주)한국리서치

김기주 상무

차광섭 수석부장

강윤숙 부장

설성호 차장

송민경 대리

윤정현 연구원

2019 저작권 보호 연차보고서

2019년 8월 인쇄

2019년 8월 발행

발행인

윤 태 용

발행처

한국저작권보호원

서울시 마포구 월드컵북로 400(상암동 1602) 4, 9, 10층

TEL : 1588-0190

FAX : (02) 3153-2719

2019

저작권 보호 연차보고서

Annual Report on Copyright Protection

- 2018년 기준 불법복제물 유통실태 조사 -



한국저작권보호원과 함께할 우리들의 친구 **[바로]**입니다.

“저작권이 올바르게 보호되도록 곧바로 조치하겠습니다”



03925 서울특별시 마포구 월드컵북로 400(상암동 1602), 4, 9, 10층
Tel 1588-0190 Fax 02-3153-2709 Homepage www.kcopa.or.kr



9 772092 770000
ISSN 2092-7703