



어도비 '크리에이티브의 미래' 보고서: 한국 크리에이터 51%, 콘텐츠로 수익 창출

- 국내 크리에이터의 84%, 지난해 처음으로 창작 활동을 통한 수익 창출 경험
- 국가별 수익 창출 크리에이터 비율은 브라질(5%), 미국(53%), 한국/독일/영국(51%) 순으로 나타나; 수익을 창출하는 글로벌 크리에이터의 48%는 월 수입 절반 이상을 창작 활동으로 충당
- 크리에이터의 68%, 메타버스를 긍정적으로 조망하는 것으로 나타나

2022년 10월 28일, 서울 - 어도비가 성장 중인 크리에이터 비즈니스 기회에 대한 동향을 담은 '[크리에이티브의 미래: 크리에이터 경제의 수익 창출\(Future of Creativity: Monetization in the Creator Economy\)](#)' 보고서를 발표했다. 이번 보고서는 비전문가 크리에이터가 콘텐츠를 수익화하는 방법과 메타버스와 같은 새로운 매체를 사용하는 방식에 대한 심도 있는 인사이트를 제공한다.

보고서에 따르면 현재 국내 비전문가 크리에이터의 51%가 창작 활동을 통해 돈을 벌고 있으며, 이들 중 84%는 지난해 처음으로 수익 창출을 경험한 것으로 나타났다. 또한 전 세계 '수익 창출 크리에이터(Monetizers)'의 절반 가까이(48%)가 창작 활동으로 한 달 전체 수입의 절반 이상의 소득을 얻는 것으로 확인됐다. 화두로 떠오른 메타버스와 관련, 크리에이터의 68%가 메타버스가 지속 성장함에 따라 새로운 일자리를 제공할 것으로 기대하며 낙관적인 입장을 보였다.

애슐리 스틸(Ashley Still) 어도비 디지털 미디어 마케팅, 전략 및 글로벌 파트너십 부문 수석 부사장은 "크리에이터 경제의 급격한 성장은 크리에이터의 창의적 재능을 수익화하거나, 열정을 새로운 커리어 또는 비즈니스로 전환할 수 있는 기회 증가로 이어지고 있다"며 "크리에이터에게 흥미로운 시대인 오늘날, 어도비는 모두가 쉽고 재미있게 크리에이터가 되고 삶에 이야기와 열정을 불어넣을 수 있는 간단하면서도 강력한 툴을 통해 이들의 비즈니스 기회를 북돋아주는 데 전념하고 있다"고 말했다.

'크리에이티브의 미래' 보고서는 한국을 비롯해 미국, 영국, 스페인, 프랑스, 독일, 호주, 일본, 브라질 등 전 세계 9개 국가의 크리에이터 경제에 대한 포괄적인 인사이트를 제시한다. 어도비의 툴은 소셜미디어용 그래픽이나 전단지, 로고, 영상 제작 등을 위한 선도적인 종합 툴을 제공해, 전 세계의 개인 크리에이터와 자영업자, 소셜 인플루언서, 소기업, 대기업 모두가 자신의 이야기를 전하며 전문가 수준의 콘텐츠를 빠르고 쉽게 제작할 수 있도록 지원한다.

크리에이터 경제의 성장을 이끄는 수익 창출의 기회

수익 창출의 기회를 통해 열정을 비즈니스로 전환하는 크리에이터에 힘입어, 크리에이터 경제는 지속적인 성장의 발판을 마련했다.

- 전 세계 비전문가 크리에이터의 48%가 창작 활동을 통해 수익을 창출하고 있으며, 국가 별 수익 창출 크리에이터 비율은 브라질(59%), 미국(53%), 한국/독일/영국(51%) 순으로 나타났다.
- 전 세계 수익을 창출하는 비전문가 크리에이터 중 4분의 3 이상(77%)이 지난해 첫 수익 창출을 시작했다고 밝혔으며, 48%는 콘텐츠로 벌어들이는 자금이 이미 월수입의 반 이상을 차지한다고 밝혔다.
- 전 세계 수익을 창출하는 크리에이터 10 명 중 8 명은 향후 2 년간 더 많은 수입을 기대하는 것으로 나타났다.

전업 크리에이터와 대학 진학 사이에서 저울질하고 있는 Z 세대 크리에이터

Z 세대는 크리에이터 경제에 큰 기대를 걸고 있다. 또한 이들의 기업가 정신은 콘텐츠 생산과 같은 비전통적인 직업을 추구하게끔 만든다.

- 16 세부터 18 세 사이 Z 세대 수익 창출 크리에이터의 약 절반(49%)은 대학 진학보다 자신만의 크리에이티브 비즈니스를 시작하는 것을 선호한다고 답했다.
- Z 세대 수익 창출 크리에이터는 게임(40%), 사진(36%), 소셜 미디어(34%) 산업 성장에 큰 기대를 보이고 있다.
- 과반수(54%) 이상의 Z 세대 수익 창출 크리에이터는 지난 2 년 동안보다 향후 2 년 동안 더 많은 수입을 올릴 것으로 예상했다.

크리에이터, 메타버스에서 비즈니스 및 취업 기회를 찾다

기업형 크리에이터는 몰입형 경험을 수익을 창출할 수 있는 새로운 영역으로 보고 있다.

- 크리에이터의 3분의 2 이상(미국 72%, 이외 국가 68%)은 메타버스가 지속적으로 성장함에 따라 새로운 일자리를 창출할 것이라고 답했다.
- 크리에이터의 4분의 3 이상(77%)은 최소 1 회 메타버스를 탐색한 적이 있고, 34%는 게임, 사교활동, 쇼핑 등 오늘날의 메타버스가 제공하는 경험을 접하고 있다.
- 매주 메타버스에 접속하는 크리에이터의 52%은 이미 자신만의 창작 비즈니스를 소유하기 위해 노력 중이다.
- 매주 메타버스에 접속하는 크리에이터 절반 이상은 메타버스를 게임(55%)이나 사교(55%)를 위한 장소라고 답한 한편, 29%는 가상 콘서트, 무역 박람회 및 학습을 위해 참여하는 장소로 여긴다.
- 일부 크리에이터들은 메타버스를 NFT 구매(29%), NFT 생성(24%) 및 가상 부동산 구매(19%)를 위한 비즈니스 공간으로 생각하고 있다.

이러한 조사 결과는 Z 세대 크리에이터가 점차 사회에 진출하고 동시에 기존 및 새로운 몰입형 미디어 전반에서 창작 콘텐츠를 통한 수익 창출 기회가 늘어남에 따라 크리에이터 경제가 지속적으로 성장할 것임을 시사한다.

‘크리에이티브의 미래’ 조사에 대해

어도비의 ‘크리에이티브의 미래’ 조사는 온라인 크리에이티브의 최전선에 있는 크리에이터 경제의 일원인 크리에이터와의 직접 소통을 통해, 창의성이 전 세계적으로 어떻게 변화하고 있는지를 이해하는 것을 목표로 한다. 해당 조사는 다양한 관점에서 크리에이티브의 미래를 살펴보고 있다.

조사방법론

크리에이티브의 미래 보고서는 어도비가 에델만 데이터 앤드 인텔리전스(Edelman Data and Intelligence)와 함께 2022년 5월 한국, 미국, 영국, 스페인, 프랑스, 독일, 호주, 일본, 브라질 등 9개 국가에서 활동 중인 온라인 비전문가 크리에이터 9,000여명을 대상으로 파악한 크리에이터 경제 전반의 주요 동향을 담고 있다. 보고서에서 정의하는 ‘크리에이터’는 사회적으로 존재감을 향상시키기 위해 최소 매달 창작활동(사진, 글쓰기, 오리지널 소셜 미디어 콘텐츠 등)을 진행하고 작품을 게시, 공유 또는 홍보하는 이들이다. ‘수익 창출 크리에이터’는 창작 활동 또는 웹사이트나 마켓플레이스를 통한 판매, 파트너십, 제휴/광고 등으로 수익을 거두는 크리에이터의 하위 그룹을 의미한다. 연령 및 국가별로는 일반 크리에이터(18세 이상, 국가별 600명) 5,350명과 Z세대 크리에이터(16-24세 사이, 국가별 600명) 5,222명을 조사했다. 본 보고서의 오차 범위는 ±1.4%이며, 신뢰 수준은 95%이다.

어도비에 대해

어도비는 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 [어도비 홈페이지](#)에서 찾을 수 있다. 어도비코리아에 대한 정보 및 뉴스는 어도비코리아의 [공식 페이스북](#)과 [뉴스룸](#)에서 확인 가능하다.

###