

2011년 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서

2012. 5

Contents >>

I. 2011년 연간 콘텐츠산업 추이 분석

1. 산업생산 변화 추이	3
1.1. 콘텐츠산업생산지수 변화 추이	3
1.2. 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변화 추이	7
1.3. 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변화 추이	17
2. 투자변화 추이	20
2.1. 콘텐츠산업 외국인직접투자(FDI) 동향	20
3. 소비변화 추이	24
3.1. 가계수지 및 소비지출 변화 동향	24
3.2. 가계수입 및 소비지출 변화 전망	30
4. 수출변화 추이	31
4.1. 콘텐츠업체(상장사) 수출 변화 추이	31
4.2. 서비스 국제수지(BOP) 변화 추이	35
5. 고용변화 추이	37
5.1. 문화산업분야 고용 변화 추이	37
5.2. 콘텐츠업체(상장사) 고용 변화 추이	41
6. 상장사 재무분석	44
6.1. 콘텐츠산업 상장사 재무제표 변화 추이	44
6.1.1. 콘텐츠산업 상장사 영업이익률 변화 추이	46
6.1.2. 콘텐츠산업 상장사 자기자본대비 부채비율 변화 추이	48
6.1.3. 콘텐츠산업 상장사 유동비율 변화 추이	49

II. 2011년 연간 콘텐츠업체 실태조사 분석

1. 콘텐츠업체 실태조사 개요	51
1.1. 조사목적	51
1.2. 조사대상 및 방법	51
1.3. 콘텐츠산업 실태조사 이용시 유의사항	52
2. 콘텐츠업체 실태조사 분석결과	53
2.1. 2011년 콘텐츠산업 규모	53
2.2. 2011년 콘텐츠산업 가치사슬별 규모	58
3. 콘텐츠산업 실태조사 대비 상장사 비교	66
3.1. 콘텐츠산업 매출액 대비 상장사 매출액 비교	66
3.2. 콘텐츠산업 수출액 대비 상장사 수출액 비교	67
3.3. 콘텐츠산업 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교	69
3.4. 콘텐츠산업 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교	70

III. 2011년 연간 콘텐츠산업 주요 이슈

1. 게임산업 주요 이슈	73
2. 출판/만화산업 주요 이슈	84
3. 음악(공연)산업 주요 이슈	91
4. 방송산업(독립 제작사) 주요 이슈	98
5. 영화산업 주요 이슈	106
6. 지식정보/광고산업 주요 이슈	110
7. 애니메이션/캐릭터산업 주요 이슈	115

Contents >>

IV. CBI(Contents Business Index) 분석

1. 분석목적	123
2. 조사대상 및 방법	123
3. 2010년~2012년 상반기 CBI 분석	124
3.1. 2010년~2012년 상반기 CBI 종합분석	124
3.2. 2010년~2012년 상반기 CBI 산업별·부문별 분석	126

V. 콘텐츠산업 INSIGHT

1. 2011년 콘텐츠산업 종합 분석 및 결산	131
2. 2011년 콘텐츠산업 분야별 결산	134
2.1. 게임산업 결산	134
2.2. 출판/만화산업 결산	135
2.3. 음악(공연)산업 결산	136
2.4. 방송영상독립제작사산업 결산	137
2.5. 영화산업 결산	138
2.6. 광고산업 결산	139
2.7. 애니메이션/캐릭터산업 결산	139
2.8. 지식정보산업 결산	141
3. 2012년 콘텐츠산업 전망	142

부록

1. 콘텐츠산업 관련 상장사 현황	145
2. 콘텐츠산업 연간 비교	149

I I I I 표 차 례

〈표 I-1〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 생산변동	4
〈표 I-2〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동	8
〈표 I-3〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동	18
〈표 I-4〉 서비스업 외국인직접투자건수 동향	22
〈표 I-5〉 서비스업 외국인직접투자액수 동향	23
〈표 I-6〉 문화·오락 외국인직접투자 세부동향	23
〈표 I-7〉 전국가구 가구당 월평균 가계수지	25
〈표 I-8〉 전국가구 가구당 월평균 소비지출	27
〈표 I-9〉 전국가구 가구당 월평균 오락·문화 소비지출(세부항목)	29
〈표 I-10〉 가계수입 및 소비지출전망 CSI 추이	30
〈표 I-11〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동	33
〈표 I-12〉 '09년~'11년 실업률 추이	37
〈표 I-13〉 문화산업별 및 직종별 신규구인인원	38
〈표 I-14〉 문화산업분야 직종별 신규구직 및 취업(희망직종별)	40
〈표 I-15〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동	42
〈표 I-16〉 '09년~'11년 전체 상장사 대비 콘텐츠 상장사 비교	44
〈표 I-17〉 '09년~'11년 전체 상장사 대비 콘텐츠 상장사 자기자본 부채비율	45
〈표 I-18〉 '09년~'11년 전체 상장사 대비 콘텐츠 상장사 유동비율	46
〈표 I-19〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 영업이익률 추이	46
〈표 I-20〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 자기자본대비 부채비율 추이	48
〈표 I-21〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 유동비율 추이	49
〈표 II-1〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 매출액 규모	53
〈표 II-2〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 종사자 규모	54
〈표 II-3〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 수출액 규모	55
〈표 II-4〉 '10년~'11년 콘텐츠산업 투자액 규모	56
〈표 II-5〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액	60
〈표 II-6〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수	63

Contents >>

<표 II-7> '09년~'11년 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교	66
<표 II-8> '09년~'11년 콘텐츠산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교	67
<표 II-9> '09년~'11년 콘텐츠산업 전체 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교	69
<표 II-10> '09년~'11년 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교	71
<표 IV-1> 출판산업 부문별 CBI	126
<표 IV-2> 만화산업 부문별 CBI	126
<표 IV-3> 음악산업 부문별 CBI	127
<표 IV-4> 게임산업 부문별 CBI	127
<표 IV-5> 영화산업 부문별 CBI	127
<표 IV-6> 애니메이션산업 부문별 CBI	128
<표 IV-7> 방송영상독립제작사 부문별 CBI	128
<표 IV-8> 광고산업 부문별 CBI	128
<표 IV-9> 캐릭터산업 부문별 CBI	129
<표 IV-10> 지식정보산업 부문별 CBI	129
<표 V-1> '10년 콘텐츠산업 부문별 CBI	132
<표 V-2> '11년 콘텐츠산업 부문별 CBI	132
<표 V-3> '12년 상반기 콘텐츠산업 부문별 CBI	133

Ⅰ Ⅰ Ⅰ Ⅰ 그림 차례

<그림 Ⅰ-1> '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동	9
<그림 Ⅰ-2> '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적	9
<그림 Ⅰ-3> '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동	19
<그림 Ⅰ-4> '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적	19
<그림 Ⅰ-5> '09년~'11년 문화·방송업 투자 건수	21
<그림 Ⅰ-6> '09년~'11년 문화·방송업 투자 액수	21
<그림 Ⅰ-7> 소비지출 증감률 변동 추이	25
<그림 Ⅰ-8> 오락·문화 소비지출 증감률 변동 추이	26
<그림 Ⅰ-9> '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동	34
<그림 Ⅰ-10> '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 수출 누적	34
<그림 Ⅰ-11> 개인·문화·오락 서비스수지 추이	35
<그림 Ⅰ-12> 음향영상 서비스수지 추이	36
<그림 Ⅰ-13> '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동	43
<그림 Ⅰ-14> '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 고용 누적	43
<그림 Ⅱ-1> '09년~'11년 콘텐츠산업 매출액 규모	57
<그림 Ⅱ-2> '09년~'11년 콘텐츠산업 종사자 규모	58
<그림 Ⅱ-3> '09년~'11년 콘텐츠산업 수출액 규모	58
<그림 Ⅱ-4> '09년~'11년 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액	62
<그림 Ⅱ-5> '09년~'11년 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수	65
<그림 Ⅳ-1> '10년~'12년 상반기 콘텐츠산업 부문별 CBI	124
<그림 Ⅳ-2> '10년~'12년 상반기 콘텐츠산업별 CBI	125

연
유

- 이용자를 위하여 -

1. 본 보고서는 2011년 콘텐츠산업 동향을 분석한 것으로서 1) 거시 및 미시데이터를 기본으로 한 정량 분석 2) 각 산업별 이슈분석을 통한 정성분석 3) 실태조사를 통한 각 산업별 규모추정 4) 콘텐츠기업경영체감도(CBI-Contents Business Index)를 조사
2. 콘텐츠산업은 「콘텐츠상품을 생산, 유통, 소비하는데 관련된 산업」으로 정의하였으며 범위는 『2010년 기준 콘텐츠산업통계조사』에서 정의된 12개 분야(출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 광고, 방송(방송영상독립제작사 포함), 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연)를 기준으로 하였음
3. 거시데이터는 1) 콘텐츠산업 생산변화 2) 콘텐츠산업 외국인 직접투자 변화 3) 소비지출변화 4) 고용변화 등을 조사
 - 콘텐츠산업 생산변화는 통계청에서 매월 실시하는 서비스업생산지수를 기초로 콘텐츠산업과 연관성이 높은 항목을 재집계
 - 콘텐츠산업 외국인 직접투자변화는 지식경제부에 분기별로 발표하는 외국인 직접투자 건수 및 액수 중 콘텐츠산업과 관련성이 높은 8개 분야를 집계
 - 소비지출변화는 통계청에서 분기별로 발표하는 가계수지 중 소비지출 및 비소비지출에 대해 전체 및 부문별(문화, 오락비용)로 집계했고 통계청 발표 가계수입 및 소비지출 전망 CSI(교양, 문화, 오락비) 등을 전체 및 부문별로 매월 집계
 - 고용변화는 통계청 월별 실업률을 집계하고 또한 한국고용정보원에서 발표하는 구안·구직 및 취업동향 데이터 중 콘텐츠산업과 관련성이 높은 분야를 중심으로 월별 및 분기별로 취합 및 재집계

〈콘텐츠산업 분기별 보고서 인용 자료〉

구 분	인용자료	수집시기
생산동향	통계청 월별 및 분기별 서비스업생산지수	매월 말일, 4월, 8월, 12월, 익년 2월
소비동향	통계청 분기별 가계동향조사(소득 및 지출) 한국은행 월별 소비자 동향조사(소비자심리지수)	4월, 8월, 12월, 익년 2월
투자동향	지식경제부 외국인투자동향조사 문화체육관광부 모태펀드 문화계정 자펀드 총괄표 문화체육관광부 모태펀드 투자현황 보고 중소기업창업투자회사 모태펀드 창투자 조합	매월 말일, 4월, 8월, 12월, 익년 2월
고용동향	한국고용정보원 워크넷 구안·구직 및 취업동향 통계청 고용동향	매월 말일, 4월, 8월, 12월, 익년 2월
상장사동향	금융감독원 전자공시시스템 한국증권거래소 결산법인 분기별 실적 한국증권거래소 결산법인 유동비율(유가증권시장) 한국증권거래소 결산법인 분기별 수출 및 내수현황 한국은행 서비스 국제수지(BOP)	매월, 5월 말, 8월 말, 12월 말, 익년 3월 말
국내경기동향	한국은행, KDI, 민간경제연구소 등	매월 말일

4. 미시데이터는 콘텐츠산업 분야별 상장사의 매출액, 영업이익, 수출액, 종사자수 등 실적에 관련된 것을 분석하며 영업이익률, 유동비율, 부채비율 등을 분기별로 전체 상장사(KOSPI)의 데이터와 비교 분석함. 실적데이터는 연결재무제표를 기준으로 하고 분석의 일관성을 유지하기 위해 개별(별도)재무제표도 병용
콘텐츠산업 상장사는 코스피 및 코스닥 상장사 중 관련업체 86개를 선별함(게임(20개), 지식정보(7개), 출판(9개), 방송(22개), 광고(4개), 영화(8개), 음악(11개), 애니메이션/캐릭터(5개)) 연결재무제표 대상 상장사는 20개사임
5. 이슈분석은 11개 콘텐츠산업에 대해 국내 및 해외로 구분하여 정책, 기업, 소비자 등의 시계열적, 돌발성 이슈를 분석
6. 실태조사는 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송영상독립제작사, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션산업 등 11개 콘텐츠산업을 영위하는 업체 중 500개를 표본으로 선정하여 조사했고 조사내용은 산업별/가치사슬별 1) 매출액 2) 수출액 3) 종사자수 규모의 추정임
7. 콘텐츠기업경영체감도(CBI)조사는 콘텐츠산업의 분야별 경기전망 파악을 위해 실시하며, 콘텐츠솔루션산업을 제외한 10개 산업(출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송영상독립제작사, 광고, 캐릭터, 지식정보 등)을 대상으로 7점 척도로 조사했고 조사내용은 1) 매출 2) 수출 3) 투자 4) 고용 5) 자금사정 등 5개 사항임
8. 본 보고서의 내용 인용시 『2011년 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서(문화체육관광부) ○페이지에서 전재 또는 역재』 라고 기재하여야 함.
9. 본 보고서에 실린 자료에 대한 문의사항이 있을 때에는 문화체육관광부 문화산업정책과 주무관 (☎ 02-3704-9623), 한국콘텐츠진흥원 정책연구실 통계정보팀(☎ 02-3153-3017)에 문의바람. 조사결과 및 분석내용은 한국콘텐츠진흥원 홈페이지(www.kocca.kr)에서도 볼 수 있음.

요약

- 2011년 콘텐츠산업, 콘텐츠 수요공급확대로 지속 성장 -

- 콘텐츠산업 생산 전년대비 4.3% 증가
- 콘텐츠업체(실태조사) 연간 추정기준 매출액 14.3%, 수출액 27.8%, 종사자 2.5% 증가
(실태조사 전년대비 매출액 13.9%, 수출액 29.4%, 종사자 1.5% 증가)
- 콘텐츠업체(상장사) 매출액 전년대비 19.5%, 연평균증감률 29.6% 증가
수출액 전년대비 48.7%, 연평균증감률 34.6% 증가
종사자수 전년대비 8.3%, 연평균증감률 11.3% 증가
- 콘텐츠업체(CBI조사) '12년 상반기 콘텐츠산업 전 분야 상승 기대

□ 2011년 연간 콘텐츠산업 동향

● 산업생산 동향

- 콘텐츠산업 생산은 전년대비 4.3% 증가
(콘텐츠산업생산지수 '11년 130.3, '10년 124.9, '09년 120.0)
- 콘텐츠산업 관련 산업분류군 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업은 전년대비 4.3% 증가, 예술 스포츠 및 여가관련 서비스업 전년대비 5.5% 증가
※ '11년은 산업생산 동향관련 지수는 '10년도에 비해 전체적으로 상승

● 소비 동향

- '11년 연간 평균 오락문화지출(12만 8천원)은 전년대비 1.9% 증가
※ 전체 소비지출 전년대비 4.6% 증가, 전체 소비지출 중 오락문화 소비지출 비중 5.4%
※ '11년은 2010년의 경기 호조세가 이어지면서 전년대비 증가하였음. '10년 하반기부터 대내외적인 리스크 및 물가상승이 이어지고 있어, 실질소득의 증가가 전년대비 정체임(2009년 2,213.4천원 → 2010년 2,286.9천원 → 2011년 2,300.7천원)
- 교양오락문화비 지출 관련 소비지출전망은 '09년(88) 이후 '10년(96), '11년(94) 기록
※ '09년 이후 '10년도에는 소폭 증가하였으나, '11년 다소 정체 및 하락했으며, '09년 이후 100이하

● 고용 동향

- '09년 금융위기 이후 경기상승이 일정부분 이어지다가 '11년 유럽 금융위기 등 대내외리스크 산재에 따른 민간소비 부진에도 불구하고 수출의 급격한 감소가 없이 증가세가 유지되면서 '11년도 고용시장은 전년대비 개선되는 양상을 보임. 이러한 경향과 함께 청년층 실업률이 일부 개선되는 양상을 보이고 있으나, 전반적으로 연령별, 학력별 등 부문별 고용 편차 상존

※ 전체 실업률 추이는 '09년 3.6% 수준에서 '10년 3.7% 다소 상승하다가 '11년 3.4% 소폭 하락하는 등 전반적으로 감소 추세를 보이고 있음. 실업자수는 '09년 약 88만 9천명, '10년 약 92만명으로 증가하였으나, '11년 약 85만 5천명으로 전년대비 약 7만여명 감소

- 서비스업 분야 중 문화산업분야는 '09년 이후 지속적인 신규구인 증가세를 보이는 가운데 '11년은 전년대비 비교적 높은 신규구인 증가를 보임

※ '출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업'은 '11년 전년대비 8.3% 증가했으며, '예술스포츠 및 여가관련 서비스업'은 '11년 전년대비 30.5% 증가

- 전체 실업률 추이는 '09년 3.6% 수준에서 '10년에 이르러 3.7% 상승했으나 '11년 들어 3.4% 하락

※ 청년 실업률(15세~29세)은 '10년 대비 0.4%p 하락한 7.6% 기록해 '09년 이후 하락세를 보임

〈표 1〉 '09년~'11년 실업률 추이

(단위 : %)

구분	2009년					2010년					2011년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	전체	1분기	2분기	3분기	4분기	전체	1분기	2분기	3분기	4분기	전체
실업률	3.8	3.8	3.6	3.3	3.6	4.7	3.5	3.5	3.3	3.7	4.2	3.4	3.1	2.9	3.4

출처 : 통계청(2011), '09년 1분기 ~'11년 4분기 실업률

2011년 연간 콘텐츠산업(잠정치) 매출액(82.4조) 및 종사자수(59만명),
수출액(4조 7,651억원) 2010년 대비 약 14.3%, 2.5%, 27.8% 증가

※ 분기별 콘텐츠사업체 실태조사는 11개 산업을 영위하는 사업체 중 분기별 500개 표본을 선정하여 조사한 결과임

- 콘텐츠산업 분기별 실태조사를 토대로 한 2011년 잠정치 결과는, 2011년 콘텐츠산업 총 매출액은 82조 4,130억원으로 전년대비 약 10조 2,928억원(14.3%) 증가, 종사자수 59만 5,889명으로 전년대비 약 14,613명(2.5%) 증가, 수출액 4조 7,651억원으로 전년대비 1조 355억원(27.8%) 증가

- 매출액에서 전년대비 높은 성장세를 보인 산업인 <음악(공연포함)산업>은 3조 8,694억원으로 전년대비 약 30.8% 증가, <지식정보산업>은 8조 418억원으로 전년대비 약 29.6% 증가, <콘텐츠솔루션산업>은 2조 8,287억원으로 전년대비 약 28.8% 증가, <게임산업>은 9조 2,027억원으로 전년대비 약 23.8% 증가, <캐릭터산업>은 7조 2,148억원으로 전년대비 약 22.4% 증가하여 큰 폭으로 성장

※ 콘텐츠산업은 2010년 대비 출판산업을 제외한 전 산업이 높은 성장을 하였으며, 이는 전년대비 경기호조와 함께 안정적인 내수 확보 및 게임 등 일부 콘텐츠산업분야의 수출 확대에 기인

- 콘텐츠산업 중 수출액이 가장 높은 산업은 <게임산업>으로 2010년 대비 약 6,976억원 증가한 2조 5,547억원으로 전체 수출액의 58.2%를 차지
- 콘텐츠산업 연간 결과 중 실태조사 부문(방송산업과 광고산업 중 일부 제외) 또한 매출액(64조 8,246억원)은 전년대비 13.9% 증가, 수출액(4조 3,925억원)은 29.4% 증가, 종사자(53만 15명)는 1.5% 증가 등 전 분야 성장

〈표 2〉 콘텐츠산업 연간 결과(2011년p)

산업명	매출액(백만원)				
	2009년	2010년	2011년p	전년대비증감률	연평균증감률
출판	20,609,123	21,243,798	21,024,710	-1.0%	1.0%
만화	739,094	741,947	757,087	2.0%	1.2%
음악	2,740,753	2,959,143	3,869,414	30.8%	18.8%
게임	6,580,600	7,431,118	9,202,762	23.8%	18.3%
영화	3,306,672	3,432,871	3,457,246	0.7%	2.3%
애니메이션	418,570	514,399	551,318	7.2%	14.8%
방송*	9,088,779	10,439,341	12,949,275	24.0%	19.4%
방송영상독립제작사	796,175	737,092	800,490	8.6%	0.3%
광고**	9,186,878	10,323,172	11,715,194	13.5%	12.9%
캐릭터	5,358,272	5,896,897	7,214,873	22.4%	16.0%
지식정보	5,255,185	6,204,127	8,041,845	29.6%	23.7%
콘텐츠솔루션	2,036,362	2,196,232	2,828,791	28.8%	17.9%
합계	66,116,463	72,120,137	82,413,005	14.3%	11.6%

산업명	종사자수(명)				
	2009년	2010년	2011년p	전년대비증감률	연평균증감률
출판	206,926	203,226	200,588	-1.3%	-1.5%
만화	10,748	10,779	10,340	-4.1%	-1.9%
음악	76,539	76,654	78,581	2.5%	1.3%
게임	92,533	94,973	97,387	2.5%	2.6%
영화	28,041	30,561	30,763	0.7%	4.7%
애니메이션	4,170	4,349	4,672	7.4%	5.8%
방송*	29,966	29,878	33,491	12.1%	5.7%
방송영상독립제작사	4,748	4,706	4,713	0.1%	-0.4%
광고**	33,509	34,438	37,711	9.5%	6.1%
캐릭터	23,406	25,102	26,598	6.0%	6.6%
지식정보	44,897	48,226	51,507	6.8%	7.1%
콘텐츠솔루션	15,967	18,384	19,538	6.3%	10.6%
합계	571,450	581,276	595,889	2.5%	2.1%

산업명	수출액(백만원)				
	2009년	2010년	2011년p	전년대비증감률	연평균증감률
출판	320,075	413,803	357,296	-13.7%	5.7%
만화	5,372	9,427	18,118	92.2%	83.6%
음악	39,912	96,273	204,017	111.9%	126.1%
게임	1,583,829	1,857,072	2,554,756	37.6%	27.0%
영화	18,025	15,705	32,207	105.1%	33.7%
애니메이션	114,431	111,957	150,484	34.4%	14.7%
방송*	217,279	248,002	252,295	1.7%	7.8%
방송영상독립제작사	18,315	15,830	20,368	28.7%	5.5%
광고**	118,899	87,360	120,315	37.7%	0.6%
캐릭터	301,895	319,507	424,598	32.9%	18.6%
지식정보	441,243	420,048	466,503	11.1%	2.8%
콘텐츠솔루션	144,767	134,689	164,216	21.9%	6.5%
합계	3,324,042	3,729,673	4,765,173	27.8%	19.7%

- ※ 분기별 실태조사에서 일부 제외된 방송*과 광고**산업은 3개년 시계열 및 상장사자료를 이용하여 추정 후 적용함
- * 분기별 실태조사에서 제외된 방송산업 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업
- ** 분기별 실태조사에서 제외된 광고산업 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업
- ※ 2010년 기준 콘텐츠산업통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('09년 평균 환율 1,276.40원, '10년 평균 환율 1,156.26원, '11년 평균 환율 1,108.11원)
- ※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

콘텐츠산업 관련 상장사 2011년 매출액(19.3조원) 및 영업이익(3.0조원), 수출액(1.1조원), 종사자수(3만 7천명) 2010년 대비 약 19.5%, 14.4%, 48.7%, 8.3% 증가

※ 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 86개 선별(게임 20개, 지식정보 7개, 출판 9개, 방송 22개, 광고 4개, 영화 8개, 음악 11개, 애니메이션/캐릭터 5개)

- 2011년 기준 콘텐츠산업 관련 상장사 총 매출액은 19조 3,180억원으로 전년대비 3조 1,507억원(19.5%) 증가, 영업이익은 3조 171억원으로 전년대비 3,805억원(14.4%) 증가, 수출액은 1조 1,453억원으로 전년대비 3,750억원(48.7%) 증가, 종사자수는 3만 6,691명으로 전년대비 2,812명(8.3%) 증가

- 콘텐츠산업 관련 상장사들이 전체적으로 증가한 가운데, <영화>는 9,213억원으로 전년대비 49.0% 증가, <방송산업(방송영상독립제작사포함)>은 5조 3,072억원으로 전년대비 27.9% 증가, <광고>는 2조 2,216억원으로 전년대비 21.8% 증가, <음악>은 7,312억원으로 전년대비 21.0% 증가, <애니메이션/캐릭터>는 2,942억원으로 전년대비 17.7% 증가, <게임>은 4조 2,148억원으로 전년대비 17.0% 증가, <지식정보>는 3조 3,908억원으로 전년대비 15.5% 증가, <출판>은 2조 2,364억원으로 전년대비 2.5% 증가한 것으로 타남
- 기업의 영업 활동성과를 나타내는 콘텐츠업체 영업이익률은 '11년 전년대비 0.7%p 감소한 15.6%이며 전체상장사에 비해 약 2.6배 높은 수준

〈표 3〉 '09년~'11년 전체 상장사 대비 콘텐츠업체(상장사) 비교

(단위 : 억원)

구분		2009년 ¹⁾	2010년 ²⁾	2011년 ³⁾	2010년 전년대비	2011년 전년대비
매출액*	콘텐츠업체(상장사)	115,012.3	161,672.20	193,180.00	40.6%	19.5%
	전체상장사	8,204,204.0	9,912,054.00	11,071,851.00	20.8%	11.7%
	비중	1.4%	1.63%	1.74%	0.23%p	0.11%p
영업이익**	콘텐츠업체(상장사)	22,887.90	26,365.30	30,171.20	16.7%	14.4%
	전체상장사	511,263.00	763,692.00	652,180.00	49.4%	△14.6%
	비중	4.48%	3.45%	4.63%	△1.03%p	1.18%p
영업이익률***	콘텐츠업체(상장사)	19.90%	16.31%	15.62%	△3.59%p	△0.69%p
	전체상장사	6.23%	7.70%	5.89%	1.47%p	△1.81%p

* 매출액은 기업의 주요영업활동 또는 경상적 활동으로부터 얻는 수익으로서 상품 등의 판매 또는 용역의 제공으로 실현된 금액을 말함

** 영업이익은 매출액에서 매출원가를 빼고 얻는 매출 총이익에서 다시 일반관리비와 판매비를 뺀 것. 즉, 순수하게 영업을 통해 벌어들인 이익을 말함(영업이익 = 매출액 - 매출원가 - (관리비+판매비))

*** 영업이익률은 매출액에 대한 영업이익 비율을 매출액 영업이익률 또는 영업이익률이라고 하며, 영업이익률은 영업활동의 수익성을 나타냄

〈표 4〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

(단위 : 억원)

구분	2009년 (전년대비)	2010년 (전년대비)	2011년				2011년 (전년대비)	연평균 증감률
			1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)		
게임	28,068.5	36,010.5 (28.3%)	9,624.2 (-0.9%)	10,641.3 (10.6%)	10,485.9 (-1.5%)	11,396.8 (8.7%)	42,148.2 (17.0%)	22.5%
지식 정보	20,539.2	29,369.3 (43.0%)	8,004.9 (3.3%)	8,278.0 (3.4%)	8,598.6 (3.9%)	9,027.4 (5.0%)	33,908.9 (15.5%)	28.5%
출판	22,370.0	21,827.4 (-2.4%)	5,837.6 (12.6%)	5,462.5 (-6.4%)	5,857.4 (7.2%)	5,207.1 (-11.1%)	22,364.6 (2.5%)	0.0%
방송	24,788.7	41,498.6 (67.4%)	11,849.8 (0.9%)	13,355.6 (12.7%)	13,025.0 (-2.5%)	14,842.5 (14.0%)	53,072.9 (27.9%)	46.3%
광고	6,661.6	18,240.3 (173.8%)	3,864.7 (-28.6%)	5,437.3 (40.7%)	5,733.0 (5.4%)	7,181.9 (25.3%)	22,216.9 (21.8%)	82.6%
영화	5,469.6	6,181.5 (13.0%)	1,681.8 (29.7%)	2,107.0 (25.3%)	2,786.0 (32.2%)	2,638.7 (-5.3%)	9,213.5 (49.0%)	29.8%
음악	4,970.0	6,044.4 (21.6%)	1,291.6 (-22.4%)	1,527.5 (18.3%)	1,713.3 (12.2%)	2,780.0 (62.3%)	7,312.4 (21.0%)	21.3%
애니/ 캐릭터	2,216.1	2,500.2 (12.8%)	715.1 (-5.9%)	721.7 (0.9%)	681.3 (-5.6%)	824.5 (21.0%)	2,942.6 (17.7%)	15.2%
합계	115,083.7	161,672.2 (40.6%)	42,869.7 (-1.5%)	47,530.9 (10.9%)	48,880.5 (2.8%)	53,898.9 (10.3%)	193,180.0 (19.5%)	29.6%

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 'CJ 인터넷' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 매출액을 적용
- 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '크레듀', 'YBM시사닷컴'은 '10년 1분기부터 자료 확보 및 분석 적용. '메가스터디'는 업종의 특성상 출판에서 지식정보로 변경 적용

- 1) 전체상장사 데이터는 연결재무제표 제출 12월결산법인(351사)의 연결실적 (출처: 2010년 5월 보도자료, 한국거래소)
- 2) 전체 상장사 데이터는 2011년 사업보고서 제출대상 12월 결산법인 668사 중 분석제외법인 52개사를 제외한 616개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계됨(출처 : 2012년 4월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)
- 3) 전체 상장사 데이터는 2011년 사업보고서 제출대상 12월 결산법인 668사 중 분석제외법인 52개사를 제외한 616개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계됨(출처 : 2012년 4월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)

- 3) 출판 중 '예림당'은 '10년 2분기부터 자료확보 및 분석 적용. '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용. '메가스터디'는 지식정보로 변경에 따라 분석에서 제외
- 4) 방송 중 '올리브나인'은 '10년 10월 20일 상장폐지로 분석에서 제외. '에이앤씨바이오홀딩스', '클루넷', '더체인지'는 업종변경으로 분석에서 제외. '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '온미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 방송부문 매출액을 적용. '아이에스플러스'는 제이콘텐츠리와 합병으로 분석에서 제외. '큐릭스'는 '티브로드도봉강북방송'과 합병으로 '티브로드도봉강북방송'으로 분석 적용. '케이티스카이라이프', '케이엔엔', '씨씨에스충북방송', '현대홈쇼핑', '대구방송', '케이엠에이치', '나우콤'은 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지 및 '프라이엔터테인먼트', '아인스M&M'은 '12년 3월 30일 현재 실적보고서 부재로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료확보 및 영화부문 매출액을 적용. '세기상사', '제이콘텐츠리'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '엠넷미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 매출액을 적용. '캔들미디어'와 'JYP엔터테인먼트'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '시스템사이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

● 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익 3조 171억원 전년대비 14.4% 증가

- <영화>는 745억원으로 전년대비 384.2%, <음악(공연포함)>은 811억원으로 전년대비 140.5% 증가, <게임>은 1조 328억원으로 전년대비 16.2% 증가

- 영업이익이 가장 높은 산업은 <게임>(1조 328억원 영업이익)으로 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익인 3조 171억원에 약 34.2%를 차지하는 것으로 분석되었음

※ 콘텐츠관련 상장사 중 영업이익이 높은 사업체는 NHN(6,204억원), 엔씨소프트(1,968억원), 다음(1,138억원), 네오위즈게임즈(1,068억원) 등

<표 5> '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동

(단위 : 억원)

구분	2009년 (전년대비)	2010년 (전년대비)	2011년				2011년 (전년대비)	연평균 증감률
			1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)		
게임	9,809.1	8,890.4	2,694.9	2,781.9	2,658.7	2,192.7	10,328.2	2.6%
		(-9.4%)	(113.7%)	(3.2%)	(-4.4%)	(-17.5%)	(16.2%)	
지식 정보	6,541.1	7,869.4	2,060.6	2,220.6	2,116.0	1,760.1	8,157.3	11.7%
		(20.3%)	(23.5%)	(7.8%)	(-4.7%)	(-16.8%)	(3.7%)	
출판	1,875.6	1,895.6	364.5	413.3	435.2	277.6	1,490.6	-10.9%
		(1.1%)	(-9.8%)	(13.4%)	(5.3%)	(-36.2%)	(-21.4%)	
방송	3,154.9	5,828.0	1,901.8	2,217.4	1,740.3	1,469.8	7,329.3	52.4%
		(84.7%)	(17.5%)	(16.6%)	(-21.5%)	(-15.5%)	(25.8%)	
광고	459.1	1,551.0	107.5	401.5	252.7	543.4	1,305.1	68.6%
		(237.8%)	(-86.0%)	(273.5%)	(-37.1%)	(115.0%)	(-15.9%)	
영화	839.8	154.0	164.4	199.5	361.3	20.5	745.7	-5.8%
		(-81.7%)	(152.1%)	(21.4%)	(81.1%)	(-94.3%)	(384.2%)	
음악	285.1	337.6	139.8	250.7	172.5	248.8	811.8	68.7%
		(18.4%)	(187.0%)	(79.3%)	(-31.2%)	(44.2%)	(140.5%)	
애니/ 캐릭터	-76.8	-160.7	28.5	-8.5	-6.0	-10.8	3.2	-
		(109.2%)	(119.2%)	(-129.8%)	(29.4%)	(-80.0%)	(102.0%)	
합계	22,887.9	26,365.3	7,462.0	8,476.4	7,730.7	6,502.1	30,171.2	14.8%
		(16.7%)	(46.4%)	(13.6%)	(-8.8%)	(-15.9%)	(14.4%)	

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 'CJ 인터넷' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 영업이익을 적용

- 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '크레듀', 'YBM시사닷컴'은 '10년 1분기부터 자료 확보 및 분석 적용. '메가스터디'는 업종의 특성상 출판에서 지식정보로 변경 적용
- 3) 출판 중 '예림당'은 '10년 2분기부터 자료확보 및 분석 적용. '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용. '메가스터디'는 지식정보로 변경에 따라 분석에서 제외
- 4) 방송 중 '올리브나인'은 '10년 10월 20일 상장폐지로 분석에서 제외. '에이앤씨바이오홀딩스', '클루넷', '더체인지'는 업종변경으로 분석에서 제외. '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '온미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 방송부문 영업이익을 적용. '아이에스플러스'는 제이콘텐트리와 합병으로 분석에서 제외. '큐릭스'는 '티브로드도봉강북방송'과 합병으로 '티브로드도봉강북방송'으로 분석 적용. '케이티스카이라이프', '케이엔엔', '씨씨에스총북방송', '현대홈쇼핑', '대구방송', '케이엠에이치', '나우콤'은 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지 및 '프라임엔터테인먼트', '아인스M&M'은 '12년 3월 30일 현재 실적보고서 부재로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료확보 및 영화부문 영업이익을 적용. '세기상사', '제이콘텐트리'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '엠넷미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 영업이익을 적용. '캔들미디어'와 'JYP엔터테인먼트'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스텝사이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외
- 8) 영업이익의 분기별 증감률은 전기의 영업이익이 음수일 경우 실제로는 흑자 전환되었더라도 음의 증감률을 보일 수 있음. 본 자료에서는 분석의 편의를 돕기 위해 실제 영업 이익이 호전된 경우는 양의 증감률, 악화된 경우는 음의 증감률로 표기

- 콘텐츠산업 영업이익률 중 음악산업의 전년대비 증가폭이 크며, 이는 K-POP인 지도 제고에 따른 대외 수출 증가에 기인

※ 음악 SM엔터테인먼트 및 YG엔터테인먼트 수출액 합계는 798.7억원이며, 음악산업 상장사 수출액의 91.4%를 차지

〈표 6〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 영업이익률 추이

구분	2009년	2010년	2011년	2010년 전년대비	2011년 전년대비
전체	19.6%	16.3%	15.6%	△3.3%p	△0.7%p
게임	34.9%	24.7%	24.5%	△10.2%p	△0.2%p
지식정보	31.8%	26.8%	24.1%	△5.0%p	△2.7%p
출판	8.4%	8.7%	6.7%	0.3%p	△2.0%p
방송	12.7%	14.0%	13.8%	1.3%p	△0.2%p
광고	6.9%	8.5%	5.9%	1.6%p	△2.6%p
영화	15.4%	2.5%	8.1%	△12.9%p	5.6%p
음악	5.7%	5.6%	11.1%	△0.1%p	5.5%p
애니/캐릭터	-0.2%	-6.4%	0.1%	13.6%p	6.5%p

● 콘텐츠산업 관련 상장사 수출액 1조 1,453억원으로 전년대비 48.7% 증가

- <음악(공연포함)>은 874억원으로 전년대비 93.1% 증가, 수출 증가액은 약 421억원이며, <방송(방송영상독립제작사포함)>은 1,477억원으로 전년대비 91.9% 증가하였으며, 수출 증가액은 약 707억원이며, <영화>는 200억원으로 전년대비 72.7% 증가하였으며, 수출 증가액은 약 84억원으로 나타남

- 수출액이 가장 높은 산업은 <게임>(7,980억원 수출액)으로 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 수출액인 1조 1,453억원에 약 69.7%를 차지하는 것으로 분석됨

<표 7> '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동

(단위 : 억원)

구분	2009년 (전년대비)	2010년 (전년대비)	2011년				2011년 (전년대비)	연평균 증감률(%)
			1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)		
게임	5,080.7	5,611.5 (10.4%)	1,654.9 (5.7%)	1,741.8 (5.3%)	1,792.8 (2.9%)	2,790.8 (55.7%)	7,980.3 (42.2%)	25.3%
지식 정보	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	-
출판	35.3	45.4 (28.8%)	7.7 (-51.0%)	15.6 (102.6%)	15.0 (-3.8%)	85.8 (472.0%)	124.1 (173.3%)	87.5%
방송	321.7	769.9 (139.4%)	253.0 (3.3%)	443.8 (75.4%)	439.3 (-1.0%)	341.4 (-22.3%)	1,477.5 (91.9%)	114.3%
광고	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	-
영화	124.6	115.8 (-7.0%)	13.5 (-42.6%)	47.4 (251.1%)	50.7 (7.0%)	88.4 (74.4%)	200.0 (72.7%)	26.7%
음악	244.4	452.7 (85.2%)	60.1 (84.9%)	127.8 (112.6%)	175.5 (37.3%)	510.9 (191.1%)	874.3 (93.1%)	89.1%
애니/ 캐릭터	518.4	707.7 (36.5%)	182.8 (-3.0%)	206.4 (12.9%)	189.8 (-8.0%)	218.2 (15.0%)	797.2 (12.6%)	24.0%
합계	6,325.1	7,703.0 (21.8%)	2,172.0 (4.9%)	2,582.8 (18.9%)	2,663.1 (3.1%)	4,035.5 (51.5%)	11,453.4 (48.7%)	34.6%

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 'CJ 인터넷' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 수출액을 적용. 'NHN'은 실적보고서상 '11년 1분기부터 수출액 대신 해외사업장 매출액을 발표해 분석에서 제외
- 2) 지식정보는 산업의 특성상 내수를 중심으로 영업활동이 이뤄지므로 수출이 발생하지 않아 분석에서 제외
- 3) 출판 중 '대교', '능률교육', '예림당', '이퓨처' 사업보고서에서 수출 발생
- 4) 방송 중 'CJ오쇼핑', 'CJ E&M', 'SBS콘텐츠허브', 'iMBC', '초록뱀', '팬엔터테인먼트', '삼화네트웍스', '나우콤' 사업보고서에서 수출 발생
- 5) 영화 중 '미디어플러스', '키이스트', 'CJ E&M', '제이콘텐츠리'에서 수출 발생
- 6) 음악 중 'CJ E&M', '에스엠', '소리바다', 'JYP엔터테인먼트', 'YG엔터테인먼트'에서 수출 발생
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스튜디오스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외. '바른손'은 '11년 2분기 수출액이 있으나 과거데이터 부재로 분석에서 제외. '오로라월드'는 '11년 4분기는 수출액데이터 부재로 3분기 수출액 비중 적용

- 콘텐츠산업 관련 상장사들의 '11년 매출액 대비 수출액 비중은('09년 5.5%→ '10년 4.8% → '11년 5.9%), 이 중 애니메이션/캐릭터('09년 23.4% → '10년 28.3% → '11년 27.1%), 게임('09년 18.1% → '10년 15.6% → '11년 18.9%) 등의 수출액 비중이 증가하였음

〈표 8〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 상장사 매출액 대비 수출액 비중 추이

구분	2009년	2010년	2011년				
			1분기	2분기	3분기	4분기	전체
게임	18.1%	15.6%	17.2%	16.4%	17.1%	24.5%	18.9%
지식정보	-	-	-	-	-	-	-
출판	0.2%	0.2%	0.1%	0.3%	0.3%	1.6%	0.6%
방송	1.3%	1.9%	2.1%	3.3%	3.4%	2.3%	2.8%
광고	-	-	-	-	-	-	-
영화	2.3%	1.9%	0.8%	2.2%	1.8%	3.4%	2.2%
음악	4.9%	7.5%	4.7%	8.4%	10.2%	18.4%	12.0%
애니/캐릭터	23.4%	28.3%	25.6%	28.6%	27.9%	26.5%	27.1%
합계	5.5%	4.8%	5.1%	5.4%	5.4%	7.5%	5.9%

● 콘텐츠산업 관련 상장사 종사자수 3만 6,691명 전년대비 8.3% 증가

- <영화>는 1,396명으로 전년대비 23.5% 가장 높은 증가율을 보였으며, <음악(공연포함)>은 1,358명으로 전년대비 18.2% 증가, <방송(방송영상독립제작사 포함)>은 6,204명으로 전년대비 13.8% 증가, <애니메이션/캐릭터>는 660명으로 전년대비 10.9% 증가, <광고>는 1,402명으로 전년대비 10.7% 증가, <지식정보>는 7,622명으로 전년대비 7.5% 증가, <게임>은 1만 1,163명으로 전년대비 6.1% 증가, <출판>은 6,886명으로 전년대비 3.1% 증가한 것으로 나타남

- 종사자수가 가장 높은 산업은 <게임>(1만 1,163명 종사자수)으로 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 종사자수인 3만 6,691명에 약 30.4%를 차지하는 것으로 분석됨

※ 영화산업 상장사 중 대형 극장 사업자인 CJ CGV의 종사자수가 큰 폭으로 증가하여 영화산업 상장사 종사자수 변화('10년 841명 → '11년 981명)에 가장 큰 영향을 미침

※ 게임산업 상장사 중 엔씨소프트의 종사자수가 큰 폭으로 증가하여 게임산업 상장사 종사자수 변화('10년 2,402명 → '11년 2,773명)에 가장 큰 영향을 미침

〈표 9〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동

(단위 : 명)

구분	2009년 (전년대비)	2010년 (전년대비)	2011년				전년대비	연평균 증감률
			1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)		
게임	9,802	10,517 (7.3%)	10,654 (1.3%)	10,723 (0.6%)	10,900 (1.7%)	11,163 (2.4%)	6.1%	6.7%
지식정보	5,556	7,092 (27.6%)	7,299 (2.9%)	7,501 (2.8%)	7,564 (0.8%)	7,622 (0.8%)	7.5%	17.1%
출판	6,518	6,679 (2.5%)	7,041 (5.4%)	7,181 (2.0%)	7,156 (-0.3%)	6,886 (-3.8%)	3.1%	2.8%
방송	4,115	5,450 (32.4%)	5,600 (2.8%)	5,884 (5.1%)	5,984 (1.7%)	6,204 (3.7%)	13.8%	22.8%
광고	1,188	1,267 (6.6%)	1,325 (4.6%)	1,397 (5.4%)	1,424 (1.9%)	1,402 (-1.5%)	10.7%	8.6%
영화	1,000	1,130 (13.0%)	1,235 (9.3%)	1,235 (0.0%)	1,368 (10.8%)	1,396 (2.0%)	23.5%	18.2%
음악	895	1,149 (28.4%)	981 (-14.6%)	1,011 (3.1%)	1,141 (12.9%)	1,358 (19.0%)	18.2%	23.2%
애니/캐릭터	533	595 (11.6%)	591 (-0.7%)	569 (-3.7%)	585 (2.8%)	660 (12.8%)	10.9%	11.3%
합계	29,607	33,879 (14.4%)	34,726 (2.5%)	35,501 (2.2%)	36,122 (1.7%)	36,691 (1.6%)	8.3%	11.3%

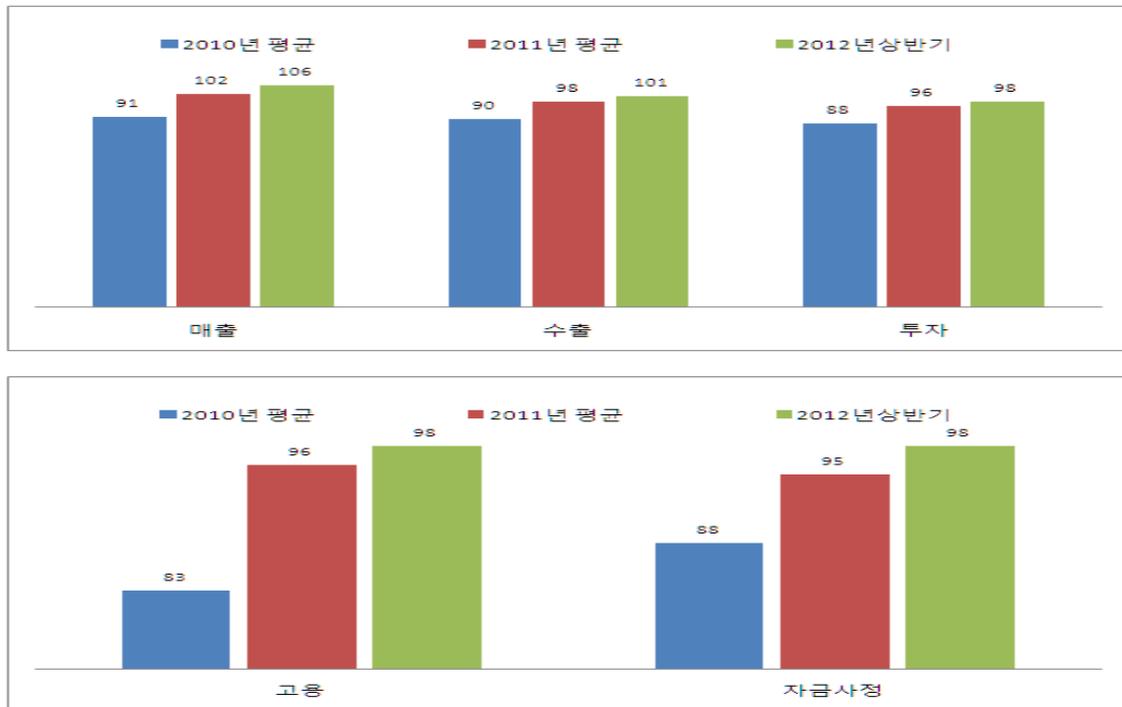
- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 'CJ 인터넷' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 종사자수를 적용
 - 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '크레듀', 'YBM시사닷컴'은 '10년 1분기부터 자료 확보 및 분석 적용. '메가스터디'는 업종의 특성상 출판에서 지식정보로 변경 적용
 - 3) 출판 중 '예림당'은 '10년 2분기부터 자료확보 및 분석 적용. '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용. '메가스터디'는 지식정보로 변경에 따라 분석에서 제외
 - 4) 방송 중 '올리브나인'은 '10년 10월 20일 상장폐지로 분석에서 제외. '에이앤씨바이오희olding', '클루넷', '더체인지'는 업종 변경으로 분석에서 제외. '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '온미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 방송부문 종사자수를 적용. '아이에스플러스'는 제이콘텐트리와 합병으로 분석에서 제외. '큐릭스'는 '티브로드도봉강북방송'과 합병으로 '티브로드도봉강북방송'으로 분석 적용. '케이티스카이라이프', '케이엔엔', '씨씨에스충북방송', '나우콤'은 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용. '현대홈쇼핑'은 '10년 3분기부터 자료확보 및 분석적용. '대구방송'은 '10년 4분기부터 자료확보 및 분석적용. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용
 - 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지 및 '프라임엔터테인먼트', '아인스M&M'은 '12년 3월 30일 현재 실적보고서 부재로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료확보 및 영화부문 종사자수를 적용. '세기상사', '제이콘텐트리'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
 - 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '엠넷미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 종사자수를 적용. '캔들미디어'와 'JYP엔터테인먼트'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용
 - 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터테인먼트'와 '스튜디오스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외
- * 본 자료의 출처인 기업보고서는 누적 분기 단위로 표기되었으나 고용 인원은 flow가 아닌 stock 개념임을 감안하여 보고서의 데이터를 그대로 적용함

2010년 CBI 매출 91, 수출 90, 투자 88, 고용 83, 자금사정 88
 2011년 CBI 매출 102, 수출 98, 투자 96, 고용 96, 자금사정 95
 2012년 상반기 CBI 매출 106, 수출 101, 투자 98, 고용 98, 자금사정 98

※ 콘텐츠기업경영체감도(CBI-Contents Business Index)

- '11년 콘텐츠산업의 CBI는 '10년에 비해 전반적으로 다소 높은 증가를 보였으며, '12년 상반기는 '11년에 비해 매출과 수출을 중심으로 전반적인 상승세가 이어질 것으로 예상됨

〈그림 1〉 '10년~'12년 상반기 콘텐츠산업 부문별 CBI



- '12년 상반기 콘텐츠 산업별 CBI 중 매출은 전 산업이 상승할 것으로 전망됨
 - '11년 대비 개선폭이 높을 것으로 예상되는 산업은 음악(97→103), 게임(113→117), 캐릭터(106→108)

2011년 연간 콘텐츠산업 동향 분석

I. 2011년 연간 콘텐츠산업 추이 분석

II. 2011년 연간 콘텐츠업체 실태조사 분석

III. 2011년 연간 콘텐츠산업 주요 이슈

IV. CBI(Content Business Index)분석

V. 콘텐츠산업 INSIGHT

부록

I. 2011년 연간 콘텐츠산업 추이 분석

1 산업생산 변화 추이

1.1. 콘텐츠산업생산지수 변화 추이⁴⁾

- 2011년 콘텐츠산업 생산은 전년대비 4.3% 증가했으며, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업과 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 전년대비 각각 4.3%, 5.5% 증가
 - 콘텐츠산업의 '09년 생산은 '10년에 이르면서 전년대비 4.1% 증가를 보이면서 '11년에도 이러한 상승세가 지속되고 있음
 - 전체 서비스업 생산은 '11년 전년대비 5.5% 증가
 - ※ '05년 100을 기준으로 '09년, '10년 및 '11년 연간 콘텐츠산업생산지수 120.0, 124.9, 130.3 서비스업생산지수 129.5, 137.2, 144.7 기록. '11년 콘텐츠산업생산지수는 전년대비 4.3% 증가하여 130.3, 전체 서비스업생산지수는 전년대비 5.5% 증가하여 144.7 기록
 - 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업 생산은 '09년에서 '11년까지 전년대비 1.3%, 2.5%, 4.3% 증가
 - 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업 생산은 '09년에서 '11년까지 전년대비 1.2%, 1.8%, 5.5% 증가
 - ※ 서비스업 생산은 '09년에서 '11년까지 전년대비 3.6%, 5.9%, 5.5% 증가

4) <용어설명> 서비스업생산지수

- 서비스업 전체 및 개별 업종의 생산활동을 종합적으로 파악하기 위한 것으로 개별 업종의 상대적 중요도인 부가가치 기준 가중치를 적용하여 지수화
- 기준년도(2005년)를 100.0으로 하여 월별로 산정
- 지수작성을 위한 기초자료는 통계청에서 매월 실시하는 서비스업동향조사 및 외부기관 자료 등을 종합
- 서비스업동향조사는 한국표준산업분류 상의 서비스업과 관련된 13개 대분류 항목을 대상으로 실시되며, 조사항목은 사업체명, 월간 영업일수, 종사자수, 사업의 종류, 매출액으로 구성되어 있음
- 콘텐츠산업생산지수는 서비스업생산지수의 세부항목 중 콘텐츠산업 관련 업종을 재집계

〈표 I -1〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 생산변동

업종별	2009년 (전년대비)	2010년 (전년대비)	2011년				2011 (전년대비)
			1분기 (전분기대비) (전동기대비)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)	3분기 (전분기대비) (전동기대비)	4분기 (전분기대비) (전동기대비)	
콘텐츠산업*	120.0 (3.9%)	124.9 (4.1%)	124.0 (1.2%) (-0.4%)	127.5 (2.8%) (5.3%)	138.4 (8.6%) (5.2%)	131.5 (-5.0%) (7.4%)	130.3 (4.3%)
콘텐츠 제작업	121.9 (5.6%)	127.5 (4.6%)	122.0 (0.2%) (-5.4%)	120.0 (-1.6%) (4.8%)	149.7 (24.7%) (3.7%)	139.1 (-7.1%) (14.2%)	132.7 (4.1%)
콘텐츠 도매업	116.0 (5.8%)	123.8 (6.7%)	127.6 (1.9%) (3.6%)	131.5 (3.0%) (5.3%)	127.3 (-3.2%) (4.2%)	133.7 (5.1%) (6.8%)	130.0 (5.0%)
콘텐츠 소매업	116.7 (3.7%)	121.5 (4.1%)	118.9 (0.6%) (0.2%)	130.7 (9.9%) (4.5%)	126.7 (-3.1%) (2.1%)	120.5 (-4.9%) (1.9%)	124.2 (2.2%)
콘텐츠 임대업	112.7 (1.1%)	116.3 (3.1%)	116.9 (-2.1%) (2.3%)	118.3 (1.2%) (2.8%)	120.2 (1.6%) (3.4%)	123.8 (3.0%) (3.7%)	119.8 (3.0%)
콘텐츠 서비스업	132.7 (3.2%)	135.5 (2.1%)	134.4 (5.2%) (-2.2%)	136.7 (1.8%) (8.7%)	168.2 (23.0%) (11.4%)	140.3 (-16.6%) (9.8%)	144.9 (7.0%)
오프라인 서비스업	117.2 (6.7%)	121.0 (3.3%)	116.1 (8.6%) (-7.3%)	113.1 (-2.6%) (4.5%)	150.5 (33.0%) (4.7%)	123.7 (-17.8%) (15.8%)	125.9 (4.0%)
온라인 서비스업	148.1 (0.6%)	149.9 (1.2%)	152.6 (2.7%) (2.0%)	160.3 (5.0%) (11.9%)	185.8 (15.9%) (17.4%)	156.9 (-15.6%) (5.6%)	163.9 (9.3%)
출판·영상·방송 통신 및 정보서비스업**	117.4 (1.3%)	120.4 (2.5%)	116.8 (-1.1%) (3.9%)	123.0 (5.3%) (3.5%)	125.3 (1.8%) (5.4%)	137.1 (9.5%) (4.4%)	125.5 (4.3%)
예술·스포츠 및 여가관련 서비스업***	116.1 (1.2%)	118.2 (1.8%)	108.3 (-10.3%) (4.5%)	131.2 (21.1%) (5.4%)	131.5 (0.2%) (6.2%)	127.8 (-2.9%) (5.7%)	124.7 (5.5%)
서비스업생산자수	129.5 (3.6%)	137.2 (5.9%)	139.5 (-2.4%) (4.8%)	144.5 (3.6%) (5.6%)	145.2 (0.4%) (6.9%)	149.6 (3.1%) (4.7%)	144.7 (5.5%)

* 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업, 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업, 도·소매업, 부동산·임대업 등에서 콘텐츠산업에 포함되는 업종만 고려

** 통신업, 컴퓨터·시스템통합 및 관리업 포함됨

*** 공연산업 외 스포츠산업 및 기타 문화산업 포함됨

1) 콘텐츠 임대업은 만화 임대업 등을 의미

2) 오프라인 서비스업은 오락장 운영업, 영화 및 비디오물 상영업 등을 의미

□ 가치사슬 단계별 : 전 분야의 콘텐츠산업생산이 '11년 전년대비 증가했고, '10년에 이어 성장세를 보이고 있으며, 성장편차가 분야별로 나타남

● 콘텐츠서비스업은 '11년 전년대비 7.0% 증가해 가장 높은 수준을 보였으며, 콘텐츠도매업은 그 다음으로 5.0% 증가해 '10년의 높은 성장을 이어가고 있는

상황임

- 콘텐츠서비스업에서 온라인서비스업은 '09년 및 '10년의 낮은 성장에서 높은 증가세로 전환되면서 '11년 전년대비 9.3% 증가
- '08년~'09년 미국발 금융위기와 함께 '10년 이후 거시적으로 국내외 경기 불확실성이 저감되지 않았으나 미시적으로 스마트폰, 태블릿PC 등 스마트 기기 보급 확대 등으로 게임 등 온라인 및 모바일과 연계된 콘텐츠 수요가 공급 증대를 견인
 - ※ '08년~'09년 금융위기 이후 '11년까지 경기 상승세가 지속됨과 함께 관련 콘텐츠 수요는 오프라인에서 온라인 분야를 중심으로 임대 및 직접구매 등 다양한 소비패턴이 나타남. 향후 이러한 콘텐츠는 국내외 리스크가 산재하더라도 수요확대가 전망됨
- 콘텐츠도매업은 '09년 전년대비 5.8% 증가 이후 상승세를 유지하고 있으며 '10년 전년대비 6.7%, '11년 전년대비 5.0% 증가
- 콘텐츠제작업은 '09년 전년대비 5.6% 증가 이후 상승기조가 이어지고 있으나 증가폭은 약간 감소를 보임. '11년 전년대비 4.1% 증가
- 콘텐츠소매업은 '09년 전년대비 3.7% 증가 이후 상승세가 지속되고 있으나 '11년에 이르러 증가폭이 약간 하락함. '11년 전년대비 2.2% 증가
- 콘텐츠임대업은 '09년 전년대비 1.1% 증가하다가 '10년 이후부터 상대적으로 높은 성장을 보임. '11년 전년대비 3.0% 증가

□ 2012년 이후 생산변화 전망

- '09년 이후 최근 3년간의 생산은 전반적인 상승세를 보이고 있으나, 다양한 대내외 불안요인에 대한 대비가 필요함. 즉, '11년에 발생한 유럽발 금융위기 등 대외리스크와 함께 이에 따른 국내 물가상승이 지속되는 등 생산의 상승세에 부정적인 요소가 산재 및 완벽한 해소가 이뤄지지 않은 상황. 특히 최근까지는 수출 주도 대기업 등 일부 업종의 실적 호조가 이어져 경기상승을 주도할 것으로 예상되나, 물가상승에 따른 소비 위축, 경기하락 등 내수 위축의 우려가 높아질 것으로 예상됨. 또한, 유럽 금융위기 등 대외 리스크의 불확실

성 역시 확대될 우려가 있음. 하지만 이러한 거시적인 측면을 고려하더라도 '12년 이후는 미시적으로 변화된 산업 패러다임과 연관된 일부 콘텐츠산업 분야의 수요 확대에 따른 생산증가가 전망됨. 따라서 거시 및 미시적 요인에 따른 종합적 측면에서 수요위축이 우려되는 분야에 대한 다양한 방안 검토 필요

- 콘텐츠산업 생산은 '09년 120.0, '10년 124.9, '11년 130.3으로 전년대비 3.9%, 4.1%, 4.3% 증가하는 등 전반적으로 상승세를 보이고 있음

- '09년 미국발 금융위기 이후 경기상승이 이어지면서 이에 따른 전반적인 산업패러다임의 변화는 콘텐츠산업의 질적 양적 성장의 긍정적 영향을 미칠 것으로 예상되나, 유럽발 금융위기 및 국내외 경기하락 우려 등 산적한 대내외 리스크로 업종 및 분야별 불균형적 성장이 발생할 것으로 전망

※ '09년 국내경제성장률은 미국발 금융위기 영향으로 전년대비 0.3% 성장에 그쳤으나 '10년도에 이르러 국내외 경기상승이 이어지면서 전년대비 6.2% 다소 높은 성장을 달성함. '11년에 들어 유럽금융위기 미해소 등 대외 리스크 상승에 따른 국내 경제 악영향으로 전년대비 3.6% 성장을 달성. '12년 이후에도 일정부분의 성장세가 이어질 것으로 예상되나 물가 및 환율 상승으로 소비위축 등 저성장의 우려가 있는 상황

※ 경기선행지수⁵⁾ : 123(2009년) → 132(2010년) → 136(2011년)

※ 경기동행지수⁶⁾ : 122(2009년) → 132(2010년) → 139(2011년)

※ 경기후행지수⁷⁾ : 128(2009년) → 140(2010년) → 152(2011년)

※ 소비자심리지수⁸⁾ : 104(2009년) → 110(2010년) → 102(2011년)

※ 교양·오락·문화비 소비지출전망지수⁹⁾ : 88(2009년) → 96(2010년) → 94(2011년)

5) 2009년 ~ 2011년 각년도 경기선행지수 월별 합산을 통한 산술평균치

6) 2009년 ~ 2011년 각년도 경기동행지수 월별 합산을 통한 산술평균치

7) 2009년 ~ 2011년 각년도 경기후행지수 월별 합산을 통한 산술평균치

8) 2009년 ~ 2011년 각년도 소비자심리지수 월별 합산을 통한 산술평균치

9) 2009년 ~ 2011년 각년도 교양·오락·문화비 소비지출전망지수 월별 합산을 통한 산술평균치

1.2. 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변화 추이¹⁰⁾

□ 2009년 ~ 2011년 매출 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '11년 매출액은 약 19조 3,180억원으로 전년대비 19.5% 성장했으며 최근 3년 연평균 성장률은 29.6% 증가
 - '10년 매출액은 약 16조 1,672억원으로 '09년 전년대비 40.6% 증가했으며 최근 3년 동안 상승세를 보이고 있음
 - ※ '11년 전년대비 매출액 증가율이 상대적으로 높은 분야는 방송(27.9%), 광고(21.8%), 영화(49.0%), 음악(21.0%) 등 4개 분야
 - ※ 게임(17.0%), 지식정보(15.5%), 애니메이션/캐릭터(17.7%) 등은 '11년 전체 성장률과 같은 수준의 성장을 보이고 있으며, 출판(2.5%)은 정체성을 나타냄
 - ※ '11년 비중 측면을 보면 게임(21.8%), 출판(11.6%), 방송(27.5%), 지식정보(17.6%) 등 상위 4개 분야는 전체 매출액 대비 비중이 78.5%(79.7%)¹¹⁾로 '09년 비중 83.1%에 이후 하락 지속
 - ※ 방송, 광고, 영화, 음악 등 4개 분야는 '11년 전년대비 비중이 증대했으나, 게임, 지식정보, 출판, 애니메이션/캐릭터는 비중 감소
 - 콘텐츠산업 상장사 최근 3년의 전체 매출액은 전반적인 성장세를 보이고 있으며 '10년 전체 매출액은 전년대비 40.6%의 높은 증가를 보이고 있는데, 이는 '09년에 촉발된 금융위기의 기초효과에 기인
 - 게임, 지식정보, 방송, 광고, 영화, 음악 부분의 '09년~'11년 3개년 연평균 매출액 성장률은 22.5%, 28.5%, 46.3%, 82.6%, 29.8%, 21.3%로 20% 이상의 높은 증가를 보이고 있음
 - ※ 출판, 애니메이션/캐릭터의 최근 3년 매출액 연평균 성장률은 0.0%, 15.2% 다른 분야에 비해 다소 정체를 나타냄

10) 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 86개 선별(게임(20), 지식정보(7), 출판(9), 방송(22), 광고(4), 영화(8), 음악(11), 애니메이션/캐릭터(5)), 단 게임, 방송, 영화, 음악 등 4개 분야에 CJ E&M 중복적용. 자료의 출처는 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)에 등록된 기업보고서

11) 2010년 비중

〈표 I -2〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

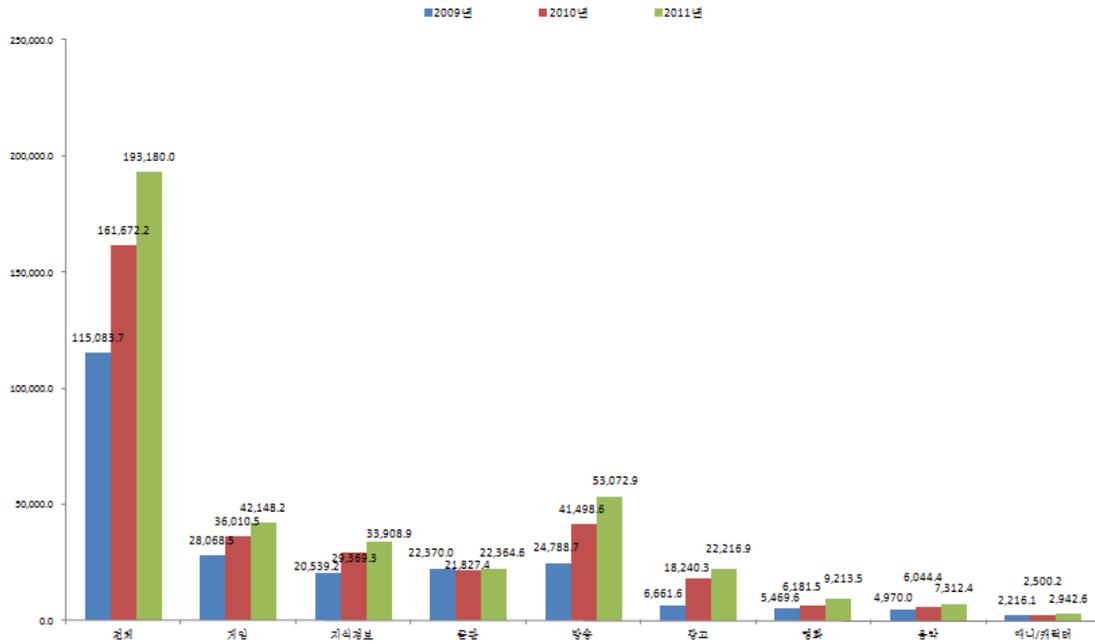
(단위 : 억원)

구분	2009 (전년대비)	2010 (전년대비)	2011				2011년 (전년대비)	연평균 증감률
			1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)		
게임	28,068.5	36,010.5 (28.3%)	9,624.2 (-0.9%)	10,641.3 (10.6%)	10,485.9 (-1.5%)	11,396.8 (8.7%)	42,148.2 (17.0%)	22.5%
지식 정보	20,539.2	29,369.3 (43.0%)	8,004.9 (3.3%)	8,278.0 (3.4%)	8,598.6 (3.9%)	9,027.4 (5.0%)	33,908.9 (15.5%)	28.5%
출판	22,370.0	21,827.4 (-2.4%)	5,837.6 (12.6%)	5,462.5 (-6.4%)	5,857.4 (7.2%)	5,207.1 (-11.1%)	22,364.6 (2.5%)	0.0%
방송	24,788.7	41,498.6 (67.4%)	11,849.8 (0.9%)	13,355.6 (12.7%)	13,025.0 (-2.5%)	14,842.5 (14.0%)	53,072.9 (27.9%)	46.3%
광고	6,661.6	18,240.3 (173.8%)	3,864.7 (-28.6%)	5,437.3 (40.7%)	5,733.0 (5.4%)	7,181.9 (25.3%)	22,216.9 (21.8%)	82.6%
영화	5,469.6	6,181.5 (13.0%)	1,681.8 (29.7%)	2,107.0 (25.3%)	2,786.0 (32.2%)	2,638.7 (-5.3%)	9,213.5 (49.0%)	29.8%
음악	4,970.0	6,044.4 (21.6%)	1,291.6 (-22.4%)	1,527.5 (18.3%)	1,713.3 (12.2%)	2,780.0 (62.3%)	7,312.4 (21.0%)	21.3%
애니/ 캐릭터	2,216.1	2,500.2 (12.8%)	715.1 (-5.9%)	721.7 (0.9%)	681.3 (-5.6%)	824.5 (21.0%)	2,942.6 (17.7%)	15.2%
합계	115,083.7	161,672.2 (40.6%)	42,869.7 (-1.5%)	47,530.9 (10.9%)	48,880.5 (2.8%)	53,898.9 (10.3%)	193,180.0 (19.5%)	29.6%

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 'CJ 인터넷' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 매출액을 적용
- 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '크레듀', 'YBM시사닷컴'은 '10년 1분기부터 자료 확보 및 분석 적용. '메가스터디'는 업종의 특성상 출판에서 지식정보로 변경 적용
- 3) 출판 중 '예림당'은 '10년 2분기부터 자료확보 및 분석 적용. '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용. '메가스터디'는 지식정보로 변경에 따라 분석에서 제외
- 4) 방송 중 '올리브나인'은 '10년 10월 20일 상장폐지로 분석에서 제외. '에이앤씨바이오홀딩스', '클루넷', '더체인지'는 업종변경으로 분석에서 제외. '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '온미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 방송부문 매출액을 적용. '아이에스플러스'는 제이콘텐츠리와 합병으로 분석에서 제외. '큐릭스'는 '티브로드도봉강북방송'과 합병으로 '티브로드도봉강북방송'으로 분석 적용. '케이티스카이라이프', '케이엔엔', '씨씨에스충북방송', '현대홈쇼핑', '대구방송', '케이엠에이치', '나우콤'은 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지 및 '프라임엔터테인먼트', '아인스M&M'은 '12년 3월 30일 현재 실적보고서 부재로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료확보 및 영화부문 매출액을 적용. '세기상사', '제이콘텐츠리'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '엠넷미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 매출액을 적용. '캔들미디어'와 'JYP엔터테인먼트'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스팀싸이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

〈그림 I -1〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

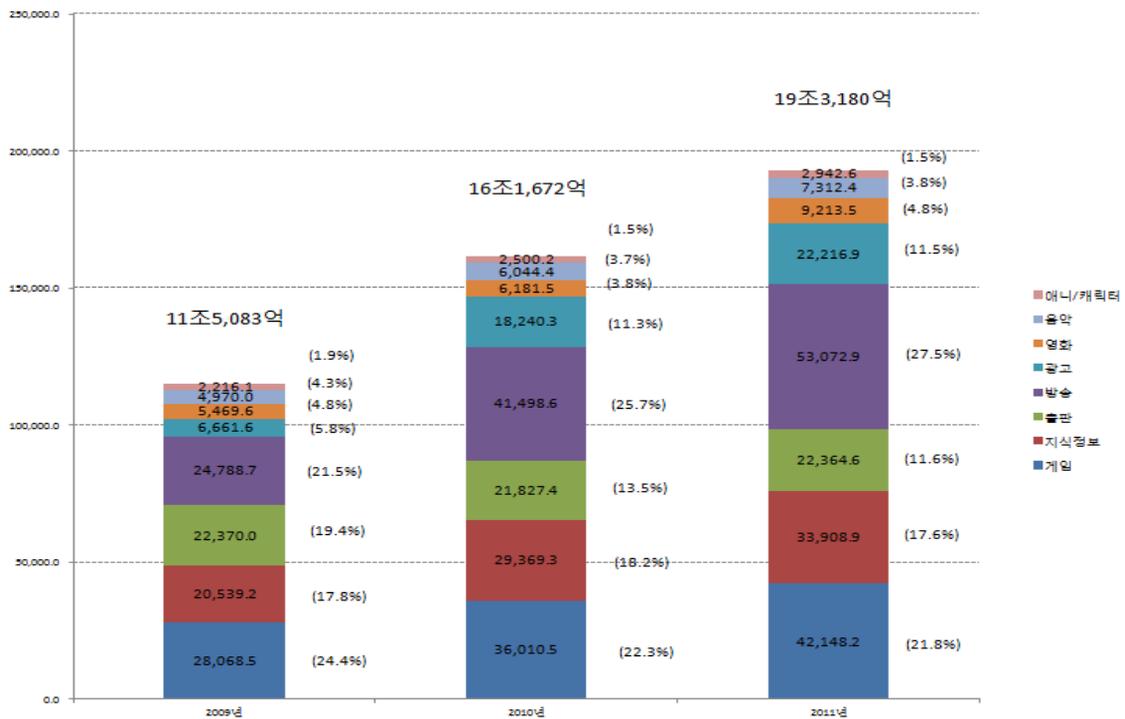
(단위 : 억원)



* NHN은 게임 및 지식정보에 중복 편입

〈그림 I -2〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

(단위 : 억원)



* NHN은 게임 및 지식정보에 중복 편입

- 게임 '11년 매출액은 약 4조 2,148억원으로 전년대비 17.0%의 성장률을 기록했으며 '09년~'11년 3개년 매출액 연평균 성장률은 22.5% 증가
 - 전반적으로 꾸준한 성장세를 이어가고 있는 가운데, '10년 매출액은 전년대비 28.3% 성장한 약 3조 6,010억원 규모
 - ※ '09년 미국발 금융위기 이후 '10년부터 경기상승세가 이어져 매출액 증가에 긍정적 영향을 미치고 있음. 다만, 거시적인 측면에서 대외적으로 유럽금융위기 미해소, 대내적으로 유가 상승, 불안정한 물가 등은 향후 매출액 상승의 리스크 요인으로 작용할 것으로 예상됨. 이러한 거시적인 불확실성이 확대됨에도 불구하고 1) 국내게임의 중국 등 해외수출 등의 호조여부 2) 스마트게임 선전여부 등이 매출액 증가에 긍정적 영향이 예상됨
 - ※ 온라인게임은 여가 수단으로서 1) 투입되는 비용이 상대적으로 저렴하고 2) 연령층을 불문하고 다양한 소비층이 형성되어 있는 등 대중성을 보유하고 있어, 급격한 경기변동에 대한 영향이 상대적으로 낮음. 최근 들어 스마트기기의 보급확대 등 산업 패러다임의 변화로 이전 게임시장에서의 상비수기의 개념이 없어져 향후 시장 확대 잠재력이 향상될 것으로 전망
 - 대형업체¹²⁾들은 '11년 1분기 일부업체간의 매출실적 등락이 있으나, 전반적으로 매출증가세를 주도하고 있는 상황. 네오위즈게임즈는 '09년 이후 중국 등 아시아권에서 퍼블리싱한 FPS 게임 등의 선전이 지속되고 있을 뿐 아니라 이를 발판으로 유럽 등 해외수출지역 다변화 확대 등 해외수출이 매출증가세를 견인, '11년 매출액은 전년대비 55.1% 증가. NHN은 '11년 매출액의 경우 전년대비 19.9% 성장을 보였으나 '10년 전년대비 44.7% 증가에 비해 성장세가 다소 낮게 나타남. 위메이드엔터테인먼트는 '10년 이후 견실한 성장세를 이어가고 있으며 '11년 매출액은 전년대비 6.4% 증가
 - ※ 네오위즈게임즈는 매출 성장세가 '10년과 함께 '11년에도 이어지고 있는데, 이는 해외수출액 비중 확대 및 증가가 직접적 요인이며, '11년 수출액은 전년대비 79.0% 증가한 약 2,876억원 수준. 특히 중국에서 서비스 되고 있는 '크로스파이어'가 2011년에 최고 동시접속자 300만명을 기록하는 등 중국 시장에서의 안정적 성장과 함께 신규론칭 FPS 게임인 A.V.A의 중국뿐 아니라 유럽 등 다양화된 해외시장에서의 선전이 매출확대를 주도
 - 엔씨소프트는 '10년도의 성장이 '11년도에 이르러 약간 하락한 추세를 보이고 있으며, 매출액은 '10년의 경우 전년대비 13.7% 증가 및 '11년은 전년대

12) 대형업체 : 매출액 200억원 이상으로 정의하고 총 6개 업체(NHN, 엔씨소프트, 네오위즈게임즈, 액토즈소프트, 위메이드엔터테인먼트, CJ E&M)임

비 2.8% 감소. 액토즈소프트는 '10년에 이어 '11년에도 매출액 감소세를 보이고 있으나, 감소폭은 다소 줄어드는 양상을 보임. '11년도 매출액 성장률은 전년대비 4.0% 감소

※ 엔씨소프트의 주력 온라인게임 중의 하나인 아이온은 '11년 4분기 말 현재 점유율이 13.95%로 '10년 4분기 16.61%에 비해 약간 하락. MMORPG 게임인 리니지, 리니지2, 아이온의 점유율을 합산할 경우 19.16%로 '10년 4분기 23.18%에 비해 약간 하락. 전반적으로 점유율 하락이 '10년 이후 지속되는 양상을 보임. '12년 1분기 이후 예정된 '블레이드앤 소울' 등 신작게임 론칭이 본격화될 경우 점유율 상승확대 예상

- 중소 게임업체들은 스마트게임 및 대형개발사에 피인수된 업체들의 매출액 성장이 두드러지는 가운데 업체별 편차가 '10년도에 이어 '11년도에도 유사한 양상을 나타냄. 향후 국내외 리스크가 완전히 제거되지 않은 상황에서 국내외 경기가 호전되지 않을 경우 내수시장위주의 중소기업체들에게는 매출증가에 긍정적으로 작용할 가능성이 낮음

※ 게임하이(14.6%), 웹젠(48.7%), 이스트소프트(24.0%), 컴투스(17.1%), 드래곤플레이(2.4%), 제이씨엔터테인먼트(55.0%), 소프트맥스(33.8%), 게임빌(39.6%) 등 8개 업체는 '11년 전년대비 매출액 성장

● 지식정보 '11년 매출액은 약 3조 3,908억원으로 전년대비 15.5% 성장했으며 '09년~'11년 3개년 매출액 연평균 성장률은 28.5%

- 지식정보 매출액은 '10년도에 전년대비 43.0%의 높은 성장을 보이다가 '11년에 성장이 이어지고 있으나 증가폭은 다소 낮게 나타남
- 지식정보에서 전체 매출액 중 가장 높은 비중을 갖고 있는 NHN은 '11년 전년대비 19.9% 성장했으며 '10년 전년대비 44.7% 성장에 비해 낮은 수준을 보임
- 다음커뮤니케이션 및 SK커뮤니케이션즈 매출액은 '11년 전년대비 20.2%, 8.0% 증가했으며, '10년의 성장세와 유사한 수준을 보임. KTH 매출액은 '11년 전년대비 12.9% 감소했으며 '10년은 성장세가 '11년에 들어 매출액 감소세로 전환

※ 다음커뮤니케이션은 '11년 매출액의 경우 검색광고 46.0%(51.0%)¹³⁾, 디스플레이광고 49.0%(43.0%), 거래형서비스 4.0%(5.0%)로 구성돼 있는데, 전 세계적으로 스마트폰 등 스마트기기 보급증대

로 유무선인터넷 분야의 통합형 커뮤니티, 이메일, 뉴스 등 차별화된 서비스 요구 확대가 예상됨. 향후 경기하락세가 멈추는 등 대내외적 시장여건 호전이 가시화될 경우, 검색광고 등을 중심으로 매출액 증대가 예상됨

※ SK컴즈는 SNS확산에 따라 커뮤니티 서비스인 싸이월드의 경우 '11년 말 누적가입자수 2천 598만명 및 순이용자수 1천 819만명으로 시장의 주도권을 유지하고 있음. 네이트온은 로그인 순이용자가 1천 263만명으로 72.1% 국내 메신저서비스 1위를 차지. 11년 전체 매출액은 디스플레이광고 44.2%(39.4%)¹⁴⁾, 검색광고 20.7%(15.7%), 콘텐츠 외 기타 35.1%(44.9%) 등으로 구성. SNS 등 모바일 서비스 등 수요확대가 예상되면서 싸이월드 등 기존 성공모델의 활성화 및 스마트기기에 특화된 다양한 수익모델 창출 및 선점효과 극대화 모색

※ KTH는 아임N 등 모바일인터넷 서비스 및 N-Screen인 Playy 등 유무선 컨버전스 서비스안착 등 스마트기기에 적합한 콘텐츠 서비스 제공과 함께 B2B, B2C 등 영역확대 등 사업분야의 다각화를 모색 중이나 NHN, 다음 등 상위업체들과의 서비스 경쟁이 치열할 것으로 전망됨

- 크레듀, 메가스터디, YBM시사닷컴 '11년 매출액은 전년대비 각각 18.0%, 7.4% 증가, 1.4% 감소. 메가스터디는 '10년에 이어 비교적 높은 매출액 성장세를 이어가고 있음

※ 메가스터디는 온라인 교육서비스가 주요 수익모델이며 국내 교육시장의 특성을 고려할 때 경기변화의 큰 영향을 받지 않음. 이를 통해 기존 중고교생을 대상으로 한 온라인 강의, 온라인 도서 등 자체 보유 강점 및 오프라인 학원 등 보유 네트워크 등을 통해 시너지 극대화를 이루고 있으며 향후 초등 및 전문대 등 온라인교육시장 대상 확대, 참고서 출판시장, 베트남을 포함한 해외시장 등 사업분야 다각화 추진. '11년 전체 매출구조 중 온라인강의가 56.4%이고 이 중 고등부문이 29%를 차지함

● 출판 '11년 매출액은 2조 2,364억원으로 전년대비 2.5% 성장했으며 '09년~'11년 3개년 매출액 연평균 성장률은 0.0%로 정체성을 보임

- '10년에는 전년대비 2.4% 감소세에서 '11년에 이르러 성장세로 전환되었으나 전반적인 매출액 정체를 나타냄

- 학습지 및 교육서비스 출판 업체 중 대교의 경우 '11년 매출액은 전년대비 3.3% 정체적 성장. 웅진씽크빅은 '11년 전년대비 2.1% 감소했으며 '10년에 비해 감소폭이 줄어들었으나, 성장감소세가 지속되는 양상

※ 대교는 '11년 전체 매출에서 국내교육서비스 및 출판사업의 비중이 92.6%이며, 국내매출 비

13) 괄호는 2010년 매출액 비중

14) 괄호는 2010년 매출액 비중

중이 약 98.7%에 이르고 있음. 향후 스마트기기 보급 확대에 따른 '스마트러닝' 활성화에 대비한 사업모델 구축과 함께 온라인 서적, 미디어사업, 교육컨설팅 등 사업다각화 추진예정

- 삼성출판사는 출판물 제작업체로서 '11년 전년대비 매출액이 3.5% 감소했으나 '10년에 비해 감소폭이 줄어들었으며, 유통업체인 예스24는 전년대비 6.3% 성장했으나 성장폭이 다소 둔화됨

※ 삼성출판사는 11년 전체 매출액에서 유아용 도서 및 교재 출판비중이 약 56.6%이며 온라인 교육 비중은 약 25.3%. 매출구조를 보면 서점, 할인점, 홈쇼핑, 인터넷서점, 학원, 유치원, 자사쇼핑몰 등 기존보유 유통채널을 통한 유아동시장, 여성취미실용시장 등의 시장확대를 모색하고 있으나 교육도서출판 시장침체로 매출증대에 직접적 효과를 획득하지 못함. 향후 태블릿 PC 등 스마트기기 보급확대로 e-book 등 디지털콘텐츠 시장 확대 여부가 매출 성장 지속의 관건으로 작용할 것으로 예상

※ 예스24의 '11년 전체 매출 구조는 상품매출 96.7%(97.3%)¹⁵⁾, 수수료매출 0.8%(0.8%), 광고매출 1.9%(1.5%), 기타매출 0.6%(0.4%)이며 시장점유율 40%에 이르는 시장주도력을 바탕으로 도서 유통분야와 함께 신규사업으로 스마트폰 보급확대에 따른 e-book, e-learning 등 디지털콘텐츠 개발·판매 및 티켓에매 등으로 투자확대

- '11년 대교(3.3%), 인터파크(9.8%), 비상교육(15.2%), 예스24(6.3%), 능률교육(4.9%) 등은 전년대비 매출액 증가. 웅진씽크빅(-2.1%), 삼성출판사(-3.5%), 예림당(-0.8%) 등은 전년대비 매출 감소

※ 능률교육은 초중고 및 성인용 영어학습교재전문 출판사로서 '11년 매출 전체에서 전년대비 제품매출 0.3% 증가, 상품매출 및 저작권매출 13.7%, 46.4% 감소했으며 인터넷매출 및 기타매출은 각각 13.3%, 46.3% 증가

- 방송 '11년 매출액은 약 5조 3,072억원으로 전년대비 27.9% 성장했으며 '09년~'11년 3개년 매출액 연평균 성장률은 46.3%

- SBS는 민영지상파 방송사로서 '11년 매출액의 경우 전년대비 5.6% 증가했으나 '10년의 성장에 비해 증가세가 다소 둔화됨. 종합유선방송사업자인 티브로드한빛방송의 '11년 매출액은 전년대비 1.4% 증가했으나 '10년도에 높은 성장세에 비해 다소 정체

※ SBS콘텐츠허브는 SBS 계열사로서 '11년 매출액의 경우 전년대비 29.3% 증가했으며 '10년의 폭발적 성장세에 다소 미치지 못하나 높은 증가를 보임

15) 괄호는 2010년 매출액 비중

※ SBS 등 민영지상파 방송사는 계절적 요인 및 경기 변화에 민감한 기업광고가 주요 수입원임. '10년 초부터 시작된 경기상승이 '11년에도 지속되고 있으나 대내외적 리스크 우려가 높아지고 있어 상대적으로 낮은 기업수요로 매출액 증가가 다소 주춤. 종합유선방송사업은 광고수익 외 월정액 시청료 등 비교적 안정된 고정 수입으로 경기변동에 상대적으로 덜 민감하나, '11년 말 종편 개국 등 시장참여자 증가에 따른 기존 및 신규 업체 간 경쟁이 확대될 것으로 예상

- 방송영상물독립제작사 중 초록뱀의 '11년 매출액은 전년대비 44.4% 증가했으며 '10년 이후 높은 성장을 보임. 팬엔터테인먼트는 '11년 전년대비 75.8% 증가했으며 '10년의 13.5%에 비해 높은 성장을 나타냄. 삼화네트웍스는 '11년 전년대비 8.6% 감소했으며, '10년의 전년대비 57.8% 폭발적 성장에서 매출액 감소로 전환됨

※ 독립제작사 초록뱀은 '11년의 경우 KBS '오작교 형제들', MBC '하이킥! 짧은 다리의 역습', SBS 'K-POP 스타', MBN '전국 퀴즈 선수권대회' 등 드라마 및 교양물 등 다양한 장르의 콘텐츠를 제작 및 공급. 향후 종편채널 개국 등 다매체, 다채널에 따른 방송콘텐츠 공급증가 요인이 확대되고 완성도 높은 방송콘텐츠의 해외수요 확대로 매출액 증대 예상

- 방송채널사용사업자 중 CJ 오쇼핑은 '11년 매출액은 전년대비 25.8% 성장했으며 '10년 이후 견실한 성장을 이어가고 있음. GS 홈쇼핑은 '11년 전년대비 매출액이 14.4% 성장과 함께 '10년 이후 안정적 성장을 보임

※ '09년 1분기에서 '11년 4분기의 시계열을 보면 2분기 및 4분기가 전분기대비 상승하는 추세를 보이는 등 성비수기가 나타나고 있으나 전반적으로 연간매출액은 견실한 성장을 보이고 있음

● 광고 '11년 매출액은 2조 2,216억원으로 전년대비 21.8% 성장했으며 '09년~'11년 3개년 매출액 연평균 성장률은 82.6%

- 광고산업은 방송 매출액과의 연관도가 높으면서 탄력적인 가운데 '11년 상반기부터 유럽금융위기 등 대외적인 불안요소에도 불구하고 수출호조를 보이는 대기업들의 실적상승이 경기상승에 반영돼('09년 전년대비 GDP 성장률 0.6%, '10년 6.3%, '11년 3.6%) '11년에도 매출 성장세가 이어짐

- 제일기획은 '11년 전년대비 매출액이 21.3%. G2R은 전년대비 매출액이 30.7% 성장. 오리콤은 전년대비 매출액이 14.2%로 견실한 성장을 보였으나, 휘닉

스킴은 전년대비 14.4% 감소했음

※ 제일기획은 '11년 전체 매출액에서 본사 및 연결대상 종속회사 비중이 41.0%(매체 11.4%, 광고물제작 29.6%) 및 59.0%로 해외 비중이 상대적으로 높으며 이는 글로벌 및 국내 경기 회복에 기인. 향후 대외리스크의 향방 및 이에 따른 국내 대기업들의 매출증가 등이 실적호조 여부를 결정할 것으로 전망

- '10년에 이어 '11년에도 경기상승세가(GDP 성장률 전기대비 '11년 1분기 1.3%, 2분기 0.9%, 3분기 0.7%, 4분기 0.8%) 일정부분 이어지는 가운데 해외수출 상승세가 급격한 감소없이 지속되고 있어 대기업 등을 중심으로 광고수요 증가에 따른 실적호조가 나타남

※ 광고시장의 경우 국내외 경기상황과 함께 기업 마케팅비용 지출 및 계절 등에 따라 전통적 비·성수기를 구분 가능하며, 특히 여름상품출시 및 연말시즌 신상품 출시 및 판매가 집중되는 2분기와 4분기가 성수기로 볼 수 있음

● 영화 '11년 매출액은 약 9,213억원으로 전년대비 49.0% 증가했으며 '09년~'11년 3개년 매출액 연평균 성장률은 29.8%

- CJ CGV 매출액은 '11년의 경우 물가상승 등 소비부진 우려에도 불구하고 국내 흥행작 증가로 전년대비 9.6% 증가했으나 '10년의 성장에 비해 다소 하락

※ CJ CGV는 멀티플렉스 시장점유율이 '11년 42.5%로 '09년 이후 시장지배력 확대('09년 점유율 37.7%). '11년 전체 매출액 중 티켓매출 비중이 65.5%로 '10년 비중 67.8%에 비해 약간 하락

※ CJ E&M 영화사업부문은 '11년 총 44편을 배급해 36.4%로 업계 선두를 유지하고 있으며 2위와는 약 14.0%p 높은 수준이고 전분기대비 점유율이 약간 상승

- 키이스트 '11년 매출액은 전년대비 2.2% 증가했으며, '10년 전년대비 74.6%의 성장률에 비해 감소가 다소 높게 나타남

※ 키이스트의 '11년 전체 매출액 중 내수와 수출 비중은 각각 약 64%, 36%

● 음악 '11년 매출액은 약 7,312억원으로 전년대비 21.0% 증가했으며 '09년~'11년 3개년 매출액 연평균 성장률은 21.3%

- '09년 이후 큰 폭의 매출액 성장을 보이고 있으며 이 중 '10년 전년대비 매출액이 21.6% 성장. 이는 2000년대 후반부터 일본 등 아시아권을 중심으로

붐을 나타내고 있는 K-POP에 기인

- 에스엠의 '11년 매출액은 전년대비 27.2% 증가하는 등 '09년 이후 견실한 성장을 보임. 네오위즈인터넷은 전년대비 7.0% 증가했으나 '10년의 높은 증가율에 비해 다소 주춤

※ 에스엠의 '11년 전체 매출구조는 음반사업 34.67%(음반/음원 25.33%, 로열티매출 9.33%)와 매니지먼트사업 65.33%, 소녀시대, 샤이니, f(x) 등 소속가수들의 국내 청소년층 등 높은 인지도 및 경쟁력 확보를 통해 일본, 대만 등 아시아권의 기존 한류시장에 대한 적절한 공략과 함께 '11년에는 프랑스 등 유럽지역으로 시장을 확대하는 등 신한류 창조에 주도적 추진

※ 네오위즈인터넷은 1) 디지털음원 B2C, 2) 디지털음원유통 B2B, 3) 소셜네트워크 등 사업으로 구성되어 있으며 '11년 하반기 이후 음원유통 시장점유율의 경우 일부 등락이 있으나 전반적으로 하락세를 나타냄

- 로엔의 '11년 매출액은 전년대비 20.3% 성장했으며 '10년 전년대비 성장이 다소 하락했지만 안정적 성장을 나타냄

※ 로엔의 '11년 매출비중은 음원제공 및 온라인음원서비스인 콘텐츠 매출이 87.8%(93.1%)¹⁶⁾이고 제품매출 7.0%(4.9%), 상품매출 1.0%(0.4%), 기타매출 4.2%(1.6%). '11년 들어 음원매출 비중 하락세를 보임. 로엔은 멜론서비스 등 음원유통을 기반으로 스마트폰 보급 증가 및 모바일 환경으로의 변화 등 다양화된 음원수요자들에게 부응하는 서비스 시스템 구축, '11년 현재 브랜드인지도 및 시장점유율 1위로 업계를 선도

※ 예당은 '11년 매출액은 전년대비 24.8% 증가했으며 '10년도 매출액 감소에서 증가세로 전환됨

- 애니메이션 및 캐릭터 '11년 4분기 매출액은 약 2,942억원으로 전년대비 17.7% 성장했으며 '09년~'11년 매출액 연평균증가율은 15.2%

- '09년 이후 전반적으로 매출액 상승세를 유지하는 양상이며 '11년 들어 해외 캐릭터에 비해 경쟁력을 보유한 국산 캐릭터의 선전이 나타남

- 손오공은 매출액 100억이 넘는 대형 캐릭터업체로서 '11년 전년대비 1.3% 감소했으며 '10년 전년대비 22.0% 성장에서 감소로 전환. 오로라월드는 '11년 전년대비 2.6% 증가했으며 '10년의 높은 성장에 비해 주춤

※ 손오공의 '11년 전체 매출구조는 캐릭터부문에서는 1) 캐릭터 제작업 50.6% 2) 캐릭터상품유통업 49.4%로 구성되어 있음. 매출의 약 98% 이상이 국내에서 발생하는 내수업체로서 캐릭터 등 일부 해외수출이 발생하고 있으나 비중은 2% 미만으로 낮은 수준

16) 괄호는 2010년 매출액 비중

- ※ 오로라월드의 '11년 전체 매출구조는 제품 등 상품매출 96.3%(98.5%)¹⁷⁾, 라이선스 수수료 0.8%(0.4%) 등으로 구성되어 있으며 수출이 매출의 90% 이상임. 오로라월드는 국내 내수시장 1위 업체로서 자체디자인연구소 구축 및 글로벌 네트워크를 활용해 국내외 시장개척 및 확대를 모색
- 대원미디어는 애니메이션 업체로서 '11년 매출액은 전년대비 19.9% 감소했으며 '10년에 이어 매출액 감소가 이어지고 있음
 - ※ 대원미디어의 '11년 전체 매출비율은 제품매출 및 상품매출 비율이 약 68:32(45:55)¹⁸⁾ 수준으로 제품매출 비중 확대 추세를 보임. 국내 애니메이션 및 캐릭터산업의 선두기업인 대원미디어는 자체 보유 및 수입 캐릭터로 국내외 라이선싱과 머천다이즈 사업 위주로 영위하고 있으며, 수출비중이 2%대로 낮은 수준

1.3. 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '11년 영업이익은 약 3조 171억원으로 전년대비 14.4% 증가했으며 '09년~'11년 3개년 연평균증가율은 14.8%
 - '11년은 출판, 광고를 제외한 전 업종이 전년대비 영업이익 증가. 특히 방송, 영화, 음악, 애니메이션/캐릭터는 전년대비 25.8%, 384.2%, 140.5%, 102.0% 증가
 - ※ 출판, 광고의 영업이익은 '11년 전년대비 21.4%, 15.9% 감소했으며, '09년 ~'11년 연평균증가율은 -10.9%, 68.6% 수준
 - 게임 '11년 영업이익은 전년대비 16.2% 증가했으며 최근 3년 연평균 증가율은 2.6%. '10년 전년대비 영업이익이 감소하다가 '11년 들어 증가세로 반전됨. 지식정보의 '11년 전년대비 영업이익은 3.7% 증가했으며 최근 3년 연평균성장률은 11.7%
 - ※ 게임과 지식정보의 '11년 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익 대비 비중은 61.2%(63.5%)¹⁹⁾로 '09년(71.5%)이후 비중 하락이 지속되고 있음. 게임의 '11년 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 대비 영업이익 비중은 34.2%(33.7%)²⁰⁾이며 '09년 이후 비중이 약간 하락하다가 '11년에 이르러 비중 상승
 - 애니메이션/캐릭터 영업이익은 '09년부터 적자를 보이면서 '10년에 최고수준을 나타내다가 '11년에 이르러 흑자로 전환됨

17) 괄호는 2010년 매출액 비중

18) 괄호는 2010년 매출액 비중

19) 괄호는 2010년 영업이익 비중

20) 괄호는 2010년 영업이익 비중

- '09년~'11년 최근 3개년 영업이익의 전년대비 증가율을 보면 '10년의 경우 16.7%에서 '11년에 이르러 약간 하락한 14.4%를 기록

〈표 I -3〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동

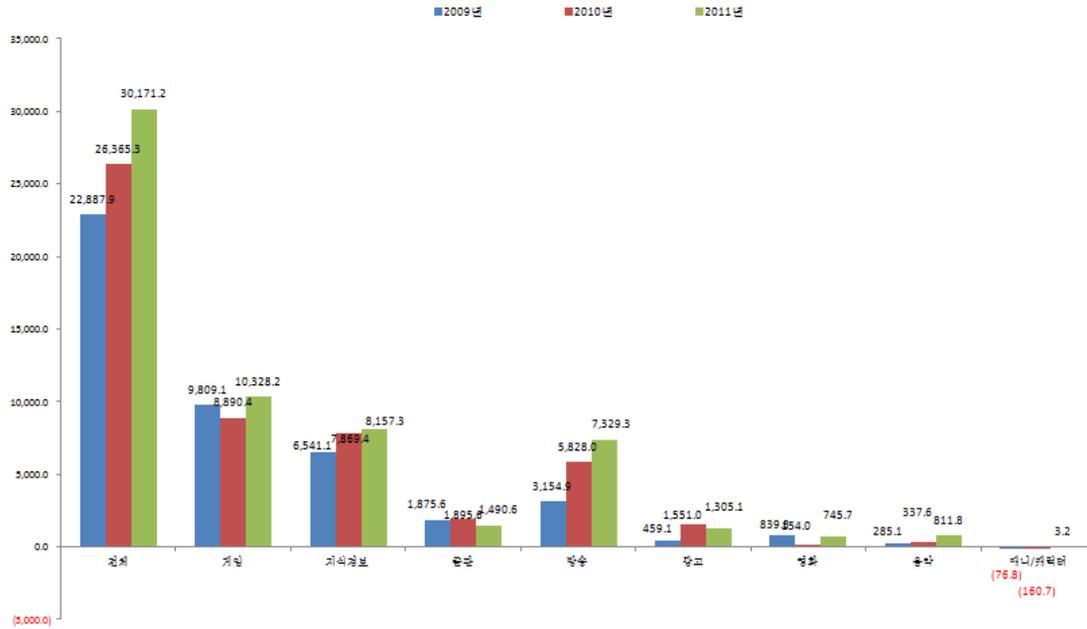
(단위 : 억원)

구분	2009 (전년대비)	2010 (전년대비)	2011				2011년 (전년대비)	연평균 증감률(%)
			1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)		
게임	9,809.1	8,890.4 (-9.4%)	2,694.9 (113.7%)	2,781.9 (3.2%)	2,658.7 (-4.4%)	2,192.7 (-17.5%)	10,328.2 (16.2%)	2.6%
지식 정보	6,541.1	7,869.4 (20.3%)	2,060.6 (23.5%)	2,220.6 (7.8%)	2,116.0 (-4.7%)	1,760.1 (-16.8%)	8,157.3 (3.7%)	11.7%
출판	1,875.6	1,895.6 (1.1%)	364.5 (-9.8%)	413.3 (13.4%)	435.2 (5.3%)	277.6 (-36.2%)	1,490.6 (-21.4%)	-10.9%
방송	3,154.9	5,828.0 (84.7%)	1,901.8 (17.5%)	2,217.4 (16.6%)	1,740.3 (-21.5%)	1,469.8 (-15.5%)	7,329.3 (25.8%)	52.4%
광고	459.1	1,551.0 (237.8%)	107.5 (-86.0%)	401.5 (273.5%)	252.7 (-37.1%)	543.4 (115.0%)	1,305.1 (-15.9%)	68.6%
영화	839.8	154.0 (-81.7%)	164.4 (152.1%)	199.5 (21.4%)	361.3 (81.1%)	20.5 (-94.3%)	745.7 (384.2%)	-5.8%
음악	285.1	337.6 (18.4%)	139.8 (187.0%)	250.7 (79.3%)	172.5 (-31.2%)	248.8 (44.2%)	811.8 (140.5%)	68.7%
애니/ 캐릭터	-76.8	-160.7 (109.2%)	28.5 (119.2%)	-8.5 (-129.8%)	-6.0 (29.4%)	-10.8 (-80.0%)	3.2 (102.0%)	-
합계	22,887.9	26,365.3 (16.7%)	7,462.0 (46.4%)	8,476.4 (13.6%)	7,730.7 (-8.8%)	6,502.1 (-15.9%)	30,171.2 (14.4%)	14.8%

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 'CJ 인터넷' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 영업이익을 적용
- 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '크레듀', 'YBM시사닷컴'은 '10년 1분기부터 자료 확보 및 분석 적용. '메가스터디'는 업종의 특성상 출판에서 지식정보로 변경 적용
- 3) 출판 중 '예림당'은 '10년 2분기부터 자료확보 및 분석 적용. '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용. '메가스터디'는 지식정보로 변경에 따라 분석에서 제외
- 4) 방송 중 '올리브나인'은 '10년 10월 20일 상장폐지로 분석에서 제외. '에이앤씨바이오홀딩스', '클루넷', '더체인지'는 업종변경으로 분석에서 제외. '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '온미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 방송부문 영업이익을 적용. '아이에스플러스'는 제이콘텐트리와 합병으로 분석에서 제외. '큐릭스'는 '티브로드도봉강북방송'과 합병으로 '티브로드도봉강북방송'으로 분석 적용. '케이티스카이라이프', '케이엔엔', '씨씨에스충북방송', '현대홈쇼핑', '대구방송', '케이엠에이치', '나우콤'은 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지 및 '프라임엔터테인먼트', '아인스M&M'은 '12년 3월 30일 현재 실적보고서 부재로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료확보 및 영화부문 영업이익을 적용. '세기상사', '제이콘텐트리'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '엠넷미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 영업이익을 적용. '캔들미디어'와 'JYP엔터테인먼트'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '시스템사이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외
- 8) 영업이익의 분기별 증감률은 전기의 영업이익이 음수일 경우 실제로는 흑자 전환되었더라도 음의 증감률을 보일 수 있음. 본 자료에서는 분석의 편의를 돕기 위해 실제 영업 이익이 호전된 경우는 양의 증감률, 악화된 경우는 음의 증감률로 표기

〈그림 I -3〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동

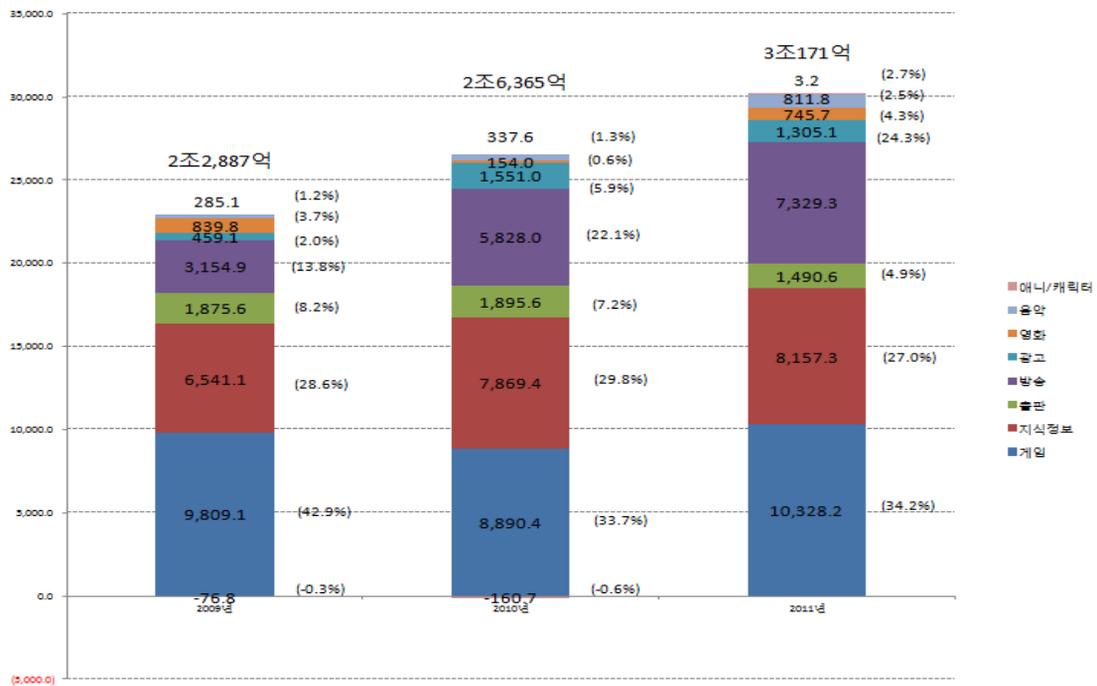
(단위 : 억원)



* NHN은 게임 및 지식정보에 중복 편입

〈그림 I -4〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적

(단위 : 억원)



2 투자변화 추이

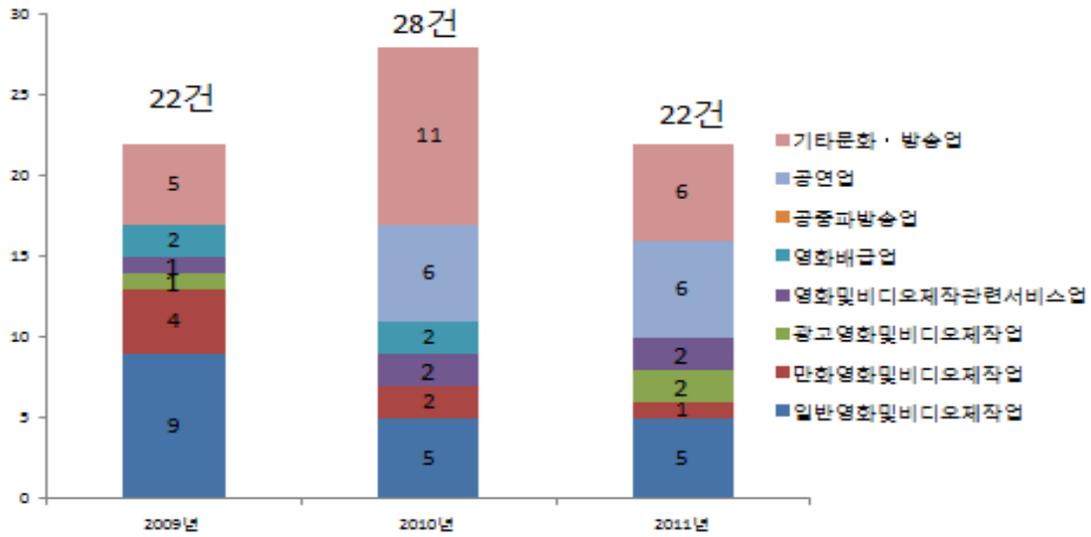
2.1. 콘텐츠산업 외국인직접투자(FDI) 동향

□ 2011년 콘텐츠산업 외국인직접투자 동향

- '11년 문화오락 외국인직접투자는 469,315천 달러로 전년대비 326.2% 증가했으며, 레포트를 제외한 문화방송업은 157,317천 달러로 전년대비 454.7% 증가
 - 문화·오락·외국인직접투자 건수를 기준으로 '11년은 44건으로 전년대비 동일한 투자건수임
 - '11년 문화·방송업 투자 건수는 22건으로 전년대비 6건 감소
- '11년 레포트를 제외한 문화방송업의 세부 투자업종을 보면 전년대비 투자건수는 동일했음에도 투자액은 326.2% 증가. 이는 대외적으로 불확실성과 투자위험이 상존함에도 국내외 콘텐츠산업규모가 증대되면서 '11년부터 경쟁력을 확보한 영화, 공연 등 콘텐츠 분야에 지속적인 집중투자가 이루어짐
 - '10년 외국인직접투자 총 28건은 일반영화 및 비디오 제작업으로 5건(525천 달러), 만화영화 및 비디오제작업 2건(91천 달러), 영화 및 비디오제작 관련서비스업 2건(169천 달러), 영화배급업 2건(377천 달러), 공연업 6건(24,233천 달러), 기타문화방송업 11건(2,968천 달러)
 - '11년 외국인직접투자 총 22건 중 일반영화 및 비디오제작업 5건(40,755천 달러), 만화영화 및 비디오제작업 1건(948천 달러), 광고영화 및 비디오제작업 2건(14,429천 달러), 영화 및 비디오제작 관련서비스업 2건(45,600천 달러), 공연업 6건(52,809천 달러), 기타문화방송업 6건(2,776천 달러)
 - ※ 디피니티 에셋 디벨로프먼트(DEFINITY ASSET DEVELOPMENT)는 AAK, 동우공영, 외국투자자 등과 함께 투자법인을 설립, 제주국제자유도시개발센터(JDC)가 보유한 제주시 애월읍 일대에 '12년부터 5년 간 2천600억원을 들여 K-POP 공연장, 세계음식단지, 국제 수준의 유명 호텔 등 휴양문화시설과 상업시설 등을 조성해 중화권 관광객들을 대상으로 원스톱 관광서비스를 제공할 계획

〈그림 I -5〉 '09년~'11년 문화·방송업 투자 건수

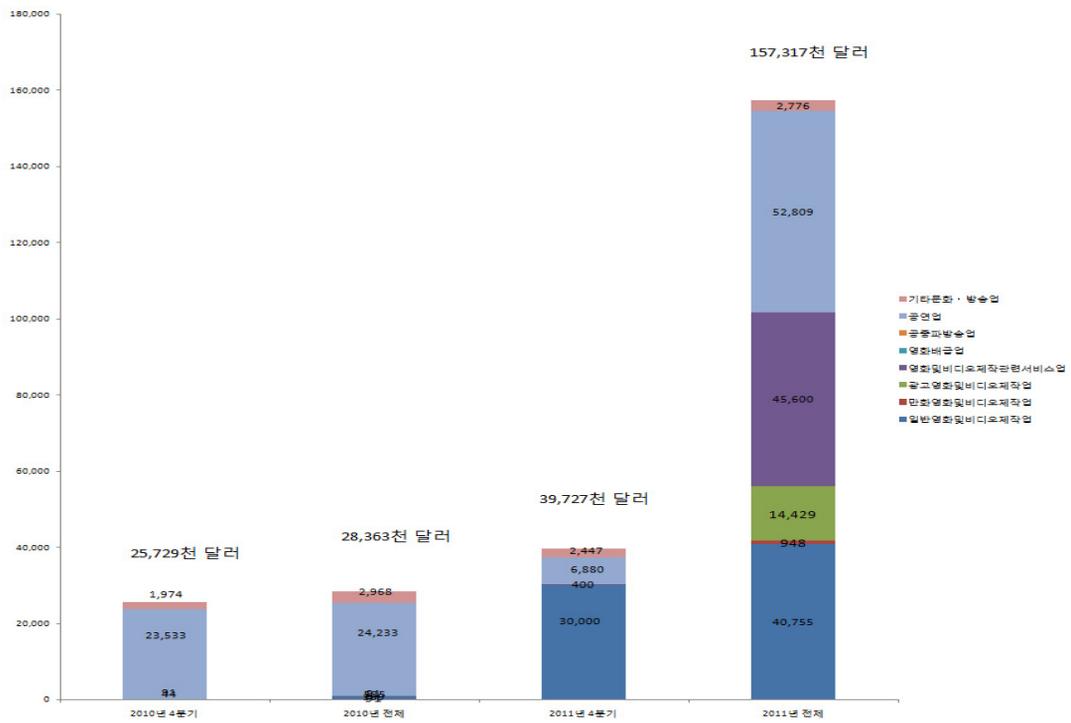
(단위 : 건)



출처 : 지식경제부(2011), 외국인투자동향 및 통계

〈그림 I -6〉 '09년~'11년 문화·방송업 투자 액수

(단위 : 천 달러)



출처 : 지식경제부(2011), 외국인투자동향 및 통계

- '11년 콘텐츠산업과 관련된 문화오락 분야에 대한 외국인직접투자는 전체 서비스업 투자(7,270,318천 달러) 중 469,315천 달러이고 비중은 3.4%로 '09년 이후 비교적 높은 상승을 보임
 - ※ '11년 전체 외국인직접투자(13,674,324천 달러) 중 서비스업 외국인직접투자 비중은 53.2%로 전년대비 5.0%p 증가
 - ※ '09년 이후 금액 기준 외국인 투자패턴은 서비스업의 비중이 전반적으로 상승하는 추세를 보이고 있으나, 서비스업 및 문화오락 투자건수는 정체 또는 감소 추세를 보임
- '11년 문화오락 분야 투자액수는 '09년 이후 비교적 높은 성장세를 보이고 있으나, 투자건수는 '10년 전년대비 9건 증가 이후 '11년은 전년대비 동일하게 나타나 정체를 보임
 - ※ 제조업의 투자건수 및 투자액수는 '11년 전년대비 각각 1.0%, 15.0% 감소, 서비스업 투자건수 및 투자액수는 16.0% 감소, 15.4% 증가. 서비스업 및 문화오락 투자건수별 투자규모(액수)는 커지는 양상을 보임

〈표 I -4〉 서비스업 외국인직접투자건수 동향

(신고기준, 단위 : 건수, %)

구분	2009년	2010년	2011년					전년대비 증감률
			1분기	2분기	3분기	4분기	2011년	
제조업	544 (17.4)	614 (19.8)	144 (25.0)	159 (24.0)	143 (20.9)	162 (20.6)	608 (22.5)	-1.0
서비스업	2,529 (80.8)	2,429 (78.2)	416 (72.1)	493 (74.5)	529 (77.5)	602 (76.7)	2,040 (75.4)	-16.0
문화·오락 (서비스업 중 비중)	35 (1.1)	44 (1.4)	10 (1.7)	6 (0.9)	12 (1.8)	16 (2.0)	44 (1.6)	0.0
전 체	3,132	3,107	577	662	683	785	2,707	-12.9

출처 : 지식경제부(2011), 외국인투자동향 및 통계

〈표 I -5〉 서비스업 외국인직접투자액수 동향

(신고기준, 단위 : 천 달러, %)

구분	2009년	2010년	2011년					전년대비 증감률
			1분기	2분기	3분기	4분기	2011년	
제조업	3,724,864 (32.4)	6,658,300 (50.9)	787,065 (39.3)	1,444,065 (43.0)	1,033,021 (46.5)	2,393,172 (39.3)	5,657,323 (41.4)	-15.0
서비스업	7,594,548 (66.1)	6,301,885 (48.2)	1,199,423 (59.8)	1,453,698 (43.3)	1,153,805 (52.0)	3,463,391 (56.9)	7,270,318 (53.2)	15.4
문화·오락 (서비스업 중 비중)	54,804 (0.5)	110,115 (0.8)	199,669 (10.0)	6,393 (0.2)	21,287 (1.0)	241,965 (4.0)	469,315 (3.4)	326.2
전 체	11,483,991	13,070,873	2,005,187	3,359,797	2,220,492	6,088,848	13,674,324	4.6

출처 : 지식경제부(2011), 외국인투자동향 및 통계

〈표 I -6〉 문화·오락 외국인직접투자 세부동향

(신고기준, 단위 : 건, 천 달러)

연도	2009		2010년		2011년	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액
문화·오락	35	54,804	44	110,115	44	469,315
문화·방송업	22	48,142	28	28,363	22	157,317
일반영화및 비디오제작업	9	1,908	5	525	5	40,755
만화영화및 비디오제작업	4	33,331	2	91	1	948
광고영화및 비디오제작업	1	85			2	14,429
영화및비디오제작 관련서비스업	1	10,940	2	169	2	45,600
영화배급업	2	540	2	377		
공중파배급업						
공연업			6	24,233	6	52,809
기타문화· 방송업	5	1,338	11	2,968	6	2,776
레포트업	13	6,663	16	81,751	22	311,998
레포트업	13	6,663	16	81,751	22	311,998

출처 : 지식경제부(2011), 외국인투자동향 및 통계

3 소비변화 추이

3.1. 가계수지 및 소비지출 변화 동향

□ 2011년 가구당 소득은 전년대비 5.8% 증가했으며, 가계지출은 5.2% 증가해 '09년 이후 상승세를 유지함

● '11년 가구당 월평균 가계수지, 즉 흑자액(약 72만 6천원)은 전년대비('10년 약 67만 1천원) 8.3% 증가

- 가구당 월평균 가계수지는 '09년 이후 금융위기 등 대내외 불확실성 확대로 소비지출 증가 추세를 나타내고 있으며 '09년부터 전반적인 상승세를 보임

- 가구당 월평균 소득은 '10년 전년대비 5.8% 증가 이후 성장세를 유지

※ '11년 가계지출 증가율은 전년대비 5.2% 증가했는데, 경기상승이 이어지더라도 향후 물가상승 압박이 저감되지 않고 이에 따른 실질소득 감소압박이 증대될 경우 소비지출에 비해 상대적으로 비소비지출 증가세가 확대될 것으로 예상

※ '11년 가구당 월평균 가계지출(311만원) 중, 소비지출(239만 2천원)은 전년대비 4.6% 증가한 반면, 비소비지출(72만 2천원)은 전년대비 7.2% 증가

● 소득, 가계지출(소비지출, 비소비지출) 및 흑자액은 '09년 이후 전년대비 상승 기조가 나타나고 있음

- 소비지출 흑자액은 '10년 전년대비 2.2% 증가 이후 상승세를 유지하고 있으며 '11년 들어 증가폭이 다소 확대되고 있음

※ '09년부터 '11년까지 소비지출 흑자액은 각각 65만6천원, 67만1천원, 72만6천원

〈표 1-7〉 전국가구 가구당 월평균 가계수지

(단위 : 천원, %)

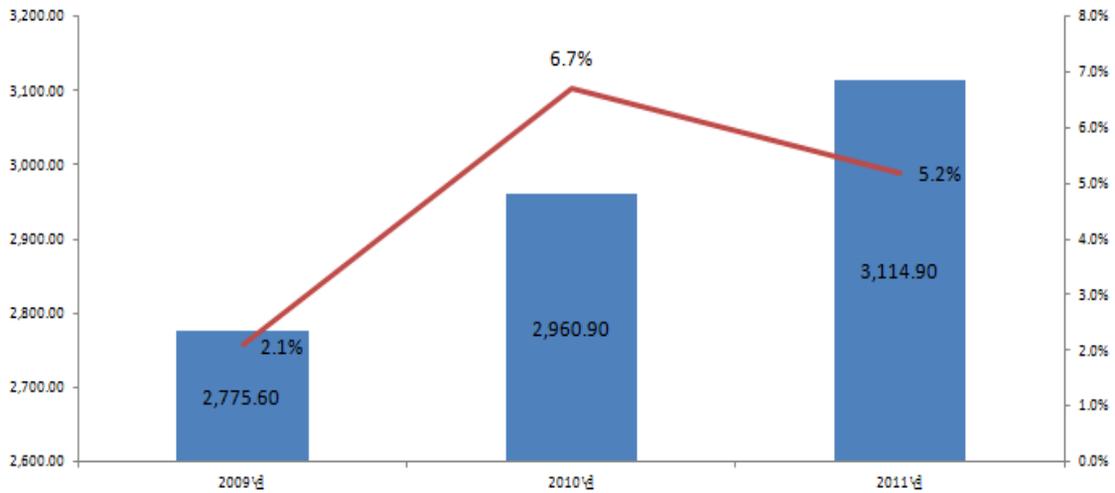
구분	2009년 (전년대비)	2010년 (전년대비)	2011년				
			1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	2011년 (전년대비)
소득	3,432.0 (1.2)	3,631.7 (5.8)	3,857.6 (6.6)	3,713.5 (-3.7)	3,897.6 (5.0)	3,883.4 (-0.4)	3,841.6 (5.8)
가계지출	2,775.6 (2.1)	2,960.9 (6.7)	3,176.0 (7.2)	3,004.6 (-5.4)	3,190.0 (6.2)	3,082.9 (-3.4)	3,114.9 (5.2)
소비 지출 ²¹⁾	2,149.2 (1.7)	2,286.9 (6.4)	2,439.4 (5.7)	2,303.7 (-5.6)	2,443.6 (6.1)	2,379.6 (-2.6)	2,392.7 (4.6)
비소비 지출 ²²⁾	626.4 (3.7)	674.0 (7.6)	736.6 (12.6)	700.8 (-4.9)	746.3 (6.5)	703.3 (-5.8)	722.3 (7.2)
흑자액	656.5 (-2.4)	670.8 (2.2)	681.7 (3.6)	708.9 (4.0)	707.7 (-0.2)	800.5 (13.1)	726.6 (8.3)

출처 : 통계청(2011), '09년 1분기~'11년 4분기 가계동향

* 흑자액 = 소득 - 가계지출, 가계지출 = 소비지출 + 비소비지출

〈그림 1-7〉 소비지출 증감률 변동 추이

(단위 : 천원, %)



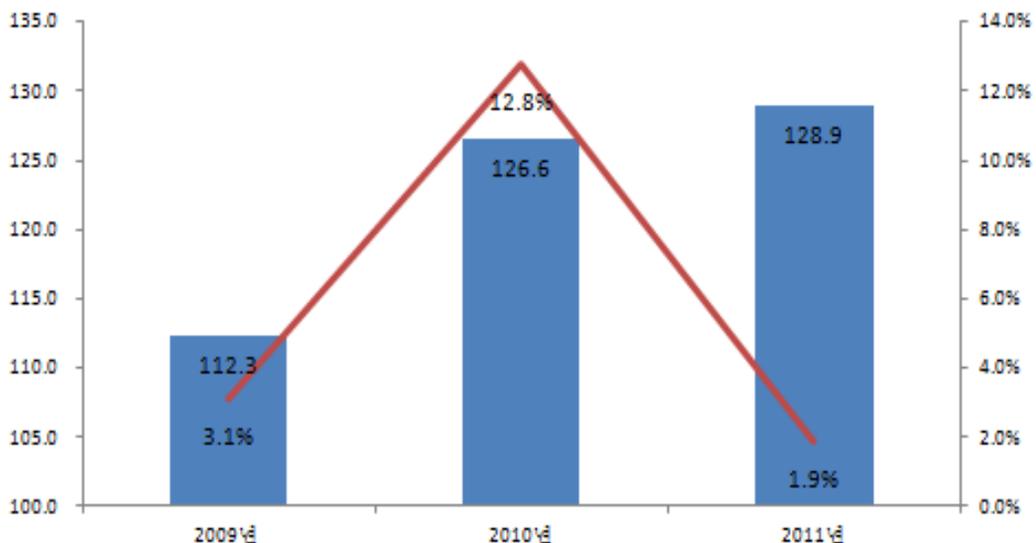
21) 소비재의 구입을 위한 소비자의 지출을 말함. 통계청은 1) 식료품, 비주류음료, 2) 주류, 담배, 3) 의류, 신발, 4) 주거, 수도, 광열, 5) 가정용품, 가사서비스, 6) 보건, 7) 교통, 8) 통신, 9) 오락, 문화, 10) 교육, 11) 음식, 숙박, 12) 기타, 상품서비스로 나눔

22) 가계지출 중 소비지출 이외의 지출로서 통계청은 1) 경상조세, 2) 비경상조세, 3) 연금, 4) 사회보장, 5) 이자비용, 6) 가구 간 이전지출, 7) 비영리단체로 이전 등으로 나눔

- '11년 월평균 오락·문화지출은 약 12만 8천원으로 전년대비 1.9% 증가했으며 '09년 이후 성장세를 보이고 있으나 '11년은 다소 정체적 성장을 보임
- '11년 가구당 월평균 소비지출 중 콘텐츠산업 영역인 오락·문화 지출은 전년대비 약 2천 3백원 정도 증가
 - ※ '09년 월평균 오락·문화 지출은 약 11만 2천원에서 '10년 전년대비 12.8% 증가한 12만 6천원 수준을 보였으며 '11년에 이르러 성장 정체를 나타냄
 - ※ 전체 소비지출 증감률은 추세적으로 볼 때 오락·문화 소비지출과 유사한 경향을 보였으며 변동폭이 상대적으로 적음
 - ※ '11년 오락·문화 소비지출 전년대비 증가한 것에 비해 교육은 전년대비 0.7% 감소, 이외 분야는 전반적으로 지출 증가를 나타냄. 특히 식료품·비주류음료 소비지출은 곡류, 육류 등 농산물 물가상승으로 7.1% 증가, 의류·신발 소비지출은 7.4% 증가, 교통 소비지출은 8.7% 증가
- 오락·문화 소비지출은 '09년 금융위기 이후 '10년의 경기상승세가 '11년도 까지 이어지면서 일정부분 성장세를 유지. 향후 '12년은 저성장 고물가가 가시화될 우려에 따른 실질소득 감소 압력 등 수요위축이 증가될 수 있으며, 이러한 직·간접적 영향이 오락·문화 소비지출에 부정적으로 작용할 것으로 전망됨

〈그림 I -8〉 오락·문화 소비지출 증감률 변동 추이

(단위: 천원, %)



〈표 1-8〉 전국가구 가구당 월평균 소비지출

(단위 : 천원, %)

구분	2009년 (전년대비)	2010년 (전년대비)	2011년					구성비		
			1분기 (전년대비)	2분기 (전년대비)	3분기 (전년대비)	4분기 (전년대비)	2011년 (전년대비)	2009년	2010년	2011년
소비 지출	2,149.2 (1.7)	2,286.9 (6.4)	2,439.4 (5.7)	2,303.7 (-5.6)	2,443.6 (6.1)	2,379.6 (-2.6)	2,392.7 (4.6)	100.0	100.0	100.0
실질	2,213.4 (-1.1)	2,286.9 (3.3)	2,372.9 (3.7)	2,223.7 (-6.3)	2,333.9 (5.0)	2,268.4 (-2.8)	2,300.7 (0.6)	-	-	-
식품 및 비주류음료	297.7 (-0.2)	316.9 (6.5)	322.9 (-3.3)	320.7 (-0.7)	367.4 (14.6)	346.7 (-5.6)	339.4 (7.1)	13.8	13.9	14.2
주류 및 담배	26.7 (-5.7)	27.5 (3.0)	26.4 (-0.4)	26.6 (0.6)	30.3 (14.2)	28.1 (-7.4)	27.9 (1.2)	1.2	1.2	1.2
의류 및 신발	131.6 (0.2)	146.0 (10.9)	149.2 (-18.1)	155.9 (4.5)	129.1 (-17.2)	193.0 (49.5)	156.7 (7.4)	6.1	6.4	6.5
주거 및 수도광열	210.9 (2.6)	230.2 (9.2)	295.8 (33.0)	241.1 (-18.5)	200.7 (-16.8)	231.9 (15.5)	242.8 (5.5)	9.8	10.1	10.1
가정용품 및 가사서비스	76.6 (4.3)	86.1 (12.5)	82.9 (-16.7)	90.0 (8.6)	92.1 (2.3)	95.0 (3.1)	89.9 (4.3)	3.6	3.8	3.8
보 건	140.7 (7.9)	152.2 (8.1)	159.7 (2.0)	148.3 (-7.1)	158.8 (7.1)	158.8 (0.0)	156.4 (2.8)	6.5	6.7	6.5
교 통	265.7 (1.5)	271.1 (2.0)	278.7 (-4.3)	300.6 (7.8)	308.3 (2.6)	289.2 (-6.2)	294.6 (8.7)	12.4	11.9	12.3
통 신	132.5 (-1.1)	138.6 (4.7)	138.6 (-1.7)	141.2 (1.9)	144.2 (2.1)	147.4 (2.2)	142.9 (3.1)	6.2	6.1	6.0
오락·문화	112.3 (3.1)	126.6 (12.8)	131.1 (5.5)	126.0 (-3.9)	137.5 (9.2)	121.1 (-11.9)	128.9 (1.9)	5.2	5.5	5.4
교 육	289.8 (6.9)	296.8 (2.4)	365.0 (60.8)	231.4 (-36.6)	351.3 (51.8)	231.2 (-34.2)	294.7 (-0.7)	13.5	13.0	12.3
음식·숙박	279.5 (-2.5)	290.9 (4.1)	274.7 (-4.7)	301.6 (9.8)	313.0 (3.8)	306.7 (-2.0)	299.1 (2.8)	13.0	12.7	12.5
가타상품 및 서비스	185.2 (0.6)	203.9 (10.1)	214.4 (-0.5)	220.3 (2.7)	210.8 (-4.3)	230.5 (9.3)	219.4 (7.6)	8.6	8.9	9.2

출처 : 통계청(2011), '09년 1분기~'11년 4분기 가계동향

- '11년 오락문화 소비지출 세부내역 구성비는 문화서비스(20.4%), 서적(16.0%), 단체여행비(14.8%), 운동 및 오락서비스(11.5%), 정보처리장치(7.2%) 순으로 나타남
- '11년 전체 오락문화 소비지출 정체적 성장에도 불구하고 문구(21.0%), 복권(27.9%), 문화서비스(8.0%), 운동 및 오락서비스(1.7%), 화훼 및 애완동물서비스(6.7%), 애완동물관련용품(20.6%), 화훼관련용품(5.3%), 캠핑 및 운동관련용품(15.2%), 장난감 및 취미용품(19.3%), 악기기구(20.1%), 오락문화

내구재(21.3%) 등 11개 부문은 전년대비 증가

※ 서적은 '10년 전년대비 3.3% 증가하다 '11년에 이르러 전년대비 6.1% 감소

- 구성비가 상대적으로 높은 문화서비스, 운동 및 오락서비스는 '11년 전년대비 8.0%, 1.7% 증가했으나, 서적, 단체여행비, 영상음향기기 등은 전년대비 각각 6.1%, 2.4%, 0.9% 감소

- '11년 오락·문화 소비지출 중 핵심 콘텐츠 상품 및 서비스 소비지출 비중은 약 58.0%로 전년대비 0.8%p 증가

※ 문화서비스(20.4%) + 서적(16.0%) + 운동 및 오락서비스(11.5%) + 장난감 및 취미용품(4.4%) + 문구(3.5%) + 기타인쇄물(1.9%) + 오락문화내구재(0.2%) + 오락문화 내구재 유지 및 수리(0.1%)

〈표 I -9〉 전국가구 가구당 월평균 오락·문화 소비지출(세부항목)

(단위 : 천원, %)

구 분	2009년 (전년대비)	2010년 (전년대비)	2011년					구성비		
			1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2011년 (전년대비)	2009년	2010년	2011년
오락·문화	112.3 (3.1)	126.6 (12.8)	131.1 (5.5)	126.0 (-3.9)	137.5 (9.2)	121.1 (-11.9)	128.9 (1.9)	5.2	5.5	5.4
영상음향기기	9.2 (5.3)	9.2 (-0.3)	8.9 (4.0)	10.2 (14.6)	9.4 (-8.1)	7.9 (-15.2)	9.1 (-0.9)	8.2	7.2	7.1
사진공학장비	2.2 (11.7)	2.1 (-2.9)	2.5 (-5.8)	1.3 (-45.7)	1.5 (15.5)	1.3 (-15.3)	1.6 (-22.3)	1.9	1.7	1.3
정보처리장치	9.3 (14.2)	9.8 (5.0)	11.4 (8.6)	8.4 (-26.2)	8.8 (4.6)	8.5 (-3.2)	9.3 (-5.1)	8.3	7.7	7.2
기록매체	0.3 (-21.4)	0.3 (17.7)	0.3 (-1.2)	0.3 (-24.7)	0.3 (29.6)	0.3 (-2.1)	0.3 (-0.6)	0.2	0.2	0.2
영상음향 및 정보기기수리	1.1 (16.0)	1.2 (14.9)	0.9 (-32.3)	1.1 (18.0)	1.4 (34.4)	1.1 (-24.2)	1.1 (-8.0)	1.0	1.0	0.9
오락문화 내구재	0.2 (-1.7)	0.2 (-11.4)	0.3 (89.6)	0.3 (-0.4)	0.3 (3.1)	0.2 (-41.1)	0.2 (21.3)	0.2	0.2	0.2
약기기구	1.0 (-23.9)	1.2 (18.6)	1.9 (60.3)	1.1 (-40.0)	1.1 (1.1)	1.4 (26.8)	1.4 (20.1)	0.9	0.9	1.1
오락문화 내구재 유지 및 수리	0.1 (-34.4)	0.1 (-2.5)	0.1 (116.7)	0.1 (-36.8)	0.1 (17.6)	0.1 (-20.7)	0.1 (-24.3)	0.1	0.1	0.1
장난감 및 취미용품	4.4 (12.7)	4.8 (9.4)	4.7 (-23.9)	6.1 (28.1)	4.8 (-21.8)	7.3 (54.5)	5.7 (19.3)	3.9	3.8	4.4
캠핑 및 운동 관련용품	4.3 (0.3)	5.1 (18.3)	4.4 (-10.3)	7.5 (72.5)	6.3 (-16.1)	5.2 (-16.9)	5.9 (15.2)	3.8	4.0	4.5
화훼관련용품	2.6 (6.0)	2.7 (6.4)	2.8 (71.3)	4.4 (58.2)	2.0 (-53.8)	2.3 (14.4)	2.9 (5.3)	2.3	2.2	2.2
애완동물 관련용품	1.5 (14.3)	1.7 (14.7)	1.7 (-4.5)	2.2 (28.2)	2.0 (-9.6)	2.3 (14.7)	2.0 (20.6)	1.3	1.3	1.6
화훼 및 애완동물 서비스	0.9 (-19.8)	1.1 (30.0)	1.1 (16.7)	1.3 (20.0)	1.3 (-1.0)	1.0 (-22.2)	1.2 (6.7)	0.8	0.9	0.9
운동 및 오락서비스	13.1 (2.4)	14.5 (10.8)	13.5 (-0.8)	14.2 (5.1)	17.3 (21.3)	13.9 (-19.5)	14.8 (1.7)	11.7	11.5	11.5
문화서비스	22.6 (9.3)	24.3 (7.9)	25.3 (3.2)	27.0 (6.6)	27.4 (1.8)	25.6 (-6.7)	26.3 (8.0)	20.1	19.2	20.4
복권	0.3 (-5.6)	0.3 (-8.2)	0.3 (5.8)	0.3 (-12.4)	0.3 (11.8)	0.4 (27.9)	0.4 (27.9)	0.3	0.2	0.3
서적	21.2 (-6.3)	21.9 (3.3)	26.7 (40.9)	17.2 (-35.6)	20.9 (21.6)	17.6 (-15.9)	20.6 (-6.1)	18.9	17.3	16.0
기타인쇄물	2.9 (-0.5)	2.7 (-5.5)	2.6 (-5.9)	2.3 (-9.6)	2.5 (5.1)	2.4 (-1.9)	2.5 (-9.3)	2.6	2.1	1.9
문구	3.4 (3.8)	3.8 (12.0)	5.3 (46.6)	3.4 (-36.0)	4.5 (31.8)	4.9 (8.2)	4.6 (21.0)	3.0	3.0	3.5
단체여행비	11.9 (2.5)	19.5 (64.3)	16.3 (-19.6)	17.3 (5.9)	25.2 (45.7)	17.3 (-31.4)	19.1 (-2.4)	10.6	15.4	14.8

출처 : 통계청(2011), '09년 1분기~'11년 4분기 가계동향

3.2. 가계수입 및 소비지출 변화 전망

- 소비자심리지수(CSI)²³⁾는 '09년 104 수준에서 상승세를 보이면서 '10년 110을 기록한 후 '11년에 이르러 102로 다소 높은 하락을 보임
 - 가계수입전망 CSI는 '09년 96 이후 상승하다가 '10년에 102 수준에서 '11년에 이르러 97로 하락함. 소비지출전망 CSI도 전반적으로 소비자심리지수 CSI 및 가계수입전망 CSI와 같은 흐름을 보이고 있으며 상대적으로 높은 수준을 나타내고 있음. '10년 1월 112에서 '11년 109로 하락
 - 교양·오락·문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '09년 88을 기록 후 '10년 96으로 상승했으나 '11년에 94로 약간 하락. 기준지수 100 하회기 '09년 이후 지속되고 있음
 - ※ '10년 1분기에서 4분기까지 97 수준을 유지하다가 '11년 1분기에 94로 하락한 이후 이러한 기조를 지속하는 상황
 - 외식비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '09년 83 수준에서 '10년 93으로 회복되다가 '11년에 들어서 90으로 다소 하락
 - 여행비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '09년 77에서 '10년에 90으로 다소 높은 상승을 보이다가 '11년에 이르러 88로 하락했으며, 다른 분야에 비해 가장 낮은 수준을 보임

〈표 1-10〉 가계수입 및 소비지출전망 CSI 추이

구분	2009년					2010년					2011년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	전체	1분기	2분기	3분기	4분기	전체	1분기	2분기	3분기	4분기	전체
소비자심리지수	84	103	112	114	104	111	111	110	109	110	104	102	100	101	102
가계수입전망CSI	83	96	102	104	96	102	102	102	102	102	99	97	96	96	97
소비지출전망CSI	91	104	109	112	104	111	111	112	112	112	112	110	108	108	109
내구재	75	87	94	95	88	95	96	96	97	96	95	94	94	93	94
의류비	83	94	100	104	95	102	104	103	105	104	101	101	99	101	101
외식비	68	82	90	91	83	91	94	94	94	93	91	90	90	89	90
여행비	62	77	83	86	77	88	90	91	91	90	88	88	88	86	88
교육비	100	104	106	108	105	110	108	109	109	109	111	108	107	107	108
의료·보건비	108	114	118	121	115	119	120	121	122	121	122	121	120	120	121
교양·오락·문화비	75	87	93	95	88	95	97	97	97	96	94	94	93	93	94
교통·통신비	102	110	112	114	109	114	114	116	117	115	120	118	118	120	119

출처 : 통계청(2011), '09년 1월~'11년 12월 소비자동향조사

※ 소비자심리지수는 100을 넘으면 앞으로 생활형편이나 경기, 수입 등이 좋아질 것으로 보는 사람이 많다는 뜻이며 100 미만이면 그 반대임

23) 소비자심리지수(Consumer Sentiment Index) : 민간소비 및 경기동행지수와 높은 상관관계를 보여 미래 소비 및 경기 등의 전망에 유용. 현재생활형편 등 6개의 주요 개별지수를 표준화하여 합성한 지수로서 전반적인 소비자심리의 종합적 판단에 유용한 종합지수

4 수출변화 추이

4.1. 콘텐츠업체(상장사) 수출 변화 추이²⁴⁾

□ '09년~'11년 콘텐츠 업체 수출 동향

● 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '11년 수출액은 약 1조 1,453억원으로 전년대비 48.7% 성장했으며, '09년~'11년 3개년 연평균성장률은 34.6%

- '09년 이후 수출액 증가세가 이어지고 있는 가운데, '10년 전년대비 21.8% 증가했으며, '11년은 이보다 두 배 가까이 높은 성장을 보임

● 게임 '11년 수출액은 약 7,980억원으로 전년대비 42.2% 성장했으며 최근 3년 연평균 증가율은 25.3%. '09년 이후 전체 콘텐츠 산업 수출액 증가에 주도적 역할

- '11년 전체 콘텐츠 상장사 수출액 중 비중은 69.7%(72.8%)²⁵⁾로 전년대비 다소 하락했으며 '09년 이후 비중의 하락세 두드러짐

- '11년 수출액 중 '10년에 이어 네오위즈게임즈(79.0%), CJ E&M 게임부문(57.3%) 등 대형게임 개발력 등 대내외 경쟁력과 함께 자금력 보유한 대형업체가 높은 수출증가율을 나타냄. 대형업체 중 액토즈소프트는 '09년 이후 감소세를 보이고 있으나 '11년에 이르러 감소세가 다소 줄어드는 양상을 보이고 있으며 '11년 전년대비 6.3% 감소

※ 네오위즈게임즈의 수출액은 '10년 전년대비 159.7% 증가했으며 '11년 또한 전년대비 79.0%로 높은 성장을 나타냄

- 중소형 업체 중에서 업체 간 편차가 크게 나타나는 가운데, 게임빌, 웹젠, 이스트소프트, 컴투스, 엠게임, 제이씨엔터테인먼트, 게임하이 등은 스마트 게임 등을 중심으로 국내외 흥행게임들의 소비자 선호도 증가에 따라 '11년

24) 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 86개 선별(게임(20), 지식정보(7), 출판(9), 방송(22), 광고(4), 영화(8), 음악(11), 애니메이션/캐릭터(5)), 단 게임, 방송, 영화, 음악 등 4개 분야에 CJ E&M 중복적용. 자료의 출처는 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)에 등록된 기업보고서

25) 2010년 수출액 비중

전년대비 수출증가율 상승

※ 모바일게임 업체인 컴투스 및 게임빌은 국내외 스마트폰 등 스마트기기들의 보급 확대로 관련 게임수요 증대가 이어져 '10년 이후 큰 폭의 수출 증대를 보임. 컴투스 및 게임빌의 '11년 수출액은 전년대비 각각 201.7%(103.8%)²⁶⁾, 241.7%(63.5%) 증가

※ 웹젠, 제이씨엔터테인먼트, 게임하이는 흥행성공 게임들의 수출호조로 '11년 전년대비 189.0%, 25.0%, 14.8% 증가

- 게임의 수출은 '09년 이후 지속적인 상승을 보이고 있으며 '11년 들어 스마트폰 게임 등의 대형개발사의 진입에 따른 향후 흥행작의 지속 출현 등 시장확대에 긍정적 요인이 많아 수출액 상승이 전망됨

● 방송 '11년 수출액은 약 1,477억원으로 전년대비 91.9% 성장했으며 '09년 ~ '11년 3개년 연평균증가율은 114.3%

- '11년 전체 콘텐츠 산업 수출액에서 비중은 12.9%로 '09년 이후 비중 증가세를 보임

- 방송은 전반적으로 수출액 상승이 이뤄지고 있으며 '10년 전년대비 높은 성장과 유사한 성장을 보이고 있음

● 애니메이션/캐릭터 '11년 수출액은 약 797억원으로 전년대비 12.6% 증가했으며 '09년~'11년 3개년 연평균증가율은 24.0%

- '11년 전체 콘텐츠 산업 수출액에서 비중은 7.0%로 '09년 이후 다소 하락하는 양상을 보임

- 애니메이션/캐릭터는 '10년의 성장세에 다소 미치지 못하지만 두 자릿수의 증가세를 유지하고 있음

● 출판 '11년 수출액은 약 124억원으로 전년대비 173.3% 증가했으며 '09년~'11년 3개년 연평균증가율은 87.5%

- '11년 전체 콘텐츠 산업 수출액에서 수출액 비중은 1.1%로 '09년 이후 비중 상승을 보임

- 출판은 '09년 이후 수출증가세가 두드러짐

26) 2010년 전년대비 수출액 성장률

- 영화 '11년 수출액은 약 200억원으로 전년대비 72.7% 성장했으며 '09년~'11년 3개년 연평균증가율은 26.7%
 - '11년 전체 콘텐츠 산업 수출액에서 비중은 1.7%로 '09년 이후 약간의 등락을 보이고 있음
 - 영화는 '10년의 경우 전년대비 7.0% 감소했으나 '11년 들어 국내외 흥행작들의 해외수출이 확대됨에 따라 전년대비 72.7% 증가
- 음악 '11년 수출액은 약 874억원으로 전년대비 93.1% 증가했으며 '09년~'11년 3개년 연평균증가율은 89.1%
 - '11년 전체 콘텐츠 산업 수출액에서 비중은 7.6%로 '09년 이후 비중 상승
 - 음악은 '10년 이후 중국 등 아시아권을 중심으로 K-POP을 통한 시장확대에 따라 수출증대 본격화

〈표 1-11〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동

(단위 : 억원, %)

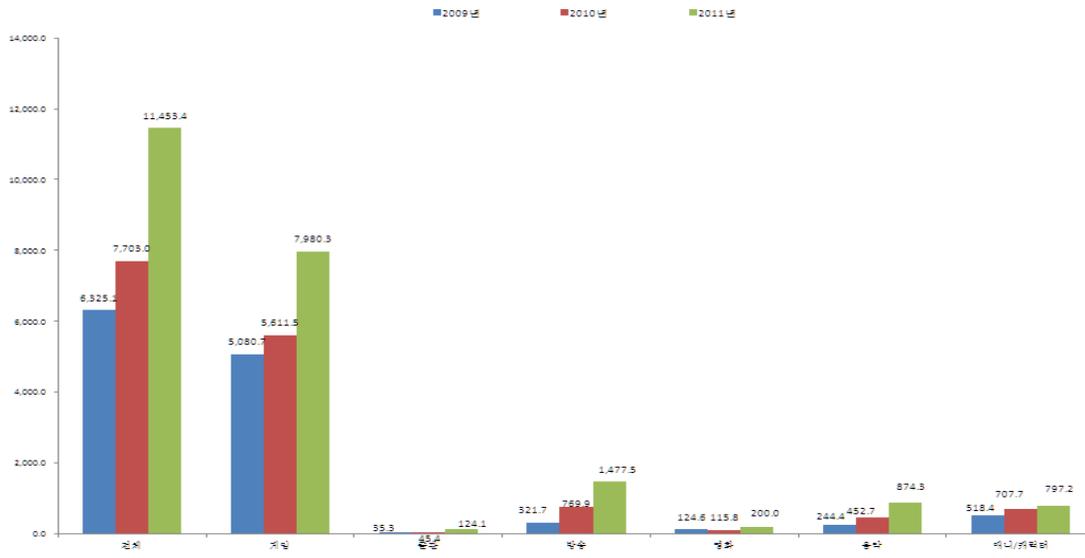
구분	2009 (전년대비)	2010 (전년대비)	2011				2011년 (전년대비)	연평균 증감률(%)
			1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)		
게임	5,080.7	5,611.5 (10.4%)	1,654.9 (5.7%)	1,741.8 (5.3%)	1,792.8 (2.9%)	2,790.8 (55.7%)	7,980.3 (42.2%)	25.3%
지식 정보	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	-
출판	35.3	45.4 (28.8%)	7.7 (-51.0%)	15.6 (102.6%)	15.0 (-3.8%)	85.8 (472.0%)	124.1 (173.3%)	87.5%
방송	321.7	769.9 (139.4%)	253.0 (3.3%)	443.8 (75.4%)	439.3 (-1.0%)	341.4 (-22.3%)	1,477.5 (91.9%)	114.3%
광고	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	-
영화	124.6	115.8 (-7.0%)	13.5 (-42.6%)	47.4 (251.1%)	50.7 (7.0%)	88.4 (74.4%)	200.0 (72.7%)	26.7%
음악	244.4	452.7 (85.2%)	60.1 (84.9%)	127.8 (112.6%)	175.5 (37.3%)	510.9 (191.1%)	874.3 (93.1%)	89.1%
애니/ 캐릭터	518.4	707.7 (36.5%)	182.8 (-3.0%)	206.4 (12.9%)	189.8 (-8.0%)	218.2 (15.0%)	797.2 (12.6%)	24.0%
합계	6,325.1	7,703.0 (21.8%)	2,172.0 (4.9%)	2,582.8 (18.9%)	2,663.1 (3.1%)	4,035.5 (51.5%)	11,453.4 (48.7%)	34.6%

1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 'CJ 인터넷' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 수출액을 적용. 'NHN'은 실적보고서상 '11년 1분기부터 수출액 대신 해외사업장 매출액을 발표해 분석에서 제외
 2) 지식정보는 산업의 특성상 내수를 중심으로 영업활동이 이뤄지므로 수출이 발생하지 않아 분석에서 제외
 3) 출판 중 '대교', '능률교육', '예림당', '이퓨처' 사업보고서에서 수출 발생
 4) 방송 중 'CJ오쇼핑', 'CJ E&M', 'SBS콘텐츠허브', 'IMBC', '초록뱀', '팬엔터테인먼트', '삼화네트웍스', '나우콤' 사업보고서에서 수출 발생

- 5) 영화 중 '미디어플러스', '키이스트', 'CJ E&M', '제이콘텐츠리'에서 수출 발생
- 6) 음악 중 'CJ E&M', '에스엠', '소리바다', 'JYP엔터테인먼트', 'YG엔터테인먼트'에서 수출 발생.
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스튜디오엔스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외. '바른손'은 '11년 2분기 수출액이 있으나 과거데이터 부재로 분석에서 제외. '오로라월드'는 '11년 4분기는 수출액데이터 부재로 3분기 수출액 비중 적용

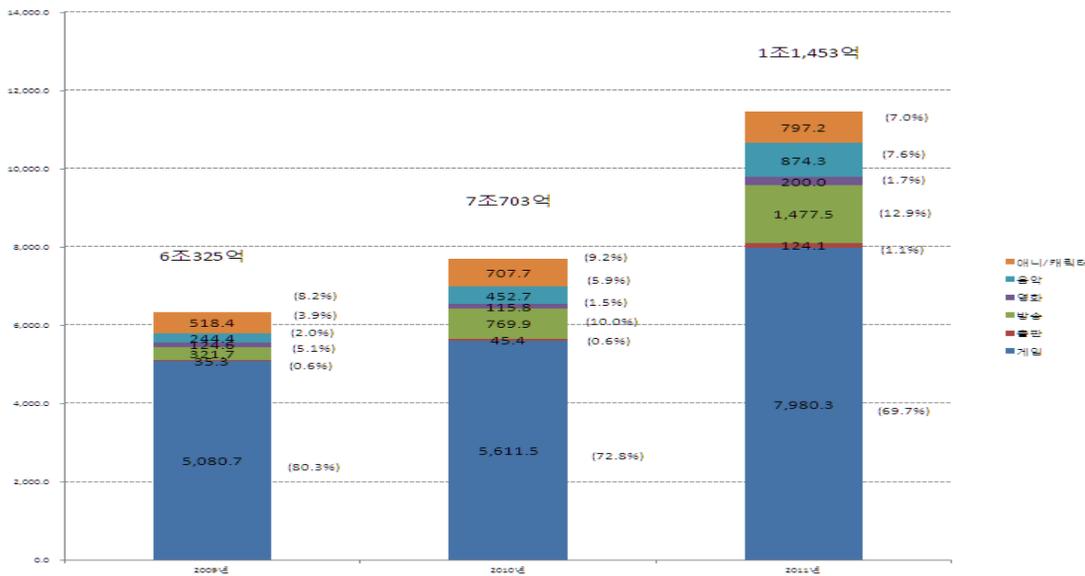
〈그림 I -9〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동

(단위 : 억원)



〈그림 I -10〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 수출 누적

(단위 : 억원)



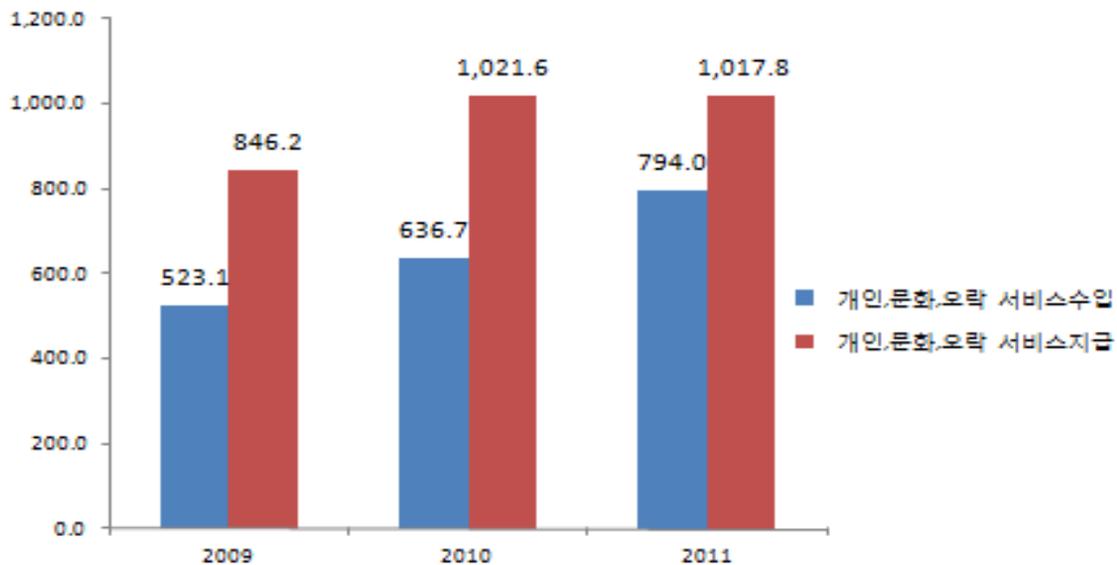
4.2. 서비스 국제수지(Balance Of Payments) 변화 추이

□ 개인·문화·오락 서비스 수지(Services Balance) 추이²⁷⁾

- '11년 개인·문화·오락 서비스 수지는 약 2억 2,380만 달러의 적자를 보이고 있으며, 전년대비 약 41.9% 적자 감소
 - '11년 개인·문화·오락 서비스 수입(Services Credit)은 약 7억 9,400만 달러로 전년대비 약 24.7% 증가
 - '11년 개인·문화·오락 서비스 지급(Services Debit)은 약 10억 1,700만 달러로 전년대비 약 0.4% 감소
 - 개인·문화·오락 서비스 수지는 '10년 약 3억 8,490만 달러의 적자를 기록한 이후 '11년 적자가 큰 폭으로 감소했는데 이는 개인·문화·오락 서비스 상대적으로 높은 수입 증가에 기인

〈그림 1-11〉 개인·문화·오락 서비스수지 추이

(단위 : 백만 달러)



27) 개인, 문화 및 오락 서비스 수지는 하위 세부분류로 음향영상 서비스, 기타 개인오락문화 서비스로 나뉨

□ 음향영상 서비스 수지 추이²⁸⁾

- '11년 음향영상 서비스 수지는 약 5,800만 달러 적자를 보이고 있으며 전년대비 약 65.8% 개선
- '11년 음향영상 서비스 수입(Services Credit)은 약 2억 7,000만 달러로 전년대비 약 43.6% 증가
- '11년 음향영상 서비스 지급(Services Debit)은 약 3억 2,900만 달러로 전년대비 약 8.5% 감소
- 음향영상 서비스 수지는 '10년 약 1억 7,100만 달러의 적자에서 '11년에 들어 적자가 대폭 개선되었으며 이는 음향영상 서비스의 수입증가 및 지급감소에 기인

〈그림 I -12〉 음향영상 서비스수지 추이

(단위 : 백만 달러)



28) 음향영상 서비스 수지는 영화제작, 라디오 및 TV프로 제작, 음악녹음 등의 제작과 관련된 서비스와 수수료로 구성. 거주자(비거주자)인 연기자, 프로듀서 등이 제작에 대한 대가로 해외(국내)에서 수령한 보수, 특정 지역에 제한된 횟수만의 상영을 조건으로 대중매체에 판매한 배급권료, 연극, 음악회, 스포츠행사, 서커스 및 기타 유사한 행사와 관련한 배우, 감독 및 프로듀서 등의 보수와 이들 행사와 관련된 텔레비전, 라디오, 영화 등에 대한 배급수수료를 포함

5 고용변화 추이

5.1. 문화산업분야 고용 변화 추이

□ 대내외리스크 등 저성장 우려에도 수출증대로 전반적 고용시장 확대

- '09년 금융위기 이후 경기상승이 일정부분 이어지다가 '11년 유럽 금융위기 등 대내외리스크에 따른 민간소비 부진에도 불구하고 수출의 증가세가 유지되면서 '11년도 고용시장은 전년대비 개선되는 양상을 보임. 이러한 경향과 함께 청년층 실업률이 일부 개선되는 양상을 보이고 있으나, 전반적으로 연령별, 학력별 등 부문별 고용 편차 상존
- '11년 경제활동인구는 2,509만 9천명으로 전년대비 35만 1천명(1.4%) 증가하였고, 경제활동 참여율은 61.1%로 전년대비 0.1%p 상승
- '11년 실업률은 3.4%로 전년대비 0.3%p 하락 및 고용률(취업인구비율)은 59.1%로 전년대비 0.4%p 상승. 청년 실업률(15세~29세)은 전년대비 0.4%p 하락한 7.6% 기록해 '09년 이후 전년대비 하락세를 보임. 향후 유럽 발 금융위기, 국내 저성장기조 등 대내외 악재, 한미FTA 발효 고용 호재 등 실업률의 직간접적 긍정 및 부정적 요인이 산재해 연령 및 학력별로 다각적인 대책 검토 필요
- 전체 실업률 추이는 '09년 3.6% 수준에서 '10년에 이르러 3.7%로 상승했으나 '11년 들어 3.4%로 하락. 실업자수는 '09년 약 88만 9천명 수준에서 '10년에 약 92만명으로 증가했으나, '11년에 약 85만 5천명으로 전년대비 약 7만여명 감소함

〈표 I -12〉 '09년~'11년 실업률 추이

(단위 : %)

구분	2009년					2010년					2011년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	전체	1분기	2분기	3분기	4분기	전체	1분기	2분기	3분기	4분기	전체
실업률	3.8	3.8	3.6	3.3	3.6	4.7	3.5	3.5	3.3	3.7	4.2	3.4	3.1	2.9	3.4

출처 : 통계청(2011), '09년 1분기 ~'11년 4분기 실업률

- 서비스업 분야 중 문화산업분야는 '09년 이후 지속적인 신규구인 증가세를 보이는 가운데 '11년은 전년대비 비교적 높은 신규구인 증가를 보임
 - '11년 전체 구인현황은 2,154,163명으로 전년대비 8.6% 증가했으며, '10년 전년대비 36.0% 증가
 - 문화산업분야는 전년대비 전체 구인 증가와 함께 상대적으로 높은 신규 구인 증가율을 보이고 있음
 - ※ '출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업'은 '11년 전년대비 8.3% 증가했으며, '예술스포츠 및 여가관련 서비스업'은 '11년 전년대비 30.5% 증가
- 직종별로 살펴보면, '09년 이후 전반적으로 증가세를 보이고 있는 가운데, '11년은 상대적으로 높은 전년대비 신규구인 증가를 나타냄
 - '문화, 예술, 디자인, 방송 관련직'은 '10년 전년대비 14.2% 증가했으며, '11년 전년대비 15.5% 증가
 - '미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직'은 '10년 전년대비 2.7% 증가했으며, '11년 전년대비 0.2% 정체적 증가

〈표 1-13〉 문화산업별 및 직종별 신규구인인원

(단위 : 명, %)

구 분	2009년	2010년 (전년대비)	2011년					
			1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	합계 (전년대비)	
전 체	1,457,672	1,982,743 (36.0)	562,039 (70.5)	576,762 (2.6)	518,414 (-10.1)	496,948 (-4.1)	2,154,163 (8.6)	
문화 산업 별	출판·영상· 방송통신 및 정보서비스업	48,950	56,632 (15.7)	15,905 (103.2)	17,139 (7.8)	15,648 (-8.7)	12,654 (-19.1)	61,346 (8.3)
	예술·스포츠 및 여가관련 서비스업	7,105	9,470 (33.3)	2,678 (69.1)	3,716 (38.8)	3,462 (-6.8)	2,498 (-27.8)	12,354 (30.5)
직종 별	문화·예술·디자인 방송 관련직	40,611	46,395 (14.2)	14,512 (123.3)	15,261 (5.2)	12,026 (-21.2)	11,789 (-2.0)	53,588 (15.5)
	미용·숙박·여행 오락·스포츠 관련직	14,019	14,400 (2.7)	3,438 (42.0)	4,332 (26.0)	3,256 (-24.8)	3,406 (4.6)	14,432 (0.2)

※ 출처 : 한국고용정보원(2011), 워크넷 구인·구직 및 취업 동향 참조

- 문화산업분야 직종별 '11년 취업률은 약 18.2%²⁹⁾로 '10년에 비해 약 1.5%p 상승
 - '11년 전체 신규 구직 현황을 살펴보면, 3,384,664명으로 전년대비 47.7% 증가했으며 '10년 전년대비 감소를 보이다가 '11년에 이르러 증가세로 반전
 - '11년 취업률은 '09년 이후 상승세를 나타내고 있으며, '11년 전체 신규 구직 대비 취업률은 28.3%로 전년대비 1.6%p 상승
 - 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 '11년 신규 구직 대비 취업률은 각각 22.7%, 13.7%(평균 18.2%). 평균취업률에 있어 전년대비 1.5%p 상승

- 문화산업분야 '11년 신규 구직 대비 구인 현황³⁰⁾ 32.2%(39.9%)³¹⁾는 전체 현황³²⁾ 63.6%(86.5%)³³⁾ 보다 고용시장에 있어 약 31.4%p 정도 취약하나 구인 대비 실제 취업률은 '09년 이후 높은 수준을 나타냄
 - 문화산업 신규 구직에 비해 구인 현황은 약 18%~40%(18%~49%)³⁴⁾ 수준으로 '09년 이후 고용시장 수급 불균형이 이어지고 있음
 - ※ 구인 대비 실제 취업률은 '11년 약 56%~74%(44%~71%)³⁵⁾이며 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직의 실제 취업률이 74.4%로 상대적으로 높음. 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직은 '09년 실제 취업률이 71.3% 이후 다소 하락추세를 보임
 - 문화산업분야 직종 중 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직의 '11년 신규 구직 대비 구인 현황은 약 40%로 전년대비 약 9%p 낮은 수준이며 '09년 대비 약 11.0%p 높은 수준
 - ※ '11년 전체 신규 구직 대비 구인비율은 63.6%로 전년대비 22.9%p 하락, '09년 대비 18.9%p 상승

29) 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 2011년 취업률 합산하여 평균

30) 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 2011년 신규구인/신규구직 합산

31) 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 2010년 신규구인/신규구직 합산

32) 2011년 전체 신규구인/신규구직

33) 2010년 전체 신규구직대비 구인

34) 2009년 및 2010년 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 신규구인/신규구직 비율

35) 2009년 및 2010년 문화산업 구인대비 실제 취업률

※ 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠, 관련직 '11년 신규 구직 대비 구인비율은 18.4%로 전년대비 6.2%p 하락, '09년 대비 0.2%p 상승했으며 '09년 이후 다른 직종에 비해 낮은 신규 구직 대비 구인비율을 보임

〈표 I-14〉 문화산업분야 직종별 신규구직 및 취업(희망직종별)

(단위 : 명, %, %p 전년동월대비)

구분	2009년	2010년 (전년대비)	2011년					
			1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	합계 (전년대비)	
전체	신규 구직	3,256,100	2,291,578 (-29.6)	939,188 (15.3)	809,510 (-13.8)	814,587 (0.6)	821,379 (0.8)	3,384,664 (47.7)
	취업	853,832	611,639 (-28.4)	225,090 (-3.8)	249,122 (10.7)	239,728 (-3.8)	243,348 (1.5)	957,288 (56.5)
	취업률	26.2	26.7 (0.5)	26.8 (△1.9)	30.8 (4.0)	29.4 (△1.4)	29.6 (0.2)	28.3 (1.6)
문화, 예술, 디자인, 방송 관련직	신규 구직	137,221	93,977 (-31.5)	32,302 (0.5)	33,183 (2.7)	33,445 (0.8)	33,602 (0.5)	132,532 (41.0)
	취업	28,952	20,423 (-29.5)	6,598 (-16.7)	7,934 (20.2)	7,383 (-6.9)	8,206 (11.1)	30,121 (47.5)
	취업률	21.1	21.7 (0.6)	20.4 (△4.2)	23.9 (3.5)	22.1 (△1.8)	24.4 (2.3)	22.7 (1.0)
미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직	신규 구직	76,904	58,553 (-23.9)	18,385 (3.3)	19,812 (7.8)	20,353 (2.7)	20,078 (-1.4)	78,628 (34.3)
	취업	9,952	6,765 (-32.0)	2,368 (-15.5)	2,542 (7.3)	2,712 (6.7)	3,117 (14.9)	10,739 (58.7)
	취업률	12.9	11.6 (△1.3)	12.9 (△2.9)	12.8 (△0.1)	13.3 (0.5)	15.5 (2.2)	13.7 (2.1)

※ 출처 : 한국고용정보원(2011), 워크넷 구인·구직 및 취업 동향 참조

5.2. 콘텐츠업체(상장사) 고용 변화 추이³⁶⁾

□ 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '11년 종사자수는 3만 6,691명으로 전년대비 8.3% 증가

- 방송, 광고, 영화, 음악, 애니메이션/캐릭터 등 5개 분야는 전년대비 13.8%, 10.7%, 23.5%, 18.2%, 10.9%로 전체 평균 이상 성장을 보임
- '11년 종사자 비중을 보면 게임(30.4%), 지식정보(20.8%), 출판(18.8%), 방송(16.9%) 순으로 전체 종사자의 86.9%(87.7%)³⁷⁾로 '10년에 비해 0.8%p 하락
 - 게임, 지식정보, 출판 등의 종사자 비중이 전년대비 각각 0.6%p, 0.1%p, 0.9%p 하락했으며, 방송, 광고, 영화, 음악 등은 각각 0.8%p, 0.1%p, 0.5%p, 0.3%p 상승
- 콘텐츠산업 관련 상장사 종사자는 '09년 저점을 시작으로 전반적인 증가세를 보이고 있으며 '11년에 이르면서 상승추세를 이어가고 있음
 - '09년 29,607명 수준에서 '10년 들어 3만명을 돌파했으며, '11년에 이르러 36,691명 수준으로 비교적 높은 증가를 보임
 - 취업은 경기후행지표로서 대외요인으로 1) 유럽발 금융위기 리스크 해소여부 2) 중국, 미국, EU 등 한국 주요 수출대상국의 경기상황 등과 국내요인으로 1) 대외요인 영향에 따른 국내경기 변동 2) 소비자물가 상승 등 수요측면 변동 등이 복합적으로 작용할 것으로 예상되며, 이에 따른 미시적 측면에서 스마트기기 확산 등 산업 패러다임 변화로 콘텐츠산업 신규 취업자의 증대와 함께 분야별 취업편차가 확대될 것으로 전망됨

36) 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 86개 선별(게임(20), 지식정보(7), 출판(9), 방송(22), 광고(4), 영화(8), 음악(11), 애니메이션/캐릭터(5)), 단 게임, 방송, 영화, 음악 등 4개 분야에 CJ E&M 중복적용. 자료의 출처는 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)에 등록된 기업보고서

37) 2010년 비중

(표 I -15) '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동

(단위 : 명)

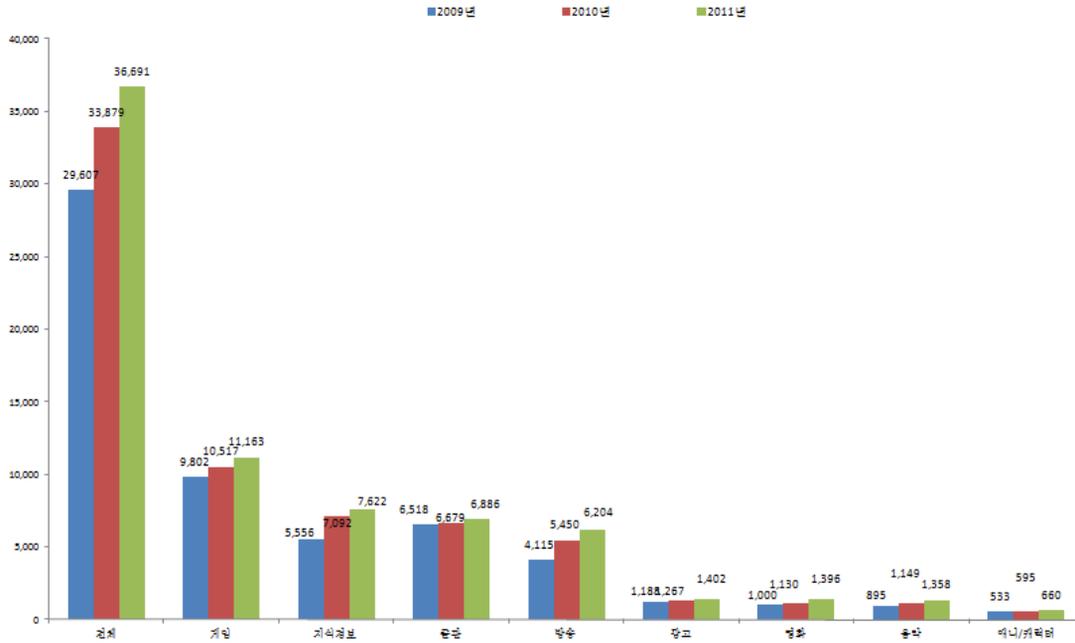
구분	2009년 (전년대비)	2010년 (전년대비)	2011년				전년대비	연평균 증감률
			1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)		
게임	9,802	10,517 (7.3%)	10,654 (1.3%)	10,723 (0.6%)	10,900 (1.7%)	11,163 (2.4%)	6.1%	6.7%
지식정보	5,556	7,092 (27.6%)	7,299 (2.9%)	7,501 (2.8%)	7,564 (0.8%)	7,622 (0.8%)	7.5%	17.1%
출판	6,518	6,679 (2.5%)	7,041 (5.4%)	7,181 (2.0%)	7,156 (-0.3%)	6,886 (-3.8%)	3.1%	2.8%
방송	4,115	5,450 (32.4%)	5,600 (2.8%)	5,884 (5.1%)	5,984 (1.7%)	6,204 (3.7%)	13.8%	22.8%
광고	1,188	1,267 (6.6%)	1,325 (4.6%)	1,397 (5.4%)	1,424 (1.9%)	1,402 (-1.5%)	10.7%	8.6%
영화	1,000	1,130 (13.0%)	1,235 (9.3%)	1,235 (0.0%)	1,368 (10.8%)	1,396 (2.0%)	23.5%	18.2%
음악	895	1,149 (28.4%)	981 (-14.6%)	1,011 (3.1%)	1,141 (12.9%)	1,358 (19.0%)	18.2%	23.2%
애니/캐릭터	533	595 (11.6%)	591 (-0.7%)	569 (-3.7%)	585 (2.8%)	660 (12.8%)	10.9%	11.3%
합계	29,607	33,879 (14.4%)	34,726 (2.5%)	35,501 (2.2%)	36,122 (1.7%)	36,691 (1.6%)	8.3%	11.3%

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 'CJ 인터넷' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 종사자수를 적용
- 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '크레듀', 'YBM시사닷컴'은 '10년 1분기부터 자료 확보 및 분석 적용. '메가스터디'는 업종의 특성상 출판에서 지식정보로 변경 적용
- 3) 출판 중 '예림당'은 '10년 2분기부터 자료확보 및 분석 적용. '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용. '메가스터디'는 지식정보로 변경에 따라 분석에서 제외
- 4) 방송 중 '올리브나인'은 '10년 10월 20일 상장폐지로 분석에서 제외. '에이앤씨바이오홀딩스', '클루넷', '더체인지'는 업종 변경으로 분석에서 제외. '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '온미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 방송부문 종사자수를 적용. '아이에스플러스'는 제이콘텐트리와 합병으로 분석에서 제외. '큐릭스'는 '티브로드도봉강북방송'과 합병으로 '티브로드도봉강북방송'으로 분석 적용. '케이티스카이라이프', '케이엔엔', '씨씨에스충북방송', '나우콤'은 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용. '현대홈쇼핑'은 '10년 3분기부터 자료확보 및 분석적용. '대구방송'은 '10년 4분기부터 자료확보 및 분석적용. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지 및 '프라임엔터테인먼트', '아인스M&M'은 '12년 3월 30일 현재 실적보고서 부재로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료확보 및 영화부문 종사자수를 적용. '세기상사', '제이콘텐트리'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '엠넷미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 종사자수를 적용. '캔들미디어'와 'JYP엔터테인먼트'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '시스템사이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

* 본 자료의 출처인 기업보고서는 누적 분기 단위로 표기되었으나 고용 인원은 flow가 아닌 stock 개념임을 감안하여 보고서의 데이터를 그대로 사용함

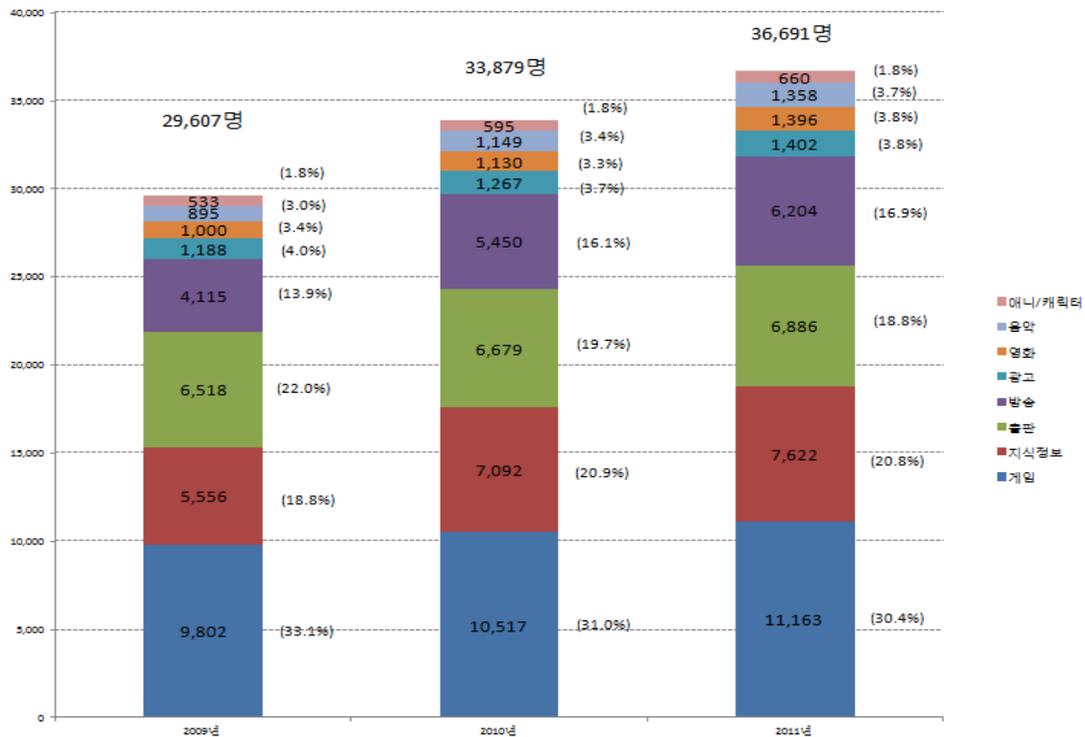
<그림 I -13> '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동

(단위 : 명)



<그림 I -14> '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 고용 누적

(단위 : 명)



6 상장사 재무분석

6.1. 콘텐츠산업 상장사 재무제표 변화 추이

□ 전체산업 대비 콘텐츠산업

〈표 1-16〉 '09년~'11년 전체 상장사 대비 콘텐츠업체(상장사) 비교

(단위 : 억원)

구분		2009년 ³⁸⁾	2010년 ³⁹⁾	2011년 ⁴⁰⁾	2010년 전년대비	2011년 전년대비
매출액*	콘텐츠업체(상장사)	115,012.3	161,672.20	193,180.00	40.6%	19.5%
	전체 상장사	8,204,204.0	9,912,054.00	11,071,851.00	20.8%	11.7%
	비중	1.4%	1.63%	1.74%	0.23%p	0.11%p
영업이익**	콘텐츠업체(상장사)	22,887.90	26,365.30	30,171.20	16.7%	14.4%
	전체 상장사	511,263.00	763,692.00	652,180.00	49.4%	△14.6%
	비중	4.48%	3.45%	4.63%	△1.03%p	1.18%p
영업이익률***	콘텐츠업체(상장사)	19.90%	16.31%	15.62%	△3.59%p	△0.69%p
	전체 상장사	6.23%	7.70%	5.89%	1.47%p	△1.81%p

* 매출액은 기업의 주요영업활동 또는 경상적 활동으로부터 얻는 수익으로서 상품 등의 판매 또는 용역의 제공으로 실현된 금액을 말함

** 영업이익은 매출액에서 매출원가를 빼고 얻는 매출 총이익에서 다시 일반관리비와 판매비를 뺀 것. 즉, 순수하게 영업을 통해 벌어들인 이익을 말함(영업이익 = 매출액 - 매출원가 - (관리비+판매비))

*** 영업이익률은 매출액에 대한 영업이익 비율을 매출액 영업이익률 또는 영업이익률이라고 하며, 영업이익률은 영업활동의 수익성을 나타냄

- '11년 전체 상장사 중 콘텐츠산업 관련 상장사가 차지하는 매출액 비중은 약 1.7%로 전년대비 다소 증가했으며, 콘텐츠산업 관련 상장사 매출액은 '09년 이후 두 자릿수의 전년대비 증가율을 보이고 있으나 성장세는 주춤. 영업이익은 '11년 전체 상장사의 경우 전년대비 감소한데 반해 콘텐츠산업 관련 상장사는 증가세(콘텐츠산업 14.4% vs 전체 상장사 -14.6%)를 보임

38) 전체상장사 데이터는 연결재무제표 제출 12월 결산법인(351사)의 연결실적(출처 : 2010년 5월 보도자료, 한국거래소)

39) 전체 상장사 데이터는 2011년 사업보고서 제출대상 12월 결산법인 668사 중 분석제외법인 52개사를 제외한 616개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계됨(출처 : 2012년 4월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)

40) 전체 상장사 데이터는 2011년 사업보고서 제출대상 12월 결산법인 668사 중 분석제외법인 52개사를 제외한 616개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계됨(출처 : 2012년 4월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)

- '11년 전체 상장사 매출액 중 콘텐츠 업체의 매출액 비중은 1.74%로 전년대비 0.11%p 상승
 - ※ '11년 전체 상장사의 매출은 전년대비 11.7% 증가했으며, 이는 '09년 금융위기 이후 '10년부터 계속되는 경기상승에 따라 자동차, 반도체 등 국내 수출주력상품을 생산·판매하는 대기업들의 실적호조에 기인하고 있으나, 향후 '11년 상반기에 발생한 유럽금융위기 등 대외약재가 해소되지 않을 경우 매출실적 및 영업이익에는 악영향을 미칠 것으로 전망
- '11년 전체 상장사 영업이익 중 콘텐츠산업 관련 상장사의 영업이익 비중은 약 4.63%로 '09년 이래 매출액 비중에 비해 높은 수준을 보임
 - ※ 전체 상장사의 영업이익은 '11년 전년대비 14.6% 감소한데 반해, 콘텐츠산업 관련 업체의 영업이익은 14.4% 증가했으며, 비중은 전년대비 약 1.18%p 상승
- 기업의 영업 활동성과 및 수익성을 나타내는 콘텐츠업체 영업이익률은 '11년의 경우 전체 상장사에 비해 약 3배 정도 높은 약 15.62% 기록
- 콘텐츠업체의 영업이익률은 '11년 전년대비 0.69%p 하락
 - ※ 전체 상장사의 영업이익률은 전년대비 각각 1.81%p 하락

(표 1-17) '09년~'11년 전체 상장사 대비 콘텐츠업체(상장사) 자기자본 부채비율

(단위 : 억원)

구 분	콘텐츠업체(상장사)			전체 상장사		
	2009년	2010년	2011년	2009년 ⁴¹⁾	2010년 ⁴²⁾	2011년 ⁴³⁾
자산총계	160,729.1	210,640.4	256,118.6	16,300,438.0	11,795,933.0	12,644,917.0
부채총계	48,890.6	74,081.5	93,683.2	10,295,760.0	5,650,596.0	6,181,276.0
자본총계	111,838.9	136,558.9	162,435.4	6,004,678.0	6,145,337.0	6,463,641.0
부채비율	43.7%	54.2%	57.7%	171.46%	91.95%	95.63%

- '11년 전체 상장사 대비 콘텐츠산업 관련 상장사의 자기자본 부채비율⁴⁴⁾은 57.7% 전체상장사의 60% 수준을 보이고 있음
 - '11년 콘텐츠산업 상장사 자기자본 부채비율은 전년대비 1.7%p 상승했으며

41) 전체상장사 데이터는 연결재무제표 제출 12월 결산법인 351사

42) 전체 상장사 데이터는 2011년 사업보고서 제출대상 12월 결산법인 668사 중 분석제외법인 52개사를 제외한 616개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계됨

43) 전체 상장사 데이터는 2011년 사업보고서 제출대상 12월 결산법인 668사 중 분석제외법인 52개사를 제외한 616개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계됨

44) 부채비율 = 총부채/총자본 : 재무적 위험도 파악 지표

'09년 대비 14.0%p 상승

〈표 I -18〉 '09년~'11년 전체 상장사 대비 콘텐츠 상장사 유동비율

(단위 : 억원)

구분	콘텐츠업체(상장사)			전체 상장사		
	2009년	2010년	2011년	2009년 ⁴⁵⁾	2010년 ⁴⁶⁾	2011년 ⁴⁷⁾
유동자산	75,142.1	110,264.8	131,167.4	2,781,636.0	3,980,680.0	4,259,805.0
유동부채	39,058.0	54,978.4	72,568.3	2,539,605.0	3,513,317.0	3,706,819.0
유동비율	192.4%	200.6%	180.8%	109.5%	113.3%	114.9%

- '11년 콘텐츠산업 관련 상장사의 유동비율⁴⁸⁾은 180.8%로 전체상장사 대비 65.9%p 높음
- 콘텐츠산업 관련 상장사 유동비율은 전년대비 19.8%p 하락했으며, '09년 대비 11.6%p 하락

6.1.1. 콘텐츠산업 상장사 영업이익률 변화 추이

〈표 I -19〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 영업이익률 추이

(단위 : %, %p)

구분	2009년	2010년	2011년	2010년 전년대비	2011년 전년대비
전체	19.6%	16.3%	15.6%	△3.3%p	△0.7%p
게임	34.9%	24.7%	24.5%	△10.2%p	△0.2%p
지식정보	31.8%	26.8%	24.1%	△5.0%p	△2.7%p
출판	8.4%	8.7%	6.7%	0.3%p	△2.0%p
방송	12.7%	14.0%	13.8%	1.3%p	△0.2%p
광고	6.9%	8.5%	5.9%	1.6%p	△2.6%p
영화	15.4%	2.5%	8.1%	△12.9%p	5.6%p
음악	5.7%	5.6%	11.1%	△0.1%p	5.5%p
애니/캐릭터	-0.2%	-6.4%	0.1%	13.6%p	6.5%p

- 전체 콘텐츠산업 관련 상장사의 영업이익률은 '11년 15.6%로 전년대비 0.7%p 하락했으며 '09년 대비 4.0%p 하락
- '09년 영업이익률 19.6%에서 '10년 16.3%로 하락하면서 '11년 들어 15.6%로

45) 유가증권시장 12월 결산법인 653사 중 561사

46) 유가증권시장 12월 결산법인 668사 중 616사

47) 유가증권시장 12월 결산법인 668사 중 616사

48) 유동비율 = 유동자산/유동부채 × 100 : 단기채무지급능력 파악 지표

하락추세가 지속되는 양상을 보임

- 게임 및 지식정보의 '11년 영업이익률은 각각 24.5%, 24.1%(전년대비 0.2%p 하락, 2.7%p 하락)로 다른 분야에 비해 높은 수준이나 '09년 이래 하락추세를 보이고 있음

※ 게임은 개발력 등 국내외 경쟁력 등의 확보를 통한 내수 및 해외시장 확대가 영업이익 발생의 주요 요인이며, 지식정보는 매출액 주요원천인 온라인광고와 검색광고 외에 스마트폰, 태블릿 PC 등의 보급에 따른 게임, 만화 등 OSMU로 대표되는 사업다각화가 매출액의 양적 증대와 함께 영업이익률 증대에 기여

- 출판, 방송, 광고의 영업이익률은 '11년의 경우 6.7%, 13.8%, 5.9%로 전년대비 각각 2.0%p, 0.2%p, 2.6%p 감소

※ 영화의 '11년 영업이익률은 8.1%로 전년대비 5.6%p 상승했으나 '09년 영업이익률 절반 수준으로 하락추세를 보임

- 애니메이션/캐릭터는 '09년에서 '10년까지 영업적자상태를 보이다가 '11년에 이르러 흑자기조로 전환되었으며, '11년 영업이익률은 0.1%로 전년대비 6.5%p 상승

※ 애니메이션/캐릭터의 '10년 영업이익률은 전년대비 6.2%p 하락한 -6.4%로 적자상태

- 음악의 영업이익률은 '09년 이후 증가세를 보이고 있으며 '11년부터 다소 높은 수준을 나타냄. '11년의 영업이익률은 11.1%로 전년대비 5.5%p 상승

6.1.2. 콘텐츠산업 상장사 자기자본대비 부채비율 변화 추이

〈표 I -20〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 자기자본대비 부채비율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2009년	2010년	2011년	2010년 전년대비	2011년 전년대비
전체	43.7%	54.2%	57.7%	10.5%p	3.5%p
게임	28.5%	40.7%	43.8%	12.2%p	3.1%p
지식정보	31.5%	39.8%	38.5%	8.3%p	△1.3%p
출판	38.4%	37.5%	52.3%	△0.9%p	14.8%p
방송	48.1%	60.1%	51.7%	12.0%p	△8.4%p
광고	79.0%	123.7%	157.0%	44.7%p	33.3%p
영화	102.4%	113.0%	132.7%	10.6%p	19.7%p
음악	78.1%	68.0%	45.5%	△10.1%p	△22.5%p
애니/캐릭터	65.4%	72.1%	78.6%	6.7%p	6.5%p

- 전체 콘텐츠산업 자기자본대비 부채비율은 '11년 57.7%로 전년대비 3.5%p 증가
 - '09년 전체 콘텐츠산업 자기자본대비 부채비율은 43.7%로 이후 증가세를 보이면서 '10년은 54.2%로 10.5%p 상승
 - 게임은 자기자본대비 부채비율이 '09년 28.5%로 전체 산업 중 가장 낮은 수준을 보였으나 이후 상승세로 전개되면서 '11년 들어 43.8%로 '09년 대비 15.3%p 상승. 지식정보는 '09년 31.5% 수준에서 상승하다가 '11년에는 38.5%로 '10년 대비 1.3%p 하락
 - 광고, 영화 등은 '09년 이후 자기자본 부채비율 상승세가 다른 분야에 비해 높은 수준을 나타내고 있으며 전년대비 큰 폭의 상승을 보임
 - ※ 영화의 '11년 부채비율은 132.7%로 전년대비 19.7%p 상승했으며 광고의 부채비율은 157.0%로 전년대비 33.3%p 상승함
 - ※ 출판 및 방송의 '11년 부채비율은 52.3%, 51.7%로 비교적 낮은 수준을 보이고 있으며, 전년대비 각각 14.8%p 상승, 8.4%p 하락
 - 음악은 '09년 자기자본부채비율이 78.1% 수준에서 '10년에 68.0%로 하락을 보이다가 '11년 자기자본부채비율은 45.5%로 전년대비 22.5%p 급락

6.1.3. 콘텐츠산업 상장사 유동비율 변화 추이

〈표 I -2〉 '09년~'11년 콘텐츠업체(상장사) 유동비율 추이

(단위: %, %p)

구분	2009년	2010년	2011년	2010년 전년대비	2011년 전년대비
전체	192.4%	200.6%	180.8%	8.2%p	△19.8%p
게임	301.6%	280.0%	266.0%	△21.0%p	△14.0%p
지식정보	237.4%	277.9%	280.2%	40.5%p	2.3%p
출판	208.6%	219.0%	127.0%	10.4%p	△92.0%p
방송	131.8%	167.9%	169.1%	36.1%p	1.2%p
광고	174.9%	159.0%	146.7%	△15.9%p	△12.3%p
영화	64.4%	70.3%	75.7%	5.9%p	5.4%p
음악	163.8%	163.4%	225.6%	△0.4%p	62.2%p
애니/캐릭터	156.0%	118.4%	121.7%	△37.6%p	3.3%p

● 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 유동비율은 '11년 180.8%로 전년대비 19.8%p 하락

- '09년 유동비율은 192.4%에서 '10년은 200.6%로 상승하다가 '11년 들어 하락세를 보임. '10년에 비해 낮은 유동비율을 나타내면서 전년대비 유동성 리스크 상승

※ 유동비율은 단기채무지불 능력의 평가지표로서 업종별 차이가 있으나, 통상 200% 이하일 경우 해당 기업이 일정부분 유동성리스크가 존재하고 있다고 판단할 수 있음

- 게임 및 지식정보의 '11년 유동비율은 각각 266.0%, 280.2%로 가장 높은 수준의 현금흐름을 보이고 있으나, 게임은 '11년 전년대비 14.0%p 하락했고 지식정보는 전년대비 2.3%p 상승해 정체를 보임

- 음악의 '11년 유동비율은 225.6%로 전년대비 62.2%p 증가했으며 다른 업종에 비해 상승폭이 가장 큼

※ 출판, 방송, 광고, 애니메이션/캐릭터 '11년 유동비율은 각각 127.0%, 169.1%, 146.7%, 121.7%로 전년대비 92.0%p 하락, 1.2%p 상승, 12.3%p 하락, 3.3%p 상승

※ 영화 '11년 유동비율은 75.7%로 전년대비 5.4%p 증가해 다소 호전되는 양상을 보이고 있으나, '09년 이후 전체 콘텐츠산업에서 가장 낮은 유동비율을 나타냄

Ⅱ. 2011년 연간 콘텐츠업체 실태조사 분석

1 콘텐츠업체 실태조사 개요

1.1. 조사목적

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’는 연간 조사의 한계를 극복하고 신속하면서도 정확한 콘텐츠산업 규모 등을 파악
 - ※ 궁극적으로 지속적인 분기별 콘텐츠업체 실태조사를 통해 데이터 축적과 향후 시계열화를 통한 계절적 변화 파악 및 전망을 목적
- 현재 콘텐츠산업 관련 상장사(약 86개) 분석을 통해 콘텐츠 업체의 매출액 등을 파악할 수 있으나 콘텐츠산업 전체를 대변할 수 없는 한계를 보완
- 실시간적인 콘텐츠업체 조사를 통하여 현실적인 정책이 수립될 수 있도록 기초자료로 제공

1.2. 조사대상 및 방법

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’는 총 12개 산업 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송(독립제작사), 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연 산업을 영위하는 사업체 중 500개를 표본으로 선정하여 조사 실시
- 표본은 산업별 상위 20위(매출액 기준) 이내 사업체를 우선적으로 배분하여 실시하였으며, 산업별로 20개 사업체가 없는 경우에는 전수조사를 실시
- 12개 산업별로 기획 및 제작, 오프라인도소매, 온라인도소매, 오프라인 및 온라인 서비스로 표본구성을 실시하며, 응답대상 사업체의 매출액 합계가 가치사슬별 매출규모의 약 65%~70% 이상 차지할 수 있도록 표본 구성

- 매출액과 종사자수는 추정을 통해 전체 콘텐츠산업규모를 산출하였으며 수출과 투자액은 응답업체 내용을 단순 집계하였음
 - ※ 콘텐츠산업에서 소규모 사업체는 수출을 하는 경우가 적어, 집계된 수출액이 전체와 차이가 없을 것으로 판단됨
- 상위 사업체 이외에 산업규모의 추정을 위하여 소규모 사업체도 층별 비례배분을 통하여 표본을 배분하였으며, 층화추출법을 이용하여 표본을 추출, 가중치는 설계 가중값, 무응답 조정, 사후층화 조정 등을 고려하여 작성
- 조사기간은 '11년 1분기는 05월 18일~06월 03일, 2분기는 08월 08일~08월25일, 3분기는 11월 08일~11월 25일, 4분기는 '12년 04월 02일~04월13일 분기별로 총 4회 실시하였으며, 방문조사 및 E-mail, Fax, 전화 등 다양한 방법을 통하여 조사 실시

1.3. 콘텐츠산업 실태조사 이용시 유의사항

- 2010년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서에서는 출판산업 규모 추정 시 신문 발행업, 잡지 및 정기 간행물 발행업, 정기광고 간행물 발행업, 기타오디오기록 매체 출판업, 기타인쇄물출판업이 포함되지 않았으나, 2010년 2분기 콘텐츠산업 동향분석보고서에서는 출판산업 규모 추정 시 출판산업 전 분야(인쇄업, 계약배달직 제외)가 포함되었으며, 1분기와 시계열 유지를 위하여 1분기에 미조사된 분야도 2분기 실태 조사 시 1분기 관련 부분을 조사하여 수정 보완하였음
- 콘텐츠산업통계와 시계열을 유지하기 위하여 2011년 1~2분기에는 출판산업 중 외부인용 자료인 인쇄업과 계약배달직을 2010년 1분기와 2분기, 3분기, 4분기 모두 동일하게 포함하여 재추정하였음
 - ※ 2010년 1~4분기 콘텐츠산업 규모는 2010년 콘텐츠산업통계 확정치 결과값으로 변경되었으며, 2011년 1~2분기는 2010년 확정치로 인해 재추정 되었음. 따라서 2010년 1분기~2011년 2분기 콘텐츠산업 규모는 2011년 3분기 콘텐츠산업 동향보고서에 수록된 규모를 활용하여야 함
- 방송산업은 방송영상독립제작사만을 대상으로 조사를 실시하여 전체 방송산업 규모와 차이가 있음

※ 방송산업 중 포함되지 않은 부분 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업

● 광고산업은 광고매체집행 사업체만을 대상으로 조사를 실시하여 전체 광고산업 규모와 차이가 있음

※ 광고산업 중 포함되지 않은 부분 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업

2 콘텐츠업체 실태조사 분석결과

2.1. 2011년 콘텐츠산업 규모

● '11년 콘텐츠산업 매출액은 64조 8,242억원, 종사자는 53만 15명, 수출액은 4조 3,925억원, 투자액은 1조 6,367억원으로 나타났으며, 전년대비 매출액은 약 13.9% 증가, 종사자는 약 1.5% 증가, 수출액은 29.4% 증가하였으며, 투자액은 15.1% 증가하여 2010년 대비 전체적으로 큰 폭의 증가세를 보인 것으로 나타남. 콘텐츠산업의 매출액을 연평균증감률로 살펴보면 10.3% 증가하였으며, 종사자 또한 약 1.7% 증가, 수출액은 21.2% 증가한 것으로 나타남. 콘텐츠산업은 매출액, 종사자수, 수출액 모두 지속적으로 증가하고 있는 상황임

〈표 II-1〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 매출액 규모

산업명	매출액(백만원)								전년대비 증감률	연평균 증감률
	2009년	2010년	2011년p							
			1분기	2분기	3분기	4분기	합계			
출판	20,609,123	21,243,798	5,392,883	5,187,922	5,209,813	5,234,092	21,024,710	-1.0%	1.0%	
만화	739,094	741,947	192,041	184,641	190,378	190,027	757,087	2.0%	1.2%	
음악	2,740,753	2,959,143	854,312	953,338	980,201	1,081,563	3,869,414	30.8%	18.8%	
게임	6,580,600	7,431,118	2,158,654	2,325,115	2,310,021	2,408,972	9,202,762	23.8%	18.3%	
영화	3,306,672	3,432,871	831,150	843,053	924,861	858,182	3,457,246	0.7%	2.3%	
애니메이션	418,570	514,399	136,602	152,525	141,607	120,584	551,318	7.2%	14.8%	
방송영상독립제작사	796,175	737,092	220,783	198,926	184,227	196,554	800,490	8.6%	0.3%	
광고	5,414,852	5,546,163	1,568,793	1,792,363	1,816,922	1,897,652	7,075,730	27.6%	14.3%	
캐릭터	5,358,272	5,896,897	1,660,930	1,837,760	1,773,677	1,942,506	7,214,873	22.4%	16.0%	
지식정보	5,255,185	6,204,127	1,886,998	1,980,855	2,018,875	2,155,117	8,041,845	29.6%	23.7%	
콘텐츠솔루션	2,036,362	2,196,232	629,817	694,058	728,334	776,582	2,828,791	28.8%	17.9%	
합계	53,255,658	56,903,787	15,532,963	16,150,556	16,278,916	16,861,831	64,824,266	13.9%	10.3%	

※ 방송산업 중 포함되지 않은 부분 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업

※ 광고산업 중 포함되지 않은 부분 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업

※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

- '11년 콘텐츠산업별 매출액을 보면 출판산업이 21조 247억원으로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 전년대비 약 1.0% 감소한 것으로 추정됨
- 지식정보산업은 8조 418억원으로 전년대비 약 29.6% 증가, 광고산업 7조 757억원으로 전년대비 약 27.6% 증가, 음악산업은 3조 8,694억원으로 전년대비 약 30.8% 증가, 게임산업이 9조 2,027억원으로 전년대비 약 23.8% 증가, 캐릭터산업 7조 2,148억원으로 전년대비 약 22.4% 증가, 방송영상독립제작사 8,004억원으로 전년대비 약 8.6% 증가, 애니메이션산업 5,513억원으로 전년대비 약 7.2% 증가, 만화산업 7,570억원으로 전년대비 약 2.0% 증가, 영화산업 3조 4,572억원으로 전년대비 약 0.7% 증가한 것으로 추정됨
- 연평균증감률이 높은 산업은 음악(18.8%), 게임(18.3%), 콘텐츠솔루션(17.9%), 지식정보(23.7%), 캐릭터(16.0%)인 것으로 나타남

〈표 II-2〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 종사자 규모

산업명	종사자(명)							
	2009년	2010년	2011년p				전년대비 증감률	연평균 증감률
			1분기	2분기	3분기	4분기		
출판	206,926	203,226	201,181	201,339	200,848	200,588	-1.3%	-1.5%
만화	10,748	10,779	10,645	10,478	10,406	10,340	-4.1%	-1.9%
음악	76,539	76,654	77,312	77,775	78,073	78,581	2.5%	1.3%
게임	92,533	94,973	95,379	95,608	95,908	97,387	2.5%	2.6%
영화	28,041	30,561	30,791	30,409	30,853	30,763	0.7%	4.7%
애니메이션	4,170	4,349	4,414	4,507	4,593	4,672	7.4%	5.8%
방송영상독립제작사	4,748	4,706	4,711	4,697	4,682	4,713	0.1%	-0.4%
광고	4,853	4,987	5,125	5,245	5,309	5,328	6.8%	4.8%
캐릭터	23,406	25,102	25,157	25,592	25,663	26,598	6.0%	6.6%
지식정보	44,897	48,226	48,940	50,058	50,148	51,507	6.8%	7.1%
콘텐츠솔루션	15,967	18,384	18,641	19,163	19,283	19,538	6.3%	10.6%
합계	512,828	521,947	522,296	524,871	525,766	530,015	1.5%	1.7%

※ 방송산업 중 포함되지 않은 부분 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업

※ 광고산업 중 포함되지 않은 부분 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업

※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

- 산업별 종사자를 보면, 전체 종사자 53만 15명 중 음악산업은 7만 8,581명으로 전년대비 약 2.5% 증가, 게임산업은 9만 7,387명으로 전년대비 약 2.5% 증가, 지식정보산업은 5만 1,507명으로 전년대비 약 6.8% 증가, 캐릭터산업은 2만 6,598명으로 전년대비 약 6.0% 증가, 콘텐츠솔루션 1만

9,538명으로 전년대비 약 6.3% 증가, 애니메이션산업은 4,672명으로 전년대비 약 7.4% 증가, 광고산업은 5,328명으로 전년대비 약 6.8% 증가, 방송영상독립제작사는 4,713명으로 전년대비 약 0.1% 증가, 영화산업은 3만 763명으로 전년대비 약 0.7% 증가, 출판산업은 20만 588명으로 전년대비 약 1.3% 감소, 만화산업은 1만 340명으로 전년대비 약 4.1% 감소한 것으로 추정됨

- 콘텐츠산업 종사자의 연평균증감률은 약 1.7% 증가하였으며, 산업별로 연평균증감률을 보면, 콘텐츠솔루션이 가장 높은 10.6% 증가를 보였으며, 다음으로 지식정보가 7.1% 증가, 캐릭터가 6.6% 증가, 애니메이션 5.8% 증가한 것으로 나타남

〈표 II-3〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 수출액 규모

산업명	수출액(백만원)								
	2009년	2010년	2011년p					전년대비 증감률	연평균 증감률
			1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출판	320,075	413,803	45,698	112,705	83,624	115,269	357,296	-13.7%	5.7%
만화	5,372	9,427	4,588	5,010	3,268	5,252	18,118	92.2%	83.6%
음악	39,912	96,273	32,033	43,405	59,322	69,257	204,017	111.9%	126.1%
게임	1,583,829	1,857,072	586,521	605,886	619,751	742,598	2,554,756	37.6%	27.0%
영화	18,025	15,705	4,639	8,699	9,237	9,632	32,207	105.1%	33.7%
애니메이션	114,431	111,957	34,185	38,458	38,315	39,526	150,484	34.4%	14.7%
방송영상독립제작사	18,315	15,830	5,364	5,632	5,537	3,835	20,368	28.7%	5.5%
광고	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	301,895	319,507	90,453	102,755	105,732	125,658	424,598	32.9%	18.6%
지식정보	441,243	420,048	114,846	115,635	116,327	119,695	466,503	11.1%	2.8%
콘텐츠솔루션	144,767	134,689	37,439	40,921	42,328	43,528	164,216	21.9%	6.5%
합계	2,987,864	3,394,311	955,766	1,079,106	1,083,441	1,274,250	4,392,563	29.4%	21.2%

※ 방송산업 중 포함되지 않은 부분 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업
 ※ 광고산업 중 포함되지 않은 부분 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업
 ※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

- 산업별 수출액을 살펴보면, 전체 수출액 4조 3,925억원으로 전년대비 약 29.4% 증가하였으며, 게임산업은 2조 5,547억원으로 전년대비 약 37.6% 증가, 캐릭터산업은 4,245억원으로 전년대비 약 32.9% 증가, 음악산업은

2,040억원으로 전년대비 약 111.9% 증가, 애니메이션산업은 1,504억원으로 전년대비 약 34.4% 증가, 영화산업은 322억원으로 전년대비 약 105.1% 증가, 방송영상독립제작사는 203억원으로 전년대비 약 28.7% 증가, 지식정보산업은 4,665억원으로 전년대비 약 11.1% 증가, 출판산업 3,572억원으로 전년대비 약 13.7% 감소한 것으로 나타남

- 콘텐츠산업 수출액을 연평균증감률로 살펴보면 전체 수출액은 약 21.2% 증가하였으며, 음악은 126.1% 증가, 게임은 27.0% 증가, 만화는 83.6% 증가, 영화는 33.7% 증가 등 대체적으로 콘텐츠산업 전 분야가 증가한 것으로 추정됨

〈표 II-4〉 '10년~'11년 콘텐츠산업 투자액 규모

산업명	투자액(백만원)						전년대비 증감률
	2010년	2011년p				합계	
		1분기	2분기	3분기	4분기		
출 판	386,028	94,980	91,971	90,040	86,906	363,897	-5.7%
만 화	24,815	6,499	6,282	6,181	6,057	25,019	0.8%
음 악	62,199	17,171	19,469	21,516	25,246	83,402	34.1%
게 임	467,616	137,225	141,007	146,219	178,542	602,993	29.0%
영 화	156,737	37,813	39,897	41,054	37,250	156,014	-0.5%
애니메이션	59,986	15,758	17,500	19,340	21,745	74,343	23.9%
방송영상독립제작사	100,322	29,966	28,281	28,414	28,804	115,465	15.1%
광 고	27,293	7,694	7,937	8,024	8,158	31,813	16.6%
캐릭터	99,904	30,109	33,385	35,772	39,678	138,944	39.1%
지식정보	25,158	7,079	7,322	7,638	7,737	29,776	18.4%
콘텐츠솔루션	12,033	3,455	3,670	3,916	4,003	15,044	25.0%
합계	1,422,091	387,749	396,721	408,114	444,126	1,636,710	15.1%

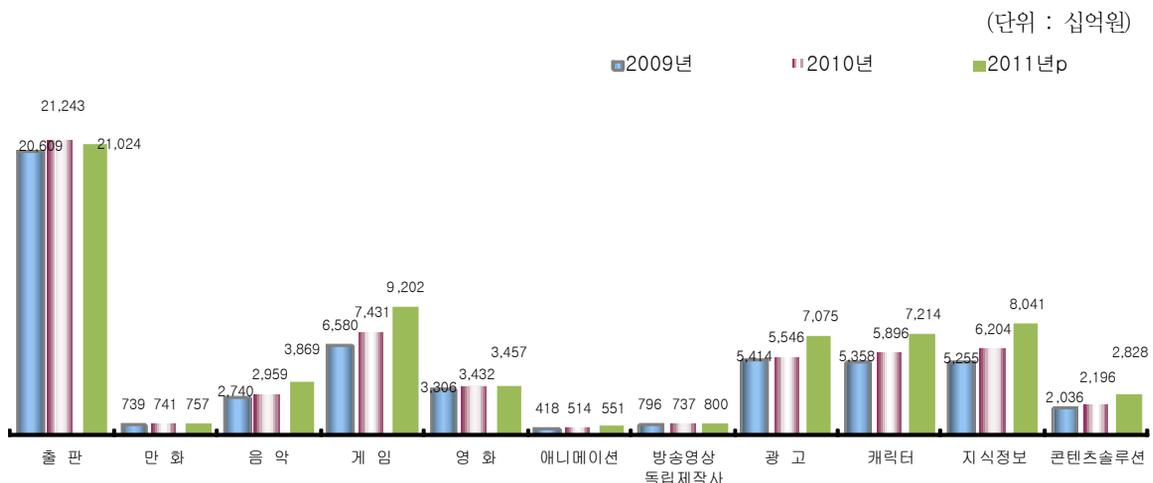
산업명	자체투자액(백만원)						전년대비 증감률
	2010년	2011년p				합계	
		1분기	2분기	3분기	4분기		
출 판	350,647	86,523	83,138	81,312	78,555	329,528	-6.0%
만 화	21,113	5,527	5,331	5,259	5,128	21,245	0.6%
음 악	59,598	16,339	18,457	20,327	23,989	79,112	32.7%
게 임	344,197	99,648	101,322	103,568	126,653	431,191	25.3%
영 화	96,769	23,421	24,566	25,791	22,125	95,903	-0.9%
애니메이션	32,347	8,625	8,823	8,965	9,358	35,771	10.6%
방송영상독립제작사	67,280	21,337	19,322	19,278	19,452	79,389	18.0%
광 고	21,945	6,327	6,482	6,496	6,527	25,832	17.7%
캐릭터	78,129	23,871	26,596	28,434	31,522	110,423	41.3%
지식정보	16,252	4,762	4,869	4,963	5,002	19,596	20.6%
콘텐츠솔루션	6,864	1,996	2,113	2,332	2,411	8,852	29.0%
합계	1,095,141	298,376	301,019	306,725	330,722	1,236,842	12.9%

산업명	외부투자액(백만원)						전년대비 증감률
	2010년	2011년p				합계	
		1분기	2분기	3분기	4분기		
출판	35,381	8,457	8,833	8,728	8,351	34,369	-2.9%
만화	3,702	972	951	922	929	3,774	1.9%
음악	2,601	832	1,012	1,189	1,257	4,290	64.9%
게임	123,419	37,577	39,685	42,651	51,889	171,802	39.2%
영화	59,968	14,392	15,331	15,263	15,125	60,111	0.2%
애니메이션	27,639	7,133	8,677	10,375	12,387	38,572	39.6%
방송영상독립제작사	33,042	8,629	8,959	9,136	9,352	36,076	9.2%
광고	5,348	1,367	1,455	1,528	1,631	5,981	11.8%
캐릭터	21,775	6,238	6,789	7,338	8,156	28,521	31.0%
지식정보	8,906	2,317	2,453	2,675	2,735	10,180	14.3%
콘텐츠솔루션	5,169	1,459	1,557	1,584	1,592	6,192	19.8%
합계	326,950	89,373	95,702	101,389	113,404	399,868	22.3%

※ 방송산업 중 포함되지 않은 부분 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업
 ※ 광고산업 중 포함되지 않은 부분 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업
 ※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

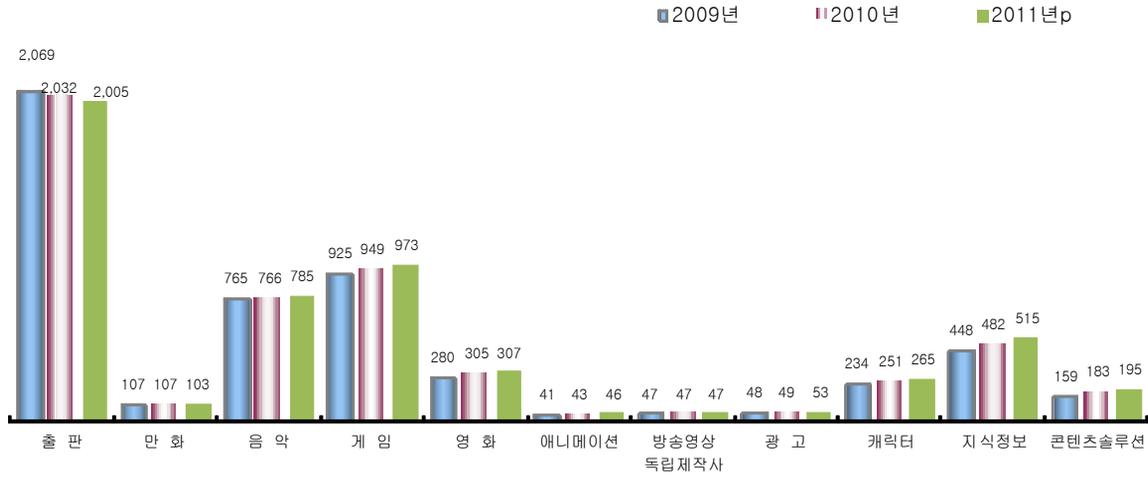
- 산업별 투자액은 1조 6,367억원으로 전년대비 약 15.1% 증가하였으며, 게임산업은 6,029억원으로 전년대비 29.0% 증가한 것으로 나타났으며 11개 산업 중 가장 큰 투자액을 보이고 있음
- 자체투자액이 가장 많은 산업은 게임산업이며 4,311억원으로 전년대비 약 25.3% 증가한 것으로 나타남. 출판, 영화를 제외한 다른 산업은 자체투자액이 전년대비 하여 모두 증가하였음

〈그림 II-1〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 매출액 규모



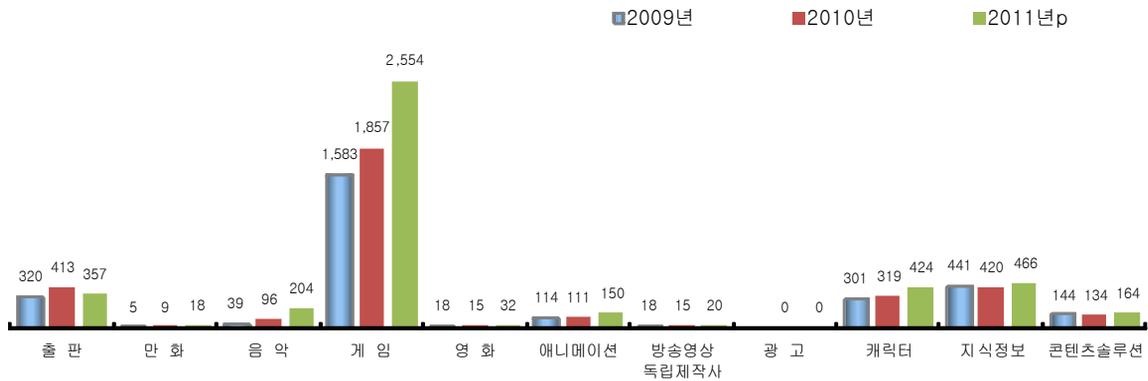
〈그림 II-2〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 종사자 규모

(단위 : 백명)



〈그림 II-3〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 수출액 규모

(단위 : 십억원)



2.2. 2011년 콘텐츠산업 가치사슬별 규모

- '11년 가치사슬별 매출액을 살펴보면, 기획 및 제작업이 38조 1,285억원으로 전년대비 약 15.7% 증가하였으며, 도매업이 5조 656억원으로 전년대비 약 0.2% 증가, 소매업은 7조 9,873억원으로 전년대비 약 3.5% 증가, 오프라인 서비스업은 5조 7,063억원으로 전년대비 약 12.8% 증가, 온라인 서비스업은 7조 9,364억원으로 전년대비 약 29.6% 증가한 것으로 추정됨

※ 오프라인 서비스업 정의

- 출판산업(서적임대), 만화산업(만화임대(대본소), 서적임대(만화부분)), 게임산업(PC방,

아케이드게임장, 비디오게임장), 영화산업(극장상영, DVD/VHS 상영, DVD/VHS 대여), 애니메이션산업(극장상영)

※ 온라인 서비스업 정의

- 출판산업(인터넷전자출판서비스업), 만화산업(모바일만화서비스업, 인터넷만화서비스업), 음악산업(인터넷음악서비스업, 모바일음악서비스업), 지식정보산업(포털 및 매개정보서비스업)
- 출판산업의 가치사슬별 매출액을 보면 기획 및 제작이 12조 5,612억원으로 전년대비 약 0.8% 감소하였으며, 온라인 서비스업이 1,538억원으로 전년대비 약 94.2% 증가한 것으로 추정됨
- 만화산업의 가치사슬별 매출액을 보면 기획 및 제작이 3,563억원으로 전년대비 약 4.6% 증가, 온라인 서비스업이 444억원으로 전년대비 약 13.2% 증가한 것으로 추정됨
- 음악산업의 가치사슬별 매출액을 보면 기획 및 제작이 1조 1,864억원으로 전년대비 약 53.6% 증가, 온라인 서비스업이 8,690억원으로 전년대비 약 51.7% 증가한 것으로 나타남
- 게임산업은 기획 및 제작이 7조 2,557억원으로 전년대비 약 29.7% 증가, 영화산업은 기획 및 제작이 8,010억원으로 전년대비 약 13.3% 감소, 방송영상독립제작사는 기획 및 제작이 8,004억원으로 전년대비 약 8.6% 증가, 광고산업은 기획 및 제작이 7조 757억원으로 전년대비 약 27.6% 증가, 캐릭터산업은 기획 및 제작이 3조 6,702억원으로 전년대비 약 21.1% 증가, 지식정보산업은 기획 및 제작이 1조 2,121억원으로 전년대비 약 50.4% 증가, 콘텐츠솔루션산업은 기획 및 제작이 2조 8,287억원으로 전년대비 28.8% 증가한 것으로 추정됨

〈표 II -5〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액

(단위 : 백만원)

산업명	기획 및 제작								전년대비 증감률	연평균 증감률
	2009년	2010년	2011년p							
			1분기	2분기	3분기	4분기	합계			
출 판	12,202,444	12,658,846	3,200,579	3,094,959	3,116,428	3,149,251	12,561,217	-0.8%	1.5%	
만 화	331,324	340,483	89,695	86,735	90,112	89,763	356,305	4.6%	3.7%	
음 악	667,587	772,295	230,674	276,809	299,331	379,621	1,186,435	53.6%	33.3%	
게 임	4,572,000	5,594,165	1,643,021	1,832,527	1,826,556	1,953,685	7,255,789	29.7%	26.0%	
영 화	821,855	924,068	197,026	197,298	199,421	207,326	801,071	-13.3%	-1.3%	
애니메이션	336,662	343,764	92,228	97,208	93,273	97,522	380,231	10.6%	6.3%	
방송영상독립제작사	737,092	737,092	220,783	198,926	184,227	196,554	800,490	8.6%	4.2%	
광 고	5,414,852	5,546,163	1,568,793	1,792,363	1,816,922	1,897,652	7,075,730	27.6%	14.3%	
캐릭터	2,713,459	3,031,808	866,122	926,751	878,631	998,753	3,670,257	21.1%	16.3%	
지식정보	759,525	805,712	270,968	292,104	316,539	332,576	1,212,187	50.4%	26.3%	
콘텐츠솔루션	2,036,362	2,196,232	629,817	694,058	728,334	776,582	2,828,791	28.8%	17.9%	
합계	30,593,162	32,950,628	9,009,706	9,489,738	9,549,774	10,079,285	38,128,503	15.7%	11.6%	

산업명	도매업								전년대비 증감률	연평균 증감률
	2009년	2010년	2011년p							
			1분기	2분기	3분기	4분기	합계			
출 판	3,156,547	2,963,227	750,654	740,145	732,226	726,585	2,949,610	-0.5%	-3.3%	
만 화	79,489	76,218	18,226	17,114	17,692	17,633	70,665	-7.3%	-5.7%	
음 악	119,681	129,421	34,116	33,536	34,381	35,622	137,655	6.4%	7.2%	
게 임	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
영 화	798,692	869,512	185,129	170,961	161,075	146,257	663,422	-23.7%	-8.9%	
애니메이션	16,332	17,948	4,496	4,811	4,738	4,825	18,870	5.1%	7.5%	
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
캐릭터	941,749	998,762	281,929	313,505	308,719	321,226	1,225,379	22.7%	14.1%	
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
합계	5,112,490	5,055,088	1,274,550	1,280,072	1,258,831	1,252,148	5,065,601	0.2%	-0.5%	

산업명	소매업								전년대비 증감률	연평균 증감률
	2009년	2010년	2011년p							
			1분기	2분기	3분기	4분기	합계			
출 판	5,133,051	5,486,147	1,397,613	1,301,178	1,307,255	1,296,528	5,302,574	-3.3%	1.6%	
만 화	215,435	216,251	55,879	51,632	52,998	51,332	211,841	-2.0%	-0.8%	
음 악	116,687	128,870	32,782	33,995	35,176	37,252	139,205	8.0%	9.2%	
게 임	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
영 화	34,912	17,887	3,871	3,764	3,593	3,253	14,481	-19.0%	-35.6%	
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
캐릭터	1,703,064	1,866,327	512,879	597,504	586,327	622,527	2,319,237	24.3%	16.7%	
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
합계	7,203,149	7,715,482	2,003,024	1,988,073	1,985,349	2,010,892	7,987,338	3.5%	5.3%	

산업명	오프라인 서비스업								
	2009년	2010년	2011년p					전년대비 증감률	연평균 증감률
			1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출 판	48,869	56,327	13,917	14,321	14,337	14,856	57,431	2.0%	8.4%
만 화	72,977	69,729	17,916	18,597	18,613	18,717	73,843	5.9%	0.6%
음 악	1,339,996	1,355,722	386,944	383,849	379,762	386,522	1,537,077	13.4%	7.1%
게 임	2,008,600	1,836,953	515,633	492,588	483,465	455,287	1,946,973	6.0%	-1.5%
영 화	1,628,889	1,592,829	436,873	462,673	552,148	492,581	1,944,275	22.1%	9.3%
애니메이션	60,067	147,365	38,527	49,164	42,267	16,825	146,783	-0.4%	56.3%
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	-
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-	-	-
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	5,159,398	5,058,925	1,409,810	1,421,192	1,490,592	1,384,788	5,706,382	12.8%	5.2%

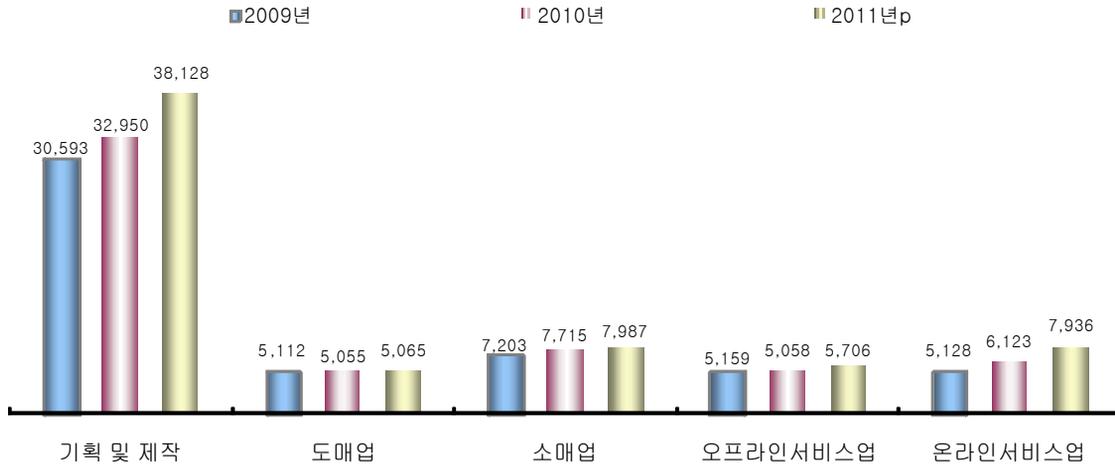
산업명	온라인 서비스업								
	2009년	2010년	2011년p					전년대비 증감률	연평균 증감률
			1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출 판	68,212	79,251	30,120	37,319	39,567	46,872	153,878	94.2%	50.2%
만 화	39,869	39,266	10,325	10,563	10,963	12,582	44,433	13.2%	5.6%
음 악	496,802	572,835	169,796	225,149	231,551	242,546	869,042	51.7%	32.3%
게 임	-	-	-	-	-	-	-	-	-
영 화	22,324	28,575	8,251	8,357	8,624	8,765	33,997	19.0%	23.4%
애니메이션	5,509	5,322	1,351	1,342	1,329	1,412	5,434	2.1%	-0.7%
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	-
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-	-	-
지식정보	4,495,660	5,398,415	1,616,030	1,688,751	1,702,336	1,822,541	6,829,658	26.5%	23.3%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	5,128,376	6,123,664	1,835,873	1,971,481	1,994,370	2,134,718	7,936,442	29.6%	24.4%

산업명	합계								
	2009년	2010년	2011년p					전년대비 증감률	연평균 증감률
			1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출 판	20,609,123	21,243,798	5,392,883	5,187,922	5,209,813	5,234,092	21,024,710	-1.0%	1.0%
만 화	739,094	741,947	192,041	184,641	190,378	190,027	757,087	2.0%	1.2%
음 악	2,740,753	2,959,143	854,312	953,338	980,201	1,081,563	3,869,414	30.8%	18.8%
게 임	6,580,600	7,431,118	2,158,654	2,325,115	2,310,021	2,408,972	9,202,762	23.8%	18.3%
영 화	3,306,672	3,432,871	831,150	843,053	924,861	858,182	3,457,246	0.7%	2.3%
애니메이션	418,570	514,399	136,602	152,525	141,607	120,584	551,318	7.2%	14.8%
방송영상독립제작사	737,092	737,092	220,783	198,926	184,227	196,554	800,490	8.6%	4.2%
광 고	5,414,852	5,546,163	1,568,793	1,792,363	1,816,922	1,897,652	7,075,730	27.6%	14.3%
캐릭터	5,358,272	5,896,897	1,660,930	1,837,760	1,773,677	1,942,506	7,214,873	22.4%	16.0%
지식정보	5,255,185	6,204,127	1,886,998	1,980,855	2,018,875	2,155,117	8,041,845	29.6%	23.7%
콘텐츠솔루션	2,036,362	2,196,232	629,817	694,058	728,334	776,582	2,828,791	28.8%	17.9%
합계	53,196,575	56,903,787	15,532,963	16,150,556	16,278,916	16,861,831	64,824,266	13.9%	10.4%

- ※ 방송산업 중 포함되지 않은 부분 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업
- ※ 광고산업 중 포함되지 않은 부분 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업
- ※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

〈그림 II-4〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액

(단위 : 십억원)



● '11년 가치사슬별 종사자를 살펴보면, 기획 및 제작이 23만 6,115명으로 전년대비 약 3.6% 증가, 오프라인 서비스업이 14만 2,125명으로 전년대비 약 0.1% 증가, 소매업이 9만 703명으로 전년대비 약 2.8% 감소, 도매업이 1만 6,674명으로 전년대비 약 2.6% 감소, 온라인 서비스업이 4만 4,398명으로 전년대비 약 6.8% 증가한 것으로 추정됨

- 출판산업은 기획 및 제작이 11만 1,278명으로 전년대비 0.6% 증가, 소매업이 7만 6,115명으로 전년대비 약 3.8% 감소, 도매업이 1만 752명으로 전년대비 약 3.0% 감소한 것으로 나타남
- 만화산업은 오프라인 서비스업이 4,096명으로 전년대비 4.1% 감소, 소매업이 2,968명으로 전년대비 약 4.2% 감소, 기획 및 제작이 2,232명으로 전년대비 약 4.1% 감소한 것으로 파악됨
- 음악산업은 기획 및 제작이 6,866명으로 전년대비 약 20.7% 증가, 게임산업은 기획 및 제작이 5만 1,272명으로 전년대비 약 5.5% 증가, 영화산업은 기획 및 제작이 5,799명으로 전년대비 약 0.6% 증가한 것으로 나타남
- 애니메이션산업은 기획 및 제작이 4,452명으로 전년대비 약 7.7% 증가하였으며, 방송영상독립제작사의 기획 및 제작이 4,713명으로 전년대비 약 0.1% 증가, 광고산업은 기획 및 제작이 5,328명으로 전년대비 약 6.8% 증

가한 것으로 추정됨

- 캐릭터산업은 기획 및 제작이 1만 3,762명으로 전년대비 약 6.0% 증가하였으며, 지식정보산업은 기획 및 제작이 1만 875명으로 전년대비 약 11.9% 증가한 것으로 파악됨
- 콘텐츠솔루션산업은 기획 및 제작이 1만 9,538명으로 전년대비 약 6.3% 증가한 것으로 추정됨

〈표 II -6〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수

(단위 : 명)

산업명	기획 및 제작 종사자수							전년대비 증감률	연평균 증감률
	2009년	2010년	2011년p						
			1분기	2분기	3분기	4분기			
출 판	111,142	110,642	110,531	111,415	111,326	111,278	0.6%	0.1%	
만 화	2,172	2,328	2,319	2,282	2,267	2,232	-4.1%	1.4%	
음 악	5,654	5,687	5,772	6,020	6,435	6,866	20.7%	10.2%	
게 임	43,365	48,585	48,967	49,283	49,671	51,272	5.5%	8.7%	
영 화	4,934	5,764	5,808	5,817	5,838	5,799	0.6%	8.4%	
애니메이션	3,962	4,135	4,201	4,293	4,378	4,452	7.7%	6.0%	
방송영상독립제작사	4,748	4,706	4,711	4,697	4,682	4,713	0.1%	-0.4%	
광 고	4,853	4,987	5,125	5,245	5,309	5,328	6.8%	4.8%	
캐릭터	11,901	12,986	13,012	13,090	13,147	13,762	6.0%	7.5%	
지식정보	9,379	9,720	9,895	10,389	10,421	10,875	11.9%	7.7%	
콘텐츠솔루션	15,967	18,384	18,641	19,163	19,283	19,538	6.3%	10.6%	
합계	218,077	227,924	228,982	231,650	232,704	236,115	3.6%	4.1%	

산업명	도매업 종사자수							전년대비 증감률	연평균 증감률
	2009년	2010년	2011년p						
			1분기	2분기	3분기	4분기			
출 판	11,327	11,081	10,959	10,904	10,763	10,752	-3.0%	-2.6%	
만 화	792	773	754	737	721	713	-7.8%	-5.1%	
음 악	437	439	429	426	421	423	-3.6%	-1.6%	
게 임	-	-	-	-	-	-	-	-	
영 화	2,138	2,387	2,328	2,311	2,302	2,296	-3.8%	3.6%	
애니메이션	112	121	120	120	119	121	0.0%	3.9%	
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	
캐릭터	2,049	2,321	2,330	2,353	2,358	2,369	2.1%	7.5%	
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	
합계	16,855	17,122	16,920	16,851	16,684	16,674	-2.6%	-0.5%	

산업명	소매업 종사자수							전년대비 증감률	연평균 증감률
	2009년	2010년	2011년p						
			1분기	2분기	3분기	4분기			
출 판	81,940	79,128	77,308	76,612	76,328	76,115	-3.8%	-3.6%	
만 화	3,112	3,099	3,025	2,998	2,973	2,968	-4.2%	-2.3%	
음 악	810	804	773	758	742	728	-9.5%	-5.2%	
게 임	-	-	-	-	-	-	-	-	
영 화	600	468	466	463	459	425	-9.2%	-15.8%	
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	-	
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	
캐릭터	9,456	9,795	9,815	10,149	10,158	10,467	6.9%	5.2%	
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	
합계	95,918	93,294	91,387	90,980	90,660	90,703	-2.8%	-2.8%	

산업명	오프라인 서비스업 종사자수							전년대비 증감률	연평균 증감률
	2009년	2010년	2011년p						
			1분기	2분기	3분기	4분기			
출 판	2,198	2,037	2,009	1,997	1,993	1,975	-3.0%	-5.2%	
만 화	4,369	4,270	4,232	4,152	4,128	4,096	-4.1%	-3.2%	
음 악	67,891	67,938	68,414	68,551	68,312	68,292	0.5%	0.3%	
게 임	49,168	46,388	46,412	46,325	46,237	46,115	-0.6%	-3.2%	
영 화	19,909	21,398	21,620	21,246	21,666	21,647	1.2%	4.3%	
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	-	
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-	-	
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	
합계	143,535	142,031	142,687	142,271	142,336	142,125	0.1%	-0.5%	

산업명	온라인 서비스업 종사자수							전년대비 증감률	연평균 증감률
	2009년	2010년	2011년p						
			1분기	2분기	3분기	4분기			
출 판	319	338	374	411	438	468	38.5%	21.1%	
만 화	303	309	315	309	317	331	7.1%	4.5%	
음 악	1,747	1,786	1,924	2,020	2,163	2,272	27.2%	14.0%	
게 임	-	-	-	-	-	-	-	-	
영 화	460	544	569	572	588	596	9.6%	13.8%	
애니메이션	96	93	93	94	96	99	6.5%	1.6%	
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-	-	
지식정보	35,518	38,506	39,045	39,669	39,727	40,632	5.5%	7.0%	
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	
합계	38,443	41,576	42,320	43,075	43,329	44,398	6.8%	7.5%	

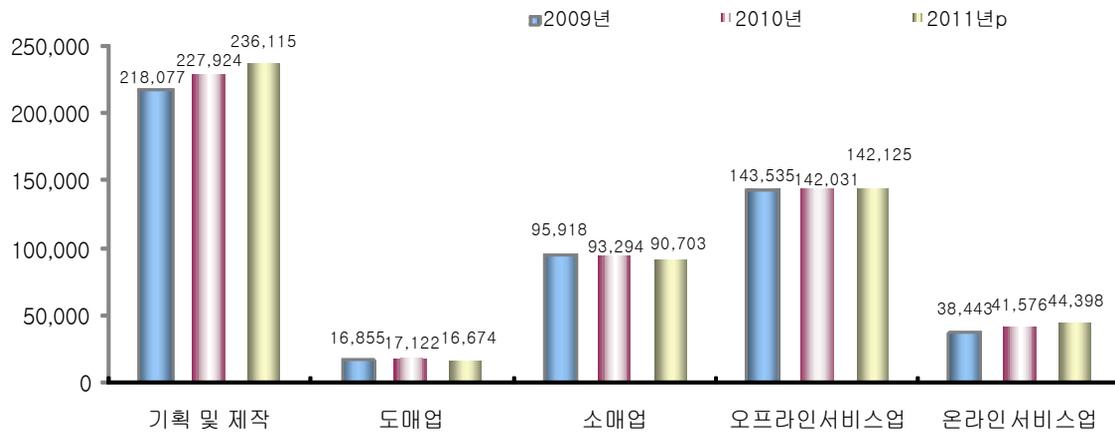
산업명	합계 종사자수							전년대비 증감률	연평균 증감률
	2009년	2010년	2011년p						
			1분기	2분기	3분기	4분기			
출판	206,926	203,226	201,181	201,339	200,848	200,588	-1.3%	-1.5%	
만화	10,748	10,779	10,645	10,478	10,406	10,340	-4.1%	-1.9%	
음악	76,539	76,654	77,312	77,775	78,073	78,581	2.5%	1.3%	
게임	92,533	94,973	95,379	95,608	95,908	97,387	2.5%	2.6%	
영화	28,041	30,561	30,791	30,409	30,853	30,763	0.7%	4.7%	
애니메이션	4,170	4,349	4,414	4,507	4,593	4,672	7.4%	5.8%	
방송영상독립제작사	4,748	4,706	4,711	4,697	4,682	4,713	0.1%	-0.4%	
광고	4,853	4,987	5,125	5,245	5,309	5,328	6.8%	4.8%	
캐릭터	23,406	25,102	25,157	25,592	25,663	26,598	6.0%	6.6%	
지식정보	44,897	48,226	48,940	50,058	50,148	51,507	6.8%	7.1%	
콘텐츠솔루션	15,967	18,384	18,641	19,163	19,283	19,538	6.3%	10.6%	
합계	512,828	521,947	522,296	524,871	525,766	530,015	1.5%	1.7%	

※ 방송산업 중 포함되지 않은 부분 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업

※ 광고산업 중 포함되지 않은 부분 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업

〈그림 II -5〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수

(단위 : 명)



3 콘텐츠산업 실태조사 대비 상장사 비교

3.1. 콘텐츠산업 매출액 대비 상장사 매출액 비교

- '11년 상장사 매출액은 콘텐츠산업 매출액 대비 약 21.7%를 차지하며, '10년 비중 21.2% 보다 약 0.5%p 증가
 - 산업별로 상장사 비중이 높은 산업은 게임(45.8%), 지식정보(42.2%)
 - 상대적으로 비중이 낮은 산업은 캐릭터(3.5%), 애니메이션(8.1%), 방송영상 독립제작사(8.9%)

〈표 II-7〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교

(단위 : 백만원)

산업명	콘텐츠산업전체 매출액								
	2009년	2010년	2011년p					전년대비 증감률	연평균 증감률
			1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출 판	20,609,123	21,243,798	5,392,883	5,187,922	5,209,813	5,234,092	21,024,710	-1.0%	1.0%
만 화	739,094	741,947	192,041	184,641	190,378	190,027	757,087	2.0%	1.2%
음 악	2,740,753	2,959,143	854,312	953,338	980,201	1,081,563	3,869,414	30.8%	18.8%
게 임	6,580,600	7,431,118	2,158,654	2,325,115	2,310,021	2,408,972	9,202,762	23.8%	18.3%
영 화	3,306,672	3,432,871	831,150	843,053	924,861	858,182	3,457,246	0.7%	2.3%
애니메이션	418,570	514,399	136,602	152,525	141,607	120,584	551,318	7.2%	14.8%
방송영상독립제작사	796,175	737,092	220,783	198,926	184,227	196,554	800,490	8.6%	0.3%
광 고	5,414,852	5,546,163	1,568,793	1,792,363	1,816,922	1,897,652	7,075,730	27.6%	14.3%
캐릭터	5,358,272	5,896,897	1,660,930	1,837,760	1,773,677	1,942,506	7,214,873	22.4%	16.0%
지식정보	5,255,185	6,204,127	1,886,998	1,980,855	2,018,875	2,155,117	8,041,845	29.6%	23.7%
콘텐츠솔루션	2,036,362	2,196,232	629,817	694,058	728,334	776,582	2,828,791	28.8%	17.9%
합계	53,255,658	56,903,787	15,532,963	16,150,556	16,278,916	16,861,831	64,824,266	13.9%	10.3%

산업명	상장사 매출액								
	2009년	2010년	2011년p					전년대비 증감률	연평균 증감률
			1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출 판	2,237,000	2,182,740	583,760	546,250	585,740	520,710	2,236,460	2.5%	0.0%
만 화	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음 악	497,000	604,440	129,160	152,750	171,330	278,000	731,240	21.0%	21.3%
게 임	2,806,850	3,601,050	962,420	1,064,130	1,048,590	1,139,680	4,214,820	17.0%	22.5%
영 화	546,960	618,150	168,180	210,700	278,600	263,870	921,350	49.0%	29.8%
애니메이션	69,290	55,560	10,960	14,070	9,380	10,100	44,510	-19.9%	-19.9%
방송영상독립제작사	41,660	54,410	17,410	18,170	14,710	20,830	71,120	30.7%	30.7%
광 고	666,160	1,824,030	386,470	543,730	573,300	718,190	2,221,690	21.8%	82.6%
캐릭터	152,320	194,460	60,550	58,100	58,750	72,350	249,750	28.4%	28.0%
지식정보	2,053,920	2,936,930	800,490	827,800	859,860	902,740	3,390,890	15.5%	28.5%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	9,071,160	12,071,770	3,119,400	3,435,700	3,600,260	3,926,470	14,081,830	16.7%	24.6%

산업명	콘텐츠산업전체 대비 상장사 비중						
	2009년	2010년	2011년p				합계
			1분기	2분기	3분기	4분기	
출판	10.9%	10.3%	10.8%	10.5%	11.2%	9.9%	10.6%
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	18.1%	20.4%	15.1%	16.0%	17.5%	25.7%	18.9%
게임	42.7%	48.5%	44.6%	45.8%	45.4%	47.3%	45.8%
영화	16.5%	18.0%	20.2%	25.0%	30.1%	30.7%	26.6%
애니메이션	16.6%	10.8%	8.0%	9.2%	6.6%	8.4%	8.1%
방송영상독립제작사	5.2%	7.4%	7.9%	9.1%	8.0%	10.6%	8.9%
광고	12.3%	32.9%	24.6%	30.3%	31.6%	37.8%	31.4%
캐릭터	2.8%	3.3%	3.6%	3.2%	3.3%	3.7%	3.5%
지식정보	39.1%	47.3%	42.4%	41.8%	42.6%	41.9%	42.2%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-
합계	17.0%	21.2%	20.1%	21.3%	22.1%	23.3%	21.7%

※ 방송산업 중 포함되지 않은 부분 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업

※ 광고산업 중 포함되지 않은 부분 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업

3.2. 콘텐츠산업 수출액 대비 상장사 수출액 비교

- '11년 상장사 수출액은 콘텐츠산업 수출액 대비 약 22.9%를 차지하며, '10년 비중 20.6% 보다 약 2.3%p 증가
- 산업별로 상장사 수출 비중이 높은 산업은 영화(62.1%), 게임(31.2%), 음악(42.9%), 방송영상독립제작사(36.0%), 캐릭터(18.1%)
- 상대적으로 비중이 낮은 산업은 출판(3.5%), 애니메이션(2.0%)

〈표 II-8〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교

(단위 : 백만원)

산업명	콘텐츠산업전체 수출액							전년대비 증감률	연평균 증감률
	2009년	2010년	2011년p				합계		
			1분기	2분기	3분기	4분기			
출판	320,075	413,803	45,698	112,705	83,624	115,269	357,296	-13.7%	5.7%
만화	5,372	9,427	4,588	5,010	3,268	5,252	18,118	92.2%	83.6%
음악	39,912	96,273	32,033	43,405	59,322	69,257	204,017	111.9%	126.1%
게임	1,583,829	1,857,072	586,521	605,886	619,751	742,598	2,554,756	37.6%	27.0%
영화	18,025	15,705	4,639	8,699	9,237	9,632	32,207	105.1%	33.7%
애니메이션	114,431	111,957	34,185	38,458	38,315	39,526	150,484	34.4%	14.7%
방송영상독립제작사	18,315	15,830	5,364	5,632	5,537	3,835	20,368	28.7%	5.5%
광고	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	301,895	319,507	90,453	102,755	105,732	125,658	424,598	32.9%	18.6%
지식정보	441,243	420,048	114,846	115,635	116,327	119,695	466,503	11.1%	2.8%
콘텐츠솔루션	144,767	134,689	37,439	40,921	42,328	43,528	164,216	21.9%	6.5%
합계	2,987,864	3,394,311	955,766	1,079,106	1,083,441	1,274,250	4,392,563	29.4%	21.2%

산업명	상장사 수출액								
	2009년	2010년	2011년p					전년대비 증감률	연평균 증감률
			1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출판	3,530	4,540	770	1,560	1,500	8,580	12,410	173.3%	87.5%
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	24,440	45,270	6,010	12,780	17,550	51,090	87,430	93.1%	89.1%
게임	508,070	561,150	165,490	174,180	179,280	279,080	798,030	42.2%	25.3%
영화	12,460	11,580	1,350	4,740	5,070	8,840	20,000	72.7%	26.7%
애니메이션	90	640	470	1,370	720	440	3,000	368.8%	477.4%
방송영상독립제작사	4,910	5,730	1,690	1,960	1,540	2,140	7,330	27.9%	22.2%
광고	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	51,750	70,130	17,810	19,270	18,260	21,380	76,720	9.4%	21.8%
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	605,250	699,040	193,590	215,860	223,920	371,550	1,004,920	43.8%	28.9%

산업명	콘텐츠산업전체 대비 상장사 비중							
	2009년	2010년	2011년p					합계
			1분기	2분기	3분기	4분기		
출판	1.1%	1.1%	1.7%	1.4%	1.8%	7.4%	3.5%	
만화	-	-	-	-	-	-	-	
음악	61.2%	47.0%	18.8%	29.4%	29.6%	73.8%	42.9%	
게임	32.1%	30.2%	28.2%	28.7%	28.9%	37.6%	31.2%	
영화	69.1%	73.7%	29.1%	54.5%	54.9%	91.8%	62.1%	
애니메이션	0.1%	0.6%	1.4%	3.6%	1.9%	1.1%	2.0%	
방송영상독립제작사	26.8%	36.2%	31.5%	34.8%	27.8%	55.8%	36.0%	
광고	-	-	-	-	-	-	-	
캐릭터	17.1%	21.9%	19.7%	18.8%	17.3%	17.0%	18.1%	
지식정보	1.6%	-	-	-	-	-	-	
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	
합계	20.5%	20.6%	20.3%	20.0%	20.7%	29.2%	22.9%	

※ 방송산업 중 포함되지 않은 부분 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업

※ 광고산업 중 포함되지 않은 부분 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업

3.3. 콘텐츠산업 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교

- '11년 상장사 종사자수는 콘텐츠산업 종사자수 대비 약 5.8%를 차지하며, '10년 비중 5.5%보다 약 0.3%p 증가
 - 산업별로 상장사 비중이 높은 산업은 광고(26.3%), 지식정보(14.8%), 게임(11.5%)
 - 상대적으로 비중이 낮은 산업은 방송영상독립제작사(1.6%), 음악(1.7%), 캐릭터(1.7%), 애니메이션(4.4%)

〈표 II-9〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 전체 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교

(단위 : 명)

산업명	콘텐츠산업전체 종사자수							전년대비 증감률	연평균 증감률
	2009년	2010년	2011년p						
			1분기	2분기	3분기	4분기			
출판	206,926	203,226	201,181	201,339	200,848	200,588	-1.3%	-1.5%	
만화	10,748	10,779	10,645	10,478	10,406	10,340	-4.1%	-1.9%	
음악	76,539	76,654	77,312	77,775	78,073	78,581	2.5%	1.3%	
게임	92,533	94,973	95,379	95,608	95,908	97,387	2.5%	2.6%	
영화	28,041	30,561	30,791	30,409	30,853	30,763	0.7%	4.7%	
애니메이션	4,170	4,349	4,414	4,507	4,593	4,672	7.4%	5.8%	
방송영상독립제작사	4,748	4,706	4,711	4,697	4,682	4,713	0.1%	-0.4%	
광고	4,853	4,987	5,125	5,245	5,309	5,328	6.8%	4.8%	
캐릭터	23,406	25,102	25,157	25,592	25,663	26,598	6.0%	6.6%	
지식정보	44,897	48,226	48,940	50,058	50,148	51,507	6.8%	7.1%	
콘텐츠솔루션	15,967	18,384	18,641	19,163	19,283	19,538	6.3%	10.6%	
합계	512,828	521,947	522,296	524,871	525,766	530,015	1.5%	1.7%	

산업명	상장사 종사자수						콘텐츠산업전체 대비상장사 비중					
	2009년	2010년	2011년p				2009년	2010년	2011년p			
			1분기	2분기	3분기	4분기			1분기	2분기	3분기	4분기
출판	6,518	6,679	7,041	7,181	7,156	6,886	3.1%	3.3%	3.5%	3.6%	3.6%	3.4%
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	895	1,149	981	1,011	1,141	1,358	1.2%	1.5%	1.3%	1.3%	1.5%	1.7%
게임	9,802	10,517	10,654	10,723	10,900	11,163	10.6%	11.1%	11.2%	11.2%	11.4%	11.5%
영화	1,000	1,130	1,235	1,235	1,368	1,396	3.6%	3.7%	4.0%	4.1%	4.4%	4.5%
애니메이션	96	110	133	123	128	205	2.3%	2.5%	3.0%	2.7%	2.8%	4.4%
방송영상 독립제작사	82	67	70	69	75	74	1.7%	1.4%	1.5%	1.5%	1.6%	1.6%
광고	1,188	1,267	1,325	1,397	1,424	1,402	24.5%	25.4%	25.9%	26.6%	26.8%	26.3%
캐릭터	437	485	458	446	457	455	1.9%	1.9%	1.8%	1.7%	1.8%	1.7%
지식정보	5,556	7,092	7,299	7,501	7,564	7,622	12.4%	14.7%	14.9%	15.0%	15.1%	14.8%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	25,574	28,496	29,196	29,686	30,213	30,561	5.0%	5.5%	5.6%	5.7%	5.7%	5.8%

※ 방송산업 중 포함되지 않은 부분 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업
 ※ 광고산업 중 포함되지 않은 부분 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업

3.4. 콘텐츠산업 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교

- '11년 콘텐츠산업 1인당 평균 매출액 122.3백만원에 비해, 상장사 1인당 평균 매출액은 460.8백만원으로 보다 높게 나타났으며, 전년대비 약 37.2백만원 증가함
 - 전년대비 1인당 평균 매출액은 전체적으로 높아진 것으로 나타났으나, 감소한 산업은 애니메이션으로 나타남
 - 전년대비 1인당 평균 매출액이 가장 높아진 산업은 광고산업임
 - 상장사 1인당 평균 매출액이 높은 분야 광고(1,584.7백만원), 방송영상독립제작사(961.1백만원), 영화(660.0백만원), 음악(538.5백만원), 캐릭터(548.9백만원)

- '11년 콘텐츠산업 1인당 평균 수출액 8.3백만원에 비해, 상장사 1인당 평균 수출액 32.9백만원으로 약 4배 높게 나타남
 - 상장사는 1인당 평균 수출액이 전년대비 약 8.4백만원 증가하였음
 - 상장사 1인당 평균 수출액이 가장 높은 분야는 캐릭터(168.6백만원)이고 다음으로 방송영상독립제작사(99.1백만원), 게임(71.5백만원), 음악(64.4백만원) 순으로 나타남

〈표 II-10〉 '09년~'11년 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교

(단위 : 백만원)

산업명	매출액 비교 1인당 평균 매출액													
	콘텐츠산업전체							상장사						
	2009년	2010년	2011년p					2009년	2010년	2011년p				
			1분기	2분기	3분기	4분기	합계			1분기	2분기	3분기	4분기	합계
출 판	99.6	104.5	26.8	25.8	25.9	26.1	104.8	343.2	326.8	82.9	76.1	81.9	75.6	324.8
만 화	68.8	68.8	18.0	17.6	18.3	18.4	73.2	-	-	-	-	-	-	-
음 악	35.8	38.6	11.1	12.3	12.6	13.8	49.2	555.3	526.1	131.7	151.1	150.2	204.7	538.5
게 임	71.1	78.2	22.6	24.3	24.1	24.7	94.5	286.4	342.4	90.3	99.2	96.2	102.1	377.6
영 화	117.9	112.3	27.0	27.7	30.0	27.9	112.4	547.0	547.0	136.2	170.6	203.7	189.0	660.0
애니메이션	100.4	118.3	30.9	33.8	30.8	25.8	118.0	721.8	505.1	82.4	114.4	73.3	49.3	217.1
방송영상 독립제작사	167.7	156.6	46.9	42.4	39.3	41.7	169.8	508.0	812.1	248.7	263.3	196.1	281.5	961.1
광 고	1,115.8	1,112.1	306.1	341.7	342.2	356.2	1,328.0	560.7	1,439.6	291.7	389.2	402.6	512.3	1,584.7
캐릭터	228.9	234.9	66.0	71.8	69.1	73.0	271.3	348.6	400.9	132.2	130.3	128.6	159.0	548.9
지식정보	117.0	128.6	38.6	39.6	40.3	41.8	156.1	369.7	414.1	109.7	110.4	113.7	118.4	444.9
콘텐츠 솔루션	127.5	119.5	33.8	36.2	37.8	39.7	144.8	-	-	-	-	-	-	-
합계	103.8	109.0	29.7	30.8	31.0	31.8	122.3	354.7	423.6	106.8	115.7	119.2	128.5	460.8

산업명	수출액 비교 1인당 평균 수출액													
	콘텐츠산업전체							상장사						
	2009년	2010년	2011년p					2009년	2010년	2011년p				
			1분기	2분기	3분기	4분기	합계			1분기	2분기	3분기	4분기	합계
출 판	1.5	2.0	0.2	0.6	0.4	0.6	1.8	0.5	0.7	0.1	0.2	0.2	1.2	1.8
만 화	0.5	0.9	0.4	0.5	0.3	0.5	1.8	-	-	-	-	-	-	-
음 악	0.5	1.3	0.4	0.6	0.8	0.9	2.6	27.3	39.4	6.1	12.6	15.4	37.6	64.4
게 임	17.1	19.6	6.1	6.3	6.5	7.6	26.2	51.8	53.4	15.5	16.2	16.4	25.0	71.5
영 화	0.6	0.5	0.2	0.3	0.3	0.3	1.0	12.5	10.2	1.1	3.8	3.7	6.3	14.3
애니메이션	27.4	25.7	7.7	8.5	8.3	8.5	32.2	0.9	5.8	3.5	11.1	5.6	2.1	14.6
방송영상 독립제작사	3.9	3.4	1.1	1.2	1.2	0.8	4.3	59.9	85.5	24.1	28.4	20.5	28.9	99.1
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	12.9	12.7	3.6	4.0	4.1	4.7	16.0	114.9	144.6	38.9	43.2	40.0	47.0	168.6
지식정보	9.8	8.7	2.3	2.3	2.3	2.3	9.1	1.2	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	9.1	7.3	2.0	2.1	2.2	2.2	8.4	-	-	-	-	-	-	-
합계	5.8	6.5	1.8	2.1	2.1	2.4	8.3	23.9	24.5	6.6	7.3	7.4	12.2	32.9

※ 방송산업 중 포함되지 않은 부분 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업

※ 광고산업 중 포함되지 않은 부분 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업

Ⅲ. 2011년 연간 콘텐츠산업 주요 이슈

1 게임산업 주요 이슈

□ 국내동향

- FPS(1인칭 슈터)장르 뿐만 아니라 TPS(3인칭 슈터)장르로 한국 게임업계의 진출 활발
 - TPS(3인칭 슈터)장르는 FPS(1인칭 슈터)와 유사한 게임형식이나 3인칭으로 진행되는 점에서 차이를 보임. TPS는 게이머가 자신의 캐릭터를 플레이 내내 화면상에서 직접 볼 수 있음
 - 게이머가 자신의 캐릭터를 볼 수 있다는 장점 때문에 FPS에 비해 액션성과 캐릭터성이 더욱 강조됨
 - 액토즈소프트의 <와일드플래닛>, 네오위즈게임즈의 <디젤>, 지에스피의 <헤썬> 등이 있음
- 2011년 6월 <서든어택>의 기존 퍼블리셔인 넷마블과 게임하이를 인수한 넥슨 사이 협상이 마무리됨
 - FPS 게임 중 국내 최대 동접자를 기록하고 있는 <서든어택>의 개발사 게임하이가 넥슨에 인수된 뒤 기존 퍼블리셔인 넷마블과 넥슨 사이 퍼블리싱 계약 갱신을 둘러싼 논의가 진행되었으며 6월 22일 협상 타결
 - 협상 결과 2011년 7월 11일부터 2013년 7월 10일까지 넷마블과 넥슨이 공동 퍼블리싱하기로 합의 함. 향후 넥슨으로 이전을 원하는 이용자는 게임정보를 넷마블에서 넥슨으로 옮길 수 있음
 - 국내 개발사인 스마일 게이트의 FPS 게임 <크로스 파이어>가 중국 시장 동접 300만명 이상을 기록하는 등 국산 FPS게임의 약진이 두드러지는 가운데

〈서든어택〉이 2010년 4월 중국 “산다게임즈”와 퍼블리싱 계약을 체결했으며 6월 말 중국 정부의 서비스 허가를 얻음

- 스마일게이트의 〈크로스파이어〉가 2010년도에 중국시장 매출 약 1조원을 달성한 가운데 〈서든어택〉, 〈스페셜포스2〉, 〈배터리〉 등 품질과 경쟁력을 갖춘 국내 FPS게임의 중국 진출이 확대

- 2011년 6월 임시국회에서 청소년이 게임 사이트에 가입하기 위해서는 부모의 동의를 거쳐야하며 본인인증 절차를 밟아야하는 게임산업진흥에 관한 법률 일부 개정안이 가결됨

- 이에 따라 만 18세 미만 청소년은 게임 사이트에 가입하기 위해 반드시 부모 등 법정대리인의 동의를 얻어야하며 휴대폰, 신용카드, 공인인증서 등을 통한 본인인증 절차를 거쳐야 함

- 2011년 6월 미국에서 개최된 “E3 2011”에 “넥슨”과 “블루홀스튜디오”가 단독 부스를 설치하고 〈마비노기 영웅전〉, 〈테라〉 등을 선보임

- 넥슨은 북미지역에서 〈메이플스토리〉로 동시접속자 13만명 이상을 기록하는 등 북미시장에서 지속적인 성과를 나타냄. 2010년 북미 지역 매출이 639억원에 이르렀으며 이번 E3에서는 〈마비노기 영웅전〉과 〈드래곤 네스트〉 등을 출품했고 블루홀스튜디오는 대작 MMORPG인 〈테라〉를 출품

- 2011년 6월 14일 게임전문지인 “게임인포머”가 〈테라〉를 이번 E3 “최고의 PC게임”(Best of PC)과 “최고의 MMO”(Best MMO)로 선정

- 2011년 11월 문화체육관광부와 부산광역시가 주최하고 한국콘텐츠진흥원과 부산정보산업진흥원이 공동 주관하는 “지스타 2011” 개최

- 이번 “지스타 2011”에는 28개국 384개 기업이 참가했으며 관람객이 29만여 명으로 나타남. 2010년 관람객은 28만 3천명으로 꾸준한 증가세를 지속

- 또한 2010년에 22개국 100여개 업체가 참여해 수출계약 166건, 1억 9천만 달러를 기록했으며 2011년에는 28개국 141개 해외업체가 참여해 3천억 가

량의 성과를 거둘 것으로 전망

- 질적으로는 국내외 업체의 대작 게임은 물론 스마트게임을 포함한 모바일게임과 소셜게임 등 플랫폼 및 장르 다양화가 본격화
 - 컴투스 등 기존 스마트게임 개발사는 물론 넥슨, 위메이드, NHN 등 2011년 초부터 스마트게임과 소셜게임 개발사를 인수하고 사업부를 신설하는 등 투자 및 개발을 지속해온 기존 대형업체에서도 다양한 스마트게임과 소셜게임을 선보여 온라인게임 위주로만 진행되던 과거 행사와 확연히 달라진 트렌드를 확인시켜줌
 - “지스타 2011 특별세미나”에서는 소셜게임을 주제로 국내외 소셜네트워크 게임 트렌드, 전망 등에 대한 발제자 연설, 다양한 토론이 진행됨
 - 함께 열린 채용박람회에서는 네오위즈, 넥슨, 엔씨소프트 등 국내 20개 업체가 참여해 1,200여명의 구직자 방문
- 2011년 11월 20일부터 청소년 게임중독을 예방할 목적으로 제정된 섯다운제 실시
- 여성가족부는 연령 확인 등 섯다운제 적용이 불가능한 <스타크래프트1> 등 일부 구작에 대해 섯다운제 적용을 면제시켜주기로 결정. 이에 국내 게임산업 일각에서는 역차별을 우려하는 등 불만을 표시. 또한 “배틀넷” 뿐만 아니라 페이스북 등 글로벌 소셜네트워크서비스에서 운영되는 소셜게임도 섯다운제 적용 대상이 아님
- 2011년 하반기부터 스마트게임 시장에서 국내 게임업체의 약진이 두드러지고 있으며 2012년 들어서도 긍정적 흐름 유지
- 제이씨엔터테인먼트가 개발한 소셜네트워크 게임 <룰 더 스카이>가 동접자 30만명을 넘으며 국산 스마트게임의 신기원을 이룩하며 국내시장 최고매출 1위 고수
 - 또한 <타이니팜>, <몬스터워즈>, <2012프로야구> 등 다양한 국내 스마트게임이 <룰 더 스카이>와 함께 스마트게임 부문 수위를 차지하며 국내시장 점

유율 상승

- 이에 따라 2011년 상반기까지 <앵그리버드> 등 외국산 게임이 지배하던 기존 시장 국면에서 벗어나 하반기에는 RPG, 소셜네트워크, 레이싱, 슈팅, 액션 등 다양한 장르의 국산 스마트 게임이 출시되면서 해외 게임 기업에 내주었던 시장을 되찾음
- 국내 게임산업은 지난 10년간 온라인게임 시장에서 국제경쟁력을 갖추었고 국내는 물론 세계시장에서 매출과 점유율을 지속적으로 늘려왔으며 이제 스마트게임 시장에서도 온라인게임 시장에서 배양한 국제경쟁력을 바탕으로 성장세가 뚜렷하게 나타남
- 스마트 게임 부문에서 국내 기업의 국제경쟁력이 높아지고 다양한 제품을 개발/출시함에 따라 향후 국내는 물론 세계시장에서 매출과 점유율, 인지도 등을 높여나갈 것으로 전망됨
- 2011년 7월 오픈마켓 법안이 시행된 이후 문화체육관광부가 중심으로 구글, 애플과 적극적으로 협의를 지속했으며 결국 11월에 애플 및 구글이 각각 오픈마켓을 재개설하게 되었음
- 오픈마켓 재개설 이후 외국기업이 시장을 더욱 잠식할 수도 있다는 일부 우려와 달리 기존 스마트게임 개발사뿐만 아니라 온라인게임을 중심으로 한 대형/중견 개발사의 시장 진입이 활발하게 이루어지면서 국내 게임의 시장 점유율이 높아지고 경쟁력 또한 향상되는 것으로 평가됨
- 2011년 12월 넥슨은 일본 도쿄거래소에서 상장되었음. 상장 직후 글로벌 금융시장과 일본 주식시장의 부진 등으로 약세를 기록하기도 했으나 최근 회복세를 보이고 있음
 - 넥슨은 해외 매출 비중이 높으며 이미 1996년에 미국법인을 설립하고 97년에 일본 법인을 설립해 해외시장에서 활발하게 사업을 전개했으며 이번 일본 상장으로 글로벌 게임 기업으로서 위상을 더욱 다져나가고 있음
 - 2011년 넥슨의 매출액은 1조 2,640억원에 이르며 이 중 해외매출이 8,511억

원으로 국내 매출 4,126억원에 비해 약 2배에 이르고 있음

- 넥슨은 상장을 통해 마련한 자금을 바탕으로 지적재산권 및 퍼블리싱 사업을 더욱 확대하고 스마트게임을 중심으로 한 모바일 부문에 지속 투자할 것이라고 밝힘. M&A에 대해서도 지속적인 노력을 기울일 것으로 알려짐
- 최근 섯다운제 등 국내 게임산업에 대한 규제가 늘어나는 경향을 보이고 있으며 일각에서는 넥슨의 일본상장이 전반적인 규제 확대, 게임산업에 대한 대중의 부정적인 인식 지속 등에 일부 영향을 받은 것으로 분석하기도 함
- “뉴 아이패드” 등 4G 통신망 활용이 가능한 고성능 태블릿PC 보급이 확대됨에 따라 향후 온라인게임 등 기존 시장에서 경쟁력을 갖춘 국내 개발사들의 스마트게임 시장 진입에도 더욱 우호적인 환경이 조성되고 있음
 - 애플의 “뉴 아이패드”는 HD화질의 디스플레이를 갖추고 4G 통신망 이용이 가능해 고사양 PC 못지않은 게이밍 환경을 갖추었음. 또한 안드로이드 진영에서도 머지않아 “뉴 아이패드”급의 고성능 스마트패드 출시가 이어질 것으로 전망되고 있음
 - 따라서 데스크탑과 고성능 콘솔의 전유물로 여겨지던 MMORPG 장르 등도 차세대 스마트패드 환경에서 점차 폭을 넓혀갈 것으로 전망됨
 - 고해상도 게임 제작 등 개발비 상승 요인으로 인해 향후 스마트게임 시장에서 1인 등 소규모 개발사의 입지가 좁아질 수도 있다는 우려가 일부 있음. 그러나 스마트게임 환경은 수요층의 폭이 넓고 다양해 소규모 개발사의 진입기회는 여전히 존재하는 것으로 분석됨
- 2011년 12월 “WCG”(월드 사이버 게임즈) 그랜드 파이널이 부산에서 개최
 - 한국 선수단은 <스타크래프트2>, <스페셜포스> 등 4개 종목에서 금메달을 획득했고 은메달 2개, 동메달 1개를 따내며 “WCG” 4연패와 함께 통산 7번째 종합우승 달성
 - 통역 지원 미비, 대회 운영 미숙 등으로 일부 지적을 받았지만 주관방송사인 온게임넷의 시청률이 높아졌고 <리그 오브 레전드> 등 신작에 대한 관심이

고조시키는 등 성과도 있는 것으로 평가됨

- 2012 ~ 2013년에는 중국 쿤산시에서 그랜드파이널을 개최할 것으로 알려짐
- 임요환, 이윤열 등 국내 유명 프로게이머가 해외 진출을 하는 등 국내 e스포츠계가 해외에서도 인정받고 있으나 2011년 한 해 국내시장은 부진했음
- MBC게임이 국내 e스포츠 시장 성장세가 부진을 지속하는 등 여건악화로 게임방송을 중단함
- 2012년 들어 <스타크래프트2> 프로리그 활성화, <리그 오브 레전드> 등 신작의 e스포츠 프로리그 활성화 등 기대 증폭
- <리그 오브 레전드>는 미국과 유럽, 중국 등 세계 주요 게임시장에서 이용자가 빠르게 증가하고 있는 MOBA(Multiplayer Online Battle Arena)장르 가운데 가장 두각을 나타낸 게임으로 전 세계 가입자가 1,500만명을 넘고 동시 접속자수가 50만명을 돌파하는 등 인기를 끌고 있음
- MOBA 장르는 “스타크래프트”와 같은 실시간 전략게임과 영웅캐릭터 육성 등 롤플레이 게임의 요소를 잘 조화시킨 게임으로 전략게임에서 자원채취 및 생산 부분 등을 없애거나 단순화시키고 대신 롤플레이 및 전투 요소를 강화했음

□ 해외동향

- 2011년 상반기에 엑스박스360의 주변기기인 키넥트가 가장 빨리 판매된 전자기기로 기네스북 등재
 - 동작인식을 통해 게임 컨트롤이 가능한 주변기기 키넥트가 4개월 만에 1천만대가 판매되는 호조를 보이며 역사상 가장 빨리 팔려나간 전자기기로 기네스북 등재
 - 이에 따라 북미지역 엑스박스360 판매량이 닌텐도 위와 소니 플레이스테이션3를 제치고 1위를 기록하는 등 글로벌 콘솔 시장판도에 커다란 변화가 일어남

- 2011년 5월 액티비전블리자드(Activision Blizzard)는 중국 시장을 목표로 자사의 대표적 프랜차이즈인 <콜 오브 듀티>의 온라인 FPS 게임을 중국 현지에서 개발
 - 액티비전 블리자드의 대표적인 FPS 게임 프랜차이즈인 “콜 오브 듀티” 시리즈는 세계 FPS 게임 시장을 주도하고 있으며 “콜 오브 듀티 : 모던워페어”, “콜 오브 듀티 : 모던워페어2” 등 총 4편의 시리즈 각각 글로벌 1천만장 이상의 판매량 달성
 - 90년대 후반 세계 FPS 시장을 주도했던 밸브의 “카운터 스트라이크” 이래로 중국 시장에서 FPS 장르의 인기는 MMORPG 장르에 크게 뒤지지 않으며 최근 “크로스파이어”의 성공에서 확인할 수 있듯이 온라인 FPS의 시장성과 수익성이 높음
 - “콜 오브 듀티” 시리즈는 지금까지 콘솔과 PC용 패키지 게임으로만 출시되었고 중국 등 신흥시장에서 콘솔 등 패키지 시장의 성장이 미흡해 신흥시장에서 판매는 미미한 수준임
 - 액티비전블리자드가 대표적인 프랜차이즈 가운데 하나인 “콜 오브 듀티” 시리즈를 온라인게임화 한다는 것은 그만큼 중국 등 신흥시장은 물론 온라인 게임 시장의 성장과 미래를 긍정적으로 평가한다는 것을 의미
 - 중국 FPS게임 시장에서 좋은 성과를 거두고 있는 국내 개발사에게는 높은 국제경쟁력을 지닌 해외 게임개발사의 진입이 점차 늘어남에 따라 더욱 높은 경쟁압력에 직면할 전망
- 2011년 6월 10일 세계 최대의 게임전시회인 “E3 2011”이 폐막. 참가업체는 총 200개이며 관람객은 4만6천800명 기록
 - 소니는 신제품 휴대용 게임기를 “PS 비타”를 공개. 닌텐도는 “위 U”를 공개했음. “PS 비타”는 고성능에 250달러의 저렴한 가격으로 경쟁력을 갖추고 있으나 다양한 게임 콘텐츠를 보유한 스마트기기의 보급이 급팽창하는 여건 하에서 게임전용 휴대용 콘솔시장의 부진을 벗어날 수 있을지 불투명한 상

황입

- 닌텐도는 위(Wii)의 뒤를 잇는 차세대 가정용콘솔 “위 U”를 공개함. 과거 닌텐도는 가정용콘솔시장을 주도했으나 다양한 소프트웨어와 신개념 유저인터페이스인 “키넥트”를 내세운 마이크로소프트, 대용량 매체인 블루레이를 강점으로 내세운 소니와 경쟁에 밀려 2010년부터 매출과 이익이 감소하고 있음. 2011년 5월까지 북미 시장에서 마이크로소프트의 엑스박스360이 11개월에 걸쳐 닌텐도 위(Wii)와 소니 PS3를 제치고 최다 판매량 기록
- 2011년 4월 19일 해킹으로 인해 PSN(플레이스테이션 네트워크) 서비스가 중단되었으며 동년 7월 6일 소니 PSN 서비스가 복구됨
 - 이번 사건으로 인해 피해당사자인 소니는 PS3 등 자사 게임기 매출 감소, 브랜드 이미지 훼손 등 유무형의 손실을 입었으며 일부 이용자들은 소송 제기
 - 이러한 유형의 사건은 콘솔게임 뿐만 아니라 PC온라인 등 네트워크를 활용하는 모든 게임에서도 발생할 수 있는 것으로 향후 국내외적으로 게임 관련 보안에 대한 관심이 증대될 것으로 전망
- 2011년 8월 17일 부터 21일까지 “게임스컴 2011”이 독일 쾰른 메세에서 개최됨. 2002년 첫 행사를 연 “게임스컴”은 관람객과 참여기업이 꾸준히 증가하면서 최근에는 미국 “E3”와 일본 “도쿄게임쇼”와 함께 세계 3대 게임쇼로 자리잡음
 - 주최 측에서는 이번 행사에 총 27만 5천명의 관람객이 방문해 역대 최대를 기록. 2010년에는 25만 4천명이 방문했으며 참가업체수도 2010년 505개에서 이번에는 557개로 늘어남
 - 한국기업은 총 21개 업체가 참가했으며 엔씨소프트와 넥슨, NHN 등 주요 업체가 “길드워2”, “마비노기 영웅전”, “아스타” 등 다양한 제품을 유럽시장에 선보였으며 한국무역진흥공사와 한국콘텐츠진흥원의 지원으로 주요 3사 이외 나머지 업체가 공동부스를 오픈하여 홍보

- 한국콘텐츠진흥원에 따르면 이번 한국공동관 운영을 통해 총 4,500만 달러의 수출계약 실적을 올렸음. 이는 2010년에 계약 규모인 1,100만 달러보다 크게 증가한 것으로 유럽시장에서 한국 게임에 대한 관심이 증가하고 있음을 확인할 수 있음. 중소기업 등이 이용가능한 공동관 개설 등의 지원 정책 또한 성공적이므로 향후에도 꾸준히 정책 지원이 이루어질 필요가 있음
- 중국 선전시는 2011년 최근 성요우(盛游), 타오러(淘乐) 등 신규 개발사들이 증가세가 2010년에 이어 확대 중임에 따라 연구개발 인력의 증가세가 평균 20% 이상임. 이러한 게임개발사의 신규진입이 확대됨에 따라 2011년 선전시 자체 개발중인 게임은 21개로 증가세 유지
 - 게임 장르에 있어서도 기존 정통 MMORPG 뿐 아니라 FPS 등 다양한 분야의 게임이 개발되고 있음. 또한 과거 비교적 시장리스크가 적은 2D 위주 개발에서 고부가가치의 3D 게임 개발이 이루어지고 있음
 - 연구개발에 있어 최근 온라인 게임 뿐 아니라 선전시의 대부분의 개발사들은 웹게임 개발을 진행하고 있으며 중대형 개발사들은 자체 게임운영플랫폼 구축
 - 이밖에 텐센트 등 중대형 개발사들은 1) 중국 내 모바일 플랫폼 기반 게임시장의 불확실성, 2) 관련 인력구인난 등임에도 신규 수익모델로 모바일 플랫폼을 활용한 게임개발의 가속화
- 2011년 10월 미국의 시장조사회사인 “GFK MRI”의 발표에 따르면 미국 내 태블릿PC 이용자가 가장 많이 사용하는 콘텐츠는 게임임
 - “GFK MRI”의 태블릿PC 활용도 리포트(미국 성인 3천명 설문)에 따르면 응답자 가운데 69%가 스마트패드로 게임을 즐겼다고 응답했으며 59%의 응답자가 스마트패드 사용으로 인해 콘솔게임의 이용이 감소했다고 응답함
 - 과거 미국의 다른 시장조사 리포트에서도 아이들이 NDS보다 애플 아이패드를 선물로 받기를 선호함. 이번 조사 결과로 스마트기기로 인한 기존 콘솔(특히 휴대용 콘솔)에 대한 관심과 수요 약화 추세가 지속성을 띄고 있다는

점을 확인할 수 있음

- 미국 엔터테인먼트 소프트웨어협회(ESA)의 미국게임시장연구보고서에 의하면 미국사회의 게임에 대한 수용도가 높아서 다양한 연령층에서 게임을 이용함
- 세부적으로 보면 미국 가정은 2011년도의 경우 72%가 게임기를 보유하고 있으며 이는 2010년도 67%에 비해 5%p 상승한 수치임. 어린이의 경우 86%가 부모의 허락을 받고 게임기를 구매하고 있으며, 특히 미국 부모의 68%는 게임이 교육적 기능을 하고 있다고 믿고 있고, 또한 57%의 부모는 가족관계 증진에 게임이 일정부분 역할을 하고 있다고 응답함
- 2011년 10월 중국 온라인 게임업체인 “더나인”이 한국지사 “더나인 코리아”를 설립하고 본격적인 한국 진출을 선언하는 등 중국 업체의 한국 현지 진출 증가 추세
 - 현지법인인 “더나인 코리아”는 11월에 웹게임 “던전 크래프트”의 클로즈 베타테스트(CBT)를 한국에서 실시하는 등 본격적인 진출을 개시함. “더나인”은 미국 나스닥에 상장된 중국 게임업체로 풍부한 자금력을 기반으로 공격적인 전략을 구사하는 전형적인 대형 중국 업체임
 - 중국 1위의 게임업체인 텐센트 또한 “텐센트 코리아”를 법인으로 전환하고 직접적인 게임 서비스를 시행. 첫 진출작은 텐센트의 웹게임 “춘추전국시대”로 현재 중국에서 동시접속자수 80만명을 돌파해 경쟁력을 입증한 제품임. 대형업체 산다 또한 2010년 아이덴티티 게임즈를 인수하는 등 국내 진출 증가 추세
 - 중국 게임업체가 이제 내수시장을 넘어 세계시장에 진출하는 단계에 이르렀고 여기서 한국 시장과 게임산업은 중국 게임산업에 반면교사 역할을 담당함. 한국 온라인게이머의 취향은 까다롭고 세계시장 흐름에 부합하면서도 선도적인 면도 있어 한국 시장에서 통하는 게임은 글로벌 시장 진출에 필요한 기본 조건을 충족했다고 볼 수 있음
 - 이처럼 중국 게임업체가 한국 시장을 통해 자사의 국제경쟁력을 평가하는

- 한편 우수한 국내 인력을 바탕으로 게임 개발을 지속해 시너지 효과를 발휘
- 중국 게임업체의 국내 진출과 투자가 활발해짐에 따라 개발 및 마케팅 인력 등 다양한 고용창출 효과와 경제적 효과가 있다는 사실을 인식하고 정부는 물론 지자체와 산업계 사이 긴밀한 협력을 통해 “아시아 게임허브”로 발돋움 하는 방안을 적극적으로 검토할 필요가 있음
 - 게임업계는 경쟁 강화와 인력 유출 등 부정적인 부분만 우려할게 아니라 정부와 지자체 등과 적극적으로 협력해 투자의 증대, 시장 전체의 성장, 한중 협업을 통한 글로벌 시장 개척 등 긍정적인 면을 극대화할 수 있도록 시야를 넓게 가질 필요가 있음
- 2011년 12월 소니는 일본에서 PS비타를 첫 발매했으며 2012년 2월 22일에는 북미와 유럽 지역에 출시해 주요 콘솔게임시장에 선보임
- 소니는 양면 터치 패드, 고해상도 디스플레이 등을 통해 상당기간 부진을 보이고 있는 글로벌 휴대용 콘솔 시장에서 수요를 증대시키려는 기대감을 나타냈음
 - 그러나 최근 발표된 NPD 자료에 따르면 2월 동안 22만5천대를 판매한 것으로 나타나 당초 예상에 못 미치는 것으로 나타남. 이는 2011년 4월 첫 발매한 닌텐도 3DS의 첫 주 판매량 44만대에도 훨씬 못 미치는 것으로 휴대용 콘솔시장의 지속적인 침체에서 벗어나지 못한 수준임
 - 2011년 상반기부터 하반기까지 닌텐도 3DS, 소니 PS비타 등 신제품이 연속적으로 출시되었으나 휴대용콘솔 시장의 하락세를 만회할 정도는 아닌 것으로 보임
 - 닌텐도가 슈퍼마리오, 포켓몬 등 완성도가 높고 로열티가 높은 게임 타이틀 등을 바탕으로 선전했으나 전체적인 모바일 게임시장의 기조가 스마트게임 위주로 재편되는 흐름을 되돌리지는 못하고 있는 것으로 분석됨
 - 2011년 10월에 실시된 “GFK MRI”의 태블릿PC 활용도 리포트(미국 성인 3천명 설문)에 따르면 응답자 가운데 69%가 스마트패드로 게임을 즐겼다고

응답했으며 59%의 응답자가 스마트패드 사용으로 인해 콘솔게임의 이용이 감소했다고 응답함

- 과거 미국의 다른 시장조사 리포트에서도 어린이들이 NDS보다도 애플 아이 패드를 선물로 받기를 선호한다는 결과가 있음

2 출판/만화산업 주요 이슈

□ 국내동향

- 2011년 2월 문화체육관광부는 출판진흥기구 설립, 전자출판산업 활성화, 지역 서점 지원 강화, 한국문화 및 도서의 해외진출 강화 등 출판문화산업 진흥을 위한 4대 정책을 발표하고 총 212억원의 예산을 투입함
 - 문화체육관광부는 전자출판의 대중화를 위해 “소비자가 원하는 전자책 콘텐츠의 공급 확대”를 강조함. 김갑수 문화체육관광부 미디어정책국장은 “외국보다 국내 전자책 산업의 성장이 더딘 이유는 독자가 흥미를 가질 만큼 인기 있는 콘텐츠가 부족하기 때문”이라고 말함
 - 전자책 제작, 변환 솔루션을 제작해 출판사 및 전자책 업체에 무료로 배포하고 관련 교육을 실시할 예정이며 전자책용 공용서체를 개발해 전자책 제작 업체 및 단말기 업체의 비용 부담을 줄일 계획
 - 소규모 출판사를 위해 전자책 제작 장비 및 프로그램 등을 갖춘 공동 제작센터를 운영해 제작을 손쉽게 할 수 있도록 지원할 계획
- 2011년 8월 경기도 부천시 한국만화영상진흥원에서 “제14회 부천국제만화축제” 개최
 - 한국만화의 1세대이며 <엄마 찾아 삼만리>로 유명한 베스트셀러 작가인 고 김종래 화백에 대한 특별전이 개최되고 “어린이만화전”, 50년대부터 80년대까지 만화책을 전시하는 “만화사랑방”, 허영만 화백의 육필원고를 직접 감상할 수 있는 “허영만 화백 원고전” 등 다양한 행사 진행

- 8월 18일에는 한국만화박물관 1층에서 “N스크린 만화콘텐츠 유통전략 컨퍼런스”가 열림. 미국 만화유통에 새로운 장을 연 기업 “코믹솔로지”의 CEO 데이비드 스타인버거, 미국 만화산업계 연구기관인 “ICv2”의 대표인 밀턴 그랩, 브라질의 유명 만화가인 비라 단타스, 프랑스 국립이미지센터 디렉터인 카트린느 페레이롤 등 해외 만화계 인사들이 참석
 - 이외에도 “해외기업 초청설명회”, “비즈니스 네트워킹 리셉션” 등 국내외 만화계를 아우르는 심도 깊은 행사가 열림
 - 또한 “세계 어린이 만화가 대회”, “전국학생만화 공모전 본선대회”, “코스프레 최강자 열전”, 디지털 만화를 주제로 한 “SMARTOON” 등 다양한 행사 개최
- 국내 유명 소설가 등을 중심으로 한국 문학의 이스라엘, 일본 등 해외 출판시장 진출 확대 추세를 보임
- 소설가 신경숙의 경우 <엄마를 부탁해>가 최근 이스라엘에서 출간했으며, 7월 초 이스라엘 현지에서 베스트셀러 순위 3위에 오르는 등 선전을 보임
 - 이는 과거 조정란의 <혀>가 이스라엘에서 출간된 바가 있었지만, <엄마를 부탁해>처럼 한국작가의 책의 베스트셀러가 되고 사인회가 개최되는 것은 상당히 이례적으로 받아들임
 - 젊은 작가들은 일본문학계 진출을 시도하고 있는데, 과거 윤동주, 이상 등 국내 유명작가들의 작품 소개에서 젊은 작가들의 작품 진출이 확대되는 추세를 보임
 - 이 중 한국문학번역원의 “저작권수출활성화사업”의 일환으로 한강의 연작소설인 <채식주의자>가 일본에서 높은 반응을 보임. 이러한 성공에 힘입어 향후 김중혁의 <악기들의 도서관>, 하성란의 <A> 등 출간 예정
 - 은희경의 <아름다움이 나를 멸시한다>, 김연수의 <세계의 끝 여자친구>, 김애란의 <침이 고인다>, 박민규의 <카스테라> 등이 해외진출을 위한 번역이 진행

- 작가 형민우의 <프리스트>가 한국 만화 사상 최초로 헐리우드 영화로 제작되어 2011년 5월 전 세계에서 개봉함
 - <프리스트>는 국내, 미국, 유럽 등 전 세계 33개국에서 총 100만부 이상이 판매되었으며 1999년 단행본 1권을 시작으로 현재 16권까지 출간된 상태임
 - 작가 형민우는 개봉을 앞두고 열린 기자간담회에서 “하지만 그들에게는 오히려 만화 속에 내재된 한국적인 드라마 정서와 다양한 장르의 혼합이 독특하고 긍정적인 면으로 받아들여진 것 같다”고 말함
 - 원작 <프리스트>는 미국 서부개척시대를 배경으로 기독교적 세계관과 역동적이면서 성인 취향에 맞는 과격하고 잔인한 표현이 중심을 이루고 있음
 - 소설 <다빈치코드>, 게임 <어쌔신 크리드> 등도 기독교적 세계관을 바탕으로 전 세계적 히트를 기록한 문화상품이며 유럽과 미국 콘텐츠시장의 한 흐름이라고 볼 수 있음
 - <프리스트>의 영화화 과정에서 미국출판사 “도쿄팝”이 중요한 역할을 함
- 2011년 11월 교보문고가 쉐컴과 협력해 “교보 e북리더”를 출시하는 등 국내 전자책 업계의 발전 지속화
 - 교보문고의 '11년 상반기 전자책 매출이 전년대비 730% 가량 늘어나는 등 국내 전자책 시장의 성장세가 지속되는 가운데 양적 성장뿐만 아니라 신개념 제품개발, 통신사, IT, 포털업체 등 관련업체의 진출을 통한 질적인 발전이 나타남
 - 또한 국내 스마트패드 시장이 급성장하면서 전자책 이용에 친숙해진 소비자가 확산. 전자책 리더기의 가격이 전반적으로 하락하면서 별다른 부담을 느끼지 않고 구매가 가능해지고 있는 것도 전자책 시장 성장에 긍정적인 영향을 미치고 있음
 - 리더기의 가격 하락과 아마존 등 글로벌 전자책 업체의 잇따른 태블릿PC 출시 등에 따라 콘텐츠산업의 한 축으로 인식되기 시작했으며 결국 기존 출판업체뿐만 아니라 SKT, KT 등 통신사, 삼성 등 IT업체, 네이버 등 포털업체까지 전자책 시장에 진출하기 시작함

- 또한 글로벌 전자책 시장을 선도하는 미국 아마존이 저렴한 가격의 전자책인 킨들3를 내놓았으며 아마존 재팬이 출범하면서 일본은 물론 한국 등 동아시아 시장진출을 가시화하는 등 한국 전자책 시장을 두고 글로벌 경쟁이 강화될 가능성이 나타남
 - 아마존은 태블릿PC인 “킨들파이어”를 199달러라는 합리적인 가격대로 출시하였으며 아마존과 함께 전자책 시장의 대기업인 반스앤노블 또한 11월 16일 “누크 태블릿”을 출시
 - 미국 블랙 프라이데이(추수감사절 연휴 주말)에는 아마존의 주력제품인 “킨들”과 “킨들파이어” 등 관련제품 매출이 작년 동기간에 비해 4배 가량 증가하는 등 전자책 시장의 성장은 가속화되고 있으며 스마트패드 시장과 직접적으로 연계되는 경향을 보이고 있음
 - 전자책 업체의 스마트패드 시장 진출과 저가형 리더기의 출현 등 전자책 시장 수요확대가 지속. 그러나 글로벌 업체의 국내 진출이 점차 가시화되면서 국내 전자책 업체의 적절한 대응전략이 요구되고 있으며 정부의 정책적 지원에 대한 요구도 늘어남
 - 예를 들어 최근 프랑스는 전자책에 부과하던 19.6%라는 높은 부가가치세율을 폐지하고 종이책과 같은 5.5%로 낮추며 대학생 정보화지원 프로그램을 통해 하루 1유로씩 2년간 730유로를 내면 아이패드2, 갤럭시탭 중 하나를 가질 수 있고 거의 무제한으로 인터넷을 사용할 수 있도록 하는 등 관련 정책을 개발해나가고 있음
- 네이버 웹툰에서 인기를 끈 <신과 함께>가 리메이크되어 오는 2012년 12월부터 일본 잡지인 “영간간”에 약 3년간 연재될 예정
- 또한 <신과 함께>는 국내에서 영화화 판권계약을 했으며 2013년 개봉을 목표로 “리얼픽처스”에서 제작
 - 최근 학습만화를 중심으로 일본시장에서 인지도를 높여가고 있었지만 학습만화는 교육 등의 목적이 주된 것이므로 완전한 만화시장 진출이라고 보긴

어려웠음

- 그러나 이번 사례는 한국 만화가 점차 주체적으로 일본시장에 진출하는 상황이라고 볼 수 있음
- 웹툰 시장이 지속적으로 발전하면서 작가 영입 등 유통망 사이 경쟁이 심화되고 있으며 스토리 작가와 만화 작가의 역할 분담 등 전문화 경향도 나타남
 - 네이버 웹툰의 주간 페이지뷰가 2억 2천만 건에 이르렀으며 이는 네이버의 메인 서비스인 메일, 카페와 유사한 수치임
 - 이처럼 웹툰의 포털 내 영향력이 지속적으로 확대되고 절대적인 규모도 커지면서 웹툰 시장을 둘러싼 점유율 경쟁도 치열해짐
 - 네이버 웹툰이 시장점유율 등에서 1위를 고수하는 가운데 다음 웹툰 등 경쟁사의 작가 영입이 활발
 - 네이버 웹툰의 베스트 도전 코너는 누구나 작품을 올릴 수 있는 “도전만화”에서 선정된 작품이 선을 보이며 여기서 다시 네이버 웹툰 담당자들의 손을 거쳐 웹툰 본무대로 올라가는 작품이 적지 않음
 - 그러나 다수의 작가가 “베스트 도전 코너”에서 호평을 받는 가운데 웹툰 본무대 진입이 치열해서 결국 다음 등 타 웹툰 사이트와 계약하고 정식 연재를 하는 경우도 있음
 - 또한 네이버의 경우 삼성전자, SK텔레콤, 할리스 커피 등과 협찬해 브랜드 웹툰을 선보이고 있어 웹툰 코너의 광고 시장으로써 역할도 확대되고 있으며 작가의 수입에도 긍정적인 영향을 미치고 있음
 - 웹툰에서 스토리 작가와 만화 작가 사이 역할 분담이 나타나는 등 전문환경향이 늘어남. 웹툰 시장 성장에 따른 작품 간 경쟁 심화와 작가의 수입 증가 등이 이에 영향을 미치고 있음. 전문화는 향후 한국 웹툰의 경쟁력과 품질을 더욱 향상시켜 국내는 물론 세계시장에서도 유리한 입지를 제공할 것으로 전망됨

- 통계청이 2011년 7월에 실시한 조사에 따르면 1년 동안 한 권 이상의 책을 읽은 독서인구 비율이 61.8%로 이전 조사의 62.1%보다 소폭 하락
 - 이는 10명 중 약 4명이 사실상 1년에 단 한권의 책도 읽지 않는 것을 의미함. 그러나 독서인구 1인당 평균 독서 권수는 20.8권으로 지난 조사의 17.4권보다 증가
 - 신문을 구독하는 사람의 비율은 67.8%로 인터넷신문을 이용하는 비율은 77.9%에 비해 10.1%p 높은 것으로 나타남. 이전 조사에서는 일반신문이 74.3%로 73.1%를 기록한 인터넷신문 이용비율보다 높았으나 이번 조사에서는 비중이 역전
- 한국콘텐츠진흥원이 해외문화홍보원과 협력해 스마트기기용 애플리케이션인 만화(MANHWA)를 활용하여 한국어를 배우는 외국인 학생들이 쉽고 재밌게 한국어를 접할 수 있는 기회 제공
 - 해외문화홍보원은 “세종학당” 수강생들과 코리아넷을 방문하는 외국인들에게 한국콘텐츠진흥원에서 서비스하는 만화(MANHWA) 애플리케이션 중 일부를 무료로 제공할 계획
 - 문화체육관광부에서 “세종학당”은 전 세계 31개국의 재외 한국문화원과 대학 등에 60개가 개설되어 외국인에게 한국어와 한국 문화를 가르치고 있음
 - 또한 한국콘텐츠진흥원은 2011년 11월에 만화(MANHWA) 애플리케이션의 정식서비스를 시작했으며 애플과 구글 스토어를 통해 이용할 수 있음. 만화 애플리케이션에서 국내 유명 만화가의 신작 13편 등 모두 66개 작품을 다운 받을 수 있음

□ 해외동향

- 미국의 2위 서점 운영회사인 보더스 그룹의 회사 매각 실패에 따라 청산절차를 진행하는 등 미국의 오프라인 서점 시장의 규모 축소
 - 미국 전역에 약 6백여개의 서점을 보유하고 있는 보더스는 2011년 2월 채

권단과의 채무조정에 실패하고 법원에 파산보호를 신청했다고 밝힘. 보더스의 부채는 약 13억 달러에 달함

- 미국 내 출판업계 전문가들은 보더스의 파산이 종이책 수요 감소에 기인한 것으로 판단하고 있으며 결과적으로 향후 오프라인 출판 유통채널의 감소로 종이책 수요 감소가 확대될 전망
 - 또한 종이책 출판 유통체계와 유사한 흐름이 향후 종이신문 시장에서도 나타날 전망
- 미국의 범죄소설 작가 존로크가 전자책만으로 100만부의 판매고를 올리는 등 특정 출판사의 지원없이 베스트셀러 작품을 만들어내는데 성공함
 - 로크는 작가가 되기 전에 록밴드 싱어로 글쓰기를 부업으로 시작했지만, 궁극적으로 인터넷을 통한 입소문과 박리다매 전략이 맞아 떨어져 전자책 밀리언셀러가 됐다고 영국일간 텔레그래프가 보도함
 - 이러한 존로크의 성공 배경에는 미국 아마존이 개발한 “킨들 직접출판(Kindle Direct Publishing)”이 있었기에 가능했다고 분석함. 특히 “종이 없는 책”을 출판 하면서 통상 35%에 달하는 로열티를 인터넷 출판업체에 지불해야 하는 불합리성을 과감하게 줄이고, 또한 전자책의 판매 가격의 경우 유명작가 작품의 10%에 불과한 99센트로 책정해 판매 증대를 이뤄냄
 - 2011년 11월 세계 3위의 윤전기 제조업체인 독일 “만로란트”가 파산 신청
 - 1844년 설립된 만로란트는 6천여명의 직원을 고용하고 있었으며 현재 독일 일간지의 약 4분의 3이 이 회사를 이용하고 있음
 - 디지털 출판, 신문 등이 일상화되면서 인쇄산업 자체가 축소되고 있으며 유럽 금융위기가 지속되어 자금난에 시달렸던 것이 이번 파산의 원인으로 분석
 - 이에 따라 독일의 “하이텔베르거 드룩” 등 타 인쇄 관련 업체도 고용을 줄이고 생산시설을 중국으로 옮기는 등 변화가 일어남

- 페이스북이 e북 업체를 인수하고 전자책 시장으로 사업영역을 확대해나가면서 관련 업계의 관심이 증대
 - 페이스북은 최근 전자책 업체 “푸시 팝 프레스”를 인수했으며, 이를 통해 디지털 콘텐츠의 온라인 소셜네트워크 구축 계획을 발표함. “푸시 팝 드레스”는 2011년 초 아이패드 및 아이폰 애플리케이션 “아워초이스북”을 출시하면서 업계의 주목을 받은 바 있음
 - 페이스북은 이번 인수를 통해 전자책 시장에 진입하는 것은 아니라고 밝혔으나 인수한 전자책 업체의 아이디어를 페이스북 홈페이지에 이용함으로써 생산된 콘텐츠를 페이스북 이용자가 보다 편리하게 이용할 수 있도록 할 계획
 - 이러한 페이스북의 공식적인 입장과는 관계없이 전반적인 전자책 시장의 규모가 확대되고 플랫폼 업계의 경쟁이 심화되는 상황에서 페이스북이 중장기적으로도 전자책 시장을 간과할 수는 없을 것으로 전망

3 음악(공연)산업 주요 이슈

□ 국내동향

- 네오위즈인터넷, 다날, 소리바다 등 주요 업체가 앱 스토어에 음원다운로드 및 음악방송 앱을 출시하면서 국내 음원다운로드 시장에 변화가 일어나고 있음
 - 2011년 3월 스마트폰 보급이 1천만대를 넘어섬에 따라 인터넷 음원다운로드 시장에도 변화가 일어남. 이에 대응해 주요 업체가 스마트폰용 앱 출시
 - 네오위즈인터넷은 온라인 음악방송 앱 “세이캐스트”를 출시. 소리바다는 아이폰4에 최적화된 “소리바다 아이폰 앱”을 재출시. 이스트소프트는 아이폰용 “알송 모바일”을 출시했으며 다날은 2010년 7월에 애플 앱스토어에 “오디

오”를 출시했음

- 스마트폰과 스마트패드 등 새로운 플랫폼으로 음원다운로드 시장이 확대되어 향후 관련 업체의 매출과 수익 등이 증가할 전망. 또한 전체 시장에서 불법다운로드 비율이 줄고 합법적인 구매가 늘어날 가능성이 있음
- 2011년 8월 창작 뮤지컬 <영웅>이 브로드웨이 링컨센터에서 공연됨. 뮤지컬 <영웅>은 안중근 의사의 일대기를 그린 작품으로 <명성황후>로 유명한 에이콤에서 제작함
 - 2011년 6월에는 그룹에이트가 제작한 뮤지컬 <궁>이 SS501의 김규종을 주연으로 내세워 일본 공연에서 흥행에 성공하는 등 한국 뮤지컬의 해외진출 본격화. 일본측 주최사인 “쇼치쿠”는 이후에도 <미녀는 괴로워>를 공연하기로 예정하는 등 한국 뮤지컬에 긍정적인 태도를 보임
- 2011년 6월 SM타운 파리 공연으로 프랑스 등 유럽 팬들에게 첫 선을 보인 소녀시대가 현지에서 정식앨범을 발매해 음반시장에서도 공식적인 활동을 시작하는 등 K-POP과 한류의 유럽진출 가속화
 - 또한 빅뱅이 “2011 유럽뮤직어워드”에서 수상하는 등 유럽 현지의 관심도 증가하고 있으며 YG엔터테인먼트 등의 유럽 공연을 요구하는 플래시몹이 있는 등 유럽 K-POP 팬들의 자발적이고 자생적인 요구가 증대
 - 2011년 10월 말부터 JYJ는 유럽 투어에 나섰으며 스페인 바르셀로나와 독일 베를린에서 단독공연 개최. 스페인 공연과 독일 베를린 공연에서는 각각 유럽 각지의 팬 3천여명이 참석해 인기를 끄
 - 큐브엔터테인먼트는 “유나이티드 큐브” 콘서트를 브라질 상파울루에 위치한 “에스파코 다스 아메리카스”에서 개최
 - 기존 일본, 아시아 시장에서도 K-POP의 열기가 지속되고 있으며 인도 등으로 저변이 확대되고 있으며 유럽, 북미, 중남미 등지로 확산되고 있는 양상을 보임. 과거 일본 문화에만 머물던 유럽의 아시아대중문화 시장이 한국 등으로 확장되고 있으며 소셜네트워크서비스 보급 등 인터넷 커뮤니티 발전이

유럽 팬들의 결집과 행동을 용이하게 만들고 있음

- 2011년 11월 CJ E&M은 K-POP의 시장 확대를 위해 국내 6개 음반기획사들과 협력해 콘서트 브랜드를 론칭함
 - 이번에 출범하는 글로벌 콘서트 브랜드는 “M-Live”로 해외에서 K-POP 가수들의 공연을 지속할 계획. 협력하는 6개 기획사들은 큐브엔터테인먼트, FNC뮤직, 정글엔터테인먼트, 아메바컬처, 제이툰엔터테인먼트, 스타제국이 참여
 - 2011년에 SM엔터테인먼트가 유럽, 미국 등에서 잇달아 공연을 성공시키며 K-POP의 세계화를 선도하고 있지만 여타 기획사는 해외 시장에 대한 정보 부재, 공연시 발생할 수 있는 법률 분쟁 우려 등 각종 리스크에 대한 대응 미비로 진출이 활발하지 못함
 - 이번 협력 사업을 통해 일부 기획사뿐만 아니라 한국 기획사 전반이 K-POP 세계화에 동참하고 선의의 경쟁을 확대할 전망
- 2011년 11월 영국 북아일랜드 벨파스트에 위치한 오디세이 아레나에서 개최된 “2011 MTV 유럽뮤직어워드”에서 빅뱅이 “월드 와이드 액트” 부문 수상자가 됨
 - “월드 와이드 액트” 부문은 세계 각지의 음악과 다양성을 전 세계에 전파하기 위해 2011년에 처음 제정한 것으로 빅뱅이 첫 번째 수상자로 선정됨
 - 이 부문 최종후보에는 빅뱅을 비롯해 브리트니 스피어스(북미 대표), 레나(유럽), 압델파타 그리니(아프리카, 인도, 중동 대표), 리스타트(남미) 등 세계 각지의 스타가 올라 경쟁이 치열
- 2011년 11월 14일 한국뮤지컬대상 시상식 개최. 남우주연상에는 김우형, 여우주연상에는 조정은이 선정되었으며 <셜록 홈즈>가 최우수작품상과 작곡상, 극본상을 수상
 - 최우수작품상에 선정된 <셜록 홈즈>는 동명의 추리 소설을 바탕으로 창작

한 뮤지컬로 여러 대형 작품들을 제치고 예매율 상위를 차지하는 등 인기를 누렸음

- 또한 <셜록홈즈>는 국내 최초로 시도된 시즌제 추리 뮤지컬이며 첫 번째 시즌인 <앤더슨가의 비밀>, 두 번째 시즌인 <홈즈와 잭더리퍼와의 대결>, 세 번째 시즌인 <홈즈와 괴도 루팡> 등 3편을 3년 연속으로 제작 공연할 예정
 - 대형 작품들에 비해 상대적으로 규모가 작은 <셜록홈즈>의 성공은 지난 몇 년 동안 침체되었던 한국 뮤지컬 산업에 좋은 사례임
 - 국내 영화산업과 마찬가지로 제작비를 많이 투입하는 대작만으로는 지속적인 시장 창출과 꾸준한 산업발전이 어려움. 향후 대작과 함께 흥미로운 스토리, 참신한 기획이 뒷받침된 중소형작이 병행하는 흐름이 지속될 전망
 - 남우주연상을 수상한 김우형은 <아이다>에 라다메스 장군 역을 연기했으며 여우주연상을 받은 조정은은 <피맛골 연가>에서 주연을 맡음
 - 또한 뮤지컬대상 시상식에서는 뮤지컬 스타들이 화려한 의상과 세련된 패션 을 선보이며 국내외 팬들의 관심을 모음
- CJ E&M이 중국과 합작해 공연한 중국어판 뮤지컬 <맘마미아>가 상하이는 물론 베이징 공연에서도 성공하며 뮤지컬 한류의 지속가능한 성장을 일본에 이어 중국으로 확장
- 이번 <맘마미아> 공연에서는 주요 스태프가 한국인으로 조명과 음향 등 핵심 장비도 한국에서 조달함. 한국의 선진적인 공연문화 노하우와 높은 수준의 인력이 성공을 견인
 - CJ E&M은 중국 문화부 산하 중국대외문화집단공사, 상하이동방미디어유한 공사가 “아주연창문화발전유한공사” 설립에 대한 계약을 체결해 뮤지컬 <맘마미아>를 중국에서 선보임
 - 7월 8일부터 8월 5일까지 상하이에서 32회 공연을 해 약 1천6백만 위안(약 27억원)의 매출을 올렸다고 밝혔으며 이번 베이징 공연에서도 큰 인기를 누림

- 이번 <맘마미아>는 중국, 대만에서 배우를 발굴하고 중국 전통춤과 무술을 접목시키는 등 현지화에도 많은 노력을 기울임. 중국 공연시장에 맞춘 치밀한 현지화와 수준 높은 한국 뮤지컬 산업의 인적, 산업적 역량이 합쳐져 시너지효과를 창출
- 오는 2020년까지 중국 공연시장의 규모는 14조원에 이를 것으로 전망
- 2011년 11월 국내 최대 규모의 뮤지컬 및 콘서트 전용극장 블루스퀘어가 서울시 용산구 한남동에 개관
 - (주)인터파크씨어터가 건립한 블루스퀘어는 1,767석의 뮤지컬 공연장과 1,400석 규모의 콘서트 공연장 등 2개 건물로 구성된 전문 공연장으로 뮤지컬과 콘서트 공연에 최적화된 설계, 무대 및 음향 시스템을 적용
 - 그동안 전용 공연장 부족으로 곤란을 겪던 뮤지컬 산업에 적지 않은 도움이 될 전망
- 2011년 한 해 동안 국내 페이스북에서 가장 많이 공유된 뮤직비디오는 소녀시대의 <더 보이즈>(The Boys)임
 - 소셜네트워크 분석 벤처기업인 뮤즈얼라이브는 2011년 1월 1일부터 12월 24일까지 페이스북에서 공유된 K-POP 뮤직비디오 링크 8만9천450건을 조사한 결과 소녀시대의 <더 보이즈>가 가장 많이 공유된 뮤직비디오로 나타남
 - 연예기획사별로는 SM엔터테인먼트가 50위권에 21개 뮤직비디오가 포함되어 가장 많았고 YG엔터테인먼트가 6개, JYP엔터테인먼트와 큐브엔터테인먼트가 각각 4개로 나타남
 - 최근 페이스북이 콘텐츠 공유 시스템을 강화했으며 빠르게 증가하고 있는 소셜네트워크 이용자의 콘텐츠 이용 행태에 대한 관심 증가
 - 페이스북이 최근 공개한 “오픈 그래프”는 페이스북 이용자의 개인 정보들을 토대로 서비스를 제공해주는 기능으로 이용자 자신이 별도의 작업을 하지 않아도 자동으로 개인에게 맞춤 정보 등을 제공

- 또한 이는 “티커” 기능을 통해 친구와 공유가 가능해짐. 이로써 자신이 즐기는 음악, 게임, 뉴스 등 각종 콘텐츠 등 여러 정보를 실시간으로 확인할 수 있으며 음악공유도 보다 손쉽게 이용할 수 있음
- 일본의 대표적인 음악차트인 오리콘의 발표에 따르면 2011년 한 해 일본 내 K-POP 관련 매출이 약 244억엔(약 3천490억원)을 기록함
 - 이 중 두각을 나타낸 가수는 주요 걸그룹들로 카라의 앨범 “슈퍼걸”이 총 20억여엔(약 284억원), 소녀시대의 “걸스 제네레이션”이 29억여엔(약 412억원) 매출을 기록
 - “걸스 제네레이션”은 64만 2천장을 “슈퍼걸”은 45만 1천장을 기록해 연간랭킹 톱 10에 진입
 - 또한 한국 가수의 점유율도 2011년 7.8%를 기록해 2009년 3.0%, 2010년 6.0%에 이어 꾸준한 성장세를 기록함. 주간 랭킹에서는 동방신기, 빅뱅, 장근석, 티아라 등 총 10개 그룹 및 가수가 싱글 앨범 선두를 기록했으며 SM, YG, JYP 등 주요 기획사뿐만 아니라 중소기획사 진출도 성과를 거두어 향후에도 K-POP의 성장세가 꾸준할 것으로 전망
 - 일각에서는 K-POP에 대한 일본 등 아시아 각국 음악산업의 대응, 한류 붐에 편승한 무리한 기획 등으로 인한 이미지 손상 등 향후 성장이 둔화될 가능성에 대해 우려

□ 해외동향

- 2011년 3월 아마존은 PC, 스마트폰 등 플랫폼에 관계없이 언제 어디서나 음악 청취가 가능한 “아마존 클라우드 플레이어” 서비스를 출시
 - 아마존은 5GB의 저장 공간을 “아마존 클라우드 플레이어” 서비스에서 이용 가능하며 이용자는 자신의 음악 파일을 이곳에 올려놓고 자유롭게 사용할 수 있음

- 스티브 잡스가 사망한 이후 iTunes에 대해 미국 등 글로벌 음악 관련 업계의 평가가 다양하게 나타나고 있음
 - 빌보드 추정에 따르면 iTunes는 2010년도 미국 음악 시장 매출의 33%를 차지함. 2010년 2월에는 누적 음원 판매량 100억 개를 돌파하며 디지털 음원 시장의 역사를 새로이 개척함
 - 곡당 정가를 고수하는 애플의 가격정책은 소비자를 확대하는데 성공했지만 음반사의 가격통제권을 축소시켰다는 평가. 음반업계 전반적으로 애플의 독주를 경계하며 대응책 마련을 위한 시도가 이루어지고 있음
 - 현재 미국 디지털음원시장은 점차 스트리밍 서비스로 옮겨가고 있는 것으로 분석되고 있으며 애플은 이에 iTunes와 iCloud를 연계해 스트리밍 음원서비스를 제공할 계획
- 2011년 6월 14일 <스파이더맨>이 미국 브로드웨이에서 뮤지컬로 선보임
 - <스파이더맨>은 헐리웃 블록버스터로 세계에 널리 알려졌으며 미국 코믹의 대표적인 프랜차이즈 중 하나로 최근 6천5백만 달러에 이르는 뮤지컬 사상 최대제작비 투입
 - 비평계의 일부 부정적인 반응에도 불구하고 최근까지 티켓 판매는 순조로운 것으로 알려짐
 - 사상 최대의 제작비가 투입되고 미국 코믹과 영화의 인기 캐릭터 가운데 하나인 <스파이더맨>이 주역이란 점에서 성패를 떠나 향후 미국은 물론 세계 뮤지컬계에도 적지 않은 영향을 끼칠 전망
- 2011년 11월 구글은 클라우드 서비스 등을 기반으로 소셜네트워크 기능과 함께 음원다운로드 서비스가 제공되는 신개념 서비스를 공개함. 서비스는 “구글 뮤직”으로 명명되었으며 1,300만곡의 음원을 제공
 - 구글은 EMI, 소니, 유니버설 뮤직 등 메이저음반사와 23개 독립 음반사와 계약을 맺음. 구글 뮤직 이용자는 한 곡당 최대 1.29달러를 지불하게 되며 소셜네트워크 서비스인 “구글 플러스”를 통해 음악 공유 가능

- 구글은 또한 대형음반사에 소속되지 않은 뮤지션들이 25달러만 내고 자신들의 페이지를 개설해 음원을 판매할 수 있도록 했으며 구글은 수익의 30%를 받도록 설계
- 최근 시장조사기관 가트너에 따르면 안드로이드폰이 2011년 3분기 시장점유율 53%를 기록한 반면 애플의 아이폰은 15%를 차지함. 향후 안드로이드 기기의 강세를 바탕으로 음원시장에서도 “구글 뮤직”의 점유율 상승이 순조롭게 이루어질지 여부는 현재로서는 예측하기 어려우나 스마트기기 시장에서 높은 점유율이 주요한 성장 동력으로 작용
- 비틀즈 음반을 탄생시키는 등 영국 음악의 글로벌 진출에 기여한 124년 역사의 전통 있는 영국 음반사 EMI가 경영난 끝에 분할 매각됨
 - 2011년 11월 13일 블룸버그 통신에 의하면 씨티그룹이 EMI를 프랑스 콘텐츠 미디어 그룹인 비방디 산하 유니버설 뮤직과 소니에 분할 매각
 - 기존 음반사업 침체와 디지털 음원시장 성장에 대한 대응 미흡 등 경영상 한계로 어려움 호소

4 방송산업(독립 제작사) 주요 이슈

□ 국내동향

- 2011년 문화체육관광부 등 정부 3개 부처는 스마트TV 활성화를 위한 협력을 강화하고 543억원의 예산 투입
 - 이는 세계 TV시장 35% 점유로 시장주도를 하고 있는 국내 기업들의 경쟁력을 스마트TV 시장으로 이어가겠다는 강력한 의지를 내포
 - 정부 3개 부처들은 스마트TV 산업 육성을 위해 국내기업들이 이미 보유하고 있는 하드웨어 경쟁력을 바탕으로 콘텐츠 및 다양한 부가서비스 플랫폼 등의 개발 지원

- 이에 대해 업계는 스마트TV 발전을 위한 범정부 차원의 대책 마련에 대해 긍정적인 평가를 보이고 있으나, 실질적인 효과를 얻기 위한 보다 세밀한 정책수립 요구
 - 미국 등 세계적으로 스트리밍 동영상의 수요가 폭발하고 있는 가운데, 국내에서도 이러한 수요 증가에 대응하기 위한 통신망 대가 규정 등 선결을 통해 산업발전 모색 필요
 - 스마트TV 활성화에 따른 동영상 콘텐츠의 불법 유통 가능성 제고에 따른 저작권 보호하에서의 콘텐츠 소비를 활성화 시킬 수 있는 제도적 장치 마련이 요구됨
- 2011년 8월 한국영화제작가협회, 한국드라마제작사협회, 한국영화프로듀서조합, 전국영화산업노동조합과 함께 사단법인 ‘한국영상위원회’ 출범
 - ‘한국영상위원회’는 ‘영상 크리에이티브 멀티 마켓’ 등 영상 산업에 새로운 바람을 일으킬 사업을 구상해 나간다는 목표
- 2011년 8월에 기준 KT, SK 브로드밴드, LG U+ 등 IPTV 3사의 실시간 가입자수는 400만 2,441명이며(한국디지털미디어산업협회), 2012년 상반기 중으로 500만명을 넘어설 전망
 - 향후 양방향 광고 시장 개척, 연동형 T-커머스 도입 등 스마트 미디어 서비스 활성화 전략 추진 방침
- 2011년 상반기 기준 디지털 TV 보급률이 63%로 다소 저조한 상황이며, 90% 이상이 가입해 있는 유료 케이블 TV의 경우 70% 이상이 여전히 아날로그 상품을 사용하고 있는 상황
 - 유료 서비스 사업자인 케이블 TV의 디지털 전환을 정부가 지원하는 것은 적절하지 못하다는 방송통신위원회와 지상파 방송사의 입장과 난시청 지역 해소 등 그간의 긍정적 역할을 근거로 정부의 지원 확대를 요구하고 있는 케이블 TV 사업자 간의 갈등이 고조

- 최근 삼성·LG 간 스마트TV 기술표준에 대한 설전이 오가는 등 다소 소모전 양상을 보이다가, 다양한 콘텐츠 제공 등을 통한 양사 간의 본격적인 경쟁이 심화
 - 이는 삼성·LG 등 자체적인 보유 기술에 대한 폼하 등의 네거티브 방식이 국내 소비자들에게 혼란을 야기할 뿐 아니라 일각에서는 향후 해외시장에도 악영향을 미칠 수 있다는 비판도 있음
 - LG전자는 3월 중순부터 스마트TV의 대대적인 업그레이드를 통해 영화, 드라마 등 다양한 콘텐츠 제공. LG전자는 CJ그룹과의 협력을 통해 엠넷미디어뮤직, CJ미디어, 온미디어, CJ엔터테인먼트 보유 콘텐츠를 공급 받음
 - 삼성전자는 스마트TV를 통해 2011년 내 50여개까지 3D콘텐츠를 무료 제공. 우선 3월 중순 초에 2편~3편의 교육 및 다큐멘터리 3D콘텐츠를 제공하며 기존 주문형비디오 방식에서 인터넷을 통해 3D콘텐츠 다운로드 가능
 - 삼성전자는 미국 주요 케이블TV 업체인 컴캐스트와 타임워너케이블을 비롯해 콘텐츠업계의 강자인 훌루, 넷플릭스, 아마존, 부두뿐 아니라 영국 BBC I Player, 프랑스 TF1, 독일 맥스돔, 중남미 텔레비사, 호주 텔스트라 등 50곳과 제휴하고 2011년까지 150여개사와 콘텐츠 제휴 추진 예정
- SK텔레콤은 2011년 2월 TV셋톱박스 기능을 스마트폰에 탑재해 별도의 셋톱박스 없이도 TV 서비스가 가능한 스마트폰 기반의 N스크린 서비스 “갤럭시S 호핀” 출시
 - SK텔레콤은 KT 및 LG유플러스가 서비스 중인 개인용 유클라우드 서비스는 검토 중이며 다른 통신사에 비해 늦게 출시된 만큼 다양한 서비스로 대응 전망
 - KT는 N스크린 서비스인 “올레TV 유클라우드”에 이어 2011년 3월 중 스마트TV에서도 자사 IPTV를 시청할 수 있도록 “올레TV 애플리케이션” 출시
 - KT는 N스크린 서비스를 위해 2011년 초 올레TV본부, 홈고객부문, 개인고객부문, KT종합기술원 등의 전문 인력으로 구성되는 N스크린 전담부서인 “N스크린 CFT” 신설

- N스크린 전담부서 신설 목적은 N스크린 서비스가 여러 사업부문과 관련 있으며, 2011년 들어 통신사업자뿐 아니라 제조사와 포털까지 뛰어드는 등 경쟁이 치열해지기 때문
- 종합편성채널과 보도채널 선정이 마무리되고 최종적으로 2011년 12월 중편채널 개국
 - 채널에이(동아일보), 제이티비씨(중앙미디어네트워크), 씨에스티브이(조선일보), 매일경제티브이(매일경제신문)가 중편채널 사업자로 선정됨. 보도채널은 연합뉴스가 선정됨
 - 2011년 12월 중편채널이 개국함에 따라 방송시장의 경쟁이 격화될 전망이며 특히 드라마, 다큐, 애니메이션 등 영상물 제작업체와 기획사 등 방송관련 콘텐츠 업체에 대한 수요가 늘어날 전망
- 2011년 12월 방송통신위원회가 스마트미디어 이용행태에 관한 조사결과를 발표
 - 금번 조사는 수도권에 거주하는 만 19세 이상 64세 이하 성인 남녀 800명을 대상으로 면접방식으로 진행함. 조사대상은 스마트기기 이용여부에 따라 스마트미디어 비이용자 300명, 스마트폰 이용자 300명, 태블릿PC 이용자 200명으로 구분
 - TV에 대한 대체의존도는 비이용자(3.64점), 스마트폰 이용자(3.53점), 태블릿PC 이용자(3.29점)으로 태블릿PC 이용자가 TV에 대한 의존도가 가장 낮은 것으로 나타남
 - 스마트미디어를 이용하면서 이전에 비해 TV 시청시간이 감소했다고 응답한 사람의 비중은 스마트폰 이용자의 경우 29.7%, 태블릿PC 이용자의 경우 51.7%로 나타나 태블릿PC 이용자는 TV에 대한 대체효과가 큰 것으로 나타남
 - 2012년에는 애플의 “뉴 아이패드” 등 고해상도 동영상을 제공하는 스마트패드가 국내외적으로 점차 대중화될 것으로 예상하는 가운데 이는 금번 조사에서 나타난 태블릿PC 이용자 행태변화는 향후 더욱 확산될 것으로 전망

- 대한상공회의소가 서비스 및 제조 분야 300개사를 조사한 결과 “한류 덕에 매출이 늘었다”고 응답한 기업이 전체의 51.9%임
 - 한류로 인한 매출증대 효과는 문화(86.7%), 관광(85.7%), 유통(75.0%) 등 서비스 업종에서 높게 나타났으며 제조업에서는 식품(45.2%), 전자(43.3%), 화장품(35.5%), 자동차(28.1%), 의류(23.3%) 등이 긍정적인 영향을 받은 것으로 나타남
 - 지역별로는 일본, 중국, 동남아 지역에서 한류의 영향이 높은 것으로 평가됨. 음악, 방송 등 한류 스타가 활약하는 부문의 직접적인 수출실적은 게임 등 타 콘텐츠산업에 비해 적지만 서비스업, 제조업 등 타 산업과 시너지효과는 매우 긍정적으로 평가
 - 향후 국내 서비스 및 제조업계에서는 한류 스타와 드라마 등 한류콘텐츠를 활용한 마케팅, 홍보활동을 꾸준히 전개해나갈 것이며 이는 한류 자체의 홍보 및 마케팅에도 긍정적인 영향을 주어 선순환 구조가 지속될 것으로 전망

□ 해외동향

- 일본은 60년 만에 기존 4개의 방송관련 법률을 하나로 통합함. 기간방송은 무선국의 면허와 방송업무의 인정으로 절차를 구분하는 제도를 도입하고 무선국 설치·운용 등 하드웨어 및 방송업무 등 소프트웨어 융합을 희망하는 지상파방송업자를 위해 ‘면허’만으로 가능한 현행제도도 병존
 - 기간방송에 대한 매스미디어 집중배제 원칙의 기본적인 부분을 법제화하고 복수 기간방송사업자로의 출자 상한을 현행 1/5에서 1/3로 완화하여 키스태이션 지방방송국 지원이 용이해짐
 - 케이블TV, 유선라디오방송 및 전기통신역무이용방송 등 일반방송은 “허가”, “등록” 등에서 “등록”을 원칙으로 하는 제도로 통합
 - 그밖에 1) 방송의 안정·신뢰성 확보(설비유지, 중대사고시 보고규정 정비 등), 2) 방송프로그램의 종류별 공표, 3) 유료기간방송의 약관 인가

신고제 전환 및 유료일반방송의 약관신고 철폐, 4) 재방송동의 관련 분쟁처리시의 알선 중재제도의 정비 등

- “방송”의 정의를 기존 “공중에 의해 직접 수신되는 것을 목적으로 하는 무선 통신”에서 “전기통신”으로 개정
 - 방송·통신의 경계를 허물어 하나의 방송법 체계에서 수용함. 무선국 면허를 가진 사업자가 통신과 방송업무 겸업이 가능하여 방송하지 않는 심야시간대를 이용한 낮 시간대 콘텐츠 송출 가능하며 외부제작사가 방송국 설비를 이용해 방송 가능함. 경영난에 직면한 지방방송국이 방송설비를 통합적으로 운영 가능
- 2011년 6월 애플은 자사의 개발자 컨퍼런스인 “WWDC 2011”에서 아이클라우드 서비스를 발표함
- 향후 Apple TV, Google TV, Roku, Boxee 등 스마트TV와 Connected TV의 보급이 확대되고 성장속도가 점차 빨라질 전망. 또한 마이크로소프트가 북미에서 우위를 점하고 있는 자사의 가정용게임기 엑스박스360을 기반으로 한 클라우드서비스를 예정하고 있으며 이미 엑스박스360을 통한 다양한 동영상 서비스를 제공하며 관련 시장에서 성장세를 보이고 있음
 - 또한 애플, 구글 등 북미 업체뿐만 아니라 삼성전자, LG, 소니 등 해외 제조업체가 북미 스마트TV 시장에서 경쟁이 본격화. 6월 16일 삼성전자가 미국 주요 케이블 업체들이 참가하는 “케이블쇼 2011”에서 타임워너 케이블과 함께 자사 스마트TV에서 VOD서비스 등을 시연하는 등 북미 방송업체와 협력을 통한 시장전략을 보임
- 중국의 외국 드라마 관련 규제가 강화되면서 한국 드라마의 직접 수출이 아닌 중국 내 리메이크 드라마 제작 및 방영이 늘어남
- SBS드라마 “아내의 유혹”을 리메이크한 “귀가의 유혹”이 커다란 인기를 끌었으며 “이브의 모든 것”을 리메이크한 “애상여주파”, “가을동화”를 리메이크한 “일부소심애상니” 등 다양한 국내 드라마 리메이크작이 중국에서 꾸준

히 제작, 방영

- 2011년 10월 북미 최대의 온오프라인 동영상 서비스 업체 중 하나인 넷플릭스가 가격정책 변경
 - 2011년 9월 넷플릭스는 기존 회원 서비스에 무료로 제공되던 온라인 스트리밍 서비스에 대해 7.99달러에 이르는 요금을 부과하고 온라인 스트리밍 서비스와 DVD대여 서비스를 분리하는 정책 발표
 - 그러나 소비자 반발이 거세지고 회원탈퇴가 늘어나는 등 악영향이 발생하면서 마침내 넷플릭스는 9월 15일에 발표했던 정책을 대폭 변경. 특히 DVD대여 서비스와 온라인 스트리밍 서비스간 분리를 철회
 - 블룸버그통신에 의하면 넷플릭스는 DVD 대여를 ‘퀵스터’라 불리는 다른 사업부문으로 이전하지만 여전히 기존 넷플릭스 닷컴에서 스트리밍과 이메일 주문 서비스를 모두 이용할 수 있다고 밝힘. 그러나 DVD대여와 스트리밍 각각에 대해 7.99달러씩 부과하는 요금정책 유지
 - 넷플릭스는 다양한 콘텐츠 확보를 위해 공격적인 전략을 구사. 예를 들어 10월 14일 CBS와 워너브라더스의 콘텐츠를 제공 함. 여기에는 “가십걸”과 같은 TV 콘텐츠가 포함. 새로운 콘텐츠를 꾸준히 확보해 나가면서 향후 가입자 증가에 기여할 전망
 - 넷플릭스 뿐만 아니라 아마존의 아마존 프라임, 훌루 등 다양한 동영상 서비스가 늘어나고 있으며 애플, 구글 등 주요 업체의 클라우드서비스 확대 또한 북미에서 온라인 동영상 시장 확대에 기여할 전망이다
 - 최근 Strategy Analytics의 조사에 따르면 미국 TV시청자 중 20%가 웹에 기반한 서비스를 이용한 반면 유럽은 10%에 그쳐 미국에서 온라인 동영상 서비스 수요가 더 큰 것으로 나타남
- 시장조사업체 Strategy Analytics의 최근 조사결과에 의하면 미국과 유럽 지역 3D TV 보유자의 66%가 주 1회 이상 3D 프로그램을 시청하고 있는 것으로 나타남

- 응답자의 41%가 매일 3D 방송 콘텐츠를 시청하는 것으로 나타남. 또한 응답자의 대다수가 3D 안경 착용에 대해 불편해하는 것으로 나타남. 향후 3D 안경이 필요 없는 방식의 제품이 점차 시장에서 호응을 얻을 것으로 전망
 - 3D TV에 대한 매몰비용으로 인해 시청자의 3D TV 구매 이후 3D 방송 콘텐츠에 대한 수요가 지속적으로 발생하는 경향이 있음
 - 최근까지 세계적으로 3D 콘텐츠 공급이 수요에 비해 부진한 양상이 지속되고 있지만 점차 3D TV 등 관련 하드웨어 보급과 콘텐츠 공급이 증가하면서 수요 또한 자극받는 형태의 선순환을 형성하는 경향을 보임
- 2011년 12월 28일 홍콩의 사우스차이나모닝포스트 보도에 따르면 홍콩에서 인기를 끈 드라마 “텐위디(天與地)”가 중국에서 방송 금지 처분을 받음
 - 홍콩 드라마가 중국에서 방송 금지된 것은 10년 만에 처음 있는 일이라고 보도함. 드라마를 방영한 홍콩 공중파 채널 TVB에 따르면 중국의 방송 등을 총괄하는 광전총국이 유쿠 닷컴과 투더우 닷컴에 해당 드라마 방영을 중단하고 관련 콘텐츠를 삭제하라고 지시
 - 중국의 대표적인 검색엔진인 바이두에서도 해당 드라마 관련 검색 중단
 - 광전총국이 해당 드라마에 대한 조치를 취한 까닭에 대해서는 정확하게 알려진 것은 없으나 일각에서는 “천여지” 드라마에 인육을 먹는 등 잔인한 장면 등이 포함된 것 등을 원인으로 추정
 - 2011년 12월 글로벌 시장조사기관인 디스플레이서치가 4분기 보고서를 발표함. 이에 따르면 2012년 전 세계 TV 판매량을 약 2억5천436만대로 추정
 - 이는 3분기 보고서에서 추정된 수치에 비해서 0.4% 하향된 수치로 2011년 4분기 내내 지속된 유럽 및 세계금융시장 불안, 세계 주요 경제기관의 2012년 경기전망 하향 조정 등에 따른 영향으로 볼 수 있음
 - LCD TV 판매는 2011년에 비해 9.2% 증가할 것으로 전망했으며 PDP TV 제품은 15% 감소할 것으로 전망

- 2012년부터 본격적으로 시장에 진입하는 OLED TV 시장규모는 약 5만대 수준으로 추정. 최근 삼성과 LG는 55인치 대형 OLED TV를 출시할 예정으로 알려졌다며 2012년에 개최되는 런던 올림픽 등을 중심으로 마케팅 및 홍보를 전개해나갈 것으로 전망됨

5 영화산업 주요 이슈

□ 국내동향

- 2011년 들어 박찬욱 감독의 “스토커”, 김지운 감독의 “The Last Stand” 등 한국 감독의 헐리우드 진출이 본격화
 - “스토커”는 폭스 서치라이트가 제작을 주도하며 박찬욱 감독이 연출을 맡게 됨. 2011년에 촬영을 시작해 2012년에 개봉할 예정임. 김지운 감독 또한 “라스트 스탠드”의 연출을 맡게 되었으며 최근 아놀드 슈워츠제네거가 주연으로 확정됨
 - 미국의 “인디와이어” 보도에 따르면 박찬욱 감독의 “스토커”에 니콜 키드먼, 미아 바시코브스카, 매슈 구드 등이 출연
 - 2011년 상반기 심형래 감독의 “라스트 갓파더”가 미국 흥행에서 실패하고 장동건이 주연한 “위리어스 웨이” 또한 부진한 성적을 보이는 등 국내 영화계의 헐리우드 진출이 침체되는 양상을 보임
 - 향후 감독 위주의 헐리우드 진출이 성과를 보인다면 배우의 해외진출 등 국내 영화계의 행보에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망되나 가시화되기까진 상당한 시일이 걸릴 것으로 전망됨
 - “지아이 조”에서 인상 깊은 연기를 보인 이병헌 또한 속편에 출연하는 등 배우의 헐리우드 진출 지속

- 중국 영화시장의 급성장이 예상되는 가운데 영화진흥위원회는 대중국 영화 교류 협력을 강화
 - 영화진흥위원회는 최근 “중국 영화시장 현황 및 사업설명회”를 개최해 한중 영화 교류협력을 확대하고 양국 간 네트워크 확대를 강조
 - 중국 영화가협회 산업연구센터 자료에 따르면 향후 5년 후 중국영화 흥행 수입이 400억위안에 이르러 미국과 함께 세계 2대 영화시장으로 성장할 전망
 - 중국 영화시장의 변화에 능동적으로 대처하기 위해서는 1) 공동제작 활성화를 통한 한국영화 인력 진출 및 한국영화 저변 확대, 2) 현지 영화 산업 및 정책에 대한 데이터 구축, 3) 한중영화 교류협력 및 네트워크 강화, 4) 한국영화 상영확대 및 한국영화 수출지원 등을 영화진흥위원회 차원에서 기획
- 영화진흥위원회가 발표한 “2011년 한국 영화산업 결산” 보고서에 따르면 2011년 한 해 동안 흥행 수입이 1조2천362억원을 기록
 - 2011년 흥행 수입인 1조2천362억원은 2010년 1조1천514억원에 비해 7.4%가 증가한 수치로 역대 최고치를 경신
 - 2011년 한국영화 시장점유율은 2007년 이후 50%를 넘어섰으며 2011년에는 52%로 나타남. 그러나 개봉 스크린 수는 1,982개로 2천개 이하로 감소
 - 한국영화의 수익률은 잠정집계 결과 -4.6%로 나타나 2008년 -43.5%로 저조한 수치를 기록한 이후 꾸준히 개선된 것으로 드러남. 손익분기점을 넘은 영화는 한국영화 150여편 중 16편이며 100% 이상의 수익률을 기록한 작품은 9편으로 나타남
 - 한국영화 완성작의 수출액은 총 1천582만 8천662달러로 2010년에 비해 16.5% 증가했으며 수출편수는 366편을 기록
 - 부가관련 시장의 매출은 총 1천411억원으로 추정되었으며 이 가운데 IPTV 910억원, VOD 440억원, 모바일 61억원을 기록함. 2005년 5천600억원 규모에 비하면 4분의 1 수준으로 규모는 작지만 최근 개선되고 있는 것으로

알려짐

- 스마트폰, 태블릿PC 등의 보급 확대에 따른 수요 증가, 불법 다운로드에 대한 규제가 더욱 효과적으로 작동하는 등 부가판권 시장을 둘러싼 환경은 개선
- 2011년 11월 24일 호주 퀘즈랜드 컨벤션센터에서 개최된 “제5회 아시아태평양 영화상” 시상식에서 한국 영화 “파수꾼”이 각본상 부문 하이 코멘데이션상을 수상
 - 또한 윤성현 감독의 “파수꾼”은 부산국제영화제 뉴커런츠 부문 상을 수상했으며 스위스 제네바 블랙무비영화제 젊은심사위원상, 홍콩국제영화제 국제비평가협회상 등을 수상
 - 또한 윤성현 감독은 11월 25일 개최된 제32회 청룡영화상 시상식에서 “파수꾼”으로 신인감독상을 수상하는 등 국내외적으로 높이 평가받음

□ 해외동향

- 시장조사기관 아이서플라이에 따르면 2010년 3D영화의 극장수입은 61억 달러로 2009년 25억 달러에 비해 100% 이상 급증함
 - 특히 미국의 3D 영화상영 수입은 약 19억7천만 달러로 32.8%를 차지해 세계 3D 영화시장을 주도하고 있는 상황임
 - 다음으로 일본(약 4억7천만 달러), 영국(약 4억2천만 달러), 프랑스(약 3억6천만 달러), 러시아(약 3억3천만 달러), 중국(약 2억8천만 달러), 독일(약 2억8천만 달러), 호주(약 2억3천만 달러), 이태리(약 2억1천만 달러), 캐나다(약 1억9천만 달러) 등 순위임
 - 전반적으로 3D 시장은 미국작품의 지배력이 높은 상황에서 일본은 3D 전용 상영관이 가장 많았으며 유럽국가들 중에서는 영국이 가장 큰 시장을 형성
 - 신흥시장 중에서 중남미의 브라질, 멕시코, 콜롬비아가 상대적인 강세를 보

이고 있는 상황임

- 월마트가 애플 아이튠즈와 경쟁하면서 온라인 영화시장 3위로 부상하는 등 영화 유통채널로 발돋움
 - 미디어부문 리서치회사 IHS스크린 다이제스트에 따르면 월마트는 2010년 인수한 부두(Vudu)를 통해 소니와 아마존을 제쳤다고 보도함. 이미 올 상반기까지 부두의 미국 내 온라인 영화시장 점유율은 5.3%로 2009년에는 1% 수준에 불과함
 - 월마트는 2010년 미국에 헐리우드영화 DVD를 35억 달러 가량 판매하며 최대 DVD 판매자 역할을 하고 있지만 스마트폰 보급으로 DVD 판매실적이 가파르게 위축되는 등 변화하는 산업패러다임에 대응하고 신규 수익모델 창출이라는 측면에서 주목을 받고 있는 상황임
- 2011년 12월 중국 국무원이 사회질서를 저해하거나 광신적인 행위를 확산시킬 우려가 있는 영화 콘텐츠의 유통을 금지하는 영화산업 진흥법 초안 공개
 - 국가의 이익과 명예를 훼손하거나 민족 간 갈등을 부추길 수 있는 내용, 미신 등을 확산시킬 수 있는 내용, 도박과 마약, 테러 등과 관련된 내용 등을 규제할 방침
 - 이번 법안이 통과되면 향후 중국에서 상영되는 모든 영화는 사전 검열을 받아야 함. 최근 한국 영화가 일부 진출하고 있지만 영화 편수 할당 제한 등 진출에 한계가 많음. 이번 법안 또한 일부 한국 영화 진출에는 제한으로 작용할 가능성이 있음
- 최근 미국 극장 상영작 가운데 흥행작에 대한 불법 다운로드가 줄어든 반면 비흥행작에 대한 다운로드가 증가한 것으로 나타남
 - 이에 대해 할리우드 영화계에서는 불법 다운로드 방지 대책이 강력해짐에 따라 이용자가 꼭 보고 싶은 영화를 극장에서 보고 비인기작품은 인터넷을 통해 이용하는 경향이 나타남

- 2011년 12월 미국 파일공유 사이트 집계에 따르면 불법 다운로드 회수가 제일 많은 작품은 “분노의 질주” 시리즈 5편으로 930만 다운로드를 기록했으며 2위는 “행오버2”가 880만 다운로드를 기록함
- 반면 세계적으로 흥행한 “트랜스포머3”, “트와일라이트-브레이킹 던” 등 극장 상영 인기작은 순위권에도 들지 못함

6 지식정보/광고산업 주요 이슈

□ 국내동향

- 2011년 6월 정보통신정책연구원(KISDI)에 따르면 우리나라 스마트폰 사용자들의 음악 및 동영상 사용시간이 5.35%를 점유하는 것으로 나타남
 - 이용자 스마트폰 사용 시간 분석을 실시한 결과 방송 점유율이 3.65%, 동영상 및 음악 점유율이 5.35%로 게임 점유율 1.65%보다 방송, 음악 및 동영상 점유율이 더 높은 것으로 나타남. 통화, 문자 등 기본적인 소통 기능에 80.28%를 사용했고 인터넷검색, 소셜네트워킹서비스, 온라인 상거래에서 5.91%의 점유율을 기록함
 - KISDI는 사용시간에 대한 직접적인 조사를 실시한 기간은 3일로 단기간 조사되어 평상시와 점유율이 다를 가능성이 있으며 또한 이용자 스스로 판단한 스마트폰 활용도와 실제 활용도에 차이가 있을 수 있다고 설명함
 - KISDI가 2010년 10월과 11월 서울, 수도권을 포함한 6대 광역시의 3천85가구, 구성원 6천737명을 대상으로 한 “한국 미디어 패널조사”를 통해 도출된 결과 가운데 일부임. 해당 조사는 국내 최초로 실시
- 2011년 11월 넥슨의 “메이플 스토리” 이용자 정보가 해킹당해 1천320만명의 개인정보가 유출되는 사건이 발생
 - 7월 26일에도 SK커뮤니케이션즈가 해커의 공격을 받아 “네이트”, “싸이월

- 드”의 약 3천500만명에 이르는 회원 개인정보가 유출되는 등 대규모 개인정보 유출사건이 발생
- 개인정보의 암호화 등으로 실제적인 피해를 줄이고는 있지만 대다수 이용자의 불안감 조성, 집단소송 등 관련 문제가 나타남
 - 페이스북, 구글 등 외국 인터넷 서비스에 비해 한국 서비스 업체는 주민등록번호 등 많은 개인정보를 요구하는 경향이 있으며 이는 다시 해커의 공격에 대한 유인으로 작용하는 측면이 있음
 - 이번 넥슨 메이플 스토리 해킹 사건 이외에도 4월 일본 소니의 PSN 서비스가 해킹으로 인해 중단되는 등 국내외적으로 대규모 해킹 피해 사례가 늘어남
 - 온라인 게임의 경우 향후 청소년이 게임 사이트에 가입할 때 게임산업 진흥에 관한 법률 개정안 등으로 인해 가족정보 등 핵심정보가 요구되기 때문에 보안사고 발생 시 피해가 더 커질 수 있다는 우려가 제기됨
 - 국내외적으로 대형 해킹 사건이 잇따르면서 향후 보안에 대한 관심과 투자가 증가할 전망
- 2011년 7월 국내에서 LTE 서비스가 개시된 이후 12월에 관련 스마트폰 누적 보급대수가 100만대를 넘어섰으며 2012년 들어 삼성, LG 등에서 관련 신제품을 잇달아 출시
 - 신규 판매 스마트폰 가운데 LTE 비중이 높아지고 KT 등 주요통신사가 모두 참여함에 따라 향후 전체 시장에서 LTE 비중이 더욱 빠르게 늘어날 전망이다
 - 2012년 들어서 LTE 이용이 가능한 스마트폰, 태블릿PC 등 차세대 기기의 보급이 늘어남에 따라 포털, 게임, 모바일 동영상, 음악, 온라인 광고 등 관련 콘텐츠산업에 대한 수요가 빠르게 증가할 전망
 - 제일기획이 발간한 광고시장 관련보고서에 따르면 2011년 국내 광고시장 규모는 총 9조5천606억원으로 역대 최고치를 기록
 - 지상파 광고가 약 2조원으로 가장 큰 시장 규모를 기록했으며 인터넷 광고

1조 8천억원으로 2위, 신문 광고가 약 1조 7천억원으로 3위를 기록

- 인터넷 광고시장 성장률은 20%를 기록해 가장 높은 성장세를 보임. 케이블 TV 광고시장의 성장률도 약 18%로 높은 기록을 나타냄

● NHN과 다음 등 기존 포털의 온라인 광고가 지속적으로 증가하는 가운데 태블릿PC의 보급이 빠르게 증가하면서 온라인 광고시장의 폭이 넓어짐

- 2011년 한 해 NHN과 다음 등 포털의 매출이 지속적으로 증가. 2011년 NHN의 영업수익은 2조1천474억원으로 전년대비 19.9% 증가했으며 영업이익은 6천204억원으로 5.1% 증가

- 2011년 4분기 NHN의 검색광고는 전년대비 22.9% 증가했으며 디스플레이 광고는 전년대비 35.5% 늘어남

- 포털 등 기존 방식의 온라인 광고가 꾸준히 호조를 보이는 가운데 2011년 상반기부터 태블릿PC의 국내 보급이 늘어나면서 새로운 온라인광고시장으로 부각

□ 해외동향

● 세계 온라인 광고시장이 빠르게 성장하는 가운데 2011년 한 해 페이스북이 온라인 광고 매출 1위를 차지할 전망

- 2011년 5월 10일 영국의 시장조사기관인 “앤더스어널리시스”가 발표한 보고서에 따르면 2011년 한 해 페이스북의 광고매출이 35억 달러에 이르러 지난해에 비해 95% 가량 증가할 전망

- 2010년 한 해 페이스북의 광고게시 횟수가 1조 198억회를 넘어 전체 1위를 차지함. 전 세계적으로 소셜네트워크서비스 시장의 높은 성장세가 지속될 전망

● 2011년 10월 소니가 소니에릭슨 지분을 100% 확보할 예정이라고 발표함

- 국내에서는 SKT가 소니에릭슨 스마트폰을 독점 공급하고 있으며 이번 인수

가 성사된 이후 국내 진출이 더욱 적극적으로 전개될 전망

- 이번 인수가 예정대로 진행된다면 소니는 2011년 3분기 950만대의 휴대폰을 판매해 3천800만유로의 영업이익을 올린 소니에릭슨을 완전히 지배하게 됨. 2012년부터 소니에릭슨은 스마트폰 시장에 집중할 계획
- 소니는 오랜 기간 축적한 다양한 콘텐츠와 TV 등 타 부문 제품과 시너지 효과를 바탕으로 부진했던 스마트폰 시장에서 면모를 일신할 계획이며 소니가 보유한 영화, 게임 등 다양한 콘텐츠가 스마트폰 시장에서 적지 않은 역할을 담당할 전망
- 2011년 10월 미국 하원은 음악, 영화 등 콘텐츠에 대한 저작권을 침해하는 불량 웹사이트에 대한 규제를 강화하는 법안인 “온라인도용 방지법안”(SOPA)을 상정함
 - 공화당 라마 스미스 하원 법사위원회 위원장은 미국 콘텐츠에 대한 지적재산권 침해를 비판하고 국제적 차원에서 이에 대처해야 한다고 주장함. 전미 제조자협회, 상공회의소, 비즈니스 소프트웨어 연합, 미국영화협회 등이 법안에 대해 지지를 표명함
 - 그러나 구글, 야후, 페이스북, 트위터, AOL, 이베이, 징가 등 미국 주요 IT 업체들은 당 법안이 표현의 자유를 침해하고 혁신을 저해할 수 있다고 우려하며 반대를 표명함
 - 미국 내 IT업체들에 대한 감시 부분 등 법안의 모호성에 대한 우려가 있음. 또한 미국 시민사회 일각에서는 검열 등 부정적 수단으로 악용될 수 있다면서 법안을 반대하는 움직임이 일부 나타남
 - 2011년 9월 인터넷에서 불법 음원을 다운로드하고 P2P 사이트로 공유한 조엘 테넬바움씨에 대한 손해배상액을 감액한 하급법원 결정이 부적절하다며 항소법원이 이를 재고하라는 판결을 내림
 - 테넬바움씨는 '09년 미국음반산업협회가 제기한 소송에서 67만5천 달러를 배상하라는 판결을 받았으나 당시 연방지방법원은 배상액이 헌법을 위반해

과도하게 책정됐다며 6만7천500달러로 감액

- 그러나 항소법원은 여전히 하급법원에서 배상액을 줄일 수 있는 여지를 남긴 것으로 알려져 최종판결 결과는 불확정적임. 그러나 당초 판결에 따르더라도 배상액이 결코 작지는 않아 미국 내 불법 다운로드 및 공유에 대한 법적 압력이 강해지고 있음을 확인할 수 있음
- 미국의 무역단체인 테크넷(TechNet)이 발표한 바에 따르면 지난 5년 동안 미국의 애플리케이션 관련 산업에서 총 46만 6천개의 일자리를 창출한 것으로 분석
 - 2012년 2월 미국의 무역단체인 테크넷이 발표한 보고서에 따르면 2007년부터 애플리케이션 제작과 관련해 31만1천개, 애플리케이션 판매와 관련해 15만5천개의 일자리 창출
 - 미국의 실업률이 가장 높았던 2009년 말에도 애플리케이션 관련 산업은 신규 인력을 지속적으로 채용
 - 미국에서 스마트기기용 애플리케이션 관련 업체가 가장 많은 곳은 샌프란시스코로 뉴욕, 시애틀 등이 뒤를 이음
- 시장조사기관 닐슨의 발표에 따르면 1800명의 태블릿PC 이용자 중 40%는 광고에 대해 만족한다고 응답함
 - 반면 동일한 질문에 대해 스마트폰 이용자의 경우 30%만 만족한다고 응답함. 또한 태블릿PC 이용자 중 24%는 이용할 때마다 광고도 같이 챙겨보는 반면 스마트폰 이용자들 중 16%만 광고를 챙겨보는 것으로 나타남
 - 또한 태블릿PC 이용자 가운데 20%는 최근 3개월간 봤던 광고를 기억하고 있었으며 10%는 바로 구매로 이어졌다고 응답함
 - 향후 “뉴 아이패드”와 같은 고해상도, 고성능 스마트패드 보급이 더욱 확대되면 태블릿PC를 통한 광고 및 홍보 효과 또한 증가할 가능성이 높으며 이는 다시 온라인광고 시장 성장에 기여할 전망

- 세계 최대의 스마트폰 시장으로 떠오른 중국에서 애플이 공격적인 전략을 전개하고 있는 가운데 2011년 11월 애플리케이션 구매 시 위안화 결제를 가능하게 함
 - 2011년 4분기 애플이 463억 달러에 이르는 매출을 기록했으며 전체 시장에서 아이폰 판매가 3천704만대, 아이패드 판매는 1천543만대를 기록
 - 애플 CEO 팀 쿡이 중국 시장의 성장성을 높게 평가하면서 중국 내 애플스토어를 확장하고 마케팅 강화
 - 그러나 가트너 조사결과에 의하면 중국 최대 이동통신사인 차이나모바일에 제품을 공급하지 않는 등 제반 문제로 인해 애플의 중국 내 스마트폰시장 점유율은 7.5%로 5위에 머물러 아직 저조한 매출을 기록
 - 애플은 최근 LTE를 채택하고 고해상도 디스플레이로 품질 등 경쟁력을 높인 “뉴 아이패드”를 출시하면서 미국은 물론 세계시장에서 스마트패드 점유율을 빠르게 높여갈 전망이며 중국 시장에서도 “뉴 아이패드” 출시의 효과를 일정 부분 거둘 것으로 전망

7 애니메이션/캐릭터산업 주요 이슈

□ 국내동향

- 2011년 2월 한국콘텐츠진흥원은 문화콘텐츠센터에서 콘텐츠 산업 종사자 등 관계자들을 대상으로 “2011콘텐츠지원사업설명회” 개최
 - 여건이 열악한 콘텐츠 기업들도 참신한 아이디어 등 경쟁력이 있다면 지원 받을 수 있도록 사업신청서를 간소화하여 재무제표를 제출하지 않아도 되도록 하는 등 지원절차를 개선함
 - 이재웅 (전)원장은 “모든 예정 사업의 지원 내역과 절차 등을 투명하게 공개하고 산업계 의견을 폭넓게 수렴하여 보다 효과적이고 적절한 지원 시스템

을 마련하겠다”며 “업체 규모에 상관없이 아이디어가 있는 기업(개인)들이 지원 혜택을 받을 수 있도록 지속적으로 제도를 정비해 나갈 계획”이라고 말함

- 총 지원예산 규모는 2천억원이며 콘텐츠 제작 및 기술개발, 콘텐츠의 해외 진출, 스토리 등 창작 기반 활성화 등 다양한 지원사업을 전개함

- 2011년 4월 “뽀로로 테마파크”가 경기도 동탄 메타폴리스몰에 개점함
 - 애니메이션 “뽀롱뽀롱 뽀로로”의 배경이 되는 “얼음나라”를 콘셉트로 “뽀로로의 집”, “루피의 놀이방”, “해리의 노래방” 등 다양한 시설을 갖춘
 - 8월에는 신도림에 위치한 디큐브시티에 2호점을 냈으며 “뽀롱뽀롱 뽀로로”의 다양한 에피소드를 바탕으로 전국에 15개 지점을 확장할 계획
- 2011년 6월 하이원엔터테인먼트는 “뽀롱뽀롱 뽀로로”의 공동 기획제작사인 (주)오콘과 극장판 애니메이션 “뽀로로와 신나는 아이스 레이싱”에 대한 투자 계약을 체결함
 - 이번 프로젝트에는 한국콘텐츠진흥원과 롯데엔터테인먼트, EBS, KT 등이 공동투자자로 참여했으며 2012년 개봉 목표
 - 극장용 애니메이션 “마당을 나온 암탉”이 성공을 거두는 등 국내 애니메이션의 극장 상영이 점차 성과를 보이고 있는 가운데 세계적인 인지도를 지닌 “뽀롱뽀롱 뽀로로”의 극장판 애니메이션이 향후 애니메이션/캐릭터 등 관련 업계의 발전에 견인차가 될 전망이다
 - “토이스토리”, “쿵푸팬더”, “명탐정 코난” 등 미국, 일본 등 외국의 극장용 애니메이션에만 의존하던 시장에서 벗어나 국내 시장은 물론 해외진출도 조망하는 단계로 점차 발전
- 2011년 11월 한국콘텐츠진흥원이 서울 코엑스에서 “2011 아시아 애니메이션 포럼” 및 “2011 코리아콘텐츠 그랜드피칭 & 세미나”를 개최
 - 행사 첫날인 29일에는 “투자 피칭”과 “라이선싱 피칭”이 진행. 투자피칭은 글로벌 애니메이션 관계자, 해외 주요 유통 및 배급사를 초청해 사전 선정된

9개 애니메이션 프로젝트를 선보임

- “투자 피칭”에서는 미국 키즈스크린의 마일스 홉스 부편집장, 애니메이션 컨설턴트 도미니크 푸시에(“뽀롱뽀롱 뽀로로”를 유럽에 소개했던), 영국 조디악 미디어 그룹의 매트 포터 애니메이션 프로덕션 총괄 등 국외 전문가가 참여해 피칭 작품에 대한 조언과 컨설팅을 진행
 - “라이선싱 피칭”에서는 국내 드라마 “미남이시네요”와 애니메이션 “LAVA” 두 작품이 선보였으며 일본 문화산업 관계자들이 참여해 위 작품에 대한 의견을 나눔
 - 비즈매칭 프로그램에서는 애니메이션, 캐릭터, 방송 등 10개국 37개 해외업체 바이어와 국내 업체가 참여해 라이선싱 사업 진출, 투자유치 등 관련 상담을 진행
- 한국 극장애니메이션 최초로 220만 관객을 돌파한 “마당을 나온 암탉”이 2011년 11월에 열린 “아메리칸 필름마켓”에서 이탈리아 등 유럽 각국과 브라질 등을 포함해 40여개 국가에 판매되는 성과를 거둠
- 호주에서 개최된 “아시아태평양영화상” 시상식에서는 “마당을 나온 암탉”이 최우수 애니메이션상을 수상함
 - 또한 영어권 국가 판권을 구매한 “108 미디어 그룹”은 캐나다의 제작 및 배급사로 이번 계약으로 북미를 포함해 영국, 호주 등 영어권 국가의 배급원이 됨. 향후 “108 미디어 그룹”이 영어로 더빙해 북미 시장에서 직접 극장 배급을 진행할 계획
 - 또한 중국에서 개봉한 이후 최근까지 약 400만위안(한화 약 8억원)을 수입으로 올린 것으로 집계됨. 당초 기대에는 못 미치지만 중국 관객과 평단은 긍정적 호평
 - 지난 2007년 경기디지털콘텐츠진흥원과 경기도가 유망 콘텐츠 육성 지원사업의 일환으로 극장 애니메이션 “마당을 나온 암탉”에 대해 5억 6천만원의 초기투자를 지원함

- 2011년 7월 한국콘텐츠진흥원과 코엑스가 공동주최하는 “서울캐릭터라이선싱 페어 2011”이 서울 코엑스에서 개최
 - 660여개 국내외 업체가 참가했으며 국내외 바이어들이 참석하는 “비즈니스 미팅”과 해외 바이어를 초청해 국내 업체와 1대1 수출 상담을 진행하는 “TOP 비즈매칭 프로그램”을 운영함
 - 전시장 투어에서는 지난 10년 동안 한국을 빛낸 뽀로로, 뿌까, 쥬블스, 유후와 친구들 등 주요 캐릭터가 나옴
 - “캐릭터페어 원정대”, “캐릭터 퍼레이드”, “10주년 오감오색 색칠하기” 등 다양한 부대행사 마련

- 2011년 7월 “제15회 서울국제만화애니메이션 페스티벌”이 코엑스에서 개최
 - 5월 11일 김산호 화백과 이춘만 (주)프러스원 대표를 각각 코믹어워드와 애니메이션 어워드 수상자로 선정되어 이번 SICAF2011 어워드 시상식에서 시상함
 - 김산호 화백은 1959년 SF만화 “라이파이”로 한국 만화역사에 한 획을 그었다고 평가받으며 현재도 다양한 작품 활동을 하고 있음. 프러스원 이춘만 대표는 30년 이상 애니메이션과 만화계에 몸을 담았으며 “고스트 버스터”, “헤라클레스” 등 1천편 이상의 작품에 참여
 - “국제 애니메이션 영화제”에서는 “초속5cm”등으로 유명한 신카이 마코토 감독의 “별을 쫓는 아이”가 개막작으로 상영되었으며 “일루셔니스트”, “또또와 유령 친구들”, “하늘의 노래”, “소중한 날의 꿈” 등 다양한 애니메이션이 선보임
 - 해외 8개국 유명 작가의 작품을 전시한 “글로벌 만화전”, “국제 디지털만화전” 등 부대행사가 있었으며 SPP(Seoul Promotion Plan)를 통해 1대1 비즈니스 매칭, 비즈니스 포럼 등을 진행함
 - 실뱅 쇼메 감독의 “일루셔니스트”가 “애니메이션 영화제” 경쟁장편 부문 그랑프리에 선정되었으며 경쟁단편에서는 요하네스 베일란트, 우베 하이트쇠

터 감독의 “소년과 야수”가 대상을 받았고 안재훈, 한혜진 감독의 “소중한 날의 꿈”이 심사위원 특별상을 수상함. 또한 “국제디지털만화공모전”에서는 김나영의 “파리의 골목길 여행”이 대상을 수상함

- “경기도 만화애니메이션 산업 육성 사업”의 일환으로 경기도와 부천시 지원하고 한국만화영상진흥원과 경기디지털콘텐츠진흥원, 네이버, 투니버스가 협력해 진행한 “투모로우 애니스타”의 최종선정작 2편이 애니메이션으로 방영됨
 - 2010년 김규삼의 “쌘니다. 천리마 마트”, 허혜진의 “미호이야기”, 김선권의 “심부름센터 K”, 한성의 “동경소녀”, “견우와 직녀” 등 5개 작품이 선정되어 네이버와 투니버스 온라인에서 웹툰 연재
 - 이 가운데 조회수, 평점, 인기도, 독자 인기투표 등을 거쳐 “미호이야기”와 “쌘니다. 천리마마트”가 최종적으로 애니메이션으로 제작되어 방영
 - 국내 웹툰 등 온라인 및 오프라인 만화의 수준이 꾸준히 높아져 영화, 애니메이션, 드라마 등 영상물로 OSMU 사례가 늘어나고 있음. 2011년 5월 작가 형민우의 “프리스트”가 한국 만화 사상 최초로 헐리우드 영화로 제작되어 전 세계에 개봉되었으며 웹툰 “신과 함께”와 강풀 작가의 “당신의 모든 순간” 등 영화화가 꾸준함
 - 애니메이션 산업이 발달한 일본에서도 상당수 애니메이션이 인기 만화 원작을 바탕으로 제작되고 있으며 인기 만화의 애니메이션화는 탄탄한 원작 팬층, 검증된 시장성을 바탕으로 안정적인 수요를 보장함
 - 국산 만화시장의 침체가 국산 애니메이션 시장의 침체를 부르고 국산 애니메이션 시장의 침체가 다시 만화시장의 침체를 야기하는 등 만화와 애니메이션의 상호보완적인 역할이 일본, 미국 등 선진 애니메이션 시장에 비해 미흡했음
 - 잡지 연재, 단행본 등 기존 오프라인 만화에 비해 웹툰 등 온라인 만화는 연출 등 여러 면에서 애니메이션화에 더욱 용이한 조건을 갖추고 있으며 여성, 외국인 등 다양한 독자 확보에도 유리해 향후 국산 애니메이션 시장 확

대에 긍정적인 영향

- 한국의 레드로버와 캐나다 기업인 튜박스엔터테인먼트가 합작해 제작한 “볼츠 앤 블립” 시리즈가 소니와 디스커버리, 아이맥스가 합작해서 설립한 미국 3D 채널 “3net”의 어린이 전문 3D채널에서 방영될 계획임
 - 8월 미국 3D채널 “3net”은 어린이 대상 3D 콘텐츠를 집중 편성하는 “3net 3D 키즈(3net Three Dee Kids)” 계획을 발표
 - 이번에 새로 편성되는 프로그램에는 캐나다의 튜박스엔터테인먼트와 한국의 레드로버가 합작해 제작한 “볼츠 앤 블립” 시리즈, 싱가포르의 튜박스엔터테인먼트가 만든 “드림 디펜더스” 등 26부작 3D 애니메이션이 포함되며 소니의 3D 영화인 “하늘에서 음식이 내린다면”, “몬스터 하우스” 등이 방영될 예정
 - 향후 어린이용 3D 콘텐츠들이 양호한 시청률을 이끌어내는 등 미국 방송시장에서 3D 콘텐츠 점유율 확대 등에 기여하고 이러한 성공사례들이 다시 콘텐츠 공급자를 자극해 품질과 경쟁력을 갖춘 어린이용 3D 콘텐츠가 더욱 많이 제작되고 유통되는 선순환 구조가 차츰 성장할 전망
 - 세계시장에서 어린이용 3D 콘텐츠가 점차 각광을 받음에 따라 “뽀롱뽀롱 뽀로로”, “뿌까” 등 경쟁력 있고 인지도 높은 캐릭터/애니메이션을 보유한 기존 한국 회사들뿐만 아니라 신규 캐릭터/애니메이션을 통해 시장에 진입하려는 한국 기업에게도 기회가 점차 확대
- 2011년 12월 이마트에 따르면 어린이용 완구 판매가 꾸준히 늘어 11월까지의 매출이 작년 동기간에 비해 15.9% 증가
 - 이는 이마트 전체매출 증가율인 8.7%의 2배에 이르는 수치로 최근 TV 애니메이션 캐릭터 상품들이 증가하면서 어린이용 완구 매출 증대에 기여한 것으로 분석
 - 국내 캐릭터/애니메이션 업체의 어린이 대상 캐릭터 제품이 양적으로뿐만 아니라 질적으로 증가하고 있으며 EBS 등 국내 주요 방송채널에서 국산 어린이용 애니메이션의 점유율이 높아지고 프로그램이 증가도 영향을 미침

- “뽀롱뽀롱 뽀로로”, “로보카 폴리” 등 인기를 끌고 있는 국산 애니메이션들의 내용이 교육적이기 때문에 구매를 결정하는 부모들에게도 긍정적인 이미지를 형성하며 이는 매출 증가로 연결되는 경향을 보임
- 증가하는 수요 등에 맞추어 이마트는 테마파크형 완구매장인 토이월드 1호점을 대전에 개설하는 등 관련 비즈니스에도 긍정적인 영향이 나타남

□ 해외동향

- 2011년 4월 미국 영화사인 “20세기 폭스”는 “블루 스카이 스튜디오”가 제작한 3D 애니메이션 “리오”를 배급, 개봉했으며 동 영화에 대한 마케팅의 일환으로 게임개발사 “로비오”와 제휴하고 양사의 캐릭터를 크로스오버시킨 게임 “앵그리버드 리오”를 3월에 출시함
 - “블루 스카이 스튜디오”는 대표작 “아이스 에이지” 등으로 널리 알려진 3D 애니메이션 업체임. “20세기폭스”사는 로비오와 제휴를 통해 세계적 인기를 누리고 있는 게임 “앵그리버드”에 애니메이션 “리오”의 캐릭터를 포함시켜 마케팅 효과를 거둠
 - 이외에도 “앵그리버드”의 제작사인 로비오는 단순한 제휴를 넘어 “앵그리버드”의 영화화를 추진함
- 중국 영상산업을 총괄하는 광전총국에 따르면 2010년 중국의 TV 애니메이션 제작량이 크게 증가
 - 2010년 중국에서는 총 385편, 22만 530분 분량의 TV애니메이션이 제작되었으며 분량 기준으로 2009년에 비해 28% 증가한 흐름
 - 중국 정부는 애니메이션 산업 육성과 문화 보호를 위해 자국 시장에서 외국 애니메이션에 대한 규제 강화
- 2011년 9월 유니세프는 범유럽 차원에서 12세 미만 어린이에 대한 TV광고를 금지시킬 것을 요청

- “Ipsos MORI”가 영국, 스페인, 스웨덴의 아동 250명을 대상으로 한 조사에서 영국 부모의 어린이용 신제품 소비에 대한 압박이 3국 중 가장 크다는 사실을 밝힘
- 이는 영국에서 12세 미만 어린이에 대한 TV광고가 가장 활발한 것이 주요한 원인으로 분석됨. 영국 어린이의 브랜드 제품에 대한 요구가 강해 부모로서는 이를 외면하기 어려운 상황에 처하게 됨
- 유니세프는 12세 미만 어린이에 대한 TV광고를 규제해 부모의 경제적 부담을 줄이고 교육적 차원에서 질적 향상을 도모해야할 필요성에 대해 주장함
- 지난 2007년 영국 방송통신 당국인 Ofcom에서 당분과 염도가 높고 고지방인 식품에 대한 광고를 어린이 관련 프로그램에서 제외한 사례가 있음
- 그러나 영국 일각에서는 영국 어린이를 주수요층으로 하는 “토마스와 친구들” 등 영국의 어린이 콘텐츠 제품과 산업에 대한 규제가 지속적으로 증가하는 경향에 대해서 반대
- 이러한 우려는 각국 차원에서도 논란의 소지가 될 가능성이 높아 유니세프의 제안에 대한 검토가 유럽권에서 본격화되는데도 상당한 시일이 걸릴 전망

IV. CBI(Contents Business Index) 분석

1 분석목적

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’를 통해 CBI⁴⁹⁾ 기초 자료를 확보하고 이를 통해 콘텐츠산업 분야별 경기 전망 파악
- CBI 분석을 통해 콘텐츠산업 분야별 시의 적절한 정책 수립 기초 자료로 활용

2 조사대상 및 방법

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’는 12개 산업 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송영상독립제작사, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연 산업을 영위하는 사업체 중 500개를 표본으로 선정하여 조사를 실시하였으나, CBI 분석에서는 콘텐츠솔루션은 제외하였음. 이는 '10년 1분기와 2분기에 CBI 조사를 실시하지 않았기 때문에 전체 시계열 유지를 위하여 제외함
- 표본은 산업별 상위 20위 이내 사업체를 우선적으로 배분하여 실시하였으며, 산업별로 20개 사업체가 없는 경우에는 전수조사를 실시
- 상위 사업체 이외에 산업규모의 추정을 위하여 소규모 사업체도 층별 비례배분을 통하여 표본을 배분하였으며, 층화추출법을 이용하여 표본을 추출, 가중치는 설계 가중값, 무응답 조정, 사후층화 조정 등을 고려하여 작성
- 조사기간은 2011년 05월 18일부터 ~ 2012년 4월 13일까지 실시하였으며, 방문조사 및 E-mail, Fax, 전화 등 다양한 방법을 통하여 조사 실시
- CBI 분석을 위한 기준시점, 설문시점, 설문항목(매출, 수출, 투자, 고용, 자금

49) CBI(Contents Business Index)는 콘텐츠산업의 경기동향과 전망 등을 7점 척도로 질문하여 응답한 내용을 토대로 지수화하는 것이며, 이는 사업체의 주관적이고 심리적인 요소까지 포함된 것임

사정 등), 7점 척도(전혀 증대 안됨, 증대 안됨, 약간 증대 안됨, 보통, 약간 증대됨, 증대됨, 매우 증대됨)

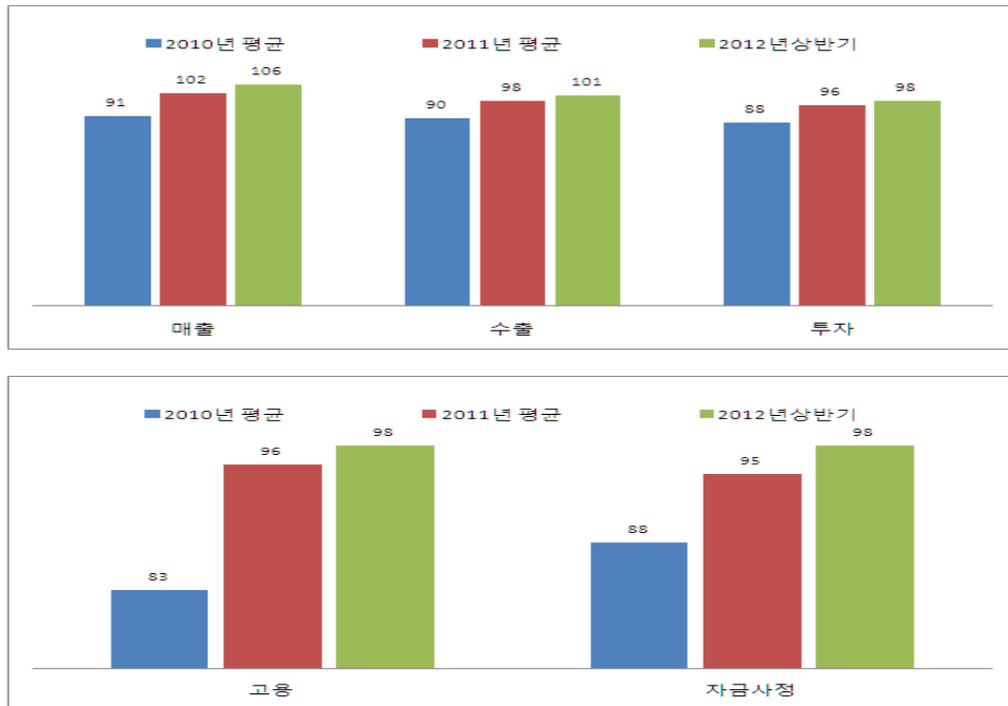
- CBI의 기준시점은 2009년 4분기를 100으로 기준
- 본 조사에서 사용되는 설문은 매출, 수출, 투자, 고용, 자금사정 등 5개 요소에 대해 7점 척도로 계산함(0-200)

3 2010년~2012년 상반기 CBI 분석

3.1. 2010년~2012년 상반기 CBI 종합분석⁵⁰⁾

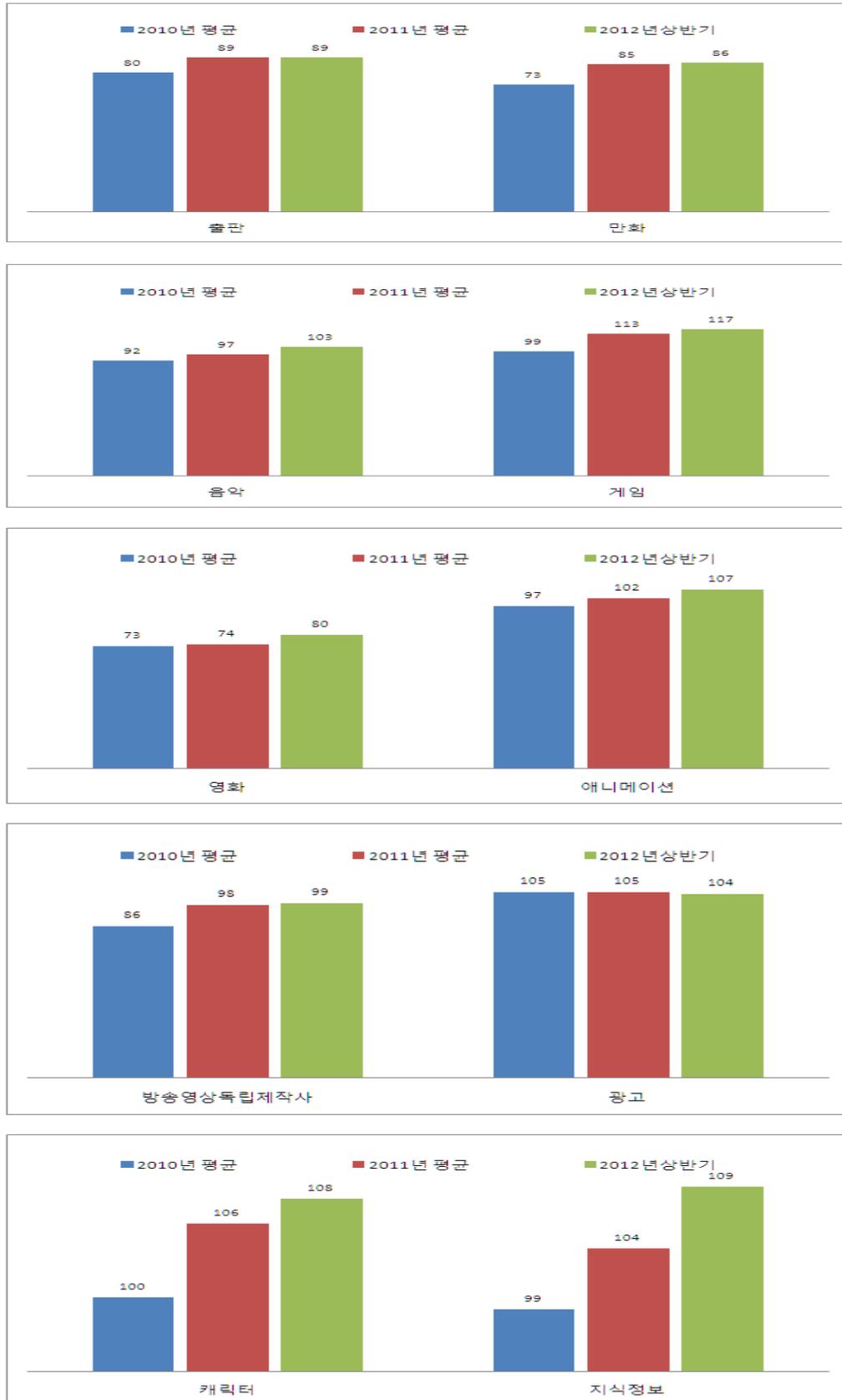
- '12년 상반기 콘텐츠산업의 전반적인 CBI는 '11년에 비해 전반적으로 상승하였으며, 특히 자금사정, 매출, 수출의 증가폭이 높은 것으로 나타났으며, 상반기는 매출과 수출을 중심으로 상승세가 지속될 것으로 전망됨

〈그림 IV-1〉 '10년~'12년 상반기 콘텐츠산업 부문별 CBI



50) 100을 기준으로 84 이하 : 매우 부진, 85~94 : 부진, 95~104 : 호조, 105 이상 : 매우 호조

〈그림 IV-2〉 '10년~'12년 상반기 콘텐츠산업별 CBI



- '12년 상반기 콘텐츠 산업별 CBI 중 음악, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 지식정보 등이 상승할 것으로 예상됨

3.2. 2010년~2012년 상반기 CBI 산업별·부문별 분석

- 출판산업 CBI

〈표 IV-1〉 출판산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 평균	84	82	78	75	81	80
2011년 평균	92	88	87	91	88	89
2012년 상반기	94	90	81	91	91	89

- '12년 상반기 출판은 '10년에 비해 상승세를 보이고 있으나, 전체적인 정체현상을 벗어나지 못하고 있음
- '12년 상반기는 '11년과 유사한 추세를 보이며, 매출과 수출, 자금사정이 소폭 증가될 것으로 예상됨

- 만화산업 CBI

〈표 IV-2〉 만화산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 평균	69	71	74	78	72	73
2011년 평균	86	82	83	86	86	85
2012년 상반기	92	80	81	88	90	86

- '12년 상반기 만화는 '10년 대비 다소 증가된 것으로 나타남
- '12년 상반기 만화는 '11년 대비 매출과 고용, 자금사정은 다소 증가할 것으로 전망됨

● 음악산업 CBI

〈표 IV-3〉 음악산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 평균	91	99	98	83	86	92
2011년 평균	103	97	91	100	93	97
2012년 상반기	106	108	94	107	98	103

- '12년 상반기 음악은 '10년 대비 전 분야가 호전될 것으로 전망됨
- '12년 상반기 음악은 '11년 대비 수출과 투자 등 전 분야에서 큰 폭으로 증가할 것으로 전망되며, '11년 호조세를 이어갈 것으로 예상됨

● 게임산업 CBI

〈표 IV-4〉 게임산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 평균	106	102	97	98	95	99
2011년 평균	118	113	116	108	112	113
2012년 상반기	124	115	131	106	112	117

- '12년 상반기 게임은 '10년에 비해 전 분야가 호조세를 이어갈 것으로 전망됨
- '12년 상반기 게임은 '11년의 추세를 지속할 것으로 예상됨

● 영화산업 CBI

〈표 IV-5〉 영화산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 평균	78	61	76	75	76	73
2011년 평균	80	70	70	73	76	74
2012년 상반기	87	76	83	77	79	80

- '12년 상반기 영화는 '10년에 비해 매출과 수출이 다소 상승하였으나, 전반적으로 정체세를 보임
- '12년 상반기 영화는 전반적인 침체는 지속되나, '11년에 비해 매출과, 수출 등 전 분야가 약간 호전될 것으로 전망됨

● 애니메이션산업 CBI

〈표 IV-6〉 애니메이션산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 평균	104	103	94	90	95	97
2011년 평균	107	104	104	96	101	102
2012년 상반기	110	112	103	102	106	107

- '12년 상반기 애니메이션은 '10년에 비해 전반적으로 소폭 증가하였으며, 수출 증가에 따른 매출 호조가 이어질 것으로 전망됨
- '12년 상반기 애니메이션은 '11년의 호조세를 이어가며 전반적으로 상승세는 지속될 것으로 예상됨

● 방송영상독립제작사 CBI

〈표 IV-7〉 방송영상독립제작사 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 평균	96	76	77	86	93	86
2011년 평균	100	96	99	99	97	98
2012년 상반기	103	95	98	101	97	99

- '12년 상반기는 '10년 대비 매출 및 수출, 투자 등 전 분야가 다소 호전될 것으로 전망됨
- '12년 상반기 '11년과 비슷할 것으로 전망되나, 매출과 고용이 다소 상승할 것으로 전망됨

● 광고산업 CBI

〈표 IV-8〉 광고산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 평균	99	112	115	99	101	105
2011년 평균	109	103	105	106	103	105
2012년 상반기	112	101	108	101	99	104

- '12년 상반기 광고는 '10년의 상승세는 유지될 것으로 전망되며, 특히 매출액과 고용의 상승이 클 것으로 전망됨
- '12년 상반기 광고는 '11년 대비 전반적으로 유사한 추세를 보일 것으로 전망됨

● 캐릭터산업 CBI

〈표 IV-9〉 캐릭터산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 평균	103	105	102	97	97	100
2011년 평균	111	121	101	98	96	106
2012년 상반기	112	131	98	100	98	108

- '12년 상반기 캐릭터 산업은 '10년 대비 매출과 수출이 큰 폭으로 상승할 것으로 전망됨
- '12년 상반기는 '11년의 호조세를 이어가며 특히 매출과 수출의 호조세는 지속될 것으로 전망됨

● 지식정보산업 CBI

〈표 IV-10〉 지식정보산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 평균	108	90	101	100	96	99
2011년 평균	116	100	105	103	101	104
2012년 상반기	119	101	103	107	113	109

- '12년 상반기 지식정보는 '10년에 비해 전반적인 호조세를 이어갈 것으로 전망됨
- '12년 상반기 지식정보는 '11년 대비 전 부분이 상승할 것으로 예상됨

V. 콘텐츠산업 INSIGHT

1 2011년 콘텐츠산업 종합 분석 및 결산

- '11년 전년대비 GDP 성장률은 3.6% 증가하였으며, 콘텐츠산업생산지수를 통한 콘텐츠산업의 생산은 130.3으로 전년대비 4.3% 증가, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업과 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 전년대비 각각 4.3%, 5.5%로 다소 성장하였음
- '11년 평균 소비자 심리지수는 102로 나타났으며, 교양오락문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '11년 평균 94로 나타남. '09년 미국발 금융위기 이후 경기상승이 이어지면서 이에 따른 전반적인 산업패러다임의 변화는 콘텐츠산업의 질적 양적 성장의 긍정적 영향을 미칠 것으로 예상되나, 유럽발 금융위기 및 국내외 경기하락 우려 등 산적한 대내외 리스크로 업종 및 분야별 불균형적 성장이 발생할 것으로 전망
- '11년 CBI를 살펴보면, 전반적으로 '10년 비해 소폭 상승했으며, 매출(91→102) 및 투자(88→96), 고용(83→96), 수출(90→98), 자금사정(88→95) 약간 증가함. '12년 상반기 CBI전망은 전반적으로 상승 기조를 보이고 있으며, 특히 매출(91→102→106), 수출(90→98→101) 및 투자(88→96→98) 등 전반적으로 상승할 것으로 예상됨
- 위 여러 지표들을 살펴보았을 때 생산 측면에서 '11년은 '10년 대비 콘텐츠산업 상장사 종사자수, 콘텐츠산업 상장사 매출액, 콘텐츠산업 생산지수는 증가하였음
 - 이는 '09년 이후 최근 3년간의 생산은 전반적인 상승세를 보이고 있으나, 다양한 대내외 불안요인에 대한 대비가 필요함. 즉, '11년에 발생한 유럽발 금융위기 등 대외리스크와 함께 이에 따른 국내 물가상승이 지속되는 등 생산의 상승세에 부정적인 요소가 산재 및 완벽한 해소가 이뤄지지 않은 상황. 특히 최근까지는 수출 주도 대기업 등 일부 업종의 실적 호조가 이어져 경기

상승을 주도할 것으로 예상되나, 물가상승에 따른 소비 등 내수 위축의 우려가 높아질 것으로 예상됨. 이러한 거시적인 측면을 고려하더라도 '12년 이후는 미시적으로 변화된 산업 패러다임과 연관된 일부 콘텐츠산업 분야의 수요 확대에 따른 생산증가가 전망됨. 따라서 거시 및 미시적 요인에 따른 종합적 측면에서 수요위축이 우려되는 분야에 대한 다양한 방안 검토 필요

〈표 V-1〉 '10년 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	91	90	88	83	88
출판	84	82	78	75	81
만화	69	71	74	78	72
음악(공연)	91	99	98	83	86
게임	106	102	97	98	95
영화	78	61	76	75	76
애니메이션	104	103	94	90	95
방송영상독립제작사	96	76	77	86	93
광고	99	112	115	99	101
캐릭터	103	105	102	97	97
지식정보	108	90	101	100	96

* 84 이하 : 매우 부진, 85~94 : 부진, 95~104 : 호조, 105 이상 : 매우 호조

〈표 V-2〉 '11년 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	102	98	96	96	95
출판	92	88	87	91	88
만화	86	82	83	86	86
음악(공연)	103	97	91	100	93
게임	118	113	116	108	112
영화	80	70	70	73	76
애니메이션	107	104	104	96	101
방송영상독립제작사	100	96	99	99	97
광고	109	103	105	106	103
캐릭터	111	121	101	98	96
지식정보	116	100	105	103	101

* 84 이하 : 매우 부진, 85~94 : 부진, 95~104 : 호조, 105 이상 : 매우 호조

〈표 V-3〉 '12년 상반기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	106	101	98	98	98
출판	94	90	81	91	91
만화	92	80	81	88	90
음악(공연)	106	108	94	107	98
게임	124	115	131	106	112
영화	87	76	83	77	79
애니메이션	110	112	103	102	106
방송영상독립제작사	103	95	98	101	97
광고	112	101	108	101	99
캐릭터	112	131	98	100	98
지식정보	119	101	103	107	113

* 84 이하 : 매우 부진, 85~94 : 부진, 95~104 : 호조, 105 이상 : 매우 호조

2 2011년 콘텐츠산업 분야별 결산

2.1. 게임산업 결산

□ 매출 및 수출 부문

- 게임산업의 '11년 매출규모를 살펴보면, 약 9조 2,027억원이며 게임 상장사 매출 비중은 45.8%를 차지하는 것으로 나타남
 - 게임 매출액을 분석하여 보면, '11년은 전년대비 23.8% 성장하였고 연평균 증감률은 18.3% 상승하였으며 CBI 분석 결과 '11년은 118로 양호함
 - ※ 국제경쟁력을 갖춘 게임의 성공을 바탕으로 게임산업의 꾸준한 매출 증가
 - ※ 오픈마켓 시장 개막으로 국내 스마트게임 관련 업체들의 활발한 움직임
 - ※ 국내 게임산업의 규제로 성장 위축과 국제경쟁력 약화 등 위협요인대두
- 게임산업의 '11년 수출규모를 살펴보면, 2조 5,547억원이며 이 중 상장사 수출액 비중은 31.2%를 차지함
 - 게임산업 수출액 분석을 살펴보면, '11년 전년대비 37.6% 성장하였고 연평균 증감률 27.0% 상승하였으며 CBI 분석 결과 '11년은 113으로 양호함
 - ※ 온라인게임뿐만 아니라 스마트게임의 해외수출 역시 지속적으로 증가
 - ※ 2011년에 게임산업은 대작 온라인게임의 활발한 해외진출로 인해 중국 등 아시아시장을 넘어 세계로 진출하고 있는 추세
 - ※ 국제경쟁력을 갖춘 스마트게임은 해외시장에서도 호평을 받으며, 글로벌 모바일게임시장에서 꾸준한 성장세를 달성

□ 고용부문

- 게임산업의 '11년 고용규모를 살펴보면, 9만 7,387명이며 상장사 고용 비중은 11.5%를 차지하는 것으로 나타남
 - 게임산업 고용 분석을 살펴보면, '11년 전년대비 2.5% 증가하였고 연평균 증감률 2.6% 상승하였으며, CBI 분석 결과 '11년 108로 양호함

2.2. 출판/만화산업 결산

□ 매출 및 수출부문

- 출판 및 만화산업의 '11년 매출규모를 살펴보면, 출판은 약 21조 247억원이며 만화는 약 7,570억원으로 출판/만화 상장사 매출액 비중은 10.3%를 차지하는 것으로 나타남

- 출판산업과 만화산업 매출액을 분석하여 보면, '11년 전년대비 각각 1.0% 감소, 2.0% 증가하였으나 연평균증감률은 출판 1.0% 증가, 만화 1.2% 증가하였음. '11년 매출CBI 결과 출판과 만화는 각각 92, 86으로 약간 부진한 상황임

- ※ 세계금융위기와 독서율 하락으로 출판산업 매출액 성장세 감소 및 전자책 등 새로운 수익 동력으로서의 시장진출 활발
- ※ 독서율 하락 등 시장침체요소가 내재하고 있으나, 전자책 리더기, 스마트패드 시장의 성장이 전자책 시장 중심의 출판산업 성장 동력화
- ※ 만화원작의 활용증가 및 웹툰의 성장과 수익다변화가 만화시장의 성장을 주도
- ※ 만화원작의 활용 다각화가 활발히 진행과 함께 디지털만화 강세속에 스마트기기 보급증가로 웹툰만화의 영향력 증대 및 성장동력 창출

- 출판 및 만화산업의 '11년 수출규모를 살펴보면, 출판이 3,572억원, 만화가 181억원으로 출판/만화 상장사 수출액 비중은 3.3%임

- 출판 및 만화산업 수출액을 분석하여 보면, '11년 전년대비 출판은 13.7% 감소하였고, 만화는 92.2% 증가하였음. 연평균증감률은 출판 5.7% 증가하였으며, 만화는 83.6% 증가. 수출CBI는 출판 88, 만화 82로 약간 부진함

- ※ 출판산업의 하락기조가 있으나, OSMU 성공사례와 해외작가의 해외진출을 통한 새로운 활로 모색
- ※ 어린이 학습만화를 포함한 다양한 장르의 수출 증가 및 한국만화 원작으로 한 OSMU의 확대와 함께 수익다변화 모색

□ 고용부문

- 출판/만화산업의 '11년 고용규모를 살펴보면, 출판은 20만 588명이며, 만화는 1만 340명으로 상장사 고용 비중은 3.3%를 차지하는 것으로 나타남
 - 출판 및 만화 고용을 분석하여 보면, '11년 출판 전년대비 1.3% 감소하였고 만화는 4.1%감소하였음. 연평균증감률은 출판은 1.5% 하락하였으며, 만화는 1.9% 감소. CBI 분석 결과 출판 91이며 만화 86으로 부진함

2.3. 음악(공연)산업 결산

□ 매출 및 수출부문

- 음악산업의 '11년 매출규모를 살펴보면, 약 3조 8,694억원이며 음악 상장사 매출액 비중은 18.9%를 차지하는 것으로 나타남
 - 음악산업 매출액을 분석하여 보면, '11년 전년대비 30.8% 증가하였고 연평균 증감률은 18.8% 상승하였으며, CBI 분석 결과 103으로 나타남
 - ※ K-POP 등 신한류 확대 및 스마트기기 보급 확대 등 음악시장 패러다임 변화에 따른 온라인 분야를 중심으로 매출액 증가
 - ※ 음원유통시장은 오디션 프로그램에 영향을 받고 있으며 글로벌 시장을 겨냥한 다양한 유통 채널에서 K-POP 장르가 신설되고 있는 추세
- 음악산업의 '11년 수출규모를 살펴보면, 약 2,040억원이며 상장사 수출액 비중은 42.9%를 차지하는 것으로 나타남
 - 음악산업 수출액을 분석하여 보면, '11년 전년대비 111.9% 증가하였고 연평균증감률은 126.1% 증가하였으며, CBI 분석 결과 97로 다소 양호함
 - ※ 아이돌 등 K-POP 열풍과 함께 창작 뮤지컬 등 아시아권을 중심으로 유럽, 북미, 인도, 중남미 등으로 진출확대

□ 고용부문

- 음악산업의 '11년 고용규모를 살펴보면, 7만 8,581명이며 상장사 고용 비중은 1.7%를 차지하는 것으로 나타남
 - 음악산업 고용을 분석하여 보면, '11년 전년대비 2.5% 증가하였고 연평균증감률은 1.3% 상승하였으며, CBI 분석 결과 100으로 나타남

2.4. 방송영상독립제작사산업 결산

□ 매출 및 수출부문

- 방송영상독립제작사의 '11년 매출규모를 살펴보면, 8,004억원이며 방송영상 독립제작사 상장사 매출액 비중은 8.9%를 차지하는 것으로 나타남
 - 방송영상독립제작사의 매출액을 분석하여 보면, '11년 전년대비 8.6% 성장하였고 연평균증감률은 0.3% 상승하였으며, CBI 분석 결과 100으로 호조임
 - ※ 종합편성 채널과 보도채널 등장에 따라 드라마, 다큐, 애니메이션 등 영상물 제작업체와 방송 관련 콘텐츠 업체에 대한 수요 증가
 - ※ 일부 방송영상독립제작사들은 지상파 및 종편방송사와 함께 기획단계부터 판권배분 및 유통에 이르는 수익모델을 통한 매출 확대
- 방송영상독립제작사의 '11년 수출규모를 살펴보면, 약 203억원이며 상장사 수출액 비중은 36.0%를 차지하는 것으로 나타남
 - 방송영상독립제작사의 수출액을 분석하여 보면, '11년 전년대비 28.7% 성장하였으나 연평균증감률 5.5% 증가하였으며, CBI 분석 결과 96으로 호조임
 - ※ 완성도 높은 기획을 통한 콘텐츠 제작 및 신한류 열풍에 따른 드라마, 다큐멘터리 등 다양한 장르의 국내방송 콘텐츠 수요 증대

□ 고용부문

- 방송영상독립제작사의 '11년 고용규모를 살펴보면, 4,713명이며 상장사 고용

비중은 1.6%를 차지하는 것으로 나타남

- 방송영상독립제작사의 고용을 분석하여 보면, '11년 전년대비 0.1% 증가하였고 연평균증감률은 0.4% 하락하였으며, CBI 분석 결과 99로 나타남

2.5. 영화산업 결산

□ 매출 및 수출부문

- 영화산업의 '11년 매출규모를 살펴보면, 약 3조 4,572억원이며 영화 상장사 매출액 비중은 26.6%를 차지하는 것으로 나타남
 - 영화산업 매출액을 분석하여 보면, '11년 전년대비 0.7% 증가하였으며 연평균증감률은 2.3% 증가하였으며, CBI 분석 결과 80으로 부진한 상황임
 - ※ 극장 사업자는 관람요금 인상과 고부가가치 3D 영화의 개봉 증가와 특화관 또는 특수관의 개관이 이루어져 매출 증대에 기여
 - ※ 최근 흥행이 검증된 원작 소설을 토대로 영화를 제작하고 있으며, 흥행에 성공하여 일부 제작사의 매출액 확대에 긍정적 영향을 미침
 - ※ 합법 다운로드 유통에 대한 공감대가 확대됨에 따라 향후 영화 부가시장 성장 예상
- 영화산업의 '11년 수출규모를 살펴보면, 약 322억원이며 상장사 수출액 비중은 62.1%를 차지하는 것으로 나타남
 - 영화산업의 수출액을 분석하여 보면, '11년 전년대비 105.1% 증가하였고 연평균증감률은 33.7% 상승하였으며, CBI 분석 결과 70으로 부진함
 - ※ 중국 등 신흥 영화시장 국가들의 영화 교류협력 증가에 따른 국내 흥행작 중심의 해외 수출 증대
 - ※ 국내 흥행 영화 감독들이 미국 등 영화 주요 시장으로의 진출이 본격화됨과 더불어 이에 따른 국내 유명 배우의 할리우드 진출에 긍정적 영향

□ 고용부문

- 영화산업의 '11년 고용규모를 살펴보면, 3만 763명이며 상장사 고용 비중은 4.5%를 차지하는 것으로 나타남

- 영화산업의 고용을 분석하여 보면, '11년 전년대비 0.7% 증가하였고 연평균 증감률 4.7% 상승하였으며, CBI 분석 결과 73으로 매우 부진

2.6. 광고산업 결산

□ 매출 및 수출부문

- 광고산업의 '11년 매출규모를 살펴보면, 약 7조 757억원이며 광고 상장사 매출액 비중은 31.4%를 차지하는 것으로 나타남
 - 광고산업의 매출액을 분석하여 보면, '11년 전년대비 27.6% 증가하였고 연평균증감률 14.3% 증가하였으며 CBI 분석 결과 109로 호조세를 나타냄
 - ※ 스마트기기의 보급 확대에 따른 기존 인터넷 검색광고와 이와 연계된 모바일 광고시장의 폭발적 성장이 이루어짐
 - ※ 경기회복과 일부 대기업의 실적호조에 따른 대형 광고 대행사의 매출 증가

□ 고용부문

- 광고산업의 '11년 고용규모를 살펴보면, 5,328명이며 상장사 고용 비중은 26.3%를 차지하는 것으로 나타남
 - 광고산업의 고용을 분석하여 보면, '11년 전년대비 6.8% 증가하였으며 연평균증감률 4.8% 증가하였으며, CBI 분석 결과 106으로 호조임

2.7. 애니메이션/캐릭터산업 결산

□ 매출 및 수출부문

- 애니메이션/캐릭터 산업의 '11년 매출규모를 살펴보면, 애니메이션 산업은 약 5,513억원이며 캐릭터 산업은 7조 2,148억원으로 애니메이션산업 상장사 매출액 비중은 8.1%, 캐릭터 산업 상장사 매출액 비중은 3.5%를 차지하는 것으로 나타남

- 애니메이션/캐릭터산업의 매출액을 분석하여 보면, '11년 애니메이션은 전년대비 7.2% 성장하였고 캐릭터는 22.4% 증가하였으며, 애니메이션의 연평균증감률은 14.8% 증가, 캐릭터산업의 연평균증감률은 16.0% 증가. 애니메이션 CBI 분석 결과 107로 양호하며 캐릭터 CBI 분석 결과 111로 양호함
 - ※ 완성도 높은 스토리에 기반한 창작 애니메이션 성공과 3D 등 고부가가치 애니메이션 제작으로 매출 증가
 - ※ 인지도가 높은 웹툰을 중심으로 애니메이션 제작이 활성화되고 있는 추세이며, 애니메이션 총량제 실시 이후 국산 신규 애니메이션 방송 비율 증가
 - ※ 국내외적으로 경쟁력을 보유한 국산 캐릭터의 테마파크 건립 및 캐릭터페어 등 시장 인프라 구축 확대에 따른 소비 증대 및 라이선싱 활성화로 관련 시장규모 성장
 - ※ 유아 및 어린이 등 기존 수요층을 대상으로 교육사업 등 신규사업 모델로 확대해 고부가가치 산업으로 성장
- 애니메이션/캐릭터산업의 '11년 수출규모를 살펴보면, 애니메이션은 약 1,504 억원이며 캐릭터는 약 4,245억원으로 애니메이션 상장사 수출액 비중은 2.0%이며 캐릭터 상장사 수출액 비중은 18.1%를 차지하는 것으로 나타남
 - 애니메이션/캐릭터산업의 수출액을 분석하여 보면, '11년 애니메이션 전년대비 34.4% 상승하였고, 캐릭터는 전년대비 32.9% 증가. 애니메이션 연평균증감률은 14.7% 증가, 캐릭터 연평균증감률은 18.6% 증가. CBI 분석 결과 애니메이션은 104, 캐릭터는 121로 양호함
 - ※ 국내에서 검증받은 창작 애니메이션의 선점과 해외 제작사와 기획 단계부터 공동제작의 증가와 3D 애니메이션 제작 활성화와 지속적 수출증가 기대감
 - ※ 국내 흥행 애니메이션의 해외 인지도 증가에 따른 국내 캐릭터 수요가 아시아권을 넘어 유럽 등 지역의 다양화로 수출액 증가

□ 고용부문

- 애니메이션/캐릭터산업의 '11년 고용규모를 살펴보면, 애니메이션은 4,672명, 캐릭터는 26,598명이며 애니메이션 상장사 고용 비중은 4.4%, 캐릭터 상장사 고용 비중은 1.7%를 차지하는 것으로 나타남
 - 애니메이션/캐릭터산업의 고용을 분석하여 보면, '11년 애니메이션은 전년

대비 7.4% 증가, 캐릭터는 6.0% 증가하였고, 애니메이션 연평균증감률은 5.8%, 캐릭터는 6.6% 상승하였으며, CBI 분석 결과 애니메이션 96이며 캐릭터 98로 호조임

2.8. 지식정보산업 결산

□ 매출 및 수출부문

- 지식정보산업의 '11년 매출규모를 살펴보면, 약 8조 418억원이며 지식정보 상장사 매출액 비중은 42.2%를 차지하는 것으로 나타남
 - 지식정보산업의 매출액을 분석하여 보면, '11년 전년대비 29.6% 성장하였고 연평균증감률은 23.7% 상승하였으며, 지식정보산업의 CBI 분석 결과 116으로 양호함
 - ※ 스마트기기 보급 확대와 N스크린 및 클라우드 서비스, 소셜네트워크서비스 등 신규 수익모델의 증가 및 이용자 중심의 서비스 확대로 매출 증대
 - ※ 이러닝에 대한 수요가 증가함과 더불어 최근 스마트 러닝으로 범위가 확장되어 매출 증대
- 지식정보산업의 '11년 수출규모를 살펴보면, 약 4,665억원이며 상장사 수출은 없는 것으로 나타남
 - 지식정보산업의 수출액을 분석하여 보면, '11년 전년대비 11.1% 성장하였고 연평균증감률은 2.8% 상승하였으며, 지식정보산업의 CBI 분석 결과 100으로 양호함
 - ※ 아시아권 등 정보 인프라 수요 확대에 따라 국제 경쟁력을 갖춘 이러닝 및 에듀테인먼트 콘텐츠 등을 중심으로 수출 증대

□ 고용부문

- 지식정보산업의 '11년 고용규모를 살펴보면, 5만 1,507명이며 상장사 고용 비중은 14.8%를 차지하는 것으로 나타남
 - 지식정보산업의 고용을 분석하여 보면, '11년 전년대비 6.8% 증가하였고 연평균증감률 7.1% 상승하였으며 CBI 분석 결과 103으로 양호함

3 2012년 콘텐츠산업 전망

- 유럽 재정위기 등 대외 불확실성으로 인한 경제성장 위축 우려가 있으나, 스마트 환경에 맞춘 소비자의 알뜰소비가 증가할 것으로 전망. 이러한 상황에도 불구하고 콘텐츠산업 성장은 콘텐츠 자체의 국내외 경쟁력, 내수 비중, 수출 대상국 확대 등으로 경제성장 전망치의 2배를 상회할 것으로 예상되며, 콘텐츠 대외 경쟁력을 확보한 산업을 중심으로 중국, 인도 등 신흥국가들의 수출 증가세는 지속될 전망
- 출판산업은 오프라인 유통의 경우 대형업체들 중심으로 매출 편중 심화가 예상되며, 온라인 유통 부분은 스마트패드, 전자책 리더기 등 디바이스 보급 확대로 종이출판에 비해 높은 성장세를 이룰 것으로 전망. 출판사의 경우 총선 및 대선에 따른 정치, 경제, 사회 관련 도서 및 자기계발 도서 등의 출판이 증대될 것으로 전망. 수출은 국내 베스트셀러(신경숙 “엄마를 부탁해” 등)를 중심으로 아시아권뿐 아니라 미주지역 등 지역 다변화 전망
- 만화산업은 웹툰의 선전 속에 OSMU 확대 및 오픈마켓 활성화, 홈쇼핑 유통 확대 등 시장 증대가 예상되며, 수출은 국내 흥행 웹툰을 중심으로 일본 등 아시아권 시장 진출 및 국내 유명 작가들의 중남미 등 신규 시장 진출 예상. 국내 유명 학습만화도서의 경우 기존 아시아권 진출뿐 아니라, 영문판 제작 등 미주지역의 신규 시장 진출 예상
- 음악산업은 K-POP의 국내외 인지도 제고와 음악관련 앱의 활성화 등으로 음원시장 규모 증대 예상. 지상파 및 케이블 등 예능 오디션 관련 프로그램이 음원 수요 증대 견인 전망. 수출은 국내 대형기획사간에 협력 구축을 통해 수출 지역의 다양성(아시아권, 유럽, 미주, 중남미 등) 및 수익성 제고가 예상. 공연산업은 대형뿐만 아니라 중소형 창작뮤지컬이 지속적으로 제작되고, K-POP 열풍에 따른 콘서트시장이 확대되어 시장 성장 전망
- 게임산업은 온라인과 모바일의 크로스 플랫폼 확대와 증강현실, LBS 등 모바일 기술을 기반으로 한 다양한 수익모델 출현. 중국 등 거대 자본이 M&A 등 국내시장 직접진출 가속화로 전반적인 시장규모 증대효과가 나타날 것으로 예

상되나, 경쟁격화에 따른 국내업체 매출확대에 다소 부정적으로 작용할 것으로 전망. 수출은 기존 온라인게임과 더불어 전 세계적인 스마트기기 열풍에 따른 스마트게임 수요 증대로 수출 성장 예상

- 영화산업은 극장사업자의 경우 3D 해외 블록버스터 및 국내 흥행작들이 지속 개봉되어 비교적 안정적인 매출 확대 전망. IPTV등 플랫폼 다양화에 따른 수요 확대 예상. 영화 제작사들은 대작 위주의 제작 관행을 극복하면서 합리적 비용을 투입한 완성도 높은 이야기로 제작 및 개봉이 이뤄질 경우 수익 개선 예상. 수출은 아시아권을 중심으로 국내 흥행작 위주로 수출 전망
- 애니메이션산업은 정부 및 민간부문의 투자 확대 등 창작제작 인프라 확대로 창작 애니메이션 중심으로 매출 증대 전망. IPTV, 스마트기기 보급 증대 등 플랫폼 다양화 및 유아 등 기존 수요층에 소구할 수 있는 공급기회 확대로 매출 성장 예상. 수출은 국내 창작 애니메이션의 해외 인지도 향상에 따라 기존 독자 제작 형태를 극복한 중국, 유럽 등 해외 공동제작 기회 증대로 전반적인 수출 증대 전망
- 방송산업은 총선 및 대선, 런던 올림픽 및 디지털 전환 등 방송시장 확대의 긍정 요인으로 매출 증대 예상. 방송영상독립제작사들은 기존 방송사(지상파, 케이블, 위성방송 등)와 종합편성채널의 시장 참여로 제작 편수 증대에 따른 시장 규모 확대 전망. 수출은 기존 지상파 방송사 위주 방식에서 탈피한 제작사 직접 수출 등 다양한 형태가 나타나면서 드라마, 다큐멘터리 등 다양한 콘텐츠의 미주, 중남미 등 수출 지역 다변화 예상.
- 광고산업은 국내외 경기 악재가 있음에도 불구하고 런던 올림픽, 여수 엑스포, 총선 및 대선 등 대형 이벤트와 함께 PPL 및 간접광고 허용 등에 따라 전반적인 광고시장 확대 전망. 방송통신 융합에 기반한 인터넷, 모바일, SNS 광고시장 등 새로운 형태의 스마트 광고 출현으로 성장세 전망
- 캐릭터산업은 캐릭터 개발 협업 증가 및 캐릭터 활용 애플리케이션 증가 등으로 국산 창작 캐릭터의 온오프라인 시장 선전 전망. 국내 유명 캐릭터 테마파크 및 국산 캐릭터 유통망 확대에 따라 여성 및 어린이들에게 소구되는 공급

기회 확대로 신규 시장 창출 전망. 수출은 국내 창작 애니메이션 해외 인지도 향상에 따른 기존 주력 시장인 미국, 유럽뿐 아니라 중국, 인도 등 신흥시장으로 진출 가시화 전망

- 지식정보산업은 온라인광고 수요 증가와 더불어 온라인 모바일 기술을 접목한 클라우드, N스크린 등 신규 서비스 확대로 매출 증대 예상. 스마트 기술을 접목한 이러닝 및 에듀테인먼트는 통신사 등 플랫폼 사업자들의 시장 참여 기회가 전반적으로 확대됨에 따라 성장 전망. 수출은 베트남 등 신흥시장 위주로 수출 성장이 예상되는 가운데, 중국 및 미주지역은 차별화된 콘텐츠 솔루션 개발을 통해 수출 확대 전망

부록 : 1. 콘텐츠산업 관련 상장사 현황

〈표 부록 I -1〉 콘텐츠산업 관련 상장사 수 변화 추이

구 분	2010년				2011년			
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
게임	20	20	20	20	20	20	20	20
지식정보	7	7	7	7	7	7	7	7
출판	8	8	8	8	9	9	9	9
방송	19	19	20	21	22	22	22	22
광고	4	4	4	4	4	4	4	4
영화	8	8	8	8	9	9	9	8
음악	10	10	10	10	10	10	10	11
애니/캐릭터	6	6	6	6	6	5	5	5
합계	82	82	83	84	87	86	86	86

□ 게임

〈표 부록 I -2〉 게임 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
35420	NHN	101,549.5	온라인게임 포털 한게임 운영
36570	엔씨소프트	67,181.5	온라인게임 개발 및 유통, MMORPG 강점
95660	네오위즈게임즈	9,467.3	온라인게임 개발 및 유통, 게임 포털 피망
52790	액토즈소프트	1,218	온라인게임 개발, 대표작 미르의전설
30350	드래곤플라이	2,448.8	온라인게임 개발사, 위고글로벌 합병 및 우회상장
41140	게임하이	3,407.5	온라인게임 개발, 대표작 서든어택
101730	조이맥스	992.6	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 실크로드 온라인
69080	웹젠	4,121.4	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 뮤온라인
58630	엠게임	580.2	온라인게임 포털 엠게임 운영, 개발 및 유통
78340	컴투스	2,219.1	국내최대 모바일 게임업체, 대표작 타이쿤시리즈
52770	와이디온라인	249.1	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 오디션
47080	한빛소프트	442.5	PC게임 유통, 온라인게임 개발 및 유통
47560	이스트소프트	1,586.4	온라인게임 및 소프트웨어 개발, 대표작 카발온라인
67000	제이씨엔터테인먼트	4,564.4	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 프리스타일
35620	바른손게임즈	437.4	온라인게임 게임 및 문화 콘텐츠 사업
52190	소프트맥스	732.8	게임 개발, 온라인 및 콘솔 등 플랫폼 다양화
23770	와이엔케이코리아	247.5	온라인게임 개발, 대표작 로한
063080	게임빌	3,773.7	모바일 게임 및 게임 퍼블리싱
112040	위메이드엔터테인먼트	6,316.8	온라인 게임 개발, 대표작 창천온라인
130960	CJ E&M	11,492.7	온라인 게임 개발, 게임 퍼블리싱

자료 : KRX, 각사

주 : 시가총액은 '11년 12월 29일 기준

□ 지식정보

〈표 부록 I -3〉 지식정보 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
035420	NHN	101,549.5	인터넷포털 네이버 운영, 온라인 콘텐츠 유통
035720	다음커뮤니케이션	16,142.2	인터넷포털 다음 운영, 온라인 콘텐츠 유통
066270	SK커뮤니케이션즈	5,013.3	인터넷포털 네이트 운영, 온라인 콘텐츠 유통
036030	KTH	2,504.7	인터넷포털 파란 운영, 온라인 콘텐츠 유통
067280	크레듀	2,743.8	온라인 교육 서비스, 외국어 평가
057030	YBM시사닷컴	1,115.8	온라인 교육 서비스 온라인 콘텐츠 유통
72870	메가스터디	6,974.7	온라인 입시준비 교육 서비스, 교육 출판

자료 : KRX, 각사

주 : 시가총액은 '11년 12월 29일 기준

□ 출판

〈표 부록 I -4〉 출판 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
95720	웅진씽크빅	4,106.4	온오프라인 교육사업, 학습지 및 생활잡지류 출판
19680	대교	5,285.5	교육 출판 및 학원사업, 잔집 및 도서 출판
35080	인터파크	4,076.4	온라인 출판 유통
100220	비상교육	801.8	중고등부 학습 교재 출판 전문, 온라인 교육
53280	에스24	710.4	온라인 출판 유통
53290	능률교육	710.3	영어 학습교재 전문 출판, 온라인 및 학원사업
68290	삼성출판사	633	유아용 서적 출판 및 미술교재 출판
036000	예림당	1,604.7	도서출판, 저작권매니지먼트, 애니메이션, 무선통신 기기사업
134060	이퓨처	226.3	영어 교육, 영어 학습교재 출판

자료 : KRX, 각사

주 : 시가총액은 '11년 12월 29일 기준

□ 방송

〈표 부록 I -5〉 방송 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
35760	CJ오쇼핑	16,004.4	TV 및 온라인 홈쇼핑
34120	SBS (유)	6,808.2	지상파 방송 사업, 광고 수익
101060	SBS미디어홀딩스(유)	6,127.5	사업 지주회사, 방송사업 및 문화서비스 사업
28150	GS홈쇼핑	7,612.5	TV 및 온라인 홈쇼핑
43890	한빛방송	2,940.2	방송수입, 광고수입, 초고속인터넷
40300	YTN	1,159.2	뉴스프로그램의 제작 및 공급, 타워사업, 광고협찬
46140	SBS콘텐츠허브	2,531.6	컨텐츠제공, 프로젝트수익 (OST제작 등), 웹에이전시
33130	디지털조선	868.5	인터넷, SI사업, 교육프로그램, 전광판 광고
39340	한국경제TV	481.9	경제 전문 방송, TV광고 및 시청료 수익
35210	티브로드도봉강북방송	621.2	케이블TV(강북구 및 도봉구), 광고수익, 인터넷서비스
52220	IMBC	923.5	콘텐츠매출 (드라마, 영화, 만화 등), 해외판매 콘텐츠
68050	팬엔터테인먼트	250.7	방송 드라마 외주제작, 드라마 OST 및 음반 제작
47820	초록뱀	512.2	방송프로그램제작, 배급, 영화제작, 배급
046390	삼화네트웍스	306.3	드라마 제작 및 드라마 판매 판권관리
053210	케이티스카이라이프	13,060.7	위성방송, 방송콘텐츠 제작
122450	케이엠에이치	996.3	방송송출 서비스, 채널사용 사업
033830	대구방송	585	텔레비전 방송, 지역방송
058400	케이엔엔	819.7	인터넷방송, 실시간중계 서비스
057050	현대홈쇼핑	15,960	TV 및 온라인홈쇼핑
066790	씨씨에스충북방송	546.1	케이블 방송, 초고속인터넷 서비스
067160	나우콤	648.3	인터넷 방송, 클라우드 서비스
130960	CJ E&M	11,492.7	케이블 방송, 방송 콘텐츠 제작

자료 : KRX, 각사

주1 : 시가총액은 '11년 12월 29일 기준

주2 : (유) : 유가증권시장 상장, 나머지는 코스닥시장, (관) : 관리종목, (불) : 불성실공시법인

□ 광고

〈표 부록 I -6〉 광고 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
30000	제일기획 (유)	21,800.3	국내 광고시장 점유율 1위 종합광고 대행사
35000	G2R (유)	1,462.9	사업 지주회사, 자회사 통해 광고 제작 및 전문 대행
37270	휘닉스컴 (유)	310.5	㈜보광과 일본 덴쯔가 합작한 광고대행사
10470	오리콤	310.9	종합광고 대행업체, 두산 계열사, 광고제작 및 프로모션

자료 : KRX, 각사

주1 : 시가총액은 '11년 12월 29일 기준

주2 : (유) : 유가증권시장 상장, 나머지는 코스닥시장

□ 영화

〈표 부록 I -7〉 영화 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
79160	CJ CGV (유)	5,494.6	멀티플렉스 영화관 운영, CJ계열사
86980	미디어플렉스	604.7	영화 투자 및 배급사로 메가박스 등 자회사 보유
3560	IHQ	1,544.9	영화 제작 및 수입, 배급, 상영, 매니지먼트 사업
54780	키이스트	400.2	문화콘텐츠 기획 및 제작, 영화 투자, 매니지먼트 사업
36260	웰메이드	245.1	공연기획, 영화제작 및 투자, 매니지먼트 사업
002420	세기상사	119.7	영화관 운영
036420	제이콘텐츠리	2,266.3	영화관 운영, 드라마 제작, 케이블방송
130960	CJ E&M	11,492.7	영화 제작투자 및 배급, 영화제작

자료 : KRX, 각사

주1 : 시가총액은 '11년 12월 29일 기준

주2 : (유) : 유가증권시장 상장, 나머지는 코스닥시장, (관) : 관리종목, (불) : 불성실공시법인

□ 음악

〈표 부록 I -8〉 음악 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액	주요 사업
64260	다날	1,392.3	휴대폰 및 온라인 결제, 벨소리, 통화연결음 등 음원 사업
16170	로엔엔터테인먼트	3,363.8	SK 계열, 음반 기획 및 제작 판매, 온라인 음원 서비스
104200	네오위즈인터넷	1,731.5	B2B 및 B2C 음원 유통, 온라인 음원 서비스
41510	에스엠	7,573	음반 기획 및 제작, 매니지먼트 사업, 방송영상물 제작
53110	소리바다	341.3	온라인 음악서비스, 휴대폰 콘텐츠 개발, 스트리밍 서비스
49000	예당엔터테인먼트	659.5	음반 제작 및 유통, 음원 대여 및 판매 사업
43610	KT뮤직	748.6	음악 콘텐츠 제작 및 유통, 온라인 음원 서비스
066410	캔들미디어	547.5	음반 유통, DVD 유통, 영상 콘텐츠 서비스
130960	CJ E&M	11,492.7	음악 콘텐츠 제작 및 유통, 공연사업
35900	JYP엔터테인먼트	1,412.3	음반 기획 및 제작, 매니지먼트 사업, 방송영상물 제작
122870	YG엔터테인먼트	3,669.8	음반 기획 및 제작, 매니지먼트 사업, 방송영상물 제작

자료 : KRX, 각사

주1 : 시가총액은 '11년 12월 29일 기준

주2 : (유) : 유가증권시장 상장, 나머지는 코스닥시장, (관) : 관리종목

□ 애니메이션 / 캐릭터

〈표 부록 I -9〉 애니메이션 및 캐릭터 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액	주요 사업
66910	손오공	869.3	애니메이션 유통 및 제작, 캐릭터 완구 사업
56080	유진로봇	877.3	로봇 개발 및 제조, 캐릭터 완구 사업
48910	대원미디어	732.1	애니메이션 제작 및 판매, 캐릭터 라이선싱
39830	오로라월드	766.3	봉제완구, 캐릭터 디자인 및 머천다이징
18700	바른손	405.1	문구 및 팬시 사업, 캐릭터 디자인 및 제품 개발

자료 : KRX, 각사

주1 : 시가총액은 '11년 12월 29일 기준

주2 : (관) : 관리종목, (불) : 불성실공시법인

부록 : 2. 콘텐츠산업 연간 비교

〈표 부록 II -1〉 콘텐츠산업 매출액 연간 비교표

(단위 : 백만원, %)

산업명	콘텐츠산업 전체 매출액(백만원)				
	2009년	2010년	2011년p	전년대비증감률	연평균증감률
출 판	20,609,123	21,243,798	21,024,710	-1.0%	1.0%
만 화	739,094	741,947	757,087	2.0%	1.2%
음 악	2,740,753	2,959,143	3,869,414	30.8%	18.8%
게 임	6,580,600	7,431,118	9,202,762	23.8%	18.3%
영 화	3,306,672	3,432,871	3,457,246	0.7%	2.3%
애니메이션	418,570	514,399	551,318	7.2%	14.8%
방 송*	9,884,954	11,176,433	13,749,765	23.0%	17.9%
방송영상독립제작사	796,175	737,092	800,490	8.6%	0.3%
광 고**	9,186,878	10,323,172	11,715,194	13.5%	12.9%
캐릭터	5,358,272	5,896,897	7,214,873	22.4%	16.0%
지식정보	5,255,185	6,204,127	8,041,845	29.6%	23.7%
콘텐츠솔루션	2,036,362	2,196,232	2,828,791	28.8%	17.9%
합 계	66,116,463	72,120,137	82,413,005	14.3%	11.6%

※ 분기별 실태조사에서 일부 제외된 방송*과 광고**산업은 3개년 시계열 및 상장사자료를 이용하여 추정 후 적용함

* 분기별 실태조사에서 제외된 방송산업 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업

** 분기별 실태조사에서 제외된 광고산업 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업

※ 2010년 기준 콘텐츠산업통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('09년 평균 환율 1,276.40원, '10년 평균 환율 1,156.26원, '11년 평균 환율 1,108.11원)

※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

산업명	콘텐츠산업 상장사 매출액(백만원)				
	2009년	2010년	2011년p	전년대비증감률	연평균증감률
출 판	2,237,000	2,182,740	2,236,460	2.5%	0.0%
만 화	-	-	-	-	-
음 악	497,000	604,440	731,240	21.0%	21.3%
게 임	2,806,850	3,601,050	4,214,820	17.0%	22.5%
영 화	546,960	618,150	921,350	49.0%	29.8%
애니메이션	69,290	55,560	44,510	-19.9%	-19.9%
방 송	2,478,870	4,149,860	5,307,290	27.9%	46.3%
광 고	666,160	1,824,030	2,221,690	21.8%	82.6%
캐릭터	152,320	194,460	249,750	28.4%	28.0%
지식정보	2,053,920	2,936,930	3,390,890	15.5%	28.5%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-
합 계	11,508,370	16,167,220	19,318,000	19.5%	29.6%

산업명	콘텐츠산업 전체 대비 상장사 비중(%)		
	2009년	2010년	2011년p
출 판	10.9%	10.3%	10.6%
만 화	-	-	-
음 악	18.1%	20.4%	18.9%
게 임	42.7%	48.5%	45.8%
영 화	16.5%	18.0%	26.6%
애니메이션	16.6%	10.8%	8.1%
방 송	25.1%	37.1%	38.6%
광 고	7.3%	17.7%	19.0%
캐릭터	2.8%	3.3%	3.5%
지식정보	39.1%	47.3%	42.2%
콘텐츠솔루션	-	-	-
합 계	17.4%	22.4%	23.4%

〈표 부록 II -2〉 콘텐츠산업 종사자수 연간 비교표

(단위 : 명, %)

산업명	종사자수(명)				
	2009년	2010년	2011년p	전년대비증감률	연평균증감률
출판	206,926	203,226	200,588	-1.3%	-1.5%
만화	10,748	10,779	10,340	-4.1%	-1.9%
음악	76,539	76,654	78,581	2.5%	1.3%
게임	92,533	94,973	97,387	2.5%	2.6%
영화	28,041	30,561	30,763	0.7%	4.7%
애니메이션	4,170	4,349	4,672	7.4%	5.8%
방송*	34,714	34,584	38,204	10.5%	4.9%
방송영상독립제작사	4,748	4,706	4,713	0.1%	-0.4%
광고**	33,509	34,438	37,711	9.5%	6.1%
캐릭터	23,406	25,102	26,598	6.0%	6.6%
지식정보	44,897	48,226	51,507	6.8%	7.1%
콘텐츠솔루션	15,967	18,384	19,538	6.3%	10.6%
합계	571,450	581,276	595,889	2.5%	2.1%

- ※ 분기별 실태조사에서 일부 제외된 방송*과 광고**산업은 3개년 시계열 및 상장사자료를 이용하여 추정 후 적용함
- * 분기별 실태조사에서 제외된 방송산업 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업
- ** 분기별 실태조사에서 제외된 광고산업 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업
- ※ 2010년 기준 콘텐츠산업통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('09년 평균 환율 1,276.40원, '10년 평균 환율 1,156.26원, '11년 평균 환율 1,108.11원)
- ※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

산업명	콘텐츠산업 상장사 종사자수(명)				
	2009년	2010년	2011년p	전년대비증감률	연평균증감률
출판	6,518	6,679	6,886	3.1%	2.8%
만화	-	-	-	-	-
음악	895	1,149	1,358	18.2%	23.2%
게임	9,802	10,517	11,163	6.1%	6.7%
영화	1,000	1,130	1,396	23.5%	18.2%
애니메이션	96	110	205	86.4%	46.1%
방송	4,115	5,450	6,204	13.8%	22.8%
광고	1,188	1,267	1,402	10.7%	8.6%
캐릭터	437	485	455	-6.2%	2.0%
지식정보	5,556	7,092	7,622	7.5%	17.1%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-
합계	29,607	33,879	36,691	8.3%	11.3%

산업명	콘텐츠산업 전체 대비 상장사 비중(%)		
	2009년	2010년	2011년p
출판	3.1%	3.3%	3.4%
만화	-	-	-
음악	1.2%	1.5%	1.7%
게임	10.6%	11.1%	11.5%
영화	3.6%	3.7%	4.5%
애니메이션	2.3%	2.5%	4.4%
방송	11.9%	15.8%	16.2%
광고	3.5%	3.7%	3.7%
캐릭터	1.9%	1.9%	1.7%
지식정보	12.4%	14.7%	14.8%
콘텐츠솔루션	-	-	-
합계	5.2%	5.8%	6.2%

〈표 부록 II -3〉 콘텐츠산업 수출액 연간 비교표

(단위 : 백만원, %)

산업명	수출액(백만원)				
	2009년	2010년	2011년p	전년대비증감률	연평균증감률
출판	320,075	413,803	357,296	-13.7%	5.7%
만화	5,372	9,427	18,118	92.2%	83.6%
음악	39,912	96,273	204,017	111.9%	126.1%
게임	1,583,829	1,857,072	2,554,756	37.6%	27.0%
영화	18,025	15,705	32,207	105.1%	33.7%
애니메이션	114,431	111,957	150,484	34.4%	14.7%
방송*	235,594	263,832	272,663	3.3%	7.6%
방송영상독립제작사	18,315	15,830	20,368	28.7%	5.5%
광고**	118,899	87,360	120,315	37.7%	0.6%
캐릭터	301,895	319,507	424,598	32.9%	18.6%
지식정보	441,243	420,048	466,503	11.1%	2.8%
콘텐츠솔루션	144,767	134,689	164,216	21.9%	6.5%
합계	3,324,042	3,729,673	4,765,173	27.8%	19.7%

- ※ 분기별 실태조사에서 일부 제외된 방송*과 광고**산업은 3개년 시계열 및 상장사자료를 이용하여 추정 후 적용함
- * 분기별 실태조사에서 제외된 방송산업 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업
- ** 분기별 실태조사에서 제외된 광고산업 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업
- ※ 2010년 기준 콘텐츠산업통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('09년 평균 환율 1,276.40원, '10년 평균 환율 1,156.26원, '11년 평균 환율 1,108.11원)
- ※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

산업명	콘텐츠산업 상장사 수출액(백만원)				
	2009년	2010년	2011년p	전년대비증감률	연평균증감률
출판	3,530	4,540	12,410	173.3%	87.5%
만화	-	-	-	-	-
음악	24,440	45,270	87,430	93.1%	89.1%
게임	508,070	561,150	798,030	42.2%	25.3%
영화	12,460	11,580	20,000	72.7%	26.7%
애니메이션	90	640	3,000	368.8%	477.4%
방송	32,170	76,990	147,750	91.9%	114.3%
광고	-	-	-	-	-
캐릭터	51,750	70,130	76,720	9.4%	23.6%
지식정보	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-
합계	632,510	770,300	1,145,340	48.7%	34.6%

산업명	콘텐츠산업 전체 대비 상장사 비중(%)		
	2009년	2010년	2011년p
출판	1.1%	1.1%	3.5%
만화	-	-	-
음악	61.2%	47.0%	42.9%
게임	32.1%	30.2%	31.2%
영화	69.1%	73.7%	62.1%
애니메이션	0.1%	0.6%	2.0%
방송	13.7%	29.2%	54.2%
광고	-	-	-
캐릭터	17.1%	21.9%	18.1%
지식정보	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-
합계	19.0%	20.7%	24.0%

2011년 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서

집필진

한국콘텐츠진흥원

감 수 이기현 (정책연구실 실장), 노준석 (통계정보팀 팀장)
책임집필 김은정 (통계정보팀 선임연구원)

외부집필

정우식 박사 (21세기경제학연구소), 이강년 선임연구원 (21세기경제학연구소),
박성만 이사 (메이븐스퀘어), 김애경 선임연구원 (메이븐스퀘어)

발 행 인 홍 상 표

발 행 일 2012년 5월 25일

발 행 처 한국콘텐츠진흥원

서울시 마포구 상암동 1602 문화콘텐츠센터(12층)

ISBN : 978-89-6514-200-3 93600

가격 : 비매품

본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(<http://www.kocca.kr>)의 <콘텐츠지식/연구보고서/연구보고서>에 게재되는 보고서로 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀 주시기 바랍니다.

(문의) 통계정보팀 김은정 (02-3153-3017/ejkim@kocca.kr)

통계정보팀 원혜진 (02-3153-3022/2pro5656@kocca.kr)