

<표> '10년 3분기~'11년 3분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

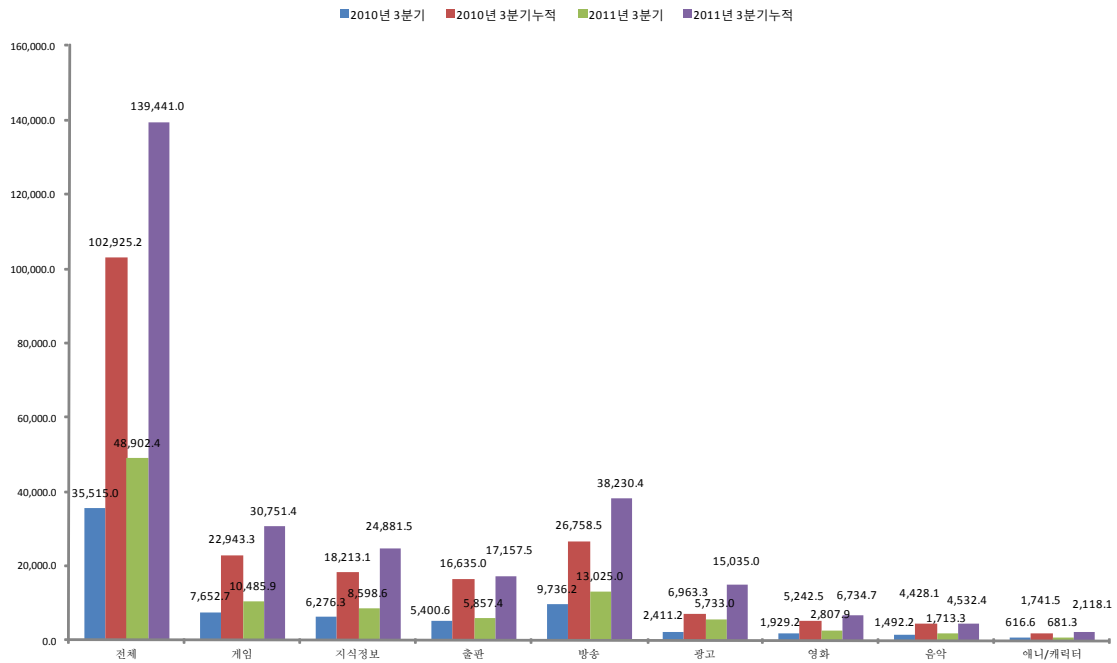
(단위 : 억원)

| 구분 | 2010 | | | | 2011 | | | | |
|------------|--------------------|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------|----------------------|
| | 3분기 (전기대비) | 3분기누적 (전년동기) | 4분기 (전기대비) | 2010년 (전년대비) | 1분기 (전기대비) | 2분기 (전기대비) | 3분기 (전기대비) | 3분기 (전년동기) | 3분기누적 (전년동기) |
| 게임 | 7,652.7 (1.1%) | 22,943.3 (12.8%) | 7,868.2 (2.8%) | 30,811.5 (9.8%) | 9,658.5 (22.8%) | 10,607.0 (9.8%) | 10,485.9 (-1.1%) | 37.0% | 30,751.4 (34.0%) |
| 지식 정보 | 6,276.3 (3.5%) | 18,213.1 (20.2%) | 6,328.1 (0.8%) | 23,768.7 (15.7%) | 8,008.2 (26.5%) | 8,278.0 (3.4%) | 8,598.6 (3.9%) | 37.0% | 24,881.5 (36.6%) |
| 출판 | 5,400.6 (-0.5%) | 16,635.0 (0.5%) | 5,877.0 (8.8%) | 22,512.0 (0.6%) | 5,837.6 (-0.7%) | 5,462.4 (-6.4%) | 5,857.4 (7.2%) | 8.5% | 17,157.5 (3.1%) |
| 방송 | 9,736.2 (5.1%) | 26,758.5 (54.4%) | 11,950.0 (22.7%) | 41,501.3 (67.4%) | 11,849.7 (-0.8%) | 13,355.6 (12.7%) | 13,025.0 (-2.5%) | 33.8% | 38,230.4 (42.9%) |
| 광고 | 2,411.2 (-6.7%) | 6,963.3 (55.5%) | 2,994.7 (24.2%) | 9,958.0 (49.5%) | 3,864.7 (29.0%) | 5,437.3 (40.7%) | 5,733.0 (5.4%) | 137.8% | 15,035.0 (115.9%) |
| 영화 | 1,929.2 (35.3%) | 5,242.5 (14.8%) | 1,416.9 (-26.6%) | 6,659.4 (10.2%) | 1,768.5 (24.8%) | 2,158.3 (22.0%) | 2,807.9 (30.1%) | 45.5% | 6,734.7 (28.5%) |
| 음악 | 1,492.2 (-1.3%) | 4,428.1 (19.5%) | 1,622.7 (8.7%) | 6,050.8 (21.7%) | 1,291.6 (-20.4%) | 1,527.5 (18.3%) | 1,713.3 (12.2%) | 14.8% | 4,532.4 (2.4%) |
| 애니/ 캐릭터 | 616.6 (8.3%) | 1,741.5 (11.2%) | 760.7 (23.4%) | 2,502.2 (12.9%) | 715.1 (-6.0%) | 721.7 (0.9%) | 681.3 (-5.6%) | 10.5% | 2,118.1 (21.6%) |
| 합계 | 35,515.0 (3.2%) | 102,925.2 (23.1%) | 38,818.4 (9.3%) | 141,743.7 (22.6%) | 42,993.9 (10.8%) | 47,547.8 (10.6%) | 48,902.4 (2.8%) | 37.7% | 139,441.0 (35.5%) |

- 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 '울리브나인'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 매출액을 적용. '아이에스플러스'는 제이콘텐츠리와 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 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지 및 '프라임엔터테인먼트'는 '11년 8월 30일 현재 실적보고서 부재로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료확보 및 영화부문 매출액을 적용. '세기상사', '제이웨이', '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.
- 7) 애니/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스텝싸이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

<그림 1> '10년 3분기 vs '11년 3분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

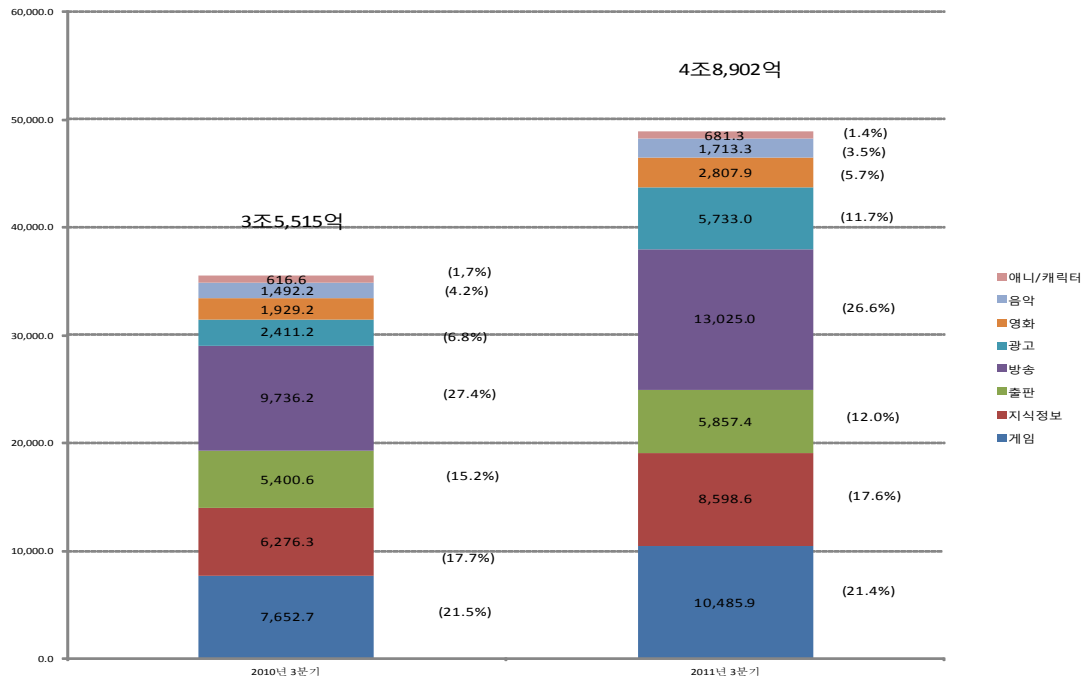
(단위 : 억원)



* NHN은 게임 및 지식정보에 중복 편입

<그림 2> '10년 3분기 vs '11년 3분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

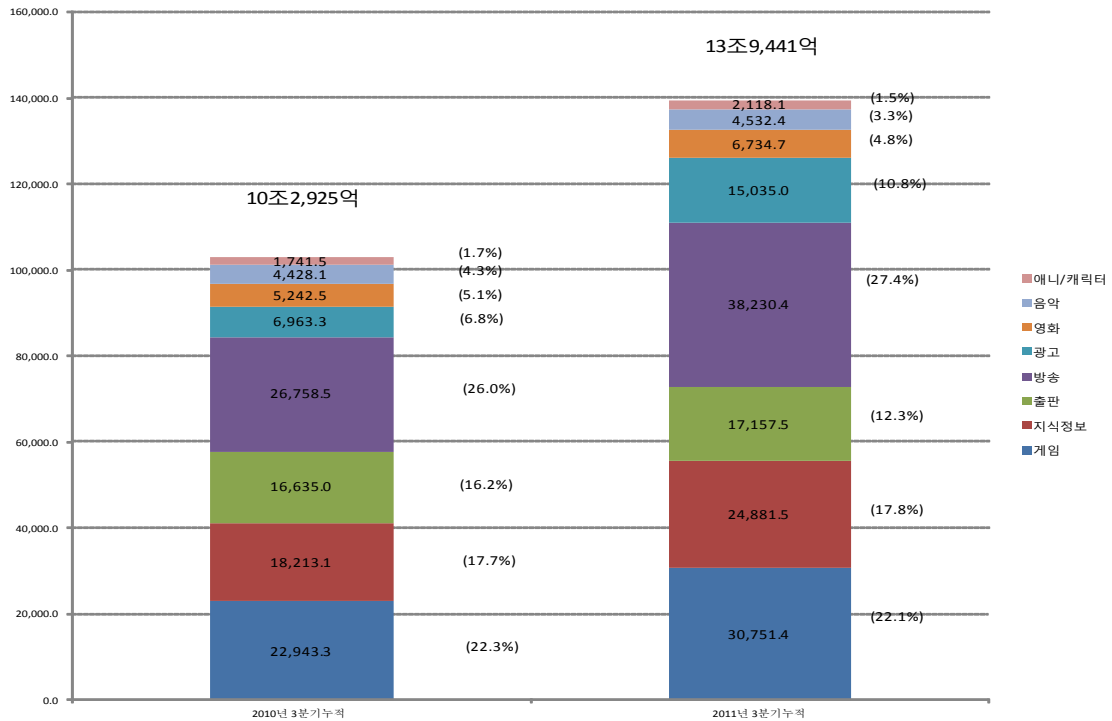
(단위 : 억원)



* NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입

<그림 3> '10년 3분기누적 vs '11년 3분기누적 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

(단위 : 억원)



● 게임 '11년 3분기 및 3분기누적 매출액은 전년동기대비 37.0% 및 34.0%의 성장률을 기록했으나, '11년 3분기 전분기대비 -1.1% 하락

- '10년 1분기에서 2분기까지 전분기대비 하락하다가 3분기부터 상승세로 반전하여 '11년도 2분기에 전분기대비 9.8% 상승하다가 3분기에 이르러 약간 하락

※ '11년은 '10년에 이어 경기상승세가 이어지고 있으나, 유럽금융위기, 물가상승 등 국내외 악재들로 향후 상승추세에 악영향이 예상되는 등 전반적인 불확실성이 증폭됨에 따라 국내 게임의 해외수출 등의 호조여부가 매출액 증가세에 직접적 영향을 미칠 것으로 전망

※ 온라인게임은 상대적으로 저렴한 여가 수단으로서 연령층을 불문하고 다양한 소비층이 형성돼 높은 대중성을 보유하고 있어, 향후 국내외적으로 경기 하강이 발생해도 다른 분야에 비해 충격이 높지 않음. 특히 온라인 게임은 학생 등 어린이 청소년들의 여름·겨울 방학시즌, 특히 추운 날씨의 겨울방학 시즌은 온라인 게임 이용자수가 높아 3분기와 4분기, 1분기가 계절적 성수기이며, 통상적으로 야외활동이 활발해지는 2분기는 계절적 비수기임

- 대형업체¹⁾들은 일부업체를 제외하고 전반적인 매출증가세를 '11년 1분기

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

이후 주도하고 있는 상황. 네오위즈게임즈는 FPS 게임 등 퍼블리싱한 게임들이 중국 뿐 아니라 일본 등 지역적 다변화로 해외수출 증가세와 함께 다양한 게임의 론칭에 따른 안정적인 국내매출 등으로 '11년 3분기 및 3분기누적 매출액이 전년동기대비 43.9%, 60.5% 증가. 위메이드엔터테인먼트는 '10년 4분기의 부진에서 벗어나 '11년 1분기부터 회복세를 보이고 있으며 3분기 및 3분기누적 매출액은 전년동기대비 33.0%, 27.4% 성장. NHN은 '10년 매출성장세의 정체에서 벗어나 '11년 1분기 이후 높은 성장세를 보이고 있으며, '11년 3분기 및 3분기누적 매출액²⁾은 전년동기대비 65.2%, 58.7% 성장

※ 네오위즈게임즈의 '11년 1분기 이후 매출 급증세를 보이고 있는데, 이는 '10년에 이어 해외수출이 주도하고 있음. '11년 3분기 및 3분기누적 수출액은 전년동기대비 70.3%, 95.9% 증가. 특히 중국에서 서비스 되고 있는 '크로스파이어'가 2011년에 최고 동시접속자 300만 명을 기록하는 등 중국 시장에서의 안정적 성장과 함께, 신규론칭 FPS 게임인 A.V.A의 중국을 포함한 해외시장에서의 선전이 매출증가세를 주도

- 엔씨소프트는 '10년 4분기에서 '11년 1분기까지 매출성장이 하락추세에서 '11년 2분기부터 상승세로 반전했으나 약간 정체적 성장을 보이고 있으며 '11년 3분기 및 3분기누적 매출액은 전년동기대비 및 전분기대비 1.6%, 1.0% 증가. 액토즈소프트는 '10년 1분기 이후 지속적인 매출액 감소세를 보이다가 '11년 3분기에 증가세로 반전했으나 성장률은 전년동기대비 1.2%로 다소 낮은 수준

※ 엔씨소프트의 주력 온라인게임종의 하나인 아이온은 '11년 3분기 말 현재 점유율이 14.6%로 '11년 2분기 14.55%에 비해 약간 상승. MMORPG 게임인 리니지, 리니지2, 아이온의 점유율을 합산할 경우 21.31%로 '11년 2분기 21.39%에 하락. '11년 1분기 이후 점유율 하락추세를 보이고 있으며, 향후 신작게임 론칭이 예정대로 이뤄질 경우 점유율 상승 전망

- 중소 게임업체들의 매출액은 '11년 1분기 이후 업체별 편차가 여전히 나타나고 있음. 이중 스마트게임 및 대형개발사에 피인수된 업체들의 성장세가 두드러짐. 향후 국내외 리스크 확대우려가 현실화되어 국내경기 하강세가 구체화될 경우 정체적 성장을 하고 있는 내수시장에 집중된 중소기업들에게 매

2) 2011년 3분기누적 매출액 중 온라인 게임 비중은 약 30.6%, 약 4천 764억원 수준

출액 감소 압박이 증대될 것으로 전망됨

※ 게임하이(7.3%), 웹젠(55.0%), 이스트소프트(6.4%), 한빛소프트(29.1%), 컴투스(40.2%), 제이씨엔터테인먼트(61.1%), 소프트맥스(28.9%), 게임빌(51.5%) 등 8개 업체는 '11년 3분기 전년동기대비 매출액 성장

● 지식정보 '11년 3분기 및 3분기누적 매출액은 전년동기대비 37.0% 및 36.6% 성장했으며 전분기대비 3.9% 상승

- 지식정보 매출액은 '10년 1분기 상승세가 '11년 1분기까지 다소 높은 전분기대비 상승세를 나타내다가 '11년 2분기 이후 상승세가 약간 주춤

- 지식정보 전체 매출액 중 비중이 가장 높은 NHN은 '11년 3분기 전년동기대비 65.2% 성장 및 전분기대비 0.9% 상승으로 1분기이래 상승세 유지

- 다음커뮤니케이션 및 SK커뮤니케이션 매출액은 '11년 3분기 전년동기대비 19.9%, 10.5% 성장 및 전분기대비 -0.1% 하락, 4.5% 상승. KTH 매출액은 '11년 3분기 전년동기대비 -18.7% 감소 및 전분기대비 8.0% 상승했으나, '11년 1분기 이후 매출액 성장이 감소하고 있음

※ 다음커뮤니케이션은 '11년 3분기 매출액의 경우 검색광고 46.0%(47.4%)³⁾, 디스플레이광고 49.0%(48.9%), 거래형서비스 4.0%(3.6%) 구성돼 있는데, 전세계적으로 스마트폰 등 스마트기기 보급확대에 따른 모바일분야의 커뮤니티, 이메일, 뉴스 등의 특화된 서비스 요구 증대가 전망됨, 향후 경기하락의 리스크가 있으나, 다양 콘텐츠 수요에 소구하는 검색광고 등을 중심으로 매출액 증대가 예상됨

※ SK컴즈는 SNS확산에 따라 기존 커뮤니티 서비스인 싸이월드는 '11년 3분기말 누적가입자 수 2천 591만명 및 순이용자수 1천 948만명으로 시장을 주도 있고 있는 상황, 네이트온은 로그인 순이용자가 1천 263만명으로 시장점유율이 73.3%로 국내 메신저서비스 시장 1위이나 전분기대비 점유율 약간 하락. 매출액은 디스플레이 44.2%(44.1%)⁴⁾, 검색광고 18.8%(15.2%), 콘텐츠 외 기타 37.1%(40.7%) 등으로 구성돼 있음. SNS 등 모바일 서비스 등 수요증대가 예상되는 가운데 싸이월드 등 기존 성공모델의 활성화와 함께 스마트기기에 특화된 다양한 수익모델 창출을 모색

※ KTH는 아임IN 등 모바일인터넷 서비스 및 N-Screen인 Playy 등 유무선 컨버전스 서비스 안착을 통해 스마트기기에 적합한 콘텐츠 서비스 제공 등 후발주자의 한계성 극복을 모색중. '11년 3분기 매출액은 인터넷서비스 9.0%(8.6%)⁵⁾, 콘텐츠 45.5%(41.3%), 플랫폼 구축/

3) 괄호는 2011년 2분기 매출액 비중

4) 괄호는 2011년 2분기 매출액 비중

5) 괄호는 2011년 2분기 매출액 비중

운영 45.6%(50.2%) 등으로 구성

- 메가스터디, 크레듀, YBM시사닷컴 '11년 3분기 매출액은 전년동기대비 각각 4.7%, 19.0%, 0.2% 성장. 전분기대비 23.8%, 20.4%, 14.9% 상승

※ 메가스터디의 주요 수익모델은 온라인 교육서비스이며 국내 교육시장의 특성상 일반적으로 경기변화 큰 영향을 받지 않음. 또한 메가스터디는 온라인 강의, 온라인 도서 자체 역량 및 오프라인 학원 등의 보유 네트워크 등을 활용해 시너지 효과 극대화를 시키고 있으며 향후 초등 및 전문대 온라인교육시장, 참고서 출판시장, 베트남 등 해외시장 사업다각화를 추진 예정. '11년 3분기 매출구조 중 온라인강의 및 오프라인 학원 비중은 각각 63.9%(63.2%⁶⁾), 32.3%(36.7%)로 온라인 매출비중이 높음

- 출판 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 매출액은 8.5% 및 3.1% 성장했으며 전분기대비 7.2% 상승

- '10년 4분기에 약간의 상승세를 제외하고 '11년 2분기까지 매출액 하락세를 보이다 '11년 3분기에 이르러 상승세로 반전

- 학습지 및 교육서비스 출판업체인 대교의 '11년 3분기 및 3분기누적 매출액은 전년동기대비 8.2%, 3.9% 증가했으며, 웅진씽크빅은 2.2% 성장 -2.3% 감소

※ 대교는 '11년 3분기누적 학습지 매출비중이 81.9%(83.8%)⁷⁾로 매출구조를 가지고 있으며 향후 스마트기기 보급 확대에 따른 '스마트러닝' 활성화에 대비한 사업모델을 구축하고 있으며 이밖에 온라인 서적, 미디어사업 등을 추진예정

- 출판물 제작업체인 삼성출판사는 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 매출액이 -3.6%, -3.4% 감소, 유통업체인 예스24는 8.2%, 5.8% 성장

※ 삼성출판사는 서점, 할인점, 홈쇼핑, 인터넷서점, 학원, 유치원, 자사쇼핑몰 등 다양한 유통 채널을 통해 유아동시장, 여성취미실용시장 등 분야의 시장확대를 모색하고 있으나 전반적인 교육도서출판 시장의 침체로 매출증대에 어려움이 나타나고 있음. 향후 태블릿 PC 등의 보급확대에 따른 e-book 등 디지털콘텐츠 시장 확대의 대비 여부가 성장지속의 관건으로 작용할 것으로 전망. 매출액은 단행본 출판 61.2%(62.7%), 교재출판 14.3%(14.6%)⁸⁾, 휴게소 상품 19.9%(18.1%), 임대매출 4.6%(4.6%) 등으로 구성

※ 예스24는 40%에 육박한 인터넷서점 시장점유율을 바탕으로 도서 분야 외에 신규사업으로

6) 괄호는 2011년 2분기 매출액 비중

7) 괄호는 2011년 2분기 매출액 비중

8) 괄호는 2011년 2분기 매출액 비중

스마트폰 보급확대에 따른 e-book, e-learning 등 디지털콘텐츠 개발 및 판매와 함께 티켓 예매 등으로 투자확대. '11년 3분기 매출 구조는 상품매출 96.9%(96.9%)⁹⁾, 수수료매출 0.8%(3.9%), 광고매출 1.7%(8.0%), 기타매출 0.6%(2.7%)

- '11년 3분기 대교(5.5%), 인터파크(10.3%), 비상교육(63.1%), 예스 24(20.1%), 능률교육(29.2%), 삼성출판사(1.7%), 예림당(15.1%) 등은 전분기대비 매출액 상승. 웅진씽크빅(-2.1%), 이퓨처(-9.8%) 등은 전분기대비 매출하락

※ 능률교육은 초중고 및 성인용 영어학습교재전문 출판사로서 '11년 3분기누적 매출이 전년 동기대비 제품매출, 저작권매출, 인터넷매출, 기타매출 등이 각각 3.4%, 18.3%, 11.5%, 41.5% 증가했으나, 상품매출이 각각 -41.3% 감소

● 방송 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 매출액은 33.8% 및 42.9% 성장했으나, 전분기대비 -2.5% 하락

- 민영지상파 방송사인 SBS '11년 3분기 및 3분기누적 매출액은 전년동기대비 32.7%, 8.3% 증가했으나 전분기대비 -6.5% 하락. 종합유선방송사업자인 티브로드한빛방송의 '11년 3분기 및 3분기누적 매출액은 전년동기대비 2.6%, 1.1% 증가했으며 전분기대비 1.4% 상승. CJ E&M 방송부문은 '11년 2분기 전분기대비 -2.8% 하락

※ SBS 계열사인 SBS콘텐츠허브는 '11년 3분기 및 3분기누적 매출액이 전년동기대비 44.0%, 51.3% 성장했으며 전분기대비 13.3% 상승

※ SBS 등 민영지상파 방송사는 계절적 요인 및 경기 변화에 민감한 기업광고가 주요 수입원임. '11년 3분기는 전통적으로 높은 기업수요와 함께 '10년도 1분기 이후 이어지고 있는 경기상승이 대기업 중심의 광고지출 확대가 지속돼 매출액 상승세가 나타남. 종합유선방송사업은 지상파방송사와 달리 월정액 시청료 등 광고수익 외 고정적 수입이 있어 경기변동에 상대적으로 덜 민감하나, '11년말 종편 개국에 따른 시장참여자 증가로 업체간 경쟁이 확대될 것으로 전망됨

- 방송영상물독립제작사 팬엔터테인먼트 '11년 3분기 및 3분기누적 매출액은 전년동기대비 167.8%, 140.4% 성장했으나 전분기대비 -34.6% 하락. 초록뱀은 전년동기대비 1,117.2% 증가 및 -41.0% 감소했으나 전분기대비 2,106.3% 상승. 삼화네트웍스는 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비

9) 괄호는 2011년 2분기 매출액 비중

-73.3%, -16.6% 감소했으며 전분기대비 -44.3% 하락

※ 독립제작사 팬엔터테인먼트는 '11년도 MBC 일일드라마 '짜패', '불굴의 며느리' SBS 미니시리즈 '내게 거짓말을 해봐' 등 제작된 드라마의 국내시장 호평과 SBS 일일드라마 '당돌한 여자', '찬란한 유산', '태양의 여자', MBC 미니시리즈 '호박꽃 순정', '사랑해 울지마', KBS '돌아온 뽕배기' 등 기 제작된 드라마들 및 교양예능프로그램의 해외수출 호조로 높은 수출 증가가 '10년 3분기 이후 지속되는 양상. 향후 종편채널 개국 등 다매체, 다채널에 따른 방송콘텐츠 공급증가 요인이 확대됨에 따라 매출액 증대 전망

- 방송채널사용사업자 CJ 오쇼핑은 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 매출액은 24.7%, 24.2% 성장했으나 전분기대비 -2.1% 하락, GS 홈쇼핑은 전년동기대비 각각 9.5%, 12.4% 성장했으나 전분기대비 -5.0% 하락

※ '09년 1분기에서 '11년 3분기 중 2분기 및 4분기가 전분기대비 상승하는 추세를 보이고 있으며 이는 전통적 성·비수기의 존재를 유추할 수 있음

● 광고 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 매출액은 137.8%, 115.9% 성장했으며 전분기대비 5.4% 상승

- 광고산업은 방송 매출액과의 연관도가 높을 뿐 아니라 탄력적이며 또한 '11년 2분기부터의 대외적인 불안요소가 있음에도 대기업을 중심으로 수출 호조 등 경기상승이 지속돼('10년 4분기 기준 전년동기대비 GDP 성장률 4.7%, '11년 1분기 4.2%, 2분기 3.4%, 3분기 3.4%) '11년 1분기 이후 성장세

- 제일기획은 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 매출액이 218.2%, 173.5% 성장. G2R은 전년동기대비 각각 28.2%, 26.9% 성장. 오리콤은 전년동기대비 22.7%, 19.6% 성장. 휘닉스컴은 전년동기대비 -47.8%, -27.2% 감소

※ 제일기획은 '11년 3분기누적 본사 및 연결대상 종속회사 비중이 40.1%(매체 10.9%, 광고 물제작 29.2%) 및 59.9%로 해외 비중이 상대적으로 높음

- '10년에 이어 '11년에도 경기상승세가(GDP 성장률 전기대비 '11년 1분기 1.3%, 2분기 0.9%, 0.7%) 다소 주춤한 양상을 보이고 있지만, 대기업 등 광고수요 감소요인이 낮아 '11년 3분기 전분기대비 5.4% 상승

※ '11년 3분기 전분기대비 제일기획 6.3%, G2R 7.9% 상승한 반면, 오리콤 -6.7% 휘닉스컴

은 -38.7% 하락

※ 광고시장의 계절 등 전통적 성수기는 국내외 경기상황과 함께 기업 마케팅비용 지출과 상관성이 높으며 여름상품출시 및 연말시즌 신상품 출시 및 판매가 집중되는 2분기와 4분기로 볼 수 있음

● 영화 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 매출액은 45.5%, 28.5% 증가했으며, 전분기대비 30.1% 상승

- CJ CGV는 '11년 3분기의 경우 소비부진의 압박에도 불구하고 전통적 성수기 및 국내 흥행작 증가로 전년동기대비 7.8% 증가 및 전분기대비 32.1% 상승

※ CJ CGV는 멀티플렉스 시장점유율이 '11년 3분기 42.5%('11년 2분기 42.4%, '11년 1분기 41.4%, '10년 4분기 40.6%)로 시장지배력 확대('09년 점유율 37.7%). '11년 3분기 티켓매출 비중이 66.5%로 전분기(66.3%)에 비해 약간 상승했으며 '11년 1분기 이후 티켓비중 상승 추세를 보임

※ CJ E&M 영화사업부문은 '11년 3분기 총 18편을 배급해 33.8%로 업계 선두를 유지하고 있으며 2위와는 약 14.0%p 높은 수준

- 키이스트 '11년 3분기 및 3분기누적 매출액은 전년동기대비 -10.1% 및 -19.0% 감소했으며, 전분기대비 -23.6%로 하락폭을 확대

● 음악 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 매출액은 14.8%, 2.4% 증가했으며 전분기대비 12.2% 상승

- 전분기대비 기준 '10년 2분기 이후 상승세에서 '11년 1분기에 하락한 이후 상승세 유지

※ '10년 2분기에서 '11년 2분기까지 전분기대비 상승률은 각각 6.1%, -1.3%, 8.7%, -20.4%, 18.3%

- 에스엠은 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 매출액은 44.8%, 3.4% 증가했으며 전분기대비 41.1% 상승. 네오위즈인터넷은 전년동기대비 -5.1% 감소 및 9.6% 성장했으며, 전분기대비 14.9% 상승

※ 에스엠은 자체기획을 통해 소녀시대, 샤이니, f(x) 등 소속가수들이 국내 청소년층 등에게 높은 인지도를 확보하고 있음. 이러한 국내외 축적된 경쟁력을 바탕으로 일본, 대만 등 아시아권과 함께 최근에는 프랑스 등 유럽지역으로 확대하는 등 다수의 해외 시장 진출 성공사

례를 만들고 있음. '11년 3분기 매출구조는 음반사업 38.7%(음반/음원 21.0%, 로열티매출 17.7%)와 매니지먼트사업 61.3%로 '10년 4분기 이후 음반사업 비중 하락을 보임

※ 네오위즈인터넷은 디지털음원유통이 주력사업으로 영위하고 있으며 '11년 3분기 B2C 및 B2B의 매출액 비중이 각각 83.3(79.9%)¹⁰⁾, 16.7%(20.1%)로 B2C 비중이 확대되는 추세를 보임

- 로엔은 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 매출액은 29.1%, 18.1% 성장했으며 전분기대비 0.8% 상승

※ 로엔은 멜론서비스 등 음원유통을 기반으로 스마트폰 보급 확대에 따른 다변화된 음원수요자들에게 부응하는 시장확대를 모색. '11년 현재 브랜드인지도 및 시장점유율 1위로 업계를 선도하고 있는 가운데, '11년 3분기 매출비중은 음원제공 및 온라인음원서비스인 콘텐츠 매출이 89.2(89.8%)¹¹⁾이고 제품매출 6.0%(5.6%), 상품매출 1.0%(0.8%), 기타매출 3.8%(3.8%). '11년 1분기 이후 음원매출 비중 하락추세를 보임

※ 예당은 '11년 3분기 및 3분기누적 매출액은 전년동기대비 -24.2%, -12.0% 감소했으나, 전분기대비 131.5% 상승

● 애니메이션 및 캐릭터 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 매출액은 10.5%, 21.6% 성장했으나, 전분기대비 -5.6% 하락

- '10년 2분기 이후 전반적으로 상승세를 유지하다가 '11년 1분기 이후 등락을 보이고 있음. 매출 전체규모는 '10년 4분기의 90% 수준으로 매출액 성장 정체

- 매출액 100억이 넘는 대형 캐릭터업체 중 손오공은 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 8.8% 증가, -1.6% 감소했으며, 전분기대비 2.0% 상승. 오로라월드는 전년동기대비 -19.8% 감소, 1.2% 증가했으며 전분기대비 -1.5% 하락

※ 손오공의 '11년 3분기누적 매출구조는 캐릭터완구 및 게임 96.0%, 애니메이션 2.8%, 온라인매출 1.2%로 구성되어 있으며 매출의 약 98%이상이 국내에서 발생하는 내수업체로서 캐릭터 등 일부 품보의 해외수출이 발생하고 있으나 비중은 낮은 수준

※ 오로라월드는 국내 내수시장 1위 업체로서 자체디자인연구소 구축 및 글로벌 네트워크를 활용해 국내외 시장개척 및 확대를 모색. '11년 3분기누적 매출구조는 제품 등 상품매출 97.8%(97.5%)¹²⁾, 라이선스 수수료 1.0%(1.3%), 기타매출 1.2%(1.2%)로 구성되어 있으며 수출이 90% 이상을 차지. '11년 1분기 이후 상품매출 비중의 상승이 나타남

10) 괄호는 '11년 2분기 매출액 비중

11) 괄호는 '11년 2분기 매출액 비중

12) 괄호는 '11년 2분기 매출액 비중

- 애니메이션 업체 중 대원미디어는 '11년 3분기 및 3분기누적 매출액은 전년 동기대비 -41.3, -19.3% 감소했으며 전분기대비 -33.3% 하락

※ 대원미디어는 국내 애니메이션 및 캐릭터산업의 선두기업으로서 자체 보유 및 수입 캐릭터의 국내외 라이선싱과 머천다이징 사업을 국내 내수 위주로 추진하고 있으며, 수출비중이 1%대로 낮은 수준. 판매경로는 창작애니메이션 등 창작매출과 게임기 등 대리매출 비율이 약 68:32(65:35)¹³⁾ 수준으로 '10년 4분기 이후 제품매출의 비중 확대추세

13) 괄호는 2011년 2분기 매출비중