

<표> '10년 3분기~'12년 2분기 콘텐츠산업 생산변동(분기별, 가치사슬별)

업종별	2010년			2011년				2012년		
	3분기 (전분기대비) (전동기대비)	4분기 (전분기대비) (전동기대비)	2010 (전년대비)	1분기 (전분기대비) (전동기대비)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)	3분기 (전분기대비) (전동기대비)	4분기 (전분기대비) (전동기대비)	2011 (전년대비)	1분기 (전분기대비) (전동기대비)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)
콘텐츠산업*	131.4 (8.7%) (5.6%)	122.3 (-6.9%) (0.5%)	124.5 (3.7%)	124.1 (1.4%) (0.6%)	127.3 (2.6%) (5.3%)	138.1 (8.5%) (5.1%)	132.1 (-4.3%) (8.0%)	130.4 (4.7%)	129.7 (-1.8%) (4.5%)	133.4 (2.9%) (4.8%)
콘텐츠제작업	143.7 (26.0%) (8.5%)	121.1 (-15.7%) (-6.6%)	126.7 (3.7%)	121.4 (0.2%) (-5.1%)	119.7 (-1.4%) (5.0%)	149.0 (24.5%) (3.7%)	139.6 (-6.3%) (15.3%)	132.4 (4.5%)	132.4 (-5.2%) (9.1%)	134.6 (1.7%) (12.5%)
콘텐츠도매업	122.2 (-2.1%) (8.1%)	125.2 (2.5%) (5.9%)	123.9 (6.8%)	127.0 (1.4%) (3.0%)	131.7 (3.7%) (5.5%)	127.5 (-3.2%) (4.4%)	132.6 (4.0%) (5.9%)	129.7 (4.7%)	134.0 (1.0%) (5.5%)	132.4 (-1.2%) (0.5%)
콘텐츠소매업	124.1 (-0.8%) (4.1%)	118.2 (-4.7%) (4.0%)	121.5 (4.1%)	119.8 (1.4%) (1.1%)	130.7 (9.1%) (4.5%)	127.1 (-2.8%) (2.4%)	120.5 (-5.2%) (1.9%)	124.5 (2.5%)	117.6 (-2.4%) (-1.9%)	134.5 (14.4%) (2.9%)
콘텐츠임대업	116.3 (1.0%) (2.6%)	119.4 (2.7%) (3.0%)	116.2 (3.1%)	117.3 (-1.8%) (2.7%)	117.9 (0.5%) (2.4%)	120.4 (2.1%) (3.5%)	123.5 (2.6%) (3.4%)	119.8 (3.1%)	120.5 (-2.4%) (2.7%)	119.4 (-0.9%) (1.3%)
콘텐츠서비스업	151.0 (20.0%) (4.5%)	127.8 (-15.4%) (-2.4%)	134.3 (1.2%)	134.8 (5.5%) (1.6%)	136.6 (1.3%) (8.6%)	166.4 (21.9%) (10.2%)	144.4 (-13.2%) (13.0%)	145.5 (8.4%)	144.1 (-0.2%) (6.9%)	146.2 (1.5%) (7.1%)
오프라인 서비스업	143.7 (32.7%) (8.9%)	106.9 (-25.6%) (-10.0%)	120.9 (3.2%)	116.8 (9.3%) (-6.4%)	113.3 (-3.0%) (4.7%)	150.1 (32.5%) (4.5%)	123.3 (-17.9%) (15.3%)	125.9 (4.1%)	128.0 (3.8%) (9.6%)	127.6 (-0.4%) (12.6%)
온라인 서비스업	158.2 (10.4%) (0.7%)	148.6 (-6.1%) (3.9%)	147.6 (-0.3%)	152.8 (2.8%) (8.8%)	159.8 (4.6%) (11.5%)	182.7 (14.3%) (15.5%)	165.5 (-9.4%) (11.4%)	165.2 (11.9%)	160.2 (-3.2%) (4.8%)	164.9 (2.9%) (3.2%)
출판·영상·방송통신 및 정보서비스업**	118.7 (-0.1%) (2.4%)	131.2 (10.5%) (3.7%)	120.3 (2.2%)	116.6 (-11.1%) (3.8%)	122.8 (5.3%) (3.4%)	125.3 (2.0%) (5.6%)	137.6 (9.8%) (4.9%)	125.6 (4.4%)	121.6 (-11.6%) (4.3%)	127.5 (4.9%) (3.8%)
예술·스포츠 및 여가관련 서비스업***	123.8 (-0.5%) (1.2%)	120.8 (-2.4%) (4.6%)	118.0 (1.6%)	110 (-8.9%) (6.7%)	130.8 (18.9%) (5.1%)	130.9 (0.1%) (5.7%)	127.5 (-2.6%) (5.5%)	124.8 (5.8%)	116.5 (-8.6%) (5.9%)	136.2 (16.9%) (4.1%)
서비스업생산지수	135.8 (-0.8%) (4.1%)	142.8 (5.2%) (5.3%)	137.1 (5.9%)	139.6 (-2.2%) (5.1%)	144.5 (3.5%) (5.6%)	145.5 (0.7%) (7.1%)	150 (3.1%) (5.0%)	144.9 (5.7%)	145.6 (-2.9%) (4.3%)	148.8 (2.2%) (3.0%)

* 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

□ 분기별 : 콘텐츠산업 생산은 '09년 3분기까지 전분기대비 상승세가, '09년 4분기부터 '10년 4분기까지 등락을 보임. '11년 1분기에서 3분기까지 전분기대비 상승세가 유지되다가 '11년 4분기에 하락하였으나 '12년 2분기에는 상승세로 반전

- '09년 1분기에서 3분기까지 전분기대비 상승세가 4분기 들어 하락했으며, '10년 1분기부터 4분기까지 전분기대비 다소 큰 폭의 등락을 나타냄. '11년 1분기부터 3분기까지 전분기대비 1.4%, 2.6%, 8.5% 상승하다가 4분기 들어 전분기대비 하락했으나 '12년 2분기는 전분기대비 2.9% 상승
 - 전체 서비스업생산은 '09년의 상승세가 '10년 1분기부터 '11년 1분기까지 등락을 보였으며, '11년 2분기 이후 일부 하락을 나타냈지만 전반적인 상승 기조를 유지하였고 '12년 2분기는 전분기대비 2.2% 상승
 - 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업은 '09년 1분기에서 '11년 1분기까지 전분기대비 1분기 및 3분기 하락, 2분기 및 4분기 상승의 등락 패턴을 나타냄. '11년 2분기부터의 상승세가 '12년 1분기에 전분기대비 다소 큰 폭의 하락을 보였으나 '12년 2분기는 전분기대비 4.9% 상승
 - 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 '09년 3분기부터 '11년 1분기까지의 하락세가 '11년 2분기부터 상승세로 전환되었으며, '12년 2분기는 '12년 1분기의 다소 큰 폭의 하락에서 전분기대비 16.9% 큰 폭 상승

□ 가치사슬 단계별 : 전 분야의 콘텐츠산업 생산이 '12년 2분기 전년동기대비 증가했으며, '11년 1분기 이후 가치사슬별 성장편차 지속

- 콘텐츠제작업은 '12년 2분기 전년동기대비 12.5% 증가해 '11년 4분기 이후 가장 높은 성장세를 이어갔으며, 콘텐츠서비스업은 그 다음으로 7.1% 증가해 '11년 2분기 이후 비교적 높은 성장 지속
 - 콘텐츠서비스업에서 오프라인서비스업은 전년동기대비 12.6% 증가해 '11년 4분기 이후 온라인서비스에 비해 높은 성장
 - '12년 2분기는 거시적 측면에서 유럽재정위기 등 대외 불확실성 미해소가 지속되면서 국내 경기 하락에 대한 우려가 증폭됨에도 미시적 측면에서 산업패러다임의 스마트화에 따른 스마트폰, 태블릿PC 등 스마트기기 지속적 보급 확대 등으로 콘텐츠 수요 인프라가 안정적으로 구축됨으로써 스마트 게임 등 온라인 및 모바일 기술에 기반된 콘텐츠 수요확대가 콘텐츠 제작을

중심으로 공급증대 견인 전망. 향후 1) 유럽재정위기 등과 연계된 국내 경기 정체 및 하락여부 2) 미국, 중국, EU 등 주요 교역국가들의 양적완화 등을 통한 경기 진작여부 등 국내외 거시경제 상승이 가시화될 경우 대내외적으로 경쟁력을 보유한 스마트 콘텐츠 분야들을 중심으로 수요 및 생산 큰 폭 확대 전망

※ 금융위기 이후 '09년 3분기부터 '11년 4분기까지 경기상승이 이어지면서 콘텐츠 수요는 정보통신기술 등에 기반한 스마트 인프라 환경을 통해 온라인 및 모바일 분야를 중심으로 임대 및 직접구매 등 콘텐츠 소비패턴의 다양성 지속 및 확대. 향후 이러한 콘텐츠는 국내외 경기하락 등 대내외 불확실성이 가시화되더라도 경쟁력을 보유한 경우 수요위축 우려는 낮을 것으로 전망

- 콘텐츠제작업은 '10년 1분기에서 '11년 1분기까지 등락을 보이다가 '11년 2분기부터 전년동기대비 성장기조가 나타나고 있으며 '12년 2분기는 '11년 4분기의 하락세에서 전분기대비 1.7% 상승으로 반전
- 콘텐츠도매업은 '10년 3분기 이후 전반적인 성장세를 보이고 있으며, '12년 2분기는 전년동기대비 0.5% 증가했으나, 전분기대비 1.2% 하락
- 콘텐츠소매업은 '10년 3분기 이후 전년동기대비 증가세를 보이다가 '12년 1분기에 약간 감소했으나 '12년 2분기는 전년동기대비 2.9% 증가 및 전분기대비 14.4% 큰 폭 상승
- 콘텐츠임대업은 '10년 3분기 이후 전년동기대비 성장세를 보이고 있으며, '12년 2분기는 전년동기대비 1.3% 증가했으나 전분기대비는 0.9% 하락해 '12년 1분기에 이어 하락세
- 콘텐츠서비스업은 '09년 2분기 이후 등락기조가, '11년 1분기부터 다소 높은 성장세를 보이고 있으며 '12년 2분기 전년동기대비 7.1% 증가. '12년 2분기 오프라인서비스업은 전년동기대비 12.6% 증가했으나 전분기대비 0.4% 하락. 온라인서비스업은 전년동기대비 3.2% 증가, 전분기대비 2.9% 상승