

2012. 9.

# 월간 콘텐츠 시장동향



# Contents



## Section 1

### 콘텐츠 시장통계

01	출판	12
02	만화	21
03	음악	31
04	공연	44
05	게임	49
06	영화	58
07	애니메이션	65
08	캐릭터	73
09	방송	75
10	광고	84
11	지식정보	87

## Section 2

### 콘텐츠 통계 브리핑

#### ■ 국내편 ■

01	국제수지(음향영상서비스수지)의 현황과 추이분석	104
----	---------------------------	-----

#### ■ 해외편 ■

01	2011년 세계 엔터테인먼트&미디어산업과 국내현황 비교분석	108
02	세계 콘텐츠산업의 현황과 트렌드 변화	114



# 콘텐츠 시장통계





## <월간 콘텐츠 시장동향 9월호 - 8월의 시장동향 요약>

분야	8월 시장동향
출판	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소설, 에세이의 강세 / 신간도서 발행 부수 및 발행 종수의 급격한 감소                     <ul style="list-style-type: none"> <li>» 교보문고 베스트셀러 100위권에서 '소설' 24권, '시/에세이' 장르가 17권 진입</li> <li>» 8월 신간도서 발행부수 전년 대비 절반 이하(443만 권), 발행 종수는 -18.4%(3,939권)</li> </ul> </li> </ul>
만화	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 인기 웹툰의 단행본 판매 호조 / 만화 단행본 출간 종수 지속 하락                     <ul style="list-style-type: none"> <li>» 한국만화 단행본 판매량 상위 10위 중 웹툰을 단행본으로 출간한 만화가 8작품 차지</li> <li>» 8월 출간된 단행본은 257종으로 전월과 비슷하나 연간 누적 기준으로 139종 감소하며 집계 이래 최저치</li> </ul> </li> </ul>
음악	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '강남스타일' 신드롬의 폭발적 확산                     <ul style="list-style-type: none"> <li>» 싸이의 음원차트 점령 (가온차트 스트리밍, 다운로드, BGM, 벨소리 순위 모두 1위)</li> <li>» '강남스타일' 뮤직비디오가 2억 6000만 조회수 기록 (9월 24일 기준), 30개국 아이튠즈 차트 1위</li> </ul> </li> </ul>
공연	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ &lt;위키드&gt;, 20만 명 관람으로 뮤지컬 최다 관객 기록 경신                     <ul style="list-style-type: none"> <li>» 공연 시장 뮤지컬 강세 속 오리지널 캐스팅의 수준 높은 무대로 95% 유료객석 점유율, 270억원 매출 예상</li> </ul> </li> </ul>
게임	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '리그 오브 레전드'의 인기몰이와 RTS 장르의 상승세                     <ul style="list-style-type: none"> <li>» '리그 오브 레전드'의 1위 등극 및 이용시간 증가(10.5%)와 함께 RTS 장르의 점유율이 26.9%로 상승</li> </ul> </li> </ul>
영화	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 70.2%를 기록한 한국영화의 압도적인 8월 점유율                     <ul style="list-style-type: none"> <li>» 8월 한국영화 12편 개봉, 1,700만 명 동원으로 전체 관객의 70.2% 점유</li> <li>» 1~8월 누적 관객 점유율에서도 한국영화가 55.7%를 기록하며 외국영화 점유율(44.3%)을 앞섬</li> </ul> </li> </ul>
애니메이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전문채널에서 일본 애니메이션의 강세 속 국내제작 프로그램의 인기 증가                     <ul style="list-style-type: none"> <li>» '변신자동차 도봇', '와라 편의점', '안녕 자두야' 등 국내 제작 애니메이션들이 일본 애니메이션의 강세 속에서 선전</li> </ul> </li> </ul>
캐릭터	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 아동용 애니메이션 · TV프로그램의 파생 상품이 꾸준한 인기                     <ul style="list-style-type: none"> <li>» '변신자동차 에블루션 도봇X', '로보카폴리 변신로봇', '보로로 뉴베스트 자전거' 등이 스테디셀러로 판매량 상위</li> </ul> </li> </ul>
방송	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 5개월째 이어진 '넝쿨째 굴러온 당신'의 독주                     <ul style="list-style-type: none"> <li>» 4월부터 시청률 1위를 이어가고 있는 '넝쿨째 굴러온 당신'의 시청률이 계속 상승 (3월 30.2% -&gt; 8월 35.2%)</li> <li>» 채널별 평균 시청률 : KBS1(5.54%), KBS2(4.69%), SBS(4.64%), MBC(3.45%), EBS(0.71%), YTN(0.65%) 순</li> </ul> </li> </ul>
광고	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 상위 30개 업체의 노출형 광고 매출액 7월 대비 48억 원(8.05%) 감소                     <ul style="list-style-type: none"> <li>» 인터넷 노출형 광고 상위 30개 업체가 8월 유지한 광고 매출액은 7월 대비 48억 원 감소한 548억원</li> <li>» 3개 포털(네이버, 다음, 네이트)의 시장 점유율은 전월대비 0.3%p 하락한 76.2%기록(446억원)</li> </ul> </li> </ul>
지식정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '네이버'와 '다음'의 시장 주도 지속 / LTE 가입자 1,000만 명 돌파                     <ul style="list-style-type: none"> <li>» 상위 2개 포털이 검색 · 커뮤니티 · 이메일 서비스 이용시간의 75% 이상 점유</li> <li>» LTE 가입자 7월에만 157만 명 증가 및 8월 31일 부로 LTE 가입자 1,000만 명 돌파</li> </ul> </li> </ul>





### 출판시장 : 소설, 에세이의 강세 / 신간도서 발행 부수 및 발행 종수의 급격한 감소

- 8월에는 무더위에 지친 사람들이 편하게 읽을 수 있는 문학서가 대세였다. 소설 장르는 100위권 내에 24권이 포함되며 가장 높은 비중을 차지했다. 여름 휴가철과 올림픽 시즌을 맞아 스트레스를 날려줄 감성적인 소설과 여행 에세이가 강세를 보였다. e북 시장에서는 로맨스·추리·판타지 소설의 인기가 상승하며 여름이 장르소설의 계절임을 입증했으며, 여행·취미·에세이 등 다양한 전자책들이 주목을 받았다.
- 8월의 베스트셀러 순위에서는 저자의 영향력이 강하게 나타났다. ‘안철수의 생각’이 5주간 1위, ‘힐링’ 열풍을 주도한 헤민 스님의 밀리언셀러 ‘멈추면 비로소 보이는 것들’은 2위를 기록했다. 여행에세이 작가로 고정 독자를 확보하고 있는 이병률의 ‘바람이 분다 당신이 좋다’가 3위에 올랐고, 공지영의 르포르타주 ‘의자놀이’는 입소문과 SNS로 주목받으며 상승세이다.
- 8월 교보문고 e북 순위에서는 장르소설이 유난히 강세였다. 19금 콘텐츠에 대한 구매 접근성이 상대적으로 쉬운 전자책이라는 장점과 단말기 콘텐츠 중에서 종이책 대체재 가능성이 가장 높은 분야라는 특성 때문에, 장르소설은 창작과 유통 과정 모두 스마트 기기에 어울리는 디지털 문학이기 때문이다. 장르소설 이외에 베스트셀러 상위권에 오른 콘텐츠는 모두 종이책으로도 인기를 끌고 있는 도서라는 공통점이 있다.
- 교보문고 베스트셀러 100위를 분야별로 분류한 결과, 종이책 시장은 7월 대비 소설, 가정/생활, 어린이, 종교, 여행/기행 분야가 증가하는 대신 에세이와 경제/경영서, 정치/사회는 감소했고, e북 시장은 경제/경영서가 감소하고 더운 여름에 사람들이 가볍게 읽을 수 있는 장르소설의 인기가 급증했다.
- 신간도서의 발행 부수(대한출판문화협회 집계)와 발행 종수(출판유통진흥원 집계)는 모두 하향 곡선을 그리면서 경제 민감도가 높은 출판 시장의 어려움을 대변했다. 8월 신간도서의 발행 부수는 전년대비 절반 수준에 머물렀고, 발행 종수는 전년대비 18.4% 감소했다. 독자들의 소비심리를 예상하는 발행 부수는 전체적으로 급감하는 추세이다. 독자들의 선택지를 넓히려는 노력을 반영하는 발행 종수는 여름휴가와 올림픽 중계의 여파로 올해 들어 처음으로 전년 대비 마이너스를 기록했다.

### 만화시장 : 인기 웹툰의 단행본 판매 호조 / 만화 단행본 출간 종수 지속 하락

- 8월 한국만화 베스트셀러 순위에서는 네온비, 캐러멜 작가의 ‘다이어터’가 3개월 연속 1위에 올랐다. 웹툰은 한국만화 단행본 판매 상위 10위 중 8권을 순위권에 올리며 인기를 이어갔다.
- 8월 만화 단행본 출간 종수는 257종으로 전월과 비슷한 수준을 유지했다. 5월부터 8월까지 월간 출간 종수는 300종을 넘지 못했고, 1월부터 8월까지의 합계는 2,289종으로 전년 동기대비 139종이 줄어들며 집계 이래 최저치를 기록하고 있다. 올해의 출간 종수는 5,000종 이상을 기록했던 2002년에 비해 절반에도 미치지 못하는 수치이다.



- 국적별 만화 출간 현황에 따르면, 최근 4년간 6~8월에 국내에서 출간된 796종의 만화 중 한국작가의 작품은 240종으로 30.2%를, 일본작가의 작품은 544종으로 68.3%를 기록했다. 기타 국가 작가의 만화 단행본 출간은 12종(1.5%)으로 미미한 수준에 그치고 있다.
- 웹툰 서비스 이용통계(닐슨 코리안클릭 집계)에 따르면 <네이버 만화>는 8월 한 달간 670만 명의 순방문자수와 이용자 1인당 95분의 체류시간을, <다음 만화속세상>은 291만 명의 순방문자수와 47분의 체류시간을 기록했다. 네이버와 다음의 순방문자수는 7월 대비 각각 41만 명, 12만 명 감소한 것으로 나타났다.

### 음악시장 : ‘강남스타일’ 신드롬의 폭발적 확산

- 8월 가온 디지털 음악 종합차트에서는 <싸이6甲 Part 1>의 타이틀곡 ‘강남스타일’이 2위와 큰 차이로 1위에 올랐다. ‘강남스타일’은 스트리밍, 다운로드, BGM, 벨소리 순위에서도 모두 1위를 차지하는 기염을 토했다. 보아의 ‘Only One’이 18계단 상승해 2위를 기록했고, 7월 30일 발매된 여성 듀오 다비치의 싱글 ‘남자도 우나요’는 3위에 올랐다.
- 오프라인 앨범 차트에서는 8월 5일에 발매된 슈퍼주니어의 <‘SPY’ The 6th Album Repackage>가 약 10만 7천 장의 판매량을 기록하며 1위를 차지했다. 슈퍼주니어는 7월 <Sexy, Free & Single>에 이어 8월에도 1위에 오르며 오프라인 앨범 판매에서 두각을 보였다.
- K-POP 누적 조회수에서는 싸이의 ‘강남스타일’이 두 달여 만에 1억 건 이상의 조회수(9월 24일 기준 2억 6,000 만회)를 기록하여 단숨에 1위에 올랐다. 한국 뮤직비디오 사상 최단 기간에 최다 조회수를 달성한 싸이는 2012 MTV 비디오 뮤직 어워드에서 한국가수 최초로 참석했고, 미국의 유명 토크쇼와 라이브 무대에 등장하고, 30개국 의 아이튠즈 차트 1위에 오르는 등 팝의 본고장에서 새로운 역사를 써나가고 있다.
- 8월 음악 어플리케이션 이용 현황에 따르면, ‘멜론’이 146만 명으로 가장 많은 순이용자수를 기록했다. ‘네이버 뮤직’은 전월 대비 22% 줄어든 116만 명으로 2위에 올랐다. PC에서의 어플리케이션 이용은 계속 하락하는 추세를 보이고 있으며 이는 스마트폰 등 편의성 높은 모바일 기기의 이용이 급속히 늘어남에 따른 결과로 보인다.

### 공연시장 : <위키드>, 20만 명 관람으로 뮤지컬 최다 관객 기록 경신

- 8월 공연시장 종합 순위에서는 어린이 뮤지컬 ‘EBS 모여라 덩동맹 <번개맨의 비밀>’이 1위를 차지했다. 6월 9일 개막 이래 인기를 이어가고 있는 뮤지컬 <시카고>가 2위를 차지했고, 오리지널 팀이 내한한 뮤지컬 <위키드>가 3위로 그 뒤를 이었다. <위키드>는 8월말 기준으로 20만 명 이상이 관람하여 국내 공연 뮤지컬 가운데 최다 관객 기록을 경신했고, 95% 이상의 유료객석 점유율을 유지하며 270억의 매출액을 예상하고 있다.
- 연극 분야에서는 ‘옥탑방고양이(대학로)’가 4개월 연속 1위를 유지했다. 2010년 골든 티켓 어워드에서 작품상을 수상했던 장기공연작 ‘뉴보잉보잉 1탄’은 두 계단 상승한 2위에 올랐고, 아가사 크리스티의 단편 추리소설을 재구성한 ‘쥐뿔’은 3위를 차지했다.



- 콘서트 티켓 판매 순위에서는 ‘용감한 녀석들 콘서트’가 5.8%의 점유율로 1위에 올랐다. ‘2012 김동률 콘서트 ‘감사’ - 부산’은 3.4%의 점유율로 2위를 차지했다. 김동률의 대전, 성남, 서울 공연도 각각 4위, 8위, 10위에 올랐다. 3위는 일본의 대표적인 락 페스티벌 서머소닉과 연계하여 라인업을 구축한 ‘슈퍼! 소닉 2012’가 차지했다.
- 클래식/오페라 분야에서는 9월 8일 열리는 ‘2012 파크 콘서트 Piano Paradiso’가 10.8%의 점유율을 기록하며 1위에 올랐다. 지역 유망 신인 음악인에게 연주기회를 부여하는 ‘Summer New Artists Concert-대전’과 ‘마에스트로 정명훈과 안젤라 게오르규와 비토리오 그리골로의 <라보엠>’이 각각 3.2%와 2.5%의 점유율로 2위와 3위를 차지했다.
- 국악/무용 분야에서는 ‘경기도도립국악단 기획공연 <청소년 국악여행 - 우리음악 스킨십>’이 11.1%의 점유율로 1위를 차지했다. 성남아트센터에서 펼쳐지는 ‘2012 성남시립국악단 여름방학 특별공연 <가족과 함께 하는 소리여행>’이 2위에 올랐으며, ‘2012 선화예술학교 무용제가 6.0%로 3위를 차지했다.

### ☐ 게임시장 : ‘리그 오브 레전드’의 인기몰이와 RTS 장르의 상승세

- 8월 온라인게임 순위에서는 ‘리그 오브 레전드’의 이용시간이 7월 대비 10.5% 상승하며 1위를 차지했다. 7월 종합 순위 1위를 차지했던 ‘블레이드 & 소울’은 사용시간이 12% 감소하며 2위로 내려갔다. 게임하이에서 개발한 ‘서든어택’은 ‘디아블로 3’를 밀어내고 3위로 올라갔다. 7월과 마찬가지로 국내 개발사의 게임 14개가 TOP 20에 포함되었으며, 국내 개발사 게임의 사용시간은 3,660,243으로 59%의 점유율을 보였다.
- 온라인게임 장르별 현황에서는 ‘RPG’ 장르가 42.2%로 1위를 기록하였으나 점유율은 두 달 연속 하락했다. ‘블레이드 & 소울’과 ‘디아블로 3’의 점유율 하락이 원인으로 파악된다. 2위인 ‘RTS’(실시간전략게임)는 ‘리그 오브 레전드’와 ‘스타크래프트’의 선전에 힘입어 26.9%로 상승해, 한때 두 배 이상 차이가 벌어졌던 ‘RPG’와의 점유율 격차를 좁혔다. 전월 대비 1.3%p 상승한 ‘FPS’(1인칭슈팅게임)는 11.7%로 3위에 올랐다.
- 게임 제작사별 점유율에서는 ‘엔씨소프트’가 24.43%의 점유율로 7월에 이어 1위를 유지했다. ‘엔씨소프트’와 2위 ‘블리자드’의 점유율이 7월보다 각각 1.32%p, 3.66%p 감소한데 반해 ‘넥슨’은 0.94%p 증가하며 3위를 기록했다. ‘네오위즈게임즈’는 10.01%의 점유율로 4위를 차지했다. 웹보드게임 모두의 마블을 서비스한 ‘CJ E&M’은 전월대비 0.94%p 상승했다.
- 8월 게임 이용자 통계에 따르면, 온라인게임 순이용자는 ‘남자’ 658만 명과 ‘여자’ 424만 명으로 7월 통계와 비교했을 때 ‘남자 순이용자’는 14만 명 감소했고, ‘여자 순이용자’는 6만 명가량 증가했다. 연령별로는 ‘13~18세’가 평균이용시간을 제외한 순이용자, 도달률, 순이용자비중, 평균게임이용개수, 평균재방문일수에서 가장 높은 수치를 기록했다. 직업별 이용 행태에서는 ‘학생’이 순이용자수 및 도달률, 평균게임이용개수에서 가장 높은 것으로 나타났고, 가구소득별로는 ‘300만원~500만원’의 게임 순이용자수가 가장 많은 것으로 나타났다.





**영화시장 : 70.2%를 기록한 한국영화의 압도적인 8월 점유율**

- 8월 박스오피스 순위에서는 7월 25일 개봉한 <도둑들>이 관객수 853만 명(누적관객수 1,239만 명)을 동원하며 1위에 올랐다. 차태현이 처음으로 사극 코미디에 주연으로 출연한 <바람과 함께 사라지다>는 8월 8일 개봉 후 435만 명의 관객을 동원하며 2위를 기록했다.
- 8월 한국영화 점유율은 70.2%를 기록하며, 작년 8월 69% 기록에 이어 압도적인 점유율을 이어갔다. 8월에 개봉한 한국영화는 12편이었고, 관객 동원은 1,700만 명을 넘겼다.
- 1~8월까지의 연간 누적 박스오피스 매출액은 작년 같은 시기에 비해 약 1,319억 원(15.7%) 증가한 9,720억 원으로 집계되었다. 관객 수도 전년 동기 대비 약 2,153만 명(20.2%)이 증가한 1억 2,834만 명을 기록했다. 누적 관객 점유율은 한국영화가 55.7%를 기록하며 외국영화 점유율(44.3%)을 앞섰는데, 1~7월 누적 수치 대비 3.4%p가 상승하였으며, 전년 동기 한국영화(49.2%)의 점유율이 외국영화(50.8%)에 약간 뒤졌던 것과 비교하면 한국영화의 강세가 지속되고 있다.
- 연간 누적 기준으로 가장 높은 점유율을 기록한 배급사는 'CJ E&M'으로, 총 관객 2,556만 명으로 20.2%의 점유율을 기록했다. 하지만 'CJ E&M'은 100억 원 이상을 들인 블록버스터 <R2B: 리턴투베이스>가 113만 명 동원(8월 7위)에 그치며 전월대비 점유율이 하락했다.
- 연간 누적 상영유형별 관객점유율에서는 2D영화(디지털)가 82.9%, 아날로그 필름이 9.6%, 3D가 5.8%를 기록했고, 1~7월까지와 마찬가지로 IMAX와 4D는 1% 미만으로 나타났다. 2011년 한국 3D 영화 <7광구>의 흥행실패와 2D나 필름 영화 대비 3D 이상 영화의 비싼 극장요금 등의 이유로 3D영화 및 4D, IMAX 영화의 관객점유율은 급격히 줄어들었다.

**애니메이션시장 : 전문채널에서 일본 애니메이션의 강세 속 국내제작 프로그램의 인기 증가**

- 어린이/애니메이션 전문채널의 8월 방영 프로그램 중에서는 '명탐정 코난 극장판 - 칠혹의 추적자'가 0.78%로 가장 높은 시청률을 기록했다. '명탐정 코난 - 극장판 침묵의 15분'이 0.63%의 시청률로 2위에 올라 '명탐정 코난 시리즈'의 식지 않는 인기를 엿볼 수 있다. 장수 애니메이션 '짱구는 못말려 시리즈'는 3위를 차지한 '짱구는 못말려 12'를 비롯해 총 10편의 프로그램을 순위에 올렸고, '아따맘마 시리즈'도 6편이 순위를 차지한 것으로 나타났다.
- 시청률 상위 35개 프로그램 중 투니버스 제작의 '막 이래쇼 시리즈', '와라 편의점', '안녕 자두야'가 꾸준히 관심을 받고 있으며, 투니버스의 '마보이'와 '변신자동차 토봇 - 진화의 시작'이 새로 진입하며 7월에 비해 2개 늘어난 6개의 국내 어린이/애니메이션 프로그램이 순위를 차지했다.



- 어린이/애니메이션 전문채널의 평균 가구시청률에서는 ‘짱구는 못말려’, ‘명탐정 코난’, ‘아빠맘마’ 등을 방영하는 <투니버스>가 0.32%로 2위와 0.2%의 차이를 보이며 1위를 유지했다. ‘뽀롱뽀롱 뽀로로’, ‘꼬마버스 타요’ 등을 방영하는 <카툰네트워크>는 7월보다 0.034% 상승한 0.13%의 시청률을 기록하며 2위에 올랐고 ‘도라에몽’, ‘짱구는 못말려 극장판’ 등을 방영하는 <챔프>가 3위(0.12%)를 지켰다. 7월과 비교해 8월에는 전 채널의 시청률이 전체적으로 증가해 3개의 채널이 0.1%의 시청률을 넘긴 것으로 나타났다.
- 애니메이션 채널의 시간대별 평균 시청률을 분석한 결과 18~19시에 가장 높은 평균 시청률을 기록하는 것으로 나타났다. 연령별로 보면 4~9세는 아침(9시~10시)과 저녁(16시~20시) 사이의 시청률이 평균 3%를 넘는 반면, 다른 연령대는 점심시간인 12~13시와 오후 18~19시 사이에 비교적 높은 평균 시청률을 기록했다.
- 2012년 1월부터 9월 초까지 33편의 극장판 애니메이션이 개봉했다. 8월에 개봉한 애니메이션은 ‘새미의 어드벤처 2’와 ‘빌리와 용감한 녀석들 3D’로, ‘새미의 어드벤처 2’는 관객 140만명을 동원하며 나쁘지 않은 흥행성적을 거뒀다. 하지만 ‘빌리와 용감한 녀석들 3D’는 28만명 동원에 그쳤다. 두 애니메이션은 각각 벨기에와 독일 제작의 작품으로 눈길을 끌었다.

#### ■ 캐릭터시장 : 아동용 애니메이션 · TV프로그램의 파생 상품이 꾸준한 인기

- 8월 <G마켓> 캐릭터 상품 TOP 10을 살펴보면, ‘변신자동차 에블루션 또봇 X’, ‘로보카폴리 변신로봇’, ‘뽀로로 뉴베스트 자전거’, ‘리틀미미 가방집’ 등 스테디셀러라 할 수 있는 상품들이 꾸준히 사랑받고 있음을 알 수 있다. 아동용 애니메이션이나 TV 프로그램의 인기가 파생 상품 판매에 영향을 미치는 캐릭터 시장의 특성은 8월에도 지속되고 있다.
- <토이저리스>에서 발표한 8월 캐릭터 상품 순위에서는 남아완구에서 ‘파워레인저 캡틴포스 시리즈’와 ‘또봇 시리즈’가, 여아완구는 ‘미미 시리즈’가 상위권을 차지했다. 교육완구로는 ‘레고 시리즈’가 꾸준히 사랑받고 있고, 야외완구 중에서는 ‘스마트 트라이크’와 ‘돌핀클럽’에서 나온 완구들이 인기를 얻고 있다. 보드게임 분야에서는 호러 슈팅 보드게임 ‘아카데미과학 한밤의 유령사냥 2인용’이 1위를 차지했다.

#### ■ 방송시장 : 5개월째 이어진 ‘닝쿨재 굴러온 당신’의 독주

- 2012년 8월 채널유형별 평균 가구시청률에서는 지상파 채널이 21.42%(점유율 58.54%), 종합편성채널은 1.82%(점유율 4.97%), 유료채널(110개)이 11.81%(점유율 32.27%)를 기록했다. 7월 시청률(지상파 19.17%, 종합편성채널 1.71%, 유료채널 11.74%)과 비교하면 지상파 시청률이 비교적 많이 상승했고 중편 및 유료채널은 소폭 상승했다.
- 8월 채널별 가구시청률에서는 지상파 채널들의 전월대비 상승세가 두드러졌다. ‘KBS1’이 6.39%로 가장 높은 것으로 나타났고, 이어서 ‘KBS2’, ‘SBS’, ‘MBC’의 순으로 시청률이 높은 것으로 집계되었다. ‘EBS’를 비롯한 나머지 채널들은 시청률 1% 이하를 기록했으며, 종합편성채널 중에서는 ‘MBN’(0.62%)이 비교적 두각을 나타내고 있다.



- 8월 전체 프로그램 가구시청률에서는 KBS2 주말연속극 ‘녕쿨째 굴러온 당신’이 7월(34.7%)보다 높은 시청률 (35.2%)을 기록하며 5개월째 전체시청률 1위에 올랐다. ‘녕쿨째 굴러온 당신’은 3월 시청률 30.05%을 기록한 이래 매월 조금씩 시청률을 높여가고 있다. KBS1 일일연속극 ‘별도 달도 따줄게’가 25.4%로 2위를 기록했다(7월 22.8%). 뒤를 이어 KBS2 ‘개그콘서트’가 22.4%로 3위에, ‘KBS 9시뉴스’가 21.7%로 4위에 올랐다. KBS는 상위 10위 내에 7개의 프로그램을 포진시키며 강세를 나타냈다.
- 장르별 프로그램 시청률에서는 KBS2 주말연속극 ‘녕쿨째 굴러온 당신’이 드라마 부문에서 가장 높은 시청률을 보였고, 보도 부문에서는 시청률 21.7% (7월 19.3%)를 기록한 ‘KBS 9시 뉴스’가 1위를 기록했다. 예능 프로그램 중에선 KBS2의 ‘개그콘서트’가 22.4% (7월 19.61%)를, 시사교양 부문에서는 KBS1의 ‘러브 인 아시아’가 15.4% (7월 12.85%)를 기록하며 각각 1위를 차지했다.

**광고시장 : 상위 30개 업체의 노출형 광고 매출액 7월 대비 48억 원(8.05%) 감소**

- 8월 인터넷 노출형 광고 현황에서는 상위 30개 업체의 매출액이 548억 원을 기록한 것으로 집계되어 7월(596억 원) 대비 48억 원(8.05%) 감소했다. 3대 포털인 ‘네이버’, ‘다음’, ‘네이트’의 점유율 합계는 6, 7월에 비해 0.3%p 하락한 76.2%를 기록했다. 상위 3개 포털이 8월에 유치한 광고료는 446억 원으로 7월의 486억 원에 비해 40억 원 감소했으며, 상위 30개 매체의 광고비 매출 중 3개사가 차지하는 비율은 81.3%로 집계되었다.
- 8월 광고주별 인터넷 노출형 광고에서는 ‘삼성전자가 약 35억 원의 광고를 집행하며 점유율 6.0%로 7월에 이어 1위에 올랐다. 19억 원을 집행한 ‘넥슨’이 2위를 기록했고, ‘현대캐피탈’이 14억 원으로 3위에 올랐다. ‘넥슨’은 7월 31억 원을 집행하며 2위에 오른 데 이어 8월에도 두 번째로 많은 광고비를 집행한 것으로 나타났지만, 금액으로는 10억 이상 줄어든 수치를 기록했다.
- 8월 검색광고시장 광고주 수는 145,000개를 기록하며 144,000개를 기록했던 7월과 비교하여 큰 변동이 없었다. 매체별 점유율에서는 ‘네이버’가 35.7%로 1위를, ‘오버추어-네이버 공동집행’이 13.4%로 2위를 기록했고, ‘네이트’는 11.7%로 3위를 기록했다. 전월 대비 ‘네이버’의 점유율이 1.6%p 감소한 반면, ‘오버추어’는 1.8%p 증가했다. 전체적인 추이를 보면, ‘네이버’는 등락을 반복하며 조금씩 점유율을 높여가고 있고, 타 매체는 비슷한 점유율을 유지하고 있다. ‘네이트’는 1분기에 점유율이 하락하는 추세였지만 2분기 이후로는 안정세를 보이고 있다.



**지식정보시장 : ‘네이버’와 ‘다음’의 시장 주도 지속 / LTE 가입자 1,000만명 돌파**

- 8월 국내 인터넷 웹사이트 종합 순위(순방문자수 기준)에서는 ‘네이버’가 순방문자수 3,217만 명으로 1위에 올랐다. 네이버를 1번 이상 이용한 인터넷 이용자는 전체의 96%에 달했고, 월평균 6시간 13분의 체류시간을 기록했다.
- 8월 주요 서비스별 웹사이트 순위에서는 <검색 서비스> 및 <커뮤니티 서비스> 분야에서 ‘네이버’의 높은 점유율이 유지되었고, <이메일 서비스>에서의 ‘다음’의 강세 또한 변함이 없었다. 상위 2개 서비스(‘네이버’와 ‘다음’)의 시간점유율은 전체 검색 서비스의 93.83%, 커뮤니티 서비스의 92.69%, 이메일 서비스의 74.57%에 이르는 것으로 집계되었다.
- <엔터테인먼트 분야>에서는 ‘유튜브’의 이용 증가세가 돋보였다. ‘유튜브’는 전월대비 8.29% 증가한 1,008만 명의 순방문자수와 21.6분의 평균체류시간으로 엔터테인먼트 분야에서 23.79%의 시간점유율을 기록했다. <SNS/커뮤니티 분야>에서는 ‘티스토리(tistory.com)’가 2,000만 명이 넘는 순방문자수를 기록했지만 평균체류시간은 12.2분으로, 53.1분을 기록한 ‘페이스북’에 미치지 못했다. ‘페이스북’은 1,245만 명의 순방문자와 높은 체류시간을 기반으로 해당분야 32.04%의 시간점유율을 기록했다.
- 8월 인터넷 평균 이용시간은 7월(1,847분) 대비 4분(0.3%) 증가한 1,851분으로 나타났다. 연령별 구분에서 인터넷 이용시간이 가장 높은 집단은 ‘25~29세’로 8월 평균 2,531분(하루 평균 1시간 22분)을 이용한 것으로 집계되었다.
- 애플리케이션 이용 순위에서는 <멀티미디어 분야>에서 동영상 재생 프로그램인 ‘곰플레이어’의 이용자가 가장 많은 것으로 나타났다. ‘곰플레이어’는 순이용자수 1,336만 명으로 월평균이용시간은 575분(하루 19분)에 달하는 것으로 측정되었다. <P2P 분야>에서는 다양한 종류의 파일 공유에 애용되는 ‘uTorrent’의 이용자가 640만 명으로 가장 많았고, ‘N드라이브’, ‘유클라우드’, ‘다음 클라우드’ 등의 클라우드 서비스가 강세를 보였다.
- 모바일 애플리케이션(스마트폰 및 태블릿용) 순위에서는 JCE의 ‘물 더 스카이’가 아이폰과 아이패드에서 매출기준 1위를 차지했다. ‘물 더 스카이’는 5, 6월 1위 이후 7월에 잠시 2위를 기록했지만 다시 1위로 올라섰다. 7월에 1위에 올랐던 컴투스 모바일 소셜 게임 ‘타이니 팜’은 2위를 기록했다. 무료앱 중에서는 <플레이 스토어>에서 ‘애니팡’이 1위에 올랐고, <앱스토어>에서는 ‘카트라이더 러쉬’가 인기를 끌었다.
- 주요 방송통신서비스 가입자는 2012년 7월 말 기준으로 시내전화 1,842만 명, 이동전화 5,309만 명, IPTV 595만 명, 초고속인터넷 1,803만 명, 휴대인터넷(와이브로) 96만 명을 기록하고 있다.
- LTE 서비스의 주도권 확보를 위한 치열한 마케팅 경쟁이 벌어지고 있는 가운데, 6월 대비 SKT가 83만 명, KT가 37만 명, LG U+가 38만 명을 추가 확보하며 LTE 가입자는 7월에만 157만 명이 증가했다. 이에 따라 7월말 기준 LTE 가입자는 866만 명으로 집계되었다. 업계의 발표에 따르면 LTE 서비스 가입자는 8월 31일 부로 1000만 명을 돌파했다. 스마트폰의 보급과 LTE 서비스로의 빠른 전환을 통해 VOD 서비스 및 모바일 게임, 다양한 어플리케이션의 소비 여건이 급속히 개선되고 있다.





# 01 출판

8월의 베스트셀러 순위에서는 저자의 영향력이 강하게 나타났다. ‘안철수의 생각’이 5주간 1위, ‘힐링’ 열풍을 주도한 헤민 스님의 밀리언셀러 ‘멈추면 비로소 보이는 것들’은 2위를 기록했다. 여행에세이 작가로 고정 독자를 확보하고 있는 이병률의 ‘바람이 분다 당신이 좋다’가 3위에 올랐고, 공지영의 르포르타주 ‘의자놀이’는 입소문과 SNS로 주목받으며 상승세이다. 행복 골프 자습서를 표방한 ‘골프도 독학이 된다’는 니치 시장을 효과적으로 공략하며 5위에 올랐다. 출간 전부터 관능적 소재로 화제를 모은 ‘그레이의 50가지 그림자’는 7위로 주목을 받았으나, 19급 심의관정으로 서점의 주요 매대에서는 볼 수 없어 오프라인 판매에는 어려움을 겪을 것으로 예상된다. 그러나 전자책 판매량이 20~40대 여성층 중심으로 증가하고 있다.

스릴러를 가미한 소설 ‘빅픽처’는 여름철을 맞이하여 순위가 상승하며 누적 판매량 50만 부를 넘었다. 좋은 콘텐츠와 입소문이 스테디셀러로 자리잡은 대표적인 사례이다. 스타 토크강사이자 청춘 멘토로 활약하고 있는 유수연의 세 번째 에세이 ‘유수연의 독설’과 이정명 작가의 소설도 상승세이다. 2009년에 출간된 노희경의 에세이는 방송인의 추천, 2010년에 출간된 강세형의 에세이는 청춘 멘토 도서들과 나란히 자리잡으면서 다시 주목을 받았다. 8월에는 휴가, 올림픽, 방학 시즌을 맞이하여 취미, 스포츠, 여행, 자기계발 분야의 신간과 마음을 편안하게 해주는 에세이, 흥미진진한 소설로 재충전하려는 독자들의 움직임이 돋보였다.

## ▶ 교보문고 종합 베스트셀러 TOP 20 (8월)

순위	순위			도서명	저자	출판사	분야	출간일
	8월	7월	6월					
1	1	-	안철수의 생각	안철수	김영사	시/에세이	2012. 7.19.	
2	2	1	멈추면 비로소 보이는 것들	헤민 스님	쌤앤파크스	시/에세이	2012. 1.13.	
3	4	-	바람이 분다 당신이 좋다	이병률	달	여행/기행	2012. 7. 1.	
4	3	5	내가 알고 있는걸 당신도 알게 된다면	칼 필레머	토네이도	자기계발	2012. 5.12.	
5	65	-	골프도 독학이 된다	김현	양문	취미/스포츠	2012. 7. 6.	
6	5	10	아프니까 청춘이다	김난도	쌤앤파크스	시/에세이	2010.12.24.	
7	-	-	그레이의 50가지 그림자. 1	E. L. 제임스	시공사	소설	2012. 8. 7.	
8	-	-	의자놀이	공지영	휴머니스트	정치/사회	2012.8.16.	
9	9	11	빅 픽처	더글라스 케네디	밝은세상	소설	2010. 6.10.	
10	26	-	스마트한 생각들	롤로 도벨리	걷는나무	자기계발	2012. 6.28.	
11	6	2	달팽이가 느려도 늦지 않다	정목 스님	공감	시/에세이	2012. 5.15.	
12	7	8	어떻게 원하는 것을 얻는가	스튜어트 다이아몬드	8.0	자기계발	2011.11.30.	
13	8	-	콰이어트	수전 케인	알에이치코리아	자기계발	2012. 6.30.	
14	10	4	스님의 주례사	법륜	휴	종교	2010. 9.13.	
15	14	19	무지개 꽃의 찻집	모리사와 아키오	샘터	소설	2012. 5.29.	
16	13	156	삶이 자꾸 아프다고 말할 때	김재진	시와	시/에세이	2012. 7. 2.	
17	85	-	유수연의 독설	유수연	위즈덤하우스	자기계발	2012. 7.16.	
18	22	-	별을 스치는 바람. 1	이정명	은행나무	소설	2012. 7.11.	
19	101	-	지금 사랑하지 않는 자 모두 유죄	노희경	헤르메스미디어	시/에세이	2008.12.16.	
20	66	95	나는 아직 어른이 되려면 멀었다	강세형	김영사	시/에세이	2010. 7.15.	

- 01 출판
- 02 만화
- 03 음악
- 04 공연
- 05 게임
- 06 영화
- 07 애니메이션
- 08 캐릭터
- 09 방송
- 10 광고
- 11 지식정보





교보문고 e북 순위에서는 사랑과 성에 대한 심리학 인문서 ‘섹스의 재발견 벗겨봐’가 지난달에 이어 1위를 유지했다. 8월은 장르소설이 유난히 강세였다. 19금 콘텐츠에 대한 구매 접근성이 상대적으로 쉬운 전자책이라는 장점과 단말기 콘텐츠 중에서 종이책 대체재 가능성이 가장 높은 분야라는 특성 때문에, 장르소설은 창작과 유통 과정 모두 스마트 기기에 어울리는 디지털 문학이기 때문이다. 장르소설 이외에 베스트셀러 상위권에 오른 콘텐츠는 모두 종이책으로도 인기를 끌고 있는 도서라는 공통점이 있다. 공지영의 기록문학이 10위에 올랐고, 고난을 이겨낸 인생 이야기를 다룬 은지성의 자기계발서는 12위에 올랐으며, 이병률과 안상현, 윤선현의 에세이 및 실용서들은 종이책과 마찬가지로 전자책도 인기를 끌고 있다.

e북 순위 20위권에서는 7권을 제외하고는 모두 장르문학 또는 순수문학이었으며, 3개월 이상 순위권에 머문 도서도 1/4을 차지하는 등 전자책에서도 작가 지명도와 스테디셀러 영향력이 조금씩 커지고 있다. 8월에는 정치, 경제, 시사적인 콘텐츠보다는 편안한 시간을 함께할 장르소설과 욕망과 심리학, 실용과 자기계발에 관한 책들이 많이 소비되었다.

▶ 교보문고 e-Book 베스트셀러 TOP 20 (8월)

순위	순위			도서명	저자	출판사	가격	분야	출간일
	8월	7월	6월						
1	1	8	섹스의 재발견 벗겨봐	조명준	모아북스	6,900원	인문	2012. 5.25.	
2	12	-	전설의 그 사나이	유지니	퍼플	3,500원	장르소설	2012. 7.16.	
3	3	6	내가 알고 있는걸 당신도 알게 된다면	칼 필레머	토네이도	9,800원	자기계발	2012. 4.30.	
4	81	-	독감(19금)	이서윤	디키스토리	3,500원	장르소설	2012. 7.23.	
5	7	-	지독한 욕망	조아	디키스토리	3,500원	장르소설	2012. 7. 9.	
6	13	-	서른, 빛나는 열애(19금)	서향	퍼플	3,500원	장르소설	2012. 7.10.	
7	9	5	FBI 행동의 심리학	조 내버로	리더스북	7,000원	자기계발	2012. 1.18.	
8	71	-	크리스마스의 남자	정경윤	가하	4,000원	장르소설	2012. 7.17.	
9	-	-	이중인격 바로잡기	백선로드	동아	3,500원	장르소설	2012. 8. 1.	
10	-	-	의자놀이	공지영	휴머니스트	8,400원	사회/정치/법	2012. 8.14.	
11	86	-	사로잡아봐! [개정판]	홍차	디키스토리	3,500원	장르소설	2012. 7.16.	
12	23	-	생각대로 살지 않으면 사는 대로 생각하게 된다	은지성	황소북스	8,200원	자기계발	2012. 7.12.	
13	41	-	바람이 분다 당신이 좋다	이병률	달	8,280원	여행/취미	2012. 7.12.	
14	14	-	솔직 대답하게	이정희	동아	2,500원	장르소설	2012. 7. 3.	
15	21	12	빅 픽처	더글라스 케네디	밝은세상	7,000원	소설	2010.12.16.	
16	5	-	인문학 공부법	안상현	북포스	9,000원	인문	2012. 6.22.	
17	4	30	어디선가 나를 찾는 전화벨이 울리고	신경숙	문학동네	6,900원	소설	2012. 5.24.	
18	6	1	하루 15분 정리의 힘	윤선현	위즈덤하우스	9,660원	자기계발	2012. 4. 5.	
19	-	-	비밀의 궁 2	진이현	라떼북	2,000원	장르소설	2012. 8. 3.	
20	11	-	나쁜남자 2	박각희	디키스토리	3,500원	장르소설	2012. 6.15.	

\* 출처: 인터넷 교보문고 (<http://digital.kyobobook.co.kr>), 2012년 7월 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

교보문고 베스트셀러 100위를 분야별로 분류한 결과, 종이책 시장은 7월 대비 소설, 가정/생활, 어린이, 종교, 여행/기행 분야가 증가하는 대신 에세이와 경제/경영서, 정치/사회는 감소했고, e북 시장은 경제/경영서가 감소하고 더운 여름에 사람들이 가볍게 읽을 수 있는 장르소설의 인기가 급증했다.

8월에는 무더위에 지친 사람들이 편하게 읽을 수 있는 문학서가 대세였다. 소설 장르는 100위권 내에 24권이 포함되며 가장 높은 비중을 차지했다. 여름 휴가철과 올림픽 시즌을 맞아 스트레스를 날려줄 감성적인 소설과 여행 에세이가 강세를 보였다. e북 시장에서는 로맨스·추리·판타지 소설의 인기가 상승하며 여름이 장르소설의 계절임을 입증했으며, 여행·취미·에세이 등 다양한 전자책들이 주목을 받았다.

02 만화

03 음악

▶▶ 교보문고 종합 베스트셀러 100위 분야별 분포 (2012. 4. ~ 2012. 8.)

순위	분야	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
1	소설	20	20	18	21	24
2	시/에세이	16	19	18	21	17
3	자기계발	19	20	20	15	15
4	인문	11	7	7	7	8
5	외국어	7	5	14	8	7
6	경제/경영	13	10	6	8	6
7	가정/생활	3	4	3	2	5
8	어린이	2	3	2	3	4
9	정치/사회	3	4	2	5	3
10	만화	2	4	4	3	3
11	종교	3	1	3	1	2
12	여행/기행	0	0	1	0	2
-	기타	1	1	0	2	4

\* 기타(2012.8): 취미/스포츠(1), 요리(1), 건강(1), 역사/문화(1)

\* 출처: 교보문고. 한국콘텐츠진흥원 재구성

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

▶▶ 교보문고 e-Book 베스트셀러 100위 분야별 분포 (2012. 4. ~ 2012. 8.)

순위	분야	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
1	장르소설	67	65	54	66	73
2	자기계발	16	17	18	14	11
3	소설	9	7	13	7	5
4	인문	2	3	5	3	3
5	경제경영	3	5	7	4	2
-	기타	3	3	3	6	6

\* 기타(2012.8): 여행/취미(2), 시/에세이(2), 사회/정치/법(1) 역사/풍속/신화(1)

\* 출처: 교보문고. 한국콘텐츠진흥원 재구성

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01  
출판

02  
만화

03  
음악

04  
공연

05  
게임

06  
영화

07  
애니  
메이션

08  
캐릭터

09  
방송

10  
광고

11  
지식  
정보

8월 서비스업체별 e북 판매 순위에서는 마켓별로 순위권 도서의 특성이 다르게 나타났다. <T스토어>는 전자책의 다양화를 위해 연재소설을 시도하고 있는 이유로 10위 내 모든 책이 장르소설이었으며, 고정작가 팬들이 늘어나면서 세트 판매도 활성화되고 있다. <리디북스>와 <올레e북>은 활발한 마케팅을 선보이면서 순위권에 분야별 다양성이 돋보였다.

‘안철수의 생각’이 <리디북스>와 <올레e북>에서 모두 1위에 올랐다. 종이책의 초기 판매량 급증으로 일부 서점에 배본이 늦어지고 언론에 100회 이상 노출되면서 전자책 구매도 증가하였다. <리디북스>에서는 공지영 기록문학과 게이그의 소설, 형거 게임 등이 상위권에 올랐고, <올레e북>은 ‘그레이의 50가지 그림자’와 안철수 관련 책, 베르나르 베르베르의 소설 등이 인기를 끌고 있다. 8월에는 문학과 자기계발서, 경제경영서가 강세인 가운데, 대중적 영향력이 있는 문학서가 꾸준히 상위권을 유지했다.

### ▶ 서비스업체별 e-Book 판매 TOP 10 (8월)

#### 1. 리디북스

순위	변동	도서명	저자	출판사	분야	가격
1	New	안철수의 생각	안철수	김영사	에세이/시	8,190
2	▽1	어떻게 원하는 것을 얻는가	스튜어트 다이아몬드	8.0	자기계발	9,800
3	New	의자놀이	공지영	휴머니스트	인문/사회/역사	8,400
4	New	매스커레이드 호텔	히가시노 게이그	현대문학	소설	10,000
5	▽2	내가 알고 있는걸 당신도 알게 된다면	칼 필레머	토네이도	자기계발	9,800
6	△2	형거게임 세트 (전 3권)	수잔 콜린스	북폴리오	소설	16,800
7	-	결혼하기 전에 한번 읽어보자 2	서홍익	스카이북	한국소설	3,600
8	New	데일 카네기의 자기관리론	데일 카네기	더클래식	자기계발	3,000
9	▽4	백설공주에게 죽음을	넬레 노이하우스	북로드	소설	8,400
10	▽4	스티브 잡스	월터 아이작슨	민음사	경영/경제	18,000

\* 2012. 9. 10. 기준 / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임

\* 출처: 리디북스(www.ridibooks.com)

#### 2. T스토어

순위	변동	도서명	저자	출판사	분야	가격
1	New	당신을 향한 내 심장의 온도, 템퍼링	공호	로맨스토리	장르소설	3,500
2	New	요부	류찬	로맨스토리	장르소설	3,500
3	New	당신의 아내가 되어 드릴게요	조효은	로맨스토리	장르소설	3,000
4	New	그 녀석은 에고이스트[세트]	마승리	로맨스토리	장르소설	6,300
5	New	단장지애	서미선	(주)신영미디어	장르소설	4,000
6	New	보스의 남자	지온에서온아내	한국이퍼브	장르소설	3,000
7	New	전장의 마에스트로[세트]	산초	로크미디어	장르소설	66,240
8	New	절정의 그림자	정진하	로맨스토리	장르소설	3,500
9	New	사신전설[세트]	K. 석우	어울림출판사	장르소설	43,200
10	New	무당신선[세트]	북미혼	영상노트	장르소설	31,680

\* 2012. 9. 10. 일일 다운로드 기준 / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임

\* 출처: T스토어(www.tstore.co.kr)



01  
출판

02  
만화

03  
음악

04  
공연

05  
게임

06  
영화

07  
애니  
메이션

08  
캐릭터

09  
방송

10  
광고

11  
지식  
정보

### 3. 올레e북

순위	변동	도서명	저자	출판사	분야	가격
1	New	안철수의 생각	안철수	김영사	문학	8,190
2	New	그레이의 50가지 그림자(합본)	E.L. 제임스	시공사	문학	15,120
3	New	내가 알고 있는 걸 당신도 알게 된다면	칼 필레머	토네이도	자기계발	9,800
4	△5	하루 15분 정리의 힘	윤선현	위즈덤하우스	자기계발	9,660
5	▽3	웃음 1,2권 세트	베르나르 베르베르	열린책들	문학	12,600
6	New	안철수 He Story	윤선현	(주)웅진씽크빅	문학	6,860
7	New	상대방을 사로잡는 대화의 기술	박신애	김앤정커뮤니케이션	자기계발	1,000
8	New	의자놀이	공지영	휴머니스트	인문/사회/역사	8,400
9	▽5	FBI 행동의 심리학	조 내버로, 마빈 칼린스	(주)웅진씽크빅	자기계발	6,300
10	New	빅 픽처	더글라스 케네디	밝은세상	문학	7,000

\* 2012. 9. 10. 기준 (최근 1개월) / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임

\* 출처: 올레e북(www.ebook.olleh.com)



8월의 앱북 동향을 살펴보면, 애플 앱스토어에서 정갑영 교수의 ‘만화로 읽는 경제학’ 시리즈가 수위를 차지하며 높은 판매량을 기록했다. 아이폰에서는 김정운 교수의 자기계발서와 연애 실용서, 종교서, 그래픽 노벨 ‘와쳐’ 시리즈, ‘마법천자문’ 시리즈가 인기를 얻었고, 아이패드에서는 아동용 앱과 라디오 시사 프로그램의 한 코너를 엮은 ‘상식원정대’ 등이 많이 다운로드 되었다. 구글 플레이에서는 어학 관련 사전과 학습 및 종교 콘텐츠의 순위가 높았다. 특히 9월에 ‘도서’ 카테고리를 별도로 신설하여 아시아 최초로 전자책 시장을 오픈함으로써 전자책 시장 활성화의 계기가 될 것으로 기대하고 있다.

▶ 도서분야 유료 앱(APP) TOP 10 (8월)

순위	앱스토어 (아이폰)	앱스토어 (아이패드)	구글 플레이
1	new 만화로 읽는 경제학3-정갑영 교수의 만화로 읽는 알콩달콩 경제학 3권	new 만화로 읽는 경제학3-정갑영 교수의 만화로 읽는 알콩달콩 경제학 3권	△7 갓피플 성경
2	new 매력남 스티찍기! v02	new 만화로 읽는 경제학1-정갑영 교수의 만화로 읽는 알콩달콩 경제학 1권	new 친일인명사전
3	new 만화로 읽는 경제학2-정갑영 교수의 만화로 읽는 알콩달콩 경제학 1권	- 갓피플성경	▽1 훌리바이블
4	- 갓피플성경	new 만화로 읽는 경제학2-정갑영 교수의 만화로 읽는 알콩달콩 경제학 2권	△1 DioDict 3 ENG-KOR Dictionary
5	new 김정운의 남자의 물건	new 오즈의 마법사 - oz for iPad	△9 디오딕3 한자 사전
6	new 와쳐 IF3	new Princess Dress-Up: My Sticker Book	△4 Lifove 개역개정
7	new 만화로 읽는 경제학2-정갑영 교수의 만화로 읽는 알콩달콩 경제학 2권	new NIV한영(개역개정판) 성경찬송가	△8 DioDict 3 JPN-KOR Dictionary
8	new 김정운의 남자에게	▽5 디렉스성경찬송	△9 Mobile Bible by Korean BS
9	▽3 NIV한영(개역개정판) 성경찬송가	new PINOCCHIO: HelloStory	▽6 디렉스 성경찬송
10	new 마법천자문 TV애니메이션 1	new 상식원정대	▽4 에셀한영성경-Essel Bible

\* 아이폰/아이패드는 매출 기준, 안드로이드는 판매량 기준 / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임  
 \* 출처: App Annie (www.appannie.com), 9월 11일 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보





신간도서의 발행 부수(대한출판문화협회 집계)와 발행 종수(출판유통진흥원 집계)는 모두 하향 곡선을 그리면서 경제 민감도가 높은 출판 시장의 어려움을 대변했다. 8월 신간도서의 발행 부수는 전년대비 절반 수준에 머물렀고, 발행 종수는 전년대비 18.4% 감소했다. 독자들의 소비심리를 예상하는 발행 부수는 전체적으로 급감하는 추세이다. 독자들의 선택지를 넓히려는 노력을 반영하는 발행 종수는 여름휴가와 올림픽 중계의 여파로 올해 들어 처음으로 전년 대비 마이너스를 기록했다.

▶ 신간도서 발행 현황

1. 신간도서(종이책) 발행 부수 (2010. 6. ~ 2012. 8.)

분야	2010. 6.	2010. 7.	2010. 8.	2011. 6.	2011. 7.	2011. 8.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
총류	101,990	133,287	134,827	61,400	101,100	128,024	58,370	96,500	133,642
철학	139,144	167,937	197,223	161,546	172,247	183,130	171,391	171,353	218,799
종교	288,600	418,450	238,700	313,475	303,500	302,700	229,110	152,400	151,750
사회과학	684,625	819,084	1,053,226	682,551	747,865	832,917	634,850	564,742	595,105
순수과학	40,930	55,697	58,570	72,150	83,500	61,682	29,200	65,100	40,018
기술과학	255,545	358,530	465,577	327,595	365,066	468,720	299,250	317,250	248,656
예술	206,597	208,884	176,055	185,230	168,750	168,385	140,020	123,800	145,875
언어	549,901	314,288	315,246	194,626	183,505	177,251	115,530	70,530	173,525
문학	1,505,152	1,761,426	1,460,689	1,427,690	1,469,294	1,327,933	1,101,090	1,015,458	709,430
역사	170,124	198,860	156,751	157,232	238,649	155,500	146,600	140,700	114,200
학습참고	2,728,478	1,087,000	1,180,000	1,284,700	1,271,111	877,500	1,005,662	354,800	480,500
아동	2,606,482	1,858,843	1,774,280	3,733,216	4,308,080	3,349,922	2,379,604	1,845,388	1,037,926
만화	875,670	831,980	772,480	809,076	763,932	850,151	648,410	243,960	380,190
총계	10,153,238	8,214,266	7,983,624	9,410,487	10,176,599	8,883,815	6,959,087	5,161,981	4,429,616

\* 출처: 대한출판문화협회

2. 신간도서(종이책) 발행 종수 추이 (2009. 1. ~ 2012. 8.)

	2009		2010		2011		2012		전년대비
1월	7,044	1월	6,566	1월	5,789	1월	6,117	5.7%	
2월	5,879	2월	5,361	2월	4,683	2월	5,387	15.0%	
3월	5,827	3월	5,810	3월	5,217	3월	5,494	5.3%	
4월	4,779	4월	4,749	4월	4,004	4월	4,415	10.3%	
5월	4,130	5월	4,804	5월	4,016	5월	4,729	17.8%	
6월	4,681	6월	4,971	6월	4,025	6월	4,021	0.0%	
7월	4,838	7월	4,659	7월	4,059	7월	4,305	6.1%	
8월	5,162	8월	4,764	8월	4,829	8월	3,939	-18.4%	
9월	5,139	9월	3,861	9월	3,917	-	-	-	
10월	4,248	10월	4,050	10월	4,195	-	-	-	
11월	4,872	11월	4,728	11월	4,688	-	-	-	
12월	5,893	12월	5,572	12월	5,024	-	-	-	
연간	62,492	연간	59,895	연간	54,446	-	-	-	

\* 출처: 출판유통진흥원 (주요 도매상 및 중소형서점 입고도서 발행일 기준)



신간도서 발행 종수는 분야별로 큰 차이를 보이고 있다. 특히 EBS 교재의 영향으로 학습참고서 시장의 위기감이 커지면서 눈에 띄는 감소폭을 보였다. 8월에는 사회과학의 종수는 증가했으나, 아동과 문학 분야의 신간 발행 의욕 저하가 두드러졌다. 신간도서(종이책)는 문학, 사회과학, 아동, 만화, 기술과학, 철학 순으로 발행 종수가 많은 것으로 집계되었다. 8월 신간도서의 평균 가격은 부수 감소가 두드러지는 학습참고서와 예술 등의 영향으로 전년 대비 5% 정도 상승한 14,483원으로 나타났다.

**3. 신간도서(종이책) 분야별 발행 종수 (2010. 6. ~ 2012. 8.)**

분야	2010. 6.	2010. 7.	2010. 8.	2011. 6.	2011. 7.	2011. 8.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
총류	55	60	72	42	53	67	34	27	52
철학	86	88	120	96	107	105	107	82	87
종교	169	138	160	187	142	170	126	75	79
사회과학	414	431	708	439	475	630	357	311	378
순수과학	30	36	51	46	39	45	17	34	31
기술과학	176	221	379	214	234	333	192	131	160
예술	153	154	130	119	104	122	85	68	82
언어	146	153	158	108	111	126	74	49	80
문학	753	806	726	765	784	712	567	426	389
역사	86	104	96	87	117	96	85	77	73
학습참고	322	150	128	199	178	121	102	37	21
아동	823	535	577	942	734	771	518	484	282
만화	500	423	436	523	561	649	449	215	267
총계	3,713	3,299	3,741	3,767	3,639	3,947	2,713	2,016	1,981

\* 출처: 대한출판문화협회 (납본 기준 수치이므로 최근 발간 서적은 향후 집계량이 늘어날 수 있음)

**4. 신간도서(종이책) 분야별 가격 (2010. 6. ~ 2012. 8.)**

분야	2010. 6.	2010. 7.	2010. 8.	2011. 6.	2011. 7.	2011. 8.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
총류	20,224	16,607	19,040	22,376	17,108	19,128	19,400	16,648	18,150
철학	16,050	15,963	15,162	17,302	19,731	17,822	17,961	15,451	16,774
종교	11,747	13,857	13,775	12,364	13,737	14,563	14,663	13,156	15,206
사회과학	18,242	16,845	19,467	19,494	18,019	22,095	19,167	16,039	19,037
순수과학	23,600	17,494	19,635	20,413	20,038	24,047	30,529	17,868	20,181
기술과학	20,427	18,365	20,785	20,989	19,961	20,560	19,127	20,308	20,959
예술	18,967	14,679	17,476	17,829	17,338	18,875	21,816	16,965	24,441
언어	12,092	14,050	17,369	18,920	14,329	15,604	33,801	15,141	16,754
문학	10,204	10,928	10,585	11,431	10,920	10,840	11,322	11,339	11,634
역사	21,552	16,930	19,597	19,856	17,244	20,371	19,095	18,232	20,327
학습참고	8,702	8,632	7,429	10,078	11,113	9,672	12,128	10,230	13,424
아동	9,240	9,787	8,850	10,211	11,146	11,078	10,199	10,499	10,804
만화	4,148	4,327	4,246	4,480	4,616	4,586	4,664	4,497	4,605
총계	11,586	12,004	13,511	12,611	12,559	13,708	13,445	12,657	14,483

\* 출처: 대한출판문화협회 (www.kpa21.or.kr)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보





01 출판

전자출판물 인증건수(한국전자출판협회 집계)는 학술논문의 등록 단위가 대량화되면서 시기별 변동폭이 큰 편이다. 2012년 8월 평월 수준보다 증가한 3천 5백 건 정도로 집계되었다. 지난해와 비교하면 6~8월의 인증건수는 증가하고 있는 추세이다. 8월에는 문학 분야가 급증하고 사회과학이 증가하였다.

02 만화

8월 정기간행물 현황(문화체육관광부 집계)은 13,854종이 등록되어 있는데, 이 중 월간지가 4,380종, 인터넷신문이 3,622종, 주간지가 2,792종으로 집계되었다. 정기간행물의 등록 건수는 지속적으로 증가세를 보였으나 8월에는 올해 처음으로 감소폭을 보였다. 경기 불황은 간기가 짧은 주간지에서부터 나타나는 편인데, 실제로 하반기가 시작된 지난달부터 주간지의 등록이 감소하고 있다. 반면 계간지와 월간지, 인터넷신문은 여전히 증가하는 추세이다.

03 음악

▶▶ 전자출판물 / 정기간행물 현황

04 공연

1. 전자출판물 분야별 인증건수 (2010. 6. ~ 2012. 8.)

분야	2010. 6.	2010. 7.	2010. 8.	2011. 6.	2011. 7.	2011. 8.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
총류	462	777	982	558	540	3	1,106	297	306
철학	56	152	56	4	3	18	1,088	4	6
종교	5,970	1,393	4946	2	3	10	1,494	10	0
사회과학	4,134	4,656	4785	32	7	163	12,771	6	121
순수과학	962	386	1392	0	11	1	2,601	7	0
기술과학	2,916	4,418	5281	305	18	119	23,066	55	2
예술	1,352	1,991	330	1,184	115	49	4,516	794	338
언어	110	168	82	269	219	325	2,034	17	17
문학	4,864	4,243	2018	1,784	166	19	3,727	750	2773
역사	1,620	1,290	676	16	13	3	2,227	0	6
총계	22,446	19,474	20,548	4,154	1,095	710	54,630	1,940	3,569

\* 출처: 한국전자출판협회 (www.kepa.or.kr)

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

2. 정기간행물 등록 현황 (2007 ~ 2012. 8.)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
일간신문	281	275	237	673	615	608	612	613	616	612
통신	3	3	4	5	12	16	16	16	16	16
기타일간	360	331	419	4	73	81	82	82	78	79
주간	2,887	2,788	2,653	2,868	2,891	2,814	2,833	2,849	2,818	2,792
월간	3,257	3,243	5,257	3,936	4,209	4,253	4,305	4,330	4,351	4,380
격월간	453	435	670	542	584	595	603	605	605	604
계간	986	973	1,514	1,161	1,266	1,290	1,297	1,306	1,317	1,325
연2회	325	322	509	408	425	413	418	374	422	424
인터넷 신문	927	1,282	1,698	2,484	3,193	3,450	3,521	3,599	3,656	3,622
합계	9,479	9,652	12,961	12,081	13,268	13,520	13,687	13,774	13,879	13,854

\* 출처: 문화체육관광부 (2012. 8. 31. 기준)

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

# 02 만화

8월 한국만화 베스트셀러 순위에서는 네온비, 캐러멜 작가의 '다이어터'가 3개월 연속 1위를 차지했다. 게임 개발업체에서 근무하는 남편과의 결혼생활을 섬세하게 풀어내 많은 이들의 공감을 얻고 있는 '어쿠스틱 라이프'가 2위에, 허영만의 '각시탈'이 3위에 올랐다. 일기형 웹툰으로 큰 인기를 모았던 '마린블루스'의 작가 정철연의 신작 '마조 앤 새디'와 밀리언셀러 만화 '오디션'으로 유명한 천계영 작가의 '드레스 코드'는 각각 4, 5위로 새롭게 이름을 올렸다. 아이돌 그룹 비스트가 초능력을 가지고 인류를 구한다는 내용의 '더 비스트'는 한류 아이돌 스타의 상품성과 스토리텔링을 만화로 녹여낸 K코믹스의 첫 사례로, 이틀 만에 1쇄가 매진되는 등 인기를 얻고 있다.

외국만화 순위에서는 현재 76편까지 출간된 '명탐정 코난'이 1위에 올랐다. 일본에서 단행본 판매 2억 부를 돌파한 '원피스'는 2위를, 현지에서 드라마로도 제작된 바 있는 '신의 물방울'이 3위를 차지했다.

## 출판만화 베스트셀러 TOP 10

### 1. 한국만화 베스트셀러 (8월)

순위	도서명	작가	출판사	장르	출간일
1	다이어터	네온비 글, 캐러멜 그림	중앙북스	웹툰/카툰에세이	2012.07.13.
2	어쿠스틱 라이프	난다 글/그림	애니북스	웹툰/카툰에세이	2012.08.08.
3	각시탈	허영만 글/그림	거북이북스	액션/무협만화	2012.06.15.
4	마조 앤 새디(MAJO & SADY)	정철연 글/그림	예담	웹툰/카툰에세이	2012.08.30.
5	드레스 코드	천계영 글/그림	예담	웹툰/카툰에세이	2012.07.17.
6	파페포포 기다려	심승연 글/그림	홍익출판사	웹툰/카툰에세이	2012.04.13.
7	마음의 소리	조석 글/그림	코리아하우스	웹툰/카툰에세이	2012.04.05.
8	더 비스트	김학분 글, 김혜진 그림	플래니스	SF/판타지	2012.08.01.
9	미생	윤태호 글/그림	위즈덤하우스	웹툰/카툰에세이	2012.09.15.
10	노블레스	손제호 글, 이광수 그림	재미주의	웹툰/카툰에세이	2012.07.27.

\* 집계방식: 시리즈는 합산하였으며, 주요 6개 서점의 순위에 가중치 적용하여 순위산정 (교보문고:8, YES24:6, 인터파크:3, 리브로:2, 알라딘:3, 반디앤루니스:1)  
\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

### 2. 외국만화 베스트셀러 (8월)

순위	도서명	작가	출판사	장르	출간일
1	명탐정 코난	Aoyama Gosho	서울문화사	탐정/추리	2012.07.25.
2	원피스	오다 에이치로	대원씨아이	SF/판타지	2012.06.30.
3	신의 물방울	Tadashi Agi 글, Shu Okimoto 그림	학산문화사	직업만화	2012.07.25.
4	운수저	Arakawa Horimu	학산문화사	학원만화	2012.08.25.
5	나루토	Masashi Kishimoto 글, Masashi Kishimoto 그림	대원씨아이	액션/무협만화	2012.08.31.
6	세인트 영맨	Hikaru Nakamura	학산문화사	명랑/코믹만화	2012.07.20.
7	흑집사	Yana Toboso	학산문화사	SF/판타지	2012.06.29.
8	신부이야기	Kaoru Mori	대원씨아이	순정만화	2012.07.31.
9	바쿠만 BAKUMAN	Tsugumi Ohba 글, Takeshi Obata 그림	대원씨아이	직업만화	2012.07.31.
10	디 그레이 맨	Katsura Hoshino	대원씨아이	SF/판타지	2012.08.15.

\* 집계방식: 시리즈는 합산하였으며, 주요 6개 서점의 순위에 가중치 적용하여 순위산정 (교보문고:8, YES24:6, 인터파크:3, 리브로:2, 알라딘:3, 반디앤루니스:1)  
\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성



01  
출판

02  
만화

03  
음악

04  
공연

05  
게임

06  
영화

07  
애니  
메이션

08  
캐릭터

09  
방송

10  
광고

11  
지식  
정보

8월 만화소설(라이트노벨) 베스트셀러 순위에서는 일본 소설 '소드 아트 온라인'이 7월에 이어 1위를 차지했다. 애니메이션 전문 유료채널인 '애니플러스'에서의 TV방영에 따른 효과가 큰 것으로 보인다. '늑대와 향신료'는 8월 7일 시리즈 16권 발매와 함께 2위에 오르며 꾸준한 사랑을 이어갔다. 국내 작가의 작품으로는 류세린 작가의 '소드 걸스'가 유일하게 순위에 올랐다. 류세린 작가는 출판사 노블엔진에서 주최한 '제1회 노블엔진 라이트노벨 대상'에서 대상을 수상한 바 있는 실력 있는 작가이다.

**3. 만화소설 (라이트노벨) 베스트셀러 (8월)**

순위	도서명	작가	출판사	가격	출간일
1	소드 아트 온라인	카와하라 레키 글, abec 그림	J NOVEL	6,300	2012.07.10.
2	늑대와 향신료	하세쿠라 이즈나 글, 아야쿠라 쥬우 그림	학산문화사	6,120	2012.08.07.
3	성각의 용기사	미즈지 시키 글, 시메사바 코하타 그림	J NOVEL	5,850	2012.07.10.
4	소드걸스	류세린 글, SALT 그림	노블엔진	6,120	2012.07.01.
5	농림	시라토리 시로 글, 킷푸 그림	L노벨	5,850	2012.09.10.
6	마오유우 마왕 용사	토노 마마레 글, toi8 그림	대원씨아이	6,750	2012.07.10
7	널 오타쿠로 만들어줄 테니까, 널 리얼총으로 만들어줘!	무라카미 린 글, 아나퐁 그림	대원씨아이	6,300	2012.06.15.
8	학생회의 토산	아오이 세키나 글, 이누가미 키라 그림	서울문화사	6,300	2012.07.20.
9	빙결경계의에덴	사자네 케이 글, 카스카베 아키라 그림	노블엔진	6,500	2012.09.01.
10	열등용사의 귀족미학	우에스 테츠토 글, 타마고노 키미 그림	L노벨	5,850	2012.08.10.

\* 집계방식: 시리즈는 합산하였으며, 주요 6개 서점의 순위에 가중치 적용하여 순위산정 (교보문고:8, YES24:6, 인터파크:3, 리브로:2, 알라딘:3, 반디앤루니스:1)  
\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성







8월 만화 단행본 출간 종수는 257종으로 전월과 비슷한 수준을 유지했다. 5월부터 8월까지 월간 출간 종수는 300종을 넘지 못했고, 1월부터 8월까지의 합계는 2,289종으로 전년 동기대비 139종이 줄어들며 집계 이래 최저치를 기록하고 있다. 올해의 출간 종수는 5,000종 이상을 기록했던 2002년에 비해 절반에도 미치지 못하는 수치이다.

2009년부터 2012년까지 최근 4년간 6~8월에 출간된 만화의 장르를 살펴보면, 성인/성애 소설이 793종으로 가장 많았고, 순정 만화가 679종으로 그 뒤를 이었다. 드라마와 판타지는 각각 548종과 510종이 출간된 것으로 나타났고, 학원·코믹·에세이툰·공포·액션·SF 등의 장르는 상대적으로 적은 200종 미만으로 조사됐다.

▶ 만화 단행본 출간 현황

1. 만화 출간 종수 추이 (2012. 1. ~ 2012. 8.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	합계
2002	689	622	696	729	698	540	627	585	5,186
2003	612	569	566	566	578	581	603	525	4,600
2004	522	531	520	462	466	464	513	416	3,894
2005	366	396	428	399	385	415	368	348	3,105
2006	393	382	351	329	351	318	332	334	2,790
2007	330	308	322	300	295	331	321	322	2,529
2008	308	294	330	319	334	323	338	303	2,549
2009	263	308	345	296	300	306	339	292	2,449
2010	305	282	317	337	345	339	401	331	2,657
2011	317	272	318	326	291	301	328	275	2,428
2012	285	316	301	311	280	280	259	257	2,289

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

2. 장르별 만화 출간 현황 (6월~8월)

장르	2009. 6.	2009. 7.	2009. 8.	2010. 6.	2010. 7.	2010. 8.	2011. 6.	2011. 7.	2011. 8.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	합계
성인/성애	74	79	59	63	95	66	50	61	40	69	75	62	793
순정	68	88	71	71	60	60	54	47	47	37	38	38	679
판타지	42	35	38	53	41	40	51	47	43	45	38	37	510
드라마	27	37	53	45	69	55	50	55	45	33	41	38	548
학원	14	14	3	19	10	12	11	10	14	19	7	7	140
코믹	14	7	13	27	11	23	8	18	12	7	17	20	177
에세이툰	10	10	5	12	20	13	15	16	16	12	7	9	145
공포	13	-	-	8	-	-	14	-	-	12	-	-	47
액션	13	2	8	9	10	6	11	3	3	7	11	6	89
SF	13	21	8	8	11	16	7	16	15	6	7	11	139
기타	18	46	34	24	74	40	30	55	40	33	18	39	451
합계	306	339	292	339	401	331	301	328	275	280	259	267	-

\* 기타(2012. 8.) : 스포츠 8종, 야오이 7종, 기타 24종

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01  
출판

2012년 6~8월까지 국내에서 출간된 796종의 만화 중 한국작가의 작품은 240종으로 30.2%를, 일본작가의 작품은 544종으로 68.3%를 기록해 일본 만화의 영향력이 무척 큰 한국 만화 소비 시장의 특성을 확인할 수 있다. 기타 국가 출신 작가의 만화 단행본 출간은 12종(1.5%)으로 4월(9종) 이후 점차 감소하는 모습을 보이고 있는데, 이는 어벤저스와 같은 만화 원작의 새로운 헐리우드 블록버스터 개봉이 없었기 때문으로 파악된다.

02  
만화

출판사별 만화 출간 종수에서는 2012년 6~8월 누적 기준으로 대원씨아이가 221종, (주)학산문화사가 209종을 발간하며 만화 단행본 시장을 이끌었다. 주로 여성 취향의 만화를 발매하는 현대지능개발사가 52종을 출간하였으나 1, 2위 출판사와 비교해 많은 수는 아니었고, 다른 출판사들도 50종 이하의 도서를 출간한 것으로 조사됐다. 서울문화사는 2012년 들어 예년에 비해 확연히 적은 수량의 만화 단행본을 출간하고 있다.

03  
음악

만화 단행본의 8월 평균정가는 6,405원으로, 7월 6,057원에 비해 348원 증가했다. 만화 단행본의 평균정가는 2010년 이후 평균 6천 원대의 가격대를 형성하고 있다.

04  
공연

### 3. 국적별 만화 출간 현황 (6~8월)

구분	2009. 6.	2009. 7.	2009. 8.	2010. 6.	2010. 7.	2010. 8.	2011. 6.	2011. 7.	2011. 8.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	합계 (2012년)
한국작가	99	116	80	112	185	108	85	101	72	81	85	74	240 (30.2%)
일본작가	201	221	209	224	206	216	208	200	198	194	170	180	544 (68.3%)
기타	6	2	3	3	10	7	8	27	5	5	4	3	12 (1.5%)
합계	306	339	292	339	401	331	301	328	275	280	259	257	796 (100%)

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

06  
영화

### 4. 출판사별 만화 출간 종수 (6~8월)

구분	2009. 6.	2009. 7.	2009. 8.	2010. 6.	2010. 7.	2010. 8.	2011. 6.	2011. 7.	2011. 8.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
대원씨아이(주)	70	62	73	88	77	78	82	80	79	73	76	72
(주)학산문화사	75	69	78	81	74	71	70	72	71	76	65	68
(주)삼양출판사	15	18	19	28	30	22	8	7	16	9	12	22
현대지능개발사	21	19	14	15	18	16	17	14	13	20	15	17
(주)서울문화사	43	43	38	40	43	46	36	37	36	18	17	13
도서출판 우신	15	15	9	11	17	6	10	13	12	14	16	12

\* 월 10종 이상 출간 출판사 대상

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

07  
애니메이션

08  
캐릭터

09  
방송

### 5. 만화 단행본 평균정가 (6~8월)

구분	2009. 6.	2009. 7.	2009. 8.	2010. 6.	2010. 7.	2010. 8.	2011. 6.	2011. 7.	2011. 8.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
평균정가 (원)	5,262	5,363	5,061	5,928	6,252	7,159	6,241	6,395	5,768	6,516	6,057	6,405

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

10  
광고

11  
지식정보



2012년 8월 만화소설 및 장르소설은 전월 대비 28종이 증가한 376종이 출간되었다. 전년 동월의 344권에 비해 서도 32종 증가한 수치이다. 1월부터 8월까지 연간 누적 기준으로는 2,964종이 출간되어 3,000종 이상을 기록했던 예년에 비해서는 다소 감소했지만, 그 폭은 미미하다고 할 수 있다.

8월 장르별 출간 현황에서는 6, 7월에 이어 판타지의 출간종수가 250종으로 압도적으로 많았다. 무협, 로맨스가 각각 70종, 47종으로 그 뒤를 이었다. 판타지 장르는 전체의 66%의 비율을 차지해 만화소설 및 장르소설 분야를 이끌고 있다. 무협과 로맨스 소설도 매월 출간 종수의 10% 이상을 차지하고 있어 일정 정도의 고유 독자층을 확보하고 있음을 알 수 있다.

▶ 만화소설(라이트노벨) / 장르소설 현황

1. 만화소설 / 장르소설 출간 종수 (1~8월)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	합계
2002	70	62	71	54	76	61	91	83	568
2003	109	132	122	125	121	118	164	197	1,088
2004	304	309	318	275	280	303	339	285	2,413
2005	338	302	325	317	285	316	365	321	2,569
2006	294	312	316	331	313	310	330	320	2,526
2007	324	316	355	350	371	355	367	365	2,803
2008	363	312	354	343	334	330	401	338	2,775
2009	373	352	373	380	386	362	425	366	3,017
2010	389	331	398	387	391	395	440	355	3,086
2011	391	338	412	412	371	363	404	344	3,035
2012	333	355	421	348	363	420	348	376	2,964

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

2. 만화소설 / 장르소설 장르별 출간 현황 (6~8월)

구분	2009. 6.	2009. 7.	2009. 8.	2010. 6.	2010. 7.	2010. 8.	2011. 6.	2011. 7.	2011. 8.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
판타지	197	228	201	228	261	208	224	236	204	253	231	250
무협	83	96	94	99	124	94	103	111	87	108	57	70
로맨스	53	71	50	54	47	37	31	44	38	52	42	47
일반	14	15	13	7	7	7	4	12	11	6	10	8
추리	2	5		1	-	1	1	1	2	1	1	-
N세대	9	4	2	-	-	5	-		2	-	-	-
기타	4	6	6	6	1	3	-	0		-	7*	1
합계	362	425	366	395	440	355	363	404	344	420	348	376

\* 기타(2012. 8) : 공포 1종

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

2012년 6~8월 만화소설 및 장르소설의 국적별 출간종수는 한국이 940종으로 82.2%를, 일본이 175종으로 15.3%를 점유했다. 전년 동기대비 한국 작가의 출간 종수는 5종 감소했으나 총 출간 종수는 33종 늘어난 것으로 나타났다. 한국작품 비율은 80% 이상을 기록하고 있으나, 일본작품의 증가세와 함께 2009년 87% 이후 조금씩 하락하는 추세이다.

02 만화

6~8월까지의 출판사별 출간 현황을 살펴보면 '디앤씨미디어'가 총 154종으로 가장 많은 종수의 만화소설/장르소설을 출간하고 있다. '도서출판 영상노트'와 '로크미디어'가 각각 100종 이상을 출간하며 뒤를 이었고, '루트미디어'와 '도서출판 뿔미디어'가 90종 이상을 출간한 것으로 나타났다.

03 음악

### 3. 만화소설 / 장르소설 국적별 출간 종수 (6~8월)

구분	2009. 6.	2009. 7.	2009. 8.	2010. 6.	2010. 7.	2010. 8.	2011. 6.	2011. 7.	2011. 8.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	합계 (2012년)
한국작가	316	370	318	339	383	295	305	349	291	352	285	303	940(82.2%)
일본작가	35	43	37	43	46	52	47	45	45	59	55	61	175(15.3%)
기타	11	12	11	13	11	8	11	10	8	9	8	12	29( 2.5%)
합계	362	425	366	395	440	355	363	404	344	420	348	376	1,144(100.0%)

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

04 공연

05 게임

### 4. 만화소설 / 장르소설 주요 출판사별 출간 종수 (6~8월)

구분	2009. 6.	2009. 7.	2009. 8.	2010. 6.	2010. 7.	2010. 8.	2011. 6.	2011. 7.	2011. 8.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
디앤씨미디어	43	44	33	42	44	41	38	45	36	47	49	58
도서출판 영상노트	25	27	23	19	25	24	39	43	35	41	32	48
(주)루트미디어	-	-	-	4	3	6	12	22	15	29	28	39
(주)로크미디어	37	37	37	44	43	31	39	40	39	43	39	33
도서출판 뿔미디어	23	26	25	32	48	39	48	53	40	30	31	30
도서출판 청어람	36	29	27	25	24	21	19	24	23	27	23	29
(주)마루·마야출판사	31	34	31	32	32	29	24	28	26	29	26	24
어울림 출판사	13	15	13	18	25	19	22	25	20	21	23	21
대원씨아이(주)	17	24	26	18	20	16	19	12	14	10	13	13
(주)신영미디어	14	15	16	13	12	12	12	14	12	13	13	13
(주)삼양출판사	10	14	12	15	17	8	16	15	12	9	10	12
(주)서울문화사	10	9	11	9	10	10	12	12	9	11	10	12
도서출판 동아	19	27	18	18	21	9	11	8	11	11	5	7
(주)학산문화사	10	10	11	8	12	11	16	9	12	10	13	6

\* 6~8월 5종 이상 출간 출판사 대상

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



8월 일일만화 출간 종수는 274종을 기록해 316종이었던 7월 대비 다소 감소했다. 1월부터 8월까지의 2012년 누적 출간종수는 2,738종으로 나타났다. 이는 전년 동기 대비 185건 증가했으나 지난 10년 평균인 3041종과 비교했을 때는 304종 감소한 수치이다.

일일만화의 시장규모를 추정해 보면, 8월에는 274종의 만화가 총 180,840부 발행되어 1종당 평균 660부가 출간된 것으로 나타났다. 1월에서 8월까지 일일만화는 총 180만부가 발행되어 72억 원 가량의 시장규모를 이루고 있다.

▶ 일일만화 출간 현황

1. 일일만화 출간 종수 (2002년 ~ 2012년)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	합계
2002	347	344	391	398	357	333	398	399	2,967
2003	447	353	443	392	404	379	437	414	3,269
2004	439	428	435	394	409	426	372	424	3,327
2005	431	361	478	454	463	470	468	432	3,557
2006	426	385	403	392	422	374	410	402	3,214
2007	410	350	453	398	455	422	433	461	3,382
2008	354	334	429	405	375	341	425	364	3,027
2009	423	386	399	384	366	385	431	351	3,125
2010	299	296	350	283	158	244	285	311	2,226
2011	352	348	443	335	258	305	246	266	2,553
2012	271	388	415	392	387	295	316	274	2,738

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

2. 일일만화 월별 시장규모 추이 (2012. 1. ~ 2012. 8.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	합계
출간종수	271	388	415	392	387	295	316	274	2,738
발행부수	178,860	256,080	273,900	258,720	255,420	194,700	208,560	180,840	1,807,080
시장규모(천원)	715,440	1,024,320	1,095,600	1,034,880	1,021,680	778,800	834,240	723,360	7,228,320

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보





01  
출판

02  
만화

03  
음악

04  
공연

05  
게임

06  
영화

07  
애니  
메이션

08  
캐릭터

09  
방송

10  
광고

11  
지식  
정보

작가별 출간 현황을 살펴보면 무협만화가 황성 작가가 74종으로 7월에 이어 8월에도 가장 많은 종의 만화를 출간했다. 성인극화 '도시정벌'로 유명한 신형빈 작가는 41종으로 2위에 올랐다. 현재 7부가 완결된 '도시정벌'은 한류스타 김현중 주연의 드라마로 제작되어 방영을 앞두고 있다. MBC에서 방영되었던 드라마 '신이라 불리운 사나이'의 원작가 박봉성 작가가 33종을 출간해 뒤를 이었고, 7월 76종을 기록했던 야설록작가는 20종으로 출간 종수가 감소했다.

### 3. 일일만화 작가별 출간 현황 (7~8월)

구분	2009. 7.	2009. 8.	2010. 7	2010. 8.	2011. 7	2011. 8.	2012. 7	2012. 8.	합계
황성	65	45	101	77	79	55	79	74	575
신형빈	8	10	-	-	57	45	10	41	171
박봉성	58	34	7	30	-	59	15	33	236
목검향	-		-	22	18	10	33	28	111
김성동	54	31	-	18	12	13	32	27	187
고행석	55	43	60	46	-	-	31	26	261
하승남	53	47	16	20	14	-	2	21	173
야설록	60	41	34	39	46	36	76	20	352
사마달	46	52	30	31	20	48	38	4	269
오일룡	16	16	16	-	-	-	-	-	48
조명운	16	15	21	15	-	-	-	-	67

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성



8월 <네이버 만화> 인기순위(조회수 기준)에서는 조석의 '마음의 소리'가 1위를 차지했다. '마음의 소리'는 2007, 2008, 2009 대한민국 만화대상 인기상을 수상했으며 6년째 꾸준히 사랑받으며 연재되고 있는 네이버의 간판 웹툰이다. 6월과 7월 1위를 차지했던 '노블레스'는 2위로 한 단계 하락했다. 세계 각지의 고교생들이 격투기 대회에 모여 무술로 대결을 벌이는 내용을 그린 박용제 작가의 '갓 오브 하이스쿨'은 3위에 올랐다.

<다음 만화속 세상>에서는 7월에 이어 윤태호 작가의 '미생'이 1위에, 고도비만인 25세 직장인 신수지의 다이어트 과정을 생생하게 그린 네온비·캐러멜 작가의 '다이어터'가 2위를 차지했다. 단행본이 국내에서 10만부가 판매된 '다이어터'는 연재종료 후에도 높은 인기를 누리고 있다. 3위는 네온비 작가의 '결혼해도 똑같네'가 차지했는데, 만화가 부부의 결혼 생활을 그린 작품으로 8월 17일 시즌2가 연재되면서 순위가 재진입했다.

▶ 웹툰 서비스별 인기순위 (8월)

1. 네이버 만화 TOP 10

순위	변동	작품	작가명	연재기간	별점
1	△1	마음의 소리	조석	2006.09.08. ~ 연재 중	9.7
2	▽1	노블레스	손제호 / 이광수	2007.12.30. ~ 연재 중	9.8
3	△1	갓 오브 하이스쿨	박용제	2011.04.08. ~ 연재 중	9.8
4	▽1	신의 탑	SIU	2010.06.30. ~ 연재 중	9.9
5	△2	신과 함께	주호민	2010.01.08. ~ 연재 종료(9월)	9.9
6	-	역전! 야매요리	정다정	2011.12.05. ~ 연재 중	9.9
7	△2	농지마 정신줄	스튜디오 농정	2009.08.27. ~ 연재 중	9.9
8	-	고삼이 집나갔다	미티	2011.11.06. ~ 연재 중	9.9
9	▽4	절벽귀	오성대	2012.07.04. ~ 연재 종료(8월)	9.7
10	New	소녀더와일즈	HUN / 제나	2011.08.07. ~ 연재 중	9.8

\* 출처 : 네이버 만화 (9월 7일 조회수 기준)

2. 다음 만화속세상 TOP 7

순위	변동	작품	작가명	연재기간	별점
1	-	미생	윤태호	2012.01.20. ~ 연재 중	9.8
2	-	다이어터	네온비, 캐러멜	2011.02.23. ~ 연재 종료(7월)	9.8
3	New	결혼해도 똑같네	네온비	2012.03.02. ~ 연재 중	9.7
4	New	안되는 건 안되는 거다	홍작가	2012.03.27. ~ 연재 중	9.7
5	▽2	어쿠스틱 라이프	난다	2010.08.11. ~ 연재 중	9.6
6	-	카산드라	이하진	2012.05.25. ~ 연재 중	9.7
7	New	외발로 살다	고영훈	2012.08.14. ~ 연재 중	9.6

\* 출처 : 다음 만화속세상 (9월 7일 주간 인기 웹툰 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01  
출판

02  
만화

03  
음악

04  
공연

05  
게임

06  
영화

07  
애니  
메이션

08  
캐릭터

09  
방송

10  
광고

11  
지식  
정보

웹툰 서비스 이용통계에 따르면, 순방문자, 도달률, 월평균체류시간 등 대부분의 조사 항목에서 ‘네이버’가 ‘다음’을 앞선 것으로 나타났다. <네이버 만화>는 8월 한 달간 670만 명의 순방문자수와 이용자 1인당 95분의 월평균체류시간을, <다음 만화속세상>은 291만 명의 순방문자수와 47분의 월평균체류시간을 기록했다. 7월 대비 <네이버 만화> 순방문자수는 41만 명 감소한 반면 월평균체류시간은 12분가량 상승했고, <다음 만화속 세상>의 순방문자수는 12만 명, 월평균체류시간은 10분가량 감소했다. 순방문자수의 감소는 스마트폰과 태블릿 PC 등 모바일 기기를 활용하는 인구의 증가에 영향을 받는 것으로 파악된다. 해당 조사는 PC 이용자만을 대상으로 한 것이므로 모바일 이용량을 더했을 때에는 추이가 달라질 수 있다.

▶ 웹툰 서비스 이용통계 (8월)

서비스명	순방문자 <sup>1)</sup>	도달률(% <sup>2)</sup>	월평균체류시간(분) <sup>3)</sup>	월평균재방문일수(일) <sup>4)</sup>	평균페이지뷰(월) <sup>5)</sup>
네이버 만화	6,697,771	19.95	94.50	4.77	114.22
다음 만화속세상	2,908,690	8.66	47.47	3.36	61.95

\* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임  
(조사 방법론 참조: [http://www.koreanclick.com/methodology/audience\\_measurement.php](http://www.koreanclick.com/methodology/audience_measurement.php))

\* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

- 1) 순방문자: 해당 기간 동안 웹사이트를 적어도 1번 이상 방문한 이용자
- 2) 도달률: 전체 인터넷 이용자수 대비 순방문자수의 비율
- 3) 평균체류시간: 측정기간 중 순방문자 1인당 발생시킨 체류시간의 평균을 의미
- 4) 평균재방문일수: 측정기간 중 해당사이트에 방문한 순방문자 1인당 평균 재방문한 일의 수
- 5) 평균페이지뷰: 측정기간 중 해당사이트에 방문한 순방문자 1인당 조회한 평균 페이지 조회수





# 03 음악

8월 가온 디지털 음악 종합차트에서는 <싸이6甲 Part 1>의 타이틀곡 '강남스타일'이 2위와 큰 차이로 1위에 올랐다. '강남스타일'은 해외에서의 폭발적인 반응에 대한 국내 미디어의 주목에 따른 효과로 7월보다 순위가 상승했다. <싸이6甲 Part 1>은 타이틀곡을 포함한 3곡을 10위권에 올리며 인기를 과시했다. 데뷔 이후 최초로 자작곡으로 활동하며 화제가 된 보아의 'Only One'이 18계단 상승한 2위를 기록했고, 7월 30일 발매된 여성 듀오 다비치의 싱글 '남자도 우나요'는 3위에 올랐다.

허각과 지아의 'I Need You'(11위), 예능 프로그램에서 활약 중인 하하와 2007년 빌보드 핫 R&B/힙합 싱글즈 세일즈 부문 3위에 올라 화제를 모았던 스컬의 '부산 바캉스'(13위), 일본 시장에서 큰 사랑을 받고 있는 카라(15위) 등의 노래가 새롭게 진입했으나 차트 20위 권 내에서 10곡이 신곡으로 채워졌던 7월과 비교해 8월에는 신곡이 5곡으로 줄었다.

## ▶ 디지털 음악 종합 TOP 20 (8월)

순위	변동	곡명	앨범명	아티스트	제작사	가온지수
1	△3	강남스타일	싸이6甲 Part 1	싸이	YG Entertainment	150,855,485
2	△18	Only One	Only One	보아(BoA)	SM Entertainment	97,300,765
3	New	남자도 우나요	The S Part.1 (Single)	다비치	INS엔터테인먼트	91,826,333
4	△32	아름다운 밤이야	Midnight Sun	비스트	큐브엔터테인먼트	90,360,109
5	▽2	Loving U	Loving U	씨스타	스타쉽엔터테인먼트	83,954,861
6	▽1	내 사랑아	신사의 품격 OST Part 5	이종현	화앤담픽쳐스	80,276,593
7	△9	뜨거운 안녕 (Feat. 성시경)	싸이6甲 Part 1	싸이	YG Entertainment	78,131,546
8	▽7	I Love You	I Love You (Single)	2NE1	YG Entertainment	72,814,911
9	△13	어땠을까 (Feat. 박정현)	싸이6甲 Part 1	싸이	YG Entertainment	65,644,748
10	▽2	illa illa (일라 일라)	My First June	주니엘	F&C Music, CJ E&M	63,601,184
11	New	I Need You	I Need You	허각, 지아	뷰가엔터테인먼트	63,133,224
12	▽1	Midnight (별 헤는 밤)	Midnight (별 헤는 밤)	비스트	큐브엔터테인먼트	59,609,418
13	New	부산 바캉스	Ya Man !!	하하, 스컬	QUAN Entertainment	57,405,429
14	△97	자꾸만 자꾸만	24	신용재	해피페이스 엔터테인먼트	55,245,323
15	New	Pandora	PANDORA	카라	DSP미디어	55,046,580
16	▽14	DAY BY DAY	DAY BY DAY	티아라	코어컨텐츠미디어	54,653,761
17	New	나랑 사귄래?	나랑 사귄래? (Summer Special)	틴 탑	티오피미디어	51,074,258
18	△68	달빛바다	LOEN TREE Summer Story	아이유, 피에스타	로엔엔터테인먼트	49,378,335
19	▽12	가슴이 시린 게	신사의 품격 OST Part 3	이현(8Eight)	화앤담픽쳐스	46,920,437
20	▽14	정말로 사랑한다면	버스커 버스커 1집 마무리	버스커 버스커	CJ E&M	45,817,698
합계						1,413,050,998

\* 순위 집계 : 스트리밍 + 다운로드 + BGM 판매량 + 모바일 판매량

\* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

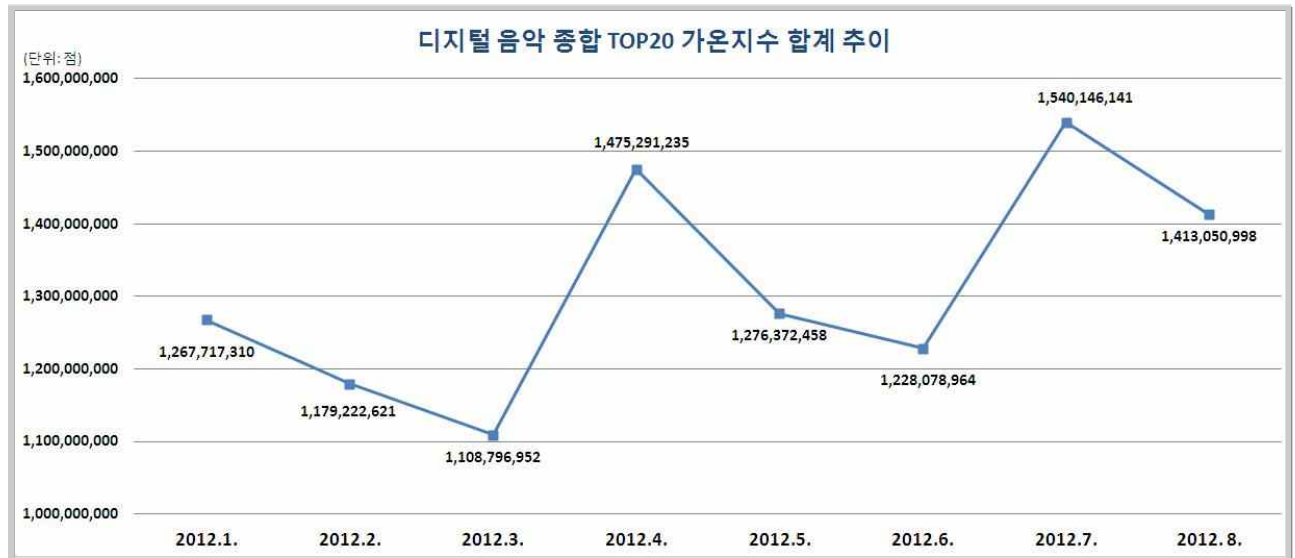
11 지식정보

8월 디지털 음악 종합차트의 20위 권 가운데 합계는 1,413,050,998점을 기록했다. 순위에 오른 대부분의 곡의 점수가 7월 같은 순위에 비해 감소하며 전체적으로 127,095,143점이 하락했으나, 1월부터 8월까지의 평균치인 1,311,084,585점보다는 높은 수치를 나타냈다.

1월에서 8월까지 디지털 음악 종합 TOP3를 살펴보면 빅뱅이 총 4번 이름을 올렸고, 티아라, 씨스타, 버스커 버스커가 2번씩을 기록하며 그 뒤를 이었다. 한편 빅뱅은 소비주기가 빠른 디지털 음악 시장에서 TOP 3에 같은 곡 ('Blue' 2월 1위, 3월 3위)을 2개월 이상 진입시킨 유일한 그룹이었다.

▶▶ 디지털 음악 종합 TOP 20 가운데 합계 추이 (2012. 1. ~ 2012. 8.)

구분	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
가운지수	1,267,717,310	1,179,222,621	1,108,796,952	1,475,291,235	1,276,372,458	1,228,078,964	1,540,146,141	1,413,050,998



▶▶ 2012년 디지털 음악 종합 TOP 3 추이 (2012. 1. ~ 2012. 8.)

구분	1위	2위	3위
2012. 1.	티아라 / Lovey-Dovey	다이나믹 듀오 / 거기서거기	10cm / 애상
2012. 2.	빅뱅 / BLUE	린 / 시간을 거슬러	F.T Island / 지독하게
2012. 3.	빅뱅 / FANTASTIC BABY	2AM / 너도 나처럼	빅뱅 / BLUE
2012. 4.	버스커 버스커 / 벚꽃 엔딩	씨스타 / 나혼자	버스커버스커 / 첫사랑
2012. 5.	소녀시대-태티서 / Twinkle	아이유 / 하루 끝	백지영 / 목소리(Feat. 개리 of 리쌍)
2012. 6.	원더걸스 / Like this	빅뱅 / MONSTER	f(x) / Electric Shock
2012. 7.	2NE1 / I Love You	티아라 / DAY BY DAY	씨스타 / Loving U
2012. 8.	싸이 / 강남스타일	보아 / Only One	다비치 / 남자도 우나요

\* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr), 한국콘텐츠진흥원 재구성





8월 오프라인 앨범 차트에서는 8월 5일에 발매된 슈퍼주니어의 <`SPY` The 6th Album Repackage>가 약 10만 7천장의 판매량을 기록하며 1위를 차지했다. 슈퍼주니어는 7월 <Sexy, Free & Single>에 이어 8월에도 1위에 오르며 오프라인 앨범 판매에서 두각을 보였다. 비스트의 <Midnight Sun>도 7월에 이어 2위를 유지해 꾸준한 인기를 증명했다. 8월 17일 발매된 JYJ의 멤버 XIA(준수)의 영어 싱글 앨범 <Umcommitted>는 3위를 차지하며 새롭게 순위에 올랐고, 카라(4위), 틴 탑(5위), 소녀시대(7위), 초신성(9위), B.A.P(11위) 등 아이돌 그룹의 신보가 대거 순위에 진입했다. 6위를 차지한 싸이를 제외하면 아이돌 그룹이 차트를 점령해, 아이돌 팬덤에 의해 지배되는 오프라인 앨범 시장의 특성을 확인할 수 있다.

15위권에 오른 음반 유통사를 분석해 보면, 'KMP홀딩스'(SM, YG, JYP, 미디어라인, 스타제국, 유니온켄, 뮤직팩토리)로 구성이 9장의 앨범에서 208,929장을 판매하며 타 유통사를 압도했으나 7월과 비교하면 총 판매량은 35만 장 가량 줄어든 것으로 나타났다. 비스트의 앨범으로 63,941장을 기록한 'Universal Music'은 판매량 2위에 올랐고, 뒤를 이어 'CJ E&M'이 61,441장, '에이엔지모즈'가 55,000장, '로엔엔터테인먼트'가 50,234장의 판매량을 기록했다.

▶ 오프라인 앨범 판매 TOP 15 (8월)

순위	변동	앨범명	아티스트	유통사	발매일	판매량	누적판매량
1	New	`SPY` The 6th Album Repackage	슈퍼주니어	KMP 홀딩스	2012.08.05.	107,656	107,656
2	-	Midnight Sun	비스트	Universal Music	2012.07.22.	63,941	131,776
3	New	Uncommitted	XIA (준수)	에이엔지모즈	2012.08.17.	55,000	55,000
4	New	Pandora	카라	CJ E&M	2012.08.22.	45,933	45,933
5	New	Summer Special '나랑 사귄래?'	틴 탑	로엔엔터테인먼트	2012.08.03.	40,234	40,234
6	▽1	싸이6甲 Part.1	싸이	KMP 홀딩스	2012.07.15.	19,292	49,167
7	New	Paparazzi	소녀시대	KMP 홀딩스	2012.08.16.	17,324	17,324
8	▽7	6집 Sexy, Free & Single	슈퍼주니어	KMP 홀딩스	2012.07.01.	15,782	351,526
9	New	폭풍속으로 (She's Gone)	초신성	CJ E&M	2012.08.09.	15,508	15,508
10	New	SM Best Album 3	Various Artists	KMP 홀딩스	2012.08.10.	14,992	14,992
11	New	대박사건	B.A.P	로엔엔터테인먼트	2012.08.29.	10,000	10,000
12	△2	`MAMA` EXO-K The 1st Mini Album	EXO-K	KMP 홀딩스	2012.04.09.	9,917	127,068
13	▽10	23, Male, Single	장우영	KMP 홀딩스	2012.07.08.	8,427	56,383
14	△17	3집 The Boys	소녀시대	KMP 홀딩스	2011.10.19.	8,183	43,158
15	△3	MAMA` EXO-M The 1st Mini Album	EXO-M	KMP 홀딩스	2012.04.09.	7,356	72,973
합계						439,545	1,138,698

\* 앨범 순위집계 : 제작사 출고단위 도매 수량

\* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

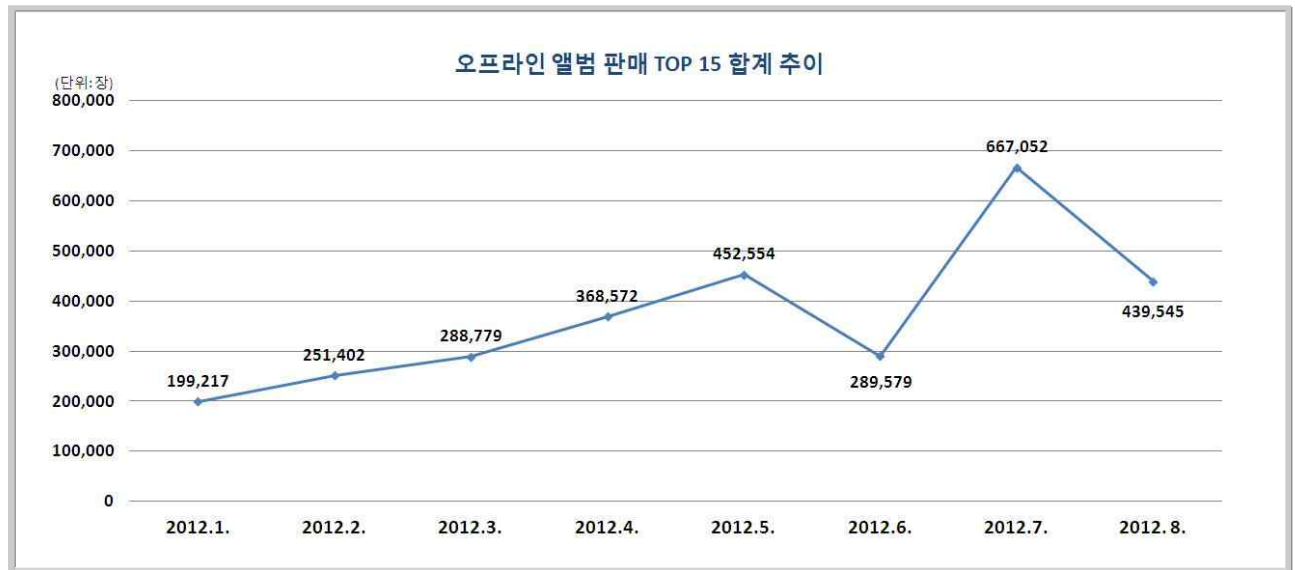
11 지식정보

8월 오프라인 앨범판매 추이를 살펴보면 7월 67만장 가량이었던 앨범판매량이 6월과 비슷한 수준인 44만장으로 하락하며 전월대비 -34%의 증감률을 보였는데, 이는 33만장을 판매한 슈퍼주니어 앨범으로 인해 판매량이 급격히 증가했던 7월에 비해 8월에는 시장을 주도할 정도로 이슈가 된 앨범이 상대적으로 적었던 것으로 파악된다.

8월 오프라인 앨범차트 TOP3는 아이돌 그룹이 차지하며 앨범 판매차트에서 아이돌 그룹의 강세를 이어나갔다. 4월 정규 1집이 3위에 올랐던 버스커 버스커의 앨범을 제외하면 1월부터 8월까지의 오프라인 앨범차트 TOP3는 팬들의 충성심이 높은 아이돌 그룹의 앨범들이 순위를 차지하고 있다.

▶▶ 2012년 오프라인 앨범 판매 TOP 15 합계 추이 (2012. 1. ~ 2012. 8.)

구분	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
판매량	199,217	251,402	288,779	368,572	452,554	289,579	667,052	439,545



▶▶ 2012년 오프라인 앨범 판매 TOP 3 추이 (2012. 1. ~ 2012. 8.)

구분	1위	2위	3위
2012. 1.	엠블랙 / MBLAQ 4th Mini Album '100%Ver.'	티아라 / Funky Town (EP)	F.T Island / GROWN-UP (EP)
2012. 2.	빅뱅 / 5집 ALIVE	박재범 / New Breed	샤이니 / THE 1st ASIA TOUR CONCERT ALBUM SHINEE
2012. 3.	샤이니 / 'Sherlock' SHINee The 4th Mini Album	씨엔블루 / 3rd Mini Album Ear Fun	빅뱅 / 5집 ALIVE
2012. 4.	EXO-K / 'MAMA' EXO-K The 1st Mini Album	씨엔블루 / 3rd Mini Album Ear Fun	버스커버스커 / 버스커버스커 정규 1집
2012. 5.	소녀시대-태티서 / 'Twinkle' Mini Album	XIA / Tarantallegra	인피니트 / Infinitize
2012. 6.	빅뱅 / BIGBANG SPECIAL EDITION 'STILL ALIVE'	f(x) / 'Electric Shock' The 2nd Mini Album	틴 탑 / aRtist
2012. 7.	슈퍼주니어 / 6집 Sexy, Free & Single	비스트 / Midnight Sun	장우영 / 23, Male, Single
2012. 8.	슈퍼주니어 / 'SPY' The 6th Album Repackage	비스트 / Midnight Sun	XIA (준수) / Uncommitted

\* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr), 한국콘텐츠진흥원 채구성



서비스별 음원 차트는 싸이의 '강남스타일'이 점령했다. '강남스타일'은 스트리밍, 다운로드, BGM, 벨소리 순위에서 모두 1위를 차지하는 기염을 토했다. 종합차트에서 2위를 기록한 보아의 'Only One'은 스트리밍과 다운로드 순위에서 각각 3위와 2위에 올랐고, 3위를 차지한 다비치의 '남자도 우나요'는 스트리밍과 다운로드, BGM 차트에서 각각 8위, 3위, 7위에 올랐다. BGM 음원에서는 타미아가 부른 동명의 노래를 재해석한 각스의 'Officially Missing You'가 5위를 기록했고, 드라마 '응답하라 1997'에서 많은 사랑을 받고 있는 서인국, 정은지의 'All For You'도 10위에 올랐다. 벨소리 음원 차트에서는 원더걸스의 'Like This'가 6월에 이어 재진입한 것이 흥미롭다.

▶ 서비스별 음원 차트

1. 스트리밍 음원 TOP 10 (8월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	△5	강남스타일	싸이
2	▽1	Loving U	씨스타
3	△50	Only One	보아(BoA)
4	▽2	I Love You	2NE1
5	△9	내 사랑아	이종현
6	△23	뜨거운 안녕 (Feat. 성시경)	싸이
7	△85	아름다운 밤이야	비스트
8	New	남자도 우나요	다비치
9	△11	Midnight (별 헤는 밤)	비스트
10	△3	illa illa (일라 일라)	주니엘

2. 다운로드 음원 TOP 10 (8월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	△2	강남스타일	싸이
2	△16	Only One	보아(BoA)
3	New	남자도 우나요	다비치
4	△37	아름다운 밤이야	비스트
5	△8	뜨거운 안녕 (Feat. 성시경)	싸이
6	▽2	Loving U	씨스타
7	▽2	내 사랑아	이종현
8	New	I Need You	허각, 지아
9	▽8	I Love You	2NE1
10	New	부산 바캉스	스컬, 하하

3. BGM 음원 TOP 10 (8월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	△1	강남스타일	싸이
2	△15	어떻을까 (Feat. 박정현)	싸이
3	△6	아름다운 밤이야	비스트
4	-	내 사랑아	이종현
5	△17	Officially Missing You	각스
6	New	I Need You	허각, 지아
7	New	남자도 우나요	다비치
8	▽3	illa illa (일라 일라)	주니엘
9	▽2	충분히 예뻐	버벌진트
10	New	All For You	서인국, 정은지

4. 벨소리 음원 TOP 10 (8월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	△6	강남스타일	싸이
2	-	내 사랑아	이종현
3	▽2	Loving U	씨스타
4	△2	illa illa (일라 일라)	주니엘
5	△44	아름다운 밤이야	비스트
6	△39	Liki this	원더걸스
7	△57	어떻을까 (Feat. 박정현)	싸이
8	△4	High High	김태우
9	▽6	DAY BY DAY	티아라
10	△40	뜨거운 안녕 (Feat. 성시경)	싸이

\* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



인디음반 판매 차트에서는 조휴일의 <My Feel Don't Touch The Ground (And I'm So Winded I Can't Sing For You Today)>가 에피톤 프로젝트를 제치고 1위를 차지했다. 조휴일은 1인밴드 '검정치마'의 멤버로 2010년 발매했던 동명의 앨범을 재발매하여 좋은 반응을 얻고 있다. 4주간에 걸쳐 1위를 지켰던 에피톤 프로젝트의 <낮선 도시에서의 하루>는 2위로 한 단계 하락했고, 브라스 스카밴드 킹스턴 루디스카의 3집 <3rd Kind>와 '차우차우', '고백' 등으로 잘 알려진 모던락 밴드 텔리스파이스 EP앨범 <聯 '연'>이 발매와 함께 3위를 차지하며 새롭게 순위 에 올랐다.

▶ 인디음반 판매 TOP 10 (7. 25. ~ 8. 10.)

순위	변동	아티스트	앨범명	제작사	유통사
1	New	조휴일	My Feel Don't Touch The Ground (And I'm So Winded I Can't Sing For You Today)	Doggy Rich	SONY MUSIC KOREA
2	▽1	에피톤 프로젝트	(2집) 낮선 도시에서의 하루	파스텔뮤직	KT뮤직
3	New	킹스턴 루디스카	(3집) 3rd Kind	루디시스템	미러볼뮤직
4	-	국카스텐	(1집) Guckkasten	루비살롱/루비레코드	미러볼뮤직
5	▽3	브로콜리너마저	골든-히트 모음집[앵콜요청금지]	스튜디오 브로콜리	미러볼뮤직
6	△1	Beenzino(빈지노)	(EP) 24:26	ILLIONAIRE RECORDS	제뉴인뮤직
7	▽1	버벌진트	(5집) 10년동안의 오독 1	브랜뉴뮤직	유니버설뮤직코리아
8	▽2	가을방학	(EP) 실내악 외출	루오바팩토리	루오바팩토리
9	△1	에피톤 프로젝트	긴 여행의 시작	파스텔뮤직	브라우니엔터테인먼트
10	▽7	에피톤 프로젝트	(1집) 유실물 보관소	파스텔뮤직	브라우니엔터테인먼트

\* 출처 : 인디고차트50 (<http://music.daum.net/musicbar/>)

▶ 인디음반 판매 TOP 10 (8. 11. ~ 8. 25.)

순위	변동	아티스트	앨범명	제작사	유통사
1	-	조휴일	My Feel Don't Touch The Ground (And I'm So Winded I Can't Sing For You Today)	Doggy Rich	SONY MUSIC KOREA
2	-	에피톤 프로젝트	(2집) 낮선 도시에서의 하루	파스텔뮤직	KT뮤직
3	New	텔리스파이스	(EP) 聯 '연'	MUSICABAL	미러볼뮤직
4	△1	브로콜리너마저	골든-히트 모음집[앵콜요청금지]	스튜디오 브로콜리	미러볼뮤직
5	△2	버벌진트	(5집) 10년동안의 오독 1	브랜뉴뮤직	유니버설뮤직코리아
6	-	Beenzino(빈지노)	(EP) 24:26	ILLIONAIRE RECORDS	제뉴인뮤직
7	▽3	국카스텐	(1집) Guckkasten	루비살롱/루비레코드	미러볼뮤직
8	△5	어반자카파	(1집) 01	플렉서스뮤직	미러볼뮤직
9	▽1	가을방학	(EP) 실내악 외출	루오바팩토리	루오바팩토리
10	△2	페퍼톤스	(4집) Beginner's Luck	안테나 뮤직	CJ E&M

\* 출처 : 인디고차트50 (<http://music.daum.net/musicbar/>)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



8월 노래연습장 차트에서도 싸이의 '강남스타일'이 1위에 올랐다. 드라마 신사의 품격 OST로 많은 사랑을 받은 '내 사랑아'는 90위 상승하며 2위를, 인기 여성 아이돌 그룹 씨스타의 'Loving U'는 3위를 기록했다. 8월에는 2위를 차지한 '내 사랑아'를 비롯해 'illa illa (일라 일라)'(4위), '가슴이 시린 게'(6위), '한사람'(8위), '응급실'(13위) 등 드라마 삽입곡이 순위에서 좋은 모습을 보였다. 또한 '너를 위해', '애인...있어요', '체념' 등의 노래방 애창곡들을 밀어내고 상위권에 신곡들이 대거 포진한 것이 특징적이다.

▶ 노래연습장 TOP 15 (8월)

순위	변동	곡명	앨범명	아티스트	발매일
1	△44	강남스타일	싸이6甲 Part.1	싸이	2012.07.15.
2	△90	내 사랑아	신사의 품격 OST Part 5	이종현	2012.07.08.
3	△10	Loving U	Summer Special `Loving U`	씨스타	2012.06.28.
4	△1	illa illa (일라 일라)	My First June	주니엘	2012.06.07.
5	△24	I Love You	I Love You	2NE1	2012.07.05.
6	△1	가슴이 시린 게	신사의 품격 Part 3	이현(8eight)	2012.06.17.
7	▽6	아름다운 밤	ULALA SENSATION	울랄라세션	2012.05.10.
8	△27	한사람	빅 OST	허각	2012.07.27.
9	△1	정말로 사랑한다면	버스커 버스커 1집 마무리	버스커 버스커	2012.06.21.
10	▽6	너를 위해	Story Of Two Years	임재범	2000.05.16.
11	-	체념	Like The Bible	빅마마(Big Mama)	2003.02.06.
12	▽4	애인... 있어요	Ma Non Tanto	이은미	2005.10.24.
13	△5	응급실	쾌걸춘향 OST	Izi	2005.01.20.
14	△19	하늘을 달리다	2적	이적	2003.05.13.
15	▽9	나를 사랑했던 사람아	LACRIMOSO	허각	2012.04.03.

\* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보





01  
출판

02  
만화

03  
음악

04  
공연

05  
게임

06  
영화

07  
애니  
메이션

08  
캐릭터

09  
방송

10  
광고

11  
지식  
정보

8월 음악 관련 프로그램 시청률 현황에서는 KBS의 장수 프로그램 '가요무대'가 60대 이상의 시청자들의 호응을 얻으며 11.8%의 가장 높은 시청률을 기록했다. 공중과 방송 3사의 음악 쇼 프로그램인 'SBS 인기가요', '뮤직뱅크', '쇼! 음악중심'은 나란히 3%대의 시청률을 보였고, 버라이어티가 가미된 음악프로그램인 KBS '불후의 명곡'과 MBC '나는 가수다 시즌2'는 주말 저녁시간에 방영되며 8.8%와 5.2%의 시청률을 기록했다. '나는 가수다 시즌2'는 화제의 중심에 섰던 작년에 비해 주목도가 많이 떨어진 상태이다.

음악 관련 프로그램은 KBS가 가장 많은 6개의 프로그램을 편성하고 있고, 시청률에서도 강세를 보이고 있다. 음원 출시를 통한 부가수의 등 음악 프로그램의 시장성이 확인되며 케이블 TV에서도 장르를 세분화한 프로그램들이 자체 제작되는 추세이지만, 아직 몇몇 오디션 프로그램을 제외하고는 큰 호응을 얻지 못하고 있다.

▶▶ 음악 관련 프로그램 시청률 (8월)

분류	프로그램명	방송사	최초방영일	시청률(%)					
			방영시간	가구	남자	여자	13-18	19+	60+
댄스 + 아이돌 중심	SBS 인기가요	SBS	1991.12.15 일/ 오후 3:40	3.98	1.49	2.26	3.15	1.74	1.14
	뮤직뱅크	KBS	2001.02.15 금/ 오후 6:10	3.80	1.19	2.19	2.64	1.59	1.08
	쇼! 음악중심	MBC	2005.10.29 토/ 오후 4:00	3.44	1.08	2.04	2.43	1.48	0.88
	M! COUNTDOWN	Mnet	2004.07.29 목/ 오후 6:00	0.08	0.03	0.04	0.05	0.03	0.01
	더 쇼 : 올뉴 케이팝	SBS MTV	2012.03.23 금/ 오후 8:00	0.01	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00
경연 + 버라이어티	불후의 명곡	KBS	2012.04.07 토/ 오후 6:15	8.83	3.01	4.44	2.16	4.08	4.75
	나는 가수다 시즌2	MBC	2012.04.29 일/ 오후 6:20	5.24	2.28	2.57	1.36	2.66	2.77
	TOP밴드2	KBS	2012.05.05. 토/ 오후 11:25	1.89	0.82	1.09	0.67	1.07	0.62
	쇼미더머니 (Show Me The Money)	Mnet	2012.06.22-2012.08.10 금/ 오후 11:00	0.26	0.08	0.16	0.26	0.11	0.07
초대손님 + 토크쇼	유희열의 스케치북	KBS	2009.04.24 금/ 밤 12:15	3.08	1.00	1.69	0.83	1.52	0.92
	정재형 이효리의 유&아이	SBS	2012.02.26 일/ 밤 12:00	1.98	0.64	1.10	0.59	0.98	1.04
	아름다운 콘서트	MBC	2010.11.06 화/ 오후 5:00	1.18	0.23	0.56	0.01	0.47	0.40
	윤도현의 MUST	Mnet	2011.07.05 토/ 밤 12:00	0.09	0.03	0.05	0.03	0.04	0.02
	쇼! 챔피언	MBC MUSIC	2012.02.14 화/ 오후 7:00	0.07	0.02	0.04	0.04	0.03	0.02
가곡 + 복고	가요무대	KBS	1985.11.04 월/ 오후 10:00	11.79	3.79	4.12	0.20	4.85	14.88
	콘서트7080	KBS	2004.11.06 일/ 오후 11:20	3.57	1.18	1.55	0.67	1.56	2.21

\* 출처: AGB닐슨 미디어리서치(본방 기준)



유튜브 K-POP 조회수 순위(8월 신규등록)에서는 ‘오빠 딱 내 스타일’이 3,180만 건으로 1위에 올랐다. ‘오빠 딱 내 스타일’은 ‘강남스타일’의 멜로디에 가사를 바꾼 곡으로 포미닛의 멤버 현아가 피쳐링해 화제를 모았다. G-DRAGON의 솔로곡 ‘ONE A KIND’가 조회수 1,167만 건으로 2위를 차지했고, 카라의 ‘Pandora’는 757만 건으로 3위에 올랐다.

K-POP 누적 조회수에서는 싸이의 ‘강남스타일’이 두 달여 만에 1억 건 이상의 조회수(9월 24일 기준 2억 6,000만 회)를 기록하여 단숨에 1위에 올랐다. 한국 뮤직비디오 사상 최단 기간에 최다 조회수를 달성한 싸이는 2012 MTV 비디오 뮤직 어워드에 한국가수 최초로 참석했고, 미국의 유명 토크쇼와 라이브 무대에 등장하고, 30개국의 아이튠즈 차트 1위에 오르는 등 팝의 본고장에서 새로운 역사를 써나가고 있다. 수년간 1, 2위에 머물렀던 소녀시대의 ‘Gee’와 원더걸스의 ‘Nobody’는 각각 2위와 3위로 한 계단씩 내려갔다.

### ▶▶ K-POP 유튜브 조회수 TOP 15 (8월 신규등록)

순위	곡명	아티스트	종류	업로더	등록일자	조회수
1	오빠 딱 내 스타일	PSY (ft. HYUNA)	뮤직비디오	officialpsy	8. 14.	31,807,590
2	ONE OF A KIND	G-DRAGON	뮤직비디오	BIGBANG	8. 24.	11,672,258
3	Pandora	카라	뮤직비디오	DSPKara	8. 21.	7,579,621
4	THAT XX (그 XX)	G-DRAGON	뮤직비디오	BIGBANG	8. 31.	7,085,574
5	SPY	SUPER JUNIOR	뮤직비디오	SMTOWN	8. 12.	6,389,463
6	ALL MY LOVE IS FOR YOU	소녀시대	뮤직비디오	SMTOWN	9. 03.	3,878,289
7	강남스타일 @ Summer Stand Live Concert	PSY	무대 영상	officialpsy	8. 29.	2,802,070
8	ONE OF A KIND	G-DRAGON	뮤직비디오 티저	BIGBANG	8. 21.	2,630,493
9	Sexy Love(Dance Ver.)	티아라	뮤직비디오	LOENENT	9. 02.	2,313,870
10	강남스타일 SBS 인기가요	PSY	무대 영상	officialpsy	8. 19.	1,805,993
11	UNCOMMITTED	XIA	뮤직비디오	CJESJY	8. 16.	1,192,837
12	The Shadow	BoA	뮤직비디오	SMTOWN	8. 17.	1,103,043
13	Sexy Love (Drama ver.)	티아라	뮤직비디오	LOENENT	9. 02.	847,427
14	PANDORA JIYOUNG Teaser	카라	뮤직비디오 티저	DSPKara	8. 12.	795,414
15	PANDORA HARA Teaser	카라	뮤직비디오 티저	DSPKara	8. 13.	755,947

\* 출처 : Youtube(www.youtube.com), 9월 11일 기준(8월 11일 ~ 9월 11일 등록 동영상)

### ▶▶ K-POP 유튜브 누적 조회수 TOP 15 (9월 11일 기준)

순위	변동	곡명	아티스트	종류	업로더	등록일자	조회수	변동(8.6대비)
1	New	강남스타일	PSY	무대 영상	officialpsy	2012.07.15.	133,682,188	118,307,202
2	▽1	Gee	소녀시대	뮤직비디오	sment	2009.06.08.	84,823,026	3,544,636
3	▽1	Nobody	원더걸스	뮤직비디오	Mnet	2008.11.18.	58,158,522	317,026
4	-	THE BOYS	소녀시대	뮤직비디오	SMTOWN	2011.10.18.	56,384,013	3,094,614
5	▽2	Oh!	소녀시대	뮤직비디오	sment	2010.01.26.	55,100,716	1,554,174
6	-	내가 제일 잘 나가	2NE1	뮤직비디오	2NE1	2011.06.27.	52,254,639	3,147,242
7	▽2	Mr. Simple	슈퍼주니어	뮤직비디오	SMTOWN	2011.08.03.	52,215,712	1,689,023
8	▽1	BONAMANA(미인아)	슈퍼주니어	뮤직비디오	sment	2010.05.11.	42,145,825	1,021,061
9	▽1	Run Devil Run(런데빌런)	소녀시대	뮤직비디오	sment	2010.03.16.	41,463,363	1,243,390
10	△1	FANTASTIC BABY	BIGBANG	뮤직비디오	BIGBANG	2012.03.06.	41,108,745	5,010,442
11	▽2	SORRY, SORRY	슈퍼주니어	뮤직비디오	sment	2009.06.07.	39,880,744	1,051,488
12	▽2	LOLLIPOP	BIGBANG & 2NE1	뮤직비디오	YGEntertainment	2009.05.15.	38,200,110	839,227
13	-	STEP	KARA	뮤직비디오	DSPKara	2011.09.05.	36,166,170	1,728,940
14	▽2	LUCIFER	SHINee(샤이니)	뮤직비디오	sment	2010.07.19.	36,131,525	945,378
15	▽1	Ring Ding Dong(링딩동)	SHINee(샤이니)	뮤직비디오	sment	2009.10.16.	35,037,521	721,553

\* 출처 : Youtube(www.youtube.com), 9월 11일 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



8월 음악 어플리케이션 이용 현황에 따르면, ‘멜론’이 146만 명으로 가장 많은 순이용자수를 기록했다. ‘네이버 뮤직’은 전월 대비 22% 줄어든 116만 명으로 2위에 올랐다. 월평균이용시간에서는 ‘멜론’이 1,069분을 기록하며 ‘네이버 뮤직’(58분)과 큰 차이를 보였다. 하지만 ‘멜론’의 이용시간은 7월 기록했던 1,242분에 비해 173분(13.9%) 하락한 것으로, PC에서의 어플리케이션 이용은 계속 하락하는 추세를 보이고 있다. ‘다음’과 ‘싸이월드’의 어플리케이션은 순이용자가 60만 명에 미치지 못하고 이용시간 역시 짧은 것으로 집계된 반면, ‘애플넷’과 ‘벅스’는 적은 이용자를 확보하고 있긴 하지만 1,000분 이상의 높은 월평균이용시간을 기록했다.

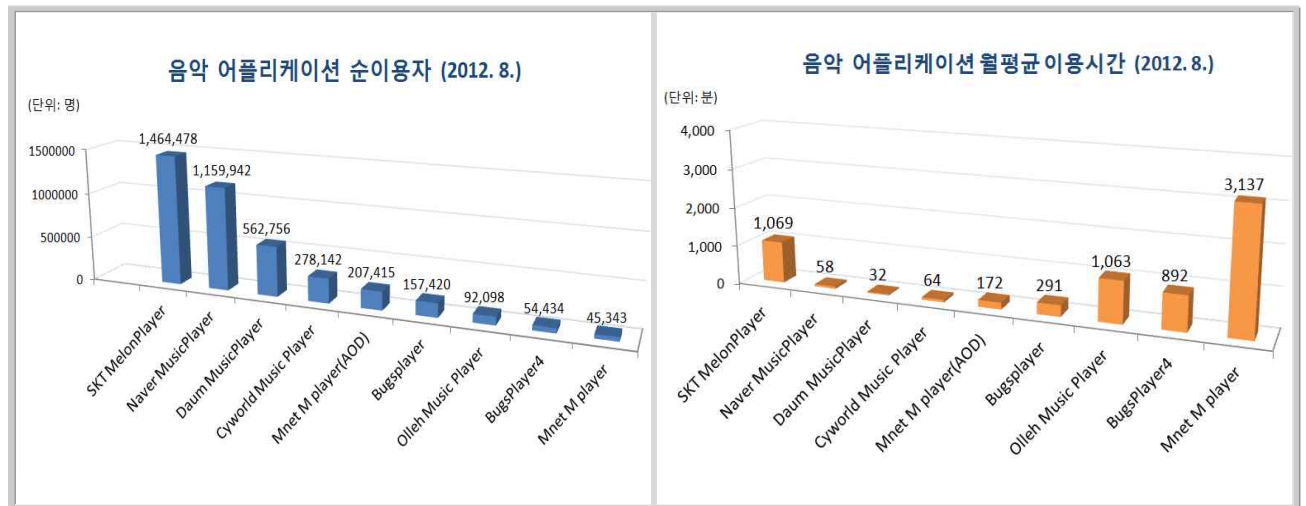
## ▶ 음악 어플리케이션 서비스 (PC)

### 1. 음악 어플리케이션 이용 현황 (8월)

순위	공급자	어플리케이션	순이용자 <sup>6)</sup>	일평균이용자 <sup>7)</sup>	도달률(% <sup>8)</sup>	월평균이용시간(분) <sup>9)</sup>	평균재방문일수(일) <sup>10)</sup>	순방문자증감률(%)
1	Melon	SKT MelonPlayer	1,464,478	197,165	4.36	1,069.23	4.24	-3.44
2	Naver	Naver MusicPlayer	1,159,942	57,060	3.46	58.32	1.53	-21.64
3	Daum	Daum MusicPlayer	562,756	26,019	1.68	32.22	1.46	1.36
4	Cyworld	Cyworld MusicPlayer	278,142	15,910	0.83	64.26	1.80	-9.33
5	Mnet	Mnet M player(AOD)	207,415	18,825	0.62	171.96	2.82	-7.76
6	Bugs	Bugs player	157,420	10,669	0.47	290.64	2.16	1.71
7	Ollehmusic	Olleh Music Player	92,098	14,235	0.27	1,063.35	4.87	-21.88
8	Bugs	BugsPlayer4	54,434	6,231	0.16	892.19	3.63	37.26
9	Mnet	Mnet M player	45,343	12,217	0.14	3,136.61	8.86	-25.65

\* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임

\* 출처 : 닐슨 코리아클릭, KOCCA 재구성



6) 순이용자 : Application을 사용하는 중복되지 않은 인터넷 사용자의 수

7) 일평균이용자 : 개별 App.의 일 평균 이용자 규모를 의미

8) 도달률 : 국내 인터넷 사용자 중 Application을 이용한 경험이 있는 중복되지 않은 이용자의 비율 (App. 이용자 / 국내 인터넷 사용자 수)

9) 월평균이용시간 : 한 달 동안 Application을 이용한 평균 시간

10) 평균재방문일수 : 전체 인터넷 사용자 중 해당 App.를 쓰고 있는 이용자가 한 달 동안 1인 평균 App.을 이용하는 일수



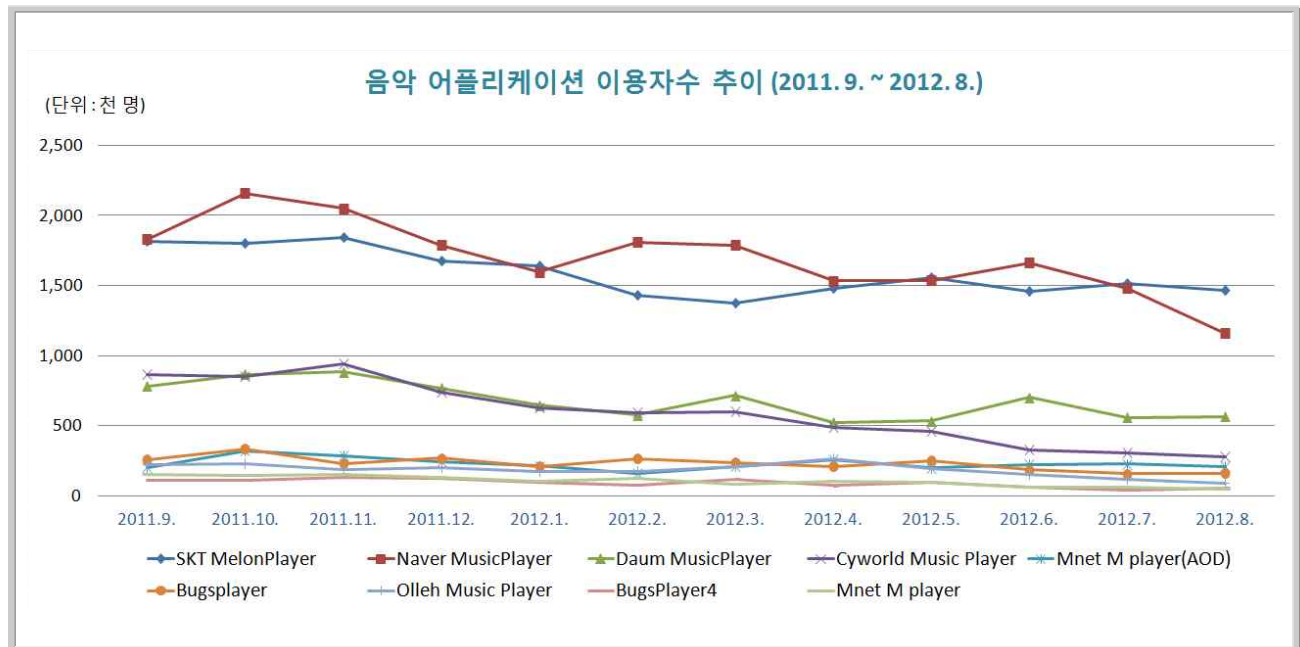
PC기반 음악 어플리케이션 이용자수 추이를 살펴보면, 전체적으로 이용자수가 하락하고 있는 상황에서 ‘네이버 뮤직’의 하락 추세가 뚜렷하다. ‘네이버 뮤직’ 뿐만 아니라 다른 어플리케이션 역시 이용자수가 증가하고 있는 서비스는 없는 것으로 파악된다. 이는 스마트폰 등 편의성 높은 모바일 기기의 이용이 급속히 늘어남에 따른 결과로, 음악 서비스 이용 행태의 빠른 변화를 반영한다.

2. 음악 어플리케이션 이용자수 추이 (2011. 9. ~ 2012. 8.)

(단위: 천 명)

순위	어플리케이션	2011. 9.	2011.10.	2011. 11.	2011.12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
1	SKT Melon Player	1,817	1,803	1,843	1,677	1,640	1,428	1,377	1,478	1,559	1,459	1,517	1,464
2	Naver Music Player	1,826	2,157	2,049	1,787	1,595	1,807	1,785	1,532	1,534	1,663	1,480	1,160
3	Daum Music Player	783	865	882	765	645	575	714	525	533	700	555	563
4	Cyworld Music Player	862	853	943	740	630	593	601	485	458	324	307	278
5	Mnet M player(AOD)	199	321	282	242	211	159	205	255	197	224	225	207
6	Bugs Player	256	335	229	267	208	261	237	208	250	183	155	157
7	Olleh Music Player	223	228	189	203	171	171	208	266	195	151	118	92
8	Bugs Player4	112	109	132	124	97	73	115	72	96	63	40	54
9	Mnet M player	152	147	154	134	103	122	84	102	99	62	61	45

\* 이용자수가 줄어드는 현상은 스마트폰을 통한 음악 어플리케이션 이용이 증가하기 때문으로 추정됨(위 데이터는 PC 이용 현황임)  
 \* 출처 : 닐슨 코리아클릭, KOCCA 재구성



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보





8월 음악 어플리케이션 이용자(9개 서비스 대상)는 402만 명으로 측정되었다. 이 중 366만 명은 하나의 어플리케이션만 사용했고, 33만 명은 2개 이상의 어플리케이션을 이용한 것으로 나타났다. 연령별로는 '19~24세'가 70만 명으로 가장 많은 이용자수를 기록했고, 62만 명을 기록한 '13~18세'가 그 뒤를 이었다. '40~44세'는 인접 연령인 '35~39세', '45~59세'에 비해 이용자수가 많은 것으로 측정되었다. 성별로는 여성(215만)이 남성(187만)보다 많은 것으로 나타났고, 어플리케이션 중복 이용률도 여성 이용자(22만)가 남성(11만)보다 2배 이상 많았다.

### 3. 음악 어플리케이션 이용자 분석 (8월)

(단위: 천 명)

구분	순이용자	도달률(%)	남성	여성	7~12	13~18	19~24	25~29	30~34	35~39	40~44	45~49	50~59	60~69
비중복 이용자	3,664	0.97	1,759	1,905	220	565	618	464	392	363	383	270	314	73
중복 이용자	326	10.91	108	218	20	43	78	44	46	17	37	15	25	-
총 이용자	4,022	11.98	1,874	2,148	240	621	702	509	440	380	421	294	342	73

\* 3개 이상 서비스의 중복이용자로 인해 '비중복 이용자'와 '중복이용자'의 합계 수치는 '총이용자'와 일치하지 않음

\* 출처 : 닐슨 코리아클릭, KOCCA 재구성







8월에는 200개의 앨범이 방송심의를 받았다. 이는 233개를 기록했던 전월에 비해 33개가 줄어든 수치이다. 심의를 받은 앨범들을 장르별로 구분하면 ‘댄스’가 46개로 23%를, ‘트롯(트로트)’가 45개로 22.5%를 차지했고, ‘힙합’(22개), ‘발라드’(21개)가 그 뒤를 이었다.

발매형태별 구분에서는 8월 발매된 200개의 앨범 중 ‘디지털 싱글’로 발매된 앨범이 135장으로 가장 많았고, ‘일반(CD)’ 형태로 발매된 앨범이 57개를 기록했으며, ‘싱글(CD)’이 6개, ‘컴필레이션(CD)’은 2개로 나타났다. 1월부터의 추이를 보면 ‘일반(CD)’의 발매가 서서히 줄어드는 반면, ‘디지털 싱글’의 발매량은 꾸준히 늘어나는 추세이다.

## ▶ 음악 방송심의 통계

### 1. 월별 방송심의 건수 (2012. 1. ~ 2012. 8.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	합계
앨범	157	196	194	195	245	180	233	200	1,600
곡	548	607	657	673	890	659	740	696	5,470

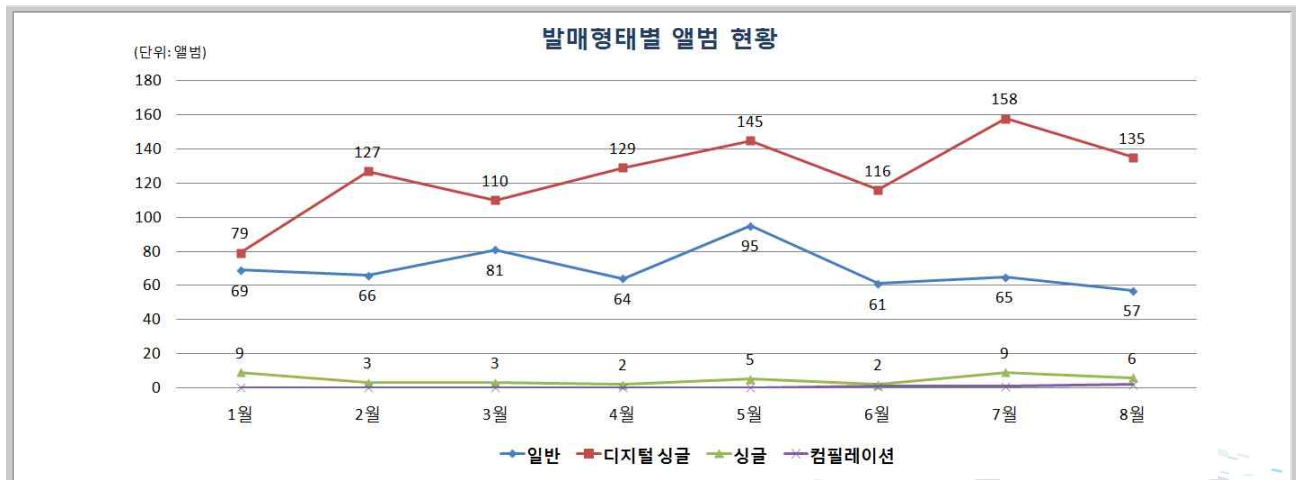
### 2. 장르별 방송심의 앨범 현황 (2012. 8.)

장르	댄스	발라드	트롯	힙합	락	락발라드	모던락	인디/트립/그린	재즈	포크	펑크	하우스	레게	크로스오버	팝페라	알앤비	소울	OST	클래식, 기타	미분류	일반가요	합계
앨범	46	21	45	22	15	2	8	8	-	5	-	-	1	1	-	4	-	8	-	-	14	200
비율 (%)	23	10.5	22.5	11	7.5	1	4	4	-	2.5	-	-	0.5	0.5	-	2	-	4	-	-	7	100

### 3. 발매형태별 앨범 현황 (2012. 8.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	합계
일반(CD)	69	66	81	64	95	61	65	57	558
디지털 싱글	79	127	110	129	145	116	158	135	999
싱글(CD)	9	3	3	2	5	2	9	6	39
컴필레이션(CD)	-	-	-	-	-	1	1	2	4
합계	157	196	194	195	245	180	233	200	1,600

\* 출처 : 한국음원제작자협회 (www.kapp.or.kr)





# 04 공연

8월 공연시장 종합 순위에서는 EBS 프로그램 모여라 덩동덩의 인기 캐릭터 번개맨의 출생에 얽힌 이야기를 다룬 '번개맨의 비밀'이 7.0%의 점유율을 차지하며 7월에 이어 1위를 유지했다. EBS측은 1탄의 흥행 성공에 힘입어 올 겨울방학에 맞춰 번개맨 뮤지컬 2탄을 선보일 예정이다. 6.0%의 점유율을 얻은 뮤지컬 '시카고'는 2위에 올랐다. '시카고'는 동명의 뮤지컬 영화로도 제작되어 아카데미 시상식에서 작품상 등 6개 부문을 수상한 바 있어 국내 관객들에게 친숙한 뮤지컬이다. 동화 '오즈의 마법사'에 등장하는 마녀를 새롭게 조명한 뮤지컬 '위키드'의 오리지널 내한공연은 5.0%의 점유율로 7월과 동일하게 3위를 차지했다.

한편 8월에는 찰스 디킨스의 원작 소설을 뮤지컬로 만든 '두 도시 이야기'가 14위로 새롭게 진입했고, 뮤지컬과 연극이 종합 순위에서 강세를 보이고 있는 가운데, 클래식 장르에서는 유일하게 '2012 파크 콘서트 Piano Paradiso'가 순위권에 올랐다. '2012 파크 콘서트 Piano Paradiso'는 유키 구라모토, 스티브 바라캇, 이루마 등의 대중적인 아티스트가 출연하는 야외 콘서트이다.

## ▶ 공연시장 종합 TOP 20 (8월)

순위	변동	공연명	공연장	점유율	장르	공연기간
1	-	EBS 모여라 덩동덩 <번개맨의 비밀>	어린이대공원 내 돔아트홀	7.0%	뮤지컬	2012.07.27. ~ 2012.08.26.
2	△2	뮤지컬 <시카고>	디큐브아트센터	6.0%	뮤지컬	2012.06.09. ~ 2012.10.07.
3	-	뮤지컬 <위키드> 오리지널 내한공연	블루스퀘어 삼성전자홀	5.0%	뮤지컬	2012.05.29. ~ 2012.10.07.
4	△2	뮤지컬 <라카지>	LG아트센터	4.0%	뮤지컬	2012.07.04. ~ 2012.09.04.
5	▽3	뮤지컬 <잭더리퍼>	국립극장 해오름극장	3.9%	뮤지컬	2012.07.20. ~ 2012.08.25.
6	△3	뮤지컬 <맨 오브 라만차>	샤롯데씨어터	2.9%	뮤지컬	2012.06.19. ~ 2012.10.07.
7	△1	옥탑방고양이 - 대학로	대학로 토티홀	2.8%	연극	2010.04.06. ~ 2012.12.31.
8	▽1	초특급 애니 뮤지컬 <로보카 폴리>	올림픽공원 우리금융아트홀	2.7%	뮤지컬	2012.07.04. ~ 2012.08.26.
9	△3	뮤지컬 <형제는 용감했다>	코엑스아티움 현대아트홀	2.5%	뮤지컬	2012.06.26. ~ 2012.10.01.
10	△7	뉴보잉보잉 1탄	대학로 두레홀 3관	1.6%	연극	2009.01.01. ~ 2012.08.31.
11	△2	쥐뿔	대학로 SH아트홀	1.5%	연극	2012.08.02. ~ 2012.10.31.
12	△3	라이어 1탄 - 대학로	해피씨어터	1.4%	연극	2012.03.12. ~ 2012.09.16.
13	△3	뮤지컬 <에드워드>	KT&G 상상아트홀	1.3%	뮤지컬	2012.08.11. ~ 2012.10.21.
14	New	뮤지컬 <두 도시 이야기>	충무아트홀 대극장	1.2%	뮤지컬	2012.08.24. ~ 2012.10.07.
15	▽1	<파워레인저 미라클포스 에피소드2: 최후의 전투>	이화여자대학교 삼성홀	1.1%	뮤지컬	2012.07.21. ~ 2012.08.19.
16	△3	블링블링	대학로 키드키드아트홀 신관	1.1%	연극	2011.06.01. ~ 2012.08.31.
17	△16	뮤지컬 <번지점프를 하다>	블루스퀘어 삼성카드홀	1.0%	뮤지컬	2012.07.14. ~ 2012.09.02.
18	△2	연애지침서 연극 <옥탑방고양이> - 강남	강남 동양아트홀	0.9%	연극	2012.03.02. ~ 2012.12.31.
19	▽1	NEW 송승환의 어린이난타	예림당 아트홀	0.9%	뮤지컬	2012.04.20. ~ 2012.12.30.
20	New	2012 파크 콘서트 Piano Paradiso	올림픽공원 88마당 야외무대	0.9%	클래식	2012.09.08.

\* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 8. 1. ~ 8. 31. 판매매수 기준)



뮤지컬 분야에서는 ‘EBS 모여라 덩동댕 <번개맨의 비밀>’이 1위를 차지했다. 6월 9일 개막 이래 인기를 이어가고 있는 뮤지컬 <시카고>가 2위를 차지했고, 오리지널 팀이 내한한 뮤지컬 <위키드>가 3위로 그 뒤를 이었다. <위키드>는 8월말 기준으로 20만 명 이상이 관람하여 국내 공연 뮤지컬 가운데 최다 관객 기록을 경신했고, 95% 이상의 유료객석 점유율을 유지하며 270억의 매출액을 예상하고 있다. 한편 10위권 내에 든 3편의 창작 뮤지컬 중 ‘형제는 용감했다’를 제외한 두 편이 어린이/가족 뮤지컬로, 해당 장르의 시장성을 엿볼 수 있다.

연극 분야에서는 소설에서 드라마로, 드라마에서 연극으로 재생산된 ‘옥탑방고양이(대학로)’가 4개월 연속 1위를 유지했다. 2010년 골든 티켓 어워드에서 작품상을 수상했던 장기공연작 ‘뉴보잉보잉 1탄’은 두 계단 상승해 2위에 올랐고, 아가사 크리스티의 단편 추리소설을 재구성한 ‘쥐뿔’이 3위를 차지했다.

▶ 공연시장 분야별 TOP 10 (8월)

1. 뮤지컬

순위	변동	공연명	공연장	구분	점유율	공연기간
1	-	EBS 모여라 덩동댕 <번개맨의 비밀>	어린이대공원 내 돔아트홀	창작	10.9%	2012.07.27. ~ 2012.08.26.
2	△2	뮤지컬 <시카고>	디큐브아트센터	라이선스	9.3%	2012.06.09. ~ 2012.10.07.
3	-	뮤지컬 <위키드> 오리지널 내한공연	블루스퀘어 삼성전자홀	오리지널	7.8%	2012.05.29. ~ 2012.10.07.
4	▽2	뮤지컬 <잭더리퍼>	국립극장 해오름극장	라이선스	6.2%	2012.07.20. ~ 2012.08.25.
5	△1	뮤지컬 <라카지>	LG아트센터	라이선스	6.1%	2012.07.04. ~ 2012.09.04.
6	△2	뮤지컬 <맨 오브 라만차>	샤롯데씨어터	라이선스	4.5%	2012.06.19. ~ 2012.10.07.
7	-	초특급 애니 뮤지컬 <로보카 폴리>	올림픽공원 우리금융아트홀	창작	4.2%	2012.07.04. ~ 2012.08.26.
8	△4	뮤지컬 <형제는 용감했다>	코엑스아트יום 현대아트홀	창작	3.9%	2012.06.26. ~ 2012.10.01.
9	△7	뮤지컬 <헤드윅>	KT&G 상상아트홀	라이선스	2.0%	2012.08.11. ~ 2012.10.21.
10	New	뮤지컬 <두 도시 이야기>	충무아트홀 대극장	라이선스	1.8%	2012.08.24. ~ 2012.10.07.

\* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 8. 1. ~ 8. 31. 판매매수 기준)

2. 연극

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	-	옥탑방고양이-대학로	대학로 토티홀	10.9%	2010.04.06. ~ 2012.12.31.
2	△2	뉴보잉보잉 1탄	대학로 두레홀 3관	6.1%	2009.01.01. ~ 2012.08.31.
3	▽1	쥐뿔	대학로 SH아트홀	6.0%	2012.08.02. ~ 2012.10.31.
4	▽1	라이어 1탄 - 대학로	해피씨어터	5.4%	2012.03.12. ~ 2012.10.31.
5	-	블링블링	대학로 키득키득아트홀 신관	4.2%	2011.06.01. ~ 2012.10.31.
6	-	연애지침서 연극 옥탑방고양이 - 강남	강남 동양아트홀	3.6%	2012.03.02. ~ 2012.12.31.
7	-	라이어1탄 <강남코엑스>	코엑스아트홀	3.3%	2012.01.06. ~ 2012.09.02.
8	△10	고두심 40주년 기념 연극<여섯 주, 여섯 번의 댄스레슨>	두산아트센터 연강홀	3.1%	2012.07.24. ~ 2012.09.02.
9	△1	리얼 버라이어티 코믹극 배꼽 - 강남역	강남역 강남아트홀 1관	3.1%	2010.08.08. ~ 2012.08.31.
10	▽2	장진의<서툰 사람들>	대학로 아트원씨어터 2관	2.8%	2012.06.05. ~ 2012.10.03.

\* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 8. 1. ~ 8. 31. 판매매수 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01  
출판

02  
만화

03  
음악

04  
공연

05  
게임

06  
영화

07  
애니  
메이션

08  
캐릭터

09  
방송

10  
광고

11  
지식  
정보

콘서트 티켓 판매 순위에서는 ‘용감한 녀석들 콘서트’가 5.8%의 점유율로 1위에 올랐다. 인기 TV 프로그램 개그 콘서트의 코너에서 시작한 ‘용감한 녀석들’은 올해 세 장의 디지털 싱글을 발표하여 좋은 반응을 얻은 바 있다. 영화 <건축학개론>에 ‘기억의 습작’이 삽입되면서 최근 재조명받고 있는 김동률의 ‘2012 김동률 콘서트 ‘감사’ - 부산 공연은 3.4%의 점유율로 2위를 차지했다. 김동률의 대전, 성남, 서울 공연도 각각 4위, 8위, 10위에 올랐다. 3위는 일본의 대표적인 락 페스티벌 서머소닉과 연계하여 라인업을 구축한 ‘슈퍼! 소닉 2012’가 차지했다.

클래식/오페라 분야에서는 9월 8일 열리는 ‘2012 파크 콘서트 Piano Paradiso’가 10.8%의 점유율을 기록하며 1위에 올랐다. 지역 유망 신인 음악인에게 연주기회를 부여하는 ‘Summer New Artists Concert-대전’과 ‘마에스트로 정명훈과 안젤라 게오르규와 비토리오 그리골로의 <라보엠>’이 각각 3.2%와 2.5%의 점유율로 2위와 3위를 차지했다.

### 3. 콘서트

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	New	용감한 녀석들 콘서트	연세대학교 노천극장	5.8%	2012.09.09.
2	New	2012 김동률 콘서트 ‘감사’ - 부산	KBS 부산홀	3.4%	2012.09.21. ~ 2012.09.22.
3	△5	슈퍼! 소닉 2012	올림픽공원	3.3%	2012.08.14. ~ 2012.08.15.
4	New	2012 김동률 콘서트 ‘감사’ - 대전	충남대학교 정심화홀	3.1%	2012.10.05. ~ 2012.10.06.
5	New	NELL 's SEASON - Standing in the rain	블루스퀘어 삼성카드홀	2.9%	2012.09.20. ~ 2012.09.23.
6	▽5	2012 Maroon 5 LIVE IN SEOUL	잠실종합운동장 보조경기장	2.8%	2012.09.15.
7	New	현대카드 컬처프로젝트 07 킨(KEANE)	올림픽공원 핸드볼경기장	2.7%	2012.09.24.
8	△15	2012 김동률 콘서트 ‘감사’ - 성남	성남아트센터 오페라하우스	2.6%	2012.10.26. ~ 2012.10.27.
9	▽2	컬투쇼 홀.랑.적.SHOW!	성균관대학교 새천년홀	2.5%	2012.07.20. ~ 2012.08.19.
10	New	2012 김동률 콘서트 ‘감사’ - 서울	충무아트홀 대극장	2.0%	2012.10.18. ~ 2012.10.20.

\* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 8. 1. ~ 8. 31. 판매매수 기준)

### 4. 클래식/오페라

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	△1	2012 파크 콘서트 Piano Paradiso	올림픽공원 88마당 야외무대	10.7%	2012.09.08.
2	△10	Summer New Artists Concert-대전	대전문화예술의전당 앙상블홀	3.2%	2012.08.08. ~ 2012.08.12.
3	▽2	마에스트로 정명훈과 안젤라 게오르규와 비토리오 그리골로의 <라보엠>	연세대학교 노천극장	2.5%	2012.08.28. ~ 2012.09.02.
4	New	앙상블 디토 리사이틀<백야> 대구공연	대구계명아트센터	2.1%	2012.08.26.
5	△13	청소년특별음악회 썸머클래식	세종문화회관 대극장	1.9%	2012.08.20. ~ 2012.08.22.
6	▽2	서울시합창단 제 129회 정기연주회	세종문화회관 대극장	1.8%	2012.08.18.
7	△3	2012 장한나의 애플루트 클래식 IV - CONCERT II	성남아트센터 오페라하우스	1.8%	2012.08.25.
8	▽5	2012 아시아필하모닉오케스트라 APO (마에스트로 정명훈)	연세대학교 노천극장	1.3%	2012.08.04.
9	-	2012 수원국제음악제	경기도문화의전당 행복현대극장	1.3%	2012.08.23. ~ 2012.08.24.
10	New	오케스트라 영화음악을 만나다	성남아트센터 오페라하우스	1.3%	2012.08.15.

\* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 8. 1. ~ 8. 31. 판매매수 기준)



국악/무용 분야에서는 ‘경기도도립국악단 기획공연 ‘청소년 국악여행 - 우리음악 스킨십’이 11.1%의 점유율로 1위를 차지했다. 성남아트센터에서 펼쳐지는 ‘2012 성남시립국악단 여름방학 특별공연 “가족과 함께 하는 소리여행”’이 2위에 올랐으며, ‘2012 선화예술학교 무용제’가 6.0%로 3위를, ‘2012 선화예술고등학교 예술제’가 6위를 차지하며 눈길을 끌었다.

콘서트와 마찬가지로 단기간 공연하는 국악/무용의 특성상, 상위 10위권의 절반에 해당하는 5편의 공연이 새롭게 순위에 올라왔다. 7월의 국악/무용 공연시장을 아메리칸발레시어터나 유니버설 발레단 등의 수준 높은 발레 공연이 주도했다면, 8월에는 도립·시립국악단의 기획공연이 관객의 발길을 이끌었다.

### 5. 국악/무용

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	△4	경기도립국악단 기획공연 ‘청소년 국악여행 - 우리음악 스킨십’	경기도문화의전당 아늑한소극장	11.1%	2012.08.11. ~ 2012.08.12.
2	△5	2012 성남시립국악단 여름방학 특별공연 “가족과 함께 하는 소리여행”	성남아트센터 앙상블시어터	8.9%	2012.08.16. ~ 2012.08.18.
3	▽1	2012 선화예술학교 무용제	유니버설아트센터	6.0%	2012.08.29.
4	-	여름방학 특별기획 청소년음악회 “2012 Click! 국악 속으로”	세종문화회관 대극장	5.8%	2012.08.16.
5	New	발레로 들려주는 동화이야기 강아지 똥	서산문화회관 대공연장	5.6%	2012.09.08. ~ 2012.09.09.
6	New	국립발레단 -백조의 호수-	예술의전당 오페라극장	4.0%	2012.12.07. ~ 2012.12.12.
7	New	2012 선화예술고등학교 예술제	유니버설아트센터	3.5%	2012.08.31.
8	△2	이자람의 판소리브레이크 ‘사천가’	화성아트홀	3.2%	2012.09.01.
9	New	2012 별빛달빛콘서트	서울남산국악당	3.2%	2012.08.08. ~ 2012.08.12.
10	New	국립발레단 <백조의 호수>	성남아트센터 오페라하우스	2.8%	2012.10.19. ~ 2012.10.20.

\* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 8. 1. ~ 8. 31. 판매매수 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



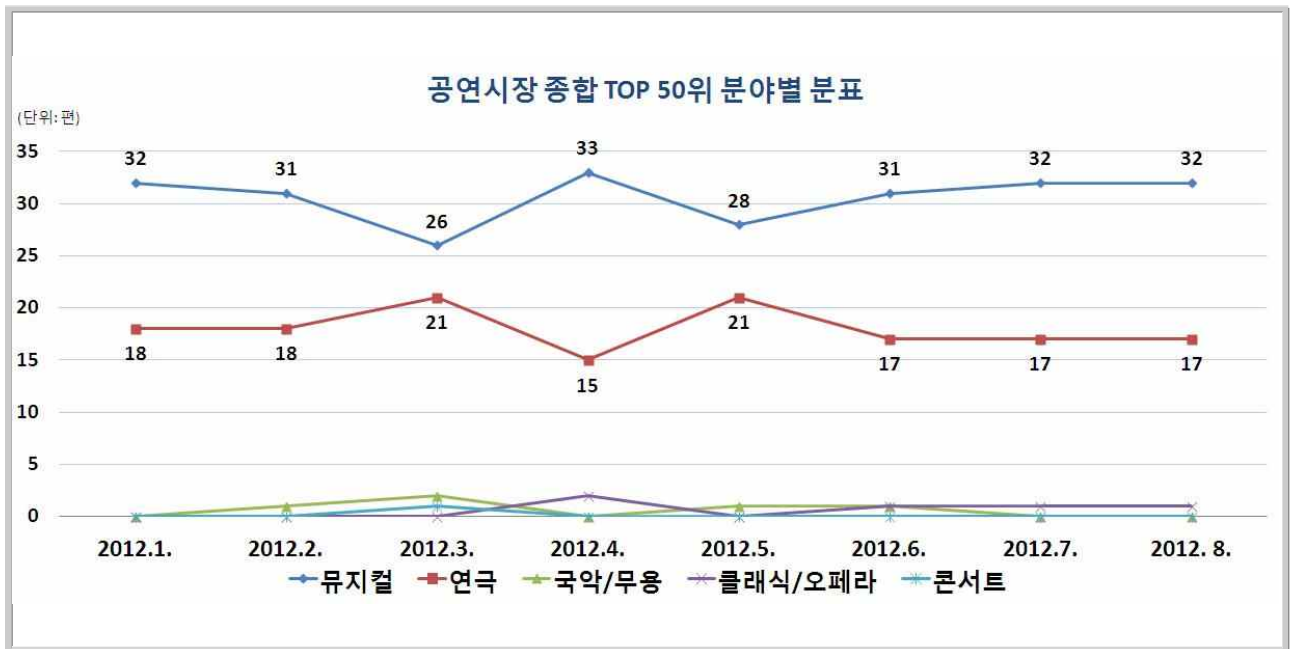


8월 공연시장 종합 50위의 분야별 분포는 7월과 동일했다. 뮤지컬 장르는 7월에 이어 8월에도 절반 이상인 32편을 차트에 올렸고, 17개 공연이 50위권에 오른 연극이 2위를 기록했다. 1월부터 8월까지 뮤지컬과 연극이 평균 30편과 18편을 순위권에 올리고 있는 반면 국악/무용, 클래식/오페라, 콘서트는 아주 적은 수의 공연만이 판매량에서 50위권에 들었다.

▶▶ 공연시장 종합 TOP 50위 분야별 분포 (2012. 1. ~ 2012. 8.)

순위	분야	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
1	뮤지컬	32	31	26	33	28	31	32	32
2	연극	18	18	21	15	21	17	17	17
3	국악/무용	0	1	2	0	1	1	0	0
4	클래식/오페라	0	0	0	2	0	1	1	1
5	콘서트	0	0	1	0	0	0	0	0

\* 출처: 인터파크 티켓, 한국콘텐츠진흥원 재구성



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



# 05 게임

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

8월 온라인게임 순위에서는 ‘리그 오브 레전드’의 사용시간이 7월 대비 10.5% 상승하며 1위를 차지했다. 지속적인 챔피언 업데이트와 Lol the Champions Summer 대회 흥행 성공, 그리고 오는 10월 라이엇 게임즈가 개최하는 시즌 2 월드 챔피언십 등 다양한 이벤트가 지속적으로 진행되며 5주 연속 1위를 달리고 있다. 7월 종합 순위 1위를 차지했던 ‘블레이드 & 소울’은 사용시간이 12% 감소하며 2위로 내려갔다. 게임하이에서 개발한 ‘서든어택’은 ‘리그 오브 레전드’, ‘블레이드 & 소울’과 함께 이른바 빅3로 불리던 ‘디아블로 3’를 밀어내고 3위로 올라갔다. 유저들과의 커뮤니케이션을 통해 편의 사항을 개선, 강화한 여름 대규모 업데이트 4탄 개념패치가 주효했다. ‘디아블로 3’는 8월 23일 1.04패치로 레벨 확장과 아이템 추가 등 대규모 콘텐츠 업데이트를 단행했음에도 40%의 사용시간 감소율을 보이며 4위로 하락했다. 한편 ‘프리스타일 풋살’ 버전을 업데이트한 ‘프리스타일 풋볼’은 3단계 상승하며 20위권에 진입했고, 오는 9월 27일 확장팩 ‘판다리아의 안개’가 출시 예정인 ‘월드 오브 워크래프트’는 TOP 20위 중 가장 높은 19.7%의 사용시간 증가율을 보이며 17위로 올라섰다.

7월과 마찬가지로 국내 개발사의 게임 14개가 TOP 20에 포함되었으며, 국내 개발사 게임의 사용시간은 3,660,243으로 59%의 점유율을 보였다. TOP 20위 게임의 사용시간 합계는 6,204,740으로 7월(6,514,253)에 비해 하락했는데, 여기에는 런던 올림픽 등 대체 콘텐츠의 영향이 있는 것으로 파악된다.

## ▶▶ 온라인게임 종합 TOP 20 (8월)

순위	변동	게임명	장르	이용시간 (시간)	이용시간 점유율(%)	전월대비 증감율(%)	평균체류 시간(분)	개발사	유통사
1	△1	리그 오브 레전드	RTS	1,365,348	18.43%	-2.15%p	124	라이엇 게임즈	라이엇게임즈
2	▼1	블레이드 & 소울	RPG	1,142,192	15.42%	1.68%p	163	엔씨소프트	엔씨소프트
3	△1	서든어택	FPS	629,229	8.50%	-0.84%p	79	게임하이	CJ E&M/넥슨
4	▼1	디아블로 3	RPG	543,761	7.34%	4.62%p	132	블리자드	블리자드
5	-	피파온라인2	스포츠	471,700	6.37%	0.44%p	49	EA/네오위즈게임즈	네오위즈게임즈
6	-	아이온	RPG	381,746	5.15%	0.09%p	170	엔씨소프트	엔씨소프트
7	-	스타크래프트	RTS	305,115	4.12%	-0.59%p	72	블리자드	블리자드
8	△1	워크래프트 3	RTS	230,544	3.11%	-0.23%p	78	블리자드	블리자드
9	▼1	메이플 스토리	RPG	204,687	2.76%	0.37%p	67	넥슨	넥슨
10	-	리니지	RPG	174,783	2.36%	-0.26%p	115	엔씨소프트	엔씨소프트
11	-	던전앤파이터	RPG	134,219	1.81%	-0.21%p	79	네오플	넥슨
12	-	사이퍼즈	RPG	107,797	1.46%	-0.15%p	119	네오플	넥슨
13	-	리니지 2	RPG	97,739	1.32%	-0.17%p	171	엔씨소프트	엔씨소프트
14	-	카트라이더	레이싱	82,298	1.11%	-0.08%p	44	넥슨	넥슨
15	-	스페셜포스	FPS	78,962	1.07%	-0.16%p	96	드래곤플라이	네오위즈게임즈
16	-	한게임 로우바둑이	포커	57,274	0.77%	-0.09%p	36	NHN	NHN
17	△3	월드오브워크래프트	RPG	52,639	0.71%	-0.13%p	103	블리자드	블리자드
18	△3	프리스타일풋볼	스포츠	49,045	0.66%	-0.10%p	90	JCE	JCE
19	-	카운터스트라이크온라인	FPS	48,572	0.66%	-0.03%p	62	넥슨	넥슨
20	▼3	스타크래프트2	RTS	47,090	0.64%	-0.01%p	82	블리자드	블리자드

\* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)



8월 온라인게임 점유율의 추이를 살펴보면 '리그 오브 레전드'의 강세를 확인할 수 있다. '리그 오브 레전드'는 8월 마지막 주에 '블레이드 & 소울'과의 격차를 4% 가량으로 벌리며 1위를 차지했다. 6월 4주부터 완만한 상승곡선을 그리고 있는 '리그 오브 레전드'의 9월 점유율은 20%를 넘을 것으로 기대된다. '블레이드 & 소울'은 15% 대의 점유율을 기록하며 2위로 떨어졌고, 점유율이 대폭 하락하며 '서든어택'에게 종합 3위를 빼앗긴 '디아블로 3'는 1.04 패치 전후로 점유율이 상승하며 8월 마지막 주에는 '서든어택'을 근소한 차이로 앞질렀다. 방학이 종료되는 8월 마지막 주에는 학생유저들이 많은 '서든어택', '피파온라인2' 등의 점유율이 감소하는 모습을 보였다.

▶ 온라인게임 점유율 추이 (2012. 6. ~ 2012. 8.)



\* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)



8월 온라인게임 장르별 현황을 살펴보면 RPG 장르가 42.21%로 1위를 기록하였으나 점유율은 두 달 연속 하락했다. '블레이드 & 소울'과 '디아블로 3'의 점유율 하락이 원인으로 파악된다. 2위인 RTS(실시간전략게임)는 '리그 오브 레전드'와 '스타크래프트'의 선전에 힘입어 26.85%로 상승해, 한때 두 배 이상 차이가 벌어졌던 RPG와의 점유율 격차를 좁혔다. 전월 대비 1.29%p 상승한 FPS(1인칭슈팅게임)는 11.73%로 3위에 올랐다. 9.01%(0.26%p 하락)의 점유율을 차지한 스포츠가 4위를 기록했고, 기타 장르는 모두 3% 미만에 머물렀다.

2011년 3분기와 2012년 8월의 장르별 점유율을 비교하면, RPG는 41.33%에서 42.21%로 비슷한 수치를 기록하고 있다. RPG 장르는 2011년 1분기를 제외하면 매 분기 40%를 상회하는 점유율을 보여 시장을 선도하는 장르로 나타났다. RTS는 16.60%에서 26.85%로 크게 상승했고 FPS와 스포츠는 각각 4.7%p, 2.8%p 하락했다. RTS 장르의 급격한 점유율 상승은 2011년 12월부터 국내 서비스를 시작한 '리그 오브 레전드'의 영향으로 생각되, 대작 게임의 발매 등에 영향을 많이 받는 게임 시장의 특성을 엿볼 수 있다.

### ▶▶ 온라인게임 장르별 현황

#### 1. 장르별 이용 현황 (8월)

장르명	사용시간 (시간)	점유율(%)		기간대비 등락현황(개)				PC방당 사용시간(분)	평균체류 시간(분)	평균이용 횟수(회)	일간평균 접속자수	일간최대 접속자수
		점유율	증감률	전체	상승	하락	보합					
RPG	3,126,103	42.21%	-5.22%p	184	74	89	17	1,052	129	1,456,519	4,043,897	7,901,158
RTS	1,988,667	26.85%	3.08%p	8	0	0	8	1,797	104	1,146,429	2,569,757	4,813,298
보드	138,590	1.87%	0.37%p	31	4	4	23	140	64	130,260	179,112	333,204
레이싱	106,818	1.44%	0.08%p	7	0	0	6	253	45	141,550	137,962	326,038
FPS	868,966	11.73%	1.29%p	25	4	2	19	739	79	661,514	1,122,577	2,477,559
아케이드	206,603	2.79%	0.25%p	37	12	8	17	179	56	220,924	267,373	635,053
스포츠	667,485	9.01%	-0.26%p	21	3	4	14	545	52	765,464	862,622	1,843,273
고스톱	117,088	1.58%	0.15%p	32	6	8	18	129	40	175,106	151,401	291,461
포커	186,128	2.51%	0.25%p	23	1	1	21	145	30	372,471	240,248	412,734

\* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)

#### 2. 장르별 점유율 추이 (2011. 1Q ~ 2012. 8)

장르명	2011. 1Q	2011. 2Q	2011. 3Q	2011. 4Q	2012. 1Q	2012. 2Q	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
RPG	47.85%	43.40%	41.33%	40.14%	36.77%	44.20%	44.95%	50.95%	47.43%	42.21%
RTS	13.09%	15.95%	16.60%	17.36%	22.49%	24.74%	24.59%	21.97%	23.77%	26.85%
FPS	15.56%	14.44%	16.46%	15.46%	16.87%	11.89%	12.00%	9.30%	10.44%	11.73%
스포츠	9.37%	11.62%	11.87%	13.40%	10.83%	8.70%	8.34%	8.77%	9.27%	9.01%
아케이드	3.73%	3.83%	3.97%	3.97%	3.56%	2.88%	2.84%	2.49%	2.54%	2.79%
포커	4.04%	4.32%	3.75%	3.87%	3.80%	2.98%	2.87%	2.43%	2.26%	2.51%
고스톱	2.52%	2.61%	2.29%	2.14%	2.02%	1.70%	1.62%	1.48%	1.43%	1.58%
레이싱	2.03%	1.87%	1.93%	1.86%	1.84%	1.32%	1.31%	1.12%	1.36%	1.44%
보드	1.81%	1.95%	1.81%	1.80%	1.82%	1.59%	1.47%	1.49%	1.50%	1.87%

\* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보





01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

8월 게임 제작사별 점유율에서는 엔씨소프트가 24.43%의 점유율로 7월에 이어 1위를 유지했다. 엔씨소프트와 2위 블리자드의 점유율이 7월보다 각각 1.32%p, 3.66%p 감소한데 반해 넥슨은 0.94%p 증가하며 3위를 기록했다. 네오위즈게임즈는 큰 변동 없이 10.01%의 점유율로 4위를 기록했다. 웹보드게임 '모두의 마블'을 서비스한 CJ E&M은 전월대비 0.94%p 상승했다.

엔씨소프트는 8월 28일 북미, 유럽 시장에서 발매한 '길드워 2'가 20일만에 200만장이 팔리며 높은 인기를 얻고 있어 내년 상반기 국내 서비스 시 점유율이 더욱 상승할 것으로 생각된다. 반면 9월 20일 CBT가 예정되어 있는 '피파온라인3'가 정식 서비스될 경우 전작인 '피파온라인2'에 의존도가 높은 네오위즈게임즈의 점유율에 타격이 있을 것으로 예상된다.

▶▶ 게임 제작사별 점유율 (8월)

순위	게임사명 (사용시간 기준 정렬)	사용시간 (시간)	점유율		전월 대비 보유게임 등록현황 (개)			
			점유율	증감률	전체	상승	하락	보합
1	엔씨소프트	1,809,005	24.43%	-1.32%p	9	1	5	3
2	블리자드	1,179,156	15.93%	-3.66%p	6	3	2	1
3	넥슨	1,048,362	14.16%	0.94%p	26	13	9	4
4	네오위즈게임즈	747,938	10.10%	-0.01%p	39	9	26	4
5	CJ E&M	547,906	7.40%	0.92%p	44	20	22	2
6	NHN	289,132	3.91%	0.31%p	31	9	18	4
7	JCE	100,215	1.35%	0.18%p	5	3	2	0
8	YD온라인	31,648	0.43%	0.03%p	5	1	4	0
9	엠게임	30,816	0.42%	0.04%p	33	13	17	3
10	라이브플렉스	28,611	0.39%	0.18%p	6	2	4	0
11	원디소프트	26,950	0.36%	-0.01%p	4	1	3	0
12	웹젠	17,442	0.24%	0.05%p	3	2	1	0
13	게임하이	9,939	0.13%	0.01%p	2	0	2	0
14	한빛소프트	9,780	0.13%	0.03%p	9	4	5	0
15	YNK코리아	8,883	0.12%	0.01%p	1	0	1	0
16	위메이드엔터테인먼트	8,748	0.12%	0.02%p	9	5	4	0
17	KTH	7,183	0.10%	0.01%p	5	3	2	0
18	이스트소프트	5,766	0.08%	0.01%p	2	0	2	0
19	그라비티	3,194	0.04%	0.00%p	6	2	4	0
20	액토즈소프트	2,820	0.04%	0.01%p	5	3	2	0
21	엔플루토	1,269	0.02%	0.01%p	1	1	0	0
22	바른손게임즈	357	0.00%	0.00%p	2	1	1	0

\* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)





게임로프트의 대표작 ‘아스팔트7 : 히트’가 전 스토어 랭킹 1위의 쾌거를 이뤘다. 전작에 비해 개선된 그래픽과 다양한 차량, 그리고 저렴한 가격을 앞세워 많은 유저들의 사랑을 받고 있다. 이 외에도 ‘어메이징 스파이더맨’, ‘킹덤 앤 로드’가 각 스토어별로 상위권에 들었으나 전달에 비해 게임로프트의 전체 점유율은 약해진 상태다. 이에 반해 카카오톡 ‘게임하기’ 기능을 지원하는 게임들의 강세가 두드러졌다. 핵사게임을 기본으로 한 ‘애니팡’은 단순하지만 친구들과의 순위경쟁의 재미로 인해 현재까지도 그 인기가 지속되고 있으며, 위메이드의 ‘바이킹 아일랜드’, ‘리듬스캔들’, ‘카오스&디펜스’도 카카오톡 효과를 톡톡히 보고 있다. 앱스토어에선 인기 게임인 ‘인피니티 블레이드 2’와 ‘방탈출4’의 순위권 재진입이 눈에 띄었는데, 이는 파격적인 할인행사와 깜짝무료 이벤트의 덕을 본 것으로 평가된다. 한편 앱스토어 인기 어드벤처 게임인 ‘화이트 아일랜드’가 티스토어에도 출시되어 상위권에 올랐다.

➤ 모바일 게임 TOP 5 (8월)

1. 구글플레이

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	아스팔트7 : 히트	자동차경주	₩ 1,000	애니팡 for 카카오	두뇌게임 및 퍼즐
2	THE KING OF FIGHTERS Android	아케이드 게임	₩ 5,000	포트리스2 레드	아케이드 게임
3	Where's My Water?	두뇌게임 및 퍼즐	₩ 1,122	가로세로 낱말맞추기 2013	두뇌게임 및 퍼즐
4	Minecraft - Pocket Edition	아케이드 게임	₩ 6,420	바이킹 아일랜드 [카카오게임]	캐주얼 게임
5	팔라독	아케이드 게임	₩ 3,000	아이러브커피 for 카카오	캐주얼 게임

2. 앱스토어

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	아스팔트7 : 히트	레이싱	\$ 0.99	뱀프디펜스	전략
2	마스터 오브 던전 Plus	롤플레이	\$ 3.99	방탈출4	퍼즐
3	인피니티 블레이드2	액션	\$ 6.99	프런트라인 코만도	어드벤처
4	팔라독	롤플레이	\$ 1.99	틀린그림찾기	가족
5	Angry Birds Seasons	아케이드	\$ 0.99	숫자게임 - 연속패턴의 비밀	퍼즐

3. 티스토어

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	아스팔트7 : 히트	스포츠	₩ 1,000	R2B : 리턴투베이스	슈팅
2	부루마블2013	퍼즐/보드	₩ 3,000	홈런 슈퍼스타즈	스포츠
3	어메이징 스파이더맨	액션	₩ 5,000	손바닥 삼국지	시뮬레이션
4	낙시여행4	RPG	₩ 4,000	킹덤 앤 로드	시뮬레이션
5	화이트 아일랜드	시뮬레이션	₩ 3,000	나는 야구감독이다	스포츠

\* 출처: <월간 앱스토리 9월호>, 8월 한달간의 다운로드 수치 집계

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



8월 게임 이용자 통계에 따르면 온라인게임 순이용자는 남자 658만 명과 여자 424만 명으로 총 1,082만 명의 이용자수를 기록했다. 7월 통계와 비교했을 때 남성 순이용자는 14만 명 감소했고, 여성 순이용자는 6만 명가량 증가했다. 이에 따라 남녀 순이용자비중은 여성 순이용자비중이 1% 가량 상승한 61% 대 39%로 나타났다. 여성 이용자 비중은 5월 36.6% 이후 꾸준히 증가하며 전체 이용자의 40%에 육박하고 있다. 월간 평균재방문일수는 남자(11.09일)가 여자(7.21일)보다 4일 많은 것으로 집계되었고, 월간 이용시간도 남자(1,850분)가 여자(1,025분)보다 825분 긴 것으로 나타났다. 순이용자가 증가한데 반해 여성 이용자의 평균이용게임개수, 평균재방문일수, 평균이용시간은 7월보다 감소했다.

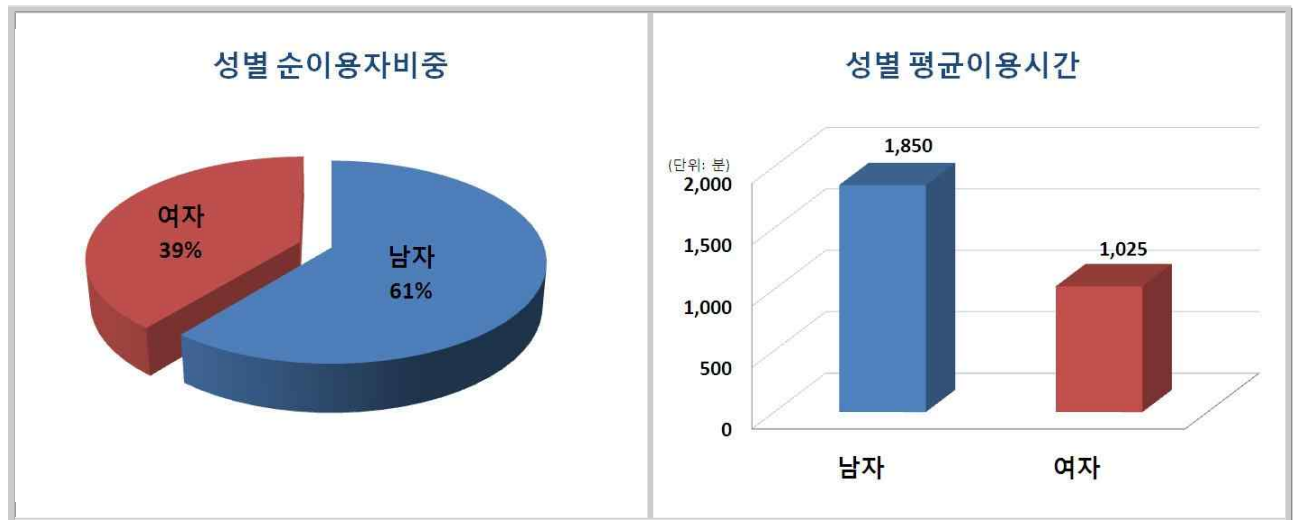
▶ 온라인게임 이용자 통계

1. 성별 이용 행태 (8월)

분류	순이용자 <sup>1)</sup>	도달률(%) <sup>12)</sup>	순이용자비중(%) <sup>13)</sup>	평균게임이용개수 <sup>14)</sup>	평균재방문일수(일) <sup>15)</sup>	평균이용시간(분) <sup>16)</sup>
남자	6,577,683	19.59	60.81	2.03	11.09	1,850
여자	4,239,908	12.63	39.19	1.79	7.21	1,025
합계	10,817,591	32.22	100.00	1.94	9.57	1,526

\* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계되는 통계적 추정치로써 오차가 발생할 수 있음

\* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



- 11) 순이용자: 해당 기간 동안 게임 애플리케이션을 이용한 중복되지 않은 인터넷 이용자
- 12) 도달률: 전체 인터넷 사용자 중 측정 기간 동안 게임 애플리케이션을 이용한 순이용자수의 비중
- 13) 순이용자비중: 게임 애플리케이션 이용자 수를 100으로 가정할 때 특정 세그먼트가 게임 애플리케이션을 이용한 비중
- 14) 평균게임이용개수: 한 달간 이용자 1인당 평균 게임 애플리케이션을 이용한 개수
- 15) 평균재방문일수: 전체 인터넷 사용자 중 해당 App.을 쓰고 있는 이용자가 한 달 동안 App.을 이용하는 일수
- 16) 평균이용시간: 한 달간 App.을 이용한 평균 시간을 의미

- 01 출판
- 02 만화
- 03 음악
- 04 공연
- 05 게임
- 06 영화
- 07 애니메이션
- 08 캐릭터
- 09 방송
- 10 광고
- 11 지식정보

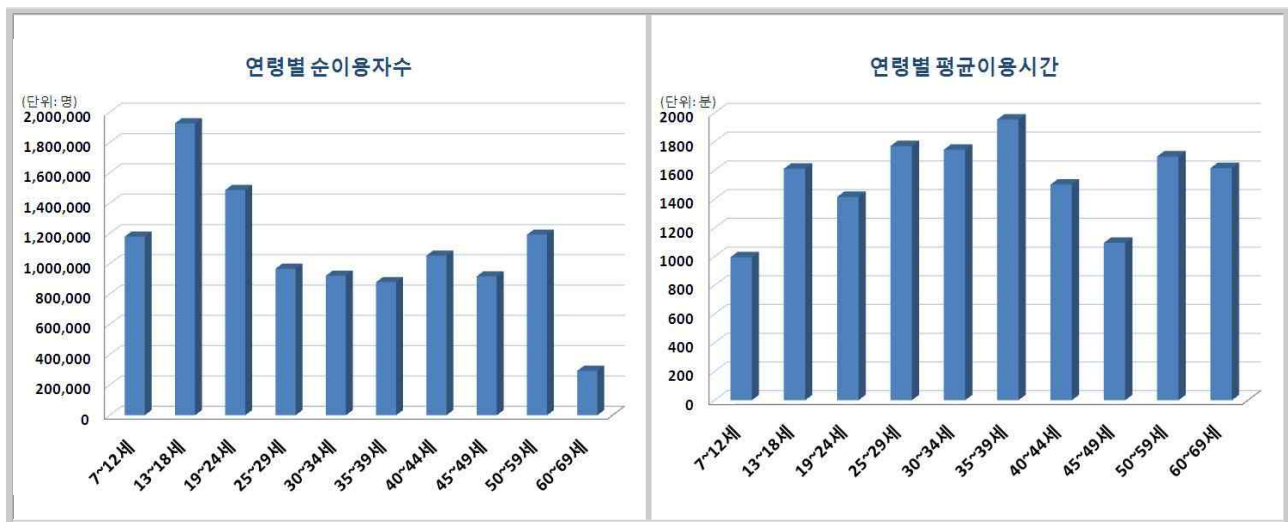


연령별로는 '13~18세'가 평균이용시간을 제외한 순이용자, 도달률, 순이용자비중, 평균게임이용개수, 평균재방문일수에서 가장 높은 수치를 기록했다. '35~39세'는 평균 1,955분으로 평균이용시간이 가장 높은 연령대로 나타났고, '25~29세'가 1,770분을 이용하여 그 뒤를 이었다. 24세 미만의 저연령층 순이용자가 타 그룹에 비해 많았고, '25~29세' 그룹은 순이용자와 평균이용시간이 100,402명, 472분 줄어들어 7월 대비 가장 많이 감소했다. 25세 이상 39세 미만의 이용자층은 평균이용시간이 상대적으로 높았으나 순이용자는 7월에 비해 감소한 것으로 나타났다.

2. 연령별 이용 행태 (8월)

분류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임이용개수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
7~12세	1,179,220	3.51	10.9	2.13	9.86	996
13~18세	1,927,215	5.74	17.82	2.28	12.14	1,612
19~24세	1,487,019	4.43	13.75	2.01	8.03	1,416
25~29세	967,767	2.88	8.95	2.02	10.34	1,770
30~34세	920,596	2.74	8.51	1.87	9.00	1,745
35~39세	878,872	2.62	8.12	1.61	7.61	1,955
40~44세	1,054,123	3.14	9.74	1.76	8.41	1,502
45~49세	917,104	2.73	8.48	1.66	7.25	1,096
50~59세	1,192,088	3.55	11.02	1.77	10.99	1,698
60~69세	293,589	0.87	2.71	1.66	9.96	1,617

\* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계되는 통계적 추정치로써 오차가 발생할 수 있음  
 \* 출처: 님스 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

직업별 이용 행태에서는 학생이 순이용자수 및 도달률, 평균게임이용개수에서 가장 높은 수치를 기록한 것으로 나타났다. 평균이용시간에서는 '무직/기타'(2,383분)가 가장 많은 것으로 집계되었고 '생산직'(2,145분)이 뒤를 이어 7월과 동일한 순위를 보이고 있다. 7월 130분이 상승했던 '주부'의 게임 평균이용시간은 154분이 줄어든 795분을 기록해 6월보다도 하락했으나, 직업별 분류 중 유일하게 전월대비 순이용자가 증가해 8월 100만명을 넘어섰다.

가구소득별 특성은 '300만원~500만원'의 게임 순이용자수가 가장 많은 것으로 나타났다. '300만원~500만원' 그룹은 도달률과 평균재방문일수도 가장 높았다. 평균이용시간은 가구소득이 높을수록 많아졌으며 '500만원 이상'의 이용시간이 가장 많았다.

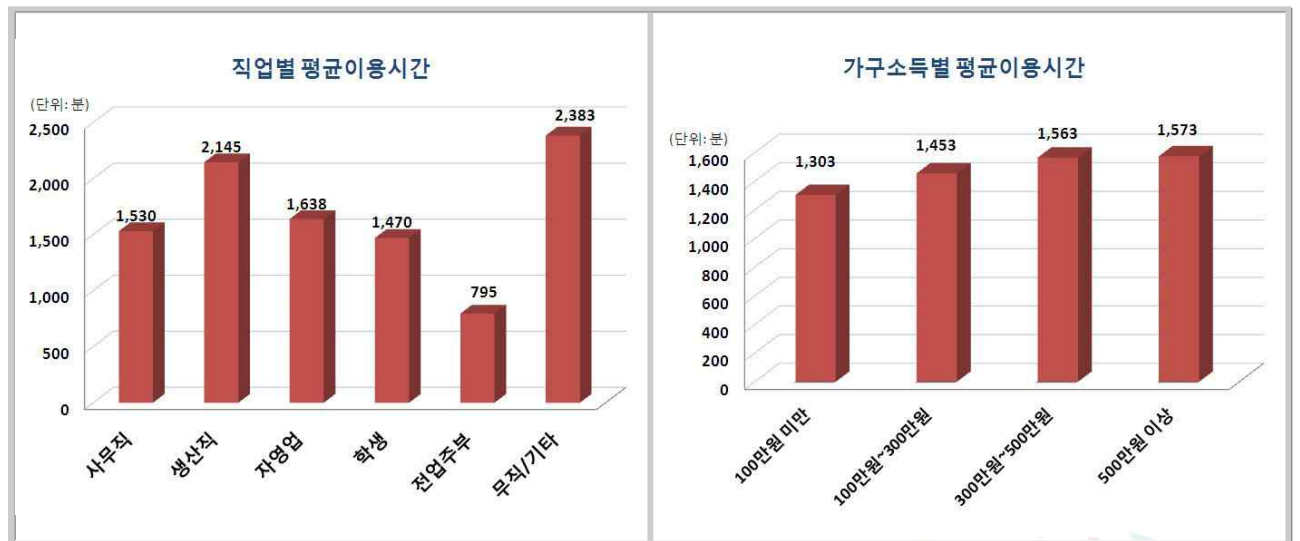
### 3. 직업별 이용 행태 (8월)

분류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임이용개수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
사무직	3,144,112	9.37	29.06	1.73	8.49	1,530
생산직	847,168	2.52	7.83	1.88	9.44	2,145
자영업	628,611	1.87	5.81	2.06	11.24	1,638
학생	4,573,458	13.62	42.28	2.17	10.65	1,470
전업주부	1,095,682	3.26	10.13	1.61	7.00	795
무직/기타	528,561	1.57	4.89	1.79	10.12	2,383

### 4. 가구소득별 이용 행태 (8월)

분류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임이용개수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
100만원 미만	424,744	1.27	3.93	1.78	7.71	1,303
100만원~300만원	2,849,895	8.49	26.35	1.94	9.60	1,453
300만원~500만원	4,599,477	13.70	42.52	1.94	9.74	1,563
500만원 이상	2,943,476	8.77	27.21	1.94	9.54	1,573

\* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계되는 통계적 추정치로써 오차가 발생할 수 있음  
\* 출처: 님스 코리아클릭 (www.koreanclick.com)





8월 게임물 등급분류 결정 현황(게임물등급위원회)에 따르면, 330건의 게임 중 276건에 대한 등급이 결정됐다. 이중 '전체 이용가'가 176건(53.3%)으로 가장 많았고 '청소년이용불가'가 73건(22.1%), '12세 이용가'가 18건(5.5%), '15세 이용가'가 9건(2.7%)로 나타났다. 등급분류가 거부된 게임은 총 54건으로 50건의 아케이드 게임과 4건의 PC·온라인이 포함됐다. 여기에는 자동진행으로 이용자의 능력과 관계없이 우연에 의하여 결과가 결정된 사례 2건, 게임물에 대한 보완이 장기간 진행되지 않아 미완성 게임물로 등급분류가 거부된 사례가 2건이 포함되었다.

장르별 분류에서는 '퍼즐'이 62건(22.46%)로 가장 높은 비중을 차지했고 '보드게임(베틱성)', '액션', '캐주얼' 등이 그 뒤를 이었다. 플랫폼별 분류로는 '아케이드'가 100건, 'PC·온라인'과 '모바일' 게임이 각각 96건, 42건을 기록했다.

▶▶ 게임물 등급분류 결정

1. 플랫폼별 등급분류 결정 현황 (8월)

구분	아케이드	PC·온라인	비디오콘솔	모바일(오픈마켓)	합계	비율(%)
전체이용가	84	60	19	13(10)	176	53.3
12세이용가	-	10	6	2(2)	18	5.5
15세이용가	-	4	4	1(1)	9	2.7
청소년이용불가	16[16]	22	9	26(24)	73	22.1
등급분류 소계	100[16]	96	38	42(37)	276	83.6
등급분류 거부	50[20]	4	-	-	54	16.36
합계	150[36]	100	38	42(37)	330	100.0

2. 장르별 등급분류 결정 현황 (8월)

구분	아케이드	PC·온라인	비디오콘솔	모바일	합계	비율(%)
퍼즐	52	8	1	1(1)	62	22.46
보드게임(베틱성)	14[14]	9	-	16(14)	39	14.13
액션	4	9	9	3(3)	25	9.06
캐주얼	-	13	4	6(5)	23	8.33
시뮬레이션	-	11	3	6(6)	20	7.25
기타	11	4	2	1	18	6.52
FPS [1인칭 슈팅]	12	4	1	-	17	6.16
스포츠	2	6	5	3(2)	16	5.80
보드게임	2[2]	5	1	4(4)	12	4.35
MMORPG	-	10	-	2(2)	12	4.35
레이싱	1	7	3	-	11	3.99
어드벤처	-	2	5	-	7	2.54
교육용	1	5	-	-	6	2.17
롤플레이	-	1	2	-	3	1.09
격투게임	1	-	2	-	3	1.09
전략시뮬레이션	-	2	-	-	2	0.72
합계	100[16]	96	38	42	276	100

\* [ ]안의 숫자는 청소년이용불가 아케이드 게임물임  
\* 출처: 게임물등급위원회(<http://www.grb.or.kr>)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보





# 06 영화

8월 박스오피스 순위에서는 7월 25일 개봉한 <도둑들>이 관객수 853만 명(누적관객수 1,239만 명)을 동원하며 1위에 올랐다. 차태현이 처음으로 사극 코미디에 주연으로 출연한 <바람과 함께 사라지다>는 8월 8일 개봉 후 435만 명의 관객을 동원하며 2위를 기록했다. 2008년 409만 명을 동원했던 <다크 나이트>의 속편인 <다크 나이트 라이즈>는 8월 178만 명을 동원하며 3위에 올랐고 누적관객수 638만 명을 기록하며 전편의 흥행을 넘어섰다. <이웃사람>, <새미의 어드벤처2>는 각각 관객수 160만 명, 141만 명을 기록하며 4, 5위에 올랐다.

2005년 8월에 <웰컴투 동막골>과 <친절한 금자씨>가 함께 관객몰이를 한 이후, 8월은 한국영화가 국내 상영시장에서 관객을 많이 동원하는 시기로 자리매김하고 있다. 2011년에도 <최종병기 활>, <7광구>, <고지전> 등이 8월에 국내 상영시장을 주도했고, 2012년 8월에는 박스오피스 5위 내에 한국영화 3편이 차지하며 많은 관객들을 극장에 불러 모았다. 8월에 이처럼 한국영화가 선전하는 이유는 방학 시즌이 아직 끝나지 않았을 뿐만 아니라 5월부터 시작되는 할리우드 주요 영화들의 공세가 거의 끝나가는 시기이기 때문이다. 한편 박스오피스 상위 15위 영화의 제작 국가는 한국 7편, 영국이나 캐나다 등과 공동제작을 포함한 미국 5편, 독일·일본·벨기에가 각각 1편을 기록했다.

## ▶ 박스오피스 순위 TOP 15 (8월)

순위	제목	배급사	제작	개봉일	스크린수	매출액 (백만원)	관객수 (천 명)	누적관객수 (천 명)
1	도둑들	쇼박스(주)미디어플렉스	한국	2012-07-25	1,092	61,723	8,532	12,390
2	바람과 함께 사라지다	(주)퀵스엔터테인먼트월드(NEW)	한국	2012-08-08	694	30,723	4,352	4,364
3	다크 나이트 라이즈	워너브러더스코리아(주)	미국 영국	2012-07-19	654	13,563	1,786	6,377
4	이웃사람	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	한국	2012-08-22	600	11,759	1,595	1,595
5	새미의 어드벤처 2	씨제이이엔엠 주식회사	벨기에	2012-08-01	486	10,495	1,406	1,410
6	토탈 리콜	한국소니픽쳐스릴리징 브에나비스타영화(주)	미국 캐나다	2012-08-15	448	8,669	1,179	1,179
7	R2B: 리턴투베이스	씨제이이엔엠 주식회사	한국	2012-08-15	540	8,115	1,132	1,132
8	아이스 에이지 4: 대륙 이동설	이십세기폭스코리아(주)	미국	2012-07-25	425	6,887	940	1,634
9	스텝업4: 레볼루션	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	미국	2012-08-15	281	5,879	777	777
10	나는 왕이로소이다	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	한국	2012-08-08	471	5,290	765	786
11	공모자들	씨너스엔터테인먼트(주), 타임스토리그룹(주)	한국	2012-08-29	489	2,512	350	350
12	빌리와 용감한 녀석들 3D	(주)에스비에스콘텐츠허브	독일	2012-08-08	241	1,838	280	280
13	명탐정 코난: 11번째 스트라이커	씨제이이엔엠 주식회사	일본	2012-07-19	153	979	152	524
14	무서운 이야기	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	한국	2012-07-25	169	1,053	141	331
15	링컨: 뱀파이어 헌터	이십세기폭스코리아(주)	미국	2012-08-30	327	787	100	100

\* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망

- 01 출판
- 02 만화
- 03 음악
- 04 공연
- 05 게임
- 06 영화
- 07 애니메이션
- 08 캐릭터
- 09 방송
- 10 광고
- 11 지식정보



1-8월까지의 연간 누적 박스오피스 매출액은 작년 같은 시기에 비해 약 1,319억 원(15.7%) 증가한 9,720억 원으로 집계되었다. 관객 수도 전년 동기 대비 약 2,153만 명(20.2%)이 증가한 1억 2,834만 명을 기록했다. 개봉편수에서는 한국영화 개봉이 작년 동기에 비해 2편이 늘어난 91편이었으며, 관객수는 1,885만 명이 증가했다. 외국영화는 16편 증가한 208편이 개봉했고, 관객수는 약 268만 명이 늘었다. 누적 관객 점유율은 한국영화가 55.7%를 기록하며 외국영화 점유율(44.3%)을 앞섰는데, 7월 누적 수치 대비 3.4%p가 상승하였으며, 전년 동기 한국영화(49.2%)의 점유율이 외국영화(50.8%)에 약간 뒤졌던 것과 비교하면 한국영화의 강세가 지속되고 있다.

월별 관객 점유율을 보면, 작년 8월 한국영화 점유율이 69%를 기록했던 것에 이어 올해 8월에는 70.2%를 기록하며 압도적인 점유율을 이어갔다. 8월 한국영화는 12편이 개봉했고, 동원 관객수는 1,700만 명을 넘겼다.

### 연간 누적 박스오피스 현황

구분	2012. 1. ~ 2012. 8.					2011. 1. ~ 2011. 8.				
	개봉편수	상영편수	매출액 (백만 원)	관객수 (천 명)	점유율	개봉편수	상영편수	매출액 (백만 원)	관객수 (천 명)	점유율
한국	91	956	525,246	71,450	55.7%	89	715	390,149	52,604	49.2%
외국	208	1,950	446,785	56,894	44.3%	192	1423	450,004	54,211	50.8%
전체	299	2,906	972,032	128,344	100.0%	281	2138	840,154	106,815	100.0%

\* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망, 한국콘텐츠진흥원 재구성

### 월별 관객 동원 추이 (2011. 8 ~ 2012. 8)

구분	개봉편수			상영편수			관객수 (천 명)			점유율 (%)	
	한국	외국	전체	한국	외국	전체	한국	외국	전체	한국	외국
2011. 08.	11	25	36	114	287	401	13,844	6,218	20,062	69.0	31.0
2011. 09.	17	20	37	144	221	365	9,821	3,596	13,417	73.2	26.8
2011. 10.	10	25	35	133	282	415	8,423	3,985	12,409	67.9	32.1
2011. 11.	20	25	45	124	208	332	5,757	4,564	10,321	55.8	44.2
2011. 12.	14	27	41	146	229	375	6,262	10,566	16,829	37.2	62.8
2012. 01.	8	22	30	56	191	247	8,177	8,276	16,454	49.7	50.3
2012. 02.	8	35	43	54	190	244	9,808	3,111	12,919	75.9	24.1
2012. 03.	18	20	38	128	217	345	6,795	4,538	11,333	60.0	40.0
2012. 04.	10	28	38	69	200	269	5,052	6,919	11,972	42.2	57.8
2012. 05.	15	29	44	110	234	344	6,736	9,199	15,935	42.3	57.7
2012. 06.	7	16	24	224	168	392	7,641	6,538	14,179	53.9	46.1
2012. 07.	12	28	40	215	488	703	10,039	10,916	20,955	47.9	52.1
2012. 08.	12	29	41	100	262	362	17,010	7,227	24,238	70.2	29.8

\* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

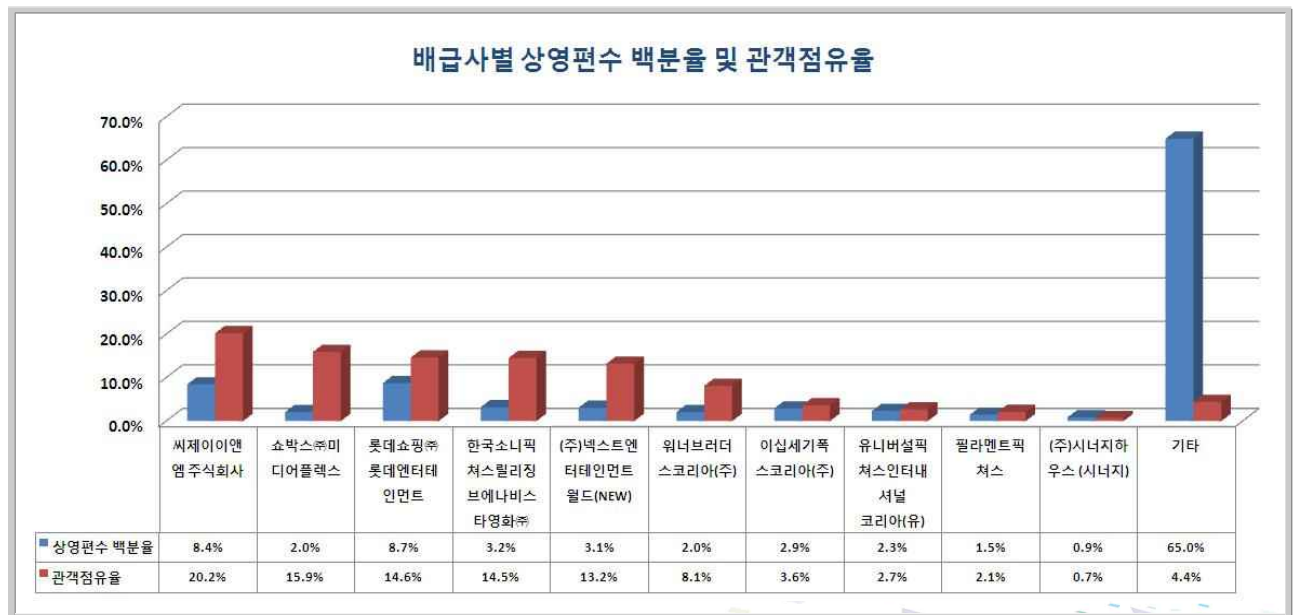


2012년 8월까지 연간 누적기준으로 가장 높은 점유율을 기록한 배급사는 'CJ E&M'으로, 총 관객 2,556만 명을 동원하며 20.2%의 점유율을 기록했다. 하지만 'CJ E&M'은 100억 원 이상을 들인 블록버스터 <R2B: 리턴투베이스>가 113만 명 동원(8월 7위)에 그치며 전월대비 점유율이 하락했다. '쇼박스(주)미디어플렉스'는 누적관객 1,239만 명을 동원한 <도둑들>에 힘입어 점유율 15.9%를 기록하며 전월 5위(11.1%)에서 2위로 급상승했다. <이웃 사람>을 배급한 '롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트'는 점유율 14.6%로 3위에 올랐다. 또한 '(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)'는 13.2%를 기록하며 '한국소니픽처스릴리징브에나비스타영화(주)'에 이어 5위에 올랐는데, 3개 이상의 국내 투자배급회사가 연도별 또는 6개월 이상의 배급사별 점유율에서 10% 이상을 기록한 것은 관련 통계가 집계된 이후 처음이다.

▶▶ 배급사별 점유율 TOP 10 (2012. 1. ~ 2012. 8.)

순위	배급사	상영편수	관객		매출	
			관객수(천 명)	점유율	매출액(백만 원)	점유율
1	씨제이이엔엠 주식회사	29	25,557	20.2%	192,065	20.1%
2	쇼박스(주)미디어플렉스	7	20,173	15.9%	148,236	15.5%
3	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	30	18,513	14.6%	135,022	14.1%
4	한국소니픽처스릴리징브에나비스타영화(주)	11	18,419	14.5%	153,052	16.0%
5	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	10.5	16,700	13.2%	122,893	12.8%
6	워너브러더스코리아(주)	7	10,199	8.1%	78,255	8.2%
7	이십세기폭스코리아(주)	10	4,563	3.6%	35,578	3.7%
8	유니버설픽처스인터내셔널 코리아(유)	8	3,450	2.7%	25,356	2.7%
9	필라멘트픽처스	5	2,666	2.1%	20,190	2.1%
10	(주)시너지하우스 (시너지)	3	861	0.7%	6,454	0.7%
-	기타	223.5	5,587	4.4%	40,666	4.1%
합 계		344	126,693	100.0%	957,772	100.0%

\* 순위는 관객 수 (점유율)로 집계  
 \* 두 개 배급사가 공동으로 배급한 작품은 각 편수, 관객수, 매출액 모두 각 배급사에 절반씩 나누어 집계  
 \* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망





1월에서 8월까지의 상영유형별 관객점유율에서는 2D영화(디지털)가 82.9%, 아날로그 필름이 9.6%, 3D가 5.8%를 기록했고, 7월말까지와 마찬가지로 IMAX와 4D는 1% 미만으로 나타났다. 2011년 한국 3D 영화 <7광구>의 흥행실패와 2D나 필름 영화 대비 3D 이상 영화의 비싼 극장요금 등의 이유로 3D영화 및 4D, IMAX 영화의 관객점유율은 급격히 줄어들었다.

하지만 배급사별 점유율 Top10에서 알 수 있듯이, 관객점유율 14.5%로 4위인 '한국소니픽쳐스릴리징브에나비스타영화(주)'의 매출액 기준 점유율은 16.0%로 2위를 기록할 정도로 3D 영화가 극장이나 배급회사에게 제공하는 관객당 수익은 더 크다. 또한 2009년 12월에 개봉한 3D영화인 <아바타>가 4,000원 이상 입장요금이 비싼 3D상영스크린 비율이 높았음에도 불구하고 1,362만 명의 관객을 동원하였던 점을 한국영화 투자배급회사나 극장 사업자들도 상기할 필요가 있다. <7광구> 이후에 3D로 기획했던 한국영화들의 투자가 모두 중단된 상태인데, 완성도와 개연성이 있으면서도 활공이나 스피드감이 있는 장면 등이 포함된 영화를 기획 단계부터 체계적으로 3D영화로 계획하여 제작한다면, 국내 CG기술 등을 고려할 때 한국 3D 영화도 성공할 수 있다고 판단된다.

▶ 상영유형별 점유율 (2012. 1. ~ 2012. 8.)

순위	분류	개봉편수	상영편수	관객		매출	
				관객수(천 명)	점유율	매출액(백만 원)	점유율
1	2D	299	604	106,076	82.90%	774,285	79.90%
	디지털	258	548	99,480	77.70%	730,962	75.40%
	디지털더빙	25	34	6,580	5.10%	43,215	4.50%
	디지털 영문자막	10	14	10	0.00%	82	0.00%
	디지털 청각장애인용 자막	4	5	3	0.00%	20	0.00%
	디지털 일본자막	2	3	0.5	0.00%	4	0.00%
2	필름	283	1,614	12,315	9.60%	85,776	8.80%
	필름	260	1,582	11,442	8.90%	80,238	8.30%
	더빙	16	23	870	0.70%	5,521	0.60%
	일어자막	1	1	1	0.00%	8	0.00%
	영문자막	5	7	1	0.00%	7	0.00%
	청각장애인용 자막	1	1	0.029	0.00%	0.1	0.00%
3	3D	41	54	7,366	5.80%	81,453	8.40%
	3D디지털	27	35	5,017	3.90%	81,453	8.40%
	3D더빙	14	19	2,349	1.80%	57,337	5.90%
4	IMAX	14	16	1,186	0.90%	16,339	1.70%
	IMAX 3D	9	10	658	0.50%	10,195	1.10%
	IMAX	5	6	527	0.40%	6,143	0.60%
5	4D	21	25	1,016	0.80%	11,382	1.20%
	4D	17	21	841	0.70%	9,533	1.00%
	4D더빙	4	4	174	0.10%	1,849	0.20%
합계		658	2,313	127,960	100.00%	969,236	100.00%

\* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

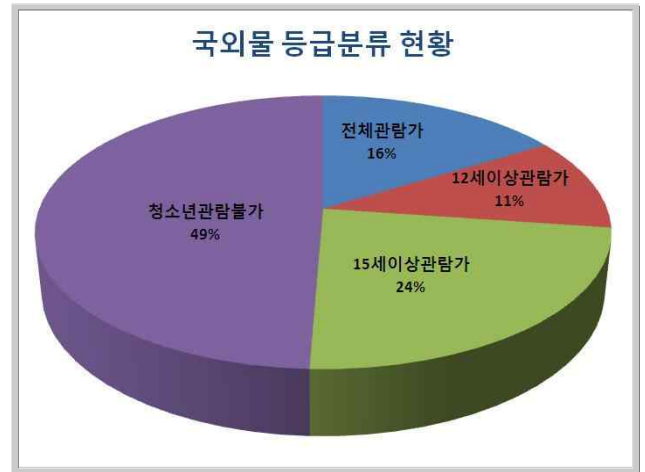
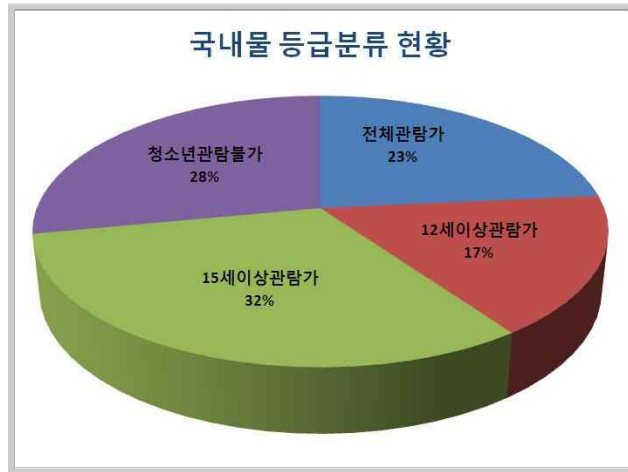


2012년 들어 8개월간 영상물등급위원회에서 등급분류를 진행한 영상물은 613개였고, 이중 국내물이 136개, 국외물이 477개로 집계되어 국외물이 국내물보다 3.5배 많았다. 등급별로는 국내물은 '15세 이상 관람가' 등급이 42개(32%), '청소년 관람불가' 등급이 37개(28%) 순으로 많았고 국외물은 '청소년 관람불가' 등급이 234개(49%), '15세 이상 관람가' 등급이 111개(24%) 순으로 많았다. 3번째로 많은 등급은 국내외 모두 '전체 관람가' 등급이었다.

▶▶ 등급분류 현황 (2012. 1. ~ 2012. 8.)

구분	등급						불가	보류	속행	자료 제출	합계
	전체 관람가	12세이상 관람가	15세이상 관람가	청소년 관람불가	제한	합계					
국내물	31	22	42	37	4	136 (22.19%)	0	0	0	0	136
국외물	77	52	111	234	3	477 (77.81%)	0	0	1	2	480
합계	108	74	153	271	7	613	0	0	1	2	616

\* 출처: 영상물등급위원회 (<http://www.kmrb.or.kr>)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보





영화 DVD·블루레이 판매 순위에서는 고전작품의 블루레이 타이틀 발매 및 판매량 증가가 눈에 띈다. YES24는 ‘블루레이 봄날은 간다’가 1위, 알라딘은 ‘[블루레이] 타이타닉: 2D+3D 한정판 콤보팩’이 1위를 차지했고, 인터파크는 ‘[블루레이] 어벤져스’가 1위를 기록하였다. 핫트랙스의 경우 블루레이 부문 1위는 ‘타이타닉: 한정판’이었으며, DVD는 ‘노팅 힐’이 1위였다. 6~8월 영화 DVD, 블루레이 판매순위를 보면, ‘노팅 힐’이 4곳의 판매처에서 비교적 꾸준히 상위권을 유지하고 있다.

▶ 영화 DVD / 블루레이 판매 TOP 10 (8월)

순위	YES24			알라딘		
	제목	발매일	판매가	제목	발매일	판매가
1	봄날은 간다 (오마주 컬렉션) : 블루레이	2012-08-17	33,000	[3D 블루레이] 타이타닉 : 2D+3D 한정판 콤보팩	2012-09-13	72,600
2	쥘스(초회한정 스틸북) : 블루레이	2012-08-13	35,200	[블루레이] 어벤져스	2012-09-03	27,500
3	범죄와의 전쟁 : 블루레이(커피북)	2012-07-18	31,900	어벤져스	2012-09-03	22,000
4	다크 나이트 (2Disc) : 배트맨	2008-12-19	9,900	[3D 블루레이] 타이타닉 : 2D+3D 일반판 콤보팩	2012-09-20	48,400
5	아티스트 : 블루레이	2012-07-05	33,000	건축학개론 : 한정판	2012-09-19	27,500
6	노팅 힐	2008-03-20	9,900	노팅 힐	2012-04-19	9,900
7	배트맨 비긴즈	2008-07-22	9,900	[블루레이] 스노우 화이트 앤 더 헌츠맨 : 한정판	2012-09-28	35,200
8	극락도살신사(초회한정 아웃캐이스) : 블루레이	2012-07-31	29,800	[블루레이] 봄날은 간다 : 한정판 오마주 컬렉션	2012-08-08	33,000
9	배틀쉽(초회한정 스틸북) : 블루레이	2020-08-22	35,200	블라인드 사이드	2010-08-05	9,900
10	배트맨 비긴즈 + 다크 나이트 (VD+BD 스틸북) : 블루레이(콤보팩)	2012-07-05	55,000	만추 : 한정판 커피북	2012-08-02	25,300

순위	인터파크			핫트랙스	
	제목	발매일	판매가	블루레이	DVD
1	어벤져스 - 블루레이	2012-09-06	27,500	타이타닉: 한정판	노팅 힐
2	노팅힐 - DVD	2012-04-18	9,900	어벤져스	건축학개론: 한정판
3	건축학개론 [한정판] (2disc) - DVD	2012-09-19	27,500	파이트 클럽: 스틸북 한정판	어벤져스
4	어벤져스 - DVD	2012-09-06	22,000	어벤져스: 3D	언터처블: 1%의 우정
5	하이 스쿨 뮤지컬 Vol.2	2010-03-10	14,800	에이리언 앤솔로지: 스틸북 한정판	만추: 초회한정 커피북
6	다크 나이트 (2disc) - DVD	2012-08-08	9,900	본 컬렉션: 얼티메이트	맘마미아!
7	만추 [초회한정 커피북] - DVD	2012-08-17	25,300	배틀쉽: 초회한정 스틸북	이티: 20주년 기념판 S.E
8	어벤져스 3D - 블루레이	2012-09-06	31,900	해리포터 블루레이 전편 박스세트	크리스토퍼 놀란 박스세트
9	배트맨 비긴즈 [2DISC] - DVD	2012-07-04	9,900	쥘스: 한정스틸북	스파이더맨 3 S.E
10	사운드 오브 뮤직 40주년(2DISC) - DVD	2012-01-16	15,500	봄날은 간다: 오마주 컬렉션 양장본	500일의 썸머

\* 출처: YES24, 인터파크, 핫트랙스(이상 8월 기준), 알라딘(8월 4주 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



영화 VOD 판매 순위는 7월에 이어 '후궁: 제왕의 첩'이 강세를 보였다. 7월에 4개의 판매처에서 1위를 기록했던 '후궁: 제왕의 첩'은 <네이버 N스토어>에서만 2위이고 나머지 3개의 VOD서비스 업체에서 1위를 기록했다. <네이버 N스토어>는 7월에 2위였던 '건축학개론'이 1위로 상승했고, 7월부터 VOD서비스를 시작한 '내 아내의 모든 것'도 지속적으로 판매실적이 좋은 편이다. 8월에 새로 VOD서비스를 시작한 영화 중에서는 <네이트 호핀>을 제외한 <네이버 N스토어>, <다음영화>, <티스토어> 등에서는 '헝거 게임: 판엠의 불꽃'이 비교적 실적이 좋은 편이다.

▶▶ 영화 VOD 이용 TOP 10 (8월)

순위	네이버 N스토어			다음 영화		
	제목	상영시간	판매가	제목	상영시간	판매가
1	건축학개론	118분	2,000	후궁: 제왕의 첩	122분	3,500
2	후궁: 제왕의 첩	122분	3,500	내 아내의 모든 것	121분	4,000
3	헝거게임 : 판엠의 불꽃	142분	3,500	리미트리스	105분	3,500
4	미드나잇 인 파리	94분	3,500	헝거게임 : 판엠의 불꽃	142분	3,500
5	인셉션	147분	3,500	건축학개론	118분	3,500
6	은교	129분	2,000	범죄와의 전쟁 : 나쁜놈들 전성시대	133분	2,500
7	내 아내의 모든 것	121분	4,000	90분	94분	3,500
8	리미트리스	105분	3,500	은교	129분	3,500
9	범죄와의 전쟁 : 나쁜놈들 전성시대	133분	2,500	최종병기 활	122분	1,500
10	스텝 업 3D(2D 버전)	107분	1,500	화차	117분	2,500

순위	네이트 호핀			티스토어		
	제목	상영시간	판매가	제목	상영시간	판매가
1	후궁: 제왕의 첩	122분	3,500	후궁: 제왕의 첩	122분	3,500
2	스노우 화이트 앤 더 헌츠맨	127분	3,500	내 아내의 모든 것	121분	4,000
3	건축학개론	118분	2,000	무서운 이야기	108분	3,500
4	배틀쉽	131분	3,500	배틀쉽	131분	3,500
5	모든 것은 벗는 것으로 시작했다	76분	2,000	헝거게임 : 판엠의 불꽃	142분	3,500
6	아부의 왕	118분	3,500	차형사	110분	4,000
7	내 아내의 모든 것	121분	4,000	언더월드 4: 어웨이크닝	88분	5,500
8	무서운 이야기	108분	3,500	미드나잇 인 파리	94분	3,500
9	피라냐 3DD	83분	3,500	아부의 왕	118분	3,500
10	리미트리스	105분	3,500	5백만불의 사나이	107분	4,000

\* 출처: 네이버 N스토어, 다음 영화, 네이트 호핀, 티스토어 (9월 3일 기준)

- 01 출판
- 02 만화
- 03 음악
- 04 공연
- 05 게임
- 06 영화
- 07 애니메이션
- 08 캐릭터
- 09 방송
- 10 광고
- 11 지식 정보



# 07

## 애니메이션

어린이/애니메이션 전문채널의 8월 방영 프로그램 중에서는 '명탐정 코난 극장판 - 칠혹의 추적자'가 0.78%로 가장 높은 시청률을 기록했다. '명탐정 코난 - 극장판 침묵의 15분'이 0.63%의 시청률로 2위에 올라 '명탐정 코난 시리즈'의 식지 않는 인기를 엿볼 수 있다. 장수 애니메이션 '짱구는 못말려 시리즈'는 3위를 차지한 '짱구는 못말려 12'를 비롯해 10편의 프로그램을 순위권에 올렸고, '아따맘마 시리즈'도 6편이 시청률 상위 35위 내에 든 것으로 나타났다.

국내 제작 프로그램으로는 '막 이래쇼 시리즈', '와라 편의점', '안녕 자두야'가 꾸준한 사랑을 받고 있고, 3부작으로 제작된 투니버스 제작의 드라마 '마보이'와 '변신자동차 도봇 - 진화의 시작'이 새로 순위권에 진입했다. 이로 인해 7월 대비 2개 늘어난 6개의 국내 어린이/애니메이션 프로그램이 TOP35에 들었다.

### ▶ 어린이/애니메이션 전문채널 프로그램 TOP 35 (8월)

순위	프로그램	제작	방영회수	시청률 (%)
1	명탐정 코난 극장판 - 칠혹의 추적자	일본	2	0.78
2	명탐정 코난 극장판 - 침묵의 15분	일본	4	0.63
3	짱구는 못말려 12	일본	105	0.61
4	짱구는 못말려 11	일본	70	0.58
5	마다가스카 2	미국	2	0.57
6	명탐정 코난 시즌 10	일본	6	0.55
7	명탐정 코난 극장판 - 천공의 난파선	일본	4	0.54
8	명탐정 코난 스페셜	일본	36	0.54
9	아따맘마 극장판 - 엄마는 초능력자	일본	3	0.52
10	와라 편의점 스페셜	한국	8	0.50
11	새미의 어드벤처	미국	2	0.50
12	막 이래쇼3	한국	27	0.50
13	막 이래쇼 - 무작정 탐험대	한국	6	0.49
14	아따맘마 극장판	일본	6	0.46
15	개구리 중사 케로로 극장판	일본	2	0.46
16	마보이	한국	11	0.46
17	짱구는 못말려 10	일본	37	0.45
18	안녕 자두야	한국	28	0.42
19	극장판 짱구는 못말려 초시공 태풍을 부르는 나의 신부<재>	일본	3	0.41
20	아따맘마 5기	일본	3	0.41
21	아따맘마 7기	일본	22	0.39
22	짱구는 못말려 - 전설을 부르는 춤을 춰라<재>	일본	2	0.37
23	짱구는 못말려 - 어른제국의 역습<재>	일본	2	0.37
24	극장판 짱구는 못말려 - 포효하라 떡잎 야생 왕국<재>	일본	3	0.37
25	짱구는 못말려 - 부리부리 3분 대작전<재>	일본	1	0.37
26	변신자동차 도봇 - 진화의시작<재>	한국	3	0.37
27	아따맘마 6기	일본	3	0.36
28	괴담 레스토랑	일본	1	0.36
29	도라에몽 11<재>	일본	5	0.35
30	와라 편의점	한국	20	0.35
31	짱구는 못말려 - 헨더랜드의 모험<재>	일본	1	0.35
32	도라에몽<재>	일본	20	0.34
33	침략 오징어 소녀 스페셜	일본	6	0.34
34	아따맘마 8기	일본	4	0.32
35	짱구는 못말려 - 액션가면 그래그래마왕<재>	일본	1	0.31

\* 해당 수치는 어린이/애니메이션 전문채널(투니버스, 챔프, 카툰네트워크, 애니원, 애니박스, 어린이TV, 애니맥스, 재능TV, 니켈로디언, 디즈니주니어, 디즈니채널, 애니플러스, 육아방송, Kids talk talk, Kids Co, 대교플러스, 키즈원, 키즈TV, 에듀TV, 에듀키즈, KBS kids)에서 방영되는 모든 애니메이션의 시청률을 합한 값임

\* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



어린이/애니메이션 전문채널별 프로그램 시청률 순위를 살펴보면 <투니버스>에서는 ‘명탐정 코난 극장판 - 칠혹의 추적자’가 1위를, <카툰네트워크>에서는 ‘쾌걸 근육맨 2세’가 1위를 기록했다. <니켈로디언>에서는 애니메이션으로는 ‘네모바지 스폰지밥’이 1위를 차지했고 <챔프>에서는 ‘극장판 짱구는 못말려 - 초시공 태풍을 부르는 나의 신부’가, <대교어린이TV>, <재능TV>에서는 ‘변신자동차 토봇 최강합체 트라이탄’이 각각 가장 높은 시청률을 기록했다.

▶ 어린이/애니메이션 전문채널별 프로그램 시청률 순위 (8월)

투니버스			카툰네트워크		
1	명탐정 코난 극장판 - 칠혹의 추적자	0.78	1	쾌걸 근육맨 2세	0.28
2	명탐정 코난 극장판 - 침묵의 15분	0.63	2	육가네 6쌍둥이	0.25
3	짱구는 못말려 12	0.61	3	키티레츠 대백과	0.23
4	짱구는 못말려 11	0.58	4	톰과 제리 - 화성에 가다	0.20
5	마다가스카 2	0.57	5	토리코	0.19
6	명탐정 코난 시즌 10	0.55	6	닌자고	0.19
7	명탐정 코난 극장판 - 천공의 난파선	0.54	7	톰과 제리 - 테일즈	0.19
8	명탐정 코난 스페셜	0.54	8	루니톤	0.18
9	아따맘마 극장판 엄마는 초능력자	0.52	9	카드캡터 체리	0.18
10	와라 편의점 스페셜	0.50	10	톰과 제리 영화	0.17
니켈로디언			챔프		
1	TV 동물농장	0.16	1	극장판 짱구는 못말려 - 초시공 태풍을 부르는 나의 신부<재>	0.41
2	런닝맨 BEST 7	0.14	2	짱구는 못말려 - 전설을 부르는 춤을춰라<재>	0.37
3	네모바지 스폰지밥	0.14	3	짱구는 못말려 - 어른제국의 역습<재>	0.37
4	마다가스카의 펭귄	0.13	4	극장판 짱구는 못말려 - 포효하라 떡잎 야생왕국<재>	0.37
5	쿵푸팬더 전설의 마스터	0.11	5	짱구는 못말려 - 부리부리 3분 대작전<재>	0.37
6	웍스클럽	0.10	6	변신자동차 토봇 - 진화의 시작<재>	0.37
7	티미의 못말리는 수호천사	0.09	7	도라에몽 11<재>	0.35
8	비밀요원 터프피피	0.09	8	짱구는 못말려 - 헨더랜드의 모험<재>	0.35
9	아이칼리	0.09	9	도라에몽<재>	0.34
10	레고 스타워즈	0.08	10	짱구는 못말려 - 액션가면 그래그래마왕<재>	0.31
대교어린이TV			재능TV		
1	변신자동차 토봇 최강합체 트라이탄	0.09	1	변신자동차 토봇 최강합체 트라이탄	0.27
2	닌자고	0.09	2	독목박사 에디	0.22
3	포켓몬스터 극장판	0.08	3	말괄량이 삐삐	0.20
4	변신자동차 토봇 - 날아라 토봇	0.08	4	뽀롱뽀롱 뽀로로	0.19
5	변신자동차 토봇 트라이탄 슈퍼콤보	0.08	5	변신자동차 토봇 트라이탄 슈퍼콤보	0.19
6	라바	0.07	6	닌자고	0.18
7	변신자동차 토봇 또 하나의 토봇	0.06	7	코요몽 2	0.17
8	공룡킹 어드벤처	0.06	8	으랏차차 짘돌이네 2기	0.17
9	포켓몬스터 DP5	0.05	9	마법천자문 대마왕의 부활을 막아라	0.17
10	포켓몬스터 DP 극장판	0.05	10	으랏차차 짘돌이네	0.17

\* 출처: AGB닐슨 미디어리서치



어린이/애니메이션 전문채널의 평균 가구시청률에서는 ‘짱구는 못말려’, ‘명탐정 코난’, ‘아빠맘마’ 등을 방영하는 <투니버스>가 0.32%로 2위와 큰 차이를 보이며 1위를 유지했다. ‘뽀롱뽀롱 뽀로로’, ‘꼬마버스 타요’ 등을 방영하는 <카툰네트워크>는 7월보다 0.034% 상승한 0.13%의 시청률을 기록하며 2위에 올랐고 ‘도라에몽’, ‘짱구는 못말려 극장판’ 등을 방영하는 <챔프>가 3위(0.12%)를 지켰다. 7월과 비교해 8월에는 전 채널의 시청률이 전체적으로 증가했으며, 시청시간도 증가하여 3개의 채널이 0.1%의 시청률을 넘긴 것으로 나타났다.

▶ 어린이/애니메이션 전문채널 평균 가구시청률 (8월)

순위	채널명	시청률	점유율	도달율	시청시간
1	투니버스	0.32%	0.88%	9.87%	0:04:40
2	카툰네트워크	0.13%	0.35%	4.45%	0:01:50
3	Champ	0.12%	0.34%	5.55%	0:01:47
4	JE재능TV	0.09%	0.25%	5.01%	0:01:18
5	Nickelodeon	0.07%	0.19%	2.87%	0:01:01
6	Animax	0.07%	0.18%	3.99%	0:00:58
7	어린이TV	0.03%	0.09%	2.08%	0:00:27
8	Anibox	0.03%	0.07%	1.32%	0:00:22
9	애니원	0.02%	0.06%	1.79%	0:00:19
10	디즈니채널	0.02%	0.06%	0.94%	0:00:17
11	육아방송	0.01%	0.04%	0.51%	0:00:12
12	디즈니주니어	0.01%	0.04%	1.15%	0:00:11
13	애니플러스	0.01%	0.03%	1.39%	0:00:10
14	KBS Kids	0.01%	0.02%	0.78%	0:00:07
15	에듀키즈TV	0.00%	0.01%	0.14%	0:00:02
16	키즈원	0.00%	0.01%	0.17%	0:00:02
17	Kids Talk Talk Plus	0.00%	0.00%	0.04%	0:00:00
18	KidsCo	0.00%	0.00%	0.05%	0:00:00
19	키즈TV	0.00%	0.00%	0.03%	0:00:00
20	에듀TV	0.00%	0.00%	0.00%	0:00:00
21	대교플러스	0.00%	0.00%	0.00%	0:00:00

\* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보





애니메이션 채널의 시간대별 평균 시청률을 분석한 결과 가구와 개인 모두 18~19시에 가장 높은 시청률을 기록하는 것으로 나타났다. 연령별로 보면 '4~9세'는 아침(9시~10시)과 저녁(16시~20시) 사이의 시청률이 평균 3%를 넘은 반면, 다른 연령대는 점심시간인 12~13시와 오후 18~19시 사이에 비교적 높은 평균 시청률을 기록했다. '10대'가 4~9세의 뒤를 이어 두 번째로 높은 평균 시청률을 보였으며, 그 이상의 연령대에서는 애니메이션 시청률이 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 특징적으로 '20대'에서 0.2% 이하로 떨어진 시청률이 '30대', '40대'에는 최고 0.8%까지 상승하는 모습이 보이는데, 이는 아이를 양육하는 30, 40대의 가정 특성이 반영된 수치로 생각된다.

▶ 어린이/애니메이션 전문채널 시간대별 평균 시청률 (8월)

(단위: %)

시간	가구	개인	개인 4~9	개인 10대	개인 20대	개인 30대	개인 40대	개인 50대	개인 60+
2	0.09	0.04	0.02	0.03	0.05	0.02	0.05	0.05	0.05
3	0.06	0.03	0.01	0.02	0.02	0.01	0.04	0.03	0.04
4	0.06	0.03	0.01	0.02	0.02	0.02	0.04	0.03	0.04
5	0.08	0.03	0.01	0.03	0.03	0.02	0.06	0.03	0.04
6	0.15	0.06	0.22	0.05	0.01	0.05	0.07	0.03	0.08
7	0.55	0.23	1.37	0.20	0.02	0.22	0.18	0.11	0.17
8	1.06	0.49	2.65	0.51	0.04	0.59	0.38	0.16	0.33
9	1.38	0.62	3.18	0.75	0.12	0.71	0.48	0.18	0.42
10	1.51	0.68	3.29	0.87	0.16	0.81	0.54	0.19	0.39
11	1.38	0.61	2.80	0.85	0.13	0.70	0.50	0.17	0.38
12	1.46	0.67	2.79	1.03	0.19	0.80	0.54	0.20	0.40
13	1.41	0.63	2.72	1.06	0.17	0.65	0.49	0.22	0.32
14	1.33	0.58	2.44	0.94	0.14	0.61	0.47	0.20	0.34
15	1.36	0.60	2.36	1.02	0.16	0.62	0.46	0.23	0.39
16	1.44	0.64	3.07	1.00	0.14	0.66	0.49	0.18	0.37
17	1.53	0.67	3.49	0.98	0.09	0.81	0.45	0.16	0.38
18	1.70	0.76	3.84	1.16	0.17	0.84	0.53	0.19	0.40
19	1.64	0.74	3.93	1.10	0.17	0.76	0.51	0.24	0.39
20	1.47	0.66	3.17	1.08	0.16	0.72	0.45	0.21	0.34
21	1.31	0.58	2.33	0.98	0.16	0.62	0.48	0.20	0.32
22	0.78	0.34	1.02	0.55	0.13	0.34	0.30	0.20	0.27
23	0.59	0.27	0.33	0.39	0.17	0.28	0.33	0.20	0.20
24	0.33	0.15	0.11	0.22	0.12	0.13	0.21	0.11	0.10
25	0.18	0.08	0.05	0.09	0.07	0.07	0.10	0.07	0.06

\* 해당 수치는 어린이 / 애니메이션 전문채널(투니버스, 챔프, 카툰네트워크, 애니원, 애니박스, 어린이TV, 애니맥스, 재능TV, 니켈로디언, 디즈니주니어, 디즈니채널, 애니플러스, 육아방송, Kids talk talk, Kids Co, 대교플러스, 키즈원, 키즈TV, 에듀TV, 예듀키즈, KBS kids)채널의 시청률을 합한 값임

\* 출처: AGB닐슨 미디어리서치



2012년 1월부터 9월 초까지 33편의 극장판 애니메이션이 개봉했다. 가장 많은 관객 수를 동원한 애니메이션은 1월에 개봉한 ‘장화신은 고양이’(205만 명)이고, 그 뒤를 160만 명의 ‘아이스 에이지4: 대륙 이동설’, ‘마다가스카3’가 이었다. 8월 개봉작으로는 ‘새미의 어드벤처2’가 140만여 명을 동원하며 선전했다.

국가별로 살펴보면 9월까지 개봉한 37편 중 일본 애니메이션이 15편으로 가장 많았고, 미국이 6편으로 그 뒤를 이어 편수에서는 일본 의존도가 높으나, 매출액은 미국 애니메이션(442억)이 일본(92억)을 월등히 앞서는 것으로 나타났다. 타국과의 공동제작을 포함한 5편의 국산 애니메이션 중에서는 약 100만 명이 관람한 ‘점박이 : 한반도의 공룡 3D’가 가장 많은 관객을 동원했다.

9월에는 ‘시간을 달리는 소녀’, ‘썸머워즈’로 잘 알려진 호소다 마모루 감독의 ‘늑대아이’와 영화 ‘인디애나 존스’를 모티브로 제작된 ‘테드: 황금도시 파이티티를 찾아서’ 등 총 5편의 애니메이션이 관객들을 기다리고 있다. 특히 픽사 스튜디오의 신작 ‘메리다와 마법의 숲’이 추석 연휴에 개봉을 앞두고 있어 흥행여부가 주목된다.

▶▶ 2012년 애니메이션 극장 개봉 현황 (9월 7일 기준)

구분	제목	개봉일	스크린수	매출액 (백만 원)	관객수 (천 명)	유형	관람등급	제작
1	치코와 리타	1월 05일	17	122	15	2D	15세관람가	스페인, 영국
2	코알라 키드: 영웅의 탄생	1월 12일	234	1,426	204	3D	전체관람가	한국, 미국
3	장화신은 고양이	1월 12일	593	17,390	2,053	3D	전체관람가	미국
4	요나요나 펭귄	1월 12일	104	30	5	2D	전체관람가	일본, 프랑스
5	점박이 : 한반도의 공룡3D	1월 26일	455	9,534	1,032	3D	전체관람가	한국
6	원피스3D: 밀짚모자 체이스	1월 26일	112	92	13	3D	전체관람가	일본
7	강철의 연금술사: 마로스의 성스러운 별	1월 26일	36	23	3	2D	12세관람가	일본
8	해피피트 2	2월 02일	314	1,439	181	3D	전체관람가	호주
9	토르: 마법망치의 전설	2월 09일	382	5,482	757	3D	전체관람가	아이슬란드
10	레전드 오브 래빗	2월 22일	224	565	82	3D	전체관람가	중국
11	볼츠와 블람: 달나라 리그의 전투	2월 23일	60	150	14	3D	전체관람가	한국, 캐나다
12	나루토 질풍전 극장판: 블러드 프리즌	2월 23일	43	45	7	2D	전체관람가	일본
13	닌자보이 란타로 극장판: 시골벽적 방학속제 대소동	2월 23일	64	52	8	2D	전체관람가	일본
14	밀림의 왕자 레오: 세상을 바꾸는 용기	2월 29일	49	154	24	2D	전체관람가	일본
15	온실이	3월 08일	1	1	0.1	2D	청소년관람불가	한국
16	스페이스 독	3월 22일	148	282	42	3D	전체관람가	러시아
17	짱구는 못말려 극장판: 태풍을 부르는 황금스파이 대작전	4월 26일	277	1,802	271	2D	전체관람가	일본
18	파리의 도둑 고양이	4월 26일	4	7	1	2D	12세관람가	프랑스
19	장화신은 고양이 디 오리지널	5월 03일	46	31	4	2D	전체관람가	프랑스
20	로렉스	5월 03일	462	2,150	298	3D	전체관람가	미국
21	컬러풀	5월 10일	13	32	4	2D	15세관람가	일본
22	극장판 썬더일레븐GO : 궁극의 우정 그리폰	5월 24일	242	574	84	3D	전체관람가	일본
23	마다가스카3 : 이번엔 서커스다!	6월 06일	561	12,475	1,623	3D	전체관람가	미국
24	뉴타입 히어로 잇타맨	6월 21일	38	13	2.2	2D	전체관람가	일본

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01  
출판

02  
만화

03  
음악

04  
공연

05  
게임

06  
영화

07  
애니  
메이션

08  
캐릭터

09  
방송

10  
광고

11  
지식  
정보

25	모모와 다락방의 수상한 요괴들	7월 05일	252	1,953	294	2D	전체관람가	일본
26	명탐정 코난: 11번째 스트라이커	7월 19일	350	3,361	524	2D	전체관람가	일본
27	도니도니 삼형제와 아기늑대 침투작전	7월 19일	2	0.5	0.1	2D	전체관람가	미국
28	극장판 도라에몽: 친구와 가족의 섬 아니멀 어드벤처	7월 25일	184	1,067	165	2D	전체관람가	일본
29	아이스 에이지 4: 대륙 이동설	7월 25일	501	12,203	1,634	2D	전체관람가	미국
30	파닥파닥	7월 25일	50	83	12	2D	전체관람가	한국
31	새미의 어드벤처 2	8월 01일	486	10,546	1,410	3D	전체관람가	벨기에
32	빌리와 용감한 녀석들 3D	8월 08일	241	1,838	280	3D	전체관람가	독일
33	손오공: 돌원숭이의 탄생	9월 06일	31	9	1.5	2D	전체관람가	일본
34	늑대아이	9월 13일	196	54	8	2D	전체관람가	일본
35	닌자보이 란타로: 삼총사의 대모험	9월 20일	-	-	-	2D	전체관람가	일본
36	테드: 황금도시 파이티티를 찾아서	9월 20일	-	-	-	3D	전체관람가	스페인
37	메리다와 마법의 숲	9월 27일	-	-	-	3D	전체관람가	미국

\* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망, 9월 14일 기준



2012년 8월 애니메이션 DVD / 블루레이 판매 순위에서는 최신작보다는 작품성이 검증된 기존의 인기애니메이션들이 많이 판매됐다. <YES24>에서는 2011 서울 국제 애니메이션 페스티벌에서 그랑프리를 수상한 ‘일루서니스트 : 블루레이’가 1위에 올랐고, <알라딘>에서는 ‘철인 28호 박스세트’가 1위를 차지했다. ‘디즈니 베스트 애니메이션 12종’은 7월에 이어 <인터파크> 1위에 올랐고, 동명의 인기 게임을 3D 애니메이션으로 옮긴 ‘레지던트 이블: 디제너레이션’과 픽사의 인기 시리즈 ‘토이 스토리 3’가 각각 <핫트랙스> 블루레이와 DVD 부문 1위에 올랐다.

▶▶ 애니메이션 DVD / 블루레이 판매 TOP 10 (8월)

순위	YES24			알라딘		
	제목	발매일	판매가	제목	발매일	판매가
1	일루서니스트 : 블루레이	2012-07-26	31,900	철인 28호 박스세트 (6disc)	2012-07-27	9,900
2	3개국어(영,일,한) 디즈니DVD : 10편 풀세트 (10 Disc)	2012-04-23	9,900	천년여왕 VOL. 1+2	2010-11-29	16,800
3	기동전사 건담 UC(유니온) VOL.4 : 블루레이	2012-05-30	27,500	디즈니 고전명작 10종 세트 Vol.1 뉴패키지	2004-12-01	7,500
4	아이스 에이지3 : 공룡시대	2009-12-29	9,900	코쿠리코 언덕에서	2012-08-30	29,000
5	천년여왕 VOL. 1+2	2010-11-29	16,800	프린스 앤 프린세스	2003-07-30	9,900
6	치코와리타 : 블루레이	2012-06-28	33,000	3개국어(영,일,한) 디즈니DVD : 10편 풀세트 (10 Disc)	2012-04-23	9,900
7	에반게리온: 파(破) 2.22 : 블루레이	2012-02-17	14,900	라이언 킹 DE	2011-10-05	22,000
8	마법소녀 마도카 마기카에 VOL.2: 블루레이	2011-12-27	23,700	아이스 에이지3 : 공룡시대	2009-12-29	9,900
9	마법소녀 마도카 마기카에 VOL.3: 블루레이	2011-12-27	23,700	Tintin: 틴틴의 모험 (7disc)	2012-05-23	52,800
10	마법소녀 마도카 마기카에 VOL.1: 블루레이	2011-12-27	23,700	온하철도999 TV시리즈 전편 풀세트 (1화~113화,29disc) : 오리지날 무삭제	2011-10-28	49,800
순위	인터파크			핫트랙스		
	제목	발매일	판매가	블루레이	DVD	
1	디즈니 베스트 애니메이션 12종	2011-09-27	12,000	레지던트 이블: 디제너레이션	토이 스토리 3	
2	아이스 에이지 3: 공룡시대	2012-07-17	9,900	나는 친구가 적다 VOL.5	업+라파두이	
3	아이스 에이지 1	2012-07-17	8,800	나는 친구가 적다 VOL.4	볼트	
4	라퐁젤	2011-12-27	22,000	파이널 환타지 7: 어드벤처 칠드런 일반판	미녀와 야수 D.E	
5	카2	2011-11-03	22,000	공주와 개구리	아이스 에이지 3: 공룡시대	
6	아이스 에이지 2	2009-10-27	8,800	스타쉽 트루퍼스: 침공	몬스터 주식회사	
7	로빈슨 가족	2008-04-18	9,900	라이언 킹 D.E	센과 치히로의 행방불명	
8	틴틴: 유니콘호의 비밀(2DISC)	2012-04-11	20,400	환타지아 S.E	업+월E	
9	하울의 움직이는 성 일반판	2005-12-27	26,100	환타지아 2000 S.E	이웃집 토토로	
10	벤10 얼티메이트 에일리언 10종세트	2012-01-16	89,700	라퐁젤 3D	코쿠리코 언덕에서	

\* 출처: YES24, 인터파크, 핫트랙스: 8월 기준 / 알라딘: 8월 5주 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



애니메이션 VOD 다운로드 차트에서는 7월 극장 개봉한 ‘모모와 다락방의 수상한 요괴들’이 〈네이버 N스토어〉, 〈다음 영화〉, 〈네이트 호핀〉에서 1위를 기록했다. ‘모모와 다락방의 수상한 요괴들’은 뉴욕 국제 아동 영화제와 이탈리아 퓨처 필름 영화제에서 상을 받아 작품성을 인정받은 애니메이션이다. 이밖에도 ‘도니도니삼형제와 아기늑대 침투작전’, ‘새미의 어드벤처 2’, ‘빌리와 용감한 녀석들’ 등 신작 애니메이션들이 VOD 이용자들의 선택을 받았다. ‘내 친구 호비’는 2위와 5만 9천 건 가량의 다운로드 차이를 보이며 〈T스토어〉 1위를 유지하고 있다.

▶ 애니메이션 VOD 다운로드 TOP 10 (8월)

순위	네이버 영화			다음 영화		
	제목	상영시간	가격(원)	제목	상영시간	가격(원)
1	모모와 다락방의 수상한 요괴들(자막판)	120분	3,500	모모와 다락방의 수상한 요괴들	120분	3,500
2	모모와 다락방의 수상한 요괴들(더빙판)	120분	3,500	새미의 어드벤처 2	85분	1,000
3	라퐁젤(더빙판)	100분	5,500	마당을 나온 암탉	93분	2,000
4	마당을 나온 암탉(더빙판)	93분	2,000	토르 : 마법망치의 전설(더빙판)	83분	3,500
5	장화신은 고양이 디 오리지널(더빙판)	82분	2,000	고 녀석 만나겠다	89분	1,500
6	컬러풀	126분	2,000	잠자는 숲속의 공주	75분	1,000
7	로빈슨 가족(더빙판)	101분	1,000	돼지의 왕	96분	3,500
8	도니도니삼형제와 아기늑대 침투작전(더빙판)	76분	3,500	미운오리새끼와 랫소의 모험	84분	1,500
9	볼츠와 블립(더빙판)	77분	2,000	천년여우 여우비	85분	1,000
10	토르 : 마법망치의 전설(더빙판)	83분	3,500	치코와 리타	93분	2,000
순위	T스토어			네이트 호핀		
	제목	다운로드	가격(원)	제목	상영시간	가격(원)
1	내 친구 호비	144,936	0	모모와 다락방의 수상한 요괴들(자막판)	120분	3,500
2	고 녀석 만나겠다	85,641	1,500	빌리와 용감한 녀석들 (더빙) (극장동시상영)	93분	10,000
3	토르 : 마법망치의 전설	58,574	3,500	로렉스 (자막)	86분	3,500
4	강철의 연금술사 : 미로스의 성스러운 별	50,278	2,000	미녀와 야수 3D	85분	2,000
5	천년여우 여우비	46,120	1,000	토이 스토리 2 (더빙)	92분	1,000
6	돼지의 왕	45,011	3,500	가시나무 왕	109분	2,000
7	마당을 나온 암탉	42,127	2,000	천년여우	87분	1,000
8	쿵푸 팬더 2	11,804	5,500	도니도니삼형제와 아기늑대 침투작전	73분	2,000
9	청의 엑소시스트	11,612	500	레고 히어로 팩토리 : 미지의 행성	44분	1,000
10	아기공룡 둘리	7,614	500	뉴타입 히어로 앳타맨	94분	3,500

\* 출처: 네이버 N스토어, 다음 영화, 네이트 호핀, 티스토어 (2012. 9. 3. 기준)





# 08

## 캐릭터

8월 G마켓 캐릭터 상품 TOP 10을 살펴보면 스테디셀러라 할 수 있는 상품들이 꾸준히 사랑받고 있음을 알 수 있다. ‘변신자동차 에블루션 토봇X’, ‘로보카폴리 변신로봇’, ‘뽀로로 뉴베스트 자전거’, ‘리틀미미 가방집’은 7월에 이어 8월에도 각 분야 1위를 차지했다. 특히 ‘변신자동차 에블루션 토봇X’는 JEI재능TV에서 방영중인 애니메이션의 인기와 뛰어난 품질을 바탕으로 세 달 연속 1위를 지켰다. 아동용 애니메이션이나 TV 프로그램의 인기가 완구 상품 판매에 영향을 미치는 캐릭터 시장의 특성은 8월에도 지속되고 있다.

### ▶ G마켓 캐릭터 상품 TOP 10 (8월)

순위	작동완구		캐릭터완구	
1	변신자동차 에블루션 토봇X	영실업	로보카폴리 변신로봇 4종	아카데미과학
2	그레이트 토봇X	영실업	로보카폴리 다이캐스팅 시리즈	아카데미과학
3	로보카폴리 무선조종RC 4종	아카데미과학	뽀로로 봉제인형	미미월드
4	슈팅바쿠간BG 브롤러게임팩	손오공	교마버스타요 중앙차고지 놀이	미미월드
5	파워레인저 캡틴포스	반다이	로보카폴리 스쿨비	아카데미과학
6	토미카빌딩	손오공	로보카폴리 구조본부 플레이세트	아카데미과학
7	말하는 슈퍼소방차	아이스쿨	파워레인저 캡틴포스 캡틴실버폰	반다이
8	블레이징틴스3 썬더S	오로라월드	뽀로로 EQIQ 놀이상자2	지나월드
9	블레이징틴스3 론올프	오로라월드	뽀로로 노래하는 목걸이	삼진인터내셔널
10	노래하는 교복이	미미월드	교마버스타요 무선RC카	아이존
순위	승용완구		신생아/영아완구	
1	뽀로로 뉴베스트 자전거	지나월드	타이니러브 모빌	타이니러브
2	뽀로로 쌍쌍카	야야토이즈	발차기 아기체육관	진영토이
3	뽕뽕이 멜로디 스프링카	금보토이	해마인형	피셔프라이스
4	뒤뚱뒤뚱플레이	아하토이	뽕뽕이 발차기 아기체육관	아이존
5	교마뽕뽕카	햇살토이	뽀로로 프리미엄 뉴 베스트 자전거	지나월드
6	로보카폴리 브레이크 쌍쌍	야야토이즈	친환경 치발이6종	베이비쥬
7	썩썩이자전거	금보토이	스스로 굴러가는 깜짝볼	브이텍
8	포크레인 뽕뽕카	야야토이즈	걸음마 놀이판	원앤원
9	어린이 자동차	라미야키즈	타요 다기능 운전놀이	지나월드
10	헬로키티 썩썩이 자전거	금보토이	에듀테이블	코니스
순위	캐릭터/패션인형		스포츠완구	
1	리틀미미 가방집	미미월드	블레이징틴스3 요요	오로라월드
2	뷰티걸 바비인형	제이피컴퍼니	스마일 덤블링 40인치	발레노
3	윙클베어 인형	드림C&C	애니멀 펀치백	아하토이
4	앵그리버드 미니인형	선우엔터테인먼트	폴딩 트럼폴린	바투스스포츠
5	프린세스 베이비돌	디즈니	타요 펀치백	디코랜드
6	미니 똥	탑프로모션	미니 탁구대	이레스포츠
7	콩순이 이층집	미미월드	호핑말	정스포츠
8	리락쿠마 캐릭터인형	C&H크리에이티브	팬텀요요	신우사
9	애인대행 두부인형	드림토이즈	스탠드형 농구대	아하토이
10	체리 공주핸드백	원앤원	토마스 야구놀이 세트	아이엠커뮤니케이션

\* 출처: G마켓 (www.gmarket.co.kr)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 **캐릭터**

09 방송

10 광고

11 지식 정보



〈토이저러스〉에서 발표한 8월 캐릭터 상품 순위에서는 남아완구에서 ‘과워레인저 캡틴포스 시리즈’와 ‘또봇 시리즈’가, 여아완구는 ‘미미 시리즈’가 상위권을 차지했다. 교육완구로는 ‘레고 시리즈’가 꾸준히 사랑받고 있고, 야외완구 중에서는 ‘스마트 트라이크’와 ‘돌핀클럽’에서 나온 완구들이 인기를 얻고 있다. 보드게임 분야에서는 호러 슈팅 보드게임 ‘아카데미과학 한밤의 유명사냥 2인용’이 1위를 차지했다. 애니메이션의 영향을 크게 받는 다른 완구들과 달리 보드게임 분야에서는 부루마블, 할리갈리 등 오랜 기간 사랑받는 친숙한 게임들이 순위에 올라 있다.

▶ 토이저러스 캐릭터 상품 TOP 10 (8월)

순위	유아완구	여아완구
1	피셔 러닝홈(한글)	엔젤이_노래하는 교복이
2	말하는 중앙 차고지 놀이	장난꾸러기 메롱~밀크
3	리틀 액티비티 가든	2757)볼 들어오는 이층집 4중세트
4	클래식아기체육관(FP)	장난꾸러기 메롱~초코
5	맨하탄) 손감각 발달 원켈-클래식	미미_리틀미미 가방집
6	스스로 굴러가는 깜짝볼 브라이트	미미디카
7	브이텍) 3단계 변형 운전놀이 자전거	미미_나라랑 함께 걷는 공주 말티
8	BF)베이비워커(2in1)	하트캐치) 큐어 퍼품
9	브이텍) 베이비 쓱쓱 걸음마	차밍메이커-디렉스세트
10	브이텍) 걸음마 학습기	보로로쇼핑카트

순위	남아완구	교육완구
1	캡틴 모바일렛 폰	레고) 9398 4륜구동 트롤러
2	캡틴 DX 캡틴킹	IM) 시티 센트럴 기차테이블
3	영실업) 또봇트라이탄	레고) 9446 마스터우의 드래곤 전함
4	영실업) 또봇Z	레고) 9450 에픽 드래곤 배트
5	캡틴 DX 수호신	레고) 9449 울트라 소닉 전자
6	또봇Y	레고) 3185 승마 캠프
7	바쿠간BG 크로스스틀대곤	올리비아의 집
8	영실업 또봇 폭풍스핀타이탄	팡파에 스네이크 트럭의 공격(9445)
9	영실업 3단 합체 또봇 전자트라이탄	제이의 스톰 파이터(9442)
10	또봇X	래틀컴터(9443)

순위	야외완구	보드게임
1	돌핀클럽) 2인 보트(195)	아카데미 한밤의 유명사냥 2인용
2	2012년형 뉴스포츠 쿠페2	부루마블게임
3	돌핀클럽)물총1+1	앵그리버드 새들의 습격
4	스마트트라이크) 쥬 레이디	할리갈리 디렉스
5	스마트트라이크) 쥬 카우 화이트	텀블링 뭉키(한글판)
6	금메달 양궁다트	할리갈리
7	목욕놀이)오리와 친구들	앵그리버드 빙하시대
8	스마트트라이크) 쥬 프로그	아이스크림 쌓기 게임-더블콘
9	스코츠레이서	아카데미과학 한밤의 유명사냥
10	CLASS600조코자전거(화이트)	부루마블 클래식

\* 출처: 토이저러스 (www.toysrus.co.kr)



# 09

## 방송

2012년 8월 채널유형별 평균 가구시청률에서는 지상파 채널이 21.42%(점유율 58.54%), 종합편성채널은 1.82%(점유율 4.97%), 유료채널(110개)이 11.81%(점유율 32.27%)를 기록했다. 7월 시청률(지상파 19.17%, 종합편성채널 1.71%, 유료채널 11.74%)과 비교하면 지상파 시청률이 비교적 많이 상승했고 중편 및 유료채널은 소폭 상승했다.

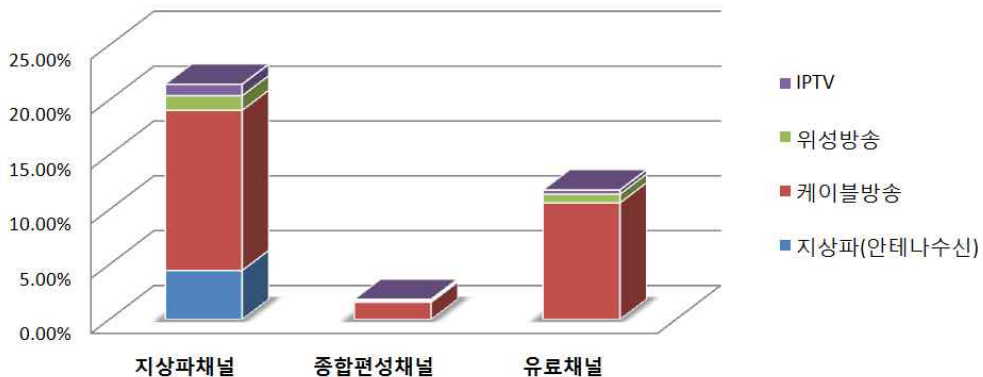
시청 플랫폼별 집계에 의하면 지상파채널의 경우 케이블방송을 통한 시청률이 14.6%로 가장 높았고, 지상파 수신을 통한 시청비율이 4.46%, 위성방송(1.33%)과 IPTV(1.04%)가 그 뒤를 이었다. 종합편성채널 및 유료채널의 시청 플랫폼은 케이블방송을 이용한 시청비율이 압도적으로 높았고, 위성방송과 IPTV를 통한 시청이 그 뒤를 이었다.

### ▶ 채널유형별 평균 가구시청률 (8월)

구분	플랫폼	시청률	점유율	도달률	평균시청시간
지상파채널 (5개)	지상파(안테나수신)	4.46%	-	15.98%	1:04:11
	케이블방송	14.60%	-	67.16%	3:30:12
	위성방송	1.33%	-	6.61%	0:19:05
	IPTV	1.04%	-	5.77%	0:14:59
	합계	21.42%	58.54%	91.82%	5:08:27
종합편성채널 (4개)	케이블방송	1.56%	-	39.05%	0:22:28
	위성방송	0.16%	-	3.66%	0:02:14
	IPTV	0.10%	-	2.87%	0:01:30
	합계	1.82%	4.97%	45.29%	0:26:13
유료채널 (110개)	케이블방송	10.62%	-	63.96%	2:32:57
	위성방송	0.79%	-	6.25%	0:11:27
	IPTV	0.38%	-	5.42%	0:05:31
	합계	11.81%	32.27%	74.73%	2:50:04
전체 시청률*	총계	36.59%	100.00%	94.27%	8:46:57

\* 지상파채널: KBS1, KBS2, MBC, SBS, EBS / 종합편성채널: JTBC, MBN, 채널A, TV조선 / 유료채널: 케이블, 위성, IPTV에서 제공되는 채널  
 \* 시청률 수치는 각 채널별 전시간대 평균 가구시청률을 모두 합한 값임  
 \* '유료채널(110개) 시청률'은 전체 500여 개 유료채널 중에서 AGB닐슨에서 선정한 상위 110개 채널만을 집계한 값임  
 \* '전체 시청률'은 집계대상으로 선정된 110개 유료채널 뿐만 아니라 나머지 유료채널 모두를 포함하는 값임  
 \* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

채널유형별 평균 가구시청률 (2012.8.)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

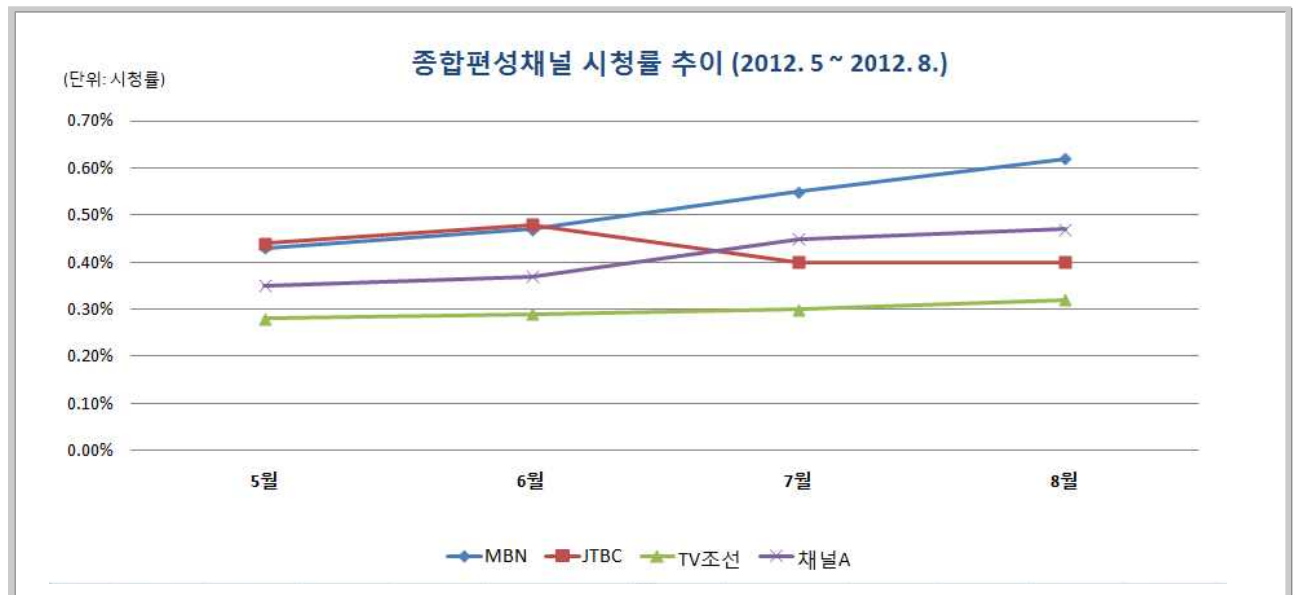


8월 채널별 가구시청률은 지상파 채널들의 전월대비 상승세가 두드러졌다. 'KBS1'이 6.39%로 가장 높은 것으로 나타났고, 이어서 'KBS2', 'SBS', 'MBC'의 순으로 시청률이 높은 것으로 집계되었다. 'KBS1', 'KBS2'와 'MBC'의 평균 시청률 상승률에 비해 'SBS'는 다소 저조한 상승률을 보였다. 'EBS'를 비롯한 나머지 채널들은 시청률 1% 이하를 기록했으며, 종합편성채널(JTBC, MBN, 채널A, TV조선) 중에서는 'MBN'이 비교적 두각을 나타내고 있다. 'MBN'은 5월 0.43%였던 시청률을 8월에는 0.62%까지 끌어올리며 종합채널 중 가장 높은 시청률을 기록했다. 'TV조선'은 0.32%로 가장 낮은 시청률을 보였다.

▶ 채널별 평균 가구시청률 TOP 24 (8월)

순위	채널	시청률				순위	채널	시청률			
		5월	6월	7월	8월			5월	6월	7월	8월
1	KBS1	5.14%	5.10%	5.54%	6.39%	13	SBS플러스	0.49%	0.44%	0.43%	0.38%
2	KBS2	4.08%	4.35%	4.69%	5.43%	14	newsY	0.28%	0.27%	0.30%	0.34%
3	SBS	3.96%	4.11%	4.64%	4.77%	15	OCN	0.34%	0.33%	0.32%	0.32%
4	MBC	3.36%	3.26%	3.45%	4.02%	16	Tooniverse	0.25%	0.24%	0.29%	0.32%
5	YTN	0.59%	0.56%	0.65%	0.70%	17	TV조선	0.28%	0.29%	0.30%	0.32%
6	EBS	0.73%	0.68%	0.71%	0.67%	18	채널CGV	0.31%	0.29%	0.29%	0.30%
7	MBN	0.43%	0.47%	0.55%	0.62%	19	코미디TV	0.23%	0.26%	0.31%	0.29%
8	MBC드라마넷	0.48%	0.46%	0.51%	0.53%	20	MBC every1	0.20%	0.20%	0.25%	0.28%
9	tvN	0.39%	0.45%	0.47%	0.53%	21	MBC SPORTS+	0.39%	0.36%	0.32%	0.25%
10	KBS드라마	0.47%	0.48%	0.47%	0.48%	22	Dramax	0.33%	0.25%	0.25%	0.24%
11	채널A	0.35%	0.37%	0.45%	0.47%	23	KBSN스포츠	0.34%	0.45%	0.30%	0.24%
12	JTBC	0.44%	0.48%	0.40%	0.40%	24	SBS ESPN	0.30%	0.32%	0.29%	0.24%

\* 출처: AGB닐슨 미디어리서치





전체 프로그램 가구시청률에서는 KBS2 주말연속극 '넝쿨째 굴러온 당신'이 7월(34.7%)보다 높은 시청률(35.2%)을 기록하며 5개월째 전체시청률 1위에 올랐다. '넝쿨째 굴러온 당신'은 3월 시청률 30.05%를 기록한 이래 매일 조금씩 시청률을 높여가고 있다. KBS1 일일연속극 '별도 달도 따줄게'가 25.4%로 2위를 기록했다(7월 22.8%). 뒤를 이어 KBS2 '개그콘서트'가 22.4%로 3위에, 'KBS 9시뉴스'가 21.7%로 4위에 올랐다. KBS는 상위 10위 내에 7개의 프로그램을 포진시키며 강세를 나타냈다.

인기 프로그램을 장르별로 살펴보면, <드라마>가 9편으로 45%를 점유했고, <예능>이 5편, <시사/교양>이 4편을 차지했는데, 이는 7월 대비 <시사/교양>과 <예능>이 1편씩 증가한 반면 <보도>, <스포츠>가 1편씩 감소한 것이다.

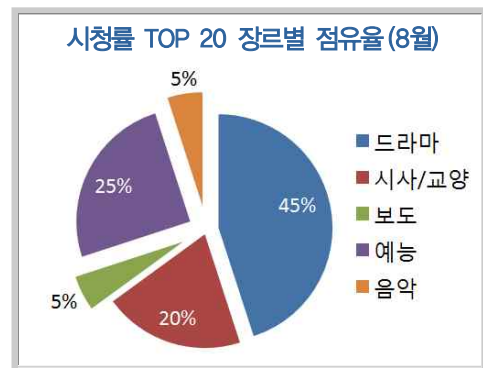
▶▶ 전체 프로그램 가구시청률 TOP 20 (8월)

순위	채널명	프로그램명	장르	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (넝쿨째 굴러온 당신)	드라마	8	35.21
2	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	드라마	22	25.43
3	KBS2	개그콘서트	예능	4	22.39
4	KBS1	KBS 9시뉴스	보도	31	21.74
5	SBS	특별기획 (신사의 품격)	드라마	2	20.84
6	KBS2	특별기획드라마 (각시탈)	드라마	9	19.65
7	SBS	일요일이 좋다	예능	4	15.67
8	KBS1	러브 인 아시아	시사/교양	3	15.42
9	KBS2	해피선데이	예능	4	14.11
10	MBC	월화특별기획드라마 (골든타임)	드라마	7	13.90
11	KBS1	슈퍼피쉬 - 인간과 물고기의 대서사시 1부	시사/교양	1	13.84
12	MBC	무한도전	예능	4	13.65
13	MBC	MBC 아침드라마 (천사의 선택)	드라마	23	13.32
14	MBC	수목미니시리즈 (아랑사또전)	드라마	6	13.24
15	SBS	순간포착	시사/교양	4	13.23
16	KBS2	Vi특공대	시사/교양	3	13.18
17	SBS	힐링캠프 런던캠프 2부	예능	1	13.11
18	SBS	특별기획 (다섯 손가락)	드라마	4	13.01
19	KBS1	전국노래자랑	음악	4	12.76
20	SBS	드라마스페셜 (유령)	드라마	2	12.55

\* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

▶▶ 전체 프로그램 시청률 TOP 20 장르별 점유율

장르	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	8월 점유율
드라마	12	10	9	9	45%
시사/교양	3	2	3	4	20%
보도	2	1	2	1	5%
예능	3	7	4	5	25%
스포츠	-	-	1	-	0%
음악	-	-	1	1	5%



\* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보





01  
출판

02  
만화

03  
음악

04  
공연

05  
게임

06  
영화

07  
애니  
메이션

08  
캐릭터

09  
방송

10  
광고

11  
지식  
정보

8월 종합편성채널/유료채널 프로그램 중에서는 Mnet에서 방영한 '슈퍼스타K4'가 5.4%의 시청률로 1위에 올랐다. 2%의 시청률을 기록한 채널A의 '이영돈PD의 먹거리 X파일'은 2위에, JTBC '인생병법 신의 한수'는 3위를 기록했다. 20위권 내의 프로그램들은 대체로 1% 초반대의 시청률을 기록하고 있다.

유료채널 시청률 상위 20개 프로그램을 장르별로 구분하면, 드라마의 비중이 확연히 떨어지는 추세를 볼 수 있다. 8월에 유일하게 순위권에 든 드라마는 tvN의 '노란 복수초'였고, 종합채널의 드라마는 하나도 포함되지 않았다. 이는 그간 채널 인지도 제고 차원에서 집중했던 드라마의 제작이 제작비 대비 시청률 부진으로 인해 급감했기 때문이다.

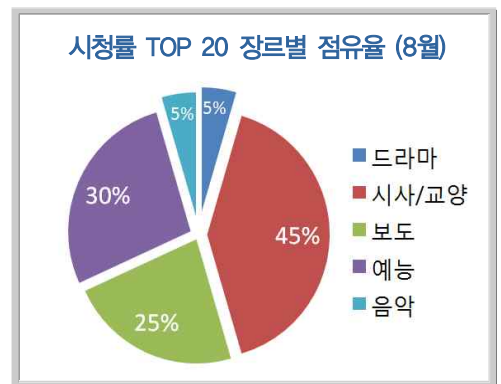
▶ 종합편성채널/유료채널 프로그램 가구시청률 TOP 20 (8월)

순위	채널명	프로그램명	장르	방영횟수	시청률 (%)
1	Mnet	슈퍼스타K4	예능	3	5.42
2	채널A	이영돈PD의 먹거리 X파일	시사/교양	5	2.00
3	JTBC	인생병법 신의 한수	예능	1	1.73
4	MBN	아마존의 눈물<재>	시사/교양	2	1.67
5	MBN	아마존의 눈물	시사/교양	1	1.64
6	MBN	여름특집 나는 자연인이다	시사/교양	1	1.55
7	MBN	뉴스M	보도	2	1.51
8	MBN	고수의 비법 황금알 스페셜	예능	1	1.31
9	YTN	뉴스와이드 (14:00)	보도	9	1.26
10	MBN	고수의 비법 황금알	예능	4	1.23
11	tvN	일일드라마 (노란 복수초)	드라마	110	1.23
12	JTBC	JTBCNEWS10 태풍특보	보도	1	1.21
13	JTBC	닥터의 승부	예능	4	1.20
14	채널A	관찰카메라 24시간	시사/교양	3	1.18
15	채널A	이영돈PD 논리로 풀다	시사/교양	4	1.18
16	YTN	YTN 뉴스특보	보도	71	1.18
17	MBN	휴먼다큐 (사노라면)	시사/교양	4	1.16
18	채널A	박종진의 쾌도난마	시사/교양	23	1.14
19	SBS플러스	힐링캠프 기쁘지 아니한가	예능	2	1.14
20	채널A	그 여자 그 남자	시사/교양	8	1.13

\* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

▶ 종합편성채널/유료채널 프로그램 TOP 20 장르별 점유율

장르	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	8월 점유율
드라마	8	4	2	1	5%
시사/교양	3	3	3	9	45%
보도	4	3	5	4	20%
예능	2	4	4	6	30%
스포츠	3	6	4	-	0%
영화	-	-	2	-	0%



\* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 한국콘텐츠진흥원 재구성



8월 장르별 프로그램 시청률에서는 KBS2 주말연속극 '넝쿨째 굴러온 당신'이 드라마 부문에서 가장 높은 시청률을 보였고, 보도 부문에서는 시청률 21.7% (7월 19.3%)를 기록한 'KBS 9시 뉴스'가 1위를 기록했다. 예능 프로그램 중에서는 KBS2의 '개그콘서트'가 22.4% (7월 19.61%)를, 시사교양 부문에서는 KBS1의 '러브 인 아시아'가 15.4% (7월 12.85%)를 기록하며 각각 1위를 차지했다. KBS의 대작 다큐 시리즈인 '슈퍼피쉬 - 인간과 물고기의 대서사시 1부'는 13.8%의 비교적 높은 시청률로 시사/교양 부문 2위에 올랐다.

▶ 장르별 프로그램 시청률 (8월)

1. 드라마

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (넝쿨째 굴러온 당신)	8	35.21
2	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	22	25.43
3	SBS	특별기획 (신사의 품격)	2	20.84
4	KBS2	특별기획드라마 (각시탈)	9	19.65
5	MBC	일화특별기획드라마 (골든타임)	7	13.90

2. 보도

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS1	KBS 9시뉴스	31	21.74
2	KBS1	KBS 뉴스7	24	11.92
3	KBS1	시청자칼럼 우리 사는 세상	18	10.60
4	KBS1	소비자 고발	5	9.58
5	KBS1	KBS 뉴스광장 3부	2	9.40

3. 예능

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	개그콘서트	4	22.39
2	SBS	일요일이 좋다	4	15.67
3	KBS2	해피선데이	4	14.11
4	MBC	무한도전	4	13.65
5	SBS	힐링캠프 런던캠프 2부	1	13.11

4. 시사/교양

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS1	러브 인 아시아	3	15.42
2	KBS1	슈퍼피쉬 - 인간과 물고기의 대서사시 1부	1	13.84
3	SBS	순간포착	4	13.23
4	KBS2	VJ특공대	3	13.18
5	KBS1	슈퍼피쉬 - 인간과 물고기의 대서사시 3부	1	12.46

\* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



성별 시청률 순위에서는 남녀 모두 1위부터 5위까지의 순위가 같았다. 연령별 시청률 순위에서는 '13~18세'에서 '개그콘서트', '무한도전', '일요일이 좋다' 등 예능 프로그램이 높은 시청률을 보였고, '19세 이상'과 '60세 이상' 연령대에서는 드라마와 뉴스의 시청률이 상대적으로 높았다. 전월과 마찬가지로 전반적으로 '남자'보다는 '여자가, 다른 연령대에 비해 '60세 이상'의 시청률이 높은 것으로 나타났다.

▶▶ **성별 / 연령별 프로그램 시청률 (8월)**

**1. 남자**

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (넝쿨째 굴러온 당신)	8	14.21
2	KBS2	개그콘서트	4	12.11
3	SBS	특별기획 (신사의 품격)	2	8.55
4	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	22	7.91
5	KBS2	특별기획드라마 (각시탈)	9	7.85

**2. 여자**

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (넝쿨째 굴러온 당신)	8	20.52
2	KBS2	개그콘서트	4	13.75
3	SBS	특별기획 (신사의 품격)	2	13.44
4	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	22	11.04
5	KBS2	특별기획드라마 (각시탈)	9	9.89

**3. 13 - 18세**

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	개그콘서트	4	13.86
2	KBS2	주말연속극 (넝쿨째 굴러온 당신)	8	10.37
3	MBC	무한도전	4	9.42
4	SBS	일요일이 좋다	4	9.08
5	SBS	특별기획 (신사의 품격)	2	8.39

**4. 개인 19+**

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (넝쿨째 굴러온 당신)	8	18.79
2	KBS2	개그콘서트	4	12.54
3	SBS	특별기획 (신사의 품격)	2	11.84
4	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	22	11.28
5	KBS1	KBS 9시 뉴스	31	9.65

**5. 개인 60+**

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	22	29.03
2	KBS2	주말연속극 (넝쿨째 굴러온 당신)	8	25.21
3	KBS1	KBS 9시 뉴스	31	21.48
4	KBS1	러브 인 아시아	3	17.66
5	KBS1	전국노래자랑	4	15.33

\* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

- 01 출판
- 02 만화
- 03 음악
- 04 공연
- 05 게임
- 06 영화
- 07 애니메이션
- 08 캐릭터
- 09 방송
- 10 광고
- 11 지식 정보



케이블TV 가입자는 2012년 6월 말 기준으로 전국적으로 1,489만 가입자를 확보하고 있지만 그 수는 조금씩 감소하고 있는 것으로 나타났다. 이는 통신사 결합 및 다양한 부가 서비스 이용이 용이한 IPTV 가입자가 점증함에 따른 것으로 풀이된다. 한편 디지털 케이블TV의 가입자 수는 꾸준히 늘어나는 반면, 아날로그 케이블TV의 가입자는 지속적으로 줄어들고 있다. 지역별로는 서울이 297만 명, 경기도가 287만 명을 기록했고, 제주도가 19만 명으로 가장 적은 가입자수를 기록했다.(최신자료 미취합으로 8월호와 동일 내용)

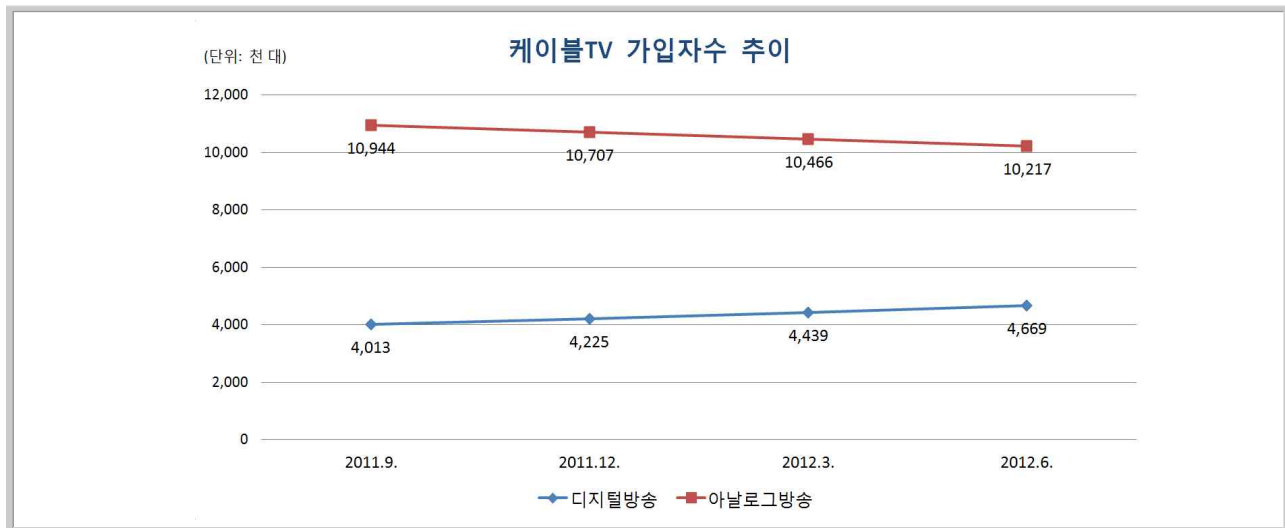
▶▶ 케이블TV / IPTV 가입자 현황

1. 케이블TV 지역별 가입자 (대수 기준)

(단위: 천 명)

지역	디지털방송				아날로그방송				합계			
	2011. 9.	2011. 12.	2012. 3.	2012. 6.	2011. 9.	2011. 12.	2012. 3.	2012. 6.	2011. 9.	2011. 12.	2012. 3.	2012. 6.
서울	1,559	1,614	1,648	1,699	1,460	1,384	1,326	1,275	3,019	2,998	2,975	2,974
부산	347	362	382	404	871	849	828	805	1,218	1,212	1,211	1,209
대구	80	88	99	116	773	766	756	739	854	854	855	854
인천	272	285	296	310	442	420	402	384	715	706	699	694
광주	31	36	39	43	509	507	504	501	541	544	544	544
대전	22	21	23	26	471	499	501	501	493	521	524	527
울산	112	117	120	122	306	304	304	301	419	421	424	423
경기	805	845	890	950	2,118	2,057	1,986	1,917	2,923	2,903	2,877	2,867
강원	43	64	75	86	433	418	403	392	476	483	479	479
충북	86	90	94	102	326	321	316	310	412	411	411	412
충남	64	71	80	91	495	487	475	466	559	559	556	557
전북	37	40	44	48	428	423	419	417	466	463	464	465
전남	30	37	47	55	508	489	487	485	538	527	534	539
경북	120	128	142	161	788	780	764	752	909	909	907	913
경남	338	356	387	391	882	870	862	847	1,220	1,227	1,249	1,238
제주	60	62	63	65	127	125	125	125	187	188	188	190
합계	4,013	4,225	4,439	4,669	10,944	10,707	10,466	10,217	14,957	14,932	14,905	14,886
비율	26.8	28.3%	29.8%	31.40%	73.2%	71.7%	70.2%	68.60%	100.0%	100.0%	100.0%	100.00%

\* 출처: 한국케이블TV방송협회(KCTA)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



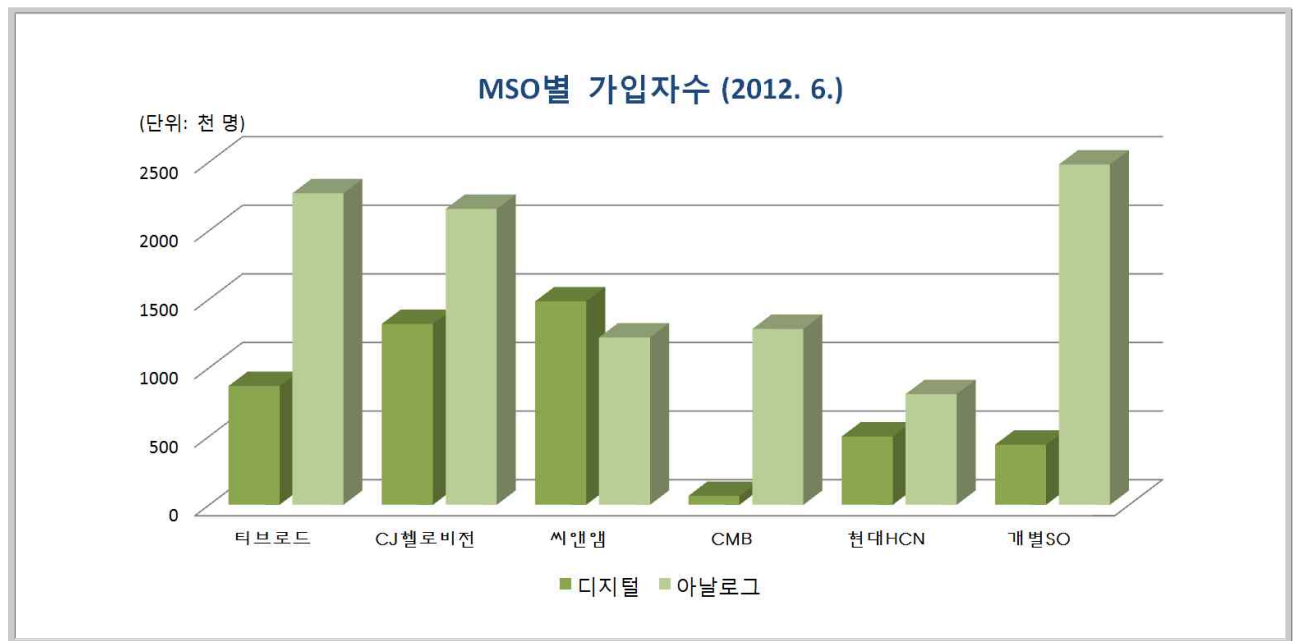
케이블TV MSO별 가입자 기준으로는 'CJ헬로비전'이 348만 명으로 가장 많은 가입자를 확보하고 있는 것으로 집계되었다. 디지털방송 가입자 수에서는 '씨앤엠(148만)'이, 아날로그방송 가입자 수는 '티브로드(227만)'가 가장 많았다. '씨앤엠'은 다른 MSO와는 달리 디지털방송 가입자의 수가 아날로그방송 가입자 수보다 많았다.

2. 케이블TV MSO별 가입자 (대수 기준)

(단위: 천 명)

구분	SO수	디지털방송				아날로그방송				합계			
		2011. 9.	2011.12.	2012. 3.	2012. 6.	2011. 9.	2011.12.	2012. 3.	2012. 6.	2011. 9.	2011.12.	2012. 3.	2012. 6.
티브로드	22개사	716	757	809	866	2,509	2,427	2,338	2,271	3,226	3,185	3,147	3,137
CJ헬로비전	19개사	1,143	1,197	1,268	1,319	2,326	2,249	2,205	2,157	3,469	3,446	3,473	3,476
씨앤엠	18개사	1,344	1,394	1,427	1,483	1,364	1,317	1,271	1,220	2,709	2,712	2,699	2,703
CMB	9개사	48	51	56	65	1,268	1,293	1,289	1,282	1,316	1,344	1,345	1,347
현대HCN	8개사	433	448	469	498	893	869	842	807	1,327	1,318	1,311	1,305
소계	76개사	3,686	3,850	4,031	4,232	8,362	8,157	7,946	7,736	12,049	12,007	11,978	11,968
개별SO	18개사	326	375	407	438	2,581	2,549	2,519	2,481	2,908	2,924	2,927	2,919
합계	94개사	4,013	4,225	4,439	4,669	10,944	10,707	10,466	10,217	14,957	14,932	14,905	14,886

\* 출처: 한국케이블TV방송협회(KCTA)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보





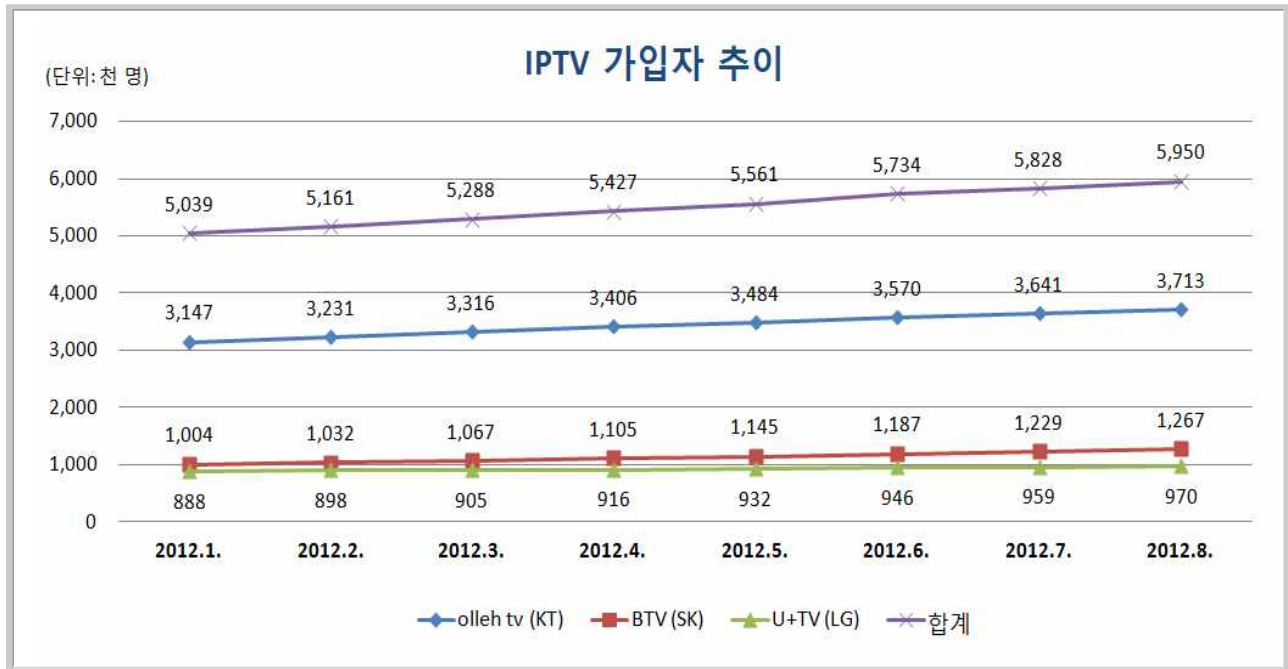
IPTV 가입자는 월평균 10만 이상 꾸준히 증가하고 있다. 1월 500만 가입자를 돌파했던 IPTV는 8월 말 현재 595만 명의 가입자를 확보했다. 통신사별 가입자는 KT 'olleh tv'가 371만 명으로 가장 많은 가입자를 확보하고 있고, SKT BTV가 127만 명, U+TV가 97만 명의 가입자수를 기록하고 있다. 1위 사업자인 'olleh tv'는 적극적인 마케팅을 통해 2, 3위와의 격차를 조금씩 벌려가고 있다.

### 3. IPTV 가입자 현황

(단위 : 천 명)

구분	2009. 12	2010. 6.	2010. 12.	2011. 6.	2011. 12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
olleh tv (KT)	1,174 (1,009)	1,571 (1,184)	2,085 (1,727)	2,622 (2,308)	3,076 (2,810)	3,147 (2,885)	3,231 (2,976)	3,316 (3,067)	3,406 (3,162)	3,484 (3,245)	3,570 (3,338)	3,641 (3,419)	3,713 (3,496)
BTV (SKT)	856 (402)	898 (574)	948 (735)	911 (756)	982 (883)	1,004 (912)	1,032 (947)	1,067 (987)	1,105 (1,031)	1,145 (1,076)	1,187 (1,121)	1,229 (1,167)	1,267 (1,209)
U+TV (LG)	344 (330)	460 (457)	627 (624)	763 (761)	878 (877)	888 (886)	898 (896)	905 (904)	916 (915)	932 (931)	946 (945)	959 (958)	970 (969)
합계	2,374 (1,741)	2,929 (2,215)	3,660 (3,086)	4,296 (3,825)	4,936 (4,570)	5,039 (4,683)	5,161 (4,819)	5,288 (4,958)	5,427 (5,108)	5,561 (5,252)	5,734 (5,404)	5,828 (5,544)	5,950 (5,674)

\* 백 단위에서 반올림, 괄호 안은 실시간 채널 가입자  
\* 출처: 한국디지털미디어산업협회



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



# 10 광고

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

8월 인터넷 노출형 광고 현황에서는 상위 30개 업체의 매출액이 548억 원을 기록한 것으로 집계되어 7월(596억 원) 대비 48억 원(8.05%) 하락했다. 3대 포털인 '네이버', '다음', '네이트'의 점유율 합계는 6, 7월에 비해 0.3%p 하락한 76.2%를 기록했다. 상위 3개 포털이 8월에 유치한 광고료는 446억 원으로 7월의 486억 원에 비해 40억 원 감소했으며, 상위 30개 매체의 광고비 매출 중 3개사가 차지하는 비율은 81.3%로 집계되었다.

1%가 넘는 점유율을 차지한 매체의 수는 5개를 기록했고, 상위 30개 매체가 차지하는 매출 규모는 전체 시장의 93.6%로 7월(94.0%)에 비해 0.4%p 감소했다.

## ▶ 인터넷 노출형 광고 현황

### 1. 매체별 인터넷 노출형 광고 TOP 30 (8월)

순위	매체	광고수	캠페인수	브랜드수	점유율	광고비(천원)
1	naver.com	1,192	737	312	32.9%	19,225,887
2	daum.net	988	534	296	27.3%	15,964,626
3	nate.com	713	333	152	16.0%	9,381,141
4	kr.yahoo.com	435	213	91	4.2%	2,455,422
5	joinsmsn.com	409	148	101	2.0%	1,145,805
6	pandora.tv	261	181	127	0.9%	525,829
7	chosun.com	235	129	81	0.9%	521,052
8	donga.com	361	231	174	0.8%	473,217
9	ohmynews.com	345	227	149	0.7%	416,463
10	sportsseoul.com	354	180	114	0.7%	405,093
11	gamemeca.com	292	88	48	0.5%	320,551
12	mk.co.kr	212	85	50	0.5%	306,407
13	zdnet.co.kr	202	84	43	0.5%	292,868
14	yonhapnews.co.kr	203	145	117	0.5%	280,390
15	inven.co.kr	368	104	53	0.5%	267,774
16	maxmovie.com	324	93	58	0.4%	253,868
17	gomtv.com	61	50	37	0.4%	224,856
18	pressian.com	282	173	140	0.3%	203,457
19	dt.co.kr	282	203	120	0.3%	203,330
20	hankooki.com	133	54	33	0.3%	200,289
21	hankyung.com	140	57	37	0.3%	193,997
22	ytn.co.kr	359	261	203	0.3%	192,791
23	khan.co.kr	303	156	114	0.3%	188,683
24	sbs.co.kr	140	32	26	0.3%	182,647
25	mydaily.co.kr	197	131	81	0.3%	172,671
26	etnews.com	120	77	55	0.3%	169,843
27	imbc.com	114	48	44	0.3%	161,036
28	ezday.co.kr	188	56	45	0.3%	157,280
29	danawa.com	108	70	42	0.3%	154,957
30	kbs.co.kr	96	32	30	0.3%	154,656
합계		9,417	4,912	2,973	93.6%	54,796,886

\* 해당 수치는 인터넷매체의 고정 광고지면에 게재된 노출형광고를 장치를 통해 수집, 분류 및 통계처리하여 광고비 산출모형을 통해 계산된 값으로, 실제 금액과 차이가 있을 수 있음

\* 출처: 리서치애드(www.researchad.com)



8월 광고주별 인터넷 노출형 광고에서는 '삼성전자'가 약 35억 원의 광고를 집행하며 점유율 6.0%로 7월에 이어 1위에 올랐다. 19억 원을 집행한 '넥슨'이 2위를 기록했고, '현대캐피탈'이 14억 원으로 3위에 올랐다. '넥슨'은 7월에 31억 원을 집행하며 2위에 오른 데 이어 8월에도 두 번째로 많은 광고비를 집행한 것으로 나타났지만, 금액으로는 10억 이상 줄어든 수치를 기록했다.

한편 상위 30대 광고주의 인터넷 노출형 광고 점유율은 47.1%, 집행금액은 275억 원으로 나타나, 6월 점유율 37.7%(220억 원) 및 7월 점유율 41.6%(264억 원)에 비해 집행금액과 비중이 증가하고 있다.

2. 광고주별 인터넷 노출형 광고 TOP 30 (8월)

순위	광고주	광고수	캠페인수	점유율	광고비(천원)
1	삼성전자	171	41	6.0%	3,493,736
2	넥슨	203	45	3.3%	1,918,818
3	아모레퍼시픽	136	19	2.4%	1,395,057
4	이베이코리아	290	136	2.3%	1,347,982
5	삼성	99	12	2.2%	1,290,552
6	롯데쇼핑롯데엔터테인먼트	121	34	2.1%	1,244,316
7	에이블씨엔씨	32	5	2.1%	1,213,523
8	포워드벤처스엘엘씨	54	23	1.8%	1,033,341
9	한국피앤지	101	27	1.8%	1,024,500
10	신세계	236	119	1.7%	998,462
11	현대캐피탈	95	16	1.7%	986,222
12	ford motor	40	5	1.6%	959,688
13	삼성화재	41	8	1.6%	922,333
14	대우건설	72	12	1.5%	886,836
15	밝은성모안과	60	6	1.4%	828,058
16	CJEnM픽쳐스	96	26	1.4%	820,150
17	SK텔레콤	110	21	1.3%	751,336
18	SK플래닛	143	51	1.3%	750,253
19	우선코리아	76	3	1.0%	593,668
20	SK브로드밴드	24	2	1.0%	591,765
21	한국존슨앤드존슨	34	6	0.8%	482,668
22	매일유업	67	9	0.8%	472,826
23	현대건설	29	7	0.8%	459,801
24	롯데리아	15	3	0.8%	456,100
25	L&K 로직 코리아	92	4	0.8%	441,380
26	티켓몬스터	73	64	0.8%	439,932
27	20세기폭스사	51	10	0.7%	435,418
28	한국소니픽쳐스릴리징브에나비스타영화	58	22	0.7%	432,101
29	N.E.W	41	10	0.7%	431,856
30	강남하늘안과	6	4	0.7%	422,296
합계		2,666	750	47.1%	27,524,974

\* 해당 수치는 인터넷매체의 고정 광고지면에 게재된 노출형광고를 장치를 통해 수집, 분류 및 통계처리하여 광고비 산출모형을 통해 계산된 값으로, 실제 금액과 차이가 있을 수 있음

\* 출처: 리서치애드(www.researchad.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



8월 검색광고시장 광고주 수는 145,000개를 기록하며 144,000개를 기록했던 7월과 비교하여 큰 변동이 없었다. 매체별 점유율에서는 '네이버'가 35.7%로 1위를, '오버추어-네이버 공동집행'이 13.4%로 2위를 기록했고, '네이트'는 11.7%로 3위를 기록했다. 전월 대비 '네이버'의 점유율이 1.6%p 감소한 반면, '오버추어'는 1.8%p 증가했다. 전체적인 추이를 보면 '네이버'는 등락을 반복하며 조금씩 점유율을 높여가고 있고, 타 매체는 비슷한 점유율을 유지하고 있다. '네이트'는 1분기에 점유율이 하락하는 추세였지만 2분기 이후로는 안정세를 유지하고 있다.

➤ 검색광고 현황

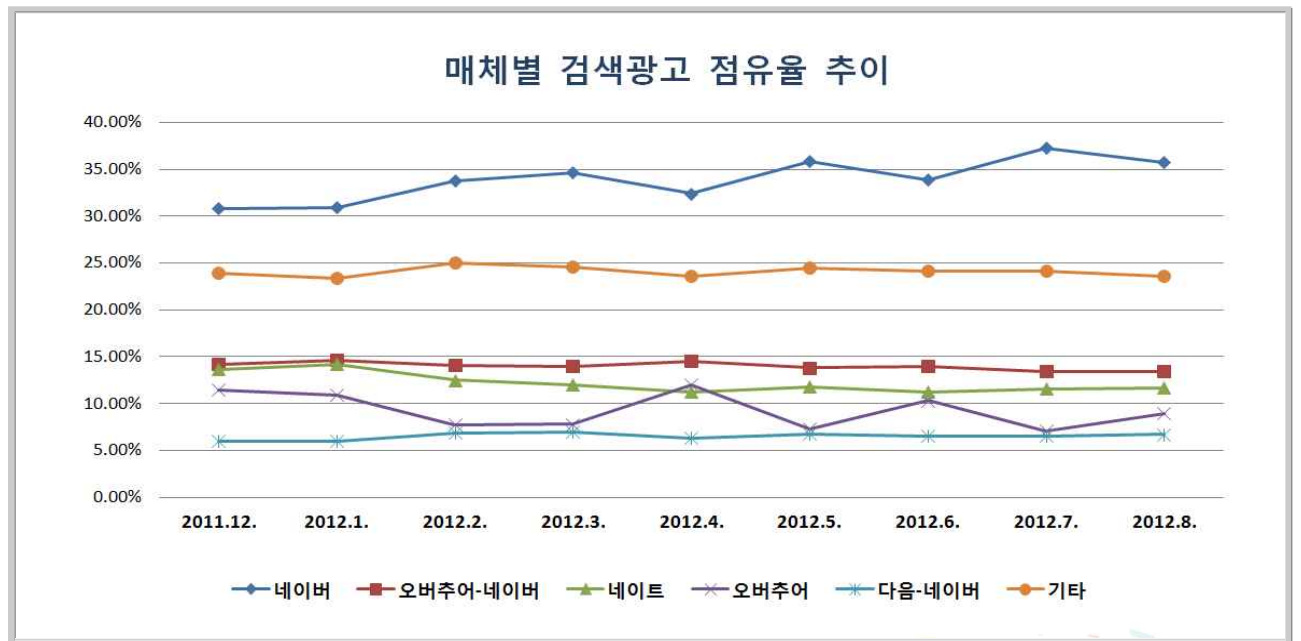
1. 전체 광고주 수 (2011. 12. ~ 2012. 8.)

구분	2011. 12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	전월대비 증감율
광고주 수	150,300	151,500	137,600	140,100	148,000	142,500	148,000	144,000	145,000	0.1%

2. 매체별 점유율 (2011. 12. ~ 2012. 8.)

구분	2011. 12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	전월대비 증감율
네이버	30.8%	30.9%	33.8%	34.6%	32.4%	35.8%	33.9%	37.3%	35.7%	-1.6%p
오버추어-네이버	14.2%	14.6%	14.1%	14.0%	14.5%	13.8%	14.0%	13.4%	13.4%	0%p
네이트	13.6%	14.2%	12.5%	12.0%	11.2%	11.8%	11.2%	11.6%	11.7%	0.1%p
오버추어	11.5%	10.9%	7.7%	7.8%	12.0%	7.3%	10.3%	7.1%	8.9%	1.8%p
다음-네이버	6.0%	6.0%	6.9%	7.0%	6.3%	6.8%	6.5%	6.5%	6.7%	0.2%p
기타	23.9%	23.4%	25%	24.6%	23.6%	24.5%	24.1%	24.1%	23.6%	-0.5%p
합계	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-

\* 오버추어 광고 : 검색 포털에서 키워드 기입 시 "스폰서링크" 이름으로 노출되는 CPC 광고 상품





# 11

## 지식정보

8월 국내 인터넷 웹사이트 종합 순위(순방문자수 기준)에서는 '네이버'가 순방문자수 3,217만 명으로 1위에 올랐다. 네이버를 1번 이상 이용한 인터넷 이용자는 전체의 96%에 달했고, 월평균 6시간 13분의 체류시간을 기록했다. '네이버'에 이어 2위를 기록한 '다음'은 86%의 도달률과 4시간 31분의 체류시간을 기록했다. 6월에 6위를 기록했던 '싸이월드'는 지속적으로 순방문자수 및 체류시간, 재방문일수가 줄어들며 8월에는 8위까지 순위가 떨어졌고, '옥션'과 비슷한 트래픽을 기록하고 있는 'G마켓'은 순방문자수가 4.2% 하락하며 13위로 떨어졌지만, 체류시간에서는 50분을 기록하며 '옥션'을 조금 앞섰다. 7월에는 '옥션'이 58분, 'G마켓'이 47분의 월평균체류시간을 기록했었다.

### ▶ 웹사이트 종합 순위 TOP 15 (8월)

순위			도메인	순방문자 <sup>17)</sup>	도달률(%) <sup>18)</sup>	월평균 체류시간(분) <sup>19)</sup>	월평균 재방문일수 <sup>20)</sup>	월평균 페이지뷰(회수) <sup>21)</sup>	순방문자 증감률(%)
8월	7월	6월							
1	1	1	naver.com	32,172,451	95.83	372.90	12.44	686.99	-0.01
2	2	2	daum.net	28,917,712	86.14	271.38	9.80	499.91	-0.07
3	3	3	tistory.com	20,186,382	60.13	12.17	3.47	12.28	-2.65
4	4	4	nate.com	18,646,904	55.54	109.67	6.97	168.80	-1.50
5	5	5	mk.co.kr	17,887,934	53.28	11.20	3.87	10.59	2.60
6	6	7	chosun.com	17,108,787	50.96	20.71	4.27	20.12	3.83
7	9	9	joinsmsn.com	16,411,620	48.89	16.04	3.81	31.69	5.28
8	7	6	cyworld.com	15,698,978	46.76	27.11	4.45	64.10	-2.16
9	12	11	hankyung.com	15,338,283	45.69	7.70	3.03	6.45	5.14
10	11	12	donga.com	15,306,992	45.60	13.84	3.29	16.96	4.05
11	10	10	auktion.co.kr	15,285,270	45.53	49.69	4.01	101.07	2.11
12	14	14	hankooki.com	15,112,595	45.02	11.34	3.45	15.48	6.47
13	8	8	gmarket.co.kr	15,055,242	44.85	50.24	4.02	97.39	-4.24
14	15	15	mt.co.kr	14,823,934	44.16	8.09	3.07	6.64	5.58
15	16	16	asiae.co.kr	14,228,600	42.38	8.52	2.97	10.12	5.59

\* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임 (조사 방법론 참조: [http://www.koreanclick.com/methodology/audience\\_measurement.php](http://www.koreanclick.com/methodology/audience_measurement.php))

\* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

17) 순방문자: 해당 기간 동안 웹사이트를 적어도 1번 이상 방문한 이용자

18) 도달률: 전체 인터넷 이용자수 대비 순방문자수의 비율

19) 평균체류시간: 측정기간 중 순방문자 1인당 발생시킨 체류시간의 평균을 의미

20) 평균재방문일수: 측정기간 중 해당사이트에 방문한 순방문자 1인당 평균 재방문한 일의 수

21) 평균페이지뷰: 측정기간 중 해당사이트에 방문한 순방문자 1인당 조회한 평균 페이지 조회수





8월 주요 서비스별 웹사이트 순위에서는 <검색 서비스> 및 <커뮤니티 서비스> 분야에서 '네이버'의 높은 점유율이 유지되었고, <이메일 서비스>에서의 '다음'의 강세 또한 변함이 없었다. <커뮤니티 서비스>에서 '싸이월드'의 하락 추세가 눈에 띄는데, 이는 '페이스북'의 이용률 증가에 따른 영향으로 보인다. <이메일 서비스>에서는 '과란닷컴'이 이메일 서비스 종료로 인해 순방문자수가 급감했다. 한편 상위 2개 서비스('네이버'와 '다음')의 시간점유율은 전체 검색 서비스의 93.83%, 커뮤니티 서비스의 92.69%, 이메일 서비스의 74.57%에 이르는 것으로 집계되었다.

▶ 주요 서비스별 웹사이트 순위 (8월)

1. 검색 서비스

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	월평균체류시간(분)	월평균재방문일수(일)	시간점유율(%)	증감률(%)
1	naver.com	29,512,291	87.91	78.50	9.91	76.22	0.08
2	daum.net	19,574,187	58.31	27.34	7.03	17.61	-1.00
3	nate.com	11,032,051	32.86	5.57	2.91	2.02	0.44
4	google.co.kr	7,394,208	22.03	11.38	3.25	2.77	-0.91
5	yahoo.co.kr	3,725,849	11.10	3.64	2.59	0.45	0.31
6	zum.com	3,391,206	10.10	4.38	2.95	0.49	-4.75
7	google.com	1,804,383	5.37	6.48	2.36	0.38	0.12
8	dreamwiz.com	247,778	0.74	1.39	1.67	0.01	-59.67
9	joinsmsn.com	245,272	0.73	1.04	1.35	0.01	1.15
10	bing.com	206,459	0.61	5.73	1.95	0.04	8.38

2. 커뮤니티 서비스

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	월평균체류시간(분)	월평균재방문일수(일)	시간점유율(%)	증감률(%)
1	naver.com	28,884,944	86.04	118.92	7.84	59.79	0.52
2	daum.net	23,816,221	70.94	79.35	5.72	32.90	-0.96
3	cyworld.com	9,910,115	29.52	30.16	3.41	5.20	-4.16
4	google.com	2,700,952	8.05	3.67	2.08	0.17	6.53
5	yahoo.co.kr	2,377,477	7.08	5.48	1.93	0.23	0.17
6	joinsmsn.com	1,066,011	3.18	3.8	1.37	0.07	13.97
7	nate.com	636,301	1.9	115.66	5.13	1.28	3.14
8	chol.com	576,584	1.72	1.26	1.08	0.01	-5.02
9	dreamwiz.com	358,094	1.07	3.59	1.5	0.02	6.33
10	sayclub.com	316,340	0.94	51.7	3.95	0.28	15.31

3. 이메일 서비스

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	월평균체류시간(분)	월평균재방문일수(일)	시간점유율(%)	증감률(%)
1	naver.com	17,599,890	52.43	44.94	5.84	31.71	1.87
2	daum.net	16,564,825	49.34	64.55	6.78	42.86	1.68
3	nate.com	9,222,417	27.47	46.45	5.97	17.17	-6.92
4	google.com	1,878,269	5.59	35.57	3.77	2.68	-9.08
5	live.com	869,356	2.59	47.14	5.37	1.64	0.21
6	korea.com	711,244	2.12	67.01	8.04	1.91	-3.1
7	dreamwiz.com	685,307	2.04	45.2	5.54	1.24	5.7
8	yahoo.co.kr	562,904	1.68	24.9	4.38	0.56	-11.43
9	chol.com	154,696	0.46	19.39	7.27	0.12	-24.86
10	paran.com	123,591	0.37	2.56	2.27	0.01	-93.71

\* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임

\* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



주제별 웹사이트 순위에서는 <뉴스/미디어> 분야 웹사이트의 순방문자수가 모두 증가한 반면, <전자상거래> 분야의 웹사이트는 상위 10위 중 7개 사이트의 순방문자수가 감소했다. <뉴스/미디어> 분야의 사이트들은 1,000만 명 이상의 순방문자를 기록했고, '조선닷컴', '동아일보', '한국경제', '매일경제'의 순으로 평균체류시간이 높았다. 'G마켓', '옥션', '11번가' 등의 전자상거래 사이트들은 순방문자수가 <뉴스/미디어>에 비해 작았지만 평균체류시간은 20분 이상을 기록했다(인터파크 제외). 이베이 코리아에서 운영하는 '옥션'과 'G마켓'은 거의 비슷한 이용률로 1, 2위에 올랐고, 전자상거래 시장의 26%를 차지(시간점유율 기준)하는 것으로 나타났다.

▶ 주제별 웹사이트 순위 TOP 5 (8월)

1. 뉴스 / 미디어

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	증감률(%)
1	mk.co.kr	17,887,934	53.28	11.20	3.87	10.59	6.28	2.60
2	chosun.com	17,108,787	50.96	20.71	4.27	20.12	11.10	3.83
3	hankyung.com	15,338,283	45.69	7.70	3.03	6.45	3.70	5.14
4	donga.com	15,306,992	45.60	13.84	3.29	16.96	6.64	4.05
5	hankooki.com	15,112,595	45.02	11.34	3.45	15.48	5.37	6.47
6	mt.co.kr	14,823,934	44.16	8.09	3.07	6.64	3.76	5.58
7	asiae.co.kr	14,228,600	42.38	8.52	2.97	10.12	3.80	5.59
8	seoul.co.kr	11,976,639	35.68	6.28	2.60	4.31	2.36	0.44
9	sbs.co.kr	11,561,084	34.44	8.25	2.34	8.84	2.99	0.09
10	khan.co.kr	10,959,186	32.64	6.65	2.59	5.84	2.28	4.40

2. 전자상거래

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	증감률(%)
1	auction.co.kr	15,285,270	45.53	49.69	4.01	101.07	13.07	2.11
2	gmarket.co.kr	15,055,242	44.85	50.24	4.02	97.39	13.01	-4.24
3	11st.co.kr	14,069,334	41.91	29.44	3.47	48.6	7.13	-3.20
4	interpark.com	9,488,509	28.26	15.49	2.41	28.62	2.53	-1.64
5	coupang.com	9,236,220	27.51	23.90	3.30	30.18	3.80	-0.34
6	cjmall.com	7,377,997	21.98	29.02	3.59	54.68	3.68	-0.42
7	ticketmonster.co.kr	6,923,265	20.62	25.73	3.40	33.48	3.06	0.94
8	lotte.com	6,683,426	19.91	22.93	3.19	37.71	2.64	-7.48
9	gsshop.com	6,462,652	19.25	23.79	3.32	49.56	2.64	-4.86
10	emart.com	6,208,609	18.49	20.19	2.48	39.13	2.16	4.69

\* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임

\* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

〈엔터테인먼트 분야〉에서는 ‘유튜브’의 이용 증가세가 돋보였다. ‘유튜브’는 전월대비 8.29% 증가한 1,008만 명의 순방문자수와 21.6분의 평균체류시간으로 23.79%의 시간점유율을 기록했고, ‘유튜브’와 같은 동영상 스트리밍 서비스를 제공하는 ‘판도라(pandora.tv)’와 ‘곰TV(gomtv.com)’가 순방문자수에서 2위와 4위를 기록했다. 영화 포털인 ‘CGV’와 ‘롯데시네마’ 홈페이지는 각각 469만 명(13.97분), 252만 명(7.82분)의 순방문자수를 기록하며 3위와 5위에 올랐다.

〈SNS/커뮤니티 분야〉에서는 ‘티스토리(tistory.com)’가 2,000만 명이 넘는 순방문자수를 기록했지만 평균체류시간은 12.2분으로, 53.1분을 기록한 ‘페이스북’에 미치지 못했다. ‘페이스북’은 1,245만 명의 순방문자와 높은 체류시간을 기반으로 해당분야 32.04%의 시간점유율을 기록했다. ‘SLR클럽(slrclub.com)’과 ‘일베저장소(ilbe.com)’, ‘DC인사이드(dcinside.com)’는 비교적 적은 순방문자수에도 불구하고 각각 94.6분, 21분, 17.1분의 평균이용시간을 기록하며 높은 충성도를 보였다.

### 3. 엔터테인먼트

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	증감률(%)
1	youtube.com	10,084,035	30.04	21.62	2.80	23.00	23.79	8.29
2	pandora.tv	5,440,645	16.21	10.95	1.69	9.64	6.50	4.27
3	cgv.co.kr	4,689,541	13.97	15.17	1.91	22.65	7.76	8.31
4	gomtv.com	3,929,938	11.71	4.25	1.54	6.00	1.82	-12.56
5	lottecinema.co.kr	2,624,413	7.82	11.09	1.69	15.40	3.18	16.83
6	mgoon.com	2,372,958	7.07	3.93	1.26	3.70	1.02	-2.08
7	moviejoy.com	1,925,695	5.74	1.14	1.22	1.65	0.24	3.18
8	redfile.co.kr	1,563,304	4.66	3.40	2.60	6.18	0.58	-10.12
9	bongfile.co.kr	1,511,503	4.50	3.70	2.56	4.73	0.61	119.00
10	megabox.co.kr	1,473,168	4.39	9.86	1.54	16.66	1.58	8.04

### 4. SNS/커뮤니티

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	증감률(%)
1	tistory.com	20,186,382	60.13	12.17	3.47	12.28	11.92	-2.65
2	facebook.com	12,447,417	37.08	53.07	4.25	105.61	32.04	1.91
3	dcinside.com	8,120,732	24.19	17.08	2.28	39.91	6.73	8.77
4	twitter.com	7,076,578	21.08	9.26	2.35	14.20	3.18	0.37
5	egloos.com	4,813,889	14.34	6.36	1.73	6.95	1.48	-5.83
6	me2day.net	2,931,894	8.73	3.73	1.85	6.04	0.53	0.34
7	twitpic.com	2,641,855	7.87	2.00	1.82	2.81	0.26	-0.83
8	yfrog.com	2,375,419	7.08	1.70	1.72	2.86	0.20	2.32
9	ilbe.com	2,113,613	6.30	21.02	1.77	55.97	2.15	17.41
10	slrclub.com	1,257,862	3.75	94.58	3.95	306.28	5.77	23.69

\* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임

\* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



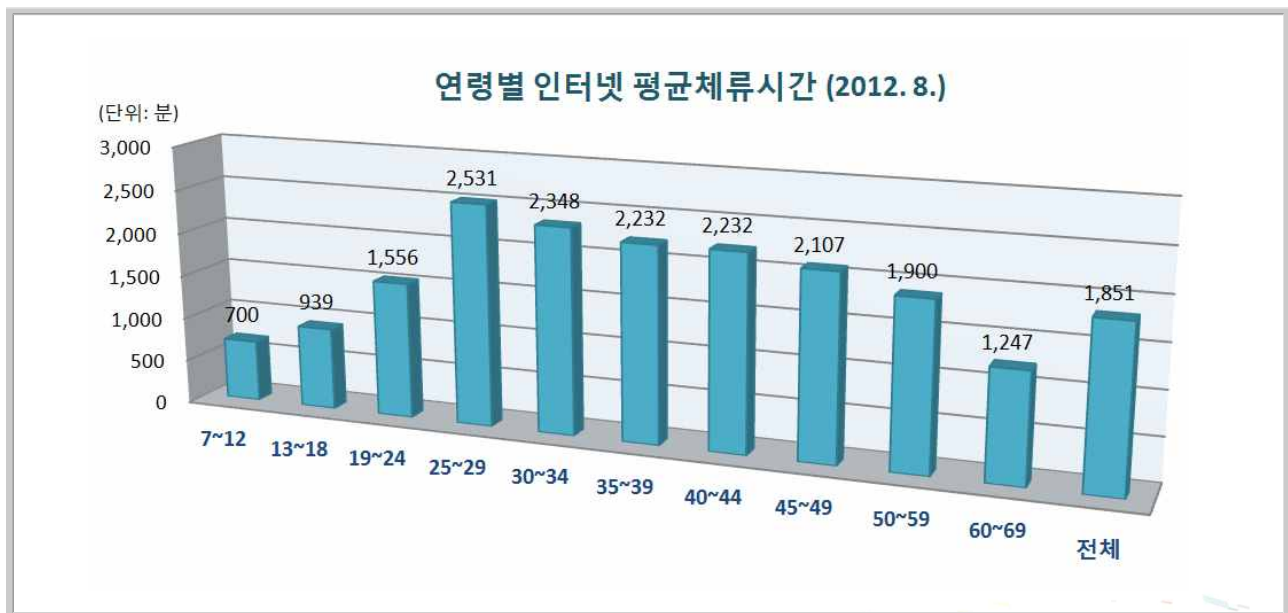
8월 인터넷 평균 이용시간은 7월(1,847분) 대비 4분(0.3%) 증가한 1,851분으로 나타났다. 연령별 구분에서 인터넷 이용시간이 가장 높은 집단은 '25~29세'로 8월 평균 2,531분(하루 평균 1시간 22분)을 이용한 것으로 집계되었다. '19~24세' 집단은 1,556분의 체류시간을 기록하며 '25~29세'보다 974분 적은 이용시간을 기록했다. 이와 같은 차이는 대학생과 직장인의 이용특성을 반영한 것으로 추정된다. 학교 출석 및 외부 활동이 많은 대학생에 비해 직장인들의 업무 관련 인터넷 이용시간이 길기 때문이다. 또한 활동성이 높은 젊은 연령층은 PC보다 모바일기기에 대한 이용 의존도가 높기 때문에 PC를 통한 인터넷 이용시간이 낮게 집계되는 것도 고려사항이다.

▶ 인터넷 이용 현황 (8월)

1. 연령별 인터넷 이용 현황 (2012. 8.)

연령	순방문자	순방문자비중(%)	도달률	방문사이트수	인터넷이용일수(일)	평균페이지뷰	평균이용시간(분)
7~12	2,504,573	7.46	95.07	29.16	11.36	1,402.58	699.81
13~18	3,631,164	10.82	95.46	43.73	12.68	2,029.08	939.46
19~24	3,786,743	11.28	95.10	66.43	13.50	3,199.81	1,555.56
25~29	3,290,125	9.80	97.75	93.99	17.18	5,044.73	2,530.53
30~34	3,778,647	11.26	97.75	83.99	16.93	4,530.97	2,347.55
35~39	3,686,355	10.98	97.94	80.01	17.33	4,174.06	2,232.15
40~44	3,905,115	11.64	97.24	75.32	17.43	3,987.97	2,231.61
45~49	3,265,182	9.73	97.28	68.48	16.63	3,839.80	2,106.63
50~59	4,503,382	13.42	98.80	62.96	15.65	3,381.09	1,900.42
60~69	1,211,846	3.61	95.87	46.38	13.40	2,216.77	1,246.70
전체	33,563,130	100.00	96.97	67.41	15.47	3,519.56	1,851.49

\* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임  
 \* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



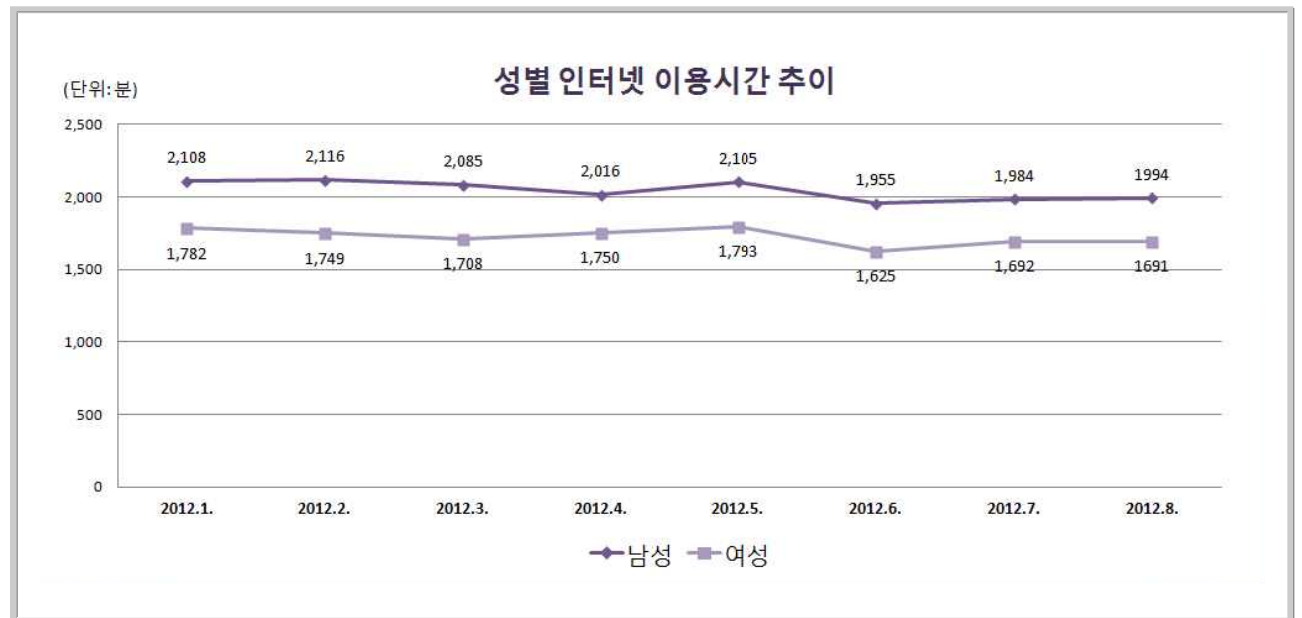
성별 / 연령별 인터넷 이용시간 추이에서는 '25~29세'의 인터넷 평균 이용시간이 14.7% 증가한 것으로 나타나며 가장 큰 변동 폭을 보였다. 성별 기준으로는 남성의 이용시간이 1,994분(하루 64.3분)으로 7월 대비 10분(0.1%) 증가한 반면 여성은 1,691분(하루 54.5분)으로 7월 대비 거의 동일한 사용시간을 보이며 301분(하루 9.7분)의 차이를 보였다. 연령별로는 방향을 맞이해 이용시간이 다소 늘어난 '7~12세', '19~24세'를 제외하면 전월 대비 큰 변동을 보인 집단이 없었다.

2. 성별 / 연령별 인터넷 이용시간 추이 (2012. 1. ~ 2012. 8.)

(단위 : 분)

구분	전체	남성	여성	7~12	13~18	19~24	25~29	30~34	35~39	40~44	45~49	50~59	60~69
2012. 1.	1,957	2,108	1,782	801	1,379	1,747	2,643	2,392	2,393	2,354	1,933	1,814	
2012. 2.	1,946	2,116	1,749	708	1,340	1,613	2,623	2,372	2,533	2,329	1,907	1,882	
2012. 3.	1,910	2,085	1,708	679	923	1,531	2,707	2,408	2,539	2,382	1,915	1,908	
2012. 4.	1,891	2,016	1,750	655	884	1,652	2,513	2,460	2,317	2,380	1,988	1,791	
2012. 5.	1,959	2,105	1,793	588	997	1,736	2,567	2,463	2,442	2,478	2,170	1,808	
2012. 6.	1,801	1,955	1,625	579	807	1,572	2,298	2,358	2,263	2,269	2,127	1,626	
2012. 7.	1,847	1,984	1,692	571	889	1,519	2,637	2,308	2,267	2,245	2,123	1,893	1,255
2012. 8.	1,851	1,994	1,691	700	939	1,556	2,531	2,348	2,232	2,232	2,107	1,900	1,247

- \* 2012년 1월에서 6월까지 '50세 이상'이었던 연령 항목이 7월부터 '50세~59세'와 '60세~69세'로 세분화되었음
- \* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임
- \* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보





직업별 인터넷 이용 현황에서는 ‘사무직’의 월평균이용시간이 2,565분으로 1,108분을 기록한 ‘학생’에 비해 2.3배 길었다. 방문사이트수에서도 ‘사무직’이 86개로 가장 높았고 ‘학생’이 50개로 가장 낮은 것으로 나타났다.

가족소득별 인터넷 이용 현황에서는 가족소득이 ‘500만원 이상’인 집단은 1,951분으로 가장 많은 이용시간을 기록한 반면, 가족소득이 ‘100~300만원’인 집단은 1,680분으로 가장 적은 시간을 이용하는 것으로 나타났다. 두 집단 간의 이용시간 차이는 271분으로 16.1%에 달한다.

### 3. 직업별 인터넷 이용 현황 (2012. 8.)

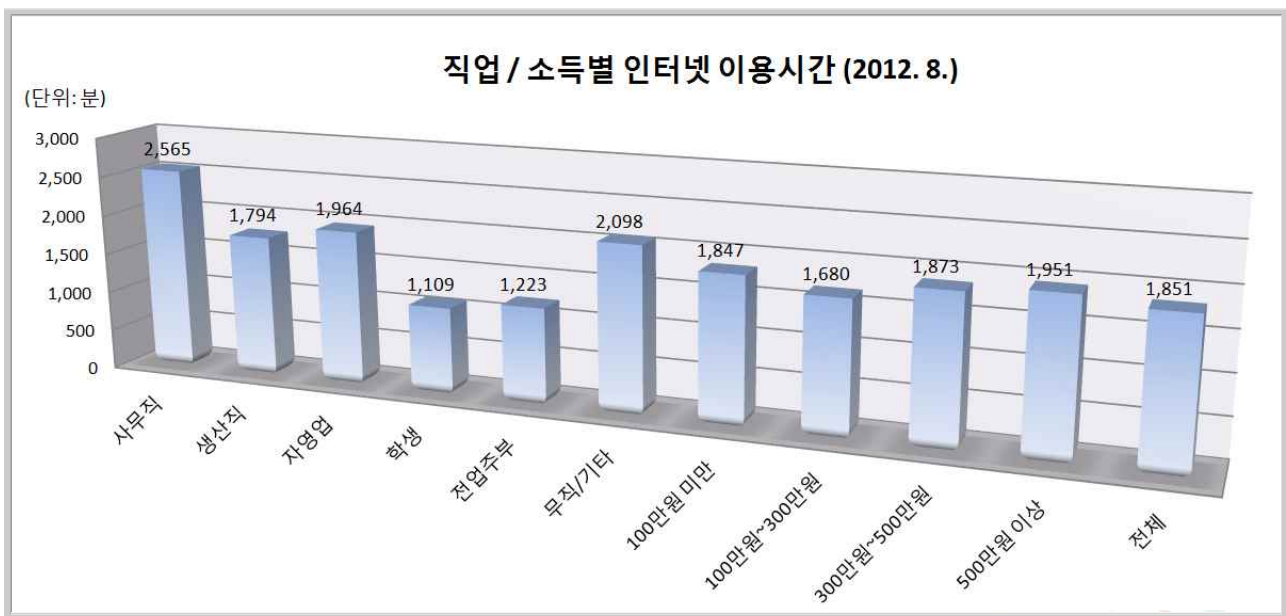
구분	순방문자	순방문자비중(%)	방문사이트수	인터넷이용일수(일)	평균페이지뷰	평균이용시간(분)
사무직	13,136,890	39.14	85.69	17.97	4,671.13	2,565.29
생산직	2,811,702	8.38	64.51	15.28	3,281.24	1,794.49
자영업	1,973,049	5.88	65.91	16.71	3,600.88	1,963.87
학생	10,110,009	30.12	49.73	12.78	2,386.15	1,108.95
전업주부	3,766,453	11.22	52.24	13.19	2,372.08	1,223.08
무직/기타	1,765,026	5.26	71.24	15.96	4,178.04	2,098.12
전체	33,563,130	100.00	67.41	15.47	3,519.56	1,851.49

### 4. 가족소득별 인터넷 이용 현황 (2012. 8.)

구분	순방문자	순방문자비중(%)	방문사이트수	인터넷이용일수(일)	평균페이지뷰	평균이용시간(분)
100만원 미만	975,889	2.91	65.28	15.25	3,819.34	1,846.63
100만원 ~ 300만원	7,836,608	23.35	63.71	14.94	3,220.03	1,680.03
300만원 ~ 500만원	14,274,622	42.53	67.77	15.66	3,563.75	1,873.23
500만원 이상	10,476,011	31.21	69.88	15.61	3,655.47	1,950.58
전체	33,563,130	100.00	67.41	15.47	3,519.56	1,851.49

\* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임

\* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)





8월의 애플리케이션 이용 순위에서는 <멀티미디어 분야>에서 동영상 재생 프로그램인 '곰플레이어'의 이용자가 가장 많은 것으로 나타났다. '곰플레이어'는 순이용자수 1,336만 명으로 월평균이용시간은 575분(하루 19분)에 달하는 것으로 측정되었다. <P2P 분야>에서는 다양한 종류의 파일 공유에 애용되는 'uTorrent'의 이용자가 640만 명으로 가장 많았고, 'N드라이브', '유클라우드', '다음 클라우드' 등의 클라우드 서비스도 강세를 보였다.

▶ 애플리케이션 종류별 TOP 5 (8월)

1. 멀티미디어

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용시간(분)	평균재방문일수(일)	전월대비증감률(%)	일평균이용자
1	Gomtv	Gomplayer	13,355,474	39.78	575.45	5.38	-5.69	2,308,153
2	Microsoft	Microsoft Windows mediaplayer	7,200,259	21.45	240.36	2.72	-7.38	631,175
3	Daum	PotPlayer	3,143,491	9.36	605.95	5.17	5.34	516,051
4	Gomtv	Gomaudio	3,064,627	9.13	547.62	3.46	-9.04	344,481
5	Naver	Naver Live Streaming	2,738,525	8.16	271.87	3.09	7.09	280,146

2. P2P

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용시간(분)	평균재방문일수(일)	전월대비증감률(%)	일평균이용자
1	Utorrent	uTorrent	6,403,707	19.08	2,486.33	7.96	-1.03	1,633,540
2	Naver	N드라이브	1,280,084	3.81	5,577.27	12.00	2.37	491,674
3	Olleh	ucloud 매니저	511,076	1.52	5,410.43	12.48	-12.13	209,676
4	Sharebox	ShareBox	491,326	1.46	231.76	3.02	-9.76	46,497
5	Daum	Daum 클라우드	466,544	1.39	5,861.23	12.82	10.65	191,582

\* 출처: 닐슨 코리안클릭 (www.koreanclick.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



〈게임 분야〉에서는 넥슨의 ‘메이플 스토리’가 순이용자수 194만 명, 도달률 5.77%로 가장 많은 이용자수를 기록했지만, 월평균이용시간에서는 ‘리그 오브 레전드’가 1,349분으로 가장 앞섰다. ‘리그 오브 레전드’는 ‘디아블로3’의 인기가 주춤해지기 시작한 7월 이후 순이용자가 다시 증가하고 있다.

〈기타 분야〉에서는 압축 프로그램 ‘알집’과 PDF 파일 뷰어 ‘아크로벳 리더’가 1,100만 명 이상의 순이용자수를 기록하며 1, 2위를 차지했다. 두 개 프로그램은 일평균 100만명 이상의 이용자가 사용하는 것으로 나타났다. 이미지 뷰어 ‘알씨’는 682만 명의 순이용자수, 일평균 89만 명의 이용자를 기록하며 3위에 올랐다.

### 3. 게임

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용 시간(분)	평균재방문 일수(일)	전월대비 증감률(%)	일평균이용자
1	Nexon	Maple Story	1,938,467	5.77	898.59	5.82	-7.44	354,052
2	Hanbitsoft	Starcraft	1,188,861	3.54	543.31	4.25	4.01	160,420
3	RIOT GAMES	League Of Legends	1,165,920	3.47	1,348.52	7.09	8.87	263,960
4	Pmang	FIFA Online2	1,063,858	3.17	296.89	4.35	7.04	148,757
5	Pmang	Pmang 뉴맞고	816,772	2.43	817.42	8.78	-6.11	220,478

### 4. 기타

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용 시간(분)	평균재방문 일수(일)	전월대비 증감률(%)	일평균이용자
1	Altools	Alzip	11,666,906	34.75	68.17	2.85	-1.53	1,074,537
2	Adobe	Adobe Acrobat Reader	11,548,529	34.40	393.42	4.23	-1.88	1,553,997
3	Altools	Alsee	6,819,391	20.31	296	4.09	0.72	887,550
4	Live	Sidebar Gadgets	2,421,774	7.21	4,466.83	11.76	0.91	917,277
5	Gobest	GoClean	1,692,948	5.04	24.91	3.38	-1.57	187,283

\* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



팟캐스트 순위에서는 <나는 꼼수다>, <주진우의 현대사>, <이슈 털어주는 남자>, <손석희의 시선집중>, <김어준의 뉴욕타임스>, <이상호기자 발뉴스>, <뉴스타파> 등 뉴스 및 정치 논평 프로그램들이 인기를 끌었다. 12월 대선이 가까워짐에 따라 해당 장르의 인기는 향후 더욱 높아질 것으로 보인다. 그밖에 라디오에서 오랫동안 사랑을 받고 있는 <컬투쇼> 시리즈의 베스트 사연 모음이 7월에 이어 3위를 지켰고, 기술·오락·디자인에 관련된 강의를 제공하는 <TEDTalks> 시리즈가 전월 대비 순위가 하락하긴 했지만 순위권에 머물렀다.

▶ 팟캐스트 종합 TOP 15 (8월)

순위	변동	제목	에피소드	카테고리	방송등록일	최종 업데이트
1	-	나는 꼼수다	60	뉴스 및 정치	2011. 04. 28.	2012. 09. 02.
2	-	주진우의 현대사	7	뉴스 및 정치	2012. 06. 19.	2012. 08. 25.
3	-	컬투쇼 레전드 사연 BEST 100	50	음악	2012. 06. 25.	2012. 07. 27.
4	-	나는 탄따라다	10	사회 및 문화	2012. 06. 11.	2012. 08. 16.
5	-	나는 꼼사리다	41	비즈니스	2011. 11. 19.	2012. 08. 25.
6	-	두시탈출 컬투쇼	200	음악	2012. 05. 31.	2012. 08. 31.
7	△3	최진기의 뉴스위크	61	교육	2011. 04. 19.	2012. 08. 31.
8	-	이슈 털어주는 남자	172	뉴스 및 정치	2011. 12. 27.	2012. 08. 31.
9	△3	손석희의 시선집중	664	뉴스 및 정치	2010. 07. 16.	2012. 09. 03.
10	▽1	(공식) 이근철의 굿모닝 팝스	20	언어 교육 과정	2012. 07. 18.	2012. 09. 03.
11	△4	김어준의 뉴욕타임스(Audio)	236	뉴스 및 정치	2009. 06. 22.	2012. 08. 31.
12	△13	일빵빵 스토리가 있는 영어회화	31	교육	2012. 06. 03.	2012. 09. 03.
13	△11	이상호 기자 발뉴스	92	교육	2012. 05. 27.	2012. 09. 01.
14	▽7	TEDTalks 비즈니스	48	비즈니스	2006. 06. 27.	2012. 06. 08.
15	▽2	TEDTalks 교육	43	교육	2006. 06. 27.	2012. 06. 14.
16	△1	뉴스타파	35	뉴스 및 정치	2012. 03. 21.	2012. 08. 31.
17	△5	CNN Student News (video)	6	교육	2012. 08. 24.	2012. 08. 31.
18	▽7	TEDTalks 사회와 문화	51	사회 및 문화	2006. 07. 10.	2012. 04. 10.
19	▽5	TEDTalks 기술	48	과학	2006. 08. 01.	2012. 06. 05.
20	△159	노동골든벨	10	코미디	2012. 07. 22.	2012. 08. 30.

\* 출처: 팟빵 (www.podbbang.com), 9월 5일 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



모바일 애플리케이션(스마트폰 및 태블릿용) 순위에서는 JCE의 ‘룰 더 스카이’가 아이폰과 아이패드에서 매출기준 1위를 차지했다. ‘룰 더 스카이’는 5, 6월 1위 이후 7월에 잠시 2위를 기록했지만 다시 1위로 올라섰다. 7월에 1위에 올랐던 컴투스의 모바일 소셜 게임 ‘타이니 팜’은 2위를 기록했다.

무료앱 중에서는 <플레이 스토어>에서 ‘애니팡’이 1위에 올랐고, <앱스토어>에서는 ‘카트라이더 러쉬+’ 인기를 끌었다. 지상파 방송사들이 의욕적으로 출시한 실시간TV 서비스인 ‘pooq’은 7월에 이어 많은 다운로드수를 이어갔고, ‘가로세로 낱말맞추기’와 ‘내가보는웹툰’도 순위권에 올랐다.

<티스토어>에서는 런닝맨(VOD)이 유료 어플리케이션 분야에서 많은 다운로드수를 기록했고, ‘위닝일레븐2012’와 ‘어메이징 스파이더맨’, ‘아스팔트 7’ 등의 게임들이 강세를 보이며 VOD 서비스의 유료이용 비율이 높았던 <티스토어>의 이전 경향과 다소 다른 양상을 보였다.

▶ 모바일 애플리케이션 TOP 10 (8월)

순위	아이폰			아이패드		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Virtua Tennis Challenge	가로세로 낱말맞추기2013	Rule the Sky™	Virtua Tennis Challenge	카트라이더 러쉬+	Rule the Sky for iPad
2	Here She Comes Interactive Sex Guide	카트라이더 러쉬+	Tiny Farm®	Galaxy on Fire 2™ HD	pooq for iPad	Tiny Farm®
3	E.I.A 영어회화 - 짜르봄바 리턴즈	내가보는웹툰2	KakaoTalk	AVPlayerHD	No Art	Eternity Warriors 2
4	MyCalendar Mobile	한게임 체인지팡팡 - Hangame Pangpang	풍운삼국	Asphalt 7: Heat	Pinnacle Studio	Hancom Office Harword
5	Galaxy on Fire 2™ HD	Day&U (Emotional Diary)	MelOn	Solar Walk - 3D Solar System model	Blood & Glory: Legend	Order & Chaos® Online
6	Accudio™ Pro	Dragon Village™	Eternity Warriors 2	Real Racing 2 HD	CarrotFantasy	퐁! 인기동요·동화
7	강한 남자: 남성단련 프로젝트	Extreme Skater	삼국지천하제패W	Hancom Office Harword	Robbery Bob™	Kingdoms & Lords
8	Asphalt 7: Heat	pooq for iPhone	박스 - 무제한 다운로드	CoodNotes - Notes & PDF	내가보는웹툰2	Polaris Office
9	ANIPOP	Robbery Bob™	패션시티 - Fashion City by Hangame	Living Earth HD - World Clock and Weather	옥션 for iPad	Ice Age Village
10	Living Earth HD-World Clock and Weather	마음의거리측정하기	Three Kingdoms Heroes	iPhoto	Talking Ginger for iPad	MAXIM KOREA HD

순위	Play 스토어			티스토어	
	유료	무료	매출	유료	무료
1	Asphalt 7: Heat	애니팡 for Kakao	애니팡 for Kakao	[VOD] 런닝맨	1만 시간의 법칙
2	THE KING OF FIGHTERS Android	모바일티머니(SKT사용자용)	아이러브커피 for Kakao	[게임] Winning Eleven 2012	SK텔레콤 고객센터 서비스
3	Poweramp Full Version Unlocker	KakaoTalk Free Calls & Text	Rule the Sky	[게임] 어메이징 스파이더맨	모바일 T World
4	Minecraft - Pocket Edition	그냥!사천성 for Kakao	Tiny Farm®	[VOD] 후궁 : 제왕의 첩	[넥슨]버블파이터 어드벤처
5	Where's My Water?	가로세로 낱말맞추기2013	바이킹아일랜드 for Kakao	[APP] PicsPlay Pro	뭐야이번호
6	Beautiful Widgets	Street View on Google Maps	Fishing Superstars	[게임] 아스팔트 7: 히트	T freemium
7	Virtua Tennis™ Challenge	Gmail	Derby Days	[VOD] 무서운 이야기	카카오톡
8	N.O.V.A. 3 - Near Orbit...	Maps	Punch Hero	[VOD] 내 아내의 모든 것	타이니 타워(Tiny Tower)
9	Paladog	KakaoStory	컴투스프로야구2012	[게임] 부루마블2013	T 멤버십
10	Paper Camera	YouTube	Smurfs' Village	[게임] 문명:레블루션	삼국지 영웅호걸

\* 출처: 앱애니, 티스토어 (국내 순위 / 유료·무료는 다운로드 수, 매출은 금액 기준 / 2012. 9. 2. 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보





2012년 9월 3일 기준으로 애플 앱스토어에는 약 72만 개의 애플리케이션이 등록되어 있다. 이 중 49.75%의 앱이 무료이고, 유료앱 중에서도 '1달러 미만'이 차지하는 비율(전체의 24.46%)이 가장 높다.

애플리케이션의 전체 평균 가격은 8월 6일보다 0.01달러 하락한 1.81달러를 기록했고, 일반 앱의 가격이 1.93달러인 반면, 게임 앱 가격은 평균 1.04달러를 기록했다.

8월에는 게임과 비게임을 합쳐 24,122개의 어플리케이션이 제출되어 7월 대비 1,577개 증가했다. 하루 평균 118개의 게임과 660개의 비게임 애플리케이션이 제출된 셈이다.

등록된 앱을 카테고리별로 분류하면 게임(17.74%), 교육(10.01%), 엔터테인먼트(9.58%), 도서(9.07%), 라이프스타일(8.50%), 유틸리티(6.07%), 비즈니스(5.29%)의 순서로 높은 비중을 차지하고 있다.

▶ 애플 앱스토어 현황 (2012. 9. 3.)

1. APP. 등록 현황

구분	개수	변동 (8.6.대비)
총 활성 앱 (현재 다운로드 가능)	723,431	+21,729
총 비활성 앱 (더이상 다운로드 불가능)	193,701	+259
미국 앱스토어 누적 앱	917,132	+21,988
미국 앱스토어 활동 제작자수	184,083	+7,385

2. APP. 가격 분포

구분	개수	비율	변동 (8.6.대비)
무료	395,898	49.75%	14,369
\$ 1 미만	176,978	24.46%	3,774
\$ 1 ~ \$ 1.99	72,115	9.97%	1,284
\$ 2 ~ \$ 2.99	34,896	4.82%	838
\$ 3 이상	79,542	11.00%	1,464

3. APP. 평균 가격

구분	가격	변동 (8.6.대비)
게임 평균가격	\$1.04	\$ 0.00
비게임 평균가격	\$1.93	-\$ 0.01
전체 평균 가격	\$1.81	-\$ 0.01

4. APP. 월별 제출 현황 (8월)

구분	개수	1일 평균 제출개수	변동 (7월 대비)
게임	3,647	118	269
비게임	20,475	660	3,292
전체	24,122	778	1,577

5. 카테고리별 등록 APP. 현황

구분	개수	비율	구분	개수	비율
게임	128,309	17.74%	생산성	19,421	2.68%
교육	72,448	10.01%	뉴스	19,128	2.64%
엔터테인먼트	69,311	9.58%	건강 & 운동	18,003	2.49%
도서	65,584	9.07%	사진	16,499	2.28%
라이프스타일	61,505	8.50%	금융	15,813	2.19%
유틸리티	43,884	6.07%	의료	14,333	1.98%
비즈니스	38,268	5.29%	소셜 네트워킹	14,261	1.97%
여행	36,900	5.10%	네비게이션	10,899	1.51%
음악	27,982	3.87%	날씨	3,052	0.42%
레퍼런스	24,087	3.33%	기타	2,985	0.41%
스포츠	20,759	2.87%	합계	723,431	100.00%

\* 2012. 9. 3. 기준

\* 출처: 148Apps.biz (<http://148apps.biz>)



주요 방송통신서비스 가입자는 2012년 7월 말 기준으로 시내전화 1,842만 명, 이동전화 5,309만 명, IPTV 595만 명, 초고속인터넷 1,803만 명, 휴대인터넷(와이브로) 96만 명을 기록하고 있다. 2005년 이후 추이를 살펴보면 시내전화 가입자의 점진적인 감소와 이동전화, 초고속인터넷, IPTV, 와이브로 가입자의 증가세가 특징적이다. 초고속인터넷 가입자수는 8월에 시내전화 가입자수를 넘어섰을 것으로 예상된다.

한편 이동전화와 가입자수 증가는 정체되는 추세이지만, 내용적으로는 스마트폰의 보급과 LTE 서비스로의 빠른 전환을 통해 VOD 서비스 및 모바일 게임, 다양한 어플리케이션의 소비 여건이 급속히 개선되고 있다.

▶ 방송통신서비스 가입자 현황

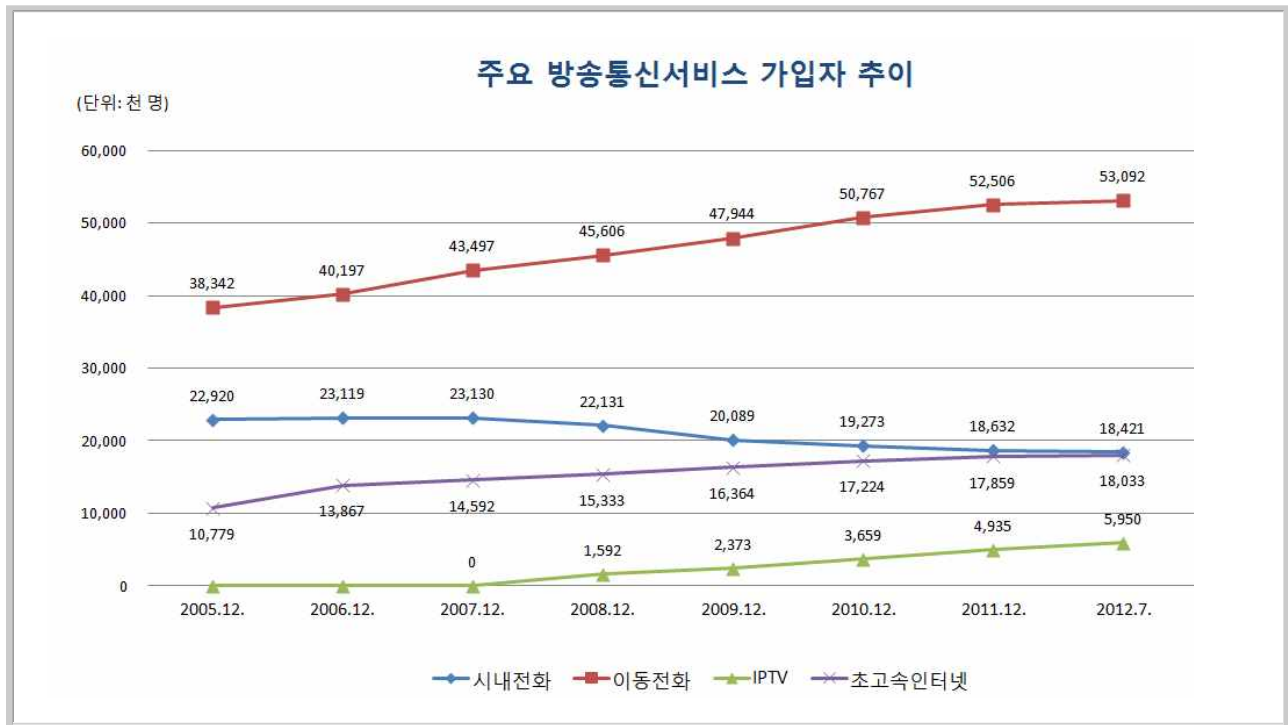
1. 주요 방송통신서비스 가입자 (2005 ~ 2012. 7.)

(단위 : 천 명)

구분	2005. 12.	2006. 12.	2007. 12.	2008. 12.	2009. 12.	2010. 12.	2011. 12.	2012. 7.
시내전화	22,920	23,119	23,130	22,131	20,089	19,273	18,632	18,421
이동전화	38,342	40,197	43,497	45,606	47,944	50,767	52,506	53,092
IPTV	-	-	-	1,592	2,373	3,659	4,935	5,950
초고속인터넷	10,779	13,867	14,592	15,333	16,364	17,224	17,859	18,033
휴대인터넷 (WIBRO)	-	0.9	39	167	316	466	799	963

\* 천 단위 이하는 절삭

\* 출처: 방송통신위원회 자료 KOCCA 재구성



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



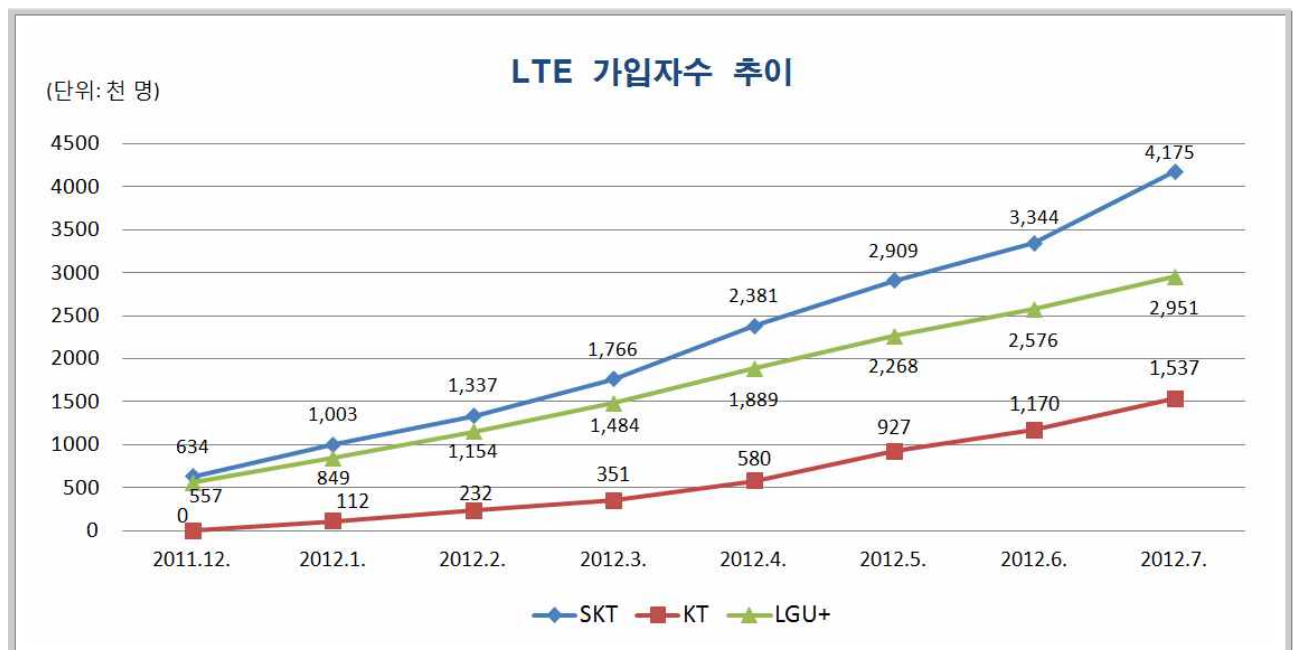
기술방식별 이동전화 가입자는 7월 말 기준 5,404만 명을 기록했다. LTE 서비스의 주도권 확보를 위한 치열한 마케팅 경쟁이 벌어지고 있는 가운데, 6월 대비 SKT가 83만 명, KT가 37만 명, LG U+가 38만 명의 LTE 가입자를 추가 확보했다. 7월에만 157만 명이 늘어난 수치이다. 이에 따라 7월말 기준 LTE 가입자는 866만 명으로 집계되었다. 업계의 발표에 따르면 LTE 서비스 가입자는 8월 31일 부로 1000만 명을 돌파했다.

## 2. 이동전화 가입자 (기술방식별)

(단위 : 천 명)

구분	2011.12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	7월 가입현황		2012. 7.	
								증감	증감율		
SKT	CDMA	6,882	6,646	6,443	6,288	6,122	5,961	5,805	-191	-3.3%	5,613
	WCDMA	19,037	18,923	18,767	18,501	18,083	17,741	17,511	-620	-3.5%	16,891
	LTE	634	1,003	1,337	1,766	2,381	2,909	3,344	831	24.8%	4,175
	WiBro	55	56	61	64	62	60	58	1	2.2%	59
KT	CDMA	100	44	30	23	21	20	19	-	-	-
	WCDMA	16,463	16,464	16,378	16,225	15,922	15,536	15,299	-389	-2.5%	14,910
	LTE	-	112	232	351	580	927	1,170	367	31.4%	1,537
	WiBro	744	786	806	836	847	878	902	3	0.3%	904
LGU+	CDMA	8,834	8,577	8,326	8,070	7,788	7,507	7,276	-279	-3.8%	6,997
	LTE	557	849	1,154	1,484	1,889	2,268	2,576	375	14.6%	2,951
합계	53,306	53,461	53,534	53,609	53,697	53,807	53,958	99	0.2%	54,038	

※ DBDM 단말기 가입자는 상위 기술방식으로 분류, WCDMA 진화형인 HSDPA, HSUPA, HSPA+는 WCDMA 가입자 수에 포함  
 \* 백 단위에서 반올림  
 \* 출처: 방송통신위원회 자료 KOCCA 재구성





초고속인터넷 가입자는 7월 말 기준으로 1,803만 명을 기록했다. 매달 2~3만 명씩 가입자가 증가하고 있지만 증가세는 정체된 상태이다. 반면 IPTV는 매월 10만 명 이상의 증가추이를 보이며 8월 말 기준 595만 명을 확보했다. 지난 1월 가입자 500만 명을 돌파한 이래 무난한 성장세를 보이고 있으며, 9월 중 가입자 600만 돌파가 확실시된다.

### 3. 초고속인터넷 가입자

(단위 : 천 명)

구분	2009. 12.	2010. 6.	2010. 12.	2011. 6.	2011. 12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.
KT	6,952	7,188	7,423	7,188	7,822	7,845	7,881	7,921	7,935	7,944	7,966	7,980
SK브로드밴드	3,846	3,798	3,599	3,798	3,293	3,259	3,237	3,216	3,196	3,181	3,169	3,149
SKT(재판매)	-	110	402	110	898	941	982	1,024	1,062	1,099	1,133	1,170
LG U+	2,521	2,640	2,773	2,640	2,809	2,794	2,783	2,765	2,755	2,755	2,755	2,747
종합 유선	2,810	2,832	2,826	2,832	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857
기타	216	218	198	218	177	177	177	177	177	128	128	128
합계	16,348	16,789	17,224	16,789	17,859	17,876	17,919	17,963	17,985	17,967	18,010	18,033

\* 천 단위 이하는 결사

\* 출처: 방송통신위원회 자료 KOCCA 재구성

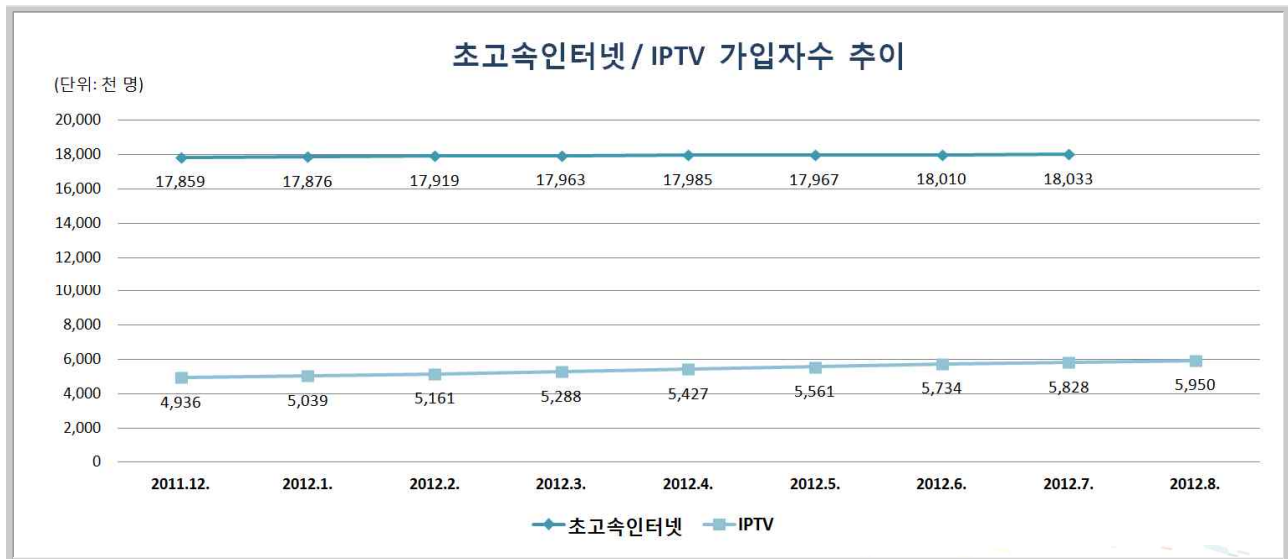
### 4. IPTV 가입자

(단위 : 천 명)

구분	2009. 12.	2010. 6.	2010. 12.	2011. 6.	2011. 12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
olleh tv (KT)	1,174 (1,009)	1,571 (1,184)	2,085 (1,727)	2,622 (2,308)	3,076 (2,810)	3,147 (2,885)	3,231 (2,976)	3,316 (3,067)	3,406 (3,162)	3,484 (3,245)	3,570 (3,338)	3,641 (3,419)	3,713 (3,496)
BTV (SK)	856 (402)	898 (574)	948 (735)	911 (756)	982 (883)	1,004 (912)	1,032 (947)	1,067 (987)	1,105 (1,031)	1,145 (1,076)	1,187 (1,121)	1,229 (1,167)	1,267 (1,209)
U+TV (LG)	344 (330)	460 (457)	627 (624)	763 (761)	878 (877)	888 (886)	898 (896)	905 (904)	916 (915)	932 (931)	946 (945)	959 (958)	970 (969)
합계	2,374 (1,741)	2,929 (2,215)	3,660 (3,086)	4,296 (3,825)	4,936 (4,570)	5,039 (4,683)	5,161 (4,819)	5,288 (4,958)	5,427 (5,108)	5,561 (5,252)	5,734 (5,404)	5,828 (5,544)	5,950 (5,674)

\* 백 단위에서 반올림, 괄호 안은 실시간 채널 가입자

\* 출처: 한국디지털미디어산업협회



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



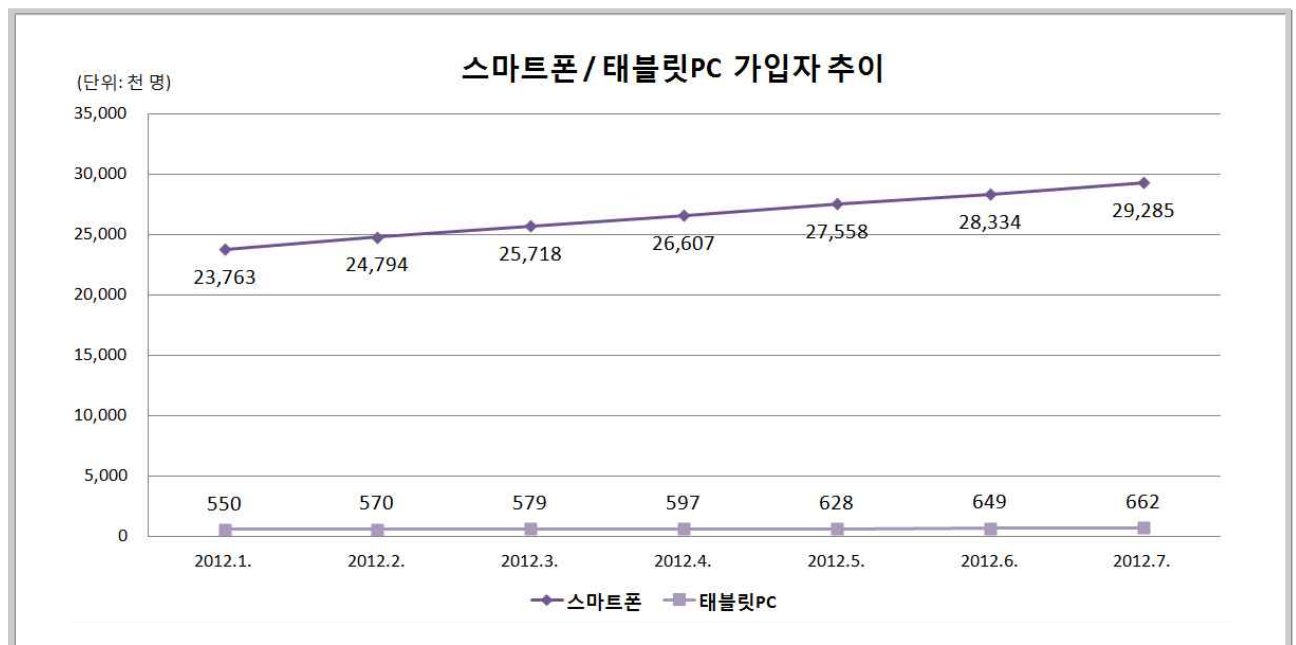
스마트폰과 태블릿 PC 가입자는 전월대비 3.4%, 1.8%의 증가율을 보이고 있다. 스마트폰 가입자는 7월 말 기준으로 6월보다 95만 명 증가한 2,929만 명을 기록하며 3,000만 명에 근접했고, 태블릿PC 가입자는 1만2천 명이 증가하며 66만 명을 넘어섰다. 이는 통신사 서비스에 가입된 태블릿PC의 수량으로, 와이파이 전용 태블릿을 포함하면 전체 사용자는 100만 명을 넘을 것으로 추정된다. 태블릿PC 가입자는 애초의 기대만큼 사용자가 증가하지 않고 있는데, 향후 구글의 레퍼런스 태블릿인 넥서스7 등의 저렴한 기기가 출시되면 가격경쟁과 함께 보급이 보다 확대될 것으로 예상된다.

5. 스마트폰 / 태블릿PC 가입자 현황

(단위 : 천 명)

구분		2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	7월 가입현황		2012. 7.
								변동	증감율	
스마트폰	SKT	11,639	12,126	12,574	12,995	13,403	13,787	479	3.5%	14,266
	KT	8,022	8,317	8,537	8,709	8,971	9,135	214	2.3%	9,350
	LGU+	4,101	4,350	4,607	4,903	5,183	5,411	258	4.8%	5,669
	합 계	23,763	24,794	25,718	26,607	27,558	28,334	951	3.4%	29,285
태블릿PC	SKT	229	240	248	257	274	285	4	1.5%	289
	KT	311	315	318	325	339	348	7	2.0%	356
	LGU+	10	14	13	13	14	15	1	3.6%	16
	합 계	550	570	579	597	628	649	12	1.8%	662

\* 백 단위에서 반올림 / 태블릿PC는 통신사 가입자만을 대상으로 한 집계 수치임  
 \* 출처: 방송통신위원회 자료 KOCCA 재구성



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



# 콘텐츠 통계 브리핑





KOCCA 통계브리핑  
제12-06호(국내편)



Statistics  
Briefing

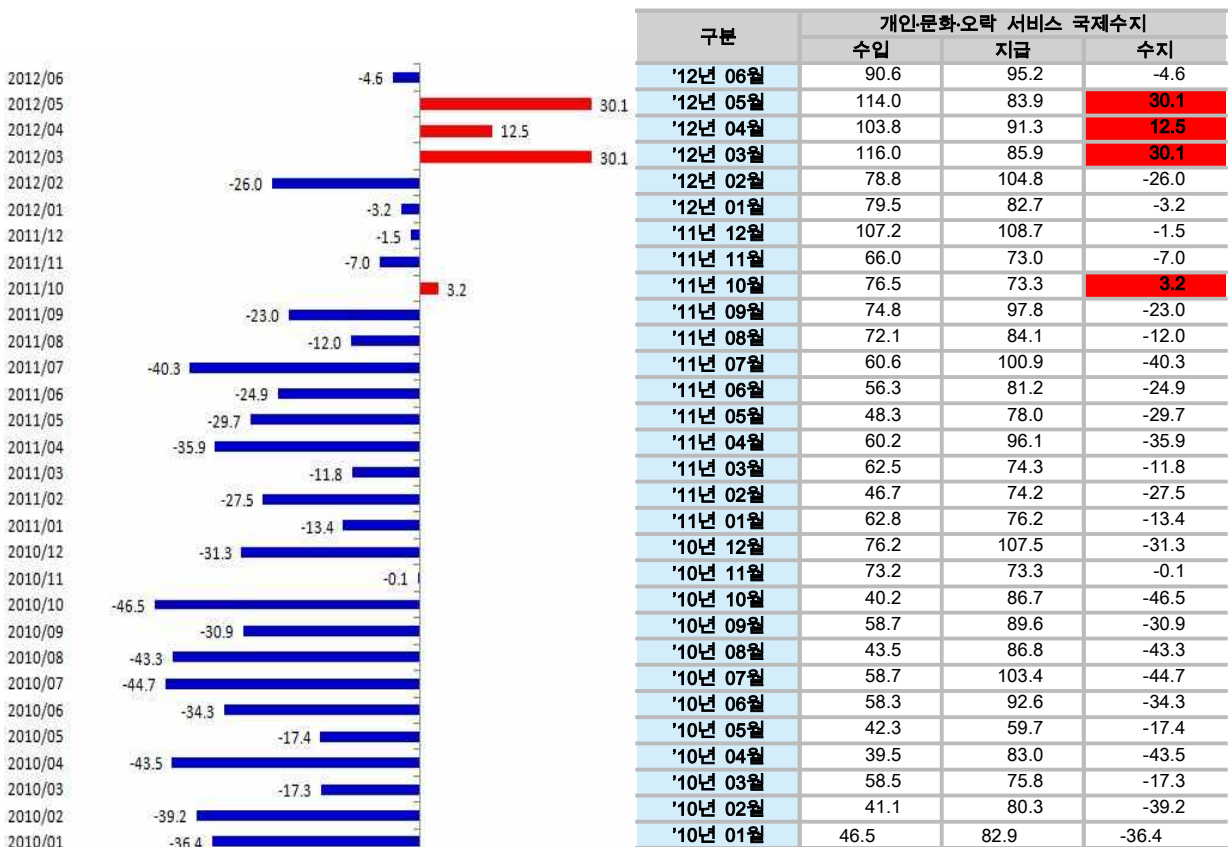
## 국제수지(음향영상서비스수지)의 현황과 추이분석

김 은 정 (KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

콘텐츠 관련 수출 통계는 매월 발표되는 관세청의 '수출입 동향'과 한국은행의 '국제수지'가 있으며, 연간 발표되는 문화부의 '콘텐츠산업 수출통계' 등이 있다. 특히 한국은행의 국제수지(개인·문화·오락서비스 수지)는 외국환 거래를 수집, 집계한 것으로 최근 K-pop과 관련하여 이슈가 되고 있어 그 현황과 추이를 살펴보고자 한다. 우리나라는 1986년에 처음으로 국제수지 흑자를 기록한 이후, 1998년 100억 달러 전후의 대규모 흑자를 기록하면서 수출경쟁력을 바탕으로 지속적인 흑자 기조를 유지해오고 있으며, 2012년 6월에는 사상 최대치의 경상수지를 기록했다. 그 중에서 개인·문화·오락서비스 수지는 지속적으로 적자를 기록해오다 최근에야 흑자로 전환되었다.

<표 1> 개인·문화오락 서비스의 국제수지 월별 변화 추이 ('10년 1월 ~ '12년 6월)

(단위: 백만 달러)

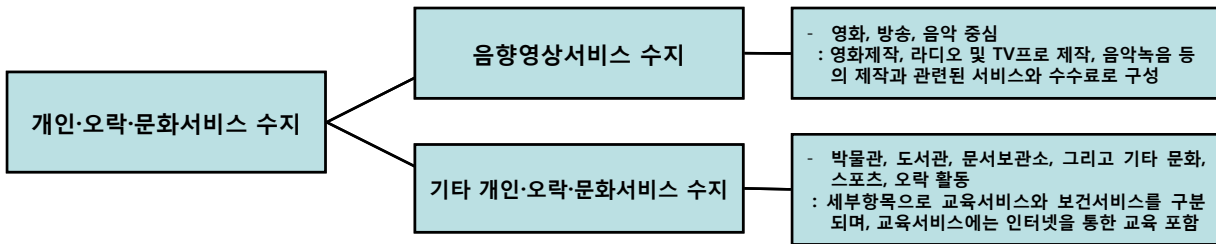


출처: 한국은행 경제통계시스템(2012). 「개인·문화·오락 서비스수지」 재구성  
주) 막대그래프는 서비스 수입과 서비스 지급 간의 차액을 나타내며 빨간색 막대는 개인문화오락 서비스 수지 흑자(서비스 수입 > 서비스 지급)를, 파랑색 막대는 개인문화오락 서비스 수지 적자(서비스 수입 < 서비스 지급)를 나타냄



한국은행의 개인·문화·오락서비스 수지는 음향영상서비스와 기타 개인·문화·오락서비스로 구분할 수 있는데, 음향영상서비스의 하위분류에는 영화제작, 라디오 및 TV프로그램 제작, 음악 녹음 등의 콘텐츠 제작과 관련된 서비스와 수수료로 구성되며, 기타 개인·문화·오락서비스의 하위분류에는 박물관, 도서관, 기타 문화, 스포츠, 오락 활동과 관련된 서비스로서 세부항목으로는 교육서비스(온라인교육 포함)와 보건서비스를 포함하고 있다.

<그림 1> 한국은행 국제수지의 개인·오락·문화서비스 수지의 분류



지난 3년 동안 개인·문화·오락서비스 수지를 살펴보면, '10년 10월 4,650만 달러의 큰 적자폭을 기록한 이후, 등락을 거듭하며 그 폭을 줄여오다가 '11년 10월 처음으로 320만 달러의 흑자를 기록하였다. 이후 '12년 3월부터 5월까지 개인·문화·오락서비스 수지가 연속 흑자를 기록하며 흑자폭이 사상 최대인 3,010만 달러에 달했다. 이는 '11년 10월 소폭의 흑자를 기록한 이래 상당히 주목할 만한 성과로 평가된다.

분기별 개인·문화·오락서비스 수지를 살펴보면, '11년 4분기 적자폭이 크게 개선된 이후, '12년 1분기 서비스 수지 90만 달러, '12년 2분기 서비스 수지 3,800만 달러 등 '12년에 접어들면서 서비스 수지가 흑자로 전환된 것을 알 수 있다. 수입과 지급(수출과 수입)의 변화 추이를 보면, 수입(수출)은 '10년 상반기 대비 '12년 상반기 수출 증가율이 무려 103.6%(286.2백만 달러 → 582.7백만 달러)를 보인 반면, 지급(수입)은 14.7%(474.3백만 달러 → 543.8백만 달러)의 증가율을 보이고 있어 수출 증가 효과가 뚜렷하게 나타났음을 알 수 있다.

<표 2> 개인·문화·오락 서비스의 국제수지 분기별/반기별 변화 추이('10년 ~ '12년)

(단위: 백만달러)

분기	'10년 1분기	'10년 2분기	'10년 3분기	'10년 4분기	'11년 1분기	'11년 2분기	'11년 3분기	'11년 4분기	'12년 1분기	'12년 2분기
서비스 수입	146.1	140.1	160.9	189.6	172.0	164.8	207.5	249.7	274.3	308.4
서비스 지급	239.0	235.3	279.8	267.5	224.7	255.3	282.8	255.0	273.4	270.4
분기별 수지	△92.9	△95.2	△118.9	△77.9	△52.7	△90.5	△75.3	△5.3	0.9	38.0
반기	'10년 상반기		'10년 하반기		'11년 상반기		'11년 하반기		'12년 상반기	
서비스 수입	286.2		350.5		336.8		457.2		582.7	
서비스 지급	474.3		547.3		480.0		537.8		543.8	
반기별 수지	△188.1		△196.8		△143.2		△80.6		38.9	

출처: 한국은행 경제통계시스템(2012). 「개인·문화·오락서비스 수지」 재구성

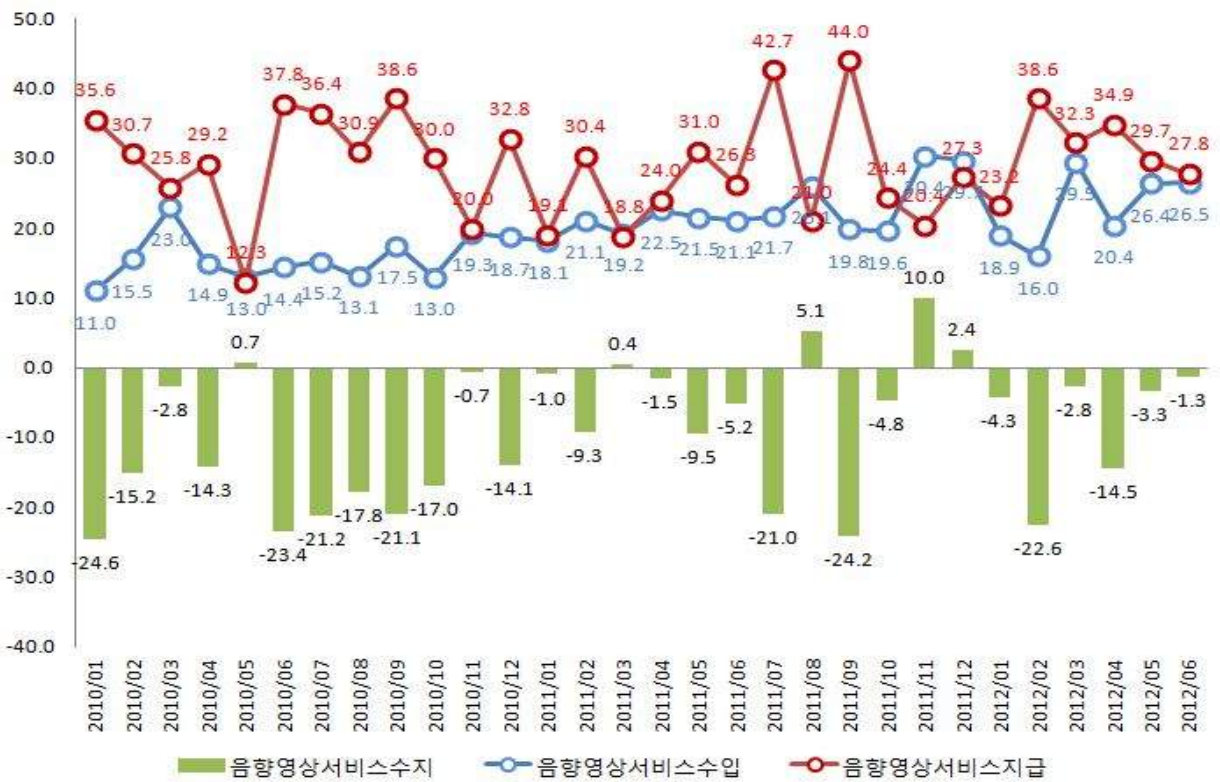


특히 K-pop을 포함한 영상 관련 수출입 변화 추이를 파악하기 위해서는 음향영상서비스 수지를 살펴볼 필요가 있는데, 음향영상서비스 수지는 '10년 5월 0.7백만 달러, '11년 3월 0.4백만 달러, '11년 8월 5.1백만 달러, '11년 11월 10.0백만 달러의 흑자를 보이며, 분기별 변화 추이에서 '11년 4분기에 처음으로 흑자로 전환되었다. 그러나 다음 분기인 '12년 1분기에 다시 적자로 전환되었으나 2분기엔 적자폭이 대폭 줄어든 모습을 보이고 있다.

〈표 3〉에서 음향영상서비스 수입(수출)은 '10년 상반기 91.8백만 달러에서 '12년 상반기 137.7백만 달러로 50%의 고성장을 보이고 있으며, 월별 변동폭은 적어 안정적이고 완만한 상승 추세를 보이고 있는 반면, 지급(수입)은 '10년 상반기 171.4백만 달러에서 '12년 상반기 186.5백만 달러로 8.8% 증가율을 보이고 있으나, 수입(수출) 보다 월별 변동폭이 커서 명확한 방향성을 파악하기가 어렵다. 또한 '10년 상반기 대비 증가율은 음향영상서비스 수입이 50%로 개인·문화·오락서비스 수입 증가율(103.6%)의 절반 수준을 기록했으며, '12년 상반기의 개인·문화·오락서비스 수입 582.7백만 달러 중 음향영상서비스 수입은 137.7백만 달러로 23.6% 비중을 차지하는 등 K-pop 등 한류 효과가 일부 업체를 중심으로 나타날 뿐 산업 전체적으로 아직 가시화 되지 못한 것으로 판단된다.

〈표 3〉 음향영상서비스의 국제수지 월별/분기별/반기별 변화 추이('10년 ~ '12년)

(단위: 백만달러)







WTO에 따르면, 우리나라 서비스 수출은 '09년을 제외하고 지속적으로 증가하면서 '10년 816억 달러를 기록하고 있는데, 그 구성비를 보면 운송분야가 46.6%로 비중이 가장 크고, 개인·문화·오락서비스분야가 0.8%로 가장 낮은 수준이다. 또한 우리나라 서비스 수출의 세계시장 점유율은 2.21%로 상품 수출의 세계시장 점유율 3.06%보다 낮은 수준이다. 이로 인해 서비스분야의 대외경쟁력이 미약하다는 평가를 받고 있다. 그러나 지난 11년간('00~'10년) 서비스 수출의 GDP 대비 비율은 '00년 5.8%에서 '10년 8.0%로 활발한 대외진출로 인해 점증하는 추세에 있다. 또한 2000년대 후반 이후 서비스 수출 증가율이 상품 수출 증가율을 상회하고 있다. 그 결과 서비스 만성 적자국에서 흑자국으로 돌아선 것은 대단히 고무적인 일이다.

특히 한류의 확산에 따라 문화수출국으로 급부상 중인 우리나라는 지속 여부를 지켜봐야하겠지만, 대체적으로 향후 안정적이고 지속적인 콘텐츠 수출 증가가 예상되는 가운데, 음향영상서비스 수지의 안정적 흑자 전환 전망과 더불어 이종 상품군으로의 파급효과로 인한 우리나라 서비스 국제수지 개선에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대된다.

콘텐츠 서비스분야의 해외진출이 보다 활성화되기 위해서는 기본적으로 콘텐츠 산업별로 업종과 품목(상품/서비스)에 대한 세계시장의 현황과 유망진출 지역에 대한 분석이 이루어져야 할 것이다. 앞서 언급하였듯이 콘텐츠 관련 수출 통계는 각각의 정의와 집계방식이 다르고 이로 인해 한계점이 있음을 인식하고 활용한다면 매우 유용한 자료들이다.

예컨대, 문화부의 콘텐츠산업 수출통계는 기업체 수출조사를 집계한 것으로 응답치에 대한 객관적 검증이 어렵고 모든 수출업체를 포괄하기 어려워 과소 집계되고 있는 한계가 있다. 관세청의 수출입 동향에서 콘텐츠 관련 수출은 출판, 음악(디스크/레코드판/테이프), 영화(영화용필름), 게임(아케이드게임) 등 상품·재화(goods)를 중심으로 일부만 파악되고 있으며, 온라인 콘텐츠 서비스분야는 포함하지 못하는 한계가 있다. 또한 한국은행의 국제수지에서 콘텐츠 관련 분류도 개인·문화·오락서비스 하위에 음향영상서비스로 한정되며 방송, 영화, 음악 분야만이 파악 가능한 한계를 가지고 있다. 즉, 두 수출 통계 모두 현재 콘텐츠 수출의 절반(50%) 이상을 차지하고 있는 게임산업이 배제되어 있다.

최근에 한국수출입은행(2012)의 '한류수출 파급효과 분석 및 금융지원 방안'도 관세청의 4개 산업(방송/영화/음악/출판) 수출액만을 통해 최종 소비재 수출을 견인하는 효과를 추정하였다는 점에서도 연계하여 이해할 수 있을 것이다. 오히려 콘텐츠 상품 100달러 수출이 소비재 수출 412달러를 견인한다는 결과는 4개 분야지만 한류 콘텐츠의 파급효과를 짐작할 수 있다.

그럼에도 불구하고 두 통계는 매월 집계, 발표되어 주요 콘텐츠 수출입 동향 및 변화 추이를 파악할 수 있는 유용한 자료이다. 현재 통계청을 중심으로 한국생산물분류(KCPC) 재정 작업이 진행 중이다. 향후 각 통계의 목적을 고려하면서도 서로 연계, 보완할 수 있는 방향으로 분류 개정과 집계가 이루어진다면 활용성과 정확성은 통계 이상의 가치를 가지며 국가경제에 기여할 것이라 확신한다.

#### □ 참고문헌

- 서비스산업 해외진출 촉진방안, 관계부처 합동, 2012. 7
- 국제수지(개인·문화·오락서비스 수지), 한국은행, 2010.1~2012.6





KOCCA 통계브리핑  
제12-05호(해외편)



Statistics  
Briefing

## 2011년 세계 엔터테인먼트&미디어산업과 국내현황 비교분석

김 영 수 (KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

PWC(2012)<sup>22)</sup>는 'Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016'에서 전 세계 엔터테인먼트 & 미디어(이하 E&M)시장 현황과 전망을 발표했다. 이 보고서에서는 2011년을 경기회복 국면의 시점으로 평가하면서 세계 경제가 2009년 글로벌 금융위기로 인한 급격한 경기 침체가 있었으나 2011년부터 점차 회복국면에 접어들고 있다고 평가하고 있다. 지난 2009년 세계 E&M 시장규모는 2008년 대비 -2.5% 하락하였으나 2010년 4.5%, 2011년 4.9% 성장하여 1조 6,046억 달러에 이를 것으로 추정된다. 권역별로 살펴보면, EMEA(유럽·중동·아프리카)권역이 5,499억 달러로 전체의 34.2%를 차지해 시장 규모가 가장 큰 것으로 나타났고 이어 북미 5,080억 달러(31.7%), 아시아 4,622억 달러(28.8%), 남미 845억 달러(5.3%) 순으로 나타났다. 그러나 성장률 측면에서는 남미가 전년 대비 9.5% 성장하여 가장 높은 성장률을 기록했다.

한편, 2016년까지 시장 전망치를 살펴보면, 여전히 EMEA권역이 6,777억 달러, 북미 6,579억 달러, 아시아 6,505억 달러로 권역간 편차가 줄어들 것으로 기대되는데 그 이유는 EMEA의 연평균성장률(2012~2016년)이 상대적으로 낮게 예상되기 때문이다. 반면, 남미의 경우 9.7%의 높은 연평균성장률을 기록, 1,339억 달러로 전체 시장비중은 보다 확대될 것으로 전망된다.

<표 1> 세계 E&M 시장의 권역별 규모 및 전망

(단위: 백만 달러, %)

구분	2007	2008	2009	2010	2011p	2012	2013	2014	2015	2016	2012-16 CAGR	2011p 비중
북미권	518,109	512,322	480,399	491,896	508,029	536,741	558,266	589,883	618,895	657,853		
증감률	3.3	-1.1	-6.2	2.4	3.3	5.7	4.0	5.7	4.9	6.3	5.3	31.7
유럽중동아프리카권	508,120	522,494	506,459	522,828	549,867	569,277	592,340	617,831	646,402	677,747		
증감률	7.2	2.8	-3.1	3.2	5.2	3.5	4.1	4.3	4.6	4.8	4.3	34.2
아시아권	378,450	402,883	410,138	438,351	462,232	492,655	529,513	567,526	608,128	650,522		
증감률	9.0	6.5	1.8	6.9	5.4	6.6	7.5	7.2	7.2	7.0	7.1	28.8
남미권	56,874	63,559	67,456	77,122	84,455	92,198	101,474	114,683	120,780	133,948		
증감률	12.5	11.8	6.1	14.3	9.5	9.2	10.1	13.0	5.3	10.9	9.7	5.3
합계	1,461,563	1,501,258	1,464,452	1,530,197	1,604,583	1,690,871	1,781,593	1,889,923	1,994,205	2,120,070		
증감률	6.4	2.7	-2.5	4.5	4.9	5.4	5.4	6.1	5.5	6.3	5.7	100.0

※출처: PWC(2012), 'Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016' 재구성

22) PWC(PricewaterhouseCoopers)는 1898년 영국 런던에서 설립(현재는 미국 뉴욕 본사)되어 150개국에 지사와 14만 여명 근무. 사업영역으로 회계, 감사, 컨설팅, 금융자문, 조세 등 전문서비스업 수행. 글로벌 엔터테인먼트&미디어 시장에 대한 10년간 데이터(과거 5년간, 미래 5년간) 발표



PWC(2012)의 세계 E&M 시장 주요 조사대상국은 48개국으로 이 가운데 시장규모 상위 12 위권까지 순위별로 발표했다. 상위 12개국의 E&M 시장규모 합계는 1조 2,580억 달러로 전체 48개국 규모의 78.4%를 넘어서는 것으로 나타났다. 상위 12개국 중 1위는 미국으로 2011년 기준, 4,639억 달러로 전체 48개 조사대상국 가운데 28.9%를 점유하고 있다. 이어 일본 1,928억 달러(12.0%), 중국 1,091억 달러(6.8%), 독일 993억 달러(6.2%), 영국 834억 달러(5.2%) 등의 순으로 나타났고 우리나라는 386억 달러로 전체의 2.4%를 점유하여 10위를 기록한 가운데 신흥 개발도상국의 순위권 진입에 따라 최근 들어 점차 하락 추세를 보이고 있다.

이런 가운데 이른바 BRICs로 일컫는 국가 중 중국과 브라질의 성장 속도가 매섭다. 이들 국가들은 오는 2016년까지 연평균 10%를 상회하는 성장률이 예상되어 순위에서도 향후 큰 폭의 재편이 있을 것으로 예상된다. 중국은 2007년 637억 달러로 12개국 중에서 6위에 불과했으나 4년 사이 71.3% 성장, 1,091억 달러를 기록, 3위권으로 도약했고 10년 후인 2016년에는 202%, 2012~2016년까지 연평균 12.0% 성장하여 3위권을 유지할 것으로 보인다. 브라질의 경우도 연평균 10.6% 성장, 648억 달러로 8위권에 진입할 것으로 전망된다.

반면, 우리나라는 내수 소비시장 포화 및 경기위축 장기화 등의 요인으로 인해 2012~2016년 동안 세계 E&M 시장의 연평균성장률 5.7%를 하회하는 4.2%를 기록, 상위 10위권 내 진입이 당분간 어려울 전망이다.

<표 2> 세계 E&M 산업 상위 12개국 시장규모 및 전망

(단위: 백만 달러, %)

구분	2007	2008	2009	2010	2011p	2012	2013	2014	2015	2016	2012-16 CAGR
전세계	1,461,553	1,501,258	1,464,452	1,530,197	1,604,583	1,690,871	1,781,593	1,889,923	1,994,205	2,120,070	5.7
1 미국	479,710	472,278	440,895	450,095	463,863	489,873	508,416	536,667	562,199	597,279	5.2
2 일본	195,808	200,147	193,627	195,667	192,796	198,938	204,913	210,424	215,876	221,630	2.8
3 중국	63,667	73,845	81,194	95,702	109,059	120,948	137,458	154,940	173,449	192,516	12.0
4 독일	95,835	96,842	94,975	97,183	99,342	101,857	104,789	107,441	110,242	113,433	2.7
5 영국	82,675	84,019	80,709	82,278	83,367	85,225	87,472	90,139	93,563	97,332	3.1
6 프랑스	68,431	71,013	70,926	73,392	77,098	79,495	82,191	84,831	87,737	91,063	3.4
7 이탈리아	46,160	46,422	44,222	45,402	46,099	47,024	47,864	49,577	51,485	53,688	3.1
8 캐나다	38,399	40,044	39,504	41,801	44,166	46,868	49,850	53,216	56,696	60,574	6.5
9 브라질	25,055	28,032	30,125	35,379	39,168	43,307	48,255	55,519	57,781	64,823	10.6
10 한국	31,050	33,088	34,265	36,289	38,562	40,191	41,926	43,644	45,497	47,455	4.2
11 호주	29,954	32,903	32,803	34,264	35,021	37,003	39,162	40,925	43,078	45,029	5.2
12 스페인	32,826	32,444	29,380	28,702	29,412	29,580	30,332	31,071	32,072	33,227	2.5

※출처: PWC(2012), 'Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016'



2011년 기준 세계 경제규모(GDP)는 63조 488억 달러이며, 세계 E&M 시장규모는 1조 6,046억 달러로 GDP 규모 대비 비중이 2.1%로 나타났다. 한편 15개 주요국가는 세계 GDP 규모에서 75.1%를 차지한 반면, 세계 E&M 시장규모에서는 82.4%를 차지하는 등 절대적인 영향력을 차지하고 있는 것을 알 수 있다. 국가별 GDP와 E&M 시장은 상위 5위권까지 규모면에서 비례하는 양상을 보였으나 이하 순위에서는 다소 차이를 보였다.

특히 GDP 규모 대비 E&M 시장 비중의 경우, 우리나라는 GDP 규모에서 1조 145억 달러로 14위(1인당 국민총소득 28위)이며, E&M 시장규모는 386억 달러로 10위를 기록했다. 그러나 국가 규모(총 인구수 19위) 및 소득수준을 고려할 경우 우리나라의 경제규모(GDP 14위)와 E&M 시장규모(10위)는 크다고 할 수 있다. 즉, 우리나라는 GDP 규모 대비 E&M 시장의 비중이 세계 평균(2.1%)이나 15개 국가의 평균(2.8%)보다 높은 3.3%로 호주(3.5%), 영국(3.4%)에 이어 세계 3위에 해당한다. 이는 우리나라가 상대적으로 타 산업에 비해 E&M 시장비중이 높다고 할 수 있다.

<표 3> 세계 주요 국가의 E&M 시장의 GDP 비중('11년 기준)

구분	GDP 규모*(백만,\$)		E&M 시장규모(백만,\$)		E&M규모/GDP규모(%)	
	순위	시장규모	순위	시장규모	순위	비중
세계	-	63,048,775	-	1,604,583	-	2.1
아래 15개국	-	47,329,164	-	1,322,498	-	2.8
미국	1	14,528,400	1	463,863	5	3.1
중국	2	5,878,629	3	109,059	12	1.5
일본	3	5,497,812	2	192,796	4	3.2
독일	4	3,309,668	4	99,342	6	2.6
프랑스	5	2,560,002	6	77,098	6	2.6
영국	6	2,246,079	5	83,367	2	3.4
브라질	7	2,087,889	9	39,168	11	1.6
이탈리아	8	2,051,412	7	46,099	9	2.1
인도	9	1,729,010	14	21,628	14	1.0
캐나다	10	1,574,052	8	44,166	8	2.4
러시아	11	1,479,819	13	24,140	15	0.6
스페인	12	1,407,405	12	29,412	10	1.9
멕시코	13	1,039,661	15	18,777	13	1.4
<b>한국</b>	<b>14</b>	<b>1,014,483</b>	<b>10</b>	<b>38,562</b>	<b>3</b>	<b>3.3</b>
호주	15	924,843**	11	35,021	1	3.5

\*GDP 출처: 세계은행(<http://www.worldbank.org>)

\*\*호주의 GDP는 2010년 12월 기준임

※출처: PWC(2012), 'Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016' 재구성



한편, 2011년 기준 우리나라의 E&M 시장의 분야별 규모를 살펴보면, 유무선 인터넷 접속 (Internet access spending: wired and mobile) 시장이 151억 달러로 전체의 39.2%를 차지하여 가장 높은 비중을 보였다. 이어 게임(Video games) 58억 달러(15.0%), 기업정보 (Business-to-business) 29억 달러(7.5%), TV 가입 및 라이선스 요금(Television subscriptions and license fees) 28억 달러(7.2%), 신문(Newspaper publishing) 28억 달러(7.2%), TV 광고 (Television advertising) 21억 달러(5.5%), 영화(Filmed entertainment) 18억 달러(4.7%), 유무선 인터넷 광고(Internet advertising: wired and mobile) 18억 달러(4.6%), 소비자/교육용 서적 출판 (Consumer and educational book publishing) 17억 달러(4.5%), 음악(Music) 9억 달러(2.2%), 잡지 출판(Consumer magazine publishing) 7억 달러(1.7%), 옥외광고(Out-of-home advertising) 4억 달러(1.1%), 라디오(Radio) 4억 달러(0.9%) 순으로 나타났다.

주요 전망치에서도 2016년 유무선 인터넷 접속분야가 168억 달러로 가장 시장규모가 클 것으로 예상되는 가운데 게임분야도 거의 절반에 육박하는 83억 달러에 달할 것으로 전망된다. 이 밖에 TV가입 및 라이선스 요금, 기업정보, TV광고 등의 비중이 전체 시장내 상위권을 점유할 것으로 보인다. 또한 전체 분야에서 유무선 인터넷 광고의 연평균성장률(2012~2016년)이 12.1%로 가장 높을 것으로 전망되고 이어 음악 10.2%, TV광고 8.1%, 게임 7.7% 등 비교적 높은 성장률이 예상되는 반면 신문(-0.2%), 소비자/교육용 서적 출판(0.1%), 잡지 출판(0.5%) 분야는 성장 전망이 매우 낮은 것으로 분석되었다.

<표 4> 우리나라의 E&M 시장현황 및 전망

(단위: 백만 달러, %)

구분	2007	2008	2009	2010	2011p	2012	2013	2014	2015	2016	2012-16 CAGR
인터넷 접속: 유무선	11,759	12,718	13,485	14,307	15,099	15,479	15,895	16,189	16,485	16,762	2.1
인터넷 광고: 유무선	1,059	1,144	1,352	1,564	1,758	1,963	2,230	2,510	2,804	3,111	12.1
TV가입 및 라이선스 요금	1,771	2,086	2,435	2,614	2,787	2,962	3,151	3,348	3,567	3,794	6.4
TV광고	1,697	1,704	1,572	1,762	2,127	2,288	2,476	2,690	2,885	3,141	8.1
음악	553	593	698	763	857	957	1,062	1,173	1,288	1,394	10.2
영화	1,496	1,512	1,661	1,691	1,794	1,859	1,952	2,043	2,137	2,231	4.5
게임	3,507	4,244	4,753	5,287	5,763	6,274	6,731	7,215	7,759	8,343	7.7
잡지 출판	746	734	671	667	662	657	655	657	669	680	0.5
신문	3,050	2,949	2,729	2,717	2,754	2,742	2,715	2,702	2,704	2,722	-0.2
라디오	357	352	327	335	350	367	386	407	429	450	5.2
옥외광고	564	480	360	396	421	443	466	493	520	547	5.4
소비자/교육용 서적 출판	1,629	1,726	1,673	1,665	1,716	1,736	1,742	1,736	1,729	1,724	0.1
기업정보	2,985	3,014	2,815	2,854	2,897	2,951	3,027	3,134	3,278	3,434	3.5
전체	31,050	33,088	34,265	36,289	38,562	40,191	41,926	43,644	45,497	47,455	4.2

※출처: PWC(2012), 'Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016'



우리나라 E&M 시장의 분야별 규모를 세계 E&M 시장과 비교해보면, 세계 E&M 시장의 분야별 비중보다 높게 나타나는 분야로는 유무선 인터넷 접속(19.8%, 39.2%)과 게임(3.7%, 15.0%)으로 유무선 인터넷 접속 시장은 세계시장에서 4.8%로 4위를 차지, 게임은 9.8%로 역시 4위의 동일 순위를 나타내고 있다. 국가별로 분야별 산업화의 진행 속도가 다른 까닭에 보편화된 인터넷 접속 시장은 세계시장에서 차지하는 비중이 4.8% 밖에 되지 않지만 4위를 게임은 소수의 국가에 집중된 시장으로 9.8%로 4위를 기록한 것으로 보인다. 이 관점에서 우리나라 E&M 시장이 세계 E&M 시장에서 2.4%로 10위를 차지하는데 반해 인터넷 광고시장은 2.0%의 비중을 차지하여 7위를, 기업정보는 1.5%의 비중을 차지하여 11위를 기록하고 있다.

<표 5> 산업별 세계 E&M 시장규모 비교<sup>23)</sup> ('11년 기준)

구분	세계시장		한국시장		세계시장 중 한국비중(%)	순위
	규모(백만\$)	구성비(%)	규모(백만\$)	구성비(%)		
인터넷 접속: 유무선	316,972	19.8	15,099	39.2	4.8	4
인터넷 광고: 유무선	89,766	5.6	1,758	4.6	2.0	7
TV가입 및 라이선스 요금	215,536	13.4	2,787	7.2	1.3	15
TV광고	185,005	11.5	2,127	5.5	1.2	16
음악	49,886	3.1	857	2.2	1.7	12
영화	85,433	5.3	1,794	4.7	2.1	10
게임	58,723	3.7	5,763	15.0	9.8	4
잡지 출판	75,221	4.7	662	1.7	0.9	17
신문	167,968	10.5	2,754	7.2	1.6	14
라디오	47,255	3.0	350	0.9	0.7	22
옥외광고	31,940	2.0	421	1.1	1.3	13
소비자/교육용 서적 출판	112,066	7.0	1,716	4.5	1.5	13
기업정보	191,125	11.9	2,897	7.5	1.5	11
전체	1,604,583	100.0	38,562	100.0	2.4	10

\*출처: PWC(2012), 'Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016'

이번 PWC(2012)의 보고서에 대한 시사점을 종합하면 다음과 같다. 첫째, 세계 시장규모에서 권역별 편차가 줄어들고 있다는 점이다. 북미권의 시장점유율은 2007년 35.5%에 달했으나 4년 사이 31.7%로 크게 감소한 반면, 같은 시기에 아시아권은 25.9%에서 28.8%로, 남미권은 3.9%에서 5.3%로 비중이 확대되는 등 신흥국 또는 개도국의 시장이 높은 성장을 보이면서 권역간 편차가 줄어들고 있다. 또한 E&M 시장규모 상위 12개국 가운데 영어권 4개국(미국, 영국, 캐나다, 호주)은 시장점유율이 2007년 53.0%에서 2011년 49.8%로 감소를 보인 반면, 비영어권 8개국(일본, 중국, 독일, 프랑스, 이탈리아, 브라질, 한국, 스페인)은 2007년 47.0%에서 2011년 50.2%로 크게 증가하는 등 비영어권 국가의 글로벌 시장진출이 증가하고 있다. 특히 아시아권에서는 중국과 한국이, 남미권에서는 브라질 등이 시장을 견인하면서 세계시장에서 비중과 영향력을 확대하고 있다.

23) TV, 라디오, 신문, 잡지, 출판, 지식정보콘텐츠시장 규모에는 각 분야별 광고시장 통계치가 합산되어 있으며 이 금액은 광고분야에도 포함되어 있음. 따라서 전체 합계에는 중복되는 부분을 제외한 통계치만 반영함





둘째, 그럼에도 불구하고 PWC는 향후 시장전망에 대해서 영어권 국가들(미국 5.2%, 캐나다, 6.5%, 호주 5.2%, 영국 3.1%)이 중국과 브라질을 제외한 비영어권 국가들(일본 2.8%, 독일 2.7%, 프랑스 3.4%, 이탈리아 3.1%, 한국 4.2%, 스페인 2.5%)보다 높은 성장률을 지속할 것으로 전망하고 있다. 이는 GDP 대비 E&M 시장규모의 비중에서 영어권 국가들(미국 3.1%, 캐나다 2.4%, 호주 3.5%, 영국 3.4%)이 비영어권 국가들(일본 3.2%, 독일 2.6%, 프랑스 2.6%, 이탈리아 2.1%, 한국 3.3%, 스페인 1.9%)보다 대체적으로 높고, E&M 시장규모가 인구, 소득, 미디어 및 저작권 환경 등 수요측면의 요인들에 영향을 많이 받는 내수시장이기 때문에 이러한 전망이 나온 것으로 판단할 수 있다.

셋째, 특히 E&M 시장은 전 세계를 막론하고 경기 흐름에 민감하게 반응하는 분야이다. 그 이유는 E&M 시장의 거의 모든 분야가 광고를 수익원천의 하나로 인식하고 있고 광고주인 기업은 경기변동과 경영성과에 따라 지불의사(willingness)를 결정하기 때문이다. 또한, PWC(2012)에 따르면, 2011년 기준, 광고 시장규모가 70억 달러 이상을 기록한 국가는 전체 48개국 가운데 13개국으로 나타났는데 러시아, 인도네시아를 제외한 광고시장 상위 13개국은 전체 E&M 시장 상위 13개국과 일치하는 것만 보아도 광고시장이 전체 E&M 시장을 견인하는 것으로 판단할 수 있다.

넷째, 세계 E&M 시장과 우리나라 시장을 비교 분석한 결과, 유무선 인터넷 접속과 게임 분야가 세계 E&M 시장에서 각각 4위를 기록하는 등 두각을 나타내고 있다. 이는 우리나라가 세계 수준의 ICT 인프라와 콘텐츠 소비가 활성화되었기 때문에 브로드밴드는 물론 모바일 시장도 크게 성장하여 다른 국가에 비해 스마트폰 대중화, 모바일 게임시장의 성장을 이끌 수 있었다. 반면, TV가입 및 라이선스 요금 분야는 세계 15위를 기록했는데 그 이유는 (중계권 등 라이선스 분야를 제외하고) 저비용의 케이블방송 등 유료방송 가입률이 포화 수준에 이른데다 위성, IPTV 등 신규 플랫폼 진입시 신규 가입자 유치를 위한 저가 출혈 경쟁과 그로 인한 자기잠식(cannibalization)으로 시장성장이 제한받고 있기 때문으로 분석된다.

마지막으로, PWC(2012)의 자료는 국내 콘텐츠산업의 해외 진출전략을 수립하는데 있어 활용 가치가 높다. 보고서는 글로벌 시장동향 및 이슈, 48개 국가별 GDP(성장률), 산업분야별·권역별·국가별 E&M 시장규모의 추이 및 전망(성장률) 등의 정보를 제공하고 있다. 특히, 우리나라의 방송영상물, K-pop 등 콘텐츠 수출규모가 확대되고 있는 시점에서 해외진출 대상국가의 거시적·미시적 시장환경을 정량적인 데이터를 기준으로 전략시장을 도출하는데 있어서 매우 유용할 것으로 판단된다.



KOCCA 통계브리핑  
제12-06호(해외편)



Statistics  
Briefing

## 세계 콘텐츠산업의 현황과 트렌드 변화

김 영 수 (KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

2011년 세계 콘텐츠시장은 전년 대비 4.9% 성장한 1조 6천억 달러 규모이며, 향후 5년간 5.7%의 연평균 성장을 기록해 2조 1,200억 달러에 이를 것으로 전망된다. 분야별로 살펴보면, 게임과 지식정보 분야가 향후 5년간 연평균 7.2%의 성장을 지속할 것으로 전망되는 가운데 신흥시장을 중심으로 인터넷 접속시장의 확대가 해당 분야의 성장을 견인할 것으로 예상된다. 광고는 인터넷과 모바일 광고 시장의 영향으로 연평균 6.4%의 성장률을 기록할 것으로 예상되며, 방송은 스마트기기의 보급 확대에 따른 시청량 증가가 영향을 미침에 따라 6.3%의 성장률을 기록할 것으로 예상된다.

나머지 6개 분야는 세계 콘텐츠산업의 연평균 성장률 5.7%를 하회할 것으로 전망된다. 영화, 애니메이션, 음악, 캐릭터 등의 분야는 연평균 3~4%대의 안정된 성장을 이어갈 것으로 전망되지만, 출판과 만화 분야는 각각 1.2%, 0.9% 성장에 그칠 것으로 예상된다. 그 이유는 출판과 만화 분야에서 인쇄 부분의 수익감소가 두드러지는 가운데 디지털 부분의 시장성장이 감소분을 채워주지 못하기 때문이며 이러한 현상은 향후 몇 년간 지속될 전망이다.

최근에 세계 콘텐츠산업은 미디어·기술, 소비·수요, 기업·비즈니스, 산업·경제적 측면에서의 트렌드 변화로 인해 산업구조가 역동적으로 변화하고 있으며, 그 결과 가치사슬구조가 기존의 수직적 모델에서 복잡한 생태계 모델로 전환되고 있다. 여기서는 최근의 트렌드 변화에 따른 콘텐츠산업의 변화양상을 살펴보고 이에 대응하는 글로벌 미디어 기업들의 비즈니스 전략과 시사점을 모색해 보고자 한다.

<표 1> 세계 콘텐츠시장의 분야별 규모 및 전망<sup>24)</sup>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2007	2008	2009	2010	2011p	2012	2013	2014	2015	2016	2012-16 CAGR
영화	82.3	82.0	83.4	84.9	85.4	87.9	90.7	93.7	96.7	99.7	3.1
애니메이션	12.0	12.5	12.7	14.1	13.8	14.8	15.2	16.0	16.8	17.0	4.2
방송	383.6	397.5	393.1	425.0	446.3	474.1	497.9	535.5	560.5	602.2	6.3
게임	44.7	54.3	55.5	57.8	59.0	62.7	66.6	71.6	77.3	83.4	7.2
음악	56.8	54.2	53.2	49.3	49.9	51.1	52.8	54.8	57.1	59.7	3.7
출판	397.3	388.5	357.9	358.5	355.3	356.1	358.9	363.5	369.8	377.1	1.2
만화	6.3	6.5	6.3	6.1	6.1	6.2	6.3	6.4	6.5	6.4	0.9
광고	495.4	491.1	438.3	468.7	485.7	512.9	539.0	581.0	611.7	660.9	6.4
지식정보	419.4	441.2	442.1	465.8	508.1	545.5	586.6	627.0	672.2	719.7	7.2
캐릭터	159.5	167.9	149.8	150.6	152.9	157.6	163.0	169.5	176.7	184.2	3.8
전체	1,461.6	1,501.3	1,464.5	1,530.2	1,604.6	1,690.9	1,781.6	1,889.9	1,994.2	2,120.1	5.7

※ 출처 : KOCCA(2012), 해외 콘텐츠시장조사(I)

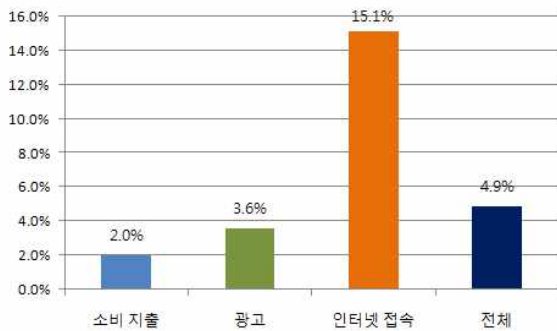


□ TREND 1 : 디지털 전환 가속화에 따른 디지털 콘텐츠의 유통과 소비 확산

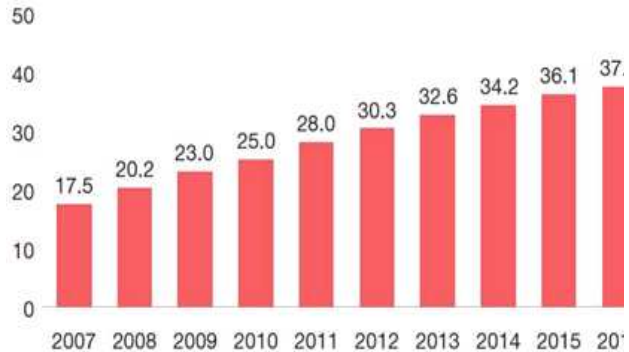
전 세계적으로 디지털 전환이 가속화되면서 디지털콘텐츠 소비가 전체 콘텐츠에서 차지하는 비중이 '10년 25%에서 '11년 28%로 증가하였다. 구체적으로 주요 콘텐츠분야<sup>25)</sup>의 소비지출 부문은 2.0% 성장에 그쳤으나, 인터넷 접속시장은 15.1% 성장하여 콘텐츠산업 분야 중 가장 큰 성장세를 보였다. 또한 디지털콘텐츠 소비는 전년대비 17.6% 증가한데 반해, 아날로그콘텐츠 소비는 전년 대비 0.6% 증가한 것으로 나타났다. 향후 5년 동안 디지털콘텐츠 소비는 연평균 12.1%의 성장률을 보일 것으로 예상되나, 아날로그콘텐츠 소비의 성장률은 2.8%에 머무르는 중 '16년에는 디지털콘텐츠 소비 비중이 전체 시장의 37.5%까지 증가할 것으로 전망된다.

OECD(2011)의 'Communications Outlook'에 따르면, OECD 국가들 중 이미 디지털 전환을 완료한 국가들(미국, 독일, 스페인, 스위스, 스웨덴, 노르웨이, 네덜란드, 핀란드, 덴마크, 벨기에 등)은 디지털 격차를 줄이고 보다 향상된 디지털콘텐츠 서비스의 기회가 확대될 것으로 전망하고 있다.

[그림 2] 2011년 세계 콘텐츠시장의 매출 형태별 성장률



[그림 3] '07-'16 세계 콘텐츠산업의 디지털 소비 점유율(단위: %)



※ 출처 : KOCCA(2012), 해외 콘텐츠시장조사(I)

24) 영화, 방송, 게임, 출판, 지식정보 콘텐츠시장 규모에는 각 분야별 광고시장 통계치가 합산되어 있으며, 이 금액은 광고분야에도 포함되어 있음. 따라서 전체 합계에는 중복되는 부분을 제외한 금액만 반영함

25) 최종 소비자의 지출 분야로 TV가입 및 라이선스 이용료, 음악, 영화, 게임, 잡지, 신문, 라디오, 교육도서, B2B 9개 영역을 포함



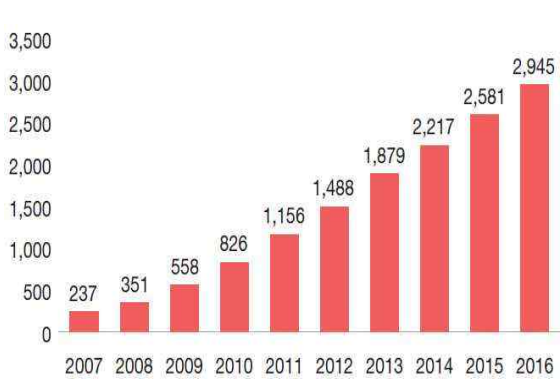
□ TREND 2 : 무선 인터넷 접속시장은 미래 콘텐츠시장의 성장 모멘텀으로 작용

'11년 세계 무선 인터넷 가입자 수는 전년 대비 40% 증가한 11억 6천만 명으로 나타났으며, 향후 5년간 2배 이상의 성장을 기록하여 '16년에는 29억 5천만 명에 이를 것으로 전망되는 등 '07년 이후 10년간 약 10배 이상으로 규모가 확대될 것으로 예상된다. 무선 인터넷이 전체 인터넷시장에서 차지하는 비중은 '07년 26%에서 '11년 40%로 확대되었으며, '16년에는 46%까지 확대될 전망이다.

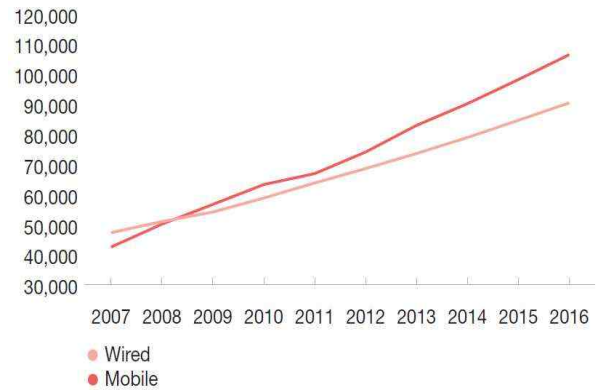
이처럼 무선 인터넷 접속시장규모의 증가는 전체 디지털 소비뿐만 아니라 모바일 광고시장의 성장을 촉진하고 있으며, 모바일 애플리케이션과 같은 콘텐츠 유통시장을 확대시키고 있다. '11년 현재 매월 약 300억 건의 모바일 애플리케이션이 다운로드 되고 있다. 특히 세계 인구의 절반 이상을 차지하는 아시아 지역에서 모바일접속이 전체 인터넷 접속시장의 절반 이상을 차지하는 가운데, 인도의 인터넷 접속시장도 무선 인터넷 접속시장 확대에 큰 폭의 성장률(연평균 50.8%)을 기록하고 있다.

향후 미래 인터넷에 대한 이용자의 트렌드는 기기의 보편적 접근성과 이동성의 증가, 언제 어디서나 좋은 품질과 저렴한 네트워크 접속료, 이용자 지향의 콘텐츠와 서비스, 안전하고 신뢰하며 익명성이 요구되는 등 이러한 이용자의 욕구변화는 미래 콘텐츠 소비시장에도 커다란 영향을 미칠 것으로 예상된다.

[그림 4] '07-'16 세계 무선 인터넷 가입자 수(단위: 백만 명)



[그림 5] '07-'16 아시아 지역 인터넷 접속 시장(단위: 백만 달러)



※ 출처 : KOCCA(2012), 해외 콘텐츠시장조사(I)



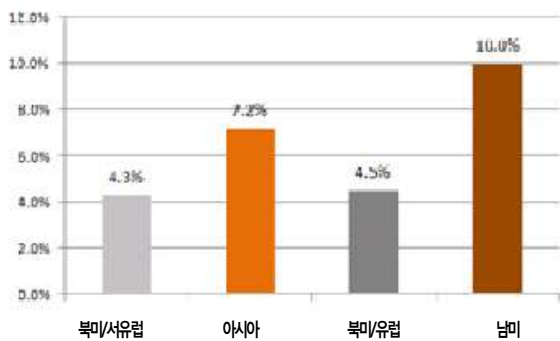
□ TREND 3 : 세계 콘텐츠시장을 새롭게 견인하는 성장 주체의 이동

향후 5년 동안 아시아 지역의 콘텐츠산업 성장률은 연평균 7.2%로 성장할 전망이다 반해, 북미와 서유럽 지역은 4.3%로 상대적으로 낮은 성장률이 예상된다. 또한 남미는 향후 5년간 연평균 10%의 성장률이 전망되어 북미와 서유럽 지역의 성장률 4.5%에 비해 2배 이상으로 성장할 것으로 전망된다.

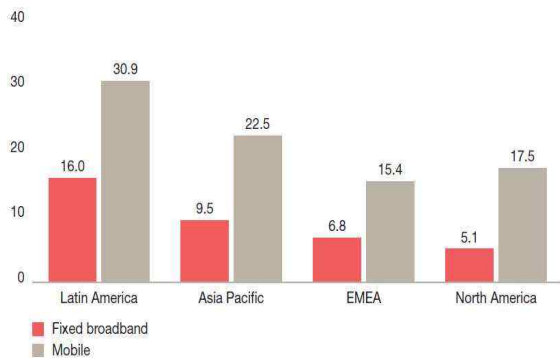
아래 [그림 6]에서도 알 수 있듯이, 세계 콘텐츠시장에서 선진국에 해당하는 북미와 유럽의 콘텐츠산업 성장률은 상대적으로 낮은 편이고, 향후 5년간 지속적으로 감소할 것으로 예상된다. 뿐만 아니라 세계 인터넷 접속시장의 권역별 성장에서도 남미와 아시아 지역은 유럽과 북미 지역에 비해 인터넷 접속자 수 증가 등 관련 시장의 성장이 빠른 속도로 진행되고 있다. 특히 남미 국가들은 스페인어, 포르투갈어를 사용하는 국가들이 대부분이어서 유무선 인터넷 인프라망 구축이 담보된다면 영화, 게임, 애니메이션, 출판, 음악 분야의 콘텐츠 진입이 매우 용이한 신흥 진출지역이다.

물론 인터넷 접속시장 확대가 콘텐츠시장 성장의 절대적 요건이라고는 할 수 없지만, 디지털 기기와 관련 콘텐츠의 비중 확대, 모바일 클라우드 환경 조성 등으로 인해 전체 콘텐츠시장 성장의 잠재요인으로서 크게 기능할 것으로 기대된다. 이와 같은 판단의 배경에는 유튜브, 페이스북, 트위터 등의 온라인 소셜네트워크 서비스를 통한 콘텐츠의 구전 효과와 나아가 해당 CP(Content Provider)나 기획사도 이를 활용한 마케팅을 적극 전개하는 등 SNS는 엄청난 매체 파급력을 보이기 때문이다. 예컨대 최근 세계적 열풍을 일으키고 있는 PSY의 '강남스타일'도 과거와는 달리 SNS를 통해 급속히 전파되어 미국TV 출연, 핀란드 음악차트 1위 등 세계적 반향을 일으키고 있는 것이다.

[그림 6] 2012-2016 세계 콘텐츠시장 지역별 성장률



[그림 7] 2012-2016 세계 인터넷 접속 가입자의 지역별 성장률(단위: %)



※ 출처 : KOCCA(2012), 해외 콘텐츠시장조사(I)





#### □ TREND 4 : 글로벌 미디어 기업의 콘텐츠 서비스&비즈니스 다변화

디지털 전환의 가속화, 유무선 인터넷 시장의 폭발적인 성장, 스마트폰·스마트TV·태블릿PC 등 스마트기기의 보급 확대는 미래 콘텐츠시장의 발전을 촉진하는 기반이라는 사실은 누구도 부인할 수 없다. 반대로 경쟁의 중심가치가 유통(플랫폼, 네트워크, 기기)에서 콘텐츠(문화원형, 문화예술, 문화기술)로 이동하면서 수직적인 가치사슬구조가 수평적·융합적인 스마트 생태계로 전환하고 있는 세계적인 트렌드에 대응해 글로벌 기업들은 적극적으로 콘텐츠 비즈니스 전략을 꺾고 있다.

첫째, 하드웨어 제조사의 콘텐츠 비즈니스 변화를 들 수 있다. 매킨토시 컴퓨터(PC)를 제조했던 애플은 아이팟, 아이폰, 아이패드, 아이TV의 하드웨어를 위해 아이튠즈라는 음악콘텐츠로 '08년 50억 곡이 넘게 다운로드 되는 등 콘텐츠 분야로 사업을 확장하였으며, 앱스토어라는 애플리케이션 오픈마켓을 통해 애플 생태계로 세계시장을 지배하고 있다. 이후 애플은 자체 에코시스템 구축을 바탕으로 클라우드 서비스를 통해 N스크린 콘텐츠 서비스 완성과 스마트TV 시장으로까지 사업영역을 확장하고 있다. '11년 글로벌 스마트폰 시장에서 애플을 제치고 점유율 1위(19.9%)를 차지한 삼성도 소비자의 수요에 맞춘 제품 혁신과 모델 다양화, 콘텐츠 서비스가 경쟁우위였다. 최근에는 콘텐츠 확보를 위한 시너지 효과를 이끌어내기 위해 독자적인 스마트TV 앱 스토어를 구축하고 콘텐츠 기업과의 제휴를 확대하고 있다.

둘째, SNS 서비스의 연계 및 진화이다. 페이스북은 '11년 9월 기준, 전 세계 8억 명 이상의 액티브 유저가 활동 중인 세계 최대의 SNS서비스이며, 싸이월드는 이보다 앞서 서비스가 시작된 토종 SNS서비스로서 인기를 끌었으나 최근에는 스마트폰 보급에 힘입어 모바일 페이스북, 모바일 카카오톡이 널리 이용되고 있다. 이들 서비스들은 단순 SNS의 순수기능 외에도 페이스북의 경우, 친구찾기, 음악재생, 자료공유 등의 서비스를 제공하고 있으며, 올해 서비스를 개시한 카카오톡도 그동안 페이스북만을 이용하던 국내 이용자들을 대거 유인하는데 성공해 카카오톡 이후 국내에서 가장 성공적인 SNS로 평가받고 있다. 카카오서비스는 이 밖에도 카카오아지트(비공개 커뮤니티), 카카오게임(모바일 게임), 카카오링크(정보링크 공유) 등의 서비스를 제공하고 있다.

셋째, 인터넷 검색포털 기업의 사업영역 확장을 들 수 있다. '98년 설립된 구글(google)은 초기 키워드 광고 판매를 시작으로 검색기능은 물론 위성영상지도 서비스까지 제공하면서 가장 대표적인 인터넷 검색포털이 되었다. 이후 '06년에는 유튜브(Youtube)를 인수했고, '07년 들어서는 스마트폰 운영체제인 '안드로이드(Android)' 플랫폼 개발, 스마트폰 제조사인 모토로라 모빌리티를 인수함으로써 콘텐츠 플랫폼과 서비스 외에 하드웨어를 아우르는 생태계를 완성했다. 한편, 우리나라의 대표적 인터넷 검색 포털인 NHN은 '99년 인터넷 검색 서비스를 시작으로 '00년 한게임과 원큐를 인수하여 통합 온라인정보제공 사업자로 사업을 확장시켰다. 이처럼 구글과 NHN은 초기 사업은 같았으나, 구글은 하드웨어 운영체제를 지원하는 솔루션 기업인 반면, NHN은 검색포털과 게임 콘텐츠를 공급하는 사업자로 진화했다는 점에서 다소 차이가 있다.



넷째, KAIST(2012)의 ‘글로벌 엔터테인먼트산업 경쟁력 보고서’에 따르면, 세계 콘텐츠 기업의 경쟁력(TOP10)에서 영화분야(미국 6, 이탈리아 1, 일본 3개), 방송분야(미국 8, 호주 1, 영국 1개), 음악분야(미국 5, 일본 2, 한국 2, 태국 1개), 게임분야(미국 4, 일본 3, 중국 2, 한국 1개)의 순위를 발표했는데, 상위 미디어 기업들의 공통점은 다양한 장르에 걸쳐 사업영역을 확장시킨 기업이라는 점이다. 즉, 수직적 통합화와 수평적 다각화로 미디어 콘텐츠 생태계를 구축하였고, 디지털콘텐츠의 OSMU 전략으로 저비용 고효율의 콘텐츠 공급과 콘텐츠의 리버저닝(re-versioning)을 통한 파생상품 판매 수익을 창출할 수 있었기 때문으로 분석된다.



## 2012 월간 콘텐츠 시장동향

### 콘텐츠산업 자문단 (41명)

- |                                       |                                 |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| <b>강덕원</b> (게임동아 대표)                  | <b>윤 하</b> (영화진흥위원회 산업팀장)       |
| <b>강형석</b> (게임트릭스 팀장)                 | <b>이광세</b> (한국이러닝산업협회 이사)       |
| <b>김도학</b> (M&E산업연구소 소장)              | <b>이민재</b> (한국문화콘텐츠라이선싱협회 사무국장) |
| <b>김민규</b> (아주대 문화콘텐츠학과 교수)           | <b>이병우</b> (캐릭터&완구신문 대표)        |
| <b>김세훈</b> (세종대 만화애니메이션학과 교수)         | <b>이승엽</b> (한국예술종합학교 교수)        |
| <b>김영재</b> (한양대 문화콘텐츠학과 교수)           | <b>이용준</b> (대진대 신문방송학과 교수)      |
| <b>김원제</b> (유플러스연구소 소장)               | <b>이종규</b> (인터파크INT공연사업 본부장)    |
| <b>김태원</b> (푸른여름 대표)                  | <b>이혜경</b> (한국애니메이션제작자협회 팀장)    |
| <b>나익진</b> (한국게임산업협회 과장)              | <b>이호준</b> (한국광고협회 팀장)          |
| <b>박관형</b> (이미지프레임 편집장)               | <b>임진욱</b> (예술경영지원센터 연구원)       |
| <b>박상호</b> (한국방송협회 연구위원)              | <b>전영문</b> (영상물등급위원회 위원)        |
| <b>박성만</b> (메이븐스퀘어 이사)                | <b>정용찬</b> (정보통신정책연구원 연구위원)     |
| <b>박인하</b> (청강문화산업대 만화창작과 교수)         | <b>정우식</b> (21세기경제학연구소 연구위원)    |
| <b>박정민</b> (EBS 외화애니부 PD)             | <b>송경희</b> (문화부 문화산업정책과 사무관)    |
| <b>박정수</b> (산업연구원 서비스산업연구센터 소장)       | <b>조한석</b> (문화부 정보통계담당관실 사무관)   |
| <b>박준흠</b> (가슴네트워크 대표/대중음악 SOUND 발행인) | <b>주은수</b> (미디어경영연구소 소장)        |
| <b>박호상</b> (한국출판연구소 선임연구원)            | <b>최광호</b> (한국음악콘텐츠산업협회 사무국장)   |
| <b>백수진</b> (한국만화영상진흥원 과장)             | <b>최영균</b> (아이러브캐릭터 편집장)        |
| <b>송철민</b> (한국음원제작자협회 음악정보센터 실장)      | <b>최원석</b> (닐슨컴퍼니코리아 국장)        |
| <b>오세성</b> (한국방송광고공사 연구위원)            | <b>황성연</b> (AGB닐슨 미디어리서치 차장)    |
| <b>오수정</b> (한국언론진흥재단 조사분석팀장)          |                                 |

---

## 2012 월간 콘텐츠 시장동향

---

<2012 월간 콘텐츠 시장동향>은 '콘텐츠산업자문단'과 'KOCCA 통계정보팀'이 공동작업하여 온라인으로 발간하는 월간지입니다.

### 콘텐츠산업 자문단

- 단 장 정우식 (21세기경제학연구소 연구위원)  
종합위원 박정수 (산업연구원 서비스산업연구센터 소장)  
김원제 (유플러스연구소 소장)  
박성만 (메이븐스퀘어 이사)  
분 과 장 이용준 (대진대 신문방송학과 교수, 출판/만화/지식정보분과)  
김도학 (M&E산업연구소 소장, 영화/애니메이션/캐릭터분과)  
박준흠 (가슴네트워크 대표, 음악/공연분과)  
강덕원 (게임동아 대표, 게임분과)  
김태원 (푸른여름 대표, 방송/광고분과)

### 한국콘텐츠진흥원

- 총괄기획 및 감수 노준석 (통계정보팀 팀장)  
공동기획 및 감수 김은정 (통계정보팀 선임연구원)  
김영수 (통계정보팀 선임연구원)  
박성원 (통계정보팀 선임연구원)  
강중구 (통계정보팀 연구원)  
정길영 (통계정보팀 인턴)

발 행 인 홍 상 표

발 행 일 2012년 9월 26일 (통권 5호)

발 행 처 한국콘텐츠진흥원  
서울시 마포구 월드컵북로 400

---

한국콘텐츠진흥원 통계정보팀에서는 **콘텐츠산업정보포털(<http://www.kocca.kr>)**을 통해 콘텐츠 기업정보, 시장현황, 산업통계 등 각종 자료를 제공하고 있습니다. 본 보고서들의 내용에 대한 무단전재를 금하며, 가공 및 인용할 때는 반드시 출처를 밝혀 주시기 바랍니다.

또한 콘텐츠 관련 단행본, 정기간행물, 영상자료, 게임자료, 음향자료 등을 서비스 받으실 수 있는 **콘텐츠도서관(<http://library.kocca.or.kr>)**을 평일(9:00~18:00)에 운영하고 있습니다. 많은 이용 바랍니다.

(콘텐츠도서관 문의) 통계정보팀 신란희 (02-3153-1376 / rhshin@kocca.kr)

(월간 콘텐츠 시장동향 문의) 통계정보팀 강중구 (02-3153-3021 / kjungoo@kocca.kr)

(기타 문의) 콘텐츠종합지원센터 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114"