

2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서

2013. 9

한국콘텐츠진흥원



KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

Contents >>

I. 2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 추이 분석

1. 산업생산 변화 추이	3
1.1. 콘텐츠산업생산지수 변화 추이	3
1.2. 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변화 추이	11
1.3. 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변화 추이	26
2. 투자변화 추이	31
2.1. 콘텐츠산업 외국인직접투자(FDI) 동향	31
2.2. 콘텐츠산업 해외투자 동향	35
2.3. 모태펀드 투자 동향	38
3. 소비변화 추이	40
3.1. 가계수지 및 소비지출 변화 동향	40
3.2. 가계수입 및 소비지출 변화 전망	46
4. 수출변화 추이	47
4.1. 콘텐츠업체(상장사) 수출 변화 추이	47
4.2. 서비스 국제수지(Balance Of Payments) 변화 추이	54
5. 고용변화 추이	58
5.1. 문화산업분야 고용 변화 추이	58
5.2. 콘텐츠업체(상장사) 고용 변화 추이	62
6. 상장사 재무분석	65
6.1. 콘텐츠산업 상장사 재무제표 변화 추이	65
6.1.1. 콘텐츠산업 상장사 성장성 변화 추이	68
6.1.2. 콘텐츠산업 상장사 수익성 변화 추이	71
6.1.3. 콘텐츠산업 상장사 안정성 변화 추이	75
6.1.4. 콘텐츠산업 상장사 생산성 변화 추이	78

II. 2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠업체 실태조사 분석

1. 콘텐츠업체 실태조사 개요	81
1.1. 조사목적	81
1.2. 조사대상 및 방법	81
1.3. 콘텐츠산업 실태조사 이용 시 유의사항	82
2. 콘텐츠업체 실태조사 분석결과	83
2.1. 2013년 2분기 콘텐츠산업 규모	83
2.2. 2013년 2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 규모	88
3. 콘텐츠산업 실태조사 대비 상장사 비교	95
3.1. 콘텐츠산업 매출액 대비 상장사 매출액 비교	95
3.2. 콘텐츠산업 수출액 대비 상장사 수출액 비교	96
3.3. 콘텐츠산업 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교	98
3.4. 콘텐츠산업 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교	99
3.5. 2013년 상반기 콘텐츠산업 규모	101

III. 2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 주요 이슈

1. 게임산업 주요 이슈	105
2. 출판/만화산업 주요 이슈	114
3. 음악(공연)산업 주요 이슈	123
4. 방송산업(방송영상독립제작사) 주요 이슈	130
5. 영화산업 주요 이슈	137
6. 지식정보/광고산업 주요 이슈	144
7. 애니메이션/캐릭터산업 주요 이슈	152

Contents >>

IV. CBI(Content Business Index) 분석

1. 분석목적	161
2. 조사대상 및 방법	161
3. 2010년 1분기~2013년 4분기 CBI 분석	162
3.1. 2010년 1분기~2013년 4분기 CBI 종합분석	162
3.2. 2010년 1분기~2013년 4분기 CBI 산업별·부문별 분석	165

V. 콘텐츠산업 INSIGHT

1. 2013년 2분기 콘텐츠산업 종합 분석 및 전망	173
2. 2013년 2분기 콘텐츠산업 분야별 분석 및 전망	183
2.1. 게임산업 분석 및 전망	183
2.2. 출판/만화산업 분석 및 전망	185
2.3. 음악(공연)산업 분석 및 전망	187
2.4. 방송영상독립제작사산업 분석 및 전망	188
2.5. 영화산업 분석 및 전망	190
2.6. 광고산업 분석 및 전망	191
2.7. 애니메이션/캐릭터산업 분석 및 전망	192
2.8. 지식정보산업 분석 및 전망	194

부록

1. 콘텐츠산업 관련 상장사 현황	197
2. 콘텐츠산업 연간 비교	201

Ⅰ Ⅰ Ⅰ Ⅰ 표 차 례

〈표 Ⅰ-1〉 '11년 3분기~'13년 2분기 콘텐츠산업 생산변동	4
〈표 Ⅰ-2〉 '12년 4분기~'13년 2분기 콘텐츠산업 생산변동(월별)	7
〈표 Ⅰ-3〉 '12년 4월~'13년 6월 생산자물가지수 추이	9
〈표 Ⅰ-4〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동	12
〈표 Ⅰ-5〉 '11년 상반기~'13년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동	24
〈표 Ⅰ-6〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동	27
〈표 Ⅰ-7〉 '11년 상반기~'13년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동	29
〈표 Ⅰ-8〉 서비스업 외국인직접투자건수 동향	33
〈표 Ⅰ-9〉 서비스업 외국인직접투자액수 동향	34
〈표 Ⅰ-10〉 문화·오락 외국인직접투자 세부동향	34
〈표 Ⅰ-11〉 콘텐츠산업 해외투자건수 동향	36
〈표 Ⅰ-12〉 콘텐츠산업 해외투자금액 동향	36
〈표 Ⅰ-13〉 '12년 2분기 및 '13년 2분기 모태펀드 자펀드 운영현황	38
〈표 Ⅰ-14〉 '13년 2분기 모태펀드 자펀드 투자현황	39
〈표 Ⅰ-15〉 전국가구 가구당 월평균 가계수지	41
〈표 Ⅰ-16〉 전국가구 가구당 월평균 소비지출	43
〈표 Ⅰ-17〉 전국가구 가구당 월평균 오락·문화 소비지출(세부항목)	45
〈표 Ⅰ-18〉 가계수입 및 소비지출전망 CSI 추이	46
〈표 Ⅰ-19〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동	50
〈표 Ⅰ-20〉 '11년 상반기~'13년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동	52
〈표 Ⅰ-21〉 '11년 상반기~'13년 상반기 개인·문화·오락 서비스수지 변동	55
〈표 Ⅰ-22〉 '11년 상반기~'13년 상반기 음향영상 서비스수지 변동	57
〈표 Ⅰ-23〉 '12년 4월~'13년 6월 고용률 추이	58
〈표 Ⅰ-24〉 '12년 4월~'13년 6월 실업률 추이	59
〈표 Ⅰ-25〉 문화산업별 및 직종별 신규구인인원	60
〈표 Ⅰ-26〉 문화산업분야 직종별 신규구직 및 취업(희망직종별)	61

Contents >>

<표 I-27> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동	63
<표 I-28> '12년 2분기 vs '13년 2분기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체(상장사) 비교	65
<표 I-29> '13년 1분기 및 '13년 2분기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체(상장사) 자기자본 부채비율 ..	66
<표 I-30> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자산증가율 추이	68
<표 I-31> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 투자증가율 추이	69
<표 I-32> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 사내유보율 추이	70
<표 I-33> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익률 추이	71
<표 I-34> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자산영업이익률 추이	73
<표 I-35> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자본영업이익률 추이	74
<표 I-36> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자기자본대비 부채비율 추이	75
<표 I-37> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 유동비율 추이	76
<표 I-38> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자기자본비율 추이	77
<표 I-39> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 1인평균매출액 추이	78
<표 I-40> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자본집약도 추이	79
<표 II-1> '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 매출액 규모	83
<표 II-2> '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 종사자 규모	84
<표 II-3> '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 수출액 규모	85
<표 II-4> '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 투자액 규모	86
<표 II-5> '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액	89
<표 II-6> '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수	93
<표 II-7> '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교	95
<표 II-8> '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교	97
<표 II-9> '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 전체 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교 ..	98
<표 II-10> '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교 ..	100
<표 II-11> '11년 상반기~'13년p 상반기 콘텐츠산업 매출액 규모	101
<표 II-12> '11년 상반기~'13년p 상반기 콘텐츠산업 종사자 규모	102
<표 II-13> '11년 상반기~'13년p 상반기 콘텐츠산업 수출액 규모	103
<표 IV-1> 출판산업 부문별 CBI	165
<표 IV-2> 만화산업 부문별 CBI	166

〈표 IV-3〉 음악산업 부문별 CBI	166
〈표 IV-4〉 게임산업 부문별 CBI	167
〈표 IV-5〉 영화산업 부문별 CBI	167
〈표 IV-6〉 애니메이션산업 부문별 CBI	168
〈표 IV-7〉 방송영상독립제작사 부문별 CBI	169
〈표 IV-8〉 광고산업 부문별 CBI	169
〈표 IV-9〉 캐릭터산업 부문별 CBI	170
〈표 IV-10〉 지식정보산업 부문별 CBI	171
〈표 V-1〉 '10년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	174
〈표 V-2〉 '10년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	175
〈표 V-3〉 '10년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	175
〈표 V-4〉 '10년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	176
〈표 V-5〉 '11년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	176
〈표 V-6〉 '11년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	177
〈표 V-7〉 '11년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	177
〈표 V-8〉 '11년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	178
〈표 V-9〉 '12년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	178
〈표 V-10〉 '12년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	179
〈표 V-11〉 '12년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	179
〈표 V-12〉 '12년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	180
〈표 V-13〉 '13년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	180
〈표 V-14〉 '13년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	181
〈표 V-15〉 '13년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	181
〈표 V-16〉 '13년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	182

Contents >>

ㅣ ㅣ ㅣ ㅣ 그림 차례

<그림 I-1> '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동	13
<그림 I-2> '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적	13
<그림 I-3> '12년 상반기 및 '13년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적	25
<그림 I-4> '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동	28
<그림 I-5> '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적	28
<그림 I-6> '12년 상반기 vs '13년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적	30
<그림 I-7> '12년 2분기 및 '13년 2분기 투자 건수	32
<그림 I-8> '12년 2분기 및 '13년 2분기 투자 액수	32
<그림 I-9> 소비지출 증감률 변동 추이	41
<그림 I-10> 오락·문화 소비지출 증감률 변동 추이	43
<그림 I-11> '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동	51
<그림 I-12> '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 누적	51
<그림 I-13> '12년 상반기 vs '13년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 수출 누적	53
<그림 I-14> 개인·문화·오락 서비스수지 추이	54
<그림 I-15> 음향영상 서비스수지 추이	56
<그림 I-16> '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동	64
<그림 I-17> '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 누적	64
<그림 II-1> '13년p 2분기 콘텐츠산업 매출액 및 종사자 규모	87
<그림 II-2> '13년p 2분기 콘텐츠산업 수출액 규모	87
<그림 II-3> '13년p 2분기 콘텐츠산업 투자액 규모	87
<그림 II-4> '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액	91
<그림 II-5> '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수	95
<그림 IV-1> '10년 1분기~'13년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	162
<그림 IV-2> '10년 1분기~'13년 4분기 콘텐츠산업별 CBI	163

연
말

- 이용자를 위하여 -

1. 본 보고서는 2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향을 분석한 것으로서 1) 거시 및 미시데이터를 기본으로 한 정량분석 2) 각 산업별 이슈분석을 통한 정성분석 3) 실태조사를 통한 각 산업별 규모 추정 4) 콘텐츠기업경영체감도(CBI-Contents Business Index) 조사
2. 콘텐츠산업은 「콘텐츠상품을 생산, 유통, 소비하는데 관련된 산업」으로 정의하였으며, 범위는 『2011년 기준 콘텐츠산업통계조사』에서 명확하게 정의된 11개 분야(출판, 만화, 음악(공연포함), 게임, 영화, 애니메이션, 광고, 방송(방송영상독립제작사 포함), 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션)를 기준으로 하였음
3. 거시데이터는 1) 콘텐츠산업 생산변화 2) 콘텐츠산업 외국인 직접투자 변화 3) 소비지출변화 4) 고용변화 등을 조사
 - 콘텐츠산업 생산변화는 통계청에서 매월 실시하는 서비스업생산지수를 기초로 콘텐츠산업과 연관성이 높은 항목을 재집계
 - 콘텐츠산업 외국인 직접투자변화는 지식경제부에 분기별로 발표하는 외국인 직접투자 건수 및 액수 중 콘텐츠산업과 관련성이 높은 8개 분야를 집계
 - 소비지출변화는 통계청에서 분기별로 발표하는 가계수지 중 소비지출 및 비소비지출에 대해 전체 및 부문별(문화, 오락비용)로 집계했고 한국은행 발표 가계수입 및 소비지출 전망 CSI(교양, 문화, 오락비) 등을 전체 및 부문별로 매월 집계
 - 국제수지변화는 한국은행에서 매월 집계하는 외환 수입지급 분류 중 개인·문화·오락 서비스 국제수지를 중심으로 매월 재집계
 - 고용변화는 통계청 월별 실업률을 집계하고, 또한 한국고용정보원에서 발표하는 구안구직 및 취업동향 데이터 중 콘텐츠산업과 관련성이 높은 분야를 중심으로 월별 및 분기별로 취합 및 재집계

〈콘텐츠산업 분기별 보고서 인용 자료〉

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

4. 미시데이터는 콘텐츠산업 분야별 상장사의 매출액, 영업이익, 수출액, 종사자수 등 실적에 관련된 것을 분석하며 영업이익률, 유동비율, 부채비율 등을 분기별로 전체 상장사(KOSPI)의 데이터와 비교 분석함. 실적데이터는 연결재무제표를 기준으로 하고 분석의 일관성을 유지하기 위해 개별(별도)재무제표도 병용
콘텐츠산업 관련 상장사는 코스피 및 코스닥 상장사 중 관련업체 86개를 선별함(게임(20개), 지식정보(8개), 출판(9개), 방송(22개), 광고(4개), 영화(7개), 음악(11개), 애니메이션/캐릭터(5개)) 연결재무제표 대상 상장사는 20개사임. 이 중 골프존은 지식정보산업에 가상현실 및 가상세계가 포함됨에 따라 상장사 분석에 추가
5. 이슈분석은 10개 콘텐츠산업(콘텐츠솔루션 제외)에 대해 국내 및 해외로 구분하여 정책, 기업, 소비자 등의 시계열적, 돌발성 중요 이슈를 분석
6. 실태조사는 출판, 만화, 음악(공연포함), 게임, 영화, 애니메이션, 방송영상독립제작사, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션산업 등 11개 콘텐츠산업을 영위하는 업체 중 600개를 표본으로 선정하여 조사했고 조사내용은 산업별 및 가치사슬별 1) 매출액 2) 수출액 3) 종사자수 규모의 추정임
7. 콘텐츠기업경영체감도(CBI)조사는 콘텐츠산업의 분야별 경기전망 파악을 위해 실시하며, 콘텐츠솔루션산업을 제외한 10개 산업(출판, 만화, 음악(공연포함), 게임, 영화, 애니메이션, 방송영상독립제작사, 광고, 캐릭터, 지식정보)을 대상으로 7점 척도로 조사했고 조사내용은 1) 매출 2) 수출 3) 투자 4) 고용 5) 자금사정 등 5개 사항임
8. 본 보고서의 내용을 인용할 때에는 『2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서(문화체육관광부) ○페이지에서 전재 또는 역재』 라고 기재하여야 함
9. 본 보고서에 실린 자료에 대한 문의사항이 있을 때에는 문화체육관광부 문화산업정책과 사무관 (☎ 02-3704-9623), 한국콘텐츠진흥원 정책연구실 통계정보팀(☎ 02-3153-3017)에 문의바람. 조사결과 및 분석내용은 한국콘텐츠진흥원 홈페이지(www.kocca.kr)에서도 볼 수 있음

요 약

- 2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업, 스마트콘텐츠 지속 성장 -	
○ 콘텐츠산업	생산 2분기 전년동기대비 1.8% 감소
○ 콘텐츠업체 (실태조사)	2분기 전년동기대비 매출액 3.4%, 종사자 0.7%, 수출액 9.9% 증가 (연간 추정기준 전년동기대비 매출액 1.9%, 종사자 0.6%, 수출액 9.3% 증가)
○ 콘텐츠업체(상장사)	2분기 매출액 5조 8,046억 원, 전년동기대비 11.1% 증가 2분기 수출액 3,570억 원, 전년동기대비 9.9% 증가 2분기 종사자수 3만 6,210명, 전년동기대비 5.1% 감소
○ 콘텐츠업체(CBI조사)	'13년 3분기 출판, 게임, 영화, 방송영상독립제작사, 캐릭터가 전분기대비 상승 기대

□ 2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향

● 산업생산 동향

- 콘텐츠산업 생산은 전년동기대비 1.8% 감소, 전분기대비 2.6% 하락
(콘텐츠산업생산지수 '13년 2분기 105.4, '12년 2분기 107.3)
- 콘텐츠산업 관련 산업분류군 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업은 전년 동기대비 0.3% 증가, 전분기대비 2.6% 상승

● 소비 동향

- 2분기 월평균 오락·문화지출(13만 8천원)은 전년동기대비 3.2% 증가, 전분기 대비 3.1% 하락
 - ※ 전체 소비지출 전년동기대비 0.7% 증가, 전분기대비 5.5% 하락, 전체 소비지출 중 오락문화 소비지출 비중 5.8%
- 교양·오락·문화비 지출 관련 소비지출전망은 '12년 6월(93), '12년 9월(90), '12년 12월(91), '13년 3월(87), '13년 6월(88) 기록
 - ※ '09년 금융위기 이후 '12년 1분기까지 경기회복이 이어지면서 소비지출 증가. 이후 유럽재정위기, 엔저 등 대외리스크 등에 따라 미국, 중국을 중심으로 세계경기회복 지연 등이 국내 경기에 직간접적으로 작용해 국내 수요증대에 부정적 영향

● 고용 동향

- 엔저, 유럽재정위기 등 대외리스크가 산재해 있으나 해외경기 회복기조에 따른 수출 증대 및 재정지출 확대 등이 당초 우려한 수준의 성장위축이 발생하지 않아 안정적인 취업자수 증가. '13년 2분기 고용시장은 전년동기대비 양적 증가세 지속. 청년층 실업률은 전체 실업률 대비 높은 수준이며 연령별, 학력별 등 고용의 양적 및 질적 편차의 경우 '11년 4분기 이래 상존하고 있어 이에 대한 실질적 해소 필요

※ 전체 실업률 추이는 '10년 1월 5.0% 수준에서 '12년 4월에 이르러 3.5%로 하락했으며 '13년 6월 실업률은 3.1%로 전년동월대비 0.1%p 하락. 실업자 수는 '11년 3월 약 107만 수준에서 하락세이며 '13년 6월의 실업자 수는 약 81만 3천명으로 전년동월대비 약 9천 명 감소

- 서비스업 분야에서 신규구인 규모가 증대되고 있는 가운데, 문화산업분야 산업별 '13년 2분기 신규구인 규모는 전년동기대비 증가

※ '출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업'은 전년동월대비 '13년 4월에서 6월까지 16.4% 감소, 6.5% 증가, 30.9% 증가했으며, '13년 2분기는 전년동기대비 6.0% 증가. '예술스포츠 및 여가관련 서비스업'은 '13년 4월에서 6월까지 2.7% 증가, 11.8% 감소, 107.7% 큰 폭 증가했으며, '13년 2분기는 전년동기대비 23.0% 증가

- 청년 실업률은 '12년 4월 이후 등락을 보이다가 '13년 2월 이후 하락세
- '13년 6월 7.9%를 기록한 청년 실업률(15세~29세)은 전년동월대비 0.2%p 증가

〈표 1〉 '12년 4월~'13년 6월 청년실업률 추이

(단위 : %)

구분	2012년										2013년					
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	
청년실업률	8.5	8.0	7.7	7.3	6.4	6.7	6.9	6.7	7.5	7.5	9.1	8.6	8.4	7.4	7.9	

2013년 2분기 콘텐츠산업(잠정치) 매출액(18조) 및 수출액(1조 3,163억원), 종사자수(54만 7천명), 2012년 2분기 대비 약 3.4% 증가, 9.9% 증가, 0.7% 증가

※ 분기별 콘텐츠사업체 실태조사는 11개 산업을 영위하는 사업체 중 분기별 600개 표본을 선정하여 조사한 결과임

- 콘텐츠산업 분기별 실태조사를 토대로 한 '13년 2분기 잠정치 결과, 2013년 2분기 콘텐츠산업 총 매출액은 17조 8,347억원으로 전년동기대비 약 5,922억원(3.4%) 증가, 수출액 1조 3,163억원으로 전년동기대비 1,191억원(9.9%) 증가, 종사자수 54만 6,769명으로 전년동기대비 약 3,727명(0.7%) 증가

- 매출액에서 전년동기대비 높은 성장세를 보인 산업은 <콘텐츠솔루션산업>이며 8,943억원으로 전년동기대비 약 18.0% 증가, <음악(공연포함)산업>은 1조 1,439억원으로 전년동기대비 약 14.4% 증가, <지식정보산업>은 2조 7,059억원으로 전년동기대비 약 13.1% 증가, <캐릭터산업>은 2조 2,213억원으로 전년동기대비 약 12.8% 증가, <광고산업>은 2조 1,087억원으로 전년동기대비 약 11.1% 증가, <게임산업>은 2조 4,296억원으로 전년동기대비 약 0.3% 증가

※ 콘텐츠산업은 2012년 2분기 대비 출판산업과 만화산업, 영화산업, 애니메이션산업, 방송영상독립제작사를 제외한 전 산업이 성장을 하였으며, 스마트콘텐츠 공급 및 수요 증가에 기인한 결과

- 콘텐츠산업 중 수출액이 가장 높은 산업은 <게임산업>으로 2012년 2분기 대비 약 193억원 증가한 7,532억원으로 전체 수출액의 57.2%를 차지

〈표 2〉 콘텐츠산업 분기별 실태조사 결과(2013년 2분기)

(단위 : 백만원, 명, %)

산업명	매출액 (백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출판	5,247,585	10,647,048	5,214,033	4,957,713	20,818,794	4,979,097	4,818,640	9,797,737	-3.2%	-8.2%
만화	177,643	358,275	179,512	177,370	715,157	180,453	176,765	357,218	-2.0%	-0.5%
음악	999,686	1,982,347	1,037,201	1,153,056	4,172,604	1,146,420	1,143,980	2,290,400	-0.2%	14.4%
게임	2,422,951	5,069,022	2,311,774	2,371,742	9,752,538	2,358,554	2,429,656	4,788,210	3.0%	0.3%
영화	1,018,479	2,017,212	1,107,975	1,049,506	4,174,693	1,104,525	992,535	2,097,060	-10.1%	-2.5%
애니메이션	114,361	245,167	132,339	133,147	510,653	132,641	113,729	246,370	-14.3%	-0.6%
방송영상독립제작사	243,782	482,757	232,111	221,719	936,587	228,964	229,117	458,081	0.1%	-6.0%
광고	1,897,643	3,511,242	1,769,251	2,169,251	7,449,744	1,922,536	2,108,732	4,031,268	9.7%	11.1%
캐릭터	1,969,041	3,850,852	1,977,376	2,137,134	7,965,362	2,160,782	2,221,371	4,382,153	2.8%	12.8%
지식정보	2,393,298	4,785,585	2,384,373	2,437,531	9,607,489	2,549,038	2,705,940	5,254,978	6.2%	13.1%
콘텐츠솔루션	758,104	1,506,616	766,359	842,727	3,115,702	855,926	894,325	1,750,251	4.5%	18.0%
합계	17,242,573	34,456,123	17,112,304	17,650,896	69,219,323	17,618,936	17,834,790	35,453,726	1.2%	3.4%

산업명	종사자수 (명)						
	2012년p			2013년p		2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기		
출판	197,453	197,164	196,464	196,056	195,692	-0.2%	-0.9%
만화	10,148	10,113	10,072	10,016	9,851	-1.6%	-2.9%
음악	77,861	78,052	78,422	78,368	78,422	0.1%	0.7%
게임	94,516	93,941	95,051	94,531	93,837	-0.7%	-0.7%
영화	29,537	29,640	30,161	30,349	31,394	3.4%	6.3%
애니메이션	4,594	4,577	4,653	4,634	4,644	0.2%	1.1%
방송영상독립제작사	5,920	5,897	5,988	5,993	6,002	0.2%	1.4%
광고	8,349	8,418	8,429	8,499	8,471	-0.3%	1.5%
캐릭터	26,360	26,445	26,886	27,051	27,158	0.4%	3.0%
지식정보	68,390	68,354	69,940	69,933	70,512	0.8%	3.1%
콘텐츠솔루션	19,914	19,925	20,437	20,593	20,786	0.9%	4.4%
합계	543,042	542,526	546,503	546,023	546,769	0.1%	0.7%

산업명	수출액 (백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출판	77,691	142,726	78,245	79,097	300,068	59,086	73,502	132,588	24.4%	-5.4%
만화	4,974	10,023	4,982	4,756	19,761	4,537	4,729	9,266	4.2%	-4.9%
음악	58,989	110,674	75,325	140,346	326,345	105,632	108,697	214,329	2.9%	84.3%
게임	733,871	1,483,583	746,575	743,584	2,973,741	747,927	753,211	1,501,138	0.7%	2.6%
영화	7,891	16,437	7,782	17,956	42,175	11,325	12,568	23,893	11.0%	59.3%
애니메이션	29,331	59,401	28,537	25,122	113,060	25,079	25,137	50,216	0.2%	-14.3%
방송영상독립제작사	2,409	4,741	5,932	4,837	15,510	4,739	4,795	9,534	1.2%	99.0%
광고	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	134,883	249,185	135,291	124,004	508,480	123,521	136,968	260,489	10.9%	1.5%
지식정보	105,119	213,194	105,327	153,302	471,823	154,379	155,376	309,755	0.6%	47.8%
콘텐츠솔루션	42,033	83,162	43,225	40,349	166,736	39,838	41,328	81,166	3.7%	-1.7%
합계	1,197,191	2,373,126	1,231,221	1,333,353	4,937,699	1,276,063	1,316,311	2,592,374	3.2%	9.9%

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

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

※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

※ 콘텐츠산업통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('11년 평균환율 1,108.11원, '12년 평균 환율 1,126.88, '13년 1분기 1,084.08원, '13년 2분기 1,122.15원)

참고 : 방송, 광고 일부 포함(분기별 실태조사에서 제외된 부분 포함)

(참고표) 콘텐츠산업 연간 비교(2013년 2분기)

(단위 : 백만원, 명, %)

산업명	매출액(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출판	5,247,585	10,647,048	5,214,033	4,957,713	20,818,794	4,979,097	4,818,640	9,797,737	-3.2%	-8.2%
만화	177,643	358,275	179,512	177,370	715,157	180,453	176,765	357,218	-2.0%	-0.5%
음악	999,686	1,982,347	1,037,201	1,153,056	4,172,604	1,146,420	1,143,980	2,290,400	-0.2%	14.4%
게임	2,422,951	5,069,022	2,311,774	2,371,742	9,752,538	2,358,554	2,429,656	4,788,210	3.0%	0.3%
영화	1,018,479	2,017,212	1,107,975	1,049,506	4,174,693	1,104,525	992,535	2,097,060	-10.1%	-2.5%
애니메이션	114,361	245,167	132,339	133,147	510,653	132,641	113,729	246,370	-14.3%	-0.6%
방송*	3,108,671	5,834,004	3,221,702	3,419,094	12,474,800	2,913,400	3,176,500	6,089,900	9.0%	2.2%
방송영상독립제작사	243,782	482,757	232,111	221,719	936,587	228,964	229,117	458,081	0.1%	-6.0%
광고**	3,458,397	6,663,540	3,219,337	3,496,577	13,379,454	3,328,396	3,429,285	6,757,681	3.0%	-0.8%
캐릭터	1,969,041	3,850,852	1,977,376	2,137,134	7,965,362	2,160,782	2,221,371	4,382,153	2.8%	12.8%
지식정보	2,393,298	4,785,585	2,384,373	2,437,531	9,607,489	2,549,038	2,705,940	5,254,978	6.2%	13.1%
콘텐츠솔루션	758,104	1,506,616	766,359	842,727	3,115,702	855,926	894,325	1,750,251	4.5%	18.0%
합계	21,911,998	43,442,425	21,784,092	22,397,316	87,623,833	21,938,196	22,331,843	44,270,039	1.8%	1.9%

산업명	종사자(명)						2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2012년p			2013년p				
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기			
출판	197,453	197,164	196,464	196,056	195,692	-0.2%	-0.9%	
만화	10,148	10,113	10,072	10,016	9,851	-1.6%	-2.9%	
음악	77,861	78,052	78,422	78,368	78,422	0.1%	0.7%	
게임	94,516	93,941	95,051	94,531	93,837	-0.7%	-0.7%	
영화	29,537	29,640	30,161	30,349	31,394	3.4%	6.3%	
애니메이션	4,594	4,577	4,653	4,634	4,644	0.2%	1.1%	
방송*	32,556	32,559	32,453	32,453	32,518	0.2%	-0.1%	
방송영상독립제작사	5,920	5,897	5,988	5,993	6,002	0.2%	1.4%	
광고**	34,786	34,792	34,886	35,087	35,116	0.1%	0.9%	
캐릭터	26,360	26,445	26,886	27,051	27,158	0.4%	3.0%	
지식정보	68,390	68,354	69,940	69,933	70,512	0.8%	3.1%	
콘텐츠솔루션	19,914	19,925	20,437	20,593	20,786	0.9%	4.4%	
합계	602,035	601,459	605,413	605,064	605,932	0.1%	0.6%	

산업명	수출액(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출판	77,691	142,726	78,245	79,097	300,068	59,086	73,502	132,588	24.4%	-5.4%
만화	4,974	10,023	4,982	4,756	19,761	4,537	4,729	9,266	4.2%	-4.9%
음악	58,989	110,674	75,325	140,346	326,345	105,632	108,697	214,329	2.9%	84.3%
게임	733,871	1,483,583	746,575	743,584	2,973,741	747,927	753,211	1,501,138	0.7%	2.6%
영화	7,891	16,437	7,782	17,956	42,175	11,325	12,568	23,893	11.0%	59.3%
애니메이션	29,331	59,401	28,537	25,122	113,060	25,079	25,137	50,216	0.2%	-14.3%
방송*	68,223	134,590	67,338	68,257	270,185	68,257	70,235	138,492	2.9%	2.9%
방송영상독립제작사	2,409	4,741	5,932	4,837	15,510	4,739	4,795	9,534	1.2%	99.0%
광고**	31,088	60,474	33,257	31,155	124,886	30,876	31,119	61,995	0.8%	0.1%
캐릭터	134,883	249,185	135,291	124,004	508,480	123,521	136,968	260,489	10.9%	1.5%
지식정보	105,119	213,194	105,327	153,302	471,823	154,379	155,376	309,755	0.6%	47.8%
콘텐츠솔루션	42,033	83,162	43,225	40,349	166,736	39,838	41,328	81,166	3.7%	-1.7%
합계	1,296,502	2,568,190	1,331,816	1,432,765	5,332,770	1,375,196	1,417,665	2,792,861	3.1%	9.3%

※ 분기별 실태조사에서 일부 제외된 방송*은 한국정보통신진흥협회 월보를 참조하였으며, 광고**산업은 3개년 시계열 및 상장사자료를 이용하여 추정 후 적용

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

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

※ 2010년 기준 콘텐츠산업통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('09년 평균 환율 1,276.40원, '10년 평균 환율 1,156.26원, '11년 평균 환율 1,108.11원, '12년 1분기 평균 환율 1,131.47원, '12년 2분기 평균 환율 1,151.81원, '12년 3분기 평균환율 1,133.54원, '12년 4분기 평균환율 1,090.86원, '12년 평균 환율 1,126.88원, '13년 1분기 평균환율 1,084.08원, '13년 2분기 평균환율 1,122.15원)

※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

콘텐츠산업 관련 상장사 2013년 2분기 매출액(5.8조원) 및
영업이익(0.8조원), 수출액(3천6백억원), 종사자수(3만 6천명)
2012년 2분기 대비 약 11.1% 증가, 4.2% 증가, 9.9% 증가, 5.1% 감소

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

● 2013년 2분기 기준 콘텐츠산업 관련 상장사 총 매출액은 5조 8,046억원으로 전년동기대비 5,814억원(11.1%) 증가, 영업이익은 7,593억원으로 전년동기대비 306억원(4.2%) 증가, 수출액은 3,570억원으로 전년동기대비 323억원(9.9%) 증가, 종사자수는 3만 6,210명으로 전년동기대비 1,927명(-5.1%) 감소

- 콘텐츠산업 관련 상장사들은 출판, 애니메이션/캐릭터를 제외하고 전체적으로 증가한 가운데, <게임>은 1조 1,837억원으로 전년동기대비 22.6% 증가, <영화>는 2,689억원으로 전년동기대비 22.1% 증가, <음악>은 2,328억원으로 전년동기대비 19.7% 증가, <지식정보>는 9,702억원으로 전년동기대비 17.9% 증가, <광고>는 8,240억원으로 전년동기대비 11.1% 증가, <방송(방송영상독립제작사포함)>은 1조 7,972억원으로 전년동기대비 6.3% 증가

※ 콘텐츠관련 상장사 중 매출액이 높은 사업체는 제일기획(7,128억원), NHN(5,768억원), 대교(1,893억원), CJ CGV(1,696억원), 웅진씽크빅(1,624억원) 등

- 기업의 영업 활동성과를 나타내는 콘텐츠업체 영업이익률은 '13년 2분기 전년동기대비 0.9%p 감소한 13.1%

〈표 3〉 '12년 2분기 vs '13년 2분기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체(상장사) 비교

(단위 : 억원, %)

구분		2012년 2분기	2012년 상반기	2013년 2분기	2013년 상반기	2분기 전년동기	상반기 전년동기
매출액*	콘텐츠업체(상장사)	52,232.30	100,623.20	58,046.60	112,136.80	11.13%	11.44%
	전체상장사)	2,831,799.36	5,709,428.70	2,901,635.94	5,743,544.65	2.47%	0.60%
	비중	1.84%	1.76%	2.00%	1.95%	0.16%p	0.19%p
영업이익**	콘텐츠업체(상장사)	7,287.50	13,939.80	7,593.50	14,140.00	4.20%	1.44%
	전체상장사	157,880.77	306,518.22	178,457.40	334,116.18	13.03%	9.00%
	비중	4.62%	4.55%	4.26%	4.23%	△0.36%p	△0.32%p
영업이익률***	콘텐츠업체(상장사)	13.95%	13.85%	13.08%	12.61%	△0.87%p	△1.24%p
	전체상장사	5.58%	5.37%	6.15%	5.82%	0.57%p	0.45%p

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

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

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

〈표 4〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

(단위 : 억원, %)

구분	2012년				2013년			
	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)
게임	9,655.6 (-2.3%)	13,848.5 (43.4%)	11,499.0 (-17.0%)	44,885.6 (7.5%)	11,238.3 (-2.3%)	11,837.0 (5.3%)	23,075.3 (18.1%)	22.6%
지식 정보	8,229.2 (7.0%)	12,544.2 (52.4%)	9,988.0 (-20.4%)	38,454.4 (7.6%)	8,788.2 (-12.0%)	9,702.9 (10.4%)	18,491.1 (16.1%)	17.9%
출판	5,075.9 (-9.6%)	5,409.6 (6.6%)	5,090.4 (-5.9%)	21,191.2 (-3.1%)	5,282.2 (3.8%)	4,724.3 (-10.6%)	10,006.5 (-6.4%)	-6.9%
방송	16,912.6 (12.5%)	16,205.2 (-4.2%)	18,284.5 (12.8%)	66,437.7 (14.3%)	16,585.5 (-9.3%)	17,972.5 (8.4%)	34,558.0 (8.2%)	6.3%
광고	7,417.1 (45.6%)	7,068.9 (-4.7%)	8,727.1 (23.5%)	28,306.1 (28.5%)	6,503.5 (-25.5%)	8,240.8 (26.7%)	14,744.3 (17.9%)	11.1%
영화	2,203.4 (-14.9%)	3,241.1 (47.1%)	3,072.5 (-5.2%)	11,105.5 (23.5%)	2,882.0 (-6.2%)	2,689.5 (-6.7%)	5,571.5 (16.3%)	22.1%
음악	1,944.9 (3.3%)	2,395.0 (23.1%)	2,583.1 (7.9%)	8,805.5 (21.1%)	2,240.9 (-13.2%)	2,328.9 (3.9%)	4,569.8 (19.4%)	19.7%
애니메이션/ 캐릭터	793.6 (32.1%)	641.4 (-19.2%)	689.7 (7.5%)	2,725.4 (-7.4%)	569.6 (-17.4%)	550.7 (-3.3%)	1,120.3 (-19.7%)	-30.6%
합계	52,232.3 (7.9%)	61,353.9 (17.5%)	59,934.3 (-2.3%)	221,911.4 (11.7%)	54,090.2 (-9.8%)	58,046.6 (7.3%)	112,136.8 (11.4%)	11.1%

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 게임부문 매출액을 적용
- 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중폭 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용

1) 전체 상장사 데이터는 2013년 상반기기보고서 제출대상 12월 결산 상장법인 695사 중 비교 가능한 620개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계 (출처 : 2013년 9월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)

- 3) 출판 중 '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 4) 방송 중 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 방송부문 매출액을 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송'과 '한빛방송'은 '12년 11월 상장 폐지되어 분석에서 제외. '키이스트'는 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규 상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 매출액을 적용. '키이스트'는 방송으로 분석 적용으로 제외
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 음악부문 매출액을 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료 확보 및 분석 적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '시스템사이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

● 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 2분기 영업이익 7,593억원 전년동기대비 4.2% 증가

- <게임>은 2,653억원으로 전년동기대비 38.4% 증가, <지식정보>는 1,995억원으로 전년동기대비 6.7% 증가
- 영업이익이 가장 높은 산업은 <게임>(2,653억원 영업이익)으로 전체 콘텐츠 산업 관련 상장사 영업이익인 7,593억원에 약 34.9%를 차지

<표 5> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동

(단위 : 억원, %)

구분	2012년				2013년			
	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)
게임	1,917.2 (-16.5%)	3,076.3 (60.5%)	2,818.1 (-8.4%)	10,108.3 (-9.4%)	2,369.3 (-15.9%)	2,653.1 (12.0%)	5,022.4 (19.2%)	38.4%
지식 정보	1,870.6 (-7.5%)	2,322.8 (24.2%)	2,606.7 (12.2%)	8,821.6 (-3.3%)	1,638.6 (-37.1%)	1,995.1 (21.8%)	3,633.7 (-6.6%)	6.7%
출판	111.1 (-61.2%)	389.6 (250.7%)	128.0 (-67.1%)	914.9 (-33.3%)	298.9 (133.5%)	84.2 (-71.8%)	383.1 (-3.6%)	-24.2%
방송	2,524.2 (55.4%)	1,812.5 (-28.2%)	2,280.3 (25.8%)	8,241.2 (-0.6%)	1,765.9 (-22.6%)	2,158.3 (22.2%)	3,924.2 (-5.4%)	-14.5%
광고	470.1 (403.9%)	270.7 (-42.4%)	631.4 (133.2%)	1,465.5 (14.6%)	96.1 (-84.8%)	467.5 (386.5%)	563.6 (0.0%)	-0.6%
영화	215.6 (25.6%)	716.8 (232.5%)	-132.1 (-118.4%)	971.9 (29.7%)	279.2 (311.4%)	139.4 (-50.1%)	418.6 (8.1%)	-35.3%
음악	154.2 (-20.1%)	274.1 (77.8%)	229.2 (-16.4%)	850.6 (11.8%)	165.4 (-27.8%)	160.7 (-2.8%)	326.1 (-6.1%)	4.2%
애니메이션/ 캐릭터	24.5 (171.4%)	-7.8 (-131.8%)	-68.8 (-782.1%)	-86.4 (-345.5%)	-66.9 (2.8%)	-64.8 (3.1%)	-131.7 (-1,243.9%)	-364.5%
합계	7,287.5 (9.5%)	8,855.0 (21.5%)	8,492.8 (-4.1%)	31,287.6 (-4.5%)	6,546.5 (-22.9%)	7,593.5 (16.0%)	14,140.0 (1.4%)	4.2%

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 영업이익액을 적용
- 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중폭 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '골프존'은 11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 3) 출판 중 '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 4) 방송 중 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 방송부문 영업이익액을 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송' 및 '한빛방송'은 '12년 12월 상장폐지로 분석에서 제외. '키이스트'는 영화에서 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규 상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용

- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외, 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 영업이익액을 적용, '키이스트'는 방송 적용으로 분석 제외
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외, '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 영업이익액 적용, 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스튜디오스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외
- 8) 영업이익의 분기별 증감률은 전기의 영업이익이 음수일 경우 실제로는 흑자 전환되었더라도 음의 증감률을 보일 수 있음. 본 자료에서는 분석의 편의를 돕기 위해 실제 영업 이익이 호전된 경우는 양의 증감률, 악화된 경우는 음의 증감률로 표기

- 콘텐츠산업 영업이익률 중 게임, 지식정보, 음악을 제외한 전 산업이 전년동기 대비 감소

〈표 6〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익률 변동

구분	2012년 2분기	2012년 3분기	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 2분기 전년동기증감
전체	14.0%	14.4%	14.2%	12.1%	13.1%	△0.9%p
게임	19.9%	22.2%	24.5%	21.1%	22.4%	2.5%p
지식정보	22.7%	18.5%	26.1%	18.6%	20.6%	△2.1%p
출판	2.2%	7.2%	2.5%	5.7%	1.8%	△0.4%p
방송	14.9%	11.2%	12.5%	10.6%	12.0%	△2.9%p
광고	6.3%	3.8%	7.2%	1.5%	5.7%	△0.6%p
영화	9.8%	22.1%	△4.3%	9.7%	5.2%	△4.6%p
음악	7.9%	11.4%	8.9%	7.4%	6.9%	△1.0%p
애니메이션/ 캐릭터	3.1%	△1.2%	△10.0%	△11.7%	△11.8%	△14.9%p

● 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 2분기 수출액 3,570억원으로 전년동기대비 9.9% 증가

- 〈출판〉은 51억원으로 전년동기대비 215.3% 증가, 〈영화〉는 99억원으로 전년동기대비 97.2% 증가, 〈게임〉은 2,228억원으로 전년동기대비 9.5% 증가, 〈음악〉은 398억원으로 전년동기대비 7.3% 증가, 〈방송(방송영상독립제작사)〉은 602억원으로 전년동기대비 5.0% 증가
- 수출액이 가장 높은 산업은 〈게임〉(2,228억원 수출액)으로 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 수출액인 3,570억원에 약 62.4%를 차지

〈표 7〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동

(단위 : 억원, %)

구분	2012년				2013년			
	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)
게임	2,034.8 (-9.1%)	2,086.6 (2.5%)	2,169.1 (4.0%)	8,528.4 (6.9%)	2,186.2 (0.8%)	2,228.1 (1.9%)	4,414.4 (3.3%)	9.5%
지식 정보	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
출판	16.3 (3.8%)	23.1 (41.7%)	117.2 (407.4%)	172.3 (38.8%)	43.5 (-62.9%)	51.4 (18.2%)	94.9 (196.6%)	215.3%
방송	573.6 (25.0%)	516.6 (-9.9%)	450.2 (-12.9%)	1,999.3 (27.2%)	644.3 (43.1%)	602.5 (-6.5%)	1,246.8 (20.8%)	5.0%
광고	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
영화	50.2 (-59.0%)	122.8 (144.6%)	75.5 (-38.5%)	370.9 (251.6%)	34.4 (-54.4%)	99.0 (187.8%)	133.4 (-22.7%)	97.2%
음악	371.8 (14.7%)	550.6 (48.1%)	571.4 (3.8%)	1,817.9 (107.9%)	391.5 (-31.5%)	398.8 (1.9%)	790.3 (13.6%)	7.3%
애니메이션/ 캐릭터	201.3 (51.6%)	199.2 (-1.0%)	208.6 (4.7%)	741.9 (-6.9%)	154.7 (-25.8%)	190.7 (23.3%)	345.4 (3.4%)	-5.3%
합계	3,248.0 (-1.3%)	3,498.9 (7.7%)	3,592.0 (2.7%)	13,630.7 (19.0%)	3,454.6 (-3.8%)	3,570.5 (3.4%)	7,025.2 (7.4%)	9.9%

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 수출액을 적용. 'NHN'은 실적보고서상 '11년 1분기부터 수출액 대신 해외사업장 매출액을 발표해 분석에서 제외
- 2) 지식정보는 산업의 특성상 내수를 중심으로 영업활동이 이뤄지므로 수출이 발생하지 않아 분석에서 제외
- 3) 출판 중 '대교', '능률교육', '예림당', '이퓨처' 사업보고서에서 수출 발생
- 4) 방송 중 'CJ오쇼핑', 'GS홈쇼핑', 'CJ E&M', 'SBS콘텐츠허브', '한국경제TV', 'iMBC', '초록뱀', '팬엔터테인먼트', '키이스트' 사업보고서에서 수출 발생
- 5) 영화 중 '미디어플렉스', 'CJ E&M'에서 수출 발생
- 6) 음악 중 'CJ E&M', 'SM엔터테인먼트', '네오위즈인터넷', '소리바다', 'JYP엔터테인먼트', 'YG엔터테인먼트'에서 수출발생
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스튜디오스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외. '오로라월드'는 '13년 1분기 및 2분기 및 수출액데이터 부재로 '13년 해당분기 전체 매출액 대비 해외 비중 적용

- 콘텐츠산업 관련 상장사들의 '13년 2분기 매출액 대비 수출액 비중은('12년 2분기 6.2% → '12년 3분기 5.7% → '12년 4분기 6.0% → '13년 1분기 6.4% → '13년 2분기 6.2%), 이 중 음악('12년 2분기 19.1% → '12년 3분기 23.0% → '12년 4분기 22.1% → '13년 1분기 17.5% → '13년 2분기 17.1%)은 수출액 비중이 등락세이며, 게임('12년 2분기 21.1% → '12년 3분기 15.1% → '12년 4분기 18.9% → '13년 1분기 19.5% → '13년 2분기 18.8%)의 수출액 비중은 등락세

〈표 8〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 대비 수출액 비중 추이

(단위 : %)

구분	2012년				2013년	
	2분기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기
게임	21.1%	15.1%	18.9%	19.0%	19.5%	18.8%
지식정보	-	-	-	-	-	-
출판	0.3%	0.4%	2.3%	0.8%	0.8%	1.1%
방송	3.4%	3.2%	2.5%	3.0%	3.9%	3.4%
광고	-	-	-	-	-	-
영화	2.3%	3.8%	2.5%	3.3%	1.2%	3.7%
음악	19.1%	23.0%	22.1%	20.6%	17.5%	17.1%
애니메이션/캐릭터	25.4%	31.1%	30.2%	27.2%	27.2%	34.6%
합계	6.2%	5.7%	6.0%	6.1%	6.4%	6.2%

● 콘텐츠산업 관련 상장사 종사자수 3만 6,210명 전년동기대비 5.1% 감소

- 〈영화〉가 1,694명으로 전년동기대비 24.2% 증가, 〈음악(공연포함)〉은 1,668명으로 전년동기대비 15.5% 증가, 〈광고〉이 1,691명으로 전년동기대비 6.7%로 높은 증가율을 보였으며, 〈방송(방송영상독립제작사포함)〉은 7,524명으로 전년동기대비 1.3% 증가
- 종사자수가 가장 높은 산업은 〈게임〉(9,905명 종사자수)으로 전체 콘텐츠 산업 관련 상장사 종사자수인 3만 6,210명에 약 27.4%를 차지
 - ※ 게임산업 상장사 중 CJ CGV는 '13년 1분기 대비 160명 증가하였으며, 이는 해외진출 증가에 기인

〈표 9〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동

(단위 : 명, %)

구분	2012년			2013년		전년동기대비 (2분기)
	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	
게임	10,979 (-1.2%)	10,384 (-5.4%)	10,645 (2.5%)	10,038 (-5.7%)	9,905 (-1.3%)	-9.8%
지식정보	7,941 (-1.6%)	7,801 (-1.8%)	7,474 (-4.2%)	7,024 (-6.0%)	6,988 (-0.5%)	-12.0%
출판	6,840 (-1.7%)	6,746 (-1.4%)	6,314 (-6.4%)	6,195 (-1.9%)	6,224 (0.5%)	-9.0%
방송	7,427 (3.8%)	7,466 (0.5%)	7,411 (-0.7%)	7,438 (0.4%)	7,524 (1.2%)	1.3%
광고	1,585 (6.9%)	1,669 (5.3%)	1,670 (0.1%)	1,706 (2.2%)	1,691 (-0.9%)	6.7%
영화	1,364 (0.2%)	1,473 (8.0%)	1,438 (-2.4%)	1,543 (7.3%)	1,694 (9.8%)	24.2%
음악	1,444 (-1.6%)	1,488 (3.0%)	1,564 (5.1%)	1,637 (4.7%)	1,668 (1.9%)	15.5%
애니메이션/ 캐릭터	557 (-7.6%)	547 (-1.8%)	539 (-1.5%)	543 (0.7%)	516 (-5.0%)	-7.4%
합계	38,137 (-0.2%)	37,574 (-1.5%)	37,055 (-1.4%)	36,124 (-2.5%)	36,210 (0.2%)	-5.1%

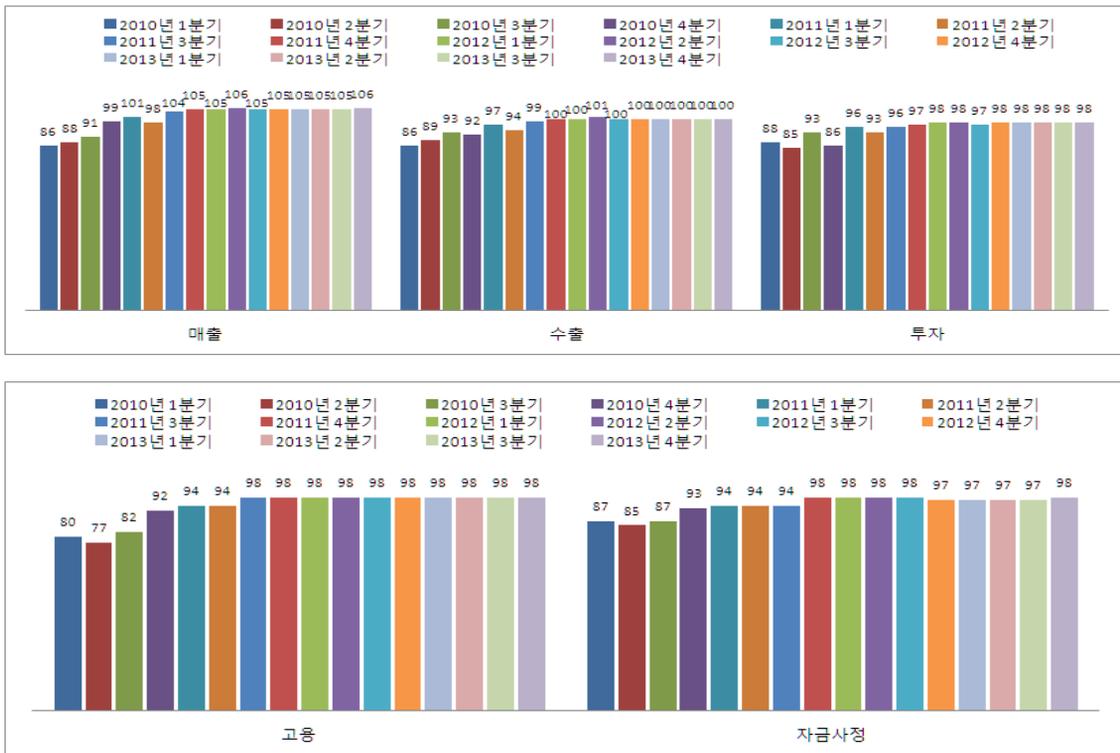
- 1) 게임 중 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 게임부문 종사자수를 적용
 - 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '메가스터디'는 업종의 특성상 출판에서 지식정보로 변경 적용. '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
 - 3) 출판 중 '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용. '메가스터디'는 지식정보로 변경에 따라 분석에서 제외
 - 4) 방송 중 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 방송부문 종사자수를 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송' 및 '한빛방송'은 '12년 11월 상장 폐지되어 분석 제외. '키이스트'는 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규 상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
 - 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 영화부문 종사자수를 적용. '키이스트'는 방송적용으로 분석 제외
 - 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 음악부문 종사자수를 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료 확보 및 분석적용
 - 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스튜디오엔'은 업종변경에 따라 분석에서 제외
- * 본 자료의 출처인 기업보고서는 누적 분기 단위로 표기되었으나 고용 인원은 flow가 아닌 stock 개념을 감안하여 보고서의 데이터를 그대로 적용

2013년 2분기 CBI 매출 105, 수출 100, 투자 98, 고용 98, 자금사정 97
 2013년 3분기 CBI 매출 105, 수출 100, 투자 98, 고용 98, 자금사정 97
 2013년 4분기 CBI 매출 106, 수출 100, 투자 98, 고용 98, 자금사정 98

※ 콘텐츠기업경영체감도(CBI-Contents Business Index)

- '13년 3분기 콘텐츠산업의 CBI는 전반적으로 '13년 2분기와 유사하며, '13년 4분기는 매출, 자금사정 소폭 성장 전망

〈그림 1〉 '10년 1분기~'13년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI



- '13년 3분기 콘텐츠산업별 CBI 중 매출에서는 출판, 만화, 게임, 방송영상독립 제작사, 캐릭터 등이 상승할 것으로 예상되며, '13년 3분기는 '13년 2분기 대비 전반적으로 모든 산업의 CBI 지수가 유사할 것으로 예상
- '13년 2분기 대비 매출액이 개선될 것으로 전망되는 산업은 출판(89→90), 만화(89→90), 게임(122→123), 방송영상독립제작사(101→102), 캐릭터(114→115)

2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향 분석

I. 2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 추이 분석

II. 2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠업체 실태조사분석

III. 2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 주요 이슈

IV. CBI(Content Business Index)분석

V. 콘텐츠산업 INSIGHT

부록

I. 2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 추이 분석

1 산업생산 변화 추이

1.1. 콘텐츠산업생산지수 변화 추이²⁾

- 2013년 2분기 콘텐츠산업 생산은 전년동기대비 1.8% 감소했으며, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업과 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 전년동기대비 0.3% 증가, 0.2% 증가
- 콘텐츠산업의 각 분기별 생산은 '11년 1분기 이후 전년동기대비 증가를 보이고 있으며 전년동기대비 증가폭의 경우 '12년 1분기부터 등락세를 보이다가 '13년 2분기는 전년동기대비 감소로 반전
 - '13년 2분기 전체 서비스업 생산은 전년동기대비 2.1% 증가
 - ※ '10년 100을 기준으로 '11년 및 '12년 연간 콘텐츠산업생산지수는 104.9(5.0%)³⁾, 105.6(0.7%)이고 서비스업생산지수 106.2(6.2%), 109.5(3.1%) 기록. '13년 2분기 콘텐츠산업생산지수는 105.4로 전년동기대비 1.8% 감소. 전체 서비스업생산지수는 112.0로 전년동기대비 2.1% 증가. 콘텐츠산업 생산의 전분기대비를 보면 '12년 1분기를 제외하고 '11년 2분기부터 상승 기조를 이어가다가 '12년 4분기 이후 하락세
- 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업 생산은 '11년 3분기에서 '13년 2분기까지 전년동기대비 6.4%, 5.6%, 4.3%, 4.2%, 2.5%, 0.9%, 2.8%, 0.3% 증가
- 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업 생산은 '11년 3분기 이후 '12년 4분기 및 '13년 1분기를 제외하고 전년동기대비 증가세

2) <용어설명> 서비스업생산지수

- 서비스업 전체 및 개별 업종의 생산활동을 종합적으로 파악하기 위한 것으로 개별 업종의 상대적 중요도인 부가가치 기준 가중치를 적용하여 지수화
- 기준년도(2010년)를 100.0으로 하여 월별로 산정
- 지수작성을 위한 기초자료는 통계청에서 매월 실시하는 서비스업동향조사 및 외부기관 자료 등을 종합
- 서비스업동향조사는 한국표준산업분류 상의 서비스업과 관련된 13개 대분류 항목을 대상으로 실시되며, 조사항목은 사업체명, 월간 영업일수, 종사자수, 사업의 종류, 매출액으로 구성되어 있음
- 콘텐츠산업생산지수는 서비스업생산지수의 세부항목 중 콘텐츠산업 관련 업종만을 재집계

3) 괄호는 전년대비 증가율

〈표 1-1〉 '11년 3분기~'13년 2분기 콘텐츠산업 생산변동

업종별	2011년			2012년				2013년		
	3분기 (전분기대비) (전동기대비)	4분기 (전분기대비) (전동기대비)	2011 (전년대비)	1분기 (전분기대비) (전동기대비)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)	3분기 (전분기대비) (전동기대비)	4분기 (전분기대비) (전동기대비)	2012 (전년대비)	1분기 (전분기대비) (전동기대비)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)
콘텐츠산업*	107.2 (5.3%) (4.9%)	108.8 (1.5%) (8.5%)	104.9 (5.0%)	104.8 (-3.7%) (2.7%)	107.3 (2.4%) (5.5%)	108.7 (1.3%) (1.4%)	110.6 (1.7%) (1.6%)	105.6 (0.7%)	108.2 (-2.2%) (3.2%)	105.4 (-2.6%) (-1.8%)
콘텐츠 제작업	108.3 (18.3%) (4.2%)	118.5 (9.4%) (18.4%)	105.4 (5.4%)	104.8 (-11.6%) (1.4%)	105.9 (1.1%) (15.7%)	111.7 (5.5%) (3.2%)	117.4 (5.1%) (-0.9%)	110.0 (4.3%)	115.7 (-1.5%) (10.4%)	105.9 (-8.5%) (-0.1%)
콘텐츠 도매업	101.2 (-3.7%) (4.4%)	108.2 (6.9%) (6.1%)	105.5 (5.5%)	112.7 (4.1%) (4.9%)	103.2 (-8.4%) (-1.8%)	104.9 (1.6%) (3.6%)	105.7 (0.8%) (-2.4%)	106.6 (1.0%)	104.2 (-1.4%) (-7.5%)	98.9 (-5.1%) (-4.1%)
콘텐츠 소매업	105.9 (-2.7%) (3.2%)	100.2 (-5.4%) (2.6%)	103.0 (3.0%)	95.9 (-4.3%) (-1.3%)	112.9 (17.8%) (3.8%)	102.7 (-9.1%) (-3.1%)	101.1 (-1.5%) (1.0%)	103.1 (0.1%)	98.4 (-2.7%) (2.6%)	103.1 (4.8%) (-8.7%)
콘텐츠 임대업	103.5 (2.1%) (3.5%)	106.3 (2.7%) (3.5%)	103.0 (3.0%)	104.0 (-2.2%) (3.1%)	103.2 (-0.8%) (1.8%)	103.0 (-0.2%) (-0.5%)	103.6 (0.6%) (-2.5%)	103.4 (0.4%)	103.2 (-0.4%) (-0.8%)	106.7 (3.4%) (3.4%)
콘텐츠 서비스업	117.0 (14.8%) (8.9%)	110.9 (-5.3%) (11.8%)	107.8 (7.8%)	106.6 (-3.8%) (5.1%)	111.5 (4.6%) (9.4%)	121.3 (8.7%) (3.6%)	125.2 (3.2%) (12.9%)	116.1 (7.7%)	119.4 (-4.6%) (12.0%)	112.3 (-5.9%) (0.7%)
오프라인 서비스업	118.4 (27.5%) (2.2%)	100.2 (-15.4%) (10.2%)	102.2 (2.2%)	103.2 (3.0%) (6.0%)	101.5 (-1.6%) (9.3%)	124.7 (22.9%) (5.4%)	117.2 (-6.0%) (17.0%)	111.6 (9.2%)	119.0 (1.5%) (15.3%)	101.9 (-14.3%) (0.4%)
온라인 서비스업	115.7 (4.2%) (16.6%)	121.6 (5.1%) (13.1%)	113.4 (13.4%)	110.1 (-9.5%) (4.4%)	121.6 (10.5%) (9.5%)	117.8 (-3.1%) (1.8%)	133.1 (13.0%) (9.5%)	120.7 (6.4%)	119.8 (-10.0%) (8.8%)	122.8 (2.5%) (0.9%)
출판·영상·방송 통신 및 정보서비스업**	104.3 (1.7%) (6.4%)	116.6 (11.8%) (5.6%)	105.3 (5.3%)	101.7 (-12.8%) (4.3%)	106.9 (5.1%) (4.2%)	106.9 (0.0%) (2.5%)	117.7 (10.1%) (0.9%)	108.3 (2.8%)	104.5 (-11.2%) (2.8%)	107.2 (2.6%) (0.3%)
예술·스포츠 및 여가관련... 서비스업***	111.5 (-2.0%) (6.5%)	110.3 (-1.1%) (7.9%)	106.5 (6.5%)	96.1 (-12.9%) (6.3%)	120.5 (25.4%) (5.9%)	117.2 (-2.7%) (5.1%)	109.7 (-6.4%) (-0.5%)	110.8 (4.0%)	95.6 (-12.9%) (-0.5%)	120.7 (26.3%) (0.2%)
서비스업생산자수	106.6 (0.3%) (7.5%)	110.3 (3.5%) (5.6%)	106.2 (6.2%)	106.5 (-3.4%) (4.8%)	109.7 (3.0%) (3.2%)	109.4 (-0.3%) (2.6%)	112.4 (2.7%) (1.9%)	109.5 (3.1%)	108.0 (-3.9%) (1.4%)	112.0 (3.7%) (2.1%)

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

** 통신업, 컴퓨터 프로그래밍·시스템통합 및 관리업, 정보서비스업 포함

*** 창작, 예술 및 여가관련 서비스업과 스포츠 및 오락관련 서비스업으로 구성

1) 콘텐츠 임대업은 만화 임대업 등을 의미

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

□ 분기별 : 콘텐츠산업 생산은 '11년 3분기 이후 전반적으로 전분기대비 상승세를 보이다가 '13년 1분기부터 하락기조

● '10년 1분기에서 4분기까지 전분기대비 하락했으나, '11년 1분기부터는 2분기 및 '12년 1분기를 제외하고 전분기대비 상승기조, '13년 1분기 이후 하락세로

전환되었으며 '13년 2분기는 전분기대비 2.6% 하락

- 전체 서비스업생산은 '10년 1분기에서 '11년 1분기까지 전분기대비 등락세. '11년 2분기부터 상승세가 이어지다가 '12년 1분기 이후 등락을 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 3.7% 다소 큰 폭 상승
- 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업은 '10년 1분기에서 '11년 1분기까지 전분기대비 2분기 및 4분기는 상승, 1분기 및 3분기는 하락의 패턴 양상. '11년 2분기 이후 '12년 1분기 및 '13년 1분기를 제외하고 전분기대비 상승 기조이며 '13년 2분기는 전분기대비 2.6% 상승
- 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 '10년 1분기부터 '11년 4분기까지 전분기대비 하락세를 보였으며, '12년 1분기 이후 큰 폭의 등락과 함께 하락 기조. '13년 2분기는 전분기대비 26.3% 큰 폭 상승

□ 가치사슬 단계별 : 서비스업 및 임대업 등 2개 부문이 콘텐츠산업 생산 '13년 2분기 전년동기대비 증가했으며, 가치사슬별 각 부문의 성장은 '11년 1분기 이후 편차 지속

- 콘텐츠서비스업은 '13년 2분기 전년동기대비 0.7% 증가했으며 '11년 4분기 이후 다른 부문의 하락 대비 성장기조를 이어가고 있으며, 콘텐츠임대업은 '13년 2분기 전년동기대비 3.4% 증가
 - 콘텐츠서비스업에서 '13년 2분기 온라인서비스업은 전년동기대비 0.9% 증가했으며 오프라인서비스업은 전년동기대비 0.4% 증가. '12년 1분기 이후 오프라인서비스의 경우 상대적으로 높은 성장세가 이어지다가 '13년 2분기 들어 온라인서비스로 반전
 - ※ 온라인서비스업은 '12년 1분기부터 전분기대비 등락세이며, 전반적인 생산지수는 오프라인 서비스업 대비 높은 수준
 - '13년 2분기 콘텐츠소매업은 전년동기대비 8.7% 감소
 - '13년 2분기는 대외요인에서 엔저 등 불확실성 미해소 등에도 국내 거시경제는 수출 증가세 회복 및 정부재정 지출 확대에 따른 민간소비 증가로 국내

경기 상승. 또한 전반적으로 산업의 스마트 환경으로 변화가 이어지면서 인터넷 및 모바일 네트워크 기반의 스마트게임, 스트리밍 영상 등 콘텐츠 제작 및 생산 증대. 향후 대외적으로 1) 유로지역의 재정위기 리스크 저감 등 완만한 경기 회복 여부 2) 미국, 중국 등 국내 주요 교역국의 경기회복 기조 3) 일본의 재정지출 확대에 따른 경기회복 기대감 확대 등이 국내 거시경제 등에 긍정적일 경우 2013년 2분기 이후 완만한 경기 상승 예상. 이에 따라 스마트콘텐츠 등 수요 증가가 예상되면서 경쟁력을 보유한 분야 중심으로 생산 확대 전망

※ '09년 하반기에서 '11년 말까지의 경기 상승으로 정보통신기술 등을 접목한 온라인 및 모바일 등 스마트 환경이 확대되면서 콘텐츠 분야도 이를 활용한 공급 증대. 수요측면에서 콘텐츠 소비경향도 직접구매를 통한 소유와 함께 임대 및 실시간 사용 등 다양한 형태로 진화 발전. '12년 이후 대내외 불확실성이 산재하고 있음에도 국내 거시경제의 완만한 회복이 예상됨에 따라 스마트 환경 인프라 구축 확대가 대내외 경쟁력을 보유한 스마트콘텐츠 중심으로 수요 확대 예상

- 콘텐츠제작업은 '11년 3분기 이후 전년동기대비 성장기조를 나타내다 '12년 4분기부터 등락세로 전환되었으며 '13년 2분기는 감소
- 콘텐츠도매업은 '11년 4분기부터 '12년 3분기까지 등락세를 보이다가 '12년 4분기 이후 하락세이며 '13년 2분기는 전년동기대비 4.1% 감소했으며 전분기대비 5.1% 하락
- 콘텐츠소매업은 '11년 1분기부터 전년동기대비 성장세를 나타내다 '12년 2분기 이후 등락세. '13년 2분기는 전년동기대비 8.7% 다소 큰 폭으로 감소했으나 전분기대비 4.8% 상승
- 콘텐츠임대업은 '11년 1분기에서 '12년 1분기까지 전년동기대비 성장기조였으나 '12년 2분기 이후 감소세. '13년 2분기는 상승세로 전환되었으며 전년동기대비 3.4% 증가 및 전분기대비 3.4% 상승
- 콘텐츠서비스업은 '11년 1분기 이후 다른 부문 대비 비교적 높은 전년동기대비 성장세를 이어가고 있으며 '13년 2분기는 전년동기대비 0.7% 증가. '13년 2분기 오프라인서비스업은 전년동기대비 0.4% 증가했으며 전분기대비

14.3% 큰 폭 하락. 온라인서비스업은 전년동기대비 0.9% 증가했으며 전분기 대비 2.5% 상승

〈표 1-2〉 '12년 4분기~'13년 2분기 콘텐츠산업 생산변동(월별)

업종별	2012년 3분기 ~ 2013년 2분기								
	2012년 10월 (전월대비)	2012년 11월 (전월대비)	2012년 12월 (전월대비)	2013년 1월 (전월대비)	2013년 2월 (전월대비)	2013년 3월 (전월대비)	2013년 4월 (전월대비)	2013년 5월 (전월대비)	2013년 6월 (전월대비)
	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)
콘텐츠산업*	104.9 (-2.0%) (0.6%)	104.0 (-0.8%) (1.2%)	122.8 (18.1%) (2.9%)	107.1 (-12.8%) (3.6%)	106.2 (-0.8%) (6.1%)	111.3 (4.8%) (0.4%)	101.9 (-8.5%) (-2.0%)	106.7 (4.8%) (-1.4%)	107.6 (0.8%) (-2.0%)
콘텐츠 제작업	97.6 (-10.8%) (-3.8%)	102.5 (5.0%) (-8.8%)	152.2 (48.5%) (7.4%)	116.5 (-23.5%) (6.0%)	122.1 (4.8%) (25.2%)	108.4 (-11.2%) (1.4%)	96.5 (-11.0%) (-3.9%)	107.6 (11.5%) (3.6%)	113.6 (5.5%) (0.0%)
콘텐츠 도매업	94.2 (-8.5%) (-4.6%)	102.1 (8.4%) (-1.3%)	120.7 (18.2%) (-1.4%)	97.5 (-19.2%) (-7.1%)	98.3 (0.8%) (-7.9%)	116.9 (19.0%) (-7.4%)	99.2 (-15.2%) (-4.0%)	97.4 (-1.8%) (-2.7%)	100.1 (2.7%) (-5.7%)
콘텐츠 소매업	112.1 (4.0%) (-0.5%)	94.4 (-15.8%) (0.7%)	96.8 (2.6%) (2.9%)	88.8 (-8.3%) (7.3%)	86.8 (-2.3%) (-0.3%)	119.7 (37.9%) (1.6%)	103.9 (-13.2%) (-9.8%)	105.4 (1.5%) (-7.6%)	100.1 (-5.1%) (-8.5%)
콘텐츠 임대업	103.7 (-0.7%) (-1.1%)	102.7 (-1.0%) (-1.9%)	104.3 (1.6%) (-4.5%)	106.1 (1.7%) (-3.3%)	103.7 (-2.3%) (-2.4%)	99.8 (-3.8%) (4.0%)	102.4 (2.6%) (4.9%)	111.7 (9.1%) (3.9%)	106.1 (-5.0%) (1.6%)
콘텐츠 서비스업	116.8 (5.9%) (13.0%)	118.5 (1.4%) (18.4%)	140.1 (18.3%) (8.4%)	126.4 (-9.8%) (15.3%)	120.1 (-5.0%) (16.4%)	111.5 (-7.1%) (4.2%)	107.4 (-3.7%) (4.0%)	111.5 (3.8%) (-3.7%)	118.2 (6.1%) (2.3%)
오프라인 서비스업	108.9 (3.3%) (14.1%)	108.6 (-0.3%) (26.3%)	134.1 (23.5%) (12.6%)	129.5 (-3.4%) (9.2%)	129.9 (0.3%) (30.9%)	97.5 (-24.9%) (6.4%)	91.7 (-5.9%) (-0.9%)	102.3 (11.6%) (-6.4%)	111.8 (9.3%) (9.0%)
온라인 서비스업	124.8 (8.2%) (12.1%)	128.4 (2.9%) (12.5%)	146.2 (13.8%) (4.9%)	123.4 (-15.6%) (22.5%)	110.3 (-10.6%) (3.0%)	125.6 (13.8%) (2.6%)	123.1 (-2.0%) (8.0%)	120.7 (-2.0%) (-1.3%)	124.7 (3.3%) (-3.1%)
출판·영상·방송통신 및 정보서비스업**	104.1 (-6.1%) (-1.6%)	109.4 (5.1%) (2.4%)	139.7 (27.7%) (1.9%)	101.8 (-27.1%) (2.9%)	102.3 (0.5%) (3.4%)	109.4 (6.9%) (2.0%)	103.4 (-5.5%) (2.0%)	106.1 (2.6%) (1.1%)	112.2 (5.7%) (-2.0%)
예술·스포츠 및 여가관련 서비스업***	116.3 (3.8%) (-2.5%)	110.6 (-4.9%) (-0.6%)	102.1 (-7.7%) (1.9%)	86.9 (-14.9%) (4.6%)	86.5 (-0.5%) (-5.4%)	113.4 (31.1%) (-0.3%)	115.6 (1.9%) (0.3%)	122.5 (6.0%) (-0.5%)	124.1 (1.3%) (0.9%)
서비스업 생산지수	109.4 (-1.0%) (1.7%)	109.8 (0.4%) (2.5%)	118.0 (7.5%) (1.5%)	106.7 (-9.6%) (2.0%)	105.3 (-1.3%) (1.1%)	112.0 (6.4%) (1.2%)	110.6 (-1.3%) (2.9%)	112.9 (2.1%) (1.8%)	112.4 (-0.4%) (1.6%)

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

** 통신업, 컴퓨터 프로그래밍·시스템통합 및 관리업, 정보서비스업 포함

*** 창작, 예술 및 여가관련 서비스업과 스포츠 및 오락관련 서비스업으로 구성

1) 콘텐츠 임대업은 만화 임대업 등을 의미

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

- 월별 : 콘텐츠산업 생산은 '12년 10월에서 '13년 2월까지 '12년 12월의 전월대비 큰 폭 상승을 제외하고 하락세. '13년 4월의 다소 큰 폭의 전월대비 하락 이후 회복세. '13년 6월은 전월대비 0.8% 상승한 107.6
 - 콘텐츠제작업은 '12년 10월부터 전반적으로 등락세를 보이다가 '13년 4월 이후 상승세. '13년 6월은 전월대비 5.5% 상승했으며 전년동월대비 동일한 113.6
 - 콘텐츠도매업은 '12년 10월 이후 19%이상의 등락을 보이다가 '13년 3월 들어 전월대비 19.0% 큰 폭으로 상승한 이후 하락기조이며 '13년 6월은 전년동월대비 5.7% 감소한 100.1
 - 콘텐츠소매업은 '12년 10월 이후 전월대비 하락하다가 '13년 3월 들어 전월대비 큰 폭으로 상승했으며 이후 하락세. '13년 6월은 전년동월대비 8.5% 감소한 100.1
 - 콘텐츠임대업은 '12년 10월 이후 전월대비 하락세에서 '13년 1월부터 상승 및 하락을 반복. '13년 6월은 전월대비 5.0% 하락했으며 전년동월대비 1.6% 증가한 106.1
 - 콘텐츠서비스업은 '12년 10월 이후 전월대비 비교적 높은 상승세에서 '13년 1월부터 하락기조로 전환되다가 '13년 5월부터 상승세. '13년 6월은 전월대비 6.1%상승했으며 전년동월대비 2.3% 증가한 118.2. '13년 6월 오프라인서비스업은 전월대비 9.3% 큰 폭으로 상승했으며, 온라인서비스업은 전월대비 3.3% 상승

□ 2013년 3분기 이후 생산변화 전망

- '10년 분기별 서비스산업 생산은 전분기대비 등락세에서 '11년 1분기부터 상승세가 이어지다가 '12년 1분기 이후 등락기조, '10년 1분기 이후 전년동기대비 지속 증가. 즉, '13년 2분기는 지난 '12년 1분기부터 이어진 유럽재정위기와 함께 엔저 등에 따른 수출경쟁력 하락 우려에도 불구하고 재정지출 증가 및 수출 증가세 지속으로 당초 우려와는 달리 국내 경기 완만한 회복. 다만 대내외 경쟁력을 확보한 수출 대기업 등을 제외하고 중소기업 및 내수 지향 기업

들의 성장은 제한적. 이런 가운데도 콘텐츠산업은 국내외 스마트 수요환경 변화가 진전되면서 관련 콘텐츠 수요를 견인함에 따라 경쟁력을 보유한 기업들을 중심으로 스마트콘텐츠 공급 확대 및 생산 증대

- 2013년 2분기 이후 세계경제 및 미국, 중국 등 국내 주요 교역국들의 완만한 경기회복과 이에 따른 전반적인 수요 증대가 예상되는 가운데, 국내의 완성도 높고 경쟁력을 보유한 스마트콘텐츠의 공급 확대에 긍정적인 전망. 이에 따라
 - 1) 일본 재정지출 확대 및 엔저 영향 2) 중국 경제 경착륙 우려 등 대외부문 및 이에 따른 물가 등 국내 거시적 요인들을 고려하면서 창조경제와 유기적 연계를 제고하는 최적화된 콘텐츠산업 정책 및 방안 구축 필요
- 생산자물가지수는 '12년 4월 이후 하락세이며 이에 따라 경제주체내 공급자들인 기업들의 경쟁력 유지에 긍정적
 - ※ '12년 4월 이후 생산자물가지수는 일부 등락을 보이고 있으나 '13년 2월 이후 하락기조이며 '13년 6월 생산자물가지수는 105.53으로 전월대비 0.03p 하락했으며 전년동월대비 1.52p 하락

〈표 I -3〉 '12년 4월~'13년 6월 생산자물가지수 추이

구분	2012년										2013년					
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	
지수	108.97	108.37	107.05	106.58	107.24	107.62	106.78	106.05	105.78	105.95	106.68	106.26	105.92	105.56	105.53	

출처 : 통계청(2013), '12년 4월~'13년 6월 생산자물가지수

- 콘텐츠산업 생산에서 '10년은 각 분기별로 전년동기대비 증가세와 함께, '11년 1분기에서 4분기까지 전년동기대비 2.6%, 3.8%, 4.9%, 8.5% 증가. '12년 1분기 이후 전년동기대비 증가폭은 다소 줄어들었으나 성장세 유지. '13년 2분기는 감소세로 반전되었으며 전년동기대비 1.8% 감소
 - ※ '11년 2분기는 전분기대비 0.3% 하락 및 '11년 3분기부터 '12년 1분기를 제외하고 전분기대비 상승기조를 보였으나 '13년 1분기부터 하락으로 전환되었으며 '13년 2분기는 전분기대비 2.6% 하락한 105.4
- '09년 미국발 금융위기의 국내 경기저점 이후 상승세가 이어지다가 '11년 상반기의 유럽재정위기 등 대외충격이 국내 경기 상승에 부정적이었으나, 콘텐츠산업은 이러한 대외 영향에도 불구하고 수요·공급 인프라의 스마트화

로 산업의 양적성장 지속. 향후 대내외 리스크가 일부 있지만 미국, 중국 등 세계 주요국가의 완만한 경기 상승과 함께 국내경기 역시 회복이 예상되기에 전반적인 산업생산의 증가에 따른 콘텐츠산업 생산 확대 전망. 특히 스마트 인프라의 구축 확대는 소비패러다임 변화 등 수요확대를 견인하고 있어 이에 따른 대내외 경쟁력을 보유한 콘텐츠 등을 중심으로 지속적인 고성장 예상

※ '11년 1분기에서 '11년 4분기까지의 전년동기대비 경제성장률은 4.3%, 3.5%, 3.6%, 3.4%로 '09년 4분기 이후 성장기조가 이어지고 있으나 감소세. '12년에서도 각 분기별로 '상고하저' 경향을 보이는 가운데 '12년 1분기 전년동기대비 경제성장률은 2.8%이며, '12년 2분기는 2.4%, '12년 3분기는 1.6%, '12년 4분기는 1.5%로, '13년 1분기는 1.5%로 하락 또는 정체를 보였으나 '13년 2분기 들어 2.3% 증가. 이는 대외 불안요인 미해소에도 불구하고 재정지출 확대 및 수출 지속 증가에 기인

※ 경기 동행지수는 '10년 1월 이후 상승세이며 '13년 6월은 113.9으로 전월대비 0.7p 상승했으며 전년동월대비 4.8p 증가

※ 경기 선행지수는 '10년 1월부터의 상승기조이며 '13년 6월은 113.0로 전월대비 1.0p 상승했으며 전년동월대비 5.6p 증가

※ 소비자 심리지수 : 115(10.1) → 113(10.2) → 112(10.3) → 112(10.4) → 112(10.5) → 114(10.6) → 114(10.7) → 112(10.8) → 111(10.9) → 110(10.10) → 113(10.11) → 112(10.12) → 111(11.1) → 109(11.2) → 100(11.3) → 102(11.4) → 105(11.5) → 103(11.6) → 103(11.7) → 99(11.8) → 99(11.9) → 101(11.10) → 105(11.11) → 100(11.12) → 98(12.01) → 102(12.02) → 102(12.03) → 106(12.04) → 106(12.05) → 101(12.06) → 100(12.07) → 101(12.08) → 99(12.09) → 100(12.10) → 100(12.11) → 99(12.12) → 102(13.01) → 102(13.02) → 104(13.03) → 102(13.04) → 104(13.05) → 105(13.06)

※ 교양·오락·문화비 소비지출전망지수 : 94(10.1) → 96(10.2) → 95(10.3) → 95(10.4) → 97(10.5) → 97(10.6) → 96(10.7) → 97(10.8) → 98(10.9) → 97(10.10) → 98(10.11) → 96(10.12) → 98(11.1) → 96(11.2) → 93(11.3) → 94(11.4) → 95(11.5) → 94(11.6) → 94(11.7) → 94(11.8) → 94(11.9) → 92(11.10) → 95(11.11) → 92(11.12) → 90(12.01) → 94(12.02) → 94(12.03) → 95(12.04) → 94(12.05) → 93(12.06) → 92(12.07) → 92(12.08) → 90(12.09) → 91(12.10) → 91(12.11) → 91(12.12) → 89(13.01) → 86(13.02) → 87(13.03) → 87(13.04) → 88(13.05) → 88(13.06)

1.2. 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변화 추이⁴⁾

□ 2013년 2분기 매출 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 2분기 매출액은 약 5조 8,046억원으로 전년동기대비 11.1% 증가, 전분기대비 7.3% 상승
- '13년 2분기 콘텐츠산업 상장사 매출액은 출판 및 애니메이션/캐릭터를 제외한 전 분야가 전년동기대비 증가
 - ※ 게임(22.6%), 영화(22.1%), 음악(19.7%), 지식정보(17.9%) 등 4개 분야의 '13년 2분기 매출액은 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 전년동기대비 높은 증가를 기록
 - ※ 광고(11.1%), 방송(6.3%) 등 2개 부문은 '13년 2분기 매출액의 경우 전체 콘텐츠산업 상장사 매출액 대비 유사 또는 다소 낮은 전년동기대비 증가
 - ※ 출판 및 애니메이션/캐릭터의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 6.9% 감소, 30.6% 감소
 - ※ '13년 2분기 전체 매출액 대비 비중에서 게임(20.4%), 지식정보(16.7%), 방송(31.0%), 광고(14.2%) 등 상위 4개 분야⁵⁾는 82.3%(80.9%)⁶⁾로 전년동기대비 1.4%p 증가했으며 전분기대비 2.3%p 상승
 - ※ 게임, 지식정보, 영화, 음악 등 4개 분야의 '13년 2분기 매출액 비중은 전년동기대비 증가했으나, 출판, 방송, 광고, 애니메이션/캐릭터 등 4개 분야의 '13년 1분기 매출액 비중은 전년동기대비 유사 또는 소폭 감소
- 콘텐츠산업 상장사 전체 매출액은 '10년 1분기 이후 전분기대비 상승기조가 '11년 1분기의 다소 큰 폭의 하락을 제외하고 '12년 3분기까지 이어졌으나, '12년 4분기부터 등락세
- 게임, 지식정보, 방송, 광고, 음악 등 5개 분야의 '13년 2분기 매출액은 전분기대비 5.3%, 10.4%, 8.4%, 26.7%, 3.9% 상승
 - ※ 출판, 영화, 애니메이션/캐릭터 등 3개 분야는 '13년 2분기 매출액의 경우 전분기대비 10.6%, 6.7%, 3.3% 하락

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

5) 2012년 1분기까지 매출액 비중 상위분야가 출판이었으나, 2012년 2분기부터 광고로 대체

6) 2012년 2분기 비중

〈표 I -4〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

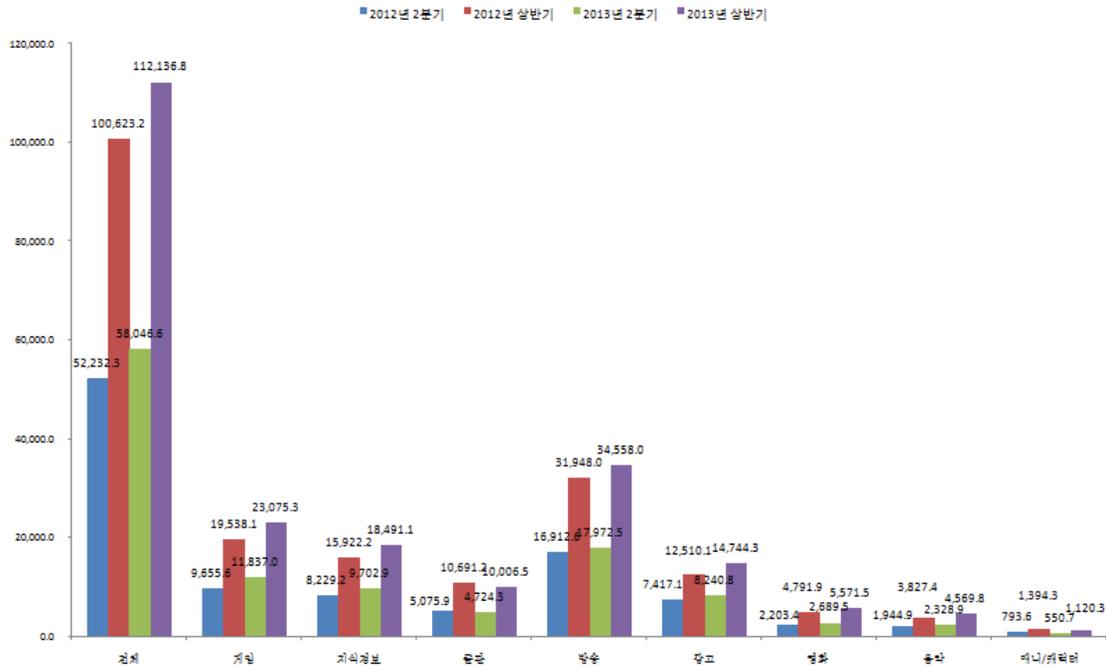
(단위 : 억원)

구분	2012년				2013년			
	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)
게임	9,655.6	13,848.5	11,499.0	44,885.6	11,238.3	11,837.0	23,075.3	22.6%
	(-2.3%)	(43.4%)	(-17.0%)	(7.5%)	(-2.3%)	(5.3%)	(18.1%)	
지식 정보	8,229.2	12,544.2	9,988.0	38,454.4	8,788.2	9,702.9	18,491.1	17.9%
	(7.0%)	(52.4%)	(-20.4%)	(7.6%)	(-12.0%)	(10.4%)	(16.1%)	
출판	5,075.9	5,409.6	5,090.4	21,191.2	5,282.2	4,724.3	10,006.5	-6.9%
	(-9.6%)	(6.6%)	(-5.9%)	(-3.1%)	(3.8%)	(-10.6%)	(-6.4%)	
방송	16,912.6	16,205.2	18,284.5	66,437.7	16,585.5	17,972.5	34,558.0	6.3%
	(12.5%)	(-4.2%)	(12.8%)	(14.3%)	(-9.3%)	(8.4%)	(8.2%)	
광고	7,417.1	7,068.9	8,727.1	28,306.1	6,503.5	8,240.8	14,744.3	11.1%
	(45.6%)	(-4.7%)	(23.5%)	(28.5%)	(-25.5%)	(26.7%)	(17.9%)	
영화	2,203.4	3,241.1	3,072.5	11,105.5	2,882.0	2,689.5	5,571.5	22.1%
	(-14.9%)	(47.1%)	(-5.2%)	(23.5%)	(-6.2%)	(-6.7%)	(16.3%)	
음악	1,944.9	2,395.0	2,583.1	8,805.5	2,240.9	2,328.9	4,569.8	19.7%
	(3.3%)	(23.1%)	(7.9%)	(21.1%)	(-13.2%)	(3.9%)	(19.4%)	
애니메이션/ 캐릭터	793.6	641.4	689.7	2,725.4	569.6	550.7	1,120.3	-30.6%
	(32.1%)	(-19.2%)	(7.5%)	(-7.4%)	(-17.4%)	(-3.3%)	(-19.7%)	
합계	52,232.3	61,353.9	59,934.3	221,911.4	54,090.2	58,046.6	112,136.8	11.1%
	(7.9%)	(17.5%)	(-2.3%)	(11.7%)	(-9.8%)	(7.3%)	(11.4%)	

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 게임부문 매출액을 적용
- 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 3) 출판 중 '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 4) 방송 중 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 방송부문 매출액을 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송'과 '한빛방송'은 '12년 11월 상장폐지되어 분석에서 제외. '키이스트'는 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 매출액을 적용. '키이스트'는 방송으로 분석 적용으로 제외
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 음악부문 매출액을 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '시스템사이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

〈그림 I -1〉 '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

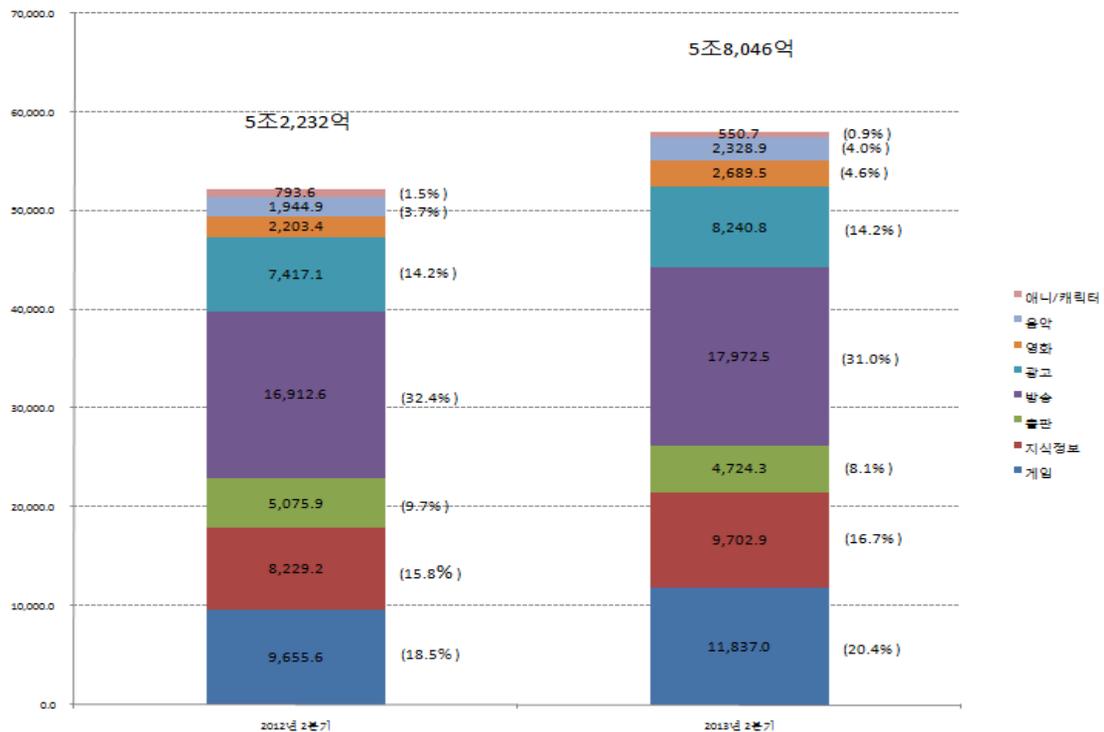
(단위 : 억원)



* NHN은 게임 및 지식정보에 중복 편입

〈그림 I -2〉 '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

(단위 : 억원)



* NHN은 게임 및 지식정보에 중복 편입

- 게임 '13년 2분기 매출액은 약 1조 1,837억원으로 전년동기대비 22.6% 증가했으며 전분기대비 5.3% 상승
 - '10년의 매출액은 분기별 등락세를 보였으며 '11년 1분기 이후에도 등락기조가 '13년 들어서도 이어지고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 상승세
 - ※ '09년의 금융위기 이후 '10년 1분기에서 '11년 상반기까지 경기상승이 이어지다가 '11년 하반기에 발생한 유럽재정위기 등 대외 요인으로 국내 경기에 부정적 영향. '12년 1분기 이후 대내외 리스크에 따라 국내외 경기회복 지연과 함께 해외 온라인게임의 국내 시장 선전 등은 국내 게임업체들의 매출액 증가에 악영향. 다만, 1) 경쟁력을 보유한 국내 온라인 대작게임 지속 개발·출시를 통한 해외시장 다변화 및 수출 확대 2) 스마트 환경으로의 급변에 따른 게임산업의 수요 패턴 변화 등은 게임 공급 확대를 견인해 게임산업 매출액 등 증가에 긍정적일 전망
 - ※ 온라인게임은 이용자 측면을 고려할 때 접근성과 함께 투입비용 대비 효율적이고 접근성이 높아 경기 하락에 의한 매출감소 영향은 낮은 상황. 특히 온라인게임은 어린이, 청소년 등 학생층의 여름·겨울 방학시즌의 경우 온라인게임 이용자수가 높아 3분기와 4분기, 1분기가 계절적 성수기, 2분기는 야외활동이 활발해져 계절적 비수기. 스마트게임은 이용 편의성 및 접근성이 향상된 스마트 환경 구축 등으로 기존 청소년 수요층 뿐 아니라 여성 및 중장년층 등으로 이용자 저변 확대
 - 대형업체⁷⁾들은 '11년 1분기 이후 일부 업체의 부진에도 불구하고 전반적으로 매출액 증가를 견인. '13년 2분기는 일부 업체를 제외하고 매출액 증가를 보이고 있으며 이는 업체별 경쟁력을 보유하고 있는 온라인게임 및 스마트게임 실적 호조에 기인
 - 엔씨소프트는 '10년 4분기부터 '11년 3분기까지 전년동기대비 매출액 증가세가 '11년 4분기 이후 감소를 보였으나 '12년 4분기부터 전년동기대비 증가세로 전환. '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 17.3% 다소 큰 폭 증가
 - ※ 엔씨소프트는 대형 온라인게임인 블레이드앤소울의 '12년 2분기 론칭 이후 '13년 2분기말 현재 점유율은 4.81%. '13년 2분기말 현재 블레이드앤소울, 리니지, 리니지2, 아이온의 총 점유율은 약 13.5%로 '13년 1분기말 14.6%, '12년 4분기말 점유율 18.57%, '12년 3분기 22.83% 등 시장점유율 하락세. '13년 2분기 이후 매출액 증가 지속은 1) 온라인게임의 내수 시장 점유율 확대 및 해외 온라인게임과의 경쟁 유지 2) 기존 및 신작게임들의 해외시장 선

7) 대형업체 : 연간 매출액이 800억원 이상으로 정의하고 총 6개 업체(NHN, 엔씨소프트, 네오위즈게임즈, 위메이드엔터 테인먼트, CJ E&M 게임부문, 액토즈소프트)임

전 유지 등의 요인이 관건일 전망

- 네오위즈게임즈는 수출의 경우 '12년 3분기까지 중국 등 아시아권 시장을 중심으로 기존 퍼블리싱 게임들의 선전과 유럽지역 등 시장 다변화로 실적 증가를 이어갔으나 '12년 4분기 이후 수출액 감소에 따른 전년동기대비 매출액 감소. '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 18.4% 감소했으며 이는 '13년 1분기에 이어 내수 위축에 기인

※ 네오위즈게임즈의 매출액은 '12년 2분기까지의 급증세가 3분기 들어 감소세로 전환되었으며 '10년부터의 실적증가는 내수에 비해 높은 해외수출액 성장에 기인. '12년 4분기 이후 수출액은 전년동기대비 감소세이나 '13년 2분기는 다소 회복해 전년동기대비 3.2% 증가. 이중 중국에서 서비스되고 있는 FPS 장르의 '크로스파이어'는 '12년 9월 현재 동시 접속자수가 400만명을 기록하는 등 '13년 2분기 들어서도 중국 온라인게임의 꾸준한 수요 유지. 'S4리그' 등 기존 게임과 자체 개발 슈팅게임인 '디젤' 등과 함께 '13년 신작인 '청풍명월', '레전드 오브 브소울즈', '아키에이지' 등을 통해 일본, 인도네시아 등 해외시장 및 매출액 확대 추진

- NHN은 '11년 1분기 이후 전년동기대비 두 자릿수 매출액 성장을 지속하고 있으며 '13년 2분기 매출액⁸⁾은 전년동기대비 29.8% 증가
- 위메이드엔터테인먼트는 매출액 성장의 경우 '11년 1분기부터 등락을 보이다가 '12년 4분기 이후 증가세이며 '13년 2분기는 전년동기대비 153.2% 큰 폭 증가

※ 위메이드엔터테인먼트는 내수 및 해외시장 다각화를 위한 신작 온라인게임 및 모바일 등 스마트게임 론칭 확대

- 액토즈소프트는 매출액의 경우 '10년 1분기 이후 '11년 3분기 등을 제외하고 감소세가 이어지다가 '13년 1분기부터 증가로 전환되었으며 '13년 2분기는 전년동기대비 63.6% 큰 폭 증가
- 국내 대형업체들은 중장기적으로 내수시장 영향력 지속 및 해외시장 확대를 위해 인수합병 증가가 예상되며, 향후 게임산업의 다양성 확보 등 산업생태계 정착을 위한 일부 대형업체 편중된 시장구조의 개선 및 다각적 대안

8) 2013년 상반기 전체 매출액 대비 온라인게임 비중은 22.1%이며 2013년 1분기 비중은 23.2% 2012년 비중은 25.5%으로 2011년(29.8%) 이후 온라인게임 매출 비중 하락세. 2013년 8월 1일로 네이버사업 부문과 한게임사업 부문으로 인적분할

구축 필요

- 중소 게임업체들의 국내 매출액은 '11년 1분기 이후 국내외 게임이용자 등의 다양한 수요에 소구한 흥행작들을 중심으로 성장세 지속. '13년 들어 스마트화에 따른 모바일 및 SNS에 기반한 스마트게임의 폭발적인 공급 증대는 개발력 및 자금력이 부족한 업체들을 중심으로 실적 악화 우려 확대
- 향후 신흥국가들 중심의 경기불안 등 대외리스크에도 미국 등 해외 주요 국가들의 완만한 경기회복이 게임 해외수출과 함께 내수시장에 긍정적인 전망. 특히 대내외적으로 폭발적인 스마트게임 공급에도 불구하고 경쟁력 및 완성도가 확보된 국내 스마트게임의 경우 해외시장을 중심으로 실적 호조 예상
 - ※ 컴투스 자체 개발 및 론칭한 스마트게임의 지속적인 공급에도 불구하고 '13년 2분기 매출액의 경우 전년동기대비 7.5% 감소했으나, 수출액은 전년동기대비 20.0% 증가해 해외수출이 성장세를 견인
 - ※ 게임빌의 '13년 12분기 매출액은 전년동기대비 34.5% 증가했으며, 수출액은 전년동기대비 169.0% 큰 폭 증가
- 지식정보 '13년 2분기 매출액은 약 9,702억원으로 전년동기대비 17.9% 성장했으며 전분기대비 10.4% 상승
 - 지식정보 매출액은 '10년 1분기 이후 전년동기대비 성장세를 지속하고 있으며, '12년 1분기 이후 전분기대비 등락세
 - NHN은 지식정보 상장사 중 전체 매출액 대비 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 '13년 2분기는 전년동기대비 29.8% 증가했고 전분기대비 10.8% 상승
 - ※ NHN은 유선인터넷 분야에서 검색광고 등 강점과 역량을 통해 높은 내수 시장 점유율을 유지하는 가운데 향후 신규 사업모델인 모바일 등을 통한 일본 등 해외시장 개발과 대내외 경쟁력 확보를 통한 성장동력의 글로벌화 추진
 - 다음커뮤니케이션의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 13.7% 증가했으며 전분기대비 6.1% 상승. SK커뮤니케이션즈의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 31.9% 감소했으며 전분기대비 8.5% 상승. KTH는 전년동기대비 14.0% 증가했으며 전분기대비 26.1% 큰 폭 상승
 - ※ 다음커뮤니케이션은 '13년 2분기말 현재 매출액 비중의 경우 검색광고 50.3%(51.2%)⁹⁾, 디스

플레이광고 42.0%(40.9%), 게임 6.6%(6.6%), 거래형서비스 1.0%(1.2%) 등으로 구성. '13년 2분기말 현재 전분기대비 검색광고 비중 하락 디스플레이광고 비중 증가로 전환. 유무선 인터넷 통합에 따른 스마트콘텐츠 수요확대로 이를 적용한 커뮤니티, 이메일, 뉴스 및 N스크린, 게임, 로컬광고 분야 등 서비스 강화. 향후 대내외 리스크 저감에 따른 경기의 완만한 회복은 스마트콘텐츠 중심 수요 견인 및 매출액 증가 전망

※ SK커뮤니케이션즈의 싸이월드는 커뮤니티 서비스로서 '13년 2분기 말 현재 누적가입자수가 2,600만명으로 '12년 4분기 이후 정체를 보이고 있으며 순이용자수는 1,200만명으로 '12년 2분기말 이후 감소세. 네이트온의 시장점유율은 72.1%(73.6%)¹⁰⁾로 국내 메신저서비스 1위이나 '11년 2분기 이후 점유율 하락 추세. 13년 상반기 매출액 비중은 광고(디스플레이, 검색) 75.6%(79.6%)¹¹⁾, 콘텐츠 외 기타 24.4%(20.4%)로 '13년 1분기 대비 콘텐츠 매출 비중 상승. 향후 싸이월드 등 기존 수익모델의 활성화가 관건인 가운데 스마트기기와 연계된 SNS 등 모바일 서비스 등의 안착이 실적확대 영향 예상

※ KTH는 현재 IPTV를 기반으로 1) N-Screen 서비스 2) T-커머스 3) B2B 전자상거래를 중심으로 매출증대 추진. 향후 모바일 인터넷 등 스마트 환경 역량확보와 함께 온라인, 모바일게임 론칭 등 콘텐츠기반의 서비스 강화가 실적 증대의 관건. '13년 상반기 매출액 비중은 인터넷 및 모바일서비스 0.54%, 콘텐츠 11.58%, 플랫폼 구축 및 운영 14.74%

- 크레듀의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 34.7% 증가했으며 전분기대비 30.0% 상승. YBM시사닷컴, 메가스터디의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 14.1% 감소, 7.1% 감소

※ 메가스터디는 기존 초중고교생과 함께 일반 성인 등을 대상으로 한 온라인 교육서비스가 주요 수익모델. 온라인 교육서비스는 국내 교육시장의 특성에 따라 상대적으로 낮은 경기변동 충격. '13년 상반기 매출액 비중에서 초중고교생 대상은 약 64.9%이며, 일반 성인 부분 비중은 28.5%. 향후 스마트기기와 연계된 성인 등 신규 수요계층을 고려한 온라인 및 스마트 교육시장 진출 및 투자 확대

- 골프존의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 16.2% 증가했으며 전분기대비 14.4% 상승

● 출판 '13년 2분기 매출액은 약 4,724억원으로 전년동기대비 6.9% 감소했으며, 전분기대비 10.6% 하락

- '10년 1분기부터 4분기까지 전분기대비 하락기조였으나 '11년 1분기 이후 매

9) 괄호는 2013년 1분기 매출액 비중

10) 괄호는 2013년 1분기 시장점유율

11) 괄호는 2013년 1분기 매출액 비중

출액 등락세를 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 하락

- 대교는 학습지 및 교육서비스 관련 출판 선두업체이며 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 2.8% 감소와 함께 전분기대비 0.6% 하락. 웅진씽크빅의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 9.7% 감소했으며 '12년 1분기를 제외하고 '11년 3분기 이후 전년동기대비 감소 추세

※ 대교는 학습지 판매가 주요 매출원이며 '13년 상반기 매출액에서 국내 교육서비스 및 출판사 업의 비중은 90.2%로 '13년 1분기 매출액 비중(89.8%) 대비 0.4%p 증가, 해외 교육사업 매출 비중은 1.9%로 '13년 1분기 매출액 비중 대비 0.2% 증가. 향후 시장트렌드 및 수요에 부응하는 스마트기기 기반의 '스마트러닝' 및 '자기주도학습' 등을 통해 온라인서적 등 콘텐츠 개발과 미디어사업, 교육컨설팅, 해외교육사업 등 사업 영역 확대 예상

- 삼성출판사는 출판물 제작업체이며 '13년 2분기 매출액의 경우 전년동기대비 2.4% 증가했으나 전분기대비 8.6% 하락

※ 삼성출판사는 전속대리점을 통한 오프라인 유통의 경우 비교적 높은 경쟁력을 보유. 이를 기반으로 홈쇼핑, 인터넷서점, 자사쇼핑몰 등 온라인 유통채널 구축을 통해 유아동 및 여성 취미실용도서 콘텐츠개발 역량 확대. 향후 스마트 환경에 적용된 e-book 등 디지털콘텐츠 시장 성숙도에 따라 성장 지속. 13년 상반기 매출액에서 출판물 비중은 33.2%이며 온라인교육 비중은 1.3%

- 예스24는 도서유통업체이며 '13년 2분기 매출액의 경우 전년동기대비 3.0% 감소했고 전분기대비 25.3% 하락

※ 예스24는 '12년 1분기 이후 온라인 도서 유통분야 시장점유율 40% 이상 지속. 신성장 동력 확보를 위해 스마트 환경에 부합한 e-book, e-learning, 북러닝 등 디지털콘텐츠 개발 및 판매 역량 제고. 향후 인수합병 및 디지털판매플랫폼 강화를 통해 티켓, 엔터테인먼트 분야 신규 투자 증대 전망. '13년 상반기 매출액 비중은 상품매출 96.4%(96.7%)¹²⁾, 수수료매출 1.1%(1.1%), 광고매출 1.9%(1.6%), 기타매출 0.6%(0.6%)

- 출판 분야 상장사의 '13년 2분기 매출액은 전분기대비 10.6% 하락했으며, 능률교육, 예림당, 이퓨처 등 3개 업체는 전분기대비 57.8%, 62.9%, 24.6% 큰 폭 하락

※ 능률교육은 초중고 및 성인 등 전 연령층 대상 영어교육전문 출판사이며 향후 스마트러닝, 법인교육 등 신성장 동력 확보를 위한 사업 다각화 전망. '13년 상반기 매출액에서 영어학습

12) 괄호는 2013년 1분기 매출액 비중

교재 등 제품 매출의 경우 전년동기대비 19.9% 증가했으나 서비스 매출은 전년동기대비 21.0% 감소. 주요 제품 및 서비스 매출액 비중은 출판사업 73.8%(79.4%)¹³⁾, 이러닝 등 서비스 사업 26.2%(20.6%)

- 방송 '13년 2분기 매출액은 약 1조 7,972억원으로 전년동기대비 6.3% 증가했으며, 전분기대비 8.4% 상승

- SBS는 민영지상파 방송사이며 '13년 2분기 매출액의 경우 전년동기대비 10.1% 감소했으나 전분기대비 35.3% 큰 폭 상승. SBS콘텐츠허브의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 10.8% 감소했으나 전분기대비 23.0% 상승. CJ E&M 방송부문의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 4.4% 감소했으나 전분기대비 16.0% 상승

※ SBS 등 민영지상파 방송사는 계절 및 경기 등 요인에 연계성이 높은 기업광고가 주요 수익원. '10년부터의 경기 상승세가 '12년 1분기의 유럽재정위기 등이 국내 경기 상승에 악영향을 미치면서 방송사별 실적 편차 발생. 종합유선방송사업은 기존 광고수익 뿐 아니라 월정액 시청료 등 고정수익원이 있어 경기하락 대비 낮은 민감도. 특히 종합편성채널의 경우 일부 채널의 시청률 상승 등 선전에도 당초 예상보다 전반적인 시장 충격이 낮은 상황이며 향후 종합유선방송의 디지털화 및 UHD방송송출에 따른 가입자 확보 및 매출액 증가 전망

- 방송영상물독립제작사 중 삼화네트웍스의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 2,470.0% 증가했으며 전분기대비 25.2% 상승. 팬엔터테인먼트의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 12.2% 감소했으며 전분기대비 2.6% 하락. 초록뱀미디어의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 64.1% 감소했으며 전분기대비 50.4% 하락

※ 삼화네트웍스는 '12년에 TV조선 '아버지가 미안하다', JTBC '무자식 상팔자' 등 종합편성채널에 드라마를 제작 및 공급했으며, '13년 들어 MBC '구가의 서' 등을 제작. 향후 드라마 콘텐츠를 기반으로 한 OSMU 사업과 함께 테마파크, 캐릭터개발 및 라이선싱 등 매출확대 추진

※ 팬엔터테인먼트는 '11년에 SBS '짜짜', '불굴의 며느리', SBS '내게 거짓말을 해봐' 등 드라마 콘텐츠 제작. '12년에 KBS '적도의 남자', '각시탈', MBN '사랑도 돈이 되나요', MBC '해를 품은 달', SBS '내사랑 나비부인' 등을 제작했으며 '13년 들어 MBC '백년의 유산' 제작하는 등 콘텐츠 제작역량 강화. 향후 종합편성채널, IPTV 등 다매체에 따른 드라마 뿐

13) 괄호는 2013년 1분기 매출액 비중

아니라 교양 등 국내외 다양한 방송 콘텐츠 수요 확대에 소구하는 기획력 제고 및 매니지먼트, 음반 등 사업다각화 전망

- 키이스트의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 19.8% 감소했으며, 전분기 대비 17.7% 하락

※ 키이스트의 '13년 상반기 매출액 중 내수와 수출 비중은 각각 약 27.1%¹⁴⁾, 72.9%로 '13년 1분기 대비 수출 비중 약간 하락

- 방송채널사용사업자 중 CJ 오쇼핑의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 13.9% 증가했으며 전분기대비 5.3% 상승. GS 홈쇼핑의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 8.3% 증가했으며 전분기대비 7.0% 상승. CJ헬로비전의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 33.8% 증가했으며 전분기대비 4.1% 상승

※ CJ 오쇼핑의 매출액은 '09년 1분기에서 '12년 1분기까지 시계열측면에서 2분기 및 4분기가 전분기대비 상승 경향. '12년 2분기부터의 전분기대비 상승세가 '13년 1분기에 하락했으나 '13년 2분기 들어 큰 폭 상승

● 광고 '13년 2분기 매출액은 약 8,240억원으로 전년동기대비 11.1% 증가했으며 전분기대비 26.7% 상승

- 광고는 '11년의 유럽재정위기 등 대외불안요인이 상존함에도 1) 일부 대기업 중심의 수출확대 지속 2) 스마트TV, 종합편성채널 개국 등 다매체에 따른 국내외 광고수요 증대 등으로 매출액 증가에 긍정적이나, 대기업 계열 대형 광고대행사 중심에 편중된 매출액 성장 양상

- 제일기획의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 15.9% 증가했으나, 오리콤은 전년동기대비 20.1% 감소, G2R의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 9.1% 감소, 휘닉스컴은 전년동기대비 17.3% 감소

※ 제일기획은 '13년 상반기 매출액에서 본사 및 연결대상 종속회사 비중이 34.5%(매체 8.5%, 광고물제작 등 26.0%) 및 65.5%로 해외 비중이 높으며 이는 일부 대내외 경쟁력을 확보한 국내 대기업 제품들의 수출 등 해외실적 증대 기인

- '10년과 함께 '11년에의 경기상승세로(GDP 성장률 전기대비 '11년 1분기 1.3%, 2분기 0.8%, 3분기 0.8%, 4분기 0.4%) 일부 대기업의 해외수출 증

14) 2013년 1분기 연결재무제표 매출액 기준

가가 광고 매출액 확대를 견인했으며, '12년 1분기에서 '13년 1분기까지 국내 경기 하락세가 나타났으나(12년 1분기 0.8%, '12년 2분기 0.3%, '12년 3분기 0.0%, '12년 4분기 0.3%) '13년 2분기 들어 국내 경기의 완만한 회복으로 전분기대비 26.7% 상승

※ '13년 2분기 제일기획, G2R, 휘닉스컴, 오리콤의 매출액은 전분기대비 26.4% 상승, 27.2% 상승, 164.4% 상승, 17.7% 상승

※ 광고시장은 국내외 경기 등 거시적 측면과 기업 국내외 마케팅비용 지출 및 계절 요인 등 미시적 측면을 고려해 전통적 비·성수기 구분이 가능하며, 특히 여름 상품출시 및 연말시즌 신상품 출시 및 국내외 판매가 집중되는 2분기와 4분기가 전통적 성수기

● 영화 '13년 2분기 매출액은 약 2,689억원으로 전년동기대비 22.1% 증가했으며, 전분기대비 6.7% 하락

- CJ CGV는 '12년 1분기 이후 대내외 경기하락 우려가 있음에도 완성도를 보유한 한국영화 중심의 흥행작 지속 출현과 함께 해외 블록버스터 영화 개봉의 선전으로 '13년 2분기 매출액의 경우 전년동기대비 9.9% 증가했으며 전분기대비 9.6% 하락

※ CJ CGV의 멀티플렉스 시장점유율은 '13년 상반기의 경우 45.5%이고 '13년 1분기 점유율 44.4%, '12년 점유율 43.2%, '11년 점유율 42.5% 대비 상승세. '09년 이후 멀티플렉스 시장지배력 지속('09년 점유율 37.7%). '13년 상반기 매출액 중 티켓매출 비중이 65.9%¹⁵⁾로 '13년 1분기 대비 약간 하락

- CJ E&M 영화부문의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 46.6% 증가했으며 전분기대비 34.2% 다소 큰 폭 하락

※ CJ E&M 영화부문의 '13년 상반기 시장점유율은 22.9%로 '13년 1분기 점유율 27.9% 대비 5.0%p 하락. '12년 2분기 이후 시장점유율 상승세가 '13년 1분기부터 하락세로 전환되었으며 이는 중소경쟁사의 시장점유율 선전 및 확대에 기인

● 음악 '13년 2분기 매출액은 약 2,328억원으로 전년동기대비 19.7% 증가했으며, 전분기대비 3.9% 상승

- 매출액의 경우 전분기대비 기준 '10년 2분기부터 '11년 1분기 및 '12년 1분기 등 일부 하락을 제외하고 상승세. '13년 1분기는 큰 폭의 하락과 함께 2분기

15) 2013년 상반기 별도재무제표 기준

는 정체적 상승. 이는 K팝 등의 지속적인 해외인지도 확대 및 현지화에도 불구하고 일부업체에 편중된 수출구조에 기인

※ '10년 2분기에서 '12년 4분기까지 전분기대비 각각 14.3%, 2.4%, 7.5%, -11.3%, 21.5%, 4.3%, 14.1%, -11.8%, 3.3%, 23.1%, 7.9%로 전반적으로 상승세였으나 '13년 1분기는 전분기대비 13.2% 하락

- SM엔터테인먼트의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 3.2% 증가했으며 전분기대비 0.6% 상승. YG엔터테인먼트는 전년동기대비 34.2% 큰 폭으로 증가했으며 전분기대비 2.7% 상승

※ SM엔터테인먼트는 동방신기, 소녀시대, 샤이니, f(x), EXO 등 소속 아이돌 및 걸그룹 가수들을 중심으로 내수시장과 중국, 일본 등 아시아권 시장 확보 및 강화. '12년부터 영국, 프랑스 등 유럽지역과 미국 등의 북미지역에의 K팝 시장 다양성 및 한류 저변 확대. 향후 SNS 등 뉴미디어 활용 극대화를 통한 가상국가 'SM타운' 등 글로벌화 및 이와 연계된 사업다각화 추진. '13년 상반기 매출액 비중은 음반사업 33.20%(음반 28.19%, 음원 5.01%)와 매니지먼트사업 66.80%(출연료 42.38%, 매니지먼트 24.42%)로 '13년 1분기 대비 음반사업 비중 약간 상승

※ YG엔터테인먼트는 '12년 사이의 '강남스타일'의 흥행 및 '13년 들어 '젠틀맨' 출시 등으로 대내외 인지도 제고, 오디션 등 다양한 경로를 통한 신인발굴과 일본 등 현지 매니지먼트사와의 협력 등 다양한 경로를 통해 해외진출 확대. 자체의 다양한 성공사례를 기반으로 음반제작, 공연, 매니지먼트 등 수익모델 다변화 추진. '13년 상반기 매출액 비중은 음반/음원 15.4%, 광고모델 10.0%, 공연 29.2%, 로열티 29.1%, 기타 16.3%

- 네오위즈인터넷의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 8.7% 증가했으며 전분기대비 8.3% 하락

※ 네오위즈인터넷의 사업구조는 1) 디지털음원유통 B2C 2) 디지털음원유통 B2B 3) 소셜네트워크서비스 등이며 스마트 환경에 부응한 서비스 출시. 향후 모바일게임 등 사업다각화 추진. '13년 상반기 디지털음원유통 B2C의 매출액 비중은 86.3%로 '13년 1분기 비중(85.9%) 대비 약간 상승. 수출비중은 1.5%로 낮은 수준

- 로엔엔터테인먼트의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 19.3% 증가했으며 전분기대비 8.7% 상승

※ 로엔엔터테인먼트는 '11년과 함께 '12년 1분기 이후 음원유통 부문 브랜드인지도 및 시장점유율 1위 유지. 멜론 등 기존 음원유통서비스를 통해 스마트폰 이용확대 등 음원 소비의 모바일 환경으로의 변화에 따른 다양한 서비스 개발 및 제공. 향후 창작 콘텐츠 역량 제고를 위한 음반기획과 창작 부문 투자확대 및 수익 다각화 추진. '13년 상반기 매출액 비중에서 음원제공 및 온라인음원서비스인 콘텐츠 매출이 89.8%(88.5%)¹⁶⁾이고 제품매출 5.3%(6.1%), 상품매출

2.7%(3.6%), 기타매출 2.3%(1.8%)

※ 예당컴퍼니의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 502.4% 증가했으며, 전분기대비 3.3% 상승

● 애니메이션 및 캐릭터 '13년 2분기 매출액은 약 550억원으로 전년동기대비 30.6% 큰 폭으로 감소했으며, 전분기대비 3.3% 하락

- '10년 1분기에서 4분기까지는 전분기대비 상승세가 이어졌으나 '11년 1분기 이후 등락기조이며 '13년 1분기부터 전분기대비 하락세

- 손오공의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 66.1% 큰 폭으로 감소했으며, 전분기대비 37.0% 하락. 오로라월드는 전년동기대비 3.9% 감소했으나, 전분기대비 31.2% 큰 폭 상승

※ 손오공의 '13년 상반기 매출비중에서¹⁶⁾ 캐릭터완구 및 CD게임 등 제품 비중은 82.3%이고, 용역부문 17.7%(애니메이션 1.5%, PC방 수수료 16.2%). 해외수출은 캐릭터 완구 및 게임 등의 로열티 부문에 일부 발생하고 있으나 '13년 상반기 매출액 대비 낮은 수준

※ 오로라월드는 캐릭터완구 브랜드이미지 내수시장 1위 및 미주시장 3위이며 자체디자인연구소 운영의 기반과 함께 미주지역 등 글로벌 네트워크를 통한 자체 브랜드 라이선싱과 머천다이징 시장 확대. '13년 상반기 제품 및 상품매출 비중은 98.0%

- 대원미디어는 애니메이션 업체이며 '13년 2분기 매출액의 경우 전년동기대비 37.4% 감소했으나 전분기대비 18.9% 상승

※ 대원미디어는 기존 내수 위주에서 1) 해외 진출에 초점을 맞춘 창작 애니메이션 기획 및 제작(자체, 공동) 2) 자체 보유 애니메이션 및 캐릭터를 활용한 테마파크 도입 및 운영 3) 스마트 환경 기반의 디지털콘텐츠 시장 진출 등을 통한 수익 다각화 및 매출액 확대 모색. '13년 상반기 매출액 대비 수출액 비중은 9.3%이며 '13년 1분기 비중(5.7%) 대비 약 3.6%p 상승

16) 괄호는 2013년 1분기 매출액 비중

17) 2013년 상반기 연결재무제표 매출액 비중

□ 2013년 상반기 매출액 변화 추이

● 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 상반기 매출액은 약 11조 2,136억원으로 전년동기대비 11.4% 증가

- '13년 상반기 콘텐츠산업 상장사 매출액의 경우 출판 및 애니메이션/캐릭터를 제외한 전 분야가 전년동기대비 매출액 증가

※ 게임(18.1%), 지식정보(16.1%), 광고(17.9%), 영화(16.3%), 음악(19.4%) 등 5개 부문은 '13년 상반기 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 높은 전년동기대비 증가 기록

※ 방송(8.2%) 등 1개 부문은 '13년 상반기 전체 매출액 증가율 대비 다소 낮은 전년동기대비 성장세를 기록

※ 출판 및 애니메이션/캐릭터의 '13년 상반기 매출액은 전년동기대비 각각 6.4%, 19.7% 감소

- '13년 상반기 매출액 대비 비중 측면에서 게임(20.6%), 지식정보(16.5%), 방송(30.8%), 광고(13.1%) 등 상위 4개 분야 비중은 81.0%로 '12년 상반기 매출액 대비 1.6%p 증가

※ 게임, 지식정보, 광고, 영화, 음악 등 5개 분야는 '12년 상반기 매출액 대비 비중이 증가했으며, 출판, 방송, 애니메이션/캐릭터는 비중 감소

〈표 1-5〉 '11년 상반기~'13년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

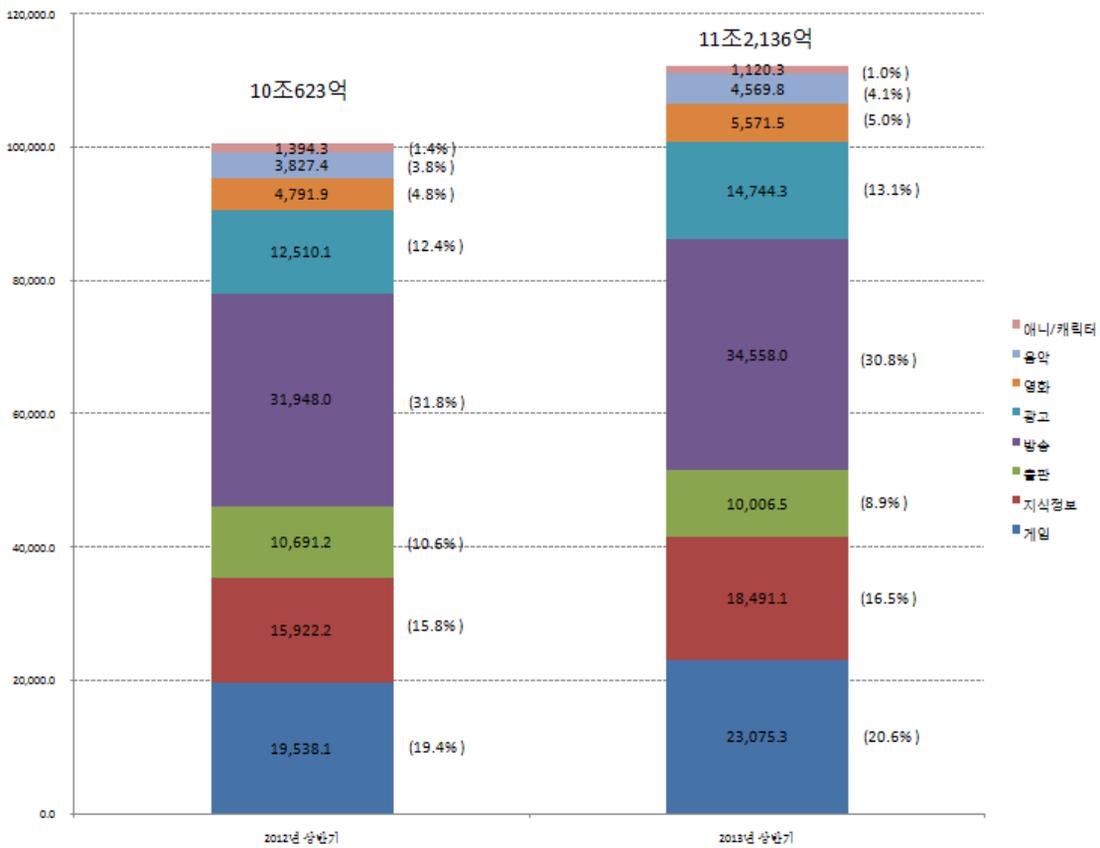
(단위 : 억원)

구분	2011년		2012년		2013년	
	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)
게임	10,627.4 (23.2%)	20,248.8 (16.6%)	9,655.6 (-9.1%)	19,538.1 (-3.5%)	11,837.0 (22.6%)	23,075.3 (18.1%)
지식 정보	8,910.8 (24.6%)	17,344.5 (23.4%)	8,229.2 (-7.6%)	15,922.2 (-8.2%)	9,702.9 (17.9%)	18,491.1 (16.1%)
출판	5,293.4 (-2.4%)	10,958.1 (-2.5%)	5,075.9 (-4.1%)	10,691.2 (-2.4%)	4,724.3 (-6.9%)	10,006.5 (-6.4%)
방송	14,918.3 (43.4%)	27,661.7 (44.3%)	16,912.6 (13.4%)	31,948.0 (15.5%)	17,972.5 (6.3%)	34,558.0 (8.2%)
광고	5,409.9 (17.3%)	9,241.7 (15.8%)	7,417.1 (37.1%)	12,510.1 (35.4%)	8,240.8 (11.1%)	14,744.3 (17.9%)
영화	2,050.8 (61.2%)	3,694.1 (24.9%)	2,203.4 (7.4%)	4,791.9 (29.7%)	2,689.5 (22.1%)	5,571.5 (16.3%)
음악	1,793.1 (18.7%)	3,268.9 (15.4%)	1,944.9 (8.5%)	3,827.4 (17.1%)	2,328.9 (19.7%)	4,569.8 (19.4%)
애니메이션/ 캐릭터	721.7 (26.7%)	1,436.8 (27.7%)	793.6 (10.0%)	1,394.3 (-3.0%)	550.7 (-30.6%)	1,120.3 (-19.7%)
합계	49,725.4 (25.7%)	93,854.6 (22.3%)	52,232.3 (5.0%)	100,623.2 (7.2%)	58,046.6 (11.1%)	112,136.8 (11.4%)

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 게임부문 매출액을 적용
- 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 3) 출판 중 '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 4) 방송 중 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 방송부문 매출액을 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송'과 '한빛방송'은 '12년 11월 상장폐지되어 분석에서 제외. '키이스트'는 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 매출액을 적용. '키이스트'는 방송으로 분석 적용으로 제외
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 음악부문 매출액을 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스튜디오씨엔스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

〈그림 1-3〉 '12년 상반기 및 '13년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

(단위 : 억원)



1.3. 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변화 추이

□ 2013년 2분기 영업이익 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 2분기 영업이익은 약 7,593억원으로 전년동기 대비 4.2% 증가했으며, 전분기대비 16.0% 상승
- '13년 2분기 콘텐츠산업 상장사 영업이익 중 게임, 지식정보, 음악을 제외한 전분야가 전년동기대비 감소. 게임은 '13년 2분기 전년동기대비 38.4% 큰 폭 증가
 - ※ 지식정보, 음악 등 2개 부문의 '13년 2분기 영업이익은 게임과 함께 전체 콘텐츠산업 상장사 영업이익 대비 다소 높은 수준이며 전년동기대비 6.7% 증가, 4.2% 증가
 - ※ 출판, 방송, 광고, 영화, 애니메이션/캐릭터 등 5개 부문의 영업이익은 '13년 2분기 전년동기 대비 각각 24.2% 감소, 14.5% 감소, 0.6% 감소, 35.3% 감소, 364.5% 감소
- 게임 영업이익은 '11년 3분기부터의 전분기대비 하락세가 '12년 3분기부터 등락기조를 보이고 있으며 '13년 2분기 영업이익은 전분기대비 12.0% 상승
- 지식정보 영업이익은 '11년 2분기 이후 전반적으로 등락기조를 보이고 있으며 '13년 1분기는 큰 폭의 하락에서 '13년 2분기 들어 전분기대비 21.8% 큰 폭 상승
 - ※ 게임과 지식정보의 '13년 2분기 콘텐츠산업 관련 전체 상장사 영업이익 대비 비중은 61.2%로 '12년 2분기(52.0%) 대비 9.2%p 증가. 게임의 '13년 2분기 콘텐츠산업 관련 전체 상장사 대비 영업이익 비중은 34.9%이며 '12년 2분기 대비 8.6%p 증가
- 영화의 영업이익은 '12년 1분기부터 큰 폭의 상승세가 '12년 3분기 이후 다소 큰 폭의 등락기조를 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 50.1% 하락한 약 139억원 수준
- 애니메이션/캐릭터 영업이익은 '11년 4분기 이후 영업적자 상태가 '12년 2분기를 제외하고 이어지는 추세를 보이고 있으며 '13년 2분기는 약 64억원 영업적자
- 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익은 '10년 1분기에서 '11년 분기까지 등락세. '11년 2분기 이후 '12년 2분기 및 3분기를 제외하고 전반적인 하락기조

를 보였으나 '13년 2분기 들어 전분기대비 상승세 반전

〈표 I -6〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동

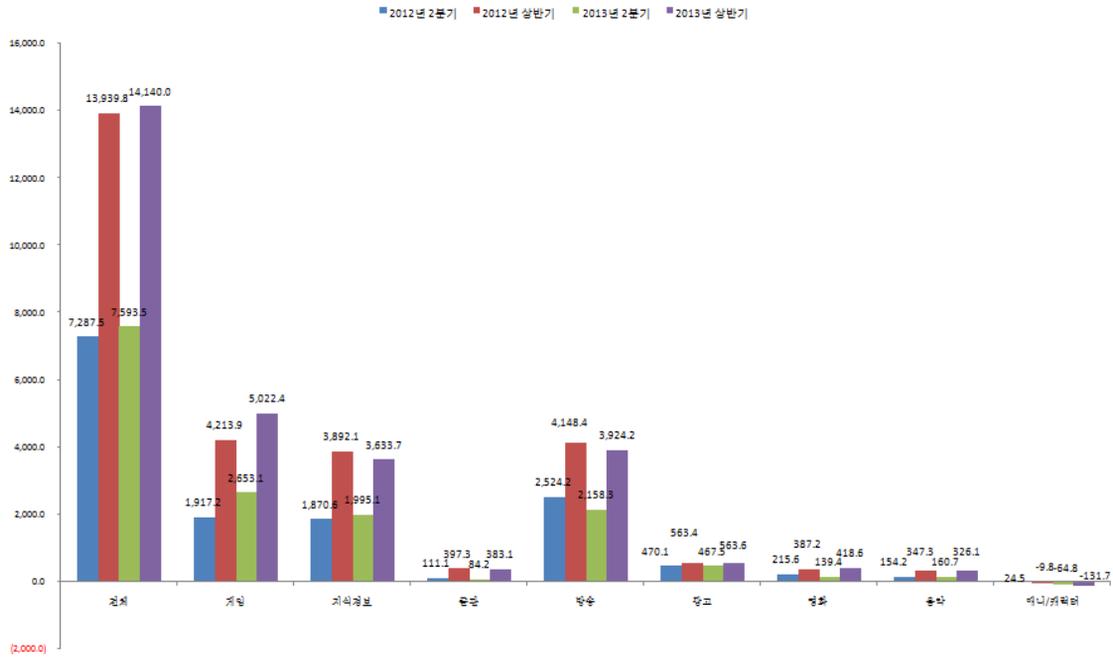
(단위 : 억원)

구분	2012년				2013년			
	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)
게임	1,917.2 (-16.5%)	3,076.3 (60.5%)	2,818.1 (-8.4%)	10,108.3 (-9.4%)	2,369.3 (-15.9%)	2,653.1 (12.0%)	5,022.4 (19.2%)	38.4%
지식 정보	1,870.6 (-7.5%)	2,322.8 (24.2%)	2,606.7 (12.2%)	8,821.6 (-3.3%)	1,638.6 (-37.1%)	1,995.1 (21.8%)	3,633.7 (-6.6%)	6.7%
출판	111.1 (-61.2%)	389.6 (250.7%)	128.0 (-67.1%)	914.9 (-33.3%)	298.9 (133.5%)	84.2 (-71.8%)	383.1 (-3.6%)	-24.2%
방송	2,524.2 (55.4%)	1,812.5 (-28.2%)	2,280.3 (25.8%)	8,241.2 (-0.6%)	1,765.9 (-22.6%)	2,158.3 (22.2%)	3,924.2 (-5.4%)	-14.5%
광고	470.1 (403.9%)	270.7 (-42.4%)	631.4 (133.2%)	1,465.5 (14.6%)	96.1 (-84.8%)	467.5 (386.5%)	563.6 (0.0%)	-0.6%
영화	215.6 (25.6%)	716.8 (232.5%)	-132.1 (-118.4%)	971.9 (29.7%)	279.2 (311.4%)	139.4 (-50.1%)	418.6 (8.1%)	-35.3%
음악	154.2 (-20.1%)	274.1 (77.8%)	229.2 (-16.4%)	850.6 (11.8%)	165.4 (-27.8%)	160.7 (-2.8%)	326.1 (-6.1%)	4.2%
애니메이션/ 캐릭터	24.5 (171.4%)	-7.8 (-131.8%)	-68.8 (-782.1%)	-86.4 (-345.5%)	-66.9 (2.8%)	-64.8 (3.1%)	-131.7 (-1,243.9%)	-364.5%
합계	7,287.5 (9.5%)	8,855.0 (21.5%)	8,492.8 (-4.1%)	31,287.6 (-4.5%)	6,546.5 (-22.9%)	7,593.5 (16.0%)	14,140.0 (1.4%)	4.2%

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 영업이익액을 적용
- 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '골프존'은 11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 3) 출판 중 '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 4) 방송 중 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 방송부문 영업이익액을 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송' 및 '한빛방송'은 '12년 12월 상장폐지로 분석에서 제외. '키이스트'는 영화에서 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 영업이익액을 적용. '키이스트'는 방송 적용으로 분석 제외
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 영업이익액 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스텝싸이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외
- 8) 영업이익의 분기별 증감률은 전기의 영업이익이 음수일 경우 실제로는 흑자 전환되었더라도 음의 증감률을 보일 수 있음. 본 자료에서는 분석의 편의를 돕기 위해 실제 영업 이익이 호전된 경우는 양의 증감률, 악화된 경우는 음의 증감률로 표기

〈그림 I -4〉 '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동

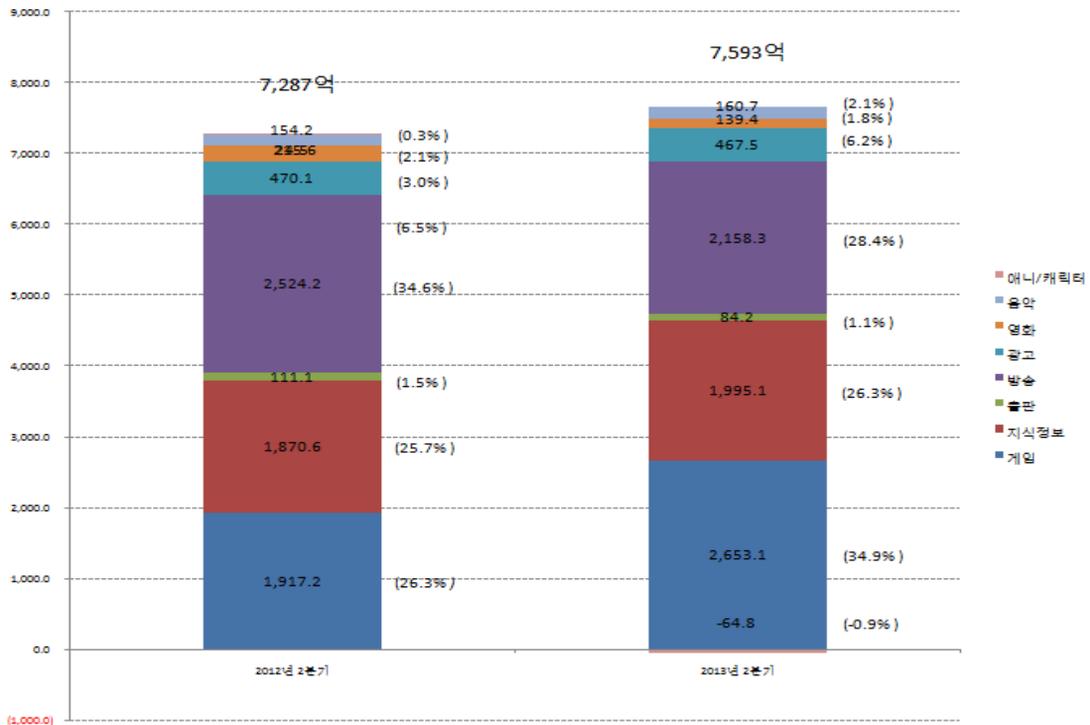
(단위 : 억원)



* NHN은 게임 및 지식정보에 중복 편입

〈그림 I -5〉 '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적

(단위 : 억원)



□ 2013년 상반기 영업이익 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 상반기 영업이익은 약 1조 4,140억원으로 전년 동기대비 1.4% 증가
 - '13년 상반기 콘텐츠산업 상장사 영업이익 중 게임, 영화, 광고 등 3개 부문이 전년동기대비 19.2%, 8.1%, 0.0% 증가
 - ※ 지식정보, 출판, 방송, 음악, 애니메이션/캐릭터의 '13년 상반기 영업이익은 전년대비 6.6% 감소, 3.6% 감소, 5.4% 감소, 6.1% 감소, 1,243.9% 감소
 - 게임의 영업이익은 '11년 상반기의 경우 전년동기대비 증가했으나 '12년 상반기는 감소했으며 '13년 상반기는 다소 높은 상승을 기록. 지식정보의 영업이익은 '11년 상반기는 전년동기대비 증가했으나 '12년 상반기 및 '13년 상반기는 감소
 - ※ 게임과 지식정보의 '13년 상반기 콘텐츠산업 관련 전체 상장사 영업이익 대비 비중은 61.2%로 '12년 상반기(58.1%) 대비 3.1%p 증가. 게임의 '13년 상반기 콘텐츠산업 관련 전체 상장사 대비 영업이익 비중은 35.5%이며 '12년 상반기(30.2%) 대비 5.3%p 상승

〈표 1-7〉 '11년 상반기~'13년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동

(단위 : 억원)

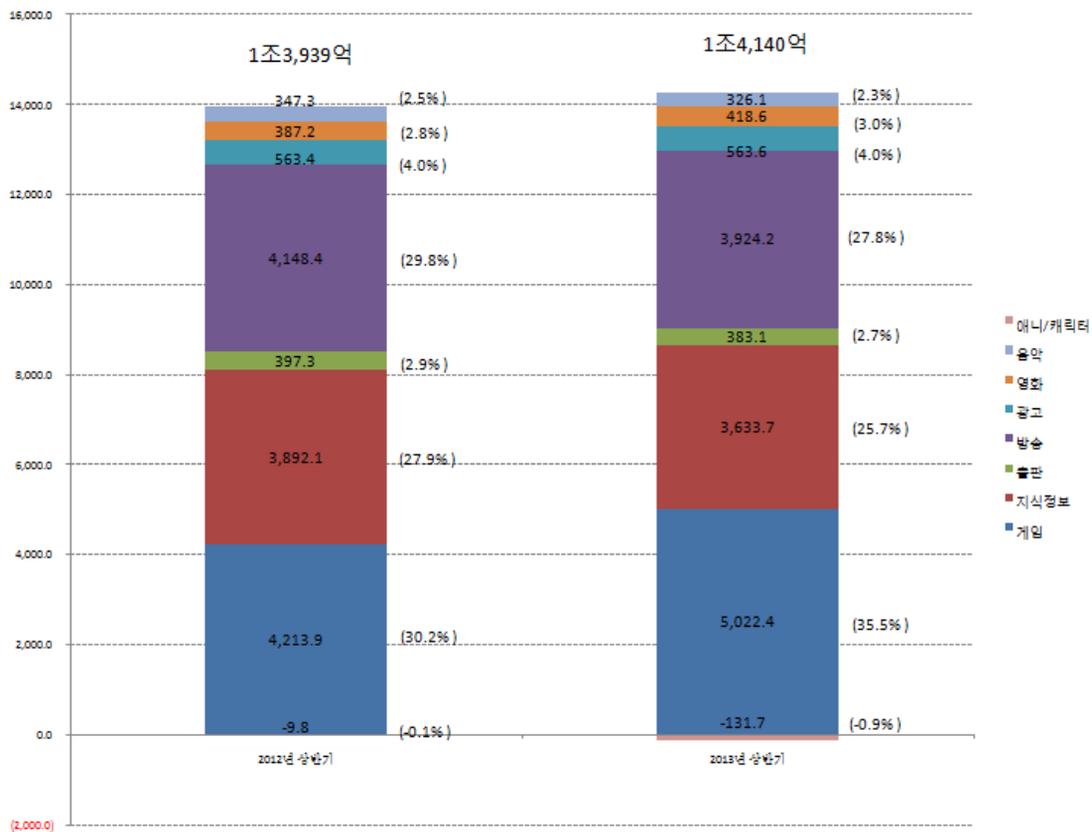
구분	2011년		2012년		2013년	
	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)
게임	2,805.3 (36.5%)	5,502.7 (11.6%)	1,917.2 (-31.7%)	4,213.9 (-23.4%)	2,653.1 (38.4%)	5,022.4 (19.2%)
지식 정보	2,253.5 (9.9%)	4,563.9 (15.5%)	1,870.6 (-17.0%)	3,892.1 (-14.7%)	1,995.1 (6.7%)	3,633.7 (-6.6%)
출판	408.3 (-19.5%)	767.7 (-26.9%)	111.1 (-72.8%)	397.3 (-48.2%)	84.2 (-24.2%)	383.1 (-3.6%)
방송	2,601.1 (82.1%)	4,663.8 (73.7%)	2,524.2 (-3.0%)	4,148.4 (-11.1%)	2,158.3 (-14.5%)	3,924.2 (-5.4%)
광고	401.5 (-5.7%)	509.0 (-5.6%)	470.1 (17.1%)	563.4 (10.7%)	467.5 (-0.6%)	563.6 (0.0%)
영화	196.4 (304.9%)	373.4 (77.8%)	215.6 (9.8%)	387.2 (3.7%)	139.4 (-35.3%)	418.6 (8.1%)
음악	308.9 (76.4%)	494.8 (44.9%)	154.2 (-50.1%)	347.3 (-29.8%)	160.7 (4.2%)	326.1 (-6.1%)
애니메이션/ 캐릭터	-12.7 (53.5%)	9.5 (145.2%)	24.5 (292.9%)	-9.8 (-203.2%)	-64.8 (-364.5%)	-131.7 (-1,243.9%)
합계	8,962.3 (13.1%)	16,884.8 (23.4%)	7,287.5 (-18.7%)	13,939.8 (-17.4%)	7,593.5 (4.2%)	14,140.0 (1.4%)

1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 영업이익액을 적용

- 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상), '골프존'은 11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 3) 출판 중 '이슈처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 4) 방송 중 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 방송부문 영업이익액을 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠'와 합병으로 분석에서 제외, '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도동강북방송' 및 '한빛방송'은 '12년 12월 상장폐지로 분석에서 제외, '키이스트'는 영화에서 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규 상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외, 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 영업이익액을 적용. '키이스트'는 방송 적용으로 분석 제외
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외, '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 영업이익액 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스튜디오스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외, 바른손은 '13년 5월 31일 현재 실적 미발표로 분석에서 제외
- 8) 영업이익의 분기별 증감률은 전기의 영업이익이 음수일 경우 실제로는 흑자 전환되었더라도 음의 증감률을 보일 수 있음. 본 자료에서는 분석의 편의를 돕기 위해 실제 영업 이익이 호전된 경우는 양의 증감률, 악화된 경우는 음의 증감률로 표기

〈그림 I -6〉 '12년 상반기 vs '13년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적

(단위 : 억원)



2 투자변화 추이

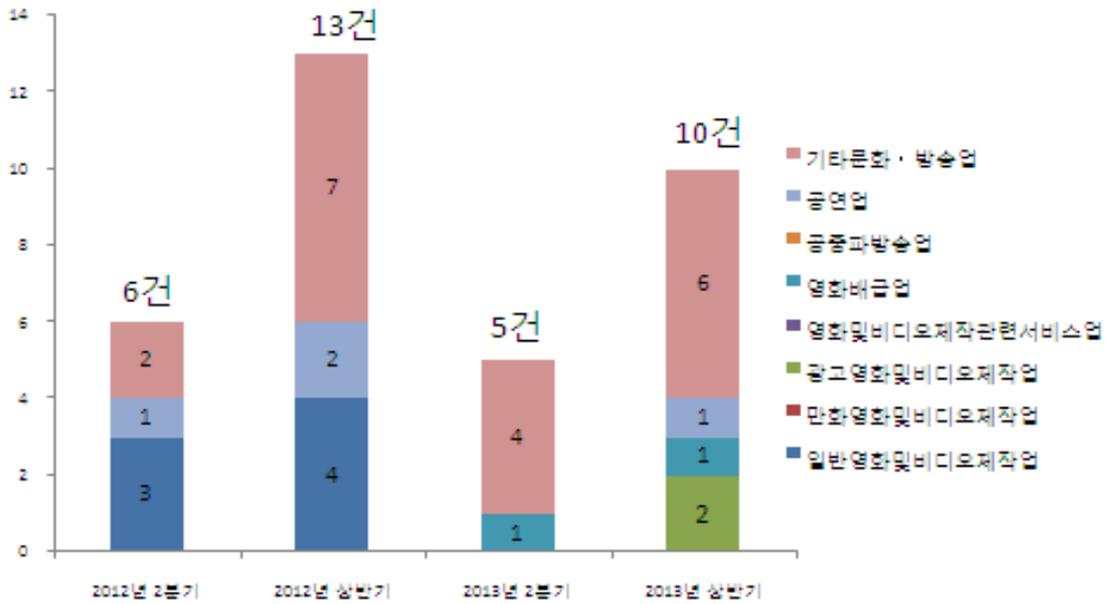
2.1. 콘텐츠산업 외국인직접투자(FDI) 동향

□ 2013년 2분기 콘텐츠산업 외국인직접투자 동향

- '13년 2분기 문화오락 외국인직접투자는 약 2,465만 3천 달러로 전년동기대비 55.7% 감소했으며, 레포츠티를 제외한 문화방송업은 약 2,079만 6천 달러로 전년동기대비 271.1% 증가
 - 문화 오락 외국인직접투자 건수는 '13년 2분기 9건으로 전년동기대비 동일 수준
- '13년 2분기 문화방송업(레포츠티 제외)의 세부 투자업종을 보면 전년동기대비 투자건수 소폭 감소했음에도 투자액은 271.1% 큰 폭으로 증가. 이는 대외 불안요소 상존에도 국내 경기 완만한 회복 등에 따라 외국인 직접투자 증대 다소 긍정적 영향. 특히 건수 측면에서 감소했음에도 내수 성장이 가시화되고 있는 영화 및 방송 분야 등을 중심으로 외국인 직접투자 증대
 - '12년 2분기 외국인직접투자 총 6건은 일반영화 및 비디오제작업 3건(365만 4천 달러), 공연업 1건(135만 달러), 기타문화방송업 2건(60만 달러)
 - '13년 2분기 외국인직접투자 총 5건 중 영화배급업(2천만 달러), 기타문화방송업 4건(79만 6천 달러)

〈그림 I -7〉 '12년 2분기 및 '13년 2분기 투자 건수

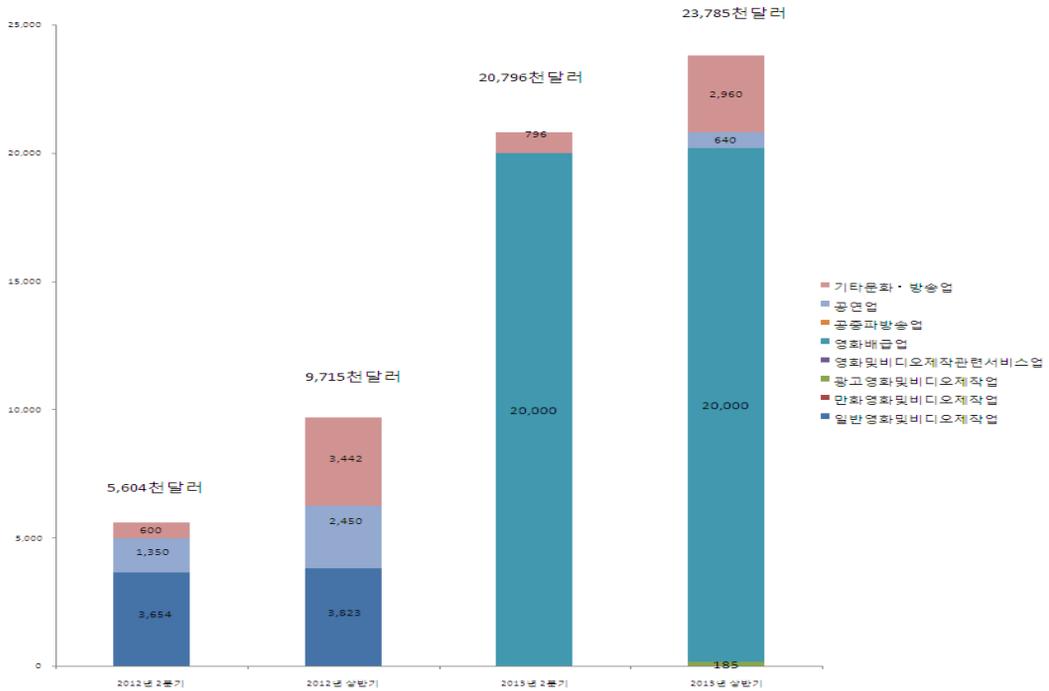
(단위 : 건)



출처 : 산업통상자원부(2013), 외국인투자동향 및 통계

〈그림 I -8〉 '12년 2분기 및 '13년 2분기 투자 액수

(단위 : 천 달러)



출처 : 산업통상자원부(2013), 외국인투자동향 및 통계

● '13년 2분기 문화오락 분야의 외국인직접투자액은 전체 서비스업 투자액(32억 490만 4천 달러) 중 2,465만 3천 달러이고 전체 외국인직접투자액 중에서 비중은 0.5%로 '12년 2분기 대비 0.7%p 감소

※ '13년 2분기 전체 외국인직접투자(46억 417만 3천 달러) 중 서비스업 외국인직접투자 비중은 69.6%이며 전년동기대비 12.1%p 증가

※ '11년 3분기 이후 금액 기준 외국인 투자패턴은 서비스업 비중의 경우 '12년 1분기를 제외하고 전반적인 상승세를 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 비중 소폭 상승. 투자건수는 서비스업에 집중된 외국인 투자패턴이 '11년 3분기 이후 지속되고 있으며 분기별 비중은 전반적으로 상승세를 보이다가 '13년 2분기 비중은 약간 하락

- 문화오락 분야 투자액수는 '12년 1분기 이후 등락세이며 투자건수 역시 '12년 1분기 등락기조. '13년 2분기의 투자건수는 전분기대비 약간 증가했으며 전년동기대비 동일 수준

※ 제조업의 투자건수 및 투자액수는 '13년 2분기 전년동기대비 각각 14.6% 감소, 30.3% 감소했으며 서비스업 투자건수 및 투자액수는 전년동기대비 6.7% 감소, 17.0% 증가

〈표 I -8〉 서비스업 외국인직접투자건수 동향

(신고기준, 단위 : 건수, %)

구분	2012년				2012년	2013년			
	2분기	상반기	3분기	4분기		1분기	2분기	상반기	2분기 (전년동기)
제조업	151 (20.3)	305 (20.9)	118 (18.3)	133 (17.4)	556 (19.4)	98 (15.2)	129 (18.9)	227 (17.1)	-14.6
서비스업	582 (78.3)	1,133 (77.8)	516 (80.0)	617 (80.9)	2,266 (79.1)	536 (83.2)	543 (79.4)	1,079 (81.3)	-6.7
문화·오락 (서비스업 중 비중)	9 (1.2)	24 (1.6)	4 (0.6)	13 (1.7)	41 (1.4)	6 (0.9)	9 (1.3)	15 (1.1)	0.0
전 체	743	1,457	645	763	2,865	644	684	1,328	-7.9

출처 : 산업통상자원부(2013), 외국인투자동향 및 통계

〈표 I -9〉 서비스업 외국인직접투자액수 동향

(신고기준, 단위 : 천 달러, %)

구분	2012년				2013년				
	2분기	상반기	3분기	4분기	2012	1분기	2분기	상반기	2분기 (전년동기)
제조업	1,999,172 (42.0)	3,478,781 (49.0)	818,722 (20.0)	1,799,883 (35.4)	6,097,387 (37.4)	1,139,133 (33.6)	1,393,743 (30.3)	2,532,876 (31.7)	-30.3
서비스업	2,739,336 (57.5)	3,574,344 (50.3)	3,262,850 (79.7)	2,764,344 (54.3)	9,601,538 (59.0)	2,250,280 (66.3)	3,204,904 (69.6)	5,455,184 (68.2)	17.0
문화·오락 (서비스업 중 비중)	55,700 (1.2)	64,028 (0.9)	10,101 (0.2)	22,932 (0.5)	97,062 (0.6)	3,205 (0.1)	24,653 (0.5)	27,858 (0.3)	-55.7
전 체	4,760,209	7,106,512	4,092,566	5,086,926	16,286,005	3,394,088	4,604,173	7,998,261	-3.3

출처 : 산업통상자원부(2013), 외국인투자동향 및 통계

〈표 I -10〉 문화·오락 외국인직접투자 세부동향

(신고기준, 단위 : 건, 천 달러)

연도	2012년 2분기		2012년 3분기		2012년 4분기		2012년		2013년 1분기		2013년 2분기	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
문화·오락	9	55,700	4	10,101	13	22,932	41	97,062	6	3,205	9	24,653
문화·방송업	6	5,604	2	1,311	7	3,073	22	14,099	5	2,989	5	20,796
일반영화 및 비디오제작업	3	3,654	1	871			5	4,694				
만화영화 및 비디오제작업												
광고영화 및 비디오제작업									2	185		
영화 및 비디오제작 관련서비스업												
영화배급업					1	100	1	100			1	20,000
공중파배급업												
공연업	1	1,350	1	440	1	460	4	3,350	1	640		
기타문화· 방송업	2	600			5	2,513	12	5,955	2	2,164	4	796
레포트업	3	50,096	2	8,790	6	19,860	19	82,963	1	216	4	3,857
레포트업	3	50,096	2	8,790	6	19,860	19	82,963	1	216	4	3,857

출처 : 산업통상자원부(2013), 외국인투자동향 및 통계

□ 2013년 상반기 콘텐츠산업 외국인직접투자 동향

- '13년 상반기 전년동기대비 문화오락 외국인직접투자는 약 2천 785만 8천 달러로 전년동기대비 56.5% 감소했으며, 레포츨를 제외한 문화방송업은 2천 378만 5천 달러로 전년동기대비 144.8% 증가
 - 문화 오락 외국인직접투자 건수는 '13년 상반기 15건으로 전년동기대비 9건 감소
- '13년 상반기 문화방송업(레포츨 제외)의 세부 투자업종을 보면 전년동기대비 투자건수는 소폭 감소했으나 투자액은 큰 폭 증가
 - '12년 상반기 외국인직접투자 총 13건은 일반영화 및 비디오 제작업으로 4건(382만 3천 달러), 공연업 2건(245만 달러), 기타문화방송업 7건(344만 2천 달러)
 - '13년 상반기 외국인직접투자 총 10건 중 광고영화 및 비디오제작업 2건(18만 5천 달러), 영화배급업 1건(2천만 달러), 공연업 1건(64만 달러), 기타문화방송업 6건(296만 달러)
- '13년 상반기 문화오락 분야의 외국인직접투자는 전체 서비스업 투자(54억 5,518만 달러) 중 2,785만 달러이고 전체 외국인직접투자 중에서 비중은 0.3%로 '12년 상반기에 비해 0.6%p 하락
 - ※ '13년 상반기 전체 외국인직접투자(79억 9,826만 1천 달러) 중 서비스업 외국인직접투자 비중은 68.2%로 전년동기대비 17.9%p 상승

2.2. 콘텐츠산업 해외투자 동향

□ 2013년 2분기 콘텐츠산업 해외투자 동향

- 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스 '13년 2분기 해외투자 건수는 98건으로 전년동기대비 9.3% 감소
- 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업 '13년 2분기 해외투자 건수는 19건으로 전년동기대비 44.1% 감소

〈표 1-11〉 콘텐츠산업 해외투자건수 동향

(단위 : 건수, %)

구분	2012년				2013년				
	2분기	상반기	3분기	4분기	2012년	1분기	2분기	상반기	2분기 (전년 동기)
제조업	949	1,831	893	910	3,634	934	965	1,899	1.7
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스	108	224	123	102	449	102	98	200	-9.3
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	34	61	19	13	93	14	19	33	-44.1
전 체	2,290	4,404	2,186	2,129	8,719	2,180	2,179	4,359	-4.8

출처 : 한국수출입은행(2013), 해외투자동향 및 통계

- 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스 '13년 2분기 해외투자 금액은 1억 7,290만달러 전년동기대비 110.9% 증가
- 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업 '13년 2분기 해외투자 금액은 1,210만달러로 전년동기대비 36.0% 감소

〈표 1-12〉 콘텐츠산업 해외투자금액 동향

(단위 : 백만달러, %)

구분	2012년				2013년				
	2분기	상반기	3분기	4분기	2012년	1분기	2분기	상반기	2분기
제조업	1,379.3	4,035.4	1,871.3	1,565.7	7,472.4	1,975.3	2,516.9	4,492.2	82.5
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스	82.0	130.3	82.4	46.5	259.2	72.3	172.9	245.2	110.9
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	18.9	28.7	3.4	15.2	47.3	2.9	12.1	15.0	-36.0
전 체	5,726.5	11,898.0	5,877.6	5,580.1	23,355.7	5,525.9	5,788.2	11,314.1	1.1

출처 : 한국수출입은행(2013), 해외투자동향 및 통계

□ 2013년 상반기 콘텐츠산업 해외투자 동향

- 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스 '13년 상반기 해외투자 건수는 200건으로 전년동기대비 10.7% 감소
- 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업 '13년 상반기 해외투자 건수는 33건으로

전년동기대비 45.9% 감소

- 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스 '13년 상반기 해외투자 금액은 2억 4,520만달러 전년동기대비 88.2% 증가
- 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업 '13년 상반기 해외투자 금액은 1,500만달러로 전년동기대비 47.7% 감소

2.3. 모태펀드 투자 동향

□ 2013년 2분기 모태펀드 자펀드¹⁸⁾ 운영현황

- '13년 2분기 모태펀드 총 결성액은 8,669억원으로 '12년 2분기 대비 약 530억원 증가했으며 전분기대비 동일 수준
 - '13년 2분기 일반분야 3,786억원 및 중점분야 4,883억원으로 '12년 2분기 대비 242억원 증가, 288억원 증가
 - ※ 자펀드수는 '12년 2분기대비 중점분야 1개 증가, 일반분야 2개 증가해 총 42개 자펀드 운용 중
 - '13년 2분기 중점분야 평균결성액은 약 244억원으로 '12년 2분기 대비 약 2억원 높은 수준
 - ※ '13년 2분기 일반분야 평균결성액은 약 172억원으로 '12년 2분기 대비 약 5억원 낮은 수준
 - ※ 중점분야 평균결성액 중 애니메이션/캐릭터 약 245억원, 게임 약 215억원, 드라마 약 302억원으로 전분기에 이어 '12년 1분기 이후 다른 분야 대비 높은 평균결성액을 나타내고 있으며 글로벌콘텐츠 펀드는 약 1,236억원 결성
 - ※ '13년 2분기 결성액에서 중점분야 비중은 56.3%로 '12년 2분기대비 0.2%p 낮으며, 모태출자액의 중점분야 비중은 62.8%로 '12년 2분기대비 0.3%p 낮은 수준

〈표 1-13〉 '12년 2분기 및 '13년 2분기 모태펀드 자펀드 운영현황

(단위 : 억원, %)

구분	'13년 2분기(2013년 6월 30일 현재)				'12년 2분기(2012년 6월 30일 현재)			
	결성액	모태출자액	자펀드수	평균결성액	결성액	모태출자액	자펀드수	평균결성액
문화산업	3,244.0	980.0	17	190.8	3,054.0	872.0	16	191.0
음원	72.0	21.6	1	72.0	120.0	36.0	1	120.0
영화	470.0	220.0	4	117.5	370.0	170.0	3	123.3
일반(소계)	3,786.0 (43.7)	1,221.6 (37.2)	22	172.1	3,544.0 (43.5)	1,078.0 (36.9)	20	177.2
공연예술	666.5	310.0	5	133.3	575.0	230.0	5	115.0
애니메이션 /캐릭터	490.0	196.0	2	245.0	490.0	196.0	2	245.0
게임	860.0	358.0	4	215.0	860.0	358.0	4	215.0
드라마	905.4	387.0	3	301.8	934.0	387.0	3	311.0
CG/3D	400.0	200.0	3	133.3	400.0	200.0	3	133.0
초기제작	325.0	210.0	2	162.5	100.0	70.0	1	100.0
글로벌콘텐츠	1,236.4	400.0	1	1,236.4	1,236.4	400.0	1	1,236.4
중점(소계)	4,883.3 (56.3)	2,061.0 (62.8)	20	244.2	4,595.4 (56.5)	1,841.0 (63.1)	19	241.9
계	8,669.3 (100)	3,282.6 (100)	42	206.4	8,139.4 (100)	2,919.0 (100)	39	208.7

18) 2013년 2분기 현재 운영중인 문화계정 자펀드수이며 영화계정 모태펀드 금액을 일반분야에 포함

□ 2013년 2분기 모태펀드 자펀드 분야별 투자현황

- '13년 2분기 모태펀드 총 투자금액 및 건수는 각각 약 1조 127억원 및 1,556건
 - '13년 2분기 모태펀드 투자금액 및 건수는 '12년 2분기 대비 약 2,131억원 증가, 308건 증가
 - ※ 영화부문의 투자건수 및 투자금액이 가장 높은 가운데, '13년도 2분기 투자 건수는 860건 및 투자 금액은 약 5,253억원으로 전년동기대비 188건 증가 및 약 1,186억원 증가
 - ※ 영화, 드라마, 기타 등 3개 부문의 '13년 2분기 투자금액 비중은 '13년 1분기에 이어 전년동기 대비 증가세이며 각각 1.0%p, 1.1%p, 0.4%p 상승. 이외 부문은 비중 감소
 - '13년 2분기 건당 평균 투자금액은 약 6억 5천만원으로 전년동기대비 1천만원 높은 수준
 - ※ 게임(10억 1천 만원), 애니메이션/캐릭터(8억 5천 만원), 드라마(12억 2천 만원), 기타(7억 8천 만원) 등이 다른 분야 대비 높은 건당 투자금액과 함께 '12년 1분기 이후 '13년 2분기 까지 지속되는 상황

〈표 1-14〉 '13년 2분기 모태펀드 자펀드 투자현황¹⁹⁾

(단위 : 억원, %)

구분	영화	공연	게임	음원	전시	애니메이션/ 캐릭터	드라마	인터넷/ 모바일	기타	합계
건수	860 (672)	219 (187)	128 (110)	97 (84)	27 (23)	84 (70)	60 (40)	34 (28)	47 (34)	1,556 (1,248)
금액	5,253.9 (4,067.6)	1,166.7 (922.9)	1,295.7 (1,174.6)	240.5 (180.0)	163.9 (140.6)	717.1 (594.0)	732.7 (491.2)	191.7 (171.7)	365.2 (253.5)	10,127.4 (7,996.0)
평균	6.1 (6.1)	5.3 (4.9)	10.1 (10.7)	2.5 (2.1)	6.1 (6.1)	8.5 (8.5)	12.2 (12.3)	5.6 (6.1)	7.8 (7.5)	6.5 (6.4)
비율	51.9% (50.9%)	11.5% (11.5%)	12.8% (14.7%)	2.4% (2.3%)	1.6% (1.8%)	7.1% (7.4%)	7.2% (6.1%)	1.9% (2.1%)	3.6% (3.2%)	100.0% (100.0%)

19) 괄호는 2012년 2분기 현황

3 소비변화 추이

3.1. 가계수지 및 소비지출 변화 동향

□ 2013년 2분기 가구당 소득은 전년동기대비 2.5% 증가했으며, 가계지출은 전년동기대비 1.5% 증가했으나 전분기대비 5.6% 하락

● '13년 2분기 가구당 월평균 가계수지, 즉 흑자액(약 88만 3천원)은 전년동기대비(약 83만 2천원) 6.1% 증가

- 가구당 월평균 가계수지는 '12년 2분기 이후 '13년 1분기를 제외하고 전분기대비 가계지출 증가세이며 '13년 2분기의 경우 가계지출은 전분기대비 하락했음에도 흑자액은 전분기대비 4.2% 상승

- 가구당 월평균 소득은 '10년 1분기에 전년동기대비 7.2% 증가 이후 전반적으로 증가세이며 '12년 2분기에서 '13년 2분기까지 전년동기대비 6.2%, 6.3%, 5.4%, 1.7%, 2.5% 증가했으나, '12년 2분기 이후 전분기대비는 전반적으로 등락을 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 3.6% 하락

※ '13년 2분기 가계지출 증가율은 전년동기대비 '11년 4분기 이후 증가세가 이어지다가 '13년 1분기 들어 약간 감소, '13년 2분기는 전년동기대비 증가로 반전. 이는 대외리스크에 따른 국내 경기회복 불확실성이 소비지출 증가에 다소 제한적 영향

※ '13년 2분기 가구당 월평균 가계지출(315만원 7천원)은 전년동기대비 1.5% 증가, 소비지출(240만 3천원)은 전년동기대비 0.7% 증가했으며, 비소비지출(75만 3천원)은 '13년 2분기 전년동기대비 4.1% 증가

● 소득, 가계지출(소비지출, 비소비지출)은 전반적으로 전년동기대비 증가세가 이어지고 있으며 '13년 1분기 이후 증가폭 다소 감소세. 전분기대비의 경우 '09년 2분기 이후 상승세가 이어지다가 '10년 2분기부터 등락세. 흑자액은 '12년 2분기 이후 전년동기대비 지속 증가

- 가계지출 흑자액은 '11년 3분기에서 '12년 1분기까지 전분기대비 등락기조를 보였으나 '12년 2분기 이후 '13년 1분기를 제외하고 상승세이며 '13년 2분기는 전분기대비 4.2% 상승

※ 비소비지출은 '11년 1분기부터 전분기대비 등락기조이며 '13년 2분기는 전분기대비 6.1% 하락

〈표 I -15〉 전국가구 가구당 월평균 가계수지

(단위 : 천원, %)

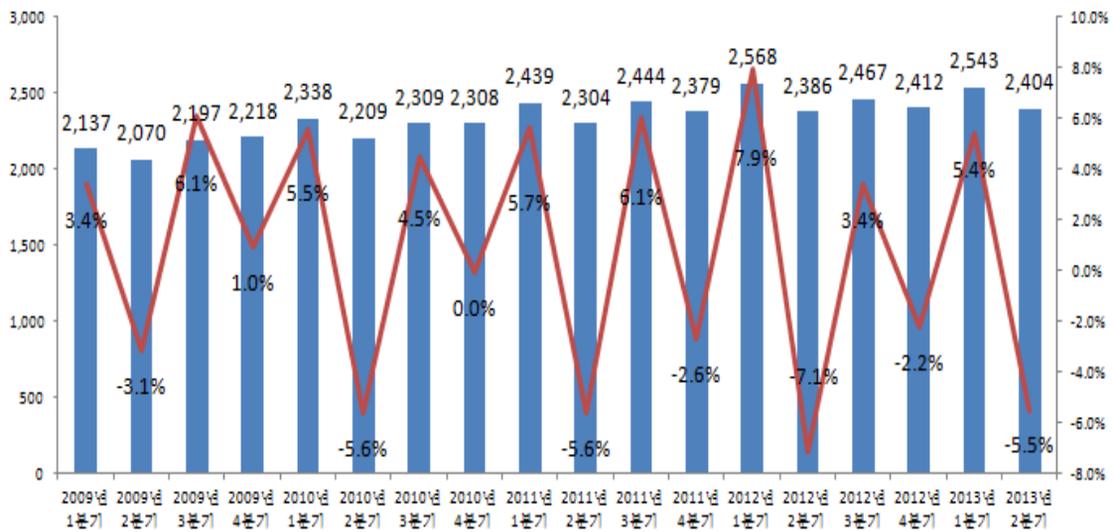
구분	2012년			2013년		2012년 4분기 (전년동기대비)	2013년 1분기 (전년동기대비)	2013년 2분기 (전년동기대비)
	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)			
소득	3,942.2 (-4.4)	4,141.8 (5.1)	4,092.6 (-1.2)	4,192.6 (2.4)	4,040.6 (-3.6)	5.4	1.7	2.5
가계지출	3,109.6 (-7.4)	3,258.9 (4.8)	3,144.2 (-3.5)	3,344.6 (6.4)	3,157.0 (-5.6)	2.0	-0.4	1.5
소비 지출 20)	2,386.1 (-7.1)	2,467.1 (3.4)	2,412.3 (-2.2)	2,542.6 (5.4)	2,403.5 (-5.5)	1.4	-1.0	0.7
비소비 지출 21)	723.5 (-8.5)	791.8 (9.4)	731.9 (-7.6)	802.0 (9.6)	753.5 (-6.1)	4.1	1.5	4.1
흑자액	832.7 (8.9)	882.9 (6.0)	948.3 (7.4)	848.0 (-10.6)	883.7 (4.2)	18.5	10.8	6.1

출처 : 통계청(2013), '12년 2분기~'13년 2분기 가계동향

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

〈그림 I -9〉 소비지출 증감률 변동 추이

(단위 : 천원, %)



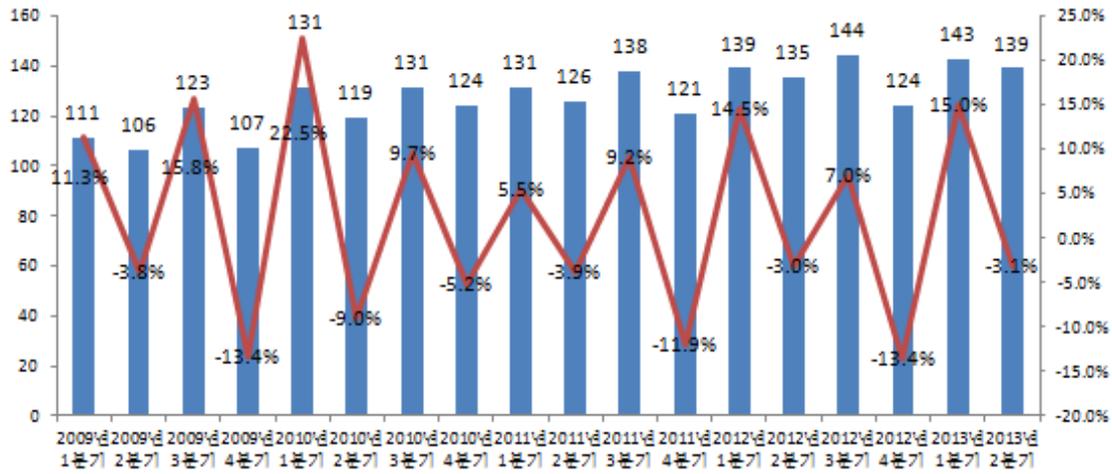
20) 소비재의 구입을 위한 소비자의 지출을 말함. 통계청은 1) 식료품, 비주류음료, 2) 주류, 담배, 3) 의류, 신발, 4) 주거, 수도, 광열, 5) 가정용품, 가사서비스, 6) 보건, 7) 교통, 8) 통신, 9) 오락, 문화, 10) 교육, 11) 음식, 숙박, 12) 기타, 상품서비스로 구분

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

- '13년 2분기 월평균 오락·문화지출은 약 13만 8천원으로 전년동기대비 3.2% 증가. '11년 1분기 이후 등락세를 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 3.1% 하락
 - '13년 2분기 가구당 월평균 소비지출 중 콘텐츠산업 영역인 오락·문화 지출은 전년동기대비 약 4천 3백원 증가
 - 오락·문화 소비지출은 '08년 4분기에 9만 9천원 기록한 후 전년동기대비 증가기조를 이어가고 있으며 전분기대비는 '10년 1분기 이후 등락세 지속
 - ※ '10년 1분기부터 '13년 1분기까지 전분기대비 오락문화 소비지출 증감률은 각각 22.5%, -9.0%, 9.7%, -5.2%, 5.5%, -3.9%, 9.2%, -11.9%, 14.5%, -3.0%, 7.0%, -13.4%, 15.0%로 등락세. 오락문화 소비지출 증감추세는 전체 소비지출과 유사하나 오락문화 소비지출의 변동폭은 '11년 3분기 이후 전체소비지출 대비 높은 수준
 - ※ '13년 2분기 오락·문화 소비지출과 함께 식료품 및 비주류음료, 의류 및 신발, 주거 및 수도광열, 가정용품 및 가사서비스, 교통, 교육, 음식·숙박 등 7개 분야의 소비 지출은 전년동기대비 증가. 특히 주거 및 수도광열, 가정용품 및 가사서비스 등 2개 부문은 오락·문화 소비지출 대비 높은 증가율을 보이고 있으며 '13년 2분기 전년동기대비 6.5%, 9.1% 증가
 - 오락·문화 소비지출은 '09년 금융위기 이후 '12년 1분기까지 경기회복이 이어지면서 소비지출 증가. 이후 유럽재정위기, 엔저 등 대외리스크 등에 따라 미국, 중국을 중심으로 세계경기회복 지연 등이 국내경기에 직간접적으로 작용해 국내 수요증대에 부정적 영향. 공급부문에서는 다소 개선되는 양상을 보이고 있으나 소비부문은 심리적 위축이 완전히 해소되지 않은 상황. 다만, 공급적인 측면의 호조가 이어질 경우 소비에도 긍정적 영향 전망
 - '13년 2분기 이후 신흥국가들의 경기둔화 우려확대, 엔저, 미국재정절벽 등 대외 정치경제 측면의 부정적 요인에도 불구하고 미국 등 해외 주요 국가들의 완만한 경기회복 전망. 이러한 대외 긍정요인들과 함께 국내 경기상승을 위한 재정지출 확대 등 공급측면에서 긍정적인 효과로 이어질 경우 향후 실질소득 증가 및 소비지출 완만한 확대기조 예상. 이에 오락·문화 소비지출은 창조경제 등 정책개발·지원 및 산업 패러다임 변화에 부응한 스마트콘텐츠 분야는 지속적인 수요 확대로 큰 폭 증대 예상

〈그림 I -10〉 오락·문화 소비지출 증감을 변동 추이

(단위 : 천원, %)



〈표 I -16〉 전국가구 가구당 일평균 소비지출

(단위 : 천원, %)

구 분	2012년			2013년		2012년			2013년		13년1분기 (전분기 대비)	13년2분기 (전분기 대비)
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	2분기 구성비	3분기 구성비	4분기 구성비	1분기 구성비	2분기 구성비		
소비 지출	2,386.1 (-7.1)	2,467.1 (3.4)	2,412.3 (-2.2)	2,542.6 (5.4)	2,403.5 (-5.5)	100	100	100	100	100	-1.0	0.7
실질	2,248.9 (-7.3)	2,318.7 (3.1)	2,260.8 (-2.5)	2,367.4 (4.7)	2,240.0 (-5.4)	-	-	-	-	-	-2.4	-0.4
식품 및 비주류음료	326.4 (-4.6)	382.8 (17.3)	346.7 (-9.4)	336.6 (-2.9)	329.9 (-2.0)	13.7	15.5	14.4	13.2	13.7	-1.6	1.1
주류 및 담배	28.0 (1.9)	29.9 (6.8)	27.3 (-8.6)	26.7 (-2.2)	27.6 (3.2)	1.2	1.2	1.1	1.1	1.1	-2.7	-1.4
의류 및 신발	170.4 (8.0)	131.8 (-22.7)	203.0 (54.1)	165.3 (-18.6)	171.2 (3.6)	7.1	5.3	8.4	6.5	7.1	4.8	0.5
주거 및 수도광열	244.9 (-22.5)	211.9 (-13.5)	253.7 (19.8)	325.7 (28.4)	260.9 (-19.9)	10.3	8.6	10.5	12.8	10.9	3.0	6.5
가정용품 및 가사서비스	90.2 (0.7)	98.0 (8.5)	94.1 (-4.0)	89.3 (-5.1)	98.4 (10.2)	3.8	4.0	3.9	3.5	4.1	-0.3	9.1
보 건	158.7 (-4.7)	153.4 (-3.4)	157.2 (2.5)	171.5 (9.1)	157.4 (-8.2)	6.7	6.2	6.5	6.7	6.6	2.9	-0.8
교 통	308.5 (6.9)	297.9 (-3.4)	311.8 (4.7)	294.3 (-5.6)	311.4 (5.8)	12.9	12.1	12.9	11.6	13.0	1.9	0.9
통 신	154.4 (4.0)	155.3 (0.6)	151.6 (-2.3)	151.1 (-0.3)	152.2 (0.7)	6.5	6.3	6.3	5.9	6.3	1.8	-1.4
오락·문화	134.6 (-3.0)	144.0 (7.0)	124.7 (-13.4)	143.3 (15.0)	138.9 (-3.1)	5.6	5.8	5.2	5.6	5.8	3.3	3.2
교 육	232.0 (-36.4)	329.9 (42.2)	228.1 (-30.9)	339.5 (48.8)	234.0 (-31.1)	9.7	13.4	9.5	13.4	9.7	-6.9	0.9
음식·숙박	320.3 (8.1)	322.5 (0.7)	307.9 (-4.5)	295.9 (-3.9)	321.6 (8.7)	13.4	13.1	12.8	11.6	13.4	-0.1	0.4
기타 상품 및 서비스	217.7 (-6.1)	209.8 (-3.6)	206.2 (-1.7)	203.3 (-1.4)	200.0 (-1.6)	9.1	8.5	8.5	8.0	8.3	-12.3	-8.2

출처 : 통계청(2013), '12년 2분기~'13년 2분기 가계동향

- '13년 2분기 오락·문화 소비지출 세부내역 구성비는 1) 문화서비스(21.1%), 2) 단체여행비(20.7%), 3) 운동 및 오락서비스(12.6%), 4) 서적(11.8%), 5) 정보처리장치(5.3%) 순. '13년 2분기 문화서비스, 운동 및 오락서비스, 단체여행비 등 3개 부문 비중 전분기대비 증가
 - '13년 2분기 전체 오락·문화 소비지출 전년동기대비 증가와 함께 사진광화장비(15.5%), 오락문화내구재(23.8%), 오락문화내구재 유지 및 수리(17.3%), 장난감 및 취미용품(2.2%), 캠핑 및 운동관련용품(20.0%), 애완동물 관련용품(0.9%), 화훼 및 애완동물 서비스(29.1%), 운동 및 오락서비스(10.5%), 복권(8.5%), 서적(1.9%), 문구(17.8%), 단체여행비(20.8%) 등 12개 부문은 전년동기대비 증가
 - ※ 서적은 '11년 2분기 이후 감소기조를 나타내다 '13년 1분기부터 증가세이며 '13년 2분기는 전년 동기대비 1.9% 증가
 - 구성비 상위 5개 항목 중 문화서비스, 서적, 단체여행비, 운동 및 오락서비스, 정보처리장치는 '13년 2분기 전년동기대비 1.9% 감소, 1.9% 증가, 20.8% 증가, 10.5% 증가, 5.4% 감소
 - '13년 2분기 오락·문화 소비지출 중 핵심콘텐츠 상품 및 서비스 소비지출 비중은 약 56.5%로 전년동기대비 0.1%p 증가했으며 전분기대비 3.4%p 하락
 - ※ '13년 2분기 핵심콘텐츠의 경우 문화서비스(21.1%) + 서적(11.8%) + 운동 및 오락서비스(12.6%) + 장난감 및 취미용품(4.9%) + 문구(3.8%) + 기타인쇄물(1.5%) + 오락문화내구재(0.6%) + 오락문화 내구재 유지 및 수리(0.2%) 등으로 구성

〈표 1-17〉 전국가구 가구당 월평균 오락·문화 소비지출(세부항목)

(단위 : 천원, %)

구분	2012년			2013년		2012년			2013년		'13년 1분기 (전분기대비)	'13년 2분기 (전분기대비)
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	2분기 구성비	3분기 구성비	4분기 구성비	1분기 구성비	2분기 구성비		
오락·문화	134.6 (-3.0)	144.0 (7.0)	124.7 (-13.4)	143.3 (15.0)	138.9 (-3.1)	5.6	5.8	5.2	5.6	5.8	3.3	3.2
영상음향기기	8.2 (-13.6)	7.5 (-7.9)	8.6 (13.9)	7.3 (-14.8)	4.9 (-32.6)	6.1	5.2	6.9	5.1	3.5	-22.8	-39.8
사진·영화장비	1.1 (-34.3)	2.0 (83.1)	0.8 (-61.4)	0.9 (22.0)	1.2 (34.0)	0.8	1.4	0.6	0.6	0.9	-43.3	15.5
정보처리장치	7.7 (-29.7)	8.1 (4.1)	6.3 (-21.6)	11.2 (78.1)	7.3 (-34.9)	5.7	5.6	5.1	7.8	5.3	2.2	-5.4
기록매체	0.3 (-33.0)	0.3 (-10.4)	0.3 (8.4)	0.3 (12.9)	0.2 (-26.4)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	-26.6	-19.3
영상음향 및 정보기기수리	1.1 (1.3)	1.2 (9.6)	1.1 (-7.4)	0.9 (-21.6)	0.8 (-14.1)	0.8	0.8	0.9	0.6	0.5	-19.3	-31.6
오락문화 내구재	0.6 (74.6)	0.2 (-73.1)	0.2 (-1.2)	0.6 (247.0)	0.8 (34.4)	0.5	0.1	0.1	0.4	0.6	60.7	23.8
악기기구	1.5 (24.0)	1.1 (-28.4)	1.4 (26.4)	1.4 (-0.7)	0.9 (-30.8)	1.1	0.8	1.1	1.0	0.7	11.4	-37.8
오락문화 내구재 유지 및 수리	0.2 (83.2)	0.3 (32.7)	0.3 (4.2)	0.6 (110.7)	0.2 (-59.7)	0.1	0.2	0.2	0.4	0.2	433.6	17.3
장난감 및 취미용품	6.7 (51.1)	5.3 (-20.9)	8.0 (51.5)	5.5 (-30.9)	6.8 (23.3)	5.0	3.7	6.4	3.9	4.9	25.2	2.2
캠핑 및 운동 관련용품	6.1 (12.7)	7.6 (24.4)	5.3 (-30.9)	5.6 (5.4)	7.4 (32.5)	4.6	5.3	4.2	3.9	5.3	2.1	20.0
화훼관련용품	4.8 (74.2)	2.4 (-49.8)	1.9 (-22.0)	3.1 (65.6)	4.5 (44.1)	3.6	1.7	1.5	2.2	3.2	13.0	-6.6
애완동물 관련용품	2.3 (0.5)	2.3 (-2.0)	2.5 (11.0)	2.3 (-7.3)	2.3 (0.0)	1.7	1.6	2.0	1.6	1.7	1.4	0.9
화훼 및 애완동물 서비스	1.4 (10.5)	1.5 (5.7)	1.3 (-13.5)	1.4 (10.4)	1.8 (27.8)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.3	11.6	29.1
운동 및 오락서비스	15.8 (10.7)	18.8 (19.0)	14.3 (-24.0)	15.2 (6.3)	17.5 (14.9)	11.7	13.0	11.5	10.6	12.6	6.4	10.5
문화서비스	29.9 (13.0)	28.5 (-4.9)	27.8 (-2.5)	28.8 (3.8)	29.4 (1.9)	22.2	19.8	22.3	20.1	21.1	8.8	-1.9
복권	0.3 (-16.4)	0.3 (4.7)	0.3 (-5.7)	0.3 (6.7)	0.3 (3.0)	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	-11.9	8.5
서적	16.1 (-36.0)	18.3 (13.4)	16.5 (-9.7)	25.4 (54.1)	16.4 (-35.4)	12.0	12.7	13.3	17.8	11.8	0.9	1.9
기타인쇄물	2.2 (-8.6)	2.3 (5.2)	2.4 (3.4)	2.3 (-3.6)	2.1 (-6.0)	1.6	1.6	1.9	1.6	1.5	-4.1	-1.5
문구	4.4 (-31.8)	4.5 (2.0)	4.9 (8.7)	7.2 (47.6)	5.2 (-28.0)	3.3	3.1	3.9	5.1	3.8	11.7	17.8
단체여행비	23.8 (7.7)	31.7 (33.6)	20.7 (-34.8)	22.9 (10.6)	28.7 (25.4)	17.7	22.0	16.6	16.0	20.7	3.7	20.8

출처 : 통계청(2013), '12년 2분기~'13년 2분기 가계동향

3.2. 가계수입 및 소비지출 변화 전망

- 소비자심리지수(CSI)²²⁾는 연고점인 '09년 10월의 117에서 하락기조를 보이다가 '12년 1월 이후 등락세, '13년 1월 이후 상승세이며 '13년 6월은 105
 - 가계수입전망 CSI는 '09년 10월 고점인 106을 기록한 후 호조세가 이어지다가 '12년 4월부터 하락세, '13년 1월 이후 상승세로 전환되었으며 '13년 6월은 99. 소비지출전망 CSI는 '12년 5월 113 기록 이후 등락을 보이고 있으며 '13년 6월은 106 수준
 - 교양·오락·문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '10년 11월 98 기록 이후 '12년 1월 90으로 하락하는 등 다른 부문대비 다소 부진. '13년 1월 이후 약간 상승세가 나타나고 있으나 '13년 6월은 88로 저조
 - ※ '13년 4월 및 5월 교양·오락·문화비 관련 소비지출전망 CSI는 87, 88
 - 외식비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '09년 10월에서 '10년 12월까지 94 수준이며, '12년 1월 87 기록이후 등락기조이며 '13년 6월은 88로 부진
 - 여행비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '12년 6월 이후 하락세를 보이다가 '13년 4월 이후 상승세이며 '13년 6월은 88 수준

〈표 I -18〉 가계수입 및 소비지출전망 CSI 추이

구분	2012년									2013년					
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
소비자심리지수	106	106	101	100	101	99	100	100	99	102	102	104	102	104	105
가계수입전망CSI	103	101	98	98	97	97	99	98	97	101	99	100	99	99	99
소비지출전망CSI	113	113	109	110	111	108	107	108	108	107	106	109	105	106	106
내 구 재	93	93	92	89	88	88	87	88	88	89	88	89	88	89	91
의 류 비	104	106	103	100	98	97	100	100	100	97	95	98	97	98	99
외 식 비	94	93	90	90	88	87	86	89	87	87	84	87	86	88	88
여 행 비	91	91	91	88	85	84	85	86	85	82	81	84	84	86	88
교 육 비	114	112	110	111	109	108	110	110	111	106	106	105	104	102	103
의 료·보 건 비	118	118	117	115	116	114	116	115	115	110	108	111	110	110	111
교양·오락·문화비	95	94	93	92	92	90	91	91	91	89	86	87	87	88	88
교 통·통 신 비	120	118	116	115	115	114	114	114	114	113	110	112	109	109	108

출처 : 통계청(2013), '12년 4월~'13년 6월 소비자동향조사

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

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

4 수출변화 추이

4.1. 콘텐츠업체(상장사) 수출 변화 추이²³⁾

□ 2013년 2분기 콘텐츠 업체 수출 동향

- 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 2분기 수출액은 약 3,570억원으로 전년동기대비 9.9% 증가했으며 전분기대비 3.4% 상승
 - '10년 2분기부터 '12년 1분기 및 2분기를 제외하고 비교적 큰 폭의 상승세가 이어지는 추세. '13년 1분기는 전분기대비 약간 하락했으나 '13년 2분기 들어 상승으로 전환
- 게임 '13년 2분기 수출액은 약 2,228억원으로 전년동기대비 9.5% 증가했으며 전분기대비 1.9% 상승. '12년 1분기 및 2분기는 전분기대비 다소 큰 폭으로 하락했으나 이후 상승세 지속
 - '13년 2분기 게임의 전체 콘텐츠 상장사 수출액 중 비중은 62.4%로 '12년 2분기(62.6%) 대비 0.2%p 하락
 - 대형업체 중 네오위즈게임즈의 '13년 2분기 수출액은 전년동기대비 3.2% 증가했으며, CJ E&M 게임부문의 '13년 2분기 수출액은 전년동기대비 4.5% 증가. 이는 다수의 스마트게임, 대형 신작 온라인게임 등이 내수시장의 선전에 비해 해외 시장에서의 성과도출이 다소 더딘 것. 액토즈소프트는 '12년 2분기 이후 전년동기대비 감소세가 지속되고 있으며 '13년 2분기는 전년동기대비 6.2% 감소
 - ※ 엔씨소프트의 수출액은 '11년 2분기부터 전년동기대비 감소세가 이어지고 있으며 '13년 2분기는 전년동기대비 9.8% 감소
 - 중소형 업체 중, 컴투스, 게임빌 등 2개 업체는 '11년 4분기 이후 신작 스마

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

트게임들의 다수 출시에 따른 흥행 호조 및 해외 수요증가로 '13년 2분기 수출액은 전년동기대비 비교적 높은 성장을 기록

※ 컴투스 및 게임빌은 콘텐츠 소비의 스마트화에 따른 자체 개발 스마트게임의 지속 출시 및 흥행작 출현으로 '11년 1분기 이후 큰 폭의 수출액 증가 기록. 컴투스 및 게임빌의 '13년 2분기 수출액은 전년동기대비 각각 20.0%(219.8%)²⁴⁾, 169.0%(97.2%) 증가

※ 한빛소프트의 '13년 2분기 수출액은 전년동기대비 36.1% 증가했으며, 웹젠은 '13년 2분기 수출액의 경우 전년동기대비 55.0% 증가

- 게임의 수출액은 '10년 2분기부터 '11년 4분기까지의 전분기대비 상승세가 이어지다가 '12년 1분기와 2분기에 다소 큰 폭의 하락. '12년 3분기 이후 상승기조로 전환되면서 회복 추세. 향후 게임 콘텐츠 이용 패턴에 스마트화가 강화되고 이에 따라 단말기 등 고성능 하드웨어 출시가 이어질 경우 게임 수요 측면에서 국내외 이용자 확대에 긍정적인 전망. 이에 경쟁력 및 개발력을 보유한 스마트게임 개발사들을 중심으로 해외수출 증대 예상

※ '10년 3분기에서 '13년 1분기까지 전분기대비 각각 2.3% 상승, 12.1% 상승, 5.7% 상승, 5.3% 상승, 2.9% 상승, 55.7% 상승, 19.8% 하락, 9.1% 하락, 2.5% 상승, 4.0% 상승, 0.8% 상승

● 출판 '13년 2분기 수출액은 약 51억원으로 전년동기대비 215.3% 증가했으며, 전분기대비 18.2% 상승

- '13년 2분기 전체 콘텐츠산업 수출액에서 수출액 비중은 1.4%로 전년동기대비 0.9%p 상승

※ 대교, 능률교육, 예림당, 이퓨처의 '13년 2분기 수출액은 전년동기대비 335.0% 증가, 0.0% 증가, 40.0% 감소, 366.7% 증가

- 출판의 수출액은 '10년 2분기 이후 전분기대비 등락세에서 '12년 2분기부터 '13년 1분기의 하락을 제외하고 전반적으로 상승 추세

● 방송 '13년 2분기 수출액은 약 602억원으로 전년동기대비 5.0% 증가했으며 전분기대비 6.5% 하락

- '13년 2분기 전체 콘텐츠산업 수출액에서 수출액 비중은 16.9%로 전년동기대비 0.8%p 하락

24) 2013년 1분기 수출액 전년동기대비 성장률

- ※ CJ오쇼핑의 '13년 2분기 수출액은 전년동기대비 255.1% 증가했으며 전분기대비 48.0% 상승
- ※ CJ E&M 방송부문의 '13년 2분기 수출액은 전년동기대비 17.7% 감소했으며 전분기대비 13.2% 상승
- ※ 초록뱀미디어는 독립제작사이며 '13년 2분기 수출액의 경우 전년동기대비 50.0% 감소했으며 전분기대비 89.5% 하락. 팬엔터테인먼트의 '13년 2분기 수출액은 전년동기대비 8.7% 감소했으며 전분기대비 1,483.3% 큰 폭 상승
- 방송의 수출액은 '11년 1분기에서 '11년 4분기까지 전분기대비 하락세. '12년 1분기부터 큰 폭의 상승세를 보이다가 '12년 3분기 이후 등락기조를 나타내고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 하락
- 영화 '13년 2분기 수출액은 약 99억원으로 전년동기대비 97.2% 큰 폭으로 증가했으며 전분기대비 187.8% 큰 폭 상승
 - '13년 2분기 전체 콘텐츠산업 수출액에서 수출액 비중은 2.8%로 전년동기대비 1.3%p 상승
 - ※ CJ E&M 영화부문의 '13년 2분기 수출액은 전년동기대비 92.3% 증가했으며 전분기대비 165.9% 상승
 - ※ 미디어플렉스는 영화투자배급사이며 '13년 2분기 수출액은 전년동기대비 161.1% 증가했으며 전분기대비 1,242.9% 상승
 - 영화는 '11년 2분기부터 전분기대비 상승세였으나 '12년 1분기 이후 다소 큰 폭의 등락세이며, '13년 2분기는 전분기대비 큰 폭의 상승 기록
- 음악 '13년 2분기 수출액은 약 398억원으로 전년동기대비 7.3% 증가했으며 전분기대비 1.9% 상승
 - '13년 2분기 전체 콘텐츠산업 수출액에서 수출액 비중은 11.2%로 전년동기대비 0.2%p 하락
 - ※ YG엔터테인먼트 및 로엔엔터테인먼트의 '13년 2분기 수출액은 전년동기대비 68.2%, 101.6% 증가했으며 이외 업체는 전년동기대비 다소 큰 폭 감소, 수출액 규모 측면에서는 SM엔터테인먼트, YG엔터테인먼트 등이 '13년 1분기에 이어 음악 수출액 규모를 주도
 - 음악은 '10년 2분기에서 4분기까지 전분기대비 하락세. '11년 1분기 이후 '12년 1분기 및 '13년 1분기 큰 폭의 하락을 제외하고, 전반적인 상승세 지속

- 애니메이션/캐릭터 '13년 2분기 수출액은 약 190억원으로 전년동기대비 5.3% 감소했으며 전분기대비 23.3% 큰 폭 상승
- '13년 1분기 전체 콘텐츠산업 수출액에서 수출액 비중은 5.3%로 전년동기 대비 0.9%p 하락
- 애니메이션/캐릭터는 '10년 1분기부터 전분기대비 등락세를 나타내고 있으며 '13년 2분기는 큰 폭 상승 기록

〈표 1-19〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동

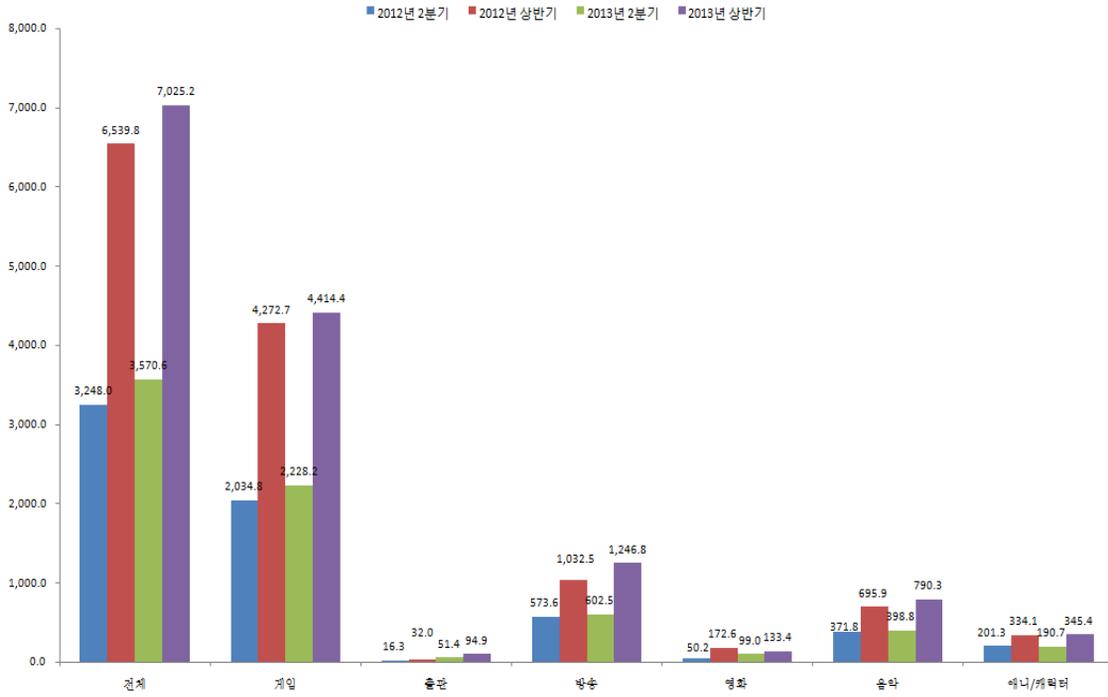
(단위: 억원, %)

구분	2012년				2013년			
	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)
게임	2,034.8 (-9.1%)	2,086.6 (2.5%)	2,169.1 (4.0%)	8,528.4 (6.9%)	2,186.2 (0.8%)	2,228.1 (1.9%)	4,414.4 (3.3%)	9.5%
지식 정보	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
출판	16.3 (3.8%)	23.1 (41.7%)	117.2 (407.4%)	172.3 (38.8%)	43.5 (-62.9%)	51.4 (18.2%)	94.9 (196.6%)	215.3%
방송	573.6 (25.0%)	516.6 (-9.9%)	450.2 (-12.9%)	1,999.3 (27.2%)	644.3 (43.1%)	602.5 (-6.5%)	1,246.8 (20.8%)	5.0%
광고	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
영화	50.2 (-59.0%)	122.8 (144.6%)	75.5 (-38.5%)	370.9 (251.6%)	34.4 (-54.4%)	99.0 (187.8%)	133.4 (-22.7%)	97.2%
음악	371.8 (14.7%)	550.6 (48.1%)	571.4 (3.8%)	1,817.9 (107.9%)	391.5 (-31.5%)	398.8 (1.9%)	790.3 (13.6%)	7.3%
애니메이션/ 캐릭터	201.3 (51.6%)	199.2 (-1.0%)	208.6 (4.7%)	741.9 (-6.9%)	154.7 (-25.8%)	190.7 (23.3%)	345.4 (3.4%)	-5.3%
합계	3,248.0 (-1.3%)	3,498.9 (7.7%)	3,592.0 (2.7%)	13,630.7 (19.0%)	3,454.6 (-3.8%)	3,570.5 (3.4%)	7,025.2 (7.4%)	9.9%

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 수출액을 적용. 'NHN'은 실적보고서상 '11년 1분기부터 수출액 대신 해외사업장 매출액을 발표해 분석에서 제외
- 2) 지식정보는 산업의 특성상 내수를 중심으로 영업활동이 이뤄지므로 수출이 발생하지 않아 분석에서 제외
- 3) 출판 중 '대교', '능률교육', '예림당', '이퓨처' 사업보고서에서 수출 발생
- 4) 방송 중 'CJ오쇼핑', 'GS홈쇼핑', 'CJ E&M', 'SBS콘텐츠헤브', '한국경제TV', 'MBC', '초록뱀', '팬엔터테인먼트', '키이스트' 사업보고서에서 수출 발생
- 5) 영화 중 '미디어플렉스', 'CJ E&M'에서 수출 발생
- 6) 음악 중 'CJ E&M', 'SM엔터테인먼트', '네오위즈인터넷', '소리바다', 'JYP엔터테인먼트', 'YG엔터테인먼트'에서 수출발생
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스템싸이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외. '오로라월드'는 '13년 1분기 및 2분기 및 수출액데이터 부재로 '13년 해당분기 전체 매출액 대비 해외 비중 적용

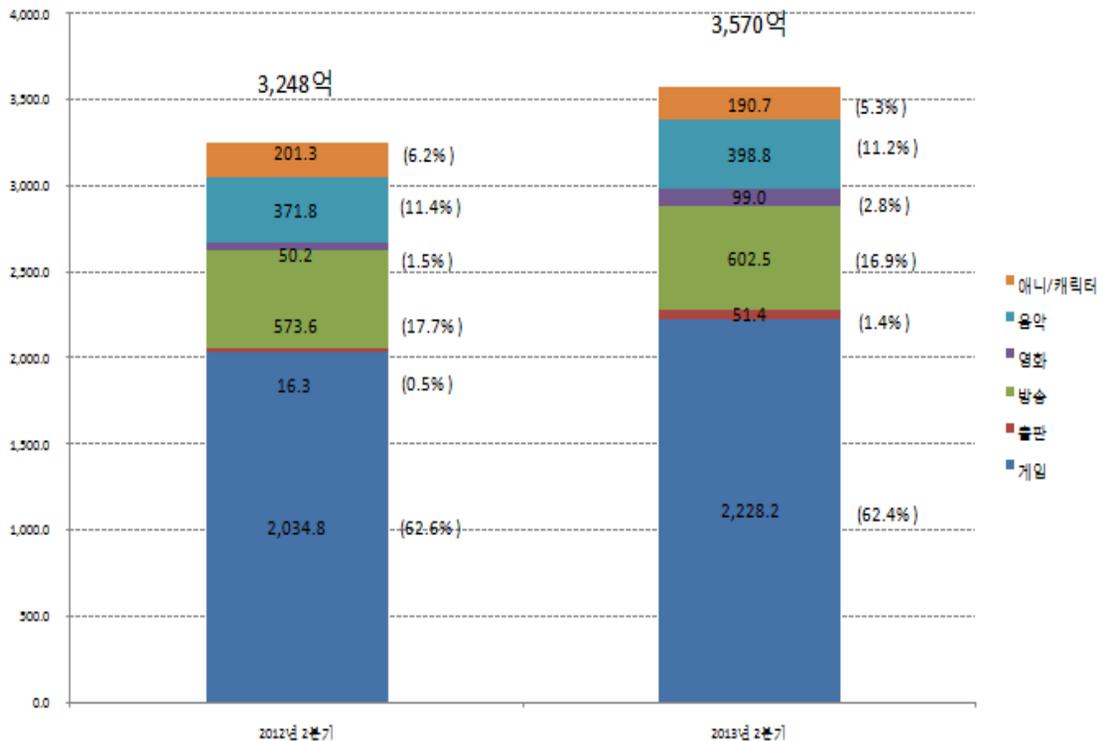
〈그림 I-11〉 '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동

(단위 : 억원)



〈그림 I-12〉 '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 누적

(단위 : 억원)



□ 2013년 상반기 콘텐츠 업체 수출 동향

- 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 상반기 수출액은 약 7,025억원으로 전년동기대비 7.4% 증가
 - '13년 상반기 콘텐츠산업 상장사 수출액 중 영화를 제외하고 전 부문 전년동기대비 증가
 - ※ 게임, 출판, 방송, 음악, 애니메이션/캐릭터 수출액은 '13년 상반기 전년동기대비 3.3% 증가, 196.6% 증가, 20.8% 증가, 13.6% 증가, 3.4% 증가
 - ※ 영화의 '13년 상반기 수출액은 전년동기대비 22.7% 감소
 - 게임 및 방송의 '13년 상반기 수출액은 '10년 상반기 이후 지속 증가 추세
 - ※ 게임의 '13년 상반기 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 수출액 대비 비중은 62.8%로 '12년 상반기(65.3%) 대비 2.5%p 하락
 - 음악의 수출액은 '12년의 큰 폭의 증가에서 '13년 상반기 들어 다소 정체적 성장
 - ※ 음악의 '13년 상반기 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 대비 수출액 비중은 11.2%로 '12년 상반기 대비 0.6%p 상승

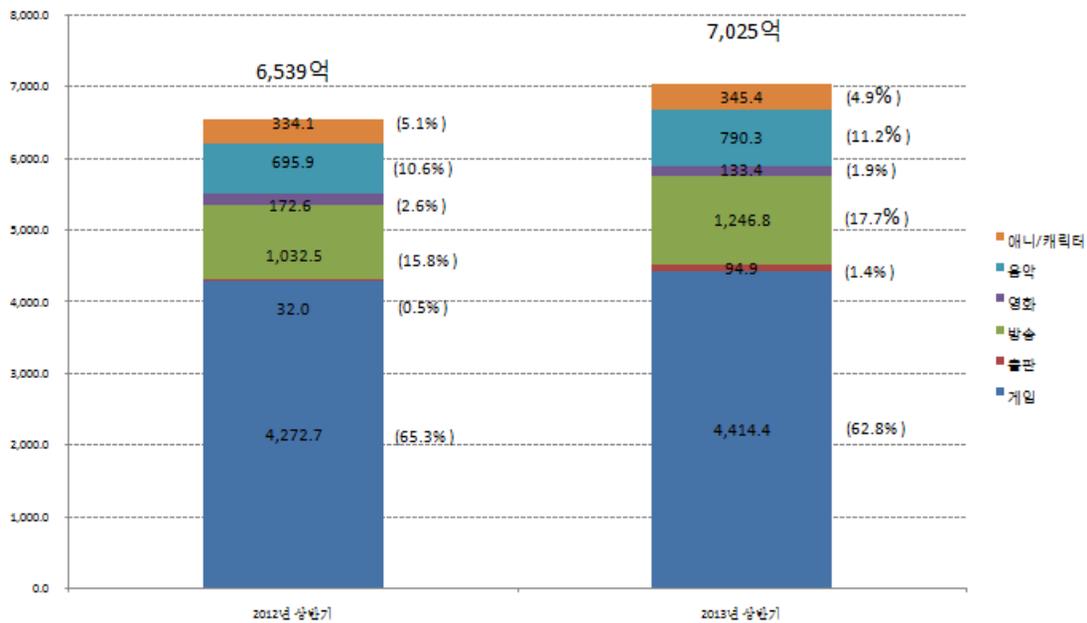
〈표 1-20〉 '11년 상반기~'13년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동

(단위 : 억원)

구분	2011년		2012년		2013년	
	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)
게임	1,741.8 (27.6%)	3,396.7 (28.2%)	2,034.8 (16.8%)	4,272.7 (25.8%)	2,228.1 (9.5%)	4,414.4 (3.3%)
지식 정보	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
출판	15.6 (36.8%)	23.3 (3.1%)	16.3 (4.5%)	32.0 (37.3%)	51.4 (215.3%)	94.9 (196.6%)
방송	467.4 (139.6%)	729.6 (72.9%)	573.6 (22.7%)	1,032.5 (41.5%)	602.5 (5.0%)	1,246.8 (20.8%)
광고	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
영화	23.8 (561.1%)	28.1 (680.6%)	50.2 (110.9%)	172.6 (514.2%)	99.0 (97.2%)	133.4 (-22.7%)
음악	127.8 (-15.6%)	187.9 (-38.5%)	371.8 (190.9%)	695.9 (270.4%)	398.8 (7.3%)	790.3 (13.6%)
애니메이션/ 캐릭터	206.4 (14.6%)	389.2 (27.2%)	201.3 (-2.5%)	334.1 (-14.2%)	190.7 (-5.3%)	345.4 (3.4%)
합계	2,582.8 (35.4%)	4,754.8 (28.2%)	3,248.0 (25.8%)	6,539.8 (37.5%)	3,570.5 (9.9%)	7,025.2 (7.4%)

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 수출액을 적용. 'NHN'은 실적보고서상 '11년 1분기부터 수출액 대신 해외사업장 매출액을 발표해 분석에서 제외
- 2) 지식정보는 산업의 특성상 내수를 중심으로 영업활동이 이뤄지므로 수출이 발생하지 않아 분석에서 제외
- 3) 출판 중 '대교', '능률교육', '예림당', '이퓨처' 사업보고서에서 수출 발생
- 4) 방송 중 'CJ오쇼핑', 'GS홈쇼핑', 'CJ E&M', 'SBS콘텐츠허브', '한국경제TV', 'IMBC', '초록뎀', '팬엔터테인먼트', '키이스트' 사업보고서에서 수출 발생
- 5) 영화 중 '미디어플렉스', 'CJ E&M'에서 수출 발생
- 6) 음악 중 'CJ E&M', 'SM엔터테인먼트', '네오위즈인터넷', '소리바다', 'JYP엔터테인먼트', 'YG엔터테인먼트'에서 수출발생
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스팀싸이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외. '오로라월드'는 '13년 1분기 및 2분기 및 수출액데이터 부재로 '13년 해당분기 전체 매출액 대비 해외 비중 적용

〈그림 I -13〉 '12년 상반기 vs '13년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 수출 누적



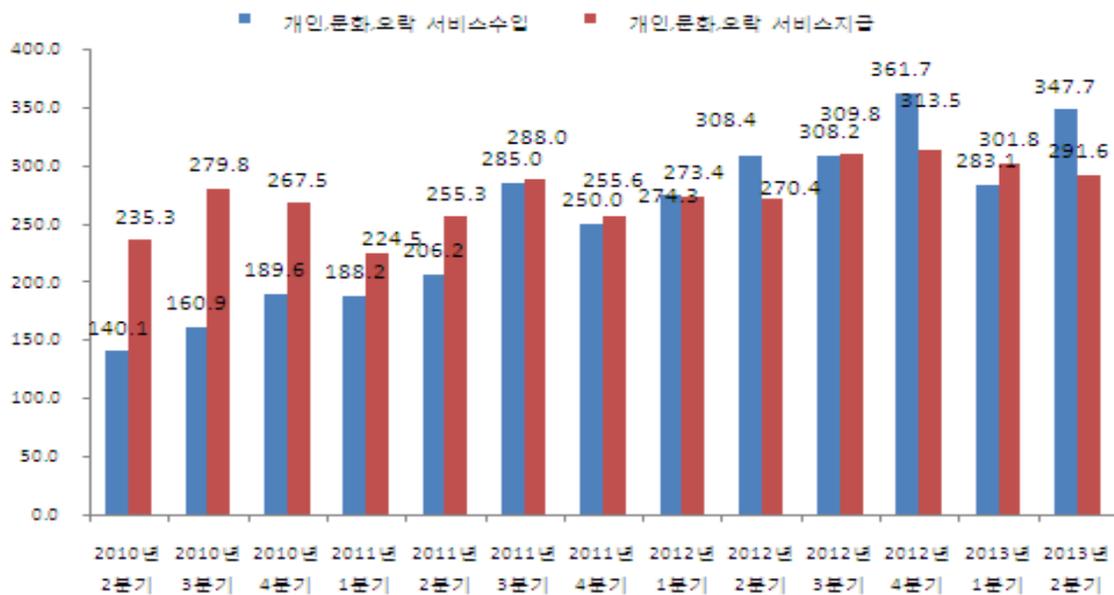
4.2. 서비스 국제수지(Balance Of Payments) 변화 추이

□ '13년 2분기 개인·문화·오락 서비스수지(Services Balance) 추이²⁵⁾

- '13년 2분기 개인·문화·오락 서비스 수지는 약 5,610만 달러의 흑자 상태이며 전년동기대비 약 47.6% 증가
 - '13년 2분기 개인·문화·오락 서비스 수입(Services Credit)은 약 3억 4,770만 달러로 전년동기대비 약 12.7% 증가
 - '13년 2분기 개인·문화·오락 서비스 지급(Services Debit)은 약 2억 9,160만 달러로 전년동기대비 약 7.8% 증가
 - 개인·문화·오락 서비스 수지는 '10년 3분기 약 1억 1,890만 달러의 가장 높은 적자 이후 흑자와 적자를 반복하는 추세이며 '13년 2분기는 전분기의 적자에서 흑자로 반전. 이는 상대적으로 개인·문화·오락 서비스 수입의 높은 증가율에 기인

〈그림 1-14〉 개인·문화·오락 서비스수지 추이

(단위 : 백만 달러)



25) 개인, 문화 및 오락 서비스 수지는 하위 세부 분류로 음향영상 서비스, 기타 개인오락문화 서비스로 구분

□ '13년 상반기 개인·문화·오락 서비스수지(Services Balance) 추이²⁶⁾

- '13년 상반기 개인·문화·오락 서비스 수지는 약 3,740만 달러의 흑자를 보이고 있으며, 전년동기대비 약 3.9% 감소
 - '13년 상반기 개인·문화·오락 서비스 수입(Services Credit)은 약 6억 3,080만 달러로 전년동기대비 약 8.3% 증가
 - '13년 상반기 개인·문화·오락 서비스 지급(Services Debit)은 약 5억 9,340만 달러로 전년동기대비 약 9.1% 증가

〈표 1-21〉 '11년 상반기~'13년 상반기 개인·문화·오락 서비스수지 변동

(단위 : 백만 달러)

구분	2011년		2012년		2013년	
	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)
개인,문화,오락 서비스수입	206.2 (47.2%)	394.4 (37.8%)	308.4 (49.6%)	582.7 (47.7%)	347.7 (12.7%)	630.8 (8.3%)
개인,문화,오락 서비스지급	255.3 (8.5%)	479.8 (1.2%)	270.4 (5.9%)	543.8 (13.3%)	291.6 (7.8%)	593.4 (9.1%)
개인,문화,오락 서비스수지	-49.1 (48.4%)	-85.4 (54.6%)	38.0 (177.4%)	38.9 (145.6%)	56.1 (47.6%)	37.4 (-3.9%)

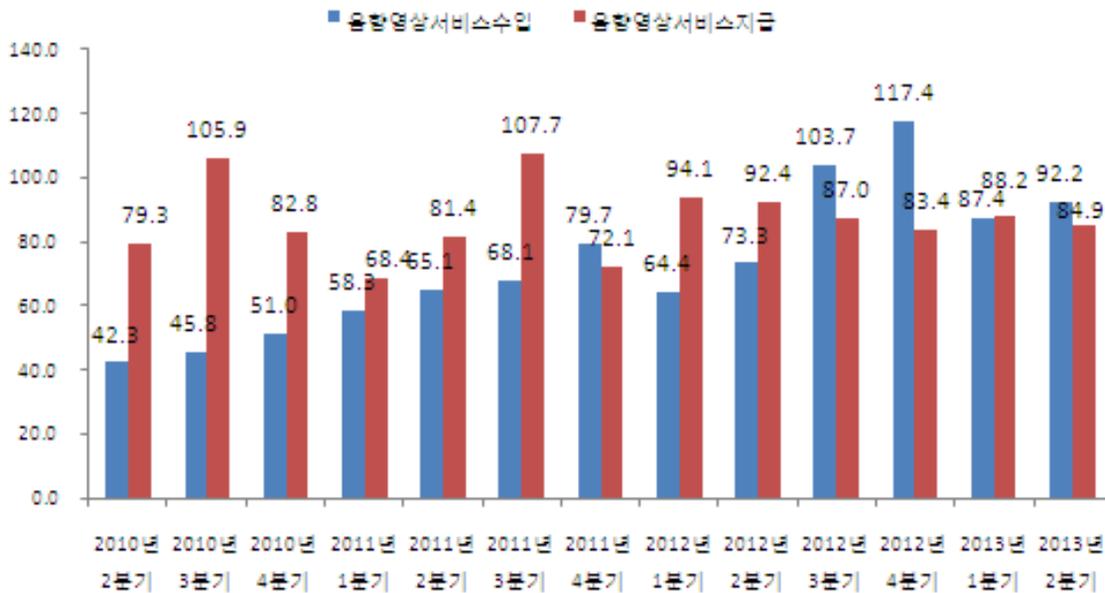
26) 개인, 문화 및 오락 서비스 수지는 하위 세부분류로 음향영상 서비스, 기타 개인오락문화 서비스로 구분

□ '13년 2분기 음향영상 서비스수지 추이

- '13년 2분기 음향영상 서비스수지는 약 730만 달러 흑자 상태이며 전년동기대비 약 138.2% 증가
 - '13년 2분기 음향영상 서비스 수입은 약 9,220만 달러로 전년동기대비 약 25.8% 증가
 - '13년 2분기 음향영상 서비스 지급은 약 8,490만 달러로 전년동기대비 약 8.1% 감소
 - 음향영상 서비스 수지는 '10년 3분기 약 6,010만 달러의 최고 적자 수준에서 '11년 4분기에 흑자 기록. '12년 1분기 및 2분기는 적자였으나 '12년 3분기 이후 '13년 1분기를 제외하고 흑자 기조. '13년 2분기는 높은 전년동기대비 증가를 보이고 있으며 이는 음향영상 서비스 수입의 높은 증가율과 음향영상 서비스 지급의 감소에 기인

〈그림 I -15〉 음향영상 서비스수지 추이

(단위 : 백만 달러)



□ '13년 상반기 음향영상 서비스수지 추이

- '13년 상반기 음향영상 서비스수지는 약 650만 달러 흑자 상태이며 전년동기 대비 약 113.3% 증가
 - '13년 상반기 음향영상 서비스 수입은 약 1억 7,960만 달러로 전년동기대비 약 30.4% 증가
 - '13년 상반기 음향영상 서비스 지급은 약 1억 7,310만 달러로 전년동기대비 약 7.2% 감소

〈표 I -22〉 '11년 상반기~'13년 상반기 음향영상 서비스수지 변동

(단위 : 백만 달러)

구분	2011년		2012년		2013년	
	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)
음향영상서비스 수입	65.1 (53.9%)	123.4 (34.4%)	73.3 (12.6%)	137.7 (11.6%)	92.2 (25.8%)	179.6 (30.4%)
음향영상서비스 지급	81.4 (2.6%)	149.8 (-12.6%)	92.4 (13.5%)	186.5 (24.5%)	84.9 (-8.1%)	173.1 (-7.2%)
음향영상서비스 수지	-16.3 (55.9%)	-26.4 (66.8%)	-19.1 (-17.2%)	-48.8 (-84.8%)	7.3 (138.2%)	6.5 (113.3%)

5 고용변화 추이

5.1. 문화산업분야 고용 변화 추이

□ 경기 회복기조 확대에 따른 서비스업 중심의 취업자수 증가

- 엔저, 유럽재정위기 등 대외리스크가 산재해 있으나 해외경기 회복기조에 따른 수출 증대 및 재정지출 확대 등이 당초 우려한 수준의 성장위축이 발생하지 않았으며 이에 따른 서비스업 중심의 취업자수 증가. '13년 2분기 고용시장은 전년동기대비 양적 증가세 지속. 청년층 실업률은 전체 실업률 대비 높은 수준이며 연령별, 학력별 등 고용의 양적 및 질적 편차의 경우 '11년 4분기 이래 상존하고 있어 이에 대한 실질적 해소 필요
- '13년 6월 경제활동인구는 2,629만 1천명으로 전년동월대비 35만 2천명(1.4%) 증가했으며, 경제활동참가율은 62.5%로 전년동월대비 0.1%p 증가
- '13년 6월 고용율은 60.5%로 '13년 3월 이후 증가세이며 전년동월대비 0.1%p 상승했으며 이중 남자는 74.0%인데 반해, 여자는 51.4%로 성별 편차 상존

〈표 1-23〉 '12년 4월~'13년 6월 고용율 추이

(단위 : %)

구분	2012년										2013년					
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	
고용율	59.7	60.5	60.4	60.3	59.7	60.0	60.1	59.7	58.3	57.4	57.2	58.4	59.8	60.4	60.5	

출처 : 통계청(2013), '12년 4월~'13년 6월 고용율

- '13년 6월 실업률은 3.1%로 전년동월대비 0.1%p 감소. 청년 실업률(15세~29세)은 전월대비 0.5%p 증가한 7.9%를 기록했으며 전년동월대비 0.2%p 상승. 향후 엔저 등 대외리스크에도 불구하고 미국 등 국가들의 완만한 경기회복 기대가 높아지고 있으며 이에 따른 국내 수출 증가세의 지속이 국내 경기의 완만한 회복으로 이어지면서 실업률 하락에 긍정 영향 전망. 특히 산업패러다임 변화가 급진전 되면서 이에 대한 거시요인의 다각적 모니터링을 통해 산업별, 연령별, 학력별 등에 능동적으로 대처하는 방안 구축 필요

- 전체 실업률 추이는 '10년 1월 5.0% 수준에서 '12년 4월에 이르러 3.5%로 하락했으며 '13년 6월 실업률은 3.1%로 전년동월대비 0.1%p 하락. 실업자 수는 '11년 3월 약 107만 수준에서 하락세이며 '13년 6월의 실업자수는 약 81만 3천명으로 전년동월대비 약 9천 명 감소

〈표 1-24〉 '12년 4월~'13년 6월 실업률 추이

(단위 : %)

구분	2012년										2013년					
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	
실업률	3.5	3.1	3.2	3.1	3.0	2.9	2.8	2.8	2.9	3.4	4.0	3.5	3.2	3.0	3.1	

출처 : 통계청(2013), '12년 4월~'13년 6월 실업률

- 서비스업 분야에서 신규구인 규모가 증대되고 있는 가운데, 문화산업분야 산업별 '13년 2분기 신규구인 규모는 전년동기대비 큰 폭 증가
 - '13년 6월 전체 구인현황은 29만 2,608명으로 전년동월대비 53.0% 증가했으며, '13년 2분기는 전년동기대비 21.0% 증가
 - 문화산업분야 신규구인은 전체 구인의 전년동기대비 증가율에 비해 낮으나 증가세
 - ※ '출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업'은 전년동월대비 '13년 4월에서 6월까지 16.4% 감소, 6.5% 증가, 30.9% 증가했으며, '13년 2분기는 전년동기대비 6.0% 증가. '예술스포츠 및 여가관련 서비스업'은 '13년 4월에서 6월까지 2.7% 증가, 11.8% 감소, 107.7% 큰 폭 증가했으며, '13년 2분기는 전년동기대비 23.0% 증가
- 직종별로 보면, 일부 직종의 신규구인 전년동월대비 감소에도 불구하고 '13년 2분기는 전반적으로 전년동기대비 신규구인 큰 폭 증가
 - '문화, 예술, 디자인, 방송 관련직'은 '13년 4월에서 6월까지 전년동월대비 8.3% 증가, 15.0% 증가, 35.6% 증가했으며 '13년 2분기는 전년동기대비 19.1% 증가
 - '미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직'은 '13년 4월에서 6월까지 전년동월대비 9.7% 감소, 4.4% 감소, 100.5% 증가했으며 '13년 2분기는 전년동기대비 24.4% 증가

〈표 I -25〉 문화산업별 및 직종별 신규구인인원

(단위 : 명, %)

구분	2012년				2013년				'13년 전년동월대비 및 2분기 전년동기대비 증감률				
	4월	5월	6월	2분기	4월	5월	6월	2분기	'13년 4월	'13년 5월	'13년 6월	'13년 2분기	
전체	190,639	206,178	191,220	588,037	208,033	211,102	292,608	711,743	17,394 (9.1)	4,924 (2.4)	101,388 (53.0)	123,706 (21.0)	
문화산업별	출판·영상·방송통신 및 정보서비스업	5,421	5,082	4,790	15,293	4,530	5,412	6,270	16,212	-891 (△16.4)	330 (6.5)	1,480 (30.9)	919 (6.0)
	예술·스포츠 및 여가관련 서비스업	1,075	1,361	816	3,252	1,104	1,200	1,695	3,999	29 (2.7)	-161 (△11.8)	879 (107.7)	747 (23.0)
직종별	문화, 예술, 디자인, 방송 관련직	4,085	4,127	3,749	11,961	4,423	4,746	5,082	14,251	338 (8.3)	619 (15.0)	1,333 (35.6)	2,290 (19.1)
	미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직	1,426	1,552	1,231	4,209	1,287	1,483	2,468	5,238	-139 (△9.7)	-69 (△4.4)	1,237 (100.5)	1,029 (24.4)

※ 출처 : 한국고용정보원(2013), 워크넷 구인·구직 및 취업 동향 참조

- 문화산업분야 직종별 '13년 6월 취업률은 약 22.4%로²⁷⁾ '13년 3월 대비 약 4.9%p 하락 및 전년동월대비 약 0.9%p 상승
 - '13년 6월 전체 신규 구직 현황을 살펴보면, 33만 6,531건으로 전년동월대비 20.0% 큰 폭으로 증가했으며 '13년 4월 대비 증가
 - '13년 4월에서 6월까지 전체 신규구직 대비 취업률은 하락세이나 '13년 2분기 전체 신규 구직 대비 취업률은 39.4%로 전년동기대비 3.8%p 증가
 - 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 '13년 2분기 신규 구직 대비 취업률은 각각 29.4%, 20.3%(평균 24.9%). 평균취업률과 비교해 전년동기대비 2.1%p 증가 및 전분기대비 2.1%p 상승
- 문화산업분야 '13년 6월 신규 구직 대비 구인 현황²⁸⁾ 36.0%(21.8%)²⁹⁾는 전체 현황³⁰⁾ 86.9%(65.6%)³¹⁾ 보다 고용시장에 있어 약 50.9%p 취약하며, 구인 대비 실제 취업률은 '11년 3월 이후 전체 구직대비 취업률 대비 높은 수준 유지
 - 문화산업 신규 구직에 비해 구인 현황은 약 14%~40%(13%~29%)³²⁾ 수준.

27) 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 2013년 6월 취업률 합산하여 평균

28) 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 2013년 6월 신규구인/신규구직 합산

29) 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 2013년 3월 신규구인/신규구직 합산

30) 2013년 6월 전체 신규구인/신규구직

31) 2013년 3월 전체 신규구인/신규구직

32) 2013년 1월~3월 및 1분기 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 신규구인/신

'10년에서 '12년까지 모든 분기와 함께 '13년 1분기 및 2분기의 문화산업 관련 고용시장은 전체 고용시장 대비 수요·공급의 불균형이 이어지고 있으며 이에 대한 실질적 방안 필요

※ 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 구인 대비 실제 취업률은 '13년 2분기 약 80.0%(90.4%)³³⁾이며 전년동기대비 6.3%p 증가했으며, 전분기대비 10.4%p 하락

- 문화산업분야 직종 중 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직의 '13년 2분기 신규 구직 대비 구인 현황은 약 36.8%로 전년동기대비 약 1.7%p 감소했으며 전분기대비 약 9.8%p 상승

※ '13년 2분기 전체 신규 구직 대비 구인비율은 74.2%로 전년동기대비 3.4%p 증가했으며 전분기대비 12.3%p 상승

- 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠, 관련직 '13년 2분기 신규 구직 대비 구인비율은 20.5%로 전년동기대비 0.4%p 감소했으며 전분기대비 6.3%p 상승. '11년에서 '13년 2분기까지 모든 분기에서 전체 직종 대비 낮은 신규구직 대비 구인비율 지속

〈표 I -26〉 문화산업분야 직종별 신규구직 및 취업(희망직종별)

(단위 : 명, 건, %, %p 전년동월대비)

구분	2012년				2013년				'13년 전년동월대비 및 2분기 전년동기대비 증감률				
	4월	5월	6월	2분기	4월	5월	6월	2분기	'13년 4월	'13년 5월	'13년 6월	'13년 2분기	
전체	신규 구직	272,543	277,893	280,507	830,943	320,436	302,073	336,531	959,040	17.6	8.7	20.0	15.4
	취업	104,251	98,423	93,379	296,053	141,110	125,274	111,493	377,877	35.4	27.3	19.4	27.6
	취업률	38.3	35.4	33.3	35.6	44.0	41.5	33.1	39.4	5.8	6.1	△0.2	3.8
문화, 예술, 디자인, 방송 관련직	신규 구직	10,186	10,634	10,229	31,049	13,247	12,934	12,545	38,726	30.1	21.6	22.6	24.7
	취업	3,121	2,918	2,781	8,820	4,170	3,860	3,370	11,400	33.6	32.3	21.2	29.3
	취업률	30.6	27.4	27.2	28.4	31.5	29.8	26.9	29.4	0.8	2.4	△0.3	1.0
미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직	신규 구직	6,265	6,943	6,963	20,171	8,905	8,252	8,433	25,590	42.1	18.9	21.1	26.9
	취업	1,084	1,276	1,092	3,452	1,973	1,721	1,505	5,199	82.0	34.9	37.8	50.6
	취업률	17.3	18.4	15.7	17.1	22.2	20.9	17.8	20.3	4.9	2.5	2.2	3.2

※ 출처 : 한국고용정보원(2013), 워크넷 구인·구직 및 취업 동향 참조

구구직 비율

33) 2013년 1분기 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 구인대비 실제 취업률

5.2. 콘텐츠업체(상장사) 고용 변화 추이³⁴⁾

□ 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 2분기 종사자수는 3만 6,210명으로 전년동기대비 5.1% 감소했으며, 전분기대비 0.2% 상승

- 방송, 광고, 영화, 음악 등 4개 분야는 '13년 1분기의 전년동기대비 증가와 함께 '13년 2분기 전년동기대비 1.3%, 6.7%, 24.2%, 15.5% 증가
 - 음악의 '13년 2분기 종사자수는 1,668명으로 전분기대비 1.9% 상승했으며 '11년 2분기 이후 '12년 2분기의 하락을 제외하고 상승기조
 - 방송은 '13년 2분기 종사자수의 경우 7,524명으로 전분기대비 1.2% 상승했으며 '11년 1분기부터 '12년 4분기를 제외하고 전반적인 상승세
 - 영화의 '13년 1분기 종사자수는 1,694명으로 전분기대비 9.8% 다소 큰 폭으로 상승했으며 '11년 1분기 이후 '12년 4분기를 제외하고 상승기조
 - ※ 게임, 지식정보, 출판의 '13년 2분기 종사자수는 9,905명, 6,988명, 6,224명으로 전년동기대비 9.8% 감소, 12.0% 감소, 9.0% 감소했으며 전분기대비 1.3% 하락, 0.5% 하락, 0.5% 상승
- '13년 2분기 콘텐츠산업 관련 상장사 종사자 비중을 보면 게임(27.4%), 방송(20.8%), 지식정보(19.3%), 출판(17.2%) 순이며 전체 종사자 대비 비중은 84.7%(84.6%)³⁵⁾로 '13년 1분기 대비 0.1%p 증가했으며 '12년 2분기 대비 2.3%p 감소
 - 게임, 지식정보, 출판, 애니메이션/캐릭터 등 4개 부문의 '13년 2분기 종사자수 비중은 전년동기대비 1.4%p, 1.5%p, 0.7%p, 0.1%p 감소
 - 방송, 광고, 영화, 음악 등 4개 부문의 '13년 2분기 종사자수 비중은 전년동기대비 1.3%p, 0.5%p, 1.1%p, 0.8%p 증가
- 콘텐츠산업 관련 상장사 종사자는 '09년 2분기 이후 '10년 2분기를 제외하고 상승기조가 지속되다가 '12년 1분기부터 전분기대비 하락세이며, '13년 2분기 들어 약간 상승
 - '12년 1분기에서 '13년 1분기까지 콘텐츠산업 관련 종사자수는 전분기대비

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

35) 2013년 1분기 비중

0.0%, 0.2%, 1.5%, 1.4%, 2.5% 하락

- 취업은 대외 불안요인에도 불구하고, 하반기 이후 미국, 중국 등 해외 주요 국가들의 완만한 경기회복이 가시화되고 거시적으로 국내 재정지출 효과에 따른 국내 경기의 완만한 회복기조와 함께 미시적으로 스마트 환경 도래에 따른 관련 콘텐츠 수요 확대에 긍정적인 경우, 대내외 경쟁력을 보유한 고부가가치 콘텐츠 공급 기업들을 중심으로 후행적 신규 고용확대 전망

〈표 1-27〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동

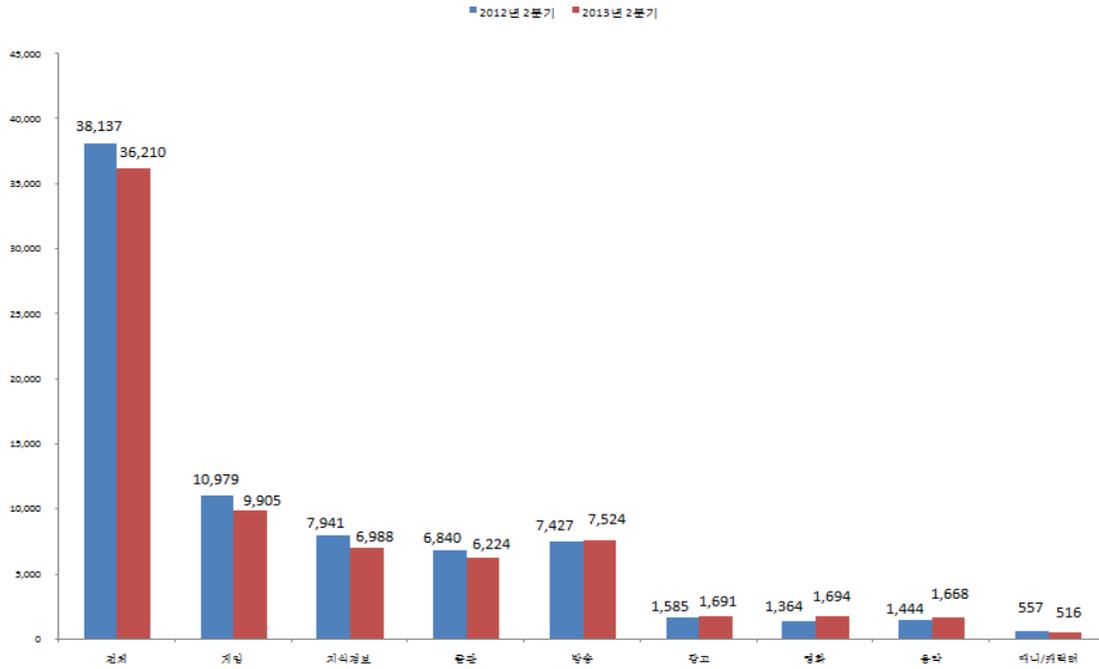
(단위 : 명, %)

구분	2012년			2013년		전년동기대비 (2분기)
	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	
게임	10,979 (-1.2%)	10,384 (-5.4%)	10,645 (2.5%)	10,038 (-5.7%)	9,905 (-1.3%)	-9.8%
지식정보	7,941 (-1.6%)	7,801 (-1.8%)	7,474 (-4.2%)	7,024 (-6.0%)	6,988 (-0.5%)	-12.0%
출판	6,840 (-1.7%)	6,746 (-1.4%)	6,314 (-6.4%)	6,195 (-1.9%)	6,224 (0.5%)	-9.0%
방송	7,427 (3.8%)	7,466 (0.5%)	7,411 (-0.7%)	7,438 (0.4%)	7,524 (1.2%)	1.3%
광고	1,585 (6.9%)	1,669 (5.3%)	1,670 (0.1%)	1,706 (2.2%)	1,691 (-0.9%)	6.7%
영화	1,364 (0.2%)	1,473 (8.0%)	1,438 (-2.4%)	1,543 (7.3%)	1,694 (9.8%)	24.2%
음악	1,444 (-1.6%)	1,488 (3.0%)	1,564 (5.1%)	1,637 (4.7%)	1,668 (1.9%)	15.5%
애니메이션/ 캐릭터	557 (-7.6%)	547 (-1.8%)	539 (-1.5%)	543 (0.7%)	516 (-5.0%)	-7.4%
합계	38,137 (-0.2%)	37,574 (-1.5%)	37,055 (-1.4%)	36,124 (-2.5%)	36,210 (0.2%)	-5.1%

- 1) 게임 중 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 게임부문 종사자수를 적용
 - 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '메가스터디'는 업종의 특성상 출판에서 지식정보로 변경 적용. '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
 - 3) 출판 중 '이슈처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용. '메가스터디'는 지식정보로 변경에 따라 분석에서 제외
 - 4) 방송 중 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 방송부문 종사자수를 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송' 및 '한빛방송'은 '12년 11월 상장폐지되어 분석 제외. '키이스트'는 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
 - 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 영화부문 종사자수를 적용. '키이스트'는 방송적용으로 분석 제외
 - 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 음악부문 종사자수를 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료 확보 및 분석적용
 - 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '시스템싸이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외
- * 본 자료의 출처인 기업보고서는 누적 분기 단위로 표기되었으나 고용 인원은 flow가 아닌 stock 개념임을 감안하여 보고서의 데이터를 그대로 적용

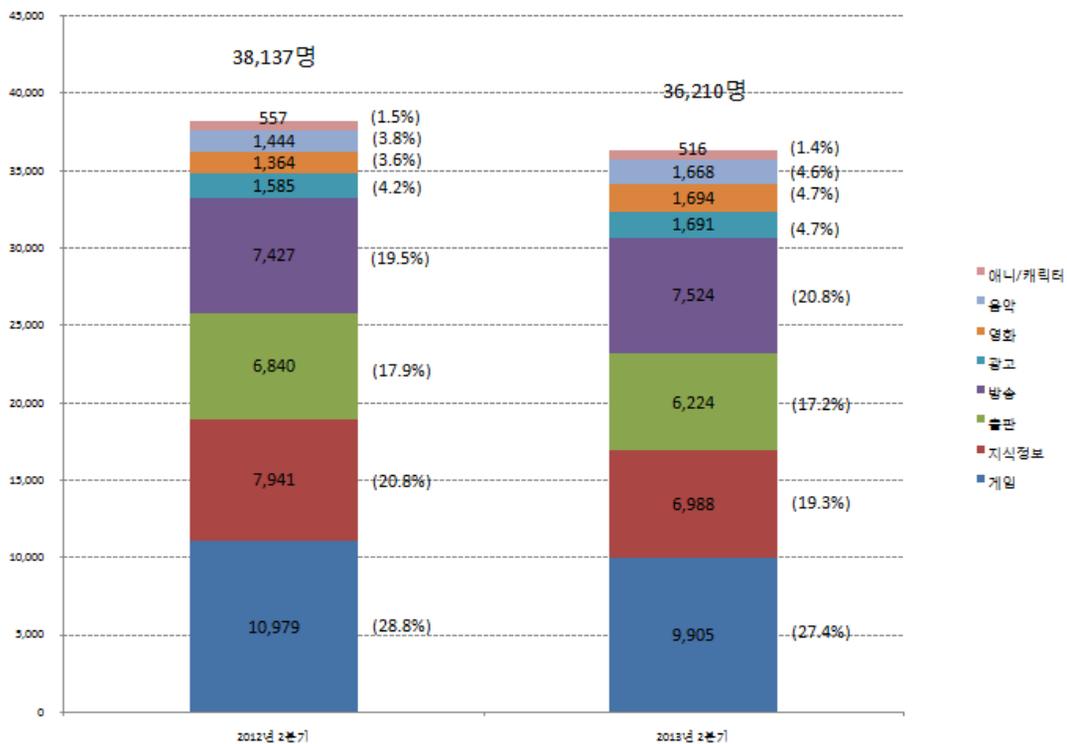
〈그림 I-16〉 '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동

(단위 : 명)



〈그림 I-17〉 '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 누적

(단위 : 명)



6 상장사 재무분석

6.1. 콘텐츠산업 상장사 재무제표 변화 추이

□ 전체산업 대비 콘텐츠산업

〈표 I -28〉 '12년 2분기 vs '13년 2분기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체(상장사) 비교

(단위 : 억원)

구분		2012년 2분기	2012년 상반기	2013년 2분기	2013년 상반기	2분기 전년동기	상반기 전년동기
매출액*	콘텐츠업체(상장사)	52,232.30	100,623.20	58,046.60	112,136.80	11.13%	11.44%
	전체상장사 ³⁶⁾	2,831,799.36	5,709,428.70	2,901,635.94	5,743,544.65	2.47%	0.60%
	비중	1.84%	1.76%	2.00%	1.95%	0.16%p	0.19%p
영업이익**	콘텐츠업체(상장사)	7,287.50	13,939.80	7,593.50	14,140.00	4.20%	1.44%
	전체상장사	157,880.77	306,518.22	178,457.40	334,116.18	13.03%	9.00%
	비중	4.62%	4.55%	4.26%	4.23%	△0.36%p	△0.32%p
영업이익률***	콘텐츠업체(상장사)	13.95%	13.85%	13.08%	12.61%	△0.87%p	△1.24%p
	전체상장사	5.58%	5.37%	6.15%	5.82%	0.57%p	0.45%p

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

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

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

- '13년 2분기 전체 상장사 중 콘텐츠산업 관련 상장사가 차지하는 매출액 비중은 약 2.00%로 전년동기대비 약간 증가. 콘텐츠산업 관련 상장사 매출액은 '11년 1분기 이후 전년동기대비 성장세가 이어지고 있으며 전체 상장사 대비 높은 증가율 기록(콘텐츠산업 11.13% 증가 vs 전체상장사 2.47% 증가). 영업이익은 콘텐츠산업 관련 상장사의 경우 전체 상장사 대비 전년동기대비 다소 낮은 증가율 기록(콘텐츠산업 4.20% 증가 vs 전체상장사 13.03% 증가)

- '13년 2분기 전체 상장사 매출액에서 콘텐츠 업체의 매출액 비중은 전년동

36) 전체 상장사 데이터는 2013년 상반기기보보고서 제출대상 12월 결산 상장법인 695사 중 비교 가능한 620개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계 (출처 : 2013년 9월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)

기대비 0.16%p 증가

※ '13년 2분기 전체 상장사의 매출액은 전년동기대비 2.47% 증가. 이는 '09년 금융위기 이후 '10년부터 국내외 경기호조세가 반도체, 자동차 등을 중심으로 수출 확대에 따른 매출액 성장. '11년 하반기에 발생한 유럽재정위기 및 신흥국위기 등이 국내 경기 상승 저해 요인으로 작용해 매출액 성장 정체. 향후 신흥국 경제위기 등 대외 불안요인에도 불구하고 미국, 중국 등 해외 주요 국가들의 완만한 경기호전이 전망되는 등 전체상장사 매출액 및 영업이익 등 실적 회복의 긍·부정 요인들이 혼재되어 있어 이에 대한 다각적인 모니터링 필요

- '13년 2분기 전체 상장사 영업이익 중 콘텐츠산업 관련 상장사의 영업이익 비중은 약 4.26%

※ 전체 상장사 영업이익 대비 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익의 '13년 2분기 비중은 전년 동기대비 약 0.36%p 감소

- 콘텐츠산업 상장사의 '13년 2분기 영업이익률은 약 13.1%로 전체 상장사 영업이익률 대비 약 2배 높은 수준

- 콘텐츠산업 상장사의 영업이익률은 '13년 2분기 전년동기대비 약 0.87%p 감소

※ 전체 상장사의 영업이익률은 약 6.2%로 전년동기대비 0.57%p 증가

〈표 1-29〉 '13년 1분기 및 '13년 2분기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체(상장사) 자기자본 부채비율

(단위 : 억원)

구 분	콘텐츠업체(상장사)			전체상장사		
	2013년 1분기	2013년 2분기	증감률	2013년 1분기 ³⁷⁾	2013년 2분기 ³⁸⁾	증감률
자산총계	303,480.1	289,032.3	△4.76%	13,617,482.0	13,600,087.0	△0.13%
부채총계	111,046.4	125,339.8	12.87%	6,551,833.0	6,452,751.0	△1.51%
자본총계	190,833.3	163,692.4	△14.22%	7,065,649.0	7,147,335.0	1.16%
부채비율	58.2%	76.6%	18.40%p	92.73%	90.28%	△2.45%p

● '13년 1분기 및 '13년 2분기 콘텐츠산업 관련 상장사의 자기자본 부채비율³⁹⁾

은 58.2% 및 76.6%로 전체상장사 자기자본 부채비율 대비 다소 낮은 수준

- '13년 2분기 콘텐츠산업 상장사 자기자본 부채비율은 전분기대비 약 18.4%p

37) 전체 상장사 데이터는 2013년 1분기보고서 제출대상 12월 결산 상장법인 663사 중 비교 가능한 625개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계

38) 전체 상장사 데이터는 2013년 상반기보고서 제출대상 12월 결산 상장법인 695사 중 비교 가능한 620개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계

39) 부채비율 = 총부채/총자본 : 재무적 위험도 파악 지표

다소 큰 폭 상승

※ '13년 2분기 전체 상장사 자기자본 부채비율은 90.3%로 전분기대비 약 2.4%p 상승

□ 2013년 상반기 전체산업 대비 콘텐츠산업

- '13년 상반기 전체 상장사 중 콘텐츠산업 관련 상장사의 매출액 비중은 약 1.95%. 영업이익은 '12년 상반기 전체 상장사와 콘텐츠산업 관련 상장사 모두 전년동기대비 증가했으나, 전체 상장사가 다소 높은 증가율을 기록(콘텐츠산업 1.44% 증가 vs 전체상장사 9.0% 증가)
 - '13년 상반기 전체 상장사 매출액 중 콘텐츠 업체의 매출액 비중은 1.95%로 전년동기대비 0.19%p 증가
 - '13년 상반기 전체 상장사 영업이익 중 콘텐츠산업 관련 상장사의 영업이익 비중은 약 4.23%
 - ※ 전체 상장사 영업이익 대비 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익의 '13년 상반기 비중은 전년 동기대비 약 0.32%p 감소
 - 콘텐츠산업 상장사의 '13년 상반기 영업이익률은 약 12.6%로 전체 상장사에 비해 약 2배 높은 수준
 - 콘텐츠산업 상장사의 영업이익률은 '13년 상반기 전년동기대비 1.24%p 감소
 - ※ 전체 상장사의 영업이익률은 전년동기대비 0.45%p 증가

6.1.1. 콘텐츠산업 상장사 성장성 변화 추이

□ 자산증가율⁴⁰⁾ 변화 추이

〈표 I-30〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자산증가율 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 2분기	2012년 3분기	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 2분기 전년동기증감
전체	4.2%	2.2%	2.3%	2.0%	△4.8%	△9.0%p
게임	5.7%	2.6%	0.2%	5.2%	△27.8%	△33.5%p
지식정보	6.6%	3.8%	0.3%	6.1%	3.3%	△3.3%p
출판	△5.1%	0.3%	1.4%	△0.5%	△3.0%	2.1%p
방송	4.0%	△0.7%	6.0%	3.0%	1.3%	△2.7%p
광고	10.0%	5.9%	4.5%	△13.9%	11.3%	1.3%p
영화	6.8%	9.7%	△3.7%	1.4%	1.1%	△5.7%p
음악	4.4%	3.6%	7.3%	1.3%	1.6%	△2.8%p
애니메이션/캐릭터	0.2%	2.8%	△2.1%	△6.0%	△1.3%	△1.5%p

● 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 2분기 자산증가율은 -4.8%로 전년동기대비 9.0%p 감소

- '12년 2분기 4.2%를 기록한 후 하락세이며, 전분기대비 6.8%p 감소
- 지식정보, 광고의 '13년 2분기 자산증가율은 각각 3.3%, 11.3%로 전체 콘텐츠산업 상장사 자산증가율 대비 가장 높은 수준
- 방송, 영화, 음악의 '13년 2분기 자산증가율은 1.3%, 1.1%, 1.6% 수준으로 전체 콘텐츠산업 대비 다소 높은 수준

※ 출판 및 애니메이션/캐릭터의 '13년 2분기 자산증가율은 각각 -3.0%, -1.3%로 전년동기대비 2.1%p 증가, 1.5%p 감소

40) 자산증가율 = (당기말자산-전기말자산) / 전기말자산×100 : 전분기대비 기업의 자산규모 증가규모 파악

□ 투자증가율⁴¹⁾ 변화 추이

〈표 1-31〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 투자증가율 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 2분기	2012년 3분기	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 2분기 전년동기증감
전체	4.4%	1.8%	2.5%	2.5%	2.9%	△1.5%p
게임	8.0%	2.4%	4.1%	2.6%	5.6%	△2.4%p
지식정보	10.0%	4.0%	1.6%	3.8%	2.7%	△7.3%p
출판	△1.3%	1.3%	1.4%	△2.1%	2.8%	4.1%p
방송	3.1%	1.3%	2.9%	3.5%	2.1%	△1.0%p
광고	△1.8%	0.9%	△1.9%	△2.4%	△2.8%	△1.0%p
영화	3.2%	△8.1%	4.6%	1.8%	3.0%	△0.2%p
음악	5.0%	3.4%	4.6%	3.0%	1.7%	△3.3%p
애니메이션/ 캐릭터	1.0%	2.6%	1.2%	0.7%	△3.6%	△4.6%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 2분기 투자증가율은 2.9%로 전년동기대비 1.5%p 감소
 - '12년 2분기 투자증가율 4.4% 기록 이후 등락을 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 0.4%p 상승
 - 지식정보, 출판, 방송, 음악의 '13년 1분기 투자증가율은 2.7%, 2.8%, 2.1%, 1.7%로 전체 콘텐츠산업 상장사에 비해 다소 낮으며 전년동기대비 7.3%p 감소, 4.1%p 증가, 1.0%p 감소, 3.3%p 감소
 - ※ 지식정보 투자증가율은 '12년 2분기 이후 등락세를 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 1.1%p 하락
 - ※ 방송의 투자증가율은 '12년 2분기 3.1% 기록 이후 등락과 함께 하락세이며 '13년 2분기 전분기대비 1.4%p 하락
 - 게임, 영화의 '13년 2분기 투자증가율은 5.6%, 3.0%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 높았으며 전년동기대비 2.4%p 감소, 0.2%p 감소
 - ※ 게임 투자증가율은 '12년 2분기 이후 비교적 큰 폭의 등락기조를 보이고 있으며 '13년 2분

41) 투자증가율 = 해당분기 현금흐름표상 투자활동흐름, (현금유출-현금유입)/자산총계×100

기 전분기대비 3.0%p 상승

- 광고 및 애니메이션/캐릭터의 '13년 1분기 투자증가율은 -2.8%, -3.6%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 낮은 수준이며 전년동기대비 1.0%p 감소, 4.6%p 감소

※ 애니메이션/캐릭터 투자증가율은 '12년 2분기 이후 하락세를 보이고 있으며 '13년 2분기 전분기대비 4.3%p 하락

□ 사내유보율⁴²⁾ 변화 추이

〈표 I -32〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 사내유보율 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 2분기	2012년 3분기	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 2분기 전년동기증감
전체	230.5%	237.1%	234.8%	243.8%	246.5%	16.0%p
게임	356.2%	368.5%	369.6%	392.3%	390.2%	34.0%p
지식정보	354.1%	368.5%	384.7%	384.1%	394.5%	40.4%p
출판	256.4%	262.2%	253.3%	254.1%	253.7%	△2.7%p
방송	200.7%	203.8%	195.6%	201.8%	202.5%	1.8%p
광고	354.2%	363.5%	379.5%	380.3%	394.3%	40.1%p
영화	148.9%	162.1%	156.3%	161.4%	162.1%	13.2%p
음악	81.0%	84.7%	83.8%	103.4%	100.5%	19.5%p
애니메이션/ 캐릭터	82.6%	81.2%	78.0%	70.0%	65.1%	△17.5%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 2분기 사내유보율은 246.5%로 전년동기대비 16.0%p 증가
 - '12년 2분기 사내유보율은 230.5% 기록한 이후 완만한 상승세를 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 2.7%p 상승
 - 게임, 지식정보, 출판, 광고의 '13년 2분기 사내유보율은 390.2%, 394.5%, 253.7%, 394.3%로 '11년 4분기 이후 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장

42) 사내유보율 = (이익잉여금+자본잉여금)/납입자본금×100 : 유보율이 높을수록 기업이 대내외 불확실에 대한 적응력이 높음

높은 수준이며 전년동기대비 34.0%p 증가, 40.4%p 증가, 2.7%p 감소, 40.1%p 증가

※ 게임의 사내유보율은 '11년 4분기 이후 상승기조가 '13년 1분기까지 이어졌으나 '13년 2분기 들어 전분기대비 2.1%p 하락

- 방송, 영화, 음악, 애니메이션/캐릭터의 '13년 2분기 사내유보율은 202.5%, 162.1%, 100.5%, 65.1%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 낮은 수준. '13년 2분기 전년동기대비 1.8%p 증가, 13.2%p 증가, 19.5%p 증가, 17.5%p 감소

※ 영화, 음악의 사내유보율은 '12년 2분기 이후 완만한 등락세이며 전분기대비 0.7%p 증가, 2.9%p 하락

※ 애니메이션/캐릭터의 사내유보율은 가장 낮은 수준이며 '12년 2분기 이후 하락세이고 '13년 2분기는 전분기대비 4.9%p 하락

6.1.2. 콘텐츠산업 상장사 수익성 변화 추이

□ 영업이익률 변화 추이

〈표 I -33〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익률 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 2분기	2012년 3분기	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 2분기 전년동기증감
전체	14.0%	14.4%	14.2%	12.1%	13.1%	△0.9%p
게임	19.9%	22.2%	24.5%	21.1%	22.4%	2.5%p
지식정보	22.7%	18.5%	26.1%	18.6%	20.6%	△2.1%p
출판	2.2%	7.2%	2.5%	5.7%	1.8%	△0.4%p
방송	14.9%	11.2%	12.5%	10.6%	12.0%	△2.9%p
광고	6.3%	3.8%	7.2%	1.5%	5.7%	△0.6%p
영화	9.8%	22.1%	△4.3%	9.7%	5.2%	△4.6%p
음악	7.9%	11.4%	8.9%	7.4%	6.9%	△1.0%p
애니메이션/ 캐릭터	3.1%	△1.2%	△10.0%	△11.7%	△11.8%	△14.9%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 2분기 영업이익률은 13.1%로 전년동기대비 0.9%p 감소했으며, 전분기대비 1.0%p 상승

- '12년 2분기 영업이익률은 14.0% 기록한 후 하락하다가 '13년 2분기 들어 전분기대비 상승으로 반전
- 게임, 지식정보의 '13년 2분기 영업이익률은 22.4%, 20.6%로 '12년 2분기 부터 가장 높은 수준을 유지하고 있으며 전분기대비 1.3%p, 2.0%p 상승
 - ※ 게임 상장사들은 개발 분야를 중심으로 국내외 경쟁력을 확보하고 있으며 대내외 거시경제 불안요소가 상존함에도 해외시장에서 성과 달성. 지식정보는 급속한 스마트 환경으로 변화 함에 따라 유선 및 무선 인터넷을 연계한 온라인광고와 검색광고 등과 함께 게임, 만화 등 스마트콘텐츠를 통한 높은 영업이익률 유지
- 방송의 '13년 2분기 영업이익률은 12.0%로 '12년 2분기 이후 등락세이며 전년동기대비 2.9%p 감소했으며 전분기대비 1.4%p 상승
- 영화 영업이익률은 '12년 3분기까지 상승했으나 '12년 4분기 들어 영업적자를 기록하는 등 하락세로 반전. '13년 2분기의 영업이익률은 5.2%로 전년동기대비 4.6%p 감소했으며 전분기대비 4.5%p 하락
- 음악 영업이익률은 '12년 3분기부터 하락세이며 '13년 2분기는 6.9%로 전년동기대비 1.0%p 감소했으며 전분기대비 0.5%p 하락
- 광고 영업이익률은 '13년 2분기에 5.7%를 기록했으며 전년동기대비 0.6%p 감소했으며 전분기대비 4.2%p 상승
 - ※ 출판의 '13년 2분기 영업이익률은 1.8%로 '12년 2분기 이후 다소 큰 폭의 등락세, '13년 2분기는 전년동기대비 0.4%p 감소했으며 전분기대비 3.9%p 하락
- 애니메이션/캐릭터 영업이익률은 '12년 3분기부터 영업적자 상태이며 '13년 2분기는 전년동기대비 14.9%p 큰 폭 감소
 - ※ 애니메이션/캐릭터 '13년 2분기 영업이익률은 전분기대비 0.1%p 하락

□ 자산영업이익률⁴³⁾ 변화 추이

〈표 I -34〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자산영업이익률 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 2분기	2012년 3분기	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 2분기 전년동기증감
전체	2.6%	3.0%	2.9%	2.2%	2.6%	0.0%p
게임	3.0%	4.7%	4.3%	3.5%	5.4%	2.4%p
지식정보	3.8%	4.6%	5.1%	3.0%	3.6%	△0.2%p
출판	0.5%	1.7%	0.5%	1.3%	0.4%	△0.1%p
방송	3.2%	2.3%	2.7%	2.1%	2.5%	△0.7%p
광고	2.1%	1.1%	2.5%	0.4%	1.9%	△0.2%p
영화	1.5%	4.6%	△0.9%	1.8%	0.9%	△0.6%p
음악	1.8%	3.0%	2.4%	1.7%	1.6%	△0.2%p
애니메이션/ 캐릭터	0.6%	△0.2%	△1.8%	△1.9%	△1.8%	△2.4%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 2분기 자산영업이익률은 2.6%로 전년동기대비 동일수준이며 전분기대비 0.4%p 상승
 - '12년 2분기 자산영업이익률은 2.6%이며 이후 등락을 이어가는 상황
 - 게임, 지식정보의 '13년 2분기 자산영업이익률은 5.4%, 3.6%로 전체 콘텐츠상장사 대비 가장 높은 수준이며 전년동기대비 2.4%p 증가, 0.2%p 감소
 - * 게임, 지식정보의 '13년 2분기 자산영업이익률은 전분기대비 1.9%p 상승, 0.6%p 상승
 - 방송, 광고, 음악의 '13년 2분기 자산영업이익률은 2.5%, 1.9%, 1.6%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 다소 낮으며 전년동기대비 0.7%p 감소, 0.2%p 감소, 0.2%p 감소
 - * 방송 및 광고의 '13년 2분기 자산영업이익률은 전분기대비 0.4%p, 1.5%p 상승했으나, 음악의 자산영업이익률은 전분기대비 0.1%p 하락
 - 출판, 영화의 '13년 2분기 자산영업이익률은 0.4%, 0.9%로 가장 낮으며 전년동기대비 0.1%p 감소, 0.6%p 감소
 - 애니메이션/캐릭터 자산영업이익률은 '12년 3분기부터 적자상태가 이어지고 있으며 '13년 2분기는 -1.8%로 전년동기대비 2.4%p 감소
 - * 애니메이션/캐릭터 자산영업이익률은 '13년 2분기 전분기대비 0.1%p 상승

43) 자산영업이익률 = 영업이익액/자산×100

□ 자본영업이익률 변화 추이

〈표 1-35〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자본영업이익률 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 2분기	2012년 3분기	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 2분기 전년동기증감
전체	4.0%	4.7%	4.5%	3.4%	4.6%	0.6%p
게임	4.3%	6.7%	6.3%	5.2%	7.0%	2.7%p
지식정보	5.3%	6.2%	7.1%	4.3%	12.6%	7.3%p
출판	0.7%	2.4%	0.8%	1.8%	0.5%	△0.2%p
방송	5.3%	3.7%	4.3%	3.3%	3.8%	△1.5%p
광고	5.2%	2.9%	7.1%	1.2%	5.6%	0.4%p
영화	3.5%	10.8%	△2.0%	4.2%	2.1%	△1.4%p
음악	2.4%	4.1%	3.3%	2.3%	2.3%	△0.1%p
애니메이션/ 캐릭터	1.1%	△0.3%	△3.1%	△3.2%	△3.2%	△4.3%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 2분기 자본영업이익률은 4.6%로 전년동기대비 0.6%p 증가했으며 전분기대비 1.2%p 상승
 - '12년 2분기의 자본영업이익률은 4.0%이며 이후 등락세
 - 게임, 지식정보, 광고의 '13년 2분기 자본영업이익률은 7.0%, 12.6%, 5.6%로 전체 상장사 대비 높으며 전년동기대비 2.7%p 증가, 7.3%p 증가, 0.4%p 증가
 - ※ 게임 및 지식정보의 자본영업이익률은 '12년 2분기 이후 전반적으로 등락세이며, '13년 2분기 전분기대비 각각 1.8%p 상승, 8.3%p 상승
 - ※ 광고의 자본영업이익률은 '12년 2분기 이후 다소 큰 폭의 등락을 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 4.4%p 상승
 - 출판, 방송, 영화, 음악의 '13년 2분기 자본영업이익률은 0.5%, 3.8%, 2.1%, 2.3%로 전체 상장사 대비 다소 낮으며 전년동기대비 0.2%p 감소, 1.5%p 감소, 1.4%p 감소, 0.1%p 감소
 - ※ 출판, 방송, 영화의 '13년 2분기 자본영업이익률은 전분기대비 1.3%p 하락, 0.5%p 상승, 2.1%p 하락
 - 애니메이션/캐릭터의 '13년 2분기 자본영업이익률은 -3.2%로 가장 낮으며 전년동기대비 4.3%p 감소
 - ※ 애니메이션/캐릭터 자본영업이익률은 '12년 3분기부터 적자상태를 이어가고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 동일 수준 기록

6.1.3. 콘텐츠산업 상장사 안정성 변화 추이

□ 부채비율 변화 추이

〈표 1-36〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자기자본대비 부채비율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2012년 2분기	2012년 3분기	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 2분기 전년동기증감
전체	58.2%	55.8%	58.2%	58.2%	76.6%	18.4%p
게임	42.8%	40.8%	45.1%	47.9%	30.2%	△12.6%p
지식정보	38.6%	37.1%	38.5%	41.6%	254.8%	216.2%p
출판	46.6%	47.6%	45.3%	44.0%	40.3%	△6.3%p
방송	66.3%	58.1%	57.9%	58.2%	53.1%	△13.2%p
광고	150.7%	159.5%	182.8%	167.0%	190.0%	39.3%p
영화	128.7%	133.7%	128.3%	125.7%	128.4%	△0.3%p
음악	37.8%	35.3%	39.2%	37.0%	41.4%	3.6%p
애니메이션/ 캐릭터	69.8%	74.5%	74.6%	74.1%	75.1%	5.3%p

● 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 2분기 자기자본대비 부채비율은 76.6%로 전년동기대비 18.4%p 증가

- '12년 2분기 자기자본대비 부채비율은 58.2%를 기록한 후 전분기대비 동일 수준을 유지하다가 '13년 2분기 들어 전분기대비 18.4%p 큰 폭 상승

- 게임의 '13년 2분기 자기자본대비 부채비율은 30.2%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 낮으며 전년동기대비 12.6%p 다소 큰 폭 감소

- 출판의 '13년 2분기 자기자본대비 부채비율은 40.3%로 전년동기대비 6.3%p 감소했으며 전분기대비 3.7%p 하락

- 음악은 '12년 2분기의 자기자본부채비율이 37.8%를 기록한 이후 등락세이며 '13년 2분기 들어 41.4%로 전년동기대비 3.6%p 증가했고 전분기대비 4.4%p 상승

- 방송의 '13년 2분기 자기자본대비 부채비율은 53.1%로 전년동기대비 13.2%p 다소 큰 폭으로 감소했으며 전분기대비 5.1%p 하락

※ 애니메이션/캐릭터의 '13년 2분기 부채비율은 75.1%로 전체 콘텐츠산업 상장사대비 다소 높으며 전년동기대비 5.3%p 증가했고 전분기대비 1.0%p 상승

- 광고 및 영화는 '12년 2분기 이후 자기자본 부채비율이 다른 분야 대비 가장 높은 수준을 이어가는 추세

※ 광고, 영화의 '13년 2분기 자기자본대비 부채비율은 190.0%, 128.4%로 전년동기대비 39.3%p 증가, 0.3%p 감소

□ 유동비율 변화 추이

〈표 1-37〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 유동비율 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 2분기	2012년 3분기	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 2분기 전년동기증감
전체	173.4%	185.7%	177.4%	178.5%	129.7%	△43.7%p
게임	282.3%	276.1%	244.9%	234.3%	274.6%	△7.7%p
지식정보	314.9%	294.6%	279.1%	265.5%	65.7%	△249.2%p
출판	126.5%	138.9%	155.4%	161.3%	154.1%	27.6%p
방송	120.6%	136.9%	138.2%	141.5%	161.7%	41.1%p
광고	147.7%	143.1%	135.6%	136.9%	131.4%	△16.3%p
영화	72.0%	103.7%	93.7%	82.8%	78.7%	6.7%p
음악	231.9%	232.4%	246.0%	260.8%	241.9%	10.0%p
애니메이션/ 캐릭터	129.3%	143.7%	118.8%	112.7%	126.7%	△2.6%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 2분기 유동비율은 129.7%로 전년동기대비 43.7%p 감소

- 유동비율은 '12년 2분기 173.4% 기록한 후 등락을 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 48.8%p 하락과 함께 유동성리스크 다소 상승

※ 유동비율은 단기채무지불 능력의 평가지표로서 업종별 편차가 상존하고 있으며, 해당기업이 통상 유동비율 200% 이하일 경우 일정부분 유동성리스크 존재

- 게임의 '13년 2분기 유동비율은 274.6%로 가장 높은 수준을 유지하고 있으나 전년동기대비 7.7%p 감소했으며 전분기대비 40.3%p 상승

- 음악의 '13년 2분기 유동비율은 241.9%로 전년동기대비 10.0%p 증가했으며 전분기대비 18.9%p 하락. '12년 2분기 이후의 전분기대비 상승세가 '13년 2분기 들어 다소 큰 폭 하락

※ 출판, 방송, 광고, 애니메이션/캐릭터의 '13년 2분기 유동비율은 154.1%, 161.7%, 131.4%, 126.7%로 전년동기대비 27.6%p 증가, 41.1%p 증가, 16.3%p 감소, 2.6%p 감소. '12년 2분기

이후 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 다소 낮은 유동비율 수준 기록

※ 영화의 '13년 2분기 유동비율은 78.7%로 전년동기대비 6.7%p 증가. '12년 3분기 이후 유동비율 하락세를 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 4.1%p 하락. '12년 2분기 이후 전체 콘텐츠산업 유동비율 중 가장 낮은 수준 지속

□ 자기자본비율⁴⁴⁾ 변화 추이

〈표 1-38〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자기자본비율 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 2분기	2012년 3분기	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 2분기 전년동기증감
전체	63.2%	64.2%	63.3%	63.0%	56.6%	△6.6%p
게임	70.0%	71.0%	69.2%	66.0%	76.8%	6.8%p
지식정보	72.1%	72.9%	72.2%	70.6%	28.2%	△43.9%p
출판	68.2%	67.8%	68.8%	69.5%	71.3%	3.1%p
방송	60.1%	63.2%	63.3%	63.2%	65.3%	5.2%p
광고	39.9%	38.5%	35.4%	37.5%	34.5%	△5.4%p
영화	43.7%	42.8%	43.8%	44.3%	43.8%	0.1%p
음악	72.6%	73.9%	71.9%	73.0%	70.7%	△1.9%p
애니메이션/ 캐릭터	58.9%	57.3%	57.3%	57.4%	57.1%	△1.8%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 2분기 자기자본비율은 56.6%로 전년동기대비 6.6%p 감소
 - '12년 2분기 자기자본비율은 63.2%이며 '12년 3분기 이후 하락세. '13년 2분기는 전분기대비 6.4%p 다소 큰 폭 하락
 - 게임의 '13년 2분기 자기자본비율은 76.8% 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 높은 수준이며, '13년 2분기 전년동기대비 6.8%p 증가
 - ※ 게임의 '13년 2분기 자기자본비율은 전분기대비 10.8% 상승
 - 음악, 출판의 '13년 2분기 자기자본비율은 70.7%, 71.3%로 전체 '12년 2분기 이후 콘텐츠산업 상장사 대비 양호한 수준. '13년 2분기 전년동기대비 1.9%p 감소, 3.1%p 증가
 - ※ 음악, 출판의 '13년 2분기 자기자본비율은 전분기대비 2.3%p 하락, 1.8%p 상승
 - 방송의 '13년 2분기 자기자본비율은 65.3% 전체 콘텐츠산업 상장사 대비

44) 자기자본은 직접적인 금융비용을 부담하지 않고 기업이 장기적으로 운용할 수 있는 자본으로서 이 비율이 높을수록 기업의 재무구조가 건전하다고 할 수 있으며 일반적인 표준비율은 50% 이상. 자기자본비율 = (자기자본/총자산) × 100

다소 높은 수준이며, 전년동기대비 5.2%p 증가

※ 방송의 '13년 2분기 자기자본비율은 전분기대비 2.1%p 상승

- 광고, 영화, 애니메이션/캐릭터의 '13년 2분기 자기자본비율은 34.5%, 43.8%, 57.1%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 낮은 수준이며, 전년동기대비 5.4%p 감소, 0.1%p 증가, 1.8%p 감소

※ 광고, 영화, 애니메이션/캐릭터의 '13년 2분기 자기자본비율은 전분기대비 3.0%p 하락, 0.5%p 하락, 0.3%p 하락

6.1.4. 콘텐츠산업 상장사 생산성 변화 추이

□ 1인평균매출액 변화 추이

〈표 I-39〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 1인평균매출액 추이

(단위 : 억원, %)

구분	2012년			2013년		전년동기대비 (2분기)
	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	
게임	0.88 (-1.1%)	1.33 (51.6%)	1.08 (-19.0%)	1.12 (3.6%)	1.20 (6.7%)	35.9%
지식정보	1.04 (8.7%)	1.61 (55.2%)	1.34 (-16.9%)	1.25 (-6.4%)	1.39 (11.0%)	34.0%
출판	0.74 (-8.0%)	0.80 (8.1%)	0.81 (0.5%)	0.85 (5.8%)	0.76 (-11.0%)	2.3%
방송	2.28 (8.3%)	2.17 (-4.7%)	2.47 (13.7%)	2.23 (-9.6%)	2.39 (7.1%)	4.9%
광고	4.68 (36.3%)	4.24 (-9.5%)	5.23 (23.4%)	3.81 (-27.1%)	4.87 (27.8%)	4.1%
영화	1.62 (-15.1%)	2.20 (36.2%)	2.14 (-2.9%)	1.87 (-12.6%)	1.59 (-15.0%)	-1.7%
음악	1.35 (5.0%)	1.61 (19.5%)	1.65 (2.6%)	1.37 (-17.1%)	1.40 (2.0%)	3.7%
애니메이션/ 캐릭터	1.42 (43.0%)	1.17 (-17.7%)	1.28 (9.1%)	1.05 (-18.0%)	1.07 (1.7%)	-25.1%
합계	1.37 (8.2%)	1.63 (19.2%)	1.62 (-0.9%)	1.50 (-7.4%)	1.60 (7.1%)	17.0%

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 2분기 상장사 1인평균매출액은 약 1억 6,000만원으로 전년동기대비 17.0% 증가했으며, 전분기대비 7.1% 상승

- '12년 2분기 1인평균매출액은 약 1억 3,700만원을 기록한 후 전분기대비 상승세가 '12년 4분기부터 하락했으나 '13년 2분기 들어 상승으로 반전

- 방송, 광고의 '13년 2분기 1인평균매출액은 약 2억 3,900만원, 4억 8,700만원으로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 높은 수준이며 전년동기대비 4.9% 증가, 4.1% 증가
 ※ 방송, 광고의 '13년 2분기 1인평균매출액은 전분기대비 7.1% 상승, 27.8% 상승
- 게임, 지식정보, 영화, 음악의 '13년 2분기 1인평균매출액은 약 1억 2,000만원, 1억 3,900만원, 1억 5,900만원, 1억 4,000만원으로 전체 콘텐츠산업 상장사와 유사하거나 다소 낮은 수준이며, 전년동기대비 35.9% 증가, 34.0% 증가, 1.7% 감소, 3.7% 증가
 ※ 게임, 지식정보, 영화, 음악의 '13년 2분기 1인평균매출액은 전분기대비 6.7% 상승, 11.0% 상승, 15.0% 하락, 2.0% 상승
- 출판, 애니메이션/캐릭터의 '13년 2분기 1인평균매출액은 약 7,600만원, 1억 700만원으로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 낮은 수준이며 전년동기대비 2.3% 증가, 25.1% 감소

□ 자본집약도⁴⁵⁾ 변화 추이

〈표 1-40〉 '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자본집약도 추이

(단위 : %, p)

구분	2012년 2분기	2012년 3분기	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 2분기 전년동기증감
전체	7.5	7.7	8.0	8.4	8.0	0.5p
게임	5.8	6.3	6.1	6.8	5.0	△0.8p
지식정보	6.2	6.5	6.8	7.7	8.0	1.8p
출판	3.4	3.5	3.8	3.8	3.7	0.3p
방송	10.6	10.5	11.2	11.5	11.5	0.9p
광고	14.4	14.4	15.1	12.7	14.3	△0.1p
영화	10.3	10.5	10.4	9.8	9.0	△1.3p
음악	6.0	6.1	6.2	6.0	6.0	0.0p
애니메이션/캐릭터	6.8	7.2	7.1	6.6	6.9	0.1p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 2분기 자본집약도는 8.0으로 전년동기대비 약 0.5p 증가했으며 전분기대비 0.4p 하락
- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '12년 2분기 자본집약도는 7.0이며 이후 상승세

45) 자본집약도 = 총자본(자본총계+부채총계)/종사자수×100

를 보이다가 '13년 2분기 들어 약간 하락

- 방송, 광고, 영화의 '13년 2분기 자본집약도는 11.5, 14.3, 9.0으로 다른 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 높으며 전년동기대비 0.9p 증가, 0.1p 감소, 1.3p 감소

※ 광고의 '13년 2분기 자본집약도는 전분기대비 1.6p 상승

- 게임, 지식정보, 음악, 애니메이션/캐릭터의 '13년 2분기 자본집약도는 5.0, 8.0, 6.0, 6.9로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 유사 또는 낮은 수준이며 전년동기대비 0.8p 감소, 1.8p 증가, 동일수준, 0.1p 증가

※ 지식정보 및 애니메이션/캐릭터의 '13년 2분기 자본집약도는 전분기대비 0.3p 상승, 0.3p 상승했으나, 게임은 전분기대비 1.8p 하락

※ 출판의 '13년 2분기 자본집약도는 3.7로 전년동기대비 0.3p 증가했고 전분기대비 0.1p 하락했으며 '12년 2분기 이후 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 낮은 수준 지속

Ⅱ. 2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠업체 실태조사 분석

1 콘텐츠업체 실태조사 개요

1.1. 조사목적

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

1.2. 조사대상 및 방법

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’는 총 12개 산업 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송(독립제작사), 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연 산업을 영위하는 사업체 중 600개를 표본으로 선정하여 조사 실시
- 표본은 산업별 상위 20위 이내 사업체를 우선적으로 배분하여 실시하였으며, 산업별로 20개 사업체가 없는 경우에는 전수조사를 실시
- 12개 산업별로 기획 및 제작, 오프라인도소매, 온라인도소매, 오프라인 및 온라인 서비스로 표본구성을 실시하며, 응답대상 사업체의 매출액 합계가 가치사슬별 매출규모의 약 65%~70% 이상 차지할 수 있도록 표본 구성

- 매출액과 종사자수는 추정을 통해 전체 콘텐츠산업 규모를 산출하였으며 수출과 투자액은 응답업체 내용을 단순 집계하였음
 - ※ 콘텐츠산업에서 소규모 사업체는 수출을 하는 경우가 적어, 집계된 수출액이 전체와 차이가 없을 것으로 판단됨
- 상위 사업체 이외에 산업규모의 추정을 위하여 소규모 사업체도 층별 비례배분을 통하여 표본을 배분하였으며, 층화추출법을 이용하여 표본을 추출, 가중치는 설계 가중값, 무응답 조정, 사후층화 조정 등을 고려하여 작성
- 조사기간은 2013년 08월 8일부터 ~ 08월 23일까지 실시하였으며, 방문조사 및 E-mail, Fax, 전화 등 다양한 방법을 통하여 조사 실시

1.3. 콘텐츠산업 실태조사 이용 시 유의사항

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

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

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

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

2 콘텐츠업체 실태조사 분석결과

2.1. 2013년 2분기 콘텐츠산업 규모

● '13년 2분기 콘텐츠산업 매출액은 17조 8,347억원, 종사자는 54만 6,769명, 수출액은 1조 3,163억원, 투자액은 4,995억원으로 나타났으며, 전분기대비 매출액은 약 1.2% 증가, 종사자는 약 0.1% 증가하였으며, 수출액은 3.2% 증가하였고, 전년동기대비는 약 매출액은 3.4% 증가, 종사자는 약 0.7% 증가, 수출액은 약 9.9% 증가

〈표 II -1〉 '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 매출액 규모

산업명	매출액 (백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출판	5,247,585	10,647,048	5,214,033	4,957,713	20,818,794	4,979,097	4,818,640	9,797,737	-3.2%	-8.2%
만화	177,643	358,275	179,512	177,370	715,157	180,453	176,765	357,218	-2.0%	-0.5%
음악	999,686	1,982,347	1,037,201	1,153,056	4,172,604	1,146,420	1,143,980	2,290,400	-0.2%	14.4%
게임	2,422,951	5,069,022	2,311,774	2,371,742	9,752,538	2,358,554	2,429,656	4,788,210	3.0%	0.3%
영화	1,018,479	2,017,212	1,107,975	1,049,506	4,174,693	1,104,525	992,535	2,097,060	-10.1%	-2.5%
애니메이션	114,361	245,167	132,339	133,147	510,653	132,641	113,729	246,370	-14.3%	-0.6%
방송영상독립제작사	243,782	482,757	232,111	221,719	936,587	228,964	229,117	458,081	0.1%	-6.0%
광고	1,897,643	3,511,242	1,769,251	2,169,251	7,449,744	1,922,536	2,108,732	4,031,268	9.7%	11.1%
캐릭터	1,969,041	3,850,852	1,977,376	2,137,134	7,965,362	2,160,782	2,221,371	4,382,153	2.8%	12.8%
지식정보	2,393,298	4,785,585	2,384,373	2,437,531	9,607,489	2,549,038	2,705,940	5,254,978	6.2%	13.1%
콘텐츠솔루션	758,104	1,506,616	766,359	842,727	3,115,702	855,926	894,325	1,750,251	4.5%	18.0%
합계	17,242,573	34,456,123	17,112,304	17,650,896	69,219,323	17,618,936	17,834,790	35,453,726	1.2%	3.4%

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

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

※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

- '13년 2분기 산업별 매출액을 보면 출판산업이 4조 8,186억원으로 가장 높은 비중을 차지하고 있으나, 전분기대비 약 3.2% 감소
- 지식정보산업 2조 7,059억원으로 전분기대비 약 6.2% 증가, 게임산업은 2조 4,296억원으로 전분기대비 약 3.0% 증가, 캐릭터산업 2조 2,213억원으로 전분기대비 약 2.8% 증가, 광고산업 2조 1,087억원으로 전분기대비 약 9.7% 증가, 음악산업 1조 1,439억원으로 전분기대비 약 0.2% 감소, 영화산업 9,925억원으로 전분기대비 약 10.1% 감소, 콘텐츠솔루션 8,943억원으로 전분기대비 약 4.5% 증가, 방송영상독립제작사 2,291억원으로 전분기대비 약 0.1% 증가, 만화산업 1,767억원으로 전분기대비 약 2.0% 감소, 애니메이션산업 1,137억원으로 전분기대비 약 14.3% 감소한 것으로 추정

〈표 II -2〉 '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 종사자 규모

산업명	종사자수 (명)						
	2012년p			2013년p		2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기		
출판	197,453	197,164	196,464	196,056	195,692	-0.2%	-0.9%
만화	10,148	10,113	10,072	10,016	9,851	-1.6%	-2.9%
음악	77,861	78,052	78,422	78,368	78,422	0.1%	0.7%
게임	94,516	93,941	95,051	94,531	93,837	-0.7%	-0.7%
영화	29,537	29,640	30,161	30,349	31,394	3.4%	6.3%
애니메이션	4,594	4,577	4,653	4,634	4,644	0.2%	1.1%
방송영상독립제작사	5,920	5,897	5,988	5,993	6,002	0.2%	1.4%
광고	8,349	8,418	8,429	8,499	8,471	-0.3%	1.5%
캐릭터	26,360	26,445	26,886	27,051	27,158	0.4%	3.0%
지식정보	68,390	68,354	69,940	69,933	70,512	0.8%	3.1%
콘텐츠솔루션	19,914	19,925	20,437	20,593	20,786	0.9%	4.4%
합계	543,042	542,526	546,503	546,023	546,769	0.1%	0.7%

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

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

※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

- 산업별 종사자를 보면, 전체 종사자 54만 6,769명 중 출판산업은 19만 5,692명으로 전분기대비 약 0.2% 감소, 게임산업은 9만 3,837명으로 전분

기대비 약 0.7% 감소, 음악산업은 7만 8,422명으로 전분기대비 0.1% 증가, 지식정보산업은 7만 512명으로 전분기대비 0.8% 증가, 영화산업은 3만 1,394명으로 전분기대비 3.4% 증가, 캐릭터산업은 2만 7,158명으로 전분기 대비 0.4% 증가, 콘텐츠솔루션산업은 2만 786명으로 전분기대비 0.9% 증가, 만화산업은 9,851명으로 전분기대비 1.6% 감소, 광고산업은 8,471명으로 전분기대비 0.3% 감소, 방송영상독립제작사는 6,002명으로 전분기대비 0.2% 증가, 애니메이션산업은 4,644명으로 전분기대비 0.2% 증가한 것으로 추정

〈표 II-3〉 '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 수출액 규모

산업명	수출액(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출판	77,691	142,726	78,245	79,097	300,068	59,086	73,502	132,588	24.4%	-5.4%
만화	4,974	10,023	4,982	4,756	19,761	4,537	4,729	9,266	4.2%	-4.9%
음악	58,989	110,674	75,325	140,346	326,345	105,632	108,697	214,329	2.9%	84.3%
게임	733,871	1,483,583	746,575	743,584	2,973,741	747,927	753,211	1,501,138	0.7%	2.6%
영화	7,891	16,437	7,782	17,956	42,175	11,325	12,568	23,893	11.0%	59.3%
애니메이션	29,331	59,401	28,537	25,122	113,060	25,079	25,137	50,216	0.2%	-14.3%
방송영상독립제작사	2,409	4,741	5,932	4,837	15,510	4,739	4,795	9,534	1.2%	99.0%
광고	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	134,883	249,185	135,291	124,004	508,480	123,521	136,968	260,489	10.9%	1.5%
지식정보	105,119	213,194	105,327	153,302	471,823	154,379	155,376	309,755	0.6%	47.8%
콘텐츠솔루션	42,033	83,162	43,225	40,349	166,736	39,838	41,328	81,166	3.7%	-1.7%
합계	1,197,191	2,373,126	1,231,221	1,333,353	4,937,699	1,276,063	1,316,311	2,592,374	3.2%	9.9%

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

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

※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

- 산업별 수출액을 살펴보면, 전체 수출액 1조 3,163억원으로 전분기대비 약 3.2% 증가하였으며, 게임산업은 7,532억원으로 전분기대비 약 0.7% 증가, 지식정보산업은 1,553억원으로 전분기대비 약 0.6% 증가, 캐릭터산업은 1,369억원으로 전분기대비 약 10.9% 증가, 음악산업은 1,086억원으로 전분기대비 약 2.9% 증가, 출판산업은 735억원으로 전분기대비 약 24.4% 증가, 콘텐츠솔루션산업은 413억원으로 전분기대비 약 3.7% 증가한 것으로 추정

(표 II-4) '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 투자액 규모

산업명	투자액(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출판	76,987	158,456	75,590	77,593	311,639	76,154	74,430	150,584	-2.3%	-3.3%
만화	5,432	11,461	5,236	5,046	21,743	5,071	5,141	10,212	1.4%	-5.4%
음악	26,984	52,887	28,990	34,163	116,040	34,931	35,559	70,490	1.8%	31.8%
게임	182,735	369,091	181,698	187,442	738,231	192,992	201,354	394,346	4.3%	10.2%
영화	41,914	81,665	45,032	49,658	176,355	52,659	54,254	106,913	3.0%	29.4%
애니메이션	22,616	45,780	21,379	22,509	89,668	22,584	22,858	45,442	1.2%	1.1%
방송영상독립제작사	28,782	58,102	28,442	28,745	115,289	29,023	29,609	58,632	2.0%	2.9%
광고	8,778	17,022	8,719	8,835	34,576	8,820	8,948	17,768	1.5%	1.9%
캐릭터	43,035	84,164	45,404	47,771	177,339	50,850	53,350	104,200	4.9%	24.0%
지식정보	8,265	16,175	8,350	8,583	33,108	8,754	8,916	17,670	1.9%	7.9%
콘텐츠솔루션	4,566	8,820	4,665	4,766	18,251	5,044	5,173	10,217	2.6%	13.3%
합계	450,094	903,623	453,505	475,111	1,832,239	486,882	499,592	986,474	2.6%	11.0%

산업명	자체투자액(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출판	68,329	141,581	67,225	69,582	278,388	68,322	66,719	135,041	-2.3%	-2.4%
만화	4,521	9,634	4,327	4,219	18,180	4,225	4,218	8,443	-0.2%	-6.7%
음악	25,557	50,135	27,322	32,531	109,988	33,196	33,698	66,894	1.5%	31.9%
게임	126,982	259,640	125,362	129,325	514,327	132,771	138,967	271,738	4.7%	9.4%
영화	24,387	47,916	26,398	28,399	102,713	30,117	30,696	60,813	1.9%	25.9%
애니메이션	9,248	18,873	9,027	8,953	36,853	8,867	8,972	17,839	1.2%	-3.0%
방송영상독립제작사	19,257	38,919	19,115	19,226	77,260	19,345	19,437	38,782	0.5%	0.9%
광고	7,152	13,685	7,108	7,112	27,905	7,104	7,216	14,320	1.6%	0.9%
캐릭터	34,597	67,163	36,935	38,585	142,683	41,496	43,451	84,947	4.7%	25.6%
지식정보	5,338	10,353	5,439	5,561	21,353	5,637	5,718	11,355	1.4%	7.1%
콘텐츠솔루션	2,855	5,482	2,896	2,927	11,305	3,115	3,162	6,277	1.5%	10.8%
합계	328,223	663,381	331,154	346,420	1,340,955	354,195	362,254	716,449	2.3%	10.4%

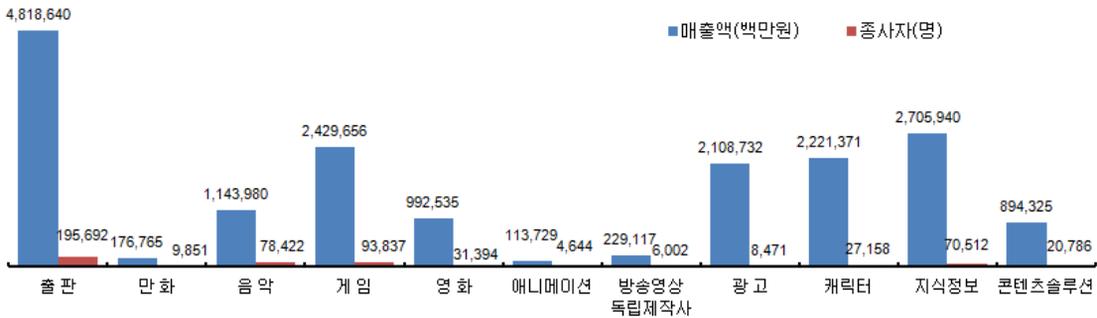
산업명	외부투자액(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출판	8,658	16,875	8,365	8,011	33,251	7,832	7,711	15,543	-1.5%	-10.9%
만화	911	1,827	909	827	3,563	846	923	1,769	9.1%	1.3%
음악	1,427	2,752	1,668	1,632	6,052	1,735	1,861	3,596	7.3%	30.4%
게임	55,753	109,451	56,336	58,117	223,904	60,221	62,387	122,608	3.6%	11.9%
영화	17,527	33,749	18,634	21,259	73,642	22,542	23,558	46,100	4.5%	34.4%
애니메이션	13,368	26,907	12,352	13,556	52,815	13,717	13,886	27,603	1.2%	3.9%
방송영상독립제작사	9,525	19,183	9,327	9,519	38,029	9,678	10,172	19,850	5.1%	6.8%
광고	1,626	3,337	1,611	1,723	6,671	1,716	1,732	3,448	0.9%	6.5%
캐릭터	8,438	17,001	8,469	9,186	34,656	9,354	9,899	19,253	5.8%	17.3%
지식정보	2,927	5,822	2,911	3,022	11,755	3,117	3,198	6,315	2.6%	9.3%
콘텐츠솔루션	1,711	3,338	1,769	1,839	6,946	1,929	2,011	3,940	4.3%	17.5%
합계	121,871	240,242	122,351	128,691	491,284	132,687	137,338	270,025	3.5%	12.7%

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

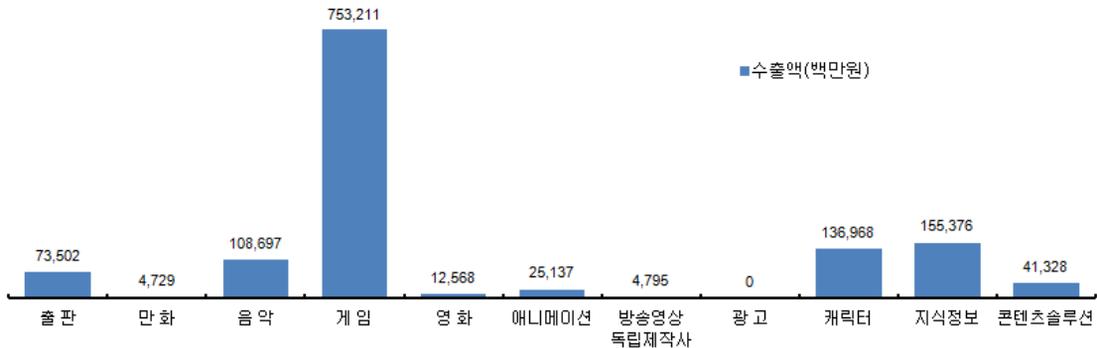
- 산업별 투자액은 4,995억원으로 전분기대비 약 2.6% 증가하였으며, 게임산업은 2,013억원으로 전분기대비 4.3% 증가한 것으로 나타나 11개 산업 중 가장 큰 투자액을 보임

- 자체투자액이 가장 많은 산업은 게임산업으로 1,389억원, 전분기대비 약 4.7% 증가한 것으로 나타남. 출판, 만화를 제외한 다른 산업은 자체투자액이 전분기대비하여 모두 증가

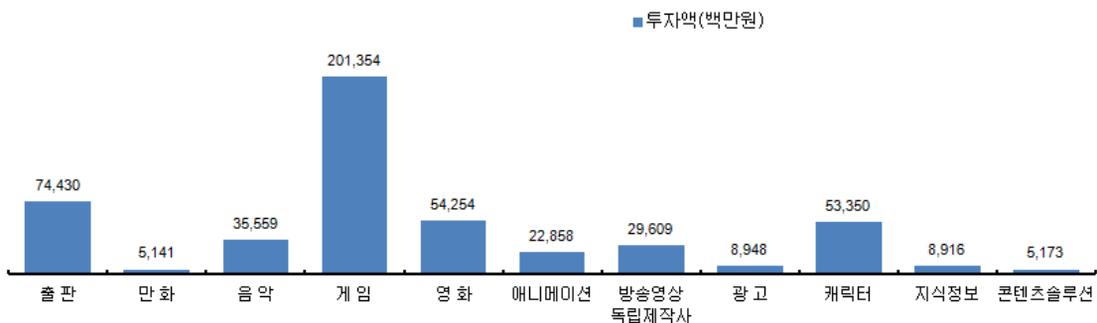
〈그림 II-1〉 '13년p 2분기 콘텐츠산업 매출액 및 종사자 규모



〈그림 II-2〉 '13년p 2분기 콘텐츠산업 수출액 규모



〈그림 II-3〉 '13년p 2분기 콘텐츠산업 투자액 규모



2.2. 2013년 2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 규모

- '13년 2분기 가치사슬별 매출액을 살펴보면, 기획 및 제작업이 10조 5,226억원으로 전분기대비 약 2.6% 증가하였으며, 도매업이 1조 2,071억원으로 전분기 대비 3.1% 감소, 소매업은 2조 1,168억원으로 전분기대비 약 0.4% 감소, 오프라인 서비스업은 1조 6,950억원으로 전분기대비 6.7% 감소, 온라인 서비스업은 2조 2,930억원으로 전분기대비 약 5.5%로 증가한 것으로 추정

- ※ 오프라인 서비스업 정의

- 출판산업(서적임대), 만화산업(만화임대(대본소), 서적임대(만화부분)), 게임산업(PC방, 아케이드게임장, 비디오게임장), 영화산업(극장상영, DVD/VHS 상영, DVD/VHS 대여), 애니메이션산업(극장상영)

- ※ 온라인 서비스업 정의

- 출판산업(인터넷전자출판서비스업), 만화산업(모바일만화서비스업, 인터넷만화서비스업), 음악산업(인터넷음악서비스업, 모바일음악서비스업), 지식정보산업(포털 및 매개정보서비스업)

- 출판산업의 가치사슬별 매출액을 보면 기획 및 제작이 2조 9,133억원으로 전분기대비 약 3.8% 감소하였으며, 온라인 서비스업이 426억원으로 전분기 대비 약 6.4% 증가한 것으로 추정
- 만화산업의 가치사슬별 매출액을 보면 기획 및 제작이 803억원으로 전분기 대비 약 4.5% 감소, 온라인 서비스업이 139억원으로 전분기대비 약 10.6% 증가한 것으로 추정
- 음악산업의 가치사슬별 매출액을 보면 기획 및 제작이 4,176억원으로 전분기 대비 약 2.2% 증가, 온라인 서비스업이 2,532억원으로 전분기대비 약 2.6% 증가한 것으로 추정
- 게임산업은 기획 및 제작이 1조 9,968억원으로 전분기대비 약 4.8% 증가, 영화산업은 기획 및 제작이 3,112억원으로 전분기대비 약 2.5% 감소, 애니메이션산업은 기획 및 제작이 957억원으로 전분기대비 약 0.4% 증가, 방송영상독립제작사는 기획 및 제작이 2,291억원으로 전분기대비 약 0.1% 증가,

광고산업은 기획 및 제작이 2조 1,087억원으로 전분기대비 약 9.7% 증가, 캐릭터산업은 기획 및 제작이 1조 893억원으로 전분기대비 약 3.1% 증가, 지식정보산업은 기획 및 제작이 3,859억원으로 전분기대비 약 9.5% 증가, 콘텐츠솔루션산업은 기획 및 제작이 8,943억원으로 전분기대비 약 4.5% 증가한 것으로 추정

〈표 II -5〉 '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액

(단위 : 백만원, %)

산업명	기획 및 제작 매출액(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출 판	3,163,616	6,470,204	3,170,382	3,003,634	12,644,220	3,026,987	2,913,368	5,940,355	-3.8%	-7.9%
만 화	84,137	169,899	88,339	83,736	341,974	84,115	80,336	164,451	-4.5%	-4.5%
음 악	348,957	679,703	362,522	424,950	1,467,175	408,769	417,653	826,422	2.2%	19.7%
게 임	1,952,794	4,133,935	1,851,426	1,907,445	7,892,806	1,905,336	1,996,871	3,902,207	4.8%	2.3%
영 화	279,700	556,970	296,557	316,295	1,169,822	319,231	311,257	630,488	-2.5%	11.3%
애니메이션	90,696	178,293	88,362	97,843	364,498	95,323	95,711	191,034	0.4%	5.5%
방송영상독립제작사	243,782	482,757	232,111	221,719	936,587	228,964	229,117	458,081	0.1%	-6.0%
광 고	1,897,643	3,511,242	1,769,251	2,169,251	7,449,744	1,922,536	2,108,732	4,031,268	9.7%	11.1%
캐릭터	979,561	1,905,585	982,345	1,055,174	3,943,104	1,056,198	1,089,321	2,145,519	3.1%	11.2%
지식정보	344,511	671,229	332,291	349,974	1,353,494	352,627	385,968	738,595	9.5%	12.0%
콘텐츠솔루션	758,104	1,506,616	766,359	842,727	3,115,702	855,926	894,325	1,750,251	4.5%	18.0%
합 계	10,143,501	20,266,433	9,939,945	10,472,748	40,679,126	10,256,012	10,522,659	20,778,671	2.6%	3.7%

산업명	도매업 매출액(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출 판	680,945	1,370,394	665,322	585,882	2,621,598	576,529	553,251	1,129,780	-4.0%	-18.8%
만 화	13,134	27,251	12,157	12,546	51,954	12,488	12,087	24,575	-3.2%	-8.0%
음 악	25,790	52,344	25,832	26,492	104,668	25,377	24,325	49,702	-4.1%	-5.7%
게 임	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
영 화	232,599	469,524	245,667	206,855	922,046	237,559	216,325	453,884	-8.9%	-7.0%
애니메이션	4,922	9,754	4,829	5,049	19,632	4,983	4,882	9,865	-2.0%	-0.8%
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	338,142	667,945	341,253	387,489	1,396,687	388,698	396,325	785,023	2.0%	17.2%
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합 계	1,295,532	2,597,212	1,295,060	1,224,313	5,116,585	1,245,634	1,207,195	2,452,829	-3.1%	-6.8%

산업명	소매업 매출액(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출 판	1,352,336	2,708,623	1,322,978	1,313,710	5,345,311	1,319,328	1,293,258	2,612,586	-2.0%	-4.4%
만 화	49,895	101,217	48,366	49,357	198,940	51,219	50,337	101,556	-1.7%	0.9%
음 악	36,713	72,974	36,339	37,756	147,069	36,581	35,118	71,699	-4.0%	-4.3%
게 임	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
영 화	3,074	6,279	3,022	2,682	11,983	2,581	2,411	4,992	-6.6%	-21.6%
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	651,338	1,277,322	653,778	694,471	2,625,571	715,886	735,725	1,451,611	2.8%	13.0%
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합 계	2,093,356	4,166,415	2,064,483	2,097,976	8,328,874	2,125,595	2,116,849	4,242,444	-0.4%	1.1%

산업명	오프라인 서비스업 매출액(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출 판	17,003	32,149	17,328	15,852	65,329	16,128	16,072	32,200	-0.3%	-5.5%
만 화	18,145	35,238	18,569	19,886	73,693	20,035	20,078	40,113	0.2%	10.7%
음 악	365,722	739,230	376,253	428,168	1,543,651	428,775	413,626	842,401	-3.5%	13.1%
게 임	470,157	935,087	460,348	464,297	1,859,732	453,218	432,785	886,003	-4.5%	-7.9%
영 화	453,696	886,218	511,396	473,903	1,871,517	491,927	402,659	894,586	-18.1%	-11.2%
애니메이션	17,176	53,989	37,460	28,539	119,988	30,516	11,270	41,786	-63.1%	-34.4%
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
지식정보	311,558	674,769	308,571	342,249	1,325,589	376,658	398,587	775,245	5.8%	27.9%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합 계	1,653,457	3,356,680	1,729,925	1,772,894	6,859,499	1,817,257	1,695,077	3,512,334	-6.7%	2.5%

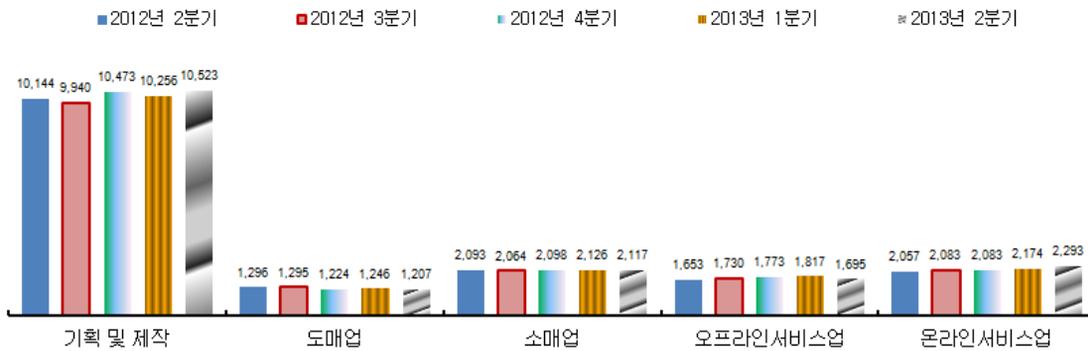
산업명	온라인 서비스업 매출액(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출 판	33,685	65,678	38,023	38,635	142,336	40,125	42,691	82,816	6.4%	26.7%
만 화	12,332	24,670	12,081	11,845	48,596	12,596	13,927	26,523	10.6%	12.9%
음 악	222,504	438,096	236,255	235,690	910,041	246,918	253,258	500,176	2.6%	13.8%
게 임	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
영 화	49,410	98,221	51,333	49,771	199,325	53,227	59,883	113,110	12.5%	21.2%
애니메이션	1,567	3,131	1,688	1,716	6,535	1,819	1,866	3,685	2.6%	19.1%
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
지식정보	1,737,229	3,439,587	1,743,511	1,745,308	6,928,406	1,819,753	1,921,385	3,741,138	5.6%	10.6%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합 계	2,056,727	4,069,383	2,082,891	2,082,965	8,235,239	2,174,438	2,293,010	4,467,448	5.5%	11.5%

산업명	매출액 합계(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출판	5,247,585	10,647,048	5,214,033	4,957,713	20,818,794	4,979,097	4,818,640	9,797,737	-3.2%	-8.2%
만화	177,643	358,275	179,512	177,370	715,157	180,453	176,765	357,218	-2.0%	-0.5%
음악	999,686	1,982,347	1,037,201	1,153,056	4,172,604	1,146,420	1,143,980	2,290,400	-0.2%	14.4%
게임	2,422,951	5,069,022	2,311,774	2,371,742	9,752,538	2,358,554	2,429,656	4,788,210	3.0%	0.3%
영화	1,018,479	2,017,212	1,107,975	1,049,506	4,174,693	1,104,525	992,535	2,097,060	-10.1%	-2.5%
애니메이션	114,361	245,167	132,339	133,147	510,653	132,641	113,729	246,370	-14.3%	-0.6%
방송영상독립제작사	243,782	482,757	232,111	221,719	936,587	228,964	229,117	458,081	0.1%	-6.0%
광고	1,897,643	3,511,242	1,769,251	2,169,251	7,449,744	1,922,536	2,108,732	4,031,268	9.7%	11.1%
캐릭터	1,969,041	3,850,852	1,977,376	2,137,134	7,965,362	2,160,782	2,221,371	4,382,153	2.8%	12.8%
지식정보	2,393,298	4,785,585	2,384,373	2,437,531	9,607,489	2,549,038	2,705,940	5,254,978	6.2%	13.1%
콘텐츠솔루션	758,104	1,506,616	766,359	842,727	3,115,702	855,926	894,325	1,750,251	4.5%	18.0%
합계	17,242,573	34,456,123	17,112,304	17,650,896	69,219,323	17,618,936	17,834,790	35,453,726	1.2%	3.4%

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

〈그림 II-4〉 '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액

(단위 : 십억원)



- '13년 2분기 가치사슬별 종사자를 살펴보면, 기획 및 제작이 24만 1,384명으로 전분기대비 약 0.1% 증가, 오프라인 서비스업이 15만 6,446명으로 전분기 대비 약 0.6% 증가, 소매업이 8만 8,450명으로 전분기대비 약 0.5% 감소, 온라인 서비스업이 4만 4,280명으로 전분기대비 약 0.4% 증가, 도매업이 1만 6,209명으로 전분기대비 약 0.4% 감소한 것으로 추정
- 출판산업은 기획 및 제작이 10만 8,752명으로 전분기대비 0.1% 감소, 소매업이 7만 4,087명으로 전분기대비 약 0.4% 감소, 도매업이 1만 411명으로

전분기대비 약 0.2% 감소한 것으로 추정

- 만화산업은 오프라인 서비스업이 3,908명으로 전분기대비 1.0% 감소, 소매업이 2,521명으로 전분기대비 약 5.6% 감소, 기획 및 제작이 2,319명으로 전분기대비 약 0.3% 증가한 것으로 파악
- 음악산업은 기획 및 제작이 6,922명으로 전분기대비 약 0.4% 증가, 게임산업은 기획 및 제작이 5만 2,469명으로 전분기대비 변화없음. 영화산업은 기획 및 제작이 6,066명으로 전분기대비 약 0.3% 감소한 것으로 추정
- 애니메이션산업은 기획 및 제작이 4,418명으로 전분기대비 약 0.2% 증가하였으며, 방송영상독립제작사의 기획 및 제작이 6,002명으로 전분기대비 약 0.2% 증가, 광고산업은 기획 및 제작이 8,471명으로 전분기대비 약 0.3% 감소한 것으로 추정
- 캐릭터산업은 기획 및 제작이 1만 3,922명으로 전분기대비 0.3% 증가, 지식정보산업은 기획 및 제작이 1만 1,257명으로 전분기대비 0.3% 증가한 것으로 추정
- 콘텐츠솔루션산업은 기획 및 제작이 2만 786명으로 전분기대비 약 0.9% 증가한 것으로 추정

〈표 II -6〉 '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수

(단위 : 명, %)

산업명	기획 및 제작 종사자수(명)						
	2012년p			2013년p		2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기		
출 판	109,252	109,113	108,832	108,819	108,752	-0.1%	-0.5%
만 화	2,344	2,339	2,316	2,311	2,319	0.3%	-1.1%
음 악	6,598	6,732	6,879	6,896	6,922	0.4%	4.9%
게 임	51,768	51,320	52,466	52,493	52,469	0.0%	1.4%
영 화	5,885	5,889	6,083	6,085	6,066	-0.3%	3.1%
애니메이션	4,372	4,349	4,424	4,408	4,418	0.2%	1.1%
방송영상독립제작사	5,920	5,897	5,988	5,993	6,002	0.2%	1.4%
광 고	8,349	8,418	8,429	8,499	8,471	-0.3%	1.5%
캐릭터	13,473	13,471	13,850	13,887	13,922	0.3%	3.3%
지식정보	11,246	11,247	11,321	11,228	11,257	0.3%	0.1%
콘텐츠솔루션	19,914	19,925	20,437	20,593	20,786	0.9%	4.4%
합 계	239,121	238,700	241,025	241,212	241,384	0.1%	0.9%

산업명	도매업 종사자수(명)						
	2012년p			2013년p		2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기		
출 판	10,670	10,653	10,477	10,432	10,411	-0.2%	-2.4%
만 화	738	731	722	713	707	-0.8%	-4.2%
음 악	282	279	273	268	251	-6.3%	-11.0%
게 임	-	-	-	-	-	-	-
영 화	2,410	2,411	2,317	2,313	2,272	-1.8%	-5.7%
애니메이션	123	126	128	123	121	-1.6%	-1.6%
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-
광 고	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	2,384	2,392	2,418	2,432	2,447	0.6%	2.6%
지식정보	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-
합 계	16,607	16,592	16,335	16,281	16,209	-0.4%	-2.4%

산업명	소매업 종사자수(명)						
	2012년p			2013년p		2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기		
출 판	75,108	74,963	74,733	74,385	74,087	-0.4%	-1.4%
만 화	2,733	2,711	2,699	2,671	2,521	-5.6%	-7.8%
음 악	740	732	721	718	707	-1.5%	-4.5%
게 임	-	-	-	-	-	-	-
영 화	373	369	358	352	346	-1.7%	-7.2%
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-
광 고	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	10,503	10,582	10,618	10,732	10,789	0.5%	2.7%
지식정보	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-
합 계	89,457	89,357	89,129	88,858	88,450	-0.5%	-1.1%

산업명	오프라인 서비스업 종사자수(명)						
	2012년p			2013년p		2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기		
출판	2,044	2,043	2,009	1,998	1,983	-0.8%	-3.0%
만화	3,994	3,987	3,966	3,948	3,908	-1.0%	-2.2%
음악	68,240	68,223	68,541	68,432	68,411	0.0%	0.3%
게임	42,747	42,621	42,585	42,038	41,368	-1.6%	-3.2%
영화	20,237	20,338	20,715	20,906	21,983	5.2%	8.6%
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-
광고	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-
지식정보	16,796	16,768	17,963	18,268	18,793	2.9%	11.9%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-
합계	154,058	153,980	155,779	155,590	156,446	0.6%	1.5%

산업명	온라인 서비스업 종사자수(명)						
	2012년p			2013년p		2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기		
출판	379	392	413	422	459	8.8%	21.1%
만화	339	345	369	373	396	6.2%	16.8%
음악	2,001	2,086	2,008	2,054	2,131	3.7%	6.5%
게임	-	-	-	-	-	-	-
영화	632	633	688	693	727	4.9%	15.0%
애니메이션	99	102	101	103	105	1.9%	6.1%
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-
광고	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-
지식정보	40,348	40,339	40,656	40,437	40,462	0.1%	0.3%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-
합계	43,798	43,897	44,235	44,082	44,280	0.4%	1.1%

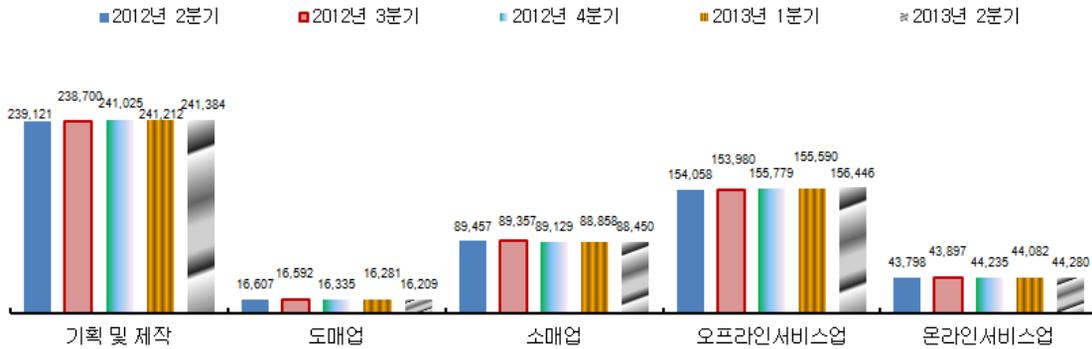
산업명	종사자수 합계(명)						
	2012년p			2013년p		2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기		
출판	197,453	197,164	196,464	196,056	195,692	-0.2%	-0.9%
만화	10,148	10,113	10,072	10,016	9,851	-1.6%	-2.9%
음악	77,861	78,052	78,422	78,368	78,422	0.1%	0.7%
게임	94,516	93,941	95,051	94,531	93,837	-0.7%	-0.7%
영화	29,537	29,640	30,161	30,349	31,394	3.4%	6.3%
애니메이션	4,594	4,577	4,653	4,634	4,644	0.2%	1.1%
방송영상독립제작사	5,920	5,897	5,988	5,993	6,002	0.2%	1.4%
광고	8,349	8,418	8,429	8,499	8,471	-0.3%	1.5%
캐릭터	26,360	26,445	26,886	27,051	27,158	0.4%	3.0%
지식정보	68,390	68,354	69,940	69,933	70,512	0.8%	3.1%
콘텐츠솔루션	19,914	19,925	20,437	20,593	20,786	0.9%	4.4%
합계	543,042	542,526	546,503	546,023	546,769	0.1%	0.7%

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

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

〈그림 II-5〉 '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 중사자수

(단위 : 명)



3 콘텐츠산업 실태조사 대비 상장사 비교

3.1. 콘텐츠산업 매출액 대비 상장사 매출액 비교

- '13년 2분기 상장사 매출액은 콘텐츠산업 매출액의 약 22.6%를 차지하며, '12년 2분기 비중 20.6% 보다 약 2.0%p 증가
- 산업별로 상장사 비중이 높은 산업은 게임(48.7%), 광고(39.1%), 지식정보(35.9%)
- 상대적으로 비중이 낮은 산업은 캐릭터(2.2%), 애니메이션(6.0%), 출판(9.8%)

〈표 II-7〉 '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교

(단위 : 백만원, %)

산업명	매출액(백만원)									2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2012년p					2013년p					
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기			
출판	5,247,585	10,647,048	5,214,033	4,957,713	20,818,794	4,979,097	4,818,640	9,797,737	-3.2%	-8.2%	
만화	177,643	358,275	179,512	177,370	715,157	180,453	176,765	357,218	-2.0%	-0.5%	
음악	999,686	1,982,347	1,037,201	1,153,056	4,172,604	1,146,420	1,143,980	2,290,400	-0.2%	14.4%	
게임	2,422,951	5,069,022	2,311,774	2,371,742	9,752,538	2,358,554	2,429,656	4,788,210	3.0%	0.3%	
영화	1,018,479	2,017,212	1,107,975	1,049,506	4,174,693	1,104,525	992,535	2,097,060	-10.1%	-2.5%	
애니메이션	114,361	245,167	132,339	133,147	510,653	132,641	113,729	246,370	-14.3%	-0.6%	
방송영상독립제작사	243,782	482,757	232,111	221,719	936,587	228,964	229,117	458,081	0.1%	-6.0%	
광고	1,897,643	3,511,242	1,769,251	2,169,251	7,449,744	1,922,536	2,108,732	4,031,268	9.7%	11.1%	
캐릭터	1,969,041	3,850,852	1,977,376	2,137,134	7,965,362	2,160,782	2,221,371	4,382,153	2.8%	12.8%	
지식정보	2,393,298	4,785,585	2,384,373	2,437,531	9,607,489	2,549,038	2,705,940	5,254,978	6.2%	13.1%	
콘텐츠솔루션	758,104	1,506,616	766,359	842,727	3,115,702	855,926	894,325	1,750,251	4.5%	18.0%	
합계	17,242,573	34,456,123	17,112,304	17,650,896	69,219,323	17,618,936	17,834,790	35,453,726	1.2%	3.4%	

산업명	상장사 매출액(백만원)									2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2012년p					2013년p					
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기			
출판	507,590	1,069,120	540,960	509,040	2,119,120	528,220	472,430	1,000,650	-10.6%	-6.9%	
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
음악	194,490	382,740	239,500	258,310	880,550	224,090	232,890	456,980	3.9%	19.7%	
게임	965,560	1,953,810	1,384,850	1,149,900	4,488,560	1,123,830	1,183,700	2,307,530	5.3%	22.6%	
영화	220,340	479,190	324,110	307,250	1,110,550	288,200	268,950	557,150	-6.7%	22.1%	
애니메이션	10,860	19,080	6,180	8,900	34,160	5,720	6,800	12,520	18.9%	-37.4%	
방송영상독립제작사	22,680	50,910	11,600	18,830	81,340	28,190	26,280	54,470	-6.8%	15.9%	
광고	741,710	1,251,010	706,890	872,710	2,830,610	650,350	824,080	1,474,430	26.7%	11.1%	
캐릭터	68,500	120,350	57,960	60,070	238,380	51,240	48,270	99,510	-5.8%	-29.5%	
지식정보	822,920	1,592,220	1,254,420	998,800	3,845,440	878,820	970,290	1,849,110	10.4%	17.9%	
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
합계	3,554,650	6,918,430	4,526,470	4,183,810	15,628,710	3,778,660	4,033,690	7,812,350	6.7%	13.5%	

산업명	콘텐츠산업 전체 대비상장사 비중(%)								
	2012년p					2013년p			
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기	
출판	9.7%	10.0%	10.4%	10.3%	10.2%	10.6%	9.8%	10.2%	
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	
음악	19.5%	19.3%	23.1%	22.4%	21.1%	19.5%	20.4%	20.0%	
게임	39.9%	38.5%	59.9%	48.5%	46.0%	47.6%	48.7%	48.2%	
영화	21.6%	23.8%	29.3%	29.3%	26.6%	26.1%	27.1%	26.6%	
애니메이션	9.5%	7.8%	4.7%	6.7%	6.7%	4.3%	6.0%	5.1%	
방송영상독립제작사	9.3%	10.5%	5.0%	8.5%	8.7%	12.3%	11.5%	11.9%	
광고	39.1%	35.6%	40.0%	40.2%	38.0%	33.8%	39.1%	36.6%	
캐릭터	3.5%	3.1%	2.9%	2.8%	3.0%	2.4%	2.2%	2.3%	
지식정보	34.4%	33.3%	52.6%	41.0%	40.0%	34.5%	35.9%	35.2%	
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	
합계	20.6%	20.1%	26.5%	23.7%	22.6%	21.4%	22.6%	22.0%	

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

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

3.2. 콘텐츠산업 수출액 대비 상장사 수출액 비교

- '13년 2분기 상장사 수출액은 콘텐츠산업 수출액 대비 약 21.9%를 차지하며, '12년 2분기 비중 22.0% 보다 약 0.1%p 감소
- 산업별로 상장사 수출 비중이 높은 산업은 음악(36.7%), 게임(29.6%)
- 상대적으로 비중이 낮은 산업은 출판(7.0%), 애니메이션(3.4%)

〈표 II-8〉 '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교

(단위 : 백만원, %)

산업명	수출액(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출 판	77,691	142,726	78,245	79,097	300,068	59,086	73,502	132,588	24.4%	-5.4%
만 화	4,974	10,023	4,982	4,756	19,761	4,537	4,729	9,266	4.2%	-4.9%
음 악	58,989	110,674	75,325	140,346	326,345	105,632	108,697	214,329	2.9%	84.3%
게 임	733,871	1,483,583	746,575	743,584	2,973,741	747,927	753,211	1,501,138	0.7%	2.6%
영 화	7,891	16,437	7,782	17,956	42,175	11,325	12,568	23,893	11.0%	59.3%
애니메이션	29,331	59,401	28,537	25,122	113,060	25,079	25,137	50,216	0.2%	-14.3%
방송영상독립제작사	2,409	4,741	5,932	4,837	15,510	4,739	4,795	9,534	1.2%	99.0%
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	134,883	249,185	135,291	124,004	508,480	123,521	136,968	260,489	10.9%	1.5%
지식정보	105,119	213,194	105,327	153,302	471,823	154,379	155,376	309,755	0.6%	47.8%
콘텐츠솔루션	42,033	83,162	43,225	40,349	166,736	39,838	41,328	81,166	3.7%	-1.7%
합 계	1,197,191	2,373,126	1,231,221	1,333,353	4,937,699	1,276,063	1,316,311	2,592,374	3.2%	9.9%

산업명	상장사 수출액(백만원)									
	2012년p					2013년p			2분기 전기대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기		
출 판	1,630	3,200	2,310	11,720	17,230	4,350	5,140	9,490	18.2%	215.3%
만 화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음 악	37,180	69,590	55,060	57,140	181,790	39,150	39,880	79,030	1.9%	7.3%
게 임	203,480	427,270	208,660	216,910	852,840	218,619	222,810	441,429	1.9%	9.5%
영 화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	560	710	310	720	1,740	320	850	1,170	165.6%	51.8%
방송영상독립제작사	1,160	1,940	4,140	680	6,760	630	1,010	1,640	60.3%	-12.9%
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	19,570	32,700	19,610	20,140	72,450	15,150	18,220	33,370	20.3%	-6.9%
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합 계	263,580	535,410	290,090	307,310	1,132,810	278,219	287,910	566,129	3.5%	9.2%

산업명	콘텐츠산업 전체 대비상장사 비중(%)								
	2012년p					2013년p			
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기	
출 판	2.1%	2.2%	3.0%	14.8%	5.7%	7.4%	7.0%	7.2%	
만 화	-	-	-	-	-	-	-	-	
음 악	63.0%	62.9%	73.1%	40.7%	55.7%	37.1%	36.7%	36.9%	
게 임	27.7%	28.8%	27.9%	29.2%	28.7%	29.2%	29.6%	29.4%	
영 화	-	-	-	-	-	-	-	-	
애니메이션	1.9%	1.2%	1.1%	2.9%	1.5%	1.3%	3.4%	2.3%	
방송영상독립제작사	48.2%	40.9%	69.8%	14.1%	43.6%	13.3%	21.1%	17.2%	
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	
캐릭터	14.5%	13.1%	14.5%	16.2%	14.2%	12.3%	13.3%	12.8%	
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	
합 계	22.0%	22.6%	23.6%	23.0%	22.9%	21.8%	21.9%	21.8%	

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

3.3. 콘텐츠산업 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교

- '13년 2분기 상장사 종사자수는 콘텐츠산업 종사자수 대비 약 5.3%를 차지하며, '12년 2분기 비중 5.7%보다 0.4%p 낮음
- 산업별로 상장사 비중이 높은 산업은 광고(20.0%), 게임(10.6%), 지식정보(9.9%)
- 상대적으로 비중이 낮은 산업은 음악(2.1%), 캐릭터(1.5%), 방송영상독립제작사(1.2%)

〈표 II-9〉 '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 전체 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교

(단위 : 명, %)

산업명	종사자수 (명)						
	2012년p			2013년p		2분기 전년대비 증감률(%)	2분기 전년동기대비 증감률(%)
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기		
출판	197,453	197,164	196,464	196,056	195,692	-0.2%	-0.9%
만화	10,148	10,113	10,072	10,016	9,851	-1.6%	-2.9%
음악	77,861	78,052	78,422	78,368	78,422	0.1%	0.7%
게임	94,516	93,941	95,051	94,531	93,837	-0.7%	-0.7%
영화	29,537	29,640	30,161	30,349	31,394	3.4%	6.3%
애니메이션	4,594	4,577	4,653	4,634	4,644	0.2%	1.1%
방송영상독립제작사	5,920	5,897	5,988	5,993	6,002	0.2%	1.4%
광고	8,349	8,418	8,429	8,499	8,471	-0.3%	1.5%
캐릭터	26,360	26,445	26,886	27,051	27,158	0.4%	3.0%
지식정보	68,390	68,354	69,940	69,933	70,512	0.8%	3.1%
콘텐츠솔루션	19,914	19,925	20,437	20,593	20,786	0.9%	4.4%
합계	543,042	542,526	546,503	546,023	546,769	0.1%	0.7%

산업명	상장사 종사자수(명)					콘텐츠산업 전체 대비상장사 비중(%)				
	2012년p			2013년p		2012년p			2013년p	
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기
출판	6,840	6,746	6,314	6,195	6,224	3.5%	3.4%	3.2%	3.2%	3.2%
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	1,444	1,488	1,564	1,637	1,668	1.9%	1.9%	2.0%	2.1%	2.1%
게임	10,979	10,384	10,645	10,038	9,905	11.6%	11.1%	11.2%	10.6%	10.6%
영화	1,364	1,473	1,438	1,543	1,694	4.6%	5.0%	4.8%	5.1%	5.4%
애니메이션	156	150	149	149	120	3.4%	3.3%	3.2%	3.2%	2.6%
방송영상독립제작사	74	74	77	72	72	1.3%	1.3%	1.3%	1.2%	1.2%
광고	1,585	1,669	1,670	1,706	1,691	19.0%	19.8%	19.8%	20.1%	20.0%
캐릭터	401	397	390	394	396	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%
지식정보	7,941	7,801	7,474	7,024	6,988	11.6%	11.4%	10.7%	10.0%	9.9%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	30,784	30,182	29,721	28,758	28,758	5.7%	5.6%	5.4%	5.3%	5.3%

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

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

3.4. 콘텐츠산업 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교

- '13년 2분기 콘텐츠산업 1인당 평균 매출액이 32.6백만원에 비해, 상장사 1인당 평균 매출액은 140.3백만원으로 더 높게 나타났으며, 전분기대비 약 8.9백만원 증가함
 - 전분기대비 1인당 평균 매출액은 게임, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션에서 증가한 것으로 나타남
 - 전분기대비 1인당 평균 매출액이 가장 많이 증가한 산업은 광고임
 - 상장사 1인당 평균 매출액이 높은 분야는 광고(487.3백만원), 방송영상독립제작사(365.0백만원)
- '13년 2분기 콘텐츠산업 1인당 평균 수출액 2.4백만원에 비해, 상장사 1인당 평균 수출액 10.0백만원으로 약 4.1배 더 높음
 - 상장사는 1인당 평균 수출액이 전분기대비 약 0.3백만원 증가
 - 상장사 1인당 평균 수출액이 높은 분야는 캐릭터(46.0백만원)가 가장 높으며, 다음으로 음악(23.9백만원), 게임(22.5백만원)순

〈표 II-10〉 '12년p 2분기~'13년p 2분기 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 1인당 매출액 수출액 비교

(단위 : 백만원)

산업명	1인당 평균 매출액 비교 (백만원)																
	콘텐츠산업 전체					상장사											
	2012년p					2013년p			2012년p					2013년p			
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기	
출 판	26.6	53.9	26.4	25.2	35.2	25.4	24.6	25.0	74.2	77.5	80.2	80.6	78.9	85.3	75.9	80.6	
만 화	17.5	35.3	17.8	17.6	23.6	18.0	17.9	18.0	-	-	-	-	-	-	-	-	
음 악	12.8	25.5	13.3	14.7	17.8	14.6	14.6	14.6	134.7	131.4	161.0	165.2	147.6	136.9	139.6	138.3	
게 임	25.6	53.6	24.6	25.0	34.4	25.0	25.9	25.4	87.9	88.4	133.4	108.0	104.1	112.0	119.5	115.7	
영 화	34.5	68.3	37.4	34.8	46.7	36.4	31.6	34.0	161.5	175.8	220.0	213.7	197.0	186.8	158.8	172.1	
애니메이션	24.9	53.4	28.9	28.6	36.9	28.6	24.5	26.6	69.6	61.0	41.2	59.7	55.8	38.4	56.7	46.5	
방송영상 독립제작사	41.2	81.5	39.4	37.0	52.6	38.2	38.2	38.2	306.5	337.2	156.8	244.5	269.3	391.5	365.0	378.3	
광 고	227.3	420.6	210.2	257.4	295.7	226.2	248.9	237.6	468.0	407.8	423.5	522.6	441.8	381.2	487.3	434.0	
캐릭터	74.7	146.1	74.8	79.5	100.0	79.9	81.8	80.8	170.8	142.1	146.0	154.0	145.9	130.1	121.9	126.0	
지식정보	35.0	70.0	34.9	34.9	46.5	36.4	38.4	37.4	103.6	99.4	160.8	133.6	122.9	125.1	138.9	132.0	
콘텐츠 솔루션	38.1	75.7	38.5	41.2	51.7	41.6	43.0	42.3	-	-	-	-	-	-	-	-	
합 계	31.8	63.5	31.5	32.3	42.4	32.3	32.6	32.4	115.5	111.7	150.0	140.8	128.3	131.4	140.3	135.8	

산업명	1인당 평균 수출액 비교 (백만원)																
	콘텐츠산업 전체					상장사											
	2012년p					2013년p			2012년p					2013년p			
	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기	2분기	상반기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	상반기	
출 판	0.4	0.7	0.4	0.4	0.5	0.3	0.4	0.3	0.2	0.2	0.3	1.9	0.6	0.7	0.8	0.8	
만 화	0.5	1.0	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.5	-	-	-	-	-	-	-	-	
음 악	0.8	1.4	1.0	1.8	1.4	1.3	1.4	1.4	25.7	23.9	37.0	36.5	30.5	23.9	23.9	23.9	
게 임	7.8	15.7	7.9	7.8	10.5	7.9	8.0	8.0	18.5	19.3	20.1	20.4	19.8	21.8	22.5	22.1	
영 화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
애니메이션	6.4	12.9	6.2	5.4	8.2	5.4	5.4	5.4	3.6	2.3	2.1	4.8	2.8	2.1	7.1	4.3	
방송영상 독립제작사	0.4	0.8	1.0	0.8	0.9	0.8	0.8	0.8	15.7	12.8	55.9	8.8	22.4	8.8	14.0	11.4	
광 고	5.1	9.5	5.1	4.6	6.4	4.6	5.0	4.8	-	-	-	-	-	-	-	-	
캐릭터	1.5	3.1	1.5	2.2	2.3	2.2	2.2	2.2	48.8	38.6	49.4	51.6	44.3	38.5	46.0	42.2	
지식정보	2.1	4.2	2.2	2.0	2.8	1.9	2.0	2.0	-	-	-	-	-	-	-	-	
콘텐츠 솔루션	2.1	4.2	2.2	2.0	2.8	1.9	2.0	2.0	-	-	-	-	-	-	-	-	
합 계	2.2	4.4	2.3	2.4	3.0	2.3	2.4	2.4	8.6	8.6	9.6	10.3	9.3	9.7	10.0	9.8	

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

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

3.5. 2013년 상반기 콘텐츠산업 규모

- '13년 상반기 콘텐츠산업 매출액은 35조 4,537억원, 종사자는 54만 6,769명, 수출액은 2조 5,923억원으로 나타났으며, 전년동기대비 매출액은 약 2.9% 증가, 종사자는 약 0.7% 증가하였으며, 수출액은 9.2% 증가한 것으로 나타남

〈표 II-11〉 '11년 상반기~'13년p 상반기 콘텐츠산업 매출액 규모

산업명	매출액(백만원)				
	2011년 상반기	2012년p 상반기	2013년p 상반기	전년동기대비 증감률(%)	연평균증감률(%)
출판	10,694,830	10,647,048	9,797,737	-8.0%	-4.3%
만화	374,013	358,275	357,218	-0.3%	-2.3%
음악	1,780,666	1,982,347	2,290,400	15.5%	13.4%
게임	4,287,121	5,069,022	4,788,210	-5.5%	5.7%
영화	1,849,194	2,017,212	2,097,060	4.0%	6.5%
애니메이션	277,800	245,167	246,370	0.5%	-5.8%
방송영상독립제작사	469,665	482,757	458,081	-5.1%	-1.2%
광고	3,311,930	3,511,242	4,031,268	14.8%	10.3%
캐릭터	3,495,467	3,850,852	4,382,153	13.8%	12.0%
지식정보	4,371,100	4,785,585	5,254,978	9.8%	9.6%
콘텐츠솔루션	1,391,228	1,506,616	1,750,251	16.2%	12.2%
합계	32,303,014	34,456,123	35,453,726	2.9%	4.8%

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

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

※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

- '13년 상반기 산업별 매출액을 보면 출판산업이 9조 7,977억원으로 가장 높은 비중을 차지하고 있으나, 전년동기대비 약 8.0% 감소
- 지식정보산업 5조 2,549억원으로 전년동기대비 약 9.8% 증가, 캐릭터산업 4조 3,821억원으로 전년동기대비 약 13.8% 증가, 광고산업 4조 312억원으로 전년동기대비 약 14.8% 증가, 음악산업은 2조 2,904억원으로 전년동기대비 약 15.5% 증가, 영화산업 2조 970억원으로 전년동기대비 약 4.0% 증가, 콘텐츠솔루션산업 1조 7,502억원으로 전년동기대비 16.2% 증가, 애니메이션 산업 2,463억원으로 전년동기대비 약 0.5% 증가

〈표 II-12〉 '11년 상반기~'13년p 상반기 콘텐츠산업 종사자 규모

산업명	종사자수(명)				
	2011년 상반기	2012년p 상반기	2013년p 상반기	전년동기대비 증감률(%)	연평균증감률(%)
출판	199,487	197,453	195,692	-0.9%	-1.0%
만화	10,499	10,148	9,851	-2.9%	-3.1%
음악	77,488	77,861	78,422	0.7%	0.6%
게임	93,200	94,516	93,837	-0.7%	0.3%
영화	29,238	29,537	31,394	6.3%	3.6%
애니메이션	4,482	4,594	4,644	1.1%	1.8%
방송영상독립제작사	5,903	5,920	6,002	1.4%	0.8%
광고	7,648	8,349	8,471	1.5%	5.2%
캐릭터	25,421	26,360	27,158	3.0%	3.4%
지식정보	67,550	68,390	70,512	3.1%	2.2%
콘텐츠솔루션	19,433	19,914	20,786	4.4%	3.4%
합계	540,349	543,042	546,769	0.7%	0.6%

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

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

※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

- '13년 상반기 산업별 종사자를 보면, 전체 종사자 54만 6,769명 중 음악산업은 7만 8,422명으로 전년동기대비 약 0.7% 증가, 지식정보 7만 512명으로 전년동기대비 3.1% 증가, 영화산업 3만 1,394명으로 전년동기대비 6.3% 증가, 캐릭터산업 2만 7,158명으로 전년동기대비 3.0% 증가, 콘텐츠솔루션 산업 2만 786명으로 전년동기대비 4.4% 증가, 광고 8,471명으로 전년동기대비 1.5% 증가, 방송영상독립제작사 6,002명으로 전년동기대비 1.4% 증가, 애니메이션산업 4,644명으로 전년동기대비 1.1% 증가 반면, 출판산업은 19만 5,692명으로 전년동기대비 0.9% 감소, 게임산업 9만 3,837명으로 전년대비 0.7% 감소, 만화산업 9,851명으로 2.9% 감소

〈표 II-13〉 '11년 상반기~'13년p 상반기 콘텐츠산업 수출액 규모

산업명	수출액(백만원)				
	2011년 상반기	2012년p 상반기	2013년p 상반기	전년동기대비 증감률(%)	연평균증감률(%)
출판	139,245	142,726	132,588	-7.1%	-2.4%
만화	10,104	10,023	9,266	-7.6%	-4.2%
음악	80,355	110,674	214,329	93.7%	63.3%
게임	1,229,940	1,483,583	1,501,138	1.2%	10.5%
영화	7,264	16,437	23,893	45.4%	81.4%
애니메이션	62,018	59,401	50,216	-15.5%	-10.0%
방송영상독립제작사	11,377	4,741	9,534	101.1%	-8.5%
광고	-	-	-	-	-
캐릭터	197,793	249,185	260,489	4.5%	14.8%
지식정보	236,648	213,194	309,755	45.3%	14.4%
콘텐츠솔루션	77,347	83,162	81,166	-2.4%	2.4%
합계	2,052,091	2,373,126	2,592,374	9.2%	12.4%

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

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

※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

- '13년 상반기 산업별 수출액을 살펴보면, 전체 수출액은 2조 5,923억원으로 전년동기대비 약 9.2% 증가하였으며, 게임산업은 1조 5,011억원으로 전년 동기대비 약 1.2% 증가, 지식정보산업 3,097억원으로 전년동기대비 45.3% 증가, 캐릭터산업 2,604억원으로 전년동기대비 4.5% 증가, 음악산업 2,143억원으로 전년동기대비 93.7% 증가, 출판산업 1,325억원으로 전년동기대비 7.1% 감소, 콘텐츠솔루션산업 811억원으로 전년동기대비 2.4% 감소, 애니메이션산업 502억원으로 전년동기대비 15.5% 감소, 영화산업 238억원으로 전년동기대비 45.4% 증가, 방송영상독립제작사 95억원으로 전년동기대비 101.1% 증가, 만화산업 92억원으로 전년동기대비 7.6% 감소

Ⅲ. 2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 주요 이슈

1 게임산업 주요 이슈

□ 국내동향

● 기획 및 제작

● 2013년 2분기는 모바일 게임의 약진이 지속되고 있으며 온라인게임은 3분기 이후 다양한大作 출시

- 모바일 및 스마트게임 패러다임은 2012년 및 2013년 1분기에 이어 지속되고 있으며 이러한 현상은 기업의 규모에 관계없이 나타나는 현상
- 스마트게임의 초창기는 비교적 단순한 게임 위주로 수요를 견인했으나, 최근 들어 대형개발사들을 중심으로 스마트게임에서도 RPG 등大作 출시가 증대되는 상황
- 위메이드엔터테인먼트는 최근 소셜 RPG 히어로스퀘어를 론칭한 이후 ‘달을 삼킨 늑대’ 및 ‘아틀란스토리’, ‘히어로스리그’ 등 출시 예정
- 컴투스 스마트게임 역량 확대 지속을 위한 다양한 신작 출시를 예정하고 있으며, 이중 고해상도 3D 그래픽 골프게임 ‘골프스타’를 비롯, ‘꼬꼬마유랑단’, ‘데빌즈’, ‘우주영웅선’ 등이 대표적
- 이들 업체들은 ‘카카오톡’으로 대변되는 모바일메신저 플랫폼을 기반으로 한 게임출시와 함께 자체적인 모바일게임 플랫폼 구축 등 안정적 수익확보를 위한 다양한 방안을 강구
- 온라인게임은 2013년 하반기 이후 MMORPG를 중심으로 대형신작 출시가 예정되는 가운데, NHN엔터테인먼트는 독일 빅포인트가 개발한 액션 MMORPG게임 ‘드라켄상’을 ’13년 3분기내 공개 예정

- CJ E&M 게임부분은 2D 액션게임 ‘미스틱파이터’의 3차 비공개테스트 및 공개서비스를 오는 하반기 실시예정이며, UCC 슈팅게임 ‘브릭포스’는 하반기 첫 테스트 진행 예정
- 네오위즈게임즈는 AOS게임 ‘킹덤언더파이어 온라인:에이지오브스톰’의 공개서비스를 최근 시작했으며, 위메이드엔터테인먼트도 모바일게임과 함께 ‘천룡기’와 ‘이카루스’ 등 신작 PC온라인게임 서비스 준비 중
- 향후 기존 스마트게임 개발업체들 뿐 아니라 대형 온라인게임 업체들의 시장진입이 증대될 것으로 전망되며, 이에 따른 다양한 스마트게임의 공급이 확대될 예상

● **국내 게임개발사 등 업체들의 규모별 및 분야별 실적편차가 확대되고 있으며 모바일게임은 성장에 비해 수익성 다소 하락**

- 게임산업의 전반적인 시장패러다임의 변화는 온라인게임 및 모바일게임의 수요패턴 변화를 야기시키면서 플랫폼별, 업체별 실적편차 발생
- 온라인게임은 2분기 들어 1분기대비 다소 호전되는 양상을 보이는 가운데 대형개발업체들의 수익성이 다소 상승하는 상황이며 이는 국내 실적보다는 해외실적 호조에 기인
- 넥슨은 해외 주력시장인 일본 및 중국지역 매출 증가세가 이어지는 상황으로 실적호조 예상
- 엔씨소프트의 2013년 2분기 매출액은 1,753억원과 함께 영업이익 약 413억원을 달성해 매출액 성장 및 영업이익 흑자기조 반전 예상
- 모바일게임 업체는 업체별 실적 편차가 증대되는 양상을 보이고 있으며 이는 지속적인 신작 출시여부가 핵심요인
- 대표적으로 게임빌은 최근까지 3자리수에 가까운 성장세가 이어졌으나, 2분기 들어 신작홍행 부재에 따른 영업이익 증가세가 다소 저조한 상황
- 컴투스도 하반기 이후 다양한 신작출시가 예정되어 있으나 2013년 2분기는

이전의 성장세에 비해 다소 낮은 수준

- 향후 온라인게임은 내수의 경우 국내 제작게임의 선전이 중요하게 작용할 것이며 모바일게임은 지속적인 성장세는 예상되나 내수에서는 이전의 폭발력 보다는 다소 낮아질 것으로 예상되는 가운데 해외시장 개척 및 선전 여부가 업체의 실적에 영향 전망

● 온라인게임 업체들의 모바일게임 역량 확대 및 다양화 모색

- 게임산업은 스마트기기 보급 확대에 따라 다양한 플랫폼 이용이 가능한 게임 수요 증대로 개발업체 등 공급의 다변화 발생
- 특히 국내 온라인게임 업체들은 기존 부분유료화 모델을 통한 수익성 확보가 가능했으나, 모바일게임 수요 증대는 스마트폰 기반 게임개발 필요성 증대
- 이러한 전반적인 게임공급 흐름변화에 따라 우선적으로 접근이 가능한 것은 기존 온라인게임 히트작을 중심으로 모바일 버전 개발을 통한 안정적 수익 창출 모색
- 예를 들면 CJ E&M 게임부문은 자체 보유 온라인게임의 모바일화에 비교적 적극적인 상황이며 2013년 2분기 들어 액션게임인 ‘미니파이터’의 모바일화 완료와 함께 향후 산하 스튜디오가 개발한 ‘프로젝트 이데아’, ‘마구 더 리얼’, ‘프리우스 온라인’ 등의 모바일화 추진
- 이와는 반대로 일부 온라인게임 업체들은 기획단계에서부터 모바일에 최적화된 다수의 신규 스마트게임 출시를 통한 수익확대 모색 중
- 예를 들면 한빛소프트는 오는 2013년 3분기 이후 신작 스마트게임 출시를 통한 기존 온라인게임과 함께 모바일 부분 역량 제고에 집중예정이며 퍼즐 보드게임인 ‘이어포’를 비롯해 ‘FC매니저 모바일2013’, ‘헬게이트2’, ‘미밍’ 등 4종이 대표적
- 향후 게임산업의 메가트렌드인 융복합화가 이어지면서 이와 관련된 게임개발기업들의 적극적인 대응 예상

◆ 유통(배급)

● 2013년 차이나조이(China Joy) 등 게임박람회에 따른 향후 모바일게임 시장 확대 예상

- 중국은 '세계의 시장'으로 부상되고 있으며 게임 등 콘텐츠 수요도 이에 부응하는 상황
- 이러한 상황에서 중국 상하이에서 매년 개최되는 게임박람회인 '차이나조이(China Joy)'는 한국의 중국 게임시장 진출을 위한 중요 관문으로 자리매김하는 상황
- 또한 '차이나조이'를 통해 중국 게임시장의 중장기 트렌드 파악이 가능한 상황에 따라 국내 게임 기업들의 중국시장에 대한 사전 대응력 증대 필요
- 종합적으로 보면 중국의 게임산업은 전 세계적인 흐름인 스마트게임 수요 증대에 부응하는 상황
- 실제로 지난 2011년, 2012년까지는 중국에서의 키워드는 온라인게임이었으나, 2013년 들어 모바일게임으로 급속히 전환되고 있으며 특히 한국 스마트게임에 대한 관심 증대
- 이를 반증하듯 중국 최고 애플리케이션 오픈마켓인 '360'은 중국 게이머들 사이에서 한국 스마트게임의 질적 수준이 중국 게임보다 전반적으로 높다고 호평
- 성과적인 측면에서는 국내 인기 스마트게임인 '쿠키런'의 경우 중국 대형퍼블리셔 'Idreamsky'와 합작 관계를 구축했으며, 핀콘의 '헬로히어로' 등이 중국 시장 진출 시작
- 이러한 성과가 지속되기 위해서는 한국콘텐츠진흥원 등 공공부문에서의 지원뿐 아니라 국내 게임 개발업체들의 경쟁력 확보를 통한 중국시장 진출이 무엇보다 중요

● 국내 게임업체들의 중국시장 개척 역량 확대 및 시도

- 중국 게임시장은 다양한 정치경제적 리스크가 산재해 있음에도 수요적 측면에서 지속적인 성장이 예상되기에 지속적인 모니터링 필요
- 최근에는 중국 소비시장은 한국 기업들의 강점인 온라인게임과 함께 모바일 게임의 시장잠재력이 높은 상황
- 다만, 온라인게임의 경우 중국기업들의 경쟁력 증대에 따라 한국 온라인게임업체들의 선도력이 다소 저하되는 상황에서, 모바일게임도 이러한 부분에 대비할 필요
- 그럼에도 불구하고 대내외 경쟁력을 보유한 한국 온라인 및 모바일게임들은 중국의 시장증대와 맞물려 성과 및 성장이 지속되고 있으며 이를 바탕으로 대만 등 아시아권과 함께 유럽 등 수출 다변화 달성
- 엔씨소프트는 국내 및 미국시장에서 호평을 받은 자체 온라인게임 ‘블레이드앤소울’과 ‘길드워2’를 중국시장에 공식 론칭 예정이며, 다양한 현지화 작업을 통해 안정적 시장 안착 및 수익창출에 전력
- 블루홀스튜디오의 ‘테라’는 오는 하반기 중으로 상용서비스 제공을 예정하고 있으며 역대 중국 진출 온라인게임 최대 수출가격 전망
- 위메이드엔터테인먼트는 현재 개발중인 MMORPG 대작 ‘천룡기’의 경우 중국내 ‘자이언트 네트워크’를 통해 중국 론칭 추진
- 이러한 성과에 따라 기존 수도권 중심의 게임업체들의 해외진출과 함께 지방에 기반을 둔 게임업체들의 해외수출 실적 달성
- 네오위즈게임즈는 전략액션게임인 ‘코어마스터즈’를 북미 및 영국시장 진출
- 최근에는 (주)나인이즈 등 전북도 전주지역의 5개 업체가 전주정보문화산업진흥원을 통해 대만 등 스마트게임 수출

● 국내 SNS 역량 확대에 따른 글로벌 히트 게임들의 국내 진입 확대

- 미국 및 유럽 등은 모바일게임 개발인프라의 구축이 상대적으로 빨라서 다양한 스마트폰 기반 모바일게임 히트작이 나타났으며 대표적으로 ‘앵그리버드’, ‘캔디 크러시 사가’ 등이며 국내에서도 선풍적인 인기 획득
- 한국은 상대적 스마트폰 기반 모바일게임의 후발주자였음에도 ‘카카오톡’ 등으로 대변되는 모바일메신저 기반 스마트게임 론칭 증가 및 히트작 다수 출현으로 국내외 시장을 선도
- 이에 기존 해외 유명 히트 스마트폰 기반 모바일게임의 국내 메신저 플랫폼을 통한 시장 진입 시작
- ‘캔디 크러시 사가’는 지난 2013년 8월에 출시예정이며, ‘앵그리버드’는 오는 3분기 출시를 목표로 관련 업체와 조율중
- 이러한 해외 게임사들의 ‘카카오톡’ 등 메신저 플랫폼을 통한 시장진입 시도는 모바일 메신저 기반 게임의 수익성 및 성장성 기대 확대에 기인
- 향후 국내 모바일메신저 플랫폼의 국내외 이용자 증가에 따른 성장세가 예상되고 있어 해외 흥행게임들의 진입이 확대될 전망

● PC방 금연법 실시에 따른 국내 게임시장 위축 우려 확대

- PC방은 논란의 여지가 있으나, 국내 온라인게임산업의 성장을 견인한 축 중의 하나로 평가 가능
- 최근까지 전국적으로 2만 여개 이상을 유지하던 국내 PC방 개수는 2009년 기점으로 감소세
- 이는 거시적인 측면에서 전 세계적인 불확실성 증대에 따른 국내경기 하락 우려 및 소비 위축과 함께 미시적으로는 게임산업의 패러다임이 온라인에서 모바일로 급격한 이동한 것도 한 몫
- 이런 과정에서 최근 PC방 금연법 시행으로 PC방 감소폭 확대가 예상되는 가운데 실제로 한국인터넷문화콘텐츠 협동조합의 자료에 따르면 지난 2012년

- 말까지 1만 5,000여개 수준이던 PC방이 2013년 6월에 이르러 5,000개 폐업
- 이에 따라 PC방 업주들은 PC방 전면적 금연법 실시는 PC방에만 지나친 규제로 인식이 팽배해지면서 불만 고조
- 특히 면적 구분 없이 PC방 전체에 금연법 적용으로 상대적으로 열악한 소형 PC방의 생존 가능성은 대형 PC방 대비 낮아질 전망
- 향후 PC방의 역기능을 최소화하면서 국내 게임시장 성장을 지속할 수 있는 다양한 방안 구축 필요

□ 해외동향

● EA 스마트게임 역량 확대

- 전 세계적으로 스마트기기 이용 확대가 게임시장에서도 급속한 변화를 야기하는 가운데, 해외 유력 개발업체들도 스마트게임 개발 역량 확대
- EA의 발표에 따르면 지난 2013년 2분기 매출액은 4억 9,500만달러이며 순이익은 2억 2,200만달러 수준으로 이는 전년동기대비 매출액은 1% 미만, 순이익은 10% 정도 성장
- 주목할 만 것은 매출액의 변화가 미미했음에도 순이익이 증가한 것은 스마트게임의 약진에 기인
- 구체적으로 EA의 2분기 모바일 및 휴대용 디지털 매출은 전년동기대비 30% 증가한 1억 300만 달러를 기록했으며 이중 9,000만 달러는 스마트폰 및 태블릿을 통한 매출
- 예를 들면 지난 2012년 8월 론칭한 ‘심슨 가족 : 스프링필드’는 사상 최대 분기매출을 기록했으며 ‘리얼 레이스3’는 누적 4,500만 다운로드와 일간 200만 액티브 유저를 확보
- 특히 iOS용 스마트게임인 ‘FIFA’, ‘니드 포 스피드’, ‘매든’, ‘심즈’, ‘식물 대 좀비’ 등은 EA의 스마트폰 및 태블릿 매출성장에 높은 기여

● 중국 게임시장 확대에 따른 다양한 분야의 게임산업 진입 확대

- 중국의 통신산업은 기존 국가들의 발전과정과는 달리 유선산업을 초월하는 모바일 중심으로 급속히 개편되는 양상이며, 이에 따른 단말기 시장도 기존 피쳐폰에서 스마트폰으로 급변
- 이중 스마트폰은 세계적으로 주류 OS의 자리매김을 하고 있는 안드로이드의 약진이 나타나는 가운데 중국도 유사한 경향
- 중국 게임시장은 한국 등 모바일게임 시장 약진과 궤를 같이하면서 높은 성장세를 기록
- 실제로 텐센트 산하 시장연구기업인 Kantar Worldpanel ComTech의 2013년 2분기 스마트폰 출하보고서에 따르면 중국내 안드로이드 비중은 67%에 이를 것으로 조사
- 이러한 중국내 안드로이드의 성장은 스마트폰 기반 모바일게임 성장세에도 영향을 미치고 있으며, 실제로 2013년 2분기 중국내 안드로이드 모바일게임 시장규모는 약 12억 8,000만위안 규모로 전년동기대비 300% 이상 성장
- 중국내 모바일게임의 성장세는 파생적으로 다양한 사업자들의 시장진입을 야기시켰으며 방직, 의약, 에너지 등 중국내 전통적 대기업들을 중심으로 인수합병 등 게임산업 투자 확대
- 이는 제조업 등 기존 산업 대기업들은 자체 수익모델 성장 정체에 따른 신규 사업모델 확보가 절실한 상황에서 수요 잠재력이 높은 게임산업에 대한 관심 증대
- 실제로 화이브라더스는 중국내 영화 투자배급사로서 중국내 인기 모바일게임인 '환상서유', '천지검심' 등 중국내 유력 모바일게임 개발사인 '은하과학' 인수
- 지난 2012년의 경우 중국내 유력 인터넷업체들의 게임시장 진출과 함께 2013년은 다양한 분야의 게임시장 진출 확대로 향후 중국내 시장은 성장세

를 이어갈 것으로 전망

- 다만, 이전의 다른 산업들과 같이 게임시장 확보를 위한 중국내 기업 및 해외기업들간의 경쟁이 격화될 것으로 예상
- 이에 따른 국내 기업들의 다양한 대비가 필요한 시점이며 텐센트의 모바일 게임센터 출시 성공, 소후창유 등 중국내 메이저 퍼블리셔의 모바일게임 시장 진출 등 모바일 경쟁 확대 전망

● **글로벌 게임시장에서 해외 유력 게임개발업체들을 중심으로 부분유료화를 통한 안정적 수익창출 지속**

- 한국 온라인게임의 경쟁력 중의 하나는 수익모델체계에서 부분유료화(Free to Play)의 적용
- 이러한 한국 온라인게임의 성공적인 적용으로 해외 유력 게임업체들도 한국의 모델을 벤치마킹 및 적용
- 최근에는 모바일 분야 뿐 아니라 PC게임 및 비디오게임으로 확산되는 상황
- 실제로 시장조사기관인 앱애니에 따르면 글로벌 시장에서 구글 플레이와 애플 앱스토어 부분유료화 애플리케이션 수익은 유료 애플리케이션 수익의 2배 초과
- 특히 일본의 구글플레이 부분유료화 수익규모는 전년대비 25배 큰 폭으로 증가
- 블리자드엔터테인먼트는 최근 기존 성공작인 ‘스타크래프트’와 ‘월드 오브 워크래프트’ 등의 부분유료화 시스템의 중국 등 아시아권 시장 적용 발표했으며 지난 3월 공개된 카드 배틀게임 ‘하스스톤’ 및 ‘블리자드 도타’ 등에도 적용 준비
- EA는 지난 2010년부터 부분유료화 적용을 하고 있으며 현재 서비스중인 게임 뿐 아니라 향후 론칭될 게임에 대해서도 확대 적용 예정
- 비디오게임업체의 마이크로소프트와 소니 등은 엑스박스원과 플레이스테이

선4 전용게임에 부분유료화 시스템 도입 예정

- 향후 게임산업의 메가트렌드는 기존 PC, 인터넷, 모바일 등의 플랫폼간 경계가 무너지는 크로스플랫폼 게임이 주류가 될 것으로 전망되기에 글로벌 업체들의 수익창출 도구로서 부분유료화 확대 예상

2 출판/만화산업 주요 이슈

□ 국내동향

◆ 기획 및 제작

● 인문서적 중심으로 출판 불황 확대

- 출판산업은 스마트기기 이용 증대 등으로 절대적인 독서시간 감소에 따라 전반적인 도서 수요위축이 이어지는 상황
- 한국출판문화산업진흥원 발표에 따르면 2013년 1분기 출판산업 통계 및 경기 동향에서 '13년 1분기 출간된 신간도서 종수는 1만 8,450종으로 전년동기대비 13.2% 감소
- 이러한 전반적인 출판종수 감소에서 철학, 역사, 종교 등 인문서적의 감소가 두드러진 상황
- 출판종수의 감소는 출판사들의 수익성 악화 등 경영상의 어려움을 야기시키고 있으며 실제 1분기 최소 1종의 출판 실적이 있는 출판사수는 3,129개사로 전년동기대비 12.5% 감소
- 이는 결과적으로 대형업체들에 비해 상대적으로 중소형 출판사들에게 큰 타격을 주었으며 전반적인 도서 수요 위축의 악순환 발생
- 실제로 도서구입비용의 추이를 보면 2013년 1분기 월평균 도서구입비는 2만 5,449원으로 전년동기대비 0.9% 증가했으나, 최근 10년간의 추이를 고려하면 감소세를 이어가는 상황

- 향후 전반적인 산업패러다임 변화가 도서시장에도 영향을 미치기에 전자책 활성화 및 독서시간 증가 등 수요·공급 확대를 위한 방안 필요

● 한국저작권위원회 출판분야 저작권 보호 및 지원 확대

- 전 세계적으로 저작권 등 무형자산에 대한 중요성이 높아지는 상황에서 출판분야에서도 보다 체계적인 저작권 보호 및 지원 확대 실시
- 한국저작권위원회 및 한국출판문화산업진흥원은 지난 7월 16일 출판분야 저작권 보호 지원 강화 및 출판산업 발전을 위한 업무협약 체결
- 구체적으로 국내 출판물의 해외 진출에 따른 저작권인증서비스 활용 등 전 세계적으로 부상되고 있는 저작권 보호 및 지원을 위한 제반 사업분야 상호 협력
- 특히 스마트기기 이용증대 등으로 전자출판, 저작권보호관 등 디지털 환경 도래에 따른 출판시장 변화에 능동적 대처에 집중
- 최근 중국 등 아시아권 뿐 아니라 미국 등 북미지역으로 한국 출판 저작권의 해외진출이 이뤄지는 만큼 출판 저작권의 중요성 확대 전망
- 이에 따라 한국저작권위원회 및 한국출판문화산업진흥원의 업무협약 체결은 국내 출판시장의 활성화 기대 증대

● 애플 등 기획·제작 및 출판의 다양성 확대

- 출판 시장은 종이출판 위주의 시장구조가 지속되는 가운데, 스마트기기 이용확대로 전자책 패러다임 도래
- 미국 등 북미지역은 전자책 시장이 출판산업의 중요한 위치를 점유하고 있는 가운데 소설 등 단행본 시장 뿐 아니라 교과서 등 교육분야로 전자책의 활용도가 확대되는 상황
- 이에 반해 한국은 상대적으로 전자책 활성화가 다소 더딘 상황이나 해외의 출판시장 트렌드 변화를 고려할 때 지속적인 모니터링 필요

- 최근에는 국내 교육·출판 기업들을 중심으로 교과서의 전자책화를 시도하는 상황
- 실제로 (주)미래엔은 최근 한국의 중요 영토 중의 하나인 독도가 중요 이슈로 대두되는 상황에서 올바른 독도 교육을 위한 전자책인 ‘대한민국 독도 교과서’ 출시
- 또한 전자책 보급 확대를 지속하기 위해서는 단말기의 보급이 중요한 상황에서 국내의 경우 스마트폰 등 스마트기기가 전자책 단말기로서의 역할 가능성 확인
- 이에 따라 (주)미래엔은 인문 및 만화를 중심으로 모바일 앱북 출시를 했으며 우선적으로 이희재 및 이문열 만화삼국지 애플리케이션 출시
- 이러한 전자책 교과서의 기획 및 제작과 모바일 앱북 출시는 향후 교과서 등 교육부문의 확대가 예상되며 다양한 콘텐츠 개발을 위한 인력 및 기업 창업 등을 유도할 필요

● 웹툰의 성장세 지속 및 스마툰의 등장

- 최근 만화시장에서 과거 종이책 위주의 기획 및 제작 형태가 웹툰을 통한 시장패러다임 변화 확대
- 웹툰은 만화 출판의 새로운 수익모델로 인식되면서 기존 인터넷에서의 이용 뿐 아니라 스마트기기에서 소비가 증대되는 상황
- 이에 이러한 관점이 부각되는 웹툰을 초월하는 ‘스마툰 (Smart+Cartoon)’의 개념이 대두되고 있으며 실제로 지난 8월 17일에 개최된 제14회 부천국제만화축제에서 슬로건으로 제시
- ‘스마툰’은 광의적으로 학습만화와 OSMU 콘텐츠, 해외수출용 작품들을 포함해 핵심콘텐츠로 전략적 육성이 요구되는 분야로의 포괄적 개념으로 사용 가능
- 무엇보다 최근 들어 인터넷의 발달 등으로 트위터, 페이스북 등 소셜네트워

크서비스를 통한 이용 경로의 다양화는 스마트폰의 수요 확대를 야기

- 이미 미국 등 해외에서는 스마트기기를 활용한 만화 광고게재 등 웹툰 및 스마트폰시장 성장에 긍정적인 다양한 수익모델이 나타나는 상황
- 국내에서도 다양한 웹툰 및 스마트폰 콘텐츠 제작역량을 보유하는 상황에서 다양한 콘텐츠 제작 및 서비스 제공은 지속적인 성장 예상
- 이러한 웹툰 이용 및 수요증가에 따라 웹툰 스토리를 활용해 영화, 드라마 등 영상물로 제작되는 OSMU 확대되고 있으며 실제로 다음 포털에 연재된 웹툰 ‘미생’은 드라마로 제작되었으며, ‘은밀하게 위대하게’는 영화로 제작되어 흥행 성공

● 유통(배급)

● 전자책시장 수요의 점진적 확대에 따른 하드웨어 및 소프트웨어 개발·보급 증대

- 현재까지 국내 전자책 시장의 활성화가 다소 낮은 상황이지만, 전 세계적인 시장잠재력과 패러다임 변화를 고려할 때 수요 확대는 기정 사실
- 전자책 시장에서 가장 중요한 것은 콘텐츠라는 것에는 이견이 없지만, 이를 구체적으로 구현하기 위한 단말기 등 하드웨어와 소프트웨어도 중요
- 해외에서 아마존의 경우 ‘킨들’ 단말기 보급을 통한 전자책 시장 확대를 모색하고 있으며 국내에서도 전자책 활성화를 위한 단말기 보급 확대 주력
- 최근에는 예스24, 알라딘, 반디앤루니스 등 국내 주요 인터넷 서점이 공동으로 전자책 전문기업 한국이퍼브 설립을 통한 전자책 단말기 ‘크레마 샤인’ 출시
- ‘크레마 샤인’은 지난 2012년 9월에 출시된 전자책 단말기 ‘크레마 터치’의 후속제품으로 국내 최초 HD해상도 전자종이 패널에 LED 조명을 내장한 ‘프론트 라이트’ 탑재

- ‘크레마 샤인’의 OS는 안드로이드 4.0(아이스크림 샌드위치)를 채택했으며 클라우드 기능을 탑재해 PC, 스마트폰, 태블릿PC 등 모든 기기에 연동 가능
- 전자책 시장의 성장잠재력에 맞춰 다양한 영역의 업체들이 디지털 교과서를 중심으로 시장 공략을 모색
- 대표적으로 웹페이지 저작도구로 저명한 나모인터랙티브가 2013년 하반기에 전자책 시장 진출을 선언했으며 구체적으로 전자책 저작 도구인 ‘나모 이북에디터 2.0’ 출시 예정
- ‘나모 이북에디터 2.0’은 전자책 변환 솔루션으로 전자책 표준규격인 이펙(e-PUB) 3.0 기술을 적용했으며 최신 웹 표준기술인 HTML5를 사용해 기업들의 웹표준 준수 요건 강화
- 이러한 하드웨어 및 소프트웨어의 출시는 전자책 시장에서 중소기업들의 강세를 보이고 있는 가운데 최근 대기업들의 전자책 시장 진출로 경쟁 격화 예상
- 실제로 KT는 ‘올레e북’을, 삼성전자는 ‘리더스허브’, 팬택이 ‘스카이북’을 출시하면서 통신 및 이동통신 단말기 제조업체 등 대기업들의 전자책 시장 진입
- 다양한 분야에서의 전자책 시장 진입은 시장활성화에 일정부분 긍정적 기여가 예상되고 있으나, 시장 경쟁의 공정성 확보를 통한 지속적인 성장 모멘텀 유지가 관건이 될 전망

● ‘만화방’의 수요변화에 따른 ‘만화카페’로의 진화 지속

- 만화방은 종이 만화책의 수요 증가의 견인차 역할을 했던 것으로 최근 들어 스마트기기 보급 확대에 따른 웹툰 이용자 증가는 전반적인 만화방 이용 감소를 야기
- 특히 과거 만화방은 실내 인테리어의 낙후성과 남성 이용자 중심의 흡연 등으로 이용자의 저변확대에 다소 걸림돌로 작용

- 최근에는 젊은 층이 많은 신촌, 홍대를 중심으로 고급인테리어를 장식한 만화카페가 나타나는 상황
- 이는 과거 남성 뿐 아니라 고급스러운 실내 분위기 조성과 함께 커피 등 음료 서비스 등을 제공해 여성 고객들의 이용을 유도하는데 긍정적
- 만화카페는 '카페 데 코믹스', '키키나무' 등이 신촌, 홍대를 중심으로 성업중이며 만화방의 진화된 모습으로 확대될 전망
- 다만, 전반적인 만화방 감소세는 현재의 대세인 웹툰과 함께 과거 하루하루 출간되는 일일만화의 콘텐츠 질적 향상이 기존 만화방 이용자 유지 및 신규 이용 확대를 견인할 것으로 예상
- 특히 PC방의 금연법 전면실시 등 실내 금연에 대한 적절한 해결방안 부재시 만화카페의 성장세에 영향 미칠 전망

● 공정위 '도서 판매 서점 표시제도' 개선

- 공정거래위원회(이하 공정위)는 오프라인 서점이 입고 및 판매할 영우 도서에 판매 서점의 도장을 찍는 '도서 판매 서점 표시제도'를 개선 시행
- 이번 시행은 단기적으로 교보문고, 서울문고, 영풍문고 등 대형서점 3사 간 도서에 타서점의 도장이 찍혀있더라도 출판사들이 반품 받은 도서를 재납품할 수 있는 것에 의미
- 장기적으로 RFID 시스템 도입을 통해 '도서 판매 서점 표시제도'를 개선해 비용 절감 등 효율화에 집중
- 2013년 5월 24일 공정위는 문화상품(도서)분야 옴부즈만으로부터 '도서 판매서점 표시제도'로 인한 중소 출판사의 애로사항 제보 접수
- 오프라인 서점은 도난 등의 방지 등을 위해 도서 입고 시 판매서점을 표시하는 도장을 찍고 있으며, 도장이 찍힌 채로 반품되는 도서는 타서점에서의 재납품이 어려워 중소 출판사에게 손해가 발생

- 이에 공정위는 2013년 6월 29일 대한 출판 문화협회와 대형서점 3사(교보 문고, 서울문고(반디앤루니스), 영풍문고)가 참석한 회의에서 ‘도서 판매 서점 표시제도’ 개선을 위한 장·단기 방안 도출

● 출판시장 아동 및 유아용 중심의 해외진출 확대 및 모색

- 학습만화 등으로 대표되는 아동용 서적의 국내 히트는 중국 등 해외지역으로 판권 및 완제품 수출 성과가 나타나는 상황
- 최근에는 유아서적 등을 중심으로 기존 아시아권 뿐 아니라 유럽 등 출판 선진시장으로 진출 성과
- 실제로 유아전문 출판기업인 ‘애플비’는 지난 2012년 10월 ‘독일 프랑크푸르트 국제도서전’ 및 2013년 3월에 ‘이태리 볼로냐 도서전’ 참가 등으로 영국, 스웨덴, 스페인, 폴란드, 러시아, 중국, 대만, 일본 등 8개국에 수출 계약 체결
- 이러한 성과의 기저는 유아용 도서 등 교육에 대한 관심도가 높은 국내 여성들에 대한 철저한 파악에 기인하며, 궁극적으로 해외시장의 가시적인 성과 도출을 위해서는 보편적 가치에 기반한 경쟁력 확보가 관건이 될 전망
- 이에 따라 중소출판사 도서의 해외수출시장 확대를 위한 수출전문가 파견 등 제도적 지원 추진 예정

□ 해외동향

● 워싱턴포스트 아마존에 인수합병

- 미국의 주요 일간지 ‘워싱턴 포스트’는 지난 8월 5일 아마존 창업자 제프 베조스에게 2억 5,000만 달러에 매각
- 워싱턴 포스트 회장이며 최고경영자인 도널드 그레이엄은 ‘현재 소유구조에서도 우리가 생존할 수는 있겠지만 그 이상의 것을 하기를 원했다’며 매각

결정을 발표

- ‘워싱턴 포스트’의 매각 결정은 표면적으로 신규 성장동력 확보를 위한 불가피한 선택이라고 강조했다지만 실질적으로는 뉴스 콘텐츠 소비 패러다임 변화에 따른 발생부수 감소와 이에 따른 광고실적 부진이 주요 요인으로 대두
- 실제로 ‘워싱턴 포스트’는 지난 2002년 발생부수는 76만 9000부에 달했으나 2012년에 이르러 47만 2,000부로 10년새 절반 가까이 급감했으며 이에 따른 매출액은 30% 감소
- 결국 인터넷을 기반으로 한 전자상거래의 헤게모니를 쥐고 있는 아마존 창업자 제프 베조스의 향후 ‘워싱턴 포스트’ 회생안에 대해 관심 집중
- 일각에서는 제프 베조스는 ‘워싱턴 포스트’에도 아마존의 성공모델인 소프트웨어기술, 데이터마이닝, 전자상거래 등을 접목할 것으로 전망

● 애플사, 아마존 및 반스앤노블 등 경쟁 전자책 판매 미국 법무부 조치

- 미 법무부는 애플에게 자사 태블릿PC인 아이패드에서도 아마존과 반스앤노블 등 경쟁사의 전자책을 얻을 수 있도록 링크를 제공
- 미 법무부는 애플과 함께 가격 담합에 가담한 5개 출판사와의 계약도 종료할 것을 제안
- 애플사는 미 법무부의 판결에 대해 항소 계획이며 논평에서 법무부의 제안은 매혹하고 엄격한 것이라고 반발

● 중국 전자책 시장 확대에 따른 단말기 수요 증가세

- 국내외의 출판 메가트렌드 중의 하나가 전자책인 가운데, 중국도 이러한 경향이 나타나는 상황
- 영국 파이낸셜타임즈에 따르면 아마존의 전자책 단말기인 킨들의 중국 출시로 품질되는 등 전자책 단말기에 대한 중국 소비자들의 관심 증대

- 아마존은 지난 6월 초에 중국의 최대 전자제품 유통사인 쑤닝(Suning)을 통해 킨들 파이어 HD와 킨들 페이퍼화이트를 상하이 및 베이징 등지에 판매를 시작했으며 판매 1주일 만에 품절
- 이러한 전자책 소비잠재력이 높아지는 상황에서 전자책 관련 디지털 출판사들의 창업이 나타나는 상황
- 특히, 저장성(浙江省) 등지는 상하이 등 소비력이 높은 도시 지역에 인접해 있을 뿐 아니라 인쇄 등 전통적 산업의 강점과 우수한 인력 유치 등이 용이해 전자책 등 디지털 출판관련 창업 인프라가 우수
- 실제로 저장성에는 온라인 신문웹사이트 연합인 저바오촨메이, 홍치 출판사 등 중국 디지털 출산 관련 기업들이 저장무선콘텐츠생산기지(클러스터) 등에 집중

3 음악(공연)산업 주요 이슈

□ 국내동향

◆ 기획 및 제작

● YG엔터테인먼트 중국 SNS서비스업체 'YOUKU'와 MOU 체결과 함께 중국 등 아시아시장 공략 강화

- 국내외 음악산업은 최근 효율적인 마케팅 수단으로 유튜브 등 소셜네트워크 서비스를 통한 인지도 제고 확대
- 특히 YG엔터테인먼트 소속 싸이의 '강남스타일'은 빌보드차트에서 7주 연속 2위를 달성하는 등 한국 대중음악사에 한 획을 장식했으며 이러한 성과에서 유튜브는 인지도 제고에 상당한 영향
- 또한 국내 음악산업에서 한류의 인지도가 지속적으로 이뤄지고 있는 지역은 대표적으로 일본 및 중국이며 특히 중국은 지역의 광범위성을 고려할 때 초기 진입의 어려움을 극복할 경우 상당한 지속성 유지
- 이에 한류의 전략적으로 중요한 중국시장을 효율적으로 진출하기 위한 소셜네트워크서비스 활용은 필요
- 이에 YG엔터테인먼트는 국내 최초로 중국 최대 동영상 사이트 유쿠(YOUKU)와 협약 체결을 통해 사이트 내 'YG FAMILY CHANNEL' 개설 예정
- 이러한 중국내 급변하는 스마트 환경을 적절히 활용하면서 한류 음악을 기반으로 한 다양한 부가사업 진출 예정
- YG엔터테인먼트는 우선 중국시장을 타깃으로 한 화장품 사업 진출을 결정했으며 오는 2014년에 사업이 본격화 될 예정
- YG엔터테인먼트의 한류 음악 및 아이돌을 기반으로 한 사업다각화의 안착 여부는 향후 한류의 해외 경쟁력 지속과 상관성이 높을 것으로 전망

● SM엔터테인먼트의 인수합병을 통한 규모 확대 및 아시아 등 해외시장 역량 강화

- 한류는 일본 및 중국 등 아시아권을 중심으로 이어지고 있으며 음악 부분에서는 SM엔터테인먼트, YG엔터테인먼트, JYP엔터테인먼트가 주도
- SM엔터테인먼트는 기존 일본시장에서의 성공을 바탕으로 시장잠재력이 높아지고 있는 중국 진출에 심혈을 기울이는 상황
- 무엇보다 일본에서의 성공요인 중의 하나는 철저한 현지화 전략을 구사했으며 중국도 유사한 전략 추진 예상
- 이러한 현지화 전략의 성공을 위해서는 경쟁력 있는 뮤지션 확보 및 다양한 사업 분야에 투자 역량을 보유할 수 있는 규모화가 선결 조건
- 이를 위해 SM엔터테인먼트는 인수합병을 통한 규모화와 이를 통한 글로벌 전략을 구사하고 있으며 실제로 지난 8월 9일 국내 유명 아이돌 그룹인 인피니티, 넬, 테이스티 등이 소속되어 있는 울림엔터테인먼트 합병
- 이는 자체적인 아이돌 및 뮤지션 양성과 더불어 글로벌 메이저 음악회사들이 다양한 뮤지션을 통한 음악의 다양성을 확보해 서로 성격이 다른 레이블(Lable)을 운영함으로써 대내외 경쟁력 역량 제고
- 다만, SM엔터테인먼트의 이러한 규모화의 행보가 궁극적으로 국내 음악산업의 지속성장에 긍정적일지는 향후 모니터링 필요

● 음악 관련 연예기획사의 '빈익빈 부익부' 심화

- 엔터테인먼트 등 콘텐츠산업 고위험-고수익의 전형적인 산업으로 국내 주요 연예기획사를 제외하고 전반적으로 경영이 낙후
- 문화체육관광부의 '연예기획사(음반기획·제작업 중심) 전수조사 보고서'에 따르면 조사대상 전체 기획사 중 절반정도가 연간매출이 5,000만원 이하였으며 특히 19.4%는 매출이 전혀 없는 상황

- 이는 연예기획사의 '빈익빈 부익부'가 심화되는 양상을 보이는 가운데 상장 기업을 포함 매출 30억원 이상되는 업체는 5.1%에 불과
- 연예기획사의 회사 경력 부문에서도 3년 미만의 비중이 38.3%였으며 10년 이상은 25%에 불과
- 연예기획사의 고용규모는 1~3명 14.4%, 4~5명 14.4%, 6~10명 21.7%로 10명 이하가 절반 정도 차지
- 음악산업은 한류의 침병으로 아이돌의 해외 직접진출과 함께 국가이미지 제고에 따른 국내 제품의 판매 증진 등에 기여하기에 연예기획사의 '빈익빈 부익부'를 해소하면서 다양한 산업생태계 구축 필요

◆ 유통(배급)

● 록페스티벌 수요 증대에 따른 부가산업 활성화 기여

- 음악산업이 스마트 환경으로의 진전이 급속히 이뤄지면서 디지털음원 등 수요의 패턴 변화가 이뤄지는 가운데 이와는 반대로 아날로그적 감성을 자극하는 록페스티벌 등 수요 증가
- 최근 지산록페스티벌 등 야외에서 개최되는 다양한 음악 페스티벌이 개최되면서 참가자수는 증가세이며 2013년 개최 및 개최예정인 록페스티벌은 약 20여개이며 참가자수는 50만 명에 이를 것으로 예상
- 이에 2013년 국내 록페스티벌 시장규모는 약 300억 원으로 추산되고 있으며 이는 지난 2009년 90억 원의 3배 이상 증가
- 이러한 록페스티벌의 인기에 따라 관련 악기 및 야외 텐트 등 다양한 용품의 수요 증가로 음악산업 뿐 아니라 여가산업 등 파급 확대
- 실제로 록페스티벌이 개최될 경우 20~30개의 악기 및 음향기기 업체들이 참여해 수익을 창출하고 텐트, 침낭, 매트 업체들은 숙박용품 대여 증가로 수익 확대

- 현재의 추세를 감안할 때 록페스티벌의 수요증가는 지속될 것으로 예상되기에 악기·음향업체 및 숙박용품 대여 등의 매출 증가 전망

● 창작뮤지컬 시장의 해외 대형 뮤지컬 대비 침체

- 뮤지컬은 여성, 중장년층 등 다양한 소비계층을 소구하는 작품들이 다수 공연되는 등 성장세
- 실제로 최근 5년 동안 연평균 15%대 성장률을 보이면서 약 3,000억의 시장 규모를 형성
- 이러한 뮤지컬시장의 성장세를 주도하고 있는 것은 ‘오페라의 유령’, ‘레미제라블’, ‘레베카’ 등 대형 내한 공연 또는 라이선스 뮤지컬이 대다수를 차지
- 이에 비해 국내 창작 뮤지컬은 중소형 규모의 흥행작은 다수 발생하고 있으나 대형 뮤지컬의 흥행성공 사례는 내한공연 및 라이선스 뮤지컬에 비해 다소 적은 상황
- 이러한 국내 창작뮤지컬의 다수의 성공사례를 만들기 위해서는 뮤지컬 수요계층에 소구할 수 있는 완성도 높은 작품 제작과 함께 창작뮤지컬이 지속적으로 공연할 수 있는 공연장 공급이 필요
- 이러한 국내 창작뮤지컬의 경쟁력이 확보될 경우 대형화와 함께 해외진출 성공 가능성이 제고되며 실제로 국내 창작뮤지컬인 ‘김종욱 찾기’는 초연 후 7년만에 일본 직접공연 및 중국 라이선스 수출은 대표적 사례

● SK그룹 음원서비스 1위 ‘멜론’ 매각

- SK그룹 산하 SK플래닛은 국내 1위의 온라인 음원 유통 서비스 멜론과 가수 아이유가 소속된 연예 기획사를 운영 중인 로엔엔터테인먼트를 스타 인베스트 홀딩스 리미티드에 매각
- SK플래닛은 지난 7월 18일 이사회를 통해 로엔엔터테인먼트의 지분 52.56%를 2,659억 원에 지분 매각

- 이러한 SK플래닛의 매각결정은 표면적으로 공정거래법상 손자회사의 증손 회사 경영권 소유 문제를 해결하기 위한 것
- 다만, 지분 다수를 매각했음에도 SK플래닛이 지분 15%를 유지하고 있으며 이는 음악산업 등 엔터테인먼트산업의 중요성을 고려할 때 로엔엔터테인먼트의 경영에 영향력을 미치겠다는 의도가 내포

□ 해외동향

● 스트리밍 음악 시장증가에 따른 사업자간 협력 증가

- 스마트폰 이용확대 등 스마트 환경으로의 변화는 음악 소비에 있어 다운로드 뿐 아니라 통신에 기반한 스트리밍 서비스 수요 증대
- 이러한 수요 증대에 따라 해외 유력 포털업체, 통신사 등 다양한 사업자간 협력을 통한 시장확보 경쟁
- 실제로 지난 8월 6일 나인투파이브구글(9To5Google)의 보도에 따르면 구글이 자사의 음악 관련 앱 '올 액세스 뮤직'을 통신사 '버라이즌' 가입자를 대상으로 통합 판매 실시 보도
- 구글은 모바일 OS인 안드로이드를 통한 콘텐츠 구매를 활성화하고, 자사의 수익모델을 확대하기 위해 앱을 출시했으며 과급 증대를 위한 통신사 버라이즌과 통합 판매 실시
- 구글은 9.99달러 월정액을 지불할 경우 스마트폰을 통해 실시간 음악 스트리밍 서비스 이용이 가능하며 사용자 개개인의 취향을 분석해 추천 음악 및 라디오 기능 제공
- 이러한 해외 유력기업들의 행보는 국내 스트리밍 음악시장 성장을 위한 시장 참여자들에게 시사점 내포

● K팝의 인지도 증대에 따른 미국, 일본 등 외국인의 공연산업 직접투자 증대

- K팝은 아이돌을 중심으로 일본 등 아시아권의 경쟁력을 확보했을 뿐 아니라 싸이의 ‘강남스타일’의 흥행돌풍으로 미국 등 북미지역으로 확대
- 이러한 경쟁력의 원천은 현란한 비주얼과 함께 다양한 음악적 완성도 및 퍼포먼스에 기인
- 실제로 한류로 대변되는 K팝의 수익원천은 음원 판매 뿐 아니라 공연을 통한 수익규모 증대
- 실제로 국내 아이돌 그룹들의 아시아, 유럽 등지에서 개최된 공연은 다양한 기획에 기반한 풍부한 퍼포먼스로 다수 관객 동원
- 이러한 K팝의 경쟁력 제고에 따라 최근 미국, 일본 등 해외 투자자들이 국내 공연산업에 대한 관심 증대
- 실제로 지난 7월 1일 일본 공연기획사 제프(ZEPP) 라이브엔터테인먼트의 스키모토 게이시 대표는 인천 송도를 방문해 현지에서 개최되고 있는 록페스티벌 펜타포트 관람 후 향후 한국 공연장 건립을 위한 타당성 파악
- 또한 세계적인 공연기획사인 라이브네이션은 지난 2011년 한국 법인을 설립해 ‘레이디가가’, ‘에미넴’ 등 해외 유명 뮤지션의 공연을 성사시키면서 국내 공연산업 성장에 기여
- 향후 K팝의 경쟁력이 높아지고 국내 경기회복에 따른 공연수요가 증가될 경우 해외투자자들의 한국 공연시장 관심 확대 전망

● **미국 유명 뮤지션의 디지털 음원 로열티에 대해 음원 스트리밍 서비스 업체의 삭감 논란**

- 최근 미국 유명 록밴드 ‘핑크플로이드’는 음원 스트리밍업체인 판도라가 디지털음원 삭감에 대한 비판
- 핑크플로이드는 ‘판도라에 음원을 제공하는 뮤지션 중 90%가 연간 로열티 5,000달러 이하’라며 ‘이러한 불합리한 수준인데 반해 85% 삭감은 수용하기 어렵다’고 주장

- 이러한 핑크플로이드의 주장에 대해 인디 뮤지션 데이비드 라워리는 본인의 블로그에 핑크플로이드에 찬성하는 등 미국내 뮤지션들은 대체적으로 동의하는 분위기
- 이에 반해 판도라는 구조적인 문제라고 주장하는 가운데 판도라의 다양한 곡을 무작위로 재생하는 온라인 라디오를 표방하는 자사의 특성상 케이블 TV 및 위성라디오에 많은 로열티를 지급한다고 주장
- 뮤지션의 음원가격에 대한 논란은 뮤지션, 스트리밍 업체 등 음원유통업자 간의 첨예한 문제이며 비단 미국의 문제 국한되지 않고 국내 등에 잠재된 논란
- 무엇보다 음악산업에서 음원 스트리밍 서비스 수요의 증대가 예상되면서 가치사슬단계에서 제작자인 뮤지션과 유통을 담당하는 스트리밍 업체 간의 상생을 위한 협력 필요

4 방송산업(방송영상독립제작사) 주요 이슈

□ 국내동향

● 기획 및 제작

- 모래시계 PD 김종학의 자살로 방송콘텐츠 제작환경 개선 요구 확대
 - 한류의 첨병 역할을 선도해온 국내 드라마의 경쟁력은 국내 독립제작사들을 중심으로 완성도 높은 스토리와 연출력이 아우른 결과
 - 이러한 독립제작사들의 중요성에도 불구하고 제작환경 등 현실적인 부분에서는 개선의 여지가 많은 상황
 - 실제로 한국 드라마의 거장인 김종학 PD는 지난 7월 23일 분당의 고시텔에서 숨진채 발견되었으며 경찰은 자살로 결론
 - 표면적으로는 최근 거액을 투입해 제작했던 드라마 ‘신의’ 실패와 관련해 배임 등 혐의로 경찰조사를 받은 것이 주요 요인
 - 그러나 이면을 보면 현재 한국 드라마 제작환경의 열악성 등 근본적인 문제가 불거진 것이고 김종학 PD 자살 역시 최근 드라마 작품만의 실패가 아니라 이전부터 제작된 드라마의 누적된 적자에 의한 것이라는 주장이 제기
 - 이러한 열악한 드라마 제작환경은 방송사와 제작사간의 ‘하청구조’ 등 수직구조, 유명배우들의 급격한 개런티 상승 등이 주요 요인으로 대두
 - 최근에는 이러한 제작사들의 불리한 관행을 시정하기 위해 문화체육관광부는 방송사 및 드라마 제작사간의 저작권 등과 관련된 표준계약서 제정 논의
 - 한국 드라마의 경쟁력 확보 및 전 세계적인 한류를 지속하기 위해서는 현재 당면하고 있는 불합리한 관행을 제거하면서 나아가 시장 참여자간 공동 성장 발판 마련 필요

- 케이블 TV 예능프로그램의 선전 작품 출현
 - 국내 방송시장에 지상파의 우위가 이어지는 가운데, 케이블 TV 방송 예능프로그램의 선전 작품이 지속 출현
 - 케이블 TV 예능프로그램 선전의 침범은 지난 2009년 엠넷에서 방영된 오디션 프로그램인 슈퍼스타K 시즌1이 대표적
 - 방영당시 슈퍼스타K 시즌1은 지상파의 최고 시청률에는 이르지 못했으나 상당히 높은 시청률을 기록했으며 전반적인 방송 프로그램에서 높은 반향을 일으켰으며 이러한 성공을 바탕으로 현재 시즌5가 방영중
 - 최근에는 오디션 프로그램외 지상파에서 인기리에 방영되는 버라이어티 예능 프로그램들을 벤치마킹해 성공사례 출현
 - tvN의 '꽃보다 할배'가 대표적인 프로그램으로서 KBS '해피선데이-1박2일'의 나영석 PD의 복귀작으로 평균 4%대의 시청률을 유지
 - 무엇보다 비교적 높은 시청률과 함께 VOD 매출 상승이 두드러진다는 것이 주목할 점이며 실제로 지난 7월 5일 및 12일에 방영된 '꽃보다 할배 1화 및 2화'의 VOD 매출은 2억원 수준
 - 향후 방송콘텐츠 소비에 있어 스마트미디어 환경으로의 변화가 예상되면서 지상파 위주에서 케이블 TV 및 VOD 등 콘텐츠 소비의 변화 추이에 관심 필요
- 케이블TV 및 위성TV 콘텐츠 경쟁역량 제고 및 업계 세계최초 UHD TV 시범 방송 실시에 따른 방송사간 경쟁 심화
 - 차세대 방송 서비스인 초고화질(UHD·Ultra High Definition) 방송을 둘러싸고 지상파 방송사들과 케이블TV 업계 및 위성방송 사업자 간 치열한 시장 선점 경쟁 격화
 - UHD 방송 상용화 경쟁에서 가장 앞서는 것은 케이블 TV이고 지난 7월 17일 시범방송을 실시했으며 오는 2014년 하반기 상용화를 목표로 추진

- 케이블 TV 방송이 UHD 상용화에 박차를 가하는 것은 케이블 TV가 UHD 방송에 가장 적합할 뿐 아니라 시장 선점을 통한 방송시장 경쟁력 확보를 목표
- 위성방송인 KT스카이라이프는 지난 8월 16일 UHD 방송에 대한 계획을 발표했다으며 오는 2014년 2분기에 전국단위 시험방송을 시작으로 오는 2015년에 본방송 예정
- 이에 비해 지상파방송은 상대적으로 상기 케이블TV 및 위성방송에 비해 다소 늦은 상황
- 이는 지상파TV가 UHD방송의 확대된 전송용량을 소화할 추가 주파수와 채널의 확보가 필요하고 이에 맞춰 송신소와 중계소의 설비도 변경해야 하기 때문
- 이러한 UHD 인프라 구축에 대한 일정을 발표했으나 성공적인 UHD 방송의 선결조건은 풍부한 콘텐츠 확보가 관건으로 향후 지상파, 케이블TV, 위성방송 등의 콘텐츠 확보 경쟁 치열 예상

◆ 유통(배급)

- 지상파 VOD 음악전송권의 방송사 및 음원 저작권인접권간 ‘전송권’ 분쟁 지속
 - 국내에서 해외 음반제작사의 저작권을 행사할 수 있는 ‘모두컴’은 지난해 6월과 11월 지상파콘텐츠를 유통하는 iMBC, SBS콘텐츠허브, KBS미디어를 ‘저작권법 위반’으로 형사고소 했으나 검찰은 증거불충분으로 무혐의 처분
 - 검찰의 이번 ‘모두컴’ 형사고소 사건에 대한 무혐의 처분으로 현재 진행 중인 IPTV, 종합유선방송사업자(SO), 방송채널사용사업자(PP)와의 전송권 협상에도 난항 예상
 - 검찰은 방송사가 한국음악저작권협회에 이미 저작권료를 지불한다는 점과 음악 감독과 ‘모두컴’의 음악계약서상 신빙성이 낮다는 점을 증거 불충분 및 무혐의 근거로 제시

- 물론 '모두컴' 측은 즉각 반발해 항소했으며 이와 함께 방송사가 한국음악저작권협회에 주는 것은 저작권료이며 '모두컴'에는 저작인접권료를 별도로 지급해야 한다고 주장
 - 이에 따라 음악업계 일각에서는 '모두컴'이 저작권법에도 인정되는 음반제작사의 저작인접권을 검찰이 인정하지 않았기에 항소할 경우 결과가 번복될 가능성에 대해서도 제기
- 스마트폰 이용 확대에 따른 전 세계적인 모바일 동영상시장 지속성장 예상
- 스마트폰 등 스마트기기의 보급 확대 및 고성능화는 고품질의 동영상 수요를 견일 할 것으로 예상
 - 특히 모바일 실시간 재생 서비스와 콘텐츠당 요금부과 체계 같은 동영상 콘텐츠 사업의 활성화에 기인
 - 지난 7월 23일 영국 시장조사기관 주니퍼 리서치는 모바일 동영상 시장이 2013년에 이르러 45억 달러(한화 5조 1천억 원)에서 2017년 95억 달러(한화 10조 6천억 원) 규모로 성장할 것으로 전망
 - 이러한 모바일 동영상 시장규모는 북미, 유럽, 중국 등 동아시아 권역이 80% 이상 점유 예상
 - 모바일 동영상 주요 수요 분야는 뉴스, 스포츠, 음악 등에 집중될 것으로 예상되는 가운데 단기적으로는 오는 2014년 월드컵과 2016년 올림픽 등 대형 스포츠 이벤트가 전반적인 모바일 TV 및 동영상 시장 성장 전망
 - 국내의 경우도 상대적으로 빠른 스마트미디어 환경도래가 예상되는 만큼 모바일 동영상 수요 및 공급 증대 예상
- 중국어 학습열기 증대에 따른 중국 드라마 수요 증대
- 중국과의 교류 증대에 따른 중국어 학습이 증대되는 가운데 완성도 높은 중국드라마의 시청이 증가하는 추세
 - 중국과의 공식 수교를 맺은지 20년이 지난 시점에서 과거 '포청천', '꽃보다'

남자' 등 대만 드라마가 국내에 인기를 얻었으나 최근 사극 뿐 아니라 다양한 장르의 중국 드라마 수요 증가

- 사극의 경우도 과거 과도한 액션 등 완성도가 떨어졌으나, 최근에는 화려한 의상과 함께 큰 스케일로 제작된 중국드라마가 국내 수요층을 확대하고 있으며 특히 중국어 교재로서 활용도 증가
- 지난 2000년 경인방송에 방영된 '황제의 딸'을 비롯해 2011년 '보보경심', 2012년 케이블채널 칭에서 방영한 '대진제국', 2013년 현재 KBS에서 80부작 '초한지' 등 지상파 및 케이블 등 다양한 채널을 통해 방영
- 이러한 중국 드라마가 미국 드라마 및 일본 드라마와 함께 시청자들이 증가한 것은 무엇보다 드라마 완성도 제고 및 소재의 친근감에 기인
- 최근에는 한국 배우들이 중국 드라마에 출연하는 등 중국 현지 진출이 활발하게 나타나고 있는데, 향후 이들 한국 배우들이 출연한 중국 드라마의 한국 방영이 확대될 전망

□ 해외동향

● 미국 미디어업계 경쟁력 확보를 위한 구조조정 확대

- 미국은 신문 업계를 중심으로 온라인 사업 강화 등을 초월하는 구조조정이 진행되는 상황이며 특히 최근 미국 3대 신문 중의 하나인 워싱턴포스트지의 아마존 매각 결정은 다소 충격적
- 방송분야의 경우 케이블업계 및 지상파방송간의 경쟁 격화로 뉴욕 등 일부 지역에서 지상파 방송 전송 중단사태 발생
- 미국 케이블TV 업계 2위 업체인 타임워너케이블이 뉴욕 LA 델러스 등 대도시에서 미 4대 지상파 방송 가운데 하나인 CBS 채널 송출을 2일 오후 5시부터 중단한 것에 관심이 집중
- 미국 주요 지역 의무 전송 채널인 CBS가 계약을 갱신하면서 채널 재전송료를 약 6배 가까이 높여 줄 것을 요구하자, 타임워너는 채널을 퇴출시키는 강

수를 두면서 갈등 시작

- 이러한 갈등의 원인은 미국내 CBS와 같은 지상파 방송은 주요 수익원인 광고 매출이 온라인에 밀려 과거와 같지 않은 상황에서 재전송료 수입에 대한 의존도가 높아지는 반면 케이블TV 업체는 적자를 감수해야 하는 상황의 직면에 따른 것

● 중국의 대내외 방송콘텐츠 경쟁력 확보 및 투자확대를 위한 거대 미디어 그룹 육성

- 중국은 문화 및 콘텐츠산업을 향후 잠재력이 높은 산업으로 인식하고 있으며 특히 방송분야는 게임, 애니메이션과 함께 중점산업으로 중요성 증대
- 이러한 관점에서 중국내 일각에서 중국 방송산업의 육성을 위해서는 경쟁력 확보가 중요하며 이를 위한 중국 정부 차원의 거대미디어기업 육성 추진
- 이에 따라 지난 7월 22일 영국 파이낸셜타임즈는 중국 양광미디어그룹의 설립자 겸 미디어투자자인 우정(吳徵) 양광문화 행정총재가 토마스 미텔호프 인베스트코프 유럽책임자와 제휴해, 중국 콘텐츠만을 전문으로 하는 미디어 및 투자 조인트 벤처를 설립한다고 보도
- 파이낸셜타임즈에 따르면, 우정과 미텔호프는 지금까지 중국과 서구 시장에서 운영해오던 미디어 사업을 통합해 영화, 교육, TV, 인터넷, 음악, 게임 등 다양한 콘텐츠 분야에 투자할 예정이며 규모는 우선 10억~20억 달러 규모 수준 예상
- 이러한 사례는 향후 해외 유력 미디어기업들의 중국 방송 등 콘텐츠시장 진입 시도 확대 등과 맞물려 지속 발생 예상

● 미국내 소니의 유료 인터넷TV 선두권 유지 및 인텔 등 다양한 사업자들의 시장진출로 다양한 콘텐츠 확보에 집중

- 최근 소니는 미국 MTV, 코미디 센트럴, 니켈로디언 등 비아콤의 채널을 유료서비스에 제공하는 내용의 예비계약 체결

- 미국은 현재 유료 인터넷TV 시장의 경쟁이 격화되는 가운데, 포털업체인 구글과 반도체 업체인 인텔 등 다양한 사업자들이 시장에 진입한 상황
- 이러한 상황에서 소니는 구글 등 IT 업체들과 같이 케이블 채널과 주문형 프로그램을 인터넷을 통해 제공 예정
- 이에 따라 소니의 서비스 확대는 인터넷을 통한 영상서비스 경로가 다양해 지고 나아가 기존 주문형 서비스를 제공중인 넷플릭스, 아마존 등과 경쟁 확대 예상
- 현재 소니는 유료 인터넷TV와 비아콤과의 세부사항에까지 계약 합의는 이루지 못한 상태이며 향후 시장내 입지 강화를 위해 ESPN 대주주인 월트디즈니와 함께 HBO, TNT, TBS 등을 보유한 타임워너, CBS 네트워크 등 대형 엔터테인먼트 기업과 논의 중
- 다만, 구글 등도 주요 미디어 업체와 콘텐츠 라이선스 계약 체결을 추진하고 있어 향후 소니 등 어느 업체가 유료 인터넷TV 강자로 남게 될 지는 좀 더 추이를 봐야 할 전망

5 영화산업 주요 이슈

□ 국내동향

◆ 기획 및 제작

- 한국 영화산업 2013년 상반기 관객수 역대 최대 9,850만명
 - 2013년 상반기 총 관객수는 9,850만명으로 2012년 전년대비 18.3% 증가했으며 총 1,524만명 증가
 - 전체 영화관객수 중 한국영화 관객수는 5,556만명으로 2013년 상반기 전년 동기대비 24.0% 증가했으며 관객수는 1,110만명 증가
 - 외국영화 관객수는 4,295만명으로 2013년 상반기 전년동기대비 10.7% 증가했으며 관객수는 415만명 증가
 - 관객수 증가에서도 나타났듯이 지난 1분기에 이어 상반기도 한국 영화의 약진이 지속되는 양상을 보이고 있으나 상대적으로 2분기는 해외 블록버스터 영화가 상대적으로 선전
 - 이에 따라 2013년 상반기 한국영화 점유율은 56.6%로 2006년 상반기 이후 최고 수준 기록
 - 다만, 2013년 상반기 매출액 증가율은 전년동기대비 12.7% 증가했으며 상대적으로 관객수 증가율에 비해 저조
 - 2013년 하반기 이후에도 한국영화 점유율 상승이 지속될 지는 국내 유명감독 연출의 한국형 블록버스터의 흥행 여부가 결정할 것으로 예상
 - 또한 지속적인 매출액 성장을 달성하기 위해서는 완성도 높은 영화콘텐츠의 공급 및 개봉은 물론 3D, 4D 등 고기술 적용 영화의 관객에 대한 소구력 확대 필요
- 2013년 2분기 해외 블록버스터 등 할리우드 영화의 강세와 함께 하반기 이후 한국 영화의 흥행 관건

- 2013년 상반기 국내 영화관객수는 최고수준을 기록했으며 한국영화 관객수 증가율도 해외영화에 비해 높은 수준을 보였으나, 세부적으로 보면 2013년 2분기는 한국영화 관객수 증가율이 상대적으로 저조
- 실제로 2013년 1분기까지는 ‘7번방의 선물’, ‘베를린’, ‘신세계’ 등 한국영화의 선전으로 높은 시장점유율을 보였으나, 2분기 들어 지난 4월에 개봉한 ‘아이언맨 3’ 개봉을 시작으로 할리우드 등 해외 영화 강세
- 물론 지난 6월 중에 개봉된 한국영화 ‘은밀하게 위대하게’ 등의 흥행이 없는 것은 아니나 6월 하순 이후 개봉된 ‘맨오브스틸’, ‘월드워Z’ 등 할리우드 영화가 관객 동원 경쟁
- 2013년 2분기 이후에도 ‘더올버린’과 ‘레드’ 등의 개봉으로 한국 영화와 치열한 관객 동원 경쟁 예상
- 2013년 하반기 이후에는 ‘설국열차’, ‘감시자들’ 등 한국영화 흥행을 주도하고 있는 작품들의 흥행지속 등이 할리우드 영화 경쟁구도에 영향을 미칠 것으로 전망
- 중장기적으로 비단 한국형 블록버스터의 제작과 함께, 스토리의 보편타당성이 확보된 다양한 장르의 작품 제작이 증대될 것으로 전망되며 이는 향후 한국영화 해외 진출에 긍정적인 것으로 예상

● 한국 블록버스터 영화 흥행의 ‘극과극’

- 2013년 1분기 한국영화 ‘7번방의 비밀’은 기존 한국형 블록버스터의 흥행과는 다소 거리가 있는 상황에서 2분기 들어서도 대중 인지도와 스토리 완성도가 높은 웹툰을 소재로 한 ‘은밀하게 위대하게’가 흥행 지속
- 2013년 2분기 이후는 기획단계에서 국내 개봉은 물론 해외 개봉을 목표로 제작된 한국형 블록버스터 흥행이 관심을 모았으나, 흥행 측면에서는 작품별로 희비가 엇갈리는 상황
- 대표적으로 봉준호 감독 연출의 ‘설국열차’는 작품의 완성도 및 국내 흥행 견인을 맞춘 홍보전략 등으로 높은 흥행을 기록 중

- 김용화 감독 연출의 ‘미스터고 3D’는 유명 만화가 허영만의 원작을 소재로 해 많은 주목을 받았을 뿐 아니라 국내 순수 CG 기술로 제작된 캐릭터의 완성도 흥행 기대를 모았지만 당초 예상과는 달리 국내 흥행 저조
- 이에 비해 비교적 낮은 예산으로 제작된 ‘더테러라이브’, ‘숨박꼭질’ 등은 스토리 및 연출 완성도가 높아 흥행이 이어짐
- 다만, 국내 흥행여부를 떠나 중국 등 해외자본 유치를 통한 해외 수출의 가시적 성과가 전반적인 작품 흥행수익에 긍정적 영향
- ‘설국열차’는 이미 개봉전 미주지역 및 유럽, 아시아 등 167개국에 수출되었으며, ‘미스터고 3D’는 중국 자본 유치로 중국 영화시장 배급을 통해 국내 흥행 부진 만회 예상
- 향후 영화 콘텐츠의 지속 제작을 위해서는 국내 흥행 뿐 아니라 해외 배급망 확보가 중요하며 이를 위한 해외 수출확대 또는 해외 공동제작 및 투자유치 필요

◆ 유통(배급)

- 중견 영화배급사인 ‘NEW’의 선전에 따른 영화배급의 독점현상 일부 변화 발생 지속 및 향후 추이 주목
 - 2013년 상반기 이후 국내 중견배급사인 ‘NEW’가 배급한 비교적 저예산 영화인 ‘감시자들’은 개봉 25일 만에 500만 관객 동원했으며 2013년 개봉한 한국 영화 중 흥행 4위 기록
 - 2013년 1분기 ‘한국영화산업 결산’에 따르면 NEW((주)넥스트엔터테인먼트월드)가 배급사별 점유율 1위를 차지했으며 이는 무엇보다 NEW가 배급한 한국영화 ‘7번방의 선물’과 ‘신세계’ 등의 흥행에 따른 1,700만명이 넘는 관객 동원에 기인
 - 지난 2013년 2월부터 NEW가 영화 투자배급 시장점유율 1위를 기록했으며 2013년 상반기 배급사별 점유율을 보면 21.4%를 기록해 CJ E&M에 이어 2위

- 특히 자체 복합영화관이 없는 중소 배급사임에도 쇼박스, 롯데 엔터테인먼트 등을 앞서는 수준을 기록
 - 이러한 NEW의 성공요인은 빠른 의사결정 등 중소 배급사의 장점을 최대한 살려 시장경쟁력을 확보한 것이라고 일각에서 제기
 - 영화산업의 거시적인 발전측면을 고려할 때 NEW와 같은 중소배급사의 출현은 일부 대형배급사에 집중되어 영화시장 왜곡을 배제할 수 없는 것에 비해 긍정적
 - 향후 NEW의 선전 지속 여부는 자체적인 역량제고가 최우선일 것으로 전망되나 배급사의 규모와 관계없이 공정한 경쟁 시스템 지속 필요
- IPTV 및 VOD 수요증가에 따른 영화 콘텐츠 소비시장 패러다임 변화
- 2000년 이전의 영화콘텐츠 유통 경향은 관객들이 극장에서의 관람과 함께 비디오를 통한 소비가 주류
 - 2000년대 이후 DVD 이용 감소 및 불법복제 만연 등으로 영화 콘텐츠 유통의 경로가 제한적이며 영화시장 위축
 - 2000년대 중반 이후 인터넷 속도의 발달 및 산업패러다임의 스마트화는 영화 소비에 있어서도 근본적인 변화를 야기
 - 인터넷을 기반으로 한 IPTV가 대표적이며 무엇보다 영화콘텐츠의 접근성 확대로 극장 영화 매출 감소 우려에도 불구하고 북미권을 중심으로 다양한 영화 소비층 증대
 - 최근 들어 국내에서도 극장 흥행에 실패한 영화 및 성인물 등을 중심으로 IPTV 기반의 VOD 서비스 수요가 증가하고 있으며 이는 중장기적 측면에서 영화의 부가시장 확보에 긍정적
 - 이러한 VOD 부가시장이 부상함과 함께 한국에서는 스마트폰 이용자 급증 등에 따른 모바일 VOD 서비스 등 신규 시장 창출 가능
 - 실제로 국내 디지털 콘텐츠 이용자수 및 인터넷 동영상사이트 유료 결제 비

중은 극장관객수의 20%를 초과했으며, 인터넷 미디어 곱TV는 2006년 유료 영화서비스를 개시한 이후 현재 일 평균 400만명이 곱TV 서비스 이용

● 네이버 및 씨네21 영화전문 정보 구축 추진

- 국내 포털사는 과거 인터넷 서비스시장의 성장이라는 긍정적 역할을 수행했음에도 최근 ‘문어발식 확장’, ‘중소업체와의 상생 미흡’ 등 다양한 비판이 나오는 상황
- NHN은 이러한 비판의 중심에 있는 업체로서 최근 7월 23일 씨네21(주)과 고품질 영화 정보 구축을 위한 전략적 제휴 체결
- NHN과 씨네21은 향후 3년간 (가칭)‘영화 작품사전’과 (가칭)‘영화 인명사전’ 공동 제작 예정이며 구체적으로 NHN이 비용을 부담하며, 권리는 공동 소유
- 네이버와 씨네21이 새롭게 구축하는 영화 전문 정보는 네이버에 지식백과, 인물, 영화 서비스를 통해 제공되며 씨네21의 전문 기자들과 영화 평론가, 영화관련 학과 교수들이 집필과 검수에 참여
- 이번 영화정보 구축 제휴는 영화 수요자 측면에서 온라인상에 생산이 활발한 신작 영화 정보나 리뷰와 함께 객관적이고 심층적인 영화 관련 정보를 제공 가능
- 또한 온라인에서 영화를 검색하는 이용자들이 주로 찾는 정보 중 하나인 배우 또는 감독들의 단순한 인적 정보와 함께 작품 활동 및 사회활동 등 영화 인물 정보도 더욱 풍부해질 예정
- 이러한 포털업체와의 영화정보 구축은 단기적인 성공적 사례에 머물지 않고 중장기적으로 수요측면의 정보이용자들에 소구하는 업데이트 지속과 함께 공급측면의 영화 제작에 활용 극대화 필요

□ 해외동향

- 중국 영화시장 지속 성장에 따른 세계 2위 규모로 성장한 ‘찰리우드’ 주목 확대
 - 중국의 경제성장이 지속되는 가운데 시계열적 차이가 있지만 내수시장의 성장세는 이어지고 있으며 특히 콘텐츠산업 등 서비스산업의 증가세는 다른 분야에 비해 높은 수준
 - 중국의 영화시장은 체제유지의 필요성, 산업의 낙후성 등을 고려할 경우 대외 개방이 가장 늦은 폐쇄시장에 가까운 상황
 - 그럼에도 불구하고 중국 영화산업은 지난 2012년 2배로 급성장하며 미국에 이어 세계 2위를 기록했으며 2013년 상반기 박스오피스 매출만 10억달러 초과
 - 월스트리트저널은 ‘불법복제 영화가 판치던 중국에서 관객들이 영화관으로 몰려가고 있다며 2013년 영화산업이 중국의 대중문화로 자리매김 원년이 될 것’이라고 전망
 - 이러한 근거는 우선 중국 영화시장이 5년만에 해외영화의 매출을 추월했으며 또한 중국 정부차원의 영화산업 투자확대를 통한 스크린수 증대가 주요 요인
 - 실제로 2012년 말 중국내 스크린수는 1만 3,188개로 2009년 대비 4배 증가했으며 이에 따른 영화관람료 하락으로 도시지역 및 농촌지역 등의 영화 접근성 확대
 - 향후 중국 정치 및 경제적 리스크가 산재해 있음에도 영화산업은 당분간 비교적 높은 성장세를 이어갈 것으로 예상되는 가운데 한국 영화의 중국시장 진출에 대한 면밀한 검토 필요
- 미국 등 해외 영화관의 중국 등 아시아 시장 진출 가속화 및 국내 영화관과의 협력 확대
 - 중국과 함께 아시아권의 경제는 유럽재정위기 등 대외리스크에도 불구하고

비교적 견실한 성장을 보이고 있으며 이에 따른 영화시장의 증장기 전망도 다소 낙관적

- 영화시장의 성장을 견인하기 위해서는 영화콘텐츠 소비의 최접점인 극장의 증가세가 중요하며 중국은 최근 들어 스크린수가 증가하는 추세
 - 이러한 경향에 따라 미국 등 해외 영화관 사업자들도 중국 영화시장에서 극장 개설을 위한 투자 확대
 - 미국의 아이맥스사는 향후 중국내 아이맥스 영화관을 120개 늘릴 계획을 발표했으며 이와 함께 한국에도 아이맥스 상영관을 5개 추가 건립 예정
 - 2013년 6월말 현재 중국의 아이맥스 영화관수는 126개이며 미국은 142개가 운영 중인데 향후 2020년에 이르러 미국 영화관수를 초월할 전망
 - 이는 세계에서 미국 등 북미지역이 영화의 주요 시장으로의 위치가 향후 중국 등 아시아권으로 이동하는 것을 의미하며 우리에게 주는 시사점이 적지 않은 상황
 - 이러한 아이맥스의 중국투자는 중국 정부의 3D와 아이맥스 방식 외국영화 상영건수에 대한 규제 완화도 한 몫을 하고 있으며 실제로 중국은 연간 3D와 아이맥스 외국영화 수입 건수를 20편으로 제한하고 있으나 지난 2012년에 비해 14편을 추가 승인
 - 특히 아이맥스의 투자방식을 보면 중국내 최대 영화관 체인을 운영하는 완다와 제휴해 중국 투자의 성공확률을 높이는 상황
 - 향후 중국시장의 성장성과 해외 유력기업들의 행보를 고려할 때 한국 영화 관련 사업체들에게 시사점 내포
- 중국 당국의 영화제작 검열 완화 등 영화소비의 패러다임 변화
- 영화는 과거 사회주의 국가들의 경우 산업적 접근 보다는 체제유지 및 이를 위한 홍보도구로 활용했으며 중국도 이에 유사한 경향을 유지
 - 이에 따라 영화 제작의 핵심 요소인 시나리오 등은 사전검열을 통해 엄격히

통제

- 최근 중국 언론보도에 따르면 중국의 언론, 출판, 영화, TV 등을 담당하는 국가신문출판총서에 따르면 '일반적 주제'의 영화 시나리오 및 각본에 대해서는 지난 3~4년부터 검열 중단
- 다만, 민족과 종교, 외교, 군사 등 체제에 관련된 '민감한' 주제의 영화는 여전히 전체 시나리오 및 각본 심사 필요 및 시놉시스상 주제가 명확하지 않은 영화 또한 전체 각본 심사 요구
- 이럼에도 불구하고 중국 영화계 일각에서는 실질적인 검열정책의 변화가 없다는 주장을 제기
- 이는 무엇보다 영화 제작완료 후 상영에 대한 검열이 없어진 것은 아니기 때문이며 실제로 지난 2000년에 제작된 '귀신이 온다'와 2006년에 제작된 '여름 궁전' 등은 각본 단계에서 승인을 획득했으나 최종적으로 일반 상영은 금지된 사례가 있는 상황
- 총체적으로 보면 중국 '일반적 주제' 영화 각본 사전검열 중단으로 중국 당국의 시장 확대에 적극적 노력 및 개선으로도 해석될 수 있기에 중국 영화시장 진출을 모색하는 국내 기업들의 세밀한 검토 필요

6 지식정보/광고산업 주요 이슈

□ 국내동향

◆ 기획 및 제작

- 모바일 시장 패러다임 변화로 국내 주요 포털업체들의 역량 변화
 - 정보통신기술의 발전과 함께 산업집중화에 따른 인터넷 포털업체들의 실적 편차가 나타나는 상황
 - 국내 주요 포털업체들은 내수부문에서는 '문어발식 확장'이라는 논란이 있

지만 해외 포털업체들에 비해 다양한 서비스 제공 등으로 경쟁력 유지

- 2013년 2분기 주요 포털업체들의 실적 발표를 보면 업체간의 명암이 나타나고 있는 상황이며 즉, NHN을 제외하고는 기타 업체들의 매출액 또는 영업이익은 감소세
 - 실제로 NHN은 2013년 2분기 매출액이 7,225억원이며 영업이익은 1,942억원에 이르고 있으며 경기하락에 대한 우려에도 불구하고 전년동기대비 및 전분기 증가세 유지
 - 이에 반해 업계 2위인 다음은 매출액의 경우 1,325억원, 영업이익 239억원을 기록했는데 이중 영업이익은 전년동기대비 21.3% 감소
 - 업계 3위인 SK커뮤니케이션즈는 지난 2013년 1분기에 이어 비록 영업손실 규모가 축소되었지만 여전히 적자상태
 - 무엇보다 NHN실적 상승의 요인은 경기하락에 따른 기업 광고비 감소에 따른 1위 업체의 쏠림현상과 더불어 해외 모바일 사업의 핵심인 '라인'의 해외 실적의 호조에 기인
 - 이에 따라 향후 포털업체들의 실적상승 여부는 급변하는 스마트 환경에 따른 해외사업의 안착 및 성공이 중요
 - 업계 1위인 NHN은 게임부문의 회사분할과 함께 모바일 사업인 '라인'을 중심으로 해외사업에 집중할 것으로 예상
 - 다음은 현재까지 뚜렷한 해외사업 성공사례가 나타나지 않은 상황에서 자체 모바일게임 다수 출시 등을 통한 매출 증대를 모색 중이며, 실제로 2013년 하반기 이후 일본 DeNA와의 협력을 통해 10종의 모바일게임 출시 및 서비스 개시
- 인터넷 및 모바일 주요 업체들의 중소기업과의 상생을 위한 다양한 시도를 추진하고 있으나 지속적인 모니터링 필요
- 인터넷 및 모바일 등으로 대변되는 스마트 환경의 급격한 변화는 관련 분야 선두 업체의 시장 장악력을 높일 수 있는 우려 제기

- 실제로 인터넷 분야에서는 NHN의 독주 속에 중소 인터넷 서비스 업체들의 경영난 등을 야기시키고 있으며 최근에는 이러한 문제점 해결에 대한 다양한 요구 증대
- 모바일 분야에서도 모바일메신저 국내 1위인 카카오톡은 자체적인 회원을 기반으로 게임센터 개설을 통한 게임서비스 플랫폼 실시로 신규 수익모델로 안착
- 그럼에도 불구하고 NHN은 시장지배력 확대에 따른 공정경쟁의 문제와 함께 카카오는 자체 게임서비스 플랫폼 입점비 문제 등으로 중소기업간의 불협화음 발생
- 이러한 인터넷 및 모바일 분야의 다수 성공사례는 중소기업들의 입지를 상대적으로 위축시키는 상황을 야기했으며 상생을 위한 실질적 대안 필요
- 이에 따라 NHN는 지난 8월 7일 그동안 직접 운영해오던 부동산 자체 매물 정보 서비스를 철수하고 부동산 정보 전문 회사들의 매물정보를 유통하는 플랫폼으로 개편한다고 발표
- 카카오는 그동안 중소 게임사들의 요청이 가장 많았던 무심사 입점 제도를 부분적으로 도입하는 한편 크로스 프로모션 제한 정책을 완화 예정
- 이러한 무심사 입점제도는 오는 2013년 9월 중 부분적으로 도입 예정이며 우선적으로 한국, 일본, 미국의 구글플레이와 앱스토어의 최고매출 및 무료 인기 순위 상위 20위권 내에 7일 이상 타이틀을 올린 게임은 별도의 심사를 거치지 않고 카카오 게임으로 출시 가능
- 최근 정부차원의 상생이 화두인 만큼 산업적 측면에서 지속성장을 이루기 위한 시장 참여자간 산업생태계조성이 중요한 만큼 업계 선두업체들의 중소기업들간의 유기적인 협력이 중요하며 이에 대한 모니터링 필요
- 국내 포털업체들의 내수시장 한계를 극복하는 해외시장 개척 및 역량 강화
 - 국내 포털업체들은 국내 인터넷 이용자들 요구에 부응하는 서비스 제공으로 해외 포털업체들의 국내 시장 공략에 나름대로 능동적으로 대처

- 상대적으로 해외 포털업체들은 국내 시장의 효율적인 공략에 다소 부진한 상황을 보였으며 야후(Yahoo)는 국내 시장에서 완전 철수
- 그럼에도 불구하고 최근 포털서비스 등 인터넷서비스는 스마트폰 보급 확대로 모바일 부분의 강세가 나타나면서 사업 및 수익모델에 근본적인 변화를 요구받는 상황이 도래
- 이에 국내 주요 포털업체들은 그동안 내수시장 수성을 통한 비교적 안정적 성장의 한계에 봉착하는 상황을 맞이하게 되었으며 이러한 부분을 타개하기 위해서는 해외시장 개척이 중요한 화두로 대두
- 이러한 부분에서 국내 주요 포털업체들 중에서는 네이버가 비교적 선전을 하고 있는 상황
- 이는 카카오톡 등 모바일 소셜미디어의 국내외 서비스 성공이 직접적 영향을 미쳤으며 이에 따라 NHN은 일본 모바일시장에 모바일 메신저 서비스인 '라인'을 론칭
- NHN은 '라인'의 일본내 서비스 성공으로 일본 뿐 아니라 대만 등 진출 지역의 다양성 확보에 매진 중이며, 실제로 2013년 하반기 이후 모바일 메신저 서비스에서 검증받은 게임을 중심으로 대만버전 출시 예정
- 카카오톡은 모바일 서비스 잠재시장인 베트남 등 동남아를 중심으로 모바일 채팅 어플리케이션 제공 등 시장공략 예정
- 향후 소셜네트워크서비스의 강자인 페이스북, 트위터와 함께 카카오톡, 라인 등 모바일 채팅 어플리케이션이 중장기적으로 경쟁관계 구도 예상

◆ 유통(배급)

- 산업기술, 문화·예술분야의 저작권 등 지식재산 투자금 마련을 위한 1,000억 원 규모의 '지식재산 전문투자 펀드' 조성
 - 전 세계적으로 무형자산의 중요성이 대두되는 가운데, 이중에서 지적재산권

은 핵심 무형자산 중의 하나

- 지식정보산업 등 콘텐츠산업은 기획 및 제작 단계에서 아이디어, 디자인 등 무형자산의 비중이 다른 분야보다 높으며 최근 정보통신기술과의 접목을 통해 그 중요성은 배가되는 상황
 - 그럼에도 불구하고 국내에서는 저작권 등 지식재산을 활용한 투자유치가 용이하지 않은 상황에서 대안 마련 필요
 - 이에 따라 정부는 지난 7월 30일 ‘창조경제 실현을 위한 지식재산 금융 활성화 방안’ 발표
 - 주요 내용은 지식재산에 대한 금융지원을 위해 지식재산에 대한 보증제도 신설 및 로열티 보장을 위한 로열티 매출채권보험제도 신규 도입
 - 또한 지식재산에 대한 투자자금 부족을 보완하기 위해 2013년 12월 중 성장사다리펀드 하위펀드로 1,000억원 규모의 '지식재산 전문투자 펀드' 조성 예정
 - 현재 국내 지식재산 금융의 경우 민간에서는 ‘벤처캐피탈형’ 위주의 금융공급 위주로 이뤄지고 있는 등 다소 단순한 형태에서 공공부문 펀드가 신규 진입해 향후 지식재산 관련 금융의 다양성 확보 전망
 - 다만, 중장기적 측면에서 미국 등 민간부문 중심의 저작권 등 지적재산의 투자활성화를 위해 공공부문의 역할은 제한적으로 하면서 다양한 투자 생태계 구축 필요
- 통신사 등 다양한 사업자들의 이더닝 및 스마트러닝 사업 진출 지속
- 스마트 환경 도래에 따라 북미지역에서는 전자책 등을 통한 이더닝 사업을 추진 중이며 최근 들어 애플은 미국 최대 교육출판 업체 피어슨그룹과 제휴해 LA지역 산하 초중고등학교에 아이패드 공급
 - 상기의 해외 경향을 고려할 때 국내에서도 스마트러닝 시장의 활성화가 예상되는 만큼 다양한 분야의 관련 업체들의 역량 확보에 매진

- 우선 이러닝 전문업체들이 최근 스마트러닝 사업에 박차를 가하고 있는 상황에서 청담러닝은, 자체 교육 플랫폼인 ‘청담 3.0’을 통해 스마트디바이스에 연동되는 솔루션 개발 및 보급에 주력
- 또한 스마트러닝 사업 추진에 정보통신기술의 중요성이 있는 만큼 국내 주요 통신사들이 자체 역량을 접목해 사업진출을 모색
- KT는 콘텐츠 사업을 전담하는 KT미디어를 통해 1) 이러닝 및 전자책 사업 2) IPTV 보급 확대에 따른 광고 및 디지털사이니지 사업을 추진
- 특히 스마트러닝 분야는 ‘올레TV school’을 통해 교과서 수록 국어, 수학, 사회, 과학 등 주요 과목들에 대한 2,800여개 콘텐츠를 제공할 예정이며 양질의 콘텐츠 확보를 위해 웅진 오피엠에스와 콘텐츠 제공 협약 체결
- 향후 국내외를 막론한 스마트러닝 시장 선점을 위한 콘텐츠 제작업체 및 통신 등 인프라 보유기업간의 협력 확대 예상

□ 해외동향

● 마이크로소프트사 역량 확대를 위한 조직개편 단행

- 데스크톱, 노트북 등 PC로 대변되는 정보통신시대에서 마이크로소프트사의 원도는 현재까지 높은 위상을 유지하고 있는 상황
- 최근에는 스마트폰 등 스마트기기 이용증대로 기존 PC시장에 대한 변화의 압력이 높아지고 있으며 이에 따른 구글, 페이스북 등 새로운 역량을 보유한 경쟁자 출현
- 마이크로소프트사도 이러한 급변하는 스마트 환경에 대해 나름의 대응을 추진했으나 객관적으로 판단할 때 다소 미진한 편
- 최근 마이크로소프트사 CEO인 스티브 발머는 기기(device)와 서비스(service)형태의 대규모 조직개편 실시
- 일각에서는 이번 조직개편에서 마이크로소프트사의 대표 소프트웨어인 ‘윈

도'가 신규 조직에서 어떤 위치에 놓일 지가 핵심이며 향후 기기와 서비스에 중점을 두는 마이크로소프트사의 변신에 대해 국내외적으로 높은 관심

- 개편 내용을 보면 마이크로소프트사는 기존 제품별로 분류된 8개 사업부문을 해체하고 마케팅, 인사 등 기능을 축으로 한 그룹을 신설
- 또한 PC용 OS인 '윈도'와 스마트폰용 OS인 '윈도폰' 사업부문을 통합하고, 가정용 게임기는 태블릿 사업과 통합
- 결국 이번 조직개편의 핵심은 향후 스마트 환경에 보다 능동적으로 대응하기 위한 포석이며 기존 OS의 역량과 함께 게임 등 부상하고 있는 콘텐츠 부분의 역량 강화

● 전반적인 모바일 패러다임 변화 및 콘텐츠의 중요성 증대에 따른 구글 등 해외 주요 포털업체들간의 경쟁격화

- 글로벌 유력 포털업체들은 스마트 환경 도래에 따른 콘텐츠 확보에 매진하는 상황
- 이중 구글은 이러한 행보에 가장 적극적으로 대처하는 상황이며 지난 2006년 16억달러를 투자한 유튜브 인수가 대표적
- 구글은 최근 콘텐츠 역량 확보가 지속되는 가운데 전자책시장에 대한 관심 확대
- 물론 아마존의 킨들 등이 선점을 해 전자책 후발주자로서의 불리한 점이 상존하고 있으나 가격경쟁력을 바탕으로 전자책 관련 사업 추진
- 특히 오는 8월 중으로 매그로힐 및 맥밀란과 같은 미국내 대형 출판사의 전자교과서를 애플리케이션 장터인 구글플레이를 통해 판매 예정
- 실제로 구글플레이로부터 전자교과서를 구입이나 대여를 할 경우 최대 80% 저렴
- 궁극적으로 구글은 콘텐츠 관련 후발주자로서 인수합병(M&A) 전략 구사를 통해 선발주자 추격 전망

- 중국은 모바일시장의 급격한 변화로 플랫폼 사업자간의 다양한 서비스 제공 및 경쟁 증대
 - 중국의 정보통신 인프라 구축 및 이용의 발전과정은 미국, 한국 등 선진국의 유선 -> 무선의 발전단계와는 다른 유선 및 무선 동시 발전으로 진행
 - 이러한 상황을 반영하듯 최근 중국인터넷네트워크정보센터(CNNIC) 보고서에 따르면 지난 6월 기준 중국 모바일 인터넷 사용자가 4억 6,000만명을 넘어섰으며 이에 따른 전체 인터넷 사용자 수는 5억 9,056만명 기록
 - 이는 지난 2009년의 3억 8,400만명 대비 50% 이상 증가
 - 모바일 인터넷 사용자의 증가세는 유선 뿐 아니라 무선 통신 인프라의 급속한 구축과 함께 이용자 측면에서도 기존 유선 인터넷 이용 뿐 아니라 스마트폰 등 스마트기기 이용 급증에 기인
 - 이에 따라 중국내 최대 검색 사이트인 바이두는 중국내 유무선 인터넷 사용자의 지속적인 증가 및 이에 따른 다양한 유무선 인터넷 서비스제공으로 매출 실적 상승
 - 실제로 바이두의 2013년 2분기 매출은 전년동기대비 39.0% 증가한 75억 6,000만위안을 달성했으며 오는 3분기의 매출은 약 87억위안 전망
 - 향후 중국 인터넷시장은 유무선 융합 등 스마트 환경으로 급격히 변화됨에 따라 전반적으로 성장세가 이어질 것으로 예상
 - 특히, 인터넷 서비스 공급자들 간에 있어 바이두 등 선두업체를 견제하기 위한 2위권 이하 업체들의 협력구도 구축 전망

7 애니메이션/캐릭터산업 주요 이슈

□ 국내동향

◆ 기획 및 제작

● 국내 창작애니메이션 해외진출 확대를 위한 지원 확대

- 국내 창작애니메이션의 기획 및 제작 등을 중심으로 국제경쟁력이 제고되는 상황에서 해외 진출의 가시적인 성과 도출
- 최근의 대표적인 해외진출 성과로는 3D 애니메이션인 ‘넛잡’으로, ‘넛잡’은 레드로버와 툰박스가 공동으로 제작했으며 오는 2014년 1월 17일 북미지역 개봉 예정
- ‘넛잡’ 등의 성공적인 개봉을 위한 국내 지원들이 나타나는 가운데, 수출입은행은 작품 수출 및 제작에 필요한 50억원 및 홍보활동 20억원을 지원한다고 발표
- 이는 고위험-고수익의 대표적인 애니메이션 산업의 특성임을 고려할 때 향후 국내 콘텐츠산업 투자 활성화에 긍정적 영향 기대
- 이러한 성장잠재력이 제고되고 있는 애니메이션산업에 대해 지자체를 중심으로 지원확대
- 특히 서울 등 수도권 등지의 지자체가 애니메이션 등 콘텐츠사업 투자 및 지원 확대
- 실제로 경기도 화성시는 지난 7월 18일 어린이용 TV 시리즈 3D 애니메이션 ‘꾸러기케라톱스 코리오’ 제작 발표회를 개최했으며 이를 통한 제작 및 향후 콘텐츠 활용 방안 발표
- 서울시는 국내 애니메이션, 게임, 만화, 캐릭터 등 4대 창조산업 육성에 118억원 투입예정이며 EBS, CJ E&M, MBC, SK플래닛 등 민간사업자들과의 유기적 관계 구축을 통해 산업 활성화

● 애니메이션 및 CG관련 기술 해외수출 실적 달성

- 애니메이션은 과거 2D 위주의 시장구조에서 3D 및 4D 등 고품질 작품에 대한 수요가 높아지는 상황
- 이러한 고품질 애니메이션에서의 핵심이 CG기술이며 국내의 역량을 보유한 CG 기술들의 해외 진출 성과 달성
- 실제로 지난 7월 23일 미국 애너하임 컨벤션센터에서 개최된 CG 업계 최대 전시회 ‘시그라프(SIGGRAPH) 2013’에서 국내 업체인 에프엑스기어가 참가해 250만달러가 넘는 수출계약 추진액 달성
- 해외 전시회 참가와 함께 국내에서 개최된 서울프로모션플랜(SPP)는 국내 애니메이션 기업들의 해외합작 성과 도출
- SPP 행사에서는 20개국 66개사가 참가했으며 총 610건의 수출 및 합작 상담을 진행
- 구체적으로 국내 애니메이션 제작사 일렉트릭서커스는 싱가포르 타이니아일랜드와 소년 액션 애니메이션 TV 시리즈 ‘지파이터스’ 공동제작
- 또한 에이치컬처는 이탈리아 L&C와 애니메이션 TV 시리즈 ‘월드 헤리티지’ 공동제작 예정
- 향후에도 국내외 제작 기술력을 보유한 업체들을 중심으로 해외 공동제작이 다수 발생할 전망이며 이에 대한 해외 주요 시장 및 기업에 대한 모니터링 지속 필요

● 국내 창작캐릭터 신규개발 확대 및 활용을 통한 뮤지컬 제작 등 OSMU 확대

- 국내 토종 캐릭터는 ‘뽀로로’, ‘뿌까’, ‘로보카 폴리’ 등 대내외 인지도 및 경쟁력을 기반으로 다양한 OSMU 시도 및 확대

- 최근에는 상기 캐릭터외 기타 캐릭터를 활용한 OSMU의 시도가 나타나는 상황
- 대표적으로 지난 2003년 국내 토종 캐릭터인 ‘아이러브 에그’는 뮤지컬 등 다양하게 활용되고 있으며, 이는 달걀을 의인화한 아동용 캐릭터의 강점을 극대화
- 특히 ‘아이러브 에그’는 3D체험이 가능한 ‘증강현실’을 접목한 하이테크 뮤지컬 제작으로 아동용 뮤지컬 수요를 견인하며 향후 중국, 일본 등 해외시장 개척 예정
- 향후에는 기존 캐릭터 활용도 제고 뿐 아니라 신규 캐릭터 개발에도 캐릭터 전문기업들을 중심으로 활발히 전개될 전망
- 이중 캐릭터 완구 전문업체인 오로라는 기존 캐릭터 중심의 완구업체에서 탈피해 콘텐츠 중심의 기업으로 도약 예정이며 이를 위한 자체 개발 캐릭터인 ‘유후와 친구들’을 중심으로 애니메이션 제작 등 OSMU 가능한 신규 캐릭터 개발 확대

◆ 유통(배급)

● 에듀테인먼트 완구의 교육적 효과 확대에 따른 수요 증대

- 국내 자녀가 있는 가정들은 자녀들의 연령 고하를 막론하고 교육에 대한 관심이 높으며 특히 유아동이 있는 가정은 놀이 등이 접목된 에듀테인먼트 관심 확대
- 이는 무엇보다 자녀들에게 창의력 개발 등 교육적 효과가 있다는 것이 부모들에게 소구할 수 있으며 최근 들어 이러한 에듀테인먼트 완구 수요 증대
- 대표적으로 책을 보며 음악적 창의력을 키우고 블록으로 공간지각능력을 깨우는 것 등
- 이러한 국내 수요 증가는 관련 기업들의 경쟁력 제고에 영향을 미쳐 국내시

장 뿐 아니라 해외진출에도 실질적 성과 달성

- 특히, 스마트기술을 접목한 교육용 로봇 등은 동남아를 중심으로 유아동 에듀테인먼트시장 진출 확대
- 실제로 SK텔레콤 교육용 스마트 로봇 ‘알버트’를 말레이시아 콰이크스에 수출 계약을 체결했으며 KT의 ‘키봇’은 화면 터치 애니메이션 기능 및 스마트폰을 이용한 원격제어기능 등을 탑재해 사우디아라비아에 수출
- 향후에도 국내 콘텐츠기업 및 통신사 등이 각 분야의 강점 등을 최대한 살리면서 협력구도가 이어질 경우 국내외 시장 확대 전망

● 국내 창작캐릭터 글로벌 진출 확대 지속

- 국내 창작캐릭터의 해외 시장진출이 기존 드라마, 아이돌 등 제한된 ‘한류’를 넘어 새로운 패러다임 창출의 기대 확대
- ‘뽀로로’ 등 이미 해외시장에서 인지도를 보유한 캐릭터의 해외 수요는 꾸준한 가운데 이들 외에 다양한 캐릭터의 해외진출 기회 확대
- 최근 국내에서 개최된 ‘캐릭터라이선싱페어 2013’을 보면 국내외 창작캐릭터의 해외 바이어들의 관심도가 지속적으로 제고되는 상황
- 대표적으로 자동차를 캐릭터화한 ‘로보카 폴리’는 국내 대기업인 현대자동차 뿐 아니라 중국 공영방송 CCTV와 어린이 교통 한중 문화교류 협약 체결
- 또한 비행기 캐릭터인 ‘두리둥실 뽕계공항’은 시즌2 제작설명회 개최와 함께 글로벌 시장 공략 선언
- ‘리바’는 전 세계 라이선시를 대상으로 오는 2016년까지 영화 및 시즌 3, 4의 제작 계획을 발표하는 등 해외시장 확대 주력 예상
- 이러한 국산 창작캐릭터의 적극적인 해외시장 개척 행보는 기존 아시아권 시장 뿐 아니라 중동 및 유럽 등 신규시장 진입의 성과 달성
- 실제로 KBS N은 지난 7월 19일 터키 현지 국영 방송국 어린이 채널인 ‘TRT Cocuk’와 어린이 프로그램 및 터키지역 캐릭터 특허사용 계약 체결

- 이에 따라 KBS가 보유하고 있는 ‘후토스’, ‘코파반장 수사대’, ‘하늘을 나는 텐트’ 등 프로그램의 터키내 방영 예정

● 아동용 캐릭터 활용 완구 및 테마파크 수요 확대

- 전 세계적인 리스크 확대에 따른 국내 경기 하락 우려에도 불구하고 상대적으로 유아동 시장의 감소세는 낮은 상황
- 특히 방학 및 계절적 특수에 따라 아동용 캐릭터 활용 완구 수요는 지속적으로 증가
- 특히 과거 해외 유명 캐릭터를 활용한 수요가 최근 들어 ‘또봇’, ‘로보카 폴리’ 등 국내 창작캐릭터 활용 완구 수요 증가
- 이러한 국내 창작캐릭터 활용 확대는 비단 완구 뿐 아니라 식품 등 다양한 분야로 확대 적용되고 있으며 이와 관련된 기업들은 어린이에 소구되는 신상품 개발에 전력
- 특히 식품업계의 활용도가 높은 가운데, 팔도와 웅진식품은 ‘뽀로로’를 활용한 홍삼음료를 출시했으며 CJ 제일제당은 어린이 성장발육 보조제 ‘리얼멀티비타민미네랄’을 출시
- 또한 유아동을 중심으로 국내 캐릭터를 활용한 실내형 테마파크는 교육적 및 에듀테인먼트적 요소들을 보유하고 있어 이용 확대
- ‘로보카 폴리 플레이파크’가 대표적으로 이는 캐릭터를 활용한 참여형 및 체험형으로 구성되어 있어 복합문화공간으로의 포지셔닝 추진
- 향후 중장기적으로도 국내 창작캐릭터의 개발과 성공사례가 지속적으로 발생할 경우 이를 활용한 플레이파크의 출현 등 선순환 구조 지속

□ 해외동향

- 바비인형 수요 감소에 따른 마텔사 실적 부진

- 마케팅이론에서 제품 및 서비스는 도입기 -> 성장기 -> 쇠퇴기 등의 순으로 이어진다는 생명주기론 제기
 - 세계 최대 장남감 및 캐릭터 제조업체인 ‘마텔’이 1959년 생산한 바비인형의 인기가 떨어지면서 ‘마텔’의 실적에도 영향을 미치는 상황
 - 바비인형은 국내 중장년층 여성들 뿐 아니라 전 세계적으로 인기가 높았던 아이টে이였으나 최근 들어 어린이들의 선호도가 급격히 변화되면서 인기 하락 가속
 - 이에 따라 ‘마텔’사의 매출액은 지난 2012년 이후 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있으며 2013년 2분기는 전분기대비 12% 감소
 - 바비인형의 매출하락은 몬스터하이 등 마텔사의 신규 캐릭터 인형 출시에 따른 영향이라는 분석이 있는 상황
 - 그럼에도 불구하고 일각에서 바비인형은 새로운 수요 트렌드를 따라잡지 못한다는 의견도 있으며 특히, 마텔사의 인기 품목으로 부상되고 있는 몬스터하이의 경우 스토리를 기반해 인형을 구성하는 등 최근 트렌드에 부응하고 있다는 평가
 - 이러한 것은 캐릭터의 디자인 및 개발에 있어서도 스토리 등 콘텐츠의 중요성이 대두된 만큼 향후 국내 캐릭터산업 성장을 위해 시사점 분석 및 대응방안 마련 필요
- 일본 애니메이션 ‘포켓몬스터’ 일본내 누적 흥행 700억엔 돌파와 함께 경쟁력 확보 애니메이션 중심의 세계화 시도
- 일본의 영화전문매체 Eiga.com에 따르면 지난 7월 13일 일본에서 개봉한 ‘포켓몬스터’ 극장시리즈 16탄 ‘극장판 포켓몬스터 베스트위시: 신속의 게노섹트 뮤츠 각성’이 25일 동안 190만명 관객 동원
 - 이를 통해 ‘극장판 포켓몬스터 시리즈’ 일본내 총 흥행수익은 700억엔에 이른 것으로 조사 및 발표

- ‘포켓몬스터’는 지난 1996년 일본 닌텐도사가 판매한 게임을 원작으로 지난 1997년 제작된 애니메이션으로 국내에서도 높은 인기를 구가
 - 이를 바탕으로 일본은 자국의 경쟁력을 확보한 애니메이션을 중심으로 세계화를 모색하고 있다고 해외 언론들이 분석
 - 미국 ‘타임’은 최근 일본이 ‘쿨 재팬’ 전략을 통해 만화, 가요, 영화, 패션, 요리, 관광 등 일본 문화의 해외 홍보를 추진한다고 보도
 - 특히 애니메이션은 일본 관광청, 경제산업성, 무역진흥기구(JETRO) 등을 중심으로 애니메이션 제작의 배경이 된 지역의 건물이나 거리 풍경 등을 홍보하면서 ‘성지순례 프로젝트’ 추진
 - 실제로 교토는 애니메이션 성지순례객들을 지역 상공업계와 관광 및 식당업계로 유도하는 등 적극적으로 나서는 상황
 - 이에 따라 한국도 상기 사례의 분석을 통해 다수의 경쟁력 보유 애니메이션 제작과 함께 기획단계에서 관광 등과 연계 가능한 작품 제작 필요
- 해외 주요 캐릭터 업체들의 중국 여성시장 공략 강화
- PWC 등 세계 유력 조사기관들은 향후 콘텐츠산업 및 시장 성장잠재력이 가장 높은 국가 중의 하나가 중국
 - 캐릭터산업은 제품에 있어서 중국내 불법복제가 만연해 해외 유력 캐릭터 기업들의 피해가 발생하고 있으며 최근에는 중국내 스마트폰 보급 확대에 따른 디지털 캐릭터 수요가 증대되는 상황
 - 이러한 상황에서 미국의 유력 캐릭터 기업인 디즈니는 캐릭터 스마트폰의 중국시장 진출 선언
 - 이는 기존 일본시장에서만 캐릭터 스마트폰을 판매했으나 중국의 스마트폰 유저의 증가세를 고려할 때 중국내 중저가 스마트폰 시장 확보를 통한 안정적인 수익창출 가능
 - 이번 디즈니가 출시한 스마트폰 모델은 ‘디즈니 매직1’으로 가격은 320달러

수준이며 궁극적으로 중국내 증저가 스마트폰 시장에서의 성공여부는 다소 조심스러운 상황

- 이는 무엇보다 '미키마우스' 등 디즈니 캐릭터의 지명도가 중국내에서도 있음에도 스마트폰 가격 수준이 경쟁제품에 비해 저렴하지 않아 중국 소비자들의 선택 추이를 봐야 하는 상황
- 만약 디즈니 캐릭터 스마트폰의 판매량이 일정부분 성과를 거둘 경우 디즈니사는 다양한 캐릭터 기반 스마트폰 출시가 이어질 전망
- 국내 캐릭터산업에 주는 시사점은 무엇보다 중국 및 해외 캐릭터 수요자들에게 인지도가 높은 캐릭터의 개발과 홍보가 중요하며 이를 바탕으로 다양한 상품개발을 통한 수익창출 방안 구축이 중요

● 애니메이션 시장은 미국 등 주요 수요국가들을 중심으로 지속 확대

- 영국의 조사기관 리서치앤마켓에 예측에 따르면 2010년 게임을 포함한 세계 애니메이션 시장규모는 약 1,222억 달러에서 오는 2016년에 이르러 2,429억 달러 수준으로 2배 이상 증가 전망
- 이러한 애니메이션 시장의 수요를 견인할 국가들로는 미국, 캐나다, 중국, 프랑스, 독일, 한국 등을 언급
- 또한 애니메이션 시장 수요 계층의 다변화가 나타날 것으로 예상되면서, 기존 유아 및 아동용 애니메이션 뿐 아니라 여성 및 중장년층을 소구하는 애니메이션 공급이 신규시장 견인
- 방영 채널에 있어서도 TV용과 함께 극장용의 제작이 활발히 이어지면서 기존 애니메이션 전문제작업체 뿐 아니라 영화사, 방송사 등 시장 참여자 증대
- 미국, 일본 등 애니메이션 주요 수요 국가들은 성장세가 나타나는 가운데 이들 국가들은 자국 애니메이션산업을 중심으로 투자 확대
- 이러한 상황에서 한국 애니메이션은 TV용을 중심으로 경쟁력 확보 및 해외 진출 성과가 나타나고 있으나 최근 극장용의 경우 국산 애니메이션 제작이 다소 부진

- 실제로 지난 2011년 ‘마당을 나온 암탉’ 이후 극장용 애니메이션의 제작 및 개봉은 전무
- 이는 국내 애니메이션 제작사들이 유아용 TV애니메이션 시리즈 제작에 집중하여 중장년을 아우르는 극장용 애니메이션 제작 역량 부족
- 향후 국내 애니메이션산업의 지속적인 성장을 위해서는 연령별, 방영채널의 다양성 확보를 통한 역량제고 필요

IV. CBI(Contents Business Index) 분석

1 분석목적

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’를 통해 CBI⁴⁶⁾ 기초 자료를 확보하고 이를 통해 콘텐츠산업 분야별 경기 전망 파악
- CBI 분석을 통해 콘텐츠산업 분야별 시의 적절한 정책 수립 기초 자료로 활용

2 조사대상 및 방법

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’는 12개 산업 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송영상독립제작사, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연 산업을 영위하는 사업체 중 600개를 표본으로 선정하여 조사를 실시하였으나, CBI 분석에서는 콘텐츠솔루션은 제외하였음. 이는 '10년 1분기와 2분기에 CBI 조사를 실시하지 않았기 때문에 전체 시계열 유지를 위하여 제외함
- 표본은 산업별 상위 20위 이내 사업체를 우선적으로 배분하여 실시하였으며, 산업별로 20개 사업체가 없는 경우에는 전수조사를 실시
- 상위 사업체 이외에 산업규모의 추정을 위하여 소규모 사업체도 층별 비례배분을 통하여 표본을 배분하였으며, 층화추출법을 이용하여 표본을 추출, 가중치는 설계 가중값, 무응답 조정, 사후층화 조정 등을 고려하여 작성
- 조사기간은 2013년 8월 8일부터 ~ 8월 23일까지 실시하였으며, 방문조사 및 E-mail, Fax, 전화 등 다양한 방법을 통하여 조사 실시
- CBI 분석을 위한 기준시점, 설문시점('12년 3분기, '12년 4분기), 설문항목(매

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

출, 수출, 투자, 고용, 자금사정 등), 7점 척도(전혀 증대 안됨, 증대 안됨, 약간 증대 안됨, 보통, 약간 증대됨, 증대됨, 매우 증대됨)

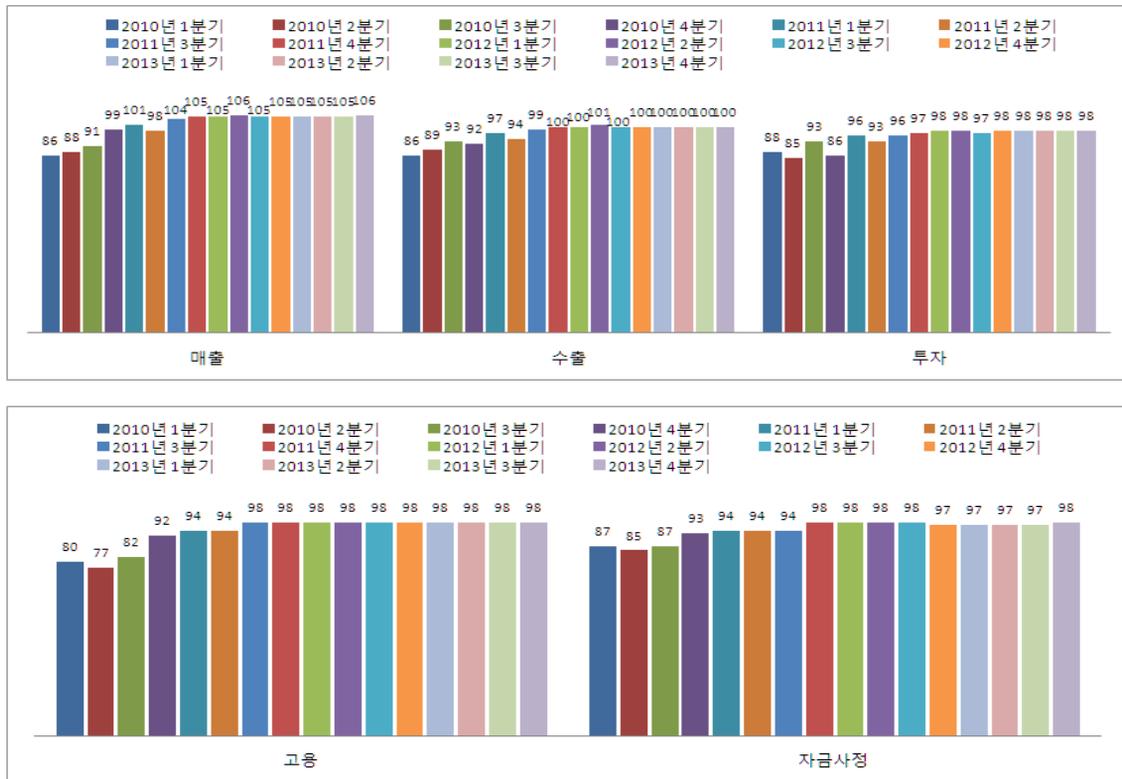
- CBI의 기준시점은 2009년 4분기를 100으로 기준
- 본 조사에서 사용되는 설문은 매출, 수출, 투자, 고용, 자금사정 등 5개 요소에 대해 7점 척도로 계산함(0-200)

3 2010년 1분기~2013년 4분기 CBI 분석

3.1. 2010년 1분기~2013년 4분기 CBI 종합분석⁴⁷⁾

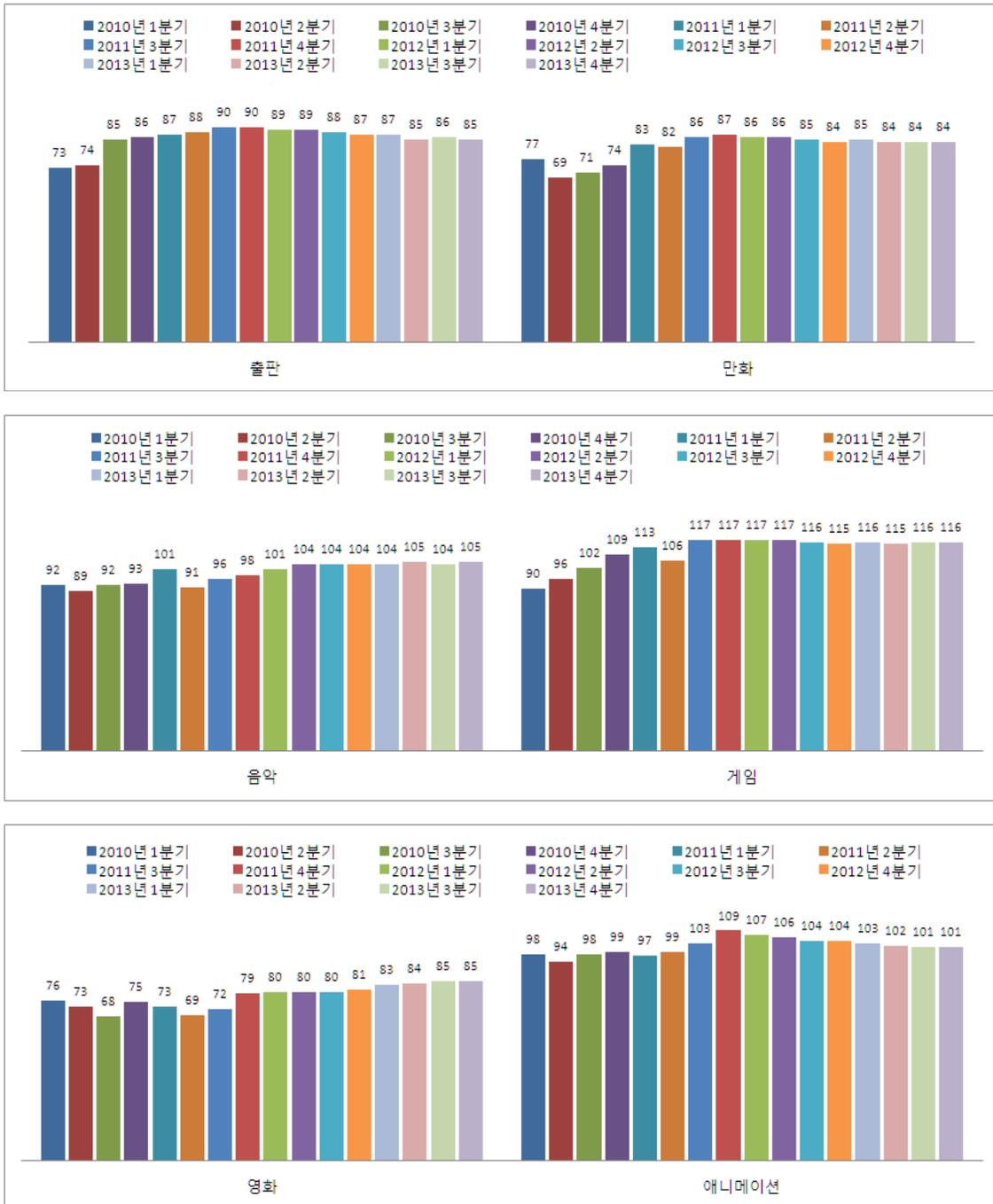
- '13년 3분기 콘텐츠산업의 CBI는 전반적으로 '13년 2분기와 유사하며, 매출, 자금사정은 성장 전망

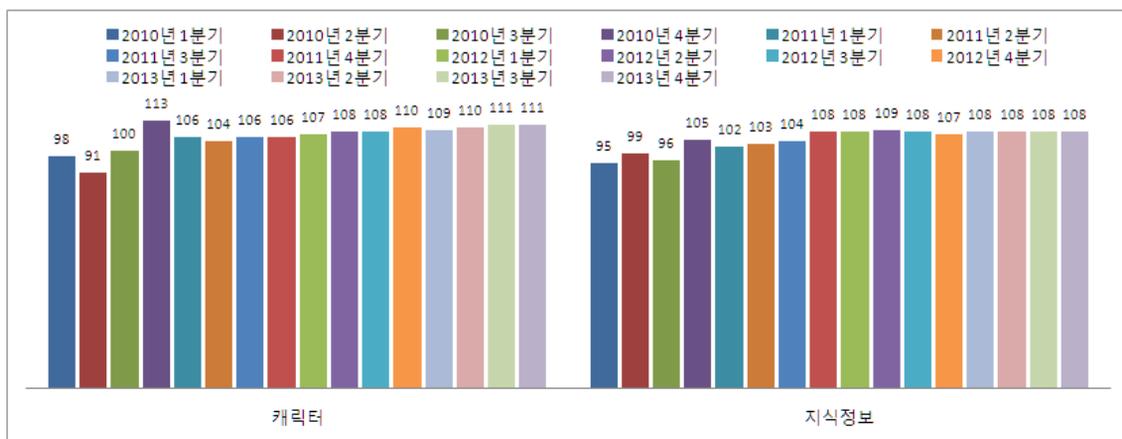
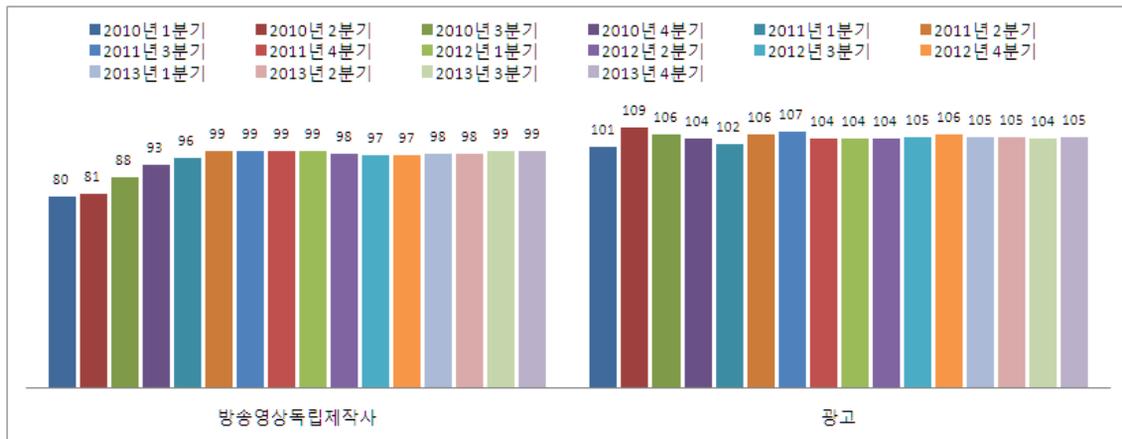
〈그림 IV-1〉 '10년 1분기~'13년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI



47) 100을 기준으로 84 이하 : 매우 부진, 85~94 : 부진, 95~104 : 호조, 105 이상 : 매우 호조

〈그림 IV-2〉 '10년 1분기~'13년 4분기 콘텐츠산업별 CBI





- '13년 4분기 콘텐츠산업별 CBI 중 매출에서는 방송영상독립제작사, 광고 등이 상승할 것으로 예상되며, '13년 3분기는 '13년 2분기 대비 전반적으로 모든 산업의 CBI 지수가 유사할 것으로 예상
- '13년 2분기 대비 매출액이 개선될 것으로 전망되는 산업은 방송영상독립제작사(101→102), 캐릭터(114→115)

3.2. 2010년 1분기~2013년 4분기 CBI 산업별·부문별 분석

● 출판산업 CBI

〈표 IV -1〉 출판산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	77	69	75	71	75	73
2010년 2분기	78	74	75	68	77	74
2010년 3분기	91	95	81	75	85	85
2010년 4분기	89	88	80	84	87	86
2011년 1분기	92	80	89	88	88	87
2011년 2분기	88	90	87	90	84	88
2011년 3분기	93	92	89	91	87	90
2011년 4분기	93	91	82	93	92	90
2012년 1분기	93	90	81	91	90	89
2012년 2분기	94	90	81	91	91	89
2012년 3분기	91	88	80	90	89	88
2012년 4분기	90	87	80	89	88	87
2013년 1분기	91	87	80	88	87	87
2013년 2분기	89	86	79	87	86	85
2013년 3분기	90	87	80	87	86	86
2013년 4분기	89	86	79	87	85	85

- '13년 3분기는 '13년 2분기 대비 전반적으로 증가할 것으로 전망되며, 특히 매출과 수출이 소폭 증가할 것으로 예상
- '13년 4분기는 '13년 3분기 대비 고용을 제외한 전 분야가 전반적으로 감소할 것으로 전망

● 만화산업 CBI

〈표 IV-2〉 만화산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	60	83	81	87	75	77
2010년 2분기	69	67	69	75	67	69
2010년 3분기	72	67	69	72	73	71
2010년 4분기	74	68	75	78	74	74
2011년 1분기	85	82	81	85	83	83
2011년 2분기	81	80	82	83	83	82
2011년 3분기	88	85	85	87	86	86
2011년 4분기	91	81	82	89	91	87
2012년 1분기	91	79	81	88	90	86
2012년 2분기	92	81	81	88	90	86
2012년 3분기	90	80	80	87	88	85
2012년 4분기	89	79	80	87	86	84
2013년 1분기	90	79	80	88	86	85
2013년 2분기	89	79	80	87	85	84
2013년 3분기	90	79	80	87	85	84
2013년 4분기	90	78	81	87	86	84

- '13년 3분기는 '13년 2분기 대비 전반적인 정체 전망이나, 매출은 소폭 증가 전망
- '13년 4분기는 '13년 3분기 대비 매출과 고용은 정체 전망이나, 투자와 자금 사정은 소폭 증가 예상

● 음악산업 CBI

〈표 IV-3〉 음악산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	90	104	101	81	83	92
2010년 2분기	90	97	99	76	83	89
2010년 3분기	89	98	102	84	87	92
2010년 4분기	96	96	91	92	91	93
2011년 1분기	103	115	103	93	93	101
2011년 2분기	99	83	83	99	90	91
2011년 3분기	104	93	88	104	93	96
2011년 4분기	104	98	88	104	95	98
2012년 1분기	105	106	92	106	97	101
2012년 2분기	107	109	95	108	99	104
2012년 3분기	107	108	96	109	100	104
2012년 4분기	107	107	96	109	101	104
2013년 1분기	106	107	97	109	101	104
2013년 2분기	107	108	98	109	102	105
2013년 3분기	106	106	98	108	101	104
2013년 4분기	107	108	100	109	102	105

- '13년 3분기에는 '13년 2분기와 마찬가지로 호조세를 이어갈 것으로 예상되나, 증가폭은 다소 주춤할 것으로 예상
- '13년 4분기에는 '13년 3분기 대비 전반적으로 증가가 전망되며, 특히, 수출과 투자가 더 증가할 것으로 전망

● 게임산업 CBI

〈표 IV-4〉 게임산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	97	92	86	90	86	90
2010년 2분기	103	107	98	85	88	96
2010년 3분기	106	100	105	103	95	102
2010년 4분기	116	107	97	112	112	109
2011년 1분기	121	108	112	114	111	113
2011년 2분기	106	106	105	100	115	106
2011년 3분기	123	122	117	112	111	117
2011년 4분기	123	115	131	105	110	117
2012년 1분기	124	115	131	106	111	117
2012년 2분기	124	114	130	106	112	117
2012년 3분기	122	112	129	105	111	116
2012년 4분기	121	111	129	105	111	115
2013년 1분기	122	112	129	105	110	116
2013년 2분기	122	111	128	104	109	115
2013년 3분기	123	112	129	105	110	116
2013년 4분기	123	113	129	105	110	116

- '13년 3분기는 '13년 2분기 대비 전반적인 상승세 전망
- '13년 4분기는 '13년 3분기와 마찬가지로 호조세는 이어지나 증가폭은 다소 완화 전망

● 영화산업 CBI

〈표 IV-5〉 영화산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	79	58	87	78	81	77
2010년 2분기	72	63	71	77	81	73
2010년 3분기	76	61	72	69	64	68
2010년 4분기	83	63	73	77	77	75
2011년 1분기	81	78	65	70	75	73
2011년 2분기	70	62	62	72	77	69
2011년 3분기	82	67	69	71	73	73
2011년 4분기	86	73	82	77	79	79

2012년 1분기	88	75	83	77	79	80
2012년 2분기	86	76	82	76	78	80
2012년 3분기	87	77	82	76	78	80
2012년 4분기	89	79	83	77	79	81
2013년 1분기	91	80	84	78	81	83
2013년 2분기	92	81	85	79	81	84
2013년 3분기	94	81	86	80	82	85
2013년 4분기	94	81	86	81	83	85

- '13년 3분기는 '13년 2분기에 이어 전반적인 상승세가 지속될 전망
- '13년 4분기는 '13년 3분기 대비 고용과 자금사정이 개선될 것으로 전망

● 애니메이션산업 CBI

〈표 IV-6〉 애니메이션산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	100	99	95	91	103	98
2010년 2분기	105	100	88	87	92	94
2010년 3분기	102	107	99	88	92	98
2010년 4분기	109	104	94	94	93	99
2011년 1분기	103	103	102	87	93	97
2011년 2분기	105	96	102	93	101	99
2011년 3분기	107	101	106	98	101	103
2011년 4분기	113	114	105	104	108	109
2012년 1분기	110	112	103	102	106	107
2012년 2분기	110	111	102	101	105	106
2012년 3분기	108	107	101	100	104	104
2012년 4분기	107	107	101	100	103	104
2013년 1분기	106	106	100	100	102	103
2013년 2분기	105	104	100	100	101	102
2013년 3분기	103	103	100	100	100	101
2013년 4분기	102	102	100	100	99	101

- '13년 3분기는 '13년 2분기부터 이어온 하락세가 지속될 전망
- '13년 4분기는 '13년 3분기 대비 매출, 수출, 자금사정 하락 예상

● 방송영상독립제작사 CBI

〈표 IV-7〉 방송영상독립제작사 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	91	62	71	83	92	80
2010년 2분기	101	71	61	78	94	81
2010년 3분기	92	82	87	89	92	88
2010년 4분기	98	89	90	94	94	93
2011년 1분기	105	88	97	93	99	96
2011년 2분기	96	100	102	100	96	99
2011년 3분기	99	100	102	102	94	99
2011년 4분기	101	96	96	102	98	99
2012년 1분기	103	95	98	101	97	99
2012년 2분기	102	94	97	101	96	98
2012년 3분기	101	93	97	100	95	97
2012년 4분기	100	94	97	100	94	97
2013년 1분기	101	95	97	100	95	98
2013년 2분기	101	96	98	100	96	98
2013년 3분기	102	97	98	100	97	99
2013년 4분기	103	97	99	100	98	99

- '13년 3분기는 '13년 2분기에 이어 전반적인 상승세가 지속될 전망
- '13년 4분기는 '13년 3분기 대비 매출, 투자, 자금사정 등 전반적으로 상승 예상

● 광고산업 CBI

〈표 IV-8〉 광고산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	89	108	112	98	100	101
2010년 2분기	96	133	118	92	103	108
2010년 3분기	107	107	116	103	97	106
2010년 4분기	102	100	112	103	103	104
2011년 1분기	100	105	100	108	100	102
2011년 2분기	115	103	106	104	104	106
2011년 3분기	112	103	106	110	106	107
2011년 4분기	109	102	108	100	101	104
2012년 1분기	111	101	108	100	98	104

2012년 2분기	112	101	108	101	99	104
2012년 3분기	113	102	109	102	100	105
2012년 4분기	115	103	110	103	101	106
2013년 1분기	113	102	109	103	100	105
2013년 2분기	112	102	109	102	100	105
2013년 3분기	111	101	108	101	99	104
2013년 4분기	112	101	108	102	100	105

- '13년 3분기는 '12년 4분기부터 지속적인 감소세를 보일 것으로 전망
- '13년 4분기는 '13년 3분기 대비 매출, 고용, 자금사정 등 소폭 개선 예상

● 캐릭터산업 CBI

〈표 IV-9〉 캐릭터산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	97	104	107	93	91	98
2010년 2분기	100	83	81	94	94	90
2010년 3분기	102	108	102	94	94	100
2010년 4분기	112	126	117	105	107	113
2011년 1분기	110	115	108	101	95	106
2011년 2분기	107	115	99	94	98	104
2011년 3분기	115	123	99	99	93	106
2011년 4분기	111	129	96	99	97	106
2012년 1분기	111	131	97	99	96	107
2012년 2분기	113	131	98	101	99	108
2012년 3분기	113	130	97	100	100	108
2012년 4분기	114	132	99	102	101	110
2013년 1분기	113	131	98	102	100	109
2013년 2분기	114	132	99	103	101	110
2013년 3분기	115	133	100	103	102	111
2013년 4분기	116	133	100	104	102	111

- '13년 3분기는 '13년 2분기에 이어 매출, 수출 등 전반적인 상승세가 지속될 것으로 전망
- '13년 4분기는 '13년 3분기에 이어 상승세가 지속될 것으로 전망되며, 특히, 매출과 고용 등에서 상승 전망

● 지식정보산업 CBI

〈표 IV-10〉 지식정보산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	106	74	102	98	98	96
2010년 2분기	109	92	99	98	99	99
2010년 3분기	106	91	98	99	86	96
2010년 4분기	111	101	104	105	102	105
2011년 1분기	112	98	105	98	99	102
2011년 2분기	116	100	106	100	95	103
2011년 3분기	116	100	103	105	98	104
2011년 4분기	118	100	104	107	111	108
2012년 1분기	118	100	102	106	112	108
2012년 2분기	119	101	104	108	113	109
2012년 3분기	117	100	103	107	112	108
2012년 4분기	116	100	103	106	110	107
2013년 1분기	118	100	103	107	111	108
2013년 2분기	119	101	103	107	111	108
2013년 3분기	119	101	102	106	110	108
2013년 4분기	119	101	102	106	111	108

- '13년 3분기는 '13년 2분기 대비 투자, 고용, 자금사정 소폭 감소 전망
- '13년 4분기는 '13년 3분기와 마찬가지로 전반적인 호조세를 이어갈 전망이며, 특히 자금사정 소폭 증가 예상

V. 콘텐츠산업 INSIGHT

1 2013년 2분기 콘텐츠산업 종합 분석 및 전망

- '13년 2분기 전년동기대비 GDP 성장률은 2.3%이며, 콘텐츠산업생산지수를 통한 콘텐츠산업의 생산은 105.4로 전년동기대비 1.8% 감소, 출판·영상·방송 통신 및 정보서비스업과 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 전년동기대비 각각 0.3% 증가, 0.2% 증가했으며 전분기대비 각각 2.6%, 26.3% 상승
- '13년 6월 전체 소비자 심리지수는 105로 나타났으며, 교양오락문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '12년 12월 이후 상승세를 보이고 있으며, '13년 6월 88로 나타남. 오락·문화 소비지출은 '09년 금융위기 이후 '12년 1분기까지 경기회복이 이어지면서 소비지출 증가. 이후 유럽재정위기, 엔저 등 대외리스크 등에 따라 미국, 중국을 중심으로 세계경기회복 지연 등이 국내경기에 직간접적으로 작용해 국내 수요증대에 부정적 영향. 공급부문에서는 다소 개선되는 양상을 보이고 있으나 소비부문은 심리적 위축이 완전히 해소되지 않은 상황. 다만, 공급적인 측면의 호조가 이어질 경우 소비에도 긍정적 영향 전망. '13년 2분기 이후 신흥국가들의 경기둔화 우려확대, 엔저, 미국재정절벽 등 대외 정치경제 측면의 부정적 요인에도 불구하고 미국 등 해외 주요 국가들의 완만한 경기회복 전망. 이러한 대외 긍정요인들과 함께 국내 경기상승을 위한 재정지출 확대 등 공급측면에서 긍정적인 효과로 이어질 경우 향후 실질소득 증가 및 소비지출 완만한 확대기조 예상. 이에 오락·문화 소비지출은 창조경제 등 정책개발·지원 및 산업 패러다임 변화에 부응한 스마트콘텐츠 분야는 지속적인 수요 확대로 큰 폭 증대 예상
- '13년 2분기 CBI를 살펴보면, '12년 1분기 이후 동일한 경향을 보이고 있음(매출(105→105→105) 및 투자(98→98→98), 고용(98→98→98), 수출(100→100→100). '13년 3분기 CBI전망은 전분기와 유사한 경향이 예상되며, '13년 4분기 CBI전망은 경기정체 우려에도 불구하고 매출(105→105→105→106), 수출

(100→100→100→100)은 '13년 3분기와 유사한 경향 전망

- 위 여러 지표들을 살펴보았을 때 생산 측면에서 '13년 2분기는 콘텐츠산업 성장사 매출액은 전년동기대비 및 전분기대비 증가, 콘텐츠산업 생산지수는 전년동기대비 및 전분기대비 감소 추세. 또한 '13년 4분기 콘텐츠산업 CBI는 '13년 3분기 대비 동일 수준 예상

- '13년 2분기는 지난 '12년 1분기부터 이어진 유럽재정위기와 함께 엔저 등에 따른 수출경쟁력 하락 우려에도 불구하고 재정지출 증가 및 수출 증가세 지속으로 당초 우려와는 달리 국내 경기 완만한 회복. 다만 상대내외 경쟁력을 확보한 수출 대기업 등을 제외하고 중소기업 및 내수 지향 기업들의 성장은 제한적. 이런 가운데도 콘텐츠산업은 국내외 스마트 수요환경 변화가 진전되면서 관련 콘텐츠 수요를 견인함에 따라 경쟁력을 보유한 기업들을 중심으로 스마트콘텐츠 공급 확대 및 생산 증대. 2013년 2분기 이후 세계경제 및 미국, 중국 등 국내 주요 교역국들의 완만한 경기회복과 이에 따른 전반적인 수요 증대가 예상되는 가운데, 국내의 완성도와 경쟁력을 보유한 스마트콘텐츠의 공급 확대에 긍정적인 전망. 이에 따라 1) 일본 재정지출 확대 및 엔저 영향 2) 중국 경제 경착륙 우려 등 대외부문 및 이에 따른 물가 등 국내 거시적 요인들을 고려하면서 창조경제와 유기적 연계를 제고하는 최적화된 콘텐츠산업 정책 및 방안 구축 필요

〈표 V-1〉 '10년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	지급사정
콘텐츠산업	86	86	88	80	87
출판	77	69	75	71	75
만화	60	83	81	87	75
음악(공연)	90	104	101	81	83
게임	97	92	86	90	86
영화	79	58	87	78	81
애니메이션	100	99	95	91	103
방송영상독립제작사	91	62	71	83	92
광고	89	108	112	98	100
캐릭터	97	104	107	93	91
지식정보	106	74	102	98	98

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

〈표 V-2〉 '10년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	88	89	85	77	85
출판	78	74	75	68	77
만화	69	67	69	75	67
음악(공연)	90	97	99	76	83
게임	103	107	98	85	88
영화	72	63	71	77	81
애니메이션	105	100	88	87	92
방송영상독립제작사	101	71	61	78	94
광고	96	133	118	92	103
캐릭터	100	83	81	94	94
지식정보	109	92	99	98	99

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

〈표 V-3〉 '10년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	91	93	93	82	87
출판	91	95	81	75	85
만화	72	67	69	72	73
음악(공연)	89	98	102	84	87
게임	106	100	105	103	95
영화	76	61	72	69	64
애니메이션	102	107	99	88	92
방송영상독립제작사	92	82	87	89	92
광고	107	107	116	103	97
캐릭터	102	108	102	94	94
지식정보	106	91	98	99	86

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

〈표 V-4〉 '10년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	99	92	86	92	93
출판	89	88	80	84	87
만화	74	68	75	78	74
음악(공연)	96	96	91	92	91
게임	116	107	97	112	112
영화	83	63	73	77	77
애니메이션	109	104	94	94	93
방송영상독립제작사	98	89	90	94	94
광고	102	100	112	103	103
캐릭터	112	126	117	105	107
지식정보	111	101	104	105	102

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

〈표 V-5〉 '11년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	101	97	96	94	94
출판	92	80	89	88	88
만화	85	82	81	85	83
음악(공연)	103	115	103	93	93
게임	121	108	112	114	111
영화	81	78	65	70	75
애니메이션	103	103	102	87	93
방송영상독립제작사	105	88	97	93	99
광고	100	105	100	108	100
캐릭터	110	115	108	101	95
지식정보	112	98	105	98	99

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

〈표 V-6〉 '13년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	98	94	93	94	94
출판	88	90	87	90	84
만화	81	80	82	83	83
음악(공연)	99	83	83	99	90
게임	106	106	105	100	115
영화	70	62	62	72	77
애니메이션	105	96	102	93	101
방송영상독립제작사	96	100	102	100	96
광고	115	103	106	104	104
캐릭터	107	115	99	94	98
지식정보	116	100	106	100	95

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

〈표 V-7〉 '13년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	104	99	96	98	94
출판	93	92	89	91	87
만화	88	85	85	87	86
음악(공연)	104	93	88	104	93
게임	123	122	117	112	111
영화	82	67	69	71	73
애니메이션	107	101	106	98	101
방송영상독립제작사	99	100	102	102	94
광고	112	103	106	110	106
캐릭터	115	123	99	99	93
지식정보	116	100	103	105	98

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

〈표 V-8〉 '12년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	105	100	97	98	98
출판	93	91	82	93	92
만화	91	81	82	89	91
음악(공연)	104	98	88	104	95
게임	123	115	131	105	110
영화	86	73	82	77	79
애니메이션	113	114	105	104	108
방송영상독립제작사	101	96	96	102	98
광고	109	102	108	100	101
캐릭터	111	129	96	99	97
지식정보	118	100	104	107	111

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

〈표 V-9〉 '12년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	105	100	98	98	98
출판	93	90	81	91	90
만화	91	79	81	88	90
음악(공연)	105	106	92	106	97
게임	124	115	131	106	111
영화	88	75	83	77	79
애니메이션	110	112	103	102	106
방송영상독립제작사	103	95	98	101	97
광고	111	101	108	100	98
캐릭터	111	131	97	99	96
지식정보	118	100	102	106	112

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

〈표 V-10〉 '12년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	106	101	98	98	98
출판	94	90	81	91	91
만화	92	81	81	88	90
음악(공연)	107	109	95	108	99
게임	124	114	130	106	112
영화	86	76	82	76	78
애니메이션	110	111	102	101	105
방송영상독립제작사	102	94	97	101	96
광고	112	101	108	101	99
캐릭터	113	131	98	101	99
지식정보	119	101	104	108	113

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

〈표 V-11〉 '12년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	105	100	97	98	98
출판	91	88	80	90	89
만화	90	80	80	87	88
음악(공연)	107	108	96	109	100
게임	122	112	129	105	111
영화	87	77	82	76	78
애니메이션	108	107	101	100	104
방송영상독립제작사	101	93	97	100	95
광고	113	102	109	102	100
캐릭터	113	130	97	100	100
지식정보	117	100	103	107	112

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

〈표 V-12〉 '12년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	105	100	98	98	97
출판	90	87	80	89	88
만화	89	79	80	87	86
음악(공연)	107	107	96	109	101
게임	121	111	129	105	111
영화	89	79	83	77	79
애니메이션	107	107	101	100	103
방송영상독립제작사	100	94	97	100	94
광고	115	103	110	103	101
캐릭터	114	132	99	102	101
지식정보	116	100	103	106	110

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

〈표 V-13〉 '13년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	105	100	98	98	97
출판	91	87	80	88	87
만화	90	79	80	88	86
음악(공연)	106	107	97	109	101
게임	122	112	129	105	110
영화	91	80	84	78	81
애니메이션	106	106	100	100	102
방송영상독립제작사	101	95	97	100	95
광고	113	102	109	103	100
캐릭터	113	131	98	102	100
지식정보	118	100	103	107	111

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

〈표 V-14〉 '13년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	105	100	98	98	97
출판	89	86	79	87	86
만화	89	79	80	87	85
음악(공연)	107	108	98	109	102
게임	122	111	128	104	109
영화	92	81	85	79	81
애니메이션	105	104	100	100	101
방송영상독립제작사	101	96	98	100	96
광고	112	102	109	102	100
캐릭터	114	132	99	103	101
지식정보	119	101	103	107	111

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

〈표 V-15〉 '13년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	105	100	98	98	97
출판	90	87	80	87	86
만화	90	79	80	87	85
음악(공연)	106	106	98	108	101
게임	123	112	129	105	110
영화	94	81	86	80	82
애니메이션	103	103	100	100	100
방송영상독립제작사	102	97	98	100	97
광고	111	101	108	101	99
캐릭터	115	133	100	103	102
지식정보	119	101	102	106	110

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

〈표 V-16〉 '13년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	106	100	98	98	98
출판	89	86	79	87	85
만화	90	78	81	87	86
음악(공연)	107	108	100	109	102
게임	123	113	129	105	110
영화	94	81	86	81	83
애니메이션	102	102	100	100	99
방송영상독립제작사	103	97	99	100	98
광고	112	101	108	102	100
캐릭터	116	133	100	104	102
지식정보	119	101	102	106	111

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

2 2013년 2분기 콘텐츠산업 분야별 분석 및 전망

2.1. 게임산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출 부문

- 게임산업의 '13년 2분기 매출규모를 살펴보면, 약 2조 4,296억 원이며 게임 상장사 매출액 비중은 48.7%를 차지
 - 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 22.6% 성장하였고 전분기대비 5.3% 증가하였으며 CBI 분석 결과 2분기 122로 양호
- 게임산업의 '13년 2분기 수출규모를 살펴보면, 7,532억 원이며 이 중 상장사 수출액 비중은 29.6%를 차지
 - 상장사 수출액 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 9.5% 증가하였고 전분기대비 1.9% 상승하였으며 CBI 분석 결과 2분기 111로 양호

□ 고용부문

- 게임산업의 '13년 2분기 고용규모를 살펴보면, 9만 3,837명이며 상장사 고용 비중은 10.6%를 차지
 - 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 9.8% 감소하였고 전분기대비 1.3% 하락하였으며, CBI 분석 결과 2분기 104로 양호

□ 게임산업 2013년 3분기 전망

- 게임산업 '13년 3분기 매출CBI(123) 및 수출CBI(112)는 '13년 2분기 대비 매출, 수출 소폭 증가 예상
 - '13년 하반기 이후 온라인게임은 MMORPG를 중심으로 대형신작 출시로 내수 시장 선전 예상

- ※ NHN엔터테인먼트는 독일 빅포인트가 개발한 액션 MMORPG게임 ‘드라켄상’을 3분기내 공개 예정
- ※ 네오위즈게임즈는 AOS게임 ‘킹덤언더파이어 온라인:에이지오브스톰’의 공개서비스 실시
- 기존 인기 온라인게임의 스마트게임용으로 개발 및 확대로 매출 증대 전망
 - ※ CJ E&M 게임부문의 “모두의 마블”, “미니파이터” 등 스마트게임용 개발 확대와 함께 오프라인 보드게임 매출 증대
 - ※ 한빛소프트는 온라인게임인 “이어또”, “FC매니저 모바일2013”, “헬게이트2”, “미밍” 등 4종 스마트게임 출시 예정
- 중국 등 아시아권을 중심으로 기존 온라인게임과 더불어 스마트게임 시장 확대에 따라 국내 스마트게임 진입 기회 증대 예상
 - ※ ‘쿠키런’의 경우 중국 대형퍼블리셔 ‘dreamsky’와 합작 관계를 구축했으며, 핀콘의 ‘헬로히어로’ 등이 중국 시장 진출 시작
 - ※ 엔씨소프트는 온라인게임 ‘블레이드앤소울’과 ‘길드워2’를 중국시장에 공식 론칭 예정
- 국내 중대형 게임업체들의 해외 진출이 가속화 되고 있는 가운데, 특히, 국내 지방 게임업체들의 해외 진출 기회 확대
 - ※ 전주지역 게임업체인 (주)나인이즈 등 5개 업체는 대만 게임 유통사인 텍시게임즈에 수출 계약 체결
 - ※ 위메이드엔터테인먼트는 온라인게임인 “천룡기”를 중국내 ‘자이언트 네트워크’를 통해 론칭 추진
- 글로벌 주요 게임업체들의 스마트게임 등 해외시장확대 전망
 - ※ EA의 ’13년 2분기 스마트게임 관련 매출은 9,000만 달러 기록, 텐센트의 “매일매일 팡팡”은 출시 하루만에 400만 다운로드 기록
 - ※ 닌텐도는 러시아에 현지법인 설립을 통해 러시아 게임시장 진출 본격화
- 게임산업 ’13년 3분기 고용CBI는 105로 호조세 유지 예상
 - 기존 온라인게임의 스마트게임화를 통한 스마트게임 및 기능성게임, 아케이드게임 등 성장 잠재력 높은 분야를 중심으로 개발 인력 수요 증대 전망. 대형 및 중소형 게임개발사들의 시장변화 대응을 위한 인력재배치 예상

2.2. 출판/만화산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 출판 및 만화산업의 '13년 2분기 매출규모를 살펴보면, 출판은 약 4조 8,186억 원이며 만화는 약 1,767억 원으로 출판/만화 상장사 매출액 비중은 9.5%를 차지
 - 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 6.9% 감소하였으나 전분기대비 10.6% 하락하였음. '13년 2분기 매출CBI 분석 결과 출판과 만화는 각각 89, 89로 다소 부진
- 출판 및 만화산업의 '13년 2분기 수출규모를 살펴보면, 출판이 735억원, 만화가 47억원으로 출판/만화 상장사 수출액 비중은 6.6%
 - 상장사 수출액 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 215.3% 증가하였으나 전분기대비 18.2% 상승하였으며, 수출CBI는 출판 86, 만화 79로 다소 부진

□ 고용부문

- 출판/만화산업의 '13년 2분기 고용규모를 살펴보면, 20만 5,543명이며 상장사 고용 비중은 3.0%를 차지
 - 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 9.0% 감소하였고 전분기대비 0.5% 상승하였으며, CBI 분석 결과 출판 87이며 만화 87로 부진

□ 출판/만화산업 2013년 3분기 전망

- 출판/만화산업 '13년 3분기 매출CBI는 각각 90, 90이며, 수출CBI는 각각 87, 79로 부진 예상
 - 출판산업은 스마트기기 이용 증대 등으로 절대적인 독서시간 감소에 따라 전반적인 도서 수요위축이 이어지고 있으며, 중소형 출판사들에게 큰 타격

예상

- 전 세계적으로 저작권 등 무형자산에 대한 중요성이 높아지는 상황에서 국내 출판분야에서도 보다 체계적인 저작권 보호 및 지원 확대 실시
 - ※ 한국저작권위원회 및 한국출판문화산업진흥원은 지난 7월 16일 출판분야 저작권 보호 지원 강화 및 출판산업 발전을 위한 업무협약 체결
 - ※ 스마트 환경 변화 등으로 전자출판, 저작권보호관 등 출판시장 변화에 능동적 대처 확대
- 전자책 시장의 확대를 위한 단말기 등 하드웨어와 소프트웨어 중요도 확대
 - ※ 예스24, 알라딘, 반디앤루니스 등 국내 주요 서점을 중심으로 전자책 단말기 ‘크레마 사인’ 출시
- 국내 교육·출판 기업들을 중심으로 교과서의 전자책화를 시도 확대 전망
 - ※ (주)미래엔은 올바른 독도교육을 위한 전자책인 “대한민국 독도 교과서” 출시
- 기존 웹툰을 초월하는 “스마트툰 (Smart+Cartoon)”의 개념 대두
 - ※ “스마트툰”은 광의적으로 학습만화와 OSMU 콘텐츠, 해외수출용 작품들을 포함해 핵심콘텐츠로 전략적 육성이 요구되는 분야로의 포괄적 개념
- 웹툰 이용 및 수요증가에 따라 웹툰 스토리를 활용해 영화, 드라마 등 영상물로 제작되는 OSMU 확대
 - ※ 다음 포털에 연재된 웹툰 ‘미생’은 드라마로 제작, ‘은밀하게 위대하게’는 영화로 제작
- 기존 ‘만화방’의 이미지제고를 위해 다양한 노력을 통한 ‘만화카페’로의 진화
 - ※ 고급스러운 실내 분위기 조성과 함께 음료 서비스 등 다양한 서비스를 통해 여성 고객들의 이용을 유도, 확대함에 따라 ‘카페 데 코믹스’, ‘킵킵나무’ 등 신촌, 홍대를 중심으로 만화카페 성업중
- 출판 및 만화산업은 아동 및 유아용 등의 서적(저작권)을 중심으로 해외진출 확대 전망
 - ※ 유아전문 출판기업인 ‘애플비’는 2013년 3월에 ‘이태리 볼로냐 도서전’ 참가 등으로 영국, 스웨덴, 스페인, 폴란드, 러시아, 중국, 대만, 일본 등 8개국에 수출 계약 체결
- 출판/만화산업 '13년 2분기 고용CBI는 각각 87, 87로 부진 예상
 - 웹소설, 애플북 및 전자책(교과서 포함) 등의 수요 증가로 제작 관련 인력 수요 증가 전망

- 웹툰 및 스마트폰의 성장세로 작가 등 제작관련 인력 수요 증대 예상

2.3. 음악(공연)산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 음악산업의 '13년 2분기 매출규모를 살펴보면, 약 1조 1,439억원이며 음악 상장사 매출액 비중은 20.4%를 차지
 - 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 19.7% 증가하였으나 전분기대비 3.9% 상승하였으며, CBI 분석 결과 2분기 107로 호조
- 음악산업의 '13년 2분기 수출규모를 살펴보면, 약 1,086억원이며 상장사 수출액 비중은 36.7%를 차지
 - 상장사 수출액 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 7.3% 증가하였으나 전분기대비 1.9% 상승하였으며, CBI 분석 결과 2분기 108로 양호

□ 고용부문

- 음악산업의 '13년 2분기 고용규모를 살펴보면, 7만 8,422명이며 상장사 고용 비중은 2.1%를 차지
 - 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 15.5% 증가하였고 전분기대비 1.9% 상승하였으며, CBI 분석 결과 2분기 109로 호조

□ 음악산업 2013년 3분기 전망

- 음악산업 '13년 3분기 매출CBI는 106로 호조, 수출CBI 106으로 호조 예상
 - 국내 대형 기획사들의 성장은 지속되고 있으나, 중소형 기획사들의 성장에는 제한적일 전망
 - 음원 스트리밍 정액제 폐지에 따른 고객이탈 우려 확대로 출혈경쟁 가속화

- ※ 벅스, 엠넷닷컴, 올레뮤직, 소리바다 등은 음원 스트리밍 서비스 이용료를 30~50% 할인혜택 실시
- 국내 음원시장에 대형 전자 제조업체의 진입으로 음원 제공 업체간 시장확보 경쟁 확대
 - ※ 소리바다는 삼성전자의 “삼성뮤직”에 음원 제공 예정
- 저작권법 개정예정에 따라 매장음악 서비스 제공으로 관련 음원 매출 증대 예상
- 스마트 환경으로의 진전에도 불구하고 아날로그적 감성을 자극하는 록페스티벌 등 수요 증가
 - ※ 지산록페스티벌 등 야외에서 개최되는 다양한 음악 페스티벌이 개최되면서 참가자수는 증가세인 가운데 2013년 개최 및 예정인 록페스티벌은 약 20여개이며 참가자수는 50만명에 이를 것으로 예상
- 중장년 여성들의 뮤지컬 등 공연 수요확대로 신규 소비계층 부각 전망
- 해외 대형 뮤지컬의 선전에 따라 뮤지컬 시장규모는 확대되고 있으나, 이에 비해 국내 대형 창작 뮤지컬은 다소 부진한 상황
 - ※ ‘오페라의 유령’, ‘레미제라블’, ‘레베카’ 등 대형 내한 공연 또는 라이선스 뮤지컬이 시장 성장세 주도
- 음악산업 '13년 3분기 고용CBI는 108로 호조 예상
 - 음악산업의 성장세가 이어지면서 이에 따른 음원 및 공연 기획자들을 중심으로 인력 수요 증대 전망

2.4. 방송영상독립제작사산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 방송영상독립제작사의 '13년 2분기 매출규모를 살펴보면, 2,291억원이며 방송영상독립제작사 상장사 매출액 비중은 11.5%를 차지
- 방송영상독립제작사 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기 대비 15.9% 증가하였고 전분기대비 6.8% 감소하였으며, CBI 분석 결과 2분

기 101로 호조

□ 고용부문

- 방송영상독립제작사의 '13년 2분기 고용규모를 살펴보면, 6,002명이며 상장사 고용 비중은 1.2%를 차지
 - 방송영상독립제작사 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 2.8% 감소하였고 전분기대비 동일 수준이며, CBI 분석 결과 2분기 100으로 호조

□ 방송영상독립제작사 2013년 3분기 전망

- 방송영상독립제작사 '13년 3분기 매출CBI는 102로 호조, 수출CBI는 97로 소폭 상승 예상
 - 기존 지상파와 함께 시청자 수요에 부응하는 케이블 TV 예능프로그램 선전
 - ※ tvN의 “꽃보다 할배”, 엠넷의 “슈퍼스타K 시즌5”
 - 세계최초 UHD TV 시범방송 실시에 따른 방송사간 선점 경쟁 확대
 - ※ 케이블 TV는 지난 7월 17일 UHD 시범방송을 실시했으며 오는 2014년 하반기 상용화를 목표로 추진
 - 합리적 제작비를 통한 국내 완성도 높은 다큐멘터리의 해외진출 및 매출 증대 전망
 - ※ 지난 7월 11일 개봉한 3D 다큐멘터리 ‘슈퍼피사—끝없는 여정’은 시청률이 12%를 기록했으며, 올해 휴스턴국제영화제 TV시리즈 다큐멘터리 부문 대상 수상
- 방송영상독립제작사 '13년 3분기 고용CBI는 100으로 호조 예상
 - 방송 기술력 개선에 따른 방송융합 확대로 N스크린 등 모바일방송 및 디지털스트리밍 서비스 수요 증가에 따라 고용 수요 확대 전망

2.5. 영화산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 영화산업의 '13년 2분기 매출규모를 살펴보면, 약 9,925억원이며 영화 상장사 매출액 비중은 27.1%를 차지
 - 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 22.1% 증가하였으나 전분기대비 6.7% 하락하였으며, CBI 분석 결과 2분기 92로 부진

□ 고용부문

- 영화산업의 '13년 2분기 고용규모를 살펴보면, 3만 1,394명이며 상장사 고용 비중은 5.4%를 차지
 - 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 24.2% 증가하였고 전분기대비 9.8% 증가하였으며, CBI 분석 결과 2분기 79로 부진

□ 영화산업 2013년 3분기 전망

- 영화산업 '13년 3분기 매출CBI는 94, 수출CBI는 81로 지속적 상승세 전망
 - 해외 블록버스터 등 할리우드 영화의 강세와 함께 하반기 이후 한국 영화의 흥행 관건
 - ※ '13년 6월 중에 개봉된 한국영화 “은밀하게 위대하게” 등의 흥행과 함께 '13년 6월 하순 이후 개봉된 “맨오브스틸”, “월드워Z”, “더울버린”, “레드” 등 할리우드 영화가 관객 동원 경쟁
 - 국내 대형 블록버스터 흥행과 실패에 따라 영화산업 관련 투자 유치 여부가 결정될 전망
 - ※ ‘설국열차’, ‘감시자들’ 등 한국영화 흥행을 주도하고 있는 작품들의 흥행지속 등이 할리우드 영화 경쟁구도에 영향을 미칠 것으로 전망
 - 중소배급사의 선전으로 영화 유통배급 시장 변화 견인
 - ※ 2013년 상반기 이후 국내 중견배급사인 ‘NEW가 배급한 비교적 저예산 영화인 “감시자”는 개봉 25일만에 500만 관객 동원했으며 2013년 개봉한 한국 영화 중 흥행 4위 기록

- 국내 대형 영화 극장사업자의 해외 유력 업체와의 협력을 통한 중국 등 해외 시장 진출 가속화 전망
 - ※ 캐나다 영화관련 업체 아이맥스(IMAX)와 국내 CJ CGV와 제휴해 중국시장 진출 예정
- 영화산업 '13년 3분기 고용CBI는 80으로 예상
 - 국내 영화 흥행여부에 따라 국내 및 해외 투자 증대 여부가 인력 수요에 영향 전망이며, 국내 대형 영화 극장사업자의 해외진출 확대에 관련 인력 수요 증가 예상

2.6. 광고산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 광고산업의 '13년 2분기 매출규모를 살펴보면, 약 2조 1,087억원이며 광고 상장사 매출액 비중은 39.1%를 차지
 - 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 11.1% 증가하였으나 전분기대비 26.7% 상승하였으며 CBI 분석 결과 2분기 112로 호조

□ 고용부문

- 광고산업의 '13년 2분기 고용규모를 살펴보면, 8,471명이며 상장사 고용 비중은 20.0%를 차지하는 것으로 나타남
 - 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 6.7% 증가하였고 전분기대비 0.9% 하락하였으며, CBI 분석 결과 2분기 102로 호조

□ 광고산업 2013년 3분기 전망

- 광고산업 '13년 3분기 매출CBI는 111, 수출CBI 101로 호조 예상
 - 국내 경기 회복 기대에도 불구하고 대기업 계열 광고대행사 중심의 매출증대는 예상되나 중소형 광고대행사의 매출하락 우려
 - 광고주의 다변화에 따라 고효율의 스마트광고(모바일 및 온라인) 수요 증대

- 대기업 계열 대형 광고대행사의 해외 로컬업체 인수합병을 통한 해외진출 확대 모색
- 광고산업 '13년 3분기 고용CBI는 101로 호조 전망
 - 스마트광고 및 온라인/모바일 광고 수요 증대로 관련 광고대행사의 인력 증대 전망

2.7. 애니메이션/캐릭터산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 애니메이션/캐릭터 산업의 '13년 2분기 매출규모를 살펴보면, 애니메이션 산업은 약 1,137억원이며 캐릭터 산업은 2조 2,213억원으로 애니메이션산업 상장사 매출액 비중은 6.0%, 캐릭터 산업 상장사 매출액 비중은 2.2%를 차지
 - 애니메이션 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 37.4% 감소하였고 전분기대비 18.9% 증가하였으며, 캐릭터 상장사 매출액은 '13년 2분기 전년동기대비 29.5% 하락하였으며, 전분기대비 5.8% 감소하였고 애니메이션 CBI 분석 결과 2분기 105로 양호하며 캐릭터CBI 분석 결과 2분기 114로 양호
- 애니메이션/캐릭터산업의 '13년 2분기 수출규모를 살펴보면, 애니메이션은 약 251억원이며 캐릭터는 약 1,369억원으로 애니메이션 상장사 수출액 비중은 3.4%이며 캐릭터 상장사 수출액 비중은 13.3%를 차지
 - 애니메이션/캐릭터 상장사 수출액 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기 대비 5.3% 감소하였고 전분기대비 23.3% 상승하였으며, CBI 분석 결과 2분기 애니메이션은 104, 캐릭터는 132로 양호

□ 고용부문

- 애니메이션/캐릭터산업의 '13년 2분기 고용규모를 살펴보면, 애니메이션은

4,644명, 캐릭터는 2만 7,158명이며 애니메이션 상장사 고용 비중은 2.6%, 캐릭터 상장사 고용 비중은 1.5%를 차지

- 애니메이션/캐릭터 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 7.4% 감소 및 전분기대비 5.0% 하락하였으며, CBI 분석 결과 2분기 애니메이션 100이며 캐릭터 103으로 호조

□ 애니메이션/캐릭터산업 2013년 3분기 전망

- 애니메이션/캐릭터산업 '13년 3분기 매출CBI는 각각 103, 115, 수출CBI 103, 133로 호조 예상
 - 경쟁력을 보유한 국내 창작캐릭터 인지도 확대에 따른 활용 증대로 뮤지컬 등 다양한 분야의 OSMU 증대
 - ※ “아이러브 에그” 3D체험이 가능한 ‘증강현실’을 접목한 하이테크 뮤지컬 제작으로 아동용 뮤지컬 수요 견인하며 향후 중국, 일본 등 해외시장 개척
 - 유아용 시장의 성장세에 따른 유아용 캐릭터 활용 완구 및 테마파크 수요 확대
 - ※ “로보카 폴리 플레이파크”는 캐릭터를 활용한 참여형 및 체험형으로 구성되어 있어 복합문화공간으로의 포지셔닝
 - 교육적 효과가 높은 에듀테인먼트 완구의 국내외 수요 확대 전망
 - ※ SK텔레콤 교육용 스마트 로봇 “알버트”의 경우 말레이시아 콰이크스에 수출계약 체결 및 KT의 “킷봇”은 화면 터치 애니메이션 기능 및 스마트폰을 이용한 원격제어기능 등을 탑재해 사우디아라비아에 수출
 - 국산 창작캐릭터의 해외시장 개척 노력에 따라 중동 및 유럽 등 신규시장 진입 달성
 - ※ KBS N은 지난 7월 19일 터키 현지 국영 방송국 어린이 채널인 ‘TRT Cocuk’와 어린이 프로그램 및 터키지역 캐릭터 특허사용 계약 체결
 - 국내 창작애니메이션 해외진출 지원 확대를 통한 가시적인 성과 도출 전망
 - ※ 3D 애니메이션인 “넛집”은 레드로버와 툰박스가 공동으로 제작해 오는 2014년 1월 17일 북미지역 개봉 예정
 - ※ 수출입은행은 “넛집”의 성공적인 해외 진출을 위해 수출 및 제작에 필요한 50억원 및 홍보활동 20억원 지원

- 서울 등 수도권 등지의 지자체를 중심으로 애니메이션 등 콘텐츠사업 투자 및 지원 확대
 - ※ 경기도 화성시는 어린이용 TV 시리즈 3D 애니메이션 ‘꾸러기케라톱스 코리오’ 제작 발표 개최 및 향후 콘텐츠 활용 방안 발표
 - ※ 서울시는 국내 애니메이션, 게임, 만화, 캐릭터 등 4대 창조산업 육성에 118억원 투입예정
- 3D 및 4D 등 기술이 적용된 애니메이션 수요 증대에 따른 국내 역량 보유 업체들의 해외 성과 달성
 - ※ 지난 7월 23일 미국 애너하임 컨벤션센터에서 개최된 CG 업계 최대 전시회 ‘시그라프(SIGGRAPH) 2013’에서 국내 업체인 에프엑스기어가 참가해 250만달러 규모 수출계약 추진
 - ※ 서울프로모션플랜(SPP)행사에서는 20개국 66개사가 참가 및 610건의 수출 및 합작 상담 진행
- 애니메이션/캐릭터산업 '13년 3분기 고용CBI는 각각 100, 103으로 호조
 - 3D 및 4D 등 역량 증가로 이와 관련된 애니메이션업체들의 국내외 진출이 활발해 짐에 따라 기술력(3D 등)을 보유한 인력 수요 확대 전망
 - 국내 창작 캐릭터의 국내외 수요증가 및 인지도 제고에 따라 온라인 유통 및 해외 마케팅 관련 인력 수요 증대 전망

2.8. 지식정보산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 지식정보산업의 '13년 2분기 매출규모를 살펴보면, 약 2조 7,059억원이며 지식정보 상장사 매출액 비중은 35.9%를 차지
 - 지식정보 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 17.9% 증가하였고 전분기대비 10.4% 상승하였으며, CBI 분석 결과 2분기 119로 양호
- 지식정보산업의 '13년 2분기 수출규모를 살펴보면, 약 1,553억원이며, CBI 분석 결과 2분기 101로 호조

□ 고용부문

- 지식정보산업의 '13년 2분기 고용규모를 살펴보면, 7만 512명이며 상장사 고용 비중은 9.9%를 차지
 - 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 2분기 전년동기대비 12.0% 감소하였고 전분기대비 0.5% 하락하였으며, CBI 분석 결과 2분기 107로 양호

□ 지식정보산업 2013년 3분기 전망

- 지식정보산업 '13년 3분기 매출CBI는 119, 수출CBI는 101로 호조 전망
 - 인터넷 포털업체들의 실적 편차가 발생하는 상황이나, 스마트 환경에 따라 신규 영역인 모바일서비스 투자 확대 전망
 - ※ 포털 선두업체인 NHN을 제외하고, 기타 포털업체들은 매출액 또는 영업이익 감소세
 - 국내 인터넷포털 및 모바일플랫폼의 성공을 토대로 해외 진출 확대 전망
 - ※ NHN은 모바일 사업인 '라인'을 중심으로 해외사업에 집중 전망
 - ※ 카카오톡은 기존 시장과 더불어 잠재시장인 베트남 등 모바일 채팅 애플리케이션 서비스 제공 예정
 - 기존 이러닝사업체들은 솔루션 및 콘텐츠 개발을 통해 기업 교육과 초중고생, 성인 등을 대상으로 한 스마트러닝(이러닝, 모바일러닝 등)투자 및 진출 확대
 - ※ 청담러닝은 "청담 3.0"을 통해 스마트디바이스에 연동되는 솔루션 개발 및 보급에 주력
 - ※ KT는 웅진 오피엠에스와 공동으로 '올레TV school'에 약 2,800여개 콘텐츠 제공예정
 - 영유아용 에듀테인먼트 시장 확대에 따른 통신 및 스마트기기와 연계된 애플리케이션 및 스마트에듀테인먼트 하드웨어 개발 확대
- 지식정보산업 '13년 3분기 고용CBI는 106으로 호조 예상
 - 모바일 플랫폼 기반 서비스 이용자 증가로 이와 관련된 기획 및 개발 인력 수요 확대 전망
 - 스마트러닝 투자 확대에 따른 콘텐츠수요 증가로 개발분야 중심으로 인력 수요 증대 전망

부록 : 1. 콘텐츠산업 관련 상장사 현황

〈표 부록 I -1〉 콘텐츠산업 관련 상장사 수 변화 추이

구 분	2011년				2012년				2013년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기
게 임	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
지식정보	7	8	8	8	8	8	8	8	8	8
출 판	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
방 송	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
광 고	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
영 화	8	8	8	7	7	7	7	7	7	7
음 악	10	10	10	11	11	11	11	11	11	11
애니메이션/캐릭터	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
합 계	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86

□ 게임

〈표 부록 I -2〉 게임 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
035420	NHN	139,811.0	온라인게임 포털 한게임 운영
036570	엔씨소프트	35,501.8	온라인게임 개발 및 유통, MMORPG 강점
095660	네오위즈게임즈	3,320.1	온라인게임 개발 및 유통, 게임 포털 피망
052790	액토즈소프트	5,835.5	온라인게임 개발, 대표작 미르의전설
030350	드래곤플라이	1,576.8	온라인게임 개발사, 위고글로벌 합병 및 우회상장
041140	게임하이	2,472.2	온라인게임 개발, 대표작 서든어택
101730	조이맥스	3,023.7	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 실크로드 온라인
069080	웹젠	2,997.9	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 뮤온라인
058630	엠게임	470.8	온라인게임 포털 엠게임 운영, 개발 및 유통
078340	컴투스	3,363.9	국내최대 모바일게임 업체, 대표작 타이쿤시리즈
052770	와이디온라인	810.2	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 오디션
047080	한빛소프트	344.8	PC게임 유통, 온라인게임 개발 및 유통
047560	이스트소프트	1,145.9	온라인게임 및 소프트웨어 개발, 대표작 카발온라인
067000	조이시티	2,061.4	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 프리스타일
035620	바른손게임즈	533.2	온라인게임 및 문화 콘텐츠 사업
052190	소프트맥스	788.7	게임 개발, 온라인 및 콘솔 등 플랫폼 다양화
023770	플레이워드	116.4	온라인게임 개발, 대표작 로한
063080	게임빌	4,085.5	모바일게임 및 게임 퍼블리싱
112040	위메이드엔터테인먼트	9,038.4	온라인게임 개발, 대표작 창천온라인
130960	CJ E&M	13,164.0	온라인게임 개발, 게임 퍼블리싱

자료: KRX, 각사

주: 1. 시가총액은 '13년 6월 28일 기준

□ 지식정보

〈표 부록 I -3〉 지식정보 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
035420	NHN	139,811.0	인터넷포털 네이버 운영, 온라인 콘텐츠 유통
035720	다음커뮤니케이션	10,697.8	인터넷포털 다음 운영, 온라인 콘텐츠 유통
066270	SK커뮤니케이션즈	2,557.9	인터넷포털 네이트 운영, 온라인 콘텐츠 유통
036030	KTH	3,696.5	인터넷포털 파란 운영, 온라인 콘텐츠 유통
067280	크레듀	2,271.1	온라인 교육 서비스, 외국어 평가
057030	YBM시사닷컴	828.7	온라인 교육 서비스 온라인 콘텐츠 유통
072870	메가스터디	3,912.2	온라인 입시준비 교육 서비스, 교육 출판
121440	골프존	7,382.1	스크린 골프 제품 판매 및 서비스, 소프트웨어 개발

자료: KRX, 각사

주: 1. 시가총액은 '13년 6월 28일 기준

□ 출판

〈표 부록 I -4〉 출판 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
095720	웅진씽크빅	2,172.9	온오프라인 교육사업, 학습지 및 생활잡지류 출판
019680	대교	6,132.5	교육 출판 및 학원사업, 전집 및 도서 출판
035080	인터파크	5,202.0	온라인 출판 유통
100220	비상교육	1,865.0	중고등부 학습 교재 출판 전문, 온라인 교육
053280	에스24	1,142.1	온라인 출판 유통
053290	능률교육	457.9	영어 학습교재 전문 출판, 온라인 및 학원사업
068290	삼성출판사	500.0	유아용 서적 출판 및 미술교재 출판
036000	예림당	1,135.6	도서출판, 저작권매니지먼트, 애니메이션, 무선통신 기기사업
134060	이퓨처	148.3	영어 교육, 영어 학습교재 출판

자료: KRX, 각사

주: 1. 시가총액은 '13년 6월 28일 기준

□ 방송

〈표 부록 I -5〉 방송 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액(억원)	주요 사업
035760	CJ오쇼핑	21,406.8	TV 및 온라인 홈쇼핑
034120	SBS(유)	7,848.6	지상파 방송 사업, 광고 수익
101060	SBS미디어홀딩스(유)	6,966.8	사업 지주회사, 방송사업 및 문화서비스 사업
028150	GS홈쇼핑	15,520.3	TV 및 온라인 홈쇼핑
040300	YTN	1,150.8	뉴스프로그램의 제작 및 공급, 타워사업, 광고협찬
046140	SBS콘텐츠허브	2,768.8	콘텐츠제공, 프로젝트수익 (OST제작 등), 웹에이전시
033130	디지털조선	749.7	인터넷, S사업, 교육프로그램, 전광판 광고
039340	한국경제TV	429.0	경제 전문 방송, TV광고 및 시청료 수익
052220	IMBC	969.5	콘텐츠매출 (드라마, 영화, 만화 등), 해외판매 콘텐츠
068050	팬엔터테인먼트	285.6	방송 드라마 외주제작, 드라마 OST 및 음반 제작
047820	초록뱀	403.4	방송프로그램제작, 배급, 영화제작, 배급
046390	삼화네트웍스	468.6	드라마 제작 및 드라마 판매 판권관리
053210	스카이라이프	18,028.9	위성방송, 방송콘텐츠 제작
122450	케이엠에이치	1,240.5	방송송출 서비스, 채널사용 사업
033830	대구방송	588.0	텔레비전 방송, 지역방송
058400	케이엔엔	1,178.6	인터넷방송, 실시간중계 서비스
057050	현대홈쇼핑	18,420.0	TV 및 온라인홈쇼핑
066790	씨씨에스충북방송	334.1	케이블 방송, 초고속인터넷 서비스
067160	아프리카TV	931.3	인터넷 방송, 클라우드 서비스
130960	CJ E&M	13,164.0	케이블 방송, 방송 콘텐츠 제작
054780	키이스트	1,050.6	문화콘텐츠 기획 및 제작, 영화 투자, 매니지먼트 사업
037560	CJ헬로비전	14,289.0	케이블TV, 초고속인터넷, 인터넷전화, 광고,

자료: KRX, 각사

주: 1. 시가총액은 '13년 6월 28일 기준

주: 2. (유) : 유가증권시장 상장, 나머지는 코스닥시장, (관) : 관리종목, (불) : 불성실공시법인

□ 광고

〈표 부록 I -6〉 광고 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액(억원)	주요 사업
030000	제일기획(유)	28,300.1	국내 광고시장 점유율 1위 종합광고 대행사
035000	G2R(유)	1,365.2	사업 지주회사, 자회사 통해 광고 제작 및 전문 대행
037270	휘닉스컴(유)	308.2	(주)보광과 일본 덴쯔가 합작한 광고대행사
010470	오리콤	309.3	종합광고 대행업체, 두산 계열사, 광고제작 및 프로모션

자료: KRX, 각사

주: 1. 시가총액은 '13년 6월 28일 기준

주2) (유) : 유가증권시장 상장, 나머지는 코스닥시장

□ 영화

〈표 부록 I -7〉 영화 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액(억원)	주요 사업
079160	CJ CGV(유)	1,0308.7	멀티플렉스 영화관 운영, CJ계열사
086980	미디어플렉스	3,261.5	영화 투자 및 배급사로 메가박스 등 자회사 보유
003560	IHQ	1,028.5	영화 제작 및 수입, 배급, 상영, 매니지먼트 사업
036260	웰메이드	159.1	공연기획, 영화제작 및 투자, 매니지먼트 사업
002420	세기상사	122.1	영화관 운영
036420	제이콘텐츠리	3,058.9	영화관 운영, 드라마 제작, 케이블방송
130960	CJ E&M	13,164.0	영화 제작투자 및 배급, 영화제작

자료: KRX, 각사

주: 1. 시가총액은 '13년 6월 28일 기준

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

□ 음악

〈표 부록 I -8〉 음악 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액	주요 사업
064260	다날	1,777.4	휴대폰 및 온라인 결제, 벨소리, 통화연결음 등 음원 사업
016170	로엔엔터테인먼트	3,717.9	SK 계열, 음반 기획 및 제작 판매, 온라인 음원 서비스
104200	네오위즈인터넷	967.2	B2B 및 B2C 음원 유통, 온라인 음원 서비스
041510	SM엔터테인먼트	6,979.1	음반 기획 및 제작, 매니지먼트 사업, 방송영상물 제작
053110	소리바다	479.5	온라인 음악서비스, 휴대폰 콘텐츠 개발, 스트리밍 서비스
049000	예당엔터테인먼트	586.6	음반 제작 및 유통, 음원 대여 및 판매 사업
043610	KT뮤직	1,530.3	음악 콘텐츠 제작 및 유통, 온라인 음원 서비스
066410	캔들미디어	506.2	음반 유통, DVD 유통, 영상 콘텐츠 서비스
130960	CJ E&M	13,164.0	음악 콘텐츠 제작 및 유통, 공연사업
035900	JYP엔터테인먼트	1,441.4	음반 기획 및 제작, 매니지먼트 사업, 방송영상물 제작
122870	YG엔터테인먼트	5,397.8	음반 기획 및 제작, 매니지먼트 사업, 방송영상물 제작

자료: KRX, 각사

주: 1. 시가총액은 '13년 6월 28일 기준

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

□ 애니메이션 / 캐릭터

〈표 부록 I -9〉 애니메이션 및 캐릭터 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액	주요 사업
066910	손오공	529.1	애니메이션 유통 및 제작, 캐릭터 완구 사업
056080	유진로봇	533.2	로봇 개발 및 제조, 캐릭터 완구 사업
048910	대원미디어	687.9	애니메이션 제작 및 판매, 캐릭터 라이선싱
039830	오로라월드	900.9	봉제완구, 캐릭터 디자인 및 머천다이징
018700	바른손	361.9	문구 및 팬시 사업, 캐릭터 디자인 및 제품 개발

자료: KRX, 각사

주: 1. 시가총액은 '13년 6월 28일 기준

주2) (관) : 관리종목, (불) : 불성실공시법인

부록 : 2. 콘텐츠산업 연간 비교

〈표 부록 II-1〉 콘텐츠산업 매출액 연간 비교표

(단위 : 백만원, %)

산업명	매출액(백만원)												
	2011년					2012년p					2013년p		
	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2011년 합계 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2012년 합계 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	2분기 (전년동기)
출판	5,452,968	5,241,862	5,263,703	5,286,048	21,244,581	5,399,463	5,247,585	5,214,033	4,957,713	20,818,794	4,979,097	4,818,640	-8.2%
	1.1%	-3.9%	0.4%	0.4%	0.0%	2.1%	-2.8%	-0.6%	-4.9%	-2.0%	0.4%	-3.2%	
만화	190,691	183,322	189,013	188,665	751,691	180,632	177,643	179,512	177,370	715,157	180,453	176,765	-0.5%
	-2.4%	-3.9%	3.1%	-0.2%	1.3%	-4.3%	-1.7%	1.1%	-1.2%	-4.9%	1.7%	-2.0%	
음악	841,727	938,939	966,307	1,070,487	3,817,460	982,661	999,686	1,037,201	1,153,056	4,172,604	1,146,420	1,143,980	14.4%
	1.9%	11.5%	2.9%	10.8%	29.0%	-8.2%	1.7%	3.8%	11.2%	9.3%	-0.6%	-0.2%	
게임	2,062,599	2,224,522	2,210,352	2,307,267	8,804,740	2,646,071	2,422,951	2,311,774	2,371,742	9,752,538	2,358,554	2,429,656	0.3%
	6.8%	7.9%	-0.6%	4.4%	18.5%	14.7%	-8.4%	-4.6%	2.6%	10.8%	-0.6%	3.0%	
영화	923,032	926,162	992,037	932,005	3,773,236	998,733	1,018,479	1,107,975	1,049,506	4,174,693	1,104,525	992,535	-2.5%
	9.8%	0.3%	7.1%	-6.1%	9.9%	7.2%	2.0%	8.8%	-5.3%	10.6%	5.2%	-10.1%	
애니메이션	131,091	146,709	136,022	114,729	528,551	130,806	114,361	132,339	133,147	510,653	132,641	113,729	-0.6%
	-7.0%	11.9%	-7.3%	-15.7%	2.8%	14.0%	-12.6%	15.7%	0.6%	-3.4%	-0.4%	-14.3%	
방송*	2,539,870	2,906,128	3,785,294	2,625,423	11,856,715	2,725,333	3,108,671	3,221,702	3,419,094	12,474,800	2,913,400	3,176,500	2.2%
	-2.7%	14.4%	30.3%	-30.6%	13.6%	3.8%	14.1%	3.6%	6.1%	5.2%	-14.8%	9.0%	
방송영상 독립제작사	247,062	222,603	206,155	219,949	895,769	238,975	243,782	232,111	221,719	936,587	228,964	229,117	-6.0%
	21.7%	-9.9%	-7.4%	6.7%	21.5%	8.7%	2.0%	-4.8%	-4.5%	4.6%	3.3%	0.1%	
광고**	2,662,637	3,069,181	3,155,117	3,285,746	12,172,681	3,205,143	3,458,397	3,219,337	3,496,577	13,379,454	3,328,396	3,429,285	-0.8%
	3.2%	15.3%	2.8%	4.1%	17.9%	-2.5%	7.9%	-6.9%	8.6%	9.9%	-4.8%	3.0%	
캐릭터	1,658,621	1,836,846	1,773,676	1,940,440	7,209,583	1,881,811	1,969,041	1,977,376	2,137,134	7,965,362	2,160,782	2,221,371	12.8%
	0.5%	10.7%	-3.4%	9.4%	22.3%	-3.0%	4.6%	0.4%	8.1%	10.5%	1.1%	2.8%	
지식정보	2,139,160	2,231,940	2,270,339	2,404,269	9,045,708	2,392,287	2,393,298	2,384,373	2,437,531	9,607,489	2,549,038	2,705,940	13.1%
	10.4%	4.3%	1.7%	5.9%	24.9%	-0.5%	0.0%	-0.4%	2.2%	6.2%	4.6%	6.2%	
콘텐츠 솔루션	677,690	713,538	718,096	757,847	2,867,171	748,512	758,104	766,359	842,727	3,115,702	855,926	894,325	18.0%
	7.9%	5.3%	0.6%	5.5%	21.5%	-1.2%	1.3%	1.1%	10.0%	8.7%	1.6%	4.5%	
합계	19,527,148	20,641,752	21,666,111	21,132,875	82,967,886	21,530,427	21,911,998	21,784,092	22,397,316	87,623,833	21,938,196	22,331,843	1.9%
	3.1%	5.7%	5.0%	-2.5%	13.2%	1.9%	1.8%	-0.6%	2.8%	5.6%	-2.0%	1.8%	

※ 분기별 실태조사에서 일부 제외된 방송*은 한국정보통신진흥협회 월보를 참조하였으며, 광고**산업은 3개년 시계열 및 상장사자료를 이용하여 추정 후 적용

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

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

※ 2010년 기준 콘텐츠산업통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('09년 평균 환율 1,276.40원, '10년 평균 환율 1,156.26원, '11년 평균 환율 1,108.11원, '12년 1분기 평균 환율 1,131.47원, '12년 2분기 평균 환율 1,151.81원, '12년 3분기 평균환율 1,133.54원, '12년 4분기 평균환율 1,090.86원, '12년 평균 환율 1,126.88원, '13년 1분기 평균환율 1084.08원, '13년 2분기 평균환율 1,122.15원)

※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

〈표 부록 II -2〉 콘텐츠산업 종사자수 연간 비교표

(단위 : 명, %)

산업명	종사자(명)										
	2011년				2012년p				2013년p		
	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	2분기 (전년동기)
출판	199,367	199,487	198,975	198,691	197,823	197,453	197,164	196,464	196,056	195,692	-0.9%
	-1.9%	0.1%	-0.3%	-0.1%	-0.4%	-0.2%	-0.1%	-0.4%	-0.2%	-0.2%	
만화	10,668	10,499	10,426	10,358	10,268	10,148	10,113	10,072	10,016	9,851	-2.9%
	-1.0%	-1.6%	-0.7%	-0.7%	-0.9%	-1.2%	-0.3%	-0.4%	-0.6%	-1.6%	
음악	77,060	77,488	77,727	78,181	78,338	77,861	78,052	78,422	78,368	78,422	0.7%
	0.5%	0.6%	0.3%	0.6%	0.2%	-0.6%	0.2%	0.5%	-0.1%	0.1%	
게임	95,379	93,200	93,510	95,015	94,992	94,516	93,941	95,051	94,531	93,837	-0.7%
	0.4%	-2.3%	0.3%	1.6%	0.0%	-0.5%	-0.6%	1.2%	-0.5%	-0.7%	
영화	29,596	29,238	29,655	29,569	29,592	29,537	29,640	30,161	30,349	31,394	6.3%
	-3.2%	-1.2%	1.4%	-0.3%	0.1%	-0.2%	0.3%	1.8%	0.6%	3.4%	
애니메이션	4,390	4,482	4,567	4,646	4,598	4,594	4,577	4,653	4,634	4,644	1.1%
	0.9%	2.1%	1.9%	1.7%	-1.0%	-0.1%	-0.4%	1.7%	-0.4%	0.2%	
방송*	31,621	32,644	32,376	32,443	32,541	32,556	32,559	32,453	32,453	32,518	-0.1%
	5.8%	3.2%	-0.8%	0.2%	0.3%	0.0%	0.0%	-0.3%	0.0%	0.2%	
방송영상 독립제작사	5,920	5,903	5,884	5,923	5,924	5,920	5,897	5,988	5,993	6,002	1.4%
	25.8%	-0.3%	-0.3%	0.7%	0.0%	-0.1%	-0.4%	1.5%	0.1%	0.2%	
광고**	32,548	33,759	34,593	34,647	34,733	34,786	34,792	34,886	35,087	35,116	0.9%
	-5.5%	3.7%	2.5%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%	0.6%	0.1%	
캐릭터	24,987	25,421	25,491	26,418	26,381	26,360	26,445	26,886	27,051	27,158	3.0%
	-0.5%	1.7%	0.3%	3.6%	-0.1%	-0.1%	0.3%	1.7%	0.6%	0.4%	
지식정보	66,404	67,550	67,642	69,026	68,820	68,390	68,354	69,940	69,933	70,512	3.1%
	7.5%	1.7%	0.1%	2.0%	-0.3%	-0.6%	-0.1%	2.3%	0.0%	0.8%	
콘텐츠수출	18,903	19,433	19,554	19,813	19,901	19,914	19,925	20,437	20,593	20,786	4.4%
	-3.3%	2.8%	0.6%	1.3%	0.4%	0.1%	0.1%	2.6%	0.8%	0.9%	
합계	596,843	599,104	600,400	604,730	603,911	602,035	601,459	605,413	605,064	605,932	0.6%
	0.1%	0.4%	0.2%	0.7%	-0.1%	-0.3%	-0.1%	0.7%	-0.1%	0.1%	

※ 분기별 실태조사에서 일부 제외된 방송*은 한국정보통신진흥협회 월보를 참조하였으며, 광고**산업은 3개년 시계열 및 상장사자료를 이용하여 추정 후 적용

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

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

※ 2010년 기준 콘텐츠산업통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('09년 평균 환율 1,276.40원, '10년 평균 환율 1,156.26원, '11년 평균 환율 1,108.11원, '12년 1분기 평균 환율 1,131.47원, '12년 2분기 평균 환율 1,151.81원, '12년 3분기 평균환율 1,133.54원, '12년 4분기 평균환율 1,090.86원, '12년 평균 환율 1,126.88원, '13년 1분기 평균환율 1084.08원, '13년 2분기 평균환율 1,122.15원)

※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

〈표 부록 II-3〉 콘텐츠산업 수출액 연간 비교표

(단위 : 백만원, %)

산업명	수출액(백만원)												
	2011년					2012년p					2013년p		
	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2011년 합계 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2012년 합계 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	2분기 (전년동기)
출판	40,171	99,074	73,510	101,327	314,082	65,035	77,691	78,245	79,097	300,068	59,086	73,502	-5.4%
	-45.2%	146.6%	-25.8%	37.8%	-24.1%	-35.8%	19.5%	0.7%	1.1%	-4.5%	-25.3%	24.4%	
만화	4,830	5,274	3,440	5,530	19,074	5,049	4,974	4,982	4,756	19,761	4,537	4,729	-4.9%
	-13.8%	9.2%	-34.8%	60.8%	102.3%	-8.7%	-1.5%	0.2%	-4.5%	3.6%	-4.6%	4.2%	
음악	34,121	46,234	63,189	73,771	217,315	51,685	58,989	75,325	140,346	326,345	105,632	108,697	84.3%
	16.3%	35.5%	36.7%	16.7%	125.7%	-29.9%	14.1%	27.7%	86.3%	50.2%	-24.7%	2.9%	
게임	604,982	624,958	639,259	765,973	2,635,172	749,712	733,871	746,575	743,584	2,973,741	747,927	753,211	2.6%
	21.2%	3.3%	2.3%	19.8%	41.9%	-2.1%	-2.1%	1.7%	-0.4%	12.8%	0.6%	0.7%	
영화	2,526	4,738	5,030	5,246	17,540	8,546	7,891	7,782	17,956	42,175	11,325	12,568	59.3%
	-36.9%	87.6%	6.2%	4.3%	11.7%	62.9%	-7.7%	-1.4%	130.7%	140.5%	-36.9%	11.0%	
애니메이션	29,185	32,833	32,711	33,746	128,475	30,070	29,331	28,537	25,122	113,060	25,079	25,137	-14.3%
	-14.3%	12.5%	-0.4%	3.2%	14.8%	-10.9%	-2.5%	-2.7%	-12.0%	-12.0%	-0.2%	0.2%	
방송*	56,483	56,879	56,373	55,604	225,339	66,367	68,223	67,338	68,257	270,185	68,257	70,235	2.9%
	14.3%	0.7%	-0.9%	-1.4%	14.0%	19.4%	2.8%	-1.3%	1.4%	19.9%	0.0%	2.9%	
방송영상 독립제작사	5,550	5,827	5,729	3,968	21,074	2,332	2,409	5,932	4,837	15,510	4,739	4,795	99.0%
	-8.2%	5.0%	-1.7%	-30.7%	33.1%	-41.2%	3.3%	146.2%	-18.5%	-26.4%	-2.0%	1.2%	
광고**	26,763	28,545	28,887	29,080	113,275	29,386	31,088	33,257	31,155	124,886	30,876	31,119	0.1%
	22.5%	6.7%	1.2%	0.7%	29.7%	1.1%	5.8%	7.0%	-6.3%	10.3%	-0.9%	0.8%	
캐릭터	92,600	105,193	108,241	128,640	434,674	114,302	134,883	135,291	124,004	508,480	123,521	136,968	1.5%
	5.9%	13.6%	2.9%	18.8%	36.0%	-11.1%	18.0%	0.3%	-8.3%	17.0%	-0.4%	10.9%	
지식정보	117,919	118,729	119,440	122,899	478,987	108,075	105,119	105,327	153,302	471,823	154,379	155,376	47.8%
	4.1%	0.7%	0.6%	2.9%	12.5%	-12.1%	-2.7%	0.2%	45.5%	-1.5%	0.7%	0.6%	
콘텐츠 솔루션	36,955	40,392	41,781	42,967	162,095	41,129	42,033	43,225	40,349	166,736	39,838	41,328	-1.7%
	5.8%	9.3%	3.4%	2.8%	18.3%	-4.3%	2.2%	2.8%	-6.7%	2.9%	-1.3%	3.7%	
합계	1,052,085	1,168,676	1,177,590	1,368,751	4,767,102	1,271,688	1,296,502	1,331,816	1,432,765	5,332,770	1,375,196	1,417,665	9.3%
	9.8%	11.1%	0.8%	16.2%	29.3%	-7.1%	2.0%	2.7%	7.6%	11.9%	-4.0%	3.1%	

※ 분기별 실태조사에서 일부 제외된 방송*은 한국정보통신진흥협회 월보를 참조하였으며, 광고**산업은 3개년 시계열 및 상장사자료를 이용하여 추정 후 적용

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

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

※ 2010년 기준 콘텐츠산업통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('09년 평균 환율 1,276.40원, '10년 평균 환율 1,156.26원, '11년 평균 환율 1,108.11원, '12년 1분기 평균 환율 1,131.47원, '12년 2분기 평균 환율 1,151.81원, '12년 3분기 평균환율 1,133.54원, '12년 4분기 평균환율 1,090.86원, '12년 평균 환율 1,126.88원, '13년 1분기 평균환율 1084.08원, '13년 2분기 평균환율 1,122.15원)

※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

2013년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서

집필진

한국콘텐츠진흥원

감 수 이기현 (정책연구실 실장), 홍유진 (통계정보팀 팀장)
책임집필 김은정 (통계정보팀 책임연구원)

외부집필

제갈근 팀장 (나이스신용평가정보), 박재원 과장 (나이스신용평가정보),

외부자문

정우식 박사 (재인용합경제연구소), 이희승 책임연구원 (재인용합경제연구소),
박성만 이사 (메이븐스퀘어)

발 행 인 홍 상 표

발 행 일 2013년 9월 23일

발 행 처 한국콘텐츠진흥원

서울시 마포구 상암동 월드컵북로 400(상암동 1602)

ISBN : 978-89-6514-290-4 93600

가격 : 비매품

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

(문 의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”