

■ <월간 콘텐츠 시장동향 12월호> 요약 및 시사점 ■

강중구 (KOCCA 통계정보팀 연구원)

2012년 국내 콘텐츠시장은 모바일·디지털이라는 트렌드가 산업의 축을 뒤흔드는 양상이었다. 스마트폰 가입자수가 3,141만명(10월)을 기록하며 전체인구의 62%에 달했고, 세계 1위 수준의 LTE 가입자 비율(10월 기준 24.1%), IPTV 가입자 614만명(11월) 등을 바탕으로 콘텐츠 소비방식이 다변화되며 세계 어느 나라보다 역동적인 산업구조적 변화를 맞고 있다. 출판 분야에서는 e북 시장이 급성장했고, 만화 분야에서는 웹툰의 이용이 더욱 활발해졌다. 음악 분야에서는 디지털 음원 서비스 이용의 일반화와 더불어 유튜브의 영향력이 증대되었고, 게임 분야에서 모바일게임 소비가 폭발적으로 증가하는 등 모든 콘텐츠산업 분야에서 변화의 바람이 거센다. 이같은 흐름을 배경으로, <월간 콘텐츠 시장동향 12월호> 발간내용을 중심으로 11월 시장동향을 산업별로 간략히 요약해보고자 한다.

○ 출판시장

11월 종합 베스트셀러 순위에서는 올해를 대표하는 힐링멘토 헤민 스님의 ‘멈추면 비로소 보이는 것들’과 김난도 교수의 에세이 ‘천 번을 흔들려야 어른이 된다’가 10월 순위와 자리를 맞바꾸며 1, 2위를 수성했다. 헤민 스님의 책은 1월 출간 이래 줄곧 1~3위에 머물며 밀리언셀러를 기록했고, 김난도 교수 역시 작년 밀리언셀러를 기록한 ‘아프니까 청춘이다’ 이래 비슷한 내용의 최근작까지 연이어 독자들의 사랑을 받고 있다. 이는 ‘힐링 에세이’라는 키워드로 대변되는 올해의 출판 트렌드를 압축 상징한다.

교보문고 e북 순위에서는 해외에서 기록적인 판매량을 보이고 있는 E.L.제임스의 판타지 로맨스 ‘그레이의 50가지 그림자’가 9월에 이어 다시 1위에 올랐다. 20위권 내에 19금 도서를 비롯한 로맨스 장르소설이 8권을 점유하며 이북 시장의 특성을 드러내는 한편, 어학과 실용·심리 매뉴얼·자기계발 등 다양한 장르의 도서들이 순위권에 새로이 진입했다.

신간도서의 발행 부수(대한출판문화협회 잠정 집계)는 전월보다는 다소 증가했으나 전년대비 62% 수준에 머물렀으며, 학습참고서와 학술서의 감소가 두드러졌다. 종이책 시장의 위축으로 인해 대부분 출판사가 신간발행 부수를 가급적 낮게 책정하고 있어, 하반기에는 일부 베스트셀러·스테디셀러를 제외한 신간 판매량이 더욱 하락하는 모습이다.

<표 1> 교보문고 종합 / e북 베스트셀러 TOP 5 (11월)

| 11월 | 10월 | 9월 | 종합 베스트셀러 도서명 | 저자 | 11월 | 10월 | 9월 | e북 베스트셀러 도서명 | 저자 |
|-----|-----|----|----------------------|--------|-----|-----|----|---------------------|-----------|
| 1 | 2 | 1 | 멈추면 비로소 보이는 것들 | 헤민 스님 | 1 | 4 | 1 | 그레이의 50가지 그림자 1. | E.L.제임스 |
| 2 | 1 | 2 | 천 번을 흔들려야 어른이 된다 | 김난도 | 2 | - | - | 여비서(19금) | 세희 |
| 3 | - | - | 습관의 힘 | 찰스 두히그 | 3 | 1 | 23 | 베르나르 베르베르의 상상력 사전 | 베르나르 베르베르 |
| 4 | 4 | 63 | 사람은 무엇으로 성장하는가 | 존 맥스웰 | 4 | 1 | - | 가까이 더 가까이[개정판](19금) | 차은주 |
| 5 | 120 | - | 언니의 독설(흔들리는 30대를 위한) | 김미경 | 5 | 10 | 3 | 섹스의 재발견 벗겨봐 | 조명준 |

* 출처: 교보문고 자료제공, 월간 기준

○ 만화시장

윤태호 작가의 ‘미생’이 11월 한국만화 베스트셀러 1위에 올랐다. 10월까지 5개월간 1위를 지켰던 ‘다이어터’는 2위, ‘마조 앤 새디’는 3위를 기록했다. 만화소설(라이트노벨) 베스트셀러 순위에서는 ‘소드 아트 온라인’이 지속적인 인기를 끌고 있다. 11월 만화소설 1위를 기록한 이 시리즈는 일본에서의 누적 발행 부수가 1,000만부를 돌파한 것으로 알려졌다. 일반 만화 단행본을 포함한 만화장르 전체 판매량에서도 ‘미생’ 등을 앞지르며 가장 높은 판매실적을 올렸다.

<표 2> 한국만화/만화소설(라이트노벨) 베스트셀러 (11월)

| 순위 | 한국만화 | | 만화소설(라이트노벨) | |
|----|---------------|-------------------|-------------|-------------------------|
| | 도서명 | 작가 | 도서명 | 작가 |
| 1 | 미생 | 윤태호 글/그림 | 소드 아트 온라인 | 카와하라 레키 글, abec 그림 |
| 2 | 다이어터 | 네온비 글, 캐러멜 그림 | 사쿠라장의 애완 그녀 | 카모시다 하지메 글, 미조구치 케이지 그림 |
| 3 | 마조 앤 새디 | 정철연 글/그림 | 하이スクール DxD | 이시부미 이치에이 글, 미야마 제로 그림 |
| 4 | 말에서 내리지 않는 무사 | 허영만 이호준 글, 허영만 그림 | 아빠 말 좀 들어라! | 마츠 토모히로 글, 나카지마 유카 그림 |
| 5 | 은밀하게 위대하게 | 최종훈 글/그림 | 엑셀 월드 | 카와하라 레키 글, HIMA 그림 |

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

반면 만화 단행본 출간 종수(라이트노벨/장르소설 제외)는 220종으로 10월 대비 51종이 감소했다. 220종은 2002년 이후 월간 만화 단행본 최저 출간 종수이다. 연간 누적 기준으로도 전년 동기 대비 357종이 감소한 것으로 나타났다.

한편 PC웹툰 서비스 이용률은 하락추세를 이어갔다. 이용통계에 따르면 <네이버 만화>는 609만명, <다음 만화속세상>은 270만명의 순방문자를 기록하며 각각 전월대비 20만, 13만명이 감소했다. 10월의 반등이 반짝 상승에 그치는 모습이다. 스마트폰, 태블릿 PC의 대중화로 인해 웹툰의 모바일 서비스 이용 비중이 높아지고 있기 때문에, PC 이용자 하락세는 당분간 지속될 것으로 예상된다.

○ 음악시장

디지털 음악 종합차트에서는 K팝스타 1기 준우승자인 이하이의 첫 솔로앨범 ‘1,2,3,4’가 1위를 기록했다. 힙합듀오 갱스와 씨스타의 소유가 함께한 ‘Officially missing you, too’는 2위에 올랐고, 실력과 신인 가수 에일리의 ‘보여줄게’는 3위를 차지했다. 오프라인 앨범차트에서는 아이돌 그룹 인피니트의 멤버 김성규의 솔로앨범 ‘Another Me’가 1위를 차지했으나 앨범 판매량은 62,958장에 불과했다. 아이돌 가수의 새 앨범이 1위부터 5위까지의 순위를 모두 차지했으나, 해당 앨범 수록곡 중 종합 20위권에 진입한 곡은 하나도 없었다. 이는 팬덤의 존재유무에 좌우되는 오프라인 앨범 판매시장의 특성을 반영한다.

유튜브 K-POP 조회수 순위(11월 신규등록)에서는 소녀시대의 여섯 번째 일본 싱글 ‘FLOWER POWER’가 960만회 조회수로 1위에 올랐고, 음악 관련 프로그램 시청률에서는 11월 18일 방영을 시작한 ‘K팝 스타 시즌2’가 13%라는 높은 평균시청률을 기록했다. 유튜브 K-POP 누적 조회수에서는 싸이의 ‘강남스타일’이 드디어 10억뷰를 기록했다. 7월 15일에 업로드된 이 뮤직비디오는 12월 22일, 업로드 161일 만에 10억뷰라는 대기록을 달성했다.

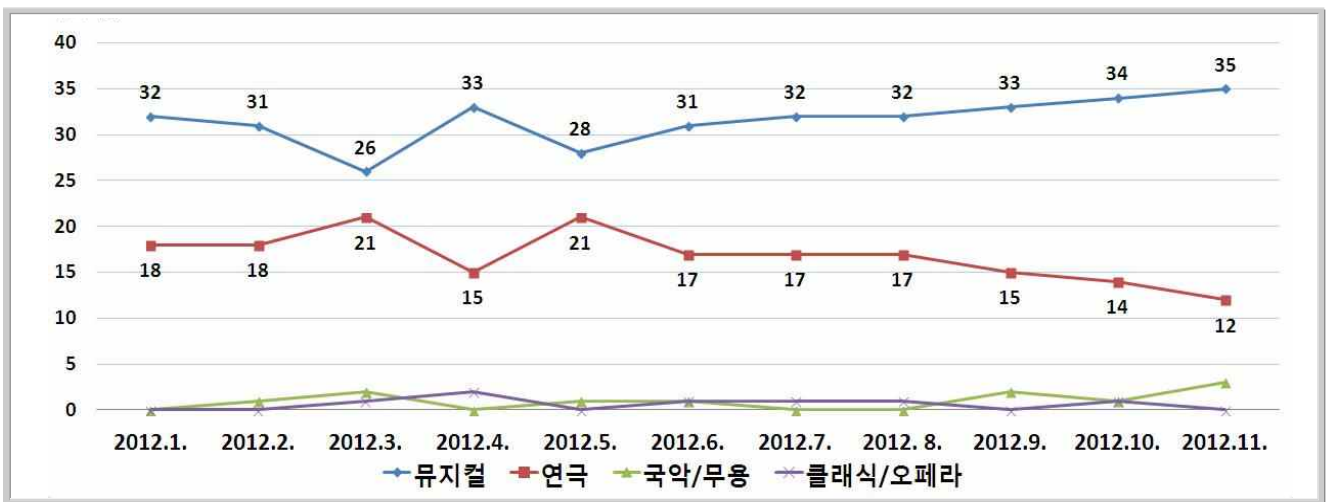
음악 애플리케이션(PC) 11월 이용 현황에 따르면 ‘곰오디오’가 10월대비 18만명이 증가한 319만명으로 1위를 기록했다. 온라인 기반 음악재생 애플리케이션으로는 ‘멜론’이 순이용자 100만명을 넘겼고, 월평균이용시간도 1,765분으로 비교적 높은 것으로 나타났다.

○ 공연시장

11월 공연시장 종합 순위에서는 뮤지컬이 50위권 내에 35개의 공연을 포진시키며 절대적인 강세를 나타냈다. 2차 티켓이 오픈된 '오페라의 유령'이 10월에 이어 티켓 판매 1위를 유지했고, '황태자 루돌프'는 국내 초연임에도 불구하고 관객들의 좋은 평가가 전해지며 2위로 올라섰다. 3위는 초연 당시 토니상과 그라미상을 수상한 바 있는 뮤지컬 '아이다'가 차지했다. 4위 '맨 오브 라만차', 5위 '번개맨의 비밀', 6위 '캐치 미 이프 유 캔' 등 공연종합 6위까지가 모두 뮤지컬이었다.

11월 공연시장 종합 50위의 분야별 분포를 살펴보면 <뮤지컬> 장르가 35편, <연극>은 12편, <국악/무용>이 3편을 순위에 올렸다. 1월부터 11월까지의 누적 분포를 살펴보면 <뮤지컬>이 347편으로 63.1%, <연극>이 185편으로 33.6%를 기록해 두 장르 합계가 전체의 96%를 차지하는 것으로 나타났다.

[그림 1] 공연시장 종합 TOP 50 분야별 분포



* 출처: 인터파크 티켓, 한국콘텐츠진흥원 재구성

○ 게임시장

11월 온라인게임 시장은 '리그 오브 레전드'의 독주로 요약된다. 전월대비 2.31%p 시간점유율이 상승하며 26%를 넘어선 '리그 오브 레전드'는 서비스 1년 만에 한국 시장을 완전히 점령했다. 2위인 '블레이드 & 소울'(11.24%)과의 점유율 격차는 2배 이상이다. 3위를 기록한 '피파온라인2'는 7.80%로 선전했지만 12월 '피파온라인3'의 오픈베타 시작과 함께 이용률은 급감할 것으로 예상된다. 온라인게임 장르별 점유율은 '리그 오브 레전드'의 인기를 등에 업은 <RTS>가 점유율이 2.04%p 상승한 33.12%를 기록하며 1위인 <RPG>를 3.5%p 차이로 바짝 쫓았다. 지금의 추세가 지속된다면 내년 1월에는 <RTS>가 <RPG>의 점유율을 추월할 가능성이 있다. <스포츠>는 10.67%의 점유율로 10월에 이어 3위를 유지했다.

<구글플레이>와 <앱스토어> 무료게임 랭킹은 여전히 카카오톡 게임하기 위주로 펼쳐졌으나 퍼즐장르 위주의 트렌드에는 변화가 생겼다. 대형 게임사의 잇따른 진출과 통런이 힘든 캐주얼 게임의 특성상 이러한 트렌드 변화는 분기별로 계속될 것으로 보인다. <티스토어>에선 <지스타 2012>에서 공개된 '세피라', '제노니아5', '2013프로야구'가 랭킹에 입성했고, 모바일 최초로 한글판 출시된 스케어에닉스의 대표작 '파이널판타지'도 <티스토어>와 <올레마켓>에서 1, 2위에 올라 주목받았다.

○ 영화시장

11월 박스오피스 순위에서는 10월 31일 개봉한 송중기, 박보영 주연의 '늑대소년'이 관객수 618만명을 동원하며 1위에 올랐다. 정재영, 박시후의 주연의 '내가 살인범이다'는 관객 233만명으로 2위를 기록했다. 트와일라잇 시리즈의 마지막편인 '브레이킹 던 part2'은 223만명의 스코어로 3위에 올랐다.

1~11월까지의 연간 누적 박스오피스 매출액은 작년 같은 시기에 비해 약 1,933억 원(17.4%) 증가한 1조 3,039억원으로 집계되었다. 관객수도 전년 동기 대비 약 3,118만명(21.8%)이 증가한 1억 7,415만명을 기록했다. 개봉편수에서는 한국영화 개봉이 전년에 비해 5편이 늘어난 141편이었으며, 관객수는 2,687만 명이 증가하였으며, 한국영화만으로 국내 상영시장에서 처음으로 1만명을 돌파하였다. 외국영화는 25편 증가한 287편이 개봉했고, 관객수는 약 432만명이 늘었다.

○ 애니메이션시장

11월 지상파 채널(EBS 제외) 애니메이션 시청률에서는 KBS 2TV의 '구름빵'이 1위를 차지했다. '상상친구 꾸메꾸메'가 2위에, <2012 대한민국 콘텐츠 어워드>에서 대상을 수상한 '두리몽실 몽게공항'이 3위에 올라 시청률 순위는 10월과 동일했다. EBS에서는 '로보카 폴리', '꼬마버스 타요' 등 국내외에서 작품성 인정받은 우수한 국산 애니메이션이 꾸준히 사랑받고 있다.

어린이/애니메이션 전문채널 시청률 순위에서는 국산 애니메이션 '안녕 자두야2'가 1위에 올랐고, 평균 가구시청률에서는 <투니버스>가 압도적인 1위를 유지했다. 전체 시청률은 0.25%로 10월보다 0.01%p 상승했고, 도달률과 시청시간에서도 타 채널과 큰 차이를 보였다. 2위와 3위는 변동 없이 <카툰네트워크>와 <챔프>가 차지했다.

○ 캐릭터시장

11월 G마켓 캐릭터 상품 중에서는 '또봇'과 '로보카폴리', '꼬마버스 타요' 등 국산 애니메이션 캐릭터 완구의 강세가 지속됐다. 승용완구나 신생아/영아완구, 스포츠완구 부문에서는 다양한 부문에서 국산 캐릭터 상품이 사랑받고 있다.

토이저러스 캐릭터 상품 중에서는 '아이코닉스 빙글빙글 타요 주차장 놀이세트'가 유아완구 분야에서, '개콘 정여사 브라우니(대)'가 여아완구 1위를 차지했다. 교육완구 부문은 블록완구의 대명사 '레고'시리즈가 부동의 1위에 올랐고, '앵그리버드 메가 플링'과 '오로라_로봇피쉬 열대어 시리즈'는 각각 보드게임과 야외완구 부문에서 1위를 기록했다.

○ 방송시장

11월 채널별 시청률에서는 지상파 채널의 시청률은 큰 변동이 없었던 반면, 대선을 한달여 앞두고 시사 보도 프로그램을 집중 편성한 종합편성채널의 시청률이 많이 상승했다. 전체 시청률로는 'KBS1'이 5.8%로 가장 높은 것으로 나타났고, 이어서 'KBS2', 'SBS', 'MBC'의 순으로 집계되어 지상파의 경우 10월과 동일했다. 이에 반해 종합편성채널(JTBC, MBN, 채널A, TV조선) 시청률은 10월 대비 대폭 상승했다. 특히 'TV조선'은 대선 관련 뉴스의 집중편성으로 0.2~0.3%대에 머무르던 시청률이 0.5%로 대폭 상승하며 근래 처음으로 'JTBC'보다 높은 시청률을 기록했다. 'MBN', 'JTBC', '채널A' 역시 대부분 0.1%p 정도의 시청률 상승폭을 보였다.

<표 3> 채널별 평균가구 시청률(5~11월)

| 순위 | 채널 | 시청률 (%) | | | | | | | 순위 | 채널 | 시청률 (%) | | | | | | |
|----|---------|---------|------|------|------|------|------|------|----|--------|---------|------|------|------|------|------|------|
| | | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | | | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 |
| 1 | KBS1 | 5.14 | 5.10 | 5.54 | 6.39 | 5.43 | 5.58 | 5.80 | 9 | 채널A | 0.35 | 0.37 | 0.45 | 0.47 | 0.49 | 0.51 | 0.60 |
| 2 | KBS2 | 4.08 | 4.35 | 4.69 | 5.43 | 4.60 | 4.61 | 4.53 | 10 | TV조선 | 0.28 | 0.29 | 0.30 | 0.32 | 0.32 | 0.34 | 0.50 |
| 3 | SBS | 3.96 | 4.11 | 4.64 | 4.77 | 4.04 | 4.14 | 4.29 | 11 | SBS플러스 | 0.49 | 0.44 | 0.43 | 0.38 | 0.35 | 0.41 | 0.48 |
| 4 | MBC | 3.36 | 3.26 | 3.45 | 4.02 | 3.65 | 3.67 | 3.46 | 12 | KBS드라마 | 0.47 | 0.48 | 0.47 | 0.48 | 0.47 | 0.52 | 0.48 |
| 5 | EBS | 0.73 | 0.68 | 0.71 | 0.67 | 0.68 | 0.70 | 0.75 | 13 | JTBC | 0.44 | 0.48 | 0.40 | 0.40 | 0.38 | 0.37 | 0.47 |
| 6 | MBN | 0.43 | 0.47 | 0.55 | 0.62 | 0.65 | 0.65 | 0.74 | 14 | newsY | 0.28 | 0.27 | 0.30 | 0.34 | 0.35 | 0.35 | 0.40 |
| 7 | YTN | 0.59 | 0.56 | 0.65 | 0.70 | 0.68 | 0.59 | 0.68 | 15 | tvN | 0.39 | 0.45 | 0.47 | 0.53 | 0.43 | 0.37 | 0.38 |
| 8 | MBC드라마넷 | 0.48 | 0.46 | 0.51 | 0.53 | 0.60 | 0.62 | 0.60 | 16 | OCN | 0.34 | 0.33 | 0.32 | 0.32 | 0.33 | 0.31 | 0.30 |

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 13대 전국, 모든 플랫폼 기준

전체 프로그램 가구시청률에서는 10위 내 7개의 드라마가 순위에 오르며 드라마의 강세가 이어졌다. 9월 23.52%, 10월 29.95%를 기록하며 좋은 스타트를 끊었던 주말연속극 ‘내 딸 서영이’는 11월에도 29.85%의 시청률로 전체 프로그램 1위에 올랐다.

종합편성채널/유료채널 프로그램 순위에서는 대선 이슈로 인한 특집성 프로그램들이 대거 순위권에 올랐다. 특히 안철수 후보의 사퇴와 관련된 상황을 정리하는 프로그램들이 강세를 보이며 종편채널들의 시청률을 끌어올렸다.

○ 광고시장

11월 인터넷 노출형 광고는 상위 30개 업체의 매출액이 649억원으로 집계되었다. 이는 601억원을 기록했던 10월에 비해 48억원 증가한 것이다. 노출형 광고시장의 3대 사업자인 ‘네이버’, ‘다음’, ‘네이트’는 각각 32.6%, 30.8%, 15.1%의 점유율을 기록했다. 이에 따른 3개 포털의 점유율 합계는 78.5%에 달하여 10월(76.8%)에 비해 1.7%p 높은 수치를 기록했다.

11월 검색광고시장 광고주 수는 146,000개를 기록했다. 매체별 점유율에서는 ‘네이버’가 전월대비 0.2%p 증가한 39.4%를 기록하며 가장 높은 점유율을 보였다. 전체적인 추이로 보면, ‘네이버’는 1월 대비 8.5%p의 점유율을 높여가고 있고, ‘오버추어-네이버’를 합하면 점유율 50%가 넘는 과점에 가까운 수치를 보이고 있다. 연말에 한국시장에서 철수할 예정인 오버추어는 하락 추세가 이어지고 있다. 오버추어의 점유율 하락과 더불어 네이버의 점유율이 상승하는 반면, 다른 사업자들은 효과를 누리지 못하고 있다.

○ 지식정보시장

11월 웹사이트 종합순위(PC 이용자 순방문자수 기준)에서는 10월에 비해 <뉴스/미디어> 사이트의 순방문자가 다소 감소한 반면, ‘G마켓’, ‘옥션’, ‘11번가’ 등의 온라인쇼핑몰은 소폭 증가했다.

주요 서비스별 웹사이트 순위에서는 ‘네이버’와 ‘다음’의 높은 점유율이 유지되었다. <검색 서비스> 및 <커뮤니티 서비스> 분야에서 ‘네이버’는 75.4%와 61.7%의 시간점유율을 기록했고, <이메일 서비스>에서는 ‘다음’이 42.3%로 강세를 보였다. 2개 포털에의 서비스 편중 현상은 최근 들어 더욱 강화되는 추세이다.

애플리케이션 이용 순위에서는 <멀티미디어 분야>에서 동영상 재생 프로그램인 ‘곰플레이어’의 이용자가 가장 많았다. <P2P 분야>에서는 파일공유서비스 ‘uTorrent’가, <게임 분야>에서는 라이엇 게임즈의 ‘리그 오브 레전드’의 인기가 이어졌다. <기타 분야>에서는 PDF 파일 뷰어 ‘아크로벳 리더’가 1,190만명의 순이용자(일평균이용자 174만명)를 기록하며 1위에 올랐다.

모바일 애플리케이션(스마트폰 및 태블릿용) 순위에서는 카카오톡 플랫폼을 활용한 게임의 선전이 지속되었다. ‘아이러브커피’, ‘애니팡’, ‘드래곤플라이트’, ‘모두의 게임’ 등의 카카오톡 등록 게임들은 앱스토어와 플레이스토어의 매출 상위권을 점유했다. 특히 플레이스토어에서는 매출 상위 10위 중 1, 2, 3, 4위를 포함한 7개의 게임이 카카오톡 연동 게임이었다. 이같이 개별 마케팅을 뛰어넘는 플랫폼의 위력이 입증됨에 따라 앞으로는 막강한 플랫폼을 등에 업고 게임을 출시하려는 경향이 더욱 강해질 것으로 보인다. 더불어 티스토리나 네이버 앱마켓, 컴투스 허브 등 자체 플랫폼을 안착시키기 위한 업계의 노력 또한 보다 치열해질 것으로 예상된다.

○ 주요 방송통신서비스 가입자 현황

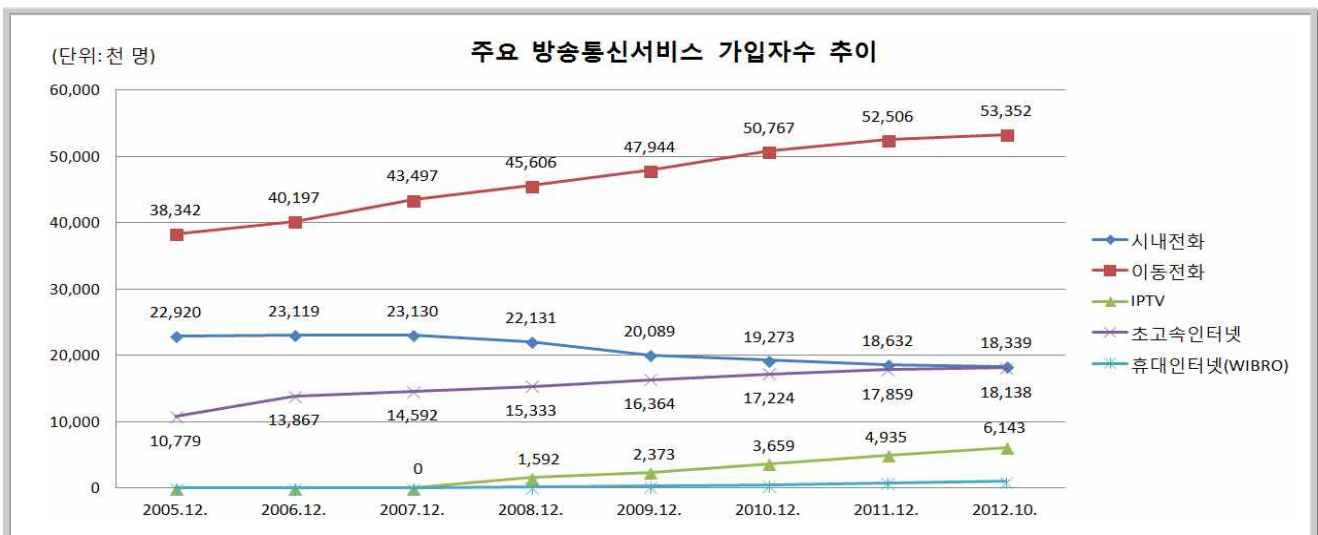
주요 방송통신서비스 가입자는 2012년 10월 말 기준으로 시내전화 1,834만명, 이동전화 5,335만명, IPTV 614만명, 와이브로 101만명을 기록하고 있다. 시내전화 가입자는 점진적으로 감소하고 있는 반면, 이동전화·IPTV·초고속인터넷·와이브로 가입자는 꾸준히 증가하고 있다. 초고속인터넷 가입자수는 조만간 시내전화 가입자수를 추월할 것으로 예상되며, 이동전화 가입자수는 5,335만명으로 국가인구수(5,093만명, 2012년 11월)를 추월하며 증가세가 다소 둔화하고 있지만, 개인이 복수의 기기를 지니는 경우(태블릿 등)가 늘어남에 따라 가입자 증가추세는 지속될 것으로 보인다.

한편 업계에 따르면 12월 26일 기준 국내 LTE 가입자수는 SKT 730만명, LG유플러스 425만명, KT 370만명 등 총 1,525만명인 것으로 알려졌다. 이에 따라 각 통신사들이 연내에 확보할 수 있는 가입자는 1,600만명에 다소 못 미칠 것으로 보이나, 내년에는 2,500만여명에 달할 것으로 보인다. 스마트폰 이용자는 10월 기준 3,141만명으로 전체 이동전화 가입자 중 58.9%에 달하며, 이는 국가인구수 대비 61.7%에 해당하는 수치이다. 또한 2013년 말 스마트폰 보급률은 80%에 이를 것으로 예상되고 있다.

<표 4> 주요 방송통신서비스 가입자(2005 ~ 2012. 10.)

(단위 : 천 명)

| 구분 | 2005. 12. | 2006. 12. | 2007. 12. | 2008. 12. | 2009. 12. | 2010. 12. | 2011. 12. | 2012. 10. |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 시내전화 | 22,920 | 23,119 | 23,130 | 22,131 | 20,089 | 19,273 | 18,632 | 18,339 |
| 이동전화 | 38,342 | 40,197 | 43,497 | 45,606 | 47,944 | 50,767 | 52,506 | 53,352 |
| IPTV | - | - | - | 1,592 | 2,373 | 3,659 | 4,935 | 6,143 |
| 초고속인터넷 | 10,779 | 13,867 | 14,592 | 15,333 | 16,364 | 17,224 | 17,859 | *18,138 |
| 휴대인터넷(WIBRO) | - | 0.9 | 39 | 167 | 316 | 466 | 799 | 1,005 |



* 출처: 방송통신위원회 자료 재구성, 천 단위 이하는 절삭, 초고속인터넷은 9월 기준 가입자