

# 2012. 5. 월간 콘텐츠 시장동향



# CONTENTS

## I. 콘텐츠 이슈 및 전망

01 출판	2
02 만화	7
03 지식정보	10
04 음악	12
05 공연	15
06 게임	18
07 영화	22
08 애니메이션	24
09 캐릭터	25
10 방송	30
11 광고	33

## II. 콘텐츠 시장 통계

01 출판	38
02 만화	44
03 지식정보	50
04 음악	56
05 공연	64
06 게임	68
07 영화	75
08 애니메이션	78
09 캐릭터	84
10 방송	86
11 광고	92

# 콘텐츠 이슈 및 전망





# 01\_ 출판

## 출판시장은 디지털 스마트 환경, 선거, 소비자 트렌드 등으로 변화 징후

- 신간도서 발행종수 감소, 매출과 수익성 악화
  - 교보문고 영업이익률 하락으로 긴축 경영, 6월에 광화문 본사를 파주로 이전할 계획
  - 할인 경쟁의 악순환으로 출판사 및 유통사의 수익 급감, 시장 활력 둔화
- 반면, 전자책 시장은 질적·양적 성장 지속 전망
  - 저가 단말기 확산과 메이저 출판사의 시장 진출, 신규 유통망 확장이 3대 이슈
- 미디어셀러의 강세 트렌드, 베스트셀러 위주 판매 시장 우려
  - 독서율 감소 및 SNS의 영향력과 맞물려 베스트셀러 위주로만 구매 경향 심화
  - 정치적 격변기와 다원화된 이슈의 전환기적 상황에서, 방송·영화나 정치 상황 등 외부 후광효과를 흡수한 TV-스크린셀러와 이슈진단형 도서, 멘토형 스토리텔링 도서 등 휘발성이 강한 감성 미디어셀러가 베스트셀러로 진입하는 사례 증가
  - 소셜 팬덤의 영향력과 맞물려 화제 도서 위주로 구매하는 경향 심화
- 문화부의 2012년 ‘독서의 해’ 지정으로 출판시장 호기 예상
  - ‘책 읽는 소리, 대한민국을 흔들다’를 캐치프레이즈로, ‘2012 하루 20분씩 1년 12권!’을 주요 테마로 하여, 감소세인 독서율을 높이고 전 국민 5%의 독서인구 증가 기대
  - EBS FM은 봄부터 하루 11시간 책 낭독 전문방송으로 재탄생, 오디오북 시장 기반 확대

## 전자책 이슈(1) 저가 단말기 돌풍

- 단말기 가격의 큰 폭 하락, 기존의 1/3 수준
  - 전자책 독서문화 확산과 시장 확대 기대감 고조
  - 1월 17일 교보문고와 아이리버가 ‘스토리K’를 출시, 현재 2만 대 판매
  - ※ 전작인 ‘교보 e리더’는 34만 9천 원 → ‘스토리K’는 종이책 8권 가격인 9만 9천 원



- 2월 15일부터 인터파크에서도 '비스킷'을 소셜 쇼핑몰(티몬)에서 9일간 4천 대 판매
  - ※ 비스킷(39만 8천 원) 라이트 버전(12만 9천 원)을 한시적으로 6만 4천 원으로 대폭인하
- 엔서퍼트는 2분기에 안드로이드 태블릿기반의 10만 원 이하 보급형 출시 예정
- 올해부터 저가 단말기의 시대로 진입
  - 아마존 킨들의 영향으로 가격 저항감 최소화 추세, 보급형 위주 시장 확산
  - 국내 독서 전용(e잉크) 단말기의 보급 수준은 현재 5~6만 대 정도이나, 시장 확대를 위해서는 최소 10~20만 대 이상 되어야 할 것으로 기대
  - 단말기-뷰어-콘텐츠 3박자의 선순환 효과가 나타나면, 전자책 시장의 본격적인 활성화 전망
- 저가 전용 단말기 확산의 중요성
  - 단행본 전자책 시장의 활성화는 구매력이 높은 전용 단말기 이용자의 확산 추세와 직결 (아마존재팬의 국내 진출 가능성이 위협적인 이유)
    - ※ 일본은 킨들 스토어 4월 런칭 예정, 활성화 기대감과 독점적 위치에 따른 우려 공존
  - 반면 스마트 기기는 교육콘텐츠, 실용·장르소설 등 특정 콘텐츠에서 강점
    - ※ 리디북스의 1분기 구매 성향 분석 결과, 태블릿PC는 남성 취향의 자기계발(24%), 인문/사회/역사(22%), 스마트폰은 여성 취향의 소설(35%) 분야를 선호
  - 국내 전자책 시장에서 어떤 기기가 주류가 될 것인지는 글로벌 해외기업의 국내 진출과 맞물려 혼전. 특성화·병존이 전망되나, 향후 몇 년간이 중요한 테스트 베드 시기
    - ※ 미국, 전자책 리더기 시장에서 '킨들' 62% 점유, 태블릿은 '아이패드' 61%, '킨들 파이어' 14%(퓨리서치, The Rise of E-reading, 2012.4)
- 급선무 과제는 고품질 전자책을 위한 '뷰어' 개발과 쾌적한 독서 환경
  - 유통사마다 뷰어의 스펙이 달라 출판사는 각기 다른 양식으로 공급, 제작과정 소모적
  - 대다수 유통사 뷰어는 각주 기능이 없고 확대 화면의 레이아웃 불편, 자동확대가 안 되는 그림 삽화 등의 문제로 제작결과 미흡 수준
    - ※ 주요 인터넷서점 5개사가 합작한 한국이퍼브(k-ePub)는 4월 말 새로운 공용 뷰어(크레마)를 공개, 2분기부터 터치형 전용 단말기를 출시하고 통합 서비스 예정



## 전자책 이슈(2) 메이저 출판사 진입 가속화

### ○ 출판계, 전자책 본격화 선언

- 지난해 유통된 전자책의 90% 이상을 유통사에서 공급했을 정도로 출판사의 참여가 미흡
- ※ 교보문고의 보유 콘텐츠 수는 11만 종으로 아마존의 유료 콘텐츠 수 113만 종, 무료 공유 저작물 200만 종과는 상당한 격차. 특히 국내 ePub 전자책은 5만 종 수준에 불과
- 2월 8일 대표적 단행본 출판사 단체인 출판인회의와 한국출판콘텐츠(eKpc)가 ‘출판, 또 다른 시작-출판계의 전자책 출시 본격화 선언’ 발표
- 출판사와 유통사의 저작권 문제 해결, 전자책 기술 호환성 개선, 출판계가 마련한 서비스 가이드라인 등 전자책 출시 본격화를 위한 기반 마련과 활성화 전략 소개
- ※ eKpc, 주요 61개 출판사가 공동출자한 전자책 제작·유통 대행사로 300개사와 제휴

### ○ 대형 단행본 출판사들이 올해부터 전자책 출간 러시

- 민음사는 ‘스티브 잡스’ 전자책을 3개월 만에 6천 부 판매하여 1분기에 1억 원 이상의 매출을 기록. 스테디셀러인 ‘세계문학전집’ 등 올해 2백 종 이상을 전자책으로 변환 예정
- 문학동네는 유명 작가의 대작을 전자책에 맞는 컬렉션 형식으로 새롭게 구성해 선보일 예정이며, 현재 창비의 ‘엄마를 부탁해’, ‘도가니’를 비롯해 김영사의 ‘스노우맨’ 등 메이저 출판사의 대형 작품들도 속속 전자책으로 출시
- 전송권 계약에 대한 작가들의 태도가 전향적으로 바뀌면서 신간도서는 전자책과 종이책 동시 출간 급증, 구간도서는 단순 변환 제작보다는 종이책을 보완하여 재구성·재가공하는 맞춤형 콘텐츠 제작방식으로 내용과 가격의 다양성 확보 예상
- ※ YES24의 3월 베스트셀러 기준으로 전자책과 종이책 출간일 차이는 약 1.5개월로 전년 동기 대비 3.5개월 감소, 두 차트의 종합 20위권에 5권이 동시 진입

### ○ 삼성출판사는 전자책 사업에 필요한 우수한 기술력과 기획 서비스, 콘텐츠, 운영 노하우의 4대 요소를 성공적으로 융합한 모델을 보여주는 대표적인 사례

- 2012년 1분기에는 동화 콘텐츠를 대폭 보강하고 구글 플레이 스토어에 진출하여 의미 있는 성장세를 기록 중으로 상당수가 글로벌 시장을 겨냥한 영어 콘텐츠
- ※ (콘텐츠 현황) 현재 도서 50여 종과 동화 30종, 울동동요 200여 종, 기타 놀이 및 인터랙티브 10여 종 등이며, 2분기에 도서 100여 종, 동영상 동화 100여 종, 동영상 동요 50여 종, 오디오북 300여 종 신규 추가 예정
- ※ (유통 현황) 현재 앱스토어 70여 종, 티스토어에 40여 종, 구글플레이에 3종이며, 2분기에 각 스토어별로 각각 10~20여 종(대부분 In-App purchase 모델) 추가 출시 예정



- 삼성출판사의 2012년 전자책 예상 매출은 40억 원(2011년 매출은 10억 원), 내수/해외 기준으로 40 : 60으로 금년부터 글로벌 매출이 더 클 것으로 예상
- 현재 스토어별 매출 비중은 애플 : 티스토어 : 구글이 50 : 25 : 25 (2012년 연간 비중은 40 : 20 : 35 예상)이고, 내수/해외 기준으로 애플 : 구글이 40 : 60 / 50 : 50
- ※ 킬러 콘텐츠 <퐁! 인기동요>는 영어교육 니즈를 기반으로 영유아를 타깃팅한 글로벌 서비스로 전체 매출의 90%를 점유

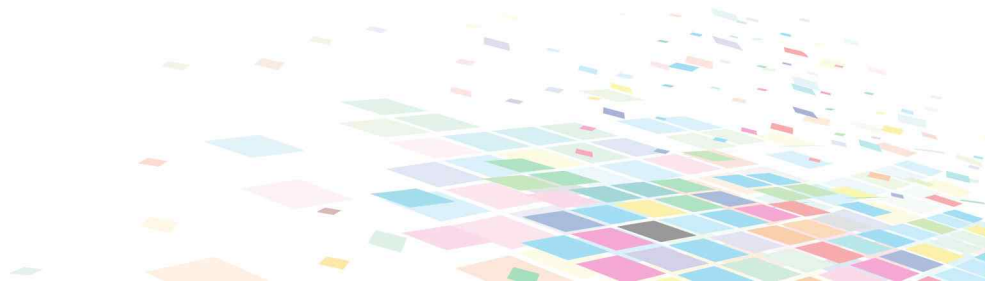
○ 종이책 매출 하락에 따른 보완재로써, 전자책 시장 참여 활발

- 출판사가 시장 참여에 유보적인 시기를 지나 이제는 전자책을 사업을 하지 않을 경우 실익을 놓치게 되는 필수불가결한 환경으로 급변함을 시사
- ※ 영미권 글로벌 출판사는 종이책 매출 하락을 전자책 매출 증가로 수익성 만회
- 글로벌 디지털 생태계 환경에서 국내 출판사가 지속 가능한 출판을 위해서는, 독자와 관계성을 강화하는 융합적 기획과 틈새시장 전략, 상호 신뢰할 만한 플랫폼 구축 필요
- 2분기부터 출판사에서 출시하는 전자책이 양적으로 급증하면서(한국출판콘텐츠 추정, 전년 대비 10배 이상) 콘텐츠풀 확대를 추동력으로 지속 성장 전망

**전자책 이슈(3) 네이버 등 신규 유통망 확대**

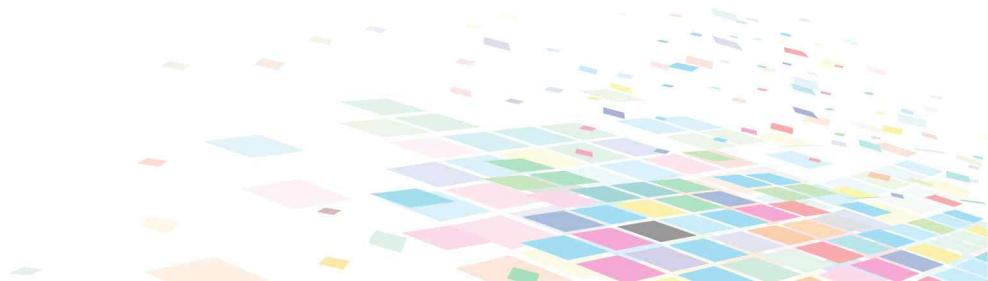
○ 기존 서점 중심의 유통시장에서 현재 20여 개 사로 유통·소비 플랫폼 다변화

- 4월 16일에는 YBM시사와 영풍문고가 합작한 Y2BOOKS가 베타 오픈, 이마트몰과 신세계몰 등 계열사 연계가 예상되는 신세계I&C도 신세계그룹사 내부용으로 오픈. 양사 모두 2분기에 본격적으로 시장 진출 예정
- ※ 현재 교보문고, YES24, 인터파크, 알라딘 등의 온라인서점과 네이버, 삼성전자, 신세계I&C, LG U+, 텍스트어(조선일보) 등의 포털 및 콘텐츠몰, KT, SK네트웍스, 리디북스, 네모이북, 북큐브네트웍스, 메키아(웅진 OPMS), Y2BOOKS, OEBOX 등의 통신사 및 이북스토어를 비롯하여, 2분기에 오픈 예정인 팔라오(인프라웨어), 내일북(내일이비즈), 오이북(링거스커뮤니케이션) 등 신규 유통망이 점차 확장되고 개방 진행
- ※ 교보문고는 오프라인 대표 서점, 티스토어는 결재의 편의성, 리디북스는 TGIF 기반(페이스북 팬페이지 6만 6천 명)을 강점으로 B2C 시장을 견인 확대





- 네이버, 최대 이용자와 호환성 및 편의성을 무기로 전자책 시장 지형 변화 예고
  - 국내 1위 포털 사이트를 운영하는 NHN은 교보문고, YES24, 한국출판콘텐츠 등과 제휴, 그간 집중해온 만화와 장르소설에서 탈피하여 네이버북스에서 4월부터 일반 단행본 전자책 판매 시작
  - 최대 집객력을 활용, 국내 점유율이 가장 높은 안드로이드 기반 서비스부터 점차 다양한 운영체제와 콘텐츠 규모 증대 예정, 모바일 서비스 주도 전략의 일환
  - 차별성과 콘텐츠 확보 정도에 따라 소비자 파급력과 출판사 매출 기여도가 가늠될 전망이며 네이버캐스트 등과 융합될 경우 잠재력이 크나, 콘텐츠 완성도와 뷰어의 수준이 관건
  
- 신규 업체 진출, 전자책 유통 시장의 재편과 성숙에 주요한 역할 기대
  - 2분기부터 가시화되는 대기업의 전자책 시장 진출이라는 상징성에 대한 기대감은 시장 성장과 활력의 기폭제가 될 것으로 주목
  - 저작권 확보 관리 및 제작 활성화로 콘텐츠 공급 확대, 적정 가격과 편의성 개선(결제, 가독성, 호환성)으로 이용자층 확대와 시장 성장 가속화라는 선순환 효과 기대







## 02\_ 만화

### ■ 웹툰의 심의 논란과 사회적 합의

- 웹툰의 폭력성에 대한 부정적인 인식 확산 배경
  - 최근 16세 미만의 청소년들에게 오전 0시부터 오전 6시까지 인터넷 게임사용을 규제하는 <셋다운제>의 논란과 맞물려 인터넷 게임의 유해성 논란 지속
  - 방송통신심의위원회(이하 방심위)는 웹툰 심의계획을 발표(1월 10일)하고, 포털사이트의 23개 작품을 청소년유해매체물로 결정하는 데에 따른 의견서를 제출하라는 공문을 보냄(2월 7일). 23개의 작품 중 15개 작품이 성인인증이 있어야 볼 수 있는 작품

#### [심의 대상 웹툰]

연 재 처	작 품 명
다음 만화속세상	더 파이브, 좌우, 전설의 주먹, 가론피, 땀
네이버	썬놈, 나이트런, 2012 미스터리 단편, 지금 우리 학교는, 프로젝트X, 살인자ㅇ난감, 증거, 의령수, 몽타주, 악연, 우월한 하루, 고향의 꽃, 초록인간
파란	하이스쿨 1학년, 하이스쿨 2학년
야후	헬, 엄마, 데드 오브 데드

- 만화계는 방심위의 웹툰 심의에 대해 ①법적 권한의 문제, ②작품 내용 문제, ③기존 작품이 성인인증절차를 갖췄다는 문제를 지적하고 언론 대응을 펼침
  - 웹툰 독자들의 자발적 지지활동도 함께 확산되어 점차 새로운 매체인 웹툰의 경쟁력의 원천은 자유로운 상상력이고 타율적 심의는 웹툰의 미래를 어렵게 한다는 여론이 형성

▶ 웹툰은 21세기 한국 만화와 정보 인프라가 만나 탄생한 독특한 발명품이다. 일본의 만가, 미국의 코믹스 등 다른 나라에도 만화가 있지만 인터넷을 기반으로 한 만화, 즉 웹툰은 한국에서만 찾아볼 수 있는 문화 콘텐츠다. 웹툰은 기존의 출판만화와 창작·유통·소비 등에서 전혀 다르다. 우리에게 익숙한 ‘만화책’의 경우 작가는 연속되는 페이지를 중심으로 사고한다. 페이지에 칸을 나누어 배치하는 ‘페이지 구성’과 칸 안에 공간과 인물을 배치하는 ‘칸 구성’이 만화 연출의 핵심이다.” (박인하, 《중앙선데이》 2012년 4월 8일~9일자)



○ 문화부 중재로 상호 사회적 합의 도출

- 3월 중순 이후 문화부가 중재에 나서면서 방송통신심의위원회는 업계 자율규제의 의사를 밝혔고, 4월 9일 한국만화가협회를 대표기관으로 하여, 업무협약을 체결
- 업무협약서에 의한 협력사항은 크게 ① 웹툰 정보에 대해 자율규제체계 마련을 위한 상호 협력, ② 민원 등 불만이 제기된 사항에 대해 정보 공유 및 자율조치 등을 위한 협의, ③ 웹툰을 활용한 어린이/청소년의 올바른 인터넷 이용환경 조성·홍보 등 사업 협력, ④ 기타 양기관 간 협력을 위해 필요한 사업 추진
- 이후 만화계와 방심위는 상호 협력을 통해 만화계는 청소년 보호라는 사회적 책임을 수행하며, 방심위는 정보통신망에 유통되는 새로운 만화 콘텐츠인 웹툰이 더욱 발전할 수 있도록 협력과 지원을 계속할 계획. 이를 위해 만화계는 자율심의와 등급제를 위한 국내외 사례 조사 및 연구를 시행하고 있으며, 웹툰작가협회(가칭)를 준비
- 이번 업무협약은 사회적 갈등을 상호 존중과 합의의 정신으로 풀어낸 모범 사례이며, 만화의 사회적 가치를 인정한 뜻 깊은 협약이라 평가. 이후 한국만화계는 보다 근본적 문제 해결을 위해 대안을 연구해 나갈 예정

■ 웹툰의 산업발전 가능성 확인

○ 한국 웹툰의 놀라운 대중성 확인

- 2012년 3월 기준 네이버 웹툰 코너의 한 달 페이지뷰(PV)는 8억 8천 건. 방문자수(UV)는 월 700만 명 선 (《중앙선데이》(265호))
- 이는 PC를 통한 접속자 수만 집계한 것이니 스마트폰과 태블릿PC까지 포함하면 웹툰 인구는 이보다 더 많을 것으로 예상

○ 웹툰의 주 독자층은 어린이가 아니라 20~30대의 성인층이라는 사실

- 다음 홍보팀에서는 웹툰의 주 독자층이 20·30대인 것으로 파악
- 1997년 이후 사라진 성인만화시장이 2000년대 후반 웹툰을 통해 부활한 것이고, 역사적으로 따지면 90년대 만화를 보고 자란 세대가 2000년대 웹툰 독자로 전환한 것으로 보고 있음





- 웹툰의 매체 이식(OSMU: 원소스멀티유즈)은 서브컬처 산업이 아니라 영상 산업으로 진행되는 것이 타당
  - 90년대 일본만화의 완성한 원작만화→애니메이션, 게임, 캐릭터, 피규어로 발전하는 모델보다는 웹툰→영상이 효율적임
  - 즉, 어린이나 청소년 독자의 경우 전통적 서브컬처로의 매체 이식이 효과적이지만, 성인 독자층은 드라마나 영화 같은 영상 소비가 원활하기 때문에 영상으로 매체 이식이 효과적



# 03\_ 지식정보

## 스마트기기 보급 확산 및 이용자 확대

- 스마트폰 기기 보유 비율, 1년 사이 9배 증가
  - 방송통신위원회와 한국인터넷진흥원이 실시한 “2011년 인터넷이용실태조사” 결과에 따르면, 전국 10가구 중 4가구(42.9%)가 스마트폰, 스마트패드 등의 스마트기기를 1대 이상 보유. 2010년 4.9%에 불과했던 가구 스마트기기 보급률이 국내 스마트폰 가입자의 급속한 증가세에 힘입어 지난 1년 새 약 9배가량 크게 증가
  - ※ 조사대상 : 전국 3만 가구 내 만3세 이상 가구원, 조사기간: '11.7.1~9.15, 95%신뢰수준
- 만3-5세 유아의 인터넷 이용률 66.2%로 지난 5년 새 14.8%p 증가, 50대 이용률(57.4%) 앞질러
  - 2011년 7월 현재 만3세 이상 국민의 인터넷이용률은 78.0%, 이용자수는 전년대비 17만 명 증가한 3,718만 명. 연령별로는 10-30대 젊은 층의 인터넷 이용률(99%이상)이 높고, 만3-5세 유아의 인터넷이용률은 66.2%로 지난 5년 동안 14.8%p 증가. 이는 50대 장년층(57.4%)의 이용률보다 8.8%p가 높은 수치
  - ※ 인터넷이용률 : 최근 1개월 이내 인터넷 이용자의 비율

[ 성별 및 연령별 인터넷이용률(%) ]

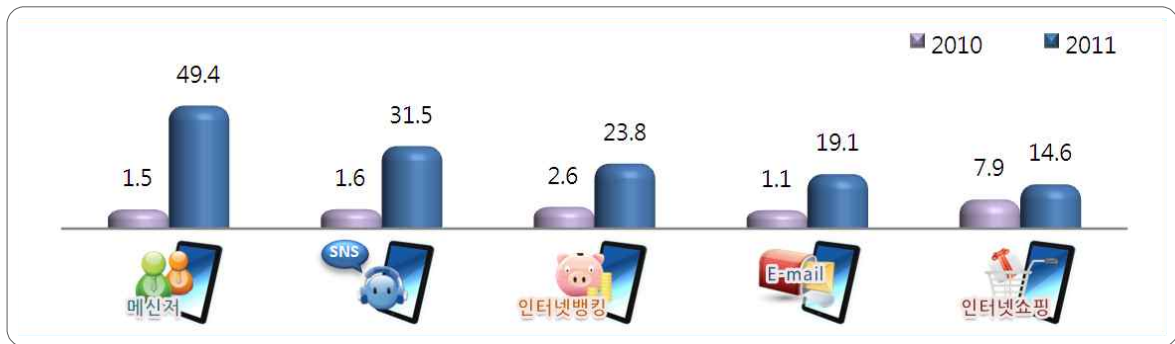


- 가장 보편적인 인터넷서비스는 이메일(85.7%)이고, 다음으로 SNS(66.5%), 인터넷쇼핑(64.5%), 인스턴트 메신저(54.3%), 인터넷뱅킹(42.4%) 순



- SNS 이용률은 66.5%. 이중 25.7%가 ‘하루에 1회 이상’ 이용
  - SNS 이용자의 25.7%가 ‘하루에 1회 이상’ SNS를 이용하고 있으며, 직장인 SNS 이용자 2명 중 1명(58.4%)은 업무용도로 SNS를 이용하는 것으로 조사. SNS를 이용하는 주요 이유로는 ‘친교&교제(85.8%)’, ‘취미&여가 활동(67.6%)’, ‘개인적 관심사 공유(55.0%)’ 순
  - 한편, SNS 이용행동 및 인식과 관련해서는 SNS 이용자의 48.2%는 ‘SNS를 통해 다른 사람의 신상정보를 쉽게 찾거나 얻을 수 있다’라고 응답하였으며, 47.4%는 ‘SNS를 이용하면서 새로운 사람들과 친분을 쌓게 되었다’고 함. 또한, ‘SNS를 통해 얻은 정보는 믿을 만하다’고 응답한 경우도 42.9%였음
  - 인스턴트 메신저 및 SNS 이용자의 각각 49.4%와 31.5%가 스마트폰을 통해 해당 서비스를 이용. 이는 전년대비 각각 47.9%p와 29.9%p가 증가한 것. 인터넷뱅킹(23.8%), 이메일 이용(19.1%), 인터넷쇼핑 이용(14.6%) 수치도 각각 21.2%p, 18.0%p, 6.7%p 증가

[ 스마트폰을 통한 인터넷서비스 이용현황(%) ]



- 소셜커머스 이용률 9.3%, 월 평균 2.1회, 주 이용자는 20대(20.4%), 여성(10.7%)
  - 소셜커머스 이용률은 9.3%며, 월 평균 2.1회를 이용하며, 주이용 고객은 20대(20.4%) 및 여성(10.7%)인 것으로 조사. 주된 구매 품목은 음식점, 커피숍 등의 ‘외식(55.3%)’ 상품이며, 다음으로 ‘패션(44.4%)’, ‘문화공연(39.2%)’, ‘미용(20.9%)’ 상품 등의 순
  - 소셜커머스 이용자의 41.7%가 소셜커머스에 대해 전반적으로 만족한다고 응답. ‘상품&서비스 가격’에 만족하는 경우가 60.4%로 가장 많음
  - 소셜커머스 이용시 10명 중 6명(60.6%)이 ‘정상구매 상품&서비스와 차별 대우(18.6%)’, ‘구매 취소나 교환&환불 안 됨(18.2%)’, ‘과대 판매로 인한 예약불가 및 수량부족(17.6%)’ 등의 불편이나 피해를 경험한 것으로 조사됨



# 04\_ 음악

## 음원시장의 지각변동 '총량제' 본격 도입 논의

### ○ 음원 총량제 도입 논의 본격화

- 2000년대 중후반까지 정액제를 기반으로 한 디지털 음원시장이 꾸준히 성장하여 왔으나, 음원 유료가입자수 300만 명을 기점으로 증가세 둔화

※ 로엔엔터테인먼트, CJ E&M, 네오위즈인터넷, KT뮤직은 음원유통과 온라인 음악서비스를 겸하고 있어 디지털 음악시장에서 60% 이상의 시장점유율 기록

### [국내 인터넷 음악사이트의 상위 10사 점유율]

(단위: 천 명, 천 건, %)

사이트	방문자수	비율	페이지뷰(PV)
멜론(melon.com)	6,187	38.24	134,927
엠넷닷컴(mnet.com)	3,567	22.04	84,502
벅스(bugs.co.kr)	2,872	17.75	62,711
올레뮤직(dosirak.com)	1,424	8.80	44,706
소리바다(soribada.com)	1,110	6.86	25,194
뮤직소다(musicsoda.co.kr)	342	2.11	863
달(dal.co.kr)	315	1.95	1,804
몽키3(monkey3.co.kr)	203	1.25	3,201
3355뮤직(3355music.com)	117	0.72	2,439
송사리(songsari.com)	46	0.28	320
합계	16,183	100	360,667

\*닐슨코리아클릭(2011.12.31) : 유료화 전환 후 순위

- 기존 정규앨범 발매 위주의 시장에서 1~2곡의 디지털 싱글 발매 위주로 시장이 변화되면서 동일 기간 내 발매되는 앨범 수가 폭발적으로 증가
- 스마트폰 보급 및 무선망 발달로 인한 스트리밍 서비스의 가치 변화로 현 정액제 상품의 낮은 단가(건당 과금의 최고 90% 할인율이 적용)에 대한 창작자들 불만 증가

#### ▶ 국가별 노래 1곡당 다운로드 가격

미국 1,130원(99센트), 영국 1,730원(99펜스), 프랑스 1,890원(1.29유로), 일본 2,960원(200엔), 한국 60원(9,000원의 150곡 패키지 구매시) 또는 125원(5,000원의 40곡 패키지 구매시)



○ 음원 종량제에 대한 관련 사업자들의 견해

- 음악 권리자 : 음악신탁 3단체(한국음악저작권협회, 한국음악실연자단체연합, 한국음원제작자협회) 및 음반 유통/제작사들은 대부분 음원 종량제 도입에 찬성
- 서비스 사업자 : 대부분의 서비스 사업자들도 음원 종량제 도입에 찬성하나, 급격한 가격 상승으로 인한 소비자 이탈 및 불법 서비스로의 풍선효과 등을 의식해 현행 가격 체계는 유지하고 가격을 상승시키거나, 종량제와 정액제를 혼합시키는 홀드백 서비스(Hold back service : 신곡 발매 후 일정기간동안에는 종량제에서 판매 후 정액제로 이동시키는 서비스 개념) 제안하고 있는 실정

○ 향후 정액제 상품 위주의 음원시장을 개선하고 스마트 환경에 적합한 다양한 서비스 출현 기반 조성 추진 중

- 문화부는 음악저작권신탁관리단체 3단체 전송사용료 징수규정 개정안에 대해 공청회 및 저작권위원회 심사 거쳐 5월중 징수료 개정 승인 예정

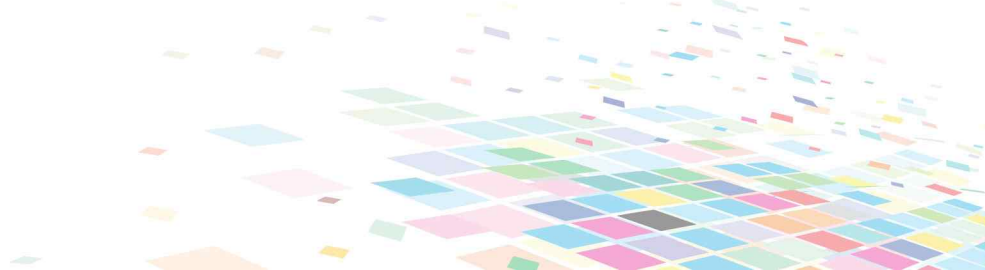
▶ **주요 내용**

- \* 주문형 스트리밍/다운로드 서비스 등에 대한 종량제 도입. 다만 주문형 배경음악 서비스 등은 현행 체계 유지
  - 스트리밍과 다운로드 서비스 요율간 형평성 제고
  - 다운로드의 경우 다량 이용에 대한 할인 고려
  - 미리듣기 서비스 존치, MP상품의 할인 존치, 홀드백 적용여부 등

- 향후 음원 사용료 징수규정 개정 논의는 소비자 선택권을 확장할 수 있는 다양한 상품개발이 가능한 종량제 도입을 전제로 음원 서비스 가격의 소프트 랜딩을 위한 적정 수준의 징수료 수준을 정하는 방향으로 이루어질 가능성이 높음

**■ K-POP의 중남미 음악시장 진출**

- 2012년 3월 JYJ가 칠레 산티아고에서 성공적으로 공연을 마무리하는 등 K-POP의 중남미 진출이 꾸준히 증가하고 있음
  - 아르헨티나, 브라질 등 남미 각국에서도 한류 팬들이 찾아와 공연에 기여
  - JYJ 공연 당시 음향장비 미비 등 중남미 현지 공연장 활용에 한계가 있었으나 팝의 최대시장인 미국에서 중남미 이민자의 숫자가 급격하게 늘어나는 등 향후 세계 팝 시장에서 K-POP 영향력 확대에 중남미 시장이 중요한 역할을 할 것으로 기대되고 있음



I. 콘텐츠 이슈 및 전망



- 최근 브라질 상파울루에서 유나이티드 큐브 합동 콘서트가 성공적으로 마무리되었으며, 3월 비스트가 월드투어 일정에 중남미를 포함시키기로 발표
  - SM엔터테인먼트도 슈퍼주니어의 남미 공연을 검토 중인 것으로 알려지는 등 중남미 진출 또한 지속적으로 확대되고 있음
  
- 최근 CJ E&M은 K-POP의 시장확대를 위해 국내 6개 음반기획사들과 협력해 글로벌 콘서트 브랜드 'M-Live'를 런칭함. 큐브엔터테인먼트, FNC뮤직, 정글엔터테인먼트, 아메바컬처, 제이튠엔터테인먼트, 스타제국이 참여함
  - 최근 주요 기획사가 유럽, 미국, 중남미 등에서 잇달아 공연을 성공시키며 K팝의 세계화를 선도하고 있지만 중소기업사들은 해외 시장에 대한 정보 부재, 공연 시 발생할 수 있는 법률 분쟁 소지 등 각종 리스크에 대한 대응력 부족 등 여건 미비로 일본 등 접근이 용이한 일부 지역을 제외하고선 진출이 활발하지 못함







## 05\_ 공연

### 2012년 1분기, 뮤지컬 선두 속 클래식/오페라/무용 성장, 콘서트/연극 주춤

- 2012년 1분기 공연시장 매출액은 전년 동기 대비 12.6% 성장, 뮤지컬은 30% 증가
  - 2011년이 콘서트가 공연산업을 주도했던 한 해였다면 2012년은 뮤지컬이 시장을 주도할 것으로 예상
  - ‘엘리자벳’, ‘닥터지바고’, ‘캐치미이프유캔’ 같은 대형 라이선스 뮤지컬 신작 초연 및 ‘노트르담드파리’ 오리지널 투어 공연 등에 힘입어 1분기 시장 데이터에서 뮤지컬 장르가 전년 동기 대비 30% 매출액 성장. 이러한 추세는 5월말 개봉되는 기대작 ‘위키드’ 오리지널 투어를 필두로 2분기에도 이어질 것으로 예상
  - 한편 1분기 랭킹 10위권에는 ‘광화문연가’, ‘서편제’, ‘영웅’ 등 국내 창작 뮤지컬이 3편(예년의 경우 1~2편)이나 포진하고 있어 향후 창작 뮤지컬의 선전이 기대. 아울러 작년 하반기 신규 개관한 블루스퀘어와 디큐브아트센터 공연들이 대거 Top 10에 진입하면서 국내 ‘뮤지컬 전용관 시대’의 새로운 장을 연 것으로 평가
- 클래식/오페라/무용 장르도 호조, 클래식은 16%, 무용/전통은 128% 성장
  - 클래식계는 특별한 이슈 없이도 전년 동기 대비 16% 내외의 견조한 성장세. 2012년 1분기는 ‘유키 구라모토’, ‘어쿠스틱 카페’ 내한공연이 1, 2위에 오른 것과 대중가수로는 몇 년 만에 예술의전당 무대에 오른 조영남 음악회(3위)가 눈에 띄는 정도
  - 2012년 1분기 가장 큰 성장세를 보인 장르는 무용/전통 분야로 128%에 이름. 특히 국립발레단과 유니버설발레단을 필두로 정통 또는 모던 발레 공연들이 10위권에 포진한 가운데 강수진&슈투트가르트발레단의 공연 ‘까멜리아 레이디’도 3위에 랭크
- 콘서트는 -7%, 연극은 -13% 장르는 소폭 감소
  - 2011년 연말까지 폭발적 성장세를 보이던 콘서트 장르는 2012년 1분기 들어 7% 가량 매출액이 하락. 2011년 ‘썬시봉 열풍’과 조용필, 이문세, 이승철 등 대형가수의 전국투어, ‘나가수 신드롬’ 등에 비해 올해는 그만한 콘텐츠 공급이 부족. 2분기에도 콘서트 장르는 작년에 비해 성장세를 보이긴 어려울 것으로 예상
  - 대신 올해 1분기엔 대형 해외 아티스트인 레이디가가, 제이슨 므라즈의 내한공연과 비스트, 인피니트 등 아이돌 공연, 그리고 신화, Nell 등의 컴백 콘서트 등이 활약할 것으로 기대





- 연극 부문은 2008(下)~2010(上) 공연시장 불황기에 비교적 선전했던 것에 비해 작년 하반기 이후 시장 활황기엔 오히려 정체. ‘연극열전’, ‘무대가 좋다’와 같은 기획 시리즈가 다소 주춤한 가운데 연극 장르는 전년 동기보다 13% 내외 감소
- 작품별로는 그간 1위 자리를 양분했던 ‘라이어’와 ‘보잉보잉’을 밀어내고 1위에 오른 ‘옥탑방고양이’의 선전이 가장 돋보이는 가운데, 전체적으로 코믹물들이 상위권을 싹쓸이 하는 장르 편중 현상이 아쉬움

## 창작 뮤지컬 지원을 통한 한류의 확산 모색

### ○ 최근 한국 창작 뮤지컬의 수출시대가 도래

- 뮤지컬 ‘쓰릴미’, ‘파리의 연인’, ‘스트릿 라이프’, ‘빨래’ 등의 작품이 일본어판으로 제작, 라이선스 판권을 일본에 수출 또는 협의 중에 있음(일본 뮤지컬 시장 진출은 라이선스 수출과 투어 공연으로 나뉨. 일본 뮤지컬 시장은 연 관객 약 600만 명으로 한국 시장보다 3배 이상 많으며, 평균 입장료도 높음. 시장규모는 9500억 원으로 국내시장보다 5배 이상 큼)
- 뮤지컬 ‘빨래’의 경우 라이선스 판권을 일본에 수출하여 지난 2월부터 도쿄의 한 극장에서 일본어로 공연. 드라마를 원작으로 한 뮤지컬 ‘파리의 연인’은 한국 초연공연이 오르기 전부터 일본 제작사 측과 수출협의를 진행
- 뮤지컬은 음악적인 요소와 극적인 요소 등 문화산업의 특성과 부합되는 무대 예술이란 점에서 기존 한류 드라마와 K-POP을 잇는 새로운 수익창출의 모델로서 긍정적인 것으로 예상

### ○ 창작뮤지컬 지원계획 발표

- 정부는 지난 3월 27일, 창작뮤지컬 지원계획 발표. 창작뮤지컬 지원사업을 통해 국내 뮤지컬 시장의 불균형을 개선하고 신한류 콘텐츠로 주목받는 뮤지컬의 해외 진출을 위해 30억 원을 지원한다는 것이 주요 골자임. 이번 정책은 K-POP 등 대중문화 중심의 한류를 문화 전반에 걸친 K컬처로 이어가겠다는 전략의 일환으로, 문화산업 특성과 가장 잘 부합되는 창작 뮤지컬을 주요 정책 대상으로 설정한 것으로 보임
- 한류의 지속적 확산을 위한 정부지원이 뒷받침되어야 한다는 주장과 한류를 상품화하여 생산·유통·판매 과정에서 정부가 개입하는 것에 대한 부정적인 인식이 엇갈리고 있는 시점에서 나온 정책이어서 지원의 효과성에 대한 귀추가 주목됨



○ 2011년 공연 티켓 구매자 동향 (P67 참조)

- 예술경영지원센터에서 발간한 <2011년 공연예술 경기동향 조사보고서>에 따르면 2011년 공연 티켓 구매자(인터파크) 중 20대가 41.69%, 30대가 31.96%로 전체의 73.65%를 점유(10대 8.08%, 40대 14.19%, 50대 3.54%, 60대 이상 0.55%)
- 공연 세부 분야별로도 20대와 30대가 차지하는 비중이 압도적임. 콘서트와 연극의 경우 20대 구매자 비율이 각각 43.3%, 57.5%를 차지하고 있으며, 뮤지컬·클래식/오페라·무용/전통예술에서는 30대가 가장 높은 비율을 나타냄
- 전체 티켓 구매자 중 여성이 전체의 63%를 차지하여 남성(37%)에 비해 훨씬 높은 수치를 기록



## 06\_ 게임

### ■ 게임산업에 대한 규제 강화로 게임업계 위축

- 게임에 대한 부정적인 인식 확산과 여가부·문화부·교과부 등 정부규제로 게임업계 혼란
  - 규제의 핵심인 섯다운제는 부모의 주민등록번호 도용 등 회피수단이 많아 실효성이 없는 것으로 밝혀지고 있음
  - 부정적인 이미지 확산을 우려한 게임사들이 게임 과몰입 방지에 대한 구체적 대응을 시작
- 섯다운제로 인한 게임사들의 동향
  - 게임사 2곳이 섯다운제 위반으로 고발
  - 섯다운제를 피하기 위해 의도적으로 18세 미만 등급 신청을 피함(성인 등급 비율이 18%에서 35%로 두 배 상승. 일부러 욕설을 넣거나 폭력성 강화시켜 성인 등급을 받으려 함)
- 규제의 일원화 필요
  - 사실상 섯다운제 하나라도 게임과몰입 예방 기능을 수행할 수 있으므로 구체적인 데이터를 근거로 섯다운제를 일원화할 필요

### ■ 인수합병으로 인한 게임사의 대형화

- 대형 퍼블리셔들의 중규모 개발사 인수 활발
  - 엔씨소프트, 엔트리브 인수 및 넥슨, 제이씨 지분 추가 확보로 인한 경영권 확보
- 활발한 인수 합병의 배경
  - ‘피파온라인2’, ‘서든어택’ 등 인기 게임의 퍼블리싱 연장계약 문제가 발생하면서 자금력이 충분한 대형 게임사들이 퍼블리싱 계약보다 개발사 인수가 안정적이라고 생각하게 됨
  - 대형 퍼블리셔들의 과도한 마케팅 경쟁으로 인해 현금이 부족한 중소 게임사 대표들의 부담감이 커짐



○ 스마트폰 개발사 투자 확대

- 온라인 게임 개발 능력을 가진 우량 개발사들은 대부분 인수합병된 상태이므로, 온라인 게임 개발사 관련 소식은 당분간 나올 가능성이 낮음
- 대신 폭발적인 성장을 하고 있는 스마트폰 어플리케이션 시장에 대한 관심이 높아지고 있으므로, 스마트폰 어플리케이션 개발사에 대한 투자가 확대될 가능성이 높음

○ 게임사 매출 격차 심화

- NHN, 엔씨소프트, 넥슨, 네오위즈게임즈 등 상위 4곳과 이하 게임사들의 매출 격차가 심해짐
- 활발한 인수합병으로 인해 중소 게임사가 점점 줄어들고 있음. 상위 게임사들은 더욱 커지고, 중소 게임사들은 점점 더 줄어들어 대형 게임사가 게임 시장 전체를 좌지우지하는 분위기로 흘러가고 있음
- 안정적인 시장 발전을 위해서는 중소 게임사 보호가 필수적이므로, 중소 게임사들의 해외 진출 지원 확대가 필요

■ 해외 게임들의 국내 시장 진출 가속화

○ ‘리그 오브 레전드’, ‘리프트 온라인’, ‘디아블로3’ 등 해외大作들의 공습

- 해외大作들의 연이은 국내 진출로 국내 개발사들 긴장
- 해외大作들의 출시시기를 피하기 위해 계획된 출시 일정을 바꾸고 있음





- 중국 게임사들의 활발한 한국 진출
  - 한국 웹게임 시장이 커지면서 중국 게임사들이 한국에 지사를 설립하고 직접 서비스를 진행하는 경우가 많아지고 있음
  - 웹게임은 온라인 게임에 비해 마케팅 규모가 현저히 작기 때문에 직접 진출에 대한 부담감이 적음. 쿤룬코리아처럼 웹게임으로 한국에 진출을 해서 안정화되면 온라인 게임 서비스도 시도하는 형태로 발전해나갈 것으로 예측
  
- 소니의 PS비타와 닌텐도3DS가 국내 정식 발매됨
  - PSP와 닌텐도DS는 국내 게임시장에 엄청난 영향력을 발휘했지만 새로운 게임기에 대한 기대감은 낮은 상태임
  - 스마트폰으로도 다양한 게임을 즐길 수 있어 휴대용 게임기에 대한 니즈가 줄어들었으며, 아직 발매 초기인 만큼 즐길 수 있는 게임의 수도 많이 부족함
  - 스마트폰에 비해 가격대비 활용도가 떨어져 앞으로도 휴대용 게임기 시장이 확대될 가능성은 현저히 낮음

## ■ 스마트폰 게임 시장의 폭발적인 성장으로 인한 게임시장 트렌드 변화

- 오픈마켓 개방으로 스마트폰 게임 시장 확대
  - 온라인 게임의 부분유료화 시스템을 스마트폰 게임에 적용하면서 스마트폰 게임의 매출이 온라인 게임 수준으로 향상
  - SNG(소셜 네트워크 게임)이 평소 게임을 즐기지 않던 여성들까지 고객으로 끌어들이는 것이 시장 확대를 더욱 가속화
  - 그동안은 스마트폰 전문 게임 개발사들의 게임 위주였지만 대형 퍼블리셔들이 올해 초를 기점으로 스마트폰 게임 시장에 직접적으로 뛰어들고 있음



## ■ 디아블로3의 발매로 인한 국내 온라인 게임 타격 예상

- ‘디아블로3’의 높은 흥행 가능성
  - 현재 게이머들의 반응이나 예약판매 현황으로 볼 때 ‘디아블로3’의 성공 가능성이 대단히 높은 편임
  - 20~30대는 대부분 ‘디아블로3’에 대한 향수를 가지고 있으므로 발매일인 5월에는 성인 대상의 온라인 게임들이 대부분 동시접속자에 직접적인 타격을 받을 것으로 예상
  - ‘디아블로3’의 현금 경매장 문제가 아직 말끔히 해결되지 않았으므로 이에 관련된 논란이 또 다시 일어날 가능성이 높음. 만약 이것이 허가된다면 대부분의 온라인 게임사들이 현금 경매장 추가를 고려할 것으로 예측

## ■ AOS와 스타크래프트2로 인한 e스포츠 시장의 변화

- AOS 장르<sup>1)</sup> 새로운 e스포츠 기대주 등극
  - ‘리그 오브 레전드’의 성공적인 데뷔로 AOS 장르가 새로운 인기 장르로 등극
  - 온게임넷이 ‘리그 오브 레전드’ 리그에 뛰어들면서 지지부진한 ‘스타크래프트2’ 대신 ‘리그 오브 레전드’가 e스포츠 시장의 새로운 대안으로 떠오름
  - ‘리그 오브 레전드’로 AOS 장르의 흥행성이 검증되면서 게이머들이 앞 다투어 새로운 AOS 게임을 선보이고 있음(‘HON’, ‘킹덤 언더 파이어 온라인’, ‘킹 오브 파이터즈 온라인’ 등)
- ‘스타크래프트2’의 e스포츠 정식 종목 등록 전망
  - 지적재산권 문제로 지속적인 갈등을 보이던 블리자드와 e스포츠 협회가 극적으로 타협
  - 한동안 ‘스타크래프트1’과 ‘스타크래프트2’를 동시에 운영하면서 자연스럽게 ‘스타크래프트2’로 전환될 것으로 전망

1) AOS 게임은 대전액션과 공성전(상대방의 건물을 공략하는 게 목적인 게임장르)이 결합된 게임 장르로 스타크래프트의 유즈맵 "Aeon of Strife"에서 유래되었다. 대표적인 게임으로는 워크래프트 3의 유즈맵인 DOTA와 카오스, 스탠드 얼른 게임인 DOTA 2, 블리자드 DOTA, 리그 오브 레전드, 사이퍼즈, 카오스 온라인, 스타크래프트2의 시티가 있다.



## 07\_ 영화

### 2011년 한국 영화시장 수익 개선

- 영화진흥위원회가 발표한 <2011년 한국 영화산업 결산>에 따르면, 2011년 한 해 동안 흥행 수입이 1조 2,362억 원을 기록
  - 2011년 흥행 수입인 1조 2362억 원은 2010년 1조 1,514억 원에 비해 7.4%가 증가한 수치로 역대 최고치를 경신
  - 2011년 한국영화 시장점유율은 2007년 이후 50%를 넘어섰으며 2011년에는 52%로 나타남. 그러나 개봉 스크린수는 1,982개로 2천 개 이하로 감소
  - 한국영화의 수익률은 잠정 집계 결과 -4.6%로 나타나 2008년 -43.5%로 저조한 수치를 기록한 이후 꾸준히 개선된 것으로 드러남. 손익분기점을 넘은 영화는 150여 편 중 16편이며 100% 이상의 수익률을 기록한 작품은 9편으로 나타남
  - 한국영화 완성작의 수출액은 총 1,582만 8,662달러로 2010년에 비해 16.5% 증가했으며 수출편수는 366편을 기록
- 스마트폰, 태블릿PC 등의 보급 확대에 따른 콘텐츠 수요 증가, 불법 다운로드에 대한 규제가 더욱 효과적으로 작동하는 등 부가관련 시장을 둘러싼 환경은 개선
  - 부가관련 시장의 매출은 총 1,411억 원으로 추정되었으며 이 가운데 IPTV 910억 원, VOD 440억 원, 모바일 61억 원을 기록함. 2005년 5천 6백억 원 규모에 비하면 4분의 1 수준으로 규모는 작지만 최근 개선되고 있는 것으로 알려짐
- 2012년 3월 23일 중국에서 현빈, 탕웨이 주연의 '만추' 개봉
  - '만추'는 개봉 3일 만에 2천 5백만 위안에 달하는 흥행기록을 세움
  - 한국에서 '만추'의 관객 동원 기록은 약 84만 명으로 부진했지만 중국에서는 인기를 이어가며 곧 100만 명의 관객을 넘어설 것으로 보임
  - 이외에도 '아저씨', '7광구' 등 한국 영화가 중국에서 개봉되어 성과를 거둠. 또한 지난 3월 8일 미국의 디멘션 필름(Dimension Films)은 원빈이 주연한 영화 '아저씨'의 리메이크 판권을 CJ E&M으로부터 사들였다고 보도
  - '아저씨'는 지난 2010년 개봉해 총 624만 명의 관객 동원





## 이슈 & 이슈

### 영화 OST의 음악저작권료 징수 문제

#### ▶ 갈등 배경

- 지난 2010년 말부터 한국음반저작권협회(이하 음저협)은 극장들을 상대로 영화관에서 협회에 등록된 노래가 삽입된 영화가 상영될 경우 저작권료로 극장매출의 1%를 내야 한다고 주장
- 영화가 음악을 활용한 새로운 창작물로서 배포·상영권을 포함하고 있다는 영화계와 복제권만 인정했을 뿐 극장에서 상영할 때 공연에 대한 저작료를 지급해야 한다는 음악계의 입장이 첨예하게 대립

#### ▶ 음악계 입장

- 음저협의 <음악저작물 사용료 징수규정 제39조 1항>에 따르면 “영화관 등에서 상영을 목적으로 제작되는 영상물의 복제사용료는 사용자와 협의하여 정한다”고 규정. 따라서 영화상영중 음악이 틀어질 때 ‘공연권 사용료’를 별도로 받도록 2010년 10월 특약조항을 신설
- 소설·각본·미술 저작물 또는 음악 저작물 등의 저작재산권은 영상저작물의 이용을 위한 필요한 권리가 영상제작자에게 양도된 것으로 추정하는 규정에 영향을 받지 않은 권리로서 영상물 제작에 사용된 음악저작권을 복제권, 공연권, 전송권으로 분리 징수할 수 있음
- 문화부는 음저협의 신청에 따라 심의를 거쳐 2012년 3월 15일 <저작권 개정안>을 승인. 이에 따라 영화음악과 관련해 공연권 사용료로 입장료 수입에서 한 곡당 ‘해당영화의 상영수입에서 최소 0.06%’를 음저협에 제공
- 하지만 이번 개정안에 포함되지 않은 ‘공연 사용료’ 때문에 논란이 대두될 조짐임. 그간 음저협은 1년 5개월 여 동안의 사용료 소급 적용을 주장했음

#### ▶ 영화계 입장

- 기존 <사용료 징수규정 제34조 제1항>에 의하면, “영화관 등에서 상영을 목적으로 제작되는 사용료”임을 명시하고 있음. 즉, 기존의 영화제작 분야에서 음악저작물의 사용 계약에는 복제권만이 아니라 배포·상영·방송·전송 등을 포함하고 있는 것임
- 영화는 음악만이 아니라 다양한 저작물과 제작과정에서의 연출·연기(초상권 포함)·조명 및 촬영 등 다양한 창작활동이 결합된 하나의 창작물로 <저작권법>상의 영상저작물 특례조항은 영상저작물의 창작 및 유통 활성화를 위해 영상저작물의 이용을 위한 필요한 권리를 영상제작자가 양도받는 것으로 추정하도록 규정하고 있음
- 영상저작물 창작에 이용된 소설·각본·미술·음악 등의 저작물에 대한 권리를 이용형태에 따라 분리하여 권리를 행사하도록 할 경우 영상저작물의 창작 및 유통에 제한이 발생할 것이며, 그에 따라 국내 영상물 제작 활동이 위축될 것임



# 08\_ 애니메이션

## 국산 애니메이션 신규편성 의무 확대 시행

- 국산 애니메이션 총량제 실시에 따라 국내 애니메이션산업의 매출액 증가와 창작 애니메이션의 노출 확대 예상
  - <방송법> 71조 개정(2012. 1. 17. 공포)에 따라 국산 애니메이션 신규편성 의무(국산 애니메이션 총량제)가 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자(종편채널) 및 일정 비율 이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자(애니메이션 PP)로 확대 시행
  - 방송채널 사용사업자의 매출액, 시청률을 고려하여 국산 애니메이션 신규 편성 의무비율을 방송통신위원회에서 규정할 예정
  - 국산 애니메이션의 방송수요를 확대하여 창작 애니메이션 생산에 기여한 국산물 총량제의 확대 실시에 따라, 종편채널 및 애니메이션 전문 PP를 통한 창작 애니메이션의 소비자 노출 확대에 기여할 것으로 기대
  - 국내 제작 애니메이션 편성의 경우 지상파방송사업자는 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 45%, 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자, 방송채널사용사업자는 35%를 방영하도록 기존 방송법에 고시되어 있음
  - 지상파 TV의 애니메이션 비(非) 유효시간대 편성과 같은 문제점을 보완하여 애니메이션 주요 시청시간대 편성을 유도하고, 다양한 창작 애니메이션이 종편채널과 애니메이션 전문 PP를 통해 시청자에게 노출될 수 있도록 하는 애니메이션 산업과 방송사업자 상생의 노력이 필요
- ※ 현행 고시에서는 평일 7~9, 17~20시, 주말/공휴일 7:30~11시, 14~20시 애니메이션 편성에 대해서는 150%를 인정해 주고 있음

[ 방송사별 국내 및 애니메이션 방영 시간 (2010년 기준) ]

방송사	국산 애니메이션	해외 애니메이션	전체 애니메이션
KBS1	4,540 (96.19%)	180 (3.81%)	4,720 (100%)
KBS2	7,710 (66.52%)	3,880 (33.48%)	11,590 (100%)
MBC	5,485 (100.0%)	-	5,485 (100%)
SBS	7,665 (100.0%)	-	7,665 (100%)
EBS	20,710 (25.57%)	60,280 (74.43%)	80,990 (100%)
애니맥스	146,540 (27.88%)	379,060 (72.12%)	525,600 (100%)
애니박스	126,420 (26.94%)	342,840 (73.06%)	469,260 (100%)
애니원	121,560 (25.63%)	352,740 (74.37%)	474,300 (100%)
챔프	144,085 (31.31%)	316,100 (68.69%)	460,185 (100%)
투니버스	168,490 (32.31%)	353,060 (67.69%)	521,550 (100%)



# 09\_ 캐릭터

## ▶ 남아 캐릭터 완구의 판도 변화

- 2011년 크리스마스를 기점으로 영실업의 ‘또봇’ 전성시대
  - 캐릭터&완구신문의 리서치팀에 따르면, 2007년 완구신문 창간 이후 남아완구는 일본 반다이사의 ‘파워레인저’가 꾸준한 인기로 베스트상품이었으나, 2011년 초부터 국산 캐릭터완구 ‘또봇’이 자리를 잡기 시작
  - ‘파워레인저’의 약세는 최근 5년 이상 매년 테마만 바꾸어서 출시된 ‘파워레인저’ 완구의 많은 물량이 국내 소비자에게 판매된 결과 정체를 가져온 것으로 판단
  - ‘또봇’은 국산 자동차를 변신하여 로봇이 되고 로봇이 변신 합체 되는 기능을 강화시킴으로써 로봇이미지를 강하게 부각
  - 최근 자동차관련 애니메이션(‘로보카폴리’, ‘타요’)이 시장을 주도하고 있는 상황에서 로봇+자동차라는 콘셉트가 유효
  - 캐릭터 완구시장의 수요 예측 측면을 고려할 때 캐릭터 완구의 경우 5년 이상 계속적으로 소비자의 선택을 받기는 어려움. 시장상황에 따른 다양한 변화와 필요하며 소비자의 니즈를 충족시킬 수 있는 안목이 필요



## ▶ 유아 캐릭터 상품 출시 붐물과 시장판도 변화

- 교육업계는 캐릭터 활용해 브랜드 인지도 높이기에 주력
  - 시각적인 교육 캐릭터는 학습자의 주의를 환기시켜 관련 콘텐츠 및 커리큘럼에 대한 호기심을 유발하므로 교육업계에서는 캐릭터를 활용하여 브랜드 인지도를 높이고자 상당한 노력을 기울이고 있음





- 학습자의 연령이 낮을수록 캐릭터를 통한 학습 몰입도를 높일 수 있어 각 교육업체들의 관련 활동은 더욱 빠르게 전개될 것으로 전망
- ※ 예) ‘벤앤벨라’시리즈(브리태니커사와 독일ELG사 제휴), ‘아이챌린지’(베네세코리아), ‘랭콘잉글리쉬’(아발론교육), ‘교원 하이퍼센트’(교원그룹), ‘스마트앤츠’(대교) 등
- ‘뽀로로’를 중심으로 국산 캐릭터가 유아동 시장을 장악
  - 이전에는 ‘디즈니’, ‘헬로우 키티’, ‘피카츄’ 등 외산 캐릭터가 시장의 대부분을 점유
  - ‘뽀로로’ 성공 이후, ‘꼬마버스 타요’, ‘로보카폴리’, ‘냉장고나라 코코몽’, ‘캐니멀’ 등 국산 캐릭터들을 내세운 제품들이 잇따라 출시되며 시장점유율 증가
- 부산 토이뮤지엄 국산캐릭터홍보관 4개월 만에 3만 명 돌파
  - 지난해 11월 9일 문화부와 한국콘텐츠진흥원이 국산캐릭터의 우수성을 알리기 위해 마련한 국산캐릭터 홍보관과 국산 캐릭터상품유통 전문매장을 개관
  - 개관 10일 만에 5천명 돌파를 시작으로 113일 만에 관람객 3만 명을 돌파(2012.3.12.)
  - 주말 수용한계 600명을 초과하는 700여 명의 관람객이 몰림
  - 주로 어린이들을 동반한 가족단위 관람객 중심으로 피규어와 장난감을 좋아하는 연인들의 데이트 코스로도 각광
  - 2천여 가지의 국산캐릭터 제품을 판매하는 국산 캐릭터상품유통 전문매장의 매출 증가추세 (‘뽀로로’, ‘로보카폴리’ 등 인기 캐릭터 제품 외에 ‘캐니멀’, ‘깜부’, ‘둘리’ 등의 매출도 증가)
- ‘로보카 폴리’를 중심으로 하는 신진 캐릭터 세력의 약진
  - ‘로보카 폴리’의 인기 급부상. 케이크·빵·완구 시장서 ‘뽀로로’ 인기 앞서기 시작
  - 저작권사의 로열티 수입이 전년대비 4배 급증. 세계 30개국 진출 이어 프랑스·일본과 유통 계약
  - 정품 제조사는 100여 개 국가로 수출예약, 저작권 침해로 5천억 원 정도 피해
  - ‘뚜바뚜바 눈보리’의 경우 애니메이션 본방송 시청률로는 최고 수준인 4%대를 기록하며, ‘뽀로로’가 본방송이후 3~4년 뒤부터 인기몰이를 한 것을 감안하면 발전 가능성이 높음





## ■ ‘앵그리버드’ 광풍과 포스트 ‘앵그리버드’

- 2012년 1/4분기 인기 캐릭터는 ‘앵그리버드’
  - 스마트폰 게임으로 시작해서 선풍적인 인기를 끈 ‘앵그리버드’는 핀란드 로비오가 제작하고 (주)선우 엔터테인먼트가 국내라이선싱을 맡음
  - 2012년 신학기를 맞이하면서 ‘앵그리버드’의 상품출시는 60여 종의 문구와 10여 종 완구, 20여 종의 봉제인형이 출시
  - 연령 타겟이 7세 이상 청소년층을 주류로 하고 있어 완구보다는 청소년층에 맞는 문구·팬시 상품이 시장 선도. 어린이날을 기점으로 ‘앵그리버드’ 캐릭터 완구제품이 다량 출시 될 것으로 예상
  - ‘앵그리버드’는 이제 단순 콘텐츠로도 세계인의 이슈가 될 정도로 21세기의 아이콘이 되어버림



- 포스트 ‘앵그리버드’를 노리는 ‘에어펭귄’
  - 게임빌은 캐릭터 라이선스 사업으로 ‘에어펭귄’을 통한 OSMU 사업 본격화
  - ‘에어펭귄’은 지난 4월 애플 앱스토어에서 서비스를 시작, 지난해 말 기준 누적다운로드 천만건을 기록한 흥행작으로 출시 직후 ‘앵그리버드’를 제쳐 화제
  - 전 세계 20여 국가 오픈마켓에서 1위를 차지 하는 등 마니아층 확보
  - 지난해 6월 ‘에어펭귄’ 캐릭터 인형과 티셔츠를 북미 대형 쇼핑몰에서 판매하기 시작. 해외 시장에서 ‘에어펭귄’ 캐릭터 인형에 대한 반응이 좋아 국내 시장에서의 성과도 기대
  - 인형으로 제작해 4월 국내 인터넷 쇼핑몰을 통해 출시할 예정으로 단발성 이벤트가 아닌 지속적인 사업으로 영위해나간다는 방침
  - ‘에어펭귄’을 시작으로 글로벌 오픈마켓에서 인지도를 쌓은 게임 캐릭터를 활용한 다양한 상품을 개발 준비 중



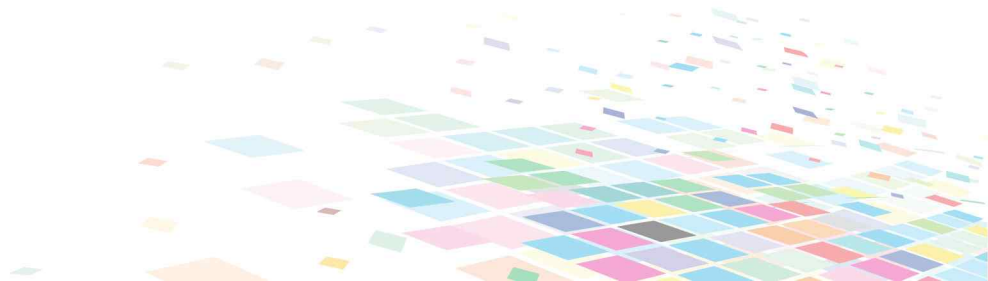
○ 성공 어렵다던 캐릭터게임 시장의 변화

- 캐릭터 게임은 내용이나 캐릭터 등에 있어 인지의 과정을 따로 거칠 필요 없이 해당 제품의 팬들을 그대로 소비자로 손쉽게 끌어올 수 있었기 때문에 콘솔기와 PC용 게임이 등장한 이래로 꾸준히 등장했던 인기 콘텐츠였음
  - 스마트폰의 사용자가 늘어나면서 출시된 다양한 퍼즐, 미니게임, SNG가 활성화 된 것 역시 캐릭터 게임의 붐을 다시 여는데 한 몫을 함
  - 스마트폰이 부각되면서 새로운 환경이 조성되며 유명 IP를 스마트폰용 게임으로 개발해 출시하는데 원작과 유사하면서도 가벼운 형태로 개발 가능해 짐
  - ‘캐릭터’에 집중시켜 게임을 개발할 수 있어 손쉬운 게임기획이 가능하고, 브랜드가 알려진 만큼 오픈마켓 내에서 쉽게 노출되고 기존 온라인게임 개발 때보다 자금에 대한 부담이 적음
- ※ ‘스머프 빌리지’, ‘스누피의 거리 축제’, ‘뿌까레스토랑’ 등 호평
- 위 세 게임은 소셜게임계에서 주목 받는 전략 중 하나인 캐릭터 라이선싱의 효과를 톡톡히 보여줌. 특히 해당 소재들이 소셜게임의 주요 타깃인 여성이나 아동에게 어필하는 데 성공해 인기도 매출도 고공행진 중

■ 캐릭터 콜라보레이션 열풍

○ ‘뽀로로’, 러시아 아이스발레단과 조우

- 유례없는 이색협연 ‘피노키오& 뽀롱뽀롱 뽀로로 더블 아이스쇼’ 2012년 2월 4일 초연
- 러시아 상트 페테르부르크 국립 아이스발레단은 예술성과 작품성을 겸비한 세계명작동화를 주로 선보였던 그간의 공연과 달리 ‘뽀로로’와 협연을 선택
- ‘피노키오&뽀롱뽀롱 뽀로로 더블 아이스쇼’로 명명된 이번 공연은 대표 작품 중 하나인 ‘피노키오’를 1부에 올리고, 이어지는 2부에 ‘뽀로로’가 등장. ‘뽀로로’무대는 애니메이션 시즌 3의 에피소드 중 가장 인기 있는 내용을 엮었으며, 해설이 있는 아이스발레를 콘셉트로, 음악 위에 얹은 친절한 내레이션이 어린 관객들의 줄거리 이해를 도움
- 과거 디즈니 아이스쇼 등 해외 애니메이션 캐릭터를 연기하는 아이스쇼가 없었던 것은 아니었으나 이들의 경우 국내 공연기획사가 공연내용을 그대로 수입해 무대에 올린 형식이었는데, 이번 공연은 해외 공연 팀이 국산 애니메이션의 캐릭터와 스토리를 극화한 방식





○ 패션업계에 부는 키덜트 열풍

- 빈폴진, 세계적 캐릭터 브랜드 ‘하이판다’와 콜라보레이션 라인 공개
- ‘자전거를 탄 판다’, ‘양증맞은 리본을 단 판다’ 등 개성과 위트가 넘치는 모습으로 재탄생한 캐릭터와 함께 스페셜 아이템을 선보였음
- 콜라보레이션 제품은 후드 집업, 맨투맨 티셔츠, 피케 셔츠 등 젊은 남녀 고객들을 위한 상품으로 총 11 종류의 스타일을 제안
- 특히 판다를 활용한 위트 있는 콜라보레이션 캐릭터와 컬러풀한 팝아트 감성의 디자인들은 졸업입학을 앞둔 학생들이나 커플룩을 위한 아이템으로 인기를 끌 것으로 기대
- 스프리스, 워너브라더스의 ‘루니툰즈’ 캐릭터 콜라보레이션 출시
- 이번 콜라보레이션은 의류, 신발, 가방 등 전 제품에 루니툰즈의 캐릭터들 담아냄
- ‘루니툰즈’의 밝은 이미지가 스프리스 브랜드 콘셉트와 잘 부합돼 콜라보레이션을 시도
- 그 외에도 기본 티셔츠도 톡톡 튀는 캐릭터 하나로 개성이 넘치는 ‘폴 프랭크’ 캐릭터나 ‘스머프’ 등이 소비자에게 큰 인기를 끌고 있음





# 10\_ 방송

## ■ 종편, 장밋빛 전망에 비해 초라한 성적표

- 종합편성채널 사업자인 CSTV(조선일보), JTBC(중앙일보), 채널에이(동아일보), MBS(매일경제신문)가 2011년 12월 1일 본격 출범
  - 미디어스 보도에 따르면, 지난 12월부터 3개월간 종편 채널별 방송매출액은 월 평균 45억 5천만 원으로 매우 저조
  - ※ 한국신용평가는 “종편 4개사의 평균 운영 적자가 1천억 원에 이를 수 있다”라고 전망(종편보고서)
  - 한겨레신문이 조사한 종편의 외주제작사들에 대한 조사결과(2012. 2)에서는 전체 응답자인 37명 중 90%가 넘는 34명이 종편의 만족도에 대해서 실망스럽다는 평가를 내림
  - 방통위, 3월 23일 종편에 대한 방송통신발전기금 유예안 최종 확정
  - AGB닐슨미디어리서치에 따르면 지난 12월부터 올해 2월 7일까지 종편채널 4사에서 방영됐거나 방영 중인 드라마 15개의 시청률(전국가구 기준)을 조사한 결과 0.24%~1.67%에 분포된 것으로 나타남
  - ※ 1% 이상 드라마는 JTBC의 ‘빠담빠담’, 채널A의 ‘곰배령’ 등 소수
  - 극히 낮은 시청률로 조기 종영하거나 수시로 편성을 변경하는 변칙행위도 자주 나타나고 있음

### [ 종편의 조기 종영 및 편성 변경 사례 ]

채널	사 례
JTBC	▶ 드라마 ‘여자가 두 번 화장할 때’는 120부작으로 기획되었으나 3번의 시간대 변경에도 시청률 반등이 어렵자 60부작으로 조기 종영 예정
MBN	▶ 예능프로그램 ‘더 듀엣’은 4회를 끝으로 조기 종영(회당 제작비 2억 원 Vs. 시청률은 0.4%대) ▶ 시트콤 ‘뱀파이어 아이돌’은 오후 9시 30분에서 오후 7시 30분, 또다시 오후 8시로 두 차례 편성 변경. 결국 조기 종영 ▶ 일일시트콤 ‘왔어 왔어 제대로 왔어’를 당초 계획했던 120부작에서 60부작으로 조기종영 결정
채널 A	▶ 시청률이 저조한 예능 프로그램 ‘다섯 남자의 맛있는 파티’, ‘연예인 사이드’, ‘음치들의 반란 앙코르’ 등의 조기 종영 논의 중 ▶ 무비토크쇼 ‘무비홀릭’ 조기 종영
조선TV	▶ ‘수취인불명 편지’는 4회 만에 종영, ‘시사코미디 10PM’은 2회 만에 종영 ▶ 제작비 100억 원 규모의 블록버스터 드라마 ‘한반도’는 1% 이하의 저조한 시청률로 조기종영 (24부 → 18부)





## ■ 한국 드라마의 일본 진출 방식 변화

- 2012년 1/4분기 최대 이슈 중 하나는 드라마 ‘사랑비’의 일본 수출
  - 2012년 3월 26일부터 KBS2를 통해 방영되고 있는 ‘사랑비’는 일본 한류드라마 열풍을 열었던 ‘겨울연가’의 윤석호 감독-오수연 작가 콤비와 최근 신세대 한류스타의 정점을 찍고 있는 장근석 배우가 만났다는 사실만으로도 화제
  - 회당 약 30만 달러(x20부작=600만 달러)의 미니멈 개런티로 일본 수출계약을 성사 시킴으로써 배용준 주연의 ‘태왕사신기’의 기록을 뛰어넘었으나, 자칫 최근 상승세를 타왔던 일본 한류드라마 열풍의 기세에 찬물을 끼얹지 않을까 하는 우려를 낳았던 것도 사실
  - 적어도 국내 방영의 시청률 기록만으로 본다면, 방영 중반을 달리면서도 시청률이 5% 내외에 머무르는 등 우려가 현실이 되고 있음
  - 통상적으로 한국에서의 시청률이 해외시장에서의 성적표를 가늠하는 바로미터가 되어왔다는 점에서, 특히 일본시장에서의 우려는 ‘사랑비’의 후폭풍이 한국드라마의 일본수출에 지대한 악영향을 주지 않을까 하는 점에서 태풍의 눈으로 부상하고 있음
- 한국 드라마 해외 열풍의 동인은 한국 고유의 스토리
  - 흥미로운 지표는 과거 일본시장에서 한국 드라마 열풍의 지평을 확대한 주요 작품을 보면, ‘겨울연가(배용준)’, ‘올인(이병헌)’, ‘내 이름은 김삼순(현빈)’, ‘궁(주지훈)’, ‘커피프린스1호점(공유)’, ‘주몽(역사물로서, 뚜렷한 한류배우 없음)’, ‘메리는 외박중(장근석)’, ‘미남이시네요(장근석)’ 등을 꼽을 수 있는데, 거론된 작품 모두의 공통점은 주연배우가 그 당시에는 일본에서 별다른 지명도가 없는 비(非)한류배우들이라는 사실
  - 이는 일본에서 열풍을 일으킨 한국 드라마의 동인은 드라마 고유의 스토리에 있다는 사실을 반증하고 있음을 알 수 있음
  - 현재의 과도한 한류스타에 대한 의존현상은 한국 드라마의 제작상황을 스타배우 위주로 편제하는 등 기형적으로 왜곡시키고, 결국 일본시장 등 해외시장까지도 악순환의 구조로 굴곡을 갖게 하는 불안정한 환경으로 치달게 할 가능성이 높음



## ■ 방송 콘텐츠의 해외진출 모델을 다각화

### ○ 방송콘텐츠 해외진출의 새로운 가능성

- 최근 다큐멘터리와 드라마 등 방송콘텐츠의 다양한 영역에서 해외와의 공동제작 가능성이 새로운 기지개를 펴고 있음
- 모 다큐멘터리 제작사는 영국의 다큐멘터리 제작유통회사들과의 다양한 제휴협력을 맺어, 한국의 고유한 소재를 기초로 초기 기획단계에서부터 글로벌 시장에 눈높이를 맞춘 아이템 개발과 제작을 진행하면서, 영국 제작유통회사를 통해 글로벌 마켓에 진출하고 있는 것으로 알려짐
- 드라마 제작사 차원에서도 일본 지상파 방송사와 공동으로 아이템 개발, 공동 스토리 기획을 진행하고 있으며, 초기 기획단계에서부터 공동 투자를 통해 한국과 일본이라는 두 개의 권역시장을 하나의 통합된 시장으로 인식하여 드라마 제작에 착수하는 좀 더 성숙한 단계에 접어들고 있는 반증으로 해석할 수 있음
- 한편 2008년에는 한국드라마 ‘마왕’이 일본 지상파방송사인 TBS에서 리메이크되어 적지 않은 성공을 거두고, 2011년에는 ‘가을동화’가 중국 호남성 지상파방송사인 호남TV에서 리메이크 제작 방영되어 큰 성공을 거두면서, 중국 광전총국으로부터 한국드라마의 중국판 리메이크제작에 대한 규제를 신설하는 사례도 있었음
- 이와 같은 다큐멘터리와 드라마 제작사의 해외 진출 또는 해외와의 공동제작 사례는 지금껏 국내 제작 및 방영 후 해외에 수출하는 일종의 수출 드라이브 일변도의 시장 추세를 해외에서의 리메이크, 해외와의 공동제작 및 해외 유통사를 통한 글로벌 시장 진출 등에 이르기까지 방송 콘텐츠의 해외진출 모델을 다각화시키는 계기로 작용할 수 있을 것으로 판단됨



# 11\_ 광고

## 미디어렙 제도에 대한 리뷰

### ○ 미디어렙<sup>2)</sup>의 출발과 역할

- 미디어렙은 19세기에 미국에서 시작됨. 구체적으로 1888년 Emmanuel Katz가 뉴욕에 Special Advertising Agency를 설립한 것이 미디어렙의 효시에 해당
- 방송광고 미디어렙의 경우 1930년 라디오광고 판매대행을 계기로 본격화 됨. 미디어렙의 출발 배경은 광고주와 매체가 멀리 떨어져 있어 광고 판매자인 매체사는 광고영업 활동이 원활하지 못하였고, 광고 구매자인 기업은 광고를 하려고 해도 매체의 존재나 효과를 알지 못하여 각각 어려움을 겪게 되면서 시작

### ○ 주요국의 미디어렙 제도운영과 배경

- 각국에서 시행되는 미디어렙제도는 방송시장체제에 따라 미디어렙의 성격과 역할에서 각기 다른 특징을 보이고 있음
- 미국의 경우 방송의 시초부터 시장경쟁체제에 기초한 상업방송체제로 출범하였고, 광고는 방송사의 필수불가결의 재원으로서 수용되었기에 방송광고시간의 거래는 자연스럽게 방송사의 자율결정에 따라, 효율성을 추구하는 시장경쟁원리에 기초하여 이뤄짐
- 그 결과 거대 네트워크 방송사의 경우 직접 광고를 판매하는 방식을 택했지만, 지리적으로 방대한 시장에 흩어져 있는 지역방송사의 경우 광고주 직접판매가 용이하지 않고 효율성이 떨어지기 때문에 독립적인 민영미디어렙이 등장하여 이들의 광고 시간 판매를 대행

### [ 미국의 미디어렙 운영 ]

미 국	
TV Media Rep	RADIO Media Rep
KATZ PETRY TELEREP BLAIR	KATZ INTERREP

2) 미디어렙(media rep.)은 media representative의 약어로서 특정 매체와 전속계약을 체결하여 그 매체의 시간 혹은 지면을 광고주나 광고회사에 판매하고 이를 해당 매체에 지불하면서 그 대가로 수수료를 취하는 사업자를 말함. 영국에서는 이를 매체판매회사(media sales house)라고 하며, 미국에서는 특히 전국 단위 광고를 강조하여 national sales representative company, 혹은 national sales representation company라고 하고, 프랑스에서는 régé로 불림



- 유럽의 대부분 국영방송 또는 공영방송은 전국 단일체제를 갖추고 있었기 때문에 '광고주에 대한 효율적 광고시간 판매'라는 측면에서만 볼 경우 미디어렐을 별도의 조직 또는 기구로서 설립할 필요성은 없었음
- 공영방송에 상업광고를 허용하는 문제를 둘러싸고 방송의 공공성 저하나 상업주의의 조장을 가져올 가능성 등 많은 우려가 제기되었기에 미디어렐은 방송의 제작/편성과 광고영업을 제도적으로 분리함으로써 이러한 부정적 영향을 막는 장치의 하나로써 도입

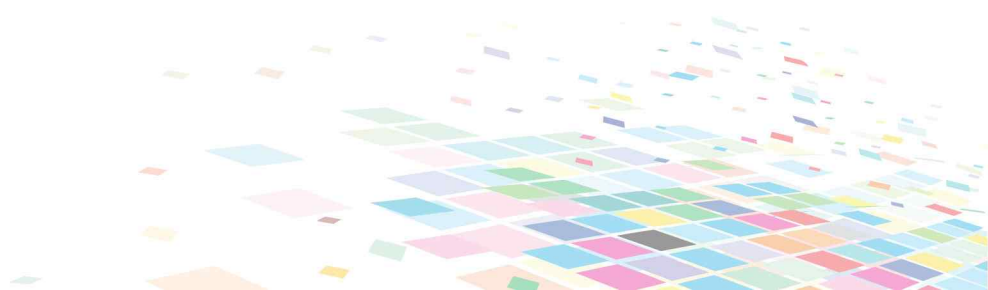
[ 유럽의 미디어렐 운영 ]

유럽		
국가	공영 Media Rep	민영 Media Rep
프랑스	France Espace	TF1 Publicite
독일	BRW, MDR-W	IP
이태리	SIPRA	PUBLITALIA
네델란드	STER(공중파)	IP, SBS6 등

- 일본은 유럽과 미국식의 미디어렐과 다른 방식을 채택. 이는 일본 민영방송의 경우 대부분의 광고시간을 직접 판매하고 있으며, 순수한 의미의 미디어렐은 존재하지 않지만 대형광고회사들이 미디어렐의 기능을 대신 수행
- 예를 들어 초대형 광고회사인 덴츠(電通)의 경우 주요 방송사 및 신문사의 실질적인 대주주이며, 대부분의 방송사로부터 광고시간을 대량 구매하여 광고주 및 중소 광고회사에 재판매
- 즉, 외형적으로는 방송사가 직접광고를 판매하지만 실제적으로는 일본 특유의 시스템인 대형 광고회사가 판매 및 구매 미디어렐의 기능을 동시에 수행
- 일본의 경우, 100년 된 덴츠(電通)의 존재로 인해 미디어렐이 존재할 수 없는 환경으로 다른 나라에서 찾아볼 수 없는 특수한 사례라고 할 수 있음

○ 미디어렐 경쟁체제 도입이후 국내 동향

- 기존 <한국방송광고공사법 시행령>은 수탁수수료를 광고료의 14%로 고정하였으나, 새로운 <미디어렐(방송광고판매대행)법 시행령>에서는 13~16%의 변동 폭을 두고 있음





- 이로 인해 방송사업자와 광고주·광고대행사, 미디어렙사, 광고취약매체들의 이해관계가 엇갈리게 됨. 즉, 기존 14%보다 수탁수수료율이 낮으면 미디어렙 사에서는 수익이 줄어들지만 반대로 16%의 수탁수수료를 받으면 미디어렙 사에서는 수익이 늘어날 수 있음
- 매체사의 경우 채널 평균시청률, 채널 선호도 및 콘텐츠 경쟁력 여부에 따라 이같은 탄력적인 수탁수수료율로 인해 경영이익이 영향을 받게 되는 구조로 전환
- 미디어렙 시장에 경쟁도입이후 각 방송사별 광고매출 동향을 보면 민영미디어렙으로 출범한 SBS의 광고매출이 많은 감소를 보이고 있음

**[ 방송사별 광고매출 동향 ]**

구분	KBS	MBC	SBS
2011년 1/4분기	1227억	1840억	1170억
2012년 1/4분기	1188억	1770억	921억(추정)
비교	39억 원 감소 (-3.1%)	70억 원 감소 (-3.8%)	249억 원 감소 (-21.3%)

- 미디어렙 경쟁체제가 출범한 이후 MBC는 1/4분기에 시청률 6.3%로 1,770억 원(전년 동기 1,840억 원)을 달성하여 전년 동기 대비 -3.8%의 광고매출 변화를 기록
- KBS는 1/4분기에 시청률 6.4%로 1188억 원(전년 동기 1,227억 원)을 달성하여 전년도 동기 대비 -3.1%를 기록
- 한편 지난 1월부터 자사의 민영 미디어렙을 통해 광고를 판매한 SBS는 6.7%의 시청률에도 불구하고 921억 원으로 추정되는 광고매출을 나타냄. 이는 전년도 1,170억 원의 광고매출과 비교시 -21.3%라는 큰 폭의 하락세를 기록
- 결국 두 공영 방송사들이 파업상황임에도 불구하고 안정적인 광고매출 실적을 보인 것은 공영미디어렙으로 전환될 KOBACO의 탄탄한 역할과 아직 정착되지 못한 민영미디어렙의 활동부진에 의한 영향이라고 볼 수 있음





[ 주요국의 미디어업사 및 운영 형태 ]

국가명	회사명	공·민영 및 소유구조		주주성격
		형태	주요주주	
독일	AS&S-ARD (ARD Werbung Sales&Service GmbH)	공영방송사 연합출자 수직계열사 (공영)	공영방송사 ARD 및 ARD소유 지방방송사 개별 Sales House	ARD국가협약에 근거한 국가 소유 공공기관
	ZDF Werbefernsehen	공영방송사 출자 수직계열사 (공영)	독일공영방송사 ZDF	ZDF국가협약에 근거한 국가 소유 공공기관
	IP Deutschland GmbH	RTL그룹 출자 수평계열사 (민영)	유럽글로벌미디어그룹 RTL	독일 베텔스만이 90.4% 지분 소유한 미디어 그룹, 11개국, 34개TV채널, 34개 R채널 운영
	SevenOne Media GmbH	ProSieben그룹 출자 수평계열사 (민영)	ProSieben 미디어그룹	독일 출판미디어 전문그룹
	RMS Germany (Radio Marketing Service GmbH & Co)	지역라디오방송 연합출자 수직계열사 (민영)	각 지역라디오방송사 (18개)	민간자본 출자 지역라디오방송
영국	Channel 4 (Agency Sales Dept.)	CH4의 자체조직	비영리 공적법인	
	ITV Commercial	ITV 그룹 출자 수평계열사 (민영)	ITV 그룹	루머트 머독의 뉴스코퍼레이션이 최대주주
프랑스	France Televisions Publicite	공영방송그룹 소유의 수평계열사 (공영)	France Televisions그 룹	방송법(1986년)에 의거 국가가 100% 지분 보유한 공적 지주회사
	TF1 Publicite	TF1 방송사 소유 수직계열사 (민영)	TF1 소유 브이그그룹 (42.9%)	프랑스의 건설/미디어/모바일그룹
	Radio France Publicite	공영방송그룹 소유의 수평계열사 (공영)	공영방송인 Radio France그룹	국가가 100% 보유한 공적 지주회사
	IP France	RTL그룹 출자 수평계열사 (민영)	유럽글로벌미디어그룹 RTL	독일 베텔스만이 90.4% 지분 유한 복합미디어 그룹
	Lagardere Publicite	르가드르 미디어그룹 수평계열사 (민영)	르가드르 미디어그룹	프랑스의 출판/미디어그룹
	Eurosport	TF1 방송사 소유의 수직계열사 (민영)	TF1 소유 브이그그룹	프랑스의 건설/ 미디어/모바일그룹
	CANAL+ REGIE	CANAL+ 방송사소유 수직계열사 (민영)	CANAL+ 그룹	프랑스의 최대 유료방송사
이탈리아	SIPRA (Societa Italiana Publicita per Azioni)	국영방송그룹 산하의 수평계열사 (공영)	RAI RADIOTELEVISIONE ITALIANA(국영방송)	통합방송법 (가스파리법, 2004) 에 의거 이태리 정부 (재정경제부)가 99.56% 소유한 국영방송사
	Publitalia	Mediaset그룹 산하의 수 평계열사 (민영)	Mediaset그룹	언론재벌가인 베를루스코니 소유

# 콘텐츠 시장 통계





# 01\_ 출판

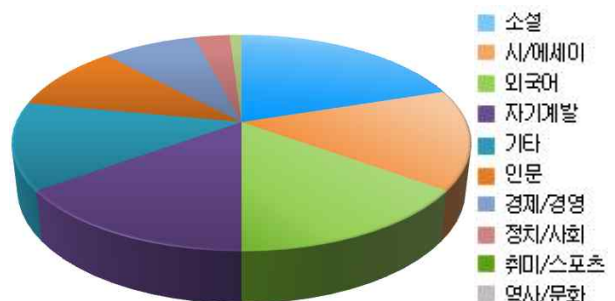
## 교보문고 종합 베스트셀러 TOP 10 (1~3월)

순위			서명	저자	출판사	분야
3월	2월	1월				
1	2	2	어떻게 원하는 것을 얻는가	스튜어트 다이아몬드	8.0	자기계발
2	4	14	멈추면 비로소 보이는 것들	헤민 스님	쌤앤파크스	시/에세이
3	3	3	아프니까 청춘이다	김난도	쌤앤파크스	시/에세이
4	5	-	남자의 물건	김정운	21세기북스	자기계발
5	42	-	화차(블랙펜 클럽 24)	미야베 미유키	문학동네	소설
6	11	-	세도나 스토리	이승현	한문화	시/에세이
7	15	10	해커스 토익 보카(인덱스 포함)	David Cho	해커스어학연구소	외국어
8	1	1	해를 품은 달 1	정은결	파란미디어	소설
9	-	-	주기자: 주진우의 정통시사활극	주진우	푸른숲	정치/사회
10	79	-	나는 까칠하게 살기로 했다	양창순	센추리원	자기계발
11	-	-	문제는 경제다	선대인	웅진지식하우스	경제/경영
12	32	18	해커스 토익 스타트 READING	David Cho	해커스어학연구소	외국어
13	25	17	해커스 토익 READING(개정판)	David Cho	해커스어학연구소	외국어
14	21	20	빅 픽처	더글라스 케네디	밝은세상	소설
15	9	-	바람을 뿌리는 자	넬레 노이하우스	북로드	소설
16	33	71	노는 만큼 성공한다(개정판)	김정운	21세기북스	자기계발
17	8	6	자기혁명(시골의사 박경철의)	박경철	리더스북	자기계발
18	6	4	천사의 부름	기욤 뮈소	밝은세상	소설
19	19	19	마흔 논어를 읽어야 할 시간	신정근	21세기북스	자기계발
20	7	9	오늘 내가 살아갈 이유	워지안	예담	시/에세이

## 교보문고 연간 베스트 100위 분야별 분포

순위	분야	2009 (연간)	2010 (연간)	2011 (연간)	2012.3 (월간)
1	소설	28	21	26	20
2	시/에세이	19	27	17	15
2	외국어	17	10	9	15
2	자기계발	12	16	17	15
5	기타	9	7	13	13
6	인문	5	5	5	10
7	경제/경영	7	10	8	8
8	정치/사회	3	3	3	3
9	취미/스포츠	0	0	0	1
10	역사/문화	0	1	2	0

교보문고 종합 베스트 100위 (2012. 3. 기준)





## II. 콘텐츠 시장 통계



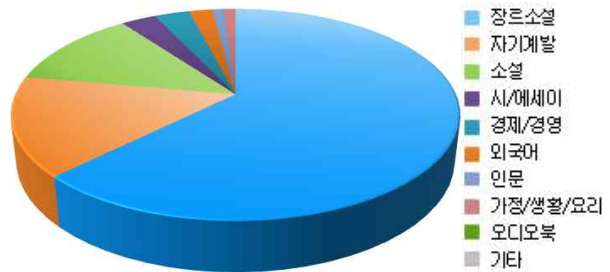
### 교보문고 e-book 베스트셀러 TOP 10 (3월)

순위	서명	저자	출판사	분야
1	닥터의 순정 2	장소영	디키스토리	장르소설
2	차가운 심장 2	효림	디키스토리	장르소설
3	나는 까칠하게 살기로 했다	양창순	센추리원	자기계발
4	닥터의 순정 1	장소영	디키스토리	장르소설
5	뉴욕의 연인 2	최준서	하얀새	장르소설
6	남자의 물건	김정운	21세기북스	자기계발
7	그와 그녀의 90일	김량	가하	장르소설
8	은교	박범신	문학동네	소설
9	빛나라, 순정 2	유일향	퍼플	장르소설
10	FBI 행동의 심리학	조 내버로	리더스북	자기계발

### 교보문고 연간 e-book 베스트 100위 분야별 분포

순위	분야	2009 (연간)	2010 (연간)	2011 (연간)	2012.3 (월간)
1	장르소설	16	24	3	62
2	자기계발	22	18	27	15
3	소설	9	17	21	12
4	시/에세이	5	13	18	3
5	경제/경영	23	12	7	3
6	외국어	5	4	4	2
7	인문	2	3	5	1
8	가정/생활/요리	3	0	4	1
9	오디오북	0	0	0	1
10	기타	15	9	11	0

교보문고 e-book 베스트100위 (2012.3. 기준)



### 도서 분야 유료 APP. TOP 10

순위	아이폰	아이패드	안드로이드
1	작업의 정석-PUA가 추천하는 연애교과서	Cloud bread Storybook	홀리바이블
2	제자성경찬송	Who?시리즈-세계인물만화30권전집	Mobile Bible by Korean
3	묵향3부 : 묵향의 귀환(16-26권)	시골의사 박경철의 자기혁명	Lifove 개역개정
4	달려라 정봉주	작업의 정석-PUA가 추천하는 연애교과서	DioDict3 ENG-KOR Dictionary
5	홀리바이블	4개의 통장	Moon+ Reader Pro
6	디럭스성경찬송	디럭스성경찬송	내 손안의 작은 기쁨(성경)
7	성경원어해석사전	아가페성경찬송	에셀성경
8	시골의사 박경철의 자기혁명	달려라정봉주	에셀한영성경
9	닥치고 정치	상식원정대	디오딕3 한자사전
10	묵향2부 : 다크레이디(5-15권)	마법천자문	DioDict 3 JPN-KOR Dictionary

\* 아이폰/아이패드는 매출 기준, 안드로이드는 판매량 기준  
\* 출처 : App Annie (www.appannie.com), 3월 31일 기준

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 전자책 판매 TOP 10 (3월)

#### 1. 리디북스

순위	서명	저자	출판사	분야	가격
1	형거게임	수잔 콜린스	북폴리오	소설	9,100
2	남자의 물건	김정운	21세기북스	자기계발	12,000
3	스티브 잡스	월터 아이작슨	민음사	경영/경제	18,000
4	몰입	황농문	랜덤하우스코리아	자기계발	5,400
5	사람의 마음이 읽힌다	아태혁	경향미디어	자기계발	6,500
6	소설보다 재미있는 조선왕조사	이병권	평단문화사	인문/사회	6,000
7	영어 단어 기억의 비밀	김윤환	미르에듀	외국어	6,900
8	파리5구의 여인	더글라스 케네디	밝은세상	소설	8,000
9	체온	강정은	다인북스	현대물	3,500
10	닥치고 정치	김어준	푸른숲	인문/사회	8,500

\* 출처 : 리디북스(www.ridibooks.com)

#### 2. T스토어

순위	서명	저자	출판사	분야	가격
1	고속주행	알리시아	가하	장르소설	3,500
2	은교	박범신	문학동네	소설	4,000
3	남자의 물건	김정운	21세기북스	자기계발	12,000
4	나는 까칠하게 살기로 했다	양창순	센추리원	자기계발	7,200
5	죽기 전에 답해야 할 101가지 질문	잭 캔필드 외	토네이도	자기계발	11,200
6	하루 10분의 기적	KBS 수요일기획팀	가디언	자기계발	6,000
7	3일째 망설이는 사람 3초에 결정하는 사람	사가와 아쓰시	이가서	자기계발	4,560
8	노무현의 서재	이채운	푸른영토	인문	8,000
9	연애의 정석	박새별	가하	장르소설	3,500
10	바다에는 악어가 살지	파비오 제다	마시멜로	소설	7,200

\* 2012.4.18. 주간 누적 기준

\* 출처 : T스토어(www.tstore.co.kr)

#### 3. 올레e북

순위	서명	저자	출판사	분야	가격
1	시골의사 박경철의 자기혁명	박경철	웅진씽크빅	자기계발	8,000
2	은교	박범신	문학동네	문학	4,000
3	닥치고 정치	김어준 외	푸른숲	정치/사회	8,500
4	웃음 (1,2권 세트)	베르나르 베르베르	열린책들	문학	12,600
5	1만년이 지나도 변하지 않는 부의 진실	팀 샌더스	비전코리아	자기계발	7,000
6	남자의 물건	김정운	21세기북스	자기계발	12,000
7	김과장, 패턴영어로 김부장되다!	황경아	리치바닐라	외국어	4,900
8	형거게임(전3권)	수잔 콜린스	북폴리오	문학	14,700
9	김과장 만화로 영어고수 되다	Terry E. Kim 등	리치바닐라	외국어	4,000
10	관계의 심리학	이철우	경향미디어	자기계발	6,000

\* 출처 : 올레e북(www.ebook.olleh.com)

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 도서 발행 현황

#### 1. 신간도서 발행종수 (2009 ~ 2012.3)

2009		2010		2011		2012		전년대비
1월	7,044	1월	6,566	1월	5,789	1월	5,639	△ 2.6%
2월	5,879	2월	5,361	2월	4,683	2월	4,696	0.3%
3월	5,827	3월	5,810	3월	5,217	3월	4,569	△ 12.4%
4월	4,779	4월	4,749	4월	4,004	-	-	-
5월	4,130	5월	4,804	5월	4,016	-	-	-
6월	4,681	6월	4,971	6월	4,025	-	-	-
7월	4,838	7월	4,659	7월	4,059	-	-	-
8월	5,162	8월	4,764	8월	4,829	-	-	-
9월	5,139	9월	3,861	9월	3,917	-	-	-
10월	4,248	10월	4,050	10월	4,195	-	-	-
11월	4,872	11월	4,728	11월	4,688	-	-	-
12월	5,893	12월	5,572	12월	5,024	-	-	-
연간	62,492	연간	59,895	연간	54,446	-	-	-

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

#### 2. 신간도서 분야별 발행종수 (2011.3 ~ 2012.3)

분야	2011.3	2011.4	2011.5	2011.6	2011.7	2011.8	2011.9	2011.10	2011.11	2011.12	2012.1	2012.2	2012.3
총류	93	45	50	42	53	67	71	58	48	55	63	65	45
철학	127	92	78	96	107	105	121	99	82	110	88	102	99
종교	204	225	179	187	142	170	164	172	135	166	147	133	101
사회과학	762	502	429	439	475	630	482	385	355	451	617	695	588
순수과학	118	42	48	46	39	45	68	41	29	42	49	75	75
기술과학	563	302	275	214	234	333	330	228	162	179	436	435	360
예술	155	145	122	119	104	122	136	108	98	128	106	149	98
언어	185	93	105	108	111	126	109	92	58	108	140	116	52
문학	783	734	763	765	784	712	719	738	712	809	614	571	474
역사	81	71	100	87	117	96	77	95	84	110	95	95	53
학습참고	276	129	273	199	178	121	103	186	81	166	243	115	36
아동	1,164	912	806	942	734	771	707	742	467	653	562	423	364
만화	558	539	563	523	561	649	586	623	457	623	553	475	204
총계	5,069	3,831	3,791	3,767	3,639	3,947	3,673	3,567	2,768	3,600	3,713	3,449	2,549

\* 출처: 대한출판문화협회(납본 기준)



II. 콘텐츠 시장 통계



3. 신간도서 분야별 평균가격 (2011.3 ~ 2012.3)

분야	2011.3	2011.4	2011.5	2011.6	2011.7	2011.8	2011.9	2011.10	2011.11	2011.12	2012.1	2012.2	2012.3
총류	18,331	19,291	19,308	22,376	17,108	19,128	19,259	22,140	19,742	19,082	17,146	21,155	19,733
철학	16,995	15,725	15,487	17,302	19,731	17,822	16,121	14,749	15,378	18,890	17,522	17,522	16,674
종교	14,202	11,208	13,293	12,364	13,737	14,563	13,899	13,360	12,080	12,761	13,292	12,799	13,737
사회과학	21,150	19,739	19,274	19,494	18,019	22,095	19,204	18,523	18,021	17,041	19,637	21,233	21,597
순수과학	21,691	20,531	20,150	20,413	20,038	24,047	20,175	21,683	18,672	19,960	17,892	19,608	23,964
기술과학	22,073	24,675	20,337	20,989	19,961	20,560	19,921	20,892	22,085	18,806	24,107	22,443	22,984
예술	20,845	20,979	20,130	17,829	17,338	18,875	17,401	20,079	21,605	22,721	20,299	16,885	19,387
언어	14,005	15,696	15,602	18,920	14,329	15,604	17,317	18,345	16,605	18,055	17,431	15,882	16,783
문학	10,886	10,563	10,468	11,431	10,920	10,840	10,774	11,909	11,056	12,660	10,831	11,637	11,864
역사	18,430	18,786	20,021	19,856	17,244	20,371	20,481	22,217	20,532	21,295	18,021	21,996	21,564
학습참고	9,797	10,975	10,588	10,078	11,113	9,672	9,321	11,393	10,384	11,955	11,083	11,080	10,383
아동	10,497	9,635	10,243	10,211	11,146	11,078	9,058	10,119	9,730	9,678	9,887	9,981	12,604
만화	4,487	4,584	4,544	4,480	4,616	4,586	4,621	4,563	4,595	4,596	4,490	4,647	4,843
총계	14,032	12,874	12,442	12,611	12,559	13,708	12,646	12,630	12,470	12,707	13,942	14,976	16,550

\* 출처: 대한출판문화협회(납본 기준)

4. 전자출판물 분야별 인증건수 (2011.3 ~ 2012.3)

분야	2011.3	2011.4	2011.5	2011.6	2011.7	2011.8	2011.9	2011.10	2011.11	2011.12	2012.1	2012.2	2012.3
총류	300	403	277	558	540	3	284	259	292	573	1,853	317	1,643
철학	10	4	2	4	3	18	3	0	18	3	977	7	1,383
종교	13	11	0	2	3	10	3	1	11	0	1,983	94	2,083
사회과학	94	57	7	32	7	163	5	0	57	19	12,612	21	12,704
순수과학	1	3	1	0	11	1	0	0	18	5	1,867	0	1,948
기술과학	21	1,631	2	305	18	119	10	119	86	5	25,035	5	20,795
예술	1350	111	419	1,184	115	49	78	401	1,210	947	10,649	19,265	3,806
언어	31	209	1	269	219	325	143	1	20	22	1,758	226	2,630
문학	46	17	13	1,784	166	19	7	0	71	7,589	926	1,135	2,606
역사	14	5	1	16	13	3	22	0	48	7	1,702	1	2,501
총계	1,880	2,451	723	4,154	1,095	710	555	781	1,831	9,170	59,362	21,071	52,099

\* 출처: 한국전자출판협회



## II. 콘텐츠 시장 통계



### 5. 잡지 발행 현황 (3월)

분야	유가	무가	합 계	비율(%)
시사지	73	5	78	4.2
여성/패션지	56	7	63	3.4
교양지	42	3	45	2.5
교육/학습지	56	11	67	3.6
취미/레저지	56	2	58	3.2
문학지	126	1	127	6.9
농.수.축산지	34	11	45	2.4
교통/관광지	35	15	50	2.7
종교지	129	35	164	8.9
청소년/연예지	6	1	7	0.4
산업지	73	4	77	4.2
경제지	81	9	90	4.9
스포츠지	31	1	32	1.7
컴퓨터/과학지	24	1	25	1.4
생활정보지	58	10	68	3.7
법률/고시지	6	0	6	0.3
지역지	25	5	30	1.6
성인오락지	6	0	6	0.3
아동지	20	4	24	1.3
문화/예술지	67	10	77	4.2
만화지	8	0	8	0.4
기계/기술지	47	1	48	2.6
건축/건설지	15	1	16	0.9
건강/의학지	33	6	39	2.1
학술지	23	4	27	1.5
환경/노동/복지지	35	3	38	2.1
사보	1	91	92	5.0
기관지	9	149	158	8.6
학회지/학술지	1	53	54	2.9
회보/소식지	22	156	178	9.7
기타정보지	12	33	45	2.4
합계	1,210	632	1,842	100

\* 출처: 한국잡지협회(2012.3.31. 기준)

### 6. 정기간행물 등록 현황 (2007~2012.3)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012.3
계	9,479	9,652	12,961	12,081	13,268	13,356
일간신문	281	275	237	673	615	611
통신	3	3	4	5	12	12
기타일간	360	331	419	4	73	79
주간	2,887	2,788	2,653	2,868	2,891	2784
월간	3,257	3,243	5,257	3,936	4,209	4197
격월간	453	435	670	542	584	598
계간	986	973	1,514	1,161	1,266	1278
연2회	325	322	509	408	425	412
인터넷 신문	927	1,282	1,698	2,484	3,193	3385

\* 출처: 문화체육관광부(2012.3.30. 기준)



# 02\_ 만화

## 출판만화 베스트셀러 TOP 15

### 1. YES24 (1~3월)

순위			도서명	장르	출판사	작가	출간월	가격
3월	2월	1월						
1	-	-	요츠바랑! 11	드라마	대원	아즈마 키요히코	2012.1	5,200
2	-	-	아빠 말 좀 들어라! 4	라이트노벨	학산문화사	마츠 토모히로 저 나카지마 유카 그림	2012.2	6,800
3	-	-	신의 물방울 31	드라마	학산문화사	아기 타다시 글 오키모토 슈 그림	2012.1	5,000
4	-	4	변태왕자와 웃지 않는 고양이 4	라이트노벨	서울문화사	사가라 소우 저 칸토쿠 그림	2012.2	12,800
5	-	-	명탐정 코난 74	공포/추리	학산문화사	아오야마 고쇼	2012.1	4,500
6	-	-	내 여자친구와 소꿉친구가 완전 수라장 2	라이트노벨	영상노트	유우지 유우지 저 루로오 그림	2012.2	6,000
7	-	-	폴 메탈 패닉! 23 : 진짜로 위험한 구사일생?	라이트노벨	대원씨아이	가토우 쇼우지 저 시키 도우지 그림	2012.2	7,000
8	5	-	가짜 이야기 (하)	라이트노벨	파우스트박스	니시오 이신 저 VOFAN 그림	2012.1	12,000
9	2	2	원피스 ONE PIECE 64	판타지	대원	오다 에이이치로	2012.3	5,000
10	-	-	쿠베라 1	판타지	길찾기	카레곰 글.그림	2012.2	10,800
11	-	-	어제 뭐 먹었어? 5	드라마	삼양	요시나가 후미	2012.2	5,000
12	-	-	오빠지만 사랑만 있으면 상관없잖아? 1	라이트노벨	학산문화사	스즈키 다이ске 저 우루우 겿카 그림	2012.2	6,800
13	-	-	바쿠만 BAKUMAN 16	드라마	대원	오바 츠구미 글 오바타 타케시 그림	2012.2	5,000
14	-	-	나와 호랑이님 5	라이트노벨	디앤씨미디어	카넬 저 영인 그림	2012.2	6,500
15	-	-	기어와라! 나루코 양 8	라이트노벨	디앤씨미디어	아이소라 만타 저 코인 그림	2012.2	6,500

\* 출처: YES24 (www.yes24.com)

### 2. 한양문고 (3월)

순위	도서명	장르	출판사	작가	출간일
1	세븐시즈 7SEEDS 20	판타지	서울문화사	TAMURA YUMI	2012.03.30.
2	만화가와 함께 만드는 BL 포즈집	야오이	길찾기	스칼렛 베리코	2012.03.28.
3	클레이모어 21	판타지	대원씨아이	Norihiro Yagi	2012.03.28.
4	REAL 리얼 11	스포츠	대원씨아이	INOUE TAKEHIKO	2012.03.28.
5	05 부르잖아요, 아자젤씨 7	코믹	대원씨아이	Yasuhisa Kubo	2012.03.28.
6	치하야후루 14	순정	학산문화사	Yuki Suetsugu	2012.04.02.
7	하백의 신부 17	순정	서울문화사	윤미경	2012.03.29.
8	가정교사 히트맨 리본! 37	코믹	학산문화사	Akira Amano	2012.03.29.
9	매리는 외박중 9	순정	애니박스	원수연	2012.03.29.
10	누라리혼의 손자 19	판타지	대원씨아이	Hiroshi Shiibashi	2012.03.30.
11	일상 7	코믹	대원씨아이	Keiichi Arawi	2012.03.29.
12	커피 한 잔 더 4	기타	세미콜론	야마카와 나오토	2012.04.03.
13	콘 사토시 단편집 1	판타지	대원씨아이	Kon Satoshi	2012.03.29.
14	수상한 취재를 다녀왔습니다(단편)	기타	대원씨아이	오자와 카오루	2012.03.29.
15	오늘, 사랑을 시작합니다 12	순정	서울문화사	MINAMI Kanan	2012.03.30.

\* 3월 5주 주간순위 기준

\* 출처: 툄크 (www.toonk.com)





## 웹툰 인기순위

### 1. 네이버 만화 TOP 10

순위	작품	작가명	작품설명	별점
1	패션왕	기안84	멋있어지고 싶은 그들의 이야기.	8.2
2	노블레스	손제호 이광수	820년간의 긴 수면기. 드디어 새로운 세상에 눈을 뜨다. 그리고 새로운 세상의 새로운 사람들을 만나다.	9.8
3	마음의 소리	조석	마사루의 센스를, 이나중의 황당함을 뛰어 넘는다! 솔직 담백 최강의 개그 만화 <마음의 소리>	9.5
4	갓 오브 하이스쿨	박용제	전국, 전세계 고등학생 중 가장 썸 녀석을 뽑는 대회가 열린다. 허구 100% 막장 액션의 끝!! 기대하시라!!!	9.7
5	신의 탑	SIU	자신의 모든 것이었던 소녀를 쫓아 탑에 들어온 소년 그리고 그런 소년을 시험하는 탑	9.9
6	역전! 야매요리	정다정	그녀가 했으니 당신도 할 수 있다! 실패가 두렵지 않은 발칙한 요리 도전기, 포토툰으로 만나다.	9.9
7	격투기특성화 사립고교 극지고	허일	극한지옥 격투기 특성화 사립 고등학교 극지고! 격투 능력자들의 절륜한 한판!	9.8
8	고삼이 집나갔다	미티	'집은 나갔지만 막나가진 않았습니다' 수능을 앞둔 고3 수험생들의 REAL 가출기!	9.9
9	농지마 정신줄	스튜디오 농정	정신, 정주리 남매와 독특한 주변 인물들의 정신줄 놓게 만드는 다양한 에피소드들!	9.9
10	신과함께	주호민	저승편, 이승편, 신화편으로 구성된 유니버스 만화. 한국의 전통 신들과 주인공들의 관계를 통해 보는 세상 풍자	9.9

\* 4.27 조회수 기준

\* 출처: 네이버 만화 (<http://comic.naver.com/index.nhn>)

### 2. 다음 만화속세상 TOP 7

순위	작품	작가명	작품설명	별점
1	미생	윤태호	자신의 삶을 승리하기 위해 한 수 한 수 둘을 잇는 사람들의 이야기	9.8
2	다이어터	네온비 캐러멜	똥똥한 청춘은 가라! 캐러멜 작가가 선보이는 다이어트 백서!	9.7
3	결혼해도 똑같네	네온비	만화가 네온비, 캐러멜 부부 탄생! 그리고 이어지는 충격 개그 신화!	9.7
4	PEAK	홍성수 임강혁	이제껏 본적 없는 웰메이드 산악구조 액션!	9.7
5	창백한 말	추혜연	작품소개1835년 프랑스, 마녀로 불리던 소녀의 핏빛 운명	9.7
6	이끼	윤태호	나를 거부하는 고향 사람들의 시선, 그 이유는? 한국식 잔혹스릴러의 막이 올랐다!	9.7
7	은밀하게 위대하게	Hun	천재 남파 간첩, 그의 임무는 동네 바보형?	9.7

\* 4.29 별점 기준

\* 출처: 다음 만화속 세상 (<http://cartoon.media.daum.net>)



## 출판만화 1분기 현황

### 1. 출판만화 출간 종수 추이 (1분기)

구분	1월	2월	3월	합계
2002	689	622	696	2,007
2003	612	569	566	1,747
2004	522	531	520	1,573
2005	366	396	428	1,190
2006	393	382	351	1,126
2007	330	308	322	960
2008	308	294	330	932
2009	263	308	345	916
2010	305	282	317	904
2011	317	272	318	907
2012	285	316	301	902

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, KOCCA 재구성

### 2. 출판만화 장르별 출간 현황 (1분기)

구분	2009. 1Q	2010. 1Q	2011. 1Q	2012. 1Q	합계
성인/성애	228	179	180	218	805
드라마	145	196	177	150	668
판타지	88	84	124	127	423
순정	216	192	155	116	679
코믹	33	46	35	64	178
기타	49	49	53	47	198
에세이툰	29	22	43	36	130
학원	29	25	30	35	119
SF	26	21	25	34	106
아동	6	23	24	22	75
스포츠	34	30	36	19	119
야오이	7	15	10	19	51
액션	26	22	15	15	78
합계	916	904	907	902	-

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, KOCCA 재구성

### 3. 출판만화 국적별 출간 현황 (1분기)

구분	2009. 1Q		2010. 1Q		2011. 1Q		2012. 1Q		합계
한국 작가	340	37.1%	285	31.5%	280	30.9%	290	32.2%	1,195
일본 작가	567	61.9%	611	67.6%	603	66.5%	599	66.4%	2,380
기타	9	1%	8	0.9%	24	2.6%	13	1.4%	54
합계	916	100%	904	100%	907	100%	902	100%	-

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, KOCCA 재구성



## II. 콘텐츠 시장 통계



### 4. 만화출판물 평균정가 (1분기)

구분	2009. 1Q	2010. 1Q	2011. 1Q	2012. 1Q
평균정가(원)	4,984	5,338	6,095	6,327

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, KOCCA 재구성

### 5. 출판사별 만화 출간 종수 (1분기)

구분	2009. 1Q	2010. 1Q	2011. 1Q	2012. 1Q	합계
(주)학산문화사	204	214	208	224	850
대원씨아이(주)	225	242	227	223	917
(주)서울문화사	116	112	119	89	436
현대지능개발사	48	31	46	52	177
도서출판 우신	37	31	29	44	141
(주)삼양출판사	56	54	35	40	185
도서출판 자유구역	28	16	22	27	93
도서출판 우보	11	12	6	18	47
(주)시공사	-	4	14	13	31
에이케이코믹스	10	-	5	13	28
(주)조은세상	14	8	6	12	40
참글미디어	-	15	14	11	40
(주)복이십일 아올북	1	2	5	10	18

\* 분기 10종 이상 출간 출판사 대상

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, KOCCA 재구성

### 일일만화 출간 현황 (1분기)

구분	1월	2월	3월	합계
2002	347	344	391	1,082
2003	447	353	443	1,243
2004	439	428	435	1,302
2005	431	361	478	1,270
2006	426	385	403	1,214
2007	410	350	453	1,213
2008	354	334	429	1,117
2009	423	386	399	1,208
2010	299	296	350	945
2011	352	348	443	1,143
2012	271	388	415	1,074
합계	4,199	3,973	4,639	-

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, KOCCA 재구성

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 만화소설 / 장르소설 1분기 현황

#### 1. 만화소설/장르소설 출간 종수 (1분기)

구분	1월	2월	3월	합계
2002	70	62	71	203
2003	109	132	122	363
2004	304	309	318	931
2005	338	302	325	965
2006	294	312	316	922
2007	324	316	355	995
2008	363	312	354	1,029
2009	373	352	373	1,098
2010	389	331	398	1,118
2011	391	338	412	1,141
2012	333	355	421	1,109
합계	3,288	3,121	3,465	-

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, KOCCA 재구성

#### 2. 만화소설/장르소설 장르별 출간 현황 (1분기)

구분	2009. 1Q	2010. 1Q	2011. 1Q	2012. 1Q	합계
판타지	589	653	710	727	2,679
무협	262	254	275	221	1,012
로맨스	176	160	121	132	589
일반	30	24	20	20	94
추리	3	5	5	5	18
N세대	6	10	3	2	21
공포	2	-	1	2	5
성인	27	2	-	-	29
역사	3	10	6	-	19
합계	1,098	1,118	1,141	1,109	-

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, KOCCA 재구성

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 3. 만화소설/장르소설 국적별 출간 현황 (1분기)

구분	2009. 1Q		2010. 1Q		2011. 1Q		2012. 1Q		합계
	출간	비율	출간	비율	출간	비율	출간	비율	
한국작가	947	86.2%	942	84.3%	955	83.7%	915	82.5%	3,759
일본작가	117	10.7%	141	12.6%	154	13.5%	162	14.6%	574
기타 국가	34	3.1%	35	3.1%	32	2.8%	32	2.9%	133
총합계	1,098	100%	1,118	100%	1,141	100%	1,109	100%	-

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, KOCCA 재구성

### 4. 만화소설/장르소설 출판사별 출간 현황 (1분기)

구분	2009. 1Q	2010. 1Q	2011. 1Q	2012. 1Q	합계
디앤씨미디어	119	122	141	143	525
(주)로크미디어	102	102	120	121	445
도서출판 영상노트	70	73	94	117	354
도서출판 뿔미디어	71	71	131	115	388
(주)루트미디어	-	-	42	86	128
(주)마루·마야출판사	91	94	83	78	346
도서출판 청어람	88	82	65	73	308
어울림 출판사	10	52	79	61	202
(주)삼양출판사	43	46	43	42	174
대원씨아이(주)	53	66	50	40	209
(주)서울문화사	32	29	34	38	133
(주)신영미디어	43	39	38	38	158
(주)조은세상	27	20	22	22	91
(주)학산문화사	31	36	37	22	126
도서출판 동아	69	52	33	21	175
(주)에이케이커뮤니케이션즈	1	6	2	12	21
도서출판 우신	7	10	9	11	37

\* 분기 10종 이상 출간 출판사 대상

\* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, KOCCA 재구성



# 03\_ 지식정보

## 방송통신서비스 가입자 현황

### 1. 주요 서비스 가입자 현황 (종합)

(단위 : 천 명)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	전년대비
시내전화	22,920	23,119	23,130	22,131	20,089	19,273	18,632	-3.3%
이동전화	38,342	40,197	43,497	45,606	47,944	50,767	52,506	3.4%
초고속 인터넷	10,779	13,867	14,592	15,333	16,364	17,224	17,859	3.7%
인터넷전화	24	93	289	1,227	5,003	8,293	10,815	18.3%
IPTV (VOD 가입자 포함)	-	-	-	1,592	2,373	3,659	4,935	34.9%
휴대인터넷 (WIBRO)	-	0.9	39	167	316	466	799	71.4%

\* 출처: 한국정보통신진흥협회, <2011년 방송통신산업통계연보> KOCCA 재구성

### 2. 이동전화 가입자 현황 (기술방식별)

(단위 : 명)

구분	구분	2011.12	2012.1	2012.2	3월 가입현황		2012.3
					증감	증감율	
SKT	CDMA	6,881,756	6,646,324	6,442,711	-154,233	-2.4%	6,288,478
	WCDMA	19,036,649	18,922,532	18,767,412	-266,067	-1.4%	18,501,345
	LTE	634,311	1,002,642	1,336,753	429,572	32.1%	1,766,325
	WiBro	55,330	55,589	61,057	3,233	5.3%	64,290
KT	CDMA	99,835	44,220	29,721	-6,512	-21.9%	23,209
	WCDMA	16,463,323	16,464,241	16,377,705	-153,064	-0.9%	16,224,641
	LTE	-	111,929	232,434	118,487	51.0%	350,921
	WiBro	744,134	786,409	806,205	29,776	3.7%	835,981
LGU+	CDMA	8,833,896	8,577,396	8,326,120	-256,330	-3.1%	8,069,790
	LTE	557,023	849,275	1,153,894	330,481	28.6%	1,484,375
합계		53,306,257	53,460,557	53,534,012	75,343	0.1%	53,609,355

※ DBDM 단말기 가입자는 상위 기술방식으로 분류

※ WCDMA 진화형인 HSDPA, HSUPA, HSPA+는 WCDMA 가입자 수에 포함

\* 출처: 방송통신위원회 자료 KOCCA 재구성





## II. 콘텐츠 시장 통계

### 3. 초고속인터넷 가입자 현황

(단위 : 천 명)

구분	2009.12	2010.6	2010.12	2011.6	2011.12	2012.1	2012.2	2012.3
KT	6,952	7,188	7,423	7,188	7,822	7,845	7,881	7,921
SK브로드밴드	3,846	3,798	3,599	3,798	3,293	3,259	3,237	3,216
SKT(재판매)	-	110	402	110	898	941	982	1,024
LG U+	2,521	2,640	2,773	2,640	2,809	2,794	2,783	2,765
종합 유선	2,810	2,832	2,826	2,832	2,857	2,857	2,857	2,857
기 타	216	218	198	218	177	177	177	177
합 계	16,348	16,789	17,224	16,789	17,859	17,876	17,919	17,963

\* 출처: 방송통신위원회 자료 KOCCA 재구성

### 4. IPTV 가입자 현황

(단위 : 만 명)

구분	2009.12	2010.6	2010.12	2011.6	2011.12	2012.1	2012.2	2012.3
olleh tv (KT)	118 (106)	157 (118)	209 (173)	265 (257)	310 (303)	317 (310)	325 (318)	334 (328)
BTV (SK)	89 (34)	90 (57)	95 (73)	95 (73)	95 (73)	95 (73)	103 (95)	107 (99)
U+TV (LG)	32 (31)	46 (46)	63 (62)	76 (75)	88 (86)	88 (86)	88 (88)	89 (88)
합 계	239 (171)	293 (221)	366 (309)	436 (404)	493 (462)	500 (469)	516 (501)	529 (514)

\* 3월말 기준, 괄호 안은 실시간 채널 가입자

\* 출처: 한국디지털미디어산업협회

### 5. 스마트폰 / 태블릿PC 가입자 현황

(단위 : 천 명)

구분		2011.12	2012.1	2012.2	3월 가입현황		2012.3
					증감	증감율	
스마트폰	SKT	11,085	11,639	12,126	448	3.7%	12,574
	KT	7,653	8,022	8,317	219	2.6%	8,537
	LGU+	3,729	4,101	4,350	2576	5.9%	4,607
	합 계	22,467	23,763	24,794	924	3.7%	25,718
태블릿PC	SKT	213	229	240	7	3.1%	248
	KT	302	311	315	2	0.7%	318
	LGU+	8	10	14	-2	-11.5%	13
	합 계	524	550	570	8	1.4%	579

\* 음성통화가 가능하며 범용OS를 장착한 단말기(Tablet PC 제외)

\* 출처: 방송통신위원회 자료 KOCCA 재구성

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 주제별 웹사이트 점유율

#### 1. 웹메일

순위	구분	점유율
1	네이버 메일	37.85 %
2	다음 한메일	34.08 %
3	기타 메일	19.12 %
4	파란 메일	2.46 %
5	야후 메일	2.11 %
6	MSN 핫메일	1.85 %
7	코리아닷컴 메일	1.41 %
8	드림위즈 메일	0.74 %
9	구글 메일	0.18 %
10	프리챌 메일	0.08 %

#### 2. 커뮤니티 / 게시판

순위	구분	점유율
1	기타 게시판	35.62 %
2	네이버 블로그	28.55 %
3	네이버 카페	20.44 %
4	다음 카페 커뮤니티	8.47 %
5	Tistory	2.23 %
6	다음 블로그	2.18 %
7	제로보드 게시판	1.47 %
8	싸이월드 미니홈피	0.40 %
9	싸이월드 클럽	0.18 %
10	이글루스	0.15 %

#### 3. 검색엔진

순위	구분	점유율
1	네이버	75.66 %
2	다음	14.89 %
3	구글	5.72 %
4	네이트	1.86 %
5	기타	0.68 %
6	야후코리아	0.63 %
7	야후	0.25 %
8	마이크로소프트(Bing)	0.16 %
9	줌(ZUM)	0.10 %
10	파란	0.04 %

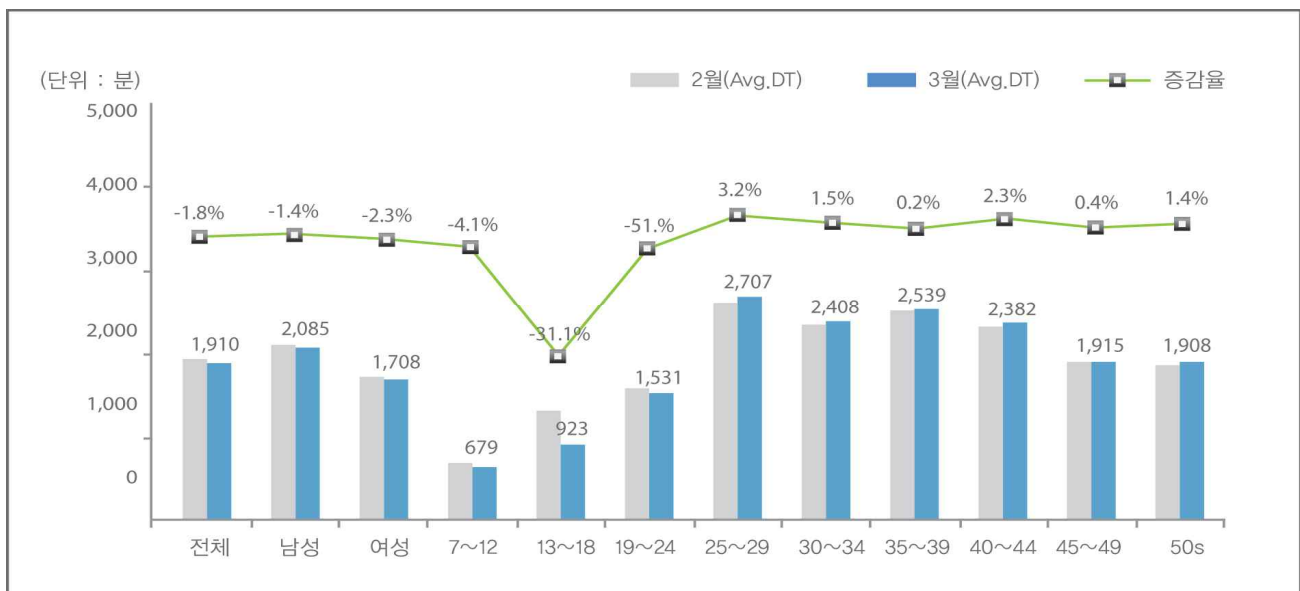
#### 4. SNS

순위	구분	점유율
1	페이스북	69.87 %
2	유튜브	27.70 %
3	미투데이	1.01 %
4	싸이월드 ©로그	0.76 %
5	트위터	0.57 %
6	다음(요즘)	0.07 %
7	구글+	0.01 %
8	구글 블로그	0.00 %
9	트윗kr	0.00 %
10	네이트(커넥트)	0.00 %

\* 2012.3.1. ~ 2012.3.31. 기준

\* 출처: 인터넷 트렌드(<http://trend.logger.co.kr/introduction.tsp>)

### 연령별 인터넷 이용시간 (2012.2 ~ 2012.3)



\* 출처: 닐슨 코리아클릭 ([www.koreanclick.com](http://www.koreanclick.com))



## 인터넷/어플리케이션 사용패턴

### 1. 도메인별 웹사이트 TOP 10 (3월)

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	순위	도메인	순방문자	도달률(%)
1	www.naver.com	30,889,000	96.51	6	www.mk.co.kr	15,748,000	49.20
2	www.daum.net	27,691,000	86.52	7	www.chosun.com	15,515,000	48.48
3	www.nate.com	19,762,000	61.75	8	www.joinmsn.com	14,478,000	45.23
4	www.tistory.com	19,299,000	60.30	9	www.auction.co.kr	14,467,000	45.20
5	www.cyworld.com	16,244,000	50.75	10	www.gmarket.co.kr	14,413,000	45.03

\* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

### 2. 주요 인터넷 서비스별 웹사이트 TOP 5 (3월)

#### 1) 뉴스·미디어

순위	도메인	순방문자 (*1000)	도달률 (%)
1	www.mk.co.kr	15,748	49.20
2	www.chosun.com	15,515	48.48
3	www.hankooki.com	13,202	41.25
4	www.donga.com	13,183	41.19
5	www.hankyung.com	13,162	41.12

#### 2) 쇼핑·경매

순위	도메인	순방문자 (*1000)	도달률 (%)
1	www.auction.co.kr	14,467	45.20
2	www.gmarket.co.kr	14,413	45.03
3	www.11st.co.kr	13,685	42.76
4	www.interpark.com	8,883	27.76
5	www.coupang.com	8,406	26.26

#### 3) 엔터테인먼트

순위	도메인	순방문자 (*1000)	도달률 (%)
1	www.youtube.com	7,951	24.84
2	www.gomtv.com	4,776	14.92
3	www.pandora.tv	4,104	12.82
4	www.cgv.co.kr	2,806	8.77
5	now.co.kr	1,895	5.92

#### 4) 게임

순위	도메인	순방문자 (*1000)	도달률 (%)
1	www.nexon.com	4,350	13.59
2	www.pmang.com	3,423	10.70
3	www.hangame.com	2,901	9.06
4	www.wegames.net	2,461	7.69
5	www.netmarble.net	2,329	7.28

\* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

### 3. 애플리케이션 TOP 5 (3월)

순위	게임			P2P		
	애플리케이션	순이용자 (*1000)	도달률 (%)	애플리케이션	순이용자 (*1000)	도달률 (%)
1	Starcraft	1,652	5.16	uTorrent	5,797	18.11
2	MapleStory	1,235	3.86	N드라이브	1,034	3.23
3	CrazyArcade	924	2.89	ucloud매니저	596	1.86
4	FIFA Online2	883	2.76	ShareBox	516	1.61
5	SuddenAttack	880	2.75	Daum 클라우드	458	1.43

\* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 스마트폰 / 태블릿 APP. 다운로드

#### 1. 애플 앱스토어 다운로드 TOP 10 (아이폰 / 아이패드)

순위	아이폰			아이패드		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Angry Bird Space	KakaoStory	Rule the Sky	Angry Bird Space HD	PowerCam™ HD	Rule the Sky for iPad
2	컴투스프로야구2012 PLUS	Lens+	Nuclear War	AV Player HD	Paper by FiftyThree	Angry Bird Space HD
3	While you were sleeping!	컴투스 프로야구 2012	컴투스프로야구2012 PLUS	Blueprint 3D	Jet Heroes XD	손바닥삼국지 HD
4	팔라독	Blueprint 3D	문명전쟁	Dead Space™ for iPad(world)	Calculator for iPad	Tiny Farm by Com2us
5	영국문화원 숙어집	Video Camera	Tiny Farm by Com2us	TEDiSUB - Enjoy TED videos with Subtitles!	역대사건사고	Smurfs' Village
6	작업의 정성 - PUA가 추천하는 연애교과서	나도몰랐던나	손바닥삼국지	UPAD	Dark Meadow	MAXIM KOREA HD
7	Here She Comes	매력포인트테스트	ハッピーフィッシュ	몬스터 트러블	얼굴인식의모평가	Paper by FiftyThree
8	슈닥-비즈니스 잉글리쉬	ハッピーフィッシュ	컴투스프로야구2012	The Bard's Tale	Talking Harry the Hedgehog for iPad	Six-Guns
9	The Bard's Tale	아이폰을 위한 매뉴얼	MelOn	Asphalt 6	Hanja edu HD	AV Player HD
10	웃지마! 나 영어앱이야	세발오빠십년	Monster Warz	English Restart REAL talking for IPAD	Video Downloader Pro Lite	Mordern War

\* 2012. 3. 31 기준

\* 출처: 앱애니(www.appannie.com)

#### 2. 안드로이드 APP. 다운로드 TOP 10 ( Play 스토어 / 티스토어)

순위	Play 스토어			티스토어	
	유료	무료	매출	유료	무료
1	Where's My Water?	KakaoStory	Rule the Sky	방탈출4	멘탈 붕괴시키는 게임
2	Root Explorer	Angry Bird Space	Tiny Farm by Com2us	범죄와의 전쟁 : 나쁜놈들 전성시대	T freemium
3	Smart Keyboard PRO	Kakao Talk Messenger	Smurfs' Village	드래곤나이트4	T타로
4	Paladog	Phone Decoration	the World of Magic	HD 갱스터 리오: 성자의 도시	클럽베닛 CLUBVENIT
5	Paper Camera	네이버	Paladog	Winning Eleven 2012	크로이센2
6	Beautiful Widgets	MiniGame Paradise	Cartoon Wars	패션왕	던전 헌터 3
7	Poweramp Full Version Unlocker	Go Launcher EX	SAMURIA vs ZOMBIES	팔라독(Paladog)@	펫앤플랜츠
8	Cut the Rope	Wallpaper-BackgroundsPack	Defender II	리얼당구 PRO	주변인본심체크하기
9	Camera Zoom FX	Puzzle Family	ZENONIA 4	빛과 그림자	모바일 T world
10	WidgetLockscreen	Facebook for Android	The Sims™ Freeplay	컴투스프로야구	스마트청구서

\* Play 스토어: 2012. 3. 31 기준 / 티스토어: 2012. 4. 26 기준

\* 출처: 앱애니(www.appannie.com), 티스토어(www.tstore.co.kr)





## II. 콘텐츠 시장 통계



### 앱 앱스토어 현황

#### 1. APP. 등록 현황

구분	개수
총 활성 앱 (현재 다운로드 가능)	630,210
총 비활성 앱 (더이상 다운로드 불가능)	176,503
미국 앱스토어 누적 앱	806,713
미국 앱스토어 활동 제작자수	155,700

#### 2. APP. 가격 분포

구분	개수
무료	295,550 (46.9%)
\$ 0.99	161,362 (25.6%)
\$ 1.99	67,093 (10.7%)
\$ 2.99	32,216 (5.1%)

#### 3. APP. 평균 가격

구분	가격
평균 앱 가격	\$ 2.00
평균 게임 가격	\$ 1.03
전체 평균 가격	\$ 1.87

#### 4. APP. 제출 현황 (4월)

구분	개수
게임	4,002 (133 / 1일 )
비게임	22,795 (760 / 1일 )
전체	26,797 (893 / 1일 )

#### 5. 카테고리별 등록 APP. 현황

구분	개수	구분	개수
게임	110,277 (17.50%)	뉴스	16,964 (2.69%)
책	63,364 (10.05%)	생산성	16,709 (2.65%)
엔터테인먼트	63,134 (10.02%)	헬스케어 & 피트니스	15,522 (2.46%)
교육	62,158 (9.86%)	사진	13,848 (2.20%)
라이프스타일	52,989 (8.41%)	금융	13,274 (2.11%)
유틸리티	38,139 (6.05%)	의료	12,160 (1.93%)
여행	31,974 (5.07%)	소셜 네트워킹	12,080 (1.92%)
비즈니스	30,435 (4.83%)	네비게이션	9,807 (1.56%)
음악	24,944 (3.96%)	날씨	2,634 (0.42%)
레퍼런스	21,517 (3.41%)	기타	548 (0.09%)
스포츠	17,733 (2.81%)	합계	630,210 (100.00%)

\* 2012. 5. 6. 기준

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



# 04\_ 음악

## 디지털 음원 차트

### 1. 디지털 음원 종합 TOP 20 (3월)

순위	변동	곡명	앨범명	아티스트	제작사	가온지수
1	+39	FANTASTIC BABY	빅뱅 미니앨범 5집 ALIVE	빅뱅	YG Entertainment	116,996,301
2	new	너도 나처럼	F.Scott Fitzgerald's Way Of Love	2AM	빅히트엔터테인먼트 & JYP엔터테인먼트	112,056,852
3	-2	BLUE	빅뱅 미니앨범 5집 ALIVE	빅뱅	YG Entertainment	90,522,434
4	+2	Heaven	Heaven (Digital Single)	에일리	YMC엔터테인먼트	87,364,030
5	+25	BAD BOY	빅뱅 미니앨범 5집 ALIVE	빅뱅	YG Entertainment	84,467,423
6	new	그대 한 사람	해를 품은 달 OST Part.6 그대 한 사람	김수현	팬엔터테인먼트	73,426,984
7	-	Touch	Touch	miss A	AQ Entertainment & JYP Entertainment	72,139,566
8	+31	사랑먼지	빅뱅 미니앨범 5집 ALIVE	빅뱅	YG Entertainment	71,315,798
9	new	아직 사랑한다	EAR FUN	씨엔블루	F&C Music	65,288,539
10	new	Sherlock · 설록	`Sherlock` SHINee The 4th Mini Album	샤이니	SM Entertainment	64,435,043
11	new	곰인형 (Feat. 해금)	LoveFiction (EP)	린	준뮤직컴퍼니	64,239,593
12	+5	Falling	Knock	존 박	뮤직팜	59,235,670
13	new	내꺼였는데	F.Scott Fitzgerald's Way Of Love	2AM	빅히트엔터테인먼트 & JYP엔터테인먼트	55,959,278
14	-6	니가 필요해 (I Need You)	니가 필요해 (I Need You) (EP)	케이윌	스타쉽엔터테인먼트	53,863,313
15	+30	재미없어	빅뱅 미니앨범 5집 ALIVE	빅뱅	YG Entertainment	51,861,490
16	new	LOVE DAY	`A CUBE` FOR SEASON # GREEN	양요섭(비스트) & 정은지(에이핑크)	에이큐브 엔터테인먼트	48,027,706
17	new	이 노랏 빌려서 (Feat. 이로울 & 아이린)	PS. I Love U (Digital Single)	디셈버	씨에스해피 엔터테인먼트	46,357,531
18	new	이상형	버스커 버스커 1집	버스커 버스커	CJ E&M	44,597,810
19	-17	시간을 거슬러	해를 품은 달 OST Part.2 (린 - 시간을 거슬러)	린	팬엔터테인먼트	43,493,873
20	-16	생각날거야	LOVE CALL with 다비치	다비치	제이오션스타	43,343,683

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

\* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)



## II. 콘텐츠 시장 통계



### 2. 다운로드 음원 TOP 10 (3월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	new	너도 나처럼	2AM
2	+36	FANTASTIC BABY	빅뱅
3	+27	BAD BOY	빅뱅
4	-3	BLUE	빅뱅
5	new	그대 한 사람	김수현
6	+1	Heaven	에일리
7	+26	사랑먼지	빅뱅
8	new	아직 사랑한다	씨엔블루
9	-5	Touch	miss A
10	new	Sherlock · 설록	샤이니

### 3. 스트리밍 음원 TOP 10 (3월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	+11	BLUE	빅뱅
2	new	FANTASTIC BABY	빅뱅
3	+7	Heaven	에일리
4	+6	Touch	miss A
5	+85	BAD BOY	빅뱅
6	new	너도 나처럼	2AM
7	new	사랑먼지	빅뱅
8	+29	Falling Knock	존 박
9	-8	시간을 거슬러	린
10	+6	니가 필요해	케이일

### 4. BGM 음원 TOP 10 (3월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	23	FANTASTIC BABY	빅뱅
2	new	곰인형 (Feat. 해금)	린
3	-2	Heaven	에일리
4	new	LOVE DAY	양요섭(비스트)& 정은지(에이핑크)
5	new	너도 나처럼	2AM
6	new	그냥 가요 (Feat. 조현아 Of 여반자카파)	각스
7	35	년 내 애인이고 사랑이고 운명이야	블루베리
8	new	그대 한 사람	김수현
9	-7	BLUE	빅뱅
10	9	BAD BOY	빅뱅

### 5. 벨소리 음원 TOP 10 (3월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	+8	있었니	이승철
2	new	FANTASTIC BABY	빅뱅
3	+4	BLUE	빅뱅
4	new	너도 나처럼	2AM
5	+18	Heaven	에일리
6	new	Sherlock · 설록	샤이니
7	+19	Touch	miss A
8	-5	애상	10cm
9	+64	너에게로 간다	원티드
10	new	꽃보다 그대가 (Feat. Simon D)	영준 (브라운아이드소울)

\* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 오프라인 앨범 차트 TOP 15 (3월)

순위	변동	앨범명	아티스트	유통사	판매량
1	new	`Sherlock` SHINee The 4th Mini Album	샤이니 (SHINee)	KMP 홀딩스	135,370
2	new	3rd Mini Album Ear Fun	씨엔블루 (CNBLUE)	CJ E&M	59,944
3	-	빅뱅 미니앨범 5집 ALIVE	빅뱅	KMP 홀딩스	45,421
4	new	THE B1A4 I (IGNITION)	비원에이포 (B1A4)	포니캐년코리아	43,513
5	new	정규 10집 The Return	신화	CJ E&M	32,500
6	new	F.Scott Fitzgerald's way of love (EP)	2AM	KMP 홀딩스	27,875
7	new	MBLAQ 4th Mini Album 'BLAQ%Ver.'	엠블랙 (MBLAQ)	CJ E&M	19,561
8	new	버스커버스커 정규 1집	버스커 버스커	CJ E&M	12,685
9	-	Welcome To The BLOCK	블락비 (Block B)	로엔터테인먼트	9,374
10	-	Funky Town (EP)	티아라 (T-ara)	로엔터테인먼트	7,924
11	new	Face (1st Single)	뉴이스트 (Nu'est)	로엔터테인먼트	6,462
12	new	Gift : E.C.H.O (Special Album)	박효신	CJ E&M	6,241
13	-	WARRIOR (Single)	B.A.P	로엔터테인먼트	5,888
14	new	Get your Swag On (Single Album)	토니안 & 스매쉬	KT 뮤직	5,732
15	-	It's (EP)	틴 탑 (Teen Top)	로엔터테인먼트	5,659

\* 앨범 순위집계 : 제작사 출고단위 도매 수량  
\* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)

### 인디음반판매 차트 TOP 15 (3월)

순위	변동	앨범명	아티스트	제작사	유통사
1	+3	보편적인 노래	브로콜리 너마저	루오바팩토리	루오바팩토리
2	-1	Pink Revolution	안녕바다	플렉서스 뮤직	윈드밀 미디어
3	-1	GUILT-FREE	아이언	엘리펀트 뮤직	SONY MUSIC KOREA
4	+5	졸업	브로콜리 너마저	스튜디오 브로콜리	미러볼뮤직
5	-2	아름다운 날들	루시드폴	안테나 뮤직	CJ E&M
6	-	Save the air	Various Artists	파스텔뮤직	브라운이 엔터테인먼트
7	+6	Lifes Like	재지팩트	JF 엔터테인먼트	힙합플레이야
8	+4	Don't You Worry baby	검정치마	도기리치	SONY MUSIC KOREA
9	-2	28	옥상달빛	매직스트로베리사운드	미러볼뮤직
10	-	Kiss from the mystic	한음파	미로볼뮤직	미러볼뮤직
11	+3	01	어반자카파	플렉서스 뮤직	미러볼뮤직
12	-	Ice Cube	3호선 버터플라이	쌍나팔뮤직	비트볼뮤직
13	+2	TALK	번아웃하우스	루디컴퍼니	미러볼뮤직
14	-8	유실물 보관소	에피톤 프로젝트	파스텔뮤직	브라운이 엔터테인먼트
15	-10	장기하와 얼굴들	장기하와 얼굴들	붕가붕가레코드	미러볼뮤직

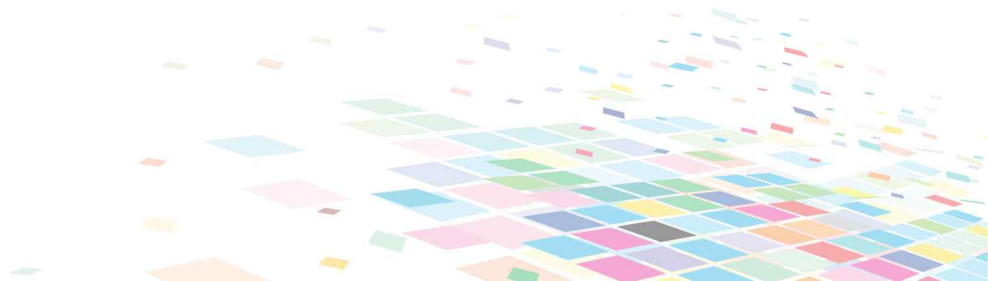
\* 3월 11일 ~ 3월 25일 기준  
\* 출처 : 인디.고.차트 50 (www.music.daum.net/musicbar)



**노래연습장 차트 TOP 15 (3월)**

순위	변동	곡명	아티스트
1	+7	지독하게	F.T Island
2	+1	애상	10cm
3	+94	Heaven	에일리 (Ailee)
4	+2	너를 위해	임재범
5	-1	시간을 거슬러	린 (LYn)
6	-5	너랑 나	아이유 (IU)
7	-5	그리워 그리워	노을
8	-1	서쪽 하늘	울랄라세션
9	+8	천년의 사랑	박완규
10	+3	애인... 있어요	이은미
11	-1	Hello	허각
12	-7	Lovey-Dovey	티아라 (T-ara)
13	-1	살기 위해서	노을
14	+2	체념	빅마마 (BigMama)
15	+6	응급실	Izi

\* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)



## II. 콘텐츠 시장 통계



### 디지털 음원 서비스 (PC)

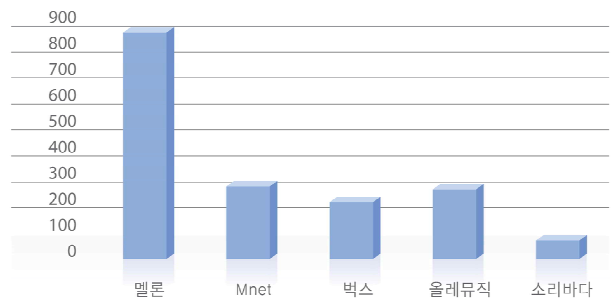
#### 1. 서비스 현황 (3월)

도메인	순방문자	도달률(%)	월평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	총페이지뷰	평균페이지뷰	성장률
멜론	2,069,264	6.47	878	4.09	44,520,635	21.52	-12.93
Mnet	994,771	3.11	275.51	2.36	20,174,609	20.28	2.62
벅스	822,801	2.57	213.90	2.54	19,624,685	23.85	0.67
올레뮤직	411,549	1.29	266.90	3.06	8,775,722	21.32	2.23
소리바다	340,913	1.07	68.41	2.51	10,175,619	29.85	-4.56

음원서비스 순방문자 - 3월



음원서비스 월평균 체류시간(분) - 3월



\* 순방문자: 해당 기간 동안 웹사이트를 적어도 1번 이상 방문한 이용자

\* 도달률: 전체 인터넷 이용자수 대비 순방문자수의 비율

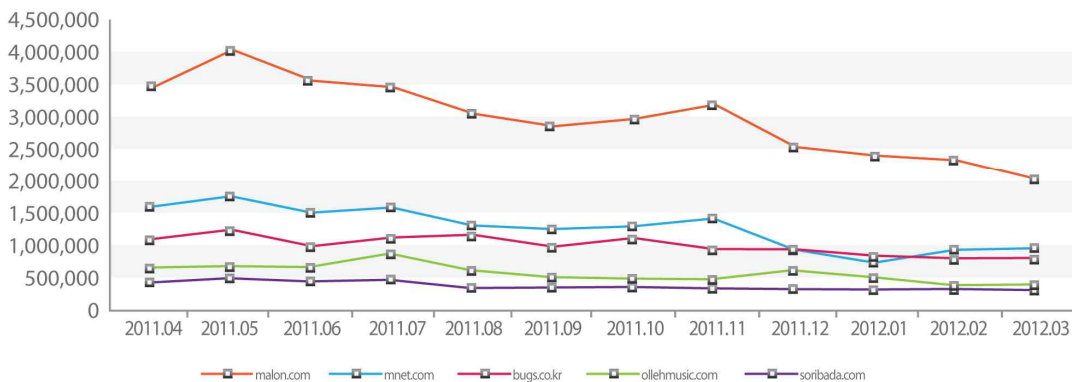
\* 평균체류시간: 측정기간 중 순방문자 1인당 발생시킨 체류시간의 평균을 의미

#### 2. 사이트+어플리케이션 순방문자 (2011.4 ~ 2012.3)

(단위: 천 명)

구분	2011.04	2011.05	2011.06	2011.07	2011.08	2011.09	2011.10	2011.11	2011.12	2012.01	2012.02	2012.03
멜론	3,512	4,106	3,622	3,521	3,106	2,911	3,026	3,249	2,585	2,450	2,376	2,069
Mnet	1,644	1,811	1,553	1,634	1,352	1,295	1,338	1,461	973	767	969	994
벅스	1,117	1,267	1,007	1,144	1,187	999	1,136	961	959	858	817	822
올레뮤직	678	700	685	898	637	528	504	494	635	527	402	411
소리바다	457	526	476	501	372	380	389	367	355	349	357	340

Site + App. Unique User



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

\* 이용자가 줄어드는 현상은 스마트폰에서의 음악 어플리케이션 이용이 증대하기 때문으로 추정됨 (위 데이터는 PC 이용 행태에 해당)



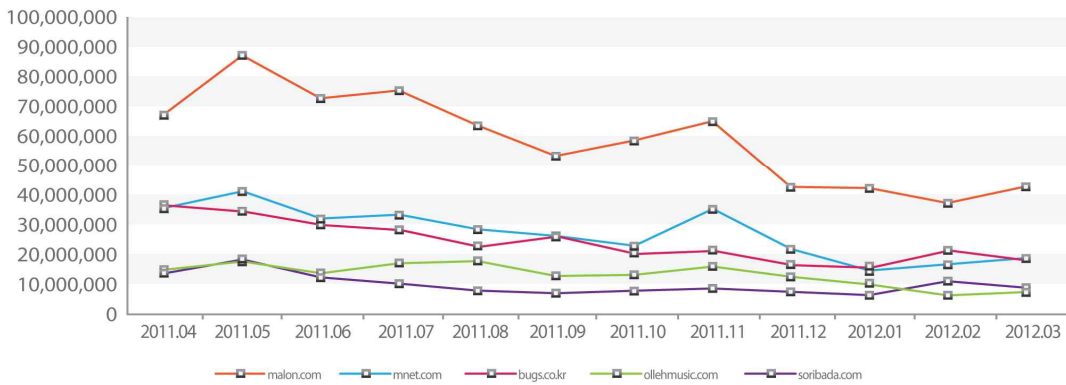
## II. 콘텐츠 시장 통계

### 3. 페이지뷰 (2011.4 ~ 2012.3)

(단위: 천 번)

구분	2011.04	2011.05	2011.06	2011.07	2011.08	2011.09	2011.10	2011.11	2011.12	2012.01	2012.02	2012.03
멜론	69,397	89,552	74,924	77,604	65,687	55,208	60,510	67,091	44,389	43,998	38,873	44,520
Mnet	37,235	42,906	33,628	34,949	29,959	27,680	24,358	36,905	23,237	15,919	18,041	20,174
벅스	38,391	36,270	31,693	29,977	24,297	27,792	21,863	22,879	18,045	17,185	23,037	19,624
올레뮤직	15,057	19,780	13,695	11,573	9,202	8,296	9,152	9,922	8,782	7,660	12,396	10,175
소리바다	16,358	19,168	15,178	18,574	19,301	14,235	14,633	17,453	13,973	11,345	7,640	8,775

#### Page Views



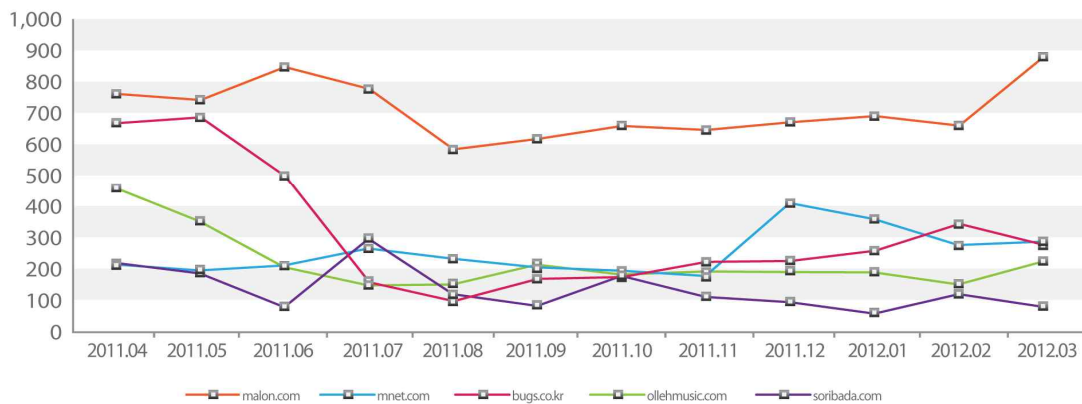
- \* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계되는 통계적 추정치로써 오차가 발생할 수 있음
- \* 페이지뷰가 줄어드는 현상은 스마트폰에서의 음악 어플리케이션 이용이 증대하기 때문으로 추정됨(위 데이터는 PC 이용 행태에 해당)

### 4. 월 평균체류시간 (2011.4 ~ 2012.3)

(단위: 분)

구분	2011.04	2011.05	2011.06	2011.07	2011.08	2011.09	2011.10	2011.11	2011.12	2012.01	2012.02	2012.03
멜론	758	738	845	774	578	612	654	641	666	686	655	878
Mnet	202	183	199	254	221	193	182	165	401	349	265	276
벅스	664	683	492	146	85	157	163	212	215	248	335	267
올레뮤직	453	344	196	137	140	204	172	182	180	179	140	214
소리바다	201	176	67	288	109	71	168	100	83	46	109	68

#### Avg. Duration(min.)



- \* 평균체류시간: 측정기간 중 순방문자 1인당 발생시킨 체류시간의 평균을 의미
- \* 출처 : 닐슨 코리안클릭, KOCCA 재구성

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 발매음반 방송 심의 통계

#### 1. 월별 심의 건수 (2012년 1분기)

구분	1월	2월	3월	합계
앨범	157	196	194	547
곡	548	607	657	1812

\* 출처 : 한국음원제작자협회

#### 2. 장르별 심의 곡 현황 (2012년 1분기)

장르	댄스	발라드	트롯	힙합	락	락발라드	모던락	일렉트로닉	재즈	포크	펑크	하우스	레게	크로스오버	팝페라	알앤비	소울	OST	클래식, 기타	미분류	일반가요	총계
곡	54	100	116	40	22	12	9	11	6	8	3	·	2	3	·	12	1	13	·	·	135	547
비율 (%)	10	18	21	7	4	2	2	2	1	1	1	·	0	1	·	2	0	2	·	·	25	100

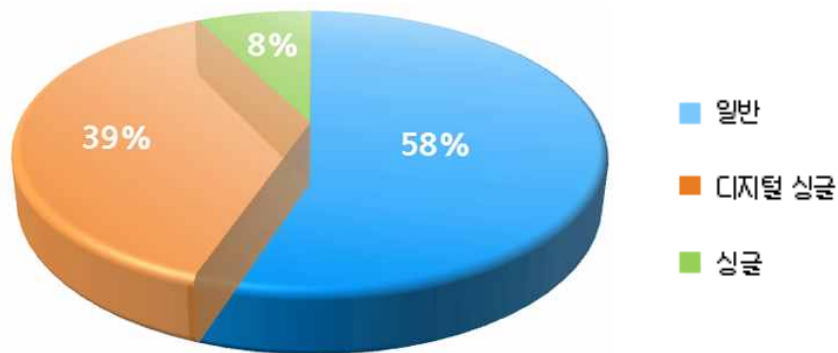
\* 2012년 1월 ~ 2012년 3월 합산수치임

\* 출처 : 한국음원제작자협회

#### 3. 음반 발매 형태 (2012년 1분기)

구분	일반	디지털 싱글	싱글	컴필레이션	총계
곡	216	316	15	·	547
비율(%)	39%	58%	3%	·	100%

음반 발매 형태 (2012.10)



\* 2012년 1월 ~ 2012년 3월 합산수치임

\* 출처 : 한국음원제작자협회



II. 콘텐츠 시장 통계



2011년 디지털 종합순위 기획사별 점유율 (상위 100위 기준)

순위	기획사	비고	백분율
1	YG Entertainment	빅뱅, 2NE1, 세븐, 거미, 타블로	13.2%
2	아이엠비씨	나는 가수다, 무한도전	10.9%
3	큐브엔터테인먼트	포미닛, 비스트, 지나	7.9%
4	코어컨텐츠미디어	티아라, 다비치	4.6%
5	SM Entertainment	슈퍼주니어, 소녀시대, f(x), 샤이니	4.4%
6	TS엔터테인먼트	시크릿,	4.3%
7	스타쉽엔터테인먼트	시스타, 케이윌	3.9%
8	로엔엔터테인먼트	아이유	3.7%
9	기 타	-	47.1%
총 계		-	100.0%

\* 동자료의 내용은 상위 100위까지의 가온차트 자료를 근거로 작성됨 (상위 100위 이외의 판매량은 포함되지 않음)  
 \* 출처: SM엔터테인먼트 2011년 사업보고서, 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)

2010, 2011년 음반 시장 점유율 (상위 100위 기준)

2010년			2011년		
순위	기획사	점유율	순위	기획사	점유율
1	엠넷미디어	34.48%	1	SM엔터테인먼트	30.4%
2	SM Entertainment	32.13%	2	YG엔터테인먼트	8.9%
3	로엔엔터테인먼트	11.42%	3	에프엔씨뮤직	6.6%
4	Warner Music	9.81%	4	씨제스엔터테인먼트	6.2%
5	Universal Music	4.84%	5	큐브엔터테인먼트	5.2%
6	Sony Music	3.95%	6	키이스트	4.3%
7	KT 뮤직	2.98%	7	JYP엔터테인먼트	3.6%
8	포니캐년코리아	0.39%	8	로엔엔터테인먼트	3.6%
9	-	-	9	기 타	31.1%
총계		100%	총계		100%

\* 출처: SM엔터테인먼트 사업보고서(공시), 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)



# 05\_ 공연

## 공연시장 종합 TOP 20 (2012년 1분기)

순위	공연	공연장	판매 점유율
1	뮤지컬 엘리자벳	블루스퀘어 삼성전자홀	7.9%
2	노트르담 드 파리 내한공연(English Version)	세종문화회관 대극장	3.1%
3	뮤지컬 맘마미아!	디큐브아트센터	2.7%
4	옥탑방고양이 - 대학로	대학로 토티홀	2.7%
5	뮤지컬 닥터지바고	샤롯데씨어터	2.6%
6	뉴보잉보잉 1탄	대학로 두레홀 3관	2.4%
7	뮤지컬<캐치 미 이프 유 캔>	블루스퀘어 삼성카드홀	2.1%
8	뮤지컬 <광화문연가>	LG아트센터	1.7%
9	뮤지컬 위키드 오리지널 내한공연	블루스퀘어 삼성전자홀	1.7%
10	라이어1탄	해피씨어터	1.3%
11	블링블링	대학로 킷킷아트홀	1.2%
12	뮤지컬 서편제	유니버설아트센터	1.1%
13	라이어1탄 <강남코엑스>	코엑스 아트홀	1.0%
14	머쉬멜로우	대학로 킷킷아트홀	1.0%
15	뮤지컬 <영웅>	예술의전당 오페라극장	1.0%
16	세계4대뮤지컬 미스사이공-대전	대전예술의전당	1.0%
17	세계4대뮤지컬 미스사이공-부산	부산문화예술회관	1.0%
18	리얼버라이어티 코믹극 배꼽	강남아트홀	0.9%
19	코믹연애사극 밀당의탄생	PMC자유극장	0.9%
20	<연극열전4> 장진의 리턴투햄릿	동숭아트센터 동숭홀	0.9%

\* 인터파크-티켓링크-제휴기업 통합데이터

\* 순위 집계: 1.1~3.31 판매매수 기준





## 공연시장 분야별 TOP 10 (2012년 1분기)

### 1. 뮤지컬

순위	공연명	구분	공연장소
1	엘리자벳	라이센스	블루스퀘어 삼성전자홀
2	노트르담드파리	오리지널	세종문화회관 대극장
3	맘미아	라이센스	디큐브아트센터
4	닥터지바고	라이센스	샤롯데씨어터
5	광화문연가	창작	LG아트센터
6	캐치미이프류캔	라이센스	블루스퀘어 삼성카드홀
7	위키드	오리지널	블루스퀘어 삼성전자홀
8	서편제	창작	유니버설아트센터
9	영웅	창작	예술의전당 오페라극장
10	미스사이공-대전	라이센스	대전예술의전당

### 2. 연극

순위	공연명	공연장소
1	옥탑방고양이-대학로	대학로 틴틴홀
2	뉴보잉보잉1탄	대학로 두레홀3관
3	라이어1탄-대학로	대학로 해피씨어터
4	블링블링	대학로 키득키득아트홀
5	라이어1탄-강남	코엑스아트홀
6	머쉬멜로우	대학로 키득키득아트홀
7	코믹극 배꼽	강남아트홀
8	코믹연애사극 밀당의탄생	PMC자유극장
9	<연극열전4> 장진의 리턴투햄릿	동숭아트센터 동숭홀
10	장진 코믹소란극 서툰사람들	동숭아트센터 소극장

### 3. 콘서트

순위	공연명	공연장소
1	현대카드 슈퍼콘서트 레이디가가 내한공연	잠실 올림픽주경기장
2	2012 신화 콘서트 'The return'	올림픽공원 체조경기장
3	2012 비스트 콘서트	올림픽공원 체조경기장
4	2012 인피니트 콘서트	올림픽공원 체조경기장
5	삼성카드 셀렉트 이승환콘서트	올림픽공원 SK핸드볼경기장
6	현대카드 컬처 프로젝트 제이슨 므라즈-부산	부산 BEXCO
7	넬(Nell) 컴백 콘서트	올림픽공원 올림픽홀
8	이소라 소극장 콘서트-다섯번째 봄	서강대학교 메리홀
9	지산밸리 락페스트벌	지산 포르세트 리조트
10	브라운아이드소울 라이브 인 서울	올림픽공원 체조경기장

\* 인터파크-티켓링크-제휴기업 통합데이터  
\* 순위 집계: 1.1~3.31 판매매수 기준

II. 콘텐츠 시장 통계



4. 클래식/오페라

순위	공연명	공연장소
1	2012 유키 구라모토 그랜드 콘서트	세종문화회관 대극장
2	어쿠스틱 카페 내한공연	성남아트센터 콘서트홀
3	The 클래식-조영남음악회	예술의전당 오페라극장
4	하이브리드 오페라 <헨젤과 그레텔>	세종문화회관 M씨어터
5	라 보엠	예술의전당 오페라극장
6	세종문화회관 서울시향 신년음악회	세종문화회관 대극장
7	서울시향 북미투어 기념음악회	세종문화회관 대극장
8	가정의달 특별공연 <오페레타 부니부니>	국립중앙박물관 극장용
9	서울대표창작오페라 <연서>	세종문화회관 대극장
10	2012 스티브 바라캇 스위트 콘서트	예술의전당 콘서트홀

5. 무용/전통

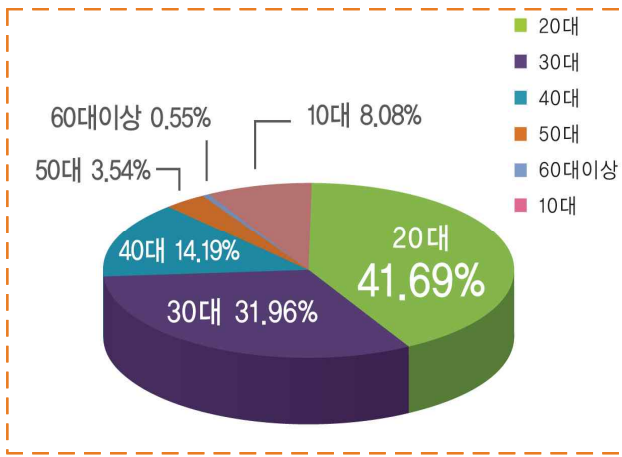
순위	공연명	공연장소
1	유니버설발레단 <잠자는 숲속의미녀>	세종문화회관 대극장
2	국립발레단 <지젤>	예술의전당 오페라극장
3	강수진&슈투트가르트발레단 <까멜리아 레이디>	세종문화회관 대극장
4	유니버설발레단 <디스이즈모던3>	유니버설아트센터
5	국립발레단 <지젤>-수원	경기도문화의전당 대극장
6	2012 경희루 연향	경복궁 경희루
7	스파르타쿠스	예술의전당 오페라극장
8	대전시립무용단 <춤으로그리는동화>	대전예술의전당 앙상블홀
9	국립발레단 <백조의호수>-대전	대전예술의전당 아트홀
10	국립발레단 <백조의호수>-부평	부평아트센터

\* 인터파크-티켓링크-제휴기업 통합데이터  
\* 순위 집계: 1.1~3.31 판매매수 기준

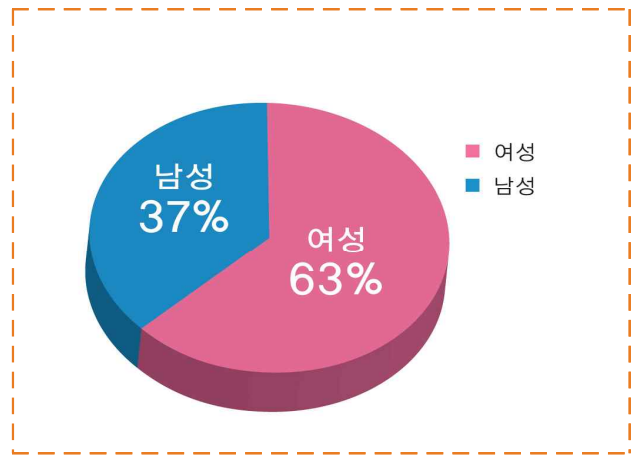


## 2011년 공연시장 분석

### 1. 공연 구매자 연령대별 분포



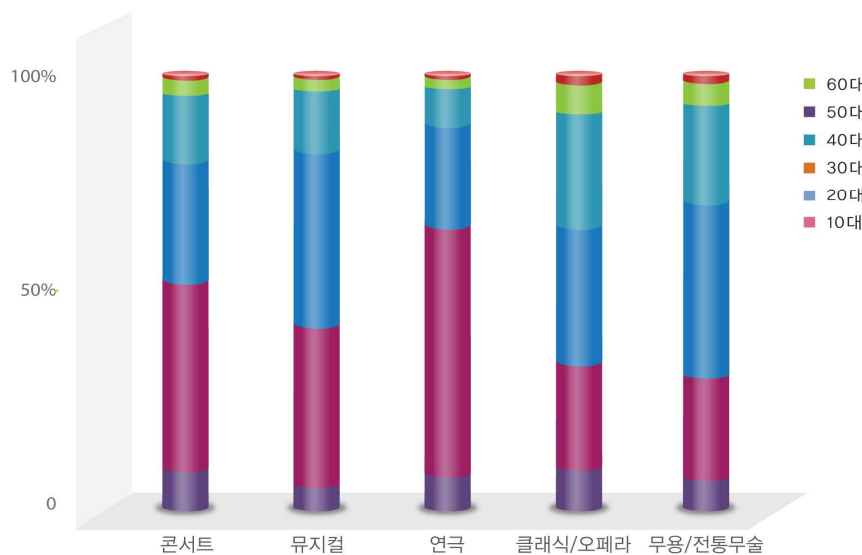
### 2. 공연 구매자 성별 비율



### 3. 공연 구매자 장르별 연령 분포

구분	콘서트	뮤지컬	연극	클래식/오페라	무용/전통예술
10대	9.2%	5.5%	7.8%	9.5%	7.1%
20대	43.3%	37.0%	57.5%	24.3%	23.7%
30대	28.1%	40.4%	23.6%	31.5%	40.1%
40대	15.0%	13.7%	8.2%	26.0%	22.4%
50대	3.9%	3.0%	2.5%	6.9%	5.4%
60대 이상	0.5%	0.5%	0.3%	1.7%	1.3%
합계	100%	100%	100%	100%	100%

공연 구매자 장르별 연령 분포



\* 집계대상 : 인터파크 웹구매자 대상(현장판매분, 연동 및 제휴사이트 제외)

\* 출처 : 예술경영지원센터, <2011년 공연예술 경기동향 조사보고서>



# 06\_ 게임

## 장르별 게임 현황

### 1. 장르별 이용현황 (3월)

장르명	장르별 지수	사용시간 (시)	점유율(%)		기간대비 등락현황(개)				PC방당 사용시간 (분)	평균체류시간 (분)	평균이용횟수(회)	평균 접속자수	최대 접속자수
			점유율	등락률	전체	상승	하락	보합					
RPG	234	2,489,306	38.18	-1.98	168	56	90	17	777	122	1,227,577	3,230,329	6,511,606
RTS	353	1,326,251	20.34	2.12	9	1	1	7	1,161	88	900,110	1,719,471	3,066,856
보드	253	117,267	1.80	0.07	32	8	13	11	123	62	114,027	152,150	296,133
레이싱	641	128,007	1.96	0.04	8	1	1	5	265	45	171,833	165,860	418,504
FPS	5,950	1,051,146	16.12	1.11	25	10	2	13	758	77	815,129	1,362,189	3,086,697
아케이드	296	241,121	3.70	-0.17	43	13	17	12	185	55	260,985	312,669	746,306
스포츠	34,147	791,171	12.14	-1.34	21	3	3	15	562	58	814,376	1,024,193	2,147,489
고스톱	88	130,830	2.01	-0.03	31	3	3	25	137	39	203,802	169,866	324,402
포커	616	244,370	3.75	0.17	22	9	1	12	169	30	492,640	317,652	549,129

\* 출처 : 게임트릭스 (2-3월 게임동향)

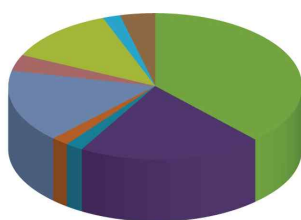
### 2. 장르별 점유율 추이 (분기별)

장르	2011년 1Q	2011년 2Q	2011년 3Q	2011년 4Q	2012년 1Q
RPG (Role Playing Game)	47.85%	43.40%	41.33%	40.14%	36.77%
RTS (Real Time Strategy Simulation)	13.09%	15.95%	16.60%	17.36%	22.49%
FPS (First Person Shooting)	15.56%	14.44%	16.46%	15.46%	16.87%
스포츠	9.37%	11.62%	11.87%	13.40%	10.83%
아케이드	3.73%	3.83%	3.97%	3.97%	3.56%
포커	4.04%	4.32%	3.75%	3.87%	3.80%
고스톱	2.52%	2.61%	2.29%	2.14%	2.02%
레이싱	2.03%	1.87%	1.93%	1.86%	1.84%
보드	1.81%	1.95%	1.81%	1.80%	1.82%

\* 출처 : 게임트릭스(2011년~2012년 게임동향)

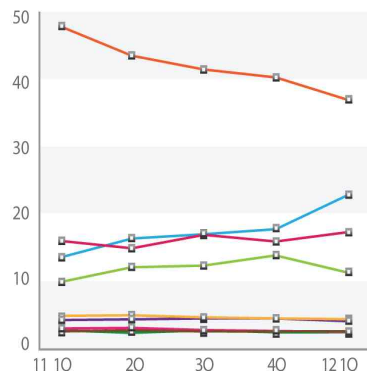
장르별 이용현황 (3월)

점유율



- RPG
- RTS
- 보드
- 레이싱
- FPS
- 아케이드
- 스포츠
- 고스톱
- 포커

장르별 점유율 추이 (2011.1Q ~ 2012.1Q)



- RPG
- RTS
- FPS
- 스포츠
- 아케이드
- 포커
- 고스톱
- 레이싱
- 보드

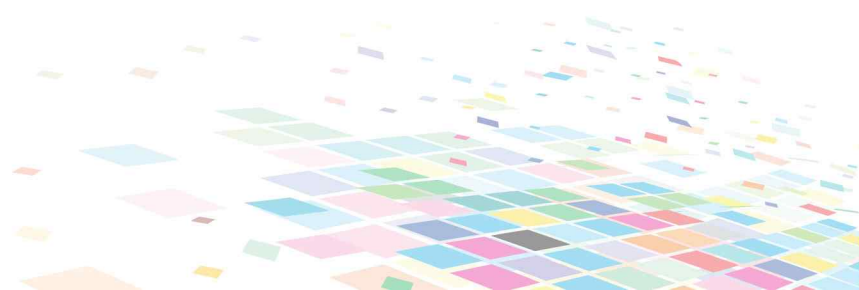
II. 콘텐츠 시장 통계



온라인 게임 종합 TOP 20 (3월)

순위	변동	게임명	장르	사용시간 점유율(%)	사용시간 (시)	개발사	유통사
1	+1	아이온	RPG	13.22%	763,727	엔씨소프트	엔씨소프트
2	+1	리그 오브 레전드	RTS	12.90%	745,249	라이엇 게임즈	라이엇 게임즈
3	-2	서든어택	FPS	11.77%	679,993	게임하이	CJ E&M/넥슨
4	+1	스타크래프트	RTS	5.56%	321,244	블리자드	블리자드
5	-1	피파온라인2	스포츠	5.56%	321,004	EA/네오위즈게임즈	네오위즈게임즈
6	-	워크래프트3	RTS	4.57%	263,867	블리자드	블리자드
7	-	리니지	RPG	3.58%	206,624	엔씨소프트	엔씨소프트
8	-	월드 오브 워크래프트	RPG	2.52%	145,768	블리자드	블리자드
9	+1	리니지2	RPG	2.49%	143,718	엔씨소프트	엔씨소프트
10	+1	테라	RPG	2.48%	143,053	블루홀 스튜디오	NHN
11	-2	던전앤파이터	RPG	2.06%	119,219	네오플	넥슨
12	+1	사이퍼즈	RPG	1.87%	108,151	네오플	넥슨
13	+1	스페셜포스	FPS	1.64%	94,981	드래곤플라이	네오위즈게임즈
14	+3	한게임 로우바둑이	포커	1.30%	75,195	NHN	NHN
15	-3	메이플 스토리	RPG	1.28%	73,987	넥슨	넥슨
16	-1	카트라이더	레이싱	1.26%	72,644	넥슨	넥슨
17	+1	프리스타일풋볼	스포츠	1.06%	61,351	JCE	JCE
18	-2	스타크래프트2	RTS	1.00%	57,920	블리자드	블리자드
19	-	카오스온라인	RTS	0.89%	51,289	네오엑트	넥슨
20	-	스페셜포스2	FPS	0.83%	47,817	드래곤플라이	CJ E&M

\* 출처 : 게임트릭스 (3월 게임 동향)



II. 콘텐츠 시장 통계



❑ 게임사별 점유율 (3월)

게임사명 (사용시간 기준 정렬)	사용시간 (시)	점유율		기간(월)대비 보유게임 등락현황 (개)			
		점유율	등락률	전체	상승	하락	보합
엔씨소프트	1,229,629	18.94%	-0.53%	9	3	3	3
넥슨	1,224,647	18.86%	0.07%	29	14	11	4
블리자드	1,090,358	16.79%	-1.89%	5	1	2	2
네오위즈게임즈	828,820	12.77%	-0.78%	36	14	18	4
CJ E&M	614,089	9.46%	0.35%	41	15	23	3
NHN	478,040	7.36%	-0.10%	34	17	11	6
JCE	182,004	2.80%	-0.33%	6	1	4	1
예당온라인	37,390	0.58%	-0.05%	5	2	3	0
윈디소프트	37,894	0.58%	-0.08%	5	1	3	1
엠게임	37,050	0.57%	-0.02%	32	13	17	2
웹젠	27,445	0.42%	0.02%	3	2	1	0
YNK코리아	26,647	0.41%	-0.08%	1	0	1	0
한빛소프트	18,351	0.28%	-0.03%	11	2	8	1
이스트소프트	16,292	0.25%	-0.02%	2	2	0	0
라이브플렉스	14,313	0.22%	-0.06%	4	0	4	0
게임하이	13,235	0.20%	-0.03%	2	0	2	0
위메이드엔터테인먼트	13,055	0.20%	0	6	2	4	0
KTH	9,346	0.14%	-0.05%	6	3	3	0
그라비티	5,851	0.09%	-0.05%	3	0	3	0
액토즈소프트	5,877	0.09%	0.01%	5	3	2	0
바른손게임즈	1,038	0.02%	0.01%	2	1	1	0
엔플루토	1,410	0.02%	-0.02%	1	0	1	0
손오공	6	0.00%	0	1	0	1	0

\* 출처 : 게임트릭스 (3월 게임 동향)





## 스마트폰 / 태블릿 게임 TOP 5

### 1. 티스토어

순위	유료 APP.	무료 APP.
1	나인히어로즈 디펜스	에어펜곤
2	치킨팝	최종병기 신궁
3	메이플스토리 Live	피망 삼국대전
4	크로이센 2	아스트로잉 2
5	샤이닝 어스	버그킹

### 2. 올레마켓

순위	유료 APP.	무료 APP.
1	팔라독	카트라이더 러쉬
2	크로이센 2	소울세이버 2
3	프룻닌자	카카오톡
4	은하영웅전설	휴대폰인증서 서비스
5	밀실탈출 검은방 4	에어펜곤

### 3. 오즈스토어

순위	유료 APP.	무료 APP.
1	팔라독	앵그리버드 시즌
2	스타일리시 스프린트	제노니아 4
3	미니게임천국 5	카트레이싱 피버
4	액션퍼즐 패밀리 4	2012 프로야구
5	에어펜곤 PLUS	포토관상

### 4. 앱스토어

순위	유료 APP.	무료 APP.
1	아이포토 애플	조용한 카메라
2	도전! 묘수장기	기동찬문자음 + 벨소리 + 무료벨
3	TEDiSUB - TED	플랜츠워
4	팔라독	네이버 카메라
5	앵그리버드 시즌	카카오톡 친구만들기

\* 출처 : 앱스토어 4월호



## 게이밍물 등급분류

### 1. 등급분류 결정 현황 (3월)

구분	아케이드	PC·온라인	비디오콘솔	모바일 (오픈마켓)	합계	비율(%)
전체이용가	33	17	13	52(48)	115	43.2
12세이용가	·	10	6	3(3)	19	7.1
15세이용가	·	3	3	3(3)	9	3.4
청소년이용불가	33[33]	23	5	14(10)	75	28.1
등급분류소계	66	53	27	72(64)	218	82
등급분류거부	47[31]	1	·	·	48	18
합계	113[64]	54	27	72(64)	266	100

\* [ ]안의 숫자는 청소년이용불가 아케이드 게이밍물임

\* 출처 : 게임물등급위원회

### 2. 등급분류 결정 게이밍물 장르별 현황 (3월)

구분	아케이드	PC·온라인	비디오콘솔	모바일 (오픈마켓)	합계	비율(%)
보드게임(베팅성)	32	12	·	6(4)	50	21.9
퍼즐	13	·	3	14(14)	30	13.8
액션	·	7	11	11(10)	29	13.3
캐주얼	1	9	·	14(10)	24	11
FPS[1인칭슈팅]	15	3	1	·	19	8.7
보드게임	1	·	3	9(9)	13	6
시뮬레이션	·	4	1	6(6)	11	5.1
전략시뮬레이션	·	5	·	3(3)	8	3.7
기타	4	1	·	2(2)	7	3.2
MMORPG	·	6	·	·	6	2.8
레이싱	·	2	3	·	5	2.3
스포츠	·	1	1	3(2)	5	2.3
격투게임	·	1	3	·	4	1.8
어드벤처	·	1	1	2(2)	4	1.8
롤플레이	·	1	·	1(1)	2	0.9
교육용	·	·	·	1(1)	1	0.5
합계	66[33]	53	27	72(64)	218	100

\* [ ]안의 숫자는 청소년이용불가 아케이드 게이밍물임

\* 출처 : 게임물등급위원회

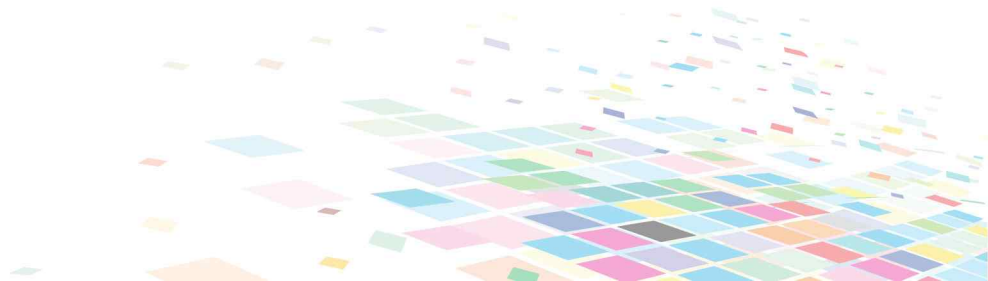
II. 콘텐츠 시장 통계



3. 등급분류 결정 게임물 제작 국가별 현황 (3월)

구분	아케이드	PC·온라인	비디오콘솔	모바일 (오픈마켓)	합계	비율(%)
대한민국	63	26	·	39(35)	128	58.7
미국	·	13	8	8(7)	29	13.3
일본	3	4	13	6(6)	26	11.9
중국	·	6	·	1(1)	7	3.2
영국	·	1	3	1(1)	5	2.3
프랑스	·	·	·	5(2)	5	2.3
러시아	·	·	·	3(3)	3	1.4
스웨덴	·	·	·	2(2)	2	0.9
이탈리아	·	·	·	2(2)	2	0.9
크로아티아	·	2	·	·	2	0.9
핀란드	·	·	2	·	2	0.9
독일	·	·	1	·	1	0.5
스위스	·	·	·	1(1)	1	0.5
스페인	·	·	·	1(1)	1	0.5
캐나다	·	·	·	1(1)	1	0.5
키프로스	·	1	·	·	1	0.5
포르투갈	·	·	·	1(1)	1	0.5
폴란드	·	·	·	1(1)	1	0.5
합계	66[33]	53	27	72	218	100

\* [ ]안의 숫자는 청소년이용불가 아케이드 게임물임  
\* 출처 : 게임물등급위원회



## II. 콘텐츠 시장 통계



### ▶ 게임 이용 행태

#### 1. 성별 이용 행태 (3월)

분 류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임 이용갯수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
남자	6,809,015	21.27	63.93	2.18	11.28	1,815.35
여자	3,840,978	12	36.07	1.81	8.2	1,138.41
합계	10,649,994	33.28	100	2.05	10.17	1,571.21

#### 2. 연령별 이용 행태 (3월)

분 류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임 이용갯수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
7~12세	1,408,674	4.4	13.23	2.2	10.29	1,013.46
13~18세	1,928,787	6.03	18.11	2.11	9.88	1,024.51
19~24세	1,305,281	4.08	12.26	2.02	8.76	1,708.05
25~29세	1,009,930	3.16	9.48	2.32	12.37	2,410.01
30~34세	947,614	2.96	8.9	1.84	10.66	2,443.14
35~39세	889,045	2.78	8.35	2.31	9.29	1,771.22
40~44세	995,849	3.11	9.35	1.96	9.2	1,572.56
45~49세	854,855	2.67	8.03	1.63	8.56	1,184.70
50세~	1,309,959	4.09	12.3	1.89	12.22	1,677.63

#### 3. 직업별 이용 행태 (3월)

분 류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임 이용갯수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
사무직	3,108,172	9.71	29.18	2.04	10.12	1,777.33
생산직	759,778	2.37	7.13	2.14	11.21	2,373.11
자영업	581,818	1.82	5.46	2.04	12.75	2,084.60
학생	4,804,604	15.01	45.11	2.1	9.87	1,261.96
전업주부	952,313	2.98	8.94	1.71	9.23	1,095.24
무직/기타	443,310	1.39	4.16	2.1	10.61	2,451.98

#### 4. 소득별 이용 행태 (3월)

분 류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임 이용갯수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
100만원 미만	419,384	1.31	3.94	2.31	9.74	1,730.66
100만원~300만원	2,860,675	8.94	26.86	2.11	10.56	1,638.57
300만원~500만원	4,487,414	14.02	42.14	2.12	10.15	1,532.84
500만원 이상	2,882,520	9.01	27.07	1.82	9.87	1,540.90

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

\* 출처 : 닐슨코리아 클릭



# 07\_ 영화

## 박스오피스 현황 (1분기)

구분	2012년 1분기					2011년 1분기				
	개봉 편수	상영 편수	매출액 (백만원)	관객수 (천명)	점유율	개봉 편수	상영 편수	매출액 (백만원)	관객수 (천명)	점유율
한국	34	234	187,575	24,744	60.8%	38	229	142,662	19,303	56.2%
외국	76	599	126,257	15,949	39.2%	72	411	127,873	15,036	43.8%
전체	110	833	313,832	40,693	100%	110	640	267,536	34,339	100%

\* 출처 : 영화진흥위원회

## 박스오피스 순위 TOP 15 (1분기)

순위	제목	배급사	개봉일	스크린수	매출액 (백만원)	관객수 (천명)
1	범죄와의 전쟁: 나쁜 놈들 전성시대	쇼박스(주)미디어플렉스	2012-02-02	710	36,248	4,681
2	댄싱퀸	씨제이이엔엠 주식회사	2012-01-18	543	29,791	4,010
3	부러진 화살	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	2012-01-18	529	25,679	3,425
4	미션임파서블: 고스트프로토콜	씨제이이엔엠 주식회사	2011-12-15	697	19,367	2,510
5	화차	필라멘트픽처스	2012-03-08	547	17,463	2,301
6	장화신은 고양이	씨제이이엔엠 주식회사	2012-01-12	593	17,449	2,058
7	러브픽션	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	2012-02-29	615	13,085	1,710
8	하울링	씨제이이엔엠 주식회사	2012-02-16	549	11,614	1,591
9	건축학개론	롯데쇼핑(주)	2012-03-22	593	10,449	1,402
10	잃어버린 세계를 찾아서 2: 신비의 섬	위너브러더스코리아(주)	2012-01-19	397	9,685	1,135
11	점막이: 한반도의 공룡	씨제이이엔엠 주식회사	2012-01-26	455	9,513	1,028
12	원더풀 라디오	쇼박스(주)미디어플렉스	2012-01-05	475	7,013	952
13	셜록홈즈: 그림자 게임	위너브러더스코리아(주)	2011-12-21	360	7,117	942
14	디스 민즈 워	이십세기폭스코리아(주)	2012-02-29	351	6,503	852
15	언터처블: 1%의 우정	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	2012-03-22	454	6,173	827

\* 출처 : 영화진흥위원회

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 배급사별 점유율 TOP 10 (1분기)

순위	배급사	상영편수	관객		매출	
			관객수(천명)	점유율	매출액(백만원)	점유율
1	씨제이이엔엠 주식회사	17.5	12,190	30.4%	95,232	30.9%
2	(주)넥스트엔터테인먼트월드	5.5	6,017	15.0%	45,349	14.7%
3	쇼박스(주)미디어플렉스	3	5,668	14.1%	43,530	14.1%
4	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	11.5	4,257	10.6%	31,183	10.1%
5	워너브러더스코리아(주)	4	2,632	6.6%	21,542	7.0%
6	필라멘트픽처스	4	2,516	6.3%	19,079	6.2%
7	한국소니픽처스릴리징브레나비스타영화(주)	7	1,802	4.5%	14,978	4.9%
8	이십세기폭스코리아(주)	6	1,786	4.5%	13,485	4.4%
9	(주)스마일엔티	1	558	1.4%	4,059	1.3%
10	(주)화앤담이엔티	2	360	0.9%	2,633	0.9%
-	기타	98.5	2,381	5.9%	17,621	5.7%
합계		86	40,168	100%	308,691	100%

\* 순위는 관객 수(점유율)로 집계

\* 두 개 배급사가 공동으로 배급한 작품은 각 편수, 관객수, 매출액 모두 각 배급사에 절반씩 나누어 집계

\* 출처 : 영화진흥위원회

### 상형 유형별 점유율 (1분기)

순위	분류	개봉편수	상영편수	관객		매출	
				관객수(천명)	점유율	매출액(백만원)	점유율
1	2D	104	226	31,249	78.4%	234,143	76.2%
	디지털	90	202	29,160	73.1%	220,237	71.7%
	디지털더빙	11	17	2,081	5.2%	13,849	4.5%
	디지털 영문자막	2	4	5	0.0%	47	0.0%
	디지털 한글자막	0	1	1	0.0%	8	0.0%
	디지털 일본자막	1	2	0	0.0%	2	0.0%
2	필름	105	520	5,530	13.9%	39,432	12.8%
	일반	98	507	5,149	12.9%	37,025	12.1%
	더빙	6	11	380	1.0%	2,406	0.8%
	영문자막	1	2	0	0.0%	0	0.0%
3	3D	21	31	2,564	6.4%	27,467	8.9%
	3D디지털	13	20	1,293	3.3%	14,351	4.7%
	3D더빙	8	11	1,270	3.2%	13,116	4.3%
4	IMAX	6	7	265	0.7%	3,394	1.1%
	IMAX	1	2	136	0.3%	1,442	0.5%
	IMAX 3D	5	5	129	0.3%	1,951	0.6%
5	4D	6	9	257	0.6%	2,867	0.9%
	4D	5	8	202	0.5%	2,276	0.7%
	4D더빙	1	1	55	0.1%	591	0.2%
합계		242	793	39,867	100.0%	307,305	100.0%

\* 출처 : 영화진흥위원회

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 월별 관객수 및 점유율 추이 (1분기)

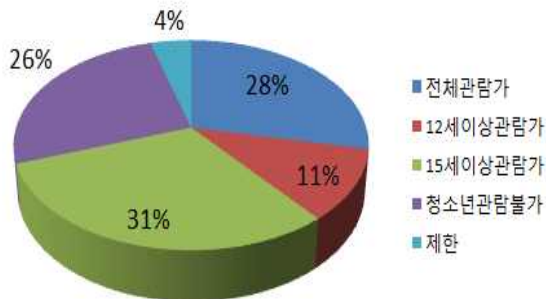
년월	개봉편수			상영편수			관객수 (천명)			점유율 (%)	
	한국	외국	전체	한국	외국	전체	한국	외국	전체	한국	외국
2011-04	12	24	36	47	63	110	4,165	3,354	7,519	55.4	44.6
2011-05	7	22	29	42	57	99	5,180	8,685	13,864	37.4	62.6
2011-06	12	25	37	39	70	109	4,168	8,531	12,699	32.8	67.2
2011-07	9	24	33	46	62	108	5,944	12,389	18,334	32.4	67.6
2011-08	11	25	36	53	73	126	13,844	6,218	20,062	69.0	31.0
2011-09	17	20	37	51	67	118	9,821	3,596	13,417	73.2	26.8
2011-10	10	25	35	54	76	130	8,423	3,985	12,409	67.9	32.1
2011-11	20	25	45	59	78	137	5,757	4,564	10,321	55.8	44.2
2011-12	14	27	41	45	73	118	6,262	10,566	16,829	37.2	62.8
2012-01	8	22	30	24	64	88	8,143	8,306	16,449	49.5	50.5
2012-02	8	35	43	26	69	95	9,806	3,108	12,915	75.9	24.1
2012-03	18	19	37	32	63	95	6,794	4,534	11,329	60.0	40.0

\* 출처 : 영화진흥위원회

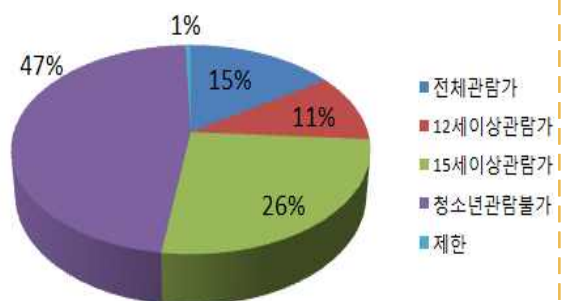
### 등급분류 현황 (1분기)

구분	등급						불가	보류	속행	자료 제출	계
	전체 관람가	12세이상 관람가	15세이상 관람가	청소년 관람불가	제한	계					
국내물	13	5	14	12	2	46	0	0	0	0	46
국외물	28	19	47	85	1	180	0	0	1	1	182
소계	41	24	61	97	3	226	0	0	1	1	228

1분기 등급분류 현황: 국내물



1분기 등급분류 현황: 국외물



\* 출처 : 영상물등급위원회

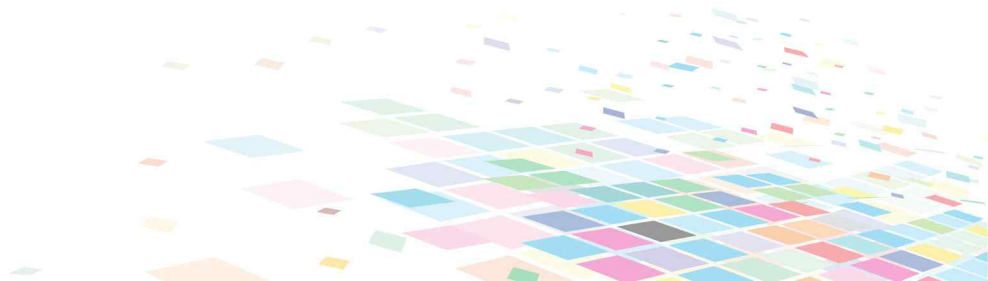


# 08\_ 애니메이션

## 어린이 / 애니메이션 전문채널 가구시청률 (3월)

구분	채널	시청률	점유율	도달율	시청시간
1	투니버스	0.31%	0.90%	10.45%	0:04:27
2	OBS	0.14%	0.40%	9.96%	0:02:00
3	챔프	0.13%	0.37%	5.79%	0:01:49
4	JET재능TV	0.07%	0.21%	4.85%	0:01:04
5	니켈로디언	0.06%	0.17%	2.59%	0:00:52
6	애니맥스	0.05%	0.13%	2.92%	0:00:40
7	어린이TV	0.03%	0.10%	2.16%	0:00:29
8	AniBox	0.03%	0.08%	1.91%	0:00:22
9	육아방송	0.01%	0.03%	1.49%	0:00:10
10	애니플러스	0.01%	0.03%	0.85%	0:00:09
11	디즈니주니어	0.01%	0.03%	0.49%	0:00:09
12	디즈니채널	0.01%	0.02%	0.57%	0:00:07
13	키즈원	0.00%	0.01%	0.12%	0:00:02
14	에듀키즈TV	0.00%	0.00%	0.17%	0:00:01
15	Kids Talk Talk	0.00%	0.00%	0.06%	0:00:01
16	KidsCo	0.00%	0.00%	0.07%	0:00:00
17	키즈TV	0.00%	0.00%	0.04%	0:00:00
18	대교플러스	0.00%	0.00%	0.00%	0:00:00
19	에듀TV	0.00%	0.00%	0.00%	0:00:00

\* 출처: AGB 닐슨미디어리서치





II. 콘텐츠 시장 통계



연령 / 시간대별 애니메이션 시청률 (3월)

(단위: %)

구분 (시)	가구	개인	개인 4-9세	개인 10대	개인 20대	개인 30대	개인 40대	개인 50대	개인 60+
1	0.1375	0.0602	0.0399	0.0350	0.0690	0.0856	0.0831	0.0422	0.0461
2	0.0791	0.0325	0.0313	0.0177	0.0151	0.0721	0.0492	0.0153	0.0165
3	0.0462	0.0160	0.0207	0.0085	0.0097	0.0299	0.0283	0.0070	0.0057
4	0.0280	0.0101	0.0218	0.0073	0.0047	0.0121	0.0153	0.0069	0.0076
5	0.0377	0.0120	0.0129	0.0101	0.0034	0.0050	0.0203	0.0215	0.0101
6	0.1162	0.0453	0.1853	0.0250	0.0070	0.0386	0.0509	0.0309	0.0561
7	0.6421	0.2712	1.8421	0.2392	0.0273	0.2107	0.2483	0.0825	0.1458
8	0.8980	0.3816	2.5049	0.3672	0.0528	0.3677	0.2920	0.1042	0.2000
9	0.8741	0.3758	2.3921	0.3598	0.0628	0.4173	0.2339	0.0904	0.2351
10	0.8316	0.3731	2.1039	0.3960	0.0878	0.4446	0.2512	0.1111	0.2098
11	0.8130	0.3678	1.9365	0.4666	0.1095	0.4108	0.2706	0.1051	0.1786
12	0.8308	0.3635	1.9900	0.4239	0.1102	0.3532	0.2792	0.1015	0.2249
13	0.8941	0.3860	2.1656	0.4331	0.1201	0.3485	0.2722	0.1054	0.2907
14	0.9909	0.4119	2.5073	0.4312	0.1557	0.3128	0.2797	0.1151	0.3065
15	1.2379	0.5193	3.0832	0.6406	0.1996	0.4008	0.3760	0.1411	0.2927
16	1.5033	0.6380	3.6339	0.8772	0.2220	0.5295	0.4692	0.1570	0.3268
17	1.7968	0.7748	4.6425	1.0255	0.2802	0.7169	0.4541	0.1673	0.4075
18	2.0423	0.9008	5.3396	1.0963	0.3725	0.8824	0.5362	0.2252	0.4501
19	1.8374	0.8366	4.8308	1.1479	0.3408	0.7922	0.5424	0.1852	0.3546
20	1.5697	0.7198	3.8733	1.0307	0.2601	0.6898	0.5848	0.1550	0.2688
21	1.1938	0.5269	2.5293	0.8225	0.1821	0.4869	0.4525	0.1731	0.2017
22	0.7185	0.3123	0.9865	0.4611	0.1443	0.3261	0.2883	0.1826	0.1839
23	0.5072	0.2261	0.3997	0.3075	0.1358	0.2993	0.2557	0.1334	0.1343
24	0.2392	0.1022	0.1118	0.1013	0.0693	0.1403	0.1348	0.0593	0.0909

\* 해당 수치는 어린이 / 애니메이션 전문채널(투니버스, 챔프TV, 카툰네트워크, 애니원, 애니박스, 애니맥스, 재능TV, 니켈로디언, 디즈니주니어, 디즈니채널, 애니플러스)에서 방영되는 모든 애니메이션의 시청률을 합한 값임

\* 출처: AGB 닐슨미디어리서치



II. 콘텐츠 시장 통계



어린이 / 애니메이션 전문채널 애니메이션 평균시청률 TOP 35 (3월)

순위	프로그램	방영회수	평균시청률 (%)
1	명탐정코난시즌10	10	0.840
2	아따맘마5기	6	0.756
3	짱구는못말려암흑마왕대추적<재>	1	0.694
4	짱구는못말려11	100	0.653
5	명탐정코난스페셜	18	0.650
6	명탐정코난시즌10론칭기념특집	4	0.637
7	숫다리의역습자두앤짱구	14	0.619
8	와라편의점	44	0.618
9	명탐정코난극장판시한장치의마천루	2	0.598
10	명탐정코난극장판천공의난파선	2	0.595
11	막이래쇼무작정탐험대	22	0.591
12	명탐정코난극장판천국으로의카운트다운	2	0.587
13	짱구는못말려10	35	0.571
14	도라에몽	3	0.526
15	짱구는못말려돼지발굽대작전<재>	1	0.524
16	막이래쇼무작정탐험대스페셜	2	0.510
17	안녕자두야	46	0.497
18	짱구는못말려폭풍을부르는석양<재>	2	0.489
19	극장판짱구는못말려포효하라떡잎야생왕국<재>	1	0.482
20	짱구는못말려헨더랜드의모험<재>	1	0.473
21	짱구는못말려어른제국의역습<재>	1	0.462
22	짱구는못말려부리부리3분대작전<재>	2	0.459
23	극장판짱구는못말려초시공태풍을부르는나의신부<재>	2	0.446
24	짱구는못말려태풍을부르는영광의불고<재>	2	0.442
25	포켓몬스터극장판뮤츠의역습	4	0.439
26	극장판도라에몽진구와철인군단날아라천사들<재>	3	0.434
27	짱구는못말려태풍을부르는장엄한전설<재>	1	0.422
28	짱구는못말려엄청난태풍을부르는금창의용사<재>	3	0.421
29	짱구는못말려부리부리왕국의보물<재>	1	0.401
30	고녀석맛나겠다	2	0.396
31	아따맘마8기	13	0.387
32	극장판짱구는못말려태풍을부르는노래하는엉덩이폭탄<재>	2	0.385
33	아따맘마7기	14	0.381
34	도라에몽의비밀도구2<재>	20	0.378
35	짱구는못말려6	11	0.377

\* 해당 수치는 어린이 / 애니메이션 전문채널(투니버스, 챔프TV, 카툰네트워크, 애니원, 애니박스, 애니맥스, 재능TV, 니켈로디언, 디즈니주니어, 디즈니채널, 애니플러스)에서 방영되는 모든 애니메이션의 시청률을 합한 값임

\* 출처: AGB 닐슨미디어리서치

II. 콘텐츠 시장 통계



어린이 / 애니메이션 전문채널 시청률 TOP 10 (3월)

투니버스		카툰네트워크	
순위	프로그램	순위	프로그램
1	막이래쇼무작정탐험대	1	루니 튠-벅스 버니와 대피 덕
2	와라편의점	2	루니툰
3	막이래쇼무작정탐험대	3	키테레츠 대백과
4	안녕자두야	4	밀림의 왕자 레오-용기가 미래를 바꾼다
5	짱구는못말려11	5	꾸러기 남자 토리
6	아따맘마5기	6	원피스 스페셜-태엽섬의 모험
7	짱구는못말려10	7	통과 제리
8	아따맘마7기	8	파워퍼프걸Z
9	포켓몬스터극장판뮤츠의역습	9	이누야샤 스페셜-시대를 초월한 마음
10	아따맘마8기	10	월레스와 그로밋-빵이나 죽음이냐
니켈로디언		챔프 TV	
순위	프로그램	순위	프로그램
1	스폰지밥	1	도라에몽 스페셜
2	티미의 못말리는 수호천사	2	드래곤볼 Z KAI 2
3	윙스클럽	3	짱구는 못말려 극장판-초시공! 태풍을 부르는 나의 신부
4	쿵푸팬더 전설의 마스터	4	유희왕 Zexal
5	마다가스카의 펭귄	5	신 도라에몽 4
6	아기공룡 둘리	6	원피스 Original 3
7	티미의 못말리는 무비	7	쥬얼펫 트윅클
8	아이칼리	8	도라에몽 극장판-친구와 날개의 용사들
9	히어로 팩토리	9	매일엄마 2
10	빅토리어스	10	가면라이더 더블
대교어린이TV		재능TV	
순위	프로그램	순위	프로그램
1	포켓몬스터베스트위시	1	으랏차차 짘돌이네
2	라바	2	썬더일레븐GO
3	포켓몬스터DP극장판디아루가VS펠기아다크라이	3	똑똑박사예디
4	출동원더펫	4	포켓몬스터AG4
5	마법천자문	5	썬더일레븐2
6	블루스클루스	6	쥬얼펫
7	카드파이트뱅크	7	마법천자문
8	변신자동차포봇-트라이탄슈퍼콤보	8	라이브온카드리버
9	골판지전사	9	변신자동차포봇-최강합체트라이탄
10	쥬얼펫트윅클	10	치로와친구들

\* 출처: AGB 닐슨미디어리서치, TNms

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 2012년 애니메이션 극장 개봉 현황

제목	개봉일	스크린수	매출액 (백만원)	관객수 (천명)	유형	등급	제작
치코와 리타	1월 5일	17	114	14	2D	15세 관람가	스페인, 영국
코알라 키드: 영웅의 탄생	1월 12일	234	1,416	202	3D	전체 관람가	한국, 미국
장화신은 고양이	1월 12일	593	17,373	2,051	3D	전체 관람가	미국
요나 요나 펭귄	1월 12일	104	30	5	2D	전체 관람가	일본, 프랑스
점박이 : 한반도의 공룡3D	1월 26일	455	9,041	976	3D	전체 관람가	한국
원피스3D: 밀짚모자 체이스	1월 26일	112	92	13	3D	전체 관람가	일본
강철의 연금술사: 마로스의 성스러운 별	1월 26일	36	23	3	2D	12세 관람가	일본
해피피트 2	2월 2일	314	1,418	179	3D	전체 관람가	호주
토르: 마법망치의 전설	2월 9일	382	4,609	631	3D	전체 관람가	아이슬란드
레전드 오브 래빗	2월 22일	224	513	75	3D	전체 관람가	중국
볼츠와 블립: 달나라 리그의 전투	2월 23일	60	140	13	3D	전체 관람가	한국, 캐나다
나루토 질풍전 극장판: 블러드 프리즌	2월 23일	43	45	7	2D	전체 관람가	일본
닌자보이 란타로 극장판: 시끌벅적 방학축제 대소동	2월 23일	64	51	8	2D	전체 관람가	일본
밀림의 왕자 레오: 세상을 바꾸는 용기	2월 29일	45	14	2	2D	전체 관람가	일본
스페이스 독	3월 22일	148	275	42	3D	전체 관람가	러시아

\* 출처: 영화진흥위원회

### 애니메이션 DVD, 블루레이 판매 TOP 10 (3월)

YES24				알라딘		
순위	제목	발매일	판매가	제목	발매일	판매가
1	마법소녀 마도카 마기카	2012.2.29	71,250	디즈니 고전명작 10종 세트 Vol.1	2004.12	120,000
2	해피 피트 (2disc)	2011.5.13	9,900	프린스 앤 프린세스	2003.7	9,900
3	쿵푸팬더2	2011.12.15	20,400	포카혼타스 SE	2012.3	31,900
4	라퐁젤	2011.4.19	20,400	강철의 연금술사 보급판	2012.3	145,000
5	디즈니 베스트 애니메이션	2011.9.17	12,000	쿵푸팬더 2	2011.12	22,000
6	아이스 에이지3 : 공룡시대	2009.12.29	9,900	라이온 킹 DE	2011.10	22,000
7	미래소년 코난 Vol.1~7	2005.2.25	22,000	업	2012.3	31,900
8	카 2 : DVD	2011.11.2	20,400	장화신은 고양이	2012.4	22,000
9	신세기 에반게리온 : 엔드 오브	2008.1.31	2,900	라따뚜이	2009.2	14,800
10	센과 치히로의 행방불명	2002.12.7	27,500	디즈니 베스트 애니메이션 12종	2011.10	99,000

\* 출처: YES24(www.yes24.com) - 2012.3월 기준, 알라딘(www.aladin.co.kr) - 3월 5주 기준



II. 콘텐츠 시장 통계



애니메이션 VOD 다운로드 TOP 10

순위	네이버 영화			다음 영화		
	제목	상영시간	가격(원)	제목	상영시간	가격(원)
1	토르 : 마법망치의 전설(더빙판)	83분	3,500	마당을 나온 암탉	93분	2,000
2	고 녀석 만나겠다(더빙판)	89분	2,500	토르 : 마법망치의 전설(더빙판)	83분	3,500
3	치코와 리타(자막판)	93분	3,500	재스퍼	86분	1,500
4	라퐁젤(더빙판)	100분	5,500	별을 쫓는 아이	116분	2,000
5	닌자보이 란타로 극장판 : 시끌벅적 방학속제 대소동!(더빙판)	79분	3,500	고 녀석 만나겠다	89분	1,500
6	카 2(더빙판)	113분	5,500	잠자는 숲속의 공주	75분	1,000
7	빨간 모자의 진실 2(더빙판)	84분	2,500	극장판 메이저: 우정의 강속구	104분	3,500
8	레이튼 교수와 영원의 가희 (더빙판)	99분	3,500	극장판 아따맘마 3D : 엄마는 초능력자	43분	2,000
9	레전드 오브 래빗	89분	3,500	빨간 모자의 진실 2	84분	1,500
10	고 녀석 만나겠다(자막판)	89분	2,500	홍길동 2084	85분	1,500
순위	T store			Hoppin		
	제목	다운로드	가격(원)	제목	상영시간	가격(원)
1	청의 엑소시스트	10176	500	장화신은 고양이	90분	2,000
2	토마스와 친구들	8146	500	쿵푸팬더 2	95분	2,000
3	아기공룡 둘리	6483	500	마당을 나온 암탉	93분	3,500
4	인피니티 스트라토스(IS)	6208	500	강철의 연금술사 : 미로스의 성스러운 별	110분	3,500
5	안녕! 자두야(상)	6203	500	치코와 리타	93분	3,500
6	성흔의 퀘이사	5891	500	라이온 킹 3D	89분	2,000
7	내 친구 호비	5020	0	바니버디	95분	5,500
8	고식(GOSICK)	4994	500	곰돌이 푸	63분	2,000
9	내 여동생이 이렇게 귀여울 리가 없어	4471	500	신나는 동물농장	89분	1,000
10	학원목시록	4167	500	천재 소년 지미 뉴트론	84분	1,000

\* 2012. 4. 26 기준

\* 출처: 네이버 영화, 다음 영화, T스토어, Hoppin



# 09\_ 캐릭터

## G마켓 캐릭터 상품 TOP 10 (3월)

순위	캐릭터완구		캐릭터 패션인형	
1	아카데미과학	로보카폴리 변신로봇	미미월드	미미 패션코디샵
2	미미월드	타요 중앙차고지놀이	미미월드	뿌로로 봉제인형
3	미미월드	뿌로로 봉제인형	디즈니	디즈니 애니메이션 10종
4	아이존	춤추는 타요	미미월드	리틀미미 가방집
5	반다이	변신벨트 DX 더블드라이버	미미월드	콩순이 이층집
6	오로라월드	노래하며 달리는 폴리	미미월드	뿌로로 병원놀이
7	아카데미과학	로보카폴리 구조본부세트	탑프로모션	퐁이인형
8	아이스쿨	뿌로로 범퍼카	도래장난감	즐거운우리집
9	하스브로	트랜스포머	바비	오리지날 바비
10	미미월드	미미보석도장	선우엔터테인먼트	앵그리버드 봉제인형

순위	작동완구		승용완구	
1	영실업	변신자동차 토봇	햇살토이	꼬마자동차 봉봉카
2	미미월드	꼬마버스 타요	야야토이즈	뿌로로 쌍쌍카
3	반다이	파워레인저 미라클포스	금보토이	뽕뽕이 스프링카
4	아카데미과학	로보카폴리 변신로봇트	헤네스	하이드로 12V
5	미미월드	노래하는 꼬북이	에듀플레이	흔들흔들 파란말
6	에이치아이	토마스 작동기차세트	지나월드	뿌로로 쿠션지붕카
7	대성토이즈	말하는 도저쇼벨	지나월드	뿌로로 뉴베스트 자전거
8	아이다	KTE 3단 고속열차	야야토이즈	뽕뽕이 포크레인
9	반다이	골판지전사2	아하토이	뒤뚱뒤뚱플레이
10	아이존	뿌로로 자동도미노	쿠쿠토이즈	흔들기린

순위	신생아·영아 완구	
1	진영토이	발차기 아기체육관
2	아이존	뽕뽕이체육관
3	코니	코니 에듀볼
4	도래장난감	멜로디퍼즐
5	베이비쥬	친환경 딸랑이세트
6	미주산업	멜로디모빌
7	타이니러브	스윗 아일랜드 아기모빌
8	마리꼬베베	플레이모빌
9	피플	아기신문지
10	포트렘	촉각소리공

\* 출처: G마켓 (www.gmarket.co.kr)

II. 콘텐츠 시장 통계



❑ 토이저러스 캐릭터 상품 TOP 10 (3월)

순위	남아완구	여아완구
1	또봇트라이탄	비키 칼라스케치북
2	DX미라클킹	엔젤이_노래하는 꼬북이
3	영실업 또봇Z	미미디카
4	DX 더블드라이버	열실업 주주요술매니큐어
5	또봇X	블들어오는이층집7종세트
6	또봇Y	리틀미미 가방집
7	DX미라클그랜드	미미 스케치북
8	합체또봇타이탄	똥똥이 아이스크림 가게
9	또봇폭풍스핀타이탄	미미패션코디샵
10	3단합체또봇전자트라이탄	쥬쥬 리본아트매니큐어
순위	유아완구	교육완구
1	말하는 중앙 차고지 놀이	9446 마스터우의 드래곤전함
2	피셔 러닝홈(한글)	콜의 어썰트 바이크
3	꼬마버스타요 세차장	팡파에 스네이크 트럭의 공격
4	북치는 뽀로로	울리비아의 집
5	아이코닉스 말하는 꼬마버스 타요	제이의 스톰 파이터
6	스마트 붕붕카	시티 파크 카페
7	3단계 변형 운전놀이 자전거	카이의 블레이드 사이클
8	로보카 폴리 캐릭터의자	래틀콕터
9	트리플편정글쏘서	시티 센트럴 기차테이블
10	스토케V3요모차-다크네	통큰블록 동물친구들
순위	야외완구	보드게임
1	2012년형 뉴 스포츠 쿠페2	부루마블 게임
2	스마트 트라이크 범블비 옐로우	할리갈리 디렉스
3	스마트 트라이크) 쥬 레이디	텀블링몽키
4	다용도 시소테이블	할리갈리
5	바준기)ABC하우스	아이스크림 쌓기 게임-더블콘
6	스마트 트라이크)쥬 프로그	마법천자문스타터세트
7	AK500조코자전거(레드)	할리갈리익스트림
8	AK500조코자전거(블루)	루미큐브
9	스마트 트라이크) 쥬 카우 화이트	두더지잡기게임
10	뉴 뽀로로 베스트 자전거	마법천자문확장팩세트

\* 출처: 토이저러스



# 10\_ 방송

## 플랫폼별 가구시청률 (3월)

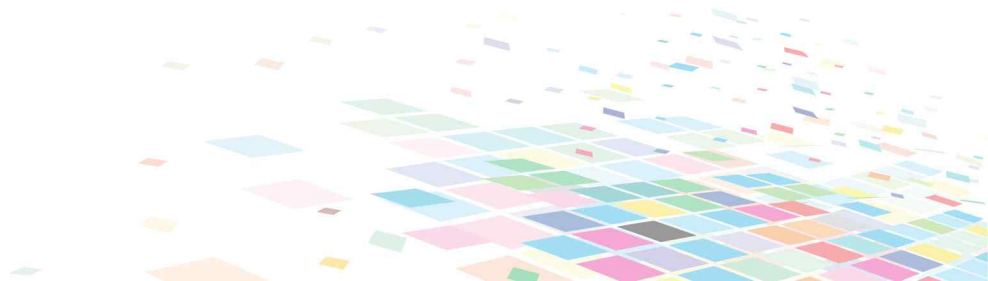
구분	시청률	점유율	도달율	평균시청시간
지상파 채널	19.76%	57.35%	92.49%	4:44:33
종합편성 채널	1.53%	4.43%	44.08%	0:22:00
유료채널(106개)	11.72%	34.01%	75.21%	2:48:45
Total TV	34.46%	100.00%	95.71%	8:16:12

\* 출처: AGB닐슨미디어리서치

## 채널별 가구시청률 TOP 24 (3월)

순위	채널	시청률 (%)
1	KBS1	5.46
2	SBS	4.78
3	KBS2	4.58
4	MBC	3.97
5	EBS	0.82
6	YTN	0.63
7	SBS플러스	0.57
8	MBC드라마넷	0.55
9	KBS드라마	0.49
10	JTBC	0.41
11	MBN	0.40
12	OCN	0.40
13	tvN	0.39
14	채널A	0.37
15	TV조선	0.34
16	채널CGV	0.32
17	Dramax	0.31
18	Tooniverse	0.31
19	SUPER ACTION	0.27
20	코미디TV	0.26
21	newsY	0.26
22	E채널	0.23
23	SBS ESPN	0.23
24	KBS JOY	0.22

\* 출처: AGB닐슨미디어리서치





II. 콘텐츠 시장 통계



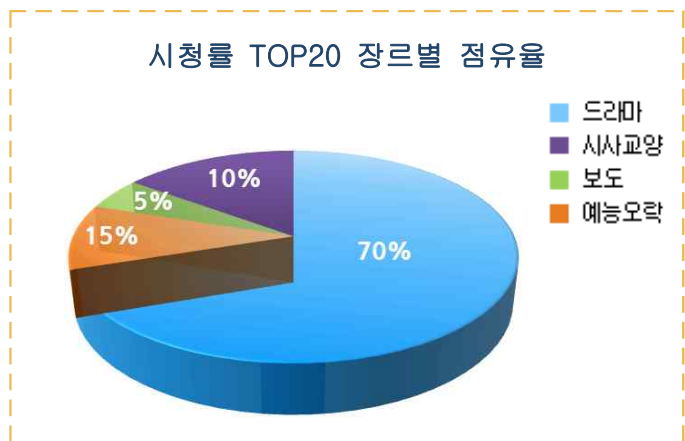
전체 프로그램 가구시청률 TOP 20 (3월)

순위	채널	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	MBC	수목미니시리즈(해를품은달)	3	40.70
2	KBS2	주말연속극(넝쿨째 굴러온 당신)	9	30.05
3	MBC	수목미니시리즈(해를품은달스페셜1부)	1	24.53
4	KBS1	일일연속극(당신뿐이야)	22	21.87
5	KBS2	개그콘서트	4	20.69
6	SBS	SBS월화드라마(샐러리맨 초한지)	4	20.13
7	MBC	창사특별기획(빛과 그림자)	8	19.75
8	KBS2	해피선데이	4	19.39
9	MBC	수목미니시리즈(해를품은달스페셜2부)	1	19.18
10	KBS1	KBS9시뉴스	31	18.85
11	SBS	주말극장(내일이오면)	9	18.19
12	KBS1	대하드라마(광개토대왕)	9	16.74
13	SBS	일일드라마(내딸꽃님이)	22	16.48
14	SBS	아침연속극(태양의신부)	22	15.80
15	SBS	일요일이 좋다	4	15.61
16	MBC	주말특별기획드라마(신들의만찬)	9	15.57
17	MBC	수목미니시리즈(더킹2HEARTS)	4	15.45
18	SBS	순간포착 세상에 이런일이	5	14.87
19	KBS2	TV소설(복희누나)	22	14.37
20	KBS1	러브인아시아	3	13.59

\* 출처: AGB 닐슨미디어리서치

프로그램 시청률 TOP 20 장르별 점유율 (3월)

장르	2012.3 (개)	점유율
드라마	14	70%
시사교양	2	10%
보도	1	5%
예능오락	3	15%



\* 출처: AGB 닐슨미디어리서치

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 장르별 프로그램 시청률 TOP 5 (3월)

#### 1. 드라마

순위	채널	프로그램명	방영횟수	시청률
1	MBC	수목미니시리즈(해를품은달)	3	40.70
2	KBS2	주말연속극(넝쿨째 굴러온 당신)	9	30.05
3	MBC	수목미니시리즈(해를품은달스페셜1부)	1	24.53
4	KBS1	일일연속극(당신뿐이야)	22	21.87
5	SBS	SBS월화드라마(샐러리맨 초한지)	4	20.13

#### 2. 보도

순위	채널	프로그램명	방영횟수	시청률
1	KBS1	KBS9시뉴스	31	18.85
2	KBS1	KBS뉴스7	25	10.28
3	KBS1	KBS뉴스(12:00)	10	7.82
4	SBS	SBS8뉴스	31	7.55
5	KBS1	KBS뉴스라인	22	7.24

#### 3. 오락

순위	채널	프로그램명	방영횟수	시청률
1	KBS2	개그콘서트	4	20.69
2	KBS2	해피선데이	4	19.39
3	SBS	일요일이 좋다	4	15.61
4	KBS2	해피투게더	5	12.52
5	SBS	놀라운대회스타킹	5	12.49

#### 4. 시사교양

순위	채널	프로그램명	방영횟수	시청률
1	SBS	순간포착 세상에 이런일이	5	14.87
2	KBS1	러브인아시아	3	13.59
3	KBS1	시청자칼럼우리사는세상	22	12.12
4	KBS2	다큐3일	4	11.97
5	KBS2	VJ특공대	5	11.57

\* 출처: AGB 닐슨미디어리서치

II. 콘텐츠 시장 통계



연령별 프로그램 시청률 TOP 5 (3월)

1. 13-18세

순위	채널	프로그램명	방영횟수	시청률
1	MBC	수목미니시리즈(해를품은달)	3	14.78
2	KBS2	개그콘서트	4	13.10
3	SBS	일요일이 좋다	4	9.60
4	KBS2	해피선데이	4	6.78
5	KBS2	주말연속극(넝쿨째 굴러온 당신)	9	6.50

2. 개인 19+

순위	채널	프로그램명	방영횟수	시청률
1	MBC	수목미니시리즈(해를품은달)	3	21.85
2	KBS2	주말연속극(넝쿨째 굴러온 당신)	9	15.36
3	MBC	수목미니시리즈(해를품은달스페셜1부)	1	12.50
4	KBS2	개그콘서트	4	11.12
5	SBS	SBS월화드라마(샐러리맨 초한지)	4	10.47

3. 개인 60+

순위	채널	프로그램명	방영횟수	시청률
1	KBS1	일일연속극(당신뿐이야)	22	28.01
2	KBS2	주말연속극(넝쿨째 굴러온 당신)	9	25.19
3	MBC	수목미니시리즈(해를품은달)	3	22.34
4	KBS1	KBS9시뉴스	31	20.30
5	SBS	일일드라마(내 딸 꽃님이)	22	18.25

\* 출처: AGB 닐슨미디어리서치

성별 프로그램 시청률 (3월)

1. 남자

순위	채널	프로그램명	방영횟수	시청률
1	MBC	수목미니시리즈(해를품은달)	3	14.32
2	KBS2	주말연속극(넝쿨째 굴러온 당신)	9	11.26
3	KBS2	개그콘서트	4	11.21
4	KBS2	해피선데이	4	8.64
5	KBS1	대하드라마(광개토태왕)	9	7.97

2. 여자

순위	채널	프로그램명	방영횟수	시청률
1	MBC	수목미니시리즈(해를품은달)	3	25.68
2	KBS2	주말연속극(넝쿨째 굴러온 당신)	9	16.33
3	MBC	수목미니시리즈(해를품은달스페셜1부)	1	14.99
4	KBS2	개그콘서트	4	12.63
5	MBC	수목미니시리즈(해를품은달스페셜2부)	1	11.08

\* 출처: AGB 닐슨미디어리서치

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 케이블TV 가입자 현황 (2011년 12월)

#### 1. 지역별 가입자 (대수 기준)

(단위: 천 명)

지역	디지털방송			아날로그방송			합계		
	2009.12	2010.12	2011.12	2009.12	2010.12	2011.12	2009.12	2010.12	2011.12
합계	2,670	3,425	4,225	12,624	11,651	10,707	15,294	15,076	14,932
비율	17.5%	22.7%	28.3%	82.5%	77.3%	71.7%	100.0%	100.0%	100.0%

\* 출처: 한국케이블TV방송협회(KCTA)

#### 2. MSO별 가입자 (대수 기준)

(단위: 천 명)

구분	SO수 (2011)	디지털			아날로그			계		
		2009.12	2010.12	2011.12	2009.12	2010.12	2011.12	2009.12	2010.12	2011.12
티브로드	22개사	464	589	757	2,946	2,643	2,427	3,411	3,233	3,185
CJ헬로비전	19개사	784	995	1,197	1,755	2,101	2,249	2,540	3,096	3,446
씨앤엠	18개사	740	952	1,394	1,420	1,316	1,317	2,161	2,268	2,712
CMB	9개사	29	43	51	1,255	1,247	1,293	1,284	1,290	1,344
현대HCN	8개사	295	386	448	1,055	951	869	1,351	1,338	1,318
온미디어	-	28	-	-	536	-	-	564	-	-
GS계열	-	164	205	-	284	243	-	449	448	-
소계	76개사	2,507	3,172	3,850	9,255	8,504	8,157	11,762	11,676	12,007
개별SO	18개사	162	253	375	3,369	3,146	2,549	3,531	3,400	2,924
합계	94개사	2,670	3,425	4,225	12,624	11,651	10,707	15,294	15,076	14,932

\* 출처: 한국케이블TV방송협회(KCTA)

II. 콘텐츠 시장 통계



방송서비스 매출액 (2011년)

(단위: 백만 원)

구분	2010	2011.09P	2011.10P	2011.11P	2011.12P	2011.1~12P
지상파방송서비스	3,664,199	370,651	361,684	327,177	316,993	3,923,264
라디오방송	327,618	30,902	31,344	32,481	34,956	338,484
TV방송	3,322,065	338,350	328,904	293,614	280,618	3,569,750
지상파 DMB	14,516	1,399	1,436	1,082	1,419	15,030
유료방송서비스	2,410,669	206,650	201,961	215,197	203,337	2,433,666
종합유선방송	1,928,473	165,553	156,035	173,010	160,059	1,936,649
수신료	1,173,735	102,587	100,879	89,521	67,319	1,155,824
광고	111,174	9,855	9,857	11,031	10,784	111,930
기타 종합유선방송	643,564	53,111	45,299	72,458	81,956	668,895
중계유선방송 및 음악유선방송	9,284	617	629	602	531	7,383
위성방송서비스	472,912	40,480	45,297	41,585	42,747	489,634
프로그램 제작 공급	4,591,834	465,084	446,736	456,547	506,136	5,193,408
방송채널사용사업(PP)	3,960,170	399,655	386,457	418,780	467,825	4,528,701
일반채널	1,668,110	164,276	175,097	173,884	197,780	1,864,478
홈쇼핑채널	2,161,614	222,847	198,282	227,796	255,595	2,506,521
데이터채널(DP)	130,446	12,532	13,078	17,100	14,450	157,702
기타 방송채널사용사업	-	0	-	-	-	-
프로그램 제작업	631,664	65,429	60,279	37,767	38,311	664,707
기타 방송서비스	71,472	6,248	6,093	5,802	5,650	72,105
합계	10,738,174	1,048,633	1,016,474	1,004,723	1,032,116	11,622,443

\* 출처: 방송통신위원회 방송통신통계포털





# 11\_ 광고

## 인터넷 노출형 광고 현황

### 1. 매체별 인터넷 노출형 광고 TOP 30 (3월)

순위	매체	광고수	캠페인수	브랜드수	점유율	광고비(천원)
1	naver.com	952	572	309	31.0%	17,764,544
2	daum.net	1,014	569	303	27.3%	15,651,845
3	nate.com	911	434	174	14.2%	8,128,184
4	kr.yahoo.com	654	243	92	6.2%	3,545,838
5	joinsmsn.com	364	131	90	2.8%	1,605,594
6	chosun.com	449	257	175	1.4%	809,824
7	donga.com	346	209	155	0.8%	479,257
8	mk.co.kr	269	104	73	0.8%	472,588
9	sportsseoul.com	333	144	73	0.6%	356,915
10	paran.com	54	25	14	0.5%	299,555
11	ohmynews.com	174	95	74	0.5%	290,817
12	maxmovie.com	280	95	64	0.5%	276,803
13	zdnet.co.kr	182	80	58	0.5%	276,144
14	etnews.com	129	77	51	0.4%	255,744
15	yonhapnews.co.kr	147	114	96	0.4%	244,551
16	hankooki.com	119	48	36	0.4%	224,922
17	pressian.com	257	111	99	0.4%	217,973
18	pandora.tv	122	67	55	0.4%	210,853
19	gamemeca.com	216	59	41	0.4%	209,476
20	dreamwiz.com	132	117	83	0.4%	201,851
21	inven.co.kr	234	52	38	0.3%	192,869
22	imbc.com	128	72	57	0.3%	191,848
23	ytn.co.kr	133	64	36	0.3%	191,530
24	kbs.co.kr	92	32	26	0.3%	187,537
25	hankyung.com	144	80	61	0.3%	178,327
26	auction.co.kr	65	19	9	0.3%	171,704
27	stoo.com	246	176	119	0.3%	169,932
28	moneta	114	49	32	0.3%	165,360
29	edaily.co.kr	177	102	85	0.3%	164,228
30	danawa.com	85	60	38	0.3%	159,123
	합계	8,522	4,257	2,616	92.9%	53,295,736

\* 출처: 리서치애드(www.researchad.com)

II. 콘텐츠 시장 통계



2. 광고주별 인터넷 노출형 광고 TOP 30 (3월)

순위	매체	광고수	캠페인수	점유율	광고비(천원)
1	이베이코리아	261	131	2.3%	1,345,530
2	한국지엠	103	6	2.3%	1,311,399
3	삼성전자	150	37	2.2%	1,282,260
4	포워드벤처스엘엘씨	194	26	2.2%	1,258,986
5	신세계	294	121	2.2%	1,257,908
6	현대캐피탈	114	11	1.8%	1,034,588
7	삼성	70	5	1.7%	995,509
8	아모레퍼시픽	96	19	1.7%	970,821
9	LS네트웍스	88	7	1.6%	913,462
10	KB국민은행	50	5	1.5%	877,963
11	롯데쇼핑롯데엔터테인먼트	57	18	1.4%	815,061
12	중앙선거관리위원회	62	8	1.4%	785,968
13	삼성화재	32	8	1.2%	714,686
14	현대중공업	13	1	1.2%	703,409
15	티켓몬스터	77	48	1.2%	668,723
16	한국존슨앤드존슨	47	5	1.1%	605,036
17	20세기폭스사	74	19	1.0%	591,193
18	FEDERALEXPRESS	29	3	1.0%	580,949
19	알트윈	130	8	1.0%	567,093
20	한국피앤지	78	20	1.0%	549,318
21	LG전자	68	18	0.8%	470,624
22	서울우유	29	1	0.8%	450,516
23	CJEnM픽처스	54	13	0.8%	436,377
24	네오위즈게임즈	107	20	0.8%	431,153
25	SK브로드밴드	26	3	0.7%	429,346
26	그라비티	35	7	0.7%	418,094
27	엔터메이트	15	8	0.7%	411,046
28	스픽케어	22	4	0.7%	400,989
29	그룹온	19	16	0.7%	397,028
30	리바이스	18	2	0.7%	391,408
	합계	2,412	598	38.4%	22,066,443

\* 출처: 리서치애드(www.researchad.com)

## II. 콘텐츠 시장 통계



### 검색광고 현황

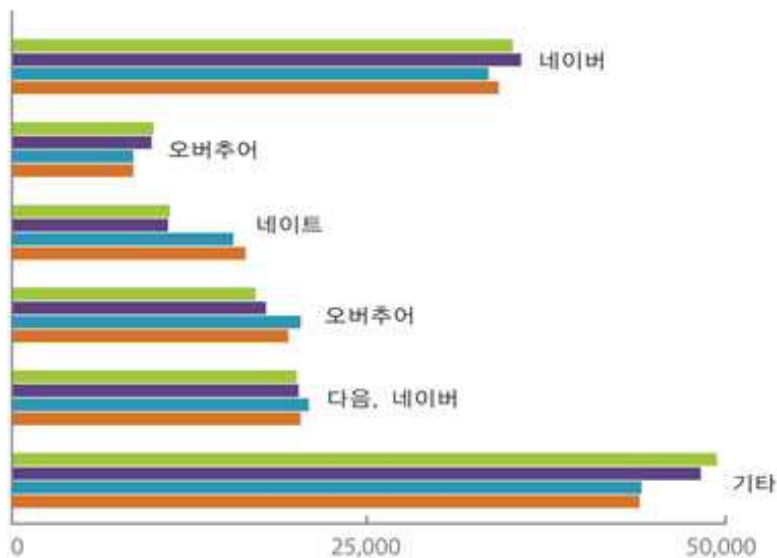
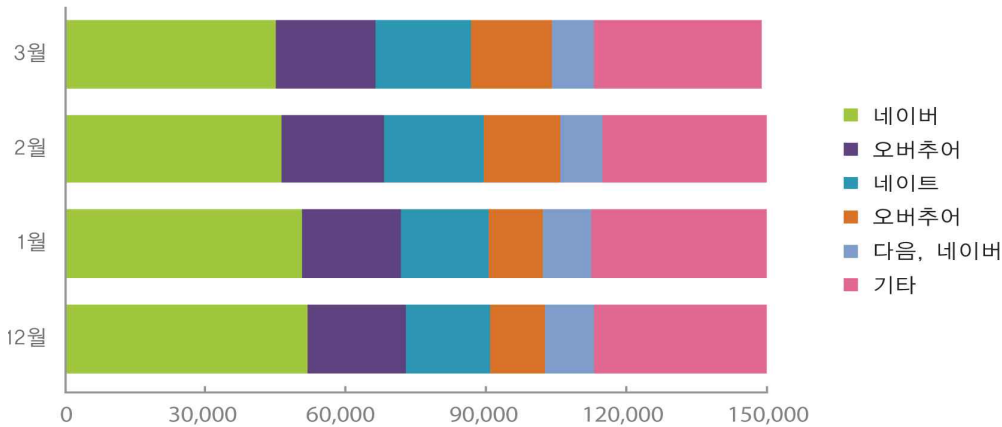
#### 1. 전체 광고주 수

구분	2011.12	2012.1	2012.2	2012.3
광고주 수	150,300	151,500	137,600	140,100

#### 2. 매체별 점유율

구분	2011.12	2012.1	2012.2	2012.3
네이버	30.8%	30.9%	33.8%	34.6%
오버추어	14.2%	14.6%	14.1%	14.0%
네이트	13.6%	14.2%	12.5%	12.0%
오버추어	11.5%	10.9%	7.7%	7.8%
다음, 네이버	6.0%	6.0%	6.9%	7.0%
기타	23.9%	23.4%	25%	24.6%
합계	100%	100%	100%	100%

광고주 기준 매체믹스 변화



\* 출처 : 서치안(www.searchian.com/guide/trend), KOCCA 재구성





## 2012 월간 콘텐츠 시장동향

### 콘텐츠산업 자문단 (41명)

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

---

## 2012 월간 콘텐츠 시장동향

---

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

### 콘텐츠산업 자문단

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

### 한국콘텐츠진흥원

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

- 발 행 인 홍 상 표  
발 행 일 2012년 05월 14일  
발 행 처 한국콘텐츠진흥원  
서울시 마포구 상암동 1602 문화콘텐츠센터 (12층)  
디 자 인 (주)나스커뮤니케이션
- 

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

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

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

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