

2012. 10.

월간 콘텐츠 시장동향



Contents

Section 1

제 1부 콘텐츠 시장통계

1. 출판	12
2. 만화	21
3. 음악	31
4. 공연	44
5. 게임	49
6. 영화	59
7. 애니메이션	66
8. 캐릭터	74
9. 방송	76
10. 광고	86
11. 지식 정보	89

Section 2

제 2부 콘텐츠 통계 브리핑

【국내 편】

1. 국내 콘텐츠 사업체 생멸(생성과 소멸) 분석	105
2. 오락·문화 및 콘텐츠의 소비지출 변화 추이 분석	111

【해외 편】

3. 우리나라 콘텐츠산업의 국가경쟁력 평가와 방향	116
4. 세계 전자책 시장의 현황과 전망	121

콘텐츠 시장통계





<월간 콘텐츠 시장동향 10월호 - 9월의 시장동향 요약>

분야	9월 시장 동향
출판	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‘멈추면 비로소 보이는 것들’의 지속되는 인기 / 에세이·자기계발서의 판매 신장
	<ul style="list-style-type: none"> » ‘멈추면 비로소 보이는 것들’이 ‘안철수의 생각’을 제치고 1위를 탈환 » 교보문고 100위권에서 ‘시/에세이’ 장르가 20종, ‘자기계발’이 17종으로 증가, ‘소설’은 19권으로 하락
만화	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‘다이어터’ 4개월 연속 한국만화 단행본 판매 1위 / 출간 종수 지속 하락
	<ul style="list-style-type: none"> » ‘다이어터’ 단행본 10만부 이상 판매, 대만 등 4개국 출판 확정, 현재 영화 및 애니메이션 제작 진행 중 » 만화단행본 출간 종수는 237종으로 8월 대비 20종 감소(4월 이후 출간 종수 지속하락)
음악	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‘강남스타일’ 유튜브 조회수 5억 회 돌파! (유튜브 역대 조회수 3위)
	<ul style="list-style-type: none"> » ‘강남스타일’ 뮤직비디오 유튜브 조회수 5억뷰 경신, 역대 조회수 3위 차지 (10월 20일 기준) » <응답하라 1997> OST ‘All For You’가 종합차트 및 스트리밍, BGM 차트 1위 기록
공연	<ul style="list-style-type: none"> ○ <위키드>, <시카고>, <오페라의 유령> 등 해외 뮤지컬의 시장 점령
	<ul style="list-style-type: none"> » 공연 종합 Top 20위 중 11편이 해외 뮤지컬(오리지널, 라이선스 포함) » 국악/무용 분야에서는 ‘2012 경희루연향’이 14.0%의 높은 점유율로 1위
게임	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‘리그 오브 레전드’ 11주 연속 1위 (이용시간 점유율 21.09%)
	<ul style="list-style-type: none"> » 점유율 20%를 돌파하며 ‘리그 오브 레전드’가 11주 연속 1위를 차지 » 여름방학 종료로 인해 TOP 20위 게임의 이용시간 합계는 전월 대비 14% 가량 하락
영화	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국영화의 압도적 흥행 추세 지속 (9월 점유율 69.6%)
	<ul style="list-style-type: none"> » 9월 관객 점유율에서는 한국영화가 69.6%를 기록하며 외국영화 점유율(30.4%)을 압도 » 연간 누적 매출액 1,391억 원(14.8%) 증가한 1조 800억 원, 관객수 2,274만 명(19.6%)이 증가한 1억 4,297만 명
애니메이션	<ul style="list-style-type: none"> ○ 극장판 애니메이션이 어린이·애니메이션 전문채널 시청률 차트를 대거 점령
	<ul style="list-style-type: none"> » 전문채널 시청률과 VOD 다운로드 차트에서 최근 개봉한 극장판 애니메이션이 상위권을 차지 (명탐정 코난 시리즈 등)
캐릭터	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‘영실업’, ‘손오공’ 등 국산 완구 업체의 강세 지속
	<ul style="list-style-type: none"> » EBS 방영 국산 애니메이션 인기에 힘입어 해외 대형 업체보다 국산 업체의 완구가 인기
방송	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‘닝쿨당’ 시청률 40% 돌파하며 유종의 미
	<ul style="list-style-type: none"> » 6개월간 시청률 1위를 기록했던 ‘닝쿨째 굴러온 당신’이 시청률 40%를 돌파하며 9월 9일 종영 » 프로그램 시청률 TOP20 : 드라마 11편(55%), 시사교양 4편(20%), 예능 4편(20%), 보도 1편(5%)
광고	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‘네이버’와 ‘다음’, ‘네이트’의 인터넷 노출형 광고 점유율 77.5%
	<ul style="list-style-type: none"> » 3개 포털의 시장 점유율 지속상승(3월부터 72.5%-73.6%-75.2%-76.5%-76.5%-76.2-77.5% 기록) » 상위 30대 광고주의 인터넷 노출형 광고 점유율은 42.1%, 집행금액은 269억 원
지식정보	<ul style="list-style-type: none"> ○ 검색·커뮤니티 서비스는 ‘네이버’, 메일 서비스는 ‘다음’이 강세
	<ul style="list-style-type: none"> » 상위 2개 포털이 주요 서비스 이용시간의 70% 이상 점유 (검색 94%·커뮤니티 93%·이메일 75%) » 8월 말 LTE 가입자 1,000만 명 돌파 (7월 대비 157만 명 이상 증가)



출판시장 : ‘멈추면 비로소 보이는 것들’의 지속되는 인기 / 에세이·자기계발서의 판매 신장

- 9월 교보문고 베스트셀러 종합 순위에서는 상반기 ‘힐링’ 열풍을 주도했던 ‘멈추면 비로소 보이는 것들’이 다시 1위에 등극했다. ‘아프니까 청춘이다’로 청년들에게 멘토의 역할을 해온 김난도의 신간 에세이 ‘천 번을 흔들려야 어른이 된다’가 2위에 올랐고, ‘안철수의 생각’은 발간 초기의 판매량이 둔화되면서 3위를 기록했다.
- 교보문고 e북 순위에서는 아마존닷컴 최초의 전자책 밀리언셀러를 기록한 ‘그레이의 50가지 그림자’가 1위에 올랐다. E.L.제임스의 3부작 소설 시리즈(그레이의 50가지 그림자·심연·해방)가 베스트셀러 20위권에 6권이나 올랐으며, 기존의 장르소설 독자층과 20~40대 여성층의 지지를 받으면서 7만 건 이상 다운로드 되었다. 19급 소설로 지정되고 선정적인 내용이 언론을 통해 이슈가 되면서 전자책 독자가 더욱 늘고 있다.
- 교보문고 베스트셀러 100위를 분야별로 분류한 결과, 9월에는 8월에 비해 편하게 읽을 수 있는 ‘에세이’와 ‘자기계발’ 관련서의 수요가 늘어났다. 에세이 장르는 100위권 내에 20권이 포함되며 가장 높은 비중을 차지했다. e북 시장에서는 로맨스·추리·판타지 소설에의 편중이 다소 해소되며 소설과 인문서, 여행서 등 다양한 분야의 전자책들이 주목을 받았다.
- 신간도서의 발행 부수(대한출판문화협회 집계)와 발행 종수(출판유통진흥원 집계)는 모두 하향 곡선을 그리면서 경제 민감도가 높은 출판 시장의 어려움을 대변했다. 9월 신간도서의 발행 부수는 전년대비 절반 수준에 머물렀고, 발행 종수는 전년대비 2.4% 감소했다. 베스트셀러를 제외하고는 대다수 출판사들이 신간부수를 가능한 낮게 책정하고 있어, 독자들의 소비심리를 예상하는 발행 부수가 전체적으로 급감하고 있다.

만화시장 : ‘다이어터’ 4개월 연속 한국만화 단행본 판매 1위 / 출간 종수 지속 하락

- 9월 한국만화 단행본 베스트셀러 순위에서는 네온비, 캐러멜 작가의 ‘다이어터’가 4개월 연속 1위를 차지했다. <다음 만화속세상>에서 인기리에 연재중인 ‘미생’이 2위에, ‘마린블루스’로 잘 알려진 정철연 작가의 생활만화 ‘마조 앤 새디’가 3위를 기록했다.
- 9월 만화 단행본 출간 종수는 237종으로 전월보다 20종 감소했다. 월별로 살펴봤을 때 만화 출간 종수는 311종을 출간한 4월 이후 지속하락하고 있고, 연도별 합계로 보았을 때도 2,952종이 출간된 2010년을 제외하면 2008년부터 2012년까지 완만하게 하락곡선을 타고 있다.
- 2012년 7~9월까지 국내에서 출간된 753종의 만화 중 한국작가의 작품은 237종으로 31.5%를, 일본작가의 작품은 507종으로 67.3%를 기록했다. 일본만화의 영향력이 큰 한국만화시장의 상황으로 비추어보아 이와 같은 비중은 당분간 지속될 것으로 보인다. 기타 국가 출신 작가의 만화 단행본 출간은 9종(1.2%)으로 6월 이후 감소하는 추세이다.
- PC 웹툰 서비스 이용통계에 따르면 <네이버 만화>는 전월대비 69만 명 감소한 601만 명의 순방문자수와 이용자 1인당 83분의 월평균체류시간을 기록했다. <다음 만화속세상>은 17만 명이 감소하여 상대적으로 감소폭이 적었으며 월평균체류시간은 거의 변화가 없는 것으로 나타났다. PC 서비스 이용통계의 하락추세는 스마트폰·태블릿PC의 보급으로 모바일 이용이 늘어나고 있기 때문으로 추정된다.



☐ 음악시장 : ‘강남스타일’ 유튜브 조회수 5억 회 돌파! (유튜브 역대 조회수 3위)

- 9월 가온 디지털 음악 종합차트에서는 <응답하라 1997>의 드라마 OST ‘All For You’가 1위를 차지했다. ‘All For You’는 스트리밍과 BGM 순위에서 1위를 차지했고, 다운로드와 벨소리 차트에서는 2위에 올랐다. 자발적으로 19세 미만 청취불가 판정을 요청해 화제를 모았던 ‘그XX’와 티아라의 신곡 ‘SEXY LOVE’는 각각 2, 3위를 기록했다.
- 9월 오프라인 앨범 차트에서는 19세 미만 청취불가 노래가 포함되는 악재에도 불구하고 약 17만장의 판매고를 기록한 G-Dragon의 <One Of A Kind>가 1위에 올랐다. 발매 1주일 만에 13만장을 판매한 동방신기의 <Catch Me>는 2위를 차지했다.
- 유튜브 K-POP 조회수 순위(9월 신규등록)에서는 G-DRAGON의 솔로 앨범 <ONE A KIND>의 수록곡 ‘그XX’가 조회수 1,029만 건으로 1위를, 소녀시대가 일본에서 발표한 5번째 싱글 ‘Oh!’의 일본어 버전 뮤직비디오는 854만 건으로 2위를 차지했다.
- 유튜브 K-POP 누적 조회수에서는 싸이의 ‘강남스타일’의 기세가 무섭다. 76일 만에 조회수 3억부를 돌파하며 유튜브 기록을 수립하던 10월 7일에는 4억 건을 넘어서며 역대 조회수 9위에 올랐다. 2주만인 10월 20일에는 5억부를 돌파하며 역대 조회수 3위에 올라 역대 2위(제니퍼 로페즈의 ‘온 더 플로어’, 6억 1000만부)의 자리도 넘보게 되었다. 10월 해외 활동을 재개하는 싸이의 행보에 따라 ‘강남스타일’의 인기 확산이 기대된다.
- 9월 음악 어플리케이션 이용 현황에 따르면, ‘멜론’이 137만 명으로 가장 많은 순이용자수를 기록했으나 순이용자는 전월대비 6.3% 감소했다. PC에서의 음악 어플리케이션 이용은 계속 하락하고 있으며 ‘네이버’, ‘다음’, ‘싸이월드’ 같은 포털사이트 음악 어플리케이션보다 ‘멜론’, ‘엠넷’, ‘벅스’ 등 음악 전문 사이트 어플리케이션의 이용자 이탈이 상대적으로 적은 것으로 나타났다. 한편 모바일기기를 통한 음악서비스 이용은 급격히 늘어나고 있는 것으로 추정된다.

☐ 공연시장 : <위키드>, <시카고>, <오페라의 유령> 등 해외 뮤지컬의 시장 점령

- 9월 공연시장 종합 순위에서는 10월 7일 막을 내린 뮤지컬 <위키드> 오리지널 내한공연이 7.1%의 점유율을 차지하며 6월 이후 1위를 탈환했다. 뮤지컬 <시카고>는 6.7%의 점유율로 8월에 이어 2위를 유지했고, 25주년 기념공연을 위해 오리지널 팀이 내한하는 뮤지컬 <오페라의 유령>은 3위에 올랐다. 20위에 새롭게 이름을 올린 7편의 공연들은 모두 뮤지컬로, 공연 시장에서 뮤지컬 장르의 강세가 지속되고 있다.
- 연극 분야에서는 ‘옥탑방고양이(대학로)’와 ‘뉴보잉보잉 1탄’이 8월에 이어 9월에도 1, 2위를 지켰다. ‘국민연극 라이어 1탄 - 대학로’는 한 단계 상승한 3위를 차지했다. 장기 공연이 가능한 연극의 특성상 2012년 이전에 무대에 오른 작품이 5편이나 됐고, 2009년부터 시작한 공연도 1편 순위에 포함되어 있다.
- 콘서트 티켓 판매 순위에서는 ‘2012한류드림콘서트-경주’가 4.6%의 점유율로 1위에 올랐다. 인기 아이돌 가수 아이유의 앵콜 콘서트 ‘REAL FANTASY 2012’가 2위에, 성시경의 소극장 콘서트 ‘하루’가 3위에 올랐다. 김동률은 전월 4편의 공연을 순위권에 올린데 이어 9월에도 3편을 올리며 지속되는 인기를 증명했다.



- 클래식/오페라 분야에서는 1972년 처음 시작하여 올해 41회를 맞이한 한국 가곡의 대표 무대 ‘MBC 가을맞이 가곡의 밤’이 5.5%의 점유율을 기록하며 1위에 올랐다. ‘2012 파크 콘서트 Piano Paradiso’와 격년으로 개최되는 Peace & Piano Festival을 미리 볼 수 있는 ‘2012 P&PF Review Concert - 수원’이 각각 4.7%와 2.3%의 점유율로 2위와 3위를 차지했다.
- 국악/무용 분야에서는 ‘2012 경희루연향’이 14.0%의 높은 점유율로 1위를 차지했다. 한국 최초의 민간 발레단인 유니버설 발레단이 공연하는 ‘호두까기인형’이 2위에 올랐으며, ‘서울남산국악당 외국인 관광공연 작품오디션’이 7.3%로 3위를 차지했다.

📊 게임시장 : ‘리그 오브 레전드’ 11주 연속 1위 (이용시간 점유율 21.09%)

- 9월 온라인게임 순위에서는 ‘리그 오브 레전드’가 점유율 20%를 돌파하며 11주 연속 1위를 유지했다. ‘블레이드 & 소울’은 2위를 지켰으나 전월대비 -1.65%p의 점유율 감소를 보이며 이용시간이 100만 시간 이하로 떨어졌다. ‘디아블로 3’는 상대적으로 이용시간이 많이 감소한 ‘서든어택’을 밀어내고 3위로 올라섰다. 한편 여름방학이 끝나면서 9월 TOP 20위 게임의 이용시간 합계는 전월 대비 14% 가량 하락한 5,347,486시간을 기록했다.
- 9월 온라인게임 장르별 현황에서는 점유율이 소폭 하락(1.07%p)한 ‘RPG’ 장르가 41.12%로 1위를 유지했다. 2위와 3위는 ‘RTS’(실시간전략게임)와 ‘FPS’(1인칭슈팅게임)으로 변화가 없었으나 내용을 살펴보면 ‘RTS’ 장르는 점유율이 꾸준히 상승하며 29.07%를 기록한 반면 ‘FPS’ 장르는 1.21%p 하락한 10.51%의 점유율을 기록한 것으로 나타났다.
- <엔씨소프트>는 9월에도 게임 제작사별 점유율 1위를 차지했다. <블리자드>는 0.42%p 증가한 16.31%로 2위를 기록했다. <블리자드>의 점유율 증가는 ‘디아블로 3’ 1.04배치와 유저의 연령대가 높아 상대적으로 방학의 영향이 적었기 때문으로 생각된다. 반면 학생 유저가 많은 <넥슨>은 여름방학 종료로 인해 점유율이 -2.06%p 감소했다.
- 모바일 게임 시장에서는 지난 달 <구글플레이>에서 두드러지던 카카오톡 게임들의 강세가 <앱스토어>까지 이어졌다. 동물핵사게임 ‘애니팡’이 두 스토어 모두 1위를 차지했으며, ‘가로세로날말맞추기2013’, ‘내가그린 기린 그림’ 등 캐주얼 게임이 랭킹에 올랐다. ‘아스팔트7’과 ‘마인크래프트’와 같은 해외인기게임들도 유료앱 랭킹의 상위권을 차지했다. <티스토어>에선 정통 어드벤처 게임 ‘무한의 탐정’이 유료부문 1위를 차지했고, <올레마켓>과 <U+앱마켓>에선 새로운 방식의 액션 어드벤처 게임 ‘리버스가 랭킹에 올랐다.
- 9월 게임 이용자 통계를 살펴보면 ‘여성 순이용자’는 62만 명 감소했고, ‘남성 순이용자’도 32만명 감소했다. 평균이용시간 역시 105분 줄어든 것으로 나타났다. 연령별로는 ‘13~18세’의 순이용자, 도달률, 평균게임이용개수가 가장 많았고 ‘35~39세’는 평균이용시간이 가장 높은 연령대였다. 가구소득별 특성에서는 ‘300만원~500만원’이 모든 부문에서 가장 높은 수치를 기록했다.



영화시장 : 한국영화의 압도적 흥행 추세 지속 (9월 점유율 69.6%)

- 9월 박스오피스 순위에서는 9월 13일에 개봉한 <광해, 왕이 된 남자>가 관객수 523만 명을 동원하며 1위에 올랐다(10월 24일 현재 1,047만 명). 임창정·최다니엘 주연의 범죄스릴러 <공모자들>은 8월 29일 개봉하여 9월에 129만 명의 관객을 동원하며 2위를 기록했다. <본>시리즈 4탄 격으로 주연이 맷 데이먼에서 제레미 레너로 바뀐 <본 레거시>는 9월 6일에 개봉하여 101만 명을 동원하며 3위에 올랐다. <테이큰 2>, <간첩>은 각각 관객수 96만 명, 84만 명을 기록하며 4, 5위에 올랐다.
- 월별 관객 점유율을 보면, 작년 9월 한국영화 점유율이 73.2%를 기록했던 것에 이어 올해 9월에도 69.6%를 기록하며 추석시즌에 한국영화 점유율이 높다는 전례를 이어갔다. 9월 한국영화는 10편이 개봉했고, 동원 관객수는 1,016만 명을 넘겼다.
- 1~9월까지의 연간 누적 박스오피스 매출액은 작년 같은 시기에 비해 약 1,391억 원(14.8%) 증가한 1조 800억 원으로 집계되었다. 관객 수도 전년 동기 대비 약 2,274만 명(18.9%)이 증가한 1억 4,297만 명을 기록했다.
- 2012년 9월말 현재 한국영화 개봉편수는 전년 동기에 비해 5편이 줄어든 101편이었으나, 관객수는 오히려 1,920만 명이 증가했다. 외국영화는 27편 증가한 239편이 개봉했지만 관객수는 354만 명이 늘어나는데 그쳤다.
- 1월에서 9월까지의 상영유형별 관객점유율에서는 2D영화(디지털)가 83.9%, 아날로그 필름이 9.2%, 3D가 5.3%를 기록했고, 8월말까지와 마찬가지로 IMAX와 4D는 1% 미만으로 나타났다. 3D나 IMAX와 4D로 상영하는 스크린을 찾는 관객들이 전년에 비하여 많이 줄어든 이유는 관객들이 4,000원~5,000원 이상을 더 지불하면서 3D급 이상으로 즐길만하다고 느낄 정도의 영화가 많이 상영되고 있지 않기 때문이다. 극장 역시 3D영화의 좌석 점유율이 낮아 상영비율을 전년보다 줄였다.

애니메이션시장 : 극장판 애니메이션이 어린이·애니메이션 전문채널 시청률 차트를 대거 점령

- 어린이/애니메이션 전문채널의 9월 방영 프로그램 중에서는 지난 7월 극장 개봉해 50만 명의 관객이 관람한 '명탐정 코난 극장판: 11번째 스트라이커'가 1.04%로 가장 높은 시청률을 기록했다. 4월 개봉한 '극장판 짱구는 못말려: 태풍을 부르는 황금 스파이 대작전'이 2위에 오르는 등 극장판 애니메이션이 다수 순위에 올라왔다. 미국 애니메이션이 매출의 큰 폭을 차지하고 있는 극장 애니메이션 시장과 달리 TV 전문채널 애니메이션 시장에서는 일본의 강세가 두드러진다.
- 국내 제작 프로그램으로는 '막 이래쇼 3'(5위), '안녕 자두야'(15위), '마보이'(19위)가 순위에 올라 있다. 최고시청률 6.25%를 기록하며 2011년 TV시리즈 애니메이션 최고기록을 달성한 '안녕 자두야'는 시즌2가 9월 19일 SBS에서 첫 선을 보였으며 10월 18일 투니버스 방송을 앞두고 있다.
- 어린이/애니메이션 전문채널의 평균 가구시청률에서는 <투니버스>가 1위를 유지했으나 시청률은 전월에 비해 0.9%p 감소했다. <카툰네트워크>가 0.10%의 시청률을 기록하며 2위, <챔프>가 0.09%로 3위를 기록했다. 방학이 종료되면서 어린이/애니메이션 전문채널의 시청률도 전반적으로 하락했으며 도달률과 시청시간도 감소했다.



- 애니메이션 채널의 시간대별 평균 시청률을 살펴보면 18~20시에 가장 높은 시청률을 기록하는 것을 알 수 있다. 해당 시간대는 가구와 개인뿐만 아니라 '20대'를 제외한 모든 연령대에서 시청률이 높게 나타났다. '10대'가 '4~9세'의 뒤를 이어 두 번째로 높은 평균 시청률을 보였으며, '20대'는 평균 시청률이 가장 낮은 연령대였다.
- 2012년 1월부터 10월 초까지 38편의 극장판 애니메이션이 개봉했다. 월별로 살펴보면 9월까지 월 평균 4편의 애니메이션이 개봉했다. 1월과 2월에 각각 7편이 상영됐고, 7월에 6편이 상영되어 뒤를 이었다. 전체관람가가 84%를 차지하고 있는 극장용 애니메이션의 특성상 많은 수의 애니메이션이 학생층을 겨냥해 방학에 대거 개봉하고 있음을 알 수 있다.

■ 캐릭터시장 : '영실업', '손오공' 등 국산 완구 업체의 강세 지속

- 9월 G마켓 캐릭터 상품 TOP 10에서도 '또봇', '로보카폴리', '뽀로로', '타요', '파워레인저 캡틴포스'의 인기는 지속되었다. 또한 개그콘서트에 등장한 '브라우니 인형'도 많은 인기를 얻고 있어 TV 매체가 캐릭터 상품에 미치는 영향을 알 수 있다. 반다이, 마텔코리아 같은 해외 대형 업체보다 영실업, 손오공 등 국산 업체들이 강세를 보이고 있는 것도 특징적이다.
- <토이저러스>에서 발표한 9월 캐릭터 상품 순위는 '피셔 러닝홈'이 7, 8월에 이어 유아완구 1위에, '캡틴 DX 캡틴깡'은 7월에 이어 남아완구 1위에 올랐다. 여아완구에서는 '장난꾸러기 메롱~밀크'가 상위권을 차지했고, '레고'시리즈는 교육완구 부문에서 꾸준히 판매되고 있다. 야외완구로는 '스마트 트라이크'의 제품들이 좋은 반응을 얻고 있으며, 보드게임 분야에서는 온라인 게임으로도 제작된 '부루마블'이 1위를 차지했다.

■ 방송시장 : '닝쿨당' 시청률 40% 돌파하며 유종의 미

- 2012년 9월 채널유형별 평균 가구시청률에서는 지상파 채널이 18.54%(점유율 56.08%), 종합편성채널은 1.83%(점유율 5.54%), 유료채널(110개)이 11.33%(점유율 34.28%)를 기록했다. 8월 가구시청률과 비교하면 전체시청률이 3.54%p 하락했고, 특히 지상파 시청률의 하락폭(-2.88%p)이 컸다.
- 채널별 시청률 수치는 'KBS1'이 5.43%로 가장 높은 것으로 나타났고, 이어서 'KBS2', 'SBS', 'MBC'의 순으로 높은 것으로 집계되었다. 'YTN'은 대선 이슈 등으로 정치에 대한 관심이 높아지며 'EBS'와 같은 평균시청률(0.68%)을 기록했고, 종합편성채널(JTBC, MBN, 채널A, TV조선) 시청률은 8월과 대동소이했지만 'MBN'(0.65%)이 비교적 두각을 나타내고 있다.
- 전체 프로그램 가구시청률에서는 KBS 드라마의 강세가 이어졌다. 9월 9일부로 종영된 국민드라마 '닝쿨째 굴러온 당신'이 40%의 시청률을 기록하며 유종의 미를 거뒀다. '닝쿨째 굴러온 당신'은 3월 시청률 30.05%를 기록한 이래 방영기간 내내 조금씩 시청률을 높여간 끝에 결국 40%를 넘겼고, 무려 6개월간 시청률 1위를 사수했다.
- 9월 종합편성채널/유료채널 프로그램 중에서는 Mnet의 '슈퍼스타 K4'가 6.1%의 시청률로 8월에 이어 1위에 올랐다(8월 5.4%). MBN의 '고수의 비법 황금알'은 2.02%의 시청률로 2위에 올랐다. 9월 13일 편성된 채널A의 '웰컴 투 시월드'(1.57%)는 3위에 오르며 선전했다.



- 9월 장르별 프로그램 시청률에서는 KBS2 주말연속극 ‘넝쿨째 굴러온 당신’이 시청률이 가장 높았고, 보도 부문에서는 시청률 20.66%(8월 21.7%)를 기록한 ‘KBS 9시 뉴스’가 1위를 기록했다. 예능 프로그램 중에선 KBS2의 ‘개그콘서트’가 20.15%(8월 22.4%)를, 시사교양 부문에서는 KBS1의 ‘러브 인 아시아’가 14.68%(8월 15.4%)를 기록하며 전월에 이어 1위에 올랐다.
- 케이블TV는 2012년 7월 말 기준으로 전국적으로 1,489만 가입자를 확보하고 있다. IPTV 가입자는 월평균 10만 명 이상 꾸준히 증가하고 있다. IPTV는 9월 말 현재 608만 명의 가입자를 확보하며 1월 500만 가입자를 돌파한지 8개월 만에 600만 명을 돌파했다. 한편 IPTV 3위 사업자인 LG U+는 10월 16일 구글과의 협력을 통해 구글TV 플랫폼을 탑재한 ‘u+tv G’를 출시하며 반격을 노리고 있다.

광고시장 : ‘네이버’와 ‘다음’, ‘네이트’의 인터넷 노출형 광고 점유율 77.5%

- 9월 인터넷 노출형 광고는 상위 30개 업체의 매출액이 606억 원을 기록한 것으로 집계되어 8월(548억 원) 대비 58억 원 증가했다. 3대 포털인 ‘네이버’, ‘다음’, ‘네이트’의 점유율 합계는 8월(76.2%)에 비해 1.3%p 상승한 77.5%를 기록하며 타매체 대비 압도적인 우위를 유지했다. 특히 4위를 기록하던 ‘야후 코리아’가 올해 말 철수하기로 결정됨에 따라 상위 3개 포털의 시장 과점은 더욱 강화될 것으로 예상된다.
- 9월 광고주별 인터넷 노출형 광고에서는 ‘삼성전자’가 8월(35억 원) 대비 크게 줄어든 22억 원의 광고를 집행했지만 이베이코리아(20억 원)와의 근소한 차이로 3개월 째 1위를 유지했다. 16억 원을 집행한 ‘SK플래닛’이 3위를 기록했고, ‘에이블씨엔씨’가 15억 원으로 3위에 올랐다.
- 상위 30대 광고주의 인터넷 노출형 광고 점유율은 42.1%, 집행금액은 269억 원으로 나타났다. 이는 8월 점유율 47.1%(275억 원)에 비해 집행금액과 비중이 다소 감소한 수치이다.
- 9월 검색광고시장 광고주 수는 147,000개를 기록했다. 145,000개를 기록했던 8월과 비교하여 1.2%(2,000개)가 증가했다. 매체별 점유율에서는 ‘네이버’가 36.5%로 1위를, ‘오버추어-네이버 공동집행’이 13.6%로 2위를 기록했고, ‘네이트’는 11.5%로 3위에 올랐다. 최근 모기업인 야후코리아와 함께 오버추어가 연말에 한국에서 철수하기로 결정함에 따라 검색광고 시장에 급격한 변동이 있을 것으로 예상된다.

지식정보시장 : 검색·커뮤니티 서비스는 ‘네이버’, 메일 서비스는 ‘다음’이 강세

- 9월 인터넷 평균 이용시간(PC)은 8월(1,851분) 대비 191분(10.3%) 감소한 1,660분으로 나타났다. 이는 8월 대비 하루가 짧고, 추석 연휴의 영향이 큰 것으로 보인다. 연령별 구분에서 인터넷 이용시간이 가장 높은 집단은 ‘25~29세’로 평균 2,368분(하루 79분)을 기록했다.
- 9월에는 인터넷 이용률이 전체적으로 떨어지며 각 웹사이트의 방문자 및 페이지뷰, 체류시간이 전반적으로 하락했다. 9월 국내 인터넷 웹사이트 종합 순위(순방문자수 기준)에서는 ‘네이버’와 ‘다음’이 1, 2위에 올랐다. 순방문자수는 3,207만 명과 2,841만 명으로 인터넷 이용자 중 도달률이 각각 95.5%, 84.6%에 달했다.





- 상위 15개 웹사이트는 크게 포털·미디어·쇼핑으로 구분되며, 해당 사이트들은 월간 순방문자는 1,300만 명 이상, 일간 순방문자수는 130만 명 이상을 기록했다. 해당 기록은 PC를 통해 접속한 기록을 산출한 것으로, 스마트폰·태블릿 등 모바일 기기 이용량을 합산하면 훨씬 높은 수치를 기록할 것이다.
- 9월 주요 서비스별 웹사이트 순위에서는 2강 체제가 이어졌다. <검색 서비스> 및 <커뮤니티 서비스> 분야에서 '네이버'의 높은 시간점유율(74.4%, 60.7%)이 유지되었고, <이메일 서비스>에서의 '다음'의 강세(시간점유율 43.2%) 또한 변함이 없었다.
- 애플리케이션 이용 순위에서는 <멀티미디어 분야>에서 동영상 재생 프로그램인 '곰플레이어'가 순이용자 1260만 명으로 가장 많이 사용되었고, <P2P 분야>에서는 파일 공유 서비스 'uTorrent'가 654만 명의 순이용자를 기록했다. <게임 분야>에서는 넥슨의 '메이플 스토리'가 순이용자수 136만 명, 도달률 4%로 가장 많은 이용자수를 기록했지만, 월평균이용시간에서는 '리그 오브 레전드'가 1,071분을 기록하여, 615분을 기록한 '메이플 스토리'를 앞섰다. <기타 분야>에서는 PDF 파일 뷰어 '아크로벳 리더'가 1,170만 명의 순이용자수를 기록하며 1위에 올랐다.
- 모바일 애플리케이션(스마트폰 및 태블릿용) 순위에서는 카카오톡 연동 게임의 효과가 거셌다. 수개월간 애플 앱스토어에서 매출기준 1위를 차지했던 JCE의 '룰 더 스카이'가 3위로 내려앉은 자리에 '애니팡 for Kakao'와 '아이러브커피 for Kakao'가 1, 2위로 올라섰다. 안드로이드 마켓에서도 매출 10위 안에 '애니팡', '아이러브커피', '바이킹아일랜드', '캔디팡' 이상 4개의 카카오톡 연동 게임이 순위권에 들며 게임앱 시장의 판도를 바꾸었다. 이는 그간 수익모델에 대한 의구심이 있던 SNS 서비스의 매출 확대 가능성을 본격적으로 증명하는 사례이다.
- 주요 방송통신서비스 가입자는 2012년 8월 말 기준으로 시내전화 1,840만 명, 초고속인터넷 1,811만 명, 이동전화 5,419만 명, 스마트폰 3,015만 명, 태블릿PC(와이파이 제외) 70만 명을 기록하고 있다. LTE 가입자는 8월 말 기준으로 1,023만 명을 기록하며 1,000만 명을 돌파했다. 7월 대비 157만 명이 늘었다.
- 통신 분야 시장조사 기관인 와이어리스 인텔리전스에 따르면, 2012년 2분기 기준으로 한국은 LTE 가입자수(710만 명)에서 미국(1,270만 명)에 이어 세계 2위를 기록하고 있으며, 전체 이동전화 가입자수 대비 LTE 가입자 비율은 13.2%로 미국(3.8%)을 3.5배 앞서는 수준이다. 8월 기준 전체 대비 LTE 가입자 비율은 18.9%이다.



01 출판

9월에는 독서의 계절인 가을철을 맞아 ‘에세이’와 ‘자기계발서’가 강세를 보였다. 휴가와 방학을 마친 독자들의 자기관리에 대한 관심이 커지고 있고, 여름 휴가철 강세를 보였던 소설보다는 감성적인 에세이·여행서·역사문화서들이 주목받고 있다.

베스트셀러 순위에서는 상반기 ‘힐링’ 열풍을 주도했던 ‘멈추면 비로소 보이는 것들’이 다시 1위에 등극했다. ‘아프니까 청춘이다’로 청년들에게 멘토의 역할을 해온 김난도의 신간 에세이 ‘천 번을 흔들려야 어른이 된다’가 2위에 올랐고, ‘안철수의 생각’은 폭발적이었던 발간 초기의 판매량이 둔화되면서 3위를 기록했다.

여행에세이 ‘끌림’으로 고경 독자를 확보하고 있는 이병률의 신간 ‘바람이 분다 당신이 좋다’는 여행/기행 분야로서는 이례적으로 많은 21만부의 판매량을 기록하며 4위에 머무르고 있고, 칼 필레머의 자기계발서 ‘내가 알고 있는걸 당신도 알게 된다면’도 5개월째 상위권을 지키고 있다. 한편 도올 김용옥이 전하는 시대에 대한 철학사상서인 ‘사랑하지 말자’가 7위로 진입하였고, 유홍준의 제주도를 소재로 한 ‘나의 문화유산답사기 7권’이 출간하자마자 13위로 올랐으며, 20대 여성부터 중장년층까지 건강에 대한 관심이 증가하면서 ‘1일 1식’도 17위를 차지했다.

▶ 교보문고 종합 베스트셀러 TOP 20 (9월)

순위	순위			도서명	저자	출판사	분야	출간일
	9월	8월	7월					
1	2	2	멈추면 비로소 보이는 것들	혜민 스님	쌤애펜퍼क्स	시/에세이	2012. 1. 13.	
2	-	-	천 번을 흔들려야 어른이 된다	김난도	오우아	시/에세이	2012. 8. 28.	
3	1	1	안철수의 생각	안철수	김영사	시/에세이	2012. 7. 19.	
4	3	4	바람이 분다 당신이 좋다	이병률	달	여행/기행	2012. 7. 01.	
5	4	3	내가 알고 있는걸 당신도 알게 된다면	칼 필레머	토네이도	자기계발	2012. 5. 12.	
6	6	5	아프니까 청춘이다	김난도	쌤애펜퍼क्स	시/에세이	2010.12. 24.	
7	54	-	사랑하지 말자	김용옥	통나무	인문	2012. 8. 25.	
8	9	9	빅 픽처	더글라스 케네디	밝은세상	소설	2010. 6. 10.	
9	7	-	그레이의 50가지 그림자. 1	E. L. 제임스	시공사	소설	2012. 8. 07.	
10	11	6	달팽이가 느려도 늦지 않다	정목 스님	공감	시/에세이	2012. 5. 15.	
11	8	-	의자놀이	공지영	휴머니스트	정치/사회	2012. 8. 16.	
12	5	65	골프도 독학이 된다	김헌	양문	취미/스포츠	2012. 7. 06.	
13	-	-	나의 문화유산 답사기 7.	유홍준	창비	역사/문화	2012. 9. 15.	
14	191	-	광수생각 - 오늘 나에게 감사해	박광수	북클라우드	시/에세이	2010. 8. 25.	
15	12	7	어떻게 원하는 것을 얻는가	스튜어트 다이아몬드	8.0	자기계발	2011.11.30.	
16	63	-	감사합니다 한국	이케다 다이사쿠	조선뉴스프레스	시/에세이	2012. 7. 31.	
17	-	-	1일 1식	나구모 요시노리	위즈덤하우스	건강	2012. 9. 10.	
18	10	26	스마트한 생각들	롤로 도벨리	걷는나무	자기계발	2012. 6. 28.	
19	19	101	해커스 토익 보카	David Cho	해커스어학연구소	외국어	2011. 5. 20.	
20	22	-	스물아홉 생일 1년 후 죽기로 결심했다	하야마 아마리	예담	시/에세이	2012. 7. 20.	

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



교보문고 e북 순위에서는 아마존닷컴 최초의 전자책 밀리언셀러를 기록한 ‘그레이의 50가지 그림자’가 1위에 올랐다. E.L.제임스의 3부작 소설 시리즈(그레이의 50가지 그림자·심연·해방)가 베스트셀러 20위권에 6권이나 올랐으며, 기존의 장르소설 독자층과 20~40대 여성층의 지지를 받으면서 7만 건 이상 다운로드 되었다. 19금 소설로 지정되고 선정적인 내용이 언론을 통해 이슈가 되면서 전자책 독자가 더욱 늘고 있다. 2개월 간 1위에 올랐었던 심리학 인문서 ‘섹스의 재발견 벗겨봐’는 제임스의 소설에 이어 3위를 차지했다.

e북 순위 20위권에서는 6권을 제외하고는 모두 E.L.제임스의 소설 시리즈와 장르문학이었다. 3/4분기에는 19금 소설의 판매량이 가장 많았으나, 장르소설의 계절을 지나 9월로 접어들면서 자기계발과 경제/경영 관련 전자책을 찾는 독자들이 증가하고 있다.

▶▶ 교보문고 e-Book 베스트셀러 TOP 20 (9월)

순위	순위			도서명	저자	출판사	분야	가격	출간일
	9월	8월	7월						
1	-	-	-	그레이의 50가지 그림자 1	E.L.제임스	시공사	소설	8,400원	2012. 8. 31.
2	-	-	-	그레이의 50가지 그림자 세트(1-2)	E.L.제임스	시공사	소설	16,800원	2012. 8. 31.
3	1	1	-	섹스의 재발견 벗겨봐	조명준	모아박스	인문	6,900원	2012. 5. 25.
4	-	-	-	그레이의 50가지 그림자 2	E.L.제임스	시공사	소설	8,400원	2012. 8. 31.
5	-	-	-	병어리 신부 1	현지원	디키스토리	장르소설	4,000원	2012. 9. 03.
6	-	-	-	야망적 욕망 (19금)	하나이	디키스토리	장르소설	3,500원	2012. 9. 03.
7	-	-	-	병어리 신부 2	현지원	디키스토리	장르소설	4,000원	2012. 9. 03.
8	8	71	-	50가지 그림자 심연 세트(1-2)	E.L.제임스	시공사	소설	16,800원	2012. 8. 31.
9	3	3	-	내가 알고 있는걸 당신도 알게 된다면	칼 필레머	토네이도	자기계발	9,800원	2012. 4. 30.
10	-	-	-	위트 상식사전	롤프 브레드니히	보누스	시/에세이	2,000원	2011. 5. 09.
11	32	-	-	하루 10분의 기적	KBS 수요기획팀	가디언	자기계발	7,200원	2011.12. 08.
12	-	-	-	50가지 그림자 해방 합본(1-2)	E.L.제임스	시공사	소설	16,800원	2012. 9. 19.
13	-	-	-	50가지 그림자 심연 1	E.L.제임스	시공사	소설	8,400원	2012. 8. 31.
14	24	-	-	절대 짐승 2	배푸름	라떼북	장르소설	1,500원	2012. 8. 09.
15	-	-	-	족쇄	서미선	마루&마야	장르소설	3,600원	2012. 9. 03.
16	-	-	-	세상의 모든 전략은 전쟁에서 탄생했다	임용한	교보문고	경제/경영	7,000원	2012. 8. 28.
17	-	-	-	절정의 그림자	정진아	디키스토리	장르소설	3,500원	2012. 9. 03.
18	71	-	-	구속	이아현	다향	장르소설	3,500원	2012. 8. 09.
19	31	-	-	절대 짐승 3	배푸름	라떼북	장르소설	1,500원	2012. 8. 09.
20	78	70	-	내남자 사용법	스티브 하비	리더스북	자기계발	6,000원	2012. 1. 18.

* 출처: 인터넷 교보문고 (<http://digital.kyobobook.co.kr>), 2012년 9월 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

교보문고 베스트셀러 100위를 분야별로 분류한 결과, 종이책 시장은 8월 대비 시/에세이, 자기계발, 외국어, 여행/기행 분야가 증가하는 대신 소설, 경제/경영서, 가정/생활, 어린이는 감소했고, e북 시장은 장르소설과 자기계발서가 감소하고 소설의 인기가 급증했다.

더위가 지나고 책 읽기 좋은 계절을 맞은 9월에는 8월에 비해 편하게 읽을 수 있는 에세이와 자기계발 관련서의 수요가 늘어났다. 에세이 장르는 100위권 내에 20권이 포함되며 가장 높은 비중을 차지했다. e북 시장에서는 로맨스·추리·판타지 소설에의 편중이 다소 해소되면서 소설과 인문서, 여행서 등 다양한 분야의 전자책들이 주목을 받았다.

02 만화

03 음악

▶▶ 교보문고 종합 베스트셀러 100위 분야별 분포 (2012. 4. ~ 2012. 9.)

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

* 기타(2012.9) : 건강(1), 취미/스포츠(1), 역사/문화(1)

* 출처: 교보문고, 한국콘텐츠진흥원 재구성

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

▶▶ 교보문고 e-Book 베스트셀러 100위 분야별 분포 (2012. 4. ~ 2012. 9.)

순위	분야	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
1	장르소설	67	65	54	66	73	62
2	소설	9	7	13	8	5	14
3	자기계발	16	17	18	12	11	9
4	인문	2	3	5	2	3	4
5	경제경영	3	5	7	4	2	3
6	시/에세이	2	0	1	3	2	3
7	여행/취미	0	0	0	1	2	2
-	기타	1	3	2	3	2	3

* 기타(2012.9) : 사회/정치/법(1), 만화(1), 종교(1)

* 출처: 교보문고, 한국콘텐츠진흥원 재구성

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

9월 서비스업체별 e북 판매 순위에서는 마켓별로 순위권 도서의 특성이 다르게 나타났다. <T스토어>는 연재소설을 기획하면서 10위 내 모든 책이 장르소설이었으며, 고정작가 팬들이 늘어나면서 세트 판매가 활성화되는 추세이다. <리디북스>와 <올레e북>은 종이책 베스트셀러로도 인기를 끌고 있는 도서들이 다수 포진되는 등 순위권에 분야별 다양성이 돋보였다.

‘안철수의 생각’이 8월에 이어 <리디북스>와 <올레e북>에서 모두 1위를 차지했다. 발간 초기 종이책 판매량은 급증 추세가 다소 둔화되었으나 전자책 구매는 여전히 증가하였다. <리디북스>에서는 ‘그레이의 50가지 그림자’를 비롯해 김병완의 자기계발서와 게이코의 소설 등이 상위권에 올랐고, <올레e북>은 ‘그레이의 50가지 그림자’와 노년세대가 주는 지혜를 담은 칼 필레머의 자기계발서 등이 인기를 끌었다. 9월에는 대중적 영향력이 있는 소설과 에세이, 자기계발서가 꾸준히 상위권을 유지했다.

▶ 서비스업체별 e-Book 판매 TOP 10 (9월)

1. 리디북스

순위	변동	도서명	저자	출판사	분야	가격
1	-	안철수의 생각	안철수	김영사	에세이/시	8,190
2	New	합본 그레이의 50가지 그림자	E L 제임스	시공사	소설	15,120
3	△5	데일 카네기의 자기관리론	데일 카네기	더클래식	자기계발	3,000
4	New	그레이의 50가지 그림자 1	E L 제임스	시공사	소설	7,560
5	New	48분 기적의 독서법	김병완	미다스북스	인문	4,200
6	▽2	매스커레이드 호텔	히가시노 게이코	현대문학	소설	10,000
7	New	FBI행동의 심리학	조 내버로, 마빈 칼린스	리더스북	자기계발	7,000
8	▽1	결혼하기 전에 한번 읽어보자 2	서홍익	스카이북	소설	3,600
9	▽7	어떻게 원하는 것을 얻는가	스튜어트 다이아몬드	8	자기계발	9,800
10	▽7	의자놀이	공지영	휴머니스트	인문/사회/역사	8,400

* 2012. 9. 30. 기준 / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임

* 출처: 리디북스(www.ridibooks.com)

2. T스토어

순위	변동	도서명	저자	출판사	분야	가격
1	New	[명품세트] 이안(전18권 완결)	대원	영상노트	장르소설	48,960
2	New	파각	시라주	둥아	장르소설	3,900
3	New	[세트] 검마왕 (전16권/완결)	송치현	로크미디어	장르소설	43,200
4	New	[강추세트] 가희 (전2권/완결)	이새인	로맨스토리	장르소설	63,000
5	New	[그레이3부] 50가지 그림자 - 해방세트	E.L.제임스	시공사	장르소설	16,800
6	New	스타(Star)	김다인	피우리	장르소설	4,000
7	New	사신의 심장	하나이	로맨스토리	장르소설	3,500
8	New	[세트] 데메테르의 딸	박슬기	로맨스토리	장르소설	6,300
9	New	주인님, 주인님	정희윤	스칼렛	장르소설	3,500
10	New	버닝	차선희	다향	장르소설	3,500

* 2012. 9. 30. 일일 다운로드 기준 / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임

* 출처 : T스토어(www.tstore.co.kr)



01

출판

02

만화

03

음악

04

공연

05

게임

06

영화

07

애니

메이션

08

캐릭터

09

방송

10

광고

11

지식

정보

3. 올레e북

순위	변동	도서명	저자	출판사	분야	가격
1	-	안철수의 생각	안철수	김영사	문학	8,190
2	△1	내가 알고 있는 걸 당신도 알게 된다면	칼 필레머	토네이도	자기계발	9,800
3	△2	웃음1,2권세트	베르나르 베르베르	열린책들	문학	12,600
4	New	대한민국 감동여행 베스트 27	류동규	이덴슬리벨	여행/취미/가정	3,750
5	△2	상대방을 사로잡는 대화의 기술	박신애	김앤정커뮤니케이션	자기계발	500
6	▽4	그레이의 50가지 그림자(합본)	E.L. 제임스	시공사	문학	15,120
7	△1	의자놀이	공지영	휴머니스트	인문/사회/역사	8,400
8	New	하루 15분 정리의 힘	윤선현	위즈덤하우스	자기계발	4,830
9	△1	빅 픽처	더글라스 케네디	밝은세상	문학	7,000
10	New	생각 버리기 연습	코이케 류노스케	21세기북스	자기계발	4,800

* 2012. 9. 30. 기준 (최근 1개월) / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임

* 출처: 올레e북(www.ebook.olleh.com)



9월의 앱북 동향을 살펴보면, 애플 <앱스토어>에서는 대선주자 문재인인의 ‘문재인이 드립니다’와 ‘갯피플성경’ 등의 종교서가 상위권을 차지하면서 높은 판매량을 기록했다. 아이폰에서는 수위를 차지한 ‘친일인명사전’을 비롯해 종교서와 실용서 등 인물 관련서가 인기를 얻었고, 아이패드에서는 3D앱북인 오즈의 마법사를 비롯해서 ‘마법 천자문’ 시리즈, 종교 및 실용 관련 앱이 많이 다운로드되었다. <구글 플레이>에서는 어학 관련 사전과 학습 및 종교 콘텐츠의 순위가 높았다.

▶ 도서분야 유료 앱(APP) TOP 10 (9월)

순위	앱스토어 (아이폰)	앱스토어 (아이패드)	구글 플레이 (안드로이드)
1	new 친일인명사전	△4 오즈의 마법사 3- oz for iPad	new The Cat in the Hat - Dr. Seuss
2	new 광정은 연애 멘토링 - 신데렐라의 유리구두는 전략이었다	new 반말 잉글리시	new The Going to Bed Book - Boynton
3	new [스타특강쇼] 김미경의 언니의 독설①	new 성공하기 위해 필요한 30가지 조건	- 홀리바이블
4	- 갯피플성경	▽1 갯피플성경	new 갯피플성경
5	new 문재인이 드립니다	△2 NIV한영(개역개정판) 성경찬송가	new Moon+ReaderPro
6	new 성공하기 위해 필요한 30가지 조건	new 문재인이 드립니다	▽2 DioDict3ENG - KOR Dictionary
7	new 심리학의 지혜: 프레임	△1 디렉스성경찬송	▽6 친일인명사전
8	▽2 와쳐 IF3	new Cloud Bread	▽2 Lifove개역개정
9	new 와쳐 IF2	new 마법천자문 HD	▽2 DioDict3JPN - KORDictionary
10	new 스티브잡스 신화	new CEO가 견뎌는 성공 시크릿 77가지, 성공 멘토	new Wolfram Alpha

* 아이폰/아이패드는 매출 기준, 안드로이드는 판매량 기준 / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임
 * 출처: App Annie (www.appannie.com), 9월 30일 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01
출판

신간도서의 발행 부수(대한출판문화협회 집계)와 발행 종수(출판유통진흥원 집계)는 모두 하향 곡선을 그리면서 경제 민감도가 높은 출판 시장의 어려움을 대변했다. 9월 신간도서의 발행 부수는 전년대비 절반 수준에 머물렀고, 발행 종수는 전년대비 2.4% 감소했다. 베스트셀러를 제외하고는 대다수 출판사들이 신간부수를 가능한 낮게 책정하고 있어, 독자들의 소비심리를 예상하는 발행 부수는 전체적으로 급감하고 있다. 사회정치적 이슈와 디지털 매체의 영향으로 독서시간이 감소되면서, 독자들의 선택지를 넓히려는 노력을 반영하는 신간 발행 종수도 8월부터 마이너스 지표로 보이고 있다.

02
만화

▶ 신간도서 발행 현황

03
음악

1. 신간도서(종이책) 발행 부수 (2010. 7. ~ 2012. 9.)

분야	2010. 7.	2010. 8.	2010. 9.	2011. 7.	2011. 8.	2011. 9.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
총류	133,287	134,827	125,604	101,100	128,024	143,091	96,500	133,642	79,983
철학	167,937	197,223	130,400	172,247	183,130	222,900	171,353	218,799	117,581
종교	418,450	238,700	237,666	303,500	302,700	356,580	152,400	151,750	112,035
사회과학	819,084	1,053,226	632,295	747,865	832,917	658,827	564,742	595,105	509,280
순수과학	55,697	58,570	53,120	83,500	61,682	74,130	65,100	40,018	56,300
기술과학	358,530	465,577	392,617	365,066	468,720	414,316	317,250	248,656	277,930
예술	208,884	176,055	164,152	168,750	168,385	240,676	123,800	145,875	104,130
언어	314,288	315,246	351,171	183,505	177,251	192,594	70,530	173,525	56,700
문학	1,761,426	1,460,689	1,347,300	1,469,294	1,327,933	1,317,891	1,015,458	709,430	777,110
역사	198,860	156,751	119,069	238,649	155,500	127,450	140,700	114,200	90,300
학습참고	1,087,000	1,180,000	892,500	1,271,111	877,500	851,000	354,800	480,500	74,000
아동	1,858,843	1,774,280	1,536,713	4,308,080	3,349,922	2,567,951	1,845,388	1,037,926	1,179,900
만화	831,980	772,480	830,510	763,932	850,151	772,948	243,960	380,190	158,510
총계	8,214,266	7,983,624	6,813,117	10,176,599	8,883,815	7,940,354	5,161,981	4,429,616	3,593,759

* 출처: 대한출판문화협회

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니메이션

2. 신간도서(종이책) 발행 종수 추이 (2009. 1. ~ 2012. 9.)

	2009		2010		2011		2012		전년대비
1월	7,044	1월	6,566	1월	5,789	1월	6,220	7.4%	
2월	5,879	2월	5,361	2월	4,683	2월	5,512	17.7%	
3월	5,827	3월	5,810	3월	5,217	3월	5,634	8.0%	
4월	4,779	4월	4,749	4월	4,004	4월	4,488	12.1%	
5월	4,130	5월	4,804	5월	4,016	5월	4,992	24.3%	
6월	4,681	6월	4,971	6월	4,025	6월	4,614	14.6%	
7월	4,838	7월	4,659	7월	4,059	7월	4,647	14.5%	
8월	5,162	8월	4,764	8월	4,829	8월	4,548	-5.8%	
9월	5,139	9월	3,861	9월	3,917	9월	3,823	-2.4%	
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)

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식 정보



대한출판문화협회에서 집계한 분야별 신간도서 발행 종수 역시 9월 1,800종으로 감소추세를 이어갔다. 전년 동월의 3,673종에 비해 절반에도 미치지 못하는 수치이다(향후 집계량 추가 예상). 특히 EBS 교재와 e-learning의 영향으로 학습참고서 발행량과 판매량이 눈에 띄게 감소하고 있다. 또한 기술과학 분야의 발행 종수는 증가했으나 하반기부터 문학과 아동 분야의 신간 발행 종수의 하락이 두드러지고 있다. 장르별로는 문학, 사회과학, 아동, 만화, 기술과학, 철학 순으로 발행 종수가 많은 것으로 집계되었다.

9월 신간도서의 평균 가격은 총류와 기술과학 등 판매부수 감소에 따른 우려 때문에 전년 동기 대비 8% 상승한 14,851원으로 나타났다.

3. 신간도서(종이책) 분야별 발행 종수 (2010. 7. ~ 2012. 9.)

분야	2010. 7.	2010. 8.	2010. 9.	2011. 7.	2011. 8.	2011. 9.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
총류	60	72	66	53	67	71	27	52	46
철학	88	120	63	107	105	121	82	87	70
종교	138	160	132	142	170	164	75	79	68
사회과학	431	708	427	475	630	482	311	378	344
순수과학	36	51	44	39	45	68	34	31	41
기술과학	221	379	270	234	333	330	131	160	213
예술	154	130	92	104	122	136	68	82	64
언어	153	158	134	111	126	109	49	80	36
문학	806	726	643	784	712	719	426	389	420
역사	104	96	63	117	96	77	77	73	52
학습참고	150	128	127	178	121	103	37	21	28
아동	535	577	581	734	771	707	484	282	269
만화	423	436	444	561	649	586	215	267	149
총계	3,299	3,741	3,086	3,639	3,947	3,673	2,016	1,981	1,800

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

4. 신간도서(종이책) 분야별 가격 (2010. 7. ~ 2012. 9.)

분야	2010. 7.	2010. 8.	2010. 9.	2011. 7.	2011. 8.	2011. 9.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
총류	16,607	19,040	23,615	17,108	19,128	19,259	16,648	18,150	20,224
철학	15,963	15,162	15,810	19,731	17,822	16,121	15,451	16,774	17,376
종교	13,857	13,775	16,567	13,737	14,563	13,899	13,156	15,206	14,143
사회과학	16,845	19,467	19,572	18,019	22,095	19,204	16,039	19,037	19,370
순수과학	17,494	19,635	20,143	20,038	24,047	20,175	17,868	20,181	22,671
기술과학	18,365	20,785	20,556	19,961	20,560	19,921	20,308	20,959	20,489
예술	14,679	17,476	21,053	17,338	18,875	17,401	16,965	24,441	21,798
언어	14,050	17,369	14,357	14,329	15,604	17,317	15,141	16,754	16,283
문학	10,928	10,585	10,208	10,920	10,840	10,774	11,339	11,634	11,606
역사	16,930	19,597	18,803	17,244	20,371	20,481	18,232	20,327	16,508
학습참고	8,632	7,429	8,914	11,113	9,672	9,321	10,230	13,424	11,821
아동	9,787	8,850	9,745	11,146	11,078	9,058	10,499	10,804	10,766
만화	4,327	4,246	4,270	4,616	4,586	4,621	4,497	4,605	4,869
총계	12,004	13,511	12,908	12,559	13,708	12,646	12,657	14,483	14,851

* 출처: 대한출판문화협회 (www.kpa21.or.kr)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01
출판

전자출판물 인증건수(한국전자출판협회 집계)는 학술논문의 등록 단위가 대량화되면서 시기별 변동폭이 큰 편이다. 9월은 지난해 동월 수준보다 증가한 1천 2백 건 정도로 집계되었다. 지난해와 비교하면 3/4분기의 인증건수는 증가하고 있는 추세이다. 9월에는 사회과학과 기술과학 분야가 증가하였다.

02
만화

9월 정기간행물 현황(문화체육관광부 집계)은 13,935종이 등록되어 있는데, 이 중 월간지가 4,426종, 인터넷신문이 3,688종, 주간지가 2,754종으로 집계되었다. 정기간행물의 등록 건수는 지속적으로 증가세를 보이다가 8월에 처음 감소폭을 보였으나 9월부터 다시 증가하고 있다. 경기 불황의 영향으로 간기가 짧은 주간지의 등록은 약간 감소하였으나, 인터넷신문과 계간지, 월간지는 여전히 증가하는 추세이다.

03
음악

▶ 전자출판물 / 정기간행물 현황

04
공연

1. 전자출판물 분야별 인증건수 (2010. 7. ~ 2012. 9.)

분야	2010. 7.	2010. 8.	2010. 9.	2011. 7.	2011. 8.	2011. 9.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
총류	777	982	2,663	540	3	284	297	306	322
철학	152	56	63	3	18	3	4	6	21
종교	1,393	4,946	4,369	3	10	3	10	0	23
사회과학	4,656	4,785	4,787	7	163	5	6	121	313
순수과학	386	1,392	167	11	1	0	7	0	4
기술과학	4,418	5,281	2,733	18	119	10	55	2	114
예술	1,991	330	425	115	49	78	794	338	345
언어	168	82	131	219	325	143	17	17	8
문학	4,243	2,018	580	166	19	7	750	2,773	62
역사	1,290	676	437	13	3	22	0	6	31
총계	19,474	20,548	16,355	1,095	710	555	1,940	3,569	1,243

* 출처: 한국전자출판협회 (www.kepa.or.kr)

05
게임

06
영화

07
애니메이션

2. 정기간행물 등록 현황 (2007 ~ 2012. 9.)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
일간신문	281	275	237	673	615	608	612	613	616	612	609
통신	3	3	4	5	12	16	16	16	16	16	16
기타일간	360	331	419	4	73	81	82	82	78	79	81
주간	2,887	2,788	2,653	2,868	2,891	2,814	2,833	2,849	2,818	2,792	2,754
월간	3,257	3,243	5,257	3,936	4,209	4,253	4,305	4,330	4,351	4,380	4,426
격월간	453	435	670	542	584	595	603	605	605	604	606
계간	986	973	1,514	1,161	1,266	1,290	1,297	1,306	1,317	1,325	1,331
연2회	325	322	509	408	425	413	418	374	422	424	426
인터넷 신문	927	1,282	1,698	2,484	3,193	3,450	3,521	3,599	3,656	3,622	3,686
합계	9,479	9,652	12,961	12,081	13,268	13,520	13,687	13,774	13,879	13,854	13,935

* 출처: 문화체육관광부 (2012. 9. 31. 기준)

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식 정보



01

출판

02

만화

03

음악

04

공연

05

게임

06

영화

07

애니메이션

08

캐릭터

09

방송

10

광고

11

지식정보

02 만화

9월 한국만화 베스트셀러 순위에서는 네온비, 캐러멜 작가의 '다이어터'가 1위를 차지했다. 탄탄한 구성과 공감할 수 있는 이야기로 많은 사랑을 받으며 6월부터 1위 자리를 내놓지 않고 있다. <다음 만화속세상>에서 인기리에 연재중인 '미생'이 2위에, '마린블루스'로 잘 알려진 정철연 작가의 생활만화 '마조 앤 새디'가 3위를 기록했다. 1994년 출판 이래 400만부 이상의 판매고를 올린 인기 무협만화 '열혈강호'는 58권이 출간되면서 5위에 올랐다. 베스트셀러 10위 중 8개가 '웹툰/카툰에세이' 장르였고, 그 중 5편이 <다음 만화속세상>을 통해 연재된 작품이다. 순방문자수가 두 배 이상 많은 <네이버 만화>보다 <다음 만화속세상>이 출판 시장에서 강세를 보이고 있다.

외국만화 순위에서는 '원피스'와 '나루토'가 1, 2위를 차지했다. '가정교사 히트맨 리본'은 39권 발간과 동시에 3위에 올랐다. 고등학생이 농촌 생활에 적응해가는 내용의 '은수저'가 최근 작품으로는 드물게 순위에 들었다.

출판만화 베스트셀러 TOP 10

1. 한국만화 베스트셀러 (9월)

순위	도서명	작가	출판사	장르	출간일
1	다이어터	네온비 글, 캐러멜 그림	중앙북스	웹툰/카툰에세이	2012.07.13.
2	미생	윤태호 글/그림	위즈덤하우스	웹툰/카툰에세이	2012.09.15.
3	마조 앤 새디(MAJO & SADY)	정철연 글/그림	예담	웹툰/카툰에세이	2012.08.30.
4	치즈 인 더 트랩	순끼 글/그림	재미주의	웹툰/카툰에세이	2012.10.15.
5	열혈강호	전극진 글, 양재현 그림	대원씨아이	액션/무협만화	2012.08.30.
6	결혼해도 똑같네	네온비 글/그림	애니북스	웹툰/카툰에세이	2012.09.14.
7	더 비스트	김학분 글, 김혜진 그림	플래니스	SF/판타지	2012.08.01.
8	탐묘인간	Soon 글/그림	애니북스	웹툰/카툰에세이	2012.09.26.
9	어쿠스틱 라이프	난다 글/그림	애니북스	웹툰/카툰에세이	2012.08.08.
10	마음의 소리	조석 글/그림	코리야하우스	웹툰/카툰에세이	2012.04.05.

* 집계방식: 시리즈는 합산하였으며, 주요 6개 서점의 순위에 가중치 적용하여 순위산정 (교보문고:8, YES24:6, 인터파크:3, 리브로:2, 알라딘:3, 반디엔투스:1)

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

2. 외국만화 베스트셀러 (9월)

순위	도서명	작가	출판사	장르	출간일
1	원피스	오다 에이치로	대원씨아이	SF/판타지	2012.06.30.
2	나루토	Masashi Kishimoto 글, Masashi Kishimoto 그림	대원씨아이	액션/무협만화	2012.08.31.
3	가정교사 히트맨 리본	Akira Amano 글/그림	학산문화사	액션/무협만화	2012.09.25.
4	은수저	Arakawa Horimu	학산문화사	학원만화	2012.08.25.
5	판도라하츠	Jun Mochizuki 글/그림	대원씨아이	SF/판타지	2012.10.15.
6	신의 물방울	Tadashi Agi 글, Shu Okimoto 그림	학산문화사	직업만화	2012.07.25.
7	마탄의 왕과 바나디스	카와구치 츠카사 글, 요시오 그림	학산문화사	SF/판타지	2012.09.07.
8	동방문화첩	ZUN 글. 아사이 겐지 그림	디앤씨미디어	SF/판타지	2012.09.10.
9	명탐정 코난	Aoyama Gosho	서울문화사	탐정/추리	2012.07.25.
10	하이스쿨 DxD	이시부미 이치에이 글, 미야마 제로 그림	노블엔진	학원만화	2012.10.01.

* 집계방식: 시리즈는 합산하였으며, 주요 6개 서점의 순위에 가중치 적용하여 순위산정 (교보문고:8, YES24:6, 인터파크:3, 리브로:2, 알라딘:3, 반디엔투스:1)

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성



9월 만화소설(라이트노벨) 베스트셀러 순위에서도 ‘소드 아트 온라인’이 3개월 연속 1위를 차지했다. 가상현실 MMORPG를 소재로 삼은 게임 판타지 소설로, 일본 타카라지마사의 라이트노벨 가이드북 <이 라이트노벨이 대단하다!>에서 2012년도 1위를 차지하기도 한 인기작이다. 한국 작가의 소설은 총 3편이 순위에 들었다. 시드노벨 공모전 시즌2 제2회 입선작인 ‘나와 호랑이님’이 5위, OSMU 프로젝트로 동명의 온라인 웹 게임을 소설화한 ‘소드걸스 스쿨’이 8위, 시드노벨 공모전 제1기 입선작 ‘세계 제일의 여동생님’이 9위에 올랐다.

3. 만화소설 (라이트노벨) 베스트셀러 (9월)

순위	도서명	작가	출판사	가격	출간일
1	소드 아트 온라인	카와하라 레키 글, abec 그림	J NOVEL	6,300	2012.07.10.
2	아빠 말 좀 들어라!	마츠 토모이로 글, 나카지마 유카 그림	학산문화사	6,800	2012.09.07.
3	오빠지만 사랑만 있으면 상관없잖아?	스즈키 다이스케 글, 우루우 겐카 그림	학산문화사	6,800	2012.09.07.
4	신약 어떤 마술의 금서목록	카미치 카즈마 글, 하이무라 키요타카 그림	대원씨아이	7,500	2012.09.15.
5	나와 호랑이님	카넬 글, 영인 그림	시드노벨	6,500	2012.09.01.
6	사쿠라장의 애완 그녀	카모시다 히메 글, 미조구치 케이지 그림	L노벨	6,500	2012.09.10.
7	골든 타임	타케야 유유코 글, 코츠 에이지 그림	학산문화사	6,800	2012.09.07.
8	소드걸스 스쿨	Neotype 글, 레반 그림	노블엔진	6,800	2012.09.01.
9	세계 제일의 여동생님(한국)	김월희 글, nyanya 그림	시드노벨	6,500	2012.09.01.
10	내 여동생이 이렇게 귀여울 리가 없어	후시미 츠카사 글, 칸자키 히로 그림	대원씨아이	7,000	2012.08.15.

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

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



9월 만화 단행본 출간 종수는 237종으로 전월보다 20종 감소했다. 월별로 살펴봤을 때 만화 출간 종수는 311종을 출간한 4월 이후 하락하고 있고, 연도별 합계로 보았을 때도 2,952종이 출간된 2010년을 제외하면 2008년부터 2012년까지 완만하게 하락곡선을 타고 있다.

2009년부터 2012년까지 최근 4년간 7~9월에 출간된 만화의 장르를 살펴보면, 성인/성애 소설이 785종으로 가장 많았고, 순정 만화가 672종으로 그 뒤를 이었다. 드라마와 판타지는 각각 583종과 493종이 출간된 것으로 나타났고, 학원·코믹·에세이툰·공포·액션·SF 등의 장르는 200종 미만으로 조사됐다. 베스트셀러 순위에서 상위권을 차지하고 있는 에세이툰의 출간 종수가 상대적으로 적은 점은 흥미롭다.

▶ 만화 단행본 출간 현황

1. 만화 출간 종수 추이 (2012. 1. ~ 2012. 9.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	합계
2002	689	622	696	729	698	540	627	585	574	5,760
2003	612	569	566	566	578	581	603	525	511	5,111
2004	522	531	520	462	466	464	513	416	427	4,321
2005	366	396	428	399	385	415	368	348	372	3,477
2006	393	382	351	329	351	318	332	334	347	3,137
2007	330	308	322	300	295	331	321	322	279	2,808
2008	308	294	330	319	334	323	338	303	291	2,840
2009	263	308	345	296	300	306	339	292	332	2,781
2010	305	282	317	337	345	339	401	331	295	2,952
2011	317	272	318	326	291	301	328	275	328	2,756
2012	285	316	301	311	280	280	259	257	237	2,526

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

2. 장르별 만화 출간 현황 (7월~9월)

장르	2009. 7.	2009. 8.	2009. 9.	2010. 7.	2010. 8.	2010. 9.	2011. 7.	2011. 8.	2011. 9.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	합계
성인/성애	79	59	75	95	66	70	61	40	47	75	62	56	785
순정	88	71	81	60	60	54	47	47	54	38	38	34	672
판타지	35	38	36	41	40	36	47	43	59	38	37	43	493
드라마	37	53	52	69	55	53	55	45	57	41	38	28	583
학원	14	3	2	10	12	11	10	14	13	7	7	9	112
코믹	7	13	19	11	23	15	18	12	14	17	20	13	182
에세이툰	10	5	11	20	13	5	16	16	5	7	9	12	129
스포츠	-	-	15	-	-	15	-	-	10	-	-	5	45
액션	2	8	7	10	6	6	3	3	2	11	6	9	73
SF	21	8	11	11	16	8	16	15	22	7	11	8	154
기타	46	34	23	74	40	22	55	40	45	18	39	20*	456
합계	339	292	332	401	331	295	328	275	328	259	267	237	-

* 기타(2012. 9.) : 아동 5종, 기타 15종

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01
출판

2012년 7~9월까지 국내에서 출간된 753종의 만화 중 한국작가의 작품은 237종으로 31.5%를, 일본작가의 작품은 507종으로 67.3%를 기록했다. 일본만화의 영향력이 큰 한국만화시장의 상황으로 비추어보아 이와 같은 비중은 당분간 지속될 것으로 보인다. 기타 국가 출신 작가의 만화 단행본 출간은 9종(1.2%)으로 6월 이후 감소하는 추세이다.

02
만화

출판사별 만화 출간 종수에서는 2012년 7~9월 누적 기준으로 '대원씨아이'가 222종, '(주)학산문화사'가 195종을 발간해 1, 2위를 차지했다. '삼양출판사'와 '서울문화사'는 각각 46종씩을 출간하였고 '현대지능개발사'와 '도서출판 우신'도 40종 이상의 만화를 출간한 것으로 나타났다. 국내 최대 만화 전문 출판사인 '대원씨아이'는 모바일앱을 통해 모바일 시장으로 진출하고 있다. 그 중 9월 아이폰과 아이패드용으로 출시된 '열혈강호'앱은 5만회 이상의 다운로드를 기록하는 등 좋은 반응을 얻고 있다.

03
음악

만화 단행본의 9월 평균정가는 6,405원으로, 8월과 동일하다. 만화 단행본의 평균정가는 2010년 이후 평균 6천 원대의 가격대를 형성하고 있으며 2012년 들어서는 5천원대로 떨어지지 않았다.

04
공연

3. 국적별 만화 출간 현황 (7~9월)

구분	2009. 7.	2009. 8.	2009. 9.	2010. 7.	2010. 8.	2010. 9.	2011. 7.	2011. 8.	2011. 9.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	합계 (2012년)
한국작가	116	80	112	185	108	96	101	72	105	85	74	78	237(31.5%)
일본작가	221	209	213	206	216	194	200	198	210	170	180	157	507(67.3%)
기타	2	3	7	10	7	5	27	5	13	4	3	2	9(1.2%)
합계	339	292	332	401	331	295	328	275	328	259	257	237	753(100%)

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

06
영화

4. 출판사별 만화 출간 종수 (7~9월)

구분	2009. 7.	2009. 8.	2009. 9.	2010. 7.	2010. 8.	2010. 9.	2011. 7.	2011. 8.	2011. 9.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
대원씨아이(주)	62	73	83	77	78	79	80	79	73	76	72	74
(주)학산문화사	69	78	68	74	71	62	72	71	70	65	68	62
(주)삼양출판사	18	19	17	30	22	26	7	16	11	12	22	12
현대지능개발사	19	14	15	18	16	14	14	13	15	15	17	13
(주)서울문화사	43	38	43	43	46	39	37	36	37	17	13	16
도서출판 우신	15	9	20	17	6	4	13	12	12	16	12	13

* 월 10종 이상 출간 출판사 대상

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

07
애니메이션

08
캐릭터

09
방송

5. 만화 단행본 평균정가 (7~9월)

구분	2009. 7.	2009. 8.	2009. 9.	2010. 7.	2010. 8.	2010. 9.	2011. 7.	2011. 8.	2011. 9.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
평균정가 (원)	5,363	5,061	5,147	6,252	7,159	5,345	6,395	5,768	6,670	6,057	6,405	6,405

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

10
광고

11
지식 정보



2012년 9월 만화소설 및 장르소설은 전월 대비 7종이 증가한 383종이 출간되었다. 출간 감소가 비교적 뚜렷한 만화와 달리 만화소설 및 장르소설은 안정적인 모습을 보이고 있다. 1월부터 9월까지 연간 누적 기준은 총 3,347종으로 전년 동기대비 70종이 줄어들었다.

9월 장르별 출간 현황에서는 판타지의 출간종수가 236종으로 제일 많았다. 무협, 로맨스가 각각 87종, 50종으로 그 뒤를 이었다. 세 장르를 제외한 다른 장르의 합은 전체의 3% 가량에 지나지 않아 특정 장르 편중 현상이 심하다는 것을 알 수 있다.

▶ 만화소설(라이트노벨) / 장르소설 현황

1. 만화소설 / 장르소설 출간 종수 (1~9월)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	합계
2002	70	62	71	54	76	61	91	83	88	656
2003	109	132	122	125	121	118	164	197	273	1,361
2004	304	309	318	275	280	303	339	285	307	2,720
2005	338	302	325	317	285	316	365	321	316	2,885
2006	294	312	316	331	313	310	330	320	344	2,870
2007	324	316	355	350	371	355	367	365	331	3,134
2008	363	312	354	343	334	330	401	338	336	3,111
2009	373	352	373	380	386	362	425	366	384	3,401
2010	389	331	398	387	391	395	440	355	359	3,445
2011	391	338	412	412	371	363	404	344	442	3,477
2012	333	355	421	348	363	420	348	376	383	3,347

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

2. 만화소설 / 장르소설 장르별 출간 현황 (7~9월)

구분	2009. 7.	2009. 8.	2009. 9.	2010. 7.	2010. 8.	2010. 9.	2011. 7.	2011. 8.	2011. 9.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
판타지	228	201	218	261	208	233	236	204	245	231	250	236
무협	96	94	87	124	94	73	111	87	84	57	70	87
로맨스	71	50	60	47	37	42	44	38	84	42	47	50
일반	15	13	14	7	7	7	12	11	26	10	8	6
추리	5	-	1	-	1	1	1	2	1	1	-	-
N세대	4	2	-	-	5	-	-	2	-	-	-	1
기타	6	6	4	1	3	3	-	-	2	7	1	3*
합계	425	366	384	440	355	359	404	344	442	348	376	383

* 기타(2012. 9) : 공포 3종

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01
출판

2012년 7~9월 만화소설 및 장르소설의 국적별 출간종수는 한국이 897종으로 81.0%를, 일본이 179종으로 16.2%를 점유했다. 9월 출간 종수는 전월대비 7종 증가했으나, 전년 동기대비로 살펴보면 한국 작가의 출간 종수는 81종 감소했으며 총 출간 종수도 59종 줄어들었다.

7~9월까지의 출판사별 출간 현황을 살펴보면 '디앤씨미디어'가 총 160종으로 가장 많은 종수의 만화소설/장르소설을 출간하고 있다. '도서출판 영상노트'와 '로크미디어'가 각각 125종, 109종을 출간하며 뒤를 이었고, '루트미디어'와 '도서출판 뿔미디어'도 90종 이상을 출간해 다양한 출판사들이 많은 수의 만화소설/장르소설을 출간하고 있다. 국내 최대 만화 출판사인 '대원씨아이'와 '학산문화사'는 40종 미만의 만화소설/장르소설을 출간한 것으로 나타났다.

02
만화

03
음악

3. 만화소설 / 장르소설 국적별 출간 종수 (7~9월)

구분	2009. 7.	2009. 8.	2009. 9.	2010. 7.	2010. 8.	2010. 9.	2011. 7.	2011. 8.	2011. 9.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	합계(2012년)
한국작가	370	318	328	383	295	304	349	291	380	285	303	309	897(81.0%)
일본작가	43	37	47	46	52	45	45	45	56	55	61	63	179(16.2%)
기타	12	11	9	11	8	10	10	8	6	8	12	11	31(2.8%)
합계	425	366	384	440	355	359	404	344	442	348	376	383	1107(100%)

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

04
공연

05
게임

4. 만화소설 / 장르소설 주요 출판사별 출간 종수 (7~9월)

구분	2009. 7.	2009. 8.	2009. 9.	2010. 7.	2010. 8.	2010. 9.	2011. 7.	2011. 8.	2011. 9.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
디앤씨미디어	44	33	42	44	41	37	45	36	45	49	58	53
도서출판 영상노트	27	23	22	25	24	24	43	35	34	32	48	45
(주)루트미디어	-	-	-	3	6	6	22	15	21	28	39	28
(주)로크미디어	37	37	37	43	31	33	40	39	41	39	33	37
도서출판 뿔미디어	26	25	22	48	39	39	53	40	46	31	30	33
도서출판 청어람	29	27	27	24	21	27	24	23	20	23	29	31
(주)마루-마야출판사	34	31	33	32	29	22	28	26	24	26	24	27
어울림 출판사	15	13	18	25	19	23	25	20	25	23	21	25
대원씨아이(주)	24	26	26	20	16	16	12	14	16	13	13	12
(주)신영미디어	15	16	14	12	12	11	14	12	10	13	13	16
(주)삼양출판사	14	12	12	17	8	12	15	12	24	10	12	11
(주)서울문화사	9	11	11	10	10	11	12	9	13	10	12	9
도서출판 동아	27	18	-	21	9	-	8	11	-	5	7	-
(주)학산문화사	10	11	16	12	11	11	9	12	10	13	6	16

* 7~9월 5종 이상 출간 출판사 대상

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

06
영화

07
애니메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식정보



9월 일일만화 출간 종수는 183종을 기록했다. 이는 274종이 출간된 8월과 비교해 91종이나 감소한 것으로 2002년부터 2012년까지의 기록 중 가장 낮은 수치이다. 1월부터 9월까지의 2012년 누적 출간종수는 2,921종으로 전년 동기 대비 145종 증가한 것으로 나타났다.

일일만화의 시장규모 추이를 살펴보면, 9월에는 출간종수 183종의 만화가 총 120,780부 발행되어 1종당 평균 660부가 출간된 것으로 나타났다. 출간종수 하락의 영향으로 9월 시장규모는 4억 8천만 원 수준으로 8월 대비 43% 가량 하락했다. 1월에서 9월까지 일일만화는 총 193만부가 발행되어 77억 원의 시장규모를 이루고 있다.

▶ 일일만화 출간 현황

1. 일일만화 출간 종수 (2002년 ~ 2012년)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	합계
2002	347	344	391	398	357	333	398	399	398	3,365
2003	447	353	443	392	404	379	437	414	387	3,656
2004	439	428	435	394	409	426	372	424	473	3,800
2005	431	361	478	454	463	470	468	432	479	4,036
2006	426	385	403	392	422	374	410	402	436	3,650
2007	410	350	453	398	455	422	433	461	441	3,823
2008	354	334	429	405	375	341	425	364	407	3,434
2009	423	386	399	384	366	385	431	351	338	3,463
2010	299	296	350	283	158	244	285	311	411	2,637
2011	352	348	443	335	258	305	246	266	223	2,776
2012	271	388	415	392	387	295	316	274	183	2,921

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

2. 일일만화 월별 시장규모 추이 (2012. 1. ~ 2012. 9.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	합계
출간종수	271	388	415	392	387	295	316	274	183	2,921
발행부수	178,860	256,080	273,900	258,720	255,420	194,700	208,560	180,840	120,780	1,927,860
시장규모(천원)	715,440	1,024,320	1,095,600	1,034,880	1,021,680	778,800	834,240	723,360	483,120	7,711,440

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



작가별 일일만화 출간 현황을 살펴보면 인기무협작가 ‘사마달’이 31종으로 9월 가장 많은 종의 만화를 출간했다. 29종의 ‘야설록’ 작가와, 불청객 시리즈로 유명한 ‘고행석’이 28종으로 뒤를 이었다. 9월에는 대부분의 작가들의 출간수가 감소하여 작가별 출간 종수 합계도 전월에 비해 112종 줄어든 것으로 나타났다.

3. 일일만화 작가별 출간 현황 (7~9월)

구분	2009. 7.	2009. 8.	2009. 9.	2010. 7.	2010. 8.	2010. 9.	2011. 7.	2011. 8.	2011. 9.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	합계
황성	65	45	-	101	77	-	79	55	-	79	74	-	575
신형빈	8	10	-	-	-	16	57	45	56	10	41	12	255
박봉성	58	34	40	7	30	27	-	59	20	15	33	19	342
목검향	-	-	-	-	22	8	18	10	15	33	28	2	136
김성동	54	31	19	-	18	28	12	13	25	32	27	24	283
고행석	55	43	47	60	46	50	-	-	10	31	26	28	396
하승남	53	47	-	16	20	26	14	-	28	2	21	17	244
야설록	60	41	56	34	39	69	46	36	-	76	20	29	506
사마달	46	52	50	30	31	44	20	48	37	38	4	31	431
오일룡	16	16	-	16	-	-	-	-	-	-	-	-	48
조명운	16	15	-	21	15	-	-	-	-	-	-	-	67

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



9월 <네이버 만화> 인기순위(조회수 기준)에서는 기안84의 '패션왕'이 연재 재개와 함께 1위를 차지했다. 평범한 고등학생이 패션왕이 되는 내용을 그리며 큰 사랑을 받았던 '패션왕'은 작가 개인 사정 등으로 인한 잦은 연재 지연 끝에 6월 27일부터 휴재에 들어가 있었다. 2위와 3위는 각각 1단계씩 하락한 '마음의 소리'와 '노블레스'가 차지했다. <네이버 만화>에서 활동 중인 웹툰 작가들이 네이버 앱 서비스를 소재로 그린 광고 만화 '네이버 앱피소드'가 6위로 새롭게 올라왔다. TV로도 방송되는 이번 광고가 웹툰 콘텐츠 제작자와 서비스 제공자 간의 새로운 협력 모델이 될 수 있을지 기대된다.

<다음 만화속 세상>에서는 윤태호 작가의 '미생'이 3개월째 1위를 지키고 있다. 결혼한 작가가 일상에서 겪는 소소한 이야기를 숨겨 좋게 엮어낸 '결혼해도 똑같네'와 '어쿠스틱 라이프'가 2, 3위를 차지했다. '결혼해도 똑같네'가 8월 시즌2를 시작한 반면, '어쿠스틱 라이프'는 작가의 출산으로 인해 10월 3일부로 연재가 잠정 중단된 상태이다. 한편 2011년 연재가 종료된 '은밀하게 위대하게'는 영화화 소식과 캐스팅 정보가 알려지며 5위로 올라왔다. '은밀하게 위대하게'는 2011 대한민국 콘텐츠 어워드에서 문화체육관광부 장관상을 수상한 작품으로, 작품성과 대중성을 인정받은 웹툰이 드라마나 영화 등의 장르로 파급되는 현재 콘텐츠 시장의 흐름을 읽을 수 있다.

▶ 웹툰 서비스별 인기순위 (9월)

1. 네이버 만화 TOP 10

순위	변동	작품	작가명	연재기간	별점
1	New	패션왕	기안84	2011.05.05.~연재중	7.8
2	▽1	마음의 소리	조석	2006.09.08.~연재중	9.7
3	▽1	노블레스	손제호/이광수	2007.12.30.~연재중	9.8
4	-	신의 탑	SIU	2010.06.30.~연재중	9.9
5	▽2	갓 오브 하이스쿨	박용제	2011.04.08.~연재중	9.8
6	New	네이버 앱피소드	웹툰작가	2012.08.27.~연재중	9.8
7	▽1	역전!아매요리	정다정	2011.12.05.~연재중	9.9
8	-	고삼이 집나갔다	미티	2011.11.06.~연재중	9.9
9	▽2	농지마 정신줄	스튜디오농정	2009.08.27.~연재중	9.9
10	New	격투기특성화사립고교 극지고	허일	2011.10.15.~연재중	9.8

* 출처 : 네이버 만화 (9월 30일 조회수 기준)

2. 다음 만화속세상 TOP 7

순위	변동	작품	작가명	연재기간	별점
1	-	미생	윤태호	2012.01.20.~연재중	9.8
2	△1	결혼해도 똑같네	네온비	2012.03.02.~연재중	9.7
3	△2	어쿠스틱 라이프	난다	2010.08.11.~연재중단(2012.10.03.)	9.6
4	△3	외발로 살다	고영훈	2012.08.14.~연재중	9.6
5	New	은밀하게 위대하게	Hun	2010.07.05.~연재종료(2011.05.11.)	9.7
6	New	퐁퐁이땡이	주니쿵	2012.07.13.~연재중	9.7
7	New	탐묘인간	soon	2011.10.22.~연재중	9.6

* 출처 : 다음 만화속세상 (9월 30일 주간 인기 웹툰 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

PC 웹툰 서비스 이용통계에 따르면 <네이버 만화>는 전월대비 69만명 감소한 601만 명의 순방문자수와 이용자 1인당 83분의 월평균체류시간을 기록했다. <네이버 만화>는 도달률과 평균페이지뷰도 하락하는 추세인 반면, <다음 만화속세상>은 17만명이 감소하여 상대적으로 감소폭이 적었으며 월평균체류시간은 거의 변화가 없는 것으로 나타났다. 또한 평균페이지뷰는 20회 가량 상승한 82회로 조사됐다. PC 서비스 이용통계의 하락추세는 스마트폰·태블릿PC의 보급으로 모바일 이용이 늘어나고 있기 때문으로 추정된다.

▶ PC 웹툰 서비스 이용 통계 (9월)

1. PC 웹툰 서비스 이용 현황 (2011. 10. ~ 2012. 9.)

서비스명	순방문자 ¹⁾	도달률(% ²⁾	월평균체류시간(분) ³⁾	월평균재방문일수(일) ⁴⁾	평균페이지뷰(월) ⁵⁾
네이버 만화	6,012,103	17.9	83.6	4.7	98.8
다음 만화속세상	2,739,397	8.2	47.0	3.3	82.4

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

* 출처: 닐슨 코리아클릭

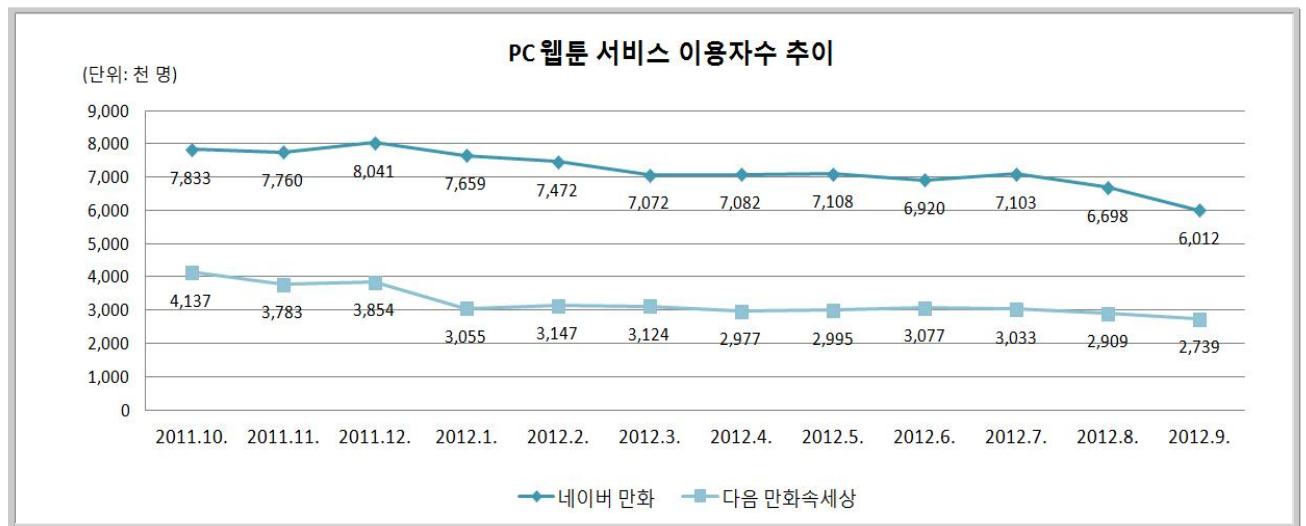
2. PC 웹툰 서비스 이용자수 추이 (2011. 10. ~ 2012. 9.)

(단위: 천 명)

애플리케이션	2011.10.	2011.11.	2011.12.	2012.1.	2012.2.	2012.3.	2012.4.	2012.5.	2012.6.	2012.7.	2012.8.	2012.9.
네이버 만화	7,833	7,760	8,041	7,659	7,472	7,072	7,082	7,108	6,920	7,103	6,698	6,012
다음 만화속세상	4,137	3,783	3,854	3,055	3,147	3,124	2,977	2,995	3,077	3,033	2,909	2,739

* 이용자수가 줄어드는 현상은 스마트폰을 통한 음악 어플리케이션 이용이 증가하기 때문으로 추정됨(위 데이터는 PC 이용 현황임)

* 출처 : 닐슨 코리아클릭, KOCCA 재구성



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



03 음악

9월 가온 디지털 음악 종합차트에서는 <응답하라 1997>의 드라마 OST 'All For You'가 1위를 차지했고, 또 다른 OST의 수록곡 '우리 사랑 이대로'는 5위에 올랐다. 90년대 감성을 담은 <응답하라 1997>은 2, 30대 뿐만 아니라 10대에게도 폭넓은 지지를 받으며 상반기 건축학개론에 이어 복고 열풍을 이끌고 있다. G-Dragon은 <One Of A Kind> 앨범에서 4개의 곡을 TOP 20위에 올렸다. 그 중 2위를 차지한 '그XX'는 자발적으로 19세 미만 청취불가 판정을 요청해 화제를 모았던 노래다. 9월 4일 발표한 티아라의 신곡 'SEXY LOVE'는 3위를 기록했다.

브라운 아이즈에서 실력을 인정받은 R&B 보컬리스트 나얼의 1집 앨범 수록곡 '바람기억'(4위), <K팝스타>를 통해 발굴된 백아연의 데뷔곡 '느린 노래'(13위), <나는 가수다>에 출연해 이름을 알린 어반 자카파의 '니가 싫어'(14위) 등 차트의 3/4에 해당하는 15곡이 새롭게 순위권에 진입했다.

▶▶ 디지털 음악 종합 TOP 20 (9월)

순위	변동	곡명	앨범명	아티스트	제작사	가온지수
1	△25	All For You	응답하라 1997 Love Story Part.1	정은지, 서인국	젤리피쉬엔터테인먼트 & 에이큐브엔터테인먼트	113,858,049
2	New	그XX	One Of A Kind	G-Dragon	YG Entertainment	112,952,083
3	New	SEXY LOVE	MIRAGE	티아라 (T-ara)	코어콘텐츠미디어	84,406,481
4	New	바람기억	Principle Of My Soul	나얼	인넥스트 트렌드	83,515,930
5	New	우리 사랑 이대로	응답하라 1997 Love Story Part. 2	정은지, 서인국	젤리피쉬엔터테인먼트 & 에이큐브엔터테인먼트	80,208,730
6	△5	I Need You	I Need You	허각, 지아	뷰가엔터테인먼트	73,863,386
7	New	Missing You (Feat. 김윤아 of 자우림)	One Of A Kind	G-Dragon	YG Entertainment	73,549,814
8	New	크레용 (Crayon)	One Of A Kind	G-Dragon	YG Entertainment	72,474,847
9	New	POISON	POISON	시크릿 (Secret)	T5엔터테인먼트	64,629,685
10	New	립스틱 (LIPSTICK)	립스틱 (LIPSTICK)	오렌지 카라멜	플레디스	63,815,979
11	▽10	강남스타일	싸이6甲 Part 1	싸이	YG Entertainment	63,460,987
12	△3	Pandora	PANDORA	카라	DSP미디어	57,119,067
13	New	느린노래	I'm Baek	백아연	AQ엔터테인먼트, JP 엔터테인먼트	56,690,173
14	New	니가 싫어	니가 싫어	어반 자카파	플렉서스	56,188,882
15	New	가까이	아름다운 그대에게 OST '가까이'	태연	SM Entertainment	54,600,118
16	New	아프다	아프다	허각	젤리피쉬엔터테인먼트 & 에이큐브엔터테인먼트	47,817,009
17	New	좋겠어 (I wish)	Five Treasure Box	F.T Island	F&C Music	47,589,371
18	New	One Of A Kind	One Of A Kind	G-Dragon	YG Entertainment	41,518,607
19	▽10	어땠을까 (Feat. 박정현)	싸이6甲 Part 1	싸이	YG Entertainment	40,220,359
20	New	사랑아 또 사랑아	아랑사또전 OST Part 4	백지영	imx	39,873,613
합계						1,328,353,170

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

* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

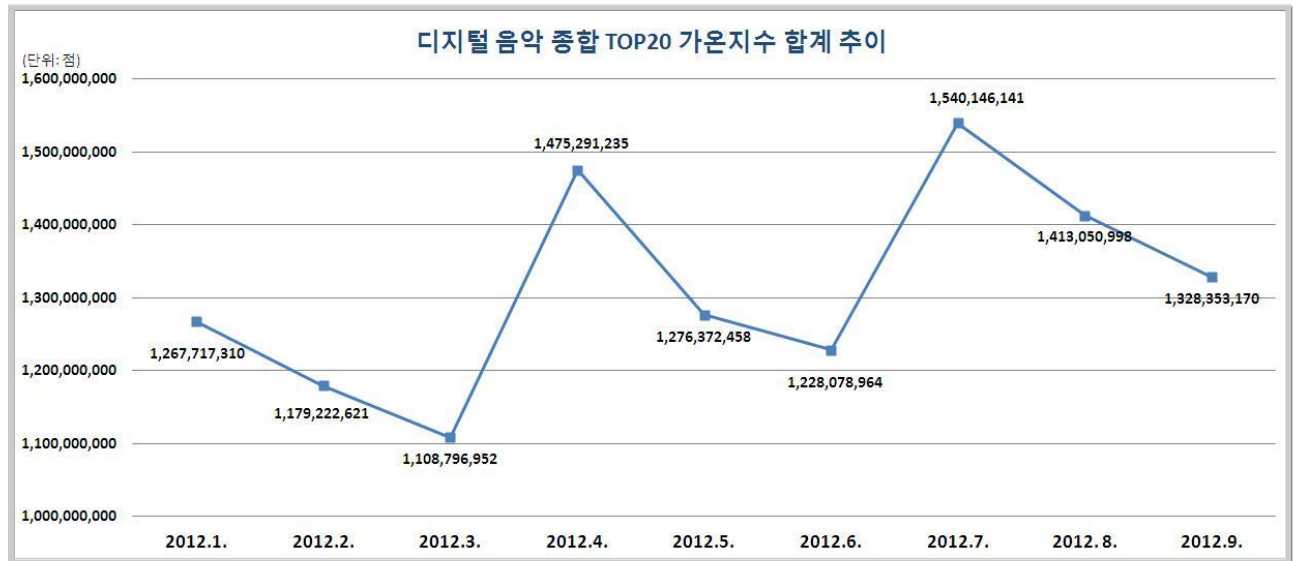
11 지식정보

9월 디지털 음악 종합차트의 20위권 가온지수 합계는 1,328,353,170점으로 두 달 연속 하락세를 그리고 있다. 아시아가수 최초로 영국 싱글차트 1위에 오르고, 빌보드 차트 4주 연속 2위를 기록하며 세계 시장에서 K-pop의 역사를 새로 쓰고 있는 '강남스타일'에 이목이 몰리면서 상대적으로 국내 시장에서 발매되는 신곡에 대한 관심이 떨어지고 있는 것으로 생각된다.

1월에서 9월까지 디지털 음악 종합 TOP3를 살펴보면 9월 드라마 OST로는 처음으로 'All For You'가 1위를 차지했고, G-Dragon은 소속 그룹인 빅뱅까지 포함했을 때 올 한해 가장 많은 곡을 TOP3에 올린 가수가 되었다.

▶▶ 디지털 음악 종합 TOP 20 가온지수 합계 추이 (2012. 1. ~ 2012. 9.)

구분	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
가온지수	1,267,717,310	1,179,222,621	1,108,796,952	1,475,291,235	1,276,372,458	1,228,078,964	1,540,146,141	1,413,050,998	1,328,353,170



▶▶ 2012년 디지털 음악 종합 TOP 3 추이 (2012. 1. ~ 2012. 9.)

구분	1위	2위	3위
2012. 1.	티아라 / Lovey-Dovey	다이내믹 듀오 / 거기서거기	10cm / 애상
2012. 2.	빅뱅 / BLUE	린 / 시간을 거슬러	F.T Island / 지독하게
2012. 3.	빅뱅 / FANTASTIC BABY	2AM / 너도 나처럼	빅뱅 / BLUE
2012. 4.	버스커 버스커 / 벚꽃 엔딩	씨스타 / 나혼자	버스커버스커 / 첫사랑
2012. 5.	소녀시대-태티서 / Twinkle	아이유 / 하루 끝	백지영 / 목소리(Feat. 개리 of 리쌍)
2012. 6.	원더걸스 / Like this	빅뱅 / MONSTER	f(x) / Electric Shock
2012. 7.	2NE1 / I Love You	티아라 / DAY BY DAY	씨스타 / Loving U
2012. 8.	싸이 / 강남스타일	보아 / Only One	다비치 / 남자도 우나요
2012. 9.	정은지, 서인국 / All For You	G-Dragon / 그XX	티아라 / SEXY LOVE

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



9월 오프라인 앨범 차트에서는 약 17만장의 판매고를 기록한 G-Dragon의 <One Of A Kind>가 1위에 올랐다. 종합 음반 차트에서도 좋은 모습을 보인 G-Dragon은 19세 미만 청취불가 노래가 포함되는 악재에도 불구하고 앨범 차트 1위를 차지했다. 2위는 발매 일주일 만에 13만장을 판매한 동방신기의 <Catch Me>가 차지했다. 동방신기는 9월 차트 중 오프라인 앨범 차트에만 이름을 올려 오프라인 앨범에 대한 높은 팬 충성도를 실감케 했다. 9월 10일에 발매된 F.T Island의 <Five Treasure Box>가 4만 6천장으로 3위에 올랐으나 2위와는 8만장 이상의 판매 차이를 보였다. 9월에는 총 10 장의 새 앨범이 순위에 올랐고 그 중 드라마 OST가 두 개나 포함됐다. 또한 아날로그 감성을 담은 나얼의 첫 정규 솔로앨범 <Principle Of My Soul>은 아이돌 그룹의 홍수 속에 4위에 올라 눈길을 끈다.

15위권에 오른 음반 유통사를 분석해 보면, 'KMP홀딩스'(SM, YG, JYP, 미디어라인, 스타제국, 유니온캐, 뮤직팩토리)로 구성가 7장의 앨범에서 352,515장을 판매해 앨범 숫자는 줄었으나 판매량은 오히려 증가했다. 3장의 앨범에서 83,883장을 판매한 'CJ E&M'이 2위를 기록했고 '로엔 엔터테인먼트' 78,911장, 'Universal Music'이 7,925장의 판매량을 기록했다.

▶ 오프라인 앨범 판매 TOP 15 (9월)

순위	변동	앨범명	아티스트	유통사	발매일	판매량	누적판매량
1	New	One Of A Kind	G-Dragon	KMP 홀딩스	2012.09.15.	171,512	171,512
2	New	Catch Me	동방신기	KMP 홀딩스	2012.09.24.	131,882	131,882
3	New	Five Treasure Box	F.T Island	CJ E&M	2012.09.10.	46,982	46,982
4	New	Principle Of My Soul	나얼	로엔엔터테인먼트	2012.09.20.	31,800	31,800
5	New	MIRAGE	티아라	로엔엔터테인먼트	2012.09.04.	27,267	27,267
6	▽2	Pandora	카라	CJ E&M	2012.08.22.	24,896	70,829
7	▽1	싸이6甲 Part.1	싸이	KMP 홀딩스	2012.07.15.	18,746	67,913
8	New	응답하라 1997 감독판 OST	Various Artists	CJ E&M	2012.09.27.	12,005	12,005
9	New	립스틱 (LIPSTICK)	오렌지 카라멜	로엔엔터테인먼트	2012.09.12.	9,999	9,999
10	New	Poison	시크릿	로엔엔터테인먼트	2012.09.13.	9,845	9,845
11	▽10	'SPY' The 6th Album Repackage	슈퍼주니어	KMP 홀딩스	2012.08.05.	8,823	116,479
12	New	아름다운 그대에게 OST	Various Artists	KMP 홀딩스	2012.09.19.	8,086	8,086
13	New	Press Play	비투비	Universal Music	2012.09.12.	7,925	7,925
14	▽1	23, Male, Single	장우영	KMP 홀딩스	2012.07.08.	7,132	63,515
15	▽3	MAMA` EXO-K The 1st Mini Album	EXO-K	KMP 홀딩스	2012.04.09.	6,334	133,402
합계						523,234	909,441

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

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

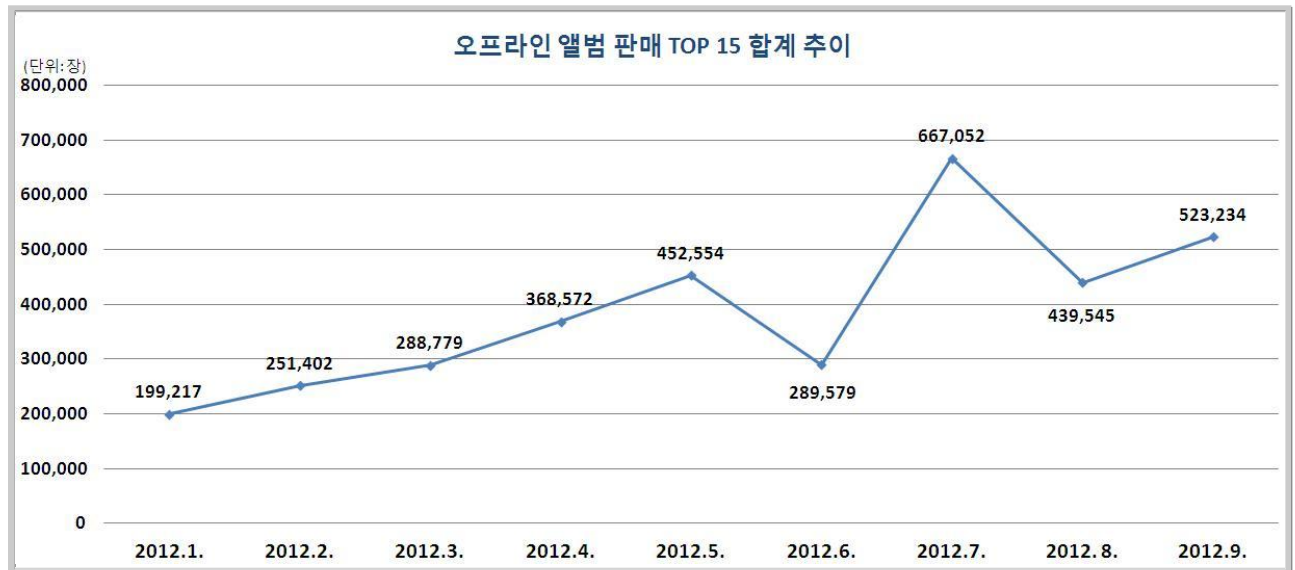
11 지식정보

오프라인 앨범판매 추이를 살펴보면 8월 44만장 가량이었던 앨범 판매량이 9월에는 83,689장 증가한 523,234장으로 상승했다. 3위부터 15위까지는 전월 같은 순위의 앨범에 비해 전반적으로 판매량이 감소했으나 10만장이 넘는 판매고를 기록한 G-Dragon과 동방신기의 영향으로 전월대비 19% 증가했다.

1월부터 9월 오프라인 앨범차트 TOP3는 소수 아이돌 그룹이 점령하고 있다. G-Dragon을 포함한 빅뱅이 가장 많은 4차례 순위를 차지했고, F.T Island, 샤이니, 씨엔블루, XIA, 슈퍼주니어, 비스트가 각각 2번씩 순위에 이름을 올렸다. 이들은 TOP3 중 과반수(59%)를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

▶▶ 2012년 오프라인 앨범 판매 TOP 15 합계 추이 (2012. 1. ~ 2012. 9.)

구분	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
판매량	199,217	251,402	288,779	368,572	452,554	289,579	667,052	439,545	523,234



▶▶ 2012년 오프라인 앨범 판매 TOP 3 추이 (2012. 1. ~ 2012. 9.)

구분	1위	2위	3위
2012. 1.	엠블랙 / MBLAQ 4th Mini Album '100%Ver.'	티아라 / Funky Town (EP)	F.T Island / GROWN-UP (EP)
2012. 2.	빅뱅 / 5집 ALIVE	박재범 / New Breed	샤이니 / THE 1st ASIA TOUR CONCERT ALBUM 'SHINee'
2012. 3.	샤이니 / 'Sherlock' SHINee The 4th Mini Album	씨엔블루 / 3rd Mini Album Ear Fun	빅뱅 / 5집 ALIVE
2012. 4.	EXO-K / 'MAMA' EXO-K The 1st Mini Album	씨엔블루 / 3rd Mini Album Ear Fun	버스커버스커 / 버스커버스커 정규 1집
2012. 5.	소녀시대-태티서 / 'Twinkle' Mini Album	XIA / Tarantallegra	인피니트 / Infnitize
2012. 6.	빅뱅 / BIGBANG SPECIAL EDITION 'STILL ALIVE'	f(x) / 'Electric Shock' The 2nd Mini Album	틴 탑 / aRtIsT
2012. 7.	슈퍼주니어 / 6집 Sexy, Free & Single	비스트 / Midnight Sun	장우영 / 23, Male, Single
2012. 8.	슈퍼주니어 / 'SPY' The 6th Album Repackage	비스트 / Midnight Sun	XIA (준수) / Uncommitted
2012. 9.	G-Dragon / One Of A Kind	동방신기 / Catch Me	F.T Island / Five Treasure Box

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



서비스별 음원 차트에서는 종합차트와 마찬가지로 정은지, 서인국의 'All For You'가 인기를 얻고 있다. 'All For You'는 스트리밍과 BGM 순위에서 1위를 차지했고, 다운로드와 벨소리 차트에서는 2위에 올랐다. '그XX'와 '강남스타일'은 각각 다운로드 차트와 벨소리 차트에서 1위를 차지했다.

9월 발매된 G-Dragon의 노래는 다운로드, BGM차트에 3곡씩 올라간 반면 7월에 발표된 싸이의 노래는 스트리밍 차트에 2곡, 벨소리 차트에 3곡이 올라가 있는 점이 흥미롭다. 8곡과 7곡이 신곡으로 채워져 음원 소비가 빠른 다운로드, BGM 차트에 비해 스트리밍, 벨소리 차트는 상대적으로 변화가 심하지 않은 편임을 알 수 있다. 특히 한 번 설정해두면 상당기간 사용하는 벨소리의 특성에 따라 벨소리 차트에는 '내 사랑아', 'Loving U'같은 비교적 오래된 노래들이 순위에 자리 잡고 있다.

▶ 서비스별 음원 차트

1. 스트리밍 음원 TOP 10 (9월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	△87	All For You	정은지, 서인국
2	New	그XX	G-Dragon
3	△26	I Need You	허각, 지아
4	▽3	강남스타일	싸이
5	New	SEXY LOVE	티아라
6	New	우리 사랑 이대로	정은지, 서인국
7	△29	Pandora	카라
8	▽6	Loving U	씨스타
9	△3	어땠을까 (Feat. 박정현)	싸이
10	▽3	아름다운 밤이야	비스트

2. 다운로드 음원 TOP 10 (9월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	New	그XX	G-Dragon
2	△20	All For You	정은지, 서인국
3	New	바람기억	나얼
4	New	우리 사랑 이대로	정은지, 서인국
5	New	SEXY LOVE	티아라
6	New	Missing You (Feat. 김윤아 of 자우림)	G-Dragon
7	New	크레용	G-Dragon
8	New	POISON	시크릿
9	New	립스틱	오렌지 카라멜
10	▽2	I Need You	허각, 지아

3. BGM 음원 TOP 10 (9월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	△9	All For You	정은지, 서인국
2	△4	I Need You	허각, 지아
3	New	바람기억	나얼
4	New	Missing You (Feat. 김윤아 of 자우림)	G-Dragon
5	New	그XX	G-Dragon
6	New	니가 싫어	어반 자카파
7	New	WOW	비투비
8	New	우리 사랑 이대로	정은지, 서인국
9	▽8	사랑은 눈꽃처럼	XIA(준수)
10	New	크레용	G-Dragon

4. 벨소리 음원 TOP 10 (9월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	-	강남스타일	싸이
2	△19	All For You	정은지, 서인국
3	△33	Pandora	카라
4	▽2	내 사랑아	이중현
5	▽2	Loving U	씨스타
6	New	SEXY LOVE	티아라
7	-	어땠을까 (Feat. 박정현)	싸이
8	△2	뜨거운 안녕 (Feat. 성시경)	싸이
9	New	립스틱	오렌지 카라멜
10	New	Rainbow Rose	지영(카라)

* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)



01
출판

02
만화

03
음악

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니
메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식
정보

인디음반 판매 차트에서는 9월 8일 발매한 achime의 2집 <Overcome>이 2주 간 1위를 차지했다. 9월 11일부터 25일까지의 집계에서는 6월과 7월 1위를 차지했던 에피톤 프로젝트의 <낮선 도시에서의 하루>가 다시 정상으로 올라섰다. 2위로 진입한 ‘이야기해주세요’는 일본군 위안부 피해 여성들을 위해 여성 아티스트들이 모여 제작한 프로젝트 앨범이다. 9월 10일부터 13일까지 용산아트홀에서 일본군 위안부를 주제로 펼쳐진 동명의 문화행사에서 콘서트가 열렸으며 음원, 음반 및 공연 수익금은 모두 위안부 피해 여성을 위해 쓰일 예정이다. <나는 가수다>에 출연한 어반자카파와 <슈퍼스타K4>에 출연 중인 디펍스의 앨범이 순위에서 좋은 모습을 보이며 인디밴드의 음반 판매에 공중파가 미치는 영향이 크다는 것을 사실을 확인할 수 있다.

▶ 인디음반 판매 TOP 10 (8. 26. ~ 9. 10.)

순위	변동	아티스트	앨범명	제작사	유통사
1	New	achime(아침)	(2집) Overcome	붕가붕가레코드	미러볼뮤직
2	New	Various Artists	이야기해주세요	이야기해주세요	미러볼뮤직
3	▽1	에피톤 프로젝트	(2집) 낮선 도시에서의 하루	파스텔뮤직	KT뮤직
4	New	THE SOLUTIONS	(1집) The Solutions	해피로봇레코드	해피로봇레코드
5	△25	메이팝	(EP) 기분이 좋아	음악가게	포니캐년레코드
6	▽5	조휴일	My Feel Don't Touch The Ground (And I'm So Winded I Can't Sing For You Today)	Doggy Rich	SONY MUSIC KOREA
7	△1	어반자카파	(1집) 01	플렉서스뮤직	미러볼뮤직
8	▽2	Beenzino(빈지노)	(EP) 24:26	ILLIONAIRE RECORDS	제뉴인뮤직
9	▽5	브로콜리너마저	골든-히트 모음집[앵콜요청금지]	스튜디오 브로콜리	미러볼뮤직
10	▽7	델리스파이스	(EP) 聯 '연'	MUSICABAL	미러볼뮤직

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

▶ 인디음반 판매 TOP 10 (9. 11. ~ 9. 25.)

순위	변동	아티스트	앨범명	제작사	유통사
1	△2	에피톤 프로젝트	(2집) 낮선 도시에서의 하루	파스텔뮤직	KT뮤직
2	△30	디펍스	(1집) Dicapunk	음악 창작단 해적	YDCT
3	△4	어반자카파	(1집) 01	플렉서스뮤직	미러볼뮤직
4	▽2	Various Artists	이야기해주세요	이야기해주세요	미러볼뮤직
5	△3	Beenzino(빈지노)	(EP) 24:26	ILLIONAIRE RECORDS	제뉴인뮤직
6	▽5	achime(아침)	(2집) Overcome	붕가붕가레코드	미러볼뮤직
7	-	로맨틱펀치	(1집) Midnight Cinderella	퀸엔터테인먼트	미러볼뮤직
8	△8	에피톤 프로젝트	긴 여행의 시작	파스텔뮤직	브라우니엔터테인먼트
9	△22	어반자카파	(EP) Beautiful Days	플렉서스뮤직	미러볼뮤직
10	▽1	브로콜리너마저	골든-히트 모음집[앵콜요청금지]	스튜디오 브로콜리	미러볼뮤직

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



9월 노래연습장 차트에서는 싸이의 '강남스타일'과 <신사의 품격 OST> '내 사랑아'가 8월에 이어 1, 2위를 차지했다. 일본의 오디션 프로그램 '니지이로 슈퍼노바'에서 우승을 차지한 실력과 신인 주니엘의 'illa illa (일라 일라)'는 순위가 꾸준히 상승해 3위까지 올라왔다. 9월 종합 차트에서 1위를 차지한 'All For You'는 4위로, 2위에 오른 '그XX'는 7위로 새롭게 순위권에 진입했다. 아이돌 가수의 노래가 점령하고 있는 타 차트와 달리 노래연습장 차트는 노래방 애창곡을 비롯해 비교적 다양한 장르와 가수들의 노래로 채워져 있다.

▶▶ 노래연습장 TOP 15 (9월)

순위	변동	곡명	앨범명	아티스트	발매일
1	-	강남스타일	싸이6甲 Part.1	싸이	2012.07.15.
2	-	내 사랑아	신사의 품격 OST Part 5	이종현	2012.07.08.
3	△1	illa illa (일라 일라)	My First June	주니엘	2012.06.07.
4	New	All For You	응답하라 1997 Love Story Part.1	정은지, 서인국	2012.08.28.
5	▽2	Loving U	Summer Special `Loving U`	씨스타	2012.06.28.
6	△5	체념	Like The Bible	빅마마(Big Mama)	2003.02.06.
7	New	그XX	One of a Kind	G-Dragon	2012.09.15.
8	△2	너를 위해	Story Of Two Years	임재범	2000.05.16.
9	△11	서쪽 하늘	슈퍼스타K 3 Top11 Part 5	울랄라세션	2011.10.31.
10	▽3	아름다운 밤	ULALA SENSATION	울랄라세션	2012.05.10.
11	△16	아름다운 밤이야	Midnight Sun	비스트	2012.07.22.
12	-	애인... 있어요	Ma Non Tanto	이은미	2005.10.24.
13	-	응급실	쾌걸춘향 OST	Izi	2005.01.20.
14	▽6	한사람	빅 OST	허각	2012.06.25.
15	▽1	하늘을 달리다	2적	이적	2003.05.13.

* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)

01
출판

02
만화

03
음악

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식정보



9월에도 KBS의 '가요무대'가 음악 관련 프로그램 시청률 현황에서 가장 높은 시청률을 기록했다. 10대 위주의 음원, 음반 시장과 달리 방송에서는 '가요무대', '불후의 명곡' 등 중장년층이 많이 시청하는 프로그램의 시청률이 높은 것으로 나타났다. 또한 '유희열의 스케치북' 같은 심야 라이브 프로그램보다 경연, 버라이어티 프로그램의 시청률이 상대적으로 높아, 오디션 열풍과 '나는 가수다'에서 비롯된 음악 방송 소비행태의 변화를 파악할 수 있다. 이에 따라 시청자들의 이목을 끌기 위해 9월 KBS가 '내 생애 마지막 오디션'이라는 오디션 프로그램을 편성하였고, 10월에는 MBC '위대한 탄생 시즌3'가 방송을 앞두고 있다.

음악 관련 프로그램은 KBS가 가장 많은 7편의 프로그램을 편성하고 있고, 3편의 MBC와 Mnet이 뒤를 이었다.

▶▶ 음악 관련 프로그램 시청률 (9월)

분류	프로그램명	방송사	최초방영일	시청률(%)					
			방영시간	가구	남자	여자	13-18	19+	60+
댄스 + 아이돌 중심	SBS 인기가요	SBS	1991. 12. 15 일/ 오후 3:40	3.592	1.208	2.052	2.626	1.539	1.209
	뮤직뱅크	KBS	2001. 02. 15 금/ 오후 6:10	3.678	0.990	2.047	1.858	1.502	1.454
	쇼! 음악중심	MBC	2005. 10. 29 토/ 오후 4:00	3.503	1.039	1.953	1.797	1.488	1.180
	M! COUNTDOWN	Mnet	2004. 07. 29 목/ 오후 6:00	0.080	0.016	0.043	0.064	0.028	0.014
	더 쇼 : 올뉴 케이팝	SBS MTV	2012. 03. 23 금/ 오후 8:00	0.026	0.003	0.015	0.017	0.009	0.018
경연 + 버라이어티	불후의 명곡	KBS	2012. 04. 07 토/ 오후 6:15	7.776	2.500	3.854	1.708	3.537	4.746
	나는 가수다 시즌2	MBC	2012. 04. 29 일/ 오후 6:20	5.333	2.082	2.539	1.200	2.603	2.638
	TOP밴드2	KBS	2012. 05. 05. 토/ 오후 11:25	1.848	0.733	0.964	0.631	0.918	0.596
	슈퍼스타K 4	Mnet	2012. 08. 17. 금/ 오후11:00	6.097	2.422	3.674	4.356	3.075	0.804
	내 생애 마지막 오디션	KBS	2012. 09. 28 금/ 오후08:50	4.103	1.355	2.176	0.511	1.998	2.634
초대손님 + 토크쇼	유희열의 스케치북	KBS	2009. 04. 24 금/ 밤 12:15	1.985	0.525	1.096	0.614	0.913	0.754
	정재형 이효리의 유&아이	SBS	2012. 02. 26 일/ 밤 12:00	1.768	0.543	0.904	0.559	0.814	0.903
	아름다운 콘서트	MBC	2010. 11. 06 일/ 밤 12:50	0.843	0.190	0.368	0.144	0.325	0.484
	윤도현의 MUST	Mnet	2011. 07. 05 토/ 밤 12:00	0.214	0.116	0.117	0.069	0.118	0.032
	MTV The Stage Big Pleasure	SBS MTV	2010. 10. 01 수/ 오후10:30	0.013	0.002	0.006	0.001	0.005	0.004
	리모콘	MBC MUSIC	2012. 05. 23 수/ 밤 12:00	0.021	0.006	0.010	0.008	0.009	0.002
	스페이스 공감	EBS	2005. 01. 23 수, 목/ 밤 12:35	0.201	0.038	0.075	0.000	0.070	0.089
	쇼! 챔피언	MBC MUSIC	2012. 02. 14 화/ 오후 7:00	0.053	0.013	0.027	0.029	0.019	0.017
가곡 + 복고	가요무대	KBS	1985. 11. 04 월/ 오후 10:00	11.124	3.298	3.849	0.263	4.366	13.637
	콘서트7080	KBS	2004. 11. 06 일/ 오후 11:20	3.823	1.177	1.567	0.512	1.608	2.487

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치(본방 기준)



유튜브 K-POP 조회수 순위(9월 신규등록)에서는 G-DRAGON의 솔로 앨범 <ONE A KIND>의 수록곡 '그XX'가 조회수 1,029만 건으로 1위를 차지했다. 동일 앨범의 'CRAYON' 뮤직비디오와 무대 영상은 각각 3위와 12위에 올라 있다. 소녀시대가 일본에서 발표한 5번째 싱글 'Oh!'의 일본어 버전 뮤직비디오는 854만 건으로 2위를 차지했다. 이 노래와 뮤직비디오로 소녀시대는 오리콘 싱글과 DVD, 블루레이 부문 1위에 올라 3관왕을 차지했다.

K-POP 누적 조회수에서는 싸이의 '강남스타일'의 기세가 무섭다. 76일 만에 조회수 3억뷰를 돌파해 최단 기간 세계 신기록을 수립하더니 10월 7일에는 4억뷰를 넘어서며 유튜브 역대 조회수 9위에 올랐다.(10월 20일 5억뷰 돌파, 역대 조회수 3위) '오빤 딱 내 스타일'도 6천만 건을 기록하며 3위를 차지했고 무대 영상 또한 14위에 진입해 '강남스타일' 대세를 확인할 수 있다. 10월 해외 활동을 재개하는 싸이의 행보에 따라 '강남스타일'의 인기 확산이 기대된다.

▶▶ K-POP 유튜브 조회수 TOP 15 (9월)

순위	곡명	아티스트	종류	업로더	등록일자	조회수
1	THATXX(그XX)	G-DRAGON	뮤직비디오	BIGBANG	8. 31.	10,290,977
2	Oh!	소녀시대	뮤직비디오	SMTOWN	9. 13.	8,544,362
3	CRAYON	G-DRAGON	뮤직비디오	BIGBANG	9. 16.	7,578,112
4	ALL MY LOVE IS FOR YOU	소녀시대	뮤직비디오	SMTOWN	9. 03.	6,092,355
5	POISON	시크릿	뮤직비디오	TSENT2008	9. 12.	4,978,871
6	Sexy Love(Dance Ver.)	티아라	뮤직비디오	LOENENT	9. 02.	3,853,506
7	GANGNAM STYLE(NBC TODAY LIVE SHOW)	PSY	무대 영상	jyhms	9. 14.	3,505,982
8	Catch Me	동방신기	뮤직비디오	SMTOWN	9. 24.	2,938,142
9	GANGNAM STYLE @ KYONGGI UNIVERSITY	PSY	뮤직비디오	officialpsy	9. 25.	2,062,437
10	[Sexy Love] K-pop Nature+ concert in jeju	티아라	무대 영상	tomtomtom52525252	9. 09.	1,620,299
11	종갓어	FTISLAND	뮤직비디오	ftisland	9. 09.	1,530,112
12	SBS인기가요Comeback Special_CRAYON	G-DRAGON	무대 영상	BIGBANG	9. 16.	1,441,970
13	Catch Me	동방신기	뮤직비디오 티저	SMTOWN	9. 20.	1,430,345
14	Sexy Love(Drama Ver.)	티아라	뮤직비디오	LOENENT	9. 02.	1,429,788
15	Poison by Secret @Mcountdown	시크릿	무대영상	Mnet	9. 13.	1,191,547

* 출처 : Youtube(www.youtube.com), 9월 30일 기준(8월 30일 ~ 9월 30일 등록 동영상)

▶▶ K-POP 유튜브 누적 조회수 TOP 15 (9월 30일 기준)

순위	변동	곡명	아티스트	종류	업로더	등록일자	조회수	변동(9.11대비)
1	-	GANGNAM STYLE	PSY	뮤직비디오	officialpsy	2012. 07. 15	320,924,565	187,242,377
2	-	Gee	소녀시대	뮤직비디오	sment	2009. 06. 8.	87,319,419	2,496,393
3	New	오빤 딱 내 스타일	PSY (ft. HYUNA)	뮤직비디오	officialpsy	2012. 08. 14.	60,815,486	29,007,896
4	▽1	Nobody	Wonder Girls	무대 영상	Mnet	2008. 11. 18.	58,345,600	187,078
5	▽1	THE BOYS	소녀시대	뮤직비디오	SMTOWN	2011. 10. 18.	58,112,568	1,728,555
6	▽1	Oh!	소녀시대	뮤직비디오	sment	2010. 01. 26.	56,251,512	1,150,796
7	▽1	I AM THE BEST	2NE1	뮤직비디오	2NE1	2011. 06. 27.	53,965,431	1,710,792
8	▽1	Mr.Simple	슈퍼주니어	뮤직비디오	SMTOWN	2011. 08. 3.	53,224,342	1,008,630
9	△1	FANTASTICBABY	BIGBANG	뮤직비디오	BIGBANG	2012. 03. 6	43,797,829	2,689,084
10	▽2	BONAMANA(미인아)	슈퍼주니어	뮤직비디오	sment	2010. 05. 11.	42,734,344	588,519
11	▽2	RunDevilRun	소녀시대	뮤직비디오	sment	2010. 03. 16	42,173,968	710,605
12	▽1	SORRY,SORRY	슈퍼주니어	뮤직비디오	sment	2009. 06. 7.	40,384,326	503,582
13	▽1	LOLLIPOP	BIGBANG & 2NE1	뮤직비디오	YGEntertainment	2009. 05. 15.	38,656,283	456,173
14	New	Gangnam style	PSY	무대 영상	CapsuleHD20	2012. 07. 16	37,350,075	35,544,082
15	▽2	STEP	KARA	뮤직 비디오	DSPKara	2011. 09. 5.	37,008,178	842,008

* 출처 : Youtube(www.youtube.com), 9월 30일 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



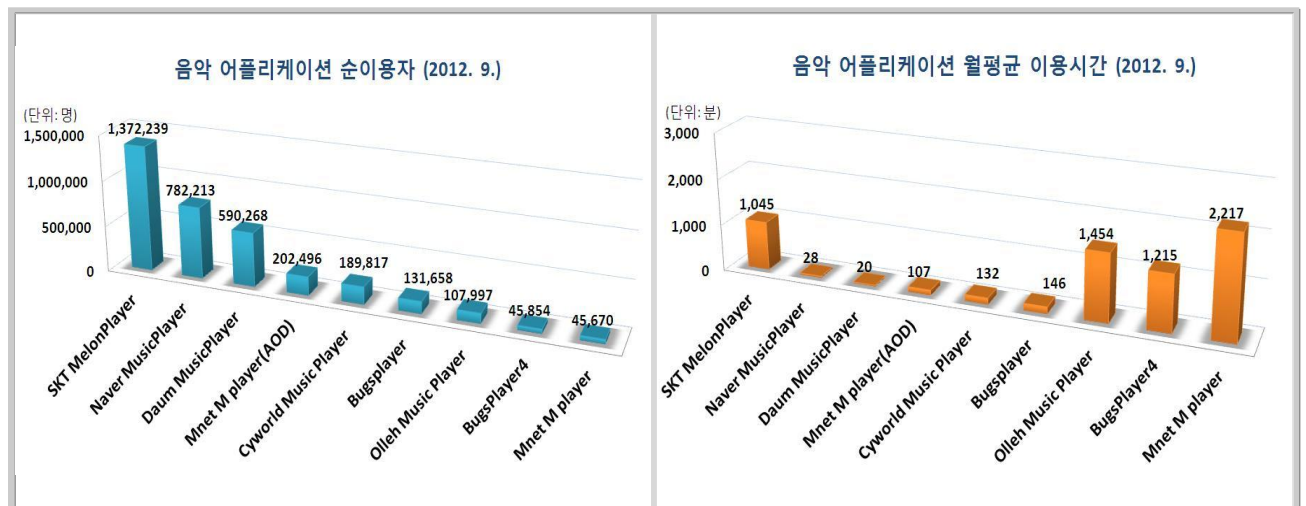
9월 음악 어플리케이션 이용 현황에 따르면, ‘멜론’이 137만 명으로 가장 많은 순이용자수를 기록했다. ‘네이버 뮤직’은 전월과 같이 2위를 유지했으나 순이용자수는 78만 명으로 32.6%나 감소했다. 월평균이용시간에서는 ‘멜론’이 1,045분을 기록하며 ‘네이버 뮤직’(28분)과 큰 차이를 보였다. ‘네이버 뮤직’은 월평균이용시간도 전월대비 절반 가까이 감소하여 음악 어플리케이션 중 증감율이 가장 큰 것으로 나타났다. PC에서의 어플리케이션 이용은 계속 하락하는 추세로, ‘다음’과 ‘올레뮤직’의 순방문자수만이 소폭 증가했다. (각각 27,512명, 15,899명) ‘엠넷’과 ‘올레뮤직’은 적은 이용자를 확보하고 있지만 월평균이용시간과 평균재방문일수가 높아 해당 어플리케이션의 순이용자 충성도가 높다는 것을 알 수 있다.

▶ 음악 어플리케이션 서비스 (PC)

1. 음악 어플리케이션 이용 현황 (9월)

순위	공급자	어플리케이션	순이용자 ⁶⁾	일평균이용자 ⁷⁾	도달률(% ⁸⁾	월평균이용시간(분) ⁹⁾	평균재방문일수(일) ¹⁰⁾	순방문자증감률(%)
1	Melon	SKT MelonPlayer	1,372,239	205,364	4.1	1,045	4.3	-6.3
2	Naver	Naver MusicPlayer	782,213	35,741	2.3	28	1.5	-32.6
3	Daum	Daum MusicPlayer	590,268	26,283	1.8	20	1.4	4.9
4	Mnet	Mnet M player(AOD)	202,496	15,988	0.6	107	2.4	-2.4
5	Cyworld	Cyworld Music Player	189,817	11,327	0.6	132	1.9	-31.8
6	Bugs	Bugsplayer	131,658	7,920	0.4	146	1.9	-16.4
7	Ollehmusic	Olleh Music Player	107,997	17,878	0.3	1,454	5.0	17.3
8	Bugs	BugsPlayer4	45,854	5,055	0.1	1,215	3.3	-15.8
9	Mnet	Mnet M player	45,670	11,068	0.1	2,217	7.4	0.7

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임
 * 출처 : 닐슨 코리아클릭, KOCCA 재구성



- 6) 순이용자 : Application을 사용하는 중복되지 않은 인터넷 사용자의 수
- 7) 일평균이용자 : 개별 App.의 일 평균 이용자 규모를 의미
- 8) 도달률 : 국내 인터넷 사용자 중 Application을 이용한 경험이 있는 중복되지 않은 이용자의 비율 (App. 이용자 / 국내 인터넷 사용자 수)
- 9) 월평균이용시간 : 한 달 동안 Application을 이용한 평균 시간
- 10) 평균재방문일수 : 전체 인터넷 사용자 중 해당 App.를 쓰고 있는 이용자가 한 달 동안 1인 평균 App.을 이용하는 일수



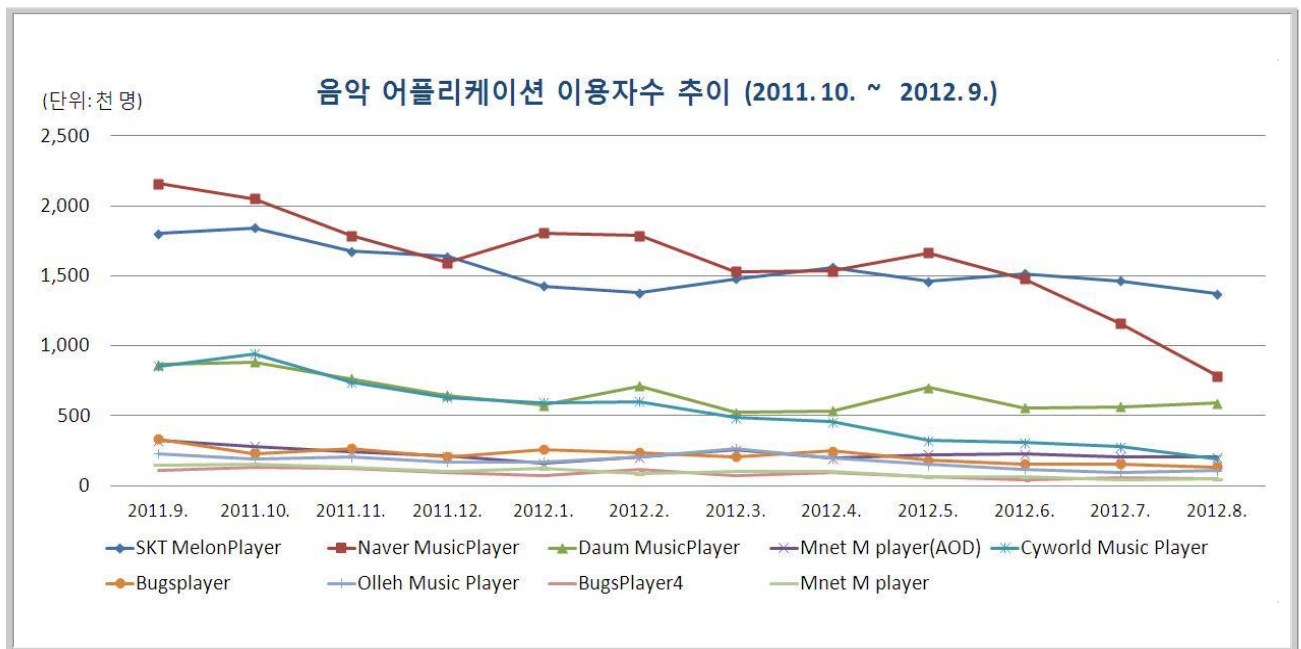
PC기반 음악 어플리케이션 이용자수 추이를 살펴보면, 이용자수가 지속적으로 하락하고 있는 추세이다. 2011년 1 위였던 '네이버 뮤직'은 전년 10월 대비 이용자수가 137만 명이나 감소했다. 80% 가량의 감소율을 보인 '싸이뮤직'은 트위터나 페이스북 등 기타 SNS의 영향으로 싸이월드가 침체를 겪으면서 이용자수가 급격히 줄어든 것으로 판단된다. '네이버', '다음', '싸이월드'같은 포털사이트 음악 어플리케이션보다 '멜론', '엠넷', '벅스' 등 음악 전문 사이트 어플리케이션의 이용자 이탈이 상대적으로 적은 것으로 나타났다.

2. 음악 어플리케이션 이용자수 추이 (2011. 10. ~ 2012. 9.)

(단위: 천 명)

순위	어플리케이션	2011.10.	2011.11.	2011.12.	2012.1.	2012.2.	2012.3.	2012.4.	2012.5.	2012.6.	2012.7.	2012.8.	2012.9.
1	SKT MelonPlayer	1,803	1,843	1,677	1,640	1,428	1,377	1,478	1,559	1,459	1,517	1,464	1,372
2	Naver MusicPlayer	2,157	2,049	1,787	1,595	1,807	1,785	1,532	1,534	1,663	1,480	1,160	782
3	Daum MusicPlayer	865	882	765	645	575	714	525	533	700	555	563	590
4	Mnet M player(AOD)	321	282	242	211	159	205	255	197	224	225	207	202
5	Cyworld Music Player	853	943	740	630	593	601	485	458	324	307	278	190
6	Bugsplayer	335	229	267	208	261	237	208	250	183	155	157	132
7	Olleh Music Player	228	189	203	171	171	208	266	195	151	118	92	108
8	BugsPlayer4	109	132	124	97	73	115	72	96	63	40	54	46
9	Mnet M player	147	154	134	103	122	84	102	99	62	61	45	46

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



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



9개 서비스를 대상으로 한 9월 음악 어플리케이션 이용자는 346만 명으로 추정되었다. 이 중 325만 명은 하나의 어플리케이션만 사용했고, 21만 명은 2개 이상의 어플리케이션을 이용한 것으로 나타났다. 연령별로는 '25~29세'가 49만 명으로 가장 많은 이용자수를 기록했고, 전월대비 21만 명이 감소한 '19~24세'가 뒤를 이었다. 13세에서 34세의 연령대에서 평균 40만 명 이상이 이용해 젊은 연령대가 음악 어플리케이션의 주요 소비층임을 알 수 있다. 성별로는 여성(189만)이 남성(157만)보다 많은 것으로 나타났고, 어플리케이션 중복 이용률도 여성 이용자(14만)가 남성(6만)보다 2배 이상 많았다.

3. 음악 어플리케이션 이용자 분석 (9월)

(단위: 천 명)

구분	순이용자	도달률(%)	남성	여성	7~12	13~18	19~24	25~29	30~34	35~39	40~44	45~49	50~59	60~69
비중복 이용자	3,254	9.69	1,503	1,750	206	460	465	472	391	345	308	255	296	55
중복 이용자	205	0.61	65	141	16	19	24	18	21	31	52	13	6	4
총 이용자	3,468	10.33	1,572	1,897	222	478	489	491	416	376	360	274	302	60

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

* 출처 : 닐슨 코리아클릭, KOCCA 재구성





9월에는 전월에 비해 20개 증가한 220개의 앨범이 방송심의를 받았다. 심의를 받은 앨범들을 장르별로 구분하면 '발라드'와 '트롯(트로트)'가 46개로 20.9%를, '댄스'가 40개로 18.2%를 차지했고, '힙합'이 17개, '락', '포크', 'OST', '일반가요'가 11개로 그 뒤를 이었다.

발매형태별 구분에서는 9월 발매된 220개의 앨범 중 '디지털 싱글'로 발매된 앨범이 143장으로 가장 많았고, '일반(CD)' 형태로 발매된 앨범이 76개를 기록했으며, '싱글(CD)'이 1개로 나타났다. 9월에는 전월대비 '디지털 싱글'의 비중이 소폭 감소하고 '일반(CD)발매'가 증가했다.

▶ 음악 방송심의 통계

1. 월별 방송심의 건수 (2012. 1. ~ 2012. 9.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	합계
앨범	157	196	194	195	245	180	233	200	220	1820
곡	548	607	657	673	890	659	740	696	861	6331

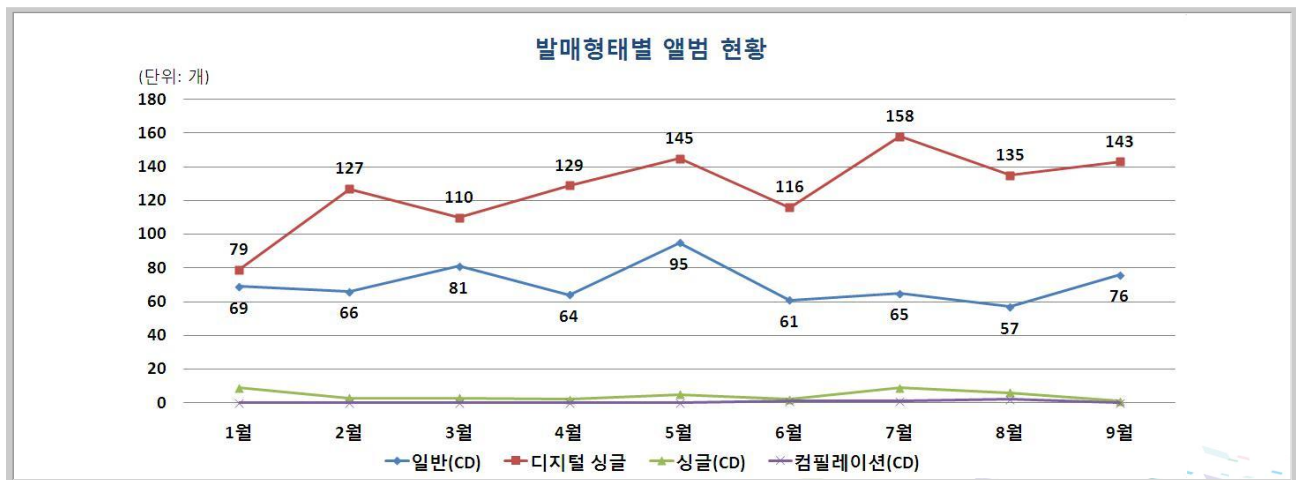
2. 장르별 방송심의 앨범 현황 (2012. 9.)

장르	댄스	발라드	트롯	힙합	락	락발라드	모던락	일렉트로닉	재즈	포크	펑크	하우스	레게	크로스오버	팝페라	알앤비	소울	OST	클래식, 기타	미분류	일반가요	합계
곡	40	46	46	17	11	-	7	8	4	11	-	-	1	-	-	7	-	11	-	-	11	220
비율 (%)	18.2	20.9	20.9	7.7	5	-	3.2	3.6	1.8	5	-	-	0.5	-	-	3.2	-	5	-	-	5	100

3. 발매형태별 앨범 현황 (2012. 9.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	합계
디지털 싱글	79	127	110	129	145	116	158	135	143	1142
일반 (CD)	69	66	81	64	95	61	65	57	76	634
싱글 (CD)	9	3	3	2	5	2	9	6	1	40
컴필레이션 (CD)	-	-	-	-	-	1	1	2	-	4
합계	157	196	194	195	245	180	233	200	220	1820

* 출처 : 한국음원제작자협회 (www.kapp.or.kr)





04 공연

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

9월 공연시장 종합 순위에서는 10월 7일 막을 내린 뮤지컬 <위키드> 오리지널 내한공연이 7.1%의 점유율을 차지하며 6월 이후 1위를 탈환했다. 호주 공연 팀이 내한한 <위키드>는 높은 무대 완성도와 아이와 어른이 모두 즐길 수 있는 다층적인 이야기 구조로 관객 21만 명, 유료 객석 점유율 95% 이상 등 뮤지컬 국내 최고 흥행을 기록했다. 6.7%의 점유율로 8월에 이어 2위를 유지한 뮤지컬 '시카고'는 11월에 열리는 부산 공연도 18위에 이름을 올렸다. 2005년 월드투어 이후 7년 만에 오리지널 팀이 내한하는 뮤지컬 <오페라의 유령>은 3위에 올랐다. 소위 뮤지컬 빅4로 불리며 많은 팬을 확보하고 있는 <오페라의 유령>은 2005년 당시 19만 관객을 동원한 바 있어 흥행여부가 주목된다.

오페라의 유령을 비롯해 빅토르 위고의 동명 소설을 뮤지컬로 만들어 작품성과 흥행성을 인정받은 뮤지컬 <레미제라블>, 오스트리아 황태자의 비극적인 사랑 이야기를 그린 <황태자 루돌프> 등 해외 유명 뮤지컬이 9월 공연시장을 이끌고 있는 가운데, 창작 뮤지컬로는 <영웅>과 <셜록홈즈 : 앤더슨가의 비밀>이 진입했다. 순위에 새롭게 이름을 올린 7편의 공연들은 모두 뮤지컬로, 공연 시장에서 뮤지컬 장르의 강세가 지속되고 있다.

▶ 공연시장 종합 TOP 20 (9월)

순위	변동	공연명	공연장	점유율	장르	공연기간
1	△2	뮤지컬 <위키드> 오리지널 내한공연	블루스퀘어 삼성전자홀	7.1%	뮤지컬	2012.05.29. ~ 2012.10.07.
2	-	뮤지컬 <시카고>	디큐브아트센터	6.7%	뮤지컬	2012.06.09. ~ 2012.10.07.
3	New	뮤지컬 <오페라의 유령> - 25주년 기념 내한공연	블루스퀘어 삼성전자홀	4.4%	뮤지컬	2012.12.07. ~ 2013.01.13.
4	△9	뮤지컬 <헤드윅>	KT&G 상상아트홀	3.2%	뮤지컬	2012.08.11. ~ 2012.10.21.
5	New	뮤지컬 <영웅>	블루스퀘어 삼성전자홀	3.2%	뮤지컬	2012.10.16. ~ 2012.11.18.
6	-	뮤지컬 <맨 오브 라만차>	샤롯데씨어터	2.9%	뮤지컬	2012.06.19. ~ 2012.10.21.
7	-1	옥탑방고양이 - 대학로	대학로 틴틴홀	2.5%	연극	2010.04.06. ~ 2012.12.31.
8	△6	뮤지컬 <두 도시 이야기>	충무아트홀 대극장	2.1%	뮤지컬	2012.08.24. ~ 2012.10.07.
9	-	뮤지컬 <형제는 용감했다>	코엑스아티움 현대아트홀	2.0%	뮤지컬	2012.06.26. ~ 2012.10.01.
10	-	뉴보잉보잉 1탄	대학로 두레홀 3관	1.8%	연극	2009.01.01. ~ 2012.11.30.
11	New	뮤지컬 <레미제라블> - 용인	용인 포온아트홀	1.4%	뮤지컬	2012.11.03. ~ 2012.11.25.
12	New	황태자 루돌프	충무아트홀 대극장	1.4%	뮤지컬	2012.11.10. ~ 2013.01.27.
13	New	뮤코믹컬<드립걸즈>	컬처스페이스 엔유	1.3%	뮤지컬	2012.09.01. ~ 2012.10.28.
14	▽2	국민연극 라이어 1탄 - 대학로	해피씨어터	1.2%	연극	2012.03.12. ~ 2012.12.16.
15	△1	블랭블랭	대학로 키득키득아트홀 신관	1.2%	연극	2011.06.01. ~ 2012.10.31.
16	△17	뮤지컬 <시카고> - 대구	대구계명아트센터	1.0%	뮤지컬	2012.10.11. ~ 2012.10.14.
17	△10	장진의<서툰 사람들>	대학로 아트원씨어터 2관	1.0%	연극	2012.06.05. ~ 2012.12.31.
18	New	뮤지컬 시카고 - 부산	부산 센텀시티 소향아트센터	0.9%	뮤지컬	2012.11.02. ~ 2012.11.11.
19	△14	뮤지컬<메노포즈>	CGV 팝아트홀	0.9%	뮤지컬	2012.08.07. ~ 2012.10.28.
20	New	뮤지컬<셜록홈즈 : 앤더슨가의비밀>	두산아트센터 연강홀	0.9%	뮤지컬	2012.09.12. ~ 2012.11.04.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 9. 1. ~ 9. 30. 판매매수 기준)



뮤지컬 분야에서는 종합 순위와 동일하게 <위키드>, <시카고>, <오페라의 유령>이 1위부터 3위까지의 순위를 차지했다. 방학기간인 7, 8월이 지나 창작 어린이 뮤지컬이 순위에서 사라지면서 9월에는 창작 뮤지컬이 2개로 줄어들었다. 그 중 더뮤지컬어워즈와 한국뮤지컬대상 12개 부문을 수상한 <영웅>은 2012 문화체육 관광부 창작뮤지컬육성지원사업 재공연 부문에 선정되어 뮤지컬 관람 가격 정상화와 왜곡된 공연 티켓 관행 근절을 목표로 티켓 가격을 기존 공연의 절반가량으로 줄이는 파격적인 가격 정책을 시도해 관심을 끌고 있다.

연극 분야에서는 '옥탑방고양이(대학로)'와 '뉴보잉보잉 1탄'이 8월에 이어 9월에도 1, 2위를 지켰다. '국민연극 라이어 1탄 - 대학로'는 한 단계 상승해 3위를 차지했다. 타 공연과 달리 장기 공연이 가능한 연극의 특성상 2012년 이전에 무대에 오른 작품이 5편이나 됐고, 2009년부터 시작한 공연도 1편 순위에 포함되어 있다.

▶ 공연시장 분야별 TOP 10 (9월)

1. 뮤지컬

순위	변동	공연명	공연장	구분	점유율	공연기간
1	△2	뮤지컬 <위키드> 오리지널 내한공연	블루스퀘어 삼성전자홀	오리지널	10.5%	2012.05.29. ~ 2012.10.07.
2	-	뮤지컬 <시카고>	디큐브아트센터	라이선스	9.9%	2012.06.09. ~ 2012.10.07.
3	New	뮤지컬 <오페라의 유령> - 25주년 기념 내한공연	블루스퀘어 삼성전자홀	오리지널	6.4%	2012.12.07. ~ 2013.01.13.
4	△5	뮤지컬 <헤드윅>	KT&G 상상아트홀	라이선스	4.8%	2012.08.11. ~ 2012.10.21.
5	New	뮤지컬 <영웅>	블루스퀘어 삼성전자홀	창작	4.7%	2012.10.16. ~ 2012.11.18.
6	-	뮤지컬 <맨 오브 라만차>	샤롯데씨어터	라이선스	4.3%	2012.06.19. ~ 2012.10.21.
7	△3	뮤지컬 <두 도시 이야기>	충무아트홀 대극장	라이선스	3.1%	2012.08.24. ~ 2012.10.07.
8	-	뮤지컬 <형제는 용감했다>	코엑스아티움 현대아트홀	창작	3.0%	2012.06.26. ~ 2012.10.01.
9	New	뮤지컬 <레미제라블> - 용인	용인 포은아트홀	라이선스	2.1%	2012.11.03. ~ 2012.11.25.
10	New	황태자 루돌프	충무아트홀 대극장	라이선스	2.1%	2012.11.10. ~ 2013.01.27.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 9. 1. ~ 9. 30. 판매매수 기준)

2. 연극

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	-	옥탑방고양이 - 대학로	대학로 틴틴홀	11.2%	2010.04.06. ~ 2012.12.31.
2	-	뉴보잉보잉 1탄	대학로 두레홀 3관	7.9%	2009.01.01. ~ 2012.11.30.
3	△1	국민연극 라이어 1탄 - 대학로	해피씨어터	5.1%	2012.08.02. ~ 2012.10.31.
4	△1	블링블링	대학로 키득키득아트홀 신관	5.1%	2012.03.12. ~ 2012.10.31.
5	△5	장진의<서툰 사람들>	대학로 아트원씨어터 2관	4.3%	2011.06.01. ~ 2012.10.31.
6	-	연애지침서 연극 옥탑방고양이 - 강남	강남 동양아트홀	3.8%	2012.03.02. ~ 2012.12.31.
7	△2	리얼 버라이어티 코믹 배꼽 - 강남역	강남역 강남아트홀 1관	3.2%	2010.08.08. ~ 2012.10.31.
8	New	연극<친정엄마와 2박3일>	동숭아트센터 동숭홀	3.0%	2012.09.29. ~ 2012.10.28.
9	△4	뉴보잉보잉 - 두레홀4관	대학로 두레홀 4관	2.4%	2011.01.28. ~ 2012.11.30.
10	New	거기 - 이것이 차.이.다2	대학로 아트원씨어터 3관	2.1%	2012.09.07. ~ 2012.11.25.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 9. 1. ~ 9. 30. 판매매수 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

콘서트 티켓 판매 순위에서는 2010~2012 한국 방문의 해를 맞아 개최된 한류드림페스티벌의 ‘2012한류드림콘서트-경주’가 4.6%의 점유율로 1위에 올랐다. 인기 아이돌 가수 아이유의 앵콜 콘서트 ‘REAL FANTASY 2012’가 2위에, 성시경의 소극장 콘서트 ‘하루’가 3위에 올랐다. 김동률은 전월 4편의 콘서트를 순위에 올린데 이어 9월에도 3편을 순위에 올리며 팬들의 사랑을 재확인했고, 2003년 데뷔 앨범으로 그래미 시상식에서 주요 5개 부문을 수상한 바 있는 노라 존스의 내한 공연이 10위로 새롭게 진입했다. 콘서트 시장은 Top 10 중 9편이 새로운 공연으로 채워져 역동적인 모습을 보였다.

클래식/오페라 분야에서는 1972년 처음 시작하여 올해 41회를 맞이한 한국 가곡의 대표 무대인 ‘MBC 가을맞이 가곡의 밤’이 5.5%의 점유율을 기록하며 1위에 올랐다. ‘2012 파크 콘서트 Piano Paradiso’와 격년으로 개최되는 Peace & Piano Festival의 중간을 이어주는 공연인 ‘2012 P&PF Review Concert - 수원’은 각각 4.7%와 2.3%의 점유율로 2위와 3위를 차지했다.

3.콘서트

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	△12	2012 한류드림콘서트 - 경주	경주시민운동장	4.6%	2012.09.23.
2	New	2012년 아이유 앵콜 콘서트 <REAL FANTASY 2012>	용산 전쟁기념관 평화의광장	3.2%	2012.09.22. ~ 2012.09.23.
3	New	2012 성시경 소극장 콘서트 <하루>	이화여자대학교 삼성홀	3.0%	2012.10.22. ~ 2012.10.30.
4	New	2012 김동률 콘서트 ‘감사’ - 전주	한국소리문화의전당 모악당	2.7%	2012.11.09. ~ 2012.11.10.
5	New	2012 김동률 콘서트 ‘감사’ - 고양	고양아람누리 아람극장	2.3%	2012.11.23. ~ 2012.11.24.
6	New	2012 김동률 콘서트 ‘감사’ - 대구	천마아트센터 그랜드홀	2.3%	2012.12.07. ~ 2012.12.08.
7	New	2012 렛츠락 페스티벌 Vol.6	난지한강공원 내 젊음의 광장	2.0%	2012.09.22. ~ 2012.09.23.
8	New	[2012 시월]에 브라운아이드소울, 박효신 외 10팀	난지 한강공원	2.0%	2012.10.13. ~ 2012.10.14.
9	New	2012 장윤정 데뷔 10주년 콘서트	세종문화회관 대극장	1.9%	2012.10.06. ~ 2012.10.07.
10	New	노라 존스 내한공연	잠실실내체육관	1.8%	2012.11.17.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 9. 1. ~ 9. 30. 판매매수 기준)

4. 클래식/오페라

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	New	제41회 MBC 가을맞이 가곡의 밤	세종문화회관 대극장	5.5%	2012.09.22. ~ 2012.09.23.
2	▽1	2012 파크 콘서트 Piano Paradiso	올림픽공원 88마당 야외무대	4.7%	2012.09.08.
3	New	2012 P&PF Review Concert - 수원	경기도문화의전당 행복한대극장	2.3%	2012.09.22.
4	New	오페라 카르멘	예술의전당 오페라극장	2.2%	2012.10.18. ~ 2012.10.21.
5	New	유키구라모토 내한공연 'Fall' in Love - 이천	이천아트홀 대공연장	1.7%	2012.09.15.
6	New	리처드용재오닐&임동혁 듀오 리사이틀 - 용인	용인 포온아트홀	1.7%	2012.12.23.
7	△11	제10회 대구국제오페라축제<카르멘>	대구오페라하우스	1.6%	2012.11.09. ~ 2012.11.10.
8	△6	2012 빈 소년 합창단	성남시민회관 대극장	1.5%	2012.10.28.
9	New	2012 폴포츠 내한 포항공연 - 포항	경북학생문화회관 대공연장	1.4%	2012.10.06.
10	New	창작오페라 투나바위 성공기념 그랜드콘서트오페라	예술의전당 콘서트홀	1.3%	2012.09.20.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 9. 1. ~ 9. 30. 판매매수 기준)



국악/무용 분야에서는 '2012 경희루연향'이 14.0%의 높은 점유율로 1위를 차지했다. 문화재청과 한국문화재보호 재단이 주최하는 '경희루연향'은 작년 처음 선보여 호평을 얻은 바 있다. 올해는 경희루 건립 600주년을 맞이하여 경북공과 경희루의 역사적 의미를 담은 스토리텔링 기법이 더해질 것으로 알려졌다.

한국 최초의 민간 발레단인 유니버설 발레단이 공연하는 '호두까기인형'이 2위에 올랐으며, '서울남산국악당 외국인 관광공연 작품오디션'이 7.3%로 3위를 차지했다. '서울남산국악당 외국인 관광공연 작품오디션'은 외국인 관광객을 대상으로 하는 작품을 선발하기 위해 펼쳐지는 공연이다. 서류 심사를 통과한 8개의 작품 중 일반인과 외국인 관객들의 평가를 통해 대표작이 선정된다. 6위에 오른 세종문화회관의 기획공연 공모전 '2012 춤 배틀, 베틀'도 방송과 음악계에 불고 있는 오디션 열풍이 공연계에 접목된 사례로서 흥행 여부에 관심이 몰리고 있다.

5. 국악/무용

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	New	2012 경희루연향	경북공 경희루	14.0%	2012.10.12. ~ 2012.10.21.
2	New	유니버설발레단 <호두까기인형>	유니버설아트센터	12.8%	2012.12.21. ~ 2012.12.31.
3	New	서울남산국악당 외국인 관광공연 작품오디션	서울남산국악당	7.3%	2012.09.19. ~ 2012.10.04.
4	New	창작무용극 <백조의 호수>	세종문화회관 대극장	4.6%	2012.10.25. ~ 2012.10.26.
5	△5	국립발레단 <백조의 호수>	성남아트센터 오페라하우스	4.0%	2012.10.19. ~ 2012.10.20.
6	New	2012 춤 배틀, 베틀	세종문화회관 M씨어터	3.5%	2012.09.13. ~ 2012.09.16.
7	△6	호두까기 인형 - 대전	대전문화예술의전당 아트홀	3.5%	2012.12.07. ~ 2012.12.09.
8	△7	KDB대우증권 창립42주년 마린스키 발레 <백조의 호수>	세종문화회관 대극장	3.0%	2012.11.11. ~ 2012.11.13.
9	New	서울발레시어터 가족발레극 이상한나라의 앨리스 - 이천	이천아트홀 대공연장	2.8%	2012.11.24.
10	New	평양예술단공연 - 계룡시기획공연	계룡문화예술의 전당	2.7%	2012.09.15.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 9. 1. ~ 9. 30. 판매매수 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

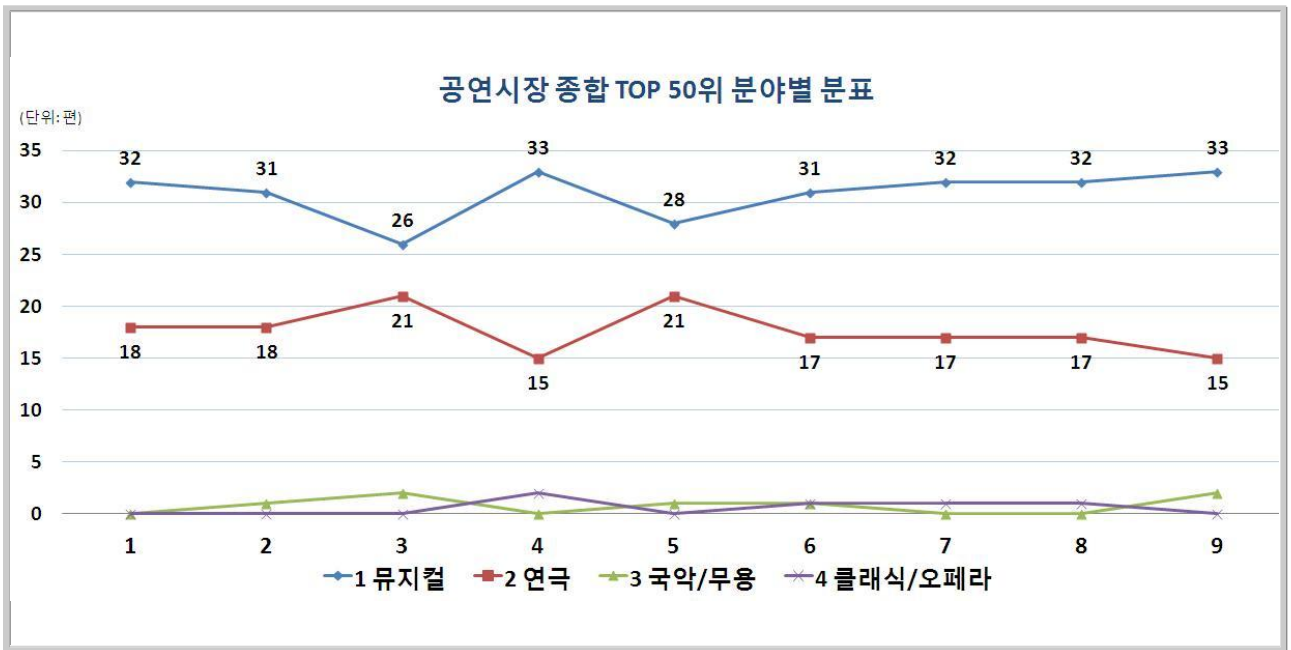


9월 공연시장 종합 50위의 분야별 분포를 살펴보면 뮤지컬 장르가 33편으로 공연 시장을 이끌고 있음을 알 수 있다. 3개월 연속 17편을 유지했던 연극은 9월에는 15편의 공연을 순위에 올려 2위를 기록했고, '2012 경희루연향'과 '유니버설발레단 <호두까기인형>'이 40위와 45위를 차지한 국악/무용이 두 편 포함됐다. 1월부터 9월까지의 누적 분포를 살펴보면 뮤지컬이 278편으로 가장 많고, 다음을 159편의 연극이 이었다. 국악/무용, 클래식/오페라는 각각 7편과 5편의 공연이 순위에 들었다.

▶ 공연시장 종합 TOP 50위 분야별 분포 (2012. 1. ~ 2012. 9.)

순위	분야	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
1	뮤지컬	32	31	26	33	28	31	32	32	33
2	연극	18	18	21	15	21	17	17	17	15
3	국악/무용	0	1	2	0	1	1	0	0	2
4	클래식/오페라	0	0	0	2	0	1	1	1	0

* 콘서트는 인터파크 공연 랭킹에 포함되지 않아 분야별 분포에서 제외
* 출처: 인터파크 티켓, 한국콘텐츠진흥원 재구성



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

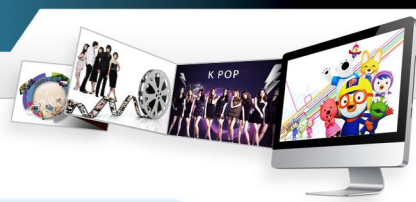
07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



05 게임

9월 온라인게임 순위에서는 '리그 오브 레전드'가 8월에 이어 1위를 차지하며 서비스 9개월 만에 최고 인기게임으로 자리매김했다. 9월 8일 용산 전쟁 기념관에서 열린 LOL 더 챔피언스 섬머 리그의 결승전은 입장 관객 1만 1000명 이상을 기록했고, 부분적으로 유료 판매된 좌석이 매진되는 등 '리그 오브 레전드'의 e스포츠 시장에서의 인기와 새로운 비즈니스 모델의 가능성을 엿볼 수 있는 기회였다. 또한 10월 현재 라이엇 게임즈가 주최하는 시즌 2 월드 챔피언십 대회에 한국 대표로 2팀이 올라가 게이머들의 관심이 높아진 상태다.

'블레이드 & 소울'은 2위를 지켰으나 전월대비 -1.65%p의 점유율 감소를 보이며 이용시간이 100만 시간 이하로 떨어졌다. 28일 서비스 100일을 맞은 '블레이드 & 소울'은 최대 동시 접속자 25만 명, 총 게임 이용자수 461만 명이 라는 기록을 남겼으나, 유저의 콘텐츠 소비속도를 쫓아가지 못하면서 이용시간이 감소하고 있다. 이에 제작사인 NC소프트는 연말까지 신규 던전 등의 콘텐츠와 편의 기능을 업데이트할 계획이다. '디아블로 3'는 8월에 비해 이용시간이 감소하였으나 여름방학 종료로 학생 유저가 대거 이탈한 '서든어택'을 밀어내고 3위로 올라섰다. 보드게임 부류마블을 온라인으로 이식해 간편한 게임성과 친숙한 시스템을 가진 '모두의 마블'은 이용시간이 167.6%p나 증가하며 12위에 올랐다.

여름방학이 끝나면서 9월 TOP 20위 게임의 이용시간 합계는 전월 대비 14% 가량 하락한 5,347,486시간으로 나타났다. 특히, 학생 유저가 많은 '서든어택', '피파온라인2', '메이플 스토리', '카트라이더'의 이용시간 감소가 눈에 띄었다. 그 와중에서도 대형 업데이트를 단행한 '리니지'와 '월드오브워크래프트'는 오히려 이용시간이 상승하여 온라인 게임 시장에서 콘텐츠 확보의 중요성을 짐작케 한다.

▶▶ 온라인게임 종합 TOP 20 (9월)

순위	변동	게임명	장르	이용시간 (시간)	시간점유율		평균체류 시간(분)	개발사	유통사
					점유율	증감률			
1	-	리그 오브 레전드	RTS	1,358,934	21.09%	2.66%p	119	라이엇 게임즈	라이엇게임즈
2	-	블레이드 & 소울	RPG	887,420	13.77%	-1.65%p	157	엔씨소프트	엔씨소프트
3	△1	디아블로 3	RPG	513,877	7.97%	0.63%p	143	블리자드	블리자드
4	▼1	서든어택	FPS	467,817	7.26%	-1.24%p	78	게임하이	CJ E&M/넥슨
5	-	피파온라인2	스포츠	364,437	5.65%	-0.72%p	48	EA/네오위즈게임즈	네오위즈게임즈
6	-	아이온	RPG	348,519	5.41%	0.26%p	170	엔씨소프트	엔씨소프트
7	-	스타크래프트	RTS	249,545	3.87%	-0.25%p	71	블리자드	블리자드
8	-	워크래프트 3	RTS	184,971	2.87%	-0.24%p	77	블리자드	블리자드
9	△1	리니지	RPG	182,885	2.84%	0.48%p	109	엔씨소프트	엔씨소프트
10	△1	던전앤파이터	RPG	123,674	1.92%	0.11%p	79	네오플	넥슨
11	▼2	메이플 스토리	RPG	102,736	1.59%	-1.17%p	66	넥슨	넥슨
12	△13	모두의마블	보드	96,108	1.49%	0.72%p	70	엔투플레이	CJ E&M
13	▼1	사이퍼즈	RPG	90,869	1.41%	-0.05%p	119	네오플	넥슨
14	▼1	리니지 2	RPG	89,078	1.38%	0.06%p	171	엔씨소프트	엔씨소프트
15	-	스페셜포스	FPS	70,695	1.10%	0.03%p	98	드래곤플라이	네오위즈게임즈
16	△1	월드오브워크래프트	RPG	56,991	0.88%	0.17%p	97	블리자드	블리자드
17	▼1	한게임 로우바둑이	포커	56,297	0.87%	0.10%p	37	NHN	NHN
18	▼4	카트라이더	레이싱	54,651	0.85%	-0.26%p	43	넥슨	넥슨
19	▼1	프리스타일풋볼	스포츠	47,982	0.74%	0.08%p	95	JCE	JCE
20	-	스타크래프트2	RTS	45,064	0.70%	0.06%p	80	블리자드	블리자드

* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

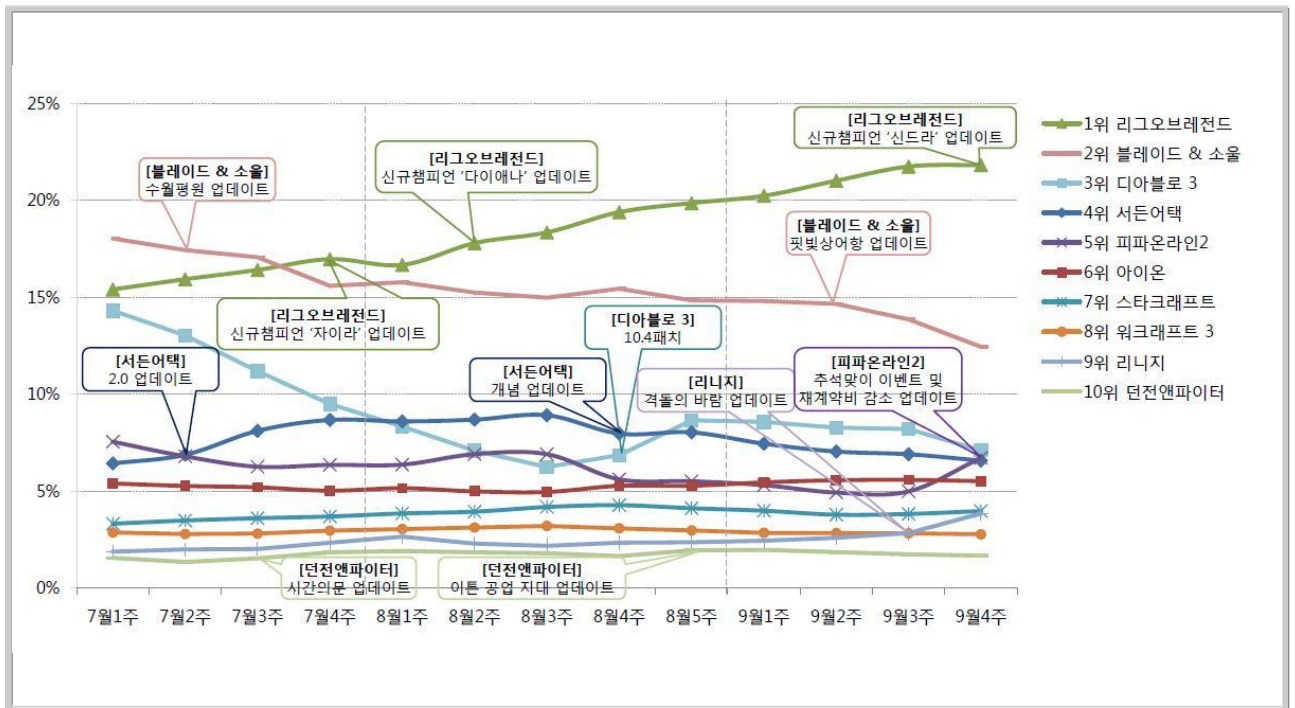
10 광고

11 지식 정보



9월 온라인게임 점유율의 추이를 살펴보면 '리그 오브 레전드'가 점유율 20%를 돌파하며 11주 연속 1위를 유지했다. '블레이드 & 소울'은 두 번째 주에 신규던전 핏빛상어항을 업데이트하였으나 점유율이 15% 아래로 떨어졌다. 1.04 패치의 효과를 본 '디아블로 3'는 방학 종료의 영향으로 점유율이 떨어진 '서든어택'을 9월 내내 앞서며 3위를 차지했다. 한편 추석을 맞아 출석체크 이벤트와 재계약비 감소 업데이트를 진행한 '피파온라인2'가 9월 마지막 주에 높은 점유율 증가를 보였다. 온 가족이 모이는 추석 연휴에는 RPG보다 플레이 시간이 짧고 여럿이 즐길 수 있는 스포츠 게임이나 캐주얼 게임이 강세를 보이는 경향이 있다.

▶ 온라인게임 점유율 추이 (2012. 7. ~ 2012. 9.)



* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



9월 온라인게임 장르별 현황에서는 점유율이 소폭 하락(1.07%p)한 'RPG' 장르가 41.12%로 1위를 유지했다. 2위와 3위는 'RTS'(실시간전략게임)와 'FPS'(1인칭슈팅게임)으로 변화가 없었으나 내용을 살펴보면 'RTS' 장르는 점유율이 꾸준히 상승하며 29.07%를 차지한 반면 'FPS' 장르는 1.21%p 하락한 10.51%의 점유율을 차지한 것으로 나타났다. 'RTS'는 PC방당 사용시간이 타 장르에 비해 월등히 높는데 이는 상대적으로 높은 유저 연령대와 캐릭터를 육성하지 않아도 친구들과 함께 즐기기 쉬운 장르의 특성에 기인한다. 스포츠는 0.6%p 하락한 8.4%의 점유율로 4위를 차지했고, 기타 장르는 모두 3% 미만에 머물렀다. 그 중 '보드'는 사용시간이 급증한 '모두의 마블'의 선전에 힘입어 점유율이 1.1%p 증가하며 2.9%의 점유율을 기록했다.

2011년 3분기와 2012년 9월의 장르별 점유율을 비교하면, RTS 장르의 상승과 타 장르의 하락으로 정의할 수 있다. RTS가 13% 가량 증가한데 비해 FPS, 스포츠를 포함한 기타 장르들은 점유율이 감소하는 추세이다. 2012년 1분기를 제외하면 RPG 장르는 40%의 점유율을 꾸준히 유지하며 온라인게임 시장을 이끌고 있다.

▶ 온라인게임 장르별 현황

1. 장르별 이용 현황 (9월)

장르명	사용시간(시간)	시간점유율(%)		기간대비 등락현황(개)				PC방당 사용시간(분)	평균체류 시간(분)	평균이용 횟수(회)	일간평균 접속자수	일간최대 접속자수
		점유율	증감률	전체	상승	하락	보합					
RPG	2,650,100	41.12%	-1.07%p	178	68	82	26	951	131	1,215,768	3,317,582	6,334,774
RTS	1,873,354	29.07%	2.17%p	8	1	1	6	1,724	103	1,092,498	2,343,444	4,673,395
보드	189,192	2.94%	1.06%p	30	9	7	14	189	67	169,674	236,688	422,019
레이싱	71,042	1.10%	-0.34%p	6	0	0	6	200	44	97,303	88,839	212,254
FPS	677,435	10.51%	-1.21%p	24	3	4	17	612	78	519,295	846,732	1,867,010
아케이드	167,644	2.60%	-0.19%p	37	11	9	16	171	56	178,519	209,801	537,056
스포츠	540,619	8.39%	-0.61%p	21	4	3	14	474	52	627,259	675,807	1,494,812
고스톱	100,504	1.56%	-0.02%p	32	6	6	20	124	41	147,957	125,683	236,985
포커	174,995	2.72%	0.22%p	23	1	1	20	144	30	348,266	218,515	385,575

* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)

2. 장르별 점유율 추이 (2011. 1Q ~ 2012. 9)

장르명	2011. 1Q	2011. 2Q	2011. 3Q	2011. 4Q	2012. 1Q	2012. 2Q	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
RPG	47.85%	43.40%	41.33%	40.14%	36.77%	44.20%	43.76%	47.43%	42.21%	41.12%
RTS	13.09%	15.95%	16.60%	17.36%	22.49%	24.74%	26.40%	23.77%	26.85%	29.07%
FPS	15.56%	14.44%	16.46%	15.46%	16.87%	11.89%	10.91%	10.44%	11.73%	10.51%
스포츠	9.37%	11.62%	11.87%	13.40%	10.83%	8.70%	8.92%	9.27%	9.01%	8.39%
아케이드	3.73%	3.83%	3.97%	3.97%	3.56%	2.88%	2.64%	2.54%	2.79%	2.60%
포커	4.04%	4.32%	3.75%	3.87%	3.80%	2.98%	2.48%	2.26%	2.51%	2.72%
고스톱	2.52%	2.61%	2.29%	2.14%	2.02%	1.70%	1.52%	1.43%	1.58%	1.56%
레이싱	2.03%	1.87%	1.93%	1.86%	1.84%	1.32%	1.31%	1.36%	1.44%	1.10%
보드	1.81%	1.95%	1.81%	1.80%	1.82%	1.59%	2.05%	1.50%	1.87%	2.94%

* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

〈엔씨소프트〉는 9월에도 게임 제작사별 점유율 1위를 차지했다. 〈블리자드〉는 0.42%p 증가한 16.31%로 2위를 기록했다. 점유율 증가는 ‘디아블로 3’ 1.04패치와 유저의 연령대가 높아 상대적으로 방학의 영향이 적었기 때문으로 생각된다. 반면 학생 유저가 많은 〈넥슨〉은 여름방학 종료로 직격탄을 맞아 점유율이 -2.06%p 감소했다.

현재 게임 시장에서는 시장변화에 대응하기 위해 자금력을 보유한 온라인 게임업체를 중심으로 인수합병이 활발히 일어나고 있다. 〈네오위즈게임즈〉는 사내 매출 1, 2위 게임인 ‘크로스파이어’와 ‘피파온라인2’의 재계약이 불확실한 상황에 대처하기 위해 〈네오위즈인터넷〉과 합병을 단행했다. 또한 모바일 게임이 주류로 부상하면서 모바일 게임업체를 인수합병 하는 사례도 눈에 띈다. 〈넥슨〉은 자회사인 〈넥슨 모바일〉을 합병한데 이어 일본의 모바일 게임업체 〈글롭스〉를 인수했다. 중견 게임회사인 〈위메이드〉도 소셜네트워크게임업체 3사를 인수합병 하는 등 모바일 게임시장에 효과적으로 대응하기 위해 온라인 게임업체들이 발 빠르게 움직이고 있는 추세이다.

한편 국내 최대 게임쇼인 ‘지스타 2012’가 11월 8일부터 11일까지 부산 벡스코에서 열린다. 이번 행사는 전년대비 17%이상 확대된 최대 규모로 치러지며 게임 전시와 다양한 비즈니스 행사로 관람객들의 발길을 끌 예정이다.

▶ 게임 제작사별 점유율 (9월)

순위	게임사명 (사용시간 기준 정렬)	사용시간 (시간)	시간점유율		전월 대비 보유게임 등락현황 (개)			
			점유율	증감률	전체	상승	하락	보합
1	엔씨소프트	1,519,038	23.59%	-0.86%	9	6	1	2
2	블리자드	1,050,452	16.31%	0.42%	6	3	0	3
3	넥슨	778,888	12.09%	-2.06%	26	8	18	0
4	네오위즈게임즈	604,516	9.39%	-0.69%	39	16	18	5
5	CJ E&M	505,316	7.85%	0.45%	44	18	24	2
6	NHN	256,564	3.98%	0.09%	30	8	19	3
7	JCE	87,208	1.35%	0	5	0	5	0
8	엠게임	28,428	0.44%	0.02%	32	21	9	2
9	YD온라인	28,257	0.44%	0.01%	5	3	2	0
10	라이브플렉스	23,235	0.36%	-0.03%	6	2	4	0
11	원디소프트	20,922	0.32%	-0.04%	4	0	3	1
12	웹젠	15,828	0.25%	0.01%	3	1	2	0
13	한빛소프트	8,929	0.14%	0.01%	9	5	3	1
14	YNK코리아	8,566	0.13%	0.01%	1	1	0	0
15	위메이드엔터테인먼트	8,220	0.13%	0.01%	9	4	5	0
16	게임하이	8,186	0.13%	0	2	1	1	0
17	KTH	6,173	0.10%	0	5	3	2	0
18	이스트소프트	4,900	0.08%	0	2	1	1	0
19	그라비티	2,559	0.04%	0	5	1	4	0
20	엑토즈소프트	1,753	0.03%	-0.01%	5	2	3	0
21	엔플루토	853	0.01%	-0.01%	1	0	1	0
22	바른손게임즈	433	0.01%	0.01%	1	1	0	0

* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)



지난 달 <구글플레이>에서 두드러지던 카카오톡 게임들의 강세가 <앱스토어>까지 이어졌다. 남녀노소 할 것 없이 큰 인기를 모으고 있는 동물헝사게임 ‘애니팡’이 두 스토어 모두 1위를 차지했으며, 그 외에도 ‘가로세로날말맞추기2013’, ‘내가그린 기린그림’ 등 캐주얼 게임이 랭킹에 올랐다. ‘아스팔트7’과 ‘마인크래프트’와 같은 해외인기게임들도 유료앱 랭킹에 올랐으며 출시 2년을 넘긴 지금까지도 상위권을 유지하는 ‘팔라독’의 선전이 돋보였다.

<티스토어>에서는 정통 어드벤처 게임 ‘무한의 탐정’이 유료부문 1위를 차지했다. ‘무한의 탐정’은 밀실살인 현장에서 추리를 통해 범인을 찾아내는 형사의 스토리를 담고 있다. <올레마켓>과 <U+앱마켓>에선 새로운 방식의 액션 어드벤처 게임 ‘리버스가’ 랭킹에 올랐다. 야구게임 ‘런앤히트’로 이름을 알린 블루페퍼의 최신게임으로 캐릭터가 이동할 때마다 맵을 자유자재로 연결시키는 것이 특징이다.

▶▶ 모바일 게임 TOP 5 (9월)

1. 구글플레이

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	아스팔트7 : 히트	자동차경주	₩1,000	애니팡 for 카카오	두뇌게임 및 퍼즐
2	Minecraft - Pocket Edition	아케이드 게임	₩6,420	가로세로날말맞추기2013	두뇌게임 및 퍼즐
3	Where's My Water?	두뇌게임 및 퍼즐	₩1,122	아이러브커피 for 카카오	캐주얼 게임
4	팔라독	아케이드 게임	₩3,000	내가그린 기린그림	두뇌게임 및 퍼즐
5	Virtua Tennis Challenge	스포츠 게임	₩5,640	키워런	아케이드 게임

2. 앱스토어

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	몬타워즈	전략	\$0.99	애니팡 for 카카오	퍼즐
2	아스팔트7 : 히트	레이싱	\$0.99	컴온베이비!	아케이드
3	인피니티블레이드2	액션	\$2.99	아이러브커피 for 카카오	시뮬레이션
4	Minecraft - Pocket Edition	어드벤처	\$6.99	가로세로날말맞추기2013	퍼즐
5	이노티아4 PLUS	어드벤처	\$0.99	그냥! 사천성	보드

3. 티스토어

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	무한의 탐정	시뮬레이션	₩4,000	바하무트:배틀 오브 레전드	RPG
2	부루마볼2013	퍼즐/보드	₩3,000	격파산	액션
3	아스팔트7 : 히트	스포츠	₩1,000	연애맞고	퍼즐/보드
4	남시여행4	RPG	₩4,000	맞고의 여신님	퍼즐/보드
5	드래곤나이트4 PLUS	RPG	₩5,000	몬스터워로드	RPG

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01
출판

02
만화

03
음악

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니
메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식
정보

4. 올레마켓

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	사이터스	아케이드	₩2,200	듀얼 오브 페이트	RPG
2	리버스	액션/슈팅	₩1,500	격파산	아케이드
3	리얼레이싱2	스포츠	₩5,000	컴온베이비	액션/슈팅
4	팔라독	아케이드	₩3,000	레전드오브마스터3	RPG
5	메이플Live Premium	RPG	₩5,000	메이플스토리Live	RPG

5. U+앱마켓

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	치킨타이쿤 리믹스	시뮬레이션	₩3,500	마이컨트리	시뮬레이션
2	리버스	액션/슈팅	₩1,500	플레이베이스볼2012	스포츠
3	이노티아4 PLUS	RPG	₩900	데이 인 오션	시뮬레이션
4	팔라독	아케이드	₩3,000	피싱마스터	아케이드
5	몬스터 트러블	RPG	₩2,900	나는 야구감독이다	시뮬레이션

* 출처: <월간 앱스토리 10월호>, 9월 한 달간의 다운로드 수치 집계



9월 게임 이용자 통계를 살펴보면 대부분의 수치가 8월과 비교해 감소했음을 알 수 있다. 온라인게임 순이용자는 남자 626만 명과 여자 362만 명으로 총 988만 명의 이용자수를 기록했다. 8월 통계와 비교했을 때 여성 순이용자는 큰 폭으로 감소(62만 명)했고, 남성 순이용자도 32만명 감소했다. 이에 따라 남녀 순이용자비중은 여름방학 전 6월 수준인 63% 대 37%로 돌아갔다. 월간 평균재방문일수는 9.57일에서 8.9일로 줄어들었고, 평균이용시간 역시 105분 감소한 1421분으로 나타났다. 성별 이용 행태를 살펴보면 남자는 모든 부분에서 여자보다 높은 수치를 기록했다. 순이용자의 경우 남성이 여성 이용자의 두 배 가량 많았고, 평균재방문일수와 평균이용시간 역시 각각 3일, 754분 많은 것으로 나타났다. 전월대비 남성 이용자는 5%, 이용시간은 8% 가량 감소한데 비해 여성 이용자는 15%, 사용시간은 8% 가량 감소하여 방학기간 동안 늘어난 여성 이용자가 9월 대거 이탈한 것으로 판단된다.

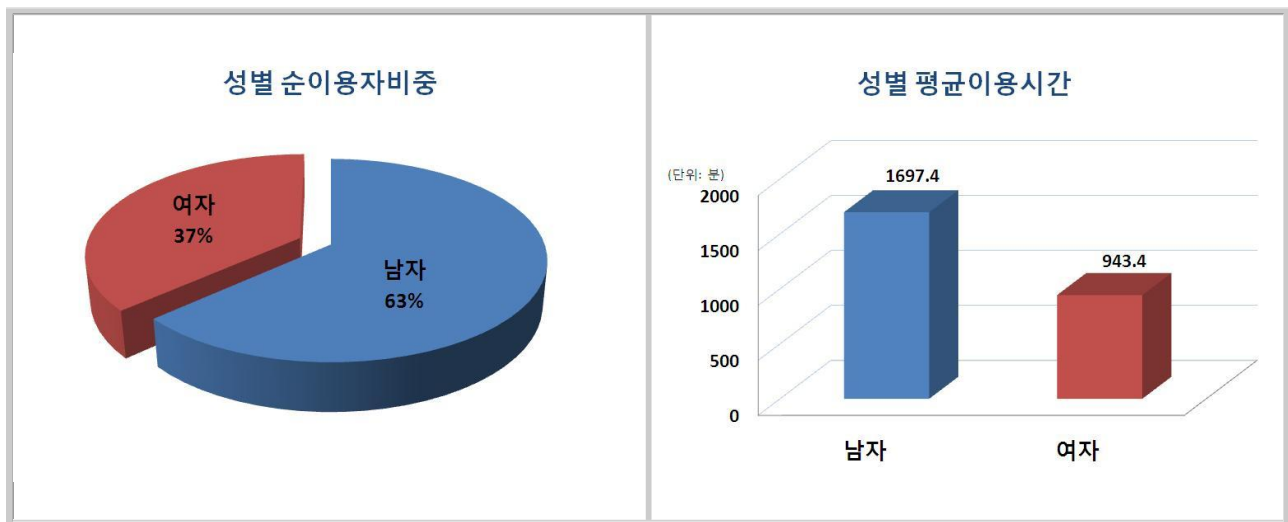
▶ 온라인게임 이용자 통계

1. 성별 이용 행태 (9월)

분류	순이용자 ¹⁾	도달률(%) ¹²⁾	순이용자비중(%) ¹³⁾	평균게임이용개수 ¹⁴⁾	평균재방문일수 ¹⁵⁾	평균이용시간(분) ¹⁶⁾
남자	6,256,453	18.6	63.3	1.9	10.0	1697.4
여자	3,621,912	10.8	36.7	1.7	6.9	943.4
합계	9,878,365	29.4	100.0	1.8	8.9	1421.0

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

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



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

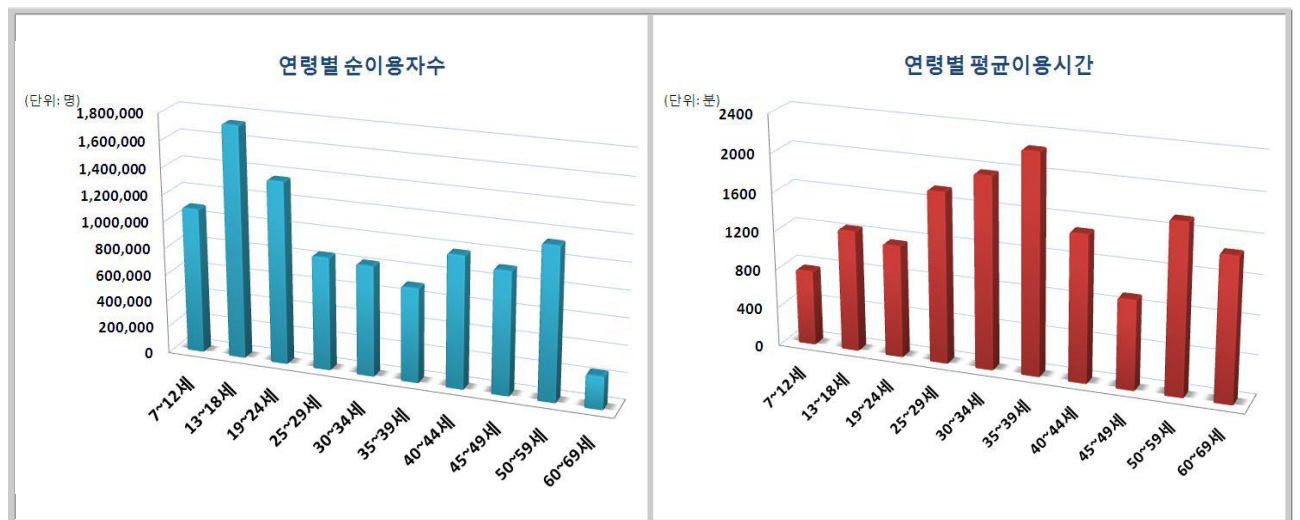


연령별로는 '13~18세'가 평균이용시간을 제외한 순이용자, 도달률, 순이용자비중, 평균게임이용개수에서 가장 높은 수치를 기록했다. '35~39세'는 평균 2,260분으로 평균이용시간이 가장 높은 연령대로 나타났다. '50~59세'와 '60~69세'의 평균이용시간이 각각 1744분과 1476분, 평균재방문일수도 12일과 10일로 '7~24세'보다 높은 것이 흥미로운데 섯다운제 등 각종 온라인 게임 규제와 기타 사유로 가족의 신분증으로 계정을 만든 경우가 많은 것이 아닌가 생각된다. '13~18세'는 전월대비 19만 여명이 감소해 순이용자가 가장 많이 줄어든 그룹이었으며, '35~39세'도 17만 명이 나 줄어든 것으로 나타났다. '45~49세'는 유일하게 순이용자가 증가한 연령대였다.(1,500명) 7세에서 29세의 학생층은 순이용자와 평균이용시간이 크게 감소한 것으로 나타난 반면, '30~34세', '35~39세'는 평균이용시간이 각각 230분과 305분이 증가했다.

2. 연령별 이용 행태 (9월)

분류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임이용개수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
7~12세	1,091,291	3.3	11.1	1.9	8.4	777.2
13~18세	1,741,113	5.2	17.6	2.1	10.2	1253.5
19~24세	1,369,041	4.1	13.9	1.9	7.4	1159.9
25~29세	848,274	2.5	8.6	1.9	9.3	1763.3
30~34세	827,874	2.5	8.4	1.6	8.5	1975.7
35~39세	707,301	2.1	7.2	1.6	8.0	2260.3
40~44세	988,798	3.0	10.0	1.7	8.0	1509.8
45~49세	918,645	2.7	9.3	1.4	6.7	918.3
50~59세	1,140,826	3.4	11.6	1.8	11.9	1744.3
60~69세	245,202	0.7	2.5	1.6	10.3	1475.8

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





직업별 이용 행태는 8월과 마찬가지로 ‘학생’이 순이용자수(419만명) 및 도달률(12.5%), 평균게임이용개수에서 가장 높은 수치를 기록한 것으로 나타났다. 평균이용시간은 ‘무직/기타’(2,662분)가 가장 많은 것으로 나타났고, ‘생산직’(2,229분)이 뒤를 이어 전월과 동일한 순위를 보이고 있다. ‘학생’과 ‘주부’는 평균이용시간이 줄어든 반면(각각 -322분, -20분), 다른 그룹의 평균이용시간은 오히려 늘어난 것으로 조사됐다. 그 중 ‘무직/기타’는 279분 증가하여 이용시간이 가장 많이 증가한 그룹이었다.

가구소득별 특성은 ‘300만원~500만원’이 모든 부문에서 가장 높은 수치를 기록했다. ‘300만원~500만원’은 전월 대비 평균이용시간이 가장 적게 감소했으며(-54분), ‘100만원~300만원’은 176분 감소해 가장 높은 감소폭을 보였다.

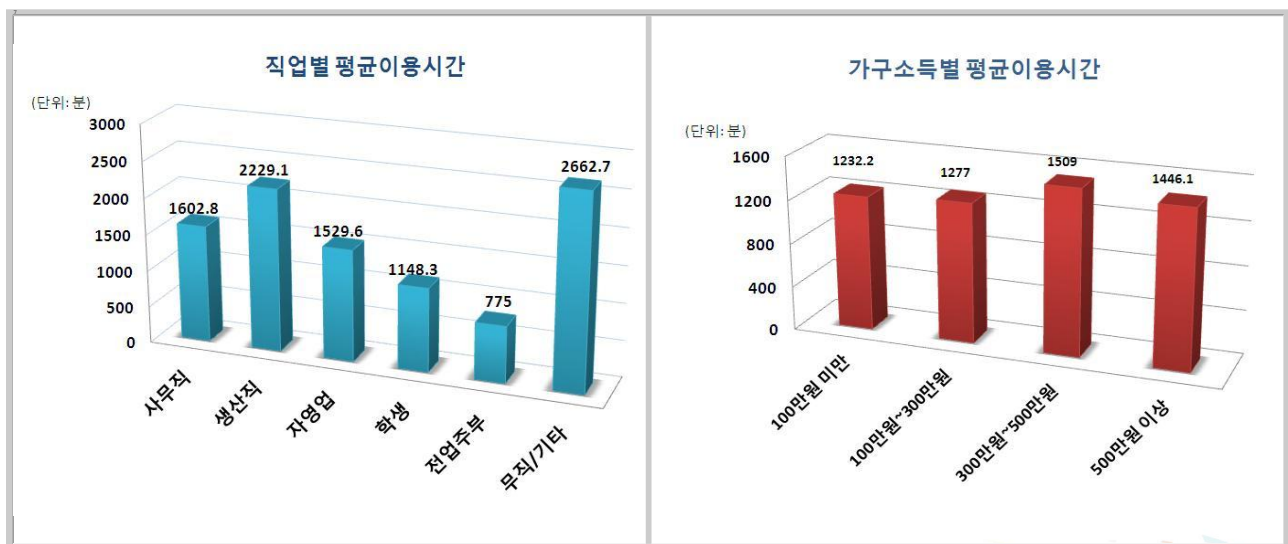
3. 직업별 이용 행태 (9월)

분류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임이용개수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
사무직	2,926,861	8.7	29.6	1.6	8.4	1602.8
생산직	737,543	2.2	7.5	1.8	9.2	2229.1
자영업	589,112	1.8	6.0	1.9	10.8	1529.6
학생	4,193,526	12.5	42.5	2.0	9.1	1148.3
전업주부	967,404	2.9	9.8	1.6	7.5	775.0
무직/기타	463,918	1.4	4.7	1.7	10.2	2662.7

4. 가구소득별 이용 행태 (9월)

분류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임이용개수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
100만원 미만	362,594	1.1	3.7	1.8	8.3	1232.2
100만원~300만원	2,563,630	7.6	26.0	1.8	9.1	1277.0
300만원~500만원	4,183,653	12.5	42.4	1.9	9.2	1509.0
500만원 이상	2,768,488	8.3	28.0	1.7	8.3	1446.1

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



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

9월 게임물 등급분류 결정 현황(게임물등급위원회)에 따르면, 243종의 게임이 등급 분류를 받았다. 8월 330종보다 87종 감소하여 등급분류 건수는 7월 수준으로 복귀했다. 이는 아케이드 플랫폼에서 적체되었던 게임물들이 8월에 대거 등급 분류되면서 건수가 급증했기 때문으로 판단된다. 이중 ‘전체 이용가’가 98건(40.33%)으로 가장 많았고 ‘청소년이용불가’가 70건(23.81%), ‘12세 이용가’가 25건(10.29%), ‘15세 이용가’가 11건(4.53%)로 나타났다. 등급분류가 거부된 게임은 총 39종으로 38건의 아케이드 게임과 1건의 모바일 게임이 포함됐다.

장르별 분류에서는 ‘퍼즐’이 39종(19.1%)으로 여전히 가장 많았고, ‘보드게임(베테성)’, ‘액션’이 뒤를 이었다. 플랫폼별 분류로는 ‘아케이드’가 60종, ‘모바일’이 58종으로 43종의 ‘PC온라인’, ‘비디오콘솔’을 앞섰다.

▶ 게임물 등급분류 결정

1. 플랫폼별 등급분류 결정 현황 (9월)

구분	아케이드	PC · 온라인	비디오콘솔	모바일(오픈마켓)	합계	비율(%)
전체이용가	48	15	19	16(14)	98	40.33
12세이용가	-	10	11	4(3)	25	10.29
15세이용가	-	6	3	2(2)	11	4.53
청소년이용불가	12[12]	12	10	36(32)	70	28.81
등급분류 소계	60[12]	43	43	58(51)	204	83.95
등급분류 거부	38[8]	-	-	1	39	83.95
합계	98[20]	43	43	59(51)	243	100.0

2. 장르별 등급분류 결정 현황 (9월)

구분	아케이드	PC · 온라인	비디오콘솔	모바일	합계	비율(%)
퍼즐	32	-	3	4(4)	39	19.1
보드게임(베테성)	12[12]	2	-	21(19)	35	17.2
액션	1	2	15	7(4)	25	12.3
FPS [1인칭슈팅]	10	5	3	-	18	8.8
스포츠	1	7	6	2(1)	16	7.8
캐주얼	-	8	-	8(7)	16	7.8
기타	1	1	7	1(1)	10	4.9
보드게임	1	-	-	8(8)	9	4.4
롤플레이	-	2	2	4(4)	8	3.9
시뮬레이션	-	7	-	1(1)	8	3.9
레이싱	-	2	3	1(1)	6	2.9
MMORPG	-	4	-	-	4	2.0
격투게임	-	1	2	-	3	1.5
어드벤처	-	1	2	-	3	1.5
교육용	2	-	-	-	2	1.0
전략시뮬레이션	-	1	-	1(1)	2	1.0
합계	60[12]	43	43	58(51)	204	100

* []안의 숫자는 청소년이용불가 아케이드 게임물임

* 출처: 게임물등급위원회(<http://www.grb.or.kr>)



06

영화

9월 박스오피스 순위에서는 9월 13일에 개봉한 <광해, 왕이 된 남자>가 관객수 523만 명을 동원하며 1위에 올랐다(10월 24일 현재 1,047만 명). 임창정·최다니엘 주연의 범죄스릴러 <공모자들>은 8월 29일 개봉하여 9월에 129만 명의 관객을 동원하며 2위를 기록했다. <본>시리즈 4탄 격으로 주연이 맷 데이먼에서 체레미 레너로 바뀐 <본 레거시>는 9월 6일에 개봉하여 101만 명을 동원하며 3위에 올랐다. <테이큰 2>, <간첩>은 각각 관객수 96만 명, 84만 명을 기록하며 4, 5위에 올랐다.

8위에 기록된 <도둑들>은 영화진흥위원회 입장권통합전산망 통계에서는 9월 관객 57만 명으로 누적 관객수 1,296만 명을 기록하였으나, 쇼박스 집계로는 10월 2일에 한국영화 최고 흥행기록인 <괴물>의 관객 수 1,301만 9,740명을 상회하였다. <괴물>이 106일에 걸쳐 상영되면서 기록한 한국영화 최고 흥행기록을 <도둑들>은 70일 만에 뛰어넘으며 폭발적 흥행 위력을 보여주고 있다. 한편 박스오피스 상위 15위 영화의 제작 국가는 한국 7편, 독일 등과 공동제작을 포함한 미국 6편, 프랑스·일본이 각각 1편을 기록했다.

▶ 박스오피스 순위 TOP 15 (9월)

순위	제목	배급사	제작	개봉일	스크린수	매출액 (백만원)	관객수 (천 명)	누적관객수 (천 명)
1	광해, 왕이 된 남자	씨제이이엔엠 주식회사	한국	2012-09-13	935	38,341	5,234	5,234
2	공모자들	씨너스엔터테인먼트(주), 타임스토리그룹(주)	한국	2012-08-29	497	9,689	1,289	1,640
3	본 레거시	유니버설픽처스인터내셔널 코리아(유)	미국	2012-09-06	588	7,406	1,014	1,014
4	테이큰 2	이십세기폭스코리아(주)	프랑스	2012-09-27	682	7,368	962	962
5	간첩	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	한국	2012-09-20	576	5,991	840	840
6	이웃사람	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	한국	2012-08-22	493	6,327	838	2,434
7	피에타	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	한국	2012-09-06	326	4,109	570	570
8	도둑들	쇼박스(주)미디어플렉스	한국	2012-07-25	365	4,112	569	12,960
9	레지던트 이블 5 : 최후의 심판	한국소니픽처스릴리징 브에나비스타영화(주)	미국 독일	2012-09-13	368	4,698	550	550
10	바람과 함께 사라지다	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	한국	2012-08-08	361	3,793	543	4,908
11	익스펜더블 2	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	미국	2012-09-06	394	3,203	443	444
12	링컨: 뱀파이어 헌터	이십세기폭스코리아(주)	미국	2012-08-30	337	1,963	244	344
13	메리다와 마법의 숲	한국소니픽처스릴리징 브에나비스타영화(주)	미국	2012-09-27	435	1,729	223	223
14	늑대아이	(주)미디어데이	일본	2012-09-13	226	1,479	215	217
15	스텝업4 : 레볼루션	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	미국	2012-08-15	188	1,278	176	953

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

1~9월까지의 연간 누적 박스오피스 매출액은 작년 같은 시기에 비해 약 1,391억 원(14.8%) 증가한 1조 800억 원으로 집계되었다. 관객 수도 전년 동기 대비 약 2,274만 명(18.9%)이 증가한 1억 4,297만 명을 기록했다. 개봉편수에서는 한국영화 개봉이 작년 동기에 비해 5편이 줄어든 101편이었으며, 관객수는 1,920만 명이 증가했다. 외국영화는 27편 증가한 239편이 개봉했고, 관객수는 약 354만 명이 늘었다. 누적 관객 점유율은 한국영화가 57.1%를 기록하며 외국영화 점유율(42.9%)을 앞섰는데, 8월 누적 수치 대비 1.4%p가 상승하였으며, 전년 동기 한국영화 점유율 51.9%에 비하여 5.2%가 증가하였을 정도로 한국영화의 강세가 지속되고 있다.

월별 관객 점유율을 보면, 작년 9월 한국영화 점유율이 73.2%를 기록했던 것에 이어 올해 9월에도 69.6%를 기록하며 추석시즌에 한국영화 점유율이 높다는 전례를 이어갔다. 9월 한국영화는 10편이 개봉했고, 동원 관객수는 1,016만 명을 넘겼다.

▶▶ 연간 누적 박스오피스 현황

구분	2012. 1. ~ 2012. 9.					2011. 1. ~ 2011. 9.				
	개봉편수	상영편수	매출액 (백만 원)	관객수 (천 명)	점유율	개봉편수	상영편수	매출액 (백만 원)	관객수 (천 명)	점유율
한국	101	705	599,490	81,621	57.1%	106	485	463,821	62,424	51.9%
외국	239	1,408	480,517	61,346	42.9%	212	1,123	477,125	57,807	48.1%
전체	340	2,113	1,080,008	142,967	100.0%	318	1,608	940,947	120,232	100.0%

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망, 한국콘텐츠진흥원 재구성

▶▶ 월별 관객 동원 추이 (2011. 9 ~ 2012. 9)

구분	개봉편수			상영편수			관객수 (천 명)			점유율 (%)	
	한국	외국	전체	한국	외국	전체	한국	외국	전체	한국	외국
2011. 09.	17	20	37	144	221	365	9,821	3,596	13,417	73.2	26.8
2011. 10.	10	25	35	133	282	415	8,423	3,985	12,409	67.9	32.1
2011. 11.	20	25	45	124	208	332	5,757	4,564	10,321	55.8	44.2
2011. 12.	14	27	41	146	229	375	6,262	10,566	16,829	37.2	62.8
2012. 01.	8	22	30	56	191	247	8,177	8,276	16,454	49.7	50.3
2012. 02.	8	35	43	54	190	244	9,808	3,111	12,919	75.9	24.1
2012. 03.	18	20	38	128	217	345	6,795	4,538	11,333	60.0	40.0
2012. 04.	10	28	38	69	200	269	5,052	6,919	11,972	42.2	57.8
2012. 05.	15	29	44	110	234	344	6,736	9,199	15,935	42.3	57.7
2012. 06.	7	16	24	224	168	392	7,641	6,538	14,179	53.9	46.1
2012. 07.	12	28	40	215	488	703	10,039	10,916	20,955	47.9	52.1
2012. 08.	12	29	41	100	262	362	17,010	7,227	24,238	70.2	29.8
2012. 09.	10	29	39	247	232	479	10,167	4,430	14,598	69.6	30.4

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망



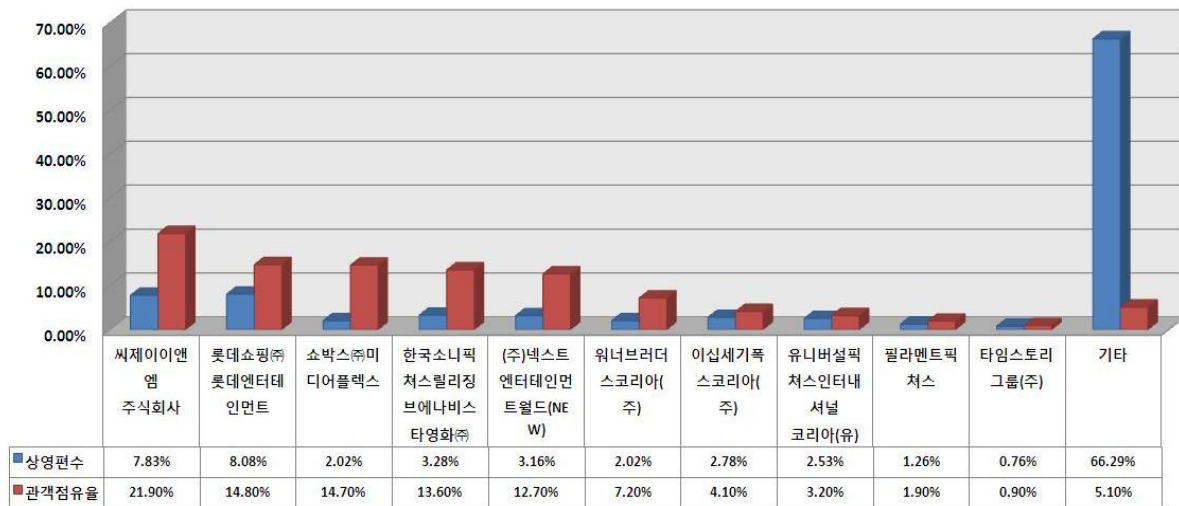
2012년 9월까지 연간 누적기준으로 가장 높은 점유율을 기록한 배급사는 'CJ E&M'으로, 총 관객 3,092만 명을 동원하며 21.7%의 점유율을 기록했다. 'CJ E&M'은 <광해, 왕이 된 남자>의 흥행에 힘입어 전월대비 점유율이 1.6% 상승했다. '롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트'는 흥행 순위 5위와 6위를 기록한 <간첩>과 <이웃사람>의 흥행으로 점유율 14.8%를 기록하며 전월 3위(14.6%)에서 한 계단 상승했다. 8월에 <도둑들>의 흥행에 힘입어 2위에 올랐던 '쇼박스(주)미디어플렉스'는 점유율 14.7%를 기록하며 3위로 내려갔다. 또한 '(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)'는 12.7%를 기록하며 '한국소니픽처스릴리징브에나비스타영화(주)'에 이어 5위에 올랐다.

▶▶ 배급사별 점유율 TOP 10 (2012. 1. ~ 2012. 9.)

순위	배급사	상영편수	관객		매출	
			관객수 (천 명)	점유율	매출액 (백만 원)	점유율
1	씨제이이엔엠 주식회사	31	30,920	21.9%	231,299	21.7%
2	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	32	20,845	14.8%	152,052	14.3%
3	쇼박스(주)미디어플렉스	8	20,793	14.7%	152,706	14.3%
4	한국소니픽처스릴리징브에나비스타영화(주)	13	19,233	13.6%	159,769	15.0%
5	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	12.5	17,868	12.7%	131,183	12.3%
6	워너브러더스코리아(주)	8	10,218	7.2%	78,438	7.4%
7	이십세기폭스코리아(주)	11	5,784	4.1%	45,000	4.2%
8	유니버설픽처스인터내셔널 코리아(유)	10	4,548	3.2%	33,395	3.1%
9	필라멘트픽처스	5	2,735	1.9%	20,686	1.9%
10	타임스토리그룹(주)	3	1,211	0.9%	8,732	0.8%
-	기타	262.5	7,088	5.1%	52,150	4.8%
합 계		396	141,249	100.0%	1,065,416	100.0%

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

배급사별 상영편수 백분율 및 관객점유율



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



1월에서 9월까지의 상영유형별 관객점유율에서는 2D영화(디지털)가 83.9%, 아날로그 필름이 9.2%, 3D가 5.3%를 기록했고, 8월말까지와 마찬가지로 IMAX와 4D는 1% 미만으로 나타났다. 아날로그 필름의 관객점유율이 줄어드는 것은 2D디지털 상영관으로 전환됨에 따른 현상이지만, 3D나 IMAX와 4D로 상영하는 스크린을 찾는 관객들이 전년에 비하여 많이 줄어든 이유는 관객들이 4,000원~5,000원 이상을 더 지불하면서 3D급 이상으로 즐길만하다고 느낄 정도의 영화가 많이 상영되고 있지 않기 때문이다. 또한 3D급 이상으로 상영할 때에 발생하는 관객당 수입은 더 크지만, 관객들의 요금 저항으로 회당 3D영화의 좌석점유율이 2D디지털 스크린에 비하여 많이 낮기 때문에 극장들도 3D상영비율을 전년보다 줄였다.

▶ 상영유형별 점유율 (2012. 1. ~ 2012. 9.)

순위	분류	개봉편수	상영편수	관객		매출	
				관객수 (천 명)	점유율	매출액 (백만 원)	점유율
1	2D	340	770	118,976	83.9%	868,277	81.0%
	디지털	292	707	112,129	79.1%	823,311	76.9%
	디지털더빙	28	37	6,829	4.8%	44,835	4.2%
	디지털 영문자막	13	17	12	0.0%	99	0.0%
	디지털 청각장애인용 자막	4	5	3	0.0%	20	0.0%
	디지털 일본자막	3	4	1	0.0%	9	0.0%
2	필름	321	1,769	13,038	9.2%	90,714	8.5%
	필름	296	1,735	12,157	8.6%	85,130	8.0%
	더빙	18	25	877	0.6%	5,564	0.5%
	영문자막	5	7	1	0.0%	11	0.0%
	일어자막	1	1	1	0.0%	8	0.0%
	청각장애인용 자막	1	1	0.1	0.0%	0.6	0.0%
3	3D	45	75	7,526	5.3%	83,336	7.8%
	3D디지털	29	54	5,118	3.6%	58,662	5.5%
	3D더빙	16	21	2,408	1.7%	24,673	2.3%
4	IMAX	15	17	1,232	0.9%	17,041	1.6%
	IMAX 3D	10	11	695	0.5%	10,785	1.0%
	IMAX	5	6	537	0.4%	6,256	0.6%
5	4D	24	28	1,073	0.8%	11,931	1.1%
	4D	19	23	895	0.6%	10,049	0.9%
	4D더빙	5	5	178	0.1%	1,882	0.2%
합계		745	2,659	141,848	100.0%	1,071,301	100.0%

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

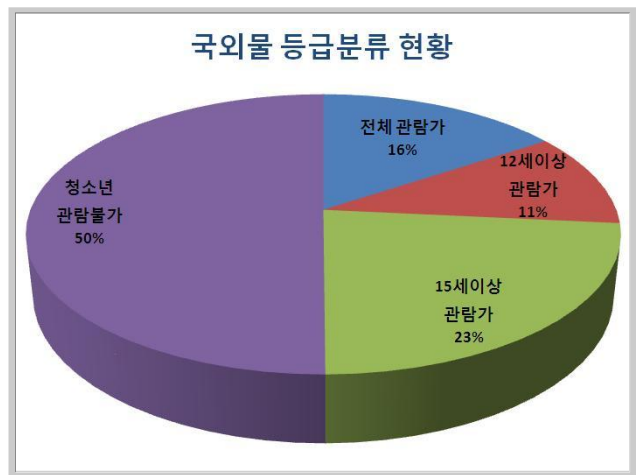
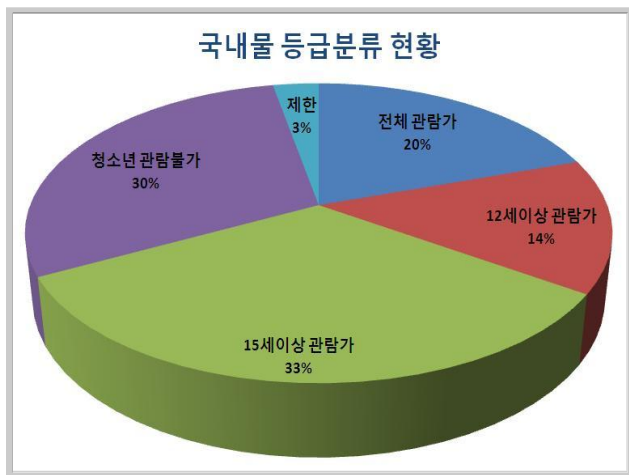


2012년 들어 9개월간 영상물등급위원회에서 등급분류를 진행한 영상물은 738개였고, 이중 국내물이 166개, 국외물이 572개로 집계되어 국외물이 국내물보다 3.4배 많았다. 등급별로는 국내물은 ‘15세 이상 관람가’ 등급이 55개(33%), ‘청소년 관람불가’ 등급이 49개(30%) 순으로 많았고 국외물은 ‘청소년 관람불가’ 등급이 285개(50%), ‘15세 이상 관람가’ 등급이 133개(23%) 순으로 많았다. 3번째로 많은 등급은 국내의 모두 ‘전체 관람가’ 등급이었다.

▶▶ 등급분류 현황 (2012. 1. ~ 2012. 9.)

구분	등급						불가	보류	속행	자료 제출	합계
	전체 관람가	12세이상 관람가	15세이상 관람가	청소년 관람불가	제한	합계					
국내물	33	24	55	49	5	166	0	0	0	0	166
	19.88%	14.46%	33.13%	29.52%	3.01%	22.49%	-	-	-	-	-
국외물	89	62	133	285	3	572	0	0	1	3	576
	15.56%	10.84%	23.25%	49.83%	0.52%	77.51%	-	-	-	-	-
합계	122	86	188	334	8	738	0	0	1	3	742

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



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



영화 DVD·블루레이 판매처별 판매 순위에서는 알라딘을 제외한 YES24, 인터파크, 핫트랙스에서 ‘어벤져스’가 1위를 기록하였다. 알라딘에서는 ‘[3D블루레이] 어메이징 스파이더맨: 한정판 스틸북’이 1위를 차지하였다. ‘어벤져스’는 8월부터 판매되기 시작하였는데, 블루레이나 일반 DVD용 모두 판매가 강세를 보였으며, ‘건축학개론’은 DVD 한정판이 발매되며, 비교적 좋은 판매실적을 기록하고 있다.

▶▶ 영화 DVD / 블루레이 판매 TOP 10 (9월)

순위	YES24			알라딘		
	제목	발매일	판매가	제목	발매일	판매가
1	어벤져스(2D) : 블루레이	2012-09-06	27,500	[3D 블루레이] 어메이징 스파이더맨 : 한정판 스틸북	2012-10-29	41,800
2	건축학개론(한정판)	2012-09-19	27,500	애수의 트로이메라이	2007-01-18	2,900
3	노팅 힐	2008-03-20	31,900	건축학개론 : 한정판 - 디지털	2012-09-19	27,500
4	배틀십(초회한정 스틸북) : 블루레이	2012-08-2	35,200	[블루레이] 인생은 아름다워 : 한정판 콤보팩	2012-10-20	31,900
5	어벤져스	2012-09-06	20,400	[블루레이] 이퀄리브리엄 : 한정판 콤보팩	2012-10-20	31,900
6	타이타닉 (4Disc 한정판): 블루레이	2012-09-13	72,600	[블루레이] 시카고 : 한정판 콤보팩	2012-10-20	31,900
7	오션스 트릴로지 : 블루레이	2012-07-10	44,000	어벤져스	2012-09-03	20,400
8	다크 나이트 (2Disc) : 배트맨	2008-12-19	9,900	[블루레이] 어메이징 스파이더맨	2012-10-29	35,200
9	맨 인 블랙 3 (초회한정 스틸북3D) : 블루레이	2012-09-19	41,800	[블루레이] 소림축구 : 한정판 콤보팩	2010-10-20	31,900
10	화차 : 블루레이	2012-08-07	29,700	스노우 화이트 앤 더 헌츠맨	2012-09-26	19,800

순위	인터파크			핫트랙스	
	제목	발매일	판매가	블루레이	DVD
1	어벤져스 - DVD	2012-09-05	27,500	어벤져스	어벤져스
2	어벤져스 - 블루레이	2012-04-18	9,900	프로메테우스 3D+2D: 스틸북 한정판	건축학개론: 한정판
3	프로메테우스 스틸북 한정판 - 블루레이	2012-10-05	44,000	터미네이터: 스틸북 한정판	노팅 힐
4	노팅힐 - DVD	2012-04-18	9,900	어메이징 스파이더맨 3D: 스틸북 한정판	사운드 오브 뮤직: 40주년 특별 한정판
5	어메이징 스파이더맨 3D 스틸북 한정판 - 블루레이	2010-10-30	41,800	이티: 초도한정 스틸북	맘마미아!
6	어벤져스 3D - 블루레이	2012-09-05	31,900	어벤져스: 3D	인생은 아름다워
7	이티 스틸북 - 블루레이	2012-10-23	35,200	스노우 화이트 앤 더 헌츠맨 초회한정 스틸북	만추: 초회한정 커피북
8	만추 [초회한정 커피북] - DVD	2012-08-17	23,500	타이타닉: 일반판	언터처블: 1%의 우정
9	터미네이터 2D- 한정판 스틸북 블루레이	2012-10-05	35,200	블레이드 러너 파이널컷: 스틸북 한정판	500일의 썸머
10	프로메테우스 스틸북 한정판 (미니아트북 제외) - 블루레이	2012-10-04	44,000	세븐: 스틸북 한정판	캐리비안의 해적 4: 낯선 조류

* 출처: YES24, 인터파크, 핫트랙스(이상 9월 기준), 알라딘(9월 5주 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



영화 VOD 서비스 업체별 판매 순위는 <네이버 N스토어>에서 ‘어벤져스’가 1위, <다음 영화>에서 ‘테이큰’이 1위, <네이트 호핀>에서 ‘맨 인 블랙3’가 1위, <티스토리>에서 ‘바람과 함께 사라지다’가 1위 등 판매처별 1위가 달랐다. DVD / 블루레이 판매 순위와 유사하게 비교적 ‘어벤져스’가 <다음 영화>를 제외하고 VOD서비스 상위 순위에 랭크되었으며, 7·8월에 4개의 VOD서비스 업체에서 대부분 1위를 기록하였던 ‘후궁: 제왕의 첩’은 VOD서비스 업체별 판매순위가 4위~7위로 떨어졌으나, VOD서비스를 시작한 지 3개월인 점을 고려할 때 변동성이 많은 시장에서 비교적 좋은 실적을 기록하고 있는 편이다.

불법복제 파일이 유통되지도 않았음에도 불구하고 종영이 이루어지지 않은 상황에서 VOD서비스가 시작된 ‘바람과 함께 사라지다’가 <티스토리>에서 1위와 <네이트 호핀>에서 10위를 기록하였는데, ‘CJ E&M’ 이외 대부분의 배급회사들이 극장 종영 4주 이후에 프리미엄VOD서비스를 하는 홀드백 질서를 지키지 않는 것으로, 극장 관객 흥행에 미칠 영향을 장기적으로 살펴볼 필요가 있다.

▶▶ 영화 VOD 이용 TOP 10 (9월)

순위	네이버 N스토어			다음 영화		
	제목	상영시간	판매가	제목	상영시간	판매가
1	어벤져스	142분	5,500	테이큰	93분	3,500
2	건축학개론	118분	2,000	나는 왕이로소이다	120분	3,500
3	테이큰	93분	1,000	케빈에 대하여	112분	3,500
4	나는 왕이로소이다	120분	3,500	후궁: 제왕의 첩	122분	3,500
5	연가시	109분	4,000	레드라이트	113분	3,500
6	후궁: 제왕의 첩	122분	3,500	연가시	109분	4,000
7	어벤져스(대여)	142분	3,500	내 아내의 모든 것	121분	4,000
8	형거게임: 판엠의 불꽃	142분	1,750	577 프로젝트	99분	4,000
9	언터처블: 1%의 우정	112분	2,000	건축학개론	118분	3,500
10	범죄와의 전쟁: 나쁜놈들 전성시대	133분	1,750	범죄와의 전쟁 : 나쁜놈들 전성시대	133분	2,500

순위	네이트 호핀			티스토리		
	제목	상영시간	판매가	제목	상영시간	판매가
1	맨 인 블랙 3	106분	2,000	바람과 함께 사라지다	121분	5,000
2	어벤져스	142분	3,500	익스펜더블 2	100분	10,000
3	테이큰	93분	1,000	어벤져스	142분	5,500
4	후궁: 제왕의 첩	122분	2,000	맨 인 블랙 3	106분	5,500
5	나는 왕이로소이다	120분	3,500	연가시	109분	4,000
6	연가시	109분	4,000	테이큰	93분	1,000
7	건축학개론	118분	2,000	후궁: 제왕의 첩	122분	2,000
8	익스펜더블 2 (극장동시상영)	100분	10,000	내 아내의 모든 것	121분	4,000
9	세이프	94분	3,500	아부의 왕	118분	1,750
10	바람과 함께 사라지다	121분	10,000	577 프로젝트	99분	4,000

* 출처: 네이버 N스토어, 다음 영화, 네이트 호핀, 티스토리 (9월 30일 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



07 애니메이션

어린이/애니메이션 전문채널의 9월 방영 프로그램 중에서는 지난 7월 극장 개봉해 50만 명의 관객이 관람한 ‘명탐정 코난 극장판: 11번째 스트라이커’가 1.04%로 가장 높은 시청률을 기록했다. 4월 개봉한 ‘극장판 짱구는 못말려: 태풍을 부르는 황금 스파이 대작전’이 2위에 오르는 등 극장판 애니메이션이 다수 순위에 올라있다.

미국 애니메이션이 매출의 큰 폭을 차지하고 있는 극장 애니메이션 시장과 달리 TV 전문채널 애니메이션 시장에서는 일본의 강세가 두드러진다. 35위에 오른 프로그램 중 31개가 일본 애니메이션이며, 시청률 1위에서 3위까지도 모두 일본 애니메이션이 차지했다. 국내 제작 프로그램으로는 ‘막 이래쇼 3’(5위), ‘안녕 자두야’(15위), ‘마보이’(19위)가 순위권에 올라 있다. 최고시청률 6.25%를 기록하며 2011년 TV시리즈 애니메이션 최고기록을 달성한 바 있는 ‘안녕 자두야’는 시즌2가 9월 19일 SBS에서 첫 선을 보였으며 10월 18일 투니버스 방송을 앞두고 있다.

▶ 어린이/애니메이션 전문채널 프로그램 TOP 35 (9월)

순위	프로그램	제작	방영회수	시청률 (%)
1	명탐정 코난 극장판: 11번째 스트라이커	일본	2	1.04
2	극장판 짱구는 못말려: 태풍을 부르는 황금 스파이 대작전	일본	1	0.76
3	명탐정 코난 극장판: 칠혹의 추적자	일본	2	0.58
4	짱구는 못말려 12	일본	96	0.55
5	막 이래쇼 3	한국	11	0.51
6	짱구는 못말려 10	일본	29	0.47
7	명탐정 코난 극장판: 시한장치의 마천루	일본	2	0.46
8	짱구는 못말려: 어른제국의 역습<재>	일본	1	0.46
9	명탐정 코난 극장판: 침묵의 15분	일본	2	0.44
10	짱구는 못말려: 부리부리 3분 대작전<재>	일본	2	0.44
11	짱구는 못말려: 전설을 부르는 춤을 취라<재>	일본	2	0.44
12	극장판 짱구는 못말려: 태풍을 부르는 황금 스파이 대작전<재>	일본	4	0.43
13	아따맘마 극장판: 엄마는 초능력자	일본	1	0.43
14	짱구는 못말려: 태풍을 부르는 장엄한 전설<재>	일본	1	0.42
15	안녕 자두야	한국	23	0.41
16	아따맘마 극장판	일본	2	0.41
17	다시 돌아온 최강의 요원	일본, 한국	2	0.39
18	명탐정 코난 스페셜	일본	8	0.38
19	마보이	한국	3	0.37
20	나루토 질풍전 극장판: 더 로스트 타워	일본	2	0.36
21	짱구는 못말려: 부리부리 왕국의 보물<재>	일본	2	0.35
22	명탐정 코난 극장판: 천공의 난파선	일본	4	0.35
23	극장판 짱구는 못말려: 초시공 태풍을 부르는 나의 신부<재>	일본	2	0.34
24	아따맘마 5기	일본	5	0.34
25	짱구는 못말려: 태풍을 부르는 영광의 불고기로드<재>	일본	2	0.34
26	짱구는 못말려: 엄청난 태풍을 부르는 금창의 용사<재>	일본	2	0.34
27	짱구는 못말려 11	일본	29	0.34
28	아따맘마 6기	일본	5	0.34
29	아따맘마 7기	일본	4	0.31
30	아따맘마 8기	일본	9	0.30
31	전국 엄마자랑 아따맘마 앤 매일 엄마	일본	6	0.30
32	짱구는 못말려 8	일본	7	0.29
33	원피스 9기	일본	8	0.27
34	극장판 짱구는 못말려: 태풍을 부르는 노래하는 영웅이폭탄<재>	일본	2	0.27
35	짱구는 못말려: 압록마왕 대추적<재>	일본	1	0.27

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

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치



어린이/애니메이션 전문채널별 프로그램 시청률 순위를 살펴보면 <투니버스> 1위는 '명탐정 코난'시리즈의 극장판이, <챔프> 1위는 '짱구는 못말려' 극장판이 차지했다. <투니버스>와 <챔프>에서는 일본 애니메이션이 대거 순위에 올라 있는데, 특히 <챔프>의 시청률 순위는 모두 '짱구는 못말려'로 채워져 특정 애니메이션 시리즈에 대한 의존도가 높은 것으로 나타났다. <카툰네트워크>와 <니켈로디언>에서는 미국에서 제작한 '툼과 제리', '네모바지 스폰지밥'이 1위를 차지했고, <대교어린이TV>, <재능TV>에서는 국산 제작 애니메이션 '변신자동차 또봇'시리즈가 각각 가장 높은 시청률을 기록했다.

▶ 어린이/애니메이션 전문채널별 프로그램 시청률 순위 (9월)

투니버스			카툰네트워크		
1	명탐정 코난 극장판: 11번째스트라이커	1.04	1	툼과 제리 수퍼레이스	0.24
2	명탐정 코난 극장판: 칠혹의 추적자	0.58	2	툼과 제리 테일즈	0.24
3	짱구는 못말려 12	0.55	3	말짱깡돌이	0.24
4	막 이래쇼 3	0.51	4	토리코	0.22
5	네모바지 스폰지밥	0.50	5	이누야샤 홍련의 봉래도	0.22
6	짱구는 못말려 10	0.47	6	키테레츠 대백과	0.21
7	명탐정 코난 극장판: 시한장치의 마천루	0.46	7	육가네 6쌍둥이	0.20
8	명탐정 코난 극장판: 침묵의 15분	0.44	8	이웃집 아이들의 무시무시한 모험	0.19
9	아따맘마 극장판: 엄마는 초능력자	0.43	9	이누야샤 스페셜 천하패도의 검	0.19
10	안녕 자두야	0.41	10	핀과 제이크의 어드벤처 타임	0.19
니켈로디언			챔프		
1	네모바지 스폰지밥	0.14	1	극장판 짱구는 못말려: 태풍을 부르는 황금스파이 대작전	0.76
2	정글의 법칙 IN 마다가스카르	0.14	2	짱구는 못말려: 어른제국의 역습<재>	0.46
3	TV 동물농장	0.13	3	짱구는 못말려: 부리부리 3분 대작전<재>	0.44
4	런닝맨 BEST 7	0.13	4	짱구는 못말려: 전설을 부르는 춤을 춰라<재>	0.44
5	마다가스카의 펭귄	0.13	5	극장판 짱구는 못말려: 태풍을 부르는 황금 스파이 대작전<재>	0.43
6	쿵푸팬더 전설의 마스터	0.11	6	짱구는 못말려: 태풍을 부르는 장엄한 전설<재>	0.42
7	아바타양왕의 전설	0.11	7	짱구는 못말려: 부리부리 왕국의 보물<재>	0.35
8	아이칼리	0.09	8	극장판 짱구는 못말려: 초시공 태풍을 부르는 나의 신부<재>	0.34
9	티미의 못말리는 수호천사	0.07	9	짱구는 못말려: 태풍을 부르는 영광의 불고기로드<재>	0.34
10	윙스클럽	0.07	10	짱구는 못말려: 엄청난 태풍을 부르는 금창의 용사<재>	0.34
대교어린이TV			재능TV		
1	변신자동차 또봇 최강 합체 트라이탄	0.15	1	변신자동차 또봇 진화의 시작	0.30
2	라바	0.13	2	변신자동차 또봇 엄마의 자장가	0.21
3	닌자고	0.10	3	닌자고	0.20
4	포켓몬스터 극장판	0.09	4	오랏차차 짘돌이네	0.17
5	변신자동차 또봇 합체 또봇 타이탄	0.09	5	FRIENDS	0.17
6	변신자동차 또봇 또 하나의 또봇	0.09	6	똘다 럭키맨	0.15
7	포켓몬스터 DP	0.09	7	변신자동차 또봇 트라이탄 슈퍼콤보	0.15
8	변신자동차 또봇 진화의 시작	0.07	8	오랏차차 짘돌이네 2기	0.15
9	변신자동차 또봇 날아라 또봇	0.07	9	말괄량이비비	0.12
10	히어로 팩토리	0.06	10	포켓몬스터 AG 3기	0.12

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



어린이/애니메이션 전문채널의 평균 가구시청률에서는 <투니버스>가 1위를 유지했으나 시청률은 전월에 비해 0.9%p 감소했다. <카툰네트워크>가 0.10%의 시청률을 기록하며 2위, <챔프>가 0.09%로 3위를 기록했다. <카툰네트워크>는 시청률과 점유율, 시청시간이 <챔프>보다 높으나 도달율은 오히려 뒤지는 것으로 나타났다. 방학이 종료되면서 어린이/애니메이션 전문채널의 시청률도 전반적으로 하락했으며 도달률과 시청시간도 감소했다. 이에 따라 <투니버스>를 제외한 전문채널들의 시청률은 모두 0.1%를 넘지 못했고, 시청시간도 2분미만으로 조사됐다.

▶ 어린이/애니메이션 전문채널 평균 가구시청률 (9월)

순위	채널명	시청률	점유율	도달율	시청시간
1	Tooniverse	0.23%	0.69%	8.41%	0:03:17
2	카툰네트워크	0.10%	0.31%	3.94%	0:01:29
3	Champ	0.09%	0.28%	4.79%	0:01:20
4	ET재능TV	0.07%	0.22%	4.56%	0:01:04
5	Nickelodeon	0.06%	0.19%	2.52%	0:00:54
6	Animax	0.06%	0.17%	3.64%	0:00:48
7	어린이TV	0.04%	0.11%	2.12%	0:00:32
8	디즈니채널	0.02%	0.07%	1.25%	0:00:19
9	Anibox	0.02%	0.06%	1.61%	0:00:18
10	애니원	0.01%	0.04%	0.79%	0:00:12
11	KBS Kids	0.01%	0.04%	1.13%	0:00:12
12	디즈니주니어	0.01%	0.04%	0.51%	0:00:11
13	애니플러스	0.01%	0.03%	0.84%	0:00:10
14	육아방송	0.01%	0.03%	1.25%	0:00:09
15	Kids Talk Talk Plus	0.00%	0.01%	0.06%	0:00:02
16	에듀키즈TV	0.00%	0.01%	0.17%	0:00:02
17	키즈원	0.00%	0.00%	0.11%	0:00:01
18	키즈TV	0.00%	0.00%	0.04%	0:00:00
19	KidsCo	0.00%	0.00%	0.02%	0:00:00
20	에듀TV	0.00%	0.00%	0.00%	0:00:00
21	대교플러스	0.00%	0.00%	0.00%	0:00:00

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



애니메이션 채널의 시간대별 평균 시청률을 살펴보면 18~20시에 가장 높은 시청률을 기록하는 것을 알 수 있다. 해당 시간대는 가구와 개인뿐만 아니라 20대를 제외한 모든 연령대에서 시청률이 높게 나타났다. 시청률은 전반적으로 전월대비 하락했다. 특히 가구기준 9시~10시 시청률이 0.67%p, 12~13시 시청률이 0.73%p의 비교적 큰 폭으로 감소하였는데 이는 여름방학 종료의 영향으로 생각된다. 10대가 4~9세의 뒤를 이어 두 번째로 높은 평균 시청률을 보였으며, 30대가 뒤를 이었다. 20대는 평균 시청률이 가장 낮은 연령대였다. 20대는 다른 연령대와 달리 20~21시, 23시의 시청률이 높아 애니메이션을 즐기는 행태가 타 연령대와 차이가 있다고 판단된다.

▶ 어린이/애니메이션 전문채널 시간대별 평균 시청률 (9월)

(단위: %)

시간	가구	개인	개인 4-9	개인 10대	개인 20대	개인 30대	개인 40대	개인 50대	개인 60+
2	0.09	0.03	0.01	0.01	0.08	0.02	0.04	0.03	0.03
3	0.04	0.02	0.01	0.01	0.01	0.02	0.03	0.01	0.03
4	0.04	0.01	0.01	0.00	0.01	0.02	0.02	0.01	0.02
5	0.05	0.02	0.01	0.00	0.01	0.02	0.03	0.01	0.02
6	0.15	0.06	0.33	0.04	0.03	0.07	0.04	0.05	0.05
7	0.69	0.29	1.74	0.39	0.03	0.26	0.17	0.11	0.18
8	0.96	0.44	2.23	0.44	0.07	0.56	0.30	0.15	0.35
9	0.84	0.39	1.94	0.44	0.09	0.50	0.26	0.14	0.25
10	0.76	0.37	1.72	0.42	0.07	0.53	0.26	0.12	0.23
11	0.69	0.33	1.35	0.39	0.10	0.46	0.23	0.13	0.23
12	0.73	0.34	1.31	0.41	0.10	0.45	0.25	0.15	0.25
13	0.80	0.36	1.52	0.45	0.10	0.47	0.22	0.17	0.26
14	0.90	0.39	1.90	0.48	0.10	0.43	0.26	0.18	0.27
15	1.03	0.43	2.22	0.67	0.13	0.39	0.26	0.15	0.26
16	1.26	0.53	2.65	0.76	0.13	0.52	0.35	0.20	0.33
17	1.51	0.64	3.58	0.97	0.16	0.62	0.38	0.21	0.35
18	1.70	0.75	4.30	0.96	0.18	0.84	0.42	0.27	0.38
19	1.67	0.75	4.18	1.02	0.18	0.83	0.46	0.27	0.39
20	1.45	0.66	3.40	0.96	0.24	0.69	0.42	0.22	0.34
21	1.13	0.50	2.26	0.67	0.20	0.54	0.38	0.20	0.31
22	0.75	0.32	1.11	0.43	0.15	0.33	0.26	0.20	0.24
23	0.58	0.25	0.35	0.30	0.20	0.33	0.26	0.19	0.17
24	0.35	0.15	0.13	0.17	0.17	0.14	0.18	0.13	0.10
25	0.16	0.07	0.04	0.03	0.12	0.06	0.07	0.06	0.05

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

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

2012년 1월부터 10월 초까지 총 38편의 극장판 애니메이션이 개봉했다. 205만 명을 동원한 ‘장화신은 고양이’가 올 한해 가장 많은 관객을 동원한 애니메이션이고, ‘아이스 에이지4: 대륙 이동설’, ‘마다가스카3’가 160 만 명으로 뒤를 이었다. 9월 개봉한 ‘메리다와 마법의 숲’은 10월 중순 자료에서 100만 명을 넘은 것이 확실시된다.

월별로 살펴보면 9월까지 월 평균 4편의 애니메이션이 개봉했다. 1월과 2월에 각각 7편이 상영됐고, 7월에 6편이 상영되어 뒤를 이었다. 전체관람가가 84%를 차지하고 있는 극장용 애니메이션의 특성상 많은 수의 애니메이션이 학생층을 겨냥해 방학에 대거 개봉하고 있음을 알 수 있다.

9월 4편의 애니메이션이 관객들을 찾아간데 반해 10월에는 ‘닌자보이 란타로 : 삼총사의 대모험’와 ‘프랑켄위니’ 단 두 편의 애니메이션만이 개봉을 앞두고 있다. ‘닌자보이 란타로’라는 일본의 원작 만화를 애니메이션화한 ‘닌자보이 란타로’는 TV용 애니메이션이 투니버스에서 방영된 바 있다. 1984년에 발표한 단편 애니메이션을 장편으로 옮긴 ‘프랑켄위니’는 팀 버튼 감독의 스톱모션 애니메이션으로 북미의 평단과 관객에게서 좋은 반응을 얻고 있다.

▶▶ 2012년 애니메이션 극장 개봉 현황 (9월 30일 기준)

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



21	컬러풀	5월 10일	13	32	4	2D	15세관람가	일본
22	극장판 썬더일레븐GO : 궁극의 우정 그리폰	5월 24일	242	574	84	3D	전체관람가	일본
23	마다가스카3 : 이번엔 서커스다!	6월 06일	564	12,475	1,623	3D	전체관람가	미국
24	뉴타입 히어로 앳타맨	6월 21일	38	14	2.2	2D	전체관람가	일본
25	모모와 다락방의 수상한 요괴들	7월 05일	253	1,956	294	2D	전체관람가	일본
26	명탐정 코난: 11번째 스트라이커	7월 19일	350	3,363	525	2D	전체관람가	일본
27	도니도니 삼형제와 아기늑대 침투작전	7월 19일	2	0.5	0.1	2D	전체관람가	미국
28	극장판 도라에몽: 친구와 기적의 섬 애니멀 어드벤처	7월 25일	184	1,071	166	2D	전체관람가	일본
29	아이스 에이지 4: 대륙 이동설	7월 25일	501	12,292	1,648	2D	전체관람가	미국
30	파닥파닥	7월 25일	50	84	12	2D	전체관람가	한국
31	새미의 어드벤처 2	8월 01일	486	10,850	1,455	3D	전체관람가	벨기에
32	빌리와 용감한 녀석들 3D	8월 08일	241	1,961	299	3D	전체관람가	독일
33	손오공: 돌원숭이의 탄생	9월 06일	83	69	11	2D	전체관람가	일본
34	늑대아이	9월 13일	226	1,479	215	2D	전체관람가	일본
35	테드: 황금도시 파이티티를 찾아서	9월 20일	301	917	127	3D	전체관람가	스페인
36	메리다와 마법의 숲	9월 27일	479	1,729	223	3D	전체관람가	미국
37	난자보이 란타로 : 삼총사의 대모험	10월 11일	-	-	-	2D	전체관람가	일본
38	프랑켄위니	10월 11일	-	-	-	3D	12세관람가	미국

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망, 9월 30일 기준

01
출판

02
만화

03
음악

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니
메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식
정보



2012년 9월 애니메이션 DVD / 블루레이 판매 순위를 살펴보면 <YES24>에서는 인기 TV 애니메이션 시리즈인 '신세기 GPX 사이버 포물러 일반판 전체박스세트'가 1위에 올랐고, <알라딘>에서는 실루엣 애니메이션 '프린스 앤 프린세스'가 1위를 차지했다. '디즈니 베스트 애니메이션 12종'은 3개월째 <인터파크> 1위를 유지했고, <핫트랙스> 블루레이 부문은 '레지던트 이블: 디제너레이션'의 후속작 '레지던트 이블: 댐네이션'이 1위를, DVD 부문에서는 '토이 스토리 3'가 8월에 이어 1위에 올랐다. 9월에는 '사이버 포물러', '카우보이 비밥', '미래소년 코난' 등 TV 애니메이션 세트가 많이 판매됐는데, 할인 판매에 큰 영향을 받는 DVD 시장의 현실을 엿볼 수 있다.

▶ 애니메이션 DVD / 블루레이 판매 TOP 10 (9월)

순위	YES24			알라딘		
	제목	발매일	판매가	제목	발매일	판매가
1	신세기 GPX 사이버 포물러 일반판 전체박스세트 (16Disc)	2004-01-10	49,800	프린스 앤 프린세스	2003-07-30	2,900
2	아이스 에이지 3 : 공룡시대	2009-12-15	9,900	안데르센 명작동화 애니메이션 세트	2008-03-07	19,800
3	카우보이 비밥 5.1ch HD 리마스터 한정판 박스세트	2008-11-05	59,800	철인 28호 박스세트	2012-07-27	9,800
4	3개국어(영,일,한) 디즈니DVD : 10편 풀세트	2012-04-23	9,900	아이스 에이지 3 : 공룡시대	2009-12-15	9,900
5	미래소년 코난 Vol.1~7 박스 셋트	2005-02-25	22,000	로렉스	2012-09-11	19,800
6	아이스 에이지	2012-07-17	8,800	3개국어(영,일,한) 디즈니DVD : 10편 풀세트	2012-04-23	9,900
7	코쿠리코 언덕에서	2012-08-30	27,500	프렌즈: 몬스터 섬의 비밀	2012-08-23	20,400
8	신세기 에반게리온 리뉴얼 일반판 Box Set	2007-12-28	39,800	플란다스의 개	2003-06-19	2,900
9	쿵푸팬더	2008-12-02	9,900	바비의 엄지공주	2012-09-25	17,600
10	아이스 에이지 2	2008-04-02	8,800	코쿠리코 언덕에서	2012-08-30	27,500

순위	인터파크			핫트랙스	
	제목	발매일	판매가	블루레이	DVD
1	디즈니 베스트 애니메이션 12종	2011-09-27	12,000	레지던트 이블: 댐네이션	토이 스토리 3
2	코쿠리코 언덕에서 - DVD	2012-08-30	27,500	레지던트 이블: 디제너레이션	로렉스
3	로렉스 - DVD	2012-09-11	19,800	카 툰: 메이터의 놀라운이야기	볼트
4	아이스 에이지 3: 공룡시대 - DVD	2012-07-17	9,900	덤보 S.E; 70주년기념판 블루레이	코쿠리코 언덕에서
5	토이 스토리3 - DVD	2010-10-19	14,800	토이 스토리 3	이웃집 토토로
6	프렌즈: 몬스터 섬의 비밀	2012-08-23	20,400	폴라 익스프레스: 2D+3D	몬스터 주식회사+부가영상
7	쿵푸팬더 2 - DVD	2012-01-13	20,400	로렉스: 2D+3D	아이스 에이지 3: 공룡시대
8	아이스 에이지 1 - DVD	2012-07-17	8,800	토이 스토리	토이 스토리 S.E
9	미래소년 코난 일반판 박스세트 - DVD	2008-11-25	27,500	토이 스토리 2	바비 프린세스와 팝스타
10	키다리 아저씨 전편 박스세트 - DVD	2009-03-17	37,800	치킨 리틀	토이 스토리 2 S.E

* 출처: YES24, 인터파크, 핫트랙스: 9월 기준 / 알라딘: 9월 5주 기준



애니메이션 VOD 다운로드 차트에서는 비교적 최근 개봉한 신작들이 강세를 보였다. ‘모모와 다락방의 수상한 요괴들’은 8월에 이어 <네이버 N스토어>에서 1위를 기록했고, 독일 애니메이션 ‘빌리와 용감한 녀석들 3D’는 <다음 영화>에서, 동물원을 탈출한 동물들의 모험을 그린 ‘마다가스카3 : 이번엔 서커스다!’는 <네이트 호핀>에서 각각 1위에 올랐다. <T스토어>에서는 ‘내 친구 호비’가 높은 차이로 1위를 유지하고 있는데 이는 누적 다운로드 횟수가 집계되는 특성에 기인한다. 국산 애니메이션으로는 ‘안녕! 자두야(상)’가 <T스토어> 10위로 진입했고, ‘마당을 나온 암탉’도 꾸준히 좋은 판매량을 보이고 있다. 또한 영화진흥위원회의 애니메이션 개봉 지원작 ‘파닥파닥’도 <다음 영화>, <네이트 호핀> 순위에 이름을 올렸다.

▶ 애니메이션 VOD 다운로드 TOP 10 (9월)

순위	네이버 영화			다음 영화		
	제목	상영시간	가격(원)	제목	상영시간	가격(원)
1	모모와 다락방의 수상한 요괴들(자막판)	120분	3,500	빌리와 용감한 녀석들 3D	93분	3,500
2	모모와 다락방의 수상한 요괴들(더빙판)	120분	3,500	모모와 다락방의 수상한 요괴들	120분	3,500
3	마당을 나온 암탉(더빙판)	93분	2,000	파닥파닥	78분	3,500
4	라퐁젤(더빙판)	78분	3,500	천년여우 여우비	85분	1,000
5	빌리와 용감한 녀석들 3D	93분	3,500	마당을 나온 암탉	93분	2,000
6	장화신은 고양이 디 오리지널(더빙판)	82분	2,000	새미의 어드벤처	85분	1,000
7	컬러풀	126분	2,000	쌈머워즈	113분	1,000
8	볼츠와 블립(더빙판)	77분	2,000	소중한날의 꿈	95분	1,500
9	도니도니삼형제와 아기북대 침투작전(더빙판)	76분	3,500	극장판 아따맘마 3D : 엄마는 초능력자	43분	2,000
10	빼꼼의 머그잔 여행(더빙판)	76분	2,000	고 녀석 만나겠다	96분	1,000

순위	T스토어			네이트 호핀		
	제목	다운로드	가격(원)	제목	상영시간	가격(원)
1	내 친구 호비	149,801	0	마다가스카3 : 이번엔 서커스다!	94분	3,500
2	고 녀석 만나겠다	85,653	1,500	모모와 다락방의 수상한 요괴들	120분	3,500
3	모모와 다락방의 수상한 요괴들	82,532	3,500	빌리와 용감한 녀석들 (더빙)	93분	3,500
4	토르(마법망치의 전설)	58,604	3,500	천년여우	87분	1,000
5	천년여우 여우비	46,205	1,000	파닥파닥	78분	3,500
6	돼지의 왕	45,054	3,500	마당을 나온 암탉	93분	1,000
7	마당을 나온 암탉	42,234	2,000	마다가스카(자막)	86분	1,000
8	쿵푸팬더2	11,869	5,500	컬러풀	126분	2,000
9	청의엑소시스트	11,791	500	카 2(우리말더빙)	113분	5,500
10	안녕! 자두야(상)	7,813	500	업(우리말더빙)	96분	5,500

* 출처: 네이버 N스토어, 다음 영화, 네이트 호핀, T스토어 (2012. 9. 30. 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



08

캐릭터

9월 G마켓 캐릭터 상품 TOP 10에서도 ‘또봇’, ‘로보카폴리’, ‘뽀로로’, ‘타요’, ‘파워레인저 캡틴포스’ 등의 인기는 지속되었다. 또한 ‘브라우니 인형’도 개그콘서트에 등장하면서 많은 인기를 얻고 있어, TV 매체를 통한 노출이 캐릭터 상품 판매에 끼치는 영향을 알 수 있다. G마켓 캐릭터 상품 차트에서는 반다이, 마텔코리아 같은 해외 대형 업체보다 영실업, 손오공 등 국산 업체들이 강세를 보이고 있는 것도 특징적이다. 한편, 오는 10월 17일에는 캐릭터 보유기업(라이선서)과 제품 제조 기업(라이선서)을 대상으로 하는 비즈니스 전문행사 ‘서울캐릭터비즈니스쇼’가 세미나와 사업설명회 등 다양한 행사와 함께 진행될 예정이다.

▶ G마켓 캐릭터 상품 TOP 10 (9월)

순위	작동완구		캐릭터완구	
1	변신자동차 에블루션 또봇X	영실업	로보카폴리 변신로봇 4종	아카데미과학
2	그레이트 또봇X	영실업	뽀로로 봉제인형	미미월드
3	타요 도로놀이	미미월드	꼬마버스타요 다이캐스팅	미미월드
4	파워레인저 캡틴포스	반다이	파워레인저 캡틴포스 모바일렛폰/캡틴건	반다이
5	바쿠간BG 브롤러게임팩	손오공	로보카폴리 무선조종4종(폴리/엠버/로이/헬리)	아카데미과학
6	로보카폴리 무선조종RC 4종	아카데미과학	DX 캡틴킹 수호신 매직캡틴킹 갤럭시버스터 캡틴포스	반다이
7	노래하는 꼬북이	미미월드	로보카폴리 신형 다이캐스팅 시리즈	아카데미과학
8	슈퍼오토 토미카빌딩	손오공	똑똑한꼬마버스타요 춤추는타요	아이존
9	뉴 말하는 슈퍼 소방차	대성토이즈	DX 수호신 파워레인저 캡틴포스	반다이
10	캐리와붕붕	미미월드	폴리의 세차장 플레이세트	아카데미과학
순위	승용완구		신생아/영아완구	
1	꼬마자동차붕붕카	햇살토이	타이니러브 모빌	타이니러브
2	파워레인저/뽀로로/로보카폴리 쌍쌍카	야야토이즈	2012년 소피더지라프 치발기	-
3	2012년형 뉴뽀로로프리미엄 베스트 다기능자전거	지나월드	다기능 아기체육관	아이스쿨
4	2in1기운센포크레인붕붕카	야야토이즈	해마인형	피셔프라이스
5	카고 다기능 자전거+파라솔세트	IDES/C&H크레이티브	발차기 아기체육관	진영토이
6	뒤동뒤동플레이	아하토이	클래식아기체육관	피셔프라이스
7	3in1 스프링카 5종	금보토이	브이텍걸음마	브이텍
8	2013년 신상품 C600 세발자전거	조코	WinFat 뉴 러닝테이블	뽀띠베베
9	컴포트라이크	지나월드	한글 영어겸용 피셔프라이스 러닝홈	피셔프라이스
10	조립할 필요 없는 튼튼한 붕붕카	아하토이	클래식 병아리 오독이	-
순위	캐릭터/패션인형		스포츠완구	
1	프린세스 베이비돌	디즈니	PINKY POOKY 트램폴린	발레노
2	리틀미미 가방집	미미월드	스마일 덤블링 40인치	발레노
3	뷰티걸 바비인형	제이피컴퍼니	펀치샌드백	베스트웨이
4	브라우니 인형	-	타요팡팡백 파워펀치백 골드	디코랜드
5	뽀로로 봉제인형	미미월드	오뚜기 샌드백	인텔하우스
6	미니 똥 모음	탑프로모션	포고스틱정품 메버릭 스카이콩콩	S.B.I Enterprise
7	실바니안 패밀리 신상 모음전	토이트론	국가대표 양궁세트 석궁세트	바니랜드
8	행복한 우리집	도래장난감	미니 탁구대	이레스포츠
9	똥돌이 시리즈	미미월드	Mr.백공 밴드형 덤블링	발레노
10	토이스토리 액션 피겨	마텔코리아	파워레인저.토마스편치백	원토이

* 출처: G마켓 (www.gmarket.co.kr)



〈토이저러스〉에서 발표한 9월 캐릭터 상품 순위도 8월과 큰 차이를 보이지 않았다. ‘피셔 러닝홈’은 7, 8월에 이어 유아완구 1위에, ‘캡틴 DX 캡틴킹’은 7월에 이어 남아완구 1위에 올랐다. 여아완구에서는 국산업체인 토이트론에서 제작한 ‘장난꾸러기 메롱~밀크’가 상위권을 차지했고, ‘레고’시리즈는 교육완구 부문에서 꾸준히 판매되고 있다. 야외완구로는 ‘스마트 트라이크’의 제품들이 좋은 반응을 얻고 있으며, 보드게임 분야에서는 온라인 게임으로도 제작된 ‘부루마블’이 1위를 차지했다.

▶ 토이저러스 캐릭터 상품 TOP 10 (9월)

순위	유아완구	여아완구
1	피셔 러닝홈(한글)	토이트론_장난꾸러기 메롱~밀크
2	리틀 액티비티 가든	미미_리틀미미 가방집
3	타요_도로놀이	엔젤이스티커메이커
4	말하는 중앙 차고지 놀이	장난꾸러기 메롱~초코
5	보로로)멜로디스마트폰	2757)블 들어오는 이층집 4종세트
6	클래식아기체육관(FP)	엔젤이_노래하는 교복이
7	맨하탄) 손감각 발달 원켈-클래식	미미_나랑 함께 걷는 공주 말티
8	로보카폴리)사운드폴리	미미디카
9	브이텍) 3단계 변형 운전놀이 자전거	어린이주방놀이
10	복치는보로로	차밍메이커-디럭스세트
순위	남아완구	교육완구
1	캡틴 DX 캡틴킹	레고) 9450 에픽 드래곤 배틀
2	캡틴 모바일렛 폰	레고) 9449 울트라 소닉 전차
3	영실업) 에블루선또봇Y	레고) 9446 마스터우의 드래곤 전함
4	영실업) 또봇트라이탄	핑파에 스네이크 트력의 공격(9445)
5	캡틴 DX 수호신	레고) 9448 사무라이X의 역습
6	영실업 또봇Z	래틀컴터(9443)
7	캡틴)DX 매직 캡틴킹	레고) 3185 승마 캠프
8	영실업 3단합체또봇전자트라이탄	올리비아의 집(3315)
9	영실업 또봇폭풍스핀타이탄	제이의 스톰 파이터(9442)
10	바쿠간)BC 크로스드래곤	레고) 3184 올리비아의 캠핑카
순위	야외완구	보드게임
1	2012년형 뉴스포츠 쿠페2	부루마블게임
2	스마트트라이크) 쥬 레이디	앵그리버드 새들의 습격
3	스마트트라이크) 쥬 프로그	팀블링 뭉기(한글판)
4	컴포 트라이크	할리갈리 디럭스
5	뉴보로로베스트자전거	할리갈리
6	스코츠레이서	강아지 똥
7	[STEP2] 돼지정리함	앵그리버드 빙하시대
8	스마트 트라이크) 쥬 버터플라이 핑크	아카데미과학 한밤의 유명사냥
9	스마트 트라이크) 쥬 카우 화이트	아이스크림 쌓기게임-더블콘
10	CLASS600조코자전거(화이트)	부루마블 클래식

* 출처: 토이저러스 (www.toysrus.co.kr)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



09

방송

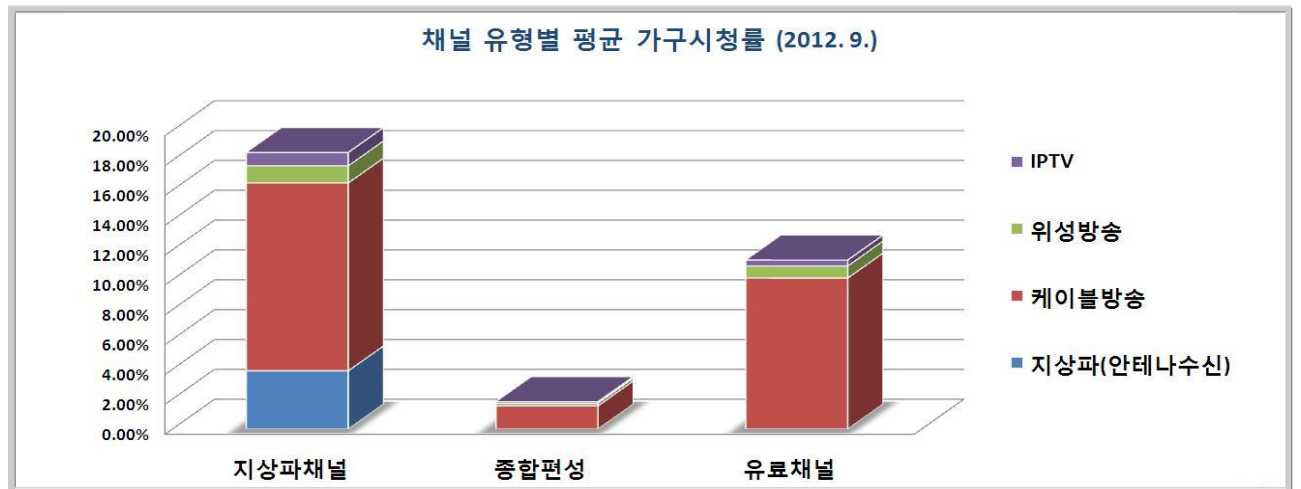
2012년 9월 채널유형별 평균 가구시청률에서는 지상파 채널이 18.54%(점유율 56.08%), 종합편성채널은 1.83%(점유율 5.54%), 유료채널(110개)이 11.33%(점유율 34.28%)를 기록했다. 8월 가구시청률과 비교하면 전체시청률이 3.54%p 하락했고, 특히 지상파 시청률의 하락폭(-2.88%p)이 컸다. 반면, 종합편성채널은 시청률을 유지한 덕분에 점유율이 4.97%에서 5.54%로 소폭 상승했다.

시청 플랫폼별 집계에 의하면 지상파채널의 경우 케이블방송을 통한 시청률이 12.59%로 가장 높았고, 지상파 수신을 통한 시청비율이 3.9%, 위성방송(1.15%)과 IPTV(0.89%)가 그 뒤를 이었다. 종합편성채널 및 유료채널의 시청 플랫폼은 케이블방송을 이용한 시청비율이 압도적으로 높았고, 위성방송과 IPTV를 통한 시청이 그 뒤를 이었다.

▶▶ 채널유형별 평균 가구시청률 (9월)

구분	플랫폼	9월 시청률	증감률 (8월 대비)	점유율	도달률	평균시청시간
지상파채널 (5개)	지상파(안테나수신)	3.90%	-0.56%p	-	15.99%	0:56:13
	케이블방송	12.59%	-2.01%p	-	66.45%	3:01:19
	위성방송	1.15%	-0.18%p	-	6.48%	0:16:32
	IPTV	0.89%	-0.15%p	-	5.61%	0:12:53
	합계	18.54%	-2.88%p	56.08%	90.90%	4:26:57
종합편성채널 (4개)	케이블방송	1.55%	-0.01%p	-	37.57%	0:22:18
	위성방송	0.18%	0.02%p	-	3.77%	0:02:37
	IPTV	0.10%	0.00%p	-	2.70%	0:01:27
	합계	1.83%	0.01%p	5.54%	43.70%	0:26:22
유료채널 (110개)	케이블방송	10.12%	-0.50%p	-	63.64%	2:25:48
	위성방송	0.81%	0.02%p	-	6.24%	0:11:39
	IPTV	0.39%	0.01%p	-	5.26%	0:05:34
	합계	11.33%	-0.48%p	34.28%	74.19%	2:43:11
전체 시청률*	총계	33.05%	-3.54%p	100.00%	94.11%	7:55:59

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



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



2012년 9월 플랫폼별 시청채널 점유율에서는 지상파(안테나수신) 플랫폼의 경우 지상파채널 시청률이 88.43%, 기타 활동이 11.57%로 측정되었다. 케이블방송 수신 가정에서는 지상파채널(51.34%)을 보는 시간이 유료채널(41.28%) 및 종합편성채널(6.31%)을 보는 시간보다 높게 나타났다. 위성방송 플랫폼 역시 지상파채널 시청시간의 비중(51.65%)이 유료채널 및 종편보다 앞섰고, 이 같은 경향은 IPTV 또한 마찬가지였지만 세부적인 이용비중은 플랫폼별로 조금씩 다르게 나타났다. 특히 IPTV는 기타 활동 비중이 26.82%로 높게 나타났는데, 이는 실시간 채널이 아닌 주문형 비디오 등의 이용시간이 높기 때문으로 추정된다.

▶ 플랫폼별 시청채널 점유율 (7~9월)

플랫폼	시청채널 유형	7월 점유율	8월 점유율	9월 점유율
지상파(안테나수신)	지상파채널 (5개)	87.72%	87.80%	88.43%
	기타	12.28%	12.20%	11.57%
	합계	100%	100%	100%
케이블방송	지상파채널 (5개)	51.25%	53.95%	51.34%
	종합편성채널 (4개)	5.69%	5.77%	6.31%
	유료채널 (110개)	41.34%	39.26%	41.28%
	소계	98.28%	98.98%	98.93%
	기타	1.72%	1.02%	1.07%
	합계	100%	100%	100%
위성방송	지상파채널 (5개)	51.41%	56.27%	51.65%
	종합편성채널 (4개)	7.12%	6.61%	8.16%
	유료채널 (110개)	37.50%	33.75%	36.41%
	소계	96.03%	96.63%	96.22%
	기타	3.97%	3.37%	3.78%
합계	100%	100%	100%	
IPTV	지상파채널 (5개)	47.32%	49.36%	47.34%
	종합편성채널 (4개)	5.01%	4.97%	5.36%
	유료채널 (110개)	18.70%	18.16%	20.48%
	소계	71.03%	72.49%	73.18%
	기타	28.97%	27.51%	26.82%
합계	100%	100%	100%	

- * '기타'는 전체 500개 유료채널 중 집계대상 110개 채널(AGB닐슨 선정)을 제외한 나머지 채널에 대한 시청 및 외부입력을 통한 TV 이용(DVD/블루레이, 비디오 게임, VOD) 등의 활동을 하는 시간을 집계한 값임
- * 지상파채널: KBS1, KBS2, MBC, SBS, EBS / 종합편성채널: JTBC, MBN, 채널A, TV조선 / 유료채널: 케이블, 위성, IPTV에서 제공되는 채널
- * 시청률 수치는 각 채널별 전시간대 평균 가구시청률을 모두 합한 값임
- * 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 한국콘텐츠진흥원 제공

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

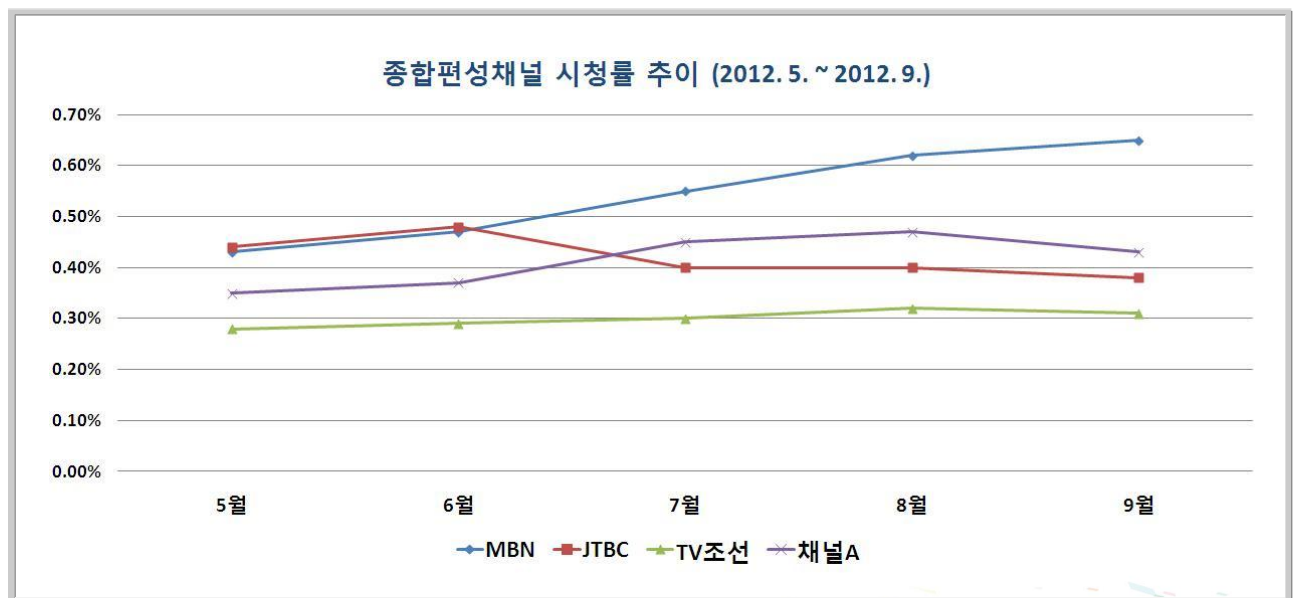


9월에는 8월에 비해 지상파 채널들의 시청률이 감소했지만 이는 8월 시청률이 평월에 비해 높았기 때문으로, 9월 시청률은 통상의 수준을 회복한 것으로 볼 수 있다. 채널별 시청률 수치는 'KBS1'이 5.43%로 가장 높은 것으로 나타났고, 이어서 'KBS2', 'SBS', 'MBC'의 순으로 높은 것으로 집계되었다. 'YTN'은 대선 이슈 등으로 정치에 대한 관심이 높아지며 'EBS'와 같은 평균시청률(0.68%)을 기록했고, 종합편성채널(JTBC, MBN, 채널A, TV조선) 시청률은 8월과 대동소이했지만 'MBN'이 비교적 두각을 나타내고 있다. 'MBN'은 뉴스 프로그램이 높은 시청률을 보이며 5월 0.43%였던 시청률을 9월에는 0.65%까지 끌어올렸다. 'TV조선'은 0.31%에 그치며 'MBN'의 절반에 못 미치는 시청률을 보였다.

▶ 채널별 평균 가구시청률 TOP 24 (5~9월)

순위	채널	시청률 (%)					순위	채널	시청률 (%)				
		5월	6월	7월	8월	9월			5월	6월	7월	8월	9월
1	KBS1	5.14	5.10	5.54	6.39	5.43	13	SBS플러스	0.49	0.44	0.43	0.38	0.35
2	KBS2	4.08	4.35	4.69	5.43	4.60	14	newsY	0.28	0.27	0.30	0.34	0.35
3	SBS	3.96	4.11	4.64	4.77	4.04	15	OCN	0.34	0.33	0.32	0.32	0.33
4	MBC	3.36	3.26	3.45	4.02	3.65	16	Tooniverse	0.25	0.24	0.29	0.32	0.32
5	YTN	0.59	0.56	0.65	0.70	0.68	17	TV조선	0.28	0.29	0.30	0.32	0.31
6	EBS	0.73	0.68	0.71	0.67	0.68	18	채널CGV	0.31	0.29	0.29	0.30	0.27
7	MBN	0.43	0.47	0.55	0.62	0.65	19	코미디TV	0.23	0.26	0.31	0.29	0.27
8	MBC드라마넷	0.48	0.46	0.51	0.53	0.60	20	MBC every1	0.20	0.20	0.25	0.28	0.27
9	tvN	0.39	0.45	0.47	0.53	0.49	21	MBC SPORTS+	0.39	0.36	0.32	0.25	0.25
10	KBS드라마	0.47	0.48	0.47	0.48	0.47	22	Dramax	0.33	0.25	0.25	0.24	0.24
11	채널A	0.35	0.37	0.45	0.47	0.43	23	KBSN스포츠	0.34	0.45	0.30	0.24	0.23
12	JTBC	0.44	0.48	0.40	0.40	0.38	24	SBS ESPN	0.30	0.32	0.29	0.24	0.23

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



전체 프로그램 가구시청률에서는 KBS 드라마의 강세가 이어졌다. 9월 9일부로 종영된 국민드라마 ‘넝쿨째 굴러온 당신’이 40%의 시청률을 기록하며 유종의 미를 거뒀다. ‘넝쿨째 굴러온 당신’은 3월 시청률 30.05%을 기록한 이래 방영기간 내내 조금씩 시청률을 높여간 끝에 결국 40%를 넘겼고, 무려 6개월간 시청률 1위를 사수했다. KBS1 일일연속극 ‘별도 달도 따줄게’는 25.82%를 기록하며 꾸준한 사랑을 이어갔다. ‘넝쿨당’의 후속작인 ‘내 딸 서영이’는 23.52%로 시청률 3위를 기록하며 기분 좋은 스타트를 끊었다. 10월에는 시청률이 더 상승하고 있어 ‘넝쿨당’을 이어 큰 사랑을 받을 가능성이 높다.

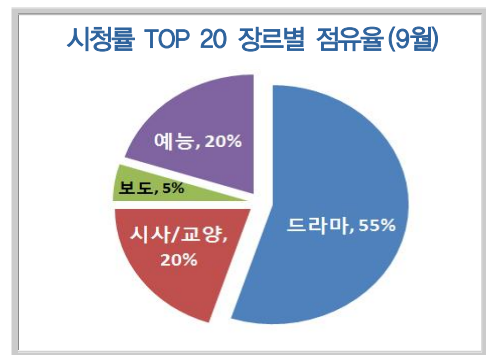
인기 프로그램을 장르별로 살펴보면, 20위권 내에서 <드라마>가 11편으로 55%를 점유했고, <예능>과 <시사/교양>이 각각 4편을 차지했다. <보도> 프로그램은 1편(KBS 9시뉴스)에 그쳤다.

▶▶ 전체 프로그램 가구시청률 TOP 20 (9월)

순위	채널명	프로그램명	장르	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (넝쿨째 굴러온 당신)	드라마	4	40.03
2	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	드라마	20	25.82
3	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	드라마	6	23.52
4	KBS2	특별기획드라마 (각시탈)	드라마	2	22.22
5	KBS1	KBS 9시뉴스	보도	30	20.66
6	KBS2	개그콘서트	예능	5	20.15
7	SBS	일요일이 좋다	예능	5	16.22
8	MBC	주말특별기획드라마 (메이퀸)	드라마	10	15.65
9	MBC	월화특별기획드라마 (골든타임)	드라마	8	14.73
10	KBS1	러브인 아시아	시사/교양	4	14.68
11	MBC	MBC아침드라마 (천사의 선택)	드라마	20	14.32
12	SBS	일일드라마 (그래도 당신)	드라마	20	14.32
13	SBS	순간포착 세상에 이런일이	시사/교양	4	14.19
14	MBC	무한도전	예능	5	14.10
15	KBS2	해피선데이	예능	5	13.45
16	KBS2	수목드라마 (세상 어디에도 없는 착한 남자)	드라마	6	12.90
17	MBC	수목미니시리즈 (아랑사또전)	드라마	8	12.77
18	KBS2	V특공대	시사/교양	4	12.47
19	KBS1	슈퍼피쉬 - 인간과 물고기의 대서사시 5부	시사/교양	1	12.28
20	KBS2	TV소설 (사랑아 사랑아)	드라마	20	12.19

▶▶ 전체 프로그램 시청률 TOP 20 장르별 점유율

장르	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	9월 점유율
드라마	12	10	9	9	11	55%
시사/교양	3	2	3	4	4	20%
보도	2	1	2	1	1	5%
예능	3	7	4	5	4	20%
스포츠	-	-	1	-	-	-
음악	-	-	1	1	-	-



* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 한국콘텐츠진흥원 제공

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

9월 종합편성채널/유료채널 프로그램 중에서는 Mnet의 '슈퍼스타 K4'가 6.1%의 시청률로 8월에 이어 1위에 올랐다(8월 5.4%). MBN의 '고수의 비법 황금알'은 2.02%의 시청률로 2위에 올랐다. '황금알'은 손범수의 안정적인 진행을 바탕으로 다양한 소재를 흥미롭게 아우르면서 고정 시청자를 확보하고 있다. 8월 시청률이 1.23%였으나 시청률이 상당히 많이 상승했다. 9월 13일 편성된 채널A의 '웰컴 투 시월드'는 3위에 오르며 선전했다. SBS의 '스타부부쇼 자기야와 비슷한 컨셉의 예능 프로그램이다. 채널A는 '이영돈 PD의 먹거리 X파일', '박종진의 쾌도난마', '이산가족 감동프로젝트-이제 만나러 갑니다' 등의 프로그램들을 통해 타 종편채널에 비해 나름의 자리를 잡아가고 있다.

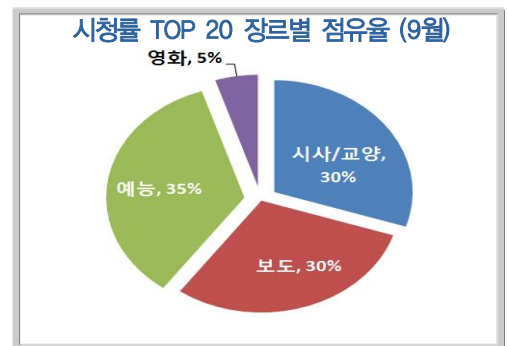
시청률 상위 20개 프로그램의 장르별 구분에서는 드라마가 사라진 현상을 확인할 수 있다. 종편채널 런칭과 함께 인지도 제고 차원에서 집중했던 드라마의 제작이 시청률 부진으로 인해 급감했기 때문이다. 하지만 tvN의 '응답하라 1997'과 같이 지상파 드라마의 성과를 능가하는 사례가 있기에 향후 종편·유료채널 드라마는 이전과 같이 사극 등 규모를 통해 승부하기보다 새로운 소재와 흡인력 있는 스토리를 중심으로 시청자 확보를 모색할 것으로 보인다.(응답하라 1997은 본방에서 높은 시청률을 기록했으나 새벽·오전시간대의 많은 재방송으로 인해 순위권에 없음)

▶▶ 종합편성채널/유료채널 프로그램 가구시청률 TOP 20 (9월)

순위	채널명	프로그램명	장르	방영횟수	시청률 (%)
1	Mnet	슈퍼스타 K4	예능	4	6.10
2	MBN	고수의 비법 황금알	예능	8	2.02
3	채널A	웰컴 투 시월드	예능	6	1.57
4	채널A	이영돈 PD의 먹거리 X파일	시사/교양	8	1.54
5	채널A	박종진의 쾌도난마	시사/교양	40	1.51
6	MBN	나는 자연인이다	시사/교양	6	1.46
7	채널A	이산가족감동프로젝트 - 이제 만나러 갑니다	예능	10	1.35
8	MBN	현장르포 특종세상	시사/교양	8	1.33
9	YTN	뉴스출발 2부	보도	24	1.31
10	JTBC	닥터의 승부	예능	8	1.27
11	MBN	천기누설	예능	8	1.25
12	YTN	뉴스출발 3부	보도	24	1.21
13	JTBC	인생병법 신의 한수	예능	8	1.19
14	YTN	YTN24 (06:00)	보도	5	1.14
15	MBN	추적 사각지대	시사/교양	6	1.12
16	MBN	뉴스M 2부	보도	40	1.11
17	MBN	뉴스M 1부	보도	40	1.11
18	채널A	이영돈PD 논리로 풀다	시사/교양	8	1.06
19	채널A	민주통합당 대선후보 선출 전당대회	보고	2	1.05
20	Tooniverse	명탐정코난 극장판 11번째 스트라이커	영화	2	1.04

▶▶ 종합편성채널/유료채널 프로그램 TOP 20 장르별 점유율

장르	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	9월 점유율
드라마	8	4	2	1	-	-
시사/교양	3	3	3	9	6	30%
보도	4	3	5	4	6	30%
예능	2	4	4	6	7	35%
스포츠	3	6	4	-	-	-
영화	-	-	2	-	1	5%



* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 한국콘텐츠진흥원 재구성



9월 장르별 프로그램 시청률에서는 KBS2 주말연속극 ‘넝쿨째 굴러온 당신’이 시청률이 가장 높았고, 보도 부문에서는 시청률 20.66%(8월 21.7%)를 기록한 ‘KBS 9시 뉴스’가 1위를 기록했다. 정수장학회 등의 문제로 내용을 겪고 있는 ‘MBC 뉴스데스크’는 6%대의 저조한 시청률로 인해 40년 만에 처음으로 8시로 시간변경을 고려하고 있다. 예능 프로그램 중에선 KBS2의 ‘개그콘서트’가 20.15%(8월 22.4%)를, 시사교양 부문에서는 KBS1의 ‘러브 인 아시아’가 14.68%(8월 15.4%)를 기록하며 전월에 이어 1위에 올랐다. KBS의 5부작 다큐 시리즈인 ‘슈퍼피쉬 - 인간과 물고기의 대서사시 5부’는 12.28%의 시청률로 시사/교양 부문 4위에 올랐다.

▶ 장르별 프로그램 시청률 (9월)

1. 드라마

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (넝쿨째 굴러온 당신)	4	40.03
2	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	20	25.82
3	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	6	23.52
4	KBS2	특별기획드라마 (각시탈)	2	22.22
5	MBC	주말특별기획드라마 (메이퀸)	10	15.65

2. 보도

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS1	KBS 9시 뉴스	30	20.66
2	KBS1	KBS 뉴스 7	20	11.28
3	KBS1	KBS 뉴스 (12:00)	10	8.33
4	SBS	SBS 8 뉴스	30	7.24
5	KBS1	KBS 뉴스라인	17	7.12

3. 예능

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	개그콘서트	5	20.15
2	SBS	일요일이 좋다	5	16.22
3	MBC	무한도전	5	14.10
4	KBS2	해피선데이	5	13.45
5	KBS1	전국노래자랑	4	11.88

4. 시사/교양

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS1	러브 인 아시아	4	14.68
2	SBS	순간포착 세상에 이런일이	4	14.19
3	KBS2	V특공대	4	12.47
4	KBS1	슈퍼피쉬 - 인간과 물고기의 대서사시 5부	1	12.28
5	KBS1	한국인의 밥상	4	10.36

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

성별 시청률 순위에서는 남자보다 여자의 시청률이 전반적으로 높게 나왔다. 대체적으로 비슷한 프로그램들이 인기가 있었지만 남자의 경우 ‘정글의 법칙’, ‘러닝맨’으로 구성된 ‘일요일이 좋다’가 5위에 올랐고, 여자는 일일연속극 ‘별도 달도 따줄게’가 5위에 오르며 차이를 보였다.

연령별 시청률 순위에서는 ‘13~18세’에서 ‘개그콘서트’, ‘일요일이 좋다’, ‘무한도전’ 등 예능 프로그램이 높은 시청률을 보였고, ‘19세 이상’과 ‘60세 이상’ 연령대에서는 드라마의 시청률이 상대적으로 높았다. ‘60세 이상’은 ‘13~18세’에 비해 2배 가까이 높은 시청률을 보였다.

▶ 성별 / 연령별 프로그램 시청률 (9월)

1. 남자

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (닝쿨째 굴러온 당신)	4	15.72
2	KBS2	개그콘서트	5	10.52
3	KBS2	특별기획드라마 (각시탈)	2	8.74
4	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	6	8.47
5	SBS	일요일이 좋다	5	7.79

2. 여자

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (닝쿨째 굴러온 당신)	4	23.31
2	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	6	12.24
3	KBS2	개그콘서트	5	11.85
4	KBS2	특별기획드라마 (각시탈)	2	11.25
5	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	20	11.00

3. 13 - 18세

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (닝쿨째 굴러온 당신)	4	12.61
2	KBS2	개그콘서트	5	11.05
3	SBS	일요일이 좋다	5	9.28
4	MBC	무한도전	5	9.24
5	KBS2	특별기획드라마 (각시탈)	2	5.21

4. 개인 19+

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (닝쿨째 굴러온 당신)	4	20.74
2	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	6	11.79
3	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	20	11.23
4	KBS2	특별기획드라마 (각시탈)	2	10.91
5	KBS2	개그콘서트	5	10.84

5. 개인 60+

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	20	29.62
2	KBS2	주말연속극 (닝쿨째 굴러온 당신)	4	27.60
3	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	6	20.99
4	KBS1	KBS 9시 뉴스	30	20.41
5	KBS1	러브 인 아시아	4	17.84

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치



케이블TV는 2012년 7월 말 기준으로 전국적으로 1,489만 가입자를 확보하고 있다. 2009년 12월의 1,530만 가입자수에 비해 다소 줄어들었다. 이는 통신사 결합 등 공세적인 마케팅 및 다양한 부가 서비스 이용이 용이한 IPTV / 스카이라이프의 가입자가 꾸준히 증가함에 따른 것으로 풀이된다.

한편 디지털 케이블방송은 아날로그 케이블방송을 대체하고 있다. 아날로그 방송은 HD화질을 구현하지 못하는 단점이 있어, 케이블방송사에서는 적극적인 요금 정책을 통해 디지털 방송으로의 가입자 전환을 유도하고 있다.

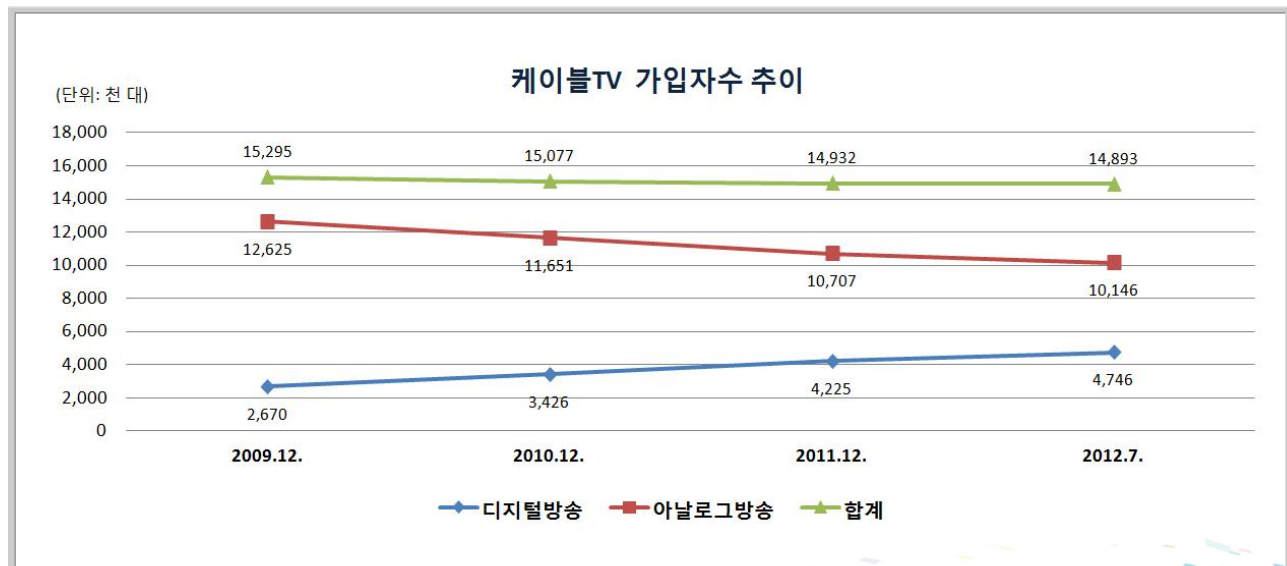
▶ 케이블TV / IPTV 가입자 현황

1. 케이블TV 지역별 가입자 (대수 기준)

(단위: 천 명)

지역	디지털방송				아날로그방송				합계			
	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 7.	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 7.	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 7.
서울	1,178	1,401	1,614	1,718	1,973	1,667	1,384	1,260	3,151	3,069	2,998	2,978
부산	241	304	362	412	1,011	931	849	798	1,252	1,235	1,212	1,209
대구	43	62	88	121	813	783	766	734	856	844	854	855
인천	190	239	285	314	569	491	420	379	759	730	706	694
광주	6	15	36	43	526	528	507	502	531	543	544	545
대전	16	23	21	28	466	461	499	500	481	483	521	528
울산	57	88	117	122	362	327	304	300	419	415	421	422
경기	486	657	845	963	2,610	2,320	2,057	1,905	3,095	2,977	2,903	2,869
강원	15	32	64	89	494	466	418	390	509	498	483	479
충북	54	73	90	104	334	338	321	306	388	412	411	410
충남	27	46	71	92	531	512	487	463	558	558	559	555
전북	19	27	40	53	451	435	423	413	470	462	463	466
전남	9	15	37	57	516	510	489	482	525	525	527	539
경북	48	96	128	166	877	831	780	747	924	927	909	913
경남	240	294	356	397	950	917	870	842	1,190	1,211	1,227	1,240
제주	43	53	62	66	141	134	125	125	184	187	188	190
합계	2,670	3,426	4,225	4,746	12,625	11,651	10,707	10,146	15,295	15,077	14,932	14,893
비율	17.5%	22.7%	28.3%	31.9%	82.5%	77.3%	71.7%	68.1%	100.0%	100.0%	100.0%	100%

* 출처: 한국케이블TV방송협회(KCTA)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



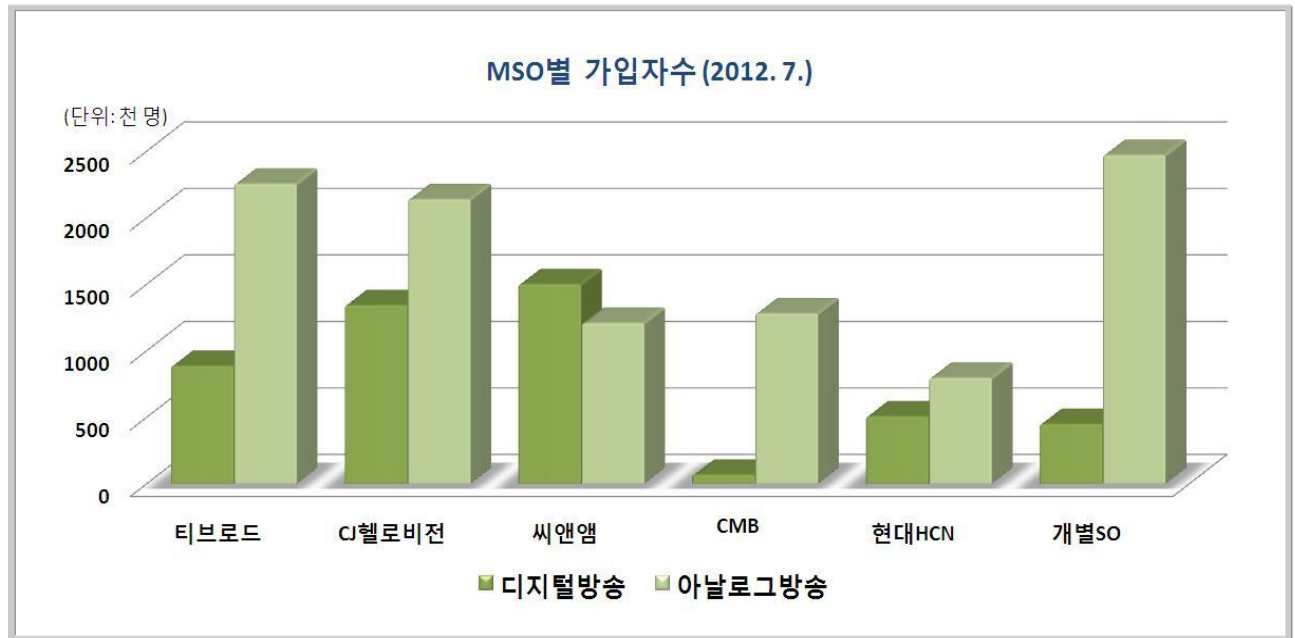
7월 말 케이블TV MSO별 가입자 기준으로는 'CJ헬로비전'이 348만 명으로 가장 많은 가입자를 확보하고 있는 것으로 집계되었다. 디지털방송 가입자 수에서는 '씨앤엠(150만)'이, 아날로그방송 가입자 수는 '티브로드(225만)'가 가장 많았다. '씨앤엠'은 다른 MSO와는 달리 디지털방송 가입자의 수가 아날로그방송 가입자 수보다 많았다.

2. 케이블TV MSO별 가입자 (대수 기준)

(단위: 천 명)

구분	SO수	디지털방송				아날로그방송				합계			
		2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 7.	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 7.	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 7.
티브로드	22개사	464	590	757	885	2,947	2,644	2,427	2,254	3,411	3,234	3,185	3,320
CJ헬로비전	19개사	785	995	1,197	1,341	1,756	2,102	2,249	2,138	2,540	3,097	3,446	3,479
씨앤엠	18개사	741	953	1,394	1,499	1,421	1,316	1,317	1,208	2,161	2,269	2,712	2,707
CMB	9개사	29	43	51	67	1,256	1,247	1,293	1,280	1,285	1,290	1,344	1,348
현대HCN	8개사	296	386	448	505	1,055	952	869	795	1,351	1,338	1,318	1,301
소계	76개사	2,508	3,172	3,850	4,299	9,255	8,504	8,157	7,675	11,763	11,676	12,007	11,974
개별SO	18개사	162	253	375	448	3,370	3,147	2,549	2,471	3,532	3,400	2,924	2,918
합계	94개사	2,670	3,426	4,225	4,746	12,625	11,651	10,707	10,146	15,295	15,077	14,932	14,892

* 출처: 한국케이블TV방송협회(KCTA)





IPTV 가입자는 월평균 10만 명 이상 꾸준히 증가하고 있다. IPTV는 9월 말 현재 608만 명의 가입자를 확보하며 1월 500만 가입자를 돌파한지 8개월 만에 600만 명을 돌파했다. 통신사별 가입자는 KT 'olleh tv'가 373만 명으로 가장 많고, SKT 'BTV'가 131만 명, 'U+TV'가 99만 명을 기록하고 있다. 1위 사업자인 'olleh tv'는 적극적인 마케팅을 통해 2, 3위와의 격차를 계속해서 벌려가고 있다. LG U+는 10월 16일 구글과의 협력을 통해 구글TV 플랫폼을 탑재한 'u+tv G'를 출시하며 반격을 노리고 있다. 상품 가격을 9,900원으로 책정하여 SKT와 KT의 IPTV 서비스보다 저렴한 편이다.

4. IPTV 가입자

(단위 : 천 명)

구분	2009. 12.	2010. 12.	2011. 12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
olleh tv (KT)	1,174 (1,009)	2,085 (1,727)	3,076 (2,810)	3,147 (2,885)	3,231 (2,976)	3,316 (3,067)	3,406 (3,162)	3,484 (3,245)	3,570 (3,338)	3,641 (3,419)	3,713 (3,496)	3,783 (3,577)
BTV (SKT)	856 (402)	948 (735)	982 (883)	1,004 (912)	1,032 (947)	1,067 (987)	1,105 (1,031)	1,145 (1,076)	1,187 (1,121)	1,229 (1,167)	1,267 (1,209)	1,307 (1,253)
u+tv (LG U+)	344 (330)	627 (624)	878 (877)	888 (886)	898 (896)	905 (904)	916 (915)	932 (931)	946 (945)	959 (958)	970 (969)	988 (987)
합계	2,374 (1,741)	3,660 (3,086)	4,936 (4,570)	5,039 (4,683)	5,161 (4,819)	5,288 (4,958)	5,427 (5,108)	5,561 (5,252)	5,734 (5,404)	5,828 (5,544)	5,950 (5,674)	6,078 (5,817)

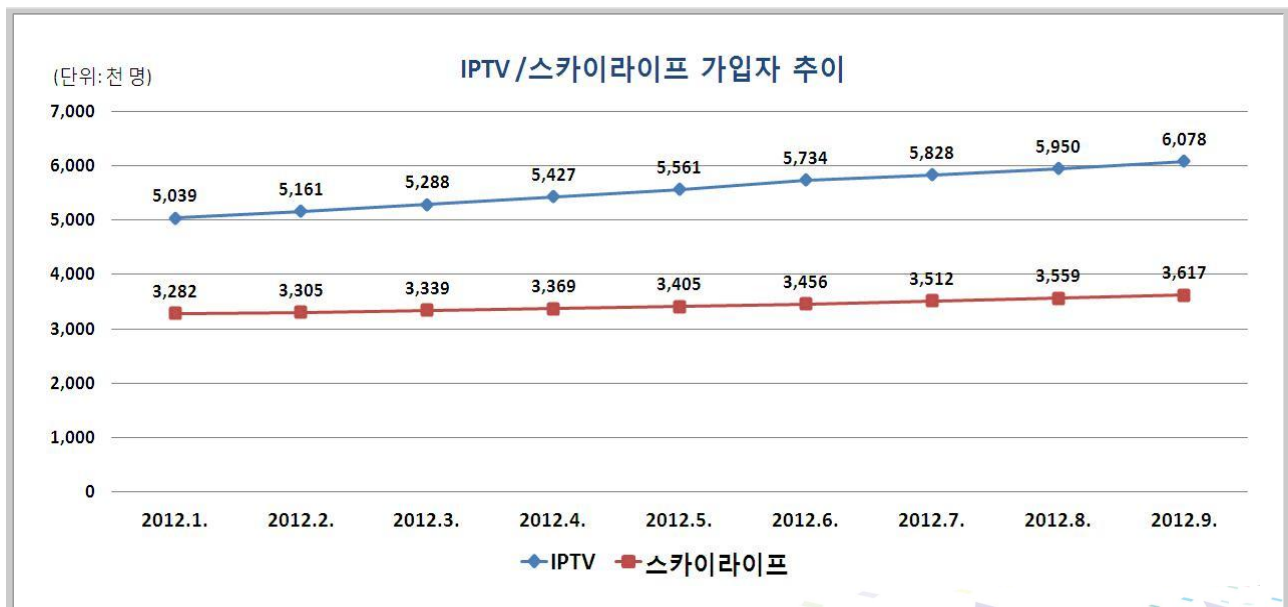
* 백 단위에서 반올림, 괄호 안은 실시간 채널 가입자
* 출처: 한국디지털미디어산업협회

5. 스카이라이프 가입자

(단위 : 천 명)

구분	2009. 12.	2010. 12.	2011. 12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
SkyLife 단품	2,371	2,183	2,058	2,049	2,039	2,034	2,031	2,032	2,032	2,029	2,024	2,023
OTS	87	643	1,204	1,233	1,266	1,305	1,338	1,374	1,425	1,483	1,536	1,594
합계	2,457	2,826	3,262	3,282	3,305	3,339	3,369	3,405	3,456	3,512	3,559	3,617

* 백 단위에서 반올림
* 출처: kt skylife(<http://ktskyllife.co.kr>)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



10 광고

9월 인터넷 노출형 광고는 상위 30개 업체의 매출액이 606억 원을 기록한 것으로 집계되어 8월(548억 원) 대비 58억 원 증가했다. 3대 포털인 '네이버', '다음', '네이트'의 점유율 합계는 8월(76.2%)에 비해 1.3%p 상승한 77.5%를 기록하며 타매체 대비 압도적인 우위를 유지했다. 특히 4위를 기록하던 '야후 코리아'가 올해 말 철수하기로 결정됨에 따라 상위 3개 포털의 시장 과점은 더욱 강화될 것으로 예상된다. 7월 말 인터넷포털 '파란'이 서비스를 중지한지 몇 달 안 되어 '야후 코리아'도 철수를 결정한 것은 검색 점유율 1% 미만을 밑도는 부진을 헤어나오기 힘들다고 판단했기 때문이다. 자회사 오버추어코리아와 네이버·다음의 계약이 종료된 것도 철수 결정에 영향을 미쳤다. 검색광고 분야에서 수익을 내며 야후코리아의 적자를 메꾸던 오버추어코리아는 협력관계에 있던 네이버·다음에 매출의 상당부분을 의존했었지만, 네이버·다음이 자체 플랫폼을 구축하기로 함에 따라 경쟁력을 급속히 잃었다.

▶ 인터넷 노출형 광고 현황

1. 매체별 인터넷 노출형 광고 TOP 30 (9월)

순위	매체	광고수	캠페인수	브랜드수	점유율	광고비(천원)
1	naver.com	1,024	613	325	32.4%	20,660,324
2	daum.net	967	545	303	28.5%	18,204,981
3	nate.com	806	367	190	16.6%	10,595,709
4	kr.yahoo.com	507	219	99	5.5%	3,483,037
5	joinsmsn.com	367	144	99	2.1%	1,336,548
6	donga.com	350	219	152	0.8%	481,321
7	chosun.com	245	114	63	0.7%	467,764
8	pandora.tv	190	125	93	0.6%	382,846
9	sportsseoul.com	291	138	83	0.6%	372,565
10	yonhapnews.co.kr	237	190	138	0.5%	337,593
11	ohmynews.com	240	155	124	0.5%	333,175
12	facebook.com	509	417	309	0.5%	320,229
13	zdnet.co.kr	180	70	42	0.5%	312,255
14	mk.co.kr	196	81	48	0.5%	309,191
15	inven.co.kr	264	73	44	0.4%	266,581
16	danawa.com	127	81	48	0.4%	263,048
17	etnews.com	128	77	50	0.4%	246,990
18	gamemeca.com	211	57	40	0.3%	222,961
19	ytn.co.kr	450	297	217	0.3%	219,854
20	ezday.co.kr	247	66	49	0.3%	204,632
21	kbs.co.kr	98	41	32	0.3%	190,253
22	maxmovie.com	255	78	51	0.3%	181,373
23	hankooki.com	124	53	34	0.3%	174,870
24	pressian.com	273	174	144	0.3%	161,684
25	khan.co.kr	261	144	111	0.2%	157,732
26	gomtv.com	37	33	18	0.2%	147,152
27	edaily.co.kr	99	38	30	0.2%	141,766
28	dreamwiz.com	197	144	93	0.2%	137,757
29	hankyung.com	97	44	38	0.2%	137,338
30	hani.co.kr	218	154	117	0.2%	133,374
	합계	9,195	4,951	3,184	94.8%	60,584,903

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

* 출처: 리서치애드(www.researchad.com)



9월 광고주별 인터넷 노출형 광고에서는 '삼성전자'가 8월(35억 원) 대비 크게 줄어든 22억 원의 광고를 집행했지만 이베이코리아(20억 원)와의 근소한 차이로 3개월 째 1위를 유지했다. 16억 원을 집행한 'SK플래닛'이 3위를 기록했고, '에이블씨엔씨'가 15억 원으로 3위에 올랐다. '에이블씨엔씨'는 중저가 화장품 브랜드 미샤를 소유한 화장품 제조업체이다.

한편 상위 30대 광고주의 인터넷 노출형 광고 점유율은 42.1%, 집행금액은 269억 원으로 나타났다. 이는 8월 점유율 47.1%(275억 원)에 비해 집행금액과 비중이 다소 감소한 수치이다.

2. 광고주별 인터넷 노출형 광고 TOP 30 (9월)

순위	광고주	광고수	캠페인수	점유율	광고비(천원)
1	삼성전자	141	38	3.4%	2,177,070
2	이베이코리아	261	120	3.2%	2,033,745
3	SK플래닛	113	38	2.5%	1,604,096
4	에이블씨엔씨	28	4	2.3%	1,457,866
5	블리자드엔터테인먼트	87	3	2.1%	1,345,442
6	현대캐피탈	69	14	1.8%	1,178,134
7	이마트	193	79	1.7%	1,116,286
8	삼성	72	10	1.6%	1,022,131
9	삼성화재	79	10	1.5%	958,416
10	한국피앤지	102	32	1.5%	952,744
11	포워드벤처스엘엘씨	65	24	1.5%	945,062
12	기아자동차	70	6	1.4%	874,367
13	엔터메이트	59	22	1.4%	870,579
14	신영와코루	29	2	1.3%	849,757
15	아모레퍼시픽	103	15	1.3%	833,803
16	농협	39	5	1.2%	757,758
17	밝은성모안과	51	4	1.1%	716,678
18	두산	12	2	1.0%	646,734
19	CJEnM픽쳐스	50	18	1.0%	644,381
20	한국지엠	23	4	1.0%	643,091
21	SK브로드밴드	23	4	1.0%	642,954
22	하나은행	17	6	0.9%	605,388
23	롯데쇼핑롯데엔터테인먼트	46	14	0.9%	566,709
24	ford motor	55	3	0.9%	563,994
25	계룡건설	4	2	0.8%	512,812
26	롯데칠성음료	36	6	0.8%	490,992
27	노바티스	51	9	0.8%	486,990
28	넥슨	89	16	0.8%	486,770
29	한국존슨앤드존슨	37	6	0.7%	475,020
30	네오위즈게임즈	100	12	0.7%	471,385
합계		2,104	528	42.1%	26,931,154

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

* 출처: 리서치애드(www.researchad.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

9월 검색광고시장 광고주 수는 147,000개를 기록했다. 145,000개를 기록했던 8월과 비교하여 1.2%(2,000개)가 증가했다. 매체별 점유율에서는 '네이버'가 36.5%로 1위를, '오버추어-네이버 공동집행'이 13.6%로 2위를 기록했고, '네이트'는 11.5%로 3위에 올랐다.

전체적인 추이를 보면 '네이버'는 등락을 반복하며 연초이후 점유율을 계속해서 높여가고 있고, 오버추어는 심한 변동 속에서 하락 추세가 이어지고 있다. 최근 모기업인 야후코리아와 함께 오버추어가 연말에 한국에서 철수하기로 결정함에 따라 검색광고 시장에 급격한 변동이 있을 것으로 예상된다.

➤ 검색광고 현황

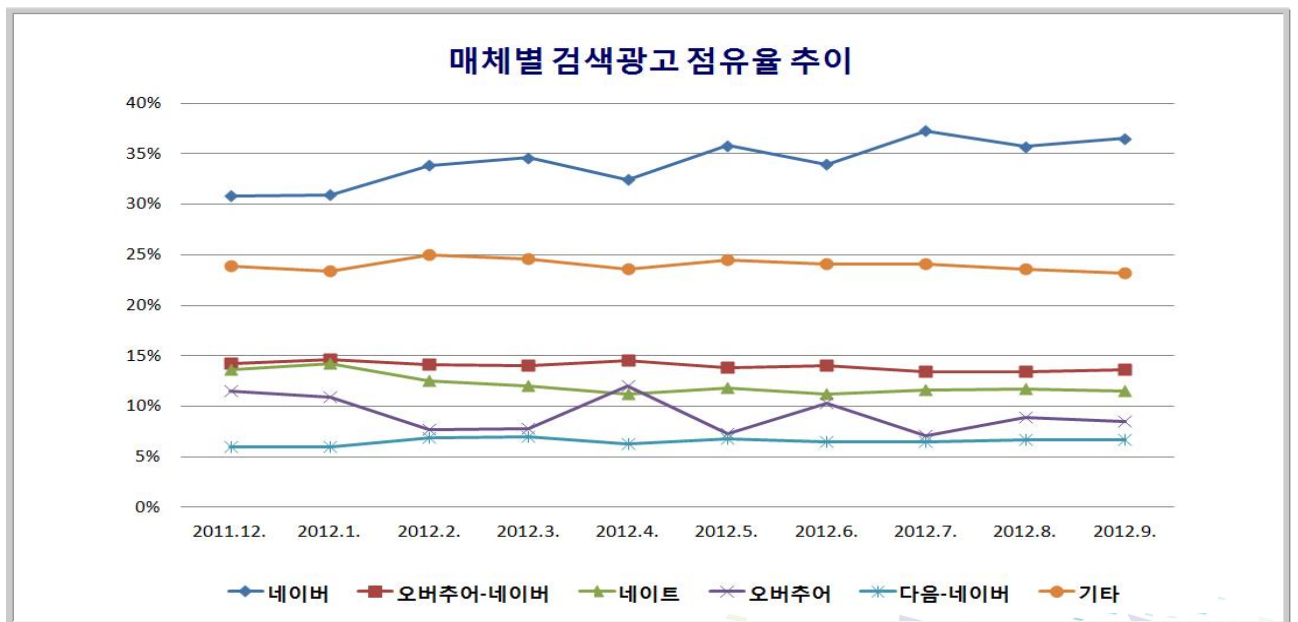
1. 전체 광고주 수 (2011. 12. ~ 2012. 9.)

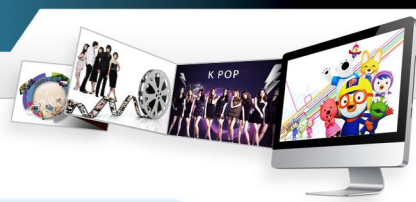
구분	2011. 12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	전월대비 증감율
광고주 수	150,300	151,500	137,600	140,100	148,000	142,500	148,000	144,000	145,000	147,000	1.2%

2. 매체별 점유율 (2011. 12. ~ 2012. 9.)

구분	2011. 12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	전월대비 증감율
네이버	30.8%	30.9%	33.8%	34.6%	32.4%	35.8%	33.9%	37.3%	35.7%	36.5%	0.8%p
오버추어-네이버	14.2%	14.6%	14.1%	14.0%	14.5%	13.8%	14.0%	13.4%	13.4%	13.6%	0.2%p
네이트	13.6%	14.2%	12.5%	12.0%	11.2%	11.8%	11.2%	11.6%	11.7%	11.5%	-0.2%p
오버추어	11.5%	10.9%	7.7%	7.8%	12.0%	7.3%	10.3%	7.1%	8.9%	8.5%	-0.4%p
다음-네이버	6.0%	6.0%	6.9%	7.0%	6.3%	6.8%	6.5%	6.5%	6.7%	6.7%	0%p
기타	23.9%	23.4%	25%	24.6%	23.6%	24.5%	24.1%	24.1%	23.6%	23.2%	-0.4%p
합계	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-

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





11

지식정보

9월에는 인터넷 이용률이 전체적으로 떨어지며 각 웹사이트의 방문자 및 페이지뷰, 체류시간이 전반적으로 하락했다. 9월 국내 인터넷 웹사이트 종합 순위(순방문자수 기준)에서는 '네이버'와 '다음'이 1, 2위에 올랐다. 순방문자수는 3,207만 명과 2,841만 명으로 인터넷 이용자 중 도달률이 각각 95.5%, 84.6%에 달했다. 네이버의 경우 월평균 319분(5시간 19분)의 체류시간을 기록했다. '다음'의 체류시간은 네이버에 비해 다소 떨어지는 237분(3시간 57분)이었다. 체류시간 기준 3위인 '네이트'는 95분을 기록했다.

상위 15개 웹사이트는 크게 포털·미디어·쇼핑으로 구분되며, 해당 사이트들은 월간 순방문자는 1,300만 명 이상, 일간 순방문자수는 130만 명 이상을 기록했다. 해당 기록은 PC를 통해 접속한 기록을 산출한 것으로, 스마트폰·태블릿 등 모바일 기기 이용량을 합산하면 훨씬 높은 수치를 기록할 것이다.

▶ 웹사이트 종합 순위 TOP 15 (9월)

순위	순위			도메인	월간 순방문자 ¹⁷⁾	도달률 (%) ¹⁸⁾	일간 순방문자	월평균 체류시간(분) ¹⁹⁾	월평균 재방문일수(일) ²⁰⁾	월평균 페이지뷰(회수) ²¹⁾	순방문자 증감률(%)
	9월	8월	7월								
1	1	1	naver.com	32,068,417	95.5	12,609,269	318.7	11.9	595.6	-0.3	
2	2	2	daum.net	28,409,707	84.6	8,842,301	236.7	9.4	437.9	-1.8	
3	3	3	tistory.com	19,095,904	56.9	2,052,120	10.8	3.2	10.4	-5.4	
4	4	4	nate.com	17,666,062	52.6	3,948,477	94.7	6.7	156.3	-5.3	
5	5	5	mk.co.kr	15,953,786	47.5	1,914,500	10.0	3.6	10.0	-10.8	
6	6	6	chosun.com	15,769,875	47.0	2,091,337	19.3	4.0	21.2	-7.8	
7	7	9	joinsmsn.com	15,466,972	46.1	1,903,641	13.6	3.7	16.0	-5.8	
8	11	10	auktion.co.kr	14,826,049	44.2	1,922,609	50.1	3.9	104.2	-3.0	
9	13	8	gmarket.co.kr	14,807,522	44.1	1,905,903	42.6	3.9	81.5	-1.6	
10	8	7	cyworld.com	14,323,120	42.7	1,924,879	21.8	4.1	50.7	-8.8	
11	9	12	hankyung.com	14,095,196	42.0	1,394,618	7.6	3.0	6.7	-8.1	
12	10	11	donga.com	14,036,978	41.8	1,451,806	11.0	3.1	13.0	-8.3	
13	14	15	mt.co.kr	13,787,828	41.1	1,363,074	7.6	3.0	6.4	-7.0	
14	16	13	11st.co.kr	13,635,988	40.6	1,513,031	28.4	3.4	48.1	-3.1	
15	12	14	hankooki.com	13,382,643	39.9	1,448,618	10.5	3.3	16.2	-11.4	

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

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

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

18) 도달률: 전체 인터넷 이용자수 대비 순방문자수의 비율

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

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

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

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



9월 주요 서비스별 웹사이트 순위에서는 2강 체제가 이어졌다. <검색 서비스> 및 <커뮤니티 서비스> 분야에서 '네이버'의 높은 시간점유율(74.4%, 60.7%)이 유지되었고, <이메일 서비스>에서의 '다음'의 강세(시간점유율 43.2%) 또한 변함은 없었다. KT의 자회사인 KTH가 운영하던 '파란닷컴'은 포털 서비스 종료로 인해 이메일 등의 순위에서 모두 사라졌다. 한편 상위 2개 서비스('네이버'와 '다음')의 시간점유율은 전체 검색 서비스의 92.3%, 커뮤니티 서비스의 94%, 이메일 서비스의 75.1%에 이르는 것으로 집계되었다. <커뮤니티 서비스>에서는 '싸이월드'의 지속적인 하락 추세가 눈에 띈다. 5월부터 9월까지 7.2% - 6.0% - 5.5% - 5.2% - 4.2%의 시간점유율을 기록하며 가파르게 이용률이 떨어지고 있다. 이는 강력한 경쟁서비스 '페이스북'의 이용률 증가에 따른 영향으로 보인다.

▶ 주요 서비스별 웹사이트 순위 (9월)

1. 검색 서비스

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	월평균체류시간(분)	월평균재방문일수(일)	시간점유율(%)	증감률(%)
1	naver.com	29,347,657	87.4	65.4	9.3	74.4	-0.6
2	daum.net	18,854,722	56.2	24.4	6.8	17.9	-3.7
3	nate.com	9,892,669	29.5	5.6	2.9	2.1	-10.3
4	google.co.kr	6,993,914	20.8	14.3	3.2	3.9	-5.4
5	yahoo.co.kr	3,793,626	11.3	3.3	2.4	0.5	1.8
6	zum.com	3,258,923	9.7	4.6	2.9	0.6	-3.9
7	google.com	1,624,152	4.8	8.6	2.7	0.5	-10.0
8	dreamwiz.com	263,899	0.8	1.2	1.7	0.0	6.5
9	joinsmsn.com	186,882	0.6	4.6	1.7	0.0	-23.8
10	bing.com	173,632	0.5	5.8	2.2	0.0	-15.9

2. 커뮤니티 서비스

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	월평균체류시간(분)	월평균재방문일수(일)	시간점유율(%)	증감률(%)
1	naver.com	28,247,273	84.1	105.9	7.4	60.7	-2.2
2	daum.net	22,768,027	67.8	72.0	5.5	33.3	-4.4
3	cyworld.com	8,862,151	26.4	23.6	3.0	4.2	-10.6
4	google.com	2,372,544	7.1	3.5	2.1	0.2	-12.2
5	yahoo.co.kr	1,956,135	5.8	5.2	2.0	0.2	-17.7
6	joinsmsn.com	916,407	2.7	3.0	1.3	0.1	-14.0
7	chol.com	604,203	1.8	1.0	1.1	0.0	4.8
8	nate.com	557,122	1.7	76.5	4.3	0.9	-12.4
9	sayclub.com	249,653	0.7	78.4	5.1	0.4	-21.1
10	dreamwiz.com	232,227	0.7	6.6	2.1	0.0	-35.2

3. 이메일 서비스

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	월평균체류시간(분)	월평균재방문일수(일)	시간점유율(%)	증감률(%)
1	naver.com	16,685,681	49.7	45.7	5.8	31.9	-5.2
2	daum.net	15,481,871	46.1	66.7	6.9	43.2	-6.5
3	nate.com	8,553,294	25.5	46.9	6.1	16.8	-7.3
4	google.com	1,830,855	5.5	39.0	3.7	3.0	-2.5
5	live.com	803,435	2.4	42.8	5.1	1.4	-7.6
6	korea.com	718,111	2.1	66.0	7.5	2.0	1.0
7	dreamwiz.com	566,296	1.7	48.1	6.3	1.1	-17.4
8	yahoo.co.kr	474,961	1.4	18.3	4.3	0.4	-15.6
9	chol.com	207,557	0.6	14.5	4.3	0.1	34.2
10	freechal.com	49,402	0.2	7.5	2.8	0.0	-53.3

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임(모바일 제외)

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



주제별 웹사이트 순위에서는 <뉴스/미디어> 분야의 사이트들이 1,000만 명 이상의 많은 순방문자를 기록한 대신 짧은 20분 미만의 짧은 월평균체류시간을 기록했다. ‘조선닷컴’, ‘동아일보’, ‘한국일보’, ‘매일경제’의 순으로 평균 체류시간이 높았다. ‘G마켓’, ‘옥션’, ‘11번가’, ‘인터파크’ 등의 전자상거래 사이트들은 순방문자수가 <뉴스/미디어>에 비해 작았지만 평균체류시간은 대체적으로 20분 이상을 기록했다(인터파크 제외). 특히 이베이 코리아에서 운영하는 ‘옥션’과 ‘G마켓’은 도달률 44%에 이르는 높은 이용률로 1, 2위에 올랐고, 전자상거래 시장의 25%를 차지(시간점유율 기준)하는 것으로 나타났다. 최근 부각된 소셜커머스 중에서는 ‘쿠팡’이 819만 명의 순방문자와 24분의 체류시간을 기록하며 5위에 올랐고, ‘티켓몬스터’가 9위에 오르며 지속적인 영향력을 확인했지만, 순방문자수는 10% 이상 하락했다.

▶ 주제별 웹사이트 순위 TOP 5 (9월)

1. 뉴스 / 미디어

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	증감률(%)
1	mk.co.kr	15,953,786	47.5	10.0	3.6	10.0	5.9	-10.8
2	chosun.com	15,769,875	47.0	19.3	4.0	21.2	11.2	-7.8
3	hankyung.com	14,095,196	42.0	7.6	3.0	6.7	4.0	-8.1
4	donga.com	14,036,978	41.8	11.0	3.1	13.0	5.7	-8.3
5	mt.co.kr	13,787,828	41.1	7.6	3.0	6.4	3.8	-7.0
6	hankooki.com	13,382,643	39.9	10.5	3.3	16.2	5.2	-11.4
7	asiae.co.kr	12,053,812	35.9	8.1	2.9	9.9	3.6	-15.3
8	seoul.co.kr	11,202,146	33.4	6.4	2.6	4.3	2.6	-6.5
9	sbs.co.kr	10,498,063	31.3	8.3	2.3	9.0	3.2	-9.2
10	heraldm.com	10,018,860	29.8	4.9	2.5	3.4	1.8	-7.9

2. 전자상거래

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	증감률(%)
1	auction.co.kr	14,826,049	44.2	50.1	3.9	104.2	13.5	-3.0
2	gmarket.co.kr	14,807,522	44.1	42.6	3.9	81.5	11.5	-1.6
3	11st.co.kr	13,635,988	40.6	28.4	3.4	48.1	7.0	-3.1
4	interpark.com	8,377,638	25.0	13.0	2.3	24.2	2.0	-11.7
5	coupang.com	8,192,309	24.4	23.7	3.3	29.5	3.5	-11.3
6	cjmall.com	7,158,407	21.3	28.7	3.6	54.7	3.7	-3.0
7	lotte.com	6,939,739	20.7	22.7	3.1	35.6	2.9	3.8
8	gsshop.com	6,254,385	18.6	24.8	3.2	52.3	2.8	-3.2
9	ticketmonster.co.kr	5,998,115	17.9	23.4	3.1	29.2	2.6	-13.4
10	lotteimall.com	5,995,038	17.9	23.1	3.2	48.9	2.5	2.2

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

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

〈엔터테인먼트 분야〉에서는 전체적으로 순방문자수가 급감한 가운데, ‘강남스타일’ 열풍의 진원지 ‘유튜브’가 26.8%의 시간점유율을 기록하며 타서비스를 압도했다. ‘유튜브’는 전월대비 5.7% 감소한 951만 명의 순방문자수와 21.3분의 평균체류시간을 기록했다. ‘유튜브’와 같은 동영상 스트리밍 서비스를 제공하는 ‘판도라(pandora.tv)’와 ‘곰TV(gomtv.com)’, ‘엠군(mgoon.com)’는 순방문자수에서 2, 3, 5위를 기록했다. 영화 포털인 ‘CGV’와 ‘롯데시네마’는 각각 306만 명(11.8분), 164만 명(9.3분)의 순방문자수를 기록하며 4위와 6위에 올랐다.

〈SNS/커뮤니티 분야〉에서는 ‘페이스북’과 ‘티스토리(tistory.com)’가 강세를 보였다. ‘페이스북’은 1,190만 명의 순방문자와 높은 체류시간(45분)을 기반으로 해당분야 31%의 시간점유율을 기록했다. 모바일기기를 통한 이용률이 높은 SNS의 특성상 페이스북의 실제 이용시간은 45분보다 훨씬 높을 것으로 예상된다. 이밖에 ‘SLR클럽(slclub.com)’과 ‘일베저장소(ilbe.com)’, ‘DC인사이드(dcinside.com)’가 적은 순방문자수에도 불구하고 각각 83분, 22분, 18분의 평균이용시간을 기록하며 높은 충성도를 보였다.

3. 엔터테인먼트

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	증감률(%)
1	youtube.com	9,513,448	28.3	21.3	2.8	22.3	26.8	-5.7
2	pandora.tv	4,599,317	13.7	9.9	1.6	7.8	6.0	-15.5
3	gomtv.com	3,722,348	11.1	4.2	1.5	5.8	2.1	-5.3
4	cgv.co.kr	3,062,399	9.1	11.8	1.9	17.6	4.8	-34.7
5	mgoon.com	2,134,855	6.4	4.4	1.3	3.2	1.3	-10.0
6	lottecinema.co.kr	1,643,549	4.9	9.3	1.6	12.5	2.0	-37.4
7	moviejoy.com	1,269,016	3.8	1.1	1.2	1.6	0.2	-34.1
8	redfile.co.kr	1,191,405	3.6	3.0	2.2	5.8	0.5	-23.8
9	melon.com	1,156,096	3.4	11.1	1.7	20.5	1.7	-14.0
10	tstore.co.kr	1,011,249	3.0	4.7	1.5	9.4	0.6	190.6

4. SNS/커뮤니티

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	증감률(%)
1	tistory.com	19,095,904	56.9	10.8	3.2	10.4	12.0	-5.4
2	facebook.com	11,900,747	35.5	44.5	3.9	88.6	31.0	-4.4
3	dcinside.com	6,912,230	20.6	17.8	2.2	42.9	7.2	-14.9
4	twitter.com	5,947,438	17.7	7.7	2.3	11.6	2.7	-16.0
5	egloos.com	4,434,196	13.2	5.0	1.7	6.4	1.3	-7.9
6	twitpic.com	2,989,376	8.9	2.5	2.1	3.6	0.4	13.2
7	me2day.net	2,624,955	7.8	3.8	1.8	8.1	0.6	-10.5
8	ilbe.com	2,187,026	6.5	22.4	1.8	52.9	2.9	3.5
9	yfrog.com	1,189,169	3.5	1.3	1.3	2.2	0.1	-49.9
10	slclub.com	1,109,465	3.3	82.7	4.0	258.4	5.4	-11.8

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임(모바일 제외)

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)





9월 인터넷 평균 이용시간(PC)은 8월(1,851분) 대비 191분(10.3%) 감소한 1,660분으로 나타났다. 이는 8월 대비 하루가 짧고, 추석 연휴의 영향이 큰 것으로 보인다. 연령별 구분에서 인터넷 이용시간이 가장 높은 집단은 '25~29세'로 평균 2,368분을 기록했다. 그밖에 30세에서 44세까지의 연령층은 2000분 이상의 이용시간을 보였고, 그 이상의 연령층에서는 확연히 떨어지는 이용시간을 기록했다. 또한 '19세~24세' 집단은 1,392분으로 상대적으로 짧은 이용시간을 기록했는데, 이같은 차이는 해당 연령대에서 재수 등 대학 입시생이 포함되며, 수업출석 및 기타 활동이 많은 대학생의 이용특성 때문으로 추정된다. 그 이상의 연령대는 직장인들이 많기 때문에 업무 관련 인터넷 이용시간이 높게 나타난다. 또한 활동성이 높은 젊은 연령층은 PC보다는 모바일기기에 대한 이용 의존도가 높으므로 PC를 통한 인터넷 이용시간이 낮게 집계되는 것도 고려사항이다.

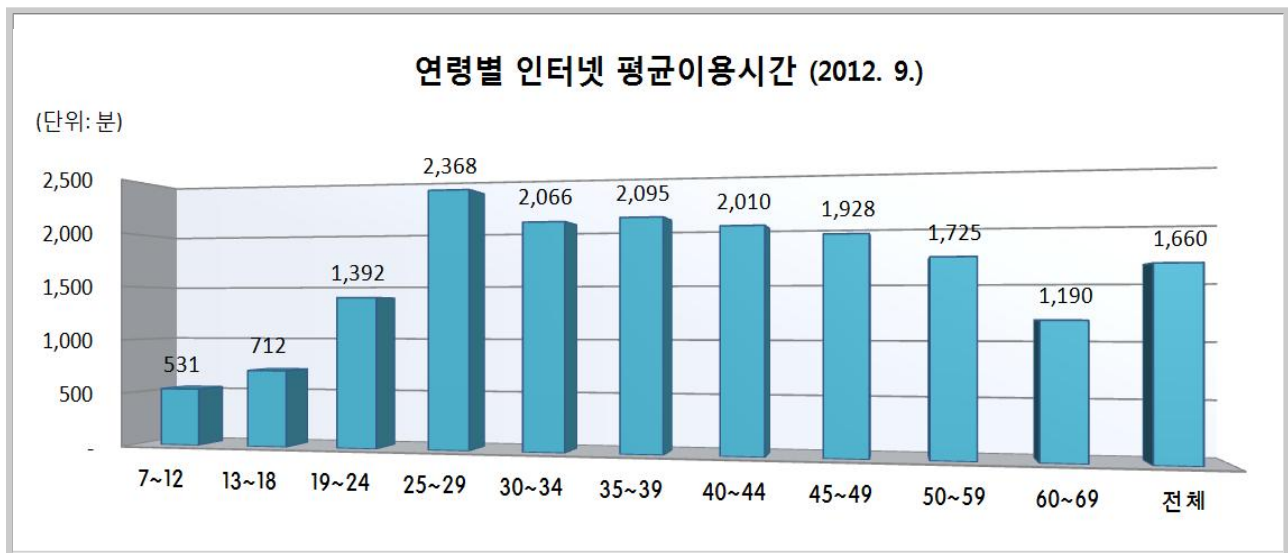
▶ 인터넷 이용 현황 (PC)

1. 연령별 인터넷 이용 현황 (2012. 9.)

연령	순방문자	순방문자비중(%)	방문사이트수	인터넷이용일수(일)	평균페이지뷰	평균이용시간(분)
7~12	2,573,075	7.7	26.0	10.5	1,089.6	531.2
13~18	3,666,988	10.9	37.3	11.1	1,562.2	711.9
19~24	3,773,400	11.2	62.1	13.2	2,855.6	1,392.0
25~29	3,277,790	9.8	89.8	16.7	4,658.5	2,368.1
30~34	3,769,993	11.2	76.6	16.1	3,984.1	2,066.2
35~39	3,678,203	11.0	76.8	16.7	3,970.0	2,095.3
40~44	3,881,314	11.6	69.6	16.7	3,654.1	2,010.0
45~49	3,246,373	9.7	63.2	15.9	3,580.8	1,928.3
50~59	4,460,760	13.3	58.9	15.5	3,089.8	1,724.9
60~69	1,230,483	3.7	44.9	13.3	2,183.0	1,189.5
전체	33,558,379	100.0	62.5	14.8	3,172.9	1,660.0

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임(모바일 제외)

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



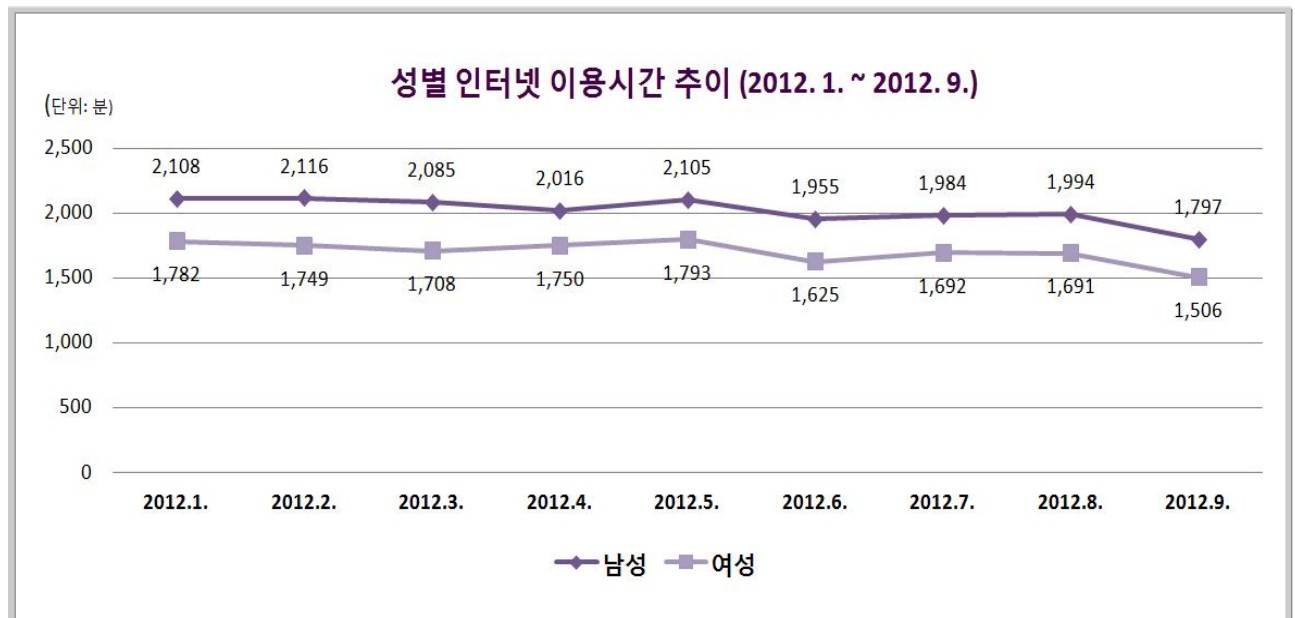
성별 / 연령별 인터넷 이용시간 추이에서는 개학을 맞아 초·중·고등학생들의 평균 이용시간이 8월 대비 20%이상 급감했다. 추석연휴 등의 이유로 다른 연령대에서도 이용시간이 줄어들었다. 성별 기준으로는 남성의 이용시간이 1,797분(하루 60분), 여성은 1,506분(하루 50분)으로 291분(하루 10분)의 차이를 보였다. 남성과 여성은 이용시간 추이에서 확인할 수 있듯 300분 정도의 차이를 계속 유지하고 있다.

2. 성별 / 연령별 인터넷 이용시간 추이 (2012. 1. ~ 2012. 9.)

(단위 : 분)

구분	전체	남성	여성	7~12	13~18	19~24	25~29	30~34	35~39	40~44	45~49	50~59	60~69
2012. 1.	1,957	2,108	1,782	801	1,379	1,747	2,643	2,392	2,393	2,354	1,933	1,814	
2012. 2.	1,946	2,116	1,749	708	1,340	1,613	2,623	2,372	2,533	2,329	1,907	1,882	
2012. 3.	1,910	2,085	1,708	679	923	1,531	2,707	2,408	2,539	2,382	1,915	1,908	
2012. 4.	1,891	2,016	1,750	655	884	1,652	2,513	2,460	2,317	2,380	1,988	1,791	
2012. 5.	1,959	2,105	1,793	588	997	1,736	2,567	2,463	2,442	2,478	2,170	1,808	
2012. 6.	1,801	1,955	1,625	579	807	1,572	2,298	2,358	2,263	2,269	2,127	1,626	
2012. 7.	1,847	1,984	1,692	571	889	1,519	2,637	2,308	2,267	2,245	2,123	1,893	1,255
2012. 8.	1,851	1,994	1,691	700	939	1,556	2,531	2,348	2,232	2,232	2,107	1,900	1,247
2012. 9.	1,660	1,797	1,506	531	712	1,392	2,368	2,066	2,095	2,010	1,928	1,725	1,189

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



01 출판

02 만화

03 음악

04 영화

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



직업별 인터넷 이용 현황에서는 '사무직'의 월평균이용시간이 2,361분으로 900분을 기록한 '학생'에 비해 2.6배 많았다. 같은 직장인 중에서도 생산직의 이용시간이 1,611분으로 나타나 사무직과의 차이가 큰 것으로 나타났다.

가족소득별 인터넷 이용 현황에서는 가족소득이 '500만원 이상'인 집단의 이용시간이 1,765분으로 가장 많은 이용시간을 기록한 반면, '100~300만원'인 집단의 이용시간이 1,518분으로 가장 적은 시간을 이용하는 것으로 나타났다. 두 집단 간의 이용시간 차이는 247분으로 14%에 달한다.

3. 직업별 인터넷 이용 현황 (2012. 9.)

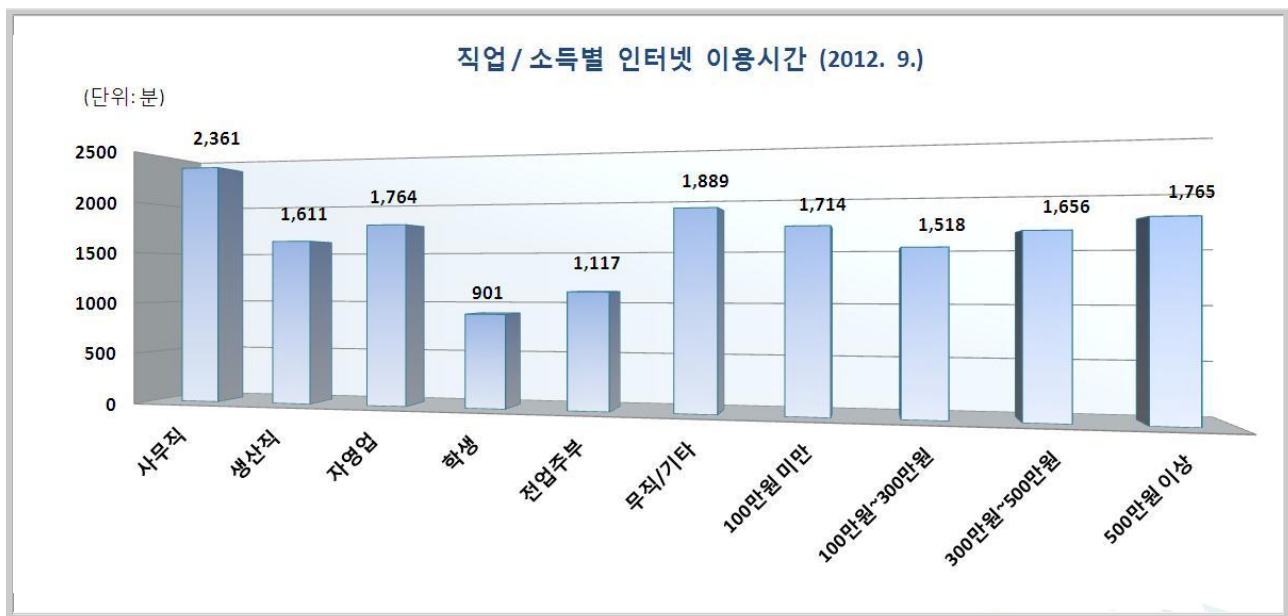
구분	순방문자	순방문자비중(%)	방문사이트수	인터넷이용일수(일)	평균페이지뷰	평균이용시간(분)
사무직	13,235,417	39.4	80.2	17.4	4,351.3	2,360.6
생산직	2,736,547	8.2	60.8	14.7	2,989.8	1,610.7
자영업	1,916,493	5.7	61.9	16.1	3,248.7	1,764.2
학생	10,124,283	30.2	44.3	11.7	1,921.6	900.9
전업주부	3,782,393	11.3	48.8	13.1	2,262.2	1,116.6
무직/기타	1,763,246	5.3	67.0	15.5	3,666.7	1,888.9
전체	33,558,379	100.0	62.5	14.8	3,172.9	1,660.0

4. 가족소득별 인터넷 이용 현황 (2012. 9.)

구분	순방문자	순방문자비중(%)	방문사이트수	인터넷이용일수(일)	평균페이지뷰	평균이용시간(분)
100만원 미만	1,005,652	3.0	62.6	14.5	3,614.2	1,713.8
100만원 ~ 300만원	7,762,292	23.1	59.4	14.4	2,939.8	1,517.6
300만원 ~ 500만원	14,240,382	42.4	62.8	14.9	3,148.0	1,656.0
500만원 이상	10,550,052	31.4	64.3	14.9	3,335.9	1,765.1
전체	33,558,379	100.0	62.5	14.8	3,172.9	1,660.0

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임(모바일 제외)

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



01

출판

02

만화

03

음악

04

공연

05

게임

06

영화

07

애니메이션

08

캐릭터

09

방송

10

광고

11

지식정보



애플리케이션 이용 순위에서는 <멀티미디어 분야>에서 동영상 재생 프로그램인 ‘곰플레이어’의 이용자가 가장 많은 것으로 나타났다. ‘곰플레이어’는 순이용자수 1,260만 명으로 월평균이용시간은 542분(하루 18분)에 달하는 것으로 추정되었다. ‘다음’의 ‘팟플레이어’는 도달률은 ‘곰플레이어’에 비해 낮았지만 월평균이용시간은 599분으로 조금 더 높았다. <P2P 분야>에서는 파일 공유 서비스 ‘uTorrent’의 이용자가 654만 명으로 가장 많았고, ‘N드라이브’, ‘유클라우드’, ‘다음 클라우드’ 등의 클라우드 서비스도 뒤를 이었다. 접속이 유지되는 클라우드 서비스의 특성상 월평균이용시간은 하루 평균 6시간 이상으로 매우 높게 나타났다.

▶ 애플리케이션 종류별 TOP 5 (9월)

1. 멀티미디어

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용시간(분)	평균재방문일수(일)	전월대비증감률(%)	일평균이용자
1	Gomtv	Gomplayer	12,599,596	37.5	542.2	5.2	-5.7	2,180,233
2	Microsoft	Microsoft Windows mediaplayer	7,059,387	21.0	252.9	2.6	-2.0	604,023
3	Daum	PotPlayer	3,221,461	9.6	599.2	4.9	2.5	516,865
4	Gomtv	Gomaudio	2,957,896	8.8	601.2	3.6	-3.5	350,535
5	Apple	iTunes	2,655,921	7.9	475.3	3.9	-0.7	345,690

2. P2P

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용시간(분)	평균재방문일수(일)	전월대비증감률(%)	일평균이용자
1	Utorrent	uTorrent	6,543,207	19.5	2240.2	7.6	2.2	1,642,540
2	Naver	N드라이브	1,165,966	3.5	5966.0	12.5	-8.9	473,595
3	Olleh	ucloud매니저	477,358	1.4	5157.5	11.2	-6.6	179,428
4	Daum	Daum 클라우드	440,977	1.3	6535.3	13.5	-5.5	193,295
5	Sharebox	ShareBox	431,975	1.3	113.8	2.9	-12.1	40,739

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



〈게임 분야〉에서는 넥슨의 ‘메이플 스토리’가 순이용자수 136만 명, 도달률 4%로 가장 많은 이용자수를 기록했지만, 월평균이용시간에서는 ‘리그 오브 레전드’가 1,071분을 기록하여, 615분을 기록한 ‘메이플 스토리’를 앞섰다. 특히 ‘메이플 스토리’는 순이용자수가 30%나 급감했음에 반해, ‘리그 오브 레전드’는 4.6% 하락으로 선방했다. 신작 효과를 누리던 ‘디아블로3’와 ‘블레이드 & 소울’은 순위권 밖으로 밀려났다.

〈기타 분야〉에서는 PDF 파일 뷰어 ‘아크로벳 리더’가 1,170만 명의 순이용자수를 기록하며 1위에 올랐고, 압축 프로그램 ‘알집’이 2위를 차지했다. 두 개 프로그램은 일평균 100만 명 이상의 이용자가 사용하는 것으로 나타났다. 이미지 뷰어 ‘알씨’는 635만 명의 순이용자수, 일평균 90만 명의 이용자를 기록하며 3위에 올랐다.

3. 게임

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용 시간(분)	평균재방문 일수(일)	전월대비 증감률(%)	일평균이용자
1	Nexon	Maple Story	1,356,767	4.0	614.8	4.7	-30.0	209,789
2	RIOT GAMES	League Of Legends	1,112,068	3.3	1070.7	6.8	-4.6	265,508
3	Hanbitsoft	Starcraft	1,085,096	3.2	439.1	4.3	-8.7	153,367
4	Pmang	FIFA Online 2	720,528	2.2	316.4	4.6	-32.3	111,995
5	Pmang	Pmang 뉴맛고	711,301	2.1	808.0	8.5	-12.9	206,280

4. 기타

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용 시간(분)	평균재방문 일수(일)	전월대비 증감률(%)	일평균이용자
1	Adobe	Adobe Acrobat Reader	11,699,705	34.9	352.3	4.2	1.3	1,626,054
2	Altools	Alzip	11,375,694	33.9	59.9	2.8	-2.5	1,073,737
3	Altools	Alsee	6,346,257	18.9	344.1	4.3	-6.9	898,320
4	Live	Sidebar Gadgets	2,381,853	7.1	4598.6	12.0	-1.7	930,856
5	Gobest	GoClean	1,723,711	5.1	26.7	3.1	1.8	176,516

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

9월 팟캐스트 순위에서는 <나는 꼼수다>, <주진우의 현대사>의 인기가 여전했고, <손석희의 시선집중>, <김어준의 뉴욕타임스>, <이상호 기자 발뉴스>, <이슈 털어주는 남자>, <뉴스타파> 등 뉴스 및 정치 논평 프로그램들이 인기를 끌었다. 작년 서울시장 재보궐선거 때 그랬듯, 12월 대선이 가까워짐에 따라 해당 장르의 인기는 더욱 높아질 것으로 보인다. 그밖에 <컬투쇼> 시리즈의 베스트 사연 모음이 3위를 지켰고, 기술·오락·디자인에 관련된 강의를 제공하는 <TEDTalks> 시리즈도 순위에 올랐다. 'CNN Student News', '이근철의 굿모닝 팝스', '일빵빵 스토리가 있는 영어회화' 등 어학 관련 프로그램도 꾸준한 인기를 모았다.

▶ 팟캐스트 종합 TOP 15 (9월)

순위	변동	제목	에피소드	카테고리	방송등록일	최종 업데이트
1	-	나는 꼼수다	63	뉴스 및 정치	2011. 04. 28.	2012. 09. 27.
2	-	주진우의 현대사	9	뉴스 및 정치	2012. 06. 19.	2012. 09. 21.
3	-	컬투쇼 레전드 사연 BEST 100	50	음악	2012. 06. 25.	2012. 07. 27.
4	△1	나는 꼼사리다	45	비즈니스	2011. 11. 19.	2012. 09. 21.
5	△1	두시탈출 컬투쇼	200	음악	2012. 05. 31.	2012. 09. 28.
6	△3	손석희의 시선집중	687	뉴스 및 정치	2010. 07. 16.	2012. 09. 29.
7	△4	김어준의 뉴욕타임스(Audio)	241	뉴스 및 정치	2009. 06. 22.	2012. 09. 28.
8	▽4	나는 판따라다	12	사회 및 문화	2012. 06. 11.	2012. 09. 25.
9	△4	이상호 기자 발뉴스	120	교육	2012. 05. 27.	2012. 09. 28.
10	▽2	이슈 털어주는 남자	192	뉴스 및 정치	2011. 12. 27.	2012. 09. 28.
11	▽4	최진기의 뉴스워크	61	교육	2011. 04. 19.	2012. 08. 31.
12	△5	CNN Student News (video)	5	교육	2012. 08. 24.	2012. 09. 28.
13	△3	뉴스타파	40	뉴스 및 정치	2012. 03. 21.	2012. 09. 29.
14	▽4	(공식) 이근철의 굿모닝 팝스	19	언어 교육 과정	2012. 07. 18.	2012. 09. 30.
15	▽3	일빵빵 스토리가 있는 영어회화	39	교육	2012. 06. 03.	2012. 09. 28.
16	▽2	TEDTalks 비즈니스	55	비즈니스	2006. 06. 27.	2012. 06. 08.
17	△23	세상을 바꾸는 시간, 15분	199	뉴스 및 정치	2011. 06. 06.	2012. 09. 19.
18	△6	FM 음악도시 성시경입니다	732	과학	2011. 06. 01.	2012. 09. 30.
19	△1	노동골든벨	10	코미디	2012. 07. 22.	2012. 08. 30.
20	▽2	TEDTalks 사회와 문화	51	사회 및 문화	2006. 07. 10.	2012. 04. 10.

* 출처: 팟빵 (www.podbbang.com), 9월 30일 기준



모바일 애플리케이션(스마트폰 및 태블릿용) 순위에서는 카카오톡 연동 게임의 효과가 거셌다. 수개월간 애플 앱스토어에서 매출기준 1위를 차지했던 JCE의 '룰 더 스카이'가 3위로 내려앉은 자리에 '애니팡 for Kakao'와 '아이러브커피 for Kakao'가 1, 2위로 올라섰다. '카카오톡'은 게임이 아닌 앱으로서는 유일하게 4위에 올랐다(아이폰 매출기준). 안드로이드 마켓에서도 매출 10위 안에 '애니팡', '아이러브커피', '바이킹아일랜드', '캔디팡' 이상 4개의 카카오톡 연동 게임이 순위권에 들며 게임앱 시장의 판도를 바꾸었다. 이는 그간 수익모델에 대한 의구심이 있던 SNS 서비스의 매출 확대 가능성을 본격적으로 증명하는 사례이다.

〈티스토어〉에서는 VOD 서비스의 강세가 두드러졌다. 다양한 최신영화를 업데이트함으로써 일반 애플리케이션이 강한 구글 플레이스토어와 차별화를 이루었고, 매출의 대부분이 VOD와 게임에서 발생했다. 하지만 최근 플레이스토어 역시 VOD와 전자책 서비스를 강화함으로써 해당 분야에서의 경쟁 역시 심해질 전망이다.

▶ 모바일 애플리케이션 TOP 10 (9월)

순위	앱스토어 (아이폰)			앱스토어 (아이패드)		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Bad Piggies	애니팡 for Kakao	애니팡 for Kakao	The Dark Knight Rises	Tiger Woods PGA TOUR 12 for iPad	FIFA 13 by EA SPORTS
2	The Dark Knight Rises	YouTube	아이러브커피 for Kakao	FIFA 13 by EA SPORTS	한게임 골든글러브	열혈강호(공식 디지털 코믹 1-57권 전권 수록)
3	FIFA 13 by EA SPORTS	MapleStory Live Deluxe	Rule the Sky™	Bad Piggies HD	태진노래방: 질러송 plus - ZillerSong Karaoke	Rule the Sky for iPad
4	스펙트럴 소울즈	내가그린 기린그림	KakaoTalk	스펙트럴 소울즈	Podcasts	피쉬 아일랜드
5	Cartoon Wars Blade	아이러브커피 for Kakao	FIFA 13 by EA SPORTS	Asphalt 7: Heat	Tiny Troopers	풍! 인기동요•동화
6	Final Fight	Podcasts	피쉬 아일랜드	djay	Talking Lila the Fairy for iPad	풍운삼국 iPad 버전
7	Minecraft - Pocket Edition	Jewel Crash	풍운삼국	Minecraft - Pocket Edition	iTunes U	Tiny Farm®
8	Dragon Knight 4	Monster Tower	Tiny Farm®	Cartoon Wars Blade	pooq for iPad	삼국지천하제패W
9	Asphalt 7: Heat	카툰테마/ 배경화면-폰테마샵	삼국지천하제패W	AnyPlayerHD	다음 클라우드	스펙트럴 소울즈
10	루브르박물관展	DJMAX RAY by Neowiz	DJMAX RAY by Neowiz	Camera+ for iPad	Find My iPhone	Bad Piggies HD

순위	Play 스토어 (안드로이드)			티스토어 (안드로이드)	
	유료	무료	매출	유료	무료
1	Asphalt7 : Heat	캔디팡 for Kakao	애니팡 for Kakao	[VOD] 바람과 함께 사라지다	[VOD] 나는 왕이로소이다
2	Office Suite Pro6+(PDF&HD)	애니팡 for Kakao	아이러브커피 for Kakao	[VOD] 익스펜더블 2	[게임] 그란트리아
3	Paper Camera	Google Play services	Rule the Sky	[VOD] 어벤져스	T freemium
4	runtastic PRO	YouTube	바이킹아일랜드 for Kakao	[VOD] 맨 인 블랙 3	사이월드
5	FIFA12 by EA SPORTS	BouncyBall	이터니티 워리어스2	[VOD] 연가시	[게임] 레전드 오브 디펜스2
6	Granny Smith	KakaoTalk	Tiny Farm	[게임] 아스팔트 7: 히트	T 보이는 음성안내
7	Angry Birds Space Premium	틀린그림찾기 for Kakao	피쉬아일랜드 - FishIsland	[게임] 어메이징 스파이더맨	모바일 T world
8	Tasks	Street View on Google Maps	Fishing Superstars	[게임] 다크 나이트 라이즈	[게임] 블레이드Z
9	OceanHD	Maps	캔디팡 for Kakao	[게임] WinningEleven2012	[게임] 마이오션 the Pacific+
10	Sketch Book Mobile	Google+	배틀오브레전드(바하무트)	[게임] 뉴시여행4	[게임] 메이플스토리 도적편

* 출처: 앱애니, 티스토어 (국내 순위 / 유료·무료는 다운로드 수, 매출은 금액 기준 / 2012. 9. 30. 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

2012년 9월 30일 기준으로 애플 앱스토어에는 약 68만 개의 애플리케이션이 등록되어 있다. 이는 전월 대비 43,560개의 앱이 줄어든 것으로, 비인기 앱에 대한 조정이 있었던 것으로 보인다. 한편 활성화된 앱 중에서 51.63%의 앱이 무료이고, 유료앱 중에서도 '1달러 미만'이 차지하는 비율(23.76%)이 높다. 다시 말하면 75% 이상의 앱이 1달러 미만으로 조사됐다. 해당 앱들은 대량 판매 또는 광고, 인앱결제 등을 통해 수익을 창출하고 있다.

애플리케이션의 전체 평균 가격은 9월 3일보다 0.11달러 하락한 1.7달러를 기록했고, 일반 앱의 가격이 1.83달러인 반면, 게임 앱 가격은 평균 0.91달러를 기록했다. 9월에는 게임과 비게임을 합쳐 28,309개의 어플리케이션이 제출되어 8월 대비 4,187개 증가했다. 하루 평균 806개의 비게임 애플리케이션과 138개의 게임이 앱스토어에 제출된 셈이다. 등록된 앱을 카테고리별로 분류하면 게임(18.00%), 교육(10.30%), 엔터테인먼트(9.39%), 라이프스타일(8.49%), 도서(7.65%), 유틸리티(6.15%), 비즈니스(5.58%)의 순서로 높은 비중을 차지하고 있다.

▶ 애플 앱스토어 현황 (2012. 9. 30.)

1. APP. 등록 현황

구분	개수	변동 (9.3. 대비)
총 활성 앱 (현재 다운로드 가능)	679,871	-43,560
총 비활성 앱 (더이상 다운로드 불가능)	266,553	72,852
미국 앱스토어 누적 앱	946,424	29,292
미국 앱스토어 활동 제작자수	177,457	-6,626

2. APP. 가격 분포

구분	개수	비율	변동 (9.3. 대비)
무료	351,023	51.63%	-44,875
\$ 1 미만	161,560	23.76%	-15,418
\$ 1 ~ \$ 1.99	65,121	9.79%	-6,994
\$ 2 ~ \$ 2.99	31,622	4.65%	-3,274
\$ 3 이상	70,545	10.30%	-8,997

3. APP. 평균 가격

구분	가격	변동 (8.6. 대비)
평균 앱 가격	\$1.83	-\$0.10
평균 게임 가격	\$0.91	-\$0.13
전체 평균 가격	\$1.7	-\$0.11

4. APP. 월별 제출 현황 (9월)

구분	개수	1일 평균 제출개수	변동 (8월 대비)
비게임	24,174	806	3,699
게임	4,135	138	488
전체	28,309	944	4,187

5. 카테고리별 등록 APP. 현황

구분	개수	비율	구분	개수	비율
게임	122,386	18.00%	생산성	18,753	2.76%
교육	70,019	10.30%	뉴스	18,320	2.69%
엔터테인먼트	63,810	9.39%	건강 & 운동	17,179	2.53%
라이프스타일	57,746	8.49%	사진	16,109	2.37%
도서	52,022	7.65%	금융	15,241	2.24%
유틸리티	41,782	6.15%	의료	14,028	2.06%
비즈니스	37,970	5.58%	소셜 네트워킹	13,210	1.94%
여행	35,517	5.22%	네비게이션	10,515	1.55%
음악	26,295	3.87%	날씨	2,885	0.42%
레퍼런스	22,416	3.30%	기타	4,064	0.61%
스포츠	19,604	2.88%	합계	723,431	100.00%

* 2012. 9. 30. 기준

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



주요 방송통신서비스 가입자는 2012년 8월 말 기준으로 시내전화 1,840만 명, 이동전화 5,419만 명, IPTV 608만 명, 초고속인터넷 1,811만 명, 휴대인터넷(와이브로) 99만 명을 기록하고 있다. 시내전화 가입자의 점진적인 감소와 이동전화, 초고속인터넷, IPTV, 와이브로 가입자의 지속적인 증가세가 특징적이다. 초고속인터넷 가입자수는 시내전화 가입자수와 비슷해져, 9월부터는 추월했을 것으로 예상된다. 고속 휴대인터넷 서비스인 와이브로는 조금씩 가입자가 늘고 있긴 하지만 LTE 서비스의 폭발적인 성장 때문에 기대만큼의 성과를 내지 못하고 있으며, 이동전화 가입자수는 국가인구수를 넘어 어느 정도 포화 상태에 이른 것으로 여겨졌지만 지속적으로 증가하고 있다.

▶ 방송통신서비스 가입자 현황

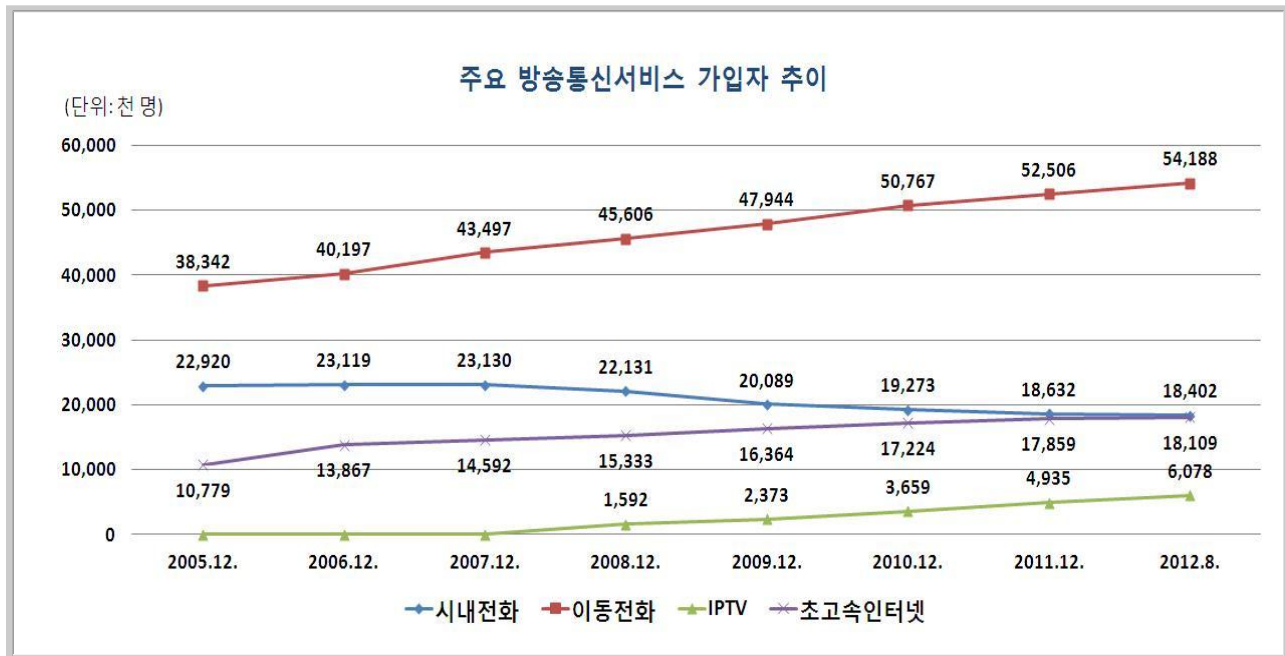
1. 주요 방송통신서비스 가입자 (2005. 12. ~ 2012. 8.)

(단위 : 천 명)

구분	2005. 12.	2006. 12.	2007. 12.	2008. 12.	2009. 12.	2010. 12.	2011. 12.	2012. 8.
시내전화	22,920	23,119	23,130	22,131	20,089	19,273	18,632	18,402
이동전화	38,342	40,197	43,497	45,606	47,944	50,767	52,506	54,188
IPTV	-	-	-	1,592	2,373	3,659	4,935	6,078
초고속인터넷	10,779	13,867	14,592	15,333	16,364	17,224	17,859	18,109
휴대인터넷 (WIBRO)	-	0.9	39	167	316	466	799	991

* 천 단위 이하는 절삭

* 출처: 방송통신위원회 자료 KOCCA 재구성



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



이동전화 가입자는 8월 말 기준 5,419만 명을 기록했고 이중 LTE 가입자는 1,023만 명을 기록하며 1,000만 명을 돌파했다. 7월 대비 157만 명이 늘어난 수치이다. LTE 서비스 가입자의 증가추세는 이동통신 업체들의 치열한 경쟁과 함께 가속화되고 있다. 지금과 같은 추세라면 연내 1500만 명 돌파는 무난할 것으로 보인다.

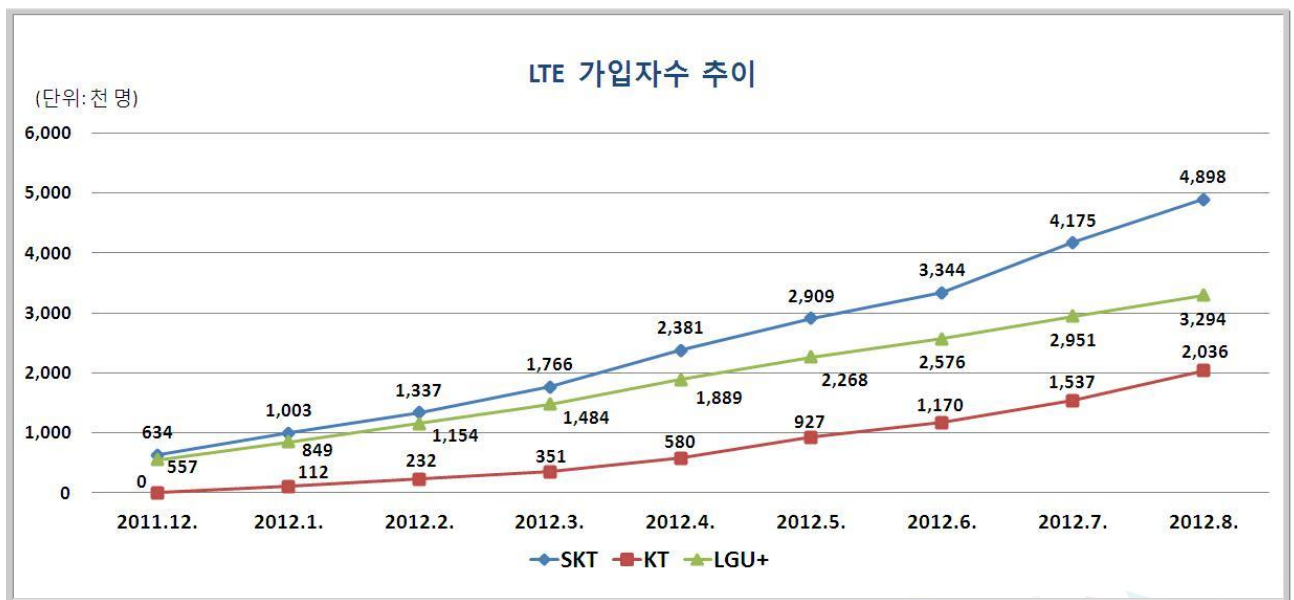
한편 통신 분야 시장조사 기관인 와이어리스 인텔리전스에 따르면, 2012년 2분기 기준으로 한국은 LTE 가입자 수(710만 명)에서 미국(1,270만 명)에 이어 세계 2위를 기록하고 있으며, 전체 이동전화 가입자수 대비 LTE 가입자 비율은 13.2%로 미국(3.8%)을 3.5배 앞서는 수준이다. 8월 기준 전체 대비 LTE 가입자 비율은 18.9%이다.

2. 이동전화 가입자 (기술방식별)

(단위 : 천 명)

구분	기술방식	2011.12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	8월 가입현황		2012. 8.
										증감	증감율	
SKT	CDMA	6,882	6,646	6,443	6,288	6,122	5,961	5,805	5,613	-167	-3.0%	5,446
	WCDMA	19,037	18,923	18,767	18,501	18,083	17,741	17,511	16,891	-519	-3.1%	16,372
	LTE	634	1,003	1,337	1,766	2,381	2,909	3,344	4,175	723	17.3%	4,898
	WiBro	55	56	61	64	62	60	58	59	2	2.6%	61
KT	CDMA	100	44	30	23	21	20	19	-	-	-	-
	WCDMA	16,463	16,464	16,378	16,225	15,922	15,536	15,299	14,910	-467	-3.1%	14,450
	LTE	-	112	232	351	580	927	1,170	1,537	498	32.4%	2,036
	WiBro	744	786	806	836	847	878	902	904	26	2.9%	931
LGU+	CDMA	8,834	8,577	8,326	8,070	7,788	7,507	7,276	6,997	-295	-4.2%	6,702
	LTE	557	849	1,154	1,484	1,889	2,268	2,576	2,951	343	11.6%	3,294
합계		53,306	53,461	53,534	53,609	53,697	53,807	53,958	54,038	144	0.3%	54,188

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





초고속인터넷 가입자는 8월 말 기준으로 전월보다 8만 명이 늘어난 1,811만 명을 기록했다. 시장이 완속기에 접어들어 증가세가 정체된 상태이다. 반면 스마트폰은 전월 대비 87만 명의 증가세를 보이며 8월 말 기준으로 3,000만 명을 돌파했다. 태블릿PC 역시 5.4%의 높은 성장세를 보이며 가입자수가 70만 명에 근접했다(와이파이 제외). KT의 공격적인 마케팅을 통한 가입자 증가세가 돋보였다.

3. 초고속인터넷 가입자

(단위 : 천 명)

구분	2009. 12.	2010. 12.	2011. 12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.
KT	6,952	7,423	7,822	7,845	7,881	7,921	7,935	7,944	7,966	7,980	8,001
SK브로드밴드	3,846	3,599	3,293	3,259	3,237	3,216	3,196	3,181	3,169	3,149	3,126
SKT(재판매)	-	402	898	941	982	1,024	1,062	1,099	1,133	1,170	1,203
LG U+	2,521	2,773	2,809	2,794	2,783	2,765	2,755	2,755	2,755	2,747	2,733
종합 유선	2,810	2,826	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,919
기타	216	198	177	177	177	177	177	128	128	128	125
합계	16,348	17,224	17,859	17,876	17,919	17,963	17,985	17,967	18,010	18,033	18,109

* 천 단위 이하는 절삭

* 출처: 방송통신위원회 자료 KOCCA 재구성

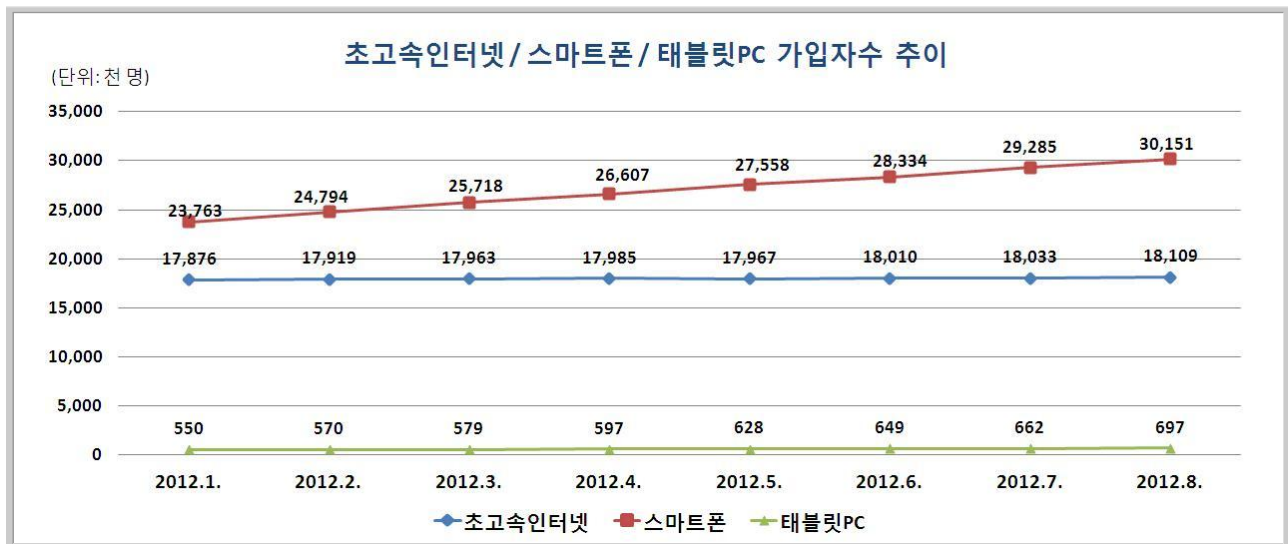
4. 스마트폰 / 태블릿PC 가입자 현황

(단위 : 천 명)

구분		2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	8월 가입현황		2012. 8.
									변동(명)	증감율	
스마트폰	SKT	11,639	12,126	12,574	12,995	13,403	13,787	14,266	413,447	2.9%	14,680
	KT	8,022	8,317	8,537	8,709	8,971	9,135	9,350	244,093	2.6%	9,594
	LGU+	4,101	4,350	4,607	4,903	5,183	5,411	5,669	208,345	3.7%	5,878
	합 계	23,763	24,794	25,718	26,607	27,558	28,334	29,285	865,885	3.0%	30,151
태블릿PC	SKT	229	240	248	257	274	285	289	2,644	0.9%	292
	KT	311	315	318	325	339	348	356	32,749	9.2%	388
	LGU+	10	14	13	13	14	15	16	185	1.1%	17
	합 계	550	570	579	597	628	649	662	35,578	5.4%	697

* 백 단위에서 반올림 / 태블릿PC는 통신사 가입자만을 대상으로 한 집계 수치임

* 출처: 방송통신위원회 자료 KOCCA 재구성



콘텐츠 통계 브리핑





KOCCA 통계브리핑
제12-07호(국내편)



Statistics
Briefing

국내 콘텐츠 사업체의 생명(생성과 소멸) 분석

박 성 원 (KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

최근 콘텐츠에 대한 관심의 증가로 콘텐츠산업의 매출액, 수출액, 고용 등 데이터가 지속적으로 분석되고 있는데, 외부환경의 변화와 산업구조 변동에 따라 콘텐츠산업도 구조변화가 예상된다. 특히 장기간의 경기 침체동안 콘텐츠 사업체의 생성과 소멸에 대한 우려에 관하여 실증적으로 설명해주는 데이터는 부족했다. 여기서는 콘텐츠산업 사업체의 생성과 소멸(이하 생멸)에 관한 데이터를 분석함으로써, 산업구조 및 경기 변동 시 콘텐츠산업 또는 사업체에 대한 전망과 대응을 판단하는 데 도움을 주고자 한다.

문화부에서는 콘텐츠산업분류에 따라 크게 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 그리고 공연 산업 총 12개 산업으로 분류한다. 반면 통계청에서 발표한 생멸 통계는 표준산업분류(KSIC) 기준에 따라 산업을 크게 총 19개로 분류하고 있는데, 콘텐츠산업에 해당되는 부분은 「도매 및 소매업」의 일부, 「출판·영상·방송통신 및 정보서비스업」의 일부, 「전문·과학 및 기술 서비스업」의 일부, 「예술·스포츠 및 여가관련 서비스업」 중 일부이다. 「제조업」과 「부동산 및 임대업」에도 인쇄업, 대여점 등 콘텐츠산업이 일부 포함되기는 하나 비중이 적으므로, 위의 4개 산업 부분만을 콘텐츠산업으로 간주하여 분석했다. 따라서 문화부의 콘텐츠산업분류 기준과 통계청의 표준산업분류 기준이 상이하기 때문에 각 산업별 데이터를 참고는 할 수 있으나 콘텐츠산업으로 동일시하는 오류에 주의해야 한다.



통계청의 사업체의 생존과 소멸에 대한 데이터는 사업체 모집단 DB의 사업체고유번호²²⁾가 연도 간에 연계 되는지 여부에 따라 집계되는데, 2004년부터 2009년까지의 산업별 생멸 사업체 수 분석 결과, 전체 산업의 연평균 신규 사업체 수는 595,336개로 나타났고, 연평균 휴업·폐업 사업체 수는 577,501개로 나타나 신규 사업체가 휴·폐업 사업체 보다 평균 17,835개 많은 것으로 나타났다. 19개 산업 중 연평균 신규 사업체와 휴·폐업 사업체 수가 가장 많은 산업은 모두 「도매 및 소매업」으로 나타났는데, 그 이유는 「도매 및 소매업」이 총 사업체 수가 가장 많은 산업이기 때문이다.

<표 1> 2004년~2009년 산업별 생멸 사업체 수

(단위 : 개, %)

산업	연평균 총 사업체 수 (구성비율)		연평균 신규 사업체 수 (구성비율)		연평균 휴·폐업 사업체 수 (구성비율)		신규와 휴·폐업 사업체 수 차이
도매 및 소매업	866,333	(26.7)	149,730	(25.2)	154,800	(26.8)	-5,070
출판·영상·방송통신 및 정보 서비스업	24,040	(0.7)	6,238	(1.1)	6,094	(1.1)	144
전문·과학 및 기술 서비스업	62,972	(1.9)	13,202	(2.2)	11,913	(2.1)	1,289
예술·스포츠 및 여가관련 서비스업	102,304	(3.2)	20,773	(3.5)	20,247	(3.5)	526
전 산업	3,246,366	(100.0)	595,336	(100.0)	577,501	(100.0)	17,835

※ 출처: 통계청(2011), "2004 ~ 2009 사업체 생성·소멸(생멸) 현황 분석"

특히 「출판·영상·방송통신 및 정보서비스업」의 연평균 신규 사업체 수는 6,238개로 휴·폐업 사업체 6,094개보다 144개 더 많은 것으로 나타났고, 「전문·과학 및 기술 서비스업」의 연평균 신규 사업체는 13,202개로 휴·폐업 사업체 11,913개보다 1,289개 더 많은 것으로 나타났으며, 「예술·스포츠 및 여가관련 서비스업」의 연평균 신규 사업체는 20,773개로 휴·폐업 사업체 20,247개보다 526개 더 많은 것으로 나타났다. 2006년 바다이야기 사태로 2007년과 2008년 게임산업에서 휴·폐업 사업체 수가 많았으나, 2008년 글로벌 금융 위기가 국내 경기에 영향을 미쳤음에도 불구하고 「도매 및 소매업」을 제외하고는 콘텐츠산업과 관련된 3개의 산업 모두에서 연평균 신규 사업체가 휴·폐업 사업체보다 많은 것으로 나타났는데, 그 이유로는 1인 출판사와 같이 콘텐츠산업의 특성 상 1인 또는 소수가 소자본으로 창업이 가능하기 때문에 타 산업에 비교해 시장진입 장벽이 낮기 때문으로 볼 수 있다.

1) 산업활동, 주소, 대표자 중 2가지 이상의 항목이 동시에 변경되지 않는다면 동일한 사업체라 판단되어 사업체고유번호가 연계된다.



2004년부터 2009년까지의 산업별 신규 사업체 평균 생존율 분석 결과, 전체 산업의 1차년도 신규 사업체 평균 생존율은 72.6%, 2차년도 평균 생존율은 56.5%, 3차년도 평균 생존율은 46.4%, 4차년도 평균 생존율은 39.2% 그리고 5차년도 평균 생존율은 33.4%로 나타났다. 즉, 3차년도가 도래했을 때, 신규 사업체의 절반 정도만이 생존하는 것으로 나타났다. 세부적으로 살펴 본 결과, 19개 산업 중 5차년도 생존율이 가장 낮은 산업은 「출판·영상·방송통신 및 정보서비스업」(23.3%)으로 나타났으며, 「도매 및 소매업」(31.6%), 「전문·과학 및 기술 서비스업」(33.1%), 그리고 「예술·스포츠 및 여가관련 서비스업」(32.2%)도 신규 사업체 평균 생존율이 전 산업 평균(33.4%) 보다 낮은 것으로 나타났다.

이와 같은 이유는 첫째, 콘텐츠 사업체의 종사자는 10인 미만인 영세 사업체가 다수이기 때문에 자금사정 악화나 경영여건 변화에 적극 대응할 수 있는 내부역량과 인적자원이 부족하여 경영활동을 지속적으로 유지하기가 어렵다는 점. 둘째, 콘텐츠산업에 종사하는 근로자 중 대졸 이상의 고학력 비중이 제조업(22%), 서비스업(30.9%)보다 훨씬 높은 62.8%이나 평균임금이나 근로조건이 만족스럽지 못할 경우 이직이 많다는 점(청년 이직률 62%). 셋째, 콘텐츠 관련 내수시장이 작고 독과점 유통시장으로 인해 중소 영세 콘텐츠 기업의 비즈니스 실패에 따른 휴업·폐업 신고 등이 해당된다고 판단할 수 있다.

<표 2> 2004년~2009년 산업별 신규 사업체 평균 생존율

(단위 : %)

산업	신규 사업체 평균 생존율				
	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
도매 및 소매업	70.8	54.4	44.5	37.5	31.6
출판, 영상, 방송통신 및 정보 서비스업	61.5	43.6	33.9	28.9	23.3
전문, 과학 및 기술 서비스업	70.2	54.4	44.7	37.9	33.1
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	71.8	54.9	44.0	35.6	32.2
전 산업 평균	72.6	56.5	46.4	39.2	33.4

※출처: 통계청(2011), “2004 ~ 2009 사업체 생성·소멸(생멸) 현황 분석”



그렇다면 과연 콘텐츠 선진국은 상황이 어떨까? <표 3>은 세계 5위 수준의 영국의 창조산업(Creative Industries)의 신규 사업체 생존율과 창조산업 외 영국 산업 전체의 신규 사업체 생존율을 분석한 자료이다. 창조산업 생존율은 창조산업 외 산업의 평균 생존율보다 1차년도부터 5차년도 까지 모두 높게 나타났으며, 특히 5차년도의 창조산업 생존율은 49.7%로 창조산업 외 생존율 46.9%보다 훨씬 높게 나타났다. 즉, 창조산업의 신규 기업 생존율은 영국 경제에서 4번째로 높은 기록(교육·건강·사회부문 60.2%, 건설 50.3%, 부동산·전기·가스·수도공급 50%)을 나타냈다. 이 분석 결과는 창조산업 분야의 비즈니스가 위험하다는 인식을 전환시켜줄 수 있는 데이터이며, 아직 충분한 데이터를 보유하고 있지 못한 국내 콘텐츠산업에도 시사하는 바가 크다.

<표 3> 2003년~2008년 영국의 창조산업과 창조산업 외 사업체의 평균 생존율 비교

(단위 : %)

산업	신규 사업체 평균 생존율				
	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
창조산업의 기업	96.3	84.1	69.2	58.0	49.7
창조산업 외 산업의 기업	93.9	79.4	64.8	54.3	46.9
전 산업	94.1	79.8	65.2	54.6	47.1

※출처: Office for National Statistics(ONS) 및 Business Structure Database(BSD)에서 재구성

국내 콘텐츠산업은 “2011년 기준 콘텐츠사업체 설립연도별 분포”와 “콘텐츠산업 연도별 사업체 수 및 종사자 수” 자료를 통해 사업체 생멸 통계(통계청, 2011)의 약점을 보완할 수 있다. “2011년 기준 콘텐츠사업체 설립연도별 분포”는 2012년 4월 기준 휴업·폐업하지 않고 영업을 하고 있는 콘텐츠산업 중 출판, 만화, 음악, 애니메이션, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 산업 사업체 2,978개를 대상으로 2012년에 조사되었는데, 분석 결과, 2000년~2009년 기간에 설립된 사업체가 절반(49.2%)을 차지하였고, 1990년~1999년 기간에 설립된 사업체가 33.6%, 1989년 이전 설립된 사업체가 11.1%를 차지하는 것으로 나타났다.



구체적으로 살펴보면, 만화, 음악, 애니메이션, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 산업의 사업체들은 2000년~2009년 기간에 설립된 비중이 가장 많았고, 출판산업은 1990년~1999년 기간에 설립된 사업체(43.6%)들이 가장 많은 것으로 나타났다. 전자는 만화, 음악, 애니메이션, 캐릭터 등은 2000년 이후 정부가 문화콘텐츠 육성의 일환으로 적극적인 산업화 지원을 시작했기 때문으로 판단되며, 후자는 출판산업이 콘텐츠산업 중에서 가장 전통적인 산업으로서 사업체 경영활동을 일찍 영위했으며 기간이 오래되었기 때문으로 판단된다. 이는 콘텐츠 사업체가 5년 또는 10년과 같이 짧지 않은 기간 동안 생존한 기업들 중 상당히 오랜 기간 동안 생존하여 지속적으로 사업을 영위하고 있다는 것을 보여준다.

특히 2008년부터 2010년까지 “콘텐츠산업의 연도별 사업체 수 및 종사자 수”를 분석한 결과, 사업체 수는 2008년 116,965개에서 2009년 118,015개, 2010년 107,149개로 연평균 4.6% 감소하였고, 종사자 수는 2008년 529,011명에서 2009년 543,409명, 2010년 550,715명으로 연평균 2.0% 증가하였다. 이처럼 사업체의 감소에도 불구하고 종사자 수가 증가한 것은 콘텐츠산업에 영세한 사업체 비중이 줄어들고 이전보다 규모가 큰 사업체의 비중이 지속적으로 증가하고 있다는 것을 의미한다. 또한 사업체당 매출액을 살펴본 결과, 2008년에는 5억 2천만원에 불과했으나, 2009년에는 5억 3천만원, 2010년에는 6억 4천만원으로 나타나 콘텐츠 사업체의 매출도 증가하고 있다는 것을 알 수 있다.

국내 콘텐츠산업에 대해 보다 구체적으로 파악하기 위하여 해외 데이터와 비교해 보는 것도 의미가 있을 것이다. 우리나라 콘텐츠산업에 해당하는 영국의 창조산업은 2008년부터 2010년까지 “창조산업의 연도별 사업체 수 및 종사자 수”를 살펴본 결과, 영국 창조산업의 사업체 수는 2008년 82,500개에서 2009년 102,380개, 2010년 102,860개로 나타났고, 종사자 수는 2008년 1,289,600명에서 2009년 1,412,476명, 2010년 1,461,788명으로 나타났다. 한국과 영국을 비교했을 때 사업체 수는 2010년 기준 약 10만 개로 비슷함에도 불구하고 종사자 수는 큰 차이를 보여 영국이 약 3배 많은 것으로 나타났다.

이는 한국의 콘텐츠산업보다 영국의 창조산업의 경영환경이 보다 건실하고 안정적인 재정을 갖춘 중견기업이 많을 것이라는 추정을 가능케 한다. 예컨대 국내 콘텐츠산업과 영국의 창조산업의 사업체 데이터를 분석 결과, 광고(한국 5,011개 vs 영국 14,790개), 방송(한국 926개 vs 영국 7,680개), 영화(한국 3,727개 vs 영국 10,200개) 산업의 사업체 수에서 영국이 우리나라보다 훨씬 더 많은 것으로 나타난 반면, 출판(한국 27,803개 vs 영국 10,200개), 음악(한국 37,634개 vs 영국 30,730개) 산업의 사업체 수는 우리나라가 영국보다 더 많은 것으로 나타났다.²³⁾

23) 게임은 Software/Electronic Publishing 산업으로 정의가 2009년부터 변경됨에 따라 비교가 불가능하여 제외



결론적으로 <표 4>와 같이, 한국의 콘텐츠산업과 영국의 창조산업의 공통분야(광고, 방송, 영화, 출판, 음악)에 대한 사업체 수와 종사자 수를 비교해 보면, 사업체당 평균 종사자 수에서 한국의 방송, 광고 분야가 영국보다 2배 이상 많은 것으로 나타났다. 반면에 출판, 음악 분야는 많이 적은 것으로 나타났다. 즉, 국내 방송과 광고 분야에서 국내 콘텐츠 사업체의 성장잠재력을 확인할 수 있었다.

<표 4> 2010년 한국의 콘텐츠산업과 영국의 창조산업의 사업체 수 및 종사자 수 비교

산업	한국			영국		
	사업체수	종사자 수	업체당 종사자 수	사업체 수	종사자수	업체당 종사자수
광고	5,011	203,226	41	14,790	268,254	18
방송	926	34,584	37	7,680	113,966	15
영화	3,727	30,561	8	10,200	71,731	7
출판	27,803	203,226	7	10,200	243,809	24
음악	37,634	76,654	2	30,730	292,536	10

※출처: 문화체육관광부(2012), "2011 콘텐츠산업통계" / 영국 문화미디어스포츠포츠부(DCMS), <http://www.culture.gov.uk>

종합하면, 사업체 생멸 통계자료는 창업을 하고자 하는 예비창업자, 산업을 분석하는 연구자, 정책을 수립하고자 하는 정부기관 등에서 산업별 사업체의 현황을 파악하는데 중요한 참고자료가 될 수 있다. 왜냐하면, 사업체의 변동에 따라 산업의 매출, 수출, 종사자의 직접적인 변동뿐만 아니라 산업구조도 바뀌기 때문이다. 예컨대, 콘텐츠산업에 있어서 최근 몇 년간 전통적인 유통 및 서비스 사업체(PC방, 서점, 비디오감상실, 노래연습장, 대여점 등)가 급감하고 있는데, 원인 차원에서 온라인 디지털 문화콘텐츠의 영향도 중요하지만, 결과 차원에서 이들 사업체들에 대한 지원정책 마련도 중요하기 때문이다. 또한 중소 및 영세 콘텐츠 기업이 중견 기업으로 확대될 필요가 있는 가운데, 사업체 규모에 따른 지원사업의 세부적인 기준마련을 위해서도 참고가 될 수 있다.

그러나 콘텐츠산업과 같이 특정 산업을 중점적으로 살펴보고자 할 때는 통계청의 표준산업분류와 문화부의 콘텐츠산업분류(특수분류)가 다르기 때문에 주의가 필요하다. 이러한 제약에도 불구하고 통계청이 2004년부터 2009년까지 전국 사업체리스트를 기준으로 분석했다는 점은 우리나라 전체 산업구조를 바라보는 데 있어서 의미가 크다. 또한 문화부의 콘텐츠 사업체 설립연도별 분포와 산업별 연도별 사업체 분포도 콘텐츠 사업체의 생멸 현황을 파악할 수 있는 기초적인 데이터가 될 수 있다.



KOCCA 통계브리핑
제12-08호(국내편)



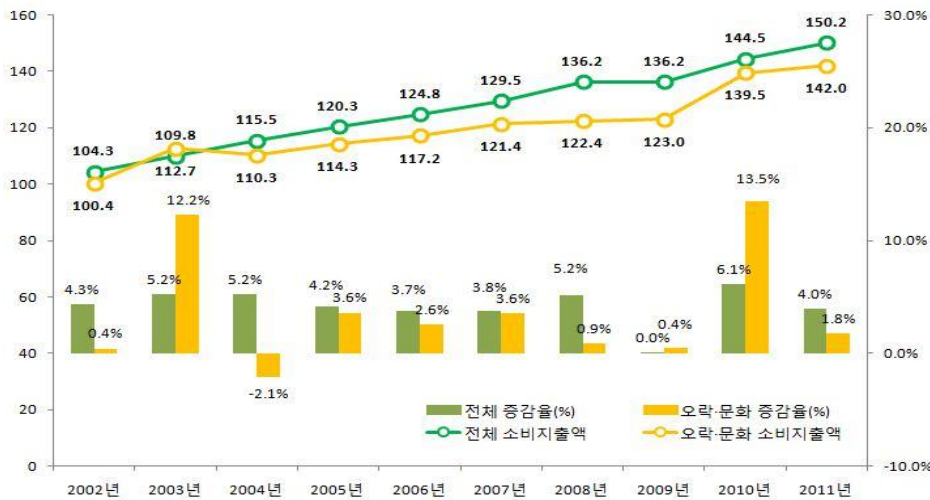
Statistics
Briefing

오락·문화 & 콘텐츠의 소비지출 변화 추이 분석

김 은 정 (KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

지난 10년 간('02~'11년) 가구의 가처분소득은 157.0(57.0% ↑, 연평균 증가율 4.6%)로 증가하였으며, 가계 소비지출액 역시 150.2(50.2% ↑, 연평균 증가율 4.2%)로 상승하였다(기준년도: 2001년=100). 지난 10년 간 소비지출액은 연평균 4.2% 증가하였고, 보건(6.2%), 교육(5.2%), 기타상품·서비스(5.4%)의 증가율이 전체 증가율을 상회하는 것으로 나타났다. 소비지출액 중 콘텐츠 소비와 관련된 오락·문화 소비지출액은 지난 10년 동안 142.0(42.0% ↑, 연평균 증가율 3.6%)을 기록하며 전체 소비지출액 연평균 4.2%를 하회하는 것으로 나타나고 있다. 그러나 최근 2년간('10~'11년) 소비지출액 연평균 증가율이 5.0%인데 반해 오락·문화는 7.5%로 전체 증가율을 상회하는 것으로 나타나고 있다.

<표 1> 전체 및 오락·문화 소비지출액의 증감률 연도별 변화 추이('02년 ~ '11년)
(기준년도: 2001년=100)



구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	연평균 성장률 (%)	
전체	소비지출액	104.3	109.8	115.5	120.3	124.8	129.5	136.2	136.2	144.5	150.2	4.2%
	증감률(%)	4.3%	5.2%	5.2%	4.2%	3.7%	3.8%	5.2%	0.0%	6.1%	4.0%	
오락·문화	소비지출액	100.4	112.7	110.3	114.3	117.2	121.4	122.4	123.0	139.5	142.0	3.6%
	증감률(%)	0.4%	12.2%	△2.1%	3.6%	2.6%	3.6%	0.9%	0.4%	13.5%	1.8%	

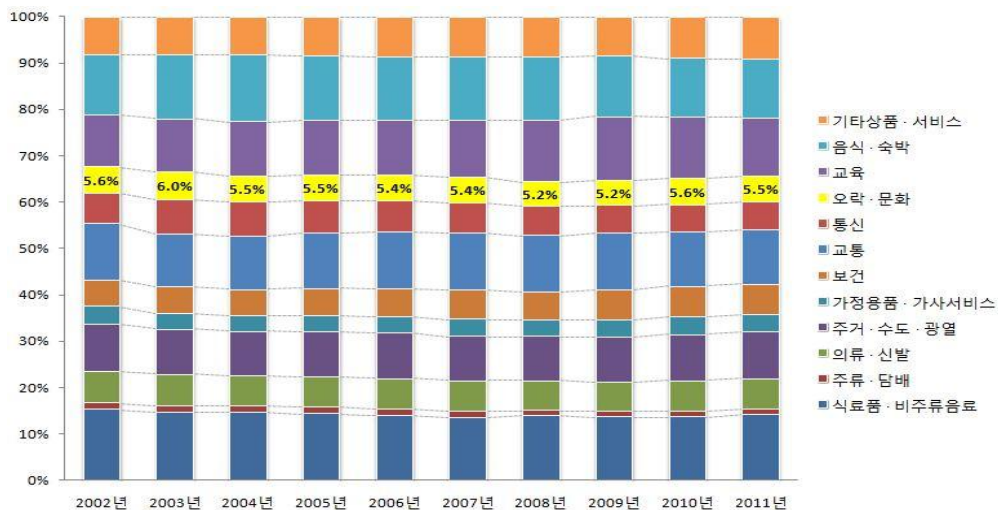
출처: 통계청(2012). 「가계동향조사」 재구성



구체적으로 소비지출액 증가요인을 살펴보면, 지난 10년 간 전체 소비지출액 연평균 증가율 4.2%는 3.2%가 물가요인, 1.0%가 물량요인인 반면, 오락·문화 소비지출액 연평균 증가율 3.6%는 0.3%가 물가요인(2001년 대비 2011년 총 소비자물가 3.1% 상승), 3.3%가 물량요인으로 나타나고 있다. 특히, 최근 2년간의 경우 전체 소비지출액 증가율 5.0%는 물가요인 3.5%, 물량요인 1.5%로 구성되나, 오락·문화 소비지출액 증가율 7.5%는 물가요인 1.2%, 물량요인 6.2%로 구성되고 있어 오락·문화 소비지출액의 증가요인은 안정된 물가수준 하에서 지속적으로 소비 물량 즉, 실질적인 소비량 및 이용량의 증가에 따라 소비지출액이 늘어난 것으로 나타나고 있다.

<표 2> 가계소비 부문별 소비지출액 및 구성비 변화 추이('02년 ~ '11년)

(단위: 원, %)



구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
식료품·비주류음료	256,170	259,256	273,680	276,859	279,767	282,415	304,593	301,403	319,704	341,077
주류·담배	23,032	22,837	25,719	28,064	29,184	28,360	27,723	26,125	27,370	27,855
의류·신발	112,501	117,995	116,966	123,281	127,869	133,150	136,582	134,019	148,221	158,815
주거·수도·광열	171,899	172,726	178,201	188,302	197,033	200,300	211,223	214,309	232,136	243,524
가정용품·가사서비스	63,054	59,943	63,146	68,348	70,353	77,737	75,182	77,843	88,324	89,595
보건	95,114	99,803	103,944	112,103	120,805	128,837	132,006	142,951	152,606	157,567
교통	202,077	202,936	213,940	228,936	245,662	253,146	266,015	265,561	268,660	283,683
통신	111,576	128,698	134,523	134,721	134,666	136,809	136,153	132,293	138,598	143,014
오락·문화	93,223 (5.6%)	104,633 (6.0%)	102,420 (5.5%)	106,103 (5.5%)	108,818 (5.4%)	112,703 (5.4%)	113,687 (5.2%)	114,196 (5.2%)	129,564 (5.6%)	131,847 (5.5%)
교육	188,343	201,017	217,421	227,126	237,142	255,605	289,407	300,706	306,868	303,712
음식·숙박	215,730	244,466	265,117	268,029	270,850	281,909	299,188	284,883	296,107	306,159
기타상품·서비스	136,965	142,746	153,631	163,729	175,299	181,617	187,854	185,587	204,384	217,408
전체 소비지출	1,669,684	1,757,054	1,848,708	1,925,602	1,997,449	2,072,589	2,179,613	2,179,875	2,312,540	2,404,259

주) 괄호() 안은 전체 소비지출액 중 오락·문화 소비지출액이 차지하는 비중을 나타냄
출처: 통계청(2012). 「가계동향조사」 재구성



한편, 지난 10년 동안 전체 소비지출액 중 오락·문화 소비지출액이 차지하는 비중은 2003년 6.0%(전년대비 증가율 12.2%)로 정점을 찍은 이후 5%대를 꾸준히 이어오면서 2011년 5.5%를 기록하고 있다.

오락·문화 소비지출액 비중은 글로벌 금융위기가 발생한 2008년 0.2%p 하락한 후 2009년 5.2%를 유지하다가 2010년 대내외 경기가 회복세로 전환되면서 가계형편이 나아지고 주춤했던 오락·문화 부문 소비활동도 다시 활기를 띠며 전년대비 13.5%의 증가율을 보이며, 종전의 5%대 중반으로 상승하였다. 지난 10년 동안 전체 가계소비지출에서 콘텐츠 관련 영역인 오락·문화 소비지출이 5%대의 비중을 꾸준히 유지하고 있다는 것은 콘텐츠 상품의 특성(사치재 성격)으로 인한 경기변동 및 소득변동에 따른 콘텐츠 소비 변동성이 그다지 크지 않음을 보여주고 있는 것이라 할 수 있다.

2012년 통계청 자료 기준 가계소득은 상반기 동안 전년동기대비 6.5% 증가한 것으로 나타나고 있으며, 소비지출은 4.5% 증가하였다. 분기별로 보면, 1분기 가계소득 4,123천원, 2분기 3,942천원을 기록, 1분기에 400백만원 대를 돌파한 후 2분기에 4.4% 감소한 것으로 나타나고 있다. 소비지출 역시 같은 흐름을 보이고 있는 가운데, 오락·문화 소비지출은 상반기 동안 273천원으로 나타나며 전년동기대비 6.3% 증가한 것으로 나타나 소득 증가율과 비슷한 수준을 보이고 있다. 1분기에 전분기대비 14.5%라는 높은 증가율을 보인 오락·문화 소비지출은 2분기에 3.0% 하락하지만 가계소득이나 전체 소비지출 보다 높은 증가율과 낮은 감소율을 보이며 비중을 확대하고 있다.



<표 3> '11년 상반기 ~ '12년 상반기 가계소득 및 오락문화 소비지출액

(단위: 천원, %)

구분	2011년 상반기	2012년			
		1분기 (전분기 대비)	2분기 (전분기 대비)	상반기 (전년동기 대비)	
가계소득	7571.1	4,123.5 (6.2%)	3,942.2 (△4.4%)	8,065.7 (6.5%)	
가계지출	6180.6	3,358.5 (8.9%)	3,109.6 (△7.4%)	6,468.1 (4.7%)	
전체 소비지출	4743.1	2,568.3 (7.9%)	2,386.1 (△7.1%)	4,954.4 (4.5%)	
오락·문화 소비지출	257.1	138.8 (14.5%)	134.6 (△3.0%)	273.4 (6.3%)	
오락·문화 핵심 콘텐츠 상품 및 서비스	오락문화 내구재	0.6	0.4 (128.4%)	0.6 (74.6%)	1.0 (66.7%)
	오락문화 내구재 유지 및 수리	0.2	0.1 (55.1%)	0.2 (83.2%)	0.3 (50.0%)
	장난감 및 취미용품	10.8	4.4 (△39.7%)	6.7 (51.1%)	11.1 (2.8%)
	운동 및 오락서비스	27.7	14.3 (2.7%)	15.8 (10.7%)	30.1 (8.7%)
	문화서비스	52.3	26.5 (3.4%)	29.9 (13.0%)	56.4 (7.8%)
	서적	43.9	25.2 (43.4%)	16.1 (△36.0%)	41.3 (△5.9%)
	기타인쇄물	4.9	2.4 (△1.4%)	2.2 (△8.6%)	4.6 (△6.1%)
	문구	8.7	6.5 (33.2%)	4.4 (△31.8%)	10.9 (25.3%)

출처: 통계청(2012). 「'11년 상반기 및 '12년 상반기 가계동향조사」 재구성

콘텐츠 관련 소비변동을 보기 위한 한국콘텐츠진흥원 분기별 소비자 콘텐츠 구매실태 조사에 따르면, 2분기 월평균 가구 소득은 3,653천원을 나타내며 1분기(3,583천원) 대비 1.95%(70,229원) 증가한 것으로 조사되고 있다.

11개 분야의 콘텐츠 월평균 구입비용은 1분기 242,484원, 2분기 226,517원을 기록하며, 1분기 대비 6.6% 하락한 것으로 나타나고 있다. 전체 소득대비 콘텐츠 구입비용 비중은 1분기 6.77%(242,484원), 2분기 약 0.57%p 감소한 6.2%(226,517원)로 나타나고 있다.

11개 콘텐츠 부문별 월평균 구입비용 증감율을 살펴보면, 애니메이션(33.7% ↑), 영화(20.0% ↑)의 월평균 구입비용은 대폭 상승한 반면, 캐릭터(22.4% ↓), 전시/공원(13.1% ↓)은 하락하였다.



<표 4> 2012년 상반기 11개 콘텐츠 분야별 월평균 구입비용 변화

(단위: 원, %)

구분	2012년 상반기		차액 (2분기-1분기)	증감율 (%)	
	1분기	2분기			
전체	242,484	226,517	-15,967	△6.6%	
11개 콘텐츠부문	캐릭터	83,571	64,869	-18,702	△22.4%
	영화	24,014	28,822	4,808	20.0%
	출판	25,900	22,497	-3,403	△13.1%
	게임	21,070	21,569	499	2.4%
	공연	23,053	21,359	-1,694	△7.3%
	전시/공원	20,805	17,868	-2,937	△14.1%
	e-learning	12,099	13,951	1,852	15.3%
	음악	11,209	12,980	1,771	15.8%
	애니메이션	6,939	9,277	2,338	33.7%
	만화	7,378	7,019	-359	△4.9%
	방송	6,448	6,306	-142	△2.2%

출처: 한국콘텐츠진흥원(2012). 「2012년 2분기 소비자 콘텐츠 구매실태 조사」 재구성

2012년 기준 통계청의 가계동향조사와 한국콘텐츠진흥원의 분기별 소비자 콘텐츠 구매실태 조사는 조사의 의미와 목적의 상이함으로 차이가 존재한다. 분기별 소비자 콘텐츠 구매실태 조사는 표본(1200명, 가구) 설계 시 인구통계학적 비율을 적용하고 있으나, 콘텐츠 소비지출 변화 조사에 목적을 둬으로써 조사 대상의 경우 7개 특별/광역시 및 경기도 인구밀집지역을 중심(통계청 전국 표본조사), 콘텐츠 주요 소비 계층(만 15세~만 49세 이하) 중심으로 조사대상 범위를 설정하고 있으며, 전체 소비구조 조사방식이 아닌 콘텐츠 소비구조 조사방식을 추구하고 있다.

더불어 11개 분야의 콘텐츠 구입비용 조사에는 대표적으로 모바일콘텐츠(통신비), e-learning(교육비), 캐릭터콘텐츠 관련 상품군(의류·신발, 가정용품 등) 등 오락·문화 소비지출 범위 외에 타 비목에 포함되는 추가적 콘텐츠 관련 소비지출들이 일부 포함됨으로써 높은 지출 수준을 보이고 있다.

두 조사는 이러한 이유로 절대값에 차이가 나고 있으나, 한편으로 1분기 대비 2분기의 오락·문화 소비지출, 콘텐츠 소비지출이 감소하는 계절적 요인이 공통적으로 나타나고 있다. 향후 오락·문화 소비지출과 콘텐츠 소비지출은 소셜 & 스마트 미디어 보급 확대, 이용 증가에 따라 콘텐츠 수요 증대로 이어져 소비구조 변화와 함께 지속적으로 증가할 것이라 전망된다.



KOCCA 통계브리핑
제12-07호(해외편)



Statistics
Briefing

우리나라 콘텐츠산업의 국가경쟁력 평가와 방향

김 영 수 (KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

20세기 전 세계를 주도하는 힘이 군사력과 경제력이었다면 21세기에는 문화력에 집중되고 있다. 즉, 현재까지는 국가의 핵심이자 경쟁력을 주도하는 경쟁요인이 하드파워(군사력·경제력·기술력)에서 비롯되었다면, 앞으로는 소프트·스마트파워(정치/제도·사회자본·문화력)로 패러다임이 변화하고 있다.

대표적인 국가경쟁력 평가결과를 발표하는 조사기관으로는 WEF(스위스세계경제포럼), IMD(스위스국제경영개발대학원), IPS(한국산업정책연구원) 등이 있다. 지난 9월 5일 WEF는 세계경쟁력보고서(Global Competitiveness Report 2012-2013)에서 국가경쟁력 평가결과를 발표했다. 우리나라는 조사대상국 144개국 중 19위로 지난해보다 5단계 상승했다. IMD의 세계경쟁력연감(WCY 2012, World Competitiveness Yearbook 2012)에서도 우리나라는 조사대상국 59개국 가운데 22위로 전년과 동일한 순위를 보였다. 국내 IPS에서도 'IPS 국가경쟁력연구보고서 2011-2012'를 발표했는데 조사대상국 65개국 중 19위를 기록했다.

이들 조사기관의 국가경쟁력 평가지표는 국가경제, 정부 및 비즈니스 효율성, 인프라 등 물적요소(physical factors)를 바탕으로 한 거시경제학적 측정이기 때문에 주로 제조업, 금융업 등 분야의 국가경쟁력 측정에 유용하다. 또한 콘텐츠산업 자체보다는 전체산업이나 미디어환경에 준하는 지표로서 창의력을 바탕으로 인적요소(human factors)가 강조되는 콘텐츠산업의 속성과 제도·사회자본·문화력 등을 측정할 수 있는 사회 및 문화의 환경 관련 평가지표는 일부분 밖에 해당하지 않는다.



<표 1> 세계 주요 조사기관의 국가경쟁력 평가지표 중 콘텐츠산업 관련지표

구분	분야	부문	세부항목 중 콘텐츠산업 관련 평가지표	
WEF (111)*	기본요인(46)	제도적 요인(21)	지적재산권 보호	
		인프라(9)	전화회선, 모바일 가입자	
	효율성증진(49)	상품시장 효율성(15)	반독점 정책의 효율성, 무역장벽 정도	
		기술수용 적극성(6)	기업 수준에서의 기술(ICT) 흡수, FDI	
		시장규모(2)	국내시장 크기 및 해외시장 크기	
IMD (327)*	경제운용성과(76)	국제투자(17)	FDI	
	인프라(113)	기술인프라(22)	정보통신투자	
		과학인프라(23)	지적재산권	
IPS (115)*	물적요소 (74)	경영여건(18)	해외 투자	
		관련산업(32)	통신	
		수요조건(14)	시장의 크기	GDP 상품수출 상품수입 서비스 수출 서비스 수입 수출입 개방도 1인당 GDP GDP 성장률
			시장의 질	소비자의 제품 정보 파악도, 품질 민감도, 가격 민감도, 브랜드 민감도, 친환경 제품 민감도, 불법복제 제품 용납도

*주1) 괄호안의 숫자는 전체 평가지표 수를 의미함

※출처 : WEF(2012), IMD(2012), IPS(2011) 재구성

한편, Future Brand의 '2011-2012 Country Brand Index(2012)'에서 전 세계 각 국가의 브랜드 지수를 설정하여 국가별 브랜드 순위를 발표하고 있는데 여기에 적용된 브랜드 지표로는 국가의 인식도(awareness), 친숙함(familiarity), 분야별 종합(associations), 선호도(preference), 친화력(consideration), 결정력/방문의사(decision/visitation), 지지정도(advocacy)로 구분된다. 이 가운데 분야별 종합 평가에서는 가치사슬(정치적 자유, 관용, 안정적 법치 환경, 언론의 자유, 환경 친화력), 삶의 질(생활의 만족도, 교육, 보건, 생활수준, 안보, 취업기회), 비즈니스 환경(숙련된 인력, 기술진보, 투자환경, 규제환경), 문화유산(자연의 미, 역사, 예술&문화, 진정성), 관광(화폐가치, 숙박시설, 매력도, 음식)으로 총 5개의 분야별 조사지수를 발표하고 있는데, 콘텐츠산업과 관련된 정성·정량지표를 포함하고 있어 국가경쟁력 평가를 위한 지표로서의 적용을 고려할 수 있을 것이다.



<표 2> 한국 문화산업의 국가경쟁력 평가지표(KOCCA, 2004)

경쟁력 요인	부문	평가구분
시장 및 유통구조 (6)	내수시장 규모	양적
	수출규모	양적
	디지털 유통 경쟁력 ²⁴⁾	양적
	민간투자규모	양적
	저작권보호 수준	질적
	불법복제율	양적
사업환경 및 경쟁역량 (5)	국가별 콘텐츠시장 점유율	양적
	자국기업의 콘텐츠시장 점유율	질적
	FDI	양적
	라이선스와 로열티 수입	양적
	시장구조	질적
양질의 차별적 자원공급 (7)	고등교육 수준	양적
	관련분야 종사자수	양적
	평균인건비	양적
	R&D 지출비용	양적
	콘텐츠산업 기술력 ²⁵⁾	양적/질적
	기업의 자산규모	양적
콘텐츠 창작의 기반환경 (5)	콘텐츠산업 SCM 구축	양적
	영화관수	양적
	박물관수	양적
	도서관수(공공도서관)	양적
	콘텐츠생산량	양적
	자국콘텐츠 점유율	양적

2004년 연구된 문화산업의 국가경쟁력 평가지표는 M. Porter(1990)의 'Competitive Advantage of Nations'에서 제시한 외생요인(국내외에서 발생하는 기회와 정부의 역할)과 내생요인/물적요인(요소조건, 기업의 전략/조직 및 경쟁양상, 관련 및 지원산업, 수요조건), 조동성(1990)의 인적요인과 기회요인, IMD, WEF의 경쟁력 평가지표를 혼합 및 보완하여 작성되었다. 이 모형에서 경쟁력 요인은 4가지, 23개 부문으로 구분되며 주요 콘텐츠산업별 적용과 콘텐츠산업 전반에 적용되는 것을 고려하여 설계되었다.

각 경쟁력 요인별을 살펴보면, 시장 및 유통구조는 콘텐츠시장 규모와 질적수준 평가가 핵심이고, 사업환경 및 경쟁역량은 경영환경 및 여건이며, 양질의 차별적 자원공급은 인력, 기술력, 자산규모 등 부존자원을 포함한다. 마지막으로 콘텐츠 창작 기반환경은 콘텐츠 생산과 점유율 등과 같이 창작을 위한 환경을 평가하는 내용으로 구성되었다.

2000년대 중반 이후 미디어와 기술의 환경변화에 따라 문화산업이 콘텐츠산업으로 재편되었고, 통신기술이 접목된 융합서비스뿐만 아니라 최근의 SNS, 스마트미디어, 클라우드 환경 등의 스마트 혁명까지 콘텐츠산업 전 분야가 복합적·역동적으로 변화하고 있다. 향후 ICT 산업발전의 핵심원천은 IT인프라(Network, Platform, Device)보다는 이를 기반으로 창의적으로 활용되는 서비스와 콘텐츠가 부각될 가능성이 크다. 특히 소프트웨어를 포함한 디지털콘텐츠는 콘텐츠산업과 IT산업 전반에 걸쳐서 성장을 견인할 것으로 전망된다.

24) DVD보급률, 디지털TV보급률, PC보급률, 브로드밴드보급률, 이동통신보급률

25) IT산업 특허수, 절대기술력, 기술력평가



따라서 문화산업 국가경쟁력 평가지표가 전체 산업 가운데 콘텐츠산업의 속성과 특성을 반영한 국가경쟁력 평가의 틀을 처음으로 제공했다는 측면에서는 시사하는 바가 크지만 전 분야에 걸쳐 빠르게 변모하는 콘텐츠산업 특성상 국가경쟁력 평가지표는 개선될 필요가 있다.

<표 2> 콘텐츠산업의 국가경쟁력 평가지표 개선(안)

경쟁력 요인	부문	평가구분	비고
시장 및 유통구조 (시장의 크기와 질)	수출규모	양적	유지
	민간투자규모	양적	유지
	불법복제율	양적	유지
	관용적 태도	질적	추가
	콘텐츠내수시장 규모	양적	수정
	디지털 유통 경쟁력 ²⁶⁾	양적	수정
사업환경 및 경쟁역량 (경영환경 및 여건)	저작권보호 수준 ²⁷⁾	양적/질적	수정
	국가별 콘텐츠시장 점유율	양적	유지
	자국기업의 콘텐츠시장 점유율	질적	유지
	라이선스/로열티 수입	양적	유지
	시장구조	질적	유지
	FDA 체결국가수	양적	추가
인력의 차별적 자원공급 (부존자원, 8)	언론의 자유	질적	추가
	규제환경	질적	추가
	FDI, 대외개방도	양적	수정
	관련분야 종사자수	양적	유지
	평균인건비	양적	유지
	콘텐츠산업 R&D 지출비용	양적	유지
콘텐츠 창작의 기반환경 (관련 및 지원환경)	콘텐츠산업 기술력 ²⁸⁾	양적/질적	유지
	기업의 자산규모	양적	유지
	콘텐츠산업 SCM 구축	양적	유지
	문화창작예술인수	양적	추가
	고등교육 수준/인력양성	양적	수정
	콘텐츠생산량	양적	유지
콘텐츠 창작의 기반환경 (관련 및 지원환경)	자국콘텐츠 점유율	양적	유지
	PC방수, 노래연습장수	양적	추가
	공연장수	양적	추가
	2D, 3D영화관수	양적	수정
	박물관수 전시관수 미술관수	양적	수정
	도서관수(공공도서관)서점수	양적	수정

※출처 : 한국콘텐츠진흥원 재구성

즉, 콘텐츠산업의 국가경쟁력 평가지표 개선안을 통해서 부문별 보완점을 고려할 필요가 있다. 첫째, 콘텐츠 소비시장에서 이용자의 관용적(tolerance) 태도는 구매의 시를 결정하는 핵심요인으로 작용하므로 소비시장의 잠재규모를 측정하는 지표로서 고려되어야 한다. 또한, 콘텐츠의 디지털 유통 경쟁력을 판단할 수 있도록 디지털전환율, 디지털TV보급률, PC보급률, broadband 보급률, 무선인터넷(3G, 4G-LTE)보급률, 스마트폰보급률, SNS가입률 등을 반드시 추가할 필요가 있다. 예컨대, Facebook, Twitter, Youtube 등과 같이 SNS의 일상화로 미디어 산업구조가 변동함에 따라 이러한 요소는 반드시 포함되어야 한다.

둘째, 콘텐츠산업 분야에도 다른 분야와 마찬가지로 외국인직접투자(FDI)가 보편화되고 있는 만큼 우리나라의 제도적·정책적 대외개방도 측정은 대외적으로 FDI를 결정하는 준거틀로서 작용할 것이다. 또한 최근 몇 년간 우리나라는 미국, 유럽 등의 국가들과 자유무역협정(FTA)을 체결하고 콘텐츠산업의 국가교류를 활발히 하고 있는데, 기업의 사업환경과 경쟁역량 판단을 위한 경쟁 요인으로서 고려되어야 할 것이다.

26) 디지털전환율, 디지털TV보급률, PC보급률, broadband보급률, 무선인터넷(3G, 4G-LTE)보급률, 스마트폰보급률, SNS가입률



뿐만 아니라 언론의 자주권(자유) 확보와 규제환경 완화는 관련 기업의 대내외 시장경쟁력을 강화할 수 있는 요인으로서 기능하고 나아가 대외개방도 인식에도 영향을 미칠 것이다. 셋째, 양질의 차별적 자원공급에서 문화창작예술인 확보와 고등교육 수준(인력양성) 향상은 부존자원으로서 추가, 수정되어야 할 요인이다. 예컨대 스웨덴의 경우, 중앙정부의 문화지출 관심도, 인터넷보급률, 도서관 이용 빈도 등에서 우리나라와 매우 유사하다. 그러나 스웨덴의 1인당 GDP(USD \$53,000), 삶의 만족도, 예술인, 예술행사수, 박물관 관람횟수, 영화관수, 문화개방도 등에서는 큰 차이를 보이고 있다. 즉, 스웨덴이 1인당 문화복지 수준(문화창작예술인수, 문화창작예술행사수)이 월등한 것은 우리나라가 문화창작예술인수를 그만큼 확보하지 못한데서 그 원인을 찾을 수 있다. 따라서 국민들의 예술작품 향유기회 증대와 높은 문화 복지수준 확보를 위해서는 반드시 측정해야 할 평가지표이다. 넷째, 미디어 환경변화에 따라 콘텐츠의 소비창구가 다변화되는 만큼 PC방, 노래연습장, 공연장, 2D-3D 영화관, 박물관, 전시관, 미술관, 서점 등으로 다양한 창구별 요인을 고려해야 할 것이다.

마지막으로 국가별 콘텐츠산업의 범위와 분류기준이 상이하여 경쟁력 판단을 위해 공통지표로서 100% 일치시키기는 어려울 것이다. 그러나 경쟁력 요인의 정량적 고유지표와 더불어 요인별 대리변수를 세분화하여 경쟁력을 평가한다면 의미있는 평가가 가능할 것으로 기대한다.

27) 미무역대표부(USTR)의 지적재산권 보호국가 분류기준 적용

28) IT산업 특허수, 절대기술력, 기술력평가



KOCCA 통계브리핑
제12-08호(해외편)

한국콘텐츠진흥원
KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

Statistics
Briefing

세계 전자책(e-book) 시장의 현황과 전망

노 준 석 (KOCCA 통계정보팀 수석연구원)

세계 전자책(e-Book) 시장의 열기가 뜨겁다. PewResearch(2012.2)가 발표한 “미국인(성인 2,986명)의 독서습관, 종이책과 전자책의 소비형태 조사”에 따르면, 미국의 성인(18세이상) 중 29%가 전자책 단말기나 태블릿PC를 보유하고 있으며, 전자책을 읽는 경험이 있는 사람들의 평균 독서량은 1년에 24권인데 반해, 전자책을 읽지 않은 사람들의 평균 독서량은 연간 15권 인 것으로 나타났다. 또한 전자책을 읽은 사람들 중 88%가 지난 1년 사이에 종이책도 읽었으며, 전자책을 읽는 사람들의 평균 독서량은 종이책을 읽는 사람들에 비해 매우 높은 것으로 나타났다. 그 결과, 전자책을 읽는 사람들(61%)은 종이책을 읽는 사람들(54%)에 비해 책을 빌리지 않고 구매하는 경향이 더 높게 나왔다. 한편 종이책은 전자책보다 어린이와 함께 독서할 때, 다른 사람들과 책을 함께 보고 싶을 때 선호하는 것으로 나타났고, 전자책은 종이책보다 책을 빨리 보고싶을 때, 여행할 때, 다양한 분야의 책을 고를 때, 침대에서 책을 읽을 때 더욱 선호하는 것으로 나타났다. 전자책의 이용자를 인구통계학적으로 살펴보면, 50세 이하의 사람들, 백인들, 대학졸업자 이상, 연소득 5만 달러 이상인 사람들이 전자책을 훨씬 더 많이 이용하는 것으로 나타났다.

2011년 세계 출판시장의 규모를 종이책과 전자책으로 나눠 살펴보면, 종이책의 매출(오디오북포함)은 1,065억 달러, 전자책 매출은 55억 달러로 세계 출판시장에서 전자책의 비중은 4.9%를 차지하였다. 이 중 전자책의 매출은 소비자 도서가 41억 달러, 교육용 도서가 14억 달러였다. 2016년까지 세계 출판시장은 종이책의 이용자는 점차 줄어들고, 반면에 전자책의 이용자는 대폭 늘어날 것으로 보인다. 즉, 종이책 시장은 2011년 1,065억 달러에서 연평균 2.3%씩 마이너스 성장해 2016년 949억 달러로 줄어들 전망이다. 반면에 전자책 시장은 2011년 55억 달러 시장에서 연평균 30.3%씩 성장해 2016년에는 208억 달러에 이를 것으로 예상되고 있다. 이로서 2016년 세계 출판시장에서 전자책 시장이 차지하는 비중은 17.9%로 증가할 것으로 보인다.



<표 1> 세계 출판시장의 유형별 현황과 전망

(단위: 백만달러, %)

	2010년	2011년(p)	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	CAGR (12-2016)
종이책(오디오북포함)시장	110,171	106,527	103,948	101,523	99,295	97,084	94,954	
종이책 시장 성장률(%)	-1.2	-3.3	-2.4	-2.3	-2.2	-2.2	-2.2	-2.3
전자책 시장	3,359	5,539	8,225	11,183	14,328	17,550	20,785	
전자책 시장 성장률(%)	56.8	64.9	48.5	36.0	28.1	22.5	18.3	30.3
출판시장 전체(종이책+전자책)	113,530	112,066	112,173	112,706	113,623	114,634	115,719	
출판시장 전체 성장률(%)	-0.1	-1.3	0.1	0.5	0.8	0.9	0.9	0.6

※ 출처 : PWC(2012)

주요 지역별 전자책 시장현황을 살펴보면, 2011년 북미의 출판시장규모는 325억 달러이며, 전자책 시장은 35억 달러에 불과하다. 미국 출판 유통시장은 아마존과 반스앤노블에 의해 좌우 되는데, 전자책이 성장함에 따라 온라인 서점의 매출이 35%나 늘어 50억 4천만 달러에 달했다. 미국에서 전자책 단말기와 태블릿PC의 판매량이 2천만대가 넘음에 따라 2016년 미국의 소비자 도서시장에서 전자책이 차지하는 비중이 50%에 달할 것으로 예상하고 있다. 또한 유럽 및 중동·아프리카(EMEA)의 출판시장규모는 448억 달러로 세계 출판시장에 차지하는 비중이 45%나 되지만, 전자책 시장은 8억 달러로 작다. 이는 유럽의 많은 국가들이 엄격한 재판매 가격유지제도(RPM, 도서정가제와 유사)를 시행하고 있고(영국 제외), 종이책과 달리 전자책에 대해서는 부가가치세(VAT)의 면제를 적용하고 있지 않아서(프랑스, 네덜란드, 스웨덴 등 제외), 종이책 시장은 비교적 안정화를 보이고 있지만, 전자책 시장의 활성화에는 도움이 되지 못하고 있는 것으로 판단된다.

한편, 아시아·태평양의 출판시장규모는 312억 달러이며, 일본(112억 달러)과 중국(107억 달러)이 시장의 70%를 점유하고 있다. 특히 중국은 2011년에 온라인 서점과 전자책의 매출 급증 영향으로 오프라인 서점이 많이 폐업하기도 하였다. 한국은 17억 달러인데 내수 소비시장규모라 전체 출판산업규모와는 큰 차이가 있다. 마지막으로 남미의 출판시장규모는 36억 달러이며, 전자책 시장규모도 4백만 달러로 미미한 시장이다. 이는 고가의 단말기들과 스페인어와 포르투갈어 사이의 제한된 효용성, 전자책 콘텐츠의 부족 등으로 시장이 낙후되어 있기 때문으로 판단된다. 남미 시장의 53%를 차지하는 브라질은 정부가 적극적으로 국민독서량 2배 권장과 모든 도시의 도서관 건립을 추진하고 있고, 전자책에 대한 부가가치세 면제와 2012년 킨들 단말기의 유통 등으로 급성장이 예상된다.



특히 세계 전자책(e-Book) 시장은 대형 출판사와 전자책 관련 업체들의 활발한 노력으로 급속하게 성장하고 있다. 세계 전자책 시장을 주도하고 있는 기업들로는 아마존(Amazon), 애플(Apple), 구글(Google), 코보(Kobo) 등이 있다. 먼저 아마존은 이미 세계 8개국에 자회사를 설립하여 온라인 사이트를 통해 종이책을 판매하고 있으며, 최근에는 킨들과 킨들 태블릿을 기본 플랫폼으로 전자책 유통 사업을 확장해가고 있다. 애플은 아이패드이나 아이폰을 통해 전자책을 이용하는 서비스를 제공하고 있는데, 전자책 사업을 본격화하기 위해 아이북스(iBooks) 서비스를 만들었으며, 기존의 디지털콘텐츠 유통마켓인 아이튠즈(iTunes)에서도 전자책 콘텐츠를 서비스하고 있다.



반면에 구글은 구글 디지털도서관 사업이 잠시 주춤한 상황이지만, 구글북스를 통해 전자책 사업을 시작했다. 구글의 전자책은 컴퓨터뿐 아니라 전략적 제휴를 맺고 있는 소니 전자책 단말기를 통해 이용할 수 있으며, 최근에는 안드로이드 운영체제용 애플리케이션을 만들어 스마트폰이나 전자책 단말기, 태블릿 PC 등에서 이용할 수 있을 정도로 사업을 확장하고 있다. 마지막으로 코보(Kobo)는 캐나다 전자책 회사로서 유럽의 주요 출판시장에 현지화된 전자책 서비스를 선보이면서 영역을 확장해 나가고 있는데, 독일의 "Libreka" 프로젝트가 코보와 긴밀한 협력관계를 맺고 있다.





이와 같이, 세계 전자책 시장의 현황과 전망, 그리고 전자책 단말기와 콘텐츠에서 나타난 시사점을 몇 가지 제시하면 다음과 같다. 첫째, 아마존에서 구매할 수 있는 전자책 콘텐츠는 80만종이 넘고, 무료로 이용할 수 있는 공유저작물도 200만종이 될 정도로 전자책이 읽기가 일상화되고 있다. 전자책을 읽는 도구로 중국, 일본, 한국 등 아시아권은 스마트폰을 많이 사용하고, 미국이나 유럽은 태블릿PC나 전자책 전용 단말기를 선호한다. 유럽권에서는 아이패드를 중심으로 한 태블릿PC가 전자책을 읽는 도구로 점차 인기를 얻고 있는 중이다. 아마존은 이미 유럽의 많은 국가에 온라인 서점을 운영하고 있는 상황이기 때문에 킨들이라는 전자책 단말기와 태블릿PC 간의 경쟁이 치열하게 전개되고 있다.

이처럼 세계 전자책 시장의 성장은 전반적으로 소비자 도서의 판매를 증가시키는 결과를 가져올 것이고, 세계 경제가 회복되면 교육용 도서시장도 종이책을 중심으로 다시 회복세가 이어질 가능성이 높다. 전 세계적으로 볼 때, 책은 여성 독자들이 많이 구매하는 현상이 공통적으로 나타나고 있으며, 자녀를 위한 어린이 도서의 수요도 꾸준히 증가하고 있다. 또한 평균수명이 점차 늘어남에 따라 중년 독자들이 다시 책을 찾는 경향이 늘어나고 있으며, 자기계발서와 전문서적에 대한 수요도 지속적으로 성장하고 있기 때문이다.

셋째, 전자책의 유통방식은 크게 도매 모델(wholesale model)과 대행 모델(agency model)으로 나뉘고 있다. 도매 모델은 종이책의 온라인 판매 모델과 흡사해서 판매되는 책값의 결정은 유통사(주로 서점)가 주도적으로 책정하는 방식이다. 즉, 출판사가 매겨준 책값과는 상관없이 유통회사가 책의 마진율을 생각해 판매되는 책값을 결정하는 방식으로 주로 아마존이 사용하고 있다. 반면에 대행 모델은 유통사가 책의 판매 공간을 제공할 뿐이며, 판매되는 책값의 결정은 출판사나 전자책 회사가 하는 방식이다. 다만, 유통사는 전자책의 판매를 대행하는 공간을 제공하고 일정한 수수료를 취하게 된다. 주로 애플이 사용하는 방식으로 애플은 전자책 유통대행 수수료를 판매가격의 30%를 받고 있다. 적어도 미국 시장만을 놓고 보면, 대행 모델이 점차 자리를 잡아나가는 것처럼 보였다. 대형 5개 출판사의 요구에 의해 아마존도 자신의 사이트와 단말기 이외에서는 대행 모델 체제를 수용할 것에 합의했다.

이 모델은 출판사들이 전자책의 소매가격을 설정할 수 있고, 전자책 소비자가가격의 70%를 배분받으며, 애플이나 아마존 등 전자책 유통업체는 30%의 몫을 갖게 되는 구조이다. 그러나, 최근 미국 법무부는 애플의 대행 모델에 대해 제동을 걸고 나섰다. 법무부는 애플을 상대로 주요 출판업체들과 담합을 했다고 반독점 소송을 벌이고 있으며, 애플은 오히려 아마존이 출혈적인 가격인하 정책으로 전자책 시장을 독점하고 있다고 주장하는 등 전자책 콘텐츠 시장의 주도권을 둘러싼 갈등이 심화되고 있다. 이처럼 전자책 콘텐츠의 유통방식과 이익배분 문제를 둘러싼 유통업체간에 또는 출판사와 유통업체간의 갈등도 끊임없이 발생하고 있다.



넷째, 전자책 단말기의 확산과 전자책의 수요 증가는 1인 출판을 용이하게 함과 동시에 촉진하는 동력이 되고 있다. 이미 로맨스, 판타지, 무협 등 장르문학은 전자책 플랫폼을 통한 1인 출판이 확실히 자리매김하고 있다. 또한 기존 작가들도 출판사를 거치지 않고 직접 전자책을 출판하는 경향도 늘어나고 있다. 스티븐 코비가 신간을 출판사 없이 전자책으로 먼저 출간하여 화제가 됐으며, 조안 롤링도 해리포터 시리즈의 전자책을 직접 출판해 해리포터 공식사이트인 포터모어에서 판매하고 있다. 저자들이 집필한 원고는 왓패드(wattpad), 룰루(lulu) 등 직접출판 전자책 사이트에서 올려 출판하기도 하지만, 아마존이나 애플 등에서 제공하는 직접출판 전자책 서비스에서 유통되기도 한다.

애플은 아이북스 스토어에서 개인 저자들의 원고를 올려 판매할 수 있도록 하는데, 미국 세금등록번호(EIN)를 발급받고 애플 계정을 갖고 있으면 ISBN을 획득한 후 전자책 포맷인 '이펍(EPUB)' 형식의 콘텐츠를 아이북스 스토어에서 판매할 수 있다. 또한 아마존도 1인 출판을 위한 전자책 섹션인 '싱글즈'를 운영하며 저자의 직접출판을 지원하고 있다. 이처럼 전자책 시대에 1인 출판의 활성화와 이들이 출판한 전자책의 판매량이 늘어남에 따라 출판사의 무용론도 서서히 확산되고 있어서 그렇지 않아도 종이책 판매량의 감소에 따라 잔뜩 위축되고 있는 각국의 출판사에게 위기의식을 심화시키고 있다.

마지막으로 우리나라 전자책 시장은 아직 큰 변화가 없어 전망에 대한 의견이 분분하다. 일각에서는 전자책 단말기의 보급이 점차 늘어나고 있기 때문에 조만간 시장의 성과가 확연히 나타날 것으로 기대하고 있다. 전자책 단말기를 보유한 사람은 전자책 구매도 자연스럽게 증가하는 미국의 전자책 시장의 선순환 구조에서 보듯이, 그동안 국내 전자책 시장은 스마트폰 보급이 늘어나기 시작한 2010년부터 매출이 늘어나고 있다. 그 결과 2011년 교보문고의 전자책 매출은 전년보다 78% 증가한 120억원에 달했으며, T스토어를 운영하는 SK플래닛은 2011년 전자책에서 70억원의 매출을 올렸다. 특히 교보문고의 경우, 전체 전자책 매출 중 스마트폰을 통해 구매된 비중이 60%가 넘는 것으로 알려졌다.



또한 전자책시장이 성장하면서 전자책 독서량도 늘고 있다. 최근 교보문고에서 발표한 '2011 직장인 독서경영실태조사'에 따르면, 전자책 독서량은 지난 한 해 평균 읽은 책 16권 중 2권으로 조사됐다. 이처럼 전자책 판매량이 늘고 전자책 독서가 증가하면서 국내 전자책 시장도 서서히 확대되고 있다. 여기에 전자책 단말기가 저렴한 가격을 무기로 독자들에게 호응을 얻고 있기 때문에 '전자책시장의 훈풍'이 불고 있는 것이다. 그러나, 향후 국내 전자책 시장이 지속적으로 성장하기 위해서는 시장 여건이 지금보다 개선되어야 할 것으로 보인다. 우선 보다 많은 전자책 콘텐츠의 확충이 시급하고, 적절한 전자책 콘텐츠의 가격 형성도 고려되어야 할 것이다. 얼마 전 뉴스위크지 표지에 실린 "책은 죽지 않았다. 그저 디지털로 진화할 뿐이다"라는 명제가 현실이 되기를 바란다.





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 (유플러스연구소 소장) | 이종규 (인터파크INT공연사업 본부장) |
| 김태원 (푸른여름 대표) | 이혜경 (한국애니메이션제작자협회 팀장) |
| 나익진 (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) | 송경희 (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 (AGB닐슨 미디어리서치 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 검수	김은정 (통계정보팀 선임연구원) 김영수 (통계정보팀 선임연구원) 박성원 (통계정보팀 선임연구원) 강중구 (통계정보팀 연구원) 정길영 (통계정보팀 인턴)

발 행 인 홍 상 표

발 행 일 2012년 10월 26일 (통권 6호)

발 행 처 한국콘텐츠진흥원

서울시 마포구 월드컵북로 400

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

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

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

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

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