

2012. 11.

월간 콘텐츠 시장동향



Contents

Section 1

제 1부 콘텐츠 시장통계

1. 출판	13
2. 만화	22
3. 음악	32
4. 공연	45
5. 게임	50
6. 영화	60
7. 애니메이션	67
8. 캐릭터	77
9. 방송	79
10. 광고	89
11. 지식 정보	92

Section 2

제 2부 콘텐츠 통계 브리핑

【국내 편】	
1. 국내 콘텐츠산업의 사업형태별(업종별) 성장성 분석	108
2. 국내 콘텐츠산업 관련 외국인직접투자(FDI) 추이	116
【해외 편】	
3. 세계 라이선스(License) 산업의 현황과 트렌드	121
4. 세계 SNS(Social Network Service) 기업 실적과 이용 행태에 따른 시사점	127

콘텐츠 시장통계





<월간 콘텐츠 시장동향 11월호 - 10월의 시장동향 요약>

분야	10월 시장동향
출판	<ul style="list-style-type: none"> ○ 시장 침체에 따른 검증된 저자 및 스테디셀러 중심의 독서패턴 » 김난도, 혜민 스님, 이병률, 더글라스 케네디 등 검증된 작가들의 책이 베스트셀러 순위에서 강세 » 20위권 내에서 7권이 출시된 지 최소 4개월에서 2년이 지난 저작임
	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‘다이어터’ 5개월째 한국만화 판매 1위 / 단행본 출간종수 전월 대비 증가 » 한국만화 베스트셀러 1위부터 3위까지 ‘다이어터’, ‘미생’, ‘마조 앤 새디’로 9월과 동일 » 10월에 271종의 단행본이 출간되어 전월 대비 34종 증가, 그러나 연간 누적 기준으로는 전년 대비 감소
음악	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‘강남스타일’ 유튜브 역대 조회수 1위 등극! (연내 10억건 돌파 예상) » 11월 24일 오후 저스틴 비버의 ‘베이비’를 제치고 ‘강남스타일’이 유튜브 역대 조회수 1위에 등극 » 가인의 ‘피어나’ 디지털 종합 차트 1위 차지 / ‘슈퍼스타 K4’를 위시한 음악 프로그램 강세
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 해외 뮤지컬의 흥수 속에서 창작 뮤지컬 ‘영웅’이 선전 » ‘오페라의 유령’, ‘맨 오브 라만차’ 등 해외 뮤지컬 공세 속에서 창작 뮤지컬 ‘영웅’이 2위를 기록 » 연말을 앞두고 ‘호두까기 인형’, ‘백조의 호수’ 시리즈 8편이 국악/무용 순위를 대거 점유
게임	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‘리그 오브 레전드’의 독주 (시간 점유율 23.76%) » 월간 순위에서는 15주 연속 1위를 기록하고 있는 ‘리그 오브 레전드’의 독주가 계속됨 » ‘블레이드 & 소울’이 <2012 대한민국 게임대상>에서 대상과 사운드, 그래픽, 캐릭터 부문 4관왕에 오름
	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‘광해, 왕이 된 남자’의 스크린 점령 (누적관객 1,100만명) » ‘광해, 왕이 된 남자’가 관객수 587만명을 동원하며 1위를 차지했으며, 누적관객수 1,100만명을 넘어섬 » 1~10월 누적 관객 점유율에서는 한국영화가 58%를 기록하며 전년 동기 점유율(53.4%)을 앞섬
애니메이션	<ul style="list-style-type: none"> ○ 애니메이션 전문채널은 저녁 6시, 4~9세의 시청률이 4.67%로 가장 높아 » ‘구름빵’, ‘상상친구 꾸메꾸메’ 등 지상파TV에서 방영되는 국산 애니메이션이 1% 이상의 시청률로 인기 » 전문채널에서는 일본 애니메이션이 강세를 지속하고 있는 가운데, 국산 애니메이션 ‘안녕자두야?’가 선전
	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‘브라우니’, ‘꼬마버스 타요’ 등 TV·애니메이션 파생 캐릭터상품 판매 호조 » 개그콘서트로 유명세를 탄 ‘브라우니’ 등 TV 유명 프로그램 및 애니메이션 파생 상품이 완구시장에서 인기
방송	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‘내 딸 서영이(29.95%)’, ‘별도 달도 따줄게(28.03%)’ 등 KBS 드라마의 강세 » 채널별 평균 시청률 : KBS1(5.58%), KBS2(4.61%), SBS(4.14%) MBC(3.67%), EBS(0.70%) 순 » 프로그램 시청률 TOP20 : 드라마 10편(50%), 예능 4편(20%), 시사교양 4편(20%), 보도 2편(10%) 등
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 검색광고 시장 - 오버추어 철수로 인한 네이버의 반사이익 » 연말 모기업 야후코리아와 함께 오버추어의 철수로 인해 검색광고 시장 변동 - 네이버 10월 점유율 2.7%p 상승 » 노출형 광고는 3개 포털(네이버, 다음, 네이트)이 시장 점유율 76.8% 기록
지식정보	<ul style="list-style-type: none"> ○ 카카오톡 연동게임의 앱마켓 차트 점령 » ‘플레이스토어’ 매출 상위 10위 중 6개, ‘앱스토어’ 역시 카카오톡 연동 게임이 대거 차트 상단 포진 » 9월 말 LTE 서비스 가입자 1,172만명, 전월 대비 149만명 증가로 연내 1,600만명 돌파 예상



출판시장 : 독서시장 침체에 따른 검증된 저자 및 스테디셀러 중심의 독서패턴

- 10월 교보문고 베스트셀러 상위권에서는 저자의 지명도와 전작의 영향력이 더욱 두드러지고 있다. ‘아프니까 청춘이다’로 청년들에게 멘토의 역할을 해온 김난도의 ‘천 번을 흔들려야 어른이 된다’가 발간 2개월만에 1위에 올랐다. 1월 발간이후 꾸준한 사랑을 받으며 밀리언셀러를 기록한 해민 스님의 힐링에세이 ‘멈추면 비로소 보이는 것들’은 10개월째 인기가 지속되며 2위를 기록했다. ‘끝림’으로 유명한 이병률 작가의 여행에세이 ‘바람이 분다 당신이 좋다’는 3위에 올랐다. 20위권 내에서 7권이 출시된 지 최소 4개월에서 2년이 지난 저작인 것은 불황기의 특징인 스테디셀러 중심의 독서패턴을 잘 보여준다.
- 교보문고 e북 순위에서는 ‘베르나르 베르베르의 상상력 사전’이 1위에 올랐다. 2011년 3월에 종이책으로 발간되었던 이 책은 e북으로 새롭게 발간되면서 독자들의 눈길을 끌었다. 현지원, 장소영 작가 등의 장르소설이 베스트셀러 20위권 중 절반 이상을 차지했고, E.L.제임스의 ‘그레이의 50가지 그림자’ 시리즈 중 3권이 순위권에 들었다. ‘그레이의 50가지 그림자’는 상대적으로 높은 가격에도 불구하고 전자책으로 도합 10만건 이상 다운로드 되었다. ‘빅 픽처’를 통해 독자층을 확보한 더글라스 케네디의 신작 ‘템테이션’은 7위로 순위권에 진입했다. e북 순위 20위권에서는 4권을 제외한 모든 책이 장르소설 및 E.L.제임스, 더글라스 케네디의 소설 시리즈였다.
- 교보문고 베스트셀러 100위를 분야별로 분류한 결과, 10월에는 잠언·치유·사랑 등 따뜻한 독서를 유도하는 에세이와 생활밀착적인 분야(건강, 가정/생활 등)의 수요가 늘어났다. 에세이 장르는 9월과 마찬가지로 100위권 내에 20권이 포함되며 가장 높은 비중을 차지했다. e북 시장에서는 로맨스·추리·판타지 등 장르소설이 70권을 차지하며 절대적인 비중을 보였고, 소설 및 자기계발 장르의 비중은 다소 감소했다. 또한 어려운 내용을 가볍게 읽을 수 있는 전문 실용 e북 콘텐츠가 다소 줄어들면서 올해 들어 처음으로 100위권 내에 경제/경영서가 포함되지 않았다.
- 신간도서의 발행 부수(대한출판문화협회 집계)는 전월보다는 나아졌으나 전년대비 절반 수준에 머물러, 경제 민감도가 높은 출판 시장의 어려움을 보여준다. 베스트셀러를 제외하고는 대부분 출판사들이 신간 부수를 가능한 낮게 책정하고 있어 독자들의 소비심리를 예상하는 발행 부수는 하반기부터 급감하고 있다. 시장상황에 대한 전망을 반영하는 신간 발행 중수(출판유통진흥원 집계)도 8월 이후 마이너스 지표를 보이고 있다. 10월의 발행 중수는 전년동월 대비 15% 감소한 3,567종에 머물렀다.

만화시장 : ‘다이어터’ 5개월째 한국만화 판매 1위 / 단행본 출간종수 전월 대비 증가

- 10월 한국만화 베스트셀러 1위에서 3위까지의 순위는 9월과 동일했다. 건강한 다이어트를 내세워 20~30대 여성의 전폭적인 지지를 받은 ‘다이어터’는 5개월 연속 1위를 지켰다. 고졸 샐러리맨의 사회생활을 그려 직장인들의 공감을 사고 있는 ‘미생’은 2주 연속 2위에 올랐고, 만화의 인기에 힘입어 캐릭터 상품으로 영역을 확장해나가고 있는 ‘마조 앤 새디’는 3위를 차지했다.
- 10월 만화 단행본 출간 종수는 271종으로 9월과 비교했을 때 34종 증가하며 4월부터 시작된 하락세가 한풀 꺾였으나, 연도별 합계에서는 전년 동기 대비 268종이 감소한 2,797종을 기록해 출판만화 시장이 여전히 침체에 빠져 있음을 확인할 수 있다.



- 2012년 8~10월까지 국내에서 출간된 765종의 만화 중 한국작가의 작품은 238종, 일본작가의 작품은 520종으로 나타났다. 10월 한국 작가의 작품이 8편 증가한 반면, 일본 작가의 만화는 26종 증가해 일본 작가의 비중이 소폭 증가한 31.1% 대 68.0%의 비율을 보였다. 기타 국가 작가의 만화 단행본은 7종(0.9%)이 출간되며 1% 아래로 떨어졌다.
- PC 웹툰 서비스 이용통계를 살펴보면 <네이버 만화>는 전월대비 28만명 증가한 629만명을, <다음 만화속세상>이 10만명이 증가한 283만명을 기록하며 3개월만에 순방문자수 감소세가 멈췄다. 도달률과 월평균체류시간 등 대부분의 수치가 증가한 것으로 나타났다. 모바일 기기를 활용한 웹툰 이용이 늘어나고 있는 상황에서 10월 이용량 증가가 예외적인 현상인지, 이용자 감소추세가 완화된 것인지의 향후 추이를 지켜봐야 할 것이다.

음악시장 : '강남스타일' 유튜브 역대 조회수 1위 등극! (연내 10억건 돌파 예상)

- 10월 가온 디지털 음악 종합차트에서는 가인의 솔로 앨범 <Talk about S.>의 '피어나'가 1위에 올랐다. 2위는 에픽하이의 '춤'이 차지했다. 발라드 가수 케이월의 신곡 '이러지마 제발'은 3위로 새롭게 차트에 진입했다. 한편 3곡을 순위권에 올린 슈퍼스타 K4를 포함해 5곡의 음악 프로그램 관련 노래가 20위권에 들어, 음악 프로그램이 음원소비에 큰 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.
- 9월 말 발매된 동방신기의 <Catch Me> 앨범은 한 달 동안 11만장의 판매량을 추가하며 10월 오프라인 앨범차트 1위로 올라섰다. <싸이6甲 Part.1>은 9월 7위에서 10월 2위로 올라왔는데, 해외 시장에서의 인기가 역으로 한국 시장에서의 판매로 이어지고 있는 모습이다. 3위는 대중성과 음악성을 인정받고 있는 에픽하이의 7집 <99>가 차지했다.
- 유튜브 K-POP 조회수 순위(10월 신규등록)에서는 현아의 'Ice Cream'이 1,767만 건의 조회수로 1위를 차지했다. 싸이가 까메오 출연한 'Ice Cream'은 티저 영상이 3위에 오를 만큼 큰 인기를 끌었다. 2위는 지난 10월 4일 시청에서 펼쳐진 싸이의 공연 영상이 올랐다.
- 유튜브 K-POP 누적 조회수에서는 2억 8천만 가량의 조회수를 추가한 '강남스타일'이 1위를 지켰다. '강남스타일'은 11월 2일 제니퍼 로페즈의 '온 더 플로어'를 제치고 역대 조회수 2위로 올라섰으며, 11월 24일 오후에는 드디어 저스틴 비버의 '베이비'가 보유한 역대 조회수 1위(8억365만) 기록을 추월했다(25일 현재 8억1500만 건). 유튜브에 따르면 유엔회원국보다 많은 223개국에서 '강남스타일'을 조회했으며, 하루 700~1,000만건의 조회수가 꾸준히 추가되고 있어 연내 10억건 돌파의 가능성이 큰 것으로 추정되고 있다.
- 10월 음악 어플리케이션 이용 현황에 따르면, 오디오 재생 프로그램인 '곰오디오'를 가장 많은 300만명이 이용하는 것으로 나타났다. 뒤를 이어 애플이 서비스하는 'iTunes'가 278만명으로 2위를 차지했다. 온라인 음악 서비스로는 '멜론'이 128만명의 압도적인 순이용자를 보유하고 있다.



공연시장 : 해외 뮤지컬의 흥수 속에서 창작 뮤지컬 '영웅'이 선전

- 10월 공연시장 종합 순위에서는 12월 7일 공연을 앞두고 있는 '오페라의 유령'이 8.2%의 점유율을 기록하며 1위를 차지했다. 안중근 의사의 하얼빈 거사 100주년을 기념하여 2009년 제작된 창작 뮤지컬 '영웅'은 2위에 올랐고, 세르반테스의 소설 '돈키호테'를 원작으로 만들어진 '맨 오브 라만차'가 5%로 3위를 기록했다.
- 연극 분야에서는 '옥탑방고양이(대학로)'가 1위를, '국민연극 라이어 1탄 - 대학로'와 '뉴보잉보잉1탄'이 각각 2, 3위를 차지했다. 위 세 작품은 6월 이후 치열하게 순위를 다투고 있는 연극계의 베스트셀러이다.
- 콘서트 티켓 판매 순위에서는 '이승기 희망 콘서트'가 5.0%의 점유율로 1위에 올랐다. 2011년 '나는 가수다'를 통해 재발견된 김범수 박정현의 콘서트 '그해, 겨울'이 2.8%로 2위, 활발한 방송활동을 통해 많은 인기를 얻고 있는 컬투의 '크리스마스쇼'가 2.6%로 3위를 차지했다.
- 클래식/오페라 분야에서는 '모차르트 오페라 시즌'이 1위를 차지했다. '모차르트 오페라 시즌'은 '돈 조반니', '코지 판 투테', '마술피리' 총 세 작품이 로테이션으로 12회 공연하는 레퍼토리 시스템으로 선보인다. 2위는 국립오페라단 창단 50주년 기념작 '오페라 카르멘'이 올랐고, '2012 크리스마스 콘서트 <유키 구라모토와 친구들>'이 3위를 기록했다.
- 국악/무용 분야에서는 1986년 국내 초연 이후 매년 관객을 찾아가고 있는 유니버설발레단 '호두까기 인형'이 15.3%로 1위를 차지했다. 10월 12일에서 21일까지 펼쳐진 '2012 경희루연향'이 2위에, 국립발레단의 '2012 송년발레 호두까기 인형'이 3위에 올랐다. 연말을 앞두고 '호두까기 인형', '백조의 호수' 같은 인기 발레극이 대거 순위를 차지했다.

게임시장 : '리그 오브 레전드'의 독주 (시간 점유율 23.76%)

- 10월 온라인게임 순위에서도 15주 연속 1위를 기록하고 있는 '리그 오브 레전드'의 독주가 계속됐다. '2012 대한민국 게임대상'에서 대상인 대통령상을 비롯해 사운드, 그래픽, 캐릭터 부문을 휩쓸어 4관왕에 오른 '블레이드 & 소울'은 3개월 연속 2위를 유지했고, 추석 연휴와 개천절을 맞아 다양한 이벤트를 진행한 '피파온라인'은 3위에 올랐다.
- 10월 온라인게임 장르별 현황에서는 <RPG>가 38.09%의 점유율로 1위를 수성했으나 한때 50%까지 치솟았던 점유율이 7월 이후로 지속 하락하여 40% 아래로 떨어졌다. <RTS>는 2011년 1분기부터 점유율이 꾸준히 상승세를 그리며 2012년 9월 현재 30%를 넘어서며 <RPG>를 위협하고 있다. <스포츠>는 10.48%의 점유율로 10.01%를 기록한 <FTS>를 밀어내고 3위로 올라섰다.
- 게임 제작사별 점유율 순위에서는 '엔씨소프트'와 '블리자드'가 각각 22.42%와 14.85%의 점유율로 변함없이 1, 2위를 지켰다. 한편, 전월 대비 15만 시간이 증가한 '피파온라인2'의 선전에 힘입은 '네오위즈게임즈'가 개학 이후 주력게임들의 시간점유율 감소를 겪고 있는 '넥슨'을 밀어내고 3위를 차지했다.



- 모바일 게임시장에서는 지난달과 마찬가지로 <구글플레이>와 <앱스토어> 무료게임 랭킹은 카카오톡 게임하키의 독식이 이어졌다. '애니팡'의 인기가 시들해지고 비슷한 '캔디팡'이 유저들을 흡수한 가운데, 신규게임인 '드래곤 플라이트'의 활약이 돋보였다. '게임로프트'의 액션게임 '와일드 블러드'가 <구글플레이>, <티스토어>에서 인기몰이 중이며 '로비오'의 신작, '배드 피기즈'도 <앱스토어> 유료랭킹 1위를 차지하는 등 해외게임들의 랭킹진입도 꾸준히 이뤄졌다.
- 10월 게임 이용자 통계에 따르면 온라인게임 순이용자는 여자는 374만명으로 12만명 증가했으나 남자가 20만명 감소한 606만명을 기록해 총 8만여명이 줄어든 것으로 나타나, 9월에 이어 순이용자가 연속 감소했다. 연령별 이용행태에서는 '13~18세'가 순이용자를 비롯해 도달률, 평균게임이용개수에서 가장 높은 수치를 기록했고, '35~39세'는 평균이용시간이 제일 많은 것으로 나타났다. 직업별 이용 행태로 살펴보면 '학생'이 가장 많은 순이용자수(412만명)를, '무직/기타'는 평균이용시간에서 가장 높은 수치(2,520분)를 보였다. 가구소득별 특성에서는 '300만원~500만원'이 가장 많은 순이용자와 도달률, 평균이용시간을 기록했다.

영화시장 : '광해, 왕이 된 남자'의 스크린 점령 (누적관객 1,100만명)

- 10월 박스오피스 순위에서는 9월 박스오피스 1위였던 '광해, 왕이 된 남자'가 관객수 587만명을 동원하며 1위를 유지했다. '광해, 왕이 된 남자'는 누적관객수 1,100만명을 넘어섰다. 2위는 9월 27일에 개봉한 리암 니슨 주연의 '테이큰 2'로 약 135만명의 관객과 102억원의 매출액을 기록했으며, 방은진 감독의 '용의자X'가 133만명의 관객을 동원하며 3위를 기록했다. 26일에 개봉한 '007 스카이 폴'은 6일간 116만명이라는 높은 스코어를 기록하며 4위에 올랐고, 11일에 개봉한 '회사원'은 111만명으로 5위에 올랐다. 하지만 2위에서 5위까지를 기록한 이들 작품들은 관객수를 모두 합쳐도 1위에 못 미치는 스코어를 보이며, '광해'의 스크린 점령을 역설적으로 증명했다.
- 1~10월까지의 연간 누적 박스오피스 매출액은 작년 같은 시기에 비해 약 1,569억 원(15.2%) 증가한 1조 1,910 억원으로 집계되었다. 관객 수도 전년 동기 대비 약 2,559만명(19.3%)이 증가한 1억 5,823만명을 기록했다. 개봉편수에서는 한국영화 개봉이 전년에 비해 2편이 늘어난 118편이었으며, 관객수는 2,094만명이 증가했다. 외국영화는 23편 증가한 261편이 개봉했고, 관객수는 약 465만명이 늘었다.
- 누적 관객점유율은 한국영화가 58%를 기록하며 외국영화 점유율(42%)을 앞섰는데, 9월 누적 수치 대비 0.9%p가 상승하였으며, 전년 동기 한국영화 점유율 53.4%에 비하여 4.6%p가 증가하였을 정도로 한국영화의 강세가 지속되고 있다.
- 월별 관객 점유율에서는 작년 10월 한국영화 점유율이 67.9%를 기록했던 것에 이어 올해 10월에도 66.5%를 기록했다. 10월 한국영화는 16편이 개봉했고, 동원 관객수는 1,017만명을 넘기며 한국영화 관객수가 7월 이후 4개월 연속 1,000만명을 상회하고 있다.
- 2012년 10월까지 연간 누적기준으로 가장 높은 점유율을 기록한 배급사는 'CJ E&M'으로, 총 관객 3,860만명을 동원하며 24.7%의 점유율을 기록했다. 'CJ E&M'은 '광해, 왕이 된 남자'와 '용의자X'의 흥행에 힘입어 전월대비 점유율이 2.8%p 상승했다. '쇼박스(주)미디어플렉스'는 박스오피스 5위를 기록한 '회사원'을 배급하여 2위를 기록하였으나, 점유율은 14%로 전월 대비 0.7%p가 감소했다.



■ 애니메이션시장 : 애니메이션 전문채널 시청률은 저녁 6시, 4~9세가 4.67%로 가장 높아

- 10월 지상파채널(EBS 제외) 애니메이션 시청률을 살펴보면 베스트셀러 동화 원작의 애니메이션 ‘구름빵’이 1.04%로 1위를 차지했다. 널리 알려진 동화를 재구성해 들려주는 내용의 ‘상상친구 꾸메꾸메’와 소형여객기 윙키가 몽게 공항에서 겪는 일을 다룬 ‘두리둥실 몽게공항’은 각각 2, 3위에 올랐다. EBS에서는 46개의 애니메이션이 방영되고 있으며 그중 20위권의 인기 애니메이션들은 시청률 1% 이상을 기록하고 있다.
- 어린이/애니메이션 전문채널 시청률 순위에서는 9월에 이어 ‘명탐정 코난 극장판 11번째 스트라이커’가 1위를 차지했다. 10월 <투니버스>에서 방영을 시작한 국산 애니메이션 ‘안녕자두야2 미리보기’는 2위를 차지했다. TV, 극장판 할 것 없이 꾸준히 사랑받고 있는 ‘짱구는 못말려’ 시리즈의 극장판 ‘태풍을 부르는 영광의 불고기 로드’는 3위에 올랐다. 국산 애니메이션이 높은 시청률을 기록하고 있는 지상파채널과 달리 전문채널에서는 일본 애니메이션의 강세가 계속되고 있다.
- 어린이/애니메이션 전문채널의 평균 가구시청률에서는 9월보다 소폭(0.01%p) 상승한 <투니버스>의 독주가 계속됐다(0.24%). <카툰네트워크>와 <챔프>는 9월과 변동없는 시청률로 2, 3위를 지켰다(각각 0.10%, 0.09%). 전반적으로 개학과 동시에 하락했었던 시청률이 안정세를 찾은 모습이다.
- 애니메이션 전문채널의 시간대별 평균 시청률을 살펴보면 20대를 제외한 모든 연령대에서 ‘17~20시’에 시청률이 가장 높게 나타났다. 어린이/애니메이션 전문채널의 주요 소비자층인 ‘4~9세’의 평균 시청률은 1.66%였다. 10대가 그 뒤를 이었으나 시청률 0.46%로 ‘4~9세’의 1/3 정도에 불과했고 최고 시청률도 1.10%(19시)로 4.67%(18시)를 기록한 ‘4~9세’의 1/4 수준에 머물렀다.
- 2012년 1월부터 11월 초까지 총 39편의 극장판 애니메이션이 개봉했다. 39편의 애니메이션 중 2D는 21편, 3D는 18편으로 전통적인 방식의 2D 애니메이션이 여전히 다수를 차지하고 있으나 격차는 미미한 수준이다. 국내 개봉한 2D 애니메이션의 대다수가 일본에서 제작된 반면 3D 애니메이션은 미국을 비롯해 호주, 캐나다, 스페인 등 다양한 국가에서 제작되었다.

■ 캐릭터시장 : ‘로보카 폴리’, ‘꼬마버스 타요’ 등 TV 애니메이션 파생 캐릭터상품 판매 호조

- 10월 G마켓 캐릭터 상품 TOP 10을 살펴보면 작동완구와 캐릭터완구, 승용완구 부문 1위가 9월과 동일한 것으로 나타났다. 신생아/영아완구 부문에서는 ‘피서프라이스 러닝홈’이 1위를 차지했고, 캐릭터/패션인형에서는 ‘쁘로로 봉제인형’이, 스포츠완구에서는 ‘접이식 스마일 트램폴린’이 1위에 올랐다.
- <토이저리스>에서 발표한 10월 캐릭터 상품 부문별 1위는 남아완구 ‘캡틴 DX 캡틴킹’을 제외하고 전부 바뀌었다. 유아완구에서는 ‘빙글빙글 타요 주차장 놀이세트’가 1위를 차지했고 여아완구에서는 ‘개콘 정여사 브라우니(대)’가 프로그램의 인기에 힘입어 1위에 올랐다. 교육완구 부문은 ‘레고’시리즈의 강세가 지속됐고, 야외완구로는 ‘킴포 트라이크’가 1위를 기록했다. ‘아카데미 한밤의 유명사냥 2인용’은 8월 이후 다시 한 번 1위를 차지했다.



방송시장 : ‘내 딸 서영이(29.95%)’, ‘별도 달도 따줄게(28.03%)’ 등 KBS 드라마의 강세

- 10월 채널유형별 평균 가구시청률은 9월 대비 0.01%p 감소한 33.04%를 기록했다. 채널유형별로는 지상파채널이 18.84%(점유율 57.03%), 종합편성채널 1.88%(점유율 5.68%), 유료채널(110개)이 10.88%(점유율 32.94%)를 기록했다. 9월 시청률과 비교하면 지상파채널의 시청률이 0.3%p 증가했고, 유료채널(110개)의 시청률은 0.45%p 감소했다. 종합편성채널 시청률은 0.05%p 증가하며 큰 변화가 없었다.
- 10월 채널별 시청률은 ‘KBS1’이 5.58%로 가장 높은 것으로 나타났고, 이어서 ‘KBS2’, ‘SBS’, ‘MBC’의 순으로 집계되었다. 지상파방송의 시청률 수치는 전월과 큰 차이가 없었다. 종합편성채널(JTBC, MBN, 채널A, TV조선) 시청률은 9월과 대동소이했지만 ‘TV조선’의 시청률이 약간 상승하며 JTBC와의 격차를 좁혔다. ‘MBN’은 중편채널 중 가장 높은 0.6%대의 시청률을 유지하고 있다.
- 전체 프로그램 가구시청률에서는 KBS 드라마의 강세가 이어졌다. ‘닝쿨당’의 후속작으로 9월 시청률 23.52%를 기록하며 좋은 스타트를 끊었던 주말연속극 ‘내 딸 서영이’는 29.95%의 높은 시청률로 1위에 올랐다. KBS1 일일연속극 ‘별도 달도 따줄게’는 9월(25.82%)보다 높은 시청률(28.03%)로 2위를 기록했고, KBS2 수목드라마 ‘세상 어디에도 없는 착한남자’는 8위에 올랐다. MBC와 SBS 드라마는 ‘메이퀸(18.04%)’과 ‘그래도 당신(16.32%)’이 각각 5위와 7위에 오르며 체면을 지켰다.
- 10월 종합편성채널/유료채널 프로그램 중에서는 Mnet의 ‘슈퍼스타 K4’가 시청률 7.08%로 3개월 연속 압도적 1위에 올랐다. 8월 5.4%, 9월 6.1%에 이어 시즌 후반으로 갈수록 시청률이 높아졌다. MBN의 ‘고수의 비법 황금알’은 전월에 이어 2위에 올랐다.
- 장르별 프로그램 순위의 <드라마> 부문에서는 KBS2 주말연속극 ‘내 딸 서영이’와 KBS1 일일연속극 ‘별도 달도 따줄게’의 시청률이 높았다. <보도> 부문에서는 KBS가 5위권에 4개 뉴스를 포진시키며 강세를 보이고 있다. ‘SBS 8 뉴스’에도 뒤지며 최근 시청률 부진을 겪던 MBC는 ‘뉴스데스크’의 시간대를 11월 5일부터 8시로 바꾸어 방송하고 있다. <예능> 부문에서는 KBS2의 ‘개그콘서트’가 20.71%(9월 20.15%)를, <시사/교양> 부문에서는 KBS1의 ‘러브 인 아시아’가 15.82%(9월 14.68%)를 기록하며 8, 9월에 이어 1위를 유지했다.
- 케이블TV는 2012년 8월 말 기준으로 전국적으로 1,489만 가입자를 확보하고 있다. 2009년 12월의 1,530만 가입자수에 비해 조금 줄어든 수치이다. 이는 IPTV와 스카이라이프의 가입자가 꾸준히 증가함에 따른 것으로 풀이된다. 반면 10월 IPTV 가입자는 9월 대비 14만4000명 증가한 622만명으로 나타났고, 스카이라이프는 368만명으로 전월에 비해 6만명 가량 증가했다. 유료채널 플랫폼 가입자는 지속해서 증가하고 있다.

광고시장 : 검색광고 - 오버추어 철수로 인한 네이버의 반사이익 효과

- 10월 인터넷 노출형 광고는 상위 30개 업체의 매출액이 601억원을 기록한 것으로 집계되어 9월(606억원) 대비 5억원 감소했다. 3대 포털인 ‘네이버’, ‘다음’, ‘네이트’의 점유율 합계는 9월(77.5%)에 비해 0.7%p 하락한 76.8%를 기록했다. 올해 말 한국시장에서 철수할 계획을 가지고 있는 ‘야후 코리아’는 9월(5.5%)에 비해 1.2%p 하락한 점유율 4.3%를 기록하며 4위를 기록했다. 5위부터 7위까지는 언론사 사이트가 순위를 점유했다. 한편 포털과 언론 사이트 이외에는 ‘판도라TV’가 5억2000만원을 기록하며 8위에 올랐고, ‘페이스북’은 4억9000만원으로 9위로 집계되었다.



- 10월 광고주별 인터넷 노출형 광고에서는 9월 22억원의 광고를 집행하며 1위에 올랐던 '삼성전자'가 9억3천만 원을 기록하며 11위로 크게 하락했다. 광고 집행금액 17억원을 기록한 '이마트'가 1위를 기록했고, 15억원으로 집계된 'SK플래닛'은 2위에 올랐다. '쿠팡'을 운영하는 '포워드벤처스엘엘씨'는 3위로 집계되었다. 'G마켓', '옥션'을 운영하는 '이베이코리아'가 4위를 기록했고, 중저가 화장품 브랜드 '미샤'를 소유한 '에이블씨엔씨'는 13억원으로 5위에 올랐다.
- 상위 30대 광고주의 인터넷 노출형 광고 점유율은 전체의 41.6%(265억원)으로 나타났다. 9월 점유율(42.1%)에 비해 0.5%p 감소했으며 집행금액은 9월(269억원) 대비 3억원 감소했다.
- 10월 검색광고시장 광고주 수는 144,000개를 기록했다. 147,000개를 기록했던 9월과 비교하여 2.0%(3,000개)가 감소했다. 매체별 점유율에서는 '네이버'가 39.2%로 압도적인 1위를 차지했고, '오버추어-네이버 공동집행'이 12.9%로 2위에, '네이트'는 11.7%로 3위에 올랐다. '네이버'는 등락을 반복하며 연초이후 점유율을 계속해서 높여가고 있고, 특히 10월에는 전월대비 2.7%p 증가한 시장점유율을 보이면서 '오버추어-네이버'를 합하면 과점에 가까운 수치를 보이고 있다. 오버추어는 심한 변동 속에서 하락 추세가 이어지고 있다. 최근 모기업인 야후코리아와 함께 오버추어가 연말에 한국에서 철수하기로 한 결정이 오버추어의 점유율 하락과 더불어 네이버의 반사이익으로 연결되는 모습이다.

■ 지식정보시장 : 카카오톡 연동게임의 앱마켓 차트 점령

- 10월 웹사이트 종합순위(순방문자수 기준)는 전월과 비교해 큰 변동이 없었다. 포털과 뉴스미디어, 온라인쇼핑몰이 상위권을 점유했던 가운데 '지마켓'과 '11번가' 등 온라인쇼핑몰과 '싸이월드'가 5% 정도의 순방문자수 증가를 보이며 전월보다 높은 순위에 올랐다.
- 웹사이트 종합순위 1, 2위는 '네이버'와 '다음'이 차지했다. 각각 순방문자수 3,202만명과 2,829만명으로 전체 인터넷 이용자 중 도달률이 95.95%, 84.77%에 달했다. 네이버는 경우 월평균 341분의 체류시간을 기록했는데 이는 하루 평균 11분에 해당한다. '다음'의 월평균체류시간은 네이버에 비해 다소 떨어지는 240분(하루 평균 7.7분)이었다.
- 주제별 웹사이트 순위에서는 <뉴스/미디어> 분야의 사이트들이 1,000만명 이상의 순방문자와 5~18분의 평균체류시간을 기록했다. 9월과 마찬가지로 '조선닷컴', '동아일보', '한국일보', '매일경제'의 순으로 평균체류시간이 길었다. <전자상거래> 분야에서는 'G마켓', '옥션', '11번가', '쿠팡'의 이용비율이 높았다. <엔터테인먼트 분야>에서는 전체적으로 순방문자수가 크게 증가했다. 특히 '유튜브'가 전월(26.8%) 대비 2.6%p 증가한 29.4%의 시간점유율을 기록하며 서비스 영향력을 강화했다. <SNS/커뮤니티 분야>에서는 '페이스북'과 '티스토리(tistory.com)'가 강세를 보였다. '페이스북'은 전월 대비 9.1% 감소한 1,082만명의 순방문자를 기록했지만, 체류시간은 6.3분 증가한 50.8분으로 측정되었다. '페이스북'은 높은 체류시간(분)을 기반으로 해당분야 30.3%의 시간점유율을 기록했다.



- 10월 인터넷 평균이용시간(PC)은 9월(1,660분, 하루 평균 55.3분) 대비 98분 증가한 1,758분(하루 평균 56.7분)으로 나타났다. 연령별 구분에서 인터넷 이용시간이 가장 높은 집단은 '25~29세'로 평균 2,494분을 기록했다. 25세에서 49세까지의 연령층은 2,000분 이상의 이용시간을 보였고, 그 외의 연령층에서는 이용시간이 상대적으로 낮은 것으로 나타났다.
- 애플리케이션 이용 순위에서는 <멀티미디어 분야>에서 동영상 재생 프로그램인 '곰플레이어'의 이용자가 가장 많았다. '곰플레이어'는 순이용자수 1,292만명, 월평균이용시간은 582분에 달하는 것으로 측정되었다. <P2P 분야>에서는 파일공유서비스 'uTorrent'의 이용자가 611만명으로 가장 많았고, 'N드라이브', '유클라우드', '쉐어박스', '다음 클라우드'가 뒤를 이었다. <게임 분야>에서는 라이엇 게임즈의 '리그 오브 레전드'의 상승세가 무섭다. '리그 오브 레전드'는 순이용자가 전월 대비 무려 31.6% 증가한 146만명을 기록하며 '메이플 스토리'를 제치고 1위로 뛰어올랐다. <기타 분야>에서는 PDF 파일 뷰어 '아크로벳 리더'가 1,169만명의 순이용자(일평균이용자 161만명)를 기록하며 1위에 올랐고, 압축 프로그램 '알집'이 2위를 차지했다.
- 모바일 애플리케이션(스마트폰 및 태블릿용) 순위에서는 9월에 이어 카카오톡 연동 게임의 강세가 이어졌다. 이같은 경향은 애플 앱스토어에 비해 안드로이드 마켓에서 특히 뚜렷하게 나타났다. '플레이스토어' 매출 기준 순위 상위10위 중 1, 2, 3위를 포함한 6개의 게임이 카카오톡 연동 게임이었다. 무료 순위에서는 10개 중 무려 8개가 카카오톡 관련 앱이었다. 애플 <앱스토어> 역시 카카오톡 연동게임이 인기를 끌었다. '아이러브커피 for Kakao'가 매출분야 1위를 차지했고, '캔디팡 for Kakao'가 무료 다운로드 부문 1위에 올랐다. <티스토어> 유료 부문에서는 VOD와 게임의 강세가 이어졌다. 일본 스퀘어사의 고전 '파이널판타지'를 앱으로 출시한 버전이 1위에 올랐고, '전망좋은 집', '간첩', '공모자들' 등 올해 하반기에 개봉했던 영화들이 순위 상위권을 기록했다.
- 주요 방송통신서비스 가입자는 2012년 9월 말 기준으로 시내전화 1,838만명, 이동전화 5,328만명, IPTV 608만명, 초고속인터넷 1,814만명, 휴대인터넷(와이브로) 100만여명을 기록하고 있다. 시내전화 가입자는 점진적으로 감소하고 있는 반면, 이동전화·IPTV·초고속인터넷·와이브로 가입자는 꾸준히 증가하고 있다. 초고속인터넷 가입자수는 시내전화 가입자수에 근접하고 있는데, 연내로 시내전화 가입자수를 추월할 것으로 예상된다. 고속휴대인터넷 서비스인 와이브로는 조금씩 가입자가 늘고 있지만 LTE 서비스로 인해 기대만큼의 성과를 내지 못하고 있으며, 이동전화 가입자수는 국가인구수를 넘으며 증가세가 다소 둔화하고 있지만 개인이 복수의 기기를 지니는 경우(태블릿 등)가 늘어남에 따라 증가세는 지속될 것으로 보인다.



01 출판

독서의 계절, 가을이 무르익은 10월 출판시장에서는 성찰적인 에세이와 자기계발서의 인기가 계속되었다. 연말이 가까워지면서 지나온 시간을 돌아보고 새로운 동기를 부여하는 서적에 대한 독자들의 관심이 커졌고, 에세이를 통해 경기침체와 청년실업 등으로 불안이 일상화된 삶에 대한 위안과 지혜를 얻으려 하는 성향이 엿보였다.

베스트셀러 순위에서는 ‘아프니까 청춘이다’로 청년들에게 멘토의 역할을 해온 김난도의 ‘천 번을 흔들려야 어른이 된다’가 발간 2개월 만에 1위에 올랐다. 1월 발간이후 꾸준한 사랑을 받으며 밀리언셀러를 기록한 헤민 스님의 힐링에세이 ‘멈추면 비로소 보이는 것들’은 10개월째 인기가 지속되며 2위를 기록했고, ‘끌림’으로 유명한 이병률 작가의 여행에세이 ‘바람이 분다 당신이 좋다’는 3위에 올랐다. 미국의 리더십 전문가 존 맥스웰이 15가지 자기성장 노하우를 정리한 ‘사람은 무엇으로 성장하는가’는 4위로 급상승했다. 5위는 2010년 출간된 ‘빅 픽처’가 차지했고, 이 책을 통해 인기작가로 자리잡은 더글라스 케네디의 신간 ‘템테이션’이 8위에 진입했다. 발간된 지 6년이 지난 ‘충, 균, 쇠’는 서울대의 올해 대출순위 1위의 책으로 주목받으며 종합순위 14위에 재진입했다.

베스트셀러 상위권에서는 저자의 지명도와 전작의 영향력이 더욱 두드러지고 있다. 20위권 내에서 7권이 출시된 지 최소 4개월에서 2년이 지난 저작인 것은 불황기의 특징인 스테디셀러 중심의 독서패턴을 잘 보여준다.

▶ 교보문고 종합 베스트셀러 TOP 20 (10월)

10월	순위			도서명	저자	출판사	분야	출간일
	9월	8월	7월					
1	2	-	-	천 번을 흔들려야 어른이 된다	김난도	오우아	시/에세이	2012. 8. 28.
2	1	2	-	멈추면 비로소 보이는 것들	헤민 스님	쌤앤파커스	시/에세이	2012. 1. 13.
3	4	3	-	바람이 분다 당신이 좋다	이병률	달	여행/기행	2012. 7. 1.
4	63	-	-	사람은 무엇으로 성장하는가	존 맥스웰	비즈니스북스	자기계발	2012. 10. 5.
5	8	9	-	빅 픽처	더글라스 케네디	밝은세상	소설	2010. 6. 10.
6	5	4	-	내가 알고 있는걸 당신도 알게 된다면	칼 필레머	토네이도	자기계발	2012. 5. 12.
7	10	11	-	달팽이가 느려도 늦지 않다	정목 스님	공감	시/에세이	2012. 5. 15.
8	-	-	-	템테이션	더글라스 케네디	밝은세상	소설	2012. 10. 2.
9	17	-	-	1일 1식	나구모 요시노리	위즈덤하우스	건강	2012. 9. 10.
10	77	-	-	당신의 꿈은 무엇입니까	김수영	웅진지식하우스	시/에세이	2012. 9. 20.
11	13	-	-	나의 문화유산 답사기 7.	유홍준	창비	역사/문화	2012. 9. 15.
12	6	6	-	아프니까 청춘이다	김난도	쌤앤파커스	시/에세이	2010.12.24.
13	-	-	-	충, 균, 쇠	재레드 다이아몬드	문학사상	역사/문화	2005.12.19.
14	3	1	-	안철수의 생각	안철수	김영사	시/에세이	2012. 7. 19.
15	-	-	-	장사의 신	우노 다카시	쌤앤파커스	경제/경영	2012. 9. 27.
16	-	-	-	사랑을 배우다	무무	책읽는수요일	시/에세이	2012. 9. 28.
17	32	-	-	마법천자문 23 : 꼭꼭 숨겨라 숨길 비	올댓스토리	아울북	어린이	2012. 9. 25.
18	95	-	-	용의자 X의 헌신	히가시노 게이고	현대문학	소설	2006. 8. 10.
19	-	-	-	지금 시작하는 인문학	주현성	더좋은책	인문	2012.10.20.
20	110	-	-	월급전쟁	원재훈	리더스북	경제/경영	2012. 9. 20.

* 출처: 교보문고 자료제공, 월간 기준



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 인기작가 베르나르 베르베르의 비밀 노트를 책으로 펴낸 ‘베르나르 베르베르의 상상력 사전’이 1위에 올랐다. 2011년 3월에 종이책으로 발간되었던 이 책은 e북으로 새롭게 발간되면서 독자들의 눈길을 끌었다. 또한 많은 분량으로 휴대가 어려웠던 종이책(632쪽)과 달리, 상대적으로 저렴한 가격과 더불어 휴대부담이 없는 인기작가의 소장용 아이템으로 주목을 받았다. 한편 현지원, 장소영 작가 등의 장르소설이 베스트셀러 20위권에서 절반 이상을 차지했고, E.L.제임스의 ‘그레이의 50가지 그림자’ 시리즈 중 3권이 순위권에 들었다. ‘그레이의 50가지 그림자’는 상대적으로 높은 가격에도 불구하고 전자책으로 도합 10만건 이상 다운로드 되었다. ‘빅 픽처’를 통해 독자층을 확보한 더글라스 케네디의 신작 ‘템테이션’은 7위로 순위권에 진입했다.

e북 순위 20위권에서는 4권을 제외한 모든 책이 장르소설 및 E.L.제임스, 더글라스 케네디의 소설 시리즈였다. 이러한 경향은 성인용 소설을 즐기고 싶지만, 자신이 읽는 책에 대해 주위의 이목을 끌고 싶지 않은 독자층의 심리를 반영하는 것으로 보인다. 몇 번의 클릭만으로 구매와 보관이 가능한 전자책의 특성 역시 가벼운 마음으로 속도감 있게 읽을 수 있는 장르소설이 강세를 보이는 이유 중 하나이다.

▶▶ 교보문고 e-Book 베스트셀러 TOP 20 (10월)

순위	순위			도서명	저자	출판사	가격	분야	출간일
	10월	9월	8월						
1	23	-	-	베르나르 베르베르의 상상력 사전	베르나르 베르베르	열린책들	6,650원	시/에세이	2012. 9.12.
2	-	-	-	계약커플 1.	현지원	디키스토리	2,500원	장르소설	2012. 9.28.
3	-	-	-	계약커플 2.	현지원	디키스토리	2,500원	장르소설	2012. 9.28.
4	1	-	-	그레이의 50가지 그림자 1.	E.L.제임스	시공사	8,400원	소설	2012. 8.31.
5	24	-	-	소유 2. (19금)	천루아	라떼북	2,000원	장르소설	2012. 9. 7.
6	25	-	-	소유 3. (19금)	천루아	라떼북	2,000원	장르소설	2012. 9. 7.
7	-	-	-	템테이션	더글라스 케네디	밝은세상	9,000원	소설	2012.10. 5.
8	81	-	-	빛의 사냥꾼 1.	장소영	디키스토리	4,000원	장르소설	2012. 9.24.
9	12	-	-	50가지 그림자 해방 합본(1-2)	E.L.제임스	시공사	16,800원	소설	2012. 9.19.
10	3	1	-	섹스의 재발견 벗겨봐	조명준	모아북스	6,900원	인문	2012. 5.25.
11	-	-	-	송가인	이현수	디키스토리	3,000원	장르소설	2012.10. 8.
12	92	-	-	빛의 사냥꾼 2.	장소영	디키스토리	4,000원	장르소설	2012. 9.24.
13	-	-	-	물망초 1.	현지원	디키스토리	3,500원	장르소설	2012. 9.26.
14	-	-	-	러브 파트너 (19금)	배푸름	라떼북	1,500원	장르소설	2012. 8. 9.
15	43	-	-	그리스인 조르바	니코스 카잔차키스	더클래식	1,500원	소설	2012. 8.23.
16	-	-	-	물망초 2.	현지원	디키스토리	3,500원	장르소설	2012. 9.26.
17	22	-	-	빅 픽처	더글라스 케네디	밝은세상	7,000원	소설	2010.12.16.
18	4	-	-	그레이의 50가지 그림자 2.	E.L.제임스	시공사	8,400원	소설	2012. 8.31.
19	164	-	-	널 갖고 싶은 욕망 2.	천루아	라떼북	2,000원	장르소설	2012. 9.18.
20	-	-	-	대한민국 남자들의 101가지 자위술	섹학자	로에이	3,500원	여행/취미	2012.10. 9.

* 출처: 교보문고 자료제공, 월간 기준



교보문고 베스트셀러 100위를 분야별로 분류한 결과, 종이책 시장은 9월과 대비하여 건강·경제/경영·가정/생활·역사/문화 분야가 증가하는 대신 소설 분야는 감소했고, e북 시장은 장르소설의 비중이 급증하면서 일반소설과 자기계발서의 비중이 다소 줄어들었다.

책 읽기 좋은 계절이자 연말이 가까워지는 10월에는 잠언·치유·사랑 등 따뜻한 독서를 유도하는 에세이와 생활밀착적인 분야(건강, 가정/생활 등)의 수요가 늘어났다. 에세이 장르는 9월과 마찬가지로 100위권 내에 20권이 포함되며 가장 높은 비중을 차지했다. e북 시장에서는 로맨스·추리·판타지 등 장르소설이 70권을 차지하며 절대적인 비중을 보였고, 소설 및 자기계발 장르의 비중은 다소 감소했다. 또한 어려운 내용을 가볍게 읽을 수 있는 전문 실용 e북 콘텐츠가 다소 줄어들면서 올해 들어 처음으로 100위권 내에 경제/경영서가 포함되지 않았다.

▶▶ 교보문고 종합 베스트셀러 100위 분야별 분포 (2012. 4. ~ 2012. 10.)

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

* 기타(2012.10) : 종교(1), 유아(1), 취미/스포츠(1)

* 출처: 교보문고, 한국콘텐츠진흥원 재구성

▶▶ 교보문고 e-Book 베스트셀러 100위 분야별 분포 (2012. 4. ~ 2012. 10.)

순위	분야	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
1	장르소설	67	65	54	66	73	62	70
2	소설	9	7	13	8	5	14	12
3	자기계발	16	17	18	12	11	9	7
4	인문	2	3	5	2	3	4	5
5	시/에세이	2	0	1	3	2	3	3
6	여행/취미	0	0	0	1	2	2	2
7	경제경영	3	5	7	4	2	3	0
-	기타	4	8	9	7	4	6	*1

* 기타(2012.10) : 만화(1)

* 출처: 교보문고, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



서비스업체별 e북 판매 순위에서는 마켓별 특징이 뚜렷하게 나타났다. 베스트셀러 10위권을 살펴보면 <리디북스>에서는 ‘그레이’ 시리즈가 10위권 내 절반을 차지하는 등 소설의 비중이 높았다. <T스토어>는 소설 연재를 활성화하고 고정작가 팬을 확보하면서 10위내 모든 책이 장르소설이었고, 이 중 6권이 세트 판매였다. <T스토어>가 장르소설을 특화하여 매출을 올리는 전략을 택한 반면, <리디북스>와 <올레e북>, <구글 플레이스토어>는 종이책 베스트셀러로도 인기를 끌고 있는 도서들이 다수 포진되는 등 순위권에서 분야별 다양성이 돋보였다.

▶ 서비스업체별 e-Book 판매 TOP 10 (10월)

1. 리디북스

순위	변동	도서명	저자	출판사	분야	가격
1	△3	그레이의 50가지 그림자 1	E.L.제임스	시공사	문학	8,400
2	New	[특가] 베르나르 베르베르의 상상력 사전	베르나르 베르베르	열린책들	에세이	7,600
3	New	그레이의 50가지 그림자 2	E.L.제임스	시공사	문학	8,400
4	New	합본 50가지 그림자 심연	E.L.제임스	시공사	문학	16,800
5	New	합본 그레이의 50가지 그림자	E.L.제임스	시공사	문학	16,800
6	▽3	데일카네기의 자기관리론	데일카네기	더클래식	자기계발	3,000
7	△1	결혼하기 전에 한번 읽어보자 2	서홍익	스카이북	소설	3600
8	New	합본 50가지 그림자 해방	E.L.제임스	시공사	문학	16,800
9	▽8	안철수의 생각	안철수	김영사	문학	9,100
10	New	템테이션	더글라스 케네디	밝은세상	소설	9,000

* 2012. 10. 31. 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	[세트] 장미의 사슬	윤혜인	우신	장르소설	6,300
2	New	킹엘리온	한세	로크미디어	장르소설	37,440
3	New	[세트] 타나토스	언재호야	로맨스토리	장르소설	5,400
4	New	[세트] 21세기 슈퍼 홍길동	담운	어울림출판사	장르소설	40,320
5	New	용의 간택	윤정우	가하	장르소설	4,000
6	New	[세트] 선 본 남자	단영	스칼렛	장르소설	9,450
7	New	[세트] 홍화궁마마	마송리	로맨스토리	장르소설	6,300
8	New	그녀 악마를 사로잡다	재선	디키스토리	장르소설	3,500
9	New	무당괴협전	한성수	프로무림	장르소설	13,500
10	New	[세트] 에프랑제	요삼	혼픽처스인터내셔널	장르소설	39,600

* 2012. 10. 31. 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 애니메이션
- 08 캐릭터
- 09 방송
- 10 광고
- 11 지식정보



〈올레e북〉에서는 ‘베르나르 베르베르의 상상력 사전’이 1위에 올랐고, 종이책 베스트셀러에도 올라있는 ‘내가 알고 있는걸 당신도 알게 된다면’이 2위를 기록했다. 문학·자기계발·역사/신화 등 다양한 장르가 순위권에 올랐다. 〈구글 플레이스토어〉에서는 ‘북 21’ 출판사의 자기계발서가 1위에서 3위까지를 차지했고, 정치·소설·인간관계 관련 전자책이 인기를 끌었다. 〈구글 플레이스토어〉는 도서 판매에 있어 후발주자에 속하지만 안드로이드 플랫폼을 기반으로 시장 점유율이 높아질 것으로 추정된다.

3. 올레e북

순위	변동	도서명	저자	출판사	분야	가격
1	New	[특가]베르나르 베르베르의 상상력 사전	베르나르 베르베르	열린책들	문학	7,600
2	-	내가 알고 있는걸 당신도 알게 된다면	칼 필레머	토네이도	자기계발	6,860
3	▽2	안철수의 생각	안철수	김영사	문학	9,100
4	New	스티브 잡스	월터 아이작슨	민음사	자기계발	18,000
5	-	상대방을 사로잡는 대화의 기술	박신애	김앤정커뮤니케이션	자기계발	1,000
6	New	하룻밤에 읽는 한국사	최용범	페이퍼로드	역사/신화	8,100
7	△2	빅 픽처	더글라스 케네디	밝은세상	문학	7,000
8	▽5	웃음1,2권 세트	베르나르 베르베르	열린책들	문학	14,000
9	△1	생각 버리기 연습	코이케 류노스케	21세기북스	자기계발	9,600
10	New	템테이션	더글라스 케네디	밝은세상	소설	9,000

* 2012. 10. 31. 기준 (최근 1개월) / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임
* 출처: 올레e북(www.ebook.olleh.com)

4. 구글 플레이스토어

순위	변동	도서명	저자	출판사	분야	가격
1	New	인생을 단순하게 사는 100가지 방법	일레인 제임스	Book21 Publishing Group	자기계발	9,600
2	New	남자의 물건	김정운	Book21 Publishing Group	자기계발	12,000
3	New	틀스: 그들만 알았던 부와 행복의 5가지 절대 도구	필 스타츠, 배리 미첼스	Book21 Publishing Group	자기계발	11,200
4	New	48분 기적의 독서법	김병완	미다스북스	자기계발	8,400
5	New	종이 여자	기욤 뮈소	밝은세상	소설	6,000
6	New	혹사자 02	김운영	김운영	소설	3,200
7	New	하룻밤에 읽는 한국사	최용범	페이퍼로드	정치학	6,750
8	New	보조 직업 마스터 2	고종환	파피루스	소설	3,200
9	New	소설보다 재미있는 조선왕조사	이병권	평단문화사	정치학	6,000
10	New	더 오래 더 예쁘게 사랑하는 팁	황은경	조선앤북	인간관계	6,500

* 2012. 10. 31. 기준 / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임
* 출처: 구글 플레이 도서 섹션

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



10월의 앱북 동향을 살펴보면, 애플 <앱스토어>에서는 ‘오디오 삼국지’와 ‘하룻밤에 읽는 세계사’ 등 역사 콘텐츠와 종교서가 상위권을 차지하면서 높은 판매량을 기록했다. 아이폰에서는 편당 A5 5장 이내의 8편 단편소설로 구성된 ‘거울 속에 내가 없다’ 등 미니픽션 시리즈가 부담없는 분량으로 신선한 인기를 얻었고, ‘DSLR 카메라 촬영 무작정 따라하기’와 영어회화 등 취미·실용과 학습 관련 앱이 많이 다운로드되었다. <구글 플레이>에서는 어학 관련 사전과 학습 및 종교 콘텐츠의 순위가 높았다.

▶ 도서분야 유료 앱(APP) TOP 10 (10월)

순위	앱스토어 (아이폰)	앱스토어 (아이패드)	구글 플레이 (안드로이드)
1	new 오디오삼국지	new 대한성서공회 연구성경	△2 홀리바이블
2	▽1 친일인명사전	new 하룻밤에 읽는 세계사	△2 갓피플성경
3	- 갓피플성경	new DSLR 카메라 촬영 무작정 따라하기	△3 DioDict 3 ENG-KOR Dictionary
4	new 육일약국 갑시다	▽1 갓피플성경	△5 디오딕3 한자 사전
5	△4 디렉스 성경찬송	▽4 오즈의 마법사	△3 디렉스 성경 찬송
6	new 홀리바이블	- 디렉스성경찬송	△2 DioDict 3 JPN-KOR Dictionary
7	new 개역개정 오픈 바이블	new The Elements: A Visual Exploration	▽2 친일인명사전
8	new 두란노 성경&찬송	△1 홀리바이블	▽1 Lifove 개역개정
9	new 거울 속에 내가 없다	new Try Again! 영어회화 Padbook	new Mobile Bible by Korean BS
10	new 스티브잡스 신화	new 제자성경찬송	new 에셀한영성경

* 아이폰/아이패드는 매출 기준, 안드로이드는 판매량 기준 / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임
 * 출처: App Annie (www.appannie.com), 10월 31일 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



신간도서의 발행 부수(대한출판문화협회 집계)는 전월보다는 나아졌으나 경제 민감도가 높은 출판 시장의 어려움을 보여준다. 10월의 신간도서 발행 부수는 전년대비 절반 수준에 머물렀다. 베스트셀러를 제외하고는 대부분 출판사들이 신간 부수를 가능한 낮게 책정하고 있어 독자들의 소비심리를 예상하는 발행 부수는 하반기부터 급감하고 있다. 시장상황에 대한 전망을 반영하는 신간 발행 종수(출판유통진흥원 집계)도 8월 이후 마이너스 지표를 보이고 있다. 10월의 발행 종수는 전년동월 대비 15% 감소한 3,567종에 머물렀다.

▶ 신간도서 발행 현황

1. 신간도서(종이책) 분야별 발행 부수 (2010. 8. ~ 2012. 10.)

분야	2010. 8.	2010. 9.	2010. 10.	2011. 8.	2011. 9.	2011. 10.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
총류	134,827	125,604	149,136	128,024	143,091	127,081	133,642	79,983	90,416
철학	197,223	130,400	164,206	183,130	222,900	179,655	218,799	117,581	135,650
종교	238,700	237,666	317,916	302,700	356,580	367,100	151,750	112,035	190,360
사회과학	1,053,226	632,295	1,279,176	832,917	658,827	641,244	595,105	509,280	420,540
순수과학	58,570	53,120	72,800	61,682	74,130	54,100	40,018	56,300	24,300
기술과학	465,577	392,617	292,111	468,720	414,316	326,119	248,656	277,930	202,593
예술	176,055	164,152	169,000	168,385	240,676	175,050	145,875	104,130	108,850
언어	315,246	351,171	309,530	177,251	192,594	165,051	173,525	56,700	81,828
문학	1,460,689	1,347,300	1,436,192	1,327,933	1,317,891	1,360,166	709,430	777,110	1,019,550
역사	156,751	119,069	137,606	155,500	127,450	127,299	114,200	90,300	135,610
학습참고	1,180,000	892,500	775,000	877,500	851,000	1,385,200	480,500	74,000	297,000
아동	1,774,280	1,536,713	1,347,862	3,349,922	2,567,951	2,510,268	1,037,926	1,179,900	1,061,660
만화	772,480	830,510	859,790	850,151	772,948	812,609	380,190	158,510	472,220
합계	7,983,624	6,813,117	7,310,325	8,883,815	7,940,354	8,230,942	4,429,616	3,593,759	4,240,577

* 출처: 대한출판문화협회 (www.kpa21.or.kr)

2. 신간도서(종이책) 발행 종수 추이 (2009. 1. ~ 2012. 10.)

	2009	2010	2011	2012	전년대비
1월	7,044	6,566	5,789	6,220	7.4%
2월	5,879	5,361	4,683	5,512	17.7%
3월	5,827	5,810	5,217	5,634	8.0%
4월	4,779	4,749	4,004	4,488	12.1%
5월	4,130	4,804	4,016	4,992	24.3%
6월	4,681	4,971	4,025	4,614	14.6%
7월	4,838	4,659	4,059	4,647	14.5%
8월	5,162	4,764	4,829	4,548	-5.8%
9월	5,139	3,861	3,917	3,823	-2.4%
10월	4,248	4,050	4,195	3,567	-15.0%
11월	4,872	4,728	4,688	-	-
12월	5,893	5,572	5,024	-	-
연간	62,492	59,895	54,446	-	-

* 출처: 출판유통진흥원 (주요 도매상 및 중소형서점 입고도서 발행일 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

대한출판문화협회에서 집계한 분야별 신간도서 발행 종수는 10월 1,980종으로 전년 동월 대비 절반 수준이다(향후 집계량 추가 예상). 9월 발행 종수와 비교하면 침체되었던 문학서와 아동서의 신간 발행량이 소폭으로 회복하는 경향을 보였고, 철학·사회과학·순수과학 등은 전월 대비 하락하였다. 장르별로는 문학, 아동, 만화, 사회과학, 기술과학, 종교, 역사 순으로 발행 종수가 많은 것으로 집계되었다.

10월 신간도서의 평균 가격은 역사서 등을 비롯하여 판매부수 감소에 따른 우려 때문에 전월 대비 12% 하락, 전년 동월 대비 4% 상승한 13,071원으로 나타났다.

02 만화

03 음악

3. 신간도서(종이책) 분야별 발행 종수 (2010. 8. ~ 2012. 10.)

분야	2010. 8.	2010. 9.	2010. 10.	2011. 8.	2011. 9.	2011. 10.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
총류	72	66	54	67	71	58	52	46	34
철학	120	63	89	105	121	99	87	70	60
종교	160	132	167	170	164	172	79	68	87
사회과학	708	427	394	630	482	385	378	344	274
순수과학	51	44	39	45	68	41	31	41	18
기술과학	379	270	184	333	330	228	160	213	113
예술	130	92	98	122	136	108	82	64	65
언어	158	134	114	126	109	92	80	36	55
문학	726	643	728	712	719	738	389	420	496
역사	96	63	100	96	77	95	73	52	78
학습참고	128	127	85	121	103	186	21	28	38
아동	577	581	386	771	707	742	282	269	349
만화	436	444	456	649	586	623	267	149	313
합계	3,741	3,086	2,894	3,947	3,673	3,567	1,981	1,800	1,980

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

04 공연

05 게임

06 영화

4. 신간도서(종이책) 분야별 가격 (2010. 8. ~ 2012. 10.)

분야	2010. 8.	2010. 9.	2010. 10.	2011. 8.	2011. 9.	2011. 10.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
총류	19,040	23,615	17,752	19,128	19,259	22,140	18,150	20,224	20,135
철학	15,162	15,810	16,947	17,822	16,121	14,749	16,774	17,376	15,255
종교	13,775	16,567	14,975	14,563	13,899	13,360	15,206	14,143	15,038
사회과학	19,467	19,572	17,461	22,095	19,204	18,523	19,037	19,370	19,389
순수과학	19,635	20,143	15,679	24,047	20,175	21,683	20,181	22,671	22,111
기술과학	20,785	20,556	18,614	20,560	19,921	20,892	20,959	20,489	19,598
예술	17,476	21,053	21,220	18,875	17,401	20,079	24,441	21,798	20,828
언어	17,369	14,357	14,343	15,604	17,317	18,345	16,754	16,283	18,289
문학	10,585	10,208	10,341	10,840	10,774	11,909	11,634	11,606	11,246
역사	19,597	18,803	20,138	20,371	20,481	22,217	20,327	16,508	19,355
학습참고	7,429	8,914	9,818	9,672	9,321	11,393	13,424	11,821	12,329
아동	8,850	9,745	10,135	11,078	9,058	10,119	10,804	10,766	10,348
만화	4,246	4,270	4,477	4,586	4,621	4,563	4,605	4,869	4,857
평균	13,511	12,908	12,415	13,708	12,646	12,630	14,483	14,851	13,071

* 출처: 대한출판문화협회 (www.kpa21.or.kr)

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



전자출판물 인증건수(한국전자출판협회 집계)는 학술논문의 등록 단위가 대량화되면서 시기별 변동폭이 큰 편이다. 10월에는 장르소설 출간 등의 영향으로 문학 분야의 인증건수가 증가하여 전년 대비 2배 이상 수준인 2,360건으로 집계되었다. 지난해와 비교하면 하반기의 인증건수는 증가하는 추세이며, 11월에는 학술서적의 출간 영향으로 인해 증가세가 지속될 것으로 예상된다.

정기간행물 현황(문화체육관광부 집계)에 따르면 10월 31일 기준으로 14,099종이 등록되어 있는데, 이 중 월간지가 4,482종, 인터넷신문이 3,764종, 주간지가 2,759종으로 집계되었다. 정기간행물의 등록 건수는 지속적으로 증가세를 보이고 있다. 경기 불황의 영향으로 주간지와 기타 일간지의 등록이 약간 둔화되었으나, 인터넷신문과 계간지, 월간지는 조금씩 증가하는 추세이다.

▶ 전자출판물 / 정기간행물 현황

1. 전자출판물 분야별 인증건수 (2010. 8. ~ 2012. 10.)

분야	2010. 8.	2010. 9.	2010. 10.	2011. 8.	2011. 9.	2011. 10.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
총류	982	2,663	263	3	284	259	306	322	305
철학	56	63	1	18	3	0	6	21	15
종교	4,946	4,369	0	10	3	1	0	23	6
사회과학	4,785	4,787	19	163	5	0	121	313	5
순수과학	1,392	167	0	1	0	0	0	4	2
기술과학	5,281	2,733	2	119	10	119	2	114	80
예술	330	425	700	49	78	401	338	345	539
언어	82	131	67	325	143	1	17	8	17
문학	2,018	580	14	19	7	0	2,773	62	1,387
역사	676	437	3	3	22	0	6	31	4
합계	20,548	16,355	1,069	710	555	781	3,569	1,243	2,360

* 출처: 한국전자출판협회 (www.kepa.or.kr)

2. 정기간행물 등록 현황 (2007 ~ 2012. 10.)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
일간신문	281	275	237	673	615	608	612	613	616	612	609	617
통신	3	3	4	5	12	16	16	16	16	16	16	16
기타일간	360	331	419	4	73	81	82	82	78	79	81	80
주간	2,887	2,788	2,653	2,868	2,891	2,814	2,833	2,849	2,818	2,792	2,754	2,759
월간	3,257	3,243	5,257	3,936	4,209	4,253	4,305	4,330	4,351	4,380	4,426	4,482
격월간	453	435	670	542	584	595	603	605	605	604	606	609
계간	986	973	1,514	1,161	1,266	1,290	1,297	1,306	1,317	1,325	1,331	1,340
연2회	325	322	509	408	425	413	418	374	422	424	426	432
인터넷 신문	927	1,282	1,698	2,484	3,193	3,450	3,521	3,599	3,656	3,622	3,686	3,764
합계	9,479	9,652	12,961	12,081	13,268	13,520	13,687	13,774	13,879	13,854	13,935	14,099

* 출처: 문화체육관광부 (2012. 10. 31. 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



02 만화

10월 한국만화 베스트셀러 1위에서 3위까지의 순위는 9월과 동일했다. 건강한 다이어트를 내세워 20~30대 여성의 전폭적인 지지를 받은 '다이어터'는 5개월 연속 1위를 지키며 2012년 대표 만화임을 확인시켰다. 고졸 샐러리맨의 사회생활을 그려 직장인들의 공감을 사고 있는 '미생'은 2주 연속 2위에 올랐다. 일하는 아내와 주부 만화가의 소소한 일상을 다룬 3위 '마조 앤 새디'는 만화의 인기에 힘입어 캐릭터 상품으로 영역을 확장해나가고 있다. 1위부터 7위까지의 순위가 9월과 같을 정도로 10월 한국만화 베스트셀러 순위에는 큰 변동이 없었으며, 11월 3부작의 마지막을 장식한 신화편이 발간된 '신과 함께' 만이 새롭게 순위권에 진입했다.

외국만화 베스트셀러 1위부터 3위까지의 순위도 9월과 같았다. '원피스', '나루토'를 비롯해 '명탐정 코난' 등 장기 인기작들이 여전히 순위를 차지한 가운데, 인기 순정만화 '너에게 닿기를'이 14권 발매와 함께 순위권에 올랐다.

출판만화 베스트셀러 TOP 10

1. 한국만화 베스트셀러 (10월)

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	정철연 글/그림	예담	웹툰/카툰에세이	2012.08.30.
4	치즈 인 더 트랩 시즌	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 The BEAST	김학분 글, 김혜진 그림	플래닉스	SF/판타지	2012.08.01.
8	어쿠스틱 라이프	난다 글/그림	애니북스	웹툰/카툰에세이	2012.08.08.
9	탐묘인간	Soon 글/그림	애니북스	웹툰/카툰에세이	2012.09.26.
10	신과 함께	주호민 글/그림	애니북스	웹툰/카툰에세이	2021.11.15.

* 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

2. 외국만화 베스트셀러 (10월)

순위	도서명	작가	출판사	장르	출간일
1	원피스	오다 에이치로	대원씨아이	SF/판타지	2012.09.30.
2	나루토	Masashi Kishimoto 글, Masashi Kishimoto 그림	대원씨아이	액션/무협만화	2012.08.31.
3	가정교사 히트맨 REBORN!	Akira Amano 글/그림	학산문화사	액션/무협만화	2012.09.25.
4	온수저	Arakawa Horimu	학산문화사	학원만화	2012.09.25.
5	명탐정 코난	Aoyama Gosho	서울문화사	탐정/추리	2012.11.25.
6	너에게 닿기를	Karuho Shiina	대원씨아이	순정만화	2012.11.15.
7	바쿠만 BAKUMAN	Tsugumi Ohba 글, Takeshi Obata 그림	대원씨아이	SF/판타지	2012.10.31.
8	하이스쿨 DxD	이시부미 이치에이 글, 미야마 제로 그림	노블엔진	학원만화	2012.10.01.
9	신약 어떤 마술의 금서목록	카미치 카즈마 글, 하이무라 키요타카 그림	대원씨아이	SF/판타지	2012.09.15.
10	신의 물방울	Tadashi Agi 글, Shu Okimoto 그림	학산문화사	직업만화	2012.07.25.

* 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
지식 정보

9월에 이어 ‘소드 아트 온라인’이 10월 만화소설(라이트노벨) 순위 1위를 수성하며 4개월 연속 정상을 차지했다. ‘소드 아트 온라인’은 작가의 홈페이지에서 연재되던 소설이 인기를 얻으면서 출판하게 된 경우로, 2012년 9월까지 일본에서 580만부가 팔린 베스트셀러다. 7월부터 한국의 애니메이션 전문채널 애니플러스에서 애니메이션을 방송하고 있으며, ‘소드 아트 온라인’과 세계관을 공유하고 있는 ‘엑셀 월드’도 4위에 올라 있어 ‘소드 아트 온라인’ 시리즈의 인기를 엿볼 수 있다. 일본에서 애니메이션화가 발표된 러브 코미디 ‘사쿠라장의 애완 그녀’가 2위에, 주인공 공이 갑작스레 누나 부부의 아이들을 맡게 되면서 벌어지는 소동을 다룬 ‘아빠 말 좀 들어라!’가 3위에 올랐다.

한국 소설로는 ‘나와 호랑이님’ 한 작품만이 순위에 올랐다. 라이트 노벨이 일본에서 유입된 지 오래 되지 않은 데다가 특정 계층이 즐긴다는 인식이 강해 아직 국내의 저변이 협소한 편이다. 또한 인기 있는 라이트 노벨이 애니메이션, 게임, 코믹스 등으로 확장되는 일본과 달리 미디어 믹스가 활발하지 못해 제작자와 출판사의 수익이 다 변화되지 못하고 있는 점이 아쉽다.

3. 만화소설 (라이트노벨) 베스트셀러 (10월)

순위	도서명	작가	출판사	가격	출간일
1	소드 아트 온라인	카와하라 레키 글, abec 그림	J NOVEL	7,000	2012.11.10.
2	사쿠라장의 애완 그녀	카모사 히메 글, 미조구치 케이지 그림	디앤씨미디어	6,800	2012.11.01.
3	아빠 말 좀 들어라!	마츠 토모히로 글, 나가자마 유키 그림	학산문화사	6,800	2012.10.07.
4	엑셀 월드	카와하라 레키 글, HIMA 그림	J NOVEL	7,000	2012.10.10.
5	오빠지만 사랑만 있으면 상관없잖아?	스즈키 다이ске 글, 우루우 겐카 그림	학산문화사	6,800	2012.09.07.
6	마탄의 왕과 바나디스	카와구치 츠카사 글, 요시오 그림	학산문화사	6,800	2012.09.07.
7	나와 호랑이님	카넬 글, 영인 그림	시드노벨	6,500	2012.09.01.
8	농림	시라토리 시로 글, 키타 그림	L노벨	6,500	2012.09.10.
9	캄피오네!	타케스키 조 글, 시코르스키 그림	학산문화사	6,800	2012.09.07.
10	골든 타임	타케야마 유우코 글, 코바야시 그림	학산문화사	6,800	2012.10.11.

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

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성



01
출판

02
만화

03
음악

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니
메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식
정보

10월 만화 단행본 출간 종수는 271종으로 9월과 비교했을 때 34종 증가하며 4월부터 시작된 하락세가 한풀 꺾였으나, 연도별 집계에서는 전년 동기 대비 268종이 감소한 2,797종을 기록해 출판만화 시장이 여전히 침체에 빠져 있음을 확인할 수 있다.

2009년부터 2012년까지 최근 4년간 8~10월에 출간된 만화의 장르를 살펴보면, 성인/성애 만화가 747종으로 가장 많았고, 629종의 순정만화가 그 뒤를 이었다. 드라마와 판타지는 각각 572종과 509종이 출간된 것으로 나타났다. 성인/성애가 큰 변동이 없는 것에 비해 드라마·순정·판타지는 2012년 8~10월 출간 종수가 눈에 띄게 하락했다. 이들 네 장르는 전체 만화 출간 종수의 70% 가량을 차지하고 있고, 코믹·에세이툰·스포츠 등 기타 장르는 상대적으로 적은 종들이 출간됐다.

▶▶ 만화 단행본 출간 현황

1. 만화 출간 종수 추이 (2002년 ~ 2012년)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	합계
2002	689	622	696	729	698	540	627	585	574	653	6,413
2003	612	569	566	566	578	581	603	525	511	577	5,688
2004	522	531	520	462	466	464	513	416	427	406	4,727
2005	366	396	428	399	385	415	368	348	372	363	3,840
2006	393	382	351	329	351	318	332	334	347	327	3,464
2007	330	308	322	300	295	331	321	322	279	299	3,107
2008	308	294	330	319	334	323	338	303	291	327	3,167
2009	263	308	345	296	300	306	339	292	332	296	3,077
2010	305	282	317	337	345	339	401	331	295	320	3,272
2011	317	272	318	326	291	301	328	275	328	309	3,065
2012	285	316	301	311	280	280	259	257	237	271	2,797

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

2. 장르별 만화 출간 현황 (8월~10월)

장르	2009. 8.	2009. 9.	2009. 10.	2010. 8.	2010. 9.	2010. 10.	2011. 8.	2011. 9.	2011. 10.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	합계
성인/성애	59	75	55	66	70	76	40	47	67	62	56	74	747
드라마	53	52	44	55	53	50	45	57	61	38	28	36	572
순정	71	81	64	60	54	55	47	54	37	38	34	34	629
판타지	38	36	39	40	36	45	43	59	56	37	43	37	509
코믹	13	19	13	23	15	18	12	14	10	20	13	18	188
에세이툰	5	11	23	13	5	8	16	5	14	9	12	13	134
스포츠	-	15	14	-	15	13	-	10	12	-	5	10	94
SF	8	11	4	16	8	11	15	22	7	11	8	11	132
학원	3	2	9	12	11	4	14	13	12	7	9	5	101
액션	8	7	6	6	6	6	3	2	6	6	9	7	72
기타	34	23	25	40	22	34	40	45	27	39	20	26	355
합계	292	332	296	331	295	320	275	328	309	267	237	271	3553

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성



2012년 8~10월까지 국내에서 출간된 765종의 만화 중 한국작가의 작품은 238종, 일본작가의 작품은 520종으로 나타났다. 10월 한국 작가의 작품이 8편 증가한 반면, 일본 작가의 만화는 26종 증가해 일본 작가의 비중이 소폭 증가한 31.1% 대 68.0%의 비율을 보였다. 기타 국가 작가의 만화 단행본은 7종(0.9%)이 출간되며 1% 아래로 떨어졌다.

출판사별 만화 출간 종수에서는 '대원씨아이'가 78종, '(주)학산문화사'가 61종을 발간하며 10월에도 시장을 이끌었다. '현대지능개발사', '서울문화사'를 비롯해 기타 출판사는 각각 15종 미만의 만화를 출간했다. 한국만화 베스트셀러 TOP 10 중 8편이 웹툰일 정도로 만화 유통 시장이 디지털로 변화한 상태에서, 기존 주간지를 중심으로 성장한 만화 출판사들의 변화가 시급해 보인다. 이에 따라 서울문화사는 지난 7월 LG유플러스와 손잡고 자사의 인기 만화잡지 아이큐점프와 링크의 아이패드용 어플리케이션을 선보였고, 대원씨아이도 영챔프S, 열혈강호 등 만화 앱을 서비스해 디지털 만화 시장으로 활로를 개척하고 있다.

만화 단행본의 9월 평균정가는 6,649원으로, 9월 대비 소폭 증가했다.(224원) 기존 단행본에 비해 상대적으로 가격이 비싼 웹툰 형식의 국내 만화 발매 증가가 평균정가를 인상시킨 요인으로 생각된다.

3. 국적별 만화 출간 현황 (8~10월)

구분	2009. 8.	2009. 9.	2009. 10.	2010. 8.	2010. 9.	2010. 10.	2011. 8.	2011. 9.	2011. 10.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	합계 (2012년)
한국작가	80	112	96	108	96	109	72	105	119	74	78	86	238(31.1%)
일본작가	209	213	197	216	194	208	198	210	186	180	157	183	520(68.0%)
기타	3	7	3	7	5	3	5	13	4	3	2	2	7(0.9%)
합계	292	332	296	331	295	320	275	328	309	257	237	271	765(100%)

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

4. 출판사별 만화 출간 종수 (8~10월)

구분	2009. 8.	2009. 9.	2009. 10.	2010. 8.	2010. 9.	2010. 10.	2011. 8.	2011. 9.	2011. 10.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
대원씨아이(주)	73	83	71	78	79	73	79	73	78	72	74	78
(주)학산문화사	78	68	74	71	62	67	71	70	70	68	62	61
(주)삼양출판사	19	17	10	22	26	27	16	11	18	22	12	13
현대지능개발사	14	15	10	16	14	21	13	15	14	17	13	14
(주)서울문화사	38	43	41	46	39	43	36	37	36	13	16	12
도서출판 우신	9	20	9	6	4	21	12	12	10	12	13	12

* 월 10종 이상 출간 출판사 대상

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

5. 만화 단행본 평균정가 (8~10월)

구분	2009. 8.	2009. 9.	2009. 10.	2010. 8.	2010. 9.	2010. 10.	2011. 8.	2011. 9.	2011. 10.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
평균정가 (원)	5,061	5,147	5,407	7,159	5,345	6,266	5,768	6,670	6,783	6,405	6,405	6,649

* 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 10월 만화소설 및 장르소설은 전월 대비 36종이 감소한 347종이 출간되어 7월 수준으로 돌아갔다. 1월에서 10월까지 만화소설의 누적 출간 종수는 3,694종으로, 2002년 이후 지속적으로 증가하며 2006년에 만화 출간 종수를 넘어선 만화소설의 성장세가 한풀 꺾이는 모습이다.

02 만화

10월 장르별 출간 현황에서 판타지의 출간종수는 236종으로 9월과 동일했다. 무협, 로맨스가 각각 69종, 36종으로 그 뒤를 이었는데, 두 장르의 출간 종수 감소가 전체 출간 종수 감소에 결정적인 영향을 미쳤다. 세 장르 이외에 일반, 추리 장르에서 3편이 출간되어 만화소설/장르소설의 특정 장르 편중 현상이 심하다는 것을 알 수 있다.

03 음악

▶ 만화소설(라이트노벨) / 장르소설 현황

04 공연

1. 만화소설 / 장르소설 출간 종수 (1~10월)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	합계
2002	70	62	71	54	76	61	91	83	88	112	768
2003	109	132	122	125	121	118	164	197	273	309	1,670
2004	304	309	318	275	280	303	339	285	307	348	3,068
2005	338	302	325	317	285	316	365	321	316	319	3,204
2006	294	312	316	331	313	310	330	320	344	288	3,158
2007	324	316	355	350	371	355	367	365	331	353	3,487
2008	363	312	354	343	334	330	401	338	336	373	3,484
2009	373	352	373	380	386	362	425	366	384	365	3,766
2010	389	331	398	387	391	395	440	355	359	417	3,862
2011	391	338	412	412	371	363	404	344	442	372	3,849
2012	333	355	421	348	363	420	348	376	383	347	3,694

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

2. 만화소설 / 장르소설 장르별 출간 현황 (8~10월)

구분	2009. 8.	2009. 9.	2009. 10.	2010. 8.	2010. 9.	2010. 10.	2011. 8.	2011. 9.	2011. 10.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
판타지	201	218	207	208	233	242	204	245	240	250	236	236
무협	94	87	97	94	73	104	87	84	85	70	87	69
로맨스	50	60	47	37	42	53	38	84	38	47	50	36
일반	13	14	8	7	7	12	11	26	5	8	6	3
추리	-	1	1	1	1	2	2	1	2	-	-	3
N세대	2	-	4	5	-	2	2	-	-	-	1	-
기타	6	4	1	3	3	2	-	2	2	1	3	-
합계	366	384	365	355	359	417	344	442	372	376	383	347

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

09 방송

10 광고

11 지식정보



2012년 8~10월 만화소설 및 장르소설의 국적별 출간종수를 살펴봤을 때 한국소설이 887종으로 전월대비 10종 감소했다면, 일본소설은 7종 증가한 186종으로 나타났다. 한국과 일본 소설의 비중은 80% 대 17%로 일본이 소폭(0.6%) 증가했으나 큰 변동은 없었다. 8~10월에 출간된 만화소설/장르소설 종수의 합계는 1,106종으로 전년 동기 대비 52종 감소해 2012년의 출간종수 하락세를 엿볼 수 있다.

8~10월까지의 출판사별 출간 현황에 따르면 '디앤씨미디어'가 총 158종으로 가장 많은 종수의 만화소설/장르소설을 출간했고, 판타지와 무협소설을 주로 다루는 '도서출판 영상노트'와 '로크미디어'가 뒤를 이었다.(각각 134종, 109종) 이밖에 '루트미디어'와 '도서출판 뿔미디어', '도서출판 청어람'을 포함해 50종 이상을 출간한 출판사가 5곳이나 되어 만화에 비해 상대적으로 시장이 활발하게 움직임을 알 수 있다. 만화소설 베스트셀러 순위에서 상위권을 차지한 서울문화사(J NOVEL), 학산문화사의 출간 종수가 적게 나타난 것은 만화소설에 비해 판타지, 무협소설 등 장르 소설이 시장의 주를 이루고 있기 때문이다.

3. 만화소설 / 장르소설 국적별 출간 종수 (8~10월)

구분	2009. 8.	2009. 9.	2009. 10.	2010. 8.	2010. 9.	2010. 10.	2011. 8.	2011. 9.	2011. 10.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	합계 (2012년)
한국작가	318	328	319	295	304	365	291	380	310	303	309	275	887(80.2%)
일본작가	37	47	37	52	45	44	45	56	52	61	63	62	186(16.8%)
기타	11	9	9	8	10	8	8	6	10	12	11	10	33(3.0%)
합계	366	384	365	355	359	417	344	442	372	376	383	347	1,106(100%)

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

4. 만화소설 / 장르소설 주요 출판사별 출간 종수 (8~10월)

구분	2009. 8.	2009. 9.	2009. 10.	2010. 8.	2010. 9.	2010. 10.	2011. 8.	2011. 9.	2011. 10.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
디앤씨미디어	33	42	42	41	37	42	36	45	39	58	53	47
(주)로크미디어	37	37	35	31	33	36	39	41	41	33	37	39
도서출판 뿔미디어	25	22	21	39	39	45	40	46	45	30	33	22
도서출판 영상노트	23	22	25	24	24	26	35	34	38	48	45	41
(주)마루·마야출판사	31	33	35	29	22	31	26	24	28	24	27	25
도서출판 청어람	27	27	29	21	27	24	23	20	23	29	31	22
어울림 출판사	13	18	16	19	23	28	20	25	24	21	25	22
대원씨아이(주)	26	26	21	16	16	16	14	16	14	13	12	14
(주)루트미디어	-	-	-	6	6	9	15	21	25	39	28	31
(주)삼양출판사	12	12	11	8	12	16	12	24	18	12	11	13
(주)신영미디어	16	14	13	12	11	16	12	10	14	13	16	12
도서출판 동아	18	20	21	9	10	18	11	7	9	7	4	3
(주)학산문화사	11	16	11	11	11	12	12	10	9	6	16	9
(주)서울문화사	11	11	10	10	11	10	9	13	11	12	9	14
(주)조은세상	11	9	10	9	4	8	6	7	6	5	4	8

* 8~10월 5종 이상 출간 출판사 대상

* 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

02
만화

03
음악

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니
메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식
정보

10월 일일만화 출간 종수는 333종으로 9월에 비해 33종 감소했다. 1월부터 10월까지의 2012년 누적 출간종수는 3,437종으로 전년 동기 대비 330종 늘어나 완연한 증가세를 보였다. 일일만화 시장은 최저치를 기록한 2010년 3,000종이 출간된 이후, 2009년의 수준으로 조금씩 회복하고 있는 모습이다.

일일만화의 시장규모 추이를 살펴보면, 10월에는 333종의 만화가 총 219,780부 발행된 것으로 나타났다. 출간종수가 소폭 감소하면서 10월 시장규모는 8억 8천만 원 수준으로 9월 대비 9천만 원 가량 하락했다. 1월에서 10월 까지 일일만화는 3,437종에서 총 227만부가 발행되어 90억 원의 시장규모를 이루고 있으며, 큰 이변이 없는 한 연말 100억 원 돌파가 확실해 보인다.

▶ 일일만화 출간 현황

1. 일일만화 출간 종수 (2002년 ~ 2012년)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	합계
2002	347	344	391	398	357	333	398	399	398	464	3,829
2003	447	353	443	392	404	379	437	414	387	434	4,090
2004	439	428	435	394	409	426	372	424	473	450	4,250
2005	431	361	478	454	463	470	468	432	479	517	4,553
2006	426	385	403	392	422	374	410	402	436	374	4,024
2007	410	350	453	398	455	422	433	461	441	475	4,298
2008	354	334	429	405	375	341	425	364	407	404	3,838
2009	423	386	399	384	366	385	431	351	338	347	3,810
2010	299	296	350	283	158	244	285	311	411	385	3,022
2011	352	348	443	335	258	305	246	266	223	331	3,107
2012	271	388	415	392	387	295	316	274	366	333	3,437

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

2. 일일만화 월별 시장규모 추이 (2012. 1. ~ 2012. 10.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	합계
출간종수	271	388	415	392	387	295	316	274	366	333	3,437
발행부수	178,860	256,080	273,900	258,720	255,420	194,700	208,560	180,840	241,560	219,780	2,268,420
시장규모(천원)	715,440	1,024,320	1,095,600	1,034,880	1,021,680	778,800	834,240	723,360	966,240	879,120	9,073,680

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성



10월 작가별 일일만화 출간 현황에 따르면 인기무협작가 ‘야설록’이 가장 많은 57종의 만화를 출간한 것으로 나타났다. 82년 무협소설작가로 작품 활동을 시작해 만화 작가로 영역을 넓힌 ‘야설록’은 데뷔 이래 지금까지 꾸준히 사랑받아온 대표적인 작가이다. 각각 25종의 만화를 출간한 ‘고행석’, ‘신형빈’ 작가가 뒤를 이었고, ‘김성동’ 작가도 8월부터 10월까지 월 20종이 넘는 만화를 출간하며 작품 활동을 이어오고 있다.

3. 일일만화 작가별 출간 현황 (8~10월)

구분	2009. 8.	2009. 9.	2009. 10.	2010. 8.	2010. 9.	2010. 10.	2011. 8.	2011. 9.	2011. 10.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	합계
황성	45	69	60	77	92	77	55	30	61	74	-	17	657
야설록	41	56	53	39	69	80	36	-	71	20	29	57	551
박봉성	34	40	26	30	27	57	59	20	54	33	19	19	418
사마달	52	50	49	31	44	20	48	37	34	4	31	14	414
고행석	43	47	40	46	50	48	-	10	30	26	28	25	393
김성동	31	19	39	18	28	26	13	25	22	27	24	23	295
신형빈	10	-	-	-	16	24	45	56	36	41	12	25	265
하승남	47	-	13	20	26	20	-	28	23	21	17	10	225
묵검향	-	-	-	22	8	-	10	15	-	28	2	23	108
김성모	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21	20	41

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

10월 <네이버 만화> 인기순위(조회수 기준)에서는 기안84의 ‘패션왕’이 9월에 이어 1위를 차지했다. ‘패션왕’은 현재 2013년 2월 방영을 목표로 드라마가 제작중이라는 소식이 전해지며 더욱 주목받고 있다. 조석의 개그 만화 ‘마음의 소리’는 두 달 연속 2위를 유지했고, SIU작가의 판타지 액션 만화 ‘신의 탑’은 3위에 올랐다. <네이버 만화>는 아마추어 만화가가 그림을 올리는 도전만화와 도전만화에서 인기가 많은 웹툰을 골라낸 베스트 도전만화, 그리고 웹툰 코너로 이루어져 있는데, 그 중 도전만화는 신인 작가의 등용문 역할을 하고 있다. ‘신의 탑’은 네이버 도전만화 코너에서 연재되다가 정식으로 발탁된 긍정적인 사례이다.

<다음 만화속 세상>에서는 ‘미생’이 4개월 연속 1위를 수성했다. ‘미생’은 한국만화연합에서 수여하는 2012 오늘의 우리만화상 수상작으로도 선정되어 높은 인기에 걸맞은 작품임을 인정받았다. 밀리언셀러 무협만화 열혈강호로 유명한 전극진 작가의 ‘브레이커 2’가 2위로 올라왔고, ‘결혼해도 똑같네’는 한 단계 하락한 3위를 기록했다.

네이버는 10월부터 모바일 기기에서 편리하게 웹툰을 감상할 수 있는 스마트툰 서비스를 인기 작가들의 신작과 함께 선보였다. 이는 스마트폰, 태블릿PC로 웹툰을 즐기는 이용자가 급격히 증가함에 따른 변화로, 웹툰이 포털사이트 방문자를 유입시키는 핵심 콘텐츠로 자리매김했음을 알 수 있다.

▶ 웹툰 서비스별 인기순위 (10월)

1. 네이버 만화 TOP 10

순위	변동	작품	작가명	연재기간	별점
1	-	패션왕	기안84	2011.05.05.~연재중	7.8
2	-	마음의 소리	조석	2006.09.08.~연재중	9.7
3	△1	신의 탑	SIU	2010.06.30.~연재중	9.9
4	▽1	노블레스	손제호 / 이광수	2007.12.30.~연재중	9.8
5	-	갯 오브 하이스쿨	박용제	2011.04.08.~연재중	9.8
6	△2	고삼이 집나갔다	미티	2011.11.06.~연재중	9.9
7	-	역전!아매요리	정다정	2011.12.05.~연재중	9.9
8	▽2	네이버 앱피소드	웹툰작가	2012.08.27.~연재중	9.5
9	New	웃지 않는 개그반	현용민	2012.10.02.~연재중	9.9
10	-	격투기특성화사립고교 극지교	허일	2009.08.27.~연재중	9.9

* 출처 : 네이버 만화 (10월 31일 조회수 기준)

2. 다음 만화속세상 TOP 7

순위	변동	작품	작가명	연재기간	별점
1	-	미생	윤태호	2012.01.20.~연재중	9.8
2	New	브레이커 2	전극진/박진환	2012.01.20.~연재중	9.4
3	▽1	결혼해도 똑같네	네온비	2012.03.02.~연재중	9.7
4	△1	온밀하게 위대하게	Hun	2010.07.05.~연재종료(2011.05.11.)	9.7
5	▽2	어쿠스틱 라이프	난다	2010.08.11.~연재중단(2012.10.04.)	9.6
6	▽2	외발로 살다	고영훈	2012.08.14.~연재중	9.7
7	New	다이어터	네온비,캐러멜	2011.02.23.~연재종료(2012.08.31.)	9.8

* 출처 : 다음 만화속세상 (10월 31일 주간 인기 웹툰 기준)



PC 웹툰 서비스 이용통계를 살펴보면 <네이버 만화>는 전월대비 28만명 증가한 629만명을 기록하며 3개월 만에 감소세가 멈췄다. 순방문자수 뿐만 아니라 월평균재방문일수를 제외한 도달률과 월평균체류시간, 평균페이지뷰가 모두 증가하는 모습을 보였다. <다음 만화속세상>도 10만명이 증가하며 순방문자가 283만명으로 증가했다. 다만, <다음 만화속세상>에서는 도달률과 월평균체류시간, 월평균재방문일수가 증가했으나 평균페이지뷰는 전월대비 20회 가량 감소한 것으로 나타났다. 모바일 기기를 활용한 웹툰 이용이 늘어나고 있는 상황에서 10월 이용량 증가가 예외적인 현상일지, 이용자 감소추세가 완화된 것인지는 향후 추이를 지켜봐야 할 것이다.

▶ PC 웹툰 서비스 (10월)

1. PC 웹툰 서비스 이용 현황 (2012. 10.)

서비스명	순방문자 ¹⁾	도달률(% ²⁾	월평균체류시간(분) ³⁾	월평균재방문일수(일) ⁴⁾	평균페이지뷰(월) ⁵⁾
네이버 만화	6,293,015	18.9	86.9	4.6	101
다음 만화속세상	2,831,934	8.5	56.4	3.4	62

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자(약 12,000명)의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임 (조사 방법론 참조: http://www.koreanclick.com/methodology/audience_measurement.php)

* 출처: 닐슨 코리아클릭

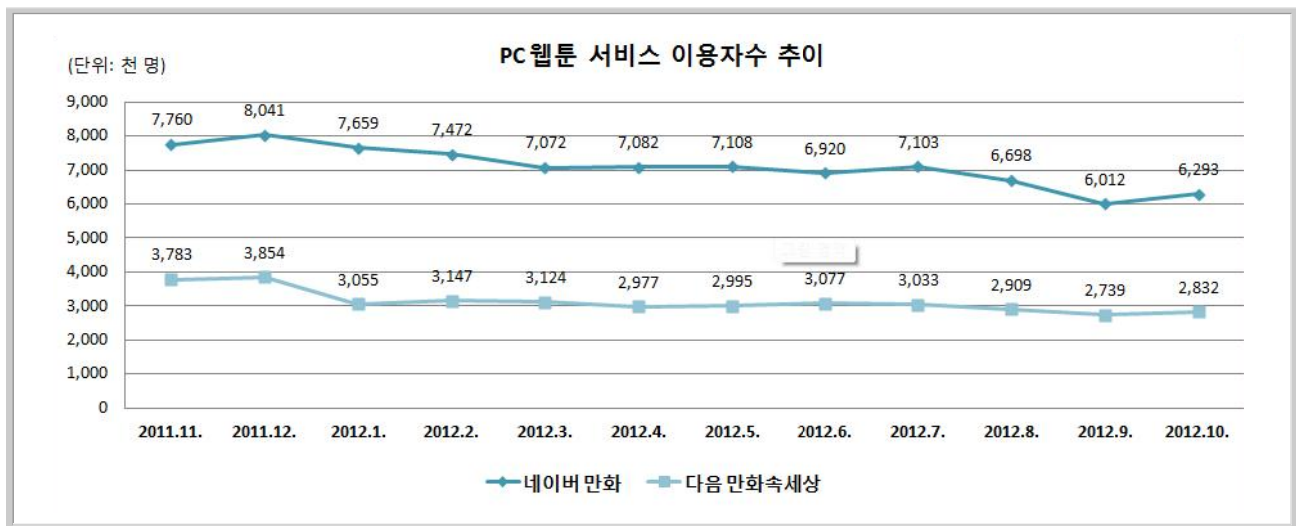
2. PC 웹툰 서비스 이용자수 추이 (2011. 11. ~ 2012. 10.)

(단위: 천 명)

애플리케이션	2011. 11.	2011. 12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
네이버 만화	7,760	8,041	7,659	7,472	7,072	7,082	7,108	6,920	7,103	6,698	6,012	6,293
다음 만화속세상	3,783	3,854	3,055	3,147	3,124	2,977	2,995	3,077	3,033	2,909	2,739	2,832

* 이용자수가 줄어드는 현상은 스마트폰을 통한 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

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

10월 가온 디지털 음악 종합차트에서는 가인의 솔로앨범 <Talk about S.>의 '피어나'가 1위에 올랐다. 뮤직비디오가 19세 미만 관람불가 판정을 받으며 선정성 논란에 휩싸였으나 각종 차트에서 1위를 기록하고, 빌보드닷컴에 싸이의 뒤를 이을 가수로 지목되는 등 국내외에서 많은 관심과 인기를 누렸다. 2위는 3년 만에 정규앨범을 발표한 에픽하이의 '춤다'가 차지했다. 그룹의 멤버 타블로가 음악 외적으로 부침을 겪고, YG 엔터테인먼트로 이적한 뒤에 발표한 첫 앨범이라 팬들의 기대가 높다. 11월 첫째 주 빌보드 K팝 차트에서 1위를 차지한 발라드 가수 케이월의 신곡 '이러지마 제발'은 3위로 새롭게 차트에 진입했다.

10월부터 방영중인 '슈퍼스타 K4'는 음악시장에 큰 영향력을 미치고 있다. 4위를 차지한 '먼지가 되어'를 비롯해 'My Son'(14위), '아마추어'(18위)는 해당 프로그램을 통해 화제를 모았던 노래들이다. 15위의 '말리꽃', K팝스타 출신 15&의 'I Dream'을 포함하면 음악 관련 프로그램과 관련된 5개의 노래가 순위에 들었다.

▶▶ 디지털 음악 종합 TOP 20 (10월)

순위	변동	곡명	앨범명	아티스트	제작사	가온지수
1	New	피어나	Talk about S.	가인	로엔엔터테인먼트	115,479,048
2	New	춤다 (Feat. 이하이)	춤다	에픽하이	YG Entertainment	113,665,334
3	New	이러지마 제발	The 3rd Album Part.1	케이월	스타쉽엔터테인먼트	107,746,140
4	New	먼지가 되어	슈퍼스타K 4 TOP12 Part 1	로이킴, 정준영	CJ E&M	93,415,810
5	▽1	바람기억	1집 Principle Of My Soul	나얼	인넥스트 트렌드	84,780,235
6	New	남자 없이 잘 살아	Independent Women Part III	miss A	AQ엔터테인먼트, JYP 엔터테인먼트	76,586,499
7	New	보여줄게	Invitation	에일리	YMC엔터테인먼트	75,170,372
8	-	크레용 (Crayon)	One Of A Kind	G-Dragon	YG Entertainment	72,474,847
9	New	Fine Thank You And You	2.0	10cm	텐뮤직	64,418,201
10	-	립스틱 (LIPSTICK)	립스틱 (LIPSTICK)	오렌지 카라멜	플레디스	63,815,979
11	▽14	Missing You (Feat. 김윤아 of 자우림)	One Of A Kind	G-Dragon	YG Entertainment	63,883,803
12	▽11	All For You	응답하라 1997 Love Story Part.1	정은지, 서인국	젤리피쉬엔터테인먼트 & 에이큐브엔터테인먼트	63,752,867
13	△51	사랑은 눈꽃처럼	세상 어디에도 없는 착한남자 OST Part 1	XIA	가지콘텐츠	58,300,472
14	New	My Son	슈퍼스타K 4 TOP12 Part 1	유승우	CJ E&M	55,080,015
15	New	말리꽃	'나는 가수다 2' 10월 B조 경연	이정	아이엠비씨	53,425,566
16	New	I Dream	I Dream	15&	JYP Entertainment	51,829,412
17	New	Ice Cream	MELTING	현아	큐브엔터테인먼트	51,592,369
18	New	아마추어	아마추어	이승철	(주)진엔원뮤직웍스&CJ E&M	50,667,537
19	▽16	SEXY LOVE	MIRAGE	티아라	코어컨텐츠미디어	48,966,889
20	▽9	강남스타일	싸이6甲 Part 1	싸이	YG Entertainment	47,603,201
합계						1,412,654,596

* 순위 집계 : 스트리밍 + 다운로드 + BGM 판매량 + 모바일 판매량
 * 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)



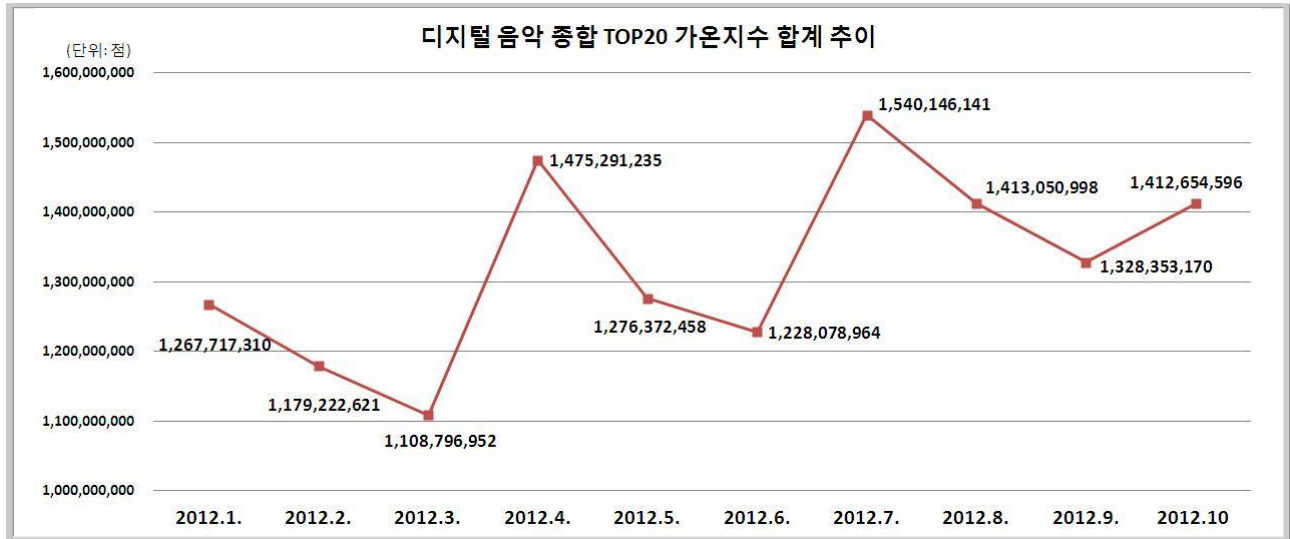
10월 디지털 음악 종합차트의 20위권 곡들의 가온지수 합계는 전월대비 소폭 상승한 1,412,654,596점을 기록했다. 큰 이슈는 없었지만 다양한 가수들의 신보가 꾸준히 발매되며 8월과 비슷한 수준을 회복했다. 상반기 평균 1,255,913,257점으로 비교적 저조했던 종합 지수는 하반기 들어 1,423,551,226으로 상승세를 타고 있다. 비록 상위권에 랭크된 곡들의 이용량에 한정된 수치이기는 하지만 전체 음악시장의 상승세를 어느정도 가늠해볼 수 있다.

디지털 음악 종합 TOP3 추이를 살펴보면 올들어 여성 솔로로는 처음으로 가인이 1위를 차지했다. 아이돌이 TOP3를 독식하다시피 하던 음악 시장에서 힙합그룹 에픽하이와 발라드 가수 케이윌의 선전도 눈에 띈다. 종합차트에서도 그간 과반수를 차지하던 아이돌 가수의 힘이 약해져, 대중들이 대동소이한 아이돌 콘텐츠에 다소 피로감을 느끼고 있음을 알 수 있다.

▶ 디지털 음악 종합 TOP 20 가온지수 합계 추이 (2012. 1. ~ 2012. 10.)

구분	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10
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	1,412,654,596

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



▶ 2012년 디지털 음악 종합 TOP 3 추이 (2012. 1. ~ 2012. 10.)

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
2012.10.	가인 / 피어나	에픽하이 / 출다 (Feat. 이하이)	케이윌 / 이려지마 제발

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

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

동방신기의 <Catch Me> 앨범은 한 달 동안 11만장의 판매량을 추가하며 10월 오프라인 앨범차트 1위로 올라섰다. 이로써 누적 판매량 24만장을 넘은 <Catch Me>는 2012년 발매 앨범 중 3위의 판매고를 기록했으나, 음원 성적은 71위로 저조한 편이다. 이는 아이돌 가수의 팬덤과 대중적인 인기 사이의 온도차를 보여주는 예라 할 수 있다. <싸이6甲 Part.1>은 9월 7위에서 2위로 올라왔는데, 해외 시장에서의 인기가 역으로 한국 시장에서의 판매로 이어지고 있는 모습이다. 3위는 대중성과 음악성을 인정받고 있는 에픽하이의 7집 <99>가 차지했다. 싸이와 에픽하이를 비롯해 나얼(10위), 케이월(13위), 김종국(15위) 등 자신의 색깔을 지키며 꾸준히 활동해온 가수들의 앨범이 좋은 반응을 얻고 있다. 한편 유럽에서 촬영한 멤버들의 화보와 함께 지난 히트곡들을 모은 티아라의 유럽 스페셜 화보 앨범 <Tara's Free Time In Paris & Swiss>는 음원이 대세가 된 시대에 앨범의 소장가치를 높이려는 음반사의 판매 전략을 엿볼 수 있다. 4차례 내한공연으로 국내에도 두터운 팬 층을 확보하고 있는 영국 락밴드 MUSE의 신보 'The 2nd Law'는 해외 가수로는 드물게 차트에 이름을 올렸다.

앨범 TOP 15위권 유통사별 판매 현황을 살펴보면, 'KMP홀딩스'(SM, YG, JYP, 미디어라인, 스타제국, 유니온캔, 뮤직팩토리로 구성)는 5장의 앨범으로 202,351장을 판매했다. 소수 아이돌 가수들에 의해 좌우되는 앨범 시장에서 3대 기획사가 소속되어 있는 'KMP 홀딩스'의 영향력이 매우 큰 실정이다. '로엔 엔터테인먼트'는 6장의 앨범에서 72,591장으로 뒤를 이었다. 'Universal Music', '포니캐년코리아', 'Warner Music', 'CJ E&M'은 각각 1장의 앨범을 순위에 올렸고, 판매량은 1만장을 넘지 못했다.

▶ 오프라인 앨범 판매 TOP 15 (10월)

순위	변동	앨범명	아티스트	유통사	발매일	판매량	누적판매량
1	△1	Catch Me	동방신기	KMP 홀딩스	2012.09.24.	114,956	246,838
2	△5	싸이6甲 Part.1	싸이	KMP 홀딩스	2012.07.15.	28,359	96,272
3	New	7집 99	에픽하이	KMP 홀딩스	2012.10.19.	27,161	27,161
4	▽3	One Of A Kind	G-Dragon	KMP 홀딩스	2012.09.15.	18,722	190,234
5	New	Tara's Free Time In Paris & Swiss	티아라	로엔엔터테인먼트	2012.10.12.	17,242	17,242
6	New	하지마	B.A.P	로엔엔터테인먼트	2012.10.23.	16,406	16,406
7	New	Independent Women Pt.Ⅲ	miss A	KMP 홀딩스	2012.10.15.	13,153	13,153
8	New	1집 Blockbuster	블락비	로엔엔터테인먼트	2012.10.17	13,124	13,124
9	New	Talk About S.	가인	로엔엔터테인먼트	2012.10.05.	9,855	9,855
10	▽6	Principle Of My Soul	나얼	로엔엔터테인먼트	2012.09.20.	8,568	40,368
11	New	Melting	현아	Universal Music	2012.10.21.	8,432	8,432
12	New	세상 어디에도 없는 착한남자 OST Part1	Various Artists	포니캐년코리아	2012.09.26.	8,280	8,280
13	New	The Third Album Part.1	케이월	로엔엔터테인먼트	2012.10.11.	7,396	7,396
14	New	The 2nd Law	Muse	Warner Music	2012.10.02.	7,197	7,197
15	New	7집 Journey Home	김종국	CJ E&M	2012.11.01.	6,351	6,351
합계						305,202	708,309

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



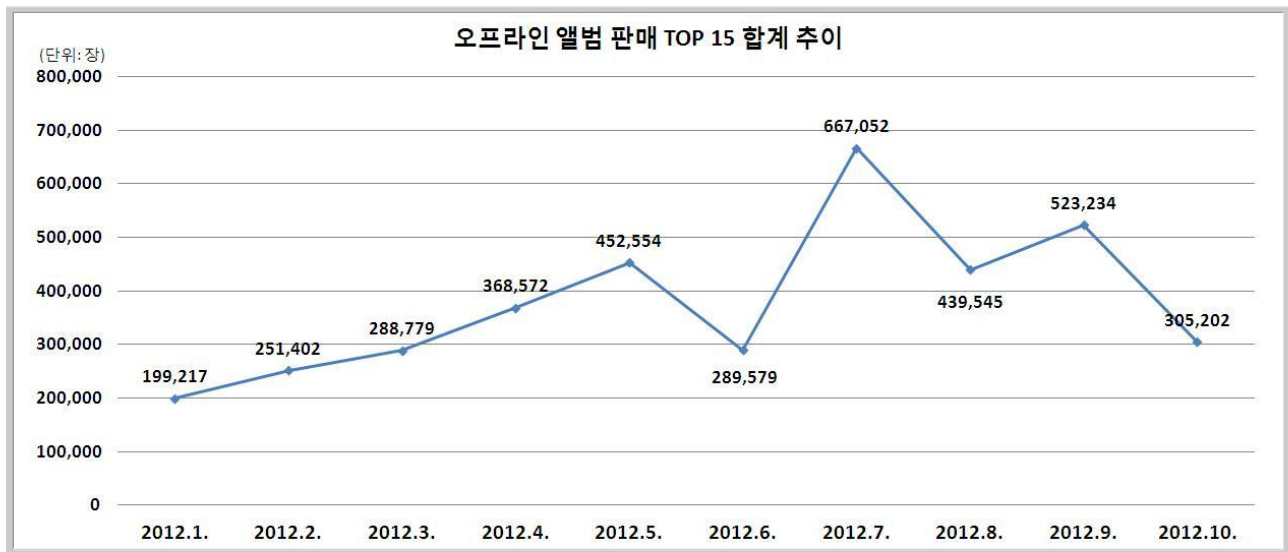
10월 오프라인 앨범판매 TOP 15의 합계는 30만장으로 9월에 비해 22만장 가량 대폭 감소했다. 1위인 동방신기가 11만장을 판매했을 뿐, 2위부터는 3만장 미만의 앨범 판매량을 기록한 것에 기인하는 결과다. 이처럼 확고한 팬을 보유한 아이돌 가수의 앨범 발매에 의해 판매 합계가 요동치는 모습을 그래프에서도 확인할 수 있다. 10월에는 대형 팬덤을 보유한 아이돌 가수의 앨범 발매가 없었고 이에 따라 10만장을 넘긴 앨범도 한 장에 그쳤다.

9월 2위였던 동방신기의 <Catch>와 7위였던 <싸이6甲 Part.1>은 드물게 순위가 상승하는 모습을 보여줬고, 싸이와 에픽하이는 비 아이돌 그룹으로는 올해 처음으로 오프라인 앨범 TOP 3에 진입했다.

▶▶ 2012년 오프라인 앨범 판매 TOP 15 합계 추이 (2012. 1. ~ 2012. 10.)

구분	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
판매량	199,217	251,402	288,779	368,572	452,554	289,579	667,052	439,545	523,234	305,202

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



▶▶ 2012년 오프라인 앨범 판매 TOP 3 추이 (2012. 1. ~ 2012. 10.)

구분	1위	2위	3위
2012. 1.	엠블랙 / MBLAQ 4th Mini Album '100%Ver.'	티아라 / Funky Town (EP)	F.T Island / GROWN-UP (EP)
2012. 2.	빅뱅 / 5집 ALIVE	박재범 / New Breed	샤이니 / THE 1st ASIA TOUR CONCERT ALBUM 'SHINee'
2012. 3.	샤이니 / 'Sherlock' SHINee The 4th Mini Album	씨엔블루 / 3rd Mini Album Ear Fun	빅뱅 / 5집 ALIVE
2012. 4.	EXO-K / 'MAMA' EXO-K The 1st Mini Album	씨엔블루 / 3rd Mini Album Ear Fun	버스커버스커 / 버스커버스커 정규 1집
2012. 5.	소녀시대-태티서 / 'Twinkle' Mini Album	XIA / Tarantallegra	인피니트 / Infinitize
2012. 6.	빅뱅 / BIGBANG SPECIAL EDITION 'STILL ALIVE'	f(x) / 'Electric Shock' The 2nd Mini Album	틴 탑 / aRtist
2012. 7.	슈퍼주니어 / 6집 Sexy, Free & Single	비스트 / Midnight Sun	장우영 / 23, Male, Single
2012. 8.	슈퍼주니어 / 'SPY' The 6th Album Repackage	비스트 / Midnight Sun	XIA (준수) / Uncommitted
2012. 9.	G-Dragon / One Of A Kind	동방신기 / Catch Me	F.T Island / Five Treasure Box
2012.10.	동방신기 / Catch Me	싸이 / 싸이6甲 Part.1	에픽하이 / 7집 99

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

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01
출판

02
만화

03
음악

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니
메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식
정보

서비스별 음원 차트에서는 에픽하이의 '출다 (Feat. 이하이)'가 다운로드, BGM 차트에서 1위에 올랐다. 스트리밍 순위에서는 나얼의 '바람기억'이 12계단 상승하며 1위를 차지했고, 벨소리 차트에서는 '강남스타일'이 9월에 이어 1위를 유지했다.

가인의 '피어나'는 스트리밍, 다운로드 2위, BGM 6위를 기록했다. 앨범판매 차트(9위)까지 포함해 세부 차트에서 1위를 차지하지 못한 곡이 종합 차트 1위에 올랐다는 점이 흥미롭다. 슈퍼스타K 4에서 듀엣미션으로 큰 화제를 불러 모은 로이킴, 정준영의 '먼지가 되어'는 종합 차트를 비롯해 각종 순위에서 상위를 차지하며 선전했다. 음원 회전율이 빠른 시장 상황에서 G-Dragon의 '크레용'과 'Missing You', 오렌지 카라멜의 '립스틱'은 스트리밍 차트에서 순위가 상승했고, 7월 말일에 발매한 다비치의 '남자도 우나요'는 벨소리 차트에서 50위나 뛰어 올랐다.

▶ 서비스별 음원 차트

1. 스트리밍 음원 TOP 10 (10월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	△12	바람기억	나얼
2	New	피어나	가인
3	New	출다 (Feat. 이하이)	에픽하이
4	▽3	All For You	정은지, 서인국
5	△10	크레용	G-Dragon
6	New	이러지마 제발	케이윌
7	△7	립스틱	오렌지 카라멜
8	△11	Missing You (Feat. 김윤아 of 자우림)	G-Dragon
9	New	먼지가 되어	로이킴, 정준영
10	▽6	강남스타일	싸이

2. 다운로드 음원 TOP 10 (10월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	New	출다 (Feat. 이하이)	에픽하이
2	New	피어나	가인
3	New	이러지마 제발	케이윌
4	New	먼지가 되어	로이킴, 정준영
5	New	남자 없이 잘 살아	miss A
6	New	보여줄게	에일리
7	▽4	바람기억	나얼
8	New	Fine Thank You And You	10cm
9	▽2	크레용	G-Dragon
10	▽4	Missing You (Feat. 김윤아 of 자우림)	G-Dragon

3. BGM 음원 TOP 10 (10월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	New	출다 (Feat. 이하이)	에픽하이
2	▽1	All For You	정은지, 서인국
3	-	바람기억	나얼
4	New	먼지가 되어	로이킴, 정준영
5	▽3	I Need You	허각, 지아
6	New	피어나	가인
7	New	이러지마 제발	케이윌
8	New	My Son	유승우
9	New	Ice Cream	현아
10	New	귀여워	별

4. 벨소리 음원 TOP 10 (10월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	-	강남스타일	싸이
2	-	All For You	정은지, 서인국
3	△1	내 사랑아	이중현
4	New	먼지가 되어	로이킴, 정준영
5	△4	립스틱	오렌지 카라멜
6	New	굿바이 투 로맨스	소냐
7	△50	남자도 우나요	다비치
8	▽1	어땠을까 (Feat. 박정현)	싸이
9	New	이러지마 제발	케이윌
10	New	보여줄게	에일리

* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)



인디음반 판매 차트에서는 10cm의 2집 <2.0>이 9월 26일부터 4주간 1위를 차지했다. 이번 앨범에서 어쿠스틱 사운드에서 벗어나 다양한 시도를 한 10cm는 인디밴드로는 드물게 종합차트 9위, 다운로드 차트 8위에 올랐고, 1집이 인디음반 판매 차트에 재진입하는 성과를 보였다. Mnet '슈퍼스타K 4'에 참가해 Top 4까지 진출한 디핑크와 2005년 대학가요제를 통해 데뷔한 Lucia의 앨범은 각각 2위를 차지했다. 영국 포스티노 레이블을 통해 영국에서 동시 발매한 글렌체크의 <Cliché>와 8년 만에 정규 4집을 발표한 중견 밴드 3호선 버터플라이의 <Dreamtalk>이 새롭게 순위권에 올랐고, KBS의 밴드 서바이벌 프로그램 'TOP밴드 시즌1' 우승자인 특식의 EP 앨범 <FIRST BRIDGE>도 시장의 좋은 반응을 얻고 있다.

▶▶ 인디음반 판매 TOP 10 (9. 26. ~ 10. 10.)

순위	변동	아티스트	앨범명	제작사	유통사
1	New	10cm	(2집) 2.0	텐뮤직	미러볼뮤직
2	-	디핑크	(1집) Dickpunk	음악 창작단 해적	YDCT
3	▽2	에피톤 프로젝트	(2집) 낮선 도시에서의 하루	파스텔뮤직	KT뮤직
4	New	글렌체크	(EP) Cliché	사운드홀릭	사운드홀릭
5	New	3호선 버터플라이	(4집) Dreamtalk	쌩나팔 / 비트볼뮤직	비트볼뮤직
6	▽3	어반자카파	(1집) 01	플렉서스뮤직	미러볼뮤직
7	△12	10cm	(1집) 1.0	텐뮤직	미러볼뮤직
8	△13	제이레빗	(2집) Looking Around	FrienZ.net	미러볼뮤직
9	▽5	Various Artists	이야기해주세요	이야기해주세요	미러볼뮤직
10	▽1	어반자카파	(EP) Beautiful Days	플렉서스뮤직	미러볼뮤직

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

▶▶ 인디음반 판매 TOP 10 (10. 11. ~ 10. 25.)

순위	변동	아티스트	앨범명	제작사	유통사
1	-	10cm	(2집) 2.0	텐뮤직	미러볼뮤직
2	New	Lucia(심규선)	(EP) Decalcomanie	파스텔뮤직	브라운이엔터테인먼트
3	▽1	디핑크	(1집) Dickpunk	음악 창작단 해적	YDCT
4	New	특식	(EP) FIRST BRIDGE	TNC Entertainment	Pony Canyon Korea
5	New	커피소년	(1집) 기다림	커피소년	5212뮤직
6	▽3	에피톤 프로젝트	(2집) 낮선 도시에서의 하루	파스텔뮤직	KT뮤직
7	△8	국카스텐	(1집) Guckkasten	루비살롱/루비레코드	미러볼뮤직
8	▽3	3호선 버터플라이	(4집) Dreamtalk	쌩나팔 / 비트볼뮤직	비트볼뮤직
9	▽2	10cm	(1집) 1.0	텐뮤직	미러볼뮤직
10	△1	가을방학	(1집) 가을방학	루오바팩토리	루오바팩토리

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

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

10월 노래연습장 차트에서는 싸이의 '강남스타일'이 9월에 이어 1위를 지켰다. 분위기 있는 발라드 곡이 강세를 보이는 노래연습장 차트에서 '강남스타일'은 중독성 있는 멜로디와 누구나 따라 하기 쉬운 춤으로 3개월 연속 1위를 유지하고 있다. 2위는故김광석의 '먼지가 되어'가 차지했다. 이윤수의 원곡을故김광석이 다시 부른 노래로, '슈퍼스타K 4'에서 로이킴과 정준영이 재 리메이크한 버전(11위)을 통해 대중에게 알려지며 KBS 뮤직뱅크 순위에도 오르는 등 뒤늦게 큰 인기를 누리고 있다. 그밖에 3위를 차지한 이승철의 '말리꽃'은 '슈퍼스타K 4'와 MBC '나는 가수다 시즌2'로, 8위의 '서쪽하늘'은 '슈퍼스타K 3'를 통해 방송을 타면서 순위에도 이름을 올린 노래인데, 음악 방송 프로그램이 큰 인기를 누리면서 이처럼 과거의 노래들이 재조명받는 사례가 늘고 있다.

10월에는 79위나 상승한 '먼지가 되어'를 포함해 G-Dragon의 '크레용', 나얼의 '바람기억', F.T Island의 '좋겠어 (I wish)'등 다른 때보다 많은 6곡이 15위에 새롭게 진입했다.

▶ 노래연습장 TOP 15 (10월)

순위	변동	곡명	앨범명	아티스트	발매일
1	-	강남스타일	싸이6甲 Part.1	싸이	2012.07.15.
2	△79	먼지가 되어	노래이야기	김광석	1996.00.00.
3	New	말리꽃	Confession	이승철	2001.03.23
4	-	All For You	응답하라 1997 Love Story Part.1	정은지, 서인국	2012.08.28.
5	△2	그XX	One of a Kind	G-Dragon	2012.09.15.
6	New	바람기억	Principle Of My Soul	나얼	2012.09.20.
7	▽5	내 사랑아	신사의 품격 OST Part 5	이종현	2012.07.08.
8	△1	서쪽 하늘	슈퍼스타K 3 Top11 Part 5	울랄라세션	2011.10.31.
9	New	좋겠어 (I wish)	FIVE TREASURE BOX	F.T Island	2012.09.10.
10	▽4	체념	Like The Bible	빅마마(Big Mama)	2003.02.06.
11	New	먼지가 되어	슈퍼스타K 4 TOP12 Part 1	로이킴, 정준영	2012.10.15
12	▽4	너를 위해	Story Of Two Years	임재범	2000.05.16.
13	▽1	애인... 있어요	Ma Non Tanto	이은미	2005.10.24.
14	▽1	한사람	빅 OST	허각	2012.06.25.
15	New	크레용 (Crayon)	One Of A Kind	G-Dragon	2012.09.15.

* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)



음악 관련 프로그램 시청률을 살펴보면 '가요무대'가 11%대의 시청률을 유지하며 10월에도 1위를 지켰고, 가구 기준 시청률이 2.2%p 상승한 '불후의 명곡'이 9.9%의 시청률로 뒤를 쫓았다. '불후의 명곡'은 추억의 노래와 젊은 가수라는 색다른 조합을 통해 '나는 가수다'의 아류작이라는 오명을 벗으며 대표 음악 버라이어티 프로그램으로 자리 잡았다.

한편 '슈퍼스타K 4'는 케이블채널 프로그램이라는 핸디캡에도 불구하고 지상파 포함 동시간대 13주 연속 시청률 1위를 기록해, 음원시장뿐만 아니라 방송시장에서도 높은 인기를 증명했다. 10월부터 방영된 '스타오디션 - 위대한 탄생 3'를 비롯해 11월에는 SBS 'K팝스타 시즌2'가 시작되면서 서바이벌 오디션 프로그램의 강세는 당분간 지속될 전망이다.

▶▶ 음악 관련 프로그램 시청률 (10월)

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	3.454	1.121	1.888	1.830	1.508	0.969
	뮤직뱅크	KBS	2001. 02. 15. 금/ 오후 6:10	3.634	0.943	2.031	2.061	1.378	1.354
	쇼! 음악중심	MBC	2005. 10. 29. 토/ 오후 4:00	3.382	1.016	1.918	2.202	1.402	1.036
	M! COUNTDOWN	Mnet	2004. 07. 29. 목/ 오후 6:00	0.036	0.007	0.022	0.017	0.016	0.006
	더 쇼 : 율뉴 케이팝	SBS MTV	2012. 03. 23. 금/ 오후 8:00	0.010	0.002	0.005	0.012	0.003	0.003
경연 + 버라이어티	불후의 명곡	KBS	2012. 04. 07. 토/ 오후 6:15	9.911	3.434	4.681	2.189	4.539	6.200
	나는 가수다 시즌2	MBC	2012. 04. 29. 일/ 오후 6:20	5.679	2.491	2.901	0.711	3.059	2.947
	TOP 밴드 2	KBS	2012. 05. 05. 토/ 오후 11:25	1.662	0.621	0.953	0.394	0.926	0.744
	슈퍼스타K 4	Mnet	2012. 08. 17. 금/ 오후 11:00	6.041	2.351	4.017	5.417	3.104	0.828
	내 생애 마지막 오디션	KBS	2012. 09. 28. 금/ 오후 8:50	4.190	1.294	2.455	0.764	2.048	1.858
초대손님 + 토크쇼	유희열의 스케치북	KBS	2009. 04. 24. 금/ 밤 12:15	2.300	0.659	1.238	0.558	1.086	0.722
	정재형 이효리의 유&아이	SBS	2012. 02. 26. 일/ 밤 12:00	1.499	0.436	0.830	0.234	0.752	0.480
	아름다운 콘서트	MBC	2010. 11. 06. 일/ 밤 12:50	0.648	0.194	0.268	0.009	0.282	0.182
	윤도현의 MUST	Mnet	2011. 07. 05. 토/ 밤 12:00	0.154	0.059	0.086	0.077	0.081	0.008
	MTV The Stage Big Pleasure	SBS MTV	2010. 10. 01. 수/ 오후 10:30	0.009	0.002	0.005	0.004	0.003	0.004
	리모콘	MBC MUSIC	2012. 05. 23. 수/ 밤 12:00	0.019	0.006	0.010	0.006	0.009	0.003
	스페이스 공감	EBS	2005. 01. 23. 수, 목/ 밤 12:35	0.185	0.049	0.083	0.004	0.081	0.112
	쇼! 챔피언	MBC MUSIC	2012. 02. 14. 화/ 오후 6:00	0.061	0.017	0.032	0.038	0.022	0.011
가곡 + 복고	가요무대	KBS	1985. 11. 04. 일/ 오후 10:00	11.114	3.270	3.958	0.297	4.418	13.575
	콘서트7080	KBS	2004. 11. 06. 일/ 오후 11:10	4.145	1.186	1.743	0.350	1.735	2.332

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치(본방 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

유튜브 K-POP 조회수 순위(10월 신규등록)에서는 현아의 'Ice Cream'이 1,767만 건의 조회수로 1위를 차지했다. 싸이가 까메오 출연한 'Ice Cream'은 티저 영상이 3위에 오를 만큼 인기를 끌었고, 미국 빌보드와 영국 가디언 지에 소개되면서 해외에서 크게 주목받고 있다. 2위에는 지난 10월 4일 시청에서 펼쳐진 싸이의 무료 공연 영상이 올랐다. 또 다른 싸이의 라이브 영상은 8위를 차지해 싸이의 인기를 재확인할 수 있다.

K-POP 누적 조회수에서는 1개월간 2억7750만건의 조회수를 추가한 '강남스타일'이 1위를 지켰다. '강남스타일'은 11월 2일 제니퍼 로페즈의 '온 더 플로어'를 제치고 역대 조회수 2위로 올라섰으며, 11월 24일 오후에는 드디어 저스틴 비버의 '베이비'가 보유한 역대 조회수 1위(8억365만) 기록을 추월했다(25일 현재 8억1500만 건). 유튜브에 따르면 유엔회원국보다 많은 223개국에서 '강남스타일'을 조회했으며, 하루 700~1,000만건의 조회수가 꾸준히 추가되고 있어 연내 10억건 돌파의 가능성이 큰 것으로 추정되고 있다.

K-POP 유튜브 조회수 TOP 15 (10월)

순위	곡명	아티스트	종류	업로더	등록일자	조회수
1	Ice Cream	HYUNA	뮤직비디오	4minuteofficial	10. 21.	17,672,390
2	강남스타일 SeoulCityHallConcert	PSY	무대 영상	GatewayToKorea	10. 04.	13,564,178
3	Ice Cream	HYUNA	뮤직비디오 티저	4minuteofficial	10. 18.	4,616,987
4	남자 없이 잘 살아	missA	뮤직비디오	missA	10. 14.	4,018,588
5	Bloom(피어나)	Gain(가인)	뮤직비디오	LOENENT	10. 04.	3,574,951
6	Performs on 'The X-Factor Australia'	PSY	무대 영상	officialpsy	10. 17.	2,908,148
7	이러지마 제발	케이윌	뮤직비디오	starshipTV	10. 10.	2,497,417
8	강남스타일 @ Seoul Plaza Live Concert	PSY	무대 영상	officialpsy	10. 15.	1,806,130
9	I will show you(보여줄게)	에일리	뮤직비디오	LOENENT	10. 15.	1,564,392
10	날리리맘보	블락비	뮤직비디오	BrandnewStardom	10. 16.	1,136,930
11	하지마	B.A.P	뮤직비디오	TSENT2008	10. 22.	1,035,477
12	MAXSTEP	YOUNIQUE UNIT	뮤직비디오 티저	SMTOWN	10. 26.	917,935
13	I Dream	15&	뮤직비디오	15andOfficial	10. 04.	875,273
14	Every night	EXID	뮤직비디오	LOENENT	10. 03.	868,970
15	DON'T HATE ME	EPIK HIGH	뮤직비디오	OfficialEpikHigh	10. 19.	841,542

* 출처 : Youtube(www.youtube.com), 10월 31일 기준(9월 30일 ~ 10월 31일 등록 동영상)

K-POP 유튜브 누적 조회수 TOP 15 (10월 31일 기준)

순위	변동	곡명	아티스트	종류	업로더	등록일자	조회수	변동(9.30대비)
1	-	GANGNAMSTYLE	PSY	뮤직비디오	officialpsy	2012. 07. 15.	598,466,473	277,541,908
2	△1	오빤 딱 내 스타일	PSY (ft. HYUNA)	뮤직비디오	officialpsy	2012. 08. 14.	119,343,464	58,527,978
3	△9	Gangnamstyle	PSY	무대 영상	CapsuleHD20	2012. 07. 16.	117,309,452	79,959,377
4	▽2	Gee	소녀시대	뮤직비디오	sment	2009. 06. 08.	90,144,455	2,825,036
5	-	THE BOYS	소녀시대	뮤직비디오	SMTOWN	2011. 10. 18.	60,843,582	2,731,014
6	▽2	Nobody	Wonder Girls	무대 영상	Mnet	2008. 11. 18.	58,621,632	276,032
7	▽1	Oh!	소녀시대	뮤직비디오	sment	2010. 01. 26.	57,809,662	1,558,150
8	▽1	I AM THE BEST	2NE1	뮤직비디오	2NE1	2011. 06. 27.	56,661,526	2,696,095
9	▽1	Mr.Simple	슈퍼주니어	뮤직비디오	SMTOWN	2011. 08. 03.	54,658,240	1,433,898
10	▽1	FANTASTICBABY	BIGBANG	뮤직비디오	BIGBANG	2012. 03. 06.	48,369,913	4,572,084
11	▽1	BONAMANA(미인아)	슈퍼주니어	뮤직비디오	sment	2010. 05. 11.	43,617,510	883,166
12	▽1	RunDevilRun	소녀시대	뮤직비디오	sment	2010. 03. 16.	43,151,306	977,338
13	▽1	SORRY,SORRY	슈퍼주니어	뮤직비디오	sment	2009. 06. 07.	41,086,138	701,812
14	▽1	LOLLIPOP	BIGBANG & 2NE1	뮤직비디오	YG Entertainment	2009. 05. 15.	39,334,404	678,121
15	New	Bubble Pop	HYUNA	뮤직비디오	4minuteofficial	2011. 07. 04.	39,207,141	9,189,354

* 출처 : Youtube(www.youtube.com), 10월 31일 기준



10월 음악 어플리케이션 이용 현황에 따르면, 오디오 재생 프로그램인 ‘곰오디오’를 가장 많은 300만명이 이용하는 것으로 나타났다. 뒤를 이어 Apple이 서비스하는 ‘iTunes’가 278만명으로 2위를 차지했다. 3위를 차지한 ‘알송’을 비롯해 음악 재생 프로그램이 순이용자, 도달률, 일평균 이용자, 핵심 이용자 등 대부분의 조사 항목에서 높은 수치를 기록했다. 이는 PC에 음원을 다운받아 듣는 음악 소비 행태에서 비롯된 결과로 생각된다.

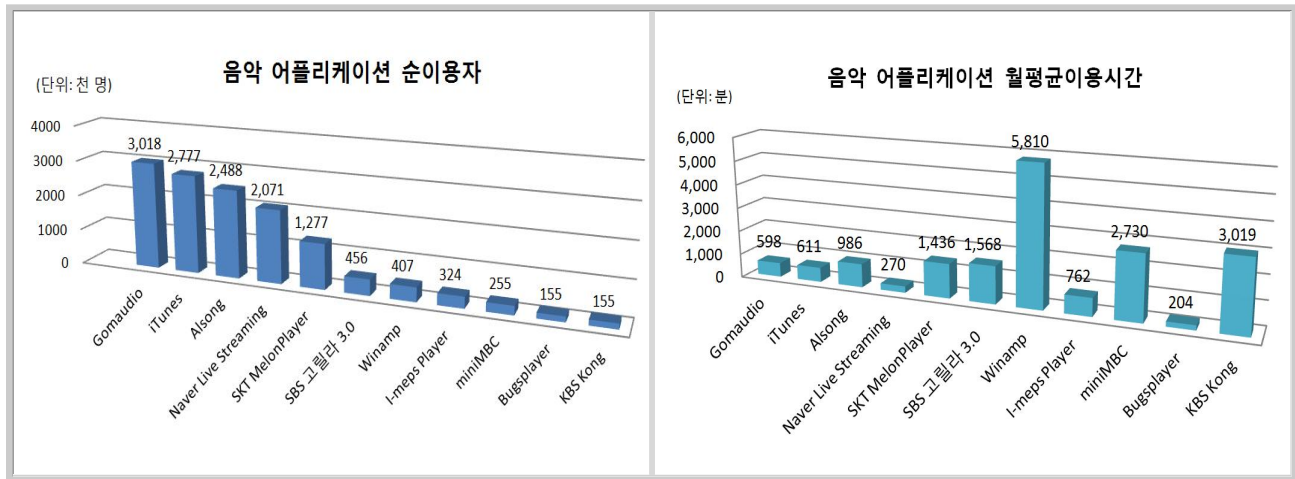
온라인 음악 서비스로는 ‘멜론’이 128만명의 압도적인 순이용자를 보유하고 있다. ‘윈앰프’는 월평균 이용시간(5,810분)과 평균재방문일수(11.2일)이 가장 높은 어플리케이션으로 조사됐다. ‘SBS 고릴라’, ‘miniMBC’, ‘KBS Kong’ 등 방송 3사의 실시간 플레이어들은 적은 순이용자에 비해 월평균 이용시간이 비교적 높은 것으로 나타났다.

▶ PC 음악 어플리케이션 서비스

1. PC 음악 어플리케이션 이용 현황 (10월)

순위	공급자	어플리케이션	순이용자 ⁶⁾	도달률 (%) ⁷⁾	일평균 이용자 ⁸⁾	핵심이용자 ⁹⁾	월평균이용 시간(분) ¹⁰⁾	평균재방문 일수(일) ¹¹⁾	순방문자 증감률(%)
1	Gomtv	Gomaudio	3,017,678	9.04	334,236	466,717	598	3.5	2.0
2	Apple	iTunes	2,776,892	8.32	364,826	449,818	611	4.2	4.6
3	Altools	Alsong	2,487,944	7.46	318,194	457,291	986	4.1	-2.6
4	Naver	Naver Live Streaming	2,071,141	6.21	210,897	333,609	270	3.3	23.2
5	Melon	SKT MelonPlayer	1,277,278	3.83	202,669	316,304	1,436	5.0	-6.9
6	Sbs	SBS 고릴라 3.0	456,169	1.37	66,076	91,003	1,568	4.5	-4.2
7	Winamp	Winamp	406,607	1.22	147,172	230,950	5,810	11.2	4.3
8	Imeps	I-meps Player	323,690	0.97	53,380	103,184	762	5.3	-6.5
9	Imbc	miniMBC	254,722	0.76	76,227	110,646	2,730	8.6	-8.8
10	Bugs	Bugsplayer	155,463	0.47	11,195	9,740	204	2.2	18.1
11	Kbs	KBS Kong	155,273	0.47	43,626	73,787	3,019	8.1	0.3

- * PC기반 멀티미디어 어플리케이션 중 월평균 이용시간 100분 이상의 음악 위주 어플리케이션을 대상으로 집계
- * 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임
- * 출처 : 님스 코리아클릭



- 6) 순이용자 : 어플리케이션을 사용하는 중복되지 않은 인터넷 사용자의 수
- 7) 도달률 : 국내 인터넷 사용자 중 어플리케이션을 이용한 경험이 있는 중복되지 않은 이용자의 비율 (App. 이용자 / 국내 인터넷 사용자 수)
- 8) 일평균이용자 : 개별 App.의 일 평균 이용자 규모를 의미
- 9) 핵심이용자 : 해당 장르별 전체 App.에서 월평균이용시간과 평균재방문일수의 중간값을 각 App.에 적용하여 두 기준 모두 중간값 이상의 활동성을 보이는 이용자를 의미
- 10) 월평균이용시간 : 한 달 동안 Application을 이용한 평균 시간
- 11) 평균재방문일수 : 전체 인터넷 사용자 중 해당 App.를 쓰고 있는 이용자가 한 달 동안 1인 평균 App.을 이용하는 일수



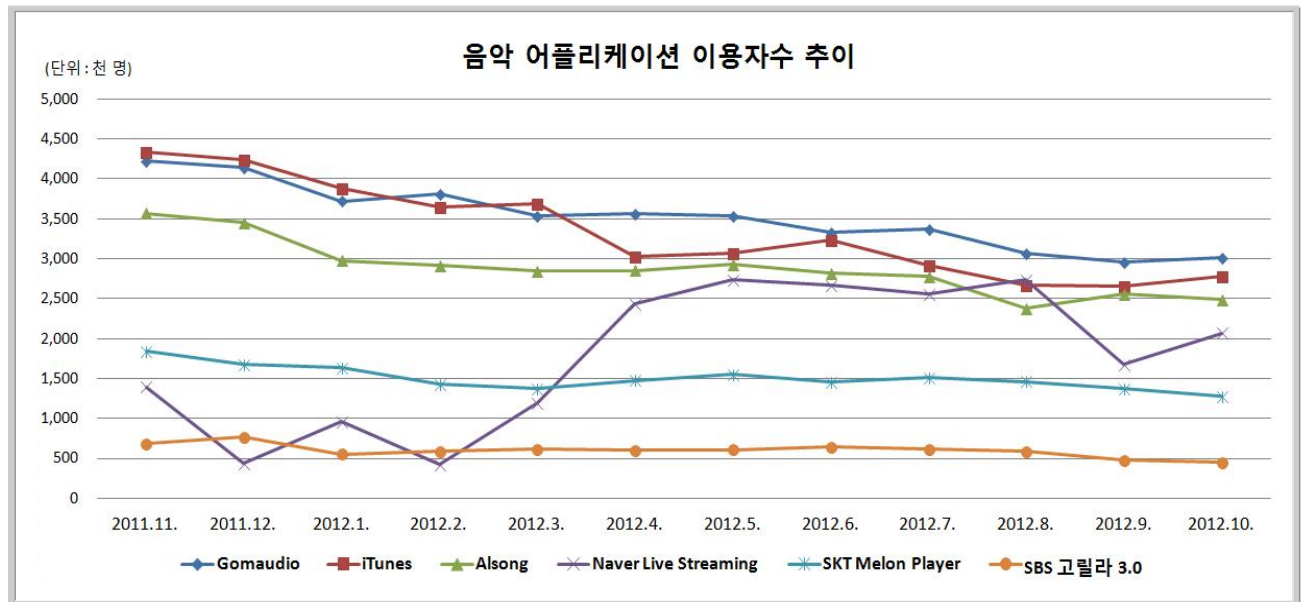
PC 기반 음악 어플리케이션 이용자수 추이를 살펴보면 10월에는 ‘곰오디오’와 ‘iTunes’, ‘네이버 라이브 스트리밍’ 등 5개 어플리케이션의 이용자수가 소폭 증가하며 하락세가 주춤했다. 그러나 이용자 감소추세가 꺾였다고 판단하기에는 이르다. 2011년 11월부터 ‘멜론’으로 대표되는 온라인 음악 서비스뿐만 아니라 ‘곰오디오’, ‘iTunes’ 등 음악 재생 프로그램의 이용자도 계속해서 감소하고 있다. 모바일기기를 이용한 음악 청취율이 높아지면서 비롯되는 결과로 풀이된다.

2. PC 음악 어플리케이션 이용자수 추이 (2011. 11. ~ 2012. 10.)

(단위: 천 명)

순위	어플리케이션	2011. 11.	2011.12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
1	Gomaudio	4,231	4,140	3,724	3,814	3,541	3,569	3,534	3,335	3,369	3,065	2,958	3,018
2	iTunes	4,340	4,243	3,882	3,648	3,688	3,033	3,064	3,231	2,913	2,673	2,656	2,777
3	Alsong	3,572	3,456	2,979	2,912	2,851	2,856	2,933	2,818	2,785	2,379	2,554	2,488
4	Naver Live Streaming	1,397	440	961	420	1,194	2,439	2,737	2,672	2,557	2,739	1,681	2,071
5	SKT Melon Player	1,843	1,677	1,640	1,428	1,377	1,478	1,559	1,459	1,517	1,464	1,372	1,277
6	SBS 고릴라 3.0	691	773	557	593	616	600	612	648	620	586	476	456
7	Winamp	549	561	468	404	403	422	471	432	405	372	390	407
8	I-meps Player	496	523	479	397	352	356	484	368	362	380	346	324
9	mini MBC	318	375	321	322	258	250	335	262	301	339	279	255
10	Bugs Player	229	267	208	261	237	208	250	183	155	157	132	155
11	KBS Kong	157	179	171	157	166	240	228	159	195	178	155	155

* 이용자수가 줄어드는 현상은 스마트폰을 통한 음악 어플리케이션 이용이 증가하기 때문으로 추정됨
 * 출처 : 닐슨 코리아클릭





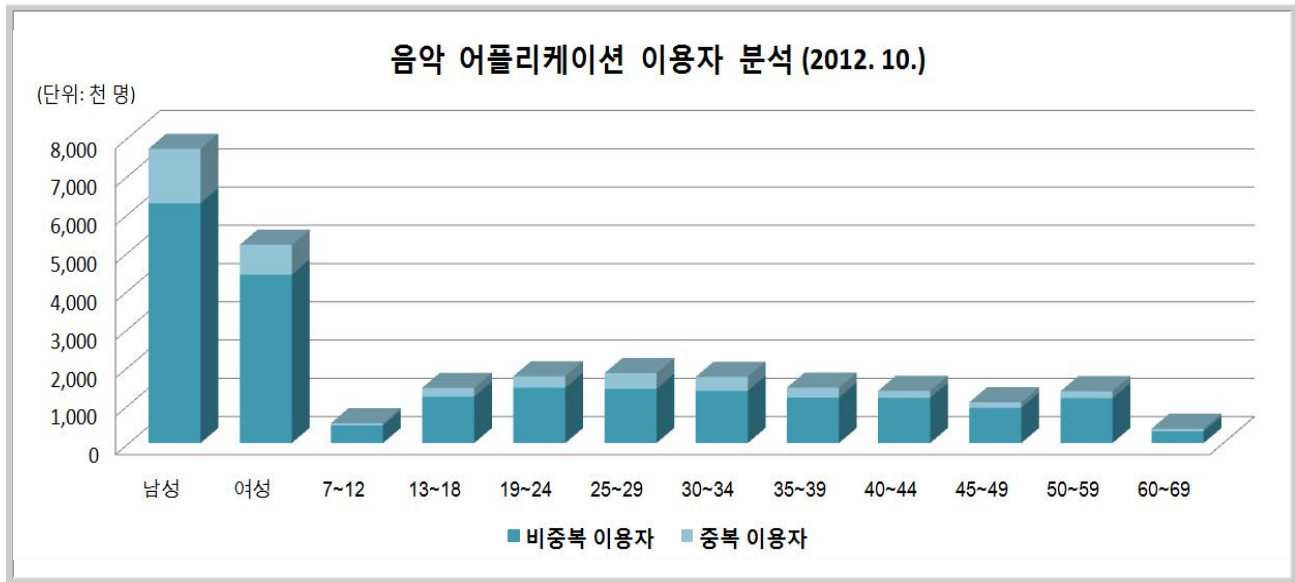
11개 서비스를 대상으로 한 10월 음악 어플리케이션 이용자는 1,338만명으로 추정되었다. 이 중 비중복 이용자는 1,068만명이고 중복 이용자는 220만명이다. 조사 대상 어플리케이션의 종류와 개수에 변경이 생기면서 9월보다 순이용자수가 급증했다. 연령별로는 '25~29세'가 196만명으로 가장 많은 이용자수를 기록했고, 183만명의 '30~34세'가 뒤를 이었다. 성별로는 남성(804만)이 여성(534만)보다 많은 것으로 나타났는데, 온라인 음악 서비스를 중심으로 다루었던 지난달 분석에서 여성 이용자가 많았던 것을 참고로 하면, 남성 이용자는 온라인 서비스보다 재생 프로그램 위주로 음악을 소비하는 것으로 판단된다.

3. 성별 / 연령별 PC 음악 어플리케이션 이용자 (10월)

(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	10,676	31.99	6,271	4,405	460	1,212	1,447	1,417	1,366	1,191	1,180	923	1,173	308
중복 이용자	2,202	6.6	1,423	779	60	231	301	410	364	257	185	142	181	70
총 이용자	13,383	40.1	8,041	5,342	530	1,481	1,792	1,964	1,832	1,525	1,408	1,079	1,393	379

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



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

10월에는 228장의 앨범(1,266곡)이 방송심의를 받았다. 이는 전월대비 앨범 8장과 노래 405곡이 증가한 수치이다. 이는 디지털 싱글에 포함된 곡의 수가 증가했기 때문이다. 디지털 싱글의 경우 1~2곡으로 이루어진 앨범이 발매되는 경우가 많은데, 10월에는 정규앨범 수준의 분량으로 발간된 앨범이 많았던 것으로 파악된다.

심의를 받은 앨범 중 '발라드'가 50장으로 22%를 차지했고, 뒤를 이어 '트롯(트로트)'과 '댄스'가 각각 42장, 41장으로 18%의 점유율을 보였다. 그밖에 '락', '힙합', '일반가요' 등의 기타 장르는 점유율이 10%를 넘지 못했다.

발매형태별 구분에서는 10월 발매된 228장의 앨범 중 '디지털 싱글'로 발매된 앨범이 152장으로 가장 많았다. '디지털 싱글'이 전월대비 9장 증가한 반면, '일반(CD)' 형태로 발매된 앨범은 1장 감소한 75개로 조사됐다. '싱글(CD)'은 9월과 마찬가지로 1개가 심의를 받았다. '디지털 싱글'의 발매는 완만한 상승세를 그리고 있으며 10월까지의 총 앨범 발매 합계 중 63%를 차지해, 이제는 보편적인 음반 발매 형태로 자리 잡았음을 알 수 있다.

▶ 음반 방송심의 통계

1. 월별 방송심의 건수 (2012. 1. ~ 2012. 10.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	합계
앨범	157	196	194	195	245	180	233	200	220	228	2,048
곡	548	607	657	673	890	659	740	696	861	1,266	7,597

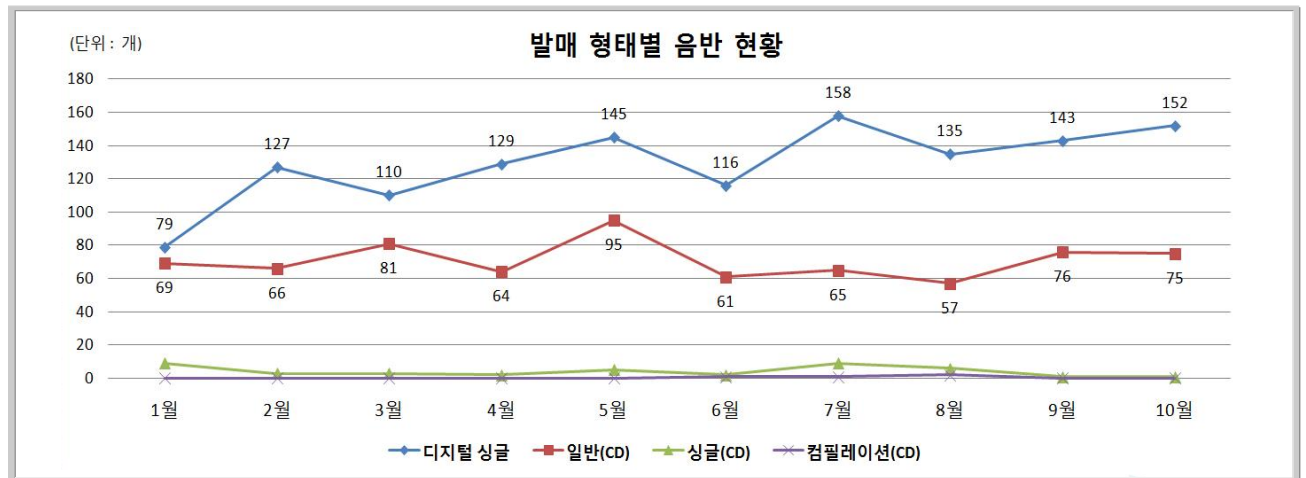
2. 장르별 방송심의 앨범 현황 (2012. 10.)

장르	댄스	발라드	트롯	힙합	락	락발라드	모던락	일렉트로닉	재즈	포크	펑크	하우스	레게	크로스오버	팝페라	알앤비	소울	OST	클래식, 기타	미분류	일반가요	합계
앨범	41	50	42	19	21	-	9	5	2	10	-	-	-	4	-	4	-	8	-	-	13	228
비율 (%)	18	22	18	8	9	-	4	2	1	4	-	-	-	2	-	2	-	4	-	-	6	100

3. 발매형태별 앨범 현황 (2012. 1. ~ 2012. 10.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	합계
디지털 싱글	79	127	110	129	145	116	158	135	143	152	1,294
일반 (CD)	69	66	81	64	95	61	65	57	76	75	709
싱글 (CD)	9	3	3	2	5	2	9	6	1	1	41
컴필레이션 (CD)	-	-	-	-	-	1	1	2	-	-	4
합계	157	196	194	195	245	180	233	200	220	228	2,048

* 출처 : 한국음원제작자협회 (www.kapp.or.kr)





04 공연

10월 공연시장 종합 순위에서는 6월부터 장기간 상위권을 차지하고 있었던 '위키드'와 '시카고'가 막을 내리면서 대부분의 공연 순위가 상승했다. 그 중 12월 7일 공연을 앞두고 있는 '오페라의 유령'이 8.2%의 점유율을 기록하며 1위를 차지했다. 오리지널 팀이 내한하는 '오페라의 유령'은 티켓박스 오픈과 동시에 예매율 80%를 넘으며 공연 시작 전부터 좋은 반응을 얻고 있다. 안중근 의사의 하얼빈 거사 100주년을 기념하여 2009년 제작된 창작 뮤지컬 '영웅'은 2위에 올랐다. '영웅'은 <한국 뮤지컬 대상>과 <더뮤지컬어워즈>, <에그린어워즈> 등에서 수상한 바 있으며 2011년에는 뉴욕 브로드웨이에서 공연을 한 대표적인 국내 창작 뮤지컬이다. 세르반테스의 소설 '돈키호테'를 원작으로 만들어진 '맨 오브 라만차'가 5%로 3위를 기록했다. 2005년 '돈키호테'라는 제목으로 초연한 이래 꾸준히 사랑받고 있으며, 이번 공연도 12월 31일까지 연장이 확정되었다.

중장년층 관객들의 발길을 사로잡고 있는 '친정엄마와 2박3일'이 15위에 오른 한편, 어린이 교육 브랜드의 인기 캐릭터 '호비'를 주인공으로 내세운 '호비쇼3'와 국산 창작 캐릭터를 앞세운 '뽀로로의 대모험'이 각각 12위, 17위에 올라 연말이 다가오면서 다양한 연령대를 대상으로 한 다채로운 공연이 선보이고 있음을 알 수 있다.

▶▶ 공연시장 종합 TOP 20 (10월)

순위	변동	공연명	공연장	점유율	장르	공연기간
1	△2	뮤지컬 <오페라의유령> 25주년 기념 내한공연	블루스퀘어 삼성전자홀	8.2%	뮤지컬	2012.12.07. ~ 2013.01.13.
2	△3	뮤지컬 <영웅>	블루스퀘어 삼성전자홀	5.7%	뮤지컬	2012.10.16. ~ 2012.11.18.
3	△3	뮤지컬 <맨 오브 라만차>	샤롯데씨어터	3.5%	뮤지컬	2012.06.19. ~ 2012.12.31.
4	△8	황태자 루돌프	충무아트홀 대극장	3.2%	뮤지컬	2012.11.10. ~ 2013.01.27.
5	△2	옥탑방 고양이 - 대학로	대학로 틴틴홀	2.4%	연극	2010.04.06. ~ 2012.12.31.
6	△8	국민연극 라이어 1탄 - 대학로	해피씨어터	1.8%	연극	2012.03.12. ~ 2012.12.16.
7	△4	뮤지컬 <레미제라블> - 용인	용인 포온아트홀	1.7%	뮤지컬	2012.11.03. ~ 2012.11.25.
8	△17	뮤지컬 <아이다>	디큐브 아트센터	1.7%	뮤지컬	2012.11.27. ~ 2012.12.23.
9	△22	뮤지컬 <젊은 베르테르의 슬픔>	코엑스아트יום 현대아트홀	1.3%	뮤지컬	2012.10.25. ~ 2012.12.16.
10	△8	시카고 - 부산	부산센텀시티 소향아트센터	1.3%	뮤지컬	2012.11.02. ~ 2012.11.11.
11	▽1	뉴보잉보잉1탄	대학로 두레홀3관	1.3%	연극	2009.01.01. ~ 2012.11.30.
12	△11	어린이 율동놀이 뮤지컬 <호비쇼3>	신도림프라임 아트홀	1.3%	뮤지컬	2012.10.02. ~ 2012.12.02.
13	▽9	뮤지컬 헤드워크	KT&G 상상아트홀	1.1%	뮤지컬	2012.08.11. ~ 2012.10.28.
14	△6	뮤지컬 <셜록홈즈 : 앤더슨가의 비밀>	두산아트센터 연강홀	1.0%	뮤지컬	2012.09.12. ~ 2012.11.04.
15	△12	연극 <친정엄마와 2박3일>	동송아트센터 동송홀	1.0%	연극	2012.09.29. ~ 2012.10.28.
16	▽1	블링블링	대학로 키득키득아트홀신관	1.0%	연극	2011.06.01. ~ 2012.11.30.
17	New	가족뮤지컬 <뽀로로의 대모험>	어린이대공원내 돔아트홀	0.9%	뮤지컬	2012.11.16. ~ 2012.12.02.
18	△16	뮤지컬 레미제라블 - 대구	대구 계명아트센터	0.9%	뮤지컬	2012.12.07. ~ 2012.12.20.
19	New	누구세요	호온아트홀	0.9%	연극	2012.09.22. ~ 2012.11.30.
20	▽7	코믹컬 <드립걸즈>	컬처스페이스 엔유	0.8%	뮤지컬	2012.09.01. ~ 2012.10.29.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 10. 1. ~ 10. 31. 판매매수 기준)

01

출판

02

만화

03

음악

04

공연

05

게임

06

영화

07

애니메이션

08

캐릭터

09

방송

10

광고

11

지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

〈뮤지컬 분야〉에서는 '오페라의 유령', '영웅', '맨 오브 라만차', '황태자 루돌프'가 종합순위와 동일하게 1위부터 4위까지의 순위를 차지했다. 2위를 차지한 '영웅'을 비롯해, '젊은 베르테르의 슬픔' 2편의 창작 뮤지컬이 이름을 올렸다. 괴테의 동명 소설을 무대로 옮긴 '젊은 베르테르의 슬픔'은 2000년 초연 이후 12년 만에 새로운 곡을 추가하고 전곡을 새롭게 편곡해 기대를 높이고 있다.

〈연극 분야〉에서는 '옥탑방고양이(대학로)'가 1위를, '국민연극 라이어 1탄 - 대학로'와 '뉴보잉보잉 1탄'이 각각 2, 3위를 차지했다. 위 세 작품은 6월 이후 치열하게 순위를 다투고 있는 연극계의 베스트셀러이다. 로맨틱코미디가 큰 인기를 얻고 있는 연극 시장에서 엄마와 딸의 마지막 2박3일간의 이야기를 담은 '친정엄마와 2박3일'과 현대인의 외로움과 친구들의 우정을 다룬 '나쁜 자석'의 선전이 눈에 띈다.

▶▶ 공연시장 분야별 TOP 10 (10월)

1. 뮤지컬

순위	변동	공연명	공연장	구분	점유율	공연기간
1	△2	뮤지컬 <오페라의 유령>-25주년기념내한공연	블루스퀘어 삼성전자홀	오리지널	13.0%	2012.12.07. ~ 2013.01.13.
2	△3	뮤지컬 <영웅>	블루스퀘어 삼성전자홀	창작	9.0%	2012.10.16. ~ 2012.11.18.
3	△3	뮤지컬 <맨 오브 라만차>	샤롯데 씨어터	라이선스	5.5%	2012.06.19. ~ 2012.12.31.
4	△6	황태자루돌프	충무아트홀 대극장	라이선스	5.1%	2012.11.10. ~ 2013.01.27.
5	△4	뮤지컬 <레미제라블>-용인	용인 포은아트홀	라이선스	2.7%	2012.11.03. ~ 2012.11.25.
6	△12	뮤지컬 <아이다>	디큐브 아트센터	라이선스	2.6%	2012.11.27. ~ 2012.12.23.
7	New	뮤지컬 <젊은 베르테르의 슬픔>	코엑스아티움 현대아트홀	창작	2.1%	2012.10.25. ~ 2012.12.16.
8	△4	시카고-부산	부산 센텀시티 소향 아트센터	라이선스	2.1%	2012.11.02. ~ 2012.11.11.
9	△8	어린이 율동놀이 뮤지컬 <호비쇼3>	신도림 프라임아트홀	라이선스	2.0%	2012.10.02. ~ 2012.12.02.
10	▽6	뮤지컬 헤드윅	KT&G 상상아트홀	라이선스	1.7%	2012.08.11. ~ 2012.10.28.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 10. 1. ~ 10. 31. 판매매수 기준)

2. 연극

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	-	옥탑방고양이 - 대학로	대학로 틴틴홀	9.3%	2010.04.06. ~ 2012.12.31.
2	△1	국민연극라이어1탄 - 대학로	해피씨어터	6.9%	2012.03.12. ~ 2012.12.16.
3	▽1	뉴보잉보잉1탄	대학로 두레홀 3관	5.1%	2009.01.01. ~ 2012.11.30.
4	△4	연극 <친정엄마와2박3일>	동송아트센터 동송홀	4.0%	2012.09.29. ~ 2012.10.28.
5	▽1	블링블링	대학로 키득키득아트홀 신관	3.8%	2012.03.12. ~ 2012.10.31.
6	△11	누구세요	호은아트홀	3.4%	2012.09.22. ~ 2012.11.30.
7	▽2	장진의 <서툰사람들>	대학로 아트원씨어터 1관	2.9%	2012.06.05. ~ 2012.12.31.
8	New	연극 나쁜 자석 - OUR BAD MAGNET	강남역 강남아트홀1관	2.9%	2012.11.07. ~ 2013.01.27.
9	▽3	연애지침서 연극 옥탑방고양이 - 강남	강남 동양아트홀	2.5%	2012.03.02. ~ 2013.02.03.
10	▽3	리얼 버라이어티 코믹극 배꼽 - 강남역	강남역 강남아트홀 1관	2.4%	2010.08.08. ~ 2012.11.30.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 10. 1. ~ 10. 31. 판매매수 기준)



〈콘서트〉 티켓 판매 순위에서는 '이승기 희망 콘서트'가 5.0%의 점유율로 1위에 올랐다. 2011년 '나는 가수다'를 통해 재발견된 김범수 박정현의 콘서트 '그해, 겨울'이 2.8%로 2위, 활발한 방송활동을 통해 많은 인기를 얻고 있는 컬투의 '크리스마스쇼'가 2.6%로 3위를 차지했다. 아이돌 그룹이 강세를 보이는 음원 시장과 달리 실력이 검증된 가수들을 선호하는 공연 시장에서 남성 아이돌 그룹 B1A4가 5위에 올라 눈길을 끈다. 한편 크리스마스를 앞두고 총 6편의 크리스마스 관련 공연이 순위를 차지했다.

〈클래식/오페라 분야〉에서는 '모차르트 오페라 시즌'이 1위를 차지했다. '모차르트 오페라 시즌'은 한 시즌에 여러 개의 작품을 번갈아가며 공연하는 레퍼토리 시스템으로 선보이며, '돈 조반니', '코지 판 투테', '마술피리' 총 세 작품이 로테이션으로 12회 공연한다. 2위는 국립오페라단 창단 50주년 기념작 '오페라 카르멘'이 올랐고, '2012 크리스마스 콘서트 〈유키 구라모토와 친구들〉'이 3위를 기록했다.

3. 콘서트

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	New	이승기 희망 콘서트	올림픽공원 체조경기장	5.0%	2012.12.01. ~ 2012.12.02.
2	△9	2012 김범수 박정현 콘서트 〈그해, 겨울〉	올림픽공원 체조경기장	2.8%	2012.12.23. ~ 2012.12.25.
3	New	2012 컬투 크리스마스쇼	코엑스 Hall C	2.6%	2012.12.21. ~ 2012.12.31.
4	New	SAMUNGCARD SELECT 10 - 2012 THE신승훈SHOW POP TOUR!	올림픽공원 SK핸드볼경기장	2.5%	2012.12.23. ~ 2012.12.25.
5	New	B1A4 1st Concert [BABA B1A4]	올림픽공원SK올림픽핸드볼경기장 (구 펜싱경기장)	2.3%	2012.12.08. ~ 2012.12.09.
6	New	2012스윗소로우 MOON NIGHT 콘서트 - VIVA! CHRISTMAS	고려대학교 화정체육관	2.3%	2012.12.24.
7	New	2012 어반자카파 콘서트 Merry Urban Zakapa <도시의 크리스마스> 서울공연	이화여자대학교 대강당	2.1%	2012.12.21. ~ 2012.12.22.
8	New	공연의 신 이승환콘서트〈한니발〉	잠실실내체육관	1.9%	2012.12.30. ~ 2012.12.31.
9	New	2012 김연우 콘서트<크리스마스 선물〉	잠실실내체육관	1.5%	2012.12.22. ~ 2012.12.25.
10	-	노라 존스 내한공연	잠실실내체육관	1.4%	2012.11.17.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 10. 1. ~ 10. 31. 판매매수 기준)

4. 클래식/오페라

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	New	모차르트 오페라 시즌	세종문화회관 M씨어터	6.3%	2012.11.17. ~ 2012.11.26.
2	△2	오페라 카르멘	예술의전당 오페라극장	5.1%	2012.10.18. ~ 2012.10.21.
3	New	2012 크리스마스 콘서트 〈유키 구라모토와 친구들〉	예술의전당 콘서트홀	4.1%	2012.12.25.
4	New	제10회 대구국제오페라축제<돈 조반니〉	대구오페라 하우스	3.6%	2012.11.02. ~ 2012.11.03.
5	New	시카고 심포니 오케스트라	이천아트홀 대공연장	3.2%	2013.02.07.
6	New	디즈니 온 클래식	올림픽공원 內 올림픽홀	2.9%	2012.12.28. ~ 2012.12.29.
7	New	한국정책금융공사와 함께하는 빈 소년 합창단 내한공연	예술의전당 콘서트홀	2.8%	2012.11.02.
8	New	2012 소프라노 조수미 내한공연 - La Luce	예술의전당 오페라극장	2.5%	2012.11.06.
9	▽2	제10회 대구 국제 오페라 축제<카르멘〉	대구오페라 하우스	2.2%	2012.11.09. ~ 2012.11.10.
10	New	월드비전 선명회합창단 2012 기획연주 THE SHIP	세종문화회관 대극장	2.0%	2012.11.17.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 10. 1. ~ 10. 31. 판매매수 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

〈국악/무용 분야〉에서는 유니버설발레단 '호두까기 인형'이 15.3%로 1위를 차지했다. 1986년 국내 초연 이후 매년 관객을 찾아가고 있는 인기작이다. 10월 12일에서 21일까지 펼쳐진 '2012 경희루연향'이 2위로 한 단계 하락했고, 국립발레단이 예술의 전당에서 선보이는 '2012 송년발레 호두까기 인형'이 3위로 새롭게 이름을 올렸다. 국내 양대 발레단으로 꼽히는 유니버설 발레단의 '호두까기 인형'과 비슷한 시기에 공연되어 동반 상승효과를 기대하고 있다.

10월에는 총 8편의 발레극이 순위를 차지했다. 연말을 앞두고 크리스마스를 배경으로 한 '호두까기인형'이 4편이나 순위를 차지한 가운데, 유명 발레극 '백조의 호수'도 4편이나 공연된다. 각 공연을 비교하며 즐길 수 있어 관객들의 선택권이 더욱 넓어졌다. 한편, 국악공연의 비중은 상대적으로 감소해 '2012 경희루연향'과 '〈홍〉 김덕수 광대 인생 60년 기념공연' 2편만이 이름을 올렸다.

5. 국악/무용

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	△1	유니버설 발레단 <호두까기 인형>	유니버설아트센터	15.3%	2012.12.21. ~ 2012.12.31.
2	▽1	2012 경희루연향	경복궁 경희루	9.1%	2012.10.12. ~ 2012.10.21.
3	New	국립발레단 2012 송년발레 <호두까기 인형>	예술의전당 오페라극장	8.4%	2012.12.18. ~ 2012.12.25.
4	△14	“홍” 김덕수 광대 인생 60년 기념공연	세종문화회관 대극장	7.0%	2012.10.27. ~ 2012.10.28.
5	△3	KDB 대우증권창립 42주년 마린스키 발레 <백조의 호수>	세종문화회관 대극장	6.3%	2012.11.11. ~ 2012.11.13.
6	▽1	국립발레단 <백조의 호수>	예술의전당 오페라극장	5.5%	2012.10.19. ~ 2012.10.20.
7	▽1	유니버설발레단 호두까기 인형 - 대전	대전문화예술의전당 아트홀	4.0%	2012.12.07. ~ 2012.12.09.
8	New	유니버설발레단 호두까기 인형 - 군포	군포시문화예술회관 수리홀	4.0%	2012.12.14. ~ 2012.12.15.
9	▽5	서울시무용단 창작무용극 <백조의 호수>	세종문화회관 대극장	2.7%	2012.10.25. ~ 2012.10.26.
10	▽5	국립발레단 <백조의 호수>	예술의전당 오페라극장	2.5%	2012.12.07. ~ 2012.12.12.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 10. 1. ~ 10. 31. 판매매수 기준)

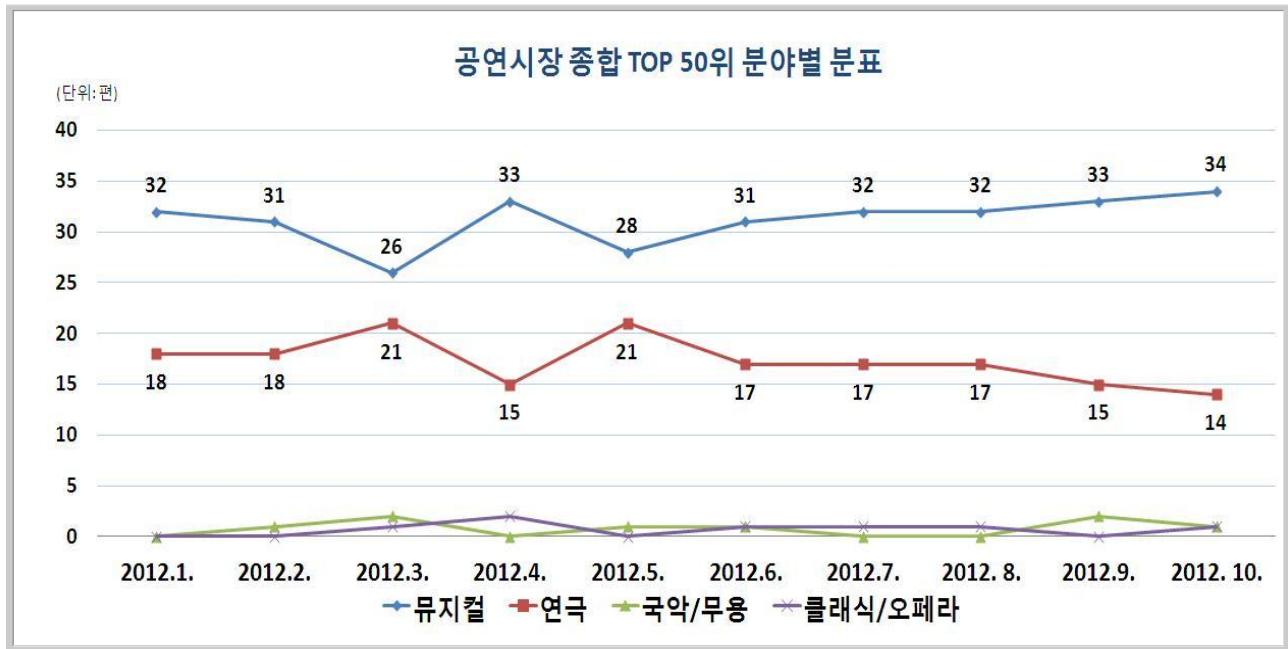


10월 공연시장 종합 50위의 분야별 분포를 살펴보면 <뮤지컬> 장르가 34편으로 전월에 비해 1편 더 많아졌음을 알 수 있다. 50위 내 <뮤지컬> 장르의 개수는 5월 이후로 꾸준히 상승하고 있다. <연극>은 1편 적어진 14편이 순위에 올랐고, <국악/무용>과 <클래식/오페라>는 각각 유니버설발레단 '호두까기 인형'과 '모차르트 오페라 시즌'을 순위에 올렸다. 1월부터 10월까지의 누적 분포를 살펴보면 <뮤지컬>이 312편으로 62.4%를 차지했고, <연극>이 173편 34.6%를 기록했다. <국악/무용>, <클래식/오페라>는 각각 8편과 7편의 공연이 순위에 들었으며, 함께 점유율은 3%로 매우 미미한 것으로 나타났다.

▶ 공연시장 종합 TOP 50위 분야별 분포 (2012. 1. ~ 2012. 10.)

순위	분야	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
1	뮤지컬	32	31	26	33	28	31	32	32	33	34
2	연극	18	18	21	15	21	17	17	17	15	14
3	국악/무용	0	1	2	0	1	1	0	0	2	1
4	클래식/오페라	0	0	1	2	0	1	1	1	0	1

* 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

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

10월 온라인게임 순위에서는 15주 연속 1위를 기록하고 있는 '리그 오브 레전드'의 독주가 계속됐다. 전 세계 800만명 이상의 시청자가 관람한 월드 챔피언십 시즌2 결승전에서 한국 팀이 준우승을 차지하며 화제를 뿌린 '리그 오브 레전드'는 지스타에 앞서 부산 벡스코에서 열린 '2012 대한민국 게임대상'에서 인기상을 차지해 높은 인기를 확인했다. 이러한 인기에는 지속적인 챔피언 업데이트와 패치, 서비스사의 유저 친화적인 서비스, 그리고 크고 작은 각종 대회 개최와 정기적인 리그 진행을 들 수 있다. 11월 8일 지스타에서 시작될 LoL 챔피언스 윈터 리그 개막전의 유료 판매 티켓 3000석이 매진되는 등 당분간 '리그 오브 레전드'의 인기는 지속될 전망이다.

2012 대한민국 게임대상에서 대상인 대통령상을 비롯해 사운드, 그래픽, 캐릭터 부문을 휩쓸어 4관왕에 오른 '블레이드 & 소울'은 3개월 연속 2위를 유지했다. 1998년 '리니지'를 시작으로 '리니지 2'(2003), '아이온'(2008)으로 게임대상을 차지한 바 있는 엔씨소프트는 이번 4번째 수상으로 게임 명가임을 다시 한 번 입증했다. 시간 점유율이 2.15%p 하락하는 아쉬운 모습을 보인 '블레이드 & 소울'은 신규 직업과 던전을 업데이트하며 반격에 나서고 있다.

추석 연휴와 개천절을 맞이해 다양한 이벤트를 진행한 '피파온라인2'는 3위에 올랐다. 8월 시작된 유럽 축구 리그의 국내 인기와 '피파온라인3'에 대한 기대가 더해져 2.16%p의 높은 시간 점유율 증가치를 보였다. 초반 폭발적인 인기를 누렸던 '디아블로 3'는 유저의 관심을 지속하지 못하고 온라인 게임 빅3에서 내려오는 모양새다.

10월 TOP 20위 게임의 이용시간 합계는 5,615,416시간으로 전월 대비 소폭(267,930시간) 상승했다. 판다리아의 안개 확장팩을 패치하며 공격적인 마케팅을 벌인 '월드 오브 워크래프트'는 사용시간이 110%나 증가하며 10위에 진입했고, 격동의 바람 시리즈를 업데이트한 '리니지'도 2단계 상승한 7위를 기록해 좋은 모습을 보였다. 반면, 여름방학 이후 순위가 지속적으로 하락하고 있는 '메이플 스토리'는 전월 대비 사용시간이 33% 감소하며 부진했다.

▶ 온라인게임 종합 TOP 20 (10월)

순위	변동	게임명	장르	이용시간 (시간)	시간점유율		평균체류 시간(분)	개발사	유통사
					점유율	증감률			
1	-	리그 오브 레전드	RTS	1,577,378	23.76%	2.67%p	121	라이엇 게임즈	라이엇게임즈
2	-	블레이드 & 소울	RPG	771,332	11.62%	-2.15%p	146	엔씨소프트	엔씨소프트
3	△2	피파온라인2	스포츠	518,734	7.81%	2.16%p	53	EA/네오위즈게임즈	네오위즈게임즈
4	-	서든어택	FPS	461,822	6.96%	-0.30%p	81	게임하이	CJ E&M/넥슨
5	▼2	디아블로 3	RPG	406,259	6.12%	-1.88%p	146	블리자드	블리자드
6	-	아이온	RPG	354,195	5.34%	-0.07%p	166	엔씨소프트	엔씨소프트
7	△2	리니지	RPG	257,389	3.88%	1.04%p	114	엔씨소프트	엔씨소프트
8	▼1	스타크래프트	RTS	232,077	3.50%	-0.37%p	73	블리자드	블리자드
9	▼1	워크래프트 3	RTS	178,562	2.69%	-0.18%p	77	블리자드	블리자드
10	△6	월드 오브 워크래프트	RPG	123,846	1.87%	0.99%p	124	블리자드	블리자드
11	△1	모두의 마블	보드	118,969	1.79%	0.30%p	71	엔투플레이	CJ E&M
12	▼2	던전 앤 파이터	RPG	103,113	1.55%	-0.37%p	79	네오플	넥슨
13	-	사이퍼즈	RPG	101,897	1.53%	0.12%p	115	네오플	넥슨
14	-	리니지 2	RPG	88,572	1.33%	-0.05%p	163	엔씨소프트	엔씨소프트
15	▼4	메이플 스토리	RPG	70,130	1.06%	-0.53%p	63	넥슨	넥슨
16	▼1	스페셜포스	FPS	67,790	1.02%	-0.08%p	100	드래곤플라이	네오위즈게임즈
17	-	한게임 로우바둑이	포커	53,707	0.81%	-0.06%p	41	NHN	NHN
18	-	카트라이더	레이싱	49,160	0.74%	-0.11%p	43	넥슨	넥슨
19	△1	스타크래프트2	RTS	40,412	0.61%	-0.09%p	80	블리자드	블리자드
20	△1	카운터 스트라이크 온라인	FPS	40,072	0.60%	0.02%p	60	넥슨	넥슨

* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)

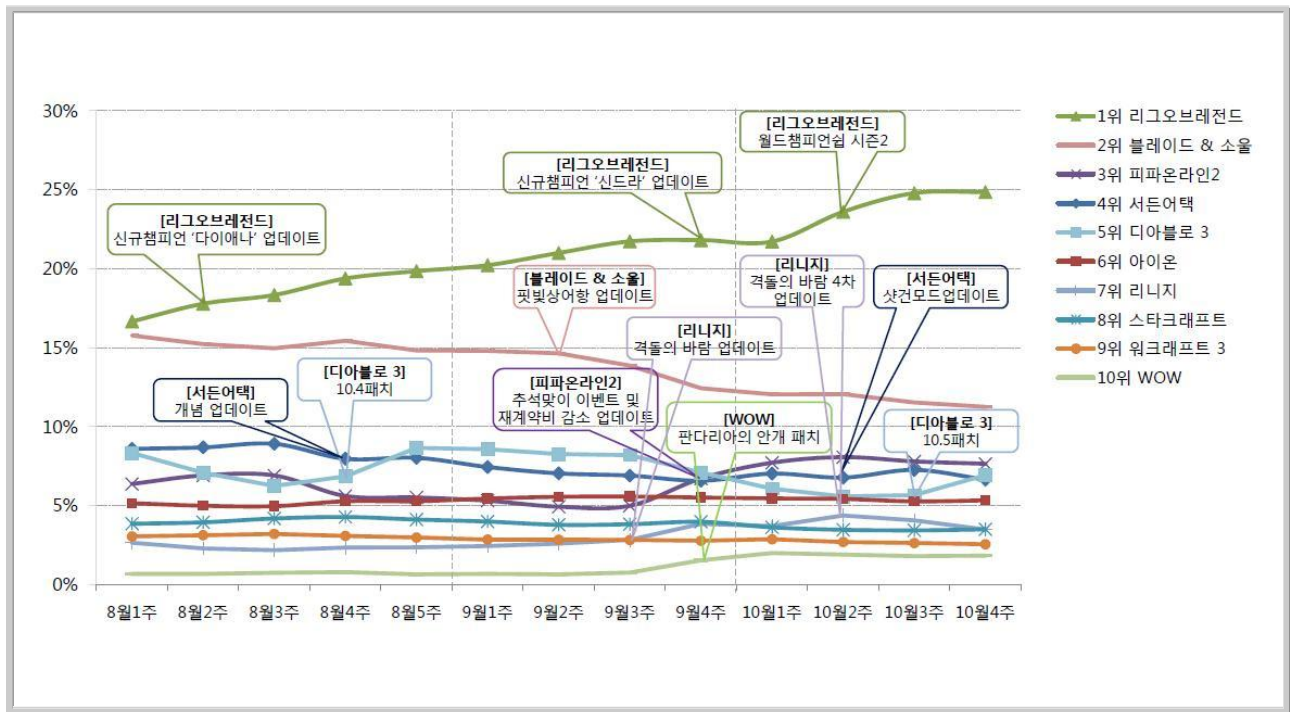


10월 온라인게임 점유율의 추이를 살펴보면 '리그 오브 레전드'가 25% 문턱에서 잠시 숨을 고르고 있는 가운데, '블레이드 & 소울'의 점유율이 지속적으로 하락하여 11%대까지 떨어졌다. 8월 이후 1, 2위와의 격차가 점점 벌어지는 추세이다. '피파온라인2'는 9월 4주 상승한 점유율을 이어가며 10월 내내 3위를 유지했다.

1.05 패치를 진행한 '디아블로 3'는 마지막 주 16%의 사용시간 증가를 보이며 4위로 올라왔다. '디아블로 3' 뿐만 아니라 신규종족과 직업을 추가하고 최고 레벨을 상향한 '월드 오브 워크래프트'와 서비스 14주년을 기념해 게임 리뉴얼 및 다양한 프로모션 이벤트를 진행한 '리니지' 등 대부분의 게임에서 패치와 업데이트 전후로 점유율이 상승하는 모습을 확인할 수 있는데, 이는 기존 유저들이 신규 콘텐츠를 즐기기 위해 게임에 더 많은 시간을 소비하거나, 콘텐츠 고갈로 잠시 게임을 떠났던 유저들이 복귀하기 때문이다.

많은 게임에서 10월 할로윈을 맞아 이벤트를 진행했지만 순위에 큰 변동을 주기에는 미약한 수준이었다. '리그 오브 레전드' 월드 챔피언십 시즌2가 개최되고 '디아블로 3', '리니지'가 업데이트를 단행했지만, 전통적으로 10월은 겨울방학을 준비하는 기간으로 큰 이슈가 발생하거나 대형 업데이트가 진행되지 않는 편이다.

▶ 온라인게임 점유율 추이 (2012. 8. ~ 2012. 10.)



* 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

10월 온라인게임 장르별 현황에서는 <RPG>가 38.09%의 점유율로 1위를 수성했으나 내용은 좋지 못했다. '디아블로 3'와 '블레이드 & 소울'의 발매로 한때 50%까지 치솟았던 점유율이 7월 이후로 지속 하락하여 40% 아래로 떨어졌다. 그에 반해 <RTS>(실시간전략게임)는 2011년 1분기부터 점유율이 꾸준히 상승세를 그리며 2012년 9월 현재 30%를 넘어섰다. 2011년 1분기 점유율이 13.09%였다는 것을 감안하면 2배 이상 증가한 수치이다. 이처럼 <RTS>가 <RPG>를 위협하고 있으나, 175종의 다양한 게임에 유저들이 분산되어 있는 <RPG>와 달리 <RTS>는 전체 사용시간의 77%를 차지하고 있는 '리그 오브 레전드'의 향방에 크게 좌우될 수밖에 없다는 점이 불안요소이다. 또한 <RPG>는 '아키에이지', '블레스', '길드워 2', '열혈강호 2' 등 유저의 관심을 끄는 대작들이 줄줄이 서비스를 앞두고 있으나, <RTS> 장르는 딱히 기대작이 없다는 점이 약점으로 꼽힌다.

'피파온라인2'와 10월 서비스를 시작한 'MVP 베이스볼 온라인'이 선전한 <스포츠>는 10.48%의 점유율로 <FPS>(10.01%)를 밀어내고 3위를 차지했다. '피파온라인3' 등 스포츠게임의 세대교체가 본격화되는 2013년에는 점유율 역전이 고착화될 가능성도 존재한다. 비주류 장르인 <보드>가 0.17% 증가하며 3%를 돌파한 것 또한 눈에 띈다.

▶ 온라인게임 장르별 현황

1. 장르별 이용 현황 (10월)

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	2,528,888	38.09%	-3.08%p	175	59	89	25	905	130	1,169,271	3,275,611	6,305,823
RTS	2,059,096	31.02%	1.97%p	8	0	0	8	1,932	107	1,154,281	2,664,776	5,458,797
스포츠	695,708	10.48%	2.09%p	22	1	13	7	601	54	766,087	899,068	2,029,420
FPS	664,667	10.01%	-0.50%p	25	2	5	17	617	81	492,556	859,884	1,989,144
보드	205,258	3.09%	0.17%p	29	6	8	15	214	69	179,496	265,629	482,561
포커	166,397	2.51%	-0.20%p	22	1	1	20	145	32	310,633	215,124	379,176
아케이드	159,907	2.41%	-0.19%p	36	13	12	11	175	57	168,611	206,777	548,742
고스톱	93,439	1.41%	-0.15%p	33	1	14	17	121	42	134,620	120,986	232,462
레이싱	65,465	0.99%	-0.11%p	6	0	0	6	192	45	88,051	84,754	207,939

* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)

2. 장르별 점유율 추이 (2011. 1Q ~ 2012. 10)

장르명	2011. 1Q	2011. 2Q	2011. 3Q	2011. 4Q	2012. 1Q	2012. 2Q	2012. 3Q	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.
RPG	47.85%	43.40%	41.33%	40.14%	36.77%	44.20%	43.59%	43.76%	47.43%	42.21%	41.12%	38.09%
RTS	13.09%	15.95%	16.60%	17.36%	22.49%	24.74%	26.56%	26.40%	23.77%	26.85%	29.07%	31.02%
FPS	15.56%	14.44%	16.46%	15.46%	16.87%	11.89%	10.89%	10.91%	10.44%	11.73%	10.51%	10.48%
스포츠	9.37%	11.62%	11.87%	13.40%	10.83%	8.70%	8.89%	8.92%	9.27%	9.01%	8.39%	10.01%
아케이드	3.73%	3.83%	3.97%	3.97%	3.56%	2.88%	2.64%	2.64%	2.54%	2.79%	2.60%	2.41%
포커	4.04%	4.32%	3.75%	3.87%	3.80%	2.98%	2.50%	2.48%	2.26%	2.51%	2.72%	2.51%
고스톱	2.52%	2.61%	2.29%	2.14%	2.02%	1.70%	1.52%	1.52%	1.43%	1.58%	1.56%	1.41%
레이싱	2.03%	1.87%	1.93%	1.86%	1.84%	1.32%	1.30%	1.31%	1.36%	1.44%	1.10%	0.99%
보드	1.81%	1.95%	1.81%	1.80%	1.82%	1.59%	2.10%	2.05%	1.50%	1.87%	2.94%	3.09%

* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)



게임 제작사별 점유율 순위에서는 <엔씨소프트>와 <블리자드>가 변함없이 1, 2위를 차지하고 있으나 <네오위즈 게임즈>가 <넥슨>을 밀어내고 3위로 올라섰다. <네오위즈게임즈>는 순위에서 유일하게 시간점유율이 증가한 제작사로 나타났는데 여기에는 사용시간이 전월대비 15만 시간이 증가한 '피파온라인2'의 영향이 컸다. 반대로 <넥슨>은 '던전 앤 파이터'와 '메이플 스토리'의 부진으로 4위로 한 단계 하락했다. 두 개발사 모두 성황리에 종료된 2012 지스타에서 '블레스'와 '마비노기2: 아레나' 등 대작 게임을 선보여 많은 관심을 받은 만큼 앞으로의 경쟁도 치열할 것으로 예상된다. 이밖에 '캐디광', '바이킹 아일랜드' 등 모바일 시장에 진출해 성과를 내고 있는 <위메이드>와 액션 RPG '러스티하츠'의 동남아 서비스 계약을 체결한 <윈디소프트>의 순위가 한 단계씩 상승했다.

온라인 게임 업계의 3분기 실적을 살펴보면 <엔씨소프트>의 매출액이 전 분기 대비 24%가량 증가했으나 국내 매출액은 오히려 악화된 것으로 나타났다. <넥슨>도 국내 매출이 지난해보다 20%나 감소했으며, <한게임>과 <CJ E&M>을 비롯해 중견 게임업체들 역시 2분기와 비교해 비슷하거나 하락한 실적을 기록했다. 이와 같은 실적 부진에는 국산 게임이 '리그 오브 레전드'와 '디아블로3'로 대표되는 외산 게임에 고전하고 있는데다가, 카카오톡 등 모바일 플랫폼을 이용한 게임 이용자의 급격한 증가가 배경으로 작용한 것으로 생각된다.

▶▶ 게임 제작사별 점유율 (10월)

순위	게임사명 (사용시간 기준 정렬)	사용시간 (시간)	시간점유율		전월 대비 보유게임 등록현황 (개)			
			점유율	증감률	전체	상승	하락	보합
1	엔씨소프트	1,481,532	22.42%	-1.18%p	9	3	2	4
2	블리자드	981,162	14.85%	-1.49%p	6	2	3	1
3	네오위즈게임즈	752,604	11.39%	1.97%p	38	9	26	3
4	넥슨	721,623	10.92%	-1.15%p	26	10	10	6
5	CJ E&M	513,124	7.77%	-0.05%p	43	7	31	5
6	NHN	242,780	3.67%	-0.31%p	29	7	17	5
7	JCE	77,758	1.18%	-0.18%p	5	1	4	0
8	엠게임	27,250	0.41%	-0.03%p	32	11	20	1
9	예당온라인	27,163	0.41%	-0.03%p	4	2	2	0
10	윈디소프트	20,065	0.30%	-0.02%p	4	2	2	0
11	라이브플렉스	16,733	0.25%	-0.11%p	6	1	5	0
12	웹젠	14,477	0.22%	-0.03%p	3	1	2	0
13	한빛소프트	8,724	0.13%	-0.01%p	10	6	4	0
14	위메이드엔터테인먼트	8,406	0.13%	0.00%p	9	3	6	0
15	YNK코리아	8,255	0.12%	-0.01%p	1	0	1	0
16	게임하이	8,025	0.12%	-0.01%p	2	0	1	1
17	KTH	5,379	0.08%	-0.02%p	5	0	4	1
18	이스트소프트	4,252	0.06%	-0.02%p	1	0	1	0
19	그라비티	2,435	0.04%	0.00%p	5	1	4	0
20	액토즈소프트	1,850	0.03%	0.00%p	5	5	0	0
21	엔플루토	605	0.01%	0.00%p	1	0	1	0
22	바른손게임즈	315	0.00%	-0.01%p	1	0	1	0

* 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

지난달과 마찬가지로 구글플레이와 앱스토어 무료게임 랭킹은 카카오톡 게임하기의 독식이 이어졌다. 차이가 있다면 ‘애니팡’의 인기가 시들해지고 비슷한 ‘캔디팡’이 유저들을 흡수, 거기에 신규게임인 ‘드래곤 플라이트’의 활약이 돋보였다는 점이다. ‘드래곤 플라이트’는 지루한 비거리경쟁 방식과 복잡한 슈팅게임 방식을 골고루 섞은 획기적인 게임이다. 아직 앱스토어의 ‘드래곤 플라이트’는 카카오톡 게임하기를 지원하지 않는다.

해외게임들의 랭킹진입도 꾸준히 이뤄졌다. <게임로프트>의 호쾌한 액션게임, ‘와일드 블러드’도 구글플레이, 티스토어에서 인기몰이 중이며 ‘앵그리버드’로 유명한 게임사 <로비오>의 신작, ‘배드 피기즈’도 앱스토어 유료랭킹 1위를 차지했다. 또한 티스토어에서 꾸준히 인기를 끈 PSP 이식작 ‘스펙트럴 소울즈’가 앱스토어에 출시되어 많은 유저들을 확보했다. 이제는 모바일 게임에서 찾아보기 힘든 턴제RPG 방식, 방대한 세계관과 스토리를 담고 있던 터라 그 의미가 크다. 각 통신사별 스토어에선 <넥슨>의 대표RPG 게임 ‘메이플 스토리’ 시리즈가 상위랭킹을 이어나갔다.

▶ 모바일 게임 TOP 5 (10월)

1. 구글플레이

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	아스팔트7 : 히트	자동차경주	₩1,000	드래곤 플라이트 for 카카오톡	아케이드 게임
2	Minecraft - Pocket Edition	아케이드 게임	₩6,420	캔디팡 for 카카오톡	두뇌게임 및 퍼즐
3	와일드 블러드	아케이드 게임	₩7,000	애니팡 for 카카오톡	두뇌게임 및 퍼즐
4	Where's My Water?	두뇌게임 및 퍼즐	₩1,122	퍼즐주주 for 카카오톡	두뇌게임 및 퍼즐
5	팔라독	아케이드 게임	₩3,000	내가그린 기린그림 for 카카오톡	두뇌게임 및 퍼즐

2. 앱스토어

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	배드 피기즈	퍼즐	\$0.99	드래곤 플라이트	아케이드
2	무한의 탐정	어드벤처	\$2.99	카오스디펜스 for 카카오톡	롤플레이
3	피파13	시뮬레이션	\$6.99	내가그린 그린그림 for 카카오톡	보드
4	Re-volt Classic	레이싱	\$4.99	애니팡 for 카카오톡	퍼즐
5	스펙트럴 소울즈	롤플레이	\$4.99	아이러브커피 for 카카오톡	시뮬레이션

3. 티스토어

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	와일드 블러드	액션	₩5,000	메이플 스토리 히어로즈	RPG
2	메이플 스토리 Live Premium	RPG	₩5,000	피싱마스터	스포츠
3	스펙트럴 소울즈	RPG	₩5,000	삼국군영전	시뮬레이션
4	드래곤나이트4 PLUS	RPG	₩5,000	메이플 스토리 Live	RPG
5	위닝일레븐2012	스포츠	₩5,000	레알팜	시뮬레이션



4. 올레마켓

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	부루마블2013	보드/퍼즐	₩3,000	킹덤로얄 PLUS	시뮬레이션
2	메이플Live Premium	RPG	₩5,000	대물냥시터	스포츠
3	팔라독	아케이드	₩3,000	좀비거너	액션/슈팅
4	무한의 탐정	시뮬레이션	₩4,000	에픽레이더스	RPG
5	사이터스	아케이드	₩2,200	컴온베이비	액션/슈팅

5. U+앱마켓

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	팔라독	아케이드	₩3,000	포트리스2 레드	아케이드
2	스타일리시 스프린트	대작/RPG	₩3,000	프리스타일2 Anywhere	스포츠
3	미니게임천국5	퍼즐	₩3,000	2012프로야구	스포츠
4	액션퍼즐패밀리4	퍼즐	₩3,000	제노니아4	대작/RPG
5	제노니아4 PLUS	대작/RPG	₩5,000	레이디버그	아케이드

* 집계방식 : 앱스토어 주간 순위 집계, 구글플레이 누적 다운로드 순위, 티스토어 누적 다운로드 수, 올레/유플러스 일간 다운로드 수
 * 출처: 월간 '앱스토리' 11월호

01
출판

02
만화

03
음악

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니
메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식
정보



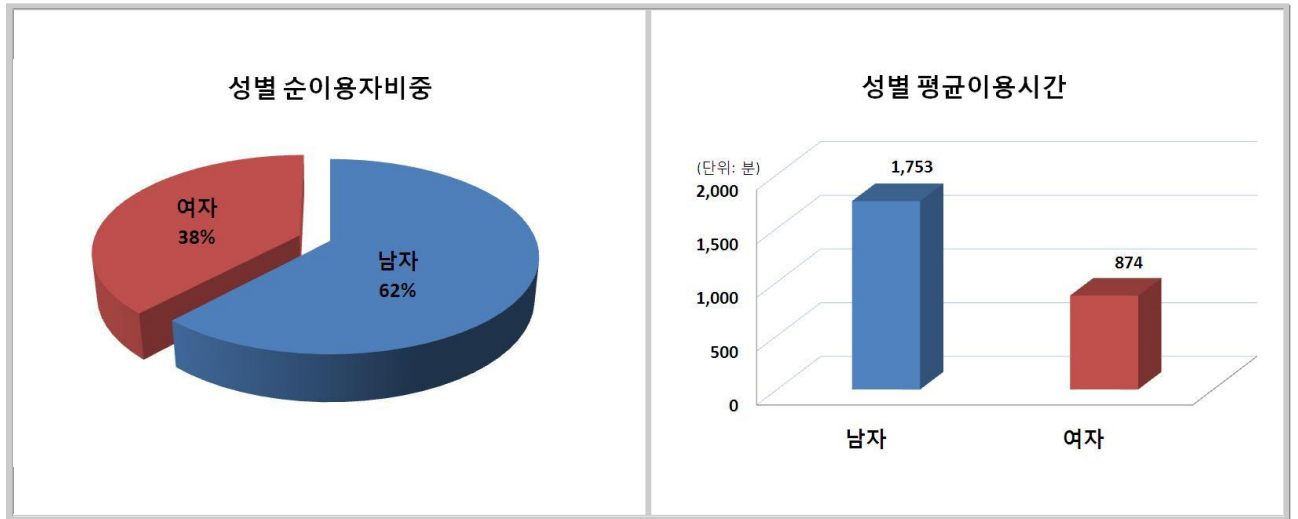
10월 게임 이용자 통계를 살펴보면 9월에 이어 순이용자가 연속 감소했다. 온라인게임 순이용자는 여자가 374만 명으로 12만명 증가했으나, 남자는 20만명 감소한 606만명을 기록해 총 8만여명이 줄어든 것으로 나타났다. 이로써 남녀 순이용자 비중은 62 대 38로 여성이 1% 상승했다. 도달률과 평균게임이용개수는 전월과 동일하나 평균재방문 일수가 0.3일, 평균이용시간이 3분가량 소폭 감소했다. 성별 이용 행태를 살펴보면 순이용자가 감소한 남자는 도달률을 제외한 평균재방문일수(0.1일)와 평균이용시간(56분)에서 수치가 오히려 증가한 모습을 보였다. 반면 여자는 도달률이 0.4% 증가했으나 평균재방문일수가 0.7일, 평균이용시간이 69분 감소해 남성에 비해 게임에 상대적으로 적은 시간을 투자하는 것으로 나타났다.

▶ 온라인게임 이용자 통계

1. 성별 이용 행태 (10월)

분류	순이용자 ²⁾	도달률(%) ¹³⁾	순이용자비중(%) ¹⁴⁾	평균게임이용개수 ⁵⁾	평균재방문일수(일) ¹⁶⁾	평균이용시간(분) ¹⁷⁾
남자	6,059,033	18.2	61.8	1.9	10.1	1,753
여자	3,742,588	11.2	38.2	1.6	6.2	874
합계	9,801,621	29.4	100.0	1.8	8.6	1,418

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



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

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

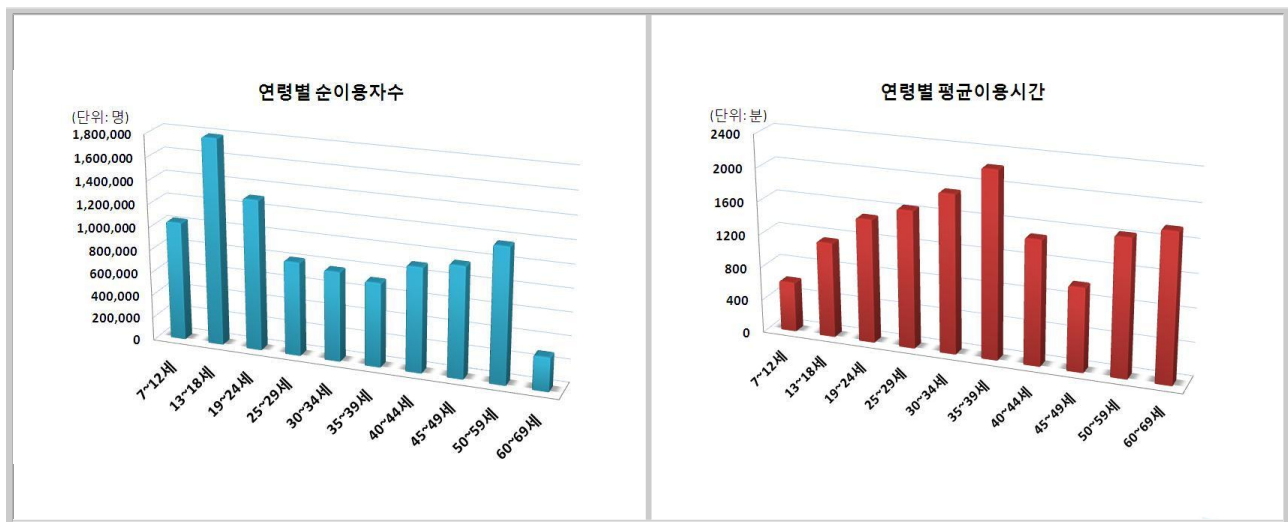


연령별 이용행태에서는 '13~18세'가 순이용자를 비롯해 도달률, 평균게임이용개수에서 가장 높은 수치를 기록했다. 평균이용시간이 제일 높은 연령대로 조사되는 '35~39세'는 10월에도 가장 많은 시간(2,237분)을 게임에 소비한 것으로 나타났다. '13~18세'는 9월 대비 순이용자가 가장 많이 증가한 연령대였고(5만명), 반대로 '40~44세'는 가장 많이 감소한 연령대였다.(-8만명) 전체적으로 순이용자가 감소한 가운데 '40~69세'의 비교적 높은 연령대의 순이용자 증가가 눈에 띈다. '40~69세'는 게임콘텐츠의 주 이용자인 '13~18세', '30~34세'와 함께 10월 순이용자가 증가한 연령대로 나타났다. 그 중 '50~59세'는 순이용자 비중이 세 번째로 높고, '60~69세'는 이용시간도 295분이나 증가해 '19~24세' 다음으로 높은 증가량을 보였다. 다른 캐릭터를 생성해 게임을 즐기는 이른바 부캐릭터 육성이나 섯다운제, 게임시간 선택제 등 게임 규제를 피하기 위해 청소년이 부모의 이름으로 계정을 만든 경우가 많아 위와 같은 현상을 게임 이용 연령층의 확대로 보기에에는 이르다고 생각된다.

2. 연령별 이용 행태 (10월)

분류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임이용개수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
7~12세	1,035,458	3.1	10.6	1.8	7.2	606
13~18세	1,794,561	5.38	18.3	2.0	10.0	1,153
19~24세	1,310,994	3.93	13.4	2.0	8.2	1,495
25~29세	817,573	2.45	8.3	1.9	9.2	1,658
30~34세	780,005	2.34	8.0	1.7	8.3	1,905
35~39세	730,138	2.19	7.5	1.6	7.6	2,237
40~44세	908,757	2.72	9.3	1.7	8.1	1,497
45~49세	964,000	2.89	9.8	1.6	7.1	1,006
50~59세	1,167,796	3.5	11.9	1.7	10.1	1,641
60~69세	292,339	0.88	3.0	1.6	10.2	1,770

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



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



10월 직업별 이용 행태는 ‘학생’이 가장 많은 순이용자수(412만명)를 기록했다. 뒤를 이은 ‘사무직’은 9월 대비 7만 명이 증가하며 8월 이후 300만명을 넘어섰다. ‘학생’은 도달률과 평균게임이용개수가 가장 높은 직업이었고 ‘자영업’은 평균재방문일수에서, ‘무직/기타’는 평균이용시간에서 가장 높은 수치를 보였다. ‘사무직’과 ‘생산직’을 제외한 모든 직업군에서 9월 대비 순이용자가 줄어들었고, ‘사무직’을 제외한 대부분의 직업군에서 평균이용시간은 큰 변동이 없거나 감소한 것으로 나타났다.

가구소득별 특성은 ‘300만원~500만원’이 가장 많은 순이용자와 도달률, 평균이용시간을 기록했다. ‘100만원 미만’은 순이용자와 평균이용시간이 동시에 증가한 유일한 직업군이었고, 타 직업군에서 평균이용시간은 모두 감소했다.

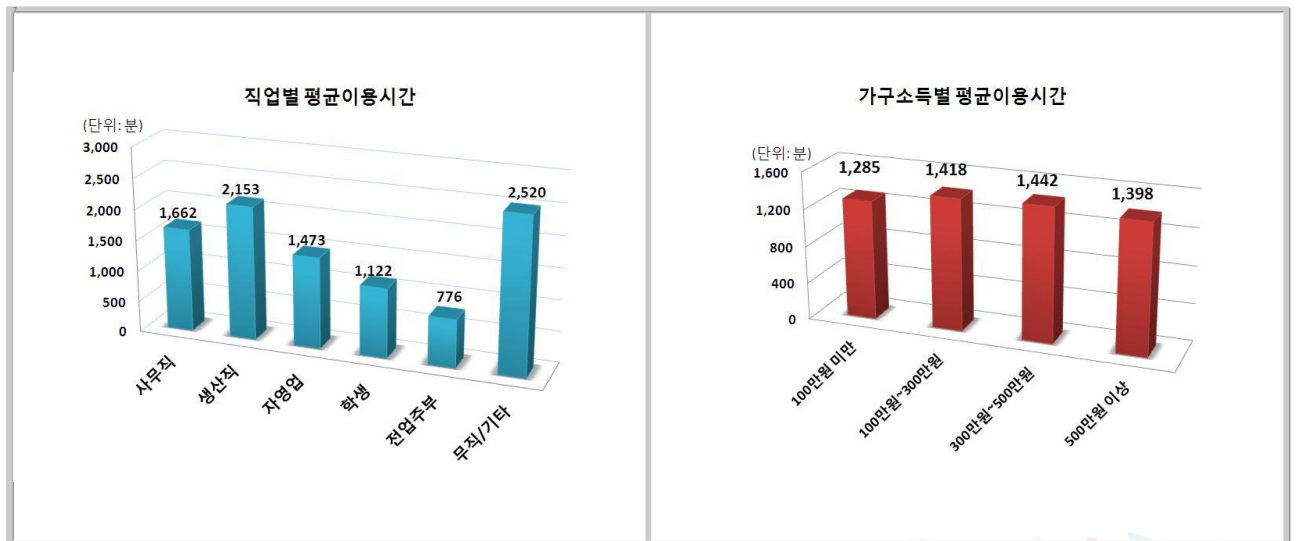
3. 직업별 이용 행태 (10월)

분류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임이용개수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
사무직	3,006,945	9.0	30.7	1.7	8.4	1,662
생산직	746,996	2.2	7.6	1.8	8.1	2,153
자영업	545,273	1.6	5.6	1.9	10.9	1,473
학생	4,121,695	12.4	42.1	2.0	8.8	1,122
전업주부	929,337	2.8	9.5	1.6	7.1	776
무직/기타	451,374	1.4	4.6	1.7	9.9	2,520

4. 가구소득별 이용 행태 (10월)

분류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임이용개수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
100만원 미만	378,701	1.1	3.9	2.0	9.2	1,285
100만원~300만원	2,499,602	7.5	25.5	1.8	8.6	1,418
300만원~500만원	4,201,199	12.6	42.9	1.8	8.8	1,442
500만원 이상	2,722,119	8.2	27.8	1.7	8.3	1,398

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





게임물 등급분류 결정 현황(게임물등급위원회)에 따르면, 10월에 등급 분류를 받은 게임물은 총 244종으로 9월과 비슷한 수준을 유지했다. ‘아케이드’는 등급신청 건수가 제일 많으나 이 중 32건이 빈번한 기기 정지 현상이나 설명서와 다른 내용 등을 이유로 등급 분류를 거부당해, 실제 등급분류 건수는 ‘PC·온라인’(73건)에 뒤지는 것으로 나타났다. ‘모바일’은 신청 건수가 대폭 감소하며 ‘비디오콘솔’(51건)보다 적은 31건이 등급 분류를 받았다.

이용등급별로 살펴보면 ‘전체이용가’가 116건(47.54%)으로 제일 많았고, ‘청소년이용불가’가 69건(28.28%)으로 뒤를 이었다. 장르별로는 다른 그림 찾기 같은 캐주얼한 ‘퍼즐’ 게임의 강세가 지속되었다.(42종, 20.1%) 액션이 13.9%로 뒤를 이었고, 보드게임도 PC·온라인 플랫폼에서 대거 등급분류를 받으며 10.5%의 높은 비율을 보였다.

▶▶ 게임물 등급분류 결정

1. 플랫폼별 등급분류 결정 현황 (10월)

구분	아케이드	PC·온라인	비디오콘솔	모바일(오픈마켓)	합계	비율(%)
전체이용가	46	35	26	9(7)	116	47.54
12세이용가	-	6	11	2(1)	19	7.79
15세이용가	-	3	-	2(2)	5	2.05
청소년이용불가	8[8]	29	14	18(17)	69	28.28
등급분류 소계	54[8]	73	51	31(27)	209	85.66
등급분류 거부	32[9]	3	-	-	35	14.34
합계	86[17]	76	51	31(27)	244	100.0

2. 장르별 등급분류 결정 현황 (10월)

구분	아케이드	PC·온라인	비디오콘솔	모바일	합계	비율(%)
퍼즐	31	6	4	1(1)	42	20.1
액션	-	8	19	2(1)	29	13.9
보드게임(베팅성)	7[7]	13	-	2(2)	22	10.5
캐주얼	2	12	-	5(5)	19	9.1
FPS [1인칭슈팅]	7	3	5	2(2)	17	8.1
보드게임	-	2	1	12(12)	15	7.2
기타	4	5	3	1(1)	13	6.2
롤플레이잉	-	3	7	2(1)	12	5.7
스포츠	-	5	2	1	8	3.8
전략시뮬레이션	-	7	-	-	7	3.3
격투게임	-	-	6	-	6	2.9
MMORPG	-	5	-	-	5	2.4
시뮬레이션	1	1	1	2(1)	5	2.4
레이싱	-	1	3	-	4	1.9
교육용	2	-	-	-	3	1.4
어드벤처	-	2	-	1(1)	2	1.0
합계	54[7]	73	51	31(27)	209	100

* []안의 숫자는 청소년이용불가 아케이드 게임물임

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



06 영화

10월 박스오피스 순위에서는 9월 박스오피스 1위였던 '광해, 왕이 된 남자'가 관객수 587만명을 동원하며 1위를 유지했다. '광해, 왕이 된 남자'는 누적관객수 1,100만명을 넘어섰으나, 배급부와 상영부 1위 업체인 CJ E&M이 투자배급한 영화로, 배급사의 막강한 마케팅 활동과 CJ CGV의 스크린 밀어주기 결과라는 비판을 받기도 했다. 하지만 작품 자체의 완성도와 관람후 만족도에 대해서는 큰 이견이 없는 듯하다. 편향 논란이 있긴 했지만 대중상에서 15관왕이라는 기록으로 상을 휩쓸 정도로 내용과 형식 모두를 아우르는 완성도를 보여줬다는 평을 받고 있다. 더불어 대선을 앞둔 시점에서 지도자의 자질과 관련된 내용을 소재로 하였다는 점, 6주 연속 1위를 지킬 수 있을 정도로 개봉일부터 10월 셋째 주까지 대적이 될 만한 경쟁 작품이 없다는 점 등이 '광해, 왕이 된 남자'가 1,100만명 이상의 관객을 동원하며 흥행할 수 있었던 원동력으로 풀이된다.

2위는 9월 27일에 개봉한 리암 니슨 주연의 '테이큰 2'로 약 135만명의 관객과 102억원의 매출액을 기록했으며, 방은진 감독의 '용의자X'가 133만명의 관객을 동원하며 3위를 기록했다. 26일에 개봉한 '007 스카이 폴'은 6일간 116만명이라는 높은 스코어를 기록하며 4위에 올랐고, 11일에 개봉한 '회사원'은 111만명으로 5위에 올랐다. 2위에서 5위까지를 기록한 이들 작품들은 관객수를 모두 합쳐도 1위에 못 미치는 스코어를 보이며, '광해'의 스크린 점령을 역설적으로 증명했다.

한편 박스오피스 상위 15위 영화의 제작 국가는 한국 7편, 미국 4편, 프랑스·중국·일본·스페인 이 각각 1편을 기록하며 한국영화의 강세를 이어갔다.

▶ 박스오피스 순위 TOP 15 (10월)

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	1,001	42,080	5,865	11,099
2	테이큰 2	이십세기폭스크리아(주)	프랑스	2012-09-27	664	10,213	1,346	2,309
3	용의자X	씨제이이엔엠 주식회사	한국	2012-10-18	553	9,667	1,334	1,334
4	007 스카이폴	소니픽처스릴리징윌트디즈니스튜디오스코리아(주)	미국	2012-10-26	748	8,622	1,157	1,157
5	회사원	쇼박스(주)미디어플렉스	한국	2012-10-11	549	8,273	1,105	1,105
6	메리다와 마법의 숲	한국소니픽처스릴리징비에비스타영화(주)	미국	2012-09-27	479	7,011	964	1,188
7	점쟁이들	(주)빅스트엔터테인먼트월드(NEW)	한국	2012-10-03	479	6,343	900	953
8	루퍼	(주)에스비에스콘텐츠허브	미국	2012-10-11	386	4,161	558	560
9	간첩	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	한국	2012-09-20	432	3,322	470	1,310
10	위험한 관계	씨제이이엔엠 주식회사	중국	2012-10-11	334	2,116	297	297
11	강철대오:구국의 철가방	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	한국	2012-10-25	366	1,316	190	190
12	19곰 테드	유니버설픽처스인테내셔널 코리아(유)	미국	2012-09-27	237	1,401	183	267
13	늑대소년	씨제이이엔엠 주식회사	한국	2012-10-31	590	917	135	135
14	늑대아이	(주)미디어데이	일본	2012-09-13	141	769	110	327
15	테드: 황금도시 파티티를 찾아서	(주)사이더스프랜 에이치	스페인	2012-09-20	190	535	78	206

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망



1~10월까지의 연간 누적 박스오피스 매출액은 작년 같은 시기에 비해 약 1,569억 원(15.2%) 증가한 1조1,910억원으로 집계되었다. 관객 수도 전년 동기 대비 약 2,559만명(19.3%)이 증가한 1억5,823만명을 기록했다. 개봉편수에서는 한국영화 개봉이 전년에 비해 2편이 늘어난 118편이었으며, 관객수는 2,094만명이 증가했다. 외국영화는 23편 증가한 261편이 개봉했고, 관객수는 약 465만명이 늘었다. 누적 관객 점유율은 한국영화가 58%를 기록하며 외국영화 점유율(42%)을 앞섰는데, 9월 누적 수치 대비 0.9%p가 상승하였으며, 전년 동기 한국영화 점유율 53.4%에 비하여 4.6%p가 증가하였을 정도로 한국영화의 강세가 지속되고 있다.

월별 관객 점유율을 보면, 작년 10월 한국영화 점유율이 67.9%를 기록했던 것에 이어 올해 10월에도 66.5%를 기록했다. 10월 한국영화는 16편이 개봉했고, 동원 관객수는 1,017만명을 넘기며 한국영화 관객수가 7월 이후 4개월 연속 1,000만명을 상회하고 있다.

연간 누적 박스오피스 현황

구분	2012. 1. ~ 2012. 10.					2011. 1. ~ 2011. 10.				
	개봉편수	상영편수	매출액 (백만 원)	관객수 (천 명)	점유율	개봉편수	상영편수	매출액 (백만 원)	관객수 (천 명)	점유율
한국	118	1,327	672,734	91,790	58.0%	116	992	526,509	70,848	53.4%
외국	261	2,478	518,297	66,440	42.0%	238	1,926	507,596	61,793	46.6%
전체	379	3,805	1,191,031	158,230	100.0%	354	2,918	1,034,105	132,642	100.0%

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망, 한국콘텐츠진흥원 재구성

월별 관객 동원 추이 (2011. 10 ~ 2012. 10)

구분	개봉편수			상영편수			관객수 (천 명)			점유율 (%)	
	한국	외국	전체	한국	외국	전체	한국	외국	전체	한국	외국
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
2012. 10.	16	22	38	124	296	420	10,172	5,117	15,289	66.5	33.5

* 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 10월까지 연간 누적기준으로 가장 높은 점유율을 기록한 배급사는 'CJ E&M'으로, 총 관객 3,860만명을 동원하며 24.7%의 점유율을 기록했다. 'CJ E&M'은 '광해, 왕이 된 남자'와 '용의자X'의 흥행에 힘입어 전월대비 점유율이 2.8%p 상승했다. '쇼박스(주)미디어플렉스'는 박스오피스 5위를 기록한 '회사원'을 배급하여 2위를 기록하였으나, 점유율은 14%로 전월 대비 0.7%p가 감소했다. '롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트'는 10월에 '간첩'과 '강철대오: 구국의 철가방' 등 2편을 배급하였으나, 이들 작품의 흥행부진으로 점유율 13.8%를 기록하며 3위로 한 계단 하락했다. 배급 순위 4위와 5위를 유지하고 있는 '한국소니픽처스릴리징브에나비스타영화(주)'와 '(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)'도 점유율이 전월대비 0.7%p씩 감소하여 각각 12.9%, 12.0%를 기록하였다.

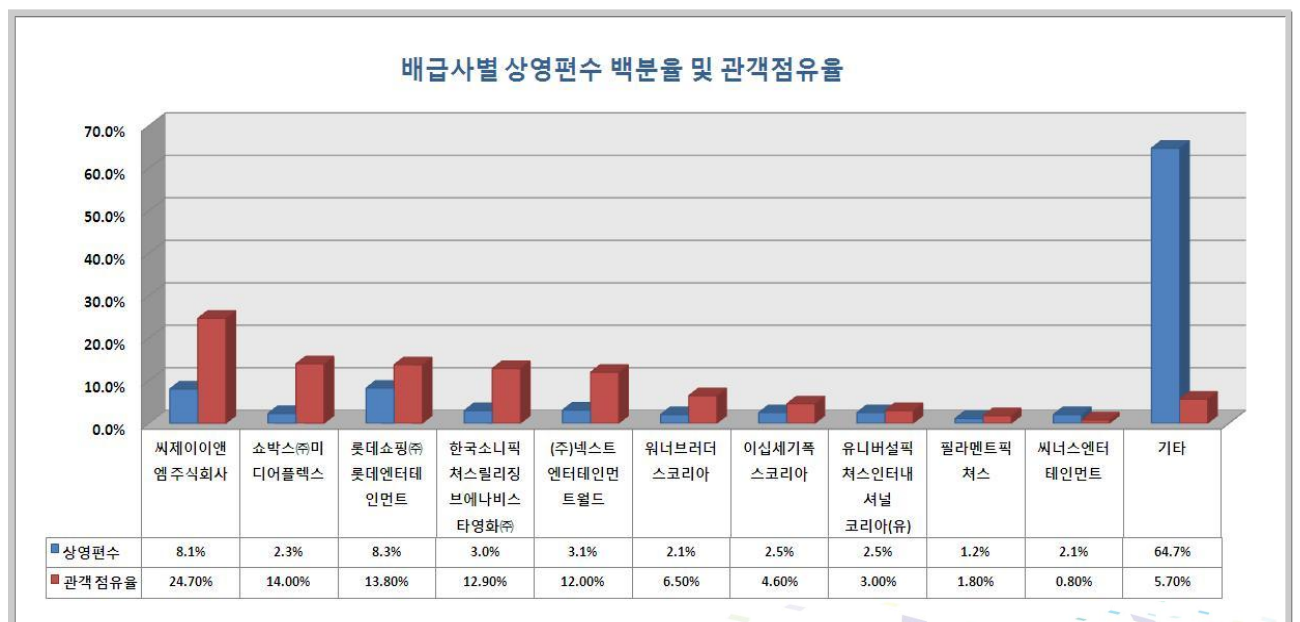
▶▶ 배급사별 점유율 TOP 10 (2012. 1. ~ 2012. 10.)

순위	배급사	상영편수	관객		매출	
			관객수 (천 명)	점유율	매출액 (백만 원)	점유율
1	씨제이이엔엠 주식회사	35	38,602	24.7%	286,447	24.4%
2	쇼박스(주)미디어플렉스	10	21,928	14.0%	161,187	13.7%
3	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	36	21,584	13.8%	157,257	13.4%
4	한국소니픽처스릴리징브에나비스타영화(주)	13	20,205	12.9%	166,839	14.2%
5	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	13.5	18,807	12.0%	137,819	11.7%
6	위너브러더스코리아(주)	9	10,232	6.5%	78,532	6.7%
7	이십세기폭스코리아(주)	11	7,130	4.6%	55,213	4.7%
8	유니버설픽처스인터내셔널 코리아(유)	11	4,735	3.0%	34,820	3.0%
9	필라멘트픽처스	5	2,735	1.8%	20,687	1.8%
10	씨너스엔터테인먼트(주)	9	1,260	0.8%	9,288	0.8%
-	기타	281	9,244	5.7%	67,932	5.5%
합 계		434	156,467	100.0%	1,176,024	100.0%

* 순위는 관객 수(점유율)로 집계

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

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망





1월에서 10월까지의 상영유형별 관객점유율에서는 2D영화(디지털)가 84.8%로 전월대비 0.9%가 늘어났으며, 아날로그 필름은 0.4%p 감소한 8.8%, 3D도 0.4%p 감소한 4.9%를 기록했다. IMAX와 4D도 전월에 비하여 관객점유율이 0.1%p씩 줄어들어 각각 0.8%, 0.7%를 기록하였다. 아날로그 필름의 관객점유율이 줄어드는 것은 2D디지털 상영관으로 전환됨에 따른 현상이지만, 3D나 IMAX와 4D로 상영하는 영화의 10월 개봉편수가 1~2편에 불과할 정도로 3D급 이상으로 즐길만하다고 느낄 정도의 영화가 많이 상영되고 있지 않아 지속적으로 3D급 이상 영화의 관객점유율이 줄어들고 있다.

상영유형별 점유율 (2012. 1. ~ 2012. 10.)

순위	분류	개봉편수	상영편수	관객		매출	
				관객수 (천 명)	점유율	매출액 (백만 원)	점유율
1	2D	380	971	133,845	84.80%	976,402	82.20%
	디지털	329	905	126,115	79.90%	925,570	77.90%
	디지털더빙	30	39	7,709	4.90%	50,676	4.30%
	디지털 영문자막	14	18	15	0.00%	115	0.00%
	디지털 청각장애인용 자막	4	5	4	0.00%	21	0.00%
	디지털 일본자막	3	4	2	0.00%	20	0.00%
2	필름	350	1,847	13,829	8.80%	96,204	8.10%
	필름	323	1,811	12,948	8.20%	90,615	7.60%
	더빙	19	26	878	0.60%	5,567	0.50%
	영문자막	5	7	2	0.00%	12	0.00%
	일어자막	1	1	1	0.00%	8	0.00%
	청각장애인용 자막	2	2	0.4	0.00%	2	0.00%
3	3D	46	78	7,775	4.90%	85,915	7.20%
	3D디지털	30	57	5,180	3.30%	59,345	5.00%
	3D더빙	16	21	2,595	1.60%	26,570	2.20%
4	IMAX	17	19	1,274	0.80%	17,528	1.50%
	IMAX 3D	11	12	698	0.40%	10,812	0.90%
	IMAX	6	7	576	0.40%	6,715	0.60%
5	4D	26	30	1,139	0.70%	12,504	1.10%
	4D	21	25	957	0.60%	10,584	0.90%
	4D더빙	5	5	182	0.10%	1,921	0.20%
합계		819	2,945	157,862	100%	1,188,552	100%

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

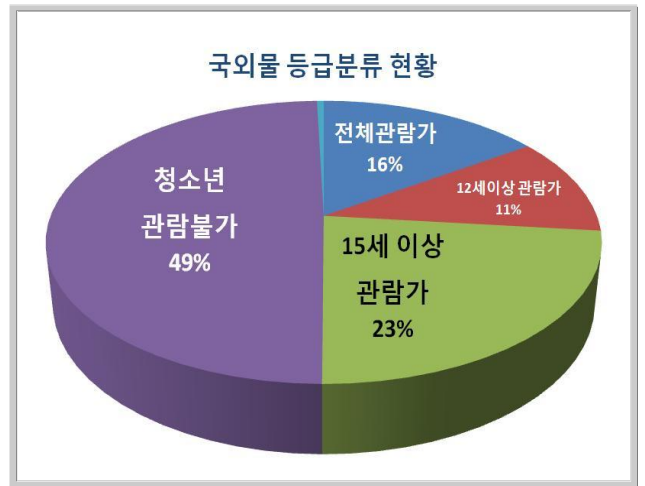
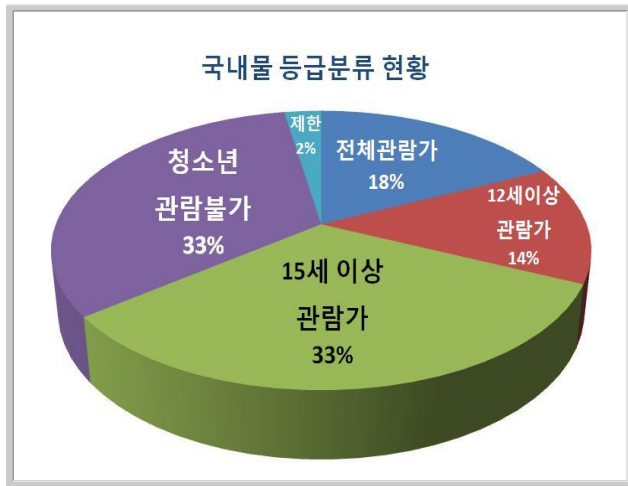


2012년 들어 10개월간 영상물등급위원회에서 등급분류를 진행한 영상물은 822개였고, 이중 국내물이 189개, 국외물이 633개로 집계되어 국외물이 국내물보다 3.3배 많았다. 등급별로는 국내물은 '15세 이상 관람가' 등급과 '청소년 관람불가' 등급이 62개(33%)로 공동 1위를 차지하였으며, 국외물은 '청소년 관람불가' 등급이 313개(49%), '15세 이상 관람가' 등급이 148개(23%) 순으로 많았다. 3번째로 많은 등급은 국내의 모두 '전체 관람가' 등급이었다.

▶▶ 등급분류 현황 (2012. 1. ~ 2012. 10.)

구분	등급						불가	보류	속행	자료 제출	합계
	전체 관람가	12세이상 관람가	15세이상 관람가	청소년 관람불가	제한	합계					
국내물	34	26	62	62	5	189	0	0	0	0	189
	17.99%	13.76%	32.80%	32.80%	2.65%	25.61%	-	-	-	-	-
국외물	98	71	148	313	3	633	0	0	1	3	637
	15.48%	11.22%	23.38%	49.45%	0.47%	85.77%	-	-	-	-	-
합계	132	97	210	375	8	822	0	0	1	3	826

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





영화 DVD·블루레이 판매처별 판매 순위에서는 YES24을 제외한 판매처에서 9월의 판매순위와 많은 변화가 있었다. YES24는 전월과 마찬가지로 ‘어벤져스(2D) 블루레이’가 1위이고, 10위 내에 ‘건축학개론’, ‘어벤져스’ ‘노팅힐’ ‘타이타닉: 블루레이’ 등 5편이 포함된 반면에, 알라딘·인터파크·핫트랙스 등은 지난달 1위가 각각 [3D블루레이] 어메이징 스파이더맨: 한정판 스틸북, ‘어벤져스’에서 표에서 보는 바와 같이 [블루레이]이티: 한정판 스틸북, ‘다크 나이트 라이즈 [블루레이]’, ‘노팅힐’ 등으로 바뀌었다. YES24를 제외한 나머지 판매처에서도 9월에 이어 지속적으로 판매되고 있는 작품은 ‘건축학개론’, ‘노팅힐’ 등이다.

▶ 영화 DVD / 블루레이 판매 TOP 10 (10월)

순위	YES24			알라딘		
	제목	발매일	판매가	제목	발매일	판매가
1	어벤져스(2D):블루레이	2012-09-06	27,500	[블루레이] 이티 : 한정판 스틸북	2012-10-23	35,200
2	만추 : 블루레이	2012-09-20	29,700	[블루레이] 다크 나이트 트릴로지 : 한정판 디지팩	2012-11-28	66,000
3	건축학개론(한정판)	2012-09-19	27,500	건축학개론 : 한정판 - 디지팩	2002-03-01	27,500
4	멋진하루 : 블루레이	2012-10-30	31,900	프라하의 봄	2012-10-20	8,800
5	아바타 3D(한정수량 콤보팩) : 블루레이	2012-10-16	33,000	아이엠 러브	2011-09-12	19,800
6	어벤져스	2012-09-06	20,400	다크 나이트 트릴로지 : 한정판 디지팩	2012-11-28	44,000
7	노팅 힐	2008-03-20	31,900	[3D 블루레이] 아바타 : 한정판 콤보팩	2012-10-16	33,000
8	타이타닉: 블루레이	2012-09-20	48,400	노팅 힐	2008-03-20	31,900
9	어메이징 스파이더맨: 블루레이	2012-10-29	41,800	[블루레이] 다크 나이트 라이즈	2012-11-28	35,200
10	어벤져스(3D) : 블루레이	2012-09-06	31,900	[3D 블루레이] 어메이징 스파이더맨	2012-10-29	39,600

순위	인터파크			핫트랙스	
	제목	발매일	판매가	블루레이	DVD
1	다크 나이트 라이즈 - 블루레이	2012-11-28	39,600	다크나이트 라이즈: 스틸북 한정판	노팅 힐
2	다크 나이트 트릴로지 - 블루레이	2012-11-28	66,000	다크나이트 라이즈	어벤져스
3	어벤져스	2012-09-06	20,400	다크나이트: 트릴로지한정판	사운드 오브 뮤직
4	노팅힐 - DVD	2012-04-18	9,900	어벤져스	다크나이트: 트릴로지 한정판
5	건축학개론(한정판)	2012-09-19	27,500	아바타3D&2D	연가시
6	연가시 - DVD	2012-10-26	23,500	프로메테우스	건축학개론: 한정판
7	내 아내의 모든 것 [초회한정판] - DVD	2012-11-01	27,600	어메이징 스파이더맨 3D	맘마미아!
8	언터처블: 1%의 우정 (일반판) - DVD	2012-09-25	22,000	어메이징 스파이더맨	500일의 썸머
9	사운드 오브 뮤직 40주년 - DVD	2012-01-26	14,400	인셉션: 스틸북 한정판	내 아내의 모든 것
10	어벤져스 - 블루레이	2012-09-05	27,500	프로메테우스 3D+2D: 스틸북 한정판	미드나잇 인 파리

* 출처: YES24, 인터파크, 핫트랙스(이상 10월 기준), 알라딘(10월 5주 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



영화 VOD 서비스 업체별 판매 순위에서는 박스오피스 시장의 강세를 잇는 국산 영화의 인기가 특징적이었다. <네이버 N스토어>에서 ‘건축학개론’이 1위, <다음 영화>에서 ‘도둑들 영화를 만들다’가 1위, <네이트 호핀>에서 ‘이웃사람’이 1위, <티스토리>에서 ‘전망 좋은 집’이 1위 등 판매처별 1위가 달랐다. 영화 VOD 이용 TOP10의 작품별 국적을 살펴보면 <네이버 N스토어>는 10개 작품이 모두 한국 영화이며, <다음 영화>와 <네이트 호핀>은 각각 ‘브레이킹 던 part1’과 ‘어벤져스’를 제외한 9개 작품이 한국영화이고, <티스토리>는 ‘어메이징 스파이더맨’, ‘어벤져스’, ‘익스펜더블 2’를 제외한 7개 작품이 한국영화로 극장 상영시장에서만 아니라 온라인 영화 VOD서비스 시장에서도 한국영화가 강세임을 알 수 있다.

▶▶ 영화 VOD 이용 TOP 10 (10월)

순위	네이버 N스토어			다음 영화		
	제목	상영시간	판매가	제목	상영시간	판매가
1	건축학개론	118분	2,000	도둑들 영화를 만들다	76분	2,000
2	이웃사람	110분	3,500	피에타	104분	4,000
3	피에타	104분	4,000	전망좋은 집	92분	10,000
4	공모자들	111분	4,000	공모자들	111분	4,000
5	후궁: 제왕의 첩	122분	3,500	밀애	112분	1,000
6	바람과 함께 사라지다	121분	4,000	바람과 함께 사라지다	121분	4,000
7	붉은 바캉스 검은 웨딩	90분	1,500	후궁: 제왕의 첩	122분	3,500
8	은교	129분	2,000	내 아내의 모든 것	121분	4,000
9	도둑들 영화를 만들다	76분	2,000	이웃사람	110분	3,500
10	도둑들	135분	3,200	브레이킹 던 part1	117분	2,000
순위	네이트 호핀			티스토리		
	제목	상영시간	판매가	제목	상영시간	판매가
1	이웃사람	110분	2,000	전망좋은 집	92분	10,000
2	어메이징 스파이더맨	136분	1,800	간첩	115분	10,000
3	금지된섹스,불륜	60분	2,000	공모자들	111분	4,000
4	어벤져스	142분	1,800	어메이징 스파이더맨	136분	1,800
5	도둑들 영화를 만들다	76분	2,000	피에타	104분	4,000
6	후궁: 제왕의첩	122분	2,000	이웃사람	110분	2,000
7	공모자들	111분	4,000	도둑들 영화를 만들다	76분	2,000
8	전망좋은 집	92분	10,000	알투비: 리턴투 베이스	113분	4,000
9	사랑 그리고 불륜	61분	1,000	어벤져스	142분	1,800
10	건축학개론	118분	2,000	익스펜더블 2	100분	4,000

* 출처: 네이버 N스토어, 다음 영화, 네이트 호핀, 티스토리 (10월 31일 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



07

애니메이션

10월 지상파 채널 애니메이션 시청률을 살펴보면 KBS 2TV의 '구름빵'이 1.04%로 1위를 차지했다. 동명의 베스트셀러 동화책이 원작인 '구름빵'은 애니메이션뿐만 아니라 뮤지컬, 각종 캐릭터 상품으로 재탄생하여 OSMU 및 라이선스 사업의 우수 사례로 꼽히는 상업적으로 성공한 작품이다. 애니메이션은 2009년 시즌1이 방송되며 대한민국 콘텐츠 어워드 애니메이션대상 우수상을 수상했고, 프랑스 안시 국제애니메이션페스티벌 본선에 진출하는 등 국내외에서 작품성을 인정받았다. 널리 알려진 동화를 재구성해 들려주는 독특한 내용의 '상상친구 꾸메꾸메'와 소형여객기 윙키가 몽계 공항에서 겪는 일을 다룬 '두리둥실 몽계공항'은 각각 2, 3위에 올랐다. '두리둥실 몽계공항'은 지난 10월 프랑스 칸에서 열린 밍컴/밍주니어(MIPCOM/MIPJunior) 2012 키즈저리(Kids Jury) 경쟁 프리스쿨 부문(3~6세) 그랑프리상을 차지한 역량이 있는 애니메이션이다.

KBS 1, 2TV를 포함해 KBS가 가장 많은 12편의 애니메이션을 방영하고 있으며 시청률도 제일 높게 나타났다. '안녕자두야', '아기공룡 둘리' 같은 인기 캐릭터 애니메이션을 내세운 SBS가 뒤를 잇고 있으며 MBC 프로그램은 0.5%미만의 상대적으로 낮은 시청률을 기록했다.

▶▶ 지상파 채널 (방송 3사) 애니메이션 시청률 (10월)

순위	프로그램명	방송사	방영시간	시청률(%)
1	구름빵	KBS2	월/오후5:00	1.04
2	상상친구 꾸메꾸메	KBS1	토/오후2:00	0.97
3	두리둥실 몽계공항	KBS2	토/오전7:40	0.85
4	프랭키와 친구들	KBS1	토/오후2:30	0.74
5	안녕자두야2	SBS	수/오후4:00	0.74
6	빠부아 놀자	KBS2	토/오전7:55	0.72
7	딸기가 좋아	KBS2	월~목/오후3:35	0.68
8	아기공룡 둘리	SBS	화/오후4:00	0.64
9	알록달록 종이마을	KBS2	월/오후5:00	0.61
10	콩푸공룡 수호대	KBS2	월~목/오후3:35	0.58
11	프랭키와 친구들	KBS2	화/오후5:00	0.54
12	유후와 친구들	KBS2	금/오후5:00	0.52
13	파워 마스크	KBS2	월~목/오후4:00	0.52
14	상상친구 꾸메꾸메	KBS2	목/오후5:00	0.46
15	동화 속 과학탐험	SBS	월/오후4:00	0.43
16	내사랑 똥	MBC	화/오후4:30	0.40
17	스캔2고	SBS	목/오후4:00	0.40
18	SBS 애니갤러리	SBS	금/오후4:00	0.39
19	키즈 CSI 과학수사대	MBC	월/오후4:30	0.39
20	아웅다웅 동화나라	MBC	목/오후4:30	0.31
21	보글보글 쿡2	MBC	목/오후4:30	0.25
22	안녕 토토비	MBC	수/오후4:30	0.17

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치(본방 기준, 13대전국, 모든 플랫폼, 가구시청률), EBS 제외

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



EBS에서는 10월 현재 46개의 애니메이션이 방영되고 있다. 이 중 20위권의 인기 애니메이션들은 시청률 1% 이상을 기록하며 방송 3사에서 방영하는 애니메이션보다 높은 시청률을 기록하고 있다. 방영되는 거의 모든 애니메이션이 한국에서 제작된 작품들이다(시청률 수치는 EBS와의 협의에 따라 신지 않음).

▶ EBS 방영 애니메이션 현황 (10월)

구분	프로그램명	방송사	방영요일	방영시간
1	곤	EBS	월~목	오후 6:50
2	깨미	EBS	목	오전 9:15
3	꼬마 요리사	EBS	금	오전 8:25
4	꼬마 펭귄 핑구	EBS	수~금	오전 7:30
5	꼬마버스 타요	EBS	수~목	오전 7:45
6	꾸러기 상상여행	EBS	월~화	오전 7:00
7	달려라 카카	EBS	수~목	오전 9:30
8	디보와 노래해요	EBS	수	오전 9:10
9	따개비 루	EBS	금	오후 4:45
10	떼굴떼굴 미술상자	EBS	금	오전 8:55
11	똑똑박사 에디	EBS	금	오전 7:45
12	뚜바뚜바 눈보리	EBS	수	오전 9:15
13	뽀뽀뽀뽀올리(보니하니)	EBS	수~목	오후 6:05
14	로보의 별나라 여행	EBS	금	오후 2:45
15	로보카 폴리	EBS	월~화	오전 8:30
16	로보카 폴리와 함께하는 교통안전 이야기	EBS	금	오후 5:55
17	릴로와 스티치	EBS	금	오후 6:05
18	마샤와 곰	EBS	월~화	오전 9:30
19	머털도사	EBS	수~목	오후 7:05
20	몬스터 수학나라	EBS	목	오전 7:00
21	미라벨의 동물극장	EBS	월~화	오후 3:10
22	미술탐험대	EBS	일	오전 10:40
23	버블버블 인어친구들	EBS	금	오후 3:35
24	부릉부릉 브루미즈	EBS	월~화	오전 7:45
25	빠빠에 친구	EBS	금	오전 8:15
26	빠곰	EBS	월~화	오후 7:05
27	보로로와 노래해요	EBS	월~화	오전 9:10
28	보롱보롱 보로로	EBS	수~목	오전 8:30
29	수학특공대 우미주미	EBS	월~화	오후 2:45
30	시계마을티키희!	EBS	월~화	오전 8:15
31	아기공룡 버디	EBS	월~화	오전 9:45
32	어린왕자	EBS	월~화	오후 7:10
33	오스카의 오아시스	EBS	금	오후 6:55
34	지구를지켜라(보니하니)	EBS	수~목	오후 6:35
35	치로와 친구들	EBS	월~화	오전 7:30
36	치로의 클래식 동요	EBS	목	오전 9:10
37	칙칙폭폭 처깅턴	EBS	수~목	오전 7:00
38	캐니멀(보니하니)	EBS	월~화	오후 6:40
39	코코몽2	EBS	월~화	오전 9:15
40	클로이의 요술옷장	EBS	수~목	오전 9:45
41	트랜스포머 프라임	EBS	금	오후 7:05
42	트리푸툼	EBS	금	오전 9:15
43	특수요원 오소	EBS	월~화	오전 7:35
44	피들리 팜	EBS	금	오후 4:10
45	행복배달부 펫아저씨	EBS	금	오전 9:40
46	호야네 집	EBS	금	오전 7:00

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치(본방 기준), 가나다순 정렬

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



10월 어린이/애니메이션 전문채널 시청률 순위에서는 9월에 이어 '명탐정 코난 극장판 11번째 스트라이커'가 1위를 차지했다. 2위는 '안녕자두야2 미리보기'가 차지했다. 10월 <투니버스>에서 방영을 시작한 국산 애니메이션 '안녕자두야2'는 본편이 4위에 오르는 등 시청자에게서 좋은 반응을 얻고 있다. TV, 극장판 할 것 없이 꾸준히 사랑받고 있는 '짱구는 못말려' 시리즈의 극장판 '태풍을 부르는 영광의 불고기 로드'는 3위에 올랐다.

30위 중 25편이 일본에서 제작된 작품으로 채워져 전문채널에서 일본의 강세가 계속되고 있다. 이는 케이블 채널이 국산 애니메이션을 일정 비율이상 편성해야하는 의무에서 상대적으로 자유로운 데다가, 많은 팬을 보유한 검증된 애니메이션을 수입하는 것이 안정적이기 때문이다. 국산 애니메이션은 4편이 순위에 올랐으나 '안녕자두야' 시리즈를 제외하면 인기 개그맨 유상무와 장동민을 내세운 <투니버스>의 어린이 프로그램 '슈퍼히어로' 한 작품에 불과하다.

▶ 어린이/애니메이션 전문채널 프로그램 TOP 30 (10월)

순위	프로그램	제작	방영회수	시청률 (%)
1	명탐정 코난 극장판 11번째 스트라이커	일본	2	0.95
2	안녕자두야2 미리보기	한국	1	0.79
3	짱구는 못말려 태풍을 부르는 영광의 불고기 로드<재>	일본	1	0.73
4	안녕자두야2	한국	13	0.72
5	짱구는 못말려 12	일본	103	0.56
6	하울의 움직이는 성<재>	일본	2	0.56
7	극장판 짱구는 못말려 태풍을 부르는 황금 스파이 대작전<재>	일본	2	0.52
8	명탐정 코난 스페셜	일본	10	0.51
9	명탐정 코난 극장판 칠혹의 추적자	일본	2	0.49
10	명탐정 코난 극장판 침묵의 15분	일본	2	0.48
11	짱구는 못말려 10	일본	29	0.47
12	아따맘마 극장판 엄마는 초능력자	일본	1	0.46
13	아따맘마 8기	일본	8	0.44
14	짱구는 못말려 11	일본	31	0.44
15	포켓 몬스터 베스트위시 PART2	일본	1	0.41
16	아따맘마 7기	일본	8	0.41
17	아따맘마 극장판	일본	2	0.41
18	극장판 짱구는 못말려 초시공 태풍을 부르는 나의 신부<재>	일본	1	0.41
19	안녕자두야	한국	12	0.39
20	아따맘마 5기	일본	12	0.39
21	짱구는 못말려 폭풍을 부르는 석양의 떡잎마을 방법대<재>	일본	1	0.39
22	짱구는 못말려 폭발온천 부글부글 대작전<재>	일본	1	0.37
23	짱구는 못말려 액션가면 그레그라마왕<재>	일본	1	0.37
24	짱구는 못말려 7	일본	6	0.36
25	쿠스코 쿠스코	미국	4	0.36
26	명탐정 코난 극장판 시한장치의 마천루	일본	2	0.36
27	매일엄마	일본	4	0.35
28	극장판 도라에몽 친구와 철인군단 날아라 천사들<재>	일본	2	0.34
29	슈퍼히어로	한국	10	0.34
30	짱구는 못말려 6	일본	8	0.32

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

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



어린이/애니메이션 전문채널별 프로그램 시청률 순위를 살펴보면 <투니버스>와 <니켈로디언>은 각각 9월과 동일한 애니메이션 '명탐정 코난 극장판 11번째 스트라이커'와 '네모바지 스폰지밥'이 1위를 차지했다. <대교어린이TV>, <재능TV>에서도 국산 제작 애니메이션 '변신자동차 또봇'시리즈가 전월에 이어 강세를 지속한 것으로 나타났다. <챔프>에서는 '짱구는 못말려 태풍을 부르는 영광의 불고기 로드'가, <카툰네트워크>에서는 '키테레츠 대백과'가 1위에 올랐다. '명탐정 코난', '짱구는 못말려' 같은 인기 애니메이션을 보유한 <투니버스>와 <챔프>는 다른 전문채널의 애니메이션에 비해 시청률이 높은 편이다.

▶ 어린이/애니메이션 전문채널별 프로그램 시청률 순위 (10월)

투니버스			카툰네트워크		
1	명탐정 코난 극장판 11번째 스트라이커	0.95	1	키테레츠 대백과	0.24
2	안녕자두야2 미리보기	0.79	2	말짱광돌이	0.24
3	안녕자두야2	0.72	3	벤10 디스트로이 에일리언	0.24
4	짱구는 못말려 12	0.56	4	핀과 제이크의 어드벤처 타임	0.21
5	명탐정 코난 스페셜	0.51	5	벤10	0.20
6	명탐정 코난 극장판 칠혹의 추적자	0.49	6	토리코	0.19
7	명탐정 코난 극장판 침묵의 15분	0.48	7	쌍둥이 맑음	0.18
8	네모바지 스폰지밥	0.47	8	벤10 에일리언 포스	0.16
9	짱구는 못말려 10	0.47	9	닌자고	0.15
10	아따맘마 극장판 엄마는 초능력자	0.46	10	카드캡터 체리	0.15
니켈로디언			챔프		
1	네모바지 스폰지밥	0.16	1	짱구는 못말려 태풍을 부르는 영광의 불고기 로드<재>	0.73
2	TV 동물농장	0.14	2	하울의 움직이는 성<재>	0.56
3	마다가스카의 펭귄	0.13	3	극장판 짱구는 못말려 태풍을 부르는 황금 스파이 대작전<재>	0.52
4	아바타 아양의 전설	0.12	4	극장판 짱구는 못말려 초시공 태풍을 부르는 나의 신부<재>	0.41
5	코라의 전설	0.12	5	짱구는 못말려 폭풍을 부르는 석양의 떡잎마을 방범대<재>	0.39
6	쿵푸팬더 전설의 마스터	0.12	6	짱구는 못말려 폭발온천 부글부글 대작전<재>	0.37
7	닌자고	0.10	7	짱구는 못말려 액션가면 그래그래마왕<재>	0.37
8	아기공룡 둘리	0.09	8	극장판 도라에몽 친구와 철인군단 날아라 천사들<재>	0.34
9	웍스 클럽	0.08	9	짱구는 못말려 엄청난 태풍을 부르는 금창의 용사<재>	0.31
10	아이칼리	0.07	10	고양이의 보은<재>	0.31
대교어린이TV			재능TV		
1	변신자동차 또봇 트라이탄 슈퍼콤보	0.22	1	변신자동차 또봇 최강합체 트라이탄	0.24
2	라바	0.12	2	으랏차차 짘돌이네	0.18
3	닌자고	0.11	3	변신자동차 또봇 트라이탄 슈퍼콤보	0.16
4	변신자동차 또봇 진화의 시작	0.11	4	변신자동차 또봇 엄마의 자장가	0.15
5	변신자동차 또봇 또 하나의 또봇	0.11	5	닌자고	0.15
6	포켓몬스터 DP	0.10	6	썬더일레븐 4기	0.15
7	변신자동차 또봇 최강합체 트라이탄	0.10	7	마르코 엄마 찾아 3만리	0.14
8	변신자동차 또봇 엄마의 자장가	0.08	8	바쿠간BG	0.14
9	포켓몬스터 DP 극장판	0.07	9	똥타 렉키맨	0.14
10	변신자동차 또봇 합체 또봇 타이탄	0.06	10	으랏차차 짘돌이네 2기	0.13

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치



어린이/애니메이션 전문채널의 평균 가구시청률에서는 <투니버스>의 독주가 계속됐다. 10월에는 9월보다 소폭 (0.01%p) 상승한 0.24%를 기록해 여름방학이 끝남과 동시에 하락했었던 시청률이 안정세를 찾은 모습이다. <투니버스>는 시청률뿐만 아니라 도달률과 시청시간에서도 압도적으로 큰 차이를 유지했다. 2위에 오른 <카툰네트워크>는 변동 없이 0.10%의 시청률을 기록했고, <챔프>도 0.09%로 3위를 지켰다. <챔프>의 10위권 애니메이션의 시청률이 <카툰네트워크>보다 높은데도 평균 가구시청률은 오히려 뒤지는 점이 흥미롭다. <KBS N>이 운영 중인 어린이 전문 채널 <KBS Kids>가 10위에 진입하고, 애니메이션 전문채널 <애니플러스>가 두 단계 상승하는 등 10위권 밖에서 순위 변동이 있었으나 시청률과 점유율, 시청시간이 미미해 의미 있는 수준은 아니다.

▶ 어린이/애니메이션 전문채널 평균 가구시청률 (10월)

순위	채널명	시청률	점유율	도달율	시청시간
1	Tooniverse	0.24%	0.74%	8.39%	0:03:30
2	카툰네트워크	0.10%	0.30%	3.79%	0:01:25
3	Champ	0.09%	0.26%	4.56%	0:01:14
4	JE재능TV	0.07%	0.22%	4.36%	0:01:02
5	Nickelodeon	0.06%	0.19%	2.45%	0:00:55
6	Animax	0.05%	0.16%	3.49%	0:00:46
7	어린이TV	0.05%	0.14%	2.44%	0:00:39
8	디즈니채널	0.02%	0.07%	1.22%	0:00:19
9	Anibox	0.02%	0.07%	1.52%	0:00:19
10	KBS Kids	0.01%	0.05%	1.10%	0:00:13
11	애니플러스	0.01%	0.04%	0.90%	0:00:12
12	육아방송	0.01%	0.04%	1.10%	0:00:11
13	디즈니주니어	0.01%	0.04%	0.50%	0:00:11
14	애니원	0.01%	0.04%	0.75%	0:00:10
15	에듀키즈TV	0.00%	0.01%	0.20%	0:00:02
16	키즈원	0.00%	0.00%	0.09%	0:00:01
17	Kids Talk Talk Plus	0.00%	0.00%	0.04%	0:00:00
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



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니
메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식
정보

애니메이션 채널의 시간대별 평균 시청률을 살펴보면 20대를 제외한 모든 연령대에서 17~20시에 시청률이 가장 높게 나타났다. 가구 기준으로 전월대비 6~9시까지 오전 시간의 시청률은 소폭 감소한데 반해(평균 0.06%p), 17~22시까지의 오후 시간 시청률은 두 배에 가까운 평균 0.12%p 가량 증가하는 모습을 보였다. 특히 계절적 요인의 영향을 많이 받는 4~9세의 경우 오전 7시 시청률은 -0.39%p 하락했으나, 오후 17시의 시청률은 0.47%p나 상승한 것으로 나타났다.

어린이/애니메이션 전문채널의 주요 소비자층인 4~9세의 평균 시청률은 1.66%였다. 10대가 그 뒤를 이었으나 시청률 0.46%로 4~9세의 1/3 정도에 불과했고 최고 시청률도 1.10%(19시)로 4.67%(18시)를 기록한 4~9세의 1/4 수준에 머물렀다. 20대 이상의 연령대에서는 어떤 시간대에서도 시청률이 1%를 넘지 못했다.

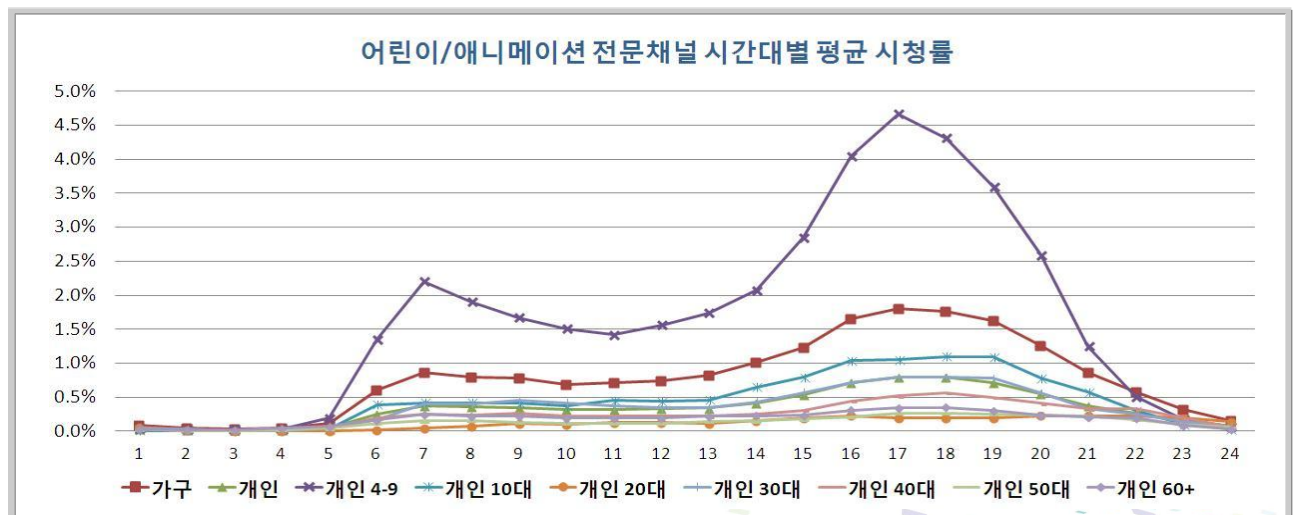
▶ 어린이/애니메이션 전문채널 시간대별 평균 시청률 (10월)

(단위: %)

시간	가구	개인	개인 4-9	개인 10대	개인 20대	개인 30대	개인 40대	개인 50대	개인 60+
2	0.09	0.04	0.04	0.01	0.06	0.05	0.03	0.03	0.03
3	0.04	0.02	0.02	0.01	0.02	0.03	0.01	0.01	0.02
4	0.03	0.01	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02
5	0.05	0.02	0.03	0.01	0.00	0.01	0.02	0.02	0.04
6	0.12	0.04	0.19	0.03	0.00	0.04	0.04	0.04	0.07
7	0.61	0.25	1.35	0.39	0.02	0.17	0.19	0.12	0.17
8	0.86	0.38	2.20	0.42	0.05	0.40	0.25	0.15	0.25
9	0.79	0.36	1.90	0.42	0.08	0.40	0.24	0.16	0.22
10	0.78	0.35	1.67	0.41	0.11	0.45	0.26	0.13	0.22
11	0.69	0.32	1.51	0.37	0.10	0.42	0.22	0.12	0.19
12	0.71	0.32	1.42	0.45	0.13	0.37	0.23	0.12	0.20
13	0.74	0.33	1.56	0.44	0.13	0.34	0.23	0.12	0.20
14	0.82	0.34	1.74	0.46	0.12	0.34	0.22	0.14	0.22
15	1.01	0.42	2.07	0.65	0.15	0.43	0.25	0.15	0.23
16	1.23	0.54	2.85	0.79	0.20	0.57	0.31	0.18	0.24
17	1.65	0.71	4.05	1.04	0.23	0.71	0.44	0.21	0.31
18	1.81	0.79	4.67	1.05	0.20	0.79	0.52	0.27	0.34
19	1.76	0.79	4.31	1.10	0.20	0.79	0.57	0.27	0.35
20	1.62	0.71	3.60	1.09	0.19	0.78	0.50	0.25	0.30
21	1.26	0.55	2.59	0.78	0.23	0.56	0.41	0.24	0.24
22	0.86	0.37	1.25	0.58	0.23	0.33	0.33	0.22	0.21
23	0.58	0.26	0.51	0.30	0.23	0.25	0.33	0.17	0.19
24	0.32	0.14	0.17	0.10	0.19	0.14	0.19	0.10	0.09
25	0.16	0.07	0.07	0.03	0.14	0.07	0.06	0.06	0.03

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

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치





2012년 1월부터 11월 초까지 총 39편의 극장판 애니메이션이 개봉했다. 올 초에 개봉한 ‘장화신은 고양이’가 205만명을 동원하며 포문을 열었으나 10월까지 개봉 애니메이션의 평균 동원 관객수는 31만명 수준에 그쳤다. 그나마 ‘아이스 에이지4: 대륙 이동설’, ‘마다가스카3’, ‘재미의 어드벤처 2’ 등 인기 시리즈의 후속작이 100만명 이상의 좋은 성적을 거두었다. 일본 애니메이션으로는 ‘명탐정 코난: 11번째 스트라이커’가 52만명을, 국산 애니메이션으로는 ‘점박이 : 한반도의 공룡 3D’가 103만명을 동원했다. 이 중 ‘점박이 : 한반도의 공룡 3D’는 제12회 만화의 날을 맞아 11월 1일 CGV에서 4DX로 재개봉해 관객들을 찾아갔다.

39편의 애니메이션 중 2D는 21편, 3D는 18편으로 전통적인 방식의 2D 애니메이션이 여전히 다수를 차지하고 있으나 격차는 미미한 수준이다. 국내 개봉한 2D 애니메이션의 대다수가 일본에서 제작된 반면 3D 애니메이션은 미국을 비롯해 호주, 캐나다, 스페인 등 다양한 국가에서 제작되었다.

11월 개봉을 앞두고 있는 애니메이션은 총 아홉 편으로 다른 때와 비교하면 많은 편이나, 두 자릿수 이상의 극장에서 개봉하는 작품은 3편뿐이다. 그 중 1일 개봉한 ‘반딧불 언덕에서’는 일본에서 40만부 이상 판매된 베스트셀러를 원작으로 한 작품으로 옛 시절의 아날로그 감성을 아름다운 작화에 담아 16회 부친 판타스틱 영화제에서 매진을 기록한 바 있다. ‘밀림의 왕자 레오 2’는 70, 80년대 국내 TV에서 방영되어 잘 알려진 밀림의 왕자 레오의 신작이다. 테즈카 오사무의 원작 만화와 애니메이션은 디즈니 ‘라이온 킹’에 영감을 준 것으로도 유명하다. 일본 애니메이션 두 편이 추억과 향수를 불러일으킨다면, 3D 애니메이션 ‘가디언즈’는 악몽의 신에 맞서 세상을 구하는 내용을 담은 판타지 영화이다. ‘가디언즈’의 더빙에는 이제훈, 류승룡, 이종혁, 유해진 등 유명 배우들이 참여해 개봉 전부터 화제를 모으고 있다.

➤ 2012년 애니메이션 극장 개봉 현황 (11월 01일 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 랫빗	2월 22일	224	565	82	3D	전체관람가	중국
11	볼츠와 블립: 달나라 리그의 전투	2월 23일	60	150	14	3D	전체관람가	한국, 캐나다
12	나루토 질풍전 극장판: 블러드 프리즌	2월 23일	43	45	7	2D	전체관람가	일본
13	닌자보이 란타로 극장판: 시골벽적 방학숙제 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	은실이	3월 08일	1	1	0.1	2D	청소년관람불가	한국

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

16	스페이스 독	3월 22일	148	282	42	3D	전체관람가	러시아
17	짱구는 못말려 극장판: 태풍을 부르는 황금스파이 대작전	4월 26일	277	1,802	271	2D	전체관람가	일본
18	파리의 도둑 고양이	4월 26일	4	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 서커스대!	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 가족의 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	3D	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	1	0.2	0.04	2D	전체관람가	일본
38	프랑켄위니	10월 11일	226	365	44	3D	12세관람가	미국
39	반딧불 언덕에서	11월 01일	11	1	0.2	2D	전체관람가	일본
40	밀림의 왕자 레오2	11월 08일	159	-	-	2D	전체관람가	일본
41	리틀 제이콥	11월 08일	9	-	-	3D	전체관람가	한국
42	방과 후 미드나이터즈	11월 08일	4	-	-	2D	12세관람가	일본
43	극장판 전국 바사라	11월 15일	2	-	-	2D	15세관람가	일본
44	가디언즈	11월 29일	-	-	-	3D	전체관람가	미국
45	메모리즈	11월 29일	1	-	-	2D	15세관람가	일본
46	밤의 이야기	11월 29일	1	-	-	2D	전체관람가	프랑스
47	악동 프레디 길들이기	11월 29일	-	-	-	3D	전체관람가	덴마크

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망, 11월 01일 기준



2012년 10월 애니메이션 DVD / 블루레이 판매 순위를 살펴보면 <YES24>에서는 국내에도 많은 고정팬을 보유한 스튜디오 지브리의 2011년 작 '코쿠리코 언덕에서'가 1위에 올랐고, <알라딘>에서는 '디즈니 고전명작 10종 세트 Vol.1 뉴패키지'가 1위를 차지했다. <인터파크>에서는 '디즈니 베스트 애니메이션 12종'이 여전히 많은 사랑을 받았고, <핫트랙스> 블루레이 부문은 '메리다와 마법의 숲'이, DVD 부문은 '토이 스토리 3'가 1위에 올라 픽사가 강세를 보였다. 9월 말에 개봉한 '메리다와 마법의 숲'의 블루레이와 DVD가 11월에 발매될 정도로 DVD/블루레이의 발매 주기가 빨라졌는데 이는 VOD 서비스의 대중화로 인한 수요 감소와 불법복제로 인한 2차 판권 손실을 최소화하기 위함으로 파악된다.

▶▶ 애니메이션 DVD / 블루레이 판매 TOP 10 (10월)

순위	YES24			알라딘		
	제목	발매일	판매가	제목	발매일	판매가
1	코쿠리코 언덕에서	2012-08-30	27,500	디즈니 고전명작 10종 세트 Vol.1 뉴패키지	2004-12-01	7,500
2	아이스 에이지3 : 공룡시대	2009-12-29	9,900	안데르센 명작동화 애니메이션 세트	2008-03-07	19,800
3	신세기 에반게리온 리뉴얼 일반판 BoxSet	2007-12-28	39,800	철인 28호 박스세트 (6disc)	2012-07-27	9,800
4	라퐁젤	2011-04-19	20,400	메리다와 마법의 숲	2012-11-21	27,500
5	드래곤 길들이기	2010-11-18	13,200	프린스 앤 프린세스	2003-07-30	2,900
6	3개국어(영,일,한) 고전 명작 애니메이션 DVD	2012-04-23	9,900	로봇	2007-08-20	8,800
7	콩푸팬더	2008-12-02	9,900	아이스 에이지 4: 대륙 이동설	2012-11-06	20,400
8	마당을 나온 암탉	2012-11-16	20,400	마다가스카 2	2010-12-16	8,800
9	피아노의 숲	2009-01-20	9,900	[3D 블루레이] 메리다와 마법의 숲	2012-11-21	31,900
10	별을 쫓는 아이: 아가르타의 전설 : DVD	2012-03-16	16,500	코쿠리코 언덕에서	2012-08-30	27,500
순위	인터파크			핫트랙스		
	제목	발매일	판매가	블루레이	DVD	
1	디즈니베스트애니메이션12종	2011-09-27	12,000	메리다와 마법의 숲	토이 스토리3	
2	라퐁젤	2011-04-19	20,400	카툰: 메이타의놀라운이야기	라퐁젤	
3	로렉스 - DVD	2012-09-11	19,800	픽사 단편 VOL.2	아이스 에이지3:공룡시대	
4	토이 스토리3 - DVD	2010-10-19	14,800	토이 스토리 3	메리다와 마법의숲	
5	라이언 킹 DE - DVD	2011-10-05	22,000	크리스마스의 악몽	코쿠리코 언덕에서	
6	엘빈과슈퍼밴드3-DVD	2012-05-23	20,400	신데렐라: 다이아몬드에디션	토이 스토리 S.E	
7	코렐라인:비밀의문-DVD	2011-12-15	9,900	폴라 익스프레스:2D+3D	센과 치히로의 행방불명	
8	아이스 에이지3 : 공룡시대	2009-12-29	9,900	장화신은 고양이:2D+3D콤보팩	업+라따뚜이	
9	메리다와 마법의 숲	2012-11-21	27,500	공주와 개구리	가디언의 전설	
10	프린즈: 몬스터 섬의 비밀	2012-08-23	20,400	월 E	몬스터 주식회사+부가영상	

* 출처: YES24, 인터파크, 핫트랙스: 10월 기준 / 알라딘: 10월 5주 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



애니메이션 VOD 다운로드 차트에서는 '모모와 다락방의 수상한 요괴들'이 강세를 이어가고 있다. <네이버 영화>와 <T스토어>에서 1위를 차지했고 <다음 영화>와 <네이트 호핀>에서는 각각 3위와 5위를 기록했다. 누적 조회수로 순위가 매겨지는 <T스토어>에서 단기간에 1위를 차지한데는 10월 무료 이벤트가 주효했던 것으로 판단된다. '빌리와 용감한 녀석들 3D'는 2주 연속 <다음 영화> 1위에 올랐고, 동명의 인기 게임을 3D 애니메이션으로 제작한 '레지던트이블: 뎀네이션'은 <네이트 호핀>에서 1위를 차지했다. 상대적으로 대형 신작 애니메이션의 숫자가 적고 저렴한 가격대를 선호하는 시장 특성상 애니메이션 VOD 차트는 변동폭이 크지 않은 모습이다.

▶ 애니메이션 VOD 다운로드 TOP 10 (10월)

순위	네이버 영화			다음 영화		
	제목	상영시간	가격(원)	제목	상영시간	가격(원)
1	모모와 다락방의 수상한 요괴들(자막판)	120분	2,000	빌리와 용감한 녀석들 3D	93분	3,500
2	모모와 다락방의 수상한 요괴들(더빙판)	120분	2,000	마당을 나온 암탉	93분	2,000
3	마당을 나온 암탉(더빙판)	93분	2,000	모모와 다락방의 수상한 요괴들	120분	2,000
4	빌리와 용감한 녀석들 3D	93분	3,500	재스퍼	86분	1,000
5	라퐁젤(더빙판)	100분	5,500	고 녀석 만나겠다	89분	1,000
6	장화신은 고양이 디오리지널(더빙판)	82분	2,000	파닥파닥	78분	3,500
7	컬러풀	126분	2,000	천년여우 여우비	85분	1,000
8	메리다와 마법의 숲(더빙판)	102분	10,000	가필드 펫포스 3D	84분	2,000
9	토르 : 마법망치의 전설(더빙판)	83분	2,000	토르 : 마법망치의 전설	83분	2,000
10	볼츠와 블립(더빙판)	77분	2,000	꿀벌 하치의 대모험	95분	3,500

순위	네이트 호핀			T스토어		
	제목	상영시간	가격(원)	제목	다운로드	가격(원)
1	레지던트이블: 뎀네이션	100분	1,800	모모와 다락방의 수상한 요괴들(자막판)	203,143	0
2	스타쉽 트루퍼스: 인베이전	89분	1,800	내친구호비	153,933	0
3	마다가스카 3	94분	3,500	고 녀석 만나겠다	85,667	1,500
4	천년여우	87분	1,000	강철의 연금술사 : 미로스의 성스러운 별	71,897	2,000
5	모모와 다락방의 수상한 요괴들(자막판)	120분	3,500	토르 : 마법망치의 전설	58,637	3,500
6	메리다와 마법의 숲(더빙)	102분	10,000	천년여우 여우비	46,295	1,000
7	크리스마스 캐롤	96분	1,000	돼지의 왕	45,080	3,500
8	토이스토리 3(더빙)	102분	5,500	마당을 나온 암탉	42,383	2,000
9	카 2(더빙)	113분	5,500	쿵푸 팬더 2	11,961	5,500
10	업 (더빙)	96분	5,500	청의 엑소시스트	11,991	500

* 출처: 네이버 N스토어, 다음 영화, 네이트 호핀, T스토어 (2012. 10. 31. 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



08

캐릭터

10월 G마켓 캐릭터 상품 TOP 10을 살펴보면 작동완구와 캐릭터완구, 승용완구 부문 1위가 9월과 동일한 것으로 나타났다. 작동완구와 캐릭터완구는 아동 프로그램의 영향을 많이 받아 TV 프로그램 관련 완구가 순위를 대거 차지했다. 교육용이나 활동적인 완구가 많이 판매되는 신생아/영아완구 부문에서는 '피셔프라이스 러닝홈'이 1위를 차지했고, 캐릭터/패션인형에서는 '뽀로로 봉제인형'이, 스포츠완구에서는 '접이식 스마일 트램폴린'이 1위에 올랐다. 11월 15일~18일에는 어린이와 영유아를 위한 국내 유일의 장난감 박람회 2012 서울도이&게임쇼가 개최될 예정이다. 이번 행사에서는 각종 교육용 완구와 '뽀봇', '로보카폴리' 등 최근 유행하는 캐릭터 완구들이 대거 선보인다.

▶ G마켓 캐릭터 상품 TOP 10 (10월)

순위	작동완구		캐릭터완구	
1	변신자동차 에볼루션 뽀봇X	영실업	로보카폴리 변신로봇 4종	아카데미과학
2	그레이트 뽀봇X	영실업	빙글빙글 타요 주차장놀이세트	아이코닉스
3	파워레인저 캡틴포스	반다이	뽀로로 봉제인형	미미월드
4	파워레인저 캡틴포스 머신시리즈05 DX마하팔콘	반다이	파워레인저 캡틴포스 모바일렛폰/캡틴건	반다이
5	타오 도로놀이	미미월드	DX 캡틴킹 수호신 매직캡틴킹 갤럭시온버스터 캡틴포스	반다이
6	똑똑한 꼬마버스타요	아이스쿨	꼬마버스타요 미니카	영진
7	노래하는 꼬북이	미미월드	프린세스 미미의 집	마마
8	로보카폴리 만들기 4종	아카데미	뽀로로 아기청소기	-
9	뽀로로 자동차미노	아이스쿨	꼬마버스타요 다이캐스팅	미미월드
10	꼬마버스타요 중앙 차고지 놀이	미미월드	로보카폴리 클리닉의 재활용센터	아카데미
순위	승용완구		신생아/영아완구	
1	꼬마자동차 봉봉카	햇살도이	한글 영어검용 피셔프라이스 러닝홈	피셔프라이스
2	뒤뚱뒤뚱플레이	아하도이	발차기 아기체육관	진영토이
3	리락쿠마 4in1 스프링카	고나토이즈	캡틴/매직볼	아가프라
4	3in1 스프링카 5종	금보토이	다기능 아기체육관	아이스쿨
5	AK500 C600 조코자전거 바람막이레인커버	조코	뉴 러닝테이블	WinFat
6	파워레인저/뽀로로/로보카폴리 쌍쌍카	아야토이즈	타이니러브 모빌	타이니러브
7	키즈쿠페/경찰지붕차/농구지붕차	삼우토이즈	해마인형	피셔프라이스
8	조립할 필요 없는 튼튼한 봉봉카	아하도이	2012년 소피더지라프 치발기	-
9	HENES M7 프리미엄 전동차	HENES	아기 체육관	오션
10	모자쓴 봉봉카	쿠쿠토이즈	러닝테이블	립프로그
순위	캐릭터/패션인형		스포츠완구	
1	뽀로로 봉제인형	미미월드	60인치(153cm) 접이식 스마일 트램폴린	발레노
2	리틀미미 가방집	미미월드	편치샌드백	베스트웨이
3	프린세스 베이비돌	디즈니	PINKY POOKY 트램폴린	발레노
4	쥬쥬/바비/미미/드레스 인형옷	-	타요팡팡백 파워편치백 골드	디코랜드
5	실바니안패밀리 인형 100종 특별모음전	실바니안패밀리	미니탁구대	이레스포츠
6	브라우니 인형	드림토이	폴리농구대	드림토이
7	뷰티걸 바비인형	제이피컴퍼니	55인치(140cm)~(170cm)대형 안전 덤블링	발레노
8	프린세스 미미의집	미미월드	점핑볼+발펄프	태웅무역
9	퐁이 인형/ 퐁이 미니룸	탑프로모션	매직자동 골프세트+미니탁구세트	진영토이
10	체리 유리구두와 공주양산	원앤원	국가대표 양궁세트 석궁세트	바니랜드

* 출처: G마켓 (www.gmarket.co.kr) / 완구신문

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

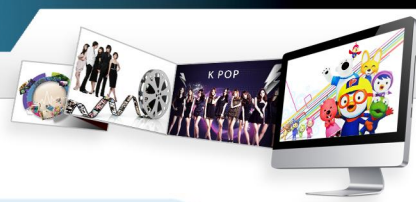


〈토이저러스〉에서 발표한 10월 캐릭터 상품 부문별 1위는 남아완구 ‘캡틴 DX 캡틴킹’을 제외하고 전부 바뀌었다. 특히 남아완구는 ‘또봇’과 ‘캡틴킹’ 관련 완구가 순위를 점령한 것으로 나타났다. 유아완구에서는 아이코닉스가 제작한 ‘빙글빙글 타요 주차장 놀이세트’가 1위를 차지했고 여아완구에서는 ‘개콘 정여사 브라우니(대)’가 프로그램의 인기에 힘입어 1위에 올랐다. 교육완구 부문은 ‘레고’시리즈의 강세가 지속됐고, 야외완구로는 ‘컴포 트라이크’가 1위를 기록했다. ‘아카데미 한밤의 유명사냥 2인용’은 8월 이후 다시 한 번 1위를 차지했다.

▶ 토이저러스 캐릭터 상품 TOP 10 (10월)

순위	유아완구	여아완구
1	아이코닉스 빙글빙글 타요 주차장 놀이세트	개콘 정여사 브라우니(대)
2	보로로 플레이 하우스	엔젤이 수다쟁이 비약이집
3	타요_도로놀이	비키 스마트디카
4	그라코) 인편트 카시트(가브리엘)	미미_터치엔젤폰
5	말하는 중앙 차고지 놀이	장난꾸러기 메롱~밀크
6	피셔 러닝홈(한글)	스마트) 키친세트 레드라벨
7	부드러운 허브물티슈 70매 6입	미미_나랑 함께 걷는 공주 말티
8	보로로) 멜로디 스마트폰	장난꾸러기 메롱~초코
9	리틀 액티비티가든	2757) 붙들어오는 이층집 4종 세트
10	로보카폴리) 소프트토이(4p)	미미디카
순위	남아완구	교육완구
1	캡틴 DX 캡틴킹	레고) 9450 에픽 드래곤 배틀
2	캡틴 모바일렛 폰	레고) 9449 울트라 소닉 전차
3	캡틴 DX 수호신	레고) 3185 승마 캠프
4	영실업 또봇트라이탄	레고) 9468 뱀파이어 캐슬
5	영실업 에블루션또봇Y	올리비아의 집(3315)
6	영실업 3단합체또봇전자트라이탄	IM) 시티 센트럴 기차테이블
7	영실업 또봇Z	레고) 9448 사무라이X의 역습
8	또봇Y	레고) 3184 올리비아의 캠핑카
9	캡틴) 실버폰	레고) 9446 마스터우의 드래곤전함
10	또봇X	시티 파크 카페(3061)
순위	야외완구	보드게임
1	컴포 트라이크	아카데미 한밤의 유명사냥 2인용
2	2012년형 뉴스포츠 쿠페2	앵그리버드 메가 플링
3	리틀타익스) 30주년 코지쿠페	부루마블 게임
4	스코츠레이서	팀블링 똥키(한글판)
5	스마트트라이크) 쥬 레이디	앵그리버드 우주전쟁
6	스마트트라이크) 쥬 카우 화이트	할리갈리 디럭스
7	[STEP2] 돼지정리함	할리갈리
8	보로로 멜로디하우스 텐트	부루마블 클래식
9	뉴 보로로 멜로디 안전그네	아이스크림 쌓기게임-더블콘
10	스마트트라이크) 쥬 프로그	케이크파티 밸런스게임

* 출처: 토이저러스 (www.toysrus.co.kr) / 완구신문



09

방송

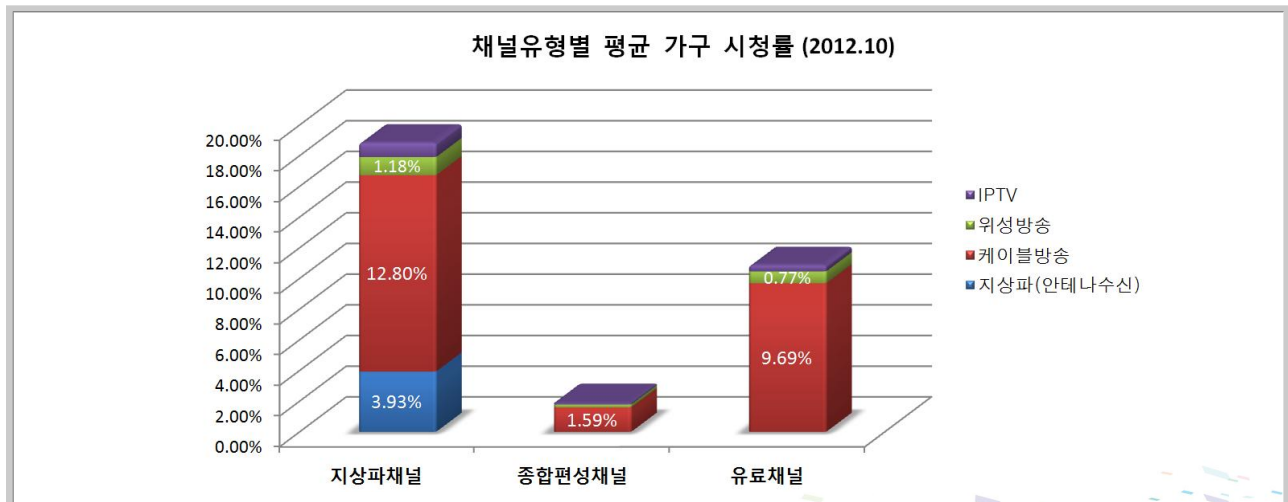
2012년 10월 채널유형별 평균 가구시청률은 9월 대비 0.01%p 감소한 33.04%를 기록했다. 채널유형별로는 지상파채널이 18.84%(점유율 57.03%), 종합편성채널 1.88%(점유율 5.68%), 유료채널(110개)이 10.88%(점유율 32.94%)를 기록했다. 9월 시청률과 비교하면 지상파채널의 시청률이 0.3%p 증가했고, 유료채널(110개)의 시청률은 0.45%p 감소했다. 종합편성채널 시청률은 0.05%p 증가하며 큰 변화가 없었다.

시청 플랫폼별 집계에 의하면 지상파채널의 경우 케이블방송을 통한 시청률이 12.8%로 가장 높았고, 지상파(안테나 수신)를 통한 시청비율이 3.93%, 위성방송(1.18%)과 IPTV(0.94%)가 그 뒤를 이었다. 종합편성채널 및 유료채널의 시청 플랫폼은 케이블방송을 이용한 시청비율이 1.59%와 9.69%로 비교적 높았고, 위성방송과 IPTV를 통한 시청은 케이블방송의 10%에 못 미치는 것으로 나타났다.

▶ 채널유형별 평균 가구시청률 (10월)

구분	플랫폼	10월 시청률	증감률 (9월 대비)	점유율	도달률	평균시청시간
지상파채널 (5개)	지상파(안테나수신)	3.93%	0.03	-	15.78%	0:56:32
	케이블방송	12.80%	0.21	-	66.55%	3:04:15
	위성방송	1.18%	0.03	-	6.57%	0:17:02
	IPTV	0.94%	0.05	-	5.72%	0:13:31
	합계	18.84%	0.30	57.03%	91.16%	4:31:20
종합편성채널 (4개)	케이블방송	1.59%	0.04	-	37.54%	0:22:52
	위성방송	0.19%	0.01	-	3.77%	0:02:41
	IPTV	0.10%	-	-	2.80%	0:01:28
	합계	1.88%	0.05	5.68%	43.78%	0:27:00
유료채널 (110개)	케이블방송	9.69%	-0.43	-	63.53%	2:19:31
	위성방송	0.77%	-0.04	-	6.18%	0:11:08
	IPTV	0.41%	0.02	-	5.33%	0:05:56
	합계	10.88%	-0.45	32.94%	74.17%	2:36:44
전체 시청률*	총계	33.04%	-0.01	100.00%	94.43%	7:55:49

* 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 지식정보



10월 플랫폼별 시청채널 점유율에서는 지상파(안테나수신) 플랫폼의 경우 지상파채널 시청률이 88.37%, 기타 활동이 11.63%로 측정되었다. 케이블방송 수신 가정에서는 지상파채널(52.34%)을 보는 시간이 유료채널(39.63%) 및 종합편성채널(6.49%)을 보는 시간보다 높게 나타났다. 위성방송 플랫폼 역시 지상파채널 시청시간의 비중(53.17%)이 유료채널 및 종합편성채널보다 앞섰고, 이같은 경향은 IPTV 또한 마찬가지였지만 즐겨보는 채널의 이용비중은 플랫폼별로 조금씩 다르게 나타났다. 특히 IPTV는 기타활동의 비중이 24.66%를 기록하여 다른 플랫폼에 비해 훨씬 높게 나타났는데, 이는 IPTV의 특성상 실시간채널 시청이 아닌 프로그램별 주문형 비디오의 이용시간이 꽤 높기 때문으로 추정된다.

▶▶ 플랫폼별 시청채널 점유율 (7~10월)

플랫폼	시청채널 유형	7월 점유율	8월 점유율	9월 점유율	10월 점유율
지상파(안테나수신)	지상파채널 (5개)	87.72%	87.80%	88.43%	88.37%
	기타	12.28%	12.20%	11.57%	11.63%
	합계	100%	100%	100%	100%
케이블방송	지상파채널 (5개)	51.25%	53.95%	51.34%	52.34%
	종합편성채널 (4개)	5.69%	5.77%	6.31%	6.49%
	유료채널 (110개)	41.34%	39.26%	41.28%	39.63%
	소계	98.28%	98.98%	98.93%	98.46%
	기타	1.72%	1.02%	1.07%	1.54%
합계	100%	100%	100%	100%	
위성방송	지상파채널 (5개)	51.41%	56.27%	51.65%	53.17%
	종합편성채널 (4개)	7.12%	6.61%	8.16%	8.38%
	유료채널 (110개)	37.50%	33.75%	36.41%	34.73%
	소계	96.03%	96.63%	96.22%	96.28%
	기타	3.97%	3.37%	3.78%	3.72%
합계	100%	100%	100%	100%	
IPTV	지상파채널 (5개)	47.32%	49.36%	47.34%	48.69%
	종합편성채널 (4개)	5.01%	4.97%	5.36%	5.26%
	유료채널 (110개)	18.70%	18.16%	20.48%	21.39%
	소계	71.03%	72.49%	73.18%	75.34%
	기타	28.97%	27.51%	26.82%	24.66%
합계	100%	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 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

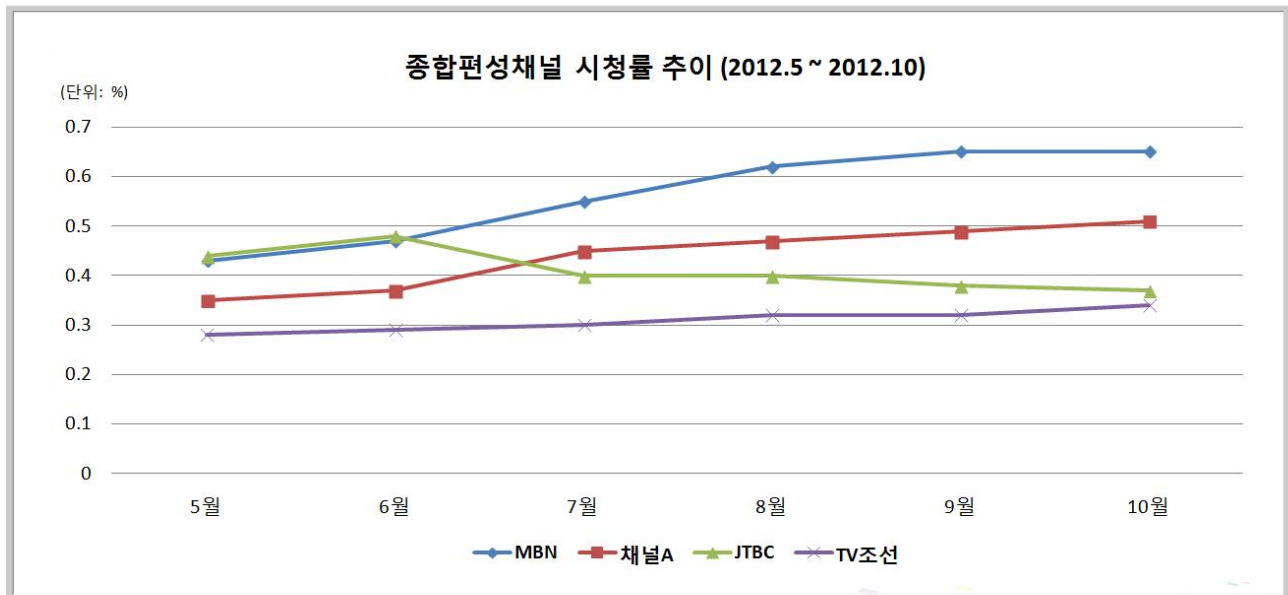


10월 채널별 시청률은 'KBS1'이 5.58%로 가장 높은 것으로 나타났고, 이어서 'KBS2', 'SBS', 'MBC'의 순으로 집계되었다. 지상파방송의 시청률 수치는 전월과 큰 차이가 없었다. 종합편성채널(JTBC, MBN, 채널A, TV조선) 시청률은 9월과 대동소이했지만 'TV조선'의 시청률이 약간 상승하며 JTBC와의 격차를 좁혔다. 'MBN'은 종편채널 중 가장 높은 0.6%대의 시청률을 유지하고 있다. 'MBN'은 뉴스 뿐만 아니라 예능, 시사/교양 부문에서 고정시청자를 어느정도 확보한 것으로 보인다. 종편을 제외한 유료채널 중에서는 'MBC드라마넷', 'KBS드라마' 등 드라마전문채널이 강세를 보였다. SBS의 드라마와 인기 예능프로그램을 재방송하는 'SBS플러스'도 비교적 높은 시청률을 기록했다.

▶ 채널별 평균 가구시청률 TOP 30 (5~10월)

순위	채널	시청률 (%)						순위	채널	시청률 (%)					
		5월	6월	7월	8월	9월	10월			5월	6월	7월	8월	9월	10월
1	KBS1	5.14	5.10	5.54	6.39	5.43	5.58	16	OCN	0.34	0.33	0.32	0.32	0.33	0.31
2	KBS2	4.08	4.35	4.69	5.43	4.60	4.61	17	채널CGV	0.31	0.29	0.29	0.30	0.31	0.29
3	SBS	3.96	4.11	4.64	4.77	4.04	4.14	18	Dramax	0.33	0.25	0.25	0.24	0.24	0.26
4	MBC	3.36	3.26	3.45	4.02	3.65	3.67	19	Mnet	0.12	0.10	0.11	0.20	0.27	0.26
5	EBS	0.73	0.68	0.71	0.67	0.68	0.70	20	코미디TV	0.23	0.26	0.31	0.29	0.25	0.25
6	MBN	0.43	0.47	0.55	0.62	0.65	0.65	21	Tooniverse	0.25	0.24	0.29	0.32	0.23	0.24
7	MBC드라마넷	0.48	0.46	0.51	0.53	0.60	0.62	22	KBS JOY	0.20	0.20	0.24	0.23	0.21	0.22
8	YTN	0.59	0.56	0.65	0.70	0.68	0.59	23	MBC every1	0.20	0.20	0.25	0.28	0.22	0.21
9	KBS드라마	0.47	0.48	0.47	0.48	0.47	0.52	24	SUPER ACTION	0.26	0.24	0.23	0.24	0.23	0.21
10	채널A	0.35	0.37	0.45	0.47	0.49	0.51	25	E채널	0.22	0.22	0.23	0.22	0.21	0.20
11	SBS플러스	0.49	0.44	0.43	0.38	0.35	0.41	26	MBC SPORTS+	0.39	0.36	0.32	0.25	0.27	0.20
12	JTBC	0.44	0.48	0.40	0.40	0.38	0.37	27	SBS ESPN	0.30	0.32	0.29	0.24	0.27	0.18
13	tvN	0.39	0.45	0.47	0.53	0.43	0.37	28	SCREEN	0.21	0.21	0.21	0.21	0.20	0.18
14	newsY	0.28	0.27	0.30	0.34	0.35	0.35	29	CHING(채널ING)	0.18	0.16	0.16	0.15	0.16	0.17
15	TV조선	0.28	0.29	0.30	0.32	0.32	0.34	30	KBSN스포츠	0.34	0.45	0.30	0.24	0.22	0.17

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 13대 전국, 모든 플랫폼 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

전체 프로그램 가구시청률에서는 KBS 드라마의 강세가 이어졌다. ‘닝쿨당’의 후속작으로 9월 시청률 23.52%를 기록하며 좋은 스타트를 끊었던 주말연속극 ‘내 딸 서영이’는 29.95%의 높은 시청률로 1위에 올랐다. KBS1 일일연속극 ‘별도 달도 따줄게’는 9월(25.82%)보다 높은 시청률(28.03%)로 2위를 기록했고, KBS2 수목드라마 ‘세상 어디에도 없는 착한남자’는 8위에 올랐다. MBC와 SBS 드라마는 ‘메이퀸(18.04%)’과 ‘그래도 당신(16.32%)’이 각각 5위와 7위에 오르며 체면을 지켰다.

인기 프로그램을 장르별로 살펴보면, 20위권 내에서 <드라마>가 10편(50%)을 기록했고, <예능>과 <시사/교양>이 각각 4편(20%)으로 나타났다. <보도>는 2편(‘KBS 9시뉴스’, ‘KBS 뉴스7’)이 20위권에 들었다.

▶ 전체 프로그램 가구시청률 TOP 20 (10월)

순위	채널명	프로그램명	장르	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	드라마	8	29.95
2	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	드라마	23	28.03
3	KBS1	KBS 9시뉴스	보도	31	20.97
4	KBS2	개그콘서트	예능	4	20.71
5	MBC	주말특별기획드라마 (메이퀸)	드라마	8	18.04
6	SBS	일요일이 좋다	예능	4	16.65
7	SBS	일일드라마 (그래도 당신)	드라마	18	16.32
8	KBS2	수목드라마 (세상 어디에도 없는 착한남자)	드라마	9	15.99
9	KBS1	러브 인 아시아	시사/교양	5	15.82
10	MBC	무한도전	예능	4	14.56
11	KBS2	해피선데이	예능	4	14.43
12	SBS	순간포착 세상에 이런 일이	시사/교양	4	13.63
13	MBC	MBC 아침드라마 (천사의 선택)	드라마	10	13.60
14	KBS2	TV소설 (사랑아 사랑아)	드라마	23	13.43
15	MBC	수목미니시리즈 (아랑사또전)	드라마	6	12.50
16	KBS1	대하드라마 (대왕의 꿈)	드라마	8	12.46
17	KBS1	시청자칼럼 우리 사는 세상	시사/교양	19	12.25
18	MBC	일일연속극 (그대 없인 못살아)	드라마	18	11.99
19	KBS1	KBS 뉴스7	보도	21	11.98
20	KBS1	우리말겨루기	시사/교양	5	11.96

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 13대 전국, 모든 플랫폼 기준

▶ 전체 프로그램 시청률 TOP 20 장르별 현황

장르	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	10월 점유율
드라마	12	10	9	9	11	10	50%
시사/교양	3	2	3	4	4	4	20%
보도	2	1	2	1	1	2	10%
예능	3	7	4	5	4	4	20%
스포츠	-	-	1	-	-	-	0%
음악	-	-	1	1	-	-	0%

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 한국콘텐츠진흥원 재구성



10월 종합편성채널/유료채널 프로그램 중에서는 Mnet의 '슈퍼스타 K4'가 시청률 7.08%로 3개월 연속 압도적 1위에 올랐다. 8월 5.4%, 9월 6.1%에 이어 시즌 후반으로 갈수록 시청률이 높아졌다. MBN의 '고수의 비법 황금알'은 전월에 이어 2위에 올랐다. 8월 1.23%, 9월 2.02%이었던 시청률이 10월 2.68%로 지속 상승하고 있다. 채널A는 '이영돈 PD의 먹거리 X파일'(4위), '웰컴 투 시월드'(6위), '박종진의 쾌도난마'(8위), '이산가족감동프로젝트-이제 만나러 갑니다'(11위) 등의 고정 프로그램이 순위권 상단에 오르며 타방송사에 비해 비교적 자리를 잡아가고 있다. JTBC 역시 '닥터의 승부(7위)', '인생병법 신의 한수(9위)'가 꾸준한 사랑을 받고 있으며, 종편채널 중 유일하게 드라마를 순위권에 올렸다('무자식 상팔자', 13위)

시청률 상위 20개 프로그램의 장르별 구분에서는 예능 프로그램이 11편으로 절반 이상을 차지했다. JTBC의 추석 특집 예능 프로그램이 중복 집계되고, 슈퍼스타 K4가 3편 집계되는 등의 영향이 있긴 하지만 수개월 전에 비해 추세적으로 예능이 강세인 것은 분명하다.

▶▶ 종합편성채널/유료채널 프로그램 가구시청률 TOP 20 (10월)

순위	채널명	프로그램명	장르	방영횟수	시청률 (%)
1	Mnet	슈퍼스타 K4	예능	4	7.08
2	MBN	고수의 비법 황금알	예능	10	2.68
3	MBC SPORTS+	2012 프로야구 준플레이오프 <생>	스포츠	1	2.00
4	채널A	이영돈PD의 먹거리 X파일	시사/교양	8	1.92
5	MBN	다큐M (아프리카 원시문명 대탐험)	시사/교양	2	1.87
6	채널A	웰컴 투 시월드	예능	8	1.75
7	JTBC	추석특집 닥터의 승부	예능	2	1.69
8	채널A	박종진의 쾌도난마	시사/교양	46	1.67
9	JTBC	추석특집 인생병법 신의 한수	예능	2	1.66
10	KBSN스포츠	2012 프로야구 준플레이오프 <생>	스포츠	1	1.65
11	채널A	이산가족 감동프로젝트 이제 만나러 갑니다	예능	8	1.58
12	MBN	휴먼다큐 (사노라면)	시사/교양	10	1.56
13	JTBC	JTBC 특별기획드라마 (무자식 상팔자)	드라마	4	1.56
14	KM	슈퍼스타 K4	예능	4	1.56
15	채널A	한양스캔들	예능	2	1.50
16	MBN	현장르포 특종세상	시사/교양	8	1.49
17	MBN	나는 자연인이다	시사/교양	10	1.45
18	JTBC	인생병법 신의 한수	예능	8	1.45
19	JTBC	닥터의 승부	예능	6	1.38
20	Mnet	슈퍼스타K4 백스테이지	예능	2	1.38

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 13대 전국, 유료방송(케이블·IPTV·위성) 가입가구 기준

▶▶ 종합편성채널/유료채널 프로그램 TOP 20 장르별 현황

장르	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	10월 점유율
드라마	8	4	2	1	-	1	5%
시사/교양	3	3	3	9	6	6	30%
보도	4	3	5	4	6	0	0%
예능	2	4	4	6	7	11	55%
스포츠	3	6	4	-	-	2	10%
영화	-	-	2	-	1	-	

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



10월 장르별 프로그램 순위의 <드라마> 부문에서는 KBS2 주말연속극 '내 딸 서영이'와 KBS1 일일연속극 '별도 달도 따줄게'의 시청률이 압도적이다. <보도> 부문에서는 KBS가 5위권에 4개 뉴스를 포진시키며 강세를 보이고 있다. 'SBS 8 뉴스'에도 뒤지며 최근 시청률 부진을 겪던 MBC는 '뉴스데스크'의 시간대를 11월 5일부터 8시로 바꾸어 방송하고 있다. <예능> 부문에서는 KBS2의 '개그콘서트'가 20.71%(9월 20.15%)를, <시사/교양> 부문에서는 KBS1의 '러브 인 아시아'가 15.82%(9월 14.68%)를 기록하며 8, 9월에 이어 1위를 유지했다.

▶ 장르별 프로그램 시청률 (10월)

1. 드라마

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	8	29.95
2	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	23	28.03
3	MBC	주말특별기획드라마 (메이퀸)	8	18.04
4	SBS	일일드라마 (그래도 당신)	18	16.32
5	KBS2	수목드라마 (세상 어디에도 없는 착한남자)	9	15.99

2. 보도

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS1	KBS 9시뉴스	31	20.97
2	KBS1	KBS 뉴스7	21	11.98
3	KBS1	KBS 뉴스 (19:00)	9	7.08
4	SBS	SBS 8뉴스	31	6.76
5	KBS1	KBS 뉴스라인	21	6.64

3. 예능

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	개그콘서트	4	20.71
2	SBS	일요일이 좋다	4	16.65
3	MBC	무한도전	4	14.56
4	KBS2	해피선데이	4	14.43
5	SBS	추석특집 정글의 법칙 W	1	11.82

4. 시사/교양

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS1	러브 인 아시아	5	15.82
2	SBS	순간포착 세상에 이런일이	4	13.63
3	KBS1	시청자칼럼 우리 사는 세상	19	12.25
4	SBS	궁금한 이야기 Y	4	11.07
5	KBS1	6시 내고향	20	10.97

* 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



성별 시청률 순위에서는 '내 딸 서영이'의 시청률이 남녀 모두 가장 높은 것으로 나타났다. 대체적으로 비슷한 프로그램들이 인기가 있었지만 남성의 경우 KBS '9시뉴스'가 5위에 오른 반면, 여성은 주말드라마 '메이퀸'이 4위에 오르는 차이를 보였다.

연령별 시청률 순위에서는 '13~18세'에서 '개그콘서트', '무한도전', '일요일이 좋다', '슈퍼스타 K4' 등 예능 프로그램이 높은 시청률을 보였고, '19세 이상'과 '60세 이상' 연령대에서는 드라마와 뉴스, 시사/교양 등 다양한 프로그램들이 순위권에 올랐다. 한편 '60세 이상'은 '13~18세'에 비해 대체적으로 높은 시청률을 보였고, 특히 일일연속극 '별도 달도 따줄게'가 31.29%로 높은 시청률을 기록하며 타연령대를 압도했다.

▶ 성별 / 연령별 프로그램 시청률 (10월)

1. 남성

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	8	10.58
2	KBS2	개그콘서트	4	10.56
3	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	23	8.46
4	SBS	일요일이 좋다	4	8.00
5	KBS1	KBS 9시뉴스	31	7.18

2. 여성

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	8	16.36
2	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	23	12.25
3	KBS2	개그콘서트	4	12.03
4	MBC	주말특별기획드라마 (메이퀸)	8	9.70
5	SBS	일요일이 좋다	4	9.47

3. 13 - 18세

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	개그콘서트	4	10.95
2	MBC	무한도전	4	10.90
3	SBS	일요일이 좋다	4	10.18
4	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	8	6.55
5	Mnet	슈퍼스타 K4	4	5.42

4. 개인 19+

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	8	15.02
2	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	23	12.34
3	KBS2	개그콘서트	4	10.78
4	KBS1	KBS 9시뉴스	31	9.10
5	MBC	주말특별기획드라마 (메이퀸)	8	8.78

5. 개인 60+

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	23	31.29
2	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	8	24.36
3	KBS1	KBS 9시뉴스	31	21.07
4	KBS1	러브 인 아시아	5	17.59
5	KBS1	시청자칼럼 우리 사는 세상	19	16.63

* 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

케이블TV는 2012년 8월 말 기준으로 전국적으로 1,489만 가입자를 확보하고 있다. 2009년 12월의 1,530만 가입자수에 비해 조금 줄어든 수치이다. 이는 IPTV와 스카이라이프의 가입자가 꾸준히 증가함에 따른 것으로 풀이된다. 케이블TV는 모바일 서비스와 IPTV, 위성방송 서비스를 결합하여 공세적인 할인 혜택을 제공할 수 있는 통신사에 비해 마케팅이 쉽지 않은 면이 있다. VOD 등 다양한 부가 서비스 이용에 있어서도 IPTV에 비해 불리하기 때문에 가입자 유지를 위해 가격 경쟁력을 내세우는 실정이다.

한편 디지털 케이블방송은 아날로그 케이블방송을 대체하고 있다. 아날로그 방송은 HD화질을 구현하지 못하는 단점이 있고 ARPU가 상대적으로 낮기 때문에, 케이블방송사에서는 적극적인 요금 정책을 통해 디지털 방송으로의 가입자 전환을 유도하고 있다.

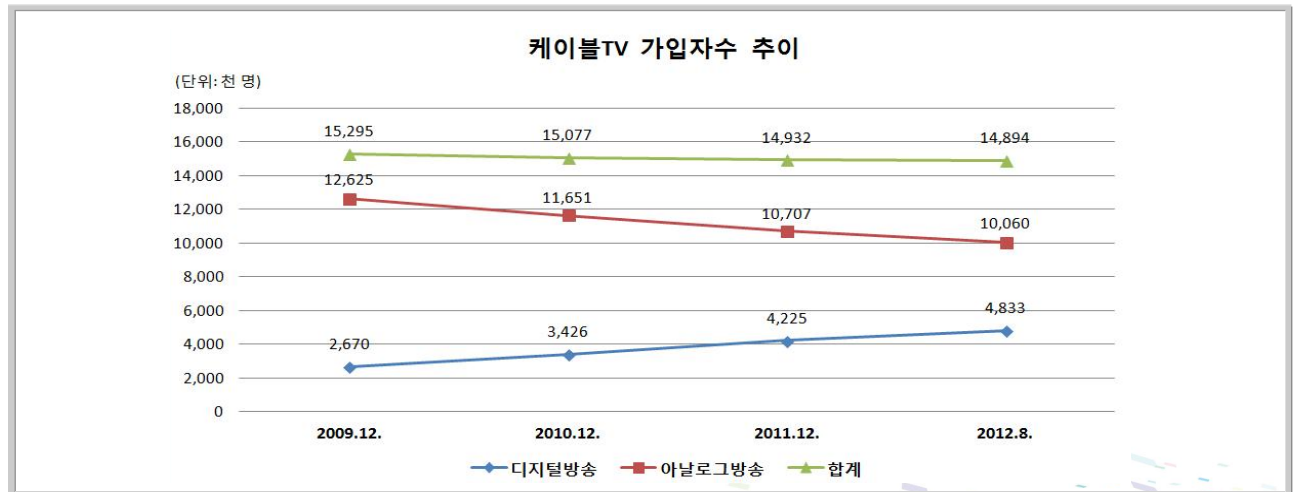
▶ 케이블TV 가입자 현황

1. 케이블TV 지역별 가입자 (대수 기준)

(단위: 천 명)

지역	디지털 방송				아날로그 방송				합계			
	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 8.	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 8.	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 8.
서울	1,178	1,401	1,614	1,732	1,973	1,667	1,384	1,246	3,151	3,069	2,998	2,979
부산	241	304	362	421	1,011	931	849	789	1,252	1,235	1,212	1,210
대구	43	62	88	126	813	783	766	729	856	844	854	855
인천	190	239	285	320	569	491	420	373	759	730	706	693
광주	6	15	36	44	526	528	507	501	531	543	544	545
대전	16	23	21	28	466	461	499	499	481	483	521	527
울산	57	88	117	123	362	327	304	299	419	415	421	422
경기	486	657	845	982	2,610	2,320	2,057	1,881	3,095	2,977	2,903	2,864
강원	15	32	64	92	494	466	418	376	509	498	483	468
충북	54	73	90	106	334	338	321	305	388	412	411	411
충남	27	46	71	97	531	512	487	462	558	558	559	559
전북	19	27	40	59	451	435	423	408	470	462	463	467
전남	9	15	37	60	516	510	489	479	525	525	527	539
경북	48	96	128	173	877	831	780	740	924	927	909	914
경남	240	294	356	403	950	917	870	849	1,190	1,211	1,227	1,252
제주	43	53	62	66	141	134	125	124	184	187	188	191
합계	2,670	3,426	4,225	4,833	12,625	11,651	10,707	10,060	15,295	15,077	14,932	14,894
비율	17.5%	22.7%	28.3%	32.5%	82.5%	77.3%	71.7%	67.5%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

* 출처: 한국케이블TV방송협회(KCTA)





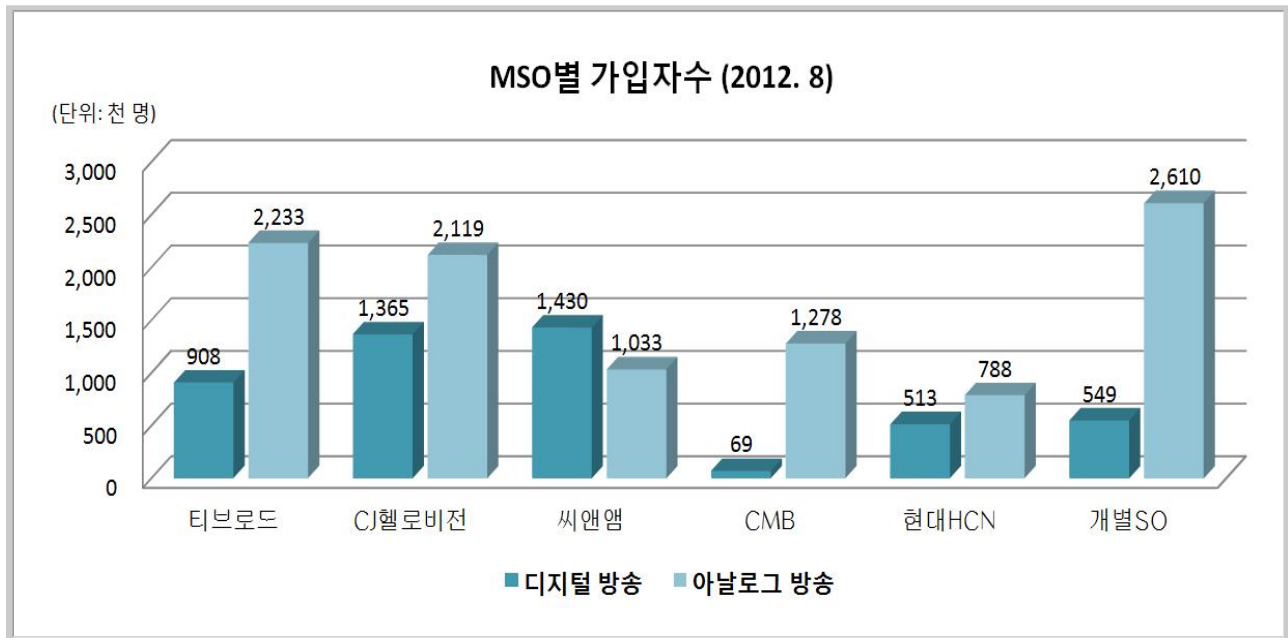
8월 말 케이블TV MSO별 가입자 기준으로는 'CJ헬로비전'이 348만명(7월과 동일)으로 가장 많은 가입자를 확보하고 있는 것으로 집계되었다. 디지털방송 가입자 수에서는 '씨앤엠(143만)'이, 아날로그방송 가입자 수는 '티브로드(223만)'가 가장 많았다. '씨앤엠'은 다른 MSO와는 달리 디지털방송 가입자의 수가 아날로그방송 가입자수보다 많긴 했지만, 7월대비 가입자수가 24만4000명(디지털 6만9000명, 아날로그 17만5000명)이나 감소하며 급격한 하락세를 보였다.

2. 케이블TV MSO별 가입자 (대수 기준)

(단위: 천 명)

구분	SO수	디지털 방송				아날로그 방송				합계			
		2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 8.	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 8.	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 8.
티브로드	22개사	464	590	757	908	2,947	2,644	2,427	2,233	3,411	3,234	3,185	3,141
CJ헬로비전	19개사	785	995	1,197	1,365	1,756	2,102	2,249	2,119	2,540	3,097	3,446	3,484
씨앤엠	18개사	741	953	1,394	1,430	1,421	1,316	1,317	1,033	2,161	2,269	2,712	2,463
CMB	9개사	29	43	51	69	1,256	1,247	1,293	1,278	1,285	1,290	1,344	1,347
현대HCN	8개사	296	386	448	513	1,055	952	869	788	1,351	1,338	1,318	1,301
소계	76개사	2,508	3,172	3,850	4,285	9,255	8,504	8,157	7,451	11,763	11,676	12,007	11,736
개별SO	18개사	162	253	375	549	3,370	3,147	2,549	2,610	3,532	3,400	2,924	3,158
합계	94개사	2,670	3,426	4,225	4,833	12,625	11,651	10,707	10,060	15,295	15,077	14,932	14,894

* 출처: 한국케이블TV방송협회(KCTA)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

10월 IPTV 가입자는 9월 대비 14만4000명 증가한 622만명으로 나타났다. 통신사별 가입자는 KT 'olleh tv'가 386만명으로 가장 많았고, SKT 'BTV'가 135만명, 'U+TV'가 101만명을 기록하고 있다. 1위 사업자인 KT의 'olleh tv'는 적극적인 마케팅을 통해 2, 3위와의 격차를 계속해서 넓혀가고 있다. 점유율(62.1%)도 SKT(21.7%)와 LG+(16.2%)에 비해 압도적이다. 한편 LG U+는 10월 16일에 구글TV 플랫폼을 탑재한 'u+tv G'를 출시하며 반격을 노리고 있다. 상품 가격을 9,900원으로 책정하여 SKT와 KT의 IPTV 서비스보다 저렴한 편으로, 타사보다 앞선 플랫폼 도입을 통해 IPTV와 차별화를 꾀하고, 향후 확대될 스마트TV 시장을 선점하려는 전략으로 풀이된다.

스카이라이프 가입자수는 368만명으로 전월에 비해 6만명 가량 증가했다. 스카이라이프 가입자 역시 견조하게 증가하는 추세이다.

▶ IPTV / 스카이라이프 가입자 현황

1. 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	2012.10
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)	3,864 (3,663)
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)	1,349 (1,299)
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)	1,009 (1,008)
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)	6,222 (5,970)

* 백 단위에서 반올림, 괄호 안은 실시간 채널 가입자

* 출처: 한국디지털미디어산업협회

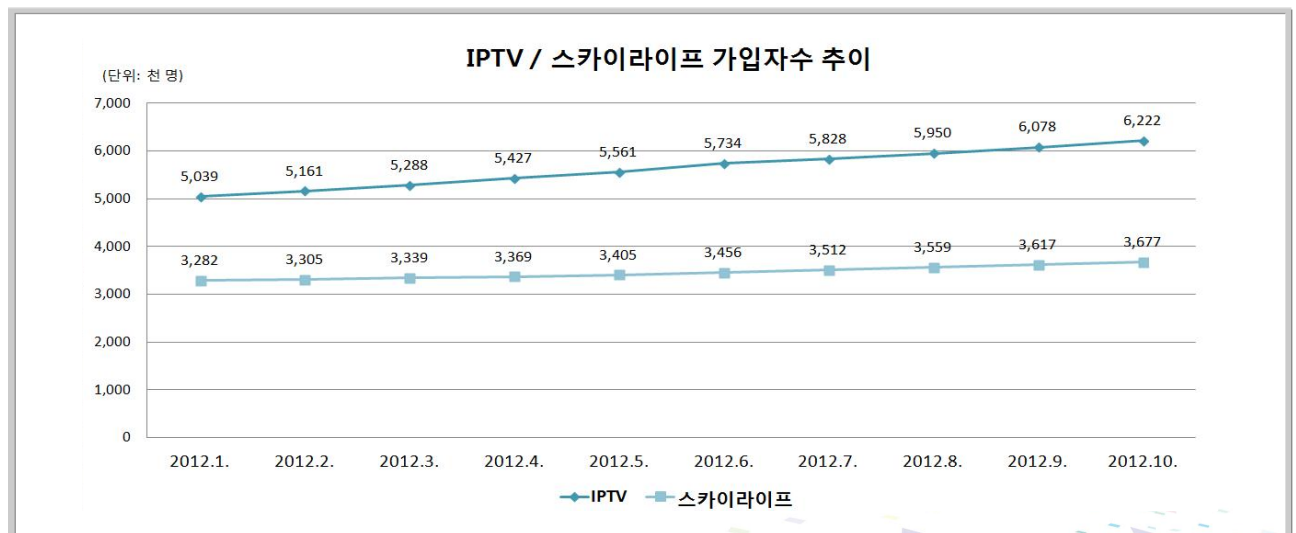
2. 스카이라이프 가입자

(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	2012.10
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	2,021
OTS	87	643	1,204	1,233	1,266	1,305	1,338	1,374	1,425	1,483	1,536	1,594	1,656
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	3,677

* 백 단위에서 반올림

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





10 광고

10월 인터넷 노출형 광고는 상위 30개 업체의 매출액이 601억원을 기록한 것으로 집계되어 9월(606억원) 대비 5억원 감소했다. 3대 포털인 '네이버', '다음', '네이트'의 점유율 합계는 9월(77.5%)에 비해 0.7%p 하락한 76.8%를 기록했다. 올해 말 한국시장에서 철수할 계획을 가지고 있는 '야후 코리아'는 9월(5.5%)에 비해 1.2%p 하락한 점유율 4.3%를 기록하며 4위를 기록했다. 5위부터 7위까지는 언론사 사이트가 순위를 점유했다. '조인스엠에스엔'이 5위, '조선일보'가 6위, '동아일보'가 7위에 올랐고, 매일경제는 10위를 기록했다. 한편 포털과 언론 사이트 이외에는 '판도라TV'가 5억2000만원을 기록하며 8위에 올랐고, '페이스북'은 4억9000만원으로 9위로 집계되었다.

▶ 인터넷 노출형 광고 현황

1. 매체별 인터넷 노출형 광고 TOP 30 (10월)

순위	매체	광고수	캠페인수	브랜드수	점유율	광고비(천원)
1	naver.com	1,160	663	332	31.7%	20,221,404
2	daum.net	991	578	316	28.2%	18,004,244
3	nate.com	928	429	172	16.9%	10,793,788
4	kr.yahoo.com	450	225	108	4.3%	2,741,713
5	joinsmsn.com	441	199	131	2.3%	1,461,252
6	chosun.com	314	155	106	0.9%	593,109
7	donga.com	370	228	174	0.8%	542,279
8	pandora.tv	170	110	86	0.8%	516,414
9	facebook.com	654	498	381	0.8%	489,294
10	mk.co.kr	252	101	69	0.6%	407,629
11	yonhapnews.co.kr	207	163	136	0.6%	371,863
12	maxmovie.com	314	93	59	0.6%	365,095
13	sportsseoul.com	292	146	91	0.6%	354,363
14	zdnet.co.kr	158	64	34	0.5%	328,443
15	ohmynews.com	257	178	141	0.5%	313,421
16	etnews.com	133	77	50	0.4%	260,704
17	danawa.com	128	78	42	0.4%	251,868
18	ytn.co.kr	407	270	212	0.3%	212,177
19	inven.co.kr	201	56	35	0.3%	202,035
20	gomtv.com	38	32	23	0.3%	194,361
21	pressian.com	283	176	153	0.3%	184,583
22	ezday.co.kr	254	61	53	0.3%	173,176
23	hankooki.com	96	45	28	0.2%	154,853
24	khan.co.kr	261	149	123	0.2%	154,504
25	nocutnews.co.kr	227	175	140	0.2%	145,774
26	dt.co.kr	208	136	101	0.2%	141,398
27	gamemeca.com	145	39	28	0.2%	140,353
28	stoo.com	236	172	126	0.2%	139,458
29	edaily.co.kr	90	46	40	0.2%	139,198
30	mgoon.com	130	103	68	0.2%	138,703
	합계	9,795	5,445	3,558	94.0%	60,137,456

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

* 출처: 리서치애드(www.researchad.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

10월 광고주별 인터넷 노출형 광고에서는 9월 22억원의 광고를 집행하며 1위에 올랐던 '삼성전자'가 9억7천만원 을 기록하며 11위로 크게 하락했다. 광고 집행금액 17억원을 기록한 '이마트'가 1위를 기록했고, 15억원으로 집계 된 'SK플래닛'은 2위에 올랐다. '쿠팡'을 운영하는 '포워드벤처스엘엘씨'는 3위로 집계되었다. 'G마켓', '옥션'을 운영 하는 '이베이코리아'가 4위를 기록했고, 중저가 화장품 브랜드 '미샤'를 소유한 '에이블씨엔씨'는 13억원으로 5위에 올랐다.

한편 상위 30대 광고주의 인터넷 노출형 광고 점유율은 전체의 41.6%(265억원)으로 나타났다. 9월 점유율 (42.1%)에 비해 0.5%p 감소했으며 특히 집행금액은 9월(269억원) 대비 4억원 감소했다.

2. 광고주별 인터넷 노출형 광고 TOP 30 (10월)

순위	광고주	광고수	캠페인수	점유율	광고비(천원)
1	이마트	323	135	2.7%	1,703,517
2	SK플래닛	105	37	2.4%	1,523,071
3	포워드벤처스엘엘씨	78	23	2.3%	1,477,655
4	이베이코리아	266	140	2.3%	1,471,451
5	에이블씨엔씨	22	4	2.0%	1,285,397
6	한국피앤지	112	25	1.9%	1,188,397
7	현대캐피탈	52	7	1.7%	1,084,008
8	아모레퍼시픽	131	18	1.7%	1,070,140
9	대우건설	85	14	1.7%	1,068,475
10	삼성화재	45	8	1.6%	1,010,902
11	삼성전자	95	27	1.5%	973,146
12	삼성	79	9	1.5%	962,794
13	SG인터넷	76	7	1.4%	919,108
14	롯데쇼핑롯데엔터테인먼트	77	22	1.4%	894,283
15	CJEnM픽처스	100	20	1.3%	828,571
16	강남하늘안과	28	1	1.3%	799,589
17	넥슨	80	16	1.1%	727,325
18	밝은성모안과	55	3	1.1%	709,575
19	SK브로드밴드	22	4	1.1%	687,322
20	네오위즈게임즈	83	17	1.0%	640,138
21	EA코리아	239	10	1.0%	636,814
22	현대건설	22	4	1.0%	626,090
23	티켓몬스터	63	48	0.9%	582,562
24	LG전자	49	15	0.9%	549,468
25	CJEnM게임즈	54	11	0.8%	521,512
26	현대자동차	43	8	0.8%	515,006
27	N.E.W	53	12	0.8%	513,373
28	가연결혼정보	90	16	0.8%	497,288
29	iAE유학네트	23	4	0.8%	496,437
30	나무인터넷	74	41	0.8%	486,611
합계		2,624	706	41.6%	26,450,025

* 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)



10월 검색광고시장 광고주 수는 144,000개를 기록했다. 147,000개를 기록했던 9월과 비교하여 2.0%(3,000개)가 감소했다. 매체별 점유율에서는 '네이버'가 39.2%로 압도적인 1위를 차지했고, '오버추어-네이버 공동집행'이 12.9%로 2위에, '네이트'는 11.7%로 3위에 올랐다.

전체적인 추이를 보면 '네이버'는 등락을 반복하며 연초이후 점유율을 계속해서 높여가고 있고, 특히 10월에는 전월대비 2.7%p 증가한 시장점유율을 보이면서 '오버추어-네이버'를 합하면 과점에 가까운 수치를 보이고 있다. 오버추어는 심한 변동 속에서 하락 추세가 이어지고 있다. 최근 모기업인 야후코리아와 함께 오버추어가 연말에 한국에서 철수하기로 한 결정이 오버추어의 점유율 하락과 더불어 네이버의 반사이익으로 연결되는 모습이다.

▶▶ 검색광고 현황

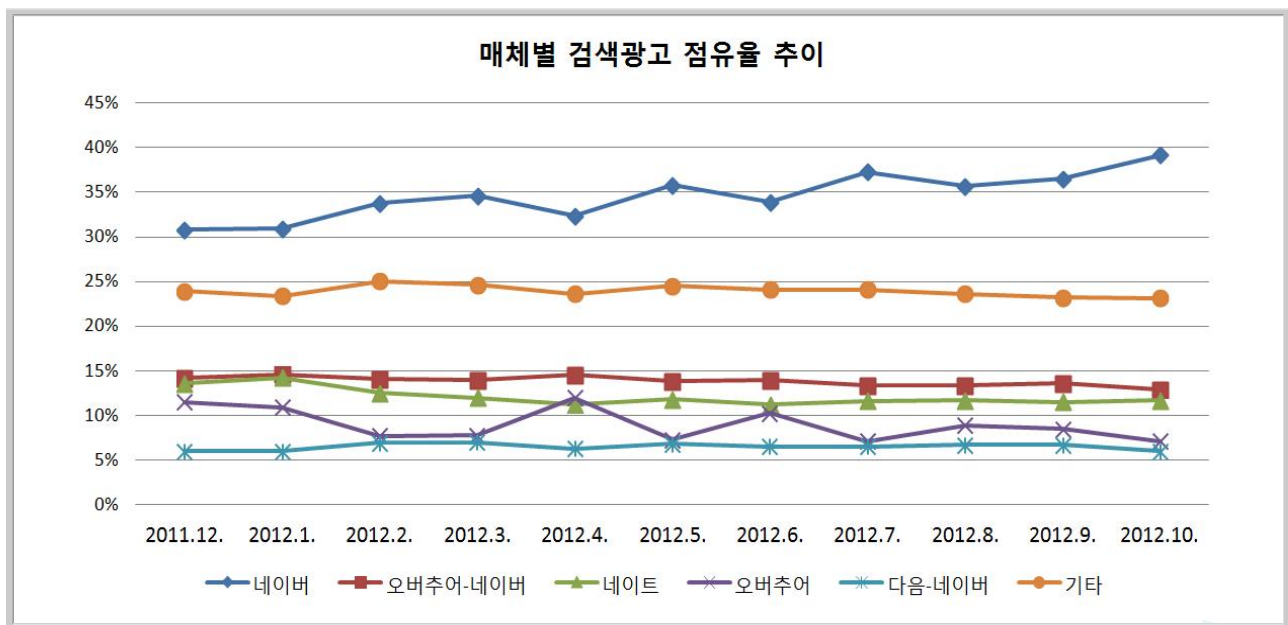
1. 전체 광고주 수 (2011. 12. ~ 2012. 9.)

구분	2011. 12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	증감율
광고주 수	150,300	151,500	137,600	140,100	148,000	142,500	148,000	144,000	145,000	147,000	144,000	-2.0%

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.	2012. 10.	증감율
네이버	30.8%	30.9%	33.8%	34.6%	32.4%	35.8%	33.9%	37.3%	35.7%	36.5%	39.2%	2.7%p
오버추어-네이버	14.2%	14.6%	14.1%	14.0%	14.5%	13.8%	14.0%	13.4%	13.4%	13.6%	12.9%	-0.7%p
네이트	13.6%	14.2%	12.5%	12.0%	11.2%	11.8%	11.2%	11.6%	11.7%	11.5%	11.7%	0.2%p
오버추어	11.5%	10.9%	7.7%	7.8%	12.0%	7.3%	10.3%	7.1%	8.9%	8.5%	7.1%	-1.4%p
다음-네이버	6.0%	6.0%	6.9%	7.0%	6.3%	6.8%	6.5%	6.5%	6.7%	6.7%	6.0%	-0.7%p
기타	23.9%	23.4%	25%	24.6%	23.6%	24.5%	24.1%	24.1%	23.6%	23.2%	23.1%	-0.1%p
합계	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-

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



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



11 지식정보

10월 웹사이트 종합순위(순방문자수 기준)는 전월과 비교해 큰 변동이 없었다. 포털과 뉴스미디어, 온라인쇼핑몰이 상위권을 점유한 가운데 ‘지마켓’과 ‘11번가’ 등 온라인쇼핑몰과 ‘싸이월드’가 5% 정도의 순방문자수 증가를 보이며 전월보다 높은 순위에 올랐다.

이전과 다름없이 1, 2위는 ‘네이버’와 ‘다음’이 차지했다. 각각 순방문자수 3,202만명과 2,829만명으로 전체 인터넷 이용자 중 도달률이 95.95%, 84.77%에 달했다. 네이버는 경우 월평균 341분의 체류시간을 기록했는데 이는 하루 평균 11분에 해당한다. ‘다음’의 월평균체류시간은 네이버에 비해 다소 떨어지는 240분(하루 평균 7.7분)이었다.

상위 15개 웹사이트는 월간 순방문자 1,300만명 이상, 일간 순방문자수는 130만명 이상씩을 기록했다. 이는 PC를 통해 접속한 이용량을 산출한 것으로, 스마트폰·태블릿 등 모바일기기를 합산하면 더 높은 수치를 기록할 것이다.

▶ 웹사이트 종합 순위 TOP 15 (10월)

순위	순위			도메인	월간 순방문자 ¹⁸⁾	도달률 (%) ¹⁹⁾	일간 순방문자	월평균 체류시간(분) ²⁰⁾	월평균 재방문일수(일) ²¹⁾	월평균 페이지뷰(회수) ²²⁾	순방문자 증감률(%)
	10월	9월	8월								
1	1	1	naver.com	32,019,170	95.95	12,422,306	340.9	12.1	642.6	-0.2	
2	2	2	daum.net	28,288,028	84.77	8,814,138	240.0	9.7	444.5	-0.4	
3	3	3	tistory.com	19,166,894	57.43	2,036,395	11.4	3.3	10.7	0.4	
4	4	4	nate.com	17,844,267	53.47	4,020,011	99.8	7.0	169.4	1.0	
5	5	5	mk.co.kr	16,219,761	48.60	1,913,710	9.9	3.7	10.0	1.7	
6	6	6	chosun.com	15,667,385	46.95	1,996,832	17.8	4.0	20.1	-0.7	
7	9	13	gmarket.co.kr	15,590,649	46.72	1,975,643	41.6	3.9	79.6	5.3	
8	10	8	cyworld.com	15,145,687	45.38	2,092,200	24.2	4.3	54.0	5.7	
9	8	11	auktion.co.kr	14,951,841	44.80	1,941,783	53.7	4.1	109.7	0.8	
10	7	7	joinsmsn.com	14,729,244	44.14	1,762,696	13.5	3.7	14.4	-4.8	
11	14	16	11st.co.kr	14,275,687	42.78	1,608,173	29.2	3.5	51.2	4.7	
12	12	10	donga.com	14,173,793	42.47	1,488,546	12.3	3.3	15.5	1.0	
13	11	9	hankyung.com	13,833,499	41.45	1,311,770	7.4	3.0	7.0	-1.9	
14	13	14	mt.co.kr	13,372,669	40.07	1,310,873	7.9	3.1	6.9	-3.0	
15	15	12	hankooki.com	13,247,757	39.70	1,431,089	10.2	3.4	14.9	-1.0	

* 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)

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



10월 주요 서비스별 웹사이트 순위에서는 '네이버'와 '다음'의 2강 체제가 이어졌다. <검색 서비스> 및 <커뮤니티 서비스> 분야에서 '네이버'의 높은 시간점유율(74.1%, 62.0%)이 유지되었고, <이메일 서비스>에서의 '다음'의 강세(시간점유율 43.2%) 또한 변함이 없었다. 2개 포털에의 서비스 편중 현상은 최근 들어 더욱 강화되는 추세이다. 2011년 10월의 <이메일 서비스> 시간 점유율은 64.5%(다음 37%, 네이버 27.5%)였으나 올해 10월에는 75.5%(다음 43.2%, 네이버 32.3%)으로 11%p 상승했다. <커뮤니티 서비스> 역시 전년 동월 82.5%(네이버 52.3%, 다음 30.2%)에서 94.3%(네이버 62%, 다음 32.3%)으로 11.8%p 상승했다. <검색 서비스>는 2011년 10월 92%(네이버 76.5%, 다음 15.5%)에서 2012년 10월 91.7%(네이버 74.1%, 다음 17.6%)으로 큰 변동이 없었다.

➤ 주요 서비스별 웹사이트 순위 (10월)

1. 검색 서비스

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	시간점유율(%)	순방문자 증감률(%)
1	naver.com	29,309,854	87.8	66.9	9.6	74.1	-0.1
2	daum.net	19,292,591	57.8	24.1	6.7	17.6	2.3
3	nate.com	10,327,017	31.0	5.8	2.9	2.3	4.4
4	google.co.kr	7,379,878	22.1	14.4	3.4	4.0	5.5
5	yahoo.co.kr	4,217,690	12.6	6.0	3.1	1.0	11.2
6	zum.com	3,258,614	9.8	4.5	3.0	0.6	0.0
7	google.com	1,628,868	4.9	7.5	2.5	0.5	0.3
8	dreamwiz.com	272,725	0.8	1.3	2.1	0.0	3.3
9	joinsmsn.com	209,884	0.6	2.6	1.7	0.0	12.3
10	bing.com	194,536	0.6	8.4	2.0	0.1	12.0

2. 커뮤니티 서비스

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	시간점유율(%)	순방문자 증감률(%)
1	naver.com	28,409,906	85.1	116.5	7.7	62.0	0.6
2	daum.net	23,093,894	69.2	74.8	5.6	32.3	1.4
3	cyworld.com	8,976,180	26.9	25.2	3.0	4.2	1.3
4	google.com	2,529,719	7.6	2.8	1.8	0.1	6.6
5	yahoo.co.kr	1,994,336	6.0	3.7	1.8	0.1	2.0
6	joinsmsn.com	1,031,500	3.1	3.8	1.3	0.1	12.6
7	dreamwiz.com	486,198	1.5	3.7	1.7	0.0	109.4
8	nate.com	313,710	0.9	90.0	5.6	0.5	-43.7
9	sayclub.com	284,831	0.9	98.7	5.0	0.5	14.1
10	freechal.com	125,612	0.4	6.8	1.2	0.0	6.4

3. 이메일 서비스

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	시간점유율(%)	순방문자 증감률(%)
1	naver.com	16,754,910	50.2	48.9	5.9	32.3	0.4
2	daum.net	16,125,494	48.3	68.0	7.0	43.2	4.2
3	nate.com	8,685,570	26.0	49.0	6.0	16.8	1.6
4	google.com	1,851,246	5.6	40.1	3.5	2.9	1.1
5	live.com	782,575	2.4	46.2	5.8	1.4	-2.6
6	korea.com	702,407	2.1	65.9	7.4	1.8	-2.2
7	dreamwiz.com	618,663	1.9	59.1	6.3	1.4	9.3
8	yahoo.co.kr	73,004	0.2	10.0	3.1	0.0	-84.6
9	chol.com	67,638	0.2	2.8	3.6	0.0	-67.4
10	freechal.com	57,827	0.2	6.7	2.7	0.0	17.1

* 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



주제별 웹사이트 순위에서는 <뉴스/미디어> 분야의 사이트들이 1,000만명 이상의 순방문자와 5~18분의 평균체류시간을 기록했다. 9월과 마찬가지로 '조선닷컴', '동아일보', '한국일보', '매일경제'의 순으로 평균체류시간이 길었다. <전자상거래> 분야에서는 'G마켓', '옥션', '11번가', '쿠팡'의 이용비율이 높았다. <전자상거래> 사이트는 <뉴스/미디어>에 비해 순방문자수가 작았지만 평균체류시간은 대부분 20분 이상으로 <뉴스/미디어>에 비해 2배 이상 길었다. 특히 오픈마켓의 강자 '옥션'과 'G마켓'은 일간순방문자가 각각 190만명 이상을 기록했고, 평균 40분 이상의 높은 이용률을 보였다. 두 개 사이트의 시간점유율은 전자상거래 시장의 24.2%를 차지하는 것으로 집계되었다. <전자상거래> 사이트는 전체적으로 전월대비 순방문자수 증감률이 <뉴스/미디어>에 비해 비교적 높게 나타났다.

▶ 주제별 웹사이트 순위 TOP 5 (10월)

1. 뉴스 / 미디어

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	일간순방문자	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	순방문자증감률(%)
1	mk.co.kr	16,219,761	48.6	1,913,710	9.9	3.7	10.0	5.9	1.7
2	chosun.com	15,667,385	47.0	1,996,832	17.8	4.0	20.1	10.3	-0.7
3	donga.com	14,173,793	42.5	1,488,546	12.3	3.3	15.5	6.4	1.0
4	hankyung.com	13,833,499	41.5	1,311,770	7.4	3.0	7.0	3.7	-1.9
5	mt.co.kr	13,372,669	40.1	1,310,873	7.9	3.1	6.9	3.9	-3.0
6	hankooki.com	13,247,757	39.7	1,431,089	10.2	3.4	14.9	5.0	-1.0
7	asiae.co.kr	12,217,699	36.6	1,167,749	8.9	3.0	12.5	4.0	1.4
8	seoul.co.kr	10,840,060	32.5	908,326	6.5	2.6	4.3	2.6	-3.2
9	sbs.co.kr	10,816,188	32.4	870,392	9.1	2.5	10.0	3.6	3.0
10	heraldm.com	10,729,430	32.2	858,915	5.0	2.5	3.6	2.0	7.1

2. 전자상거래

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	일간순방문자	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	순방문자증감률(%)
1	gmarket.co.kr	15,590,649	46.7	1,975,643	41.6	3.9	79.6	10.8	5.3
2	auction.co.kr	14,951,841	44.8	1,941,783	53.7	4.1	109.7	13.4	0.8
3	11st.co.kr	14,275,687	42.8	1,608,173	29.2	3.5	51.2	7.0	4.7
4	coupang.com	8,736,707	26.2	910,851	25.2	3.2	31.3	3.7	6.6
5	interpark.com	8,220,206	24.6	656,812	16.1	2.5	29.1	2.2	-1.9
6	cjmall.com	7,274,566	21.8	844,403	29.7	3.6	57.9	3.6	1.6
7	lotte.com	7,226,860	21.7	732,467	26.4	3.2	40.4	3.2	4.1
8	gsshop.com	6,375,579	19.1	669,496	28.1	3.3	56.3	3.0	1.9
9	lotteimall.com	6,268,218	18.8	685,801	25.0	3.4	55.0	2.6	4.6
10	ticketmonster.co.kr	6,176,980	18.5	619,476	22.0	3.1	27.2	2.3	3.0

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

* 출처: 님스 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



〈엔터테인먼트 분야〉에서는 전체적으로 순방문자수가 크게 증가했다. 특히 ‘유튜브’가 전월(26.8%) 대비 2.6%p 증가한 29.4%의 시간점유율을 기록하며 서비스 영향력을 강화했다. 일간순방문자수는 91만여명을 기록했고 평균체류시간은 24.2분이었다. ‘유튜브’와 같은 동영상 스트리밍 서비스를 제공하는 ‘판도라(pandora.tv)’와 ‘곰TV(gomtv.com)’, ‘엠군(mgoon.com)’는 전월과 동일하게 각각 순방문자수 2, 3, 5위를 기록했다. 영화 포털인 ‘CGV’와 ‘롯데시네마’는 각각 317만명(11.1분), 158만명(9.6분)의 순방문자수를 기록하며 4위와 7위에 올랐다. 영화종합 인터넷신문인 ‘무비조이(moviejoy.com)’는 전월대비 순방문자수가 39% 증가하며 6위에 올랐지만 평균체류시간은 1.5분에 불과하여, 포털 사이트를 통한 단발적 방문으로 판단된다. 평균체류시간이 가장 긴 사이트는 38.4분을 기록한 ‘오늘의 유머(todayhumor.co.kr)’였다.

〈SNS/커뮤니티 분야〉에서는 ‘페이스북’과 ‘티스토리(tistory.com)’가 강세를 보였다. ‘페이스북’은 전월 대비 9.1% 감소한 1,082만명의 순방문자를 기록했지만, 체류시간은 6.3분 증가한 50.8분으로 측정되었다. ‘페이스북’은 높은 체류시간을 기반으로 해당분야 30.3%의 시간점유율을 기록했다. 순방문자수가 줄어든 것은 모바일기기를 이용한 서비스 이용이 점차 늘어나기 때문으로 추정된다. 한편 ‘SLR클럽(slrlub.com)’은 102만명의 적은 순방문자에도 불구하고 105.7분의 긴 체류시간을 기록하며 시간점유율 6%를 기록했다.

3. 엔터테인먼트

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	일간순방문자	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	순방문자증감률(%)
1	youtube.com	9,709,206	29.1	908,073	24.2	2.9	26.6	29.4	2.1
2	pandora.tv	5,124,500	15.4	267,751	9.7	1.6	8.6	6.2	11.4
3	gomtv.com	4,031,164	12.1	210,284	4.6	1.6	6.6	2.3	8.3
4	cgv.co.kr	3,174,365	9.5	176,631	11.1	1.8	15.7	4.4	3.7
5	mgoon.com	2,153,371	6.5	88,136	4.5	1.3	4.5	1.2	0.9
6	moviejoy.com	1,764,525	5.3	73,326	1.5	1.3	1.9	0.3	39.0
7	lottecinema.co.kr	1,579,775	4.7	77,770	9.6	1.6	13.2	1.9	-3.9
8	melon.com	1,438,875	4.3	82,016	16.6	1.8	31.2	3.0	24.5
9	todayhumor.co.kr	1,054,318	3.2	75,223	38.4	2.3	76.7	5.1	15.9
10	megabox.co.kr	1,008,954	3.0	53,307	7.7	1.7	13.1	1.0	13.5

4. SNS / 커뮤니티

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	일간순방문자	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	순방문자증감률(%)
1	tistory.com	19,166,894	57.4	2,036,395	11.4	3.3	10.7	12.0	0.4
2	facebook.com	10,816,262	32.4	1,394,982	50.8	4.0	110.4	30.3	-9.1
3	dcinside.com	7,409,030	22.2	521,723	24.1	2.2	60.2	9.8	7.2
4	twitter.com	6,082,509	18.2	461,989	8.3	2.4	11.8	2.8	2.3
5	egloos.com	4,876,155	14.6	256,071	4.2	1.7	5.7	1.1	10.0
6	twitpic.com	3,043,387	9.1	179,988	2.4	1.9	3.6	0.4	1.8
7	ilbe.com	2,550,960	7.6	142,237	19.8	1.8	47.5	2.8	16.6
8	me2day.net	2,351,340	7.1	139,205	3.8	1.9	7.1	0.5	-10.4
9	slrlub.com	1,023,404	3.1	141,644	105.7	4.2	323.3	6.0	-7.8
10	blogspot.com	921,901	2.8	49,171	3.9	1.7	5.3	0.2	29.3

* 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



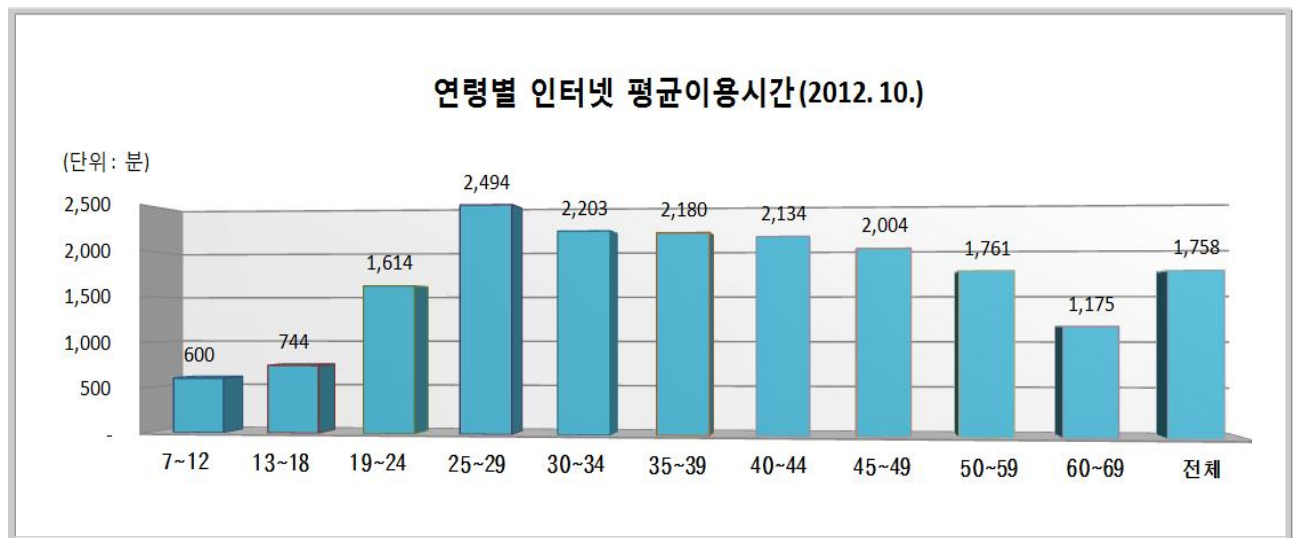
10월 인터넷 평균 이용시간(PC)은 9월(1,660분, 하루 평균 55.3분) 대비 98분 증가한 1,758분(하루 평균 56.7분)으로 나타났다. 연령별 구분에서 인터넷 이용시간이 가장 높은 집단은 '25~29세'로 평균 2,494분을 기록했다. 25세에서 49세까지의 연령층은 2,000분 이상의 이용시간을 보였고, 그 외의 연령층에서는 이용시간이 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 또한 '19세~24세' 집단은 1,614분으로 상대적으로 짧은 이용시간을 기록했는데, 이같은 차이는 해당 연령대에 속하는 대학 입시생 및 대학생의 이용특성 때문으로 추정된다. 활동성이 높은 젊은 연령층은 PC보다는 모바일기기에 대한 이용 의존도가 높기 때문에 PC를 통한 인터넷 이용시간이 낮게 집계되는 측면이 있다.

▶ 인터넷 이용 현황 (PC)

1. 연령별 인터넷 이용 현황 (2012. 10.)

연령	순방문자	순방문자비중(%)	방문사이트수	인터넷이용일수(일)	평균페이지뷰	평균이용시간(분)
7~12	2,514,190	7.5	28.0	10.4	1,252.2	600.4
13~18	3,631,506	10.9	38.5	11.1	1,622.3	744.4
19~24	3,712,983	11.1	69.9	13.9	3,240.7	1,614.4
25~29	3,276,470	9.8	89.8	16.9	4,891.1	2,493.6
30~34	3,773,819	11.3	80.1	16.8	4,330.3	2,203.2
35~39	3,687,340	11.1	77.8	17.0	4,213.3	2,179.7
40~44	3,835,727	11.5	72.8	17.8	3,851.5	2,133.7
45~49	3,206,491	9.6	67.0	16.4	3,691.3	2,003.5
50~59	4,416,817	13.3	58.5	15.5	3,171.9	1,761.3
60~69	1,286,547	3.9	44.7	13.5	2,187.7	1,174.6
전체	33,341,890	100.0	64.9	15.2	3,371.4	1,758.4

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



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



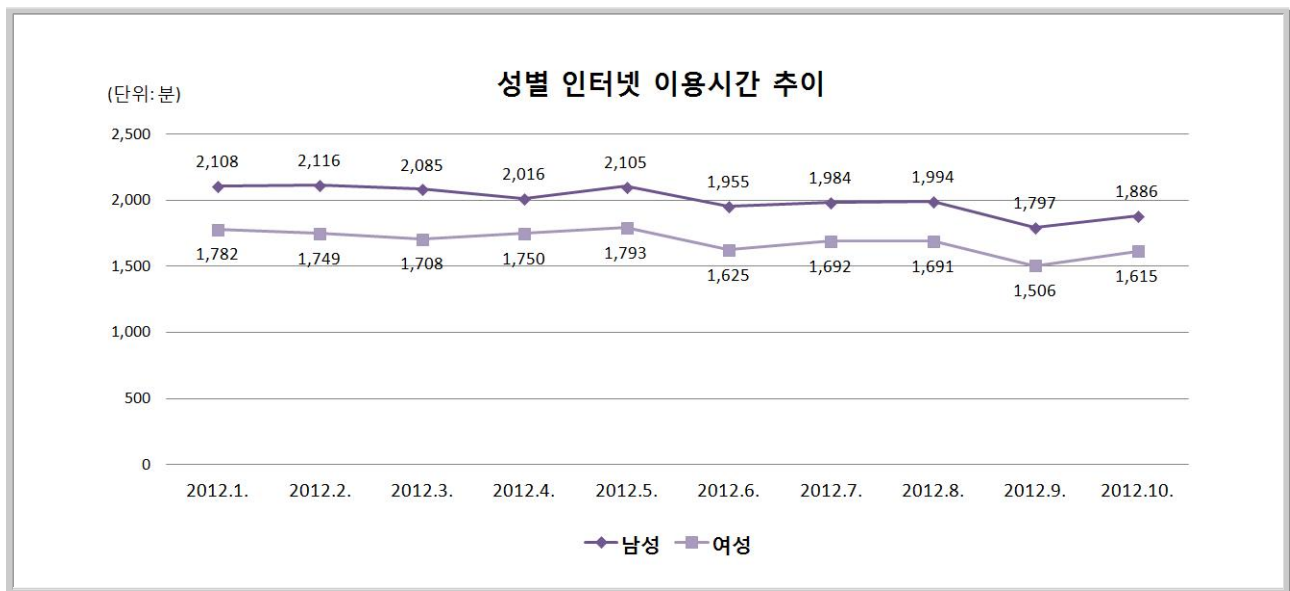
성별/연령별 인터넷 이용시간 추이에서는 '60~69세'를 제외한 모든 집단에서 전월대비 이용시간이 증가한 것으로 나타났다. 성별 기준으로는 '남성'의 이용시간이 1,886분(하루 61분), '여성'은 1,615분(하루 52분)으로 271분(하루 9분)의 차이를 보였다. 하단 그래프에서 확인할 수 있듯 '남성'과 '여성'은 300분 안팎의 이용시간 차이를 유지하고 있다. 연령별 인터넷 이용시간의 경우 방학이 있는 기간인지의 여부에 따라 학생층에 해당하는 낮은 연령대의 이용량 변동이 큰 편이다.

2. 성별/연령별 인터넷 이용시간 추이 (2012. 1. ~ 2012. 10.)

(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
2012. 10.	1,758	1,886	1,615	600	744	1,614	2,494	2,203	2,180	2,134	2,003	1,761	1,175

- * 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 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

직업별 인터넷 이용 현황에서는 직업군별로 이용시간에 큰 차이가 나타났다. ‘사무직’의 월평균이용시간이 2,441분(하루 78.7분)인 반면, ‘학생’은 1,041분(하루 33.6분)을 기록하여 그 격차가 2.3배에 달했다. 같은 직장인 중에서도 ‘생산직’의 이용시간이 1,625분(하루 52.4분)으로 나타나 ‘사무직’과는 816분(하루 26.3분)의 차이를 보였다.

가족소득별 인터넷 이용 현황에서는 가족소득이 ‘500만원 이상’인 집단이 1,851분(하루 59.7분)으로 가장 많은 이용시간을 기록한 반면, ‘100~300만원’인 집단의 이용시간이 1,652분(하루 53.3분)으로 가장 적은 시간을 이용하는 것으로 나타났다. 두 집단 간의 이용시간 차이는 199분(하루 6.4분)이었다.

3. 직업별 인터넷 이용 현황 (2012. 10.)

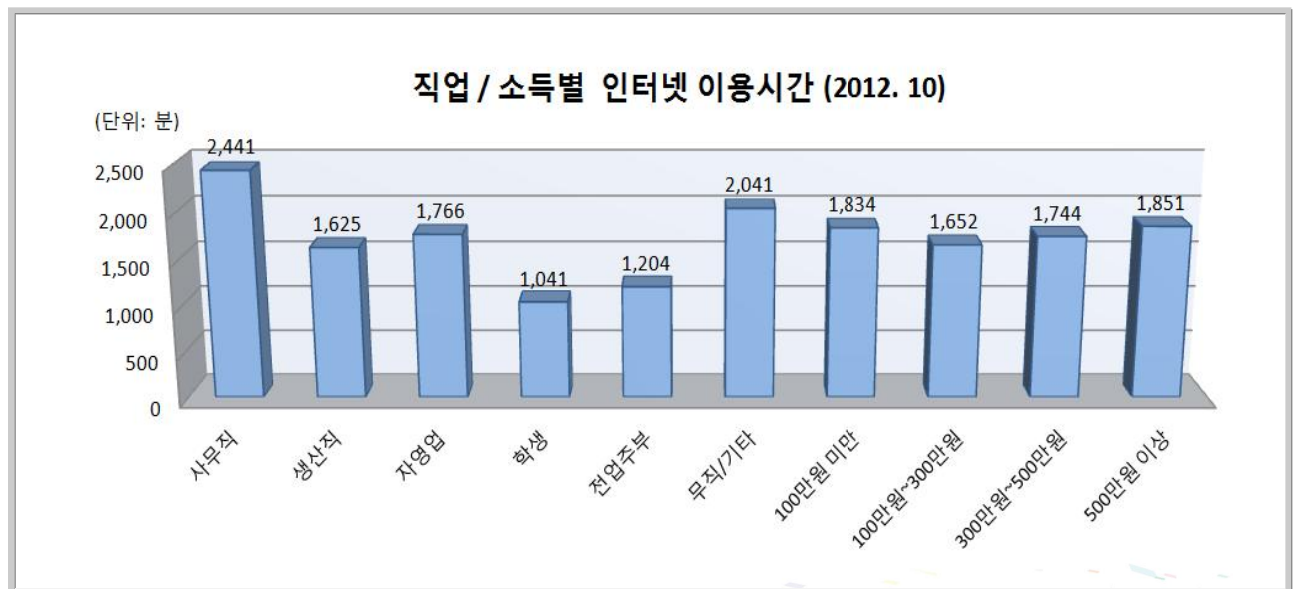
구분	순방문자	순방문자비중(%)	방문사이트수	인터넷이용일수(일)	평균페이지뷰	평균이용시간(분)
사무직	13,224,118	39.7	81.9	17.9	4,543.8	2,440.5
생산직	2,792,750	8.4	59.8	14.9	3,061.6	1,625.2
자영업	2,057,061	6.2	60.1	15.9	3,175.8	1,765.7
학생	10,023,936	30.1	48.7	12.0	2,191.0	1,040.9
전업주부	3,528,455	10.6	51.5	13.3	2,416.1	1,203.9
무직/기타	1,715,570	5.2	69.9	15.8	3,934.6	2,041.0
전체	33,341,890	100.0	64.9	15.2	3,371.4	1,758.4

4. 가족소득별 인터넷 이용 현황 (2012. 10.)

구분	순방문자	순방문자비중(%)	방문사이트수	인터넷이용일수(일)	평균페이지뷰	평균이용시간(분)
100만원 미만	1,045,551	3.1	65.2	14.6	3,527.9	1,834.4
100만원 ~ 300만원	7,726,285	23.2	62.7	14.8	3,240.2	1,652.1
300만원 ~ 500만원	14,273,912	42.8	64.7	15.2	3,313.7	1,743.9
500만원 이상	10,296,142	30.9	66.8	15.5	3,534.0	1,850.5
전체	33,341,890	100.0	64.9	15.2	3,371.4	1,758.4

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

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)





애플리케이션 이용 순위에서는 <멀티미디어 분야>에서 동영상 재생 프로그램인 ‘곰플레이어’의 이용자가 가장 많았다. ‘곰플레이어’는 순이용자수 1,292만명, 월평균이용시간은 582분에 달하는 것으로 추정되었다. ‘다음’의 ‘팟플레이어’는 도달률은 ‘곰플레이어’에 비해 낮았지만 월평균이용시간은 672분으로 더 높았다. <P2P 분야>에서는 파일공유 서비스 ‘uTorrent’의 이용자가 611만명으로 가장 많았고, ‘N드라이브’, ‘쉐어박스’, ‘유클라우드’, ‘다음 클라우드’가 뒤를 이었다. 파일공유 사이트인 ‘쉐어박스’는 전월대비 17.4% 증가한 순방문자수를 보이며 이용률이 향상되었다. 한편 클라우드 서비스는 부팅과 동시에 상시 접속이 유지되는 특성상 월평균이용시간이 하루 평균 3시간 이상으로 높게 나타났다.

▶ 애플리케이션 종류별 TOP 5 (10월)

1. 멀티미디어

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용시간(분)	평균재방문일수(일)	순이용자증감률(%)	일평균이용자
1	Gomtv	Goplayer	12,915,831	38.7	581.5	5.2	2.5	2,139,732
2	Microsoft	Microsoft Windows media player	6,908,895	20.7	213.8	2.6	-2.1	583,574
3	Gomtv	Gomaudio	3,017,678	9.04	598.4	3.5	2.0	334,236
4	Daum	PotPlayer	2,916,423	8.74	672.5	5.0	-9.5	474,257
5	Apple	iTunes	2,776,892	8.32	611.2	4.2	4.6	364,826

2. P2P

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용시간(분)	평균재방문일수(일)	순이용자증감률(%)	일평균이용자
1	Utorrent	uTorrent	6,106,716	18.3	2,451.6	7.9	-6.7	1,545,961
2	Naver	N드라이브	1,108,297	3.3	5,722.9	11.7	-5.0	416,584
3	Sharebox	ShareBox	506,916	1.5	202.8	2.6	17.4	41,477
4	Olleh	ucloud 매니저	438,965	1.3	6,000.6	12.0	-8.0	171,392
5	Daum	Daum 클라우드	400,651	1.2	6,523.6	11.7	-9.1	146,317

* 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 지식 정보

〈게임 분야〉에서는 라이엇 게임즈의 ‘리그 오브 레전드’의 상승세가 무섭다. ‘리그 오브 레전드’는 순이용자가 전월 대비 무려 31.6% 증가한 146만명을 기록하며 ‘메이플 스토리’를 제치고 1위로 뛰어올랐다. ‘리그 오브 레전드’는 월평균이용시간 역시 1,124분(하루 평균 36분)으로 타게임에 비해 월등히 높았다. 넥슨의 ‘메이플 스토리’는 전월(-30%)에 이어 순이용자수가 10월에도 순이용자가 -24.4%로 급감하며 100만명을 간신히 넘었다. 올해 출시된 대작 게임 ‘디아블로3’와 ‘블레이드 & 소울’은 순위권 밖으로 밀려났다.

〈기타 분야〉에서는 PDF 파일 뷰어 ‘아크로벳 리더’가 1,169만명의 순이용자(일평균이용자 161만명)를 기록하며 1위에 올랐고, 압축 프로그램 ‘알집’이 2위를 차지했다. 이미지 뷰어 ‘알씨’와 마이크로소프트의 ‘사이드바 가제트’, 컴퓨터 최적화 프로그램인 ‘고클린’이 그 뒤를 이었다. 4위를 차지한 ‘사이드바 가제트’는 간단한 기능들을 바탕화면에서 활용할 수 있는 윈도우용 어플리케이션이다.

3. 게임

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용시간(분)	평균재방문일수(일)	순이용자증감률(%)	일평균이용자
1	라이엇게임즈	League Of Legends	1,463,227	4.4	1,123.6	6.5	31.6	306,027
2	Nexon	Maple Story	1,025,759	3.1	668.5	4.8	-24.4	154,996
3	Hanbitsoft	Starcraft	935,703	2.8	423.8	4.3	-13.8	127,867
4	Pmang	Pmang 뉴맞고	764,859	2.3	652.5	7.4	7.5	178,757
5	Pmang	FIFA Online2	741,061	2.2	322.1	4.6	2.9	105,384

4. 기타

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용시간(분)	평균재방문일수(일)	순이용자증감률(%)	일평균이용자
1	Adobe	Adobe Acrobat Reader	11,690,938	35.0	409.3	4.3	-0.1	1,614,982
2	Altools	Alzip	11,581,376	34.7	69.6	2.8	1.8	1,020,350
3	Altools	Alsee	6,240,153	18.7	268.2	4.2	-1.7	836,059
4	Microsoft	Sidebar Gadgets	2,279,860	6.8	4,570.1	11.7	-4.3	854,740
5	Gobest	GoClean	1,739,917	5.2	29.0	3.0	0.9	170,012

* 출처: 닐슨 코리안클릭 (www.koreanclick.com)



10월 팟캐스트 순위에서는 뉴스 및 정치 프로그램인 '나는 꼼수다', '주진우의 현대사'와 '나는 꼼수다'의 경제편임을 표방하는 '나는 꼼사리다'가 1, 2, 4위를 차지하며 사회참여적 프로그램들의 인기가 이어졌다. '김어준의 뉴욕타임스', '손석희의 시선집중', '이슈 털어주는 남자', '뉴스타파' 등의 뉴스 및 정치 논평 프로그램들 역시 대선을 두 달여 앞두고 지속적인 인기를 끌었다. '두시탈출 컬투쇼'는 2계단 오른 3위를 기록하며 꾸준한 상승세를 보였고, '이박사와 이작가의 이이제이', '고전읽기', '타박타박 세계사' 등의 사회 및 문화 프로그램들도 순위가 대폭 상승하며 청취자의 다양한 관심사를 충족시켰다. 'CNN Student News', '이근철의 굿모닝 팝스'와 같은 어학 관련 프로그램도 지난 달에 이어 순위권을 지켰다.

▶ 팟캐스트 종합 TOP 15 (10월)

순위	변동	제목	에피소드	카테고리	방송등록일	최종 업데이트
1	-	나는 꼼수다	64	뉴스 및 정치	2011.04.28.	2012.10.23.
2	-	주진우의 현대사	11	뉴스 및 정치	2012.06.19.	2012.10.19.
3	△2	두시탈출 컬투쇼	200	음악	2012.05.31.	2012.10.31.
4	-	나는 꼼사리다	49	비즈니스	2011.11.19.	2012.10.24.
5	▽3	컬투쇼 레전드 사연 BEST 100	100	음악	2012.06.25.	2012.07.27.
6	△1	김어준의 뉴욕타임스(Audio)	245	뉴스 및 정치	2009.06.22.	2012.10.26.
7	▽1	손석희의 시선집중	712	뉴스 및 정치	2010.07.16.	2012.10.31.
8	△2	이슈 털어주는 남자	210	뉴스 및 정치	2011.12.27.	2012.10.31.
9	▽1	나는 판따라다	15	사회 및 문화	2012.06.11.	2012.10.31.
10	▽1	이상호 기자 발뉴스	139	교육	2012.05.27.	2012.10.31.
11	△1	CNN Student News (video)	6	교육	2012.08.24.	2012.10.31.
12	△2	(공식)이근철의 굿모닝 팝스	20	언어 교육 과정	2012.07.18.	2012.10.31.
13	-	뉴스타파	43	뉴스 및 정치	2012.03.21.	2012.10.27.
14	▽3	최진기의 뉴스워크	64	교육	2011.04.19.	2012.10.05.
15	△3	FM 음악도시 성시경입니다	820	방송	2011.06.01.	2012.10.30.
16	△21	이박사와 이작가의 이이제이	16	사회 및 문화	2006.06.27.	2012.10.25.
17	△11	고전읽기	48	사회 및 문화	2012.08.27.	2012.10.31.
18	▽1	세상을 바꾸는 시간, 15분	211	뉴스 및 정치	2011.06.06.	2012.10.31.
19	△13	타박타박 세계사	72	사회 및 문화	2011.05.22.	2012.09.30.
20	▽4	TEDTalks 비즈니스	59	비즈니스	2006.06.27.	2012.06.08.

* 출처: 팟빵 (www.podbbang.com), 10월 31일 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



모바일 애플리케이션(스마트폰 및 태블릿용) 순위에서는 9월에 이어 카카오톡 연동 게임의 강세가 이어졌다. 이 같은 경향은 애플 앱스토어에 비해 안드로이드 마켓에서 특히 뚜렷하게 나타났다. '플레이스토어' 매출 기준 순위 상위 10위 중 1,2,3위를 포함한 6개의 게임이 카카오톡 연동 게임이었다. 무료 순위에서는 10개 중 무려 8개가 카카오톡 관련 앱이었다. 애플 <앱스토어> 역시 카카오톡 연동게임이 인기를 끌었다. '아이러브커피 for Kakao'가 매출분야 1위를 차지했고, '캔디팡 for Kakao'가 무료 다운로드 부문 1위에 올랐다. 마찬가지로 카카오톡 연동게임인 '드래곤 플라이트'가 매출과 무료 다운로드에서 2위에 올랐다. <티스토어> 유료 부문에서는 VOD와 게임의 강세가 이어졌다. 일본 스퀘어사의 고전 '파이널판타지'를 앱으로 출시한 버전이 1위에 올랐고, '전망좋은 집', '간첩', '공모자들' 등 올해 하반기에 개봉했던 영화들이 순위 상위권을 기록했다.

▶ 모바일 애플리케이션 TOP 10 (10월)

순위	앱스토어 (아이폰)			앱스토어 (아이패드)		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	오디오삼국지	캔디팡 for Kakao	아이러브커피 for Kakao	Plants vs. Zombies HD	캔디팡 for Kakao	풍운삼국 iPad 버전
2	Need for Speed™ Most Wanted	Dragon Flight	Dragon Flight	Need for Speed™ Most Wanted	Dragon Flight	Rule the Sky for iPad
3	Red Clock (Weather&Alarm)	Booooly2 for Kakao	풍운삼국	애플비 아이튠즈 그림책 - 몸편 for iPad	Contract Killer 2	Dragon Flight
4	MEGA MAN X	YouTube	애니팡 for Kakao	Asphalt 7: Heat	허영만의 꿀 전집	Tiny Farm®
5	Bad Piggies	살빼면서돈벌자 - 빼틀	KakaoTalk Messenger	Keynote	DrawRace 2 HD	Clash of Clans
6	How much was it? : Expense calc	미니홈 for Kakao	카드의 신 삼국지	UPAD	Radio Alarm ClockHD	Need for Speed™ Most Wanted
7	STREETFIGHTERII COLLECTION	내가그린 기린그림	Rule the Sky™	FIFA 13 by EA SPORTS	McTube - YouTube Client & Downloader & MP3	풍! 인기동요+동화 - 보들북
8	THE KING OF FIGHTERS i 2012	삼국지TD-위의운명	피쉬아일랜드	GarageBand	피망하이피드래곤	바이킹아일랜드
9	Badabing!	Contract Killer 2	넥슨 프루야구마스터 2013	Hancom Office Hanword	Apocalypse Max :Better Dead	Hancom Office Hanword
10	Ringtones Premium	DrawRace 2	Tiny Farm®	TEDiSUB - Enjoy TED videos with Subtitles!	홀라	Contract Killer 2

순위	플레이 스토어 (안드로이드)			티스토어 (안드로이드)	
	유료	무료	매출	유료	무료
1	Asphalt 7 : Heat	Dragon Flight for Kakao	Dragon Flight for Kakao	[게임] 파이널 판타지	백설공주
2	Minecraft-Pocket Edition	Kakao Talk Free Calls&Text	아이러브커피 for Kakao	[VOD] 전망좋은 집	크레이지 아케이드 Live
3	Poweramp FullVersion Unlocker	Kakao Story	애니팡 for Kakao	[VOD] 간첩	Cam Scanner Lite
4	Wild Blood	캔디팡 for Kakao	Rule the Sky	[VOD] 공모자들	★달려야산다★런닝고
5	Where's My Water?	애니팡 for Kakao	바이킹아일랜드 for Kakao	[게임] 와일드블러드	T보이는 음성안내
6	Beautiful Widgets	네이버 - Naver	캔디팡 for Kakao	[게임] 메이플스토리 Live Premium	모바일 Tworld
7	Paper Camera	내가그린 기린그림 for Kakao	Tiny Farm	[VOD] 어메이징 스파이더맨	나가요맛고
8	Paladog	Bouncy Ball	피쉬 아일랜드	[VOD] 피에타	카카오톡
9	Nova Launcher Prime	Booooly2 for Kakao	카오스베인 SE for Kakao	[VOD] 이웃사람	스마트청구서
10	Smart Tools	아이러브커피 for Kakao	Fishing Superstars	[ebook] 장미의 사슬	연애맞고2

* 출처: 앱애니, 티스토어 (국내 순위 / 유료·무료는 다운로드 수, 매출은 금액 기준 / 2012. 10. 31. 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



2012년 10월 31일 기준으로 애플 앱스토어에는 약 71만개의 애플리케이션이 등록되어 있다. 이는 전월 대비 31,549개의 앱이 늘어난 수치이다. 활성화된 앱 중에서 52.33%의 앱이 무료이고, 유료앱 중에서도 '1달러 미만'으로 판매하는 앱의 비율(23.41%)이 가장 높다. 이는 무료앱을 포함한 75% 이상의 앱이 1달러 미만인 것이다. 해당 앱들은 저렴한 값을 무기로 대량판매 또는 광고, 인앱결제 등을 통해 수익을 창출하고 있다.

애플리케이션의 전체 평균 가격은 9월 대비 0.01달러 하락한 1.69달러를 기록했고, 일반 앱의 가격이 1.82달러 인 반면, 게임 앱 가격은 평균 0.91달러를 기록했다. 이는 게임의 인앱결제 비율이 높기 때문으로 추정된다.

9월에는 게임과 비게임을 합쳐 25,857개의 어플리케이션이 제출되었다. 하루 평균 777개의 비게임 애플리케이션과 115개의 게임이 앱스토어에 제출된 셈이다. 등록된 앱을 카테고리별로 분류하면 게임(18.00%), 교육(10.34%), 엔터테인먼트(9.30%), 라이프스타일(8.41%) 등의 비중을 기록했다. 단일 장르로서 게임의 비중이 월등히 높았다.

▶ 애플 앱스토어 현황 (2012. 10. 31.)

1. APP. 등록 현황

구분	개수	변동 (9.30. 대비)
총 활성 앱 (현재 다운로드 가능)	711,420	31,549
총 비활성 앱 (더이상 다운로드 불가능)	264,321	-2,232
미국 앱스토어 누적 앱	975,741	29,317
미국 앱스토어 활동 제작자수	186,664	9,207

2. APP. 가격 분포

구분	개수	비율	변동 (9.30. 대비)
무료	372,319	52.33%	21,296
\$ 1 미만	166,508	23.41%	4,948
\$ 1 ~ \$ 1.99	67,423	9.48%	2,302
\$ 2 ~ \$ 2.99	32,612	4.58%	990
\$ 3 이상	72,558	10.16%	2,013

3. APP. 평균 가격

구분	가격	변동 (9.30. 대비)
평균 앱 가격	\$1.82	-\$0.01
평균 게임 가격	\$0.91	\$0.00
전체 평균 가격	\$1.69	-\$0.01

4. APP. 월별 제출 현황 (10월)

구분	개수	1일 평균 제출개수	변동 (9월 대비)
비게임	22,531	777	-1,643
게임	3,326	115	-809
전체	25,857	892	-2,452

5. 카테고리별 등록 APP. 현황

구분	개수	비율	구분	개수	비율
게임	128,060	18.00%	생산성	19,614	2.76%
교육	73,565	10.34%	뉴스	19,163	2.69%
엔터테인먼트	66,194	9.30%	건강 & 운동	18,087	2.54%
라이프스타일	59,799	8.41%	사진	17,005	2.39%
도서	53,168	7.47%	금융	15,917	2.24%
유틸리티	43,326	6.09%	의료	14,759	2.07%
비즈니스	41,134	5.78%	소셜 네트워킹	13,912	1.96%
여행	36,805	5.17%	네비게이션	10,913	1.53%
음악	27,133	3.81%	날씨	3,002	0.42%
레퍼런스	23,165	3.26%	기타	6,214	0.88%
스포츠	20,485	2.88%	합계	711,420	100.00%

* 2012. 10. 31. 기준

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



주요 방송통신서비스 가입자는 2012년 9월 말 기준으로 시내전화 1,838만명, 이동전화 5,328만명, IPTV 608만명, 초고속인터넷 1,814만명, 휴대인터넷(와이브로) 100만여명을 기록하고 있다. 시내전화 가입자는 점진적으로 감소하고 있는 반면, 이동전화·IPTV·초고속인터넷·와이브로 가입자는 꾸준히 증가하고 있다. 초고속인터넷 가입자수는 시내전화 가입자수에 근접하고 있는데, 연내로 시내전화 가입자수를 추월할 것으로 예상된다. 고속 휴대인터넷 서비스인 와이브로는 조금씩 가입자가 늘고 있긴 하지만 LTE 서비스로 인해 기대만큼의 성과를 내지 못하고 있으며, 이동전화 가입자수는 국가인구수를 넘으며 증가세가 다소 둔화하고 있지만 개인이 복수의 기기를 지니는 경우(태블릿 등)가 늘어남에 따라 증가세는 지속될 것으로 보인다.

▶ 방송통신서비스 가입자 현황

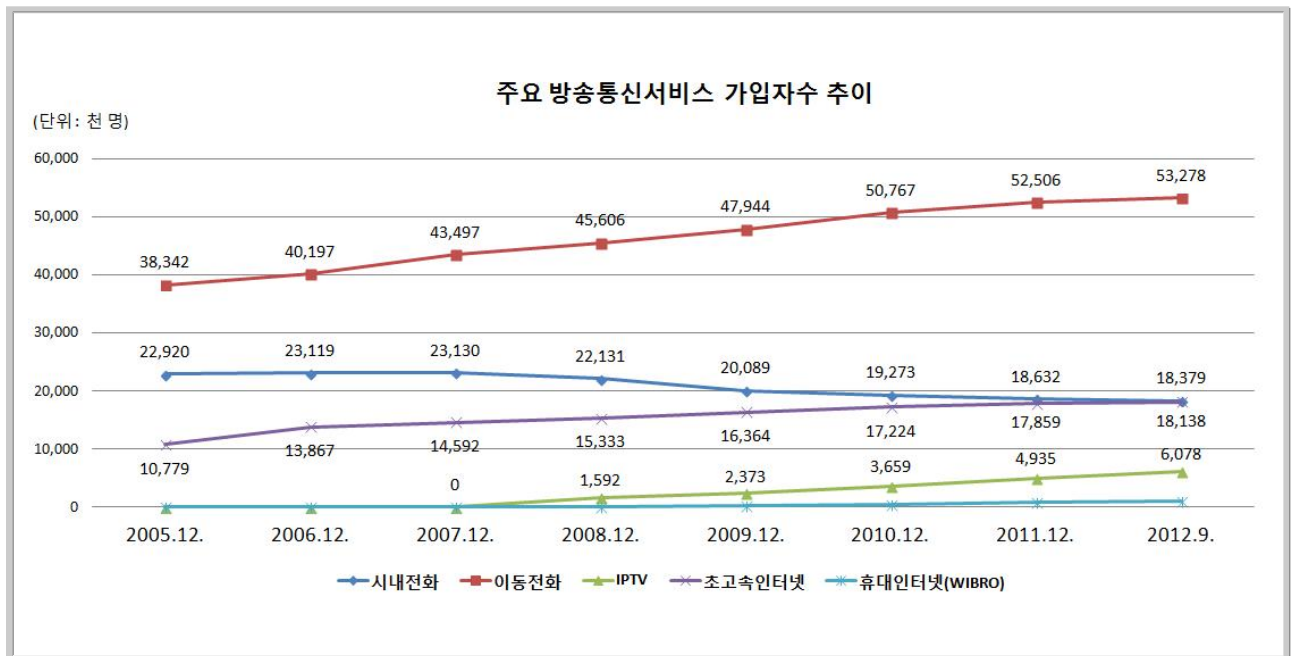
1. 주요 방송통신서비스 가입자 (2005 ~ 2012. 9.)

(단위 : 천 명)

구분	2005. 12.	2006. 12.	2007. 12.	2008. 12.	2009. 12.	2010. 12.	2011. 12.	2012. 9.
시내전화	22,920	23,119	23,130	22,131	20,089	19,273	18,632	18,379
이동전화	38,342	40,197	43,497	45,606	47,944	50,767	52,506	53,278
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	18,138
휴대인터넷(WIBRO)	-	0.9	39	167	316	466	799	996

* 천 단위 이하는 절삭

* 출처: 방송통신위원회 자료 재구성



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



이동전화 가입자는 9월 말 기준 5,428만명을 기록했다. 이중 LTE 가입자는 1,172만명을 기록하며 8월 대비 149만명이 늘어났다. LTE 서비스 가입자의 증가추세는 통신 업체들의 치열한 경쟁으로 인해 가속화되고 있으며, 아이폰5 출시 등의 이슈로 인해 연내 1600만명을 돌파할 것으로 보인다. 2011년 12월 가입자가 119만명이었던 것과 비교하면 1년 만에 이동전화 시장의 판도가 바뀐 셈이다.

한편 통신 분야 시장조사 기관인 와이어리스 인텔리전스에 따르면, 2012년 2분기 기준으로 한국은 LTE 가입자수(710만명)에서 세계점유율 27%를 차지하며 미국(1,270만명)에 이어 세계 2위를 기록하고 있으며, 전체 이동전화 가입자수 대비 LTE 가입자 비율은 13.2%로 미국(3.8%)을 3.5배 앞섰다. 9월 기준 전체 대비 LTE 가입자 비율은 21.6%으로 미국의 보급률과 격차를 더 넓혔을 것으로 추정된다.

2. 이동전화 가입자 (기술방식별)

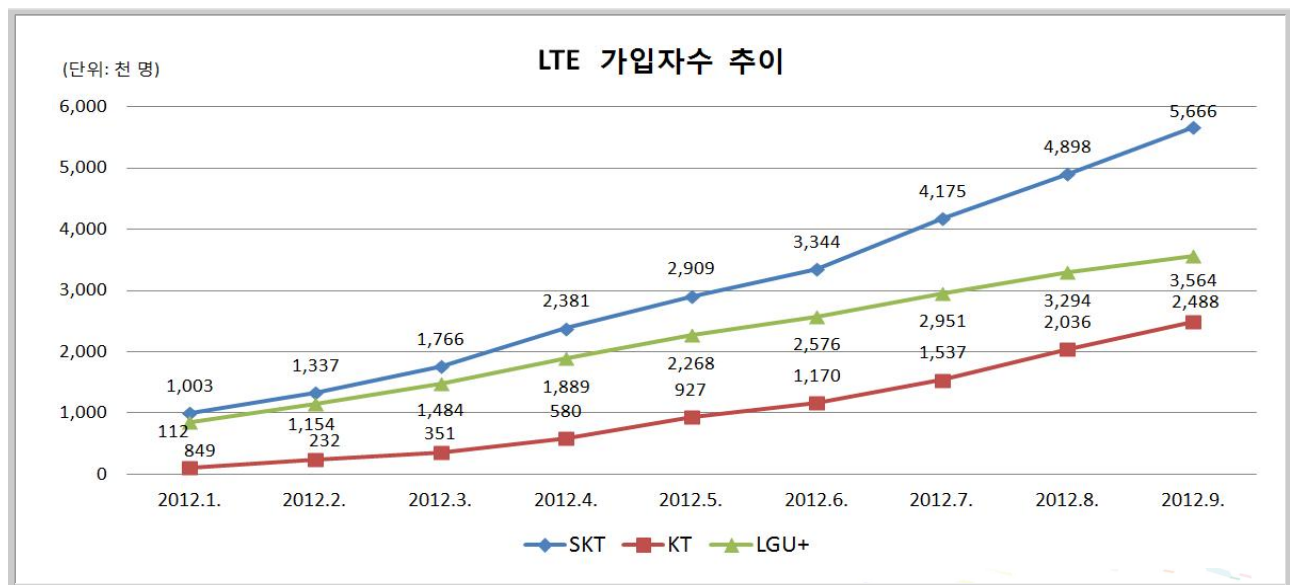
(단위 : 천 명)

구분	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	9월 가입현황		2012. 9.	
									변동	증감율		
SKT	CDMA	6,646	6,443	6,288	6,122	5,961	5,805	5,613	5,446	-123	-2.3%	5,323
	WCDMA	18,923	18,767	18,501	18,083	17,741	17,511	16,891	16,372	-582	-3.6%	15,789
	LTE	1,003	1,337	1,766	2,381	2,909	3,344	4,175	4,898	768	15.7%	5,666
	WiBro	56	61	64	62	60	58	59	61	-1	-1.0%	60
KT	CDMA	44	30	23	21	20	19	-	-	-	-	-
	WCDMA	16,464	16,378	16,225	15,922	15,536	15,299	14,910	14,450	-458	-3.2%	13,992
	LTE	112	232	351	580	927	1,170	1,537	2,036	452	22.2%	2,488
	WiBro	786	806	836	847	878	902	904	931	6	0.6%	936
LGU+	CDMA	8,577	8,326	8,070	7,788	7,507	7,276	6,997	6,702	-245	-3.7%	6,457
	LTE	849	1,154	1,484	1,889	2,268	2,576	2,951	3,294	269	8.2%	3,564
합계	53,461	53,534	53,609	53,697	53,807	53,958	54,038	54,188	54,188	87	0.2%	54,275

※ DBDM 단말기 가입자는 상위 기술방식으로 분류, WCDMA 진화형인 HSDPA, HSUPA, HSPA+는 WCDMA 가입자 수에 포함

* 백 단위에서 반올림

* 출처: 방송통신위원회 자료 재구성



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



초고속인터넷 가입자는 9월 말 기준으로 전월보다 2만9천명이 늘어난 1,814만명을 기록했다. 무선인터넷 이용의 증가세에 비해 유선 인터넷 회선의 설치는 정체된 추세이다. 반면 스마트폰은 전월 대비 73만명(2.4%)의 증가세를 보이며 3,088만명을 기록했다. 태블릿PC는 7,808명이 통신사에 신규 가입하며 1.1%의 성장률을 보였다. 다소 성장세가 정체되었지만 가입자수는 70만명을 돌파했다(와이파이 제품 제외). 구글의 레퍼런스 태블릿인 '넥서스 7'은 9월 28일 국내에 출시되어 많은 판매량을 기록하고 있는 것으로 알려졌지만 와이파이 모델밖에 없어 집계량에 포함되지 않았다.

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.	2012. 9.
KT	6,952	7,423	7,822	7,845	7,881	7,921	7,935	7,944	7,966	7,980	8,001	8,009
SK브로드밴드	3,846	3,599	3,293	3,259	3,237	3,216	3,196	3,181	3,169	3,149	3,126	3,114
SKT(재판매)	-	402	898	941	982	1,024	1,062	1,099	1,133	1,170	1,203	1,234
LG U+	2,521	2,773	2,809	2,794	2,783	2,765	2,755	2,755	2,755	2,747	2,733	2,736
종합 유선	2,810	2,826	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,919	2,925
기타	216	198	177	177	177	177	177	128	128	128	125	120
합계	16,348	17,224	17,859	17,876	17,919	17,963	17,985	17,967	18,010	18,033	18,109	18,138

* 천 단위 이하는 절삭

* 출처: 방송통신위원회 자료 재구성

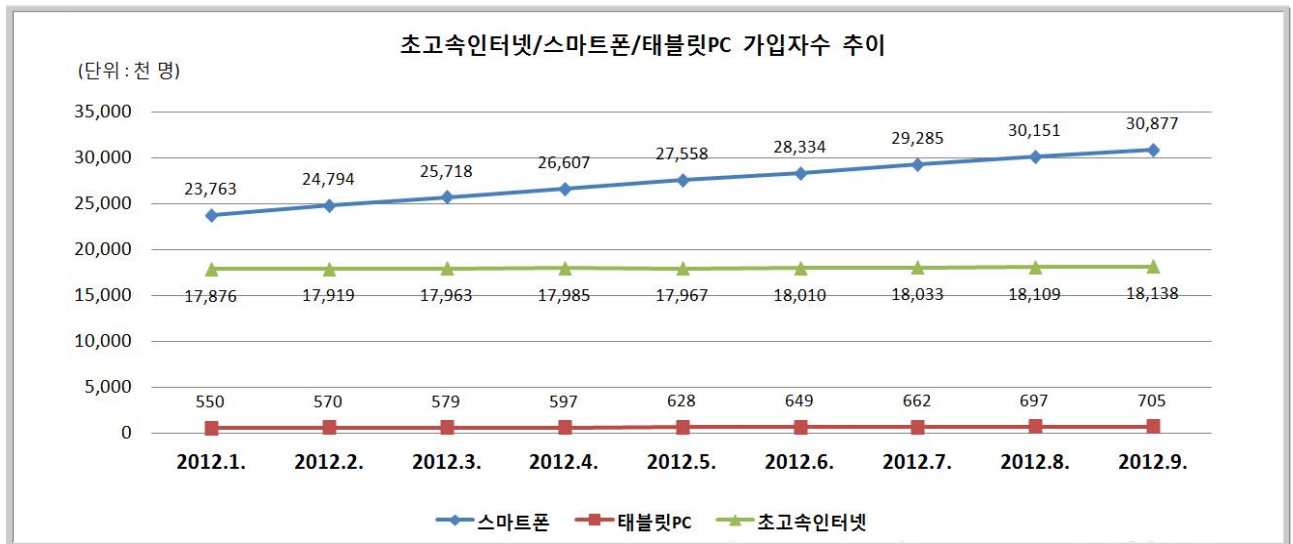
4. 스마트폰 / 태블릿PC 가입자 현황

(단위 : 천 명)

구분	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	9월 가입현황		2012. 9.	
									변동(명)	증감률		
스마트폰	SKT	11,639	12,126	12,574	12,995	13,403	13,787	14,266	14,680	391,260	2.7%	15,071
	KT	8,022	8,317	8,537	8,709	8,971	9,135	9,350	9,594	193,303	2.0%	9,787
	LGU+	4,101	4,350	4,607	4,903	5,183	5,411	5,669	5,878	140,842	2.4%	6,019
	합 계	23,763	24,794	25,718	26,607	27,558	28,334	29,285	30,151	725,405	2.4%	30,877
태블릿PC	SKT	229	240	248	257	274	285	289	292	134	0.0%	292
	KT	311	315	318	325	339	348	356	388	7,822	2.0%	396
	LGU+	10	14	13	13	14	15	16	17	-148	-0.9%	16
	합 계	550	570	579	597	628	649	662	697	7,808	1.1%	705

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

* 출처: 방송통신위원회 자료 재구성



콘텐츠 통계 브리핑





KOCCA 통계브리핑
제12-09호(국내편)



Statistics
Briefing

국내 콘텐츠산업의 사업형태별(업종별) 성장성 분석

박 성 원 (KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

한국표준산업분류(KSIC)²³는 생산단위(사업체 단위 등)가 주로 수행하는 산업 활동을 그 유사성에 따라 체계적으로 유형화한 것으로서 1958년 UN의 국제표준산업분류(ISIC)(1차 개정)에 기초해 1964년 제정되었다. <통계법>에서는 산업통계 자료의 정확성, 비교성을 위해 한국표준산업분류(또는 특수목적분류)를 모든 통계작성기관이 의무적으로 사용하도록 규정하고 있다. 특히 통계목적 이외에도 인허가, 조세 및 자금지원 등 일반 행정과 산업정책 관련 법령에서 적용할 대상으로 산업영역을 한정하는 기준으로 준용되고 있다. 현재 한국표준산업분류는 우리나라에서 약 300개 이상의 경제 및 산업관련 법령에 적용을 받고 있을 만큼 중요하다.

한편 국내 콘텐츠산업분류는 특수목적분류로서 한국표준산업분류에서 직접 파악할 수 없거나 제조업과 서비스업에 분산되어 있는 콘텐츠 관련 업종들을 산업별(12개 산업), 가치사슬별(기획, 제작, 유통), 매체별(오프라인, 온라인) 기준에 따라 표준산업분류 코드에 근거하여 종합적으로 작성한 것이다. 콘텐츠산업분류가 특수분류인 이유는 한국표준산업분류에서 콘텐츠산업과 일부 또는 대부분 연계되어 있는 분류는 총 9개(C.제조업, G.도매 및 소매업, J.출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업, L.부동산업 및 임대업, M.전문, 과학 및 기술 서비스업, N.사업시설관리 및 사업지원 서비스업, P.교육 서비스업, R.예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업, S.협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업)에 분산되어 있다. 따라서 산업통계와 산업연관효과분석 등을 수행하기 위한 조사분류체계로는 사용하기 어렵고, 산업정책을 위한 근거지표로서도 범위의 모호성 때문에 그대로 적용하기가 쉽지 않다.



이에 따라 2010년 콘텐츠산업분류가 제정되었고, 2012년 1차 개정되었다. 주요 내용은 컴퓨터그래픽스(CG), 가상현실(VR), 캐릭터놀이시설 등이 추가되었다. 콘텐츠산업분류는 대분류 12개(출판산업/만화산업/음악산업/영화산업/게임산업/애니메이션산업/방송산업/광고산업/캐릭터산업/지식정보산업/콘텐츠솔루션산업/공연산업), 중분류 51개, 소분류 131개로 구성된다. 콘텐츠산업분류는 국가승인통계인 콘텐츠산업 조사분류체계로 활용되고 있으며, 산업연관효과분석, 그리고 산업정책을 위한 근거지표로서 활용되고 있다. 향후 미디어기술의 발전과 신규 수요의 증가로 산업 내, 산업간 융복합이 활발해 지면서 범위가 확대될 전망이다.

여기서는 한국표준산업분류와 콘텐츠산업분류를 연계하여 매칭시킨 후, 산업별/업종별 매출액 증감률을 비교해 시사점을 도출하고자 한다. 먼저 콘텐츠산업의 매출액 연평균증감율(2008년~2010년)을 특수분류의 대분류 기준으로 살펴 본 결과, 가장 크게 매출액이 증가한 산업은 게임(15.1%)이며, 다음은 지식정보(14.0%, 5%이상 6개 업종), 영화(10.0%, 5%이상 7개 업종), 방송(9.3%, 5%이상 3개 업종), 콘텐츠솔루션(8.5%, 5%이상 6개 업종), 캐릭터(7.5%, 5%이상 4개 업종), 음악(6.6%, 5%이상 7개 업종), 애니메이션(5.5%, 5%이상 3개 업종), 광고(5.3%, 9개), 만화(1.3%, 5%이상 3개 업종), 출판(0.5%, 5%이상 5개 업종) 순으로 나타났다.

구체적으로 살펴보면, 출판산업에서 가장 높은 연평균증가율을 보인 업종은 “인터넷/모바일 전자출판서비스업”(16.2%)이며, “인터넷/모바일 전자출판제작업”(15.8%)도 높은 증가율을 보였다. 반면 가장 큰 감소율을 보인 업종은 “기타 인쇄물 출판업”(9.3%)이었다. 또한 만화산업에서 가장 높은 연평균증가율을 보인 업종은 “인터넷서점(만화부문)”(15.3%)이며, “인터넷 만화콘텐츠 서비스”(10.8%)도 높은 증가율을 보였다. 반면 가장 큰 감소율을 보인 업종은 “만화 서적 및 잡지류 도매”(-5.3%)로 나타났다. 출판산업과 만화산업은 유무선 인터넷 서비스의 보편화와 스마트폰 보급의 확대에 인하여 인터넷/모바일 제작 및 서비스업의 성장이 지속되고 있으며, 이에 따라 전통 출판업과 도매업은 쇠퇴하고 있다. 이는 독자들이 서적, 잡지 및 만화책을 서점에서 구입해 보거나 도서대여점에서 빌려보던 것에서, 최근에는 인터넷을 통해 e-book이나 웹툰을 즐겨 보기 때문인 것으로 판단된다.

23) 한국표준산업분류(KSIC)는 A, 농업, 임업 및 어업에서부터 U, 국제 및 외국기관까지 21개의 대분류, 76개의 중분류, 228개의 소분류, 487개의 세분류, 1,145개의 세세분류로 구성되어 있다.



<표 1> 출판산업과 만화산업의 사업형태별 매출액 연평균증감률(2008년~2010년) 비교

대분류	사업형태	성장률이 증가한 업종(소분류)	연평균 성장률(%)	성장률이 감소한 업종(소분류)	연평균 성장률(%)
출판산업	기획·제작	교과서 및 학습서적 출판업	8.1	기타인쇄물 출판업	▽9.3
		인터넷/모바일 전자출판 제작업	15.8		
	유통	인터넷/모바일 전자출판 서비스업	16.2	서적 및 잡지류 도매업	▽6.1
		서적임대업	15.3		
만화산업	기획·제작	일반출판사(만화부문)	6.7		
		인터넷 만화콘텐츠 서비스	10.8	모바일 만화콘텐츠 서비스	▽5.3
	유통	인터넷서점(만화부문)	15.3	만화 서적 및 잡지류 도매	▽5.3

음악산업에서 가장 높은 연평균증가율을 보인 업종은 “인터넷 음악서비스업”(33.9%)이며, “인터넷 음반 소매업”(30.5%)도 높은 증가율을 보였다. 반면 가장 큰 감소세를 보인 업종은 “인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업”(-41.9%)으로 나타났다. 이러한 이유는 mp3와 같은 음원을 다운로드받아 듣는 것이 일반화되어 멜론, 소리바다, 엠넷과 같은 인터넷 음악서비스와 인터넷으로 음반을 판매하는 인터넷 음반 소매업이 성장하기 때문이다. 또한 “인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업”이 큰 감소세를 보인 것은 스마트폰의 어플리케이션 서비스가 아니라, 기존 피쳐폰의 벨소리, 통화연결음, 음원 다운로드 매출액이기 때문이다. 스마트폰의 어플리케이션을 통한 매출액은 인터넷 음악서비스의 매출액에 포함된다. 그리고 과거 피쳐폰 위주의 모바일 음악 서비스는 이동통신사와 음원을 제공하는 콘텐츠제공자(CP)들이 주도했으나, 2008년부터 스마트 디바이스의 보급이 확대된 이후 구조가 변화되면서 “인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업(CP)”의 매출액이 하락하기 시작했다.

<표 2> 음악산업 사업형태별 매출액 연평균증감률(2008년~2010년) 비교

대분류	사업형태	성장률이 증가한 업종(소분류)	연평균 성장률(%)	성장률이 감소한 업종(소분류)	연평균 성장률(%)
음악산업	기획·제작	음악 기획 및 제작업	17.3	인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업(CP)	▽41.9
		기타 오디오물 제작업	8.9		
		음악공연 기획 및 제작업	15.8		
	유통	인터넷 음반 소매업	30.5	모바일 음악 서비스업	▽20.5
		인터넷 음악 서비스업	33.9		
		음원 대리 중개업	26.5		
		기타 음악공연 서비스업	14.2		



영화산업에서 가장 높은 증가율을 보인 업종은 “영화제작, 지원 및 유통업”(13.8%)이며, 가장 높은 감소율을 보인 업종은 “DVD/VHS 제작 및 유통업”(-24.1%)이었다. “온라인 상영”을 제외한 모든 소분류에서 매출액의 큰 감소세가 나타난 이유는 IPTV 및 온라인 상영 서비스의 확대에 따라 DVD/VHS의 구매 및 대여가 줄어들었기 때문이다. 또한 애니메이션산업에서 가장 높은 증가율을 보인 업종은 “애니메이션 창작 제작업”(16.3%)이며, 가장 높은 감소율을 보인 업종은 “온라인 애니메이션 서비스업(인터넷, 모바일)”(-20.4%)으로 나타났다. 최근 국내 애니메이션 창작/제작의 매출액은 지속적으로 증가하고 있고, 하청제작은 감소하고 있는데, 그 이유는 애니메이션 총량제 도입으로 창작 제작자들의 의욕이 고취되었으며, 중국의 하청 제작 비중이 높아지면서 국내 하청제작시장이 위축됐기 때문이다.

<표 3> 영화산업 및 애니메이션산업 사업형태별 매출액 연평균증감률(2008년~2010년) 비교

대분류	사업형태	성장률이 증가한 업종(소분류)	연평균 성장률(%)	성장률이 감소한 업종(소분류)	연평균 성장률(%)
영화산업	기획·제작	영화 기획 및 제작	9.9	DVD/VHS 제작	▽21.1
		영화제작 지원	27.7		
	유통	영화 수입	18.0	DVD/VHS 도매	▽40.8
		영화 배급	13.2	DVD/VHS 소매	▽39.3
		극장 상영	13.1	DVD/VHS 대여	▽28.6
		영화투자 조합	69.4	DVD/VHS 상영	▽40.5
	온라인 상영	24.1			
애니메이션 산업	기획·제작	애니메이션 창작 제작업	16.3	애니메이션 하청 제작업	▽8.4
		온라인 애니메이션 제작업	5.9		
	유통	애니메이션 유통, 배급 및 홍보업	7.4	온라인 애니메이션 서비스업	▽20.4

방송산업에서 가장 높은 매출액 증가율을 보인 업종은 “IPTV”(83.4%)이며, 가장 높은 감소율을 보인 업종은 “중계유선방송”(-11%)이었다. 이는 KT의 QOOK, SK의 브로드밴드와 같은 IPTV 가입자 수의 폭발적인 증가와 이에 따른 유선방송 가입자 수의 감소에 기인한다고 볼 수 있다. 또한 광고산업에서 가장 높은 매출액 증가율을 보인 업종은 “이벤트”(61.8%)이며, “마케팅·리서치”(51.5%)도 높은 증가율을 보였다. 이는 고객의 요구가 다양해지고 다양한 상품이 존재함에 따라 마케팅 활동을 보다 면밀하게 분석하거나 판매 촉진을 위한 적극적인 고객유치 행사를 하는 사업체가 많아지고 있음을 시사해준다.



캐릭터산업에서 가장 높은 매출액 증가율을 보인 업종은 “캐릭터 개발 및 라이선스업”(16%)이며, 소설, 만화, 애니메이션, 게임에 등장하는 독특한 인물이나 동물의 모습을 디자인하여 라이선싱에 대한 대가를 받는 업종이 증가하고 있기 때문이다. 캐릭터는 개발이 이루어지고 나면 상품과 접속시켜 유통을 통한 매출액이 발생하는데, 캐릭터와 접목할 수 있는 상품의 종류는 매우 많으며 업종도 다양하다.

<표 4> 방송, 광고, 캐릭터산업 사업형태별 매출액 연평균증감률(2008년~2010년) 비교

대분류	사업형태	성장률이 증가한 업종(소분류)	연평균 성장률(%)	성장률이 감소한 업종(소분류)	연평균 성장률(%)	
방송산업	유통	종합유선방송 사업자	7.2	중계유선방송 사업자	▽11.0	
		방송채널사용 사업자	13.9			
		인터넷 프로토콜 TV(IPTV)	83.4			
광고산업	기획·제작	광고대행·매체대행	11.5	CM·영상·카피·그래픽제작	▽12.6	
		광고기획·전략대행	7.1	온라인 제작	▽23.3	
		인쇄	29.4	광고사진 스튜디오	▽17.0	
		제판	50.6	CI(Commercial Identity) 제작	▽7.3	
		온라인 광고대행	25.3	공간 디자인	▽50.2	
				온라인광고기획·전략대행	▽57.6	
				온라인 광고제작	▽57.0	
				광고물 기획·편집	▽11.7	
		유통	마케팅·리서치	51.5	온라인 매체대행	▽53.7
			PR(Public Relations)	25.3	기타(장비취급 등)	▽59.6
SP(Sales Promotion)	28.1					
이벤트	61.8					
캐릭터 산업	기획·제작	캐릭터 개발 및 라이선스업	16.0			
		캐릭터상품 제조업	6.4			
	유통	캐릭터상품 도매업	7.3			
		캐릭터상품 소매업	7.3			

지식정보산업에서 가장 높은 매출액 증가율을 보인 업종은 “포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업”(18.3%)이며, e-learning에 관련한 모든 소분류들에서 증가세를 나타냈는데, 연평균 6.2%~11.9% 성장률을 나타냈다.



<표 5> 지식정보산업 사업형태별 매출액 연평균증감률(2008년~2010년) 비교

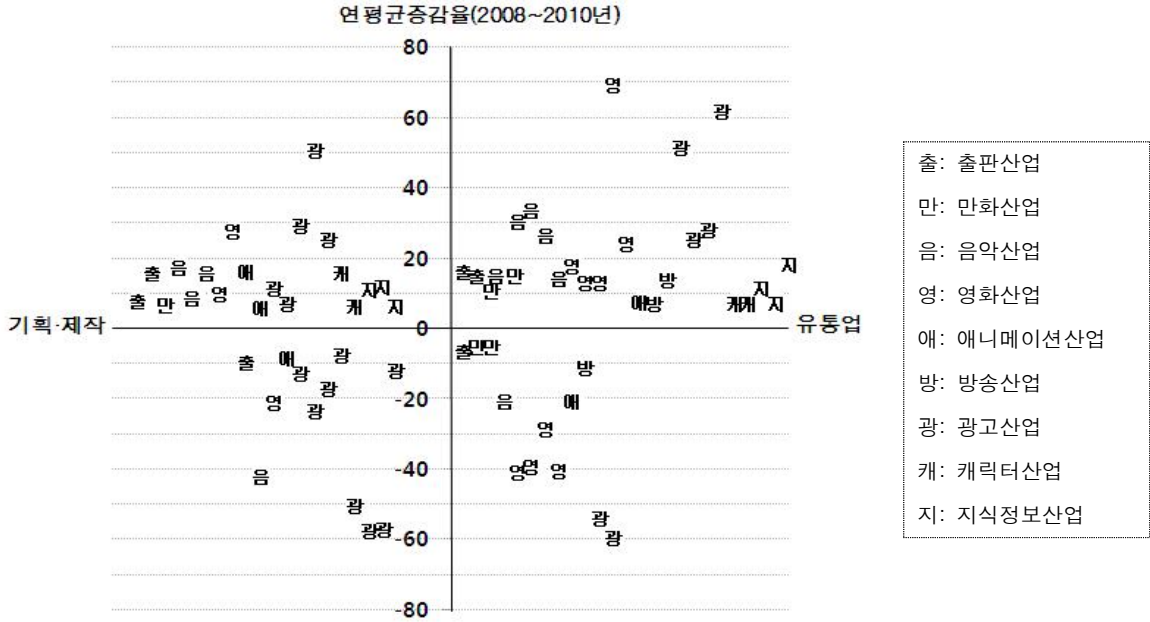
대분류	사업형태	성장률이 증가한 업종(소분류)	연평균 성장률(%)	성장률이 감소한 업종(소분류)	연평균 성장률(%)
지식정보 산업	기획·제작	e-learning 기획업	11.0		
		인터넷/모바일 e-learning 제작 및 제공업(CP)	11.9		
		에듀테인먼트 기획 및 제작업	6.2		
	유통	e-learning 인터넷/모바일 서비스업	11.4		
		기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업	7.2		
		포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업	18.3		

이와 같이, 콘텐츠산업분류에 따른 세부 업종별(소분류) 연평균(2007~2010년) 매출액 증감을 분석에서 다음과 같은 시사점을 도출할 수 있었다. 첫째, 매출액이 증가한 업종의 비율은 기획·제작업이 62.5%(20개), 유통업이 67.6%(25개)로 나타났으며, 매출액이 감소한 업종의 비율은 기획·제작업이 37.5%(12개), 유통업이 32.4%(12개)로 나타났다. 즉, 기획·제작업과 유통업에서 연평균 매출액이 증가한 업종은 유통업이 다소 많은 것으로 나타났고, 감소한 업종은 차이가 없는 것으로 나타났다. 이때, 게임산업은 기획·제작업으로 분류하지 않고 기획·배급업으로 분류가 되어있어, 본 분석에서 제외되었으며, 콘텐츠솔루션 또한 기획·제작업의 분류대신 기술 분류를 사용하고 있어서 제외되었다.

둘째, 연평균 매출액 증감률을 20%를 기준으로 구분하여 분석해 본 결과, 기획·제작업에서 큰 폭으로 증가한 업종은 영화제작지원(27.7%), 광고인쇄(29.4%), 광고제판(50.6%), 온라인 광고대행(25.3%)으로 총 4개 업종이 있는 것으로 나타났으며, 유통업에서는 인터넷음반소매업(30.5%), 인터넷음악서비스업(33.9%), 영화투자조합(69.4%), 온라인상영(24.1%), 마케팅·리서치(51.5%), 이벤트(61.8%) 총 7개 업종이 있는 것으로 나타났다. 반면에 큰 폭으로 감소한 업종은 기획·제작업에서는 인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업(41.9%), DVD/VHS 제작(21.1%), 온라인 제작(23.3%), 공간 디자인(50.2%), 온라인 광고기획·전략대행(57.6%), 온라인 광고제작(57%)로 총 6개가 있는 것으로 나타났고, 유통업에서는 모바일 음악 서비스업(20.5%), DVD/VHS 도매(40.8%), DVD/VHS 소매(39.3%), DVD/VHS 대여(28.6%), DVD/VHS 상영(40.5%), 온라인 애니메이션 서비스업(20.4%), 온라인 매체대행(53.7%), 기타(장비취급 등)(59.6%)으로 총 8개가 있는 것으로 나타났다.



[그림 1] 콘텐츠산업 사업형태별 매출액 연평균증감률(2008년~2010년) 분포



셋째, 매년 발표되는 한국은행의 기업경영분석은 표준산업분류를 기준으로 우리나라 전체 법인을 모집단(약 30만개)으로 두고 기업의 경영실태를 표본조사(7,180개) 한 통계이다. 이 통계는 콘텐츠산업 관련 표본의 한계(모집단 17,175개 중 537개 표본설정)로 인해 세세분류까지 담고 있지 못해 세부적인 산업별, 가치사슬별 분석은 물론 콘텐츠산업통계와 비교분석이 불가능하다. 예컨대, 출판산업 중 기획 및 제작에 해당되는 업종(J.581 서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업, C.18 인쇄 및 기록매체 복제업)만을 포괄하며 약 18조원의 산업규모를 나타내고 있다. 여기에는 온/오프라인 유통 및 임대업종이 누락된 것으로 콘텐츠산업통계의 출판산업 규모 21조원과과는 차이가 있다. 게임산업도 기획 및 개발과 배급에 해당되는 업종, J. 582 소프트웨어 개발 및 공급업 내에 게임 외 산업군이 포함하며 35조원의 시장규모를 나타내고 있어 비교 분석이 불가능하다. 온라인 유통 및 서비스와 관련해서는 J. 63 정보서비스업에 포함되어 있어 산업별 분석이 어려운 상황이다. 이처럼 기업경영분석 통계는 표준산업분류를 적용하여 조사결과를 도출하고 있으나 표본의 한계로 인해 세부 산업과 업종을 분석할 수 없어 콘텐츠 산업과 관련해서 대표성을 갖고 인용하기 힘든데, 콘텐츠산업 특수분류에 따른 콘텐츠 산업통계는 이러한 제약점을 보완해 준다.



마지막으로 최근 3년간 국내 콘텐츠 기업의 매출액증감률을 분석한 결과, 큰 폭으로 증가하거나 감소한 업종은 최우선 정책관리 대상으로 삼아야 할 것이다. 물론 시장에서 경쟁력을 잃어 자연 쇠퇴하거나 거시 트렌드에 의한 구조변동으로 급감하는 업종을 다시 정책적으로 활성화시키는 것은 바람직하지 않다. 예컨대 온라인 디지털화로 인해 일부 전통적인 오프라인 유통업이 쇠퇴하는 것을 다시 정책자원을 투입하여 활성화시킨다면 또다른 정책자원의 낭비이다. 또한 급증하는 업종도 기업의 경쟁력에 의한 성장지표인지 정책에 의한 성장지표인지를 검토하여 정책방향과 수위를 조정할 수 있다.

특히 12개 콘텐츠산업 업종별로 성장단계를 구분하여 성장단계에 맞는 맞춤형 정책추진이 필요하다. 예컨대, 도입기 또는 성장기 산업의 세부 업종에서는 R&D, 인력양성, 제작지원 등 정부의 재정지원이 필요하겠지만, 성숙기나 쇠퇴기 산업의 세부 업종에서는 법제도 개선, 공정거래, 소비자 보호 등 간접지원이 필요할 것이다. 왜냐하면, 출판과 만화산업의 경우, 전통적인 종이책 시장은 감소추세에 있으나, 디지털화로 인해 전자책 시장이나 웹툰, 그리고 온라인 서점 등은 급성장하고 있기 때문에 세부적인 업종을 고려한 차별화 정책이 요구된다.

콘텐츠산업은 정책적으로 집중 육성한다고 해서 즉시 성장하고 발전하는 것이 아니라 기업이 자생적인 경쟁력을 얼마나 갖추고 있느냐에 따라 결정된다. 즉, 다양한 산업으로 구성되는 콘텐츠 생태계는 생산과 서비스가 동시에 일어나고, 타분야의 사업지원서비스(경영컨설팅, 마케팅, 리서치, 디자인, 법률, 회계, 광고홍보, 시스템 운영관리 등) 업종과 유기적으로 연계되어 발전하는 메커니즘을 갖고 있다. 따라서 산업 내, 산업 간 세부 업종들이 융복합을 확대하고 유기적인 관계를 통하여 진화하기 때문에 개별적인 콘텐츠산업 육성도 중요하지만, 입접분야 연관산업과의 연계정책도 중요하다. 이제 다양한 업종에서 경영활동을 하는 국내 콘텐츠 기업들에 대한 세부 업종별 산업정책을 구체화시키는 방안이 필요할 것이다.



KOCCA 통계브리핑
제12-10호(국내편)



Statistics
Briefing

국내 콘텐츠산업 관련 외국인직접투자(FDI) 추이

김 은 정 (KOCCA 통계정보팀 책임연구원)

1970년대부터 현재까지 등록된 외국인투자기업은 1만4587개(외국인기업최초등록일자 기준)로 나타나고 있으며, 이 중 문화·오락산업으로 등록된 외투기업은 141개로 전체 외투기업 중 1% 정도의 비중을 차지하고 있다. 비즈니스서비스업 하위분류인 IT서비스업 내에 게임소프트웨어개발업과 전문·기술서비스업 내에 광고업으로 분류되어 등록된 외투기업은 총 238개로 집계되고 있다.

'12년 1~9월(1~3분기) 전체 외국인직접투자(FDI, 신고기준)는 전년동기(75.8억불) 대비 47.7% 증가한 112.0억불로, 9월말 기준으로는 사상 최대치를 기록하였다. 국가별로 살펴보면, 일본 33억불(131% ↑), 중화권 28억불(146% ↑), 미국 19억불(44% ↑), EU 21억불(27% ↓)로 나타나고 있다. FTA 효과 등 투자환경 개선으로 글로벌시장 진출형 대규모 제조업 및 서비스분야의 투자가 대폭 증가한데 기인하여 제조업은 전년동기(32.6억불) 대비 31.7% 증가한 43억불, 서비스업은 중화권의 지역개발분야 투자의 대폭 확대로 전년동기(38.1억불) 대비 79.6% 증가한 68.4억불을 기록하고 있다.

이 중 콘텐츠산업과 관련 있는 문화·오락산업은 전년동기(4.5억불) 대비 67.4% 하락한 1.5억불을 기록하며 대조적인 모습을 보이고 있으며, 신고건수는 전년동기와 같은 28건을 기록한 것으로 나타났다. 최근 3년간('10~'12년) 문화·오락산업 외국인직접투자 동향을 살펴보면, '10년과 '11년은 외투 금액이 전년대비 300% 이상 증가한 것으로 나타났다.

<표 1> '10년 1분기 ~ '12년 3분기 문화오락산업 외국인직접투자 추이

(단위: 건수, 천불, %)

구분	2010년 (전분기대비)				2010년 (전년 대비)	2011년 (전분기대비)				2011년 (전년 대비)	2012년 (전분기대비)			2012년 (1~3분 기전년 동기 대비)
	1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	
신고 건수	6	15	9	14	44	10	6	12	16	44	15	9	4	28
증감수	△6	9	△6	5	9	△4	△4	6	4	0	△1	△6	△5	0
증감율(%)	△50.0	150.0	△40.0	55.6	25.7	△28.6	△40.0	100.0	33.3	0.0	△6.3	△40.0	△55.6	0.0
신고 금액	2,443	2,618	3,405	211,764	220,230	399,338	12,787	42,574	483,930	938,629	16,657	111,400	20,203	148,260
증감액	△3036	175	787	208,359	165,426	187,574	△386,551	29,787	441,356	718,399	△467,273	94,743	△91,197	△306,439
증감율(%)	△92.6	7.2	30.1	6119.2	301.9	88.6	△96.8	232.9	1036.7	326.2	△96.6	588.8	△81.9	△67.4

주1) 문화·오락산업은 문화·방송업과 레포츠업으로 구성됨

주2) 2009년 전체 외국인투자 신고건수는 35건, 신고금액은 54,804천불이며, '09년 4분기 외국인투자 신고건수는 12건, 신고금액은 32,829천불임

출처: 지식경제부(2012). 「외국인투자정보 외국인투자통계」 재구성



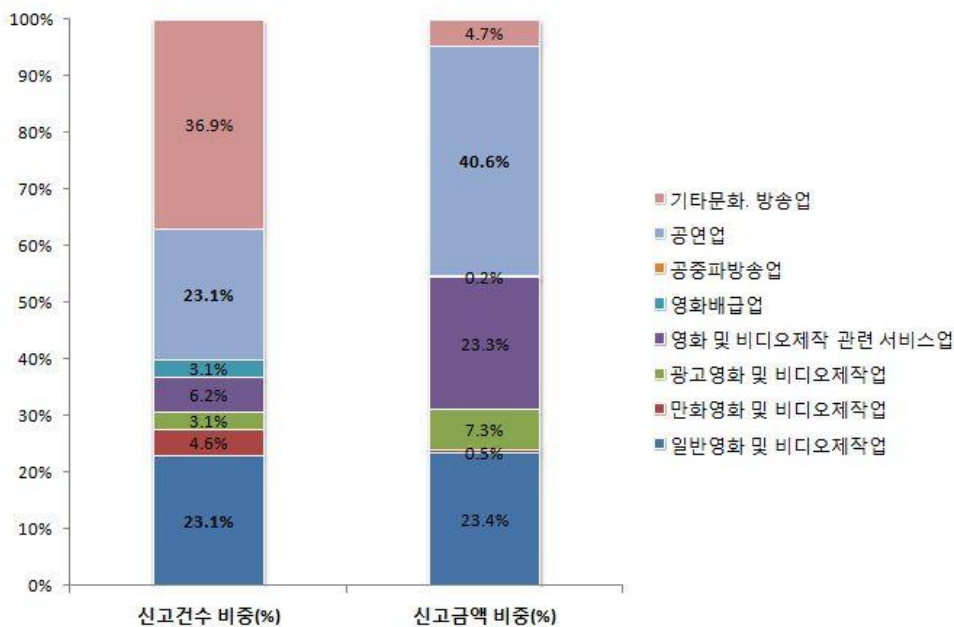
분기별로 살펴보면, '10년과 '11년 모두 4분기에 6000%대와 1000%대의 기하급수적인 증가율은 보이고 있는 반면, '10년 1분기, '11년 2분기 그리고 '12년 1분기와 3분기에 100% 정도의 감소율을 보여 등락폭이 매우 크게 나타나고 있다.

신고건수는 '10년 44건(3분기까지 30건)에서 '11년 44건(3분기까지 28건), '12년 3분기까지 28건으로 유지되며 변동성이 거의 없지만, 투자금액 규모는 '11년 4분기에 4억8,393만불이라는 사상 최고치의 투자금액을 달성하는 등 매우 큰 변동성을 보이고 있다.

문화·오락산업에는 콘텐츠산업 관련 업종 외에 레포트업이 포함되어 있어 이를 제외하고 살펴볼 필요가 있는데, 레포트를 제외한 분류는 문화·방송업으로 분류되고 있으며, 하위분류에 일반영화 및 비디오제작업, 공연업 등이 포함되어 있다.

문화·방송업(레포트업 제외)은 최근 3년간('10~'12년) 총 65건의 투자건수를 기록했으며, 투자금액 규모는 3억9,342만불로 나타났다. 세부산업별로 살펴보면, 기타문화·방송업을 제외한 7개 세부산업 가운데 일반영화 및 비디오제작업과 공연업이 각각 15건(각각 23.1%)으로 가장 많은 투자건수를 기록하고 있으며, 투자금액 규모에서는 공연업이 1억5,986만불(40.6%)로 가장 큰 규모를 기록하였다.

<그림 1> 최근 3년간 문화방송업 세부산업별 외국인투자건수 및 투자금액 누적 비중 (단위: %)





최근 3년간 문화·오락산업의 지역별·기구별 외국인투자건수 및 금액 누적 현황을 살펴보면, 지역별로는 중국, 일본, 싱가포르, 홍콩을 중심으로 한 아주지역의 투자건수(68건) 및 투자금액(6억3,980만불)이 다른 지역에 비해 월등히 크게 나타났고, 이와 함께 기구별 역시 아시아 국가들이 대거 포함되어 있는 APEC이 가장 많은 투자건수(100건)와 투자금액(8억7,532만불)을 기록하였다.

<표 2> '10년 1분기 ~ '12년 3분기 문화·방송업의 국별 외국인직접투자 현황

(단위: 건수, 천불, %)

구분	2010년 (전분기대비)				2010년 (전년 대비)	2011년 (전분기대비)				2011년 (전년 대비)	2012년 (전분기대비)			2012년 1-3분기
	1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	
신고 건수	1	9	9	9	28	6	3	7	6	22	7	6	2	15
일반영화 및비디오 제작업	중국 1	캐나다 1	일본 1 대만 1	캐나다 1		일본 3	일본 1		호주 1		일본 1	홍콩 2 일본 1	캐나다 1	
만화영화 및비디오 제작업		미국 1 중국 1						일본 1						
광고영화 및비디오 제작업					일본 10 미국 9 중국 2			네덜란드 2		미국 7 일본 6				
영화및비 디오제작 관련서비 스업			일본 2		싱가포르 2 캐나다 2	미국 1			싱가포르 1	싱가포르 3 네덜란드 2 호주 1				미국 6 일본 3 홍콩 2 세이셸 2 중국 1 캐나다 1
영화배급 업			미국 1	일본 1	호주 1 대만 1					헝가리 1 바하마 1				
공중파방 송업					헝가리 1					케이만군도 1				
공연업		미국 2	싱가포르 1	미국 2 싱가포르 1 일본 2		미국 1	미국 1	미국 1 케이만군도	미국 1 바하마 1		미국 1	미국 1	미국 1	
기타 문화방송 업		미국 2 일본 2	일본 2 헝가리 1	미국 2 일본 2 미국 호주		싱가포르 1	미국 1	일본 1 싱가포르 1	미국 1 헝가리 1		미국 2 일본 1 중국 1 세이셸 1	미국 1 세이셸 1		

주1) 문화·방송업과 비즈니스서비스업 하위분류 게임소프트웨어제작업, 광고업 포함

주2) 2012년 합계는 '12년 1분기 ~ 3분기 합산치

출처: 지식경제부(2012). 「외국인투자정보 외국인투자통계」 재구성

문화·오락산업 하위의 문화·방송업 세부산업별 투자 국가를 살펴보면, 신고건수 기준으로 가장 많이 투자한 국가는 미국으로 22건이 기록되었고, 일본 19건, 싱가포르 5건, 중국과 캐나다 각각 3건, 네덜란드, 호주, 헝가리, 홍콩 등이 각각 2건, 대만, 케이만군도, 바하마가 각각 1건으로 나타났다.



투자건수 및 금액이 집중된 일반영화 및 비디오제작업(15건)과 공연업(15건), 기타문화방송업(24건)의 투자 국가 현황을 보면, 일반영화 및 비디오 제작업 투자 건수 15건 중 7건이 일본으로 나타났는데, 대표적으로 '12년 2분기에 한 건의 일본 투자는 일본 소니그룹의 2대 주주인 '소넷엔터테인먼트'가 상장사인 '초록뱀미디어' 지분을 추가 취득(기존 '11년 3월 약 50억원 투자)한 것으로 파악되고 있다. 공연업의 경우는 15건 중 11건이 미국이 투자한 것으로 나타나 집중화되어 있으며, 기타 문화방송업은 24건 중 미국과 일본이 각각 8건, 이 외에 다양한 국가들이 투자하고 있는 것으로 나타나고 있다.

콘텐츠산업 관련 외국인직접투자 추이를 문화·오락산업(문화·방송업) 외에 비즈니스서비스업 하위분류인 IT서비스업 내에 게임소프트웨어개발업과 전문·기술서비스업 내에 광고업을 포함하여 영화, 애니메이션, 방송, 공연, 게임, 광고, 기타 문화방송업으로 재분류하여 7개의 산업별로 살펴보고자 한다.

최근 3년간 7개 산업 중 가장 많은 투자건수와 금액을 기록하고 있는 게임(게임소프트웨어개발업)은 신고건수 108건(31.4%)을 기록하였고, 신고금액 기준으로는 11.6억불로 68.8%의 높은 투자 비중을 나타냈다. 3년간('10년~'12년) 투자추이를 보면, '10년 27건에서 '11년 43건으로 60% 증가하였고, '12년은 3분기까지 38건으로 전년 수치를 초과할 것으로 전망된다.

<표 3> '10년 1분기 ~ '12년 3분기 콘텐츠산업 관련 업종의 외국인직접투자 추이

(단위: 건수, 천불, %)

구분	2010년 (전분기대비)				2010년 (전년 대비)	2011년 (전분기대비)				2011년 (전년 대비)	2012년 (전분기대비)			2012년 (1~3분기 전 년 동기 대비)
	1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	
신고 건수	7	16	17	21	61	19	17	14	24	74	21	28	14	63
영화	1	1	5	2	9	4	1	2	2	9	1	3	1	5
애니메이션		2			2			1		1				0
방송					0					0				0
공연		2	1	3	6	1	1	2	2	6	1	1	1	3
게임	6	5	5	11	27	10	12	6	15	43	12	16	10	38
광고		2	3	1	6	3	2	1	3	9	2	6	2	10
기타 문화방송업		4	3	4	11	1	1	2	2	6	5	2		7
신고 금액	1,166	147,126	100,585	68,953	317,830	211,681	12,758	40,682	231,705	496,826	18,476	740,078	8,657	767,211
영화	79	82	1,540	443	2,144	111,723	187	28,859	60,800	201,569	338	7,308	1,743	9,389
애니메이션		182			182			1,895		1,895				0
방송					0					0				0
공연		980	420	47,066	48,466	83,000	2,800	6,058	13,760	105,618	2,200	2,700	880	5,780
게임	1,087	145,135	96,737	12,410	255,369	4,598	9,228	3,498	149,448	166,772	9,728	723,971	5,846	739,545
광고		205	443	5,085	5,733	12,181	345	91	2,803	15,420	525	4,899	188	5,612
기타 문화방송업		542	1,445	3,949	5,936	179	198	281	4,894	5,552	5,685	1,200		6,885

주1) 콘텐츠산업 관련 업종은 문화·오락 하위분류의 문화·방송업과 비즈니스서비스업 하위분류의 게임소프트웨어제작업, 광고업 포함

주2) 2012년 합계는 '12년 1분기 ~ 3분기 합산치

출처: 지식경제부(2012). 「외국인투자정보 외국인투자통계」 재구성



'12년 분기별 투자 추이만 보더라도 '12년 2분기에 신고건수 16건, 신고투자금액 7억불로 사상 최고치를 기록하였는데, 게임大作들이 대거 출시된 시기와 일치하고 있으며, 분기별로 10건 이상이 지속 유입되면서 4분기에 대기하고 있는 게임 출시작들을 고려한다면 '12년도 투자건수는 전년대비 약 15~20% 정도 증가할 것으로 예상된다.

영화는 3년간 총 23건(2.1억불)을 기록하며, '11년도 1분기에 1.1억불의 투자금액이 유입된 것으로 나타났고, 공연은 15건(1.6억불)로 나타났으며, 영화와 같이 '11년도 1분기에 0.8억불이 투자되며 3년간 투자액의 50%가 이시기에 집중된 것으로 나타났다. 광고의 경우, 투자건수는 25건으로 다른 산업에 비해 높게 나타났지만, 금액면에서는 0.2억불로 적은 투자규모를 보이고 있다. 애니메이션은 '10년에 2건, '11년에 1건이 기록되었지만, 올해는 투자가 없으며, 방송은 외국인투자가 전무한 것으로 기록되었다.

최근 국제경쟁력을 보유한 게임, 영화, 공연 등은 성장잠재력이 긍정적인 투자요인으로 작용하며 대외 투자를 활발히 유치하고 있으며, 앞으로도 투자가 확대될 것으로 기대된다. 외국인투자가 집중되고 있는 영화와 공연의 경우, 영화는 일본을 중심으로 다양한 국가들에서 투자가 이루어지고 있는 반면, 공연은 매분기 꾸준히 미국에서 투자하고 있는 것으로 나타났다. 아시아 국가들을 중심으로 콘텐츠산업의 지역별·기구별 외국인직접투자가 확대되는 가운데, 최근 한류 열풍이 확산되고 있는 미주지역과 구주지역의 국가들(캐나다, 멕시코, 네덜란드, 스페인 등)이 대표적인 투자국가로 새롭게 떠오르고 있다.

국내에는 영세 중소 콘텐츠 기업이 많아서 금융원에서 제작자금 조달이 원활하지 않다. 이러한 상황에서 외국인투자, 해외자본의 확보는 수출 증대를 위한 전략적 밑거름으로 향후 경쟁력 있는 콘텐츠 제작과 해외진출시 해외자본의 활용으로 그 효과를 배가시킬 수 있을 것이다.



KOCCA 통계브리핑
제12-09호(해외편)



Statistics
Briefing

세계 라이선스(License) 산업의 현황과 트렌드

노 준 석 (KOCCA 통계정보팀 수석연구원)

일반적으로 캐릭터산업은 “캐릭터를 고안·창작한 저작자가 직접 상품화하거나 캐릭터 사용권을 타인에게 허용하여 캐릭터 상품을 제작·판매하는 모든 사업을 총칭하는 것으로서 만화, 애니메이션, 영화, 문학, 공연, 게임, 디자인 등에 의해 만들어지는 상품화 가치가 있는 자산(property)을 활용하여 유무형의 상품을 개발, 제작, 유통시켜 부가가치를 생산해 내는 산업”으로 정의할 수 있다. 따라서 캐릭터산업은 라이선싱과 머천다이징 비즈니스 모델을 특징으로 한다.

특히 라이선싱(Licensing)은 라이선서(Licensor)가 보유하고 있는 상표, 로고, 캐릭터, 디자인 등 지적재산권을 제품화 또는 홍보수단으로 사용할 수 있도록 라이선시(Licensee)에게 허가 또는 권리를 위임하는 행위를 말하며, 라이선시는 라이선서와의 라이선싱 계약을 통해서 특정 제품의 생산, 사용, 판매 등을 할 수 있고 그 보상으로 라이선서에게 로열티(Royalty)를 지급한다. 이때 콘텐츠 상품을 제작, 유통, 판매하는 상품화 과정을 머천다이징(Merchandising)이라 한다. 여기서는 세계 라이선스 산업의 현황과 트렌드를 통해 콘텐츠 비즈니스를 위한 라이선스 정보들을 제공하고자 한다.

세계 라이선싱 시장은 2009년 1,498억 달러 규모이며, 전년대비 -10.8% 감소했다. 미국과 캐나다의 프라퍼티(property)들이 세계 라이선스 상품시장의 62%를 차지하고 있다. 또한 신흥 국가들의 라이선스 시장도 성장성이 높아서 글로벌 비즈니스에서 증대되고 있는데, BRICs 국가들의 라이선스 상품의 소매시장규모(2009년 기준)를 보면, 중국이 30억 1,200만 달러, 브라질이 10억 6,500만 달러, 인도가 4억 5천만 달러, 러시아가 1억 4천만 달러 규모를 나타내고 있다.



<표 1> 세계 권역별 라이선스 상품의 소매시장 규모

(단위: 십억 달러, %)

지역구분	소매 시장 (2009)	소매 시장 (2008)	시장점유율 (2009)	증감율 (2008-2009)
미국/캐나다	\$92.45	\$104.50	61.7%	-11.5%
유럽(서유럽/동유럽)	\$32.95	\$36.90	22.0%	-10.7%
아시아	\$17.23	\$18.95	11.5%	-9.1%
호주/뉴질랜드	\$2.55	\$2.86	1.7%	-10.9%
중남미	\$3.44	\$3.61	2.3%	-4.6%
중동/아프리카	\$0.75	\$0.70	0.5%	7.4%
Other	\$0.40	\$0.40	0.3%	NA
TOTAL	\$149.77	\$167.92	100.0%	-10.8%

※ 출처 : EPM Communications(2011)

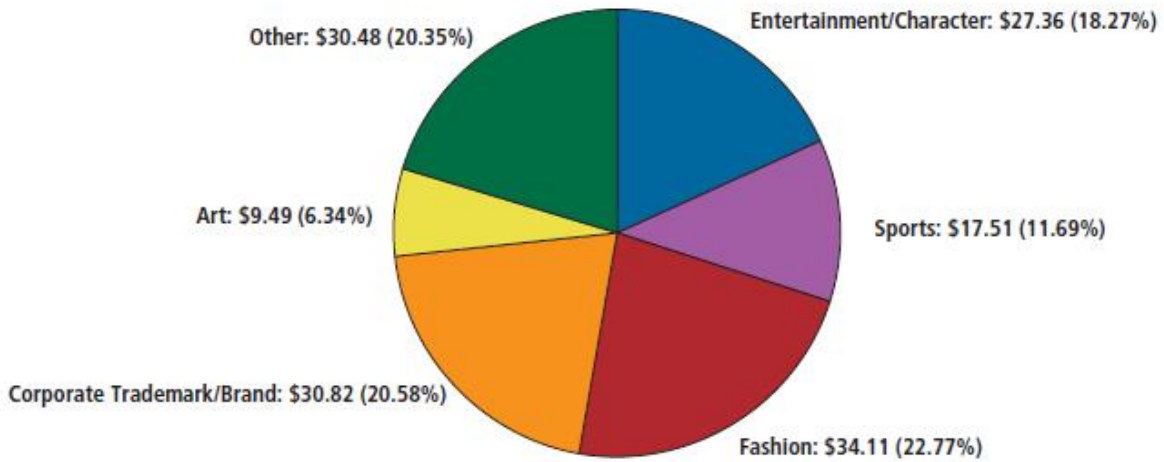
또한 새로운 라이선스 시장으로 각광을 받고 있는 사우디아라비아, 아랍에미리트, 이집트와 같은 중동권역도 라이선스 및 브랜드 상품에 대한 구매력을 갖춘 소비자층이 매우 두터운 편이기 때문에 기업, 패션, 엔터테인먼트/캐릭터 프라퍼티를 가진 글로벌 라이선서들이 중동에 진출하여 성공하고 있다. 그리고 동남아 라이선스 상품의 소매시장규모는 6억 2천만 달러이며, 이중 한국시장이 절반 이상인 53%를 차지하고 있다.

최근에는 캐릭터산업의 범위가 기존에 정의하고 있던 캐릭터 상품중심에서 벗어나 라이선싱을 통한 새로운 사업을 모두 포함되도록 확장되고 있다. 예컨대, 캐릭터 라이선스가 도입되는 영역으로는 엔터테인먼트·캐릭터, 스포츠, 패션, 예술, 유명인, 출판물, 기업브랜드·상표 등 13가지로 분류된다. 특히 패션분야의 라이선스 시장규모가 341억 달러(22.8%)로 가장 큰 시장을 형성하고 있고, 다음으로 기업브랜드·상표가 308억 달러(20.6%), 엔터테인먼트·캐릭터가 274억 달러(18.3%), 스포츠가 175억 달러(11.7%), 예술이 95억 달러(6.3%)의 라이선스 시장을 형성하고 있다.

전반적으로 유럽국가들은 고급 패션 브랜드 보유 비율이 높고 상당수가 글로벌 브랜드로서 세계에서 인기를 얻고 있기 때문에 패션 라이선스 시장이 큰 반면, 미국은 글로벌 기업이 많아서 사업 확장 전략의 일환으로 자사 브랜드를 라이선스하는 방식을 취해 왔기 때문에 기업 브랜드·상표 분야가 크며, 일본은 전통적으로 애니메이션, 만화, 캐릭터 산업이 발달한 시장이기 때문에 엔터테인먼트·캐릭터 라이선스 시장규모가 가장 크다.



<그림 1> 세계 프라퍼티 유형별 라이선스 상품의 소매시장 규모(2009년 기준)

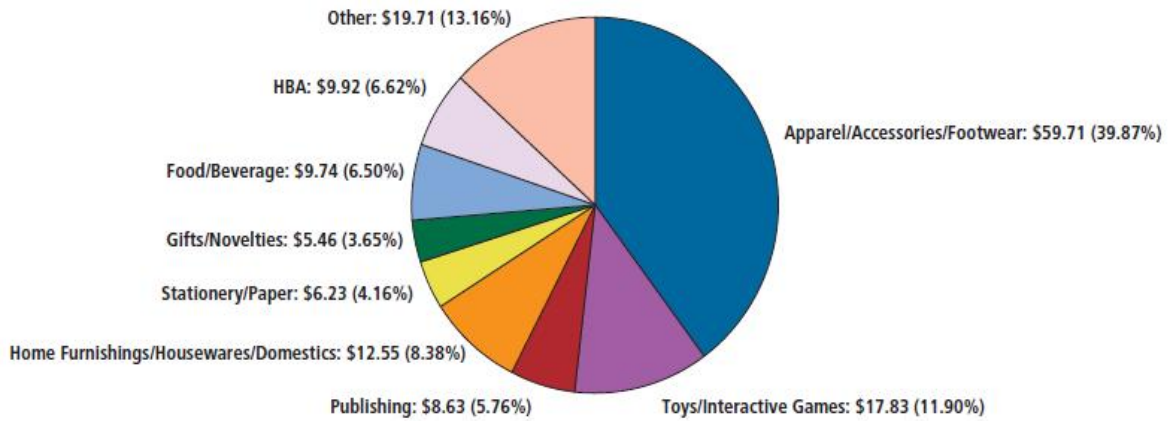


※ 출처 : EPM Communications(2011)

미국과 캐나다는 전 세계에서 가장 많은 수의 프라퍼티 상품을 출시하고 있는 가장 다변화된 시장이다. 물론 프라퍼티 유형별 상품 매출의 규모는 미국이 90%, 캐나다가 10% 비중을 차지하지만, 예술, 엔터테인먼트·캐릭터 프라퍼티 기반의 라이선스 상품 매출은 미국에 비해 상대적으로 높은 매출을 보이고 있다. 프라퍼티의 원산지별 시장을 분석해 보면, 미국과 캐나다 시장은 미국 원산지 프라퍼티 매출이 전체시장의 73.1%를 차지하고 있고, 유럽과 아시아 원산지 프라퍼티 상품이 각각 10.8%, 8.3%의 비중을 차지하고 있다. 반면 미국과 캐나다 시장에서 해외 원산지 프라퍼티에 기반한 라이선스 상품 매출은 호주와 뉴질랜드 프라퍼티의 라이선스 상품 매출이 캐나다에서, 남미의 프라퍼티 라이선스 상품 매출이 미국에서 근소하지만 강세를 보이고 있다.



<그림 2> 세계 상품 품목별 라이선스 상품의 소매시장 규모(2009년 기준)



이상과 같이 세계 라이선스 시장의 트렌드를 몇 가지 측면에서 정리하면 다음과 같다. 첫째, 브릭스(BRICs) 및 기타 신흥시장이 성장하고 있다. 북미, 서유럽, 일본, 호주 등은 이미 성숙기로 접어들어 성장속도가 둔화되고 있는 반면, 브라질, 중국, 인도, 중동 등은 급성장하고 있다. 물론 그 이면에는 저작권 침해, 낮은 소득수준, 낙후된 유통구조, 과도한 규제 등과 같이 라이선스 산업의 성장에 부정적인 영향이 존재하기도 한다. 왜냐하면, 라이선스 시장은 인구, 제도, 소매시장, 미디어 보급률, 경제적 요인들이 결정적인 영향을 미치기 때문이다.

둘째, 라이선스 시장환경이 다변화하고 있다. 지난 10년간 라이선스 분야의 트렌드는 엔터테인먼트·캐릭터와 패션 분야에서 글로벌 인지도를 확보한 프라퍼티가 증가했고, 의류·완구·문구 등 한정된 종류의 라이선스 상품군이 지속되고 있으며, 미국·일본·유럽의 프라퍼티 기반 라이선스 상품들이 세계시장을 점유하고 있다. 이러한 추세는 전 세계에 걸쳐서 로컬시장에서 자생적인 라이선스 시장이 매우 중요하게 대두되었기 때문이다. 이처럼 프라퍼티의 다양화는 스포츠, 엔터테인먼트·캐릭터 분야에서 두드러지게 나타나다가 점차 전 영역으로 확대되고 있다.



셋째, 라이선스 비즈니스에서 글로벌화가 가속화되고 있다. 주요 유통사업자의 다국 시장진출이 점차 일반화 되고 있고 더 광범위한 상품분야가 로컬에서 글로벌로 진출하고 있다. 유통뿐만 아니라 미디어 채널도 점차 전 세계 권역화 사업으로 확대되고 있다. 예컨대, Disney Channel, Nickelodeon, BBC, Cartoon Network 등 다수의 채널들은 거의 모든 국가에 진출해 있으며, 이 채널을 통해 로컬 프라퍼티를 해외로 노출시킬 수 있는 역량을 보유하고 있다. Nickelodeon의 경우, 30억 달러(홈비디오 제외)에 달하는 글로벌 라이선스 상품의 소매매출 중 45%가 미국 이외의 시장으로부터 발생하고 있다. 미국의 영화 스튜디오도 박스오피스 시장에서 50% 이상을 해외 매출에 의존하고 있으며, 라이선스 수익의 비중도 50%가 해외에서 발생하고 있다.

또한 방송, 영화, 도서, 게임, CD 등 미디어/엔터테인먼트 프라퍼티들도 글로벌 시장에 더욱 빨리 출시되는 등 간격이 짧아지고 있다. 이는 유튜브와 같이 SNS 및 소셜 미디어의 영향으로 글로벌 커뮤니케이션 속도가 매우 빨라진 것에 기인하며, 다른 한편으로는 저작권 침해 속도도 빠르게 나타날 것으로 예상된다. 중요한 점은 전 세계시장에서 비슷한 시간대에 폭발적으로 발생하는 상품수요를 대응함에 있어서 병목현상이 발생해 기회의 손실도 나타난다는 점이다. 이처럼 글로벌 기업뿐만 아니라 로컬기업들도 비즈니스 초기부터 글로벌 브랜드로 포지셔닝하는 전략이 점차 증가하고 있다.

넷째, 신흥시장에서 라이선스 비즈니스는 다양한 접근법이 요구된다. 각 개별시장에 대한 특수성이 존재하기도 하지만, 특수성이 점차 일반화 되어가고 있다. 비록 특정 시장의 특수성들이 국가별로 다르게 나타나고 있지만, 일부는 글로벌 라이선싱 비즈니스 트렌드로 이어지고 있기 때문이다. 예컨대, 영화보다 방송 프라퍼티에 대한 의존성, 프랜차이즈 기반의 프라퍼티 선호, 마케팅 도구로서 소셜 미디어의 중요성, 유통진열공간의 통합 및 압축, 직접유통 라이선싱의 증가 등은 정도의 차이가 있지만, 사실상 거의 모든 시장에서 공통적으로 나타나고 있다. 최근 히스패닉 인구가 성장함에 따라 남미의 스타일이 미국으로 전이되고 있는 것은 좋은 예이다.

다섯째, 라이선스 비즈니스 모델로서 직접유통 라이선싱(Direct-To-Retail Licensing)의 부상을 들 수 있다. 이는 유통업자가 직접 권리자의 라이선스를 활용해서 아웃소싱과 로열티 지불까지를 모두 책임지는 형태를 말하는데, 최근 미국, 일본, 동남아시아, 서유럽 등에서 부상하고 있다. DTR 라이선싱은 주요 유통업자들이 가격 요소 이외에서 경쟁자로부터 자신들을 차별화시킬 수 있는 방법을 모색하고 있으며, 유통기업으로 하여금 독점적인 상품구색을 제공하게 한다는 점에서 경쟁우위를 제공하는 요소가 된다.



여섯째, 최근에는 의류, 식품, 문화, 출판 등 기존의 전통 캐릭터 머천다이징 상품시장에서의 가능성과 함께 디지털화 시대의 핵심 콘텐츠 상품으로써 모바일이나 인터넷, 태블릿PC 등 다양한 디지털 미디어를 통한 유통이 가능해져 라이선싱 시장에서 콘텐츠의 활로 역시 확장되고 있다. 또한 기업의 이미지 향상을 위해 캐릭터를 광고나 마케팅에 활용하는 사례가 증가하고 있다. 이처럼 라이선싱에서 캐릭터의 활용이 확대되고 있는 이유는 사람이나 다른 종류의 실사에 비해 활용도가 높으며, 친근감이 있고, 이미지를 부드럽게 순화하는데 탁월한 능력을 가지고 있기 때문이다. 또한 시대상이 변화하고 주요 소비층이 변화하면서 광고와 마케팅 시장이 새로운 소비층의 감성과 기호를 고려해야 하는데, 캐릭터가 이러한 욕구를 충족시킬 수 있기 때문이다.

올해로 84세가 되는 ‘미키마우스’는 1928년 월트 디즈니를 통해 애니메이션, 출판, 뮤지컬, 테마파크, 캐릭터 상품 등 16,000개의 상품종수로 연간 약 6조원의 매출을 발생시키고 있다. 1974년에 태어나 올해 38세인 일본 캐릭터 ‘헬로 키티’는 디자이너만 200명이 넘는 산리오에서 오리지널 캐릭터로 개발되어 약 5만 여개의 상품종수로 연간 약 1조원의 매출을 기록하고 있다. 최근에 스마트폰을 통해 세계적인 열풍을 일으키고 있는 ‘앵그리 버드’도 모바일게임에서 시작해서 태블릿PC, 스마트TV, 콘솔게임기 등으로 플랫폼을 확장하면서 게임 캐릭터 이미지를 활용해 다양한 상품을 개발·판매하고 있다. 2000년에 태어난 한국의 토종 캐릭터 ‘뿌까’도 10~20대 여성을 타겟으로 의류, 액세서리, 신발, 가방 등 3천여 개의 상품종수로 140개국에 진출해 있으며, 중국에 전용매장이 350개나 될 정도로 해외에서만 5천억 원이 넘는 매출과 150억원 이상의 로열티 수입을 버는 오리지널 캐릭터이다.

이처럼 캐릭터산업의 가장 큰 특징은 콘텐츠산업의 핵심이라 할 수 있는 전형적인 OSMU(One Source Multi Use)산업으로서 출판, 만화, 애니메이션, 게임 등의 콘텐츠로 제작된 것을 재사용함으로써 새로운 투자비용 없이 추가적인 수익 창출이 가능하다. 또한 한번 투자되어 만들어진 캐릭터는 문화상품의 특성상 영속성을 소유하고, 재생산 비용이 저렴할 뿐만 아니라 다양한 카테고리의 상품에 적용됨으로써 높은 수익을 창출한다. 특히 일반 재화나 영화 및 드라마와 같은 문화콘텐츠와 달리 문화적 이질감이 적은 캐릭터나 애니메이션, 만화 등은 상대적으로 문화적 할인(cultural discount)이 적어 해외 수출 및 파급이 수월한 측면이 있다. 바로 많은 기업이 라이선싱 비즈니스에 주목하는 이유이다.



KOCCA 통계브리핑
제12-10호(해외편)



Statistics
Briefing

세계 SNS(Social Network Service) 기업 실적과 이용 행태에 따른 시사점

김 영 수 (KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

오늘날 유무선 인터넷을 매개로 한 소셜미디어는 전 세계 다양한 분야에 걸쳐 수많은 플랫폼 또는 서비스 형태가 출현함에 따라 활용영역이 넓고 파급효과는 점점 더 커지고 있다. 즉, 개인의 기록과 인맥 강화에서부터 시작하여 기업의 홍보와 마케팅, 정치 분야에 이르기까지 SNS를 비롯한 소셜미디어는 소통의 수단에서부터 창조적 도구로 폭넓게 이용되고 있다. 이러한 소셜미디어의 대표적 서비스 20개를 유형별로 정리한 그림은 아래와 같다.

[그림 1] 소셜미디어서비스 유형별 이용 통계



※출처 : Grey2GreyMinds(2012), 'An Era of Symbiotic Relationship: Social Media & Entertainment Broadcasting'

그림에서 제시한 주요 서비스별 이용빈도를 살펴보면, 전 세계적으로 98,000개의 트윗과 320개의 새로운 트위터 계정이 만들어지고 구글사이트에서만 694,445개의 검색 건수가 기록되며 1억 6,800만 건의 이메일이 보내진다. 그리고 600개의 신규 동영상이 유튜브에 업로드 되고 13,000개의 애플리케이션이 다운로드 되는 등 이 모든 이용이 60초(1분) 안에 발생한다는 흥미로운 통계다.



Trend Bird(2012. 4)에 따르면, 세계 인터넷 기업 중 가장 큰 규모의 Top 10 IPO(Initial Public Offering)에서 매출액 기준 1위는 페이스북, 2위 구글, 3위 알리바바, 4위 안텍스, 5위 산다 등의 순으로 나타났다. 이들 기업들의 주력업종으로는 SNS, 검색, 온라인게임 등이었으며 특히, 링크드인의 경우, 비즈니스 네트워크 전문 서비스에 집중하면서 상장 후 기업가치가 급등, Top 10에 이름을 올렸을 뿐만 아니라 페이스북, 구글보다 높은 매출 증가율을 기록한바 있다.

각 기업들의 기업가치는 페이스북이 1위로 2012년 말 1,000억 달러에 이를 것으로 전망되는 가운데 10위권내 나머지 9개 기업가치의 합계를 초과하는 반면, 매출규모는 그에 미치지 못해 기업가치가 지나치게 과대평가된 것이라는 의견도 제기되고 있다. 구글은 지난 2006년 유튜브를 인수와 IPO 이후 632.2%라는 놀라운 성과를 기록했는데 여기에는 전 세계적으로 인기를 끌고 있는 유튜브의 공이 컸다. 2012년 3월 현재 유튜브의 브랜드 가치는 180억 9백만 달러로 트위터(133억 9백만)의 브랜드 가치를 넘어서고 있는 것으로 조사되었다(simplyzest.com, 2012).

IPO 이후 기업성과에서 구글과 더불어 페이스북(미공개), 징가, 링크드인을 제외하면 기업성과는 모두 마이너스(-)로 나타났는데 이 가운데 징가는 온라인게임과 SNS를 결합한 창의적 혁신으로 소셜 네트워크게임(SNG) 분야를 개척, 매출 순위 6위, 상장 후 44.8%의 성과를 거두었다. 한편, 10위내에 중국기업이 4곳이나 포진되어 있어 인터넷서비스에서 그동안 강한 면모를 보이고 있는 미국을 위협하고 있는 상황이다.

<표 1> 세계 인터넷 분야의 기업성과 Top 10(IPO)

순위	기업명	해당국가	주력업종	기업가치 (억 달러)	매출액 (억 달러)	고용자수 (명)	IPO 이후 성과 (%)
1	페이스북	미국	SNS	1,000	50	3,200	n/a
2	구글/유튜브	미국	검색, SNS	230	16.7	2,292	632.2
3	알리바바	중국	인터넷경매	78	15	7,000	-1.9
4	안텍스	러시아	검색	84	13	2,677	-13.6
5	산다	중국	온라인게임	33	10	1,604	-63.6
6	징가	미국	소셜게임	83	10	2,789	44.8
7	자이안트	중국	온라인게임	33	8.9	797	-71.9
8	런런	중국	SNS	40	7.4	1,570	-60.9
9	그루폰	미국	소셜커머스	105	7	2,416	-2.4
10	링크드인	미국	SNS	40	3.5	1,288	93.3

※출처 : Trend Bird(2012) 재구성

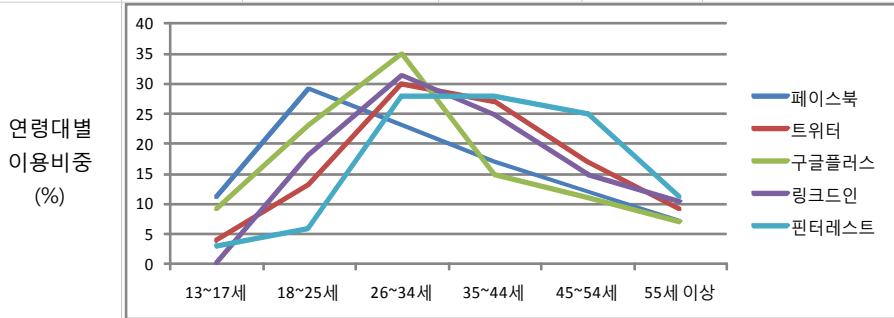
Infographic(2012)은 5월, “User Activity Comparison of Popular Social Networking Sites”에서 페이스북(Facebook)을 비롯하여 트위터(Twitter), 구글플러스(Google+), 링크드인(Linked in), 핀터레스트(Pinterest)의 주요 5대 SNS 이용 현황을 발표했다.



첫째, 페이스북(2011)에 따르면, 전 세계 이용자 5천만 명을 달성하는데 라디오는 38년, TV 13년, 인터넷 4년, iPod 3년이 소요되었지만 페이스북은 2006년 처음 소개된 이후 이용자 5천만 명을 달성한 기간이 불과 1년밖에 소요되지 않았으며, 2008년 1억 명, 2012년 5월에는 9억 명에 육박하여 2012년 5월 기준, 이용자수 1위를 기록했다. 트위터도 2006년에 등장, 2008년 이용자수가 6백만 명에 불과했으나 2012년에는 5억 5천만 명에 달하는 것으로 나타났다. 둘째, 월 방문자수에서 페이스북은 무려 70억 1,290만 명, 트위터 1억 8,200만 명에 달했다. 셋째, 성별로 살펴보면, 남성의 경우, 구글플러스, 링크드인의 이용비중이 높았으며, 여성은 페이스북, 트위터, 핀터레스트의 비중이 높은 것으로 나타났다. 넷째, 월 평균이용시간에서는 페이스북과 핀터레스트가 각각 405분으로 압도적으로 높았으나 구글플러스는 3분에 불과해 대조적이었다. 다섯째, 연령별로는 페이스북이 청소년을 포함하여 낮은 연령대(13~25세)에서 상대적으로 이용비중이 높았으며 핀터레스트는 중장년층(35~54세)에 소구하는바가 높은 것으로 나타났다.

<표 2> 주요 SNS 플랫폼별 소비현황(2012년 5월 기준)

구분	내용		구분	내용	
이용자수 (백만명)	페이스북	901	월방문자수 (백만명)	페이스북	7,012.9
	트위터	555		트위터	182
	구글플러스	170		핀터레스트	104.4
	링크드인	150		링크드인	85.7
	핀터레스트	11.7		구글플러스	61
성별 이용비중 (남/여, %)	페이스북	40/60	월 평균 이용시간 (분)	페이스북	405
	트위터	43/57		핀터레스트	405
	구글플러스	63/37		트위터	89
	링크드인	55/45		링크드인	21
	핀터레스트	31.8/68.2		구글플러스	3



※출처 : Infographic(2012) 재구성

[그림 2] 주요 SNS의 이용자 1인당 가치



※출처 : Infographic(2012)

매출액을 이용자수로 계산한 SNS의 이용자 1인당 추정가치는 페이스북이 118달러로 1위, 트위터 71.43달러, 링크드인 71달러, 핀터레스트 28.09달러 등의 순으로 나타났다. 이와 같이 페이스북이 중장년층에서 특히 이용비중이 낮음에도 이용자 1인당 가치가 높게 평가된 것이 낮은 연령대의 이용빈도와 이용시간(트래픽)이 상대적으로 많은 데서 그 이유를 찾을 수 있다.



지난 2012년 10월 8~10일까지 프랑스 칸느(Cannes)에서 개최된 mipcom 컨퍼런스에서는 소셜 미디어와 관련한 세션이 성황을 이룬 가운데 특히, 컨퍼런스 참가자들은 대표적인 SNS인 페이스북과 유튜브의 성장과 현황, 그리고 활성화 방안 주제에 관심이 높았다.

연사로 나선 페이스북(UK)의 Karla Geci는 2012년 9월 현재 페이스북 하루 이용자 수가 최대 9억 5,500만 명에 달하고, 2011년 말 기준 매출액은 42억 7천만 달러(영업수익 17억 달러)로 2009년 대비 5.7배(8.5배) 성장했다고 밝혔다. 기업가치도 2009년 100억 달러에 불과했으나 2011년에는 730억 달러로 급성장했으며 2012년 말에는 미국 전체 SNS 이용자의 90.9%, 인터넷 이용자의 60%, 전체 인구의 45.3%가 페이스북을 이용할 것으로 내다봤다. 뿐만 아니라 고용자수도 2009년 900명에 그쳤으나 2011년에는 3,100명으로 늘면서 고용 1인당 매출액도 2009년 86만 달러에서 2011년 137만 7천 달러(영업수익 54만 8천 달러)로 160.1% 성장했다고 밝혔다. 또한, 페이스북에 나타난 브랜드 선호도를 조사한 결과, 1위는 코카콜라, 2위 스타벅스, 3위 오레오, 4위 레드불, 5위 컨버스 올스타, 6위 컨버스, 7위 스키틀즈, 8위 플레이 스테이션, 9위 빅토리아 시크릿, 10위 프링글스로 나타났으며 순위 평가변수는 페이스북에서 “Likes”의 빈도를 반영한 결과로 주로 식음료의 비중이 높았다. 이렇듯 기업은 SNS를 통해 자사 브랜드의 홍보와 제품의 마케팅 수단으로 매우 유용한 가치를 창출하는 것으로 나타났다.

[그림 3] 페이스북의 기업 선호도(2011년 말 기준)



※ 출처 : socialmediaexaminer.com(2012), 'the importance of a Fan Base'



<표 3> 페이스북의 부문별 주요 성과(2011년 말 기준)

구분		내용		구분		내용	
매출액 (달러)	2009	7.5억	영업수익 (달러)	2009	2억		
	2010	20억		2010	5억		
	2011	42.7억		2011	17억		
고용자수 (명)	2009	900	기업가치 (달러)	2009	100억		
	2010	1,800		2010	500억		
	2011	3,100		2011	730억		
이용자수 (백만명)	2009	300	2012년말 기준 미국내 기대비중(%)	SNS이용자	90.9		
	2010	500		인터넷이용자	60		
	2011	800		전체인구	45.3		

※출처 : eMarketer, PrivCo, Yahoo Finance, Facebook, Statista 재구성

한편, 향후 SNS를 통한 소통방식이 강화되고 모바일 인터넷 보급이 확산됨에 따라 미래의 이용자 환경은 소셜TV로 진화할 것이라고 진단했다. 이와 같은 예상은 현재 전체 페이스북 이용자의 62%(NielsonFacebook Survey, 2012)가 TV 시청중에 페이스북을 동시에 이용한다는 조사결과에서 비롯된다. 다시 말해, 향후 스마트TV 시대에는 TV가 SNS를 흡수, 연동하면서 자신만의 콘텐츠를 보다 다양하고 완성도 높게 구현할 수 있는 SNS로 진화한다는 것이다(Television is embracing social-mipcom conference 2012). 이처럼 SNS의 이용 활성화를 기대하기 위하여 개인 이용자는 ① 사회현상의 적절한 활용(Optimize for social discovery), ② 동질가치를 넘어서는 유연한 사고(Think beyond the like), ③ 연결성 극대화(Maximize your connections)의 필요성을 주문한 바 있다. 마지막으로, 위와 같은 SNS의 특성과 더불어 Telemundo Media의 Peter Blacker는 기업의 브랜드 홍보와 마케팅 수단으로 활용되고 있는 SNS가 성공적으로 기능하고 발전하기 위해서는 소셜 스토리텔링(Social Storytelling)의 중요성을 강조했다. 이를 위해서는 기본적으로 5가지 요인(수용자의 리더러시, 생산자의 참여와 공유, SNS의 프로그래밍, 재능의 발견, 적합한 스폰서의 후원)의 유기적 결합이 담보되었을 때 비로소 기업의 소비대상을 성공적으로 유인할 수 있다는 의견을 제시했다.



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 (유프러스연구소 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 (청장문화산업대 만화창작과 교수) | 정우식 (21세기경제학연구소 연구위원) |
| 박정민 (EBS 외화애니부 PD) | 송경희 (문화부 문화산업정책과 사무관) |
| 박정수 (산업연구원 서비스산업연구센터 소장) | 조한석 (문화부 정보통계담당관실 사무관) |
| 박준흠 (가습네트워크 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 감수 김은정 (통계정보팀 선임연구원)
김영수 (통계정보팀 선임연구원)
박성원 (통계정보팀 선임연구원)
강중구 (통계정보팀 연구원)
정길영 (통계정보팀 인턴)

발 행 인 홍 상 표

발 행 일 2012년 11월 27일 (통권 7호)

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"