

2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서

2014. 4

Contents >>

I. 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 추이 분석

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

Contents >>

II. 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠업체 실태조사 분석

1. 콘텐츠업체 실태조사 개요	81
1.1. 조사목적	81
1.2. 조사대상 및 방법	81
1.3. 콘텐츠산업 실태조사 이용 시 유의사항	82
2. 콘텐츠업체 실태조사 분석결과	83
2.1. 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 규모	83
2.2. 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 가치사슬별 규모	88
3. 콘텐츠산업 실태조사 대비 상장사 비교	94
3.1. 콘텐츠산업 매출액 대비 상장사 매출액 비교	94
3.2. 콘텐츠산업 수출액 대비 상장사 수출액 비교	96
3.3. 콘텐츠산업 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교	97
3.4. 콘텐츠산업 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교	98

III. 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 주요 이슈

1. 게임산업 주요 이슈	100
2. 출판/만화산업 주요 이슈	110
3. 음악(공연)산업 주요 이슈	119
4. 방송산업(방송영상독립제작사) 주요 이슈	128
5. 영화산업 주요 이슈	135
6. 지식정보/광고산업 주요 이슈	143
7. 애니메이션/캐릭터산업 주요 이슈	152

IV. CBI(Content Business Index) 분석

1. 분석목적	160
2. 조사대상 및 방법	160
3. 2010년 1분기~2014년 2분기 CBI 분석	161

3.1. 2010년 1분기~2014년 2분기 CBI 종합분석161
3.2. 2010년 1분기~2014년 2분기 CBI 산업별·부문별 분석164

V. 콘텐츠산업 INSIGHT

1. 2013년 4분기 콘텐츠산업 종합 분석 및 전망174
2. 2013년 4분기 콘텐츠산업 분야별 분석 및 전망185
 2.1. 게임산업 분석 및 전망185
 2.2. 출판/만화산업 분석 및 전망187
 2.3. 음악(공연)산업 분석 및 전망189
 2.4. 방송산업(방송영상독립제작사) 분석 및 전망190
 2.5. 영화산업 분석 및 전망192
 2.6. 광고산업 분석 및 전망193
 2.7. 애니메이션/캐릭터산업 분석 및 전망194
 2.8. 지식정보산업 분석 및 전망197

부록

1. 콘텐츠산업 관련 상장사 현황199
2. 콘텐츠산업 연간 비교203

Contents >>

ㅣ ㅣ ㅣ ㅣ 표 차 례

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

〈표 I-27〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동	63
〈표 I-28〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체(상장사) 비교	65
〈표 I-29〉 '13년 3분기 및 '13년 4분기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체(상장사) 자기자본 부채비율 ..	66
〈표 I-30〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 자산증가율 추이	68
〈표 I-31〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 투자증가율 추이	69
〈표 I-32〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 사내유보율 추이	70
〈표 I-33〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익률 추이	71
〈표 I-34〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 자산영업이익률 추이	73
〈표 I-35〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 자본영업이익률 추이	74
〈표 I-36〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 자기자본대비 부채비율 추이	75
〈표 I-37〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 유동비율 추이	76
〈표 I-38〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 자기자본비율 추이	77
〈표 I-39〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 1인당평균매출액 추이	78
〈표 I-40〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 자본집약도 추이	79
〈표 II-1〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 매출액 규모	83
〈표 II-2〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 종사자 규모	84
〈표 II-3〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 수출액 규모	85
〈표 II-4〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 투자액 규모	86
〈표 II-5〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액	89
〈표 II-6〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수	92
〈표 II-7〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교	95
〈표 II-8〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교	96
〈표 II-9〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 전체 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교 ..	97
〈표 II-10〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교 ..	99
〈표 IV-1〉 출판산업 부문별 CBI	164
〈표 IV-2〉 만화산업 부문별 CBI	165
〈표 IV-3〉 음악산업 부문별 CBI	166

Contents >>

〈표 IV-4〉 게임산업 부문별 CBI	167
〈표 IV-5〉 영화산업 부문별 CBI	168
〈표 IV-6〉 애니메이션산업 부문별 CBI	169
〈표 IV-7〉 방송영상독립제작사 부문별 CBI	170
〈표 IV-8〉 광고산업 부문별 CBI	171
〈표 IV-9〉 캐릭터산업 부문별 CBI	172
〈표 IV-10〉 지식정보산업 부문별 CBI	173
〈표 V-1〉 '10년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	176
〈표 V-2〉 '10년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	176
〈표 V-3〉 '10년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	177
〈표 V-4〉 '10년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	177
〈표 V-5〉 '11년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	178
〈표 V-6〉 '11년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	178
〈표 V-7〉 '11년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	179
〈표 V-8〉 '11년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	179
〈표 V-9〉 '12년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	180
〈표 V-10〉 '12년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	180
〈표 V-11〉 '12년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	181
〈표 V-12〉 '12년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	181
〈표 V-13〉 '13년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	182
〈표 V-14〉 '13년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	182
〈표 V-15〉 '13년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	183
〈표 V-16〉 '13년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	183
〈표 V-17〉 '14년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	184
〈표 V-18〉 '14년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	184

Ⅰ Ⅰ Ⅰ Ⅰ 그림 차례

〈그림 I-1〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동	13
〈그림 I-2〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적	13
〈그림 I-3〉 '12년 연간 및 '13년 연간 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적	25
〈그림 I-4〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동	28
〈그림 I-5〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적	28
〈그림 I-6〉 '12년 연간 vs '13년 연간 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적	30
〈그림 I-7〉 '12년 4분기 및 '13년 4분기 투자 건수	32
〈그림 I-8〉 '12년 4분기 및 '13년 4분기 투자 액수	32
〈그림 I-9〉 소비지출 증감률 변동 추이	41
〈그림 I-10〉 오락·문화 소비지출 증감률 변동 추이	43
〈그림 I-11〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동	51
〈그림 I-12〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 누적	51
〈그림 I-13〉 '12년 연간 vs '13년 연간 콘텐츠업체(상장사) 수출 누적	53
〈그림 I-14〉 개인·문화·오락 서비스 수지 추이	54
〈그림 I-15〉 음향영상 서비스 수지 추이	56
〈그림 I-16〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동	64
〈그림 I-17〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 누적	64
〈그림 II-1〉 '13년p 4분기 콘텐츠산업 매출액 및 종사자 규모	87
〈그림 II-2〉 '13년p 4분기 콘텐츠산업 수출액 규모	87
〈그림 II-3〉 '13년p 4분기 콘텐츠산업 투자액 규모	87
〈그림 II-4〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액	91
〈그림 II-5〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수	94
〈그림 IV-1〉 '10년 1분기~'14년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	161
〈그림 IV-2〉 '10년 1분기~'14년 2분기 콘텐츠산업별 CBI	162

연
유

- 이용자를 위하여 -

1. 본 보고서는 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향을 분석한 것으로서 1) 거시 및 미시데이터를 기본으로 한 정량분석 2) 각 산업별 이슈분석을 통한 정성분석 3) 실태조사를 통한 각 산업별 규모 추정 4) 콘텐츠기업경영체감도(CBI-Contents Business Index) 등을 포함하고 있으며, 조사기준 시점은 2013년 12월 31일임
2. 콘텐츠산업은 「콘텐츠상품을 생산, 유통, 소비하는데 관련된 산업」으로 정의하였으며, 범위는 『2012년 기준 콘텐츠산업 통계조사』에서 명확하게 정의된 11개 분야(출판, 만화, 음악(공연포함), 게임, 영화, 애니메이션, 광고, 방송, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션)를 기준으로 하였음
3. 거시데이터는 1) 콘텐츠산업 생산변화 2) 콘텐츠산업 외국인 직접투자 변화 3) 소비지출변화 4) 고용변화 등을 조사하였음
 - 콘텐츠산업 생산변화는 통계청에서 매월 실시하는 서비스업생산지수를 기초로 콘텐츠산업과 연관성이 높은 항목을 재집계
 - 콘텐츠산업 외국인 직접투자변화는 지식경제부에 분기별로 발표하는 외국인 직접투자 건수 및 액수 중 콘텐츠산업과 관련성이 높은 8개 분야를 집계
 - 소비지출변화는 통계청에서 분기별로 발표하는 가계수지 중 소비지출 및 비소비지출에 대해 전체 및 부문별(문화, 오락비용)로 집계했고 한국은행 발표 가계수입 및 소비지출 전망 CSI(교양, 문화, 오락비) 등을 전체 및 부문별로 매월 집계
 - 국제수지변화는 한국은행에서 매월 집계하는 외환 수입지급 분류 중 개인·문화·오락 서비스 국제수지를 중심으로 매월 재집계
 - 고용변화는 통계청 월별 실업률을 집계하고, 또한 한국고용정보원에서 발표하는 구안·구직 및 취업동향 데이터 중 콘텐츠산업과 관련성이 높은 분야를 중심으로 월별 및 분기별로 취합 및 재집계

<콘텐츠산업 분기별 보고서 인용 자료>

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

4. 미시데이터는 콘텐츠산업 분야별 상장사의 매출액, 영업이익, 수출액, 종사자수 등 실적에 관련된 것을 분석하며 영업이익률, 유동비율, 부채비율 등을 분기별로 전체 상장사(KOSPI)의 데이터와 비교 분석함. 실적데이터는 연결재무제표를 기준으로 하고 분석의 일관성을 유지하기 위해 개별(별도)재무제표도 병용
콘텐츠산업 관련 상장사는 코스피 및 코스닥 상장사 중 관련업체 85개를 선별함(게임(20개), 지식정보(8개), 출판(9개), 방송(22개), 광고(4개), 영화(7개), 음악(10개), 애니메이션/캐릭터(5개)) 연결재무제표 대상 상장사는 20개사임. 이 중 골프존은 지식정보산업에 가상현실 및 가상세계가 포함됨에 따라 상장사 분석에 추가
5. 이슈분석은 10개 콘텐츠산업(콘텐츠솔루션 제외)에 대해 국내 및 해외로 구분하여 정책, 기업, 소비자 등의 시계열적, 돌발성 주요 이슈를 분석
6. 실태조사는 출판, 만화, 음악(공연포함), 게임, 영화, 애니메이션, 방송영상독립제작사, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션산업 등 11개 콘텐츠산업을 영위하는 업체 중 600개를 표본으로 선정하여 조사했고 조사내용은 산업별 및 가치사슬별 1) 매출액 2) 수출액 3) 종사자수 규모의 추정임
7. 콘텐츠기업경영체감도(CBI)조사는 콘텐츠산업의 분야별 경기전망 파악을 위해 실시하며, 콘텐츠솔루션산업을 제외한 10개 산업(출판, 만화, 음악(공연포함), 게임, 영화, 애니메이션, 방송영상독립제작사, 광고, 캐릭터, 지식정보)을 대상으로 7점 척도로 조사했고 그 내용은 1) 매출 2) 수출 3) 투자 4) 고용 5) 자금사정 등 5개 사항임
8. 본 보고서의 내용을 인용할 때에는 『2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서(한국콘텐츠진흥원) ○페이지에서 전재 또는 역재』 라고 기재하여야 함
9. 본 보고서에 실린 자료에 대한 문의사항이 있을 때에는 문화체육관광부 문화산업정책과(☎ 044-203-2415), 한국콘텐츠진흥원 산업정보팀(☎ 02-3153-3021, 3028)에 문의바람. 조사결과 및 분석내용은 한국콘텐츠진흥원 홈페이지(www.kocca.kr)에서도 볼 수 있음

● 고용 동향

- 미국 양적완화 축소 등에 따른 신흥국 중심의 대외리스크에도 전반적인 세계경기 상승으로 경상수지 흑자 지속과 내수 회복 기대감이 확대되면서 상용직 증가와 함께 서비스업 등의 취업자수 증가. 이에 따라 '13년 4분기 고용시장은 '13년 3분기에 이어 전년동기대비 양적 증가세 지속. 청년층 실업률은 전체 실업률 대비 높은 격차가 이어지고 있으며 연령별, 학력별, 근로형태별 등 고용의 편차가 지속되고 있어 이에 따른 실질적인 대안 필요
 - ※ 전체 실업률 추이는 '10년 1월 5.0% 수준에서 '12년 10월에 이르러 2.9%로 하락했으며 '13년 12월 실업률은 3.0%로 전년동월대비 0.1%p 상승. 실업자수는 '11년 3월 약 107만 수준에서 하락세를 보이다가 '13년 12월의 실업자수는 약 77만 명으로 전년동월대비 약 3만 7천 명 증가
- 서비스업 분야에서 신규 구인규모가 증대되는 가운데, 특히 문화산업분야 산업별 '13년 4분기 신규 구인규모는 전년동기대비 증가 기록
 - ※ '출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업'은 '13년 10월에서 12월까지 전년동월대비 8.1% 감소, 3.9% 감소, 5.3% 증가했으며, '13년 4분기는 전년동기대비 3.5% 감소. '예술스포츠 및 여가관련 서비스업'은 '13년 10월에서 12월까지 전년동월대비 56.1% 증가, 2.6% 증가, 18.5% 증가했으며, '13년 4분기는 전년동기대비 24.9% 증가
- 청년 실업률은 '12년 10월 이후 전반적으로 등락 기조
- '13년 12월 8.5%를 기록한 청년 실업률(15세~29세)은 전년동월대비 1.0%p 증가

〈표 1〉 '12년 10월~'13년 12월 청년실업률 추이

(단위 : %)

구분	2012년			2013년											
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
청년실업률	6.9	6.7	7.5	7.5	9.1	8.6	8.4	7.4	7.9	8.3	7.6	7.7	7.8	7.5	8.5

2013년 4분기 콘텐츠산업(잠정치) 매출액(19조 원) 및 수출액(1조 3,239억 원), 종사자수(55만 1,000명), 2012년 4분기 대비 약 10.5% 증가, 10.0% 증가, 0.2% 증가

- 콘텐츠산업 분기별 실태조사를 토대로 한 '13년 4분기 잠정치 결과, 2013년 4분기 콘텐츠산업 총 매출액은 19조 3,288억 원으로 전년동기대비 약 1조 8,316억 원(10.5%) 증가, 수출액 1조 4,144억 원으로 전년동기대비 1,288억 원(10.0%) 증가, 종사자수 55만 1,084명으로 전년동기대비 약 4,939명(0.2%) 증가

※ 콘텐츠산업 분기별 실태조사는 11개 산업을 영위하는 업체 중 분기별 600개 표본을 선정하여 조사

- 매출액에서 전년동기대비 높은 성장세를 보인 산업은 <게임산업>이며 3조 1,428억 원으로 전년동기대비 약 32.5% 증가, <방송영상독립제작사>는 2,965억 원으로 전년동기대비 약 27.3% 증가, <영화산업>은 1조 3,663억 원으로 전년동기대비 약 24.1% 증가, <지식정보산업>은 2조 9,591억 원으로 전년동기대비 약 22.4% 증가, <콘텐츠솔루션산업>은 8,936억 원으로 전년대비 약 9.1% 증가, <음악(공연포함)산업>은 1조 1,602억 원으로 전년동기대비 약 5.4% 증가, <캐릭터산업>은 2조 1,047억 원으로 전년동기대비 약 4.3% 증가, <만화산업>은 1,923억 원으로 전년동기대비 약 2.3% 증가, <출판산업>은 5조 649억 원으로 전년동기대비 약 0.9% 증가

※ 콘텐츠산업은 2012년 4분기 대비 애니메이션, 광고를 제외한 전 산업이 성장을 하였으며, 신한류 열풍 및 스마트콘텐츠 수요 증가에 기인한 결과

- 콘텐츠산업 중 수출액이 가장 높은 산업은 <게임산업>으로 2012년 4분기 대비 약 828억 원 증가한 8,263억 원으로 전체 수출액의 58.4%를 차지

〈표 2〉 콘텐츠산업 분기별 실태조사 결과(2013년 4분기)

(단위 : 백만원, 명, %)

산업명	매출액 (백만원)								
	2012년		2013년p					4분기 기준 전년동기대비 증감률(%)	연간 기준 전년대비 증감률(%)
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출 판	5,019,416	21,097,287	5,039,956	4,876,200	5,036,058	5,064,987	20,017,201	0.9%	△5.1%
만 화	187,975	758,524	191,216	187,169	196,938	192,332	767,655	2.3%	1.2%
음 악	1,101,342	3,994,925	1,095,421	1,091,567	1,094,654	1,160,271	4,441,913	5.4%	11.2%
계 임	2,371,742	9,752,538	2,358,554	2,429,656	2,435,951	3,142,854	10,367,015	32.5%	6.3%
영 화	1,100,989	4,404,818	1,165,213	1,133,383	1,318,849	1,366,370	4,983,815	24.1%	13.1%
애니메이션	138,070	521,005	134,597	115,660	147,499	124,348	522,104	△9.9%	0.2%
방송영상독립제작사	232,960	984,070	240,572	240,733	241,668	296,524	1,019,497	27.3%	3.6%
광 고	2,091,121	7,181,427	1,853,292	2,032,782	1,883,367	2,023,682	7,793,123	△3.2%	8.5%
캐릭터	2,017,086	7,517,640	2,039,488	2,096,630	2,059,921	2,104,701	8,300,740	4.3%	10.4%
지식정보	2,417,218	9,529,478	2,527,202	2,682,468	2,721,204	2,959,120	10,889,994	22.4%	14.3%
콘텐츠솔루션	819,314	3,029,140	832,146	869,478	872,215	893,621	3,467,460	9.1%	14.5%
합 계	17,497,233	68,770,852	17,477,657	17,755,276	18,008,324	19,328,810	72,570,517	10.5%	5.5%

산업명	종사자수 합계(명)						4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	2012년		2013년p					
	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기			
출 판	198,262	197,844	197,473	197,223	196,892	△0.2%	△0.7%	
만 화	10,161	10,106	9,936	9,949	9,887	△0.6%	△2.7%	
음 악	78,402	78,343	78,384	78,240	78,209	0.0%	△0.2%	
계 임	95,051	94,531	93,837	93,543	93,025	△0.6%	△2.1%	
영 화	30,857	31,049	32,118	32,287	32,416	0.4%	5.1%	
애니메이션	4,503	4,485	4,494	4,505	4,514	0.2%	0.2%	
방송영상독립제작사	6,886	6,892	6,902	6,893	6,922	0.4%	0.5%	
광 고	8,962	9,036	9,007	9,013	9,018	0.1%	0.6%	
캐릭터	26,897	27,062	27,170	27,485	27,601	0.4%	2.6%	
지식정보	69,961	69,924	70,467	70,656	71,262	0.9%	1.9%	
콘텐츠솔루션	20,145	20,299	20,489	21,311	21,338	0.1%	5.9%	
합 계	550,087	549,571	550,277	551,105	551,084	0.0%	0.2%	

산업명	수출액 (백만원)								
	2012년		2013년p					4분기 기준 전년동기대비 증감률(%)	연간 기준 전년대비 증감률(%)
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출 판	69,953	276,259	59,086	73,502	81,336	92,284	306,208	31.9%	10.8%
만 화	4,580	19,275	4,688	4,729	4,938	4,963	19,318	8.4%	0.2%
음 악	105,628	264,927	51,386	53,669	63,392	103,356	271,803	△2.2%	2.6%
계 임	743,584	2,973,742	768,933	778,959	833,692	826,357	3,207,941	11.1%	7.9%
영 화	7,260	22,735	6,853	6,637	3,611	6,522	23,623	△10.2%	3.9%
애니메이션	29,884	126,821	32,967	33,889	34,963	34,258	136,077	14.6%	7.3%
방송영상독립제작사	6,265	18,971	4,739	4,795	4,638	6,652	20,824	6.2%	9.8%
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	109,949	469,294	123,521	136,968	132,526	138,965	531,980	26.4%	13.4%
지식정보	167,314	501,277	123,695	113,258	116,386	151,357	504,696	△9.5%	0.7%
콘텐츠솔루션	41,148	168,933	39,838	41,328	48,396	49,698	179,260	20.8%	6.1%
합 계	1,285,565	4,842,234	1,215,706	1,247,734	1,323,878	1,414,412	5,201,730	10.0%	7.4%

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

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

※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

※ 콘텐츠산업통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('11년 평균환율 1,108.11원, '12년 평균 환율 1,126.88, '13년 1분기 1,084.08원, '13년 2분기 1,122.15원, '13년 3분기 1,112.18원, '13년 4분기 1,062.10원)

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

(참고표) 콘텐츠산업 연간 비교(2013년 4분기)

(단위 : 백만원, 명, %)

산업명	매출액(백만원)								4분기 기준 전년동기대비 증감률(%)	연간 기준 전년대비 증감률(%)
	2012년		2013년p							
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계			
출판	5,019,415	21,097,287	5,039,956	4,876,200	5,036,058	5,064,987	20,017,201	0.9%	△5.1%	
만화	187,975	758,524	191,216	187,169	196,938	192,332	767,655	2.3%	1.2%	
음악	1,101,341	3,994,925	1,095,421	1,091,567	1,094,654	1,160,271	4,441,913	5.4%	11.2%	
게임	2,371,742	9,752,538	2,358,554	2,429,656	2,435,951	3,142,854	10,367,015	32.5%	6.3%	
영화	1,100,989	4,404,818	1,165,213	1,133,383	1,318,849	1,366,370	4,983,815	24.1%	13.1%	
애니메이션	138,070	521,005	134,597	115,660	147,499	124,348	522,104	△9.9%	0.2%	
방송*	3,617,421	13,198,409	2,913,400	3,176,500	3,173,300	3,618,900	12,882,100	0.0%	△2.4%	
방송영상독립제작사	232,960	984,070	240,572	240,733	241,668	296,524	1,019,497	27.3%	3.6%	
광고**	3,262,508	12,483,803	3,228,396	3,229,285	3,169,783	3,896,352	13,523,816	19.4%	8.3%	
캐릭터	2,017,086	7,517,640	2,039,488	2,096,630	2,059,921	2,104,701	8,300,740	4.3%	10.4%	
지식정보	2,417,218	9,529,478	2,527,202	2,682,468	2,721,204	2,959,120	10,889,994	22.4%	14.3%	
콘텐츠솔루션	819,314	3,029,140	832,146	869,478	872,215	893,621	3,467,460	9.1%	14.5%	
합계	22,286,039	87,271,637	21,766,161	22,128,729	22,468,040	24,820,380	91,183,310	11.4%	4.5%	

산업명	증사자(명)						4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	2012년		2013년p					
	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기			
출판	198,262	197,844	197,473	197,223	196,892	△0.2%	△0.7%	
만화	10,161	10,106	9,936	9,949	9,887	△0.6%	△2.7%	
음악	78,402	78,343	78,384	78,240	78,209	0.0%	△0.2%	
게임	95,051	94,531	93,837	93,543	93,025	△0.6%	△2.1%	
영화	30,857	31,049	32,118	32,287	32,416	0.4%	5.1%	
애니메이션	4,503	4,485	4,494	4,505	4,514	0.2%	0.2%	
방송*	33,888	33,953	33,962	33,972	33,983	0.0%	0.3%	
방송영상독립제작사	6,886	6,892	6,902	6,893	6,922	0.4%	0.5%	
광고**	36,424	36,634	36,664	36,695	36,718	0.1%	0.8%	
캐릭터	26,897	27,062	27,170	27,485	27,601	0.4%	2.6%	
지식정보	69,961	69,924	70,467	70,656	71,262	0.9%	1.9%	
콘텐츠솔루션	20,145	20,299	20,489	21,311	21,338	0.1%	5.9%	
합계	611,437	611,122	611,896	612,759	612,767	0.0%	0.2%	

산업명	수출액(백만원)								4분기 기준 전년동기대비 증감률(%)	연간 기준 전년대비 증감률(%)
	2012년		2013년p							
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계			
출판	69,953	276,259	59,086	73,502	81,336	92,284	306,208	31.9%	10.8%	
만화	4,580	19,275	4,688	4,729	4,938	4,963	19,318	8.4%	0.2%	
음악	105,628	264,927	51,386	53,669	63,392	103,356	271,803	△2.2%	2.6%	
게임	743,584	2,973,742	768,933	778,959	833,692	826,357	3,207,941	11.1%	7.9%	
영화	7,260	22,735	6,853	6,637	6,522	6,522	23,623	△10.2%	3.9%	
애니메이션	29,884	126,821	32,967	33,889	34,963	34,258	136,077	14.6%	7.3%	
방송*	61,869	244,899	60,257	61,235	61,336	66,398	249,226	7.3%	1.8%	
방송영상독립제작사	6,265	18,971	4,739	4,795	4,638	6,652	20,824	6.2%	9.8%	
광고**	27,407	109,862	26,876	27,119	28,252	29,225	111,472	6.6%	1.5%	
캐릭터	109,949	469,294	123,521	136,968	132,526	138,965	531,980	26.4%	13.4%	
지식정보	167,314	501,277	123,695	113,258	116,386	151,357	504,696	△9.5%	0.7%	
콘텐츠솔루션	41,148	168,933	39,838	41,328	48,396	49,698	179,260	20.8%	6.1%	
합계	1,374,841	5,196,995	1,302,839	1,336,088	1,413,466	1,510,035	5,562,428	9.8%	7.0%	

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

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

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

※ 2010년 기준 콘텐츠산업통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('09년 평균 환율 1,276.40원, '10년 평균 환율 1,156.26원, '11년 평균 환율 1,108.11원, '12년 1분기 평균 환율 1,131.47원, '12년 2분기 평균 환율 1,151.81원, '12년 3분기 평균환율 1,133.54원, '12년 4분기 평균환율 1,090.86원, '12년 평균 환율 1,126.88원, '13년 1분기 평균환율 1,084.08원, '13년 2분기 평균환율 1,122.15원, '13년 3분기 평균환율 1,112.18원, '13년 4분기 1,062.10원)

※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

콘텐츠산업 관련 상장사 2013년 4분기 매출액(5.9조 원) 및
영업이익(0.6조 원), 수출액(4,200억 원), 종사자수(3만 4,000명)
2012년 4분기 대비 약 9.0% 증가, 3.7% 감소, 7.6% 증가, 1.1% 감소

※ 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 85개 선별(게임 20개, 지식정보 8개, 출판 9개, 방송 22개, 광고 4개, 영화 7개, 음악 10개, 애니메이션/캐릭터 5개)

- 2013년 4분기 기준 콘텐츠산업 관련 상장사 총 매출액은 5조 9,090억 원으로 전년동기대비 4,866억 원(9.0%) 증가, 영업이익은 6,274억 원으로 전년동기대비 242억 원(△3.7%) 감소, 수출액은 4,236억 원으로 전년동기대비 306억 원(7.6%) 증가, 종사자수는 3만 4,143명으로 전년동기대비 385명(△1.1%) 감소

- 콘텐츠산업 관련 상장사들은 영화를 제외하고 전체적으로 증가한 가운데, <음악>은 3,056억 원으로 전년동기대비 18.8% 증가, <지식정보>는 1조 228억 원으로 전년동기대비 18.7% 증가, <게임>은 7,326억 원으로 전년동기대비 11.6% 증가, <방송(방송영상독립제작사포함)>은 2조 130억 원으로 전년동기대비 7.9% 증가, <광고>는 9,401억 원으로 전년동기대비 7.7% 증가, <애니메이션/캐릭터>는 700억 원으로 전년동기대비 1.6% 증가

※ 콘텐츠관련 상장사 중 매출액이 높은 사업체는 제일기획(7,863억 원), 네이버(6,411억 원), 대교(1,865억 원), CJ CGV(1,814억 원), 웅진씽크빅(1,633억 원) 등

- 기업의 영업 활동성과를 나타내는 콘텐츠업체 영업이익률은 '13년 4분기 전년동기대비 1.4%p 감소한 10.6%

〈표 3〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체(상장사) 비교

(단위 : 억원, %)

구분		2012년 4분기	2012년 연간	2013년 4분기 ¹⁾	2013년 연간 ²⁾	4분기 전년동기	연간 전년동기
매출액*	콘텐츠업체(상장사)	54,223.70	198,181.70	59,090.30	216,614.40	8.98%	9.30%
	전체상장사	2,656,437.00	10,995,813.00	2,706,039.00	11,091,708.00	1.87%	0.87%
	비중	2.04%	1.80%	2.18%	1.95%	0.14%p	0.15%p
영업이익**	콘텐츠업체(상장사)	6,516.75	24,237.81	6,274.20	23,937.40	△3.72%	△1.24%
	전체상장사	116,932.00	584,202.00	112,399.00	604,033.00	△3.88%	3.39%
	비중	5.57%	4.15%	5.58%	3.96%	0.01%p	△0.19%p
영업이익률***	콘텐츠업체(상장사)	12.02%	12.23%	10.62%	11.05%	△1.40%p	△1.18%p
	전체상장사	4.40%	5.31%	4.15%	5.45%	△0.25%p	0.14%p

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

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

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

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

(단위 : 억원, %)

구분	2012년		2013년					
	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2013년 (전년대비)	4분기 (전년동기)
게임	6,562.5	27,082.3	7,595.2	7,585.3	6,962.7	7,326.3	29,469.5	11.6%
	(△0.3%)	(0.4%)	(15.7%)	(△0.1%)	(△8.2%)	(5.2%)	(8.8%)	
지식 정보	8,618.1	32,547.8	8,668.7	9,702.9	9,714.0	10,228.3	38,313.9	18.7%
	(6.3%)	(△8.9%)	(0.6%)	(11.9%)	(0.1%)	(5.3%)	(17.7%)	
출판	5,330.0	21,200.7	5,282.6	4,724.3	4,964.1	5,361.9	20,332.9	0.6%
	(2.9%)	(△3.1%)	(△0.9%)	(△10.6%)	(5.1%)	(8.0%)	(△4.1%)	
방송	18,650.6	66,442.3	16,585.8	17,972.5	17,150.2	20,130.5	71,839.0	7.9%
	(12.5%)	(14.3%)	(△11.1%)	(8.4%)	(△4.6%)	(17.4%)	(8.1%)	
광고	8,727.1	28,306.1	6,503.6	8,240.8	7,534.8	9,401.4	31,680.6	7.7%
	(23.5%)	(28.5%)	(△25.5%)	(26.7%)	(△8.6%)	(24.8%)	(11.9%)	
영화	3,072.5	11,105.5	2,882.0	2,689.5	3,718.5	2,884.9	12,174.9	△6.1%
	(△5.2%)	(23.5%)	(△6.2%)	(△6.7%)	(38.3%)	(△22.4%)	(9.6%)	
음악	2,573.2	8,771.6	2,217.1	2,304.2	2,785.2	3,056.6	10,363.1	18.8%
	(8.1%)	(21.6%)	(△13.8%)	(3.9%)	(20.9%)	(9.7%)	(18.1%)	
애니메이션/캐릭터	689.7	2,725.4	569.7	550.7	619.7	700.4	2,440.5	1.6%
	(7.5%)	(△7.4%)	(△17.4%)	(△3.3%)	(12.5%)	(13.0%)	(△10.5%)	
합계	54,223.7	198,181.7	50,304.7	53,770.2	53,449.2	59,090.3	216,614.4	9.0%
	(8.9%)	(7.8%)	(△7.2%)	(6.9%)	(△0.6%)	(10.6%)	(9.3%)	

1) 전체 상장사 4분기 실적 데이터는 2013년 3분기누적보고서 제출대상 12월 결산 상장법인 697사 중 비교 가능한 614개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준(출처 : 2013년 12월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)과 2013년 사업연도 제출대상 12월 결산 상장법인 702사 중 비교 가능한 613개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 차감 추계(출처 : 2014년 4월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)

2) 전체 상장사 데이터는 2013년 사업연도 제출대상 12월 결산 상장법인 702사 중 비교 가능한 613개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계(출처 : 2014년 4월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 게임부문 매출액을 적용. NHN엔터테인먼트는 '13년 8월에 NHN에서 회사분할로 '13년 2분기까지는 NHN 전체 매출액 중 게임부문 매출액을 적용했으며 '13년 3분기부터 회사분할에 따른 실적보고서상 매출액 적용
- 2) 지식정보 중 '네이버'는 '13년 8월 회사분할로 '13년 2분기까지 NHN 매출액 중 게임부문 매출액을 제외한 매출액을 적용했으며 '13년 3분기부터 실적보고서상 매출액 적용. '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 3) 출판 중 '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 4) 방송 중 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터 'CJ E&M' 방송부문 매출액을 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠리'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송'과 '한빛방송'은 '12년 11월 상장폐지되어 분석에서 제외. '키이스트'는 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 매출액을 적용. '키이스트'는 방송부문 분석 적용으로 제외
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 음악부문 매출액을 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용. '예당미디어'는 '13년 10월 상장폐지되어 분석에서 제외
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '시스템씨언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

● 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 4분기 영업이익 6,274억 원 전년동기대비 3.7% 감소

- <게임>은 1,013억 원으로 전년동기대비 12.6% 감소, <지식정보>는 1,745 억 원으로 전년동기대비 6.1% 감소
- 영업이익이 가장 높은 산업은 <방송>(2,284억 원 영업이익)으로 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익인 6,274억 원의 약 36.4%를 차지

<표 5> '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동

(단위 : 억원, %)

구분	2012년		2013년				2013년 (전년대비)	4분기 (전년동기)
	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)		
게임	1,159.3	4,876.8	1,390.1	1,560.6	1,483.1	1,013.6	5,447.4	△12.6%
	(△13.3%)	(△25.2%)	(19.9%)	(12.3%)	(△5.0%)	(△31.7%)	(11.7%)	
지식 정보	1,859.2	7,012.3	1,620.9	1,995.1	1,574.8	1,745.5	6,936.3	△6.1%
	(11.7%)	(△23.1%)	(△12.8%)	(23.1%)	(△21.1%)	(10.8%)	(△1.1%)	
출판	296.3	882.5	299.1	84.2	185.3	378.2	946.8	27.6%
	(55.0%)	(△35.6%)	(0.9%)	(△71.8%)	(120.1%)	(104.1%)	(7.3%)	
방송	2,181.9	8,245.2	1,765.5	2,158.3	1,579.5	2,284.1	7,787.4	4.7%
	(12.0%)	(△0.5%)	(△19.1%)	(22.2%)	(△26.8%)	(44.6%)	(△5.6%)	
광고	606.0	1,465.5	96.1	467.5	314.6	586.9	1,465.1	△3.2%
	(103.0%)	(14.6%)	(△84.1%)	(386.5%)	(△32.7%)	(86.6%)	(0.0%)	
영화	215.0	971.9	279.3	139.4	271.2	55.4	745.3	△74.2%
	(△42.0%)	(29.7%)	(29.9%)	(△50.1%)	(94.5%)	(△79.6%)	(△23.3%)	
음악	256.5	868.9	176.2	172.1	235.6	303.2	887.1	18.2%
	(△0.4%)	(11.9%)	(△31.3%)	(△2.3%)	(36.9%)	(28.7%)	(2.1%)	
애니메이션/ 캐릭터	△57.4	△85.3	△66.9	△64.8	△53.6	△92.7	△278.0	△61.5%
	(△252.1%)	(△342.3%)	(△16.6%)	(3.1%)	(17.3%)	(△72.9%)	(△225.9%)	
합계	6,516.8	24,237.8	5,560.3	6,512.4	5,590.5	6,274.2	23,937.4	△3.7%
	(7.7%)	(△13.9%)	(△14.7%)	(17.1%)	(△14.2%)	(12.2%)	(△1.2%)	

1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 게임부문 영업이익액을 적용. NHN엔터테인먼트는 '13년 8월에 NHN에서 회사분할로 '13년 2분기까지는 NHN 전체 매출액 중 게임부문 매출액비중을

- 적용했으며 '13년 3분기부터 회사분할에 따른 실적보고서상 영업이익액 적용
- 2) 지식정보 중 '네이버'는 '13년 8월 회사분할로 '13년 2분기까지 NHN 영업이익액 중 게임부문 매출액을 제외한 매출액 비중을 적용했으며 '13년 3분기 부터 실적보고서상 영업이익액 적용. '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
 - 3) 출판 중 '이슈체'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
 - 4) 방송 중 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 방송부문 영업이익액을 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송' 및 '한빛방송'은 '12년 12월 상장폐지로 분석에서 제외. '키이스트'는 영화에서 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
 - 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 영업이익액을 적용. '키이스트'는 방송 적용으로 분석 제외
 - 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 영업이익액 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용. '에담미디어'는 '13년 10월 상장폐지되어 분석에서 제외
 - 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스튜디오엔스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외
 - 8) 영업이익의 분기별 증감률은 전기의 영업이익이 음수일 경우 실제로는 흑자 전환되었더라도 음의 증감률을 보일 수 있음. 본 자료에서는 분석의 편의를 돕기 위해 실제 영업 이익이 호전된 경우는 양의 증감률, 악화된 경우는 음의 증감률로 표기

- 콘텐츠산업 영업이익률 중 출판을 제외한 전 산업이 전년동기대비 감소

〈표 6〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익률 변동

(단위 : %)

구분	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 3분기	2013년 4분기	2013년 4분기 전년동기증감
전체	12.0%	11.1%	12.1%	10.5%	10.6%	△1.4%p
게임	17.7%	18.3%	20.6%	21.3%	13.8%	△3.9%p
지식정보	21.6%	18.7%	20.6%	16.2%	17.1%	△4.5%p
출판	5.6%	5.7%	1.8%	3.7%	7.1%	1.5%p
방송	11.7%	10.6%	12.0%	9.2%	11.3%	△0.4%p
광고	6.9%	1.5%	5.7%	4.2%	6.2%	△0.7%p
영화	7.0%	9.7%	5.2%	7.3%	1.9%	△5.1%p
음악	10.0%	7.9%	7.5%	8.5%	9.9%	△0.1%p
애니메이션/ 캐릭터	△8.5%	△11.7%	△11.8%	△8.6%	△13.2%	△4.7%p

● 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 4분기 수출액 4,236억 원으로 전년동기대비 7.6% 증가

- <영화>는 163억 원으로 전년동기대비 116.0% 증가, <방송(방송영상독립제작사포함)>은 774억 원으로 전년동기대비 72.9% 증가, <애니메이션/캐릭터>은 256억 원으로 전년동기대비 22.9% 증가

- 수출액이 가장 높은 산업은 <게임>(2,490억 원 수출액)으로 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 수출액인 4,236억 원의 약 58.8%를 차지

〈표 7〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동

(단위 : 억원, %)

구분	2012년		2013년					
	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2013년 (전년대비)	4분기 (전년동기)
게임	2,509.2 (8.8%)	9,495.8 (19.0%)	2,186.2 (△12.9%)	2,504.2 (14.5%)	2,634.6 (5.2%)	2,490.5 (△5.5%)	9,815.5 (3.4%)	△0.7%
지식 정보	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a		n/a	n/a
출판	117.2 (407.4%)	172.3 (38.8%)	43.5 (△62.9%)	51.4 (18.2%)	48.5 (△5.6%)	45.4 (△6.4%)	188.8 (9.6%)	△61.3%
방송	448.0 (△13.4%)	1,999.2 (27.2%)	644.3 (43.8%)	602.5 (△6.5%)	618.5 (2.7%)	774.7 (25.3%)	2,640.0 (32.1%)	72.9%
광고	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a		n/a	n/a
영화	75.5 (△38.5%)	370.9 (251.6%)	34.4 (△54.4%)	99.0 (187.8%)	32.1 (△67.6%)	163.1 (408.1%)	328.6 (△11.4%)	116.0%
음악	571.4 (3.8%)	1,817.9 (107.9%)	391.5 (△31.5%)	398.8 (1.9%)	517.9 (29.9%)	506.5 (△2.2%)	1,814.7 (△0.2%)	△11.4%
애니메이션/ 캐릭터	208.6 (4.7%)	741.8 (△6.9%)	154.6 (△25.9%)	190.6 (23.3%)	236.3 (24.0%)	256.3 (8.5%)	837.8 (12.9%)	22.9%
합계	3,929.9 (5.7%)	14,597.9 (27.5%)	3,454.5 (△12.1%)	3,846.5 (11.3%)	4,087.9 (6.3%)	4,236.5 (3.6%)	15,625.4 (7.0%)	7.6%

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 수출액을 적용, 'NHN엔터테인먼트'는 '13년 2분기까지 회사분할전인 'NHN' 해외 수출데이터 부재 및 '13년 3분기부터 실적보고서상 수출액 대신 해외지역 매출액을 분석적용
- 2) 지식정보는 매출액 비중이 높은 포털사 등의 경우 산업의 특성상 내수 중심으로 영업활동이 이뤄지므로 분석에서 제외
- 3) 출판 중 '대교', '능률교육', '예림당', '이퓨처' 사업보고서에서 수출 발생
- 4) 방송 중 'CJ오쇼핑', 'GS홈쇼핑', 'CJ E&M', 'SBS콘텐츠허브', '한국경제TV', 'IMBC', '초록뱀', '팬엔터테인먼트', '키이스트' 사업보고서에서 수출 발생
- 5) 영화 중 '미디어플렉스', 'CJ E&M'에서 수출 발생
- 6) 음악 중 'CJ E&M', 'SM엔터테인먼트', '네오위즈인터넷', '소리바다', '캔들미디어', 'JYP엔터테인먼트', 'YG엔터테인먼트'에서 수출발생
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '시스템사이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외, '오로라월드'는 '13년 1분기에서 4분기까지 수출액데이터 부재로 '13년 해당분기 전체 매출액 대비 해외 비중 적용

- 콘텐츠산업 관련 상장사들의 '13년 4분기 매출액 대비 수출액 비중은('12년 4분기 7.2% → '13년 1분기 6.9% → '13년 2분기 7.2% → '13년 3분기 7.6% → '13년 4분기 7.2%), 이 중 음악('12년 4분기 22.2% → '13년 1분기 17.7% → '13년 2분기 17.3% → '13년 3분기 18.6% → '13년 4분기 16.6%)은 수출액 비중이 등락세이며, 게임('12년 4분기 38.2% → '13년 1분기 28.8% → '13년 2분기 33.0% → '13년 3분기 37.8% → '13년 4분기 34.0%)의 수출액 비중은 등락세

〈표 8〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 대비 수출액 비중 추이

(단위 : %)

구분	2012년		2013년			
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기
게임	38.2%	35.1%	28.8%	33.0%	37.8%	34.0%
지식정보	-	-	-	-	-	-
출판	2.2%	0.8%	0.8%	1.1%	1.0%	0.8%
방송	2.4%	3.0%	3.9%	3.4%	3.6%	3.8%
광고	-	-	-	-	-	-
영화	2.5%	3.3%	1.2%	3.7%	0.9%	5.7%
음악	22.2%	20.7%	17.7%	17.3%	18.6%	16.6%
애니메이션/캐릭터	30.2%	27.2%	27.1%	34.6%	38.1%	36.6%
합계	7.2%	7.4%	6.9%	7.2%	7.6%	7.2%

● 콘텐츠산업 관련 상장사 종사자수 3만 4,143명 전년동기대비 1.1% 감소

- 〈영화〉가 1,795명으로 전년동기대비 24.8% 증가율을 보였으며, 〈방송(방송 영상독립제작사포함)〉은 8,012명으로 전년동기대비 8.1% 증가, 〈음악(공연 포함)〉은 1,654명으로 전년동기대비 8.0% 증가, 〈게임〉이 8,656명으로 전년동기대비 6.2% 증가
- 종사자수가 가장 높은 산업은 〈게임〉(8,656명 종사자수)으로 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 종사자수인 3만 4,143명에 약 25.4%를 차지
 - ※ 방송산업 상장사 중 CJ E&M 방송부문은 '13년 3분기 대비 207명 증가

〈표 9〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동

(단위 : 명, %)

구분	2012년	2013년				전년동기대비 (4분기)
	4분기 (전분기대비)	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	
게임	8,150 (2.4%)	7,905 (△3.0%)	7,660 (△3.1%)	8,450 (10.3%)	8,656 (2.4%)	6.2%
지식정보	7,474 (△4.2%)	7,024 (△6.0%)	6,988 (△0.5%)	6,838 (△2.1%)	5,947 (△13.0%)	△20.4%
출판	6,314 (△6.4%)	6,195 (△1.9%)	6,224 (0.5%)	6,014 (△3.4%)	5,932 (△1.4%)	△6.1%
방송	7,411 (△0.7%)	7,438 (0.4%)	7,524 (1.2%)	7,649 (1.7%)	8,012 (4.7%)	8.1%
광고	1,670 (0.1%)	1,706 (2.2%)	1,691 (△0.9%)	1,713 (1.3%)	1,636 (△4.5%)	△2.0%
영화	1,438 (△2.4%)	1,543 (7.3%)	1,694 (9.8%)	1,768 (4.4%)	1,795 (1.5%)	24.8%
음악	1,532 (4.0%)	1,600 (4.4%)	1,631 (1.9%)	1,632 (0.1%)	1,654 (1.3%)	8.0%
애니메이션/ 캐릭터	539 (△1.5%)	543 (0.7%)	516 (△5.0%)	525 (1.7%)	511 (△2.7%)	△5.2%
합계	34,528 (△1.7%)	33,954 (△1.7%)	33,928 (△0.1%)	34,589 (1.9%)	34,143 (△1.3%)	△1.1%

- 1) 게임 중 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 게임부문 종사자수를 적용. 'NHN엔터테인먼트'는 '13년 3분기부터 실적 보고서상 종사자수 적용 및 분석
- 2) 지식정보 중 '네이버'는 '13년 2분기까지 회사분할전인 'NHN'의 실적보고서상 종사자수 적용 및 '13년 3분기부터 회사분할 후 실적보고서상 종사자수 적용. '메가스터디'는 업종의 특성상 출판에서 지식정보로 변경 적용. '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 3) 출판 중 '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용. '메가스터디'는 지식정보로 변경에 따라 분석에서 제외
- 4) 방송 중 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 방송부문 종사자수를 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠리'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송' 및 '한빛방송'은 '12년 11월 상장폐지되어 분석 제외. '키이스트'는 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 영화부문 종사자 수를 적용. '키이스트'는 방송적용으로 분석 제외
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 음악부 문 종사자수를 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료 확보 및 분석적용. '예당미디어'는 '13년 10월 상장폐지되어 분석에서 제외
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스팀사이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

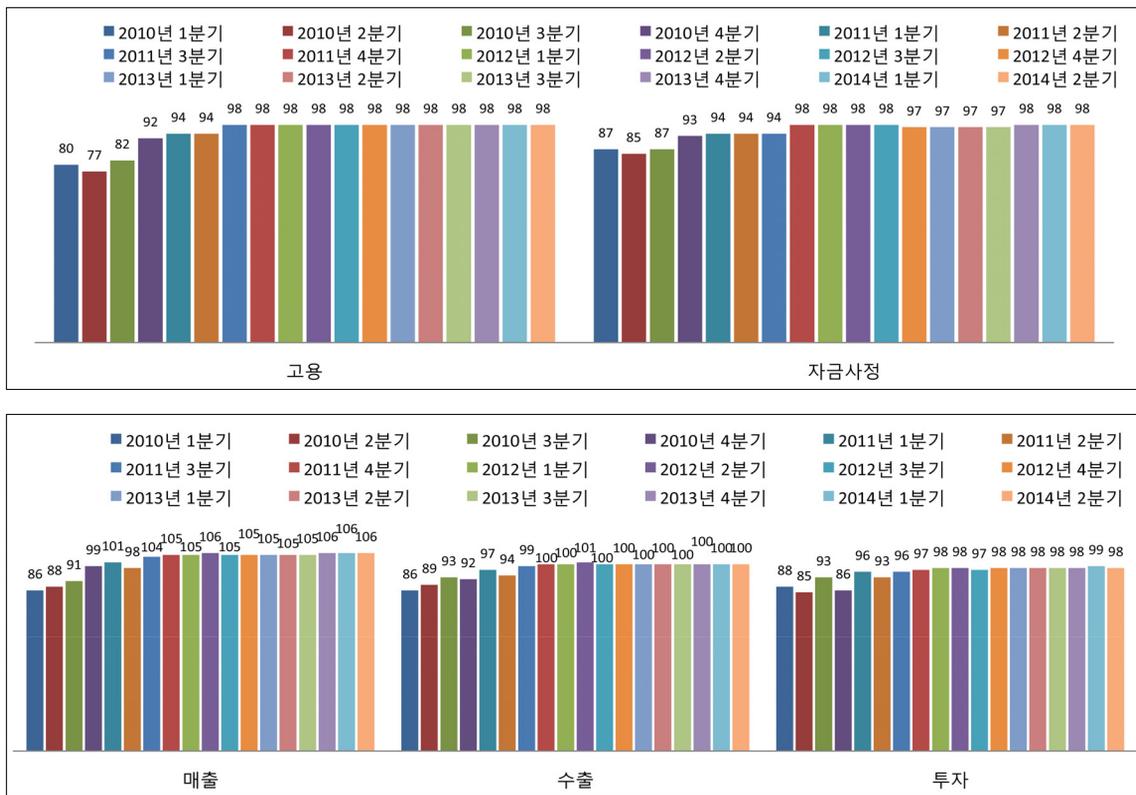
* 본 자료의 출처인 기업보고서는 누적 분기 단위로 표기되었으나 고용 인원은 flow가 아닌 stock 개념임을 감안하여 보고서의 데이터를 그대로 적용

2013년 4분기 CBI 매출 106, 수출 100, 투자 98, 고용 98, 자금사정 98
 2014년 1분기 CBI 매출 106, 수출 100, 투자 99, 고용 98, 자금사정 98
 2014년 2분기 CBI 매출 106, 수출 100, 투자 98, 고용 98, 자금사정 98

※ 콘텐츠기업경영체감도(CBI-Contents Business Index)

● '14년 1분기 콘텐츠산업별 CBI는 '13년 4분기 대비 투자에서 소폭 상승할 것으로 전망

〈그림 1〉 '10년 1분기~'14년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI



● '14년 2분기 콘텐츠산업별 CBI 중 매출에서는 게임, 영화, 애니메이션, 방송영상독립제작사, 광고 캐릭터, 지식정보 등이 상승할 것으로 예상되며, '14년 1분기는 '13년 4분기 대비 전반적으로 모든 산업의 CBI 지수가 유사할 것으로 예상

2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향 분석

- I. 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 추이 분석
- II. 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠업체 실태조사 분석
- III. 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 주요 이슈
- IV. CBI(Content Business Index) 분석
- V. 콘텐츠산업 INSIGHT

부록

I. 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 추이 분석

1 산업생산 변화 추이

1.1. 콘텐츠산업생산지수 변화 추이³⁾

□ 2013년 4분기 콘텐츠산업 생산은 전년동기대비 1.6% 증가했으며, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업과 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 전년동기대비 각각 4.1%, 3.8% 증가

● 콘텐츠산업의 각 분기별 생산은 '11년 1분기 이후 전년동기대비 증가세를 보이다가 '12년 1분기부터 전년동기대비 증가폭이 다소 정체. '13년 1분기 이후 전년동기대비 감소세에서 4분기 들어 증가세로 전환

- '13년 4분기 전체 서비스업 생산은 전년동기대비 2.7% 증가

※ '10년 100을 기준으로 '11년 및 '12년 연간 콘텐츠산업생산지수는 104.9(4.9%)⁴⁾, 107.8(2.8%)이고 서비스업생산지수 106.2(6.2%), 109.5(3.1%) 기록. '13년 4분기 콘텐츠산업생산지수는 112.3로 전년동기대비 1.6% 증가. 전체 서비스업생산지수는 115.4로 전년동기대비 2.7% 증가. 콘텐츠산업 생산의 전분기대비를 보면 '12년 1분기를 제외하고 '11년 2분기부터 상승세를 보이다가 '13년 1분기 및 2분기에 약간 하락했으나 '13년 3분기부터 상승기조

● 출판영상방송통신 및 정보서비스업 생산은 '12년 1분기에서 '13년 4분기까지 전년동기대비 4.3%, 4.2%, 2.5%, 0.9%, 2.8%, 0.4%, 0.9%, 4.1% 증가

● 예술스포츠 및 여가관련 서비스업 생산은 '12년 4분기 및 '13년 1분기의 감소를 제외하고 '12년 1분기부터 전년동기대비 증가세

3) <용어설명> 서비스업생산지수

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

4) 괄호는 전년대비 증가율

〈표 1-1〉 '12년 1분기~'13년 4분기 콘텐츠산업 생산변동

업종별	2012년					2013년				
	1분기 (전분기대비) (전동기대비)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)	3분기 (전분기대비) (전동기대비)	4분기 (전분기대비) (전동기대비)	2012 (전년대비)	1분기 (전분기대비) (전동기대비)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)	3분기 (전분기대비) (전동기대비)	4분기 (전분기대비) (전동기대비)	2013 (전년대비)
콘텐츠산업*	104.8 (-3.7%) (2.7%)	107.3 (2.4%) (5.5%)	108.7 (1.3%) (1.4%)	110.6 (1.7%) (1.6%)	107.8 (2.8%)	108.2 (-2.2%) (3.2%)	105.3 (-2.6%) (-1.9%)	107.8 (2.4%) (-0.8%)	112.3 (4.2%) (1.6%)	108.4 (0.5%)
콘텐츠제작업	104.8 (-1.6%) (1.4%)	105.9 (1.1%) (15.7%)	111.7 (5.5%) (3.2%)	117.4 (5.1%) (-0.9%)	110.0 (4.3%)	115.7 (-1.5%) (10.4%)	105.4 (-8.9%) (-0.5%)	115.9 (10.0%) (3.8%)	119.2 (2.8%) (1.5%)	114.1 (3.7%)
콘텐츠도매업	112.7 (4.1%) (4.9%)	103.2 (-8.4%) (-1.8%)	104.9 (1.6%) (3.6%)	105.7 (0.8%) (-2.4%)	106.6 (1.0%)	104.2 (-1.4%) (-7.5%)	98.9 (-5.1%) (-4.2%)	96.1 (-2.8%) (-8.3%)	98.4 (2.3%) (-6.9%)	99.4 (-6.7%)
콘텐츠소매업	95.9 (-4.3%) (-1.3%)	112.9 (17.8%) (3.8%)	102.7 (-9.1%) (-3.1%)	101.1 (-1.5%) (1.0%)	103.1 (0.1%)	98.4 (-2.7%) (2.6%)	103.0 (4.6%) (-8.8%)	101.3 (-1.7%) (-1.4%)	102.3 (1.0%) (1.1%)	101.2 (-1.8%)
콘텐츠임대업	104.0 (-2.2%) (3.1%)	103.2 (-0.8%) (1.8%)	103.0 (-0.2%) (-0.5%)	103.6 (0.6%) (-2.5%)	103.4 (0.4%)	103.2 (-0.4%) (-0.8%)	106.7 (3.4%) (3.4%)	99.3 (-6.9%) (-3.6%)	115.0 (15.8%) (11.0%)	106.1 (2.6%)
콘텐츠서비스업	106.6 (-3.8%) (5.1%)	111.5 (4.6%) (9.4%)	121.3 (8.7%) (3.6%)	125.2 (3.2%) (12.9%)	116.1 (7.7%)	119.4 (-4.6%) (12.0%)	112.7 (-5.6%) (1.0%)	126.4 (12.2%) (4.2%)	126.9 (0.4%) (1.4%)	121.3 (4.5%)
오프라인 서비스업	103.2 (3.0%) (6.0%)	101.5 (-1.6%) (9.3%)	124.7 (22.9%) (5.4%)	117.2 (-6.0%) (17.0%)	111.6 (9.2%)	119.0 (1.5%) (15.3%)	102.0 (-14.2%) (0.5%)	131.0 (28.4%) (5.0%)	111.9 (-14.6%) (-4.6%)	115.9 (3.9%)
온라인 서비스업	110.1 (-9.5%) (4.4%)	121.6 (10.5%) (9.5%)	117.8 (-3.1%) (1.8%)	133.1 (13.0%) (9.5%)	120.7 (6.4%)	119.8 (-10.0%) (8.8%)	123.4 (3.0%) (1.4%)	121.9 (-1.2%) (3.4%)	142.0 (16.5%) (6.7%)	126.7 (5.0%)
출판·영상·방송통신 및 정보서비스업**	101.7 (-12.8%) (4.3%)	106.9 (5.1%) (4.2%)	106.9 (0.0%) (2.5%)	117.7 (10.1%) (0.9%)	108.3 (2.8%)	104.5 (-11.2%) (2.8%)	107.3 (2.7%) (0.4%)	107.9 (0.6%) (0.9%)	122.5 (13.5%) (4.1%)	110.6 (2.1%)
예술·스포츠 및 여가관련 서비스업***	96.1 (-12.9%) (6.3%)	120.5 (25.4%) (5.9%)	117.2 (-2.7%) (5.1%)	109.7 (-6.4%) (-0.5%)	110.8 (4.0%)	95.6 (-12.9%) (-0.5%)	121.0 (26.6%) (0.4%)	118.6 (-2.0%) (1.2%)	113.9 (-4.0%) (3.8%)	112.3 (1.4%)
서비스업생산지수	106.5 (-3.4%) (4.8%)	109.7 (3.0%) (3.2%)	109.4 (-0.3%) (2.6%)	112.4 (2.7%) (1.9%)	109.5 (3.1%)	108.0 (-3.9%) (1.4%)	111.9 (3.6%) (2.0%)	110.9 (-0.9%) (1.4%)	115.4 (4.1%) (2.7%)	111.6 (1.9%)

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

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

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

1) 콘텐츠 임대업은 만화 임대업 등을 의미

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

□ 분기별 : 콘텐츠산업 생산은 '12년 1분기 이후 '13년 1분기 및 2분기의 하락을 제외하고 전분기대비 전반적인 상승기조

- '10년 1분기에서 4분기까지 전분기대비 하락세였으나, '11년 1분기 이후 '12년 1분기를 제외하고 전분기대비 상승세. '13년 1분기 및 2분기의 전분기대비 하락이 '13년 3분기부터 상승으로 반전되었으며 '13년 4분기는 전분기대비 4.2% 상승

- 전체 서비스업생산은 '12년 1분기부터 전분기대비 등락기조를 보이고 있으며 '13년 4분기는 전분기대비 4.1% 상승
- 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업은 '12년 1분기 이후 '13년 1분기를 제외하고 전분기대비 상승세이며 '13년 4분기는 전분기대비 13.5% 비교적 높은 상승을 기록
- 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 '12년 1분기 이후, '12년 2분기 및 '13년 2분기의 비교적 큰 폭의 상승을 제외하고 전반적인 하락세이며 '13년 4분기는 전분기대비 4.0% 하락

□ 가치사슬 단계별 : 콘텐츠산업 생산의 '13년 4분기는 도매업을 제외하고 전년동기대비 증가했으며, 가치사슬별 각 부문의 성장은 '11년 1분기 이후 편차 지속

- 콘텐츠임대업은 '13년 4분기 전년동기대비 11.0% 증가했으며 콘텐츠서비스업은 '12년 1분기 이후 전년동기대비 성장 지속. 콘텐츠제작업은 '13년 4분기 전년동기대비 1.5% 증가
 - 콘텐츠서비스업에서 '13년 4분기 온라인서비스업은 전년동기대비 6.7% 증가했으며 오프라인서비스업은 전년동기대비 4.6% 감소. '12년 1분기 이후 온라인서비스는 꾸준한 성장세 지속
 - ※ 온라인서비스업은 '12년 1분기 이후 전분기대비 다소 큰 폭의 등락세이며, 생산지수는 오프라인서비스업 대비 전반적으로 높은 수준. '13년 4분기는 온라인서비스업이 오프라인서비스업 대비 높은 생산지수 기록
 - 콘텐츠도매업은 '13년 4분기 전년동기대비 6.9% 감소했으며, '12년 3분기 이후 전반적인 감소세
 - '13년 4분기는 미국 양적완화 축소의 가시화에 따른 신흥국가들의 대외 불안요인에도 불구하고 안정적인 경상수지 흑자와 함께 대기업 등 일부 민간 부문을 중심으로 소비 및 선제적 투자 증가로 국내경기 완만한 회복세. 또한 산업의 생산환경 측면에서 스마트화의 급진전으로 인터넷 및 모바일 네트워크

크에 기반한 모바일게임, 스트리밍 영상 등 산업내 및 산업간 융합콘텐츠 제작 및 서비스 생산 확대. 향후 1) 세계경기 상승기대 확대에 따른 유로지역의 완만한 경기상승 여부 2) 국내 주요 교역국인 미국, 중국, 일본 등의 경기상승세 지속 여부 3) 미국 양적완화 축소에 따른 인도 등 신흥국들의 대외불안요인 가시화 여부 등 대외요인들이 내수확대 등 국내 거시경제에 긍정적인 경우 2013년 4분기 이후 경기 상승세 예상. 이에 따라 콘텐츠 수요는 산업패러다임 변화에 따른 스마트콘텐츠 등을 중심으로 소비 증가가 예상되며 특히, 대내외 다양한 수요에 부응하는 경쟁력을 보유한 분야들의 생산 증대 전망

※ '09년 하반기부터 '11년 말까지의 경기 상승과 함께 산업 전반에 온라인 및 모바일 등 네트워크 기반의 스마트 환경 확대로 콘텐츠 분야도 이러한 경향에 부응하면서 관련 공급 증대. 콘텐츠 수요측면은 직접구매 등 전통적 소유와 더불어 스트리밍 등 실시간 사용 및 임대 등으로 콘텐츠 소비개념 진화. '12년 이후 대내외 불안 및 긍정요인이 산재한 가운데 국내 경기의 상승이 예상되면서 스마트 환경에 부합한 콘텐츠 산업내 및 산업간 경쟁력을 확보한 콘텐츠 분야 중심의 수요 확대 전망

- 콘텐츠제작업은 '12년 1분기 이후 전년동기대비 성장세가 '12년 4분기부터 등락세이며 '13년 4분기는 증가
- 콘텐츠도매업은 '12년 1분기부터 '12년 3분기까지 전년동기대비 등락세였으나 '12년 4분기 이후 전년동기대비 감소기조이며 '13년 4분기는 전년동기대비 6.9% 감소했으며 전분기대비 2.3% 상승
- 콘텐츠소매업은 '11년 1분기부터의 전년동기대비 성장세가 '12년 2분기 이후 등락과 함께 전반적인 감소세. '13년 4분기는 전년동기대비 1.1% 증가했으며 전분기대비 1.0% 상승
- 콘텐츠임대업은 '12년 1분기부터의 전년동기대비 성장세가 '12년 2분기 이후 등락을 보이고 있으며, '13년 4분기는 전년동기대비 11.0% 다소 큰 폭으로 증가했으며 전분기대비 15.8% 큰 폭 상승
- 콘텐츠서비스업은 '12년 1분기 이후 다른 부문 대비 비교적 높은 전년동기대비 성장세를 지속하고 있으며 '13년 4분기는 전년동기대비 1.4% 증가. '13

년 4분기 온라인서비스업은 전년동기대비 6.7% 증가했으며 전분기대비 16.5% 큰 폭 상승. 오프라인서비스업은 전년동기대비 4.6% 감소했으며 전분기대비 14.6% 큰 폭 하락

<표 1-2> '13년 2분기~'13년 4분기 콘텐츠산업 생산변동(월별)

업종별	2013년 2분기 ~ 2013년 4분기								
	2013년 4월	2013년 5월	2013년 6월	2013년 7월	2013년 8월	2013년 9월	2013년 10월	2013년 11월	2013년 12월
	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)
콘텐츠산업*	101.9 (-8.5%) (-2.0%)	106.8 (4.9%) (-1.4%)	107.3 (0.4%) (-2.3%)	105.3 (-1.8%) (-5.6%)	111.7 (6.0%) (3.8%)	106.4 (-4.7%) (-0.5%)	107.4 (0.9%) (2.4%)	107.4 (0.0%) (3.2%)	122.2 (13.8%) (-0.5%)
콘텐츠 제작업	96.5 (-11.0%) (-3.9%)	107.7 (11.6%) (3.7%)	111.9 (3.9%) (-1.4%)	107.0 (-4.4%) (-5.2%)	130.9 (22.3%) (15.9%)	110.0 (-16.0%) (0.6%)	104.1 (-5.4%) (6.6%)	107.2 (3.1%) (4.6%)	146.3 (36.5%) (-3.9%)
콘텐츠 도매업	99.2 (-15.2%) (-4.0%)	97.4 (-1.8%) (-2.7%)	100.1 (2.8%) (-5.7%)	99.1 (-1.0%) (-10.7%)	96.3 (-2.8%) (-4.4%)	93.0 (-3.5%) (-9.7%)	93.2 (0.2%) (-1.1%)	96.8 (3.9%) (-5.2%)	105.1 (8.6%) (-12.9%)
콘텐츠 소매업	103.9 (-13.2%) (-9.8%)	105.1 (1.2%) (-7.9%)	99.8 (-5.0%) (-8.7%)	103.2 (3.4%) (-1.7%)	97.9 (-5.1%) (2.9%)	102.6 (4.8%) (-4.9%)	106.1 (3.4%) (-5.4%)	98.1 (-7.5%) (4.0%)	102.5 (4.4%) (5.8%)
콘텐츠 임대업	102.4 (2.6%) (4.9%)	111.7 (9.1%) (3.9%)	106.1 (-5.0%) (1.6%)	96.9 (-8.7%) (-6.7%)	94.8 (-2.2%) (-5.9%)	106.2 (12.0%) (1.7%)	117.3 (10.5%) (13.1%)	114.8 (-2.1%) (11.8%)	112.9 (-1.7%) (8.2%)
콘텐츠 서비스업	107.4 (-3.7%) (4.0%)	112.2 (4.5%) (-3.1%)	118.5 (5.6%) (2.5%)	120.6 (1.8%) (-3.7%)	138.4 (14.8%) (8.0%)	120.3 (-13.1%) (9.0%)	116.3 (-3.3%) (-0.5%)	120.1 (3.3%) (1.4%)	144.4 (20.2%) (3.0%)
오프라인 서비스업	91.7 (-5.9%) (-0.9%)	102.3 (11.6%) (-6.4%)	112.0 (9.4%) (9.1%)	117.3 (4.7%) (-9.1%)	155.0 (32.2%) (11.0%)	120.7 (-22.1%) (14.5%)	101.9 (-15.6%) (-6.5%)	100.7 (-1.2%) (-7.3%)	133.1 (32.2%) (-0.7%)
온라인 서비스업	123.1 (-2.0%) (8.0%)	122.1 (-0.8%) (-0.2%)	125.0 (2.4%) (-2.8%)	123.9 (-0.9%) (2.0%)	121.9 (-1.6%) (4.4%)	119.9 (-1.6%) (4.0%)	130.7 (9.1%) (4.8%)	139.6 (6.8%) (8.7%)	155.7 (11.5%) (6.5%)
출판·영상·방송통신 및 정보서비스업	103.4 (-5.5%) (2.0%)	106.4 (2.9%) (1.4%)	112.2 (5.5%) (-2.0%)	106.3 (-5.3%) (0.9%)	106.7 (0.4%) (2.0%)	110.7 (3.7%) (-0.2%)	109.9 (-0.7%) (5.6%)	115.6 (5.2%) (5.7%)	141.9 (22.8%) (1.6%)
예술·스포츠 및 여가관련 서비스업**	115.6 (1.9%) (0.3%)	122.6 (6.1%) (-0.4%)	124.8 (1.8%) (1.5%)	116.6 (-6.6%) (-2.9%)	126.3 (8.3%) (5.8%)	113 (-10.5%) (0.9%)	122.5 (8.4%) (5.3%)	112.8 (-7.9%) (2.0%)	106.5 (-5.6%) (4.3%)
서비스업 생산지수	110.6 (-1.3%) (2.9%)	112.9 (2.1%) (1.8%)	112.2 (-0.6%) (1.4%)	110.7 (-1.3%) (1.4%)	111.1 (0.4%) (2.4%)	110.9 (-0.2%) (0.4%)	113 (1.9%) (3.3%)	112.8 (-0.2%) (2.7%)	120.4 (6.7%) (2.0%)

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

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

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

1) 콘텐츠 임대업은 만화 임대업 등을 의미

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

- 월별 : 콘텐츠산업 생산은 '13년 4월부터 '13년 9월까지 전월대비 등락을 기록했으며 '13년 9월 이후 전반적인 상승기조. '13년 12월은 전월대비 13.8% 큰 폭을 상승한 122.2
 - 콘텐츠제작업은 '13년 6월부터 전월대비 전반적인 등락세. '13년 12월은 전월대비 36.5% 큰 폭으로 상승했으며 전년동월대비 3.9% 감소한 146.3
 - 콘텐츠도매업은 '13년 4월부터 9월까지 전월대비 하락세를 보이다가 이후 상승세로 반전되었으며 '13년 12월은 전월대비 8.6% 상승했으며 전년동월대비 12.9% 감소한 105.1
 - 콘텐츠소매업은 '13년 4월부터 전월대비 하락하다가 '13년 7월 이후 전월대비 등락세. '13년 12월은 전월대비 4.4% 상승했으며 전년동월대비 5.8% 증가한 102.5
 - 콘텐츠임대업은 '13년 4월부터 '13년 8월까지 전월대비 하락하다가 '13년 9월 및 10월은 전월대비 12.0%, 10.5% 다소 큰 폭으로 상승했으나 이후 전월대비 하락으로 반전. '13년 12월은 전월대비 1.7% 하락한 112.9
 - 콘텐츠서비스업은 '13년 4월 이후 '13년 9월 및 10월을 제외하고 전반적인 전월대비 상승세. '13년 12월은 전월대비 20.2% 다소 큰 폭으로 상승했으며 전년동월대비 3.0% 증가한 144.4. '13년 12월 오프라인서비스업은 전월대비 32.2% 큰 폭 상승했으며, 온라인서비스업은 전월대비 11.5% 상승

□ 2014년 1분기 이후 생산변화 전망

- '10년 분기별 서비스산업 생산은 전분기대비 등락세이며, '11년 1분기부터는 상승기조를 보이다가 '12년 1분기 이후 등락세로 전환, '10년 1분기 이후 전년동기대비 증가기조 유지. 즉, '13년 4분기는 지난 '12년의 유럽재정위기 및 미국양적완화 축소 가시화 등 대외리스크에도 불구하고 비교적 안정적인 경상수지 흑자기조를 유지하면서 이에 따른 민간소비 증대 등 국내 경기 상승으로 이어지는 상황. 다만 수요의 회복이 공급 대비 다소 더딜 것으로 예상되기에 수요 창출 우위에 있는 경쟁력을 보유한 수출 대기업 등을 제외하고, 중소기업 및 내수 지향 기업들의 생산확대는 다소 제한적일 전망. 이중 콘텐츠산업은 스마

트화 등 국내외 수요환경 급진전으로 관련 콘텐츠 소비를 견인함에 따라 스마트 콘텐츠의 대내외 경쟁력을 보유한 기업들을 중심으로 생산 확대 전망

- 2013년 4분기 이후 중국 등 일부 국내 주요 교역국의 경기 불확실성에도 불구하고 미국을 중심으로 세계경제의 완만한 경기상승으로 전반적인 수요 증대가 예상되며, 국내의 경우 완성도와 경쟁력을 확보한 스마트콘텐츠의 생산 및 공급 확대 전망. 이에 따라 1) 중국 등 신흥국가들의 경기 위축 2) 미국의 경기 상승 3) 일본 및 유로지역의 경기회복 등 대외 거시요인과 함께 물가, 환율 등 국내 거시요인 등을 고려하면서 지속가능 경쟁력을 확보할 수 있도록 콘텐츠산업 정책 구축 및 창조경제 목표 달성 방안 필요

- 생산자물가지수는 '12년 10월 이후 등락과 함께 전반적으로 하락세이며 이는 각 경제주체내 공급자인 기업들의 대내외 경쟁력 확보에 긍정적

※ '12년 10월 이후 생산자물가지수는 전반적으로 하락세를 보이다가, '13년 6월 들어 등락세로 전환되었으며 '13년 12월 생산자물가지수는 105.36으로 전월대비 0.24p 상승했으며 전년동월대비 0.42p 하락

〈표 1-3〉 '12년 10월~'13년 12월 생산자물가지수 추이

구분	2012년			2013년											
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
지수	106.78	106.05	105.78	105.95	106.68	106.26	105.92	105.56	105.54	105.52	105.81	105.67	105.33	105.12	105.36

출처 : 통계청(2013), '12년 10월~'13년 12월 생산자물가지수

- 콘텐츠산업 생산 중 '10년은 각 분기별로 전년동기대비 증가세며, '11년 1분기에서 4분기까지 전년동기대비 2.6%, 3.8%, 4.9%, 8.5% 증가. '12년 1분기에서 '13년 1분기 까지 전년동기대비 증가폭은 다소 감소했음에도 성장세 유지. '13년 4분기는 전년동기대비 1.6% 증가

※ 콘텐츠산업 생산은 '11년 4분기부터 '12년 1분기를 제외하고 전분기대비 상승세 지속. '13년의 경우 1분기 및 2분기는 전분기대비 하락했으나 '13년 3분기부터 상승으로 전환되었으며 '13년 4분기는 전분기대비 4.2% 상승한 112.3 기록

- '09년 국내 경기는 미국발 금융위기 등 대외요인에 따른 저점을 기록한 후 상승기조로 이어졌으나, '11년 상반기의 유럽재정위기 등 대외요인으로 국내

경기 위축에 직접적 영향. 콘텐츠산업은 국내 경기하락 등 대내외 리스크에도 불구하고 콘텐츠 수요·공급 환경의 스마트화에 따라 양적 성장잠재력 지속 확보. 향후 국가별 및 권역별 대외 거시불안요인이 상존함에도 미국, EU, 일본 등 세계 주요국가의 경기 상승으로 국내 거시경제지표의 동반 상승 예상. 이에 따라 공급적 측면에서 산업 전반에 생산증가와 함께 콘텐츠산업 공급증대 전망. 특히 수요적 측면에서 내수시장 회복기대감이 증대되고 스마트 인프라의 지속 구축에 따른 콘텐츠 소비패러다임 변화 및 수요 확대는 대내외 경쟁력을 보유한 콘텐츠들을 중심으로 높은 성장세 기록 전망

- ※ '11년 1분기에서 '11년 4분기까지의 전년동기대비 경제성장률은 4.3%, 3.5%, 3.6%, 3.4%로 '09년 4분기 이후 성장세가 유지되고 있으나 다소 주춤한 상황. '12년은 각 분기별로 '상고하저' 경향을 나타내고 있으며 '12년 1분기 전년동기대비 경제성장률은 2.8%이며, '12년 2분기는 2.4%, '12년 3분기는 1.6%, '12년 4분기는 1.5% 기록. '13년 각 분기별로 '상저하고'를 보이고 있으며 1분기는 1.5%를 기록했으며 '13년 2분기는 2.3%이며 '13년 3분기는 3.3%, '13년 3분기는 3.9%로 상승기조. 이는 대외불안요인에도 비교적 견실한 수출 증가 및 소비 확대에 기인
- ※ 경기 동행지수는 '10년 1월 이후 상승세이며 '13년 12월은 116.7으로 전월대비 0.6p 상승했으며 전년동월대비 5.3p 증가
- ※ 경기 선행지수는 '10년 1월부터의 상승세이며 '13년 12월은 117.0로 전월대비 0.8p 상승했으며 전년동월대비 7.5p 증가

1.2. 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변화 추이⁵⁾

□ 2013년 4분기 매출 변화 추이

● 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 4분기 매출액은 약 5조 9,090억 원으로 전년동기 대비 9.0% 증가, 전분기대비 10.6% 상승

- '13년 4분기 콘텐츠산업 상장사 매출액은 영화를 제외한 전 분야가 전년동기 대비 증가

※ 게임(11.6%), 지식정보(18.7%), 음악(18.8%) 등 3개 분야는 '13년 4분기 매출액의 경우 전체 콘텐츠산업 상장사 성장률 보다 높고, 전년동기대비 높은 수준

※ 출판(0.6%), 방송(7.9%), 광고(7.7%), 애니메이션/캐릭터(1.6%) 등 4개 부문의 '13년 4분기 매출액은 전체 콘텐츠산업 상장사 성장률보다 다소 낮은 수준

※ 영화의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 6.1% 감소

※ '13년 4분기 전체 매출액 대비 비중에서 게임(12.4%), 지식정보(17.3%), 방송(34.1%), 광고(15.9%) 등 상위 4개 분야⁶⁾는 79.7%(78.5%)⁷⁾로 전년동기대비 1.2%p 증가

※ 게임, 지식정보, 영화, 음악 등 4개 분야의 '13년 4분기 매출액 비중은 전년동기대비 증가. 출판, 방송, 광고, 영화, 애니메이션/캐릭터 등 4개 분야는 '13년 4분기 매출액 비중의 경우 전년동기대비 감소

- 콘텐츠산업 상장사 전체 매출액은 '10년 1분기 이후 '12년 1분기의 전분기 대비 다소 큰 폭의 하락을 제외하고 상승세가 '12년 3분기까지 지속되다가 '12년 4분기부터 등락세

- 게임, 지식정보, 출판, 방송, 광고, 음악, 애니메이션/캐릭터 등 7개 분야의 '13년 4분기 매출액은 전분기대비 5.2% 상승, 5.3% 상승, 8.0% 상승, 17.4% 상승, 24.8% 상승, 9.7% 상승, 13.0% 상승

※ 영화는 '13년 4분기 매출액의 경우 전분기대비 22.4% 다소 큰 폭으로 하락했으며 '12년 4분기 이후 전분기대비 등락세

5) 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 85개 선별(게임(20), 지식정보(8), 출판(9), 방송(22), 광고(4), 영화(7), 음악(10), 애니메이션/캐릭터(5)), 단 게임, 방송, 영화, 음악 등 4개 분야에 CJ E&M 중복적용. 자료의 출처는 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)에 등록된 기업보고서

6) 2012년 1분기까지 매출액 비중 상위분야가 출판이었으나, 2012년 2분기부터 광고로 대체

7) 2012년 4분기 비중

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

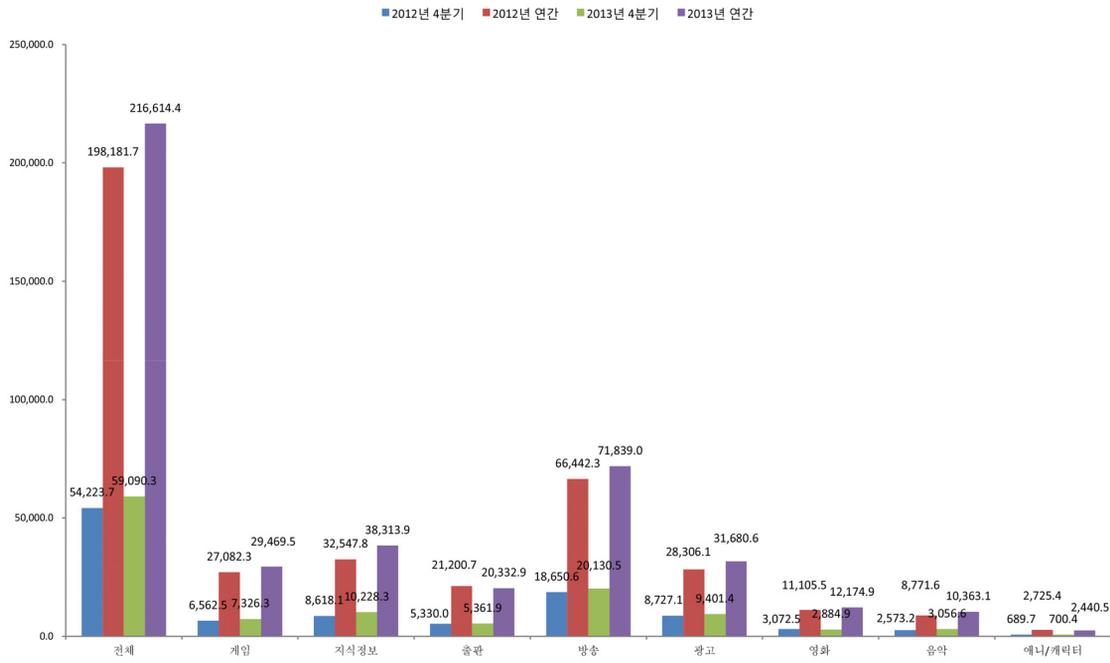
(단위 : 억원)

구분	2012년		2013년					
	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2013년 (전년대비)	4분기 (전년동기)
게임	6,562.5	27,082.3	7,595.2	7,585.3	6,962.7	7,326.3	29,469.5	11.6%
	(-0.3%)	(0.4%)	(15.7%)	(-0.1%)	(-8.2%)	(5.2%)	(8.8%)	
지식 정보	8,618.1	32,547.8	8,668.7	9,702.9	9,714.0	10,228.3	38,313.9	18.7%
	(6.3%)	(-8.9%)	(0.6%)	(11.9%)	(0.1%)	(5.3%)	(17.7%)	
출판	5,330.0	21,200.7	5,282.6	4,724.3	4,964.1	5,361.9	20,332.9	0.6%
	(2.9%)	(-3.1%)	(-0.9%)	(-10.6%)	(5.1%)	(8.0%)	(-4.1%)	
방송	18,650.6	66,442.3	16,585.8	17,972.5	17,150.2	20,130.5	71,839.0	7.9%
	(12.5%)	(14.3%)	(-11.1%)	(8.4%)	(-4.6%)	(17.4%)	(8.1%)	
광고	8,727.1	28,306.1	6,503.6	8,240.8	7,534.8	9,401.4	31,680.6	7.7%
	(23.5%)	(28.5%)	(-25.5%)	(26.7%)	(-8.6%)	(24.8%)	(11.9%)	
영화	3,072.5	11,105.5	2,882.0	2,689.5	3,718.5	2,884.9	12,174.9	-6.1%
	(-5.2%)	(23.5%)	(-6.2%)	(-6.7%)	(38.3%)	(-22.4%)	(9.6%)	
음악	2,573.2	8,771.6	2,217.1	2,304.2	2,785.2	3,056.6	10,363.1	18.8%
	(8.1%)	(21.6%)	(-13.8%)	(3.9%)	(20.9%)	(9.7%)	(18.1%)	
애니메이션/ 캐릭터	689.7	2,725.4	569.7	550.7	619.7	700.4	2,440.5	1.6%
	(7.5%)	(-7.4%)	(-17.4%)	(-3.3%)	(12.5%)	(13.0%)	(-10.5%)	
합계	54,223.7	198,181.7	50,304.7	53,770.2	53,449.2	59,090.3	216,614.4	9.0%
	(8.9%)	(7.8%)	(-7.2%)	(6.9%)	(-0.6%)	(10.6%)	(9.3%)	

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 게임부문 매출액을 적용. NHN엔터테인먼트는 '13년 8월에 NHN에서 회사분할로 '13년 2분기까지는 NHN 전체 매출액 중 게임부문 매출액을 적용했으며 '13년 3분기부터 회사분할에 따른 실적보고서상 매출액 적용
- 2) 지식정보 중 '네이버'는 '13년 8월 회사분할로 '13년 2분기까지 NHN 매출액 중 게임부문 매출액을 제외한 매출액을 적용했으며 '13년 3분기부터 실적보고서상 매출액 적용. '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 3) 출판 중 '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 4) 방송 중 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터 'CJ E&M' 방송부문 매출액을 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐트리'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송'과 '한빛방송'은 '12년 11월 상장폐지되어 분석에서 제외. '키이스트'는 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 매출액을 적용. '키이스트'는 방송부문 분석 적용으로 제외
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 음악부문 매출액을 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석 적용. '예당미디어'는 '13년 10월 상장폐지되어 분석에서 제외
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '시스템사이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

〈그림 I -1〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

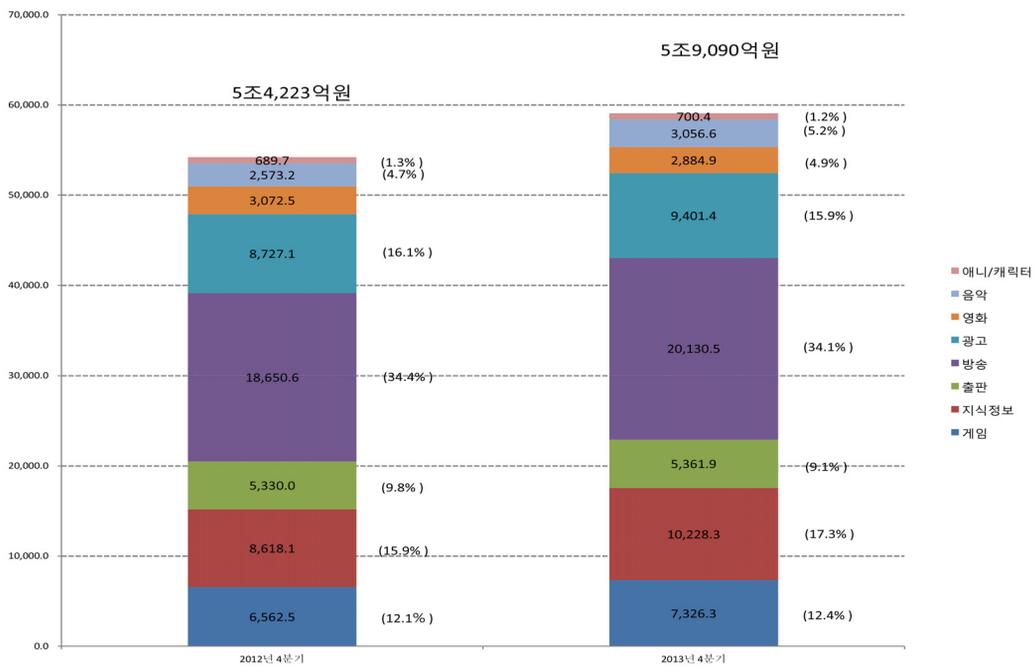
(단위 : 억원)



* NHN은 게임부문(NHN엔터테인먼트) 및 지식정보부문(네이버)으로 분사해 별도 적용

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

(단위 : 억원)



* NHN은 게임부문(NHN엔터테인먼트) 및 지식정보부문(네이버)으로 분사해 별도 적용

- (게임) '13년 4분기 매출액은 약 7,326억 원으로 전년동기대비 11.6% 증가했으며 전분기대비 5.2% 상승
 - '10년의 매출액은 분기별 전분기대비 등락 추세가 '11년 1분기 이후에도 전반적으로 유사한 경향이 이어지고 있으며 '13년 4분기는 전분기대비 상승
 - ※ '09년의 경기저점 이후 '10년 1분기에서 '11년 상반기까지 경기상승기조였으나 '11년 하반기의 유럽재정위기 등 대외 요인으로 국내 경기 상승지속에 악영향. '12년 하반기 이후 미국 등 선진국 중심의 완만한 경기회복에 따라 거시적인 측면에서 게임산업 기업들의 실적 호조에 다소 긍정적. 다만, 향후 1) 해외 온라인게임의 국내 시장의 선전지속 2) 국내 대형 온라인게임 개발·출시 및 거시적인 해외시장 다변화 등 수출 증대 3) 게임 이용자들의 급격한 스마트환경으로의 변화 등은 미시적인 측면에서 게임기업들의 실적 상승 및 하락에 직접적 영향 전망
 - ※ 온라인게임은 이용의 접근성 및 투입비용 대비 고효율이기에 경기의 민감도는 다른 분야 대비 다소 낮은 상황. 이중 어린이, 청소년 등 학생층의 경우 여름·겨울 방학시즌에 온라인 게임 이용자가 높아 3분기와 4분기, 1분기가 계절적 성수기이며 2분기는 계절적 비수기. 모바일게임은 모바일 플랫폼 기반의 편의성 및 접근성이 높아 기존 청소년 아니라 여성 및 중장년층 등으로 이용자 확대 추세
 - 대형업체⁸⁾들은 '11년 1분기 이후 전반적으로 업체간 성장세의 편차가 있는 가운데 게임산업 상장사 전체 실적 증가 주도. '13년 4분기는 업체간 전년동기대비 다소 높은 성장세가 이어지고 있으며 이는 업체별로 보유하고 있는 대형 온라인게임 선전과 함께 지속적인 다수 모바일게임 론칭에 따른 실적 상승이 주요 요인
 - 엔씨소프트는 '10년 4분기부터 '11년 3분기까지 전년동기대비 매출액 증가세가 '11년 4분기 이후 감소기조로 전환되었으나 '12년 3분기 이후 전년동기대비 증가기조. '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 16.5% 큰 폭 증가
 - ※ 엔씨소프트는 대형 온라인게임인 아이온의 경우 '13년 4분기말 현재 점유율은 3.26%이며 '13년 4분기말 현재 블레이드앤소울, 리니지, 리니지2, 아이온의 총 점유율은 약 9.24%로 '13년 3분기말 점유율 약 12.5%, '13년 2분기말 '13.5%로 '13년 1분기말 14.6%, '12년 4분기말 점유율 18.57%, '12년 3분기 22.83% 등 국내시장점유율 하락세. '13년 4분기 이후 매출액 증가세 여부는 1) 기존 온라인게임 내수시장 확대 2) 신작 온라인게임의 해외 시장 서비스 증대 및 성공 등이 중요

8) 대형업체 : 연간 매출액이 1,000억 원 이상으로 정의하고 총 6개 업체 (NHN엔터테인먼트, 엔씨소프트, 네오위즈게임즈, 위메이드엔터테인먼트, CJ E&M 게임부문, 액토즈소프트)

- 네오위즈게임즈는 해외수출의 경우 '12년 3분기까지 중화권시장 대상 기존 퍼블리싱 게임의 실적 호조가 이어졌으나 '12년 4분기 이후 수출액 감소로 전년동기대비 매출액 감소기조 지속. '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 53.5% 감소했으며 이는 내수 및 수출 감소에 기인
 - ※ 네오위즈게임즈의 매출액은 해외수출의 호조에 따라 '12년 2분기까지 급증했으며 '12년 3분기 이후 감소세로 전환. '12년 4분기 이후 수출액은 전반적인 감소세를 기록하고 있으며 '13년 4분기는 전년동기대비 64.8% 감소. 특히 중국에서 서비스되고 있는 '크로스피어'는 '12년 9월 동시 접속자수가 400만명을 기록하는 등 '13년 4분기 들어서도 중국 내 1위 기록 중. 온라인게임의 자체개발 신작인 '프로젝트 블랙십'는 중국시장 진출예정이며, 향후 남미, 인도네시아 등 해외시장 비중 확대 및 모바일 게임 등으로 영역 확대 모색
- 위메이드엔터테인먼트는 매출액의 경우 '11년 1분기 이후 등락기조를 보이다가 '12년 4분기부터 증가세이며 '13년 4분기는 전년동기대비 35.4% 다소 큰 폭 증가
 - ※ 위메이드엔터테인먼트는 신작 온라인게임 및 다수 모바일게임의 지속적인 개발 및 론칭을 통해 내수 시장 확대 및 해외시장 다각화 추진
- 액토즈소프트는 매출액의 경우 '10년 1분기 이후 '11년 3분기 등을 제외하고 감소세였으나 '12년 4분기 이후 증가기조로 전환되었으며 '13년 4분기는 전년동기대비 47.9% 증가
- 국내 대형업체들은 해외 온라인게임의 내수시장 영향력 확대 및 지속과 함께 급속히 변화하고 있는 게임시장환경에 능동적으로 대처를 위해 인수합병이 증대될 전망되며, 향후 일부 대형업체에 집중된 게임산업구조 변화와 함께 규모별 및 장르별 게임기업간 산업생태계 선순환 구조 확립을 위한 대안 필요
- 중소 게임업체들은 '11년 1분기 이후 국내외 게임이용자 등의 수요에 능동적으로 소구한 흥행작과 이를 보유한 업체들의 성장세 지속. '13년 1분기부터 게임소비패턴의 스마트화 및 SNS 등 모바일 플랫폼에 기반한 모바일게임의 폭발적인 공급 및 수요증대는 흥행작 부재 및 자금력이 부족한 업체들을 중심으로 성장에 부정적

- 향후 일부 신흥국가들의 경기 하락우려 및 미국 등 선진국 중심의 경기상승 등 대내외 요인이 게임 해외수출 및 내수시장 성장에 영향 전망. 특히 대내외적으로 폭발적인 모바일게임 공급 지속이 예상되기에 완성도가 높고 국내에서 흥행한 모바일게임들의 해외시장 진입 증대 및 실적 확대 전망
 - ※ 컴투스 '13년 4분기 매출액의 경우 전년동기대비 5.7% 감소 및 수출액은 전년동기대비 3.6% 감소했으며 이는 상대적으로 높은 내수 매출 위축에 기인
 - ※ 게임빌의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 2.5% 증가했으며, 수출액은 전년동기대비 20.5% 감소
- (지식정보) '13년 4분기 매출액은 약 1조 228억 원으로 전년동기대비 18.7% 성장했으며 전분기대비 5.3% 상승
 - 지식정보 매출액은 '10년 1분기 이후 전년동기대비 성장세와 함께 '13년 1분기부터 전년동기대비 비교적 높은 두자릿수 성장세 유지
 - 네이버는 지식정보 상장사 전체 매출액 대비 60% 이상 차지하고 있으며 '13년 4분기는 전년동기대비 27.7% 증가했으며 전분기대비 9.5% 상승
 - ※ 네이버는 내수에서 유선인터넷 분야의 검색광고 등 강점과 역량을 통해 시장지배력을 유지하고 있으며 모바일 플랫폼 기반의 메신저 등 신규사업모델을 통해 일본, 동남아 등 해외시장 개발 및 이에 따른 대내외 경쟁력 제고로 성장동력 확대. '13년 연간 매출액 비중은 검색광고 58.5%, 디스플레이광고 14.0%, 기타 27.5%
 - 다음커뮤니케이션의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 22.6% 증가했으며 전분기대비 10.8% 상승. SK커뮤니케이션즈의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 36.4% 감소했으며 전분기대비 13.9% 하락. KTH는 '13년 4분기 매출액의 경우 전년동기대비 7.4% 감소했으며 전분기대비 19.3% 상승
 - ※ 다음커뮤니케이션은 '13년 4분기말 현재 매출액 비중의 경우 검색광고 49.1%(50.0%)⁹⁾, 디스플레이광고 43.4%(42.2%), 게임 6.3%(6.6%), 거래형서비스 1.0%(1.1%) 등으로 구성. '13년 4분기말 현재 전분기대비 검색광고 비중 하락 디스플레이광고 비중 증가 등이 '13년 2분기말 이후 지속. 다음커뮤니케이션은 1) 네트워크 광고사업 2) 모바일 플랫폼 3) 게임 등을 중심으로 서비스 확대. 향후 국내외 경기 상승세가 가시화될 경우 스마트콘텐츠 수요 증대로 이어지면서 매출액 성장 전망

9) 괄호는 2013년 3분기누적 매출액 비중

※ SK커뮤니케이션즈는 '네이트온' 시장점유율의 경우 '13년 4분기말 현재 44.1%(70.9%)¹⁰⁾로 국내 메신저서비스 1위이나 '11년 2분기 이후 점유율 하락세. 13년 연간 매출액 비중은 광고(디스플레이, 검색) 73.7%(73.7%)¹¹⁾, 콘텐츠 외 기타 26.3%(26.3%)로 '13년 1분기 이후 콘텐츠 매출 비중 상승세. 향후 싸이월드, 네이트온 등 기존 보유 역량의 가시적인 성과도출이 관건이며 '싸이메라' 등 SNS 및 모바일 서비스 등을 통한 이용자 확대 여부가 실적 상승영향 예상

※ KTH는 현재 IPTV 기반의 1) N-Screen 서비스 2) T-커머스 3) B2B 전자상거래 등의 역량 집중을 통한 매출 증대 추진. 향후 모바일 및 유선인터넷 등 스마트 환경에 부응하는 콘텐츠 기반의 서비스 성공여부가 실적 상승 관건. '13년 연간 매출액 비중은 인터넷 서비스 0.4%, 콘텐츠 유통 8.7%, 플랫폼 12.0%, T커머스 1.3%

- 크레듀의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 29.2% 증가했으며 전분기대비 3.9% 상승. YBM시사닷컴, 메가스터디의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 6.6% 감소, 15.8% 감소했으며 전분기대비 8.2% 하락, 40.8% 하락

※ 메가스터디는 초중고교생 및 일반 성인 등을 대상으로 한 온라인 교육서비스가 주요 수익원. 국내 교육시장의 특성에 따라 온라인 교육서비스는 전반적으로 경기변동에 비탄력적. '13년 연간 매출액 비중은 초중고교생 대상의 경우 약 63.4%이며, 일반 성인 부분 비중은 약 27.4%. 향후 초중고교생 대상 기존 온라인 서비스와 함께 성인 등 신규이용 대상자 확대 및 스마트기기를 활용한 스마트 교육시장 진출 및 투자 증대

- 골프존의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 22.2% 증가했으며 전분기대비 5.7% 상승

● (출판) '13년 4분기 매출액은 약 5,361억 원으로 전년동기대비 0.6% 증가했으며, 전분기대비 8.0% 상승

- '10년 1분기부터 4분기까지 전분기대비 하락기조에서 '11년 1분기 이후 전년동기대비 매출액 등락세이며 '13년 4분기는 전분기대비 상승

- 대교는 학습지 및 교육서비스 관련 출판 선두업체로서 '13년 4분기 매출액의 경우 전년동기대비 0.4% 감소했으며 전분기대비 2.1% 하락. 웅진씽크빅의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 5.9% 감소했으며 '12년 1분기의 증가를 제외하고 '11년 4분기부터 전년동기대비 감소세 지속

10) 괄호는 2013년 3분기누적 시장점유율

11) 괄호는 2013년 3분기누적 매출액 비중

※ 대교는 학습지 판매가 주력 사업이며 '13년 연간 매출액 중 국내 교육서비스 및 출판사업의 비중은 91.3%로 '13년 3분기누적 비중(91.1%) 대비 0.2%p 증가, 해외 교육사업 매출 비중은 1.9%로 '13년 상반기 이후 동일 수준 지속. 향후 스마트기기 기반의 '스마트러닝' 등 시장 변화 및 수요 트렌드에 부응하는 신규 사업과 함께 미디어사업, 교육컨설팅, 해외교육 사업 등 사업 영역 확대 추진

- 삼성출판사는 출판물 제작업체로서 '13년 4분기 매출액의 경우 전년동기대비 0.3% 감소했으며 전분기대비 5.4% 상승

※ 삼성출판사는 전속대리점을 통한 오프라인유통의 강점을 보유하고 있으며 이를 기반으로 온라인 유통인 홈쇼핑, 인터넷서점, 자사쇼핑몰 등으로 유·아동 및 여성취미실용도서 콘텐츠개발 역량 확대 추진. 향후 스마트 환경의 성숙 여부에 따라 자체 도서 기획력을 바탕으로 e-book 등 디지털콘텐츠 시장 진입 전망. 13년 연간 매출액 중 출판물 비중은 32.1%이며 온라인교육 비중은 11.7%

- 예스24는 도서유통업체로서 '13년 4분기 매출액의 경우 전년동기대비 0.2% 증가했으며 전분기대비 6.2% 하락

※ 예스24는 온라인 도서 유통분야 시장점유율 40% 이상 '12년 1분기 이후 지속. 자체 역량강화 및 스마트 환경에 부합한 e-book, e-learning, 복러닝 등 디지털콘텐츠 개발 및 판매 강화. 향후 온라인 도서 시장지배력 및 인수합병 등으로 티켓, 엔터테인먼트 분야 신규 투자 확대 및 디지털판매플랫폼 구축. '13년 연간 매출액 비중은 상품매출 96.4%(96.6%)¹²⁾, 수수료매출 1.2%(1.1%), 광고매출 1.8%(1.8%), 기타매출 0.6%(0.6%) 등

- 출판 분야 상장사의 '13년 4분기 매출액은 전분기대비 8.0% 상승했으며, 능률교육, 이퓨처 등 2개 업체는 전분기대비 63.9% 큰 폭 상승, 33.0% 상승했으며 예림당은 '13년 4분기 전분기대비 8.3% 하락

※ 능률교육은 초중고 및 성인 등 전 연령층 대상 영어교육전문 출판사이며 향후 중장기 역량 확보를 위해 스마트러닝, 법인교육 등으로 확대 전망. '13년 연간 매출액 중 영어학습교재 등 제품 및 상품 매출의 경우 전년대비 21.3% 증가했으나 서비스 매출은 전년동기대비 22.2% 감소. 주요 제품 및 서비스 매출액 비중은 출판사업 77.1%(73.3%)¹³⁾, 이러닝 등 서비스 사업 22.9%(26.7%) 등

● (방송) '13년 4분기 매출액은 약 2조 130억 원으로 전년동기대비 7.9% 증가했으며, 전분기대비 17.4% 상승

12) 괄호는 2013년 3분기누적 매출액 비중

13) 괄호는 2013년 3분기누적 매출액 비중

- SBS는 민영지상파 방송사로서 '13년 4분기 매출액의 경우 전년동기대비 1.4% 증가했으며 전분기대비 19.1% 상승. SBS콘텐츠허브는 '13년 4분기 매출액의 경우 전년동기대비 27.0% 증가했으나 전분기대비 24.9% 상승. CJ E&M 방송부문의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 3.4% 증가했으며 전분기대비 14.3% 상승

※ SBS 등 민영지상파 방송사는 기업광고가 주요 수익원이며 계절 및 경기 등의 요인에 높은 민감성. '12년 상반기 유럽재정위기 등 대외충격과 신흥국가들의 거시경제 불안정 등으로 각 방송사별 실적 증감 발생. 종합유선방송사업은 기존 광고수익과 함께 고정수익원인 월정액 시청료 등으로 대내외 시장 리스크 변화에 완충력 확보. 이중 종합편성채널은 일부 채널을 중심으로 고품질 콘텐츠서비스 제공 등으로 시청률 상승효과가 나타나고 있으나 전반적인 시장점유율 상승에 역부족. 향후 종합유선방송은 디지털화 및 UHD 방송송출의 구체적 진전 및 가입자 확보가 실적 상승의 관건

- 방송영상물독립제작사 중 삼화네트웍스의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 7.8% 감소했으며 전분기대비 32.3% 하락. 팬엔터테인먼트의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 22.8% 감소했으며 전분기대비 42.3% 상승. 초록뱀미디어의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 111.2% 증가했으며 전분기대비 1,866.7% 큰 폭 상승

※ 초록뱀미디어는 '12년에 종합편성채널인 tvN에 '인현왕후의 남자'를 비롯해 '13년 들어 '나인: 아홉 번의 시간여행', '감자별 2013QR3' 등을 공급했고, 지상파 방송사인 KBS에 '전우치' 등을 공급했음. 또한 드라마부터 연예 및 예능 프로그램 제작까지 영역 확대

※ 삼화네트웍스는 '12년에 종합편성채널인 TV조선에 '아버지가 미안하다'와 JTBC에 '무자식 상팔자' 등을 제작 및 공급했으며, '13년에 MBC '구가의 서', SBS '결혼의 여신' 등을 제작. 향후 자체역량 및 OSMU 강화를 위해 기존 드라마 콘텐츠와 함께 테마파크, 캐릭터개발 및 라이선싱 등 사업다각화를 통한 매출 확대

- 키이스트의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 11.5% 감소했으며, 전분기 대비 20.3% 하락

※ 키이스트의 '13년 연간 매출액 중 내수와 수출 비중은 각각 약 32.9%¹⁴⁾, 67.1%로 '13년 1분기 이후 수출 비중 하락 추세

14) 2013년 4분기 연결재무제표 매출액 기준

- 방송채널사용사업자 중 CJ 오쇼핑은 '13년 4분기 매출액의 경우 전년동기대비 28.0% 증가했으며 전분기대비 37.5% 상승. GS 홈쇼핑의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 7.1% 증가했으며 전분기대비 19.4% 상승. CJ헬로비전은 '13년 4분기 매출액의 경우 전년동기대비 8.1% 증가했으며 전분기대비 1.2% 상승
 - ※ CJ 오쇼핑의 매출액은 시계열적 측면을 고려할 때 '09년 1분기에서 '12년 1분기까지 2분기 및 4분기가 전분기대비 상승. '12년 2분기 이후 전분기대비 상승세가 유지되다가 '13년 1분기부터 등락세이며 '13년 4분기는 전분기대비 다소 큰 폭 상승
- (광고) '13년 4분기 매출액은 약 9,401억 원으로 전년동기대비 7.7% 증가했으며 전분기대비 24.8% 상승
 - 광고는 거시적으로 신흥국가의 리스크에도 불구하고 선진국 중심의 경기회복과 함께 1) 제조업 중심의 일부 대기업의 수출증대 지속 2) 미시적으로 IPTV, 스마트TV, 종합편성채널 등 다매체에 따른 국내외 광고수요 증가 등으로 매출액 성장이 예상되나, 대기업 계열 대형 광고대행사에 집중된 광고 시장 구조 지속
 - 제일기획의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 8.9% 증가했으며, G2R은 전년동기대비 12.3% 증가, 오리콤은 '13년 4분기 매출액의 경우 전년동기대비 29.5% 감소했으며, 휘닉스컴의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 31.2% 감소
 - ※ 제일기획은 '13년 연간 매출액에서 본사 및 연결대상 종속회사 비중이 39.5%(매체 9.4%, 광고물제작 등 30.1%) 및 60.5%로 해외 비중이 높으며 이는 국내외 제품 경쟁력을 확보한 일부 국내 제조 대기업들의 해외실적 호조에 기인
 - '10년과 함께 '11년의 경기상승세는(GDP 성장률 전기대비 '11년 1분기 1.3%, 2분기 0.8%, 3분기 0.8%, 4분기 0.4%) 제조업 중심의 일부 대기업 해외수출 증가로 광고 매출액이 성장했으며, '12년 1분기에서 '12년 4분기까지 국내 경기 하락세(12년 1분기 0.8%, '12년 2분기 0.3%, '12년 3분기 0.0%, '12년 4분기 0.3%)에도 불구하고 '13년 2분기 이후 경기 회복 및 광고 수요증대에 따라 '13년 4분기는 전분기대비 24.8% 상승

- ※ '13년 4분기 제일기획, G2R의 매출액은 전분기대비 21.7% 상승, 65.8% 큰 폭으로 상승했으며 오리콤, 휘닉스컴의 '13년 4분기 매출액은 전분기대비 14.4% 하락, 8.3% 하락
- ※ 광고시장은 국내외 경기 등락 등 거시적 측면과 신상품 출시에 따른 기업들의 국내외 마케팅비용 지출 증감 등 미시적 측면에서 전통적 비·성수기의 구분이 가능하며, 특히 여름 상품 출시 및 연말시즌 신상품 출시 등 국내외 판매가 집중되는 2분기와 4분기가 전통적 성수기

● **(영화)** '13년 4분기 매출액은 약 2,884억 원으로 전년동기대비 6.1% 감소했으며, 전분기대비 22.4% 하락

- CJ CGV는 '13년 1분기 이후 거시경제측면에서 완만한 경기회복세 및 스토리 및 완성도를 확보한 한국영화 선전과 해외 블록버스터 영화 개봉 및 흥행 성공에 따라 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 5.3% 증가

※ CJ CGV의 멀티플렉스 시장점유율은 '13년 4분기말 현재 46.2%로 '13년 3분기말 점유율 45.6%, '13년 상반기 점유율 45.5%, '13년 1분기 점유율 44.4%, '12년 전체 점유율 43.2%, '11년 전체 점유율 42.5% 대비 상승세. '09년 이후 멀티플렉스 시장지배력 지속('09년 점유율 37.7%). '13년 연간 매출액 중 티켓매출 비중이 66.1%¹⁵⁾로 '13년 3분기누적 대비 약간 상승

- CJ E&M 영화부문의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 46.4% 감소했으며 전분기대비 36.0% 하락

※ CJ E&M 영화부문의 '13년 연간 시장점유율은 21.4%이며 '13년 3분기누적 시장점유율 23.4% 대비 2.0%p 하락. '12년 2분기 이후 시장점유율은 '13년 1분기의 다소 큰 폭의 하락을 기록한 후 등락세이며 이는 중소경쟁사의 시장점유율 확대 및 선전에 기인

● **(음악)** '13년 4분기 매출액은 약 3,056억 원으로 전년동기대비 18.8% 증가했으며, 전분기대비 9.7% 상승

- 매출액은 전분기대비 기준 '10년 2분기 이후 '11년 1분기 및 '12년 1분기 등 하락을 제외하고 전반적인 상승세. '13년 1분기의 다소 큰 폭의 하락을 기록한 이후 상승기조. 이는 일부 대형업체의 편향된 수출구조에도 불구하고 K팝 등의 해외인지도 지속 제고 및 현지화에 따른 가시적 성과 도출에 기인

※ '11년 1분기에서 '13년 3분기까지 전분기대비 각각 -11.5%, 21.5%, 3.7%, 14.3%, -11.2%, 3.4%, 22.6%, 8.1%, -13.8%, 3.9%, 20.9%로 전반적으로 상승세며 '13년 4분기는 전분기대비 9.7% 상승

15) 2013년 3분기누적 별도재무제표 기준

- SM엔터테인먼트의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 7.2% 증가했으며 전분기대비 6.9% 상승. YG엔터테인먼트는 전년동기대비 27.0% 감소했으며 전분기대비 11.7% 하락

※ SM엔터테인먼트는 기존 소속 아이돌 그룹인 동방신기, 소녀시대, 샤이니, f(x) 등과 신인 아이돌 그룹인 EXO 등을 중심으로 내수시장과 중국, 일본 등 아시아권 시장 영향력 지속 및 확대. '12년부터 영국, 프랑스 등 유럽지역과 미국 등의 북미지역으로 진출해 K팝의 시장 다변화 추진. 향후 SNS 등 뉴미디어 수단 이용 극대화 및 이와 연계된 여행, 매니지먼트 등 사업다각화 모색 및 추진. '13년 연간 매출액 비중은 음반사업 29.03%(음반 23.97%, 음원 5.06%)와 매니지먼트사업 70.97%(출연료 46.58%, 매니지먼트 24.39%)로 '13년 3분기누적 대비 음반사업 비중 약간 하락

※ YG엔터테인먼트는 자체제작시스템을 기반으로 '12년 사이의 '강남스타일' 및 '13년 '젠틀맨' 출시 및 흥행으로 대내외 인지도 제고. 오디션 등을 통한 신인발굴과 함께 일본 등 현지 매니지먼트사와의 협력 등으로 해외진출 적극 추진. 음반제작, 공연, 매니지먼트 등 수익모델 다변화 추진 및 다수의 성공사례 달성으로 종합엔터테인먼트 기업역량 확보. '13년 연간 매출액 비중은 음반/음원 25.6%, 광고모델 10.9%, 공연 21.0%, 로열티 28.9%, 기타 13.6%

- 네오위즈인터넷의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 26.0% 증가했으며 전분기대비 6.5% 상승

※ 네오위즈인터넷은 1) 디지털음원유통 B2C 2) 디지털음원유통 B2B 3) 소셜네트워크서비스 등의 사업구조로 구성되어 있으며 최근 스마트 소비환경에 따른 다양한 서비스 출시. 향후 모바일게임 등 신규사업 진출을 통한 사업다각화 추진. '13년 연간 디지털음원유통 B2C의 매출액 비중은 85.6%로 '13년 3분기누적 비중(85.7%) 대비 약간 하락. 수출비중은 1.3%로 낮은 수준이며 '13년 3분기누적 비중(1.3%) 대비 동일 수준

- 로엔엔터테인먼트의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 55.1% 증가했으며 전분기대비 2.3% 상승

※ 로엔엔터테인먼트는 '11년에서 '13년까지 모든 분기 음원유통 부문 브랜드인지도 및 시장점유율 1위 유지. 멜론 등 기존 음원유통서비스를 바탕으로 모바일 환경 변화에 따른 신규 음원 소비 패턴에 부응하는 다양한 서비스 개발 및 제공. 향후 독립멀티라벨(Multi Label) 체제도입 등 음반기획과 창작 부문 투자확대 및 수익 다각화로 창작 콘텐츠 역량 확보 및 이용자 확대 추진. '13년 연간 매출액 비중은 음원제공 및 온라인음원서비스인 콘텐츠 매출이 91.1%(90.0%)¹⁶⁾이고 제품매출 4.2%(4.6%), 상품매출 2.7%(2.7%), 기타매출 1.9%(1.9%)

16) 괄호는 2013년 3분기누적 매출액 비중

- (애니메이션 및 캐릭터) '13년 4분기 매출액은 약 700억 원으로 전년동기대비 1.6% 증가했으며, 전분기대비 13.0% 상승
 - '10년 1분기에서 4분기까지는 전분기대비 상승세를 보이다가 '11년 1분기 이후 등락기조이며 '13년 4분기는 전분기대비 상승
 - 손오공의 '13년 4분기 매출액은 전년동기대비 3.5% 감소했으며, 전분기대비 86.9% 상승. 오로라월드는 전년동기대비 35.5% 증가했으며, 전분기대비 6.3% 상승
 - ※ 손오공의 '13년 연간 매출액 비중에서 캐릭터완구 및 CD게임 등 제품 비중은 약 82.8%이고, 용역부문 약 17.2%(애니메이션 1.5%, PC방 수수료 15.7%). 해외수출은 캐릭터 완구 및 게임 등의 로열티 부문에서 일부 발생하고 있으나 '13년 연간 매출액 대비 매우 낮은 수준
 - ※ 오로라월드는 캐릭터완구 브랜드이미지와 내수시장 1위 점유하고 있으며 미주시장 5% 시장 점유율 기록. 자체 디자인연구소 운영을 통해 미주지역 글로벌 브랜드 라이선싱과 머천다이징 시장 확대 추진. '13년 연간 제품 및 상품매출 비중은 98.1%
 - 대원미디어는 애니메이션 업체로서 '13년 4분기 매출액의 경우 전년동기대비 44.3% 감소했으며 전분기대비 19.3% 하락
 - ※ 대원미디어는 디지털콘텐츠 시장 진출 및 수익 다각화를 위해 내수시장과 함께 1) 해외 진출을 위한 창작 애니메이션 (자체, 공동)기획 및 제작 2) 자체 보유 애니메이션 및 캐릭터를 활용한 키즈카페, 테마파크 운영 3) 스마트 환경 기반의 게임개발 및 유통 등 디지털콘텐츠 등 신규시장 진출 등 추진. '13년 연간 매출액 대비 수출액 비중은 8.9%이며 '13년 3분기누적 비중(9.8%) 대비 약 0.9%p 하락

□ 2013년 연간 매출액 변화 추이

● 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 연간 매출액은 약 21조 6,614억 원으로 전년대비 9.3% 증가

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

※ 지식정보(17.7%), 광고(11.9%), 영화(9.6%), 음악(18.1%) 등 4개 부문은 '13년 연간 콘텐츠산업 전체 상장사 성장률 보다 높은 수준

※ 게임(8.8%), 방송(8.1%) 등 2개 부문은 '13년 콘텐츠산업 전체 상장사 성장률 보다 다소 낮은 수준

※ 출판 및 애니메이션/캐릭터의 '13년 연간 매출액은 전년대비 4.1% 감소, 10.5% 감소

- '13년 연간 매출액 대비 비중 측면에서 게임(13.6%), 지식정보(17.7%), 방송(33.2%), 광고(14.6%) 등 상위 4개 분야 비중은 79.1%로 '12년 연간 매출액 대비 1.2%p 증가

※ 지식정보, 광고, 음악 등 3개 분야는 '12년 연간 매출액 대비 비중이 증가했으며, 게임, 출판, 방송, 애니메이션/캐릭터는 비중 감소

<표 I -5> '11년 연간~'13년 연간 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

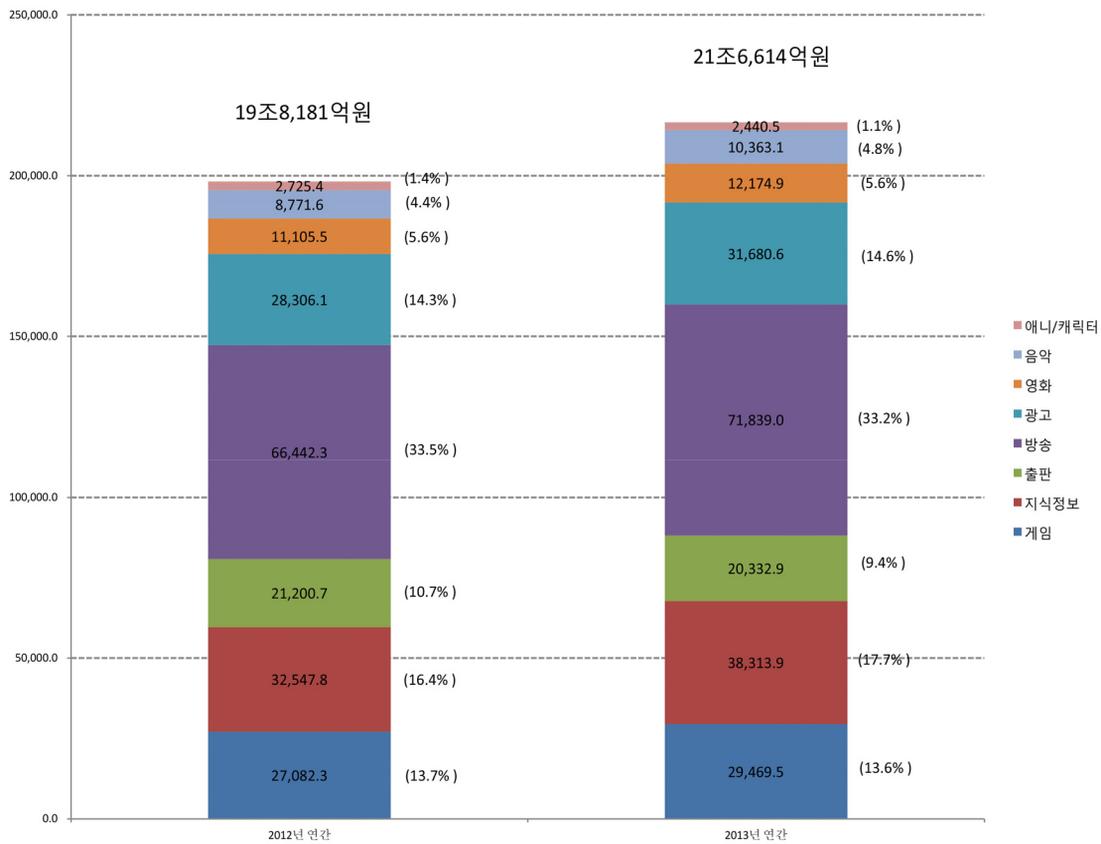
(단위 : 억원)

구분	2011년		2012년		2013년	
	4분기 (전년동기)	연간 (전년대비)	4분기 (전년동기)	연간 (전년대비)	4분기 (전년동기)	연간 (전년대비)
게임	7,043.8 (20.3%)	26,963.5 (20.8%)	6,562.5 (-6.8%)	27,082.3 (0.4%)	7,326.3 (11.6%)	29,469.5 (8.8%)
지식 정보	9,338.9 (20.5%)	35,730.1 (21.7%)	8,618.1 (-7.7%)	32,547.8 (-8.9%)	10,228.3 (18.7%)	38,313.9 (17.7%)
출판	5,254.3 (1.3%)	21,878.4 (0.2%)	5,330.0 (1.4%)	21,200.7 (-3.1%)	5,361.9 (0.6%)	20,332.9 (-4.1%)
방송	16,148.7 (42.7%)	58,108.0 (46.1%)	18,650.6 (15.5%)	66,442.3 (14.3%)	20,130.5 (7.9%)	71,839.0 (8.1%)
광고	7,103.0 (31.2%)	22,022.6 (20.7%)	8,727.1 (22.9%)	28,306.1 (28.5%)	9,401.4 (7.7%)	31,680.6 (11.9%)
영화	2,557.3 (104.3%)	8,994.6 (50.7%)	3,072.5 (20.1%)	11,105.5 (23.5%)	2,884.9 (-6.1%)	12,174.9 (9.6%)
음악	2,113.8 (27.3%)	7,215.9 (20.3%)	2,573.2 (21.7%)	8,771.6 (21.6%)	3,056.6 (18.8%)	10,363.1 (18.1%)
애니메이션/ 캐릭터	825.4 (8.6%)	2,943.5 (17.7%)	689.7 (-16.4%)	2,725.4 (-7.4%)	700.4 (1.6%)	2,440.5 (-10.5%)
합계	50,385.2 (28.5%)	183,856.6 (25.9%)	54,223.7 (7.6%)	198,181.7 (7.8%)	59,090.3 (9.0%)	216,614.4 (9.3%)

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 게임부문 매출액을 적용. NHN엔터테인먼트는 '13년 8월에 NHN에서 회사분할로 '13년 2분기까지는 NHN 전체 매출액 중 게임부문 매출액을 적용했으며 '13년 3분기부터 회사분할에 따른 실적보고서상 매출액 적용
- 2) 지식정보 중 '네이버'는 '13년 8월 회사분할로 '13년 2분기까지 NHN 매출액 중 게임부문 매출액을 제외한 매출액을 적용했으며 '13년 3분기부터 실적보고서상 매출액 적용. '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 3) 출판 중 '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 4) 방송 중 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터 'CJ E&M' 방송부문 매출액을 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐트리'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송'과 '한빛방송'은 '12년 11월 상장폐지되어 분석에서 제외. '키이스트'는 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 매출액을 적용. '키이스트'는 방송부문 분석 적용으로 제외
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 음악부문 매출액을 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석 적용. '예담미디어'는 '13년 10월 상장폐지되어 분석에서 제외
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스팀싸이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

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

(단위 : 억원)



1.3. 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변화 추이

□ 2013년 4분기 영업이익 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 4분기 영업이익은 약 6,274억 원으로 전년동기 대비 3.7% 감소했으며, 전분기대비 12.2% 상승
- '13년 4분기 콘텐츠산업 상장사 영업이익 중 출판, 방송, 음악 등 3분야가 전년동기대비 증가
 - ※ 출판, 방송, 음악의 '13년 4분기 영업이익은 전년동기대비 27.6% 증가, 4.7% 증가, 18.2% 증가
 - ※ 게임, 지식정보, 광고, 영화 등 4개 부문의 영업이익은 '13년 4분기 전년동기대비 12.6% 감소, 6.1% 감소, 3.2% 감소, 74.2% 감소
 - ※ 애니메이션/캐릭터는 '12년 4분기 이후 영업적자 상태 지속
- 게임 영업이익은 '12년 1분기 이후 전반적인 하락세를 보이고 있으며 '13년 4분기 영업이익은 전분기대비 31.7% 다소 큰 폭 하락
- 지식정보 영업이익은 '11년 2분기 이후 전반적으로 등락세이며 '13년 1분기 부터 비교적 높은 등락폭을 보이고 있으며 '13년 4분기는 전분기대비 10.8% 상승
 - ※ 게임과 지식정보의 '13년 4분기 콘텐츠산업 관련 전체 상장사 영업이익 대비 비중은 44.0% 로 '12년 4분기(46.3%) 대비 2.3%p 하락. 게임의 '13년 4분기 콘텐츠산업 관련 전체 상장사 대비 영업이익 비중은 16.2%이며 '12년 4분기 대비 1.6%p 하락
- 영화의 영업이익은 '12년 1분기부터 큰 폭의 상승세에서 '12년 3분기 이후 다소 큰 폭의 등락을 보이고 있으며 '13년 4분기는 전분기대비 79.6% 큰 폭 하락한 약 55억 원 수준
- 애니메이션/캐릭터 영업이익은 '12년 1분기부터 영업적자 상태가 지속되고 있으며 '13년 4분기는 약 92억 원 영업적자 상황
- 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익은 '11년 1분기부터 등락기조. '12년 1분기 이후 등락과 함께 규모 측면에서 하락세. '13년 4분기는 전분기대비 12.2% 상승

〈표 I -6〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동

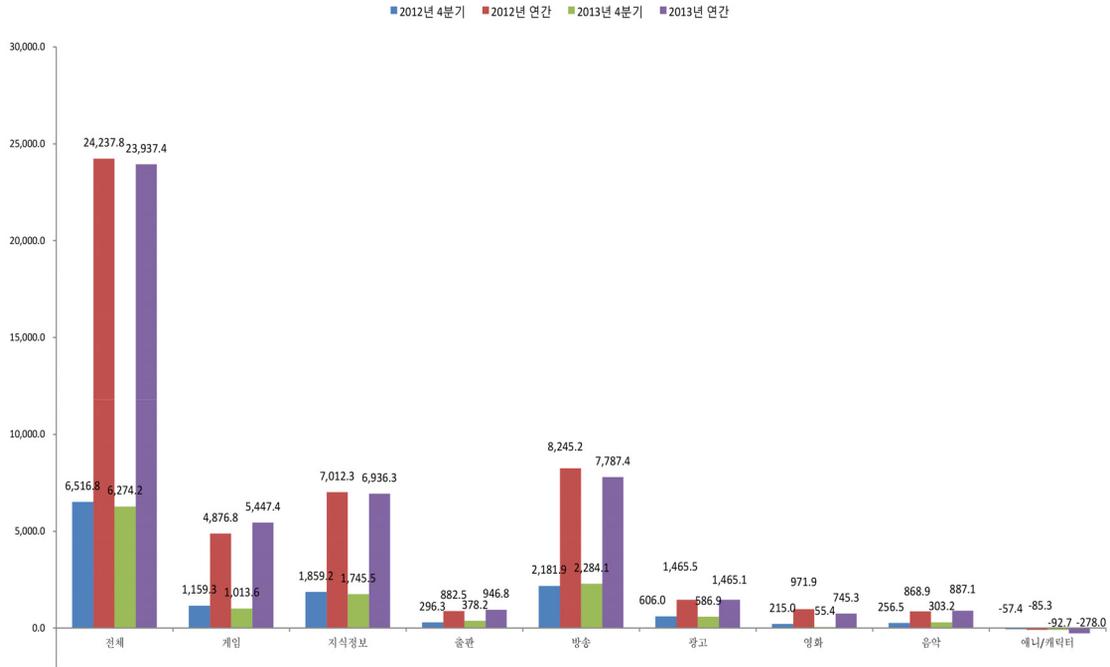
(단위 : 억원)

구분	2012년		2013년					
	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2013년 (전년대비)	4분기 (전년동기)
게임	1,159.3	4,876.8	1,390.1	1,560.6	1,483.1	1,013.6	5,447.4	-12.6%
	(-13.3%)	(-25.2%)	(19.9%)	(12.3%)	(-5.0%)	(-31.7%)	(11.7%)	
지식 정보	1,859.2	7,012.3	1,620.9	1,995.1	1,574.8	1,745.5	6,936.3	-6.1%
	(11.7%)	(-23.1%)	(-12.8%)	(23.1%)	(-21.1%)	(10.8%)	(-1.1%)	
출판	296.3	882.5	299.1	84.2	185.3	378.2	946.8	27.6%
	(55.0%)	(-35.6%)	(0.9%)	(-71.8%)	(120.1%)	(104.1%)	(7.3%)	
방송	2,181.9	8,245.2	1,765.5	2,158.3	1,579.5	2,284.1	7,787.4	4.7%
	(12.0%)	(-0.5%)	(-19.1%)	(22.2%)	(-26.8%)	(44.6%)	(-5.6%)	
광고	606.0	1,465.5	96.1	467.5	314.6	586.9	1,465.1	-3.2%
	(103.0%)	(14.6%)	(-84.1%)	(386.5%)	(-32.7%)	(86.6%)	(0.0%)	
영화	215.0	971.9	279.3	139.4	271.2	55.4	745.3	-74.2%
	(-42.0%)	(29.7%)	(29.9%)	(-50.1%)	(94.5%)	(-79.6%)	(-23.3%)	
음악	256.5	868.9	176.2	172.1	235.6	303.2	887.1	18.2%
	(-0.4%)	(11.9%)	(-31.3%)	(-2.3%)	(36.9%)	(28.7%)	(2.1%)	
애니메이션/ 캐릭터	-57.4	-85.3	-66.9	-64.8	-53.6	-92.7	-278.0	-61.5%
	(-252.1%)	(-342.3%)	(-16.6%)	(3.1%)	(17.3%)	(-72.9%)	(-225.9%)	
합계	6,516.8	24,237.8	5,560.3	6,512.4	5,590.5	6,274.2	23,937.4	-3.7%
	(7.7%)	(-13.9%)	(-14.7%)	(17.1%)	(-14.2%)	(12.2%)	(-1.2%)	

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 게임부문 영업이익액을 적용. NHN엔터테인먼트는 '13년 8월에 NHN에서 회사분할로 '13년 2분기까지는 NHN 전체 매출액 중 게임부문 매출액 비중을 적용했으며 '13년 3분기부터 회사분할에 따른 실적보고서상 영업이익액 적용
- 2) 지식정보 중 '네이버'는 '13년 8월 회사분할로 '13년 2분기까지 NHN 영업이익액 중 게임부문 매출액을 제외한 매출액 비중을 적용했으며 '13년 3분기 부터 실적보고서상 영업이익액 적용. '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 3) 출판 중 '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 4) 방송 중 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 방송부문 영업이익액을 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐트리'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송' 및 '한빛방송'은 '12년 12월 상장폐지로 분석에서 제외. '키이스트'는 영화에서 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 영업이익액을 적용. '키이스트'는 방송 적용으로 분석 제외
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 영업이익액 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용. '에당미디어'는 '13년 10월 상장폐지되어 분석에서 제외
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '시스템싸이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외
- 8) 영업이익의 분기별 증감률은 전기의 영업이익이 음수일 경우 실제로는 흑자 전환되었더라도 음의 증감률을 보일 수 있음. 본 자료에서는 분석의 편의를 돕기 위해 실제 영업 이익이 호전된 경우는 양의 증감률, 악화된 경우는 음의 증감률로 표기

<그림 I -4> '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동

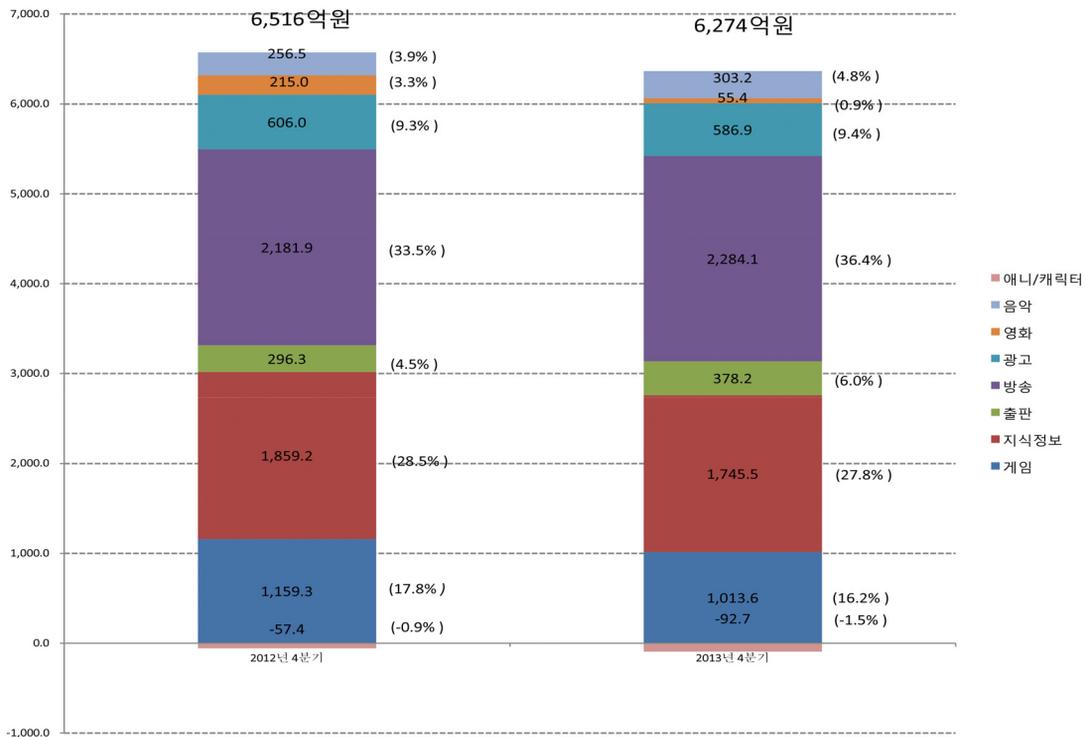
(단위 : 억원)



* NHN은 게임부문(NHN엔터테인먼트) 및 지식정보부문(네이버)으로 분사해 별도 적용

<그림 I -5> '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적

(단위 : 억원)



□ 2013년 연간 영업이익 변화 추이

● 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 연간 영업이익은 약 2조 3,937억 원으로 전년 대비 1.2% 감소

- 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 연간 영업이익 중 게임, 출판, 음악 등 3개 부문이 전년대비 11.7% 증가, 7.3% 증가, 2.1% 증가

※ 지식정보, 방송, 광고, 영화, 애니메이션/캐릭터 '13년 연간 영업이익은 전년대비 1.1% 감소, 5.6% 감소, 동일 수준, 23.3% 감소, 225.9% 감소

- 게임의 영업이익은 '11년 연간의 경우 전년대비 증가했으나 '12년 연間は 다소 큰 폭으로 감소했으며 '13년 연간 들어 증가를 기록. 지식정보의 영업이익은 '11년 연間は 전년대비 증가했으나 '12년 연間は 다소 큰 폭으로 감소했으며 '13년 연間は 약간 감소

※ 게임과 지식정보의 '13년 연간 콘텐츠산업 관련 전체 상장사 영업이익 대비 비중은 51.8%로 '12년 연간(49.0%) 대비 2.8%p 증가. 게임의 '13년 연간 콘텐츠산업 관련 전체 상장사 대비 영업이익 비중은 22.8%이며 '12년 연간(20.1%) 대비 2.7%p 상승

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

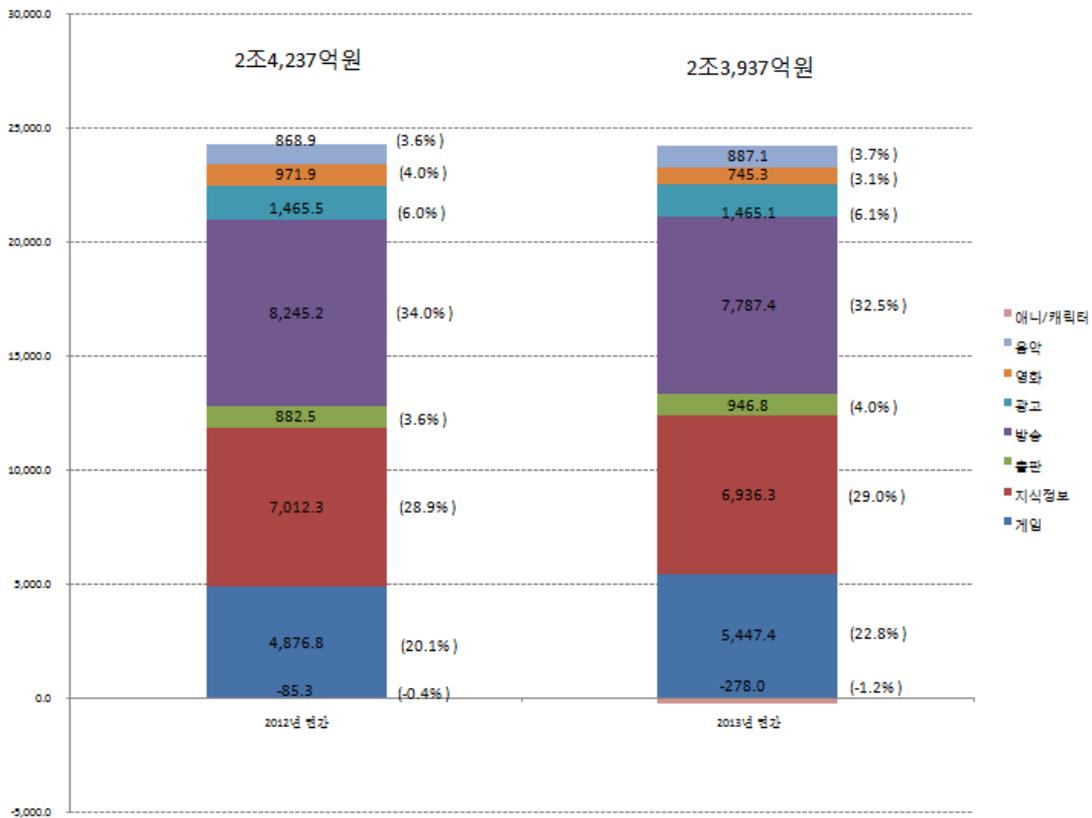
(단위 : 억원)

구분	2011년		2012년		2013년	
	4분기 (전년동기)	연간 (전년동기)	4분기 (전년동기)	연간 (전년동기)	4분기 (전년동기)	연간 (전년동기)
게임	1,659.2 (351.4%)	6,521.3 (33.4%)	1,159.3 (-30.1%)	4,876.8 (-25.2%)	1,013.6 (-12.6%)	5,447.4 (11.7%)
지식 정보	2,316.8 (38.8%)	9,123.6 (15.9%)	1,859.2 (-19.8%)	7,012.3 (-23.1%)	1,745.5 (-6.1%)	6,936.3 (-1.1%)
출판	180.1 (-55.4%)	1,371.0 (-27.7%)	296.3 (64.5%)	882.5 (-35.6%)	378.2 (27.6%)	946.8 (7.3%)
방송	1,641.6 (2.6%)	8,288.4 (53.5%)	2,181.9 (32.9%)	8,245.2 (-0.5%)	2,284.1 (4.7%)	7,787.4 (-5.6%)
광고	517.0 (-32.9%)	1,278.7 (-17.6%)	606.0 (17.2%)	1,465.5 (14.6%)	586.9 (-3.2%)	1,465.1 (0.0%)
영화	12.4 (-104.0%)	749.6 (381.7%)	215.0 (1,633.9%)	971.9 (29.7%)	55.4 (-74.2%)	745.3 (-23.3%)
음악	88.9 (-155.4%)	776.5 (110.4%)	256.5 (188.5%)	868.9 (11.9%)	303.2 (18.2%)	887.1 (2.1%)
애니메이션/ 캐릭터	15.1 (110.2%)	35.2 (121.9%)	-57.4 (-480.1%)	-85.3 (-342.3%)	-92.7 (-61.5%)	-278.0 (-225.9%)
합계	6,431.1 (53.5%)	28,144.3 (28.1%)	6,516.8 (1.3%)	24,237.8 (-13.9%)	6,274.2 (-3.7%)	23,937.4 (-1.2%)

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 게임부문 영업이익액을 적용. NHN엔터테인먼트는 '13년 8월에 NHN에서 회사분할로 '13년 2분기까지는 NHN 전체 매출액 중 게임부문 매출액 비중을 적용했으며 '13년 3분기부터 회사분할에 따른 실적보고서상 영업이익액 적용
- 2) 지식정보 중 '네이버'는 '13년 8월 회사분할로 '13년 2분기까지 NHN 영업이익액 중 게임부문 매출액을 제외한 매출액 비중을 적용했으며 '13년 3분기부터 실적보고서상 영업이익액 적용. '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 3) 출판 중 '이슈체'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 4) 방송 중 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 방송부문 영업이익액을 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송' 및 '한빛방송'은 '12년 12월 상장폐지로 분석에서 제외. '키이스트'는 영화에서 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 영업이익액을 적용. '키이스트'는 방송 적용으로 분석 제외
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 영업이익액 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용. '예당미디어'는 '13년 10월 상장폐지되어 분석에서 제외
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스튜디오앤유'는 업종변경에 따라 분석에서 제외
- 8) 영업이익의 분기별 증감률은 전기의 영업이익이 음수일 경우 실제로는 흑자 전환되었더라도 음의 증감률을 보일 수 있음. 본 자료에서는 분석의 편의를 돕기 위해 실제 영업 이익이 호전된 경우는 양의 증감률, 악화된 경우는 음의 증감률로 표기

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

(단위 : 억원)



2 투자변화 추이

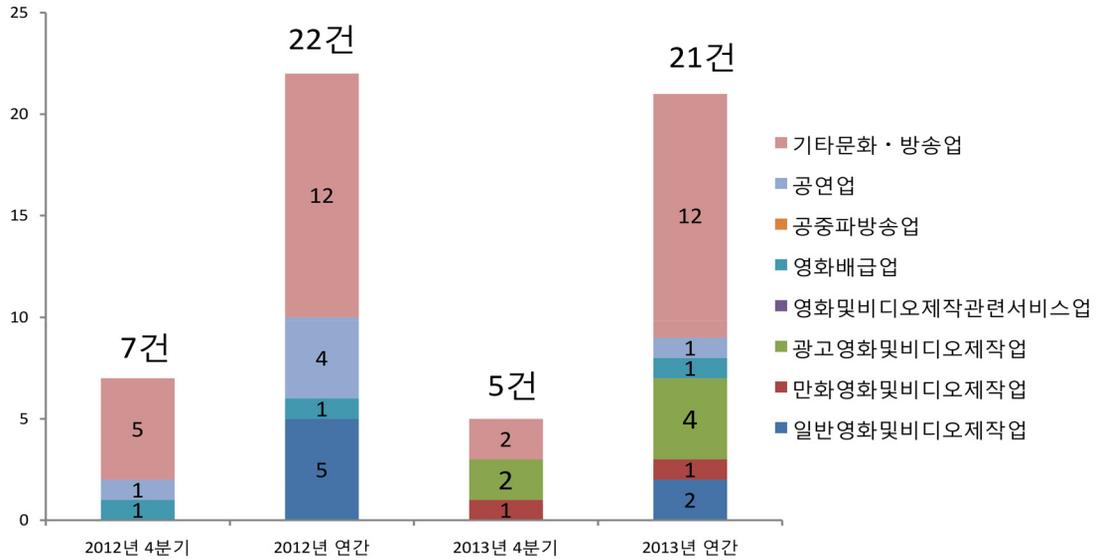
2.1. 콘텐츠산업 외국인직접투자(FDI) 동향

□ 2013년 4분기 콘텐츠산업 외국인직접투자 동향

- '13년 4분기 문화오락 외국인직접투자는 약 2,635만 2,000달러로 전년동기대비 14.9% 증가했으며, 레포트를 제외한 문화방송업은 약 2,466만 6,000달러로 전년동기대비 702.7% 큰 폭 증가
 - 문화 오락 외국인직접투자 건수는 '13년 4분기 10건으로 전년동기대비 3건 감소
- '13년 4분기 문화방송업(레포트 제외)의 세부 투자업종을 보면 전년동기대비 투자건수 감소했으나 투자액은 702.7% 큰 폭으로 증가. 이는 일부 신흥국들의 대외 불안요인에도 불구하고 향후 세계경제 및 국내 경기의 완만한 상승이 예상됨에 따라 외국인 직접투자가 확대될 전망. 특히 현재 내수시장 회복이 더딘 상황에서 건수 감소에도 금액측면에서 영화 및 방송 분야 등을 중심으로 외국인 직접투자 큰 폭 증대
 - '12년 4분기 외국인직접투자 총 7건은 영화배급업 1건(10만 달러), 공연업 1건(46만 달러), 기타문화방송업 5건(251만 3,000달러)
 - '13년 4분기 외국인직접투자 총 5건 중 만화영화 및 비디오제작업 1건(19만 달러), 광고영화 및 비디오제작업 2건(73만 3,000달러), 기타문화방송업 2건(2,374만 3,000달러)

〈그림 I -7〉 '12년 4분기 및 '13년 4분기 투자 건수

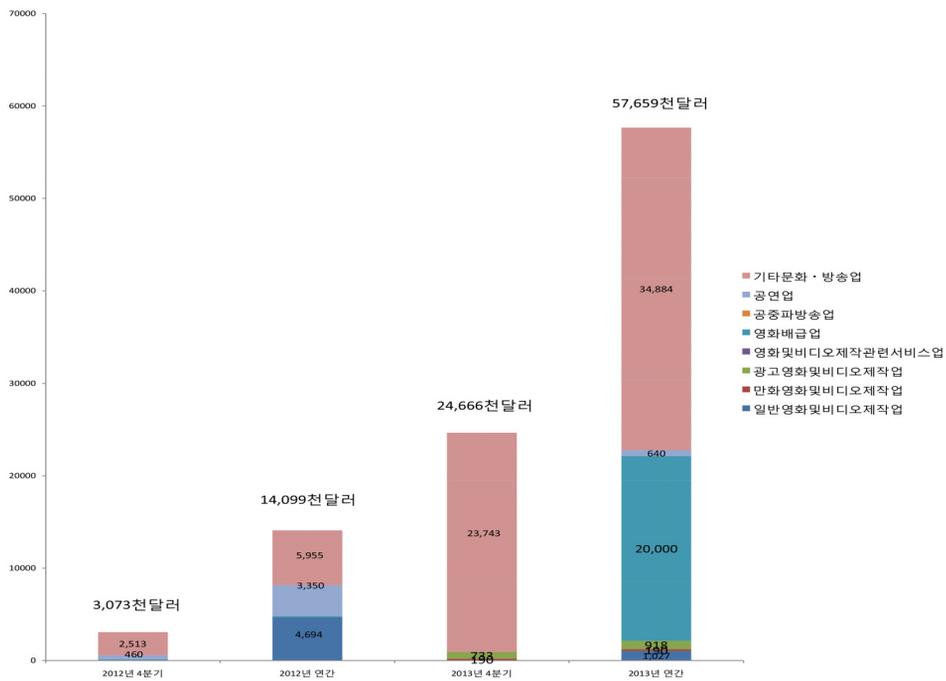
(단위 : 건)



출처 : 산업통상자원부(2013), 외국인투자동향 및 통계

〈그림 I -8〉 '12년 4분기 및 '13년 4분기 투자 액수

(단위 : 천 달러)



출처 : 산업통상자원부(2013), 외국인투자동향 및 통계

- '13년 4분기 문화오락 분야의 외국인직접투자액은 전체 서비스업 투자액(21억 3,159만 7,000달러) 중 2,635만 2,000달러이고 전체 외국인직접투자액 중에서 비중은 0.7%로 '12년 4분기 대비 0.2%p 증가
 - ※ '13년 4분기 전체 외국인직접투자(38억 225만 달러) 중 서비스업 외국인직접투자 비중은 56.1%이며 전년동기대비 1.8%p 증가
 - ※ '12년 4분기 이후 금액 기준 외국인 투자패턴은 서비스업 비중의 경우 전반적인 상승세를 나타내고 있으며 '13년 4분기 들어 전분기대비 비중 큰 폭 하락. 투자건수는 서비스업에 집중된 외국인 투자패턴이 '11년 3분기 이후 지속되는 가운데 분기별 비중은 전반적으로 등락세이며 '13년 4분기 비중은 전분기대비 약간 하락
- 문화오락 분야 투자액수는 '12년 1분기 이후 등락세에서 '13년 1분기 이후 터 증가기조를 보이다가 '13년 4분기 들어 약간 감소. 투자건수는 '12년 1분기 이후 등락기조이며 '13년 4분기는 전분기대비 2건 감소했으며 전년동기대비 3건 감소
 - ※ 제조업의 투자건수 및 투자액수는 '13년 4분기 전년동기대비 3.0% 감소, 9.1% 감소했으며 서비스업 투자건수 및 투자액수는 전년동기대비 13.0% 감소, 22.9% 감소

〈표 I -8〉 서비스업 외국인직접투자건수 동향

(신고기준, 단위: 건수, %)

구분	2012년			2013년					
	3분기	4분기	2012년	1분기	2분기	3분기	4분기	2013년	4분기 (전년동기)
제조업	118 (18.3%)	133 (17.4%)	556 (19.4%)	98 (15.2%)	129 (18.9%)	103 (17.0%)	129 (19.1%)	459 (17.6%)	-3.0%
서비스업	516 (80.0%)	617 (80.9%)	2,266 (79.1%)	536 (83.2%)	543 (79.4%)	493 (81.5%)	537 (79.7%)	2,109 (80.9%)	-13.0%
문화·오락 (서비스업 중 비중)	4 (0.6%)	13 (1.7%)	41 (1.4%)	6 (0.9%)	9 (1.3%)	12 (2.0%)	10 (1.5%)	37 (1.4%)	-23.1%
전 체	645	763	2,865	644	684	605	674	2,607	-11.7

출처: 산업통상자원부(2013), 외국인투자동향 및 통계

〈표 I -9〉 서비스업 외국인직접투자액수 동향

(신고기준, 단위 : 천 달러, %)

구분	2012년			2013년					
	3분기	4분기	2012년	1분기	2분기	3분기	4분기	2013년	4분기 (전년동기)
제조업	818,722 (20.0%)	1,799,883 (35.4%)	6,097,387 (37.4%)	1,139,133 (33.6%)	1,393,743 (30.3%)	479,336 (17.4%)	1,635,675 (43.0%)	4,647,887 (31.9%)	-9.1%
서비스업	3,262,850 (79.7%)	2,764,344 (54.3%)	9,601,538 (59.0%)	2,250,371 (66.3%)	3,204,904 (69.6%)	2,260,884 (82.3%)	2,131,597 (56.1%)	9,847,756 (67.7%)	-22.9%
문화·오락 (서비스업 중 비중)	10,101 (0.2%)	22,932 (0.5%)	97,062 (0.6%)	3,205 (0.1%)	24,653 (0.5%)	27,084 (1.0%)	26,352 (0.7%)	81,294 (0.6%)	14.9%
전 체	4,092,566	5,086,926	16,286,005	3,394,179	4,604,173	2,747,447	3,802,252	14,548,051	-25.3%

출처 : 산업통상자원부(2013), 외국인투자동향 및 통계

〈표 I -10〉 문화·오락 외국인직접투자 세부동향

(신고기준, 단위 : 건, 천 달러)

연도	2012년 4분기		2012년		2013년 1분기		2013년 2분기		2013년 3분기		2013년 4분기	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
문화·오락	13	22,932	41	97,062	6	3,205	9	24,653	12	27,084	10	26,352
문화·방송업	7	3,073	22	14,099	5	2,989	5	20,796	6	9,209	5	24,666
일반영화 및 비디오제작업			5	4,694					2	1,027		
만화영화 및 비디오제작업											1	190
광고영화 및 비디오제작업					2	185					2	733
영화 및 비디오제작 관련서비스업												
영화배급업	1	100	1	100			1	20,000				
공중파배급업												
공연업	1	460	4	3,350	1	640						
기타문화· 방송업	5	2,513	12	5,955	2	2,164	4	796	4	8,182	2	23,743
레포트업	6	19,860	19	82,963	1	216	4	3,857	6	17,876	5	1,686
레포트업	6	19,860	19	82,963	1	216	4	3,857	6	17,876	5	1,686

출처 : 산업통상자원부(2013), 외국인투자동향 및 통계

□ 2013년 연간 콘텐츠산업 외국인직접투자 동향

- '13년 연간 전년동기대비 문화오락 외국인직접투자는 약 8,129만 4,000달러로 전년동기대비 16.2% 감소했으며, 레포트를 제외한 문화방송업은 5,765만 9,000달러로 전년동기대비 308.9% 증가
 - 문화 오락 외국인직접투자 건수는 '13년 연간 37건으로 전년동기대비 4건 감소
- '13년 연간 문화방송업(레포트 제외)의 세부 투자업종을 보면 전년동기대비 투자건수는 소폭 감소했으나 투자액은 큰 폭 증가
 - '12년 연간 외국인직접투자 총 22건은 일반영화 및 비디오 제작업 5건(469만 4,000달러), 영화배급업 1건(10만 달러), 공연업 4건(335만 달러), 기타문화방송업 12건(595만 5,000달러)
 - '13년 연간 외국인직접투자 총 21건 중 일반영화 및 비디오 제작업 2건(102만 7,000달러), 만화영화 및 비디오제작업 1건(19만 달러), 광고영화 및 비디오 제작업 4건(91만 8,000달러), 영화배급업 1건(2,000만달러), 공연업 1건(64만 달러), 기타문화방송업 12건(3,488만 4,000달러)
- '13년 연간 문화오락 분야의 외국인직접투자는 전체 서비스업 투자(98억 4,775만 6,000달러) 중 8,129만 4,000달러이고 전체 외국인직접투자 중에서 비중은 0.6%로 '12년 연간 대비 동일 수준
 - ※ '13년 연간 전체 외국인직접투자(145억 4,805만 1,000달러) 중 서비스업 외국인직접투자 비중은 67.7%로 전년동기대비 8.7%p 상승

2.2. 콘텐츠산업 해외투자 동향

□ 2013년 4분기 콘텐츠산업 해외투자 동향

- 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스 '13년 4분기 해외투자 건수는 110건으로 전년동기대비 22.2% 증가
- 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업 '13년 4분기 해외투자 건수는 14건으로 전년동기대비 7.7% 증가
 - ※ 제조업 '13년 4분기 해외투자 건수는 962건으로 전년동기대비 16.9% 증가
 - ※ 전체산업 '13년 4분기 해외투자 건수는 2,117건으로 전년동기대비 11.2% 증가

〈표 I -11〉 콘텐츠산업 해외투자건수 동향

(단위 : 건수, %)

구분	2012년			2013년					
	3분기	4분기	2012년	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	4분기 (전년 동기)
제조업	802	823	3,276	818	919	872	962	3,571	16.9%
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스	108	90	381	89	89	87	110	375	22.2%
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	20	13	93	14	20	18	14	66	7.7%
전 체	1,904	1,903	7,624	1,862	2,083	1,905	2,117	7,967	11.2%

출처 : 한국수출입은행(2013), 해외투자동향 및 통계

- 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스 '13년 4분기 해외투자 금액은 약 1억 7,070만 달러로 전년동기대비 164.7% 증가
- 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업 '13년 4분기 해외투자 금액은 약 150만 달러로 전년동기대비 90.1% 감소
 - ※ 제조업 '13년 4분기 해외투자 금액은 약 27억 5,440만 달러로 전년동기대비 46.8% 증가
 - ※ 전체산업 '13년 4분기 해외투자 금액은 약 63억 7,900만 달러로 전년동기대비 7.3% 감소

〈표 I -12〉 콘텐츠산업 해외투자금액 동향

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2012년			2013년					
	3분기	4분기	2012년	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	4분기 (전년 동기)
제조업	1,852.8	1,876.3	7,922.9	2,050.9	2,542.3	2,154.7	2,754.4	9,502.3	46.8%
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스	81.8	64.5	455.2	93.8	172.5	47.3	170.7	484.3	164.7%
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	3.4	15.2	47.5	2.9	15.3	3.4	1.5	23.1	-90.1%
전 체	5,900.8	6,881.3	25,118.8	5,640.1	6,026.0	6,008.5	6,379.0	24,053.6	-7.3%

출처 : 한국수출입은행(2013), 해외투자동향 및 통계

□ 2013년 연간 콘텐츠산업 해외투자 동향

- 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스 '13년 연간 해외투자 건수는 375건으로 전년대비 1.6% 감소
- 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업 '13년 연간 해외투자 건수는 66건으로 전년대비 29.0% 감소
 - ※ 제조업 '13년 연간 해외투자 건수는 3,571건으로 전년대비 9.0% 증가
 - ※ 전체산업 '13년 연간 해외투자 건수는 7,967건으로 전년대비 4.5% 증가
- 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스 '13년 연간 해외투자 금액은 약 4억 8,430만 달러로 전년대비 6.4% 증가
- 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업 '13년 연간 해외투자 금액은 약 2,310만 달러로 전년대비 51.4% 감소
 - ※ 제조업 '13년 연간 해외투자 금액은 약 95억 230만 달러로 전년대비 19.9% 증가
 - ※ 전체산업 '13년 연간 해외투자 금액은 약 240억 5,360만 달러로 전년대비 4.2% 감소

2.3. 모태펀드 투자 동향

□ 2013년 4분기 모태펀드 자펀드¹⁷⁾ 운영현황

- '13년 4분기 모태펀드 총 결성액은 약 9,584억 원으로 '12년 4분기 대비 약 1,345억 원 증가했으며 전분기대비 약 355억 원 상승
 - '13년 4분기 일반분야 약 4,136억 원 및 중점분야 약 5,448억 원으로 '12년 4분기 대비 약 592억 원 증가, 약 753억 원 증가
 - ※ 자펀드수는 '12년 4분기대비 중점분야 4개 증가, 일반분야 4개 증가해 총 47개 자펀드 운용 중
 - '13년 4분기 중점분야 평균결성액은 약 237억 원으로 '12년 4분기 대비 약 7억 원 낮은 수준
 - ※ '13년 4분기 일반분야 평균결성액은 약 172억 원으로 '12년 4분기 대비 약 5억 원 낮은 수준
 - ※ 중점분야 평균결성액 중 애니메이션/캐릭터 약 233억 원, 게임 약 215억 원, 드라마 약 302억 원으로 '12년 1분기 이후 다른 분야 대비 높은 평균결성액 수준을 기록하고 있으며 글로벌콘텐츠 펀드는 약 1,236억 원 결성
 - ※ '13년 4분기 결성액에서 중점분야 비중은 56.8%로 '12년 4분기대비 0.2%p 낮으며, 모태출자액의 중점분야 비중은 62.7%로 '12년 4분기대비 1.4%p 낮은 수준

〈표 I -13〉 '13년 4분기 및 '12년 4분기 모태펀드 자펀드 운영현황

(단위 : 억원, %)

구분	'13년 4분기(2013년 12월 30일 현재)				'12년 4분기(2012년 12월 30일 현재)			
	결성액	모태출자액	자펀드수	평균결성액	결성액	모태출자액	자펀드수	평균결성액
문화산업	3,444.0	1,100.0	18	191.3	3,054.0	872.0	16	190.0
음원	72.0	21.6	1	72.0	120.0	36.0	1	120.0
영화	620.0	320.0	5	124.0	370.0	170.0	3	123.3
일반(소계)	4,136.0 (43.2%)	1,441.6 (37.3%)	24	172.3	3,544.0 (43.0%)	1,078.0 (35.9%)	20	177.2
공연예술	821.5	410.0	6	136.9	675.0	310.0	5	135.0
애니메이션 /캐릭터	700.0	316.0	3	233.3	490.0	196.0	2	245.0
게임	860.0	358.0	4	215.0	860.0	358.0	4	215.0
드라마	905.4	387.0	3	301.8	934.0	387.0	3	311.3
CG/3D	400.0	200.0	3	133.3	400.0	200.0	3	133.3
초기제작	525.0	350.0	3	175.0	100.0	70.0	1	100.0
글로벌콘텐츠	1,236.4	400.0	1	1,236.4	1,236.4	400.0	1	1,236.4
중점(소계)	5,448.3 (56.8%)	2,421.0 (62.7%)	23	236.9	4,695.4 (57.0%)	1,921.0 (64.1%)	19	247.1
계	9,584.3	3,862.6	47	203.9	8,239.4 (100.0%)	2,999.0 (100.0%)	39	211.3

17) 2013년 4분기 현재 운영중인 문화계정 자펀드수이며 영화계정 모태펀드 금액을 일반분야에 포함

□ 2013년 4분기 모태펀드 자펀드 분야별 투자현황

- '13년 4분기 모태펀드 자펀드 총 투자금액 및 건수는 각각 약 1조 1,404억 원 및 1,731건
 - '13년 4분기 모태펀드 자펀드 총 투자금액 및 건수는 '12년 4분기 대비 약 2,215억 원 높은 수준이며, 건수는 331건 증가
 - * 영화부문의 투자건수 및 투자금액이 가장 높으며, '13년도 4분기 투자 건수는 967건 및 투자 금액은 약 5,930억 원으로 전년동기대비 206건 증가 및 약 1,183억 원 높은 수준
 - * 영화, 드라마, 기타 등 3개 부문의 '13년 4분기 투자금액 비중은 '13년 1분기부터 전년동기대비 증가세와 함께 '12년 4분기 대비 각각 0.3%p 상승, 1.2%p 상승, 0.4%p 상승. 이외 부문은 전년동기대비 동일수준이거나 비중 감소
 - '13년 4분기 건당 평균 투자금액은 약 6억 6,000만 원으로 전년동기대비 동일하며 전분기대비 1,000만 원 높은 수준
 - * 게임(10억 2,000만 원), 애니메이션/캐릭터(8억 9,000만 원), 드라마(12억 5,000만 원), 기타 (7억 7,000만 원) 등이 다른 분야 대비 높은 건당 투자금액과 함께 '12년 1분기부터 '13년 4분기까지 지속

〈표 1-14〉 '13년 4분기 모태펀드 자펀드 투자현황¹⁸⁾

(단위 : 억원, %)

구분	영화	공연	게임	음원	전시	애니메이션/ 캐릭터	드라마	인터넷/ 모바일	기타	합계
건수	967 (761)	238 (208)	140 (118)	103 (91)	31 (27)	90 (78)	71 (47)	34 (30)	57 (40)	1,731 (1,400)
금액	5,930.1 (4,747.1)	1,282.4 (1,076.7)	1,423.2 (1,225.4)	264.3 (214.4)	183.9 (160.2)	798.1 (664.6)	890.4 (607.4)	194.2 (176.7)	438.0 (316.7)	11,404.6 (9,189.2)
평균	6.1 (6.2)	5.4 (5.2)	10.2 (10.4)	2.6 (2.4)	5.9 (5.9)	8.9 (8.5)	12.5 (12.9)	5.7 (5.9)	7.7 (7.9)	6.6 (6.6)
비율	52.0% (51.7%)	11.2% (11.7%)	12.5% (13.3%)	2.3% (2.3%)	1.6% (1.7%)	7.0% (7.2%)	7.8% (6.6%)	1.7% (1.9%)	3.8% (3.4%)	100.0% (100.0%)

18) 괄호는 2012년 4분기 현황

3 소비변화 추이

3.1. 가계수지 및 소비지출 변화 동향

□ 2013년 4분기 가구당 소득은 전년동기대비 1.7% 증가했으며, 가계지출은 전년동기대비 3.1% 증가했으며 전분기대비 1.8% 하락

● '13년 4분기 가구당 월평균 가계수지, 즉 흑자액(약 92만 1,000원)은 전년동기 대비(약 94만 8,000원) 3.0% 감소

- 가구당 월평균 가계수지는 '12년 4분기 이후 '13년 1분기를 제외하고 전분기대비 증가세가 이어지다가 '13년 4분기 들어 하락. '13년 4분기의 가계지출은 전분기대비 1.8% 하락. 흑자액은 전분기대비 4.0% 하락해 가계지출 대비 높은 수준

- 가구당 월평균 소득은 '10년 1분기 이후 증가세가 지속되었으며 '12년 4분기에서 '13년 4분기까지 전년동기대비 5.4%, 1.7%, 2.5%, 2.9%, 1.7% 증가. '12년 4분기 이후 전분기대비는 등락세이며 '13년 4분기는 전분기대비 2.3% 하락

※ '13년 4분기 가계지출은 전년동기대비 3.1% 증가했으며 '12년 4분기 이후 전년동기대비 증가세가 '13년 1분기에 약간 감소했으나 이후 증가세. '13년 4분기의 가계지출은 소득의 전년동기대비 증가 대비 높은 수준 기록. 이는 대내외 경기 호전 기대감이 증대되면서 현재의 소비 확대에 일부 긍정적 작용

※ '13년 4분기 가구당 월평균 가계지출(324만 3,000원)은 전년동기대비 3.1% 증가, 소비지출(248만 3,000원)은 전년동기대비 3.0% 증가했으며, 비소비지출(75만 9,000원)은 '13년 4분기 전년동기대비 3.8% 증가

● 소득, 가계지출(소비지출, 비소비지출)은 전반적인 전년동기대비 증가세가 지속되고 있는 가운데 '13년 4분기는 전년동기대비 약간 증가. 전분기대비의 경우 '09년 2분기 이후 상승세가 이어지다가 '10년 2분기부터 등락세. 흑자액은 '12년 4분기 이후 전년동기대비 증가기조였으나 '13년 4분기 들어 감소

- 가계지출 흑자액은 '11년 3분기에서 '12년 1분기까지 전분기대비 등락세. '12년 2분기 이후 '13년 1분기를 제외하고 상승세가 지속되다가 '13년 4분기는 전분기대비 4.0% 하락

※ 비소비지출은 '11년 1분기 이후 전분기대비 등락기조이며 '13년 4분기는 전분기대비 6.0% 하락

〈표 I -15〉 전국가구 가구당 월평균 가계수지

(단위 : 천원, %)

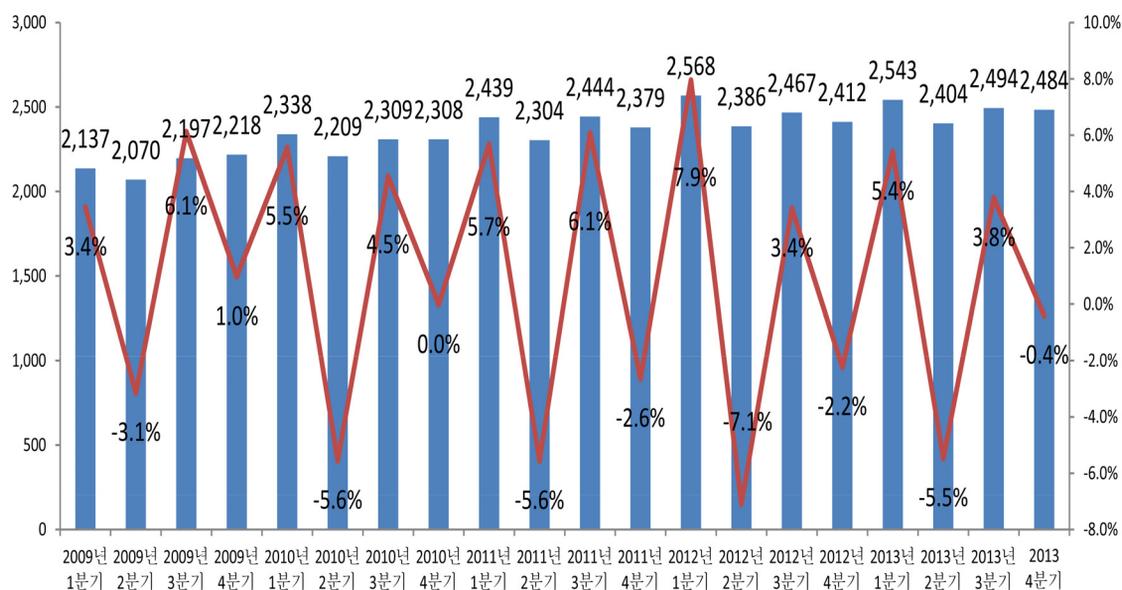
구분	2012년	2013년				2013년 2분기 (전년동기대비)	2013년 3분기 (전년동기대비)	2013년 4분기 (전년동기대비)
	4분기 (전분기대비)	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)			
소득	4,092.6 (-1.2%)	4,192.6 (2.4%)	4,040.6 (-3.6%)	4,259.9 (5.4%)	4,163.2 (-2.3%)	2.5%	2.9%	1.7%
가계지출	3,144.2 (-3.5%)	3,344.6 (6.4%)	3,157.0 (-5.6%)	3,301.2 (4.6%)	3,243.1 (-1.8%)	1.5%	1.3%	3.1%
소비 지출 ¹⁹⁾	2,412.3 (-2.2%)	2,542.6 (5.4%)	2,403.5 (-5.5%)	2,493.5 (3.7%)	2,483.6 (-0.4%)	0.7%	1.1%	3.0%
비소비 지출 ²⁰⁾	731.9 (-7.6%)	802.0 (9.6%)	753.5 (-6.1%)	807.7 (7.2%)	759.4 (-6.0%)	4.1%	2.0%	3.8%
흑자액	948.3 (7.4%)	848.0 (-10.6%)	883.7 (4.2%)	958.7 (8.5%)	920.1 (-4.0%)	6.1%	8.6%	-3.0%

출처 : 통계청(2013), '12년 4분기~'13년 4분기 가계동향

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

〈그림 I -9〉 소비지출 증감률 변동 추이

(단위 : 천원, %)



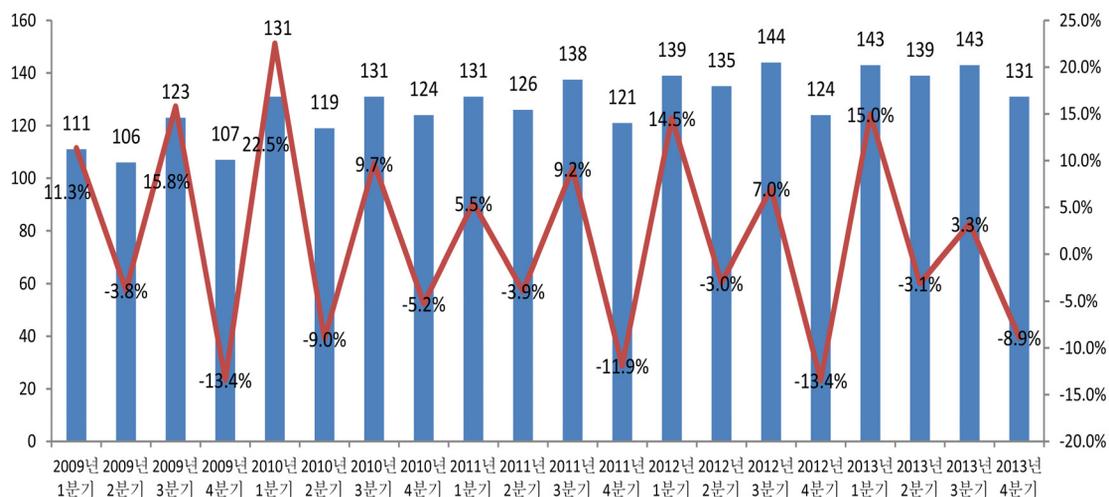
19) 소비재의 구입을 위한 소비자의 지출을 말함. 통계청은 1) 식료품, 비주류음료, 2) 주류, 담배, 3) 의류, 신발, 4) 주거, 수도, 광열, 5) 가정용품, 가사서비스, 6) 보건, 7) 교통, 8) 통신, 9) 오락, 문화, 10) 교육, 11) 음식, 숙박, 12) 기타, 상품서비스로 구분

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

- '13년 4분기 월평균 오락·문화지출은 약 13만 원으로 전년동기대비 4.8% 증가.
'11년 1분기 이후 전분기대비 등락세이며 '13년 4분기는 8.9% 하락
- '13년 4분기 가구당 월평균 소비지출 중 콘텐츠산업 영역인 오락·문화 지출은 전년동기대비 약 6,000원 증가
- 오락·문화 소비지출은 '08년 4분기에 9만 9,000원 이후 '13년 3분기를 제외하고 전년동기대비 증가기조 지속, 전분기대비는 '10년 1분기 이후 등락 추세 지속
 - ※ '11년 1분기부터 '13년 3분기까지 전분기대비 오락·문화 소비지출 증감률은 5.5%, -3.9%, 9.2%, -11.9%, 14.5%, -3.0%, 7.0%, -13.4%, 15.0%, -3.1%, 3.3%로 등락세. 오락·문화 소비지출 전분기대비 증감은 전체 소비지출과 유사한 경향을 보이고 있으며 오락·문화 소비지출의 전분기대비 변동폭은 '11년 3분기 이후 전체소비지출 대비 높은 수준 지속
 - ※ '13년 4분기 오락·문화 소비지출과 함께 교육 소비지출을 제외하고 전 분야의 소비 지출은 전년동기대비 증가. 특히 가정용품 및 가사서비스, 보건, 음식·숙박 등 3개 부문 소비지출은 오락·문화 소비지출 대비 높은 증가를 보이고 있으며 '13년 4분기 전년동기대비 10.7% 증가, 7.5% 증가, 5.2% 증가
- 오락·문화 소비지출은 '09년 금융위기에 따른 경기저점 이후 '12년 1분기까지 경기상승세로 전체 소비지출 증가에 동반 상승. 이후 유럽재정위기 등 대외 요인에 따른 세계경기 하락 등으로 국내경기 하락과 국내 수요 위축 발생. 특히 국내기업들의 대내외 경쟁력 하락 및 기업 수익성 악화 우려 확대, 가계부채 증가문제 등은 향후 지속적인 경기 상승과 소비지출 확대에 직간접적 영향 예상
- '13년 4분기 이후 미국 양적완화 축소 등에 따른 신흥국들의 리스크가 산재해 있지만 미국 등 주요 국가들의 경기상승 등 세계경기 확장세가 국내 대기업들을 중심으로 비교적 견실한 수출 확대가 이어질 경우 국내 경기 상승에 긍정적인 전망. 이에 따라 향후 국내 경기는 가계부채 등 요인에도 불구하고 민간부문 주도의 소득증대 및 내수확대가 예상되며, 특히 완만한 원화 절상 등에 따른 물가하락으로 실질소득 증가 및 개선으로 소비지출 증대 예상. 이중 오락·문화 소비지출은 산업 패러다임 변화에 부응하면서 경쟁력을 확보한 스마트콘텐츠의 지속 공급이 안정적 소비 견인의 중요 관건

〈그림 I -10〉 오락·문화 소비지출 증감률 변동 추이

(단위 : 천원, %)



〈표 I -16〉 전국가구 가구당 일평균 소비지출

(단위 : 천원, %)

구분	2012년	2013년				2012년	2013년				13년3분기	13년4분기
	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	4분기 구성비	1분기 구성비	2분기 구성비	3분기 구성비	4분기 구성비	(전분기 대비)	(전분기 대비)
소비 지출	2,412.3 (-2.2)	2,542.6 (5.4)	2,403.5 (-5.5)	2,493.5 (3.7)	2,483.6 (-0.4)	100	100	100	100	100	1.1	3.0
실질	2,260.8 (-2.5)	2,367.4 (4.6)	2,240.0 (-5.3)	2,315.2 (3.3)	2,303.1 (-0.4)	-	-	-	-	-	-0.3	1.9
식품 및 비주류음료	346.7 (-9.4)	336.6 (-2.9)	329.9 (-2.0)	373.3 (13.2)	354.8 (-5.0)	14.4	13.2	13.7	15.0	14.3	-2.5	2.3
주류 및 담배	27.3 (-8.6)	26.7 (-2.2)	27.6 (3.2)	30.3 (10.0)	27.4 (-9.7)	1.1	1.1	1.1	1.2	1.1	1.5	0.3
의류 및 신발	203.0 (54.1)	165.3 (-18.6)	171.2 (3.6)	133.0 (-22.4)	208.3 (56.7)	8.4	6.5	7.1	5.3	8.4	0.9	2.6
주거 및 수도광열	253.7 (19.8)	325.7 (28.4)	260.9 (-19.9)	225.4 (-13.6)	255.8 (13.5)	10.5	12.8	10.9	9.0	10.3	6.4	0.8
가정용품 및 가사서비스	94.1 (-4.0)	89.3 (-5.1)	98.4 (10.2)	104.3 (6.0)	104.2 (-0.2)	3.9	3.5	4.1	4.2	4.2	6.5	10.7
보건	157.2 (2.5)	171.5 (9.1)	157.4 (-8.2)	158.8 (0.9)	168.9 (6.3)	6.5	6.7	6.6	6.4	6.8	3.6	7.5
교통	311.8 (4.7)	294.3 (-5.6)	311.4 (5.8)	308.1 (-1.0)	316.7 (2.8)	12.9	11.6	13.0	12.4	12.8	3.4	1.6
통신	151.6 (-2.3)	151.1 (-0.3)	152.2 (0.7)	153.2 (0.6)	154.8 (1.0)	6.3	5.9	6.3	6.1	6.2	-1.3	2.1
오락·문화	124.7 (-13.4)	143.3 (15.0)	138.9 (-3.1)	143.4 (3.3)	130.7 (-8.9)	5.2	5.6	5.8	5.8	5.3	-0.4	4.8
교육	228.1 (-30.9)	339.5 (48.8)	234.0 (-31.1)	332.2 (42.0)	227.7 (-31.5)	9.5	13.4	9.7	13.3	9.2	0.7	-0.2
음식·숙박	307.9 (-4.5)	295.9 (-3.9)	321.6 (8.7)	337.3 (4.9)	323.8 (-4.0)	12.8	11.6	13.4	13.5	13.0	4.6	5.2
가타상품 및 서비스	206.2 (-1.7)	203.3 (-1.4)	200.0 (-1.6)	194.2 (-2.9)	210.8 (8.5)	8.5	8.0	8.3	7.8	8.5	-7.4	2.2

출처 : 통계청(2013), '12년 4분기~'13년 4분기 가계동향

- '13년 4분기 오락·문화 소비지출 세부내역 구성비는 1) 문화서비스(22.8%), 2) 단체여행비(20.5%), 3) 운동 및 오락서비스(12.4%), 4) 서적(11.5%), 5) 장난감 및 취미용품(6.9%) 순. '13년 4분기 문화서비스, 단체여행비, 장난감 및 취미용품 등 3개 부문 비중은 전분기대비 증가
 - '13년 4분기 전체 오락·문화 소비지출 전년동기대비 증가와 함께, 사진광학 장비(52.4%), 기록매체(11.4%), 오락문화 내구재(48.2%), 장난감 및 취미용품(11.9%), 캠핑 및 운동관련용품(5.9%), 화훼 및 애완동물서비스(1.2%), 운동 및 오락서비스(13.1%), 문화서비스(7.2%), 복권(5.4%), 문구(1.4%), 단체여행비(29.2%) 등 11개 부문은 전년동기대비 증가
 - ※ 서적은 '11년 2분기 이후 전년동기대비 감소세였으며 '13년 1분기부터 증가세를 보였으나 '13년 3분기부터 전년동기대비 감소했으며 '13년 4분기는 전년동기대비 9.2% 감소
 - 구성비 상위 5개 항목 중 장난감 및 취미용품, 운동 및 오락서비스, 문화서비스, 단체여행비 등 4개 부문은 '13년 4분기 전년동기대비 11.9% 증가, 13.1% 증가, 7.2% 증가, 29.2% 증가
 - '13년 4분기 오락·문화 소비지출 중 핵심콘텐츠 상품 및 서비스 소비지출 비중은 약 59.3%로 전년동기대비 0.3%p 감소했으며 전분기대비 0.8%p 상승
 - ※ '13년 4분기 핵심콘텐츠의 경우 문화서비스(22.8%) + 서적(11.5%) + 운동 및 오락서비스(12.4%) + 장난감 및 취미용품(6.9%) + 문구(3.8%) + 기타인쇄물(1.5%) + 오락문화내구재(0.2%) + 오락문화 내구재 유지 및 수리(0.2%) 등으로 구성

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

(단위 : 천원, %)

구분	2012년	2013년				2012년	2013년				'13년 3분기 (전동기대비)	'13년 4분기 (전동기대비)
	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	4분기 구성비	1분기 구성비	2분기 구성비	3분기 구성비	4분기 구성비		
오락·문화	124.7 (-13.4)	143.3 (15.0)	138.9 (-3.1)	143.4 (3.3)	130.7 (-8.9)	5.2	5.6	5.8	5.8	5.3	-0.4	4.8
영상음향기기	8.6 (13.9)	7.3 (-14.8)	4.9 (-32.6)	6.2 (25.5)	5.8 (-6.7)	6.9	5.1	3.5	4.3	4.4	-17.9	-32.7
사진·영상장비	0.8 (-61.4)	0.9 (22.0)	1.2 (34.0)	1.0 (-18.4)	1.2 (14.2)	0.6	0.6	0.9	0.7	0.9	-48.5	52.4
정보처리장치	6.3 (-21.6)	11.2 (78.1)	7.3 (-34.9)	6.6 (-10.4)	6.0 (-9.2)	5.1	7.8	5.3	4.6	4.6	-18.6	-5.6
기록매체	0.3 (8.4)	0.3 (12.9)	0.2 (-26.4)	0.2 (-22.6)	0.3 (73.1)	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	-30.3	11.4
영상음향 및 정보기기수리	1.1 (-7.4)	0.9 (-21.6)	0.8 (-14.1)	1.3 (64.7)	0.8 (-33.5)	0.9	0.6	0.5	0.9	0.6	2.9	-26.1
오락문화 내구재	0.2 (-1.2)	0.6 (247.0)	0.8 (34.4)	0.6 (-22.5)	0.2 (-59.0)	0.1	0.4	0.6	0.4	0.2	257.2	48.2
악기기구	1.4 (26.4)	1.4 (-0.7)	0.9 (-30.8)	1.1 (18.5)	1.2 (9.9)	1.1	1.0	0.7	0.8	0.9	2.9	-10.6
오락문화 내구재 유지 및 수리	0.3 (4.2)	0.6 (110.7)	0.2 (-59.7)	0.2 (-7.4)	0.3 (20.7)	0.2	0.4	0.2	0.1	0.2	-18.1	-5.2
장난감 및 취미용품	8.0 (51.5)	5.5 (-30.9)	6.8 (23.3)	6.0 (-11.4)	9.0 (48.2)	6.4	3.9	4.9	4.2	6.9	14.4	11.9
캠핑 및 운동 관련용품	5.3 (-30.9)	5.6 (5.4)	7.4 (32.5)	8.3 (12.3)	5.6 (-32.5)	4.2	3.9	5.3	5.8	4.3	8.4	5.9
화훼관련용품	1.9 (-22.0)	3.1 (65.6)	4.5 (44.1)	1.8 (-60.3)	1.6 (-10.9)	1.5	2.2	3.2	1.2	1.2	-26.1	-15.6
애완동물 관련용품	2.5 (11.0)	2.3 (-7.3)	2.3 (0.0)	2.5 (5.4)	2.5 (2.1)	2.0	1.6	1.7	1.7	1.9	8.6	-0.1
화훼 및 애완동물 서비스	1.3 (-13.5)	1.4 (10.4)	1.8 (27.8)	1.8 (1.0)	1.3 (-28.9)	1.0	1.0	1.3	1.3	1.0	23.2	1.2
운동 및 오락서비스	14.3 (-24.0)	15.2 (6.3)	17.5 (14.9)	22.3 (27.5)	16.2 (-27.4)	11.5	10.6	12.6	15.5	12.4	18.5	13.1
문화서비스	27.8 (-2.5)	28.8 (3.8)	29.4 (1.9)	29.8 (1.5)	29.8 (-0.1)	22.3	20.1	21.1	20.8	22.8	4.7	7.2
복권	0.3 (-5.7)	0.3 (6.7)	0.3 (3.0)	0.3 (-2.9)	0.3 (-1.2)	0.3	0.2	0.2	0.2	0.3	0.6	5.4
서적	16.5 (-9.7)	25.4 (54.1)	16.4 (-35.4)	17.9 (8.6)	15.0 (-16.0)	13.3	17.8	11.8	12.5	11.5	-2.4	-9.2
기타인쇄물	2.4 (3.4)	2.3 (-3.6)	2.1 (-6.0)	2.0 (-5.3)	2.0 (-1.2)	1.9	1.6	1.5	1.4	1.5	-11.2	-15.2
문구	4.9 (8.7)	7.2 (47.6)	5.2 (-28.0)	5.2 (-0.8)	5.0 (-3.8)	3.9	5.1	3.8	3.6	3.8	14.6	1.4
단체여행비	20.7 (-34.8)	22.9 (10.6)	28.7 (25.4)	28.5 (-0.8)	26.7 (-6.0)	16.6	16.0	20.7	19.8	20.5	-10.3	29.2

출처 : 통계청(2013), '12년 4분기~'13년 4분기 가계동향

3.2. 가계수입 및 소비지출 변화 전망

- 소비자심리지수(CSI)²¹⁾는 연고점인 '09년 10월의 117 수준을 기록한 후 하락하다가 '12년 1월부터 등락세, '13년 1월 이후 상승기조이며 '13년 12월은 107을 기록
 - 가계수입전망 CSI는 '09년 10월 고점인 106을 기록 이후 호조세가 유지되다가 '12년 4월부터 등락세, '13년 1월부터 하락세를 보이다가 '13년 9월 이후 상승세이며 '13년 12월은 102, 소비지출전망 CSI는 '12년 5월 113 기록 이후 등락기조이며 '13년 12월은 109 수준
 - 교양·오락·문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '10년 11월 98 기록 이후 '12년 1월 90으로 하락과 함께 부진정도가 비교적 높은 수준, '13년 1월 이후 약간 회복기조를 나타내고 있으나 '13년 12월은 90으로 저조
 - ※'13년 10월 및 11월 교양·오락·문화비 관련 소비지출전망 CSI는 90, 90
 - 외식비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '09년 10월부터 '10년 12월까지 94를 기록했으며, '12년 1월 87 수준 이후 상승세와 함께 '13년 12월은 90으로 부진
 - 여행비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '12년 6월부터 하락세에서 '13년 4월 이후 등락을 보이고 있으며 '13년 12월은 87 수준으로 저조

〈표 I-18〉 가계수입 및 소비지출전망 CSI 추이

구분	2012년			2013년											
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
소비자심리지수	100	100	99	102	101	104	102	104	105	104	105	102	106	107	107
가계수입전망CSI	99	98	97	101	99	100	99	99	99	99	99	97	101	101	102
소비지출전망CSI	107	108	108	107	106	109	105	106	106	105	109	105	109	110	109
내구재	87	88	88	89	88	89	88	89	91	90	92	91	93	95	93
의류비	100	100	100	97	95	98	97	98	99	98	99	98	102	104	102
외식비	86	89	87	87	84	87	86	88	88	88	90	89	90	90	90
여행비	85	86	85	82	81	84	84	86	88	88	87	85	88	88	87
교육비	110	110	111	106	106	105	104	102	103	104	104	101	104	106	107
의료·보건비	116	115	115	110	108	111	110	110	111	110	111	107	112	113	113
교양·오락·문화비	91	91	91	89	86	87	87	88	88	89	90	89	90	90	90
교통·통신비	114	114	114	113	110	112	109	109	108	109	110	116	111	112	112

출처 : 통계청(2013), '12년 10월~'13년 12월 소비자동향조사

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

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

4 수출변화 추이

4.1. 콘텐츠업체(상장사) 수출 변화 추이²²⁾

□ 2013년 4분기 콘텐츠 업체 수출 동향

- 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 4분기 수출액은 약 4,236억 원으로 전년동기대비 7.6% 증가했으며 전분기대비 3.6% 상승
 - '10년 1분기 이후 '12년 1분기 및 2분기를 제외하고 비교적 큰 폭의 전분기대비 상승세 기록. '13년 1분기는 약간 하락했으나 '13년 2분기부터 상승기조 유지
- (게임) '13년 4분기 수출액은 약 2,490억 원으로 전년동기대비 0.7% 감소했으며 전분기대비 5.5% 하락. '12년 1분기 및 2분기는 전분기대비 다소 큰 폭으로 하락했으며 이후 상승세를 보이다가 '13년 4분기 들어 하락
 - '13년 4분기 게임의 전체 콘텐츠 상장사 수출액 중 비중은 58.8%로 '12년 4분기(63.8%) 대비 5.0%p 하락
 - 대형업체 중 CJ E&M 게임부문의 '13년 4분기 수출액은 전년동기대비 123.0% 증가. 액토즈소프트는 '13년 4분기 수출액의 경우 전년동기대비 55.8% 증가. 이는 다수의 완성도 높은 모바일게임 등이 내수시장 및 해외 시장에서도 선전 및 흥행에 기인. 엔씨소프트는 '12년 1분기부터 전반적인 전년동기대비 감소를 보이다가 '13년 4분기 들어 전년동기대비 106.6% 큰 폭의 증가를 기록
 - ※ 네오위즈게임즈의 수출액은 '11년 1분기 이후 전년동기대비 증가세를 보이다가 '13년 1분기부터 전년동기대비 감소기조로 전환되었으며 '13년 4분기는 전년동기대비 64.8% 큰 폭의 감소
 - 중소형 업체 중, 게임빌은 '11년 4분기 이후 지속적인 신작 모바일게임들의 다수 출시 및 흥행 호조에 따른 해외 수요증가가 이어졌으나 '13년 4분기 수출액은 전년동기대비 다소 감소

22) 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 85개 선별(게임(20), 지식정보(8), 출판(9), 방송(22), 광고(4), 영화(7), 음악(10), 애니메이션/캐릭터(5)), 단 게임, 방송, 영화, 음악 등 4개 분야에 CJ E&M 중복적용. 자료의 출처는 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)에 등록된 기업보고서

- ※ 게임빌은 수요측면의 콘텐츠 스마트화에 부응하면서 공급측면에서 자체 개발 모바일게임의 지속 출시 및 다수 흥행작 출현으로 '11년 1분기 이후 전년동기대비 높은 수출액 증가율 기록했으나 '13년 4분기 들어 다소 감소했으며 '13년 4분기 수출액은 전년동기대비 20.5% 감소, 컴투스의 '13년 4분기 수출액은 전년동기대비 3.6% 감소
- ※ 와이디온라인의 '13년 4분기 수출액은 전년동기대비 9.0% 증가했으며, 웹젠은 '13년 4분기 수출액의 경우 전년동기대비 11.4% 증가

- 게임의 수출액은 '10년 2분기부터 '11년 4분기까지의 전분기대비 상승세. '12년 1분기 및 2분기 들어 다소 큰 폭의 하락을 기록하면서 '12년 3분기 이후 등락세. 향후 단말기 등 고성능 하드웨어의 출시와 함께 전반적인 게임 콘텐츠 이용 패러다임의 변화로 국내외 게임 이용자들은 지속 확대 예상되거나 공급자의 증가로 시장경쟁 치열 예상. 이에 흥행작 기반의 대내외 경쟁력 및 개발력을 보유한 모바일게임 개발사들 중심의 해외수출 증가 전망
- ※ '10년 4분기에서 '13년 3분기까지 전분기대비 12.1% 상승, 5.7% 상승, 5.3% 상승, 2.9% 상승, 55.7% 상승, 19.8% 하락, 9.1% 상승, 5.6% 하락, 8.8% 상승, 12.9% 하락, 14.5% 상승, 5.2% 상승

● **(출판)** '13년 4분기 수출액은 약 45억 4,000만 원으로 전년동기대비 61.3% 감소했으며, 전분기대비 6.4% 하락

- '13년 4분기 전체 콘텐츠산업 수출액에서 수출액 비중은 1.1%로 전년동기대비 1.9%p 하락
- ※ 대교, 능률교육, 예림당, 이퓨처의 '13년 4분기 수출액은 전년동기대비 63.8% 감소, 62.5% 감소, 13.3% 감소, 10.0% 증가

- 출판의 수출액은 '10년 2분기 이후 전분기대비 등락세에서 '12년 2분기부터 전반적인 상승세를 보이다가 '13년 3분기부터 하락세 전환

● **(방송)** '13년 4분기 수출액은 약 774억 7,000만 원으로 전년동기대비 72.9% 증가했으며 전분기대비 25.3% 상승

- '13년 4분기 전체 콘텐츠산업 수출액에서 수출액 비중은 18.3%로 전년동기대비 6.9%p 상승
- ※ CJ오쇼핑의 '13년 4분기 수출액은 전년동기대비 29.8% 증가했으며 전분기대비 4.5% 하락
- ※ CJ E&M 방송부문의 '13년 4분기 수출액은 전년동기대비 36.7% 감소했으며 전분기대비 13.5% 하락

※ 초록뱀미디어는 독립제작사로서 '13년 4분기 수출액의 경우 전년동기대비 9,133.3% 증가했으며 전분기대비 1,357.9% 상승. 팬엔터테인먼트의 '13년 4분기 수출액은 전년동기대비 174.4% 증가했으며 전분기대비 34.1% 하락

- 방송의 수출액은 '11년 1분기에서 '11년 4분기까지 전분기대비 하락세를 보이다가 '12년 2분기 이후 전반적으로 큰 폭의 등락기조이며 '13년 4분기는 전분기대비 다소 큰 폭 상승

● (영화) '13년 4분기 수출액은 약 163억 1,000만 원으로 전년동기대비 116.0% 증가했으며 전분기대비 408.1% 큰 폭 상승

- '13년 4분기 전체 콘텐츠산업 수출액에서 수출액 비중은 3.8%로 전년동기대비 1.9%p 상승

※ CJ E&M 영화부문의 '13년 4분기 수출액은 전년동기대비 103.1% 증가했으며 전분기대비 356.9% 상승

※ 미디어플렉스는 영화투자배급사로서 '13년 4분기 수출액은 전년동기대비 214.9% 증가했으며 전분기대비 1,041.7% 상승

- 영화는 '11년 1분기 이후 전분기대비 상승세에서 '12년 1분기부터 다소 큰 폭의 등락세이며, '13년 4분기는 전분기대비 큰 폭의 상승을 기록

● (음악) '13년 4분기 수출액은 약 506억 5,000만 원으로 전년동기대비 11.4% 감소했으며 전분기대비 2.2% 하락

- '13년 4분기 전체 콘텐츠산업 수출액에서 수출액 비중은 12.0%로 전년동기대비 2.5%p 하락

※ CJ E&M 음악부분의 '13년 4분기 수출액은 전년동기대비 228.9% 증가했으며 이외 업체는 전년동기대비 감소. 수출액 규모 측면에서는 SM엔터테인먼트, YG엔터테인먼트 등이 '13년 1분기 이후 음악 수출액 규모를 주도

- 음악은 '10년 2분기에서 4분기까지 전분기대비 하락세. '11년 1분기부터 '12년 1분기 및 '13년 1분기 다소 큰 폭의 하락을 제외하고, 전반적으로 상승 기조를 유지하다가 '13년 4분기 들어 약간 하락

- (애니메이션/캐릭터) '13년 4분기 수출액은 약 256억 3,000만 원으로 전년동기 대비 22.9% 증가했으며 전분기대비 8.5% 상승
 - '13년 4분기 전체 콘텐츠산업 수출액에서 수출액 비중은 6.0%로 전년동기 대비 0.7%p 상승
 - 애니메이션/캐릭터는 '10년 1분기 이후 전분기대비 등락기조를 보이다가 '13년 2분기부터 상승세 지속

〈표 1-19〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동

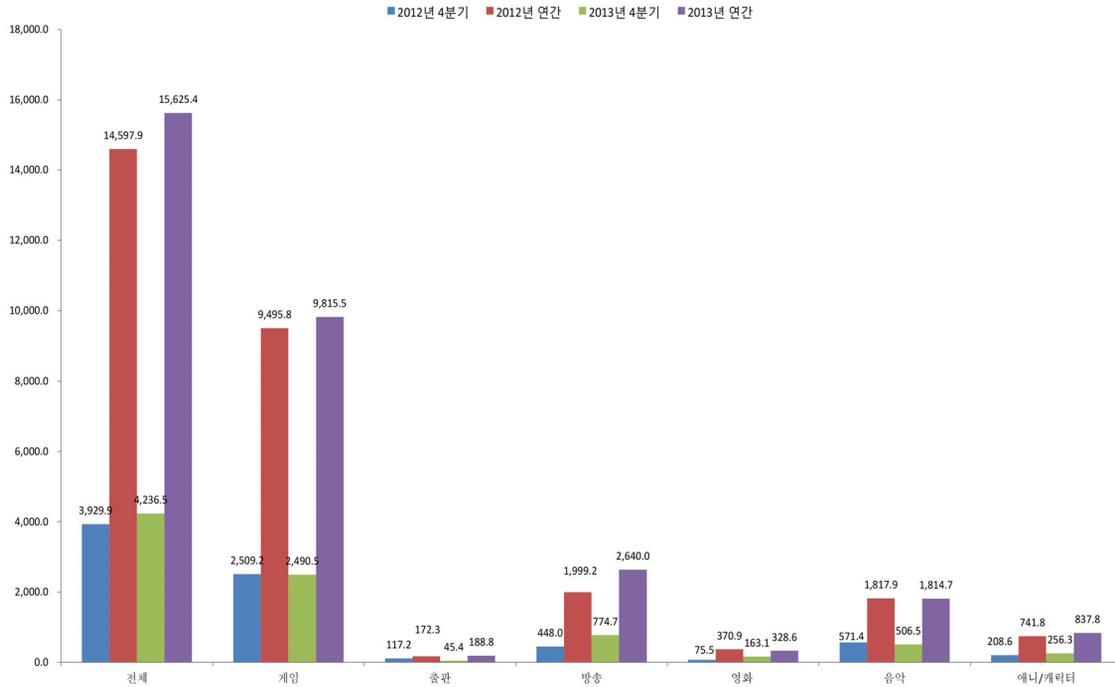
(단위: 억원, %)

구분	2012년		2013년					
	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2013년 (전년대비)	4분기 (전년동기)
게임	2,509.2 (8.8%)	9,495.8 (19.0%)	2,186.2 (-12.9%)	2,504.2 (14.5%)	2,634.6 (5.2%)	2,490.5 (-5.5%)	9,815.5 (3.4%)	-0.7%
지식 정보	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a		n/a	n/a
출판	117.2 (407.4%)	172.3 (38.8%)	43.5 (-62.9%)	51.4 (18.2%)	48.5 (-5.6%)	45.4 (-6.4%)	188.8 (9.6%)	-61.3%
방송	448.0 (-13.4%)	1,999.2 (27.2%)	644.3 (43.8%)	602.5 (-6.5%)	618.5 (2.7%)	774.7 (25.3%)	2,640.0 (32.1%)	72.9%
광고	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a		n/a	n/a
영화	75.5 (-38.5%)	370.9 (251.6%)	34.4 (-54.4%)	99.0 (187.8%)	32.1 (-67.6%)	163.1 (408.1%)	328.6 (-11.4%)	116.0%
음악	571.4 (3.8%)	1,817.9 (107.9%)	391.5 (-31.5%)	398.8 (1.9%)	517.9 (29.9%)	506.5 (-2.2%)	1,814.7 (-0.2%)	-11.4%
애니메이션/ 캐릭터	208.6 (4.7%)	741.8 (-6.9%)	154.6 (-25.9%)	190.6 (23.3%)	236.3 (24.0%)	256.3 (8.5%)	837.8 (12.9%)	22.9%
합계	3,929.9 (5.7%)	14,597.9 (27.5%)	3,454.5 (-12.1%)	3,846.5 (11.3%)	4,087.9 (6.3%)	4,236.5 (3.6%)	15,625.4 (7.0%)	7.6%

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 수출액을 적용, 'NH엔터테인먼트'는 '13년 2분기까지 회사분할전인 'NHN' 해외 수출데이터 부재 및 '13년 3분기부터 실적보고서상 수출액 대신 해외지역 매출액을 분석적용
- 2) 지식정보는 매출액 비중이 높은 포털사 등의 경우 산업의 특성상 내수 중심으로 영업활동이 이뤄지므로 분석에서 제외
- 3) 출판 중 '대교', '능률교육', '예림당', '이퓨처' 사업보고서에서 수출 발생
- 4) 방송 중 'CJ오쇼핑', 'GS홈쇼핑', 'CJ E&M', 'SBS콘텐츠허브', '한국경제TV', 'iMBC', '초록뱀', '팬엔터테인먼트', '키이스트' 사업보고서에서 수출 발생
- 5) 영화 중 '미디어플렉스', 'CJ E&M'에서 수출 발생
- 6) 음악 중 'CJ E&M', 'SM엔터테인먼트', '네오위즈인터넷', '소리바다', '캔들미디어', 'JYP엔터테인먼트', 'YG엔터테인먼트'에서 수출발생
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '시스템사이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외, '오로라월드'는 '13년 1분기에서 4분기까지 수출액데이터 부재로 '13년 해당분기 전체 매출액 대비 해외 비중 적용

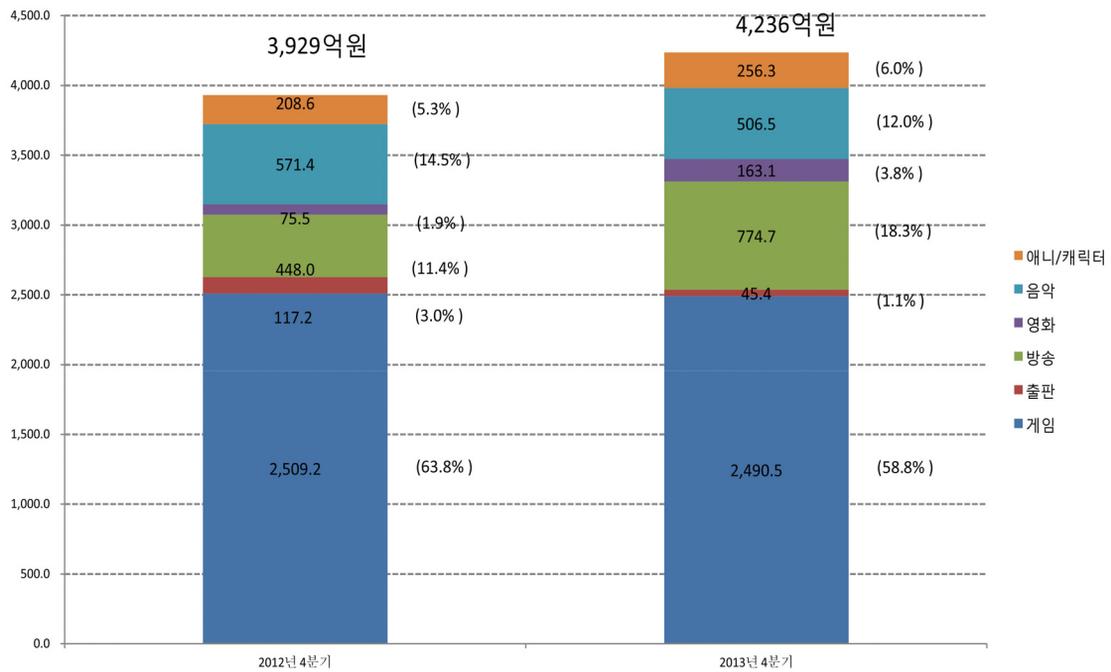
〈그림 I-11〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동

(단위 : 억원)



〈그림 I-12〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 누적

(단위 : 억원)



□ 2013년 연간 콘텐츠 업체 수출 동향

● 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 연간 수출액은 약 1조 5,625억 원으로 전년대비 7.0% 증가

- '13년 연간 콘텐츠산업 상장사 수출액 중 영화 및 음악을 제외하고 전 부문 전년대비 증가

※ 게임, 출판, 방송, 애니메이션/캐릭터 수출액은 '13년 연간 전년대비 3.4% 증가, 9.6% 증가, 32.1% 증가, 12.9% 증가

※ 영화 및 음악의 '13년 연간 수출액은 전년대비 11.4% 감소, 0.2% 감소

- 게임 및 방송의 '13년 연간 수출액은 '10년 연간 이후 증가세 지속

※ 게임의 '13년 연간 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 수출액 대비 비중은 62.8%로 '12년 연간 (65.0%) 대비 2.2%p 하락

- 음악의 수출액은 '11년 연간 및 '12년 연간 큰 폭의 증가에서 '13년 연간 들어 약간 감소를 기록

※ 음악의 '13년 연간 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 대비 수출액 비중은 11.6%로 '12년 연간 대비 0.9%p 하락

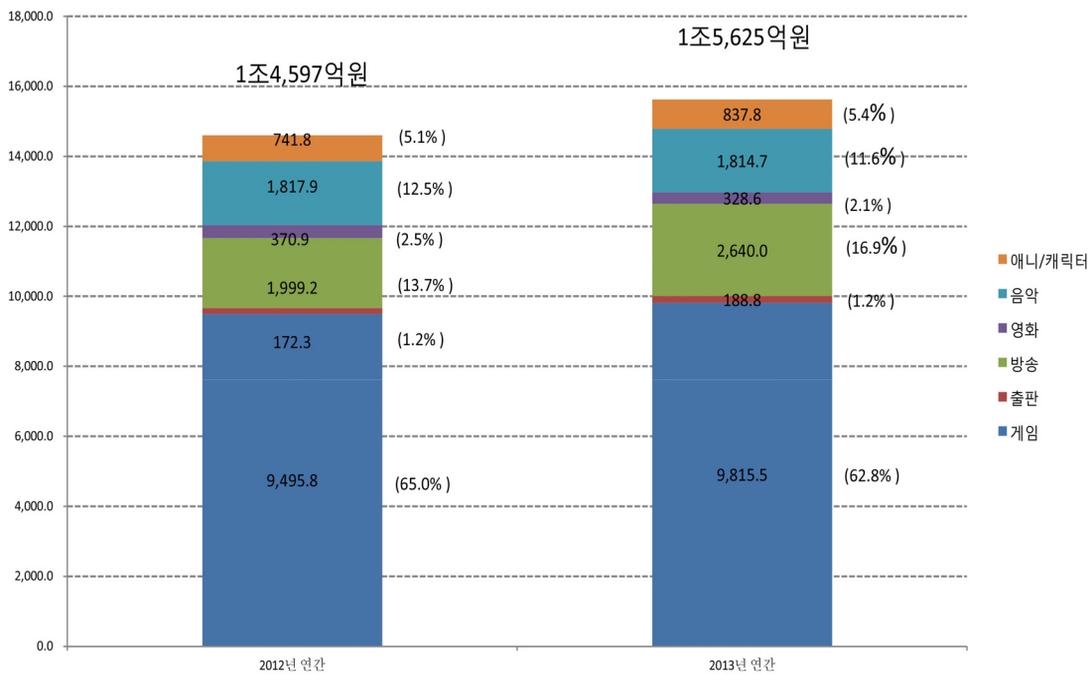
〈표 I -20〉 '11년 연간~'13년 연간 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동

(단위 : 억원)

구분	2011년		2012년		2013년	
	4분기 (전년동기)	연간 (전년대비)	4분기 (전년동기)	연간 (전년대비)	4분기 (전년동기)	연간 (전년대비)
게임	2,790.8 (78.3%)	7,980.3 (42.2%)	2,509.2 (-10.1%)	9,495.8 (19.0%)	2,490.5 (-0.7%)	9,815.5 (3.4%)
지식 정보	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
출판	85.8 (446.5%)	124.1 (173.3%)	117.2 (36.6%)	172.3 (38.8%)	45.4 (-61.3%)	188.8 (9.6%)
방송	384.4 (49.0%)	1,572.0 (80.3%)	448.0 (16.5%)	1,999.2 (27.2%)	774.7 (72.9%)	2,640.0 (32.1%)
광고	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
영화	45.4 (336.5%)	105.5 (653.6%)	75.5 (66.3%)	370.9 (251.6%)	163.1 (116.0%)	328.6 (-11.4%)
음악	510.9 (1,472.0%)	874.3 (93.6%)	571.4 (11.8%)	1,817.9 (107.9%)	506.5 (-11.4%)	1,814.7 (-0.2%)
애니메이션/ 캐릭터	218.2 (15.8%)	797.2 (12.6%)	208.6 (-4.4%)	741.8 (-6.9%)	256.3 (22.9%)	837.8 (12.9%)
합계	4,035.5 (94.9%)	11,453.4 (48.7%)	3,929.9 (2.6%)	14,597.9 (27.5%)	4,236.5 (7.8%)	15,625.4 (7.0%)

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 수출액을 적용. 'NHN엔터테인먼트'는 '13년 2분기까지 회사분할전인 'NHN' 해외 수출데이터 부재 및 '13년 3분기부터 실적보고서상 수출액 대신 해외지역 매출액 분석적용
- 2) 지식정보는 매출액 비중이 높은 포털사 등의 경우 산업의 특성상 내수 중심으로 영업활동이 이뤄지므로 분석에서 제외
- 3) 출판 중 '대교', '능률교육', '예림당', '이퓨처' 사업보고서에서 수출 발생
- 4) 방송 중 'CJ오쇼핑', 'GS홈쇼핑', 'CJ E&M', 'SBS콘텐츠허브', '한국경제TV', 'MBC', '초록뱀', '팬엔터테인먼트', '키이스트' 사업보고서에서 수출 발생
- 5) 영화 중 '미디어플렉스', 'CJ E&M'에서 수출 발생
- 6) 음악 중 'CJ E&M', 'SM엔터테인먼트', '네오위즈인터넷', '캔들미디어', '소리바다', 'JYP엔터테인먼트', 'YG엔터테인먼트'에서 수출발생
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스팀싸이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외. '오로라월드'는 '13년 1분기에서 4분기까지 수출액데이터 부재로 '13년 해당분기 전체 매출액 대비 해외 비중 적용

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



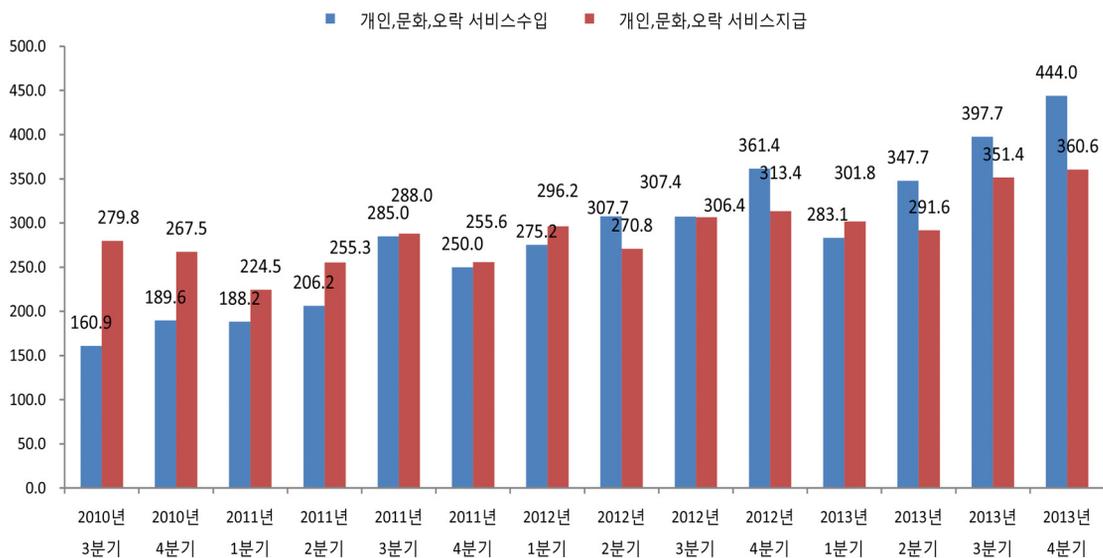
4.2. 서비스 국제수지(Balance Of Payments) 변화 추이

□ '13년 4분기 개인·문화·오락 서비스 수지(Services Balance) 추이²³⁾

- '13년 4분기 개인·문화·오락 서비스 수지는 약 8,340만 달러의 흑자 상태이며 전년동기대비 약 73.7% 큰 폭 증가
- '13년 4분기 개인·문화·오락 서비스 수입(Services Credit)은 약 4억 4,400만 달러로 전년동기대비 약 22.9% 증가
- '13년 4분기 개인·문화·오락 서비스 지급(Services Debit)은 약 3억 6,060만 달러로 전년동기대비 약 15.1% 증가
- 개인·문화·오락 서비스 수지는 '10년 3분기 약 1억 1,890만 달러의 가장 높은 적자를 기록 이후 흑자와 적자를 반복하다가 '13년 2분기부터 흑자 기조 지속. 이는 개인·문화·오락 서비스 수입규모의 상대적으로 높은 증가율에 기인

〈그림 I -14〉 개인·문화·오락 서비스 수지 추이

(단위 : 백만 달러)



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

□ '13년 연간 개인·문화·오락 서비스 수지(Services Balance) 추이²⁴⁾

- '13년 연간 개인·문화·오락 서비스 수지는 약 1억 6,710만 달러의 흑자를 보이고 있으며, 전년대비 약 157.5% 큰 폭 증가
 - '13년 연간 개인·문화·오락 서비스 수입(Services Credit)은 약 14억 7,250만 달러로 전년동기대비 약 17.6% 증가
 - '13년 연간 개인·문화·오락 서비스 지급(Services Debit)은 약 13억 540만 달러로 전년동기대비 약 10.0% 증가

〈표 1-21〉 '11년 연간~'13년 연간 개인·문화·오락 서비스 수지 변동

(단위 : 백만 달러)

구분	2011년		2012년		2013년	
	4분기 (전년동기)	연간 (전년대비)	4분기 (전년동기)	연간 (전년대비)	4분기 (전년동기)	연간 (전년대비)
개인,문화,오락 서비스수입	250,0 (31,9%)	929,4 (46,0%)	361,4 (44,6%)	1,251,7 (34,7%)	444,0 (22,9%)	1,472,5 (17,6%)
개인,문화,오락 서비스지급	255,6 (-4,4%)	1,023,4 (0,2%)	313,4 (22,6%)	1,186,8 (16,0%)	360,6 (15,1%)	1,305,4 (10,0%)
개인,문화,오락 서비스 수지	-5,6 (92,8%)	-94 (75,6%)	48 (957,1%)	64,9 (169,0%)	83,4 (73,7%)	167,1 (157,5%)

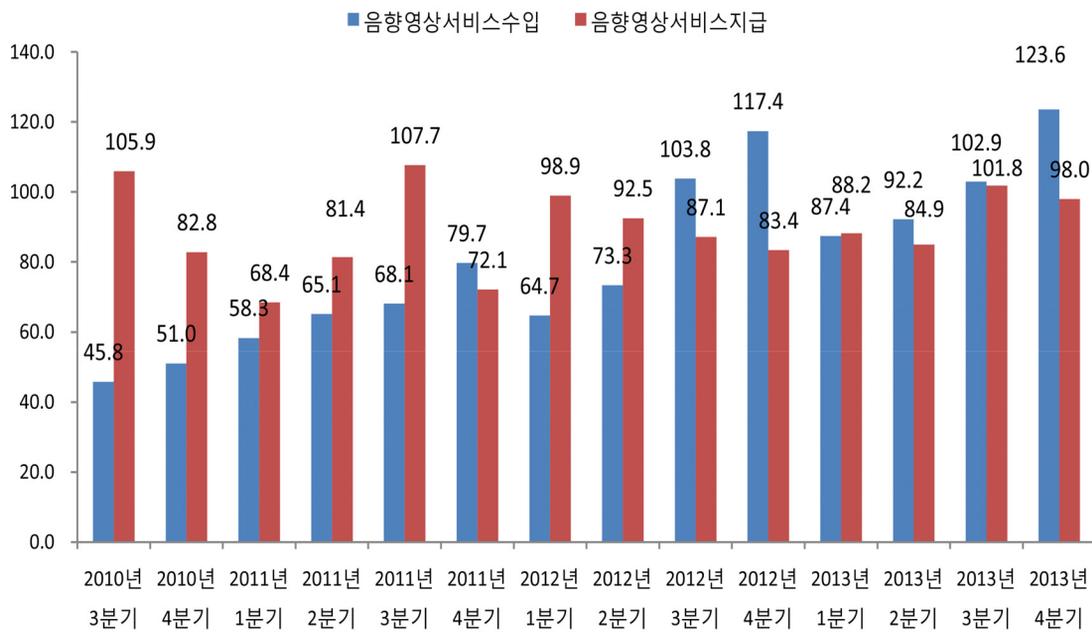
24) 개인, 문화 및 오락 서비스 수지는 하위 세부분류로 음향영상 서비스, 기타 개인오락문화 서비스로 구분

□ '13년 4분기 음향영상 서비스 수지 추이

- '13년 4분기 음향영상 서비스 수지는 약 2,560만 달러 흑자 상태이며 전년동기대비 약 24.7% 감소
- '13년 4분기 음향영상 서비스 수입은 약 1억 2,360만 달러로 전년동기대비 약 5.3% 증가
- '13년 4분기 음향영상 서비스 지급은 약 9,800만 달러로 전년동기대비 약 17.5% 증가
- 음향영상 서비스 수지는 '10년 3분기 약 6,010만 달러의 최고 적자를 기록한 후 '11년 4분기 들어 흑자 기록. '12년 2분기 이후 '13년 1분기를 제외하고 흑자기조 지속. '13년 4분기는 다소 높은 전년동기대비 감소를 보이고 있으며 이는 음향영상 서비스 지급의 높은 증가율에 기인

〈그림 I -15〉 음향영상 서비스 수지 추이

(단위 : 백만 달러)



□ '13년 연간 음향영상 서비스 수지 추이

- '13년 연간 음향영상 서비스 수지는 약 3,320만 달러 흑자 상태이며 전년대비 약 1,329.6% 큰 폭 증가
 - '13년 연간 음향영상 서비스 수입은 약 4억 610만 달러로 전년대비 약 13.1% 증가
 - '13년 연간 음향영상 서비스 지급은 약 3억 7,290만 달러로 전년대비 약 3.0% 증가

〈표 1-22〉 '11년 연간~'13년 연간 음향영상 서비스 수지 변동

(단위 : 백만 달러)

구분	2011년		2012년		2013년	
	4분기 (전년동기)	연간 (전년대비)	4분기 (전년동기)	연간 (전년대비)	4분기 (전년동기)	연간 (전년대비)
음향영상서비스 수입	79.7 (56.3%)	271.2 (43.8%)	117.4 (47.3%)	359.2 (32.4%)	123.6 (5.3%)	406.1 (13.1%)
음향영상서비스 지급	72.1 (-12.9%)	329.6 (-8.5%)	83.4 (15.7%)	361.9 (9.8%)	98.0 (17.5%)	372.9 (3.0%)
음향영상서비스 수지	7.6 (123.9%)	-58.4 (65.9%)	34 (347.4%)	-2.7 (95.4%)	25.6 (-24.7%)	33.2 (1,329.6%)

5 고용변화 추이

5.1. 문화산업분야 고용 변화 추이

□ 경기 상승기조로 서비스업 중심의 취업자수 증가

- 미국 양적완화 축소 등에 따른 신흥국 중심의 대외리스크에도 전반적인 세계 경기 상승으로 경상수지 흑자 지속과 내수 회복 기대감이 확대되면서 상용직 증가와 함께 서비스업 등의 취업자수 증가. 이에 따라 '13년 4분기 고용시장은 '13년 3분기에 이어 전년동기대비 양적 증가세 지속. 청년층 실업률은 전체 실업률 대비 높은 격차가 이어지고 있으며 연령별, 학력별, 근로형태별 등 고용의 편차가 지속되고 있어 이에 따른 실질적 및 맞춤형 대안 필요

- '13년 12월 경제활동인구는 2,573만 6천명으로 전년동월대비 42만 5,000명 (1.0%) 증가했으며, 경제활동참가율은 60.9%로 전년동월대비 0.8%p 증가
- '13년 12월 고용률은 59.1%로 '13년 3월 이후 전반적인 증가세와 함께 전년동월대비 0.8%p 상승했으며 이중 남자는 70.6%이며, 여자는 48.0%로 성별 고용률 격차 상존

〈표 1-23〉 '12년 10월~'13년 12월 고용률 추이

(단위 : %)

구분	2012년			2013년											
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
고용률	60.1	59.7	58.3	57.4	57.2	58.4	59.8	60.4	60.5	60.4	60.0	60.4	60.5	60.4	59.1

출처 : 통계청(2013), '12년 10월~'13년 12월 고용률

- '13년 12월 실업률은 3.0%로 전년동월대비 0.1%p 증가. 청년 실업률(15세~29세)은 전월대비 1.0%p 증가한 8.5%를 기록했으며 전년동월대비 1.0%p 상승. 향후 신흥국 중심의 리스크에 따른 수출 위축 우려가 있으나 미국, 일본, EU 등 세계 주요 국가들의 경기 상승세가 확대되면서 국내 경상수지 흑자 기조를 이어갈 경우, 국내 경기상승이 가시화되어 실업률 하락에 긍정적인 전망. 이중 내수 확대가 고용증대의 직접적 영향이 예상되기에 대내외 거시요인과 산업전반의 스마트와 등을 고려하면서 산업별, 연령별, 학력별 등 부합한 고용창출의 방안 필요

- 전체 실업률 추이는 '10년 1월 5.0% 수준에서 '12년 10월에 이르러 2.9%로 하락했으며 '13년 12월 실업률은 3.0%로 전년동월대비 0.1%p 상승. 실업자 수는 '11년 3월 약 107만 수준에서 하락세를 보이다가 '13년 12월의 실업자 수는 약 77만 명으로 전년동월대비 약 3만 7천 명 증가

〈표 1-24〉 '12년 10월~'13년 12월 실업률 추이

(단위 : %)

구분	2012년			2013년											
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
실업률	2.8	2.8	2.9	3.4	4.0	3.5	3.2	3.0	3.1	3.1	3.0	2.7	2.8	2.7	3.0

출처 : 통계청(2013), '12년 10월~'13년 12월 실업률

- 서비스업 분야에서 신규구인 규모가 증대되는 가운데, 특히 문화산업분야 산업별 '13년 4분기 신규구인 규모는 전년동기대비 증가 기록
 - '13년 12월 전체 구인현황은 19만 28명으로 전년동월대비 26.0% 증가했으며, '13년 4분기는 전년동기대비 5.2% 증가
 - 문화산업분야별 신규구인은 전체 구인의 전년동기대비 증가율에 비해 높으며 '13년 3분기에 이어 전반적으로 증가세
 - ※ '출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업'은 '13년 10월에서 12월까지 전년동월대비 8.1% 감소, 3.9% 감소, 5.3% 증가했으며, '13년 4분기는 전년동기대비 3.5% 감소. '예술스포츠 및 여가관련 서비스업'은 '13년 10월에서 12월까지 전년동월대비 56.1% 증가, 2.6% 증가, 18.5% 증가했으며, '13년 4분기는 전년동기대비 24.9% 증가
- 직종별로 보면, 신규구인 전년동월대비 증가를 기록했으며 '13년 4분기는 전년동기대비 신규구인 증가
 - '문화, 예술, 디자인, 방송 관련직'은 '13년 10월에서 12월까지 전년동월대비 5.4% 증가, 3.6% 증가, 45.6% 큰 폭으로 증가했으며 '13년 4분기는 전년동기대비 14.3% 비교적 큰 폭 증가
 - '미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직'은 '13년 10월에서 12월까지 전년동월대비 31.2% 증가, 1.5% 감소, 4.9% 증가했으며 '13년 4분기는 전년동기대비 10.1% 증가

〈표 I -25〉 문화산업별 및 직종별 신규구인인원

(단위 : 명, %)

구 분	2012년				2013년				'13년 전년동월대비 및 4분기 전년동기대비 증감률				
	10월	11월	12월	4분기	10월	11월	12월	4분기	'13년 10월	'13년 11월	'13년 12월	'13년 4분기	
전 체	236,424	197,471	150,818	584,713	229,596	195,406	190,028	615,030	-6,828 (△2.9)	-2,065 (△1.0)	39,210 (26.0)	30,317 (5.2)	
문화 산업 별	출판·영상· 방송통신 및 정보서비스업	5,607	4,779	3,083	13,469	5,155	4,595	3,245	12,995	-452 (△8.1)	-184 (△3.9)	162 (5.3)	-474 (△3.5)
	예술·스포츠 및 여가관련 서비스업	854	1,005	638	2,497	1,333	1,031	756	3,120	479 (56.1)	26 (2.6)	118 (18.5)	623 (24.9)
직종 별	문화, 예술, 디자인, 방 송 관련직	4,521	4,001	2,671	11,193	4,767	4,144	3,888	12,799	246 (5.4)	143 (3.6)	1,217 (45.6)	1,606 (14.3)
	미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직	1,592	2,428	999	5,019	2,088	2,391	1,048	5,527	496 (31.2)	-37 (△1.5)	49 (4.9)	508 (10.1)

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

- 문화산업분야 직종별 '13년 12월 취업률은 약 24.5%²⁵⁾로 '13년 9월 대비 약 0.8%p 상승 및 전년동월대비 약 1.9%p 상승

- '13년 12월 전체 신규 구직 현황을 살펴보면, 33만 8,732건으로 전년동월대비 30.2% 증가

- '13년 10월에서 12월까지 전체 신규구직 대비 취업률은 등락세이며 '13년 4분기 전체 신규 구직 대비 취업률은 40.5%로 전년동기대비 3.4%p 증가

- 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 '13년 4분기 신규 구직 대비 취업률은 각각 28.7%, 23.5%(평균 26.1%). 평균취업률 대비 전년동기대비 1.6%p 증가 및 전분기대비 3.2%p 상승

- 문화산업분야 '13년 12월 신규 구직 대비 구인 현황²⁶⁾ 21.4%(25.8%)²⁷⁾는 전체 현황²⁸⁾ 56.1%(66.8%)²⁹⁾ 보다 고용시장에 있어 약 35.0%p 취약한 구조이며, 구인 대비 실제 취업률은 '11년 3월 이후 전반적으로 높은 전체 구직대비 취업률 기록

25) 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 2013년 12월 취업률 합산하여 평균

26) 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 2013년 12월 신규구인/신규구직 합산

27) 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 2013년 9월 신규구인/신규구직 합산

28) 2013년 12월 전체 신규구인/신규구직

29) 2013년 9월 전체 신규구인/신규구직

- 문화산업 신규 구직에 비해 구인 현황은 약 12%~32%(14%~32%)³⁰⁾ 수준.
'10년에서 '13년까지 모든 분기에서 문화산업 관련 고용시장은 전체 고용시장 대비 수요-공급의 불균형이 이어지고 있으며 이에 따른 실질적 방안 구축 및 실시 필요
 - ※ 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 구인 대비 실제 취업률은 '13년 4분기 약 98.1%(86.3%)³¹⁾이며 전년동기대비 10.6%p 증가했으며, 전분기대비 11.8%p 상승
- 문화산업분야 직종 중 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직의 '13년 4분기 신규 구직 대비 구인 현황은 약 29.3%로 전년동기대비 약 2.5%p 감소했으며 전분기대비 약 0.6%p 하락
 - ※ '13년 4분기 전체 신규 구직 대비 구인비율은 61.4%로 전년동기대비 7.5%p 감소했으며 전분기대비 2.2%p 하락
- 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠, 관련직 '13년 4분기 신규 구직 대비 구인비율은 19.5%로 전년동기대비 0.9%p 감소했으며 전분기대비 3.0%p 상승.
'11년에서 '13년까지 모든 분기에서 전체 직종 대비 낮은 신규구직 대비 구인비율 지속

〈표 I -26〉 문화산업분야 직종별 신규구직 및 취업(희망직종별)

(단위 : 명, 건, %, %p 전년동월대비)

구분		2012년				2013년				'13년 전년동월대비 및 4분기 전년동기대비 증감률			
		10월	11월	12월	4분기	10월	11월	12월	4분기	'13년 10월	'13년 11월	'13년 12월	'13년 4분기
전체	신규 구직	307,670	281,360	260,132	849,162	362,427	300,836	338,732	1,001,995	17.8%	6.9%	30.2%	18.0%
	취업	118,848	120,033	75,935	314,816	151,200	140,184	114,117	405,501	27.2%	16.8%	50.3%	28.8%
	취업률	38.6%	42.7%	29.2%	37.1%	41.7%	46.6%	33.7%	40.5%	3.1%p	3.9%p	4.5%p	3.4%p
문화, 예술, 디자인, 방송 관련직	신규 구직	13,070	12,241	9,932	35,243	15,716	13,930	14,111	43,757	20.2%	13.8%	42.1%	24.2%
	취업	3,491	3,842	2,459	9,792	4,276	4,438	3,839	12,553	22.5%	15.5%	56.1%	28.2%
	취업률	26.7%	31.4%	24.8%	27.8%	27.2%	31.9%	27.2%	28.7%	0.5%p	0.5%p	2.4%p	0.9%p
미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직	신규 구직	8,874	9,072	6,684	24,630	10,259	9,149	9,006	28,414	15.6%	0.8%	34.7%	15.4%
	취업	1,739	2,121	1,354	5,214	2,184	2,532	1,956	6,672	25.6%	19.4%	44.5%	28.0%
	취업률	19.6%	23.4%	20.3%	21.2%	21.3%	27.7%	21.7%	23.5%	1.7%p	4.3%p	1.5%p	2.3%p

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

30) 2013년 7월~9월 및 3분기 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 신규구인/신규구직 비율

31) 2013년 3분기 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 구인대비 실제 취업률

5.2. 콘텐츠업체(상장사) 고용 변화 추이³²⁾

□ 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 4분기 종사자수는 3만 4,143명으로 전년동기대비 1.1% 감소했으며, 전분기대비 1.3% 하락

● 게임, 방송, 영화, 음악 등 4개 분야는 '13년 4분기 전년동기대비 6.2% 증가, 8.1% 증가, 24.8% 증가, 8.0% 증가

- 게임의 '13년 4분기 종사자수는 8,656명으로 전분기대비 2.4% 상승했으며 '11년 4분기 이후 하락세를 보이다가 '13년 3분기부터 상승

- 음악의 '13년 4분기 종사자수는 1,654명으로 전분기대비 1.3% 상승했으며 '12년 4분기 이후 전반적인 상승기조

- 방송의 '13년 4분기 종사자수는 8,012명으로 전분기대비 4.7% 상승했으며 '12년 4분기 이후 상승세

※ 지식정보, 출판의 '13년 4분기 종사자수는 5,947명, 5,932명으로 전년동기대비 20.4% 감소, 6.1% 감소했으며 전분기대비 13.0% 하락, 1.4% 하락

● '13년 4분기 콘텐츠산업 관련 상장사 종사자 비중을 보면 게임(25.4%), 방송(23.5%), 지식정보(17.4%), 출판(17.4%) 순이며 전체 종사자 대비 비중은 83.7%(85.0%)³³⁾로 '12년 4분기 대비 1.3%p 감소

- 게임, 방송, 영화, 음악 4개 부문의 '13년 4분기 종사자수 비중은 전년동기대비 1.8%p 증가, 2.0%p 증가, 1.1%p 증가, 0.4%p 증가

- 지식정보, 출판, 애니메이션/캐릭터 등 3개 부문의 '13년 4분기 종사자수 비중은 전년동기대비 4.2%p 감소, 0.9%p 감소, 0.1%p 감소

● 콘텐츠산업 관련 상장사 종사자는 '09년 2분기 이후 전반적인 상승기조가 '12년 3분기부터 전분기대비 하락세로 전환. '13년 4분기 들어 전분기대비 약간 하락

- '12년 4분기에서 '13년 3분기까지 콘텐츠산업 관련 종사자수는 전분기대비 1.7% 하락, 1.7% 하락, 0.1% 하락, 1.9% 상승

32) 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 85개 선별(게임(20), 지식정보(8), 출판(9), 방송(22), 광고(4), 영화(7), 음악(10), 애니메이션/캐릭터(5)), 단 게임, 방송, 영화, 음악 등 4개 분야에 CJ E&M 중복적용. 자료의 출처는 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)에 등록된 기업보고서

33) 2012년 3분기 비중

- 취업은 '13년 4분기 이후 신흥국들 중심의 리스크에도 미국, 유로 등 선진국들의 완만한 경기회복이 예상되기에 국내 경기 상승기대 확대. 이러한 거시적 요인 뿐 아니라 미시적으로 지속적인 스마트 환경 변화가 콘텐츠 수요 확대에 긍정적일 경우, 대내외 경쟁력과 고부가가치 콘텐츠 공급력을 보유한 기업들의 신규 고용증대 전망

〈표 1-27〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동

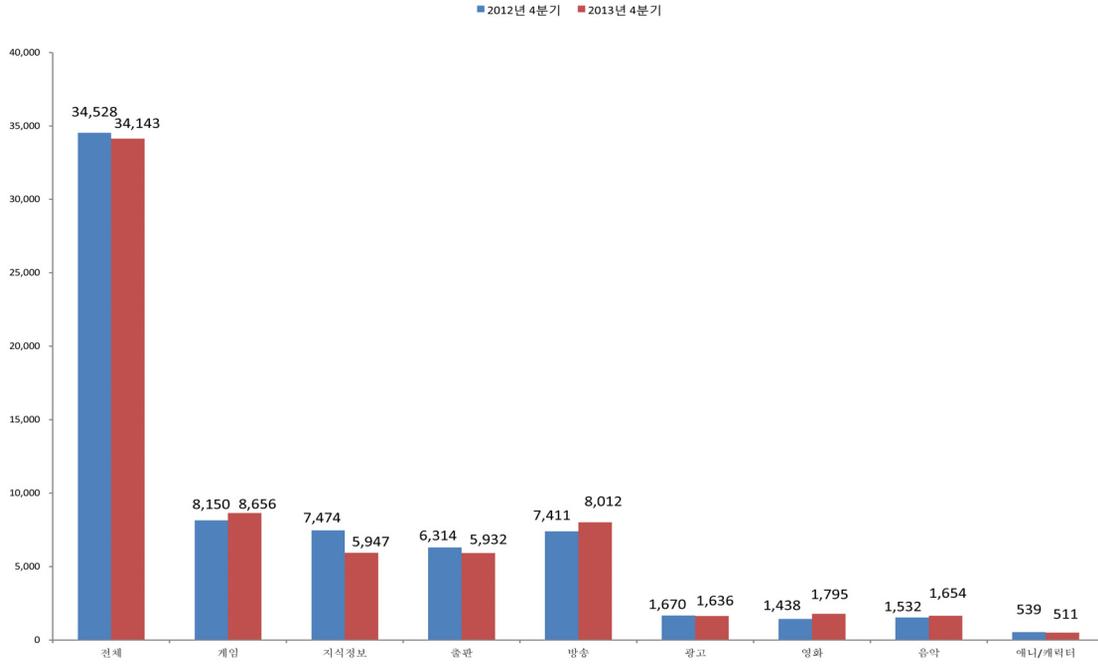
(단위 : 명, %)

구분	2012년	2013년				전년동기대비 (4분기)
	4분기 (전분기대비)	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	
게임	8,150 (2.4%)	7,905 (-3.0%)	7,660 (-3.1%)	8,450 (10.3%)	8,656 (2.4%)	6.2%
지식정보	7,474 (-4.2%)	7,024 (-6.0%)	6,988 (-0.5%)	6,838 (-2.1%)	5,947 (-13.0%)	-20.4%
출판	6,314 (-6.4%)	6,195 (-1.9%)	6,224 (0.5%)	6,014 (-3.4%)	5,932 (-1.4%)	-6.1%
방송	7,411 (-0.7%)	7,438 (0.4%)	7,524 (1.2%)	7,649 (1.7%)	8,012 (4.7%)	8.1%
광고	1,670 (0.1%)	1,706 (2.2%)	1,691 (-0.9%)	1,713 (1.3%)	1,636 (-4.5%)	-2.0%
영화	1,438 (-2.4%)	1,543 (7.3%)	1,694 (9.8%)	1,768 (4.4%)	1,795 (1.5%)	24.8%
음악	1,532 (4.0%)	1,600 (4.4%)	1,631 (1.9%)	1,632 (0.1%)	1,654 (1.3%)	8.0%
애니메이션/ 캐릭터	539 (-1.5%)	543 (0.7%)	516 (-5.0%)	525 (1.7%)	511 (-2.7%)	-5.2%
합계	34,528 (-1.7%)	33,954 (-1.7%)	33,928 (-0.1%)	34,589 (1.9%)	34,143 (-1.3%)	-1.1%

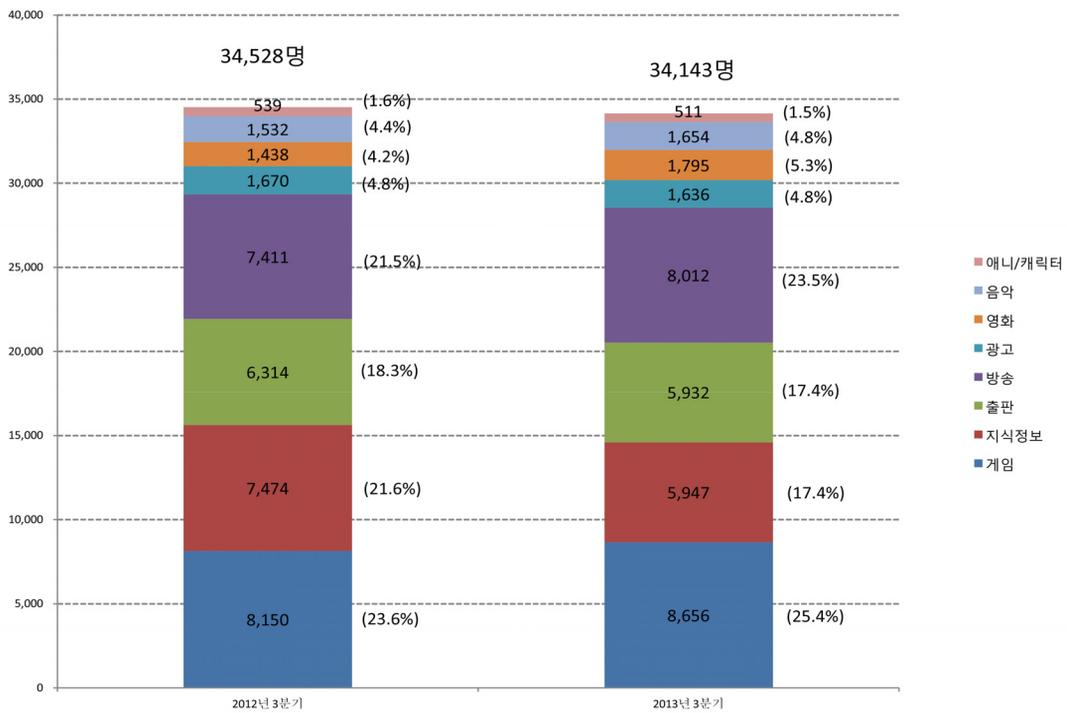
- 1) 게임 중 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 게임부문 종사자수를 적용. 'NHN엔터테인먼트'는 '13년 3분기부터 실적보고서상 종사자수 적용 및 분석
 - 2) 지식정보 중 '네이버'는 '13년 2분기까지 회사분할전인 'NHN'의 실적보고서상 종사자수 적용 및 '13년 3분기부터 회사분할 후 실적보고서상 종사자수 적용. '메가스터디'는 업종의 특성상 출판에서 지식정보로 변경 적용. '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
 - 3) 출판 중 '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용. '메가스터디'는 지식정보로 변경에 따라 분석에서 제외
 - 4) 방송 중 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 방송부문 종사자수를 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠리'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로드도봉강북방송' 및 '한빛방송'은 '12년 11월 상장폐지되어 분석 제외. '키이스트'는 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 분석 적용
 - 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 영화부문 종사자수를 적용. '키이스트'는 방송적용으로 분석 제외
 - 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료 확보 및 음악부문 종사자수를 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료 확보 및 분석적용. '예담미디어'는 '13년 10월 상장폐지되어 분석에서 제외
 - 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터테인먼트'와 '시스템사이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외
- * 본 자료의 출처인 기업보고서는 누적 분기 단위로 표기되었으나 고용 인원은 flow가 아닌 stock 개념임을 감안하여 보고서의 데이터를 그대로 적용

〈그림 I-16〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동

(단위 : 명)



〈그림 I-17〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 누적



(단위 : 명)

6 상장사 재무분석

6.1. 콘텐츠산업 상장사 재무제표 변화 추이

□ 전체산업 대비 콘텐츠산업

〈표 I -28〉 '12년 4분기 vs '13년 4분기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체(상장사) 비교

(단위 : 억원)

구분		2012년 4분기	2012년 연간	2013년 4분기 ³⁴⁾	2013년 연간 ³⁵⁾	4분기 전년동기	연간 전년동기
매출액*	콘텐츠업체(상장사)	54,223.70	198,181.70	59,090.30	216,614.40	8.98%	9.30%
	전체상장사	2,656,437.00	10,995,813.00	2,706,039.00	11,091,708.00	1.87%	0.87%
	비중	2.04%	1.80%	2.18%	1.95%	0.14%p	0.15%p
영업이익**	콘텐츠업체(상장사)	6,516.75	24,237.81	6,274.20	23,937.40	△3.72%	△1.24%
	전체상장사	116,932.00	584,202.00	112,399.00	604,033.00	△3.88%	3.39%
	비중	5.57%	4.15%	5.58%	3.96%	0.01%p	△0.19%p
영업이익률***	콘텐츠업체(상장사)	12.02%	12.23%	10.62%	11.05%	△1.40%p	△1.18%p
	전체상장사	4.40%	5.31%	4.15%	5.45%	△0.25%p	0.14%p

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

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

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

- '13년 4분기 전체 상장사 중 콘텐츠산업 관련 상장사가 차지하는 매출액 비중은 약 2.18%로 전년동기대비 약간 증가. 콘텐츠산업 관련 상장사 매출액은 '11년 1분기 이후 전년동기대비 성장기조가 이어지고 있으며 전체 상장사 대비 높은 증가율 기록(콘텐츠산업 8.98% 증가 vs 전체상장사 1.87% 증가). '13년 4분기 영업이익은 콘텐츠산업 관련 상장사의 경우 전체 상장사 대비 전년동기대비 다소 낮은 감소율 기록(콘텐츠산업 3.72% 감소 vs 전체상장사 3.88% 감소)

34) 전체 상장사 4분기 실적 데이터는 2013년 3분기누적보고서 제출대상 12월 결산 상장법인 697사 중 비교 가능한 614개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준(출처 : 2013년 12월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)과 2013년 사업연도 제출대상 12월 결산 상장법인 702사 중 비교 가능한 613개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 차감 추계(출처 : 2014년 4월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)

35) 전체 상장사 데이터는 2013년 사업연도 제출대상 12월 결산 상장법인 702사 중 비교 가능한 613개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계(출처 : 2014년 4월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)

- '13년 4분기 전체 상장사 매출액에서 콘텐츠 관련 업체의 매출액 비중은 전년동기대비 0.14%p 증가
 - ※ '13년 4분기 전체 상장사의 매출액은 전년동기대비 1.87% 증가. 이는 '09년 금융위기에 따른 경기저점 이후 '10년부터 국내외 경기회복으로 반도체, 자동차 등 대외 경쟁력을 보유한 제조업을 중심으로 수출 및 매출액 성장. 다만, '11년 하반기에 발생한 유럽재정위기 등 대외요인이 국내 경기에 직접적으로 영향을 주면서 일부 대기업을 제외한 매출액 성장 정체. 향후 일부 신흥국의 불안요인이 상존하지만 미국, 유로 등 선진국 중심의 경기회복 기대감이 증대되기에 전체상장사 실적 상승 요인을 위한 다각적인 모니터링 구축 필요
- '13년 4분기 전체 상장사 영업이익에서 콘텐츠산업 관련 상장사의 영업이익 비중은 약 5.58%
 - ※ 전체 상장사 영업이익 대비 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익의 '13년 4분기 비중은 전년동기대비 약 0.01%p 증가
- 콘텐츠산업 상장사의 '13년 4분기 영업이익률은 약 10.6%로 전체 상장사 영업이익률 대비 약 2배 이상 높은 수준
- 콘텐츠산업 상장사의 영업이익률은 '13년 4분기 전년동기대비 약 1.40%p 감소
 - ※ 전체 상장사의 영업이익률은 약 4.15%로 전년동기대비 0.25%p 감소

〈표 1-29〉 '13년 3분기 및 '13년 4분기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체(상장사) 자기자본 부채비율

(단위 : 억원)

구 분	콘텐츠업체(상장사)			전체상장사		
	2013년 3분기	2013년 4분기	증감률	2013년 3분기 ³⁶⁾	2013년 4분기 ³⁷⁾	증감률
자산총계	283,309.2	291,302.6	2.82%	13,271,570.0	12,999,024.0	△2.05%
부채총계	98,782.5	105,238.3	6.54%	6,038,601.0	5,900,196.0	△2.29%
자본총계	184,206.5	186,063.8	1.01%	7,232,969.0	7,098,828.0	△1.85%
부채비율	53.60%	56.60%	3.00%p	83.49%	83.12%	△0.37%p

- '13년 3분기 및 '13년 4분기 콘텐츠산업 관련 상장사의 자기자본 부채비율³⁸⁾은 53.6% 및 56.6%로 전체상장사 자기자본 부채비율 대비 낮은 수준

36) 전체 상장사 데이터는 2013년 3분기보고서 제출대상 12월 결산 상장법인 697사 중 비교 가능한 614개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계

37) 전체 상장사 데이터는 2013년 사업연도 제출대상 12월 결산 상장법인 702사 중 비교 가능한 613개사 대상 개별(별도) 재무제표 기준으로 추계 (출처 : 2014년 4월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)

38) 부채비율 = 총부채/총자본 : 재무적 위험도 파악 지표

- '13년 4분기 콘텐츠산업 상장사 자기자본 부채비율은 전분기대비 약 3.0%p 상승

※ '13년 4분기 전체 상장사 자기자본 부채비율은 83.12%로 전분기대비 약 0.37%p 하락

□ 2013년 연간 전체산업 대비 콘텐츠산업

- '13년 연간 전체 상장사 중 콘텐츠산업관련 상장사의 매출액 비중은 약 1.95%. 영업이익의 경우 '13년 연간 콘텐츠산업 상장사는 전체 상장사 대비 다소 높은 전년대비 증가를 기록 (콘텐츠산업 9.30% 증가 vs 전체상장사 0.87% 증가)
 - '13년 연간 전체 상장사 매출액 중 콘텐츠 업체의 매출액 비중은 1.95%로 전년대비 0.15%p 증가
 - '13년 연간 전체 상장사 영업이익 중 콘텐츠산업 관련 상장사의 영업이익 비중은 약 3.96%
 - ※ 전체 상장사 영업이익 대비 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익의 '13년 연간 비중은 전년대비 약 0.19%p 감소
 - 콘텐츠산업 상장사의 '13년 연간 영업이익률은 약 11.0%로 전체 상장사 영업이익률 대비 약 2배 높은 수준
 - 콘텐츠산업 상장사의 영업이익률은 '13년 연간 전년대비 1.18%p 감소
 - ※ 전체 상장사의 '13년 연간 영업이익률은 전년동기대비 0.14%p 증가

6.1.1. 콘텐츠산업 상장사 성장성 변화 추이

□ 자산증가율³⁹⁾ 변화 추이

〈표 I-30〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 자산증가율 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 3분기	2013년 4분기	2013년 4분기 전년동기증감
전체	2.3%	2.0%	△4.7%	△1.9%	2.8%	0.5%p
게임	0.2%	5.2%	△27.8%	1.1%	△2.3%	△2.5%p
지식정보	0.3%	6.1%	3.3%	△14.6%	4.6%	4.3%p
출판	1.4%	△0.5%	△3.0%	2.0%	1.4%	0.0%p
방송	6.0%	3.0%	1.3%	2.5%	5.4%	△0.6%p
광고	4.5%	△13.9%	11.3%	△7.8%	1.5%	△3.0%p
영화	△3.7%	1.4%	1.1%	△1.5%	3.5%	7.2%p
음악	7.6%	1.6%	4.0%	4.0%	9.3%	1.7%p
애니메이션/캐릭터	△2.1%	△6.0%	△1.3%	△1.3%	1.2%	3.3%p

● 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 4분기 자산증가율은 2.8%로 전년동기대비 0.5%p 증가

- '12년 4분기 2.3%를 기록한 후 등락과 함께 상승세이며, 전분기대비 4.7%p 증가

- 음악의 '13년 4분기 자산증가율은 각각 9.3%로 전체 콘텐츠산업 상장사 자산증가율 대비 가장 높은 수준이며 전년동기대비 1.7%p 증가

- 지식정보, 방송, 영화의 '13년 4분기 자산증가율은 4.6%, 5.4%, 3.5%로 전체 콘텐츠산업 대비 다소 높은 수준을 기록

※ 게임, 출판, 광고, 애니메이션/캐릭터의 '13년 4분기 자산증가율은 각각 -2.3%, 1.4%, 1.5%, 1.2%로 낮은 수준

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

□ 투자증가율⁴⁰⁾ 변화 추이

〈표 I-31〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 투자증가율 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 3분기	2013년 4분기	2013년 4분기 전년동기증감
전체	2.5%	2.5%	2.9%	1.9%	2.9%	0.4%p
게임	4.1%	2.6%	5.6%	2.0%	2.9%	△1.2%p
지식정보	1.6%	3.8%	2.7%	0.9%	4.9%	3.3%p
출판	1.4%	△2.1%	2.8%	0.9%	0.6%	△0.8%p
방송	2.9%	3.5%	2.1%	3.3%	3.6%	0.7%p
광고	△1.9%	△2.4%	△2.8%	△1.9%	0.1%	2.0%p
영화	4.6%	1.8%	3.0%	3.6%	1.2%	△3.4%p
음악	4.7%	3.3%	2.0%	2.2%	7.0%	2.3%p
애니메이션/ 캐릭터	1.2%	0.7%	△3.6%	1.8%	△0.4%	△1.6%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 4분기 투자증가율은 2.9%로 전년동기대비 0.4%p 증가
 - '12년 4분기 투자증가율 2.5% 기록 이후 등락세이며 '13년 4분기는 전분기 대비 1.0%p 상승
 - 게임, 출판, 광고, 영화의 '13년 4분기 투자증가율은 2.9%, 0.6%, 0.1%, 1.2%로 전체 콘텐츠산업 상장사에 비해 다소 낮으며 전년동기대비 1.2%p 감소, 0.8%p 감소, 2.0%p 증가, 3.4%p 감소
 - ※ 게임 투자증가율은 '12년 4분기 이후 등락기조이며 '13년 4분기는 전분기대비 0.9%p 상승
 - ※ 출판의 투자증가율은 '12년 4분기 1.4% 기록 이후 전반적으로 하락세이며 '13년 4분기 전분기대비 0.3%p 하락
 - 지식정보, 방송, 음악의 '13년 4분기 투자증가율은 4.9%, 3.6%, 7.0%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 높은 수준이며 전년동기대비 3.3%p 증가, 0.7%p 증가, 2.3%p 증가
 - ※ 지식정보 투자증가율은 '12년 4분기 이후 등락과 함께 상승세이며 '13년 4분기 전분기대비 4.0%p 다소 큰 폭 상승
 - ※ 음악 투자증가율은 '13년 2분기 이후 상승세이며 '13년 4분기 전분기대비 4.8%p 다소 큰 폭 상승

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

- 애니메이션/캐릭터의 '13년 4분기 투자증가율은 -0.4%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 낮은 수준이며 전년동기대비 1.6%p 감소

※ 애니메이션/캐릭터의 투자증가율은 '12년 4분기 이후 비교적 높은 등락과 함께 감소세이며 '13년 4분기 전분기대비 2.2%p 하락

□ 사내유보율⁴¹⁾ 변화 추이

〈표 I -32〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 사내유보율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 3분기	2013년 4분기	2013년 4분기 전년동기증감
전체	238.8%	244.5%	247.5%	223.0%	222.9%	△15.9%p
게임	369.6%	392.3%	390.2%	162.6%	160.0%	△209.6%p
지식정보	384.7%	384.1%	394.5%	566.1%	564.3%	179.6%p
출판	253.3%	254.1%	253.7%	256.5%	256.6%	3.3%p
방송	195.6%	201.8%	202.5%	208.6%	214.7%	19.1%p
광고	379.5%	380.3%	394.3%	402.6%	421.5%	42.0%p
영화	156.3%	161.4%	162.1%	167.5%	157.0%	0.7%p
음악	102.9%	106.0%	107.6%	112.2%	110.9%	8.0%p
애니메이션/ 캐릭터	78.0%	70.0%	65.1%	61.7%	53.0%	△25.0%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 4분기 사내유보율은 222.9%로 전년동기대비 15.9%p 감소

- '12년 4분기 사내유보율은 238.8% 기록한 이후 상승하다가 '13년 4분기는 전분기대비 0.1%p 하락

- 지식정보, 출판, 광고의 '13년 4분기 사내유보율은 564.3%, 256.5%, 421.5%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 높은 수준이며 전년동기대비 179.6%p 증가, 3.3%p 증가, 42.0%p 증가

※ 지식정보의 사내유보율은 '12년 4분기 이후 상승세이나 '13년 4분기는 전분기대비 1.8%p 약간 하락

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

- 게임, 방송, 영화, 음악의 '13년 4분기 사내유보율은 160.0%, 214.7%, 157.0%, 110.9%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 다소 낮은 수준. '13년 4분기 전년동기대비 209.6%p 큰 폭 감소, 19.1%p 증가, 0.7%p 증가, 8.0%p 증가
- ※ 애니메이션/캐릭터의 사내유보율은 가장 낮은 수준을 기록했으며 '12년 4분기 이후 지속적으로 하락기조이며 '13년 4분기는 전분기대비 8.7%p 하락

6.1.2. 콘텐츠산업 상장사 수익성 변화 추이

□ 영업이익률 변화 추이

〈표 1-33〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익률 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 3분기	2013년 4분기	2013년 4분기 전년동기증감
전체	12.0%	11.1%	12.1%	10.5%	10.6%	△1.4%p
게임	17.7%	18.3%	20.6%	21.3%	13.8%	△3.9%p
지식정보	21.6%	18.7%	20.6%	16.2%	17.1%	△4.5%p
출판	5.6%	5.7%	1.8%	3.7%	7.1%	1.5%p
방송	11.7%	10.6%	12.0%	9.2%	11.3%	△0.4%p
광고	6.9%	1.5%	5.7%	4.2%	6.2%	△0.7%p
영화	7.0%	9.7%	5.2%	7.3%	1.9%	△5.1%p
음악	10.0%	7.9%	7.5%	8.5%	9.9%	△0.1%p
애니메이션/ 캐릭터	△8.5%	△11.7%	△11.8%	△8.6%	△13.2%	△4.7%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 4분기 영업이익률은 10.6%로 전년동기대비 1.4%p 감소했으며, 전분기대비 0.1%p 상승
- '12년 4분기 영업이익률은 12.0% 기록한 후 등락세이며 '13년 4분기는 전분기대비 약간 상승
- 게임, 지식정보의 '13년 4분기 영업이익률은 13.8%, 17.1%로 '12년 2분기 이후 타 콘텐츠산업 대비 가장 높은 수준을 유지하고 있으며 전년동기대비 3.9%p 하락, 4.5%p 하락
- ※ 게임 상장사들은 전반적인 시장경쟁이 치열한 상황에도 '13년 하반기부터 해외 경기회복과 함께 개발 분야를 중심으로 국내외 경쟁력을 확보하고 있어 해외시장에서 가시적인 성과 도출 가능성이 높은 상황. 지식정보는 기존 유선 기반의 온라인광고 및 검색광고 뿐 아니라 무선 인터넷을 연계한 게임, 만화 등 스마트콘텐츠 수요 증가로 높은 영업이익률 지속

- 방송의 '13년 4분기 영업이익률은 11.3%로 '12년 4분기 이후 등락세이며 전년동기대비 0.4%p 감소했으며 전분기대비 2.1%p 상승
- 영화 영업이익률은 '12년 4분기 이후 다소 큰 폭의 등락기조이며 '13년 4분기의 영업이익률은 1.9%로 전년동기대비 5.1%p 감소했으며 전분기대비 5.4%p 하락
- 음악 영업이익률은 '12년 4분기 이후 하락하다가 '13년 2분기부터 상승세이며 '13년 3분기는 9.9%로 전년동기대비 0.1%p 감소했으며 전분기대비 1.4%p 상승
- 광고 영업이익률은 '13년 4분기에 6.2%를 기록했으며 전년동기대비 0.7%p 감소했으며 전분기대비 2.0%p 상승
 - ※ 출판의 '13년 4분기 영업이익률은 7.1%로 '12년 4분기 이후 전반적으로 높은 등락폭 기록, '13년 4분기는 전년동기대비 1.5%p 증가했으며 전분기대비 3.4%p 상승
- 애니메이션/캐릭터 영업이익률은 '12년 4분기부터 영업적자를 기록하고 있으며 '13년 4분기는 전년동기대비 4.7%p 감소
 - ※ 애니메이션/캐릭터 '13년 4분기 영업이익률은 13.2% 영업적자 상태이며 전분기대비 4.6%p 악화

□ 자산영업이익률⁴²⁾ 변화 추이

〈표 1-34〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 자산영업이익률 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 3분기	2013년 4분기	2013년 4분기 전년동기증감
전체	2.2%	1.8%	2.3%	2.0%	2.2%	0.0%p
게임	1.8%	2.0%	3.2%	3.0%	2.1%	0.3%p
지식정보	3.6%	3.0%	3.6%	3.3%	3.5%	△0.1%p
출판	1.2%	1.3%	0.4%	0.8%	1.6%	0.4%p
방송	2.6%	2.1%	2.5%	1.8%	2.4%	△0.2%p
광고	2.4%	0.4%	1.9%	1.4%	2.6%	0.2%p
영화	1.4%	1.8%	0.9%	1.8%	0.4%	△1.0%p
음악	2.8%	1.9%	1.8%	2.3%	2.7%	△0.1%p
애니메이션/ 캐릭터	△1.5%	△1.9%	△1.8%	△1.5%	△2.6%	△1.1%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 4분기 자산영업이익률은 2.2%로 전년동기대비 동일수준이며 전분기대비 0.2%p 상승

- '12년 4분기 자산영업이익률은 2.2%를 기록한 후 등락세

- 지식정보, 방송, 광고, 음악의 '13년 4분기 자산영업이익률은 3.5%, 2.4%, 2.6%, 2.7%로 전체 콘텐츠상장사 대비 높은 수준이며 전년동기대비 0.1%p 감소, 0.2%p 감소, 0.2%p 증가, 0.1%p 감소

- ※ 지식정보, 방송, 광고, 음악의 '13년 4분기 자산영업이익률은 전분기대비 0.2%p 상승, 0.6%p 상승, 1.2%p 상승, 0.4%p 상승

- 게임, 출판의 '13년 4분기 자산영업이익률은 2.1%, 1.6%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 다소 낮은 수준이며 전년동기대비 0.3%p 증가, 0.4%p 증가

- ※ 게임, 출판의 '13년 4분기 자산영업이익률은 전분기대비 0.9%p 하락, 0.8%p 상승

- 영화의 '13년 4분기 자산영업이익률은 0.4%로 가장 낮으며 전년동기대비 1.0%p 감소, 전분기대비 1.4%p 하락

- 애니메이션/캐릭터 자산영업이익률은 '12년 4분기부터 적자상태가 지속되고 있으며 '13년 4분기는 -2.6%로 전년동기대비 1.1%p 감소

- ※ 애니메이션/캐릭터 자산영업이익률은 '13년 4분기 전분기대비 1.1%p 하락

42) 자산영업이익률 = 영업이익액/자산×100

□ 자본영업이익률 변화 추이

〈표 I-35〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 자본영업이익률 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 3분기	2013년 4분기	2013년 4분기 전년동기증감
전체	3.5%	2.9%	4.0%	3.0%	3.4%	△0.1%p
게임	2.6%	3.1%	4.1%	3.8%	2.6%	0.0%p
지식정보	5.0%	4.2%	12.6%	4.7%	5.3%	0.3%p
출판	1.8%	1.8%	0.5%	1.1%	2.3%	0.5%p
방송	4.2%	3.3%	3.8%	2.7%	3.8%	△0.4%p
광고	6.8%	1.2%	5.6%	3.8%	6.7%	△0.1%p
영화	3.3%	4.2%	2.1%	3.9%	0.8%	△2.5%p
음악	3.8%	2.5%	2.4%	3.2%	3.9%	0.1%p
애니메이션/ 캐릭터	△2.6%	△3.2%	△3.2%	△2.7%	△5.1%	△2.5%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 4분기 자본영업이익률은 3.4%로 전년동기대비 0.1%p 감소했으며 전분기대비 0.4%p 상승
 - '12년 4분기의 자본영업이익률은 3.5%이며 이후 등락세
 - 지식정보, 방송, 광고, 음악의 '13년 4분기 자본영업이익률은 5.3%, 3.8%, 6.7%, 3.9%로 전체 상장사 대비 높은 수준이며 전년동기대비 0.3%p 증가, 0.4%p 감소, 0.1%p 감소, 0.1%p 증가
 - ※ 지식정보, 방송, 광고의 자본영업이익률은 '12년 4분기 이후 등락세이며, '13년 4분기 전분기대비 0.6%p 상승, 1.1%p 상승, 2.9%p 상승
 - ※ 음악의 자본영업이익률은 '12년 4분기 이후 하락하다가 '13년 2분기부터 상승세이며 '13년 4분기는 전분기대비 0.7%p 상승
 - 게임, 출판의 '13년 4분기 자본영업이익률은 2.6%, 2.3%로 전체 상장사 대비 다소 낮으며 전년동기대비 동일수준, 0.5%p 증가
 - ※ 게임, 출판의 '13년 4분기 자본영업이익률은 전분기대비 1.2%p 하락, 1.2%p 상승
 - 애니메이션/캐릭터의 '13년 4분기 자본영업이익률은 -5.1%로 가장 낮으며 전년동기대비 2.5%p 감소
 - ※ 애니메이션/캐릭터 자본영업이익률은 '12년 4분기부터 적자상태를 이어가고 있으며 '13년 4분기는 전분기대비 2.4%p 악화

6.1.3. 콘텐츠산업 상장사 안정성 변화 추이

□ 부채비율 변화 추이

〈표 I-36〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 자기자본대비 부채비율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 3분기	2013년 4분기	2013년 4분기 전년동기증감
전체	58.2%	58.2%	76.5%	53.6%	56.6%	△1.6%p
게임	45.1%	47.9%	30.2%	28.1%	26.7%	△18.4%p
지식정보	38.5%	41.6%	254.8%	43.3%	50.7%	12.2%p
출판	45.3%	44.0%	40.3%	40.2%	42.3%	△3.0%p
방송	57.9%	58.2%	53.1%	53.1%	57.3%	△0.6%p
광고	182.8%	167.0%	190.0%	168.4%	157.8%	△25.0%p
영화	128.3%	125.7%	128.4%	118.5%	122.9%	△5.4%p
음악	39.3%	36.5%	39.6%	40.0%	44.8%	5.5%p
애니메이션/ 캐릭터	74.6%	74.1%	75.1%	76.8%	93.9%	19.3%p

● 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 4분기 자기자본대비 부채비율은 56.6%로 전년동기대비 1.6%p 감소

- '12년 4분기 자기자본대비 부채비율은 58.2%를 기록한 후 전분기대비 상승하다가 '13년 4분기 들어 전분기대비 3.0%p 상승

- 게임의 '13년 4분기 자기자본대비 부채비율은 26.7%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 낮으며 전년동기대비 18.4%p 큰 폭 감소

- 출판의 '13년 4분기 자기자본대비 부채비율은 42.3%로 전년동기대비 3.0%p 감소했으며 전분기대비 2.1%p 상승

- 음악은 '12년 4분기 자기자본대비 부채비율이 39.3%를 기록한 후 상승세이며 '13년 4분기 들어 44.8%로 전년동기대비 5.5%p 증가했으며 전분기대비 4.8%p 상승

- 방송의 '13년 4분기 자기자본대비 부채비율은 57.3%로 전년동기대비 0.6%p 감소했으며 전분기대비 4.2%p 상승

※ 애니메이션/캐릭터의 '13년 4분기 부채비율은 93.9%로 전체 콘텐츠산업 상장사대비 다소 높은 수준이며 전년동기대비 19.3%p 큰 폭으로 증가했으며 전분기대비 17.1%p 상승

- 광고 및 영화는 '12년 4분기 이후 자기자본 부채비율이 다른 분야 대비 가장 높은 수준을 지속

※ 광고, 영화의 '13년 4분기 자기자본대비 부채비율은 157.8%, 122.9%로 전년동기대비 25.0%p 감소, 5.4%p 감소

□ 유동비율 변화 추이

〈표 1-37〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 유동비율 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 3분기	2013년 4분기	2013년 4분기 전년동기증감
전체	177.4%	178.7%	129.8%	178.0%	171.5%	△5.9%p
게임	244.9%	234.3%	274.6%	289.3%	319.0%	74.1%p
지식정보	279.1%	265.5%	65.7%	223.2%	195.9%	△83.2%p
출판	155.4%	161.3%	154.1%	152.2%	145.7%	△9.7%p
방송	138.2%	141.5%	161.7%	170.7%	159.9%	21.7%p
광고	135.6%	136.9%	131.4%	135.3%	137.9%	2.3%p
영화	93.7%	82.8%	78.7%	64.9%	57.7%	△36.0%p
음악	250.1%	271.1%	251.8%	253.0%	224.0%	△26.1%p
애니메이션/ 캐릭터	118.8%	112.7%	126.7%	107.3%	103.1%	△15.7%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 4분기 유동비율은 171.5%로 전년동기대비 5.9%p 감소

- 유동비율은 '12년 4분기 177.4%를 기록한 후 등락기조이며 '13년 4분기는 전분기대비 6.5%p 감소했으며 전반적으로 유동성리스크 상존

※ 유동비율은 단기채무지불 능력의 평가지표로 전체 업종별 편차가 있으며, 해당기업의 통상 유동비율이 200% 이하일 경우 유동성리스크 일정부분 존재

- 게임의 '13년 4분기 유동비율은 319.0%로 가장 높으며 전년동기대비 74.1%p 큰 폭으로 증가했으며 전분기대비 29.7%p 상승

- 음악의 '13년 4분기 유동비율은 224.0%로 전년동기대비 26.1%p 감소했으며 전분기대비 29.0%p 하락. '12년 4분기 이후의 전분기대비 등락세이며 '13년 4분기는 전분기대비 다소 큰 폭 하락

※ 출판, 방송, 광고, 애니메이션/캐릭터의 '13년 4분기 유동비율은 145.7%, 159.9%, 137.9%, 103.1%로 전년동기대비 9.7%p 감소, 21.7%p 증가, 2.3%p 증가, 15.7%p 감소. '12년 4분기 이후 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 다소 낮은 유동비율 수준 지속

※ 영화의 '13년 4분기 유동비율은 57.7%로 전년동기대비 36.0%p 감소, '12년 4분기 이후 유동비율 하락세가 지속되고 있으며 '13년 4분기는 전분기대비 7.2%p 하락. '12년 4분기 이후 전체 콘텐츠산업 유동비율 중 가장 낮은 수준

□ 자기자본비율⁴³⁾ 변화 추이

〈표 1-38〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 자기자본비율 추이

(단위: %, %p)

구분	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 3분기	2013년 4분기	2013년 4분기 전년동기증감
전체	63.3%	62.9%	56.7%	65.0%	63.9%	0.6%p
게임	69.2%	66.0%	76.8%	78.1%	79.0%	9.8%p
지식정보	72.2%	70.6%	28.2%	69.5%	66.4%	△5.8%p
출판	68.8%	69.5%	71.3%	71.0%	70.3%	1.5%p
방송	63.3%	63.2%	65.3%	65.3%	63.6%	0.3%p
광고	35.4%	37.5%	34.5%	37.3%	38.8%	3.4%p
영화	43.8%	44.3%	43.8%	45.8%	44.9%	1.1%p
음악	71.8%	73.3%	71.6%	71.4%	69.1%	△2.7%p
애니메이션/ 캐릭터	57.3%	57.4%	57.1%	56.6%	51.6%	△5.7%p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 4분기 자기자본비율은 63.9%로 전년동기대비 0.6%p 증가
 - '12년 4분기 자기자본비율은 63.3%이며 이후 하락하다가 '13년 2분기부터 등락세이며 '13년 4분기 전분기대비 1.1%p 하락
 - 게임의 '13년 4분기 자기자본비율은 79.0%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 높은 수준이며, '13년 4분기 전년동기대비 9.8%p 증가
 - ※ 게임의 '13년 4분기 자기자본비율은 전분기대비 0.9% 상승
 - 출판, 음악의 '13년 4분기 자기자본비율은 70.3%, 69.1%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 비교적 높은 수준. '13년 4분기 전년동기대비 1.5%p 증가, 2.7%p 감소
 - ※ 출판, 음악의 '13년 4분기 자기자본비율은 전분기대비 0.7%p 하락, 2.3%p 하락
 - 지식정보, 방송의 '13년 4분기 자기자본비율은 66.4%, 63.6%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 다소 낮거나 양호한 수준이며, 전년동기대비 5.8%p 감소, 0.3%p 증가
 - ※ 지식정보 및 방송의 '13년 4분기 자기자본비율은 전분기대비 3.1%p 하락, 1.7%p 하락

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

- 광고, 영화, 애니메이션/캐릭터의 '13년 4분기 자기자본비율은 38.8%, 44.9%, 51.6%로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 낮은 수준이며, 전년동기대비 3.4%p 증가, 1.1%p 증가, 5.7%p 감소
- * 광고, 영화, 애니메이션/캐릭터의 '13년 4분기 자기자본비율은 전분기대비 1.5%p 상승, 0.9%p 하락, 5.0%p 하락

6.1.4. 콘텐츠산업 상장사 생산성 변화 추이

□ 1인당평균매출액 변화 추이

〈표 1-39〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 1인당평균매출액 추이

(단위 : 억원, %)

구분	2012년	2013년				전년동기대비 (4분기)
	4분기 (전분기대비)	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	
게임	0.81 (-2.7%)	0.96 (19.3%)	0.99 (3.1%)	0.82 (-16.8%)	0.85 (2.7%)	5.1%
지식정보	1.15 (10.9%)	1.23 (7.0%)	1.39 (12.5%)	1.42 (2.3%)	1.72 (21.1%)	49.2%
출판	0.84 (9.9%)	0.85 (1.0%)	0.76 (-11.0%)	0.83 (8.7%)	0.90 (9.5%)	7.1%
방송	2.52 (13.4%)	2.23 (-11.4%)	2.39 (7.1%)	2.24 (-6.1%)	2.51 (12.1%)	-0.2%
광고	5.23 (23.4%)	3.81 (-27.1%)	4.87 (27.8%)	4.40 (-9.7%)	5.75 (30.6%)	10.0%
영화	2.14 (-2.9%)	1.87 (-12.6%)	1.59 (-15.0%)	2.10 (32.5%)	1.61 (-23.6%)	-24.8%
음악	1.68 (3.9%)	1.39 (-17.5%)	1.41 (2.0%)	1.71 (20.8%)	1.85 (8.3%)	10.0%
애니메이션/ 캐릭터	1.28 (9.1%)	1.05 (-18.0%)	1.07 (1.7%)	1.18 (10.6%)	1.37 (16.1%)	7.1%
합계	1.57 (10.8%)	1.48 (-5.7%)	1.58 (7.0%)	1.55 (-2.5%)	1.73 (12.0%)	10.2%

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 4분기 상장사 1인당평균매출액은 약 1억 7,300만 원으로 전년동기대비 10.2% 증가했으며, 전분기대비 12.0% 상승
- '12년 4분기 1인당평균매출액은 약 1억 5,700만 원을 기록한 후 전분기대비 등락세를 보이고 있으며 '13년 4분기는 다소 큰 폭 상승
- 방송, 광고, 음악의 '13년 4분기 1인당평균매출액은 약 2억 5,100만 원, 5억 7,500만 원, 1억 8,500만 원으로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 높은 수준이며 전년동기대비 0.2% 감소, 10.0% 증가, 10.0% 증가

- ※ 방송, 광고, 음악의 '13년 4분기 1인당평균매출액은 전분기대비 12.1% 상승, 30.6% 상승, 8.3% 상승
- 지식정보, 영화의 '13년 4분기 1인당평균매출액은 약 1억 7,200만 원, 1억 6,100만 원으로 전체 콘텐츠산업 상장사와 유사한 수준이며, 전년동기대비 49.2% 증가, 24.8% 감소
- ※ 지식정보, 영화의 '13년 4분기 1인당평균매출액은 전분기대비 21.1% 상승, 23.6% 하락
- 출판, 애니메이션/캐릭터의 '13년 4분기 1인당평균매출액은 약 9,000만 원, 1억 3,700만 원으로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 낮은 수준이며 전년 동기대비 7.1% 증가, 7.1% 증가
- ※ 게임의 '13년 4분기 1인당평균매출액은 8,500만 원으로 전년동기대비 5.1% 증가

□ 자본집약도⁴⁴⁾ 변화 추이

〈표 1-40〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 자본집약도 추이

(단위: %, p)

구분	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 3분기	2013년 4분기	2013년 4분기 전년동기증감
전체	8.6	8.9	8.5	8.2	8.5	△0.1p
게임	8.0	8.7	6.5	5.9	5.6	△2.4p
지식정보	6.8	7.7	8.0	7.0	8.4	1.6p
출판	3.8	3.8	3.7	3.9	4.0	0.2p
방송	11.2	11.5	11.5	11.6	11.7	0.5p
광고	15.1	12.7	14.3	13.0	13.8	△1.3p
영화	10.4	9.8	9.0	8.5	8.7	△1.7p
음악	6.1	5.9	6.0	6.3	6.7	0.6p
애니메이션/캐릭터	7.1	6.6	6.9	6.7	7.0	△0.1p

- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '13년 4분기 자본집약도는 8.5로 전년동기대비 약 0.1p 감소했으며 전분기대비 0.3p 상승
- 전체 콘텐츠산업 상장사의 '12년 4분기 자본집약도는 8.6이며 이후 등락세를 보이고 있으며 '13년 4분기는 상승
- 방송, 광고, 영화의 '13년 4분기 자본집약도는 11.7, 13.8, 8.7로 다른 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 높으며 전년동기대비 0.5p 증가, 1.3p 감소, 1.7p 감소
- ※ 방송, 광고, 영화의 '13년 4분기 자본집약도는 전분기대비 0.1p 상승, 0.8p 상승, 0.2p 상승

44) 자본집약도 = 총자본(자본총계+부채총계)/종사자수×100

- 게임, 지식정보, 음악, 애니메이션/캐릭터의 '13년 4분기 자본집약도는 5.6, 8.4, 6.7, 7.0으로 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 다소 낮은 수준이며 전년동기대비 2.4p 감소, 1.6p 증가, 0.6p 증가, 0.1p 감소
- ※ 출판의 '13년 4분기 자본집약도는 4.0으로 '12년 3분기 이후 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 가장 낮은 수준이며 전년동기대비 0.2p 증가했으며 전분기대비 0.1p 상승

Ⅱ. 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠업체 실태조사 분석

1 콘텐츠업체 실태조사 개요

1.1. 조사목적

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’는 연간 조사의 한계를 극복하고 신속하면서도 정확한 콘텐츠산업 규모 등을 파악
 - ※ 궁극적으로 지속적인 분기별 콘텐츠업체 실태조사를 통해 데이터 축적과 향후 시계열화를 통한 계절적 변화 파악 및 전망을 목적
- 현재 콘텐츠산업 관련 상장사(약 85개) 분석을 통해 콘텐츠 업체의 매출액 등을 파악할 수 있으나 콘텐츠산업 전체를 대변할 수 없는 한계를 보완
- 적시적기 콘텐츠업체 조사를 통하여 현실적인 정책이 수립될 수 있도록 기초 자료로 제공

1.2. 조사대상 및 방법

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

- 매출액과 종사자수는 추정을 통해 전체 콘텐츠산업 규모를 산출하였으며 수출과 투자액은 응답업체 내용을 단순 집계하였음
 - ※ 콘텐츠산업에서 소규모 사업체는 수출을 하는 경우가 드물기 때문에, 집계된 수출액이 전체 금액과 큰 차이가 없을 것으로 판단됨
- 상위 사업체 이외에 산업규모의 추정을 위하여 소규모 사업체도 층별 비례배분을 통하여 표본을 배분하였으며, 층화추출법을 이용하여 표본을 추출, 가중치는 설계 가중값, 무응답 조정, 사후층화 조정 등을 고려하여 작성
- 조사기간은 2014년 03월 13일부터 ~ 03월 28일까지 실시하였으며, 방문조사 및 E-mail, Fax, 전화 등 다양한 방법을 통하여 조사 실시

1.3. 콘텐츠산업 실태조사 이용 시 유의사항

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

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

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

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

2 콘텐츠업체 실태조사 분석결과

2.1. 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 규모

● '13년 4분기 콘텐츠산업 매출액은 19조 3,288억 원, 종사자는 55만 1,084명, 수출액은 1조 4,144억 원, 투자액은 5,155억 원으로 나타나며, 전분기대비 매출액은 약 7.3% 증가, 종사자수는 동일 수준이며 수출액은 6.8% 증가하였고, 전년동기대비 매출액은 10.5% 증가, 종사자는 약 0.2% 증가, 수출액은 약 10.0% 증가

〈표 II-1〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 매출액 규모

(단위 : 백만원, %)

산업명	매출액(백만원)								
	2012년		2013년p					4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출판	5,019,415	21,097,287	5,039,956	4,876,200	5,036,058	5,064,987	20,017,201	0.6%	0.9%
만화	187,975	758,524	191,216	187,169	196,938	192,332	767,655	-2.3%	2.3%
음악	1,101,341	3,994,925	1,095,421	1,091,567	1,094,654	1,160,271	4,441,913	6.0%	5.4%
게임	2,371,742	9,752,538	2,358,554	2,429,656	2,435,951	3,142,854	10,367,015	29.0%	32.5%
영화	1,100,989	4,404,818	1,165,213	1,133,383	1,318,849	1,366,370	4,983,815	3.6%	24.1%
애니메이션	138,070	521,005	134,597	115,660	147,499	124,348	522,104	-15.7%	-9.9%
방송영상독립제작사	232,960	984,070	240,572	240,733	241,668	296,524	1,019,497	22.7%	27.3%
광고	2,091,121	7,181,427	1,853,292	2,032,782	1,883,367	2,023,682	7,793,123	7.5%	-3.2%
캐릭터	2,017,086	7,517,640	2,039,488	2,096,630	2,059,921	2,104,701	8,300,740	2.2%	4.3%
지식정보	2,417,218	9,529,478	2,527,202	2,682,468	2,721,204	2,959,120	10,889,994	8.7%	22.4%
콘텐츠솔루션	819,314	3,029,140	832,146	869,478	872,215	893,621	3,467,460	2.5%	9.1%
합계	17,497,231	68,770,852	17,477,657	17,755,726	18,008,324	19,328,810	72,570,517	7.3%	10.5%

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

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

※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

- '13년 4분기 산업별 매출액을 보면 출판산업이 5조 649억 원으로 가장 높은 비중을 차지하고 있고 전분기대비 약 0.6% 증가
- 지식정보산업 2조 9,591억 원으로 전분기대비 약 2.5% 증가, 게임산업은 3조 1,428억 원으로 전분기대비 약 29.0% 증가, 캐릭터산업 2조 1,047억 원으로 전분기대비 약 2.2% 증가, 광고산업 2조 236억 원으로 전분기대비 약 7.5% 증가, 음악산업 1조 1,602억 원으로 전분기대비 약 6.0% 증가, 영화산업 1조 3,663억 원으로 전분기대비 약 3.6% 증가, 콘텐츠솔루션 8,936억 원으로 전분기대비 약 2.5% 증가, 방송영상독립제작사 2,965억 원으로 전분기대비 약 22.7% 증가, 만화산업 1,923억 원으로 전분기대비 약 2.3% 감소, 애니메이션산업 1,243억 원으로 전분기대비 약 15.7% 감소한 것으로 추정

〈표 II-2〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 종사자 규모

(단위 : 명, %)

산업명	종사자수(명)						
	2012년	2013년p				4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기		
출판	198,262	197,844	197,473	197,223	196,892	-0.2%	-0.7%
만화	10,161	10,106	9,936	9,949	9,887	-0.6%	-2.7%
음악	78,402	78,343	78,384	78,240	78,209	0.0%	-0.2%
게임	95,051	94,531	93,837	93,543	93,025	-0.6%	-2.1%
영화	30,857	31,049	32,118	32,287	32,416	0.4%	5.1%
애니메이션	4,503	4,485	4,494	4,505	4,514	0.2%	0.2%
방송영상독립제작사	6,886	6,892	6,902	6,893	6,922	0.4%	0.5%
광고	8,962	9,036	9,007	9,013	9,018	0.1%	0.6%
캐릭터	26,897	27,062	27,170	27,485	27,601	0.4%	2.6%
지식정보	69,961	69,924	70,467	70,656	71,262	0.9%	1.9%
콘텐츠솔루션	20,145	20,299	20,489	21,311	21,338	0.1%	5.9%
합계	550,085	549,571	550,277	551,105	551,084	0.0%	0.2%

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

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

※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

- 산업별 종사자를 보면, 전체 종사자 55만 1,084명 중 출판산업은 19만 6,892명으로 전분기대비 약 0.2% 감소, 게임산업은 9만 3,025명으로 전분

기대비 약 0.6% 감소, 음악산업은 7만 8,209명으로 전분기대비 0.0% 정체, 지식정보산업은 7만 1,262명으로 전분기대비 0.9% 증가, 영화산업은 3만 2,416명으로 전분기대비 0.4% 증가, 캐릭터산업은 2만 7,601명으로 전분기대비 0.4% 증가, 콘텐츠솔루션산업은 2만 1,338명으로 전분기대비 0.1% 증가, 만화산업은 9,887명으로 전분기대비 0.6% 감소, 광고산업은 9,018명으로 전분기대비 0.1% 증가, 방송영상독립제작사는 6,922명으로 전분기대비 0.4% 증가, 애니메이션산업은 4,514명으로 전분기대비 0.2% 증가한 것으로 추정

〈표 II-3〉 '12년 4분기~' 13년p 4분기 콘텐츠산업 수출액 규모

(단위 : 백만원, %)

산업명	수출액(백만원)								
	2012년		2013년p					4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출판	69,953	276,259	59,086	73,502	81,336	92,284	306,208	13.5%	31.9%
만화	4,580	19,275	4,688	4,729	4,938	4,963	19,318	0.5%	8.4%
음악	105,628	264,927	51,386	53,669	63,392	103,356	271,803	63.0%	-2.2%
게임	743,584	2,973,742	768,933	778,959	833,692	826,357	3,207,941	-0.9%	11.1%
영화	7,260	22,735	6,853	6,637	3,611	6,522	23,623	80.6%	-10.2%
애니메이션	29,884	126,821	32,967	33,889	34,963	34,258	136,077	-2.0%	14.6%
방송영상독립제작사	6,265	18,971	4,739	4,795	4,638	6,652	20,824	43.4%	6.2%
광고	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	109,949	469,294	123,521	136,968	132,526	138,965	531,980	4.9%	26.4%
지식정보	167,314	501,277	123,695	113,258	116,386	151,357	504,696	30.0%	-9.5%
콘텐츠솔루션	41,148	168,933	39,838	41,328	48,396	49,698	179,260	2.7%	20.8%
합계	1,285,565	4,842,234	1,215,706	1,247,734	1,323,878	1,414,412	5,201,730	6.8%	10.0%

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

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

※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

- 산업별 수출액을 살펴보면, 전체 수출액 1조 4,144억 원으로 전분기대비 약 6.8% 증가하였으며, 게임산업은 8,265억 원으로 전분기대비 약 0.9% 감소, 지식정보산업은 1,513억 원으로 전분기대비 약 30.0% 증가, 캐릭터산업은 1,389억 원으로 전분기대비 약 4.9% 증가, 음악산업은 1,033억 원으로 전분기대비 약 63.0% 증가, 출판산업은 922억 원으로 전분기대비 약 13.5% 증가, 콘텐츠솔루션산업은 496억 원으로 전분기대비 약 2.7% 증가한 것으로 추정

〈표 II-4〉 '12년 4분기~' 13년p 4분기 콘텐츠산업 투자액 규모

(단위 : 백만원, %)

산업명	투자액(백만원)								4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	2012년		2013년p					4분기 합계		
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기				
출판	77,593	311,639	76,154	74,430	72,949	72,242	295,775	-1.0%	-6.9%	
만화	5,046	21,743	5,071	5,141	5,266	5,250	20,728	-0.3%	4.0%	
음악	34,163	116,040	34,931	35,559	36,566	36,936	143,992	1.0%	8.1%	
게임	187,442	738,231	192,992	201,354	204,390	208,019	806,755	1.8%	11.0%	
영화	49,658	176,355	52,659	54,254	56,735	59,034	222,682	4.1%	18.9%	
애니메이션	22,509	89,668	22,584	22,858	22,944	23,571	91,957	2.7%	4.7%	
방송영상독립제작사	28,745	115,289	29,023	29,609	29,729	31,194	119,555	4.9%	8.5%	
광고	8,835	34,576	8,820	8,948	8,789	8,758	35,315	-0.4%	-0.9%	
캐릭터	47,771	177,339	50,850	53,350	54,805	56,070	215,075	2.3%	17.4%	
지식정보	8,583	33,108	8,754	8,916	9,056	9,166	35,892	1.2%	6.8%	
콘텐츠솔루션	4,766	18,251	5,044	5,173	5,284	5,351	20,852	1.3%	12.3%	
합계	475,111	1,832,239	486,882	499,592	506,513	515,591	2,008,578	1.8%	8.5%	

산업명	자체투자액(백만원)								4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	2012년		2013년p					4분기 합계		
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기				
출판	69,582	278,388	68,322	66,719	65,321	64,631	264,993	-1.1%	-7.1%	
만화	4,219	18,180	4,225	4,218	4,329	4,322	17,094	-0.2%	2.4%	
음악	32,531	109,988	33,196	33,698	34,598	34,781	136,273	0.5%	6.9%	
게임	129,325	514,327	132,771	138,967	141,325	141,696	554,759	0.3%	9.6%	
영화	28,399	102,713	30,117	30,696	32,338	32,437	125,588	0.3%	14.2%	
애니메이션	8,953	36,853	8,867	8,972	9,011	9,049	35,899	0.4%	1.1%	
방송영상독립제작사	19,226	77,260	19,345	19,437	19,883	21,081	79,746	6.0%	9.6%	
광고	7,112	27,905	7,104	7,216	7,108	7,066	28,494	-0.6%	-0.6%	
캐릭터	38,585	142,683	41,496	43,451	44,692	45,683	175,322	2.2%	18.4%	
지식정보	5,561	21,353	5,637	5,718	5,729	5,768	22,852	0.7%	3.7%	
콘텐츠솔루션	2,927	11,305	3,115	3,162	3,188	3,199	12,664	0.3%	9.3%	
합계	346,420	1,340,955	354,195	362,254	367,522	369,713	1,453,684	0.6%	6.7%	

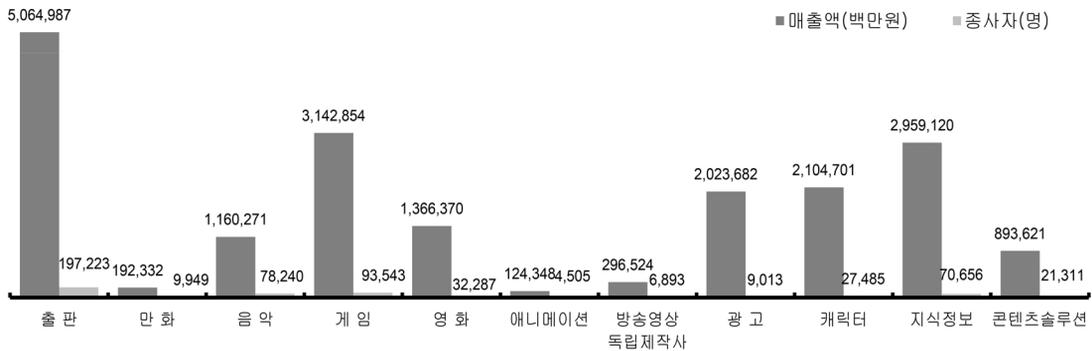
산업명	외부투자액(백만원)								4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	2012년		2013년p					4분기 합계		
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기				
출판	8,011	33,251	7,832	7,711	7,628	7,611	30,782	-0.2%	-5.0%	
만화	827	3,563	846	923	937	928	3,634	-1.0%	12.2%	
음악	1,632	6,052	1,735	1,861	1,968	2,155	7,719	9.5%	32.0%	
게임	58,117	223,904	60,221	62,387	63,065	66,323	251,996	5.2%	14.1%	
영화	21,259	73,642	22,542	23,558	24,397	26,597	97,094	9.0%	25.1%	
애니메이션	13,556	52,815	13,717	13,886	13,933	14,522	56,058	4.2%	7.1%	
방송영상독립제작사	9,519	38,029	9,678	10,172	9,846	10,113	39,809	2.7%	6.2%	
광고	1,723	6,671	1,716	1,732	1,681	1,692	6,821	0.7%	-1.8%	
캐릭터	9,186	34,656	9,354	9,899	10,113	10,387	39,753	2.7%	13.1%	
지식정보	3,022	11,755	3,117	3,198	3,327	3,398	13,040	2.1%	12.4%	
콘텐츠솔루션	1,839	6,946	1,929	2,011	2,096	2,152	8,188	2.7%	17.0%	
합계	128,691	491,284	132,687	137,338	138,991	145,878	554,894	5.0%	13.4%	

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

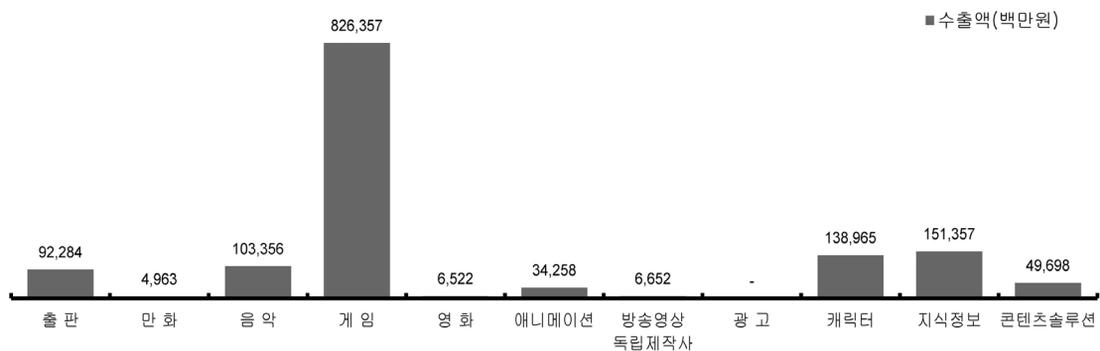
- 산업별 투자액은 5,155억 원으로 전분기대비 약 1.8% 증가하였으며, 게임 산업은 2,080억 원으로 전분기대비 1.8% 증가한 것으로 나타나 11개 산업 중 가장 큰 투자액을 나타냄

- 자체투자액이 가장 많은 산업은 게임산업으로 1,416억 원, 전분기대비 약 0.3% 증가한 것으로 나타남. 출판, 만화, 광고를 제외한 다른 산업은 자체 투자액이 전분기대비하여 모두 증가

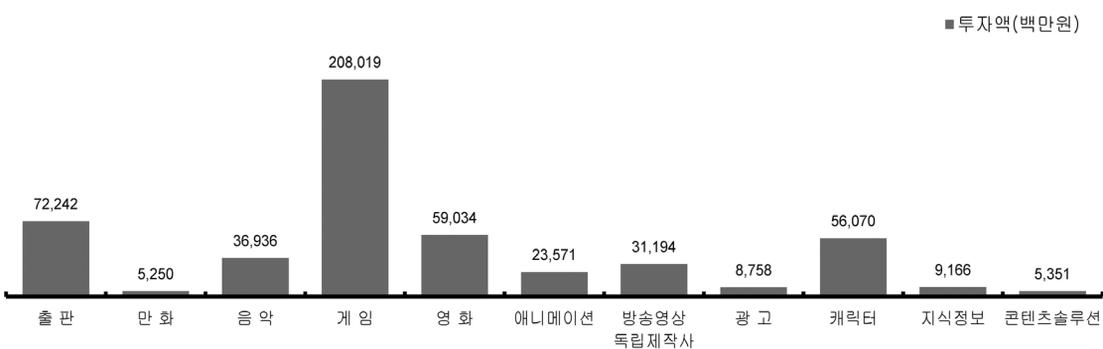
〈그림 II-1〉 '13년p 4분기 콘텐츠산업 매출액 및 종사자 규모



〈그림 II-2〉 '13년p 4분기 콘텐츠산업 수출액 규모



〈그림 II-3〉 '13년p 4분기 콘텐츠산업 투자액 규모



2.2. 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 가치사슬별 규모

- '13년 4분기 가치사슬별 매출액을 살펴보면, 기획 및 제작업이 11조 3,849억 원으로 전분기대비 약 10.1% 증가하였으며, 도매업이 1조 3,982억 원으로 전분기대비 0.9% 증가, 소매업은 2조 853억 원으로 전분기대비 약 0.1% 증가, 오프라인 서비스업은 1조 9,235억 원으로 전분기대비 1.9% 증가, 온라인 서비스업은 2조 5,367억 원으로 전분기대비 약 9.7%로 증가한 것으로 추정

※ 오프라인 서비스업 정의

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

※ 온라인 서비스업 정의

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

- 출판산업의 가치사슬별 매출액을 보면 기획 및 제작이 3조 1,120억 원으로 전분기대비 약 1.1% 증가하였으며, 온라인 서비스업이 396억 원으로 전분기대비 약 2.7% 증가한 것으로 추정
- 만화산업의 가치사슬별 매출액을 보면 기획 및 제작이 926억 원으로 전분기대비 약 0.9% 감소, 온라인 서비스업이 184억 원으로 전분기대비 약 13.6% 증가한 것으로 추정
- 음악산업의 가치사슬별 매출액을 보면 기획 및 제작이 4,139억 원으로 전분기대비 약 10.1% 증가, 온라인 서비스업이 2,663억 원으로 전분기대비 약 8.1% 증가한 것으로 추정
- 게임산업은 기획 및 제작이 2조 7,365억 원으로 전분기대비 약 35.9% 증가, 영화산업은 기획 및 제작이 3,315억 원으로 전분기대비 약 0.5% 감소, 애니메이션산업은 기획 및 제작이 965억 원으로 전분기대비 약 0.6% 감소, 방송영상독립제작사는 기획 및 제작이 2,965억 원으로 전분기대비 약 22.7% 증

가, 광고산업은 기획 및 제작이 2조 236억 원으로 전분기대비 약 7.5% 증가, 캐릭터산업은 기획 및 제작이 9,916억 원으로 전분기대비 약 2.9% 증가, 지식정보산업은 기획 및 제작이 3,962억 원으로 전분기대비 약 2.6% 증가, 콘텐츠솔루션산업은 기획 및 제작이 8,936억 원으로 전분기대비 약 2.5% 증가한 것으로 추정

〈표 II-5〉 '12년 4분기~'13년 4분기 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액

(단위 : 백만원, %)

산업명	기획 및 제작 매출액(백만원)								
	2012년		2013년p					4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출 판	3,036,922	12,784,352	3,060,534	2,945,656	3,079,571	3,112,052	12,197,813	1.1%	2.5%
만 화	90,434	369,328	90,843	86,762	93,527	92,667	363,799	-0.9%	2.5%
음 악	379,375	1,309,822	364,929	372,861	376,113	413,965	1,527,868	10.1%	9.1%
게 임	1,907,445	7,892,806	1,905,336	1,996,871	2,013,582	2,736,528	8,652,317	35.9%	43.5%
영 화	318,522	1,178,058	321,479	313,449	333,257	331,523	1,299,708	-0.5%	4.1%
애니메이션	99,455	370,503	96,893	97,288	97,132	96,529	387,842	-0.6%	-2.9%
방송영상독립제작사	232,960	984,070	240,572	240,733	241,668	296,524	1,019,497	22.7%	27.3%
광 고	2,091,121	7,181,427	1,853,292	2,032,782	1,883,367	2,023,682	7,793,123	7.5%	-3.2%
캐릭터	990,350	3,700,860	991,311	1,022,399	963,257	991,635	3,968,602	2.9%	0.1%
지식정보	340,449	1,316,657	343,030	375,463	386,212	396,226	1,500,931	2.6%	16.4%
콘텐츠솔루션	819,314	3,029,140	832,146	869,478	872,215	893,621	3,467,460	2.5%	9.1%
합 계	10,306,347	40,117,023	10,100,365	10,353,742	10,339,901	11,384,952	42,178,960	10.1%	10.5%

산업명	도매업 매출액(백만원)								
	2012년		2013년p					4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출 판	637,107	2,850,812	626,936	601,623	621,367	618,365	2,468,291	-0.5%	-2.9%
만 화	13,493	55,875	13,431	12,999	13,221	13,087	52,738	-1.0%	-3.0%
음 악	38,901	153,696	37,264	35,719	34,211	33,115	140,309	-3.2%	-14.9%
게 임	-	-	-	-	-	-	-	-	-
영 화	243,011	1,083,211	279,082	254,136	326,938	338,225	1,198,381	3.5%	39.2%
애니메이션	5,045	19,616	4,979	4,878	4,811	4,896	19,564	1.8%	-3.0%
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	-
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	368,741	1,329,112	369,892	377,149	385,276	390,533	1,522,850	1.4%	5.9%
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합 계	1,306,298	5,492,322	1,331,584	1,286,504	1,385,824	1,398,221	5,402,133	0.9%	7.0%

산업명	소매업 매출액(백만원)								
	2012년		2013년p					4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출 판	1,296,732	5,276,229	1,302,277	1,276,544	1,281,266	1,279,365	5,139,452	-0.1%	-1.3%
만 화	52,476	211,512	54,456	53,518	54,119	48,256	210,349	-10.8%	-8.0%
음 악	38,025	148,118	36,842	35,368	34,217	33,227	139,654	-2.9%	-12.6%
게 임	-	-	-	-	-	-	-	-	-
영 화	2,245	10,031	2,160	2,018	2,009	1,986	8,173	-1.1%	-11.5%
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	-	-
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	-
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	657,995	2,487,668	678,285	697,082	711,388	722,533	2,809,288	1.6%	9.8%
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합 계	2,047,473	8,133,558	2,074,020	2,064,530	2,082,999	2,085,367	8,306,916	0.1%	1.9%

산업명	오프라인 서비스업 매출액(백만원)								
	2012년		2013년p					4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출 판	15,201	62,648	15,466	15,412	15,223	15,522	61,623	2.0%	2.1%
만 화	19,452	72,084	19,598	19,640	19,788	19,826	78,852	0.2%	1.9%
음 악	419,358	1,511,889	419,953	405,115	403,775	413,639	1,642,482	2.4%	-1.4%
게 임	464,297	1,859,732	453,218	432,785	422,369	406,326	1,714,698	-3.8%	-12.5%
영 화	483,925	1,920,117	505,506	499,668	587,258	618,325	2,210,757	5.3%	27.8%
애니메이션	31,525	123,097	30,557	11,270	43,243	20,506	105,576	-52.6%	-35.0%
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	-
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-	-	-
지식정보	325,130	1,259,283	357,818	378,650	396,227	429,365	1,562,060	8.4%	32.1%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합 계	1,758,888	6,808,850	1,802,116	1,762,540	1,887,883	1,923,509	7,376,048	1.9%	9.4%

산업명	온라인 서비스업 매출액(백만원)								
	2012년		2013년p					4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출 판	33,453	123,246	34,743	36,965	38,631	39,683	150,022	2.7%	18.6%
만 화	12,120	49,725	12,888	14,250	16,283	18,496	61,917	13.6%	52.6%
음 악	225,682	871,400	236,433	242,504	246,338	266,325	991,600	8.1%	18.0%
게 임	-	-	-	-	-	-	-	-	-
영 화	53,286	213,401	56,986	64,112	69,387	76,311	266,796	10.0%	43.2%
애니메이션	2,045	7,789	2,168	2,224	2,313	2,417	9,122	4.5%	18.2%
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	-
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-	-	-
지식정보	1,751,639	6,953,538	1,826,354	1,928,355	1,938,765	2,133,529	7,827,003	10.0%	21.8%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합 계	2,078,225	8,219,099	2,169,572	2,288,410	2,311,717	2,536,761	9,306,460	9.7%	22.1%

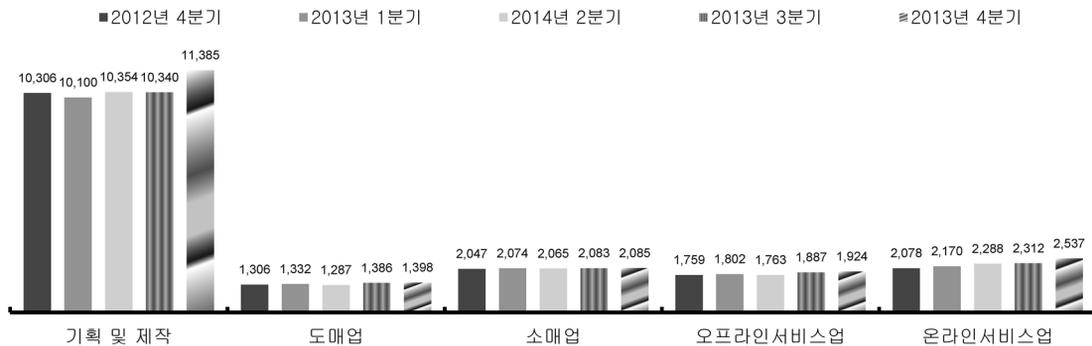
※ 방송산업 중 포함되지 않은 부분 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업

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

※ 영화산업 중 극장용애니메이션 매출액 제외

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

(단위 : 십억원)



- '13년 4분기 가치사슬별 종사자를 살펴보면, 기획 및 제작이 24만 4,119명으로 전분기대비 약 0.0% 정체, 오프라인 서비스업이 15만 5,357명으로 전분기 대비 약 0.2% 감소, 소매업이 8만 9,590명으로 전분기대비 약 0.0% 정체, 온라인 서비스업이 4만 5,631명으로 전분기대비 약 0.8% 증가, 도매업이 1만 6,387명으로 전분기대비 약 0.2% 감소한 것으로 추정
 - 출판산업은 기획 및 제작이 10만 8,965명으로 전분기대비 0.2% 감소, 소매업이 7만 4,921명으로 전분기대비 약 0.1% 감소, 도매업이 1만 568명으로 전분기대비 약 0.4% 감소한 것으로 추정
 - 만화산업은 오프라인 서비스업이 3,913명으로 전분기대비 0.6% 감소, 소매업이 2,516명으로 전분기대비 약 0.6% 감소, 기획 및 제작이 2,396명으로 전분기대비 약 0.9% 감소한 것으로 파악
 - 음악산업은 기획 및 제작이 6,511명으로 전분기대비 약 0.2% 증가, 게임산업은 기획 및 제작이 5만 2,658명으로 전분기대비 0.3% 증가. 영화산업은 기획 및 제작이 6,495명으로 전분기대비 약 0.2% 증가한 것으로 추정
 - 애니메이션산업은 기획 및 제작이 4,288명으로 전분기대비 약 0.3% 증가하였으며, 방송영상독립제작사의 기획 및 제작이 6,922명으로 전분기대비 약 0.4% 증가, 광고산업은 기획 및 제작이 9,018명으로 전분기대비 약 0.1% 증가한 것으로 추정

- 캐릭터산업은 기획 및 제작이 1만 3,996명으로 전분기대비 0.4% 증가, 지식 정보산업은 기획 및 제작이 1만 1,532명으로 전분기대비 0.0% 정체한 것으로 추정
- 콘텐츠솔루션산업은 기획 및 제작이 2만 1,338명으로 전분기대비 약 0.1% 증가한 것으로 추정

〈표 II-6〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수

(단위 : 명, %)

산업명	기획 및 제작 종사자수(명)						
	2012년	2013년p				4분기 전분기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기		
출 판	109,354	109,339	109,272	109,211	108,965	-0.2%	-0.4%
만 화	2,390	2,385	2,393	2,417	2,396	-0.9%	0.3%
음 악	6,444	6,460	6,484	6,496	6,511	0.2%	1.0%
계 임	52,466	52,493	52,469	52,511	52,658	0.3%	0.4%
영 화	6,489	6,491	6,471	6,483	6,495	0.2%	0.1%
애니메이션	4,267	4,252	4,261	4,275	4,288	0.3%	0.5%
방송영상독립제작사	6,886	6,892	6,902	6,893	6,922	0.4%	0.5%
광 고	8,962	9,036	9,007	9,013	9,018	0.1%	0.6%
캐릭터	13,794	13,831	13,866	13,937	13,996	0.4%	1.5%
지식정보	11,581	11,486	11,516	11,528	11,532	0.0%	-0.4%
콘텐츠솔루션	20,145	20,299	20,489	21,311	21,338	0.1%	5.9%
합 계	242,778	242,964	243,130	244,075	244,119	0.0%	0.6%

산업명	도매업 종사자수(명)						
	2012년	2013년p				4분기 전분기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기		
출 판	10,714	10,667	10,646	10,608	10,568	-0.4%	-1.4%
만 화	716	707	701	692	682	-1.4%	-4.7%
음 악	426	418	392	381	373	-2.1%	-12.4%
계 임	-	-	-	-	-	-	-
영 화	2,186	2,182	2,144	2,138	2,148	0.5%	-1.7%
애니메이션	131	126	124	122	119	-2.5%	-9.2%
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-
광 고	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	2,441	2,455	2,470	2,479	2,497	0.7%	2.3%
지식정보	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-
합 계	16,614	16,555	16,477	16,420	16,387	-0.2%	-1.4%

산업명	소매업 종사자수(명)						
	2012년	2013년p				4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기		
출판	75,775	75,422	75,120	74,967	74,921	-0.1%	-1.1%
만화	2,730	2,703	2,551	2,532	2,516	-0.6%	-7.9%
음악	744	741	730	722	706	-2.2%	-5.1%
게임	-	-	-	-	-	-	-
영화	361	355	349	341	339	-0.6%	-6.1%
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-
광고	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	10,662	10,776	10,834	11,069	11,108	0.4%	4.2%
지식정보	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-
합계	90,272	89,997	89,584	89,631	89,590	0.0%	-0.8%

산업명	오프라인 서비스업 종사자수(명)						
	2012년	2013년p				4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기		
출판	2,038	2,027	2,012	1,998	1,986	-0.6%	-2.6%
만화	3,992	3,974	3,934	3,936	3,913	-0.6%	-2.0%
음악	68,806	68,697	68,675	68,532	68,412	-0.2%	-0.6%
게임	42,585	42,038	41,368	41,032	40,367	-1.6%	-5.2%
영화	21,177	21,372	22,473	22,627	22,716	0.4%	7.3%
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-
광고	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-
지식정보	16,658	16,941	17,428	17,589	17,963	2.1%	7.8%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-
합계	155,256	155,049	155,890	155,714	155,357	-0.2%	0.1%

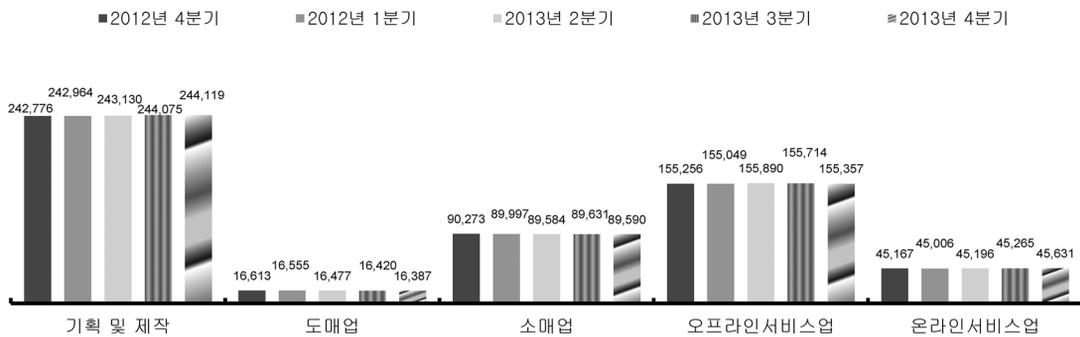
산업명	온라인 서비스업 종사자수(명)						
	2012년	2013년p				4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기		
출판	381	389	423	439	452	3.0%	18.6%
만화	333	337	357	372	380	2.2%	14.1%
음악	1,982	2,027	2,103	2,109	2,207	4.6%	11.4%
게임	-	-	-	-	-	-	-
영화	644	649	681	698	718	2.9%	11.5%
애니메이션	105	107	109	108	107	-0.9%	1.9%
방송영상독립제작사	-	-	-	-	-	-	-
광고	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-
지식정보	41,722	41,497	41,523	41,539	41,767	0.5%	0.1%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-
합계	45,167	45,006	45,196	45,265	45,631	0.8%	1.0%

산업명	종사자수 합계(명)						
	2012년	2013년p				4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기		
출판	198,262	197,844	197,473	197,223	196,892	-0.2%	-0.7%
만화	10,161	10,106	9,936	9,949	9,887	-0.6%	-2.7%
음악	78,402	78,343	78,384	78,240	78,209	0.0%	-0.2%
게임	95,051	94,531	93,837	93,543	93,025	-0.6%	-2.1%
영화	30,857	31,049	32,118	32,287	32,416	0.4%	5.1%
애니메이션	4,503	4,485	4,494	4,505	4,514	0.2%	0.2%
방송영상독립제작사	6,886	6,892	6,902	6,893	6,922	0.4%	0.5%
광고	8,962	9,036	9,007	9,013	9,018	0.1%	0.6%
캐릭터	26,897	27,062	27,170	27,485	27,601	0.4%	2.6%
지식정보	69,961	69,924	70,467	70,656	71,262	0.9%	1.9%
콘텐츠솔루션	20,145	20,299	20,489	21,311	21,338	0.1%	5.9%
합계	550,085	549,571	550,277	551,105	551,084	0.0%	0.2%

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

〈그림 II-5〉 '12년 4분기~ '13년p 4분기 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수

(단위 : 명)



3 콘텐츠산업 실태조사 대비 상장사 비교

3.1. 콘텐츠산업 매출액 대비 상장사 매출액 비교

- '13년 4분기 상장사 매출액은 콘텐츠산업 매출액의 약 20.3%를 차지하며, '12년 4분기 비중 20.4% 보다 약 0.1%p 감소
 - 산업별로 상장사 비중이 높은 산업은 광고(46.5%), 지식정보(34.6%), 음악(26.3%), 게임(23.3%)

- 상대적으로 비중이 낮은 산업은 캐릭터(3.1%), 애니메이션(4.0%), 방송영상독립제작사(7.3%)

〈표 II-7〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교

(단위 : 백만원, %)

산업명	매출액(백만원)									
	2012년		2013년p					4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)	
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계			
출 판	5,019,415	21,097,287	5,039,956	4,876,200	5,036,058	5,064,987	20,017,201	0.6%	0.9%	
만 화	187,975	758,524	191,216	187,169	196,938	192,332	767,655	-2.3%	2.3%	
음 악	1,101,341	3,994,925	1,095,421	1,091,567	1,094,654	1,160,271	4,441,913	6.0%	5.4%	
게 임	2,371,742	9,752,538	2,358,554	2,429,656	2,435,951	3,142,854	10,367,015	29.0%	32.5%	
영 화	1,100,989	4,404,818	1,165,213	1,133,383	1,318,849	1,366,370	4,983,815	3.6%	24.1%	
애니메이션	138,070	521,005	134,597	115,660	147,499	124,348	522,104	-15.7%	-9.9%	
방송영상독립제작사	232,960	984,070	240,572	240,733	241,668	296,524	1,019,497	22.7%	27.3%	
광 고	2,091,121	7,181,427	1,853,292	2,032,782	1,883,367	2,023,682	7,793,123	7.5%	-3.2%	
캐릭터	2,017,086	7,517,640	2,039,488	2,096,630	2,059,921	2,104,701	8,300,740	2.2%	4.3%	
지식정보	2,417,218	9,529,478	2,527,202	2,682,468	2,721,204	2,959,120	10,889,994	8.7%	22.4%	
콘텐츠솔루션	819,314	3,029,140	832,146	869,478	872,215	893,621	3,467,460	2.5%	9.1%	
합 계	17,497,231	68,770,852	17,477,657	17,755,726	18,008,324	19,328,810	72,570,517	7.3%	10.5%	

산업명	상장사 매출액(백만원)									
	2012년		2013년p					4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)	
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계			
출 판	533,000	2120,070	528,260	472,430	496,410	536,190	2,033,290	8.0%	0.6%	
만 화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
음 악	257,320	877,160	221,710	230,420	278,520	305,660	1,036,310	9.7%	18.8%	
게 임	656,250	2,708,230	759,520	758,530	696,270	732,630	2,946,950	5.2%	11.6%	
영 화	307,250	1,110,550	288,200	268,950	371,850	288,490	1,217,490	-22.4%	-6.1%	
애니메이션	8,900	34,160	5,720	6,800	6,150	4,960	23,630	-19.3%	-44.3%	
방송영상독립제작사	18,830	81,340	28,190	26,280	14,970	21,750	91,190	45.3%	15.5%	
광 고	872,710	2,830,610	650,360	824,080	753,480	940,140	3,168,060	24.8%	7.7%	
캐릭터	60,070	238,380	51,250	48,270	55,820	65,080	220,420	16.6%	8.3%	
지식정보	861,810	3,254,780	866,870	970,290	971,400	1,022,830	3,831,390	5.3%	18.7%	
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
합 계	3,576,140	13,255,280	3,400,080	3,606,050	3,644,870	3,917,730	14,568,730	7.5%	9.6%	

산업명	콘텐츠산업 전체 대비 상장사 비중(%)							
	2012년		2013년p					
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계	
출 판	10.6%	10.0%	10.5%	9.7%	9.9%	10.6%	10.2%	
만 화	-	-	-	-	-	-	-	
음 악	23.4%	22.0%	20.2%	21.1%	25.4%	26.3%	23.3%	
게 임	27.7%	27.8%	32.2%	31.2%	28.6%	23.3%	28.4%	
영 화	27.9%	25.2%	24.7%	23.7%	28.2%	21.1%	24.4%	
애니메이션	6.4%	6.6%	4.2%	5.9%	4.2%	4.0%	4.5%	
방송영상독립제작사	8.1%	8.3%	11.7%	10.9%	6.2%	7.3%	8.9%	
광 고	41.7%	39.4%	35.1%	40.5%	40.0%	46.5%	40.7%	
캐릭터	3.0%	3.2%	2.5%	2.3%	2.7%	3.1%	2.7%	
지식정보	35.7%	34.2%	34.3%	36.2%	35.7%	34.6%	35.2%	
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	
합 계	20.4%	19.3%	19.5%	20.3%	20.2%	20.3%	20.1%	

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

3.2. 콘텐츠산업 수출액 대비 상장사 수출액 비교

- '13년 4분기 상장사 수출액은 콘텐츠산업 수출액 대비 약 23.6%를 차지하며, '12년 4분기 비중 26.5% 보다 약 2.9%p 감소
- 산업별로 상장사 수출 비중이 높은 산업은 방송영상독립제작사(59.4%), 음악(49.0%)
- 상대적으로 비중이 낮은 산업은 출판(4.9%), 애니메이션(0.8%)

〈표 II-8〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교

(단위 : 백만원, %)

산업명	수출액(백만원)								
	2012년		2013년p					4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출판	69,953	276,259	59,086	73,502	81,336	92,284	306,208	13.5%	31.9%
만화	4,580	19,275	4,688	4,729	4,938	4,963	19,318	0.5%	8.4%
음악	105,628	264,927	51,386	53,669	63,392	103,356	271,803	63.0%	-2.2%
게임	743,584	2,973,742	768,933	778,959	833,692	826,357	3,207,941	-0.9%	11.1%
영화	7,260	22,735	6,853	6,637	3,611	6,522	23,623	80.6%	-10.2%
애니메이션	29,884	126,821	32,967	33,889	34,963	34,258	136,077	-2.0%	14.6%
방송영상독립제작사	6,265	18,971	4,739	4,795	4,638	6,652	20,824	43.4%	6.2%
광고	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	109,949	469,294	123,521	136,968	132,526	138,965	531,980	4.9%	26.4%
지식정보	167,314	501,277	123,695	113,258	116,386	151,357	504,696	30.0%	-9.5%
콘텐츠솔루션	41,148	168,933	39,838	41,328	48,396	49,698	179,260	2.7%	20.8%
합계	1,285,565	4,842,234	1,215,706	1,247,734	1,323,878	1,414,412	5,201,730	6.8%	10.0%

산업명	상장사 수출액(백만원)								
	2012년		2013년p					4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계		
출판	11,720	17,230	4,350	5,140	4,850	4,540	18,880	-6.4%	-61.3%
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	57,140	181,790	39,150	39,880	51,790	50,650	181,470	-2.2%	-11.4%
게임	250,920	949,580	218,620	250,420	263,460	249,050	981,550	-5.5%	-0.7%
영화	-	-	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	720	1,740	320	850	660	280	2,110	-57.6%	-61.1%
방송영상독립제작사	460	6,750	630	1,010	1,980	3,950	7,570	99.5%	758.7%
광고	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	20,140	72,440	15,140	18,210	22,970	25,350	81,670	10.4%	25.9%
지식정보	-	-	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	341,100	1,229,530	278,210	315,510	345,710	333,820	1,273,250	-3.4%	-2.1%

산업명	콘텐츠산업 전체 대비 상장사 비중(%)						
	2012년		2013년p				
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계
출판	16.8%	6.2%	7.4%	7.0%	6.0%	4.9%	6.2%
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	54.1%	68.6%	76.2%	74.3%	81.7%	49.0%	66.8%
게임	33.7%	31.9%	28.4%	32.1%	31.6%	30.1%	30.6%
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	2.4%	1.4%	1.0%	2.5%	1.9%	0.8%	1.6%
방송영상독립제작사	7.3%	35.6%	13.3%	21.1%	42.7%	59.4%	36.4%
광고	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	18.3%	15.4%	12.3%	13.3%	17.3%	18.2%	15.4%
지식정보	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-
합계	26.5%	25.4%	22.9%	25.3%	26.1%	23.6%	24.5%

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

3.3. 콘텐츠산업 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교

- '13년 4분기 상장사 종사자수는 콘텐츠산업 종사자수 대비 약 4.8%를 차지하며, '12년 4분기 비중 5.0%보다 0.2%p 낮음
 - 산업별로 상장사 비중이 높은 산업은 광고(18.1%), 게임(9.3%), 지식정보(8.3%)
 - 상대적으로 비중이 낮은 산업은 음악(2.1%), 캐릭터(1.4%), 방송영상독립제작사(1.1%)

〈표 II-9〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 전체 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교

(단위 : 명, %)

산업명	종사자수 (명)						
	2012년	2013년p				4분기 전기대비 증감률(%)	4분기 전년동기대비 증감률(%)
	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기		
출판	198,262	197,844	197,473	197,223	196,892	-0.2%	-0.7%
만화	10,161	10,106	9,936	9,949	9,887	-0.6%	-2.7%
음악	78,402	78,343	78,384	78,240	78,209	0.0%	-0.2%
게임	95,051	94,531	93,837	93,543	93,025	-0.6%	-2.1%
영화	30,857	31,049	32,118	32,287	32,416	0.4%	5.1%
애니메이션	4,503	4,485	4,494	4,505	4,514	0.2%	0.2%
방송영상독립제작사	6,886	6,892	6,902	6,893	6,922	0.4%	0.5%
광고	8,962	9,036	9,007	9,013	9,018	0.1%	0.6%
캐릭터	26,897	27,062	27,170	27,485	27,601	0.4%	2.6%
지식정보	69,961	69,924	70,467	70,656	71,262	0.9%	1.9%
콘텐츠솔루션	20,145	20,299	20,489	21,311	21,338	0.1%	5.9%
합계	550,085	549,571	550,277	551,105	551,084	0.0%	0.2%

산업명	상장사 종사자수(명)					콘텐츠산업 전체 대비 상장사 비중(%)				
	2012년	2013년p				2012년	2013년p			
	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
출판	6,314	6,195	6,224	6,014	5,932	3.2%	3.1%	3.2%	3.0%	3.0%
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	1,532	1,600	1,631	1,632	1,654	2.0%	2.0%	2.1%	2.1%	2.1%
게임	8,150	7,905	7,660	8,450	8,656	8.6%	8.4%	8.2%	9.0%	9.3%
영화	1,438	1,543	1,694	1,768	1,795	4.7%	5.0%	5.3%	5.5%	5.5%
애니메이션	149	149	120	120	118	3.3%	3.3%	2.7%	2.7%	2.6%
방송영상독립제작사	77	72	72	74	79	1.1%	1.0%	1.0%	1.1%	1.1%
광고	1,670	1,706	1,691	1,713	1,636	18.6%	18.9%	18.8%	19.0%	18.1%
캐릭터	390	394	396	405	393	1.4%	1.5%	1.5%	1.5%	1.4%
지식정보	7,474	7,024	6,988	6,838	5,947	10.7%	10.0%	9.9%	9.7%	8.3%
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	27,194	26,588	26,476	27,014	26,210	4.9%	4.8%	4.8%	4.9%	4.8%

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

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

3.4. 콘텐츠산업 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교

- '13년 4분기 콘텐츠산업 1인당 평균 매출액이 3억 5,100만 원에 비해, 상장사 1인당 평균 매출액은 1억 4,950만 원으로 더 높게 나타났으며, 전분기대비 약 2,300만 원 증가
 - 전분기대비 1인당 평균 매출액은 출판, 음악, 게임, 영화, 방송영상독립제작사, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션에서 증가한 것으로 나타남
 - 전분기대비 1인당 평균 매출액이 가장 많이 증가한 산업은 광고임
 - 상장사 1인당 평균 매출액이 높은 분야는 광고(5억 7,470만 원), 방송영상독립제작사(2억 7,530만 원) 순
- '13년 4분기 콘텐츠산업 1인당 평균 수출액 2,600만 원에 비해, 상장사 1인당 평균 수출액 1,270만 원으로 약 5배 더 높음
 - 상장사는 1인당 평균 수출액이 전분기대비 약 10만 원 감소
 - 상장사 1인당 평균 수출액이 높은 분야는 캐릭터(6,450만 원)가 가장 높으며, 다음으로 음악(3,060만 원), 게임(2,880만 원) 순

〈표 II-10〉 '12년 4분기~'13년p 4분기 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교

(단위 : 백만원)

산업명	매출액 비교 1인당 평균 매출액(백만원)													
	콘텐츠산업 전체							상장사						
	2012년		2013년p					2012년		2013년p				
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계
출 판	25.3	106.4	25.5	24.7	25.5	25.7	101.7	84.4	335.8	85.3	75.9	82.5	90.4	342.8
만 화	18.5	74.7	18.9	18.8	19.8	19.5	77.6	-	-	-	-	-	-	-
음 악	14.0	51.0	14.0	13.9	14.0	14.8	56.8	168.0	572.6	138.6	141.3	170.7	184.8	626.5
게 임	25.0	102.6	25.0	25.9	26.0	33.8	111.4	80.5	332.3	96.1	99.0	82.4	84.6	340.5
영 화	35.7	142.7	37.5	35.3	40.8	42.2	153.7	213.7	772.3	186.8	158.8	210.3	160.7	678.3
애니메이션	30.7	115.7	30.0	25.7	32.7	27.5	115.7	59.7	229.3	38.4	56.7	51.3	42.0	200.3
방송영상 독립제작사	33.8	142.9	34.9	34.9	35.1	42.8	147.3	244.5	1056.4	391.5	365.0	202.3	275.3	1154.3
광 고	233.3	801.3	205.1	225.7	209.0	224.4	864.2	522.6	1695.0	381.2	487.3	439.9	574.7	1936.5
캐릭터	75.0	279.5	75.4	77.2	74.9	76.3	300.7	154.0	611.2	130.1	121.9	137.8	165.6	560.9
지식정보	34.6	136.2	36.1	38.1	38.5	41.5	152.8	115.3	435.5	123.4	138.9	142.1	172.0	644.3
콘텐츠 솔루션	40.7	150.4	41.0	42.4	40.9	41.9	162.5	-	-	-	-	-	-	-
합 계	31.8	125.0	31.8	32.3	32.7	35.1	131.7	131.5	487.4	127.9	136.2	134.9	149.5	555.8

산업명	수출액 비교 1인당 평균 수출액 (백만원)													
	콘텐츠산업 전체							상장사						
	2012년		2013년p					2012년		2013년p				
	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계
출 판	0.4	1.4	0.3	0.4	0.4	0.5	1.6	1.9	2.7	0.7	0.8	0.8	0.8	3.2
만 화	0.5	1.9	0.5	0.5	0.5	0.5	2.0	-	-	-	-	-	-	-
음 악	1.3	3.4	0.7	0.7	0.8	1.3	3.5	37.3	118.7	24.5	24.5	31.7	30.6	109.7
게 임	7.8	31.3	8.1	8.3	8.9	8.9	34.5	30.8	116.5	27.7	32.7	31.2	28.8	113.4
영 화	0.2	0.7	0.2	0.2	0.1	0.2	0.7	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	6.6	28.2	7.4	7.5	7.8	7.6	30.1	4.8	11.7	2.1	7.1	5.5	2.4	17.9
방송영상 독립제작사	0.9	2.8	0.7	0.7	0.7	1.0	3.0	6.0	87.7	8.8	14.0	26.8	50.0	95.8
광 고	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	4.1	17.4	4.6	5.0	4.8	5.0	19.3	51.6	185.7	38.4	46.0	56.7	64.5	207.8
지식정보	2.4	7.2	1.8	1.6	1.6	2.1	7.1	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠 솔루션	2.0	8.4	2.0	2.0	2.3	2.3	8.4	-	-	-	-	-	-	-
합 계	2.3	8.8	2.2	2.3	2.4	2.6	9.4	12.5	45.2	10.5	11.9	12.8	12.7	48.6

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

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

Ⅲ. 2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 주요 이슈

1 게임산업 주요 이슈

□ 국내 동향

◆ 기획 및 제작

● 게임개발사 및 포털 등 다양한 시장참여자들이 신작 다수 발표하면서 시장 확대 예상

- 게임산업에서 온라인게임은 국내 및 해외에서 완성도와 개발력을 인정받으면서 경쟁력을 유지
- 특히 중국 등 아시아권에서 국산 게임의 선전으로 국내 콘텐츠산업 성장에 중추적 역할 유지 및 확대
- 최근 스마트폰 등 스마트기기 보급에 따른 전반적인 게임이용행태 변화로 모바일게임이 약진하면서 상대적으로 온라인게임은 다소 주춤
- 특히 온라인게임은 공급적인 측면에서 개발기간 및 완성도 확보를 위해 막대한 자본 및 인력 투입이 요구되어 대형개발사 중심의 시장으로 구조화
- 또한 수익의 지속성 부분에서 온라인게임은 모바일게임에 비해 비교적 안정적인 것이기에 신작 개발 시도가 이어지고 있는 상황
- 내수시장에서 기존 대형 게임개발사 뿐 아니라 포털 등이 수익성 확대를 위해 온라인게임에 대한 투자를 확대하고 있으며, 내부 역량을 집중하고 있음. 해외 유력업체들도 신작 개발에 힘을 쏟고 있음
- 실제로 대형 게임개발사인 네오위즈게임즈는 이전의 빅3 명성 회복을 위해 온라인게임 개발 역량을 점차 강화하고 있으며, ‘블레스’, ‘블랙십’, ‘로도스 도전기’ 등 신규 온라인게임을 개발 또는 테스트 중임

- 위메이드엔터테인먼트는 ‘이카루스’의 2014년 1분기 정식서비스를 통해 온라인게임 시장 선점 주력
- 게임사업에 재진출한 다음커뮤니케이션은 다양한 온라인게임 신작 출시를 위해 역량 확대를 모색하고 있으며, 실제로 ‘검은사막’, ‘위닝펫’, ‘플래닛사이드2’ 등을 출시 예정
- 현재 온라인게임 시장에서 ‘리그오브레전드’ 등 해외 게임의 강세가 지속되고 있는 가운데, 국내 대형 개발사의 신작 및 기존 게임들도 향후 치열하게 경쟁을 벌일 것으로 전망

● 모바일게임의 플랫폼 및 장르 다변화와 이에 따른 지적재산권의 중요성 증대

- 스마트폰 등 스마트기기 이용 증대는 게임산업의 이용 및 공급형태에 있어서도 큰 변화를 야기
- 모바일게임은 스마트기기의 하드웨어 성능, 화면크기, 인터페이스 문제 등으로 인해 지금까지는 주로 캐주얼게임이 대세였지만, 점차 미들코어 또는 하드코어 게임까지 개발되고 있는 추세
- 특히 ‘카카오톡’으로 대변되는 소셜미디어 플랫폼을 통해 모바일게임 시장이 급속하게 확산되면서 빠르게 성장
- 또한 게임유통 채널로서 카카오톡의 성공은 다른 소셜미디어의 게임 플랫폼화를 추동하고 있는 상황
- 실제로 네이버는 일본 등 해외에서 성공을 거둔 소셜미디어 ‘라인’은 물론, 국내에서는 ‘밴드’를 게임플랫폼으로 육성하여 카카오톡을 위협하고 있음. 2014년 상반기중 자회사인 ‘캠프모바일’이 운영하는 밴드에 게임서비스를 론칭할 계획
- 다만, 이러한 오픈형 모바일게임 플랫폼은 상대적으로 진입장벽이 낮기 때문에 개발사 간 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 예상

- 일부 게임 개발사들은 캐주얼게임 위주의 모바일게임 시장에서 살아남기 위해 온라인게임처럼 방대한 콘텐츠를 담은 MMORPG를 개발하는 등 장르 다변화를 모색
- 실제로 CJ E&M은 ‘몬스터길들이기’와 ‘다함께 던전왕’ 등 장르 다변화를 통해 역량 확대를 시도하고 있으며 넥슨코리아 자회사인 엔도어즈는 RPG요소가 담긴 모바일게임 ‘영웅의 군단’을 출시
- 최근에는 1970년대에서 1990년대까지 인기를 끌었던 만화 및 애니메이션 캐릭터를 소재로 한 모바일게임이 출시되고 있으며 ‘울트라맨’이 대표적
- 이에 따라 향후 모바일게임을 기반으로 다양한 부가사업을 통한 수익 확대를 위해서는 지적재산권의 확보가 보다 중요해질 전망

● 게임 과몰입을 바라보는 다양한 시각 존재, 사회전반 의견수렴 필요

- 온라인게임과 모바일게임이 청소년층을 중심으로 일상적인 여가문화로 자리잡으면서 게임 과몰입에 대한 사회적 논란이 확대되는 추세
- 정치권을 중심으로 게임 과몰입에 대한 규제를 골자로 한 법안을 추진 중이며, 소위 ‘4대 중독법’ 등이 대표적
- 다만, 최근 초등 및 중고등학생 등 청소년들을 대상으로 게임 과몰입에 대한 실태조사 결과는 게임 규제법의 필요성에 의문 제기
- 한국콘텐츠진흥원은 한국교육개발원에 의뢰한 전국 초등학교 4~6학년, 중학교, 일반고, 특성화고 1~3학년 학생 등 총 12만 209명을 대상으로 한 종합실태조사 결과를 발표
- 보고서에 따르면 ‘과몰입군’은 지난 2012년 0.8%에서 2013년 0.7%로 약간 감소했으며 ‘과몰입 위험군’은 지난 2012년과 동일한 1.2% 수준
- 이러한 ‘과몰입’ 및 ‘과몰입 위험군’과 함께 ‘게임선용군’은 5.9%로 지난 2012년 대비 약간 증가에 그쳤으나 일반이용자가 92.2%로 대부분을 차지

- 학교급별 ‘과몰입’ 비율은 초등학교 0.6%, 중학교 0.7%, 고등학교 0.8%로 학교급이 높을수록 비율이 증가했으며 지역별로는 특별시가 광역시, 중소도시, 읍면지역 등에 비해 높은 수준을 기록
- 종합적으로 게임산업은 콘텐츠산업 전반의 활성화에 지대한 영향을 미치는 분야로 사회적으로 불필요한 논란을 불식시키기 위해서라도 과도한 규제에 대한 객관적인 접근 필요

◆ 유통(배급)

● 게임산업 활성화를 위한 30대, 실버세대, 청소년세대 등 차별화된 접근 필요

- 국내 게임산업은 지난 1990년대 말부터 온라인게임을 중심으로 고성장을 달성하면서 현재에 이르고 있는 상황
- 최근에는 모바일게임의 이용자 증대로 게임 공급주체인 개발사들의 시장 대응력이 중요해졌고, 특히 이용자 니즈에 대한 면밀한 검토가 필요
- 즉 연령대별 게임이용행태가 변하면서 기존 관념을 타파하는 접근 전략 요구
- 실제로 최근 게임업계는 주요 이용자층인 청소년외에 30대를 게임 주요 수요층으로 간주
- 이는 게임산업이 본격적으로 성장하기 시작한 1990년 후반에서 2000년대 게임을 소비하던 청소년층이 30대 성인으로 성장했으며 무엇보다 이들이 현재 청소년층보다 높은 구매력을 보유하고 있어 게임업체 입장에서는 매우 매력적
- 실제로 엔씨소프트의 경우 지난 2013년 기준 흥행작인 리니지의 신규가입과 휴면계정의 재사용 건수는 총 49만건으로 이중 45%인 약 22만건이 30대로 나타났고, ‘리니지2’ 등 다른 게임들도 유사한 경향
- 블리자드는 ‘월드오브워크래프트’와 ‘디아블로’, ‘스타크래프트’ 등의 온라인 게임에서도 30대를 겨냥한 유치전략을 추진 중이며, 특히 지난 2월 20일 ‘월드오브워크래프트’ 확장팩 ‘드레노어의 전쟁 군주’와 ‘디아블로3’ 확장팩 ‘영혼을 거두는 자’의 설명회를 별도 개최

- 이러한 30대 게임이용자 유치 전략과 더불어 게임시장 저변 확대를 위해 중장년층을 대상으로 한 게임도 개발되고 있는 상황
- NHN엔터테인먼트는 자회사인 NHN블랙픽에서 개발한 모바일게임인 '두뇌 18세 for KAKAO'를 아이폰 및 안드로이드폰용으로 동시 출시
- 목표 이용자를 50대 이상으로 특화한 게임으로 사용자 환경과 게임방식의 단순화를 통해 접근성을 높인 것이 특징
- 50대 이상 시니어층에서 스마트폰 등 스마트기기 이용이 확산됨에 따라 이들의 모바일게임 이용은 자연스럽게 증가하였고, 현재 청소년과 30대 등 핵심 게임이용자들 또한 향후 시니어층으로 편입될 것을 고려하여 지금부터 전략적으로 접근할 필요
- 게임의 주요 이용계층인 청소년의 약 40%가 최소 1시간이상 모바일게임을 즐긴다는 최근 조사결과에 맞춰 현재 목표 시장에 대한 분석도 매우 중요
- 향후 게임산업이 중장기적으로 성장동력을 유지하기 위해서는 정책의 일관성이 필요하고, 이용자 계층별로 사회·문화적 관점의 게임시장 트렌드를 파악할 필요

● 국내 게임업체들의 분야별, 장르별 해외진출 역량 확대

- 국내 게임산업은 완성도 높은 개발력을 바탕으로 고성장을 달성했으며 이러한 성과도출은 적극적인 해외시장 진출에 기인
- 외국산 게임들이 내수 시장에서 선전하는 등 경쟁이 치열하게 전개됨에 따라 국내 게임기업의 위상이 다소 위축되는 양상
- 실제로 라이엇게임즈의 '리드오브레전드', 블리자드의 '워크래프트3', '스타크래프트' 등 외국산게임은 국내 PC방을 중심으로 꾸준한 성장세를 기록
- 이에 따라 국내 개발사들은 기존 개발력을 보유하고 있는 온라인게임과 함께 최근 부상하고 있는 모바일게임을 중심으로 해외시장 개척을 통해 성장동력 확보에 매진

- NHN엔터테인먼트는 자체적인 강점을 보유하고 있는 웹보드게임 및 모바일 게임의 해외 진출을 적극적으로 모색하고 있으며 모바일게임 글로벌 플랫폼인 '토스트'를 2014년 상반기 중 론칭 예정
- 또한 NHN엔터테인먼트는 웹보드게임 신시장개척을 위해 지난 2013년 11월 북미지역에 소셜 카지노게임 개발업체를 설립하고 적극적인 시장공략을 추진
- 기존 온라인게임의 해외 진출도 다각화되고 있으며 엔씨소프트의 대작 게임인 '블레이드 앤 소울'은 중국시장과 함께 일본시장 진출을 모색하는 등 아시아권 시장 강화
- 특히 기존 온라인게임과 함께 TV용 애니메이션을 제작해 수익 다각화를 도모하고 최근 부상하고 있는 지적재산권 확보를 통해 OSMU 콘텐츠 제작도 활성화될 것으로 전망
- 모바일게임의 경우 높은 성장률을 기록하고 있지만, 안정적인 실적 확보를 위해서는 지속적인 흥행작을 내는 것 못지 않게 규모의 경제 확보를 위한 해외시장 개척이 중요
- 실제로 게임빌은 매출액 성장동력의 주요 축인 해외시장 비중을 2014년에는 매출의 60%까지 향상시키는 것을 목표로 설정
- 이를 위해 기존 중국 등 아시아권 시장 뿐 아니라 미국 현지법인 설립을 통해 글로벌 시장에 직접 진출을 모색하고 있으며 현지 수요에 부응하기 위해 총 35종의 모바일게임을 출시할 예정
- 게임빌이 합병한 컴투스도 '돌아온 액션퍼즐패밀리', '컴투스 프로야구 for 매니저' 등 신규 작품과 함께 '골프스타', '타이니팜', '히어로즈워' 등 기존 인기 작품을 통한 해외시장 개척 확대
- 위메이드엔터테인먼트는 성장전략으로 선택과 집중을 통해 미주지역 시장 개척을 2014년 목표로 설정했으며 이를 위해 '윈드러너' 페이스북 버전 출시와 지속적인 현지 업데이트 등 프로모션 실시

● 국내 및 중국 게임업체들의 상대국 시장확보를 위한 다양한 협력 추진

- 국내 게임산업의 높은 성장세의 기반은 해외시장 개척이며 지역적으로는 중국시장에서의 성공이 결정적
- 한국 게임업체들은 지난 2000년대 초중반에 중국시장에서 폭발적인 시장점유율과 매출 성장을 기록
- 이는 무엇보다 국내 개발사들의 완성도 높은 게임 개발과 함께 중국의 경제 성장과 관련 콘텐츠 소비 증가에 기인
- 다만, 최근에는 이러한 중국내 콘텐츠 소비 증가와 함께 중국 로컬기업들이 급성장하면서 막강한 내수시장과 자금력을 바탕으로 한국 등 해외 기업들과의 적극적인 협력을 통해 경쟁력을 확보
- 이에 따라 2000년대 후반 이후 중국내 게임시장은 중국 로컬기업이 선도하면서 상대적으로 한국 등 해외 기업들의 위상은 다소 위축
- 그럼에도 불구하고 국내 게임기업들이 지속적으로 성장하기 위해서는 중국시장 진출이 필수불가결하고, 이를 위한 중국내 유력 로컬기업들과 협력은 절대적
- 이러한 측면에서 최근 국내의 경우 모바일 메신저의 보급 및 이용확대에 따른 모바일게임 수요 증가로 이와 연계할 경우 중국에서도 유사한 트렌드가 예상되는 상황
- 실제로 중국내 모바일 메신저 1위는 텐센트사의 '위챗'이며, 텐센트사는 기존 온라인게임의 매출 성장과 함께 모바일게임 플랫폼인 '위챗 게임허브' 구축을 통한 성장동력 다변화를 모색 중
- 이에 따라 국내에서 성공한 모바일게임인 '모두의 마블', '데빌메이커', '다함께 퐁퐁퐁' 등 7~8종의 작품들이 직접 진출 예정
- 최근 중국업체들은 우리나라로부터 우수한 게임을 소싱하기 위해 보다 적극적인 행보를 이어가고 있으며 실제로 중국 유력 인터넷 서비스업체인 선전 선레이테크놀로지는 한국에 자회사를 설립해 한국 게임의 퍼블리싱을 시작

- 게임산업의 중장기적 측면을 고려할 때 국내 게임기업들의 지속적인 성장을 위해서는 해외 시장이 더욱 중요해질 것으로 예상되며 특히 시장잠재력 및 접근성을 고려할 때 중국시장은 매우 중요하고 이에 따른 다양한 협력모델 구축 필요

□ 해외 동향

● 중국의 게임시장은 성장세 지속과 함께 규제외 잠재성 상존

- 중국의 게임시장은 경제성장 및 소득 증대로 게임 수요가 늘어나고 있고 폭발적인 성장을 이어가는 추세
- 이러한 수요 측면에서의 성장은 필연적으로 공급 주체인 경쟁력을 확보한 내자 기업들의 출현으로 이어졌고, 점차 시장장악력을 확대
- 특히 국내 기업들이 기술 및 개발 우위를 보유했던 온라인게임 분야에서 중국기업들의 약진으로 중국내 경쟁이 악화
- 최근 국내 기업들은 이러한 열세를 만회하기 위해 모바일게임 등 새로운 시장을 개척해 나가고 있으며, 일정 부분 성과도 나타나고 있는 상황
- 다만, 수익성과 매출 규모를 고려할 때 온라인게임의 중요도는 여전히 높기 때문에 적극적인 시장 공략 필요
- 특히 해외 연구기관의 보고서에 따르면 중국내 MMORPG 등 온라인게임은 향후 추세를 고려할 때 성장이 지속될 것으로 전망
- 이러한 전망의 주된 이유는 온라인게임의 역사가 쌓이면서 국내처럼 중국도 수익성과 충성도가 높은 30대 고객이 주요 이용자층을 이루고 있기 때문
- 시장개방도 측면에서 기존 온라인게임 뿐 아니라 비디오게임시장도 개방되면서 중국내 게임시장의 규모는 더욱 확대될 전망
- 실제로 지난 2014년 1월 8일 중국 국무원은 상하이자유무역지구에서 생산되는 해외 비디오게임의 중국내 판매를 일시적으로 허용하는 등 일부 개방 움직임이 나타나는 상황

- 장기적으로 중국은 게임시장을 개방하게 되겠지만, 게임 등 문화 및 콘텐츠 산업에 대한 무역장벽은 쉽게 풀리지 않을 전망
- 실제로 생산 및 판매되는 비디오게임기는 중국 문화부의 검열이 필수사항이며 검열기준도 모호해 논란이 확대되는 양상

● 중국내 기존 및 신규 사업자들의 게임시장 시장진입으로 경쟁 확대

- 중국 게임시장은 공급주체인 기업들이 다수 출현하였고, 급격한 시장확대로 비교 우위를 보유한 기업들이 다수 출현
- 이에 따라 2000년대 후반 이후 중국 게임 내수시장을 기반으로 한 선두 로컬기업들이 나타났으며 텐센트사가 대표적인 예
- 텐센트사는 한국 게임을 통해 급성장했으며 온라인게임 기술력을 단시간에 축적
- 중국 게임시장의 높은 성장에 따라 텐센트사 등 기존 시장참여자와 함께 다양한 인터넷기업들의 시장참여가 확대되고 있음. 중국내 최대 전자상거래 업체인 알리바바가 대표적인 예
- 특히 알리바바는 모바일게임 서비스를 자사 메신저앱인 ‘라이왕’, 오픈마켓인 ‘타오바오’에 통합해 출시할 예정이며 선두기업인 텐센트의 강력한 경쟁자로 부상
- 이러한 중국내에서 성공적으로 안착한 로컬기업들은 높은 시장점유율과 축적된 자본력을 바탕으로 해외시장 개척에 박차
- 텐센트사는 중국 로컬기업에서 해외시장 개척의 선두주자로 나서 막강한 자금으로 한국, 미국 등 게임 선진국들의 유력 게임업체들을 적극적으로 인수합병
- 최근에는 텐센트사와 유사한 투자 형태를 보이는 기업들이 다수 출현하고 있는 상황이며 투자규모도 증가하는 추세
- 실제로 중국내 3위 온라인게임업체인 창유는 2014년부터 3년 동안 총 10억 위안(약 1,800억 원) 규모의 모바일게임 투자금을 조성해 한국 등 글로벌 게임 소싱에 투자

- 창유는 '2014년 모바일게임 전략발표회'에서 한국, 일본 등 우수한 게임콘텐츠 발굴 및 판권 확보를 통해 글로벌 시장에서 역량 강화를 모색
- 알리바바 역시 텐센트사 등 선두기업과 조속하게 격차를 줄이기 위해 한국 등 게임 개발력을 보유한 업체들의 게임을 적극 소싱함으로써 자국에서의 시장점유율 확보 및 해외시장 개척을 동시에 추진 예정
- 향후 중국 게임시장의 성장세를 고려할 때 자본력을 확보한 중국내 로컬게임기업이 다수 출현할 것으로 예상되고 이들 기업들은 성장동력 확보를 위해 해외 기업에 대한 투자를 확대할 전망

● **콘솔게임 분야의 성장세와 함께 해외 유력 인터넷기업의 게임시장 신규 참여**

- 국내는 온라인게임과 모바일게임이 주축이지만 미국, 유럽은 콘솔게임이 주력 시장
- 소니는 최근 PS4 발매를 통해 콘솔게임 주도권을 다시 확보, 지난 2014년 1월 14일 시장조사업체 VG차트에서 북미시장에서 PS4 판매량이 경쟁사인 닌텐도를 앞섰음
- 국내도 PS4의 출시로 일각에서는 온라인게임 및 모바일게임 일변도의 시장 구조에 작은 변화가 있을 것이란 분석
- 국내외 콘솔게임시장의 향후 추세는 PS4 및 XBOX의 강세가 이어지면서 세계 게임시장의 한 축을 계속 담당할 전망
- 세계 게임시장이 성장하면서 다양한 인터넷 사업자들이 시장에 뛰어들고 있으며, 최대 전자상거래업체인 아마존도 그 하나
- 아마존은 최근 '더블헬릭스게임스'의 게임스튜디오를 임직원 75명과 지적재산권을 포함해 인수
- 아마존은 상대적으로 취약한 게임분야 경쟁력을 확보하고, 자체 게임플랫폼 구축을 위해 앞으로도 우수한 게임업체를 인수하거나 투자할 것으로 전망

2 출판/만화산업 주요 이슈

□ 국내 동향

◆ 기획 및 제작

● 2013년 국민 독서실태조사 결과

- 문화체육관광부의 '2013년 국민 독서실태조사' 결과 2013년 성인의 연평균 독서율은 71.4%로 지난 2011년 보다 4.6% 증가한 것으로 나타남
- 성인의 연평균 독서율은 지난 1994년 86.8%를 기록한 후 전반적으로 하향세를 보이다가 지난 2011년부터 반전되면서 현재의 수준에 도달
- 성인의 독서율 증가는 공공도서관 이용률이 지난 2011년 22.9%에서 2013년 30.3%로 증가한 점이 영향을 미쳤다고 해석되며, 다양한 독서 캠페인 전개 등이 주된 요인으로 분석됨
- 다만, 전반적인 연평균 독서율의 상승에도 불구하고 성인 일인당 연평균 독서량은 9.2권으로 다소 감소한 것으로 조사
- 이러한 독서량의 감소는 무엇보다 스마트화로 대변되는 산업패러다임의 변화가 나타나는 가운데 스마트기기 이용증대에 따른 절대적인 독서시간의 감소에 기인
- 결국 독서시간의 확대를 위해서는 스마트기기에 기반한 전자책의 활성화가 해결방안으로 제시될 수 있으나, 미국 등 전자책 출판 선진국 대비 국내 전자책 시장은 현재 걸음마 수준임
- 이에 비해 2013년 학생의 독서율은 지난 1996년 96.7% 이후 하락하다가 지난 2011년 수준 대비 높은 96.0%를 기록
- 성인기준 16개 시도별 도서지표를 보면 서울, 인천, 경기, 경북, 제주 등 타 지역 대비 평균이상으로 조사

- 종합적으로 전반적인 성인 및 학생 등 전 계층에서의 독서율 상승은 국민의 창의성 제고 및 문화융성 등 국가 정책기조의 성과로 일부 인정할 수 있으나 영국, 스웨덴 등 유럽 국가들에 비해서는 현저히 낮은 수준임. 중장기적 독서율 제고에 대한 정책 및 캠페인 확대 필요
- 실제로 종이책의 가치 제고 및 독서율 확대를 위해 지난 2013년부터 ‘종이책이 좋아요’ 캠페인을 한국제지연합회 주축으로 추진

● **웹소설 등 전자책 형태 및 종이책 공동 출간을 통한 출판산업의 신규 수익모델 가능성 확대**

- 최근 인기 웹소설인 ‘광해의 연인’은 종이책과 전자책으로 출간되어 독자들에게 좋은 반응을 얻음
- 웹소설 ‘광해의 연인’은 2013년 1월 연재후 조회수 및 인기순위 1위를 유지하고 있으며 누적조회건수 1,380만 건으로 네이버 웹소설 부문 전체 1위 및 유료연재 판매 1위를 기록
- ‘광해의 연인’의 종이책의 흥행도 웹소설과 동일한 경향을 나타냈는데 지난 2013년 종이책 1~3권은 모두 15,000권 판매
- 이러한 흥행의 요인은 웹소설의 특성상 인터넷상에서 독자들이 사전에 내용을 경험한 것이 종이책 판매로 연결된 것
- 또한 조정래 작가의 ‘정글만리’의 경우 지난 3월에서 7월까지 네이버에 연재되어 총 1,200만 페이지뷰를 초과했으며 종이책 판매도 지난 13년말에 이르러 100만 부를 돌파
- 결국 웹소설은 작품의 인지도 제고에 기여하고, 실질적인 수익은 종이책을 통해 창출하는 선순환 구조 가능
- 이에 현재 전반적인 종이책 시장의 위축을 일정 부분 타개할 수 있는 방안으로 웹소설을 고려할 필요가 있으며 이를 보다 구체화하기 위해서는 국내외 독자들에게 소구할 수 있는 완성도 높은 작품이 지속적으로 나와야 함

● 기존 포털 외 웹툰 공급사업자 다양화

- 웹툰은 인터넷 및 모바일 네트워크의 발달에 따라 기존 종이책 만화를 대체할 정도로 수요가 높은 분야로 각광
- 특히 웹툰은 공급 측면에서 기존 출판만화의 한계를 극복할 수 있는 새로운 수익모델로 인식되면서 유명 출판 만화작가들과 함께 다양한 분야의 경험과 역량을 소유한 계층들이 웹툰 시장으로 진입
- 이러한 웹툰 시장 진입을 용이하게 만든 것은 인터넷 및 모바일 인프라를 적극적으로 활용해 수익을 창출하는 포털업체들이 크게 기여
- 실제로 국내 주요 포털업체인 네이버, 다음 등 대형 포털업체들은 막강한 페이지뷰 및 사용자를 기반으로 웹툰시장을 주도
- 최근 웹툰시장 성장에 따라 기존 포털업체들 외에 전문업체들이 출현하여 웹툰작가들의 작품 유통채널이 다양화되고 있음
- 실제로 스마트폰 기반의 만화잡지 ‘카툰캡’은 안드로이드 기반 및 iOS 버전의 만화잡지를 주 1회 12편의 연재작을 구독할 수 있는 서비스 제공
- 무엇보다 ‘카툰캡’은 이전 출판만화의 각 컷 화면 구현 등 다양한 ‘뷰 방식’을 제공함과 동시에 ‘리니지’의 신일숙 작가 등 출판만화계의 유명작가들의 작품을 연재함으로써 포털업체와 차별화 시도
- 향후 스마트화로 대변되는 산업패러다임 변화로 인해 기존 출판만화는 일정 부분 위축이 불가피하고 다양한 장르와 플랫폼의 웹툰 시장이 활성화될 것으로 예상되기에 이에 적극적으로 대응할 필요

● 웹툰의 성장세 지속 및 마케팅 활용 확대

- 만화는 시각적인 요소가 강하기에 이해력과 전달력을 제고하는 데 유용한 미디어임
- 웹툰은 인터넷 및 모바일을 통해 이용하게 되므로 접근성이 높을 뿐 아니라 최근 들어 완성도 높은 작품들이 많이 공급되면서 이용자들에게 인기가 높음

- 웹툰의 제작형태에 있어서도 기존 그림 중심에서 듣고 느끼는 웹툰을 출시하는 등 기존 제작형태와는 차별화된 작품 출시
- 실제로 (주)퍼니스톤은 웹툰작가 남정훈 작품에 대해 웹툰과 비주얼노블이 결합된 새로운 형식의 애플리케이션을 출시
- 즉, 기존 웹툰인 만화형식과 함께 애니메이션, 음악 등을 결합해 웹툰 각 장면에 적합한 영상 및 음향 효과 등을 제공하면서 이용자들의 만족감을 극대화
- 웹툰은 이용자 계층을 고려할 때 비교적 젊은 층들이 선호하기에 이들 계층이 선호하는 소비재 등을 중심으로 다양한 마케팅 수단으로 이용가능
- 최근에는 화장품 업계가 웹툰을 활용한 마케팅에 비교적 적극적인 상황이며 특히 마몽드는 웹툰과 드라마를 엮은 '동백 전설' 영상을 통해 신제품 이미지 구축 및 간접적인 홍보효과 획득
- 이니스프리는 지난 2월 신제품인 '틴트 립무스'를 소셜 광고웹툰 '입술로 말해요'를 통해 한국과 중국에 동시 론칭했으며 남성화장품 '울트라 올인원 크림'을 출시하면서도 김철현 작가의 웹툰 '무장'을 마케팅 및 홍보에 활용

◆ 유통(배급)

● 국내 전자책 업체들의 중국 등 해외시장 진출 확대 및 도서저작권 등 무형자산의 수출 증대

- 국내 전자책 성장세는 지속되고 있으나 시장규모 면에서 시장참여자들의 실질적인 매출은 다소 미미한 수준으로 전반적으로 전자책 시장 활성화는 다소 부진한 상황
- 또한 전반적인 종이책 시장의 위축에 따른 다양한 대안이 요구되는 상황에서 종이책 및 전자책의 해외시장 개척은 필수
- 특히 공급 측면에서 종이책 및 전자책 출판 업체들은 중소기업이 대부분이어서 급변하는 출판시장의 변화에 능동적으로 대처하지 못하고 있는 상황

- 최근 국내 중소 전자책업체들이 중국 시장 진출을 통해 가시적 성과를 도출하는 등 국내 위축된 전자책 출판시장의 향후 대안 시장으로서 가능성 대두
- 중국은 전자책 등 정책적인 규제가 상존함에도 불구하고 경제 성장에 따라 향후 거대한 수요 잠재력을 고려할 때 적극적인 진출 필요
- 특히, 중국의 전자책 시장규모는 2012년의 경우 약 338억 위안(6조 원) 규모에 이르고 있으며 전자책 단말기 수요는 지난 2008년에서 2012년까지 연평균 400%의 고성장을 기록했으며 오는 2014년에 이르러 약 1,760만대 수요 전망
- 실제로 중화문화미디어유한공사는 상하이 소재 국영출판사 '이허'와 전자책 계약을 체결했으며 한국스마트폰애플리케이션사업협동조합은 '포북' 등 중국 10대 주요 출판사와 수익모델을 확보하기 위한 정기 교류를 시작
- 이러한 전자책의 가시적인 성과와 함께 국내 도서들의 수출 형태는 기존 완성 종이책과 함께 저작권 형태의 수출이 급증하는 추세
- 한국출판연구소는 지난 3월 10일 '2013년 도서 저작권 수출' 관련 조사 결과를 발표했는데 총 815종을 저작권으로 수출했으며 이는 지난 2012년 대비 22% 증가한 수치임
- 국가별로 보면 총 815종 중 중국이 376종으로 전체의 46.1%를 기록하는 등 가장 높게 나타났으며 이어 태국 146종(19.7%), 말레이시아 78종(9.6%), 대만 69종(8.5%), 인도네시아 55종(6.6%) 순
- 분야별로는 아동 도서가 503종으로 전체 대비 62%를 차지했으며 만화 114종(14%), 문학 108종(13.0%) 순
- 이러한 성과는 무엇보다 한국 도서출판의 기획 및 완성도의 우수성을 입증한 것이며 종이책 수출의 한계를 극복할 수 있는 대안으로 가능성을 보여줌
- 향후 전반적인 전자책 수요증대에 따라 저작권 등 무형자산의 국내외 거래가 확대될 전망이기에 도서 콘텐츠의 완성도를 제고할 수 있는 작가들의 역량이 중요

● 전자책 시장의 가시적인 성과 미흡에 따른 기존 시장참여자 감소 및 신규 시장참여자 진입 증가

- 전자책은 전반적인 스마트화의 트렌드에 따라 전 세계적으로 시장의 대세로 자리매김하고 있는 가운데 국내 전자책 시장은 다소 후진적인 양상
- 그럼에도 불구하고 중장기적 시장상황을 고려할 경우 전자책 시장선점을 위한 국내외 출판업계 지각 변동 예상
- 무엇보다 국내 대기업들이 전자책 사업에 신규 진입하면서 전반적인 시장 활성화에 긍정적 영향 기대
- GS홈쇼핑은 출판사 RHK와 조인트벤처로 설립한 '탭온박스'로 전자책 서비스를 시작했으며 향후 국내시장은 물론 해외시장 개척을 위해 자체 제작 전자책과 유통을 확대할 예정
- CJ헬로비전은 에스24와 제휴를 통해 전자책 콘텐츠를 확보하면서 자체적인 인터넷 광랜서비스와 전자책 서비스를 결합한 '컬처 인터넷 서비스'를 출시
- 세계 최대 인터넷 소매업체인 아마존은 최근 국내 전자책 시장진출을 위해 국내 출판업체들과 접촉을 시작했으며 기존 일본 시장 진출의 성공사례와 유사한 과정을 거칠 것으로 전망
- 다만, 이러한 대기업들의 신규시장 참여에도 불구하고 기존 진입 기업들의 시장철수가 나타나고 있는 상황이며 특히 신세계I&C는 전자책 시장성장이 저조하고 불투명한 사업성으로 인해 전담부서 및 관련 서비스 축소 예정
- 향후 전자책 시장은 종이책 시장의 대체재로서 국내외 신규참여자의 꾸준한 시장진입이 예상되며, 전자책 시장성숙 여부에 따라 기존 사업자들의 시장 재진입이 나타날 전망

● 웹툰의 해외시장 공략 확대

- 웹툰은 한국의 경우 스토리 측면에서 다양한 장르와 함께 완성도 높은 제작으로 다양한 계층으로 이용자가 확대되고 있는 상황

- 특히 웹툰 이용에 있어 기존 종이책과 달리 인터넷과 모바일을 통한 용이한 접근성은 큰 장점으로 작용
- 또한 스토리 측면에서 타 문화권에서 수용 가능할 정도로 문화적 할인율이 낮다면 번역 등 해외 현지화에 비교적 빠른 대응이 가능해 국내 뿐 아니라 해외진출 가능성이 높은 분야 중 하나
- 주요 출판 소비국가들도 국내 웹툰과 유사한 서비스가 제공되고 있으며 미국의 경우 웹코믹스가 대표적
- 최근 한국의 완성도 높은 웹툰을 중심으로 미국, 중국, 일본 등 해외진출이 가시화되고 있으며 이에 따른 국내 업체들의 적극적인 해외진출 시도
- 웹툰의 해외 진출은 직접진출, 협력진출 등 다양한 방식으로 이뤄지고 있으며 국내 포털업체 및 웹툰 전문서비스업체들이 가시적인 성과 도출을 위해 매진
- 포털업체인 다음은 레진엔터테인먼트와 협력해 오는 2014년 상반기에 북미 시장에 직접진출예정
- 웹툰 전문서비스업체인 훌씨의 웹툰 서비스인 '카툰컵'은 2014년 2월 중국내 콘텐츠 플랫폼 서비스 '코인'을 보유한 리원과학기술과 계약을 통해 중국내 서비스를 개시
- 레진엔터테인먼트는 일본만화시장 진출을 위해 현재 국내 서비스중인 웹툰 중 16~21편을 선별해 전문 애플리케이션으로 출시 예정

● 학습만화의 다양한 진화 지속

- 학습만화는 만화의 재미와 교육 요소를 결합한 'Why?' 시리즈 성공이후 다양한 서적이 출판되면서 좋은 성과를 거둠
- 'Why?' 시리즈 성공으로 다양한 학습만화 출판 붐과 함께 수요 확대
- 특히 학습만화 영역은 기존 과학 뿐 아니라 철학 등 인문학 분야와 함께 수학 등 교과과정용으로 확대되는 양상

- 실제로 정규 교과과정에 중요도가 높고 학부모의 관심이 증대되고 있는 수학의 경우 다양한 학습만화로 출판됐으며 실제로 천재교육은 초등 전학년을 대상으로 스토리텔링 수학학습만화 ‘수학 비밀일기’를 출시
- 학습만화의 성공은 기존 종이책 출판 뿐 아니라 스마트기기에 부합한 애플리케이션 출시를 통해 전자책으로 영역 확대
- KTH는 국내 학습만화 성공작인 ‘Why?’ 시리즈를 모바일 애플리케이션으로 제작했으며 실제로 ‘똥’, ‘곤충’, ‘공룡’, ‘우주’, ‘날씨’ 등은 시각 및 청각 효과를 극대화해 수요 견인

□ 해외 동향

● 일본 종이책 만화잡지의 온라인화 확대

- 일본의 만화산업은 다양한 히트작을 기반으로 성장세를 이어오고 있으며 국내에도 많은 매니아층을 형성
- 다만, 정보통신 등 네트워크 발전에 따라 일본내 만화산업도 종이책을 중심으로 정체를 나타내고 있으며 실제로 지난 2013년 일본 만화시장은 약 3,669억 엔으로 전년대비 2.6% 감소
- 또한 이용자 점점 측면에서도 만화수요의 절대적인 계층인 젊은 층들은 종이책 보다는 스마트폰 등 스마트기기를 통한 이용을 선호
- 결국 일본 만화시장도 전반적인 스마트화 패러다임 변화에 직면하게 되었으며 이에 관련업체들도 대처방안 마련 중
- 대표적으로 일본의 유명 만화잡지의 온라인화를 들 수 있으며, 실제로 일본내 최대 출판사인 고단샤는 오는 2014년 4월에 오프라인 만화잡지를 온라인으로 간행 예정
- 또한 일본내 유력 소셜게임사인 DeNA사는 지난 2013년 12월에 전자잡지 ‘만화상자’를 출시

- 국내의 경우 과거 어린이를 대상으로 한 종이책 만화잡지의 전성시대를 지나 현재는 성인들 대상의 만화잡지가 창간되는 등 활성화에 노력을 보이고 있지만 전반적으로 위축
- 특히 국내 만화시장은 종이책의 위축과 웹툰 중심의 공급과 수요로 급변하면서 일본 사례는 만화시장 공급 채널의 다양성이라는 측면에서 참고할 필요

● **구글 미국내 인터넷 도서관 프로젝트 소송 승소 및 이에 따른 작가들의 항소심 제기 등 논란 증대**

- 구글은 기본적으로 무료 서비스를 통해 이용자 기반을 확대하면서 다양한 수익모델을 창출
- 구글은 출판 분야에서 각종 도서의 디지털화를 통한 인터넷 도서관을 의욕적으로 추진해 왔으나, 업계의 반대에 부딪쳐 난항을 겪고 있음
- 실제로 구글의 공동창업자인 래리페이지는 전세계 모든 사람들에게 정보의 보편적 접근 확대를 위해 ‘정보격차 해소’라는 목표하에 2,000만 권 이상의 책을 전자문서화
- 이에 반해 미국 작가협회는 디지털 도서를 통한 온라인 도서검색이 허용될 경우 도서판매 감소 등을 이유로 허용불가 등 소송을 제기했으나 지난 2013년 말 8년간 이어져 온 미국 작가협회 등 출판 및 미디어업계와의 ‘공정사용’ 관련 소송에서 구글이 승소
- 그럼에도 불구하고 미국작가협회는 1심의 결과는 저작권에 대한 근본적인 도전이라며 구글이 저작권자 허락 없이 디지털로 복제할 경우 공정범위를 벗어난다고 항소
- 전반적으로 미국내 매체들은 구글의 승소가 비교적 합리적 판결이라는 것이 우세한 가운데, 구글과 작가협회의 저작권 소송에 대한 논란 확대 전망

● 미국 전자책 시장 성인용 판매 확대

- 미국은 전자책 시장에 있어 한국 등 다른 국가 대비 비교적 높은 보급률과 함께 다양한 장르의 전자책 수요가 증가하고 있음
- 최근 미국을 중심으로 에로틱 및 로맨스 장르의 전자책 수요가 증가
- 이미 지난 2012년 출간된 E.L.제임스의 ‘그레이의 50가지 그림자’의 경우 미국에서만 3,500만 부가 판매되는 등 전세계적으로 7,000만 부 이상 판매
- 이에 따라 종이책의 에로틱 로맨스 장르는 전자책으로 성공적으로 전환된 대표 장르로 자가 출판 등 출판의 효율성이 높은 전자책 시장에서 성인 장르는 앞으로 더욱 확대될 전망
- 실제로 최근 미국에서 에로틱 로맨스 ‘엑스게임’ 1~3권은 지난 2014년 2월 아마존의 자가 출판 베스트셀러 순위에서 2~4위를 기록
- 국내 역시 전자책 판매는 성인용이 절대강세를 보이고 있는 가운데 실제로 지난 2014년 2월 셋째주 전자책 부문 베스트셀러 1~10위중 7종이 성인물
- 향후 국내외에서 전자책의 성인용 장르는 공급의 용이성과 다양성으로 인해 지속적으로 수요 확대 전망

3 음악(공연)산업 주요 이슈

□ 국내 동향

● 기획 및 제작

● 국내 대형 음악기획사들의 경쟁력 확보를 위한 다양한 노력과 함께 시장 독점적 위치 확대 논란

- 국내 대형 음악기획사들은 90년대 후반부터 나타난 ‘한류’의 영향으로 비교적 급성장했으며 현재에 이르고 있는 상황

- 특히 지역적인 측면에서 일본, 중국 등 아시아권에서의 영향력은 드라마와 함께 '한류'의 양대 축으로 자리매김
- 이러한 대형 기획사들은 차별화된 기획력을 바탕으로 아이돌 그룹의 국내외 인기에 따라 성장세를 이어가는 추세
- 다만, 2000년대 후반 이후 천편일률적인 아이돌그룹의 범람 등으로 국내외 음악시장 경쟁 확대와 함께 일본 등 일부 국가 및 지역에서 나타나고 있는 '반한류'로 인해 다소 주춤
- 그럼에도 불구하고 국내 대형 기획사들은 경쟁력을 보유하고 있는 아이돌 그룹을 통해 시장을 장악하고 있으며 최근 들어 이들 기업들이 대형화되면서 시장집중이 심화되는 양상
- 국내 대중음악계에서 신인가수의 데뷔 급감은 대형 기획사들의 영향력 강화를 반증하고 있으며 실제로 지상파 및 케이블 방송 등 음악방송에서 신인가수들의 출연 기회가 줄어들었다고 일각에서 문제제기
- 국내 음악산업의 대내외 경쟁력 확보를 위한 기획사의 대형화는 필요하나 안정적이고 지속가능한 선순환의 산업 생태계를 확립하기 위해서는 개선이 필요
- 일부 대형 기획사는 이러한 상황의 개선과 함께 대내외 경쟁력 확보를 위해 아이돌 음악 일변도에서 벗어나 힙합 및 밴드음악을 접목한 레이블 사업을 추진하고 있으며 SM엔터테인먼트가 대표적임
- 또한 기존 음악과 함께 뮤지컬 등 수익다각화를 시도하고 있으며 미국 등 해외 시장 진출을 위해 노력 중
- 실제로 SM엔터테인먼트는 자회사인 SM컬처&콘텐츠를 통해 라이선스 뮤지컬인 'Singing in the Rain'을 자체 아이돌 그룹인 슈퍼주니어 멤버인 규현을 캐스팅해 공연할 예정이며, YG엔터테인먼트는 미국에 'YG랜드'를 설립, 미주지역 진출 교두보 확보

● 음악 제작 및 유통 등 가치사슬별 개방화 확대

- 음악시장은 제작 및 유통에 전문성이 요구되고 비교적 높은 진입장벽으로 인해 일부 업체들의 시장 독점적 구조가 강화되고 있음
- 최근 들어 전반적으로 인터넷 속도와 이와 관련된 미디어 제작 및 유통기술의 발달로 인해 음악시장 진입이 비교적 용이해짐
- 특히 음악은 전문적인 영역임에도 다양한 아마추어 음악가들의 제작 및 유통 활성화는 음악 소비에 있어 다양성은 물론 건강한 산업 생태계를 조성함으로써 산업의 경쟁력 제고 가능
- 진입이 용이한 인터넷 및 모바일 서비스 제공으로 음악 제작 및 유통시장 개방 점차 확대
- 실제로 비제이모바일은 기성 음악제작자 및 아마추어 음악인들이 모바일을 통한 음악의 유통 및 공유가 가능한 서비스를 실시하고 있으며 오프라인 매장과 연계한 음악유통을 시도
- 서비스의 핵심은 공급자 측면에서 기존 음원 사업자들과는 달리 음원 및 음악 제작자들에게 판매수익의 50%를 배분하는 것
- 서비스 소비의 측면에서는 기본적으로 다양한 음악을 경험할 수 있을 뿐 아니라 모바일 및 인터넷 서비스의 특징인 커뮤니티 활성화로 관련 정보의 획득이 용이
- 향후 음악시장의 가치사슬별 개방화는 기술변화 등 음악 제작 및 유통 인프라 뿐 아니라 계층별 문화적 감성의 사회적 중요성이 지속적으로 대두됨에 따라 비단 음악시장 뿐 아니라 콘텐츠 관련 산업간 연계 트렌드가 나타나고 확대될 전망

● 2013년 공연산업은 화제작 중심으로 전반적인 호조세

- 공연산업은 뮤지컬을 중심으로 2000년대 중후반부터 선풍적인 인기를 확보했으며 현재에 이르고 있는 상황

- 해외 라이선스 대형 뮤지컬의 지속적인 높은 호응과 함께 국내외 중형 창작 뮤지컬도 양적 및 질적 성장 확대
- 이는 무엇보다 해외 라이선스 및 국내 창작 뮤지컬의 완성도가 높은 것이 주요 요인이며 2013년은 다양한 뮤지컬이 기획 및 제작되고 공급이 증가하면서 경쟁이 치열
- 특히 뮤지컬 부문에서는 대형 뮤지컬을 중심으로 신작들의 경쟁이 격화되었으며 실제로 지난 2013년 1월 ‘레베카’, ‘요셉 어메이징 테크니컬러 드럼코트’, ‘하이스쿨 뮤지컬’, ‘위키드’, ‘고스트’ 등 유명라이선스 한국어 버전 초연
- 국내 창작 뮤지컬은 ‘그날들’ 및 ‘해를 품은 달’ 등이 해외 유명라이선스 공연과 경쟁하면서 일정부분 성과를 달성했으며 김광석 등 작고한 가수의 히트곡을 묶어 3편의 뮤지컬이 공연되었음
- 또한 국내외 ‘한류’ 확대에 따라 아이돌 그룹 멤버들의 뮤지컬 데뷔로 공연시장 이용자 저변확대에 긍정적으로 작용
- 실제로 2PM의 멤버 준케이 등이 출연한 ‘삼총사’는 일본 도쿄에서 25회 공연을 통해 인기를 확보했으며 SM엔터테인먼트의 슈퍼주니어 멤버인 규현은 라이선스 뮤지컬 ‘Singing in the Rain’에 캐스팅

◆ 유통(배급)

● 뮤지컬 등 경쟁력 확보 장르의 공연산업의 중국 등 해외시장 진출 성과 지속

- 뮤지컬은 국내 공연산업 중 수요측면에서 다양한 관객층을 확보, 다양한 공연의 공급이 꾸준히 증대되면서 성장의 선순환 구조를 확립
- 최근에는 뮤지컬의 기획 및 제작을 중심으로 경쟁력 확대와 함께 일부 대형 제작사의 적극적인 해외시장 개척 시도에 따라 국내 흥행작들의 중국 등 해외진출 성과가 가시적으로 도출
- 무엇보다 주목해야 할 것은 기존 흥행작들의 국내 성과에 대해 해외 시장에서 호평과 함께 인지도 제고로 이어져 국내 신작 뮤지컬 등 공연물의 진출 기회가 확대되고 있는 상황

- 지역적으로는 중국이 기타 해외지역에 비해 좋은 성과가 나타나고 있으며 기존 대형 작품과 함께 중소규모 작품도 기존 성인 관객 뿐 아니라 어린이 등 다양한 관객층에 소구하면서 진출
- 실제로 (주)뮤지컬서비스의 작품인 ‘미소’는 한국 전통음악과 춤이 기반인 작품이며 2014년 6월에 중국 상하이와 항저우, 푸저우 등 3개 도시를 순회 공연할 예정이며 기존 베이징 등 북부지역에서 벗어나 경제 중심지 남부지역에 진출
- 유열컴퍼니는 뮤지컬서비스와 ‘브레멘 음악대’의 중국진출을 위한 업무협약을 체결했으며 지난 2006년에 초연된 ‘브레멘 음악대’는 상대적으로 어린이 공연 콘텐츠가 부족한 중국 공연시장을 개척하여 긍정적 성과 기대
- 향후 한국 및 중국의 민간 교류가 지속적으로 증대되면서 문화적 공감대가 확대될 것이기에 국내에서 성공한 뮤지컬 등 공연물의 중국 진출기회 증가 예상. 이를 기반으로 한 아시아권 및 미주 지역 시장영역 확대 필요

● 음원서비스 시장의 기존 사업자 및 신규 사업자간 경쟁 확대

- 음악 등 콘텐츠산업은 과거 오프라인 시장 중심에서 정보통신 기술의 발달로 온라인 소비 패러다임으로 근본적인 변화에 직면
- 음악시장은 과거 음반으로 대변되는 ‘소유’의 개념에서 음원의 ‘소비’로 급속도로 전환되는 상황
- 이에 따라 기존 음악산업의 기획 및 제작 참여자보다는 유통분야에서 변화가 나타나고 있으며 이는 온라인 음원유통 사업자의 출현, 특히 막강한 자본력을 보유하고 있는 통신사 중심으로 시장 재편
- 특히, SK텔레콤의 시장점유율이 5~60%에 이르는 가운데 비교적 후발주자들의 경쟁이 치열한 상황이며 실제로 엠넷, 벅스, KT뮤직 등 3개 사업자가 2위권 경쟁 중
- 최근에는 스마트폰 등 스마트기기 보급 확대에 따른 음원 소비의 변화가 나타나는 가운데, 기존 약 7개에 이르는 기존 음원유통사업자 외에 소셜네트워크서비스 플랫폼에 기반한 사업자의 신규 시장참여로 경쟁이 치열해짐

- 국내 모바일 플랫폼 강자인 카카오톡은 메신저 기반의 게임 플랫폼을 성공 시킨데 이어 음원시장에서의 영향력 확대를 모색중이며 실제로 출시한지 6개월여에 불과한 ‘카카오 뮤직’의 가입자가 1,000만 명에 이르는 등 기존 선두 업체를 위협
- 향후 인터넷 및 모바일 등의 네트워크의 융합에 따라 기존 인터넷 기반의 음원사업자 및 모바일 사업자간 시장 경쟁이 치열할 전망이며 특히 이용자 편의성, 커뮤니티 활용성, 정보획득의 개방성 확대 등이 성과를 가를 것으로 예상

● **음원소비의 디지털화와 함께 다양한 장르 수요 확대에 따라 댄스 등 아이돌 음악 중심에서 변화 예상**

- 음원시장에서의 최근까지의 소비 경향은 10대 및 20대 초중반 연령계층에 초점이 맞춰진 댄스 장르 등 아이돌 음악이 중심
- 물론 댄스 장르 중심의 아이돌 음악은 국내 시장에서 각광을 받으면서 중국 등 아시아권을 대상으로 ‘한류’ 역할을 적절히 수행했으나, 천편일률적인 댄스 음악은 국내 음악수요자의 저변 확대에 일정부분 악영향
- 이러한 측면에서 최근 음악 및 음원 수요에 있어 댄스 부문을 탈피한 발라드, 힙합&랩 등 장르의 다양성이 확대되는 추세
- 실제로 한국음악콘텐츠산업협회가 운영하는 가온차트의 지난 2013년 1년간 디지털 차트 조사결과의 ‘톱 50’의 장르별 점유율 조사결과는 발라드가 26%로 1위를 차지
- 또한 2위는 랩&힙합 및 OST, 기획 음원이 각각 18%를 기록했으며 아이돌 댄스 음악은 16%로 3위를 차지
- 이는 드라마의 히트와 함께 삽입되는 발라드 및 OST 음원의 수요 확대에 기인하고 있으며 실제로 허각과 유승우가 발표한 ‘모노드라마’, 다비치의 ‘거북이’ 등이 대표적

- 향후 중장기적 측면에서 내수 경쟁력을 기반으로 한 적극적인 해외시장 진출이 요구되므로 기존 아이돌 댄스음악 중심에서 발라드 등 장르의 다양성은 '한류'의 경쟁력 강화에 기여할 전망

□ 해외 동향

● 세계적인 스트리밍 음원서비스 증대에 따른 애플 등 사업자들의 음반 제작에 대한 독점적 공급 요구 확대

- 음악시장은 과거 오프라인에서의 음반 구매로 대변되는 소유에서 인터넷 및 모바일 네트워크 중심의 소비 형태로 진화
- 이는 디지털 기술 발달에 따른 소비 점점의 변화에 따른 것이며 디지털 음원 소비의 형태 및 결제 형태도 다운로드가 주류
- 이러한 다운로드 형식을 통해 수익을 창출한 업체는 애플사이며 지난 2003년 아이튠즈 스토어 개설이후 전세계 음원시장 장악력 확대
- 최근 들어 이러한 음원 다운로드 시장에서도 변화가 나타나고 있음. 실제로 아이튠즈의 디지털 음원 다운로드 판매는 감소하고 있고, 이는 음원 스트리밍 업체들의 약진 때문
- 스포타이, 유튜브, 랩소디 등이 음원 스트리밍 시장을 선도하는 업체들이며 최근 조사결과에 따르면 지난 2013년 미국 디지털 음원 판매액은 약 12억 6,000만 달러로 2012년 대비 약 5.7% 감소
- 이에 따라 디지털 음원 다운로드 서비스가 과거 CD 등 음반 판매의 역할로 떨어질 것이라는 우려가 높아지는 가운데, 업계 1위인 애플사는 최근 음반 사에게 일부 신곡에 대해 음원 스트리밍업체를 배제하고 독점 공급을 요구하여 미국 내에서 논란 확대

● 음원분야 인터넷기업 및 제조사 등 신규 시장참여

- 음악시장은 인터넷 및 모바일 등 네트워크 기술의 진전으로 음원시장으로 급속히 재편되는 상황
- 음원시장은 애플사가 시장 우위를 지키고 있는 음원 다운로드 서비스와 유튜브, 스포타이 등 음원 스트리밍 서비스로 구분 가능
- 최근에는 음원 다운로드 서비스에 비해 스트리밍 서비스가 점차 시장을 확대하고 있고, 부상하는 스트리밍 시장에서 우위를 확보하기 위한 다양한 사업자들의 시장참여 증가
- 해외 유력 언론 보도에 따르면 최대 전자상거래 업체인 아마존은 애플 아이튠즈 라디오와 유사한 음원 스트리밍 서비스를 준비중
- 실제로 아마존은 효율적인 시장 안착을 위해 유니버설, 소니, 워너뮤직 등 세계 주요 음원 유통업체들과 논의 중이며 각 음반사에 제시한 합의금은 약 3,000만 달러에 이를 것으로 보도
- 아마존은 음원 스트리밍 서비스 제공에 있어 자체적으로 보유하고 있는 막대한 이용자 데이터를 활용, 음원 소비패턴 분석을 통해 기존 업체들과 서비스 차별화를 모색
- 스마트기기 제조에서 강점을 보유하고 있는 삼성전자도 애플 아이튠즈 라디오와 유사한 스트리밍 서비스인 ‘밀크 뮤직’을 지난 3월 7일 미국에서 출시했으며 향후 국내 및 기타 국가에도 서비스 예정
- 향후 음원 소비는 전세계적으로 스트리밍 서비스의 추세를 고려할 때 국내에서도 이와 같은 경향이 예상되기에 기존 국내 음원 서비스 업체 뿐 아니라 다양한 국내외 사업자들간의 시장경쟁 증대 전망

● 중국 인터넷업체들의 음악 등 엔터테인먼트 사업 강화 및 한국 등 해외시장 진출 확대

- 중국은 제조업 성장방식과 유사하게 향후 서비스업 중심의 경제성장 전략을 수립 중으로 콘텐츠산업의 중요도가 더욱 부각되는 상황
- 이러한 콘텐츠산업 육성의 핵심은 경쟁력과 규모를 확보한 자국내 로컬기업의 성장이며 텐센트는 인터넷 기반의 게임과 다양한 콘텐츠 서비스 제공으로 급성장한 기업
- 텐센트와 함께 인터넷 검색을 기반으로 급성장한 바이두와 전자상거래로 성공한 알리바바가 중국내 인터넷기업을 대표
- 다만, 텐센트, 바이두 등은 막강한 자본력을 바탕으로 해외 성공사례의 벤치마킹을 통해 음원서비스 등 중국내 서비스를 제공해 비교적 높은 성장을 기록하고 있으며 최근에는 해외 진출도 가속화
- 이에 비해 알리바바는 음원 등 콘텐츠 분야에서는 텐센트 등 선두기업 대비 후발주자로 향후 전세계적인 콘텐츠 시장 확대에 따른 능동적 대처 잠재력이 다소 미흡한 상황
- 이에 따라 알리바바는 중국 내외 유력기업들의 인수합병을 통해 선두기업과의 시장격차 해소를 모색하고 있으며 실제로 최근 알리바바는 중국내 종합 문화엔터테인먼트사인 차이나비전을 전격 인수했고, 지난 2013년 음악 스트리밍 기업 ‘시아미’를 인수
- 이러한 중국내 선두기업과 함께 전통적 방송 및 미디어 기업들도 자국 음악 방송을 한국에 론칭할 예정임. 실제로 중국의 상하이미디어그룹(SMG)은 산하 그룹 채널 ‘영TV’의 한류 음악프로그램인 ‘음악전류방(가칭)’을 방송 예정

4 방송산업(방송영상독립제작사) 주요 이슈

□ 국내 동향

◆ 기획 및 제작

● 2013년 방송산업실태조사 보고서 발표

- 방송산업은 기존 지상파방송 및 케이블방송과 함께 종합편성채널, 통신사 등의 시장참여로 플랫폼의 다양성 확대 및 지속적인 성장세
- 현시점에서의 방송산업은 지상파 방송의 우세가 이어지는 가운데 케이블 방송, 종합편성채널 등이 각축을 벌이는 상황이며 인터넷 등을 활용한 IPTV 등 신규 사업모델을 기반으로 통신사들이 신규 시장참여
- 미래창조과학부와 방송통신위원회는 정보통신정책연구원에게 위탁해 2013년 방송산업 실태조사보고서를 발표
- 방송산업 매출액은 2012년말 현재 약 13조 1,984억 원으로 전년대비 11.3% 증가했으며 지난 2010년 이후 두 자릿수 성장을 기록
- 이는 앞서 언급한 규모의 측면에서는 지상파 방송의 강세가 이어졌고 다양한 채널사업자들의 시장참여에 따른 TV홈쇼핑 및 방송프로그램 매출액 증가에 기인
- 방송산업 부문별로 보면 방송채널사업자의 규모는 약 전년대비 17.6% (8,303억 원) 증가했으며 종합유선방송사업자는 전년대비 9.4%(1,994억 원) 성장했으며, IPTV 사업자는 전년대비 36.8%의 고성장을 기록
- 방송광고시장의 2012년 규모는 약 3조 5,796억 원으로 전년대비 4.1% 감소했으며 이는 지상파 광고의 감소에 기인하며 또한 광고점유율이 61.1%로 하락
- 결국 방송광고시장은 전반적인 미디어 수요의 변화에 따라 지상파의 비중이 지속적으로 하락하는 추세를 보이는 가운데 향후 인터넷 기반의 IPTV 등 신규 분야의 광고시장 증대 전망

- 이에 따라 방송산업 내에서 수요 및 공급 트렌드 변화와 함께 타 산업과의 융합이 가시화되면서 중장기 측면의 성장전략 구축 필요
- 국내 흥행 드라마의 중국시장 선전과 이에 따른 국내 제품의 간접 판매확대 예상
 - 국내 드라마는 90년대 중후반 ‘사랑이 뭐길래’ 등의 중국 방영 이후 ‘한류’를 선도하며 현재에 이르고 있는 상황
 - 실제로 2000년대 초중반에는 국내의 흥행 드라마가 중국내 시청자들에게 반향을 일으키면서 중국내 유력 정치인들이 시청하는 등 드라마 ‘한류’ 지속
 - 그럼에도 불구하고 당시 드라마 ‘한류’는 드라마 자체로 중국 시청자들의 주목을 받았으며 장르에 있어서도 MBC의 ‘대장금’ 등 사극 및 시대극이 주류였음
 - 2000년대 후반 들어 국내 드라마는 완성도 높은 스토리와 기획력을 바탕으로 사극 뿐 아니라 멜로 등 현대극에서도 높은 인지도를 획득하고 있으며 실제로 최근 종영된 SBS의 ‘별에서 온 그대’가 대표적 사례
 - ‘별에서 온 그대’는 기존 중국 진출 ‘한류’ 드라마의 선풍적 인기와는 차별적인 부분이 있으며 특히 드라마 극중에서 주연 배우들의 연기에서 언급되는 상품의 인지도가 제고되어 중국내 수요가 증가
 - 이중 식품 분야가 두드러지게 나타나고 있으며 실제로 ‘별에서 온 그대’의 한 장면인 주연배우 전지현이 먹는 ‘치킨과 맥주(치맥)’는 중국내에서 선풍적인 인기를 구가하면서 폭발적인 수요를 견인
 - 또한 중국내에서 기존에 인기를 누리고 있던 한국 라면 등의 인기도 증대되고 있으며, 실제로 극중의 남자 주연배우의 대사 내용 중 ‘라면’이 언급됨에 따라 농심 ‘신라면’의 매출이 급상승
 - 이러한 현상은 중국내에 신드롬에 가까운 인기와 함께 아시아권에 대한 드라마 수요가 증대하고 있으며 ‘별에서 온 그대’의 경우 중국 뿐 아니라 일본 동남아로 판권 수출

- 향후 한국 및 중국 등 물적 및 인적 교류 증대가 예상되면서 국내 한류 드라마의 중국내 선풍적 인기를 기반으로 한 국내 제조업의 성공적인 중국 내수 시장 진출전략 필요
- 방송산업 변화에 따라 시장참여자들 간 경쟁력 확보를 위한 전략 및 협력구축 확대
 - 방송산업은 이전의 지상파 중심의 시장구조에서 인터넷 등 다양한 미디어를 적용할 수 있는 인프라가 형성되면서 산업내 및 산업간 협력의 필요성 증대
 - 무엇보다 방송산업내에 지상파 및 케이블 방송사업자 등 전통적 시장참여자와 함께 IPTV를 운영중인 통신사업자 등 신규참여자들이 시장에서 경쟁
 - 또한 방송산업의 융복합화가 진행되면서 기존 사업자들 외 포털 등 인터넷 사업자, 모바일 플랫폼 사업자 등 다양한 분야의 참여가 증대되어 중장기적 측면에서 경쟁이 치열해질 전망
 - 이에 따라 급변하는 방송시장에 대한 능동적 대처를 위해서는 상생의 개념이 그 어느 때보다 중요하게 대두
 - 우선 방송시장에서 기존 강자인 지상파 방송은 양질의 콘텐츠의 지속적인 공급을 받기 위해 제작사와의 협력이 중요하며 실제로 KBS는 방송콘텐츠 관련 협회인 독립제작사, 애니메이션협회 등과 1) 외주제작비 현실화 2) 저작권 배분관행 개선 등을 논의
 - 또한 방송콘텐츠 유통의 경우 기존 지상파 및 케이블과 함께 유무선 인터넷을 통한 수요가 증대되고 있어 방송사와 포털의 협력 확대
 - EBS는 국내 최대 포털업체인 네이버와 제휴해 EBS가 보유하고 있는 방송 콘텐츠 확산, 방송과 포털의 상생, 지식문화 발전과 공적가치 제고 등 구체적인 협력을 추진
 - 실제로 EBS는 네이버에게 '지식채널e', '다큐프라임' 등 교양프로그램 및 '방귀대장 뽕뽕이' 등 유아 및 어린이 특화 프로그램을 제공하고 네이버는 TV 캐스트에 EBS 전문 브랜드관을 설치할 예정

◆ 유통(배급)

- 국내 흥행 예능프로그램의 해외 수출 및 현지 OSMU 증대
 - 최근 ‘한류’는 기존 드라마와 음악 뿐 아니라 기획력이 돋보이는 재미있는 예능프로그램이 중국 등 아시아권을 중심으로 시청 확대
 - 특히 예능프로그램은 이들 지역의 수출에 있어 기존 완성된 프로그램 콘텐츠는 물론 방송 포맷도 인기를 끌면서 최근 주요 트렌드 중의 하나인 지적재산권 형태의 수출 실적이 증가
 - 방송포맷 수출은 지난 2003년 KBS의 ‘도전 골든벨’의 중국 수출이 효시이며 이후 2011년에 MBC의 ‘나는 가수다 시즌1’부터 본격적인 국내 예능 프로그램의 포맷 수출 확대
 - 중국은 거대한 방송시장 규모에 비해 양질의 콘텐츠가 부족한 상황에서 국내 흥행된 예능프로그램의 포맷 수입은 해당 방송국의 시청률 제고에 긍정적 영향
 - 실제로 MBC의 인기 예능프로그램 ‘아빠 어디가’는 지난 2013년 10월에 중국에 포맷이 수출되면서 현지 제작을 통해 평균시청률 4.3%와 함께 최고 시청률 5.67%를 기록
 - 중국내 ‘아빠 어디가’는 가족애 및 프로그램 자체의 자막, 효과음 등 기술적인 완성도를 높이면서 중국 예능프로그램의 신드롬을 불러일으켜 프로그램 종료 후 모바일게임 출시, ‘아빠 어디가’ 영화 개봉 등 흥행프로그램의 OSMU를 통한 수익 증대
 - 포맷 수출지역도 현재의 중국 등 아시아권을 넘어 미국, 네덜란드 등 유럽지역으로 확대되는 추세
- 다양한 방송산업 시장참여자들의 드라마 해외진출 증가
 - 국내 드라마는 지난 90년대부터 완성도 높은 스토리를 바탕으로 중국 등 아시아지역을 중심으로 드라마 수출이 이뤄지고 이에 따른 한국 드라마 콘텐츠의 인지도 제고

- 최근에는 드라마 수출지역이 중국, 대만 등 아시아권 뿐 아니라 미국, 유럽 등 지역적으로 확대되는 상황
 - 현재까지의 드라마 수출은 주로 지상파 방송사에서 방영된 드라마의 해외시장 진출 및 방영 위주로 구성
 - 실제로 JYJ의 박유천, 손현주 등이 출연하는 SBS 수목드라마 ‘쓰리데이즈’가 역대 최고가로 수출되었으며 특히 수출단가에 있어서도 기존 회당 1만달러의 5배 수준으로 판매
 - 특히 드라마의 판권 구매자는 중국 지상파와 함께 인터넷 동영상 스트리밍 서비스 수요 증대로 중국 최대 영상사이트인 ‘YOUKU’ 등 판매 점점 다변화
 - 중국내에서 선풍적인 인기를 구가한 ‘별에서 온 그대’는 총 21부작이 5억 1,800만원에 판매되는 등 중국 지역에 국내 드라마 판매가 꾸준히 증가
 - 최근에는 종합편성채널 등 기존 지상파 채널 이외의 드라마들의 해외 진출이 확대되는 양상
 - 실제로 JTBC 드라마인 ‘귀부인’, ‘아내의 자격’, ‘꽃들의 전쟁’ 등의 드라마 판권이 일본에 판매되었으며 이는 최근 국내 제작 드라마의 일본 내 부진을 다소 만회
- 스마트TV 활성화를 위한 채널사업자, 인터넷사업자, TV제조사 등의 분야별 투자 확대
- 스마트TV는 콘텐츠 소비의 다양성이 증대되고 또한 공급측면에서 인터넷 속도 확대 등에 따라 향후 수요 확대가 예상되는 분야
 - 이러한 시장 상황에서 스마트TV의 활성화의 핵심요소는 디바이스, 고속인터넷 등 인프라의 중요성과 함께 양질의 다양한 콘텐츠 확보가 중요
 - 궁극적으로 2014년 이후 스마트TV 시장의 선점효과를 극대화하기 위한 시장참여자들 간의 경쟁이 예상되는 가운데 케이블채널 사업자들의 스마트TV관련 역량 집중

- 실제로 티브로드는 HTML5 기반의 셋톱박스인 ‘스마트플러스’를 지난 2013년 6월 출시 및 판매했으며 스마트TV 시장 선도를 위해 투자유치를 통한 적극적인 인수합병 추진
- 또한 케이블채널 1위 사업자인 CJ헬로비전은 최근 강원방송 인수 등 가입자 확보와 함께 기기인터넷 상용화 등 시장 우위전략을 확대하고 있음
- TV 디바이스 등 제조업체들은 스마트TV 서비스의 본격적인 상용화에 맞춰 고성능 디바이스의 개발 및 자체 콘텐츠 역량 보강에 역점
- LG전자는 미국 유명배급사인 ‘위너브라더스’와 제휴해 최신 3D영화 30여편을 제공하여 콘텐츠 역량을 강화하고 나아가 UHD 영상서비스가 가능하고 웹OS를 적용한 스마트TV 공급 확대

□ 해외 동향

- 전 세계적인 미디어 환경변화에 따라 미국 내 미디어 주요기업들이 인수합병을 통해 다양한 역량 축적
 - 종이신문 등 전통적인 미디어의 수요가 감소하는 추세여서 미국의 주요 미디어 기업들은 변화하는 미디어 환경에 적극적으로 대처
 - 미국의 언론재벌 머독의 뉴스코퍼레이션은 지난 2013년 12월 20일 소셜네트워크 편집사이트인 ‘스토리폴’과 소니계열의 데이터서비스 회사를 인수하면서 급변하는 인터넷 기반의 미디어 시장에 대응
 - LA타임즈 미디어 관련 자회사인 ‘트리뷴’은 소니의 음악데이터서비스 자회사인 ‘그레이스노트’를 인수했으며 스마트폰 등 스마트기기 중심으로 미디어 수요 변화에 대처
 - 최근 미국의 방송미디어는 지상파 등 전통적 사업자와 스트리밍 서비스업체 등 뉴미디어 사업자들과 경쟁이 치열한 상황
 - 이중 Netflix, Hulu 등 동영상 사업자와 함께 Xfinity TV 등과 같은 신규 형태의 방송서비스 등이 뉴미디어의 대표적 기업 사례

- 미국 내 드라마 시장의 경우 케이블TV를 통한 시청자 비율은 감소한 반면 동영상 몰아보기식의 소비 증가에 따라 Netflix와 같은 주문형 소비가 증가 추세
 - 최근에는 뉴미디어사업자 중에서도 새로운 형태의 인터넷 이종 사업자인 '에어리오(Aereo)'사는 인터넷 기반 실시간 채널전송 사업자로 가장 큰 특징은 지상파를 실시간으로 보여주는 것
 - '에어리오(Aereo)'사는 미국 내 방송미디어 분야의 급변하는 변화를 대변하면서 향후 주목해야 할 시장을 개척
- 일본내 지상파 방송에서 한국 드라마 수출 위축
- 2000년대 초중반 '한류'의 중심지는 아시아권 지역이며 특히 일본은 한국 드라마의 방영을 통해 '한류' 돌풍의 핵심지역
 - 특히 배용준, 최지우 주연의 '겨울연가'는 일본내 방영을 통해 한국 드라마 신드롬을 일으킴
 - 이러한 신드롬의 핵심은 NHK 등 일본 내 주요 지상파 방송이 한국 드라마를 정기적으로 방영해 일본 현지 시청자들에게 한국 드라마의 이미지 각인
 - 최근에는 일본 내 지상파 방송사들이 국내 드라마의 방영을 중지하는 등 '한류'의 위기감 고조
 - 실제로 지난 2008년 일본내 한국 드라마 DVD 매출액은 약 1,864억 원 수준을 기록해 일본 내 시장점유율 6.3%를 차지했으나 이후 감소세를 보이면서 지난 2012년 매출액은 약 1,468억 원으로 시장점유율 5.5%로 하락
 - 이는 무엇보다 최근 양국의 역사인식 등 정치적인 문제로 인해 위축되고 있다는 것이 다수 의견이며 일각에서는 지나친 '한류' 콘텐츠의 급등에 따른 견제 때문이라고 분석
 - 향후 일본 내 '한류'는 역사인식 등 근본적인 개선이 이뤄지지 않을 경우 시장 성장이 어려울 것으로 예상되며 이를 타개하기 위한 '한류' 지역의 다변화 필요

- 중국 방송시장 내 ‘한류’의 다양성 확대
 - 중국은 거대한 방송인구와 경제성장에 따라 방송산업도 급성장하고 있으며 이에 따른 양질의 다양한 방송콘텐츠 수요 증가
 - 양질의 방송콘텐츠에 대한 수요는 드라마의 직접 수출 형태로 중국 현지에서 인지도 제고
 - 이에 따라 한국 드라마에 출연하는 배우들이 현지 시청자들에게 각인되면서 일부 국내 연기자들은 중국 드라마시장에 직접 진출
 - 2000년대 초반에는 배우 ‘장나라’가 국내 흥행드라마를 기반으로 중국 드라마 시장에 진출했으며 이외에 ‘이태란’, ‘장서희’ 등 국내 유명배우들의 중국 드라마 주연급 출연 증대
 - 최근에는 남자 배우들이 중국 드라마에서 주연으로 출연하고 있으며 배우 박해진은 지난 2011년 중국내에서 시청률 1위로 방영된 ‘남자들’의 후속편인 ‘남자2’에서 주연 출연 제안
 - 남녀 연기자들의 중국 드라마 직접 출연과 함께 한국 드라마의 경쟁력을 높이는데 기여한 드라마 작가들도 중국으로 진출하고 있음
 - 실제로 TV드라마 ‘명성황후’, ‘신돈’, ‘육망의 불꽃’ 등의 극본을 작성한 방송 작가 정하연은 중국 방송계의 의뢰를 받아 지난 2013년 가을부터 중국 TV 드라마 ‘천년의 밥상’을 집필 중

5 영화산업 주요 이슈

□ 국내 동향

◆ 기획 및 제작

- 2013년 영화산업 국내 총 관객 2억명 돌파로 규모의 경제에 돌입했으며 향후 지속이 관건

- 영화산업은 전통적으로 국내 콘텐츠산업의 중추적인 역할을 수행했으며 음악, 드라마 등과 함께 ‘한류’를 주도적으로 견인
 - 영화진흥위원회의 발표에 따르면 지난 2013년 12월 중순에 이르러 연간 전체 영화 관람객수가 2억 명을 초과
 - 이는 무엇보다 한국 영화산업의 양적 성장이 꾸준히 이어졌다는 것을 의미하고 있으며 영화산업의 규모화 진입
 - 통계를 세부적으로 보면 국내 인구 1인당 평균 관람 횟수는 4회에 이르는 수준이며 미국 (4.0회), 영국 (2.74회), 호주 (3.8회) 등 비교적 영화산업이 발달한 국가와 비교해도 높은 수준
 - 2013년 국내 영화산업 관람객수의 양적인 성장은 괄목할 만한 것이지만 향후 지속적인 성장을 위해서는 질적인 성장이 필요
 - 실제로 2013년 영화 관람객수 기준 한국영화의 해외영화 대비 점유율은 60% 이상을 기록하고 있어 한국 영화의 경쟁력이 확대되고 있는 것으로 판단 가능
 - 특히 2013년 박스오피스 기준 상위 10편 중 한국영화는 ‘7번방의 선물’, ‘설국열차’, ‘관상’, ‘베를린’, ‘은밀하게 위대하게’ 등 8편이 차지
 - 물론 명목소득의 증가로 전반적인 영화 관람에 우호적인 환경이 있지만 주목할 만한 것은 흥행된 영화는 소위 한국형 블록버스터 뿐 아니라 완성도 높은 스토리에 기반한 중저예산 영화가 관객 증대를 주도
 - 결국 한국 영화산업의 지속적인 성장을 위해서는 제작 및 투자 등의 양적 증가가 이뤄지면서 스토리의 완성도, 다양한 장르와 규모의 제작 선순환 구조, 가시적인 해외시장 개척이 중요
- 기술적 완성도가 요구되는 3D 영화 등의 흥행이 이어지면서 향후 제작 확대 예상
- 국내의 영화시장은 전통적으로 2D 영화가 주류를 이루고 있으며 현재에도 유효한 상황

- 다만, 정보통신기술의 발전에 따라 영화산업에도 다양한 기술 접목을 통한 고품질의 영화 콘텐츠 제작이 나타나고 있으며 지난 2009년 개봉된 3D 영화 ‘아바타’가 대표적인 예
 - 특히 3D 영화는 기술적 완성도 적용 여부에 따라 기존 2D 영화에 비해 높은 부가가치 창출이 가능하기에 미국 등 영화 선진국들을 중심으로 관련 기술 축적 및 제작
 - 국내 영화시장에서도 3D 영화의 흥행은 2D 영화 대비 높은 수익창출이 기대되면서 관련 기술 축적에 매진하고 있으며 최근에는 축적된 기술을 바탕으로 3D 영화 제작 비용 및 기간 감소
 - 이에 따라 국내 영화시장의 흥행작품에서도 국내외 3D 영화 작품이 출현하고 있으며 영화진흥위원회 자료에 의하면 지난 2014년 2월13일 현재 3D 관객 점유율은 5.0%로 전년도의 점유율 2.2% 대비 2배 이상 증가
 - 다만 최근 국내 3D 영화시장은 ‘겨울왕국’의 흥행돌풍 등 관련 콘텐츠에 대한 수요증대가 예상되지만, 현재의 흥행작품들은 해외 영화가 대부분이기에 향후 국내 3D 영화시장의 활성화를 위해서는 애니메이션 등에 국한된 제작을 탈피하고 다양한 분야의 성공사례 도출 필요
- 전반적인 완성도 제고 및 내수 시장 확대에 따라 해외 블록버스터의 국내 촬영 등 한국 영화의 위상이 높아짐
- 한국 영화시장은 2000년 중반 이후 제작편수의 양적인 증대와 함께 일각에서 제기하는 시장위축 우려에도 불구하고 관람객수 증가세
 - 이는 무엇보다 한국 영화의 경쟁력이 높아지면서 한국형 블록버스터 및 국내 관객에게 소구하는 완성도 높은 작품의 흥행으로 한국 영화의 점유율 상승에 기인
 - 이러한 한국 영화의 점유율 상승에도 불구하고 할리우드에서 제작한 블록버스터들의 흥행도 이어지면서 해외에서 한국 시장에 대한 관심도 확대

- 실제로 최근까지 국내 박스오피스 상위에 한국 영화들이 다수 포진되어 있는 가운데 ‘겨울왕국’, ‘아바타’, ‘어벤져스’ 등 블록버스터는 국내에서 흥행 성공
- 특히 ‘겨울왕국’의 국내 흥행성적은 미국을 제외하고 최고 수준을 기록하는 등 영화 공급측면 뿐 아니라 수요 측면에서도 국내 영화시장은 괄목할 만한 시장으로 평가됨
- 이에 따라 할리우드를 중심으로 한국 영화시장의 잠재력에 대한 재평가가 이뤄지면서 영화 제작 및 촬영 시 한국 영화 관객들을 위한 현지 로케이션도 추진됨
- 실제로 국내에서도 흥행을 거둔 ‘어벤져스’의 후속작인 ‘어벤져스 : 에이지 오브 울트론’은 주요 장면 촬영을 서울에서 실시
- 향후 한국 영화시장에서 다양한 공급과 수요가 증대되고 또한 ‘한류’의 영향이 지속될 경우 서울 등 국내 주요 도시에 대한 인지도가 상승하면서 해외 관광객 방문 증가 등 다양한 파급효과 예상

◆ 유통(배급)

- 2013년 4분기 한국 영화의 해외수출 지속
 - 한국 영화는 2000년 중반 이후 중국 등 아시아지역을 중심으로 해외 수출을 시도했으나 실질적인 성과는 음악, 드라마에 비해 다소 저조
 - 그럼에도 불구하고 역량을 보유한 흥행감독과 작품을 중심으로 판권 등의 해외 진출이 이어지고 있는 상황
 - 영화진흥위원회에 의하면 지난 2013년 한국 영화의 완성작품 수출액은 약 3,700만 달러로 2012년 수출액 2,000만 달러 대비 83.7% 증가
 - 수출된 총 영화편수는 403편으로 편당 수출가격은 약 8만 4,756달러로 2012년 편당 수출가격인 4만 2,811달러 대비 2배 이상 높은 수준

- 수출지역은 중국 및 홍콩 등 중화권 수출이 전체의 약 75.8%를 차지해 이들 지역의 중요성 재차 확인
 - 한국 영화는 많은 제작비가 투입된 블록버스터는 물론, 완성도 높은 중저예산 영화도 기존 아시아권 뿐 아니라 미국 등 해외 시장에서 지속적인 성과 도출
 - 실제로 지난 2013년 국내 최대 한국형 블록버스터인 '설국열차'의 경우 기존 아시아 시장을 탈피하여 유럽 등 167개국에 수출 달성
 - 2014년 들어 국내 흥행작 '용의자'는 북미, 일본, 홍콩, 유럽 등에 선판매되었으며 지난 1월 10일 미국에서 개봉
 - 향후 한국 영화의 완성도가 확보될 경우 기존 중국시장과 함께 유럽, 미국 등으로 수출성과 예상
- 중국 등 해외자본 유치를 통한 공동제작 확대되고 있으며 상호 윈-윈 모델 구축 필요
- 중국 영화시장은 지속적인 경제성장에 따른 소득증대에 따라 공급적인 측면에서 자국영화 보호 등 일부 진입장벽이 존재함에도 영화 소비적인 측면에서 중국 영화 뿐 아니라 해외 영화 수요증가 전망
 - 한국 영화는 내수 시장이 지속적으로 확대되는 상황이나, 공급적인 측면에서 안정적인 제작과 투자가 이뤄지기 위해서는 현재의 내수 시장은 한계가 따르므로 신규 시장 개척 필요
 - 이러한 측면에서 잠재력이 높은 중국 영화시장은 국내 영화산업의 성장에 필수적이며 적극적인 진출 필요
 - 다만, 중국은 시장 개방 기조가 확대되고 있지만 정부차원에서 영화산업 등 문화산업에 대해서는 보호주의 장벽을 구축, 한국 등 해외 기업들의 시장진입이 용이하지 않은 상황

- 이에 따라 중국 영화시장의 효율적인 진입을 위한 전략이 필요한 시점이며 기존 완성 영화의 직접 진출보다는 공동 제작 등을 통한 시장진입이 효율적인 대안으로 대두
- 이러한 관점에서 한국 영화감독이 투자유치를 통해 중국 영화시장에 진출하는 사례는 국내 영화시장 확대에 긍정적이며 실제로 ‘웰컴투 동막골’의 박광현 감독의 작품인 SF액션영화 ‘권법’은 총제작비의 30%를 중국 투자유치로 충당
- 또한 중국의 향후 다양한 영화콘텐츠 수요 잠재력을 고려할 때 공급측면의 제작역량은 상대적으로 열위에 있어 국내 제작인력의 중국 진출이 확대될 전망
- 다만, 감독, 제작인력 등의 중국진출이 한국 영화산업의 지속성장의 요소로 는 제한적이기에 중국 현지 영화관객들의 감성을 소구하는 기획력 등 역량 확보 필요

● IPTV 등 신규 채널을 통한 개봉 확대

- 국내 영화 유통 및 상영의 접점은 전통적으로 관객의 감성소구를 극대화 할 수 있는 극장이 대부분
- 최근에는 고속 인터넷의 발달 및 고성능 스마트디바이스의 보급 확대로 콘텐츠 소비 채널의 변화가 나타나는 상황
- 특히, 영화 및 방송 등 영상물의 소비는 전통적인 유통채널이 강세를 유지하고 있는 가운데 다양한 기술과 디바이스에 적용된 채널들이 나타남에 따라 콘텐츠 소비자들의 선택권 확대
- 영화 콘텐츠 제작 등 공급적인 측면에서는 국내 시장경쟁이 확대되고 대규모 자본이 투입되는 대작의 흥행성 및 수익성에 대한 리스크가 확대됨에 따라 이를 해소하기 위한 대안 마련 필요
- 자본 투입의 회수 기간 등을 고려할 때 전통적 극장 개봉만으로는 리스크 해소가 어려운 상황이며 최근 신규 영화개봉 채널인 IPTV는 비교적 효율적인 상영 창구로 부상

- 실제로 일본에서 최고 제작비를 투입해 제작한 영화 ‘독수리 오형제’는 지난 2월 20일 극장 개봉과 함께 KT 올레TV에 동시 개봉
- 이는 통상적으로 극장 개봉 후 종영시에 IPTV 등 VOD 서비스를 시작하는 전례와 비교할 때 상당히 이례적인 것으로 일각에서는 흥행 실패의 우려를 제거하기 위한 새로운 창구화 전략으로 평가
- 향후 IPTV를 통한 동시 상영은 제작사 및 투자사의 안정적인 자금 회수를 위한 새로운 대안 중 하나로 떠오를 전망

□ 해외 동향

- 미국의 극장 흥행실적은 입장료 상승 및 3D 영화상영 확대에 따라 전년대비 소폭 증가
 - 미국 영화시장은 할리우드를 중심으로 거대자본이 투입되는 블록버스터와 함께 다양한 장르의 영화제작으로 전 세계 영화시장을 선도
 - 미국 영화소비 시장 역시 극장상영을 중심으로 이뤄지고 있으며 극장 실적으로 영화 수요 트렌드 파악 가능
 - 2013년 미국 극장 매출액은 약 109억 달러로 지난 2012년 108억 달러 대비 소폭 상승했으며 영화 관객은 약 13억 6,000만 명으로 전망
 - 한국 영화 관객수는 지난 2013년 2억 명을 돌파하는 등 증가세가 이어지고 있으나 미국의 영화 관객수는 지난 2002년 15억 7,000만 명을 기록한 이후 하락세를 나타내는 상황
 - 관객 수 하락에도 불구하고 극장의 매출액이 소폭 상승한 것은 입장료 상승과 3D, 아이맥스 영화 상영에 따른 것
 - 매출실적을 세부적으로 보면 2002년의 경우 ‘스파이더맨’, ‘반지의 제왕’, ‘해리포터’ 등 블록버스터의 흥행이 최대 관객수 기록을 견인했으나 2013년은 이에 비해 다소 저조한 상황

- 특히 2013년도 역시 흥행작의 유무에 따른 분기별 영화실적의 부침이 확연했으며 실제로 2013년 3월의 극장 매출은 전년동기대비 12%가 감소한 반면 하반기 이후 '위대한 개츠비', '월드워Z', '스타트랙' 등의 흥행작으로 매출 감소를 상쇄
- 향후 미국의 극장 매출액은 블록버스터 등 흥행작 출현 여부에 따른 실적편차가 확연할 전망이다 3D 영화 등 고부가가치 영화 위주로 상영 확대 예상
- 중국 영화시장 성장으로 2013년 세계 2위 영화시장 규모 및 대외 경쟁력 확대
 - 중국은 세계적인 경기하락 우려에도 비교적 안정적인 경제성장을 지속하면서 영화 등 콘텐츠 소비가 다양한 분야의 수요 증가를 견인
 - 이러한 중국내 거시적 흐름에 따라 영화시장은 정부주도의 폐쇄적인 측면이 강함에도 성장 기조를 꾸준히 이어가는 상황
 - 최근 국가신문출판광전총국 보고서에 따르면 중국 영화산업 매출액은 총 217억 6,900만 위안으로 전년대비 27.51% 증가
 - 이는 중국내 영화 기획 및 제작, 상영 등 공급적인 측면에서 높은 폐쇄성에도 불구하고 영화 소비 등 수요가 급격히 증대한 것을 의미
 - 결국 중국 현지 영화관객들의 감성을 소구하는 다양한 작품 공급이 확대될 경우 잠재된 수요의 폭발적인 성장 가능
 - 특히 중국 영화시장 중 자국 영화의 점유율이 상대적으로 높은 상황에서 정부 규제 등이 완화될 경우 해외 기업들의 중국 영화시장 진입 가능성 확대
 - 실제로 2013년 중국 자국 영화의 시장점유율은 약 60%이며 중국내 총 상연편수는 305편으로 이중 60편의 영화가 1억 위안 이상 매출 달성
 - 이러한 중국 영화의 점유율 상승은 제작부문 등의 경쟁력을 확보하면서 자국 영화의 해외 진출성으로 이어지고 있으며 해외 수출액은 지난 2013년 약 14억 1,400만 위안으로 전년대비 33.02% 증가

● 중국 영화시장 수입쿼터 완화 논란 확대

- 중국은 산업 전반에 자국 산업의 보호 등의 명목을 각종 규제 및 정책을 유지하고 있으며 서비스업은 타 분야 대비 높은 수준
- 특히 영화산업은 산업보호의 측면과 함께 전통적으로 정치체제 유지, 국민 계몽 등의 수단으로 다양한 규제가 상존
- 다만, 중국이 국제 사회에서 정치·경제적 위상이 향상되고 이에 따른 전반적인 개방화가 불가피한 상황에서 영화산업은 최소한의 개방을 유지
- 이러한 중국 영화산업 규제의 대표적인 것이 수입영화 스크린쿼터제로 과거 한국 영화시장에서도 적용되었다가 폐지된 정책
- 현행 스크린쿼터제는 외국산 영화의 수입 및 상영을 연간 34편으로 제한하는 것이 주요 골자이며 해외 영화의 중국 시장 진입장벽으로 작용
- 이에 따라 미국 등을 중심으로 중국 내 스크린쿼터제의 폐지를 꾸준히 제기하고 있으며 중국은 당분간 쿼터제는 유지하되, 향후 수입되는 쿼터를 확대할 것으로 예상
- 중국 영화시장의 성장세와 시장 선점효과 극대화를 위해 중국 내 현지업체들과 공동제작 및 투자유치 등을 통한 지속적인 협력모델 구축 필요

6 지식정보/광고산업 주요 이슈

□ 국내 동향

● 기획 및 제작

● 국내 포털업체들의 모바일 신규 서비스 강화와 함께 업계 경쟁 확대

- 인터넷 포털업체들은 유무선 인터넷 융합 등으로 기존 유선 인터넷 기반 서비스 한계 극복이 관건

- 국내 주요 포털업체들은 안정적인 유선인터넷 내수 시장을 바탕으로 신규 영역인 모바일 서비스 개발 및 해외진출 모색
- 네이버는 업계 선두업체로서 핵심역량 집중을 위해 인터넷 사업부문과 게임 부문으로 분할하고 시장을 선도하면서 2013년 매출 성장세 지속
- 네이버는 인터넷사업을 중심으로 꾸준한 실적 상승이 나타나고 있으며 이는 모바일 사업인 '라인'을 통한 해외 실적 호조에 기인
- 실제로 네이버의 '라인'은 신규가입자가 하루 평균 60만 명이 증가하고 있으며 게임, 스티커 등 디지털콘텐츠 판매를 통해 2013년 '라인' 매출액은 약 4,542억 원 달성
- 최근 '라인'의 가입자 분포는 일본, 유럽뿐 아니라 남미지역으로 확대되고 있으며 국내 가입자도 최근 1,000만 명 돌파
- 인터넷사업이 모바일로 급진전됨에 따라 업계 후발업체들은 모바일 역량 강화를 위해 서비스 개발을 추진하고 있으며 다음커뮤니케이션즈의 최근 행보도 주목할 필요
- 다음커뮤니케이션즈는 네이버 및 최근 부상하는 모바일 사업자인 카카오에 비해 다소 늦은 모바일 패러다임 대응으로 모바일 플랫폼 구축의 후발 주자
- 최근 다음커뮤니케이션즈는 2014년 모바일 부문을 강화하기 위해 공격적인 투자를 추진하고 있으며 이에 따라 경쟁력을 보유한 업체들의 적극적인 인수합병 추진
- 다음커뮤니케이션즈는 음성인식기술 전문업체인 다이알로이드 인수, 스마트폰 런처 개발사인 버즈피아 지분 투자를 통해 모바일 검색, 다음 앱, 버즈런처 등 모바일 경쟁력 확대 모색
- SK커뮤니케이션즈는 2013년 매출액의 전반적인 성장위축에도 불구하고 '싸이메라' 등을 통해 가시적인 수익모델 개발로 성장동력 회복 추진
- 향후 미국, 중국 등의 모바일 플랫폼 선진업체들을 중심으로 지속적인 가입자 확보 추진과 이를 통한 다양한 서비스 개발이 예상되기에 국내 업체들은

중장기적 성장세를 지속하기 위해 해외진출을 위한 적극적인 인수합병 등 선제적 투자 예상

● 인터넷 및 모바일 대형업체들의 영향력 확대 및 중소기업과의 상생을 통한 산업생태계 구축 필요

- 인터넷 및 모바일 등 스마트 인프라 환경의 급진전은 시장선점을 한 선두업체 출현으로 중소기업들의 시장 안착이 어려운 상황
- 인터넷 분야는 네이버의 독주에 따른 중소 인터넷 서비스업체 및 콘텐츠 제작업체들의 경영난과 함께 산업구조의 수직계열화 우려 확대로 지속가능한 산업발전의 저해요소로 작용
- 모바일 분야는 모바일메신저 국내 1위인 카카오톡의 경우 기존 가입자 및 회원을 기반으로 한 게임서비스 플랫폼을 통해 수익창출이 이뤄졌으나 실질적인 수혜 중소기업은 제한적
- 네이버는 시장지배력 확대 속에 공정경쟁 문제가 중소기업 등 일각에서 제기되고 있는 상황
- 카카오는 자체 게임서비스 플랫폼 입점비 문제와 함께 최근 수익 정체에 따라 기존 중소 콘텐츠기업들의 사업영역에도 진입
- 실제로 카카오는 신규 사업을 추진 중인 카카오페이를 통한 만화 및 장르 소셜 서비스와 금융서비스의 경우 기존 중소기업들의 수익모델을 위협한다고 일각에서 제기
- 이러한 상황은 선두업체들 뿐 아니라 업계 2위 및 3위 업체들도 자체적인 수익구조 개선을 위해 상생과 다소 거리가 먼 행보라는 지적
- 대형업체들의 시장 선도는 필요. 그러나 중소기업들과 상생 요구도 높음
- 네이버는 모바일 메인 페이지에 앱 게시판을 신규로 만들어 이용자와 앱 개발사간 점점을 확대
- 또한 네이버는 채널링 수수료가 부과되는 모바일게임에 대해서도 중소개발사가 초기 부담을 최소화하는 방안을 검토하는 등 중소기업들과의 상생 노력

- 향후 대형업체 및 중소기업간의 균형발전은 건실한 산업생태계 구축에 절대적이며 정부가 추진하는 '경제민주화'의 실질적인 달성을 위해 선두 업체들의 자발적인 노력과 추진으로 선순환 구조 구축 필요
- 해외 이러닝 수요 증대에 따른 국내외 업체들의 디지털교과서 진출 확대
 - 이러닝은 정보통신 및 미디어기술 발전에 따라 초중고교 학생뿐 아니라 성인대상 수요가 증대되는 상황
 - 특히 학생대상으로 기존 교육방식에서 탈피한 기술기반의 교육 콘텐츠의 필요성이 제기되고 있고, 교육의 효율성 제고를 위한 디지털교과서 사업은 공급업체간 경쟁을 확대
 - 선두 주자는 미국의 애플사로 지난 2013년 6월에 LA 소재 900개 초중고에 아이패드 3만대를 공급해 이러닝 및 스마트러닝 사업 강화
 - 또한 애플사는 오는 2014년 2월 CEO인 팀쿡이 터키를 방문해 낙후된 칠판 및 교과서를 대체할 디지털교과서 공급을 위한 'FAITH' 추진
 - 국내 업체인 시공미디어는 콜롬비아 등 남미지역에 자체적인 멀티미디어 교육콘텐츠 서비스인 '아이스크림' 수출
 - 시공미디어는 콜롬비아 교육부와 협력해 콘텐츠 개발 및 관리와 함께 콜롬비아 초중고 총 11학년의 스페인어, 수학, 과학 등 33개 과목 디지털교과서를 개발 예정
 - 종합하면 디지털교과서의 핵심 성공요인은 우수한 디바이스와 국가별로 특화된 양질의 교유콘텐츠 개발 및 서비스가 핵심이므로 국내 하드웨어 및 소프트웨어 업체들의 협업을 통한 시너지 필요
 - 특히, 아시아, 남미 등 상대적으로 교육여건이 열악한 국가들에 대해 중점적으로 시장을 개척할 경우 가시적인 성과 달성 전망

◆ 유통(배급)

● 모바일 쇼핑

이용자 40대~50대로 확산되면서 시장 성장세 증가

- 모바일 분야는 과거 통신수단으로 사용자간 음성통화를 위주로 이용
- 최근에 스마트폰 보급과 이용이 확대됨에 따라 모바일 이용에 있어서도 기존 음성통신수단에서 데이터 위주의 이용 확대
- 이러한 데이터이용 주요 연령층은 20~30대 젊은 층으로 기존 음성통화와 함께 게임, 쇼핑, 검색 등 다양한 용도로 활용
- 이에 비해 40~50대 중장년층들은 상대적으로 모바일 이용에 있어 음성통화 위주의 사용빈도가 비교적 높은 상황
- 최근 들어 모바일 쇼핑을 중심으로 40~50대의 이용자 증가세가 뚜렷이 나타나고 있으며 실제로 G마켓의 발표에 따르면 지난 2013년 1월에서 11월까지 40대 고객 비중이 14%로 집계
- 이는 지난 2010년 모바일 쇼핑에서 20~30대 비중이 90% 이상 차지한 것에 비해 40대 비중이 크게 증가
- 특히 G마켓이 발표한 전체 전자상거래에서 모바일 쇼핑이 차지하는 비율은 지난 2010년 1% 미만이었으나 2012년에 이르러 3%를 기록했으며 2013년에는 16%로 급상승
- 물론 현재 모바일 쇼핑의 주요 구매품목은 중저가 패션상품이 주류를 이루고 있는 상황이나 모바일 쇼핑의 성장세를 고려할 때 40~50대 중장년층의 이용 증대 예상

● 국내 이러닝 경쟁력을 기반으로 해외 진출 지속 및 지역 다변화 확대

- 스마트환경 진전에 따라 전 세계적으로 전자책 등 이러닝 사업을 추진중이며, 특히 미국의 애플사는 콘텐츠업체와 제휴해 LA지역 산하 초중고교에 아이패드 단말기 공급

- 국내 기업들은 내수 시장 수요에 부응하는 자체적인 이러닝 역량을 발휘하고 있으며 이러한 성과를 바탕으로 해외 진출 성과 달성
 - 해외진출 지역에 있어서도 기존 아시아권과 함께 브라질 등 남미와 중동 아프리카 등 지역 다변화가 나타나는 상황
 - 최근에는 이러닝 진출 대상 국가들을 중심으로 무상원조 등을 통한 시장진입 시도가 나타나고 있으며 최근 한국국제협력단(KOICA)은 베트남 인민경찰대학에 전자도서관 구축을 통한 이러닝 시장 진출
 - 이화여대는 사우디아라비아 여자대학인 프린세스 노라 대학과의 교류 확대를 위해 이화여대 온라인 교육 및 이러닝 관련 노하우 전수
 - 산업통상자원부 등 정부기관은 해외 이러닝 수요 증가에 따른 국내 기업들의 해외진출 지원을 확대할 예정이며 오는 2014년 9월에 코엑스에서 개최될 예정인 '이러닝 코리아' 행사에 해외 바이어와 개발도상국 관계자를 초청해 아시아마켓플레이스 육성 예정
 - 향후 아시아, 아프리카 등 개발도상국가들의 이러닝 잠재수요가 높은 만큼 면밀한 시장접근 전략 구축을 통해 국내 기업 및 공공부문에서의 차별화된 이러닝 수익모델 구축 필요
- 온라인 및 모바일 광고의 외국계 업체들의 영향력 확대
- 광고시장은 규모측면에서는 TV, 라디오, 신문 등 전통적 매체들은 규모가 줄어들고 있으나 인터넷 및 모바일 이용 증가에 따른 온라인·모바일 광고시장은 증가 추세
 - 실제로 제일기획 발표자료에 따르면 지상파 광고는 지난 2013년 전년대비 5.4% 감소했으며 이는 인터넷TV, N스크린 서비스 등의 성장에 따른 시청률 하락이 주요 요인
 - 한국온라인광고협회는 지난 2월 19일에 '2013 온라인광고 시장규모'를 발표했으며 국내 디스플레이 광고규모는 약 6,444억 원으로 전년대비 7% 성장
 - 이러한 디스플레이 광고의 성장은 국내업체의 경우 1위 업체인 네이버의 성장을 제외하고 전반적으로 정체

- 특히 유튜브를 통한 광고가 증가하면서 구글은 국내 온라인 광고시장에서 선전
- 이는 싸이의 강남스타일, 젠틀맨 등이 유튜브에 소개되고 인지도가 높아지면서 광고매출이 증가했으며 일각의 분석에 따르면 지난 2012년 광고 매출액은 400억 원인데 반해 2013년은 2배 이상 증가한 1,000억 원으로 추정
- 페이스북은 모바일 중심으로 광고매출이 증대되고 있으며 지난 2013년에 약 800억 원의 광고매출을 기록한 것으로 추정
- 현재 구글 및 페이스북 등 해외업체들의 국내 온라인광고 매출액의 점유율은 낮은 상황이나, 이들 기업들의 국내외 시장영향력을 고려할 때 향후 자체 광고플랫폼 구축, 온라인미디어랩 활성화 등 국내 기업들의 경쟁력 강화를 위한 정책 추진 필요

□ 해외 동향

- 중국내 주요 인터넷 업체들의 성장동력 확보를 위한 영역 다각화 추진
 - 중국의 인터넷산업은 경제성장과 함께 막대한 내수시장 잠재력을 기반으로 검색, 포털서비스, 무역서비스 등 다양한 영역에서 선두업체 출현
 - 중국 인터넷산업 성장세는 2000년대 후반 이후 스마트기기 보급 증대로 기존 인터넷서비스 뿐 아니라 모바일 서비스 수요 급증
 - 이는 무엇보다 중국내 스마트폰 등 스마트기기 사용자들의 급증에 기인하고 있으며 실제로 스마트폰 출하량은 2013년 3억 6,000만 대에서 오는 2014년에는 4억 5,000만 대에 이를 전망
 - 텐센트(Tencent)는 인터넷 및 모바일 서비스의 중국내 선두업체로 국내 모바일 메신저인 '카카오톡'에 전략적으로 투자했으며 자체 모바일 메신저인 '위챗' 등을 통해 시장 확대
 - 텐센트사는 모바일 서비스 역량강화를 위해 전자상거래서비스, 검색서비스 등 중국내 차별화된 인터넷 서비스를 제공하고 있으며 최근에는 위치정보와 스티커 공유, 음성의 텍스트로의 변환 등 다양한 서비스 개발 및 론칭

- 알리바바는 세계 최대 전자상거래 서비스업체로서 최근 텐센트의 '위챗'에 대항하기 위한 모바일 메시지 앱 '라이왕(Laiwang)'을 공식 출시했으며 이를 기반으로 모바일 게임 등 사업영역 확대
 - 바이두는 중국내 자사 강점인 인터넷 검색 업체와 함께 최근 자사 모바일 게임 사업부와 '바이두 두오쿠'가 통합하여 '두오쿠 플랫폼' 운영 및 이를 기반으로 태국, 브라질, 이집트 등 해외진출 가속화
 - 향후 중국내 인터넷 기업들의 모바일 분야의 역량집중에 따른 텐센트, 알리바바, 바이두의 사업다각화 행보에 관심 필요
 - 중장기적으로 중국 모바일 서비스 시장 확대가 예상되기에 국내 기업들의 중국시장 진입을 위한 기회요인 파악과 함께 업계 차원의 지속적인 모니터링 필요
- 페이스북의 모바일 메신저 사업 강화 및 시장경쟁 확대
- 페이스북은 세계 최대 소셜네트워크서비스 업체로서 가입자가 약 12억 3,000만 명이며, 지난 2013년 매출은 78억 달러 수준
 - 페이스북은 인터넷 및 모바일 등 스마트환경 진전으로 급성장을 하고 있으며 특히 모바일 부분에서의 선전이 주요 요인
 - 실제로 지난 2013년 4분기 페이스북의 매출액은 약 25억 8,500만 달러였으며 이중 모바일 비중이 53%로 2013년 3분기 모바일 비중 49% 대비 4%p 증가
 - 페이스북은 지속적인 성장동력 확보를 위해 모바일 사업 중심으로 인수합병을 추진하고 있으며 실제로 사진공유사이트 인스타그램(Instagram)을 10억 달러에 인수했으며 모바일 소프트웨어 기업인 '리틀아이랩스'를 매입
 - 다만 페이스북의 모바일 중심의 실적상승에도 불구하고 모바일 메신저 부분은 상대적으로 취약한 상황이며 특히 미국의 '왓츠앱', '스냅챗', 중국의 '위챗', 한국의 '카카오톡', '라인' 등이 선두주자

- 페이스북은 이러한 자사의 약점을 보완하기 위해 최근 왓츠앱을 29억 달러에 인수했으며 모바일 메신저와 기존 자사 역량의 시너지 극대화를 추진하고 있으며, 무료 메시지 외 무료 통화 등 다양한 서비스 제공
 - 페이스북의 모바일 메신저 '왓츠앱'의 인수합병으로 기존 모바일 메신저 강자인 '카카오톡', '라인', '위챗' 등과 경쟁이 치열해질 전망
- 미국은 기존 고객중심 통신 과금체제에서 공급자에게도 요금부과 검토
- 정보통신 및 디지털 기술 발달에 따라 콘텐츠 소비에 있어서도 기존 오프라인 방식에서 인터넷 및 네트워크를 활용한 수요 증대
 - 특히 스마트기기 이용 증대에 따른 모바일 관련 콘텐츠 소비가 증가하면서 통신비용도 비례해서 증가
 - 현재까지는 콘텐츠 소비가 이뤄질 경우 파생적으로 발생하는 통신비용은 수요자인 고객이 부담하는 상황
 - 최근 미국 일부 통신사를 중심으로 기존 고객 부담위주의 통신비 과금체제에 변화 움직임이 나타나고 있으며 AT&T사가 새로운 제도를 발표
 - AT&T사는 지난 1월 6일 라스베이거스에서 개최된 CES 2014에서 '스폰서드 데이터(Sponsored Data)'라는 과금서비스 도입을 발표
 - '스폰서드 데이터' 제도의 골자는 콘텐츠 및 애플리케이션 이용시 통신료를 고객이 모두 부담하는 기존 제도에서 서비스를 제공하는 업체가 부담할 수 있게 하는 것
 - 이러한 제도가 실시될 경우 전반적인 통신 및 콘텐츠 산업에 미치는 영향이 지대할 것으로 예상되고 특히 콘텐츠 공급업체인 기업들의 부담이 상당할 것이라는 전망
 - 또한 일각에서는 자본력을 보유한 선두업체들의 영향력 증대 우려와 함께 신생기업들의 신규시장 진입의 원천적인 장애요인으로 작용하여 건전한 산업생태계에 악영향 예상

7 애니메이션/캐릭터산업 주요 이슈

□ 국내 동향

◆ 기획 및 제작

● 창작 애니메이션의 스토리 완성도 향상으로 기획 및 제작의 대내외 경쟁력 확대

- 국내 애니메이션산업은 작품 제작 역량 축적에도 불구하고 상대적으로 애니메이션 기획 및 스토리부문이 다소 약세
- 지난 2011년 극장용 애니메이션인 ‘마당을 나온 암탉’은 기획력과 완성도 높은 스토리로 기대 이상의 성과를 획득했으며 향후 국내 애니메이션 산업의 가능성과 한계를 제시
- 2013년 애니메이션산업의 제작 부문은 다소 위축되고 있지만 탄탄한 기획력은 국내외 관객들에게 높은 호응을 확보
- 애니메이션 제작사 투바엔의 ‘라바’가 대표적인 사례로, ‘라바’는 지난 2011년 12월 KBS2를 통해 첫 방영이후 지난 2013년 9월까지 시즌2를 방송했으며 최근에는 케이블 방송을 통해 인기를 지속
- 오는 2014년에 시즌3 방영이 예정되어 있으며 지속적인 성장동력 확보를 위해 향후 2015년에 뮤지컬, 장편 애니메이션으로 제작할 계획
- ‘라바’의 성공요인은 무엇보다 차별화된 기획력을 바탕으로 어린이와 성인들에게 즐거움을 주고 있으며 특히 주인공인 애벌레가 대사 없이 표정과 몸개그만으로 국내외 다양한 계층에게 높은 호소력
- 또한 국내 창작 3D 애니메이션인 ‘넛잡’은 지난 2014년 1월에 북미 지역 3,000개 상영관에 동시 개봉했으며 현지 언론에 따르면 ‘넛잡’의 가장 큰 성공요인은 완성도 높은 스토리
- 상기의 사례에서 보듯이 향후 국내 애니메이션산업의 지속적인 성장을 위해서는 문화적 할인이 없는 보편타당한 스토리의 완성도가 핵심

● 서울권 중심의 애니메이션 제작을 탈피한 지방 소재 제작사들의 약진

- 콘텐츠산업은 완성도 높은 기획력이 핵심이며 이러한 관점에서 서울 등 수도권 지역은 콘텐츠산업 관련 기업들이 집중되어 있으며 애니메이션산업도 유사한 상황
- 이는 무엇보다 콘텐츠 관련 인력의 공급이 용이하면서 각종 인프라가 구비된 것이 가장 큰 장점
- 다만, 최근 들어 애니메이션 성공 요소가 완성도 높은 기획력을 바탕으로 한 스토리라는 점에서 서울 등 수도권 이외 지역에 기반을 둔 중소 애니메이션 업체들의 성공사례 출현
- 실제로 제주도 소재하고 있는 (주)그리메는 제주 흑돼지를 주인공으로 한 ‘응까소나타’를 제작해 2014년 4월 지상파 방송사인 MBC에 방영 예정
- 또한 광주광역시에 소재한 아이스크림스튜디오의 ‘두다다쿵’은 지난 12월부터 EBS에 방영되었으며 EBS 유아프로그램 사상 처음으로 2012년 시카고 어린이 필름페스티벌 본선에 진출
- 강원도 태백시에 소재하고 있는 하이원엔터테인먼트는 유럽 미디어그룹인 영국 조디악미디어그룹, 이스라엘 QQD와 함께 ‘잭과 팡’을 제작해 미국, 영국, 아일랜드 등 12개 국가에 선판매
- 향후 애니메이션의 지속적인 성공작 출현으로 영세성을 탈피하면서 규모의 경제에 도달할 수 있는 역량 확보 필요

● 캐릭터를 활용한 여성 아동용 장난감 시장의 중요성 확대

- 한국은 사회 전반에 상존하던 남성위주 사회구조에서 최근 들어 여성의 역할이 증대되고 있으며, 이는 전 세계적인 트렌드
- 특히 한국 여성들은 과거에 비해 교육 및 사회참여 확대로 경제력을 확보하면서 높아진 위상과 함께 새로운 소비계층으로 부상

- 실제로 보스턴컨설팅그룹은 지난 2009년 보고서에 따르면 사회 및 경제 측면에서의 여성이 주도하는 새로운 질서가 부상하고 있다며 ‘여성경제(Female Economy)’를 주목
- 이러한 상황에서 캐릭터를 활용한 완구시장에서도 기존 남아용 완구와 함께 여아용 완구시장의 중요도가 확대되는 상황
- 해즈브로(Hasbro)는 미국내 캐릭터 완구 제조업체로서 10여년 전부터 최고 경영자가 여아용 완구에 관심을 갖고 제품 개발을 통해 1980년대 중반 여아 완구 선두기업 마텔을 추월
- 해즈브로는 2000년대 중반 이후 ‘트랜스포머’, ‘스타워즈 시리즈’ 등 남아 중심의 상품 카테고리를 통해 시장 장악을 시도했으나, 지속적인 매출하락 등 여아 완구에 대한 중요성 확인
- 이에 따라 과거 여아용 완구인 ‘퍼비(Furby)’, 영화 헝거게임의 여전사를 모티브로 활동적 여아를 목표로한 파스텔톤 플라스틱 활 ‘너프 레빌(Nerf Rebelle)’ 등을 출시해 남아완구의 매출감소를 여아완구 매출증대로 상쇄

◆ 유통(배급)

● 키덜트족 증가에 따른 캐릭터 및 관련 완구 수요 증가

- 키덜트(Kidult)는 아이(Kid)와 어른(Adult)의 합성어로 어른으로 장성해서도 아이의 감성을 간직하고 있는 계층을 말하며 최근 들어 국내 소비트렌드의 중요한 축으로 자리매김 중
- 키덜트 계층의 핵심은 2~40대 소비자들로 비교적 경제적인 여유가 있어 관련 제품의 구매력이 높아 관련 기업들의 집중 공략 대상
- 키덜트 계층 대상 제품은 캐릭터완구, 의류 및 잡화 등 다양하며 실제로 지난 2013년 크리스마스에는 바비인형, 건담, 레고, 고가의 무선 조종용품 등 캐릭터완구의 판매가 급증
- G마켓에 따르면 2013년 레고 등 블록 장난감 및 프라모델의 판매가 전년대

- 비 약 13% 증가했으며 보드게임 매출도 전년대비 31% 증가
- 이에 따라 국내에서 구매가 어려운 제품에 대해서는 해외 직접구매 현상까지 나타나고 있으며 실제로 소셜커머스인 티켓몬스터에 따르면 ‘디즈니 프린세스 16인치’ 베이비돌 직접구매가 급증
 - 패션업계도 유명 캐릭터를 활용한 키덜트 마케팅을 활발히 추진 중이며, 이중 SPA 브랜드인 ‘LAP’은 롯데백화점 본점에 ‘LAP+미키’ 팝업스토어를 개장해 행사 1주일만에 목표 매출의 97%를 달성
 - 이러한 키덜트 계층의 구매력 확대는 국내외에서 큰 호응을 얻은 애니메이션 ‘겨울왕국’, ‘넛잡’ 제작사의 매출실적에 긍정적 영향을 주면서 증권사 등에서 이들 업체의 향후 성장성을 인정
 - 향후 국내외 키덜트 계층의 지속 출현 및 전반적인 구매력 견인이 예상되는 만큼 다양한 고부가가치 제품 개발 및 성공적인 론칭 전략 필요

● 애니메이션 ‘겨울왕국’의 흥행

- 완성도 높은 애니메이션의 제작 및 흥행을 위해서는 막대한 자본과 노력이 투입되는 전형적인 고위험-고수익 산업
- 이러한 고위험-고수익 산업이기에 전 세계적으로 흥행작품의 대부분과 시장 장악력을 보유하고 있는 국가는 미국, 일본 등 일부 국가에 국한
- 이들 국가들의 애니메이션 경쟁력은 막강한 자본 외에 기획단계에서 세밀한 접근과 함께 완성도 높은 스토리에 기반하고 있으며 국내외에서 흥행이 성공한 한국 애니메이션도 유사한 상황
- 최근 지난 2014년 1월 16일에 개봉한 디즈니사가 제작해 국내 개봉한 ‘겨울왕국’은 자본력과 기획력이 융합된 성공사례
- ‘겨울왕국’은 국내 개봉 애니메이션으로는 처음으로 1,000만 관객을 돌파했으며 높은 인기를 구가
- 이러한 흥행의 핵심 요소 중의 하나는 애니메이션의 주요 고객인 아동계층과 함께 20대 이상 성인들의 인기에 기인,

- 실제로 20대 이상 예매율이 60%에 이르는 등 돌풍적인 인기몰이를 했으며 일각에서는 국내에서 확산되고 있는 키덜트 문화의 영향으로 분석
- 이에 따라 ‘겨울왕국’의 흥행성적은 미국에 이어 2위 규모임. 인구대비로 보면 1위로 간주 가능
- 또한 ‘겨울왕국’ 극장개봉 이후 IPTV 등 VOD 시장에서도 좋은 성과를 보이고 있으며 KT 올레TV에서 지난 3월 3일 하루에 5억 9,000만 원의 매출 달성
- 종합적으로 애니메이션 산업의 흥행이 야기하는 다양한 파급효과를 고려할 때 ‘겨울왕국’의 성공사례는 1) 성인층으로의 저변확대 2) 완성도 높은 스토리 3) 유효적절한 자본력 등이 핵심

● 국산 창작애니메이션의 어린이 방송 시간대 집중 편성으로 기획 및 제작 등 활성화 기대

- 국내 창작애니메이션은 국내외적으로 극장용 애니메이션의 일부 성공에도 불구하고 전반적으로 기획 및 제작에서 정체가 이어지는 상황
- ‘겨울왕국’과 같은 해외 대작은 자본력과 기획력을 기반으로 국내 극장가 및 IPTV 등에서 선전하고 있으나 국내의 경우 유아 및 아동 위주의 시장 구조이며 유통 및 배급도 TV 등 방송에 집중
- 그럼에도 불구하고, 방송사들은 국내 창작애니메이션의 방영시간을 심야시간이나 오후 4시 등 아동들의 시청률이 저조한 시간대에 집중 편성해 애니메이션 유통 및 배급의 왜곡 현상 발생
- 이에 따라 방송통신위원회는 기존 지상파 및 종편, 전문 애니메이션 전문채널 편성의무 확대의 실질적인 정책효과 달성을 위해 심야시간대에 애니메이션을 방영할 경우 방송평가 점수를 부여하지 않을 방침
- 이를 통해 아동 등 애니메이션 주요 수요층에게 국내 창작애니메이션의 노출 확대 제작사들의 창작 활성화 유도

- 궁극적으로 애니메이션산업도 지속적인 수요 견인이 이뤄질 경우 공급 증가를 통한 산업 선순환 구조의 안착이 가능하기에 방송사의 주요 시간대 애니메이션 편성은 정책적으로 중요

□ 해외 동향

● 스마트 완구의 출현과 함께 성장가능성 확대

- 콘텐츠산업은 산업 간 융합을 통해 이용자 편의성과 재미를 극대화하고 있으며 최근 정보통신기술과의 접목을 통한 융합이 확대되는 추세
- 캐릭터산업 중 완구분야는 기존 캐릭터를 활용한 다양한 상품이 판매되고 있으며, 일부 정보통신기술을 적용한 제품은 다소 낮은 완성도와 함께 제한적으로 출시
- 이러한 상황에서 완구분야에서도 디바이스의 스마트화에 따라 다양한 기술이 적용된 완성도 높은 스마트 완구들이 출시되어 잠재 수요자들에게 높은 관심
- 실제로 미국 라스베이거스에서 개최된 'CES 2014'에서 다양한 스마트 완구가 전시되었다고 가디언지가 지난 2014년 1월 9일 보도
- 패럿(Parrot)사는 와이파이를 이용해 스마트폰 및 태블릿PC 등으로 조종할 수 있는 로봇 '점핑 스모(Jumping Sumo)'를 공개했으며 또한 국방 및 산업용으로 이용하고 있는 '미니드론'을 완구용으로 출시
- 오보틱스사는 블루투스 기능을 갖춰 스마트폰으로 속도를 조절할 수 있는 고무 및 플라스틱 소재 공인 '스페로(Sphero) 2.0'도 이전 제품보다 진화되어 출품
- 유닉(Yuneec)사는 스포츠기기와 정보통신기술을 접목한 스케이트보드 '이 고 크루저(E-Go Cruiser)'를 출시
- 현재의 스마트완구는 이전의 완성도에 비해 진전이 이뤄지고 있으나, 기술적인 측면에서 보완이 필요한 상황이며 향후 수요 확대를 위해서는 유명 캐릭터의 활용 등 감성적 요소 적용 필요

- 일본 애니메이션, 전 세대가 공감하는 캐릭터와 ‘건담’의 인기 지속
 - 일본의 애니메이션 산업은 정부의 적극적인 지원과 함께 축적된 기획 및 제작 역량을 바탕으로 자국 뿐 아니라 해외시장에 높은 경쟁력 유지
 - 특히 일본은 1960년대부터 애니메이션, 만화를 지원하고 해외 홍보를 통해 인지도를 쌓아 왔으며 산학연계를 통해 제작역량을 제고
 - 무엇보다 일본 애니메이션의 강점 중의 하나는 다양한 연령층을 대상으로 한 다수의 개성을 보유한 캐릭터가 있다는 것
 - 즉, 미국의 애니메이션은 슈퍼히어로, 영웅 등 현실과는 다소 거리가 먼 캐릭터가 인기가 있는 반면 일본은 이러한 것과 더불어 친근성이 있는 캐릭터 및 아동들이 선호하는 로봇 캐릭터가 다양하게 분포
 - 또한 최근 국내 애니메이션의 스토리 완성도가 높아지고 있듯이 일본 애니메이션도 전통적으로 스토리 구성이 뛰어남
 - 최근 일본의 니혼게이지신문의 보도에 따르면 일본의 모든 계층에서 선호하는 애니메이션은 ‘기동전사 건담’
 - ‘드래곤볼’은 2위를 기록했으며, 4위는 ‘우주전함 아마토’, ‘도라에몽’, ‘루팡3세’는 각각 6위 및 7위를 차지
 - 미야자키 하야오 감독의 ‘이웃집 토토로’는 3위를 기록하였고, ‘천공의 섬 라퓨타’(5위) 등 전체 순위 50위 권에 미야자키 감독은 6개의 작품이 선정
 - 최근 일본 경제성장 정체에 따른 일본 애니메이션 및 만화 시장이 다소 위축되고 있음. 국내 애니메이션 업체들은 이를 해외 진출의 기회로 적극 활용 필요
- 해외 유력 애니메이션 및 캐릭터 업체들의 실적 확대
 - 캐릭터산업은 애니메이션, 게임 등의 캐릭터를 활용한 전형적인 지적재산권 등 무형자산을 활용한 고부가가치 산업
 - 최근에는 기존 유아 및 아동 뿐 아니라 ‘키덜트’로 정의될 수 있는 성인들까지 저변이 확대되어 성장세 증가

- 이러한 캐릭터 산업의 선두주자는 미국과 일본이 시장을 선도하는 가운데, 다양하고 인지도를 보유하고 있는 미국 캐릭터 업체들의 성장세가 두드러짐
- 대표적으로 월트디즈니는 전통적으로 인기를 얻고 있는 ‘미키마우스’, ‘스폰지밥’ 등을 중심으로 꾸준한 로열티 수입을 획득하고 있으며 전 세계 직영 캐릭터숍 580여개 보유
- 또한 기존 애니메이션을 통한 캐릭터의 인지도 제고와 함께 온라인게임의 캐릭터를 활용한 인형 등 완구의 수요가 증가하고 있으며 블리자드사의 ‘월드 오브 워크래프트’가 대표적
- 전통적으로 블록 완구로 유명한 ‘레고’는 세계적인 완구산업이 정체 중임에도 매출액 세계 2위, 영업이익 1위를 기록하는 등 성장세 지속
- ‘레고’는 주요 수요계층인 아동들의 스마트기기 및 게임 이용 증대로 성장이 위협받는 상황에서 중국 등 신흥시장에서의 성장세로 실적 확대
- ‘레고’는 최근 다양한 캐릭터 개발 및 애니메이션인 ‘레고 무비’ 등을 제작해 매출액 상승 및 사업 다각화 추진
- 2011년 기준 미국의 캐릭터 시장규모는 약 90조 원에 달하며 국내외 애니메이션 및 온라인게임 등 인지도를 확보한 캐릭터를 중심으로 해외시장 개척 필요

IV. CBI(Contents Business Index) 분석

1 분석목적

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’를 통해 CBI⁴⁵⁾ 기초 자료를 확보하고 이를 통해 콘텐츠산업 분야별 경기 전망 파악
- CBI 분석을 통해 콘텐츠산업 분야별 시의 적절한 정책 수립 기초 자료로 활용

2 조사대상 및 방법

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’는 11개 산업 출판, 만화, 음악(공연), 게임, 영화, 애니메이션, 방송영상독립제작사, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션을 영위하는 사업체 중 600개를 표본으로 선정하여 조사를 실시하였으나, CBI 분석에서는 콘텐츠솔루션은 제외하였음. 이는 '10년 1분기와 2분기에 CBI 조사를 실시하지 않았기 때문에 전체 시계열 유지를 위하여 제외함
- 표본은 산업별 상위 20위 이내 사업체를 우선적으로 배분하여 실시하였으며, 산업별로 20개 사업체가 없는 경우에는 전수조사를 실시
- 상위 사업체 이외에 산업규모의 추정을 위하여 소규모 사업체도 층별 비례배분을 통하여 표본을 배분하였으며, 층화추출법을 이용하여 표본을 추출, 가중치는 설계 가중값, 무응답 조정, 사후층화 조정 등을 고려하여 작성
- 조사기간은 2014년 03월 13일부터 ~ 03월 28일까지 실시하였으며, 방문조사 및 E-mail, Fax, 전화 등 다양한 방법을 통하여 조사 실시
- CBI 분석을 위한 기준시점, 설문시점('12년 3분기, '12년 4분기), 설문항목(매출, 수출, 투자, 고용, 자금사정 등), 7점 척도(전혀 증대 안됨, 증대 안됨, 약간 증대 안됨, 보통, 약간 증대됨, 증대됨, 매우 증대됨)

45) CBI(Contents Business Index)는 콘텐츠산업의 경기 동향과 전망 등을 7점 척도로 질문하여 응답한 내용을 토대로 지수화한 것이며, 이는 사업체의 주관적이고 심리적인 요소까지 포함하고 있음

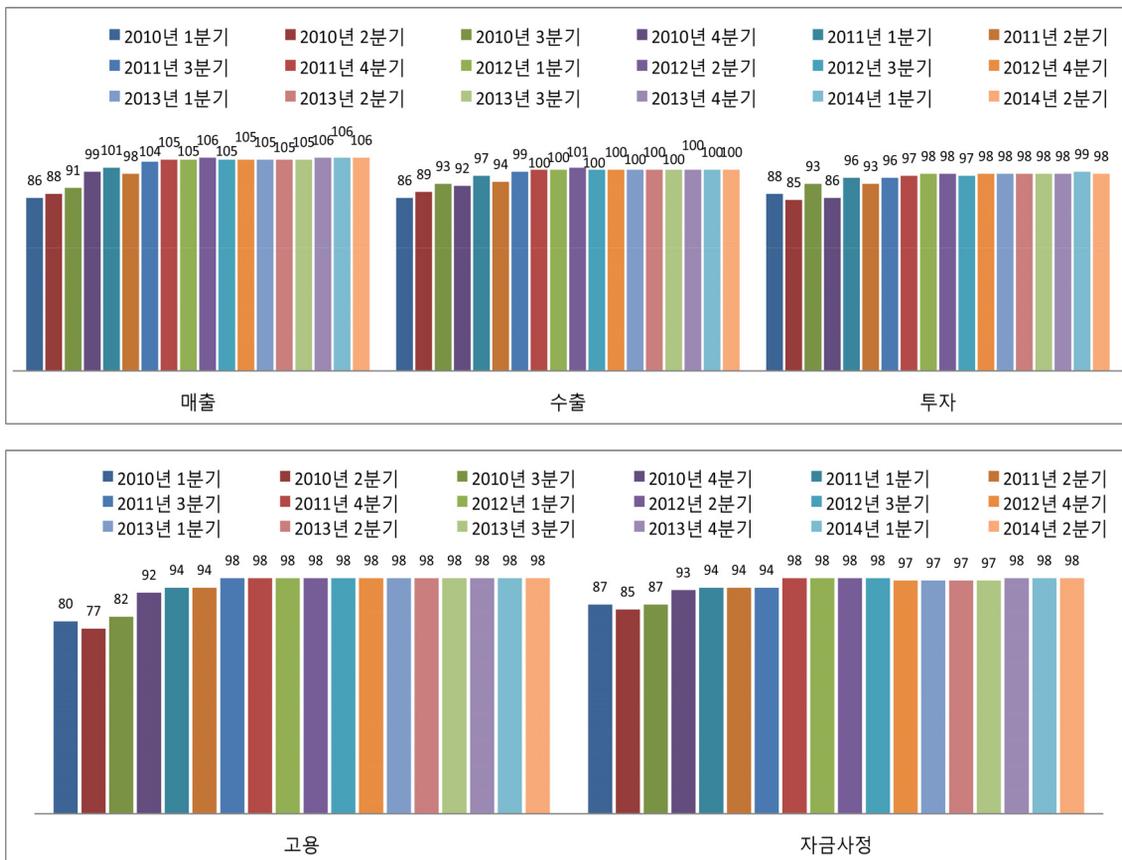
- CBI의 기준시점은 2009년 4분기를 100으로 기준
- 본 조사에서 사용되는 문항은 매출, 수출, 투자, 고용, 자금사정 등 5개 요소 이고 이를 7점 척도로 계산함(0-200)

3 2010년 1분기~2014년 2분기 CBI 분석

3.1. 2010년 1분기~2014년 2분기 CBI 종합분석⁴⁶⁾

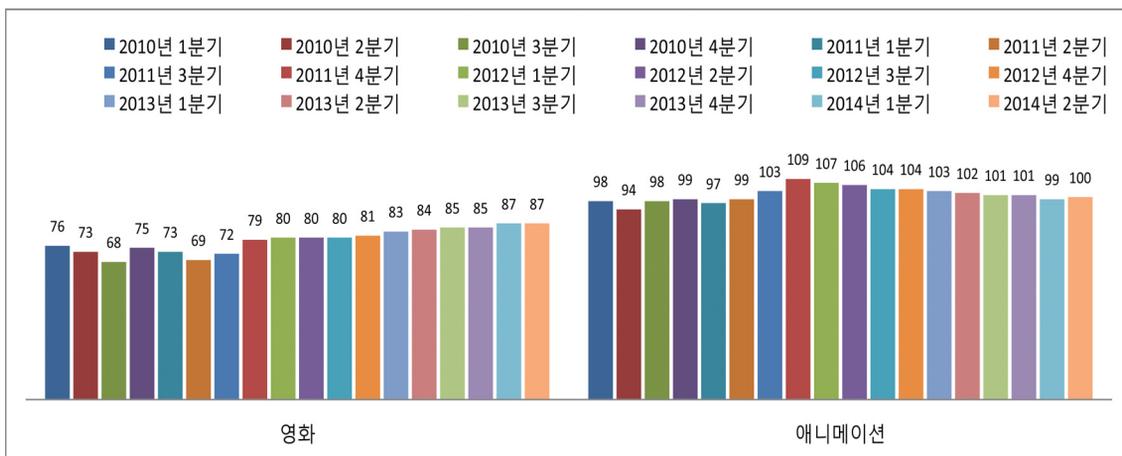
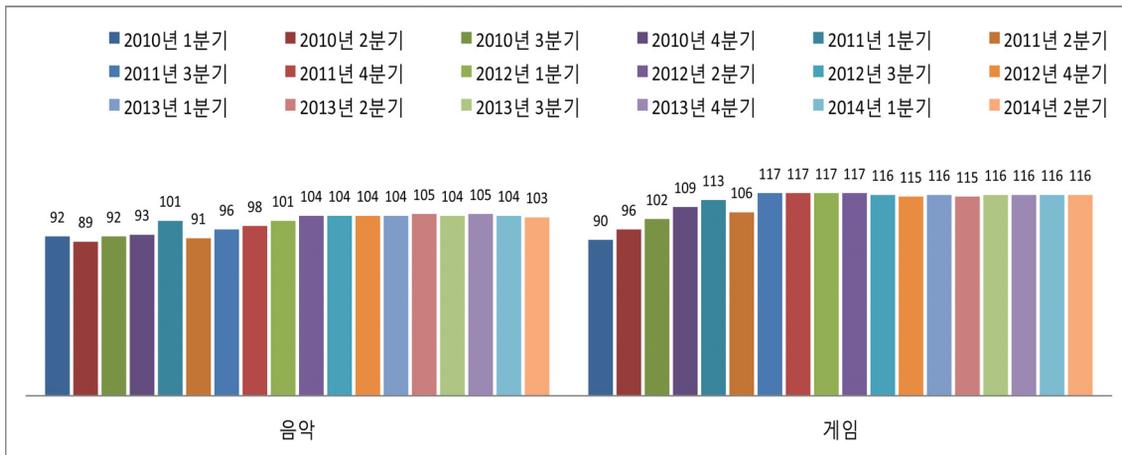
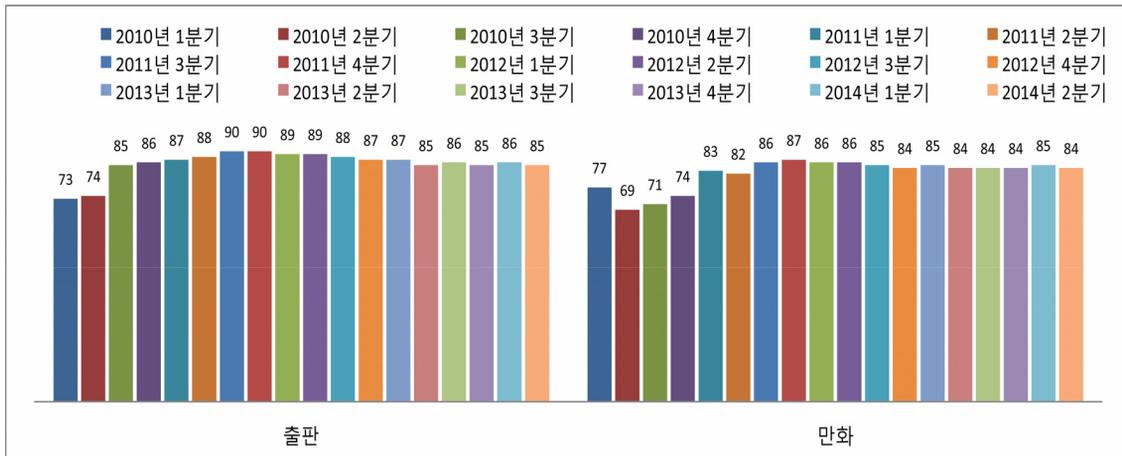
- '14년 1분기 콘텐츠산업별 CBI는 '13년 4분기 대비 투자에서 소폭 상승할 것으로 전망

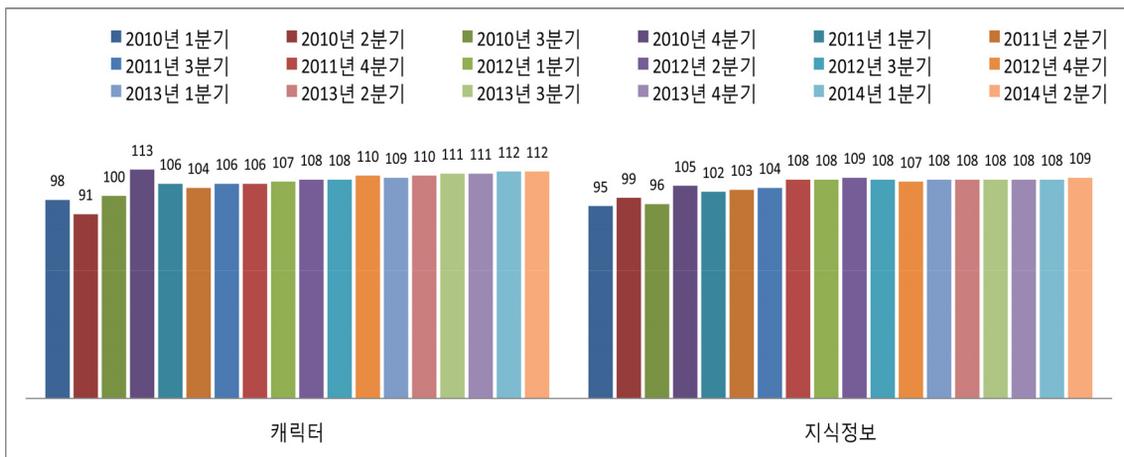
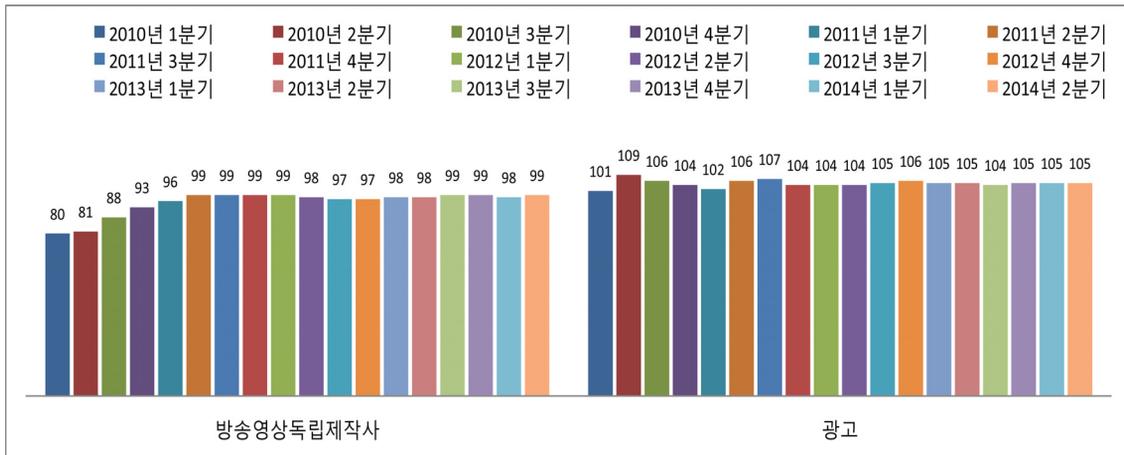
〈그림 IV-1〉 '10년 1분기~'14년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI



46) 100을 기준으로 84 이하 : 매우 부진, 85~94 : 부진, 95~104 : 호조, 105 이상 : 매우 호조

〈그림 IV-2〉 '10년 1분기~'14년 2분기 콘텐츠산업별 CBI





- '14년 2분기 콘텐츠산업별 CBI 중 매출에서는 게임, 영화, 애니메이션, 방송영상독립제작사, 광고 캐릭터, 지식정보 등이 상승할 것으로 예상되며, '14년 1분기는 '13년 4분기 대비 전반적으로 모든 산업의 CBI 지수가 유사할 것으로 예상

3.2. 2010년 1분기~2014년 2분기 CBI 산업별·부문별 분석

● 출판산업 CBI

〈표 IV-1〉 출판산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	77	69	75	71	75	73
2010년 2분기	78	74	75	68	77	74
2010년 3분기	91	95	81	75	85	85
2010년 4분기	89	88	80	84	87	86
2011년 1분기	92	80	89	88	88	87
2011년 2분기	88	90	87	90	84	88
2011년 3분기	93	92	89	91	87	90
2011년 4분기	93	91	82	93	92	90
2012년 1분기	93	90	81	91	90	89
2012년 2분기	94	90	81	91	91	89
2012년 3분기	91	88	80	90	89	88
2012년 4분기	90	87	80	89	88	87
2013년 1분기	91	87	80	88	87	87
2013년 2분기	89	86	79	87	86	85
2013년 3분기	90	87	80	87	86	86
2013년 4분기	89	86	79	87	85	85
2014년 1분기	90	86	80	88	86	86
2014년 2분기	89	86	79	88	85	85

- '14년 1분기는 '13년 4분기 대비 매출과 투자, 고용, 자금사정 등 전 분야가 전반적으로 증가할 것으로 전망
- '14년 2분기는 '14년 1분기 대비 매출과 투자, 자금사정 등 전반적으로 감소할 것으로 전망

● 만화산업 CBI

〈표 IV-2〉 만화산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	60	83	81	87	75	77
2010년 2분기	69	67	69	75	67	69
2010년 3분기	72	67	69	72	73	71
2010년 4분기	74	68	75	78	74	74
2011년 1분기	85	82	81	85	83	83
2011년 2분기	81	80	82	83	83	82
2011년 3분기	88	85	85	87	86	86
2011년 4분기	91	81	82	89	91	87
2012년 1분기	91	79	81	88	90	86
2012년 2분기	92	81	81	88	90	86
2012년 3분기	90	80	80	87	88	85
2012년 4분기	89	79	80	87	86	84
2013년 1분기	90	79	80	88	86	85
2013년 2분기	89	79	80	87	85	84
2013년 3분기	90	79	80	87	85	84
2013년 4분기	90	78	81	87	86	84
2014년 1분기	91	79	80	88	86	85
2014년 2분기	90	78	79	87	85	84

- '14년 1분기는 '13년 4분기 대비 매출과 수출, 고용은 소폭 증가 예상되나, 투자는 소폭 감소 전망

- '14년 2분기는 '14년 1분기 대비 매출과 수출, 투자 등 전반적인 감소 전망

● 음악산업 CBI

〈표 IV-3〉 음악산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	90	104	101	81	83	92
2010년 2분기	90	97	99	76	83	89
2010년 3분기	89	98	102	84	87	92
2010년 4분기	96	96	91	92	91	93
2011년 1분기	103	115	103	93	93	101
2011년 2분기	99	83	83	99	90	91
2011년 3분기	104	93	88	104	93	96
2011년 4분기	104	98	88	104	95	98
2012년 1분기	105	106	92	106	97	101
2012년 2분기	107	109	95	108	99	104
2012년 3분기	107	108	96	109	100	104
2012년 4분기	107	107	96	109	101	104
2013년 1분기	106	107	97	109	101	104
2013년 2분기	107	108	98	109	102	105
2013년 3분기	106	106	98	108	101	104
2013년 4분기	107	108	100	109	102	105
2014년 1분기	107	106	100	108	101	104
2014년 2분기	106	104	99	107	100	103

- '14년 1분기에는 '13년 4분기 대비 전반적으로 증가가 전망되며, 특히, 수출과 투자가 더 증가할 것으로 전망
- '14년 2분기에는 '14년 1분기 대비 전반적으로 감소가 전망되며, 특히, 수출이 더 감소할 것으로 전망

● 게임산업 CBI

〈표 IV-4〉 게임산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	97	92	86	90	86	90
2010년 2분기	103	107	98	85	88	96
2010년 3분기	106	100	105	103	95	102
2010년 4분기	116	107	97	112	112	109
2011년 1분기	121	108	112	114	111	113
2011년 2분기	106	106	105	100	115	106
2011년 3분기	123	122	117	112	111	117
2011년 4분기	123	115	131	105	110	117
2012년 1분기	124	115	131	106	111	117
2012년 2분기	124	114	130	106	112	117
2012년 3분기	122	112	129	105	111	116
2012년 4분기	121	111	129	105	111	115
2013년 1분기	122	112	129	105	110	116
2013년 2분기	122	111	128	104	109	115
2013년 3분기	123	112	129	105	110	116
2013년 4분기	123	113	129	105	110	116
2014년 1분기	124	113	129	105	111	116
2014년 2분기	125	113	128	103	111	116

- '14년 1분기는 '13년 4분기 대비 매출과 자금사정에서 소폭 증가 전망

- '14년 2분기는 '14년 1분기 대비 고용과 투자에서 소폭 감소 전망

● 영화산업 CBI

〈표 IV-5〉 영화산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	79	58	87	78	81	77
2010년 2분기	72	63	71	77	81	73
2010년 3분기	76	61	72	69	64	68
2010년 4분기	83	63	73	77	77	75
2011년 1분기	81	78	65	70	75	73
2011년 2분기	70	62	62	72	77	69
2011년 3분기	82	67	69	71	73	73
2011년 4분기	86	73	82	77	79	79
2012년 1분기	88	75	83	77	79	80
2012년 2분기	86	76	82	76	78	80
2012년 3분기	87	77	82	76	78	80
2012년 4분기	89	79	83	77	79	81
2013년 1분기	91	80	84	78	81	83
2013년 2분기	92	81	85	79	81	84
2013년 3분기	94	81	86	80	82	85
2013년 4분기	94	81	86	81	83	85
2014년 1분기	96	82	88	83	85	87
2014년 2분기	97	83	88	82	86	87

- '14년 1분기는 '13년 4분기 대비 매출, 수출 등 전반적인 증가세를 유지할 것으로 전망
- '14년 2분기는 '14년 1분기 대비 매출, 수출, 자금사정에서 증가세 전망

● 애니메이션산업 CBI

〈표 IV-6〉 애니메이션산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	100	99	95	91	103	98
2010년 2분기	105	100	88	87	92	94
2010년 3분기	102	107	99	88	92	98
2010년 4분기	109	104	94	94	93	99
2011년 1분기	103	103	102	87	93	97
2011년 2분기	105	96	102	93	101	99
2011년 3분기	107	101	106	98	101	103
2011년 4분기	113	114	105	104	108	109
2012년 1분기	110	112	103	102	106	107
2012년 2분기	110	111	102	101	105	106
2012년 3분기	108	107	101	100	104	104
2012년 4분기	107	107	101	100	103	104
2013년 1분기	106	106	100	100	102	103
2013년 2분기	105	104	100	100	101	102
2013년 3분기	103	103	100	100	100	101
2013년 4분기	102	102	100	100	99	101
2014년 1분기	100	101	99	99	98	99
2014년 2분기	101	101	100	99	99	100

- '14년 1분기는 '13년 4분기 대비 매출, 수출 등 전반적으로 하락세를 유지할 것으로 전망
- '14년 2분기는 '14년 1분기 대비 매출, 투자 등 증가세 전망

● 방송영상독립제작사 CBI

〈표 IV-7〉 방송영상독립제작사 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	91	62	71	83	92	80
2010년 2분기	101	71	61	78	94	81
2010년 3분기	92	82	87	89	92	88
2010년 4분기	98	89	90	94	94	93
2011년 1분기	105	88	97	93	99	96
2011년 2분기	96	100	102	100	96	99
2011년 3분기	99	100	102	102	94	99
2011년 4분기	101	96	96	102	98	99
2012년 1분기	103	95	98	101	97	99
2012년 2분기	102	94	97	101	96	98
2012년 3분기	101	93	97	100	95	97
2012년 4분기	100	94	97	100	94	97
2013년 1분기	101	95	97	100	95	98
2013년 2분기	101	96	98	100	96	98
2013년 3분기	102	97	98	100	97	99
2013년 4분기	103	97	99	100	98	99
2014년 1분기	101	96	98	100	97	98
2014년 2분기	102	97	98	101	98	99

- '14년 1분기는 '13년 4분기 대비 매출, 수출, 자금사정 등 고용을 제외하고 전반적으로 하락 전망
- '14년 2분기는 '14년 1분기 대비 매출, 수출, 고용 등 전반적으로 증가 전망

● 광고산업 CBI

〈표 IV-8〉 광고산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	89	108	112	98	100	101
2010년 2분기	96	133	118	92	103	108
2010년 3분기	107	107	116	103	97	106
2010년 4분기	102	100	112	103	103	104
2011년 1분기	100	105	100	108	100	102
2011년 2분기	115	103	106	104	104	106
2011년 3분기	112	103	106	110	106	107
2011년 4분기	109	102	108	100	101	104
2012년 1분기	111	101	108	100	98	104
2012년 2분기	112	101	108	101	99	104
2012년 3분기	113	102	109	102	100	105
2012년 4분기	115	103	110	103	101	106
2013년 1분기	113	102	109	103	100	105
2013년 2분기	112	102	109	102	100	105
2013년 3분기	111	101	108	101	99	104
2013년 4분기	112	101	108	102	100	105
2014년 1분기	113	101	108	102	100	105
2014년 2분기	114	102	108	103	100	105

- '14년 1분기는 '13년 4분기 대비 매출 등 소폭 개선 예상되나, 다른 부분은 정체 전망

- '14년 2분기는 '14년 1분기 대비 매출, 수출, 고용 등 전반적인 증가 전망

● 캐릭터산업 CBI

〈표 IV-9〉 캐릭터산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	97	104	107	93	91	98
2010년 2분기	100	83	81	94	94	90
2010년 3분기	102	108	102	94	94	100
2010년 4분기	112	126	117	105	107	113
2011년 1분기	110	115	108	101	95	106
2011년 2분기	107	115	99	94	98	104
2011년 3분기	115	123	99	99	93	106
2011년 4분기	111	129	96	99	97	106
2012년 1분기	111	131	97	99	96	107
2012년 2분기	113	131	98	101	99	108
2012년 3분기	113	130	97	100	100	108
2012년 4분기	114	132	99	102	101	110
2013년 1분기	113	131	98	102	100	109
2013년 2분기	114	132	99	103	101	110
2013년 3분기	115	133	100	103	102	111
2013년 4분기	116	133	100	104	102	111
2014년 1분기	117	134	101	105	103	112
2014년 2분기	118	134	101	105	103	112

- '14년 1분기는 '13년 4분기와 마찬가지로 상승세 지속 전망

- '14년 2분기는 '14년 1분기와 마찬가지로 상승세 지속 전망

● 지식정보산업 CBI

〈표 IV-10〉 지식정보산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정	평균
2010년 1분기	106	74	102	98	98	96
2010년 2분기	109	92	99	98	99	99
2010년 3분기	106	91	98	99	86	96
2010년 4분기	111	101	104	105	102	105
2011년 1분기	112	98	105	98	99	102
2011년 2분기	116	100	106	100	95	103
2011년 3분기	116	100	103	105	98	104
2011년 4분기	118	100	104	107	111	108
2012년 1분기	118	100	102	106	112	108
2012년 2분기	119	101	104	108	113	109
2012년 3분기	117	100	103	107	112	108
2012년 4분기	116	100	103	106	110	107
2013년 1분기	118	100	103	107	111	108
2013년 2분기	119	101	103	107	111	108
2013년 3분기	119	101	102	106	110	108
2013년 4분기	119	101	102	106	111	108
2014년 1분기	120	101	102	106	111	108
2014년 2분기	121	102	102	106	112	109

- '14년 1분기는 '13년 4분기와 마찬가지로 전반적인 호조세를 이어갈 전망이며, 특히 매출 소폭 증가 예상
- '14년 2분기는 '14년 1분기 대비 매출과 자금사정에서 소폭 증가 전망

V. 콘텐츠산업 INSIGHT

1 2013년 4분기 콘텐츠산업 종합 분석 및 전망

- '13년 4분기 전년동기대비 GDP 성장률은 3.9%이며, 콘텐츠산업생산지수를 통한 콘텐츠산업의 생산은 112.3으로 전년동기대비 1.6% 증가, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업과 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 전년동기대비 각각 4.1% 증가, 3.8% 증가했으며 전분기대비 각각 13.5% 상승, 4.0% 하락
- '13년 12월 전체 소비자 심리지수는 107로 나타났으며, 교양·오락·문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '10년 11월 98을 기록한 후 '12년 1월 90으로 하락하면서 부진정도가 다른 부문대비 높은 수준이며, '13년 1월 이후 약간 회복세를 보이고 있으나 '13년 12월은 90으로 저조. 오락·문화 소비지출은 '09년 금융위기에 따른 경기저점 이후 '12년 1분기까지 경기상승세로 전체 소비지출 증가에 동반 상승. 이후 유럽재정위기 등 대외 요인에 따른 세계경기 하락 등으로 국내경기 하락과 국내 수요 위축 발생. 특히 국내기업들의 대내외 경쟁력 하락 및 기업 수익성 악화 우려 확대, 가계부채 증가문제 등은 향후 지속적인 경기 상승과 소비지출 확대에 직간접적 영향 예상. '13년 4분기 이후 미국 양적완화 축소 등에 따른 신흥국들의 리스크가 산재해 있지만 미국 등 주요 국가들의 경기상승 등 세계경기 확장세가 국내 대기업을 중심으로 비교적 견실한 수출 확대가 이어질 경우 국내 경기 상승에 긍정적일 전망. 이에 따라 향후 국내 경기는 가계부채 등 요인에도 불구하고 민간부문 주도의 소득증대 및 내수확대가 예상되며, 특히 완만한 원화절상 등에 따른 물가하락, 실질소득 증가 및 개선으로 소비지출 증대 예상. 이중 오락·문화 소비지출은 산업 패러다임 변화에 부응하면서 경쟁력을 확보한 스마트콘텐츠의 지속 공급이 안정적 소비 견인의 중요 관건

- '13년 4분기 CBI를 살펴보면, '12년 1분기 이후 동일한 경향을 보이고 있음(매출(105→105→106) 및 투자(98→98→98), 고용(98→98→98), 수출(100→100→100). '14년 1분기 CBI전망은 전분기와 유사한 경향이 예상되며, '14년 2분기 CBI전망은 경기정체 우려에도 불구하고 매출(105→106→106→106), 수출(100→100→100→100)은 '14년 1분기와 유사한 경향 전망
- 위 여러 지표들을 살펴보았을 때 생산 측면에서 '13년 4분기는 콘텐츠산업 성장사 매출액은 전년동기대비 증가 및 전분기대비 증가, 콘텐츠산업 생산지수는 전년동기대비 증가 및 전분기대비 상승. 또한 '14년 2분기 콘텐츠산업 CBI는 '14년 1분기 대비 다소 증가 예상
 - '13년 4분기는 지난 '12년의 유럽재정위기 및 미국양적완화 축소 가시화 등 대외리스크에도 불구하고 비교적 안정적인 경상수지 흑자기조를 유지하면서 이에 따른 민간소비 증대 등 국내 경기 상승으로 이어지는 상황. 다만 수요의 회복이 공급 대비 다소 더딜 것으로 예상되기에 수요 창출 우위에 있는 경쟁력을 보유한 수출 대기업 등을 제외하고, 중소기업 및 내수 지향 기업들의 생산 확대는 다소 제한적일 전망. 이중 콘텐츠산업은 스마트화 등 국내외 수요환경 급진전으로 관련 콘텐츠 소비를 견인함에 따라 스마트콘텐츠의 대내외 경쟁력을 보유한 기업들을 중심으로 생산 확대 전망. 2013년 4분기 이후 중국 등 일부 국내 주요 교역국의 경기 불확실성에도 불구하고 미국을 중심으로 세계경제의 완만한 경기상승으로 전반적인 수요 증대가 예상되며, 국내의 경우 완성도와 경쟁력을 확보한 스마트콘텐츠의 생산 및 공급 확대 전망. 이에 따라 1) 중국 등 신흥국가들의 경기 위축 2) 미국의 경기 상승 3) 일본 및 유로지역의 경기회복 등 대외 거시요인과 함께 물가, 환율 등 국내 거시요인 등을 고려하면서 지속가능 경쟁력을 확보할 수 있는 콘텐츠 산업 정책 구축 및 창조경제 목표 달성 방안 필요

〈표 V-1〉 '10년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-2〉 '10년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-3〉 '10년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-4〉 '10년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-5〉 '13년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-6〉 '13년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-7〉 '13년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-8〉 '13년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-9〉 '12년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-10〉 '12년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-11〉 '12년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-12〉 '12년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-13〉 '13년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-14〉 '13년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-15〉 '13년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-16〉 '13년 4분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

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

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

〈표 V-17〉 '14년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	106	100	99	98	98
출판	90	86	80	88	86
만화	91	79	80	88	86
음악(공연)	107	106	100	108	101
게임	124	113	129	105	111
영화	96	82	88	83	85
애니메이션	100	101	99	99	98
방송영상독립제작사	101	96	98	100	97
광고	113	101	108	102	100
캐릭터	117	134	101	105	103
지식정보	120	101	102	106	111

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

〈표 V-18〉 '14년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
콘텐츠산업	106	100	98	98	98
출판	89	86	79	88	85
만화	90	78	79	87	85
음악(공연)	106	104	99	107	100
게임	125	113	128	103	111
영화	97	83	88	82	86
애니메이션	101	101	100	99	99
방송영상독립제작사	102	97	98	101	98
광고	114	102	108	103	100
캐릭터	118	134	101	105	103
지식정보	121	102	102	106	112

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

2 2013년 4분기 콘텐츠산업 분야별 분석 및 전망

2.1. 게임산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출 부문

- 게임산업의 '13년 4분기 매출규모를 살펴보면, 약 3조 1,428억 원이며 게임 상장사 매출액 비중은 23.3%를 차지
 - 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 11.6% 성장하였고 전분기대비 5.2% 증가하였으며 CBI 분석 결과 4분기 123으로 양호
- 게임산업의 '13년 4분기 수출규모를 살펴보면, 8,263억 원이며 이 중 상장사 수출액 비중은 30.1%를 차지
 - 상장사 수출액 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 0.7% 감소하였고 전분기대비 5.5% 하락하였으며 CBI 분석 결과 4분기 113으로 양호

□ 고용부문

- 게임산업의 '13년 4분기 고용규모를 살펴보면, 9만 3,025명이며 상장사 고용 비중은 9.3%를 차지
 - 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 6.2% 증가하였고 전분기대비 2.4% 상승하였으며, CBI 분석 결과 4분기 105로 양호

□ 게임산업 2014년 1분기 전망

- 게임산업 '14년 1분기 매출CBI(124) 및 수출CBI(113)는 '13년 4분기 대비 매출 소폭 증가 예상
 - 온라인 게임의 기존 개발사 및 포털 등을 통한 신작의 다수 발표로 향후 시장 확대 전망

- ※ 네오위즈게임즈는 온라인게임 역량확보를 위해 ‘블레스’, ‘블랙십’, ‘로도스도전기’ 등 신작 온라인게임 출시 및 론칭
- ※ 위메이드엔터테인먼트는 ‘이카루스’의 2014년 1분기 정식서비스를 통해 온라인게임 시장 진출 확대
- 지적재산권의 중요성 제고와 함께 모바일게임의 플랫폼 및 장르 다변화 증대
 - ※ 네이버는 ‘밴드’로 기존 ‘카카오톡’ 등 국내 오픈 게임플랫폼의 대항마로 육성중이며, 2014년 상반기중 자회사인 ‘캠프모바일’이 운영하는 SNS 밴드에 게임서비스 목표
 - ※ CJ E&M은 ‘몬스터길들이기’와 ‘다함께 던전왕’ 등 장르다변화를 통해 역량 확대를 시도하고 있으며 넥슨코리아 자회사인 엔도어즈는 RPG요소가 담긴 모바일게임 ‘영웅의 군단’ 출시
- 사회전반 의견수렴을 통한 게임 과몰입의 시각 전환 필요
 - ※ 게임산업은 콘텐츠산업 전반의 활성화에 지대한 영향을 미치는 분야로서 사회적으로 불필요한 논란을 불식시키기 위해서라도 과도한 규제에 대한 객관적인 접근 필요
- 완성도 높은 개발력을 바탕으로 국내 게임업체들의 분야별 및 장르별 해외 진출 역량 확대
 - ※ NHN엔터테인먼트는 웹보드게임 신시장 개척을 위해 북미지역에 소셜 카지노게임 개발업체를 설립하고 적극적인 시장공략 추진
 - ※ 엔씨소프트의 대작게임인 ‘블레이드 앤 소울’은 중국시장과 함께 일본시장 진출 등 아시아권 시장 강화
 - ※ 게임빌은 매출액 성장동력의 주요 축인 해외시장 비중을 2014년까지 매출의 60%로 목표 설정
- 게임산업 '14년 1분기 고용CBI는 105로 호조세 유지 예상
 - 기존 온라인게임의 지속적인 이용자 로열티 확보와 모바일게임 신규 수요 증가로 개발 및 기획 인력 수요가 지속될 전망이며, 대형업체 대비 중소기업체들의 인력난 예상

2.2. 출판/만화산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 출판 및 만화산업의 '13년 4분기 매출규모를 살펴보면, 출판은 약 5조 649억 원이며 만화는 약 1,923억 원으로 출판/만화 상장사 매출액 비중은 10.2% 차지
 - 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 0.6% 증가하였으나 전분기대비 8.0% 상승하였음. '13년 4분기 매출CBI 분석 결과 출판과 만화는 각각 89, 90으로 다소 부진
- 출판 및 만화산업의 '13년 4분기 수출규모를 살펴보면, 출판이 922억 원, 만화가 49억 원으로 출판/만화 상장사 수출액 비중은 4.7%
 - 상장사 수출액 분석을 살펴보면, '13년 4분기는 전년동기대비 61.3% 감소하였고, 전분기대비 6.4% 하락하였으며, 수출CBI는 출판 86, 만화 78로 다소 부진

□ 고용부문

- 출판/만화산업의 '13년 4분기 고용규모를 살펴보면, 20만 6,779명이며 상장사 고용 비중은 2.9%를 차지
 - 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 6.1% 감소하였고 전분기대비 1.4% 하락하였으며, 고용CBI 분석 결과 출판 87이며 만화 87로 부진

□ 출판/만화산업 2014년 1분기 전망

- 출판/만화산업 '14년 1분기 매출CBI는 각각 90, 91이며, 수출CBI는 각각 86, 79로 부진 예상
 - 국민의 창의성 제고 및 문화융성 등을 위해 국가 정책기조로 독서율 상승에 대한 정책 및 캠페인 확대 필요
 - * 종이책의 가치제고 및 독서율 확대를 위해 지난 2013년부터 '종이책이 좋아요' 캠페인을 한국제지연합회 주축으로 추진

- ※ 2013년 성인의 연평균 독서율은 71.4%로 지난 2011년 보다 4.6% 증가한 것으로 발표 (2013년 국민 독서실태조사)
- 웹소설 등 전자책 형태 및 종이책 공동 출간을 통한 출판산업의 신규 수익모델 가능성 확대
 - ※ 웹소설 ‘광해의 연인’은 2013년 1월 연재 후 조회수 및 인기순위 1위를 유지하고 있으며 누적 조회건수 1,380만 건으로 네이버 웹소설 부문 전체 1위 및 유료연재 판매 1위 기록
 - ※ 조정래 작가의 ‘정글만리’는 2013년 3월에서 7월까지 네이버에 연재되어 총 1,200만 페이지를 초과
- 중국 등 해외시장 진출 확대를 위해 국내 전자책 업체들의 도서저작권 등 무형자산의 수출 증대
 - ※ 중국의 전자책 시장규모는 2012년의 경우 약 338억 위안 (6조 원) 규모이며, 전자책 단말기 수요는 지난 2008년에서 2012년까지 연평균 400%의 고성장 기록
- 기존 웹툰시장 성장에 따른 포털업체들 외 다양한 서비스 공급자들 확대
 - ※ 스마트폰 기반의 만화잡지 ‘카툰캡’은 안드로이드 기반 및 iOS 버전용의 만화잡지를 주 1회 12편의 연재작 서비스 제공
 - ※ ‘카툰캡’은 이전 종이책 출판만화방식의 각 컷 화면 구현 등 다양한 ‘뷰 방식’을 제공
- 웹툰에 시각화 및 청각화를 강화한 차별화된 서비스 제공 확대 및 이를 통한 마케팅 강화
 - ※ 퍼니스톤은 웹툰작가 남정훈 작품에 대해 웹툰과 비주얼노블이 결합된 새로운 형식의 애플리케이션 출시
 - ※ 이니스프리는 신제품인 ‘틴트 립무스’를 소셜 웹툰 ‘입술로 말해요’ 웹툰을 한국과 중국에 동시 론칭, 또한 남성화장품 ‘울트라 올인원 크림’을 출시하면서 김철현 작가의 웹툰 ‘무장’을 마케팅 및 홍보에 활용
- 만화의 재미와 교육 요소를 결합한 학습만화의 다양한 진화 지속
 - ※ KTH는 국내 학습만화 성공작인 ‘Why?’ 시리즈의 모바일 애플리케이션으로 제작했으며 실제로 ‘똥’, ‘곤충’, ‘공룡’, ‘우주’, ‘날씨’ 등은 시각 및 청각 효과를 극대화해 수요 견인
- 출판/만화산업 '14년 1분기 고용CBI는 각각 88, 88로 부진 예상
- 웹소설, 애플북 등 신규 수익모델 증가로 기존 종이책 인력뿐 아니라 전자책(교과서 포함) 기획 및 제작 관련 인력 수요 증가 전망

- 웹툰 및 스마트폰 등의 국내외 서비스 증가로 제작 및 서비스 등 유통관련 인력 수요 증대 예상

2.3. 음악(공연)산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 음악산업의 '13년 4분기 매출규모를 살펴보면, 약 1조 1,602억 원이며 음악 상장사 매출액 비중은 26.3%를 차지
 - 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 18.8% 증가하였고 전분기대비 9.7% 상승하였으며, CBI 분석 결과 4분기 107로 호조
- 음악산업의 '13년 3분기 수출규모를 살펴보면, 약 1,033억 원이며 상장사 수출액 비중은 49.0%를 차지
 - 상장사 수출액 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 11.4% 감소하였고 전분기대비 2.2% 하락하였으며, CBI 분석 결과 4분기 108로 양호

□ 고용부문

- 음악산업의 '13년 4분기 고용규모를 살펴보면, 7만 8,209명이며 상장사 고용 비중은 2.1%를 차지
 - 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 8.0% 증가하였고 전분기대비 1.3% 상승하였으며, CBI 분석 결과 4분기 109로 호조

□ 음악산업 2014년 1분기 전망

- 음악산업 '14년 1분기 매출CBI는 107로 호조, 수출CBI 106으로 호조 예상
 - 인터넷 및 모바일 서비스 확대에 의한 음악 제작 및 유통 등 시장의 가치사슬별 개방화 가속

- ※ 비제이모바일은 음악제작자들이 모바일을 통한 음악의 유통 및 공유가 가능한 서비스 실시와 함께 오프라인 매장과 연계한 음악유통 시도
- 국내 대형 음악기획사들의 경쟁력 확보를 위한 다양한 노력과 함께 시장 독점적 위치 확대
 - ※ SM엔터테인먼트는 자회사인 SM컬처&콘텐츠를 통해 라이선스 뮤지컬인 'Singing in the Rain'을 자체 아이돌 그룹인 슈퍼주니어 멤버인 규현을 캐스팅해 공연 예정이며 YG엔터테인먼트는 미국에 'YG랜드'를 설립하고 미주지역 진출 교두보 확보
- 음원소비의 패러다임 변화에 따라 음원서비스 시장의 기존 사업자 및 신규 사업자 간 경쟁 확대
 - ※ 카카오는 음원시장에서의 영향력을 확대하고 있으며, '카카오 뮤직'의 가입자가 1,000만 명에 이르는 등 신규 사업 진출 확대
- 2013년 공연산업은 화제작과 함께 전반적인 호조세 유지
 - ※ 국내 창작 뮤지컬 '그날들' 및 '해를 품은 달'도 해외 유명라이선스 공연과 경쟁을 통해 성과 도출
- 경쟁력을 확보한 창작 뮤지컬의 중국 등 해외시장 진출 성과 지속
 - ※ 뮤지컬서비스는 한국 전통음악과 춤이 기반인 '미소'를 2014년 상반기에 중국 상하이와 항저우, 푸저우 등 3개 도시 순회공연 예정
 - ※ 유열컴퍼니는 어린이 뮤지컬인 '브레멘 음악대'의 중국진출을 위해 뮤지컬서비스와 업무협약 체결
- 음악산업 '14년 1분기 고용CBI는 108로 호조 예상
 - 음원 및 공연 서비스의 국내외 진출 확대에 기획 및 제작 관련 인력 수요 증대가 예상되며, K팝 등 국내 대중음악의 해외인지도 향상에 따라 해외시장 확보를 위한 마케팅 등 인력 수요 증가 전망

2.4. 방송산업(방송영상독립제작사) 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 방송영상독립제작사의 '13년 4분기 매출규모를 살펴보면, 2,965억 원이며 방송영상독립제작사 상장사 매출액 비중은 7.3%를 차지

- 방송영상독립제작사 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기 대비 15.5% 상승하였고 전분기대비 45.3% 증가하였으며, CBI 분석 결과 3분기 103으로 호조

□ 고용부문

- 방송영상독립제작사의 '13년 4분기 고용규모를 살펴보면, 6,922명이며 상장사 고용 비중은 1.1%를 차지
 - 방송영상독립제작사 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 0.3%로 상승하였고 전분기대비 6.3% 증가하였으며, CBI 분석 결과 4분기 100으로 호조

□ 방송영상독립제작사 2014년 1분기 전망

- 방송영상독립제작사 '14년 1분기 매출CBI는 101로 호조, 수출CBI는 96으로 소폭 감소 예상
 - 국내 흥행 드라마 작품의 소셜 네트워크를 통한 중국시장에서의 인지도 확대 등 이용채널 다양화
 - ※ 2000년대 후반 들어 국내 드라마는 완성도 높은 스토리와 기획력을 바탕으로 사극 뿐 아니라 멜로 등 현대극에서도 높은 인지도를 획득하고 있으며 실제로 최근 종영된 SBS의 '별에서 온 그대'가 대표적 사례
 - 방송산업 환경변화에 따라 시장참여자들 간 경쟁력 확보를 위한 전략 및 협력 구축 확대
 - ※ KBS는 방송콘텐츠 관련 협회인 독립제작사, 애니메이션협회 등과 1) 외주제작비 현실화 2) 저작권 배분관행 개선 등 논의
 - ※ EBS는 네이버에게 '지식채널e', '다큐프라임' 등 교양프로그램 및 '방귀대장 뽕뽕이' 등 유아 및 어린이에게 특화 프로그램 제공과 함께 네이버는 TV캐스트에 EBS 전문 브랜드관 설치 예정
 - 완성 프로그램 및 방송 포맷 등을 통한 국내 흥행 예능프로그램의 해외 수출 및 현지 OSMU 증대
 - ※ MBC의 인기 예능프로그램 '아빠 어디가'는 지난 2013년 10월에 중국에 포맷이 수출되면서 현지 제작을 통해 평균시청률 4.3%와 함께 최고 시청률 5.67%를 기록하였으며, 모바일게임 및 영화 개봉 예정

- 방송영상독립제작사 '14년 1분기 고용CBI는 100으로 호조 예상
 - 스마트TV 콘텐츠 수요 증가로 기획 및 제작관련 인력 수요 증가 전망

2.5. 영화산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 영화산업의 '13년 4분기 매출규모를 살펴보면, 약 1조 3,663억 원이며 영화 상장사 매출액 비중은 21.2%를 차지
 - 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 6.1% 감소하였고 전분기대비 22.4% 하락하였으며, CBI 분석 결과 4분기 94로 다소 부진

□ 고용부문

- 영화산업의 '13년 4분기 고용규모를 살펴보면, 3만 2,416명이며 상장사 고용 비중은 5.5%를 차지
 - 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 24.8% 증가하였고 전분기대비 1.5% 상승하였으며, CBI 분석 결과 4분기 81로 매우 부진

□ 영화산업 2014년 1분기 전망

- 영화산업 '14년 1분기 매출CBI는 96, 수출CBI는 82로 지속적 상승세 전망
 - 2013년 영화 관객수 기준 한국 영화의 해외영화 대비 점유율은 60% 이상을 기록하는 등 한국 영화의 경쟁력 확대
 - ※ 2013년 박스오피스 기준 상위 10편 중 한국 영화는 '7번방의 선물', '설국열차', '관상', '베를린', '은밀하게 위대하게' 등 8편이 차지
 - ※ 영화진흥위원회의 발표에 따르면 지난 2013년 12월 중순에 이르러 연간 전체 영화 관객수가 2억 명 초과
 - 3D 영화 등 국내외적으로 기술적 완성도가 요구되는 작품들의 흥행에 따라 향후 제작 확대 예상

- ※ 영화진흥위원회 자료에 의하면 지난 2014년 2월13일 현재 3D 관객 점유율은 5.0%로 전년 대비 2배 이상 증가
- 국내 시장의 지속적인 증가에 따라 해외 블록버스터의 국내 촬영 등 인지도 확대
 - ※ 해외 유명 흥행작인 '어벤져스'의 후속작 '어벤져스 : 에이지 오브 울트론'은 주요 장면의 촬영을 국내에서 실시
- 중국 등 해외자본 유치를 통한 공동제작 확대 등 성과 확산
 - ※ 박광현 감독의 작품인 SF액션영화 '권법'은 총제작비의 30%를 중국에서 투자유치
- 고속 인터넷 발달에 따라 영화상영 창구로서 IPTV 등 신규채널 개봉 확대
 - ※ 올레TV는 2012년 22편, 2013년 60여편으로 극장과 동시개봉 편수 증가세이며, CJ헬로비전의 헬로TV 또한 2012년 대비 2013년 10배 이상 증가
- 영화산업 '14년 1분기 고용CBI는 83으로 예상
 - 국내 영화흥행 지속으로 제작부문 중심의 인력 수요 증가와 국내 대형 영화극장사업자의 해외진출 가속화로 인력 수요 증가 전망

2.6. 광고산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 광고산업의 '13년 4분기 매출규모를 살펴보면, 약 2조 236억 원이며 광고 상장사 매출액 비중은 46.5%를 차지
 - 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 7.7% 증가하였고 전분기대비 24.8% 상승하였으며 CBI 분석 결과 4분기 112로 호조

□ 고용부문

- 광고산업의 '13년 4분기 고용규모를 살펴보면, 9,018명이며 상장사 고용 비중은 18.1%를 차지하는 것으로 나타남
 - 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 2.0% 감소하였고 전분기대비 4.5% 하락하였으며, CBI 분석 결과 4분기 100으로 호조

□ 광고산업 2014년 1분기 전망

- 광고산업 '14년 1분기 매출CBI는 113, 수출CBI 101로 호조 예상
 - 국내 경기 회복 및 브라질 월드컵 등 대형 스포츠 이벤트 특수가 예상됨에 따라 대형 광고대행사 중심의 매출 증대 전망
 - 인터넷TV, N스크린 서비스 이용자 증가에 따라 온라인 및 모바일 광고의 수요 증가와 함께 외국계 업체들의 영향력 확대
 - ※ 페이스북은 모바일을 중심의 광고매출이 증대되고 있으며 지난 2013년에 약 800억 원의 광고매출을 기록한 것으로 추정
 - 세계적인 경기회복 기대감 상승으로 국내 대기업의 실적호조에 따라 대형 광고대행사의 해외진출 확대 전망
- 광고산업 '14년 1분기 고용CBI는 102로 호조 전망
 - 브라질 월드컵 등 대형 스포츠 이벤트와 함께 온라인 및 모바일 광고 수요 증가로 일부 대형 광고대행사를 중심으로 기획 및 제작관련 인력 증대 예상

2.7. 애니메이션/캐릭터산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 애니메이션/캐릭터 산업의 '13년 4분기 매출규모를 살펴보면, 애니메이션 산업은 약 1,243억 원이며 캐릭터 산업은 2조 1,047억 원으로 애니메이션산업 상장사 매출액 비중은 4.0%, 캐릭터 산업 상장사 매출액 비중은 3.1%를 차지
 - 애니메이션 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 44.3% 감소하였고 전분기대비 19.3% 하락하였으며, 캐릭터 상장사 매출액은 '13년 4분기 전년동기대비 8.3% 상승하였으며, 전분기대비 16.6% 증가하였고 애니메이션 CBI 분석 결과 4분기 102으로 양호하며 캐릭터CBI 분석 결과 4분기 116으로 매우 호조

- 애니메이션/캐릭터산업의 '13년 4분기 수출규모를 살펴보면, 애니메이션은 약 342억 원이며 캐릭터는 약 1,389억 원으로 애니메이션 상장사 수출액 비중은 0.8%이며 캐릭터 상장사 수출액 비중은 18.2%를 차지
 - 애니메이션/캐릭터 상장사 수출액 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기 대비 22.9% 증가하였고 전분기대비 8.5% 상승하였으며, CBI 분석 결과 4분기 애니메이션은 102, 캐릭터는 133으로 양호

□ 고용부문

- 애니메이션/캐릭터산업의 '13년 4분기 고용규모를 살펴보면, 애니메이션은 4,514명, 캐릭터는 2만 7,601명이며 애니메이션 상장사 고용 비중은 2.6%, 캐릭터 상장사 고용 비중은 1.4%를 차지
 - 애니메이션/캐릭터 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 5.2% 감소 및 전분기대비 2.7% 하락하였으며, CBI 분석 결과 4분기 애니메이션 100이며 캐릭터 104로 호조

□ 애니메이션/캐릭터산업 2014년 1분기 전망

- 애니메이션/캐릭터산업 '14년 1분기 매출CBI는 각각 100, 117, 수출CBI 101, 134로 호조 예상
 - 창작 애니메이션의 완성도 높은 스토리를 기반으로 기획 및 제작의 대내외 경쟁력 확대
 - ※ 투바앤의 '라바'는 2013년 9월까지 시즌2를 방송했으며 최근에는 케이블 방송을 통해 인기를 지속하고 있으며, 뮤지컬 및 장면 애니메이션 기획 및 제작 예정
 - ※ 국내 창작 3D 애니메이션인 '넛잡'은 2014년 1월에 북미 지역 3,000개 상영관에 동시 개봉했으며 미국 현지 언론에 따르면 '넛잡'의 가장 큰 성공요인은 완성도 높은 스토리로 제시
 - 서울 등 수도권 뿐 아니라 기획력을 보유한 지방 소재 애니메이션 제작사들의 약진
 - ※ 제주도에 소재하고 있는 그리메는 제주 흑돼지를 주인공으로 한 '응까소나타'를 제작해 2014년 4월 MBC에 방영예정

- ※ 광주광역시에 소재한 아이스크림스튜디오 ‘두다다쿵’은 2013년 12월부터 EBS에 방영되었으며 EBS 유아프로그램 사상 처음으로 2012년 시카고 어린이 필름페스티벌 본선에 진출
- ‘겨울왕국’의 국내 극장 애니메이션 흥행에 따라 내수 시장 확대를 위해서는 이용자의 저변확대, 완성도 높은 스토리, 유효적절한 자본력 등이 관건
 - ※ 겨울왕국의 성공은 애니메이션의 주 관객층인 아동과 함께 20대 이상 성인들의 인기 획득에 기인
- 국산 창작애니메이션의 어린이 방송 시간대 집중 편성으로 기획 및 제작 등 활성화 증대
 - ※ 기존 지상파 및 종편, 전문 애니메이션 전문채널에 편성의무 확대의 실질적인 정책적 효과 달성을 위해 심야시간대 애니메이션을 방영할 경우 방송평가 점수를 부여하지 않을 방침
- 국내 캐릭터 내수시장 활성화를 위해 여아용 캐릭터 장남감 시장의 중요성 확대
 - ※ 해즈브로는 2000년대 중반 이후 ‘트랜스포머’, ‘스타워즈 시리즈’ 등 남아 중심의 상품 카테고리를 통해 시장을 장악할 계획이었지만, 지속적인 매출하락으로 여아 완구에 대한 중요성 확인
- 제품 구매력이 높은 키덜트족 증가에 따른 캐릭터 및 관련 완구 수요 증가
 - ※ 2013년 크리스마스에는 바비인형, 건담, 레고, 고가의 무선조종용품 등 캐릭터완구의 판매 급증
 - ※ 패션업계도 유명 캐릭터를 활용한 키덜트 마케팅을 활발히 추진중이며, 이중 의류 브랜드인 ‘LAP’은 롯데백화점 본점에 ‘LAP+미키’ 팝업스토어를 개장해 행사 1주일만에 매출 목표의 97% 달성
- 정보통신기술을 적용한 스마트 완구의 출현과 함께 향후 국내 시장 성장가능성 확대
 - ※ 패럿(Parrot)사는 와이파이를 이용해 스마트폰 및 태블릿PC 등으로 조종할 수 있는 로봇 ‘점핑 스모(Jumping Sumo)’를 공개했으며 또한 국방 및 산업용으로 이용하고 있는 ‘미니드론’을 완구용으로 출시
- 애니메이션/캐릭터산업 '14년 1분기 고용CBI는 각각 99, 105로 호조
 - 3D 등 애니메이션의 대내외 수요 증가에 따라 국내외 창작 애니메이션업체들을 중심으로 기획 및 제작부문 관련 인력 수요 증대 전망
 - 국내 창작 캐릭터 경쟁력 확대 및 지적재산권 수요 증대로 제작 및 국내외 유통서비스 관련 인력 수요 증가 전망

2.8. 지식정보산업 분석 및 전망

□ 매출 및 수출부문

- 지식정보산업의 '13년 4분기 매출규모를 살펴보면, 약 2조 9,591억 원이며 지식정보 상장사 매출액 비중은 34.6%를 차지
 - 지식정보 상장사 매출액 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 18.7% 증가하였고 전분기대비 5.3% 상승하였으며, CBI 분석 결과 4분기 119로 매우 호조
- 지식정보산업의 '13년 4분기 수출규모를 살펴보면, 약 1,513억 원이며, CBI 분석 결과 4분기 101로 호조

□ 고용부문

- 지식정보산업의 '13년 4분기 고용규모를 살펴보면, 7만 1,262명이며 상장사 고용 비중은 8.3%를 차지
 - 상장사 고용 분석을 살펴보면, '13년 4분기 전년동기대비 20.4% 감소하였고 전분기대비 13.0% 하락하였으며, CBI 분석 결과 4분기 106으로 양호

□ 지식정보산업 2014년 1분기 전망

- 지식정보산업 '14년 1분기 매출CBI는 120, 수출CBI는 101로 호조 전망
 - 국내 포털 업체들의 모바일 신규 서비스 강화와 함께 국내외 모바일 SNS 시장 성장 확대
 - ※ 네이버의 '라인'은 신규 가입자가 하루 평균 60만 명 증가하고 있으며 게임과 스티커 등 디지털콘텐츠 판매를 통해 2013년 '라인' 매출액은 약 4,542억 원 달성
 - ※ 다음커뮤니케이션즈는 음성인식기술 전문업체인 다이알로이드 인수, 스마트폰 런처 개발사인 버즈피아 지분 투자를 통해 모바일 검색, 다음 앱, 버즈런처 등 모바일 경쟁력 확대 모색
 - 인터넷 및 모바일 대형업체들의 영향력 확대에 따른 중소기업과의 상생 확대 필요

※ 대형 선두업체들이 시장 선도력을 활용하여 중소기업들과의 상생 필요성이 증대되고 있으나 다소 미흡한 상황

※ 네이버는 모바일 메인 페이지에 앱 게시판을 신규로 만들어 이용자와 앱 개발사간 점점을 확대

- 해외 이러닝 수요 증대에 따른 국내외 업체들의 디지털교과서 진출 확대

※ 시공미디어는 콜롬비아 교육부와 협력해 콘텐츠 개발 및 관리와 함께 콜롬비아 초중고 총 11학년의 스페인어, 수학, 과학 등 33개 과목 디지털교과서를 개발 예정

- 국내 이러닝 경쟁력을 기반으로 해외진출 지속 확대

※ 이러닝 진출 대상국가들을 중심으로 무상원조 등을 통한 시장진입 시도가 나타나고 있으며 최근 한국국제협력단(KOICA)은 베트남 인민경찰대학에 전자도서관 구축을 통한 이러닝 시장 진출 확대

※ 해외 이러닝 수요 증가에 따른 국내 기업들의 해외진출 지원 확대를 위해 2014년 9월에 코엑스에서 '이러닝 코리아' 개최 예정

● 지식정보산업 '14년 1분기 고용CBI는 106으로 호조 예상

- 포털의 모바일 진출 확대와 국내외 스마트러닝 인지도제고로 기획 및 제작 관련 인력 증대가 전망되며, 유아용 콘텐츠를 중심으로 에듀테인먼트 관련 제작 인력 수요 확대 예상

부록 : 1. 콘텐츠산업 관련 상장사 현황

〈표 부록 I -1〉 콘텐츠산업 관련 상장사 수 변화 추이

구 분	2011년		2012년				2013년			
	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
게 임	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
지식정보	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
출 판	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
방 송	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
광 고	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
영 화	8	7	7	7	7	7	7	7	7	7
음 악	10	11	11	11	11	11	11	11	11	10
애니메이션/캐릭터	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
합 계	86	86	86	86	86	86	86	86	86	85

□ 게임

〈표 부록 I -2〉 게임 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액(억원)	주요 사업
181710	NHN엔터테인먼트	14,619.1	온라인게임 포털 한게임 운영
036570	엔씨소프트	54,450.1	온라인게임 개발 및 유통, MMORPG 강점
095660	네오위즈게임즈	3,879.0	온라인게임 개발 및 유통, 게임 포털 피망
052790	액토즈소프트	3,270.5	온라인게임 개발, 대표작 미르의전설
030350	드래곤플라이	771.5	온라인게임 개발사, 위고글로벌 합병 및 우회상장
041140	게임하이	2,472.2	온라인게임 개발, 대표작 서든어택
101730	조이맥스	1,717.8	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 실크로드 온라인
069080	웹젠	2,613.0	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 뮤온라인
058630	엠게임	344.5	온라인게임 포털 엠게임 운영, 개발 및 유통
078340	컴투스	2,541.9	국내최대 모바일게임 업체, 대표작 타이쿤시리즈
052770	와이디온라인	692.6	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 오디션
047080	한빛소프트	371.1	PC게임 유통, 온라인게임 개발 및 유통
047560	이스트소프트	900.9	온라인게임 및 소프트웨어 개발, 대표작 카발온라인
067000	조이시티	2,385.0	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 프리스타일
035620	바른손게임즈	337.7	온라인게임 및 문화 콘텐츠 사업
052190	소프트맥스	664.5	게임 개발, 온라인 및 콘솔 등 플랫폼 다양화
023770	플레이워드	82.1	온라인게임 개발, 대표작 로한
063080	게임빌	2,980.7	모바일게임 및 게임 퍼블리싱
112040	위메이드엔터테인먼트	5,485.2	온라인게임 개발, 대표작 창천온라인
130960	CJ E&M	11,813.3	온라인게임 개발, 게임 퍼블리싱

* 자료: KRX, 각사

** 시가총액은 '13년 12월 30일 기준

□ 지식정보

〈표 부록 I -3〉 지식정보 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액(억원)	주요 사업
035420	네이버	238,649.8	인터넷포털 네이버 운영, 온라인 콘텐츠 유통
035720	다음커뮤니케이션	11,390.6	인터넷포털 다음 운영, 온라인 콘텐츠 유통
066270	SK커뮤니케이션즈	2,340.7	인터넷포털 네이트 운영, 온라인 콘텐츠 유통
036030	KTH	2,785.8	인터넷포털 파란 운영, 온라인 콘텐츠 유통
067280	크레듀	2,678.9	온라인 교육 서비스, 외국어 평가
057030	YBM시사닷컴	620.7	온라인 교육 서비스 온라인 콘텐츠 유통
072870	메가스터디	4,939.4	온라인 입시준비 교육 서비스, 교육 출판
121440	골프존	7,425.1	스크린 골프 제품 판매 및 서비스, 소프트웨어 개발

* 자료: KRX, 각사

** 시가총액은 '13년 12월 30일 기준

□ 출판

〈표 부록 I -4〉 출판 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액(억원)	주요 사업
095720	웅진씽크빅	1,996.4	온오프라인 교육사업, 학습지 및 생활잡지류 출판
019680	대교	6,183.3	교육 출판 및 학원사업, 전집 및 도서 출판
035080	인터파크	6,479.7	온라인 출판 유통
100220	비상교육	1,745.6	중고등부 학습 교재 출판 전문, 온라인 교육
053280	에스24	751.6	온라인 출판 유통
053290	능률교육	343.0	영어 학습교재 전문 출판, 온라인 및 학원사업
068290	삼성출판사	416.5	유아용 서적 출판 및 미술교재 출판
036000	예림당	1,365.9	도서출판, 저작권매니지먼트, 애니메이션, 무선통신 기기사업
134060	이퓨처	139.7	영어 교육, 영어 학습교재 출판

* 자료: KRX, 각사

** 시가총액은 '13년 12월 30일 기준

□ 방송

〈표 부록 I -5〉 방송 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액(억원)	주요 사업
035760	CJ오쇼핑	25,750.2	TV 및 온라인 홈쇼핑
034120	SBS(유)	7,590.1	지상파 방송 사업, 광고 수익
101060	SBS미디어홀딩스(유)	7,358.5	사업 지주회사, 방송사업 및 문화서비스 사업
028150	GS홈쇼핑	20,154.4	TV 및 온라인 홈쇼핑
040300	YTN	1,171.8	뉴스프로그램의 제작 및 공급, 타워사업, 광고협찬
046140	SBS콘텐츠허브	3,348.3	콘텐츠제공, 프로젝트수익 (OST제작 등), 웹에이전시
033130	디지털조선	668.1	인터넷, S사업, 교육프로그램, 전광판 광고
039340	한국경제TV	422.1	경제 전문 방송, TV광고 및 시청료 수익
052220	IMBC	918.9	콘텐츠매출 (드라마, 영화, 만화 등), 해외판매 콘텐츠
068050	팬엔터테인먼트	225.6	방송 드라마 외주제작, 드라마 OST 및 음반 제작
047820	초록뱀	307.4	방송프로그램제작, 배급, 영화제작, 배급
046390	삼화네트웍스	466.1	드라마 제작 및 드라마 판매 판권관리
053210	스카이라이프	14,131.4	위성방송, 방송콘텐츠 제작
122450	케이엠에이치	1,025.9	방송송출 서비스, 채널사용 사업
033830	대구방송	538.0	텔레비전 방송, 지역방송
058400	케이엔엔	993.2	인터넷방송, 실시간중계 서비스
057050	현대홈쇼핑	22,320.0	TV 및 온라인홈쇼핑
066790	씨씨에스충북방송	274.2	케이블 방송, 초고속인터넷 서비스
067160	아프리카TV	908.6	인터넷 방송, 클라우드 서비스
130960	CJ E&M	11,813.3	케이블 방송, 방송 콘텐츠 제작
054780	키이스트	843.3	문화콘텐츠 기획 및 제작, 영화 투자, 매니지먼트 사업
037560	CJ헬로비전	14,869.8	케이블TV, 초고속인터넷, 인터넷전화, 광고,

* 자료: KRX, 각사

** 시가총액은 '13년 12월 30일 기준

*** (유) : 유가증권시장 상장, 나머지는 코스닥시장

□ 광고

〈표 부록 I -6〉 광고 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액(억원)	주요 사업
030000	제일기획(유)	31,636.3	국내 광고시장 점유율 1위 종합광고 대행사
035000	G2R(유)	1,282.3	사업 지주회사, 자회사 통해 광고 제작 및 전문 대행
037270	휘닉스컴(유)	441.8	쥬보광과 일본 덴쯔가 합작한 광고대행사
010470	오리콤	285.9	종합광고 대행업체, 두산 계열사, 광고제작 및 프로모션

* 자료: KRX, 각사

** 시가총액은 '13년 12월 30일 기준

*** (유) : 유가증권시장 상장, 나머지는 코스닥시장

□ 영화

〈표 부록 I -7〉 영화 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액(억원)	주요 사업
079160	CJ CGV(유)	9,205.2	멀티플렉스 영화관 운영, CJ계열사
086980	미디어플렉스	1,984.2	영화 투자 및 배급사로 메가박스 등 자회사 보유
003560	IHQ	870.7	영화 제작 및 수입, 배급, 상영, 매니지먼트 사업
036260	웰메이드	209.1	공연기획, 영화제작 및 투자, 매니지먼트 사업
002420	세기상사	113.1	영화관 운영
036420	제이콘텐츠리	2,701.9	영화관 운영, 드라마 제작, 케이블방송
130960	CJ E&M	11,813.3	영화 제작투자 및 배급, 영화제작

* 자료: KRX, 각사

** 시가총액은 '13년 12월 30일 기준

*** (유) : 유가증권시장 상장, 나머지는 코스닥시장

□ 음악

〈표 부록 I -8〉 음악 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액(억원)	주요 사업
064260	다날	1,922.4	휴대폰 및 온라인 결제, 벨소리, 통화연결음 등 음원 사업
016170	로엔엔터테인먼트	4,274.3	SK 계열, 음반 기획 및 제작 판매, 온라인 음원 서비스
104200	네오위즈인터넷	1,218.8	B2B 및 B2C 음원 유통, 온라인 음원 서비스
041510	SM엔터테인먼트	9,126.5	음반 기획 및 제작, 매니지먼트 사업, 방송영상물 제작
053110	소리바다	1,177.4	온라인 음악서비스, 휴대폰 콘텐츠 개발, 스트리밍 서비스
043610	KT뮤직	1,049.1	음악 콘텐츠 제작 및 유통, 온라인 음원 서비스
066410	캔들미디어	428.4	음반 유통, DVD 유통, 영상 콘텐츠 서비스
130960	CJ E&M	11,813.3	음악 콘텐츠 제작 및 유통, 공연사업
035900	JYP엔터테인먼트	1,531.9	음반 기획 및 제작, 매니지먼트 사업, 방송영상물 제작
122870	YG엔터테인먼트	5,409.1	음반 기획 및 제작, 매니지먼트 사업, 방송영상물 제작

* 자료: KRX, 각사

** 시가총액은 '13년 12월 30일 기준

□ 애니메이션 / 캐릭터

〈표 부록 I -9〉 애니메이션 및 캐릭터 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액(억원)	주요 사업
066910	손오공	511.4	애니메이션 유통 및 제작, 캐릭터 완구 사업
056080	유진로봇	415.0	로봇 개발 및 제조, 캐릭터 완구 사업
048910	대원미디어	441.8	애니메이션 제작 및 판매, 캐릭터 라이선싱
039830	오로라월드	1,264.6	봉제완구, 캐릭터 디자인 및 머천다이징
018700	바른손	314.7	문구 및 팬시 사업, 캐릭터 디자인 및 제품 개발

* 자료: KRX, 각사

** 시가총액은 '13년 12월 30일 기준

부록 : 2. 콘텐츠산업 연간 비교

〈표 부록 II -1〉 콘텐츠산업 매출액 연간 비교표

(단위 : 백만원, %)

산업명	매출액(백만원)											
	2011년	2012년				2013년p						
	2011년 합계 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2012년 합계 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2013년 합계 (전년대비)	4분기 (전년동기)
출판	21,244,581	5,473,949	5,319,490	5,284,433	5,019,415	21,097,287	5,039,956	4,876,200	5,036,058	5,064,987	20,017,201	0.9%
	0.0%	3.6%	-2.8%	-0.7%	-5.0%	-0.7%	0.4%	-3.2%	3.3%	0.6%	-5.1%	
만화	751,691	191,714	188,408	190,427	187,975	758,524	191,216	187,169	196,938	192,332	767,655	2.3%
	1.3%	1.6%	-1.7%	1.1%	-1.3%	0.9%	1.7%	-2.1%	5.2%	-2.3%	1.2%	
음악	3,817,460	943,046	957,630	992,908	1,101,341	3,994,925	1,095,421	1,091,567	1,094,654	1,160,271	4,441,913	5.4%
	29.0%	-11.9%	1.5%	3.7%	10.9%	4.6%	-0.5%	-0.4%	0.3%	6.0%	11.2%	
게임	8,804,740	2,646,071	2,422,951	2,311,774	2,371,742	9,752,538	2,358,554	2,429,656	2,435,951	3,142,854	10,367,015	32.5%
	18.5%	14.7%	-8.4%	-4.6%	2.60%	10.8%	-0.6%	3.0%	0.3%	29.0%	6.3%	
영화	3,773,236	1,056,961	1,076,616	1,170,252	1,100,989	4,404,818	1,165,213	1,133,383	1,318,849	1,366,370	4,983,815	24.1%
	9.9%	13.4%	1.9%	8.7%	-5.9%	16.7%	5.8%	-2.7%	16.4%	3.6%	13.1%	
애니메이션	528,551	132,595	116,175	134,165	138,070	521,005	134,597	115,660	147,499	124,348	522,104	-9.9%
	2.8%	15.6%	-12.4%	15.5%	2.9%	-1.4%	-2.5%	-14.1%	27.5%	-15.7%	0.2%	
방송*	11,856,715	2,883,418	3,288,991	3,408,579	3,617,421	13,198,409	2,913,400	3,176,500	3,173,300	3,618,900	12,882,100	0.0%
	13.6%	9.8%	14.1%	3.6%	6.1%	11.3%	-19.5%	9.0%	-0.1%	14.0%	-2.4%	
방송영상 독립제작사	895,769	251,091	256,141	243,879	232,960	984,070	240,572	240,733	241,668	296,524	1,019,497	27.3%
	21.5%	14.2%	2.0%	-4.8%	-4.5%	9.9%	3.3%	0.1%	0.4%	22.7%	3.6%	
광고**	12,172,681	2,990,584	3,226,884	3,003,827	3,262,508	12,483,803	3,228,396	3,229,285	3,169,783	3,896,352	13,523,816	19.4%
	17.9%	-9.0%	7.9%	-6.9%	8.6%	2.6%	-1.0%	0.0%	-1.8%	22.9%	8.3%	
캐릭터	7,209,583	1,776,086	1,858,291	1,866,177	2,017,086	7,517,640	2,039,488	2,096,630	2,059,921	2,104,701	8,300,740	4.3%
	22.3%	-8.5%	4.6%	0.4%	8.1%	4.3%	1.1%	2.8%	-1.8%	2.2%	10.4%	
지식정보	9,045,708	2,371,402	2,374,639	2,366,219	2,417,218	9,529,478	2,527,202	2,682,468	2,721,204	2,959,120	10,889,994	22.4%
	24.9%	-1.4%	0.1%	-0.4%	2.2%	5.3%	4.6%	6.1%	1.4%	8.7%	14.3%	
콘텐츠 솔루션	2,867,171	727,716	737,042	745,068	819,314	3,029,140	832,146	869,478	872,215	893,621	3,467,460	9.1%
	21.5%	-4.0%	1.3%	1.1%	10.0%	5.6%	1.6%	4.5%	0.3%	2.5%	14.5%	
합계	82,967,886	21,444,633	21,823,258	21,717,708	22,286,039	87,271,637	21,766,161	22,128,729	22,468,040	24,820,380	91,183,310	11.4%
	13.2%	1.5%	1.8%	-0.5%	2.6%	5.2%	-2.3%	1.7%	1.5%	10.5%	4.5%	

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

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

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

※ 2010년 기준 콘텐츠산업통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('09년 평균 환율 1,276.40원, '10년 평균 환율 1,156.26원, '11년 평균 환율 1,108.11원, '12년 1분기 평균 환율 1,131.47원, '12년 2분기 평균 환율 1,151.81원, '12년 3분기 평균환율 1,133.54원, '12년 4분기 평균환율 1,090.86원, '12년 평균 환율 1,126.88원, '13년 1분기 평균환율 1084.08원, '13년 2분기 평균환율 1,122.15원, '13년 3분기 평균환율 1,112.18, '13년 4분기 평균환율 1062.10원)

※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

〈표 부록 II -2〉 콘텐츠산업 종사자수 연간 비교표

(단위 : 명, %)

산업명	종사자(명)									
	2011년	2012년				2013년p				
	4분기 (전기대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	4분기 (전년동기)
출 판	198,691	199,803	199,304	198,924	198,262	197,844	197,473	197,223	196,892	-0.7%
	-0.1%	0.6%	-0.2%	-0.2%	-0.3%	-0.2%	-0.2%	-0.1%	-0.2%	
만 화	10,358	10,376	10,250	10,213	10,161	10,106	9,936	9,949	9,887	-2.7%
	-0.7%	0.2%	-1.2%	-0.4%	-0.5%	-0.5%	-1.7%	0.1%	-0.6%	
음 악	78,181	78,348	77,862	78,041	78,402	78,343	78,384	78,240	78,209	-0.2%
	0.6%	0.2%	-0.6%	0.2%	0.5%	-0.1%	0.1%	-0.2%	0.0%	
계 입	95,015	94,992	94,516	93,941	95,051	94,531	93,837	93,543	93,025	-2.1%
	1.6%	0.0%	-0.5%	-0.6%	1.2%	-0.5%	-0.7%	-0.3%	-0.6%	
영 화	29,569	30,260	30,208	30,314	30,857	31,049	32,118	32,287	32,416	5.1%
	-0.3%	2.3%	-0.2%	0.4%	1.8%	0.6%	3.4%	0.5%	0.4%	
애니메이션	4,646	4,450	4,446	4,430	4,503	4,485	4,494	4,505	4,514	0.2%
	1.7%	-4.2%	-0.1%	-0.4%	1.6%	-0.4%	0.2%	0.2%	0.2%	
방 송*	32,443	31,968	31,876	31,752	33,888	33,953	33,962	33,972	33,983	0.3%
	0.2%	-1.5%	-0.3%	-0.4%	6.7%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	
방송영상 독립제작사	5,923	6,812	6,808	6,781	6,886	6,892	6,902	6,893	6,922	0.5%
	0.7%	15.0%	-0.1%	-0.4%	1.5%	0.1%	0.1%	-0.1%	0.4%	
광 고**	34,647	36,264	36,320	36,326	36,424	36,634	36,664	36,695	36,718	0.8%
	0.2%	4.7%	0.2%	0.0%	0.3%	0.6%	0.1%	0.1%	0.1%	
캐릭터	26,418	26,393	26,372	26,458	26,897	27,062	27,170	27,485	27,601	2.6%
	3.6%	-0.1%	-0.1%	0.3%	1.7%	0.6%	0.4%	1.2%	0.4%	
지식정보	69,026	68,915	68,487	68,453	69,961	69,924	70,467	70,656	71,262	1.9%
	2.0%	-0.2%	-0.6%	0.0%	2.2%	-0.1%	0.8%	0.3%	0.9%	
콘텐츠솔루션	19,813	19,617	19,629	19,640	20,145	20,299	20,489	21,311	21,338	5.9%
	1.3%	-1.0%	0.1%	0.1%	2.6%	0.8%	0.9%	4.0%	0.1%	
합 계	604,730	608,198	606,078	605,273	611,437	611,122	611,896	612,759	612,767	0.2%
	0.7%	0.6%	-0.3%	-0.1%	1.0%	-0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	

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

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

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

※ 2010년 기준 콘텐츠산업통계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('09년 평균 환율 1,276.40원, '10년 평균 환율 1,156.26원, '11년 평균 환율 1,108.11원, '12년 1분기 평균 환율 1,131.47원, '12년 2분기 평균 환율 1,151.81원, '12년 3분기 평균환율 1,133.54원, '12년 4분기 평균환율 1,090.86원, '12년 평균 환율 1,126.88원, '13년 1분기 평균환율 1084.08원, '13년 2분기 평균환율 1,122.15원, '13년 3분기 평균환율 1,112.18, '13년 4분기 평균환율 1062.10원)

※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

〈표 부록 II -3〉 콘텐츠산업 수출액 연간 비교표

(단위 : 백만원, %)

산업명	수출액(백만원)											
	2011년	2012년				2013년p						
	2011년 합계 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2012년 합계 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2013년 합계 (전년대비)	4분기 (전년동기)
출판	314,082	62,474	74,632	69,200	69,953	276,259	59,086	73,502	81,336	92,284	306,208	31.9%
	-24.1%	-38.3%	19.5%	-7.3%	1.1%	-12.0%	-15.5%	24.4%	10.7%	13.5%	10.8%	
만화	19,074	4,985	4,911	4,799	4,580	19,275	4,688	4,729	4,938	4,963	19,318	8.4%
	102.3%	-9.9%	-1.5%	-2.3%	-4.6%	1.1%	2.4%	0.9%	4.4%	0.5%	0.2%	
음악	217,315	47,918	54,689	56,692	105,628	264,927	51,386	53,669	63,392	103,356	271,803	-2.2%
	125.7%	-35.0%	14.1%	3.7%	86.3%	21.9%	-51.4%	4.4%	18.1%	63.0%	2.6%	
게임	2,635,172	749,712	733,871	746,575	743,584	2,973,742	768,933	778,959	833,692	826,357	3,207,941	11.1%
	41.9%	-2.1%	-2.1%	1.7%	-0.4%	12.8%	3.4%	1.3%	7.0%	-0.9%	7.9%	
영화	17,540	6,410	5,919	3,146	7,260	22,735	6,853	6,637	3,611	6,522	23,623	-10.2%
	11.7%	22.2%	-7.7%	-46.8%	130.8%	29.6%	-5.6%	-3.2%	-45.6%	80.6%	3.9%	
애니메이션	128,475	31,888	31,104	33,945	29,884	126,821	32,967	33,889	34,963	34,258	136,077	14.6%
	14.8%	-5.5%	-2.5%	9.1%	-12.0%	-1.3%	10.3%	2.8%	3.2%	-2.0%	7.3%	
방송*	225,339	60,156	61,838	61,036	61,869	244,899	60,257	61,235	61,336	66,398	249,226	7.3%
	14.0%	8.2%	2.8%	-1.3%	1.4%	8.7%	-2.6%	1.6%	0.2%	8.3%	1.8%	
방송영상 독립제작사	21,074	2,470	2,551	7,685	6,285	18,971	4,739	4,795	4,638	6,652	20,824	6.2%
	33.1%	-37.8%	3.3%	201.3%	-18.5%	-10.0%	-24.4%	1.2%	-3.3%	43.4%	9.8%	
광고**	113,275	25,851	27,348	29,256	27,407	109,862	26,876	27,119	28,252	29,225	111,472	6.6%
	29.7%	-11.1%	5.8%	7.0%	-6.3%	-3.0%	-1.9%	0.9%	4.2%	3.4%	1.5%	
캐릭터	434,674	109,809	129,580	119,956	109,949	469,294	123,521	136,968	132,526	138,965	531,980	26.4%
	36.0%	-14.6%	18.0%	-7.4%	-8.3%	8.0%	12.3%	10.9%	-3.2%	4.9%	13.4%	
지식정보	478,987	111,023	107,986	114,954	167,314	501,277	123,695	113,258	116,386	151,357	504,696	-9.5%
	12.5%	-9.7%	-2.7%	6.5%	45.5%	4.7%	-26.1%	-8.4%	2.8%	30.0%	0.7%	
콘텐츠 솔루션	162,095	41,397	42,307	44,081	41,148	168,933	39,838	41,328	48,396	49,698	179,260	20.8%
	18.3%	-3.7%	2.2%	4.2%	-6.7%	4.2%	-3.2%	3.7%	17.1%	2.7%	6.1%	
합계	4,767,102	1,254,093	1,276,736	1,291,325	1,374,841	5,196,995	1,302,839	1,336,088	1,413,466	1,510,035	5,562,428	9.8%
	29.3%	-8.4%	1.8%	1.1%	6.5%	9.0%	-5.2%	2.6%	5.8%	6.8%	7.0%	

- ※ 분기별 실태조사에서 일부 제외된 방송*은 한국정보통신진흥협회 월보를 참조하였으며, 광고**산업은 3개년 시계열 및 상장사자료를 이용하여 추정 후 적용
- * 분기별 실태조사에서 제외된 방송산업 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업
- ** 분기별 실태조사에서 제외된 광고산업 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업
- ※ 2010년 기준 콘텐츠산업동계 수출액 비교를 위해 분기별 동향조사 수출액 단위를 백만원으로 수정함('09년 평균 환율 1,276.40원, '10년 평균 환율 1,156.26원, '11년 평균 환율 1,108.11원, '12년 1분기 평균 환율 1,131.47원, '12년 2분기 평균 환율 1,151.81원, '12년 3분기 평균환율 1,133.54원, '12년 4분기 평균환율 1,090.86원, '12년 평균 환율 1,126.88원, '13년 1분기 평균환율 1084.08원, '13년 2분기 평균환율 1,122.15원, '13년 3분기 평균환율 1,112.18, '13년 4분기 평균환율 1062.10원)
- ※ 영화산업 중 극장애니메이션 매출액 제외

2013년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서

집필진

한국콘텐츠진흥원

감 수 이기현 (정책연구실 실장), 윤호진 (산업정보팀 팀장)

연구진행 강경석 (산업정보팀 책임연구원)

외부집필

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

외부자문

정우식 박사 (재인용합경제연구소), 이희승 책임연구원 (재인용합경제연구소),

발 행 인 홍 상 표

발 행 일 2014년 4월 23일

발 행 처 한국콘텐츠진흥원

서울시 마포구 상암동 월드컵북로 400(상암동 1602)

ISBN : 978-89-6514-351-2 93600

가격 : 비매품

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

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