

# 2010년 2분기 콘텐츠산업 동향분석보고서

2010. 08

한국콘텐츠진흥원



KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

# Contents >>

## 요 약

iii

### I. 2010년 2분기 콘텐츠산업 추이 분석

1. 산업생산 변화 추이	3
1.1. 콘텐츠산업생산지수 변화 추이	3
1.2. 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변화 추이	9
1.3. 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변화 추이	17
2. 투자변화 추이	22
2.1. 콘텐츠산업 외국인직접투자(FDI) 동향	22
2.2. 모태펀드 투자 동향	25
3. 소비변화 추이	27
3.1. 가계수지 및 소비지출 변화 동향	27
3.2. 가계수입 및 소비지출 변화 전망	32
4. 수출변화 추이	33
4.1. 콘텐츠업체(상장사) 수출 변화 추이	33
5. 고용변화 추이	37
5.1. 문화산업분야 고용 변화 추이	37
5.2. 콘텐츠업체(상장사) 고용 변화 추이	40
6. 상장사 재무분석	43
6.1. 콘텐츠산업 상장사 재무제표 변화 추이	43
6.1.1 콘텐츠산업 상장사 영업이익률 변화 추이	45
6.1.2 콘텐츠산업 상장사 자기자본대비 부채비율 변화 추이	47
6.1.3 콘텐츠산업 상장사 유동비율 변화 추이	48

### II. 2010년 2분기 콘텐츠업체 실태조사 분석

1. 콘텐츠업체 실태조사 개요	49
1.1. 조사목적	49
1.2. 조사대상 및 방법	49
1.3. 콘텐츠산업 실태조사 이용시 유의사항	50
2. 콘텐츠업체 실태조사 분석결과	51
2.1 2010년 2분기 콘텐츠산업 규모	51
2.2 2010년 2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 규모	54
3. 콘텐츠산업 실태조사 대비 상장사 비교	59
3.1 콘텐츠산업 매출액 대비 상장사 매출액 비교	59
3.2 콘텐츠산업 수출액 대비 상장사 수출액 비교	60
3.3 콘텐츠산업 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교	61
3.4 콘텐츠산업 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교	62

### III. 2010년 2분기 콘텐츠산업 주요 이슈

1. 게임산업 주요 이슈	63
2. 출판/만화산업 주요 이슈	68
3. 음악(공연)산업 주요 이슈	73
4. 방송(독립 제작사)산업 주요 이슈	75
5. 영화산업 주요 이슈	79
6. 광고산업 주요 이슈	83

7. 애니메이션/캐릭터산업 주요 이슈	85
8. 지식정보산업 주요 이슈	87

#### IV. CBI(Contents Business Index) 분석

1. 분석목적	91
2. 조사대상 및 방법	91
3. 2010년 1~3분기 CBI 분석	92
3.1. 2010년 1~3분기 CBI 종합분석	92
3.2. 2010년 1~3분기 CBI 산업별·부문별 분석	93

#### V. 콘텐츠산업 INSIGHT

1. 2010년 2분기 콘텐츠산업 종합 분석 및 전망	97
2. 2010년 2분기 콘텐츠산업 분야별 분석 및 전망	99
2.1. 게임산업 분석 및 전망	99
2.2. 출판/만화산업 분석 및 전망	101
2.3. 음악(공연)산업 분석 및 전망	103
2.4. 방송(독립제작사)산업 분석 및 전망	104
2.5. 영화산업 분석 및 전망	106
2.6. 광고산업 분석 및 전망	108
2.7. 애니메이션/캐릭터산업 분석 및 전망	109
2.8. 지식정보산업 분석 및 전망	111

#### 부록

1. 콘텐츠관련 상장사 현황	113
-----------------	-----

# Contents >>

## 표 차 례

〈표 I-1〉 '08년 3분기~'10년 2분기 콘텐츠산업 생산변동	4	〈표 I-16〉 문화산업별 및 직종별 신규구인인원	38
〈표 I-2〉 '09년 10월~'10년 6월 콘텐츠산업 생산변동(월별)	6	〈표 I-17〉 문화산업분야 직종별 신규구직 및 취업(희망직종별)	40
〈표 I-3〉 '09년 2분기~'10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동	10	〈표 I-18〉 '09년 2분기 ~ '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동	41
〈표 I-4〉 '09년 2분기~'10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동	19	〈표 I-19〉 '09년 상반기 vs '10년 상반기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체 비교	43
〈표 I-5〉 서비스업 외국인직접투자건수 동향	24	〈표 I-20〉 '10년 상반기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체 자기자본 부채비율	44
〈표 I-6〉 서비스업 외국인직접투자액수 동향	24	〈표 I-21〉 '10년 1분기 및 상반기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체 유동비율	44
〈표 I-7〉 문화·오락 외국인직접투자 세부동향	25	〈표 I-22〉 '09년 2분기 ~ '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익률 추이	45
〈표 I-8〉 '10년 1분기 및 2분기 모태펀드 자펀드 운영현황	26	〈표 I-23〉 '09년 2분기 ~ '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자기자본대비 부채비율 추이	47
〈표 I-9〉 '10년 2분기 모태펀드 자펀드 투자현황	26	〈표 I-24〉 '09년 2분기 ~ '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 유동비율 추이	48
〈표 I-10〉 전국가구 가구당 월평균 가계수지	28	〈표 II-1〉 '10년 1~2분기 콘텐츠산업 규모(추정치)	53
〈표 I-11〉 전국가구 가구당 월평균 소비지출	30	〈표 II-2〉 '10년 1~2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액(추정치)	55
〈표 I-12〉 전국가구 가구당 월평균 오락·문화 소비지출(세부항목)	31	〈표 II-3〉 '10년 1~2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수(추정치)	57
〈표 I-13〉 가계수입 및 소비지출전망 CSI 추이	32	〈표 II-4〉 '10년 1~2분기 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교	59
〈표 I-14〉 '09년 2분기~'10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동	35	〈표 II-5〉 '10년 1분기 및 2분기 콘텐츠산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교	60
〈표 I-15〉 '09년 4월~'10년 6월 실업률 추이	37	〈표 II-6〉 '10년 1분기 및 2분기 콘텐츠산업 전체 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교	61

〈표 II-7〉 '10년 1분기 및 2분기 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교	62
〈표 IV-1〉 출판산업 부문별 CBI	93
〈표 IV-2〉 만화산업 부문별 CBI	94
〈표 IV-3〉 음악산업 부문별 CBI	94
〈표 IV-4〉 게임산업 부문별 CBI	94
〈표 IV-5〉 영화산업 부문별 CBI	95
〈표 IV-6〉 애니메이션산업 부문별 CBI	95
〈표 IV-7〉 방송(독립제작사)산업 부문별 CBI	95
〈표 IV-8〉 광고산업 부문별 CBI	96
〈표 IV-9〉 캐릭터산업 부문별 CBI	96
〈표 IV-10〉 지식정보산업 부문별 CBI	96
〈표 V-1〉 '10년 1분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	98
〈표 V-2〉 '10년 2분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	98
〈표 V-3〉 '10년 3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	99

# Contents >>

## Ⅰ Ⅰ Ⅰ Ⅰ 그림 차례

<그림 I-1> '09년 상반기 vs '10년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동	10
<그림 I-2> '09년 2분기 vs '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적	11
<그림 I-3> '09년 상반기 vs '10년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적	11
<그림 I-4> '09년 상반기 vs '10년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동	20
<그림 I-5> '09년 2분기 vs '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적	20
<그림 I-6> '09년 상반기 vs '10년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적	21
<그림 I-7> '09년 2분기 및 '10년 2분기 투자 및 누적 건수	23
<그림 I-8> '09년 2분기 및 '10년 2분기 투자 및 누적 액수	23
<그림 I-9> 소비지출 증감률 변동 추이	28
<그림 I-10> 오락·문화 소비지출 증감률 변동 추이	29
<그림 I-11> '09년 상반기 vs '10년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동	35
<그림 I-12> '09년 2분기 vs '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 누적	36
<그림 I-13> '09년 상반기 vs '10년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 수출 누적	36
<그림 I-14> '09년 2분기 vs '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동	41

<그림 I-15> '09년 2분기 vs '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 누적	42
<그림 II-1> '10년 2분기 콘텐츠산업 규모(추정치)	54
<그림 II-2> '10년 1~2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액(추정치)	56
<그림 II-3> '10년 1~2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수(추정치)	58
<그림 IV-1> '10년 1~3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI	92
<그림 IV-2> '10년 1~3분기 콘텐츠산업별 CBI	92

여  
향





## 요 약

2010년 2분기 콘텐츠산업 생산 전년동기대비 1.5% 증가, 전분기대비 2.6% 하락  
 2010년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 전년동기대비 15.8% 증가, 전분기대비 3.4% 증가  
 2010년 2분기 콘텐츠업체(실태조사) 매출액 전분기대비 0.5% 증가  
 2010년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 종사자수 전년동기대비 2.5% 증가, 전분기대비 0.8% 하락

### 산업생산 변화 추이

#### □ 2010년 2분기 콘텐츠산업생산지수 추이

- 2010년 2분기 콘텐츠산업 생산은 전년동기대비 1.5% 증가하였고, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업과 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 전년동기대비 각각 0.9%, 2.1% 증가

※ '05년 100을 기준으로 '08년, '09년 연간 콘텐츠산업생산지수 115.5(2.6%), 120.0(3.9%), 서비스업생산지수 125.1(7.9%), 129.5(3.5%) 기록. '10년 2분기 콘텐츠산업생산지수는 전년동기대비 1.5% 증가하여 121.2, 전체 서비스업생산지수는 전년동기대비 6.1% 증가하여 137.6 기록. 1분기는 콘텐츠산업이 더 높은 성장속도를 보였으나, 2분기는 다소 정체

#### 〈2008년 3분기~2010년 2분기 콘텐츠산업 생산변동〉

업종별	2008년			2009년					2010년	
	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	2008 (전년대비)	1분기 (전분기대비) (전동기대비)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)	3분기 (전분기대비) (전동기대비)	4분기 (전분기대비) (전동기대비)	2009 (전년대비)	1분기 (전분기대비) (전동기대비)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)
콘텐츠산업	119.2 (4.3%)	114.3 (-4.2%)	115.5 (2.6%)	114.5 (0.2%) (0.2%)	119.4 (4.3%) (4.5%)	124.2 (4.0%) (4.2%)	121.7 (-2.0%) (6.5%)	120.0 (3.9%)	124.5 (2.3%) (8.7%)	121.2 (-2.6%) (1.5%)
출판·영상·방송 통신 및 정보서비스업**	113.4 (-1.5%)	123.1 (8.6%)	115.9 (4.3%)	110.3 (-10.4%) (-0.7%)	117.5 (6.5%) (2.1%)	115.8 (-1.4%) (2.1%)	126.3 (9.1%) (2.6%)	117.4 (1.3%)	112.4 (-11.0%) (1.9%)	118.5 (5.4%) (0.9%)
예술·스포츠 및 여가관련 서비스업***	120.8 (0.9%)	117.1 (-3.1%)	114.7 (4.6%)	104.9 (-10.4%) (3.6%)	121.8 (16.1%) (1.8%)	122.3 (0.4%) (1.2%)	115.5 (-5.6%) (-1.4%)	116.1 (1.2%)	103.7 (-10.2%) (-1.1%)	124.3 (19.9%) (2.1%)
서비스업 생산지수	127.2 (2.2%)	128.8 (1.3%)	125.1 (7.9%)	124.0 (-3.7%) (3.3%)	129.7 (4.6%) (4.2%)	130.1 (0.3%) (2.3%)	134.5 (3.4%) (4.4%)	129.5 (3.5%)	133.1 (-1.0%) (7.3%)	137.6 (3.4%) (6.1%)

- 분기별: 콘텐츠산업 생산은 '08년 3분기에 발생한 금융위기로 '08년 4분기 바닥을 확인하고 '09년 1분기부터 상승하다가 '09년 3분기 이후부터 소폭의 등락을 보임
- 가치사슬 단계별: 서비스업을 제외한 콘텐츠산업 생산의 가치사슬 단계 모두 '10년 2분기 전년동기대비 증가하였으나 '10년 1분기에 비해 다소 정체
  - 전년동기대비 가장 높은 증가세를 보인 것은 콘텐츠도매업(4.2%), 그 다음은 콘텐츠소매업(3.0%), 콘텐츠임대업(2.2%), 콘텐츠제작업(0.8%)

#### □ 콘텐츠업체(상장사) 매출 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '10년 2분기 및 상반기 매출액은 각각 약 3조 2,003억원 및 약 6조2,947억원으로 전년동기대비 15.8% 및 15.1% 성장, 전분기대비 3.4% 상승
  - 출판을 제외한 전분야 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액 성장
    - ※ 광고(27.3%), 방송(32.6%) 등이 높은 성장세를 나타냄. 이는 월드컵이 개최된 시기와 일치하여 상대적으로 높은 성장세를 나타낸 것으로 판단될 뿐 아니라 '09년 2분기까지 경기 침체 상태가 지속된 점과 광고 및 방송산업이 경기에 민감한 산업임을 고려할 때 높은 성장세는 경기회복이 수요를 증대시킨 것으로 판단됨
    - ※ 게임, 인터넷포털 매출액은 '10년 2분기 전년동기대비 16.3%, 16.8%로 건실한 성장을 한 반면, 출판, 영화, 애니/캐릭터는 각각 -1.3%, 2.4%, 9.1% 성장세 상대적으로 저조함
    - ※ '10년 2분기 및 상반기 비중 측면에서 게임(23.7%, 24.3%), 출판(18.7%, 19.7%), 방송(24.9%, 23.2%) 등이 전체 매출액 중 각각 67.3% 및 67.2% 차지. 출판, 영화, 음악, 애니메이션/캐릭터는 비중 감소, 게임은 전년동기대비 비중 변화 거의 없음

#### □ 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '10년 2분기 및 상반기 영업이익은 각각 약 6,481억원 및 1조3,006억원으로 전년동기대비 각각 22.6% 및 30.3% 성장. '10년 2분기 전분기대비 0.7% 하락

- '10년 2분기는 출판(-11.5%) 및 영화(-8.9%)을 제외한 모든 업종이 전년동기대비 영업이익 증대, 특히 음악(180.7%), 광고(33.8%), 인터넷포털(29.9%) 등이 큰 폭으로 증대
- '10년 상반기는 출판(-6.1%)을 제외한 모든 업종이 전년동기대비 영업이익 증대(애니/캐릭터는 적자폭 감소), 특히 음악(245.8%), 광고(66.6%), 방송(44.9%)이 큰 폭으로 증대
- 게임 '10년 2분기 및 상반기 영업이익은 전년동기대비 각각 21.6%, 26.8% 성장했으나 전체 콘텐츠 상장사 평균 증가율(22.6%, 30.3%)과 비교하여 다소 미흡, 인터넷포털은 29.9%, 33.9%로 다소 높은 수준
- 애니메이션/캐릭터 '10년 2분기 및 상반기 영업이익은 전년동기대비 각각 67.4% 및 68.3% 증대되어 적자규모가 줄어들었으나 '09년 이후 적자 상태가 지속되고 있는 상태임
- 전분기대비 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익 증감율은 '09년 2분기에서 4분기까지 각각 12.4%, 13.9%, 7.9%로 높은 수준을 유지하였으나, '10년 1분기에 0.5%로 증가세가 다소 주춤하다가 2분기에 들어 하락 반전(0.7% 하락)

## 투자 변화 추이

### □ 2010년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 외국인직접투자 동향

- '10년 2분기 및 상반기 문화오락 외국인직접투자는 각각 1,353천불 및 2,574천불로 전년동기대비 각각 88.9%, 80.4% 감소, 특히 레포트를 제외한 문화방송업은 937천불 및 976천불로 전년동기대비 각각 92.2% 및 92.5% 급감
- '10년 2분기 및 상반기 레포트를 제외한 문화방송업의 세부 투자업종을 보면 전년동기대비 전체 투자액은 급격히 감소했으나 투자분야의 다양성은 유지. 이는 금융위기 이후 경기회복에 따른 콘텐츠산업에 대한 관심은 고조되고 있으나, 수익확보의 불확실성으로 직접적인 투자는 소액위주 또는 관망하고 있는 것으로 판단

## □ 2010년 2분기 모태펀드 자펀드 운영 및 투자 현황

- '10년 2분기 모태펀드 총 결성액은 5천263억원으로 '10년 1분기 대비 300억원 증가
- '10년 2분기 모태펀드 총 투자금액 및 건수는 각각 약3천374억원 및 574건

## 소비 변화 추이

- '10년 2분기 월평균 오락문화지출은 11만9,385원으로 전년동기대비 11.6% 증가, 전분기대비 9.2% 하락
  - '10년 2분기 가구당 월평균 소비지출 중 콘텐츠 영역인 오락문화 지출은 전분기대비 1만2천여원 감소
  - 오락문화 소비지출은 '08년 4분기에 9만7천원으로 저점을 확인 후 '09년 1분기에서 '10년 1분기까지 각각 11만1천원, 10만6천원, 12만3천원, 10만7천원, 13만1천원을 기록
  - 경기변동 및 계절적 요인에 민감하게 반응하는 오락·문화 소비지출은 등락을 거듭하면서도 경기회복 속도에 따라 지속적인 증가추세를 보일 것으로 예상
- 소비자심리지수(CSI)<sup>1)</sup>는 '09년 5월 이후 지속적으로 상승하여 '09년 10월 연고점 117을 기록한 후 '10년 6월 112로 지속적으로 호조세 유지
  - 교양·오락·문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '09년 3월 이후 상승세를 보여 '10년 6월 98을 기록하였으나 여전히 기준지수 100 미달
    - ※ '10년 1월에서 6월까지 교양·오락·문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 94, 96, 95, 95, 97, 98로 상승세

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

## 수출 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '10년 2분기 및 상반기 수출액은 각각 약 1천940억원 및 3천755억으로 전년동기대비 23.6%, 32.7% 성장
- 게임 '10년 2분기 및 상반기 수출액은 각각 약 1천367억원 및 2천679억원으로 전년동기대비 4.9%, 16.3% 성장
- 방송, 음악, 출판 '10년 2분기 수출액은 각각 약 198억2천만원, 약 151억5천만원, 22억1천만원으로 전년동기대비 280.1%, 128.2%, 199.5% 고성장
- 전분기대비 기준 콘텐츠산업 관련 상장사 수출증가율은 '09년 4분기까지 상승세를 유지하다가 '10년 1분기에 하락. '10년 2분기에 다시 6.9% 상승

## 고용 변화 추이

- 서비스업 분야 중 문화산업분야는 '10년 4월에서 6월까지 전년동월대비 높은 신규 구인 동향을 보임. '10년 6월 전년동월대비 62.6% 증가, '10년 2분기 전년동기대비 65.4% 증가
  - 문화산업분야 직종별 '10년 6월 취업률은 17.7%<sup>2)</sup>로 전년동월대비 1.1%p 하락
  - 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '10년 2분기 종사자수는 3만88명으로 전년동기대비 2.5% 증가했고, 전분기대비 0.8% 하락
    - 게임, 광고, 음악 및 애니/캐릭터는 전년동기대비 10.1%, 4.8%, 14.3% 및 6.7% 증가. 영화는 전년동기대비 8.0% 큰 폭 감소
    - 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 종사자는 '09년 2분기를 저점으로 상승세를 나타내다가 '10년 2분기에 들어 0.8% 하락
- ※ '09년 3분기부터 '10년 1분기까지 전분기대비 0.6%, 1.7%, 1.0% 상승함

2) 문화,예술,디자인,방송 관련직 및 미용,숙박,여행,오락,스포츠 관련직 '10년 6월 취업률 합산하여 평균

## 상장사 재무분석 변화 추이

- 전체 상장사 중 콘텐츠산업 관련 상장사가 차지하는 매출액 비중은 작은 편, '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 콘텐츠산업 관련 상장사 매출액은 전체 상장사와 비슷한 상승(15.8%, 15.1% vs 19.3%, 17.9%), 영업이익은 상대적으로 저조한 상승(22.6%, 30.3% vs 59.4%, 74.4%) 보임
  - '10년 2분기 및 상반기 전체 상장사 매출액 중 콘텐츠 업체의 매출액 비중은 약 1.7%로 낮은 수준이고 전년동기대비 각각 0.06%p 및 0.05%p 하락
- 전체 콘텐츠산업 관련 상장사의 영업이익률은 '10년 2분기 및 상반기 20.3%, 20.7%를 기록하며 전년동기대비 1.2%p, 2.4%p 상승. 전분기대비 0.8%p 하락
  - 기업 활동의 영업 활동성과를 나타내는 영업이익률은 '10년 2분기 및 상반기 전체 상장사에 비해 약 3배 정도 높은 수치
  - '09년 2분기 영업이익률은 19.1%, 3분기 20.4%, 4분기 20.2%, '10년 1분기에 21.1%로 상승하다가 '10년 2분기 20.3%로 다소 하락
- 전체 콘텐츠산업 자기자본대비 부채비율은 '10년 2분기 42.3%로 전년동기대비 3.6%p 감소
  - '09년 2분기 자기자본대비 부채비율은 46.0%, 3분기 44.7%로 하락하다가 4분기 45.1%로 상승. '10년 1분기 42.7%, 2분기 42.3%로 하락추세 보임
- 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 유동비율은 '10년 2분기 196.9%로 전년동기대비 9.5%p 상승
  - '09년 2분기 유동비율은 187.4%, 3분기 191.2% 상승하다가 4분기에 189.5%로 주춤한 뒤, '10년 1분기에 197.3%로 상승, '10년 2분기에 0.4%p 하락한 196.9% 기록

## 콘텐츠산업 분석 및 전망(실태조사 및 CBI 포함)

- '10년 2분기 전년동기대비 GDP 성장률은 7.2%, 콘텐츠산업생산지수를 통한 콘텐츠산업 생산은 121.2로 전년동기대비 1.5% 상승, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업과 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 전년동기대비 각각 0.9%, 2.1% 성장하였으며 전분기대비 각각 5.4%, 19.9%로 높은 성장을 보임
- '10년 6월 전체 소비자심리지수 또한 '10년 3월보다 2가 상승한 112로 나타나 양호한 것으로 판단되며, 교양오락문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '09년 1월 이후 지속적으로 상승하고 있으나, '10년 6월 98로 여전히 100이하인 것으로 나타남. 콘텐츠산업 소비지출전망 심리지수가 회복되기 위해서는 다소 시간이 필요할 것으로 전망됨

### □ 콘텐츠산업 매출부문

- 콘텐츠업체 실태조사에 따른 '10년 2분기 매출규모는 약 10조 5,108억원으로 1분기대비 약 0.5% 증가하였으며, 콘텐츠산업 관련 상장사 매출규모는 약 2조 4,463억원<sup>3)</sup>으로 23.3%의 비중을 차지하고 있음
  - 콘텐츠업체 매출 CBI<sup>4)</sup>는 '10년 2분기 88에서 3분기 91로 경기회복에 따른 기대심리가 작용하여 다소 상승할 것으로 전망
- 산업별 매출부문
  - 게임산업: '10년 2분기 매출규모는 약 1조 5,683억원으로 1분기 대비 0.8% 감소하였으며, 2분기 매출 CBI는 103으로 양호. 3분기 또한 높은 국제경쟁력을 바탕으로 국내외 시장을 모두 선전하고 꾸준한 정책적 지원의 성과로 3분기 매출 CBI는 106으로 호조 전망
  - 출판 및 만화산업: '10년 2분기 매출규모는 약 3조 8,272억원이며, 만화산업

3) 방송 중 독립제작사만 계상함

4) CBI(Contents Business Index)는 콘텐츠산업의 경기동향과 전망 등을 7점 척도로 질문하여 응답한 내용을 토대로 지수화 한 것이며, 이는 사업체의 주관적이고 심리적인 요소까지 포함된 것임

만은 약 1,612억원으로 1분기 대비 각각 3.1%, 4.0% 감소. 출판 및 만화산업 2분기 매출 CBI는 각각 78, 69로 부진하며, 3분기 또한 전자출판 성장에 영향을 미칠 수 있는 아이패드 등의 도입 지연으로 인해 활성화가 다소 늦어질 것으로 전망되며 3분기 출판 및 만화산업 매출 CBI는 각각 91, 72로 부진 예상

- 음악(공연)산업: '10년 2분기 매출규모는 약 6,022억원으로 1분기 대비 약 3.2% 증가하였으며, 2분기 매출 CBI는 90으로 다소 부진. 3분기 음악산업은 경기호조에 따라 청소년층을 중심으로 소비가 유지되고 있으나, 유통시스템 및 소비행태의 변화(소유→소비)에 따라 활발히 음원이 공급되고 있음에도 시장은 정체상태이며, 이에 따라 음악(공연)산업 3분기 매출 CBI는 89로 지속적으로 부진 예상
- 방송(독립제작사)산업: '10년 2분기 매출규모는 약 1,650억원으로 1분기 대비 약 4.2% 증가하였으며, 2분기 매출 CBI는 101로 호전. 3분기 일부 대형사업체들의 스타마케팅에서 탈피한 완성도 높은 드라마 제작으로 인해 매출 증대 예상되며, 3분기 매출 CBI는 92로 다소 하락 전망
- 영화산업: '10년 2분기 매출규모는 약 5,125억원이며, 2분기 매출 CBI는 72로 부진. 3분기 아바타 등을 통해 고부가가치로 인식된 3D 영화 제작이 시도되고 있으나, 투자유치 등의 어려움으로 국내 영화제작은 침체가 지속될 것으로 전망. 3분기 매출 CBI는 76으로 여전히 부진 전망
- 광고산업: '10년 2분기 매출규모는 약 1조 1,3462억원으로 1분기 대비 19.6% 증가하였으며, 2분기 매출 CBI는 96으로 호전. TV 등 기존 4대 매체를 제외한 온라인 광고시장은 매체 소비 경향의 변화로 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 스마트폰 등장 및 소셜네트워크서비스(SNS) 이용자가 급증하면서 광고 시장의 판도 변화가 예상되며 3분기 매출 CBI는 107로 호조 전망
- 애니메이션 및 캐릭터산업: '10년 2분기 애니메이션산업 매출규모는 약 998억원이며, 캐릭터산업은 약 1조 2,248억원으로 1분기 대비 각각 15.5%, 2.3% 증가. 애니메이션 및 캐릭터산업 2분기 매출 CBI는 각각 105, 100으로



양호하며, 3분기 신학기를 맞이하여 공중파 및 케이블 애니메이션채널에서 국산 애니메이션을 다수 방영 예정이며 이로 인한 매출 증대가 예상. 캐릭터 산업은 해외시장 선전이 예상되는 가운데 뽀로로, 뿌가 등 경쟁력 있는 국내 토종캐릭터의 매출이 지속적인 증가가 예상되며, 국내 토종캐릭터의 인식 개선이 국내 신규 캐릭터 개발에도 긍정적으로 영향을 미칠 것으로 봄. 3분기 애니메이션 및 캐릭터산업 매출 CBI는 각각 102, 102로 호조 전망

- 지식정보산업: '10년 2분기 매출규모는 약 1조 31억원으로 1분기 대비 5.4% 증가하였으며, 2분기 매출 CBI는 109로 양호. 3분기는 경기호조와 유료화 등 다양한 수익모델 개발로 3분기 매출 CBI는 106으로 호조 전망

## □ 콘텐츠산업 수출부문

- 콘텐츠업체 실태조사에 따른 '10년 2분기 수출규모는 약 6,564억원으로 1분기 대비 약 6.0% 증가

### ● 산업별 수출부문

- 게임산업: '10년 2분기 수출규모는 약 4,515억원으로 1분기 대비 3.5% 증가하였으며, 2분기 수출 CBI는 107로 호전. 3분기 최근 국내 온라인 게임의 중국시장 이용자 순위가 전반적으로 하락하고 있어, 중국에 대한 수출은 다소 주춤할 것으로 전망됨. 3분기 수출 CBI는 100으로 호조 전망
- 출판 및 만화산업: '10년 2분기 수출규모는 약 1,016억원으로 1분기 대비 10.4% 증가하였으며, 2분기 수출 CBI는 각각 74, 67로 부진. 3분기 출판 및 만화산업의 해외진출은 현지화 작업 및 문화의 이해도가 필요한 산업으로 미국, 유럽 등 선진적인 출판시장 진출은 당분간 어려울 것으로 예상되며, 3분기 수출 CBI는 각각 95, 67로 전망
- 음악(공연)산업: '10년 2분기 수출규모는 약 235억원으로 1분기 대비 11.6% 증가, 2분기 수출 CBI는 97로 호조. 3분기 일본시장 진출에서 성공할 경우 아시아 등 글로벌 시장 진출에 탄력을 받을 것으로 전망되며, 3분기 수출 CBI는 각각 98로 양호 전망
- 방송(독립제작사)산업: '10년 2분기 수출규모는 약 52억원이며 1분기 대비 134.3% 증가, 2분기 수출 CBI는 71로 부진. 3분기 수출 CBI는 82로 여전히 부진 전망
- 영화산업: '10년 2분기 수출규모는 약 39억원으로 1분기 대비 24.2% 하락하였으며, 2분기 수출 CBI는 63으로 매우 부진. 3분기 일부 대형 독립제작사들의 다변화된 사업협력 방식으로 3D 콘텐츠 등이 중국 방송시장에 진출할 예정으로 이러한 사업협력 방식이 활발히 이루어질 것으로 전망되나, 3분기 수출 CBI는 61로 매우 부진 전망
- 광고산업: 산업의 특성상 정확한 수출규모가 추계되지는 않으나, '10년 2분

기 수출 CBI는 133으로 매우 호조, 3분기는 107로 전망됨

- 애니메이션 및 캐릭터산업: '10년 2분기 수출규모는 각각 약 196억원, 492억원으로 1분기 대비 15.1%, 8.6% 증가. 2분기 수출 CBI는 각각 100, 83으로 양호. 애니메이션산업은 활발한 투자유치로 2분기 수출 CBI가 100으로 양호한 모습을 보이고 있는 상황이며, 캐릭터 산업은 IT와의 융합을 통한 수익 모델이 다변화 되고 있는 추세로 3분기 수출 CBI는 각각 107, 108로 매우 호조 전망
- 지식정보산업: '10년 2분기 수출규모는 약 14억원으로 1분기 대비 4.9% 증가하였으며, 2분기 수출 CBI는 92로 부진. 3분기 수출 CBI는 91로 전망

#### □ 콘텐츠산업 고용부문

- 콘텐츠업체 실태조사에 따른 '10년 2분기 종사자수는 약 27만명으로 1분기 대비 약 0.2% 감소
- 산업별 고용부문
  - 게임산업: '10년 2분기 종사자수는 4만 3,863명으로 1분기 대비 0.1% 증가하였으며, 2분기 고용 CBI는 85로 다소 부진. 3분기 지속적인 고용창출이 이루어지기 위해서는 아시아 등 급성장하고 있는 신흥시장에 대한 지리적 접근성과 개발인력의 문화적 이해도가 높은 점을 바탕으로 해외 유력 개발사들의 투자유치를 통한 R&D 허브로 육성하는 방안이 필요하며, 3분기 고용 CBI는 103으로 양호 전망
  - 출판 및 만화산업: '10년 2분기 종사자수는 각각 9만 2,277명, 1만 150명으로 1분기 대비 각각 1.1%, 1.6% 감소하였으며, 2분기 고용 CBI는 각각 68, 75로 부진. 3분기 오프라인 시장의 지속적 침체로 3분기 고용 CBI는 각각 75, 72로 계속 부진 전망
  - 음악(공연)산업: '10년 2분기 종사자수는 6만4,602명으로 0.9% 증가하였으며, 2분기 고용 CBI는 76으로 부진. 3분기 고용 CBI는 84로 부진 전망

- 방송(독립제작사)산업: '10년 2분기 종사자수는 4,533명으로 1분기 대비 0.6% 감소하였으며, 2분기 고용 CBI는 78로 부진. 3분기는 케이블, IPTV 등 매체가 다양해지고 있음에도 방송아카데미 등 민간교육기관의 인력 배출을 소화할 만큼의 방송 콘텐츠 제작이 이루어지고 있지 않아 단기간의 고용창출이 이루어지기는 힘들 것으로 전망되며 3분기 고용 CBI는 89로 전망
- 영화산업: '10년 2분기 종사자수는 1만 8,204명으로 1분기 대비 2.4% 감소하였으며, 2분기 고용 CBI는 77로 부진. 3분기는 흥행편수의 부족으로 인해 영화제작이 원활하게 이루어지고 있지 않고, 또한 포화된 극장으로 인해 당분간 신규 극장이 설립되기 어려워 고용창출은 부진할 것으로 전망됨에 따라 3분기 고용 CBI는 69로 더욱 부진 전망
- 광고산업: '10년 2분기 종사자수는 5,061명으로 1분기 대비 2.0% 증가하였으며, 2분기 고용 CBI는 92로 부진. 3분기는 전반적인 국내 경기호조에 따라 제한적인 고용 창출이 예상되며, 3분기 고용 CBI는 103으로 양호 전망
- 애니메이션 및 캐릭터산업: '10년 2분기 종사자수는 각각 3,838명, 2만 503명으로 1분기 대비 3.5%, 2.1% 증가하였으며, 2분기 고용 CBI는 각각 87, 94로 부진. 3분기 고용 CBI는 각각 88, 94로 부진 및 정체 전망
- 지식정보산업: '10년 2분기 종사자수는 1만 1,799명으로 1분기 대비 0.7% 감소하였으며, 2분기 고용 CBI는 98로 양호. 3분기는 인터넷 포털 고용창출은 한정된 내수시장에 따라 신규 고용창출은 제한적일 것으로 보이며, e-learning 및 에듀테인먼트산업 등은 시장진입 기회의 확대로 신규 인력 고용창출이 이루어 질 것으로 전망되어, 3분기 고용 CBI는 99로 호조 전망

# 2010년 2분기 콘텐츠산업 동향 분석

I. 2010년 2분기 콘텐츠산업 추이 분석

II. 2010년 2분기 콘텐츠업체 실태조사 분석

III. 2010년 2분기 콘텐츠산업 주요 이슈

IV. CBI(Contents Business Index)분석

V. 콘텐츠산업 INSIGHT

부록



## I. 2010년 2분기 콘텐츠산업 추이 분석

### 1 산업생산 변화 추이

#### 1.1. 콘텐츠산업생산지수 변화 추이<sup>5)</sup>

□ 2010년 2분기 콘텐츠산업 생산은 전년동기대비 1.5% 증가하였고, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업과 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 전년 동기대비 각각 0.9%, 2.1% 증가

● '09년 2분기에서 '10년 2분기까지 콘텐츠산업의 각 분기별 생산은 전년동기대비 4.5%, 4.2%, 6.5%, 8.7%, 1.5% 증가

– 전체 서비스업 생산 '10년 2분기 전년동기대비 6.1% 증가

※ '05년 100을 기준으로 '08년, '09년 연간 콘텐츠산업생산지수 115.5(2.6%), 120.0(3.9%), 서비스업생산지수 125.1(7.9%), 129.5(3.5%) 기록, '10년 2분기 콘텐츠산업생산지수는 전년동기대비 1.5% 증가하여 121.2, 전체 서비스업생산지수는 전년동기대비 6.1% 증가하여 137.6 기록. 1분기는 콘텐츠산업이 더 높은 성장속도를 보였으나, 2분기는 다소 정체.

● 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업 생산은 '09년 2분기에서 '10년 2분기 까지 전년동기대비 2.1%, 2.1%, 2.6%, 1.9%, 0.9%로 성장세를 유지

● 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업 생산은 '09년 1분기에서 '10년 1분기까지 전년동기대비 3.6%, 1.8%, 1.2%, -1.4%, -1.1%로 다소 정체된 모습 보이다가 2분기에 이르러 2.1%로 회복

#### 5) <용어설명> 서비스업생산지수

- 서비스업 전체 및 개별 업종의 생산활동을 종합적으로 파악하기 위한 것으로 개별 업종의 상대적 중요도인 부가가치 기준 가중치를 적용하여 지수화
- 기준년도(2005년)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 사업체명, 월간 영업일수, 종사자수, 사업의 종류, 매출액으로 구성되어 있음
- 콘텐츠산업생산지수는 서비스업생산지수의 세부항목 중 콘텐츠산업 관련 업종만을 재집계

〈표 1-1〉 '08년 3분기~'10년 2분기 콘텐츠산업 생산변동

업종별	2008년			2009년				2009 (전년대비)	2010년	
	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	2008 (전년대비)	1분기 (전분기대비) (전동기대비)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)	3분기 (전분기대비) (전동기대비)	4분기 (전분기대비) (전동기대비)		1분기 (전분기대비) (전동기대비)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)
콘텐츠산업	119.2 (4.3%)	114.3 (-4.2%)	115.5 (2.6%)	114.5 (0.2%) (0.2%)	119.4 (4.3%) (4.5%)	124.2 (4.0%) (4.2%)	121.7 (-2.0%) (6.5%)	120.0 (3.9%)	124.5 (2.3%) (8.7%)	121.2 (-2.6%) (1.5%)
콘텐츠 제작업	125.6 (14.7%)	114.9 (-8.6%)	115.4 (3.1%)	111.6 (-2.9%) (-0.1%)	114.8 (2.9%) (4.8%)	132.3 (15.3%) (5.3%)	129.6 (-2.1%) (12.8%)	121.9 (5.6%)	129.1 (-0.4%) (15.7%)	115.6 (-10.4%) (0.8%)
콘텐츠 도매업	108.0 (-3.6%)	108.0 (0.0%)	109.7 (0.6%)	113.0 (4.7%) (2.3%)	119.8 (6.0%) (6.9%)	113.0 (-5.6%) (4.6%)	118.3 (4.7%) (9.5%)	116.0 (5.8%)	123.1 (4.1%) (8.9%)	124.9 (1.4%) (4.2%)
콘텐츠 소매업	115.0 (-1.3%)	110.8 (-3.7%)	112.5 (-0.4%)	112.4 (1.5%) (4.3%)	121.5 (8.1%) (4.3%)	119.2 (-1.9%) (3.7%)	113.7 (-4.6%) (2.7%)	116.7 (3.7%)	118.6 (4.3%) (5.5%)	125.2 (5.5%) (3.0%)
콘텐츠 임대업	108.9 (-0.8%)	112.9 (3.7%)	111.5 (4.3%)	108.9 (-3.5%) (-4.7%)	112.6 (3.4%) (2.6%)	113.3 (0.6%) (4.0%)	115.9 (2.3%) (2.7%)	112.7 (1.1%)	114.2 (-1.5%) (4.9%)	115.1 (0.8%) (2.2%)
콘텐츠 서비스업	138.6 (12.3%)	124.8 (-9.9%)	128.5 (5.0%)	126.8 (1.5%) (-0.3%)	128.4 (1.3%) (4.1%)	143.2 (11.6%) (3.3%)	130.9 (-8.6%) (4.8%)	132.7 (3.2%)	137.4 (5.0%) (8.4%)	125.2 (-8.9%) (-2.4%)
오프라인 서비스업	126.1 (21.2%)	101.8 (-19.3%)	109.9 (-0.1%)	109.4 (7.5%) (1.7%)	108.6 (-0.7%) (4.4%)	131.9 (21.5%) (4.6%)	118.8 (-10.0%) (16.7%)	117.2 (6.7%)	125.2 (5.4%) (14.4%)	107.3 (-14.3%) (-1.2%)
온라인 서비스업	151.1 (5.9%)	147.9 (-2.1%)	147.2 (9.3%)	144.1 (-2.6%) (-1.8%)	148.1 (2.8%) (3.8%)	154.5 (4.3%) (2.3%)	143 (-7.4%) (-3.3%)	148.1 (0.6%)	149.6 (4.6%) (3.8%)	143.2 (-4.3%) (-3.3%)
출판·영상·방송 통신 및 정보서비스업**	113.4 (-1.5%)	123.1 (8.6%)	115.9 (4.3%)	110.3 (-10.4%) (-0.7%)	117.5 (6.5%) (2.1%)	115.8 (-1.4%) (2.1%)	126.3 (9.1%) (2.6%)	117.4 (1.3%)	112.4 (-11.0%) (1.9%)	118.5 (5.4%) (0.9%)
예술·스포츠 및 여가관련 서비스업***	120.8 (0.9%)	117.1 (-3.1%)	114.7 (4.6%)	104.9 (-10.4%) (3.6%)	121.8 (16.1%) (1.8%)	122.3 (0.4%) (1.2%)	115.5 (-5.6%) (-1.4%)	116.1 (1.2%)	103.7 (-10.2%) (-1.1%)	124.3 (19.9%) (2.1%)
서비스업생산지수	127.2 (2.2%)	128.8 (1.3%)	125.1 (7.9%)	124.0 (-3.7%) (3.3%)	129.7 (4.6%) (4.2%)	130.1 (0.3%) (2.3%)	134.5 (3.4%) (4.4%)	129.5 (3.5%)	133.1 (-1.0%) (7.3%)	137.6 (3.4%) (6.1%)

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

\*\* 통신업, 컴퓨터·시스템통합 및 관리업 포함됨

\*\*\* 공연산업 외 스포츠산업 및 기타 문화산업 포함됨

1) 콘텐츠 임대업은 만화 임대업 등을 의미

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

□ 분기별: 콘텐츠산업 생산은 '08년 3분기에 발생한 금융위기로 '08년 4분기 바닥을 확인하고 '09년 1분기부터 상승하다가 '09년 3분기 이후부터 소폭의 등락을 보임

● '08년 4분기 바닥을 확인하고 '09년 1분기에서 3분기까지 전분기대비 각각 0.2%, 4.3%, 4.0% 상승세를 유지하다가 4분기에 2.0% 하락. '10년 1분기 전분기대비 2.3%로 상승세를 나타내다가 2분기에 이르러 2.6% 하락



- 전체 서비스업 생산은 '09년 2분기에서 4분기까지 전분기대비 각각 4.6%, 0.3%, 3.4% 상승하다가 '10년 1분기에 1.0% 하락하였으나 2분기에 3.4% 상승
- 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업은 '09년 1분기 전분기대비 -10.4%를 시작으로 2분기 6.5%, 3분기 -1.4%, 4분기 9.1%, '10년 1분기 -11.0%로 급등락을 보이다가 '10년 2분기 전분기대비 5.4% 상승함
- 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 '09년 1분기 전분기대비 -10.4%를 시작으로 2분기 16.1%, 3분기 0.4%, 상승. '09년 4분기 -5.6%, '10년 1분기 -10.2%로 하락하다가 '10년 2분기에 이르러 19.9%로 급격히 상승함

□ 가치사슬 단계별: 서비스업을 제외한 콘텐츠산업생산의 가치사슬 단계 모두 '10년 2분기 전년동기대비 증가하였으나 '10년 1분기에 비해 다소 정체

- 전년동기대비 가장 높은 증가세를 보인 것은 콘텐츠도매업(4.2%), 그 다음은 콘텐츠소매업(3.0%), 콘텐츠임대업(2.2%), 콘텐츠제작업(0.8%)
- 콘텐츠서비스업은 '10년 2분기 전년동기대비 2.4% 하락했으며, 이 중 온라인서비스업이 3.3%로 하락을 주도함
- '10년 1분기부터 지속적인 경기상승과 스마트폰, 아이패드 등 새로운 디바이스의 등장으로 콘텐츠 수요가 점차 증대될 것으로 예상됨에 따라 향후 온라인서비스업은 상승 반전하여 지속적인 성장 예상
- ※ '08년 3분기 금융위기 이후 경기침체에 따른 소비성향 및 패턴의 변화로 직접 구매보다는 임대 등을 선호하였으나 '09년 3분기부터 경기회복 및 상승하여 임대보다는 직접 소비패턴으로 전환
- 콘텐츠제작업 생산은 '08년 2분기 바닥을 확인하고 '09년 2분기까지 등락을 거듭하다 '09년 3분기 정점에 이름. 이후 '09년 4분기, '10년 1분기 및 2분기 전분기대비 각각 2.1%, 0.4%, 10.4% 하락
- 콘텐츠도매업은 '08년 3분기 저점을 확인하고 증가세를 보이다가 '09년 3분기 전분기대비 5.6% 하락한 이후 '09년 4분기, '10년 1분기 및 2분기 전분기

대비 각각 4.7%, 4.1%, 1.4% 상승

- 콘텐츠소매업은 '08년 4분기 저점 이후 '10년 1분기 및 2분기 전분기대비 각각 4.3%, 5.5% 상승
- 콘텐츠임대업은 '10년 1분기 1.5% 하락, 2분기에 이르러 0.8% 상승
- 콘텐츠서비스업은 '08년 2분기 바닥을 확인하고 급등락을 거듭하다가 '10년 2분기 전년동기대비 2.4% 감소하고, 전분기대비 8.9% 하락

〈표 I -2〉 '09년 10월~'10년 6월 콘텐츠산업 생산변동(월별)

업종별	2009년 4분기 - 2010년 2분기								
	2009년 10월	2009년 11월	2009년 12월	2010년 1월	2010년 2월	2010년 3월	2010년 4월	2010년 5월	2010년 6월
	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)	(전월대비) (전동월대비)
콘텐츠산업	113.1 (-1.6%) (3.5%)	112.7 (-0.3%) (5.5%)	139.2 (23.5%) (9.8%)	124.9 (-10.3%) (10.1%)	119.7 (-4.2%) (7.5%)	128.1 (7.1%) (7.9%)	115.5 (-9.9%) (2.1%)	125.5 (8.7%) (0.7%)	122.6 (-2.3%) (1.8%)
콘텐츠 제작업	104.2 (3.6%) (9.1%)	113.1 (8.5%) (10.8%)	171.5 (51.7%) (16.7%)	145.5 (-15.2%) (13.6%)	128.5 (-11.7%) (19.1%)	113.3 (-11.8%) (14.6%)	99.7 (-12.0%) (4.7%)	127.5 (27.9%) (-2.7%)	119.6 (-6.2%) (1.4%)
콘텐츠 도매업	107.3 (-3.8%) (1.1%)	110.2 (2.7%) (10.7%)	137.5 (24.8%) (16.1%)	113.4 (-17.5%) (17.1%)	115.3 (1.7%) (4.9%)	140.6 (21.9%) (6.1%)	123.5 (-12.1%) (5.0%)	123.6 (0.0%) (4.0%)	127.5 (3.2%) (3.7%)
콘텐츠 소매업	120.9 (-3.5%) (3.2%)	107.5 (-11.1%) (2.2%)	112.8 (4.9%) (2.7%)	105.1 (-6.8%) (3.5%)	104.0 (-1.0%) (2.6%)	146.9 (41.3%) (9.3%)	127.2 (-13.4%) (2.3%)	125.5 (-1.4%) (2.4%)	122.9 (-2.0%) (4.6%)
콘텐츠 임대업	115.6 (3.4%) (3.3%)	114.7 (-0.8%) (2.7%)	117.4 (2.4%) (1.9%)	117.2 (-0.2%) (7.3%)	112.9 (-3.7%) (3.8%)	112.4 (-0.4%) (3.4%)	113.7 (1.2%) (0.7%)	117.2 (3.1%) (4.1%)	114.4 (-2.4%) (2.0%)
콘텐츠 서비스업	117.5 (-6.4%) (1.8%)	118.1 (0.6%) (2.3%)	157.0 (32.9%) (9.3%)	143.6 (-8.6%) (8.9%)	137.8 (-4.0%) (7.0%)	127.4 (-7.5%) (6.6%)	113.2 (-11.1%) (-1.9%)	133.8 (18.1%) (-3.3%)	128.7 (-3.8%) (-2.0%)
오피스 서비스업	99.3 (8.5%) (11.3%)	106.3 (7.0%) (12.9%)	150.8 (41.9%) (23.7%)	151.8 (0.7%) (12.2%)	126.6 (-16.6%) (19.9%)	97.3 (-23.2%) (11.5%)	88.9 (-8.6%) (2.8%)	124.7 (40.3%) (-2.9%)	108.4 (-13.0%) (-2.5%)
온라인 서비스업	135.6 (-14.9%) (-4.2%)	130 (-4.1%) (-5.0%)	163.3 (25.6%) (-1.3%)	135.4 (-17.1%) (5.5%)	149.0 (10.0%) (-1.9%)	157.6 (5.8%) (3.8%)	137.6 (-12.7%) (-4.7%)	142.9 (3.9%) (-3.6%)	149.0 (4.3%) (-1.7%)
출판, 영상, 방송 통신 및 정보서비스업*	115.5 (-3.2%) (2.0%)	118.3 (2.4%) (2.3%)	145.0 (22.6%) (3.1%)	108.0 (-25.5%) (0.7%)	109.9 (1.8%) (2.9%)	119.3 (8.6%) (2.1%)	114.5 (-4.0%) (-1.3%)	118.3 (3.3%) (2.0%)	122.7 (3.7%) (1.8%)
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업**	115.4 (-1.5%) (-4.3%)	114.4 (-0.9%) (-4.1%)	116.7 (2.0%) (4.7%)	102.9 (-11.8%) (4.6%)	97.4 (-5.3%) (-4.6%)	110.8 (13.8%) (-3.0%)	120.2 (8.5%) (1.3%)	131.9 (9.7%) (3.5%)	120.8 (-8.4%) (1.3%)
서비스업 생산지수	129.7 (-3.4%) (-0.2%)	129.5 (-0.2%) (5.0%)	144.4 (11.5%) (8.5%)	129.8 (-10.1%) (6.0%)	130.3 (0.4%) (9.2%)	139.1 (6.8%) (6.8%)	138.5 (-0.4%) (5.6%)	137.2 (-0.9%) (6.3%)	137.2 (0.0%) (6.6%)

- 월별: '09년 4분기에서 '10년 2분기까지 콘텐츠산업 생산은 '09년 12월이 가장 높은 수준(139.2). 전년동월대비 '10년 1월이 최대 증가율(10.1%)을 기록하였고 이후 지속적으로 증가 추세. 전월대비 기준으로는 '10년 4월에서 6월까지 -9.9%, 8.7%, -2.3%로 급등락
- 콘텐츠제작업 및 콘텐츠서비스업은 '09년 12월 최고점을 나타낸 이후 '10년 3월까지 전년동월대비 기준으로 성장 호조세가 유지되다가, '10년 4월 이후부터 전년동월대비 및 전월대비 모두 급등락
- 콘텐츠도매업, 콘텐츠소매업 및 콘텐츠임대업은 '09년 10월에서 '10년 6월까지 전년동월대비 성장 호조세 유지
  - ※ 콘텐츠도매업 및 콘텐츠임대업은 '10년 3월까지 전월대비 하락하다가 4월 이후부터 상승세로 전환됨. 콘텐츠소매업은 '10년 3월 고점(146.9) 이후 전월대비 지속적으로 하락함

## □ 2010년 2분기 이후 생산변화 전망

- 경기호조가 지속된다면 '10년 2분기 이후에도 콘텐츠산업의 지속적인 성장 확대 예상
- 콘텐츠산업 생산은 '08년 4분기에 발생한 금융위기로 인한 경기침체를 극복하였으며, '09년 2분기에서 '10년 2분기까지 전년동기대비 4.5%, 4.2%, 6.5%, 8.7%, 1.5% 증가, 이러한 증가추세는 경기상승과 함께 지속될 것으로 전망
  - ※ '09년 2분기에서 '10년 2분기까지 전분기대비 4.3%, 4.0%, -2.0%, 2.3%, -2.6% 등락을 나타냄
- '09년 3분기부터 실질적인 국내외 경기침체가 완화되고 회복국면에 진입, 소비심리의 빠른 회복으로 콘텐츠산업 성장세 확대 예상
  - ※ '09년 2분기에서 '10년 2분기까지의 전년동기대비 경제성장률은 각각 -2.2%, 1.0%, 6.0%, 8.1%, 7.2%로 '09년 3분기 이후 지속적으로 성장하고 있으며, 이러한 추세는 하반기에도 지속될 것으로 예상됨
  - ※ 경기 동행지수는 '09년 3월부터 '10년 6월까지 지속적으로 상승하고 있음
  - ※ 경기 선행지수는 '09년 1월부터 '10년 1월까지 13개월 연속 상승함. '10월 5월까지 다소 정체

를 보이다가 '10년 6월에 이르러 재상승함

※ 소비자 심리지수 : 81(08.12) → 84(09.1) → 85(09.2) → 84(09.3) → 98(09.4) → 105(09.5)  
→ 106(09.6) → 109(09.7) → 114(09.8) → 114(09.9) → 117(09.10) → 113(09.11) → 113(09.12)  
→ 113(10.1) → 111(10.2) → 110(10.3) → 110(10.4) → 111(10.5) → 112(10.6)

※ 교양·오락·문화비 소비지출전망지수 : 73(08.12) → 76(09.1) → 75(09.2) → 73(09.3) →  
83(09.4) → 89(09.5) → 90(09.6) → 91(09.7) → 94(09.8) → 94(09.9) → 96(09.10) →  
94(09.11) → 95(09.12) → 94(10.1) → 96(10.2) → 95(10.3) → 95(10.4) → 97(10.5) →  
98(10.6)

## 1.2. 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변화 추이<sup>6)</sup>

### □ 2010년 2분기 및 상반기 매출 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '10년 2분기 및 상반기 매출액은 각각 약 3조 2,003억원 및 약 6조2,947억원으로 전년동기대비 15.8% 및 15.1% 성장, 전분기대비 3.4% 증가

#### － 출판·방송을 제외한 전 분야 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액 성장

※ 광고(27.3%), 방송(32.6%) 등이 높은 성장세를 나타냄. 이는 월드컵이 개최된 시기와 일치하여 상대적으로 높은 성장세를 나타낸 것으로 판단될 뿐 아니라 '09년 2분기까지 경기침체 상태가 지속된 점과 광고 및 방송산업이 경기에 민감한 산업임을 고려할 때 높은 성장세는 경기회복이 수요를 증대시킨 것으로 판단됨

※ 게임, 인터넷포털 매출액은 '10년 2분기 전년동기대비 16.3%, 16.8%로 건실한 성장을 한 반면, 출판, 영화, 애니/캐릭터는 각각 -1.3%, 2.4%, 9.1% 성장세 상대적으로 저조함.

※ '10년 2분기 및 상반기 비중 측면에서 게임(23.7%, 24.3%), 출판(18.7%, 19.7%), 방송(24.9%, 23.2%) 등이 전체 매출액 중 각각 67.3% 및 67.2% 차지. 출판, 영화, 음악, 애니메이션/캐릭터는 비중 감소. 게임은 전년동기대비 비중 변화 거의 없음

#### － 콘텐츠산업 관련 상장사 전체 매출액은 계절적 비수기인 '10년 1분기에 전분기대비 3.7% 하락했다가 '10년 2분기에 3.4% 상승

#### － 방송, 광고 '10년 2분기 매출액은 전분기대비 20.8%, 28.3%로 성장세를 주도

※ 게임, 출판, 영화는 '10년 2분기 전분기대비 각각 1.9%, 7.2%, 25.8% 하락함

6) 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 81개 선별(게임(20), 인터넷포털(4), 출판(9), 방송(20), 광고(4), 영화(9), 음악(9), 애니메이션/캐릭터(6))

자료의 출처는 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)에 등록된 기업보고서

〈표 I -3〉 '09년 2분기~'10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

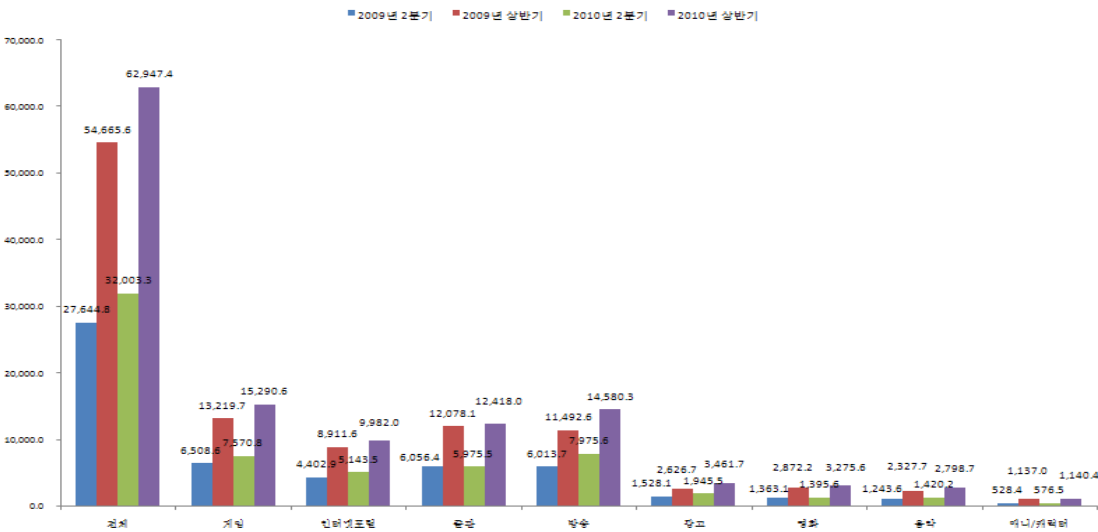
(단위 : 억원)

구분	2009					2010				
	2분기 (전기대비)	상반기	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2009	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)	
게임	6,508.6 (-3.0%)	13,219.7	7,111.6 (9.3%)	7,737.2 (8.8%)	28,068.5	7,719.8 (-0.2%)	7,570.8 (-1.9%)		15,290.6 (15.7%)	
인터넷 포털	4,402.9 (-2.3%)	8,911.6	4,320.6 (-1.9%)	4,923.8 (14.0%)	18,156.0	4,838.5 (-1.7%)	5,143.5 (6.3%)		9,982.0 (16.8%)	
출판	6,056.4 (0.6%)	12,078.1	6,389.1 (5.5%)	6,286.0 (-1.6%)	24,753.2	6,442.5 (2.5%)	5,975.5 (-7.2%)		12,418.0 (-1.3%)	
방송	6,013.7 (9.8%)	11,492.6	6,453.8 (7.3%)	7,637.2 (18.3%)	25,583.6	6,604.7 (-13.5%)	7,975.6 (20.8%)		14,580.3 (32.6%)	
광고	1,528.1 (39.1%)	2,626.7	1,754.4 (14.8%)	2,124.1 (21.1%)	6,505.2	1,516.2 (-28.6%)	1,945.5 (28.3%)		3,461.7 (27.3%)	
영화	1,363.1 (-9.7%)	2,872.2	1,663.7 (22.1%)	1,487.7 (-10.6%)	6,023.6	1,880.0 (26.4%)	1,395.6 (-25.8%)		3,275.6 (2.4%)	
음악	1,243.6 (14.7%)	2,327.7	1,362.9 (9.6%)	1,271.8 (-6.7%)	4,962.4	1,378.5 (8.4%)	1,420.2 (3.0%)		2,798.7 (14.2%)	
애니/ 캐릭터	528.4 (-13.2%)	1,137.0	509.1 (-3.7%)	655.9 (28.8%)	2,302.0	563.9 (-14.0%)	576.5 (2.2%)		1,140.4 (9.1%)	
합계	27,644.8 (2.3%)	54,665.6	29,565.2 (6.9%)	32,123.7 (8.7%)	116,354.5	30,944.1 (-3.7%)	32,003.3 (3.4%)		62,947.4 (15.8%)	

- 1) 게임 중 '위메이드엔터테인먼트', '조이맥스'는 '09년 3분기부터 자료확보 및 분석적용
- 2) 인터넷포털 중 NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입(NHN의 사업 및 매출구조 특성상)
- 3) 출판 '예림당' 추가 분석적용
- 4) 방송 중 올리브나인은 '10년 6월 30일 현재 거래정지상태여서 분석에서 제외
- 5) 영화 중 바이나믹은 '10년 5월 18일 상장폐지, 디초콜릿은 '10년 6월 30일 현재 거래정지중이어서 분석에 제외
- 6) 광고 중 'G2R'은 '10년 2분기 자료 미발표로 분석에서 제외

〈그림 I -1〉 '09년 상반기 vs '10년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

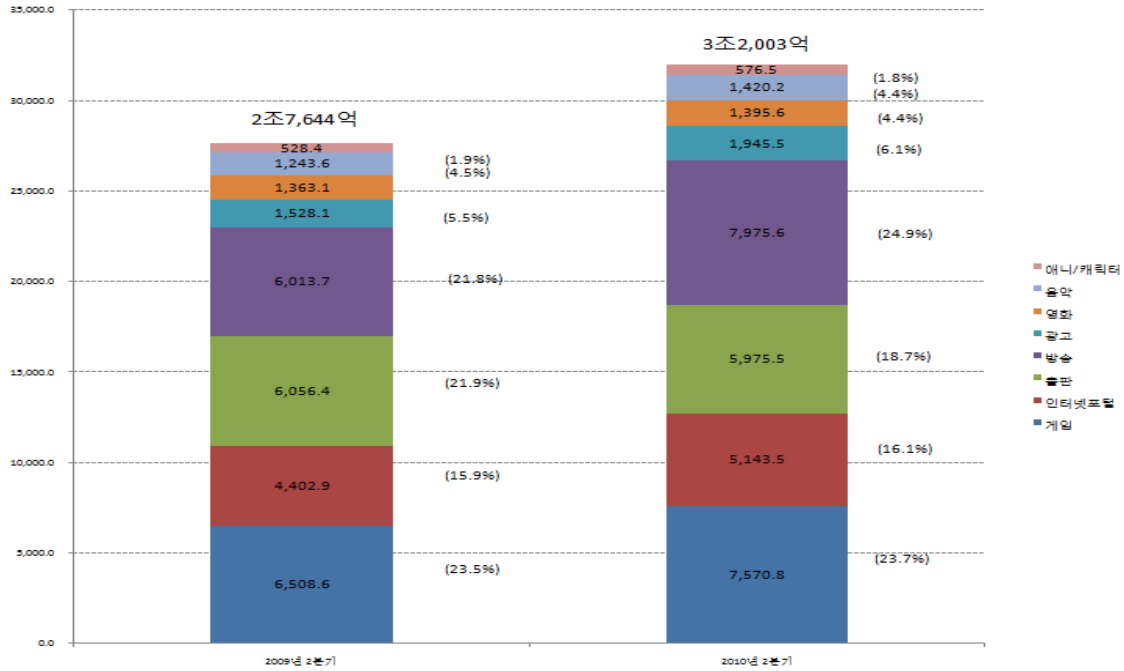
(단위 : 억원)



\* NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입

〈그림 I -2〉 '09년 2분기 vs '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

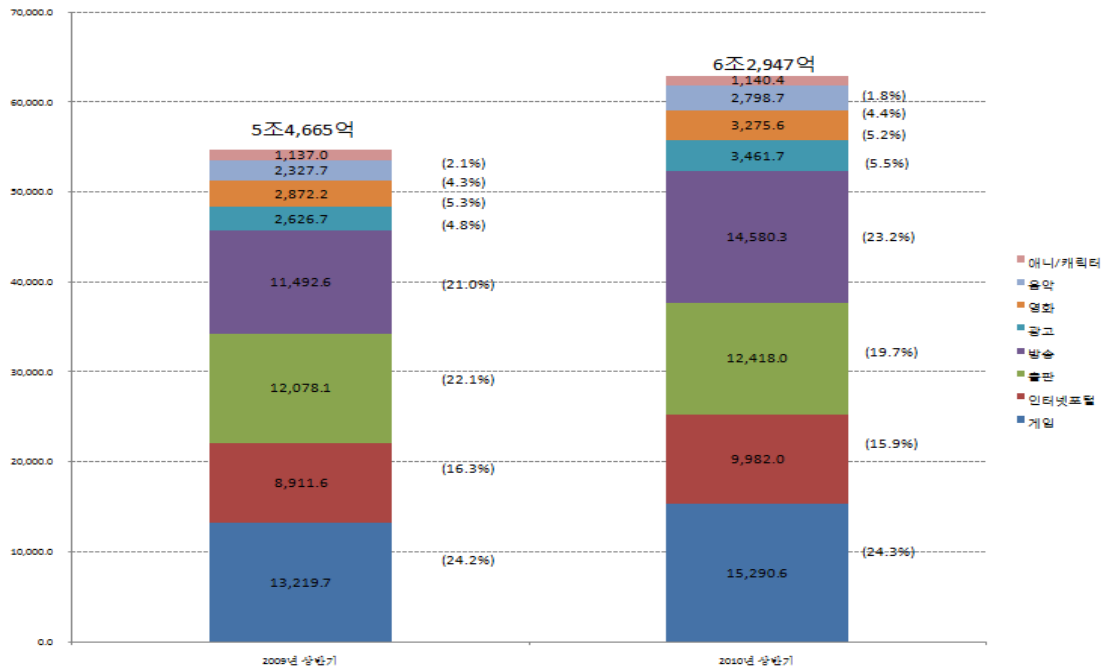
(단위 : 억원)



\* NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입

〈그림 I -3〉 '09년 상반기 vs '10년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

(단위 : 억원)



\* NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입

- 게임 '10년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 16.3% 및 15.7% 성장했으나, '10년 2분기 전분기대비 1.9% 하락
  - 비수기에 해당되는 '09년 2분기 매출액 하락. 3분기 이후 상승하다가 '10년도 1분기 전분기대비 0.2% 하락 이후 전통적 비수기에 해당되는 2분기 하락세를 나타냄
    - ※ 온라인게임은 저렴한 여가 수단으로서 다양한 소비층이 형성되어 있으며, 경기 침체기에는 다른 문화생활의 대체재가 될 수 있는 경기방어적 성격이 높음. 온라인 게임은 학생들의 여름· 겨울 방학시즌, 특히 추운 날씨의 겨울방학 시즌은 온라인 게임 이용자수가 높아 3분기와 4분기, 1분기가 계절적 성수기이며, 통상적으로 야외활동이 활발해지는 2분기는 계절적 비수기임
  - 대형업체<sup>7)</sup>들이 매출증가세를 주도했으며, 이 중 상위업체인 네오위즈게임은 해외수출의 호조세에 따라 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 50.8% 및 53.0% 매출액 성장. 엔씨소프트는 '10년 2분기 전년동기대비 수출액이 감소했음에도 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 27.2% 및 27.7% 매출액 성장. CJ인터넷은 '10년 2분기 높은 수출증가세에 힘입어 2분기 및 상반기 전년동기대비 3.7%, 6.6% 성장. 반면 액토즈소프트의 매출액은 22.8%, 24.5% 감소했으며 '10년 1분기 이후 지속적으로 감소
    - ※ 국내 PC방 관련 통계데이터를 서비스하는 게임트릭스의 자료에 의하면 '10년 2분기 엔씨소프트 온라인게임 아이온의 점유율이 17.77%로 1위를 기록하였으며 '10년 1분기 17.38%에 비해 점유율 상승. MMORPG 게임인 리니지, 리니지2, 아이온의 점유율을 합산할 경우 26.61%에 달함('10년 1분기 점유율은 26.39%). 특히 '09년 아이온의 출시를 내수 및 수출 증대의 견인차 역할을 하고 있을 뿐 아니라 '10년 상반기 매출액의 42.7%에 이름
    - ※ 네오위즈게임즈는 해외수출이 매출성장세를 주도하고 있으며 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 172.1% 및 162.5% 성장하여 '10년 상반기에 이미 '09년 전체 수출액을 초과했음특히 중국 텐센트를 통해 서비스 되고 있는 '크로스파이어'가 2009년 11월 기준 최고 동시접속자 160만명을 기록하는 등 해외사업 부분에서 활황을 맞이하고 있음. 또한 중국뿐만 아니라 동남아시아, 북미, 유럽 등지에 서비스를 확대하면서 2009년 해외매출이 619억으로 전년대비 526% 성장. 2010년에는 자회사인 일본 퍼블리셔 '게임온'을 통해 일본 온라인 게임시장 내 입지를 강화하는 한편 글로벌 성장 전략을 확대

7) 대형업체: 매출액 200억원 이상으로 정의하고 총 6개업체(NHN, 엔씨소프트, 네오위즈게임즈, CJ인터넷, 액토즈소프트, 위메이드엔터테인먼트)임.



※ CJ인터넷은 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액은 각각 3.7%, 6.6% 성장했으나 계절적 비수기 및 월드컵의 영향으로 전분기대비 14.1% 하락함

- 중소 게임업체들의 경우 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액 성장세 업체별 편차 클 뿐 아니라 계절적 비수기 및 월드컵의 영향으로 매출액 감소업체가 대다수

※ 드래곤플라이(1,807.0%, 1,178.9%), 제이씨엔터테인먼트(27.5%, 14.5%), 웹젠(10.5%, 8.2%) 등은 성장. 와이앤케이코리아(-38.1%, -19.0%), 한빛소프트(-40.3%, -37.5%), 엠게임(-20.9%, -11.6%), 와이드온라인(-12.3%, -21.7%), 바른손게임즈(-9.8%, -10.8%) 등은 감소

● 인터넷포털 '10년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 각각 16.8%, 12.0% 성장, '10년 2분기 전분기대비 6.3% 상승

- 인터넷포털 매출액은 '09년 2분기에서 3분기까지 전분기대비 2.3%, 1.9% 하락하다가 4분기 14.0% 상승. '10년 1분기에 1.7% 하락하고 2분기에 6.3% 상승하는 등 등락을 보임

- 매출액 비중이 가장 높은 NHN은 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 각각 9.1% 및 5.8% 성장했고, '10년 2분기 전분기대비 0.26% 하락

- '10년 2분기 및 상반기 업체별 매출액은 전년동기대비 다음커뮤니케이션이 49.1%, 45.2%, SK커뮤니케이션즈는 20.8%, 14.7%, KTH 25.6%, 12.4%, 전분기대비 각각 22.4%, 16.7%, 22.7% 상승

※ 다음커뮤니케이션의 '10년 2분기 매출은 검색광고 53.2%, 디스플레이광고 42.0%, 거래형서비스 4.8%로 구성돼 있는데 '10년 1분기부터 경기회복 및 호조와 함께 월드컵 등 대형 스포츠이벤트 및 지방선거가 광고 시장에 호의적으로 작용해 디스플레이광고 매출이 큰 폭으로 상승하였으며, 검색광고는 자체CPC(Cost Per Click) 상품의 위치변경으로 인한 가격 상승과 지속적인 비즈니스 쿼리 증가로 전년동기대비 큰 폭의 성장을 기록함

※ SK컴즈는 커뮤니티 매출액 1위, 메신저 시장 1위, 국내 검색시장분야 3위를 차지

※ KTH의 포털사이트인 파란닷컴은 2010년 6월 기준으로 Unique Visitor 12,908,880명을 기록하고 있으며, 유무선 컨버전스 서비스를 중심으로 성장을 모색 중

※ 기본적으로 인터넷포털 업체들은 대부분 내수영업으로 외환거래의 비중이 낮아 환율 등의 가격변수 자체가 영업에 직접적으로 미치는 영향은 미미한 수준임

● 출판 '10년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 각각 1.3% 감소, 2.8% 성

장, '10년 2분기 전분기대비 7.2% 하락

- '09년 2분기에서 '10년 2분기까지 신학기가 있는 '09년 3분기 및 '10년 1분기는 전분기대비 각각 5.5%, 2.5% 매출액 상승했으나, '10년 2분기에 이르러 하락

- 대표적인 출판물 제작업체인 삼성출판사의 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출증가율은 13.9% 및 7.0% 감소, 유통업체인 예스24의 매출증가율은 8.9% 및 13.2% 성장, 대표적 학습지 및 교육서비스 출판업체인 대교와 웅진싱크빅 매출증가율은 각각 2.0%, 1.5% 성장 및 2.6%, 0.6% 감소

※ 삼성출판사는 서점, 할인점, 홈쇼핑, 인터넷서점, 학원, 유치원, 자사쇼핑몰 등 다양한 유통채널을 통해 안정적인 매출을 도모하고 있으나 전반적인 도서출판 시장의 침체에 영향을 받음. 또한 주요원재료인 펄프가격이 칠레대지진의 영향으로 '10년 상반기에는 급격한 가격상승을 초래하여 원가 상승 압박을 가중시키고 있음

※ 예스24의 '10년 2분기 성장은 주력사업인 도서 분야 및 e-book, e-learning 등 디지털콘텐츠 분야와 함께 '07년부터 시작한 티켓예매 등이 매출 상승을 주도함

- '10년 2분기는 1분기의 신학기 효과 소멸로 웅진싱크빅 및 대교를 제외한 모든 업체들이 전분기대비 매출 하락을 보임. 이 중 능률교육(-52.2%), 예스24(-26.9%), 삼성출판사(-17.0%) 등이 두드러짐

※ 메가스터디는 온라인 교육서비스 위주의 수익모델을 통해 경기하락에 크게 영향을 받지 않지만 경기 상승시에는 기존의 학습지나 교육 출판 등 오프라인 교육시장보다 급속히 성장하는 양상에 따라 매출이 증가. 특히 온라인 강의, 온라인 도서 및 오프라인 학원 등의 시너지 효과를 극대화 시키고 있음. '10년 상반기 매출구조 중 온라인강의 및 오프라인 학원 매출비중은 각각 59.3%, 28.6%로 전체 매출의 87.9% 차지

※ 능률교육은 영어교육전문 출판사로서 '10년 상반기에 전년동기대비 영어참고서 등 상품 매출이 223.1% 및 전화영화 등 기타매출이 91.5% 성장했으나, 교과서 및 콘텐츠 등 저작권 매출이 -61.9%, 영어학습교재 등 제품매출이 -0.7%, 인터넷매출이 -1.7% 기록

● 방송 '10년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 각각 32.6% 및 26.9% 성장, '10년 2분기 전분기대비 20.8% 상승

- 민영지상파 방송사인 SBS 매출은 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 56.9%, 42.5% 성장, 전분기대비 81.0% 상승. 종합유선방송사업자인 티브로

한빛방송은 전년동기대비 70.6%, 68.6% 성장, 전분기대비 7.0% 상승. 독립 제작사 삼화네트웍스는 전년동기대비 38.5%, 31.0% 성장, 전분기대비 410.2% 상승한 반면 초록뱀은 '10년 2분기 전년동기대비 75.3% 감소, 전분기대비 87.2% 하락

※ SBS 계열사인 SBS콘텐츠허브는 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 253.0% 및 221.5% 성장했으며, '10년 2분기 전분기대비 17.0% 상승

※ 광고수입을 위주로 하는 SBS 등 민영지상파 방송사는 광고시장의 계절적 및 경기에 따라 매출액 변동이 심하게 발생할 수 있음. '10년 2분기는 계절적 성수기, 경기호조 및 월드컵의 영향으로 광고수입이 증대됨. 종합유선방송사업은 지상파방송사와 달리 월정액 시청료 등 광고수익 외 고정적 수입이 있어 경기변동에 상대적으로 덜 민감함

※ 독립제작사 삼화네트웍스는 SBS 주말드라마 '인생은 아름다워', KBS 수목드라마 '제빵왕 김탁구' 등 자체 제작 드라마의 성공으로 높은 매출증가율을 기록

- 방송채널사용사업자 CJ오쇼핑은 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 15.8% 및 12.3% 성장, 전분기대비 4.7% 상승. GS홈쇼핑은 전년동기대비 27.9% 및 23.2% 성장, 전분기대비 5.1% 상승

● 광고 '10년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 각각 27.3 및 31.8% 성장, 전분기대비 28.3% 상승

- 광고산업은 방송 매출액에 매우 탄력적이며 또한 경기호조 ('10년 2분기 기준 전년동기대비 GDP 성장률 7.2%)로 대기업을 중심으로 마케팅비용 증대에 따라 매출액이 성장

- 제일기획은 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 각각 26.9%, 34.8% 성장. 휘닉스컴은 전년동기대비 54.0%, 35.2% 성장. 오리콤은 전년동기대비 22.4%, 11.8% 성장

※ 제일기획은 전파(TV, 라디오), 인쇄(신문, 잡지) 등 미디어서비스 및 뉴미디어(온라인, 케이블 TV, DMB 등) 등을 통해 효과적인 광고 제작과 함께 신규광고주 개발과 기존 광고주의 신제품 출시에 따라 매체와 광고물 제작의 매출액이 지속적으로 증가

- 전체 경기 상황은('10년 1분기 및 2분기 GDP 성장률 전분기대비 2.1%, 1.5%) 호조, 월드컵 등 대형이벤트 및 계절적 성수기의 영향으로 4대 매체 광고의 빠른 회복으로 매출액이 28.3% 상승

※ '10년 2분기 전분기대비 제일기획 26.7%, 오리콤 48.6%, 휘닉스컴 12.3% 상승

※ 광고시장의 계절적 성수기는 여름상품출시 및 연말시즌 신상품 출시가 집중되는 2분기와 4분기로 기업 마케팅활동이 활발해지는 때임

● 영화 '10년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 각각 2.4%, 14.0% 성장, 전분기대비 25.8% 하락

- CJ CGV는 극장입장료 인상 및 3D 영화 상영편수 증가에 따라 전년동기대비 12.1%, 31.1% 성장하였으나, 야외활동이 많은 계절적 영향으로 전분기대비 18.9% 하락

※ CJ CGV는 멀티플렉스 시장점유율을 '10년 2분기 40.0%로 지속적으로 높이면서('09년 37.7%) 매출 확대. 특히 '10년 상반기 티켓매출 비중이 68.6%로 '09년 67.3%에 비해 상승했으나 1분기(70.2%)에 비해서는 하락함

● 음악 '10년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 14.2%, 20.2% 성장, 전분기대비 3.0% 상승

- 전분기대비 기준 '09년 4분기를 제외하고 꾸준히 매출액 상승

※ '09년 2분기에서 '10년 2분기까지 전분기대비 증가율은 각각 14.7%, 9.6%, -6.7%, 8.4%, 3.0%

- 엠넷미디어는 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 12.5%, 15.6% 성장, 전분기대비 6.9% 상승. 에스엠은 전년동기대비 60.3%, 59.0%성장, 전분기대비 9.5%상승

※ 엠넷미디어의 '10년 상반기 매출구조<sup>8)</sup>는 음악 33%(32%), 디지털미디어 35%(39%), 방송 24%(20%), 기타사업8%(9%)로 구성되며, 음악은 자체외주 제작 확대 및 온오프라인 판매 증대, 디지털미디어는 맞춤형음악 등 신규서비스를 통한 신규비즈니스모델 개발, 방송은 다양한 협찬 매출 강화 및 다양화된 시청자의 Needs 변화에 대응한 프로그램 개발로 경쟁력 강화됨

※ 에스엠은 경기변동에 민감한 국내 음반시장에서 청소년층을 중심으로 소녀시대 등 소속가수들의 안정적인 팬 확보 및 기획력으로 흥행에 성공. 매출구조는 음반사업 70.23%(제품매출 16.46%, 로열티매출 53.77%)와 매니지먼트사업 29.77%로 구성됨. '09년 국내가요 음반시장 점유율 25.77%로 1위를 유지

8) 괄호는 '10년 1분기 매출비중

- KT뮤직, 소리바다, 소리바다미디어 등은 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 감소
  - ※ 소리바다미디어는 전년동기대비 71.4%, 68.1% 감소
- 애니메이션 및 캐릭터 '10년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 각각 9.1% 및 0.3% 성장, 전분기대비 2.2% 상승
  - 경기호조와 무관하게 '09년 2분기부터 등락을 거듭하다가 '10년 2분기 상승세로 반전
  - 매출액 100억이 넘는 업체 중 손오공은 전년동기대비 38.4%, 37.5% 성장했으나 전분기대비 0.6% 하락. 대원미디어는 전년동기대비 35.1%, 30.1% 감소, 전분기대비 15.7% 하락. 오로라월드는 전년동기대비 47.1%, 25.3% 성장, 전분기대비 43.8% 상승
    - ※ 손오공의 '10년 상반기 매출구조<sup>9)</sup>는 캐릭터완구 57%(62%), 게임 33%(32%), 캐릭터머천다이즈 7%(5%), 온라인게임 3%(1%)로 구성되어 있으며 매출의 약 97%이상이 국내에서 발생하는 내수업체
    - ※ 대원미디어는 애니메이션 및 캐릭터산업의 국내 선두기업으로서 자체 보유 캐릭터 및 수입 캐릭터의 국내외 라이선싱과 머천다이즈 사업을 국내 내수 위주로 진행
    - ※ 오로라월드는 캐릭터완구 국내 내수시장에서 1위를 차지하고 있으며, 해외시장에서 미국시장 점유율은 3.5~4.0% 정도로 추정하고 있음. 매출구조는 상품매출 98.5%, 라이선스 수수료 0.3%, 기타매출 1.2%로 구성

### 1.3. 콘텐츠업체(상장사) 영업이익의 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '10년 2분기 및 상반기 영업이익은 각각 약 6,481억원 및 1조3,006억원으로 전년동기대비 각각 22.6% 및 30.3% 성장 '10년 2분기 전분기대비 0.7% 하락
  - '10년 2분기는 출판(-11.5%) 및 영화(-8.9%)을 제외한 모든 업종이 전년동기대비 영업이익 증대, 특히 음악(180.7%), 광고(33.8%), 인터넷포털

9) 괄호는 '10년 1분기 매출비중

## (29.9%) 등이 큰 폭으로 증대

※ 광고, 음악의 영업이익이 큰 폭으로 개선되었으나 콘텐츠산업 관련 상장사들의 전체 영업이익 중 4%정도에 불과하여 전체 영업이익 변동에 미치는 영향은 크지 않음

※ 애니/캐릭터는 높은 성장세(67.4%)에 따른 개선에도 여전히 적자상태를 벗어나지 못하고 있음

- '10년 상반기는 출판(-6.1%)를 제외한 모든 업종이 전년동기대비 영업이익 증대(애니/캐릭터는 적자폭 감소), 특히 음악(245.8%), 광고(66.6%), 방송(44.9%)이 큰 폭으로 증대

- 게임 '10년 2분기 및 상반기 영업이익은 전년동기대비 각각 21.6%, 26.8% 성장했으나 전체 콘텐츠 상장사 평균 성장률(22.6%, 30.3%)과 비교하여 다소 미흡, 인터넷포털은 29.9%, 33.9%로 다소 높은 수준

※ 게임과 인터넷포털은 '10년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익 중 69.8%, 71.3%로 1분기(73.0%)에 비해 다소 하락함. 게임은 '10년 1분기 및 상반기 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익 중 42.1% 및 44.0%의 비중을 나타내고 있으며 전년동기대비 1.1%, 1.6%p 하락함

- 애니메이션/캐릭터 '10년 2분기 및 상반기 영업이익은 전년동기대비 각각 67.4% 및 68.3% 증대되어 적자규모가 줄어들었으나 '09년 이후 적자 상태가 지속되고 있는 상태임

- 전분기대비 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익 증감율은 '09년 2분기에서 4분기까지 각각 12.4%, 13.9%, 7.9%로 높은 수준을 유지하였으나, '10년 1분기에 0.5%로 증가세가 다소 주춤하다가 2분기에 들어 하락 반전(0.7% 하락)

〈표 I -4〉 '09년 2분기~'10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동

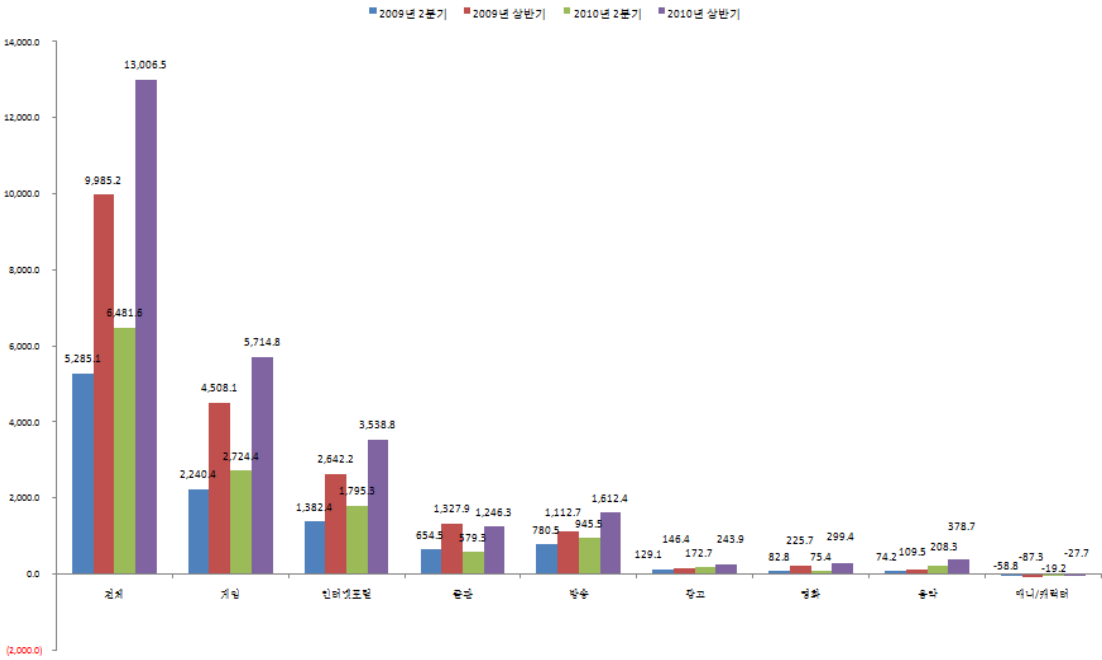
(단위 : 억원)

구분	2009년					2010년			
	2분기 (전기대비)	상반기	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2009	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)
게임	2,240.4	4,508.1	2,458.6	2,842.4	9,809.1	2,990.4	2,724.4		5,714.8
	(-1.2%)		(9.7%)	(15.6%)		(5.2%)	(-8.9%)	(21.6%)	(26.8%)
인터넷 포털	1,382.4	2,642.2	1,386.8	1,664.6	5,693.6	1,743.5	1,795.3		3,538.8
	(9.7%)		(0.3%)	(20.0%)		(4.7%)	(3.0%)	(29.9%)	(33.9%)
출판	654.5	1,327.9	771.2	624.0	2,723.1	667.0	579.3		1,246.3
	(-2.8%)		(17.8%)	(-19.1%)		(6.9%)	(-13.1%)	(-11.5%)	(-6.1%)
방송	780.5	1,112.7	983.9	1,029.0	3,125.6	666.9	945.5		1,612.4
	(134.9%)		(26.1%)	(4.6%)		(-35.2%)	(41.8%)	(21.1%)	(44.9%)
광고	129.1	146.4	120.0	211.1	477.5	71.2	172.7		243.9
	(646.2%)		(-7.0%)	(75.9%)		(-66.3%)	(142.6%)	(33.8%)	(66.6%)
영화	82.8	225.7	257.7	59.3	542.7	224.0	75.4		299.4
	(-42.1%)		(211.2%)	(-77.0%)		(277.7%)	(-66.3%)	(-8.9%)	(32.7%)
음악	74.2	109.5	82.7	59.9	252.1	170.4	208.3		378.7
	(110.2%)		(11.5%)	(-27.6%)		(184.5%)	(22.2%)	(180.7%)	(245.8%)
애니/ 캐릭터	-58.8	-87.3	-38.9	5.0	-121.2	-8.5	-19.2		-27.7
	(106.3%)		(33.8%)	(112.9%)		(-270.0%)	(-125.6%)	(67.4%)	(68.3%)
합계	5,285.1	9,985.2	6,022.0	6,495.3	22,502.5	6,524.9	6,481.6		13,006.5
	(12.4%)		(13.9%)	(7.9%)		(0.5%)	(-0.7%)	(22.6%)	(30.3%)

- 1) 게임 중 '위메이드엔터테인먼트', '조이맥스'는 '09년 3분기부터 자료확보 및 분석적용
- 2) 인터넷포털 중 NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입(NHN의 사업 및 매출구조 특성상)
- 3) 출판 '예림당' 추가 분석적용
- 4) 방송 중 올리브나인은 '10년 6월 30일 현재 거래정지상태여서 분석에서 제외
- 5) 영화 중 바이나믹은 '10년 5월 18일 상장폐지, 디초콜릿은 '10년 6월 30일 현재 거래정지중이어서 분석에 제외
- 6) 광고 중 'G2R'은 '10년 2분기 자료 미발표로 분석에서 제외
- 7) 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〉 '09년 상반기 vs '10년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동

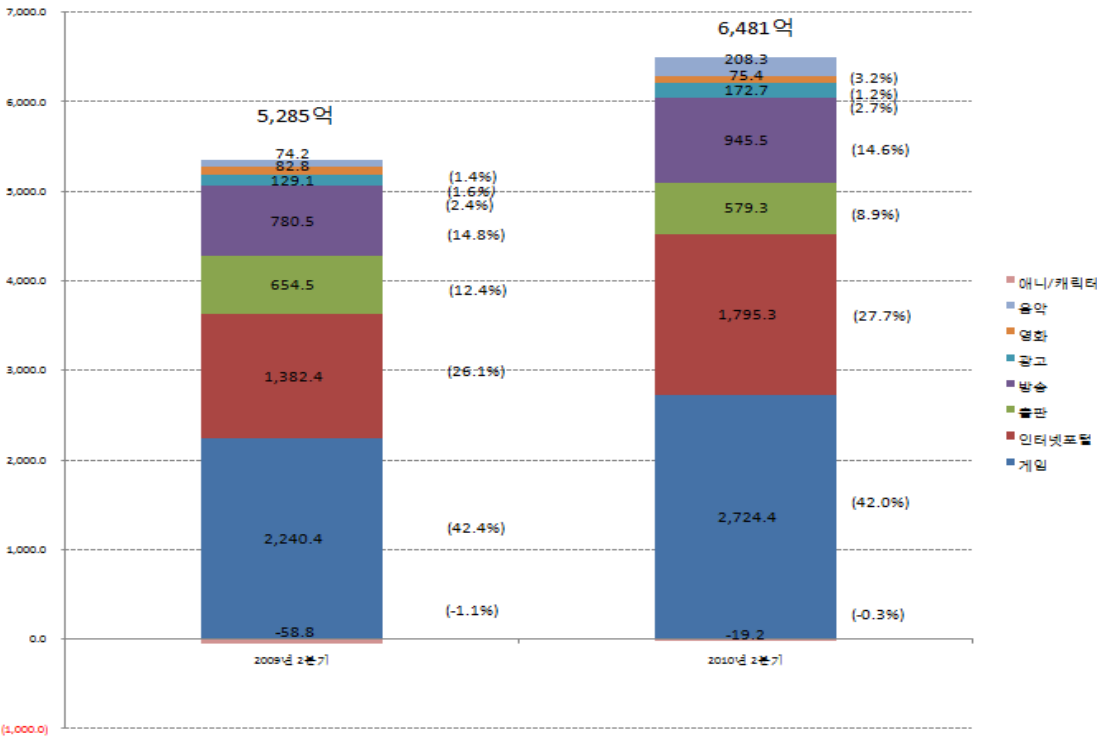
(단위 : 억원)



\* NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입

〈그림 I -5〉 '09년 2분기 vs '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적

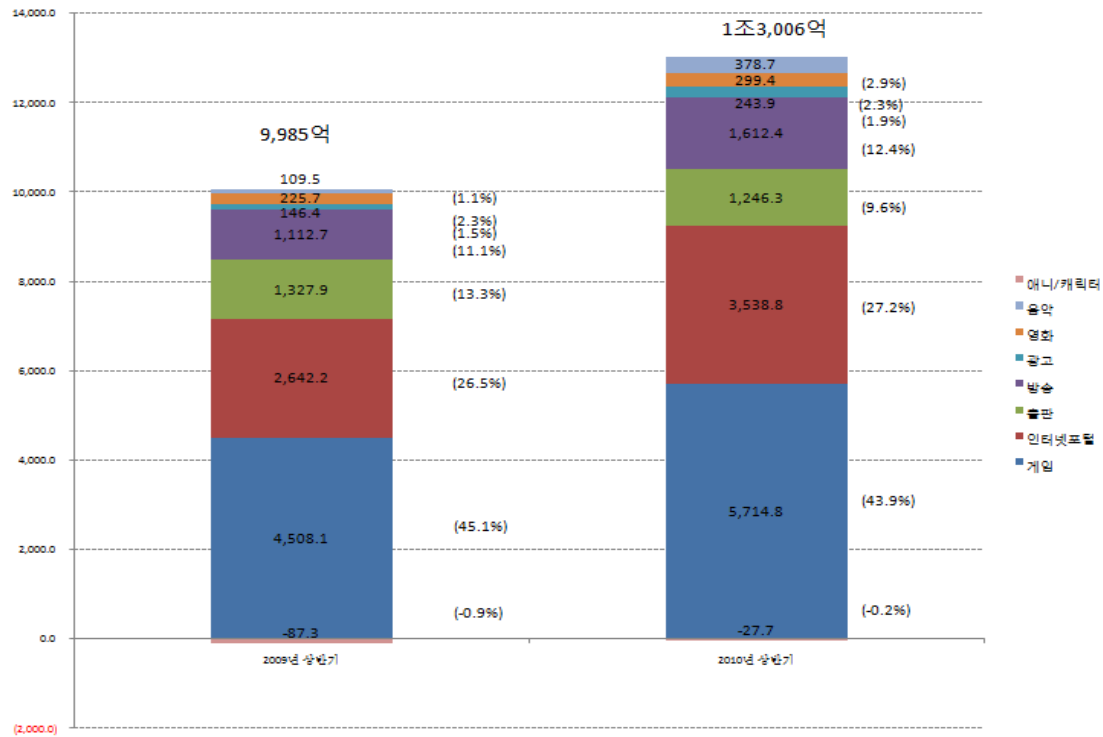
(단위 : 억원)





〈그림 I -6〉 '09년 상반기 vs '10년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적

(단위 : 억원)



## 2 투자변화 추이

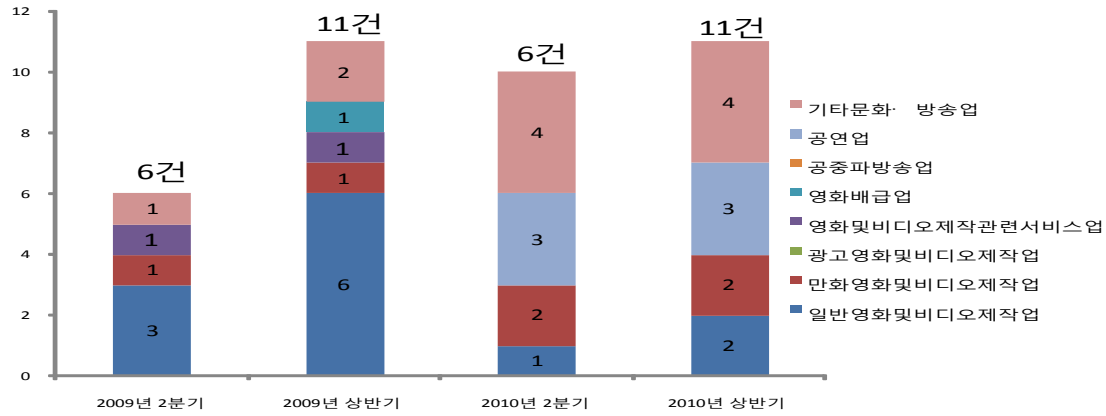
### 2.1. 콘텐츠산업 외국인직접투자(FDI) 동향

#### □ 2010년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 외국인직접투자 동향

- '10년 2분기 및 상반기 문화오락 외국인직접투자는 각각 1,353천불 및 2,574천불로 전년동기대비 각각 88.9%, 80.4% 감소. 특히 레포트를 제외한 문화방송업은 937천불 및 976천불로 전년동기대비 각각 92.2% 및 92.5% 급감
  - 건수를 기준으로 '10년 2분기 및 상반기 문화오락은 각각 16건 및 22건으로 전년동기대비 각각 7건 및 8건 증가
    - ※ '10년 2분기 및 상반기 외국인직접투자 레포트 투자건수는 각각 6건 및 11건임
- '10년 2분기 및 상반기 레포트를 제외한 문화방송업의 세부 투자업종을 보면 전년동기대비 전체 투자액은 급격히 감소했으나 투자분야의 다양성은 유지. 이는 금융위기 이후 경기회복에 따른 콘텐츠산업에 대한 관심은 고조되고 있으나, 수익확보의 불확실성으로 직접적인 투자는 소액위주 또는 관망하고 있는 것으로 판단
  - '09년 2분기 외국인직접투자 총 6건 중 일반영화 및 비디오 제작업 3건(199천불), 만화영화 및 비디오제작업 1건(81천불), 영화 및 비디오제작 관련 서비스업 1건(10940천불), 기타문화방송업 1건(790천불)
  - '10년 2분기 외국인직접투자 총 10건 중 일반영화 및 비디오 제작업 1건(41천불), 만화영화 및 비디오제작업 2건(91천불), 공연업 3건(534천불), 기타 문화방송업 4건(271천불)

〈그림 I -7〉 '09년 2분기 및 '10년 2분기 투자 및 누적 건수

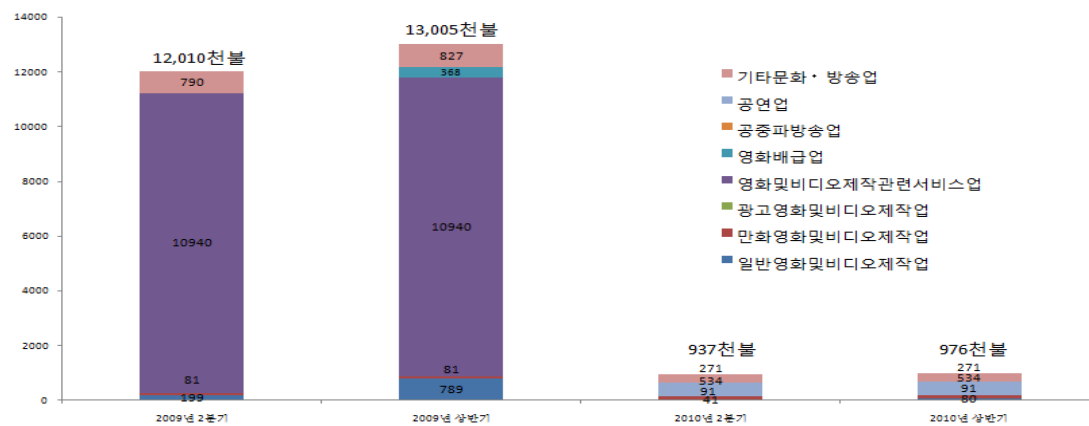
(단위 : 건)



출처 : 지식경제부(2010), 외국인투자동향 및 통계

〈그림 I -8〉 '09년 2분기 및 '10년 2분기 투자 및 누적 액수

(단위 : 천불)



출처 : 지식경제부(2010), 외국인투자동향 및 통계

- '10년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업과 관련된 문화오락 분야에 대한 외국인직접투자는 전체 서비스업 투자(1,449,199천불 및 2,272,118천불) 중 1,353천불 및 2,574천불로 극히 낮은 0.1% 차지

※ '10년 2분기 및 상반기 전체 외국인직접투자(2,790,005천불 및 4,330,663천불) 중 서비스업 외국인직접투자 비중은 각각 51.9% 및 52.5%로 전년동기대비 34.0%, 23.0% 감소함

- '10년 상반기 전체 서비스업 중 문화오락이 차지하는 비중은 0.1%로 '09년 상반기(0.3%)에 비해 0.2%p 하락

※ '09년 3분기 이후 금액기준 외국인 투자패턴은 서비스업의 비중이 낮아지고 있는 반면 투자

건수는 서비스업에 편향된 외국인투자패턴이 유지되고 있으며 '10년 2분기 및 상반기 외국인 투자건수 비중은 서비스업 80.2%, 80.2% 이며, 문화오락분야는 2.1%, 1.5%로 전년동기 비중이 상승함

- '10년 2분기 및 상반기 문화오락 분야 투자건수 성장세는 서비스업 및 제조업에 비해 상당히 높은 수준을 유지하고 있으나, 투자금액은 급격히 감소하여 저조

※ 제조업은 투자건수 및 투자금액 '10년 2분기 전년동기대비 15.9%, 77.7% 증가하여 성장세를 주도함

〈표 I -5〉 서비스업 외국인직접투자건수 동향

(신고기준, 단위 : 건수, 비중%)

	2009년					2010년			
	2분기	상반기	3분기	4분기	2009	1분기	2분기	상반기	2분기 (전년동기)
제조업	138 (17.0)	273 (17.0%)	143 (18.1)	128 (17.4)	544 (17.4)	131 (18.4)	160 (20.6%)	291 (19.5%)	15.9
서비스업	654 (80.3)	1,293 (80.7%)	639 (80.7)	596 (80.9)	2,528 (80.7)	571 (80.2)	624 (80.2%)	1,195 (80.2)	-4.6
문화·오락 (서비스업 중 비중)	9 (1.1)	14 (0.9%)	9 (1.1)	11 (1.5)	34 (1.1)	6 (0.8)	16 (2.1%)	22 (1.5%)	77.8
전 체	814	1,602	792	737	3,131	712	778	1,490	-4.4

출처 : 지식경제부(2010), 외국인투자동향 및 통계

〈표 I -6〉 서비스업 외국인직접투자액수 동향

(신고기준, 단위 : 천불, 비중%)

	2009년					2010년			
	2분기	상반기	3분기	4분기	2009	1분기	2분기	상반기	2분기 (전년동기)
제조업	754,747 (25.4)	1,667,894 (35.9)	510,162 (15.1)	1,546,807 (44.6)	3,724,864 (32.4)	653,549 (42.4)	1,341,222 (48.1)	1,994,771 (46.1)	77.7
서비스업	2,194,837 (74.0)	2,952,143 (63.6)	2,848,344 (84.4)	1,793,875 (51.8)	7,594,361 (66.1)	822,919 (53.4)	1,449,199 (51.9)	2,272,118 (52.5)	-34.0
문화·오락 (서비스업 중 비중)	12,140 (0.4)	13,135 (0.3)	8,840 (0.3)	32,642 (0.9)	54,617 (0.5)	1,221 (0.1)	1,353 (0.0)	2,574 (0.1)	-88.9
전 체	2,967,239	4,644,317	3,374,425	3,465,249	11,483,991	1,540,658	2,790,005	4,330,663	-6.0

출처 : 지식경제부(2010), 외국인투자동향 및 통계

〈표 1-7〉 문화·오락 외국인직접투자 세부동향

(신고기준, 단위: 건, 천불)

연도	2009년 2분기		2009년 3분기		2009년 4분기		2009년 연간		2010년 1분기		2010년 2분기	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
문화·오락	9	12,140	9	8,840	11	32,642	34	54,617	6	1,221	16	1,353
문화·방송업	6	12,010	4	3,717	7	31,419	22	48,142	1	39	10	937
일반영화및 비디오제작업	3	199			3	1,119	9	1,908	1	39	1	41
만화영화및 비디오제작업	1	81	2	3,250	1	30,000	4	33,331			2	91
광고영화및 비디오제작업					1	85	1	85				
영화및비디오제작 관련서비스업	1	10,940					1	10,940				
영화배급업					1	172	2	540				
공중파배급업												
공연업											3	534
기타문화· 방송업	1	790	2	467	1	44	5	1,338			4	271
레포트업	3	130	5	5,123	4	1,223	12	6,476	5	1,182	6	416
레포트업	3	130	5	5,123	4	1,223	12	6,476	5	1,182	6	416

출처: 지식경제부(2010), 외국인투자동향 및 통계

## 2.2. 모태펀드 투자 동향

### □ 2010년 2분기 모태펀드 자펀드 운영현황

- '10년 2분기 모태펀드 총 결성액은 5천263억원으로 '10년 1분기대비 300억원 증가
  - '10년 2분기 일반분야 결성액 2천534억원 및 중점분야 3천89억으로 전분기 대비 각각 150억원 증가
    - ※ 중점분야 중 드라마는 150억원 신규로 증가했으며, 자펀드수는 '10년 2분기 전분기대비 일반 및 중점분야 각각 1개 증가 및 총 2개 증가하여 총29개 자펀드 운용중
  - '10년 2분기 중점분야 평균결성액은 약 220억6천만원으로 전체 평균결성액 약 181억5천만원에 비해 약 20억원 이상 높음
    - ※ '10년 2분기 일반분야 평균결성액은 약168억9천만임

- ※ 중점분야 평균결성액 중 애니/캐릭터 약196억7천만원, 게임 약248억8천만으로 평균결성액을 상회함
- ※ 결성액 비중은 중점분야가 다소 높으며, 모태출자액은 중점분야(61.9%)에 집중되어 있음

〈표 I -8〉 '10년 1분기 및 2분기 모태펀드 자펀드 운영현황

(단위 : 억원, %)

	1분기(2010년 3월 30일 현재)				2분기(2010년 6월 30일 현재)				결성액 증감 (전분기대비)
	결성액	모태출자액	자펀드수	평균출자액	결성액	모태출자액	자펀드수	평균결성액	
영상	637.0	186.0	4	159.3	637	186	4	159.3	-
문화산업	1,627.0	391.0	9	180.8	1,897	472	11	172.5	270.0
음원	120.0 <sup>10)</sup>	36.0	1	120.0	-	-	-	-	△120.0
일반(소계)	2,384.0 (48.0)	613.0 (38.1)	14	170.3	2,534 (48.1)	658 (38.1)	15	168.9	150.0
공연예술	575.0	230.0	5	115.0	575	230	5	115.0	-
애니/캐릭터	590.0	236.0	3	196.7	590	236	3	196.7	-
게임	995.0	398.0	4	248.8	995	398	4	248.8	-
드라마	419.0	132.0	1	419.0	419	132	1	419.0	-
CG/3D	-	-	-	-	150	75	1	150.0	150.0
중점(소계)	2,579 (52.0)	996.0 (61.9)	13	198.4	3,089 (51.9)	1,071 (61.9)	14	220.6	150.0
계	4,963 (100)	1,609.0 (100.0)	27	183.8	5,263 (100)	1,729 (100)	29	181.5	300.0

출처: 문화체육관광부

□ 2010년 2분기 모태펀드 자펀드 분야별 투자현황

- '10년 2분기 모태펀드 총 투자금액 및 건수는 각각 약 3천374억원 및 574건
  - '10년 2분기 모태펀드 투자금액 및 건수는 영화부문이 압도적으로 많음
    - ※ 영화부문은 건수(262건) 및 투자 금액(1천668억7천만원, 비중: 48%)에서 최고수준을 나타냄
  - 건당 평균 투자금액은 약 6억1천만원
    - ※ 게임(11억원), 애니/캐릭터(7억5천만원), 인터넷/모바일(7억8천만원) 등 높은 건당 투자금액을 나타냄

〈표 I -9〉 '10년 2분기 모태펀드 자펀드 투자현황

(단위 : 억원, %)

구분	영화	공연	게임	음원	전시	애니/ 캐릭터	드라마	인터넷/ 모바일	기타	합계
건수	262	105	52	70	17	33	13	9	13	574
금액	1,668.7	497.4	570.6	141.0	117.7	247.8	82.7	70.0	77.7	3,473.7
평균	6.4	4.7	11.0	2.0	6.9	7.5	6.4	7.8	6.0	6.1
비율	48.0	14.3	16.4	4.1	3.4	7.1	2.4	2.0	2.3	100

출처: 문화체육관광부

10) '10년 2분기 문화산업 펀드로 편입됨

### 3 소비변화 추이

#### 3.1. 가계수지 및 소비지출 변화 동향

□ 2010년 2분기 가구당 소득은 전년동기대비 7.7% 증가, 가계지출은 7.8% 증가하여 소비지출 확대

● '10년 2분기 가구당 월평균 가계수지, 즉 흑자액(67만9천9백37원)은 전년동기 대비(63만5천5백33원) 7.0% 증가했으며 전분기대비 1.7% 하락

- 가구당 월평균 가계수지는 '09년 1분기에 소비지출의 감소로 전년동기대비 14.6% 증가. 이후 소득의 감소와 소비지출의 증가로 2분기, 3분기<sup>11)</sup>, 4분기에 전년동기대비 6.9%, 12.4%, 4.0% 감소. '10년 1분기에 '09년 1분기 수준으로 회복되고 '10년 2분기는 증가세로 전환

- 가구당 월평균 소득은 '09년 4분기에 전년동기대비 4.9% 증가 이후 '10년 1분기 및 2분기 전년동기대비 7.3% 및 7.7% 증가세 확대. '10년 2분기 가계지출 증가율(7.8%) 중 비소비지출의 증가율(11.5%)이 소비지출(6.8%)에 비해 상대적으로 높음

※ '10년 2분기 가구당 월평균 가계지출(287만1천원)은 전년동기대비 7.8% 증가, 전분기대비 5.4% 하락, 소비지출은 전년동기대비 6.8% 증가, 전분기대비 5.6% 하락

● 소득, 가계지출(소비지출, 비소비지출), 흑자액은 '09년 2분기 이후 전분기대비 지속적으로 상승하다가 '10년 2분기에 이르러 하락

- '09년 2분기 소비지출은 전분기대비 3.1% 하락, 이후 '09년 3분기에서 '10년 1분기까지 전분기대비 6.1%, 1.0%, 5.5% 증가하다가 2분기에 이르러 5.6% 하락

11) 2009년 하반기 콘텐츠산업 동향분석보고서 <표 1-9> 전국가구 가구당 월평균 가계수지 참조, pp21

〈표 I -10〉 전국가구 가구당 월평균 가계수지

(단위 : 천원, %)

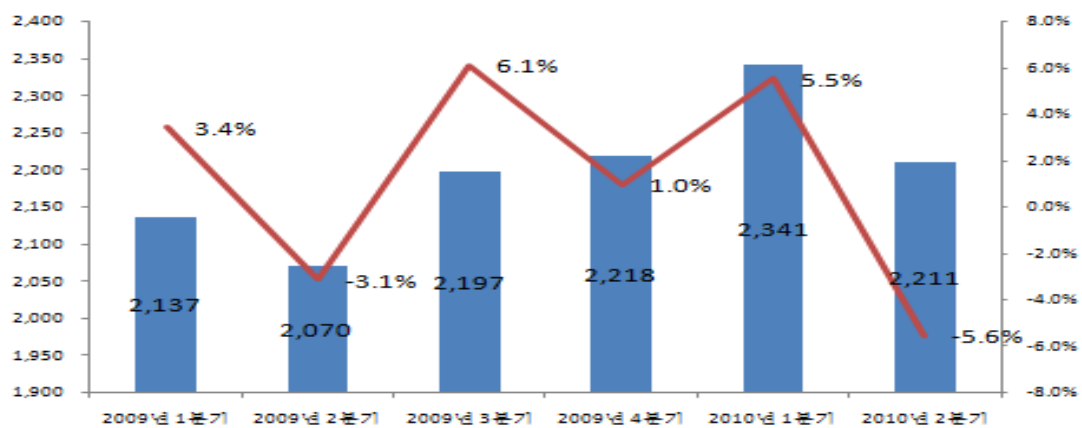
	2009년			2010년		2009년 4분기 (전년동기대비)	2010년 1분기 (전년동기대비)	2010년 2분기 (전년동기대비)
	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)			
소득	3,298.9 (-5.1)	3,456.3 (4.8)	3,539.7 (2.4)	3,728.5 (5.3)	3,551.7 (-4.7)	4.9	7.3	7.7
가계지출	2,663.3 (-4.4)	2,818.3 (5.8)	2,864.8 (1.6)	3,037.1 (6.0)	2,871.8 (-5.4)	7.2	9.1	7.8
소비 지출 <sup>12)</sup>	2,070.7 (-3.1)	2,197.2 (6.1)	2,218.6 (1.0)	2,341.8 (5.5)	2,211.2 (-5.6)	7.3	9.5	6.8
비소비 지출 <sup>13)</sup>	592.6 (-8.4)	621.1 (4.8)	646.1 (4.0)	695.3 (7.6)	660.5 (-5.0)	6.7	7.5	11.5
흑자액	635.5 (-8.1)	637.9 (0.4)	674.8 (5.8)	691.4 (2.5)	679.9 (-1.7)	-4.0	0.0	7.0

출처 : 통계청(2010), '09년 1분기~3분기 가계동향

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

〈그림 I -9〉 소비지출 증감률 변동 추이

(단위 : 천원, %)



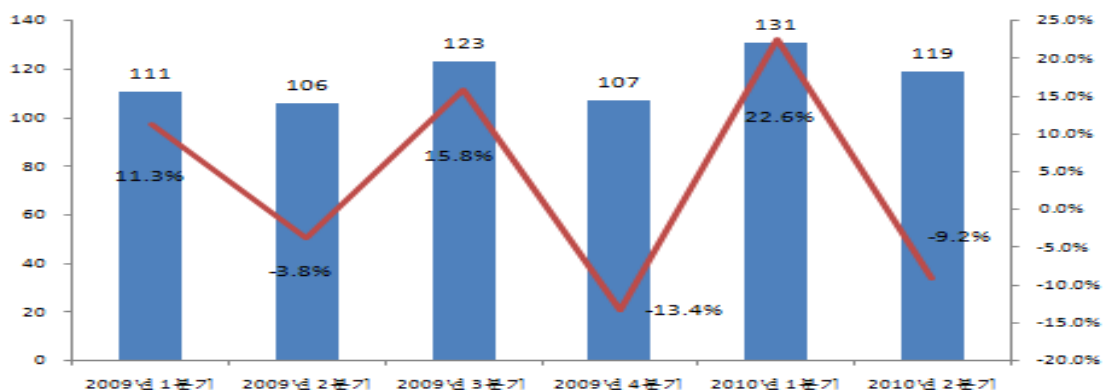
12) 소비재의 구입을 위한 소비자의 지출을 말함. 통계청은 1)식료품, 비주류음료 2)주류.담배 3)의류.신발 4)주거.수도, 광열 5)가정용품.가사서비스 6)보건 7)교통 8)통신 9)오락.문화 10)교육 11)음식.숙박 12)기타.상품서비스로 나눔.  
13) 가계지출 중 소비지출 이외의 지출로서 통계청은 1)경상조세 2)비경상조세 3)연금 4)사회보장 5)이자비용 6)가구간이 전지출 7)비영리단체로 이전 등으로 나눔.



- '10년 2분기 월평균 오락문화지출은 11만9,385원으로 전년동기대비 11.6% 증가, 전분기대비 9.2% 하락
- '10년 2분기 가구당 월평균 소비지출 중 콘텐츠 영역인 오락문화 지출은 전분기대비 1만2천여원 감소
- 오락문화 소비지출은 '08년 4분기에 9만7천원으로 저점을 확인 후 '09년 1분기에서 '10년 1분기까지 각각 11만1천원, 10만6천원, 12만3천원, 10만7천원, 13만1천원을 기록
- ※ '09년 2분기에서 '10년 2분기까지 전분기대비 오락문화 소비지출 증감률은 각각 -3.8%, 15.8%, -13.4%, 22.6%, -9.2%로 경기변동 및 계절적 요인에 의한 증감률 변동폭이 크게 나타남. 이에 비해 전체 소비지출 증감률은 '09년 2분기 3.1% 감소하다가 완만한 증가세를 나타내다가 '10년 2분기에 이르러 하락함
- ※ '10년 2분기 전년동기대비 오락·문화 소비지출 증가율(11.6%)외 가정용품 및 가사서비스 지출은 가사도우미, 간병인 등 지출이 늘어 13.7% 증가. 건강에 대한 관심증대에 따른 의약품 및 외래의료서비스 지출이 늘어 보건지출은 13.0% 증가. 야외활동이 많아지는 계절적 요인에 따라 의류 및 신발 지출은 11.6% 증가. '09년 도시가스 인상에 따른 주거 및 수도광열 지출은 9.0% 증가
- 경기변동 및 계절적 요인에 민감하게 반응하는 오락·문화 소비지출은 등락을 거듭하면서도 경기회복 속도에 따라 지속적인 증가추세를 보일 것으로 예상

〈그림 I -10〉 오락·문화 소비지출 증감률 변동 추이

(단위 : 천원, %)



〈표 1-11〉 전국가구 가구당 월평균 소비지출

(단위 : 천원, %)

구 분	2009년			2010년		2009년 구성비			2010년 구성비		10년1분기 (전분기 대비)	10년2분기 (전분기 대비)
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	2분기 구성비	3분기 구성비	4분기 구성비	1분기 구성비	2분기 구성비		
소비 지출	2,070.7 (-3.1)	2,197.2 (6.1)	2,218.6 (1.0)	2,341.7 (5.5)	2,211.2 (-5.6)	100	100	100	100	100	9.5	6.8
실질	1,837.3 (-4.1)	1,939.3 (5.5)	1,954.7 (0.8)	2,043.4 (4.5)	1,912.8 (-6.4)	-	-	-	-	-	6.7	4.1
식료품 및 비주류음료	284.6 (-0.3)	312.5 (9.8)	310.2 (-0.8)	298.5 (-3.8)	295.0 (-1.2)	13.7	14.2	14.0	12.7	13.3	4.5	3.6
주류및담배	26.4 (2.8)	27.8 (5.4)	26.8 (-3.5)	26.3 (-1.9)	27.4 (4.4)	1.3	1.3	1.2	1.1	1.2	2.6	4.2
의류및신발	132.9 (5.7)	107.2 (-19.3)	161.2 (50.3)	136.4 (-15.4)	148.3 (8.8)	6.4	4.9	7.3	5.8	6.7	8.5	11.6
주거 및 수도광열	206.1 (-17.5)	178.8 (-13.3)	209.3 (17.1)	284.6 (36.0)	224.6 (-21.1)	10.0	8.1	9.4	12.2	10.2	13.9	9.0
가정용품 및 가사서비스	71.0 (9.5)	79.1 (11.3)	91.9 (16.3)	76.4 (-16.9)	80.7 (5.6)	3.4	3.6	4.1	3.3	3.7	17.8	13.7
보 건	140.2 (3.7)	144.8 (3.2)	146.4 (1.2)	144.3 (-1.5)	158.5 (9.9)	6.8	6.6	6.6	6.2	7.2	6.7	13.0
교 통	257.7 (20.5)	277.1 (7.5)	316.0 (14.0)	250.3 (-20.8)	271.6 (8.5)	12.4	12.6	14.2	10.7	12.3	17.0	5.4
통 신	132.9 (1.6)	132.8 (-0.1)	134.7 (1.4)	137.2 (1.9)	139.2 (1.5)	6.4	6.0	6.1	5.9	6.3	4.8	4.7
오락·문화	106.9 (-3.8)	123.8 (15.8)	107.2 (-13.4)	131.5 (22.6)	119.3 (-9.2)	5.2	5.6	4.8	5.6	5.4	18.3	11.6
교 육	235.8 (-34.5)	339.5 (43.9)	228.6 (-32.7)	377.9 (65.3)	238.3 (-36.9)	11.4	15.5	10.3	16.1	10.8	4.9	1.1
음식·숙박	288.6 (13.0)	289.2 (0.2)	287.0 (-0.8)	276.9 (-3.5)	304.1 (9.8)	13.9	13.2	12.9	11.8	13.8	8.4	5.4
기타 상품 및 서비스	186.8 (4.4)	184.3 (-1.4)	198.9 (-0.8)	201.1 (1.1)	203.5 (1.2)	9.0	8.4	9.0	8.6	9.2	12.4	8.9

출처 : 통계청(2010), '09년 1분기~3분기 가계동향

- '10년 2분기 오락·문화 소비지출 세부내역 구성비는 문화서비스(21.1%), 서적(15.1%), 단체여행비(14.5%), 운동오락서비스(11.4%), 영상음향기기(7.8%)순으로 나타남
- '10년 2분기 전체 오락·문화 소비지출 증가율을 뛰어넘는 부문은 영상음향기기(21.6%), 영상음향 및 정보기기수리(20.2%), 오락문화내구재(78.8%), 오락문화내구재유지 및 수리(23.9%), 캠핑 및 운동관련용품(24.4%), 화훼관련용품(20.6%), 애완동물관련용품(12.9%), 화훼 및 애완동물 서비스(43.6%), 단체여행비(48.2%) 등 9개 부문

- 사진광학장비(-29.0%), 기록매체(-10.0%), 악기기구(-18.8%), 복권(-14.7%), 서적(-0.4%), 기타인쇄물(-7.5%) 등 6개 부문은 하락
- '10년 2분기 오락·문화 소비지출 중 핵심 콘텐츠 상품 및 서비스 소비지출 비중은 약 57.3%로 전년동기대비 3.9%p 하락
  - ※ 문화서비스(21.1%) + 서적(15.1%) + 운동 및 오락서비스(11.4%) + 장난감 및 취미용품(4.3%) + 문구(2.9%) + 기타인쇄물(2.2%) + 오락문화내구재(0.2%) + 오락문화 내구재 유지 및 수리(0.1%)

〈표 1-12〉 전국가구 가구당 월평균 오락·문화 소비지출(세부항목)

(단위: 천원, %)

구분	2009년			2010년		2009년 구성비			2010년 구성비		'10년1분기 (전년동기대비)	'10년2분기 (전년동기대비)
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	2분기 구성비	3분기 구성비	4분기 구성비	1분기 구성비	2분기 구성비		
오락·문화	106.9 (-3.8)	123.8 (15.8)	107.2 (-13.4)	131.5 (22.6)	119.3 (-9.2)	5.2	5.6	4.8	5.6	5.4	18.3	11.6
영상음향기기	7.7 (-16.3)	11.2 (45.6)	8.9 (-20.5)	9.8 (10.3)	9.3 (-4.8)	7.2	9.0	8.3	7.4	7.8	6.9	21.6
사진광학장비	2.0 (-26.0)	1.5 (-23.6)	2.3 (48.8)	1.9 (-17.4)	1.4 (-24.4)	1.9	1.2	2.1	1.4	1.2	-30.5	-29.0
정보처리장치	7.6 (-32.2)	9.0 (17.6)	9.4 (4.6)	12.8 (36.2)	8.1 (-36.6)	7.1	7.2	8.7	9.7	6.8	13.5	6.2
기록매체	0.3 (-15.4)	0.2 (-14.1)	0.3 (8.7)	0.4 (42.2)	0.2 (-32.2)	0.3	0.2	0.2	0.3	0.2	12.3	-10.0
영상음향 및 정보기기수리	0.9 (-29.2)	1.2 (41.4)	1.0 (-14.8)	1.1 (7.6)	1.0 (-7.2)	0.8	1.0	1.0	0.8	0.9	-8.2	20.2
오락문화 내구재	0.2 (-17.0)	0.2 (59.6)	0.3 (32.5)	0.2 (-31.8)	0.3 (24.0)	0.1	0.2	0.3	0.2	0.2	19.7	78.8
악기기구	1.2 (26.9)	1.1 (-13.3)	0.7 (-36.6)	1.2 (80.6)	1.0 (-18.2)	1.2	0.9	0.6	0.9	0.8	26.0	-18.8
오락문화 내구재 유지 및 수리	0.7 (-30.2)	0.9 (31.3)	0.2 (143.2)	0.2 (-9.8)	0.1 (-57.0)	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	101.0	23.9
장난감 및 취미용품	4.8 (51.6)	3.8 (-20.5)	5.9 (54.8)	3.8 (-35.1)	5.1 (33.5)	4.5	3.1	5.5	2.9	4.3	21.1	6.6
캠핑 및 운동 관련용품	3.8 (19.5)	5.9 (57.1)	4.4 (-25.2)	4.6 (3.9)	4.7 (1.9)	3.5	4.8	4.1	3.5	3.9	46.0	24.4
화훼관련용품	3.9 (37.1)	2.0 (-48.4)	1.5 (-28.2)	2.6 (80.2)	4.7 (80.7)	3.7	1.6	1.4	2.0	4.0	-8.5	20.6
애완동물 관련용품	1.5 (6.9)	1.4 (-4.5)	1.5 (4.9)	1.5 (-0.8)	1.7 (13.7)	1.4	1.2	1.4	1.1	1.4	6.2	12.9
화훼 및 애완동물 서비스	0.8 (23.0)	1.29 (46.6)	0.8 (-30.7)	1.0 (15.4)	1.2 (22.5)	0.8	1.0	0.8	0.7	1.0	44.2	43.6
운동 및 오락서비스	12.7 (13.5)	16.1 (26.8)	12.6 (-21.9)	14.2 (12.9)	13.6 (-4.4)	11.9	13.0	11.7	10.8	11.4	26.8	6.8
문화서비스	23.4 (11.0)	23.8 (1.8)	22.12 (-7.4)	23.7 (7.6)	25.2 (6.0)	21.9	19.2	20.6	18.1	21.1	12.6	7.5
복권	0.3 (-1.5)	0.3 (-10.1)	0.3 (-8.5)	0.3 (-1.5)	0.3 (5.3)	0.3	0.2	0.3	0.2	0.2	-20.2	-14.7
서적	18.2 (-27.6)	23.1 (27.2)	18.9 (-18.3)	28.1 (48.7)	18.1 (-35.6)	17.0	18.6	17.6	21.3	15.1	11.9	-0.4
기타인쇄물	2.9 (2.9)	2.9 (2.1)	2.8 (-3.9)	2.7 (-3.0)	2.7 (-2.8)	2.7	2.4	2.6	2.1	2.2	-2.1	-7.5
문구	3.21 (-25.9)	2.9 (35.7)	3.2 (-34.5)	4.8 (51.4)	3.5 (-27.1)	3.0	2.3	2.9	3.6	2.9	12.1	10.2
단체여행비	11.7 (24.9)	15.8 (35.7)	10.4 (-34.5)	16.7 (61.1)	17.3 (3.4)	10.9	12.8	9.7	12.7	14.5	78.8	48.2

출처: 통계청(2010), '09년 2분기~'10년 2분기 가계동향

3.2. 가계수입 및 소비지출 변화 전망

- 소비자심리지수(CSI)<sup>14)</sup>는 '09년 5월 이후 지속적으로 상승하여 '09년 10월 연고점 117을 기록한 후 '10년 6월 112로 지속적으로 호조세 유지
  - 가계수입전망 CSI는 '09년 10월 106을 고점으로 '10년 6월 103으로 안정적 호조. 소비지출전망 CSI도 같은 흐름을 전개, '09년 10월 113을 최고점으로 '10년 6월 112로 안정적 호조
  - 교양·오락·문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '09년 3월 이후 상승세를 보여 '10년 6월 98을 기록하였으나 여전히 기준지수 100 미달
    - ※ '10년 1월에서 5월까지 교양·오락·문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 94, 96, 95, 95, 97, 98로 상승세
  - 외식비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '09년 4월 이후 지속적으로 상승하여 '10년 6월 95를 기록하였으나 여전히 기준지수 100 미달
  - 여행비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '09년 6월 이후 지속적으로 상승하여 '10년 6월 92를 기록하였으나 기준지수 100 미달

〈표 I -13〉 가계수입 및 소비지출전망 CSI 추이

			2009								2010						
			4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
소 비 자 심 리 지 수			98	105	106	109	114	114	117	113	113	113	111	110	110	111	112
가계수입전망CSI			91	98	98	99	103	103	106	103	103	103	102	101	101	101	103
소비지출전망CSI			100	104	107	107	110	111	113	111	112	112	111	111	111	111	112
내 의 외 여 교 의 교양·오락·문화비 교 통 · 통 신 비	구	재	83	89	90	92	95	95	95	96	95	95	95	95	96	95	97
	류	비	90	96	96	97	100	102	105	103	103	102	102	103	103	104	104
	식	비	76	84	86	87	92	91	92	90	92	90	91	92	92	94	95
	행	비	70	81	80	81	85	82	86	85	86	87	89	89	89	90	92
	육	비	102	105	106	105	106	107	109	107	109	110	110	110	109	108	108
	의 료 · 보 건 비		112	114	115	117	117	119	120	121	121	119	119	120	120	120	121
	교양·오락·문화비		83	89	90	91	94	94	96	94	95	94	96	95	95	97	98
	교 통 · 통 신 비		108	109	112	111	112	113	113	114	114	114	115	114	114	114	113

출처 : 통계청(2010), '09년 4월~'10년 6월 소비자동향조사

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

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

## 4 수출변화 추이

### 4.1. 콘텐츠업체(상장사) 수출 변화 추이<sup>15)</sup>

#### □ 2010년 2분기 및 상반기 콘텐츠 업체 수출 동향

- 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '10년 2분기 및 상반기 수출액은 각각 약 1천940억원 및 3천755억으로 전년동기대비 23.6%, 32.7% 성장
  - '10년 2분기 전분기대비 6.9% 상승
    - ※ 유가증권시장 상장사 법인<sup>16)</sup> '10년 상반기 수출증가율은 전년동기대비 19.2%로 콘텐츠산업 상장사 증가율이 13.5%p 높음
- 게임 '10년 2분기 및 상반기 수출액은 각각 약 1천367억원 및 2천679억원으로 전년동기대비 4.9%, 16.3% 성장
  - '10년 2분기 및 상반기 전체 상장사 수출액 중 70.5%, 71.4%의 비중 차지, 전년동기대비(83.1%, 81.4%)에 비해 비중이 다소 줄어듦
  - '10년 2분기 및 상반기의 경우 네오위즈게임즈 (172.1%, 162.5%), CJ인터넷 (95.4%, 137.5%) 등 자금력 및 신작개발이 용이한 대형업체가 수출을 주도함. 액토즈소프트는 23.6%, 25.8% 감소하여 대형업체 중 하락세가 두드러짐
    - ※ '10년 2분기 전분기대비 4.2% 상승하였으나, 네오위즈게임즈 등 일부업체를 제외하고 전반적으로 하락함. 엔씨소프트는 '10년 2분기 전년동기대비 1.6% 감소했으나, 상반기에는 24.3%로 성장하여 2분기는 다소 부진함
  - 중소형 업체 중에서는 드래곤플라이 (7,249.1%, 11,163.9%), 게임하이, 제이씨엔터테인먼트, 게임빌 등 3개업체를 제외하고 대부분의 업체들은 수출 부진을 면치 못하고 있음
    - ※ 드래곤플라이는 「스페셜포스」 및 「카르마리턴즈」 등 온라인 게임이 태국, 대만, 중국, 일본, 미국, 필리핀, 베트남, 유럽의 8권역 30여개 국어 서비스를 통해 수출이 급증하였으며,

15) 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 81개 선별 (게임(20), 인터넷포털(4), 출판(9), 방송(20), 광고(4), 영화(9), 음악(9), 애니메이션/캐릭터(6))

자료의 출처는 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)에 등록된 기업보고서

16) 유가증권시장 12월 결산법인 639개사 중 제조법인 377사

가장 먼저 서비스를 시작한 태국에서는 이미 사용자수 측면에서 1위를 차지하는 등 수출 호조세가 지속될 것으로 판단됨. 이중 '10년 상반기 「스페셜포스」 수익구조는 아이템매출 65%, PC방매출 25%, 광고 등 기타매출 10%임

- 모바일 게임업체인 컴투스스는 스마트폰용 게임수출을 통해 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 각각 152.9% 및 122.2%로 상승세가 지속되고 있음
- 방송, 음악, 출판 '10년 2분기 수출액은 각각 약 198억2천만원, 약 151억5천만원, 22억1천만원으로 전년동기대비 280.1%, 128.2%, 199.5% 고성장
  - 방송, 음악, 출판 '10년 상반기 수출액은 각각 약 365억원, 305억원, 33억원으로 전년동기대비 각각 305.3%, 180.3%, 122.8% 성장
    - ※ '10년 2분기 및 상반기 방송 및 음악 수출액 비중은 각각 18.0%, 17.8%이고, 방송 '10년 2분기 및 상반기 비중은 6.9%p, 6.5%p 급격히 상승함
  - 영화는 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 83.5%, 42.7% 증가하였으나 비중이 각각 1.1%, 1.9% 미미한 수준임
  - 애니메이션/캐릭터는 '10년 2분기 및 상반기 수출액은 약 180억원 및 302억이며 전년동기대비 39.9% 및 14.4% 성장
- 전분기대비 기준 콘텐츠산업 관련 상장사 수출증가율은 '09년 4분기까지 상승세를 유지하다가 '10년 1분기에 하락. '10년 2분기에 다시 6.9% 상승
  - 게임 및 방송은 '09년까지 상승세가 유지되다가 '10년 1분기에 계절적 비수기에 잠시 감소했다가 '10년 2분기에 이르러 4.2%, 18.8% 상승세로 반전
  - 출판은 '09년 이후 지속적으로 상승세를 유지하고 있으나 절대 수출규모는 미미한 수준
  - 영화, 음악은 '09년 이후 지속적인 등락을 보이다가 '10년 2분기에 이르러 전분기대비 각각 58.5%, 1.7% 감소
  - 애니/캐릭터는 '09년 이후 지속적인 등락을 보이다가 '10년 2분기에 이르러 전분기대비 47.7% 상승

〈표 I -14〉 '09년 2분기~'10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동

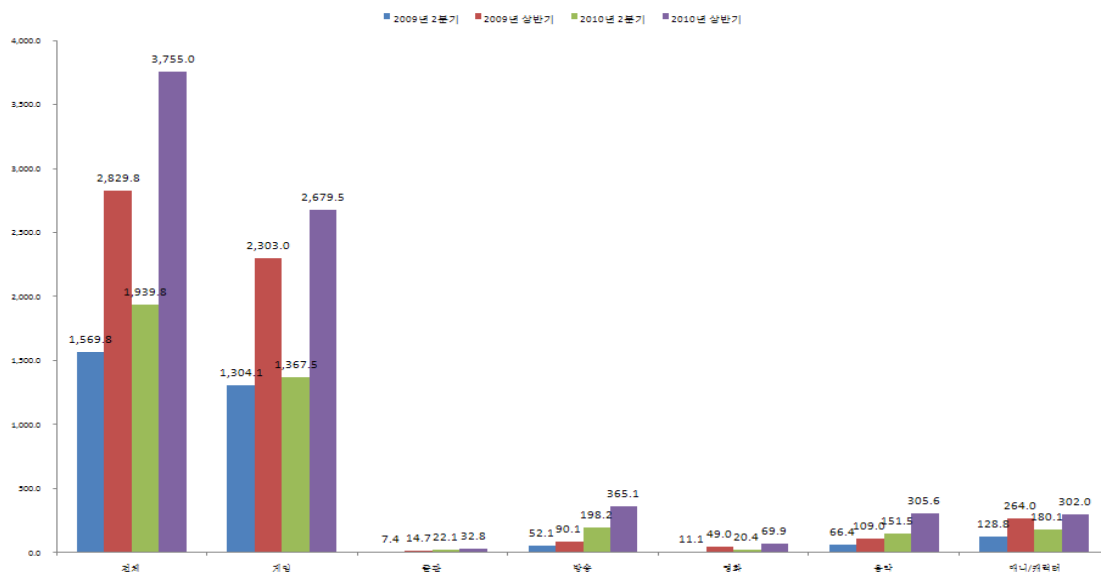
(단위 : 억원, %)

구분	2009년					2010년			
	2분기 (전기대비)	상반기	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2009	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)
게임	1,304.1 (30.5%)	2,303.0	1,391.8 (6.7%)	1,455.2 (4.6%)	5,150.1	1,312.0 (-9.8%)	1,367.5 (4.2%)		2,679.5 (16.3%)
인터넷포털	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a		n/a
								(n/a)	
출판	7.4 (0.5%)	14.7	8.1 (9.8%)	9.2 (14.0%)	32.1	10.7 (15.9%)	22.1 (106.5%)		32.8 (122.8%)
방송	52.1 (37.4%)	90.1	58.6 (12.3%)	185.2 (216.2%)	333.8	166.9 (-9.9%)	198.2 (18.8%)		365.1 (305.3%)
광고	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a		n/a
								(n/a)	
영화	11.1 (-70.7%)	49.0	42.2 (279.5%)	36.7 (-13.0%)	127.9	49.5 (34.9%)	20.4 (-58.8%)		69.9 (83.5%) (42.7%)
음악	66.4 (55.7%)	109.0	76.3 (14.9%)	61.9 (-18.8%)	247.2	154.1 (148.8%)	151.5 (-1.7%)		305.6 (128.2%) (180.3%)
애니/캐릭터	128.8 (-4.8%)	264.0	127.1 (-1.3%)	129.8 (2.2%)	520.9	121.9 (-6.1%)	180.1 (47.7%)		302.0 (39.9%) (14.4%)
합계	1,569.8 (24.6%)	2,829.8	1,704.0 (8.5%)	1,878.1 (10.2%)	6,411.8	1,814.1 (-3.4%)	1,940.3 (6.9%)		3,755.5 (23.6%) (32.7%)

- 1) 게임 중 '위메이드엔터테인먼트'는 '09년 4분기 자료 확보 및 적용함
- 2) 인터넷포털 산업은 산업의 특성상 내수를 중심으로 영업활동이 이루어지므로 수출이 발생하지 않아 분석 제외
- 3) 출판 중 대교와 능률교육 사업보고서에서만 수출 발생
- 4) 방송, 영화 중 약 30% 업체만이 사업보고서 상에 수출액 명시
- 5) 광고 산업 중 대부분의 업체들의 수출 데이터 수집에 한계가 있어 분석에서 제외함
- 6) 애니/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈' 및 '바른손'은 수출데이터 부재 분석에서 제외함

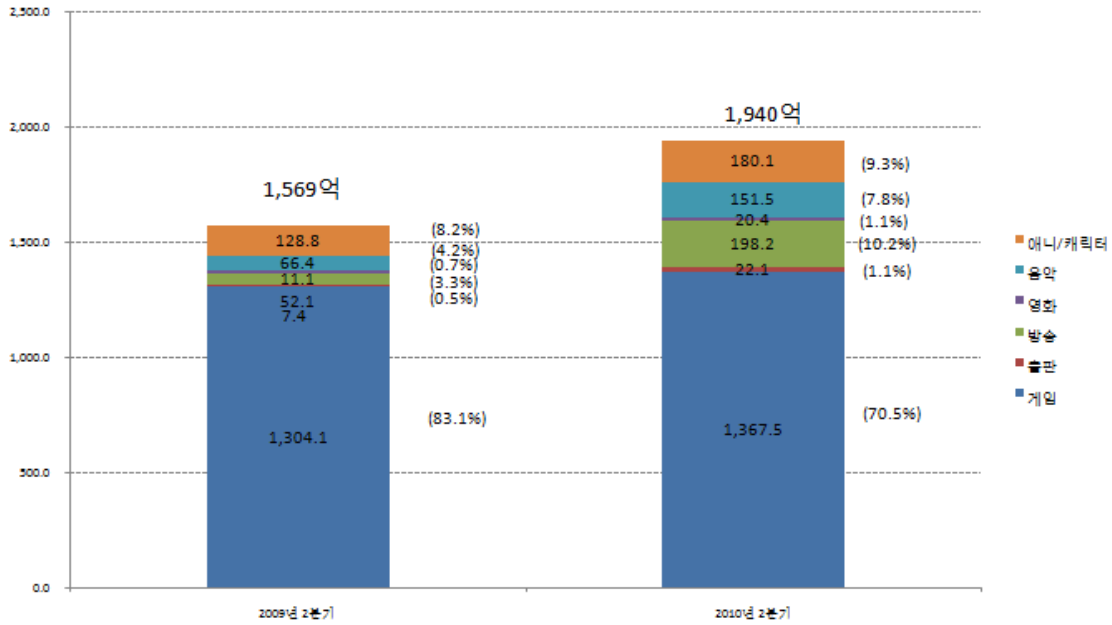
〈그림 I -11〉 '09년 상반기 vs '10년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 수출 변동

(단위 : 억원)



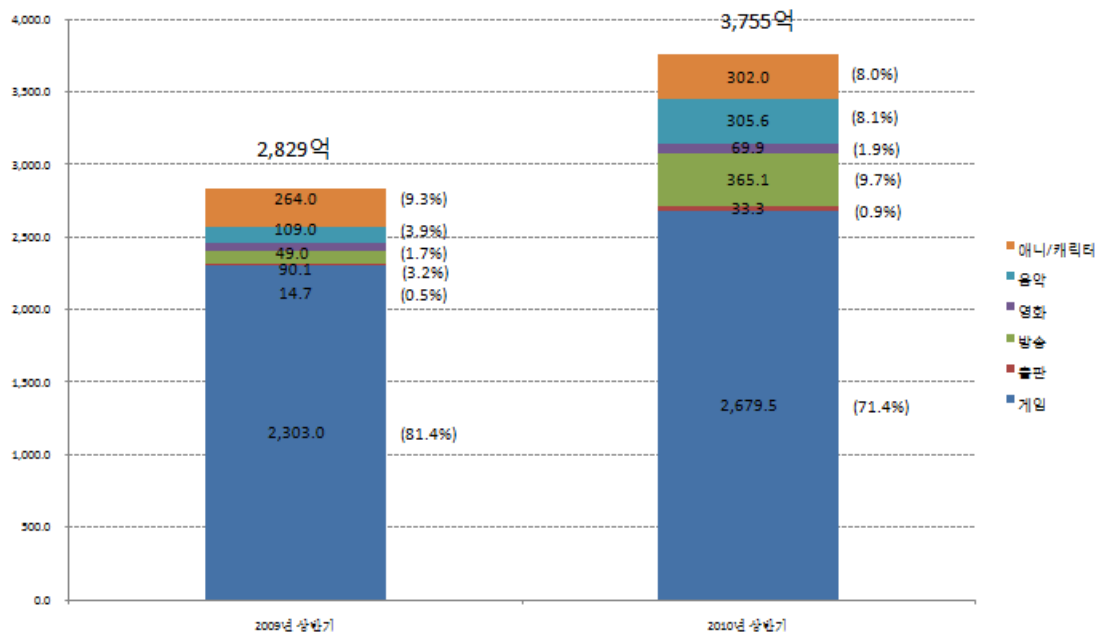
〈그림 I -12〉 '09년 2분기 vs '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 수출 누적

(단위 : 억원)



〈그림 I -13〉 '09년 상반기 vs '10년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 수출 누적

(단위 : 억원)





## 5 고용변화 추이

### 5.1. 문화산업분야 고용 변화 추이

#### □ 경기호조에 따른 고용시장 점진적 개선

- 경기 상승에 따른 전반적인 고용시장은 점진적으로 개선되고 있으나, 경제구조 변화에 따른 연령별, 학력별 실업문제는 심화되는 양상
  - 통계청의 고용동향에 따르면 '10년 6월 경제활동인구는 25,158천명으로 전년동월대비 314천명(0.9%) 증가하였고, 경제활동참가율은 62.0%로 전년동월대비 0.2%p 하락
  - '10년 6월 실업률은 전년동월대비 0.3%p 하락하여 3.5%, 고용률(취업인구 비율)은 전년동월대비 변동없이 59.8%, 특히 청년 실업률(15세~29세)은 전월대비 1.9%p 상승하여 8.3% 기록하였으며 향후 상승 가능성 다소 존재
  - 실업률 추이는 '10년 1월 5.0%까지 치솟았다가 4월 3.8%, 5월 3.2%, 6월 3.5%로 계속 감소하고 있으며 실업자수는 4월 93만4000명, 5월 79만3000명, 6월 87만8000명으로 등락 추세

〈표 I -15〉 '09년 4월~'10년 6월 실업률 추이

(단위 : %)

구분	2009년										2010년					
월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	
실업률	3.8	3.8	3.9	3.7	3.7	3.4	3.2	3.3	3.5	5.0	4.9	4.1	3.8	3.2	3.5	

출처 : 통계청(2010), '09년 4월~'10년 6월 실업률

- 서비스업 분야 중 문화산업분야는 '10년 4월에서 6월까지 전년동월대비 높은 신규 구인 동향을 보임
  - '10년 6월 전체 구인 현황을 살펴보면, 203,397명으로 전년동월대비 53.7% 증가, '10년 2분기 전년동기대비 54.0%의 높은 신규 구인동향을 보임

- 서비스업 분야 중 문화산업 분야의 구인 동향은 '10년 6월 전년동월대비 62.6% 증가, '10년 2분기 전년동기대비 65.4% 증가
- 지속적인 구인 증가세 속에서 문화산업분야 또한 신규 구인동향이 증가했으나 상대적으로 낮은 수치를 보임. '출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업'은 전년동월대비 4월 62.6%, 5월 53.1%, 6월 49.3%로 지속적인 높은 증가율을 보였고, '예술스포츠 및 여가관련 서비스업'은 전년동월대비 4월 31.3%, 5월 139.2%, 6월 75.8%로 높은 증가율을 보임
- 직종별로 살펴보면, '10년 4월에서 6월까지 전년동월대비 높은 증가세를 보이고 있으며, 직종에 따른 증가율 및 기간별 증감 크기의 차이를 보임
- 전체적인 구인증가세 속에서 '문화, 예술, 디자인, 방송 관련직'은 전년동월대비 '10년 4월 36.4%, 5월 69.0%, 6월 23.7%의 높은 증가율을 보임. '미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직'은 '10년 4월 32.9%, 5월 37.4%, 6월 54.3%로 상대적으로 낮은 증가율을 보임

〈표 I -16〉 문화산업별 및 직종별 신규구인인원

(단위 : 명, %)

구 분		2009				2010				'10년 전년동월대비 및 2분기 전년동기대비 증감률			
		4월	5월	6월	2분기	4월	5월	6월	2분기	10년 4월	10년 5월	10년 6월	10년 2분기
전 체		123,394	109,058	132,320	364,772	187,436	170,840	203,397	561,673	64,042 (51.9)	61,782 (56.7)	71,077 (53.7)	196,901 (54.0)
문화·화 산·기 타	출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	3,635	3,316	4,121	11,072	5,909	5,076	6,151	17,136	2,274 (62.6)	1,760 (53.1)	2,030 (49.3)	6,064 (54.8)
	예술·스포츠 및 여가관련 서비스업	601	424	632	1657	789	1,014	1,111	2,914	188 (31.3)	590 (139.2)	479 (75.8)	1,257 (75.9)
직 종	문화·예술·디자인 방송 관련직	3,340	2,759	3,790	9,889	4,555	4,662	4,689	13,906	1,215 (36.4)	1,903 (69.0)	899 (23.7)	4,017 (40.6)
	미용·숙박·여행 오락·스포츠 관련직	961	1,017	1,043	3,021	1,277	1,397	1,609	4,283	316 (32.9)	380 (37.4)	566 (54.3)	1,262 (41.8)

※ 출처 : 한국고용정보원(2010), 워크넷 구인·구직 및 취업 동향 참조

- 문화산업분야 직종별 '10년 6월 취업률 17.7%<sup>17)</sup>로 전년동월대비 1.1%p 상승
  - '10년 6월 전체 신규 구직 현황을 살펴보면, 314,180명으로 전년동월대비 3.2% 감소, '10년 4월 전년동월대비 14.7% 증가, 5월 전년동월대비 8.3%로 전반적인 감소추세
  - '10년 2분기 전체 신규 구직 대비 취업률은 29.2%인 반면, 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직 및 미용, 숙박, 여행, 오락, 스포츠 관련직 신규 구직 대비 취업률은 각각 24.3%, 11.9%(평균 18.1%)로 낮게 나타남
- 문화산업분야 '10년 6월 신규 구직 대비 구인 현황<sup>18)</sup>(30.8%)은 전체 현황<sup>19)</sup>(64.7%)보다 약34%p 정도 취약한 고용시장 상태를 보이나 구인 대비 실제 취업률은 높음
  - 신규 구직에 비해 구인 현황은 약 30~70% 수준으로 고용시장의 공급과 수요의 괴리가 큼을 알 수 있음. 더군다나 구인 대비 실제 취업률은 약 55~70%로 '10년 1분기(50~60%)에 비해 높은 수준이며, 산업계가 요구하는 인력과 양성되는 인력의 차이가 큼을 알 수 있음
    - ※ '10년 6월 전체구인대비 실제 취업률 38.8%로 전체 구직대비 취업률 25.2%에 비해 13.6%p 높으나 '10년 3월 전체구인대비 실제취업률 45.0%에 비해 낮은 수준임
  - 문화산업분야 직종 중 문화, 예술, 디자인, 방송 관련직을 살펴보면, '10년 2분기 신규 구직 대비 구인 현황은 31.2% 수준으로 전체 비율(65.1%) 보다도 30%p이상 낮게 나타났고 문화산업분야 고용시장의 공급 수준이 높은 것으로 나타남. 반면 구인 대비 실제 취업률은 62.3%로 전체 비율보다 17%p이상 높게 나타남
    - ※ '10년 2분기 신규 구직 대비 구인 비율 및 구인 대비 실제 취업률은 '10년 1분기에 비해 5%p 및 6%p 이상 격차 확대

17) 문화,예술,디자인,방송 관련직 및 미용,숙박,여행,오락,스포츠 관련직 '10년 6월 취업률 합산하여 평균

18) 문화,예술,디자인,방송 관련직 및 미용,숙박,여행,오락,스포츠 관련직 '10년 6월 신규구인/신규구직 합산

19) 2010년 6월 전체 신규구인/신규구직

〈표 I -17〉 문화산업분야 직종별 신규구직 및 취업(희망직종별)

(단위 : 명, %, %p 전년동월대비)

구 분		2009				2010				'10년 2분기 전년동월대비 및 전년동기대비 증감률			
		4월	5월	6월	2분기	4월	5월	6월	2분기	'10년 4월	'10년 5월	'10년 6월	'10년 2분기
전 체	신규 구직	262,996	228,114	324,454	815,564	301,565	246,965	314,180	862,710	14.7	8.3	-3.2	5.8
	취업	77,026	63,604	93,817	234,447	97,718	74,922	79,085	251,725	26.9	17.8	-15.7	7.4
	취업률	29.3	27.9	28.9	28.7	32.4	30.3	25.2	29.2	3.1	2.5	△3.7	0.4
문화,예술, 디자인,방송 관련직	신규 구직	10,715	9,900	13,198	33,813	11,924	11,049	12,547	35,520	11.3	11.6	-4.9	5.0
	취업	2,610	2,100	2,659	7,369	3,183	2,646	2,808	8,637	22.0	26.0	5.6	17.2
	취업률	24.4	21.2	20.1	21.8	26.7	23.9	22.4	24.3	2.3	2.7	2.2	2.5
미용,숙박,여행 오락,스포츠 관련직	신규 구직	6,236	5,514	7,797	19,547	7,737	7,068	7,886	22,691	24.1	28.2	1.1	16.1
	취업	843	746	1,014	2,603	941	737	1,021	2,699	11.6	-1.2	0.7	3.7
	취업률	13.5	13.5	13.0	13.3	12.2	10.4	12.9	11.9	△1.4	△3.1	△0.1	△1.4

※ 출처 : 한국고용정보원(2010), 워크넷 구인·구직 및 취업 동향 참조

5.2. 콘텐츠업체(상장사) 고용 변화 추이<sup>20)</sup>

- 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '10년 2분기 종사자수는 3만88명으로 전년 동기대비 2.5% 증가했고, 전분기대비 0.8% 하락
  - 게임, 광고, 음악 및 애니/캐릭터는 전년동기대비 10.1%, 4.8%, 14.3% 및 6.7% 증가. 영화는 전년동기대비 8.0% 큰 폭 감소
  - 종사자 비중을 보면 게임 (32.8%), 출판 (23.3%), 인터넷포털 (16.5%), 방송 (14.8%) 순으로 전체 종사자의 87.4% 차지
    - 게임을 제외한출판, 인터넷포털, 방송 등의 종사자 비중이 1.3%p, 0.6%p, 0.4%p 하락
  - 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 종사자는 '09년 2분기를 저점으로 상승세를 나타내다가 '10년 2분기에 들어 0.8% 하락
    - '09년 3분기부터 '10년 1분기까지 전분기대비 0.6%, 1.7%, 1.0% 상승함
    - 취업은 경기의 후행지표로서 향후 지속적인 경기호조가 이뤄질 경우 종사자 증가가 예상됨

20) 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 81개 선별 (게임(20), 인터넷포털(4), 출판(9), 방송(20), 광고(4), 영화(9), 음악(9), 애니메이션/캐릭터(6))  
자료의 출처는 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)에 등록된 기업보고서

〈표 I -18〉 '09년 2분기 ~ '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동

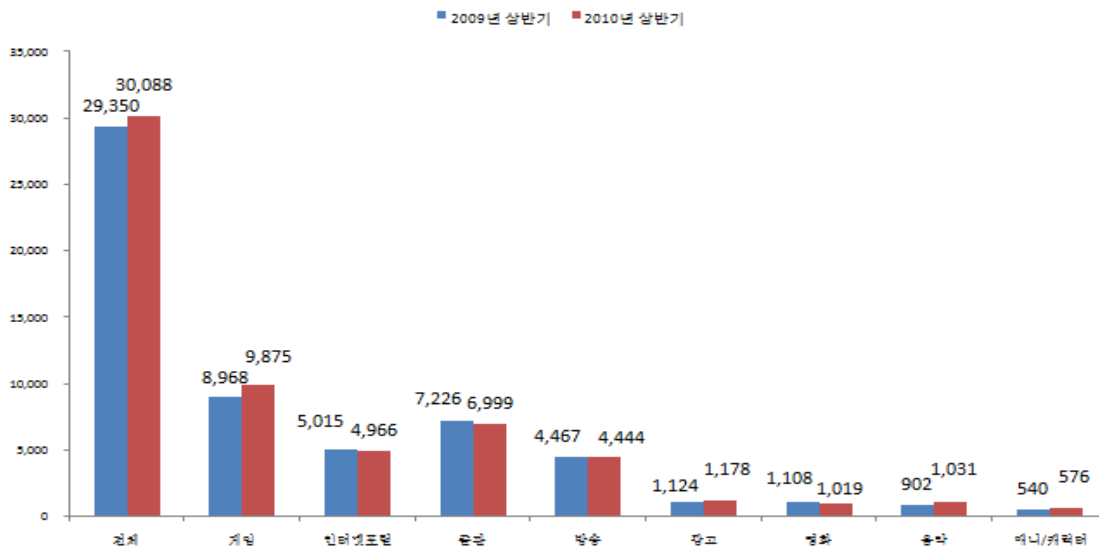
(단위 : 명, %)

구분	2009년			2010년		2분기 (전년동기대비)
	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	
게임	8,968 (-2.7%)	9,242 (3.1%)	9,802 (6.1%)	9,814 (0.1%)	9,875 (0.6%)	(10.1%)
인터넷포털	5,015 (-11.2%)	4,986 (-0.6%)	5,007 (0.4%)	5,093 (1.7%)	4,966 (-2.5%)	(-1.0%)
출판	7,226 (0.2%)	7,155 (-1.0%)	7,067 (-1.2%)	7,156 (1.3%)	6,999 (-2.2%)	(-3.1%)
방송	4,467 (-2.1%)	4,437 (-0.7%)	4,395 (-0.9%)	4,460 (1.5%)	4,444 (-0.4%)	(-0.5%)
광고	1,124 (-1.6%)	1,127 (0.3%)	1,123 (-0.4%)	1,170 (4.2%)	1,178 (0.7%)	(4.8%)
영화	1,108 (-8.0%)	1,056 (-4.7%)	1,164 (10.2%)	1,149 (-1.3%)	1,019 (-11.3%)	(-8.0%)
음악	902 (-2.4%)	934 (3.5%)	922 (-1.3%)	947 (2.7%)	1,031 (8.9%)	(14.3%)
애니/캐릭터	540 (-4.9%)	586 (8.5%)	549 (-6.3%)	554 (0.9%)	576 (4.0%)	(6.7%)
합계	29,350 (-3.7%)	29,523 (0.6%)	30,029 (1.7%)	30,343 (1.0%)	30,088 (-0.8%)	(2.5%)

- 1) 게임 중 '위메이드엔터테인먼트', '조이맥스'는 '09년 3분기부터 자료확보 및 분석적용  
 2) 인터넷포털 중 NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입(NHN의 사업 및 매출구조 특성상)  
 3) 출판 '예림당' 추가 분석적용  
 4) 방송 중 올리브나인은 '10년 6월 30일 현재 거래정지상태여서 분석에서 제외  
 5) 영화 중 바이나믹은 '10년 5월 18일 상장폐지, 디초콜릿은 '10년 6월 30일 현재 거래정지중이어서 분석에 제외  
 6) 광고 중 'G2R'은 '10년 2분기 자료 미발표로 분석에서 제외  
 \* 본 자료의 출처인 기업보고서는 누적 분기 단위로 표기되었으나 고용 인원은 flow가 아닌 stock 개념임을 감안하여 보고서의 데이터를 그대로 사용함

〈그림 I -14〉 '09년 2분기 vs '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 변동

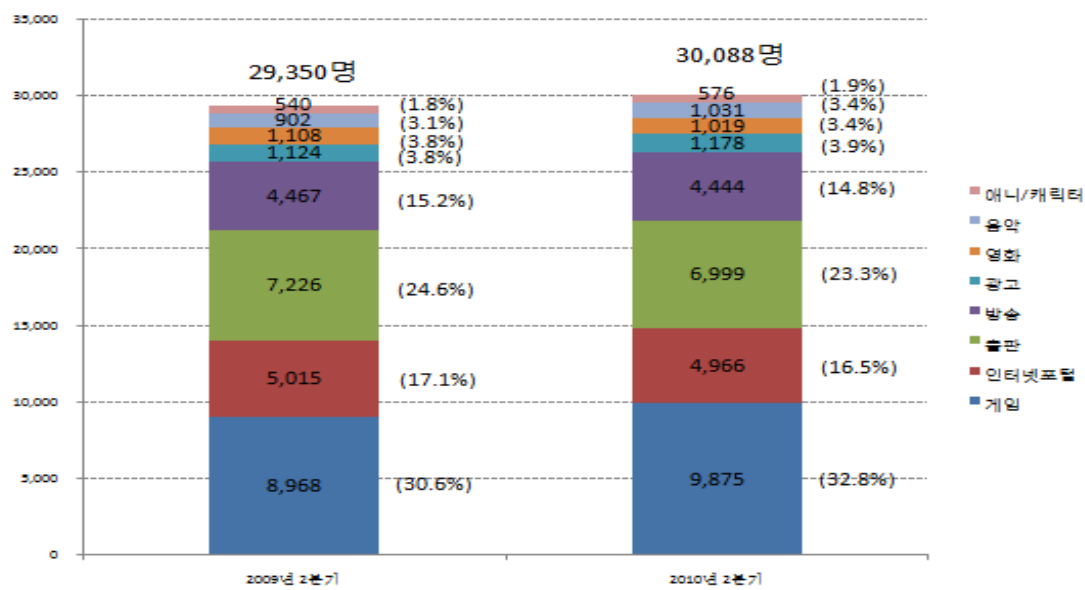
(단위 : 명)



- 1) 게임 중 '위메이드엔터테인먼트', '조이맥스'는 '09년 3분기부터 자료확보 및 분석적용
  - 2) 인터넷포털 중 NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입(NHN의 사업 및 매출구조 특성상)
  - 3) 출판 중 '예림당'은 '10년 2분기부터 자료확보 및 분석 적용
  - 4) 방송 중 올리브나인은 '10년 6월30일 현재 거래정지상여서 분석에서 제외
  - 5) 영화 중 바이나믹은 '10년 5월18일 상장폐지 및 디초콜릿은 '10년 6월 30일현재 거래정지중이어서 분석에 제외
  - 6) 광고 중 'G2R'은 '10년 2분기 자료 미발표로 분석에서 제외
- \* 본 자료의 출처인 기업보고서는 누적 분기 단위로 표기되었으나 고용 인원은 flow가 아닌 stock 개념임을 감안하여 보고서의 데이터를 그대로 사용함

〈그림 I -15〉 '09년 2분기 vs '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 고용 누적

(단위 : 명)



## 6 상장사 재무분석

### 6.1. 콘텐츠산업 상장사 재무제표 변화 추이

#### □ 전체산업 대비 콘텐츠산업

〈표 I -19〉 '09년 상반기 vs '10년 상반기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체 비교

(단위 : 억원, %, %p)

구분		2009년 2분기	2009년 상반기	2010년 2분기	2010년 상반기	2분기 전년동기	상반기 전년동기
매출액	콘텐츠업체	27,644.8	54,665.6	32,003.3	62,947.4	15.8%	15.1%
	전체상장사 <sup>21)</sup>	1,583,339.0	3,110,053.0	1,888,697.0	3,666,466.0	19.3%	17.9%
	비중	1.75%	1.76%	1.69%	1.71%	△0.06%p	△0.05%p
영업이익	콘텐츠업체	5,285.1	9,885.2	6,481.6	13,006.5	22.6%	30.3%
	전체상장사	98,010.0	161,482.0	156,212.0	281,668.0	59.4%	74.4%
	비중	5.39%	6.12%	4.15%	4.61%	△1.24%p	△1.51%p
영업이익률	콘텐츠업체	19.1%	18.3%	20.3%	20.7%	1.2%p	2.4%p
	전체상장사	6.2%	5.2%	8.3%	7.7%	2.1%p	2.5%p

- 전체 상장사 중 콘텐츠산업 관련 상장사가 차지하는 매출액 비중은 작은 편, '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 콘텐츠산업 관련 상장사 매출액은 전체 상장사와 비슷한 상승(15.8%, 15.1% vs 19.3%, 17.9%), 영업이익은 상대적으로 저조한 상승(22.6%, 30.3% vs 59.4%, 74.4%) 보임
- '10년 2분기 및 상반기 전체 상장사 매출액 중 콘텐츠 업체의 매출액 비중은 약 1.7%로 낮은 수준이고 전년동기대비 각각 0.06%p 및 0.05%p 하락
  - ※ '10년 2분기 및 상반기 전체 상장사의 매출은 전년동기대비 19.3%, 17.9% 성장했으며 이는 금융, 외환시장의 안정과 실물경제 호조에 기인
- '10년 2분기 및 상반기 전체 상장사 영업이익 중 콘텐츠산업 관련 상장사의 영업이익은 약 4.15%, 4.61%로 매출액 비중에 비해 높게 나타남
  - ※ 전체 상장사의 영업이익은 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 59.4%, 74.4% 증가한데 반

21) 전체 상장사 데이터는 '09. 12 결산 상장법인 639사 중 비교 가능한 565사 중 금융업 13사를 제외한 업체를 대상 (총552사)으로 추계됨(출처: '10. 8월 보도자료, 한국거래소 www.krx.co.kr)

- 해, 콘텐츠산업 관련 업체의 영업이익은 22.6%, 30.3% 증가하는데 그쳐 전년동기대비 비중은 1.24%p, 1.51%p 감소했으며, '10년 1분기 이후 비중이 지속적으로 낮아지는 경향을 보임
- 기업 활동의 영업 활동 성과를 나타내는 영업이익률은 '10년 2분기 및 상반기 전체 상장사에 비해 약 3배 정도 높은 20.3%, 20.7% 기록
  - 콘텐츠업체의 영업이익률은 '10년 2분기 및 상반기 전년동기대비 1.2%p, 2.4%p 상승
- ※ 전체 상장사의 영업이익률은 2.1%p 및 2.5%p 상승

〈표 I -20〉 '10년 상반기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체 자기자본 부채비율

(단위 : 억원, %)

구 분	콘텐츠업체			전체상장사 <sup>22)</sup>		
	2010년 1분기	2010년 상반기	증감	2010년 1분기	2010년 상반기	증감률
자산총계	166,536.7	170,737.0	2.5%	8,260,820	8,501,688	2.9%
부채총계	49,822.8	50,793.8	1.9%	4,231,905	4,303,756	1.7%
자본총계	116,641.1	119,943.2	2.8%	4,028,915	4,197,932	4.2%
부채비율	42.7%	42.3%	△0.4%p	105.0%	102.5%	△2.5%p

- '10년 1분기 및 상반기 전체 상장사 대비 콘텐츠산업 관련 상장사의 자기자본 부채비율<sup>23)</sup>은 절반이하인 42.7% 및 42.3%로 낮은 수준
- 전체 상장사 자기자본 부채비율은 전분기대비 2.5%p 하락한데 반해 콘텐츠 산업 상장사 0.4%p 하락

〈표 I -21〉 '10년 1분기 및 상반기 전체 상장사 대비 콘텐츠업체 유동비율

(단위 : 억원, %)

구 분	콘텐츠업체		전체상장사 <sup>24)</sup>	
	1분기	상반기	1분기	상반기
유동자산	77,001.3	75,026.2	2,864,578	2,949,285
유동부채	39,022.2	38,104.8	2,553,249	2,572,968
유동비율	197.3%	196.9%	112.2%	114.6%

22) 유가증권시장 12월 결산법인 639사 중 565사. 금융업 13개, 결산기 변경사 등 비교가 불가능한 87개사 제외

23) 부채비율 = 총부채/총자본 : 재무적 위험도 파악 지표

24) 유가증권시장 12월 결산법인 639사 중 552사



- '10년 상반기 전체 상장사 대비 콘텐츠산업 관련 상장사의 유동비율<sup>25)</sup>은 82.3%p 높은 196.9%, '10년 1분기 대비 격차가 3.0%p 하락
- 전체 상장사 유동비율은 전분기대비 2.4%p 증가한데 반해 콘텐츠산업 관련 상장사는 0.4%p 하락

### 6.1.1 콘텐츠산업 상장사 영업이익률 변화 추이

〈표 I -22〉 '09년 2분기 ~ '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익률 추이

(단위 : %, %p)

구분	2009년 2분기	2009년 3분기	2009년 4분기	2010년 1분기	2010년 2분기	2010년 2분기 전년동기증감
전체	19.1%	20.4%	20.2%	21.1%	20.3%	1.2%p
게임	34.4%	34.6%	36.7%	38.7%	36.0%	1.6%p
인터넷포털	31.4%	32.1%	33.8%	36.0%	34.9%	3.5%p
출판	10.8%	12.1%	9.9%	10.4%	9.7%	△1.1%p
방송	13.0%	15.2%	13.5%	10.1%	11.9%	△1.1%p
광고	8.4%	6.8%	9.9%	4.7%	8.9%	0.5%p
영화	6.1%	15.5%	4.0%	11.9%	5.4%	△0.7%p
음악	6.0%	6.1%	4.7%	12.4%	14.7%	8.7%p
애니/캐릭터	-11.1%	-7.6%	0.8%	-1.5%	-3.3%	7.8%p

- 전체 콘텐츠산업 관련 상장사의 영업이익률은 '10년 1분기 20.3%로 전년동기 대비 1.2%p 상승 전분기대비 0.8%p 하락
- '09년 2분기 영업이익률은 19.1%, 3분기 20.4%, 4분기 20.2%, '10년 1분기에 21.1%로 상승하다가 '10년 2분기 20.3%로 다소 하락
- 게임 및 인터넷 포털의 '10년 2분기 영업이익률은 각각 36.0%, 34.9%(전년 동기대비 1.6%p, 3.5%p 상승)로 매우 높은 수준이나 전분기대비 2.7%p, 1.1%p 하락
- ※ 영업이익률의 상승을 결정하는 요인은 매출액 증대 및 비용절감 측면으로 고려할 수 있는데,

25) 유동비율 = 유동자산/유동부채 × 100 : 단기채무지급능력 파악 지표

게임은 해외수출호조 및 인터넷포털은 온라인광고와 검색광고 외에 게임, 만화 등 다양한 콘텐츠를 통한 수익창출에 기인

- 음악 및 방송은 '10년 2분기 10%대의 영업이익률 나타낸 것을 제외하고 기타 분야는 전반적으로 영업이익률이 낮은 수준

※ 출판은 9.7%, 영화는 5.4%로 전분기대비 각각 0.7%p, 6.5%p 하락하였고, 방송은 11.9%, 광고는 8.9%, 음악은 14.7%로 전분기대비 1.8%p, 4.2%p, 2.3%p 상승하였음. 애니메이션/캐릭터는 '09년에 비해 적자규모가 줄어들고 있으나, 여전히 마이너스 영업이익률을 보이고 있으며 전분기대비 1.8%p 하락했음

## 6.1.2 콘텐츠산업 상장사 자기자본대비 부채비율 변화 추이

〈표 1-23〉 '09년 2분기 ~ '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 자기자본대비 부채비율 추이

(단위: %, %p)

구분	2009년 2분기	2009년 3분기	2009년 4분기	2010년 1분기	2010년 2분기	전년동기대비 (2010년 2분기)
전체	46.0%	44.7%	45.1%	42.7%	42.3%	△3.6%p
게임	27.7%	28.4%	28.5%	26.1%	25.9%	△1.8%p
인터넷포털	32.8%	31.1%	33.0%	27.4%	27.9%	△4.9%p
출판	43.0%	36.0%	36.1%	38.3%	34.3%	△8.7%p
방송	51.7%	53.4%	50.7%	49.3%	51.8%	0.1%p
광고	71.1%	73.5%	88.8%	77.5%	76.4%	5.4%p
영화	96.1%	100.2%	100.8%	99.8%	97.9%	1.8%p
음악	74.7%	67.6%	78.8%	94.1%	84.7%	10.0%p
애니/캐릭터	71.9%	66.0%	63.9%	56.3%	54.2%	△17.7%p

- 전체 콘텐츠산업 자기자본대비 부채비율은 '10년 2분기 42.3%로 전년동기대비 3.6%p 감소
  - '09년 2분기 자기자본대비 부채비율은 46.0%, 3분기 44.7%로 하락하다가 4분기 45.1%로 상승. '10년 1분기 42.7%, 2분기 42.3%로 하락추세 보임
  - 게임은 자기자본대비 부채비율이 '10년 2분기 25.9%로 전체 콘텐츠산업 관련 상장사에 비해 낮은 수준일 뿐 아니라 지속적으로 하락. 인터넷포털은 게임 다음으로 '10년 2분기 부채비율이 27.9%로 낮은 수준이나 전분기대비 0.5%p 상승
  - 영화, 음악, 광고 등은 상대적으로 높은 자기자본대비 부채비율 보임
    - ※ 영화는 '09년 4분기이후 부채비율이 하락추세에 있으나 여전히 100%에 가까운 높은 수준을 나타냄. 방송, 광고, 영화, 음악은 '10년 2분기 전년동기대비 오히려 각각 0.1%p, 5.4%p, 1.8%p, 10.0%p 부채비율 상승한 반면 애니/캐릭터는 '10년 2분기 전년동기대비 17.7%p 감소

6.1.3 콘텐츠산업 상장사 유동비율 변화 추이

〈표 I -24〉 '09년 2분기 ~ '10년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 유동비율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2009년 2분기	2009년 3분기	2009년 4분기	2010년 1분기	2010년 2분기	전년동기대비 (2010년2분기)
전체	187.4%	191.2%	189.5%	197.3%	196.9%	9.5%p
게임	309.0%	303.9%	301.6%	320.1%	321.4%	12.4%p
인터넷포털	280.8%	230.8%	226.5%	267.9%	253.5%	△27.3%p
출판	200.8%	242.5%	221.8%	217.7%	246.4%	45.6%p
방송	123.3%	129.6%	131.2%	129.4%	106.8%	△16.6%p
광고	195.2%	190.6%	168.2%	177.3%	180.4%	△14.8%p
영화	65.8%	74.3%	72.5%	74.7%	91.5%	25.7%p
음악	153.6%	160.4%	163.8%	162.4%	173.8%	20.3%p
애니/캐릭터	147.6%	158.8%	152.1%	152.5%	154.0%	6.3%p

- 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 유동비율은 '10년 2분기 196.9%로 전년동기대비 9.5%p 상승
  - '09년 2분기 유동비율은 187.4%, 3분기 191.2% 상승하다가 4분기에 189.5%로 주춤한 뒤, '10년 1분기에 197.3%로 상승, '10년 2분기에 0.4%p 하락한 196.9% 기록
    - ※ 유동비율은 단기채무지불 능력을 평가하는 지표로써 업종별 차이가 있지만 200%이하일 경우 해당 기업이 일정부분 유동성리스크가 존재하고 있다고 판단할 수 있음
  - 게임 및 인터넷 포털의 유동비율은 각각 321.4%, 253.5%로 현금흐름이 매우 양호하나 인터넷포털은 '10년 2분기 전년동기대비 27.3%p 하락, 출판은 246.4%로 전년동기대비 45.6%p 급격히 개선
    - ※ 음악, 애니메이션/캐릭터는 각각 173.8%, 154.0%로 '10년 2분기 전년동기대비 20.3%p, 6.3%p 상승한 반면 방송, 광고는 106.8%, 180.4%로 '10년 2분기 전년동기대비 16.6%p, 14.8%p 하락함. 전체 콘텐츠산업 관련 상장사(196.9%) 유동비율 보다는 낮지만 전체 상장사(114.6%) 보다는 상대적으로 높은 유동비율을 나타냄. 영화는 91.5%로 '10년 2분기 전년동기대비 25.7%p 급격히 개선되었지만 매우 낮은 유동비율을 나타냄

## Ⅱ. 2010년 2분기 콘텐츠업체 실태조사 분석

### 1 콘텐츠업체 실태조사 개요

#### 1.1. 조사목적

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’는 연간 조사의 한계를 극복하고 신속한 콘텐츠 산업 규모 및 추이 등을 파악
- 궁극적으로 지속적인 분기별 콘텐츠업체 실태조사를 통해 데이터 축적과 향후 시계열화를 통한 계절적 변화 파악 및 전망이 목적
- 현재 콘텐츠산업 관련 상장사(약 81개) 분석을 통해 콘텐츠 업체의 매출액 등을 파악할 수 있으나 콘텐츠산업 전체를 대변할 수 없는 한계를 보완
- 실시간적인 콘텐츠업체 조사를 통하여 현실적인 정책이 수립될 수 있도록 기초 자료로 제공

#### 1.2. 조사대상 및 방법

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’는 총 10개 산업 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송(독립제작사), 광고, 캐릭터, 지식정보산업을 영위하는 사업체 중 380개를 표본으로 선정하여 조사 실시
- 표본은 산업별 상위 20위 이내 사업체를 우선적으로 배분하여 실시하였으며, 산업별로 20개 사업체가 없는 경우에는 전수조사를 실시
- 10개 산업별로 기획 및 제작, 오프라인도소매, 온라인도소매, 오프라인 및 온라인 서비스로 표본구성을 실시하며, 응답대상 사업체의 매출액 합계가 가치

사슬별 매출규모의 약 65%~70% 이상을 차지할 수 있도록 표본 구성

- 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
- 매출액과 종사자수는 추정을 통해 전체 콘텐츠산업 규모를 산출하였으며 수출액과 투자액은 응답업체 내용을 단순 집계하였음
  - ※ 콘텐츠산업에서 소규모 사업체는 수출을 하는 경우가 적어, 집계된 수출액이 전체와 차이가 없을 것으로 판단됨
- 조사기간은 2010년 8월 9일부터 8월 25일까지 실시하였으며, 방문조사 및 E-mail, Fax, 전화 등 다양한 방법을 통하여 조사 실시

### 1.3. 콘텐츠산업 실태조사 이용시 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 출판산업의 거의 모든 분야가 포함되었으며, 1분기와 시계열 유지를 위하여 1분기에 미 조사된 분야도 2분기 실태조사 시 1분기 관련 부분을 조사하여 수정 보완하였음
  - ※ 2010년 1분기 콘텐츠산업 규모는 2010년 2분기 콘텐츠산업 동향보고서에 수록된 1분기 규모를 활용하여야 함
  - ※ 연간 콘텐츠산업통계의 출판산업에 포함되는 인쇄업, 신문계약배달직업은 통계청 자료를 인용하는 것으로 분기별 실태조사에서는 이를 포함시키기 어려움
- 방송산업은 독립제작사만을 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

- 지식정보산업은 에듀테인먼트와 이러닝 사업체만을 대상으로 조사 실시

※ 2009년 기준 2010년 콘텐츠산업통계의 지식정보산업에 포함되는 에듀테인먼트, 이러닝, 인터넷 정보매개서비스업, 기타 데이터베이스 및 온라인 정보제공업 중 인터넷 정보매개서비스업, 기타 데이터베이스 및 온라인 정보제공업 미포함. 또한 콘텐츠솔루션 미포함

## 2 콘텐츠업체 실태조사 분석결과

### 2.1 2010년 2분기 콘텐츠산업 규모<sup>26)</sup>

- '10년 2분기 콘텐츠산업 매출액은 10조 5,108억원, 종사자는 27만 4,830명, 수출액은 6,564억원, 투자액은 3,457억원으로 나타나며, 1분기 대비 매출액은 약 0.5% 증가, 종사자는 약 0.2% 감소, 수출액은 6.0% 증가함
- '10년 2분기 산업별 매출액을 보면 총 10개의 산업분야 중에서 출판산업이 3조 8,272억원으로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 1분기 대비 약 3.1% 감소한 것으로 추정됨
- 그 다음은 게임산업이 1조 5,683억원으로 1분기 대비 약 0.8% 감소, 광고산업 1조 3,462억원으로 1분기 대비 약 19.6% 증가, 캐릭터산업 1조 2,248억원으로 1분기 대비 약 2.3% 증가, 지식정보산업 1조 31억원으로 1분기 대비 약 5.4% 증가, 음악산업 6,022억원으로 1분기 대비 약 3.2% 증가, 영화산업

26) 분기별 콘텐츠산업 규모는 380개 표본조사를 통해 추정한 것으로 앞서 콘텐츠산업 실태조사 이용시 유의사항에서도 언급하였듯이, 연간 콘텐츠산업통계와 비교할 경우 미포함 조사대상 존재. 따라서 연간 데이터와 괴리가 발생. 본 조사목적에서도 언급하였듯이 분기별 콘텐츠업체 실태조사 및 규모 파악은 추이 및 계절적 변화 파악을 목적으로 하고 있음

※ 분기별 동향조사 제외 부분

- 통계청 인용자료 제외(인쇄업과 신문계약 배달직, 노래연습장운영업)
- 광고산업 : 광고제작업, 서비스업, 인쇄업, 온라인업, 기타업
- 방송산업 : 라디오방송업, 텔레비전방송업, 지상파이동멀티미디어방송업, 종합유선방송(1차,2차,3차,4차), 중계유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업

5,125억원으로 1분기 대비 약 21.7% 감소, 방송산업 1,650억원으로 1분기 대비 약 4.2% 증가, 만화산업 1,612억원으로 1분기 대비 약 4.0% 감소, 애니메이션산업 998억원으로 1분기 대비 약 15.5% 증가한 것으로 추정됨

- 산업별 종사자를 보면, 전체 종사자 27만 4,830명 중 출판산업은 9만 2,277명으로 1분기 대비 약 1.1% 감소, 음악산업은 6만 4,602명으로 1분기 대비 약 0.9% 증가, 게임산업은 4만 3,863명으로 1분기 대비 약 0.1% 증가, 캐릭터산업은 2만 503명으로 1분기 대비 약 2.1% 증가, 영화산업은 1만 8,204명으로 1분기 대비 약 2.4% 감소, 지식정보산업은 1만 1,799명으로 1분기 대비 약 0.7% 감소, 만화산업은 1만 150명으로 1분기 대비 약 1.6% 감소, 광고산업은 5,061명으로 1분기 대비 약 2.0% 증가, 방송산업은 4,533명으로 1분기 대비 약 0.6% 감소, 애니메이션산업은 3,838명으로 1분기 대비 약 3.5% 증가한 것으로 추정됨
- 산업별 수출액을 살펴보면, 전체 수출액 6,564억원으로 1분기 대비 약 6.0% 증가하였으며, 게임산업은 4,515억원으로 1분기 대비 약 3.5% 증가, 출판산업 1,016억원으로 1분기 대비 약 10.4% 증가, 캐릭터산업 492억원으로 1분기 대비 약 8.6% 증가, 음악산업 235억원으로 1분기 대비 약 11.6% 증가, 애니메이션산업 196억원으로 1분기 대비 약 15.1% 증가, 방송산업은 52억원으로 1분기 대비 약 134.3% 증가, 영화산업은 39억원으로 1분기 대비 약 24.2% 감소, 지식정보산업은 14억원으로 1분기 대비 약 4.9% 증가한 것으로 나타남
- 산업별 투자액은 3,457억원으로 1분기 대비 약 2.0% 증가하였으며, 게임산업은 1,132억원으로 1분기 대비 7.3% 증가한 것으로 나타나 1분기와 마찬가지로 가장 많은 투자를 하는 산업임
- 자체투자액이 가장 많은 산업은 출판산업으로 876억원으로 1분기 대비 약 1.8% 감소한 것으로 나타남. 자체투자액이 가장 큰 폭으로 감소한 산업은 영화산업으로 1분기 대비 약 20.2% 감소한 것으로 나타남



〈표 II -1〉 '10년 1~2분기 콘텐츠산업 규모(추정치)

산업명	매출액(백만원)			종사자(명)			수출액 (백만원)		
	1분기	2분기	증감률 (%)	1분기	2분기	증감률(%)	1분기	2분기	증감률 (%)
출 판	3,948,227	3,827,250	-3.1%	93,270	92,277	-1.1%	92,091	101,683	10.4%
만 화	168,018	161,260	-4.0%	10,318	10,150	-1.6%	-	-	-
음 악	583,706	602,240	3.2%	64,027	64,602	0.9%	21,133	23,581	11.6%
게 임	1,581,285	1,568,352	-0.8%	43,832	43,863	0.1%	436,125	451,536	3.5%
영 화	654,419	512,580	-21.7%	18,659	18,204	-2.4%	5,238	3,968	-24.2%
애니메이션	86,484	99,895	15.5%	3,708	3,838	3.5%	17,061	19,635	15.1%
방송 (독립제작사)	158,392	165,035	4.2%	4,562	4,533	-0.6%	2,259	5,293	134.3%
광 고	1,125,533	1,346,250	19.6%	4,963	5,061	2.0%	-	-	-
캐릭터	1,197,249	1,224,812	2.3%	20,086	20,503	2.1%	45,369	49,282	8.6%
지식정보	952,055	1,003,166	5.4%	11,882	11,799	-0.7%	1,359	1,425	4.9%
합계	10,455,368	10,510,840	0.5%	275,307	274,830	-0.2%	619,277	656,403	6.0%

산업명	투자액(백만원)								
	자체			외부			합계		
	1분기	2분기	증감률 (%)	1분기	2분기	증감률 (%)	1분기	2분기	증감률 (%)
출 판	89,267	87,657	-1.8%	9,843	8,635	-12.3%	99,110	96,292	-2.8%
만 화	5,231	5,121	-2.1%	965	891	-7.7%	6,196	6,012	-3.0%
음 악	13,707	15,796	15.2%	630	596	-5.4%	14,337	16,392	14.3%
게 임	78,969	83,561	5.8%	26,581	29,681	11.7%	105,550	113,242	7.3%
영 화	26,639	21,255	-20.2%	16,369	14,563	-11.0%	43,008	35,818	-16.7%
애니메이션	7,892	8,152	3.3%	6,321	6,825	8.0%	14,213	14,977	5.4%
방송 (독립제작사)	13,698	16,987	24.0%	8,982	7,962	-11.4%	22,680	24,949	10.0%
광 고	4,536	5,638	24.3%	1,211	1,358	12.1%	5,747	6,996	21.7%
캐릭터	16,981	19,663	15.8%	4,963	5,315	7.1%	21,944	24,978	13.8%
지식정보	3,685	3,811	3.4%	2,301	2,237	-2.8%	5,986	6,048	1.0%
합계	260,605	267,641	2.7%	78,166	78,063	-0.1%	338,771	345,704	2.0%

※ 출판산업 중 2010년 1분기 콘텐츠산업 실태조사에서 조사하지 않은 신문발행업, 잡지 및 정기 간행물발행업, 정기광고 간행물 발행업, 기타인쇄물발행업은 2분기 실태조사에서 추가보완 조사함, 이에 1분기 산업규모를 보완하였으므로, 2010년 2분기 콘텐츠산업 동향보고서내에 있는 1분기 규모를 활용하여야 함

※ 출판산업에서 1분기, 2분기 모두 포함되지 않은 부분 : 인쇄업, 신문계약배달직업

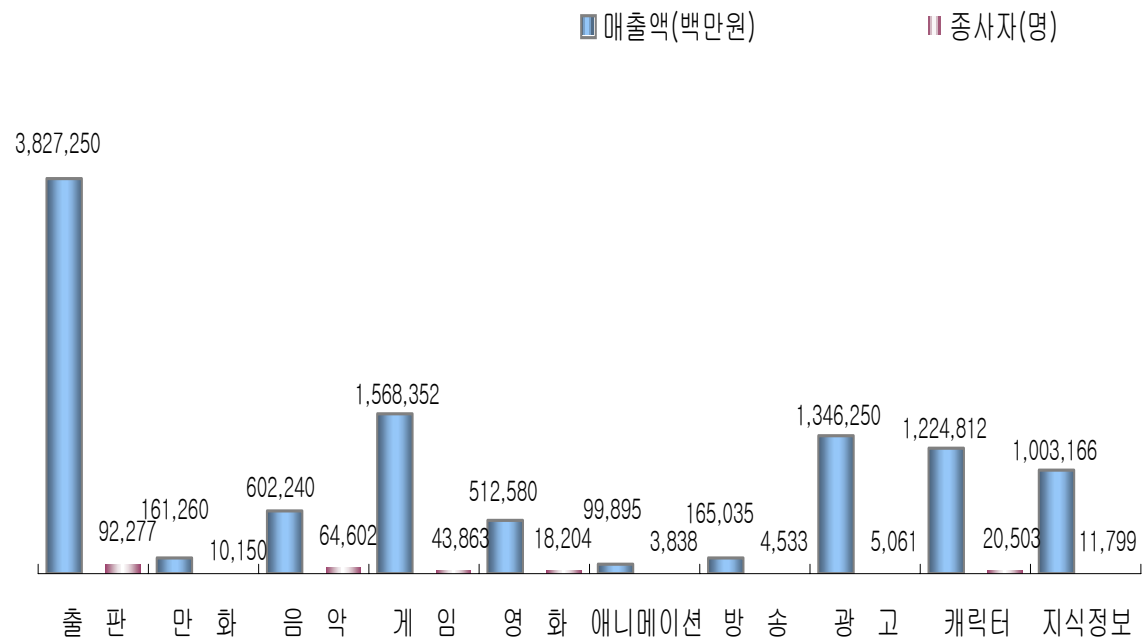
※ 음악산업에서 노래연습장운영업 미포함

※ 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

※ 종사자수의 경우 2008년 기준 문화산업통계의 출판(인쇄업, 신문계약배달직)-108,491명, 방송(독립제작사 제외)-29,669명, 광고(종합광고광고종합대행 제외)-25,367명 등을 참조

〈그림 II-1〉 '10년 2분기 콘텐츠산업 규모(추정치)



2.2 2010년 2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 규모

● '10년 2분기 가치사슬별 매출액을 살펴보면, 기획 및 제작업이 5조 5,924억원으로 1분기 대비 약 2.4% 증가하였으며, 소매업이 1조 6,494억원으로 1분기 대비 약 0.7% 감소, 도매업은 1조 1,322억원으로 1분기 대비 약 5.0% 감소, 오프라인 서비스업은 1조 1,282억원으로 1분기 대비 약 5.2% 감소, 온라인 서비스업은 1조 85억원으로 1분기 대비 약 6.2% 증가한 것으로 추정됨

※ 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 매개 정보서비스업)

- 출판산업의 가치사슬별 매출액을 보면 기획 및 제작이 1조 8,933억원으로 1분기 대비 약 3.7% 감소, 소매업이 1조 2,059억원으로 1분기 대비 약 1.3% 감소한 것으로 조사됨
- 만화산업의 가치사슬별 매출액을 보면 기획 및 제작이 679억원으로 1분기 대비 약 3.9% 감소, 소매업이 499억원으로 1분기 대비 약 3.7% 감소한 것으로 추정됨
- 음악산업의 가치사슬별 매출액을 보면 오프라인 서비스업이 3,197억원으로 1분기 대비 약 1.4% 증가, 기획 및 제작이 1,334억원으로 1분기 대비 약 1.2% 증가한 것으로 나타남
- 게임산업은 기획 및 제작이 1조 680억원으로 1분기 대비 약 0.4% 감소, 영화산업은 기획 및 제작이 1,212억원으로 1분기 대비 약 23.5% 감소, 방송산업은 기획 및 제작이 1,650억원으로 1분기 대비 약 4.2% 증가, 광고산업은 기획 및 제작이 1조 3,462억원으로 1분기 대비 약 19.6% 증가, 캐릭터산업은 기획 및 제작이 6,007억원으로 1분기 대비 약 2.1% 증가, 지식정보산업은 기획 및 제작이 1,276억원으로 1분기 대비 약 3.6% 증가한 것으로 추정됨

〈표 II-2〉 '10년 1~2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액(추정치)

(단위 : 백만원, %)

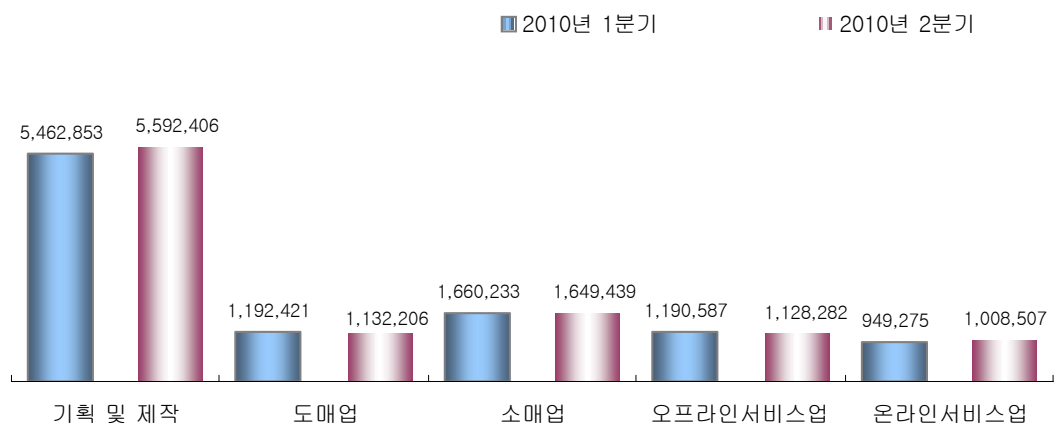
산업명	기획 및 제작			도매업			소매업		
	1분기	2분기	증감률	1분기	2분기	증감률	1분기	2분기	증감률
출 판	1,966,069	1,893,324	-3.7%	735,496	703,134	-4.4%	1,221,442	1,205,930	-1.3%
만 화	70,695	67,938	-3.9%	19,171	18,369	-4.2%	51,812	49,920	-3.7%
음 악	131,837	133,419	1.2%	16,196	16,455	1.6%	22,536	22,563	0.1%
게 임	1,072,170	1,068,096	-0.4%	-	-	-	-	-	-
영 화	158,532	121,292	-23.5%	163,265	129,975	-20.4%	10,821	8,281	-23.5%
애니메이션	68,059	68,624	0.8%	3,016	2,971	-1.5%	-	-	-
방송 (독립제작사)	158,392	165,035	4.2%	-	-	-	-	-	-
광 고	1,125,533	1,346,250	19.6%	-	-	-	-	-	-
캐릭터	588,351	600,765	2.1%	255,277	261,302	2.4%	353,621	36,2745	2.6%
지식정보	123,215	127,663	3.6%	-	-	-	-	-	-
합계	5,462,853	5,592,406	2.4%	1,192,421	1,132,206	-5.0%	1,660,233	1,649,439	-0.7%

산업명	오프라인 서비스업			온라인 서비스업			합계		
	1분기	2분기	증감률	1분기	2분기	증감률	1분기	2분기	증감률
출 판	11,863	11,012	-7.2%	13,357	13,850	3.7%	3,948,227	3,827,250	-3.1%
만 화	17,215	15,942	-7.4%	9,125	9,091	-0.4%	168,018	161,260	-4.0%
음 악	315,184	319,740	1.4%	97,953	110,063	12.4%	583,706	602,240	3.2%
게 임	509,115	500,256	-1.7%	-	-	-	1,581,285	1,568,352	-0.8%
영 화	321,801	253,032	-21.4%	-	-	-	654,419	512,580	-21.7%
애니메이션	15,409	28,300	83.7%	-	-	-	86,484	99,895	15.5%
방송 (독립제작사)	-	-	-	-	-	-	158,392	165,035	4.2%
광 고	-	-	-	-	-	-	1,125,533	1,346,250	19.6%
캐릭터	-	-	-	-	-	-	1,197,249	1,224,812	2.3%
지식정보	-	-	-	828,840	875,503	5.6%	952,055	1,003,166	5.4%
합계	1,190,587	1,128,282	-5.2%	949,275	1,008,507	6.2%	10,455,368	10,510,840	0.5%

- ※ 출판산업 중 2010년 1분기 콘텐츠산업 실태조사에서 조사하지 않은 신문발행업, 잡지 및 정기 간행물발행업, 정기광고 간행물 발행업, 기타인쇄물발행업은 2분기 실태조사에서 추가보완 조사함, 이에 1분기 산업규모를 보완하였으므로, 2010년 2분기 콘텐츠산업 동향보고서내에 있는 1분기 규모를 활용하여야 함
- ※ 출판산업에서 1분기, 2분기 모두 포함되지 않은 부분 : 인쇄업, 신문계약배달직업
- ※ 음악산업에서 노래연습장운영업 미포함
- ※ 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 -2〉 '10년 1~2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 매출액(추정치)

(단위 : 백만원)



- '10년 2분기 가치사슬별 종사자를 살펴보면 기획 및 제작이 12만 5,122명으로 1분기 대비 약 0.6% 감소, 오프라인 서비스업이 8만 8,208명으로 1분기 대비 약 0.1% 증가, 소매업이 3만 4,183명으로 1분기 대비 약 0.2%로 증가, (14.0%)억원, 도매업이 1만 6,728명으로 1분기 대비 약 0.1% 감소, 온라인 서비스업이 1만 589명으로 1분기 대비 약 1.1% 증가한 것으로 추정됨

- 출판산업은 기획 및 제작이 5만 4,872명으로 1분기 대비 약 1.6% 감소, 소매업이 2만 4,697명으로 1분기 대비 약 0.4% 감소, 도매업이 1만 53명으로 1분기 대비 약 0.7% 감소한 것으로 나타남
- 만화산업은 오프라인 서비스업이 4,253명으로 1분기 대비 약 1.2% 감소, 소매업이 2,961명으로 1분기 대비 약 0.8% 감소, 기획 및 제작이 1,921명으로 1분기 대비 약 2.8% 감소한 것으로 파악됨
- 음악산업은 기획 및 제작이 4,461명으로 1분기 대비 약 2.3% 증가, 게임산업은 기획 및 제작이 3만3,521명으로 1분기와 비슷하며, 영화산업은 기획및 제작이 2,681명으로 1분기 대비 약 4.1% 감소한 것으로 나타남
- 애니메이션산업은 기획 및 제작이 3,769명으로 1분기 대비 약 3.6% 증가하였으며, 방송산업은 기획 및 제작이 4,533명으로 1분기 대비 약 0.6%로 감소, 광고산업은 기획 및 제작이 5,061명으로 1분기 대비 약 2.0% 증가한 것으로 추정됨
- 캐릭터산업은 기획 및 제작이 1만721명으로 1분기 대비 약 0.8% 증가하였으며, 지식정보산업은 기획 및 제작이 3,582명으로 1분기 대비 약 1.2% 감소한 것으로 파악됨

〈표 II-3〉 '10년 1~2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 중사자수(추정치)

(단위 : 명, %)

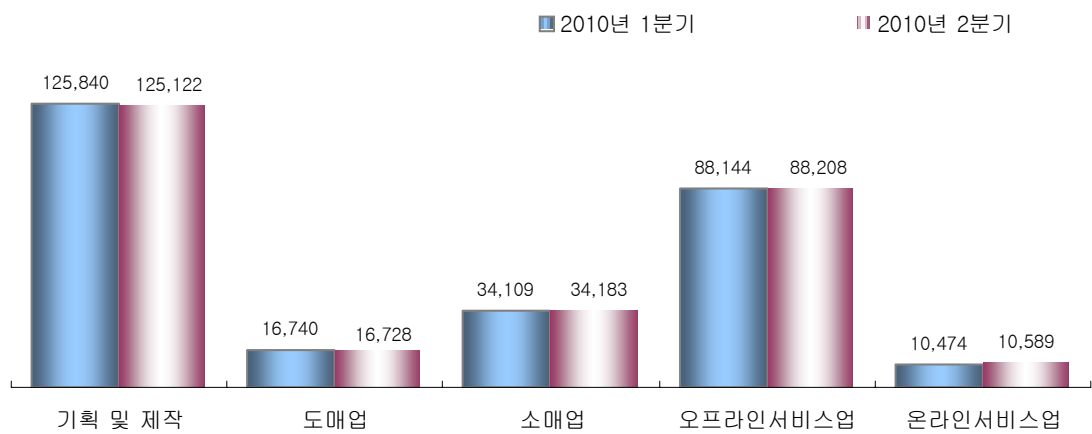
산업명	기획 및 제작			도매업			소매업		
	1분기	2분기	증감률	1분기	2분기	증감률	1분기	2분기	증감률
출 판	55,773	54,872	-1.6%	10,125	10,053	-0.7%	24,796	24,697	-0.4%
만 화	1,977	1,921	-2.8%	745	712	-4.4%	2,985	2,961	-0.8%
음 악	4,359	4,461	2.3%	341	352	3.2%	453	457	0.9%
게 임	33,516	33,521	0.0%	-	-	-	-	-	-
영 화	2,795	2,681	-4.1%	1,693	1,656	-2.2%	186	172	-7.5%
애니메이션	3,637	3,769	3.6%	71	69	-2.8%	-	-	-
방송 (독립제작사)	4,562	4,533	-0.6%	-	-	-	-	-	-
광 고	4,963	5,061	2.0%	-	-	-	-	-	-
캐릭터	10,632	10,721	0.8%	3,765	3,886	3.2%	5,689	5,896	3.6%
지식정보	3,626	3,582	-1.2%	-	-	-	-	-	-
합계	125,840	125,122	-0.6%	16,740	16,728	-0.1%	34,109	34,183	0.2%

산업명	오프라인 서비스업			온라인 서비스업			합계		
	1분기	2분기	증감률	1분기	2분기	증감률	1분기	2분기	증감률
출 판	2,231	2,287	2.5%	345	368	6.7%	93,270	92,277	-1.1%
만 화	4,306	4,253	-1.2%	305	303	-0.7%	10,318	10,150	-1.6%
음 악	57,306	57,631	0.6%	1,568	1,701	8.5%	64,027	64,602	0.9%
게 임	10,316	10,342	0.3%	-	-	-	43,832	43,863	0.1%
영 화	13,985	13,695	-2.1%	-	-	-	18,659	18,204	-2.4%
애니메이션	-	-	-	-	-	-	3,708	3,838	3.5%
방송 (독립제작사)	-	-	-	-	-	-	4,562	4,533	-0.6%
광 고	-	-	-	-	-	-	4,963	5,061	2.0%
캐릭터	-	-	-	-	-	-	20,086	20,503	2.1%
지식정보	-	-	-	8,256	8,217	-0.5%	11,882	11,799	-0.7%
합계	88,144	88,208	0.1%	10,474	10,589	1.1%	275,307	274,830	-0.2%

- ※ 출판산업 중 2010년 1분기 콘텐츠산업 실태조사에서 조사하지 않은 신문발행업, 잡지 및 정기 간행물발행업, 정기광고 간행물 발행업, 기타인쇄물발행업은 2분기 실태조사에서 추가보완 조사함, 이에 1분기 산업규모를 보완하였으므로, 2010년 2분기 콘텐츠산업 동향보고서내에 있는 1분기 규모를 활용하여야 함
- ※ 출판산업에서 1분기, 2분기 모두 포함되지 않은 부분 : 인쇄업, 신문계약배달직업
- ※ 음악산업에서 노래연습장운영업 미포함
- ※ 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
- ※ 종사자수의 경우 2008년 기준 문화산업통계의 출판(인쇄업, 신문계약배달직)-108,491명, 방송(독립제작사 제외)-29,669명, 광고(종합광고광고종합대행 제외)-25,367명 등을 참조

〈그림 II-3〉 '10년 1~2분기 콘텐츠산업 가치사슬별 종사자수(추정치)

(단위 : 명)



### 3 콘텐츠산업 실태조사 대비 상장사 비교

#### 3.1 콘텐츠산업 매출액 대비 상장사 매출액 비교

- '10년 2분기 상장사 매출액은 콘텐츠산업 매출액 대비 약 23.3%를 차지하며, 1분기 비중 23.7%로 약 0.4%p 감소
- 산업별로 상장사 비중이 높은 산업은 지식정보(51.3%), 게임(48.3%)
- 상대적으로 비중이 낮은 산업은 캐릭터(3.7%), 애니메이션(12.9%), 광고(14.5%)

〈표 II-4〉 '10년 1~2분기 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교

(단위 : 백만원, %)

산업명	콘텐츠산업전체 매출액(백만원)		상장사 매출액 (백만원)		콘텐츠산업전체 대비 상장사 비중(%)	
	1분기	2분기	1분기	2분기	1분기	2분기
출 판	3,948,227	3,827,250	644,250	597,550	16.3%	15.6%
만 화	168,018	161,260	—	—	—	—
음 악	583,706	602,240	137,850	142,020	23.6%	23.6%
게 임	1,581,285	1,568,352	771,980	757,080	48.8%	48.3%
영 화	654,419	512,580	194,760	139,560	29.8%	27.2%
애니메이션	86,484	99,895	14,460	12,880	16.7%	12.9%
방송(독립제작사)	158,392	165,035	43,420	43,560	27.4%	26.4%
광 고	1,125,533	1,346,250	151,620	194,550	13.5%	14.5%
캐릭터	1,197,249	1,224,812	41,080	44,760	3.4%	3.7%
지식정보	952,055	1,003,166	483,850	514,350	50.8%	51.3%
합계	10,455,368	10,510,840	2,483,270	2,446,310	23.7%	23.3%

※ 출판산업 중 2010년 1분기 콘텐츠산업 실태조사에서 조사하지 않은 신문발행업, 잡지 및 정기 간행물발행업, 정기광고 간행물 발행업, 기타인쇄물발행업은 2분기 실태조사에서 추가보완 조사함, 이에 1분기 산업규모를 보완하였으므로, 2010년 2분기 콘텐츠산업 동향보고서 내에 있는 1분기 규모를 활용하여야 함.

※ 출판산업에서 1분기, 2분기 모두 포함되지 않은 부분 : 인쇄업, 신문계약배달직업

※ 음악산업에서 노래연습장운영업 미포함

※ 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

- '10년 2분기 상장사 수출액은 콘텐츠산업 수출액 대비 약 30.3%를 차지하며, 1분기 비중 28.3%로 약 2.0% 증가
  - 산업별로 상장사 수출 비중이 높은 산업은 방송(84.8%), 음악(64.2%)
  - 상대적으로 비중이 낮은 산업은 애니메이션(0.4%), 출판(21.7%)

〈표 II-5〉 '10년 1분기 및 2분기 콘텐츠산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교

(단위 : 백만원, %)

산업명	콘텐츠산업전체 수출액 (백만원)		상장사 수출액 (백만원)		콘텐츠산업전체 대비 상장사 비중(%)	
	1분기	2분기	1분기	2분기	1분기	2분기
출 판	92,091	101,683	10,700	22,100	11.6%	21.7%
만 화	-	-	-	-	-	-
음 악	21,133	23,581	15,410	15,150	72.9%	64.2%
게 임	436,125	451,536	131,200	136,750	30.1%	30.3%
영 화	5,238	3,968	4,950	2,040	94.5%	51.4%
애니메이션	17,061	19,635	85	70	0.5%	0.4%
방송(독립제작사)	2,259	5,293	1,094	4,490	48.4%	84.8%
광 고	-	-	-	-	-	-
캐릭터	45,369	49,282	12,108	17,940	26.7%	36.4%
지식정보	1,359	1,425	-	-	-	-
합계	619,277	656,403	175,547	198,540	28.3%	30.3%

※ 출판산업 중 2010년 1분기 콘텐츠산업 실태조사에서 조사하지 않은 신문발행업, 잡지 및 정기 간행물발행업, 정기광고 간행물 발행업, 기타인쇄물발행업은 2분기 실태조사에서 추가보완 조사함, 이에 1분기 산업규모를 보완하였으므로, 2010년 2분기 콘텐츠산업 동향보고서내에 있는 1분기 규모를 활용하여야 함.

※ 출판산업에서 1분기, 2분기 모두 포함되지 않은 부분 : 인쇄업, 신문계약배달직업

※ 음악산업에서 노래연습장운영업 미포함

※ 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

- '10년 2분기 상장사 종사자수는 콘텐츠산업 종사자수 대비 약 9.5%를 차지하며, 1분기 비중 9.5%와 동일함
- 산업별로 상장사 비중이 높은 산업은 지식정보(42.1%), 광고(23.3%), 게임(22.5%)
- 상대적으로 비중이 낮은 산업은 음악(1.6%), 캐릭터(2.2%), 애니메이션(3.0%)

〈표 II-6〉 '10년 1분기 및 2분기 콘텐츠산업 전체 종사자수 대비 상장사 종사자수 비교

(단위 : 명, %)

산업명	콘텐츠산업전체 종사자수(명)		상장사 종사자수 (명)		콘텐츠산업전체 대비 상장사 비중(%)	
	1분기	2분기	1분기	2분기	1분기	2분기
출 판	93,270	92,277	7,156	6,999	7.7%	7.6%
만 화	10,318	10,150	-	-	-	-
음 악	64,027	64,602	947	1,031	1.5%	1.6%
게 임	43,832	43,863	9,814	9,875	22.4%	22.5%
영 화	18,659	18,204	1,149	1,019	6.2%	5.6%
애니메이션	3,708	3,838	86	117	2.3%	3.0%
방송(독립제작사)	4,562	4,533	412	406	9.0%	9.0%
광 고	4,963	5,061	1,170	1,178	23.6%	23.3%
캐릭터	20,086	20,503	456	459	2.3%	2.2%
지식정보	11,882	11,799	5,093	4,966	42.9%	42.1%
합계	275,307	274,830	26,283	26,050	9.5%	9.5%

※ 출판산업 중 2010년 1분기 콘텐츠산업 실태조사에서 조사하지 않은 신문발행업, 잡지 및 정기 간행물발행업, 정기광고 간행물 발행업, 기타인쇄물발행업은 2분기 실태조사에서 추가보완 조사함, 이에 1분기 산업규모를 보완하였으므로, 2010년 2분기 콘텐츠산업 동향보고서내에 있는 1분기 규모를 활용하여야 함

※ 출판산업에서 1분기, 2분기 모두 포함되지 않은 부분 : 인쇄업, 신문계약배달직업

※ 음악산업에서 노래연습장운영업 미포함

※ 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

※ 종사자수의 경우 2008년 기준 문화산업통계의 출판(인쇄업, 신문계약배달직)-108,491명, 방송(독립제작사 제외)-29,669명, 광고(종합광고광고종합대행 제외)-25,367명 등을 참조

3.4 콘텐츠산업 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교

- '10년 2분기 콘텐츠산업 1인당 평균 매출액 38.2백만원에 비해, 상장사 1인당 평균 매출액 93.9백만원으로 약 2.5배 높게 나타남
  - 1분기 대비 1인당 평균 매출액이 높아진 산업은 음악, 애니메이션, 방송(독립제작사), 광고, 캐릭터, 지식정보로 나타남
  - 상장사 1인당 평균 매출액이 높은 분야 광고(165.2백만원), 음악(137.7백만원), 영화(137.0백만원), 애니메이션(110.1백만원)
- '10년 2분기 콘텐츠산업 1인당 평균 수출액 2.4백만원에 비해, 상장사 1인당 평균 수출액 7.6백만원으로 약 3.2배 더 높게 나타남
  - 상장사는 1인당 평균 수출액이 1분기 대비 약 0.9백만원 증가
  - 상장사 1인당 평균 수출액이 높은 분야 캐릭터(39.1백만원), 음악(14.7백만원), 게임(13.8백만원)

〈표 II-7〉 '10년 1분기 및 2분기 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교

(단위 : 명, %)

산업명	매출액 비교 1인당 평균 매출액(백만원)				수출액 비교 1인당 평균 수출액 (백만원)			
	콘텐츠산업전체		상장사		콘텐츠산업전체		상장사	
	1분기	2분기	1분기	2분기	1분기	2분기	1분기	2분기
출판	42.3	41.5	90.0	85.4	1.0	1.1	1.5	3.2
만화	16.3	15.9	-	-	-	-	-	-
음악	9.1	9.3	145.6	137.7	0.3	0.4	16.3	14.7
게임	36.1	35.8	78.7	76.7	9.9	10.3	13.4	13.8
영화	35.1	28.2	169.5	137.0	0.3	0.2	4.3	2.0
애니메이션	23.3	26.0	168.1	110.1	4.6	5.1	1.0	0.6
방송(독립제작사)	34.7	36.4	105.4	107.3	0.5	1.2	2.7	11.1
광고	226.8	266.0	129.6	165.2	-	-	-	-
캐릭터	59.6	59.7	90.1	97.5	2.3	2.4	26.6	39.1
지식정보	80.1	85.0	95.0	103.6	0.1	0.1	-	-
합계	38.0	38.2	94.5	93.9	2.2	2.4	6.7	7.6

※ 출판산업 중 2010년 1분기 콘텐츠산업 실태조사에서 조사하지 않은 신문발행업, 잡지 및 정기 간행물발행업, 정기광고 간행물 발행업, 기타인쇄물발행업은 2분기 실태조사에서 추가보완 조사함, 이에 1분기 산업규모를 보완하였으므로, 2010년 2분기 콘텐츠산업 동향보고서내에 있는 1분기 규모를 활용하여야 함

※ 출판산업에서 1분기, 2분기 모두 포함되지 않은 부분 : 인쇄업, 신문계약배달직업

※ 음악산업에서 노래연습장운영업 미포함

※ 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. 2010년 2분기 콘텐츠산업 주요 이슈

#### 1 게임산업 주요 이슈

##### □ 국내동향

- 장르 다양화와 시장 다변화를 통한 수출 증대, 스마트폰 시장의 확대는 국내 시장의 포화상태에 직면한 국내 게임업계에 커다란 기회가 되고 있음
  - 빠르게 성장하는 중국 시장에서 FPS(First-Person Shooter, 1인칭 슈팅) 게임 “크로스파이어”를 성공적으로 런칭한 네오위즈 게임즈의 사례는 장르 다양화와 시장 다변화를 통한 수출 전략의 유효성을 잘 보여줌. 콘솔게임기 시장에서도 국내 업체가 경쟁력을 갖고 있는 온라인/멀티 플레이어의 비중이 계속 확대되고 있고 국내 업체의 본격적인 진출이 가시화되고 있음
  - 국내외 모두 스마트폰의 보급이 빠르게 늘어남에 따라 스마트폰 게임시장도 급격하게 확대되고 있음. 기존 모바일게임 전문 업체뿐만 아니라 타 게임업체도 시장 진출을 모색 중
- 프로게이머 승부 조작 사건 및 블리자드와 한국e스포츠협회의 갈등으로 한국 e스포츠 산업의 변화에 대한 요구가 증대되고 있음
  - 한국e스포츠협회는 승부조작에 가담한 프로게이머 11명에 대해 영구제명 등 강도 높은 제재를 가했으며 재발을 막기 위한 조치를 취함
  - 블리자드는 자사 게임의 방송 및 e스포츠 관련 권한을 곰TV 그라텍에 일임한 결과 8월 이후 한국e스포츠협회가 스타크래프트 리그를 지속하기 위해선 곰TV 측과 협상을 해야 하는 상황이나 향후 전망은 불투명
- 블리자드의 스타크래프트2 출시가 임박함에 따라 향후 국내 게임시장에 커다

란 판도 변화가 있을 전망이며 게이머, 개발사, e스포츠 관계자 등 시장참여자의 관심이 증대되고 있음

- 블리자드는 한국에서 스타크래프트2의 제작을 공식 발표하고 음성, 자막 등을 모두 한국어로 제작하는 등 전작과 달리 현지화에도 노력함
- 전작의 인기와 인지도를 바탕으로 철저한 현지화를 통해 한국 시장에서 성공 신화를 재현하겠다는 계획
- 전작인 스타크래프트를 중심으로 움직이던 e스포츠 시장에도 커다란 변화가 있을 전망

● 청소년보호법과 게임산업진흥법 개정안 동시 심사로 게임업계는 청소년보호법 단독 통과를 피할 수 있었으나 게임산업진흥법 처리 지연으로 스마트폰 게임시장에 대한 규제 개선이 늦어지고 있는 상황

- 게임산업진흥법 개정안 처리 지연에 따라 스마트폰 게임에 대한 규제 개선이 늦어지고 있음. 이에 스마트폰 게임 시장에서 국제경쟁력을 갖춘 국내 게임 업체가 개발한 제품의 국내 출시가 지연되고 있는 상황
- 애플, 구글 등이 운영하는 앱스토어, 안드로이드마켓 등 오픈마켓 게임에 대한 자율심의를 핵심으로 한 게임산업진흥법 개정안이 통과되면 경쟁력을 갖춘 국내 게임업체에게 큰 도움이 될 전망
- 반면 청소년의 게임 이용시간을 제한하는 청소년보호법 개정안 통과 또한 지연됨
- 문화관광부는 두 법안의 동시 처리를 주장했고 이에 국회법사위가 동의한 결과 게임업계와 투자자는 청소년보호법 단독 통과에 대한 우려를 불식

● 외국 업체의 국내 게임 개발사에 대한 투자가 활발해지고 있음. 국내 개발사에 대한 투자 유치와 더불어 외국 게임개발사의 지사를 유치하는 방안 등 다양한 접근이 요구되고 있음

- 중국 최고의 게임 업체인 텐센트(Tencent)가 최근 국내 7개 개발사에 약

200억 원을 투자한 것으로 알려졌는데 벤처캐피탈인 캡스톤파트너스를 통한 간접투자로 확인됨

- 국내개발사에 대한 직간접 투자뿐만 아니라 외국 게임 개발사의 지사를 유치하는 등 다양한 가능성이 존재
- 글로벌 경쟁 격화와 신흥시장의 부상으로 유명 게임개발사의 해외 지사 설립이 점차 늘어나고 있음. 페르시아의 왕자, 스플린터 셀, 어쌔신 크리드 등으로 유명한 UBI가 설립한 UBI상하이는 대표적인 사례
- PC뿐만 아니라 콘솔의 온라인 비중이 빠르게 증가하면서 게임 개발에서 온라인 부문에 대한 수요 증대, 아시아 등 급성장하고 있는 신흥시장에 대한 지리적 접근성과 문화적 이해도에 대한 요구 증대
- 한국의 입지와 개발인력의 문화적 유연성, 높은 경쟁력은 신흥시장의 중요성을 인식하고 있는 외국 주요 개발사에게 좋은 대안이 될 수 있음

● 게임업체들의 '10년 2분기 실적을 살펴본 결과, 대형 게임업체와 중견업체간 양극화가 지속

- 대형 게임업체들은 미국, 중국 등 해외시장 수출 확대를 통해 매출 신장을 이루어 내수 성장의 한계를 극복하고 있으나 중견 게임업체들은 내수 성장의 한계로 기존 주력작의 매출 하락뿐만 아니라 신규 작품의 수요 부진
- 네오위즈게임즈는 '09년 1분기 매출이 583억 원이었으나 '10년 1분기에 이르러 906억원을 기록했으며 2분기에도 2분기에도 매출 936억 원, 수출 346억 원으로 증가세 지속

● 세계적 추세에 대응해 대형 게임업체 중심의 M&A 활발함. 인수합병을 통한 경쟁력 강화와 이에 따른 '부익부 빈익빈' 현상심화로 대형 게임업체 독주 강화 전망

- 지속적인 개발비 상승에 대응하고 브랜드 인지도 강화를 통한 경쟁력 강화를 위해 글로벌 게임업체 간 M&A 활발

- 특히, 해외에서는 콘솔게임기의 성능이 진화하여 체감형 컨트롤러가 등장함에 따라 고품질 그래픽, 콘솔 내 온라인 비중 확대, 체감형 게임개발 등 개발비가 증가해 개발사들은 이에 대응해 인수합병을 통한 대형화 추구
    - ※ 해외 대표사례 : 2008년 블리자드의 모회사 비벤디와 액티비전의 합병을 통해 액티비전블리자드가 탄생했으며 세계 최대 게임개발사로 등극, 액티비전블리자드 탄생 이전 최대 게임개발사였던 EA 또한 M&A를 통해 성장한 대표적인 업체
    - ※ 위메이드엔터테인먼트 YNK 재팬 인수, YNK 코리아는 황금가지로 최대주주 변경, 웹젠 NHN 게임스 합병, 엔씨소프트 '펀치몬스터' 제작사 넥스트플레이 인수, 최근 M&A를 통해 두각을 나타낸 업체는 넥슨
  - 지속적인 성장을 유지하기 위한 즉, 자사 게임 라인업의 한계성 극복을 위한 M&A는 지속 추진 전망
- 스마트폰 출시에 따른 모바일 게임시장 '신규채용열기' 높아 취업증가에 기여 가능
- 잡코리아가 운영하는 게임잡에 의하면 최근 2년간 채용공고 1만4956건('09년 대비 '10년 32.5% 증가)을 분석한 결과, 이 중 모바일 게임 관련 채용공고가 54.4% 증가한 것으로 나타남. 아이폰 등 스마트폰 시장의 급속한 확대에 대응해 모바일 게임시장을 선점하기 위한 기업들의 경쟁이 치열하게 전개
- '10년 하반기부터 SK텔레콤을 통해 모바일 게임 중국시장 진출가능
- SK텔레콤이 모바일 게임에 대해 해외 판권 온라인 등록·관리가 가능한 게임라이선스 은행 시스템을 구축하여 국내 모바일 게임업체 중국시장 진출 지원
  - 기존 서비스제공 게임 300여종을 심의하여 60~100종을 선정할 예정이며 향후 중국시장 진출 지원 외에 동남아시아, 일본 시장 지원 예정
- 게임업체들이 외식업 등 게임과의 연계사업을 통한 사업다각화 추진으로 성장 잠재력 제고
- 바른손게임즈는 온라인게임, 엔터테인먼트 관련 사업뿐만 아니라 외식업체 베니건스를 통해 외식업으로의 사업영역 확대. 이는 지난해 패밀리레스토랑

‘재미스’를 설립한 티쓰리엔터테인먼트에 이어 두 번째 사례임

- 드래곤플라이는 레드로버, 프로옵틱스 등 3D 관련기술을 보유한 국내 21개 벤처기업과 글로벌 3D 컨소시엄을 구성하여 사업제휴를 맺었으며, 엠게임은 지난해 신설한 G러닝 사업부를 통해 교육기업 대교와 제휴를 맺어 교육과 게임의 시너지효과 창출을 기대
- 게임산업 육성을 위해 경기도는 광역자치단체 최초로 2010년 하반기부터 200억원 규모의 게임 전문펀드를 운영
  - 경기도는 성남시와 함께 20억원을 출자해 중소기업청의 모태펀드 자금과 기업, 창투사를 참여시킨 게임펀드 운영을 준비 중에 있으며, 이를 통해 중소 게임사들의 자금난 해소, 우수 게임기업에 대한 자금조달 활성화, 최소 500명 이상의 청년층 일자리 창출을 목표
  - 또한 게임펀드 운영을 통해 오는 2012년 판교 테크노밸리 입주와 관련하여 엔씨소프트, 네오위즈 등 대형게임사 및 중소게임사에 긍정적 영향을 미칠 것으로 예상

## □ 해외동향

- 콘솔게임기 시장에서 선두를 달리던 닌텐도가 최근 들어 부진에 빠짐. 주력제품인 위와 NDS 모두 판매가 둔화되고 있음
  - 반면 마이크로소프트의 엑스박스360, 소니의 플레이스테이션3는 판매량이 늘어나고 있으며 각각 ‘키넥트(Kinect)’와 ‘플레이스테이션무브’를 선보이며 닌텐도가 강세를 보이던 체감형/캐주얼 게임시장에 대한 진출 준비 중
  - 2009회계연도에 닌텐도의 매출이 22% 감소하고 순익이 18.1% 감소, 2010회계연도 1분기엔 252억 엔의 손실 기록
  - 닌텐도 3D DS를 발표하며 3D 붐에 맞추어 신제품을 내놓을 예정. 닌텐도는 2010년 6월 미국 로스앤젤레스에서 개최되는 게임업계 전시회 E3에서 3D 액정패널을 이용해 안경을 쓰지 않고도 즐길 수 있는 휴대용 3D 게임기를

공개. 카메라로 촬영한 사진을 곧바로 3D로 감상할 수 있으며, 각도, 가속도 등을 인식할 수 있는 각종 센서가 추가되어 닌텐도 위와 마찬가지로 각종 움직임을 통해 게임 조작이 가능할 것으로 보임

- 마이크로소프트는 체감형 게임컨트롤러 ‘키넥트(Kinect)’ 출시일을 2010년 11월 4일로 확정해 발표, 업계 1위인 닌텐도에 도전. 체감형 게임시장의 경쟁이 치열해지고 시장규모 또한 확대될 전망
- ‘키넥트(Kinect)’는 동작인식 카메라, 심도 감지 센서, 다중 배열 기반 마이크 및 전용 소프트웨어가 하나로 통합된 시스템
- ‘키넥트(Kinect)’를 통해 유저는 자신의 움직임, 소리 등으로 게임을 조작할 수 있음. 이는 닌텐도의 위모콘보다 훨씬 더 진보된 방식으로 평가되며, 액티비전 블리자드, EA, UBI, 스쿼어에닉스 등 주요 게임개발사 또한 ‘키넥트(Kinect)’를 바탕으로 한 게임 개발에 관심을 표명하고 있음
- 캐주얼 게임 시장의 선두주자 닌텐도에 현격하게 뒤쳐지고 있는 마이크로소프트는 2010년 11월 4일, 북미에 ‘키넥트(Kinect)’를 출시하기로 발표했으며 15종의 관련 게임도 함께 내놓을 예정. 소니 또한 모션 컨트롤러 “플레이스테이션 무브”를 공개하며 닌텐도와 마이크로소프트에 대응. 체감형 게임시장이 본격적인 경쟁 시대에 진입하며 규모가 확대될 전망

## 2 출판/만화산업 주요 이슈

### □ 국내동향

- 2010년 4월 26일 정부는 “전자출판산업 육성방안”을 발표하여 향후 5년 동안 600억 원을 투자하기로 결정함
- 문화체육관광부는 국내 전자출판 산업기반 확충, 콘텐츠 창작 및 공급기반 확대, 전자출판 유통시스템 선진화, 디지털 독서문화 활성화, 전자출판 기술혁신 및 표준화 등 5대 전략을 토대로 15가지 핵심과제를 추진하기로 함



- 전자출판 관련 법률을 정비하고 전자출판산업을 지원하기 위한 “전자출판산업진흥협의회”를 설립하고 출판진흥기금을 통해 자금 지원을 확대
  - 전자출판 유통체계를 개선하고 발전시키기 위해 전자출판 콘텐츠 관리센터를 설립하고 표준계약서를 마련해 저작자와 출판사, 유통업자 사이 신뢰를 높일 전망
  - 디지털 신인작가상을 제정하고 전자출판 1인 창조기업에 대해 2천만~4천만 원을 지원할 예정이며 공공도서관의 전자책 구입을 확대할 예정
- 2010년 4월 3일 출시된 아이패드에는 지속적인 판매 호조를 보이고 있으며 향후 세계 전자출판시장에 큰 영향을 미칠 것으로 전망되고 있음. 그러나 국내 정식 도입은 지연되고 있는 상황
- 애플 아이패드는 판매 호조를 지속하면서 지난 2007년 11월 출시 이후 300만대 가량이 보급된 전자책의 대표로 자리 잡은 킨들을 빠르게 따라잡고 있다. 시장 경쟁이 치열해지고 제품이 다양해진 결과 세계 전자출판 시장이 더욱 활성화되고 발전이 가속화될 전망
  - 아이패드의 국내 정식 도입은 법규상 문제로 지연되고 있으나 개정 방안이 마련되고 있으므로 하반기엔 정식 도입이 이루어질 것으로 전망됨. 아이패드 공식 출시 이후엔 스마트폰과 마찬가지로 보급이 빠르게 확대될 것으로 전망됨
- 아이패드 출시 등 디지털 기반의 발달로 출판산업이 e-book으로의 급격한 변화를 겪고 있으나 유통구조 등 가치사슬상의 문제로 출판생태계 전환 난항 예상
- 국내 전자책 시장 규모는 지난 해 1200억원 정도였으며 업계는 매년 20~30% 이상 성장할 것으로 추정
  - ‘종이책의 디지털화’라는 시장의 변화에 대응하기 위해 국내 중대형 출판사들이 지분을 출자해 한국출판콘텐츠(KPC)를 설립했으며 알라딘, 예스24, 영풍문고, 리브로 등 국내 온오프라인 도서유통업체들도 e-book 시장 진입을 준비 중에 있음

- 다만, 인세계약, 콘텐츠제작, 불법복제방지, 유통 등 가치사슬별 당면과제 해결이 필요. 특히 불법복제문제가 출판사 및 저자가 체감하는 가장 큰 이슈
- 국내 e-book 시장의 헤게모니가 유통부문에서 출판사 등 콘텐츠 업체로 전이될 가능성 증대
  - 미국에서는 이미 아이패드(i-pad)의 출시로 도서시장의 헤게모니가 유통업체에서 콘텐츠업체로 전이되는 양상이 나타남
    - ※ 맥밀란 출판사의 콘텐츠 가격인상을 인터넷 서점 아마존이 수용함
  - 국내에서도 중소출판사들의 디지털 콘텐츠 권익보호를 위한 한국출판콘텐츠를 설립했으며, 전자책, 오디오북, e러닝, POD(온라인고객주문제작서비스), 포털검색 등의 영역확대를 통한 유통질서 감시 역할 수행 예정
  - 예스24, 알라딘, 영풍문고, 반디앤루니스, 리브로 등 유통업체들도 한국e퍼브를 출범시켜 적극적인 대응에 나서고 있음
- 국내 만화의 일본 모바일 콘텐츠시장 진출, SK텔레콤은 NTT도모코, 소프트뱅크, KDDI 등 일본 이동통신사에 국내 만화 콘텐츠를 수출
  - 약 500억 엔 규모에 이르는 일본 디지털만화 시장에 대한 국내 만화의 진출이 가시화되고 있음. 일본 또한 스마트폰, 전자책 시장이 빠르게 확대되고 있으며 다양한 콘텐츠에 대한 요구가 늘고 있음
  - 한국 만화의 경쟁력이 높아지고 포털과 이동통신사의 만화콘텐츠에 대한 지속적인 투자가 이루어지고 있음. 이를 바탕으로 세계최대 만화시장인 일본에 대한 만화콘텐츠 수출을 확대하고 나아가 글로벌 시장에서 한국 만화의 인지도를 높이고 신규 수요를 창출할 전망
- 스마트폰 보급이 빠르게 증가함에 따라 만화 유통의 새로운 통로 개척
  - 스마트폰 애플리케이션 개발업체와 만화 콘텐츠업체의 제휴를 통한 인기 만화의 앱스토어 시장 진출이 본격화하고 있으며 구매력 높은 스마트폰 유저에게 만화 콘텐츠를 직접 판매함으로써 기존 유통망의 한계를 극복하고 더 큰 부가가치를 창출할 전망

※ 강풀, 윤태호 등 인기만화 작가의 작품이 스마트폰 애플리케이션 업체 드림나루를 통해 애플 앱스토어에서 선보일 예정

- 그러나 지속되고 있는 불법복제, 스캔을 통한 다운로드 문제는 여전히 만화 산업 발전에 걸림돌이 되고 있음

● 국내 출판물 중 외국서적이 차지하는 비율이 증대하여 콘텐츠 자급자족률이 점차 하락

- (사)대한출판문화협회에 의하면 지난 '09년 전체 발행종수(4만2천1백91종) 가운데 번역서가 27.6% 차지. 번역서의 비중은 90년대 중반 15%대에서 2000년대 이후 30%대로 지속적으로 증가. 번역서의 상당부분이 미국(3천7백46종)과 일본(4천4백3종)에 집중되는 지역적 편중현상도 나타남

● 출판저작권 관련 명확한 정리를 위한 판면권 전면도입 주장제기

- 지난 2월25일 한국저작권위원회가 개최한 저작권 포럼에서는 출판에 전자출판 개념을 포함시키고 출판권 존속기간 연장 판면권 도입여부 제기, 나아가 집중관리단체가 DRM을 활용해 전자출판 관련 권리 처리 및 저작권 침해에 대한 집행을 담당해야 한다고 주장함

※ 판면권: 출판권자가 출판을 함에 있어 출판물의 기획, 교정, 편집, 제작 등에 투여한 창작성과 전문적인 기술 노하우 등에 대한 권리

- 이에 대해 출판유통업체는 집중관리단체가 유통에 개입할 경우 시장혼탁의 우려가 있어 반대 입장을 피력

## □ 해외동향

● 미국 신문출판업계, 불황타개를 위해 아이패드 출시에 따른 다양한 수익모델 개발 박차

- 월스트리트저널은 지난 3월25일 아이패드용 온라인 신문구독료를 17.99달러/월로 책정. 여기에 신문의 주요 수입원인 광고에도 접목하여 다양한 수익모델을 창출하려 하고 있음

- 그러나 공짜 온라인 뉴스에 익숙해 있는 기존 소비자들이 상존하는 상황에서 이러한 언론사들의 뉴스판매가 기대만큼 이뤄지지 않을 것이라는 의견이 적지 않음. 또한 오프라인 신문광고시장은 '09년의 경우 전년도에 비해 27% 급감한 상황으로 아이패드용 신문광고의 소비자 반응 불확실한 상황

● 중국 정부당국, 중국 문화산업 발전을 위해 출판업계 민간기업 활성화 추진:  
國退民進(국퇴민진)

- 신화통신에 따르면 중국신문출판총서(GAPP)는 중국 민간기업들에게 출판 산업을 대폭 개방하고 정부차원의 전폭적인 지원을 실시할 예정으로 향후 3~5년 동안 연간 100억 위안 매출을 달성한 대형출판사에게 적극적인 지원 추진 계획
- 이에 중국의 최대 국영출판사인 중국출판집단공사는 2010년 중 2개의 국유 재벌출판사로 재편되고 나아가 상하이증시에 상장 계획

### 3 음악(공연)산업 주요 이슈

#### □ 국내동향

- 걸그룹의 일본 시장 진출이 본격화되면서 일본 내 K-POP에 대한 관심이 증대되고 다양화되고 있음. 2010년 4월부터 일본에 진출한 카라와 포미닛을 시작으로 다수의 국내 걸그룹이 하반기부터 일본에 진출할 예정
  - 동방신기, 샤이니 등의 일본 진출 성공 이후 국내 아이돌그룹의 일본 시장 진입이 더욱 가속화, 다양화되고 있음
  - 카라와 포미닛의 일본 데뷔는 성공적이었다고 평가되고 있으며 지속적인 활동으로 이러한 추세를 이어갈 전망. 또한 소녀시대, 티아라 등 다수의 걸그룹이 하반기부터 일본에서 활동을 시작할 예정
  - 일본 내에서 K-POP에 대한 관심과 인기가 지속적으로 증가하고 있으며 장르 다양화 등 양적, 질적 측면 모두 성장세를 보이고 있음. 또한 공식적인 진출이 아직 이루어지지 않은 뮤지션들에 대한 관심이 유튜브 등 인터넷을 기반으로 빠르게 늘어나고 있어 최근 일본의 K-POP에 대한 관심 증대가 일시적인 현상이 아닐 것으로 전망됨
  - 특정 뮤지션에 국한된 현상이 아니라 일본 내 K-POP에 대한 인식과 인지도가 개선되고 발전한 결과로 팬층의 다양화, 저변의 확대가 지속되고 있음. 또한 일본 시장에서 성공을 발판으로 아시아 등 글로벌 시장 진출에 더욱 탄력이 붙을 전망
- 2009년 7월 저작권법을 강화하는 등 정부의 지속적인 노력으로 불법복제가 점차 줄어들면서 한국 디지털 음반시장이 성장하고 있음
  - 영국의 경제전문지 The Economist는 불법복제 근절을 위한 한국 정부의 정책이 성공을 거두면서 한국 음반시장이 회복되고 있다고 보도
  - 특히 휴대폰과 MP3 플레이어 등 디지털 음반 판매가 증가하면서 2009년 약

50% 이상의 매출이 온라인에서 발생하고 있음. 이는 세계 최고의 온라인 매출 비율로 2위인 미국 온라인 음반 매출은 전체 시장에서 약 40%를 점유

● 음악산업과 게임산업의 결합을 통해 음악 콘텐츠 매출액 증대와 부가가치 극대화

- 음악 게임인 ‘기타 히어로(Guitar Hero)’, ‘락밴드(Rock Band)’는 락 음악 및 기타 연주를 게임과 결합시켜 세계적 히트를 친 콘텐츠 상품으로 시리즈가 나올 때마다 음악에 대한 게이머의 관심 증대를 유도했고 양 게임에 소개된 주요 뮤지션의 음반 매출이 크게 늘어나 침체에 빠진 세계 음반시장에 새로운 활력이 되고 있음

※ 미국의 유명한 락밴드인 KISS의 보컬 겸 베이시스트인 진 시몬즈는 최근 영국 뉴스 인터뷰에서 개발 중으로 알려진 기타 히어로6를 언급하며 “내가 기타 히어로6의 목소리”라고 밝히는 등 뮤지션들 스스로 적극적으로 음악게임을 홍보에 활용하거나 참여하고자 하는 풍토가 조성되고 있음

- 우리나라 또한 대표적인 음악 온라인게임 “오디션”에 기타모드를 도입하며 세계적 트렌드에 대응하기 시작했으며 국내 음악계와 음악가들도 외국 성공 사례를 벤치마킹하고 게임업계와 적극적으로 협력을 펼쳐나갈 필요성이 대두되고 있음

● 음악 및 공연 산업에 3D 기술을 도입한 새로운 차원의 콘텐츠 개발로 산업발전, 부가가치 증대, 관객 증가, 시장 다양화 전망

- 2010년 3월 30일, ‘3D 월드 포럼 & 쇼케이스 2010’에서는 3D 기술 도입이 위기에 처한 음악-공연 산업발전에 있어 커다란 기회가 될 것이라고 전망
- 음반기획사들이 일회성에 국한되었던 콘서트에 3D를 접목함으로써 생생한 현장감을 극대화시켜 콘텐츠 파워를 갖게 될 것으로 전망

※ “로미오와 줄리엣”, “We will rock you” 공연 주최사인 오로라HC는 3D 입체촬영을 통해 공연 예술을 3D 콘텐츠화시킬 계획, 또한 중국에 1개의 입체상영관과 2개의 일반상영관 설립을 진행 중

※ 디지로그 사물놀이 “죽은 나무 꽃피우기”는 공연과 입체영상을 결합시켜 3D 영화보다 더욱 생동감 있고 다차원적인 체험을 창조

## □ 해외동향

- 북미 공연시장은 오프라인 음반 판매 부진에도 불구하고 고객만족을 위한 노력으로 성장세 지속
  - 세계적으로 오프라인 음반 판매부진 등 매출 및 수익 저하로 뮤지션의 공연 활동이 꾸준히 증가하고 있는 추세로 2009년 북미 공연시장 규모가 약 44억 달러에 이르며 경기침체에도 불구하고 성장
- 세계 최대 공연기획사인 Live Nation과 Ticketmaster의 합병
  - 공연, 스포츠 등 티켓판매 주요 업체인 Ticketmaster가 세계 최대 공연기획사 Live Nation과 합병하며 산업내 수직적 통합을 통해 시너지 효과를 극대화하고 매출과 수익을 증대시킬 전망

## 4 방송(독립 제작사)산업 주요 이슈

## □ 국내동향

- 2010년 5월 19일 우리나라가 세계최초의 3D 지상파 시범방송을 실시
  - KBS는 5월 19일 ‘2010 대구국제육상경기대회’를 3D로 생중계해 지상파 방송사상 최초로 3D 방송을 실시
  - 미국 로스앤젤레스에서 유재홍 한국전파진흥원장은 “타임워너 등 최첨단 3D 영상 제작 기술을 갖춘 이들도 지상파 3D 시범방송을 시작하는 한국이 오히려 선도국가라며 놀라움을 표시했다.”고 전함
- 5월 19일 문화체육관광부는 ‘3D 콘텐츠 산업육성 계획’을 수립, 시행해 3D 콘텐츠 산업을 지원하기로 결정
  - 3D 활성화를 위해 3D콘텐츠 기반 구축, 3D콘텐츠 제작 활성화, R&D 역량 강화, 글로벌시장 진출 확대 등 4대 중점 전략과제를 선정

- 3D 인프라 구축을 위해 콘텐츠 진흥원에 3D제작스튜디오를 구축하고 영화진흥위원회에 3D영화테스트베드를 설립해 콘텐츠 제작업체가 활용할 수 있도록 할 예정이며 중장기적으로는 R&D와 인력 양성 등 핵심 역량을 확보하고 발전시킬 3D 산업 클러스터를 조성할 계획
  - 증가하고 있는 수요에 대응할 3D 전문인력 양성을 위해 한국콘텐츠진흥원에 트레이닝센터를 만들고 영진위에서 3D기술인력 양성 과정을 개설
  - 투자 활성화를 위해 3D 전문펀드를 조성하고 2015년까지 1000억 원으로 규모를 확대할 계획
  - 유인촌 장관은 “이번 계획을 통해 3D 콘텐츠 시장이 성장, 튼튼한 내수 기반을 확보하고 글로벌 시장에 진출함으로써 2015년까지 3D 관련 2조5천억 원의 신시장과 1만5천개의 일자리가 창출될 것”이라고 말함
- 2009년 5월 발표된 방송장비 고도화 추진계획과 관련, 6월 29일 방송통신위원회와 지식경제부는 2010년 상반기 방송장비 고도화 추진단 회의를 개최
- 방송사와 학계, 업계, 관련 단체 관계자들은 수요자 연계형 R&D, IPTV 시스템 해외진출 및 성장 기반 구축, 국산 방송장비 시험인증센터 설립 등에 대해 논의
  - 10월에 개최하는 한국 전자전에서 3D 방송카메라 등 핵심 장비를 전시 및 홍보하고 국내 방송사의 구매를 촉진하기로 함
  - 2009년 12월 몽골에 이어 6월초 ‘중국방송장비 로드쇼’ 개최 등 해외진출에 대한 지원을 지속할 전망
- 2010년 남아공 월드컵의 3D 방송과 더불어 3D TV 보급이 빠르게 증가하며 극장을 넘어서 3D 붐이 확대되고 관심이 증가하고 있음
- 역사상 최초로 3D 중계가 이루어지는 남아공 월드컵은 국내뿐만 아니라 해외에서도 3D 방송과 TV의 보급에 기여할 전망
  - 국내외 시장 모두 고가의 3D TV가 판매 호조를 보이고 있음. 이러한 추세는



### 하반기에 더욱 가속화될 전망

- 빠르게 성장하고 있는 중국 3D 방송 시장에 대한 국내 기업의 진출이 활발해지기 시작함. 2010년 6월 3일 지식경제부는 중국 후난성 창사시에서 ‘중국방송장비 로드쇼’를 개최
  - ‘중국방송장비 로드쇼’ 행사에서 국내 3D 방송장비 업체인 v3i는 후난TV와 3D 카메라 등 관련 장비와 소프트웨어를 제공하는 계약을 체결했으며 드라마 제작사 삼화네트웍스도 v3i와 함께 후난TV에 3D 콘텐츠를 공급할 예정
  - 지식경제부 정만기 정보통신산업정책관은 “v3i 같은 국내 기술 업체들이 중국 시장을 선점할 좋은 기회가 될 것”이라고 말했으며 후난성 천저우송 부성장은 “한국과 기술 교류를 통해 후난성이 향후 3D 방송의 메카로 떠오를 것”이라고 말함
  - 급속도로 확대되고 있는 중국 3D 방송 시장은 관련 국내업체에 좋은 기회가 될 것으로 전망되며 더욱 효과적인 시장 개척을 위해 업계와 정부의 긴밀한 협력이 요구되고 있음
- 2009년 미디어법 통과와 더불어 전세계적으로 방송통신 융합이 진행되면서 방송과 콘텐츠 업계의 대응 및 산업간 협력과 체계적이고 다양한 정부 지원이 바탕으로 세계 방송시장에서 한국 방송산업의 위상과 경쟁력을 재고할 필요성 대두
  - 방송통신위원회는 “2010 방송통신 산업전망 컨퍼런스”에서 방송통신 산업 발전을 위한 방송통신 융합 핵심 추진과제 발표. 융합서비스 활성화, 방송통신 콘텐츠 시장 육성, 방송통신 법 및 제도 정비, 미래성장 기반 확충을 핵심 과제로 제시
  - 방송통신 콘텐츠 시장 육성을 위해서는 디지털방송콘텐츠 지원센터 설립, T-커머스 활성화, 온라인 콘텐츠 오픈마켓 조성, 방송콘텐츠 투자펀드 조성 등 구체적이고 다양한 방안이 제시됨. 총 2254억 원을 방송통신 분야에 투자할 예정

- 민영 미디어렐(광고판매 대행회사) 도입으로 방송산업에 커다란 변화가 일어날 전망, 그러나 '10년 2분기 현재 관련법안 처리는 답보 상태로 다양한 쟁점 존재
  - 미디어렐으로의 제도 변경은 지상파 방송사들의 수익에 큰 영향을 미치지만 종합편성채널 등에는 별다른 영향이 없을 것이란 주장. 종합편성채널과 보도 채널의 광고 의무위탁 대상 편입 여부도 쟁점
- 동남아 등 해외 드라마의 국내 제작 증가, 정부와 지자체 차원의 지원을 통해 방송콘텐츠 제작의 메카로 한국을 부각시키고 이를 바탕으로 새로운 한류를 창출할 전망
  - 한류 붐을 토대로 해외 특히 동남아 드라마, 영화업계의 한국에 대한 관심이 증대했으며 한국을 무대로 한 콘텐츠 제작이 다양하게 진행 중으로 외국 업체의 국내 제작을 지속적으로 유치하려면 정부 및 지자체의 꾸준한 지원과 협력이 요구됨
    - ※ 서울시는 도시 마케팅을 위해 지난 2002년부터 '서울촬영지원사업'을 실시하고 있으며 해외 제작물과 공동제작물을 대상으로 서울지역 사용된 제작비용 가운데 최대 1억 원까지 지원하고 있음
  - 세계적 트렌드인 3D 입체 콘텐츠 붐에 맞추어 외국 업체의 3D 콘텐츠 국내 제작 유치를 위한 구체적이고 다양한 방안을 수립, 진행함으로써 현 추세를 적극적으로 확대시켜나갈 필요성 제기

## □ 해외동향

- 중국은 방송과 인터넷, 통신을 통합한 '3망융합'을 시범적으로 실시할 예정으로 특히 IPTV 사업이 혜택을 볼 전망
  - '3망융합'이 이루어지면 네트워크의 공동 구축과 이용이 가능해져 비용이 절감되고 중복투자를 방지해 효율을 높일 수 있을 것으로 전망됨
  - IPTV를 운영하는 통신사들에 대해선 방송 프로그램의 제작, 시사 프로그램

의 중계방송(제작은 금지), 휴대전화 방송 서비스 등이 허용될 예정

- '10년 2분기 3D TV 해외 매출 급증, 매출 증가세는 당분간 지속될 전망이다  
방송산업 전반에 3D 콘텐츠가 확대될 것으로 기대
  - 올해 3D TV의 세계시장 출시는 방송산업뿐만 아니라 영화산업, 게임산업 등 주요 콘텐츠 업계의 지대한 관심과 호응을 불러일으키고 있으며, 3D TV의 급속한 보급 증가와 더불어 3D 방송과 콘텐츠에 대한 수요도 급증할 것으로 예상되며 컴퓨터, 모바일 기기 등 다양한 도전에 직면한 방송산업에 새로운 도약의 계기가 될 전망
- 스포츠 방송은 3D 방송의 최대 수혜주 가운데 하나, 사상 최초로 3D 중계되는 남아공 월드컵은 스포츠 시청자의 3D 방송에 대한 관심도 고조시킴
  - 3D 방송의 강점인 생생한 현장감과 풍부한 입체감은 스포츠 프로그램 시청자로 하여금 이전에 경험해보지 못한 새로운 방식의 체험을 가능케 함
  - 드림웍스 CEO 카젠버그는 3D 스포츠 방송이 3D TV 보급 촉진에 기여할 것이라고 전망했는데, 2008년 미국 스포츠 방송사 ESPN이 실시한 시청자 조사에 따르면 스포츠 팬은 매일 평균 시청시간 보다 2배 많은 약 6시간의 TV 시청시간을 기록했다고 보도, 따라서 3D 스포츠 방송의 도입 및 확대는 기존 스포츠 팬의 3D TV 구매를 촉진할 가능성이 높음
  - 2010년 남아공 월드컵의 3D 중계로 3D TV 판매가 크게 촉진

## 5 영화산업 주요 이슈

### □ 국내동향

- 한국 영화의 중국 진출이 확대될 전망. 폭발적인 성장세를 기록하고 있는 중국 영화시장을 겨냥한 한국 영화산업의 진출과 협력 증대
  - CJ엔터테인먼트는 중국 유수의 영화사인 보나인터내셔널 필름그룹과 전략

적 제휴관계를 맺고 매해 2편 이상의 영화를 공동으로 제작할 예정

- 양사의 첫 공동제작 작품은 소지섭과 장쓰이가 주연한 “소피의 연애 매뉴얼”로 우리나라와 중국 모두 개봉했음
  - 또한 CJ CGV가 설립한 중국내 영화관이 꾸준히 수익을 내며 중국 극장영화 시장에서 성장세를 보이고 있음. 중국 극장영화 시장은 매년 약 40%를 넘는 고성장을 지속하고 있는 상황이며 국내 최대의 영화업체인 CJ엔터테인먼트와 CJ CGV는 수직적 통합구조 등 탄탄한 경쟁력으로 중국 시장에서 지속적으로 매출과 점유율, 수익을 증대시킬 전망
  - 영화진흥위원회 또한 한중 영화교류를 적극적으로 지원하고 있음. 2009년 중국사무소를 개설하고 지난 6월 14일부터 16일까지 공동투자, 제작을 주제로 한 “코프로덕션 인 상하이 2010” 행사 개최
  - 9월에는 베이징에서 한중 공동제작 프로젝트 발표와 중국 투자 유치를 핵심으로 한 행사를 개최할 계획
- 한국 영화계와 정부가 3D 영화 제작 활성화를 위해 다양한 노력을 전개 중. ‘아바타’와 ‘이상한 나라의 앨리스’ 등 외국 3D 영화가 불러일으킨 3D 영화 붐은 토이스토리3 등 다양한 작품을 통해 지속되고 있으며 이에 대한 한국 영화산업의 대응이 점차 구체화
- 최근 다수의 한국 영화가 3D로 제작할 예정이라고 발표됨. ‘현의 노래’, ‘아름다운 우리’, ‘제7광구’, ‘메모리’, ‘소울메이트’ 등이 3D 제작을 계획
  - 5월 19일 문화체육관광부는 ‘3D 콘텐츠 산업육성 계획’을 수립, 시행해 3D 콘텐츠 산업을 지원하기로 결정했으며 영화산업에 대한 지원은 중점사항 중 하나
  - 3D 인프라 구축을 위해 콘텐츠 진흥원에 3D제작스튜디오를 구축하고 영화진흥위원회에 3D영화테스트베드를 설립해 콘텐츠 제작업체가 활용할 수 있도록 할 예정이며 중장기적으론 R&D와 인력 양성 등 핵심 역량을 확보하고 발전시킬 3D 산업 클러스터를 조성할 계획

- 증가하고 있는 수요에 대응할 3D 전문인력 양성을 위해 콘텐츠진흥원에 트레이닝센터를 만들고 영진위에서 3D기술인력 양성 과정을 개설
- 투자 활성화를 위해 3D 전문펀드를 조성하고 2015년까지 1000억 원으로 규모를 확대할 계획
- ‘아바타’, ‘이상한 나라의 앨리스’ 등 3D 영화 붐에 힘입어 ’10년 1분기 한국 영화시장 입장권 매출은 전년동기대비 30.1% 증가, 입장 관객수는 전년동기 대비 7.3% 증가
  - 한국영화 시장점유율은 43.3%로 양호해 내실 있는 성장을 시현한 것으로 나타남. 세계적으로 극장영화 붐을 일으킨 3D 영화시장 발전에 맞추어 한국 영화계의 발 빠른 대응이 요구되고 있음
  - 3D 영화는 새로운 시장을 형성하며 수익 창출원으로 기대되나 3D 영화 제작의 비용 상승 요인이 다양하게 존재해 영화업계에 커다란 부담으로 작용하고 있음. 따라서 통합된 3D 콘텐츠 제작센터 설립 등 다방면의 구체적인 지원이 요구되고 있음

## □ 해외동향

- 2010년 6월 15일 미국 상품선물거래위원회(CFTC)가 영화 선물 거래를 승인함으로써 영화투자 환경에 획기적인 발전이 기대
  - 그러나 영화 선물 거래 도입에 대한 긍정적 여론만 있는 것은 아님. 일부 영화제작사와 극장 관계자들은 상품선물거래위원회에 반대 서한을 보내 영화 파생상품이 흥행순위 조작을 유발할 가능성이 있다고 주장함
  - 반면 투자자들은 영화 선물 거래가 투자 유치를 원활하게 하는데 크게 기여할 것이라고 주장함. 헷지를 통한 위험 감소로 더욱 많은 투자 자금이 영화 산업에 진입할 수 있도록 촉진할 것이란 전망
  - 향후 미국의 영화 선물 거래가 성공적으로 정착할 수 있을지 여부에 대해

꾸준한 관심을 기울일 필요가 있음. 성공적으로 운영 가능하다는 사실이 입증되면 장래 국내 도입을 검토할 수도 있을 것으로 전망됨

- 미국 등 전 세계 영화시장의 극장매출 뚜렷한 증가세 지속, 2009년 3D 영화 붐으로 더욱 탄력을 받으며 상승세 지속

- 2009년 전 세계 극장매출은 2008년 대비 7.6% 증가, 2005년 이후로 꾸준히 높은 성장세를 보이고 있으며 이러한 기세는 3D 영화 붐을 바탕으로 2010년에도 지속될 전망
- 토이 스토리3 등 2010년 상반기에 이어 하반기에도 3D 영화의 세계적 흥행이 지속될 전망

- DVD, 블루레이 등 2차 시장의 성장세는 정체 상태이나 3D 영화 및 기기의 확대로 시장 회복 기대

- 극장에서 시작된 3D 붐의 안방 확산은 침체에 빠진 DVD, 블루레이 등 2차 시장의 전환점을 마련해 극장 편향적인 현 시장에 균형을 되찾아 궁극적으로 영화산업의 매출, 수익성 증대에 크게 공헌할 것이라 기대
- 3D TV와 3D 콘텐츠의 결합을 통한 시너지 효과를 바탕으로 최근 부진했던 2차 시장의 성장세가 회복될 가능성이 있어 3D 영화의 아이콘으로 유명한 제임스 카메론 감독 등 영화업계 주요 인사가 삼성 등 주요 전자업체와 함께 3D 붐의 안방 확산을 위해 전방위적 협력 양상을 보임

※ 2010년 3월 9일 뉴욕 맨해튼에서 열린 삼성 3D TV 출시행사에 참석한 제임스 카메론 감독은 3D TV시장의 가능성을 피력

## 6 광고산업 주요 이슈

### □ 국내동향

- 국내에서도 소셜네트워크서비스 이용자가 빠르게 증가함에 따라 향후 광고 시장에도 변화가 있을 전망
  - 페이스북이 2010년 1분기 배너 광고 매출에서 야후와 마이크로소프트를 앞질러 광고에서도 SNS의 영향력이 커지고 있음을 확인시킴
  - 2010년 1분기 배너 광고 건수는 페이스북 1763억 건, 야후 1361억 건, 마이크로소프트 602억 건
  - 국내 SNS 이용자가 빠르게 늘어남에 따라 이러한 양상은 국내에서도 점차 확대될 전망
- 국내외 경제가 회복을 지속하고 동계 올림픽과 남아공 월드컵에 따른 특수로 2010년 상반기 광고시장이 호조를 보임
  - 2010년 상반기 지상파 방송광고비는 전년 동기에 비해 3077억 원 증가한 1조 1282억 원에 이룸. 전년동기대비 증가율은 37.5%로 높으며 2007년 대비 94.8% 규모로 금융위기 이전 수준을 회복해가고 있음
  - 상반기에 기업들의 광고가 집중되었고 하반기에 특별한 이슈가 없어 하반기 광고시장은 둔화될 것이란 전망이 일부 제기되고 있음
  - SNS 이용자의 빠른 증가, 스마트폰의 보급 확대 등 인터넷광고 시장의 성장이 두드러질 전망
- 민영 미디어렐(광고판매 대행회사) 도입으로 광고시장에 경쟁이 심해지고 이에 따라 광고산업의 재편이 이루어질 전망
  - 미디어렐 관련 법안은 '10년 1분기 현재 답보상태
- 스마트폰 등 모바일 플랫폼의 급격한 발전과 함께 모바일 광고시장도 빠른 성

장세를 지속할 전망이다. 광고업계는 이에 발 빠르게 대응

- 지난 2009년 온라인 광고시장은 1조 5619억 원으로 2008년에 비해 14.7% 성장하며 두각을 나타냈고, 2010년 들어 안드로이드폰, 아이폰 등 스마트폰의 등장으로 모바일 광고시장이 급팽창하면서 광고업계에 새로운 트렌드 형성
- 스마트폰을 기반으로 증강현실을 구현한 위치기반광고, 개인맞춤형 광고, 애플리케이션 기반 광고 등 모바일 특유의 광고방식이 속속 개발
- ※ 국내에서는 KT가 구글 애드몹과 손을 잡고 모바일 광고시장에 진입. 정부는 2010년 3월 “모바일광고 정책 포럼”을 개최하고 구체적, 다각적 지원을 위한 논의 진행

- 3D 영화관, TV, 방송 등 3D 인프라 조성과 여건 성숙에 따라 광고산업 또한 3D 입체광고 제작이 화두로 떠오르고 있음

- 3D 광고는 기존 광고에 익숙한 소비자들에게 새로운 자극이 될 것이며 광고 크리에이터 또한 기존 광고로 구현이 불가능했던 방식의 접근이 가능해짐으로 인해 이를 활용한 창조적인 형태의 광고 제작이 활성화될 전망
- ※ 삼성전자는 2010년 2월 세계 최초로 출시한 3D LED TV에 대한 광고를 3D 영화관에서 시현

## □ 해외동향

- 2010년 4월초 애플이 발표한 새로운 운영체제 iOS 4.0에 모바일 광고 기능인 iAD가 추가되었음
- 애플은 2010년 초 온라인 광고 업체 ‘퀴트로 와이어리스’를 인수해 모바일 광고 시장에 대한 진출 의지를 나타냄
- 발표 행사에서 스티브 잡스는 토이스토리3에 적용한 iAD 광고기능을 시연하기도 했으며 “구글의 검색 기반 광고는 모바일 환경에 부적합하다”고 주장했으며 또한 “모바일 유저들은 검색 엔진보다는 앱을 통해 인터넷에 접속, 필요한 콘텐츠를 선택하므로 광고 역시 예전과 달라야한다”고 말함
- 구글 애드몹에 이어 애플의 도전으로 모바일 광고 시장에서 경쟁이 격화될 전망



- 중국 광고시장이 빠르게 성장하면서 2015년에는 일본을 제치고 세계 2위 시장으로 발돋움할 것으로 전망되고 있음
  - 프라이스워터하우스쿠퍼스(PwC)는 2015년에 중국 광고 시장이 일본을 앞질러 세계 2위로 떠오를 것이라 전망
  - 중국 광고 시장이 빠르게 성장함에 따라 글로벌 광고 업체의 중국 시장에 대한 관심과 투자가 증가할 전망
- 아이패드 등 태블릿 PC와 아이폰 등 스마트폰 시장의 급격한 성장에 따라 미국 등 세계 모바일 광고시장이 빠르게 발전
  - 리서치 회사 EMarketer에 따르면 2009년 미국 모바일 광고시장 규모는 4억 1600만 달러, 2013년에는 시장 규모가 15억 달러를 넘어설 것으로 전망
  - 시장조사기관인 가트너는 올해 세계 모바일 광고시장 규모를 15억 달러로 추정하며 빠른 성장속도를 바탕으로 2013년 총 135억 달러 규모의 거대시장으로 성장할 것이라 전망

## 7 애니메이션/캐릭터산업 주요 이슈

### □ 국내동향

- 정부가 애니메이션과 캐릭터, 만화 산업 육성을 위한 종합전략을 수립, 발표하고 시행에 들어가며 이 부문에 총 2592억 원을 투자해 수출 증대와 일자리 창출을 지원할 예정
  - 문화관광부는 ‘CAN 혁신 전략’을 수립하고 차세대 뉴미디어의 디지털화 지원, 디지털 오픈마켓 활성화, 미국과 중국 시장에 대한 진출 확대, 투자 제도 개선 및 일자리 창출 등 4대 혁신과제를 제안
  - 디지털 오픈마켓 활성화를 위해 외국어 번역과 디지털 변환 등 관련 서비스를 제공할 것이며 콘텐츠 사업자, 오픈마켓 운영자, 이동통신사 등이 참여하

는 ‘오픈마켓 콘텐츠 진흥포럼’도 운영할 예정

- 모태펀드 투자 성과에 따른 차등 출자제도 도입, 3D 콘텐츠 개발 지원 등 다양한 사업을 전개
- 한국수출보험공사가 영화, 게임에 이어 애니메이션에 대한 문화수출보험을 지원하기 시작함
  - 최근 수출보험공사는 선우엔터테인먼트가 제작한 TV애니메이션 ‘최강합체 믹스마스터’에 대한 문화수출보험 8억 원을 제공함
  - 수출보험공사 관계자는 “지난해 4월 문화수출보험 지원대상을 확대한 이후 드라마, 게임, 공연, TV애니메이션 등 다양한 문화콘텐츠로 지원이 늘어나고 있다”고 전함
  - 선우엔터테인먼트는 홍콩 터너엔터테인먼트와 계약을 체결해 ‘최강합체 믹스마스터’를 아시아 25개국에 방영하기로 함
- 전통한과와 토종 캐릭터의 만남 등 이종산업간 융합지원 적극 추진
  - 한과업체 교동씨엠과 캐릭터업체 부즈클럽은 국산 캐릭터 ‘캐니멀’이 그려진 다양한 포장 용기에 한과 ‘고시불’을 담은 ‘캐니멀 한과’ 상품 출시. 양사의 제휴는 서로 다른 업종이지만 협력하면 윈윈(win-win)할 수 있다는 인식하에 이종산업간 융합한 사례
- 유연한 문화적 적응성과 높은 기술력을 바탕으로 한국 애니메이션산업의 유럽 진출 가속화 전망
  - 2010년 3월 23일 한-EU 카툰커넥션 개최, EU 40여개, 한국 53개 애니메이션 업체가 참가해 수출 상담과 합작사업 등에 대해 논의. EU 카툰협회장은 자국색이 강해 공동작업이 힘든 미국, 일본에 비해 한국은 유연한 문화적 적응력과 높은 기술수준을 갖추고 있는 점이 강점이라 평함

## □ 해외동향

- 3D 애니메이션 수요가 빠르게 증가하며 해외 수주도 증가 추세, 이에 대응해 애니메이션, 게임 등 콘텐츠 업계의 산업간, 국제적 협력이 늘어나고 있음
  - 아바타 이후 3D 입체영화 붐이 애니메이션 이어짐. 5월 개봉작 드림웍스의 “드래곤 길들이기”는 대표적 사례로 드림웍스 CEO 제프리 카젠버그는 향후 자사의 모든 애니메이션을 3D 디지털 기술로 제작할 것이라고 밝힘
  - 국내에서도 게임업체 드래곤플라이와 레드로버, 프로옵틱스 등 3D 관련기술을 보유한 국내 21개 벤처기업이 모여 “글로벌 3D 컨소시엄”을 구성, 3D 시장에 공동 대응
    - ※ 캐나다의 톤박스 엔터테인먼트와 국내업체 레드로버가 합작 개발한 3D TV용 콘텐츠 “볼츠 앤 블립”은 드래곤플라이가 온라인게임화, 캐릭터 사업까지 추진하며 OSMU(One Source Multi Use)를 통한 부가가치 극대화. 산업간 협력, 국제적 협력을 통해 글로벌 시장 진출을 달성한 모범사례

## 8 지식정보산업 주요 이슈

- 트위터, 페이스북 등 외국 SNS(소셜 네트워크 서비스)가 본격적으로 국내에 도입되면서 시장에 변화가 일어나고 있음
  - 스마트폰 보급이 빠르게 늘어나는 등 국내 인터넷 환경이 변화하면서 트위터, 페이스북 등 SNS 이용자가 급격하게 늘어나고 있음
  - SNS 이용자가 크게 늘어나 세계적으로 페이스북 이용자가 4억 명에 이르며 트위터 이용자도 1억 명을 넘어 빠르게 증가하고 있는 실정이며 국내 트위터 유저도 스마트폰의 확산에 따라 100만 명을 넘어서기 시작함
  - 이에 따라 인터넷 이용 양태도 급변하고 있으며 글로벌 IT 업체들은 다양한 방식으로 새로운 도전에 대응하고 있음
  - 예를 들어 마이크로소프트는 윈도우 라이브 메신저를 대폭 손질해 SNS 중

### 심으로 시스템을 개편함

- 국내 업체도 여건변화에 따라 적극적인 대응에 나서고 있음. NHN은 미투데이를 인수하며 시장에 진출해 100만 명 이상의 이용자를 확보함. 다음은 2월에 마이크로 블로그 서비스 ‘요즘’을 오픈했으며 동영상, 이미지 등 멀티미디어 기능에 중점을 둬. SK컴즈도 소셜네트워크서비스 ‘커넥팅’을 내놓았으며 이는 기존 네이트, 싸이월드와 연동됨
- 스마트폰의 확산, 시맨틱 검색을 도입한 네이트의 검색 점유율 증가 등 검색시장의 경쟁이 치열해지고 양상 또한 다변화되고 있음
  - 빠른 속도로 보급되고 있는 스마트폰 중 다수가 구글을 기본으로 하고 있어 그동안 국내 시장에서 부진했던 구글 검색의 향방이 주목되고 있음
  - 시맨틱 검색은 검색 이용자의 의도를 파악하고 입력한 단어, 문장에 대한 분석을 통해 더욱 최적화된 검색 결과를 제공함으로써 이용자 편의성을 높임
  - 시맨틱 검색을 토대로 지난해 말부터 네이트의 검색 점유율이 10%를 상회하며 성장세를 나타냄. 새로운 트렌드로 떠오른 음성 검색 부문에서는 다음과 구글이 공격적인 시장 전략을 구사하고 있음. 구글은 또한 개인정보를 바탕으로 한 맞춤형 검색을 준비하고 있어 향후 검색 시장의 경쟁이 더욱 치열해지고 양상도 다변화될 전망
- ‘다음’은 수익모델 다변화를 위해 만화출판, 게임 등에 직접 참여
  - 만화출판사업은 기존 인기서비스인 인터넷 만화 웹툰을 활용하여 단행본출간 등 침체된 만화출판 시장에 기여가능성 높음. 또한 한국만화영상진흥원과 웹툰니스타 콘테스트를 공동개최 만화가들의 해외시장 진출지원 예정
  - 게임퍼블리싱 진출을 통해 신규 포털이용자들을 유입시키고 향후 소프트웨어개발에서 퍼블리싱까지 관련 산업 진출에 대한 가능성 제시
- 포털업체가 주도하는 신작 웹툰 발굴 및 애니메이션화 사업으로 만화, 애니메이션 산업과 포털산업의 시너지효과 창출 기대

- 웹툰의 애니메이션화 활성화를 통해 더 큰 부가가치를 창출하고 인기 웹툰의 인지도, 지속성을 높여 원소스멀티유즈 증대 전망

※ NHN과 경기디지털콘텐츠진흥원, 온미디어 등이 합작해 진행하는 “투모로우 애니스타” 선정작은 네이버 만화와 온미디어 투니랜드에서 동시 연재하고 이 가운데 인기작은 애니메이션으로 제작, 방영할 예정

## □ 해외동향

- 2010년 6월 8일 구글은 검색기술 컨퍼런스인 ‘검색의 과학’ 행사에서 지속적으로 발전하고 있는 검색 서비스에 대해 설명

- 유스타스 부회장은 “도서관과 잡지, 신문, TV 등 매우 제한된 정보로 세상을 파악했던 시대는 가고 검색을 통해 모든 정보에 실시간으로 접근하는 시대가 왔다”고 말함
- 아미트 싱할 수석연구원은 “검색의 미래는 검색이 사라지는 것”이라며 이용자 개인 정보에 바탕을 둔 맞춤형 검색서비스가 가진 장점을 강조
- 이용자 개인 정보를 통합적으로 파악해 검색 이용자의 요구를 즉각적으로 해결 가능
- 그러나 이용자 개인 정보 수집에서 발생할 수 있는 사생활 침해 등 부작용에 대한 우려도 존재

- 2010년 3월 22일 구글은 구글차이나 사이트에 대한 접속을 구글홍콩으로 전환했으나 최근 구글홍콩 우회 사이트를 폐쇄함. 중국 정부와 구글 간 마찰은 완화되었으나 향후 전망은 불투명

- 6월말 구글은 중국 정부에 공식 서한을 보내 중국 법률에 따르겠다는 의사를 표명함. 그러나 구글차이나의 영업권 갱신은 음악, 쇼핑, 번역에 대해서만 이루어져 검색 서비스를 포기
- 구글차이나의 서비스는 최소한으로 국한됨. 중국 정부와 구글의 마찰은 완화되었지만 구글차이나의 검색 서비스 포기 등 향후 전망은 불투명

※ 구글과 더불어 중국 검색시장 주요 업체인 바이두는 수혜를 볼 전망

● 저렴한 홍보비용을 장점으로 미국, 영국 등 세계 각지에서 트위터, 페이스북 등을 이용한 소규모 사업자 마케팅 증가 추세

- 소규모 사업자들이 트위터 등 SNS(Social Network Service)를 통한 홍보로 매출, 수익 증대를 달성하는 사례가 늘어나고 있음

※ 로스앤젤레스에서 이동식 불고기 사업을 하는 Kogi BBQ는 2010년 1월 현재 트위터에서 5만 2천명에 달하는 팔로워(Follower)를 거느리고 있음. Kogi BBQ는 이동식 매장의 위치를 그때그때 트위터를 통해 고객들에게 전파함으로써 고객들이 손쉽게 이동식 매장을 찾을 수 있도록 지원

- 최근 우리나라도 스마트폰 사용자와 트위터 등 SNS 사용자가 급증하면서 유사한 방식의 소규모 사업자 마케팅 기반이 마련되고 있으며 1인 창조기업 등 소규모 사업자 지원 방안으로 가능

## IV. CBI(Contents Business Index) 분석

### 1 분석목적

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’를 통해 CBI<sup>27)</sup> 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 총 10개 산업 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송(독립제작사), 광고, 캐릭터, 지식정보산업을 영위하는 사업체 중 380개를 표본으로 선정하여 조사 실시
- 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 2010년 8월 9일부터 8월 25일까지 실시하였으며, 방문조사 및 E-mail, Fax, 전화 등 다양한 방법을 통하여 조사 실시
- CBI 분석을 위한 기준시점, 설문시점(1분기, 2분기), 설문항목(매출, 수출, 투자, 고용, 자금사정 등), 7점 척도(전혀증대안됨, 증대안됨, 약간증대안됨, 보통, 약간증대됨, 증대됨, 매우증대됨)

27) CBI(Contents Business Index)는 콘텐츠산업의 경기동향과 전망 등을 7점 척도로 질문하여 응답한 내용을 토대로 지수화 하는 것이며, 이는 사업체의 주관적이고 심리적인 요소까지 포함된 것임

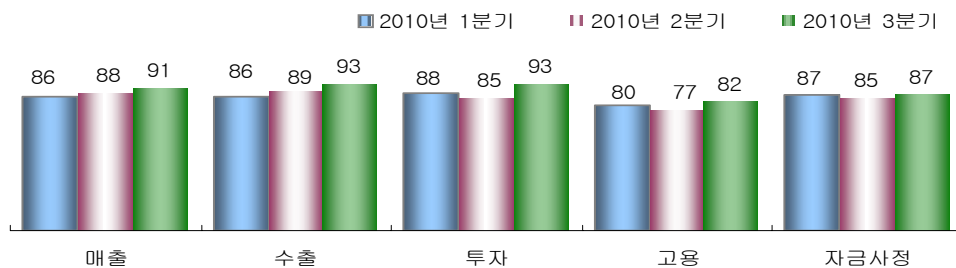
- CBI의 기준시점은 2009년 4분기를 100으로 기준
- 본 조사에서 사용되는 설문은 매출, 수출, 투자, 고용, 자금사정 등 5개 요소에 대해 7점 척도로 계산함 (0-200)

### 3 2010년 1~3분기 CBI 분석

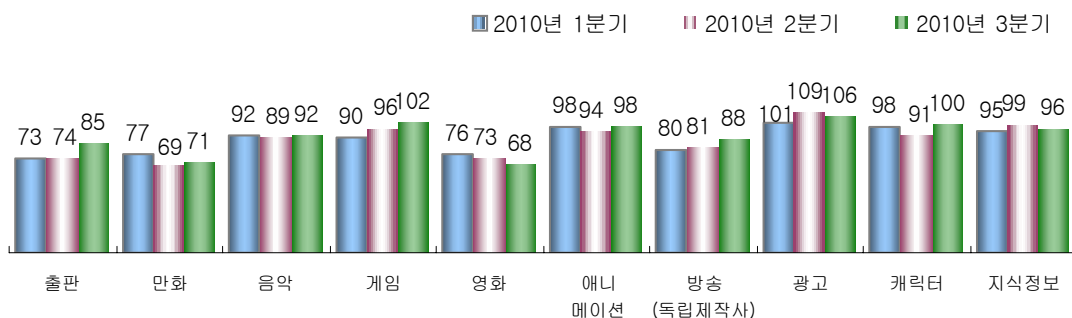
#### 3.1. 2010년 1~3분기 CBI 종합분석<sup>28)</sup>

- '10년 2분기 콘텐츠산업 매출, 수출 부문별 CBI는 1분기에 비해 소폭 개선되었으나, 고용(80 → 77)부문은 상대적으로 가장 부진한 것으로 나타남
- 3분기는 전반적인 호조세를 보이고, 특히 매출 및 수출, 투자부문은 소폭 개선될 것으로 전망됨

〈그림 IV-1〉 '10년 1~3분기 콘텐츠산업 부문별 CBI



〈그림 IV-2〉 '10년 1~3분기 콘텐츠산업별 CBI



28) 100을 기준으로 84 이하: 매우부진, 85~94: 부진, 95~104: 호조, 105이상: 매우 호조



- '10년 2분기 콘텐츠 산업 중 광고 및 지식정보, 게임은 호조를 보였으나, 나머지 산업은 부진한 편이며, 산업간 큰 편차를 보임
  - 호조세를 보인 산업은 게임(96), 광고(109), 지식정보(99)임
  - 그 외의 산업은 출판(74), 만화(69), 음악(89), 영화(73), 애니메이션(94)방송(81), 캐릭터(91) 등 대부분이 매우 부진한 것으로 나타남
- '10년 3분기 콘텐츠 산업별 CBI는 전반적으로 개선되나, 영화는 부진을 지속할 것으로 전망됨
  - 2분기 대비 개선될 것으로 전망되는 산업은 게임(96→102), 애니메이션(94→98), 캐릭터(91→100), 출판(74→85), 만화(69→71), 음악(89→92), 방송(81→88)
  - 호조는 지속될 것으로 전망되나, 2분기 대비 다소 하락하는 산업은 광고(109→106), 지식정보(99→96)이며, 영화(73→63)는 '10년 1분기부터 지속적으로 침체상태임

### 3.2. 2010년 1~3분기 CBI 산업별·부문별 분석

#### ● 출판산업 CBI

〈표 IV-1〉 출판산업 부문별 CBI

구분	매출	수출	투자	고용	자금사정
1분기	77	69	75	71	75
2분기	78	74	75	68	77
3분기	91	95	81	75	85

- '10년 2분기 출판은 전체적으로 부진하며 특히 고용(68)이 매우 부진
- 3분기는 매출과 수출을 제외한 모든 부분에서 2분기에 이어 여전히 부진할 것으로 전망됨

● 만화산업 CBI

〈표 IV-2〉 만화산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정
1분기	60	83	81	87	75
2분기	69	67	69	75	67
3분기	72	67	69	72	73

- '10년 2분기 만화는 전 분야에서 매우 부진한 것으로 나타남
- 3분기는 또한 2분기와 마찬가지로 전 분야에서 매우 부진할 것으로 전망됨

● 음악산업 CBI

〈표 IV-3〉 음악산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정
1분기	90	104	101	81	83
2분기	90	97	99	76	83
3분기	89	98	102	84	87

- '10년 2분기 음악은 1분기와 큰 차이가 보이지 않으며, 이중 고용 및 자금사정이 부진함
- 3분기에는 투자 및 고용, 자금사정이 다소 호전될 것으로 예상됨

● 게임산업 CBI

〈표 IV-4〉 게임산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정
1분기	97	92	86	90	86
2분기	103	107	98	85	88
3분기	106	100	105	103	95

- '10년 2분기 게임은 매출과 수출이 호조를 보이고 있으나, 고용 및 자금사정은 다소 부진함
- 3분기는 2분기에 비해 전부문이 호조를 보이고, 특히, 투자(98→105) 및 고용부문(85→103)이 크게 개선될 것으로 예상됨

● 영화산업 CBI

〈표 IV-5〉 영화산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정
1분기	79	58	87	78	81
2분기	72	63	71	77	81
3분기	76	61	72	69	64

- '10년 2분기 영화는 전반적으로 부진하며, 특히 수출이 매우 부진함
- 3분기는 2분기와 마찬가지로 부진을 지속할 것으로 전망되며, 특히 자금사정(81→64)이 매우 악화 될 것으로 전망됨

● 애니메이션산업 CBI

〈표 IV-6〉 애니메이션산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정
1분기	100	99	95	91	103
2분기	105	100	88	87	92
3분기	102	107	99	88	92

- '10년 2분기 애니메이션은 매출(105) 및 수출(100)이 호조를 보이나 투자 및 고용이 다소 부진함
- 3분기는 수출 호조세가 지속될 전망임에도 불구하고 고용부문은 부진할 것으로 예상됨

● 방송(독립제작사)산업 CBI

〈표 IV-7〉 방송(독립제작사)산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정
1분기	91	62	71	83	92
2분기	101	71	61	78	94
3분기	92	82	87	89	92

- '10년 2분기 방송은 매출과 자금사정을 제외하고 부진함
- 3분기는 수출 및 투자, 고용이 다소 호전되나, 전반적으로 부진할 것으로 전망됨

● 광고산업 CBI

〈표 IV-8〉 광고산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정
1분기	89	108	112	98	100
2분기	96	133	118	92	103
3분기	107	107	116	103	97

- '10년 2분기 광고는 전반적으로 호조를 보이고 있음
- 3분기는 2분기의 상승세를 이어 지속적으로 호조를 보일 것으로 전망됨

● 캐릭터산업 CBI

〈표 IV-9〉 캐릭터산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정
1분기	97	104	107	93	91
2분기	100	83	81	94	94
3분기	102	108	102	94	94

- '10년 2분기 캐릭터 산업은 전분기와 큰 변화가 없으나, 수출 및 투자 부문은 부진함
- 3분기는 전반적으로 호조가 되고, 수출부문(83→108)이 큰 폭으로 개선될 것으로 전망됨

● 지식정보산업 CBI

〈표 IV-10〉 지식정보산업 부문별 CBI

구 분	매출	수출	투자	고용	자금사정
1분기	106	74	102	98	98
2분기	109	92	99	98	99
3분기	106	91	98	99	86

- '10년 2분기 지식정보는 수출의(74→92) 호조와 함께 전반적으로 개선됨
- 3분기는 전반적으로 호조세를 이어가나 자금사정(99→86)은 다소 부진할 것으로 전망됨

## V. 콘텐츠산업 INSIGHT

### 1 2010년 2분기 콘텐츠산업 종합 분석 및 전망

- '10년 2분기 전년동기대비 GDP 성장률은 7.2%이며, 콘텐츠산업생산지수를 통한 콘텐츠산업 생산은 121.2로 전년동기대비 1.5% 상승, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업과 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 전년동기대비 각각 0.9%, 2.1%로 성장하였으며 전분기대비 각각 5.4%, 19.9%로 높은 성장을 보임
- '10년 6월 전체 소비자 심리지수 또한 '10년 3월보다 2가 상승한 112로 나타나 양호한 것으로 판단되며, 교양오락문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '09년 1월 이후 지속적으로 상승하고 있으나, 여전히 '10년 6월 98로 여전히 100 이하인 것으로 나타남. 콘텐츠산업 소비지출전망 심리지수가 회복되기 위해서는 다소 시간이 필요할 것으로 전망됨
- '10년 2분기 CBI를 살펴보면, 전반적으로 부진한 편이며, 가장 안 좋은 부분은 고용(77)이나, 매출(86→88) 및 수출(86→89)은 다소 개선됨. '10년 3분기 CBI 전망은 전반적으로 되고 있으며, 특히 매출(86→88→91), 수출(86→89→93) 및 투자(88→85→93)가 다소 개선될 것으로 전망됨
- 위 여러 지표들을 살펴보았을때 GDP, 전체 소비자 심리지수, 콘텐츠산업 생산지수, '10년 6월 교양오락문화비 소비자 심리지수, 콘텐츠산업 상장사 매출액은 '10년 1분기 대비 성장했으나, 콘텐츠산업 상장사 고용은 '10년 1분기 대비 0.8% 하락하였음. 또한 '10년 2분기 콘텐츠산업 CBI는 '10년 1분기 대비 매출과 수출이 다소 개선됨
  - 이는 '10년 1분기 이후 전체적으로 경기호조세가 이어지고 있음에도 불구하고, 콘텐츠산업까지 더 확산 되지 않는 이유는 수요측면에서는 후행적 산업이며, 공급측면에서는 제조업(수출비중 52.3%)과 달리 한정된 내수시장의 의존도가 높은 것에 기인함

〈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
방송 (독립제작사)	91	62	71	83	92
광고	89	108	112	98	100
캐릭터	97	104	107	93	91
지식정보	106	74	102	98	98

\* 84이하 : 매우부진, 85~94 : 부진, 95~104 : 호조, 105이상 : 매우호조

〈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
방송 (독립제작사)	101	71	61	78	94
광고	96	133	118	92	103
캐릭터	100	83	81	94	94
지식정보	109	92	99	98	99

\* 84이하 : 매우부진, 85~94 : 부진, 95~104 : 호조, 105이상 : 매우호조

〈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
방송(독립제작사)	92	82	87	89	92
광고	107	107	116	103	97
캐릭터	102	108	102	94	94
지식정보	106	91	98	99	86

\* 84이하 : 매우부진, 85~94 : 부진, 95~104 : 호조, 105이상 : 매우호조

## 2 2010년 2분기 콘텐츠산업 분야별 분석 및 전망

### 2.1. 게임산업 분석 및 전망

#### □ 매출부문

- 게임산업의 '10년 2분기 매출규모를 살펴보면 약 1조5,683억원이며 게임 상장사 매출액 비중은 48.3%를 차지하는 것으로 나타남
- 상장사 매출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 16.3% 성장하였으며 전분기대비 1.9% 감소하였으나 CBI 분석 결과 2분기 103으로 양호함

#### □ 수출부문

- 게임산업의 '10년 2분기 수출규모를 살펴보면 약 4,515억원이며 상장사 수출액 비중은 30.3%를 차지하는 것으로 나타남
- 상장사 수출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 4.9% 성장하였으

며 전분기대비 4.2% 증가하였으며 CBI 분석 결과 107로 양호함

## □ 고용부문

- 게임산업의 '10년 2분기 고용규모를 살펴보면 43,863명이며 상장사 고용 비중은 22.5%를 차지하는 것으로 나타남
- 상장사 고용 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 10.1% 증가하였으며 전분기대비 0.6% 상승하였으며 CBI 분석 결과 2분기 85로 다소 부진함

## □ 게임산업 2010년 3분기 전망

- 게임산업 '10년 3분기 매출 CBI는 106으로 증가할 것으로 예상됨
  - 게임산업은 높은 국제경쟁력을 바탕으로 국내외 시장 모두 선전하고 정책적 지원이 꾸준한 성과를 이끌어내고 있음. 대형 게임개발사들을 중심으로 신작을 지속적으로 출시하여 매출 증가세를 유지할 것으로 전망됨
  - 상대적으로 저렴한 중국 웹게임 수입이 증가하고 있으며, 게임산업진흥법 개정안이 3분기에 처리될 것으로 전망됨에 따라 중소형 사업체들의 스마트폰 게임 진입이 활발해 질 것으로 예상됨
  - 스타크래프트 2와 같은 해외게임의 국내 진출이 활발해질 것으로 예상되며, 이로 인해 게임시장이 활성화 될 것으로 전망됨
    - ※ 국내 시장 점유율과 개발력이 상대적으로 떨어지는 중소 게임개발사들의 매출 성장에 악영향을 미칠 것으로 예상됨
- 게임산업 '10년 3분기 수출 CBI는 100으로 호조를 보일 것으로 전망됨
  - 최근 국내 온라인 게임의 중국시장 이용자 순위가 전반적으로 하락하고 있어, 중국에 대한 수출은 다소 주춤할 것으로 전망됨
    - ※ 중국 게임개발사들의 경쟁력 확보 및 중국정부의 게임산업 육성정책, 국내 게임사의 현지화 미흡에 따라 향후 성장세가 다소 주춤할 것으로 예상되나, 국내 게임업체들은 FPS 게임(크로스파이어:네오위즈게임즈) 등 장르의 다변화 및 현지화를 통한 경쟁력 확보가 요구됨



- 게임산업 '10년 3분기 고용 CBI는 103으로 양호할 것으로 예상됨
  - 지속적인 고용창출이 이루어지기 위해서는 아시아 등 급성장하고 있는 신흥 시장에 대한 지리적 접근성과 개발인력의 문화적 이해도가 높은 점을 바탕으로 해외 유력 개발사들의 투자유치를 통한 R&D 허브로 육성하는 방안이 필요함

## 2.2. 출판/만화산업 분석 및 전망

### □ 매출부문

- 출판 및 만화산업의 '10년 2분기 매출규모를 살펴보면 출판은 약 3조 8,272억 원이며 만화는 약 1,612억원으로 출판/만화 상장사 매출액 비중은 15.6%를 차지하는 것으로 나타남
  - 상장사 매출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 1.3% 감소하였고 전분기대비 7.2% 하락하였으며 CBI 분석 결과 출판 2분기 78이며 만화는 69로 부진한 상황임

### □ 수출부문

- 출판 및 만화산업의 '10년 2분기 수출규모를 살펴보면 약 1,016억 원이며 상장사 수출액 비중은 21.7%를 차지하는 것으로 나타남
  - 상장사 수출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 199.5% 성장하였으며 전분기대비 106.5% 상승하였으며 CBI 분석 결과 출판 2분기 74이며 만화는 67로 부진한 상황임

### □ 고용부문

- 출판/만화산업의 '10년 2분기 고용규모를 살펴보면 92,277명이며 상장사 고용 비중은 7.6%를 차지하는 것으로 나타남

- 상장사 고용 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 3.1% 감소하였으며 전분기대비 2.2% 하락하였으며 CBI 분석 결과 출판 68이며 만화 75로 부진함

## □ 출판/만화산업 2010년 3분기 전망

- 출판/만화산업 '10년 3분기 매출 CBI는 각각 91, 72로 부진할 것으로 예상됨
  - 전자출판 성장에 영향을 미칠 수 있는 아이패드 등의 도입 지연으로 인해 활성화가 다소 늦어질 것으로 전망됨
  - 소비행태 및 유통체계의 변화에 따라 오프라인 유통 시장은 정체될 것으로 전망되며, 온라인 유통 시장은 지속적으로 성장할 것으로 예상됨
  - 3분기는 신학기 효과로 인하여 교과서 및 학습서적의 수요가 증대될 것으로 전망됨
  - 온라인 위주의 만화소비행태로 변화하고 있으나, 오프라인 및 온라인에서의 추가적인 부가 수익은 미비한 실정임
- 출판/만화산업 '10년 3분기 수출 CBI는 각각 95, 67로 전망됨
  - EBS에서 과학 애니메이션 Why의 제작 및 해외방영에 힘입어 학습서적의 해외진출 지역이 다변화 되고 있으며, 특히 중동 및 동남아시아 지역에 판로가 확대되고 있음
  - 출판 및 만화산업의 해외진출은 현지화 작업 및 문화의 이해도가 필요한 산업으로 미국, 유럽 등 선진적인 출판시장 진출에는 당분간 어려움이 예상됨
- 출판/만화산업 '10년 3분기 고용 CBI는 각각 75, 72로 부진할 것으로 예상됨
  - 오프라인 시장 침체로 인한 인력의 지속적인 감소가 예상되며 이에 대체부문인 e-book 등 온라인 시장은 고용유발이 낮으므로 개선여지가 낮음

## 2.3. 음악(공연)산업 분석 및 전망

### □ 매출부문

- 음악산업의 '10년 2분기 매출규모를 살펴보면 약 6,022억원이며 음악 상장사 매출액 비중은 23.6%를 차지하는 것으로 나타남
- 상장사 매출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 14.2% 성장하였으며 전분기대비 3.0% 상승하였으며 CBI 분석 결과 1분기 90으로 부진한 상황임

### □ 수출부문

- 음악산업의 '10년 2분기 수출규모를 살펴보면 약 235억원이며 상장사 수출액 비중은 64.2%를 차지하는 것으로 나타남
- 상장사 수출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 128.2% 성장하였으며 전분기대비 1.7% 하락, CBI 분석 결과 2분기 97로 호조를 보임

### □ 고용부문

- 음악산업의 '10년 2분기 고용규모를 살펴보면 64,602명이며 상장사 고용 비중은 1.6%를 차지하는 것으로 나타남
- 상장사 고용 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 14.3% 증가하였으며 전분기대비 8.9% 상승하였으나 CBI 분석 결과 2분기 76으로 부진함

### □ 음악산업 2010년 3분기 전망

- 음악산업 '10년 3분기 매출 CBI는 89로 정체할 것으로 예상됨
- 음악산업은 경기호조에 따라 청소년층을 중심으로 소비가 유지되고 있으나, 유통시스템 및 소비행태의 변화(소유→소비)에 따라 활발한 음원이 공급되고 있음에도 시장 정체상태임

- '10년 1분기 이후 기존 및 신규 아이돌그룹의 지속적 활동이 이루어지고 있어 일부 대형 음악사업체 위주로 매출 증가가 예상됨
- 뮤지컬에 아이돌 출신의 유명 가수들을 주연으로 내세워 일정부분 흥행에 성과를 거두었으나, 장기공연의 어려움으로 인해 지속적인 수익 창출에는 한계가 있음
- 뮤지컬에 편향된 기업투자에서 일부 지명도가 높은 가수들의 대중콘서트의 투자유치가 이루어져 음악공연산업의 균형있는 발전이 예상됨
- 음악산업 '10년 3분기 수출 CBI는 98로 양호할 것으로 전망됨
  - 일본내 K-POP에 대한 관심과 인기가 증대되고 있어, 하반기부터 일본 시장에 본격적으로 걸 그룹을 중심으로 진출할 예정임
  - 일본 대중들은 유튜브 등 인터넷을 기반으로 다양한 장르 음악의 한국 뮤지션에 대한 관심이 늘고 있으므로 K-POP에 대한 관심과 소비증대가 일시적 현상이 아닐 것으로 예상됨
  - 일본시장 진출에서 성공할 경우 아시아 등 글로벌 시장 진출에 탄력을 받을 것으로 전망됨
- 음악산업 '10년 3분기 고용 CBI는 84로 부진할 것으로 예상됨
  - 일부 스타 위주의 산업 구조와 유통체계에 있어 고용유발 효과가 높은 오프라인 시장에서 온라인 중심으로 이행됨에 따라 전반적인 고용은 정체 또는 감소할 것으로 전망됨

## 2.4. 방송(독립제작사)산업 분석 및 전망

### □ 매출부문

- 방송(독립제작사)산업의 '10년 2분기 매출규모를 살펴보면 1,650억원이며 방송(독립제작사) 상장사 매출액 비중은 26.4%를 차지하는 것으로 나타남
  - 상장사 매출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 32.6% 성장하였으

며 전분기대비 20.8% 상승하였으며 CBI 분석 결과 2분기 101로 양호함

#### □ 수출부문

- 방송(독립제작사)산업의 '10년 2분기 수출규모를 살펴보면 약 52억원이며 상장사 수출액 비중은 84.8%를 차지하는 것으로 나타남
- 상장사 수출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 280.1% 성장하였으며 전분기대비 18.8% 상승하였으나, CBI 분석 결과 71로 부진함

#### □ 고용부문

- 방송(독립제작사)산업의 '10년 2분기 고용규모를 살펴보면 4,533명, 비중은 9.0%를 차지하는 것으로 나타남
- 상장사 고용 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 0.5% 감소하였으며 전분기대비 0.4% 하락하였으며 CBI 분석 결과 2분기 78로 부진함

#### □ 방송(독립제작사)산업 2010년 3분기 전망

- 방송(독립제작사)산업 '10년 3분기 매출 CBI는 92로 다소 부진할 것으로 예상됨
  - 일부 방송사의 대작 드라마가 흥행에 실패함에 따라 대작 드라마 투자 유치에 난항이 있을 것으로 예상됨
  - 일부 대형사업체들은 스타마케팅 중심에서 탈피한 완성도 높은 드라마 제작으로 인해 매출 증대에 기여함
  - 중소규모의 독립제작사들의 기획력 제고에 따른 완성도가 높은 다큐멘터리 제작으로 시청자들의 관심 증대 및 수익 창출이 이루어 질 것으로 전망됨
- 방송(독립제작사)산업 '10년 3분기 수출 CBI는 82로 부진할 것으로 전망됨
  - 일부 대형 독립제작사들의 다변화된 협력 사업방식으로 3D 콘텐츠 등을 중국 방송시장에 진출이 예정되고 있으며, 이러한 사업협력 방식이 활발히 이

루어 질 것으로 전망됨

- 방송콘텐츠의 질적제고를 위한 음악기획사 등 이종 업계간의 협력을 통한 시너지 효과로 수출 경쟁력을 높이고 CJ미디어 등 대형 국내 투자자들의 투자로 인해 완성도 높은 방송콘텐츠가 제작되어 수출 시장 확대에 기여할 것으로 전망됨

- 방송(독립제작사)산업 '10년 3분기 고용 CBI는 89로 부진할 것으로 예상됨
  - 케이블, IPTV 등 매체가 다양해지고 있음에도 방송아카데미 등 민간교육기관의 인력 배출을 소화할 만큼의 방송 콘텐츠 제작이 이루어지고 있지 않아 단기간의 고용창출이 이루어지기는 힘들 것으로 전망됨

## 2.5. 영화산업 분석 및 전망

### □ 매출부문

- 영화산업의 '10년 2분기 매출규모를 살펴보면 약 5,125억원이며 영화 상장사 매출액 비중은 27.2%를 차지하는 것으로 나타남
  - 상장사 매출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 2.4% 성장하였으며 전분기대비 25.8% 하락하였으며 CBI 분석 결과 2분기 72로 부진한 상황임

### □ 수출부문

- 영화산업의 '10년 2분기 수출규모를 살펴보면 약 39억원이며 상장사 수출액 비중은 51.4%를 차지하는 것으로 나타남
  - 상장사 수출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 83.5% 성장하였으며 전분기대비 58.8% 하락하였으며 CBI 분석 결과 63으로 매우 부진함

### □ 고용부문

- 영화산업의 '10년 2분기 고용규모를 살펴보면 18,204명이며 상장사 고용 비중

은 5.6%를 차지하는 것으로 나타남

- 상장사 고용 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 8.0% 감소하였으며 전분기대비 11.3% 하락하였으며 CBI 분석 결과 2분기 77로 부진함

## □ 영화산업 2010년 3분기 전망

### ● 영화산업 '10년 3분기 매출 CBI는 76으로 부진할 것으로 예상됨

- 아바타 등을 통해 고부가가치로 인식된 3D 영화 등을 제작하고자 하나, 적은 흥행작품으로 투자유치가 어려워 국내 영화제작이 침체가 지속될 것으로 전망됨

※ 문화체육관광부는 3D 콘텐츠 산업 육성계획을 수립하여, 3D 인프라 구축을 위해 한국콘텐츠진흥원에 3D 제작 스튜디오를 구축하고, 영화진흥위원회에 3D 영화 테스트 베드를 설립하고 R&D와 인력양성을 3D산업 클러스터를 조성할 계획

- 월드컵으로 인해 2분기 극장매출은 감소하였으나, 3분기는 방학 및 추석연휴로 인해 매출이 증대할 것으로 전망됨

※ 3D 영화제작에 대한 정책적 지원이 지속적으로 증가될 것이므로 경쟁력 확보 예상

### ● 영화산업 '10년 3분기 수출 CBI는 61로 매우 부진할 것으로 전망됨

- CJ엔터테인먼트는 중국 보나인터내셔널필름과 '10년 2분기에 전략적 제휴 관계를 맺고 매해 2편 이상 공동제작예정이나, 성과가 가시화 되려면 시간이 더 필요할 것으로 전망됨

### ● 영화산업 '10년 3분기 고용 CBI는 69로 더욱 부진할 것으로 예상됨

- 흥행편수의 부족으로 인해 영화제작이 원활하게 이루어지고 있지 않고, 또한 포화된 극장으로 인해 당분간 신규 극장이 설립되기 어려워 고용창출은 부진할 것으로 전망됨

## 2.6. 광고산업 분석 및 전망

### □ 매출부문

- 광고산업의 '10년 2분기 매출규모를 살펴보면 약 1조 3,462억원이며 광고 상장사 매출액 비중은 14.5%를 차지하는 것으로 나타남
- 상장사 매출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 27.3% 성장하였으며 전분기대비 28.3% 하락하였으며 CBI 분석 결과 2분기 96으로 호조임

### □ 고용부문

- 광고산업의 '10년 2분기 고용규모를 살펴보면 5,061명이며 상장사 고용 비중은 23.3%를 차지하는 것으로 나타남
- 상장사 고용 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 4.8% 증가하였으며 전분기대비 0.7% 상승하였으나 CBI 분석 결과 2분기 92로 양호함

### □ 광고산업 2010년 3분기 전망

- 광고산업 '10년 3분기 매출 CBI는 107로 호조를 보일 것으로 예상됨
  - TV 등 기존 4대매체 광고는 경기호조 지속과 대기업 중심의 수출 증가로 마케팅 활동이 활발하여 호조를 보일 것으로 예상됨
  - TV 등 기존 4대매체를 제외한 온라인 광고시장은 매체 소비 경향의 변화로 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 스마트폰 등장 및 소셜네트워크서비스(SNS) 이용자가 급증하면서 광고 시장의 판도 변화가 예상됨
    - ※ '10년 1분기 페이스북이 배너광고 부문에서 1,763억 건을 기록하면서 업계 1위로 올라섬
- 광고산업 '10년 3분기 수출 CBI는 107로 호조를 보일 것으로 전망됨
  - 미국 등 글로벌 경기둔화 우려로 수출 대기업 해외 마케팅이 다소 둔화될 것으로 예상됨
- 광고산업 '10년 3분기 고용 CBI는 103으로 호조를 보일 것으로 예상됨



- 효율적인 산업구조로 신규 고용 수요가 국한되지만 전반적인 국내 경기호조에 따라 제한적인 고용 창출이 예상됨

## 2.7. 애니메이션/캐릭터산업 분석 및 전망

### □ 매출부문

- 애니메이션/캐릭터 산업의 '10년 2분기 매출규모를 살펴보면 애니메이션 산업은 약 998억원이며 캐릭터 산업은 1조 2,248억원으로 애니메이션/캐릭터 산업 상장사 매출액 비중은 4.4%를 차지하는 것으로 나타남
- 애니메이션/캐릭터 상장사 매출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 9.1% 성장하였으며 전분기대비 2.2% 상승하였으며 애니메이션 CBI 분석 결과 2분기 105로 양호하며 캐릭터CBI 분석 결과 2분기 100으로 양호한 편임

### □ 수출부문

- 애니메이션/캐릭터산업의 '10년 2분기 수출규모를 살펴보면 애니메이션은 약 196억원이며 캐릭터는 약 492억원으로 애니메이션 상장사 수출액 비중은 0.4%이며 캐릭터 상장사 수출액 비중은 36.4%를 차지하는 것으로 나타남
- 애니메이션/캐릭터 상장사 수출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 39.9% 성장하였으며 전분기대비 47.7% 상승하였으며 CBI 분석 결과 애니메이션은 100, 캐릭터는 83으로 나타남

### □ 고용부문

- 애니메이션/캐릭터산업의 '10년 2분기 고용규모를 살펴보면 애니메이션은 3,838명이며 캐릭터는 20,503명이며 상장사 고용 비중은 2.4%를 차지하는 것으로 나타남
- 애니메이션/캐릭터 상장사 고용 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비

6.7% 증가하였으며 전분기대비 4.0% 성장하였으나 CBI 분석 결과 2분기 애니메이션 87이며 캐릭터 94로 부진함

#### □ 애니메이션/캐릭터산업 2010년 3분기 전망

- 애니메이션/캐릭터산업 3분기 매출 CBI는 각각 102, 102로 호조를 보일 것으로 예상됨
  - 신학기를 맞이하여 공중파 및 케이블 애니메이션채널에서 국산 애니메이션을 다수 방영예정이며 이로 인한 매출 증대가 예상됨
  - EBS 과학 애니메이션 Why?와 3D의 열풍에 따라 교육용 애니메이션의 제작 편수 확대가 전망됨
  - 뽀로로, 뿌가 등 경쟁력 있는 국내 토종캐릭터의 매출은 지속적인 증가가 예상되며, 국내 토종캐릭터의 인식 개선이 국내 신규 캐릭터 개발에도 긍정적인 영향을 미칠것으로 예상됨
  - 캐릭터 산업은 IT와의 융합을 통한 수익 모델이 다변화 되고 있는 추세이며 이러한 현상은 당분간 지속될 것으로 전망됨
- 애니메이션/캐릭터 '10년 3분기 수출 CBI는 각각 107, 108로 호조를 보임
  - 한국수출보험공사는 선우엔터테인먼트가 제작한 TV애니메이션 최강합체 믹스 마스터에 대한 문화 수출보험 8억원을 제공하여, 향후에도 안정적으로 수출이 이루어 질 수 있는 계기가 마련될 것으로 전망됨
  - 국내 토종캐릭터(뽀로로, 뿌가 등)의 라이선싱 수출 지역이 다변화가 지속되고 있으며, 해외 캐릭터를 이용한 상품 수출도 해외 경기의 호조가 지속될 경우 미국 및 유럽등을 중심으로 증대될 것으로 전망됨
- 애니메이션/캐릭터산업 '10년 3분기 고용 CBI는 각각 88, 94로 부진 및 정체할 것으로 예상됨
  - 애니메이션과 캐릭터 산업은 노동집약적 산업에서 IT가 접목된 기술집약적

산업으로 변화 되고 있으며, 또한 인건비 상승에 따른 저부가가치 단계 제작은 중국 등 해외이전으로 고용창출이 정체될 것으로 전망됨

## 2.8. 지식정보산업 분석 및 전망

### □ 매출부문

- 지식정보산업의 '10년 2분기 매출규모를 살펴보면 약 1조 31억원이며 지식정보 상장사 매출액 비중은 51.3%를 차지하는 것으로 나타남
- 인터넷포털 상장사 매출액 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 16.8% 성장하였으며 전분기대비 6.3% 상승하였으며 지식정보산업의 CBI 분석 결과 2분기 109로 양호함

### □ 수출부문

- 지식정보산업의 '10년 2분기 수출규모를 살펴보면 약 14억원이며 상장사 수출은 없는 것으로 나타남
- CBI 분석 결과 92로 부진함

### □ 고용부문

- 지식정보산업의 '10년 2분기 고용규모를 살펴보면 11,799명이며 상장사 고용비중은 42.1%를 차지하는 것으로 나타남
- 상장사 고용 분석을 살펴보면 '10년 2분기 전년동기대비 1.0% 감소하였으며 전분기대비 2.5% 하락하였으나 CBI 분석 결과 2분기 98로 양호함

### □ 지식정보산업 2010년 3분기 전망

- 지식정보산업 '10년 3분기 매출 CBI는 106으로 호조를 보일 것으로 예상됨
- 경기호조로 인터넷 포털의 검색광고가 증가하고 있으나, 트위터, 페이스북 등 소셜네트워크 서비스 이용자가 급증하고 있어 국내 인터넷 포털의 매출

성장에 위협요소로 작용할 가능성이 높을 것으로 전망됨

※ 스마트폰 보급 확대에 따른 인터넷 이용 환경 변화로 NHN 등 국내 주요 포털 업체들은 SNS를 구축하는 등 해외 주요 SNS 업체에 대응하고 있음

- 급격한 인터넷 환경변화로 e-learning 산업과 에듀테인먼트산업 또한 SNS를 이용하여 다양한 소비자 욕구에 충족시키며, 수익 모델 다변화로 매출 증대가 전망됨

● 지식정보산업 '10년 3분기 수출CBI는 91로 부진할 것으로 전망됨

- 국내 주요포털은 현지화 부족으로 해외시장 진출에 다소 부진한 상황이며, 일부 e-learning 및 에듀테인먼트산업 업체들은 한정된 수요층과 기존 지역 위주의 수출만이 이루어지고 큰 폭의 수출이 이루어지기는 힘들 것으로 전망됨

● 지식정보산업 '10년 3분기 고용CBI는 99로 호조를 보일 것으로 예상됨

- 인터넷 포털 고용창출은 한정된 내수시장에 따라 신규 고용창출은 제한적으로 이루어지며, e-learning 및 에듀테인먼트산업 등은 시장진입 기회확대로 신규 인력 고용창출이 이루어 질 것으로 전망됨

부록 : 1. 콘텐츠관련 상장사 현황

□ 게임

〈표 부록 I -1〉 게임 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
35420	NHN	88,314.3	온라인게임 포털 한게임 운영
36570	엔씨소프트	44,334.7	온라인게임 개발 및 유통, MMORPG 강점
95660	네오위즈게임즈	8,650.9	온라인게임 개발 및 유통, 게임 포털 피망
37150	CJ인터넷	2,405.5	온라인게임 개발 및 유통, 게임 포털 넷마블
52790	엑토즈소프트	1,020.3	온라인게임 개발, 대표작 미르의전설
30350	드래곤플라이	2,330.6	온라인게임 개발사, 위고글로벌 합병 및 우회상장
41140	게임하이	2,351.8	온라인게임 개발, 대표작 서든어택
101730	조이맥스	970.0	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 실크로드 온라인
69080	웹젠	1,440.1	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 유온라인
58630	엠게임	840.1	온라인게임 포털 엠게임 운영, 개발 및 유통
78340	컴투스	1,492.8	국내최대 모바일 게임업체, 대표작 타이쿤시리즈
52770	와이디온라인	669.5	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 오디션
47080	한빛소프트	1,025.6	PC게임 유통, 온라인게임 개발 및 유통
47560	이스트소프트	673.1	온라인게임 및 소프트웨어 개발, 대표작 카발온라인
67000	제이씨엔터테인먼트	512.9	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 프리스타일
35620	바른손게임즈	601.7	온라인게임 게임 및 문화 콘텐츠 사업
52190	소프트맥스	222.7	게임 개발, 온라인 및 콘솔 등 플랫폼 다양화
23770	와이앤케이코리아	234.3	온라인게임 개발, 대표작 로한
063080	게임빌	1,600.5	모바일 게임 및 게임 퍼블리싱
112040	위메이드엔터테인먼트	3,528.0	온라인 게임 개발, 대표작 창천온라인

자료: KRX, 각사  
주: 1. 시가총액은 '10년 6월 30일 기준

□ 인터넷 포털

〈표 부록 I -2〉 인터넷 포털 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
035420	NHN	88,314.3	인터넷포털 네이버 운영, 온라인 콘텐츠 유통
035720	다음커뮤니케이션	11,184.7	인터넷포털 다음 운영, 온라인 콘텐츠 유통
066270	SK컴즈	8,712.7	인터넷포털 네이트 운영, 온라인 콘텐츠 유통
0360360	KTH	2,587.5	인터넷포털 파란 운영, 온라인 콘텐츠 유통

자료: KRX, 각사  
주: 시가총액은 '10년 6월 30일 기준

출판

〈표 부록 I -3〉 출판 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
72870	메가스터디	10,297.2	온라인 입시준비 교육 서비스, 교육 출판
95720	웅진씽크빅	6,413.2	온오프라인 교육사업, 학습지 및 생활잡지류 출판
19680	대교	4,616.3	교육 출판 및 학원사업, 잔집 및 도서 출판
35080	인터파크	2,831.2	온라인 출판 유통
100220	비상교육	1,037.8	중고등부 학습 교재 출판 전문, 온라인 교육
53280	에스24	1,367.4	온라인 출판 유통
53290	능률교육	397.3	영어 학습교재 전문 출판, 온라인 및 학원사업
68290	삼성출판사	417.5	유아용 서적 출판 및 미술교재 출판
036000	예림당	1,550.4	도서출판, 저작권매니지먼트, 애니메이션, 무선통신 기기사업

자료: KRX, 각사  
주: 시가총액은 '10년 6월 30일 기준

방송

〈표 부록 I -4〉 방송 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
35760	CJ오쇼핑	10,870.2	TV 및 온라인 홈쇼핑
34120	SBS (유)	6,224.1	지상파 방송 사업, 광고 수익
101060	SBS미디어홀딩스(유)	3,644.3	사업 지주회사, 방송사업 및 문화서비스 사업
28150	GS홈쇼핑	5,046.5	TV 및 온라인 홈쇼핑
45710	온미디어 (유)	3,619.7	케이블방송, 위성방송, 음악케이블 방송
43890	한빛방송(관)	2,575.2	방송수입, 광고수입, 초고속인터넷
40300	YTN	1,812.3	뉴스프로그램의 제작 및 공급, 타워사업, 광고협찬
46140	SBS콘텐츠허브	1,707.5	콘텐츠제공, 프로젝트수익 (OST제작 등), 웹에이전시
33130	디지털조선	840.6	인터넷, SI사업, 교육프로그램, 전광판 광고
39340	한국경제TV	839.5	경제 전문 방송, TV광고 및 시청료 수익
36420	ISPLUS	601.8	스포츠 신문 발행, 미디어 사업
35210	큐릭스	614.7	케이블TV(강북구 및 도봉구), 광고수익, 인터넷서비스
52220	IMBC	592.2	콘텐츠매출 (드라마, 영화, 만화 등), 해외판매 콘텐츠
39670	에이엔씨바이오홀딩스	200.4	출판매체복제
67130	클루넷	464.1	드라마제작 JS픽처스 보유, CDN 및 콘텐츠 유통
68050	팬엔터테인먼트	206.6	방송 드라마 외주제작, 드라마 OST및 음반 제작
47820	초록뱀	147.5	방송프로그램제작, 배급, 영화제작, 배급
54120	더체인지	404.6	방송 프로그램 제작 및 국내외 판매
52970	올리브나인(거래정지)	189.1	방송프로그램 제작 및 매니지먼트 사업
046390	삼화네트웍스	605.5	드라마 제작 및 드라마 판매 판권관리

자료: KRX, 각사  
주: 1. 시가총액은 '10년 6월 30일 기준  
주: 2. (유) : 유가증권시장 상장, 나머지는 코스닥시장, (관) : 관리종목, (불): 불성실공시법인

□ 광고

〈표 부록 I -5〉 광고 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
30000	제일기획 (유)	14,782.8	국내 광고시장 점유율 1위 종합광고 대행사
35000	G2R (유)	1,542.4	사업 지주회사, 자회사 통해 광고 제작 및 전문 대행
37270	휘닉스컴 (유)	159.7	(주)보광과 일본 덴쓰가 합작한 광고대행사
10470	오리콤	157.8	종합광고 대행업체, 두산 계열사, 광고제작 및 프로모션

자료: KRX, 각사  
주: 1. 시가총액은 '10년 6월 30일 기준  
주: 2. (유) : 유가증권시장 상장, 나머지는 코스닥시장

□ 영화

〈표 부록 I -6〉 영화 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액 (억원)	주요 사업
79160	CJ CGV (유)	4,865.7	멀티플렉스 영화관 운영, CJ계열사
40740	아인스M&M	666.9	일반영화및 비디오 제작, DVD 및 CD 제조 판매
86980	미디어플렉스	585.3	영화 투자 및 배급사로 메가박스통 자회사 보유
3560	IHQ	352.9	영화 제작 및 수입, 배급, 상영, 매니지먼트 사업
43680	디초콜릿(거래정지)	67.1	영화, 드라마 제작 및 배급, 커피프랜차이즈
54780	키이스트	386.2	문화콘텐츠 기획 및 제작, 영화 투자, 매니지먼트 사업
36260	웰메이드	277.0	공연기획, 영화제작 및 투자, 매니지먼트 사업
60230	SC팅크그린	117.2	음반, 영상물 (비디오 DVD) 유통사업
17170	프라임엔터	232.7	영화제작사 엘제이필름 및 코리아엔터 흡수합병

자료: KRX, 각사  
주: 1. 시가총액은 '10년 6월 30일 기준  
주: 2. (유) : 유가증권시장 상장, 나머지는 코스닥시장, (관) : 관리종목, (불): 불성실공시법인  
주: 3. 웰메이드는 '10년 6월 24일 기준

□ 음악

〈표 부록 I -7〉 음악 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액	주요 사업
64260	다날	3,011.1	휴대폰 및 온라인 결제, 벨소리, 통화연결음 등 음원 사업
16170	로엔엔터테인먼트	1,340.4	SK 계열, 음반 기획 및 제작 판매, 온라인 음원 서비스
56200	엠넷미디어	881.5	음반 기획 및 제작, 음원 유통, 온라인 음악사이트 운영
104200	네오위즈인터넷	1,057.8	B2B 및 B2C 음원 유통, 온라인 음원 서비스
41510	에스엠	2,115.2	음반 기획 및 제작, 매니지먼트 사업, 방송영상물 제작
53110	소리바다	529.8	온라인 음악서비스, 휴대폰 콘텐츠 개발, 스트리밍 서비스
49000	예당엔터테인먼트	518.6	음반 제작 및 유통, 음원 대여 및 판매 사업
43610	KT뮤직	622.1	음악 콘텐츠 제작 및 유통, 온라인 음원 서비스
30420	소리바다미디어	58.1	디지털음원 서비스, 음악 DB 시스템 개발

자료: KRX, 각사  
주: 1. 시가총액은 '10년 6월 30일 기준  
주: 2. (유) : 유가증권시장 상장, 나머지는 코스닥시장, (관) : 관리종목

□ 애니메이션 / 캐릭터

〈표 부록 I -8〉 애니메이션 및 캐릭터 상장사 현황

종목코드	회사명	시가총액	주요 사업
39530	코코엔터프라이즈	1,980.8	애니메이션 기획 및 제작, 배급, 캐릭터 라이선싱 사업
66910	손오공	1,004.7	애니메이션 유통 및 제작, 캐릭터 완구 사업
56080	유진로봇	417.8	로봇 개발 및 제조, 캐릭터 완구 사업
48910	대원미디어	775.3	애니메이션 제작 및 판매, 캐릭터 라이선싱
39830	오로라월드	246.4	봉제완구, 캐릭터 디자인 및 머천다이징
18700	바른손	298.7	문구 및 팬시 사업, 캐릭터 디자인 및 제품 개발

자료: KRX, 각사  
주: 1. 시가총액은 '10년 6월 30일 기준  
주: 2. (관) : 관리종목, (불): 불성실공시법인



---

## 2010년 2분기 콘텐츠산업 동향분석보고서

---

### 집필진

#### 한국콘텐츠진흥원

감 수 김진규 (산업정책실 본부장), 윤재식 (산업분석팀 팀장)

책임집필 김은정 (산업정책실 산업분석팀 선임연구원)

#### 외부집필

정우식 박사 (21세기경제학연구소), 이강년 연구원 (21세기경제학연구소),

박성만 팀장 (메이븐스퀘어), 김애경 연구원 (메이븐스퀘어)

발 행 인 이 재 응

발 행 일 2010년 8월 31일

발 행 처 한국콘텐츠진흥원

발행담당자 김은정

서울시 마포구 상암동 1602 문화콘텐츠센터(14층)

전화 02-3153-3021 팩스 02-3153-1115

e-mail ejkim@kocca.kr

---

ISBN : 978-89-6514-011-5 93600

가격: 비매품

본 보고서는 콘텐츠산업정보포털(<http://www.kocca.kr>)의 <콘텐츠지식-연구보고서>에  
게재되는 보고서로서 본 보고서를 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀 주시기 바랍니다.

(문의) 산업분석팀 김은정 (02-3153-3021/ejkim@kocca.kr)