



# 2022 지역 콘텐츠 기업 현황 및 창작자 실태조사

20

22

본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.



# 제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “2022 지역 콘텐츠 기업 현황 및 창작자 실태조사”  
의 결과보고서로 제출합니다.

2023년 2월 24일

조사기관 : (주)메트릭스

조사책임자 : 박두진 ((주)메트릭스 상무)





# 일러두기

1. 본 보고서는 서울을 제외한 16개 시도의 콘텐츠산업 사업체와 창작자의 실태를 조사한 보고서입니다. 사업체의 경우 실질적인 결과 도출을 위해 한국콘텐츠진흥원 지원 대상이 되는 지역 중소기업을 대상으로 전수 조사하여 그 결과를 수록하였습니다.

※ 콘텐츠산업 : 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션

※ 창작자 : 서울 제외, 각 지역 소재 콘텐츠산업 1인 창작자

※ 16개 시도 : 전국 17개 시도 중 서울을 제외한 16개 시도를 대상으로 하였으나, '세종'의 경우 표본 수가 적어 충남으로 포함하여 15개 시도별로 분석함

2. 「2022 지역 콘텐츠 기업 현황 및 창작자 실태조사」의 조사 기준시점은 2021년 12월 31일 이며, 2022년 8월 25일부터 2022년 11월 20일까지 진행된 실태조사에서 콘텐츠산업에 적합한 대상인 3,209개 사업체를 기준으로 집계, 분석한 결과로 2022년 기준 생존기업과는 차이가 발생할 수 있습니다.

3. 이번 조사는 2022년 6월 30일 기준 운영 중인 사업체 3,209개를 대상으로 조사하여, 1,844개의 유효한 데이터를 확보하였고, 매출액과 종사자 수는 2차 자료를 활용하여 추가 데이터를 확보 후 분석에 활용하였습니다.

※ 회수율 : 총 3,209개 사업체 중 1,844개 사업체로부터 설문지 회수 완료(회수율 57.5%)

4. 사업체 실태조사 분석 결과는 '산업현황'과 '설문조사 결과'로 구분하여 제공하고 있습니다. '산업현황'의 매출액, 종사자 수는 무응답에 대한 처리 시 평균대체 방법을 활용하여 통계를 산출하였고, '설문조사 결과'는 조사에 참여한 사업체 1,844개에 가중치를 적용하여 통계를 산출한 것으로 실제와 차이가 있으니 조사 결과를 해석하는 데 유의하셔야 합니다.



5. 통계표 및 도표 내의 숫자는 소수점 두 번째 자리에서 반올림된 것으로, 세부 항목의 합이 전체 합계와 일치하지 않을 수 있습니다. 복수응답은 한 개 이상 응답한 결과치를 집계한 것으로, 세부 항목별 비율의 합이 100을 초과할 수 있습니다.

6. 본 조사는 콘텐츠 창작 및 제작 사업체만을 대상으로 하여, 기존 「콘텐츠산업 통계조사」와 조사 대상이 달라 결과 비교 시 해석에 유의하셔야 합니다.

※ 본 조사에서는 지역 콘텐츠 정책지원 대상이 아닌 대기업 및 계열사, 출판, 광고, 유통, 임대, 도소매업, PC방, 노래방, 스크린골프장 등이 제외됨.

7. 제4장 인력 공급 현황에서 분류한 학과 계열은 한국교육개발원 '학과(전공)분류'에 따르며 개별 학과의 교육 과정, 학과의 목적 등을 고려하지 않고 학과의 명칭과 비율만으로 소계열을 분류하였기 때문에 해당 소계열 내 콘텐츠와 무관한 학과가 일부 포함되었으며, 타 소계열에 속해있는 콘텐츠 관련 세부 학과를 일부 포함하지 못한 한계점이 있습니다.



2022

# 지역콘텐츠 기업 현황 및 창작자 실태조사



## 조사기간

2022년 08월 25일(목) ~ 2022년 11월 20일(일)

## 조사대상

- 사업체 : 서울 제외 지역에서 콘텐츠산업을 영위하는 9개 산업군 사업체 (만화/음악/게임/영화/애니메이션/방송/캐릭터/지식정보/콘텐츠솔루션)
  - 창작자 : 서울 제외, 각 지역 소재 콘텐츠산업 1인 창작자
- ※ 한국콘텐츠진흥원 지원사업 대상에 포함되지 않는 대기업 및 계열사, 출판산업, 만화책임대업, 만화도소매업, 노래연습장운영업, 게임유통업, 광고산업 제외



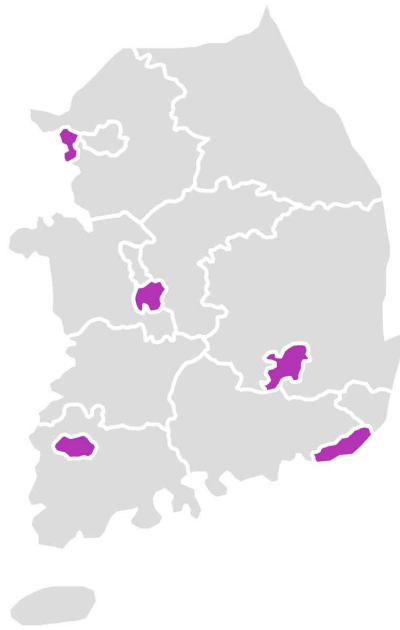
## 조사내용

- 사업체 : 사업체 정보 및 현황, 지원사업 수혜 경험, 코로나19 영향, 지역콘텐츠 산업 인식 및 활성화 방안 등
- 창작자 : 창작자 일반 사항, 창작활동 현황, 지원사업 수혜경험, 코로나19영향, 지역콘텐츠 산업 인식 및 활성화 방안 등





# 지역별 콘텐츠 산업 비중 순위



### 인천

사업체수	
만화 - 8	음악 - 4
게임 - 5	영화 - 7
애니메이션 - 8	방송 - 6
캐릭터 - 2	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 3	
종사자수	
만화 - 8	음악 - 5
게임 - 4	영화 - 7
애니메이션 - 9	방송 - 6
캐릭터 - 2	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 3	
매출액	
만화 - 7	음악 - 5
게임 - 4	영화 - 8
애니메이션 - 9	방송 - 6
캐릭터 - 1	지식정보 - 2
콘텐츠솔루션 - 3	

### 대구

사업체수	
만화 - 9	음악 - 3
게임 - 4	영화 - 7
애니메이션 - 8	방송 - 6
캐릭터 - 5	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 2	
종사자수	
만화 - 9	음악 - 5
게임 - 3	영화 - 7
애니메이션 - 8	방송 - 6
캐릭터 - 4	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 2	
매출액	
만화 - 9	음악 - 3
게임 - 5	영화 - 7
애니메이션 - 8	방송 - 6
캐릭터 - 4	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 2	

### 대전

사업체수	
만화 - 7	음악 - 3
게임 - 5	영화 - 9
애니메이션 - 8	방송 - 6
캐릭터 - 4	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 2	
종사자수	
만화 - 8	음악 - 5
게임 - 3	영화 - 9
애니메이션 - 7	방송 - 6
캐릭터 - 4	지식정보 - 2
콘텐츠솔루션 - 1	
매출액	
만화 - 8	음악 - 5
게임 - 3	영화 - 9
애니메이션 - 7	방송 - 6
캐릭터 - 4	지식정보 - 2
콘텐츠솔루션 - 1	

### 광주

사업체수	
만화 - 6	음악 - 2
게임 - 7	영화 - 9
애니메이션 - 4	방송 - 8
캐릭터 - 3	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 5	
종사자수	
만화 - 9	음악 - 6
게임 - 5	영화 - 8
애니메이션 - 4	방송 - 7
캐릭터 - 2	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 3	
매출액	
만화 - 9	음악 - 6
게임 - 5	영화 - 8
애니메이션 - 4	방송 - 7
캐릭터 - 2	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 3	

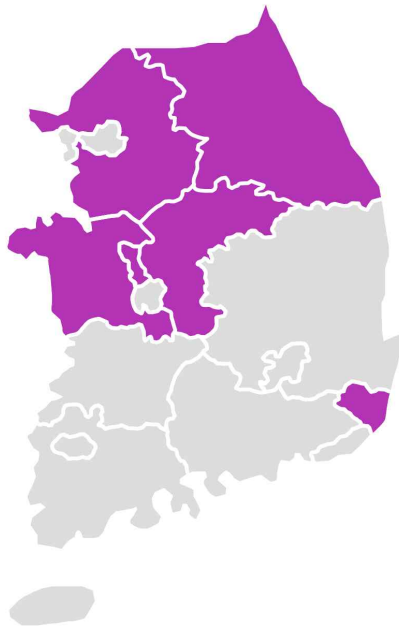
### 부산

사업체수	
만화 - 9	음악 - 5
게임 - 4	영화 - 7
애니메이션 - 8	방송 - 6
캐릭터 - 3	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 2	
종사자수	
만화 - 9	음악 - 5
게임 - 2	영화 - 7
애니메이션 - 8	방송 - 6
캐릭터 - 4	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 3	
매출액	
만화 - 9	음악 - 5
게임 - 2	영화 - 7
애니메이션 - 8	방송 - 6
캐릭터 - 4	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 3	





# 지역별 콘텐츠 산업 비중 순위



### 경기

<b>사업체수</b>	
만화 - 9	음악 - 3
게임 - 2	영화 - 6
애니메이션 - 8	방송 - 7
캐릭터 - 5	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 4	
<b>종사자수</b>	
만화 - 9	음악 - 5
게임 - 3	영화 - 4
애니메이션 - 8	방송 - 7
캐릭터 - 6	지식정보 - 2
콘텐츠솔루션 - 1	
<b>매출액</b>	
만화 - 8	음악 - 6
게임 - 3	영화 - 4
애니메이션 - 9	방송 - 7
캐릭터 - 5	지식정보 - 2
콘텐츠솔루션 - 1	

### 강원

<b>사업체수</b>	
만화 - 9	음악 - 2
게임 - 7	영화 - 8
애니메이션 - 6	방송 - 4
캐릭터 - 5	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 3	
<b>종사자수</b>	
만화 - 9	음악 - 5
게임 - 8	영화 - 7
애니메이션 - 6	방송 - 4
캐릭터 - 2	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 3	
<b>매출액</b>	
만화 - 9	음악 - 5
게임 - 7	영화 - 8
애니메이션 - 6	방송 - 3
캐릭터 - 2	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 4	

### 충북

<b>사업체수</b>	
만화 - -	음악 - 3
게임 - 6	영화 - 7
애니메이션 - 8	방송 - 5
캐릭터 - 4	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 2	
<b>종사자수</b>	
만화 - -	음악 - 4
게임 - 5	영화 - 7
애니메이션 - 8	방송 - 6
캐릭터 - 3	지식정보 - 2
콘텐츠솔루션 - 1	
<b>매출액</b>	
만화 - -	음악 - 5
게임 - 8	영화 - 6
애니메이션 - 7	방송 - 3
캐릭터 - 4	지식정보 - 2
콘텐츠솔루션 - 1	

### 충남/세종

<b>사업체수</b>	
만화 - -	음악 - 2
게임 - 5	영화 - 8
애니메이션 - 7	방송 - 6
캐릭터 - 4	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 3	
<b>종사자수</b>	
만화 - -	음악 - 2
게임 - 3	영화 - 8
애니메이션 - 7	방송 - 6
캐릭터 - 5	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 4	
<b>매출액</b>	
만화 - -	음악 - 3
게임 - 1	영화 - 7
애니메이션 - 8	방송 - 6
캐릭터 - 5	지식정보 - 2
콘텐츠솔루션 - 4	

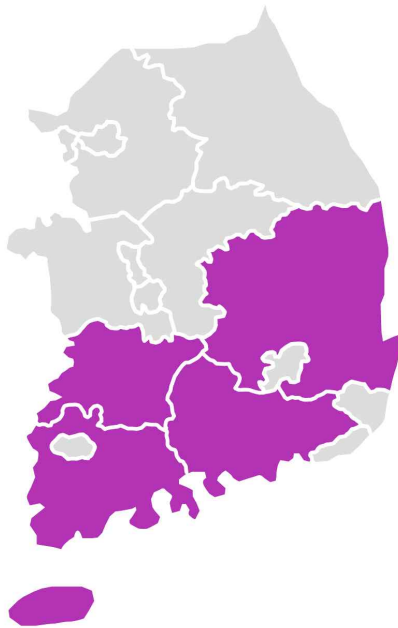
### 울산

<b>사업체수</b>	
만화 - 7	음악 - 2
게임 - 6	영화 - -
애니메이션 - 7	방송 - 5
캐릭터 - 4	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 3	
<b>종사자수</b>	
만화 - 8	음악 - 4
게임 - 5	영화 - -
애니메이션 - 7	방송 - 6
캐릭터 - 3	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 2	
<b>매출액</b>	
만화 - 8	음악 - 4
게임 - 6	영화 - -
애니메이션 - 7	방송 - 5
캐릭터 - 3	지식정보 - 1
콘텐츠솔루션 - 2	





# 지역별 콘텐츠 산업 비중 순위



## 전북

### 사업체수

만화 - -                      음악 - 2  
게임 - 4                      영화 - 7  
애니메이션 - 8              방송 - 6  
캐릭터 - 3                    지식정보 - 1  
콘텐츠솔루션 - 5

### 종사자수

만화 - -                      음악 - 3  
게임 - 2                      영화 - 7  
애니메이션 - 8              방송 - 5  
캐릭터 - 4                    지식정보 - 1  
콘텐츠솔루션 - 6

### 매출액

만화 - -                      음악 - 5  
게임 - 2                      영화 - 6  
애니메이션 - 8              방송 - 7  
캐릭터 - 3                    지식정보 - 1  
콘텐츠솔루션 - 4

## 경북

### 사업체수

만화 - 7                      음악 - 2  
게임 - 4                      영화 - 9  
애니메이션 - 8              방송 - 5  
캐릭터 - 6                    지식정보 - 1  
콘텐츠솔루션 - 3

### 종사자수

만화 - 8                      음악 - 4  
게임 - 2                      영화 - 9  
애니메이션 - 7              방송 - 6  
캐릭터 - 5                    지식정보 - 1  
콘텐츠솔루션 - 3

### 매출액

만화 - 9                      음악 - 4  
게임 - 2                      영화 - 8  
애니메이션 - 7              방송 - 6  
캐릭터 - 5                    지식정보 - 1  
콘텐츠솔루션 - 3

## 전남

### 사업체수

만화 - -                      음악 - 3  
게임 - 5                      영화 - 8  
애니메이션 - 6              방송 - 7  
캐릭터 - 4                    지식정보 - 1  
콘텐츠솔루션 - 2

### 종사자수

만화 - -                      음악 - 7  
게임 - 3                      영화 - 8  
애니메이션 - 6              방송 - 4  
캐릭터 - 5                    지식정보 - 1  
콘텐츠솔루션 - 2

### 매출액

만화 - -                      음악 - 5  
게임 - 4                      영화 - 7  
애니메이션 - 8              방송 - 1  
캐릭터 - 6                    지식정보 - 2  
콘텐츠솔루션 - 3

## 제주

### 사업체수

만화 - 8                      음악 - 2  
게임 - 6                      영화 - 9  
애니메이션 - 7              방송 - 5  
캐릭터 - 3                    지식정보 - 1  
콘텐츠솔루션 - 3

### 종사자수

만화 - 6                      음악 - 3  
게임 - 1                      영화 - 9  
애니메이션 - 7              방송 - 8  
캐릭터 - 4                    지식정보 - 2  
콘텐츠솔루션 - 5

### 매출액

만화 - 7                      음악 - 4  
게임 - 1                      영화 - 9  
애니메이션 - 5              방송 - 8  
캐릭터 - 6                    지식정보 - 3  
콘텐츠솔루션 - 2

## 경남

### 사업체수

만화 - -                      음악 - 2  
게임 - 7                      영화 - 7  
애니메이션 - 6              방송 - 5  
캐릭터 - 4                    지식정보 - 1  
콘텐츠솔루션 - 3

### 종사자수

만화 - -                      음악 - 2  
게임 - 7                      영화 - 6  
애니메이션 - 8              방송 - 5  
캐릭터 - 4                    지식정보 - 1  
콘텐츠솔루션 - 3

### 매출액

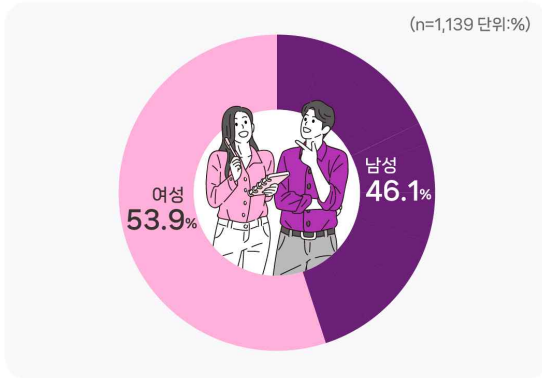
만화 - -                      음악 - 3  
게임 - 6                      영화 - 7  
애니메이션 - 8              방송 - 5  
캐릭터 - 4                    지식정보 - 1  
콘텐츠솔루션 - 2



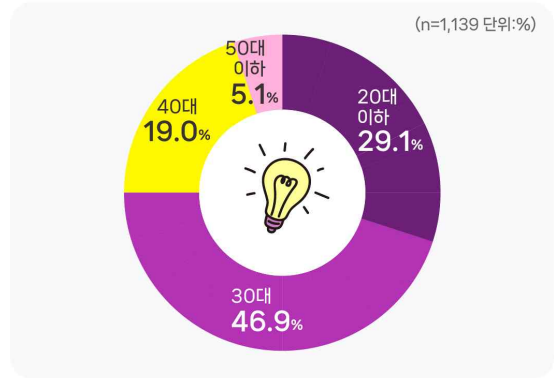


## 창작자: 창작자 특성

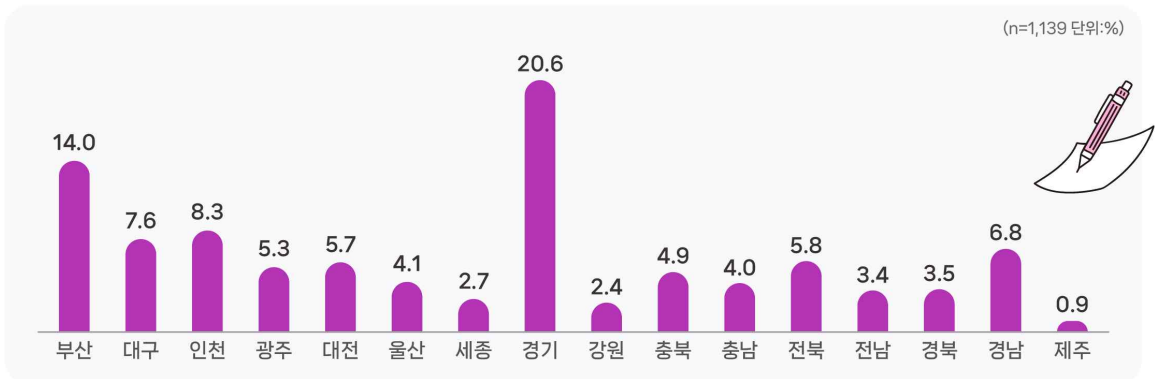
### ▶▶▶ 창작자 성별



### ▶▶▶ 창작자 연령



### ▶▶▶ 주 창작활동 지역



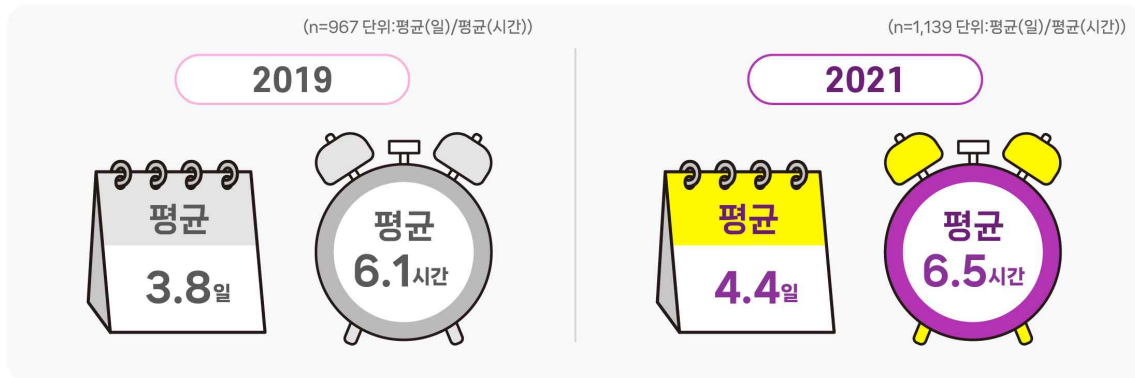
### ▶▶▶ 주 창작활동 분야



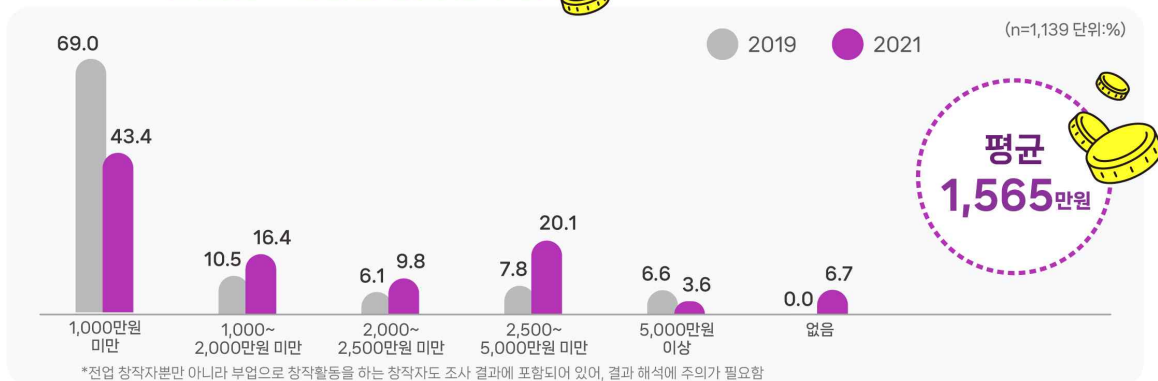


## 창작자: 창작활동 현황

### ▶▶▶ 평균 창작 활동 일수 및 활동 시간



### ▶▶▶ 2021년 콘텐츠 활동을 통한 총 수입



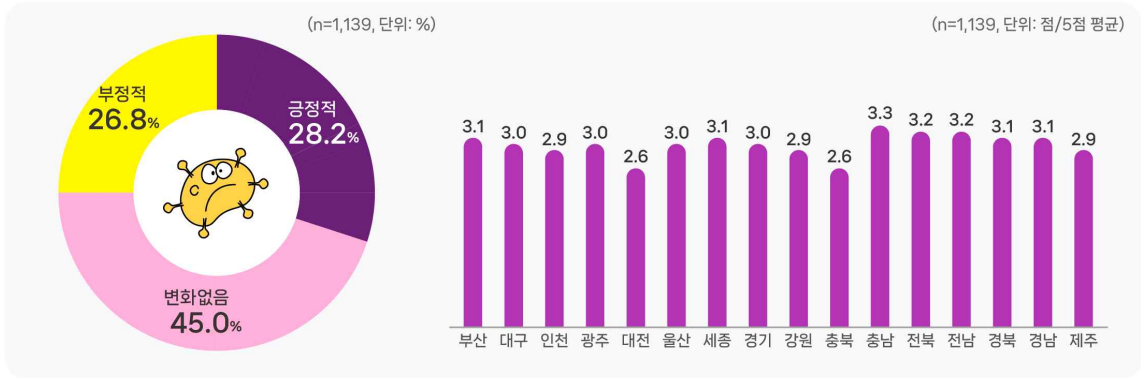
### ▶▶▶ 창작 관련 애로사항



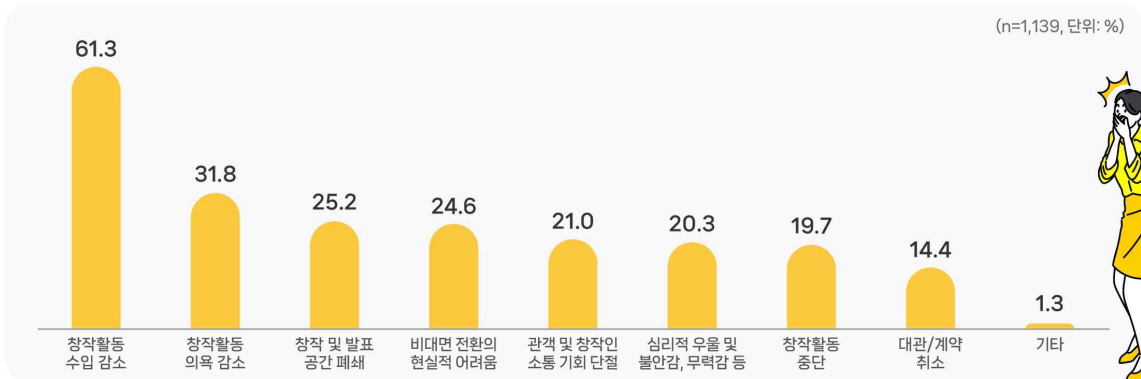


# 창작자: 코로나19 영향

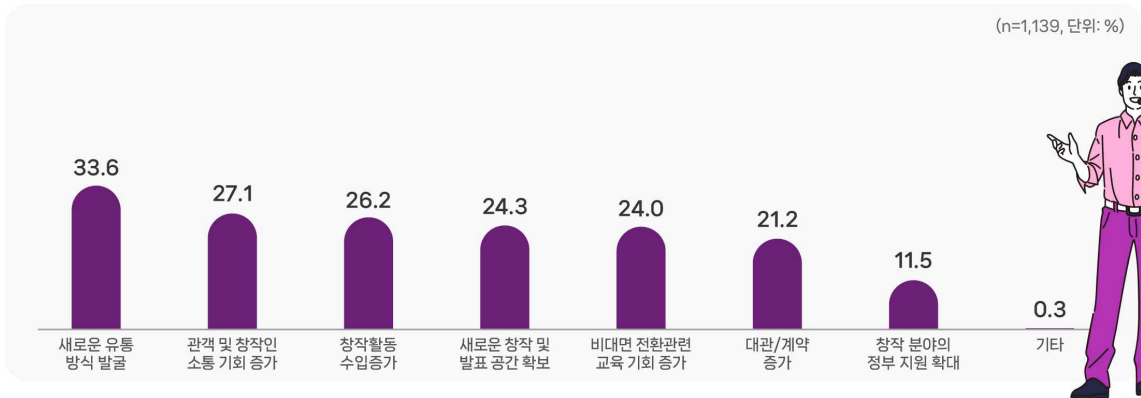
## ▶▶▶ 코로나19영향



## ▶▶▶ 부정적인 이유



## ▶▶▶ 긍정적인 이유





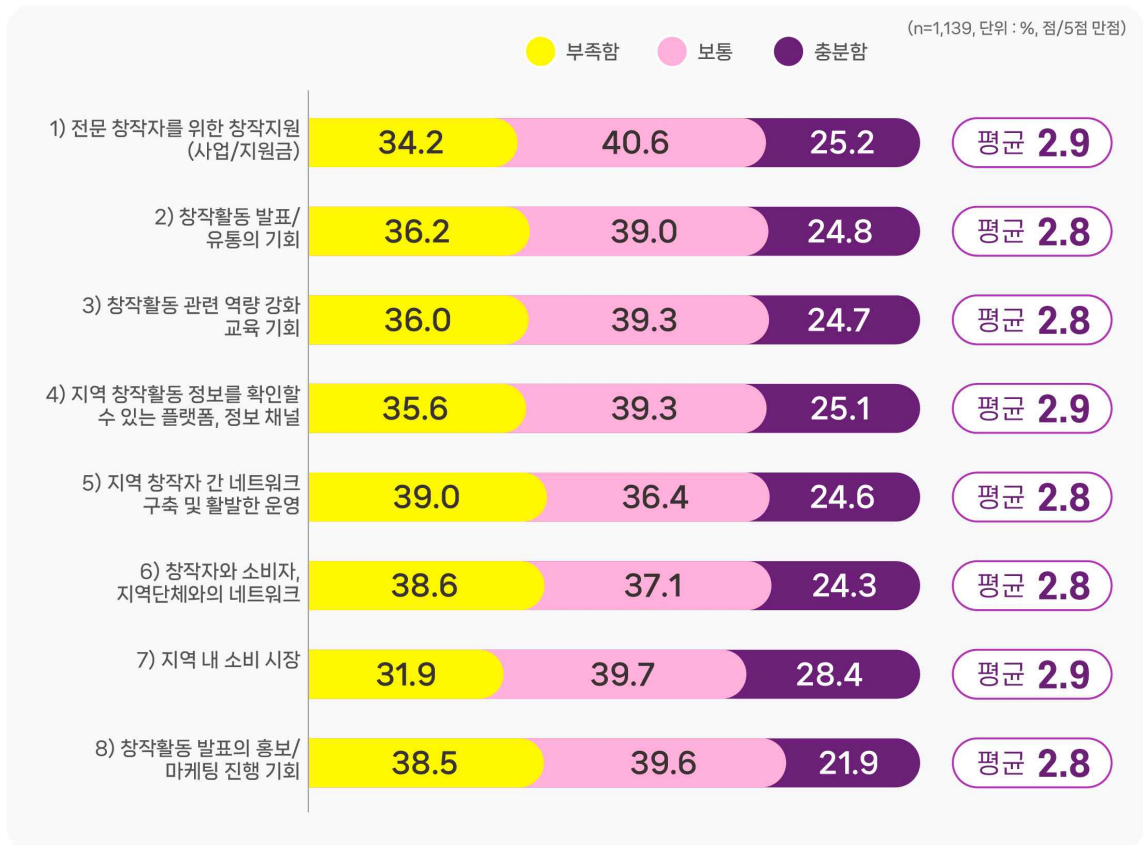


# 창작자: 지역콘텐츠 산업 인식 및 활성화 방안

## 지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대한 만족도



## 지역 창작활동 환경





# 지역별 인프라(서울제외 전국)

※ 한국콘텐츠진흥원 지원사업만 해당됨

★지역거점기관

## 부산

- ★부산정보산업진흥원
  - 부산 콘텐츠코리아랩
  - 부산 글로벌게임센터
  - 부산 음악창작소
  - 부산 이스포츠경기장

## 대구

- ★대구디지털혁신진흥원
  - 대구 콘텐츠코리아랩
  - 대구 콘텐츠기업지원센터
  - 대구 글로벌게임센터
  - 대구 음악창작소

## 인천

- ★인천테크노파크
  - 인천 콘텐츠코리아랩
  - 인천 콘텐츠기업지원센터
  - 인천 음악창작소

## 광주

- ★광주정보문화산업진흥원
  - 광주 콘텐츠코리아랩
  - 광주 글로벌게임센터
  - 광주 음악창작소
  - 광주 이스포츠경기장

## 대전

- ★대전정보문화산업진흥원
  - 대전 콘텐츠코리아랩
  - 대전 콘텐츠기업지원센터
  - 대전 글로벌게임센터
  - 대전 음악창작소
  - 대전 이스포츠경기장

## 울산

- ★울산정보산업진흥원
  - 울산 콘텐츠코리아랩
  - 울산 콘텐츠기업지원센터
  - 울산 글로벌게임센터
  - 울산 음악창작소

## 세종

- ★세종테크노파크
  - 세종 음악창작소

## 경기

- ★경기콘텐츠진흥원
  - 경기 콘텐츠코리아랩
  - 경기 글로벌게임센터
  - 구리 음악창작소

## 강원

- ★강원문화재단
  - 강원 콘텐츠코리아랩
  - 강원 음악창작소

## 충북

- ★충북과학기술혁신원
  - 충북 콘텐츠코리아랩
  - 충북 글로벌게임센터
  - 충주 음악창작소

## 충남

- ★충남정보문화산업진흥원
  - 충남 콘텐츠코리아랩
  - 충남 콘텐츠기업지원센터
  - 충남 글로벌게임센터
  - 충남 음악창작소

## 전북

- ★전라북도콘텐츠융합진흥원
  - 전북 콘텐츠코리아랩
  - 전북 콘텐츠기업지원센터
  - 전북 글로벌게임센터
  - 전북 음악창작소

## 전남

- ★전남정보문화산업진흥원
  - 전남 콘텐츠코리아랩
  - 전남 콘텐츠기업지원센터
  - 전남 글로벌게임센터
  - 전남 음악창작소

## 경북

- ★경상북도콘텐츠진흥원
  - 경북 콘텐츠코리아랩
  - 경북 콘텐츠기업지원센터
  - 경북 글로벌게임센터
  - 경북 음악창작소

## 경남

- ★경남문화예술진흥원
  - 경남 콘텐츠코리아랩
  - 경남 콘텐츠기업지원센터
  - 경남 음악창작소
  - 경남 이스포츠경기장

## 제주

- ★제주영상문화산업진흥원
  - 제주 콘텐츠코리아랩
  - 제주 음악창작소





---

# 요약문

---

20

22



# 요 약 문

## 제1장 조사 개요

### □ 조사 목적

- 서울을 제외한 지역의 콘텐츠산업에 대한 각 분야별 모집단 파악
- 사업체 및 인력 등에 대한 실태조사를 통해 각 지역별 신뢰성 있는 통계자료 생산
- 지역의 특성에 맞는 지원정책 수립 및 지원제도 방향 설정 등의 지역 콘텐츠산업 균형발전 도모

### □ 조사주기, 기준시점 및 조사기간

- 작성주기 : 2년
- 기준시점 : 2021. 12. 31
- 조사기간 : 2022. 8. ~ 2022. 11

### □ 조사 대상

- 사업체 : 조사기준일(2021.12.31.) 현재 국내에 소재하며 서울 제외 지역에서 콘텐츠 산업을 영위하는 한국콘텐츠진흥원 지원 9개 산업군(만화/음악/게임/영화/애니메이션/방송/캐릭터/지식정보/콘텐츠솔루션) 사업체
  - 지역 콘텐츠산업 사업체 조사의 조사 대상은 한국콘텐츠진흥원 지원사업 대상에 포함되지 않는 대기업 및 계열사, 출판산업, 만화책임대업, 만화도소매업, 노래연습장운영업, 게임유통업, 광고산업 제외. 실질적인 정책수혜자로 조사 대상 한정
  - 본 조사와 유사한 「콘텐츠산업조사, 문화체육관광부」와 유사한 구조를 보이지만 콘텐츠산업조사는 11개 산업으로 분류되어 있으며, 이는 ‘출판’, ‘만화’, ‘음악’, ‘게임’, ‘영화’, ‘애니메이션’, ‘방송’, ‘광고’, ‘캐릭터’, ‘지식정보’, ‘콘텐츠솔루션’으로 구성됨
- 창작자 : 서울 제외, 각 지역 소재 콘텐츠 산업 1인 창작자

<표 1> 콘텐츠 특수분류체계 산업분류별 조사 대상

연령	콘텐츠 세부 분야	분류 정의	대상 여부
만화	만화 출판업		
	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	만화잡지를 포함하여 만화도서를 전문으로 발간하는 출판사(사업체)	○
	일반 출판사(만화부문)	일반 도서를 발간하는 출판사 중 만화도서(학습/교양만화 포함)를 발간하는 출판사(사업체)	○
	온라인 만화 제작·유통업		
	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)	단행본 만화, 만화잡지 등을 인터넷/모바일에 제공하기 위하여 제작하는 사업체	○
	인터넷 만화콘텐츠 서비스	단행본만화 또는 만화잡지 등 전자출판물 형태로 제작된 콘텐츠를 인터넷으로 서비스하는 사업체	○
	모바일 만화콘텐츠 서비스	단행본만화 또는 만화잡지 등 전자출판물 형태로 제작된 콘텐츠를 모바일로 서비스하는 사업체	○
	만화책 임대업		
	만화임대 (만화방, 만화카페 등)	만화방, 만화카페 등 소비자가 점포안에서 만화책을 유료로 읽을 수 있도록 장소를 제공하거나 책을 임대하는 사업체	X
	서적임대(대여)(만화부문)	각종 만화서적, 만화잡지 등을 임대만 하는 사업체 (장소 제공 안됨)	X
	만화 도소매업		
	만화 서적 및 잡지류 도매	각종 만화서적 및 만화 잡지류를 도매하는 사업체	X
	만화 서적 및 잡지류 소매	각종 만화서적 및 만화 잡지류를 소매하는 사업체	X
음악	음악제작업		
	음악 기획 및 제작업	음반 및 음원을 기획하고 제작하는 업체(CP제외) (음원제작 및 관련 비즈니스업을 수행하는 업체)	○
	음반(음원) 녹음시설 운영업	음반 또는 음원을 녹음할 수 있는 시설을 운영하는 사업체	X
	음악 및 오디오물 출판업		
	음악 오디오물 출판업	음악관련 악보를 출판하는 업체	○
	기타 오디오물 제작업	기타 오디오물을 제작하는 업체(출판관련)	○
	음반복제 및 배급업		
	음반 복제업	음반을 복제하는 사업체	X
	음반 배급업	음반을 도소매업 사업체에게 배급하는 사업체	X
	음반 도소매업		
	음반 도매업	음반을 도매하는 사업체	X
	음반 소매업	음반을 소매하는 사업체	X
	온라인 음악 유통업		
인터넷/모바일 음악 서비	음원대리 중개업체로부터 음원을 양도받아 인터넷 또는 모바일로 서	○	

업종	콘텐츠 세부 분야	분류 정의	대상 여부	
	스업	비스하는 사업체		
	음원 대리 중개업	음원권리자로부터 음원의 권리를 양도받아 온라인상으로 중개하는 사업체	X	
	인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업(CP)	음원을 제작하여 모바일 음악서비스 업체 및 인터넷 음악서비스 업체에게 제공하는 사업체	O	
	음악 공연업			
	음악공연 기획 및 제작업	음악공연(뮤지컬, 대중음악, 클래식, 오페라, 전통공연 등)을 기획 및 제작하는 사업체(단, 연극은 제외)	O	
	기타 음악공연 서비스업	음악공연과 관련된 서비스를 제공하는 사업체(티켓발매 등)	O	
	노래연습장 운영업			
노래연습장 운영업	연주자를 두지 않고 반주에 맞추어 노래를 부를 수 있도록 하는 영상 또는 무영상 반주장치 등의 시설을 갖춘 사업체	X		
게임	게임 제작 및 배급업			
	게임 제작 및 배급업	게임을 기획 및 제작, 배급하는 사업체	O	
	게임 유통업			
	컴퓨터 게임방 운영업	인터넷 또는 시디롬 등에 의한 컴퓨터게임을 제공하는 시설을 운영하는 사업체(PC방)	X	
	전자 게임장 운영업	컴퓨터가 아닌 전자게임기를 갖춘 시설을 운영하는 사업체	X	
영화	영화 제작, 지원, 및 유통업			
	영화 기획 및 제작	일반 영화를 기획 및 제작하는 사업체	O	
	영화 수입	해외 영화를 수입하는 사업체	X	
	영화제작 지원	일반 영화제작에 관련된 필름가공, 필름의 편집, 더빙, 필름검사 등 제작 후 서비스를 하는 사업체	O	
	영화 배급	일반 영화 배급권을 획득하고, 영화관, 방송사 및 기타 상영자에게 배급하는 사업체	X	
	극장 상영	실내 또는 야외에 영사시설을 갖추고 영화를 상영하는 사업체	X	
	영화 홍보 및 마케팅	일반 영화를 홍보 및 마케팅하는 사업체	X	
	디지털 온라인 유통업			
	온라인 상영	인터넷/모바일을 통해 영화를 서비스하는 사업체	X	
	온라인 배급	인터넷 또는 모바일을 통해 영화를 배급하는 사업체	X	
DVD블루레이 제작 및 유통	영화를 DVD 또는 블루레이 형태로 제작 유통하는 사업체	X		
애니메이션	애니메이션 제작업			
	애니메이션 창작 제작업	창작 애니메이션 기획 및 직접제작하는 사업체	O	
	애니메이션 하청 제작업	애니메이션을 외주제작, 주문제작, 및 재하청하는 사업체	O	
	온라인(인터넷·모바일)애니메이션제작업	인터넷용 및 모바일용 애니메이션을 제작하는 사업체	O	
	애니메이션 유통 및 배급업			
애니메이션 유통, 배급	극장용, 방송용, 홈비디오용 애니메이션을 유통, 홍보, 마케팅 및 홍보	X		



업종	콘텐츠 세부 분야	분류 정의	대상 여부
	및 홍보업	하는 사업체	
	온라인 애니메이션 유통업		
	온라인 애니메이션 서비스업(인터넷, 모바일)	애니메이션을 인터넷 및 모바일로 서비스하는 사업체	X
방송	지상파 방송		
	지상파 방송사업자	방송을 목적으로 하는 지상의 무선국을 관리·운영하며 이를 이용하여 방송을 행하는 사업체	X
	지상파 이동멀티미디어 방송 사업자	이동 중 수신을 주목적으로 다채널을 이용하여 복합적으로 송신하는 방송을 행하는 지상파방송 사업체	X
	유선방송		
	종합유선방송 사업자	다채널방송을 행하기 위한 유선방송국 설비를 관리·운영하며 전송·선로설비를 이용하여 방송을 행하는 사업체	X
	중계유선방송 사업자	지상파방송을 중계 및 송신하는 사업체	X
	위성방송		
	일반위성방송 사업자	인공위성의 무선설비를 소유 또는 임차하여 무선국을 관리·운영하며 이를 이용하여 방송을 행하는 사업체	X
	위성이동멀티미디어방송 사업자	이동 중 수신을 주목적으로 다채널을 이용하여 복합적으로 송신하는 방송을 행하는 위성방송 사업체	X
	방송채널사용사업		
	방송채널사용 사업자	지상파방송 사업자, 종합유선방송 사업자 또는 위성방송 사업자와 특정채널의 전부 또는 일부 시간에 대한 전용사용계약을 체결하여 그 채널을 사용하는 사업체	X
	방송영상물제작업		
	방송영상독립제작사	재정적인 지원이나 제작·설비 등을 방송 사업자 측에 의존하지 않고 독자적으로 TV프로그램을 제작하는 사업체	O
	인터넷 영상물 제공업		
	인터넷 프로토콜TV(IPTV)	초고속 인터넷망을 이용하여 제공되는 양방향텔레비전서비스 사업체 (KT의 ollehTV, SK브로드밴드의 BTV, LG의 U+TV)	X
IPTV 콘텐츠제공 사업자 (CP)	IPTV용 콘텐츠를 제작하여 인터넷프로토콜TV 업체에 제공하는 사업체	X	
광고	광고(종합)대행업		
	종합광고대행	광고주를 대신하여 광고물을 기획하고 이에 따라 광고물을 제작하며, 제작된 광고물을 매체와 접촉하여 매체집행을 하는 사업체	X
	광고매체대행	광고주나 광고대행사를 대신하여 광고지면이나 광고시간을 구입해주는 업무를 하는 사업체	X
	광고 제작업		
	인쇄광고제작업	신문, 잡지 등 각종 인쇄광고물을 제작하는 사업체	X
	영상광고제작업	방송, 영화, 동영상 클립 등 영상광고물을 제작하는 사업체	X
광고사진 스튜디오	광고를 목적으로 제작된 사진 촬영, 신문, 잡지, 포스터 광고 촬영 및	X	

업종	콘텐츠 세부 분야	분류 정의	대상 여부	
		키탈로그 촬영을 하는 사업체		
	광고 전문 서비스업			
	마케팅 조사	마케팅 활동의 기획, 수정 및 평가를 위해 내부 및 외부정보 수집하여 분석하는 사업체	X	
	PR(Public Relations)	제품 또는 서비스에 대한 공중의 이해와 호감을 얻고자 행하는 여러 가지 활동의 업무(홍보, 행사, 행사 기획, 홍보물제작 등)를 전문으로 행하는 사업체	X	
	SP(Sales Promotion)	매스컴 매체에 하는 광고가 아니라 판매에 직결한 광고를 대행하는 사업체(DM광고, 프리미엄, 견본배포, 노벨티, 콘테스트, 소비자 교육 등)	X	
	브랜드컨설팅	CI, BI 패키지를 포함하는 기업이나 브랜드의 상징 등을 제작하는 사업체	X	
	전시 및 행사대행업	각종 전시회 및 행사를 기획·조직하는 산업 활동, 전시장 행사와 관련된 전반적인 책임을 맡아 종합적으로 구성·연출하는 사업체도 포함	X	
	인쇄업			
	인쇄	각종 광고용 인쇄물을 인쇄하는 사업체(광고물 인쇄업)	X	
	온라인 광고대행업			
	온라인 종합광고대행	광고주를 대신해서 온라인 광고물을 기획하고, 제작하여 제작된 광고물을 전달하기 위해 매체와 접촉하고, 집행하는 것을 전문으로 하는 사업체(온라인 광고는 노출형, 검색형 등이 있음)	X	
	온라인 광고 매체대행	광고주나 광고대행사를 대신하여 온라인 광고 지면을 구입해 주는 업무를 하는 사업체	X	
	온라인 광고 제작대행	각종 온라인 광고물을 제작하는 사업체	X	
	옥외광고대행업			
	옥외종합광고대행	인쇄, 그림 또는 전자적 방식 등의 전시광고물을 기획·제작하여 옥내외 간판 또는 차량, 상점 등 전시공간에 전시구조물을 게시하는 사업체	X	
	옥외광고제작대행	인쇄, 그림 또는 전자적 방식 등의 전시광고물을 기획·제작하는 사업체	X	
캐릭터	캐릭터 제작업			
	캐릭터 개발 및 라이선스업	소설, 만화, 애니메이션, 게임에 등장하는 독특한 인물이나 동물의 모습을 디자인하여 라이선스를 받는 사업체	O	
	캐릭터상품 제조업	캐릭터라이선스 비용을 지불하고 캐릭터를 포함시켜 제조 하는 사업체	O	
	캐릭터 상품 유통업			
	캐릭터상품 도매업	캐릭터라이선스 비용이 지불된 캐릭터상품을 도매하는 사업체	X	
	캐릭터상품 소매업	캐릭터라이선스 비용이 지불된 캐릭터상품을 소매하는 사업체	X	
지식	e-learning업			
	e-learning 기획업	유아, 초중고, 성인 등 모든 연령층을 대상으로 제공되는 온라인/스토	O	

업종	콘텐츠 세부 분야	분류 정의	대상 여부	
정보		리지 저장형 학습프로그램을 기획하는 사업체(온라인 학습정보 서비스 기획)		
	e-learning 인터넷/모바일 서비스업	인터넷과 모바일로 온라인/스토리지 저장형 학습프로그램을 서비스 하는 사업체	○	
	인터넷/모바일 e-learning 제작 및 제공업(CP)	온라인/스토리지 저장형 학습프로그램을 제작하여 서비스 사업체에 제공하는 사업체(CP)	○	
	에듀테인먼트 기획 및 제작업	교육의 효과를 얻을 수 있도록 고안된 학습용 게임, 멀티미디어도감, 비디오 교재 등의 콘텐츠를 제작하는 사업체	○	
	기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업			
	기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업	1차 자료를 수집 및 조합하여 일정 포맷에 따라 가공된 정보를 컴퓨터에 수록하여 전자매체로 제공하는 사업체(인터넷 및 모바일을 통한 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 이러닝서비스 제외)	○	
	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업			
	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업	인터넷에서 검색, 커뮤니티, 전자메일, 블로그 등의 서비스를 통해 금융, 생활정보, 뉴스 등 이용자 제작콘텐츠 및 디지털화 된 다양한 정보를 매개하는 사업체	○	
	가상세계 및 가상현실업			
	스크린골프 시스템 기획 및 제작업	스크린 골프 시스템을 기획 및 제작하는 사업체	○	
	스크린골프장 운영업	스크린 골프장을 운영하는 사업체	X	
기타 가상세계 및 가상현실 기획 및 제작업	3차원 영상 등을 통해 디지털로 가상 환경을 만들어 사용자가 가상세계에서 현실세계와 유사한 느낌을 느낄 수 있도록 해주는 콘텐츠를 기획 및 제작하는 사업체	○		
기타 가상세계 및 가상현실 서비스업	디지털 가상세계 콘텐츠를 사용하여 사용자가 현실세계와 유사하게 느낄 수 있는 가상현실 서비스를 제공하는 사업체	○		
콘텐츠 솔루션	콘텐츠솔루션업			
	저작물	디지털콘텐츠를 제작 및 편집하기 위해 사용되는 저작도구(영상, 게임, LMS, e-learning 등)	○	
	콘텐츠보호	유무선 네트워크상에서 디지털 콘텐츠의 무단 사용을 막고 유통과정 중 발생하는 콘텐츠의 불법 사용을 추적하기 위한 솔루션(DRM 등)	○	
	모바일솔루션	모바일 네트워크에서 제공되는 콘텐츠 서비스를 위한 모든 서비스 및 플랫폼(MMS/SMS의 문자서비스, 모바일 멀티미디어 전송 관련 서비스 및 모바일플랫폼 등)	○	
	과금/결제	웹이나 모바일 네트워크에서 콘텐츠 이용 요금을 부과하고 징수하기 위해 사용되는 모든 솔루션(신용카드결제, 휴대폰 소액결제 등)	○	
콘텐츠관리시스템(CMS)	온라인 상의 모든 콘텐츠를 대상으로 생산, 유통, 삭제, 업데이트 등을 자동으로 관리해주는 솔루션	○		

업종	콘텐츠 세부 분야	분류 정의	대상 여부
	콘텐츠전송네트워크 (CDN)	네트워크에 여러 대의 캐시서버(임시저장장치)를 설치하고, CP가 제공하는 영화, 음악, 게임 등의 콘텐츠를 이 캐시서버에 미리 옮겨 놓고 수요가 있을 때, 사용자들에게 전달함으로써 전송속도를 향상시키고 데이터 손실을 막아주는 솔루션	○
	기타	콘텐츠 저장과 검색 도구 등 디지털콘텐츠 검색, 디지털방송을 위해 사용되는 모든 솔루션 및 웨어이전스 등 용역 및 서비스	○
컴퓨터그래픽스(CG) 제작업			
	컴퓨터그래픽스(CG) 제작업	영화, 광고, 게임 등 분야의 영상 제작 과정에서 컴퓨터그래픽스 기술을 사용하여 영상을 보정 및 창작하는 사업체	○

□ 목표 모집단

조사기준일 (2021.12.31.) 현재 국내에 소재하며 서울 제외 지역에서 콘텐츠 산업을 영위하는 한국콘텐츠진흥원 지원 9개 (1. 만화산업, 2. 음악산업, 3. 게임산업, 4. 영화산업, 5. 애니메이션 산업, 6. 방송산업, 7. 캐릭터산업, 8. 지식정보산업 9. 콘텐츠솔루션산업) 산업 사업체  
 ※ 한국콘텐츠진흥원 지원사업 대상에 포함되지 않는 대기업 및 계열사, 출판산업, 만화 책임대업, 만화도소매업, 노래연습장운영업, 게임유통업, 광고산업 제외. 실질적인 정책수혜자로 조사 대상 한정

□ 조사 모집단

- 콘텐츠산업 조사 모집단 중 본 조사 대상에 해당하는 콘텐츠 소분류 영위 사업체
- 본 조사 모집단은 총 5,242개로 종사자 규모별 분야별 지역별 사업체 수는 아래 <표2>와 같음

<표 2> 지역 및 분야별 모집단 분포

(단위 : 개)

분야	지역	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	100인 이상	계
전체		3,188	956	871	147	80	5,242
게임	부산	20	11	15	3	2	51
	대구	11	6	12	3	2	34
	인천	6	3	7	2	1	19
	광주	5	5	4	1	0	15
	대전	6	3	7	2	1	19
	울산	1	1	2	0	0	4
	경기	262	111	18	7	5	403
	강원	3	1	1	0	0	5
	충북	4	1	3	0	0	8
	충남	2	2	3	1	1	9
	전북	5	3	7	2	1	18
	전남	2	4	2	1	0	9
	경북	6	5	3	1	1	16
	경남	1	2	1	0	0	4
제주	3	1	3	1	0	8	
만화	부산	3	2	1	0	0	6
	대구	1	1	0	0	0	2
	인천	4	1	1	0	0	6
	광주	14	1	2	0	0	17
	대전	4	1	0	0	0	5

분야	지역	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	100인 이상	계
	울산	1	1	0	0	0	2
	경기	53	6	3	2	1	65
	강원	1	1	0	0	0	2
	충북	0	0	0	0	0	0
	충남	0	0	0	0	0	0
	전북	0	0	0	0	0	0
	전남	0	0	0	0	0	0
	경북	3	1	0	0	0	4
	경남	0	0	0	0	0	0
방송	제주	5	0	0	0	1	6
	부산	6	9	7	0	0	22
	대구	3	9	3	1	0	16
	인천	5	4	4	0	0	13
	광주	3	3	3	0	0	9
	대전	4	3	3	0	0	10
	울산	5	1	1	0	0	7
	경기	36	13	16	5	2	72
	강원	9	4	4	0	1	18
	충북	8	0	2	0	0	10
	충남	5	2	1	0	0	8
	전북	11	3	1	0	1	16
	전남	3	1	1	1	0	6
	경북	9	2	1	0	0	12
	경남	3	5	1	0	0	9
애니메이션	제주	7	3	1	0	0	11
	부산	9	2	3	0	0	14
	대구	1	2	0	0	0	3
	인천	3	1	2	0	0	6
	광주	13	4	7	0	0	24
	대전	1	1	2	0	0	4
	울산	1	0	1	0	0	2
	경기	32	7	23	3	2	67
	강원	5	2	3	0	0	10
	충북	1	0	1	0	0	2
	충남	3	2	2	0	0	7
	전북	1	0	0	0	0	1
전남	3	2	2	0	0	7	
영화	경북	1	2	0	0	0	3
	경남	4	0	1	0	0	5
	제주	3	1	2	0	0	6
	부산	13	5	2	0	0	20
	대구	1	4	2	0	0	7

분야	지역	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	100인 이상	계
	인천	2	6	3	0	0	11
	광주	2	4	2	0	0	8
	대전	0	2	0	0	0	2
	울산	0	0	0	0	0	0
	경기	79	18	42	6	1	146
	강원	0	2	1	0	0	3
	충북	1	2	1	0	0	4
	충남	1	3	1	0	0	5
	전북	2	2	3	0	0	7
	전남	1	2	1	0	0	4
	경북	1	1	0	0	0	2
	경남	1	2	1	0	0	4
	제주	2	1	0	0	0	3
	음악	부산	32	13	4	1	0
대구		31	12	4	1	0	48
인천		23	9	2	0	0	34
광주		21	8	2	1	0	32
대전		19	8	2	0	0	29
울산		11	4	1	0	0	16
경기		362	7	8	2	4	383
강원		24	9	5	0	0	38
충북		12	4	2	0	0	18
충남		17	7	3	2	0	29
전북		15	6	2	1	1	25
전남		7	3	1	0	0	11
경북		22	8	2	0	0	32
경남		29	12	3	1	1	46
제주	7	3	3	1	0	14	
지식정보	부산	103	23	29	2	2	159
	대구	72	11	18	2	1	104
	인천	67	9	10	1	1	88
	광주	57	8	14	2	1	82
	대전	88	14	20	5	1	128
	울산	26	5	9	1	0	41
	경기	458	92	47	7	4	608
	강원	31	9	12	1	0	53
	충북	32	9	13	1	0	55
	충남	47	8	8	1	1	65
	전북	37	8	13	1	1	60
	전남	24	8	9	1	0	42
경북	62	21	19	2	1	105	

분야	지역	1~4인	5~9인	10~49인	50~99인	100인 이상	계
	경남	42	10	11	1	1	65
	제주	24	6	8	0	0	38
캐릭터	부산	32	10	14	3	2	61
	대구	18	5	7	1	1	32
	인천	27	9	12	2	2	52
	광주	13	4	6	1	1	25
	대전	10	4	5	1	1	21
	울산	5	3	3	1	0	12
	경기	188	55	33	2	2	280
	강원	8	3	4	1	1	17
	충북	8	2	3	1	0	14
	충남	8	3	4	1	0	16
	전북	11	4	5	1	1	22
	전남	6	2	2	0	0	10
	경북	5	2	3	1	0	11
	경남	7	2	3	1	0	13
	제주	7	2	3	1	0	13
	콘텐츠솔루션	부산	25	17	15	3	2
대구		24	15	10	3	1	53
인천		18	12	8	2	1	41
광주		9	7	5	1	1	23
대전		33	22	15	4	2	76
울산		6	4	3	1	0	14
경기		128	61	121	28	16	354
강원		10	6	4	1	1	22
충북		5	4	11	1	1	22
충남		6	3	7	1	0	17
전북		7	4	5	1	0	17
전남		4	3	7	0	0	14
경북		11	6	8	1	0	26
경남		12	8	6	1	1	28
제주		5	4	3	1	0	13



## 제2장 사업체 조사 결과

### □ 조사 개요 및 조사회수 현황

- 2022년 6월 30일 기준 서울을 제외한 지역의 콘텐츠 사업체를 대상으로 2022년 8월 25일부터 2022년 11월 20일까지 조사를 진행함
- 최초 수집된 8,926개 리스트 중 3,209개 사업체에 대한 운영이 확인되었으며, 그중 1,844개 사업체로부터 설문지 회수(회수율 57.4%)를 완료함
- 매출액, 종사자 수와 관련된 문항의 기준시점은 2021년 12월 31일 기준이며, 그 외에 평균 근속기간, 코로나19로 인한 인원 증가 및 감소 현황, 코로나19의 영향, 경영 현황 및 전망, 지역 인프라 환경 구축 체감도, 지역 콘텐츠 산업 인식에 대한 문항 기준시점은 조사 당시를 기준으로 진행함
- 지역별 조사 진행 결과는 <표3>과 같음

<표 3> 지역별 조사 진행 결과

(단위 : 개)

분야	대상사업체			조사 대상 제외 사업체					합계
	소계	회수 완료	거절	소계	휴폐업	조사 대상 부적격	확인 불가	중복 사업체	
전체	3,209	1,844	1,365	5,717	216	1,362	4,039	100	8,926
강원	164	118	46	250	8	56	177	9	414
경기	912	398	514	2,116	78	426	1,593	19	3,028
경남	142	82	60	172	13	35	121	3	314
경북	237	166	71	331	9	94	222	6	568
광주	153	106	47	214	11	48	146	9	367
대구	190	120	70	234	13	55	163	3	424
대전	167	96	71	238	3	52	181	2	405
부산	374	227	147	573	20	119	420	14	947
세종	14	10	4	27	1	10	15	1	41
울산	76	46	30	94	2	29	61	2	170
인천	124	70	54	211	13	47	146	5	335
전남	111	75	36	168	5	27	130	6	279
전북	133	94	39	166	5	43	109	9	299
제주	107	71	36	186	9	36	136	5	293
충남	119	76	43	209	14	38	154	3	328
충북	132	89	43	194	7	45	139	3	326
정보없음	54		54	334	5	202	126	1	388

## □ 사업체 수

- 콘텐츠 분야별로는 ‘지식정보’산업 사업체가 1,693개(32.3%)로 가장 많았으며, 이어서 ‘음악’ 805개(15.4%), ‘콘텐츠솔루션’ 782개(14.9%), ‘게임’ 622개(11.4%) 등의 순임
- 지역별로는 ‘경기’ 지역의 콘텐츠 사업체 수가 2,378개(45.4%)로 가장 많고, 다음으로는 ‘부산’이 445개(8.5%), ‘대구’ 299개(5.7%), ‘대전’ 294개(5.6%) 등의 순으로 나타남
- 경기를 제외하면 ‘음악’, ‘게임’, ‘영화’, ‘방송’, ‘캐릭터’, ‘지식정보’는 ‘부산’, ‘만화’, ‘애니메이션’은 ‘광주’, ‘콘텐츠솔루션’은 ‘대전’ 지역에서 사업체 수가 가장 많은 것으로 나타남

<표 4> 지역별 콘텐츠 사업체 수 현황

(단위 : 개)

지역	합계	만화	음악	게임	영화	애니 메이션	방송	캐릭터	지식 정보	콘텐츠 솔루션
전체	5,242	115	805	622	226	161	239	599	1,693	782
부산	445	6	50	51	20	14	22	61	159	62
대구	299	2	48	34	7	3	16	32	104	53
인천	270	6	34	19	11	6	13	52	88	41
광주	235	17	32	15	8	24	9	25	82	23
대전	294	5	29	19	2	4	10	21	128	76
울산	98	2	16	4	-	2	7	12	41	14
경기	2,378	65	383	403	146	67	72	280	608	354
강원	168	2	38	5	3	10	18	17	53	22
충북	133	-	18	8	4	2	10	14	55	22
충남(세종)	156	-	29	9	5	7	8	16	65	17
전북	166	-	25	18	7	1	16	22	60	17
전남	103	-	11	9	4	7	6	10	42	14
경북	211	4	32	16	2	3	12	11	105	26
경남	174	-	46	4	4	5	9	13	65	28
제주	112	6	14	8	3	6	11	13	38	13

□ 종사자 현황

- 서울을 제외한 지역의 콘텐츠 종사자 수는 총 51,683명으로 조사되었고, ‘콘텐츠솔루션’ 종사자 수가 13,614명 (26.3%)으로 가장 많고, 다음으로는 ‘지식정보’ 13,015명 (25.2%), ‘게임’ 7,073명 (13.7%) 순으로 나타남
- 지역별로는 ‘경기’ 지역의 콘텐츠 종사자 수가 22,676명 (43.9%)으로 가장 많고, 다음으로는 ‘부산’ 4,904명 (9.5%), ‘대구’ 3,116명 (6.0%), ‘대전’ 3,066명 (5.9%) 등의 순임

<표 5> 지역별 콘텐츠 종사자 수 현황

(단위 : 명)

지역	합계	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션
전체	51,683	745	4,833	7,073	2,850	1,660	2,452	5,440	13,015	13,614
부산	4,904	27	266	890	126	79	206	777	1,674	859
대구	3,116	7	266	671	80	16	176	316	844	740
인천	2,724	54	153	374	118	53	126	709	629	509
광주	2,267	70	164	176	71	240	106	343	767	330
대전	3,066	12	102	383	11	31	83	291	1,044	1,109
울산	850	6	57	42	-	21	37	145	374	168
경기	22,676	431	1,974	3,009	2,182	924	981	1,498	3,787	7,889
강원	1,577	8	204	25	44	65	228	303	415	285
충북	1,164	-	121	54	33	16	39	135	356	410
충남 (세종)	1,580	-	303	283	40	41	46	168	506	194
전북	2,073	-	316	445	59	3	216	280	591	162
전남	936	-	56	155	32	56	76	60	313	188
경북	1,915	11	200	304	10	17	39	138	904	293
경남	1,708	-	474	32	33	25	47	142	607	348
제주	1,127	120	178	229	11	73	47	134	204	131

□ 매출액 현황

- 서울을 제외한 지역의 콘텐츠 사업체의 매출액은 약 6조 6,314억 원으로 나타났고, ‘콘텐츠솔루션’의 매출 총액이 2조 1,904억 원 (33.0%)으로 가장 많고, 다음으로는 ‘지식정보’ 1조 6,352억 원 (24.7%), ‘게임’ 7,873억 원 (11.9%) 등의 순으로 나타남
- 지역별로는 ‘경기’ 지역의 총매출액이 3조 2,927억 원 (49.7%)으로 가장 높은 비중을 차지하였고, 다음으로는 ‘부산’ 6,063억 원 (9.1%), ‘인천’ 4,306억 원 (6.5%), ‘대전’ 4,112억 원 (6.2%) 등의 순으로 나타남

<표 6> 지역별 콘텐츠 매출액 현황

(단위 : 백만 원)

지역	합계	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션
<b>전체</b>	<b>6,631,463</b>	<b>113,330</b>	<b>414,755</b>	<b>787,386</b>	<b>327,500</b>	<b>136,956</b>	<b>266,334</b>	<b>759,530</b>	<b>1,635,249</b>	<b>2,190,423</b>
부산	606,367	1,270	28,956	137,885	5,604	5,440	19,491	99,573	189,703	118,444
대구	376,914	282	52,384	40,074	1,646	828	23,157	43,564	117,701	97,279
인천	430,632	8,563	10,641	48,278	3,782	1,540	9,966	158,980	127,685	61,198
광주	266,716	2,252	11,898	15,970	3,455	24,850	5,243	56,878	99,395	46,776
대전	411,298	1,012	11,424	49,347	750	3,535	8,955	34,080	147,339	154,856
울산	91,174	153	5,651	3,342	-	2,044	4,326	16,447	28,089	31,121
경기	3,292,747	93,749	176,531	306,385	289,299	75,317	110,371	259,448	539,612	1,442,035
강원	190,879	519	23,882	2,057	1,636	6,349	28,347	28,881	73,933	25,275
충북	124,258	-	3,554	1,494	2,774	1,530	5,733	4,736	36,291	68,145
충남 (세종)	160,287	-	37,563	41,077	3,500	2,751	3,908	6,554	39,140	25,793
전북	174,829	-	8,637	51,749	7,704	92	4,540	28,118	60,307	13,681
전남	92,206	-	4,629	9,798	2,968	2,490	31,440	3,969	18,841	18,072
경북	166,086	425	11,314	37,250	747	1,191	2,790	5,349	78,113	28,908
경남	138,010	-	17,705	2,869	2,689	1,969	5,294	6,480	65,000	36,003
제주	109,061	5,105	9,986	39,811	947	7,032	2,772	6,473	14,100	22,835

□ 콘텐츠 생산·제작/유통서비스 매출 비율

- 콘텐츠 사업체의 매출액 생산·제작이 차지하는 비율은 67.3%, 유통·서비스는 32.7%임
- 분야별로 살펴보면, 생산·제작 비율이 가장 높은 분야는 ‘애니메이션’으로 79.2%의 비율을 차지하는 것으로 나타났고, 유통·서비스는 ‘음악’에서 39.7%로 가장 높게 나타남
- 지역별로는 ‘광주’의 생산·제작 비율이 75.6%로 가장 높고, 유통·서비스는 ‘인천’이 44.9%로 가장 높게 나타남

<표 7> 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

(단위 : %)

분야		합계	생산·제작	유통·서비스
전체		100.0	67.3	32.7
분야	만화	100.0	63.3	36.7
	음악	100.0	60.3	39.7
	게임	100.0	70.1	29.9
	영화	100.0	69.5	30.5
	애니메이션	100.0	79.2	20.8
	방송	100.0	76.7	23.3
	캐릭터	100.0	63.3	36.7
	지식정보 콘텐츠솔루션	100.0	65.2 74.6	34.8 25.4
지역	부산	100.0	72.4	27.6
	대구	100.0	63.0	37.0
	인천	100.0	55.1	44.9
	광주	100.0	75.6	24.4
	대전	100.0	67.8	32.2
	울산	100.0	69.2	30.8
	경기	100.0	65.9	34.1
	강원	100.0	69.3	30.7
	충북	100.0	66.9	33.1
	충남(세종)	100.0	72.4	27.6
	전북	100.0	68.3	31.7
	전남	100.0	67.3	32.7
	경북	100.0	74.3	25.7
	경남	100.0	69.9	30.1
제주	100.0	70.7	29.3	

## □ 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

- 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 299.0건이며, '지식정보' 분야의 평균 신규제작 건수가 844.9건으로 가장 높고 다음으로는 '콘텐츠솔루션'이 87.2건으로 높았으며 가장 낮은 분야는 '게임'으로 2.5건임
- 지역별로는 '대구'가 1,384.6건으로 가장 높고 '경남'이 29.3건으로 가장 낮게 나타남
- 제작유형별 제작 비율을 살펴보면, '자체 제작'이 87.2%로 가장 높고, 다음으로는 '하도급 제작' 8.3%, '원도급 수주' 3.2%, '하도급 수주' 1.3%의 순으로 나타남
- 분야별로는 '만화'의 자체 제작 비율이 92.3%로 가장 높게 나타났고, '애니메이션'은 79.8%로 가장 낮게 나타남
- 지역별로는 '제주'의 자체 제작 비율이 91.0%로 가장 높고, '인천'은 80.2%로 가장 낮게 나타남

<표 8> 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위 : 건 %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>299.0</b>	<b>100.0</b>	<b>87.2</b>	<b>8.3</b>	<b>3.2</b>	<b>1.3</b>	
분야	만화	8.0	100.0	92.3	5.2	2.0	0.4
	음악	13.1	100.0	87.4	6.6	4.4	1.6
	게임	2.5	100.0	90.0	6.1	0.7	3.2
	영화	9.2	100.0	84.7	9.0	5.3	1.0
	애니메이션	6.3	100.0	79.8	10.6	7.9	1.7
	방송	37.5	100.0	81.8	10.3	6.9	0.9
	캐릭터	72.4	100.0	85.5	10.0	4.3	0.2
	지식정보	844.9	100.0	89.4	8.5	1.6	0.5
콘텐츠솔루션	87.2	100.0	84.3	9.6	4.1	2.0	
지역	부산	543.8	100.0	81.4	10.3	4.2	4.1
	대구	1,384.6	100.0	83.8	7.8	4.5	3.9
	인천	92.7	100.0	80.2	17.2	2.4	0.1
	광주	262.0	100.0	85.6	8.7	3.1	2.6
	대전	87.1	100.0	87.8	6.7	4.8	0.7
	울산	767.7	100.0	87.6	7.5	3.3	1.5
	경기	194.5	100.0	87.8	7.6	3.3	1.3
	강원	55.1	100.0	80.7	11.8	5.8	1.8
	충북	176.7	100.0	89.2	8.6	1.1	1.0
	충남(세종)	458.6	100.0	85.7	7.7	5.3	1.3
	전북	30.0	100.0	87.1	10.5	2.1	0.3
	전남	98.3	100.0	81.6	15.1	2.8	0.5
	경북	476.5	100.0	88.7	7.3	2.9	1.2
	경남	29.3	100.0	89.3	8.5	1.2	0.9
	제주	321.7	100.0	91.0	7.9	1.1	0.0

## □ 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

- 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 비용은 약 3억 3,591만 원이며, '영화' 분야의 평균 신규 제작비용이 6억 9,732만 원으로 가장 높고 다음으로는 '콘텐츠솔루션'이 5억 3,386만 원으로 높았으며 비용이 가장 적은 분야는 '음악'으로 1억 4,180만 원임
- 지역별로는 '대전'이 4억 3,472만 원으로 가장 높고 '충북'이 1억 3,239만 원으로 가장 낮게 나타남
- 제작비용의 분야별 비중은 '작품 제작'이 88.3%로 가장 많고, '마케팅/홍보'비용이 5.9%, '기타' 4.2%, '로열티' 1.6% 순으로 나타남
- 분야별로는 '애니메이션'의 자체 제작 비율이 95.3%로 가장 높게 나타났고, '캐릭터'는 85.6%로 가장 낮게 나타났으며, 지역별로는 '제주'의 자체 제작 비율이 93.4%로 가장 높고, '인천'은 77.5%로 가장 낮게 나타남



<표 9> 콘텐츠 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 백만 원 %)

분야	평균 신규 제작비용	제작비용 합계	작품 제작	로열티	마케팅/ 홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>335.91</b>	<b>100.0</b>	<b>88.3</b>	<b>1.6</b>	<b>5.9</b>	<b>4.2</b>	
분야	만화	181.23	100.0	91.7	1.4	3.9	3.0
	음악	141.80	100.0	88.1	2.2	5.9	3.7
	게임	356.26	100.0	88.3	1.7	5.4	4.6
	영화	697.32	100.0	89.7	0.7	2.1	7.4
	애니메이션	425.35	100.0	95.3	0.5	2.4	1.9
	방송	482.56	100.0	91.3	0.8	3.9	4.0
	캐릭터	365.29	100.0	85.6	4.2	7.0	3.2
	지식정보	251.97	100.0	88.1	0.8	6.7	4.4
	콘텐츠솔루션	533.86	100.0	87.5	1.2	6.5	4.8
지역	부산	312.76	100.0	89.8	2.4	5.6	2.2
	대구	411.23	100.0	92.4	1.0	4.7	1.9
	인천	259.20	100.0	77.5	0.1	17.3	5.1
	광주	320.17	100.0	82.4	4.9	7.2	5.5
	대전	434.72	100.0	87.8	0.3	3.9	8.0
	울산	328.74	100.0	84.5	2.9	6.3	6.3
	경기	389.08	100.0	89.2	1.7	5.4	3.7
	강원	353.22	100.0	90.7	0.3	5.5	3.6
	충북	132.39	100.0	89.3	1.1	4.8	4.9
	충남(세종)	183.72	100.0	85.8	1.1	4.5	8.6
	전북	284.03	100.0	86.6	1.5	6.9	5.0
	전남	241.11	100.0	89.7	1.5	5.3	3.5
	경북	203.16	100.0	88.5	1.9	4.8	4.8
	경남	154.22	100.0	84.5	1.3	7.3	6.8
	제주	187.11	100.0	93.4	0.6	3.0	3.0

□ 상용근로자 비율

- 서울을 제외한 지역의 콘텐츠 산업 내 종사자 중 상용근로자의 비율은 94.7%로 나타났고, 분야 별로는 ‘게임’의 상용근로자 비율이 99.7%로 가장 높고 다음으로는 ‘콘텐츠솔루션’ 98.2%, ‘만화’ 95.3%, ‘애니메이션’ 94.8% 등의 순으로 나타남
- 지역별로는 ‘대전’의 상용근로자 비율이 99.0%로 가장 높고, 다음으로는 ‘경북’ 97.6%, ‘충남(세종)’ 97.2% 등의 순으로 나타남

<표 10> 상용근로자 비율

(단위 : %)

분야		비율
전체		94.7
분야	만화	95.3
	음악	91.9
	게임	99.7
	영화	89.6
	애니메이션	94.8
	방송	93.3
	캐릭터	93.6
	지식정보	93.8
	콘텐츠솔루션	98.2
지역	부산	95.8
	대구	92.1
	인천	75.6
	광주	93.4
	대전	99.0
	울산	94.3
	경기	95.9
	강원	94.6
	충북	94.5
	충남(세종)	97.2
	전북	96.2
	전남	96.2
	경북	97.6
	경남	94.7
	제주	97.1

□ 상용근로자의 직무별 종사자 비율

- 상용근로자들의 직무별 비율을 살펴보면, ‘제작’ 단계의 인력 비율이 61.5%로 가장 많고, 다음으로는 ‘사업기획’ 12.7%, ‘운영/관리’ 8.5%, ‘기타’ 7.8%, ‘연구개발’ 5.4%, ‘홍보/마케팅’ 4.1% 순으로 나타남
- 콘텐츠 분야별로는 모든 분야에서 ‘제작’의 비율이 가장 높았고, ‘영화’ 분야의 경우, ‘사업기획’ 직무가 27.6%로 다른 분야에 비해 높게 나타남
- 지역별로는 ‘제작’의 비율이 가장 높은 지역은 ‘제주’로 71.6%이고, ‘사업기획’이 가장 높은 지역은 ‘전남’으로 18.5%, ‘운영/관리’는 ‘충북’이 12.0%로 가장 높고, ‘연구개발’은 ‘대구’가 10.5% 비율로 가장 높게 나타남

<표 11> 상용근로자의 직무별 비율

(단위 : %)

분야		합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타
전체		100.0	12.7	61.5	8.5	5.4	4.1	7.8
분야	만화	100.0	9.1	61.3	12.6	1.2	7.1	8.7
	음악	100.0	15.1	63.9	8.1	2.3	4.1	6.4
	게임	100.0	8.3	80.3	3.4	4.4	2.5	1.1
	영화	100.0	27.6	52.4	6.4	1.8	2.8	9.0
	애니메이션	100.0	16.0	61.3	9.4	3.4	3.8	6.0
	방송	100.0	9.2	66.7	9.0	1.9	4.2	9.0
	캐릭터	100.0	12.9	52.7	9.3	4.8	4.2	16.1
	지식정보	100.0	12.2	59.0	9.8	7.0	4.8	7.2
	콘텐츠솔루션	100.0	11.4	56.7	9.5	9.4	3.8	9.1
지역	부산	100.0	8.1	65.7	9.6	6.0	4.2	6.3
	대구	100.0	12.2	58.1	6.3	10.5	5.2	7.8
	인천	100.0	12.4	59.9	8.9	5.5	5.0	8.2
	광주	100.0	13.9	60.7	7.6	5.1	3.7	8.9
	대전	100.0	9.1	62.0	10.0	4.4	7.2	7.3
	울산	100.0	7.9	63.8	6.5	8.5	5.8	7.5
	경기	100.0	13.3	62.8	8.2	4.2	3.2	8.2
	강원	100.0	18.1	56.3	10.7	5.4	3.9	5.7
	충북	100.0	17.8	46.8	12.0	8.1	4.9	10.5
	충남(세종)	100.0	10.0	61.4	11.3	5.8	4.3	7.2
	전북	100.0	14.4	56.7	7.1	9.2	4.9	7.6
	전남	100.0	18.5	55.9	7.3	6.9	4.6	6.9
	경북	100.0	12.5	60.8	8.2	4.7	4.1	9.9
	경남	100.0	16.3	57.0	9.0	4.7	5.4	7.5
	제주	100.0	8.8	71.6	7.5	4.4	4.4	3.3

□ 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

- 채용 및 퇴직 현황으로는 퇴직자 비율이 53.1%로 채용자 비율인 46.9%보다 높게 나타났고, 퇴직자의 경우 ‘근속 1년 이상 퇴직자’의 비율이 33.2%, 채용자의 경우 ‘신입 채용자’의 비율이 25.2%로 높게 나타남
- 분야별로 살펴보면, ‘콘텐츠솔루션’ 분야의 퇴직자 비율이 68.4%로 가장 높았으며, 채용자의 경우 ‘영화’가 85.7%로 가장 높음
- 지역별로는 ‘부산’이 66.3%로 퇴직자 비율이 가장 높았으며, 채용자의 경우 ‘경기’지역이 53.5%로 가장 높게 나타남

<표 12> 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

(단위 : %)

분야		퇴직자	근속1년미만퇴직자	근속1년이상퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자	
전체		53.1	19.9	33.2	46.9	25.2	21.7	
분야	만화	계	44.6	25.6	18.9	55.4	40.1	15.3
		남	53.5	27.3	26.2	46.5	30.3	16.2
		여	38.8	24.6	14.3	61.2	46.4	14.8
	음악	계	62.1	16.8	45.3	37.9	27.4	10.4
		남	61.9	15.7	46.2	38.1	28.2	9.8
		여	63.0	21.2	41.8	37.0	24.0	13.0
	게임	계	47.1	20.1	27.0	52.9	29.9	23.0
		남	47.5	19.5	28.0	52.5	28.6	23.8
		여	46.2	21.3	24.9	53.8	32.8	21.1
	영화	계	14.3	5.6	8.8	85.7	40.8	44.9
		남	12.3	5.5	6.8	87.7	44.3	43.4
		여	21.6	5.7	15.9	78.4	28.4	50.0
	애니메이션	계	59.9	13.5	46.5	40.1	18.9	21.2
		남	52.8	6.5	46.3	47.2	20.9	26.3
		여	65.9	19.3	46.6	34.1	17.2	16.9
	방송	계	55.1	18.0	37.1	44.9	23.2	21.7
		남	52.3	15.5	36.8	47.7	23.5	24.2
		여	63.3	25.4	38.0	36.7	22.5	14.2
	캐릭터	계	54.2	27.2	26.9	45.8	20.7	25.1
		남	50.5	28.8	21.7	49.5	23.0	26.5
여		57.1	26.0	31.1	42.9	18.9	24.0	
지식정보	계	57.9	25.4	32.5	42.1	22.4	19.7	
	남	59.2	23.7	35.5	40.8	20.0	20.8	
	여	55.6	28.3	27.3	44.4	26.6	17.9	
콘텐츠	계	68.4	19.6	48.7	31.6	18.8	12.8	

분야		퇴직자	근속1년미만퇴직자	근속1년이상퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자
솔루션	남	70.3	17.2	53.1	29.7	16.0	13.7
	여	65.4	23.3	42.2	34.6	23.2	11.4
콘텐츠 이외 분야	계	55.4	21.1	34.3	44.6	23.7	20.9
	남	52.5	18.0	34.6	47.5	24.1	23.4
	여	59.5	25.6	33.9	40.5	23.0	17.5
	계	66.3	22.7	43.6	33.7	18.1	15.5
부산	남	66.3	21.0	45.2	33.7	17.5	16.2
	여	66.5	25.4	41.1	33.5	19.1	14.4
대구	계	64.6	21.7	42.9	35.4	18.8	16.6
	남	59.9	20.8	39.1	40.1	20.9	19.3
	여	71.1	22.9	48.1	28.9	16.0	12.9
	계	50.1	22.7	27.5	49.9	25.3	24.6
인천	남	48.2	19.7	28.4	51.8	26.8	25.1
	여	53.8	28.2	25.6	46.2	22.5	23.7
광주	계	60.2	25.4	34.8	39.8	25.0	14.8
	남	61.8	23.5	38.3	38.2	23.0	15.2
	여	58.2	27.9	30.3	41.8	27.7	14.2
	계	60.8	23.3	37.5	39.2	22.4	16.8
대전	남	63.0	18.9	44.1	37.0	21.4	15.6
	여	56.6	31.7	24.9	43.4	24.3	19.1
울산	계	53.3	23.0	30.3	46.7	26.5	20.2
	남	50.9	21.7	29.1	49.1	30.7	18.4
	여	56.9	24.9	32.0	43.1	20.3	22.8
	계	46.5	16.1	30.5	53.5	25.8	27.7
경기	남	44.9	13.4	31.5	55.1	25.8	29.3
	여	49.9	21.5	28.3	50.1	25.7	24.4
강원	계	54.9	24.0	30.9	45.1	27.8	17.4
	남	51.7	22.7	29.0	48.3	27.2	21.1
	여	59.6	25.8	33.7	40.4	28.6	11.9
	계	57.6	22.2	35.4	42.4	29.0	13.4
충북	남	56.7	20.1	36.6	43.3	29.7	13.6
	여	59.3	26.2	33.0	40.7	27.7	13.1
충남/ 세종	계	47.9	19.8	28.1	52.1	36.4	15.7
	남	45.6	19.3	26.3	54.4	39.9	14.5
	여	51.5	20.6	31.0	48.5	31.0	17.5
	계	52.1	29.2	23.0	47.9	27.2	20.7
전북	남	53.6	31.5	22.1	46.4	26.6	19.8
	여	49.9	25.6	24.3	50.1	28.2	21.9
전남	계	50.7	19.5	31.2	49.3	34.7	14.6
	남	51.2	18.7	32.5	48.8	35.0	13.8
	여	50.0	20.7	29.3	50.0	34.3	15.7
	계	53.8	23.9	29.8	46.2	29.4	16.8
경북	남	52.4	21.9	30.5	47.6	28.7	19.0
	여	55.8	26.9	28.9	44.2	30.5	13.7

분야		퇴직자	근속1년미만퇴직자		채용자	신입 채용자	경력 채용자
			근속1년미만퇴직자	근속1년이상퇴직자			
경남	계	61.5	15.9	45.6	38.5	22.9	15.6
	남	58.6	17.0	41.6	41.4	22.0	19.4
	여	65.5	14.3	51.2	34.5	24.3	10.2
제주	계	57.3	29.6	27.7	42.7	21.8	20.9
	남	56.8	27.9	28.8	43.2	21.0	22.3
	여	58.2	32.1	26.1	41.8	22.9	18.9

□ 상용근로자의 평균 근속기간

- 콘텐츠 분야 상용근로자들의 평균 근속기간은 약 46.57개월로 나타났고, 근무 기간별로는 '5년 이상'이 37.3%로 가장 높게 나타남
- 분야별로는 '캐릭터'의 평균 근속기간이 53.23개월로 가장 길고, '방송'은 42.01개월로 가장 짧게 나타남
- 지역별로는 '대구'의 평균 근속기간이 52.05개월로 가장 길고, '인천'의 경우 31.12개월로 가장 짧은 근속 개월을 보이는 것으로 나타남

<표 13> 상용근로자의 평균 근속기간

(단위 : % 개월)

분야		합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균 근속 개월 수
전체		100.0	3.8	16.1	18.8	24.0	37.3	46.57
분야	만화	100.0	4.7	11.0	25.2	24.3	34.7	45.46
	음악	100.0	3.6	17.7	12.4	21.2	45.1	52.12
	게임	100.0	1.3	15.9	26.1	17.8	39.0	44.19
	영화	100.0	3.5	19.9	18.1	27.7	30.8	42.07
	애니메이션	100.0	1.9	13.4	20.8	26.1	37.8	45.16
	방송	100.0	2.0	20.8	17.3	31.2	28.8	42.01
	캐릭터	100.0	1.3	11.3	21.2	24.9	41.3	53.23
	지식정보	100.0	7.2	16.0	18.0	23.4	35.5	45.93
	콘텐츠솔루션	100.0	1.7	17.4	19.0	28.9	33.1	42.16
지역	부산	100.0	3.9	15.8	17.9	28.2	34.2	45.20
	대구	100.0	4.0	7.5	22.8	25.3	40.4	52.05
	인천	100.0	15.2	28.2	19.4	19.3	17.8	31.12
	광주	100.0	3.0	14.1	17.0	23.7	42.1	51.79
	대전	100.0	3.3	9.2	24.6	25.3	37.5	46.67
	울산	100.0	6.5	24.6	29.0	18.9	21.1	32.88
	경기	100.0	2.4	15.2	16.2	22.4	43.8	50.39
	강원	100.0	6.0	16.8	16.1	30.4	30.8	41.36
	충북	100.0	2.3	20.6	26.1	19.6	31.4	43.64
	충남(세종)	100.0	4.3	11.8	17.7	35.9	30.4	41.77
	전북	100.0	3.9	24.8	21.3	22.2	27.8	41.54
	전남	100.0	6.8	19.4	22.0	31.1	20.7	35.80
	경북	100.0	0.5	12.4	21.0	32.3	33.9	48.22
	경남	100.0	5.7	26.6	17.1	21.7	28.8	40.54
	제주	100.0	3.9	19.4	35.5	14.7	26.5	35.83

□ 코로나19 이전/이후 고용의 변화

- 코로나19 이전과 비교하여 고용 변화에 대한 질문에는 전체 응답 사업체의 80.4%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 7.5%, ‘고용감소’는 12.1%로 나타남
- 고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 5.05명, 감소 인원은 3.37명임
- 분야별로는, ‘영화’에서 ‘고용증가’ 비율이 12.8%로 가장 높게 나타났고, ‘만화’에서 ‘고용감소’ 비율이 23.9%로 가장 높게 나타남
- 지역별로는, ‘고용증가’ 비율이 가장 높은 지역은 ‘인천’으로 18.8%의 사업장에서 코로나19 이전 대비 고용이 증가한 것으로 나타났고, ‘울산’은 21.6%의 사업체에서 고용이 감소한 것으로 나타나 가장 높은 고용감소 비율을 보임

<표 14> 코로나19 이전/이후 고용 변화

(단위 : % 명)

분야	분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원	
			고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원
	<b>전체</b>	<b>100.0</b>	<b>7.5</b>	<b>12.1</b>	<b>80.4</b>	<b>5.05</b>	<b>3.37</b>
분야	만화	100.0	3.5	23.9	72.6	16.00	2.70
	음악	100.0	2.7	7.4	90.0	2.79	2.30
	게임	100.0	9.5	6.6	83.9	8.41	5.59
	영화	100.0	12.8	13.6	73.6	2.03	1.49
	애니메이션	100.0	6.1	8.0	85.9	4.75	2.90
	방송	100.0	8.5	12.5	79.0	2.98	2.68
	캐릭터	100.0	10.4	11.5	78.1	3.88	2.79
	지식정보	100.0	7.8	15.5	76.8	4.82	3.56
	콘텐츠솔루션	100.0	6.9	13.2	79.9	5.78	3.99
지역	부산	100.0	5.7	12.2	82.1	7.10	3.08
	대구	100.0	8.3	13.6	78.1	9.08	2.82
	인천	100.0	18.8	15.5	65.7	4.95	1.95
	광주	100.0	4.5	4.8	90.7	7.73	2.99
	대전	100.0	5.6	5.4	89.1	7.45	2.81
	울산	100.0	13.6	21.6	64.8	3.40	2.06
	경기	100.0	5.8	12.4	81.8	4.45	3.76
	강원	100.0	9.5	8.3	82.1	4.69	2.79
	충북	100.0	14.5	9.0	76.5	3.60	2.92
	충남(세종)	100.0	8.0	10.4	81.6	2.86	4.04
	전북	100.0	5.9	17.3	76.8	4.63	2.76
	전남	100.0	10.7	13.6	75.7	5.55	3.93
	경북	100.0	4.3	11.9	83.8	4.00	2.91
	경남	100.0	14.7	12.7	72.6	3.22	2.69
	제주	100.0	9.4	21.1	69.5	5.57	5.94



□ 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

- 전반적인 국가경제 상황과는 상관없이 오직 사업체 콘텐츠 분야의 경영 현황 및 전망을 2021년을 100을 기준으로 하여 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 39.8%의 사업체가 ‘증가’하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 52.1%의 사업체가 ‘증가’할 것이라고 응답함
- 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 분야는 ‘애니메이션’으로 71.9%가 증가하였다고 응답하였으며, 지역으로는 ‘전남’사업체의 57.9%가 증가하였다고 응답함
- 반면에 ‘영화’ 분야의 31.7%가, ‘인천’지역 48.6%의 사업체가 ‘감소’하였다고 응답하여 2022년 현황을 가장 부정적으로 평가함
- 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 ‘애니메이션’으로 78.8%가 증가할 것이라고 보았으며, 지역으로는 ‘전북’사업체의 66.7%가 증가하리라 전망함
- 반면에 ‘만화’ 분야의 23.9%가, ‘인천’지역 32.0%의 사업체가 ‘감소’로 응답하여 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석됨

<표 15> 분야 및 지역별 경영 현황 및 전망

(단위 : %)

분야	2022년 평균	2022년				2023년 평균	2023년				
		합계	감소	동일	증가		합계	감소	동일	증가	
전체	110.78	100.0	19.4	40.8	39.8	132.56	100.0	14.8	33.0	52.1	
분야	만화	99.33	100.0	27.1	40.4	32.5	112.96	100.0	23.9	34.0	42.1
	음악	107.22	100.0	21.8	36.8	41.4	126.75	100.0	15.8	29.8	54.4
	게임	113.09	100.0	19.0	40.3	40.6	158.66	100.0	15.6	27.2	57.2
	영화	106.72	100.0	31.7	39.2	29.1	132.28	100.0	10.2	41.4	48.4
	애니메이션	140.02	100.0	4.5	23.6	71.9	167.28	100.0	3.9	17.3	78.8
	방송	105.02	100.0	21.5	41.7	36.8	120.05	100.0	15.0	38.1	46.8
	캐릭터	106.93	100.0	18.5	44.7	36.8	120.47	100.0	17.5	35.9	46.6
	지식정보	110.94	100.0	20.3	43.5	36.2	129.34	100.0	15.5	36.1	48.4
	콘텐츠솔루션	113.81	100.0	13.7	39.9	46.4	133.74	100.0	12.1	31.3	56.6
지역	부산	116.85	100.0	15.0	49.6	35.3	134.51	100.0	11.9	40.5	47.6
	대구	117.21	100.0	18.2	39.5	42.2	128.70	100.0	13.5	34.1	52.4
	인천	88.66	100.0	48.6	29.6	21.8	113.59	100.0	32.0	23.1	44.9
	광주	124.03	100.0	20.2	33.3	46.5	140.34	100.0	17.9	29.3	52.9
	대전	115.82	100.0	9.3	46.7	44.0	137.85	100.0	9.5	33.2	57.3
	울산	109.56	100.0	16.0	33.3	50.7	126.12	100.0	13.9	25.6	60.5

분야	2022년	합계	감소	동일	증가	2023년	합계	감소	동일	증가
	평균					평균				
경기	108.05	100.0	20.1	41.6	38.2	132.69	100.0	15.9	34.2	49.9
강원	114.60	100.0	16.8	43.5	39.7	134.81	100.0	9.4	41.5	49.1
충북	114.78	100.0	21.5	36.0	42.5	136.23	100.0	16.2	31.3	52.5
충남(세종)	109.62	100.0	16.3	46.2	37.5	127.03	100.0	11.1	36.3	52.7
전북	115.92	100.0	13.9	32.7	53.5	149.39	100.0	9.4	24.0	66.7
전남	119.50	100.0	12.6	29.4	57.9	133.41	100.0	10.7	23.6	65.7
경북	111.28	100.0	9.5	42.5	48.0	125.12	100.0	9.6	32.7	57.7
경남	110.10	100.0	20.6	37.5	41.9	133.52	100.0	11.2	26.1	62.7
제주	116.49	100.0	19.3	41.5	39.2	140.29	100.0	15.1	32.7	52.2

□ 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

- 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 14.9%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였으며, 85.1%가 ‘지원/투자받은 경험 없음’으로 응답함
- 분야별로 ‘게임’사업체의 경우 32.9%가 지원 경험이 있다고 응답하여, 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타남
- 지역별로는 ‘전남’사업체의 경우 24.3%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 지역에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타남

<표 16> 분야 및 지역별 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

(단위 : %)

분야		지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체		14.9	85.1	100.0
분야	만화	12.0	88.0	100.0
	음악	17.1	82.9	100.0
	게임	32.9	67.1	100.0
	영화	23.8	76.2	100.0
	애니메이션	26.6	73.4	100.0
	방송	8.7	91.3	100.0
	캐릭터	15.3	84.7	100.0
	지식정보	8.9	91.1	100.0
	콘텐츠솔루션	8.4	91.6	100.0
지역	부산	20.7	79.3	100.0
	대구	14.4	85.6	100.0
	인천	9.4	90.6	100.0
	광주	15.4	84.6	100.0
	대전	13.1	86.9	100.0
	울산	12.1	87.9	100.0
	경기	13.0	87.0	100.0
	강원	11.6	88.4	100.0
	충북	23.4	76.6	100.0
	충남(세종)	15.8	84.2	100.0
	전북	23.7	76.3	100.0
	전남	24.3	75.7	100.0
	경북	13.8	86.2	100.0
	경남	20.5	79.5	100.0
제주	18.2	81.8	100.0	

### □ 지원 유형별 도움 정도

- 지원 및 투자를 받은 경험이 있는 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 94.0%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 0.7%로 나타남
- 지원 주체별로는, 정부의 지원이 도움 된다고 응답한 비율은 94.3%로, 민간기업이 도움 된다고 응답한 비율인 88.6%보다 5.7%p 높게 나타남
- 지원유형별로는, ‘세금감면’이 100.0% 도움이 된다고 나타났으며, 다음으로 ‘기타지원’이 94.6% 도움 된다고 나타남
- 반면에 ‘유통/판로 지원’의 ‘도움 안 됨’ 비율이 6.1%로 다른 지원유형에 비하여 높게 나타남
- 분야별로는 ‘게임’ 분야에서 지원이 도움이 된다고 응답한 비율이 99.2%로 가장 높았고, ‘만화’ 분야는 도움이 된다고 응답한 비율이 85.3%로 가장 낮게 나타남
- 한편, ‘애니메이션’의 경우 지원이 도움이 안 된다고 응답한 비율이 4.9%로 다른 분야에 비해 높게 나타남
- 지역별로는 ‘울산’과 ‘경남’ 지역에서 지원이 도움이 된다고 응답한 비율이 100.0%로 가장 높았으며, ‘제주’ 지역은 도움이 된다고 응답한 비율이 88.4%로 가장 낮게 나타남
- 한편, ‘제주’의 경우 ‘도움 안 됨’의 응답률이 6.1%로 다른 지역에 비해 높게 나타남

<표 17> 분야 및 지역별 지원 유형별 도움 정도

(단위 : %)

분야		① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]
전체		0.6	0.1	5.3	24.3	69.7	0.7	94.0	4.62
지원 주체	정부	0.4	0.1	5.2	26.0	68.3	0.5	94.3	4.62
	민간기업	1.6	0.0	9.8	11.8	76.8	1.6	88.6	4.62
	기타	5.4	0.0	0.0	0.0	94.6	5.4	94.6	4.78
지원 유형	인건비 지원	0.4	0.2	4.9	27.6	66.9	0.6	94.5	4.60
	시설 및 제작 도구 지원	0.2	0.2	8.1	32.1	59.4	0.4	91.5	4.50

분야		① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]
	홍보/마케팅 지원	0.5	0.0	6.3	24.5	68.6	0.5	93.2	4.61
	세금 감면	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
	유통/판로 지원	6.1	0.0	2.0	20.2	71.7	6.1	91.9	4.51
	기타	0.0	0.0	5.4	11.7	83.0	0.0	94.6	4.78
분야	만화	0.0	0.0	14.7	0.0	85.3	0.0	85.3	4.71
	음악	0.8	0.0	8.4	19.6	71.2	0.8	90.8	4.61
	게임	0.0	0.0	0.8	20.8	78.4	0.0	99.2	4.78
	영화	0.0	1.2	2.4	33.0	63.3	1.2	96.3	4.58
	애니메이션	4.9	0.0	3.3	25.3	66.5	4.9	91.8	4.48
	방송	0.0	0.0	5.7	22.6	71.7	0.0	94.3	4.66
	캐릭터	0.6	0.0	1.7	46.3	51.4	0.6	97.7	4.48
	지식정보	0.5	0.0	11.2	14.6	73.7	0.5	88.3	4.61
	콘텐츠솔루션	0.0	0.0	6.1	19.9	74.0	0.0	93.9	4.68
	지역	부산	0.0	0.0	6.2	11.7	82.2	0.0	93.8
대구		0.0	0.0	2.0	21.2	76.9	0.0	98.0	4.75
인천		0.0	0.0	5.5	10.1	84.3	0.0	94.5	4.79
광주		3.5	0.0	3.8	24.7	68.1	3.5	92.8	4.54
대전		0.0	0.0	2.2	7.6	90.1	0.0	97.8	4.88
울산		0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
경기		0.0	0.0	7.7	25.2	67.1	0.0	92.3	4.59
강원		3.9	0.0	3.9	19.6	72.5	3.9	92.2	4.57
충북		0.0	0.0	9.2	20.8	70.0	0.0	90.8	4.61
충남(세종)		0.0	0.0	2.1	37.2	60.7	0.0	97.9	4.59
전북		1.1	1.1	1.1	25.7	70.9	2.3	96.6	4.64
전남		0.0	0.0	5.3	23.7	71.1	0.0	94.7	4.66
경북		0.0	0.0	11.4	29.5	59.1	0.0	88.6	4.48
경남		0.0	0.0	0.0	44.8	55.2	0.0	100.0	4.55
제주		6.1	0.0	5.4	41.8	46.6	6.1	88.4	4.23

#### □ 지원사업 수행 시 애로사항

- 지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 27.7%의 사업체가 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’라고 응답하였으며, ‘지원금액 사용 기준 제한’이 26.0%, ‘짧은 수행 기간’ 19.8% 등의 순으로 나타남
- 분야별로는, ‘영화’의 경우 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’가 50.0%로 가장 높았으며, ‘지원금액 사용 기준 제한’은 ‘콘텐츠솔루션’이 32.3%로, ‘짧은 수행 기간’은 ‘애니메이션’이 35.8%로 가장 높은 비중을 차지함
- 지역별로는, ‘제주’의 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’ 응답률이 43.4%로 가장 높았으며, ‘지원금액 사용 기준 제한’은 ‘울산’이 47.2%로, ‘짧은 수행 기간’은 ‘대전’이 53.3%로 가장 높은 비중을 차지함

<표 18> 분야 및 지역별 지원사업 수행 시 애로사항

(단위 : %)

분야	복잡한 지원사업 신청/행정절차	지원금액 사용 기준 제한	짧은 수행 기간	사업 담당자와 의 소통 어려움	기타	모름/ 무응답	합계	
<b>전체</b>	<b>27.7</b>	<b>26.0</b>	<b>19.8</b>	<b>2.5</b>	<b>3.8</b>	<b>20.2</b>	<b>100.0</b>	
분야	만화	45.5	7.3	20.0	0.0	20.0	7.3	100.0
	음악	46.6	31.1	3.3	0.0	0.7	18.3	100.0
	게임	15.1	20.6	28.5	1.4	8.1	26.3	100.0
	영화	50.0	11.1	11.1	0.0	3.7	24.0	100.0
	애니메이션	26.1	28.4	35.8	0.0	0.0	9.7	100.0
	방송	30.8	32.0	12.0	4.8	6.0	14.4	100.0
	캐릭터	18.9	31.1	35.5	8.7	0.0	5.7	100.0
	지식정보 콘텐츠솔루션	26.9	28.5	19.1	1.3	0.7	23.5	100.0
지역	부산	30.9	19.3	20.5	14.4	3.3	11.7	100.0
	대구	30.6	29.2	14.5	0.0	2.3	23.3	100.0
	인천	27.4	22.9	16.7	0.0	4.9	28.0	100.0
	광주	33.8	5.5	29.9	0.0	13.8	17.0	100.0
	대전	5.2	25.0	53.3	0.0	0.0	16.6	100.0
	울산	8.5	47.2	0.0	0.0	16.9	27.5	100.0
	경기	31.3	26.9	9.5	0.0	5.0	27.3	100.0
	강원	35.9	41.0	10.3	0.0	0.0	12.8	100.0
	충북	35.8	22.5	25.7	3.2	3.2	9.6	100.0
	충남(세종)	18.2	41.2	32.4	0.0	0.0	8.1	100.0
	전북	9.3	25.4	43.9	0.0	0.0	21.3	100.0
	전남	8.0	20.0	28.0	16.0	4.0	24.0	100.0
	경북	17.2	24.2	37.9	3.4	0.0	17.3	100.0
	경남	37.3	38.6	21.3	0.0	0.0	2.8	100.0
제주	43.4	29.5	17.2	0.0	0.0	9.8	100.0	

□ 필요 지원 분야

- 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 43.0%로 가장 높게 나타났으며 다음으로 ‘국고 제작 지원’이 41.3%, ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 32.9%, ‘마케팅 지원(광고 및 판촉 지원 등)’ 26.7% 등의 순으로 나타남
- 분야별로는, ‘만화’가 54.2%의 비율로 ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 가장 필요하다고 하였으며, ‘영화’는 ‘국고 제작 지원’이 53.7%, ‘애니메이션’은 ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’이 50.0%의 비율로 가장 필요하다고 응답함
- 지역별로 필요 지원을 살펴보면, ‘울산’ 지역에서 ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 필요하다는 응답 비율이 55.9%로 가장 높았으며, ‘전북’ 지역은 ‘국고 제작 지원’이 55.0%의 비율로 가장 높게 나타남

<표 19> 분야 및 지역별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야(1+2+3순위)

(단위 : %)

분야	인력 지원 (인건비, 전문 교육 지원 등)	국고 제작 지원	금융 기관을 통한 지원 (투융자)	마케팅 지원 (광고 및 판촉 지원 등)	R&D 및 기술 개발 지원	사업화 (상용화) 지원 (시제품 개발 지원 등)	판로 개척 지원	입주 시설 제공 및 정착 지원	품질 인증 지원	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성화	모름/무응답	기타	
전체	43.0	41.3	32.9	26.7	17.5	16.7	14.4	9.9	7.6	4.1	3.6	1.4	0.0	
분야	만화	54.2	38.6	30.2	18.0	3.3	7.4	18.6	24.3	6.1	2.3	0.9	13.0	0.0
	음악	39.4	49.6	33.1	38.7	4.1	14.5	15.8	4.0	8.3	6.5	3.2	0.6	0.0
	게임	32.9	42.3	33.3	28.1	9.0	23.1	18.3	18.1	6.8	2.7	2.5	0.0	0.0
	영화	51.1	53.7	24.3	35.7	28.2	6.6	5.3	26.1	8.4	2.7	4.4	2.2	0.0
	애니메이션	35.9	40.6	50.0	46.8	27.0	9.7	10.2	13.8	3.7	2.8	1.4	0.6	0.0
	방송	53.1	40.3	27.2	23.1	15.1	16.9	10.2	14.3	7.6	5.7	3.5	0.0	0.0
	캐릭터	37.3	44.5	38.2	33.9	15.9	14.0	20.7	8.3	4.7	0.8	2.6	0.0	0.0
	지식정보	44.1	36.8	35.3	19.4	22.1	17.9	12.9	7.4	9.6	5.2	5.4	0.7	0.0
	콘텐츠솔루션	51.1	36.2	24.2	19.0	27.3	18.9	12.4	6.6	6.0	3.4	2.1	4.6	0.2
지역	부산	53.0	46.7	34.0	21.2	18.0	17.9	6.8	5.8	7.2	4.7	2.2	0.5	0.0
	대구	29.3	38.0	27.7	26.4	19.7	24.1	11.9	12.9	7.3	2.3	4.7	3.0	0.0



분야	인력 지원 (인건비, 전문 교육 지원 등)	국고 제작 지원	금융 기관을 통한 지원 (투융자)	마케팅 지원 (광고 및 판촉 지원 등)	R&D 및 기술 개발 지원	사업화 (상용화) 지원 (시제품 개발 지원 등)	판로 개척 지원	입주 시설 제공 및 정착 지원	품질 인증 지원	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성 화	모름/ 무응답	기타
인천	28.1	35.2	35.8	36.2	10.2	13.0	22.8	22.7	7.3	13.1	13.0	2.5	0.0
광주	52.3	36.8	46.1	31.9	34.8	6.1	8.0	9.7	4.1	1.7	2.0	0.4	0.0
대전	38.4	34.6	36.0	17.0	22.5	20.6	16.1	7.1	7.8	2.4	1.0	0.0	0.0
울산	55.9	44.6	34.0	12.5	18.9	24.9	7.4	20.7	17.7	1.0	1.0	1.0	0.0
경기	42.9	41.7	30.6	25.9	16.2	17.2	16.7	9.3	5.7	4.4	3.4	1.7	0.0
강원	39.4	47.6	32.1	26.6	16.4	14.0	8.3	13.2	5.1	3.6	3.1	2.4	0.9
충북	46.6	34.2	29.9	43.2	16.7	15.4	19.8	8.5	14.3	3.8	3.1	0.0	0.0
충남(세종)	37.2	41.8	41.0	30.2	23.1	16.6	10.8	4.6	6.1	1.3	3.2	2.1	0.0
전북	55.1	55.0	38.7	20.5	17.2	11.3	6.1	7.1	11.9	2.1	0.0	0.0	0.0
전남	44.0	35.6	31.4	32.4	17.5	26.5	13.6	17.5	13.6	5.8	4.9	0.0	0.0
경북	41.7	32.0	30.2	41.8	13.8	11.9	13.8	4.8	15.2	4.8	6.2	0.5	0.0
경남	49.1	50.9	36.9	21.3	14.5	14.9	17.5	11.0	14.2	1.4	2.9	0.0	0.0
제주	42.9	42.5	32.0	27.9	12.9	11.1	14.4	6.3	8.3	1.5	0.0	4.5	0.0

## □ 코로나19의 영향

- 코로나19로 인한 경영의 변화에 대해 설문한 결과, 57.2%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 37.1%의 사업체가 ‘부정적’ 변화, 5.7%의 사업체가 ‘긍정적’ 변화가 있었다고 응답함
- 분야별로는 ‘음악’이 ‘부정적’ 변화가 있었다고 응답한 비율이 58.9%로 가장 높았고, ‘긍정적’ 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘게임’(11.5%)으로 다른 분야에 비해 높게 나타남
- 지역별로는 ‘경북’이 48.6%의 비율로 ‘부정적’ 영향이 있었다고 응답했으며, ‘전남’지역이 13.9%의 비율로 다른 지역에 비해 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답함

<표 20> 분야 및 지역별 코로나19로 인한 경영의 변화

(단위 : % 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]	
전체	13.8	23.3	57.2	4.2	1.5	37.1	5.7	2.56	
분야	만화	23.9	9.1	61.7	1.7	3.5	33.0	5.2	2.52
	음악	19.4	39.5	39.4	1.7	0.0	58.9	1.7	2.23
	게임	4.4	15.0	69.0	11.1	0.5	19.5	11.5	2.88
	영화	10.6	31.3	55.5	2.7	0.0	41.8	2.7	2.50
	애니메이션	3.7	16.6	75.9	3.1	0.6	20.3	3.7	2.80
	방송	15.5	23.1	55.1	4.2	2.1	38.6	6.3	2.54
	캐릭터	17.8	23.3	55.5	3.4	0.0	41.1	3.4	2.45
	지식정보 콘텐츠솔루션	16.9	20.2	57.2	3.4	2.2	37.1	5.7	2.54
지역	부산	17.6	25.2	50.5	6.0	0.7	42.8	6.7	2.47
	대구	10.6	29.2	55.3	3.9	1.0	39.8	4.9	2.55
	인천	32.4	15.3	49.0	2.6	0.7	47.6	3.4	2.24
	광주	13.4	12.0	71.2	3.0	0.4	25.4	3.5	2.65
	대전	9.2	17.8	68.2	3.0	1.8	27.0	4.8	2.71
	울산	14.0	23.5	54.3	6.1	2.0	37.5	8.2	2.59
	경기	13.2	23.0	58.7	3.3	1.8	36.2	5.1	2.57
	강원	10.7	31.1	50.4	6.0	1.8	41.8	7.7	2.57
	충북	15.3	25.0	48.3	7.6	3.8	40.4	11.4	2.59
	충남(세종)	5.9	24.3	63.7	6.1	0.0	30.2	6.1	2.70
	전북	9.9	23.3	63.0	3.9	0.0	33.1	3.9	2.61
	전남	10.7	20.1	55.3	9.1	4.9	30.7	13.9	2.77
	경북	13.3	35.3	45.7	3.8	1.9	48.6	5.7	2.46
	경남	11.9	24.9	55.8	6.3	1.1	36.7	7.5	2.60
제주	12.9	28.1	51.0	8.0	0.0	41.0	8.0	2.54	

□ 부정적 변화

- 코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문한 결과, 87.5%가 '매출(수출) 감소'로 응답하였으며, '영업(마케팅)활동 위축' 52.5%, '회사인력감축' 29.0% 등의 순으로 나타남
- 분야별로는 '애니메이션'이 100.0%의 비율로 '매출(수출) 감소'의 변화가 있었다고 응답하였으며 '만화'의 경우 '영업활동 위축'이 90.1%로 다른 분야에 비해 높은 비율을 차지함
- 지역별로는 '경남' 지역이 97.5%의 비율로 '매출(수출) 감소'의 변화가 있었다고 응답하였으며, '인천' 지역의 경우 '영업활동 위축'이 74.7%로 다른 분야에 비해 높게 나타남

<표 21> 분야 및 지역별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

(단위 : %)

분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	회사 인력 감축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실발생	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	기타	
전체	87.5	52.5	29.0	16.4	13.5	8.5	3.1	
분야	만화	92.8	90.1	47.4	2.6	2.6	2.6	0.0
	음악	92.5	60.8	22.8	24.8	25.3	4.9	0.8
	게임	76.5	45.6	20.1	20.7	10.2	14.2	1.7
	영화	83.1	46.5	28.4	18.0	12.7	6.3	10.6
	애니메이션	100.0	47.6	12.2	6.1	13.7	6.1	0.0
	방송	81.7	61.5	35.1	22.8	12.3	14.8	11.4
	캐릭터	97.4	50.2	26.0	18.7	8.6	7.5	0.0
	지식정보	83.5	51.4	33.3	11.5	7.1	9.6	5.3
	콘텐츠솔루션	84.4	37.1	35.7	8.1	16.7	10.9	0.0
지역	부산	80.1	55.7	19.9	14.7	9.0	10.4	2.1
	대구	84.3	54.1	36.8	19.9	8.7	10.7	1.7
	인천	81.1	74.7	39.3	11.1	5.1	3.1	36.0
	광주	76.9	57.5	32.5	7.7	31.8	6.7	4.2
	대전	78.4	47.4	33.5	30.0	18.6	36.0	3.8
	울산	80.0	42.4	51.2	19.0	21.8	13.6	2.7
	경기	93.9	43.6	27.6	11.7	9.9	6.1	0.0
	강원	75.1	68.0	10.0	17.1	23.5	2.8	0.0
	충북	81.1	67.8	37.3	52.7	44.7	9.3	0.0
	충남(세종)	79.1	72.6	24.9	18.8	31.3	11.0	0.0
	전북	83.9	51.4	31.5	14.5	6.2	12.7	0.0

분야	매출 (수출) 감소	영업 (마케팅) 활동 위축	회사 인력 감축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실발생	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	기타
전남	81.1	51.6	18.9	20.0	6.3	12.6	0.0
경북	88.3	65.5	40.1	32.2	26.3	4.9	0.0
경남	97.5	48.1	22.2	20.9	11.5	9.9	1.6
제주	86.9	67.0	28.3	16.3	15.4	11.3	0.0

## □ 긍정적 변화

- 코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문한 결과, 73.9%가 ‘매출(수출) 증가’로 응답하였으며, ‘코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가’ 19.8%, ‘회사인력증가’ 15.2% 등의 순으로 나타남
- 분야별로는 ‘만화’가 100.0%의 비율로 ‘매출(수출) 증가’의 변화가 있었다고 응답하였으며, ‘영화’ 분야의 경우 ‘정부 지원 확대’ 응답이 33.3% 비율로 다른 분야에 비해 높게 나타남
- 지역별로는 ‘제주’지역이 88.9%의 비율로 ‘매출(수출) 증가’의 변화가 있었다고 응답하였으며, ‘울산’의 경우 ‘정부 지원 확대’ 응답이 50.0%로 다른 지역에 비해 높게 나타남

<표 22> 분야 및 지역별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

(단위 : %)

분야	매출(수출) 증가	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	회사 인력 증가	영업 (마케팅) 활동 확대	정부 지원 확대	스마트워크 같은 근무 형태 도입으로 업무 효율성 증진	기타	
전체	73.9	19.8	15.2	15.0	13.2	9.8	9.9	
분야	만화	100.0	16.7	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0
	음악	70.0	0.0	0.0	15.0	30.0	0.0	0.0
	게임	87.1	23.1	6.1	0.0	1.4	1.4	1.4
	영화	66.7	16.7	16.7	0.0	33.3	16.7	0.0
	애니메이션	50.0	0.0	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7
	방송	86.7	6.7	6.7	13.3	6.7	6.7	0.0
	캐릭터	92.7	12.2	0.0	4.9	0.0	7.3	0.0
	지식정보 콘텐츠솔루션	57.9 75.4	19.5 28.6	15.8 33.1	16.8 35.7	27.4 4.8	17.7 10.5	24.1 7.0
지역	부산	73.5	19.8	10.1	6.7	6.7	10.1	0.0
	대구	61.9	0.0	0.0	13.8	38.1	0.0	0.0
	인천	65.8	0.0	11.0	0.0	11.0	0.0	12.3
	광주	87.7	0.0	38.6	26.3	12.3	12.3	0.0
	대전	52.1	16.9	45.1	0.0	0.0	0.0	31.0
	울산	75.0	0.0	62.5	0.0	50.0	0.0	0.0
	경기	78.8	29.7	6.9	25.1	11.3	12.8	18.1
	강원	76.9	23.1	0.0	7.7	7.7	7.7	0.0
	충북	73.6	26.4	33.0	19.8	19.8	13.2	6.6
	충남(세종)	63.2	26.3	10.5	21.1	0.0	15.8	10.5
	전북	84.4	15.6	37.5	0.0	15.6	0.0	0.0
	전남	79.1	0.0	27.9	7.0	7.0	14.0	0.0
	경북	83.3	16.7	8.3	0.0	0.0	16.7	0.0
	경남	38.5	7.7	7.7	0.0	46.2	7.7	0.0
제주	88.9	11.1	44.4	11.1	0.0	0.0	0.0	

□ 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

- 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 33.5%의 비율로 대부분의 사업체가 정부의 지원이 큰 콘텐츠 분야를 체감하지 못하는 것으로 나타났으며, ‘게임’ 18.2%, ‘영화’ 12.3%, ‘지식정보’ 7.4% 등의 순으로 나타남
- 분야별로 살펴보면, ‘만화’, ‘게임’, ‘영화’ 분야는 본인의 분야를 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답하였으며, ‘음악’, ‘애니메이션’, ‘방송’, ‘콘텐츠솔루션’은 27.6%, 16.0%, 13.7%, 13.4%의 비율로 ‘영화’를, ‘캐릭터’, ‘지식정보’는 13.5%, 16.6%의 비율로 ‘게임’을 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답함
- 지역별로는 ‘부산’, ‘전북’, ‘경북’, ‘제주’가 35.2%, 21.1%, 15.4%, 12.6%의 비율로 ‘영화’를, ‘대전’, ‘경기’, ‘광주’, ‘충남(세종)’, ‘대구’가 26.4%, 23.3%, 17.5%, 17.1%, 14.7%의 비율로 ‘게임’을, ‘울산’, ‘전남’이 18.0%, 15.5%의 비율로 ‘지식정보’를, ‘인천’, ‘충북’, ‘강원’이 19.9%, 13.8%, 13.2%의 비율로 ‘콘텐츠솔루션’을, ‘경남’이 11.9%의 비율로 ‘음악’을 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답함

<표 23> 분야 및 지역별 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

(단위 : %)

분야	게임	영화	지식정보	콘텐츠솔루션	방송	음악	만화	캐릭터	애니메이션	기타	모름/무응답	
<b>전체</b>	<b>18.2</b>	<b>12.3</b>	<b>7.4</b>	<b>6.9</b>	<b>6.3</b>	<b>4.7</b>	<b>3.4</b>	<b>3.4</b>	<b>2.9</b>	<b>0.9</b>	<b>33.5</b>	
분야	만화	5.9	15.0	0.9	0.9	0.0	3.2	21.4	0.0	10.2	0.0	42.5
	음악	10.4	27.6	1.8	3.9	8.7	12.4	2.5	0.5	0.9	1.6	29.6
	게임	52.9	6.0	3.6	1.8	5.9	0.6	1.3	0.9	4.5	0.3	22.3
	영화	15.8	17.7	4.0	1.3	10.6	8.8	0.9	6.6	4.0	0.9	29.5
	애니메이션	11.2	16.0	0.0	1.4	8.5	0.6	2.6	3.3	7.8	0.6	48.0
	방송	11.1	13.7	11.5	8.3	9.9	3.0	2.4	2.5	8.9	0.4	28.3
	캐릭터	13.5	9.2	3.7	10.1	5.3	2.0	3.7	8.4	1.2	0.3	42.6
	지식정보	16.6	6.5	15.2	8.9	4.7	2.8	2.7	4.4	1.7	1.1	35.4
	콘텐츠솔루션	11.9	13.4	4.7	10.5	6.4	6.6	5.6	2.4	3.2	1.4	34.0
지역	부산	19.5	35.2	1.8	6.3	4.0	1.5	3.1	4.9	1.0	0.3	22.3
	대구	14.7	3.2	13.3	8.6	7.2	7.3	1.0	3.0	4.7	1.0	36.1



분야	게임	영화	지식 정보	콘텐츠 솔루션	방송	음악	만화	캐릭터	애니메이션	기타	모름/무응답
인천	7.9	6.3	4.5	19.9	5.1	3.3	1.1	1.1	3.7	2.2	44.9
광주	17.5	9.8	0.4	3.0	4.9	2.7	2.6	9.4	8.6	1.9	39.2
대전	26.4	8.2	7.5	3.2	7.1	5.0	3.3	4.3	2.0	4.7	28.2
울산	9.5	11.6	18.0	10.5	4.1	8.7	1.0	1.0	6.1	2.0	27.4
경기	23.3	11.0	7.0	5.4	6.6	4.4	3.6	1.6	2.0	0.1	35.0
강원	3.0	9.1	12.5	13.2	4.3	5.2	4.8	3.7	6.5	1.8	35.9
충북	13.6	11.3	8.6	13.8	9.1	3.1	2.3	11.6	2.3	0.8	23.6
충남(세종)	17.1	2.9	13.3	3.0	7.1	0.0	3.1	8.2	1.9	0.6	42.7
전북	20.0	21.1	10.8	7.4	5.7	5.1	2.7	7.8	1.2	1.2	17.0
전남	14.6	6.8	15.5	3.9	5.8	10.7	5.8	2.9	6.8	0.0	27.2
경북	6.2	15.4	11.0	7.6	7.1	5.7	4.3	2.9	0.5	1.4	37.9
경남	3.7	10.3	3.4	7.0	6.3	11.9	7.7	8.0	3.2	4.2	34.1
제주	2.7	12.6	5.1	8.2	11.0	8.6	4.8	0.0	8.6	0.0	38.4

□ 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

- 지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘지원 예산의 비중이 높아서’가 46.8%로 가장 높았으며, ‘지원사업의 수가 많아서’ 44.6% , ‘관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서’ 38.4% 등의 순으로 나타남
- 지원이 큰 콘텐츠 분야별로 살펴보면, ‘음악’이 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유로는 ‘지원 예산의 비중이 높아서’라는 응답이 59.0%로 가장 높았으며, ‘캐릭터’가 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유로는 ‘지원사업의 수가 많아서’라는 응답이 57.4%로 가장 높게 나타남

<표 24> 분야 및 지역별 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

(단위 : %)

분야	지원 예산의 비중이 높아서	지원사업의 수가 많아서	관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서	네트워크 구축이 잘 되어 있어서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	관련 전문 인력이 많아서	기타	모름/무응답	
전체	46.8	44.6	38.4	11.5	10.9	8.6	1.4	0.1	
지원이 큰 콘텐츠 분야	만화	29.5	29.1	56.8	12.7	14.9	6.5	0.6	0.0
	음악	59.0	45.9	34.8	6.2	9.8	4.7	0.0	0.0
	게임	48.1	51.2	39.5	6.7	4.9	5.3	0.3	0.0
	영화	58.7	32.0	51.0	8.7	16.9	5.0	0.0	0.0
	애니메이션	50.1	56.4	36.7	2.0	3.3	10.9	1.3	0.0
	방송	41.9	40.8	36.8	23.9	12.5	16.1	0.0	0.0
	캐릭터	18.8	57.4	37.2	12.7	13.3	26.8	0.6	0.0
	지식정보	49.1	41.4	27.9	16.9	11.8	11.3	1.1	0.0
	콘텐츠솔루션	37.2	51.7	21.9	20.4	14.0	5.7	7.5	0.3
기타	40.1	48.2	26.3	0.0	12.1	23.4	17.9	4.0	
분야	만화	57.0	53.7	42.0	4.0	9.7	4.5	0.0	0.0
	음악	41.4	42.7	48.4	13.2	6.6	11.3	0.4	0.0
	게임	54.1	46.8	36.8	7.5	11.8	6.2	0.4	0.0
	영화	54.9	33.2	61.3	5.6	3.1	12.5	0.6	0.0
	애니메이션	56.5	52.4	40.5	1.2	2.4	1.2	2.4	0.0
	방송	50.4	48.2	31.1	10.8	12.5	6.8	1.2	0.0
	캐릭터	38.7	40.2	36.0	12.4	20.7	6.3	7.9	0.0

분야		지원 예산 의 비중이 높아서	지원사업 의 수가 많아서	관련 시설 (센터, 제작시설 등)이 많아서	네트워크 구축이 잘 되어 있어서	관련 분야 의 언론 홍보가 잘 되어서	관련 전문 인력이 많아서	기타	모름/ 무응답
	지식정보	43.5	48.4	32.7	13.9	11.8	9.0	0.6	0.2
	콘텐츠솔루션	51.4	39.5	36.8	12.6	9.7	9.7	0.9	0.2
지역	부산	48.9	42.8	42.1	9.5	18.4	6.8	0.4	0.0
	대구	49.6	52.1	23.7	12.3	12.3	7.5	0.5	0.0
	인천	31.1	50.4	33.7	13.4	0.7	12.6	18.1	0.0
	광주	40.7	36.8	37.4	16.1	10.8	16.2	0.7	0.0
	대전	49.7	44.4	30.7	4.0	9.6	13.3	1.4	0.0
	울산	23.4	35.1	44.3	9.8	11.7	25.8	4.2	0.0
	경기	48.8	45.7	38.9	12.3	9.2	6.9	0.0	0.0
	강원	39.4	39.2	43.9	8.4	7.4	4.6	0.9	0.9
	충북	39.3	45.8	52.8	15.0	17.0	6.0	1.0	0.0
	충남(세종)	50.7	38.3	33.8	12.5	8.8	6.8	3.4	0.0
	전북	58.7	33.6	41.0	11.9	15.6	7.8	1.8	0.0
	전남	47.1	59.6	39.6	8.0	10.7	6.7	0.0	0.0
	경북	35.3	49.4	43.6	15.3	13.8	8.4	0.0	1.5
	경남	43.3	35.7	43.5	8.1	18.1	16.7	2.2	0.0
	제주	65.1	51.4	28.4	15.0	5.3	5.8	1.4	0.0

□ 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

- 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 30.8%의 비율로 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야를 체감하지 못하는 것으로 나타났으며, 다음으로는 ‘지식정보’ 13.6%, ‘콘텐츠솔루션’ 13.1%, ‘캐릭터’ 7.5% 등의 순으로 나타남
- 대부분 분야에서 본인의 분야가 소외되고 있다고 응답하였으나, ‘게임’분야의 경우 12.5%의 비율로 ‘애니메이션’이 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 응답함
- 지역별로는 ‘제주’, ‘인천’, ‘경기’, ‘경남’이 19.0%, 17.3%, 14.6%, 14.1%의 비율로 ‘지식정보’를, ‘전남’, ‘대전’, ‘충북’, ‘부산’, ‘대구’, ‘강원’이 22.3%, 20.6%, 19.9%, 18.2%, 16.5%, 11.3%의 비율로 ‘콘텐츠솔루션’을, ‘전북’, ‘광주’가 18.3%, 15.9%의 비율로 ‘음악’을, ‘울산’, ‘충남(세종)’이 15.6%, 11.0%의 비율로 ‘게임’을, ‘경북’이 19.5%의 비율로 ‘영화’가 지원에서 소외되고 있다고 응답함

<표 25> 분야 및 지역별 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 (단위 : %)

분야		지식 정보	콘텐츠 솔루션	캐릭터	음악	만화	애니메이션	게임	영화	방송	기타	모름/무응답
전체		13.6	13.1	7.5	6.7	6.7	6.2	5.6	4.7	3.0	2.0	30.8
분야	만화	5.7	6.4	1.7	3.3	37.5	0.0	4.1	7.0	13.0	0.9	20.4
	음악	8.7	4.1	3.9	23.4	9.3	2.1	9.3	6.7	0.3	2.6	29.5
	게임	10.4	11.0	4.9	5.7	5.0	12.5	9.8	6.0	0.3	0.6	33.7
	영화	11.5	7.5	2.2	4.0	3.1	12.8	4.0	22.4	5.8	0.4	26.4
	애니메이션	1.9	5.9	1.2	2.5	0.6	33.0	0.6	3.7	7.0	0.0	43.5
	방송	10.5	12.2	3.2	4.6	6.0	8.0	2.9	4.9	18.8	1.7	27.2
	캐릭터	7.0	6.5	26.6	0.3	10.2	5.0	4.0	2.3	0.7	1.3	36.1
	지식정보	23.8	12.0	6.1	4.7	4.7	3.8	3.9	3.8	2.8	3.6	30.7
콘텐츠솔루션	9.5	36.1	6.4	2.6	5.1	4.6	5.4	0.4	2.2	0.6	27.1	
지역	부산	16.5	18.2	7.8	8.4	8.4	5.8	5.2	1.7	2.0	2.0	24.0
	대구	10.1	16.5	4.7	10.0	9.4	4.3	7.8	7.8	2.3	0.3	26.8
	인천	17.3	8.0	15.8	1.7	6.8	5.9	6.2	4.4	3.3	13.8	16.8
	광주	5.0	8.1	10.2	15.9	4.6	8.7	4.7	13.8	4.5	0.4	24.1
	대전	14.5	20.6	3.8	3.7	10.2	2.4	6.2	2.2	1.0	3.3	32.0

분야	지식 정보	콘텐츠 솔루션	캐릭터	음악	만화	애니 메이션	게임	영화	방송	기타	모름/ 무응답
울산	15.1	12.6	11.8	6.5	3.1	5.1	15.6	5.1	0.0	0.0	25.1
경기	14.6	13.3	7.3	4.8	6.3	6.9	4.0	3.3	3.0	1.1	35.6
강원	7.1	11.3	9.2	8.5	4.8	7.0	7.3	2.4	3.6	1.8	37.1
충북	11.6	19.9	5.4	4.5	4.6	5.4	1.5	10.5	4.5	2.3	29.8
충남(세종)	9.8	4.7	6.3	8.0	6.3	4.1	11.0	3.8	5.1	2.1	38.8
전북	9.3	8.4	10.0	18.3	9.8	13.5	6.0	3.3	4.2	3.1	14.2
전남	11.0	22.3	5.8	9.7	6.1	4.9	5.8	5.8	5.2	0.0	23.3
경북	15.8	9.5	2.4	4.7	5.0	2.4	4.8	19.5	3.8	1.4	30.8
경남	14.1	6.6	10.6	11.7	2.9	5.9	12.0	3.4	4.0	1.6	26.9
제주	19.0	6.2	1.6	7.7	12.4	7.6	8.1	1.8	1.8	0.0	33.9

□ 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

- 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해 설문한 결과, ‘지원 예산의 비중이 낮아서’가 40.3%로 가장 높았으며, ‘지원사업의 수가 적어서’ 37.4%, ‘전문인력이 부족해서’ 17.5% 등의 순으로 나타남
- 기타 분야를 제외하고, 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야를 살펴보면, ‘캐릭터’ 분야가 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유로는 ‘지원 예산의 비중이 낮아서’라는 응답이 58.3%로 가장 높게 나타남

<표 26> 분야 및 지역별 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유  
(1+2순위)

(단위 : %)

분야		지원 예산의 비중이 낮아서	지원사업의 수가 적어서	전문 인력이 부족해서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	시설이 부족해서	네트워크 구축이 부족해서	기타	모름/무응답
전체		40.3	37.4	17.5	16.9	16.3	13.4	0.7	11.0
지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야	만화	29.8	40.7	36.7	20.4	30.8	11.7	0.0	1.5
	음악	38.2	38.9	15.8	9.4	23.7	16.6	0.2	13.7
	게임	25.2	31.3	18.5	19.1	17.6	5.5	0.6	21.5
	영화	48.1	41.2	21.3	31.3	16.3	8.7	1.3	6.2
	애니메이션	50.0	38.3	21.1	12.0	18.3	0.0	0.0	10.6
	방송	33.6	29.6	19.8	21.1	21.1	14.5	0.6	7.1
	캐릭터	58.3	36.4	10.3	15.4	12.3	23.7	0.0	9.0
	지식정보	40.9	40.5	17.9	13.6	12.1	12.3	1.4	10.2
	콘텐츠솔루션	43.1	36.2	17.2	25.5	14.9	16.4	0.2	5.5
	기타	67.1	34.9	15.1	11.2	19.3	21.1	1.1	12.4
분야	만화	40.6	38.6	10.7	21.6	12.3	9.3	0.0	11.4
	음악	44.1	45.2	23.1	12.0	19.5	9.3	0.5	7.0
	게임	38.9	40.3	20.8	31.4	26.0	7.1	0.0	6.0
	영화	33.8	43.4	18.7	12.3	11.8	25.3	0.0	6.3
	애니메이션	37.6	49.8	16.8	16.5	11.5	9.1	0.9	8.3
	방송	12.6	48.7	48.9	1.4	16.9	15.9	0.0	7.0
	캐릭터	40.4	30.6	14.6	16.6	15.4	14.6	0.8	15.5

분야		지원 예산 의 비중이 낮아서	지원사업 의 수가 적어서	전문 인력 이 부족 해서	관련 분야 의 언론 홍보가 미흡해서	시설이 부족해서	네트워크 구축이 부족해서	기타	모름/ 무응답
지역	지식정보	37.4	29.5	28.5	14.8	20.2	12.8	0.9	9.3
	콘텐츠슬루션	40.0	44.9	14.8	12.9	28.0	9.1	0.0	14.0
	부산	47.9	25.9	22.3	19.2	14.9	11.6	2.2	12.3
	대구	57.1	53.0	11.1	13.4	15.9	16.5	2.5	1.5
	인천	48.4	45.8	26.7	20.4	13.3	8.4	0.0	4.0
	광주	29.2	44.7	14.6	22.2	29.8	17.6	1.5	3.1
	대전	45.7	41.5	34.5	12.2	11.2	15.8	0.0	3.1
	울산	44.0	48.6	19.4	14.7	18.5	15.1	0.0	4.3
	경기	40.3	30.0	18.7	16.7	11.6	12.6	14.1	0.6
	강원	37.6	26.5	17.8	24.2	27.3	13.2	11.7	0.7
	충북	45.8	47.5	14.3	28.4	11.7	4.5	12.7	0.0
	충남(세종)	43.6	19.8	20.0	14.3	16.4	12.9	16.0	4.1
	전북	54.9	42.7	13.7	16.8	21.4	23.5	1.7	1.7
	전남	48.7	37.0	26.2	12.5	16.5	11.7	4.5	0.0
	경북	35.1	33.2	21.1	12.1	16.7	28.2	3.2	1.5
	경남	41.9	35.2	16.4	8.8	31.1	17.8	3.4	0.0
제주	46.8	33.9	15.5	21.0	24.1	14.4	4.1	0.0	

□ 현 지역에 사업장을 선택한 이유

- 현 지역에 콘텐츠 사업장을 선택한 이유에 대해서는 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’ 때문이라는 응답이 57.6%로 가장 높았으며, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’이 21.6%, ‘동종 혹은 지원업체와의 근접성’이 21.3%로 높게 나타남
- 분야별로는 ‘지식정보’가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답한 비율이 66.7%로 가장 높았으며, ‘만화’ 분야의 경우 ‘정부 혹은 지원기관의 혜택’이라고 응답한 비율이 31.1%로 다른 분야에 비해 상대적으로 높게 나타남
- 지역별로는 ‘광주’가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답한 비율이 72.0%로 가장 높았으며, ‘경기’의 경우 ‘동종 혹은 지원업체와의 근접성’이 29.5%로 다른 지역에 비해 높게 나타남

<표 27> 분야 및 지역별 현 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진 의 연고	주거 교통, 문화 등 생활의 편리성	동종 혹은 지원 업체 와의 근접성	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	고객 혹은 공급 업체 와의 근접성	정부 혹은 지원 기관의 혜택	전문 인력확 보의 용이성	관련 연구소, 대학 등의 근접성	도시 브랜드 와 기업 이미지 의 조 화	해당 산업 단지 와 귀사의 생산물 과 일치성	낮은 인건비	기타	모름/ 무응답
전체	57.6	21.6	21.3	18.1	17.7	12.6	6.7	6.1	5.3	2.0	1.4	0.9	0.8
분야	만화	36.4	36.5	7.6	24.3	7.5	31.1	6.7	13.4	1.7	0.0	0.0	11.5
	음악	53.2	27.1	15.2	18.4	25.0	15.1	6.5	8.0	6.7	3.0	0.5	3.5
	게임	41.6	24.5	39.6	17.8	11.0	18.2	10.1	4.2	0.4	1.7	0.3	0.0
	영화	47.5	37.5	27.3	21.6	23.4	16.8	10.1	1.8	4.9	0.0	2.6	3.1
	애니메이션	52.1	11.5	20.1	20.8	6.3	19.2	1.6	12.4	11.1	6.6	0.9	1.2
	방송	58.0	18.3	18.5	19.3	25.4	6.0	3.9	4.6	7.7	4.0	1.7	0.4
	캐릭터	65.6	20.3	15.2	24.7	6.0	8.1	6.3	4.5	7.6	0.5	1.4	0.0
	지식정보	66.7	21.9	19.2	14.3	16.5	8.9	6.0	5.5	4.4	1.8	1.3	0.3
	콘텐츠솔루션	56.0	10.3	24.0	18.6	26.8	13.4	7.0	7.5	6.6	3.3	1.9	0.3
지역	부산	66.9	18.8	21.1	12.3	14.7	6.2	11.4	6.4	3.7	1.0	2.4	0.5
	대구	70.5	19.4	13.9	6.8	11.6	7.1	7.5	13.4	5.2	3.0	1.3	3.0
	인천	60.4	23.2	11.8	30.6	13.7	16.2	5.8	3.3	3.3	0.7	0.4	0.0
	광주	72.0	18.7	21.5	18.1	5.5	20.4	3.7	7.6	3.7	2.8	0.0	0.9



분야	창업자 혹은 경영진 의 연고	주거 교통, 문화 등 생활의 편리성	동종 혹은 지원 업체 와의 근접성	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	고객 혹은 공급 업체 와의 근접성	정부 혹은 지원 기관의 혜택	전문 인력확 보의 용이성	관련 연구소, 대학 등의 근접성	도시 브랜드 와 기업 이미지 의 조 화	해당 산업 단지 와 귀사의 생산품 과 일치성	낮은 인건비	기타	모름/ 무응답
대전	70.6	14.5	9.2	7.7	16.4	5.0	3.7	11.6	4.6	5.5	0.3	0.3	2.7
울산	53.9	27.6	16.2	25.6	7.1	14.6	5.6	12.5	12.6	1.0	1.0	0.0	0.0
경기	49.1	24.3	29.5	18.1	21.8	12.2	7.7	4.3	4.4	1.3	1.3	0.9	0.7
강원	57.1	16.5	13.1	20.5	16.5	14.7	1.8	5.5	3.6	1.9	0.9	1.2	4.8
충북	58.1	26.0	8.5	27.9	16.0	24.9	6.0	4.5	11.5	3.9	5.3	2.3	1.6
충남(세종)	69.7	14.0	8.3	9.5	19.0	20.0	7.2	3.2	7.2	0.6	1.3	0.0	2.1
전북	50.6	18.2	20.6	40.2	17.2	11.8	3.3	6.9	11.4	2.8	3.0	0.6	0.0
전남	57.3	24.3	13.6	22.3	7.8	20.4	4.9	4.9	10.7	9.7	0.0	1.0	0.0
경북	64.4	17.6	11.9	23.3	16.6	21.3	3.3	4.3	5.2	2.9	1.0	0.0	1.0
경남	65.7	20.8	14.9	20.0	20.4	6.6	5.2	12.5	6.5	2.5	0.6	2.3	0.0
제주	67.4	21.5	9.0	11.2	14.9	10.7	6.0	8.0	10.0	3.3	4.2	0.9	0.0

□ 사업장 운영 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

- 콘텐츠 사업장 운영 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 사업체의 22.6%가 ‘만족’ 한다고 응답하여 ‘불만족’ 한다고 응답한 비율(12.3%)보다 10.3%p 높게 나타남
- 만족도 평균 점수로는 ‘게임’ 분야가 3.37점으로 가장 높았으며, ‘방송’이 2.95점으로 가장 낮게 나타남
- 지역에서는 ‘경기’가 3.21점으로 가장 높았으며, ‘울산’이 2.81점으로 가장 낮게 나타남

<표 28> 분야 및 지역별 사업장 운영 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]	
전체	1.4	10.9	65.1	20.2	2.4	12.3	22.6	3.11	
분야	만화	0.0	5.6	71.2	21.7	1.5	5.6	23.2	3.19
	음악	2.9	17.1	61.6	18.0	0.4	20.0	18.4	2.96
	게임	0.7	3.1	59.3	32.0	5.0	3.8	36.9	3.37
	영화	0.0	8.8	71.0	19.7	0.4	8.8	20.2	3.12
	애니메이션	0.6	5.6	81.0	11.5	1.2	6.3	12.7	3.07
	방송	5.0	17.0	58.7	16.8	2.5	22.0	19.3	2.95
	캐릭터	1.1	14.2	64.8	17.2	2.7	15.3	19.9	3.06
	지식정보	1.4	11.3	66.8	17.0	3.6	12.7	20.5	3.10
콘텐츠솔루션	0.7	7.8	66.0	24.8	0.7	8.5	25.5	3.17	
지역	부산	2.1	14.1	58.2	21.4	4.3	16.2	25.6	3.12
	대구	2.7	15.9	60.5	20.2	0.7	18.6	20.9	3.00
	인천	1.4	17.5	62.0	17.2	1.9	19.0	19.1	3.01
	광주	0.6	11.1	67.2	18.1	3.0	11.7	21.1	3.12
	대전	0.7	15.8	67.3	15.9	0.3	16.4	16.3	2.99
	울산	2.0	27.9	57.1	13.0	0.0	29.9	13.0	2.81
	경기	0.8	5.2	69.0	22.3	2.6	6.1	24.9	3.21
	강원	1.8	16.5	62.4	16.8	2.5	18.3	19.3	3.02
	충북	4.6	20.8	56.4	15.9	2.3	25.4	18.1	2.90
	충남(세종)	0.0	7.4	70.8	20.5	1.3	7.4	21.8	3.16
	전북	3.9	17.5	45.8	29.5	3.3	21.4	32.8	3.11
	전남	0.0	17.8	63.8	12.6	5.8	17.8	18.4	3.06
	경북	2.4	9.6	69.0	17.6	1.4	12.0	19.0	3.06
	경남	3.2	21.4	64.0	9.6	1.8	24.6	11.4	2.85
	제주	2.2	15.6	56.4	22.2	3.6	17.9	25.7	3.09

□ 지역 인프라 환경

- 콘텐츠 사업체들의 지역 인프라 환경에 대한 구축 체감도를 측정하기 위한 지표를 아래 <표 29>와 같이 구성하여 ‘매우 안 좋음’부터 ‘매우 좋음’까지 5점 척도로 체감도 조사를 진행함

<표 29> 지역 인프라 환경 구축 체감도 측정 항목 구성

(가) 사업체 경영	1) 분양가 및 임대료/매매가
	2) 전문인력확보(정규직)
	3) 프리랜서 인력확보
	4) 금융자본 조달의 용이성
	5) 고객 접근성
(나) 산업연계	1) 협력업체와의 지리적 근접성
	2) 지원 서비스 수급의 용이성
	3) 이종 업체의 집중 및 교류 활성화
	4) 동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화
	5) 산학 연관 협력체계
(다) 지원 프로그램	1) 교육, 훈련 지원
	2) 시장정보 및 경영정보 지원
	3) 콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)
	4) 기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성
	5) 콘텐츠 창작지원
	6) 지원사업 홍보 및 상세안내
(라) 생활환경	1) 주거, 교육, 문화 등 생활기반시설
	2) 주변 편의시설 및 복지시설
전반적 체감도	

- 콘텐츠 사업체 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 3.10점이었으며, 항목별로는 ‘생활환경’ 점수가 3.26점으로 가장 높고, 다음으로 ‘산업연계’ 2.94점, ‘지원 프로그램’ 2.93점, ‘사업체 경영’ 2.86점 순으로 나타남
- 콘텐츠 분야별로는 ‘만화’의 전반적 체감도가 3.27점으로 가장 높게 나타났고, ‘방송’은 2.99점으로 가장 낮은 점수를 보임
- 지역별로는 ‘대전’의 전반적 체감도가 3.21점으로 가장 높게 나타났고, ‘인천’은 2.91점으로 가장 낮은 점수를 보임

<표 30> 분야 및 지역별 인프라 환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야		사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체		2.86	2.94	2.93	3.26	3.10
분야	만화	2.75	2.81	3.04	3.12	3.27
	음악	2.73	2.81	2.76	3.14	3.01
	게임	2.92	3.08	3.11	3.39	3.22
	영화	2.92	2.89	3.01	3.36	3.19
	애니메이션	2.88	2.94	3.07	3.32	3.14
	방송	2.81	2.95	2.84	3.28	2.99
	캐릭터	2.90	2.85	2.86	3.10	3.02
	지식정보	2.86	2.97	2.94	3.31	3.11
	콘텐츠솔루션	2.90	3.01	2.93	3.27	3.09
지역	부산	2.81	2.94	2.93	3.30	3.05
	대구	2.76	2.96	2.88	3.30	3.13
	인천	2.72	2.84	2.89	2.90	2.91
	광주	2.87	2.87	3.13	3.31	3.15
	대전	2.91	3.01	2.89	3.33	3.21
	울산	2.67	2.78	2.92	2.98	2.94
	경기	2.95	3.00	2.95	3.29	3.13
	강원	2.69	2.75	2.75	3.20	2.96
	충북	2.73	2.84	2.93	3.22	3.05
	충남(세종)	2.75	2.81	2.83	3.31	3.07
	전북	3.00	3.07	3.02	3.28	3.15
	전남	2.73	2.88	2.98	3.34	3.15
	경북	2.75	2.83	2.88	3.25	3.02
	경남	2.74	2.90	2.81	3.16	2.99
	제주	2.64	2.81	2.92	3.41	3.13

□ 사업체 경영

- 사업체 경영 구축 체감도에 대해서는 평균 2.86점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘분양가 및 임대료/매매가’, ‘고객 접근성’이 3.12점으로 가장 높았으며, ‘금융자본 조달의 용이성’이 2.86점, ‘전문인력확보(정규직)’가 2.64점, ‘프리랜서 인력확보’가 2.55점 순으로 나타남
- 분야별로는 ‘게임’과 ‘영화’의 평균 점수가 2.92점으로 가장 높았으며, ‘음악’ 분야가 2.73점으로 가장 낮게 나타남
- 지역별로는 ‘전북’의 평균 점수가 3.00점으로 가장 높았으며, ‘제주’가 2.64점으로 가장 낮게 나타남

<표 31> 분야 및 지역별 사업체 경영 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야		분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체		3.12	2.64	2.55	2.86	3.12	2.86
분야	만화	3.14	2.50	2.50	2.64	2.98	2.75
	음악	3.04	2.50	2.48	2.75	2.89	2.73
	게임	2.94	2.66	2.66	3.13	3.21	2.92
	영화	3.31	2.60	2.76	2.85	3.09	2.92
	애니메이션	3.25	2.60	2.58	3.00	2.99	2.88
	방송	3.07	2.57	2.54	2.75	3.16	2.81
	캐릭터	3.11	2.70	2.63	2.91	3.13	2.90
	지식정보	3.19	2.69	2.52	2.76	3.15	2.86
	콘텐츠솔루션	3.15	2.68	2.50	2.93	3.24	2.90
지역	부산	3.11	2.60	2.43	2.80	3.13	2.81
	대구	3.07	2.48	2.43	2.77	3.03	2.76
	인천	2.87	2.44	2.56	2.58	3.14	2.72
	광주	3.30	2.58	2.42	2.97	3.07	2.87
	대전	3.30	2.71	2.61	2.76	3.15	2.91
	울산	3.13	2.33	2.33	2.70	2.87	2.67
	경기	3.09	2.80	2.70	2.96	3.18	2.95
	강원	3.13	2.40	2.28	2.74	2.90	2.69
	충북	3.24	2.43	2.30	2.63	3.07	2.73
	충남(세종)	3.07	2.46	2.31	2.84	3.06	2.75
	전북	3.36	2.82	2.76	3.02	3.05	3.00
	전남	3.20	2.38	2.28	2.72	3.06	2.73
	경북	3.29	2.34	2.29	2.75	3.09	2.75
	경남	3.10	2.50	2.37	2.77	2.94	2.74
제주	3.01	2.24	2.29	2.63	3.03	2.64	

## □ 산업연계

- 산업연계 구축 체감도에 대해서는 평균 2.94점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘협력업체와의 지리적 근접성’이 3.13점으로 가장 높고, 다음으로 ‘지원 서비스 수급의 용이성’이 3.04점, ‘동종(혹은 유사)업체의 집중과 교류 활성화’가 3.03점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.79점, ‘산학연관 협력체계’ 2.73점 순으로 나타남
- 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.08점으로 가장 높았으며, ‘만화’와 ‘음악’ 분야가 2.81점으로 가장 낮게 나타남
- 지역별로는 ‘전북’의 평균 점수가 3.07점으로 가장 높았으며, ‘강원’이 2.75점으로 가장 낮게 나타남

<표 32> 분야 및 지역별 산업연계 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야		협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종 (혹은 유 사) 업체의 집중 과 교류 활성화	산학 연관 협력체계	[5점 평균]
전체		3.13	3.04	2.79	3.03	2.73	2.94
분야	만화	2.73	2.89	2.74	2.98	2.70	2.81
	음악	2.97	2.93	2.72	2.79	2.62	2.81
	게임	3.18	3.18	2.93	3.26	2.86	3.08
	영화	3.11	2.98	2.83	2.98	2.53	2.89
	애니메이션	3.02	3.13	2.70	3.00	2.84	2.94
	방송	3.19	3.03	2.81	3.02	2.70	2.95
	캐릭터	2.95	2.99	2.68	2.99	2.66	2.85
	지식정보	3.22	3.04	2.81	3.06	2.74	2.97
콘텐츠솔루션		3.25	3.07	2.79	3.10	2.83	3.01
지역	부산	3.07	3.05	2.91	3.03	2.64	2.94
	대구	3.10	3.11	2.86	3.07	2.69	2.96
	인천	2.97	3.02	2.66	3.02	2.51	2.84
	광주	3.00	3.01	2.60	2.83	2.91	2.87
	대전	3.12	3.05	2.88	3.09	2.90	3.01
	울산	3.00	2.80	2.61	2.81	2.69	2.78
	경기	3.23	3.08	2.83	3.11	2.75	3.00
	강원	2.87	2.89	2.53	2.75	2.70	2.75
	충북	3.01	2.86	2.72	2.93	2.66	2.84
	충남(세종)	3.03	2.87	2.64	2.75	2.76	2.81
	전북	3.25	3.28	2.95	2.96	2.89	3.07
	전남	3.02	3.01	2.75	2.96	2.67	2.88
	경북	2.94	2.84	2.68	3.01	2.66	2.83
	경남	3.07	2.99	2.70	2.90	2.85	2.90
제주	3.00	2.88	2.69	2.96	2.53	2.81	



## □ 지원 프로그램

- 지원 프로그램 구축 체감도에 대해서는 평균 2.93점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅)등 이용 편의성’이 3.04점으로 가장 높고, ‘시장정보 및 경영정보 지원’ 3.03점, ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 2.95점, ‘콘텐츠 창작지원’ 2.93점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.91점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.71점 순임
- 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.11점으로 가장 높았으며, ‘음악’ 분야가 2.76점으로 가장 낮게 나타남
- 지역별로는 ‘광주’의 평균 점수가 3.13점으로 가장 높았으며, ‘강원’이 2.75점으로 가장 낮게 나타남

<표 33> 분야 및 지역별 지원 프로그램 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (사설이나 장비)	기업 지원 서비스 (법률 회계 컨설팅 등 이용 편의성)	콘텐츠 창작지원	지원사업 홍보 및 상세안내	[5점 평균]	
전체	2.71	3.03	2.91	3.04	2.93	2.95	2.93	
분야	만화	2.75	3.09	2.97	3.14	3.35	2.91	3.04
	음악	2.51	2.89	2.69	2.78	2.76	2.95	2.76
	게임	2.80	3.18	3.19	3.25	3.21	3.03	3.11
	영화	3.04	3.09	2.99	2.93	2.96	3.06	3.01
	애니메이션	2.67	3.22	3.09	3.24	3.10	3.07	3.07
	방송	2.56	2.98	2.78	3.00	2.85	2.88	2.84
	캐릭터	2.54	3.03	2.92	3.02	2.81	2.85	2.86
	지식정보	2.83	3.04	2.92	3.03	2.92	2.94	2.94
콘텐츠솔루션	2.66	2.98	2.89	3.14	2.94	2.96	2.93	
지역	부산	2.69	3.00	2.91	3.02	3.03	2.94	2.93
	대구	2.62	2.83	2.94	3.09	2.84	2.96	2.88
	인천	2.80	3.05	2.88	2.90	2.78	2.91	2.89
	광주	3.07	3.23	3.06	3.18	3.09	3.11	3.13
	대전	3.03	2.96	2.79	2.84	2.92	2.81	2.89
	울산	2.77	2.97	2.91	3.05	2.85	2.94	2.92
	경기	2.67	3.08	2.96	3.08	2.94	2.96	2.95
	강원	2.57	2.81	2.73	2.83	2.77	2.77	2.75
	충북	2.73	3.06	2.87	2.97	2.94	3.03	2.93
	충남(세종)	2.59	2.98	2.74	2.86	2.94	2.87	2.83
	전북	2.92	3.07	2.98	3.08	3.05	3.05	3.02
	전남	2.88	3.00	2.94	2.98	3.05	3.06	2.98
	경북	2.46	2.99	2.88	3.13	2.89	2.95	2.88
	경남	2.62	2.85	2.70	2.95	2.88	2.88	2.81
제주	2.57	3.08	2.79	3.09	2.97	3.02	2.92	

□ 생활환경

- 생활환경 구축 체감도에 대해서는 평균 3.26점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.30점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.22점으로 나타남
- 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.39점으로 가장 높았으며, ‘캐릭터’ 분야가 3.10점으로 가장 낮게 나타남
- 지역별로는 ‘제주’의 평균 점수가 3.41점으로 가장 높았으며, ‘인천’이 2.90점으로 가장 낮게 나타남

<표 34> 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야		주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점평균]
전체		3.30	3.22	3.26
분야	만화	3.09	3.15	3.12
	음악	3.17	3.11	3.14
	게임	3.38	3.40	3.39
	영화	3.42	3.30	3.36
	애니메이션	3.36	3.29	3.32
	방송	3.35	3.22	3.28
	캐릭터	3.20	3.01	3.10
	지식정보	3.36	3.26	3.31
	콘텐츠솔루션	3.32	3.22	3.27
지역	부산	3.31	3.30	3.30
	대구	3.34	3.27	3.30
	인천	2.92	2.88	2.90
	광주	3.35	3.26	3.31
	대전	3.38	3.29	3.33
	울산	3.09	2.87	2.98
	경기	3.33	3.25	3.29
	강원	3.25	3.15	3.20
	충북	3.28	3.17	3.22
	충남(세종)	3.32	3.29	3.31
	전북	3.35	3.20	3.28
	전남	3.40	3.28	3.34
	경북	3.30	3.20	3.25
	경남	3.22	3.10	3.16
	제주	3.51	3.31	3.41

### 제3장 창작자 조사 결과

#### □ 응답자 특성

- 본 조사에 참여한 창작자 현황은 <표 35>와 같음

<표 35> 응답자 일반현황

(단위 : 명, %)

구분		사례수	비율
전체		1,139	100.0
성별	남성	525	46.1
	여성	614	53.9
연령	20대 이하	331	29.1
	30대	534	46.9
	40대	216	19.0
	50대 이상	58	5.1
주 창작 활동 지역	부산	160	14.0
	대구	86	7.6
	인천	94	8.3
	광주	60	5.3
	대전	65	5.7
	울산	47	4.1
	세종	31	2.7
	경기	235	20.6
	강원	27	2.4
	충북	56	4.9
	충남	45	4.0
	전북	66	5.8
	전남	39	3.4
	경북	40	3.5
	경남	78	6.8
	제주	10	0.9
주 활동 분야	만화	192	16.9
	음악	148	13.0
	게임	73	6.4
	영화	63	5.5
	애니메이션	78	6.8
	방송	135	11.9
	캐릭터	152	13.3
	지식정보	142	12.5
	콘텐츠솔루션	118	10.4
기타	38	3.3	

□ 2021년 콘텐츠 활동을 통한 총수입<sup>1)</sup>

- 2021년 콘텐츠 활동을 통한 총수입은 평균 1,565만 원으로 2019년 연평균 수입(1,322만 원)보다 243만 원 증가함
- ‘1,000만 원 미만’이 43.4%로 가장 높게 나타났으며, 2019년(69.0%) 대비 25.6%p 감소한 것으로 나타남
- 성별로는 ‘남성’의 평균 수입이 1,636만 원으로 ‘여성’의 평균 수입 (1,504만 원)보다 높게 나타났으며, 연령대별로는 ‘50대 이상’의 평균 수입이 1,952만 원으로 가장 높았음
- 주 창작 활동 지역별로는 ‘제주’의 평균 수입이 2,402만 원으로 가장 높게 나타났으며, ‘울산’은 856만 원으로 가장 낮게 나타남
- 콘텐츠 분야별로는 ‘게임’ 분야의 평균 수입이 2,187만 원으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 ‘애니메이션’ 2,109만 원, ‘만화’ 2,068만 원, ‘캐릭터’ 1,674만 원 등의 순으로 나타남

<표 36> 응답자 특성별 2021년 콘텐츠 활동을 통한 총수입

(단위: 명, %, 백만 원)

구분		사례수	없음	1,000만 원 미만	1,000~2,000만 원 미만	2,000~2,500만 원 미만	2,500~5,000만 원 미만	5,000만 원 이상	[평균]
전체		1,139	6.7	43.4	16.4	9.8	20.1	3.6	15.65
성별	남성	525	5.9	42.9	17.0	9.0	21.1	4.2	16.36
	여성	614	7.3	43.8	16.0	10.6	19.2	3.1	15.04
연령	20대 이하	331	8.2	50.8	13.3	8.5	16.9	2.4	13.10
	30대	534	5.8	39.5	17.0	10.1	23.6	3.9	17.00
	40대	216	6.0	42.1	18.5	11.6	18.1	3.7	15.18
	50대 이상	58	8.6	41.4	20.7	8.6	13.8	6.9	19.52
주 창작 활동 지역	부산	160	4.4	42.5	17.5	9.4	23.1	3.1	15.91
	대구	86	10.5	47.7	7.0	8.1	20.9	5.8	16.96
	인천	94	5.3	51.1	11.7	11.7	18.1	2.1	14.22
	광주	60	10.0	33.3	23.3	8.3	16.7	8.3	19.24
	대전	65	6.2	49.2	15.4	3.1	23.1	3.1	13.73

1) 전업 창작자뿐만 아니라 부업으로 창작활동을 하는 창작자도 조사 결과에 포함되어 있어, 결과 해석에 주의가 필요함

구분	사례수	없음	1,000만 원 미만	1,000~ 2,000만 원 미만	2,000~ 2,500만 원 미만	2,500~ 5,000만 원 미만	5,000만 원 이상	[평균]	
	울산	47	19.1	44.7	19.1	4.3	12.8	0.0	8.56
	세종	31	6.5	25.8	32.3	9.7	25.8	0.0	15.95
	경기	235	9.4	39.6	14.9	13.2	18.3	4.7	16.65
	강원	27	3.7	48.1	22.2	14.8	11.1	0.0	11.16
	충북	56	0.0	60.7	8.9	12.5	17.9	0.0	11.18
	충남	45	2.2	44.4	20.0	11.1	20.0	2.2	14.13
	전북	66	4.5	36.4	16.7	15.2	27.3	0.0	15.62
	전남	39	2.6	43.6	7.7	5.1	35.9	5.1	18.33
	경북	40	7.5	32.5	30.0	5.0	20.0	5.0	15.15
	경남	78	3.8	52.6	19.2	5.1	11.5	7.7	18.86
제주	10	0.0	10.0	30.0	20.0	40.0	0.0	24.02	
주 활동 분야	만화	192	5.2	31.3	17.2	12.0	30.2	4.2	20.68
	음악	148	6.1	41.2	21.6	11.5	17.6	2.0	14.66
	게임	73	11.0	38.4	11.0	9.6	23.3	6.8	21.87
	영화	63	4.8	54.0	15.9	3.2	15.9	6.3	14.26
	애니메이션	78	1.3	34.6	14.1	12.8	30.8	6.4	21.09
	방송	135	5.2	57.0	10.4	7.4	19.3	0.7	10.81
	캐릭터	152	4.6	32.2	26.3	13.2	19.1	4.6	16.74
	지식정보	142	9.9	60.6	13.4	6.3	7.7	2.1	9.17
	콘텐츠솔루션	118	8.5	40.7	15.3	11.0	22.0	2.5	15.24
기타	38	18.4	63.2	5.3	2.6	5.3	5.3	11.58	

□ 창작 활동 공간

- 2021년 창작 활동을 하는 공간은 ‘집’의 비율이 59.4%로 가장 높게 나타났으며, 2019년도 대비 13.4%p 증가한 것으로 나타남
- 주 창작 활동 지역의 경우 모든 지역에서 ‘집’의 비율이 가장 높게 나타났으며, ‘제주’의 경우 ‘외부 개인 작업실’이 40.0%로 다른 지역에 비해 비교적 높게 나타남
- 주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘집’의 비율이 가장 높게 나타났으나, ‘영화’의 경우 ‘공동 작업실’의 비율이 33.3%로 가장 높게 나타남

<표 37> 응답자 특성별 창작 활동을 하는 공간

(단위 : 명, %)

구분	사례수	집	외부 개인 작업실	공동 작업실	소속사, 에어전시 등 회사 사무실	타 정부 지원사업 공간 활용	콘텐츠 코리아랩 (CKL)	기타	
전체	1,139	59.4	15.7	12.0	8.4	2.5	1.6	0.4	
성별	남성	525	52.8	17.9	13.3	10.3	3.2	2.1	0.4
	여성	614	65.1	13.8	10.9	6.8	1.8	1.1	0.3
연령	20대 이하	331	69.2	8.2	9.4	7.6	2.7	2.1	0.9
	30대	534	58.2	19.1	10.9	8.8	2.1	0.7	0.2
	40대	216	51.4	18.1	18.5	8.3	1.9	1.9	0.0
	50대 이상	58	44.8	19.0	13.8	10.3	6.9	5.2	0.0
주 창작 활동 지역	부산	160	53.1	18.1	10.6	10.6	4.4	3.1	0.0
	대구	86	65.1	12.8	5.8	9.3	2.3	4.7	0.0
	인천	94	66.0	12.8	10.6	8.5	2.1	0.0	0.0
	광주	60	53.3	13.3	16.7	11.7	1.7	1.7	1.7
	대전	65	67.7	9.2	12.3	10.8	0.0	0.0	0.0
	울산	47	76.6	8.5	8.5	6.4	0.0	0.0	0.0
	세종	31	38.7	25.8	16.1	16.1	3.2	0.0	0.0
	경기	235	63.8	13.6	12.3	8.5	0.9	0.4	0.4
	강원	27	51.9	22.2	11.1	3.7	3.7	7.4	0.0
	충북	56	66.1	12.5	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0
	충남	45	48.9	26.7	11.1	4.4	6.7	2.2	0.0
	전북	66	56.1	24.2	10.6	4.5	1.5	3.0	0.0
	전남	39	46.2	17.9	23.1	12.8	0.0	0.0	0.0
	경북	40	57.5	12.5	17.5	2.5	7.5	2.5	0.0
경남	78	56.4	15.4	11.5	6.4	6.4	1.3	2.6	
제주	10	50.0	40.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
주 활동	만화	192	53.6	21.4	10.4	7.8	4.7	2.1	0.0

구분	사례수	집	외부 개인 작업실	공동 작업 실	소속사, 에어전시 등 회사 사무실	타 정부 지원사업 공간 활용	콘텐츠 코리아랩 (CKL)	기타	
분야	음악	148	53.4	21.6	14.9	6.8	1.4	2.0	0.0
	게임	73	56.2	9.6	16.4	13.7	1.4	2.7	0.0
	영화	63	27.0	17.5	33.3	19.0	3.2	0.0	0.0
	애니메이션	78	46.2	20.5	16.7	11.5	3.8	1.3	0.0
	방송	135	77.0	12.6	3.7	4.4	1.5	0.7	0.0
	캐릭터	152	66.4	13.8	7.9	9.2	1.3	1.3	0.0
	지식정보	142	71.1	9.2	9.2	5.6	2.1	1.4	1.4
	콘텐츠솔루션	118	57.6	12.7	15.3	8.5	2.5	2.5	0.8
기타	38	71.1	15.8	2.6	5.3	2.6	0.0	2.6	



□ 창작 관련 애로사항

- 창작 관련 애로사항의 경우 ‘경제적 어려움’이 40.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘창작물 사업화의 어려움’이 17.6%, ‘작업 시간 부족’이 14.3% 등의 순으로 나타남
- 주 창작 활동 지역의 경우 대부분 지역에서 ‘경제적 어려움’의 비율이 높게 나타났지만, ‘세종’의 경우 ‘창작물 사업화의 어려움’이 25.8%, ‘제주’의 경우 ‘제작비용 부담’이 30.0%로 상대적으로 높게 나타남.
- 주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘경제적 어려움’이 높게 나타났으나, ‘애니메이션’의 경우 ‘경제적 어려움’과 ‘창작물 사업화의 어려움’이 26.9%로 높았으며, ‘영화’의 경우 ‘작업 시간 부족’이 23.8%로 다른 분야에 비해 비교적 높게 나타남

<표 38> 응답자 특성별 창작 관련 애로사항

(단위 : 명, %)

구분	사례수	경제적 어려움 (낮은/불규칙한 소득)	창작물 사업화의 어려움	작업 시간 부족 (타이트한 납품 일정)	작업 공간 및 시설 부족	불합리한 계약 관행	콘텐츠 유통의 어려움	제작 비용 (인건비 등) 부담	저작권 분쟁	보조 인력 확보 어려움	기타	
전체	1,139	40.5	17.6	14.3	6.5	5.9	4.6	4.0	3.7	2.5	0.5	
성별	남성	525	36.4	18.9	15.2	8.0	5.9	4.4	4.8	3.6	2.3	0.6
	여성	614	44.0	16.6	13.5	5.2	5.9	4.7	3.3	3.7	2.6	0.5
연령	20대 이하	331	46.8	16.3	13.6	4.5	4.5	3.6	4.8	3.6	1.8	0.3
	30대	534	40.4	18.5	14.6	6.6	5.1	5.4	2.6	3.7	2.4	0.6
	40대	216	36.6	17.1	13.4	7.9	9.3	3.7	4.6	3.7	3.2	0.5
	50대 이상	58	19.0	19.0	19.0	12.1	8.6	5.2	8.6	3.4	3.4	1.7
주 창작 활동 지역	부산	160	35.6	16.3	22.5	5.0	6.3	3.1	3.8	3.8	3.1	0.6
	대구	86	38.4	18.6	18.6	5.8	4.7	2.3	1.2	5.8	3.5	1.2
	인천	94	50.0	12.8	12.8	6.4	6.4	6.4	3.2	1.1	1.1	0.0
	광주	60	38.3	21.7	13.3	8.3	10.0	3.3	1.7	1.7	1.7	0.0
	대전	65	40.0	18.5	20.0	4.6	6.2	0.0	0.0	6.2	1.5	3.1
	울산	47	34.0	21.3	10.6	19.1	2.1	0.0	4.3	6.4	2.1	0.0
	세종	31	19.4	25.8	16.1	12.9	9.7	0.0	12.9	0.0	3.2	0.0
	경기	235	44.3	19.6	10.2	5.5	4.7	6.4	5.1	2.1	2.1	0.0
	강원	27	33.3	18.5	7.4	7.4	3.7	11.1	3.7	14.8	0.0	0.0
	충북	56	58.9	10.7	14.3	0.0	3.6	5.4	3.6	3.6	0.0	0.0
충남	45	31.1	22.2	13.3	4.4	8.9	2.2	8.9	4.4	4.4	0.0	
전북	66	48.5	10.6	9.1	4.5	10.6	6.1	6.1	1.5	1.5	1.5	

구분	사례수	경제적 어려움 (낮은/불 규칙한 소득)	창작물 사업화 의 어려움	작업 시간 부족 (타이트 한 납품 일정)	작업 공간 및 시설 부족	불합리한 계약 관행	콘텐츠 유통의 어려움	제작 비용 (인건비 등) 부담	저작권 분쟁	보조 인력 확보 어려움	기타	
	전남	39	41.0	17.9	15.4	5.1	5.1	2.6	2.6	2.6	7.7	0.0
	경북	40	35.0	17.5	15.0	7.5	12.5	7.5	0.0	2.5	2.5	0.0
	경남	78	38.5	19.2	10.3	11.5	1.3	7.7	1.3	6.4	2.6	1.3
	제주	10	10.0	10.0	20.0	0.0	0.0	10.0	30.0	10.0	10.0	0.0
주 활동 분야	만화	192	34.4	19.3	21.9	5.2	5.7	4.7	2.6	2.1	3.6	0.5
	음악	148	43.9	15.5	10.1	9.5	4.7	3.4	6.1	3.4	2.7	0.7
	게임	73	35.6	17.8	9.6	9.6	6.8	9.6	5.5	1.4	4.1	0.0
	영화	63	27.0	11.1	23.8	11.1	14.3	3.2	4.8	1.6	3.2	0.0
	애니메이션	78	26.9	26.9	23.1	5.1	5.1	2.6	3.8	3.8	2.6	0.0
	방송	135	61.5	8.9	11.1	3.7	5.2	1.5	4.4	3.0	0.7	0.0
	캐릭터	152	36.2	21.7	13.2	6.6	3.9	7.9	1.3	7.2	2.0	0.0
	지식정보	142	46.5	20.4	9.2	5.6	3.5	4.9	4.2	4.2	1.4	0.0
	콘텐츠솔루션	118	36.4	16.9	11.9	6.8	11.0	5.1	5.1	5.1	1.7	0.0
	기타	38	50.0	15.8	10.5	2.6	0.0	0.0	2.6	2.6	5.3	10.5

## □ 창작 활동 만족도

- 창작 활동 만족도는 1. 발전 가능성 (창작자라는 직업의 발전 가능성은 높다고 생각한다.) 2. 지속 가능성 (창작자라는 직업을 지속할 가능성이 있다.) 3. 경제적 만족도 (창작자라는 직업을 통해 얻어지는 경제적 요소에 대해 만족한다.) 4. 사회적 평판 만족도 (창작자라는 직업에 대한 사회적 평판에 대해 만족한다.) 5. 전반적 만족도 (창작자로서 활동하는 전반적 생활에 대해 만족한다.) 5가지의 문항으로 이루어져 있음
- 창작 활동의 전반적 생활 만족도를 살펴보면, 창작자의 41.7%가 만족한다고 응답하였으며, 응답하였고, ‘보통이다’ 39.9%, ‘그렇지 않다’ 18.3%로 창작자 대부분이 전반적으로 만족하는 것으로 나타남
- 성별의 경우 ‘남성’은 3.32점(그렇다 41.7%), ‘여성’은 3.25점(그렇다 41.7%)으로 성별의 차이 없이 창작자 활동에 전반적으로 만족하는 것으로 나타남
- 연령대별로는 ‘40대’가 평균 3.40점(그렇다 50.5%)으로 만족도가 가장 높게 나타났고, ‘20대 이하’가 3.19점(그렇다 34.4%)으로 가장 낮게 나타남
- 지역별로는 ‘제주’가 3.70점(그렇다 60.0%)으로 전반적 생활 만족도가 가장 높은 것으로 나타났고, ‘경남’은 3.04점(그렇다 33.3%)으로 창작자 활동에 전반적 평균 만족도가 낮은 것으로 나타남
- 주 활동 분야의 경우 ‘게임’ 분야가 3.64점(그렇다 61.6%)으로 창작자 생활에 대한 전반적 만족도가 가장 높은 것으로 나타났으며, ‘캐릭터’ 분야는 3.06점(그렇다 35.5%)으로 평균 만족도가 가장 낮은 것으로 나타남

<표 39> 응답자 특성별 창작 활동 만족도 - 전반적 만족도

(단위 : 명, % 점)

구분		사례수	① 매우 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다	그렇지 않다 (①+②)	그렇다 (④+⑤)	[5점 평균]
전체		1,139	2.8	15.5	39.9	33.9	7.8	18.3	41.7	3.28
성별	남성	525	2.7	12.4	43.2	33.5	8.2	15.0	41.7	3.32
	여성	614	2.9	18.2	37.1	34.2	7.5	21.2	41.7	3.25
연령	20대 이하	331	2.4	16.6	46.5	28.1	6.3	19.0	34.4	3.19
	30대	534	2.8	15.7	39.3	34.5	7.7	18.5	42.1	3.28
	40대	216	3.7	12.0	33.8	41.7	8.8	15.7	50.5	3.40
	50대 이상	58	1.7	20.7	31.0	32.8	13.8	22.4	46.6	3.36
주 창작 활동 지역	부산	160	3.1	15.0	37.5	36.3	8.1	18.1	44.4	3.31
	대구	86	3.5	19.8	40.7	30.2	5.8	23.3	36.0	3.15
	인천	94	1.1	16.0	24.5	50.0	8.5	17.0	58.5	3.49
	광주	60	6.7	11.7	33.3	35.0	13.3	18.3	48.3	3.37
	대전	65	3.1	12.3	58.5	21.5	4.6	15.4	26.2	3.12
	울산	47	4.3	17.0	48.9	21.3	8.5	21.3	29.8	3.13
	세종	31	3.2	6.5	32.3	48.4	9.7	9.7	58.1	3.55
	경기	235	1.7	16.2	40.0	32.8	9.4	17.9	42.1	3.32
	강원	27	11.1	7.4	33.3	40.7	7.4	18.5	48.1	3.26
	충북	56	1.8	10.7	62.5	21.4	3.6	12.5	25.0	3.14
	충남	45	0.0	17.8	35.6	35.6	11.1	17.8	46.7	3.40
	전북	66	1.5	13.6	37.9	34.8	12.1	15.2	47.0	3.42
	전남	39	0.0	12.8	48.7	33.3	5.1	12.8	38.5	3.31
	경북	40	0.0	30.0	32.5	37.5	0.0	30.0	37.5	3.08
	경남	78	6.4	20.5	39.7	29.5	3.8	26.9	33.3	3.04
	제주	10	0.0	0.0	40.0	50.0	10.0	0.0	60.0	3.70
주 활동 분야	만화	192	3.6	15.1	39.1	34.9	7.3	18.8	42.2	3.27
	음악	148	1.4	16.2	34.5	40.5	7.4	17.6	48.0	3.36
	게임	73	0.0	9.6	28.8	49.3	12.3	9.6	61.6	3.64
	영화	63	1.6	12.7	52.4	22.2	11.1	14.3	33.3	3.29
	애니메이션	78	2.6	14.1	38.5	41.0	3.8	16.7	44.9	3.29
	방송	135	4.4	11.9	49.6	29.6	4.4	16.3	34.1	3.18
	캐릭터	152	4.6	24.3	35.5	31.6	3.9	28.9	35.5	3.06
	지식정보	142	2.1	11.3	47.2	27.5	12.0	13.4	39.4	3.36
	콘텐츠솔루션	118	2.5	18.6	35.6	33.1	10.2	21.2	43.2	3.30
	기타	38	2.6	18.4	39.5	28.9	10.5	21.1	39.5	3.26

□ 지원사업 수행 시 애로사항

- 지원사업 수행 시 애로사항의 경우 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’가 31.3%로 가장 높았으며, ‘짧은 수행 기간’ 21.3%, ‘지원금액 사용기준 제한’18.8% 등의 순으로 나타남
- 대부분의 연령에서 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’가 높게 나타났지만 ‘20대 이하’의 경우 ‘지원금액 사용 기준 제한’이 36.8%로 가장 높게 나타남
- 주 창작 활동 지역의 경우 ‘인천’이 ‘짧은 수행 기간’이 37.5%로 비교적 높게 나타났으며, ‘충남’의 경우 ‘사업 담당자와의 소통 어려움’이 66.7%로 가장 높게 나타남
- 주 활동 분야의 경우 ‘음악’이 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’가 60.0%로 비교적 높게 나타났으며, ‘만화’의 경우 ‘지원금액 사용 기준 제한’이 37.5%로 높게 나타남

<표 40> 응답자 특성별 지원사업 수행 시 애로사항

(단위 : 명, %)

구분		사례수	복잡한 지원사업 신청/행정 절차	짧은 수행 기간	지원금액 사용 기준 제한	사업 담당자와의 소통 어려움	기타
전체		80	31.3	21.3	18.8	16.3	12.5
성별	남성	29	34.5	13.8	27.6	13.8	10.3
	여성	51	29.4	25.5	13.7	17.6	13.7
연령	20대 이하	19	31.6	5.3	36.8	15.8	10.5
	30대	37	32.4	27.0	10.8	10.8	18.9
	40대	22	27.3	22.7	18.2	27.3	4.5
	50대 이상	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
주 창작 활동 지역	부산	17	23.5	17.6	11.8	11.8	35.3
	대구	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	인천	8	25.0	37.5	12.5	25.0	0.0
	광주	3	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0
	대전	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	울산	6	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
	세종	3	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3
	경기	7	57.1	0.0	28.6	0.0	14.3
	강원	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	충북	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	충남	3	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0
	전북	9	33.3	33.3	11.1	22.2	0.0
	전남	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	경북	5	0.0	40.0	0.0	40.0	20.0

구분	사례수	복잡한 지원사업 신청/행정 절차	짧은 수행 기간	지원금액 사용 기준 제한	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	
	경남	10	50.0	20.0	30.0	0.0	0.0
	제주	18	44.4	16.7	16.7	5.6	16.7
주 활동 분야	만화	8	25.0	25.0	37.5	0.0	12.5
	음악	5	60.0	20.0	0.0	20.0	0.0
	게임	8	37.5	12.5	25.0	25.0	0.0
	영화	4	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0
	애니메이션	4	25.0	50.0	0.0	25.0	0.0
	방송	9	11.1	33.3	22.2	11.1	22.2
	캐릭터	7	0.0	42.9	28.6	14.3	14.3
	지식정보	7	28.6	0.0	0.0	57.1	14.3
	콘텐츠솔루션	10	30.0	10.0	30.0	10.0	20.0
	기타	11	0.0	0.0	18.2	81.8	0.0

□ 창작 활동 발전을 위해 필요한 지원

- 창작 활동 발전을 위해 필요한 지원에 대해 질문한 결과, ‘콘텐츠 제작에 필요한 개발 장비 및 도구 지원’이 42.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘유통 및 홍보/마케팅 지원’ 39.5%, ‘콘텐츠 관련 교육 지원 및 컨설팅’ 36.9% 등의 순으로 나타남
- 주 창작 활동 지역의 경우, ‘대전’이 ‘저작권, IP, 라이선싱 등에 관한 법률 지원’이 필요하다는 응답이 50.8%로 가장 높았으며, ‘인천’은 ‘콘텐츠 관련 교육 지원 및 컨설팅’이 50.0%로, ‘대구’는 ‘유통 및 홍보/마케팅 지원’이 47.7%로, ‘경기’는 ‘콘텐츠 제작에 필요한 개발 장비 및 도구 지원’이 47.7%로 가장 필요한 지원 사항이라고 응답함
- 주 활동 분야별로는 ‘영화’에서 ‘유통 및 홍보/마케팅 지원’이 54.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘방송’의 경우 ‘저작권, IP, 라이선싱 등에 관한 법률 지원’이 52.6%로 가장 높게 나타남

<표 41> 응답자 특성별 창작 활동 발전을 위해 필요한 지원(3순위 응답)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	콘텐츠 제작에 필요한 개발 장비 및 도구 지원	유통 및 홍보/마케팅 지원	콘텐츠 관련 교육 지원 및 컨설팅	저작권, IP, 라이선싱 등에 관한 법률 지원	콘텐츠 사업화 및 창업 지원	기술적 애로 사항 지원	투자 유치 및 대출 지원	작업 공간 및 입주 시설 지원	정보 교류 및 협력, 네트워킹 지원	취업 관련 지원	기타	
전체	1,139	42.5	39.5	36.9	31.7	27.9	27.8	27.1	23.3	22.7	7.1	1.0	
성별	남성	525	42.5	38.9	36.0	29.9	24.2	29.9	19.8	23.6	6.1	1.1	
	여성	614	42.5	40.1	37.6	33.2	31.1	26.1	24.8	26.2	8.0	0.8	
연령	20대 이하	331	36.9	36.0	36.9	35.3	32.0	32.6	26.0	23.0	21.8	9.1	0.6
	30대	534	45.1	41.4	36.1	32.4	25.3	24.9	27.5	24.2	22.7	6.9	0.9
	40대	216	43.1	39.4	42.1	27.3	29.2	29.2	25.9	23.1	25.0	4.6	0.5
	50대 이상	58	48.3	43.1	24.1	20.7	24.1	22.4	34.5	17.2	20.7	6.9	5.2
주 창작 활동 지역	부산	160	43.1	36.3	39.4	27.5	26.3	25.6	27.5	26.3	5.6	2.5	
	대구	86	43.0	47.7	39.5	32.6	30.2	17.4	27.9	19.8	2.3	0.0	
	인천	94	36.2	36.2	50.0	33.0	23.4	39.4	30.9	19.1	5.3	0.0	
	광주	60	31.7	46.7	48.3	35.0	38.3	13.3	28.3	23.3	11.7	1.7	

구분	사례수	콘텐츠 제작에 필요한 장비 및 도구 지원	유통 및 홍보/마케팅 지원	콘텐츠 관련 교육 지원 및 컨설팅	저작권, IP, 라이선싱 등에 관한 법률 지원	콘텐츠 사업화 및 창업 지원	기술적 애로 사항 지원	투자 유치 및 대출 지원	작업 공간 및 입주 시설 지원	정보 교류 및 협력, 네트워킹 지원	취업 관련 지원	기타	
	대전	65	46.2	43.1	16.9	50.8	20.0	41.5	24.6	27.7	15.4	3.1	3.1
	울산	47	44.7	34.0	40.4	27.7	21.3	34.0	31.9	25.5	21.3	6.4	0.0
	세종	31	41.9	41.9	32.3	19.4	25.8	32.3	16.1	32.3	35.5	3.2	0.0
	경기	235	47.7	40.0	40.9	31.5	23.4	25.5	26.8	23.0	23.4	8.5	0.9
	강원	27	44.4	37.0	22.2	33.3	37.0	22.2	25.9	22.2	11.1	7.4	0.0
	충북	56	35.7	32.1	25.0	42.9	44.6	28.6	44.6	21.4	8.9	7.1	1.8
	충남	45	44.4	44.4	33.3	31.1	26.7	24.4	31.1	15.6	24.4	4.4	0.0
	전북	66	47.0	43.9	27.3	33.3	25.8	25.8	24.2	24.2	22.7	15.2	0.0
	전남	39	46.2	43.6	38.5	25.6	30.8	23.1	20.5	15.4	20.5	7.7	2.6
	경북	40	32.5	42.5	45.0	22.5	17.5	42.5	15.0	17.5	30.0	2.5	0.0
	경남	78	41.0	33.3	28.2	25.6	43.6	30.8	20.5	30.8	30.8	7.7	0.0
	제주	10	30.0	10.0	30.0	30.0	20.0	30.0	40.0	20.0	40.0	40.0	0.0
주 활동 분야	만화	192	40.1	44.3	32.8	34.4	26.0	24.0	26.0	31.8	22.9	5.2	1.6
	음악	148	39.9	43.2	39.2	27.7	23.0	29.7	25.7	24.3	25.7	9.5	0.0
	게임	73	41.1	34.2	39.7	39.7	23.3	28.8	32.9	27.4	26.0	4.1	0.0
	영화	63	47.6	54.0	39.7	28.6	20.6	33.3	23.8	20.6	15.9	3.2	1.6
	애니메이션	78	44.9	44.9	26.9	20.5	23.1	23.1	33.3	24.4	26.9	7.7	1.3
	방송	135	40.7	20.0	39.3	52.6	31.9	40.7	20.0	14.8	14.8	7.4	0.0
	캐릭터	152	40.8	44.7	34.2	28.9	36.2	30.9	25.7	18.4	19.7	9.2	0.0
	지식정보	142	45.8	36.6	39.4	28.2	32.4	21.8	33.1	23.9	22.5	3.5	1.4
	콘텐츠솔루션	118	47.5	39.8	43.2	22.9	25.4	26.3	24.6	18.6	33.1	10.2	0.0
	기타	38	39.5	34.2	31.6	23.7	31.6	7.9	36.8	31.6	15.8	13.2	10.5



## □ 코로나19의 영향

- 코로나19로 인한 창작 활동의 변화의 경우 ‘변화 없음’이 45.0%로 가장 높게 나타났으며 ‘긍정적’ 28.2%, ‘부정적’ 26.8%로 긍정적 변화가 있었다는 응답이 더 높게 나타남
- 성별의 경우 ‘여성’은 긍정적 변화가 있었다는 응답이 29.2%로 부정적 변화 응답률(24.4%)보다 높았으나, ‘남성’의 경우 부정적 변화가 있었다는 응답이 29.5%로 긍정적 변화가 있었다는 비율(27.0%)보다 높게 나타남
- 연령대별로는 ‘20대 이하’의 경우 ‘부정적’ 응답이 29.0%로 ‘긍정적’ (19.6%) 응답률보다 높게 나타나 연령대 중 가장 부정적 영향이 많은 연령대로 나타남
- 지역별로는 ‘충남’이 3.33점(긍정적 44.4%)으로 코로나19로 인해 긍정적 변화가 가장 높은 것으로 나타났고, ‘대전’은 2.60점(긍정적 24.6%)으로 가장 낮은 것으로 나타남
- 주 활동 분야의 경우 ‘게임’ 분야가 3.23점(긍정적 32.9%)으로 긍정적 변화가 가장 높은 것으로 나타났고, ‘방송’의 경우 2.53점(부정적 51.1%)으로 부정적 변화가 가장 높은 것으로 나타남

<표 42> 응답자 특성별 코로나19로 인한 창작 활동의 변화

(단위 : 명, %)

구분	사례수	① 부정적 변화	② ---	③ 변화 없음	④ ---	⑤ 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]	
<b>전체</b>	<b>1,139</b>	<b>9.3</b>	<b>17.5</b>	<b>45.0</b>	<b>20.3</b>	<b>7.9</b>	<b>26.8</b>	<b>28.2</b>	<b>3.00</b>	
성별	남성	525	11.6	17.9	43.4	19.2	7.8	29.5	27.0	2.94
	여성	614	7.3	17.1	46.4	21.2	8.0	24.4	29.2	3.05
연령	20대 이하	331	9.1	19.9	51.4	12.1	7.6	29.0	19.6	2.89
	30대	534	7.7	15.9	46.6	24.3	5.4	23.6	29.8	3.04
	40대	216	13.4	18.5	33.3	21.8	13.0	31.9	34.7	3.02
	50대 이상	58	10.3	13.8	37.9	24.1	13.8	24.1	37.9	3.17
주 창작 활동 지역	부산	160	4.4	13.1	54.4	20.6	7.5	17.5	28.1	3.14
	대구	86	11.6	16.3	46.5	14.0	11.6	27.9	25.6	2.98
	인천	94	6.4	27.7	42.6	19.1	4.3	34.0	23.4	2.87
	광주	60	11.7	15.0	46.7	18.3	8.3	26.7	26.7	2.97
	대전	65	29.2	12.3	33.8	18.5	6.2	41.5	24.6	2.60
	울산	47	12.8	12.8	42.6	27.7	4.3	25.5	31.9	2.98
	세종	31	12.9	19.4	29.0	22.6	16.1	32.3	38.7	3.10
	경기	235	8.1	18.7	48.5	17.9	6.8	26.8	24.7	2.97
강원	27	18.5	11.1	44.4	14.8	11.1	29.6	25.9	2.89	

구분		사례수	① 부정적 변화	② ---	③ 변화 없음	④ ---	⑤ 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
	충북	56	8.9	39.3	33.9	14.3	3.6	48.2	17.9	2.64
	충남	45	4.4	8.9	42.2	37.8	6.7	13.3	44.4	3.33
	전북	66	6.1	15.2	45.5	19.7	13.6	21.2	33.3	3.20
	전남	39	7.7	12.8	35.9	38.5	5.1	20.5	43.6	3.21
	경북	40	7.5	17.5	37.5	30.0	7.5	25.0	37.5	3.13
	경남	78	6.4	15.4	51.3	14.1	12.8	21.8	26.9	3.12
	제주	10	10.0	20.0	40.0	30.0	0.0	30.0	30.0	2.90
주 활동 분야	만화	192	4.2	11.5	55.7	22.4	6.3	15.6	28.6	3.15
	음악	148	12.2	24.3	35.1	23.6	4.7	36.5	28.4	2.84
	게임	73	2.7	13.7	50.7	23.3	9.6	16.4	32.9	3.23
	영화	63	9.5	11.1	54.0	12.7	12.7	20.6	25.4	3.08
	애니메이션	78	7.7	7.7	52.6	24.4	7.7	15.4	32.1	3.17
	방송	135	18.5	32.6	31.1	12.6	5.2	51.1	17.8	2.53
	캐릭터	152	10.5	17.8	46.1	19.7	5.9	28.3	25.7	2.93
	지식정보	142	7.0	19.7	41.5	19.0	12.7	26.8	31.7	3.11
	콘텐츠솔루션	118	7.6	10.2	47.5	27.1	7.6	17.8	34.7	3.17
	기타	38	15.8	18.4	39.5	7.9	18.4	34.2	26.3	2.95

□ 코로나19의 부정적 영향

- 코로나19의 확산으로 인한 부정적 변화의 경우 ‘창작 활동 수입 감소’가 61.3%로 가장 높게 나타났으며 다음으로 ‘창작 활동 의욕 감소’ 31.8%, ‘창작 및 발표 공간 폐쇄’ 25.2% 등의 순으로 나타남
- 연령대별로는 ‘50대 이상’에서 ‘창작 활동 수입 감소’와 ‘비대면 콘텐츠 전환의 현실적 어려움 및 한계’가 50.0%로 높게 나타남
- 주 창작 활동 지역의 경우 대부분 지역에서 ‘창작 활동 수입 감소’가 높게 나타났으나 ‘인천’의 경우 ‘창작 활동 중단’이 53.1%로 가장 높게 나타남
- 주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘창작 활동 수입 감소’가 높게 나타났으나 ‘영화’의 경우 ‘관객 및 창작인 소통 기회 단절’이 61.5%로 높게 나타났으며, 그 외에도 ‘게임’이 ‘창작 및 발표 공간 폐쇄’(41.7%), ‘콘텐츠솔루션’이 ‘비대면 콘텐츠 전환의 현실적 어려움 및 한계’(57.1%) 등 비교적 높게 나타남

<표 43> 응답자 특성별 코로나19의 확산으로 인한 부정적 변화(복수응답)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	창작 활동 수입 감소	창작 활동 의욕 감소	창작 및 발표 공간 폐쇄	비대면 콘텐츠 전환의 현실적 어려움 및 한계	관객 및 창작인 소통 기회 단절	심리적 우울, 불안감, 무력감 등	창작 활동 중단	대관/계약 취소	기타
전체	305	61.3	31.8	25.2	24.6	21.0	20.3	19.7	14.4	1.3
성별	남성	155	60.6	27.7	25.2	21.3	20.0	16.1	16.1	1.9
	여성	150	62.0	36.0	25.3	28.0	22.0	24.7	23.3	0.7
연령	20대 이하	96	61.5	25.0	14.6	14.6	11.5	20.8	24.0	6.3
	30대	126	60.3	34.1	32.5	31.7	27.0	23.8	17.5	19.8
	40대	69	65.2	37.7	26.1	20.3	23.2	14.5	17.4	17.4
	50대 이상	14	50.0	28.6	28.6	50.0	21.4	14.3	21.4	7.1
주 창작 활동 지역	부산	28	57.1	50.0	32.1	28.6	21.4	28.6	7.1	17.9
	대구	24	62.5	20.8	29.2	20.8	8.3	20.8	16.7	29.2
	인천	32	31.3	21.9	12.5	15.6	0.0	3.1	53.1	15.6
	광주	16	75.0	31.3	12.5	18.8	31.3	43.8	25.0	12.5
	대전	27	81.5	18.5	18.5	14.8	18.5	11.1	7.4	14.8
울산	12	50.0	16.7	33.3	33.3	25.0	33.3	16.7	8.3	0.0

구분	사례수	창작 활동 수입 감소	창작 활동 의욕 감소	창작 및 발표 공간 폐쇄	비대면 콘텐츠 전환의 현실적 어려움 및 한계	관객 및 창작인 소통 기회 단절	심리적 우울, 불안감, 무력감 등	창작 활동 중단	대관/계약 취소	기타	
	세종	10	40.0	20.0	50.0	30.0	50.0	10.0	0.0	30.0	0.0
	경기	63	61.9	31.7	30.2	27.0	31.7	20.6	19.0	14.3	0.0
	강원	8	50.0	37.5	0.0	25.0	25.0	37.5	12.5	12.5	0.0
	충북	27	88.9	70.4	11.1	25.9	14.8	7.4	11.1	0.0	0.0
	충남	6	66.7	0.0	50.0	0.0	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	전북	14	64.3	21.4	28.6	21.4	28.6	42.9	14.3	21.4	7.1
	전남	8	50.0	25.0	12.5	25.0	12.5	12.5	12.5	12.5	0.0
	경북	10	40.0	10.0	40.0	30.0	10.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	경남	17	76.5	47.1	29.4	47.1	17.6	29.4	41.2	11.8	0.0
	제주	3	33.3	33.3	66.7	33.3	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0
주 활동 분야	만화	30	53.3	40.0	30.0	13.3	16.7	43.3	10.0	10.0	6.7
	음악	54	61.1	37.0	22.2	24.1	24.1	18.5	22.2	25.9	0.0
	게임	12	50.0	25.0	41.7	16.7	16.7	25.0	25.0	25.0	0.0
	영화	13	53.8	23.1	15.4	38.5	61.5	23.1	23.1	7.7	0.0
	애니메이션	12	66.7	33.3	33.3	16.7	8.3	16.7	16.7	16.7	0.0
	방송	69	65.2	31.9	11.6	11.6	8.7	10.1	29.0	7.2	0.0
	캐릭터	43	58.1	32.6	37.2	30.2	25.6	18.6	16.3	9.3	0.0
	지식정보	38	68.4	26.3	18.4	28.9	13.2	10.5	10.5	18.4	0.0
	콘텐츠솔루션	21	66.7	23.8	38.1	57.1	33.3	33.3	9.5	14.3	0.0
기타	13	53.8	30.8	46.2	38.5	46.2	38.5	30.8	15.4	15.4	

□ 코로나19의 긍정적 영향

- 코로나19의 확산으로 인한 긍정적 변화의 경우 ‘새로운 유통 방식 발굴’이 33.6%로 가장 높게 나타남
- 대부분의 연령에서 ‘새로운 유통 방식 발굴’이 높게 나타났으나, ‘30대’의 경우 ‘창작 활동 수입 증가’가 32.7%로 높게 나타남
- 대부분 지역에서 ‘새로운 유통 방식 발굴’이 높게 나타났으나, ‘울산’이 ‘관객 및 창작인 소통 기회 증가’가 60.0%로 높게 나타남
- 주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘새로운 유통 방식 발굴’이 높게 나타났으나, ‘영화’의 경우 43.8%의 비율로 ‘새로운 창작 및 발표 공간 확보’가 코로나 19의 긍정적 영향이라고 응답하였으며, ‘만화’는 40.0%의 비율로 ‘창작 활동 수입 증가’를, ‘게임’은 37.5%의 비율로 ‘관객 및 창작인 소통 기회 증가’를 긍정적 영향으로 꼽음

<표 44> 응답자 특성별 코로나19의 확산으로 인한 긍정적 변화(복수응답)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	새로운 유통 방식 발굴	관객 및 창작인 소통 기회 증가	창작 활동 수입 증가	새로운 창작 및 발표 공간 확보	비대면 콘텐츠 전환과 관련한 교육 기회 증가	대관/계약 증가	창작 분야의 정부 지원 확대	기타	
전체	321	33.6	27.1	26.2	24.3	24.0	21.2	11.5	0.3	
성별	남성	142	32.4	23.9	23.9	26.8	18.3	22.5	10.6	0.0
	여성	179	34.6	29.6	27.9	22.3	28.5	20.1	12.3	0.6
연령	20대 이하	65	36.9	24.6	33.8	24.6	29.2	18.5	13.8	0.0
	30대	159	29.6	25.8	32.7	24.5	20.8	20.8	7.5	0.6
	40대	75	38.7	32.0	10.7	24.0	26.7	22.7	16.0	0.0
	50대 이상	22	36.4	27.3	9.1	22.7	22.7	27.3	18.2	0.0
주 창작 활동 지역	부산	45	28.9	22.2	28.9	20.0	28.9	22.2	6.7	0.0
	대구	22	13.6	18.2	27.3	18.2	31.8	18.2	0.0	0.0
	인천	22	40.9	27.3	27.3	36.4	22.7	13.6	13.6	0.0
	광주	16	31.3	25.0	18.8	18.8	6.3	37.5	18.8	0.0
	대전	16	37.5	18.8	31.3	18.8	18.8	18.8	12.5	0.0
	울산	15	13.3	60.0	26.7	26.7	20.0	6.7	13.3	0.0
	세종	12	33.3	25.0	16.7	25.0	16.7	0.0	8.3	8.3
경기	58	48.3	22.4	25.9	29.3	29.3	19.0	15.5	0.0	

구분	사례수	새로운 유통 방식 발굴	관객 및 창작인 소통 기회 증가	창작 활동 수입 증가	새로운 창작 및 발표 공간 확보	비대면 콘텐츠 전환과 관련한 교육 기회 증가	대관/계약 증가	창작 분야의 정부 지원 확대	기타	
	강원	7	57.1	14.3	28.6	0.0	28.6	57.1	14.3	0.0
	충북	10	30.0	20.0	40.0	30.0	30.0	10.0	0.0	0.0
	충남	20	20.0	30.0	15.0	15.0	20.0	40.0	5.0	0.0
	전북	22	27.3	45.5	27.3	31.8	27.3	18.2	13.6	0.0
	전남	17	29.4	35.3	29.4	35.3	5.9	41.2	17.6	0.0
	경북	15	40.0	40.0	26.7	20.0	13.3	33.3	13.3	0.0
	경남	21	42.9	19.0	23.8	19.0	33.3	4.8	19.0	0.0
	제주	3	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
주 활동 분야	만화	55	30.9	20.0	40.0	30.9	25.5	21.8	9.1	0.0
	음악	42	50.0	33.3	14.3	33.3	23.8	23.8	11.9	0.0
	게임	24	33.3	37.5	33.3	33.3	8.3	16.7	8.3	0.0
	영화	16	31.3	31.3	18.8	43.8	6.3	31.3	18.8	0.0
	애니메이션	25	40.0	16.0	24.0	28.0	8.0	24.0	20.0	0.0
	방송	24	29.2	29.2	41.7	20.8	16.7	25.0	4.2	4.2
	캐릭터	39	23.1	17.9	38.5	7.7	43.6	15.4	5.1	0.0
	지식정보	45	24.4	28.9	20.0	17.8	35.6	15.6	8.9	0.0
	콘텐츠솔루션	41	41.5	36.6	4.9	19.5	14.6	29.3	17.1	0.0
기타	10	30.0	20.0	30.0	10.0	50.0	0.0	30.0	0.0	

□ 지역에서 창작 활동을 하는 가장 주된 이유

- 창작자가 현 지역에서 창작 활동을 하는 가장 주된 이유의 경우 ‘현재 거주하는 곳이라서’의 응답이 43.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘지역 출신이라서’라는 응답이 26.2%로 많음
- 지역별로 살펴보면, ‘경남’의 경우 ‘현재 거주하는 곳이라서’라는 응답이 60.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘충북’의 경우 ‘지역 출신이라서’가 51.8%로 다른 지역에 비해 높게 나타남
- 한편, ‘제주’의 경우 다른 지역과는 다르게 ‘창작에 아이디어(영감)를 얻을 수 있는 장소라서’가 50.0%로 가장 높게 나타남
- 주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘현재 거주하는 곳이라서’가 높게 나타났으나 ‘방송’의 경우 ‘지역 출신이라서’가 42.2%로 높게 나타남

<표 45> 응답자 특성별 현 지역에서 창작 활동을 하는 가장 주된 이유

(단위 : 명, %)

구분	사례수	현재 거주하는 곳이라서	지역 출신이라서	데뷔(첫 활동)한 곳이라서	정부 혹은 지원기관의 혜택이 우수해서	창작 활동을 하기 위한 시설, 여건이(인프라) 좋아서	협업할 수 있는 동료, 네트워크가 많아서	창작 활동을 통한 경제적 수입이 좋아서	창작에 아이디어(영감)를 얻을 수 있는 장소라서	지역 소비 수요가 높아서	기타	
전체	1,139	43.8	26.2	6.8	6.3	5.1	4.6	4.0	2.0	0.6	0.5	
성별	남성	525	35.0	25.0	9.3	8.2	5.9	5.3	5.7	3.6	1.3	0.6
	여성	614	51.3	27.2	4.7	4.7	4.4	3.9	2.6	0.7	0.0	0.5
연령	20대 이하	331	41.7	32.3	5.4	5.1	4.2	3.9	3.6	1.5	0.6	1.5
	30대	534	46.8	24.0	7.9	5.4	5.2	4.3	2.6	2.6	0.9	0.2
	40대	216	38.0	24.1	7.9	10.2	6.0	6.0	7.4	0.5	0.0	0.0
	50대 이상	58	50.0	19.0	1.7	6.9	5.2	5.2	6.9	5.2	0.0	0.0
주 창작 활동 지역	부산	160	38.1	25.0	7.5	6.3	6.9	6.9	5.6	2.5	1.3	0.0
	대구	86	40.7	32.6	7.0	5.8	3.5	5.8	3.5	1.2	0.0	0.0
	인천	94	51.1	21.3	7.4	5.3	5.3	4.3	2.1	1.1	1.1	1.1
	광주	60	46.7	26.7	5.0	1.7	5.0	8.3	3.3	3.3	0.0	0.0
	대전	65	23.1	49.2	4.6	4.6	7.7	3.1	3.1	1.5	1.5	1.5
	울산	47	44.7	25.5	12.8	4.3	6.4	0.0	4.3	2.1	0.0	0.0
	세종	31	29.0	25.8	6.5	9.7	9.7	0.0	19.4	0.0	0.0	0.0

구분	사례수	현재 거주하는 곳 이라서	지역 출신 이라서	데뷔 (첫 활동) 한 곳 이라서	정부 혹은 지원 기관의 혜택이 우수 해서	창작 활동을 하기 위한 시설, 여건이 (인프라) 좋아서	협업할 수 있는 동료, 네트워크가 많아서	창작 활동을 통한 경제적 수입이 좋아서	창작에 아이 디어 (영감) 를 얻을 수 있는 장소 라서	지역 소비 수요가 높아서	기타	
주요 분야	경기	235	57.0	17.4	5.1	3.4	6.8	5.5	3.0	0.9	0.0	0.9
	강원	27	44.4	22.2	11.1	3.7	0.0	3.7	3.7	7.4	3.7	0.0
	충북	56	25.0	51.8	5.4	12.5	0.0	3.6	0.0	0.0	1.8	0.0
	충남	45	33.3	22.2	6.7	6.7	8.9	6.7	13.3	2.2	0.0	0.0
	전북	66	42.4	28.8	6.1	10.6	1.5	1.5	6.1	3.0	0.0	0.0
	전남	39	38.5	25.6	10.3	12.8	5.1	5.1	2.6	0.0	0.0	0.0
	경북	40	40.0	25.0	2.5	20.0	2.5	5.0	0.0	2.5	2.5	0.0
	경남	78	60.3	19.2	10.3	5.1	0.0	1.3	1.3	0.0	0.0	2.6
	제주	10	10.0	20.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
주요 분야	만화	192	43.2	29.2	4.7	6.3	4.2	4.2	4.2	2.1	0.5	1.6
	음악	148	37.8	27.0	11.5	7.4	5.4	5.4	4.1	1.4	0.0	0.0
	게임	73	35.6	20.5	5.5	8.2	12.3	8.2	5.5	2.7	1.4	0.0
	영화	63	33.3	7.9	6.3	19.0	11.1	7.9	11.1	1.6	1.6	0.0
	애니메이션	78	42.3	16.7	12.8	9.0	9.0	5.1	1.3	3.8	0.0	0.0
	방송	135	40.0	42.2	7.4	2.2	1.5	3.0	1.5	2.2	0.0	0.0
	캐릭터	152	47.4	28.9	3.9	3.3	5.3	5.3	2.6	2.0	0.7	0.7
	지식정보	142	57.7	19.0	7.0	3.5	2.8	2.8	3.5	2.1	1.4	0.0
	콘텐츠솔루션	118	39.8	24.6	6.8	9.3	4.2	4.2	7.6	1.7	0.8	0.8
기타	38	65.8	31.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	



□ 지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대한 만족도

- 지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대한 만족도의 경우 ‘만족’이 43.3%로 가장 높게 나타남
- 성별의 경우 ‘남성’이 평균 3.36점(만족 47.4%)으로 ‘여성’ 3.24점(만족 39.7%)보다 높게 나타났으며, 연령대별로는 ‘50대 이상’이 3.47점(만족 48.3%)으로 지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대해 가장 만족하고 있는 것으로 나타남
- 주 창작 활동 지역의 경우 ‘제주’의 경우 평균 4.00점(만족 90.0%)으로 창작 환경에 대한 만족도가 가장 높았으며, ‘경남’의 경우 2.91점(만족 21.8%)으로 창작 환경에 대한 만족도가 가장 낮게 나타남
- 주 활동 분야의 경우 ‘방송’이 평균 3.53점(만족 63.0%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘기타’를 제외하고 ‘캐릭터’ 분야가 2.98점(만족 30.3%)으로 가장 낮게 나타남

<표 46> 응답자 특성별 지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대한 만족도

(단위 : 명, % 점)

구분		사례수	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체		1,139	4.0	13.3	39.4	35.9	7.4	17.3	43.3	3.29
성별	남성	525	4.8	9.9	37.9	39.2	8.2	14.7	47.4	3.36
	여성	614	3.3	16.3	40.7	33.1	6.7	19.5	39.7	3.24
연령	20대 이하	331	3.0	13.9	37.2	39.0	6.9	16.9	45.9	3.33
	30대	534	4.1	14.0	41.9	35.0	4.9	18.2	39.9	3.22
	40대	216	5.1	11.1	37.5	34.7	11.6	16.2	46.3	3.37
	50대 이상	58	3.4	12.1	36.2	31.0	17.2	15.5	48.3	3.47
주 창작 활동 지역	부산	160	1.9	8.1	38.8	41.9	9.4	10.0	51.3	3.49
	대구	86	2.3	14.0	45.3	31.4	7.0	16.3	38.4	3.27
	인천	94	2.1	14.9	34.0	42.6	6.4	17.0	48.9	3.36
	광주	60	5.0	16.7	38.3	31.7	8.3	21.7	40.0	3.22
	대전	65	3.1	10.8	40.0	40.0	6.2	13.8	46.2	3.35
	울산	47	6.4	14.9	44.7	29.8	4.3	21.3	34.0	3.11
	세종	31	6.5	6.5	29.0	41.9	16.1	12.9	58.1	3.55
	경기	235	3.0	11.5	44.3	33.6	7.7	14.5	41.3	3.31
	강원	27	7.4	3.7	37.0	44.4	7.4	11.1	51.9	3.41
	충북	56	7.1	12.5	35.7	42.9	1.8	19.6	44.6	3.20
	충남	45	2.2	15.6	40.0	35.6	6.7	17.8	42.2	3.29
	전북	66	6.1	24.2	28.8	30.3	10.6	30.3	40.9	3.15
	전남	39	2.6	10.3	33.3	51.3	2.6	12.8	53.8	3.41
경북	40	7.5	17.5	37.5	32.5	5.0	25.0	37.5	3.10	

구분		사례수	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
	경남	78	7.7	23.1	47.4	14.1	7.7	30.8	21.8	2.91
	제주	10	0.0	0.0	10.0	80.0	10.0	0.0	90.0	4.00
주 활동 분야	만화	192	4.2	13.0	36.5	40.6	5.7	17.2	46.4	3.31
	음악	148	3.4	18.2	28.4	43.2	6.8	21.6	50.0	3.32
	게임	73	0.0	6.8	46.6	37.0	9.6	6.8	46.6	3.49
	영화	63	3.2	3.2	57.1	20.6	15.9	6.3	36.5	3.43
	애니메이션	78	2.6	10.3	41.0	38.5	7.7	12.8	46.2	3.38
	방송	135	4.4	5.9	26.7	58.5	4.4	10.4	63.0	3.53
	캐릭터	152	8.6	20.4	40.8	25.0	5.3	28.9	30.3	2.98
	지식정보	142	2.1	9.2	54.9	21.8	12.0	11.3	33.8	3.32
	콘텐츠솔루션	118	1.7	16.1	39.0	36.4	6.8	17.8	43.2	3.31
	기타	38	10.5	36.8	34.2	15.8	2.6	47.4	18.4	2.63

□ 지역 콘텐츠 산업의 한계점

- 지역 내 콘텐츠 산업의 한계점의 경우 '정책지원 부족'이 39.4%로 가장 높았으며, 다음으로 '마케팅 능력 부족' 29.8%, '인프라 부족' 28.2%, '지역 소비자 이해 부족' 26.4% 등의 순으로 나타남
- 주 창작 활동 지역의 경우 대부분 지역에서 '정책지원 부족'을 지역 콘텐츠 산업의 한계점으로 꼽았으나, '대전'의 경우 '인프라 부족'이 49.2%로 가장 높게 나타났으며, '세종'의 경우 '전문인력 부족'이 35.5%, '울산'은 '마케팅 능력 부족'이 48.9%로 가장 높게 나타남
- 주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 '정책지원 부족'이 지역 콘텐츠 산업의 한계점으로 꼽았으나, '방송'의 경우 '지역 소비자 이해 부족'이라는 응답이 48.9%로 가장 높게 나타났으며, '게임'은 '전문인력 부족'과 '정책지원 부족'(32.9%)을, '영화'는 '마케팅 능력 부족'(42.9%)을 산업의 한계점으로 응답함

<표 47> 응답자 특성별 지역 내 콘텐츠 산업의 한계점

(단위 : 명, %)

구분	사례수	정책 지원 부족	마케팅 능력 부족	인프라 부족	지역 소비자 이해 부족	전문 인력 부족	기획/창작력 부족	교육 및 컨설팅 부족	영세한 자본	기타	
전체	1,139	39.4	29.8	28.2	26.4	26.3	20.6	16.7	7.3	0.4	
성별	남성	525	36.6	31.2	24.2	26.3	27.4	21.3	17.9	6.3	0.4
	여성	614	41.9	28.5	31.6	26.5	25.4	20.0	15.6	8.1	0.5
연령	20대 이하	331	36.0	28.7	34.7	30.5	21.5	21.8	15.4	7.3	0.0
	30대	534	40.8	31.3	26.4	23.2	26.6	18.9	19.1	7.7	0.7
	40대	216	41.2	26.9	23.1	29.6	31.0	24.1	12.5	7.4	0.5
	50대 이상	58	39.7	32.8	25.9	20.7	34.5	17.2	17.2	3.4	0.0

구분	사례수	정책 지원 부족	마케팅 능력 부족	인프라 부족	지역 소비자 이해 부족	전문 인력 부족	기획/ 창작력 부족	교육 및 컨설팅 부족	영세한 자본	기타	
주 창작 활동 지역	부산	160	36.3	30.0	27.5	26.9	30.0	15.6	20.6	6.9	1.9
	대구	86	47.7	36.0	17.4	22.1	25.6	18.6	19.8	4.7	0.0
	인천	94	44.7	21.3	20.2	34.0	25.5	19.1	18.1	10.6	0.0
	광주	60	35.0	31.7	35.0	20.0	33.3	25.0	16.7	3.3	0.0
	대전	65	32.3	24.6	49.2	41.5	21.5	16.9	7.7	4.6	0.0
	울산	47	36.2	48.9	23.4	12.8	19.1	29.8	14.9	4.3	0.0
	세종	31	25.8	32.3	29.0	22.6	35.5	16.1	12.9	12.9	0.0
	경기	235	44.7	32.3	24.7	21.7	22.1	24.3	17.9	7.2	0.0
	강원	27	33.3	22.2	40.7	29.6	14.8	3.7	29.6	14.8	0.0
	충북	56	26.8	19.6	44.6	39.3	17.9	33.9	5.4	7.1	1.8
	충남	45	40.0	28.9	24.4	28.9	28.9	17.8	17.8	8.9	0.0
	전북	66	45.5	33.3	24.2	28.8	30.3	13.6	13.6	10.6	0.0
	전남	39	48.7	23.1	20.5	35.9	30.8	25.6	10.3	2.6	0.0
	경북	40	30.0	25.0	30.0	25.0	37.5	25.0	17.5	0.0	0.0
	경남	78	38.5	30.8	33.3	19.2	26.9	21.8	14.1	12.8	1.3
제주	10	30.0	10.0	30.0	30.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	
주 활동 분야	만화	192	37.5	33.3	31.3	20.8	30.2	18.2	16.1	5.7	1.6
	음악	148	43.2	25.7	26.4	27.0	25.7	21.6	16.9	5.4	0.0
	게임	73	32.9	31.5	23.3	19.2	32.9	17.8	26.0	6.8	0.0
	영화	63	34.9	42.9	14.3	28.6	34.9	19.0	15.9	6.3	0.0
	애니메이션	78	43.6	30.8	16.7	19.2	34.6	20.5	24.4	5.1	0.0
	방송	135	37.0	18.5	39.3	48.9	12.6	16.3	11.1	10.4	0.0
	캐릭터	152	45.4	36.8	36.8	19.1	21.7	23.0	11.8	3.9	0.0
	지식정보	142	39.4	26.1	26.8	25.4	25.4	25.4	19.0	9.2	0.0
	콘텐츠솔루션	118	37.3	32.2	21.2	28.0	29.7	25.4	17.8	6.8	0.0
기타	38	36.8	18.4	28.9	26.3	26.3	10.5	13.2	26.3	5.3	

## □ 창작자 FGI 주요 결과

### 1) 광주/전북/전남

#### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

##### 공통

- 웹툰의 경우 에이전시가 수도권에 많이 있어 미팅 시 불편함
- 지역 내에서 지역 창작자가 수도권 창작자보다 떨어진다는 선입견이 있음
- 방송 분야의 경우 경기도나 서울에 비해 처우나 교육의 기회가 떨어짐

##### 광주

- ACC(국립아시아문화전당)에서 다양한 서비스를 지원하고 있어서 다른 지역에 비해 큰 장점이고 주변 지역까지 활성화한다는 점에서도 긍정적임
- 협업을 위한 인력이 부족하며, 주제의 다양성 측면에서도 서울/경기에 비해 시장이 좁음
- 광주 구도심은 미디어아트 경영에 매몰되어 있다고 느낌
- 문화도시라는 타이틀이 무색할 정도로 미술관이나 공연장 등 문화예술 인프라가 빈약하다고 생각함

##### 전북

- 전북 지역에서 진행되는 지원사업이 많고 작품을 하기 위한 장소, 소재들이 풍부함
- 전주 도서관에서 진행되는 세미나, 강연도 분야가 다양하고 많아서 만족함

##### 전남

- 웹툰은 인력이 필요한 작업인데, 전남 지역은 인력이 매우 부족함

#### 나) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

##### 공통

- 대다수가 음악 분야 지원이 적다고 느낌
- 네트워킹이 활발히 되기 위해서 콘텐츠코리아랩이 거점 역할을 해주길 바람
- 교통비 지원 등 보다 실질적인 지원을 통해 네트워킹 모집에 참여를 독려하면 좋겠음
- 장소가 아닌, 온라인으로도 네트워킹할 수 있다고 생각하며, 지역 창작자의 정보를 확인할

수 있는 플랫폼을 통해서도 네트워킹할 수 있다고 생각함

- 사업 공모 전 사업설명회 겸 네트워킹을 하여 목적이 있는 네트워킹 자리를 마련해 주길 바람
- 지역 소재를 사용하면 다른 지역 소비자에 공감을 얻기 어려워 범용적인 인기를 끌기엔 한계가 있음
- 지역 소재의 콘텐츠를 제작하면 지역 내에선 한 번이라도 더 활용되는 장점이 있음
- 지역의 특화 소재로 창작을 하는 데에 한계가 있지만, 지원이 된다면 할 의향은 있음
- 지역 사업기관의 행정 처리 과정이 만족스럽지 않은 경우가 있음
- 같은 권역 내에서도 지역별로 특화하는 콘텐츠 분야가 없고, 모든 분야를 지원하다 보니 오히려 경쟁력이 약화함

### 광주

- 광주는 대부분 AI, 메타버스, 미디어파사드에 지원을 많이 하고 있다고 생각함
- 광주 지역 창작자 커뮤니티/네트워킹은 다른 지역에 비해 부족하다고 느끼며, 모임이나 연대가 없어, 관련 행사가 생기거나 규모가 커지지 않는다고 생각함
- 광주 지역은 지역 콘텐츠로 제작할 소재가 적고 소스들이 아카이빙 되어있지 않은 점이 아쉬움
- 다른 지역 소비자들에게 광주 지역의 상징적인 5.18 외 다른 모습을 콘텐츠로 보여줄 수 있다는 점이 매력 있게 느껴짐
- 광주 지역의 경우, 대부분의 콘텐츠 소재들이 5.18이며, 공모 선정 작품도 5.18, 광주의 열과 정신에 한정되어 있어 다양한 소재의 작품을 찾아보기 힘들

### 전북

- 전북은 공연과 음악에 지원을 많이 하고 있다고 생각함
- 전북은 작가(글)와 미디어아트에 지원이 적다고 느낌
- 전북 지역 네트워킹은 잘 구축돼있다고 느낌
- 전북의 경우, 지역의 가치와 맞지 않는 사업을 추진하려고 해서 아쉬움

### 다) 지역 지원사업에 대한 의견 조사

- 지원사업을 수행한 후 스스로 연계해서 작업을 이어 나갈 수 있기 어려운 구조임
- 지원사업을 수행하다 보면 서류 준비가 가장 큰 걸림돌로 작용함. 필요 없는 서류를 줄이거나 서류 지원을 받을 수 있는 시스템이 잘 구축돼있으면 좋겠음

- 이나라도움 이용에 대한 안내서나 전문 응대자가 있으면 좋겠음
- 주거 지역까지 시에서 마련해주는 파격적인 지원을 통해 수도권외의 경쟁우위를 깨뜨려야 한다고 생각함
- 문화재단과 정보문화산업진흥원이 서로 협업하여 문화재단에서 발견한 좋은 소스를 진흥원에서 산업화할 수 있으면 좋겠음
- 스토리 지원을 받은 창작자의 경우 그다음 스텝인 웹툰 상업화로 연계가 될 수 있도록 지원 사업을 개연성 있게 해주면 좋겠음

## 2) 부산/울산/경남

### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

#### 부산

- 부산의 경우, 창작자 커뮤니티나 콘텐츠 관련 기관이 많아 창작에 필요한 장비나 공간대여에 어려움이 없고, 담당자와 소통도 원활한 편이라고 느낌

#### 울산

- 울산의 경우 콘텐츠 기관이 많고 질 높은 강의와 강연이 많은 것에 비해 창작자 참여율이 저조한 것이 아쉬운 점임
- 울산 근처 지역인 부산이나 경주보다 문화 시설이 잘 갖추어져 있지 않아 지역민들이 문화를 즐기지 않는 것 같고, 문화생활을 위해 다른 지역으로 이동해야 하는 단점이 있음
- 울산은 부산이나 서울에 비해 공간대여가 부족하다고 느끼고, 울산 콘텐츠코리아랩도 직장을 다니면서 창작하는 창작자에게는 강의 시간이 한정되어 있어 활용도가 낮음

#### 경남

- 창원외의 경우 작년 새로 생긴 미디어 센터 덕분에 창작에 입문하기 좋은 환경이 됨
- 경남의 경우 고가의 장비를 지원하는 업체가 없어 부산이나 서울로 가서 계약을 체결해야 하는 불편함이 있음

### 나) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

#### 공통

- 대다수가 특정 분야를 지원하고 있다는 느낌을 받지 못했으며, 오히려 모든 분야를 지원하

다 보니 지역 특화 분야라는 말이 희미해지고 있다고 생각함

- 처음 창작을 시작하거나, 지원을 요청하거나, 정책을 추진할 때 연대가 있으면 확실히 도움이 되리라 생각함
- 경제적 이득, 지역에 대한 애착 등 다양한 이유로 향후 지역 특화 콘텐츠 제작을 하고 싶어 하는 창작자가 많았음
- 상업적인 가치를 가진 작품 외에도 다양한 주제로 창작하는 창작자를 지원해주길 바람
- 지자체에서 지역 영상 촬영 시 서울이나, 타 업체에 외주를 주기도 하는데, 지역 내 창작자나 지역 내 사업체를 활용해야 한다고 생각함
- 사업이 일 년 내 골고루 공모되지 않고 특정 시기에 몰려 있고 기간이 짧음

### 부산

- 부산의 경우 웹툰 분야에서 스튜디오 체제가 들어서면서 1인 작가들이 설 자리가 없어지고 있다고 느낌 1인 작가에 대한 지원이 더 늘어야 한다고 생각함
- 부산/경남의 경우, 부산-경남 만화가 연대가 12년도에 출범해 현재까지 활발하게 운영하고 있어서 창작자 간 커뮤니티가 잘 구축된 편임

### 울산

- 울산의 경우 일부는 3D 프린팅, 코딩, AI, AR, VR을 지원해주고 있다고 느낌
- 울산의 경우 ‘울산큰애기’ 캐릭터를 너무 밀어줘서 다른 캐릭터가 설 자리가 없음
- 울산 하면 ‘고래’처럼 뻥한 지역 소재를 활용한 작품을 공모해야 지원 선정 시 유리하게 작용하는 것 같았음. 주제의 자유성이 보장되어야 다양한 주제를 발굴할 수 있고 지역 콘텐츠가 활성화될 수 있으리라 생각함

### 경남

- 창원외의 경우, 최근 메타버스를 지원하고 있다고 느끼며, 웹툰 캠퍼스에 지원을 많이 해주는 걸 보고 웹툰을 밀어주고 있는 것 같다고 생각함

### 다) 지역 지원사업에 대한 의견 조사

- 지원사업 관련 서류가 너무 많아 정작 지원이 필요한 창작자는 지원을 못 함
- 사업대상자 선정 시 경력의 비중을 줄이고 아이디어 위주로 선정해주길 바람
- 다양한 시간대에 강의가 생기면 좋겠음



### 3) 대구/경북

#### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

##### 공통

- 서울지역보다 공유오피스나, 사무실 임대, 장비/시설 임대 지원사업이 부족함

##### 대구

- 대구 지역은 인프라도 좋고 현재 활동하고 있는 프로 창작자들도 많음
- 대구의 경우 지원사업이 단발성인 경우가 많고 멘토링 연계가 오래가지 못함

##### 경북

- 경산의 경우 홍보가 부족하여 이용자가 많이 없고 콘텐츠 산업도 다양하지 않음
- 구미나 김천, 대구 서남부 지역의 경우 콘텐츠 관련 기관이 있는 안동까지 이동하기 힘들고 공업지역에 대한 인식 때문인지 인프라나 지원이 매우 부족함

#### 나) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

##### 공통

- 네트워킹 장을 예산상으로도 지원해줬으면 좋겠음
- 일부 참여자들은 제작 이후 상품으로 연결되지 않아 지역 특화 사업 지원을 하지 않는다고 함
- 지원금을 받기 위해 하고자 하는 작품보다는 선정 요건에 맞는 작품을 제작해야 하는 점이 아쉬움

##### 대구

- 대구의 경우 웹툰, 이모티콘, 웹소설 지원을 많이 하고 있다고 느끼지만 트렌드에 따라 바뀌는 경우가 대부분임. 한 분야를 꾸준히 밀어주면 좋겠음

•

##### 경북

- 경북 지역은 제조업과 테크놀로지가 결합해야 지원받을 수 있다고 생각함
- 경북 지역 커뮤니티는 부족하다고 느낌
- 경북 지역의 경우 문화예술 행사에 다른 지역 창작자를 섭외하고 있는데, 내부 지역 창작자를 지원하고 육성해주면 좋겠음

#### 다) 지역 지원사업에 대한 의견 조사

- 지역 관광 특화 상품을 만들어서 콘텐츠 사업을 조성하길 바람
- 지역 대상으로 예술가 비자를 주면 좋겠음
- 창작자 커뮤니티가 생겼으면 좋겠고 경산은 청년들이 많이 있는 지역이라는 점을 특화해서 관광 상품이나 캐릭터가 만들어지길 바람

### 4) 경기/인천

#### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

##### 공통

- 지역 내에서 지역 창작자보다 서울지역 창작자를 더 높이 쳐주는 분위기가 있음
- 한동안은 AR, VR, 현재는 메타버스를 지원하는 걸 보면서 지원에 유행이 있다고 느낌

##### 경기

- 콘텐츠 관련 문의를 친절하게 받아주시고 적극적인 자세로 응대해주어서 좋았음
- 부천의 경우, 만화 도시로 조성된 만큼 지원이나 시설들이 좋지만, 입주 모집 인원이 적고 기간도 불규칙적임
- 경기 지역은 콘텐츠들이 사업성에 치중하는 면이 있어서 다양성이 부족하다고 느낌
- 경기도의 범위가 넓어서 지원받으러 중심지(판교)로 이동해야 하는 문제가 있음
- 경기의 경우 다른 지역인 강원도와 비교했을 때 지원사업이 다양하지 않다고 느꼈고, 경기 내부에서도 외곽지역보다 서울과 더 가까운 곳에 지원이 더 적다고 느껴짐
- 경기 지역은 창작자들이 공장을 저렴한 가격으로 임대할 수 있는 지원이 되어있는데 그에 반해, 인천 지역은 공장(제조)과의 연계 지원이 부족함

##### 인천

- 인천에 콘텐츠와 관련된 지원기관들이 많다고 느껴지며, 편향적인 지원을 하지 않고 다양한 콘텐츠에 열린 마음으로 지원을 해준다고 생각함

#### 나) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

##### 공통

- 다양한 창작자들이 속한 컨소시엄 지원도 협업의 기회를 높이는 방법이라 생각함

- 지역 특화 콘텐츠는 지원 없이 시작하기 어렵고, 지원 공모 시기도 연초에 몰려 있어서 시기를 놓치면 시작하기가 힘들
- 지역을 나누고 꼭 지역에 한정하여 콘텐츠를 제작해야 하는지 의문이 들
- 단기적인 성과 중심이 아닌 업체의 중장기 발전을 위해 지원사업이 실시되면 좋겠음

#### 경기

- 경기의 경우 1인 크리에이터/영상 관련 분야를 집중적으로 지원한다고 느낌

#### 인천

- 인천의 경우 창업 지원이 많다고 느끼는 창작자도 있었으며, 분야별로 잘 관리되고 있다고 느끼는 창작자도 있었음

### 다) 지역 지원사업에 대한 의견 조사

- 지원받는 사업/창작자에게 맞는 융통성 있는 지원이 필요함
- 후지급 지원이 많아서 자금 융통에 어려움이 있음
- 1인 창작자를 위한 공유 오피스 활성화
- 창작자들의 작품/콘텐츠를 전시하고 수입을 창출할 수 있는 판로지원을 해주면 좋겠음
- 창작 전 사전 지원 제도의 허들이 낮아지면 좋겠음
- 다른 지역 창작자가 아닌 지역 창작자를 대상으로 팸투어<sup>2)</sup>를 활용한 소재 개발 기회가 늘었으면 좋겠음
- 콘텐츠 지원사업 설정 시 실제 수혜자(창작자)의 의견을 듣는 자리를 마련해서 의견을 듣고 지원 방향이 설정되면 좋겠음

### 5) 대전/충북/충남/세종

\* 세종의 경우 세종 콘텐츠코리아랩이 없고, FGI 참석자 2명 모두 '음악' 분야로, '음악' 관련 의견이 대다수임

### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

#### 공통

2) 지방 자치 단체나 여행업체 등이 지역별 관광지나 여행 상품 따위를 홍보하기 위하여 사진작가나 여행 전문 기고가, 기자, 블로거, 협력 업체 등을 초청하여 설명회를 하고 관광, 숙박 따위를 제공하는 일(출처: 우리말샘)

- 지역 창작자로서 서울이나 타 유명 행사 참여 시 교통비, 숙박비가 추가로 드는 점이 단점임
- 청주, 천안, 세종, 대전은 1시간 생활권인데, 지역 기관끼리 제한을 뒤 지원사업 신청, 공모 신청 등에 제약이 생김
- 서울지역에 비해 공유오피스나, 사무실 임대, 장비/시설 임대 지원사업이 부족함

### 대전

- 대전의 경우 서울과 비교했을 때 지역 내에서는 경쟁력을 가지고 있다는 게 강점임
- 서울의 경우 투자유치 시 대표를 바로 만나 사업 진행 속도가 빠른 것에 비해, 대전 지역에서는 대표자가 아닌 사원급을 만나기 때문에 사업 진행 속도가 더딤
- 현재 지원사업이 스타트업 대상의 지원사업밖에 없기 때문에 중견, 대기업에 대한 지원 혜택을 희망하는 창작자로서 미스 매칭됨을 느낌

### 충북

- 충북의 경우 아직 체계가 덜 잡혀있어서 창작자의 의견을 적극적으로 수렴해주는 것이 좋음
- 웹소설 분야의 경우 지원 지역이 일률적이지 않아, 해당 분야를 영위하는 창작자로서 기관에서 창작자 현황을 파악하고 있는지 의문이 듦

### 충남

- 충남 외곽지역에 새로운 창작 센터를 건립하고 있다는 것이 장점임

### 세종

- 세종 테크노파크에 웹툰 작가를 위한 공간도 있고, 시에서 지원하는 프로그램도 많음
- 경쟁률이 낮고 행정 처리가 수월하며 지원 기회나 인프라가 잘 구축돼있음
- 지원금액이 적음
- 세종에는 콘텐츠코리아랩이 없음

## 나) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

### 공통

- 모든 분야를 지원하고 있어서 특화 사업 존재에 의문이 듦
- 충청도를 충북, 충남, 대전, 세종 이렇게 나누지 않고 '충청'권역으로 묶어 권역 내 교류가 더 활발하게 이뤄지길 희망함
- 대전, 충북, 충남, 세종이 충북권인데 동일 권역에서도 지역을 나눠서 지역 콘텐츠 기관에서 강의를 거주지로 한정하거나 지원사업도 지역 내로 한정하는 것이 문제라고 생각함.

- 창작자 커뮤니티에 대한 지원이 부족하다고 느끼며, 지자체 주도로 네트워킹이 이루어지길 희망함
- 창작자 협업 시 콘텐츠코리아랩이 중간 역할을 하여 창작자 소개를 해주면 좋겠음

#### 충북

- 청주지역은 공예와 캐릭터에 지원을 많이 하고 있다고 느껴짐

#### 세종

- 세종의 경우, 창작자 커뮤니티/네트워킹이 부족한 편이며 지역 내 홍보만 이루어짐
- 세종은 지원을 잘해준다고 느끼기 때문에 지역 특화 콘텐츠 재참여 의향이 존재함

### 다) 지역 지원사업에 대한 의견 조사

- 소외지역에도 콘텐츠 관련 강의를 생기면 좋겠음
- 콘텐츠를 제작하는 교육이나 인큐베이팅 기회가 많아져야 하고, 참여 창작자가 전문가 단계까지 갈 수 있도록 멘토링, 컨설팅이 함께 진행되어야 함
- 경력이 애매한 3~4년 차 창작자에게 창작을 지속할 수 있도록 많이 지원이 생기길 바람
- 일회성의 자금 지원에 국한되지 않고 창작자가 성장할 수 있는 문화를 만들어주면 좋겠음

## 6) 강원

### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

- 창업에 대한 지원이나 콘텐츠 지원사업들이 많은 것이 장점이지만, 콘텐츠를 제작하고 있는 창작자의 수가 부족하여 콘텐츠 제작 시 인력확보에 어려움이 있음
- 기반은 약하지만, 리더 그룹이 생기고 행정의 지원이 잘 갖춰진다면 다양한 지역 콘텐츠 소재가 나올 것으로 기대하고 있음
- 온라인을 활용하여 로컬화, 글로벌화 할 수 있는 소재들이 많다고 생각함
- 오히려 지역 내에서 지역 창작자보다 서울 창작자를 더 대우해준다는 느낌을 받은 적이 있고, 서울 창작자가 수준이 더 높다는 편견을 가진 사람들이 많다고 느낌

### 나) 지역 지원사업에 대한 의견 조사

- 관광을 콘텐츠로 창작을 하는 사람도 많고, 관광 쪽으로 지원도 많이 해주고 있다고 생각함

- 기초적인 콘텐츠 지원만 하고 다른 지역처럼 AI나, 메타버스 등 디지털화된 콘텐츠 제작은 부족하다고 생각함
- 강원 지역 내 커뮤니티나 네트워킹은 열악하다고 느낌
- 지역 창작자들 간의 상생을 위해서라도 창작자 모임을 지원해주면 좋겠고, 지역 창작자를 홍보할 수 있는 자리가 마련되면 좋겠음
- 시제품을 판매하여 제품에 대한 시장성을 분석하고 싶지만, 시제품 공모에 참여하면 시제품을 판매할 수 없다는 점이 아이러니하다고 생각함
- 지원이 끝난 후 사업화는 개인의 몫으로 넘겨지는 느낌을 받았음

#### 다) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

- 지원사업 수혜 시 한정된 사업비 활용도 때문에 제일 필요한 도구/프로그램 구매에 어려움이 있음
- 지원사업에 관련한 서류처리가 너무 많고 복잡하다고 생각하는데 특히, 영수증을 입력하고 철하는 작업이 요즘 같은 시대에 필요한지 잘 모르겠고 부족한 서류 작성법에 대한 교육이 있었으면 좋겠음
- 수혜 후 모니터링이 너무 많음
- 사업 결과에 대한 부담과 책임감이 크게 느껴질 때가 있음
- 다른 지역 창작자를 끌어올 수 있는 임대지원, 공간지원 등과 같은 체류형 지원사업이 있었으면 좋겠음
- 창업 이후에 사업화로 넘어가는 단계별 지원이 필요함
- 지원사업 수행 시 불필요한 행정 절차들이 개선되면 좋겠음
- 개인 창작자들의 창작물을 판매할 수 있는 판매소가 생기면 좋겠음

### 7) 제주

#### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

- 역사 소재와 문화 소재가 풍부하다는 점과 지원사업 경쟁률이 적은 편임
- 제주의 문화를 콘텐츠로 창작 시 대중의 공감성을 얻는 데 어려움이 있어 시장성이 떨어짐
- 제주도 내에서는 지역 콘텐츠나 전통문화에 대한 지원을 적극적으로 해주지만, 막상 육지

에서 오는 심사위원들은 제주 로컬 소재를 사용한 콘텐츠에 반감이 있음

- 제주는 인구 밀도가 낮아 전문가, 수강생이 모두 적어서 교육의 질이 떨어진다고 느낌
- 콘텐츠 관계 기관끼리 소통해서 중복되는 사업은 안 했으면 좋겠음
- 특히 제주의 경우, 항공편과 숙박 비용을 개인 부담하는 경우가 많아 행사 참여에 소극적으로 되고, 기회도 적어지는 것 같음

#### 나) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

- 제주의 경우, 웹툰 부분 사업이 부족한 점이 존재
- 커뮤니티 수가 적고 기성 작가들의 네트워킹 참여 비율이 낮아 예비 창작자와 기성 작가 간의 네트워킹은 약함
- 지역 특화 콘텐츠 제작을 계속할 의향이 존재하며 문화나 전통 소재로 지역 특화 콘텐츠 제작함
- 제주 지역 웹툰과 관련하여 스토리 멘토링 프로그램을 지원해주길 희망함
- 휴재 기간 수입 창출의 방법으로 창작자에게 웹툰 교육을 진행할 기회를 만들어주면 좋겠음
- 웹툰 캠퍼스에서 한 돌봄 스킬업과 같은 자기 돌봄 프로그램이 더 많아졌으면 좋겠음
- 창작은 단기적으로 성과를 내기 힘든데 지원사업의 경우 성과 지표를 내는 것에만 몰두하여 있음

## 제4장 인력 공급 현황

### □ 대학

- 2020년 12월 31일 기준, 「고등교육기관 졸업자 건강보험 및 국세DB연계 취업통계조사, 2020」를 통해 국내 전문대학 이상 콘텐츠 관련 학과 졸업자들의 취업률 현황을 살펴봄
- 콘텐츠 분야별로는, '영상·예술' 관련 학과의 졸업자 수가 전체 졸업자 40,826명 중 19,669명(48.2%)으로 가장 많고, 취업률은 '사진·만화' 관련 분야의 취업률이 56.4%로 가장 높게 나타남
- 지역별로 살펴보면, '경기' 지역의 졸업자 수가 14,230(34.9%)으로 가장 많고, 다음으로 '충남'이 4,208명(10.3%), '부산'이 3,859명(9.5%) 등의 순이었고, 취업률은 '인천'이 58.0%로 가장 높았으며, '세종'(55.7%), '전남'과 '충남'(55.1%)이 그 뒤를 이음



<표 48> 대학 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황

(단위 : 명, %)

구분		졸업자	취업자	취업률
<b>총합계</b>		<b>40,826</b>	<b>21,173</b>	<b>51.9</b>
분야	사진·만화	1,827	1,031	56.4
	게임/콘텐츠솔루션	4,098	2,292	55.9
	언론·방송·매체학	5,166	2,861	55.4
	영상·예술	19,669	10,878	55.3
	음악	6,393	2,767	43.3
	문예창작	3,673	1,344	36.6
지역	인천	816	473	58.0
	세종	1,464	815	55.7
	전남	934	515	55.1
	충남	4,208	2,320	55.1
	강원	1,520	829	54.5
	경기	14,230	7,724	54.3
	충북	1,976	1,048	53.0
	대전	2,307	1,203	52.1
	광주	1,555	798	51.3
	제주	264	131	49.6
	경북	2,703	1,293	47.8
	전북	2,124	999	47.0
	경남	779	363	46.6
	부산	3,859	1,733	44.9
	대구	1,637	733	44.8
	울산	450	196	43.6

## □ 특성화고·마이스터고

- 2021년 4월 1일 기준, 「한국교육개발원 직업계고 취업통계조사, 2021」 를 통해 특성화고·마이스터고 콘텐츠 관련 학과 졸업생들의 취업 및 진학률 등에 대한 대략적인 현황을 파악함
- 콘텐츠 분야별로 살펴보면, ‘영상·예술’ 관련 학과의 졸업자 수가 전체 졸업자 3,753명 중 2,069명(55.1%)으로 가장 많고, 취업률 또한 ‘영상·예술’ 관련 분야의 취업률이 15.7%로 가장 높게 나타남
- 지역별로는, ‘경기’ 지역의 졸업자 수가 전체 졸업자 3,753명 중 2,126명(56.6%)으로 가장 많고, 취업률은 ‘경북’이 51명 중 19명(37.3%)으로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘인천’지역이 졸업자 332명 중 64명(19.3%)으로, ‘전남’지역이 졸업자 85명 중 14명(16.5%)으로, ‘경기’지역이 졸업자 2,126명 중 347명(16.3%) 등의 순으로 높게 나타남

<표 40> 특성화고·마이스터고 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황

(단위 : 명, %)

구분		졸업자	취업자	취업률
총합계		3,753	545	21.8
분야 <sup>3)</sup>	영상·예술	2,069	325	15.7
	언론·방송·매체학	776	110	14.5
	게임/콘텐츠솔루션	689	88	14.2
	사진·만화	219	22	12.8
지역 <sup>4)</sup>	경북	51	19	37.3
	인천	332	64	19.3
	전남	85	14	16.5
	경기	2,126	347	16.3
	대구	106	17	16.0
	강원	111	13	11.7
	충남	135	15	11.1
	경남	116	11	9.5
	충북	91	8	8.8
	부산	250	19	7.6
	대전	92	6	6.5
	전북	55	3	5.5
	울산	155	7	4.5
	광주	48	2	4.2

3) 학과 구분에는 ‘음악’ 분야가 포함되어 있으나, 2021년 기준 특성화고(직업) 졸업생이 없어 제외함

4) ‘세종’지역의 경우 2021년 기준 콘텐츠 관련 학과 졸업생이 없어 제외함





# 목 차

제1장 조사 개요 .....	3
1. 조사 개요 .....	3
가. 조사 목적 .....	3
나. 조사 연혁 .....	3
다. 조사주기, 기준시점 및 조사기간 .....	3
라. 조사 대상 및 범위 .....	4
2. 조사내용 .....	10
3. 전체 과업 추진 내용 .....	12
가. 설문지 제작 .....	13
나. 조사 대상 리스트 구축 .....	13
다. 본 조사 진행 .....	15
라. 자료 처리 .....	19
마. 매출액 및 종사자 수 추정 .....	20
바. 설문조사 결과 분석을 위한 가중치 산정 .....	21
제2장 지역 콘텐츠 산업 사업체 조사 결과 .....	25
1. 조사 개요 및 응답 사업체 일반현황 .....	25
2. 지역 전체 .....	27
가. 산업 현황 .....	27
나. 설문조사 결과 .....	33
3. 부산 .....	74
가. 산업 현황 .....	74
나. 설문조사 결과 .....	77
4. 대구 .....	107
가. 산업 현황 .....	107
나. 설문조사 결과 .....	110
5. 인천 .....	140

가. 산업 현황	140
나. 설문조사 결과	143
6. 광주	173
가. 산업 현황	173
나. 설문조사 결과	176
7. 대전	206
가. 산업 현황	206
나. 설문조사 결과	209
8. 울산	239
가. 산업 현황	239
나. 설문조사 결과	242
9. 경기	272
가. 산업 현황	272
나. 설문조사 결과	275
10. 강원	305
가. 산업 현황	305
나. 설문조사 결과	308
11. 충북	338
가. 산업 현황	338
나. 설문조사 결과	341
12. 충남(세종)	371
가. 산업 현황	371
나. 설문조사 결과	374
13. 전북	404
가. 산업 현황	404
나. 설문조사 결과	407
14. 전남	437
가. 산업 현황	437
나. 설문조사 결과	440

15. 경북	40
가. 산업 현황	470
나. 설문조사 결과	473
16. 경남	538
가. 산업 현황	503
나. 설문조사 결과	506
17. 제주	536
가. 산업 현황	536
나. 설문조사 결과	539
제3장 창작자 조사 결과	571
1. 응답자 일반현황	571
2. 창작 활동 현황	573
가. 주 평균 창작 활동일 수	573
나. 1일 평균 창작 활동 시간	575
다. 2021년 콘텐츠 활동을 통한 총수입	57
라. 창작 활동을 통한 주된 수입 경로	579
마. 창작 외 주요 소득원	581
바. 표준계약서 인지 여부	583
사. 표준계약서 활용 여부	585
아. 창작 활동을 함께하는 사람	587
자. 창작 활동을 하는 공간	589
차. 창작 관련 애로사항	591
3. 창작 활동 만족도	588
가. 발전 가능성	588
나. 지속 가능성	585
다. 경제적 만족도	597
라. 사회적 평판 만족도	599
마. 전반적 만족도	601
4. 지원사업 관련	603

가. 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자 경험 여부 .....	68
나. 지원 유형별 도움 정도 .....	605
다. 지원사업 수행 시 애로사항 .....	607
라. 창작 활동 발전을 위해 필요한 지원 .....	609
5. 코로나19 영향 .....	611
가. 코로나19로 인한 창작 활동의 변화 .....	611
나. 코로나19의 확산으로 인한 부정적 변화 .....	613
다. 코로나19의 확산으로 인한 긍정적 변화 .....	615
6. 지역 콘텐츠 산업 인식 및 활성화 방안 .....	617
가. 현 지역에서 창작 활동을 하는 가장 주된 이유 .....	617
나. 지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대한 만족도 .....	619
다. 지역 내 콘텐츠 산업의 한계점 .....	621
7. 지역 창작 활동 환경 .....	623
가. 전문 창작자를 위한 창작지원(사업/지원금) .....	623
나. 창작 활동 발표/유통의 기회 .....	625
다. 창작 활동 관련 역량 강화 교육 기회 .....	627
라. 지역 창작 활동 정보를 확인할 수 있는 플랫폼, 정보 채널 .....	629
마. 지역 창작자 간 네트워크 구축 및 활발한 운영 .....	631
바. 창작자와 소비자, 지역단체와의 네트워크 .....	633
사. 지역 내 소비 시장 .....	635
아. 창작 활동 발표의 홍보/마케팅 진행 기회 .....	637
8. 창작자 FGI 결과 .....	639
가. 조사 개요 .....	639
나. 창작자 FGI 세부 내용 .....	641
다. 창작자 FGI 가이드 라인 .....	642
제4장 인력 공급 현황 .....	667
1. 대학 .....	667
가. 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황 .....	669
나. 콘텐츠 분야별 개인창작 활동 진출 현황 .....	671

다. 콘텐츠 분야별 1인 창업 현황 .....	673
라. 콘텐츠 분야별 프리랜서 진출 현황 .....	675
마. 콘텐츠 분야별 진학률 현황 .....	677
2. 특성화고·마이스터고 .....	679
가. 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황 .....	681
나. 진학률 .....	683
제5장 환경 분석 .....	687
1. 종합 및 결론 .....	688
2. 부산 .....	686
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향 .....	686
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중 .....	687
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석 .....	688
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향 .....	689
3. 대구 .....	700
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향 .....	700
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중 .....	701
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석 .....	702
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향 .....	703
4. 인천 .....	704
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향 .....	704
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중 .....	705
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석 .....	706
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향 .....	707
5. 광주 .....	708
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향 .....	708
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중 .....	709
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석 .....	710
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향 .....	711
6. 대전 .....	712



가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향	712
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중	713
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석	74
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향	715
7. 울산	716
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향	716
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중	717
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석	78
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향	720
8. 경기	721
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향	721
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중	722
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석	73
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향	724
9. 강원	725
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향	725
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중	726
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석	77
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향	728
10. 충북	729
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향	729
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중	730
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석	731
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향	732
11. 충남	733
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향	733
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중	734
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석	735
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향	736

12. 전북 .....	737
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향 .....	737
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중 .....	738
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석 .....	739
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향 .....	740
13. 전남 .....	741
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향 .....	741
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중 .....	742
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석 .....	743
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향 .....	744
14. 경북 .....	745
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향 .....	745
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중 .....	746
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석 .....	747
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향 .....	748
15. 경남 .....	749
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향 .....	749
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중 .....	750
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석 .....	751
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향 .....	752
16. 제주 .....	753
가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향 .....	753
나. 지역 내 콘텐츠산업 비중 .....	754
다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석 .....	755
라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향 .....	756
참고 문헌 .....	759
부록	
1. 사업체 설문지 .....	763
2. 창작자 설문지 .....	772



# 표 목 차

## <요약문 표 목차>

<표 1> 콘텐츠 특수분류체계 산업분류별 조사 대상	4
<표 2> 지역 및 분야별 모집단 분포	01
<표 3> 지역별 조사 진행 결과	41
<표 4> 지역별 콘텐츠 사업체 수 현황	51
<표 5> 지역별 콘텐츠 종사자 수 현황	61
<표 6> 지역별 콘텐츠 매출액 현황	71
<표 7> 생산·제작/유통·서비스 매출 비율	18
<표 8> 신규제작 건수 및 제작유형별 비율	02
<표 9> 콘텐츠 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율	22
<표 10> 상용근로자 비율	32
<표 11> 상용근로자의 직무별 비율	42
<표 12> 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황	52
<표 13> 상용근로자의 평균 근속기간	82
<표 14> 코로나19 이전/이후 고용 변화	92
<표 15> 분야 및 지역별 경영 현황 및 전망	03
<표 16> 분야 및 지역별 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험	23
<표 17> 분야 및 지역별 지원 유형별 도움 정도	33
<표 18> 분야 및 지역별 지원사업 수행 시 애로사항	63
<표 19> 분야 및 지역별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야(1+2+3순위)	73
<표 20> 분야 및 지역별 코로나19로 인한 경영의 변화	04
<표 21> 분야 및 지역별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)	14
<표 22> 분야 및 지역별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)	44
<표 23> 분야 및 지역별 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야	54
<표 24> 분야 및 지역별 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	74
<표 25> 분야 및 지역별 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야	4

<표 26> 분야 및 지역별 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유 .....	15
<표 27> 분야 및 지역별 현 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	3 5
<표 28> 분야 및 지역별 사업장 운영 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	55
<표 29> 지역 인프라 환경 구축 체감도 측정 항목 구성 .....	65
<표 30> 분야 및 지역별 인프라 환경 구축 체감도 .....	85
<표 31> 분야 및 지역별 사업체 경영 구축 체감도 .....	95
<표 32> 분야 및 지역별 산업연계 구축 체감도 .....	16
<표 33> 분야 및 지역별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	36
<표 34> 생활환경 구축 체감도 .....	46
<표 35> 응답자 일반현황 .....	56
<표 36> 응답자 특성별 2021년 콘텐츠 활동을 통한 총수입 .....	6 6
<표 37> 응답자 특성별 창작 활동을 하는 공간 .....	86
<표 38> 응답자 특성별 창작 관련 애로사항 .....	07
<표 39> 응답자 특성별 창작 활동 만족도 - 전반적 만족도 .....	3 7
<표 40> 응답자 특성별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	47
<표 41> 응답자 특성별 창작 활동 발전을 위해 필요한 지원(3순위 응답) .....	6 7
<표 42> 응답자 특성별 코로나19로 인한 창작 활동의 변화 .....	87
<표 43> 응답자 특성별 코로나19의 확산으로 인한 부정적 변화(복수응답) .....	0 8
<표 44> 응답자 특성별 코로나19의 확산으로 인한 긍정적 변화(복수응답) .....	2 8
<표 45> 응답자 특성별 현 지역에서 창작 활동을 하는 가장 주된 이유 .....	48
<표 46> 응답자 특성별 지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대한 만족도 .....	68
<표 47> 응답자 특성별 지역 내 콘텐츠 산업의 한계점 .....	88
<표 48> 대학 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황 .....	10
<표 40> 특성화고·마이스터고 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황 .....	10

**<본문 표 목차>**

<표 1-1> 콘텐츠 특수분류체계 산업분류별 조사 대상 .....	4
<표 1-2> 사업체 조사내용 .....	0 1
<표 1-3> 창작자 조사내용 .....	1 1
<표 1-4> 지역 및 분야별 모집단 분포 .....	4 1

<표 1-5> 지역별 조사 진행 결과 .....	81
<표 1-6> 매출액 데이터 확보율 .....	02
<표 2-1> 응답 사업체 일반현황 .....	62
<표 2-2> 지역별 콘텐츠 사업체 수 현황 .....	72
<표 2-3> 규모별 콘텐츠 사업체 수 현황 .....	82
<표 2-4> 지역별 콘텐츠 종사자 수 현황 .....	92
<표 2-5> 규모별 콘텐츠 종사자 수 현황 .....	03
<표 2-6> 지역별 콘텐츠 매출액 현황 .....	13
<표 2-7> 규모별 콘텐츠 매출액 현황 .....	23
<표 2-8> 생산-제작/유통-서비스 매출 비율 .....	33
<표 2-9> 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	43
<표 2-10> 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	5·3
<표 2-11> 지식정보 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	63
<표 2-12> 콘텐츠 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	73
<표 2-13> 콘텐츠 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	8·3
<표 2-14> 지식정보 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	93
<표 2-15> 상용근로자 비율 .....	04
<표 2-16> 상용근로자의 직무별 비율 .....	14
<표 2-17> 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	24
<표 2-18> 상용근로자의 평균 근속기간 .....	44
<표 2-19> 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	5·4
<표 2-20> 분야 및 지역별 경영 현황 및 전망 .....	64
<표 2-21> 분야 및 지역별 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험 .....	8·4
<표 2-22> 분야 및 지역별 지원 유형별 도움 정도 .....	94
<표 2-23> 분야 및 지역별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	15
<표 2-24> 분야 및 지역별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야(1+2+3순위) .....	2···5
<표 2-25> 분야 및 지역별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	45
<표 2-26> 분야 및 지역별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	5·5
<표 2-27> 분야 및 지역별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	6·5

<표 2-28> 분야 및 지역별 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야	7· 5
<표 2-29> 분야 및 지역별 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	9· 5
<표 2-30> 분야 및 지역별 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야	6
<표 2-31> 분야 및 지역별 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유	3 6
<표 2-32> 분야 및 지역별 현 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)	5· 6
<표 2-33> 분야 및 지역별 사업장 운영 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도	7 6
<표 2-34> 지역 인프라 환경 구축 체감도 측정 항목 구성	8 6
<표 2-35> 분야 및 지역별 인프라 환경 구축 체감도	9 6
<표 2-36> 분야 및 지역별 사업체 경영 구축 체감도	0 7
<표 2-37> 분야 및 지역별 산업연계 구축 체감도	1 7
<표 2-38> 분야 및 지역별 지원 프로그램 구축 체감도	2 7
<표 2-39> 분야 및 지역별 생활환경 구축 체감도	3 7
<표 2-40> 부산 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황	4 7
<표 2-41> 부산 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황	5 7
<표 2-42> 부산 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황	6 7
<표 2-43> 부산 지역 응답 사업체 일반현황	7 7
<표 2-44> 부산 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율	7 8
<표 2-45> 부산 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율	9 7
<표 2-46> 부산 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	0· 8
<표 2-47> 부산 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율	1 8
<표 2-48> 부산 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	2· 8
<표 2-49> 부산 지역 분야별 상용근로자 비율	3 8
<표 2-50> 부산 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율	4 8
<표 2-51> 부산 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황	5 8
<표 2-52> 부산 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간	6 8
<표 2-53> 부산 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화	7· 8
<표 2-54> 부산 지역 분야별 경영 현황 및 전망	8 8
<표 2-55> 부산 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험	9 8
<표 2-56> 분야별 부산 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도	0 9

<표 2-57> 부산 지역 콘텐츠 분야별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	19
<표 2-58> 부산 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	29
<표 2-59> 부산 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	39
<표 2-60> 부산 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	49
<표 2-61> 부산 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	59
<표 2-62> 분야별 부산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	69
<표 2-63> 분야별 부산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	79
<표 2-64> 부산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	89
<표 2-65> 부산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	99
<표 2-66> 분야별 부산 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	101
<표 2-67> 부산 지역 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	11
<표 2-68> 부산 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도 .....	21
<표 2-69> 부산 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도 .....	31
<표 2-70> 부산 지역 분야별 산업연계 구축 체감도 .....	41
<표 2-71> 부산 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	51
<표 2-72> 부산 지역 분야별 생활환경 구축 체감도 .....	61
<표 2-73> 대구 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	71
<표 2-74> 대구 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	81
<표 2-75> 대구 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	91
<표 2-76> 대구 지역 응답 사업체 일반현황 .....	101
<표 2-77> 대구 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율 .....	111
<표 2-78> 대구 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	21
<표 2-79> 대구 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	311
<표 2-80> 대구 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	41
<표 2-81> 대구 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	511
<표 2-82> 대구 지역 분야별 상용근로자 비율 .....	61
<표 2-83> 대구 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 직무별 비율 .....	71
<표 2-84> 대구 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	81
<표 2-85> 대구 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 평균 근속기간 .....	91

<표 2-86> 대구 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화	02
<표 2-87> 대구 지역 분야별 경영 현황 및 전망	11
<표 2-88> 대구 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험	21
<표 2-89> 대구 지역 분야별 지원 및 투자 경험 도움 정도	31
<표 2-90> 대구 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항	41
<표 2-91> 대구 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야	51
<표 2-92> 대구 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화	61
<표 2-93> 대구 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)	721
<표 2-94> 대구 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)	821
<표 2-95> 대구 지역 분야별 지원이 큰 콘텐츠 분야	91
<표 2-96> 대구 지역 분야별 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	031
<표 2-97> 대구 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야	11
<표 2-98> 분야별 대구 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	21
<표 2-99> 분야별 대구 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)	33 1
<표 2-100> 대구 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도	41
<표 2-101> 대구 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도	51
<표 2-102> 대구 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도	61
<표 2-103> 대구 지역 분야별 산업연계 구축 체감도	71
<표 2-104> 대구 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도	81
<표 2-105> 대구 지역 분야별 생활환경 구축 체감도	91
<표 2-106> 인천 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황	01
<표 2-107> 인천 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황	11
<표 2-108> 인천 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황	21
<표 2-109> 인천 지역 응답 사업체 일반현황	31
<표 2-110> 인천 지역 분야별 생산·제작·유통·서비스 매출 비율	144
<표 2-111> 인천 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율	51
<표 2-112> 인천 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	641
<표 2-113> 인천 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율	71
<표 2-114> 인천 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	841



<표 2-115> 인천 지역 분야별 상용근로자 비율 .....	91
<표 2-116> 인천 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율 .....	91
<표 2-117> 인천 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	11
<표 2-118> 인천 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간 .....	21
<표 2-119> 인천 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	31
<표 2-120> 인천 지역 분야별 경영 현황 및 전망 .....	41
<표 2-121> 인천 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험 .....	51
<표 2-122> 분야별 인천 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	61
<표 2-123> 인천 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	71
<표 2-124> 인천 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	81
<표 2-125> 인천 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	91
<표 2-126> 인천 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	061
<표 2-127> 인천 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	161
<표 2-128> 인천 지역 분야별 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	21
<표 2-129> 인천 지역 분야별 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	361
<표 2-130> 인천 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	41
<표 2-131> 인천 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	61
<표 2-132> 분야별 인천 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	6·6 1
<표 2-133> 인천 지역 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	71
<표 2-134> 인천 지역 분야별 인프라 환경 구축 체감도 .....	81
<표 2-135> 인천 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도 .....	91
<표 2-136> 인천 지역 분야별 산업연계 구축 체감도 .....	01
<표 2-137> 인천 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	11
<표 2-138> 인천 지역 분야별 생활환경 구축 체감도 .....	21
<표 2-139> 광주 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	31
<표 2-140> 광주 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	41
<표 2-141> 광주 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	51
<표 2-142> 광주 지역 응답 사업체 일반현황 .....	61
<표 2-143> 광주 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율 .....	177

<표 2-144> 광주 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	81
<표 2-145> 광주 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	97
<표 2-146> 광주 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	98
<표 2-147> 광주 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	181
<표 2-148> 광주 지역 분야별 상용근로자 비율 .....	281
<표 2-149> 광주 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율 .....	381
<표 2-150> 광주 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	481
<표 2-151> 광주 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간 .....	581
<표 2-152> 분야별 광주 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	681
<표 2-153> 광주 지역 분야별 경영 현황 및 전망 .....	781
<표 2-154> 광주 지역 분야별 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험 .....	881
<표 2-155> 분야별 광주 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	981
<표 2-156> 광주 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	991
<표 2-157> 분야별 광주 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	191
<표 2-158> 광주 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	291
<표 2-159> 분야별 광주 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	391
<표 2-160> 분야별 광주 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	491
<표 2-161> 분야별 광주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	591
<표 2-162> 분야별 광주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	691
<표 2-163> 분야별 광주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	791
<표 2-164> 분야별 광주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	891
<표 2-165> 분야별 광주 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	991
<표 2-166> 광주 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	992
<표 2-167> 광주 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도 .....	992
<표 2-168> 광주 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도 .....	992
<표 2-169> 광주 지역 분야별 산업연계 구축 체감도 .....	992
<표 2-170> 광주 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	992
<표 2-171> 광주 지역 분야별 생활환경 구축 체감도 .....	992
<표 2-172> 대전 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	992

<표 2-173> 대전 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	72
<표 2-174> 대전 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	82
<표 2-175> 대전 지역 응답 사업체 일반현황 .....	92
<표 2-176> 대전 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율 .....	210
<표 2-177> 대전 지역 분야별 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	112
<표 2-178> 대전 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	212
<표 2-179> 대전 지역 분야별 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	32
<표 2-180> 대전 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	412
<표 2-181> 대전 지역 분야별 상용근로자 비율 .....	52
<표 2-182> 대전 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율 .....	62
<표 2-183> 대전 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	72
<표 2-184> 대전 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간 .....	82
<표 2-185> 대전 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	92
<표 2-186> 대전 지역 분야별 경영 현황 및 전망 .....	102
<표 2-187> 대전 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험 .....	112
<표 2-188> 대전 지역 분야별 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	122
<표 2-189> 대전 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	32
<표 2-190> 대전 지역 분야별 필요 지원 분야 .....	42
<표 2-191> 대전 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	52
<표 2-192> 대전 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	622
<표 2-193> 대전 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	722
<표 2-194> 대전 지역에서 분야별 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	82
<표 2-195> 분야별 대전 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	922
<표 2-196> 분야별 대전 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	102
<표 2-197> 분야별 대전 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	112
<표 2-198> 분야별 대전 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	2·3 2
<표 2-199> 대전 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	32
<표 2-200> 대전 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도 .....	42
<표 2-201> 대전 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도 .....	52

<표 2-202> 대전 지역 분야별 산업연계 구축 체감도 .....	62
<표 2-203> 대전 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	72
<표 2-204> 대전 지역 분야별 생활환경 구축 체감도 .....	82
<표 2-205> 울산 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	92
<표 2-206> 울산 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	92
<표 2-207> 울산 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	112
<표 2-208> 울산 지역 응답 사업체 일반현황 .....	22
<표 2-209> 울산 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율 .....	243
<표 2-210> 울산 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	42
<표 2-211> 울산 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	542
<표 2-212> 울산 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	62
<표 2-213> 울산 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	742
<표 2-214> 울산 지역 분야별 상용근로자 비율 .....	82
<표 2-215> 울산 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율 .....	92
<표 2-216> 울산 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	102
<표 2-217> 울산 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 평균 근속기간 .....	112
<표 2-218> 울산 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	222
<표 2-219> 울산 지역 분야별 경영 현황 및 전망 .....	32
<표 2-220> 울산 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험 .....	42
<표 2-221> 분야별 울산 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	52
<표 2-222> 분야별 울산 지역 지원사업 수행 시 애로사항 .....	62
<표 2-223> 울산 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	72
<표 2-224> 울산 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	82
<표 2-225> 울산 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	952
<표 2-226> 울산 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	1062
<표 2-227> 분야별 울산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	112
<표 2-228> 분야별 울산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	262
<표 2-229> 분야별 울산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	32
<표 2-230> 분야별 울산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	62

<표 2-231> 분야별 울산 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	5·6 2
<표 2-232> 울산 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	62
<표 2-233> 울산 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도 .....	72
<표 2-234> 울산 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도 .....	82
<표 2-235> 울산 지역 분야별 산업연계 구축 체감도 .....	92
<표 2-236> 울산 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	102
<표 2-237> 울산 지역 분야별 생활환경 구축 체감도 .....	112
<표 2-238> 경기 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	22
<표 2-239> 경기 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	32
<표 2-240> 경기 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	42
<표 2-241> 경기 지역 응답 사업체 일반현황 .....	52
<표 2-242> 경기 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율 .....	276
<표 2-243> 경기 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	72
<표 2-244> 경기 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	872
<표 2-245> 경기 지역 분야별 신규제작비용 및 분야별 비율 .....	92
<표 2-246> 경기 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	102
<표 2-247> 경기 지역 분야별 상용근로자 비율 .....	112
<표 2-248> 경기 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율 .....	22
<표 2-249> 경기 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	32
<표 2-250> 경기 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간 .....	42
<표 2-251> 경기 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	52
<표 2-252> 경기 지역 분야별 경영 현황 및 전망 .....	62
<표 2-253> 경기 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험 .....	72
<표 2-254> 분야별 경기 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	82
<표 2-255> 경기 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	92
<표 2-256> 경기 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	102
<표 2-257> 경기 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	112
<표 2-258> 경기 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	292
<표 2-259> 경기 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	392

<표 2-260> 분야별 경기 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	42
<표 2-261> 분야별 경기 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)592	
<표 2-262> 분야별 경기 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	62
<표 2-263> 분야별 경기 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)92	
<표 2-264> 분야별 경기 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	8·9 2
<표 2-265> 경기 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	92
<표 2-266> 경기 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도 .....	93
<표 2-267> 경기 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도 .....	13
<표 2-268> 경기 지역 분야별 산업연계 구축 체감도 .....	23
<표 2-269> 경기 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	33
<표 2-270> 경기 지역 분야별 생활환경 구축 체감도 .....	43
<표 2-271> 강원 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	53
<표 2-272> 강원 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	63
<표 2-273> 강원 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	73
<표 2-274> 강원 지역 응답 사업체 일반현황 .....	83
<표 2-275> 강원 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율 .....	309
<표 2-276> 강원 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	93
<표 2-277> 강원 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	113
<표 2-278> 강원 지역 분야별 신규제작비용 및 분야별 비율 .....	23
<표 2-279> 강원 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	313
<표 2-280> 강원 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자 비율 .....	43
<표 2-281> 강원 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율 .....	53
<표 2-282> 강원 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	63
<표 2-283> 강원 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간 .....	73
<표 2-284> 강원 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	83
<표 2-285> 강원 지역 분야별 경영 현황 및 전망 .....	93
<표 2-286> 강원 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험 .....	93
<표 2-287> 분야별 강원 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	123
<표 2-288> 강원 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	223

<표 2-289> 강원 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	33
<표 2-290> 강원 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	43
<표 2-291> 강원 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	523
<표 2-292> 강원 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	623
<표 2-293> 분야별 강원 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	73
<표 2-294> 분야별 강원 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)823	
<표 2-295> 분야별 강원 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	93
<표 2-296> 분야별 강원 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)93	
<표 2-297> 분야별 강원 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	133
<표 2-298> 강원 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	23
<표 2-299> 강원 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도 .....	33
<표 2-300> 강원 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도 .....	43
<표 2-301> 강원 지역 분야별 산업연계 구축 체감도 .....	53
<표 2-302> 강원 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	63
<표 2-303> 강원 지역 분야별 생활환경 구축 체감도 .....	73
<표 2-304> 충북 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	83
<표 2-305> 충북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	93
<표 2-306> 충북 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	08
<표 2-307> 충북 지역 응답 사업체 일반현황 .....	18
<표 2-308> 충북 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율 .....	342
<표 2-309> 충북 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	38
<표 2-310> 충북 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	443
<표 2-311> 충북 지역 분야별 신규제작비용 및 제작분야별 비율 .....	58
<표 2-312> 충북 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	643
<표 2-313> 충북 지역 상용근로자 비율 .....	78
<표 2-314> 충북 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율 .....	88
<표 2-315> 충북 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	98
<표 2-316> 충북 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간 .....	08
<표 2-317> 충북 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	133

<표 2-318> 충북 지역 분야별 경영 현황 및 전망 .....	23
<표 2-319> 충북 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험 .....	33
<표 2-320> 충북 지역 분야별 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	43
<표 2-321> 충북 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	53
<표 2-322> 충북 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	63
<표 2-323> 충북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	73
<표 2-324> 충북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	853
<표 2-325> 충북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	953
<표 2-326> 분야별 충북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	103
<표 2-327> 분야별 충북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)163	
<표 2-328> 분야별 충북 지역에서 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	23
<표 2-329> 분야별 충북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)63	
<표 2-330> 분야별 충북 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	463
<표 2-331> 충북 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	53
<표 2-332> 충북 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도 .....	63
<표 2-333> 충북 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도 .....	73
<표 2-334> 충북 지역 분야별 산업연계 구축 체감도 .....	83
<표 2-335> 충북 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	93
<표 2-336> 충북 지역 분야별 생활환경 구축 체감도 .....	103
<표 2-337> 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	173
<표 2-338> 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	273
<표 2-339> 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	373
<표 2-340> 충남(세종) 지역 응답 사업체 일반현황 .....	473
<표 2-341> 충남(세종) 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율 .....	35
<표 2-342> 충남(세종) 콘텐츠 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	673
<표 2-343> 충남(세종) 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)773	
<표 2-344> 충남(세종) 지역 분야별 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중 ...873	
<표 2-345> 충남(세종) 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) 973	
<표 2-346> 충남(세종) 지역 분야별 상용근로자 비율 .....	1083



<표 2-347> 충남(세종) 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율 .....	183
<표 2-348> 충남(세종) 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	283
<표 2-349> 충남(세종) 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간 .....	383
<표 2-350> 충남(세종) 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	483
<표 2-351> 충남(세종) 지역 분야별 경영 현황 및 전망 .....	583
<표 2-352> 충남(세종) 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험 .....	683
<표 2-353> 분야별 충남(세종) 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	783
<표 2-354> 충남(세종) 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	883
<표 2-355> 충남(세종) 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	983
<표 2-356> 충남(세종) 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	093
<표 2-357> 충남(세종) 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) ...	193
<표 2-358> 충남(세종) 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) ...	293
<표 2-359> 충남(세종) 지역에서 분야별 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	393
<표 2-360> 충남(세종) 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) 4·9 3	
<표 2-361> 분야별 충남(세종) 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	593
<표 2-362> 분야별 충남(세종) 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) 3	
<표 2-363> 분야별 충남(세종) 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	7·9·3
<표 2-364> 충남(세종) 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	893
<표 2-365> 충남(세종) 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도 .....	993
<표 2-366> 충남(세종) 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도 .....	004
<표 2-367> 충남(세종) 지역 분야별 산업연계 구축 체감도 .....	104
<표 2-368> 충남(세종) 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	204
<표 2-369> 충남(세종) 지역 분야별 생활환경 구축 체감도 .....	304
<표 2-370> 전북 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	404
<표 2-371> 전북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	504
<표 2-372> 전북 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	604
<표 2-373> 전북 지역 응답 사업체 일반현황 .....	704
<표 2-374> 전북 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율 .....	408
<표 2-375> 전북 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	904

<표 2-376> 전북 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	014
<표 2-377> 전북 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	114
<표 2-378> 전북 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	214
<표 2-379> 전북 지역 분야별 상용근로자 비율 .....	314
<표 2-380> 전북 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율 .....	414
<표 2-381> 전북 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	514
<표 2-382> 전북 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간 .....	614
<표 2-383> 전북 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	714
<표 2-384> 전북 지역 콘텐츠 분야별 경영 현황 및 전망 .....	814
<표 2-385> 전북 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험 .....	914
<표 2-386> 분야별 전북 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	024
<표 2-387> 전북 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	124
<표 2-388> 전북 지역 분야별 필요 지원 분야 .....	224
<표 2-389> 전북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	324
<표 2-390> 전북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	424
<표 2-391> 전북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	524
<표 2-392> 전북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	624
<표 2-393> 분야별 전북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)724	724
<표 2-394> 분야별 전북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	824
<표 2-395> 분야별 전북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)924	924
<표 2-396> 분야별 전북 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	034
<표 2-397> 전북 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	134
<표 2-398> 전북 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도 .....	234
<표 2-399> 전북 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도 .....	334
<표 2-400> 전북 지역 분야별 산업연계 구축 체감도 .....	434
<표 2-401> 전북 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	534
<표 2-402> 전북 지역 분야별 생활환경 구축 체감도 .....	634
<표 2-403> 전남 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	734
<표 2-404> 전남 지역 분야별 종사자 수 현황 .....	834

<표 2-405> 전남 지역 분야별 매출액 현황	91
<표 2-406> 전남 지역 응답 사업체 일반현황	94
<표 2-407> 전남 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율	441
<표 2-408> 전남 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율	244
<표 2-409> 전남 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	344
<표 2-410> 전남 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율	441
<표 2-411> 전남 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	544
<표 2-412> 전남 지역 분야별 상용근로자 비율	644
<표 2-413> 전남 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율	744
<표 2-414> 전남 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황	844
<표 2-415> 전남 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간	944
<표 2-416> 전남 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화	654
<표 2-417> 전남 분야별 경영 현황 및 전망	154
<표 2-418> 전남 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험	254
<표 2-419> 분야별 전남 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도	354
<표 2-420> 전남 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항	454
<표 2-421> 전남 지역 분야별 필요 지원 분야	554
<표 2-422> 전남 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화	654
<표 2-423> 전남 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)	754
<표 2-424> 전남 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)	854
<표 2-425> 분야별 전남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야	954
<표 2-426> 분야별 전남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	064
<표 2-427> 전남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야	164
<표 2-428> 분야별 전남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	264
<표 2-429> 분야별 전남 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)	364
<표 2-430> 전남 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도	464
<표 2-431> 전남 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도	564
<표 2-432> 전남 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도	664
<표 2-433> 전남 지역 분야별 산업연계 구축 체감도	764

<표 2-434> 전남 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	81
<표 2-435> 전남 지역 분야별 생활환경 구축 체감도 .....	91
<표 2-436> 경북 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	71
<표 2-437> 경북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	171
<표 2-438> 경북 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	271
<표 2-439> 경북 지역 응답 사업체 일반현황 .....	371
<표 2-440> 경북 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율 .....	474
<표 2-441> 경북 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	571
<표 2-442> 경북 지역 분야별 신규제작건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	674
<표 2-443> 경북 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	771
<표 2-444> 경북 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	874
<표 2-445> 경북 지역 분야별 상용근로자 비율 .....	971
<표 2-446> 경북 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율 .....	1071
<표 2-447> 경북 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	1171
<표 2-448> 경북 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간 .....	1271
<표 2-449> 경북 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	1371
<표 2-450> 경북 지역 분야별 경영 현황 및 전망 .....	1471
<표 2-451> 경북 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험 .....	1571
<표 2-452> 경북 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	1671
<표 2-453> 경북 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	1771
<표 2-454> 경북 지역 분야별 필요 지원 분야 .....	1871
<표 2-455> 경북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	1971
<표 2-456> 경북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	2074
<표 2-457> 경북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	2174
<표 2-458> 분야별 경북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	2271
<표 2-459> 분야별 경북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	394
<표 2-460> 분야별 경북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	471
<표 2-461> 분야별 경북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	594
<표 2-462> 분야별 경북 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	694

<표 2-463> 경북 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	74
<표 2-464> 경북 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도 .....	84
<표 2-465> 경북 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도 .....	94
<표 2-466> 경북 지역 분야별 산업연계 구축 체감도 .....	105
<표 2-467> 경북 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	115
<표 2-468> 경북 지역 분야별 생활환경 구축 체감도 .....	125
<표 2-469> 경남 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	135
<표 2-470> 경남 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	145
<표 2-471> 경남 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	155
<표 2-472> 경남 지역 응답 사업체 일반현황 .....	165
<표 2-473> 경남 지역 분야별 생산·제작·유통·서비스 매출 비율 .....	507
<표 2-474> 경남 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	85
<표 2-475> 경남 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	905
<표 2-476> 경남 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	105
<표 2-477> 경남 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	115
<표 2-478> 경남 지역 분야별 상용근로자 비율 .....	125
<표 2-479> 경남 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율 .....	135
<표 2-480> 경남 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	145
<표 2-481> 경남 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간 .....	155
<표 2-482> 경남 지역 분야별코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	165
<표 2-483> 경남 지역 분야별 경영 현황 및 전망 .....	175
<표 2-484> 경남 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험 .....	185
<표 2-485> 경남 지역 분야별 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	195
<표 2-486> 경남 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	205
<표 2-487> 경남 지역 분야별 필요 지원 분야 .....	215
<표 2-488> 경남 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	225
<표 2-489> 경남 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	325
<표 2-490> 경남 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	425
<표 2-491> 분야별 경남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	55

<표 2-492> 분야별 경남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	625
<표 2-493> 분야별 경남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야	75
<표 2-494> 분야별 경남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	825
<표 2-495> 분야별 경남 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)	925
<표 2-496> 경남 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도	95
<표 2-497> 경남 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도	15
<표 2-498> 경남 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도	25
<표 2-499> 경남 지역 분야별 산업연계 구축 체감도	35
<표 2-500> 경남 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도	45
<표 2-501> 경남 지역 분야별 생활환경 구축 체감도	55
<표 2-502> 제주 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황	65
<표 2-503> 제주 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황	75
<표 2-504> 제주 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황	85
<표 2-505> 제주 지역 응답 사업체 일반현황	95
<표 2-506> 제주 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율	540
<표 2-507> 제주 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율	15
<표 2-508> 제주 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	245
<표 2-509> 제주 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율	35
<표 2-510> 제주 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	445
<표 2-511> 제주 지역 분야별 상용근로자 비율	55
<표 2-512> 제주 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율	65
<표 2-513> 제주 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황	75
<표 2-514> 제주 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간	85
<표 2-515> 제주 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화	95
<표 2-516> 제주 지역 콘텐츠 분야별 경영 현황 및 전망	95
<표 2-517> 제주 지역 콘텐츠 분야별 지원 및 투자를 받은 경험	15
<표 2-518> 제주 지역 분야별 지원 및 투자 경험 도움 정도	25
<표 2-519> 제주 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항	35
<표 2-520> 제주 지역 분야별 필요 지원 분야	45

<표 2-521> 제주 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	55
<표 2-522> 제주 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	655
<표 2-523> 제주 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	755
<표 2-524> 분야별 제주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	85
<표 2-525> 분야별 제주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)955	
<표 2-526> 분야별 제주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	95
<표 2-527> 분야별 제주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)65	
<표 2-528> 분야별 제주 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	2·6 5
<표 2-529> 제주 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	35
<표 2-530> 제주 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도 .....	45
<표 2-531> 제주 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도 .....	55
<표 2-532> 제주 지역 분야별 산업연계 구축 체감도 .....	65
<표 2-533> 제주 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도 .....	75
<표 2-534> 제주 지역 분야별 생활환경 구축 체감도 .....	85
<표 3-1> 응답자 일반현황 .....	15
<표 3-2> 응답자 특성별 주 평균 창작 활동일 수 .....	45
<표 3-3> 응답자 특성별 1일 평균 창작 활동 시간 .....	65
<표 3-4> 응답자 특성별 2021년 콘텐츠 활동을 통한 총수입 .....	85
<표 3-5> 응답자 특성별 창작 활동을 통한 주된 수입 경로 .....	95
<표 3-6> 응답자 특성별 창작 외 주요 소득원 .....	25
<표 3-7> 응답자 특성별 표준계약서 인지 여부 .....	45
<표 3-8> 응답자 특성별 표준계약서 활용 여부 .....	65
<표 3-9> 응답자 특성별 창작 활동을 함께하는 사람 .....	85
<표 3-10> 응답자 특성별 창작 활동을 하는 공간 .....	95
<표 3-11> 응답자 특성별 창작 관련 애로사항 .....	25
<표 3-12> 응답자 특성별 창작 활동 만족도 1) 직업 발전 가능성 .....	45
<표 3-13> 응답자 특성별 창작 활동 만족도 2) 직업 지속 가능성 .....	65
<표 3-14> 응답자 특성별 창작 활동 만족도 3) 경제적 만족도 .....	85
<표 3-15> 응답자 특성별 창작 활동 만족도 4) 사회적 평판 만족도 .....	95

<표 3-16> 응답자 특성별 창작 활동 만족도 5) 전반적 만족도 .....	26
<표 3-17> 응답자 특성별 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자 경험 여부 .....	46
<표 3-18> 응답자 특성별 및 지원 유형별 도움 정도 .....	66
<표 3-19> 응답자 특성별 지원사업 수행 시 애로사항 .....	76
<표 3-20> 응답자 특성별 창작 활동 발전을 위해 필요한 지원(3순위 응답) .....	90
<표 3-21> 응답자 특성별 코로나19로 인한 창작 활동의 변화 .....	26
<표 3-22> 응답자 특성별 코로나19의 확산으로 인한 부정적 변화(복수응답) .....	41
<표 3-23> 응답자 특성별 코로나19의 확산으로 인한 긍정적 변화(복수응답) .....	51
<표 3-24> 응답자 특성별 현 지역에서 창작 활동을 하는 가장 주된 이유 .....	76
<표 3-25> 응답자 특성별 지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대한 만족도 .....	66
<표 3-26> 응답자 특성별 지역 내 콘텐츠 산업의 한계점 .....	26
<표 3-27> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 1) 전문 창작자를 위한 창작지원(사업/지원금) .....	26
<표 3-28> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 2) 창작 활동 발표/유통의 기회 .....	66
<표 3-29> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 3) 창작 활동 관련 역량 강화 교육 기회 .....	86
<표 3-30> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 4) 지역 창작 활동 정보를 확인할 수 있는 플랫폼, 정보 채널 .....	66
<표 3-31> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 5) 지역 창작자 간 네트워크 구축 및 활발한 운영 .....	26
<표 3-32> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 6) 창작자와 소비자, 지역단체와의 네트워크 .....	46
<표 3-33> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 7) 지역 내 소비 시장 .....	66
<표 3-34> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 8) 창작 활동 발표의 홍보/마케팅 진행 기회 .....	86
<표 3-35> FGI 그룹별 진행 일정 .....	96
<표 3-36> FGI 그룹별 응답자 특성 .....	96
<표 4-1> 콘텐츠 분야별 관련 학과 분류계열 .....	66
<표 4-2> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황 .....	66
<표 4-3> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황 .....	66
<표 4-4> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 취업자 및 개인창작자 현황 .....	16
<표 4-5> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 취업자 및 개인창작자 현황 .....	26
<표 4-6> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 취업자 및 1인 창업자 현황 .....	36
<표 4-7> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 취업자 및 1인 창업자 현황 .....	46
<표 4-8> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 취업자 및 프리랜서 현황 .....	56



<표 4-9> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 취업자 및 개인창작자 현황	66
<표 4-10> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 진학률 현황	76
<표 4-11> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 진학률 현황	86
<표 4-12> 콘텐츠 분야별 관련 학과 분류예시	88
<표 4-13> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황	186
<표 4-14> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황	286
<표 4-15> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 진학률 현황	386
<표 4-16> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 진학률 현황	486
<표 5-1> 순위별 콘텐츠산업 규모 순위	78
<표 5-2> 지역별 지역 내 콘텐츠 규모 순위	88
<표 5-3> 콘텐츠 분야별 지역 규모 순위	98
<표 5-4> 지역별 콘텐츠 사업체 비중	98
<표 5-5> 지역별 콘텐츠 종사자 비중	106
<표 5-6> 지역별 콘텐츠 매출액 비중	286
<표 5-7> 부산 지역 내 콘텐츠산업 비중	78
<표 5-8> 대구 지역 내 콘텐츠산업 비중	17
<표 5-9> 인천 지역 내 콘텐츠산업 비중	57
<표 5-10> 광주 지역 내 콘텐츠산업 비중	97
<표 5-11> 대전 지역 내 콘텐츠산업 비중	37
<표 5-12> 울산 지역 내 콘텐츠산업 비중	77
<표 5-13> 경기 지역 내 콘텐츠산업 비중	27
<표 5-14> 강원 지역 내 콘텐츠산업 비중	67
<표 5-15> 충북 지역 내 콘텐츠산업 비중	97
<표 5-16> 충남지역 내 콘텐츠산업 비중	47
<표 5-17> 전북 지역 내 콘텐츠산업 비중	87
<표 5-18> 전남 지역 내 콘텐츠산업 비중	27
<표 5-19> 경북 지역 내 콘텐츠산업 비중	67
<표 5-20> 경남 지역 내 콘텐츠산업 비중	97
<표 5-21> 제주 지역 내 콘텐츠산업 비중	47



## 그림 목 차

[그림 1-1] 과업 추진 과정 .....	21
[그림 1-2] 조사원 교육 과정 및 내용 .....	51
[그림 1-3] 방문조사 실시 과정 .....	61
[그림 1-4] 유관시설 방문조사 .....	71
[그림 2-1] 부산 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	47
[그림 2-2] 부산 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	57
[그림 2-3] 부산 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	67
[그림 2-4] 부산 지역 생산·제작·유통·서비스 매출 비율 .....	78
[그림 2-5] 부산 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	97
[그림 2-6] 부산 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	0 8
[그림 2-7] 부산 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	18
[그림 2-8] 부산 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	2 8
[그림 2-9] 부산 지역 상용근로자 비율 .....	38
[그림 2-10] 부산 지역 상용근로자의 직무별 비율 .....	48
[그림 2-11] 부산 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	58
[그림 2-12] 부산 지역 상용근로자의 평균 근속기간 .....	68
[그림 2-13] 부산 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	7 8
[그림 2-14] 부산 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망 .....	88
[그림 2-15] 부산 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험 .....	98
[그림 2-16] 부산 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	09
[그림 2-17] 부산 지역 지원사업 수행 시 애로사항 .....	19
[그림 2-18] 부산 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	29
[그림 2-19] 부산 지역 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	39
[그림 2-20] 부산 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	4 9
[그림 2-21] 부산 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	5 9
[그림 2-22] 부산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	69

[그림 2-23] 부산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	7· 9
[그림 2-24] 부산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	89
[그림 2-25] 부산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	9
[그림 2-26] 부산 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	001
[그림 2-27] 부산 지역 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	0
[그림 2-28] 부산 지역 인프라 환경 구축 체감도 .....	0
[그림 2-29] 부산 지역 사업체 경영 구축 체감도 .....	0
[그림 2-30] 부산 지역 산업연계 구축 체감도 .....	0
[그림 2-31] 부산 지역 지원 프로그램 구축 체감도 .....	0
[그림 2-32] 부산 지역 생활환경 구축 체감도 .....	0
[그림 2-33] 대구 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	0
[그림 2-34] 대구 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	0
[그림 2-35] 대구 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	0
[그림 2-36] 대구 지역 생산·제작·유통·서비스 매출 비율 .....	111
[그림 2-37] 대구 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	2
[그림 2-38] 대구 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	31
[그림 2-39] 대구 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	4
[그림 2-40] 대구 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	51
[그림 2-41] 대구 지역 상용근로자 비율 .....	6
[그림 2-42] 대구 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 직무별 비율 .....	7
[그림 2-43] 대구 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	8
[그림 2-44] 대구 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 평균 근속기간 .....	9
[그림 2-45] 대구 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	0
[그림 2-46] 대구 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망 .....	2
[그림 2-47] 대구 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험 .....	2
[그림 2-48] 대구 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	3
[그림 2-49] 대구 지역 지원사업 수행 시 애로사항 .....	4
[그림 2-50] 대구 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	3
[그림 2-51] 대구 지역 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	6

[그림 2-52] 대구 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	72
[그림 2-53] 대구 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	82
[그림 2-54] 대구 지역 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	9
[그림 2-55] 대구 지역 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유 (1+2순위) .....	031
[그림 2-56] 대구 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	1
[그림 2-57] 대구 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	1
[그림 2-58] 대구 지역에 사업장을 선택한 이유 (1+2+3순위) .....	331
[그림 2-59] 대구 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	3
[그림 2-60] 대구 지역 인프라 환경 구축 체감도 .....	3
[그림 2-61] 대구 지역 사업체 경영 구축 체감도 .....	3
[그림 2-62] 대구 지역 산업연계 구축 체감도 .....	3
[그림 2-63] 대구 지역 지원 프로그램 구축 체감도 .....	3
[그림 2-64] 대구 지역 생활환경 구축 체감도 .....	3
[그림 2-65] 인천 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	4
[그림 2-66] 인천 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	4
[그림 2-67] 인천 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	4
[그림 2-68] 인천 지역 생산·제작·유통·서비스 매출 비율 .....	144
[그림 2-69] 인천 지역 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	4
[그림 2-70] 인천 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	6
[그림 2-71] 인천 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	7
[그림 2-72] 인천 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	8
[그림 2-73] 인천 지역 상용근로자 비율 .....	9
[그림 2-74] 인천 지역 상용근로자의 직무별 비율 .....	6
[그림 2-75] 인천 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	1
[그림 2-76] 인천 지역 상용근로자의 평균 근속기간 .....	2
[그림 2-77] 인천 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	3
[그림 2-78] 인천 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망 .....	4
[그림 2-79] 인천 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험 .....	5
[그림 2-80] 인천 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	6

[그림 2-81] 인천 지역 지원사업 수행 시 애로사항	3
[그림 2-82] 인천 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야	8
[그림 2-83] 인천 지역 코로나19로 인한 경영의 변화	9
[그림 2-84] 인천 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)	61
[그림 2-85] 인천 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)	161
[그림 2-86] 인천 지역 지원이 큰 콘텐츠 분야	8
[그림 2-87] 인천 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	361
[그림 2-88] 인천 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야	6
[그림 2-89] 인천 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	61
[그림 2-90] 인천 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)	661
[그림 2-91] 인천 지역 콘텐츠 산업환경 만족도	7
[그림 2-92] 인천 지역 인프라 환경 구축 체감도	8
[그림 2-93] 인천 지역 사업체 경영 구축 체감도	9
[그림 2-94] 인천 지역 산업연계 구축 체감도	0
[그림 2-95] 인천 지역 지원 프로그램 구축 체감도	1
[그림 2-96] 인천 지역 생활환경 구축 체감도	1
[그림 2-97] 광주 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황	3
[그림 2-98] 광주 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황	4
[그림 2-99] 광주 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황	5
[그림 2-100] 광주 지역 생산·제작·유통·서비스 매출 비율	177
[그림 2-101] 광주 지역 신규제작 건수 및 제작유형별 비율	8
[그림 2-102] 광주 지역 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	91
[그림 2-103] 광주 지역 신규제작비용 및 제작유형별 비율	6
[그림 2-104] 광주 지역 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	19
[그림 2-105] 광주 지역 상용근로자 비율	8
[그림 2-106] 광주 지역 상용근로자의 직무별 비율	8
[그림 2-107] 광주 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황	8
[그림 2-108] 광주 지역 상용근로자의 평균 근속기간	8
[그림 2-109] 광주 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화	6

[그림 2-110] 광주 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망 .....	8
[그림 2-111] 광주 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험 .....	8
[그림 2-112] 광주 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	8
[그림 2-113] 광주 지역 지원사업 수행 시 애로사항 .....	9
[그림 2-114] 광주 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	9
[그림 2-115] 광주 지역 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	21
[그림 2-116] 광주 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	31
[그림 2-117] 광주 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	41
[그림 2-118] 광주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	9
[그림 2-119] 광주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	691
[그림 2-120] 광주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	9
[그림 2-121] 광주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	91
[그림 2-122] 광주 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	991
[그림 2-123] 광주 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	0
[그림 2-124] 광주 지역 인프라 환경 구축 체감도 .....	0
[그림 2-125] 광주 지역 사업체 경영 구축 체감도 .....	0
[그림 2-126] 광주 지역 산업연계 구축 체감도 .....	0
[그림 2-127] 광주 지역 지원 프로그램 구축 체감도 .....	0
[그림 2-128] 광주 지역 생활환경 구축 체감도 .....	0
[그림 2-129] 대전 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	0
[그림 2-130] 대전 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	0
[그림 2-131] 대전 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	0
[그림 2-132] 대전 지역 생산·제작·유통·서비스 매출 비율 .....	210
[그림 2-133] 대전 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	1
[그림 2-134] 대전 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	22
[그림 2-135] 대전 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	3
[그림 2-136] 대전 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	42
[그림 2-137] 대전 지역 상용근로자 비율 .....	3
[그림 2-138] 대전 지역 상용근로자의 직무별 비율 .....	0

[그림 2-139] 대전 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	2
[그림 2-140] 대전 지역 상용근로자의 평균 근속기간 .....	2
[그림 2-141] 대전 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	92
[그림 2-142] 대전 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망 .....	2
[그림 2-143] 대전 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험 .....	2
[그림 2-144] 대전 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	2
[그림 2-145] 대전 지역 지원사업 수행 시 애로사항 .....	2
[그림 2-146] 대전 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	2
[그림 2-147] 대전 지역 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	2
[그림 2-148] 대전 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	622
[그림 2-149] 대전 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	722
[그림 2-150] 대전 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	2
[그림 2-151] 대전 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	922
[그림 2-152] 대전 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	2
[그림 2-153] 대전 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)2	2
[그림 2-154] 대전 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	232
[그림 2-155] 대전 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	3
[그림 2-156] 대전 지역 인프라 환경 구축 체감도 .....	2
[그림 2-157] 대전 지역 사업체 경영 구축 체감도 .....	3
[그림 2-158] 대전 지역 산업연계 구축 체감도 .....	2
[그림 2-159] 대전 지역 지원 프로그램 구축 체감도 .....	2
[그림 2-160] 대전 지역 생활환경 구축 체감도 .....	2
[그림 2-161] 울산 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	2
[그림 2-162] 울산 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	2
[그림 2-163] 울산 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	2
[그림 2-164] 울산 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율 .....	243
[그림 2-165] 울산 지역 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	4
[그림 2-166] 울산 지역 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	52
[그림 2-167] 울산 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	2

[그림 2-168] 울산 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	72
[그림 2-169] 울산 지역 상용근로자 비율 .....	8
[그림 2-170] 울산 지역 상용근로자의 직무별 비율 .....	9
[그림 2-171] 울산 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	9
[그림 2-172] 울산 지역 상용근로자의 평균 근속기간 .....	11
[그림 2-173] 울산 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	22
[그림 2-174] 울산 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망 .....	3
[그림 2-175] 울산 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험 .....	4
[그림 2-176] 울산 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	5
[그림 2-177] 울산 지역 지원사업 수행 시 애로사항 .....	6
[그림 2-178] 울산 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	7
[그림 2-179] 울산 지역 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	8
[그림 2-180] 울산 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	9
[그림 2-181] 울산 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	10
[그림 2-182] 울산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	11
[그림 2-183] 울산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	262
[그림 2-184] 울산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	3
[그림 2-185] 울산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	162
[그림 2-186] 울산 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	562
[그림 2-187] 울산 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	6
[그림 2-188] 울산 지역 인프라 환경 구축 체감도 .....	7
[그림 2-189] 울산 지역 사업체 경영 구축 체감도 .....	8
[그림 2-190] 울산 지역 산업연계 구축 체감도 .....	9
[그림 2-191] 울산 지역 지원 프로그램 구축 체감도 .....	10
[그림 2-192] 울산 지역 생활환경 구축 체감도 .....	11
[그림 2-193] 경기 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	2
[그림 2-194] 경기 지역 콘텐츠 분야별 종사자수 현황 .....	3
[그림 2-195] 경기 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	4
[그림 2-196] 경기 지역 생산·제작·유통·서비스 매출 비율 .....	276



[그림 2-197] 경기 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	2
[그림 2-198] 경기 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	82
[그림 2-199] 경기 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 분야별 비율 .....	9
[그림 2-200] 경기 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	82
[그림 2-201] 경기 지역 상용근로자 비율 .....	8
[그림 2-202] 경기 지역 상용근로자의 직무별 비율 .....	8
[그림 2-203] 경기 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	8
[그림 2-204] 경기 지역 상용근로자의 평균 근속기간 .....	8
[그림 2-205] 경기 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	8
[그림 2-206] 경기 지역 콘텐츠 경영 현황 및 전망 .....	8
[그림 2-207] 경기 지역 콘텐츠 지원 및 투자를 받은 경험 .....	8
[그림 2-208] 경기 지역 콘텐츠 지원 도움 정도 .....	8
[그림 2-209] 경기 지역 콘텐츠 지원사업 수행 시 애로사항 .....	8
[그림 2-210] 경기 지역 콘텐츠 관련 지원사업 필요 지원 분야 .....	9
[그림 2-211] 경기 지역 콘텐츠 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	12
[그림 2-212] 경기 지역 콘텐츠 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	22
[그림 2-213] 경기 지역 콘텐츠 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	32
[그림 2-214] 경기 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	9
[그림 2-215] 경기 지역 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	592
[그림 2-216] 경기 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	9
[그림 2-217] 경기 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	92
[그림 2-218] 경기 지역 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	892
[그림 2-219] 경기 지역 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	9
[그림 2-220] 경기 지역 인프라 환경 구축 체감도 .....	8
[그림 2-221] 경기 지역 사업체 경영 구축 체감도 .....	8
[그림 2-222] 경기 지역 산업연계 구축 체감도 .....	8
[그림 2-223] 경기 지역 지원 프로그램 구축 체감도 .....	8
[그림 2-224] 경기 지역 생활환경 구축 체감도 .....	8
[그림 2-225] 강원 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	8

[그림 2-226] 강원 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	6
[그림 2-227] 강원 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	7
[그림 2-228] 강원 지역 생산·제작·유통·서비스 매출 비율 .....	309
[그림 2-229] 강원 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	8
[그림 2-230] 강원 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	13
[그림 2-231] 강원 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 분야별 비율 .....	2
[그림 2-232] 강원 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	33
[그림 2-233] 강원 지역 상용근로자 비율 .....	4
[그림 2-234] 강원 지역 상용근로자의 직무별 비율 .....	5
[그림 2-235] 강원 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	6
[그림 2-236] 강원 지역 상용근로자의 평균 근속기간 .....	7
[그림 2-237] 강원 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	8
[그림 2-238] 강원 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망 .....	9
[그림 2-239] 강원 지역 콘텐츠 지원 및 투자를 받은 경험 .....	0
[그림 2-240] 강원 지역 콘텐츠 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	1
[그림 2-241] 강원 지역 콘텐츠 지원사업 수행 시 애로사항 .....	2
[그림 2-242] 강원 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	3
[그림 2-243] 강원 지역 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	4
[그림 2-244] 강원 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	523
[그림 2-245] 강원 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	623
[그림 2-246] 강원 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	7
[그림 2-247] 강원 지역 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	823
[그림 2-248] 강원 지역에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	9
[그림 2-249] 강원 지역 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	033
[그림 2-250] 강원 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	133
[그림 2-251] 강원 지역 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	2
[그림 2-252] 강원 지역 인프라 환경 구축 체감도 .....	3
[그림 2-253] 강원 지역 사업체 경영 구축 체감도 .....	4
[그림 2-254] 강원 지역 산업연계 구축 체감도 .....	5

[그림 2-255] 강원 지역 지원 프로그램 구축 체감도 .....	6
[그림 2-256] 강원 지역 생활환경 구축 체감도 .....	3
[그림 2-257] 충북 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	3
[그림 2-258] 충북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	3
[그림 2-259] 충북 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	4
[그림 2-260] 충북 지역 생산·제작·유통·서비스 매출 비율 .....	342
[그림 2-261] 충북 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	3
[그림 2-262] 충북 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	4B
[그림 2-263] 충북 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작분야별 비율 .....	3
[그림 2-264] 충북 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	6B
[그림 2-265] 충북 지역 상용근로자 비율 .....	7
[그림 2-266] 충북 지역 상용근로자의 직무별 비율 .....	8
[그림 2-267] 충북 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	9
[그림 2-268] 충북 지역 상용근로자의 평균 근속기간 .....	6
[그림 2-269] 충북 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	1B
[그림 2-270] 충북 지역 경영 현황 및 전망 .....	3
[그림 2-271] 충북 지역 콘텐츠 지원 및 투자를 받은 경험 .....	3
[그림 2-272] 충북 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	4
[그림 2-273] 충북 지역 콘텐츠 지원사업 수행 시 애로사항 .....	5
[그림 2-274] 충북 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	6
[그림 2-275] 충북 지역 콘텐츠 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	7B
[그림 2-276] 충북 지역 콘텐츠 코로나19로 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	8B
[그림 2-277] 충북 지역 콘텐츠 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	9B
[그림 2-278] 충북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	6
[그림 2-279] 충북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	163
[그림 2-280] 충북 지역에서 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	3
[그림 2-281] 충북 지역에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	363
[그림 2-282] 충북 지역에서 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	463
[그림 2-283] 충북 지역 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	5

[그림 2-284] 충북 지역 인프라 환경 구축 체감도 .....	6
[그림 2-285] 충북 지역 사업체 경영 구축 체감도 .....	6
[그림 2-286] 충북 지역 산업연계 구축 체감도 .....	8
[그림 2-287] 충북 지역 지원 프로그램 구축 체감도 .....	8
[그림 2-288] 충북 지역 생활환경 구축 체감도 .....	8
[그림 2-289] 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	13
[그림 2-290] 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	23
[그림 2-291] 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황 .....	33
[그림 2-292] 충남(세종) 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율 .....	35
[그림 2-293] 충남(세종) 지역 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	63
[그림 2-294] 충남(세종) 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) 73	
[그림 2-295] 충남(세종) 지역 콘텐츠 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중 .....	83
[그림 2-296] 충남(세종) 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) 973	
[그림 2-297] 충남(세종) 지역 상용근로자 비율 .....	88
[그림 2-298] 충남(세종) 지역 상용근로자의 직무별 비율 .....	188
[그림 2-299] 충남(세종) 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	288
[그림 2-300] 충남(세종) 지역 상용근로자의 평균 근속기간 .....	388
[그림 2-301] 충남(세종) 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	488
[그림 2-302] 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망 .....	588
[그림 2-303] 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험 .....	688
[그림 2-304] 충남(세종) 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	788
[그림 2-305] 충남(세종) 지역 지원사업 수행 시 애로사항 .....	888
[그림 2-306] 충남(세종) 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	988
[그림 2-307] 충남(세종) 지역 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	1088
[그림 2-308] 충남(세종) 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	193
[그림 2-309] 충남(세종) 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	293
[그림 2-310] 충남(세종) 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	388
[그림 2-311] 충남(세종) 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) 493	
[그림 2-312] 충남(세종) 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	588

[그림 2-313] 충남(세종) 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	3
[그림 2-314] 충남(세종) 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)	7-9
[그림 2-315] 충남(세종) 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도	88
[그림 2-316] 충남(세종) 지역 인프라 환경 구축 체감도	98
[그림 2-317] 충남(세종) 지역 사업체 경영 구축 체감도	104
[그림 2-318] 충남(세종) 지역 산업연계 구축 체감도	114
[그림 2-319] 충남(세종) 지역 지원 프로그램 구축 체감도	124
[그림 2-320] 충남(세종) 지역 생활환경 구축 체감도	134
[그림 2-321] 전북 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황	4
[그림 2-322] 전북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황	5
[그림 2-323] 전북 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황	6
[그림 2-324] 전북 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율	408
[그림 2-325] 전북 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율	9
[그림 2-326] 전북 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	14
[그림 2-327] 전북 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율	1
[그림 2-328] 전북 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	24
[그림 2-329] 전북 지역 상용근로자 비율	3
[그림 2-330] 전북 지역 상용근로자의 직무별 비율	4
[그림 2-331] 전북 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황	5
[그림 2-332] 전북 지역 상용근로자의 평균 근속기간	6
[그림 2-333] 전북 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화	74
[그림 2-334] 전북 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망	8
[그림 2-335] 전북 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험	9
[그림 2-336] 전북 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도	10
[그림 2-337] 전북 지역 지원사업 수행 시 애로사항	11
[그림 2-338] 전북 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야	2
[그림 2-339] 전북 지역 코로나19로 인한 경영의 변화	31
[그림 2-340] 전북 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)	424
[그림 2-341] 전북 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)	524

[그림 2-342] 전북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야	6
[그림 2-343] 전북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	724
[그림 2-344] 전북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야	8
[그림 2-345] 전북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	24
[그림 2-346] 전북 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)	034
[그림 2-347] 전북 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도	1
[그림 2-348] 전북 지역 인프라 환경 구축 체감도	2
[그림 2-349] 전북 지역 사업체 경영 구축 체감도	3
[그림 2-350] 전북 지역 산업연계 구축 체감도	4
[그림 2-351] 전북 지역 지원 프로그램 구축 체감도	3
[그림 2-352] 전북 지역 생활환경 구축 체감도	6
[그림 2-353] 전남 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황	7
[그림 2-354] 전남 지역 콘텐츠 종사자 수 현황	8
[그림 2-355] 전남 지역 콘텐츠 매출액 현황	9
[그림 2-356] 전남 지역 생산·제작·유통·서비스 매출 비율	441
[그림 2-357] 전남 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율	4
[그림 2-358] 전남 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	344
[그림 2-359] 전남 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율	4
[그림 2-360] 전남 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	544
[그림 2-361] 전남 지역 상용근로자 비율	6
[그림 2-362] 전남 지역 상용근로자의 직무별 비율	7
[그림 2-363] 전남 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황	8
[그림 2-364] 전남 지역 상용근로자의 평균 근속기간	9
[그림 2-365] 전남 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화	9
[그림 2-366] 전남 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망	11
[그림 2-367] 전남 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험	2
[그림 2-368] 전남 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도	3
[그림 2-369] 전남 지역 지원사업 수행 시 애로사항	4
[그림 2-370] 전남 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야	5

[그림 2-371] 전남 지역 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	64
[그림 2-372] 전남 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	74
[그림 2-373] 전남 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	84
[그림 2-374] 전남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	94
[그림 2-375] 전남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	064
[그림 2-376] 전남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	11
[그림 2-377] 전남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	164
[그림 2-378] 전남 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	364
[그림 2-379] 전남 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	4
[그림 2-380] 전남 지역 인프라 환경 구축 체감도 .....	5
[그림 2-381] 전남 지역 사업체 경영 구축 체감도 .....	6
[그림 2-382] 전남 지역 산업연계 구축 체감도 .....	7
[그림 2-383] 전남 지역 지원 프로그램 구축 체감도 .....	8
[그림 2-384] 전남 지역 생활환경 구축 체감도 .....	9
[그림 2-385] 경북 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	0
[그림 2-386] 경북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	1
[그림 2-387] 경북 지역 콘텐츠 분야별 매출액 비율 .....	2
[그림 2-388] 경북 지역 생산·제작·유통·서비스 매출 비율 .....	474
[그림 2-389] 경북 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	5
[그림 2-390] 경북 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	64
[그림 2-391] 경북 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	7
[그림 2-392] 경북 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	84
[그림 2-393] 경북 지역 상용근로자 비율 .....	9
[그림 2-394] 경북 지역 상용근로자의 직무별 비율 .....	0
[그림 2-395] 경북 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	1
[그림 2-396] 경북 지역 상용근로자의 평균 근속기간 .....	2
[그림 2-397] 경북 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	3
[그림 2-398] 경북 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망 .....	4
[그림 2-399] 경북 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험 .....	5

[그림 2-400] 경북 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	8
[그림 2-401] 경북 지역 지원사업 수행 시 애로사항 .....	8
[그림 2-402] 경북 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	8
[그림 2-403] 경북 지역 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	9
[그림 2-404] 경북 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	10
[그림 2-405] 경북 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	11
[그림 2-406] 경북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	2
[그림 2-407] 경북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	39
[그림 2-408] 경북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	4
[그림 2-409] 경북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	10
[그림 2-410] 경북 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	69
[그림 2-411] 경북 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	7
[그림 2-412] 경북 지역 인프라 환경 구축 체감도 .....	8
[그림 2-413] 경북 지역 사업체 경영 구축 체감도 .....	9
[그림 2-414] 경북 지역 산업연계 구축 체감도 .....	10
[그림 2-415] 경북 지역 지원 프로그램 구축 체감도 .....	11
[그림 2-416] 경북 지역 생활환경 구축 체감도 .....	11
[그림 2-417] 경남 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황 .....	13
[그림 2-418] 경남 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황 .....	14
[그림 2-419] 경남 지역 콘텐츠 분야별 매출액 비율 .....	15
[그림 2-420] 경남 지역 생산·제작·유통·서비스 매출 비율 .....	507
[그림 2-421] 경남 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율 .....	18
[그림 2-422] 경남 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	19
[그림 2-423] 경남 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율 .....	19
[그림 2-424] 경남 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외) .....	19
[그림 2-425] 경남 지역 상용근로자 비율 .....	19
[그림 2-426] 경남 지역 상용근로자의 직무별 비율 .....	19
[그림 2-427] 경남 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	19
[그림 2-428] 경남 지역 상용근로자의 평균 근속기간 .....	19



[그림 2-429] 경남 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화	65
[그림 2-430] 경남 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망	7
[그림 2-431] 경남 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험	8
[그림 2-432] 경남 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도	9
[그림 2-433] 경남 지역 지원사업 수행 시 애로사항	10
[그림 2-434] 경남 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야	11
[그림 2-435] 경남 지역 코로나19로 인한 경영의 변화	28
[그림 2-436] 경남 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)	35
[그림 2-437] 경남 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)	45
[그림 2-438] 경남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야	5
[그림 2-439] 경남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	625
[그림 2-440] 경남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야	7
[그림 2-441] 경남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)	825
[그림 2-442] 경남 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)	925
[그림 2-443] 경남 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도	6
[그림 2-444] 경남 지역 인프라 환경 구축 체감도	11
[그림 2-445] 경남 지역 사업체 경영 구축 체감도	3
[그림 2-446] 경남 지역 산업연계 구축 체감도	3
[그림 2-447] 경남 지역 지원 프로그램 구축 체감도	4
[그림 2-448] 경남 지역 생활환경 구축 체감도	5
[그림 2-449] 제주 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황	6
[그림 2-450] 제주 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황	7
[그림 2-451] 제주 지역 콘텐츠 분야별 매출액 비율	8
[그림 2-452] 제주 지역 생산·제작·유통·서비스 매출 비율	540
[그림 2-453] 제주 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율	11
[그림 2-454] 제주 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	25
[그림 2-455] 제주 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율	3
[그림 2-456] 제주 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)	45
[그림 2-457] 제주 지역 상용근로자 비율	11

[그림 2-458] 제주 지역 상용근로자의 직무별 비율 .....	6
[그림 2-459] 제주 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황 .....	7
[그림 2-460] 제주 지역 상용근로자의 평균 근속기간 .....	8
[그림 2-461] 제주 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화 .....	9
[그림 2-462] 제주 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망 .....	5
[그림 2-463] 제주 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험 .....	5
[그림 2-464] 제주 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도 .....	5
[그림 2-465] 제주 지역 지원사업 수행 시 애로사항 .....	5
[그림 2-466] 제주 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야 .....	5
[그림 2-467] 제주 지역 코로나19로 인한 경영의 변화 .....	5
[그림 2-468] 제주 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답) .....	6
[그림 2-469] 제주 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답) .....	7
[그림 2-470] 제주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야 .....	5
[그림 2-471] 제주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	9
[그림 2-472] 제주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야 .....	6
[그림 2-473] 제주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위) .....	6
[그림 2-474] 제주 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위) .....	2
[그림 2-475] 제주 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도 .....	5
[그림 2-476] 제주 지역 인프라 환경 구축 체감도 .....	6
[그림 2-477] 제주 지역 사업체 경영 구축 체감도 .....	5
[그림 2-478] 제주 지역 산업연계 구축 체감도 .....	6
[그림 2-479] 제주 지역 지원 프로그램 구축 체감도 .....	6
[그림 2-480] 제주 지역 생활환경 구축 체감도 .....	8
[그림 3-1] 주 평균 창작 활동일 수 .....	5
[그림 3-2] 1일 평균 창작 활동 시간 .....	5
[그림 3-3] 2021년 콘텐츠 활동을 통한 총수입 .....	7
[그림 3-4] 창작 활동을 통한 주된 수입 경로 .....	5
[그림 3-5] 창작 외 주요 소득원 .....	5
[그림 3-6] 표준계약서 인지 여부 .....	5

[그림 3-7] 표준계약서 활용 여부 .....	58
[그림 3-8] 창작 활동을 함께하는 사람 .....	58
[그림 3-9] 창작 활동을 하는 공간 .....	58
[그림 3-10] 창작 관련 애로사항 .....	9
[그림 3-11] 창작 활동 만족도 1) 직업 발전 가능성 .....	36
[그림 3-12] 창작 활동 만족도 2) 지속 가능성 .....	36
[그림 3-13] 창작 활동 만족도 3) 경제적 만족도 .....	36
[그림 3-14] 창작 활동 만족도 4) 사회적 평판 만족도 .....	36
[그림 3-15] 창작 활동 만족도 5) 전반적 만족도 .....	36
[그림 3-16] 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자 경험 여부 .....	36
[그림 3-17] 지원 유형별 도움 정도 .....	6
[그림 3-18] 지원사업 수행 시 애로사항 .....	6
[그림 3-19] 창작 활동 발전을 위해 필요한 지원(1+2+3순위 응답) .....	906
[그림 3-20] 코로나19로 인한 창작 활동의 변화 .....	16
[그림 3-21] 코로나19의 확산으로 인한 부정적 변화(복수응답) .....	36
[그림 3-22] 코로나19의 확산으로 인한 긍정적 변화(복수응답) .....	56
[그림 3-23] 현 지역에서 창작 활동을 하는 가장 주된 이유 .....	16
[그림 3-24] 지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대한 만족도 .....	9
[그림 3-25] 지역 내 콘텐츠 산업의 한계점 .....	16
[그림 3-26] 지역 창작 활동 환경 1) 전문 창작자를 위한 창작지원(사업/지원금) .....	36
[그림 3-27] 지역 창작 활동 환경 2) 창작 활동 발표/유통의 기회 .....	36
[그림 3-28] 지역 창작 활동 환경 3) 창작 활동 관련 역량 강화 교육 기회 .....	36
[그림 3-29] 지역 창작 활동 환경 4) 지역 창작 활동 정보를 확인할 수 있는 플랫폼, 정보 채널 .....	36
[그림 3-30] 지역 창작 활동 환경 5) 지역 창작자 간 네트워크 구축 및 활발한 운영 .....	36
[그림 3-31] 지역 창작 활동 환경 6) 창작자와 소비자, 지역단체와의 네트워크 .....	36
[그림 3-32] 지역 창작 활동 환경 7) 지역 내 소비 시장 .....	36
[그림 3-33] 지역 창작 활동 환경 8) 창작 활동 발표의 홍보/마케팅 진행 기회 .....	36



---

# 제1장 조사 개요

---

20

22



# 제1장 조사 개요

## 1. 조사 개요

### 가. 조사 목적

서울 제외 각 지역 콘텐츠산업 사업체 및 창작자의 현황 및 실태조사를 기반으로 지역별 산업환경 분석 및 지역 콘텐츠산업 계획 수립을 위한 기초자료로 활용

- 지역 콘텐츠산업 계획수립 및 기초자료로 활용하기 위한 실태조사
- 지역별 산업환경 분석을 통해 지역 콘텐츠 사업 강화 기반 마련
- 지역 콘텐츠산업의 균형발전 도모

### 나. 조사 연혁

- 2020년: 「2020 지역 콘텐츠 산업 및 창작자 실태조사」 라는 명칭으로 제1회 본조사 실시
- 2022년: 「2022 지역 콘텐츠 기업 현황 및 창작자 실태조사」<sup>5)</sup> 라는 명칭으로 제2회 본조사 실시

### 다. 조사주기, 기준시점 및 조사기간

- 작성주기 : 2년
- 기준시점 : 2021. 12. 31
- 조사기간 : 2022. 8. ~ 2022. 11

---

5) 2022년 본 조사에서는 지역 콘텐츠 정책지원 대상이 아닌 대기업 및 계열사를 제외하고, 보고서 명칭을 변경함

## 라. 조사 대상 및 범위

### 1) 조사 대상

- 사업체 : 조사기준일(2021.12.31.) 현재 국내에 소재하며 서울 제외 지역에서 콘텐츠산업을 영위하는 한국콘텐츠진흥원 지원 9개 산업군(만화/음악/게임/영화/애니메이션/방송/캐릭터/지식정보/콘텐츠솔루션) 사업체
- 창작자 : 서울 제외, 각 지역 소재 콘텐츠산업 1인 창작자

### 2) 조사 대상 분야

- 콘텐츠산업의 산업분류체계는 한국표준산업분류체계(KSIC)를 기반으로 하여 산업의 특성을 반영한 특수분류체계를 활용
- 본 조사와 유사한 「2020 기준 콘텐츠산업조사, 문화체육관광부」는 11개 산업으로 분류되어 있으며, 이는 ‘출판’, ‘만화’, ‘음악’, ‘게임’, ‘영화’, ‘애니메이션’, ‘방송’, ‘광고’, ‘캐릭터’, ‘지식정보’, ‘콘텐츠솔루션’으로 구성됨
- 본 조사의 산업분류는 한국콘텐츠진흥원 지원사업 대상에 포함되지 않는 대기업 및 계열사, 출판산업, 만화책 임대업, 만화책 도소매업, 노래연습장운영업, 게임유통업, 광고산업을 제외하고 총 9개 산업군임
- 본 조사 대상은 9개 대분류/ 17개 중분류/ 39개 소분류로 구성되며, 상세한 내용은 <표 1-1>과 같음

<표 1-1> 콘텐츠 특수분류체계 산업분류별 조사 대상

업종	콘텐츠 세부분야	분류정의	대상 여부
만화	만화 출판업		
	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)	만화잡지를 포함하여 만화도서를 전문으로 발간하는 출판사(사업체)	○
	일반 출판사(만화부문)	일반 도서를 발간하는 출판사 중 만화도서(학습/교양만화 포함)를 발간하는 출판사(사업체)	○
	온라인 만화 제작·유통업		
	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)	단행본 만화, 만화잡지 등을 인터넷/모바일에 제공하기 위하여 제작하는 사업체	○
	인터넷 만화콘텐츠 서비스	단행본만화 또는 만화잡지 등 전자출판물 형태로 제작된 콘텐츠를 인터넷으로 서비스하는 사업체	○



업종	콘텐츠 세부분야	분류정의	대상 여부
만화	모바일 만화콘텐츠 서비스	단행본만화 또는 만화잡지 등 전자출판물 형태로 제작된 콘텐츠를 모바일로 서비스하는 사업체	○
	만화책 임대업		
	만화임대 (만화방, 만화카페 등)	만화방, 만화카페 등 소비자가 점포안에서 만화책을 유료로 읽을 수 있도록 장소를 제공하거나 책을 임대하는 사업체	X
	서적임대(대여)(만화부문)	각종 만화서적, 만화잡지 등을 임대만 하는 사업체 (장소 제공 안됨)	X
	만화 도소매업		
	만화 서적 및 잡지류 도매	각종 만화서적 및 만화 잡지류를 도매하는 사업체	X
	만화 서적 및 잡지류 소매	각종 만화서적 및 만화 잡지류를 소매하는 사업체	X
	음악제작업		
	음악 기획 및 제작업	음반 및 음원을 기획하고 제작하는 업체(CP제외) (음원제작 및 관련 비즈니스업을 수행하는 업체)	○
	음반(음원) 녹음시설 운영업	음반 또는 음원을 녹음할 수 있는 시설을 운영하는 사업체	X
	음악 및 오디오물 출판업		
	음악 오디오물 출판업	음악관련 악보를 출판하는 업체	○
	기타 오디오물 제작업	기타 오디오물을 제작하는 업체(출판관련)	○
	음반복제 및 배급업		
음반 복제업	음반을 복제하는 사업체	X	
음반 배급업	음반을 도소매업 사업체에게 배급하는 사업체	X	
음반 도소매업			
음반 도매업	음반을 도매하는 사업체	X	
음반 소매업	음반을 소매하는 사업체	X	
온라인 음악 유통업			
인터넷/모바일 음악 서비스업	음원대리 중개업체로부터 음원을 양도받아 인터넷 또는 모바일로 서비스하는 사업체	○	
음원 대리 중개업	음원권리자로부터 음원의 권리를 양도받아 온라인상으로 중개하는 사업체	X	
인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업(CP)	음원을 제작하여 모바일 음악서비스 업체 및 인터넷 음악서비스 업체에게 제공하는 사업체	○	
음악 공연업			
음악공연 기획 및 제작업	음악공연(뮤지컬, 대중음악, 클래식, 오페라, 전통공연 등)을 기획 및 제작하는 사업체(단, 연극은 제외)	○	
기타 음악공연 서비스업	음악공연과 관련된 서비스를 제공하는 사업체(티켓발매 등)	○	
노래연습장 운영업			
노래연습장 운영업	연주자를 두지 않고 반주에 맞추어 노래를 부를 수 있도록 하는 영상 또는 무영상 반주장치 등의 시설을 갖춘 사업체	X	

업종	콘텐츠 세부분야	분류정의	대상 여부
게임	<b>게임 제작 및 배급업</b>		
	게임 제작 및 배급업	게임을 기획 및 제작, 배급하는 사업체	○
	<b>게임 유통업</b>		
	컴퓨터 게임방 운영업	인터넷 또는 시디롬 등에 의한 컴퓨터게임을 제공하는 시설을 운영하는 사업체(PC방)	X
	전자 게임장 운영업	컴퓨터가 아닌 전자게임기를 갖춘 시설을 운영하는 사업체	X
영화	<b>영화 제작, 지원, 및 유통업</b>		
	영화 기획 및 제작	일반 영화를 기획 및 제작하는 사업체	○
	영화 수입	해외 영화를 수입하는 사업체	X
	영화제작 지원	일반 영화제작에 관련된 필름가공, 필름의 편집, 더빙, 필름검사 등 제작 후 서비스를 하는 사업체	○
	영화 배급	일반 영화 배급권을 획득하고, 영화관, 방송사 및 기타 상영자에게 배급하는 사업체	X
	극장 상영	실내 또는 야외에 영사시설을 갖추고 영화를 상영하는 사업체	X
	영화 홍보 및 마케팅	일반 영화를 홍보 및 마케팅하는 사업체	X
	<b>디지털 온라인 유통업</b>		
	온라인 상영	인터넷/모바일을 통해 영화를 서비스하는 사업체	X
	온라인 배급	인터넷 또는 모바일을 통해 영화를 배급하는 사업체	X
	DVD블루레이 제작 및 유통	영화를 DVD 또는 블루레이 형태로 제작 유통하는 사업체	X
애니메이션	<b>애니메이션 제작업</b>		
	애니메이션 창작 제작업	창작 애니메이션 기획 및 직접제작하는 사업체	○
	애니메이션 하청 제작업	애니메이션을 외주제작, 주문제작, 및 재하청하는 사업체	○
	온라인(인터넷·모바일)애니메이션제작업	인터넷용 및 모바일용 애니메이션을 제작하는 사업체	○
	<b>애니메이션 유통 및 배급업</b>		
	애니메이션 유통, 배급 및 홍보업	극장용, 방송용, 홈비디오용 애니메이션을 유통, 홍보, 마케팅 및 홍보하는 사업체	X
	<b>온라인 애니메이션 유통업</b>		
	온라인 애니메이션 서비스업(인터넷 모바일)	애니메이션을 인터넷 및 모바일로 서비스하는 사업체	X
방송	<b>지상파 방송</b>		
	지상파 방송사업자	방송을 목적으로 하는 지상의 무선국을 관리·운영하며 이를 이용하여 방송을 행하는 사업체	X
	지상파 이동멀티미디어 방송 사업자	이동 중 수신을 주목적으로 다채널을 이용하여 복합적으로 송신하는 방송을 행하는 지상파방송 사업체	X
	<b>유선방송</b>		
	종합유선방송 사업자	다채널방송을 행하기 위한 유선방송국 설비를 관리·운영하며 전송·선로설비를 이용하여 방송을 행하는 사업체	X
	중계유선방송 사업자	지상파방송을 중계 및 송신하는 사업체	X

구분	콘텐츠 세부분야	분류정의	대상 여부
	<b>위성방송</b>		
	일반위성방송 사업자	인공위성의 무선설비를 소유 또는 임차하여 무선국을 관리·운영하며 이를 이용하여 방송을 행하는 사업체	X
	위성이동멀티미디어방송 사업자	이동 중 수신을 주목적으로 다채널을 이용하여 복합적으로 송신하는 방송을 행하는 위성방송 사업체	X
	<b>방송채널사용사업</b>		
	방송채널사용 사업자	지상파방송 사업자, 종합유선방송 사업자 또는 위성방송 사업자와 특정채널의 전부 또는 일부 시간에 대한 전용사용계약을 체결하여 그 채널을 사용하는 사업체	X
	<b>방송영상물제작업</b>		
	방송영상독립제작사	재정적인 지원이나 제작·설비 등을 방송 사업자 측에 의존하지 않고 독자적으로 TV프로그램을 제작하는 사업체	O
	<b>인터넷 영상물 제공업</b>		
	인터넷 프로토콜TV(IPTV)	초고속 인터넷망을 이용하여 제공되는 양방향 텔레비전서비스 사업체 (KT의 olehTV, SK브로드밴드의 BTv, LG의 U+TV)	X
	IPTV 콘텐츠제공 사업자 (CP)	IPTV용 콘텐츠를 제작하여 인터넷프로토콜TV 업체에 제공하는 사업체	X
광고	<b>광고(종합)대행업</b>		
	종합광고대행	광고주를 대신하여 광고물을 기획하고 이에 따라 광고물을 제작하며, 제작된 광고물을 매체와 접촉하여 매체집행을 하는 사업체	X
	광고매체대행	광고주나 광고대행사를 대신하여 광고지면이나 광고시간을 구입해주는 업무를 하는 사업체	X
	<b>광고 제작업</b>		
	인쇄광고제작업	신문, 잡지 등 각종 인쇄광고물을 제작하는 사업체	X
	영상광고제작업	방송, 영화, 동영상 클립 등 영상광고물을 제작하는 사업체	X
	광고사진 스튜디오	광고를 목적으로 제작된 사진 촬영, 신문, 잡지, 포스터 광고 촬영 및 카탈로그 촬영을 하는 사업체	X
	<b>광고 전문 서비스업</b>		
	마케팅 조사	마케팅 활동의 기획, 수정 및 평가를 위해 내부 및 외부정보 수집하여 분석하는 사업체	X
	PR(Public Relations)	제품 또는 서비스에 대한 공중의 이해와 호감을 얻고자 행하는 여러 가지 활동의 업무(홍보, 행사, 행사 기획, 홍보물 제작 등)를 전문으로 행하는 사업체	X
SP(Sales Promotion)	매스컴 매체에 하는 광고가 아니라 판매에 직결한 광고를 대행하는 사업체(DM광고, 프리미엄, 견본 배포, 노벨티, 콘테스트, 소비자 교육 등)	X	
브랜드컨설팅	CI, BI 패키지를 포함하는 기업이나 브랜드의 상징 등을 제작하는 사업체	X	
전시 및 행사대행업	각종 전시회 및 행사를 기획·조직하는 산업 활동, 전시장 행사와 관련된 전반적인 책임을 맡아 종합적으로 구성·연출하는 사업체도 포함	X	

업종	콘텐츠 세부분야	분류정의	대상 여부
	<b>인쇄업</b>		
	인쇄	각종 광고용 인쇄물을 인쇄하는 사업체(광고물 인쇄업)	X
	<b>온라인 광고대행업</b>		
	온라인 종합광고대행	광고주를 대신해서 온라인 광고물을 기획하고, 제작하여 제작된 광고물을 전달하기 위해 매체와 접촉하고, 집행하는 것을 전문으로 하는 사업체(온라인 광고는 노출형, 검색형 등이 있음)	X
	온라인 광고 매체대행	광고주나 광고대행사를 대신하여 온라인 광고 지면을 구입해 주는 업무를 하는 사업체	X
	온라인 광고 제작대행	각종 온라인 광고물을 제작하는 사업체	X
	<b>옥외광고대행업</b>		
	옥외종합광고대행	인쇄, 그림 또는 전자적 방식 등의 전시광고물을 기획·제작하여 옥내외 간판 또는 차량, 상점 등 전시공간에 전시구조물을 게시하는 사업체	X
옥외광고제작대행	인쇄, 그림 또는 전자적 방식 등의 전시광고물을 기획·제작하는 사업체	X	
캐릭터	<b>캐릭터 제작업</b>		
	캐릭터 개발 및 라이선스업	소설, 만화, 애니메이션, 게임에 등장하는 독특한 인물이나 동물의 모습을 디자인하여 라이선스를 받는 사업체	O
	캐릭터상품 제조업	캐릭터라이선스 비용을 지불하고 캐릭터를 포함시켜 제조 하는 사업체	O
	<b>캐릭터 상품 유통업</b>		
	캐릭터상품 도매업	캐릭터라이선스 비용이 지불된 캐릭터상품을 도매하는 사업체	X
캐릭터상품 소매업	캐릭터라이선스 비용이 지불된 캐릭터상품을 소매하는 사업체	X	
지식정보	<b>e-learning업</b>		
	e-learning 기획업	유아, 초중고, 성인 등 모든 연령층을 대상으로 제공되는 온라인/스토리지 저장형 학습프로그램을 기획하는 사업체 (온라인 학습정보 서비스 기획)	O
	e-learning 인터넷/모바일 서비스업	인터넷과 모바일로 온라인/스토리지 저장형 학습프로그램을 서비스하는 사업체	O
	인터넷/모바일 e-learning 제작 및 제공업(CP)	온라인/스토리지 저장형 학습프로그램을 제작하여 서비스 사업체에 제공하는 사업체(CP)	O
	에듀테인먼트 기획 및 제작업	교육의 효과를 얻을 수 있도록 고안된 학습용 게임, 멀티미디어도감, 비디오 교재 등의 콘텐츠를 제작하는 사업체	O
	<b>기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업</b>		
기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업	1차 자료를 수집 및 조합하여 일정 포맷에 따라 가공된 정보를 컴퓨터에 수록하여 전자매체로 제공하는 사업체(인터넷 및 모바일을 통한 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 이러닝서비스 제외)	O	

업종	콘텐츠 세부분야	분류정의	대상 여부
콘텐츠 솔루션	<b>포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업</b>		
	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업	인터넷에서 검색, 커뮤니티, 전자메일, 블로그 등의 서비스를 통해 금융, 생활정보, 뉴스 등 이용자 제작콘텐츠 및 디지털화 된 다양한 정보를 매개하는 사업체	○
	<b>가상세계 및 가상현실업</b>		
	스크린골프 시스템 기획 및 제작업	스크린 골프 시스템을 기획 및 제작하는 사업체	○
	스크린골프장 운영업	스크린 골프장을 운영하는 사업체	X
	기타 가상세계 및 가상현실 기획 및 제작업	3차원 영상 등을 통해 디지털로 가상 환경을 만들어 사용자가 가상세계에서 현실세계와 유사한 느낌을 느낄 수 있도록 해주는 콘텐츠를 기획 및 제작하는 사업체	○
	기타 가상세계 및 가상현실 서비스업	디지털 가상세계 콘텐츠를 사용하여 사용자가 현실세계와 유사하게 느낄 수 있는 가상현실 서비스를 제공하는 사업체	○
	<b>콘텐츠솔루션업</b>		
	저작물	디지털콘텐츠를 제작 및 편집하기 위해 사용되는 저작도구(영상, 게임, LMS, e-learning 등)	○
	콘텐츠보호	유무선 네트워크상에서 디지털 콘텐츠의 무단 사용을 막고 유통 과정 중 발생하는 콘텐츠의 불법 사용을 추적하기 위한 솔루션 (DRM 등)	○
	모바일솔루션	모바일 네트워크에서 제공되는 콘텐츠 서비스를 위한 모든 서비스 및 플랫폼 (MMS/SMS의 문자서비스, 모바일 멀티미디어 전송 관련 서비스 및 모바일플랫폼 등)	○
	과금/결제	웹이나 모바일 네트워크에서 콘텐츠 이용 요금을 부과하고 징수하기 위해 사용되는 모든 솔루션(신용카드결제, 휴대폰 소액결제 등)	○
	콘텐츠관리시스템(CMS)	온라인 상의 모든 콘텐츠를 대상으로 생산, 유통, 삭제, 업데이트 등을 자동으로 관리해주는 솔루션	○
콘텐츠전송네트워크(CDN)	네트워크에 여러 대의 캐시서버(임시저장장치)를 설치하고, CP가 제공하는 영화, 음악, 게임 등의 콘텐츠를 이 캐시서버에 미리 옮겨 놓고 수요가 있을 때, 사용자들에게 전달함으로써 전송속도를 향상시키고 데이터 손실을 막아주는 솔루션	○	
기타	콘텐츠 저장과 검색 도구 등 디지털콘텐츠 검색, 디지털방송을 위해 사용되는 모든 솔루션 및 웨어이전스 등 용역 및 서비스	○	
<b>컴퓨터그래픽스(CG) 제작업</b>			
컴퓨터그래픽스(CG) 제작업	영화, 광고, 게임 등 분야의 영상 제작 과정에서 컴퓨터그래픽스 기술을 사용하여 영상을 보정 및 창작하는 사업체	○	

## 2. 조사내용

- 2022년 조사에서는 2020년 기준 조사표 문항을 기본 항목으로 구성하였으며, 신규 문항 추가 및 기존 문항 검토를 위해 산업별 전문가의 자문을 받음
- 사업체 설문지에는 ‘지원사업 관련’, ‘코로나19 영향’, ‘지역 콘텐츠 산업 인식 및 활성화 방안’ 파트가 추가됨
- 창작자 설문지에는 CKL 관련 문항은 삭제하고, ‘코로나19 영향’, ‘지역 콘텐츠 산업 인식 및 활성화 방안’ 파트 및 ‘창작 활동 만족도’, ‘지원사업 수행 시 애로사항’ 문항을 추가함

<표 1-2> 사업체 조사내용

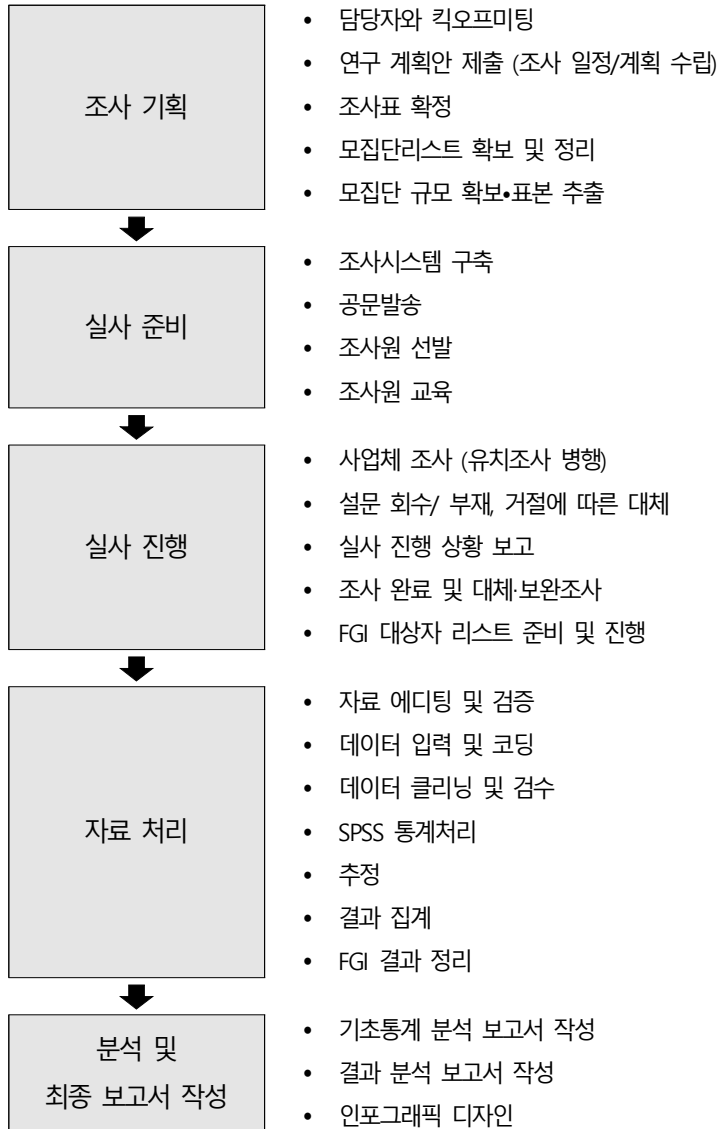
구분	분야	내용
사업체	A. 사업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업체 기본 정보 (사업체명, 대표자명, 설립연도, 사업자등록번호, 사업체 주소, 전화번호, 팩스번호)</li> <li>• 사업체 형태 (조직형태, 사업체 구분)</li> </ul>
	B. 사업체 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 콘텐츠 분야</li> <li>• 주력 상품명</li> <li>• 매출 현황</li> <li>• 분야별 매출 비율</li> <li>• 제작 현황</li> </ul>
	C. 종사자 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 분야별 인력현황</li> <li>• 직무별 종사자 비율</li> <li>• 채용 및 퇴직 현황</li> <li>• 근로자 평균 근속기간</li> <li>• 코로나19 이전/이후 고용 변화</li> <li>• 지위별 감소 인원</li> </ul>
	D. 지원사업 관련	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 콘텐츠분야 경영 전망</li> <li>• 투자받은 경험 및 내용</li> <li>• 지원사업 수행 시 애로사항</li> <li>• 필요 지원 분야</li> </ul>
	E. 해외거래 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업체 해외거래 여부</li> <li>• 수출수입 현황</li> </ul>
	F. 코로나19 영향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나19로 인한 경영 변화 (부정적 변화, 긍정적 변화)</li> </ul>
	G. 지역 콘텐츠 산업 인식 및 활성화 방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 지원 큰 분야와 이유</li> <li>• 지역 소외 분야와 이유</li> <li>• 지역 사업장 선택 이유</li> <li>• 지역 콘텐츠 산업환경 만족 정도</li> <li>• 지역 인프라 환경</li> </ul>

<표 1-3> 창작자 조사내용

구분	분야	내용
창작자	A. 응답자 일반 사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 창작자 기본 정보 (성별, 연령, 학력, 전공, 거주지, 주 창작 활동 지역, 주 활동 분야, 콘텐츠 활동 경력)</li> <li>• 사업자 여부</li> </ul>
	B. 창작 활동 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 창작 활동 시간 및 수입</li> <li>• 수입 경로 및 창작 외 주요 소득원</li> <li>• 표준계약서 활용 및 인지 여부</li> <li>• 창작 활동 파트너</li> <li>• 창작 활동 장소</li> <li>• 창작 관련 애로사항</li> <li>• 창작 활동 만족도</li> </ul>
	C. 지원사업 관련	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지원/투자 수혜 경험 및 내용</li> <li>• 지원사업 수행 시 애로사항</li> <li>• 필요 지원 분야</li> </ul>
	D. 코로나19 영향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나19로 인한 창작 활동의 변화 (부정적 변화, 긍정적 변화)</li> </ul>
	E. 지역 콘텐츠 산업 인식 및 활성화 방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역에서 창작 활동하는 주된 이유</li> <li>• 지역 창작환경 만족도 (만족/불만족 이유)</li> <li>• 지역 콘텐츠산업의 한계점</li> <li>• 지역 창작 활동 환경</li> </ul>

### 3. 전체 과업 추진 내용

본 조사는 조사 기획, 실사 준비, 실사 진행, 자료 처리, 분석 및 최종 보고서 작성 순서로 진행됨



[그림 1-1] 과업 추진 과정



## 가. 설문지 제작

본 사업 관련 이슈를 적절하게 구성하여 향후 정책적 수요를 반영, 정책개발자 요구를 파악하고 콘텐츠산업 전문가의 의견을 수렴하여 조사표를 제작함

- 2020년 조사표 문항을 토대로 수정 및 보완 사항을 검토함
- 유사 조사 문항 검토, 조사업체 내부 지문을 통해 초안 설계
- 분야별 전문가 섭외, 7월 2주간 서면 지문을 통해 산출 지표의 적절성, 문항의 현실성, 문항 표현의 적절성 등을 검토
- 가독성 향상을 위한 편집 후 진흥원의 최종 검토가 이루어짐

## 나. 조사 대상 리스트 구축

### 1) 모집단 정의

#### 가) 목표 모집단

- 조사기준일 (2021.12.31.) 현재 국내에 소재하며 서울 제외 지역에서 콘텐츠산업을 영위하는 한국콘텐츠진흥원 지원 9개 (1. 만화산업, 2. 음악산업, 3. 게임산업, 4. 영화산업, 5. 애니메이션 산업, 6. 방송산업, 7. 캐릭터산업, 8. 지식정보산업 9. 콘텐츠솔루션산업) 산업 사업체
- 한국콘텐츠진흥원 지원사업 대상에 포함되지 않는 대기업 및 계열사, 출판산업, 만화책임대업, 만화도소매업, 노래연습장운영업, 게임유통업, 광고산업 제외. 실질적인 정책수혜자로 조사 대상 한정

#### 나) 조사 모집단

- 2020년 기준 콘텐츠산업 조사 모집단 중 본 조사 대상에 해당하는 콘텐츠 소분류 영위 사업체
- 본 조사 모집단은 총 5,242개로 지역별 분야별 사업체 수는 아래 <표1-4>와 같음

<표 1-4> 지역 및 분야별 모집단 분포

(단위 : 개)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션	전체
전체	115	805	622	226	161	239	599	1,693	782	5,242
부산	6	50	51	20	14	22	61	159	62	445
대구	2	48	34	7	3	16	32	104	53	299
인천	6	34	19	11	6	13	52	88	41	270
광주	17	32	15	8	24	9	25	82	23	235
대전	5	29	19	2	4	10	21	128	76	294
울산	2	16	4	-	2	7	12	41	14	98
경기	65	383	403	146	67	72	280	608	354	2,378
강원	2	38	5	3	10	18	17	53	22	168
충북	-	18	8	4	2	10	14	55	22	133
충남(세종)	-	29	9	5	7	8	16	65	17	156
전북	-	25	18	7	1	16	22	60	17	166
전남	-	11	9	4	7	6	10	42	14	103
경북	4	32	16	2	3	12	11	105	26	211
경남	-	46	4	4	5	9	13	65	28	174
제주	6	14	8	3	6	11	13	38	13	112

## 2) 모집단 수집 방법

지역 콘텐츠 기업 현황 및 창작자 실태조사 모집단을 확보하기 위해 2020년에 실시한 동일 조사 사업체 리스트를 기본으로 활용하였으며, 한국콘텐츠진흥원에서 제공한 DB, 지방행정 인허가 데이터, 중소기업현황정보시스템, 유료DB 정보를 활용하여 모집단 리스트를 구성함

1차로 확보된 모집단 리스트에서 중복된 사업체를 제거하고, 사업자등록번호가 있는 경우에는 사업자등록정보 진위확인 및 상태조회 서비스 오픈 API를 활용하여 휴업과 폐업을 확인하고 유효성 검증 프로그램을 활용하여 결번 전화번호를 파악함

이를 토대로 전화 조사를 실시하여 본 조사대상 여부를 확인함

1단계 : 한국콘텐츠진흥원 제공DB, 중소기업현황정보시스템, 지방행정 인허가 데이터,

유관조사 및 유료DB 정보 통합 작업 수행

2단계 : 사업자등록번호를 활용한 휴폐업 여부 확인

3단계 : 조사업체 유효성 검증 프로그램을 활용하여 결번 전화번호 파악

## 다. 본 조사 진행

### 1) 면접원 선발 및 교육

- 사업체 조사의 경우 초기 컨택이 중요하기 때문에 산업의 이해도가 높은 면접원으로 선발
- 면접원 전문성 확보를 위한 단계별 교육 실시



[그림 1-2] 조사원 교육 과정 및 내용

### 2) 조사 관리

- 실사 관리자가 응답 사업체 컨택 과정을 모니터링하여 문제 발생 즉시 면접원을 교육하는 품질 관리 시스템을 통해 실사 오류를 최소화함
- 조사 신뢰성을 확보하기 위해 회수된 설문조사표를 실사 관리자가 1차로 검토하며, 자료 입력 후 2차 검토 실시
- 검토 과정에서 발견된 오류 사항 및 이상치는 100% 검증하도록 하며 해당 면접원은 문제 재발 방지 교육 실시

### 3) 실사 관리

실사 관리 시스템 활용을 통한 실시간 회수현황 관리 진행

- 조사원별, 응답자별 실시간 진행현황 파악 및 관리 기능
- 응답자 리스트 등 입력 DB 다운로드 가능
- 조사원이 회수한 조사표 최종 검증 가능

### 4) 조사 진행

본 조사는 사전 컨택을 통해 확보한 연락처와 이메일 주소 등을 활용하여, 온라인/모바일을 통해 조사 대상자에게 설문문을 배포하는 방식으로 1차 진행 하였으며, 조사 대상 사업체의 선호에 따라 다양한 조사 방법으로 진행하도록 함

- 조사 대상 사업체에 대한 확인조사 → 대상별 선호하는 조사방식 확인(방문조사/온라인페이지/이메일/팩스)→방법별 조사 진행 → 설문조사표 작성 → 1차 자료 검증 → 2차 자료 검증(실사 관리자) 후 자료 입력

지역 콘텐츠 사업체의 경우 서울 외 지역을 소재로 하고 있으며 한국콘텐츠진흥원에서 운영하고 있는 지역별‘콘텐츠코리아랩’, ‘글로벌게임센터’, ‘콘텐츠기업지원센터’ 등을 활용하여 센터에 입주하고 있는 사업체를 방문하여 조사함

- 방문조사 실시 과정은 아래 [그림 1-3]과 같음





강원정보문화산업진흥원



광주 콘텐츠코리아랩



대전 콘텐츠기업지원센터



충남 글로벌게임센터



부산 문화 콘텐츠 콤플렉스



춘의테크노파크2 경기콘텐츠진흥원

[그림 1-4] 유관시설 방문조사

## 5) 진행 결과

조사 진행 결과, 8,926개 리스트 중 3,209개 사업체에 대한 운영이 확인되었으며, 그중 1,844개 사업체로부터 설문지 회수(회수율 57.4%)를 완료함

<표 1-5> 지역별 조사 진행 결과

(단위 : 개)

분야	대상사업체			조사 대상 제외 사업체					합계
	소계	회수 완료	거절	소계	휴폐업	조사 대상 부적격	확인 불가	중복 사업체	
전체	3,209	1,844	1,365	5,717	216	1,362	4,039	100	8,926
강원	164	118	46	250	8	56	177	9	414
경기	912	398	514	2,116	78	426	1,593	19	3,028
경남	142	82	60	172	13	35	121	3	314
경북	237	166	71	331	9	94	222	6	568
광주	153	106	47	214	11	48	146	9	367
대구	190	120	70	234	13	55	163	3	424
대전	167	96	71	238	3	52	181	2	405
부산	374	227	147	573	20	119	420	14	947
세종	14	10	4	27	1	10	15	1	41
울산	76	46	30	94	2	29	61	2	170
인천	124	70	54	211	13	47	146	5	335
전남	111	75	36	168	5	27	130	6	279
전북	133	94	39	166	5	43	109	9	299
제주	54		54	334	5	202	126	1	388
충남	107	71	36	186	9	36	136	5	293
충북	119	76	43	209	14	38	154	3	328
정보없음	132	89	43	194	7	45	139	3	326

\*거절 : 온라인조사, 현장방문 조사 설문 모두 응답에 거절한 사업체

\*휴폐업 : 등록된 주소지를 통해 조사를 진행하였으나 사업장이 없거나 휴업 또는 폐업한 경우

\*조사 대상 부적격 : 본 조사의 사업 분야에 해당하지 않는 사업체

\*확인불가 : 전화 연결, 이메일을 통한 연락이 되지 않고, 사업 유무, 조사 대상 여부 등을 확인할 수 없는 경우

\*중복 사업체 : 기존에 동일 사업장으로 보이나 주소지, 전화번호 등이 달라 사전 중복 제거에서 탈락하지 않은 사업체를 조사 기간 중 확인하여 중복 사업체로 분류함

\*정보없음: 최초 수집 리스트에서 지역 정보를 알 수 없는 경우

## 라. 자료 처리

- 수집된 자료는 편집(editing)과 부호화(coding) 과정을 거친 후 자료 입력 시스템을 이용하여 자료를 입력
- 입력이 완료된 설문조사는 입력 오류 및 응답의 논리적 오류 내용을 검색하여 수정한 후 보고서 작성을 위해 통계표를 작성
- 매출액, 종사자 수 등 다회 응답 거절 시 유사 통계자료, 행정자료, 경영 공시 최신의 2차 자료 (IR자료, 금융감독원 전자공시시스템, 중소기업현황정보시스템 등), 웹 포털, 취업 포털사이트 등을 수집하여 조사 자료와 비교, 검토를 수행함으로써 자료의 일관성, 정합성, 정확성을 높임
- 규모 추정과 관련된 매출액, 종업원 수 등에 대해서는 이상점(Outlier)을 파악하여 반영
- 이상치 기준: (평균  $\pm$  2 x 표준편차)의 범위를 벗어나는 값
- 매출액이 종업원 수에 비해 지나치게 적거나, 많은 경우 매출액 및 종업원 수 재확인함

### 마. 매출액 및 종사자 수 추정

매출액 및 종사자 수에 대한 데이터를 확보하지 못한 사업체의 경우, 동일층 (9개 콘텐츠 분야 x 6개 종사자 규모)내 상하위 1개 사업체를 제외하고 평균치로 대체하여 전체 산업 규모를 추정함

(예) 게임업의 종사자 수 5인 미만 사업체는 8개업

- 매출액 : 50, 800, 1000, 2500, 5000, 5100, 5200, 6000

- 상하위 1개 : 50, 6000

- 나머지 매출액의 평균 :  $\frac{(800 + \dots + 5,200)}{6} = 3266.6666$

- 종사자 수 5인 미만에 대한 무응답 업체의 매출액 : 3266.6666으로 추정

<표 1-6> 매출액 데이터 확보율

(단위 : 개)

분야	총합계	5인 미만	5~9인	10-19인	20-49인	50~99인	100인 이상
전체	88.4	81.4	91.2	95.6	97.0	89.7	90.3
게임	82.4	65.8	88.9	100.0	92.9	100.0	100.0
만화	82.6	73.7	80.0	100.0	100.0	100.0	100.0
방송	87.1	79.8	96.2	94.1	100.0	80.0	100.0
애니메이션	86.1	78.9	92.3	93.3	90.9	100.0	-
영화	83.8	78.0	100.0	85.7	100.0	-	-
음악	76.9	75.3	77.8	92.0	80.0	42.9	66.7
지식정보	91.6	87.8	90.2	95.9	98.6	95.0	100.0
캐릭터	91.5	85.9	96.9	100.0	100.0	100.0	100.0
콘텐츠솔루션	93.8	85.3	97.0	94.4	100.0	100.0	100.0
총합계	88.4	81.4	91.2	95.6	97.0	89.7	90.3



바. 설문조사 결과 분석을 위한 가중치 산정

1) 분야(h)별 평균 추정식

$$\bar{y}_h = \sum_{a=1}^{15} \sum_{i=1}^5 w_{hai} \bar{y}_{hai}$$

여기에서  $\bar{y}_{hai} = \frac{1}{n_{hai}} \sum_{j=1}^{n_{hai}} y_{haij}$

2) 분야(h)별 평균의 분산 추정식

$$var(\bar{y}_h) = \sum_{a=1}^{15} \sum_{i=1}^5 w_{hai}^2 var(\bar{y}_{hai})$$

여기에서  $var(\bar{y}_{hai}) = \frac{N_{hai} - n_{hai}}{N_{hai}} \frac{s_{hai}^2}{n_{hai}}$

$$s_{hai}^2 = \frac{1}{n_{hai} - 1} \sum_{j=1}^{n_{hai}} (y_{haij} - \bar{y}_{hai})^2$$

a : 지역

i : 종사자 규모 층(1~4인, 5~9인, 10~49인, 59~99인, 100인 이상)

$w_{hai} = \frac{N_{hai}}{N_{ha}}$  : 가중치

$N_{hai}$  : 분야(h) \*지역(a)의 종사자규모(i)의 부모집단 사업체 수

$N_{ha}$  : 분야(h) \*지역(a)의 부모집단 사업체 수

$n_{hai}$  : 분야(h) \*지역(a)의 종사자규모(i)의 표본 사업체 수

$n_{ha}$  : 분야(h) \*지역(a)의 표본 사업체 수

$\bar{y}_{hai}$  : 분야(h) \*지역(a)의 종사자규모(i) 층의 표본 평균

$y_{haij}$  : 분야(h) \*지역(a)의 종사자규모(i) 층의 j번 사업체의 특성치

3) 분야별 평균 추정치의 오차

상대표준오차(rse(%)) :  $\frac{\sqrt{var(\bar{y}_h)}}{\bar{y}_h} * 100(\%)$

95% 신뢰구간하에서의 허용오차 :  $\pm 1.96 \sqrt{var(\bar{y}_h)}$



---

제2장 지역 콘텐츠 산업  
사업체 조사 결과

---

20

22



## 제2장 지역 콘텐츠 산업 사업체 조사 결과

### 1. 조사 개요 및 응답 사업체 일반현황

본 사업 조사 대상은 2022년 6월 30일 기준으로 서울을 제외한 지역에서 콘텐츠 사업을 영위하는 중소기업으로서 한국콘텐츠진흥원 지원사업 대상에 포함되지 않는 대기업 및 대기업계열사, 출판산업, 만화책임대업, 만화 도소매업, 노래연습장운영업, 게임유통업, 광고산업 등은 제외되었다.

매출액, 종사자 수와 관련된 문항의 기준시점은 2021년 12월 31일 기준이며, 그 외에 평균 근속기간, 코로나19로 인한 인원 증가 및 감소 현황, 코로나19의 영향, 경영 현황 및 전망, 지역 인프라 환경 구축 체감도, 지역 콘텐츠 산업 인식에 대한 문항 기준시점은 조사 당시를 기준으로 설문을 진행하였다.

조사에 참여한 사업체 특성별 분포를 살펴보면, 규모별로는 '5인 미만'이 전체의 60.8%를 차지해 가장 많고, '5~9인'이 18.2%를 차지해, 10인 미만의 소규모 사업체가 79.0%인 것으로 조사되었다. 분야별로는 '지식정보'가 32.3%로 가장 많았고, '음악'이 15.4%, '콘텐츠솔루션'이 14.9%, '게임' 11.9%, '캐릭터' 11.4% 등의 순으로 나타났다.

지역별로는 '경기'가 45.4%로 가장 높았고 다음으로는 '부산' 8.5%, '대구' 5.7% 등의 순이었다.

사업체 구분 별로는 '단독사업체' 비율이 84.4%로 가장 높게 나타났다.

<표 2-1> 응답 사업체 일반현황

(단위 : 개, %)

분야		사례 수	비율
전체		5,242	100.0
규모	5인 미만	3,188	60.8
	5~9인	956	18.2
	10~49인	871	16.6
	50~99인	143	2.7
	100인 이상	84	1.6
콘텐츠 분야	만화	115	2.2
	음악	805	15.4
	게임	622	11.9
	영화	226	4.3
	애니메이션	161	3.1
	방송	239	4.6
	캐릭터	599	11.4
	지식정보	1,693	32.3
콘텐츠솔루션	782	14.9	
지역	부산	445	8.5
	대구	299	5.7
	인천	270	5.2
	광주	235	4.5
	대전	294	5.6
	울산	98	1.9
	경기	2,378	45.4
	강원	168	3.2
	충북	133	2.5
	충남(세종)	156	3.0
	전북	166	3.2
	전남	103	2.0
	경북	211	4.0
	경남	174	3.3
제주	112	2.1	
6)사업체 구분	단독사업체	2,817	84.4
	본사/본점	484	14.5
	공장,지사,영업소 등	37	1.1

6) 사업체 조직 형태가 회사법인, 회사 이외 법인인 경우만 응답받음

## 2. 지역 전체

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

서울을 제외한 지역의 사업체 수를 살펴보면, ‘지식정보’산업 사업체가 1,693개(32.3%)로 가장 많았으며, 이어서 ‘음악’ 805개(15.4%), ‘콘텐츠솔루션’ 782개(14.9%), ‘게임’ 622개(11.4%) 등의 순으로 분포하고 있다.

지역별 분포를 살펴보면, ‘경기’ 지역의 콘텐츠 사업체 수가 2,378개(45.4%)로 가장 많고, 다음으로는 ‘부산’이 445개(8.5%), ‘대구’ 299개(5.7%), ‘대전’ 294개(5.6%) 등의 순으로 나타났다. 모든 콘텐츠 분야에서 ‘경기’의 사업체 수가 가장 많은 것으로 나타났으며, 경기를 제외하면 ‘음악’, ‘게임’, ‘영화’, ‘방송’, ‘캐릭터’ ‘지식정보’는 부산, ‘만화’, ‘애니메이션’은 광주, ‘콘텐츠솔루션’은 대전 사업체 수가 가장 많은 것으로 나타났다.

<표 2-2> 지역별 콘텐츠 사업체 수 현황

(단위 : 개)

지역	합계	만화	음악	게임	영화	애니 메이션	방송	캐릭터	지식 정보	콘텐츠 솔루션
전체	5,242	115	805	622	226	161	239	599	1,693	782
부산	445	6	50	51	20	14	22	61	159	62
대구	299	2	48	34	7	3	16	32	104	53
인천	270	6	34	19	11	6	13	52	88	41
광주	235	17	32	15	8	24	9	25	82	23
대전	294	5	29	19	2	4	10	21	128	76
울산	98	2	16	4	-	2	7	12	41	14
경기	2,378	65	383	403	146	67	72	280	608	354
강원	168	2	38	5	3	10	18	17	53	22
충북	133	-	18	8	4	2	10	14	55	22
충남(세종)	156	-	29	9	5	7	8	16	65	17
전북	166	-	25	18	7	1	16	22	60	17
전남	103	-	11	9	4	7	6	10	42	14
경북	211	4	32	16	2	3	12	11	105	26
경남	174	-	46	4	4	5	9	13	65	28
제주	112	6	14	8	3	6	11	13	38	13

종사자 규모별로는 '5인 미만' 사업체가 3,188개로 전체의 약 60.8%를 차지해 가장 많고, 다음으로는 '5~9인' 956개(18.2%), '10~49인' 871개(16.6%), '50~99인' 143개(2.7%), '100인 이상' 84개(1.6%) 순으로 나타났다.

<표 2-3> 규모별 콘텐츠 사업체 수 현황

(단위 : 개)

분야	합계	5인 미만	5~9인	10~49인	50~99인	100인 이상
전체	5,242	3,188	956	871	143	84
만화	115	89	15	7	2	2
음악	805	632	113	44	10	6
게임	622	337	159	88	24	14
영화	226	106	54	59	0	7
애니메이션	161	81	26	49	5	0
방송	239	117	62	49	7	4
캐릭터	599	353	110	107	18	11
지식정보	1,693	1,170	241	240	28	14
콘텐츠솔루션	782	303	176	228	49	26



## 2) 종사자 현황

서울을 제외한 지역의 콘텐츠 종사자 수는 총 51,683명으로 조사되었고, ‘콘텐츠솔루션’종사자 수가 13,614명(26.3%)으로 가장 많고, 다음으로는 ‘지식정보’ 13,015명 (25.2%), ‘게임’ 7,073명 (13.7%) 순으로 나타났다.

지역별 분포를 살펴보면, ‘경기’ 지역의 콘텐츠 종사자 수가 22,676명(43.9%)으로 가장 많고, 다음으로는 ‘부산’ 4,904명 (9.5%), ‘대구’ 3,116명 (6.0%), ‘대전’ 3,066명 (5.9%) 등의 순으로 나타났다.

모든 분야에서 ‘경기’ 지역의 종사자 수가 가장 많은 것으로 나타났다.

<표 2-4> 지역별 콘텐츠 종사자 수 현황

(단위 : 명)

지역	합계	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션
전체	51,683	745	4,833	7,073	2,850	1,660	2,452	5,440	13,015	13,614
부산	4,904	27	266	890	126	79	206	777	1,674	859
대구	3,116	7	266	671	80	16	176	316	844	740
인천	2,724	54	153	374	118	53	126	709	629	509
광주	2,267	70	164	176	71	240	106	343	767	330
대전	3,066	12	102	383	11	31	83	291	1,044	1,109
울산	850	6	57	42	-	21	37	145	374	168
경기	22,676	431	1,974	3,009	2,182	924	981	1,498	3,787	7,889
강원	1,577	8	204	25	44	65	228	303	415	285
충북	1,164	-	121	54	33	16	39	135	356	410
충남(세종)	1,580	-	303	283	40	41	46	168	506	194
전북	2,073	-	316	445	59	3	216	280	591	162
전남	936	-	56	155	32	56	76	60	313	188
경북	1,915	11	200	304	10	17	39	138	904	293
경남	1,708	-	474	32	33	25	47	142	607	348
제주	1,127	120	178	229	11	73	47	134	204	131

종사자 규모별로는 '10~49인 이상'의 종사자 수가 15,644명(30.3%)으로 가장 많고, 다음으로는 '100인 이상' 12,943명 (25.0%), '50~99인' 9,376명 (18.1%), '5인 미만' 7,540명 (14.6%), '5~9인' 6,181명 (12.0%)의 순으로 나타났다.

<표 2-5> 규모별 콘텐츠 종사자 수 현황

(단위 : 명)

분야	합계	5인 미만	5~9인	10~49인	50~99인	100인 이상
전체	51,683	7,540	6,181	15,644	9,376	12,943
만화	745	161	91	148	104	241
음악	4,833	1,345	754	833	675	1,226
게임	7,073	757	983	1,624	1,747	1,962
영화	2,850	219	333	926	-	1,372
애니메이션	1,660	211	174	917	358	-
방송	2,452	298	399	855	373	528
캐릭터	5,440	825	699	1,646	1,170	1,100
지식정보	13,015	3,011	1,588	4,440	1,823	2,153
콘텐츠솔루션	13,614	713	1,159	4,255	3,126	4,361

### 3) 매출액 현황

서울을 제외한 지역의 콘텐츠 사업체의 매출액은 약 6조 6,314억 원으로 나타났고, ‘콘텐츠 솔루션’의 매출 총액이 2조 1,904억 원(33.0%)으로 가장 많고, 다음으로는 ‘지식정보’ 1조 6,352억 원 (24.7%), ‘게임’ 7,873억 원 (11.9%) 등의 순으로 나타났다.

지역별 분포를 살펴보면, ‘경기’ 지역의 총매출액이 3조 2,927억 원(49.7%)으로 가장 높은 비중을 차지하였고, 다음으로는 ‘부산’ 6,063억 원 (9.1%), ‘인천’ 4,306억 원 (6.5%), ‘대전’ 4,112억 원 (6.2%) 등의 순으로 나타났다.

<표 2-6> 지역별 콘텐츠 매출액 현황

(단위 : 백만 원)

지역	합계	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션
<b>전체</b>	<b>6,631,463</b>	<b>113,330</b>	<b>414,755</b>	<b>787,386</b>	<b>327,500</b>	<b>136,956</b>	<b>266,334</b>	<b>759,530</b>	<b>1,635,249</b>	<b>2,190,423</b>
부산	606,367	1,270	28,956	137,885	5,604	5,440	19,491	99,573	189,703	118,444
대구	376,914	282	52,384	40,074	1,646	828	23,157	43,564	117,701	97,279
인천	430,632	8,563	10,641	48,278	3,782	1,540	9,966	158,980	127,685	61,198
광주	266,716	2,252	11,898	15,970	3,455	24,850	5,243	56,878	99,395	46,776
대전	411,298	1,012	11,424	49,347	750	3,535	8,955	34,080	147,339	154,856
울산	91,174	153	5,651	3,342	-	2,044	4,326	16,447	28,089	31,121
경기	3,292,747	93,749	176,531	306,385	289,299	75,317	110,371	259,448	539,612	1,442,035
강원	190,879	519	23,882	2,057	1,636	6,349	28,347	28,881	73,933	25,275
충북	124,258	-	3,554	1,494	2,774	1,530	5,733	4,736	36,291	68,145
충남 (세종)	160,287	-	37,563	41,077	3,500	2,751	3,908	6,554	39,140	25,793
전북	174,829	-	8,637	51,749	7,704	92	4,540	28,118	60,307	13,681
전남	92,206	-	4,629	9,798	2,968	2,490	31,440	3,969	18,841	18,072
경북	166,086	425	11,314	37,250	747	1,191	2,790	5,349	78,113	28,908
경남	138,010	-	17,705	2,869	2,689	1,969	5,294	6,480	65,000	36,003
제주	109,061	5,105	9,986	39,811	947	7,032	2,772	6,473	14,100	22,835

종사자 규모별로는 '10~49인 이상'의 매출액이 2조 2,198억 원(33.5%)으로 가장 많고, 다음으로는 '100인 이상' 1조 9,637억 원 (29.6%), '50~99인' 9,453억 원 (14.3%), '5인 미만' 8,109억 원 (12.2%), '5~9인' 6,915억 원 (10.4%)의 순으로 나타났다.

<표 2-7> 규모별 콘텐츠 매출액 현황

(단위 : 백만 원)

분야	합계	5인 미만	5~9인	10~49인	50~99인	100인 이상
<b>전체</b>	<b>6,631,463</b>	<b>810,961</b>	<b>691,527</b>	<b>2,219,827</b>	<b>945,358</b>	<b>1,963,789</b>
만화	113,330	31,515	9,715	20,681	11,524	39,894
음악	414,755	124,967	57,066	107,076	57,012	68,633
게임	787,386	78,987	91,669	166,749	112,784	337,197
영화	327,500	73,011	58,032	48,968	-	147,490
애니메이션	136,956	20,991	10,019	64,394	41,553	-
방송	266,334	25,123	28,459	99,259	73,794	39,700
캐릭터	759,530	115,333	77,774	307,524	27,900	231,000
지식정보	1,635,249	260,959	153,438	606,180	173,241	441,431
콘텐츠솔루션	2,190,423	80,075	205,354	798,999	447,550	658,445

## 나. 설문조사 결과

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통서비스 매출 비율

콘텐츠 사업체의 매출액 생산·제작이 차지하는 비율은 67.3%, 유통·서비스는 32.7%로 나타났다.

분야별로 살펴보면, 생산·제작 비율이 가장 높은 분야는 ‘애니메이션’으로 79.2%의 비율을 차지하는 것으로 나타났고, 유통·서비스는 ‘음악’에서 39.7%로 가장 높게 나타났다.

지역별로는 ‘광주’의 생산·제작 비율이 75.6%로 가장 높고, 유통·서비스는 ‘인천’이 44.9%로 가장 높게 나타났다.

<표 2-8> 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

(단위 : %)

분야		합계	생산·제작	유통·서비스
전체		100.0	67.3	32.7
분야	만화	100.0	63.3	36.7
	음악	100.0	60.3	39.7
	게임	100.0	70.1	29.9
	영화	100.0	69.5	30.5
	애니메이션	100.0	79.2	20.8
	방송	100.0	76.7	23.3
	캐릭터	100.0	63.3	36.7
	지식정보	100.0	65.2	34.8
	콘텐츠솔루션	100.0	74.6	25.4
지역	부산	100.0	72.4	27.6
	대구	100.0	63.0	37.0
	인천	100.0	55.1	44.9
	광주	100.0	75.6	24.4
	대전	100.0	67.8	32.2
	울산	100.0	69.2	30.8
	경기	100.0	65.9	34.1
	강원	100.0	69.3	30.7
	충북	100.0	66.9	33.1
	충남(세종)	100.0	72.4	27.6
	전북	100.0	68.3	31.7
	전남	100.0	67.3	32.7
	경북	100.0	74.3	25.7
	경남	100.0	69.9	30.1
	제주	100.0	70.7	29.3

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 299.0건이며, ‘지식정보’ 분야의 평균 신규제작 건수가 844.9건으로 가장 높고 다음으로는 ‘콘텐츠솔루션’이 87.2건으로 높았다. 가장 낮은 분야는 ‘게임’으로 2.5건이었다. 지역별로는 ‘대구’가 1,384.6건으로 가장 높고 ‘경남’이 29.3건으로 가장 낮았다.

제작유형별 제작 비율을 살펴보면, ‘자체 제작’이 87.2%로 가장 높고, 다음으로는 ‘하도급 제작’ 8.3%, ‘원도급 수주’ 3.2%, ‘하도급 수주’ 1.3%의 순으로 나타났다.

분야별로는 ‘만화’의 자체 제작 비율이 92.3%로 가장 높게 나타났고, ‘애니메이션’은 79.8%로 가장 낮게 나타났다.

지역별로는 ‘제주’의 자체 제작 비율이 91.0%로 가장 높고, ‘인천’은 80.2%로 가장 낮게 나타났다.

<표 2-9> 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위 : 건 %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>299.0</b>	<b>100.0</b>	<b>87.2</b>	<b>8.3</b>	<b>3.2</b>	<b>1.3</b>	
분야	만화	8.0	100.0	92.3	5.2	2.0	0.4
	음악	13.1	100.0	87.4	6.6	4.4	1.6
	게임	2.5	100.0	90.0	6.1	0.7	3.2
	영화	9.2	100.0	84.7	9.0	5.3	1.0
	애니메이션	6.3	100.0	79.8	10.6	7.9	1.7
	방송	37.5	100.0	81.8	10.3	6.9	0.9
	캐릭터	72.4	100.0	85.5	10.0	4.3	0.2
	지식정보	844.9	100.0	89.4	8.5	1.6	0.5
	콘텐츠솔루션	87.2	100.0	84.3	9.6	4.1	2.0
지역	부산	543.8	100.0	81.4	10.3	4.2	4.1
	대구	1,384.6	100.0	83.8	7.8	4.5	3.9
	인천	92.7	100.0	80.2	17.2	2.4	0.1
	광주	262.0	100.0	85.6	8.7	3.1	2.6
	대전	87.1	100.0	87.8	6.7	4.8	0.7
	울산	767.7	100.0	87.6	7.5	3.3	1.5
	경기	194.5	100.0	87.8	7.6	3.3	1.3
	강원	55.1	100.0	80.7	11.8	5.8	1.8
	충북	176.7	100.0	89.2	8.6	1.1	1.0
	충남(세종)	458.6	100.0	85.7	7.7	5.3	1.3
	전북	30.0	100.0	87.1	10.5	2.1	0.3
	전남	98.3	100.0	81.6	15.1	2.8	0.5
	경북	476.5	100.0	88.7	7.3	2.9	1.2
	경남	29.3	100.0	89.3	8.5	1.2	0.9
	제주	321.7	100.0	91.0	7.9	1.1	0.0

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수와 제작 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 38.5건이었으며, 지역별로 살펴보면 ‘제주’가 281.7건으로 가장 높았고, 다음은 ‘대전’ 79.9건, ‘대구’ 68.0건 등의 순으로 높았으며, ‘전남’이 10.9건으로 가장 낮았다.

<표 2-10> 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위 : 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>38.5</b>	<b>100.0</b>	<b>86.2</b>	<b>8.2</b>	<b>3.9</b>	<b>1.7</b>	
분야	만화	8.0	100.0	92.3	5.2	2.0	0.4
	음악	13.1	100.0	87.4	6.6	4.4	1.6
	게임	2.5	100.0	90.0	6.1	0.7	3.2
	영화	9.2	100.0	84.7	9.0	5.3	1.0
	애니메이션	6.3	100.0	79.8	10.6	7.9	1.7
	방송	37.5	100.0	81.8	10.3	6.9	0.9
	캐릭터	72.4	100.0	85.5	10.0	4.3	0.2
	콘텐츠솔루션	87.2	100.0	84.3	9.6	4.1	2.0
지역	부산	18.3	100.0	91.0	4.6	2.7	1.7
	대구	68.0	100.0	82.2	5.4	6.7	5.7
	인천	62.6	100.0	75.0	21.6	3.2	0.2
	광주	49.5	100.0	91.6	6.9	1.1	0.4
	대전	79.9	100.0	87.1	6.3	6.0	0.6
	울산	19.9	100.0	90.9	8.3	0.5	0.3
	경기	27.7	100.0	87.4	6.9	4.0	1.7
	강원	39.0	100.0	74.7	14.9	7.8	2.7
	충북	17.7	100.0	88.4	8.0	1.9	1.7
	충남(세종)	30.3	100.0	81.8	11.0	4.9	2.3
	전북	20.1	100.0	88.0	9.4	2.4	0.2
	전남	10.9	100.0	77.7	18.4	3.1	0.9
	경북	15.4	100.0	84.3	8.1	5.4	2.2
	경남	17.0	100.0	88.8	7.9	1.9	1.5
	제주	281.7	100.0	87.3	11.0	1.8	0.0

지식정보 분야만 확인해보면 평균 신규제작 건수가 844.9건이었으며, ‘대구’가 3,853.3건으로 가장 높았고, 다음은 ‘울산’ 1,807.3건, ‘부산’ 1,489.0건 순으로 높았다. 반면에 ‘전북’이 47.4건으로 가장 낮게 나타났다.

<표 2-11> 지식정보 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위 : 건, %)

분야		평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율			
				자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
<b>전체</b>		<b>844.9</b>	<b>100.0</b>	<b>89.4</b>	<b>8.5</b>	<b>1.6</b>	<b>0.5</b>
분야	지식정보	844.9	100.0	89.4	8.5	1.6	0.5
	부산	1,489.0	100.0	92.4	7.3	0.4	0.0
	대구	3,853.3	100.0	87.0	12.7	0.0	0.3
	인천	155.1	100.0	96.1	3.9	0.0	0.0
	광주	658.7	100.0	63.1	15.3	10.8	10.8
	대전	96.4	100.0	88.6	7.1	3.5	0.8
	울산	1,807.3	100.0	83.0	6.4	7.3	3.3
	경기	680.2	100.0	89.0	9.7	1.1	0.2
	강원	90.1	100.0	93.1	5.3	1.6	0.0
	충북	402.2	100.0	90.5	9.5	0.0	0.0
	충남(세종)	1,058.3	100.0	91.1	3.1	5.8	0.0
	전북	47.4	100.0	85.4	12.5	1.7	0.4
	전남	225.3	100.0	87.7	10.0	2.3	0.0
	경북	941.9	100.0	92.9	6.5	0.4	0.2
	경남	50.0	100.0	90.0	9.5	0.4	0.2
	제주	399.8	100.0	97.4	2.6	0.0	0.0



### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 비용은 약 3억 3,591만 원이며, ‘영화’ 분야의 평균 신규 제작비용이 6억 9,732만 원으로 가장 높고 다음으로는 ‘콘텐츠솔루션’이 5억 3,386만 원, ‘애니메이션’ 4억 2,535만 원 순으로 높았다. 비용이 가장 적은 분야는 ‘음악’으로 1억 4,180만 원이었다. 지역별로는 ‘대전’이 4억 3,472만 원으로 가장 높고 ‘충북’이 1억 3,239만 원으로 가장 낮았다.

제작비용의 분야별 비중은 ‘작품 제작’이 88.3%로 가장 많고, ‘마케팅/홍보’비용이 5.9%, ‘기타’ 4.2%, ‘로열티’ 1.6% 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 자체 제작 비율이 95.3%로 가장 높게 나타났고, ‘캐릭터’는 85.6%로 가장 낮게 나타났다. 지역별로는 ‘제주’의 자체 제작 비율이 93.4%로 가장 높고, ‘인천’은 77.5%로 가장 낮게 나타났다.

<표 2-12> 콘텐츠 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 백만 원 %)

분야	평균 신규 제작비용	제작비용 합계	작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>335.91</b>	<b>100.0</b>	<b>88.3</b>	<b>1.6</b>	<b>5.9</b>	<b>4.2</b>	
분야	만화	181.23	100.0	91.7	1.4	3.9	3.0
	음악	141.80	100.0	88.1	2.2	5.9	3.7
	게임	356.26	100.0	88.3	1.7	5.4	4.6
	영화	697.32	100.0	89.7	0.7	2.1	7.4
	애니메이션	425.35	100.0	95.3	0.5	2.4	1.9
	방송	482.56	100.0	91.3	0.8	3.9	4.0
	캐릭터	365.29	100.0	85.6	4.2	7.0	3.2
	지식정보	251.97	100.0	88.1	0.8	6.7	4.4
	콘텐츠솔루션	533.86	100.0	87.5	1.2	6.5	4.8
지역	부산	312.76	100.0	89.8	2.4	5.6	2.2
	대구	411.23	100.0	92.4	1.0	4.7	1.9
	인천	259.20	100.0	77.5	0.1	17.3	5.1
	광주	320.17	100.0	82.4	4.9	7.2	5.5
	대전	434.72	100.0	87.8	0.3	3.9	8.0
	울산	328.74	100.0	84.5	2.9	6.3	6.3
	경기	389.08	100.0	89.2	1.7	5.4	3.7
	강원	353.22	100.0	90.7	0.3	5.5	3.6
	충북	132.39	100.0	89.3	1.1	4.8	4.9
	충남(세종)	183.72	100.0	85.8	1.1	4.5	8.6
	전북	284.03	100.0	86.6	1.5	6.9	5.0
	전남	241.11	100.0	89.7	1.5	5.3	3.5
	경북	203.16	100.0	88.5	1.9	4.8	4.8
	경남	154.22	100.0	84.5	1.3	7.3	6.8
	제주	187.11	100.0	93.4	0.6	3.0	3.0

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규 제작비용과 제작 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 2021년 평균 신규 제작비용은 3억 7,596만 원이었으며, 지역별로 살펴보면 ‘대전’이 4억 3,472만 원으로 가장 높았고, 다음은 ‘대구’ 4억 1,123만 원, ‘경기’ 3억 8,908만 원 순으로 높았으며, ‘충북’이 1억 3,239만 원으로 가장 낮았다.

<표 2-13> 콘텐츠 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위 : 백만 원, %)

분야	평균 신규 제작비용	제작비율 합계	제작비율	로열티	마케팅/ 홍보	기타	
			작품 제작				
<b>전체</b>	<b>375.96</b>	<b>100.0</b>	<b>88.3</b>	<b>1.9</b>	<b>5.6</b>	<b>4.2</b>	
분야	만화	181.23	100.0	91.7	1.4	3.9	3.0
	음악	141.80	100.0	88.1	2.2	5.9	3.7
	게임	356.26	100.0	88.3	1.7	5.4	4.6
	영화	697.32	100.0	89.7	0.7	2.1	7.4
	애니메이션	425.35	100.0	95.3	0.5	2.4	1.9
	방송	482.56	100.0	91.3	0.8	3.9	4.0
	캐릭터	365.29	100.0	85.6	4.2	7.0	3.2
	콘텐츠솔루션	533.86	100.0	87.5	1.2	6.5	4.8
지역	부산	312.76	100.0	89.3	2.9	5.6	2.2
	대구	411.23	100.0	92.7	1.5	3.7	2.1
	인천	259.20	100.0	80.3	0.0	13.3	6.4
	광주	320.17	100.0	88.2	3.0	5.1	3.7
	대전	434.72	100.0	94.9	0.3	3.4	1.4
	울산	328.74	100.0	85.8	2.1	8.4	3.7
	경기	389.08	100.0	88.6	2.2	5.2	4.0
	강원	353.22	100.0	89.3	0.3	5.9	4.5
	충북	132.39	100.0	87.5	1.8	4.9	5.8
	충남(세종)	183.72	100.0	87.5	1.5	2.8	8.2
	전북	284.03	100.0	87.6	1.5	6.8	4.1
	전남	241.11	100.0	88.0	2.5	5.1	4.4
	경북	203.16	100.0	84.1	3.1	7.1	5.7
	경남	154.22	100.0	80.8	1.8	6.3	11.0
	제주	187.11	100.0	93.6	1.0	1.9	3.5

지식정보 분야만 확인해보면 평균 신규제작 비용이 2억 5,197만 원이었으며, ‘부산’이 4억 1,681만 원으로 가장 높았고, 다음은 ‘대전’ 3억 6,179만 원, ‘전북’ 2억 9,386만 원 순으로 높았다. 반면에 ‘충남(세종)’이 1억 6,487만 원으로 가장 낮게 나타났다.

<표 2-14> 지식정보 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 건, %)

분야		평균 신규 제작비용	제작비용 합계	제품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타
<b>전체</b>		<b>251.97</b>	<b>100.0</b>	<b>88.1</b>	<b>0.8</b>	<b>6.7</b>	<b>4.4</b>
분야	지식정보	251.97	100.0	88.1	0.8	6.7	4.4
지역	부산	416.81	100.0	90.6	1.6	5.6	2.2
	대구	293.12	100.0	91.7	0.0	6.7	1.6
	인천	174.31	100.0	68.7	0.3	29.8	1.2
	광주	262.97	100.0	60.7	12.1	14.8	12.4
	대전	361.79	100.0	79.9	0.2	4.4	15.5
	울산	251.80	100.0	82.7	3.9	3.3	10.0
	경기	222.93	100.0	91.1	0.2	6.0	2.7
	강원	196.81	100.0	93.4	0.2	4.8	1.6
	충북	172.10	100.0	91.7	0.0	4.6	3.6
	충남(세종)	164.87	100.0	83.3	0.5	6.9	9.3
	전북	293.86	100.0	85.0	1.5	6.9	6.6
	전남	217.04	100.0	92.3	0.0	5.7	2.0
	경북	213.26	100.0	92.6	0.8	2.7	3.9
	경남	223.18	100.0	89.6	0.6	8.7	1.1
제주	170.71	100.0	93.1	0.0	4.7	2.2	

#### 4) 상용근로자 비율

서울을 제외한 지역의 콘텐츠 산업 내 종사자 중 상용근로자의 비율은 94.7%로 나타났고, 분야 별로는 ‘게임’의 상용근로자 비율이 99.7%로 가장 높고 다음으로는 ‘콘텐츠솔루션’ 98.2%, ‘만화’ 95.3%, ‘애니메이션’ 94.8% 등의 순으로 나타났다.

지역별로는 ‘대전’의 상용근로자 비율이 99.0%로 가장 높고, 다음으로는 ‘경북’ 97.6%, ‘충남(세종)’ 97.2% 등의 순으로 나타났다.

<표 2-15> 상용근로자 비율

(단위 : %)

분야		비율
전체		94.7
분야	만화	95.3
	음악	91.9
	게임	99.7
	영화	89.6
	애니메이션	94.8
	방송	93.3
	캐릭터	93.6
	지식정보	93.8
	콘텐츠솔루션	98.2
지역	부산	95.8
	대구	92.1
	인천	75.6
	광주	93.4
	대전	99.0
	울산	94.3
	경기	95.9
	강원	94.6
	충북	94.5
	충남(세종)	97.2
	전북	96.2
	전남	96.2
	경북	97.6
	경남	94.7
	제주	97.1

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

상용근로자들의 직무별 비율을 살펴보면, '제작' 단계의 인력 비율이 61.5%로 가장 많고, 다음으로는 '사업기획'이 12.7%, '운영/관리'가 8.5%, '기타'가 7.8%, '연구개발'이 5.4%, '홍보/마케팅'이 4.1% 순으로 나타났다.

콘텐츠 분야별로는 모든 분야에서 '제작'의 비율이 가장 높았고, '영화' 분야의 경우, '사업기획' 직위가 27.6%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

지역별로 살펴보면, '제작'의 비율이 가장 높은 지역은 '제주'로 71.6%이고, '사업기획'이 가장 높은 지역은 '전남'으로 18.5%, '운영/관리'는 '충북'이 12.0%로 가장 높고, '연구개발'은 '대구'로 10.5% 비율로 가장 높게 나타났다.

<표 2-16> 상용근로자의 직무별 비율

(단위 : %)

분야		합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타
<b>전체</b>		<b>100.0</b>	<b>12.7</b>	<b>61.5</b>	<b>8.5</b>	<b>5.4</b>	<b>4.1</b>	<b>7.8</b>
분야	만화	100.0	9.1	61.3	12.6	1.2	7.1	8.7
	음악	100.0	15.1	63.9	8.1	2.3	4.1	6.4
	게임	100.0	8.3	80.3	3.4	4.4	2.5	1.1
	영화	100.0	27.6	52.4	6.4	1.8	2.8	9.0
	애니메이션	100.0	16.0	61.3	9.4	3.4	3.8	6.0
	방송	100.0	9.2	66.7	9.0	1.9	4.2	9.0
	캐릭터	100.0	12.9	52.7	9.3	4.8	4.2	16.1
	지식정보	100.0	12.2	59.0	9.8	7.0	4.8	7.2
	콘텐츠솔루션	100.0	11.4	56.7	9.5	9.4	3.8	9.1
지역	부산	100.0	8.1	65.7	9.6	6.0	4.2	6.3
	대구	100.0	12.2	58.1	6.3	10.5	5.2	7.8
	인천	100.0	12.4	59.9	8.9	5.5	5.0	8.2
	광주	100.0	13.9	60.7	7.6	5.1	3.7	8.9
	대전	100.0	9.1	62.0	10.0	4.4	7.2	7.3
	울산	100.0	7.9	63.8	6.5	8.5	5.8	7.5
	경기	100.0	13.3	62.8	8.2	4.2	3.2	8.2
	강원	100.0	18.1	56.3	10.7	5.4	3.9	5.7
	충북	100.0	17.8	46.8	12.0	8.1	4.9	10.5
	충남(세종)	100.0	10.0	61.4	11.3	5.8	4.3	7.2
	전북	100.0	14.4	56.7	7.1	9.2	4.9	7.6
	전남	100.0	18.5	55.9	7.3	6.9	4.6	6.9
	경북	100.0	12.5	60.8	8.2	4.7	4.1	9.9
	경남	100.0	16.3	57.0	9.0	4.7	5.4	7.5
	제주	100.0	8.8	71.6	7.5	4.4	4.4	3.3

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

채용 및 퇴직 현황으로는 퇴직자 비율이 53.1%로 채용자 비율인 46.9%보다 높게 나타났고, 퇴직자의 경우 '근속 1년 이상 퇴직자'의 비율이 33.2%, 채용자의 경우 '신입 채용자'의 비율이 25.2%로 높게 나타났다.

분야별로 살펴보면, '콘텐츠솔루션' 분야의 퇴직자 비율이 68.4%로 가장 높았으며, 채용자의 경우 '영화'가 85.7%로 가장 높았다.

지역별로는 '부산'이 66.3%로 퇴직자 비율이 가장 높았으며, 채용자의 경우 '경기'지역이 53.5%로 가장 높게 나타났다.

<표 2-17> 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

(단위 : %)

분야		퇴직자	근속1년미만퇴직자	근속1년이상퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자	
전체		53.1	19.9	33.2	46.9	25.2	21.7	
분야	만화	계	44.6	25.6	18.9	55.4	40.1	15.3
		남	53.5	27.3	26.2	46.5	30.3	16.2
		여	38.8	24.6	14.3	61.2	46.4	14.8
	음악	계	62.1	16.8	45.3	37.9	27.4	10.4
		남	61.9	15.7	46.2	38.1	28.2	9.8
		여	63.0	21.2	41.8	37.0	24.0	13.0
	게임	계	47.1	20.1	27.0	52.9	29.9	23.0
		남	47.5	19.5	28.0	52.5	28.6	23.8
		여	46.2	21.3	24.9	53.8	32.8	21.1
	영화	계	14.3	5.6	8.8	85.7	40.8	44.9
		남	12.3	5.5	6.8	87.7	44.3	43.4
		여	21.6	5.7	15.9	78.4	28.4	50.0
	애니메이션	계	59.9	13.5	46.5	40.1	18.9	21.2
		남	52.8	6.5	46.3	47.2	20.9	26.3
		여	65.9	19.3	46.6	34.1	17.2	16.9
	방송	계	55.1	18.0	37.1	44.9	23.2	21.7
		남	52.3	15.5	36.8	47.7	23.5	24.2
		여	63.3	25.4	38.0	36.7	22.5	14.2
	캐릭터	계	54.2	27.2	26.9	45.8	20.7	25.1
		남	50.5	28.8	21.7	49.5	23.0	26.5
		여	57.1	26.0	31.1	42.9	18.9	24.0
	지식정보	계	57.9	25.4	32.5	42.1	22.4	19.7
		남	59.2	23.7	35.5	40.8	20.0	20.8
		여	55.6	28.3	27.3	44.4	26.6	17.9
콘텐츠솔루션	계	68.4	19.6	48.7	31.6	18.8	12.8	
	남	70.3	17.2	53.1	29.7	16.0	13.7	
	여	65.4	23.3	42.2	34.6	23.2	11.4	
콘텐츠이외분야	계	55.4	21.1	34.3	44.6	23.7	20.9	
	남	52.5	18.0	34.6	47.5	24.1	23.4	
	여	59.5	25.6	33.9	40.5	23.0	17.5	

지역	분야	퇴직자			채용자	신입 채용자	경력 채용자	
		계	근속 1년 미만 퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자				
지역	부산	계	66.3	22.7	43.6	33.7	18.1	15.5
		남	66.3	21.0	45.2	33.7	17.5	16.2
		여	66.5	25.4	41.1	33.5	19.1	14.4
	대구	계	64.6	21.7	42.9	35.4	18.8	16.6
		남	59.9	20.8	39.1	40.1	20.9	19.3
		여	71.1	22.9	48.1	28.9	16.0	12.9
	인천	계	50.1	22.7	27.5	49.9	25.3	24.6
		남	48.2	19.7	28.4	51.8	26.8	25.1
		여	53.8	28.2	25.6	46.2	22.5	23.7
	광주	계	60.2	25.4	34.8	39.8	25.0	14.8
		남	61.8	23.5	38.3	38.2	23.0	15.2
		여	58.2	27.9	30.3	41.8	27.7	14.2
	대전	계	60.8	23.3	37.5	39.2	22.4	16.8
		남	63.0	18.9	44.1	37.0	21.4	15.6
		여	56.6	31.7	24.9	43.4	24.3	19.1
	울산	계	53.3	23.0	30.3	46.7	26.5	20.2
		남	50.9	21.7	29.1	49.1	30.7	18.4
		여	56.9	24.9	32.0	43.1	20.3	22.8
	경기	계	46.5	16.1	30.5	53.5	25.8	27.7
		남	44.9	13.4	31.5	55.1	25.8	29.3
		여	49.9	21.5	28.3	50.1	25.7	24.4
	강원	계	54.9	24.0	30.9	45.1	27.8	17.4
		남	51.7	22.7	29.0	48.3	27.2	21.1
		여	59.6	25.8	33.7	40.4	28.6	11.9
충북	계	57.6	22.2	35.4	42.4	29.0	13.4	
	남	56.7	20.1	36.6	43.3	29.7	13.6	
	여	59.3	26.2	33.0	40.7	27.7	13.1	
충남/세종	계	47.9	19.8	28.1	52.1	36.4	15.7	
	남	45.6	19.3	26.3	54.4	39.9	14.5	
	여	51.5	20.6	31.0	48.5	31.0	17.5	
전북	계	52.1	29.2	23.0	47.9	27.2	20.7	
	남	53.6	31.5	22.1	46.4	26.6	19.8	
	여	49.9	25.6	24.3	50.1	28.2	21.9	
전남	계	50.7	19.5	31.2	49.3	34.7	14.6	
	남	51.2	18.7	32.5	48.8	35.0	13.8	
	여	50.0	20.7	29.3	50.0	34.3	15.7	
경북	계	53.8	23.9	29.8	46.2	29.4	16.8	
	남	52.4	21.9	30.5	47.6	28.7	19.0	
	여	55.8	26.9	28.9	44.2	30.5	13.7	
경남	계	61.5	15.9	45.6	38.5	22.9	15.6	
	남	58.6	17.0	41.6	41.4	22.0	19.4	
	여	65.5	14.3	51.2	34.5	24.3	10.2	
제주	계	57.3	29.6	27.7	42.7	21.8	20.9	
	남	56.8	27.9	28.8	43.2	21.0	22.3	
	여	58.2	32.1	26.1	41.8	22.9	18.9	

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

콘텐츠 분야 상용근로자들의 평균 근속기간은 약 46.57개월로 나타났고, 근무 기간별로는 '5년 이상'이 37.3%로 가장 높게 나타났다.

분야별로는 '캐릭터'의 평균 근속기간이 53.23개월로 가장 길게 나타났고, '방송'은 42.01개월로 가장 짧게 나타났으며, 지역별로는 '대구'의 평균 근속기간이 52.05개월로 가장 길고, '인천'의 경우 31.12개월로 가장 짧은 근속 개월을 보이는 것으로 나타났다.

<표 2-18> 상용근로자의 평균 근속기간

(단위 : % 개월)

분야		합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균 근속 개월 수
전체		100.0	3.8	16.1	18.8	24.0	37.3	46.57
분야	만화	100.0	4.7	11.0	25.2	24.3	34.7	45.46
	음악	100.0	3.6	17.7	12.4	21.2	45.1	52.12
	게임	100.0	1.3	15.9	26.1	17.8	39.0	44.19
	영화	100.0	3.5	19.9	18.1	27.7	30.8	42.07
	애니메이션	100.0	1.9	13.4	20.8	26.1	37.8	45.16
	방송	100.0	2.0	20.8	17.3	31.2	28.8	42.01
	캐릭터	100.0	1.3	11.3	21.2	24.9	41.3	53.23
	지식정보	100.0	7.2	16.0	18.0	23.4	35.5	45.93
	콘텐츠솔루션	100.0	1.7	17.4	19.0	28.9	33.1	42.16
지역	부산	100.0	3.9	15.8	17.9	28.2	34.2	45.20
	대구	100.0	4.0	7.5	22.8	25.3	40.4	52.05
	인천	100.0	15.2	28.2	19.4	19.3	17.8	31.12
	광주	100.0	3.0	14.1	17.0	23.7	42.1	51.79
	대전	100.0	3.3	9.2	24.6	25.3	37.5	46.67
	울산	100.0	6.5	24.6	29.0	18.9	21.1	32.88
	경기	100.0	2.4	15.2	16.2	22.4	43.8	50.39
	강원	100.0	6.0	16.8	16.1	30.4	30.8	41.36
	충북	100.0	2.3	20.6	26.1	19.6	31.4	43.64
	충남(세종)	100.0	4.3	11.8	17.7	35.9	30.4	41.77
	전북	100.0	3.9	24.8	21.3	22.2	27.8	41.54
	전남	100.0	6.8	19.4	22.0	31.1	20.7	35.80
	경북	100.0	0.5	12.4	21.0	32.3	33.9	48.22
	경남	100.0	5.7	26.6	17.1	21.7	28.8	40.54
	제주	100.0	3.9	19.4	35.5	14.7	26.5	35.83



## 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용 변화에 대한 질문에는 전체 응답 사업체의 80.4%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 7.5%, ‘고용감소’는 12.1%로 나타났다. 고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 5.05명, 감소 인원은 3.37명이었다.

분야별로 살펴보면, ‘영화’에서 ‘고용증가’ 비율이 12.8%로 가장 높게 나타났고, ‘만화’에서는 ‘고용감소’ 비율이 23.9%로 가장 높게 나타났다.

‘고용증가’ 비율이 가장 높은 지역은 ‘인천’으로 18.8%의 사업장에서 코로나19 이전 대비 고용이 증가한 것으로 나타났고, ‘울산’은 21.6%의 사업체에서 고용이 감소한 것으로 나타나 가장 높은 고용감소 비율을 보였다.

<표 2-19> 코로나19 이전/이후 고용 변화

(단위 : % 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원	
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원
<b>전체</b>	<b>100.0</b>	<b>7.5</b>	<b>12.1</b>	<b>80.4</b>	<b>5.05</b>	<b>3.37</b>
분야	만화	3.5	23.9	72.6	16.00	2.70
	음악	2.7	7.4	90.0	2.79	2.30
	게임	9.5	6.6	83.9	8.41	5.59
	영화	12.8	13.6	73.6	2.03	1.49
	애니메이션	6.1	8.0	85.9	4.75	2.90
	방송	8.5	12.5	79.0	2.98	2.68
	캐릭터	10.4	11.5	78.1	3.88	2.79
	지식정보	7.8	15.5	76.8	4.82	3.56
	콘텐츠솔루션	6.9	13.2	79.9	5.78	3.99
지역	부산	5.7	12.2	82.1	7.10	3.08
	대구	8.3	13.6	78.1	9.08	2.82
	인천	18.8	15.5	65.7	4.95	1.95
	광주	4.5	4.8	90.7	7.73	2.99
	대전	5.6	5.4	89.1	7.45	2.81
	울산	13.6	21.6	64.8	3.40	2.06
	경기	5.8	12.4	81.8	4.45	3.76
	강원	9.5	8.3	82.1	4.69	2.79
	충북	14.5	9.0	76.5	3.60	2.92
	충남(세종)	8.0	10.4	81.6	2.86	4.04
	전북	5.9	17.3	76.8	4.63	2.76
	전남	10.7	13.6	75.7	5.55	3.93
	경북	4.3	11.9	83.8	4.00	2.91
	경남	14.7	12.7	72.6	3.22	2.69
	제주	100.0	9.4	21.1	69.5	5.57

### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

전반적인 국가경제 상황과는 상관없이 오직 사업체 콘텐츠 분야의 경영 현황 및 전망을 2021년을 100을 기준으로 하여 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 39.8%의 사업체가 ‘증가’하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 52.1%의 사업체가 ‘증가’할 것이라고 응답하였다.

2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 분야는 ‘애니메이션’으로 71.9%가 증가하였다고 응답하였으며, 지역으로는 ‘전남’사업체의 57.9%가 증가하였다고 응답하였다. 반면에 ‘영화’ 분야의 31.7%, ‘인천’지역 48.6%의 사업체가 ‘감소’하였다고 응답하여 2022년 현황을 가장 부정적으로 평가하였다.

2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 ‘애니메이션’으로 78.8%가 증가할 것이라고 보았으며, 지역으로는 ‘전북’사업체의 66.7%가 증가하리라 전망하였다. 반면에 ‘만화’ 분야의 23.9%, ‘인천’지역 32.0%의 사업체가 ‘감소’로 응답하여 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

<표 2-20> 분야 및 지역별 경영 현황 및 전망

(단위 : %)

분야	2022년					2023년					
	평균	합계	감소	동일	증가	평균	합계	감소	동일	증가	
<b>전체</b>	<b>110.78</b>	<b>100.0</b>	<b>19.4</b>	<b>40.8</b>	<b>39.8</b>	<b>132.56</b>	<b>100.0</b>	<b>14.8</b>	<b>33.0</b>	<b>52.1</b>	
분야	만화	99.33	100.0	27.1	40.4	32.5	112.96	100.0	23.9	34.0	42.1
	음악	107.22	100.0	21.8	36.8	41.4	126.75	100.0	15.8	29.8	54.4
	게임	113.09	100.0	19.0	40.3	40.6	158.66	100.0	15.6	27.2	57.2
	영화	106.72	100.0	31.7	39.2	29.1	132.28	100.0	10.2	41.4	48.4
	애니메이션	140.02	100.0	4.5	23.6	71.9	167.28	100.0	3.9	17.3	78.8
	방송	105.02	100.0	21.5	41.7	36.8	120.05	100.0	15.0	38.1	46.8
	캐릭터	106.93	100.0	18.5	44.7	36.8	120.47	100.0	17.5	35.9	46.6
	지식정보	110.94	100.0	20.3	43.5	36.2	129.34	100.0	15.5	36.1	48.4
	콘텐츠솔루션	113.81	100.0	13.7	39.9	46.4	133.74	100.0	12.1	31.3	56.6
	지역	부산	116.85	100.0	15.0	49.6	35.3	134.51	100.0	11.9	40.5
대구		117.21	100.0	18.2	39.5	42.2	128.70	100.0	13.5	34.1	52.4
인천		88.66	100.0	48.6	29.6	21.8	113.59	100.0	32.0	23.1	44.9
광주		124.03	100.0	20.2	33.3	46.5	140.34	100.0	17.9	29.3	52.9
대전		115.82	100.0	9.3	46.7	44.0	137.85	100.0	9.5	33.2	57.3
울산		109.56	100.0	16.0	33.3	50.7	126.12	100.0	13.9	25.6	60.5
경기		108.05	100.0	20.1	41.6	38.2	132.69	100.0	15.9	34.2	49.9
강원		114.60	100.0	16.8	43.5	39.7	134.81	100.0	9.4	41.5	49.1
충북		114.78	100.0	21.5	36.0	42.5	136.23	100.0	16.2	31.3	52.5
충남(세종)		109.62	100.0	16.3	46.2	37.5	127.03	100.0	11.1	36.3	52.7

분야	2022년					2023년				
	평균	합계	감소	동일	증가	평균	합계	감소	동일	증가
전북	115.92	100.0	13.9	32.7	53.5	149.39	100.0	9.4	24.0	66.7
전남	119.50	100.0	12.6	29.4	57.9	133.41	100.0	10.7	23.6	65.7
경북	111.28	100.0	9.5	42.5	48.0	125.12	100.0	9.6	32.7	57.7
경남	110.10	100.0	20.6	37.5	41.9	133.52	100.0	11.2	26.1	62.7
제주	116.49	100.0	19.3	41.5	39.2	140.29	100.0	15.1	32.7	52.2

## 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 14.9%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였으며, 85.1%가 ‘지원/투자받은 경험 없음’으로 응답하였다.

분야별로 ‘게임’사업체의 경우 32.9%가 지원 경험이 있다고 응답하여, 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

지역별로는 ‘전남’사업체의 경우 24.3%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 지역에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

<표 2-21> 분야 및 지역별 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

(단위 : %)

분야		지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체		14.9	85.1	100.0
분야	만화	12.0	88.0	100.0
	음악	17.1	82.9	100.0
	게임	32.9	67.1	100.0
	영화	23.8	76.2	100.0
	애니메이션	26.6	73.4	100.0
	방송	8.7	91.3	100.0
	캐릭터	15.3	84.7	100.0
	지식정보	8.9	91.1	100.0
	콘텐츠솔루션	8.4	91.6	100.0
지역	부산	20.7	79.3	100.0
	대구	14.4	85.6	100.0
	인천	9.4	90.6	100.0
	광주	15.4	84.6	100.0
	대전	13.1	86.9	100.0
	울산	12.1	87.9	100.0
	경기	13.0	87.0	100.0
	강원	11.6	88.4	100.0
	충북	23.4	76.6	100.0
	충남(세종)	15.8	84.2	100.0
	전북	23.7	76.3	100.0
	전남	24.3	75.7	100.0
	경북	13.8	86.2	100.0
	경남	20.5	79.5	100.0
	제주	18.2	81.8	100.0

## 11) 지원 유형별 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 94.0%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 0.7%로 나타났다.

지원 주체별로 살펴보면, 정부의 지원이 도움 된다고 응답한 비율은 94.3%로, 민간기업이 도움 된다고 응답한 비율인 88.6%보다 5.7%p 높게 나타났다.

지원유형별로 살펴보면, '세금감면'이 100.0% 도움이 된다고 나타났으며, 다음으로 '기타'가 94.6% 도움이 된다고 나타났다. 반면 '유통/판로 지원'의 '도움 안 됨' 비율이 6.1%로 다른 지원유형에 비하여 높게 나타났다.

분야별로는 '게임' 분야에서 지원이 도움이 된다고 응답한 비율이 99.2%로 가장 높았고, '만화' 분야는 도움이 된다고 응답한 비율이 85.3%로 가장 낮게 나타났다. 한편, '애니메이션'의 경우 지원이 도움이 안 된다고 응답한 비율이 4.9%로 다른 분야 비해 높게 나타났다.

지역별로는 '울산'과 '경남' 지역에서 지원이 도움이 된다고 응답한 비율이 100.0%로 가장 높았으며, '제주' 지역은 도움이 된다고 응답한 비율이 88.4%로 가장 낮게 나타났다. 한편, '제주'의 경우 '도움 안 됨'의 응답률이 6.1%로 다른 지역에 비해 높게 나타났다.

<표 2-22> 분야 및 지역별 지원 유형별 도움 정도

(단위 : %)

분야		① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]
전체		0.6	0.1	5.3	24.3	69.7	0.7	94.0	4.62
지원 주체	정부	0.4	0.1	5.2	26.0	68.3	0.5	94.3	4.62
	민간기업	1.6	0.0	9.8	11.8	76.8	1.6	88.6	4.62
	기타	5.4	0.0	0.0	0.0	94.6	5.4	94.6	4.78
지원 유형	인건비 지원	0.4	0.2	4.9	27.6	66.9	0.6	94.5	4.60
	시설 및 제작 도구 지원	0.2	0.2	8.1	32.1	59.4	0.4	91.5	4.50
	홍보/마케팅 지원	0.5	0.0	6.3	24.5	68.6	0.5	93.2	4.61
	세금 감면	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
	유통/판로 지원	6.1	0.0	2.0	20.2	71.7	6.1	91.9	4.51
	기타	0.0	0.0	5.4	11.7	83.0	0.0	94.6	4.78

분야		① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]
분야	만화	0.0	0.0	14.7	0.0	85.3	0.0	85.3	4.71
	음악	0.8	0.0	8.4	19.6	71.2	0.8	90.8	4.61
	게임	0.0	0.0	0.8	20.8	78.4	0.0	99.2	4.78
	영화	0.0	1.2	2.4	33.0	63.3	1.2	96.3	4.58
	애니메이션	4.9	0.0	3.3	25.3	66.5	4.9	91.8	4.48
	방송	0.0	0.0	5.7	22.6	71.7	0.0	94.3	4.66
	캐릭터	0.6	0.0	1.7	46.3	51.4	0.6	97.7	4.48
	지식정보	0.5	0.0	11.2	14.6	73.7	0.5	88.3	4.61
	콘텐츠솔루션	0.0	0.0	6.1	19.9	74.0	0.0	93.9	4.68
지역	부산	0.0	0.0	6.2	11.7	82.2	0.0	93.8	4.76
	대구	0.0	0.0	2.0	21.2	76.9	0.0	98.0	4.75
	인천	0.0	0.0	5.5	10.1	84.3	0.0	94.5	4.79
	광주	3.5	0.0	3.8	24.7	68.1	3.5	92.8	4.54
	대전	0.0	0.0	2.2	7.6	90.1	0.0	97.8	4.88
	울산	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
	경기	0.0	0.0	7.7	25.2	67.1	0.0	92.3	4.59
	강원	3.9	0.0	3.9	19.6	72.5	3.9	92.2	4.57
	충북	0.0	0.0	9.2	20.8	70.0	0.0	90.8	4.61
	충남(세종)	0.0	0.0	2.1	37.2	60.7	0.0	97.9	4.59
	전북	1.1	1.1	1.1	25.7	70.9	2.3	96.6	4.64
	전남	0.0	0.0	5.3	23.7	71.1	0.0	94.7	4.66
	경북	0.0	0.0	11.4	29.5	59.1	0.0	88.6	4.48
	경남	0.0	0.0	0.0	44.8	55.2	0.0	100.0	4.55
제주	6.1	0.0	5.4	41.8	46.6	6.1	88.4	4.23	

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 27.7%의 사업체가 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’라고 응답하였으며, ‘지원금액 사용 기준 제한’이 26.0%, ‘짧은 수행 기간’ 19.8% 등의 순으로 나타났다.

분야별로 살펴보면 ‘영화’의 경우 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’가 50.0%로 가장 높았으며, ‘지원금액 사용 기준 제한’은 ‘콘텐츠솔루션’이 32.3%로, ‘짧은 수행 기간’은 ‘애니메이션’이 35.8%로 가장 높은 비중을 차지하였다.

지역별로는 ‘제주’의 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’ 응답률이 43.4%로 가장 높았으며, ‘지원금액 사용 기준 제한’은 ‘울산’이 47.2%로, ‘짧은 수행 기간’은 ‘대전’이 53.3%로 가장 높은 비중을 차지하였다.

<표 2-23> 분야 및 지역별 지원사업 수행 시 애로사항

(단위 : %)

분야	복잡한 지원사업 신청/행정절차	지원금액 사용 기준 제한	짧은 수행 기간	사업 담당자와 의 소통 어려움	기타	모름/ 무응답	합계	
<b>전체</b>	<b>27.7</b>	<b>26.0</b>	<b>19.8</b>	<b>2.5</b>	<b>3.8</b>	<b>20.2</b>	<b>100.0</b>	
분야	만화	45.5	7.3	20.0	0.0	20.0	7.3	100.0
	음악	46.6	31.1	3.3	0.0	0.7	18.3	100.0
	게임	15.1	20.6	28.5	1.4	8.1	26.3	100.0
	영화	50.0	11.1	11.1	0.0	3.7	24.0	100.0
	애니메이션	26.1	28.4	35.8	0.0	0.0	9.7	100.0
	방송	30.8	32.0	12.0	4.8	6.0	14.4	100.0
	캐릭터	18.9	31.1	35.5	8.7	0.0	5.7	100.0
	지식정보	26.9	28.5	19.1	1.3	0.7	23.5	100.0
	콘텐츠솔루션	19.4	32.3	5.5	8.2	8.0	26.6	100.0
지역	부산	30.9	19.3	20.5	14.4	3.3	11.7	100.0
	대구	30.6	29.2	14.5	0.0	2.3	23.3	100.0
	인천	27.4	22.9	16.7	0.0	4.9	28.0	100.0
	광주	33.8	5.5	29.9	0.0	13.8	17.0	100.0
	대전	5.2	25.0	53.3	0.0	0.0	16.6	100.0
	울산	8.5	47.2	0.0	0.0	16.9	27.5	100.0
	경기	31.3	26.9	9.5	0.0	5.0	27.3	100.0
	강원	35.9	41.0	10.3	0.0	0.0	12.8	100.0
	충북	35.8	22.5	25.7	3.2	3.2	9.6	100.0
	충남(세종)	18.2	41.2	32.4	0.0	0.0	8.1	100.0
	전북	9.3	25.4	43.9	0.0	0.0	21.3	100.0
	전남	8.0	20.0	28.0	16.0	4.0	24.0	100.0
	경북	17.2	24.2	37.9	3.4	0.0	17.3	100.0
	경남	37.3	38.6	21.3	0.0	0.0	2.8	100.0
제주	43.4	29.5	17.2	0.0	0.0	9.8	100.0	

### 13) 필요 지원 분야

콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 43.0%로 가장 높게 나타났으며 다음으로 ‘국고 제작 지원’이 41.3%, ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 32.9%, ‘마케팅 지원(광고 및 판촉 지원 등)’ 26.7% 등의 순으로 높았다.

분야별로 살펴보면 ‘만화’가 54.2%의 비율로 ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 가장 필요하다고 하였으며, ‘영화’는 ‘국고 제작 지원’이 53.7%, ‘애니메이션’은 ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’이 50.0%의 비율로 가장 필요하다고 응답하였다.

지역별로 필요 지원을 살펴보면, ‘울산’지역에서 ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 필요하다는 응답비율이 55.9%로 가장 높았으며, ‘전북’지역은 ‘국고 제작 지원’이 55.0%의 비율로 가장 높게 나타났다.

<표 2-24> 분야 및 지역별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야(1+2+3순위)

(단위 : %)

분야	인력 지원 (인건비, 전문 교육 지원 등)	국고 제작 지원	금융 기관을 통한 지원 (투융자)	마케팅 지원 (광고 및 판촉 지원 등)	R&D 및 기술 개발 지원	사업화 (상용화) 지원 (시제품 개발 지원 등)	판로 개척 지원	입주 시설 제공 및 정착 지원	품질 인증 지원	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성화	모름/무응답	기타	
<b>전체</b>	<b>43.0</b>	<b>41.3</b>	<b>32.9</b>	<b>26.7</b>	<b>17.5</b>	<b>16.7</b>	<b>14.4</b>	<b>9.9</b>	<b>7.6</b>	<b>4.1</b>	<b>3.6</b>	<b>1.4</b>	<b>0.0</b>	
분야	만화	54.2	38.6	30.2	18.0	3.3	7.4	18.6	24.3	6.1	2.3	0.9	13.0	0.0
	음악	39.4	49.6	33.1	38.7	4.1	14.5	15.8	4.0	8.3	6.5	3.2	0.6	0.0
	게임	32.9	42.3	33.3	28.1	9.0	23.1	18.3	18.1	6.8	2.7	2.5	0.0	0.0
	영화	51.1	53.7	24.3	35.7	28.2	6.6	5.3	26.1	8.4	2.7	4.4	2.2	0.0
	애니메이션	35.9	40.6	50.0	46.8	27.0	9.7	10.2	13.8	3.7	2.8	1.4	0.6	0.0
	방송	53.1	40.3	27.2	23.1	15.1	16.9	10.2	14.3	7.6	5.7	3.5	0.0	0.0
	캐릭터	37.3	44.5	38.2	33.9	15.9	14.0	20.7	8.3	4.7	0.8	2.6	0.0	0.0
	지식정보	44.1	36.8	35.3	19.4	22.1	17.9	12.9	7.4	9.6	5.2	5.4	0.7	0.0
콘텐츠솔루션	51.1	36.2	24.2	19.0	27.3	18.9	12.4	6.6	6.0	3.4	2.1	4.6	0.2	
지역	부산	53.0	46.7	34.0	21.2	18.0	17.9	6.8	5.8	7.2	4.7	2.2	0.5	0.0
	대구	29.3	38.0	27.7	26.4	19.7	24.1	11.9	12.9	7.3	2.3	4.7	3.0	0.0
	인천	28.1	35.2	35.8	36.2	10.2	13.0	22.8	22.7	7.3	13.1	13.0	2.5	0.0
	광주	52.3	36.8	46.1	31.9	34.8	6.1	8.0	9.7	4.1	1.7	2.0	0.4	0.0
	대전	38.4	34.6	36.0	17.0	22.5	20.6	16.1	7.1	7.8	2.4	1.0	0.0	0.0



분야	인력 자원 (인건비, 전문 교육 자원 등)	국고 제작 자원	금융 기관을 통한 자원 (투융자)	마케팅 자원 (광고 및 판촉 자원 등)	R&D 및 기술 개발 자원	사업화 (상용화) 자원 (사제품 개발 자원 등)	판로 개척 자원	입주 시설 제공 및 정착 자원	품질 인증 자원	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성 화	모름/ 무응답	기타
울산	55.9	44.6	34.0	12.5	18.9	24.9	7.4	20.7	17.7	1.0	1.0	1.0	0.0
경기	42.9	41.7	30.6	25.9	16.2	17.2	16.7	9.3	5.7	4.4	3.4	1.7	0.0
강원	39.4	47.6	32.1	26.6	16.4	14.0	8.3	13.2	5.1	3.6	3.1	2.4	0.9
충북	46.6	34.2	29.9	43.2	16.7	15.4	19.8	8.5	14.3	3.8	3.1	0.0	0.0
충남(세종)	37.2	41.8	41.0	30.2	23.1	16.6	10.8	4.6	6.1	1.3	3.2	2.1	0.0
전북	55.1	55.0	38.7	20.5	17.2	11.3	6.1	7.1	11.9	2.1	0.0	0.0	0.0
전남	44.0	35.6	31.4	32.4	17.5	26.5	13.6	17.5	13.6	5.8	4.9	0.0	0.0
경북	41.7	32.0	30.2	41.8	13.8	11.9	13.8	4.8	15.2	4.8	6.2	0.5	0.0
경남	49.1	50.9	36.9	21.3	14.5	14.9	17.5	11.0	14.2	1.4	2.9	0.0	0.0
제주	42.9	42.5	32.0	27.9	12.9	11.1	14.4	6.3	8.3	1.5	0.0	4.5	0.0

#### 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영의 변화에 대해 설문한 결과, 57.2%의 비율로 ‘변화없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 37.1%의 사업체가 ‘부정적’ 변화, 5.7%의 사업체가 ‘긍정적’ 변화가 있었다고 응답하였다.

분야별로는 ‘음악’이 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 58.9%로 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘게임’(11.5%)으로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

지역별로는 ‘경북’이 48.6%의 비율로 ‘부정적’ 영향이 있었다고 응답했으며, ‘전남’ 지역이 13.9%의 비율로 다른 지역에 비해 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다.

<표 2-25> 분야 및 지역별 코로나19로 인한 경영의 변화

(단위 : % 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]	
<b>전체</b>	<b>13.8</b>	<b>23.3</b>	<b>57.2</b>	<b>4.2</b>	<b>1.5</b>	<b>37.1</b>	<b>5.7</b>	<b>2.56</b>	
분야	만화	23.9	9.1	61.7	1.7	3.5	33.0	5.2	2.52
	음악	19.4	39.5	39.4	1.7	0.0	58.9	1.7	2.23
	게임	4.4	15.0	69.0	11.1	0.5	19.5	11.5	2.88
	영화	10.6	31.3	55.5	2.7	0.0	41.8	2.7	2.50
	애니메이션	3.7	16.6	75.9	3.1	0.6	20.3	3.7	2.80
	방송	15.5	23.1	55.1	4.2	2.1	38.6	6.3	2.54
	캐릭터	17.8	23.3	55.5	3.4	0.0	41.1	3.4	2.45
	지식정보	16.9	20.2	57.2	3.4	2.2	37.1	5.7	2.54
	콘텐츠솔루션	6.4	21.3	64.3	4.6	3.4	27.7	8.0	2.77
지역	부산	17.6	25.2	50.5	6.0	0.7	42.8	6.7	2.47
	대구	10.6	29.2	55.3	3.9	1.0	39.8	4.9	2.55
	인천	32.4	15.3	49.0	2.6	0.7	47.6	3.4	2.24
	광주	13.4	12.0	71.2	3.0	0.4	25.4	3.5	2.65
	대전	9.2	17.8	68.2	3.0	1.8	27.0	4.8	2.71
	울산	14.0	23.5	54.3	6.1	2.0	37.5	8.2	2.59
	경기	13.2	23.0	58.7	3.3	1.8	36.2	5.1	2.57
	강원	10.7	31.1	50.4	6.0	1.8	41.8	7.7	2.57
	충북	15.3	25.0	48.3	7.6	3.8	40.4	11.4	2.59
	충남(세종)	5.9	24.3	63.7	6.1	0.0	30.2	6.1	2.70
	전북	9.9	23.3	63.0	3.9	0.0	33.1	3.9	2.61
	전남	10.7	20.1	55.3	9.1	4.9	30.7	13.9	2.77
	경북	13.3	35.3	45.7	3.8	1.9	48.6	5.7	2.46
	경남	11.9	24.9	55.8	6.3	1.1	36.7	7.5	2.60
	제주	12.9	28.1	51.0	8.0	0.0	41.0	8.0	2.54

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문한 결과, 87.5%가 '매출(수출) 감소'로 응답하였으며, '영업(마케팅)활동 위축' 52.5%, '회사인력감축' 29.0% 등의 순으로 나타났다.

분야별로는 '애니메이션'이 100.0%의 비율로 '매출(수출) 감소'의 변화가 있었다고 응답하였으며 '만화'의 경우 '영업활동 위축'이 90.1%로 다른 분야에 비해 높은 비율을 차지하였다.

지역별로는 '경남' 지역이 97.5%의 비율로 '매출(수출) 감소'의 변화가 있었다고 응답하였으며, '인천' 지역의 경우 '영업활동 위축'이 74.7%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

<표 2-26> 분야 및 지역별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

(단위 : %)

분야	매출 (수출) 감소	영업 (마케팅) 활동 위축	회사 인력 감축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실발생	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	기타
<b>전체</b>	<b>87.5</b>	<b>52.5</b>	<b>29.0</b>	<b>16.4</b>	<b>13.5</b>	<b>8.5</b>	<b>3.1</b>
분야	만화	92.8	90.1	47.4	2.6	2.6	0.0
	음악	92.5	60.8	22.8	24.8	25.3	4.9
	게임	76.5	45.6	20.1	20.7	10.2	14.2
	영화	83.1	46.5	28.4	18.0	12.7	6.3
	애니메이션	100.0	47.6	12.2	6.1	13.7	6.1
	방송	81.7	61.5	35.1	22.8	12.3	14.8
	캐릭터	97.4	50.2	26.0	18.7	8.6	7.5
	지식정보	83.5	51.4	33.3	11.5	7.1	9.6
	콘텐츠솔루션	84.4	37.1	35.7	8.1	16.7	10.9
지역	부산	80.1	55.7	19.9	14.7	9.0	10.4
	대구	84.3	54.1	36.8	19.9	8.7	10.7
	인천	81.1	74.7	39.3	11.1	5.1	3.1
	광주	76.9	57.5	32.5	7.7	31.8	6.7
	대전	78.4	47.4	33.5	30.0	18.6	36.0
	울산	80.0	42.4	51.2	19.0	21.8	13.6
	경기	93.9	43.6	27.6	11.7	9.9	6.1
	강원	75.1	68.0	10.0	17.1	23.5	2.8
	충북	81.1	67.8	37.3	52.7	44.7	9.3
	충남(세종)	79.1	72.6	24.9	18.8	31.3	11.0
	전북	83.9	51.4	31.5	14.5	6.2	12.7
	전남	81.1	51.6	18.9	20.0	6.3	12.6
	경북	88.3	65.5	40.1	32.2	26.3	4.9
	경남	97.5	48.1	22.2	20.9	11.5	9.9
	제주	86.9	67.0	28.3	16.3	15.4	11.3

## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문한 결과, 73.9%가 ‘매출(수출) 증가’로 응답하였으며, ‘코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가’ 19.8%, ‘회사인력증가’ 15.2% 등의 순으로 나타났다.

분야별로는 ‘만화’가 100.0%의 비율로 ‘매출(수출) 증가’의 변화가 있었다고 응답하였으며, ‘영화’ 분야의 경우 ‘정부 지원 확대’ 응답이 33.3% 비율로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

지역별로는 ‘제주’지역이 88.9%의 비율로 ‘매출(수출) 증가’의 변화가 있었다고 응답하였으며, ‘울산’의 경우 ‘정부 지원 확대’ 응답이 50.0%로 다른 지역에 비해 높게 나타났다.

<표 2-27> 분야 및 지역별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

(단위 : %)

분야	매출(수출) 증가	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도증가	회사 인력 증가	영업 (마케팅) 활동 확대	정부 지원 확대	스마트워크 같은 근무 형태 도입으로 업무 효율성 증진	기타	
<b>전체</b>	<b>73.9</b>	<b>19.8</b>	<b>15.2</b>	<b>15.0</b>	<b>13.2</b>	<b>9.8</b>	<b>9.9</b>	
분야	만화	100.0	16.7	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0
	음악	70.0	0.0	0.0	15.0	30.0	0.0	0.0
	게임	87.1	23.1	6.1	0.0	1.4	1.4	1.4
	영화	66.7	16.7	16.7	0.0	33.3	16.7	0.0
	애니메이션	50.0	0.0	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7
	방송	86.7	6.7	6.7	13.3	6.7	6.7	0.0
	캐릭터	92.7	12.2	0.0	4.9	0.0	7.3	0.0
	지식정보	57.9	19.5	15.8	16.8	27.4	17.7	24.1
	콘텐츠솔루션	75.4	28.6	33.1	35.7	4.8	10.5	7.0
지역	부산	73.5	19.8	10.1	6.7	6.7	10.1	0.0
	대구	61.9	0.0	0.0	13.8	38.1	0.0	0.0
	인천	65.8	0.0	11.0	0.0	11.0	0.0	12.3
	광주	87.7	0.0	38.6	26.3	12.3	12.3	0.0
	대전	52.1	16.9	45.1	0.0	0.0	0.0	31.0
	울산	75.0	0.0	62.5	0.0	50.0	0.0	0.0
	경기	78.8	29.7	6.9	25.1	11.3	12.8	18.1
	강원	76.9	23.1	0.0	7.7	7.7	7.7	0.0
	충북	73.6	26.4	33.0	19.8	19.8	13.2	6.6
	충남(세종)	63.2	26.3	10.5	21.1	0.0	15.8	10.5
	전북	84.4	15.6	37.5	0.0	15.6	0.0	0.0
	전남	79.1	0.0	27.9	7.0	7.0	14.0	0.0
	경북	83.3	16.7	8.3	0.0	0.0	16.7	0.0
	경남	38.5	7.7	7.7	0.0	46.2	7.7	0.0
	제주	88.9	11.1	44.4	11.1	0.0	0.0	0.0

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 33.5%의 비율로 대부분의 사업체가 정부의 지원이 큰 콘텐츠 분야를 체감하지 못하는 것으로 나타났으며, ‘게임’ 18.2%, ‘영화’ 12.3%, ‘지식정보’ 7.4% 등의 순으로 나타났다.

분야별로 살펴보면, ‘만화’, ‘게임’, ‘영화’ 분야는 본인의 분야를 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답하였으며, ‘음악’, ‘애니메이션’, ‘방송’, ‘콘텐츠솔루션’은 27.6%, 16.0%, 13.7%, 13.4%의 비율로 ‘영화’를, ‘캐릭터’, ‘지식정보’는 13.5%, 16.6%의 비율로 ‘게임’을 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답하였다.

지역별로는 ‘부산’, ‘전북’, ‘경북’, ‘제주’가 35.2%, 21.1%, 15.4%, 12.6%의 비율로 ‘영화’를, ‘대전’, ‘경기’, ‘광주’, ‘충남(세종)’, ‘대구’가 26.4%, 23.3%, 17.5%, 17.1%, 14.7%의 비율로 ‘게임’을, ‘울산’, ‘전남’이 18.0%, 15.5%의 비율로 ‘지식정보’를, ‘인천’, ‘충북’, ‘강원’이 19.9%, 13.8%, 13.2%의 비율로 ‘콘텐츠솔루션’을, ‘경남’이 11.9%의 비율로 ‘음악’을 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답하였다.

<표 2-28> 분야 및 지역별 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

(단위 : %)

분야		게임	영화	지식 정보	콘텐츠 솔루션	방송	음악	만화	캐릭터	애니메이션	기타	모름/무응답
전체		18.2	12.3	7.4	6.9	6.3	4.7	3.4	3.4	2.9	0.9	33.5
분야	만화	5.9	15.0	0.9	0.9	0.0	3.2	21.4	0.0	10.2	0.0	42.5
	음악	10.4	27.6	1.8	3.9	8.7	12.4	2.5	0.5	0.9	1.6	29.6
	게임	52.9	6.0	3.6	1.8	5.9	0.6	1.3	0.9	4.5	0.3	22.3
	영화	15.8	17.7	4.0	1.3	10.6	8.8	0.9	6.6	4.0	0.9	29.5
	애니메이션	11.2	16.0	0.0	1.4	8.5	0.6	2.6	3.3	7.8	0.6	48.0
	방송	11.1	13.7	11.5	8.3	9.9	3.0	2.4	2.5	8.9	0.4	28.3
	캐릭터	13.5	9.2	3.7	10.1	5.3	2.0	3.7	8.4	1.2	0.3	42.6
	지식정보	16.6	6.5	15.2	8.9	4.7	2.8	2.7	4.4	1.7	1.1	35.4
	콘텐츠솔루션	11.9	13.4	4.7	10.5	6.4	6.6	5.6	2.4	3.2	1.4	34.0
지역	부산	19.5	35.2	1.8	6.3	4.0	1.5	3.1	4.9	1.0	0.3	22.3
	대구	14.7	3.2	13.3	8.6	7.2	7.3	1.0	3.0	4.7	1.0	36.1
	인천	7.9	6.3	4.5	19.9	5.1	3.3	1.1	1.1	3.7	2.2	44.9
	광주	17.5	9.8	0.4	3.0	4.9	2.7	2.6	9.4	8.6	1.9	39.2

분야	게임	영화	지식 정보	콘텐츠 솔루션	방송	음악	만화	캐릭터	애니 메이션	기타	모름/ 무응답
대전	26.4	8.2	7.5	3.2	7.1	5.0	3.3	4.3	2.0	4.7	28.2
울산	9.5	11.6	18.0	10.5	4.1	8.7	1.0	1.0	6.1	2.0	27.4
경기	23.3	11.0	7.0	5.4	6.6	4.4	3.6	1.6	2.0	0.1	35.0
강원	3.0	9.1	12.5	13.2	4.3	5.2	4.8	3.7	6.5	1.8	35.9
충북	13.6	11.3	8.6	13.8	9.1	3.1	2.3	11.6	2.3	0.8	23.6
충남(세종)	17.1	2.9	13.3	3.0	7.1	0.0	3.1	8.2	1.9	0.6	42.7
전북	20.0	21.1	10.8	7.4	5.7	5.1	2.7	7.8	1.2	1.2	17.0
전남	14.6	6.8	15.5	3.9	5.8	10.7	5.8	2.9	6.8	0.0	27.2
경북	6.2	15.4	11.0	7.6	7.1	5.7	4.3	2.9	0.5	1.4	37.9
경남	3.7	10.3	3.4	7.0	6.3	11.9	7.7	8.0	3.2	4.2	34.1
제주	2.7	12.6	5.1	8.2	11.0	8.6	4.8	0.0	8.6	0.0	38.4

### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘지원 예산의 비중이 높아서’가 46.8%로 가장 높았으며, ‘지원사업의 수가 많아서’ 44.6% , ‘관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서’ 38.4% 등의 순으로 나타났다.

지원이 큰 콘텐츠 분야별로 살펴보면, ‘음악’이 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유로는 ‘지원 예산의 비중이 높아서’라는 응답이 59.0%로 가장 높았으며, ‘캐릭터’가 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유로는 ‘지원사업의 수가 많아서’라는 응답이 57.4%로 가장 높았다.

<표 2-29> 분야 및 지역별 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

(단위 : %)

분야		지원 예산의 비중이 높아서	지원사업의 수가 많아서	관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서	네트워크 구축이 잘 되어 있어서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	관련 전문 인력이 많아서	기타	모름/무응답
전체		46.8	44.6	38.4	11.5	10.9	8.6	1.4	0.1
지원이 큰 콘텐츠 분야	만화	29.5	29.1	56.8	12.7	14.9	6.5	0.6	0.0
	음악	59.0	45.9	34.8	6.2	9.8	4.7	0.0	0.0
	게임	48.1	51.2	39.5	6.7	4.9	5.3	0.3	0.0
	영화	58.7	32.0	51.0	8.7	16.9	5.0	0.0	0.0
	애니메이션	50.1	56.4	36.7	2.0	3.3	10.9	1.3	0.0
	방송	41.9	40.8	36.8	23.9	12.5	16.1	0.0	0.0
	캐릭터	18.8	57.4	37.2	12.7	13.3	26.8	0.6	0.0
	지식정보	49.1	41.4	27.9	16.9	11.8	11.3	1.1	0.0
	콘텐츠솔루션	37.2	51.7	21.9	20.4	14.0	5.7	7.5	0.3
	기타	40.1	48.2	26.3	0.0	12.1	23.4	17.9	4.0
분야	만화	57.0	53.7	42.0	4.0	9.7	4.5	0.0	0.0
	음악	41.4	42.7	48.4	13.2	6.6	11.3	0.4	0.0
	게임	54.1	46.8	36.8	7.5	11.8	6.2	0.4	0.0
	영화	54.9	33.2	61.3	5.6	3.1	12.5	0.6	0.0
	애니메이션	56.5	52.4	40.5	1.2	2.4	1.2	2.4	0.0
	방송	50.4	48.2	31.1	10.8	12.5	6.8	1.2	0.0
	캐릭터	38.7	40.2	36.0	12.4	20.7	6.3	7.9	0.0
	지식정보	43.5	48.4	32.7	13.9	11.8	9.0	0.6	0.2
콘텐츠솔루션	51.4	39.5	36.8	12.6	9.7	9.7	0.9	0.2	

분야	지원 예산 의 비중이 높아서	지원사업 의 수가 많아서	관련 시설 (센터, 제작시설 등)이 많아서	네트워크 구축이 잘 되어 있어서	관련 분야 의 언론 홍보가 잘 되어서	관련 전문 인력이 많아서	기타	모름/ 무응답	
지역	부산	48.9	42.8	42.1	9.5	18.4	6.8	0.4	0.0
	대구	49.6	52.1	23.7	12.3	12.3	7.5	0.5	0.0
	인천	31.1	50.4	33.7	13.4	0.7	12.6	18.1	0.0
	광주	40.7	36.8	37.4	16.1	10.8	16.2	0.7	0.0
	대전	49.7	44.4	30.7	4.0	9.6	13.3	1.4	0.0
	울산	23.4	35.1	44.3	9.8	11.7	25.8	4.2	0.0
	경기	48.8	45.7	38.9	12.3	9.2	6.9	0.0	0.0
	강원	39.4	39.2	43.9	8.4	7.4	4.6	0.9	0.9
	충북	39.3	45.8	52.8	15.0	17.0	6.0	1.0	0.0
	충남(세종)	50.7	38.3	33.8	12.5	8.8	6.8	3.4	0.0
	전북	58.7	33.6	41.0	11.9	15.6	7.8	1.8	0.0
	전남	47.1	59.6	39.6	8.0	10.7	6.7	0.0	0.0
	경북	35.3	49.4	43.6	15.3	13.8	8.4	0.0	1.5
	경남	43.3	35.7	43.5	8.1	18.1	16.7	2.2	0.0
	제주	65.1	51.4	28.4	15.0	5.3	5.8	1.4	0.0



## 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 30.8%의 비율로 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야를 체감하지 못하는 것으로 나타났으며, 다음으로는 ‘지식정보’ 13.6%, ‘콘텐츠솔루션’ 13.1%, ‘캐릭터’ 7.5% 등의 순으로 나타났다.

대부분 분야에서 본인의 분야가 소외되고 있다고 응답하였으나, ‘게임’분야의 경우 12.5%의 비율로 ‘애니메이션’이 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 응답하였다.

지역별로는 ‘제주’, ‘인천’, ‘경기’, ‘경남’이 19.0%, 17.3%, 14.6%, 14.1%의 비율로 ‘지식정보’를, ‘전남’, ‘대전’, ‘충북’, ‘부산’, ‘대구’, ‘강원’이 22.3%, 20.6%, 19.9%, 18.2%, 16.5%, 11.3%의 비율로 ‘콘텐츠솔루션’을, ‘전북’, ‘광주’가 18.3%, 15.9%의 비율로 ‘음악’을, ‘울산’, ‘충남(세종)’이 15.6%, 11.0%의 비율로 ‘게임’을, ‘경북’이 19.5%의 비율로 ‘영화’가 지원에서 소외되고 있다고 응답하였다.

<표 2-30> 분야 및 지역별 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야  
(단위 : %)

분야		지식 정보	콘텐츠 솔루션	캐릭터	음악	만화	애니 메이션	게임	영화	방송	기타	모름/ 무응답
전체		13.6	13.1	7.5	6.7	6.7	6.2	5.6	4.7	3.0	2.0	30.8
분야	만화	5.7	6.4	1.7	3.3	37.5	0.0	4.1	7.0	13.0	0.9	20.4
	음악	8.7	4.1	3.9	23.4	9.3	2.1	9.3	6.7	0.3	2.6	29.5
	게임	10.4	11.0	4.9	5.7	5.0	12.5	9.8	6.0	0.3	0.6	33.7
	영화	11.5	7.5	2.2	4.0	3.1	12.8	4.0	22.4	5.8	0.4	26.4
	애니메이션	1.9	5.9	1.2	2.5	0.6	33.0	0.6	3.7	7.0	0.0	43.5
	방송	10.5	12.2	3.2	4.6	6.0	8.0	2.9	4.9	18.8	1.7	27.2
	캐릭터	7.0	6.5	26.6	0.3	10.2	5.0	4.0	2.3	0.7	1.3	36.1
	지식정보	23.8	12.0	6.1	4.7	4.7	3.8	3.9	3.8	2.8	3.6	30.7
	콘텐츠솔루션	9.5	36.1	6.4	2.6	5.1	4.6	5.4	0.4	2.2	0.6	27.1
지역	부산	16.5	18.2	7.8	8.4	8.4	5.8	5.2	1.7	2.0	2.0	24.0
	대구	10.1	16.5	4.7	10.0	9.4	4.3	7.8	7.8	2.3	0.3	26.8
	인천	17.3	8.0	15.8	1.7	6.8	5.9	6.2	4.4	3.3	13.8	16.8
	광주	5.0	8.1	10.2	15.9	4.6	8.7	4.7	13.8	4.5	0.4	24.1
	대전	14.5	20.6	3.8	3.7	10.2	2.4	6.2	2.2	1.0	3.3	32.0
	울산	15.1	12.6	11.8	6.5	3.1	5.1	15.6	5.1	0.0	0.0	25.1
	경기	14.6	13.3	7.3	4.8	6.3	6.9	4.0	3.3	3.0	1.1	35.6

분야	지식 정보	콘텐츠 솔루션	캐릭터	음악	만화	애니 메이션	게임	영화	방송	기타	모름/ 무응답
강원	7.1	11.3	9.2	8.5	4.8	7.0	7.3	2.4	3.6	1.8	37.1
충북	11.6	19.9	5.4	4.5	4.6	5.4	1.5	10.5	4.5	2.3	29.8
충남(세종)	9.8	4.7	6.3	8.0	6.3	4.1	11.0	3.8	5.1	2.1	38.8
전북	9.3	8.4	10.0	18.3	9.8	13.5	6.0	3.3	4.2	3.1	14.2
전남	11.0	22.3	5.8	9.7	6.1	4.9	5.8	5.8	5.2	0.0	23.3
경북	15.8	9.5	2.4	4.7	5.0	2.4	4.8	19.5	3.8	1.4	30.8
경남	14.1	6.6	10.6	11.7	2.9	5.9	12.0	3.4	4.0	1.6	26.9
제주	19.0	6.2	1.6	7.7	12.4	7.6	8.1	1.8	1.8	0.0	33.9

### 가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해 설문한 결과, ‘지원 예산의 비중이 낮아서’가 40.3%로 가장 높았으며, ‘지원사업의 수가 적어서’ 37.4%, ‘전문 인력이 부족해서’ 17.5% 등의 순으로 나타났다.

기타 분야를 제외하고, 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야를 살펴보면, ‘캐릭터’ 분야가 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유로는 ‘지원 예산의 비중이 낮아서’라는 응답이 58.3%로 가장 높았으며, ‘영화’가 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유로는 ‘지원사업의 수가 적어서’라는 응답이 41.2%로 가장 높았다.

<표 2-31> 분야 및 지역별 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유  
(1+2순위)

(단위 : %)

분야		지원 예산의 비중이 낮아서	지원사업의 수가 적어서	전문 인력이 부족해서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	시설이 부족해서	네트워크 구축이 부족해서	기타	모름/무응답
전체		40.3	37.4	17.5	16.9	16.3	13.4	0.7	11.0
지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야	만화	29.8	40.7	36.7	20.4	30.8	11.7	0.0	1.5
	음악	38.2	38.9	15.8	9.4	23.7	16.6	0.2	13.7
	게임	25.2	31.3	18.5	19.1	17.6	5.5	0.6	21.5
	영화	48.1	41.2	21.3	31.3	16.3	8.7	1.3	6.2
	애니메이션	50.0	38.3	21.1	12.0	18.3	0.0	0.0	10.6
	방송	33.6	29.6	19.8	21.1	21.1	14.5	0.6	7.1
	캐릭터	58.3	36.4	10.3	15.4	12.3	23.7	0.0	9.0
	지식정보	40.9	40.5	17.9	13.6	12.1	12.3	1.4	10.2
	콘텐츠솔루션	43.1	36.2	17.2	25.5	14.9	16.4	0.2	5.5
기타	67.1	34.9	15.1	11.2	19.3	21.1	1.1	12.4	
분야	만화	40.6	38.6	10.7	21.6	12.3	9.3	0.0	11.4
	음악	44.1	45.2	23.1	12.0	19.5	9.3	0.5	7.0
	게임	38.9	40.3	20.8	31.4	26.0	7.1	0.0	6.0
	영화	33.8	43.4	18.7	12.3	11.8	25.3	0.0	6.3
	애니메이션	37.6	49.8	16.8	16.5	11.5	9.1	0.9	8.3
	방송	12.6	48.7	48.9	1.4	16.9	15.9	0.0	7.0
	캐릭터	40.4	30.6	14.6	16.6	15.4	14.6	0.8	15.5
	지식정보	37.4	29.5	28.5	14.8	20.2	12.8	0.9	9.3

분야		지원 예산 의 비중이 낮아서	지원사업 의 수가 적어서	전문 인력 이 부족 해서	관련 분야 의 언론 홍보가 미흡해서	시설이 부족해서	네트워크 구축이 부족해서	기타	모름/ 무응답
지역	콘텐츠솔루션	40.0	44.9	14.8	12.9	28.0	9.1	0.0	14.0
	부산	47.9	25.9	22.3	19.2	14.9	11.6	2.2	12.3
	대구	57.1	53.0	11.1	13.4	15.9	16.5	2.5	1.5
	인천	48.4	45.8	26.7	20.4	13.3	8.4	0.0	4.0
	광주	29.2	44.7	14.6	22.2	29.8	17.6	1.5	3.1
	대전	45.7	41.5	34.5	12.2	11.2	15.8	0.0	3.1
	울산	44.0	48.6	19.4	14.7	18.5	15.1	0.0	4.3
	경기	40.3	30.0	18.7	16.7	11.6	12.6	14.1	0.6
	강원	37.6	26.5	17.8	24.2	27.3	13.2	11.7	0.7
	충북	45.8	47.5	14.3	28.4	11.7	4.5	12.7	0.0
	충남(세종)	43.6	19.8	20.0	14.3	16.4	12.9	16.0	4.1
	전북	54.9	42.7	13.7	16.8	21.4	23.5	1.7	1.7
	전남	48.7	37.0	26.2	12.5	16.5	11.7	4.5	0.0
	경북	35.1	33.2	21.1	12.1	16.7	28.2	3.2	1.5
	경남	41.9	35.2	16.4	8.8	31.1	17.8	3.4	0.0
제주	46.8	33.9	15.5	21.0	24.1	14.4	4.1	0.0	

### 17) 현 지역에 사업장을 선택한 이유

현 지역에 콘텐츠 사업장을 선택한 이유에 대해서는 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’때문이라는 응답이 57.6%로 가장 높았으며, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’이 21.6%, ‘동종 혹은 지원업체와의 근접성’이 21.3%로 높게 나타났다.

분야별로는 ‘지식정보’가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답한 비율이 66.7%로 가장 높았으며, ‘만화’ 분야의 경우 ‘정부 혹은 지원기관의 혜택’이라고 응답한 비율이 31.1%로 다른 분야에 비해 상대적으로 높게 나타났다.

지역별로는 ‘광주’가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답한 비율이 72.0%로 가장 높았으며, ‘경기’의 경우 ‘동종 혹은 지원업체와의 근접성’이 29.5%로 다른 지역에 비해 높게 나타났다.

<표 2-32> 분야 및 지역별 현 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진 의 연고	주거 교통, 문화 등 생활의 편리성	동종 혹은 지원 업체 와의 근접성	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	고객 혹은 공급 업체 와의 근접성	정부 혹은 지원 기관의 혜택	전문 인력확 보의 용이성	관련 연구소, 대학 등의 근접성	도시 브랜드 와 기업 이미지 의 조 화	해당 산업 단지 와 귀사의 생산물 과 일치성	낮은 인건비	기타	모름/ 무응답
전체	57.6	21.6	21.3	18.1	17.7	12.6	6.7	6.1	5.3	2.0	1.4	0.9	0.8
분야	만화	36.4	36.5	7.6	24.3	7.5	31.1	6.7	13.4	1.7	0.0	0.0	11.5
	음악	53.2	27.1	15.2	18.4	25.0	15.1	6.5	8.0	6.7	3.0	0.5	3.5
	게임	41.6	24.5	39.6	17.8	11.0	18.2	10.1	4.2	0.4	0.6	1.7	0.3
	영화	47.5	37.5	27.3	21.6	23.4	16.8	10.1	1.8	4.9	0.0	2.6	3.1
	애니메이션	52.1	11.5	20.1	20.8	6.3	19.2	1.6	12.4	11.1	6.6	0.9	1.2
	방송	58.0	18.3	18.5	19.3	25.4	6.0	3.9	4.6	7.7	4.0	1.7	0.4
	캐릭터	65.6	20.3	15.2	24.7	6.0	8.1	6.3	4.5	7.6	0.5	1.4	0.0
	지식정보	66.7	21.9	19.2	14.3	16.5	8.9	6.0	5.5	4.4	1.8	1.3	0.3
	콘텐츠솔루션	56.0	10.3	24.0	18.6	26.8	13.4	7.0	7.5	6.6	3.3	1.9	0.3
지역	부산	66.9	18.8	21.1	12.3	14.7	6.2	11.4	6.4	3.7	1.0	2.4	0.5
	대구	70.5	19.4	13.9	6.8	11.6	7.1	7.5	13.4	5.2	3.0	1.3	3.0
	인천	60.4	23.2	11.8	30.6	13.7	16.2	5.8	3.3	3.3	0.7	0.4	0.0
	광주	72.0	18.7	21.5	18.1	5.5	20.4	3.7	7.6	3.7	2.8	0.0	0.9
	대전	70.6	14.5	9.2	7.7	16.4	5.0	3.7	11.6	4.6	5.5	0.3	0.3
	울산	53.9	27.6	16.2	25.6	7.1	14.6	5.6	12.5	12.6	1.0	1.0	0.0

분야	창업자 혹은 경영진 의 연고	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	동종 혹은 지원 업체 와의 근접성	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	고객 혹은 공급 업체 와의 근접성	정부 혹은 지원 기관의 혜택	전문 인력확 보의 용이성	관련 연구소, 대학 등의 근접성	도시 브랜드 와 기업 이미지 의 조 화	해당 산업 단지와 귀사의 생산품 과 일치성	낮은 인건비	기타	모름/ 무응답
경기	49.1	24.3	29.5	18.1	21.8	12.2	7.7	4.3	4.4	1.3	1.3	0.9	0.7
강원	57.1	16.5	13.1	20.5	16.5	14.7	1.8	5.5	3.6	1.9	0.9	1.2	4.8
충북	58.1	26.0	8.5	27.9	16.0	24.9	6.0	4.5	11.5	3.9	5.3	2.3	1.6
충남(세종)	69.7	14.0	8.3	9.5	19.0	20.0	7.2	3.2	7.2	0.6	1.3	0.0	2.1
전북	50.6	18.2	20.6	40.2	17.2	11.8	3.3	6.9	11.4	2.8	3.0	0.6	0.0
전남	57.3	24.3	13.6	22.3	7.8	20.4	4.9	4.9	10.7	9.7	0.0	1.0	0.0
경북	64.4	17.6	11.9	23.3	16.6	21.3	3.3	4.3	5.2	2.9	1.0	0.0	1.0
경남	65.7	20.8	14.9	20.0	20.4	6.6	5.2	12.5	6.5	2.5	0.6	2.3	0.0
제주	67.4	21.5	9.0	11.2	14.9	10.7	6.0	8.0	10.0	3.3	4.2	0.9	0.0

### 18) 사업장 운영 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

콘텐츠 사업장 운영 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 사업체의 22.6%가 만족한다고 응답하여 불만족한다고 응답한 비율(12.3%)보다 10.3%p 높게 나타났다.

만족도 평균 점수로는 ‘게임’분야가 3.37점으로 가장 높았으며, ‘방송’이 2.95점으로 가장 낮게 나타났다. 지역에서는 ‘경기’가 3.21점으로 가장 높았으며, ‘울산’이 2.81점으로 가장 낮게 나타났다.

<표 2-33> 분야 및 지역별 사업장 운영 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

(단위 : %)

분야	①	②	③	④	⑤	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]	
	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 불만족				
<b>전체</b>	<b>1.4</b>	<b>10.9</b>	<b>65.1</b>	<b>20.2</b>	<b>2.4</b>	<b>12.3</b>	<b>22.6</b>	<b>3.11</b>	
분야	만화	0.0	5.6	71.2	21.7	1.5	5.6	23.2	3.19
	음악	2.9	17.1	61.6	18.0	0.4	20.0	18.4	2.96
	게임	0.7	3.1	59.3	32.0	5.0	3.8	36.9	3.37
	영화	0.0	8.8	71.0	19.7	0.4	8.8	20.2	3.12
	애니메이션	0.6	5.6	81.0	11.5	1.2	6.3	12.7	3.07
	방송	5.0	17.0	58.7	16.8	2.5	22.0	19.3	2.95
	캐릭터	1.1	14.2	64.8	17.2	2.7	15.3	19.9	3.06
	지식정보	1.4	11.3	66.8	17.0	3.6	12.7	20.5	3.10
	콘텐츠솔루션	0.7	7.8	66.0	24.8	0.7	8.5	25.5	3.17
지역	부산	2.1	14.1	58.2	21.4	4.3	16.2	25.6	3.12
	대구	2.7	15.9	60.5	20.2	0.7	18.6	20.9	3.00
	인천	1.4	17.5	62.0	17.2	1.9	19.0	19.1	3.01
	광주	0.6	11.1	67.2	18.1	3.0	11.7	21.1	3.12
	대전	0.7	15.8	67.3	15.9	0.3	16.4	16.3	2.99
	울산	2.0	27.9	57.1	13.0	0.0	29.9	13.0	2.81
	경기	0.8	5.2	69.0	22.3	2.6	6.1	24.9	3.21
	강원	1.8	16.5	62.4	16.8	2.5	18.3	19.3	3.02
	충북	4.6	20.8	56.4	15.9	2.3	25.4	18.1	2.90
	충남(세종)	0.0	7.4	70.8	20.5	1.3	7.4	21.8	3.16
	전북	3.9	17.5	45.8	29.5	3.3	21.4	32.8	3.11
	전남	0.0	17.8	63.8	12.6	5.8	17.8	18.4	3.06
	경북	2.4	9.6	69.0	17.6	1.4	12.0	19.0	3.06
	경남	3.2	21.4	64.0	9.6	1.8	24.6	11.4	2.85
	제주	2.2	15.6	56.4	22.2	3.6	17.9	25.7	3.09

## 19) 지역 인프라 환경

콘텐츠 사업체들의 지역 인프라 환경에 대한 구축 체감도를 측정하기 위한 지표를 아래 <표 2-34>와 같이 구성하여 ‘매우 안 좋음’부터 ‘매우 좋음’까지 5점 척도로 체감도 조사를 진행하였다.

<표 2-34> 지역 인프라 환경 구축 체감도 측정 항목 구성

(가) 사업체 경영	1) 분양가 및 임대료/매매가
	2) 전문인력확보(정규직))
	3) 프리랜서 인력확보
	4) 금융자본 조달의 용이성
	5) 고객 접근성
(나) 산업연계	1) 협력업체와의 지리적 근접성
	2) 지원 서비스 수급의 용이성
	3) 이종 업체의 집중 및 교류 활성화
	4) 동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화
	5) 산학 연관 협력체계
(다) 지원 프로그램	1) 교육, 훈련 지원
	2) 시장정보 및 경영정보 지원
	3) 콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)
	4) 기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성
	5) 콘텐츠 창작지원
	6) 지원사업 홍보 및 상세안내
(라) 생활환경	1) 주거, 교육, 문화 등 생활기반시설
	2) 주변 편의시설 및 복지시설
전반적 체감도	



콘텐츠 사업체 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 3.10점으로 나타났고, 항목별로는 ‘생활환경’ 체감도 점수가 3.26점으로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘산업연계’ 2.94점, ‘지원 프로그램’ 2.93점, ‘사업체 경영’ 2.86점 순이었다.

콘텐츠 분야별로는 ‘만화’의 전반적 체감도가 3.27점으로 가장 높게 나타났고, ‘방송’은 2.99점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

지역별로는 ‘대전’의 전반적 체감도가 3.21점으로 가장 높게 나타났고, ‘인천’은 2.91점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

<표 2-35> 분야 및 지역별 인프라 환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야		사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체		<b>2.86</b>	<b>2.94</b>	<b>2.93</b>	<b>3.26</b>	<b>3.10</b>
분야	만화	2.75	2.81	3.04	3.12	3.27
	음악	2.73	2.81	2.76	3.14	3.01
	게임	2.92	3.08	3.11	3.39	3.22
	영화	2.92	2.89	3.01	3.36	3.19
	애니메이션	2.88	2.94	3.07	3.32	3.14
	방송	2.81	2.95	2.84	3.28	2.99
	캐릭터	2.90	2.85	2.86	3.10	3.02
	지식정보	2.86	2.97	2.94	3.31	3.11
	콘텐츠솔루션	2.90	3.01	2.93	3.27	3.09
지역	부산	2.81	2.94	2.93	3.30	3.05
	대구	2.76	2.96	2.88	3.30	3.13
	인천	2.72	2.84	2.89	2.90	2.91
	광주	2.87	2.87	3.13	3.31	3.15
	대전	2.91	3.01	2.89	3.33	3.21
	울산	2.67	2.78	2.92	2.98	2.94
	경기	2.95	3.00	2.95	3.29	3.13
	강원	2.69	2.75	2.75	3.20	2.96
	충북	2.73	2.84	2.93	3.22	3.05
	충남(세종)	2.75	2.81	2.83	3.31	3.07
	전북	3.00	3.07	3.02	3.28	3.15
	전남	2.73	2.88	2.98	3.34	3.15
	경북	2.75	2.83	2.88	3.25	3.02
	경남	2.74	2.90	2.81	3.16	2.99
	제주	2.64	2.81	2.92	3.41	3.13

## 가) 사업체 경영

사업체 경영 구축 체감도에 대해서는 평균 2.86점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘분양가 및 임대료/매매가’, ‘고객 접근성’이 3.12점으로 가장 높았으며, ‘금융자본 조달의 용이성’이 2.86점, ‘전문인력확보(정규직)’가 2.64점, ‘프리랜서 인력확보’가 2.55점 순으로 나타났다.

분야별로는 ‘게임’과 ‘영화’의 평균 점수가 2.92점으로 가장 높았으며, ‘음악’ 분야가 2.73점으로 가장 낮게 나타났다.

지역별로는 ‘전북’의 평균 점수가 3.00점으로 가장 높았으며, ‘제주’가 2.64점으로 가장 낮게 나타났다.

<표 2-36> 분야 및 지역별 사업체 경영 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분야가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]	
전체	3.12	2.64	2.55	2.86	3.12	2.86	
분야	만화	3.14	2.50	2.50	2.64	2.98	2.75
	음악	3.04	2.50	2.48	2.75	2.89	2.73
	게임	2.94	2.66	2.66	3.13	3.21	2.92
	영화	3.31	2.60	2.76	2.85	3.09	2.92
	애니메이션	3.25	2.60	2.58	3.00	2.99	2.88
	방송	3.07	2.57	2.54	2.75	3.16	2.81
	캐릭터	3.11	2.70	2.63	2.91	3.13	2.90
	지식정보	3.19	2.69	2.52	2.76	3.15	2.86
	콘텐츠솔루션	3.15	2.68	2.50	2.93	3.24	2.90
지역	부산	3.11	2.60	2.43	2.80	3.13	2.81
	대구	3.07	2.48	2.43	2.77	3.03	2.76
	인천	2.87	2.44	2.56	2.58	3.14	2.72
	광주	3.30	2.58	2.42	2.97	3.07	2.87
	대전	3.30	2.71	2.61	2.76	3.15	2.91
	울산	3.13	2.33	2.33	2.70	2.87	2.67
	경기	3.09	2.80	2.70	2.96	3.18	2.95
	강원	3.13	2.40	2.28	2.74	2.90	2.69
	충북	3.24	2.43	2.30	2.63	3.07	2.73
	충남(세종)	3.07	2.46	2.31	2.84	3.06	2.75
	전북	3.36	2.82	2.76	3.02	3.05	3.00
	전남	3.20	2.38	2.28	2.72	3.06	2.73
	경북	3.29	2.34	2.29	2.75	3.09	2.75
	경남	3.10	2.50	2.37	2.77	2.94	2.74
	제주	3.01	2.24	2.29	2.63	3.03	2.64

## 나) 산업연계

산업연계 구축 체감도에 대해서는 평균 2.94점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘협력업체와의 지리적 근접성’이 3.13점으로 가장 높았으며, 다음으로는 ‘지원 서비스 수급의 용이성’이 3.04점, ‘동종(혹은 유사)업체의 집중과 교류 활성화’가 3.03점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.79점, ‘산학연관 협력체계’ 2.73점 순으로 나타났다.

분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.08점으로 가장 높았으며, ‘만화’와 ‘음악’ 분야가 2.81점으로 가장 낮게 나타났다.

지역별로는 ‘전북’의 평균 점수가 3.07점으로 가장 높았으며, ‘강원’이 2.75점으로 가장 낮게 나타났다.

<표 2-37> 분야 및 지역별 산업연계 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종(혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학 연관 협력체계	[5점 평균]	
<b>전체</b>	<b>3.13</b>	<b>3.04</b>	<b>2.79</b>	<b>3.03</b>	<b>2.73</b>	<b>2.94</b>	
분야	만화	2.73	2.89	2.74	2.98	2.70	2.81
	음악	2.97	2.93	2.72	2.79	2.62	2.81
	게임	3.18	3.18	2.93	3.26	2.86	3.08
	영화	3.11	2.98	2.83	2.98	2.53	2.89
	애니메이션	3.02	3.13	2.70	3.00	2.84	2.94
	방송	3.19	3.03	2.81	3.02	2.70	2.95
	캐릭터	2.95	2.99	2.68	2.99	2.66	2.85
	지식정보	3.22	3.04	2.81	3.06	2.74	2.97
콘텐츠솔루션	3.25	3.07	2.79	3.10	2.83	3.01	
지역	부산	3.07	3.05	2.91	3.03	2.64	2.94
	대구	3.10	3.11	2.86	3.07	2.69	2.96
	인천	2.97	3.02	2.66	3.02	2.51	2.84
	광주	3.00	3.01	2.60	2.83	2.91	2.87
	대전	3.12	3.05	2.88	3.09	2.90	3.01
	울산	3.00	2.80	2.61	2.81	2.69	2.78
	경기	3.23	3.08	2.83	3.11	2.75	3.00
	강원	2.87	2.89	2.53	2.75	2.70	2.75
	충북	3.01	2.86	2.72	2.93	2.66	2.84
	충남(세종)	3.03	2.87	2.64	2.75	2.76	2.81
	전북	3.25	3.28	2.95	2.96	2.89	3.07
	전남	3.02	3.01	2.75	2.96	2.67	2.88
	경북	2.94	2.84	2.68	3.01	2.66	2.83
	경남	3.07	2.99	2.70	2.90	2.85	2.90
	제주	3.00	2.88	2.69	2.96	2.53	2.81

## 다) 지원 프로그램

지원 프로그램 구축 체감도에 대해서는 평균 2.93점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅)등 이용 편의성’이 3.04점으로 가장 높았으며, ‘시장정보 및 경영 정보 지원’ 3.03점, ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 2.95점, ‘콘텐츠 창작지원’ 2.93점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.91점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.71점 순으로 나타났다.

분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.11점으로 가장 높았으며, ‘음악’ 분야가 2.76점으로 가장 낮게 나타났다.

지역별로는 ‘광주’의 평균 점수가 3.13점으로 가장 높았으며, ‘강원’이 2.75점으로 가장 낮게 나타났다.

<표 2-38> 분야 및 지역별 지원 프로그램 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업 지원 서비스 (법률 회계 컨설팅 등 이용 편의성)	콘텐츠 창작지원	지원사업 홍보 및 상세안내	[5점 평균]
전체	2.71	3.03	2.91	3.04	2.93	2.95	2.93
분야	만화	2.75	3.09	2.97	3.14	3.35	3.04
	음악	2.51	2.89	2.69	2.78	2.76	2.76
	게임	2.80	3.18	3.19	3.25	3.21	3.11
	영화	3.04	3.09	2.99	2.93	2.96	3.01
	애니메이션	2.67	3.22	3.09	3.24	3.10	3.07
	방송	2.56	2.98	2.78	3.00	2.85	2.84
	캐릭터	2.54	3.03	2.92	3.02	2.81	2.86
	지식정보	2.83	3.04	2.92	3.03	2.92	2.94
	콘텐츠솔루션	2.66	2.98	2.89	3.14	2.94	2.96
지역	부산	2.69	3.00	2.91	3.02	3.03	2.93
	대구	2.62	2.83	2.94	3.09	2.84	2.88
	인천	2.80	3.05	2.88	2.90	2.78	2.89
	광주	3.07	3.23	3.06	3.18	3.09	3.13
	대전	3.03	2.96	2.79	2.84	2.92	2.89
	울산	2.77	2.97	2.91	3.05	2.85	2.92
	경기	2.67	3.08	2.96	3.08	2.94	2.95
	강원	2.57	2.81	2.73	2.83	2.77	2.75
	충북	2.73	3.06	2.87	2.97	2.94	2.93
	충남(세종)	2.59	2.98	2.74	2.86	2.94	2.83
	전북	2.92	3.07	2.98	3.08	3.05	3.02
	전남	2.88	3.00	2.94	2.98	3.05	2.98
	경북	2.46	2.99	2.88	3.13	2.89	2.88
	경남	2.62	2.85	2.70	2.95	2.88	2.81
	제주	2.57	3.08	2.79	3.09	2.97	2.92

## 라) 생활환경

생활환경 구축 체감도에 대해서는 평균 3.26점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.30점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.22점으로 나타났다.

분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.39점으로 가장 높았으며, ‘캐릭터’ 분야가 3.10점으로 가장 낮게 나타났다.

지역별로는 ‘제주’의 평균 점수가 3.41점으로 가장 높았으며, ‘인천’이 2.90점으로 가장 낮게 나타났다.

<표 2-39> 분야 및 지역별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야		주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체		3.30	3.22	3.26
분야	만화	3.09	3.15	3.12
	음악	3.17	3.11	3.14
	게임	3.38	3.40	3.39
	영화	3.42	3.30	3.36
	애니메이션	3.36	3.29	3.32
	방송	3.35	3.22	3.28
	캐릭터	3.20	3.01	3.10
	지식정보	3.36	3.26	3.31
콘텐츠솔루션		3.32	3.22	3.27
지역	부산	3.31	3.30	3.30
	대구	3.34	3.27	3.30
	인천	2.92	2.88	2.90
	광주	3.35	3.26	3.31
	대전	3.38	3.29	3.33
	울산	3.09	2.87	2.98
	경기	3.33	3.25	3.29
	강원	3.25	3.15	3.20
	충북	3.28	3.17	3.22
	충남(세종)	3.32	3.29	3.31
	전북	3.35	3.20	3.28
	전남	3.40	3.28	3.34
	경북	3.30	3.20	3.25
	경남	3.22	3.10	3.16
제주	3.51	3.31	3.41	

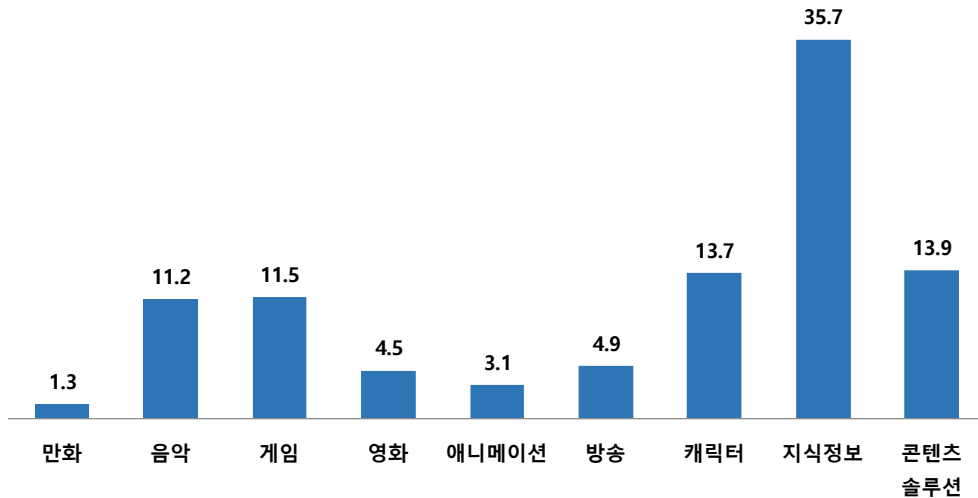
### 3. 부산

#### 가. 산업 현황

##### 1) 사업체 수

부산 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 445개였으며, '지식정보' 사업체 수가 35.7%로 가장 많았으며, '콘텐츠솔루션' 13.9%, '캐릭터' 13.7% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-1] 부산 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-40> 부산 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

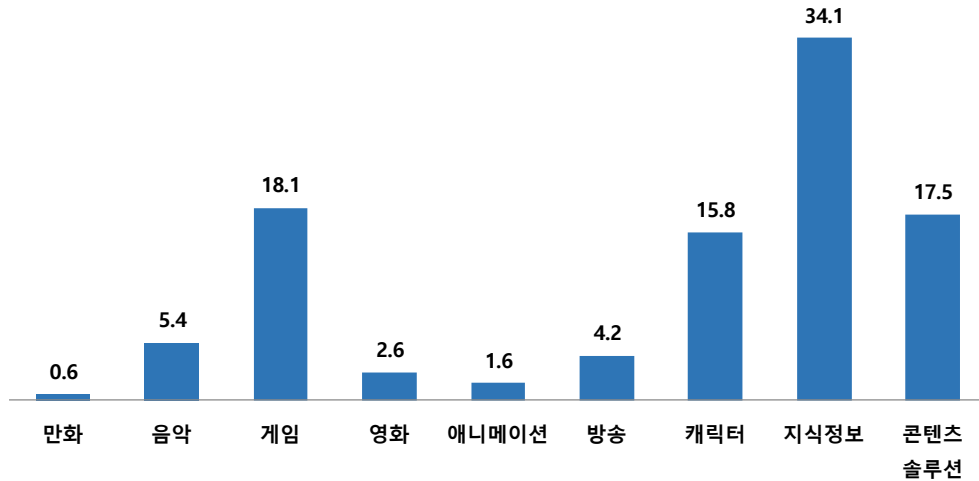
(단위 : 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	445	100.0
만화	6	1.3
음악	50	11.2
게임	51	11.5
영화	20	4.5
애니메이션	14	3.1
방송	22	4.9
캐릭터	61	13.7
지식정보	159	35.7
콘텐츠솔루션	62	13.9

## 2) 종사자 현황

부산 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 4,904명이었으며 ‘지식정보’ 분야의 종사자 비율이 34.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘게임’18.1%, ‘콘텐츠솔루션’17.5%, ‘캐릭터’15.8% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-2] 부산 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

<표 2-41> 부산 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

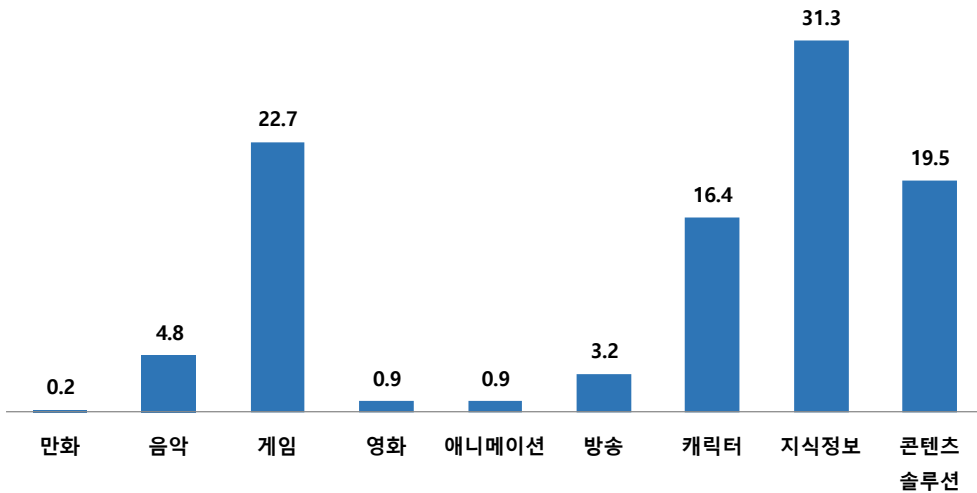
(단위 : 명, %)

분야	종사자 수	비율
전체	4,904	100.0
만화	27	0.6
음악	266	5.4
게임	890	18.1
영화	126	2.6
애니메이션	79	1.6
방송	206	4.2
캐릭터	777	15.8
지식정보	1,674	34.1
콘텐츠솔루션	859	17.5

### 3) 매출액 현황

부산 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 6,063억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘지식 정보’ 매출액이 1,897억 원으로 31.3%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘게임’이 1,378억 원(22.7%), ‘콘텐츠솔루션’이 1,184억 원(19.5%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-3] 부산 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

<표 2-42> 부산 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원, %)

분야	매출액	비율
전체	606,367	100.0
만화	1,270	0.2
음악	28,956	4.8
게임	137,885	22.7
영화	5,604	0.9
애니메이션	5,440	0.9
방송	19,491	3.2
캐릭터	99,573	16.4
지식정보	189,703	31.3
콘텐츠솔루션	118,444	19.5



## 나. 설문조사 결과

부산 지역 내 사업체 445곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 부산 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 54.6%로 가장 많았으며, '5인~9인'이 20.7%, '10~49인'이 20.2% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 81.2%의 비중을 차지하였다.

<표 2-43> 부산 지역 응답 사업체 일반현황

(단위 : 개, %)

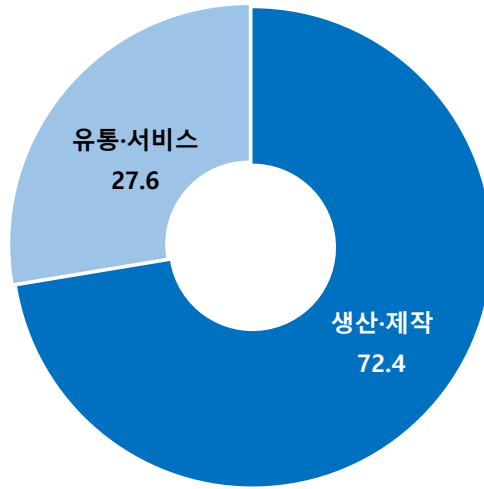
분야		사례 수	비율
전체		445	100.0
규모	5인 미만	243	54.6
	5~9인	92	20.7
	10~49인	90	20.2
	50~99인	12	2.7
	100인 이상	8	1.8
콘텐츠분야	만화	6	1.3
	음악	50	11.2
	게임	51	11.5
	영화	20	4.5
	애니메이션	14	3.1
	방송	22	4.9
	캐릭터	61	13.7
	지식정보 콘텐츠솔루션	159 62	35.7 13.9
사업체 구분	단독사업체	213	81.2
	본사·본점	40	15.4
	공장,지사(점), 영업소 등	9	3.4

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

부산 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, '생산·제작'이 72.4%, '유통·서비스'가 27.6%로 나타났다.

분야 중 '생산·제작'의 매출 비율이 가장 높은 분야는 '만화'로 96.7%였으며 '유통·서비스'의 매출 비율이 가장 높은 분야는 37.6%인 '캐릭터'로 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-4] 부산 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

<표 2-44> 부산 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

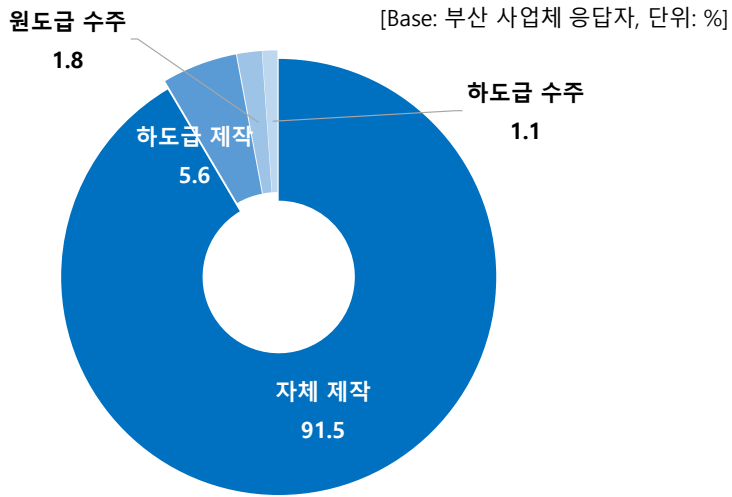
(단위: %)

분야	합계	생산·제작	유통·서비스
전체	100.0	72.4	27.6
만화	100.0	96.7	3.3
음악	100.0	72.6	27.4
게임	100.0	79.5	20.5
영화	100.0	67.6	32.5
애니메이션	100.0	92.1	7.9
방송	100.0	81.1	18.9
캐릭터	100.0	62.4	37.6
지식정보	100.0	69.8	30.2
콘텐츠솔루션	100.0	74.5	25.5

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

부산 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 543.8건이었으며, 제작유형은 ‘자체 제작’이 91.5%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 ‘하도급 제작’이 5.6%, ‘원도급 수주’가 1.8%, ‘하도급 수주’가 1.1%의 순으로 나타났다.

제작 비율로는 ‘콘텐츠솔루션’의 자체 제작 비율이 97.3%로 가장 높게 나타났고, ‘방송’은 75.6%로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-5] 부산 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

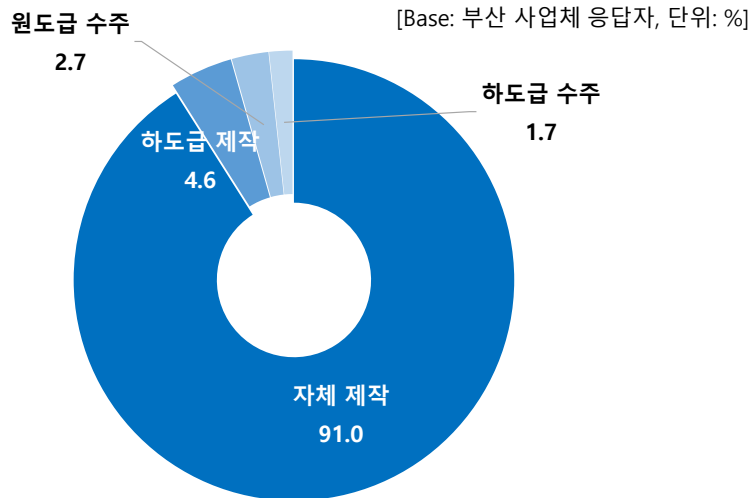
<표 2-45> 부산 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위: 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작 비율 합계	제작유형별 비율 (%)			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	543.8	100.0	91.5	5.6	1.8	1.1
만화	5.8	100.0	85.0	5.0	10.0	0.0
음악	5.8	100.0	93.0	6.3	0.7	0.0
게임	1.9	100.0	87.4	4.9	2.2	5.5
영화	10.5	100.0	89.4	5.6	2.5	2.5
애니메이션	7.0	100.0	87.0	8.7	0.0	4.3
방송	30.9	100.0	75.6	18.9	5.5	0.0
캐릭터	44.0	100.0	93.0	1.3	4.3	1.3
지식정보	1489.0	100.0	92.4	7.3	0.4	0.0
콘텐츠솔루션	18.5	100.0	97.3	0.4	1.8	0.4

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 18.3건이었으며, ‘캐릭터’가 44.0건으로 가장 높았으며, ‘게임’이 1.9건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-6] 부산 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-46> 부산 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

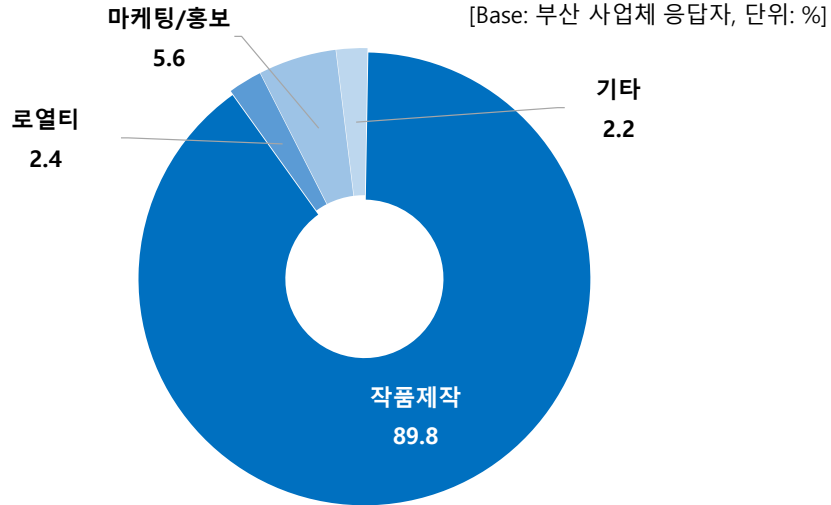
(단위 : 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	18.3	100.0	91.0	4.6	2.7	1.7
만화	5.8	100.0	85.0	5.0	10.0	0.0
음악	5.8	100.0	93.0	6.3	0.7	0.0
게임	1.9	100.0	87.4	4.9	2.2	5.5
영화	10.5	100.0	89.4	5.6	2.5	2.5
애니메이션	7.0	100.0	87.0	8.7	0.0	4.3
방송	30.9	100.0	75.6	18.9	5.5	0.0
캐릭터	44.0	100.0	93.0	1.3	4.3	1.3
콘텐츠솔루션	18.5	100.0	97.3	0.4	1.8	0.4

### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

부산 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 312.8백만 원이었으며, 89.8%의 제작비가 '작품 제작'에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 '마케팅/홍보'가 5.6%, '로열티' 2.4% 순으로 나타났다.

분야별로 '만화'의 경우 96.0%가 '작품 제작'에 투입되고 있었으며, '음악'의 경우 '작품 제작'의 비율이 84.4%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.



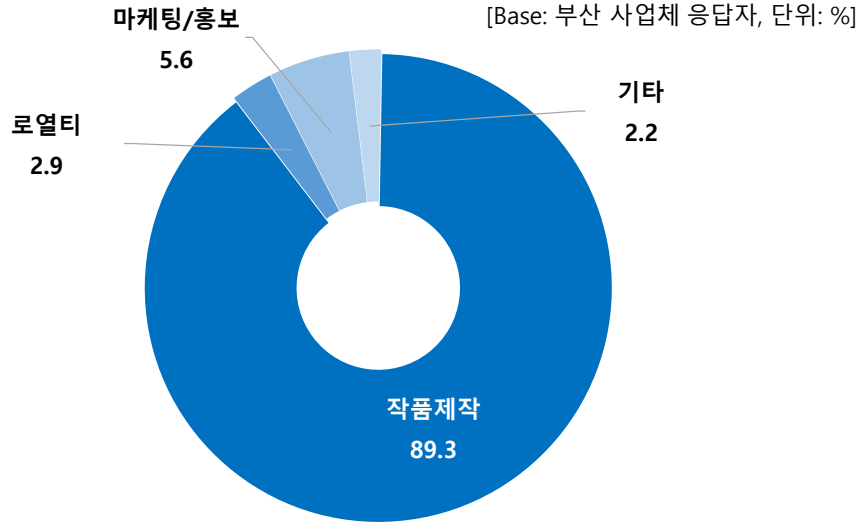
[그림 2-7] 부산 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율

<표 2-47> 부산 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 백만 원, %)

분야	평균 신규 제작비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
전체	312.8	100.0	89.8	2.4	5.6	2.2	
분야	만화	81.7	100.0	96.0	0.0	2.0	2.0
	음악	52.6	100.0	84.4	3.3	9.0	3.3
	게임	259.9	100.0	87.6	2.1	7.7	2.6
	영화	178.9	100.0	86.9	2.5	6.3	4.4
	애니메이션	115.1	100.0	93.0	0.0	2.2	4.8
	방송	273.1	100.0	91.6	0.3	2.6	5.4
	캐릭터	452.1	100.0	89.9	8.5	1.5	0.0
	지식정보	416.8	100.0	90.6	1.6	5.6	2.2
	콘텐츠솔루션	286.4	100.0	92.1	0.0	6.8	1.1

지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 254.9백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘캐릭터’가 452.1백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘콘텐츠솔루션’286.4백만 원, ‘방송’273.1백만 원으로 나타났다.



[그림 2-8] 부산 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-48> 부산 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

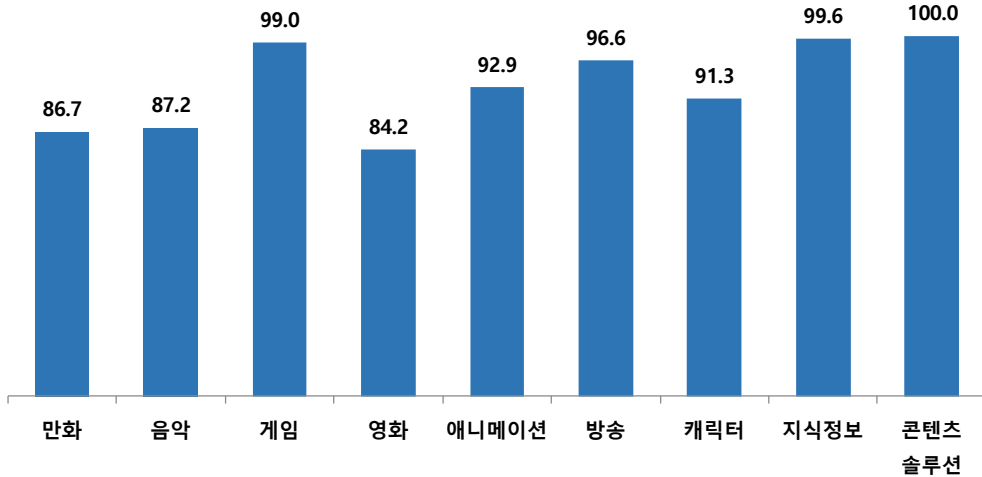
(단위 : 백만 원, %)

분야	평균 신규 제작비용	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/ 홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>254.9</b>	<b>100.0</b>	<b>89.3</b>	<b>2.9</b>	<b>5.6</b>	<b>2.2</b>	
분야	만화	81.7	100.0	96.0	0.0	2.0	2.0
	음악	52.6	100.0	84.4	3.3	9.0	3.3
	게임	259.9	100.0	87.6	2.1	7.7	2.6
	영화	178.9	100.0	86.9	2.5	6.3	4.4
	애니메이션	115.1	100.0	93.0	0.0	2.2	4.8
	방송	273.1	100.0	91.6	0.3	2.6	5.4
	캐릭터	452.1	100.0	89.9	8.5	1.5	0.0
	콘텐츠솔루션	286.4	100.0	92.1	0.0	6.8	1.1

#### 4) 상용근로자 비율

부산 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 95.8%로 나타났으며 ‘콘텐츠 솔루션’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘영화’84.2%, ‘만화’86.7%의 경우 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-9] 부산 지역 상용근로자 비율

<표 2-49> 부산 지역 분야별 상용근로자 비율

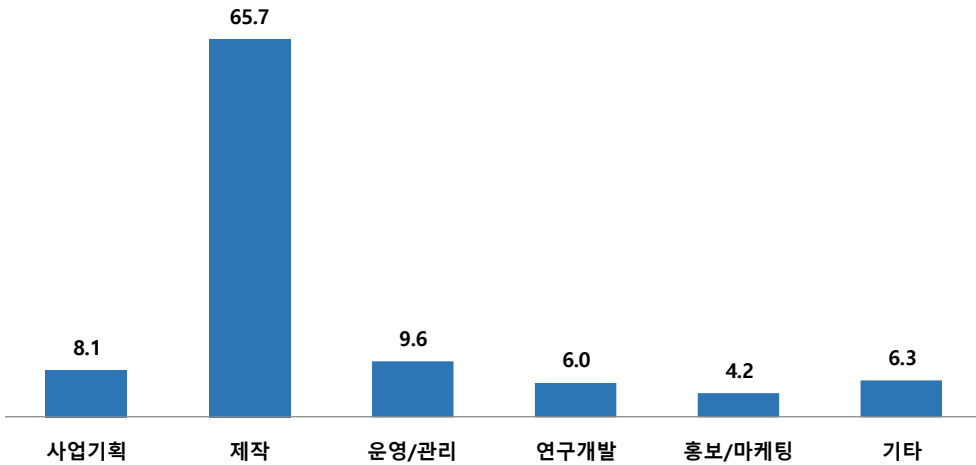
(단위 : %)

분야		비율
전체		95.8
분야	만화	86.7
	음악	87.2
	게임	99.0
	영화	84.2
	애니메이션	92.9
	방송	96.6
	캐릭터	91.3
	지식정보	99.6
	콘텐츠솔루션	100.0

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

부산 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 65.7%로 가장 높게 나타났으며 ‘운영/관리’ 9.6%, ‘사업기획’ 8.1% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘만화’로 80.8%였으며 ‘운영/관리’의 직무 비율은 ‘캐릭터’가 13.0%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-10] 부산 지역 상용근로자의 직무별 비율

<표 2-50> 부산 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

(단위 : %)

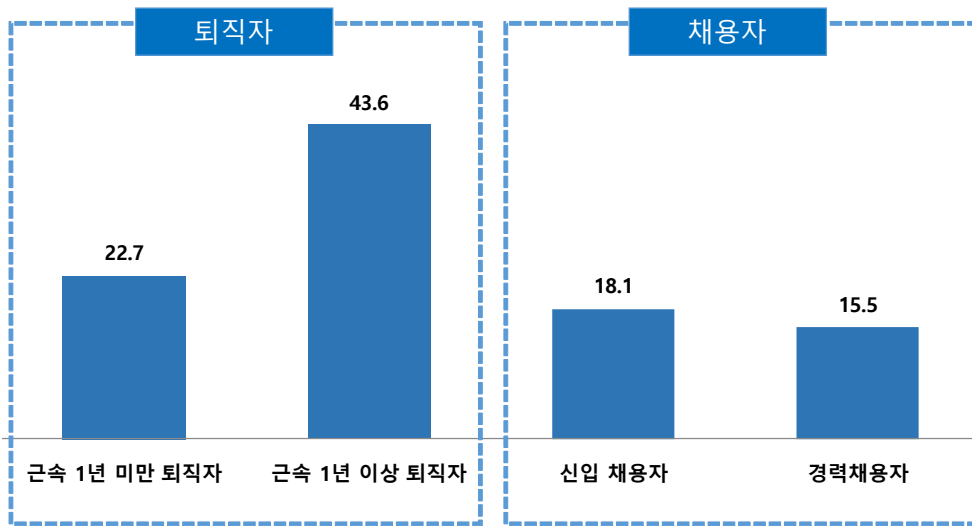
분야	합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타	
전체	100.0	8.1	65.7	9.6	6.0	4.2	6.3	
분야	만화	100.0	4.2	80.8	1.7	5.0	0.0	8.3
	음악	100.0	9.5	70.1	7.5	4.3	4.2	4.3
	게임	100.0	5.6	78.4	4.3	6.1	4.8	0.8
	영화	100.0	22.4	55.0	12.1	1.6	1.8	7.1
	애니메이션	100.0	11.3	67.3	7.1	5.8	3.1	5.4
	방송	100.0	10.0	61.3	10.4	3.0	7.0	8.3
	캐릭터	100.0	10.9	42.2	13.0	10.0	6.2	17.7
	지식정보	100.0	6.6	68.2	12.0	5.0	3.5	4.6
	콘텐츠솔루션	100.0	4.9	71.4	6.8	8.5	3.7	4.8



## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

부산 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '퇴직자'의 비율이 66.3%로 '채용자' 비율인 33.7%보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 43.6%가 '근속 1년 이상 퇴직자'였으며, 채용자는 18.1%가 '신입 채용자'로 나타났다. 분야별로는 '콘텐츠솔루션' 분야의 퇴직자 비율이 85.4%로 가장 높았으며, '음악' 분야의 채용자 비율이 50.9%로 높게 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-11] 부산 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-51> 부산 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

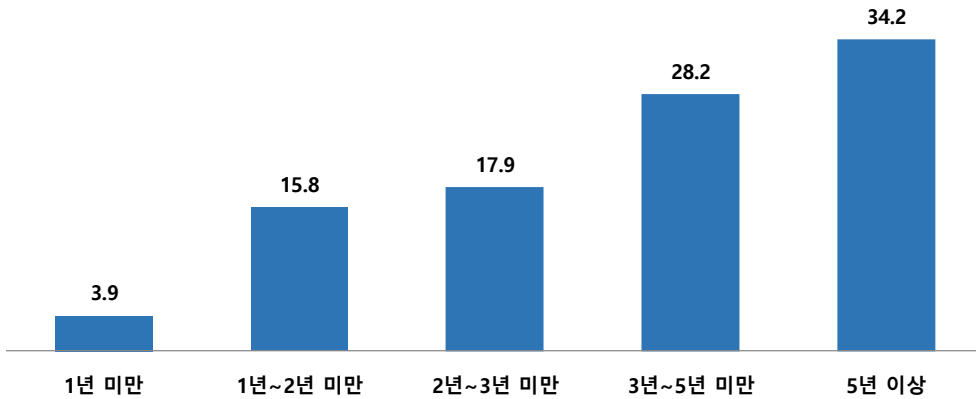
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년		채용자	신입 채용자	경력 채용자	
		미만 퇴직자	이상 퇴직자				
전체	66.3	22.7	43.6	33.7	18.1	15.5	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	49.1	24.5	24.5	50.9	26.4	24.5
	게임	54.8	20.0	34.9	45.2	23.3	21.8
	영화	79.3	20.7	58.6	20.7	3.4	17.2
	애니메이션	76.7	40.0	36.7	23.3	20.0	3.3
	방송	60.9	19.6	41.3	39.1	30.4	8.7
	캐릭터	60.0	22.7	37.3	40.0	15.6	24.4
	지식정보	59.6	35.3	24.4	40.4	22.6	17.7
	콘텐츠솔루션	85.4	11.0	74.4	14.6	9.0	5.7
	콘텐츠 이외분야	61.5	28.0	33.5	38.5	21.3	17.3

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

부산 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 45.20개월이었으며, '5년 이상' 34.2%, '3~5년 미만' 28.2%, '2~3년 미만' 17.9% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 '음악'의 평균 근속개월 수가 51.10개월로 가장 길게 나타났고, '만화'는 32.00개월로 가장 짧은 근속 개월로 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-12] 부산 지역 상용근로자의 평균 근속기간

<표 2-52> 부산 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

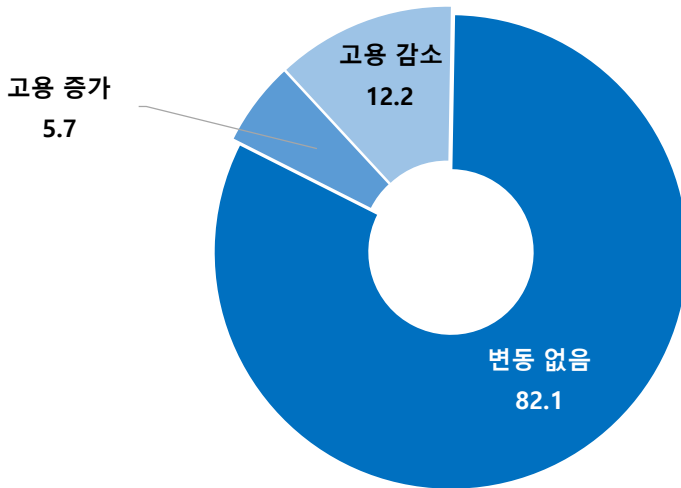
(단위: % 개월)

분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균 근속 개월 수	
전체	100.0	3.9	15.8	17.9	28.2	34.2	45.20	
분야	만화	100.0	0.0	0.0	50.0	33.3	16.7	32.00
	음악	100.0	16.0	12.3	5.2	27.1	39.4	51.10
	게임	100.0	7.8	15.4	36.8	9.8	30.1	33.97
	영화	100.0	0.0	10.0	5.0	45.0	40.0	46.50
	애니메이션	100.0	0.0	39.3	21.4	7.1	32.1	35.14
	방송	100.0	0.0	22.7	13.6	36.4	27.3	40.86
	캐릭터	100.0	0.0	18.7	21.3	9.2	50.8	50.53
	지식정보	100.0	1.3	15.0	10.0	41.8	31.9	50.06
콘텐츠솔루션	100.0	5.5	13.4	31.5	23.8	25.8	36.62	

## 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 부산 지역 사업체의 82.1%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 5.7%, ‘고용감소’는 12.2%로 나타났다. 고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 7.10명, 감소 인원은 3.08명이었다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-13] 부산 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-53> 부산 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

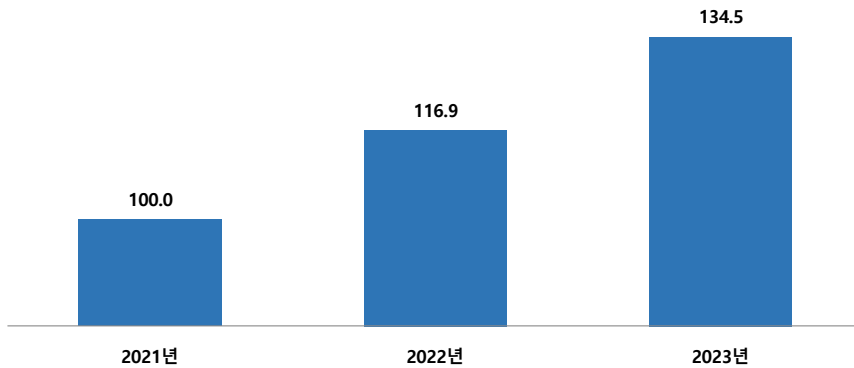
(단위 : %, 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	5.7	12.2	82.1	7.10	3.08	
분야	만화	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	음악	100.0	6.8	16.0	77.3	2.00	2.02
	게임	100.0	13.5	9.3	77.2	11.85	6.34
	영화	100.0	5.0	10.0	85.0	5.00	2.50
	애니메이션	100.0	0.0	7.1	92.9	-	1.00
	방송	100.0	4.5	27.3	68.2	2.00	2.67
	캐릭터	100.0	4.9	4.6	90.5	5.00	5.00
	지식정보	100.0	6.3	13.7	80.0	6.90	2.91
	콘텐츠솔루션	100.0	0.0	12.6	87.4	-	2.69

## 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

부산 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 49.6%의 사업체가 '동일'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 47.6%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 분야는 '음악'으로 47.1% 증가했다고 답했으며, '영화'가 45.0%로 그 뒤를 이었다. 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 '방송'으로 36.4%가 '감소'했다고 응답하였다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 '만화' 83.3%, '게임' 67.2% 등이었으며 '방송'은 '감소'할 것이라는 응답이 27.3%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-14] 부산 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

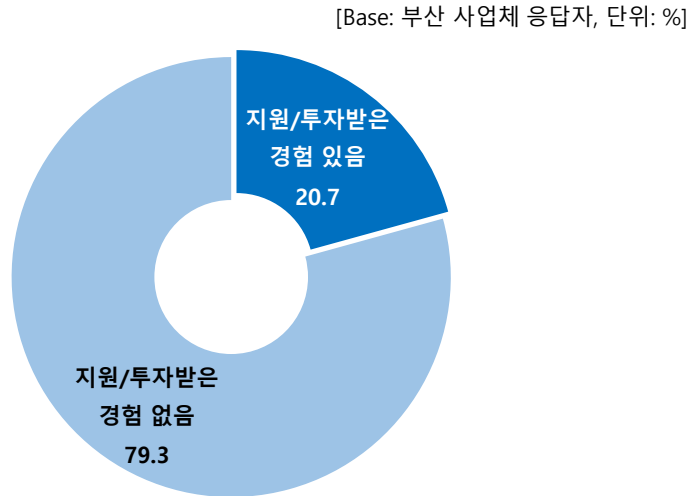
<표 2-54> 부산 지역 분야별 경영 현황 및 전망

(단위 : %)

분야	2022년 평균	2022년				2023년 평균	2023년			
		합계	감소	동일	증가		합계	감소	동일	증가
전체	116.85	100.0	15.0	49.6	35.3	134.51	100.0	11.9	40.5	47.6
만화	101.67	100.0	0.0	83.3	16.7	155.00	100.0	0.0	16.7	83.3
음악	110.52	100.0	17.9	35.0	47.1	131.45	100.0	12.3	29.8	57.8
게임	151.15	100.0	15.4	42.4	42.2	190.23	100.0	11.5	21.3	67.2
영화	101.00	100.0	25.0	30.0	45.0	139.50	100.0	15.0	25.0	60.0
애니메이션	122.14	100.0	14.3	60.7	25.0	153.57	100.0	7.1	39.3	53.6
방송	96.59	100.0	36.4	27.3	36.4	113.41	100.0	27.3	27.3	45.5
캐릭터	115.34	100.0	17.7	48.2	34.1	125.44	100.0	17.7	39.0	43.3
지식정보	114.59	100.0	12.5	54.9	32.6	122.63	100.0	10.0	54.9	35.1
콘텐츠솔루션	113.63	100.0	7.1	63.5	29.4	130.12	100.0	7.1	41.4	51.5

## 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

부산 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 20.7%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘캐릭터’와 ‘영화’ 사업체의 경우 각각 39.3%, 35.0%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.



[그림 2-15] 부산 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-55> 부산 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

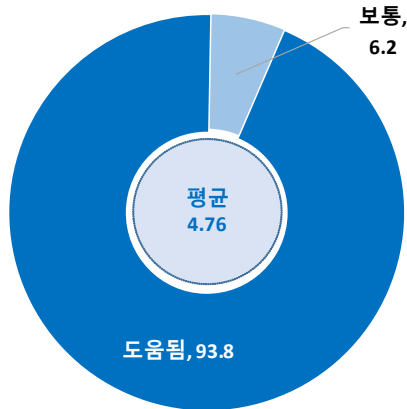
(단위 : %)

분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	20.7	79.3	100.0
만화	0.0	100.0	100.0
음악	24.7	75.3	100.0
게임	32.8	67.2	100.0
영화	35.0	65.0	100.0
애니메이션	21.4	78.6	100.0
방송	9.1	90.9	100.0
캐릭터	39.3	60.7	100.0
지식정보	10.6	89.4	100.0
콘텐츠솔루션	16.5	83.5	100.0

## 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 93.8%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 없었다. 평균 도움 정도는 ‘애니메이션’과 ‘방송’분야가 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 부산지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-16] 부산 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-56> 분야별 부산 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

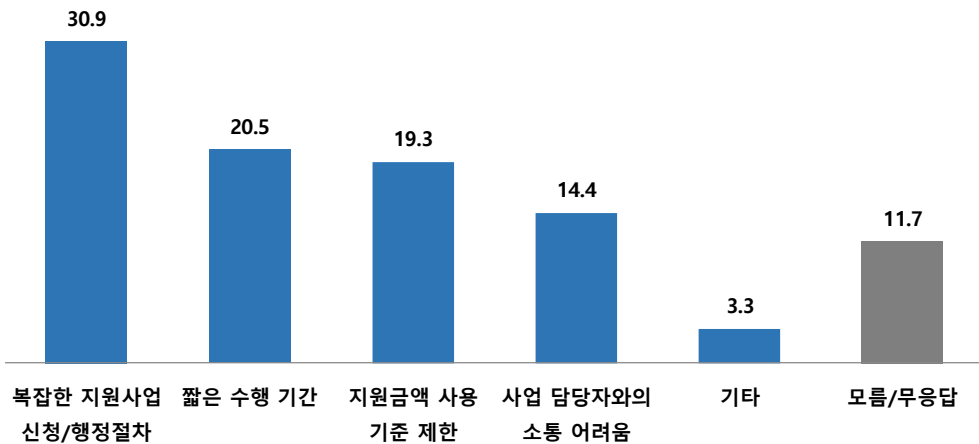
(단위 : %)

분야	① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]	
전체	0.0	0.0	6.2	11.7	82.2	0.0	93.8	4.76	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-	
	음악	0.0	0.0	5.7	0.0	94.3	0.0	94.3	4.89
	게임	0.0	0.0	5.6	10.6	83.8	0.0	94.4	4.78
	영화	0.0	0.0	11.1	11.1	77.8	0.0	88.9	4.67
	애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
	방송	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
	캐릭터	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	100.0	4.67
	지식정보	0.0	0.0	0.0	11.2	88.8	0.0	100.0	4.89
	콘텐츠슬루션	0.0	0.0	33.3	0.0	66.7	0.0	66.7	4.33

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 30.9%의 사업체가 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’라고 응답하였으며, ‘짧은 수행 기간’ 20.5%, ‘지원금액 사용 기준 제한’ 19.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 부산지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-17] 부산 지역 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-57> 부산 지역 콘텐츠 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

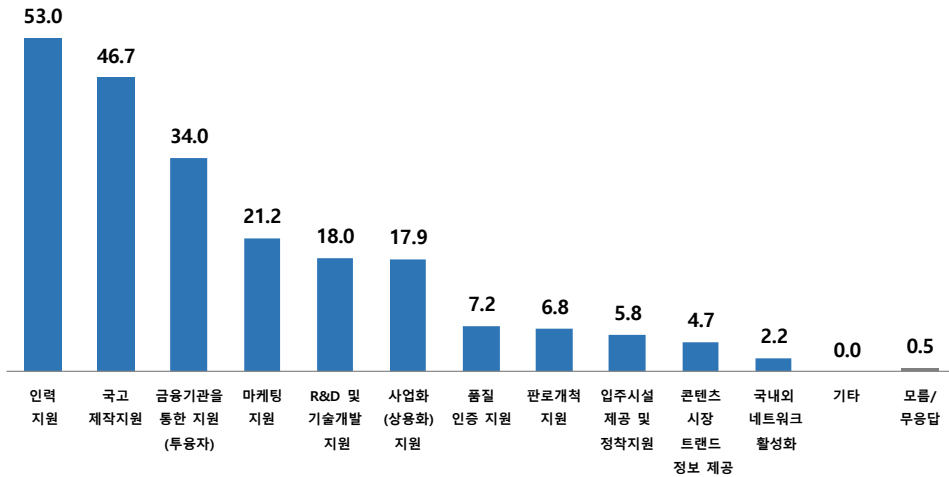
(단위 : %)

분야	복잡한 지원사업 신청/행정절차	짧은 수행기간	지원금액 사용 기준 제한	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	30.9	20.5	19.3	14.4	3.3	11.7	100.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	66.2	0.0	22.6	0.0	0.0	11.3	100.0
게임	35.8	35.1	6.0	11.2	6.0	6.0	100.0
영화	14.3	14.3	14.3	0.0	28.6	28.6	100.0
애니메이션	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	100.0
방송	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	100.0
캐릭터	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	100.0
지식정보	58.6	5.9	17.7	0.0	0.0	17.7	100.0
콘텐츠솔루션	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	100.0

### 13) 필요 지원 분야

부산 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 53.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘국고 제작 지원’ 46.7%, ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 34.0%, ‘마케팅 지원(광고 및 판촉 지원 등)’ 21.2% 등의 순으로 높았다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-18] 부산 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

<표 2-58> 부산 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

(단위 : %)

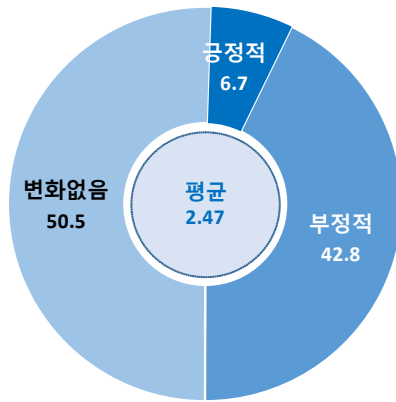
분야	인력 지원 (인건비, 전문 교육 지원 등)	국고 제작 지원	금융기관을 통한 지원 (투융자)	마케팅 지원 (광고 및 판촉 지원 등)	R&D 및 기술개발 지원	사업화 (상용화) 지원 (시제품 개발 지원 등)	품질 인증 지원 (특허, 인증 등)	판로개척 지원	입주시설 제공 및 정착지원	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성화	모름/무응답	기타
전체	53.0	46.7	34.0	21.2	18.0	17.9	7.2	6.8	5.8	4.7	2.2	0.5	0.0
만화	83.3	83.3	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	35.1	67.0	23.1	29.0	8.0	29.5	2.8	8.3	9.6	9.6	8.3	2.8	0.0
게임	50.0	52.2	36.3	25.0	11.5	15.2	5.9	7.8	17.4	3.9	2.0	0.0	0.0
영화	40.0	45.0	30.0	45.0	15.0	15.0	25.0	0.0	25.0	10.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	46.4	28.6	25.0	39.3	17.9	21.4	0.0	17.9	7.1	25.0	0.0	0.0	0.0
방송	54.5	50.0	36.4	31.8	13.6	4.5	0.0	4.5	18.2	13.6	0.0	0.0	0.0
캐릭터	48.5	43.9	33.8	39.0	9.2	30.5	0.0	13.1	0.0	4.6	4.6	0.0	0.0
지식정보	50.0	40.6	46.8	11.9	16.9	14.4	14.4	3.1	0.0	1.9	1.3	0.6	0.0
콘텐츠솔루션	83.9	43.7	12.7	3.2	47.5	14.4	0.0	8.7	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0



#### 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 50.5%의 비율로 ‘변화없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 42.8%의 사업체가 ‘부정적’, 6.7%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 80.0%로 ‘영화’가 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘게임’이 21.1%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-19] 부산 지역 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-59> 부산 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

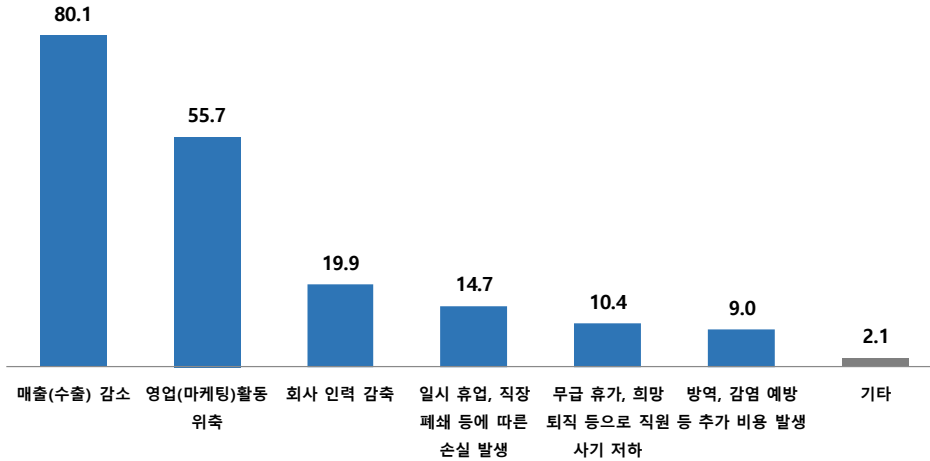
(단위 : % 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	17.6	25.2	50.5	6.0	0.7	42.8	6.7	2.47
만화	0.0	16.7	83.3	0.0	0.0	16.7	0.0	2.83
음악	19.5	33.9	46.6	0.0	0.0	53.4	0.0	2.27
게임	9.3	7.6	62.0	19.1	2.0	16.9	21.1	2.97
영화	25.0	55.0	10.0	10.0	0.0	80.0	10.0	2.05
애니메이션	0.0	35.7	64.3	0.0	0.0	35.7	0.0	2.64
방송	27.3	13.6	50.0	9.1	0.0	40.9	9.1	2.41
캐릭터	30.8	21.0	43.3	4.9	0.0	51.8	4.9	2.22
지식정보	18.7	25.6	48.1	6.2	1.3	44.4	7.5	2.46
콘텐츠솔루션	7.1	28.4	64.5	0.0	0.0	35.5	0.0	2.57

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 80.1%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 55.7%, ‘회사인력감축’ 19.9% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-20] 부산 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-60> 부산 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

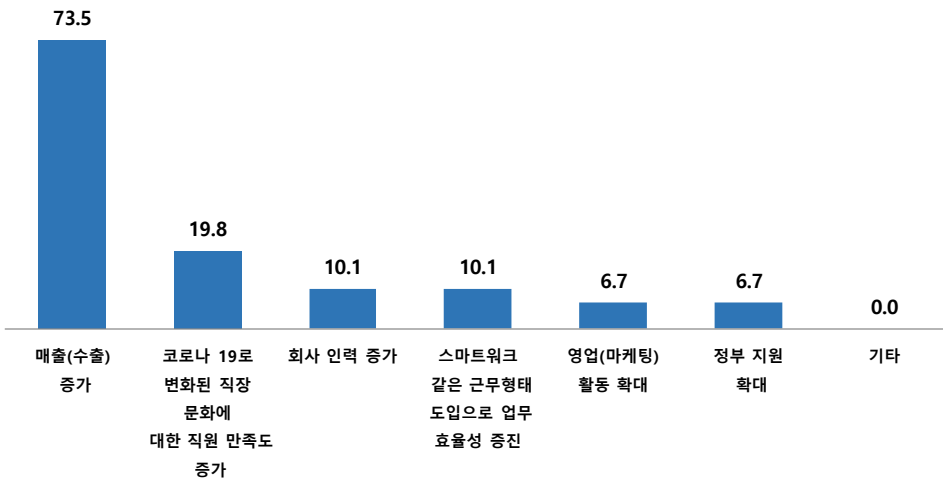
(단위 : %)

분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	회사 인력 감축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	기타
전체	80.1	55.7	19.9	14.7	10.4	9.0	2.1
만화	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	87.3	63.5	10.4	15.6	0.0	5.2	0.0
게임	21.7	11.6	0.0	66.7	21.7	21.7	11.6
영화	62.5	62.5	12.5	43.8	31.3	6.3	18.8
애니메이션	100.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	100.0	66.7	55.6	11.1	11.1	11.1	0.0
캐릭터	100.0	43.0	8.9	25.3	0.0	0.0	0.0
지식정보	81.7	64.8	28.1	2.8	15.5	15.5	0.0
콘텐츠솔루션	60.0	40.0	20.0	0.0	4.5	4.5	0.0

## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출)증가’가 73.5%로 가장 높았으며, ‘코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가’ 19.8%, ‘회사인력증가’와 ‘스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진’ 10.1% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-21] 부산 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-61> 부산 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

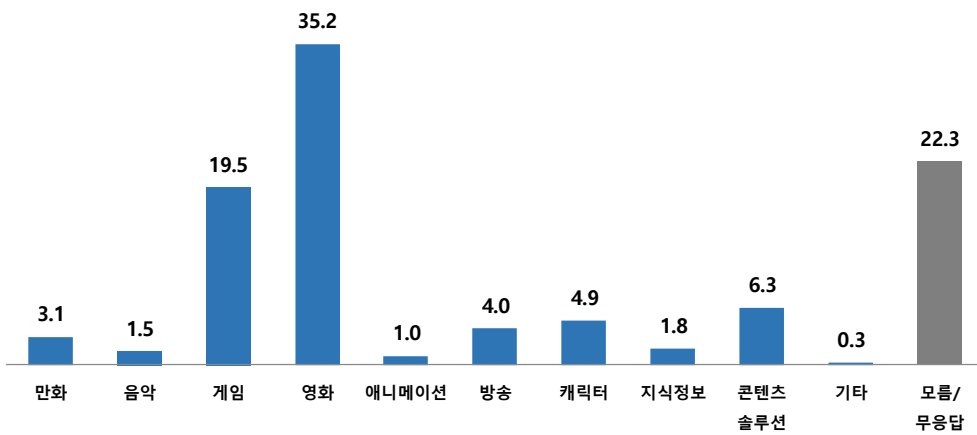
(단위 : %)

분야	매출(수출) 증가	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	회사 인력 증가	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	영업(마케팅) 활동 확대	정부 지원 확대	기타
전체	73.5	19.8	10.1	10.1	6.7	6.7	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	64.0	26.7	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	100.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	83.2	16.8	16.8	16.8	8.4	8.4	0.0
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘영화’가 35.2%로 가장 높았으며, ‘모름/무응답’이 22.3%, ‘게임’ 19.5% 등의 순으로 나타났다. 대부분의 분야가 ‘영화’를 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답했으나, ‘게임’의 경우, ‘게임’이 63.7%로 지원이 크다고 응답했으며, ‘영화’는 40.0% 비율로 ‘캐릭터’가 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답하였다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-22] 부산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-62> 분야별 부산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

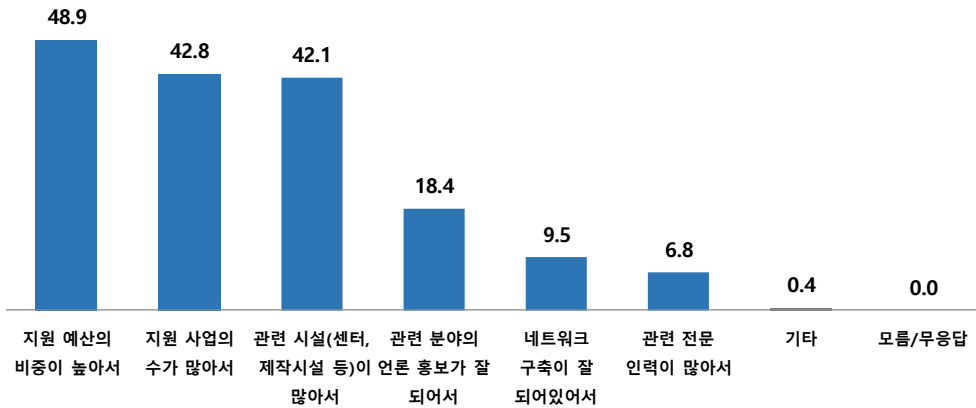
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	3.1	1.5	19.5	35.2	1.0	4.0	4.9	1.8	6.3	0.3	22.3
만화	16.7	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
음악	0.0	7.6	8.3	50.6	0.0	0.0	0.0	4.0	5.6	2.8	21.2
게임	7.6	0.0	63.7	19.1	2.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	5.6
영화	5.0	0.0	5.0	30.0	0.0	15.0	40.0	0.0	0.0	0.0	5.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	35.7	17.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	46.4
방송	0.0	0.0	22.7	40.9	0.0	13.6	0.0	9.1	4.5	0.0	9.1
캐릭터	0.0	0.0	4.6	30.8	0.0	8.2	8.2	0.0	0.0	0.0	48.2
지식정보	5.0	0.6	23.1	30.0	0.6	3.8	5.6	1.3	13.1	0.0	16.9
콘텐츠솔루션	0.0	3.2	7.1	49.9	0.0	1.6	0.0	1.6	5.6	0.0	30.9

## 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 48.9%, ‘지원사업의 수가 많아서’ 42.8%, ‘관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서’ 42.1% 등의 순으로 나타났다. ‘영화’분야의 경우 ‘관련 전문인력이 많아서’라는 응답이 36.8%로 다른 분야에 비해 높게 나타났으며, ‘캐릭터’의 경우 ‘관련 분야의 언론홍보가 잘 되어서’라는 응답이 66.5%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-23] 부산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-63> 분야별 부산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

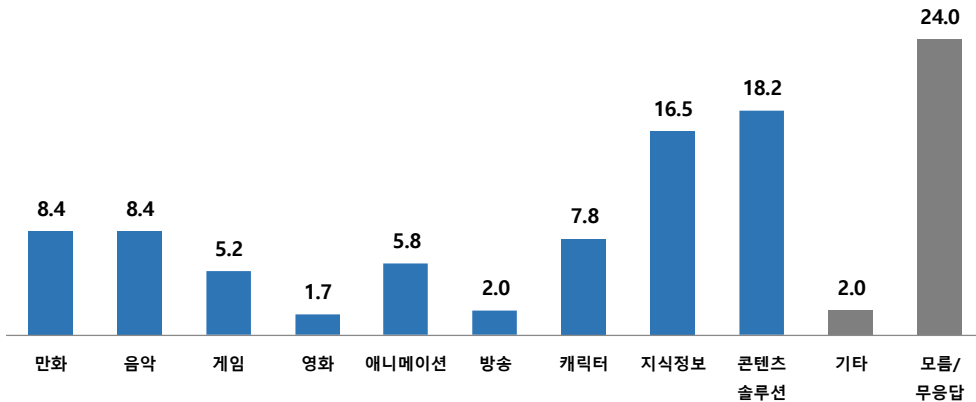
(단위 : %)

분야	지원 예산의 비중이 높아서	지원사업의 수가 많아서	관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	네트워크 구축이 잘 되어있어서	관련 전문 인력이 많아서	기타	모름/무응답
전체	48.9	42.8	42.1	18.4	9.5	6.8	0.4	0.0
만화	80.0	60.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	54.6	17.6	59.6	13.7	7.1	7.1	3.5	0.0
게임	44.9	33.0	34.3	14.3	11.9	14.3	0.0	0.0
영화	31.6	78.9	26.3	15.8	0.0	36.8	0.0	0.0
애니메이션	33.3	53.3	73.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	50.0	45.0	35.0	0.0	10.0	5.0	0.0	0.0
캐릭터	34.2	24.7	58.9	66.5	15.8	0.0	0.0	0.0
지식정보	42.9	50.3	42.9	12.8	9.0	4.5	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	83.7	46.2	27.6	21.8	12.6	0.0	0.0	0.0

## 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 24.0%, 다음으로 ‘콘텐츠솔루션’이 18.2%, ‘지식정보’가 16.5% 순으로 높았다. ‘영화’의 경우 ‘애니메이션’이 50.0%의 비율로 소외되어 있다고 응답했다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-24] 부산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-64> 부산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

(단위 : %)

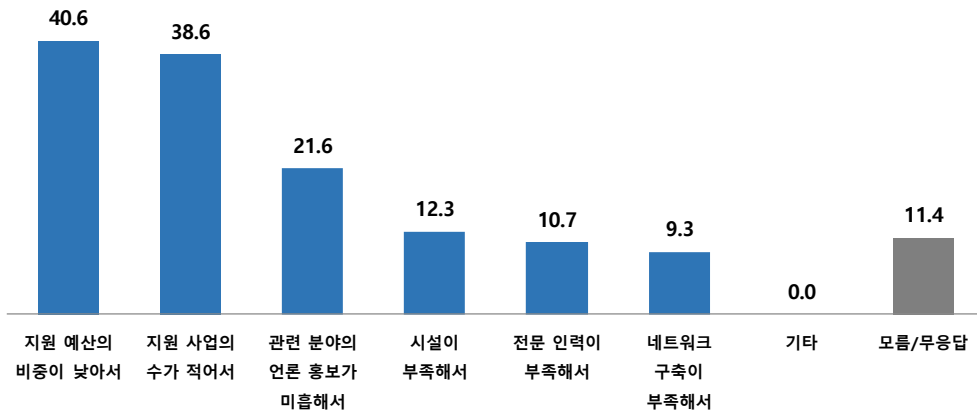
분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
<b>전체</b>	<b>8.4</b>	<b>8.4</b>	<b>5.2</b>	<b>1.7</b>	<b>5.8</b>	<b>2.0</b>	<b>7.8</b>	<b>16.5</b>	<b>18.2</b>	<b>2.0</b>	<b>24.0</b>
만화	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	16.7
음악	8.0	39.8	2.8	6.8	2.8	0.0	0.0	2.8	4.8	0.0	32.3
게임	3.9	7.8	13.5	2.0	9.6	3.9	9.6	9.6	17.2	0.0	23.0
영화	0.0	5.0	5.0	10.0	50.0	5.0	0.0	10.0	5.0	5.0	5.0
애니메이션	0.0	0.0	7.1	0.0	14.3	0.0	14.3	0.0	17.9	0.0	46.4
방송	0.0	27.3	4.5	4.5	4.5	27.3	4.5	4.5	13.6	0.0	9.1
캐릭터	16.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	34.4	0.0	9.2	13.1	26.9
지식정보	8.8	1.9	6.9	0.0	1.9	0.0	1.9	34.3	18.7	0.0	25.6
콘텐츠솔루션	7.1	5.5	1.6	0.0	5.5	0.0	3.2	13.4	45.3	0.0	18.4

### 가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원 예산 비중이 낮아서’가 40.6%로 가장 높았고, ‘지원사업의 수가 적어서’가 38.6%, ‘관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서’ 21.6% 등의 순으로 나타났다.

‘만화’의 경우 ‘관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서’라는 응답이 80.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-25] 부산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-65> 부산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

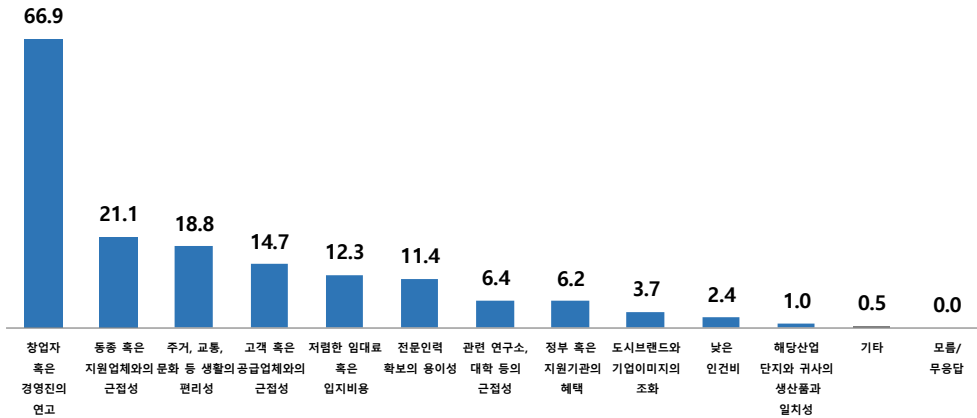
(단위 : %)

분야	지원 예산의 비중이 낮아서	지원사업의 수가 적어서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	시설이 부족해서	전문인력이 부족해서	네트워크 구축이 부족해서	기타	모름/무응답
전체	40.6	38.6	21.6	12.3	10.7	9.3	0.0	11.4
만화	20.0	0.0	80.0	20.0	0.0	60.0	0.0	0.0
음악	62.2	31.3	16.7	7.1	15.7	6.1	0.0	14.1
게임	24.2	28.6	26.5	3.9	14.5	14.3	0.0	20.5
영화	42.1	52.6	10.5	36.8	26.3	5.3	0.0	5.3
애니메이션	53.3	13.3	13.3	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0
방송	30.0	40.0	20.0	15.0	25.0	20.0	0.0	5.0
캐릭터	75.3	66.5	17.7	15.8	0.0	15.8	0.0	0.0
지식정보	31.6	39.8	25.6	11.3	6.8	4.5	0.0	13.5
콘텐츠솔루션	46.0	34.4	11.7	12.6	7.9	9.3	0.0	9.3

### 17) 부산 지역에 사업장을 선택한 이유

부산 지역 콘텐츠 사업체가 부산 지역을 선택한 이유에 대해 66.9%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘동종 혹은 지원업체와의 근접성’ 21.1%, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’ 18.8% 등의 순으로 나타났다. ‘영화’의 경우, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’이라는 응답이 100.0%로 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-26] 부산 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-66> 분야별 부산 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

(단위 : %)

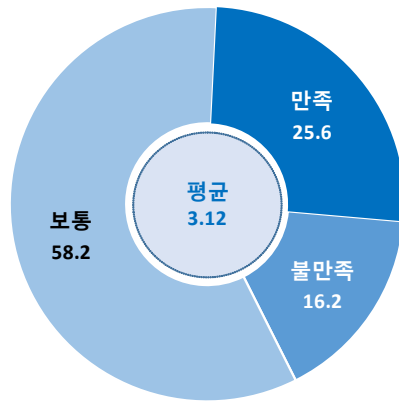
분야	창업자 혹은 경영진의 연고	동종 혹은 지원업체와의 근접성	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	고객 혹은 공급업체와의 근접성	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	전문인력 확보의 용이성	관련 연구소, 대학 등의 근접성	정부 혹은 지원기관의 혜택	도시브랜드와 기업이미지의 조화	낮은 인건비	해당 산업 단지 및 귀사의 생산품과 일치성	기타	모름/무응답
전체	66.9	21.1	18.8	14.7	12.3	11.4	6.4	6.2	3.7	2.4	1.0	0.5	0.0
만화	83.3	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	70.5	5.6	27.1	13.5	21.9	10.8	2.0	2.0	2.8	0.0	4.8	2.8	0.0
게임	74.8	25.0	17.4	0.0	11.5	5.9	2.0	23.0	2.0	3.7	0.0	2.0	0.0
영화	20.0	30.0	100.0	5.0	20.0	10.0	5.0	20.0	15.0	5.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	60.7	14.3	14.3	0.0	14.3	10.7	25.0	0.0	14.3	10.7	0.0	0.0	0.0
방송	68.2	36.4	13.6	27.3	9.1	4.5	0.0	4.5	4.5	9.1	4.5	0.0	0.0
캐릭터	66.2	17.4	25.9	8.2	4.6	30.8	8.2	0.0	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	65.0	21.9	9.4	19.4	11.9	6.9	10.0	6.3	3.8	0.6	0.6	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	77.8	26.0	8.7	23.8	13.4	13.4	1.6	0.0	0.0	5.5	0.0	0.0	0.0



## 18) 부산 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

부산 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 25.6%가 만족한다고 응답하여 불만족인 16.2%보다 9.4%p 높게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 '만화'가 3.67점으로 가장 높았으며 '캐릭터'가 2.59점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-27] 부산 지역 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-67> 부산 지역 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

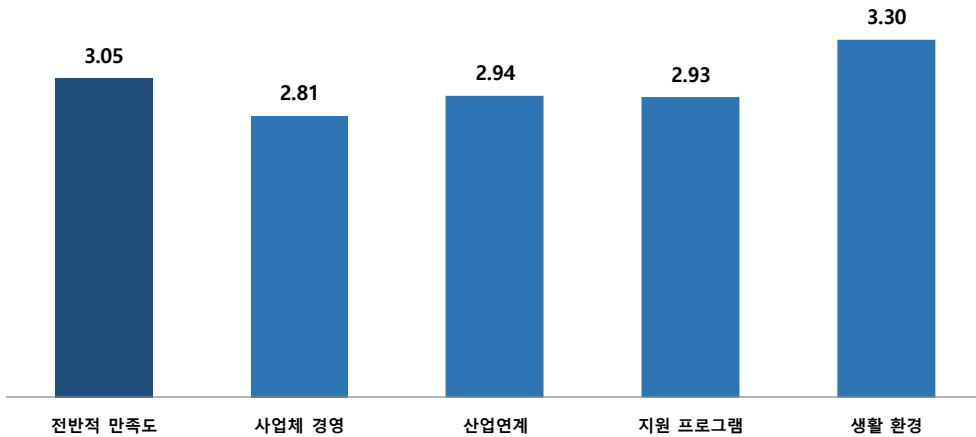
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 불만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	2.1	14.1	58.2	21.4	4.3	16.2	25.6	3.12
만화	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	66.7	3.67
음악	2.8	15.1	61.0	21.1	0.0	17.9	21.1	3.00
게임	2.0	5.6	53.4	27.2	11.8	7.6	39.0	3.41
영화	0.0	15.0	45.0	40.0	0.0	15.0	40.0	3.25
애니메이션	0.0	0.0	78.6	14.3	7.1	0.0	21.4	3.29
방송	9.1	18.2	45.5	22.7	4.5	27.3	27.3	2.95
캐릭터	8.2	29.5	57.7	4.6	0.0	37.7	4.6	2.59
지식정보	0.0	13.1	59.4	20.7	6.9	13.1	27.5	3.21
콘텐츠솔루션	0.0	10.3	63.7	26.0	0.0	10.3	26.0	3.16

## 19) 부산 지역 인프라 환경 구축 체감도

부산 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 3.05점으로 나타났고, 항목별로는 ‘생활환경’ 3.30점, ‘산업연계’ 2.94점, ‘지원 프로그램’ 2.93점, ‘사업체 경영’ 2.81점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’의 전반적 체감도가 3.27점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.90점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-28] 부산 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-68> 부산 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

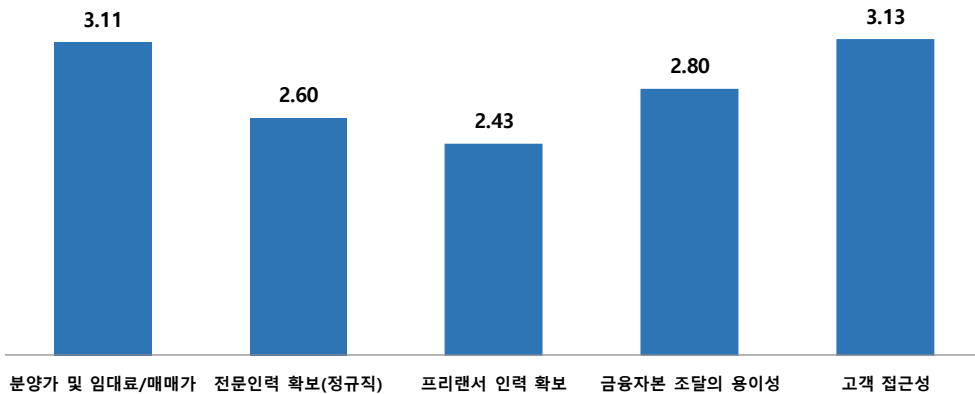
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체	2.81	2.94	2.93	3.30	3.05
만화	2.77	3.07	2.92	3.33	3.00
음악	2.77	2.68	2.68	3.31	2.90
게임	2.88	3.05	3.30	3.65	3.27
영화	2.59	2.86	2.97	3.40	3.10
애니메이션	3.01	3.06	3.00	3.32	3.11
방송	2.73	2.95	2.66	3.20	2.91
캐릭터	2.66	2.76	2.57	3.08	2.91
지식정보	2.89	3.03	3.03	3.32	3.11
콘텐츠솔루션	2.83	2.99	3.01	3.18	3.02

## 가) 사업체 경영

부산 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.81점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘고객 접근성’이 3.13점으로 가장 높았으며, ‘분양가 및 임대료/매매가’ 3.11점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.80점, ‘전문인력 확보(정규직)’ 2.60점, ‘프리랜서 인력 확보’ 2.43점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 평균 점수가 3.01점으로 가장 높았으며, ‘영화’ 분야가 2.59점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-29] 부산 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-69> 부산 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

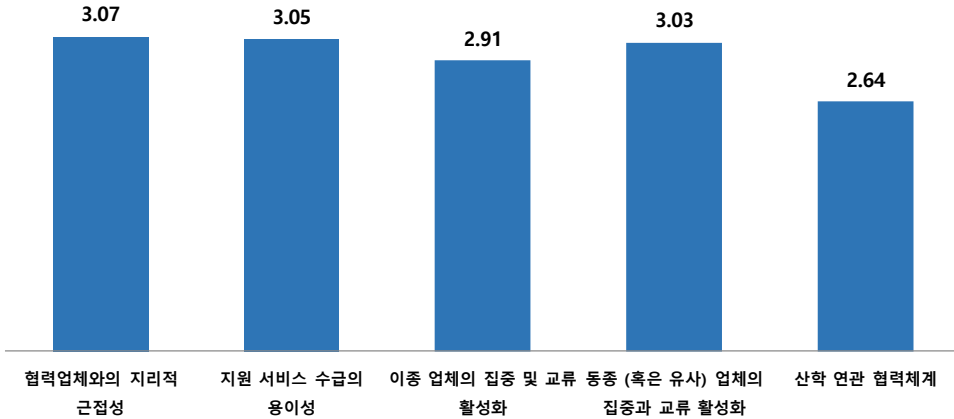
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.11	2.60	2.43	2.80	3.13	2.81
만화	3.00	2.33	2.67	2.50	3.33	2.77
음악	2.93	2.67	2.78	2.36	3.10	2.77
게임	3.33	2.52	2.39	3.02	3.13	2.88
영화	2.75	2.25	2.40	2.50	3.05	2.59
애니메이션	3.43	2.96	2.75	2.96	2.96	3.01
방송	2.77	2.45	2.45	2.86	3.09	2.73
캐릭터	2.92	2.43	2.27	3.08	2.58	2.66
지식정보	3.27	2.74	2.44	2.69	3.29	2.89
콘텐츠솔루션	2.98	2.53	2.24	3.04	3.37	2.83

## 나) 산업연계

부산 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 2.94점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘협력업체와의 지리적 근접성’이 3.07점으로 가장 높았으며, 다음으로는 ‘지원 서비스 수급의 용이성’이 3.05점, ‘동종(혹은 유사)업체의 집중과 교류 활성화’ 3.03점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.91점, ‘산학연관 협력체계’ 2.64점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘만화’의 평균 점수가 3.07점으로 가장 높았으며, ‘음악’ 분야가 2.68점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-30] 부산 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-70> 부산 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

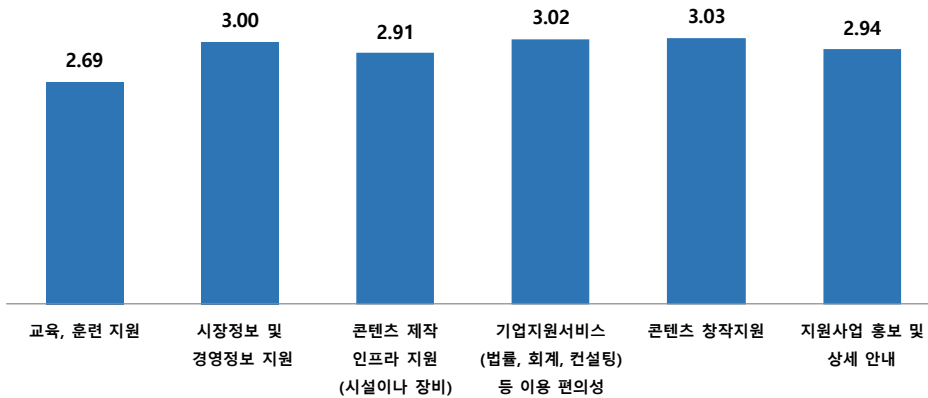
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종(혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학 연관 협력체계	[5점 평균]
전체	3.07	3.05	2.91	3.03	2.64	2.94
만화	3.17	3.00	2.67	3.83	2.67	3.07
음악	2.82	2.99	2.55	2.73	2.32	2.68
게임	3.03	3.27	2.94	3.27	2.77	3.05
영화	2.95	2.55	3.10	3.15	2.55	2.86
애니메이션	2.89	3.36	3.11	3.18	2.75	3.06
방송	3.18	2.77	2.91	2.95	2.91	2.95
캐릭터	2.83	2.97	2.65	2.61	2.73	2.76
지식정보	3.23	3.21	3.01	3.13	2.58	3.03
콘텐츠솔루션	3.18	2.81	3.10	3.11	2.77	2.99

## 다) 지원 프로그램

부산 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 2.93점으로 나타났으며, 항목별로는 콘텐츠 창작지원이 3.03점으로 가장 높았으며, ‘기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅)등 이용 편의성’ 3.02점, ‘시장정보 및 경영정보 지원’ 3.00점, ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 2.94점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.91점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.69점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.30점으로 가장 높았으며, ‘캐릭터’ 분야가 2.57점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-31] 부산 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-71> 부산 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

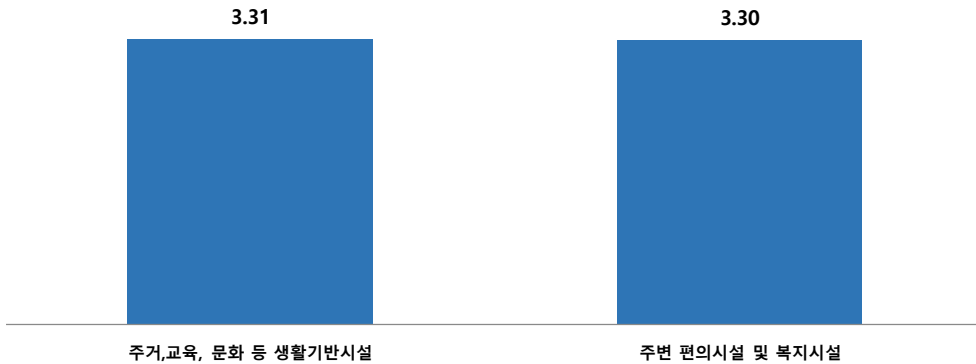
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작지원	지원사업 홍보 및 상세안내	[5점 평균]
전체	2.69	3.00	2.91	3.02	3.03	2.94	2.93
만화	2.50	2.83	3.00	3.17	3.50	2.50	2.92
음악	2.34	2.76	2.52	2.74	2.68	3.01	2.68
게임	3.22	3.25	3.37	3.40	3.24	3.33	3.30
영화	2.95	2.80	3.20	2.75	3.10	3.00	2.97
애니메이션	2.82	3.29	2.75	3.18	3.21	2.75	3.00
방송	2.32	2.64	2.59	2.91	2.73	2.77	2.66
캐릭터	2.23	2.70	2.57	2.84	2.66	2.44	2.57
지식정보	2.80	3.17	3.05	3.02	3.23	2.91	3.03
콘텐츠솔루션	2.78	2.96	2.87	3.20	2.97	3.27	3.01

## 라) 생활환경

부산 지역의 생활환경 구축 체감도는 평균 3.30점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.31점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.30점으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.65점으로 가장 높았으며, ‘캐릭터’ 분야가 3.08점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 부산 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-32] 부산 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-72> 부산 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.31	3.30	3.30
만화	3.17	3.50	3.33
음악	3.31	3.31	3.31
게임	3.71	3.60	3.65
영화	3.40	3.40	3.40
애니메이션	3.54	3.11	3.32
방송	3.18	3.23	3.20
캐릭터	3.13	3.03	3.08
지식정보	3.28	3.36	3.32
콘텐츠솔루션	3.19	3.17	3.18

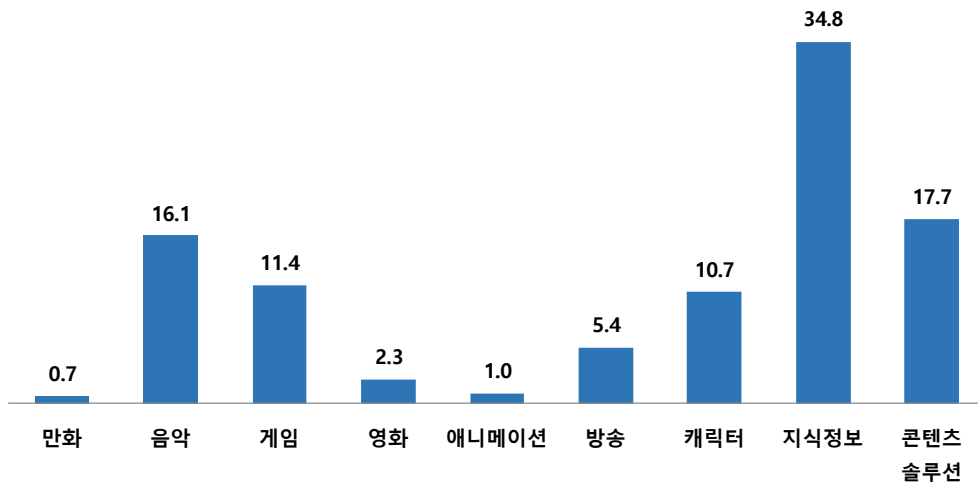
## 4. 대구

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

대구 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 299개였으며, ‘지식정보’ 사업체 수가 34.8%로 가장 많았으며, ‘콘텐츠솔루션’ 17.7%, ‘음악’ 16.1% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-33] 대구 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-73> 대구 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

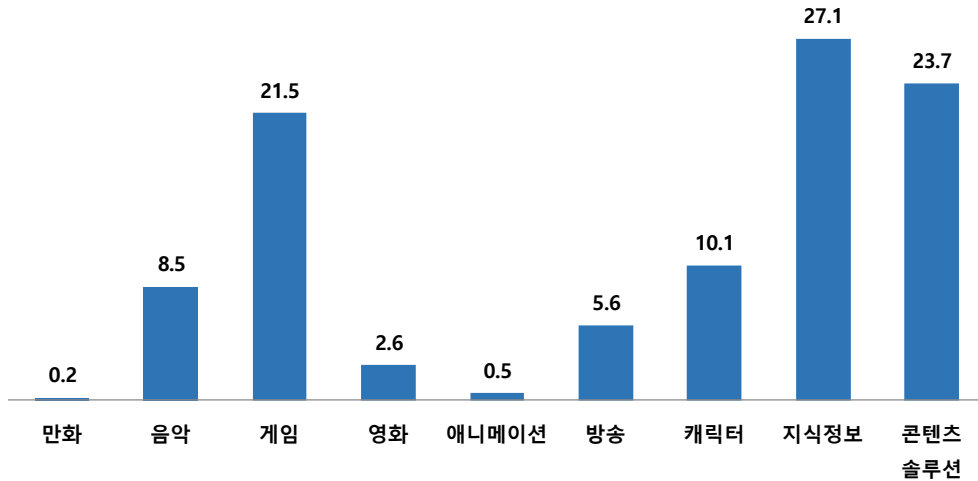
(단위 : 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	299	100.0
만화	2	0.7
음악	48	16.1
게임	34	11.4
영화	7	2.3
애니메이션	3	1.0
방송	16	5.4
캐릭터	32	10.7
지식정보	104	34.8
콘텐츠솔루션	53	17.7

## 2) 종사자 현황

대구 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 3,116명이었으며, ‘지식정보’ 분야의 종사자 비율이 27.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘콘텐츠솔루션’ 23.7%, ‘게임’ 21.5%, ‘캐릭터’ 10.1% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-34] 대구 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

<표 2-74> 대구 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

(단위 : 명, %)

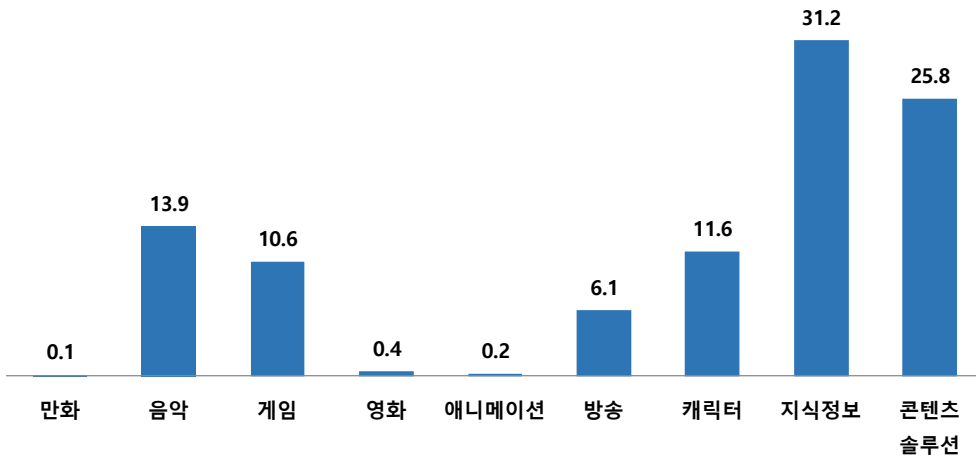
분야	종사자 수	비율
전체	3,116	100.0
만화	7	0.2
음악	266	8.5
게임	671	21.5
영화	80	2.6
애니메이션	16	0.5
방송	176	5.6
캐릭터	316	10.1
지식정보	844	27.1
콘텐츠솔루션	740	23.7



### 3) 매출액 현황

대구 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 3,769억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘지식 정보’ 매출액이 1,177억 원으로 31.2%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘콘텐츠 솔루션’이 972억 원 (25.8%), ‘음악’이 523억 원 (13.9%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-35] 대구 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

<표 2-75> 대구 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원, %)

분야	매출액	비율
전체	376,914	100.0
만화	282	0.1
음악	52,384	13.9
게임	40,074	10.6
영화	1,646	0.4
애니메이션	828	0.2
방송	23,157	6.1
캐릭터	43,564	11.6
지식정보	117,701	31.2
콘텐츠솔루션	97,279	25.8

## 나. 설문조사 결과

대구 지역 내 사업체 299곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 대구 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 54.2%로 가장 많았으며, '5~9인' 21.7%, '10~49인' 18.7% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 78.7%의 비중을 차지하였다.

<표 2-76> 대구 지역 응답 사업체 일반현황

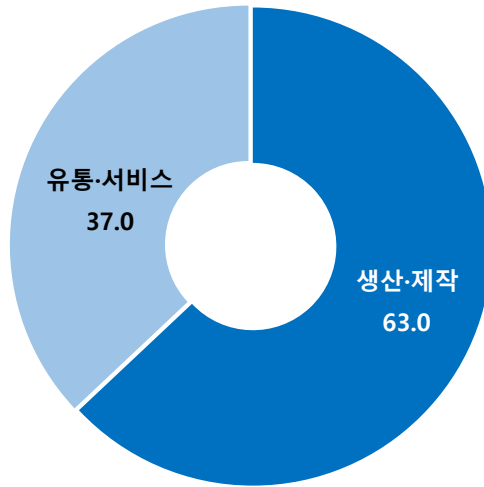
(단위 : 개, %)

분야		사례 수	비율
전체		299	100.0
규모	5인 미만	162	54.2
	5~9인	65	21.7
	10~49인	56	18.7
	50~99인	11	3.7
	100인 이상	5	1.7
콘텐츠분야	만화	2	0.7
	음악	48	16.1
	게임	34	11.4
	영화	7	2.3
	애니메이션	3	1.0
	방송	16	5.4
	캐릭터	32	10.7
	지식정보	104	34.8
	콘텐츠솔루션	53	17.7
사업체 구분	단독사업체	135	78.7
	본사·본점	36	20.7
	공장·지사(점), 영업소 등	1	0.6

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

대구 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 63.0%, ‘유통·서비스’가 37.0%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘애니메이션’으로 93.3%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 70.0%인 ‘영화’로 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-36] 대구 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

<표 2-77> 대구 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

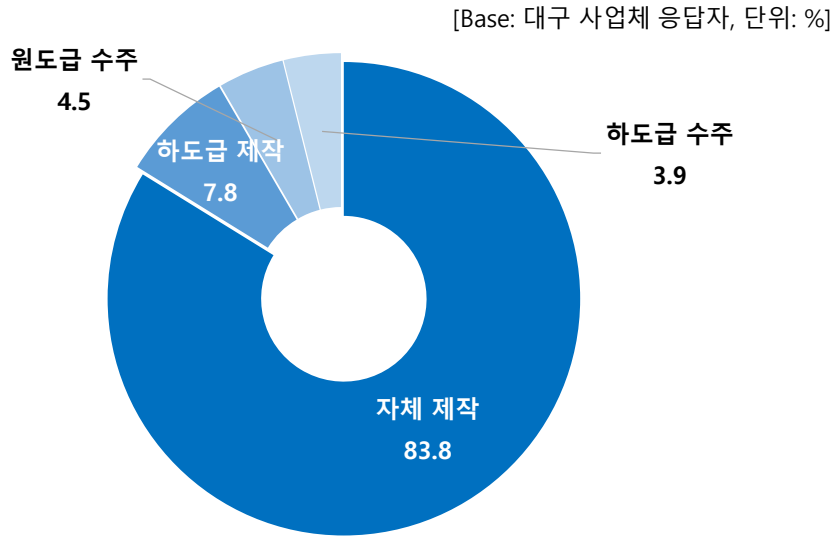
(단위 : %)

분야	합계	생산·제작	유통·서비스
전체	100.0	63.0	37.0
만화	100.0	73.5	26.5
음악	100.0	43.4	56.6
게임	100.0	65.5	34.5
영화	100.0	30.0	70.0
애니메이션	100.0	93.3	6.7
방송	100.0	86.9	13.1
캐릭터	100.0	62.3	37.7
지식정보	100.0	58.3	41.7
콘텐츠솔루션	100.0	83.5	16.5

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

대구 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 1,384.6건이었으며, 제작유형은 '자체 제작'이 83.8%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '하도급 제작'이 7.8%, '원도급 수주'가 4.5%, '하도급 수주'가 3.9%의 순으로 나타났다.

제작 비율로는 '영화'의 자체 제작 비율이 100.0%로 가장 높게 나타났고, '캐릭터'는 65.3%로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-37] 대구 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

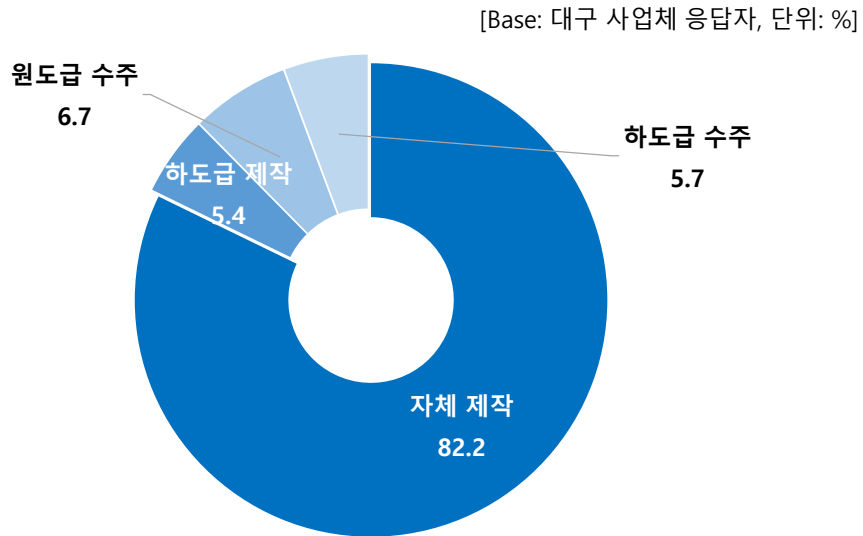
<표 2-78> 대구 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위 : 건, %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>1,384.6</b>	<b>100.0</b>	<b>83.8</b>	<b>7.8</b>	<b>4.5</b>	<b>3.9</b>	
분야	만화	5.9	100.0	97.0	2.5	0.0	0.5
	음악	5.8	100.0	98.7	1.3	0.0	0.0
	게임	2.5	100.0	82.9	12.9	2.1	2.1
	영화	1.8	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	애니메이션	1.9	100.0	85.0	11.0	0.0	4.0
	방송	31.6	100.0	90.0	4.3	5.0	0.7
	캐릭터	43.3	100.0	65.3	6.6	28.1	0.0
	지식정보	3,853.3	100.0	87.0	12.7	0.0	0.3
	콘텐츠솔루션	207.2	100.0	76.2	3.3	0.0	20.4

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 68.0건이었으며, ‘콘텐츠솔루션’이 207.2건으로 가장 높았으며, ‘영화’가 1.8건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-38] 대구 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-79> 대구 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

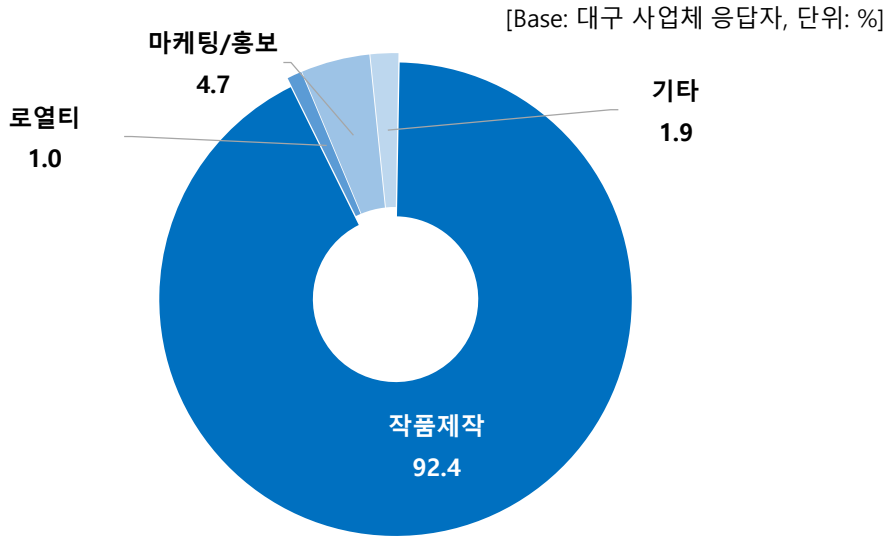
(단위 : 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	68.0	100.0	82.2	5.4	6.7	5.7
만화	5.9	100.0	97.0	2.5	0.0	0.5
음악	5.8	100.0	98.7	1.3	0.0	0.0
게임	2.5	100.0	82.9	12.9	2.1	2.1
영화	1.8	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	1.9	100.0	85.0	11.0	0.0	4.0
방송	31.6	100.0	90.0	4.3	5.0	0.7
캐릭터	43.3	100.0	65.3	6.6	28.1	0.0
콘텐츠솔루션	207.2	100.0	76.2	3.3	0.0	20.4

### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

대구 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 411.2백만 원이었으며, 92.4%의 제작비가 ‘작품 제작’에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 ‘마케팅/홍보’가 4.7%, ‘기타’ 1.9% 순으로 나타났다.

분야별로 ‘영화’의 경우 100.0%가 ‘작품 제작’에 투입되고 있었으며, ‘방송’의 경우 ‘작품 제작’의 비율이 88.6%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.



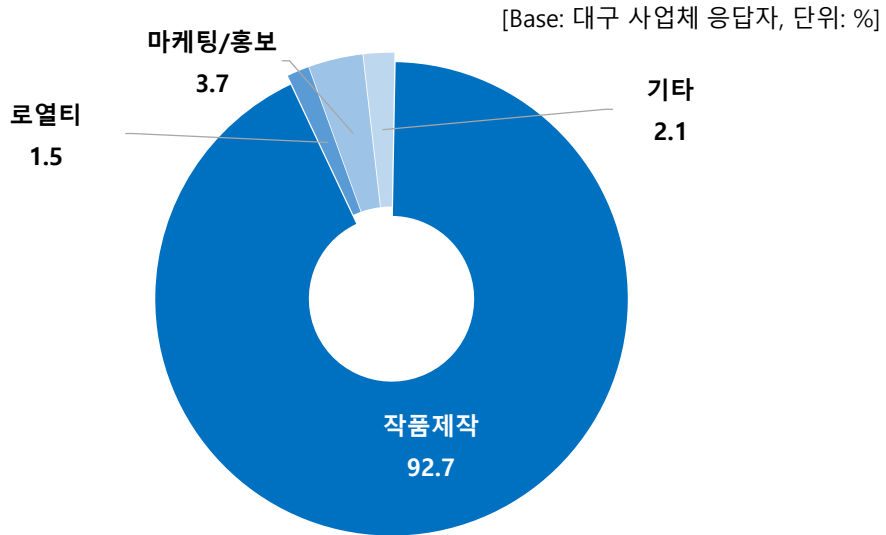
[그림 2-39] 대구 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율

<표 2-80> 대구 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 백만 원, %)

분야	평균 신규 제작비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>411.2</b>	<b>100.0</b>	<b>92.4</b>	<b>1.0</b>	<b>4.7</b>	<b>1.9</b>	
분야	만화	94.4	100.0	94.0	0.0	2.0	4.0
	음악	324.7	100.0	91.5	1.3	4.5	2.6
	게임	456.3	100.0	90.4	2.5	6.6	0.6
	영화	41.9	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	애니메이션	28.2	100.0	95.0	0.0	2.0	3.0
	방송	291.9	100.0	88.6	1.4	4.3	5.7
	캐릭터	686.8	100.0	98.8	0.8	0.5	0.0
	지식정보	293.1	100.0	91.7	0.0	6.7	1.6
	콘텐츠솔루션	644.5	100.0	91.4	1.6	3.9	3.1

지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 474.2백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘캐릭터’가 686.8백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘콘텐츠솔루션’ 644.5백만 원, ‘게임’ 456.3백만 원으로 나타났다.



[그림 2-40] 대구 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-81> 대구 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

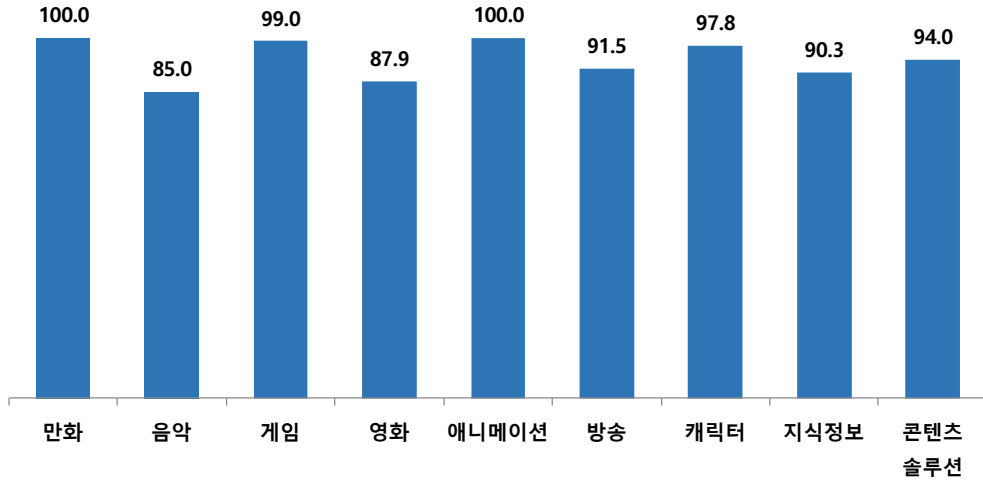
(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>474.2</b>	<b>100.0</b>	<b>92.7</b>	<b>1.5</b>	<b>3.7</b>	<b>2.1</b>	
분야	만화	94.4	100.0	94.0	0.0	2.0	4.0
	음악	324.7	100.0	91.5	1.3	4.5	2.6
	게임	456.3	100.0	90.4	2.5	6.6	0.6
	영화	41.9	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	애니메이션	28.2	100.0	95.0	0.0	2.0	3.0
	방송	291.9	100.0	88.6	1.4	4.3	5.7
	캐릭터	686.8	100.0	98.8	0.8	0.5	0.0
	콘텐츠솔루션	644.5	100.0	91.4	1.6	3.9	3.1

#### 4) 상용근로자 비율

대구 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 92.1%로 나타났으며, ‘만화’, ‘애니메이션’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘음악’이 85.0%의 비율로 타 분야에 비해 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-41] 대구 지역 상용근로자 비율

<표 2-82> 대구 지역 분야별 상용근로자 비율

(단위 : %)

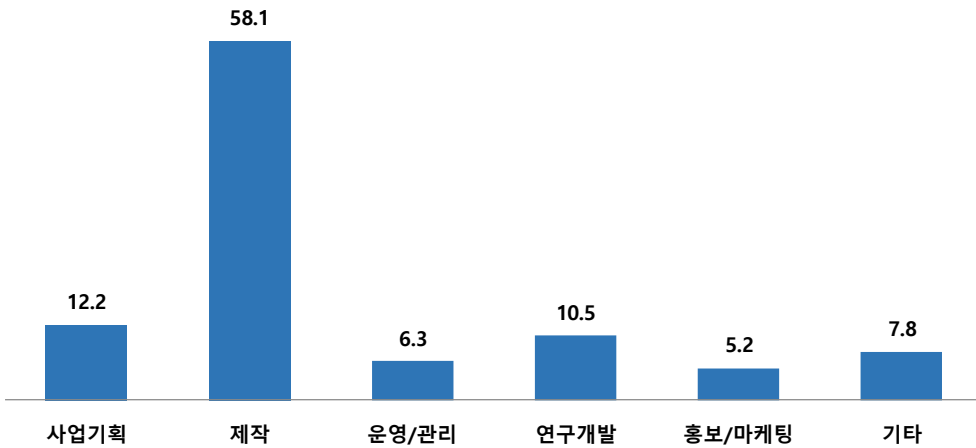
분야		비율
전체		92.1
분야	만화	100.0
	음악	85.0
	게임	99.0
	영화	87.9
	애니메이션	100.0
	방송	91.5
	캐릭터	97.8
	지식정보	90.3
	콘텐츠솔루션	94.0



### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

대구 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 58.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘사업기획’12.2% , ‘연구개발’10.5%, ‘운영/관리’6.3% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘만화’로 81.5%였으며, ‘사업기획’의 직무 비율은 ‘애니메이션’으로 28.7%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-42] 대구 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 직무별 비율

<표 2-83> 대구 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 직무별 비율

(단위 : %)

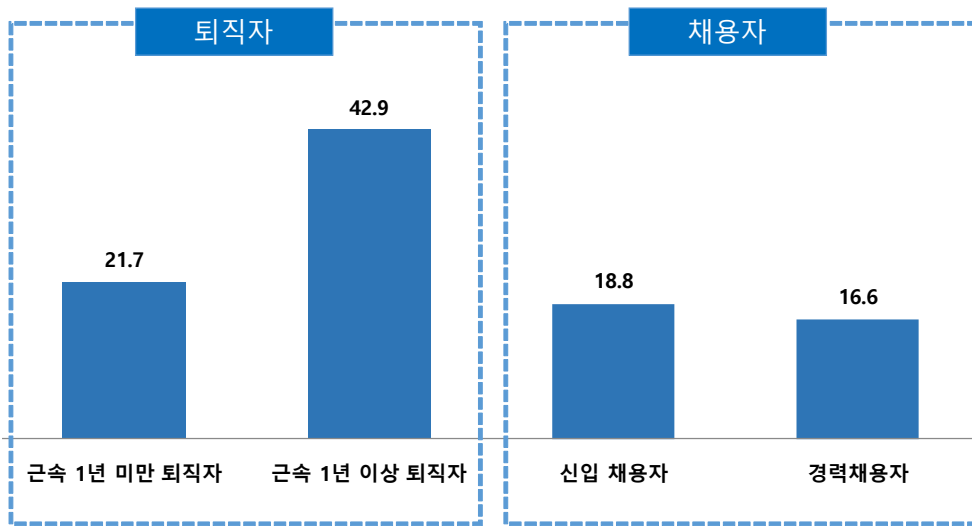
분야	합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타	
전체	100.0	12.2	58.1	6.3	10.5	5.2	7.8	
분야	만화	100.0	17.0	81.5	1.5	0.0	0.0	0.0
	음악	100.0	22.6	55.6	3.6	0.9	8.0	9.2
	게임	100.0	9.5	62.5	6.5	14.0	6.6	0.9
	영화	100.0	6.0	32.6	13.4	0.0	0.0	48.0
	애니메이션	100.0	28.7	38.0	5.7	6.3	2.7	18.7
	방송	100.0	17.8	62.5	8.8	3.8	4.8	2.5
	캐릭터	100.0	5.5	80.7	5.2	3.8	1.4	3.4
	지식정보	100.0	5.7	59.4	6.5	14.7	5.2	8.4
	콘텐츠솔루션	100.0	18.4	43.8	7.2	17.3	4.9	8.4

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

대구 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, ‘퇴직자’의 비율이 64.6%로 ‘채용자’ 비율인 35.4%보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 42.9%가 ‘근속 1년 이상 퇴직자’였으며, 채용자는 18.8%가 ‘신입 채용자’로 나타났다.

분야별로는 ‘음악’ 분야의 퇴직자 비율이 76.3%로 가장 높았으며, ‘게임’ 분야의 채용자 비율이 53.8%로 높게 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-43] 대구 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-84> 대구 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

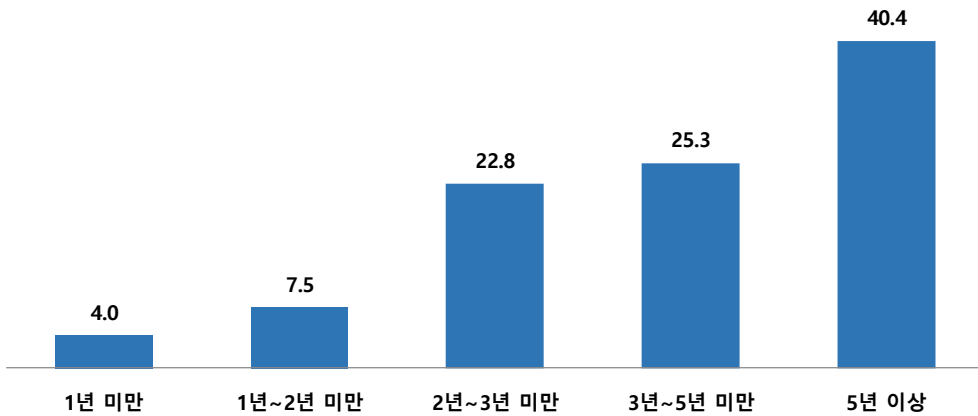
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년		채용자	신입 채용자	경력 채용자	
		미만 퇴직자	이상 퇴직자				
전체	64.6	21.7	42.9	35.4	18.8	16.6	
분야	만화	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0
	음악	76.3	11.9	64.4	23.7	23.7	0.0
	게임	46.2	21.2	25.0	53.8	26.9	26.8
	영화	66.7	22.2	44.4	33.3	33.3	0.0
	애니메이션	64.7	23.5	41.2	35.3	17.6	17.6
	방송	71.4	23.8	47.6	28.6	14.3	14.3
	캐릭터	68.4	57.9	10.5	31.6	10.5	21.1
	지식정보	64.3	17.2	47.1	35.7	19.4	16.3
	콘텐츠솔루션	66.2	14.9	51.3	33.8	19.5	14.3
	콘텐츠 이외분야	72.8	24.0	48.7	27.2	14.0	13.3

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

대구 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 52.05개월이었으며, '5년 이상' 40.4%, '3~5년 미만' 25.3%, '2~3년 미만' 22.8% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 '애니메이션'의 평균 근속 개월 수가 76.33개월로 가장 길게 나타났고, '영화'는 27.43개월로 가장 짧은 근속 개월로 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-44] 대구 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

<표 2-85> 대구 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

(단위: %, 개월)

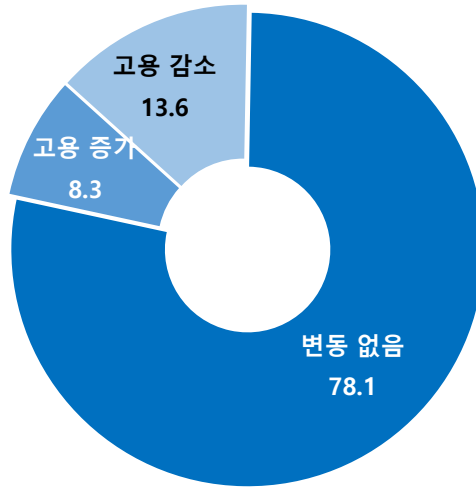
분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균근속 개월 수	
전체	100.0	4.0	7.5	22.8	25.3	40.4	52.05	
분야	만화	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	34.00
	음악	100.0	9.2	0.0	9.2	15.5	66.1	74.98
	게임	100.0	2.9	18.9	50.4	5.9	21.8	31.28
	영화	100.0	0.0	14.3	57.1	28.6	0.0	27.43
	애니메이션	100.0	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	76.33
	방송	100.0	0.0	12.5	0.0	37.5	50.0	60.94
	캐릭터	100.0	0.0	3.1	28.1	15.6	53.1	72.31
	지식정보	100.0	6.3	3.8	22.7	35.3	31.9	47.70
	콘텐츠솔루션	100.0	0.0	15.1	17.0	27.4	40.6	40.78

## 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 대구 지역 사업체의 78.1%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 8.3%, ‘고용감소’는 13.6%로 나타났다.

고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 9.08명, 감소 인원은 2.82명이었다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-45] 대구 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-86> 대구 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화

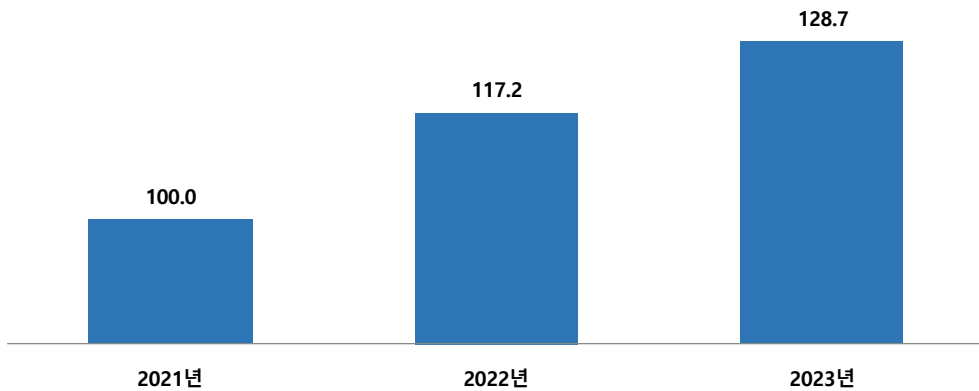
(단위 : % 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	8.3	13.6	78.1	9.08	2.82	
분야	만화	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	음악	100.0	0.0	18.5	81.5	-	1.50
	게임	100.0	18.3	10.3	71.4	11.21	2.71
	영화	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	애니메이션	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	방송	100.0	0.0	50.0	50.0	-	2.00
	캐릭터	100.0	3.1	21.9	75.0	5.00	2.00
	지식정보	100.0	11.1	7.2	81.7	6.25	6.67
	콘텐츠솔루션	100.0	11.3	11.1	77.6	13.00	2.00

### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

대구 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 42.2%의 사업체가 '증가'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 52.4%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 2022년, 2023년 현황과 전망을 가장 긍정적으로 평가한 분야는 '애니메이션'으로 100.0%였다. 2022년, 2023년 현황과 전망을 가장 부정적으로 평가한 분야는 '영화'로 28.6% '감소'로 응답하였다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-46] 대구 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

<표 2-87> 대구 지역 분야별 경영 현황 및 전망

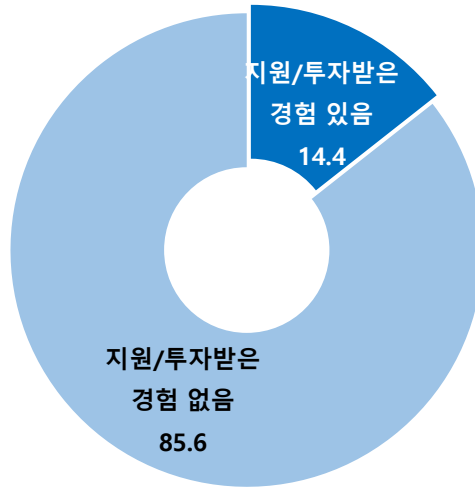
(단위 : %)

분야	2022년 평균					2023년 평균				
	합계	감소	동일	증가	합계	감소	동일	증가		
전체	117.21	100.0	18.2	39.5	42.2	128.70	100.0	13.5	34.1	52.4
만화	122.00	100.0	0.0	50.0	50.0	137.50	100.0	0.0	50.0	50.0
음악	131.07	100.0	9.2	26.8	64.0	135.80	100.0	9.2	17.6	73.2
게임	141.13	100.0	28.4	28.6	43.1	155.46	100.0	20.4	10.3	69.3
영화	106.57	100.0	28.6	0.0	71.4	111.43	100.0	28.6	0.0	71.4
애니메이션	178.67	100.0	0.0	0.0	100.0	227.33	100.0	0.0	0.0	100.0
방송	115.94	100.0	12.5	43.8	43.8	133.75	100.0	12.5	31.3	56.3
캐릭터	99.38	100.0	15.6	59.4	25.0	101.88	100.0	15.6	59.4	25.0
지식정보	107.81	100.0	22.7	47.4	29.9	117.96	100.0	15.5	44.0	40.5
콘텐츠솔루션	116.51	100.0	14.6	36.6	48.8	137.85	100.0	7.3	36.6	56.1

## 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

대구 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 14.4%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘영화’와 ‘게임’ 사업체의 경우 각각 85.7%, 41.4%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-47] 대구 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-88> 대구 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

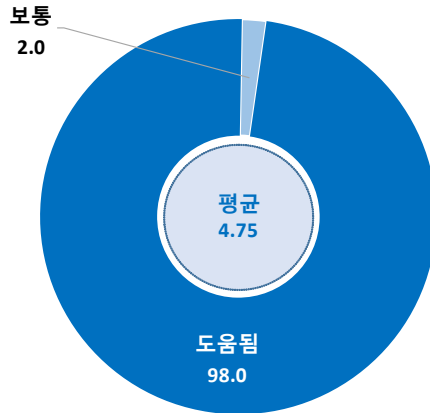
(단위 : %)

분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	14.4	85.6	100.0
만화	0.0	100.0	100.0
음악	11.3	88.7	100.0
게임	41.4	58.6	100.0
영화	85.7	14.3	100.0
애니메이션	0.0	100.0	100.0
방송	0.0	100.0	100.0
캐릭터	0.0	100.0	100.0
지식정보	10.1	89.9	100.0
콘텐츠솔루션	13.0	87.0	100.0

### 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 대구 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 98.0%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 없었다. 평균 도움 정도는 ‘음악’과 ‘콘텐츠솔루션’ 분야가 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 대구지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-48] 대구 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-89> 대구 지역 분야별 지원 및 투자 경험 도움 정도

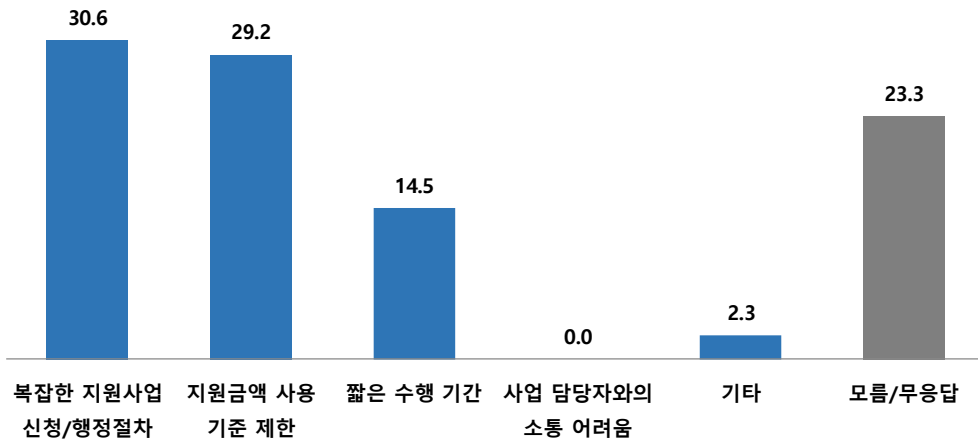
(단위 : %)

분야	① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	0.0	0.0	2.0	21.2	76.9	0.0	98.0	4.75
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-
	음악	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00
	게임	0.0	0.0	6.3	10.9	82.8	0.0	4.76
	영화	0.0	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0	4.25
	애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
	방송	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	0.0	0.0	0.0	22.2	77.8	0.0	4.78
	콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 30.6%의 사업체가 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’라고 응답하였으며, ‘지원금액 사용 기준 제한’ 29.2%, ‘짧은 수행 기간’ 14.5% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대구지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-49] 대구 지역 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-90> 대구 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

(단위 : %)

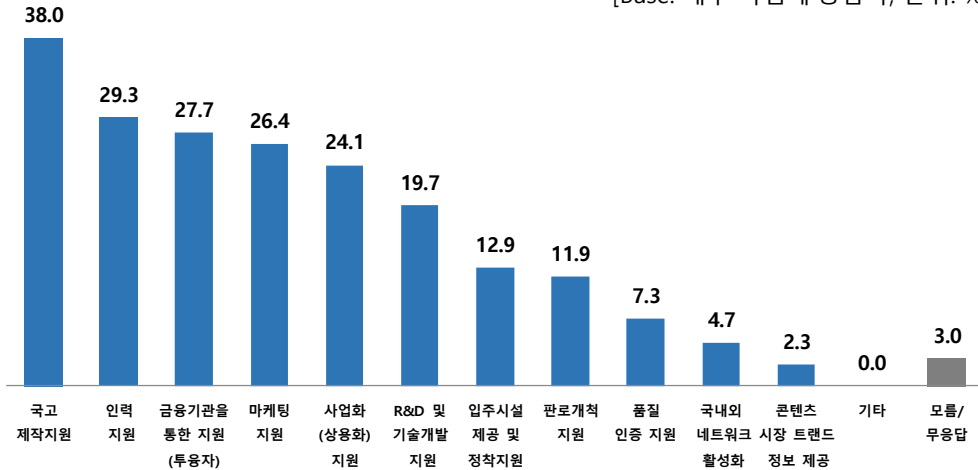
분야	복잡한 지원사업 신청/행정절차	지원금액 사용 기준 제한	짧은 수행 기간	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	30.6	29.2	14.5	0.0	2.3	23.3	100.0
만화	-	-	-	-	-	-	100.0
음악	81.6	0.0	0.0	0.0	0.0	18.4	100.0
게임	12.2	0.0	44.2	0.0	7.1	36.5	100.0
영화	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
애니메이션	-	-	-	-	-	-	100.0
방송	-	-	-	-	-	-	100.0
캐릭터	-	-	-	-	-	-	100.0
지식정보	28.5	52.6	0.0	0.0	0.0	19.0	100.0
콘텐츠솔루션	29.1	43.6	0.0	0.0	0.0	27.3	100.0



### 13) 필요 지원 분야

대구 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘국고 제작 지원’이 38.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’ 29.3%, ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 27.7%, ‘마케팅 지원(광고 및 판촉 지원 등)’ 26.4% 등의 순으로 높았다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-50] 대구 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

<표 2-91> 대구 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

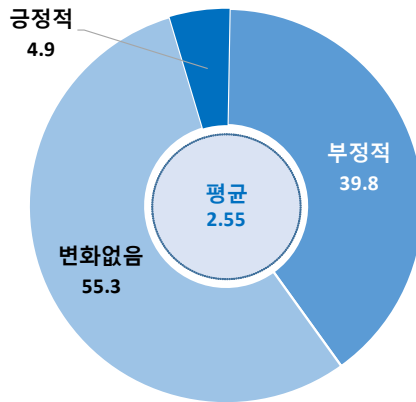
(단위 : %)

분야	국고 제작 지원	인력 지원 (인건비, 전문 교육 지원 등)	금융기관을 통한 지원 (투융자)	마케팅 지원 (광고 및 판촉지원 등)	사업화 (상용화) 지원 (시제품 개발 지원 등)	R&D 및 기술개발 지원	입주시설 제공 및 정착지원	판로개척 지원	품질 인증 지원 (특허, 인증 등)	국내외 네트워크 활성화	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	기타	모름/무응답
전체	38.0	29.3	27.7	26.4	24.1	19.7	12.9	11.9	7.3	4.7	2.3	0.0	3.0
만화	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	24.7	6.3	41.1	36.9	9.2	11.3	0.0	34.2	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0
게임	45.2	56.7	31.5	38.7	16.0	10.9	11.8	11.8	8.8	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	71.4	0.0	57.1	14.3	0.0	28.6	57.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	100.0	66.7	33.3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	43.8	68.8	18.8	18.8	12.5	6.3	25.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	25.0	3.1	31.3	53.1	28.1	37.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	47.9	29.9	26.6	17.4	38.7	19.3	16.0	10.1	11.6	1.9	2.9	0.0	1.0
콘텐츠솔루션	29.5	32.8	10.8	15.1	20.5	23.8	15.1	7.1	10.8	0.0	7.3	0.0	15.1

#### 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 55.3%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 39.8%의 사업체가 ‘부정적’, 4.9%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 ‘영화’가 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 85.7%로 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘방송’ (12.5%)으로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-51] 대구 지역 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-92> 대구 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

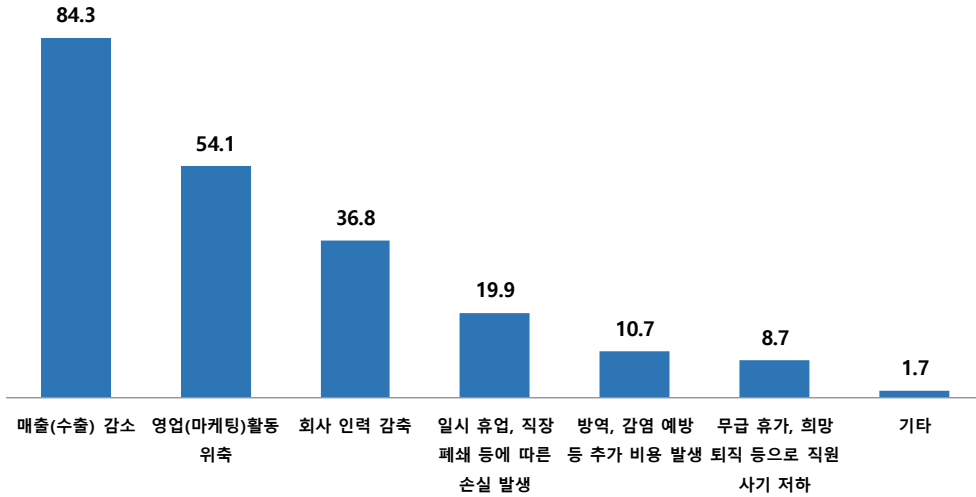
(단위 : %, 점)

분야	① 매우 부정적변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	10.6	29.2	55.3	3.9	1.0	39.8	4.9	2.55
만화	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
음악	18.5	18.5	63.1	0.0	0.0	36.9	0.0	2.45
게임	10.3	13.9	67.0	8.8	0.0	24.2	8.8	2.74
영화	57.1	28.6	14.3	0.0	0.0	85.7	0.0	1.57
애니메이션	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
방송	12.5	43.8	31.3	6.3	6.3	56.3	12.5	2.50
캐릭터	0.0	40.6	56.3	3.1	0.0	40.6	3.1	2.63
지식정보	9.2	44.0	39.6	5.3	1.9	53.2	7.2	2.47
콘텐츠솔루션	7.3	11.1	79.7	1.9	0.0	18.4	1.9	2.76

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 84.3%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 54.1%, ‘회사인력감축’ 36.8%, ‘일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생’ 19.9% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-52] 대구 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-93> 대구 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

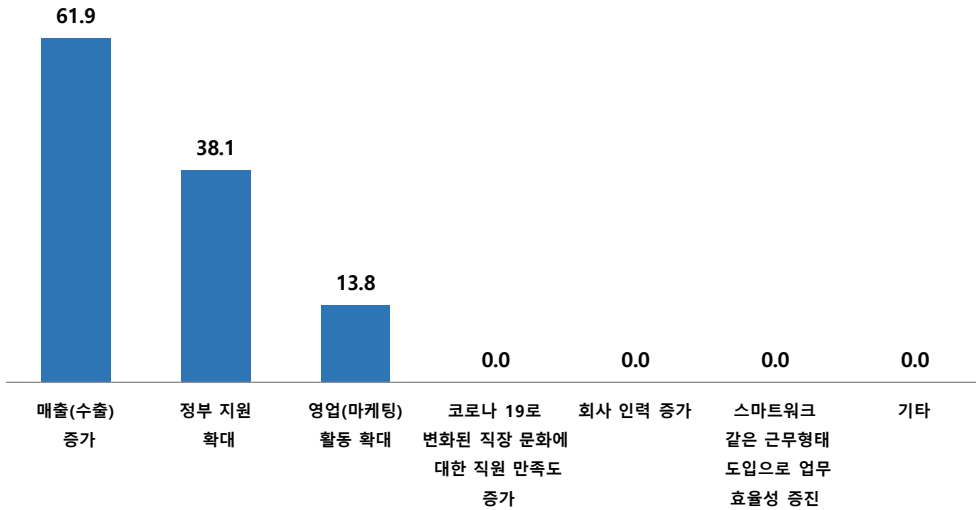
(단위 : %)

분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	회사 인력 감축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	기타
전체	84.3	54.1	36.8	19.9	10.7	8.7	1.7
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	75.0	50.0	50.0	25.0	25.0	25.0	0.0
게임	67.0	30.4	42.6	45.2	20.9	12.2	0.0
영화	100.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	66.7	22.2	77.8	22.2	0.0	11.1	0.0
캐릭터	100.0	92.3	92.3	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	84.6	52.7	11.8	17.2	11.8	3.6	0.0
콘텐츠솔루션	100.0	60.3	39.7	41.0	0.0	19.2	0.0

## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출)증가’가 61.9%로 가장 높았으며, ‘정부지원 확대’ 38.1%, ‘영업(마케팅)활동 확대’13.8% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-53] 대구 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-94> 대구 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

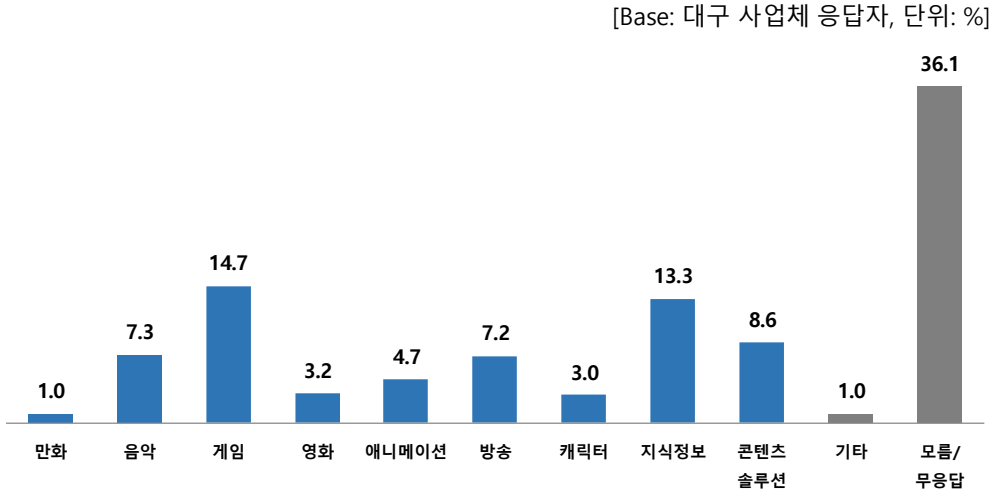
(단위 : %)

분야	매출(수출) 증가	정부 지원 확대	영업(마케팅) 활동 확대	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	회사 인력 증가	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	기타
전체	61.9	38.1	13.8	0.0	0.0	0.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	26.5	73.5	26.5	0.0	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, '모름/무응답'이 36.1%로 가장 높았으며, '게임' 14.7%, '지식정보' 13.3% 등의 순으로 나타났다.

'만화'의 경우 50.0% 비율로 '영화'와 '지식정보'가 지원이 큰 분야라고 응답하였으며, '캐릭터'의 경우 50.0%의 비율로 '게임'이 지원이 큰 분야라고 응답하였다.



[그림 2-54] 대구 지역 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-95> 대구 지역 분야별 지원이 큰 콘텐츠 분야

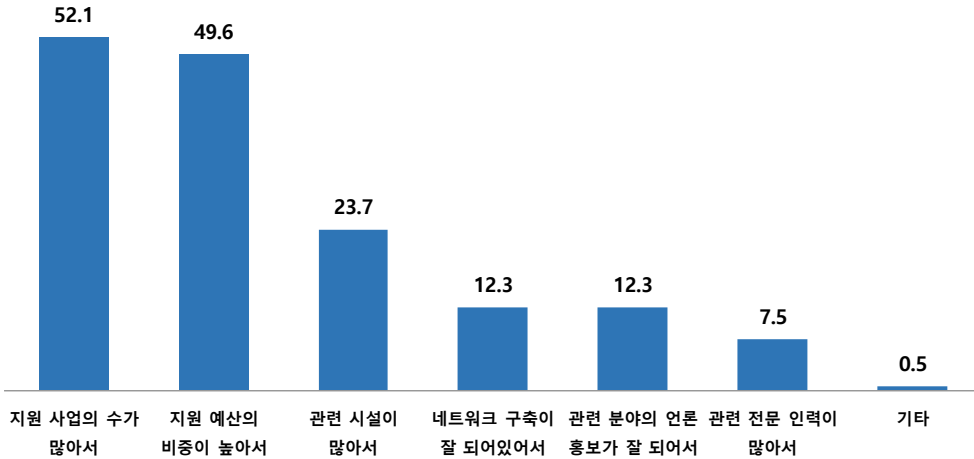
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	1.0	7.3	14.7	3.2	4.7	7.2	3.0	13.3	8.6	1.0	36.1
만화	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
음악	0.0	24.7	0.0	11.3	9.2	0.0	0.0	9.2	0.0	0.0	45.5
게임	2.9	7.4	43.1	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0	10.3	2.9	25.4
영화	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	71.4
애니메이션	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7
방송	6.3	0.0	0.0	0.0	18.8	0.0	6.3	12.5	12.5	0.0	43.8
캐릭터	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	6.3	15.6	0.0	0.0	0.0	28.1
지식정보	1.0	5.3	8.2	1.0	6.3	8.2	1.0	23.7	6.3	0.0	39.1
콘텐츠솔루션	0.0	3.5	9.2	1.9	0.0	20.8	0.0	9.2	25.9	3.8	25.7

### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘지원사업의 수가 많아서’ 52.1%, ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 49.6% , ‘관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서’ 23.7% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-55] 대구 지역 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유 (1+2순위)

<표 2-96> 대구 지역 분야별 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

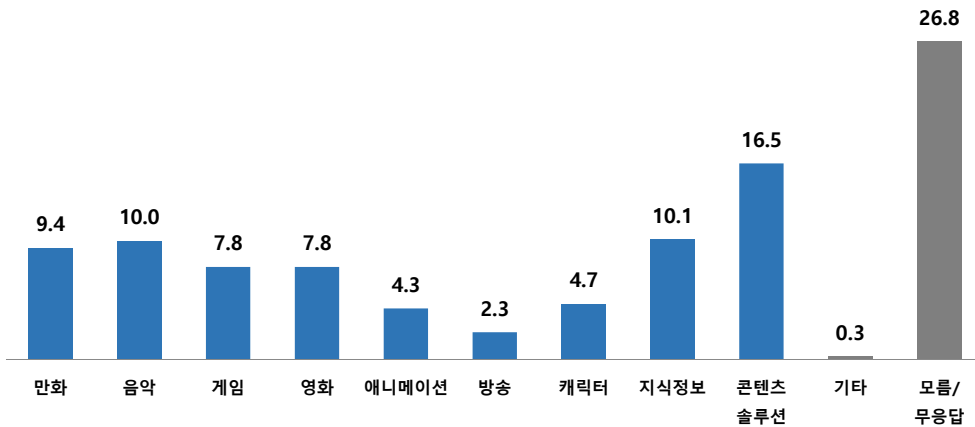
(단위 : %)

분야		지원사업의 수가 많아서	지원 예산의 비중이 높아서	관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서	네트워크 구축이 잘 되어있어서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	관련 전문 인력이 많아서	기타	모름/무응답
전체		52.1	49.6	23.7	12.3	12.3	7.5	0.5	0.0
분야	만화	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	음악	75.4	28.4	24.6	0.0	0.0	16.9	0.0	0.0
	게임	25.4	51.8	36.3	3.9	13.8	15.8	3.9	0.0
	영화	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	애니메이션	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	방송	33.3	88.9	44.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	캐릭터	91.3	30.4	30.4	8.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	지식정보	59.5	59.5	7.9	16.6	23.8	1.6	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	19.7	49.5	32.1	25.4	12.4	5.1	0.0	0.0	

## 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 26.8%, 다음으로 ‘콘텐츠솔루션’이 16.5%, ‘지식정보’가 10.1%, ‘음악’ 10.0% 순으로 높았다. ‘영화’의 경우 본인의 분야가 소외되어 있다고 응답한 비율이 57.1%로 나타났다. ‘만화’의 경우 ‘영화’(50.0%) 분야가 소외되고 있다고 응답했다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-56] 대구 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-97> 대구 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

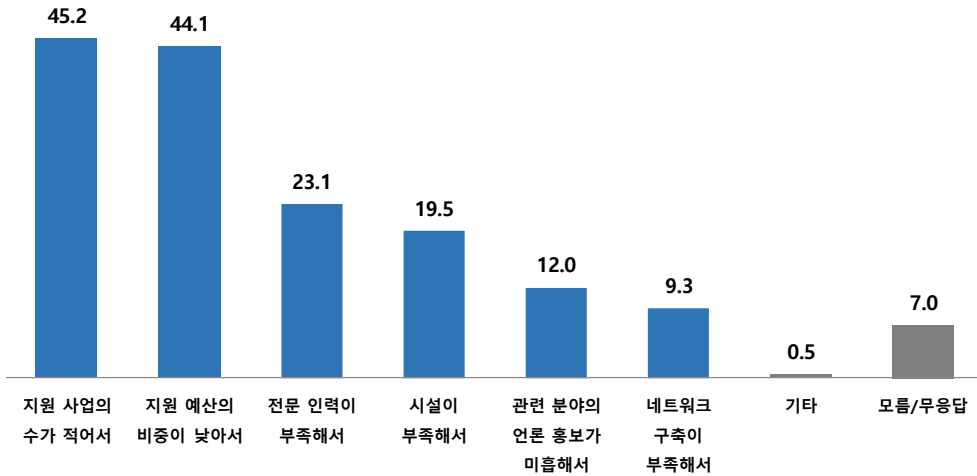
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	9.4	10.0	7.8	7.8	4.3	2.3	4.7	10.1	16.5	0.3	26.8
만화	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
음악	9.2	45.5	2.1	0.0	0.0	0.0	9.2	0.0	11.3	0.0	22.6
게임	10.9	14.7	22.7	8.0	2.9	0.0	0.0	5.0	5.9	0.0	29.8
영화	14.3	0.0	0.0	57.1	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7
방송	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	18.8	0.0	25.0	12.5	6.3	37.5
캐릭터	6.3	0.0	0.0	28.1	15.6	0.0	0.0	0.0	21.9	0.0	28.1
지식정보	11.6	2.9	6.3	6.3	1.0	1.0	7.2	20.8	16.4	0.0	26.6
콘텐츠솔루션	9.2	0.0	15.1	0.0	7.3	3.8	3.8	5.4	29.7	0.0	25.7

### 가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원사업의 수가 적어서’가 45.2%로 가장 높았고, ‘지원 예산의 비중이 낮아서’가 44.1%, ‘전문인력이 부족해서’ 23.1% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-57] 대구 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-98> 분야별 대구 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)  
(단위 : %)

분야	지원사업의 수가 적어서	지원 예산의 비중이 낮아서	전문인력이 부족해서	시설이 부족해서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	네트워크 구축이 부족해서	기타	모름/무응답
전체	45.2	44.1	23.1	19.5	12.0	9.3	0.5	7.0
만화	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
음악	24.6	20.8	33.9	16.9	20.8	20.8	0.0	20.8
게임	27.6	46.2	24.5	6.8	11.8	5.9	3.9	19.4
영화	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	11.1	44.4	0.0	33.3	11.1	22.2	0.0	11.1
캐릭터	78.3	30.4	0.0	43.5	0.0	8.7	0.0	0.0
지식정보	68.3	38.9	23.8	11.9	15.1	4.7	0.0	1.6
콘텐츠솔루션	19.7	80.0	25.4	24.4	10.2	9.8	0.0	0.0

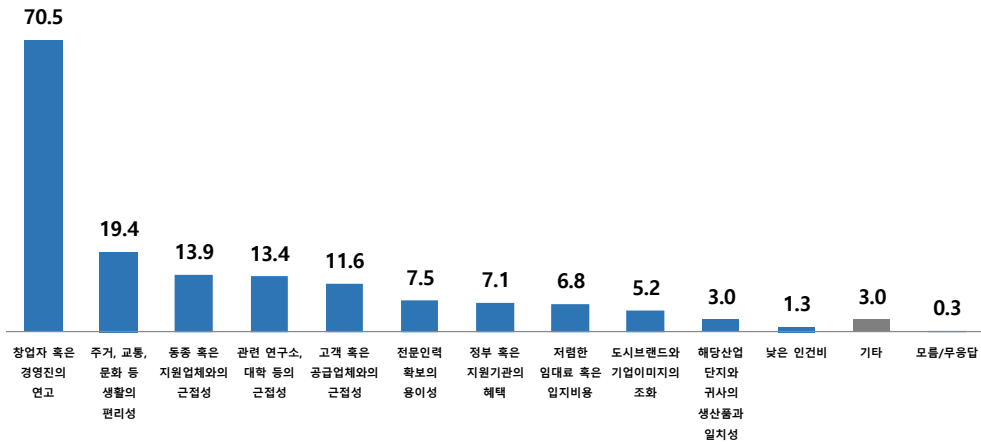


### 17) 대구 지역에 사업장을 선택한 이유

대구 지역 콘텐츠 사업체가 대구 지역을 선택한 이유에 대해 70.5%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’ 19.4%, ‘동종 혹은 지원 업체와의 근접성’ 13.9%, 등의 순으로 나타났다.

‘만화’의 경우, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’ 때문이라는 비율이 100.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-58] 대구 지역에 사업장을 선택한 이유 (1+2+3순위)

<표 2-99> 분야별 대구 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

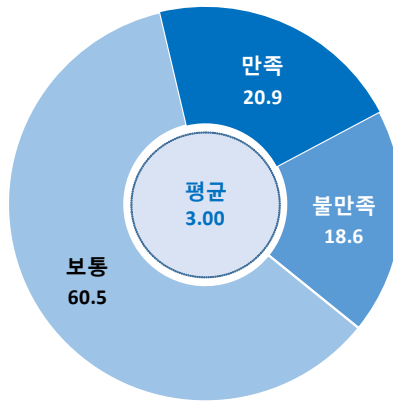
(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진의 연고	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	동종 혹은 지원 업체와의 근접성	관련 연구소, 대학 등의 근접성	고객 혹은 공급업체와의 근접성	전문인력 확보의 용이성	정부 혹은 지원기관의 혜택	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	도시브랜드와 기업이미지의 조화	해당산업 단지와의 생산품과 일치성	낮은 인건비	기타	모름/무응답
전체	70.5	19.4	13.9	13.4	11.6	7.5	7.1	6.8	5.2	3.0	1.3	3.0	0.3
만화	50.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	77.4	9.2	0.0	2.1	11.3	0.0	4.2	0.0	11.3	2.1	0.0	18.5	0.0
게임	49.6	26.3	14.7	12.4	4.4	11.8	2.9	13.2	0.0	0.0	8.8	0.0	0.0
영화	57.1	28.6	28.6	0.0	0.0	0.0	42.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	81.3	12.5	6.3	0.0	6.3	0.0	0.0	6.3	6.3	6.3	0.0	0.0	0.0
캐릭터	81.3	0.0	0.0	37.5	0.0	21.9	0.0	15.6	18.8	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	73.4	22.7	21.7	14.5	17.4	7.2	10.1	3.8	1.9	2.9	1.0	0.0	1.0
콘텐츠솔루션	64.9	28.3	20.5	10.8	16.5	7.1	7.1	11.1	0.0	7.3	0.0	0.0	0.0

### 18) 대구 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

대구 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 20.9%가 만족한다고 응답하여 불만족인 18.6%보다 2.3%p 높게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 '만화'가 4.00점으로 가장 높았으며 '음악'이 2.88점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-59] 대구 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-100> 대구 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

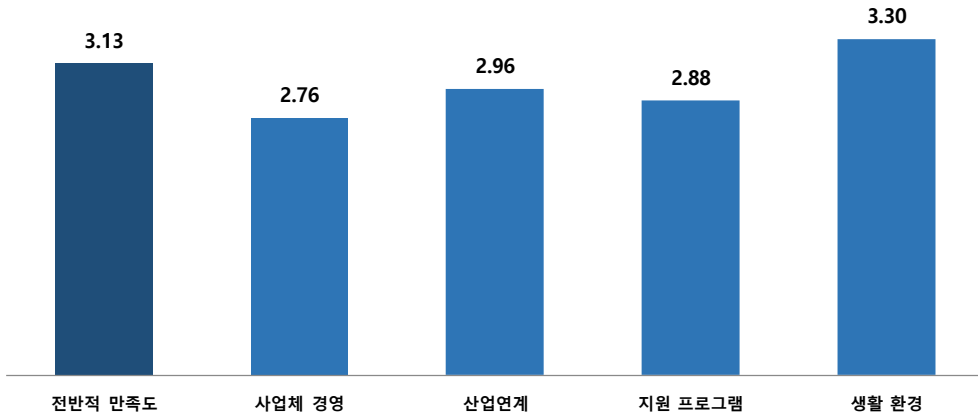
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 불만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	2.7	15.9	60.5	20.2	0.7	18.6	20.9	3.00
만화	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	4.00
음악	0.0	34.2	43.2	22.6	0.0	34.2	22.6	2.88
게임	4.4	13.9	59.0	22.7	0.0	18.3	22.7	3.00
영화	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
애니메이션	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
방송	0.0	18.8	56.3	25.0	0.0	18.8	25.0	3.06
캐릭터	0.0	3.1	96.9	0.0	0.0	3.1	0.0	2.97
지식정보	5.3	19.8	54.6	18.3	1.9	25.1	20.3	2.92
콘텐츠솔루션	1.9	3.5	63.0	31.6	0.0	5.4	31.6	3.24

### 19) 대구 지역 인프라 환경 구축 체감도

대구 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 3.13점으로 나타났고, 항목별로는 ‘생활환경’ 3.30점, ‘산업연계’ 2.96점, ‘지원 프로그램’ 2.88점, ‘사업체 경영’ 2.76점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘만화’의 전반적 체감도가 4.00점으로 가장 높았으며, ‘게임’은 2.92점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-60] 대구 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-101> 대구 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

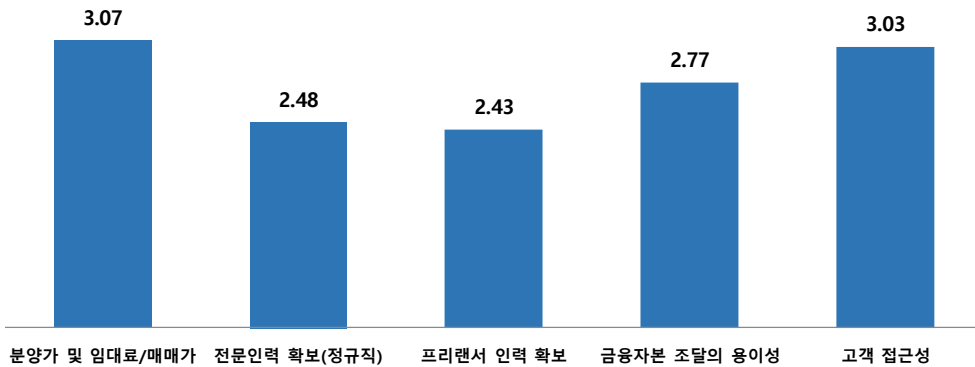
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체	2.76	2.96	2.88	3.30	3.13
만화	3.00	3.40	3.58	3.25	4.00
음악	2.61	2.82	2.43	3.13	2.95
게임	2.68	2.73	2.84	3.23	2.92
영화	2.37	2.49	3.24	3.43	3.29
애니메이션	2.87	3.00	3.11	3.00	3.00
방송	2.96	3.23	3.00	3.59	3.38
캐릭터	2.75	3.15	3.01	3.05	3.00
지식정보	2.69	2.94	2.85	3.34	3.10
콘텐츠솔루션	3.05	3.16	3.16	3.51	3.43

## 가) 사업체 경영

대구 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.76점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘분양가 및 임대료/매매가’가 3.07점으로 가장 높았으며, ‘고객 접근성’ 3.03점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.77점, ‘전문인력 확보(정규직)’ 2.48점, ‘프리랜서 인력 확보’ 2.43점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘콘텐츠솔루션’의 평균 점수가 3.05점으로 가장 높았으며, ‘영화’ 분야가 2.37점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-61] 대구 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-102> 대구 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

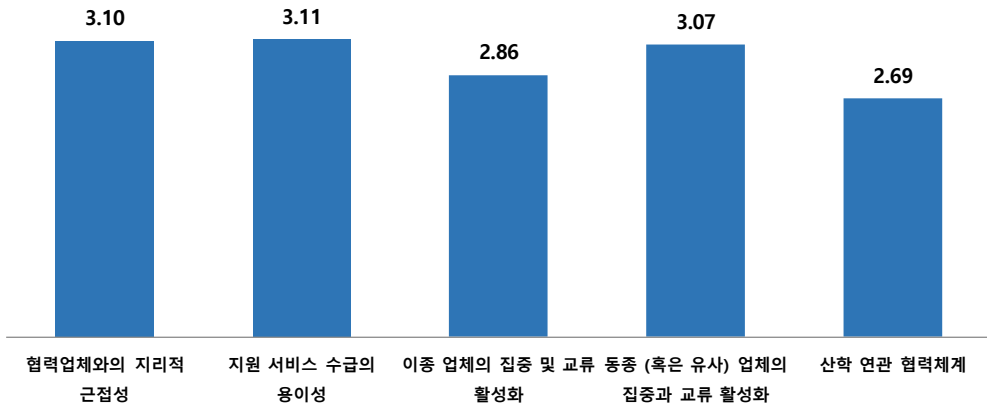
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.07	2.48	2.43	2.77	3.03	2.76
만화	3.00	2.50	3.00	3.00	3.50	3.00
음악	2.88	2.06	2.15	2.81	3.13	2.61
게임	3.20	2.34	2.37	2.74	2.78	2.68
영화	2.43	2.14	2.14	2.57	2.57	2.37
애니메이션	3.33	2.33	2.33	3.33	3.00	2.87
방송	3.31	2.69	2.44	3.25	3.13	2.96
캐릭터	3.00	2.84	2.53	2.66	2.72	2.75
지식정보	2.92	2.50	2.43	2.53	3.05	2.69
콘텐츠솔루션	3.50	2.69	2.66	3.13	3.28	3.05

## 나) 산업연계

대구 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 2.96점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘지원 서비스 수급의 용이성’이 3.11점으로 가장 높았으며, 다음으로는 ‘협력업체와의 지리적 근접성’이 3.10점, ‘동종(혹은 유사)업체의 집중과 교류 활성화’ 3.07점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.86점, ‘산학연관 협력체계’ 2.69점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘만화’의 평균 점수가 3.40점으로 가장 높았으며, ‘영화’ 분야가 2.49점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-62] 대구 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-103> 대구 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

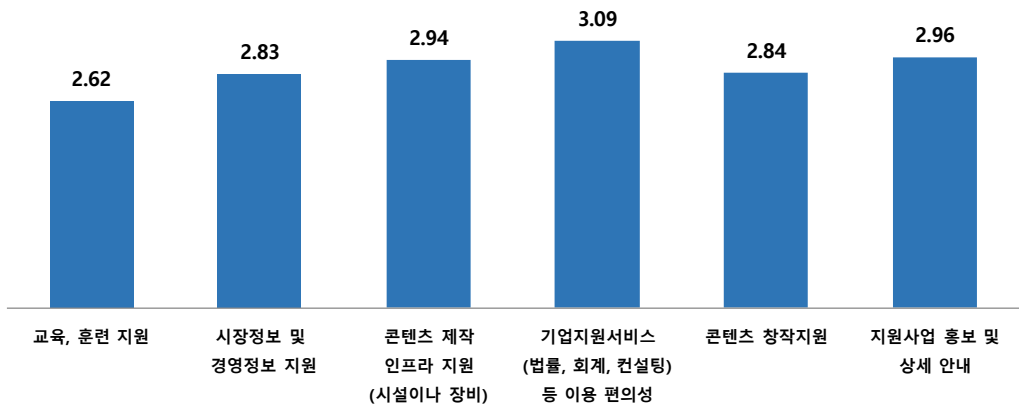
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종(혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학연관 협력 체계	[5점 평균]
전체	3.10	3.11	2.86	3.07	2.69	2.96
만화	3.50	3.50	3.50	3.50	3.00	3.40
음악	3.00	3.04	2.77	2.84	2.43	2.82
게임	2.74	3.00	2.71	2.54	2.66	2.73
영화	1.71	2.43	3.00	3.00	2.29	2.49
애니메이션	3.33	3.33	2.00	3.00	3.33	3.00
방송	3.38	3.56	2.94	3.25	3.00	3.23
캐릭터	2.97	3.03	3.56	3.28	2.91	3.15
지식정보	3.25	3.04	2.76	3.09	2.55	2.94
콘텐츠솔루션	3.28	3.37	2.77	3.38	2.99	3.16

## 다) 지원 프로그램

대구 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 2.88점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성’이 3.09점으로 가장 높았으며, ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 2.96점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.94점, ‘콘텐츠 창작지원’ 2.84점, ‘시장정보 및 경영정보 지원’ 2.83점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.62점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘만화’의 평균 점수가 3.58점으로 가장 높았으며, ‘음악’ 분야가 2.43점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-63] 대구 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-104> 대구 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

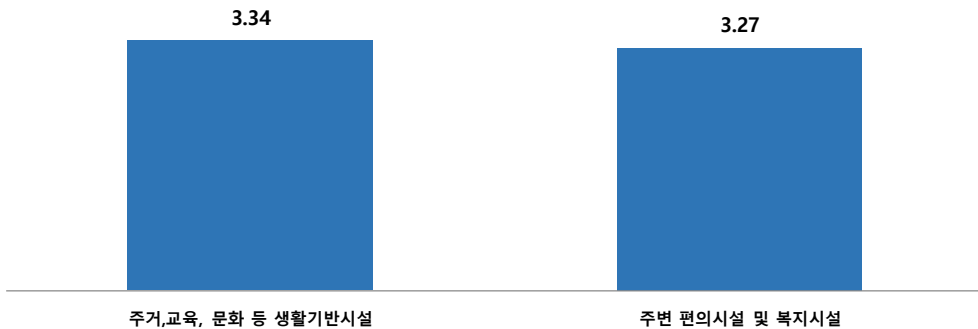
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작지원	지원사업 홍보 및 상세안내	[5점 평균]
전체	2.62	2.83	2.94	3.09	2.84	2.96	2.88
만화	3.50	3.50	3.50	3.50	4.00	3.50	3.58
음악	2.32	2.24	2.22	2.32	2.88	2.59	2.43
게임	2.72	2.71	2.88	2.96	2.92	2.83	2.84
영화	2.71	3.43	3.29	3.43	3.29	3.29	3.24
애니메이션	2.67	4.00	3.67	2.67	2.67	3.00	3.11
방송	2.94	3.19	3.06	3.13	2.56	3.13	3.00
캐릭터	2.75	2.94	3.19	3.50	2.94	2.72	3.01
지식정보	2.47	2.87	2.97	3.13	2.68	3.00	2.85
콘텐츠솔루션	2.89	3.00	3.26	3.52	2.97	3.34	3.16

## 라) 생활환경

대구 지역의 생활환경 구축 체감도는 평균 3.30점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.34점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.27점으로 나타났다. 분야별로는 ‘방송’의 평균 점수가 3.59점으로 가장 높았으며, ‘애니메이션’은 3.00점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 대구 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-64] 대구 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-105> 대구 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.34	3.27	3.30
만화	3.50	3.00	3.25
음악	3.25	3.02	3.13
게임	3.31	3.14	3.23
영화	3.43	3.43	3.43
애니메이션	3.33	2.67	3.00
방송	3.75	3.44	3.59
캐릭터	3.06	3.03	3.05
지식정보	3.34	3.34	3.34
콘텐츠솔루션	3.47	3.55	3.51

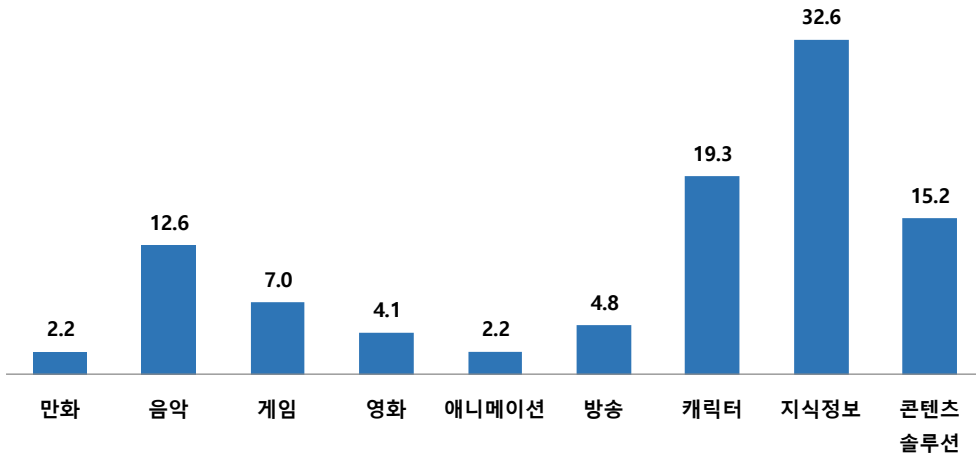
## 5. 인천

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

인천 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 270개였으며, ‘지식정보’ 사업체 수가 32.6%로 가장 많았으며, ‘캐릭터’ 19.3%, ‘콘텐츠솔루션’ 15.2% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-65] 인천 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-106> 인천 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

(단위 : 개, %)

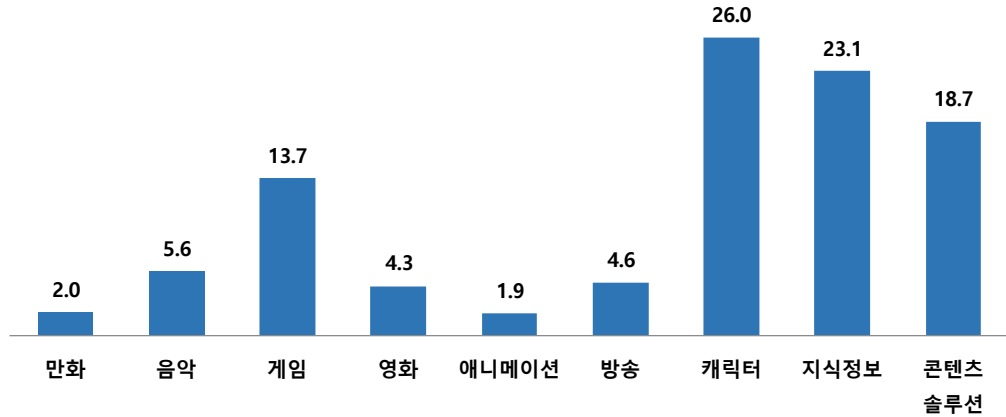
분야	사업체 수	비율
전체	270	100.0
만화	6	2.2
음악	34	12.6
게임	19	7.0
영화	11	4.1
애니메이션	6	2.2
방송	13	4.8
캐릭터	52	19.3
지식정보	88	32.6
콘텐츠솔루션	41	15.2



## 2) 종사자 현황

인천 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 2,724명이었으며 ‘캐릭터’ 분야의 종사자 비율이 26.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘지식정보’ 23.1%, ‘콘텐츠솔루션’ 18.7%, ‘게임’ 13.7% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-66] 인천 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

<표 2-107> 인천 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

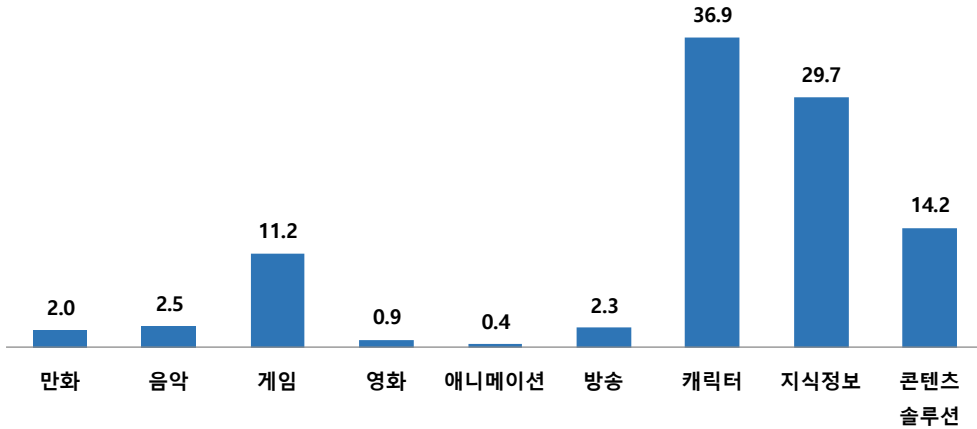
(단위 : 명, %)

분야	종사자 수	비율
전체	2,724	100.0
만화	54	2.0
음악	153	5.6
게임	374	13.7
영화	118	4.3
애니메이션	53	1.9
방송	126	4.6
캐릭터	709	26.0
지식정보	629	23.1
콘텐츠솔루션	509	18.7

### 3) 매출액 현황

인천 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 4,306억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘캐릭터’ 매출액이 1,589억 원으로 36.9%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘지식정보’가 1,276억 원 (29.7%), ‘콘텐츠솔루션’이 611억 원 (14.2%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-67] 인천 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

<표 2-108> 인천 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원, %)

분야	매출액	비율
전체	430,632	100.0
만화	8,563	2.0
음악	10,641	2.5
게임	48,278	11.2
영화	3,782	0.9
애니메이션	1,540	0.4
방송	9,966	2.3
캐릭터	158,980	36.9
지식정보	127,685	29.7
콘텐츠솔루션	61,198	14.2

## 나. 설문조사 결과

인천 지역 내 사업체 270곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 인천 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 57.4%로 가장 많았으며, '5~9인'이 20.0%, '10~49인'이 18.1% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 64.6%의 비중을 차지하였다.

<표 2-109> 인천 지역 응답 사업체 일반현황

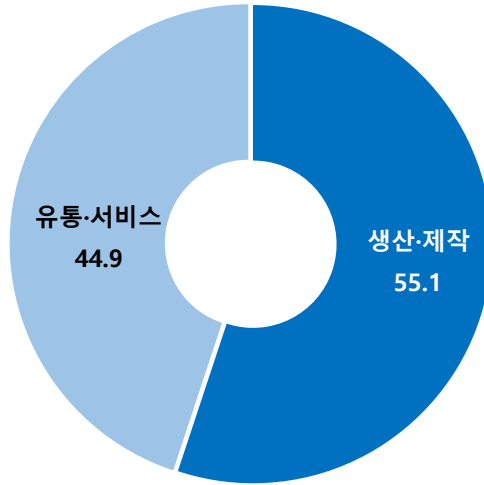
(단위 : 개, %)

분야	사례 수	비율
<b>전체</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>
규모	5인 미만	57.4
	5~9인	20.0
	10~49인	18.1
	50~99인	2.6
	100인 이상	1.9
콘텐츠분야	만화	2.2
	음악	12.6
	게임	7.0
	영화	4.1
	애니메이션	2.2
	방송	4.8
	캐릭터	19.3
	지식정보	32.6
	콘텐츠솔루션	15.2
사업체 구분	단독사업체	64.6
	본사본점	35.4
	공장,지사(점), 영업소 등	0.0

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

인천 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 55.1%, ‘유통·서비스’가 44.9%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘영화’로 84.5%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 64.3%인 ‘지식정보’로 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-68] 인천 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

<표 2-110> 인천 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

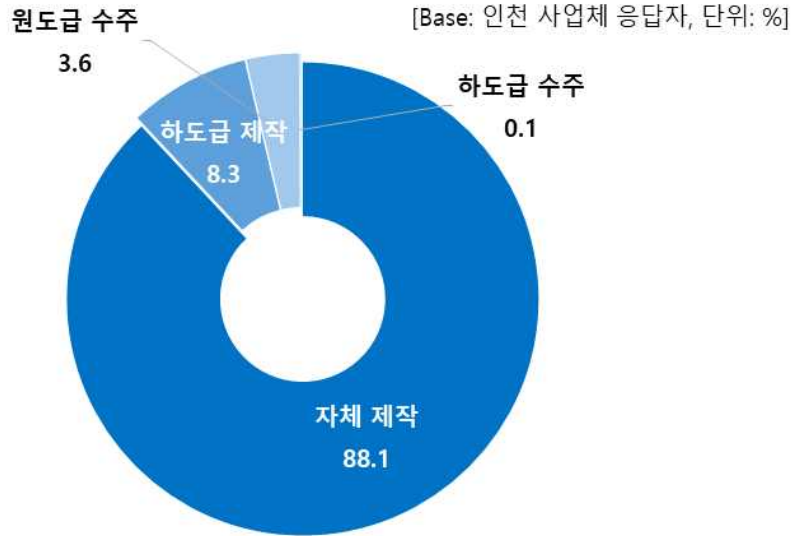
(단위 : %)

분야	합계	생산·제작	유통·서비스
전체	100.0	55.1	44.9
만화	100.0	63.3	36.7
음악	100.0	62.6	37.4
게임	100.0	79.2	20.8
영화	100.0	84.5	15.5
애니메이션	100.0	73.3	26.7
방송	100.0	59.0	41.0
캐릭터	100.0	55.9	44.1
지식정보	100.0	35.7	64.3
콘텐츠솔루션	100.0	65.7	34.3

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

인천 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 92.7건이었으며, 제작유형은 '자체 제작'이 80.2%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '하도급 제작'이 17.2%, '원도급 수주'가 2.4%, '하도급 수주'가 0.1%의 순으로 나타났다.

제작 비율로는 '영화'의 자체 제작 비율이 97.6%로 가장 높게 나타났고, '캐릭터'는 43.2%로 가장 낮게 나타났다.



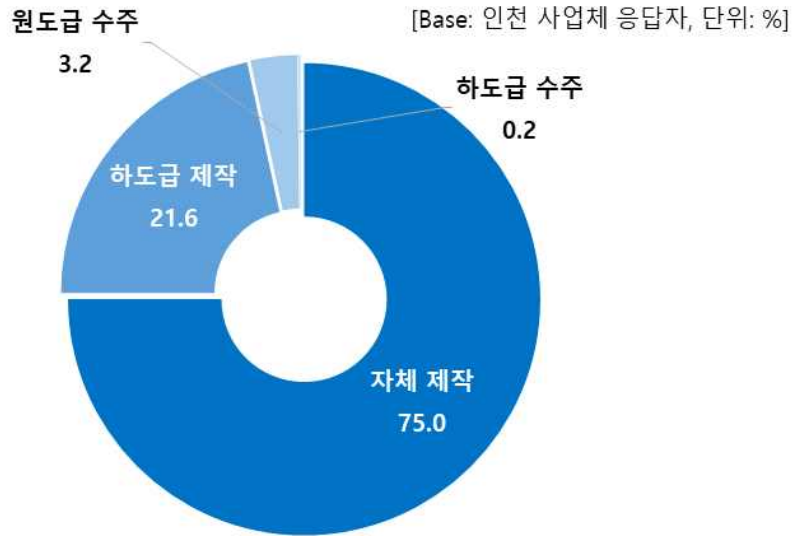
[그림 2-69] 인천 지역 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

<표 2-111> 인천 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위 : 건, %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>92.7</b>	<b>100.0</b>	<b>80.2</b>	<b>17.2</b>	<b>2.4</b>	<b>0.1</b>	
분야	만화	4.7	100.0	90.0	0.0	10.0	0.0
	음악	7.2	100.0	91.2	0.0	8.8	0.0
	게임	2.2	100.0	88.3	10.4	0.6	0.7
	영화	6.2	100.0	97.6	2.4	0.0	0.0
	애니메이션	5.5	100.0	59.2	5.5	33.3	2.0
	방송	28.6	100.0	91.9	7.8	0.3	0.0
	캐릭터	84.5	100.0	43.2	56.8	0.0	0.0
	지식정보	155.1	100.0	96.1	3.9	0.0	0.0
	콘텐츠솔루션	151.2	100.0	92.1	6.9	1.0	0.0

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다. 지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 62.6건이었으며, ‘콘텐츠솔루션’이 151.2건으로 가장 높았으며, ‘게임’이 2.2건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-70] 인천 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-112> 인천 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

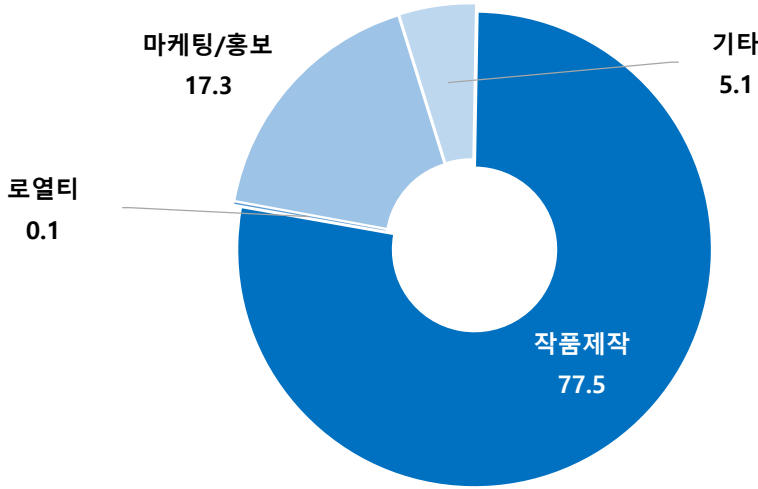
(단위 : 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	62.6	100.0	75.0	21.6	3.2	0.2
만화	4.7	100.0	90.0	0.0	10.0	0.0
음악	7.2	100.0	91.2	0.0	8.8	0.0
게임	2.2	100.0	88.3	10.4	0.6	0.7
영화	6.2	100.0	97.6	2.4	0.0	0.0
애니메이션	5.5	100.0	59.2	5.5	33.3	2.0
방송	28.6	100.0	91.9	7.8	0.3	0.0
캐릭터	84.5	100.0	43.2	56.8	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	151.2	100.0	92.1	6.9	1.0	0.0

### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

인천 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 259.2백만 원이었으며, 77.5%의 제작비가 '작품 제작'에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 '마케팅/홍보'가 17.3%, '기타' 5.1% 순으로 나타났다. 분야별로 '영화'의 경우 98.7%가 '작품 제작'에 투입되고 있었으며, '캐릭터'의 경우 '작품 제작'의 비율이 59.2%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



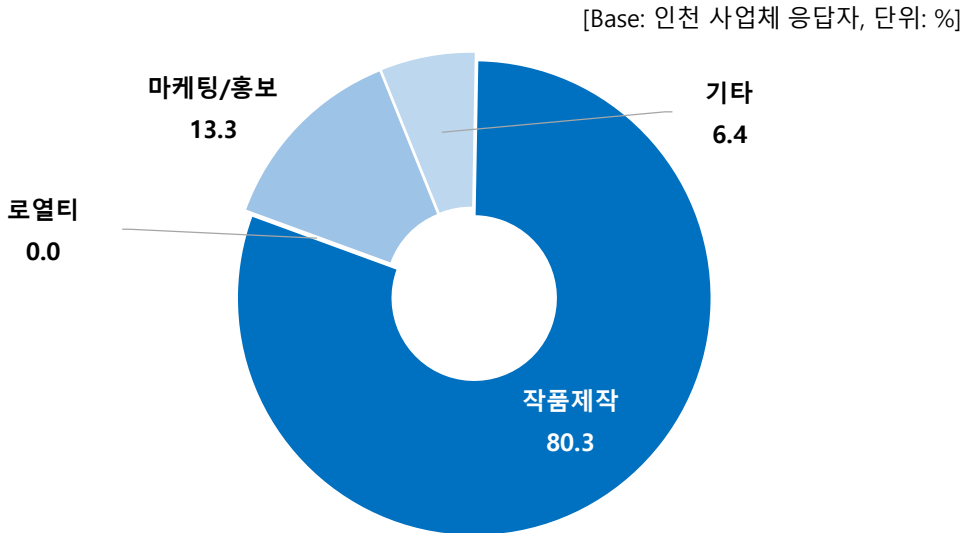
[그림 2-71] 인천 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율

<표 2-113> 인천 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>259.2</b>	<b>100.0</b>	<b>77.5</b>	<b>0.1</b>	<b>17.3</b>	<b>5.1</b>	
분야	만화	150.0	100.0	76.0	0.0	24.0	0.0
	음악	85.3	100.0	95.5	0.0	2.7	1.8
	게임	260.8	100.0	82.1	0.0	3.7	14.2
	영화	167.2	100.0	98.7	0.0	0.7	0.5
	애니메이션	126.3	100.0	97.0	0.0	1.3	1.7
	방송	334.6	100.0	96.3	0.0	1.8	1.8
	캐릭터	481.8	100.0	59.2	0.0	29.3	11.6
	지식정보	174.3	100.0	68.7	0.3	29.8	1.2
	콘텐츠솔루션	338.7	100.0	85.9	0.0	12.0	2.1

지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 300.2백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘캐릭터’가 481.8백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘콘텐츠솔루션’ 338.7백만 원, ‘방송’ 334.6백만 원으로 나타났다.



[그림 2-72] 인천 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-114> 인천 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위 : 백만 원, %)

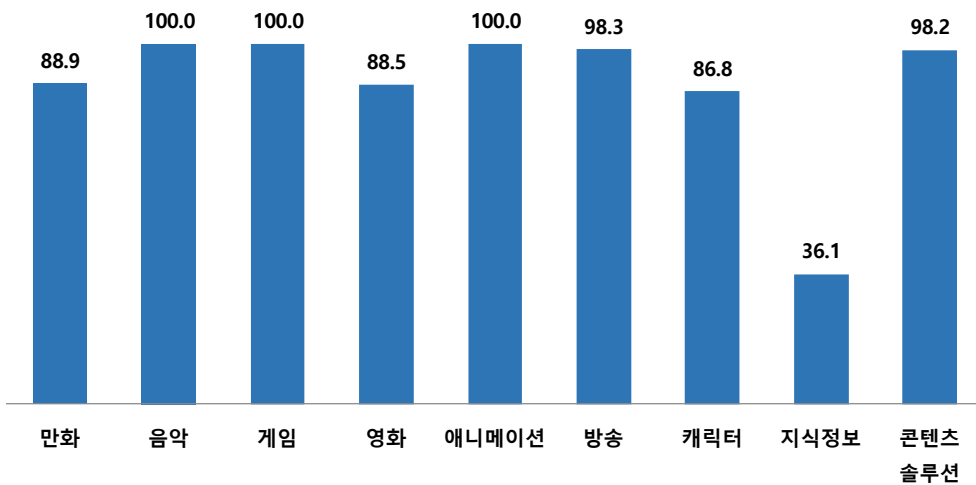
분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>300.2</b>	<b>100.0</b>	<b>80.3</b>	<b>0.0</b>	<b>13.3</b>	<b>6.4</b>	
분야	만화	150.0	100.0	76.0	0.0	24.0	0.0
	음악	85.3	100.0	95.5	0.0	2.7	1.8
	게임	260.8	100.0	82.1	0.0	3.7	14.2
	영화	167.2	100.0	98.7	0.0	0.7	0.5
	애니메이션	126.3	100.0	97.0	0.0	1.3	1.7
	방송	334.6	100.0	96.3	0.0	1.8	1.8
	캐릭터	481.8	100.0	59.2	0.0	29.3	11.6
	콘텐츠솔루션	338.7	100.0	85.9	0.0	12.0	2.1



#### 4) 상용근로자 비율

인천 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 75.6%로 나타났으며 ‘음악’, ‘게임’, ‘애니메이션’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘지식정보’의 경우 36.1%로 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-73] 인천 지역 상용근로자 비율

<표 2-115> 인천 지역 분야별 상용근로자 비율

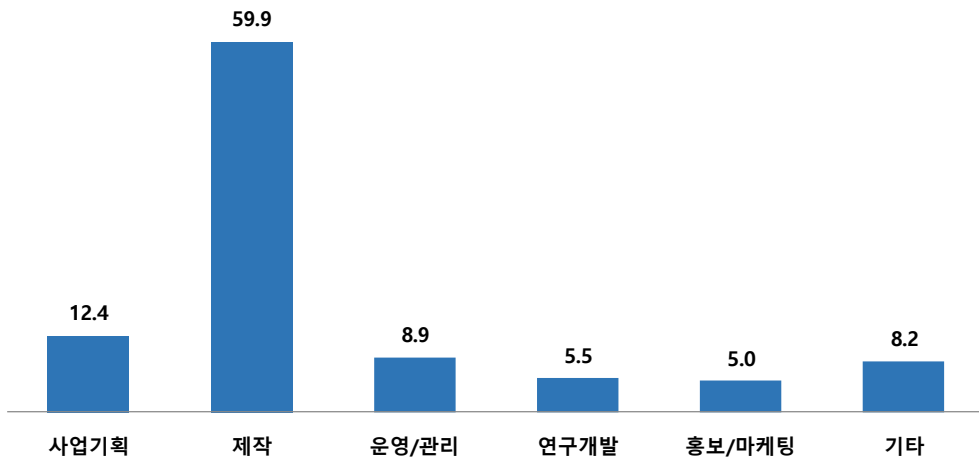
(단위 : %)

분야		비율
전체		75.6
분야	만화	88.9
	음악	100.0
	게임	100.0
	영화	88.5
	애니메이션	100.0
	방송	98.3
	캐릭터	86.8
	지식정보	36.1
	콘텐츠솔루션	98.2

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

인천 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 59.9%로 가장 높게 나타났으며 ‘사업기획’ 12.4%, ‘운영/관리’ 8.9% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘지식정보’로 78.6%였으며 ‘사업기획’의 직무 비율은 ‘영화’가 27.9%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-74] 인천 지역 상용근로자의 직무별 비율

<표 2-116> 인천 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

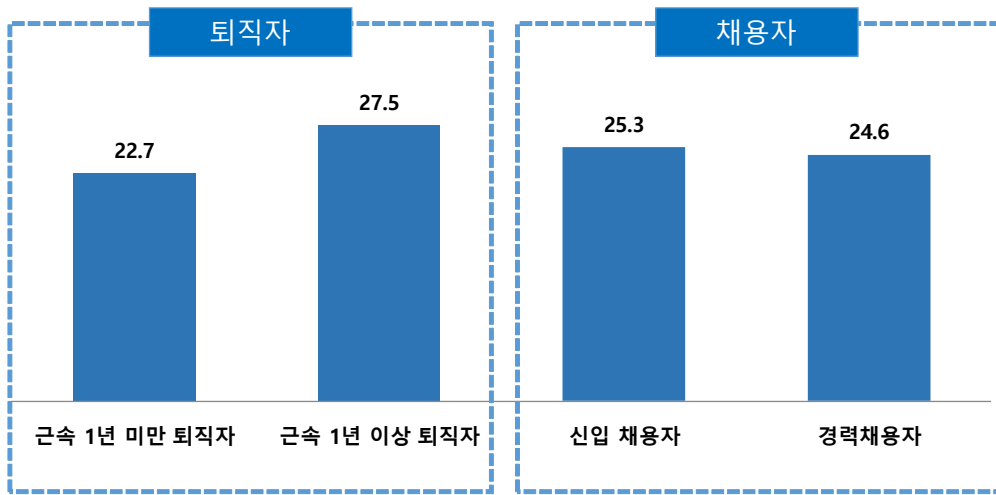
(단위 : %)

분야	합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타	
전체	100.0	12.4	59.9	8.9	5.5	5.0	8.2	
분야	만화	100.0	4.3	78.0	1.0	0.0	3.3	13.3
	음악	100.0	18.6	62.7	7.6	0.0	1.3	9.7
	게임	100.0	8.2	71.9	5.4	9.7	3.7	1.1
	영화	100.0	27.9	65.3	6.1	0.4	0.0	0.4
	애니메이션	100.0	15.5	65.7	7.8	3.0	2.8	5.2
	방송	100.0	2.8	71.9	14.8	1.5	2.8	6.3
	캐릭터	100.0	18.1	27.2	17.1	8.2	12.4	17.1
	지식정보	100.0	2.2	78.6	6.7	3.1	2.9	6.6
콘텐츠솔루션	100.0	15.5	56.6	5.4	12.1	5.7	4.6	

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

인천 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '퇴직자'의 비율이 50.1%로 '채용자' 비율인 49.9%보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 27.5%가 '근속 1년 이상 퇴직자'였으며, 채용자는 25.3%가 '신입 채용자'로 나타났다. 분야별로는 '콘텐츠솔루션' 분야의 퇴직자 비율이 65.7%로 가장 높았으며, '만화' 분야의 채용자 비율이 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-75] 인천 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-117> 인천 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

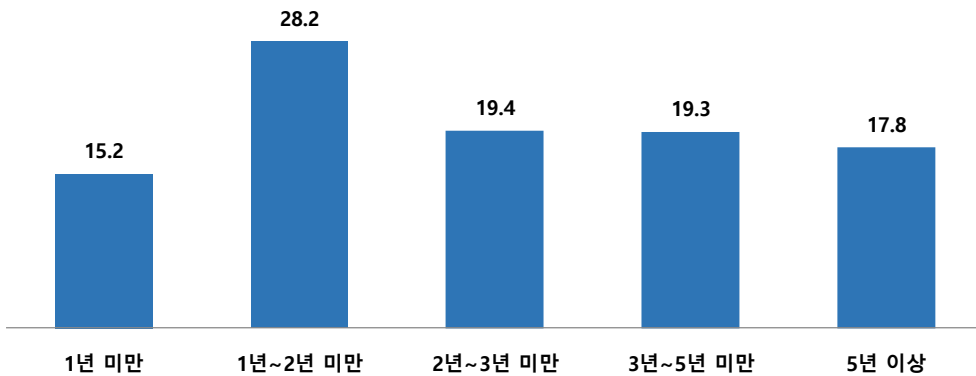
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년 미만 퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자	
전체	50.1	22.7	27.5	49.9	25.3	24.6	
분야	만화	0.0	0.0	0.0	100.0	66.7	33.3
	음악	-	-	-	-	-	-
	게임	39.1	23.6	15.5	60.9	27.0	33.9
	영화	63.2	31.6	31.6	36.8	36.8	0.0
	애니메이션	9.5	4.8	4.8	90.5	47.6	42.9
	방송	58.9	41.1	17.8	41.1	17.8	23.3
	캐릭터	52.1	29.6	22.5	47.9	18.3	29.6
	지식정보	41.9	12.7	29.2	58.1	48.3	9.7
	콘텐츠솔루션	65.7	18.2	47.5	34.3	17.0	17.3
	콘텐츠 이외분야	47.5	25.2	22.3	52.5	20.1	32.4

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

인천 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 31.12개월이었으며, '1~2년 미만' 28.2%, '2~3년 미만' 19.4%, '3~5년 미만' 19.3% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 '캐릭터'의 평균 근속 개월 수가 46.73개월로 가장 길게 나타났고, '지식정보'는 16.48개월로 가장 짧은 근속 개월을 보였다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-76] 인천 지역 상용근로자의 평균 근속기간

<표 2-118> 인천 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

(단위 : % 개월)

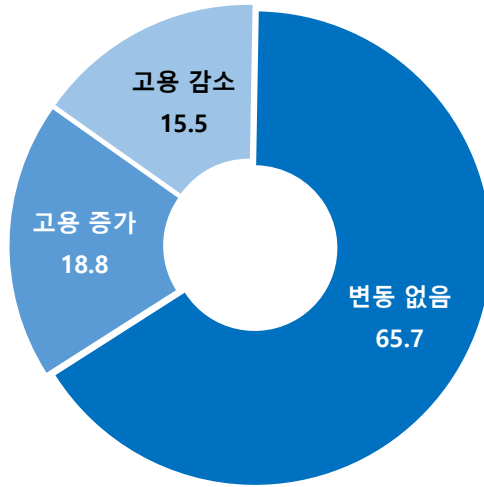
분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균근속 개월 수	
전체	100.0	15.2	28.2	19.4	19.3	17.8	31.12	
분야	만화	100.0	0.0	16.7	0.0	83.3	0.0	33.50
	음악	100.0	0.0	11.3	19.1	47.1	22.5	36.30
	게임	100.0	0.0	42.1	15.8	23.7	18.4	37.87
	영화	100.0	0.0	0.0	54.5	27.3	18.2	32.82
	애니메이션	100.0	33.3	0.0	0.0	50.0	16.7	30.83
	방송	100.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	26.46
	캐릭터	100.0	8.7	3.8	51.9	7.7	27.9	46.73
	지식정보	100.0	39.3	43.0	4.7	4.5	8.4	16.48
콘텐츠솔루션	100.0	0.0	41.3	13.9	15.2	29.6	36.06	

## 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 인천 지역 사업체의 65.7%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 18.8%, ‘고용감소’는 15.5%로 나타났다.

고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 4.95명, 감소 인원은 1.95명이었다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-77] 인천 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-119> 인천 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화

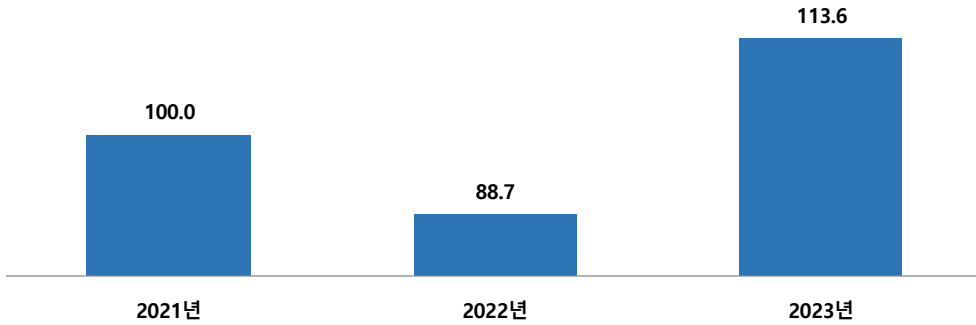
(단위 : % 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	18.8	15.5	65.7	4.95	1.95	
분야	만화	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	음악	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	게임	100.0	21.1	36.8	42.1	11.50	1.50
	영화	100.0	54.5	0.0	45.5	3.00	-
	애니메이션	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	방송	100.0	0.0	9.6	90.4	-	3.00
	캐릭터	100.0	55.8	0.0	44.2	3.14	-
	지식정보	100.0	8.2	38.1	53.7	11.43	2.00
	콘텐츠솔루션	100.0	11.0	0.0	89.0	3.00	-

### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

인천 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 48.6%의 사업체가 '감소'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 44.9%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 분야 중 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 사업은 '애니메이션'으로 100.0%였으며, '방송'이 40.4%로 그 뒤를 이었다. 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 '영화'로 100.0%가 '감소'했다고 응답하였다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 '애니메이션' 100.0%, '콘텐츠솔루션' 57.7% 등이었으며 '캐릭터'는 '감소'할 것이라는 응답이 60.6%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-78] 인천 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

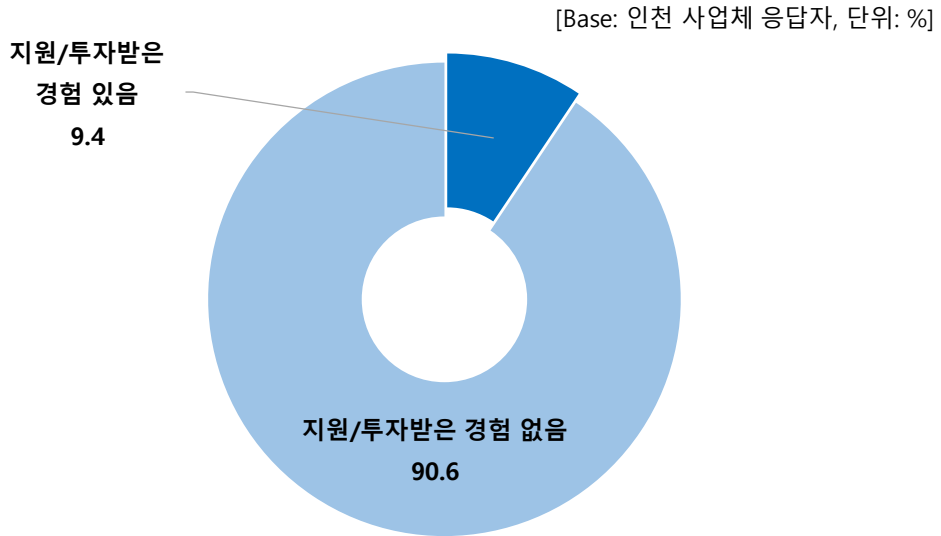
<표 2-120> 인천 지역 분야별 경영 현황 및 전망

(단위 : %)

분야	2022년 평균	2022년				2023년 평균	2023년			
		합계	감소	동일	증가		합계	감소	동일	증가
전체	88.66	100.0	48.6	29.6	21.8	113.59	100.0	32.0	23.1	44.9
만화	100.83	100.0	0.0	83.3	16.7	110.00	100.0	0.0	66.7	33.3
음악	123.97	100.0	11.3	58.3	30.4	164.02	100.0	11.3	35.8	52.9
게임	88.68	100.0	36.8	36.8	26.3	89.47	100.0	36.8	36.8	26.3
영화	90.82	100.0	100.0	0.0	0.0	104.82	100.0	27.3	54.5	18.2
애니메이션	133.50	100.0	0.0	0.0	100.0	167.50	100.0	0.0	0.0	100.0
방송	100.13	100.0	9.6	50.0	40.4	113.19	100.0	0.0	50.0	50.0
캐릭터	42.12	100.0	60.6	20.2	19.2	46.10	100.0	60.6	20.2	19.2
지식정보	91.29	100.0	78.6	9.7	11.8	137.14	100.0	40.5	4.8	54.7
콘텐츠솔루션	100.21	100.0	18.1	55.2	26.7	113.14	100.0	13.2	29.1	57.7

## 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

인천 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 9.4%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘영화’ 사업체의 경우 81.8%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.



[그림 2-79] 인천 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-121> 인천 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

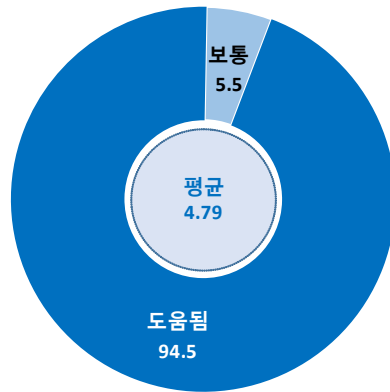
(단위 : %)

분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	9.4	90.6	100.0
만화	0.0	100.0	100.0
음악	11.3	88.7	100.0
게임	15.8	84.2	100.0
영화	81.8	18.2	100.0
애니메이션	0.0	100.0	100.0
방송	19.2	80.8	100.0
캐릭터	0.0	100.0	100.0
지식정보	6.1	93.9	100.0
콘텐츠솔루션	4.2	95.8	100.0

### 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 인천 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 94.5%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 없었다. 평균 도움 정도는 ‘음악’과 ‘게임’, ‘콘텐츠솔루션’ 분야가 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 인천지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-80] 인천 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-122> 분야별 인천 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

(단위 : %)

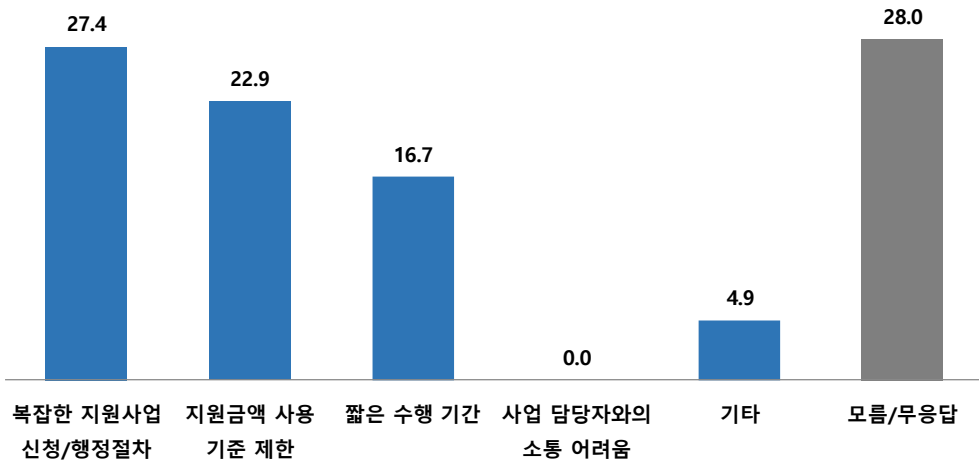
분야	① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움		[5점 평균]	
						안됨 (①+②)	됨 (④+⑤)		
전체	0.0	0.0	5.5	10.1	84.3	0.0	94.5	4.79	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-	
	음악	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
	게임	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
	영화	0.0	0.0	0.0	16.7	83.3	0.0	100.0	4.83
	애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	0.0	0.0	33.3	0.0	66.7	0.0	66.7	4.33
	캐릭터	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	0.0	0.0	13.6	15.3	71.2	0.0	86.4	4.58
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00	



## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 27.4%의 사업체가 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’라고 응답하였으며, ‘지원금액 사용 기준 제한’ 22.9%, ‘짧은 수행 기간’ 16.7% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 인천지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-81] 인천 지역 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-123> 인천 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

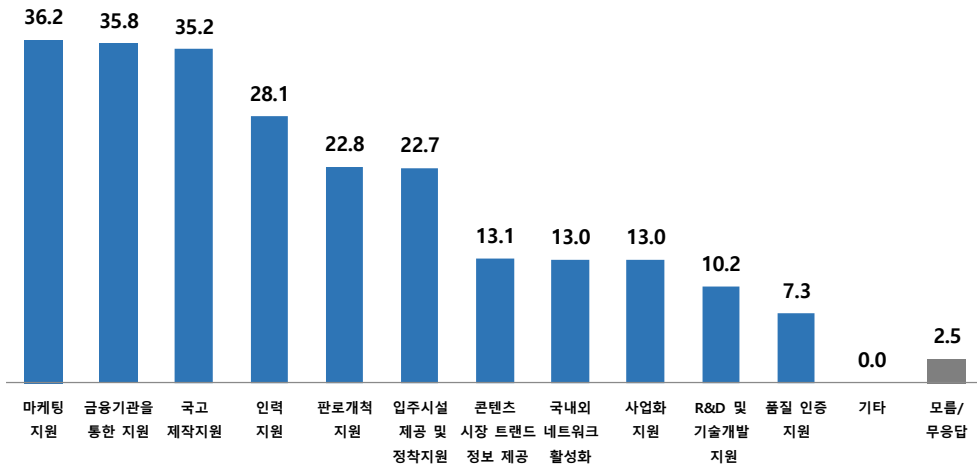
(단위 : %)

분야	복잡한 지원 사업 신청/ 행정절차	지원금액 사용 기준 제한	짧은 수행 기간	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	27.4	22.9	16.7	0.0	4.9	28.0	100.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
게임	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	100.0
영화	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	100.0
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	100.0
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-
지식정보	18.6	18.6	41.9	0.0	0.0	20.9	100.0
콘텐츠솔루션	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

### 13) 필요 지원 분야

인천 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘마케팅 지원(광고 및 판촉 지원 등)’이 36.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 35.8%, ‘국고 제작 지원’ 35.2%, ‘인력 지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’ 28.1%, ‘판로개척 지원’ 22.8%, ‘입주시설 제공 및 시장 트렌드 정보 제공’ 22.7%, ‘콘텐츠 국내외 네트워크 활성화’ 13.1%, ‘사업화 지원’ 13.0%, ‘R&D 및 품질 인증 지원’ 10.2%, ‘기타’ 7.3%, ‘모름/무응답’ 2.5% 등의 순으로 높았다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-82] 인천 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

<표 2-124> 인천 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

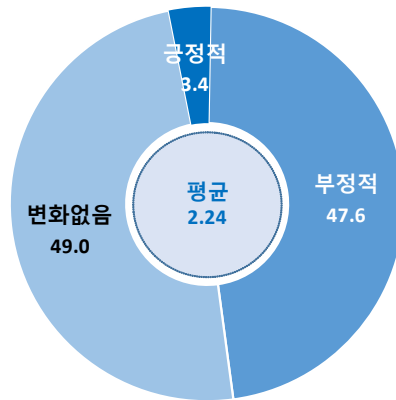
(단위 : %)

분야	마케팅 지원(광고 및 판촉 지원 등)	금융기관을 통한 지원(투융자)	국고 제작 지원	인력 지원(인건비, 전문 교육 지원 등)	판로 개척 지원	입주 시설 제공 및 정착 지원	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성화	사업화(상용화)지원(시제품 개발 지원 등)	R&D 및 기술 개발 지원	품질 인증 지원(특허 인증 등)	기타	모름/무응답
전체	36.2	35.8	35.2	28.1	22.8	22.7	13.1	13.0	13.0	10.2	7.3	0.0	2.5
만화	0.0	0.0	83.3	83.3	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	13.2	47.1	47.1	28.4	11.3	17.2	0.0	0.0	39.7	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	0.0	21.1	39.5	21.1	44.7	18.4	0.0	0.0	26.3	0.0	28.9	0.0	0.0
영화	0.0	18.2	54.5	72.7	0.0	109.1	0.0	0.0	0.0	45.5	0.0	0.0	0.0
애니메이션	66.7	33.3	0.0	66.7	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	50.0	19.2	19.2	19.2	30.8	30.8	0.0	0.0	0.0	40.4	30.8	0.0	0.0
캐릭터	8.7	55.8	71.2	28.8	7.7	51.9	0.0	0.0	15.4	7.7	8.7	0.0	0.0
지식정보	80.8	41.8	8.2	10.7	40.5	2.4	38.1	38.1	4.5	7.1	2.4	0.0	2.6
콘텐츠솔루션	17.4	10.8	33.4	44.9	13.9	4.2	4.9	4.2	9.1	17.4	9.1	0.0	11.0

## 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 49.0%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 47.6%의 사업체가 ‘부정적’, 3.4%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 100.0%로 ‘영화’가 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘게임’ (15.8%) 으로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-83] 인천 지역 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-125> 인천 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

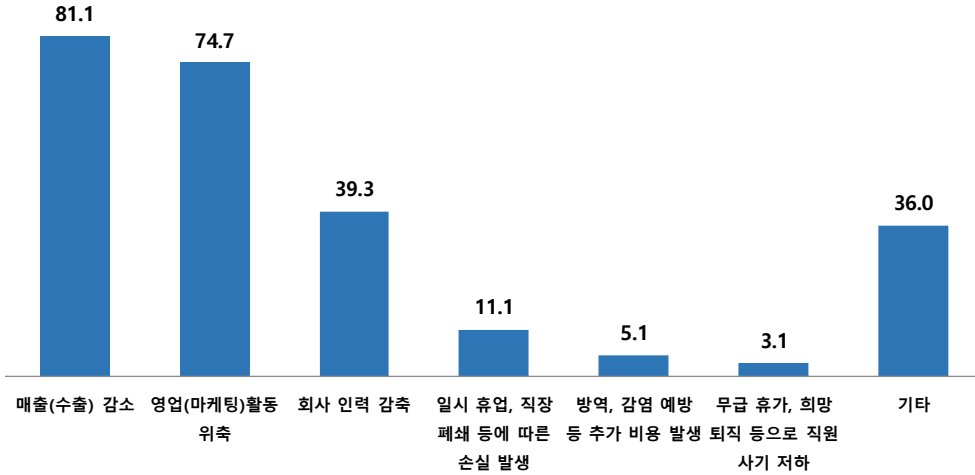
(단위 : % 점)

분야	① 매우부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	32.4	15.3	49.0	2.6	0.7	47.6	3.4	2.24
만화	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	2.67
음악	22.5	32.4	45.1	0.0	0.0	54.9	0.0	2.23
게임	36.8	5.3	42.1	15.8	0.0	42.1	15.8	2.37
영화	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	2.00
애니메이션	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	2.67
방송	9.6	30.8	59.6	0.0	0.0	40.4	0.0	2.50
캐릭터	0.0	12.5	83.7	3.8	0.0	12.5	3.8	2.91
지식정보	76.1	2.3	16.9	2.4	2.3	78.4	4.7	1.52
콘텐츠솔루션	11.0	4.2	84.8	0.0	0.0	15.2	0.0	2.74

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 81.1%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 74.7%, ‘회사인력감축’ 39.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-84] 인천 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-126> 인천 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

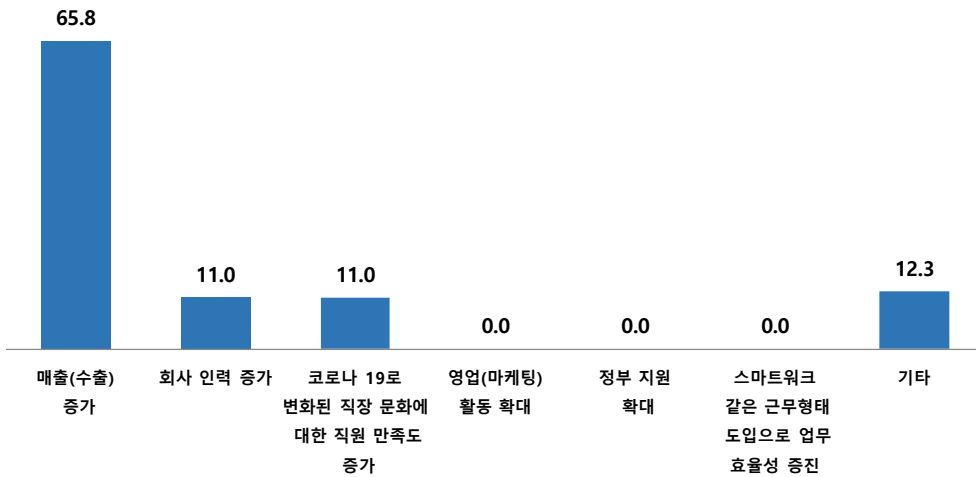
(단위 : %)

분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	회사 인력 감축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	기타
전체	81.1	74.7	39.3	11.1	5.1	3.1	36.0
만화	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
음악	79.5	31.2	0.0	20.5	0.0	0.0	20.5
게임	56.3	43.8	43.8	0.0	43.8	0.0	0.0
영화	45.5	72.7	45.5	18.2	18.2	0.0	45.5
애니메이션	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	100.0	100.0	76.2	76.2	0.0	76.2	76.2
캐릭터	30.8	0.0	69.2	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	98.6	98.6	48.6	0.0	0.0	0.0	48.6
콘텐츠솔루션	27.6	72.4	0.0	72.4	0.0	0.0	0.0

## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출)증가’가 65.8%로 가장 높았으며, ‘회사인력증가’와 ‘정부 지원 확대’가 11.0% 순으로 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-85] 인천 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-127> 인천 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

(단위 : %)

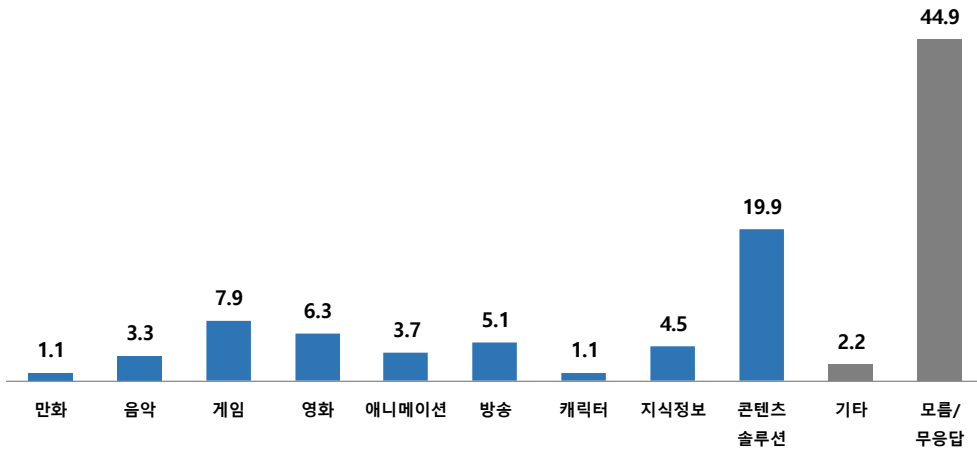
분야	매출(수출) 증가	회사 인력 증가	정부 지원 확대	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	영업(마케팅) 활동 확대	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	기타
전체	65.8	11.0	11.0	0.0	0.0	0.0	12.3
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	48.5	24.2	0.0	0.0	0.0	0.0	27.3
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 44.9%로 가장 높았으며, ‘콘텐츠솔루션’이 19.9%, ‘게임’ 7.9% 등의 순으로 나타났다.

‘애니메이션’의 경우 66.7%의 비율로 ‘영화’가 지원이 큰 분야라고 응답하였으며, ‘캐릭터’의 경우 60.6%의 비율로 ‘콘텐츠솔루션’이 지원이 큰 분야라고 응답하였다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-86] 인천 지역 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-128> 인천 지역 분야별 지원이 큰 콘텐츠 분야

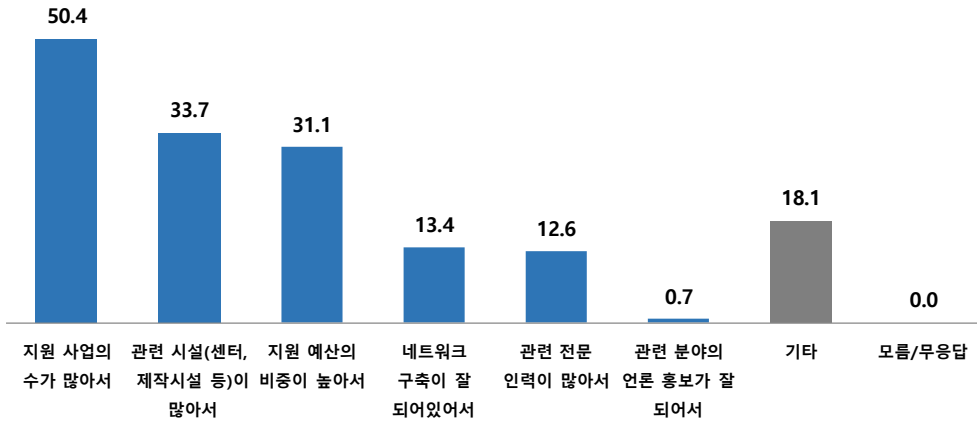
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	1.1	3.3	7.9	6.3	3.7	5.1	1.1	4.5	19.9	2.2	44.9
만화	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7
음악	0.0	22.5	13.2	24.5	0.0	5.9	0.0	0.0	11.3	11.3	11.3
게임	0.0	0.0	52.6	15.8	0.0	0.0	0.0	0.0	10.5	5.3	15.8
영화	0.0	0.0	0.0	0.0	18.2	0.0	27.3	54.5	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	0.0	9.6	0.0	0.0	30.8	9.6	0.0	0.0	40.4	0.0	9.6
캐릭터	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	60.6	0.0	31.7
지식정보	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	7.1	3.6	1.1	86.9
콘텐츠솔루션	4.9	0.0	13.9	4.2	4.9	13.4	0.0	0.0	19.3	0.0	39.4

### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘지원사업의 수가 많아서’ 50.4%, ‘관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서’ 33.7% , ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 31.1% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-87] 인천 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-129> 인천 지역 분야별 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

(단위 : %)

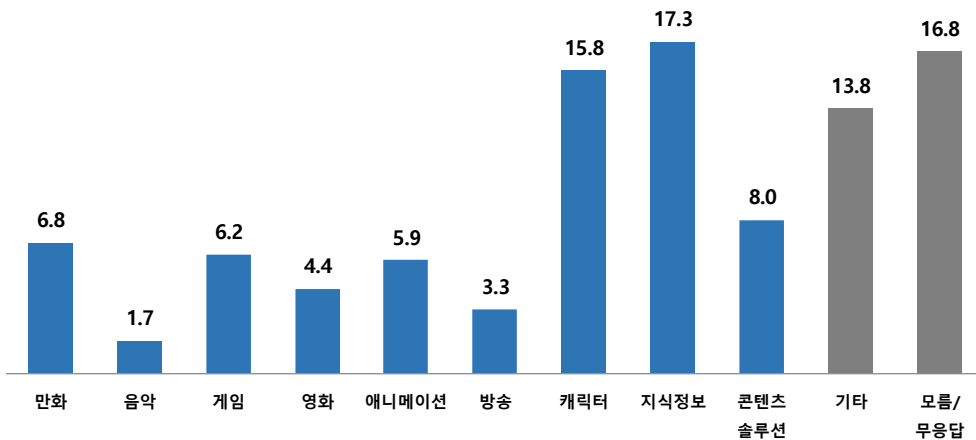
분야	지원사업의 수가 많아서	관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서	지원 예산의 비중이 높아서	네트워크 구축이 잘 되어있어서	관련 전문 인력이 많아서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	기타	모름/무응답
전체	50.4	33.7	31.1	13.4	12.6	0.7	18.1	0.0
만화	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	47.0	47.0	27.6	25.4	12.7	0.0	0.0	0.0
게임	56.3	46.9	65.6	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0
영화	100.0	18.2	54.5	0.0	27.3	0.0	0.0	0.0
애니메이션	66.7	100.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	89.4	34.0	55.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	23.9	0.0	0.0	11.3	12.7	0.0	76.1	0.0
지식정보	72.8	43.5	46.7	0.0	0.0	8.7	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	37.9	38.2	26.1	33.0	21.8	0.0	0.0	0.0

## 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘지식 정보’가 17.3%, 다음으로 ‘모름/무응답’이 16.8%, ‘캐릭터’가 15.8% 순으로 높았다.

‘영화’의 경우 본인의 분야가 소외되어 있다는 응답이 54.5%의 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-88] 인천 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-130> 인천 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

(단위 : %)

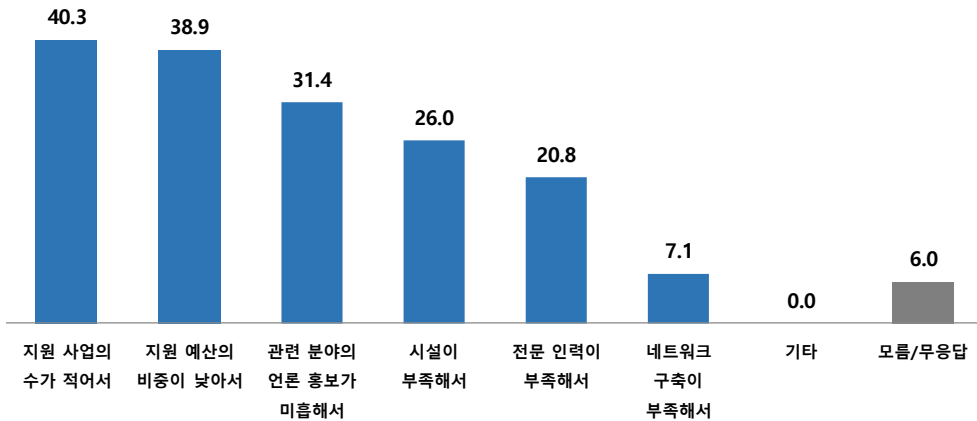
분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션	기타	모름/무응답
<b>전체</b>	<b>6.8</b>	<b>1.7</b>	<b>6.2</b>	<b>4.4</b>	<b>5.9</b>	<b>3.3</b>	<b>15.8</b>	<b>17.3</b>	<b>8.0</b>	<b>13.8</b>	<b>16.8</b>
만화	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	66.7
음악	11.3	0.0	19.1	11.3	0.0	0.0	0.0	13.2	11.3	11.3	22.5
게임	23.7	10.5	10.5	5.3	0.0	0.0	15.8	0.0	18.4	0.0	15.8
영화	0.0	0.0	0.0	54.5	27.3	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
방송	30.8	0.0	0.0	0.0	40.4	0.0	0.0	19.2	9.6	0.0	0.0
캐릭터	7.7	0.0	8.7	0.0	0.0	0.0	7.7	51.9	0.0	0.0	24.0
지식정보	0.0	1.1	1.1	0.0	1.3	2.6	39.3	4.7	2.4	38.1	9.4
콘텐츠 솔루션	4.9	4.2	4.2	0.0	15.7	4.2	0.0	20.7	26.8	0.0	19.3



### 가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원사업의 수가 적어서’가 40.3%로 가장 높았고, ‘지원 예산의 비중이 낮아서’가 38.9%, ‘관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서’ 31.4% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-89] 인천 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-131> 인천 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

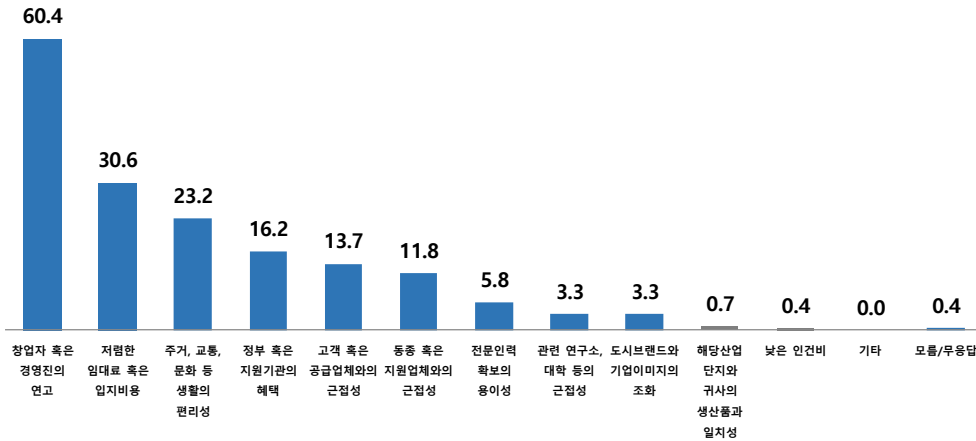
(단위 : %)

분야	지원사업의 수가 적어서	지원 예산의 비중이 낮아서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	시설이 부족해서	전문인력이 부족해서	네트워크 구축이 부족해서	기타	모름/무응답
<b>전체</b>	<b>40.3</b>	<b>38.9</b>	<b>31.4</b>	<b>26.0</b>	<b>20.8</b>	<b>7.1</b>	<b>0.0</b>	<b>6.0</b>
분야	만화	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	음악	12.7	14.9	12.7	61.9	38.1	6.6	12.7
	게임	59.4	31.3	21.9	40.6	21.9	0.0	0.0
	영화	118.2	54.5	0.0	0.0	27.3	0.0	0.0
	애니메이션	16.7	0.0	0.0	50.0	66.7	0.0	33.3
	방송	34.0	21.3	34.0	34.0	10.6	0.0	0.0
	캐릭터	11.3	76.1	76.1	12.7	0.0	11.3	0.0
	지식정보	44.6	46.7	8.7	8.7	0.0	0.0	27.2
콘텐츠솔루션	74.1	26.1	25.9	4.0	31.0	18.1	0.0	

### 17) 인천 지역에 사업장을 선택한 이유

인천 지역 콘텐츠 사업체가 인천 지역을 선택한 이유에 대해 60.4%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘저렴한 임대료 혹은 입지 비용’ 30.6%, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’ 23.2% 등의 순으로 나타났다. ‘방송’의 경우, ‘고객 혹은 공급업체와의 근접성’이라는 응답이 90.4%로 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-90] 인천 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-132> 분야별 인천 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

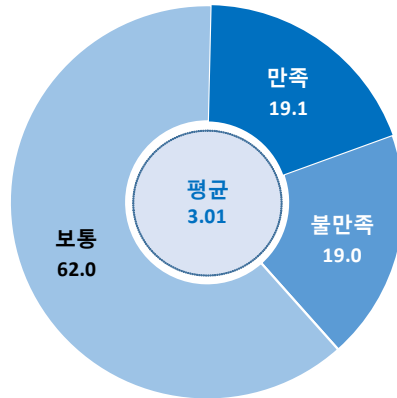
(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진의 연고	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	정부 혹은 지원기관의 혜택	고객 혹은 공급업체와의 근접성	동종 혹은 지원업체와의 근접성	전문인력 확보의 용이성	관련 연구소, 대학 등의 근접성	도시브랜드와 기업이미지의 조화	해당산업 단지와 귀사의 생산품과 일치성	낮은 인건비	기타	모름/무응답
전체	60.4	30.6	23.2	16.2	13.7	11.8	5.8	3.3	3.3	0.7	0.4	0.0	0.4
만화	16.7	16.7	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	75.5	11.3	22.5	0.0	24.5	13.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	21.1	26.3	47.4	44.7	0.0	44.7	10.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	0.0	72.7	45.5	45.5	0.0	27.3	54.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	9.6	30.8	0.0	9.6	90.4	40.4	0.0	0.0	30.8	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	64.4	76.0	0.0	7.7	7.7	15.4	0.0	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	85.7	4.8	42.6	4.8	5.0	1.1	1.3	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	1.1
콘텐츠솔루션	47.2	39.0	8.4	50.3	11.0	4.2	15.9	4.9	0.0	4.9	0.0	0.0	0.0

## 18) 인천 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

인천 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 19.1%가 만족한다고 응답하여 불만족인 19.0%보다 0.1%p 높게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 '방송'이 3.52점으로 가장 높았으며 '영화'가 2.45점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-91] 인천 지역 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-133> 인천 지역 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

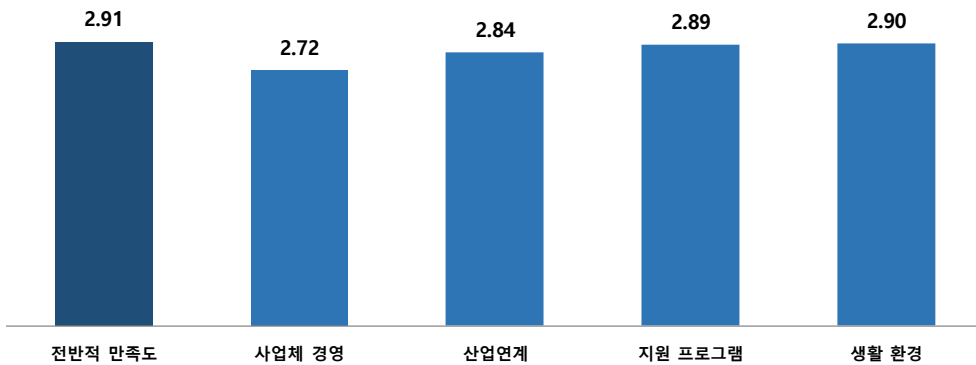
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	1.4	17.5	62.0	17.2	1.9	19.0	19.1	3.01
만화	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
음악	11.3	0.0	35.8	52.9	0.0	11.3	52.9	3.30
게임	0.0	5.3	65.8	28.9	0.0	5.3	28.9	3.24
영화	0.0	54.5	45.5	0.0	0.0	54.5	0.0	2.45
애니메이션	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
방송	0.0	9.6	59.6	0.0	30.8	9.6	30.8	3.52
캐릭터	0.0	55.8	20.2	24.0	0.0	55.8	24.0	2.68
지식정보	0.0	1.3	91.5	6.0	1.3	1.3	7.2	3.07
콘텐츠솔루션	0.0	22.0	65.5	12.5	0.0	22.0	12.5	2.91

## 19) 인천 지역 인프라 환경 구축 체감도

인천 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 2.91점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘생활 환경’이 2.90점으로 가장 높았으며, ‘지원 프로그램’ 2.89점, ‘산업연계’ 2.84점, ‘사업체 경영’ 2.72점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘방송’의 전반적 체감도가 3.31점으로 가장 높았으며, ‘지식정보’는 2.63점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-92] 인천 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-134> 인천 지역 분야별 인프라 환경 구축 체감도

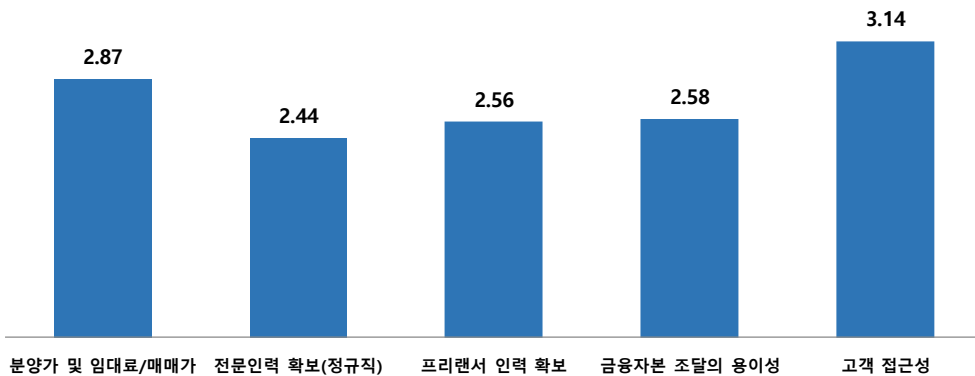
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체	2.72	2.84	2.89	2.90	2.91
만화	2.87	2.90	3.03	3.08	3.00
음악	2.77	2.95	2.87	3.02	3.11
게임	2.81	2.86	3.15	3.22	3.05
영화	2.75	2.64	3.39	3.55	3.27
애니메이션	2.90	2.83	2.94	3.08	2.67
방송	3.25	3.31	2.94	3.36	3.31
캐릭터	2.72	2.83	2.81	2.62	3.00
지식정보	2.58	2.70	2.82	2.67	2.63
콘텐츠솔루션	2.70	2.94	2.83	3.11	2.98

## 가) 사업체 경영

인천 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.72점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘고객 접근성’이 3.14점으로 가장 높았으며, ‘분양가 및 임대료/매매가’ 2.87점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.58점, ‘프리랜서 인력확보’ 2.56점, ‘전문인력확보(정규직)’ 2.44점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘방송’의 평균 점수가 3.25점으로 가장 높았으며, ‘지식정보’는 2.58점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-93] 인천 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-135> 인천 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

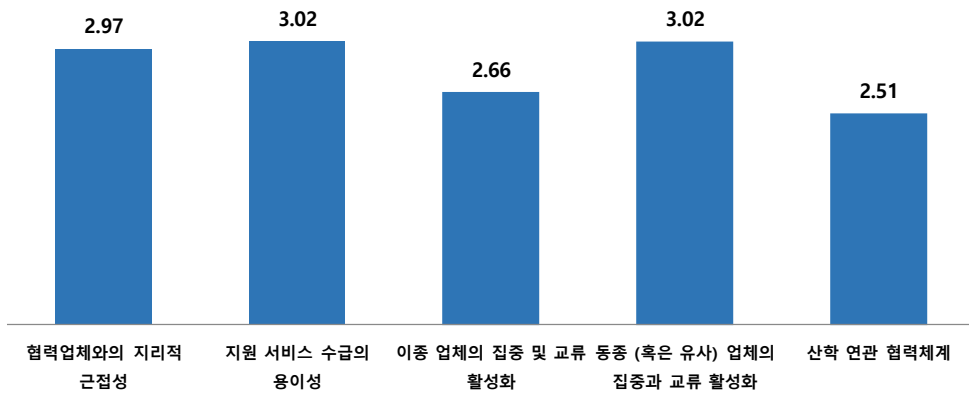
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	2.87	2.44	2.56	2.58	3.14	2.72
만화	3.83	2.83	2.50	2.17	3.00	2.87
음악	2.77	2.47	2.11	2.89	3.62	2.77
게임	3.03	2.24	2.61	2.95	3.24	2.81
영화	3.00	3.09	2.73	3.00	1.91	2.75
애니메이션	3.17	2.50	3.17	3.00	2.67	2.90
방송	2.81	3.21	3.02	3.21	4.02	3.25
캐릭터	3.15	1.92	2.79	2.56	3.16	2.72
지식정보	2.66	2.53	2.51	2.19	3.01	2.58
콘텐츠솔루션	2.74	2.49	2.47	2.71	3.10	2.70

## 나) 산업연계

인천 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 2.84점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘지원 서비스 수급의 용이성’과 ‘동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화’가 3.02점으로 가장 높았으며, ‘협력업체와의 지리적 근접성’ 2.97점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.66점, ‘산학 연관 협력체계’ 2.51점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘방송’의 평균 점수가 3.31점으로 가장 높았으며, ‘영화’는 2.64점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-94] 인천 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-136> 인천 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

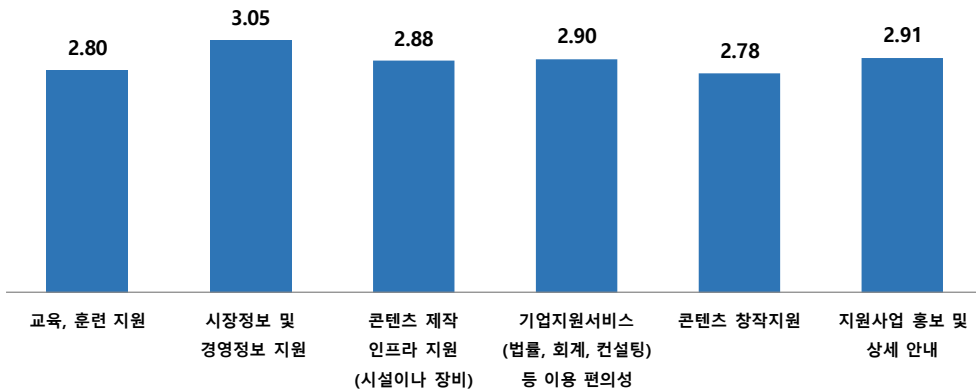
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학 연관 협력 체계	[5점 평균]
전체	2.97	3.02	2.66	3.02	2.51	2.84
만화	3.00	3.17	2.33	3.67	2.33	2.90
음악	3.54	3.06	2.70	3.19	2.25	2.95
게임	2.53	3.13	2.61	3.08	2.97	2.86
영화	2.27	2.45	3.00	3.00	2.45	2.64
애니메이션	3.17	3.33	2.00	2.67	3.00	2.83
방송	3.71	3.31	3.21	3.31	3.00	3.31
캐릭터	3.11	3.04	2.70	2.90	2.38	2.83
지식정보	2.67	3.01	2.58	3.03	2.22	2.70
콘텐츠솔루션	3.13	2.92	2.68	2.88	3.07	2.94

## 다) 지원 프로그램

인천 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 2.89점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘시장 정보 및 경영정보 지원’이 3.05점으로 가장 높았으며, ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 2.91점, ‘기업 지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성’ 2.90점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.88점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.80점, ‘콘텐츠 창작지원’ 2.78점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘영화’의 평균 점수가 3.39점으로 가장 높았으며, ‘캐릭터’는 2.81점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-95] 인천 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-137> 인천 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

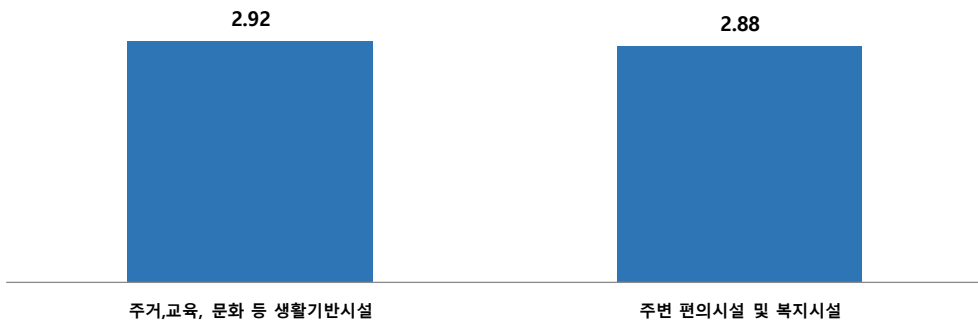
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작 지원	지원사업 홍보 및 상세안내	[5점 평균]
전체	2.80	3.05	2.88	2.90	2.78	2.91	2.89
만화	3.00	2.50	3.00	2.67	3.83	3.17	3.03
음악	2.77	3.17	2.85	2.75	2.95	2.75	2.87
게임	2.95	2.61	3.18	3.21	3.66	3.32	3.15
영화	3.82	3.45	3.82	3.27	2.73	3.27	3.39
애니메이션	2.67	3.67	3.17	2.83	2.67	2.67	2.94
방송	2.90	3.00	2.90	3.00	2.81	3.00	2.94
캐릭터	2.99	3.24	3.05	2.56	2.40	2.64	2.81
지식정보	2.63	3.02	2.63	3.00	2.63	3.00	2.82
콘텐츠솔루션	2.58	2.84	2.73	3.01	2.93	2.89	2.83

## 라) 생활환경

인천 지역의 생활환경 구축 체감도는 평균 2.90점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 2.92점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 2.88점으로 나타났다. 분야별로는 ‘영화’의 평균 점수가 3.55점으로 가장 높았으며, ‘캐릭터’는 2.62점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 인천 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-96] 인천 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-138> 인천 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	2.92	2.88	2.90
만화	3.17	3.00	3.08
음악	2.87	3.17	3.02
게임	3.34	3.11	3.22
영화	3.27	3.82	3.55
애니메이션	3.17	3.00	3.08
방송	3.71	3.00	3.36
캐릭터	2.63	2.61	2.62
지식정보	2.70	2.64	2.67
콘텐츠솔루션	3.18	3.05	3.11



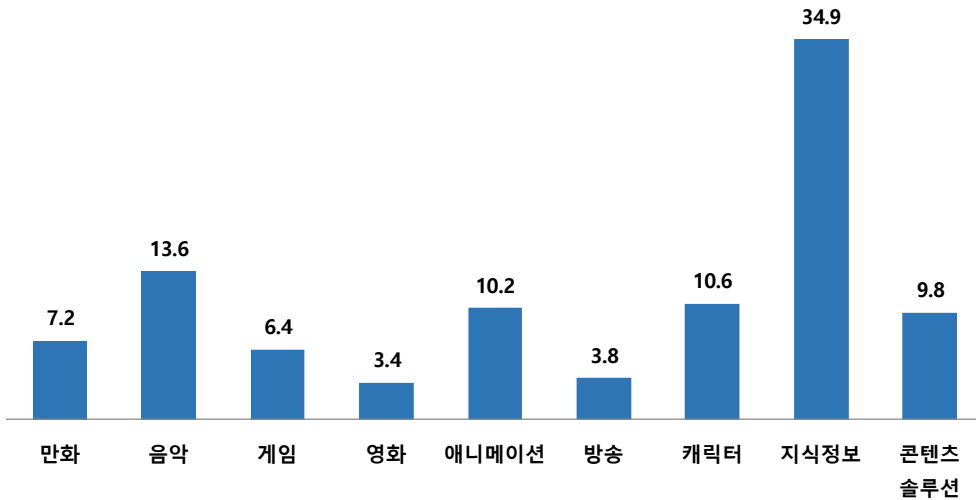
## 6. 광주

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

광주 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 235개였으며, ‘지식정보’ 사업체 수가 34.9%로 가장 많았으며, ‘음악’ 13.6%, ‘캐릭터’ 10.6% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-97] 광주 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-139> 광주 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

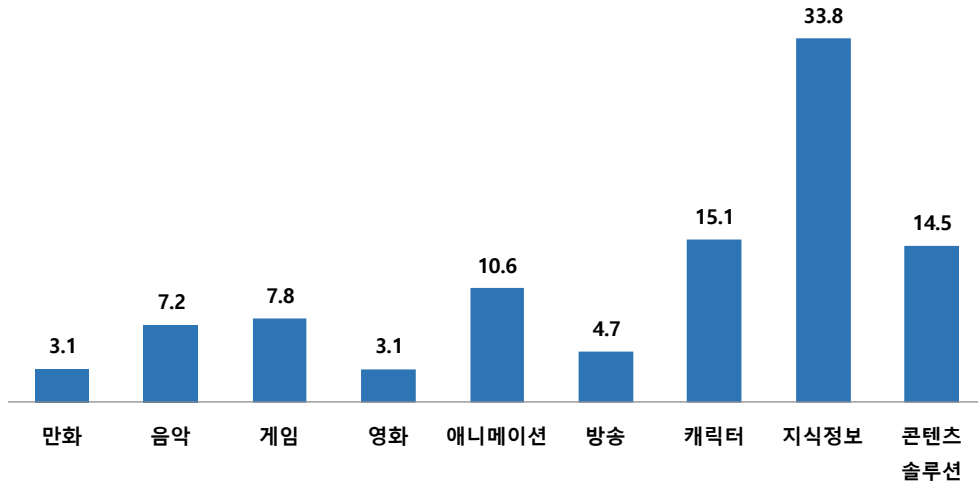
(단위 : 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	235	100.0
만화	17	7.2
음악	32	13.6
게임	15	6.4
영화	8	3.4
애니메이션	24	10.2
방송	9	3.8
캐릭터	25	10.6
지식정보	82	34.9
콘텐츠솔루션	23	9.8

## 2) 종사자 현황

광주 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 2,267명이었으며, ‘지식정보’ 분야의 종사자 비율이 33.8%로 가장 높게 나타났으며, ‘캐릭터’ 15.1%, ‘콘텐츠솔루션’ 14.5%, ‘애니메이션’ 10.6% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-98] 광주 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

<표 2-140> 광주 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

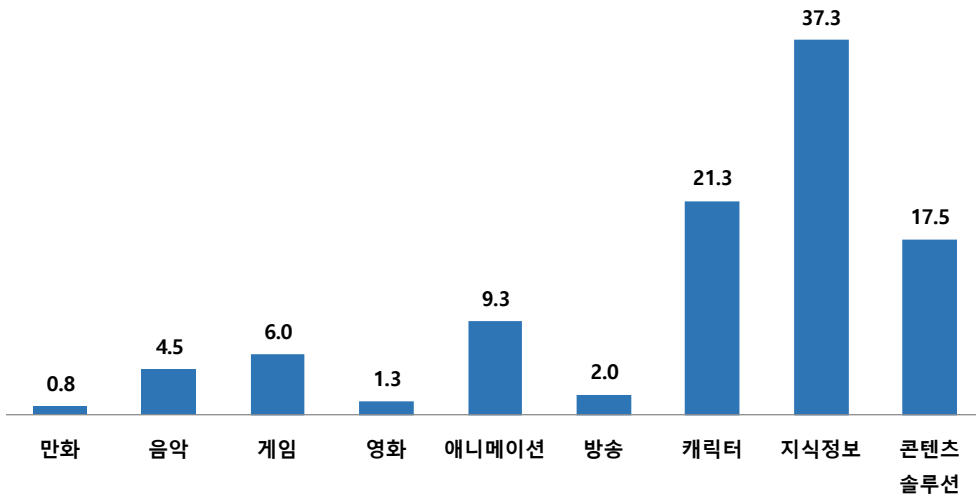
(단위 : 명, %)

분야	종사자 수	비율
전체	2,267	100.0
만화	70	3.1
음악	164	7.2
게임	176	7.8
영화	71	3.1
애니메이션	240	10.6
방송	106	4.7
캐릭터	343	15.1
지식정보	767	33.8
콘텐츠솔루션	330	14.5

### 3) 매출액 현황

광주 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 2,667억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘지식 정보’ 매출액이 993억 원으로 37.3%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘캐릭터’가 568억 원 (21.3%), ‘콘텐츠솔루션’이 467억 원 (17.5%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-99] 광주 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

<표 2-141> 광주 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원 %)

분야	매출액	비율
전체	266,716	100.0
만화	2,252	0.8
음악	11,898	4.5
게임	15,970	6.0
영화	3,455	1.3
애니메이션	24,850	9.3
방송	5,243	2.0
캐릭터	56,878	21.3
지식정보	99,395	37.3
콘텐츠솔루션	46,776	17.5

## 나. 설문조사 결과

광주 지역 내 사업체 235곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 광주 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 58.3%로 가장 많았으며, '10~49인'이 19.1%, '5~9인'이 18.7% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 73.8%의 비중을 차지하였다.

<표 2-142> 광주 지역 응답 사업체 일반현황

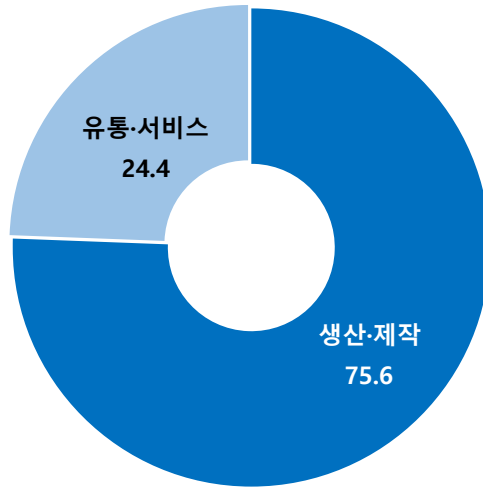
(단위 : 개, %)

분야	사례 수	비율
<b>전체</b>	<b>235</b>	<b>100.0</b>
규모	5인 미만	137
	5~9인	44
	10~49인	45
	50~99인	6
	100인 이상	3
콘텐츠분야	만화	17
	음악	32
	게임	15
	영화	8
	애니메이션	24
	방송	9
	캐릭터	25
	지식정보	82
	콘텐츠솔루션	23
사업체 구분	단독사업체	105
	본사본점	36
	공장,지사(점), 영업소 등	1

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

광주 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 75.6%, ‘유통·서비스’가 24.4%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘만화’로 98.1%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 44.5%인 ‘음악’으로 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-100] 광주 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

<표 2-143> 광주 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

(단위 : %)

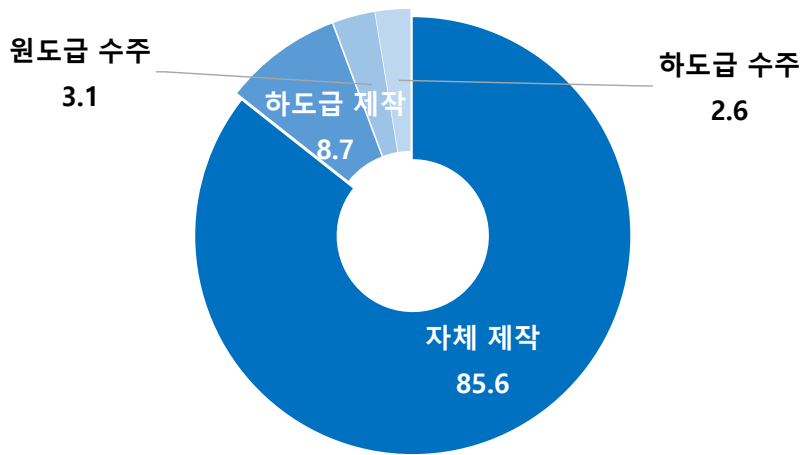
분야	합계	생산·제작	유통·서비스
전체	100.0	75.6	24.4
만화	100.0	98.1	1.9
음악	100.0	55.5	44.5
게임	100.0	66.0	34.0
영화	100.0	66.9	33.1
애니메이션	100.0	87.0	13.0
방송	100.0	82.8	17.2
캐릭터	100.0	75.5	24.5
지식정보	100.0	77.9	22.1
콘텐츠솔루션	100.0	73.8	26.2

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

광주 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 262.0건이었으며, 제작유형은 '자체 제작'이 85.6%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '하도급 제작'이 8.7%, '원도급 수주'가 3.1%, '하도급 수주'가 2.6%의 순으로 나타났다.

제작 비율로는 '음악'의 자체 제작 비율이 98.0%로 가장 높게 나타났고, '지식정보'는 63.1%로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-101] 광주 지역 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

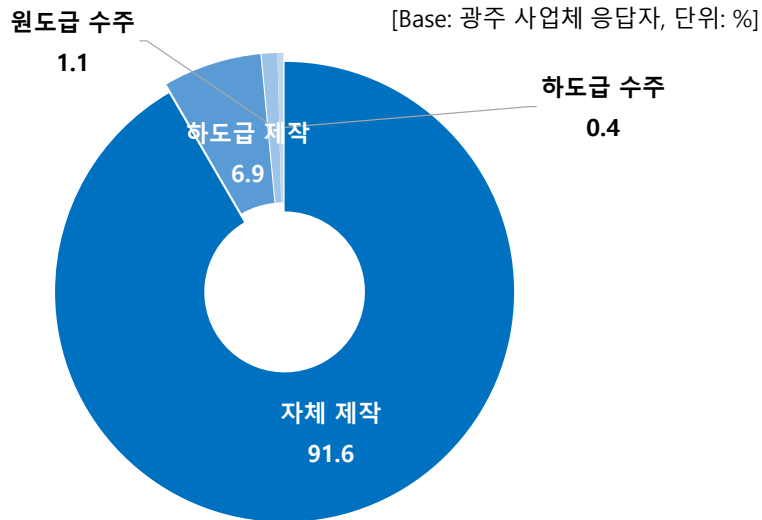
<표 2-144> 광주 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위 : 건, %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>262.0</b>	<b>100.0</b>	<b>85.6</b>	<b>8.7</b>	<b>3.1</b>	<b>2.6</b>	
분야	만화	7.7	100.0	88.0	7.4	2.2	2.4
	음악	10.8	100.0	98.0	2.0	0.0	0.0
	게임	3.5	100.0	85.7	12.9	1.4	0.0
	영화	3.0	100.0	75.0	25.0	0.0	0.0
	애니메이션	7.3	100.0	92.3	7.7	0.0	0.0
	방송	11.7	100.0	86.7	7.8	5.6	0.0
	캐릭터	55.3	100.0	95.3	2.4	1.2	1.2
	지식정보	658.7	100.0	63.1	15.3	10.8	10.8
	콘텐츠솔루션	232.7	100.0	90.6	8.7	0.7	0.0

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 49.5건이었으며, ‘콘텐츠솔루션’이 232.7건으로 가장 높았으며, ‘영화’가 3.0건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-102] 광주 지역 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

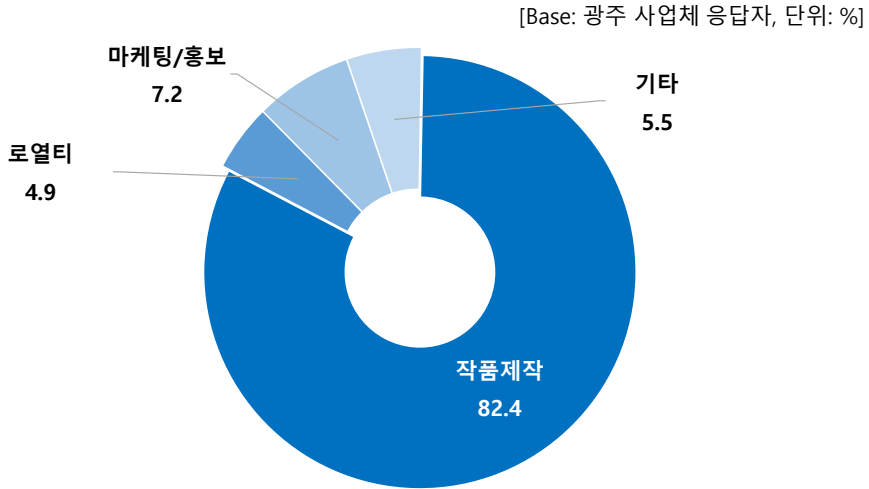
<표 2-145> 광주 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위 : 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	49.5	100.0	91.6	6.9	1.1	0.4
만화	7.7	100.0	88.0	7.4	2.2	2.4
음악	10.8	100.0	98.0	2.0	0.0	0.0
게임	3.5	100.0	85.7	12.9	1.4	0.0
영화	3.0	100.0	75.0	25.0	0.0	0.0
애니메이션	7.3	100.0	92.3	7.7	0.0	0.0
방송	11.7	100.0	86.7	7.8	5.6	0.0
캐릭터	55.3	100.0	95.3	2.4	1.2	1.2
콘텐츠솔루션	232.7	100.0	90.6	8.7	0.7	0.0

### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

광주 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 320.2백만 원이었으며, 82.4%의 제작비가 ‘작품 제작’에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 ‘마케팅/홍보’가 7.2%, ‘기타’ 5.5% 순으로 나타났다. 분야별로 ‘애니메이션’의 경우 94.6%가 ‘작품 제작’에 투입되고 있었으며, ‘지식정보’의 경우 ‘작품 제작’의 비율이 60.7%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.



[그림 2-103] 광주 지역 신규제작비용 및 제작유형별 비율

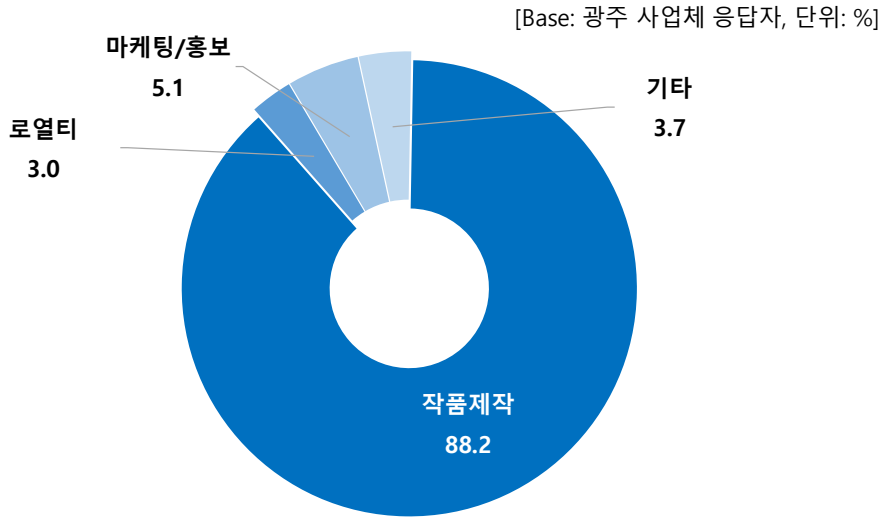
<표 2-146> 광주 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>320.2</b>	<b>100.0</b>	<b>82.4</b>	<b>4.9</b>	<b>7.2</b>	<b>5.5</b>	
분야	만화	120.8	100.0	87.8	3.0	1.3	8.0
	음악	64.3	100.0	90.1	4.3	5.2	0.5
	게임	375.3	100.0	88.6	0.0	7.9	3.6
	영화	20.6	100.0	91.7	0.0	0.0	8.3
	애니메이션	688.6	100.0	94.6	1.1	3.4	0.8
	방송	191.6	100.0	78.3	10.0	7.8	3.9
	캐릭터	494.3	100.0	88.0	5.1	1.2	5.7
	지식정보	263.0	100.0	60.7	12.1	14.8	12.4
	콘텐츠솔루션	572.3	100.0	83.6	0.0	10.4	6.1



지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 350.8백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘애니메이션’이 688.6백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘콘텐츠솔루션’ 572.3백만 원, ‘캐릭터’ 494.3백만 원으로 나타났다.



[그림 2-104] 광주 지역 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

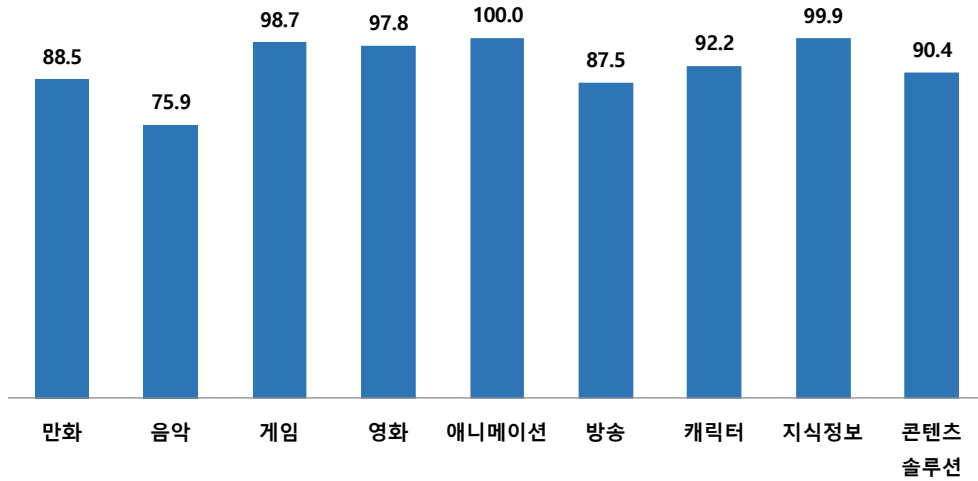
<표 2-147> 광주 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)  
(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/ 홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>350.8</b>	<b>100.0</b>	<b>88.2</b>	<b>3.0</b>	<b>5.1</b>	<b>3.7</b>	
분야	만화	120.8	100.0	87.8	3.0	1.3	8.0
	음악	64.3	100.0	90.1	4.3	5.2	0.5
	게임	375.3	100.0	88.6	0.0	7.9	3.6
	영화	20.6	100.0	91.7	0.0	0.0	8.3
	애니메이션	688.6	100.0	94.6	1.1	3.4	0.8
	방송	191.6	100.0	78.3	10.0	7.8	3.9
	캐릭터	494.3	100.0	88.0	5.1	1.2	5.7
콘텐츠솔루션	572.3	100.0	83.6	0.0	10.4	6.1	

#### 4) 상용근로자 비율

광주 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 93.4%로 나타났으며 ‘애니메이션’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘음악’의 경우 75.9%로 상용근로자의 비율이 낮은 것으로 분석되었다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-105] 광주 지역 상용근로자 비율

<표 2-148> 광주 지역 분야별 상용근로자 비율

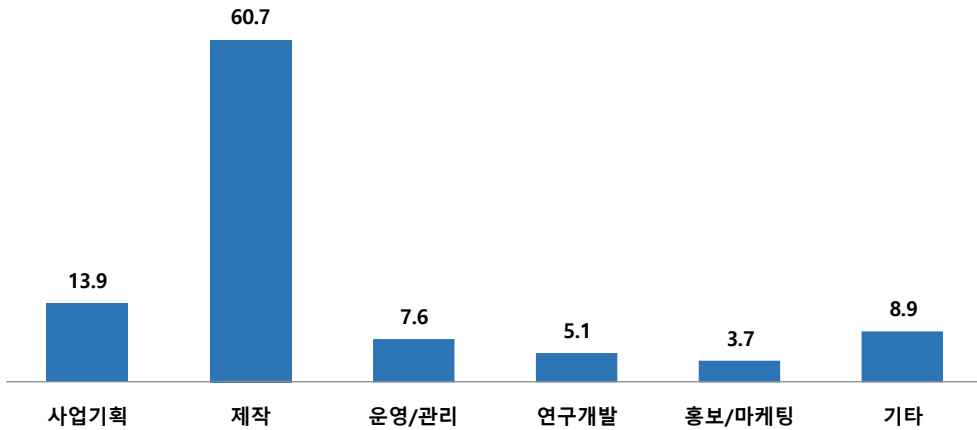
(단위 : %)

분야		비율
전체		93.4
분야	만화	88.5
	음악	75.9
	게임	98.7
	영화	97.8
	애니메이션	100.0
	방송	87.5
	캐릭터	92.2
	지식정보	99.9
	콘텐츠솔루션	90.4

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

광주 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 60.7%로 가장 높게 나타났으며 ‘사업기획’ 13.9%, ‘운영/관리’ 7.6% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘만화’로 75.4%였으며 ‘사업기획’의 직무 비율 또한 ‘만화’가 18.9%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-106] 광주 지역 상용근로자의 직무별 비율

<표 2-149> 광주 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

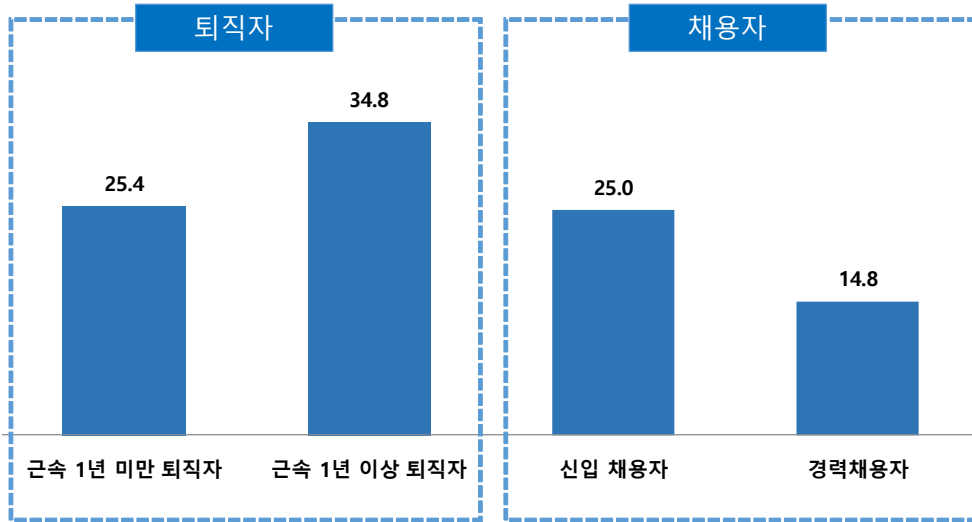
(단위 : %)

분야	합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타	
전체	100.0	13.9	60.7	7.6	5.1	3.7	8.9	
분야	만화	100.0	18.9	75.4	3.8	0.3	1.6	0.0
	음악	100.0	4.5	75.3	8.3	3.6	5.3	3.1
	게임	100.0	6.7	72.3	5.9	10.3	4.1	0.7
	영화	100.0	14.3	54.6	11.1	3.8	8.1	8.1
	애니메이션	100.0	15.2	63.3	6.5	5.1	3.2	6.7
	방송	100.0	3.3	74.3	5.4	0.0	3.0	13.9
	캐릭터	100.0	14.3	45.0	6.1	8.0	4.6	22.0
	지식정보	100.0	18.4	55.7	9.3	3.3	2.4	10.9
	콘텐츠솔루션	100.0	15.1	52.0	6.9	13.5	5.6	6.9

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

광주 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '퇴직자'의 비율이 60.2%로 '채용자' 비율인 39.8%보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 34.8%가 '근속 1년 이상 퇴직자'였으며, 채용자는 25.0%가 '신입 채용자'로 나타났다. 분야별로는 '영화' 분야의 퇴직자 비율이 100.0%로 가장 높았으며, '만화' 분야의 채용자 비율이 62.6%로 높게 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-107] 광주 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-150> 광주 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

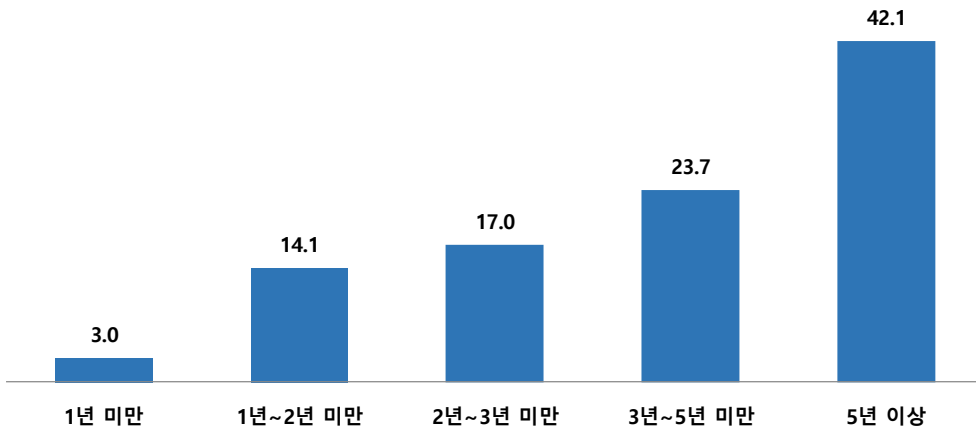
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년 미만 퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자	
전체	60.2	25.4	34.8	39.8	25.0	14.8	
분야	만화	37.4	33.3	4.1	62.6	55.4	7.2
	음악	64.0	60.9	3.1	36.0	23.6	12.4
	게임	53.2	27.3	26.0	46.8	29.9	16.9
	영화	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	애니메이션	54.5	17.1	37.4	45.5	27.0	18.5
	방송	62.5	37.5	25.0	37.5	37.5	0.0
	캐릭터	56.7	25.0	31.7	43.3	18.3	25.0
	지식정보	55.2	27.1	28.1	44.8	25.9	18.9
	콘텐츠솔루션	79.8	19.4	60.4	20.2	15.3	4.9
	콘텐츠 이외분야	56.4	22.5	33.8	43.6	23.1	20.5

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

광주 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 51.79개월이었으며, '5년 이상' 42.1%, '3~5년 미만' 23.7%, '2~3년 미만' 17.0% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 '캐릭터'의 평균 근속 개월 수가 77.96개월로 가장 길게 나타났고, '만화'는 24.12개월로 가장 짧은 근속 개월로 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-108] 광주 지역 상용근로자의 평균 근속기간

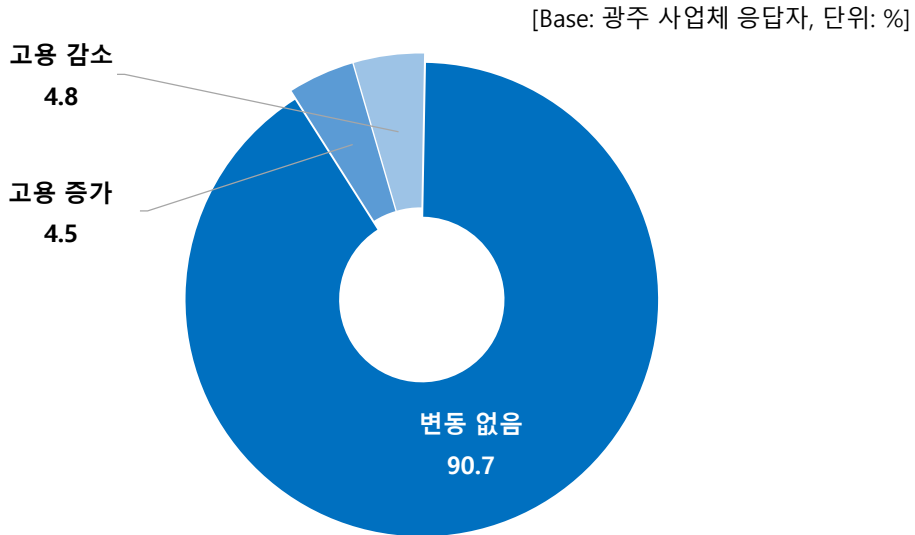
<표 2-151> 광주 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

(단위: % 개월)

분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균근속 개월 수	
전체	100.0	3.0	14.1	17.0	23.7	42.1	51.79	
분야	만화	100.0	16.2	47.1	16.2	10.3	10.3	24.12
	음악	100.0	3.1	10.0	5.0	0.0	81.9	68.29
	게임	100.0	0.0	33.3	26.7	33.3	6.7	28.20
	영화	100.0	0.0	12.5	0.0	75.0	12.5	35.13
	애니메이션	100.0	0.0	18.1	13.2	21.5	47.2	48.28
	방송	100.0	0.0	22.2	16.7	27.8	33.3	39.33
	캐릭터	100.0	0.0	17.0	0.0	40.0	43.0	77.96
	지식정보	100.0	1.4	3.8	22.3	26.3	46.3	57.00
	콘텐츠솔루션	100.0	9.8	9.8	38.0	16.3	26.1	32.02

### 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 광주 지역 사업체의 90.7%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 4.5%, ‘고용감소’는 4.8%로 나타났다. 고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 7.73명, 감소 인원은 2.99명이었다.



[그림 2-109] 광주 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-152> 분야별 광주 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

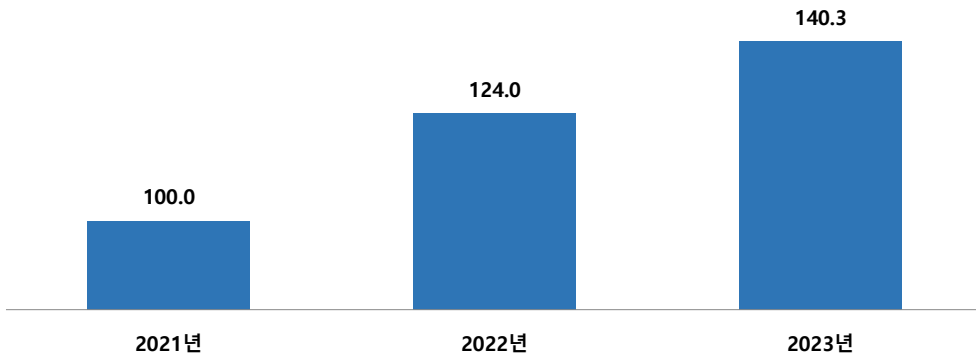
(단위 : % 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	4.5	4.8	90.7	7.73	2.99	
분야	만화	100.0	5.9	0.0	94.1	20.00	-
	음악	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	게임	100.0	13.3	20.0	66.7	11.50	3.00
	영화	100.0	0.0	25.0	75.0	-	3.00
	애니메이션	100.0	12.5	0.0	87.5	9.33	-
	방송	100.0	16.7	0.0	83.3	2.00	-
	캐릭터	100.0	4.0	0.0	96.0	5.00	-
	지식정보	100.0	2.6	7.7	89.7	1.53	2.98
	콘텐츠솔루션	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-

### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

광주 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 46.5%의 사업체가 '증가'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 52.9%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 분야 중 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 사업은 '애니메이션'으로 73.6%였으며, '캐릭터'가 67.0%로 그 뒤를 이었다. 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 '지식정보'로 36.1%가 '감소'했다고 응답하였다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 '애니메이션'으로 86.8%, '캐릭터' 67.0% 등이었으며 '지식정보'의 경우 '감소'할 것이라는 응답이 36.1%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-110] 광주 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

<표 2-153> 광주 지역 분야별 경영 현황 및 전망

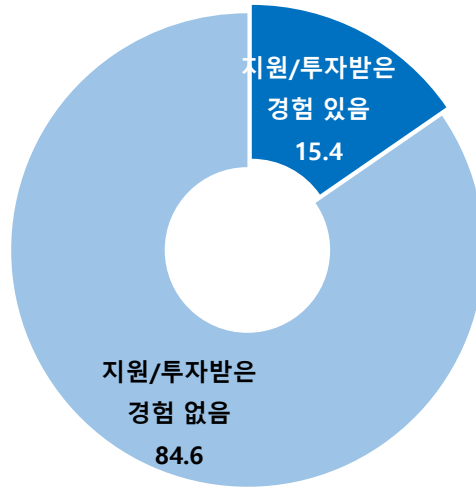
(단위 : %)

분야	2022년 평균					2023년 평균				
	합계	감소	동일	증가	합계	감소	동일	증가		
전체	124.03	100.0	20.2	33.3	46.5	140.34	100.0	17.9	29.3	52.9
만화	143.82	100.0	5.9	61.8	32.4	171.03	100.0	0.0	47.1	52.9
음악	102.63	100.0	5.0	91.9	3.1	104.50	100.0	5.0	91.9	3.1
게임	106.67	100.0	6.7	66.7	26.7	127.14	100.0	6.7	26.7	66.7
영화	131.88	100.0	25.0	12.5	62.5	154.38	100.0	25.0	12.5	62.5
애니메이션	146.26	100.0	0.0	26.4	73.6	172.85	100.0	0.0	13.2	86.8
방송	93.33	100.0	27.8	44.4	27.8	105.56	100.0	16.7	44.4	38.9
캐릭터	133.18	100.0	13.0	20.0	67.0	154.66	100.0	0.0	33.0	67.0
지식정보	128.36	100.0	36.1	10.3	53.6	145.71	100.0	36.1	7.8	56.0
콘텐츠솔루션	111.18	100.0	28.3	15.2	56.5	115.65	100.0	27.2	19.6	53.3

## 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

광주 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 15.4%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘만화’와 ‘게임’ 사업체의 경우 각각 57.4%, 46.7%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-111] 광주 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-154> 광주 지역 분야별 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험

(단위 : %)

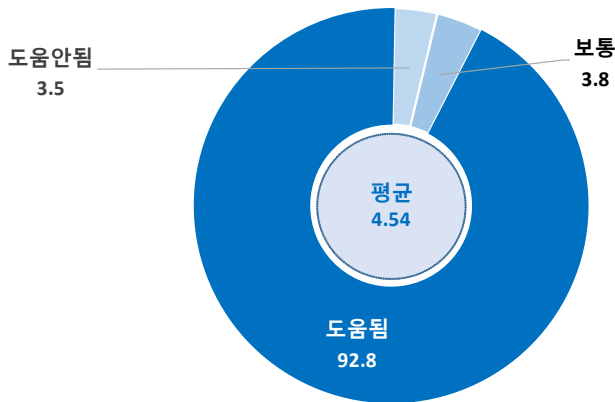
분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	15.4	84.6	100.0
만화	57.4	42.6	100.0
음악	8.1	91.9	100.0
게임	46.7	53.3	100.0
영화	25.0	75.0	100.0
애니메이션	34.0	66.0	100.0
방송	27.8	72.2	100.0
캐릭터	0.0	100.0	100.0
지식정보	2.4	97.6	100.0
콘텐츠솔루션	9.8	90.2	100.0



## 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 광주 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 92.8%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 3.5%였다. 평균 도움 정도는 '방송'과 '지식정보' 분야가 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 광주지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-112] 광주 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-155> 분야별 광주 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

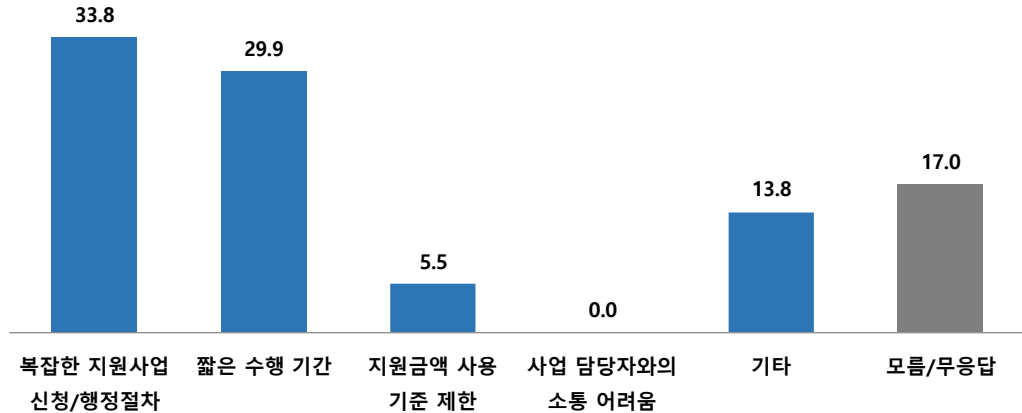
(단위 : %)

분야	① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]	
전체	3.5	0.0	3.8	24.7	68.1	3.5	92.8	4.54	
분야	만화	0.0	0.0	14.9	0.0	85.1	0.0	85.1	4.70
	음악	44.4	0.0	0.0	0.0	55.6	44.4	55.6	3.22
	게임	0.0	0.0	0.0	11.1	88.9	0.0	100.0	4.89
	영화	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	4.00
	애니메이션	0.0	0.0	0.0	50.8	49.2	0.0	100.0	4.49
	방송	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
	캐릭터	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
	콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	4.00

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 33.8%의 사업체가 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’라고 응답하였으며, ‘짧은 수행 기간’ 29.9%, ‘기타’ 13.8% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 광주지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-113] 광주 지역 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-156> 광주 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

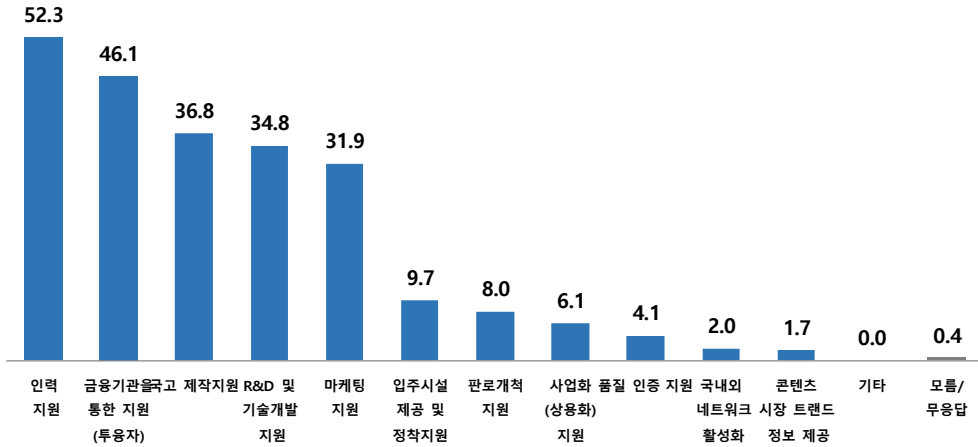
(단위 : %)

분야	복잡한 지원사업 신청/행정절차	짧은 수행기간	지원금액 사용 기준 제한	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	33.8	29.9	5.5	0.0	13.8	17.0	100.0
만화	64.1	17.9	0.0	0.0	17.9	0.0	100.0
음악	0.0	61.5	0.0	0.0	38.5	0.0	100.0
게임	28.6	42.9	14.3	0.0	0.0	14.3	100.0
영화	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
애니메이션	24.5	12.2	12.2	0.0	0.0	51.0	100.0
방송	0.0	60.0	0.0	0.0	0.0	40.0	100.0
캐릭터	-	-	-	-	-	-	0.0
지식정보	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0

### 13) 필요 지원 분야

광주 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 52.3%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 46.1%, ‘국고 제작지원’ 36.8%, ‘R&D 및 기술개발 지원’ 34.8% 등의 순으로 높았다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-114] 광주 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

<표 2-157> 분야별 광주 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

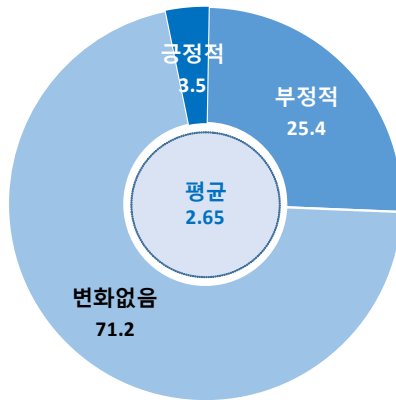
(단위 : %)

분야	인력 지원 (인건비, 전문 교육 지원 등)	금융기관을 통한 지원(투융자)	국고 제작 지원	R&D 및 기술개발 지원	마케팅 지원(광고 및 판촉 지원 등)	입주시설 제공 및 정착지원	판로개척 지원	사업화(상용화) 지원 (시제품 개발 지원 등)	품질 인증 지원 (특허, 인증 등)	국내외 네트워크 활성화	콘텐츠 시장 트랜드 정보 제공	기타	모름/무응답
전체	52.3	46.1	36.8	34.8	31.9	9.7	8.0	6.1	4.1	2.0	1.7	0.0	0.4
만화	77.9	16.2	73.5	16.2	16.2	16.2	32.4	20.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	26.3	42.8	86.9	0.0	40.9	3.1	0.0	5.0	5.0	5.0	0.0	0.0	0.0
게임	40.0	46.7	60.0	13.3	26.7	0.0	26.7	13.3	13.3	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	37.5	50.0	12.5	62.5	50.0	37.5	0.0	0.0	0.0	12.5	25.0	0.0	0.0
애니메이션	46.5	44.4	47.9	31.3	47.9	16.7	9.0	13.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	77.8	11.1	61.1	16.7	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0
캐릭터	83.0	30.0	33.0	26.0	39.0	48.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	53.7	58.2	6.6	61.0	27.7	0.0	5.1	3.7	2.6	1.2	1.2	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	40.2	60.9	23.9	28.3	27.2	0.0	8.7	4.3	17.4	0.0	0.0	0.0	4.3

#### 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 71.2%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 25.4%의 사업체가 ‘부정적’, 3.5%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 55.6%로 ‘방송’이 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘게임’ (13.3%)으로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-115] 광주 지역 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-158> 광주 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

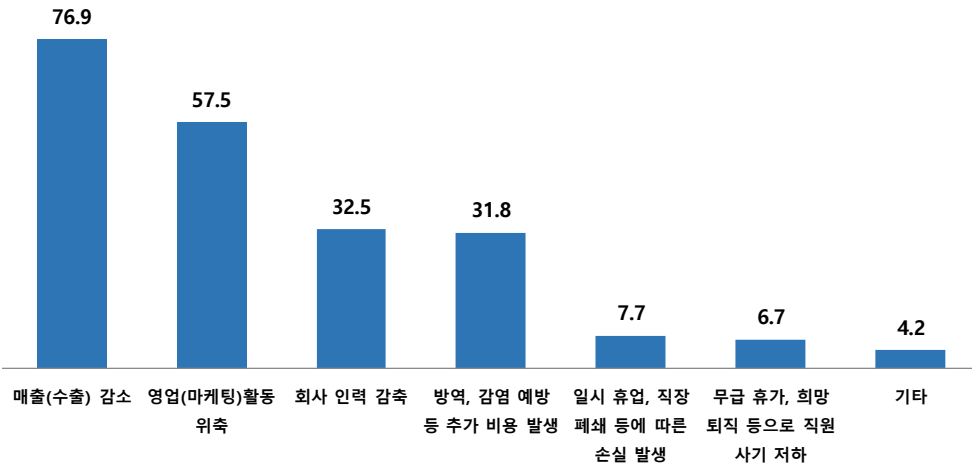
(단위 : % 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	13.4	12.0	71.2	3.0	0.4	25.4	3.5	2.65
만화	5.9	26.5	61.8	0.0	5.9	32.4	5.9	2.74
음악	45.9	5.0	49.1	0.0	0.0	50.9	0.0	2.03
게임	13.3	26.7	46.7	13.3	0.0	40.0	13.3	2.60
영화	25.0	12.5	62.5	0.0	0.0	37.5	0.0	2.38
애니메이션	4.2	4.2	83.3	8.3	0.0	8.3	8.3	2.96
방송	27.8	27.8	44.4	0.0	0.0	55.6	0.0	2.17
캐릭터	16.0	4.0	76.0	4.0	0.0	20.0	4.0	2.68
지식정보	2.4	6.4	88.5	2.6	0.0	8.9	2.6	2.91
콘텐츠솔루션	9.8	31.5	58.7	0.0	0.0	41.3	0.0	2.49

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 76.9%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 57.5%, ‘회사인력감축’ 32.5% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-116] 광주 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-159> 분야별 광주 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

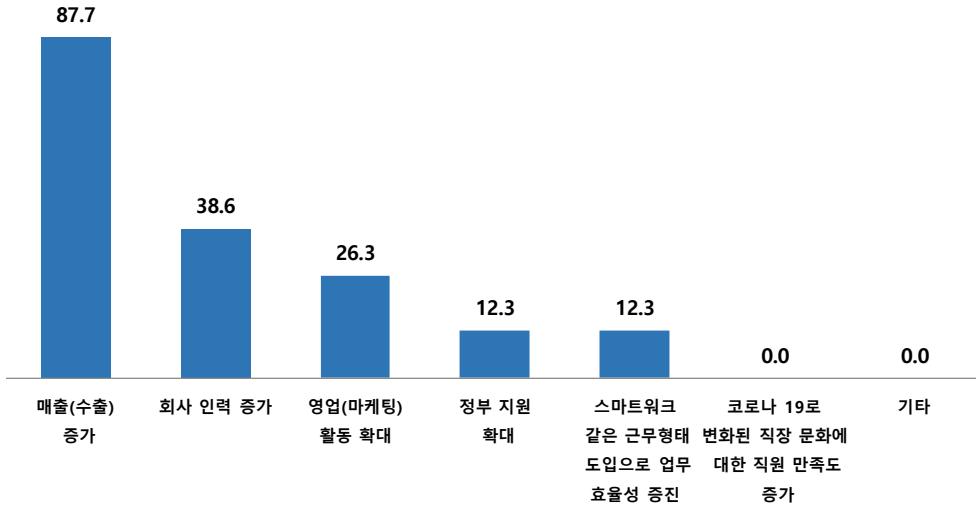
(단위 : %)

분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	회사 인력 감축	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	기타
전체	76.9	57.5	32.5	31.8	7.7	6.7	4.2
만화	68.2	68.2	68.2	0.0	18.2	18.2	0.0
음악	100.0	90.2	25.8	90.2	9.8	6.1	0.0
게임	33.3	50.0	33.3	0.0	16.7	33.3	16.7
영화	100.0	33.3	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0
애니메이션	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	70.0	30.0	0.0	20.0	0.0	0.0	30.0
캐릭터	100.0	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	86.3	58.8	70.6	13.7	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	42.1	10.5	23.7	23.7	0.0	0.0	0.0

## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출)증가’가 87.7%로 가장 높았으며, ‘회사 인력 증가’ 38.6%, ‘영업(마케팅)활동 확대’26.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-117] 광주 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-160> 분야별 광주 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

(단위 : %)

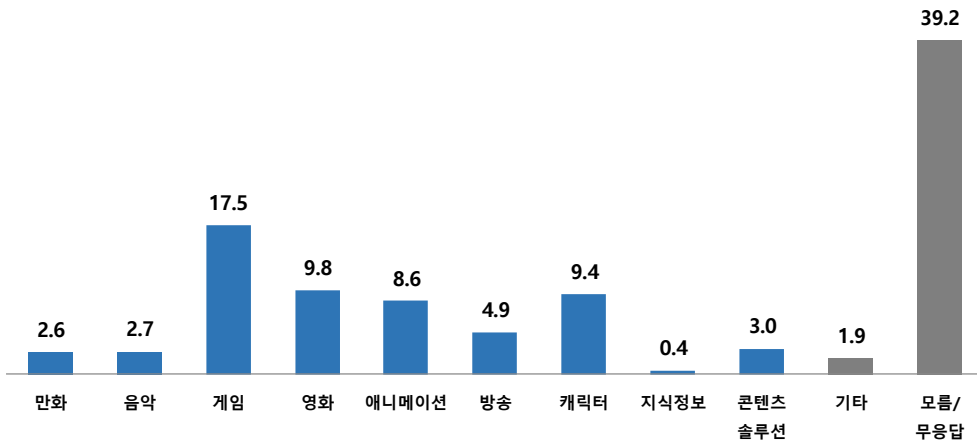
분야	매출(수출) 증가	회사 인력 증가	영업(마케팅) 활동 확대	정부 지원 확대	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	기타
전체	87.7	38.6	26.3	12.3	12.3	0.0	0.0
만화	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	100.0	53.3	53.3	0.0	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 39.2%로 가장 높았으며, ‘게임’이 17.5%, ‘영화’ 9.8% 등의 순으로 나타났다.

‘게임’의 경우 66.7% 비율로 본인의 분야가 지원이 큰 분야라고 응답하였다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-118] 광주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-161> 분야별 광주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

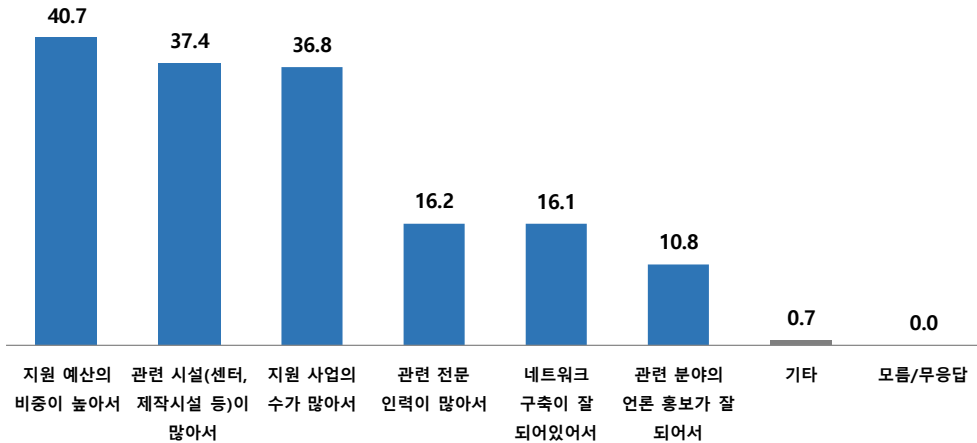
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	2.6	2.7	17.5	9.8	8.6	4.9	9.4	0.4	3.0	1.9	39.2
만화	16.2	0.0	10.3	10.3	63.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	0.0	3.1	13.1	0.0	0.0	10.0	5.0	0.0	0.0	0.0	68.8
게임	0.0	0.0	66.7	6.7	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7
영화	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	12.5	50.0
애니메이션	9.0	4.2	4.2	20.8	8.3	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	49.3
방송	0.0	11.1	0.0	0.0	38.9	11.1	11.1	0.0	11.1	0.0	16.7
캐릭터	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	42.0
지식정보	1.4	4.2	8.7	17.4	0.0	1.2	18.6	1.2	0.0	1.4	45.9
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	19.6	0.0	4.3	14.1	9.8	0.0	26.1	9.8	16.3

### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 40.7%, ‘관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서’ 37.4%, ‘지원사업의 수가 많아서’ 36.8% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-119] 광주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-162> 분야별 광주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)  
(단위 : %)

분야	지원 예산의 비중이 높아서	관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서	지원사업의 수가 많아서	관련 전문 인력이 많아서	네트워크 구축이 잘 되어있어서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	기타	모름/무응답
전체	40.7	37.4	36.8	16.2	16.1	10.8	0.7	0.0
분야	만화	94.1	26.5	27.9	0.0	0.0	10.3	0.0
	음악	26.0	52.0	32.0	26.0	16.0	32.0	0.0
	게임	71.4	35.7	28.6	21.4	7.1	0.0	0.0
	영화	75.0	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0
	애니메이션	41.1	58.9	41.1	0.0	0.0	8.2	0.0
	방송	40.0	33.3	26.7	0.0	13.3	13.3	0.0
	캐릭터	22.4	105.2	13.8	0.0	13.8	22.4	0.0
	지식정보	14.8	14.2	48.6	34.4	37.0	5.2	2.3
	콘텐츠솔루션	45.5	33.8	51.9	11.7	0.0	10.4	0.0

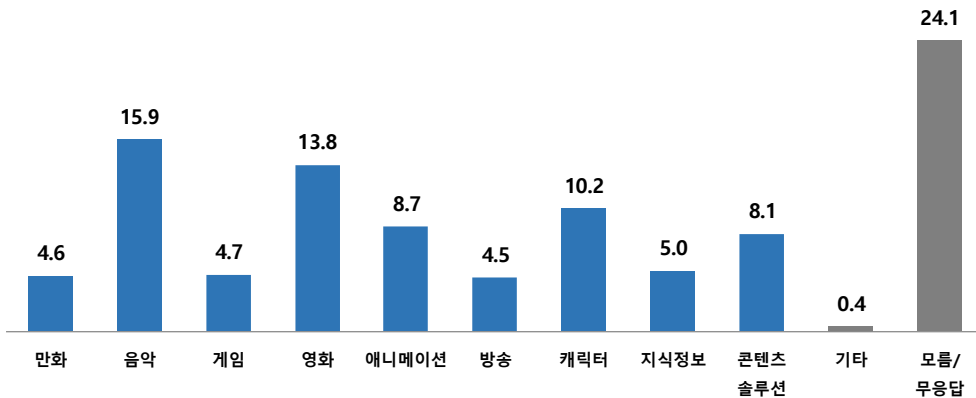


## 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 24.1%이며, 다음으로 ‘음악’이 15.9%, ‘영화’가 13.8% 순으로 높았다.

‘음악’의 경우 본인의 분야가 83.8% 소외되어 있다고 응답했다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-120] 광주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-163> 분야별 광주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

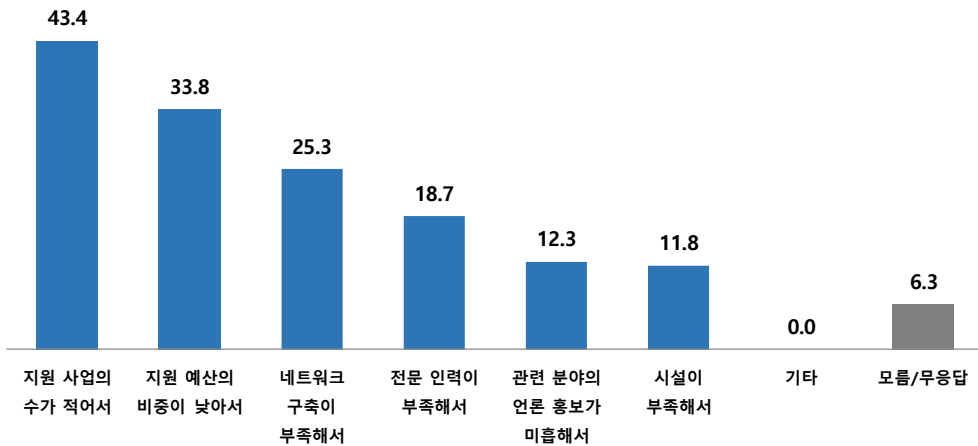
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
<b>전체</b>	<b>4.6</b>	<b>15.9</b>	<b>4.7</b>	<b>13.8</b>	<b>8.7</b>	<b>4.5</b>	<b>10.2</b>	<b>5.0</b>	<b>8.1</b>	<b>0.4</b>	<b>24.1</b>
만화	26.5	10.3	16.2	0.0	0.0	10.3	0.0	20.6	10.3	5.9	0.0
음악	5.0	83.8	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	3.1	0.0	3.1
게임	0.0	26.7	26.7	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	13.3	0.0	26.7
영화	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	25.0	0.0	0.0	50.0
애니메이션	4.2	4.2	0.0	16.7	39.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35.4
방송	0.0	11.1	11.1	0.0	11.1	27.8	0.0	11.1	0.0	0.0	27.8
캐릭터	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13.0	13.0	0.0	24.0	0.0	42.0
지식정보	0.0	0.0	1.4	34.8	2.6	2.4	22.4	2.6	5.2	0.0	28.5
콘텐츠솔루션	7.6	7.6	9.8	0.0	22.8	0.0	9.8	13.0	17.4	0.0	12.0

### 가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원사업의 수가 적어서’가 43.4%로 가장 높았고, ‘지원 예산의 비중이 낮아서’가 33.8%, ‘네트워크 구축이 부족해서’ 25.3% 등의 순으로 나타났다. ‘방송’의 경우 ‘지원 예산의 비중이 낮아서’라는 응답이 60.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-121] 광주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

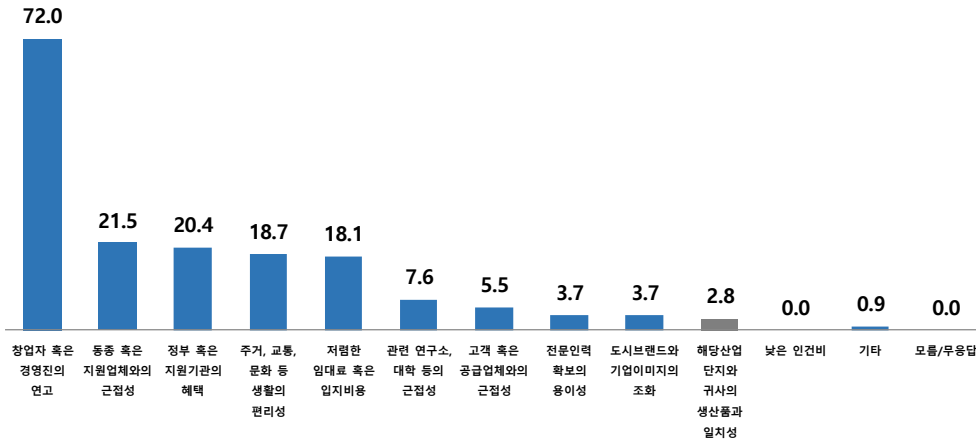
<표 2-164> 분야별 광주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)  
(단위 : %)

분야	지원사업의 수가 적어서	지원 예산의 비중이 낮아서	네트워크 구축이 부족해서	전문인력이 부족해서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	시설이 부족해서	기타	모름/무응답
<b>전체</b>	<b>43.4</b>	<b>33.8</b>	<b>25.3</b>	<b>18.7</b>	<b>12.3</b>	<b>11.8</b>	<b>0.0</b>	<b>6.3</b>
분야	만화	57.4	47.1	16.2	11.8	20.6	10.3	0.0
	음악	48.0	58.0	26.0	0.0	26.0	10.0	0.0
	게임	42.9	57.1	7.1	7.1	7.1	0.0	28.6
	영화	50.0	50.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0
	애니메이션	58.9	24.7	0.0	58.9	8.2	0.0	0.0
	방송	13.3	60.0	0.0	33.3	13.3	13.3	0.0
	캐릭터	36.2	44.8	55.2	0.0	0.0	41.4	0.0
	지식정보	38.9	12.2	41.8	9.7	12.2	4.8	0.0
	콘텐츠솔루션	45.5	26.0	16.9	45.5	10.4	26.0	0.0

### 17) 광주 지역에 사업장을 선택한 이유

광주 지역 콘텐츠 사업체가 광주 지역을 선택한 이유에 대해 72.0%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘동종 혹은 지원업체와의 근접성’ 21.5%, ‘정부 혹은 지원기관의 혜택’ 20.4% 등의 순으로 나타났다. ‘만화’의 경우, ‘정부 혹은 지원기관의 혜택’이라는 응답이 67.6%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-122] 광주 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-165> 분야별 광주 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

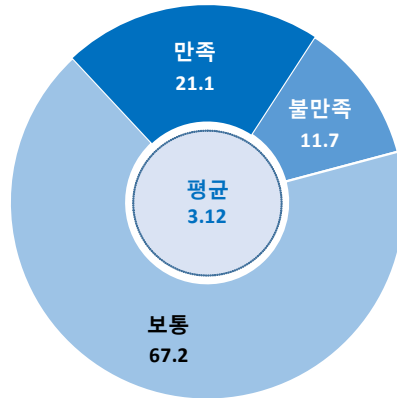
(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진의 연고	동종 혹은 지원업체와의 근접성	정부 혹은 지원기관의 혜택	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	관련 연구소, 대학 등의 근접성	고객 혹은 공급업체와의 근접성	전문인력 확보의 용이성	도시브랜드와 기업이미지의 조화	해당산업 단지와 귀사의 생산품과 일치성	낮은 인건비	기타	모름/무응답
전체	72.0	21.5	20.4	18.7	18.1	7.6	5.5	3.7	3.7	2.8	0.0	0.9	0.0
만화	36.8	10.3	67.6	26.5	52.9	10.3	5.9	16.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	83.8	42.8	40.9	5.0	15.0	3.1	5.0	0.0	0.0	3.1	0.0	3.1	0.0
게임	33.3	40.0	40.0	6.7	40.0	26.7	13.3	20.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0
영화	62.5	12.5	25.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0
애니메이션	65.3	4.2	25.7	9.0	25.0	9.0	0.0	4.2	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	66.7	11.1	11.1	11.1	22.2	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	59.0	0.0	13.0	61.0	26.0	24.0	0.0	0.0	17.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	87.5	23.8	3.7	19.8	3.8	2.4	7.7	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	78.3	28.3	8.7	9.8	17.4	4.3	4.3	4.3	9.8	19.6	0.0	0.0	0.0

## 18) 광주 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

광주 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 21.1%가 만족한다고 응답하여 불만족인 11.7%보다 9.4%p 높게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 '만화'가 3.41점으로 가장 높았으며 '음악'이 2.75점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-123] 광주 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-166> 광주 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

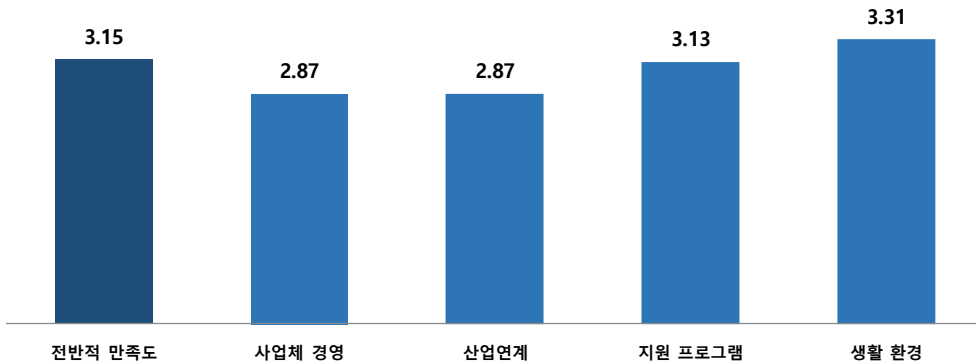
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	0.6	11.1	67.2	18.1	3.0	11.7	21.1	3.12
만화	0.0	16.2	36.8	36.8	10.3	16.2	47.1	3.41
음악	0.0	37.8	49.1	13.1	0.0	37.8	13.1	2.75
게임	0.0	20.0	46.7	26.7	6.7	20.0	33.3	3.20
영화	0.0	12.5	75.0	12.5	0.0	12.5	12.5	3.00
애니메이션	0.0	0.0	78.5	21.5	0.0	0.0	21.5	3.22
방송	16.7	0.0	22.2	61.1	0.0	16.7	61.1	3.28
캐릭터	0.0	17.0	70.0	0.0	13.0	17.0	13.0	3.09
지식정보	0.0	1.4	88.3	10.3	0.0	1.4	10.3	3.09
콘텐츠솔루션	0.0	7.6	53.3	34.8	4.3	7.6	39.1	3.36

## 19) 광주 지역 인프라 환경 구축 체감도

광주 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 3.15점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘생활 환경’이 3.31점으로 가장 높았으며, ‘지원 프로그램’ 3.13점, ‘사업체 경영’ 2.87점, ‘산업연계’ 2.87점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘방송’의 전반적 체감도가 3.44점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.82점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-124] 광주 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-167> 광주 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

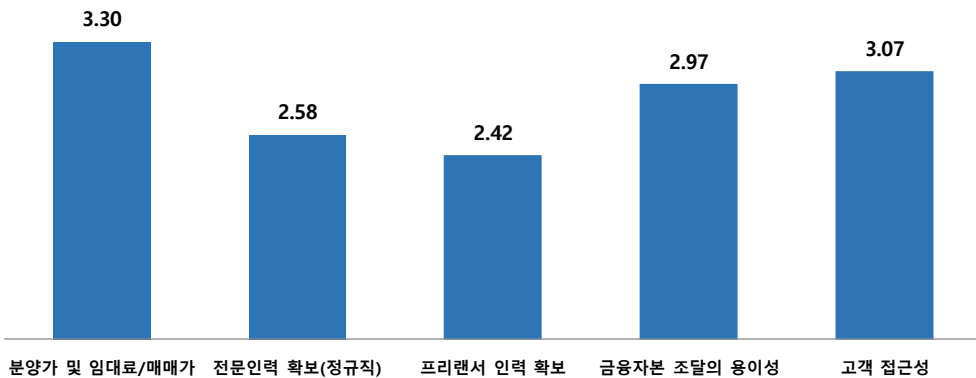
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체	2.87	2.87	3.13	3.31	3.15
만화	2.62	2.84	3.34	3.11	3.21
음악	2.56	2.53	2.82	2.79	2.82
게임	2.85	2.87	3.20	3.47	3.20
영화	3.08	2.70	3.15	3.38	3.00
애니메이션	2.78	2.93	3.11	3.24	3.13
방송	2.96	2.99	3.01	3.72	3.44
캐릭터	2.73	2.81	3.12	3.32	3.13
지식정보	3.04	2.96	3.21	3.41	3.22
콘텐츠솔루션	3.02	3.03	3.12	3.55	3.24

## 가) 사업체 경영

광주 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.87점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘분양가 및 임대료/매매가’가 3.30점으로 가장 높았으며, ‘고객 접근성’ 3.07점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.97점, ‘전문인력 확보(정규직)’ 2.58점, ‘프리랜서 인력 확보’ 2.42점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘영화’의 평균 점수가 3.08점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.56점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-125] 광주 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-168> 광주 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

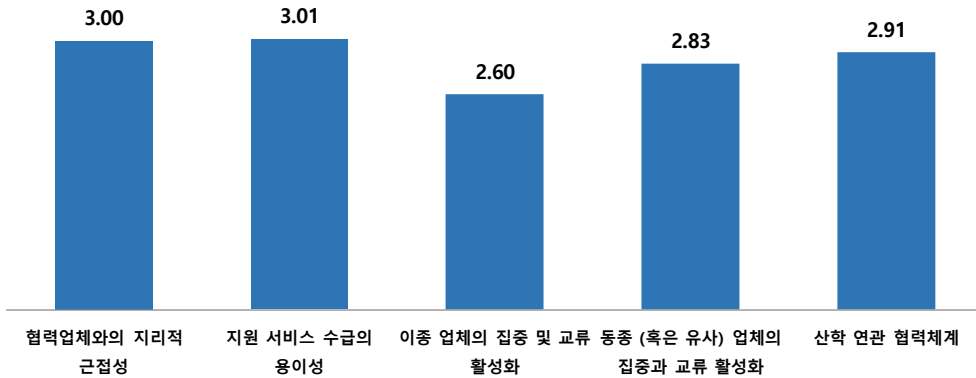
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.30	2.58	2.42	2.97	3.07	2.87
만화	3.63	2.04	2.25	2.47	2.69	2.62
음악	3.11	2.33	1.92	2.62	2.80	2.56
게임	3.53	2.47	2.47	2.93	2.87	2.85
영화	3.63	2.50	2.63	3.50	3.13	3.08
애니메이션	3.42	2.33	2.12	3.26	2.77	2.78
방송	3.61	2.78	2.72	2.78	2.89	2.96
캐릭터	3.26	2.54	2.54	2.58	2.71	2.73
지식정보	3.20	2.76	2.55	3.22	3.46	3.04
콘텐츠솔루션	3.24	2.98	2.74	2.97	3.17	3.02

## 나) 산업연계

광주 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 2.87점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘지원 서비스 수급의 용이성’이 3.01점으로 가장 높았으며, ‘협력업체와의 지리적 근접성’ 3.00점, ‘산학연관 협력체계’ 2.91점, ‘동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화’ 2.83점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.60점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘콘텐츠솔루션’의 평균 점수가 3.03점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.53점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-126] 광주 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-169> 광주 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

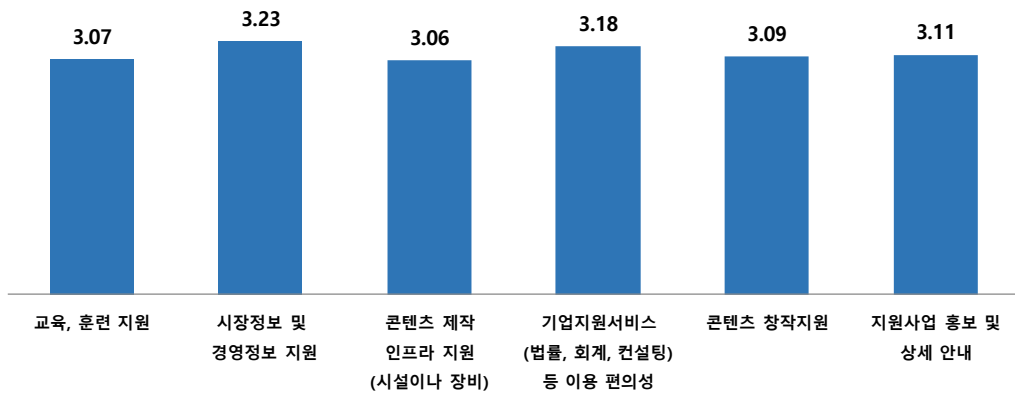
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학연관 협력 체계	[5점 평균]
전체	3.00	3.01	2.60	2.83	2.91	2.87
만화	2.68	3.13	2.78	2.88	2.74	2.84
음악	2.74	2.70	2.31	2.48	2.43	2.53
게임	3.07	3.00	2.60	2.87	2.80	2.87
영화	2.25	3.00	2.38	2.88	3.00	2.70
애니메이션	2.94	3.24	2.60	3.12	2.74	2.93
방송	3.00	2.67	3.06	3.06	3.17	2.99
캐릭터	2.78	3.17	2.33	3.00	2.77	2.81
지식정보	3.31	3.01	2.61	2.69	3.18	2.96
콘텐츠솔루션	2.98	3.04	3.01	3.17	2.97	3.03

## 다) 지원 프로그램

광주 지역의 지원 프로그램 구축 체감도에 대해서는 평균 3.13점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘시장정보 및 경영정보 지원’이 3.23점으로 가장 높았으며, ‘기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성’ 3.18점, ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 3.11점, ‘콘텐츠 창작지원’ 3.09점, ‘교육, 훈련 지원’ 3.07점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 3.06점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘만화’의 평균 점수가 3.34점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.82점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-127] 광주 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-170> 광주 지역 지원 분야별 프로그램 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

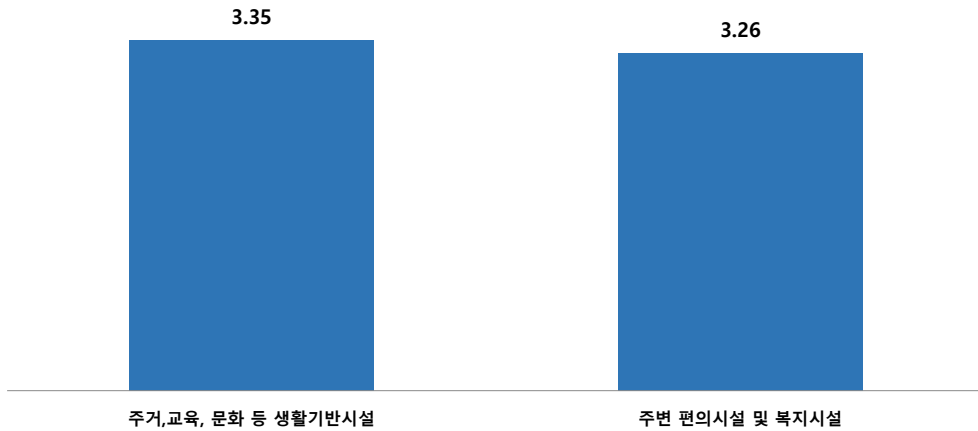
분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작 지원	지원사업 홍보 및 상세 안내	[5점 평균]
전체	3.07	3.23	3.06	3.18	3.09	3.11	3.13
만화	3.21	3.19	3.19	3.21	3.84	3.41	3.34
음악	2.43	3.13	2.43	3.03	3.08	2.85	2.82
게임	3.13	2.93	3.33	3.13	3.40	3.27	3.20
영화	3.75	3.25	2.25	3.00	3.00	3.63	3.15
애니메이션	2.88	3.43	3.21	3.01	3.09	3.03	3.11
방송	2.56	3.22	3.50	2.94	3.11	2.72	3.01
캐릭터	2.14	3.47	3.22	3.66	2.81	3.39	3.12
지식정보	3.55	3.23	3.15	3.16	3.01	3.13	3.21
콘텐츠솔루션	3.32	3.15	3.15	3.32	2.96	2.82	3.12



## 라) 생활환경

광주 지역의 생활환경 구축 체감도는 평균 3.31점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.36점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.21점으로 나타났다. 분야별로는 ‘콘텐츠솔루션’의 평균 점수가 3.55점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.79점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 광주 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-128] 광주 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-171> 광주 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.35	3.26	3.31
만화	2.96	3.26	3.11
음악	2.78	2.80	2.79
게임	3.53	3.40	3.47
영화	3.63	3.13	3.38
애니메이션	3.39	3.09	3.24
방송	3.67	3.78	3.72
캐릭터	3.47	3.17	3.32
지식정보	3.45	3.37	3.41
콘텐츠솔루션	3.62	3.48	3.55

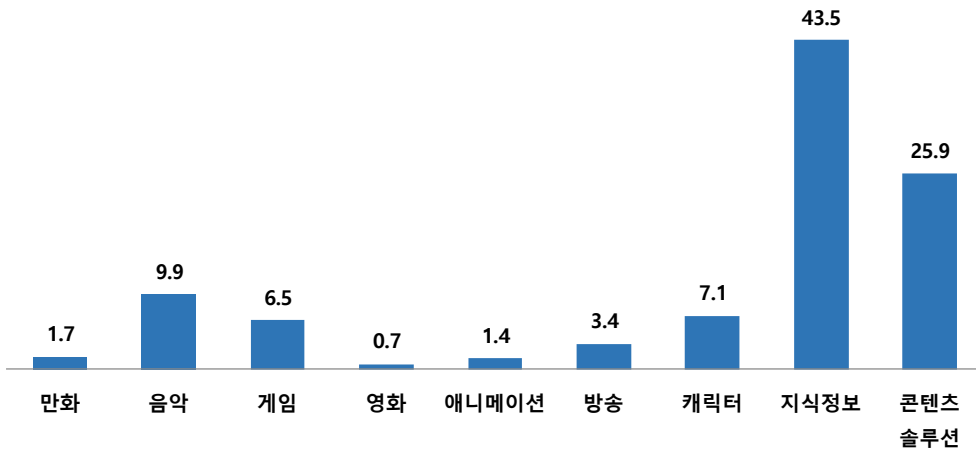
## 7. 대전

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

대전 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 294개였으며, ‘지식정보’ 사업체 수가 43.5%로 가장 많았으며, ‘콘텐츠솔루션’ 25.9%, ‘음악’ 9.9% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-129] 대전 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-172> 대전 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

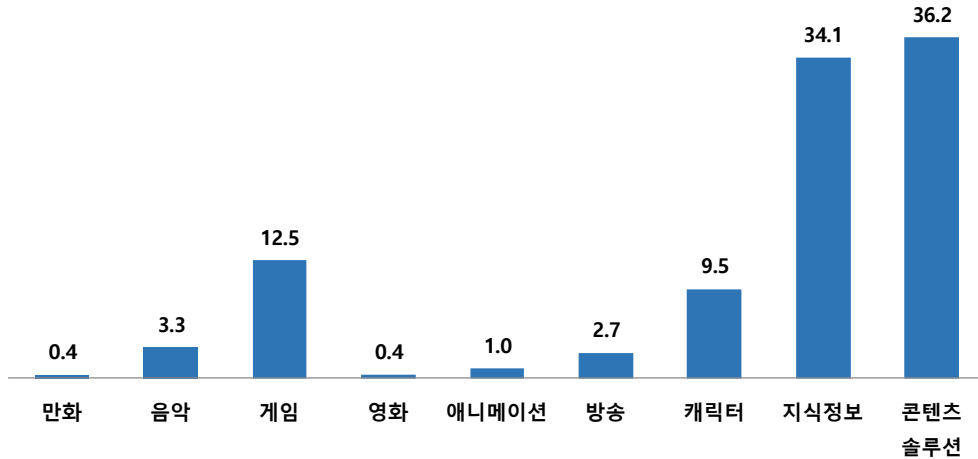
(단위: 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	294	100.0
만화	5	1.7
음악	29	9.9
게임	19	6.5
영화	2	0.7
애니메이션	4	1.4
방송	10	3.4
캐릭터	21	7.1
지식정보	128	43.5
콘텐츠솔루션	76	25.9

## 2) 종사자 현황

대전 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 3,066명이었으며 ‘콘텐츠솔루션’ 분야의 종사자 비율이 36.2%로 가장 높게 나타났으며, ‘지식정보’ 34.1%, ‘게임’12.5% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-130] 대전 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

<표 2-173> 대전 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

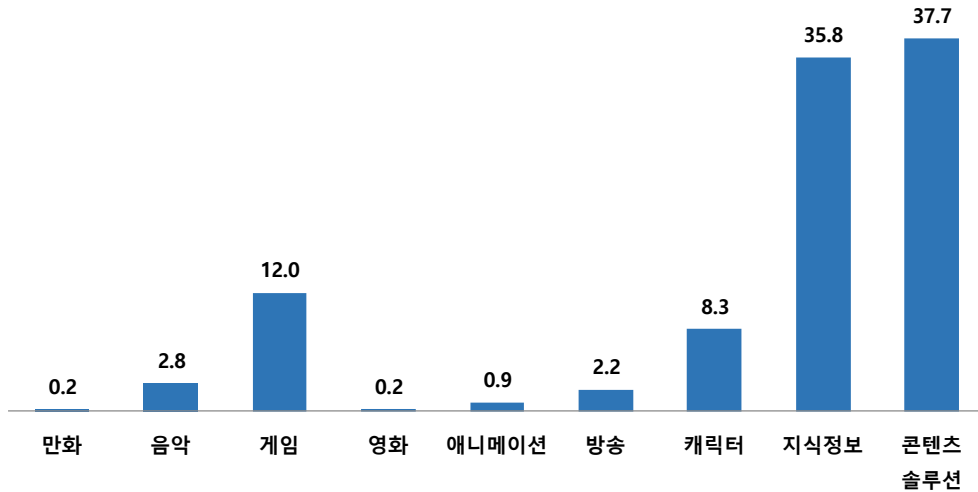
(단위 : 명, %)

분야	종사자 수	비율
전체	3,066	100.0
만화	12	0.4
음악	102	3.3
게임	383	12.5
영화	11	0.4
애니메이션	31	1.0
방송	83	2.7
캐릭터	291	9.5
지식정보	1,044	34.1
콘텐츠솔루션	1,109	36.2

### 3) 매출액 현황

대전 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 4,112억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘콘텐츠솔루션’ 매출액이 1,548억 원으로 37.7%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘지식정보’가 1,473억 원 (35.8%), ‘게임’이 493억 원 (12.0%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-131] 대전 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

<표 2-174> 대전 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원, %)

분야	매출액	비율
전체	411,298	100.0
만화	1,012	0.2
음악	11,424	2.8
게임	49,347	12.0
영화	750	0.2
애니메이션	3,535	0.9
방송	8,955	2.2
캐릭터	34,080	8.3
지식정보	147,339	35.8
콘텐츠솔루션	154,856	37.7

## 나. 설문조사 결과

대전 지역 내 사업체 294곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 대전 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 56.1%로 가장 많았으며, '5~9인'이 19.7%, '10~49인'이 18.4% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 87.5%의 비중을 차지하였다.

<표 2-175> 대전 지역 응답 사업체 일반현황

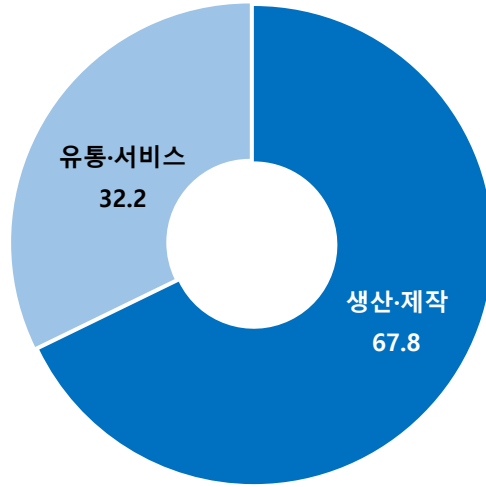
(단위 : 개, %)

분야		사례 수	비율
전체		294	100.0
규모	5인 미만	165	56.1
	5~9인	58	19.7
	10~49인	54	18.4
	50~99인	12	4.1
	100인 이상	5	1.7
콘텐츠분야	만화	5	1.7
	음악	29	9.9
	게임	19	6.5
	영화	2	0.7
	애니메이션	4	1.4
	방송	10	3.4
	캐릭터	21	7.1
	지식정보	128	43.5
콘텐츠솔루션	76	25.9	
사업체 구분	단독사업체	191	87.5
	본사본점	27	12.5
	공장, 지사(점), 영업소 등	0	0.0

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

대전 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 67.8%, ‘유통·서비스’가 32.2%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘만화’로 97.6%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 96.2%인 ‘음악’으로 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-132] 대전 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

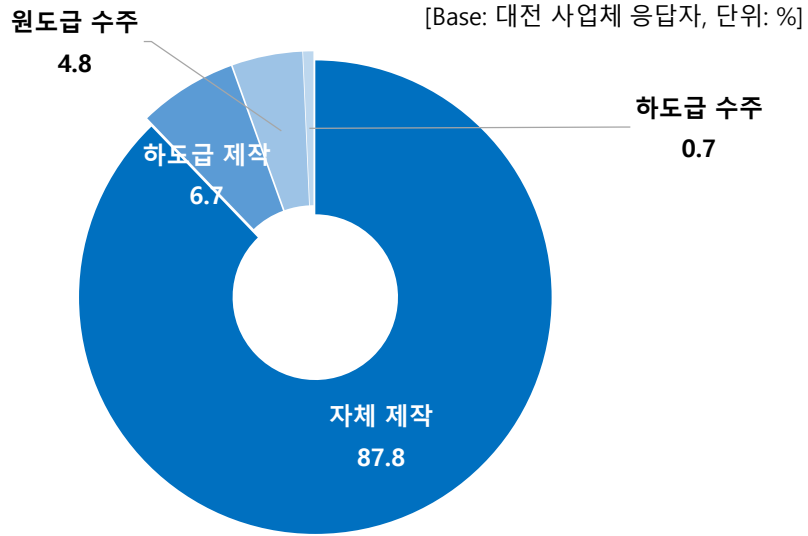
<표 2-176> 대전 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

(단위 : %)

분야	합계	생산·제작	유통·서비스
전체	100.0	67.8	32.2
만화	100.0	97.6	2.4
음악	100.0	3.8	96.2
게임	100.0	67.0	33.0
영화	100.0	85.0	15.0
애니메이션	100.0	95.0	5.0
방송	100.0	82.0	18.0
캐릭터	100.0	83.8	16.2
지식정보	100.0	62.5	37.5
콘텐츠솔루션	100.0	91.3	8.7

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

대전 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 87.1건이었으며, 제작유형은 '자체 제작'이 87.8%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '하도급 제작'이 6.7%, '원도급 수주'가 4.8%, '하도급 수주'가 0.7%의 순으로 나타났다. 제작 비율로는 '캐릭터'의 자체 제작 비율이 100.0%로 가장 높게 나타났고, '영화'는 62.5%로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-133] 대전 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

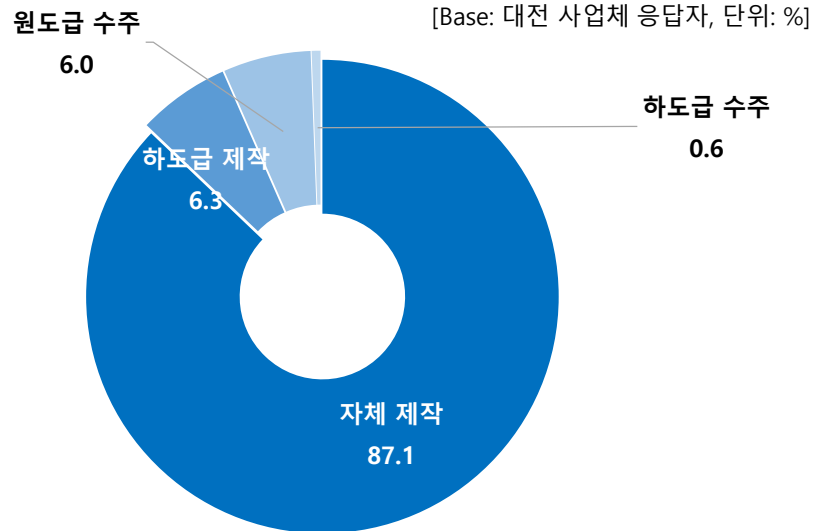
<표 2-177> 대전 지역 분야별 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위 : 건 %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>87.1</b>	<b>100.0</b>	<b>87.8</b>	<b>6.7</b>	<b>4.8</b>	<b>0.7</b>	
분야	만화	2.4	100.0	91.2	8.0	0.0	0.8
	음악	2.2	100.0	80.0	20.0	0.0	0.0
	게임	4.0	100.0	92.7	5.9	0.7	0.7
	영화	67.7	100.0	62.5	12.5	12.5	12.5
	애니메이션	2.4	100.0	88.3	10.3	0.0	1.3
	방송	60.4	100.0	88.1	7.1	2.6	2.2
	캐릭터	73.4	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	지식정보	96.4	100.0	88.6	7.1	3.5	0.8
	콘텐츠솔루션	142.3	100.0	84.4	6.3	9.3	0.0

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 79.9건이었으며, ‘콘텐츠솔루션’이 142.3건으로 가장 높았으며, ‘음악’이 2.2건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-134] 대전 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-178> 대전 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위 : 건, %)

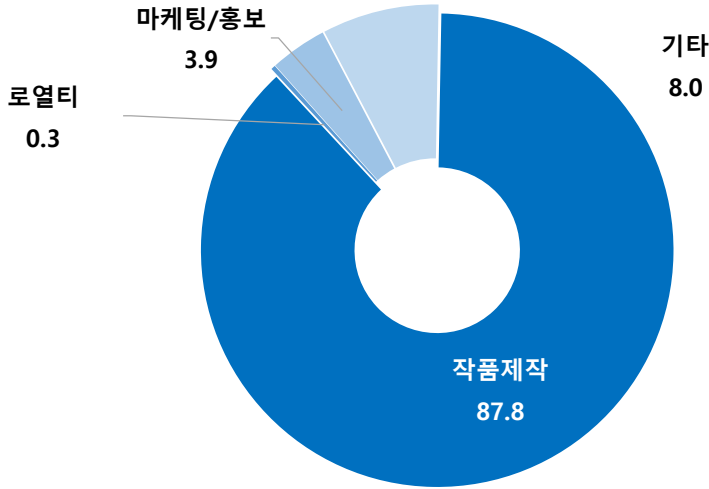
분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	79.9	100.0	87.1	6.3	6.0	0.6
만화	2.4	100.0	91.2	8.0	0.0	0.8
음악	2.2	100.0	80.0	20.0	0.0	0.0
게임	4.0	100.0	92.7	5.9	0.7	0.7
영화	67.7	100.0	62.5	12.5	12.5	12.5
애니메이션	2.4	100.0	88.3	10.3	0.0	1.3
방송	60.4	100.0	88.1	7.1	2.6	2.2
캐릭터	73.4	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	142.3	100.0	84.4	6.3	9.3	0.0



### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

대전 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 434.7백만 원이었으며, 87.8%의 제작비가 '작품 제작'에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 '마케팅/홍보'가 3.9%, '기타' 8.0%, '로열티' 0.3% 순으로 나타났다. 분야별로 '캐릭터'의 경우 100.0%가 '작품 제작'에 투입되고 있었으며, '영화'의 비율이 52.5%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



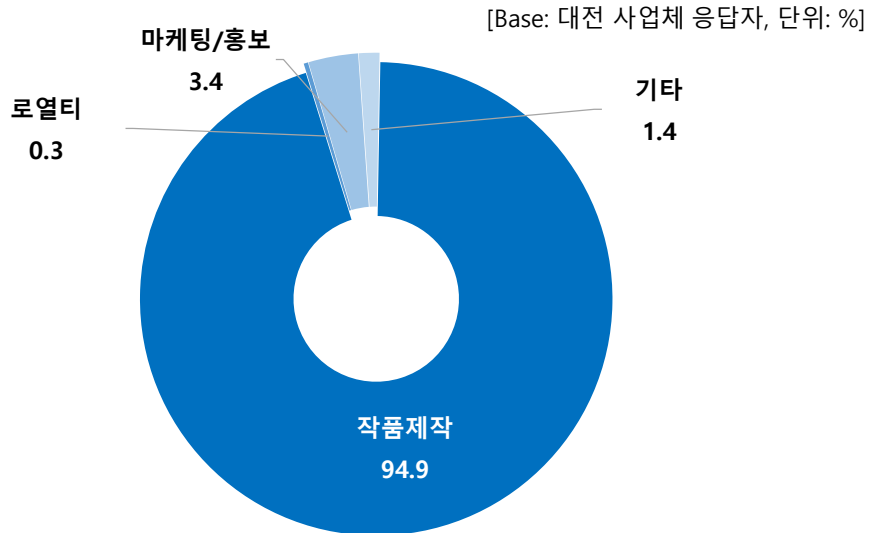
[그림 2-135] 대전 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율

<표 2-179> 대전 지역 분야별 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 백만 원 %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>434.7</b>	<b>100.0</b>	<b>87.8</b>	<b>0.3</b>	<b>3.9</b>	<b>8.0</b>	
분야	만화	81.0	100.0	86.4	0.0	5.2	8.4
	음악	20.0	100.0	85.0	0.0	15.0	0.0
	게임	250.6	100.0	97.1	0.0	2.9	0.0
	영화	215.0	100.0	52.5	12.5	17.5	17.5
	애니메이션	58.7	100.0	96.7	0.0	1.7	1.7
	방송	335.2	100.0	84.9	1.1	8.7	5.3
	캐릭터	564.3	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	지식정보	361.8	100.0	79.9	0.2	4.4	15.5
	콘텐츠솔루션	788.0	100.0	97.1	0.0	2.5	0.4

지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 491.0백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘콘텐츠솔루션’이 788.0백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘캐릭터’ 564.3백만 원, ‘방송’ 335.2백만 원으로 나타났다.



[그림 2-136] 대전 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-180> 대전 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

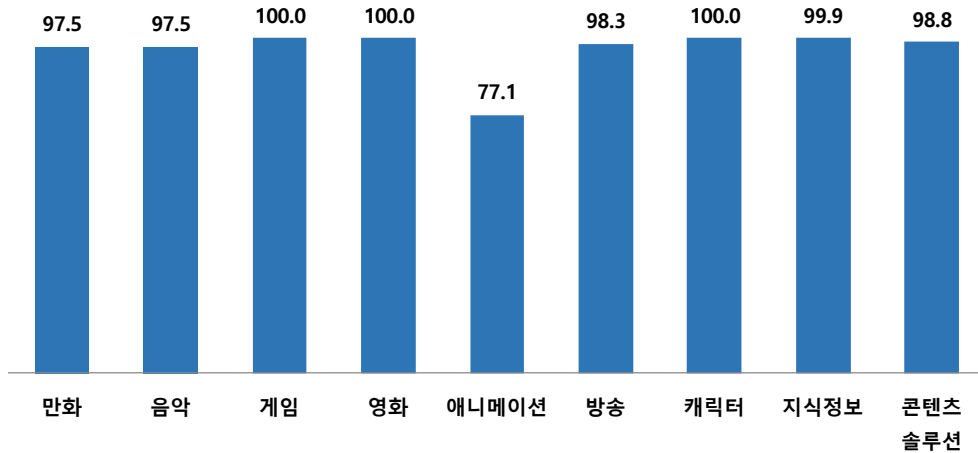
(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/ 홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>491.0</b>	<b>100.0</b>	<b>94.9</b>	<b>0.3</b>	<b>3.4</b>	<b>1.4</b>	
분야	만화	81.0	100.0	86.4	0.0	5.2	8.4
	음악	20.0	100.0	85.0	0.0	15.0	0.0
	게임	250.6	100.0	97.1	0.0	2.9	0.0
	영화	215.0	100.0	52.5	12.5	17.5	17.5
	애니메이션	58.7	100.0	96.7	0.0	1.7	1.7
	방송	335.2	100.0	84.9	1.1	8.7	5.3
	캐릭터	564.3	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	콘텐츠솔루션	788.0	100.0	97.1	0.0	2.5	0.4

#### 4) 상용근로자 비율

대전 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 99.0%로 나타났으며 ‘게임’, ‘영화’, ‘캐릭터’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘애니메이션’ 77.1%의 경우 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-137] 대전 지역 상용근로자 비율

<표 2-181> 대전 지역 분야별 상용근로자 비율

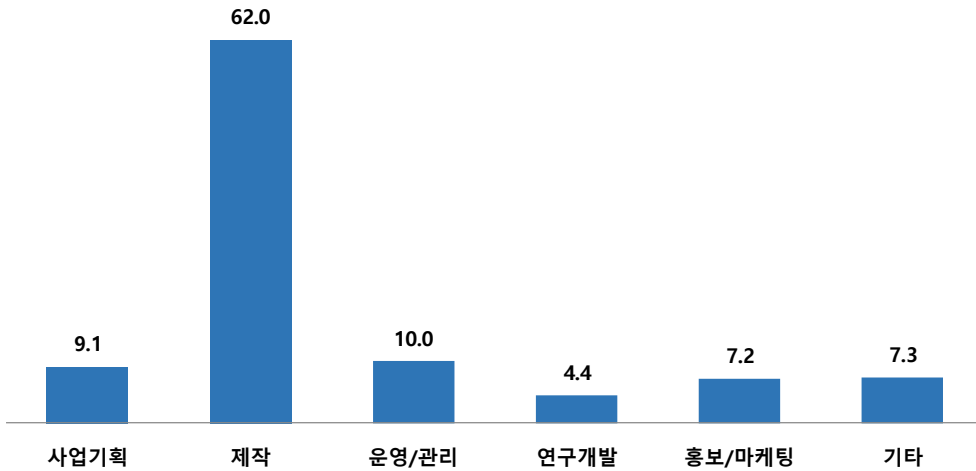
(단위 : %)

분야		비율
전체		99.0
분야	만화	97.5
	음악	97.5
	게임	100.0
	영화	100.0
	애니메이션	77.1
	방송	98.3
	캐릭터	100.0
	지식정보	99.9
	콘텐츠솔루션	98.8

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

대전 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 62.0%로 가장 높게 나타났으며 ‘운영/관리’ 10.0%, ‘사업기획’ 9.1% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘게임’으로 85.1%였으며 ‘운영/관리’의 직무 비율은 ‘캐릭터’가 16.3%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-138] 대전 지역 상용근로자의 직무별 비율

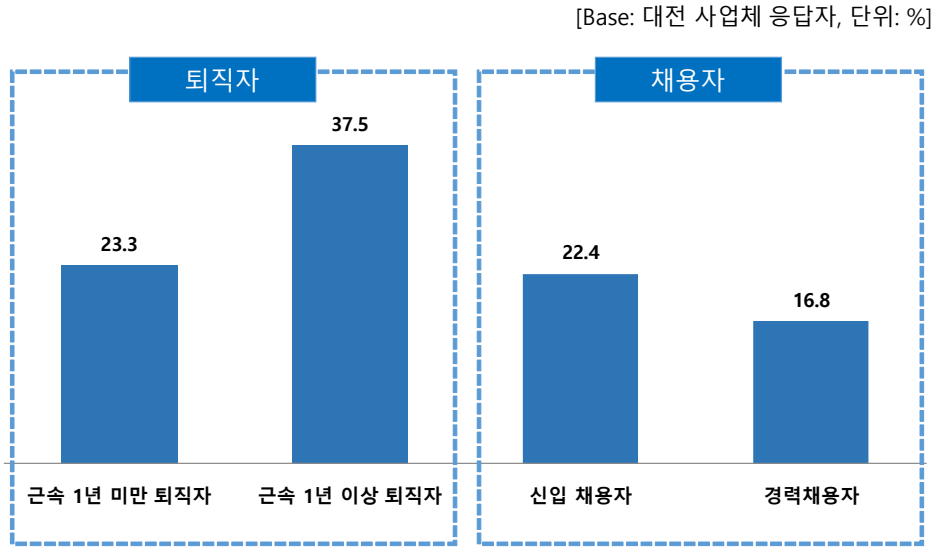
<표 2-182> 대전 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

(단위 : %)

분야		합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타
전체		100.0	9.1	62.0	10.0	4.4	7.2	7.3
분야	만화	100.0	14.6	81.0	3.4	0.0	1.0	0.0
	음악	100.0	5.5	82.1	3.1	0.0	9.3	0.0
	게임	100.0	4.3	85.1	4.1	2.5	2.3	1.6
	영화	100.0	10.0	50.0	10.0	15.0	10.0	5.0
	애니메이션	100.0	21.5	53.5	8.0	4.8	8.3	4.0
	방송	100.0	3.7	70.2	5.6	1.5	8.7	10.3
	캐릭터	100.0	14.6	47.7	16.3	2.9	6.9	11.7
	지식정보	100.0	12.5	57.3	9.6	4.5	10.6	5.5
	콘텐츠솔루션	100.0	4.2	58.8	14.2	7.0	2.0	13.8

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

대전 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '퇴직자'의 비율이 60.8%로 '채용자' 비율인 39.2%보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 37.5%가 '근속 1년 이상 퇴직자'였으며, 채용자는 22.4%가 '신입 채용자'로 나타났다. 분야별로는 '영화' 분야의 퇴직자 비율이 87.5%로 가장 높았으며, '애니메이션' 분야의 채용자 비율이 100.0%로 높게 나타났다.



[그림 2-139] 대전 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-183> 대전 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

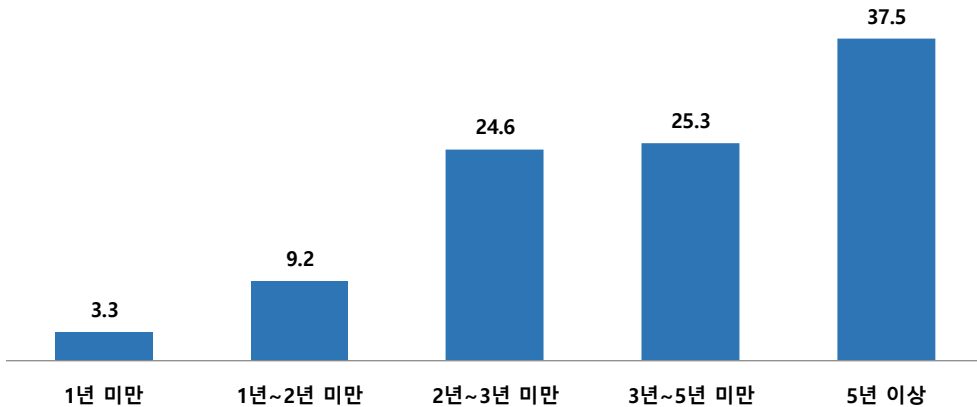
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년 미만 퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자	
전체	60.8	23.3	37.5	39.2	22.4	16.8	
분야	만화	40.0	40.0	0.0	60.0	40.0	20.0
	음악	56.0	12.0	44.0	44.0	8.0	36.0
	게임	45.3	23.9	21.3	54.7	28.4	26.3
	영화	87.5	25.0	62.5	12.5	0.0	12.5
	애니메이션	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0
	방송	58.8	35.9	22.9	41.2	34.1	7.2
	캐릭터	40.8	27.2	13.6	59.2	32.0	27.2
	지식정보	58.9	28.2	30.7	41.1	21.1	20.0
	콘텐츠솔루션	78.9	13.4	65.5	21.1	14.5	6.7
	콘텐츠 이외분야	55.0	26.5	28.4	45.0	24.5	20.5

### 7) 상용근로자의 평균 근속기간

대전 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 46.67개월이었으며, '5년 이상' 37.5%, '3~5년 미만' 25.3%, '2~3년 미만' 24.6% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 '음악'의 평균 근속 개월 수가 87.31개월로 가장 길게 나타났고, '만화'는 30.40개월로 가장 짧은 근속 개월로 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-140] 대전 지역 상용근로자의 평균 근속기간

<표 2-184> 대전 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

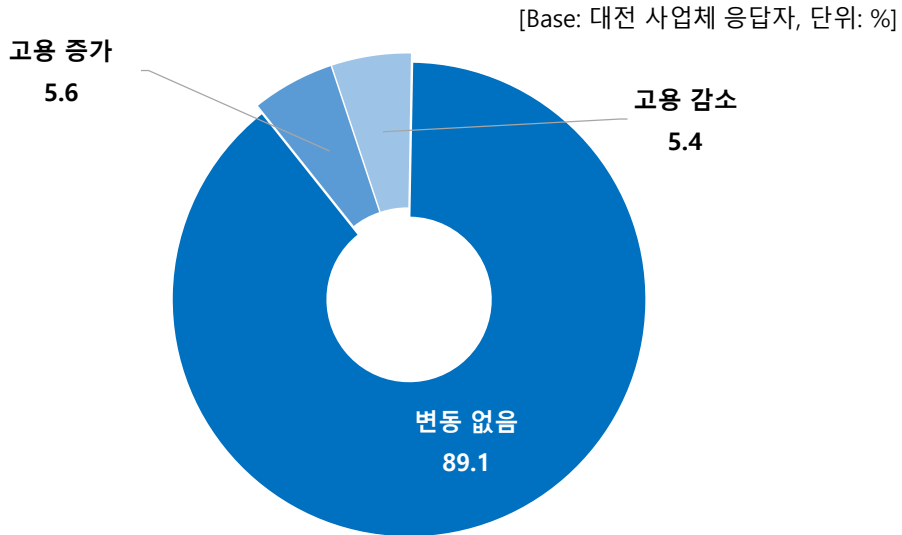
(단위 : %)

분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균 근속 개월 수	
전체	100.0	3.3	9.2	24.6	25.3	37.5	46.67	
분야	만화	100.0	0.0	0.0	80.0	0.0	20.0	30.40
	음악	100.0	0.0	0.0	31.0	3.4	65.5	87.31
	게임	100.0	0.0	5.3	49.5	17.9	27.4	39.73
	영화	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	42.00
	애니메이션	100.0	0.0	25.0	25.0	25.0	25.0	44.00
	방송	100.0	0.0	10.0	30.0	50.0	10.0	45.60
	캐릭터	100.0	0.0	14.3	0.0	23.8	61.9	47.71
	지식정보	100.0	7.6	9.2	22.3	23.9	37.0	40.68
	콘텐츠솔루션	100.0	0.0	12.4	21.7	37.2	28.7	44.16

### 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 대전 지역 사업체의 89.1%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 5.6%, ‘고용감소’는 5.4%로 나타났다.

고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 7.45명, 감소 인원은 2.81명이었다.



[그림 2-141] 대전 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-185> 대전 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화

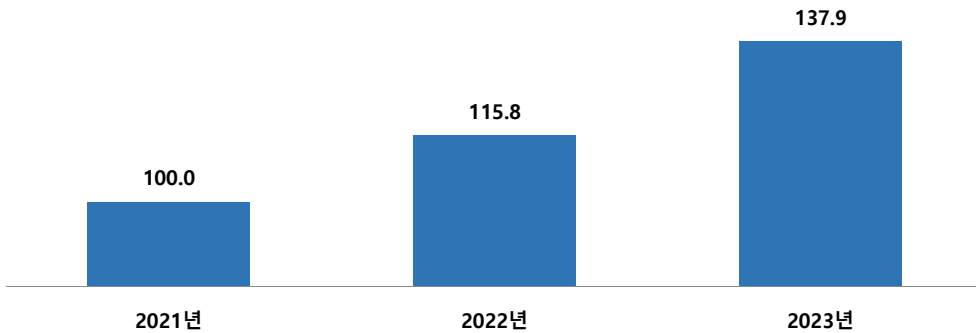
(단위 : % 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	5.6	5.4	89.1	7.45	2.81	
분야	만화	100.0	20.0	0.0	80.0	4.00	-
	음악	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	게임	100.0	10.5	10.5	78.9	20.00	3.50
	영화	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	애니메이션	100.0	0.0	25.0	75.0	-	1.00
	방송	100.0	20.0	0.0	80.0	4.00	-
	캐릭터	100.0	4.8	0.0	95.2	5.00	-
	지식정보	100.0	3.1	10.0	86.9	9.50	2.84
	콘텐츠솔루션	100.0	8.4	0.0	91.6	4.25	-

### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

대전 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 46.7%의 사업체가 '동일'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 57.3%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 분야 중 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 사업은 '만화', '애니메이션'으로 100.0%였으며, 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 '영화'로 50.0%가 '감소'했다고 응답하였다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 '만화', '애니메이션' 100.0% 등이었으며 '영화'는 '감소'할 것이라는 응답이 50.0%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-142] 대전 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

<표 2-186> 대전 지역 분야별 경영 현황 및 전망

(단위 : %)

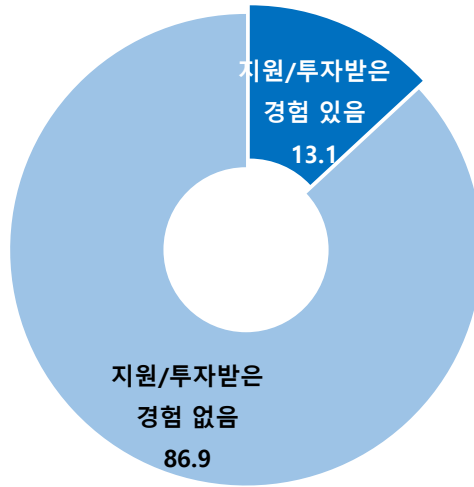
분야	2022년 평균					2023년 평균				
	합계	감소	동일	증가	합계	감소	동일	증가		
전체	115.82	100.0	9.3	46.7	44.0	137.85	100.0	9.5	33.2	57.3
만화	136.20	100.0	0.0	0.0	100.0	164.00	100.0	0.0	0.0	100.0
음악	127.24	100.0	31.0	0.0	69.0	160.00	100.0	31.0	0.0	69.0
게임	123.16	100.0	17.9	30.5	51.6	143.42	100.0	25.3	23.2	51.6
영화	100.00	100.0	50.0	0.0	50.0	105.00	100.0	50.0	0.0	50.0
애니메이션	139.00	100.0	0.0	0.0	100.0	175.50	100.0	0.0	0.0	100.0
방송	98.60	100.0	20.0	30.0	50.0	113.30	100.0	20.0	20.0	60.0
캐릭터	145.71	100.0	9.5	14.3	76.2	174.29	100.0	9.5	14.3	76.2
지식정보	105.12	100.0	3.9	72.0	24.0	118.95	100.0	3.1	55.2	41.7
콘텐츠솔루션	119.53	100.0	6.6	43.8	49.6	150.16	100.0	6.6	23.2	70.2



## 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

대전 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 13.1%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘게임’과 ‘애니메이션’ 사업체의 경우 각각 61.1%, 25.0%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-143] 대전 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-187> 대전 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

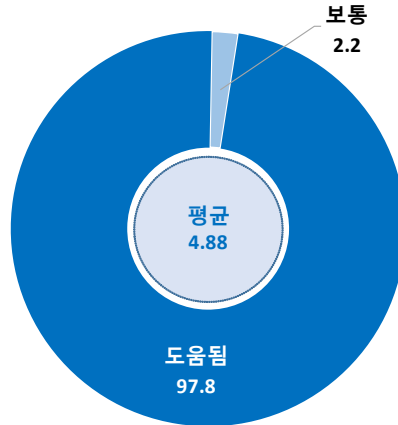
(단위 : %)

분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	13.1	86.9	100.0
만화	20.0	80.0	100.0
음악	0.0	100.0	100.0
게임	61.1	38.9	100.0
영화	0.0	100.0	100.0
애니메이션	25.0	75.0	100.0
방송	0.0	100.0	100.0
캐릭터	0.0	100.0	100.0
지식정보	9.2	90.8	100.0
콘텐츠솔루션	17.4	82.6	100.0

## 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 대전 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 97.8%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 없었다. 평균 도움 정도는 ‘만화’와 ‘콘텐츠솔루션’ 분야가 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 대전지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-144] 대전 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-188> 대전 지역 분야별 지원 및 투자 경험 도움 정도

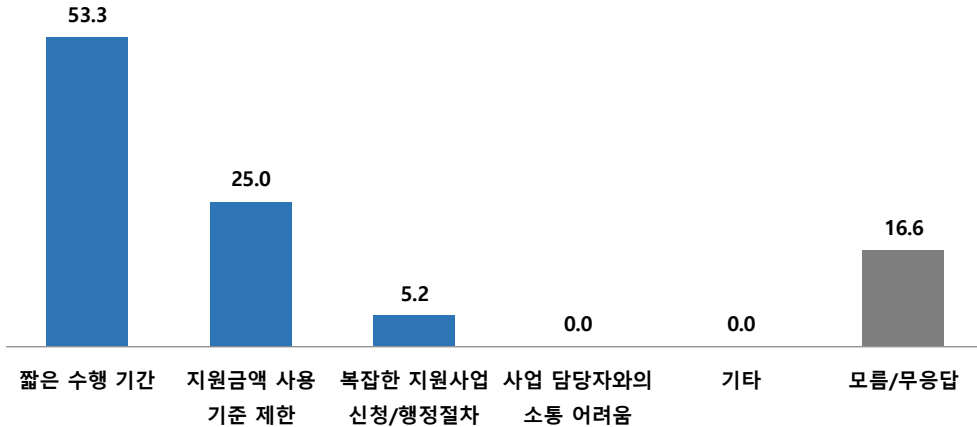
(단위 : % 점)

분야	① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	0.0	0.0	2.2	7.6	90.1	0.0	97.8	4.88
분야	만화	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00
	음악	-	-	-	-	-	-	-
	게임	0.0	0.0	0.0	12.1	87.9	0.0	4.88
	영화	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	0.0	0.0	20.0	0.0	80.0	0.0	4.60
	방송	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	0.0	0.0	0.0	15.7	84.3	0.0	4.84
	콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 53.3%의 사업체가 '짧은 수행 기간'라고 응답하였으며, '지원금액 사용 기준 제한' 25.0%, '복잡한 지원사업 신청/행정절차' 5.2% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대전지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-145] 대전 지역 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-189> 대전 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

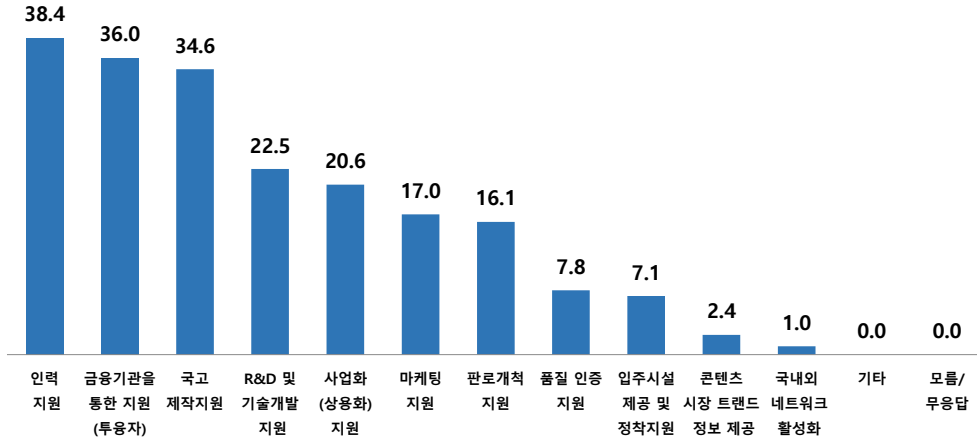
(단위 : %)

분야	짧은 수행 기간	지원금액 사용 기준 제한	복잡한 지원사업 신청/행정절차	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	53.3	25.0	5.2	0.0	0.0	16.6	100.0
만화	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
음악	-	-	-	-	-	-	0.0
게임	75.9	12.1	0.0	0.0	0.0	12.1	100.0
영화	-	-	-	-	-	-	0.0
애니메이션	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
방송	-	-	-	-	-	-	0.0
캐릭터	-	-	-	-	-	-	0.0
지식정보	83.0	0.0	17.0	0.0	0.0	0.0	100.0
콘텐츠솔루션	0.0	62.3	0.0	0.0	0.0	37.7	100.0

### 13) 필요 지원 분야

대전 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 38.4%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 36.0%, ‘국고 제작 지원’ 34.6%, ‘R&D 및 기술개발 지원’ 22.5% 등의 순으로 높았다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-146] 대전 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

<표 2-190> 대전 지역 분야별 필요 지원 분야

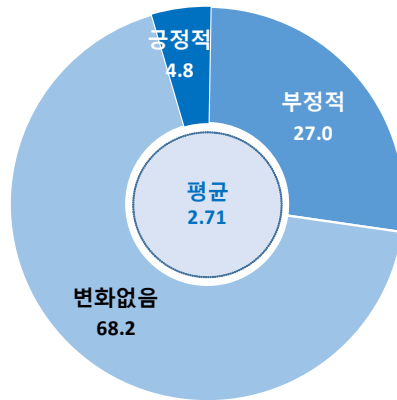
(단위 : %)

분야	인력 지원(인건비, 전문 교육 지원 등)	금융기관을 통한 지원(투융자)	국고 제작 지원	R&D 및 기술개발 지원	사업화(상용화)지원(시제품 개발 지원 등)	마케팅(광고 및 판촉지원 등)	판로개척 지원	품질 인증 지원(특허, 인증 등)	입주시설 제공 및 정책 지원	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성화	기타	모름/무응답
전체	38.4	36.0	34.6	22.5	20.6	17.0	16.1	7.8	7.1	2.4	1.0	0.0	0.0
만화	80.0	0.0	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0	80.0	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	0.0	69.0	3.4	0.0	31.0	0.0	31.0	27.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	15.8	26.3	58.9	5.3	7.4	12.6	32.6	15.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	0.0	0.0	50.0	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	100.0	0.0	50.0	25.0	50.0	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	30.0	0.0	30.0	30.0	30.0	60.0	10.0	30.0	10.0	30.0	20.0	0.0	0.0
캐릭터	4.8	38.1	4.8	47.6	0.0	57.1	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	40.9	39.9	40.1	16.2	13.1	18.4	9.2	3.1	10.8	1.6	0.8	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	60.1	28.5	39.5	37.2	36.1	3.9	5.8	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0

#### 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 68.2%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 27.0%의 사업체가 ‘부정적’, 4.8%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 96.6%로 ‘음악’이 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘게임’ (25.3%)으로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-147] 대전 지역 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-191> 대전 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

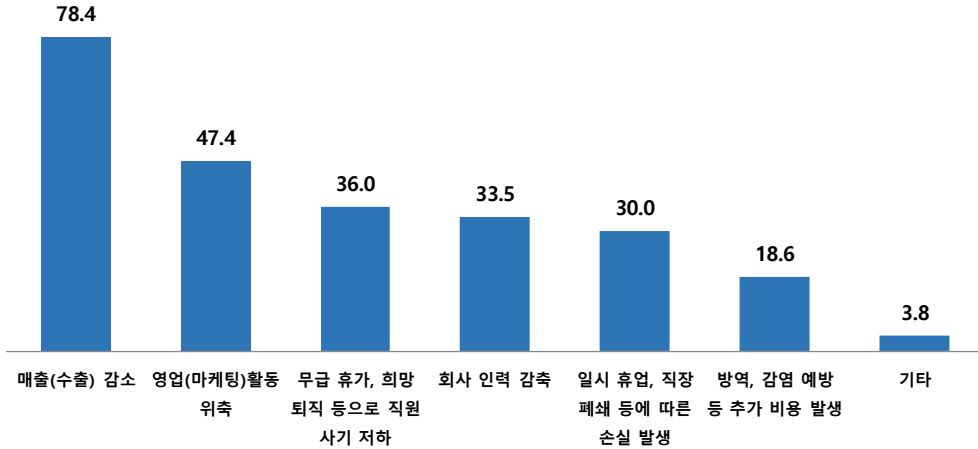
(단위 : % 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	9.2	17.8	68.2	3.0	1.8	27.0	4.8	2.71
만화	0.0	0.0	80.0	20.0	0.0	0.0	20.0	3.20
음악	3.4	93.1	3.4	0.0	0.0	96.6	0.0	2.00
게임	12.6	5.3	56.8	25.3	0.0	17.9	25.3	2.95
영화	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	2.50
애니메이션	25.0	25.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	2.25
방송	10.0	60.0	30.0	0.0	0.0	70.0	0.0	2.20
캐릭터	9.5	4.8	81.0	4.8	0.0	14.3	4.8	2.81
지식정보	15.3	6.2	76.1	1.6	0.8	21.5	2.3	2.66
콘텐츠솔루션	0.0	9.7	84.5	0.0	5.8	9.7	5.8	3.02

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 78.4%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 47.4%, ‘무급휴가, 희망퇴직 등으로 직원 사기 저하’ 36.0% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-148] 대전 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-192> 대전 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

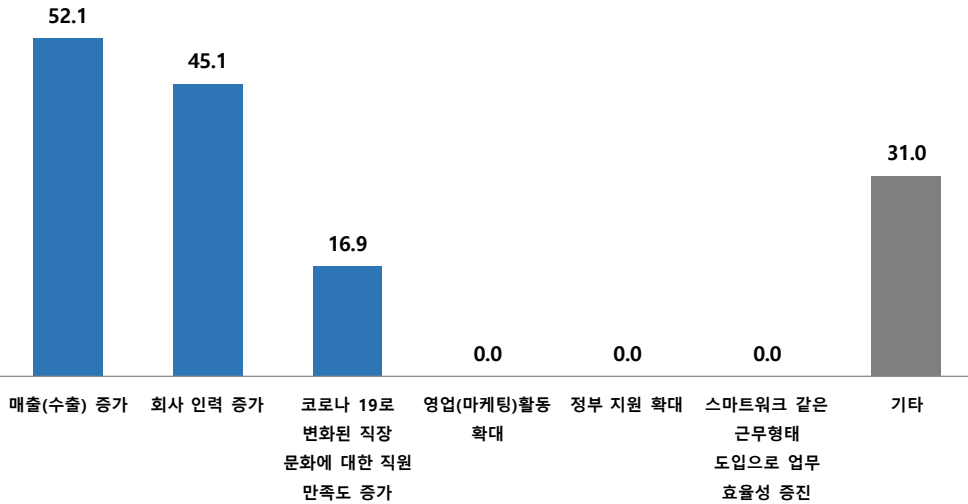
(단위 : %)

분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	회사 인력 감축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	기타
전체	78.4	47.4	36.0	33.5	30.0	18.6	3.8
만화	100.0	32.1	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	100.0	70.6	29.4	29.4	29.4	29.4	0.0
영화	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0
애니메이션	100.0	50.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0
방송	71.4	85.7	42.9	42.9	42.9	0.0	42.9
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	60.9	42.7	74.6	78.2	35.5	46.4	0.0
콘텐츠슬루션	40.5	100.0	40.5	0.0	0.0	0.0	0.0

## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출)증가’가 52.1%로 가장 높았으며, ‘회사인력증가’ 45.1%, ‘코로나 19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가’ 16.9% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-149] 대전 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-193> 대전 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

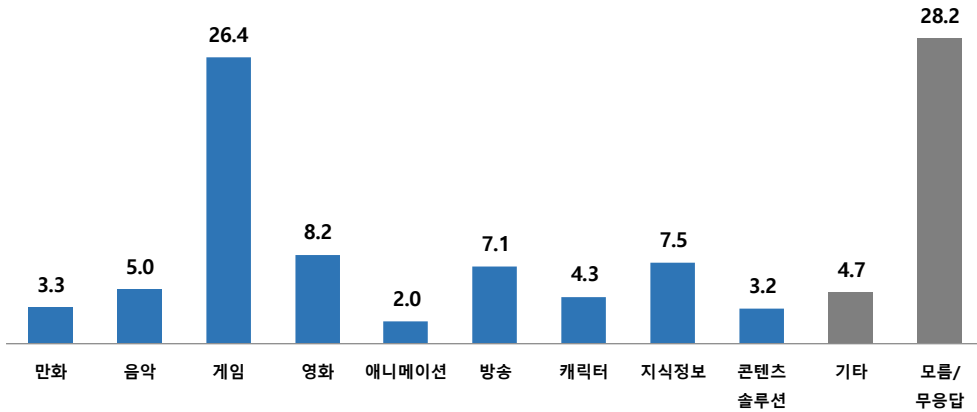
(단위 : %)

분야	매출(수출) 증가	회사 인력 증가	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	영업(마케팅) 활동 확대	정부 지원 확대	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	기타
전체	52.1	45.1	16.9	0.0	0.0	0.0	31.0
만화	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	70.8	0.0	29.2	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 28.2%, ‘게임’ 26.4%, ‘영화’가 8.2%로 등의 순으로 나타났다. ‘만화’의 경우 100.0%의 비율로 ‘영화’가 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답하였으며, ‘음악’의 경우 65.5%의 비율로 ‘게임’이 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답하였다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-150] 대전 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-194> 대전 지역에서 분야별 지원이 큰 콘텐츠 분야

(단위 : %)

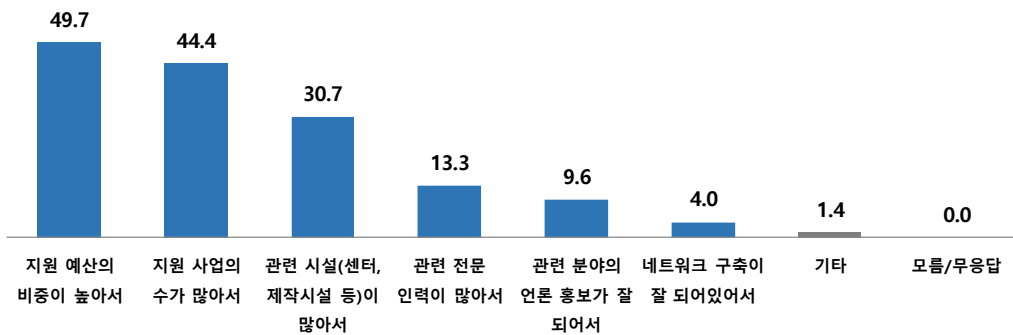
분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	3.3	5.0	26.4	8.2	2.0	7.1	4.3	7.5	3.2	4.7	28.2
만화	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	0.0	0.0	65.5	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	27.6
게임	0.0	0.0	53.7	5.3	0.0	0.0	15.8	12.6	0.0	0.0	12.6
영화	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0
방송	0.0	10.0	10.0	0.0	30.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	30.0
캐릭터	0.0	0.0	0.0	9.5	9.5	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	71.4
지식정보	7.6	8.4	16.8	0.8	0.8	10.0	7.6	12.3	3.9	8.4	23.3
콘텐츠솔루션	0.0	2.6	32.6	17.4	0.0	6.6	0.0	3.9	5.8	0.0	31.1



### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 49.7%, ‘지원사업의 수가 많아서’ 44.4%, ‘관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서’ 30.7% 등의 순으로 나타났다. ‘만화’ 분야의 경우 ‘지원 예산의 비중이 높아서’라는 응답이 100.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났으며, ‘애니메이션’과 ‘캐릭터’의 경우 ‘지원사업의 수가 많아서’라는 응답이 100.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-151] 대전 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-195> 분야별 대전 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

(단위 : %)

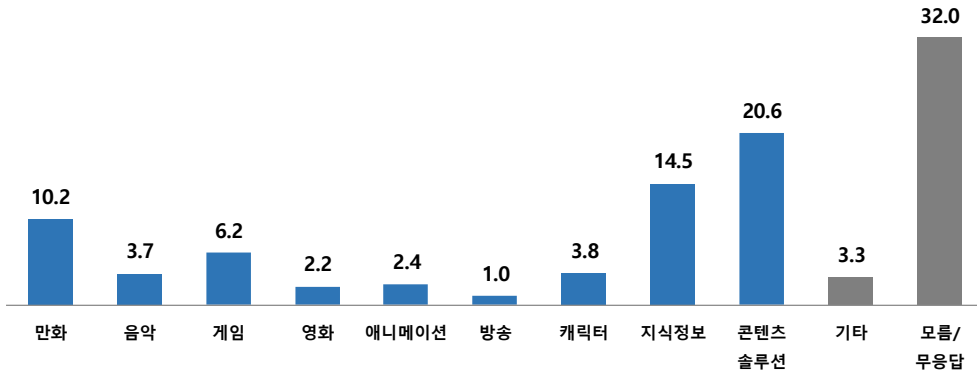
분야	지원 예산의 비중이 높아서	지원사업의 수가 많아서	관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서	관련 전문 인력이 많아서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어 있어서	네트워크 구축이 잘 되어 있어서	기타	모름/무응답
전체	49.7	44.4	30.7	13.3	9.6	4.0	1.4	0.0
분야	만화	100.0	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	음악	4.8	90.5	0.0	4.8	0.0	0.0	4.8
	게임	34.9	18.1	20.5	12.0	26.5	8.4	0.0
	영화	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0
	애니메이션	66.7	100.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	방송	0.0	42.9	57.1	14.3	0.0	14.3	14.3
	캐릭터	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
	지식정보	51.0	37.0	27.0	14.0	13.0	4.1	0.0
콘텐츠솔루션	78.2	37.2	53.2	17.9	5.7	0.0	0.0	

### 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 32.0%, 다음으로 ‘콘텐츠솔루션’이 20.6%, ‘지식정보’가 14.5% 순으로 높았다.

‘만화’의 경우 ‘영화’가 80.0%의 비율로 소외되어 있다고 응답했다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-152] 대전 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-196> 분야별 대전 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

(단위 : %)

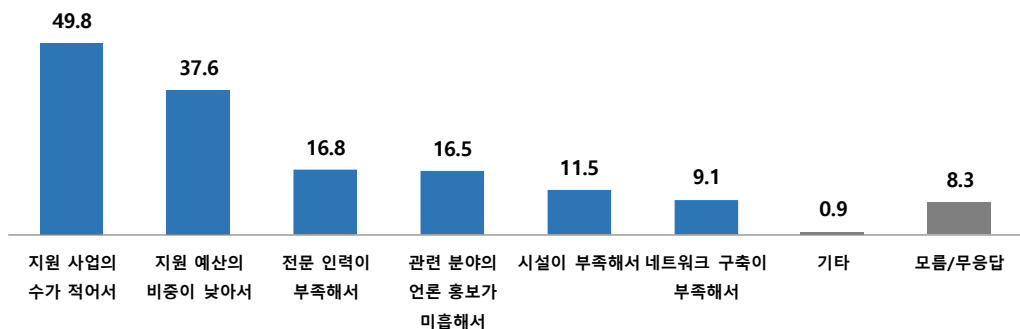
분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
<b>전체</b>	<b>10.2</b>	<b>3.7</b>	<b>6.2</b>	<b>2.2</b>	<b>2.4</b>	<b>1.0</b>	<b>3.8</b>	<b>14.5</b>	<b>20.6</b>	<b>3.3</b>	<b>32.0</b>
만화	20.0	0.0	0.0	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	65.5	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	0.0	0.0	27.6
게임	5.3	26.3	33.7	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27.4
영화	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
방송	0.0	0.0	0.0	10.0	30.0	20.0	10.0	0.0	10.0	0.0	20.0
캐릭터	19.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.5	0.0	71.4
지식정보	3.9	2.3	9.2	0.0	0.8	0.0	0.0	27.6	16.8	7.6	31.7
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	13.5	8.4	46.3	0.0	29.2

### 가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원사업의 수가 적어서’가 49.8%로 가장 높았고, ‘지원 예산의 비중이 낮아서’가 37.6%, ‘전문인력이 부족해서’ 16.8% 등의 순으로 나타났다.

‘만화’의 경우 ‘지원사업의 수가 적어서’라는 응답이 100.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-153] 대전 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

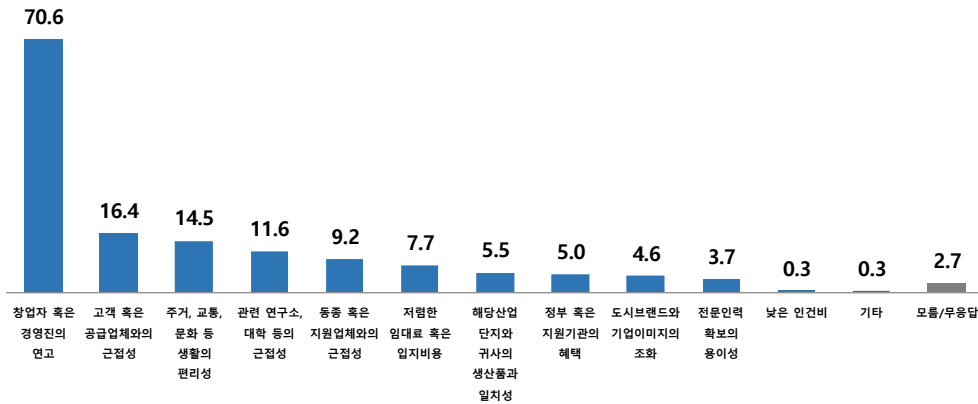
<표 2-197> 분야별 대전 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)  
(단위 : %)

분야	지원사업의 수가 적어서	지원 예산의 비중이 낮아서	전문인력이 부족해서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	시설이 부족해서	네트워크 구축이 부족해서	기타	모름/무응답
<b>전체</b>	<b>49.8</b>	<b>37.6</b>	<b>16.8</b>	<b>16.5</b>	<b>11.5</b>	<b>9.1</b>	<b>0.9</b>	<b>8.3</b>
분야	만화	100.0	20.0	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	음악	90.5	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	4.8
	게임	54.2	38.6	0.0	8.4	12.0	0.0	16.9
	영화	0.0	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0
	애니메이션	66.7	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
	방송	42.9	14.3	14.3	28.6	42.9	28.6	0.0
	캐릭터	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0
	지식정보	60.0	48.0	25.0	4.1	5.1	2.0	0.0
	콘텐츠솔루션	12.2	39.9	3.8	50.6	19.6	25.3	0.0

### 17) 대전 지역에 사업장을 선택한 이유

대전 지역 콘텐츠 사업체가 대전 지역을 선택한 이유에 대해 70.6%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘고객 혹은 공급업체와의 근접성’ 16.4%, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’ 14.5% 등의 순으로 나타났다. ‘만화’의 경우, ‘정부 혹은 지원기관의 혜택’이라는 응답이 100.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났고 ‘영화’의 경우 ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’때문이라는 응답이 100.0%로 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-154] 대전 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-198> 분야별 대전 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

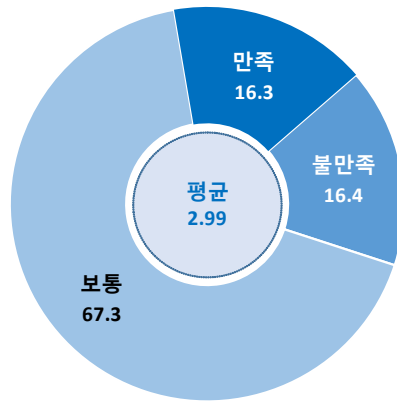
(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진의 연고	고객 혹은 공급업체와의 근접성	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	관련 연구소, 대학 등의 근접성	동종 혹은 지원업체와의 근접성	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	해당산업 단지과 귀사의 생산물과 일치성	정부 혹은 지원기관의 혜택	도시브랜드와 기업이미지의 조화	전문인력 확보의 용이성	낮은 인건비	기타	모름/무응답	
<b>전체</b>	<b>70.6</b>	<b>16.4</b>	<b>14.5</b>	<b>11.6</b>	<b>9.2</b>	<b>7.7</b>	<b>5.5</b>	<b>5.0</b>	<b>4.6</b>	<b>3.7</b>	<b>0.3</b>	<b>0.3</b>	<b>2.7</b>	
분야	만화	20.0	0.0	80.0	80.0	0.0	0.0	100.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	
	음악	72.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27.6	
	게임	69.5	12.6	5.3	0.0	38.9	0.0	0.0	7.4	0.0	21.1	0.0	0.0	
	영화	0.0	50.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	
	애니메이션	75.0	0.0	25.0	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	
	방송	50.0	40.0	20.0	10.0	0.0	30.0	0.0	0.0	40.0	10.0	0.0	0.0	
	캐릭터	95.2	0.0	0.0	0.0	0.0	9.5	0.0	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	
	지식정보	63.8	23.9	23.9	13.1	12.3	10.0	9.2	3.1	2.3	3.9	0.8	0.0	0.0
	콘텐츠솔루션	82.4	13.5	2.6	12.4	5.3	5.3	5.8	5.8	5.8	0.0	0.0	0.0	0.0

### 18) 대전 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

대전 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 16.3%가 만족한다고 응답하여 불만족인 16.4%보다 0.1%p 낮게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 '만화'가 3.80점으로 가장 높았으며 '영화'가 2.50점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-155] 대전 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-199> 대전 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

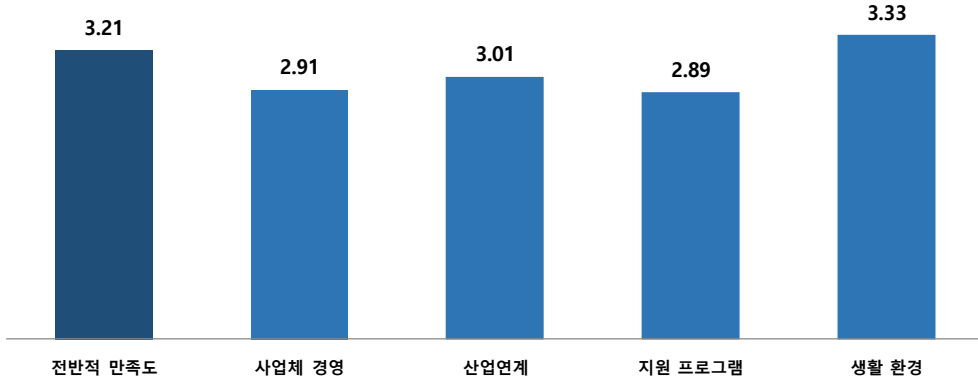
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	0.7	15.8	67.3	15.9	0.3	16.4	16.3	2.99
만화	0.0	0.0	20.0	80.0	0.0	0.0	80.0	3.80
음악	3.4	27.6	69.0	0.0	0.0	31.0	0.0	2.66
게임	0.0	10.5	66.3	23.2	0.0	10.5	23.2	3.13
영화	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	2.50
애니메이션	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0	0.0	25.0	3.25
방송	10.0	20.0	60.0	0.0	10.0	30.0	10.0	2.80
캐릭터	0.0	4.8	85.7	9.5	0.0	4.8	9.5	3.05
지식정보	0.0	22.9	64.0	13.1	0.0	22.9	13.1	2.90
콘텐츠솔루션	0.0	3.9	71.5	24.5	0.0	3.9	24.5	3.21

### 19) 대전 지역 인프라 환경 구축 체감도

대전 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 3.21점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘생활 환경’이 3.33점으로 가장 높았으며, ‘산업연계’ 3.01점, ‘사업체 경영’ 2.91점, ‘지원 프로그램’ 2.89점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘만화’의 전반적 체감도가 3.80점으로 가장 높았으며, ‘음악’과 ‘영화’가 3.00점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-156] 대전 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-200> 대전 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

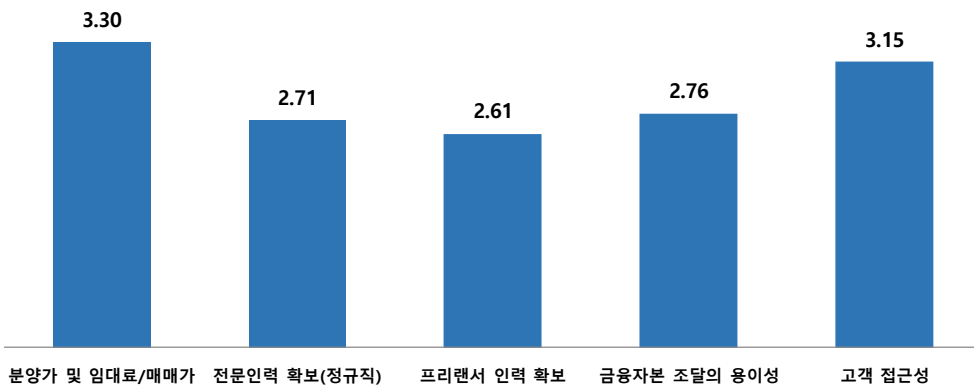
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
<b>전체</b>	<b>2.91</b>	<b>3.01</b>	<b>2.89</b>	<b>3.33</b>	<b>3.21</b>
만화	2.88	3.12	3.07	3.20	3.80
음악	2.63	2.82	2.53	3.17	3.00
게임	2.65	2.77	3.00	3.28	3.11
영화	3.20	3.20	2.83	3.00	3.00
애니메이션	3.00	3.05	3.42	3.38	3.25
방송	2.68	2.88	2.57	3.45	3.10
캐릭터	3.34	2.76	3.06	3.31	3.48
지식정보	2.97	3.12	2.89	3.48	3.33
콘텐츠솔루션	2.86	3.02	2.97	3.17	3.03

## 가) 사업체 경영

대전 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.91점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘분양가 및 임대료/매매가’가 3.30점으로 가장 높았으며, ‘고객 접근성’ 3.15점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.76점, ‘전문인력 확보(정규직)’ 2.71점, ‘프리랜서 인력 확보’ 2.61점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘캐릭터’의 평균 점수가 3.34점으로 가장 높았으며, ‘음악’ 분야가 2.63점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-157] 대전 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-201> 대전 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

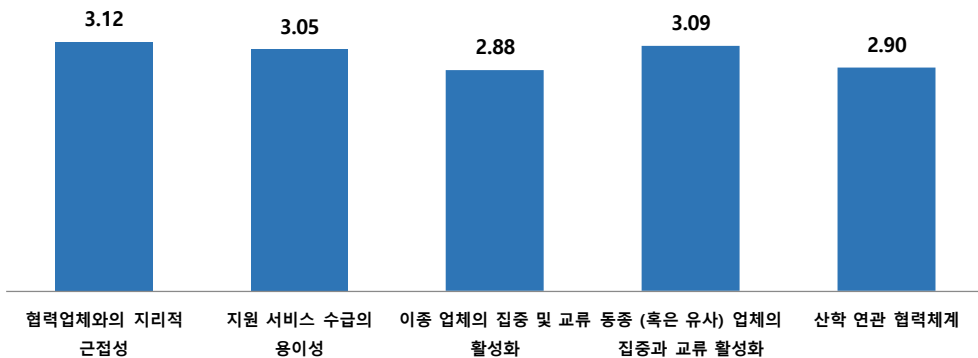
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.30	2.71	2.61	2.76	3.15	2.91
만화	3.00	2.40	3.20	2.80	3.00	2.88
음악	2.93	2.97	2.97	2.00	2.31	2.63
게임	3.13	2.24	2.45	2.56	2.89	2.65
영화	3.50	3.00	3.00	2.50	4.00	3.20
애니메이션	3.00	2.75	2.75	3.25	3.25	3.00
방송	3.10	2.20	2.20	2.50	3.40	2.68
캐릭터	3.57	3.05	3.43	3.57	3.10	3.34
지식정보	3.41	2.82	2.63	2.77	3.22	2.97
콘텐츠솔루션	3.27	2.54	2.27	2.86	3.39	2.86

## 나) 산업연계

대전 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 3.01점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘협력업체와의 지리적 근접성’이 3.12점으로 가장 높았으며, 다음으로는 ‘동종(혹은 유사)업체의 집중과 교류 활성화’ 3.09점, ‘지원 서비스 수급의 용이성’ 3.05점, ‘산학연관 협력체계’ 2.90점 ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.88점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘영화’의 평균 점수가 3.20점으로 가장 높았으며, ‘캐릭터’ 분야가 2.76점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-158] 대전 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-202> 대전 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

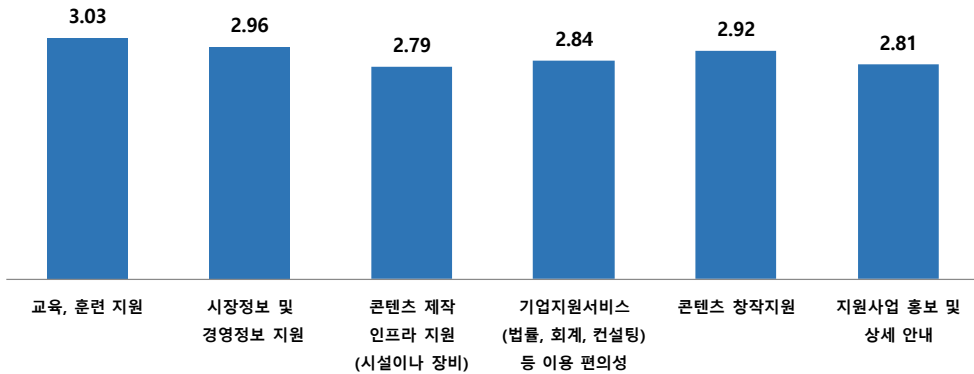
분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종(혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학연관 협력체계	[5점 평균]
전체	3.12	3.05	2.88	3.09	2.90	3.01
만화	3.00	3.00	3.00	3.60	3.00	3.12
음악	2.31	2.93	3.24	2.97	2.66	2.82
게임	2.78	2.86	2.72	2.86	2.63	2.77
영화	3.50	3.00	3.50	3.00	3.00	3.20
애니메이션	3.00	3.25	2.50	3.25	3.25	3.05
방송	3.20	2.80	2.90	2.80	2.70	2.88
캐릭터	2.33	2.81	2.43	3.19	3.05	2.76
지식정보	3.35	3.08	3.04	3.04	3.09	3.12
콘텐츠솔루션	3.36	3.17	2.63	3.25	2.69	3.02



## 다) 지원 프로그램

대전 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 2.89점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘교육, 훈련 지원’이 3.03점으로 가장 높았으며, ‘시장정보 및 경영정보 지원’ 2.96점, ‘콘텐츠 창작지원’ 2.92점, ‘기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성’ 2.84점, ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 2.81점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.79점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’ 점수가 3.42점으로 가장 높았으며, ‘음악’ 분야가 2.53점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-159] 대전 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-203> 대전 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

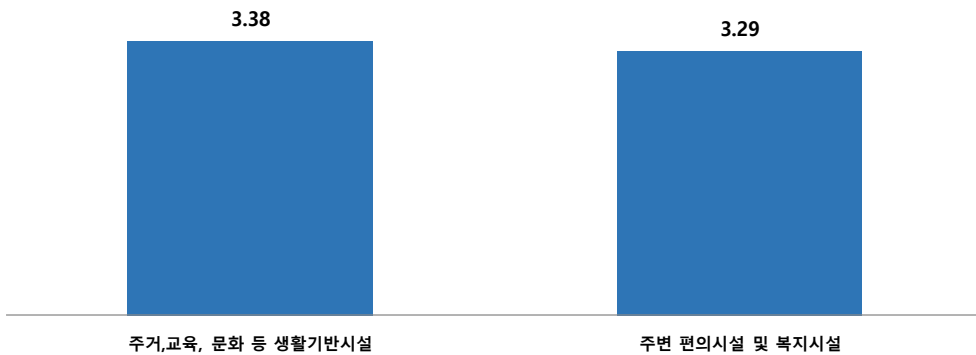
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작지원	지원사업 홍보 및 상세 안내	[5점 평균]
전체	3.03	2.96	2.79	2.84	2.92	2.81	2.89
만화	3.00	2.80	3.00	3.00	3.60	3.00	3.07
음악	2.97	2.28	2.00	2.31	2.66	2.97	2.53
게임	2.82	2.93	3.08	3.00	3.23	2.96	3.00
영화	3.00	2.50	3.00	3.50	2.50	2.50	2.83
애니메이션	3.25	3.50	3.25	3.50	3.25	3.75	3.42
방송	2.50	2.40	2.40	2.80	2.60	2.70	2.57
캐릭터	3.19	3.24	2.95	3.10	3.14	2.76	3.06
지식정보	3.15	2.95	2.86	2.73	2.86	2.77	2.89
콘텐츠솔루션	2.91	3.23	2.87	3.07	2.97	2.76	2.97

## 라) 생활환경

대전 지역의 생활환경 구축 체감도는 평균 3.33점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.38점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.29점으로 나타났다. 분야별로는 ‘지식정보’의 평균 점수가 3.48점으로 가장 높았으며, ‘영화’ 분야가 3.00점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 대전 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-160] 대전 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-204> 대전 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.38	3.29	3.33
만화	3.20	3.20	3.20
음악	3.31	3.03	3.17
게임	3.39	3.18	3.28
영화	3.00	3.00	3.00
애니메이션	3.50	3.25	3.38
방송	3.60	3.30	3.45
캐릭터	3.57	3.05	3.31
지식정보	3.51	3.45	3.48
콘텐츠솔루션	3.13	3.21	3.17

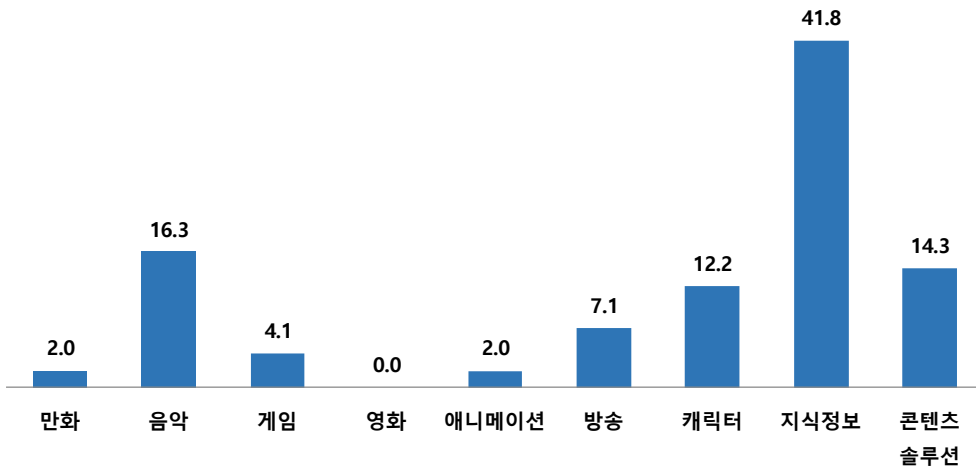
## 8. 울산

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

울산 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 98개였으며, ‘지식정보’ 사업체 수가 41.8%로 가장 많았으며, ‘음악’ 16.3%, ‘콘텐츠솔루션’ 14.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-161] 울산 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-205> 울산 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

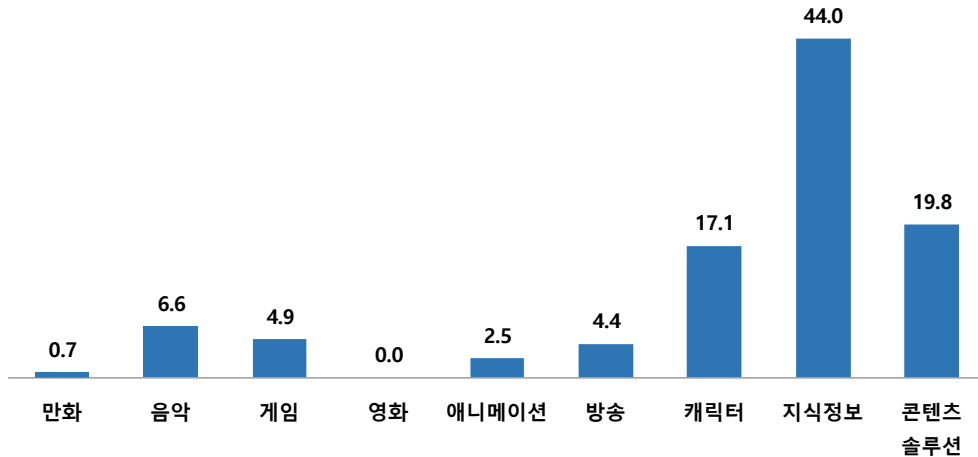
(단위: 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	98	100.0
만화	2	2.0
음악	16	16.3
게임	4	4.1
영화	0	0.0
애니메이션	2	2.0
방송	7	7.1
캐릭터	12	12.2
지식정보	41	41.8
콘텐츠솔루션	14	14.3

## 2) 종사자 현황

울산 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 850명이었으며, ‘지식정보’ 분야의 종사자 비율이 44.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘콘텐츠솔루션’ 19.8%, ‘캐릭터’ 17.1%, ‘음악’ 6.6% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-162] 울산 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

<표 2-206> 울산 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

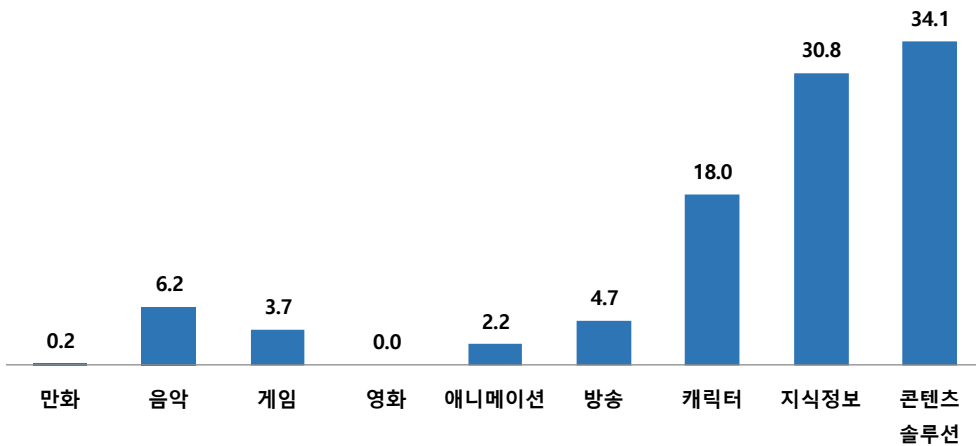
(단위: 명, %)

분야	종사자 수	비율
<b>전체</b>	<b>850</b>	<b>100.0</b>
만화	6	0.7
음악	57	6.6
게임	42	4.9
영화	0	0.0
애니메이션	21	2.5
방송	37	4.4
캐릭터	145	17.1
지식정보	374	44.0
콘텐츠솔루션	168	19.8

### 3) 매출액 현황

광주 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 911억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘콘텐츠 솔루션’ 매출액이 311억 원으로 34.1%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘지식정보’가 280억 원 (30.8%), ‘캐릭터’가 164억 원 (18.0%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-163] 울산 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

<표 2-207> 울산 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원 %)

분야	매출액	비율
전체	91,174	100.0
만화	153	0.2
음악	5,651	6.2
게임	3,342	3.7
영화	-	-
애니메이션	2,044	2.2
방송	4,326	4.7
캐릭터	16,447	18.0
지식정보	28,089	30.8
콘텐츠솔루션	31,121	34.1

## 나. 설문조사 결과

울산 지역 내 사업체 98곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 울산 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 57.1%로 가장 많았으며, '10~49인'이 20.4%, '5~9인'이 19.4%로 나타났다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 83.5%의 비중을 차지하였다.

<표 2-208> 울산 지역 응답 사업체 일반현황

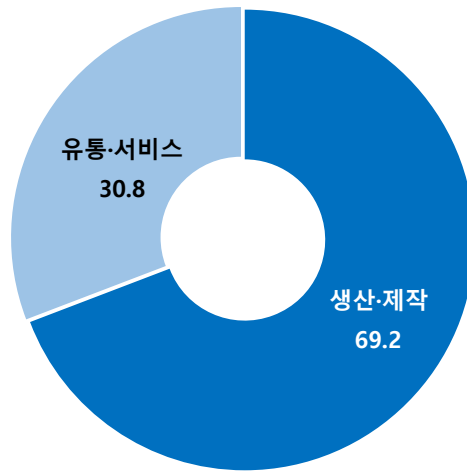
(단위 : 개, %)

분야	사례 수	비율
<b>전체</b>	<b>98</b>	<b>100.0</b>
규모	5인 미만	57.1
	5~9인	19.4
	10~49인	20.4
	50~99인	3.1
	100인 이상	0.0-
콘텐츠분야	만화	2.0
	음악	16.3
	게임	4.1
	영화	0.0
	애니메이션	2.0
	방송	7.1
	캐릭터	12.2
	지식정보	41.8
	콘텐츠솔루션	14.3
사업체 구분	단독사업체	83.5
	본사본점	16.5
	공장, 지사(점), 영업소 등	0.0-

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

울산 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 69.2%, ‘유통·서비스’가 30.8%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘만화’로 88.5%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 35.0%인 ‘게임’으로 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-164] 울산 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

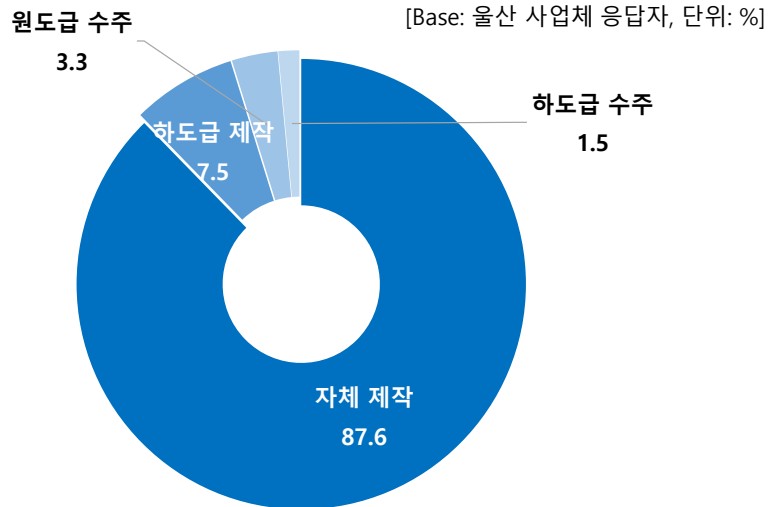
<표 2-209> 울산 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

(단위 : %)

분야	합계	생산·제작	유통·서비스	
전체	100.0	69.2	30.8	
분야	만화	100.0	88.5	11.5
	음악	100.0	69.1	30.9
	게임	100.0	65.0	35.0
	영화	-	-	-
	애니메이션	100.0	75.0	25.0
	방송	100.0	78.6	21.4
	캐릭터	100.0	67.3	32.7
	지식정보	100.0	65.1	34.9
	콘텐츠솔루션	100.0	76.1	23.9

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

울산 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 767.7건이었으며, 제작유형은 '자체 제작'이 87.6%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '하도급 제작'이 7.5%, '원도급 수주'가 3.3%, '하도급 수주'가 1.5%의 순으로 나타났다. 제작 비율로는 '음악'의 자체 제작 비율이 98.4%로 가장 높게 나타났고, '게임'은 61.5%로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-165] 울산 지역 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

<표 2-210> 울산 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

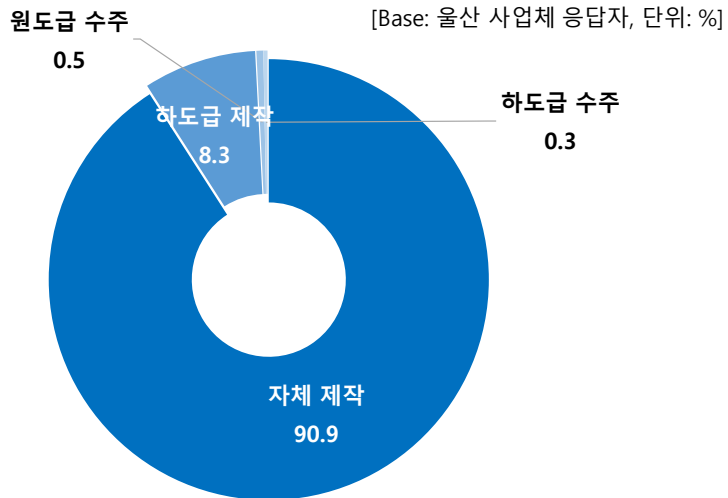
(단위 : 건, %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>767.7</b>	<b>100.0</b>	<b>87.6</b>	<b>7.5</b>	<b>3.3</b>	<b>1.5</b>	
분야	만화	3.4	100.0	97.0	2.5	0.0	0.5
	음악	6.1	100.0	98.4	1.6	0.0	0.0
	게임	2.5	100.0	61.5	38.5	0.0	0.0
	영화	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	3.5	100.0	75.0	25.0	0.0	0.0
	방송	29.8	100.0	81.8	18.0	0.2	0.0
	캐릭터	18.2	100.0	95.8	2.1	1.1	1.1
	지식정보	1,807.3	100.0	83.0	6.4	7.3	3.3
	콘텐츠솔루션	41.8	100.0	95.9	2.8	1.1	0.2



지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 19.9건이었으며, ‘콘텐츠솔루션’이 41.8건으로 가장 높았으며, ‘게임’이 2.5건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-166] 울산 지역 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

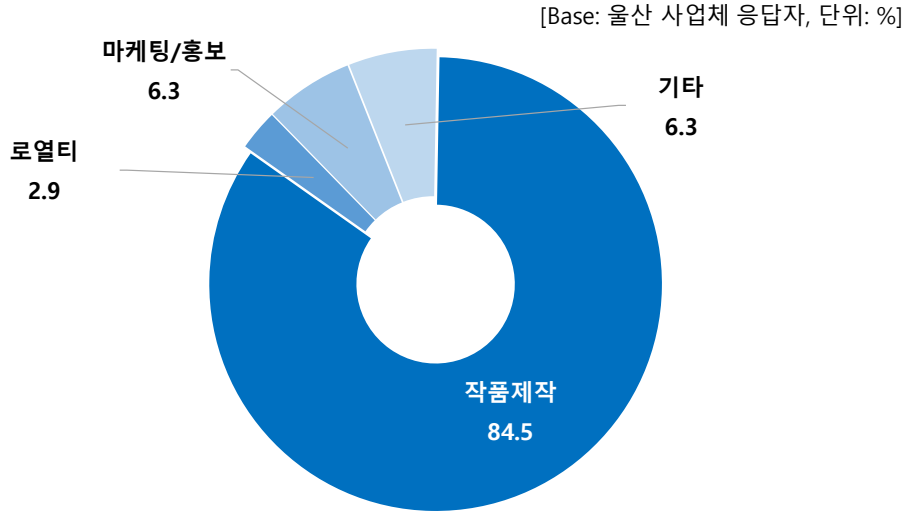
<표 2-211> 울산 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위: 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	19.9	100.0	90.9	8.3	0.5	0.3
만화	3.4	100.0	97.0	2.5	0.0	0.5
음악	6.1	100.0	98.4	1.6	0.0	0.0
게임	2.5	100.0	61.5	38.5	0.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-
애니메이션	3.5	100.0	75.0	25.0	0.0	0.0
방송	29.8	100.0	81.8	18.0	0.2	0.0
캐릭터	18.2	100.0	95.8	2.1	1.1	1.1
콘텐츠솔루션	41.8	100.0	95.9	2.8	1.1	0.2

### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

울산 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 328.7백만 원이었으며, 84.5%의 제작비가 ‘작품 제작’에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 ‘마케팅/홍보’, ‘기타’가 6.3%, ‘로열티’ 2.9% 순으로 나타났다. 분야별로 ‘애니메이션’의 경우 100.0%가 ‘작품 제작’에 투입되고 있었으며, ‘만화’의 경우 ‘작품 제작’의 비율이 74.0%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.



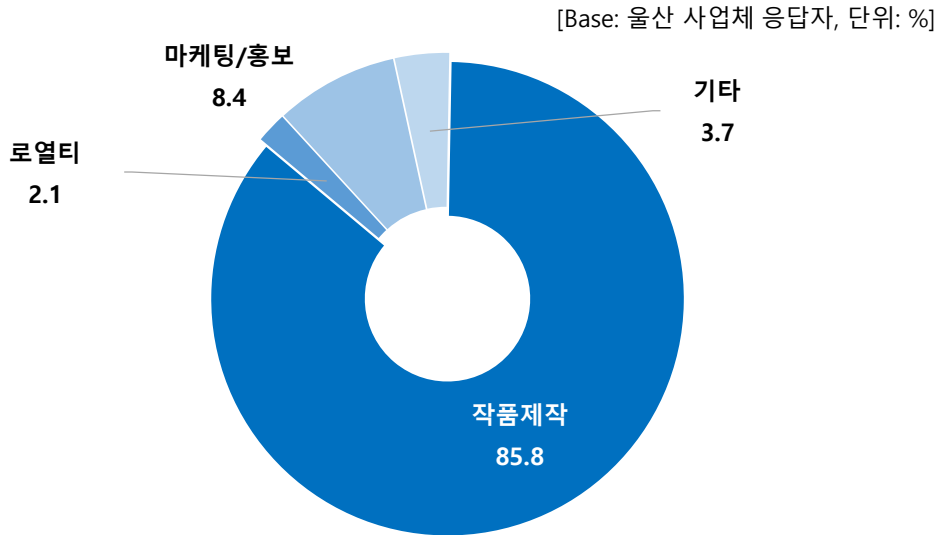
[그림 2-167] 울산 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율

<표 2-212> 울산 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/ 홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>328.7</b>	<b>100.0</b>	<b>84.5</b>	<b>2.9</b>	<b>6.3</b>	<b>6.3</b>	
분야	만화	54.9	100.0	74.0	0.0	12.0	14.0
	음악	40.3	100.0	92.2	2.6	4.2	1.0
	게임	312.1	100.0	94.0	1.0	3.5	1.5
	영화	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	115.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송	202.4	100.0	93.0	0.0	2.7	4.3
	캐릭터	125.7	100.0	82.5	4.6	9.7	3.2
	지식정보	251.8	100.0	82.7	3.9	3.3	10.0
	콘텐츠솔루션	1,195.3	100.0	77.2	2.1	15.3	5.4

지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 384.1백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘콘텐츠솔루션’ 1195.3백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘게임’ 312.1백만 원, ‘방송’ 202.4백만 원으로 나타났다.



[그림 2-168] 울산 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

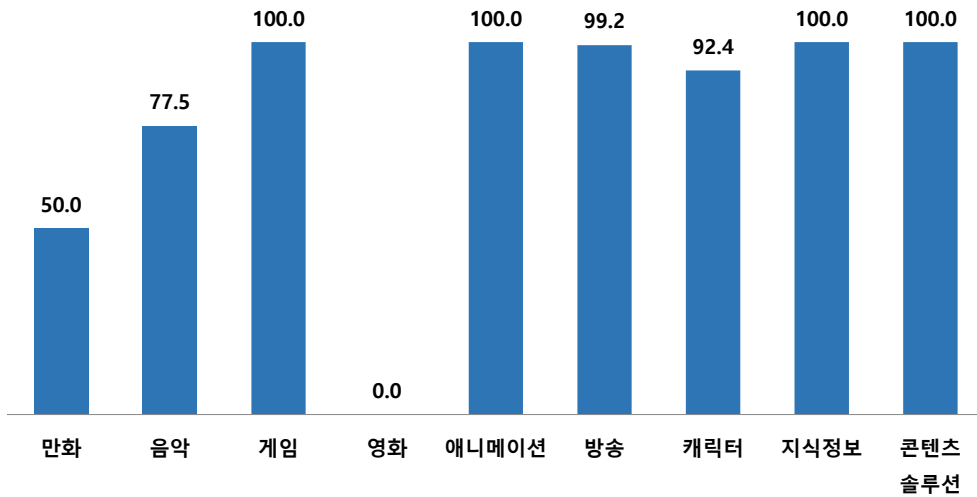
<표 2-213> 울산 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)  
(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/ 홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>384.1</b>	<b>100.0</b>	<b>85.8</b>	<b>2.1</b>	<b>8.4</b>	<b>3.7</b>	
분야	만화	54.9	100.0	74.0	0.0	12.0	14.0
	음악	40.3	100.0	92.2	2.6	4.2	1.0
	게임	312.1	100.0	94.0	1.0	3.5	1.5
	영화	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	115.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송	202.4	100.0	93.0	0.0	2.7	4.3
	캐릭터	125.7	100.0	82.5	4.6	9.7	3.2
	콘텐츠솔루션	1,195.3	100.0	77.2	2.1	15.3	5.4

#### 4) 상용근로자 비율

울산 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 94.3%로 나타났으며 ‘게임’, ‘애니메이션’, ‘지식정보’, ‘콘텐츠솔루션’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘만화’ 50.0%의 경우 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-169] 울산 지역 상용근로자 비율

<표 2-214> 울산 지역 분야별 상용근로자 비율

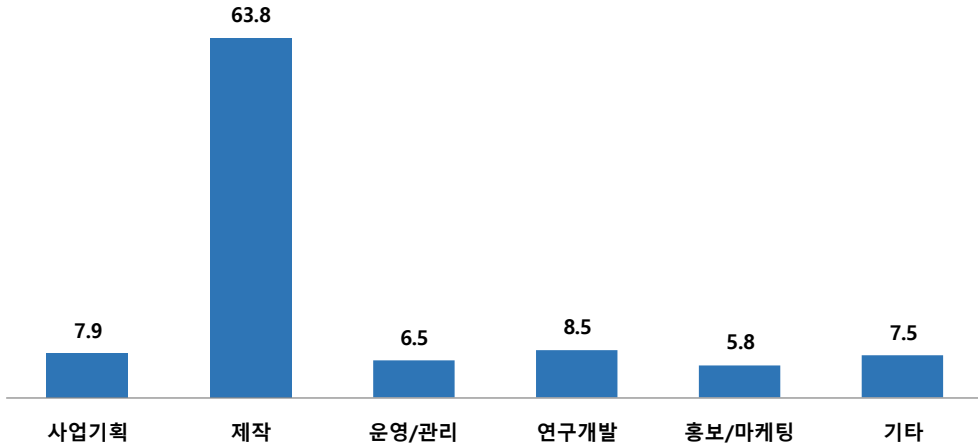
(단위 : %)

분야		비율
전체		94.3
분야	만화	50.0
	음악	77.5
	게임	100.0
	영화	-
	애니메이션	100.0
	방송	99.2
	캐릭터	92.4
	지식정보	100.0
	콘텐츠솔루션	100.0

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

울산 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 63.8%로 가장 높게 나타났으며 ‘연구개발’ 8.5%, ‘사업기획’ 7.9%, ‘운영/관리’ 6.5% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘방송’으로 89.9%이며 ‘연구개발’의 직무 비율은 ‘애니메이션’이 15.0%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-170] 울산 지역 상용근로자의 직무별 비율

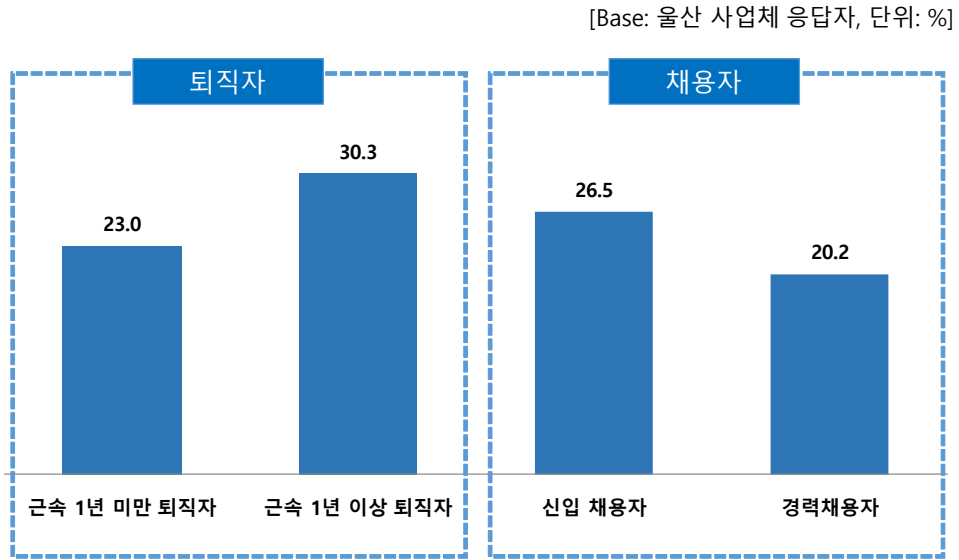
<표 2-215> 울산 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

(단위 : %)

분야		합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타
전체		100.0	7.9	63.8	6.5	8.5	5.8	7.5
분야	만화	100.0	17.0	80.0	3.0	0.0	0.0	0.0
	음악	100.0	8.4	62.4	8.2	4.9	10.1	6.1
	게임	100.0	6.0	65.0	11.0	11.5	4.0	2.5
	영화	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	100.0	50.0	25.0	10.0	15.0	0.0	0.0
	방송	100.0	2.0	89.9	4.6	0.7	1.3	1.6
	캐릭터	100.0	6.7	61.3	7.0	9.8	4.0	11.2
	지식정보	100.0	7.5	64.3	6.0	9.5	4.8	7.9
	콘텐츠솔루션	100.0	6.2	57.0	5.3	11.4	9.4	10.7

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

울산 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '퇴직자'의 비율이 53.3%로 '채용자' 비율인 46.7%보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 30.3%가 '근속 1년 이상 퇴직자'였으며, 채용자는 26.5%가 '신입 채용자'로 나타났다. 분야별로는 '음악' 분야의 퇴직자 비율이 91.3%로 가장 높았으며, '지식정보' 분야의 채용자 비율이 53.7%로 높게 나타났다.



[그림 2-171] 울산 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-216> 울산 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

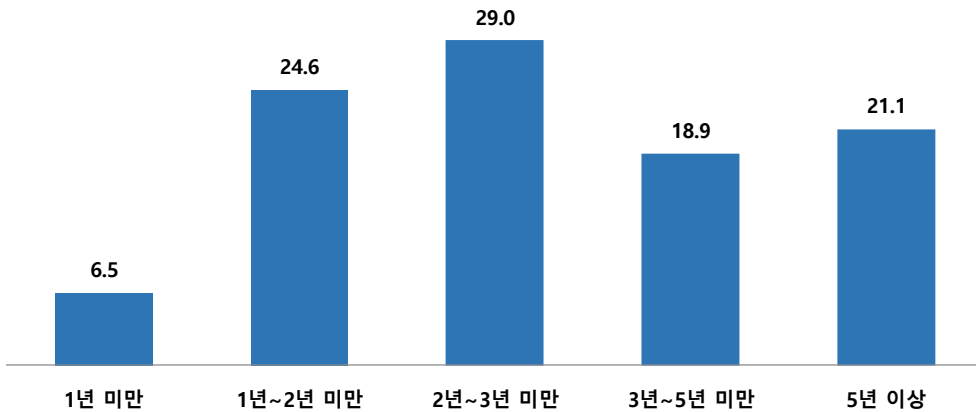
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년		채용자	신입 채용자	경력 채용자	
		미만 퇴직자	이상 퇴직자				
전체	53.3	23.0	30.3	46.7	26.5	20.2	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	91.3	91.3	0.0	8.7	8.7	0.0
	게임	47.7	9.2	38.5	52.3	33.8	18.5
	영화						
	애니메이션	50.0	0.0	50.0	50.0	25.0	25.0
	방송	60.0	40.0	20.0	40.0	20.0	20.0
	캐릭터	56.6	26.5	30.1	43.4	16.9	26.5
	지식정보	46.3	19.4	26.9	53.7	36.2	17.5
	콘텐츠솔루션	51.4	18.9	32.4	48.6	16.2	32.4

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

울산 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 32.88개월이었으며, '2~3년 미만' 29.0%, '1~2년 미만' 24.6%, '5년 이상' 21.1% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 '방송'의 평균 근속 개월 수가 65.14개월로 가장 길게 나타났고, '만화'는 19.00개월로 가장 짧은 근속 개월로 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-172] 울산 지역 상용근로자의 평균 근속기간

<표 2-217> 울산 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

(단위 : % 개월)

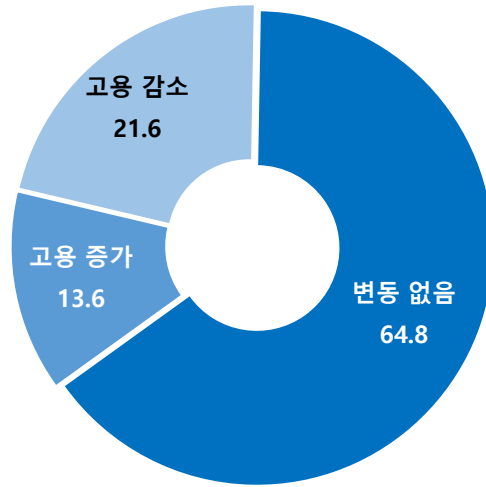
분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균근속 개월 수	
전체	100.0	6.5	24.6	29.0	18.9	21.1	32.88	
분야	만화	100.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	19.00
	음악	100.0	0.0	34.4	59.4	0.0	6.3	24.00
	게임	100.0	0.0	0.0	25.0	75.0	0.0	34.00
	영화	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	100.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	27.00
	방송	100.0	14.3	14.3	0.0	42.9	28.6	65.14
	캐릭터	100.0	0.0	27.1	10.4	62.5	0.0	28.67
	지식정보	100.0	13.0	15.4	28.5	9.8	33.3	35.22
	콘텐츠솔루션	100.0	0.0	42.9	28.6	0.0	28.6	26.14

## 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 울산 지역 사업체의 64.8%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 13.6%, ‘고용감소’는 21.6%로 나타났다.

고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 3.40명, 감소 인원은 2.06명이었다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-173] 울산 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-218> 울산 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화

(단위 : % 명)

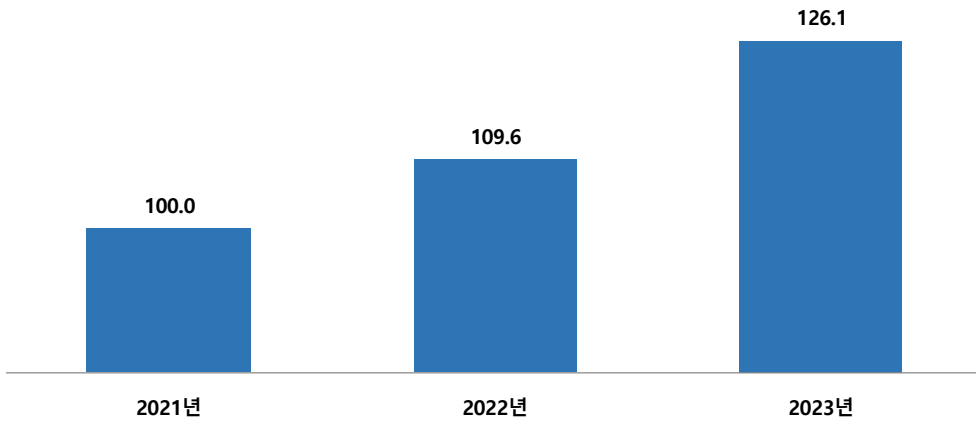
분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	13.6	21.6	64.8	3.40	2.06	
분야	만화	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	음악	100.0	0.0	34.4	65.6	-	2.00
	게임	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	영화	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	100.0	50.0	0.0	50.0	3.00	-
	방송	100.0	0.0	14.3	85.7	0.0	3.00
	캐릭터	100.0	8.3	8.3	83.3	5.00	6.00
	지식정보	100.0	15.4	26.0	58.5	3.84	1.66
	콘텐츠솔루션	100.0	35.7	21.4	42.9	2.60	2.00



### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

울산 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 50.7%의 사업체가 '증가'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 60.5%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 분야 중 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 사업은 '만화'로 100.0%였으며, '게임'이 75.0%로 그 뒤를 이었다. 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 '방송'으로 42.9%가 '감소'했다고 응답하였다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 '만화'와 '애니메이션' 100.0% 등이었으며 '지식정보'는 '감소'할 것이라는 응답이 26.0%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-174] 울산 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

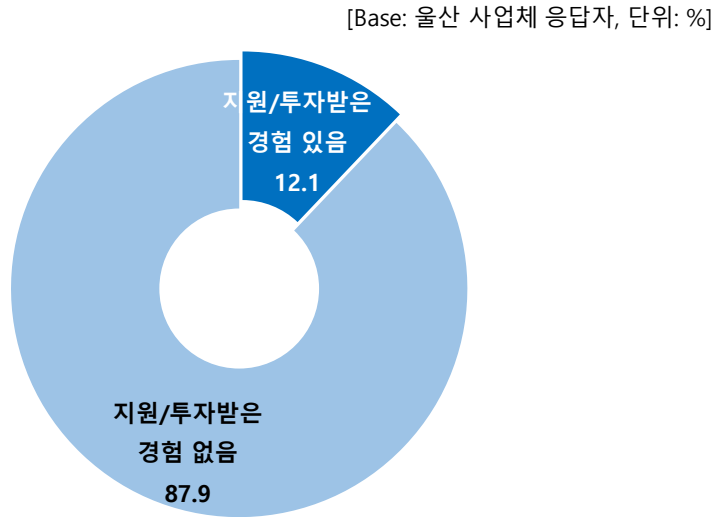
<표 2-219> 울산 지역 분야별 경영 현황 및 전망

(단위 : %)

분야	2022년 평균					2023년 평균				
	합계	감소	동일	증가	합계	감소	동일	증가		
전체	109.56	100.0	16.0	33.3	50.7	126.12	100.0	13.9	25.6	60.5
만화	124.50	100.0	0.0	0.0	100.0	147.50	100.0	0.0	0.0	100.0
음악	113.25	100.0	0.0	34.4	65.6	119.56	100.0	0.0	34.4	65.6
게임	101.50	100.0	25.0	0.0	75.0	140.00	100.0	25.0	0.0	75.0
영화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	150.00	100.0	0.0	50.0	50.0	185.00	100.0	0.0	0.0	100.0
방송	88.14	100.0	42.9	42.9	14.3	96.57	100.0	14.3	57.1	28.6
캐릭터	125.50	100.0	8.3	29.2	62.5	148.29	100.0	8.3	18.8	72.9
지식정보	105.80	100.0	26.0	33.3	40.7	119.02	100.0	26.0	20.3	53.7
콘텐츠솔루션	107.79	100.0	0.0	42.9	57.1	134.79	100.0	0.0	35.7	64.3

### 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

울산 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 12.1%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘게임’과 ‘캐릭터’ 사업체의 경우 각각 25.0%, 20.8%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.



[그림 2-175] 울산 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-220> 울산 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

(단위 : %)

분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	12.1	87.9	100.0
만화	0.0	100.0	100.0
음악	0.0	100.0	100.0
게임	25.0	75.0	100.0
영화	-	-	-
애니메이션	0.0	100.0	100.0
방송	0.0	100.0	100.0
캐릭터	20.8	79.2	100.0
지식정보	15.4	84.6	100.0
콘텐츠솔루션	14.3	85.7	100.0

### 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 울산 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 100.0%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 없었다. 평균 도움 정도는 ‘게임’과 ‘캐릭터’, ‘지식정보’, ‘콘텐츠솔루션’ 분야가 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 울산지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-176] 울산 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-221> 분야별 울산 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

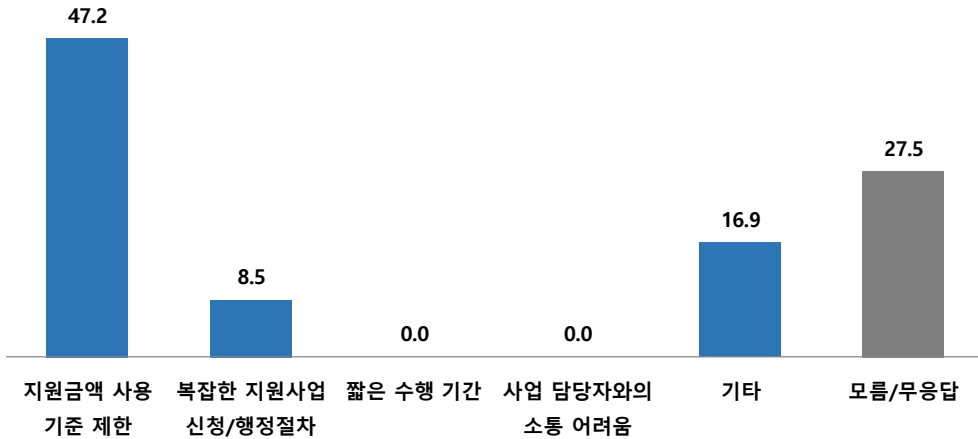
(단위 : % 점)

분야	① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-
	음악	-	-	-	-	-	-	-
	게임	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00
	영화	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
	방송	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00
	지식정보	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00
	콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 47.2%의 사업체가 ‘지원금액 사용 기준 제한’이라고 응답하였으며, ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’ 8.5% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 울산지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-177] 울산 지역 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-222> 분야별 울산 지역 지원사업 수행 시 애로사항

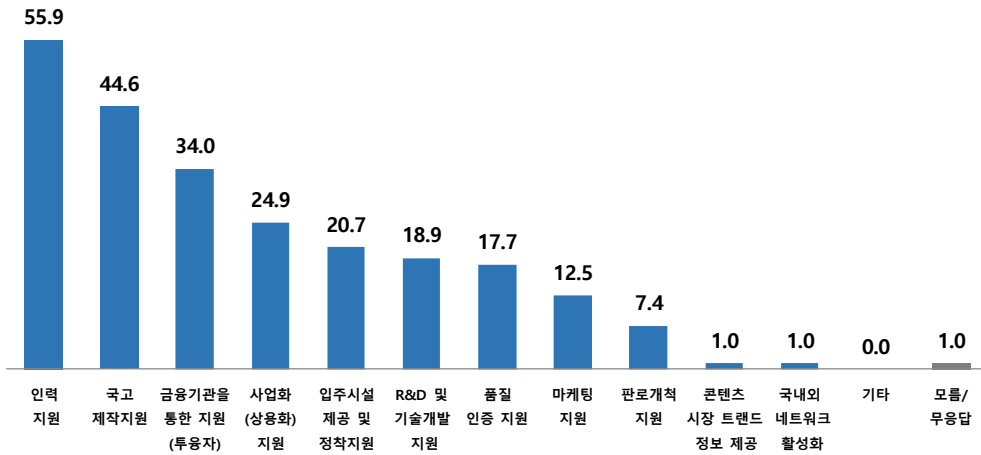
(단위 : %)

분야	지원금액 사용 기준 제한	복잡한 지원 사업 신청/ 행정절차	짧은 수행 기간	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	47.2	8.5	0.0	0.0	16.9	27.5	100.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	100.0
지식정보	68.4	0.0	0.0	0.0	0.0	31.6	100.0
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0

### 13) 필요 지원 분야

울산 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 55.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘국고 제작 지원’ 44.6%, ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 34.0% 등의 순으로 높았다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-178] 울산 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

<표 2-223> 울산 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

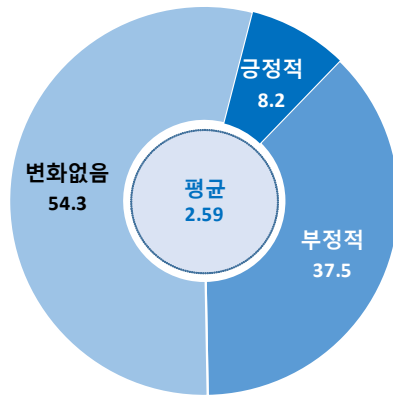
(단위 : %)

분야	인력 지원 (인건비, 전문 교육 지원 등)	국고 제작 지원	금융기관을 통한 지원 (투융자)	사업화 (상용화) 지원(시제품 개발 지원 등)	입주시설 제공 및 정착 지원	R&D 및 기술개발 지원	품질 인증 지원 (특허, 인증 등)	마케팅 지원 (광고 및 판촉 지원 등)	판로개척 지원	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성화	기타	모름/무응답
전체	55.9	44.6	34.0	24.9	20.7	18.9	17.7	12.5	7.4	1.0	1.0	0.0	1.0
만화	100.0	50.0	0.0	0.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	59.4	34.4	34.4	34.4	6.3	25.0	31.3	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	100.0	50.0	0.0	25.0	50.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
방송	42.9	57.1	0.0	28.6	14.3	28.6	14.3	42.9	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	43.8	35.4	29.2	10.4	58.3	37.5	8.3	10.4	18.8	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	53.7	51.2	52.0	28.5	10.6	14.6	10.6	9.8	2.4	2.4	2.4	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	64.3	42.9	14.3	21.4	21.4	0.0	21.4	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0

#### 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 54.3%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 37.5%의 사업체가 ‘부정적’, 8.2%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 65.6%로 ‘음악’이 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘콘텐츠솔루션’ (35.7%)으로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-179] 울산 지역 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-224> 울산 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

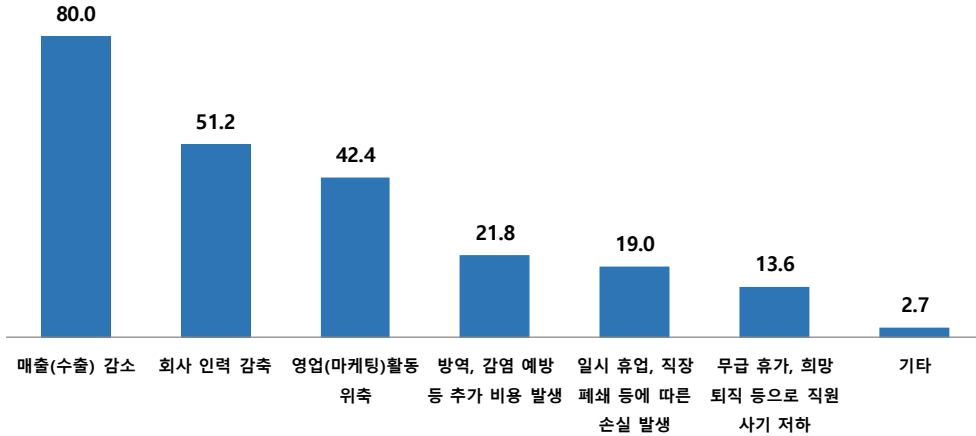
(단위 : % 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	14.0	23.5	54.3	6.1	2.0	37.5	8.2	2.59
만화	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
음악	34.4	31.3	34.4	0.0	0.0	65.6	0.0	2.00
게임	25.0	0.0	75.0	0.0	0.0	25.0	0.0	2.50
영화	-	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
방송	14.3	28.6	42.9	14.3	0.0	42.9	14.3	2.57
캐릭터	27.1	0.0	64.6	8.3	0.0	27.1	8.3	2.54
지식정보	7.3	36.6	53.7	2.4	0.0	43.9	2.4	2.51
콘텐츠솔루션	0.0	7.1	57.1	21.4	14.3	7.1	35.7	3.43

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 80.0%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘회사 인력 감축’ 51.2%, ‘영업(마케팅)활동 위축’ 42.4% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-180] 울산 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-225> 울산 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

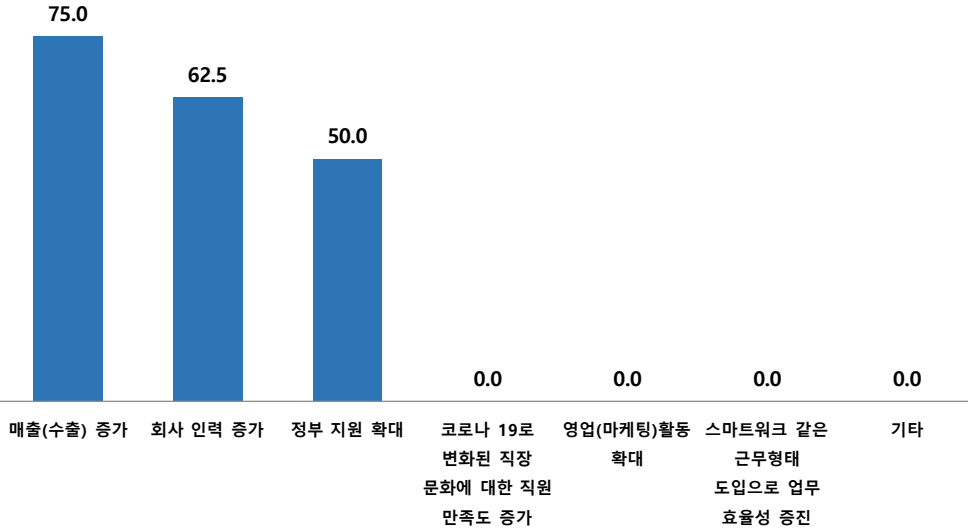
(단위 : %)

분야	매출(수출) 감소	회사 인력 감축	영업(마케팅) 활동 위축	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	기타
전체	80.0	51.2	42.4	21.8	19.0	13.6	2.7
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	100.0	100.0	47.6	47.6	38.1	9.5	0.0
게임	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	66.7	66.7	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3
캐릭터	100.0	30.8	69.2	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	64.8	29.6	35.2	11.1	5.6	11.1	0.0
콘텐츠슬루션	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0

## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출)증가’가 75.0%로 가장 높았으며, ‘회사 인력 증가’ 62.5%, ‘정부 지원 확대’ 50.0% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-181] 울산 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-226> 울산 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

(단위 : %)

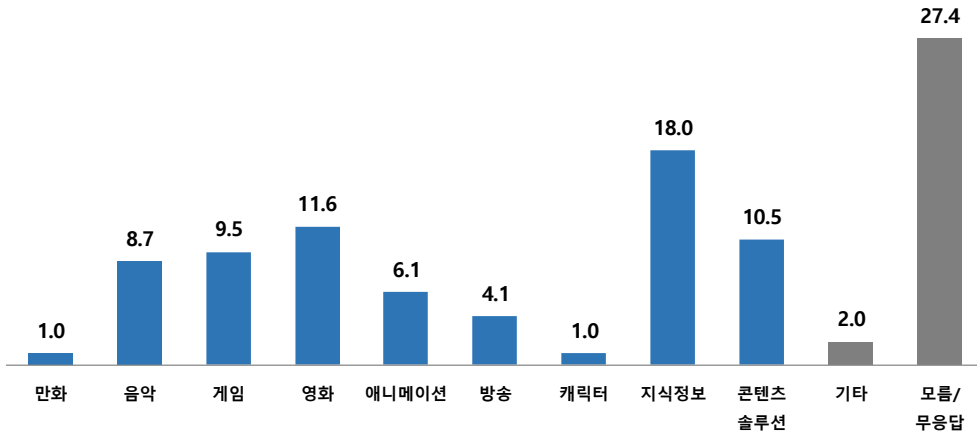
분야	매출(수출) 증가	회사 인력 증가	정부 지원 확대	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	영업(마케팅) 활동 확대	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	기타
전체	75.0	62.5	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	-	-	-	-	-	-	-
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	60.0	100.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0



### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 27.4%로 가장 높았으며, ‘지식정보’가 18.0%, ‘영화’ 11.6% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-182] 울산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-227> 분야별 울산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

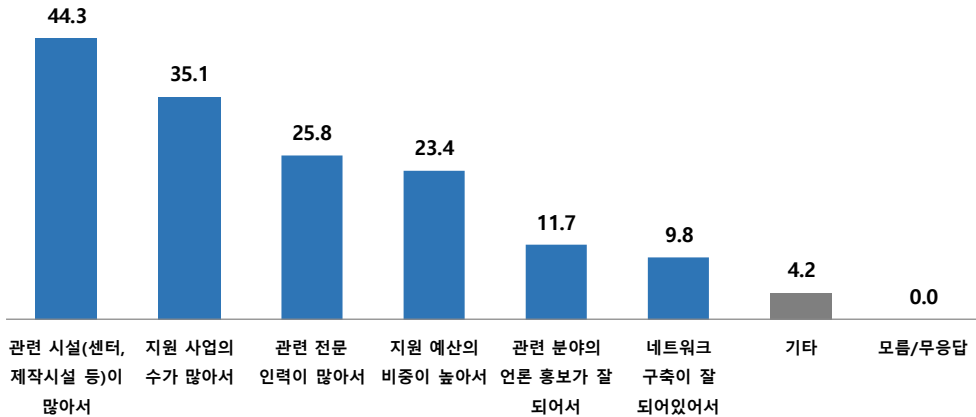
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션	기타	모름/무응답
전체	1.0	8.7	9.5	11.6	6.1	4.1	1.0	18.0	10.5	2.0	27.4
만화	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
음악	0.0	34.4	0.0	25.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	34.4
게임	0.0	0.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
영화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
방송	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6	28.6	0.0	14.3	0.0	0.0	28.6
캐릭터	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	8.3	0.0	50.0
지식정보	2.4	0.0	13.0	10.6	0.0	0.0	2.4	33.3	15.4	0.0	22.8
콘텐츠 솔루션	0.0	21.4	0.0	0.0	21.4	0.0	0.0	21.4	14.3	14.3	7.1

## 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서’ 44.3%, ‘지원사업의 수가 많아서’ 35.1%, ‘관련 전문인력이 많아서’ 25.8% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-183] 울산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-228> 분야별 울산 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

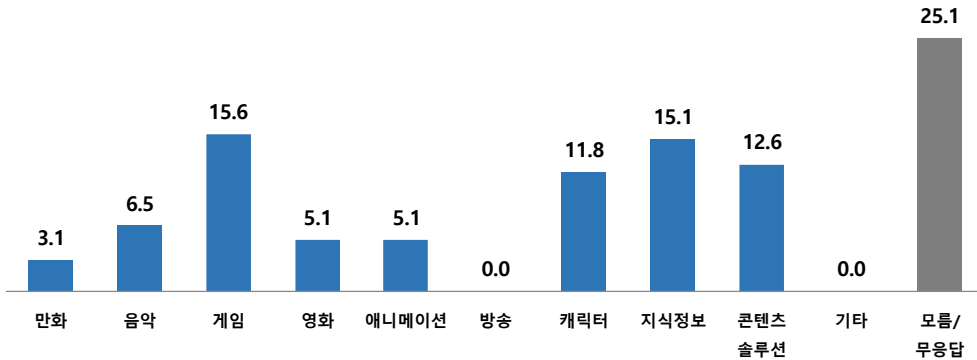
(단위 : %)

분야	관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서	지원사업의 수가 많아서	관련 전문인력이 많아서	지원 예산의 비중이 높아서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어 있어서	네트워크 구축이 잘 되어 있어서	기타	모름/무응답
전체	44.3	35.1	25.8	23.4	11.7	9.8	4.2	0.0
만화	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	100.0	0.0	47.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	66.7	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	-
방송	40.0	80.0	40.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	116.7	16.7	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0
지식정보	15.8	50.5	13.7	43.2	20.0	9.5	3.2	0.0
콘텐츠솔루션	38.5	0.0	46.2	0.0	0.0	23.1	15.4	0.0

### 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 25.1%, 다음으로 ‘게임’이 15.6%, ‘지식정보’가 15.1% 순으로 높았다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-184] 울산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-229> 분야별 울산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

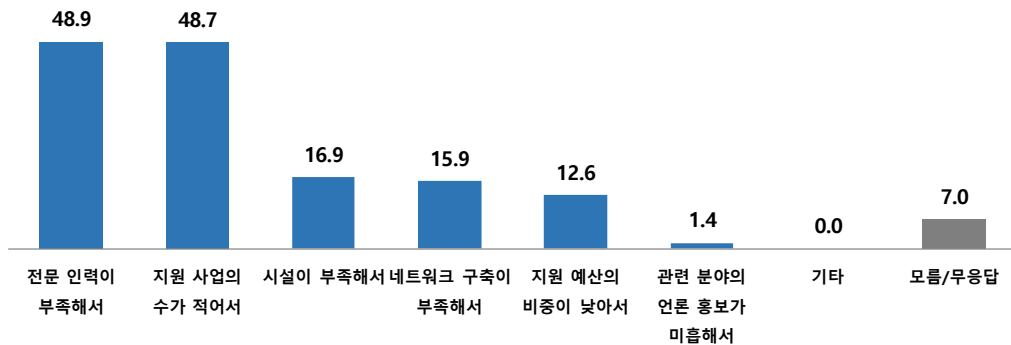
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
<b>전체</b>	<b>3.1</b>	<b>6.5</b>	<b>15.6</b>	<b>5.1</b>	<b>5.1</b>	<b>0.0</b>	<b>11.8</b>	<b>15.1</b>	<b>12.6</b>	<b>0.0</b>	<b>25.1</b>
만화	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	0.0	0.0	31.3	0.0	0.0	0.0	0.0	34.4	0.0	0.0	34.4
게임	0.0	0.0	25.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
방송	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0	14.3	0.0	28.6	0.0	28.6
캐릭터	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27.1	0.0	25.0	0.0	31.3
지식정보	0.0	15.4	15.4	7.3	0.0	0.0	10.6	15.4	13.0	0.0	22.8
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	21.4	0.0	0.0	0.0	21.4	21.4	14.3	0.0	21.4

### 가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘전문인력이 부족해서’가 48.9%로 가장 높았고, ‘지원사업의 수가 적어서’가 48.7%, ‘시설이 부족해서’ 16.9% 등의 순으로 나타났다. ‘만화’의 경우 ‘전문인력이 부족해서’라는 응답이 100.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났고, ‘게임’의 경우 ‘지원사업의 수가 적어서’라는 응답이 100.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-185] 울산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

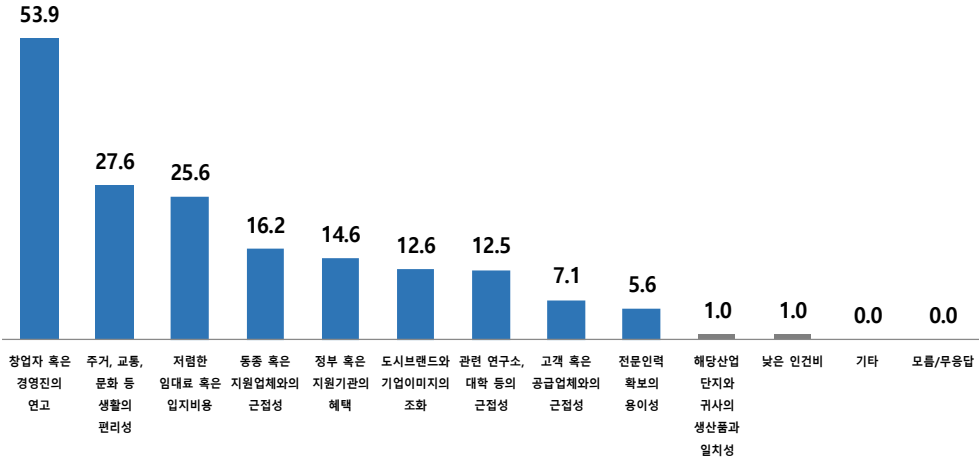
<표 2-230> 분야별 울산 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)  
(단위 : %)

분야	전문인력이 부족해서	지원사업의 수가 적어서	시설이 부족해서	네트워크 구축이 부족해서	지원 예산의 비중이 낮아서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	기타	모름/무응답	
전체	48.9	48.7	16.9	15.9	12.6	1.4	0.0	7.0	
분야	만화	100.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	
	음악	52.4	57.1	38.1	0.0	0.0	0.0	0.0	
	게임	66.7	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	영화	-	-	-	-	-	-	-	
	애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	
	방송	0.0	20.0	40.0	20.0	20.0	20.0	0.0	20.0
	캐릭터	16.7	33.3	50.0	66.7	16.7	0.0	0.0	0.0
	지식정보	67.4	43.2	9.5	20.0	3.2	0.0	0.0	6.3
	콘텐츠솔루션	23.1	61.5	0.0	0.0	38.5	0.0	0.0	15.4

### 17) 울산 지역에 사업장을 선택한 이유

울산 지역 콘텐츠 사업체가 울산 지역을 선택한 이유에 대해 53.9%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’ 27.6%, ‘저렴한 임대료 혹은 입지 비용’ 25.6% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-186] 울산 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-231> 분야별 울산 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

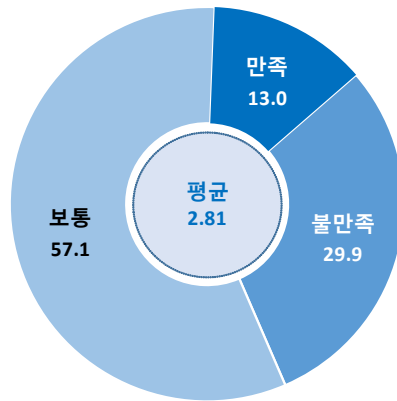
(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진의 연고	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	동종 혹은 지원업체와의 근접성	정부 혹은 지원기관의 혜택	도시브랜드와 기업이미지의 조화	관련 연구소, 대학 등의 근접성	고객 혹은 공급업체와의 근접성	전문인력 확보의 용이성	해당산업 단지 및 귀사의 생산품과 일치성	낮은 인건비	기타	모름/무응답
전체	53.9	27.6	25.6	16.2	14.6	12.6	12.5	7.1	5.6	1.0	1.0	0.0	0.0
만화	50.0	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	40.6	50.0	46.9	34.4	0.0	0.0	25.0	0.0	34.4	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	0.0	150.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	57.1	14.3	28.6	14.3	0.0	14.3	14.3	14.3	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0
캐릭터	75.0	58.3	10.4	0.0	0.0	0.0	35.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	64.2	7.3	17.9	17.9	15.4	10.6	4.9	7.3	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	28.6	0.0	42.9	7.1	42.9	42.9	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

### 18) 울산 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

울산 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 13.0%가 만족한다고 응답하여 불만족인 29.9%보다 16.9%p 낮게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 '음악'이 3.34점으로 가장 높았으며 '애니메이션', '지식정보'가 2.50점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-187] 울산 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-232> 울산 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

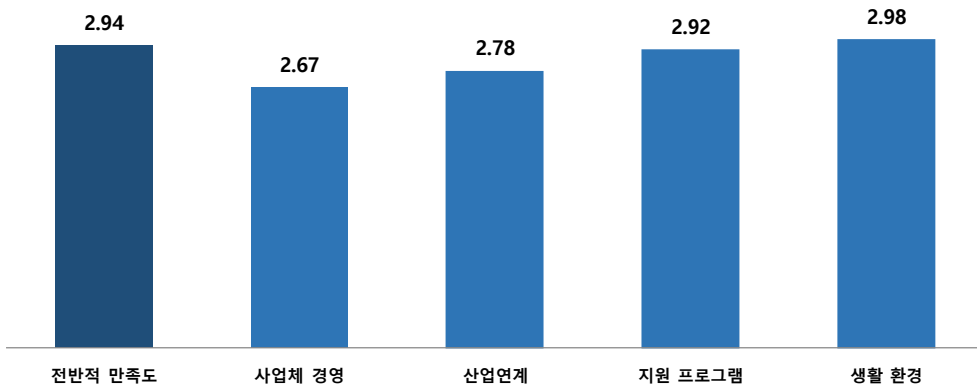
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 불만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	2.0	27.9	57.1	13.0	0.0	29.9	13.0	2.81
만화	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	3.00
음악	0.0	0.0	65.6	34.4	0.0	0.0	34.4	3.34
게임	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
영화	-	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	2.50
방송	0.0	28.6	57.1	14.3	0.0	28.6	14.3	2.86
캐릭터	0.0	8.3	81.3	10.4	0.0	8.3	10.4	3.02
지식정보	4.9	49.6	35.8	9.8	0.0	54.5	9.8	2.50
콘텐츠솔루션	0.0	14.3	85.7	0.0	0.0	14.3	0.0	2.86

### 19) 울산 지역 인프라 환경 구축 체감도

울산 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 2.94점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘생활 환경’이 2.98점으로 가장 높았으며, ‘지원 프로그램’ 2.92점, ‘산업연계’ 2.78점, ‘사업체 경영’ 2.67점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘만화’의 전반적 체감도가 4.00점으로 가장 높았으며, ‘방송’은 2.86점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-188] 울산 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-233> 울산 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

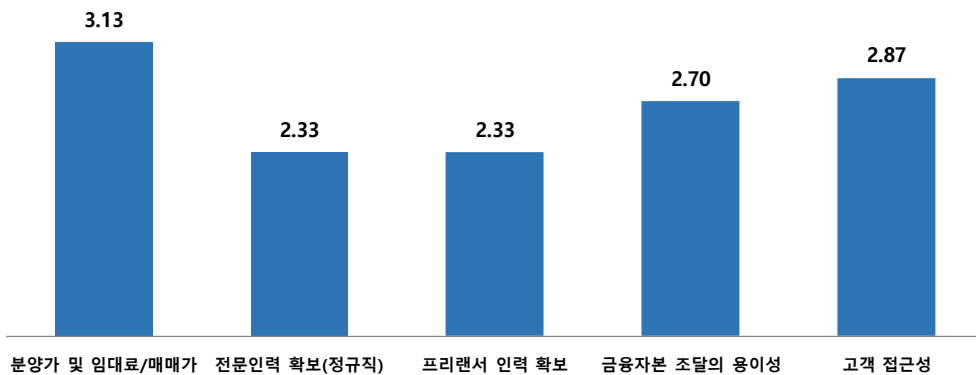
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체	2.67	2.78	2.92	2.98	2.94
만화	2.20	2.40	2.50	3.50	4.00
음악	2.69	3.14	3.31	2.55	3.00
게임	2.50	2.90	3.00	3.00	3.00
영화	-	-	-	-	-
애니메이션	2.70	2.80	3.08	3.75	3.00
방송	2.54	3.03	2.60	2.93	2.86
캐릭터	2.88	2.69	2.95	3.18	2.90
지식정보	2.62	2.77	2.80	2.90	2.87
콘텐츠솔루션	2.81	2.36	2.95	3.36	3.00

## 가) 사업체 경영

울산 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.67점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘분양가 및 임대료/매매가’가 3.13점으로 가장 높았으며, ‘고객 접근성’ 2.87점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.70점, ‘전문인력 확보(정규직)’, ‘프리랜서 인력 확보’ 2.33점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘캐릭터’의 평균 점수가 2.88점으로 가장 높았으며, ‘만화’ 분야가 2.20점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-189] 울산 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-234> 울산 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

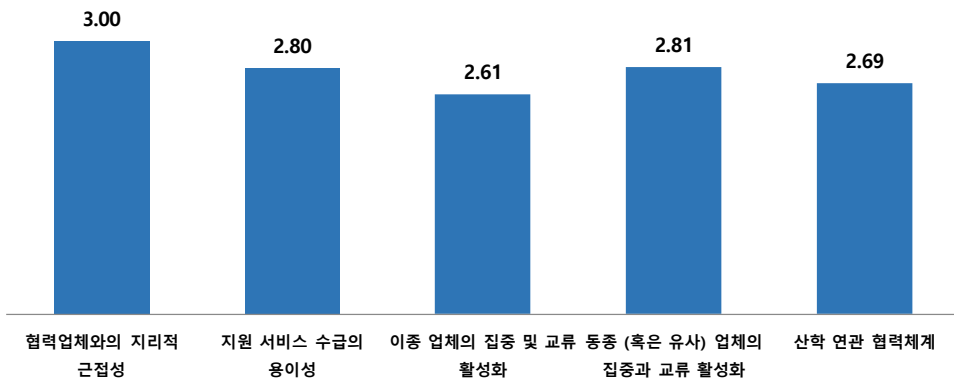
분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.13	2.33	2.33	2.70	2.87	2.67
만화	3.00	1.50	2.00	2.00	2.50	2.20
음악	3.34	2.66	2.31	2.41	2.72	2.69
게임	2.25	2.50	2.25	2.50	3.00	2.50
영화	-	-	-	-	-	-
애니메이션	3.00	2.50	2.50	3.00	2.50	2.70
방송	3.00	2.43	2.00	2.43	2.86	2.54
캐릭터	2.92	2.63	2.65	3.00	3.19	2.88
지식정보	3.26	2.15	2.21	2.72	2.76	2.62
콘텐츠솔루션	3.07	2.21	2.64	3.00	3.14	2.81



## 나) 산업연계

울산 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 2.78점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘협력업체와의 지리적 근접성’이 3.00점으로 가장 높았으며, 다음으로는 ‘동종(혹은 유사)업체의 집중과 교류 활성화’ 2.81점, ‘지원 서비스 수급의 용이성’ 2.80점, ‘산학연관 협력체계’ 2.69점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.61점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘음악’의 평균 점수가 3.14점으로 가장 높았으며, ‘콘텐츠솔루션’ 분야가 2.36점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-190] 울산 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-235> 울산 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

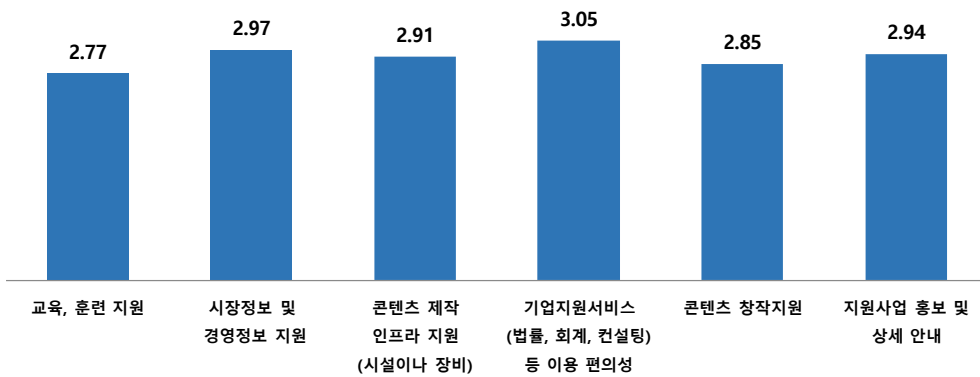
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종(혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학연관 협력체계	[5점 평균]
전체	3.00	2.80	2.61	2.81	2.69	2.78
만화	2.50	2.00	2.50	3.00	2.00	2.40
음악	3.34	2.66	2.69	3.69	3.34	3.14
게임	2.75	3.00	3.00	3.00	2.75	2.90
영화	-	-	-	-	-	-
애니메이션	2.00	3.50	2.50	3.00	3.00	2.80
방송	3.43	3.14	2.86	3.29	2.43	3.03
캐릭터	2.79	2.90	2.27	2.75	2.73	2.69
지식정보	3.05	2.85	2.74	2.56	2.66	2.77
콘텐츠솔루션	2.71	2.50	2.21	2.21	2.14	2.36

## 다) 지원 프로그램

울산 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 2.92점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성’이 3.05점으로 가장 높았으며, ‘시장정보 및 경영정보 지원’ 2.97점, ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 2.94점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’이 2.91점, ‘콘텐츠 창작지원’ 2.85점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.77점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘음악’의 평균 점수가 3.31점으로 가장 높았으며, ‘만화’는 2.50점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-191] 울산 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-236> 울산 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

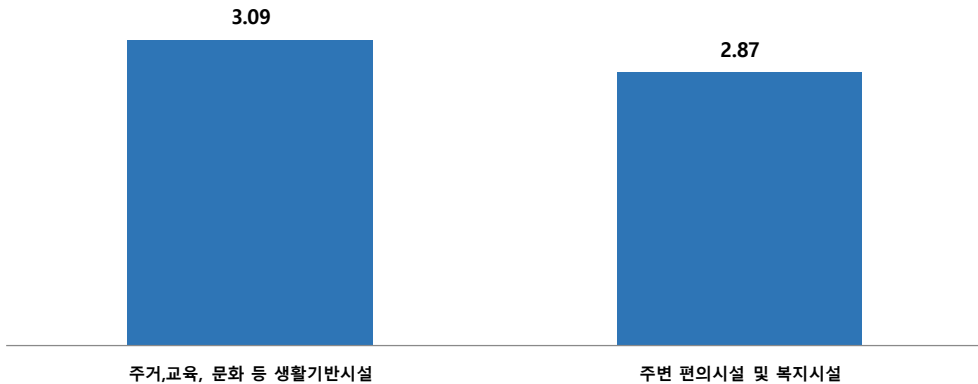
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작지원	지원사업 홍보 및 상세안내	[5점 평균]
전체	2.77	2.97	2.91	3.05	2.85	2.94	2.92
만화	2.50	2.50	2.50	2.50	3.00	2.00	2.50
음악	3.34	3.34	3.56	3.00	3.34	3.25	3.31
게임	2.75	3.00	3.00	3.00	3.25	3.00	3.00
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	2.50	3.50	3.00	3.50	3.00	3.00	3.08
방송	2.43	2.71	2.71	2.57	2.71	2.43	2.60
캐릭터	2.56	3.35	2.85	3.44	2.48	3.00	2.95
지식정보	2.76	2.74	2.81	2.99	2.67	2.82	2.80
콘텐츠솔루션	2.57	3.00	2.64	3.21	3.07	3.21	2.95

## 라) 생활환경

울산 지역의 생활환경 구축 체감도는 평균 2.98점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.09점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 2.87점으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 평균 점수가 3.75점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.55점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 울산 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-192] 울산 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-237> 울산 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.09	2.87	2.98
만화	3.50	3.50	3.50
음악	2.72	2.38	2.55
게임	3.00	3.00	3.00
영화	-	-	-
애니메이션	3.50	4.00	3.75
방송	2.86	3.00	2.93
캐릭터	3.27	3.08	3.18
지식정보	3.07	2.73	2.90
콘텐츠솔루션	3.43	3.29	3.36

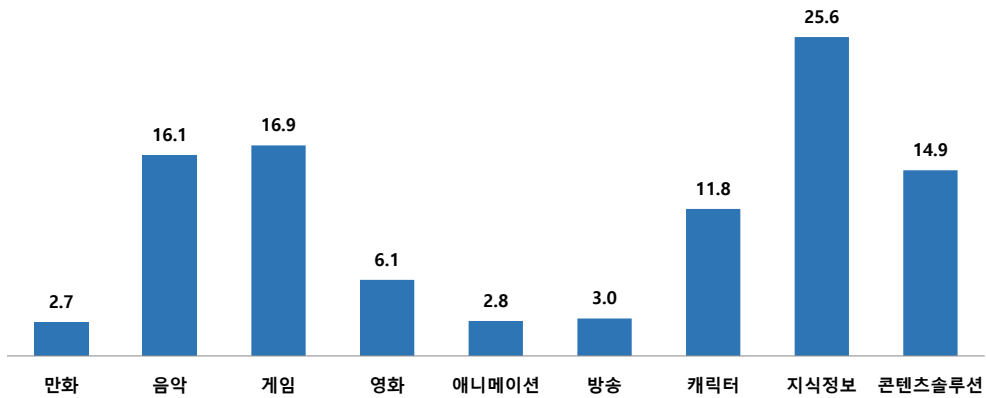
## 9. 경기

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

경기 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 2,378개였으며, ‘지식정보’ 사업체 수가 25.6%로 가장 많았으며, ‘게임’ 16.9%, ‘음악’ 16.1% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-193] 경기 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-238> 경기 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

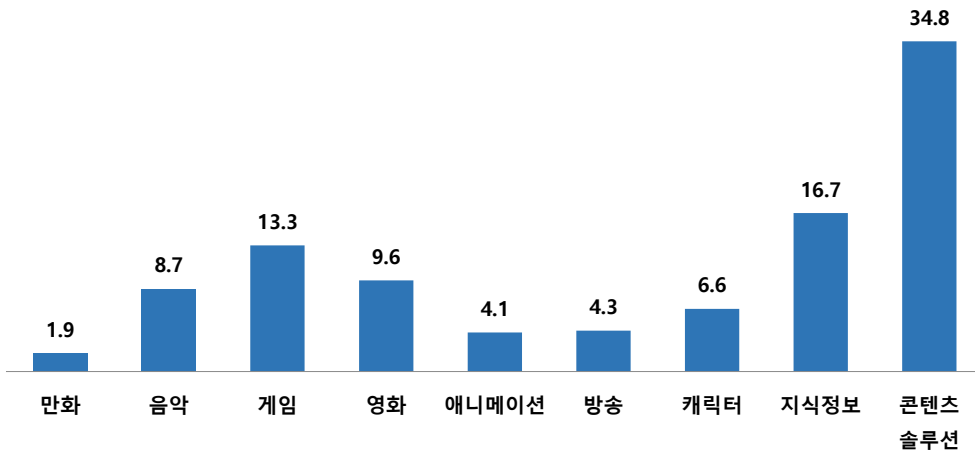
(단위 : 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	2,378	100.0
만화	65	2.7
음악	383	16.1
게임	403	16.9
영화	146	6.1
애니메이션	67	2.8
방송	72	3.0
캐릭터	280	11.8
지식정보	608	25.6
콘텐츠솔루션	354	14.9

## 2) 종사자 현황

경기 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 22,676명이었으며, ‘콘텐츠솔루션’ 분야의 종사자 비율이 34.8%로 가장 높게 나타났으며, ‘지식정보’ 16.7%, ‘게임’ 13.3%, ‘영화’ 9.6% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-194] 경기 지역 콘텐츠 분야별 종사자수 현황

<표 2-239> 경기 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

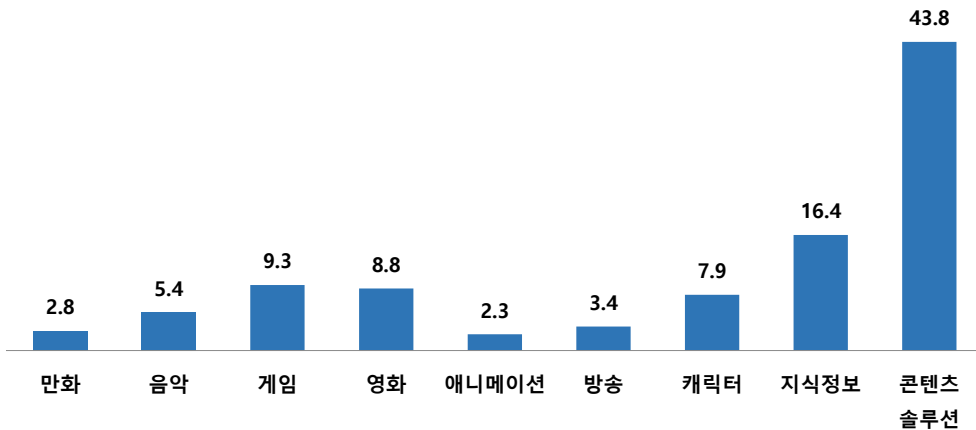
(단위 : 명, %)

분야	종사자 수	비율
전체	22,676	100.0
만화	431	1.9
음악	1,974	8.7
게임	3,009	13.3
영화	2,182	9.6
애니메이션	924	4.1
방송	981	4.3
캐릭터	1,498	6.6
지식정보	3,787	16.7
콘텐츠솔루션	7,889	34.8

### 3) 매출액 현황

경기 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 3조 2,927억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘콘텐츠솔루션’ 매출액이 1조 4,420억 원으로 43.8%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘지식정보’가 5,396억 원 (16.4%), ‘게임’이 3,063억 원 (9.3%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-195] 경기 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

<표 2-240> 경기 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원 %)

분야	매출액	비율
전체	3,292,747	100.0
만화	93,749	2.8
음악	176,531	5.4
게임	306,385	9.3
영화	289,299	8.8
애니메이션	75,317	2.3
방송	110,371	3.4
캐릭터	259,448	7.9
지식정보	539,612	16.4
콘텐츠솔루션	1,442,035	43.8

## 나. 설문조사 결과

경기 지역 내 사업체 2,378곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 경기 지역 주요 사업체별 일반 현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 67.2%로 가장 많았으며, '5~9인'이 15.6%, '10~49인'이 13.1% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 87.8%의 비중을 차지하였다.

<표 2-241> 경기 지역 응답 사업체 일반현황

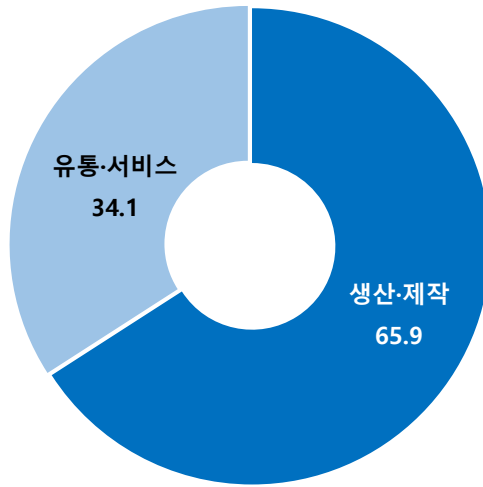
(단위 : 개, %)

분야	사례 수	비율
<b>전체</b>	<b>2,378</b>	<b>100.0</b>
규모	5인 미만	67.2
	5~9인	15.6
	10~49인	13.1
	50~99인	2.4
	100인 이상	1.7
콘텐츠분야	만화	2.7
	음악	16.1
	게임	16.9
	영화	6.1
	애니메이션	2.8
	방송	3.0
	캐릭터	11.8
	지식정보	25.6
	콘텐츠솔루션	14.9
사업체 구분	단독사업체	87.8
	본사·본점	11.3
	공장, 지사(점), 영업소 등	0.9

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통서비스 매출 비율

경기 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 65.9%, ‘유통·서비스’가 34.1%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘방송’으로 77.2%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 53.7%인 ‘만화’로 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-196] 경기 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

<표 2-242> 경기 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

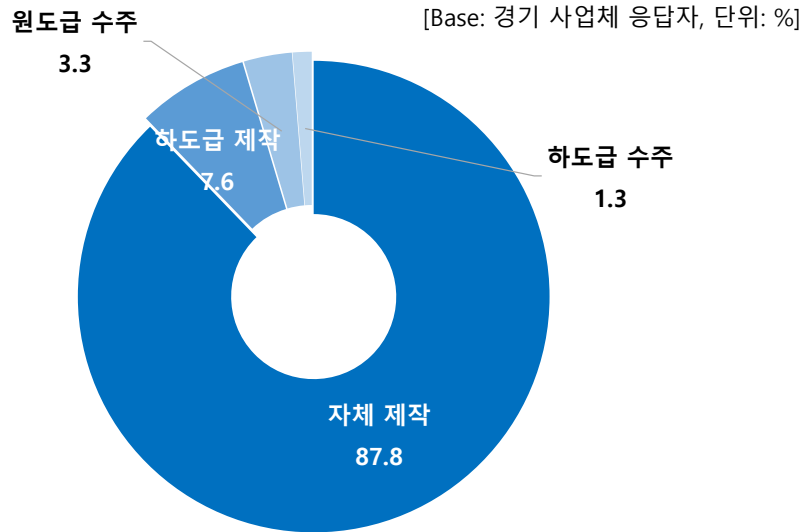
(단위 : %)

분야	합계	생산·제작	유통·서비스
전체	100.0	65.9	34.1
분야	만화	46.3	53.7
	음악	63.4	36.6
	게임	69.6	30.4
	영화	70.1	29.9
	애니메이션	70.1	29.9
	방송	77.2	22.8
	캐릭터	60.2	39.8
	지식정보	63.6	36.4
	콘텐츠솔루션	71.5	28.5



## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

경기 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 194.5건이었으며, 제작유형은 '자체 제작'이 87.8%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '하도급 제작'이 7.6%, '원도급 수주'가 3.3%, '하도급 수주'가 1.3%의 순으로 나타났다. 제작 비율로는 '만화'의 자체 제작 비율이 96.6%로 가장 높게 나타났고, '방송'은 74.9%로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-197] 경기 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

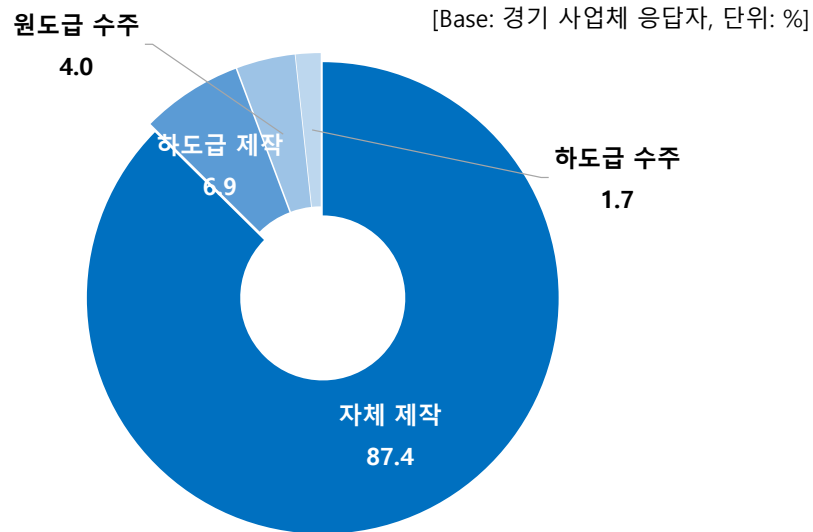
<표 2-243> 경기 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위 : 건, %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>194.5</b>	<b>100.0</b>	<b>87.8</b>	<b>7.6</b>	<b>3.3</b>	<b>1.3</b>	
분야	만화	8.5	100.0	96.6	2.4	1.0	0.0
	음악	17.6	100.0	86.9	7.6	3.9	1.7
	게임	2.6	100.0	92.5	3.5	0.0	3.9
	영화	7.9	100.0	84.2	6.6	8.2	1.0
	애니메이션	6.7	100.0	76.8	13.6	9.6	0.0
	방송	29.2	100.0	74.9	10.1	13.2	1.8
	캐릭터	37.7	100.0	93.7	2.1	4.2	0.0
	지식정보	680.2	100.0	89.0	9.7	1.1	0.2
	콘텐츠솔루션	74.7	100.0	80.3	13.0	5.7	1.0

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 27.7건이었으며, ‘콘텐츠솔루션’이 74.7건으로 가장 높았으며, ‘게임’이 2.6건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-198] 경기 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-244> 경기 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

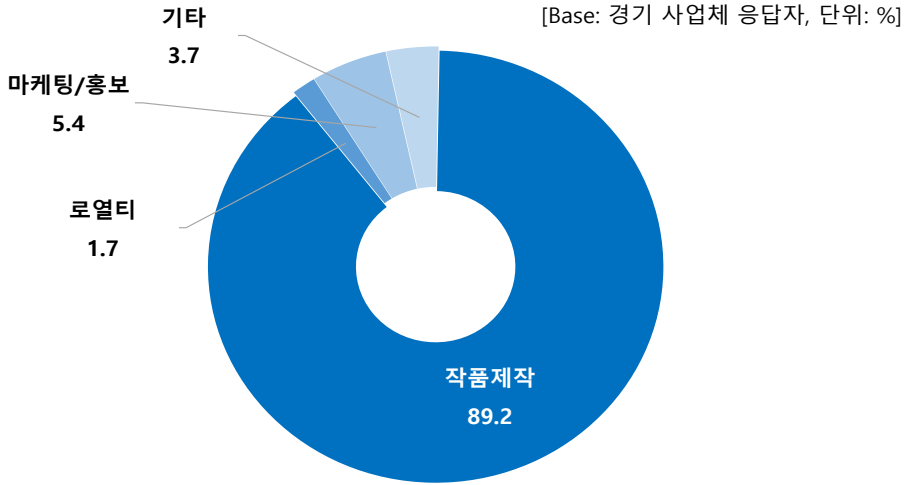
(단위 : 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	27.7	100.0	87.4	6.9	4.0	1.7
만화	8.5	100.0	96.6	2.4	1.0	0.0
음악	17.6	100.0	86.9	7.6	3.9	1.7
게임	2.6	100.0	92.5	3.5	0.0	3.9
영화	7.9	100.0	84.2	6.6	8.2	1.0
애니메이션	6.7	100.0	76.8	13.6	9.6	0.0
방송	29.2	100.0	74.9	10.1	13.2	1.8
캐릭터	37.7	100.0	93.7	2.1	4.2	0.0
콘텐츠솔루션	74.7	100.0	80.3	13.0	5.7	1.0

### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

경기 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 389.1백만 원이었으며, 89.2%의 제작비가 ‘작품 제작’에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 ‘마케팅/홍보’가 5.4%, ‘기타’ 3.7%, ‘로열티’ 1.7% 순으로 나타났다.

분야별로 ‘애니메이션’의 경우 97.9%가 ‘작품 제작’에 투입되고 있었으며, ‘콘텐츠 솔루션’의 경우 ‘작품 제작’의 비율이 85.5%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.



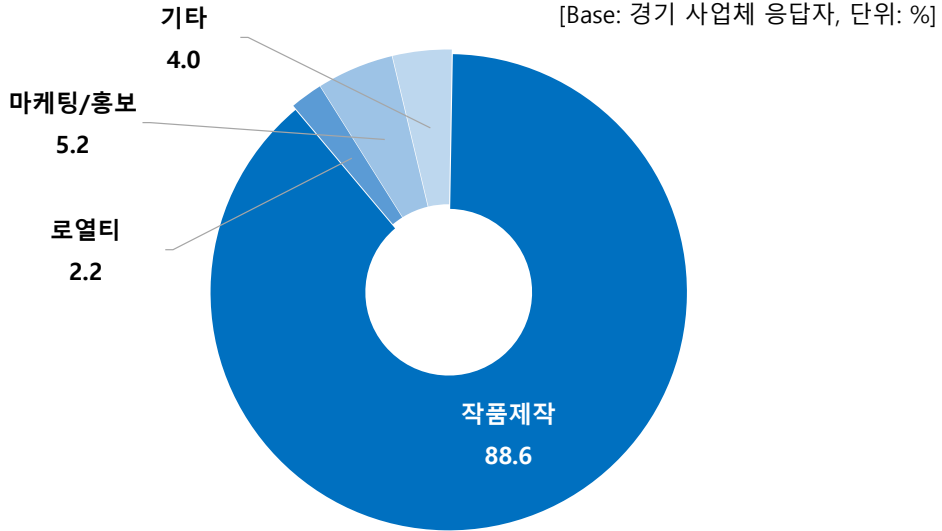
[그림 2-199] 경기 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 분야별 비율

<표 2-245> 경기 지역 분야별 신규제작비용 및 분야별 비율

(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작비용 구성				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>389.1</b>	<b>100.0</b>	<b>89.2</b>	<b>1.7</b>	<b>5.4</b>	<b>3.7</b>	
분야	만화	195.9	100.0	94.6	1.7	2.1	1.5
	음악	157.1	100.0	90.3	2.3	5.9	1.6
	게임	381.1	100.0	88.5	1.2	5.1	5.3
	영화	1,014.3	100.0	89.6	0.0	1.6	8.8
	애니메이션	646.7	100.0	97.9	0.0	2.1	0.0
	방송	853.9	100.0	91.0	0.2	4.3	4.4
	캐릭터	292.9	100.0	85.9	6.3	5.2	2.6
	지식정보	222.9	100.0	91.1	0.2	6.0	2.7
	콘텐츠솔루션	644.9	100.0	85.5	1.9	7.2	5.5

지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 446.1백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 '영화'가 1,014.3백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 '방송' 853.9백만 원, '애니메이션' 646.7백만 원으로 나타났다.



[그림 2-200] 경기 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

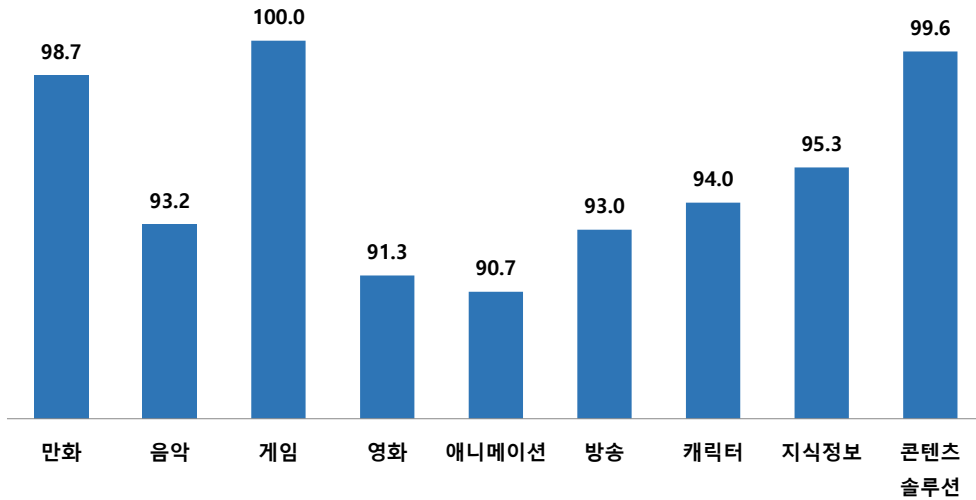
<표 2-246> 경기 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)  
(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/ 홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>446.1</b>	<b>100.0</b>	<b>88.6</b>	<b>2.2</b>	<b>5.2</b>	<b>4.0</b>	
분야	만화	195.9	100.0	94.6	1.7	2.1	1.5
	음악	157.1	100.0	90.3	2.3	5.9	1.6
	게임	381.1	100.0	88.5	1.2	5.1	5.3
	영화	1,014.3	100.0	89.6	0.0	1.6	8.8
	애니메이션	646.7	100.0	97.9	0.0	2.1	0.0
	방송	853.9	100.0	91.0	0.2	4.3	4.4
	캐릭터	292.9	100.0	85.9	6.3	5.2	2.6
	콘텐츠솔루션	644.9	100.0	85.5	1.9	7.2	5.5

#### 4) 상용근로자 비율

경기 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 95.9%로 나타났으며 ‘게임’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘애니메이션’ 90.7%, ‘영화’ 91.3%의 경우 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-201] 경기 지역 상용근로자 비율

<표 2-247> 경기 지역 분야별 상용근로자 비율

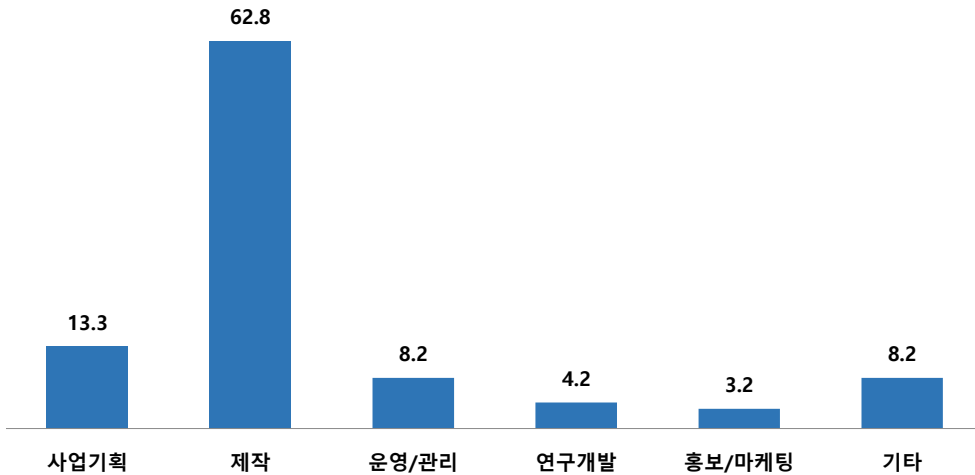
(단위 : %)

분야		비율
전체		95.9
분야	만화	98.7
	음악	93.2
	게임	100.0
	영화	91.3
	애니메이션	90.7
	방송	93.0
	캐릭터	94.0
	지식정보	95.3
	콘텐츠솔루션	99.6

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

경기 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 62.8%로 가장 높게 나타났으며 ‘사업기획’ 13.3%, ‘운영/관리’ 8.2% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘게임’으로 85.6%였으며 ‘사업기획’의 직무 비율은 ‘영화’가 33.1%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-202] 경기 지역 상용근로자의 직무별 비율

<표 2-248> 경기 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

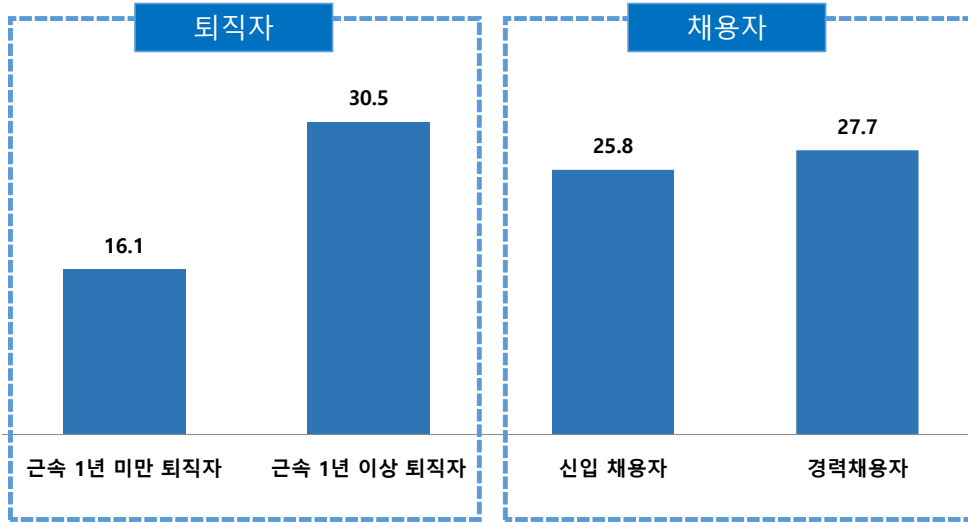
(단위 : %)

분야		합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타
전체		100.0	13.3	62.8	8.2	4.2	3.2	8.2
분야	만화	100.0	3.1	54.1	18.3	1.4	11.4	11.7
	음악	100.0	13.4	66.9	7.9	2.6	3.2	6.0
	게임	100.0	8.3	85.6	2.4	1.5	1.4	0.8
	영화	100.0	33.1	52.1	4.2	2.1	1.3	7.2
	애니메이션	100.0	12.4	66.4	12.5	1.0	4.7	3.0
	방송	100.0	10.9	60.8	10.9	2.1	3.7	11.6
	캐릭터	100.0	13.6	55.6	7.4	1.9	1.5	20.1
	지식정보	100.0	15.3	53.9	11.0	7.3	4.6	7.9
콘텐츠솔루션	100.0	9.8	59.1	9.7	8.2	3.3	10.0	

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

경기 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '퇴직자'의 비율이 46.5%로 '채용자' 비율인 53.5%보다 낮게 나타났으며, 퇴직자의 경우 30.5%가 '근속 1년 이상 퇴직자'였으며, 채용자는 27.7%가 '경력 채용자'로 나타났다. 분야별로는 '음악' 분야의 퇴직자 비율이 88.5%로 가장 높았으며, '영화' 분야의 채용자 비율이 94.9%로 높게 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-203] 경기 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-249> 경기 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

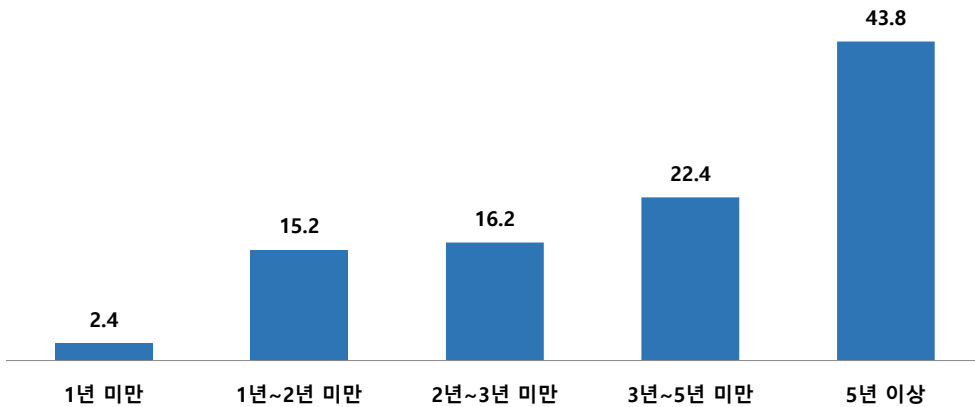
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자		채용자	신입 채용자	경력 채용자	
		근속 1년 미만 퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자				
전체	46.5	16.1	30.5	53.5	25.8	27.7	
분야	만화	57.5	19.0	38.5	42.5	32.2	10.3
	음악	88.5	7.5	81.0	11.5	7.5	4.0
	게임	44.3	12.1	32.2	55.7	25.6	30.1
	영화	5.1	1.3	3.8	94.9	44.4	50.5
	애니메이션	68.2	15.6	52.6	31.8	6.8	25.0
	방송	45.8	8.1	37.7	54.2	17.8	36.4
	캐릭터	62.9	21.8	41.1	37.1	15.2	21.8
	지식정보	62.2	27.4	34.8	37.8	16.8	21.0
	콘텐츠솔루션	63.3	23.3	40.1	36.7	19.8	16.9
	콘텐츠 이외분야	46.3	17.9	28.4	53.7	28.2	25.5

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

경기 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 50.39개월이었으며, '5년 이상' 43.8%, '3~5년 미만' 22.4%, '2~3년 미만' 16.2% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 '캐릭터'의 평균 근속 개월 수가 60.57개월로 가장 길게 나타났고, '방송'은 41.78개월로 가장 짧은 근속 개월로 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-204] 경기 지역 상용근로자의 평균 근속기간

<표 2-250> 경기 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

(단위 : % 개월)

분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균근속 개월 수	
전체	100.0	2.4	15.2	16.2	22.4	43.8	50.39	
분야	만화	100.0	1.5	1.5	25.0	25.0	46.9	55.93
	음악	100.0	0.0	21.1	9.3	17.2	52.4	55.35
	게임	100.0	0.0	10.8	22.2	17.1	49.9	51.03
	영화	100.0	4.8	25.9	15.8	24.4	29.1	42.85
	애니메이션	100.0	0.0	0.0	27.4	32.6	40.0	51.94
	방송	100.0	2.4	22.4	14.9	30.0	30.3	41.78
	캐릭터	100.0	0.0	6.9	15.0	26.6	51.5	60.57
	지식정보	100.0	7.9	17.5	15.2	18.2	41.2	48.32
	콘텐츠솔루션	100.0	0.0	15.8	16.0	33.3	34.9	43.34

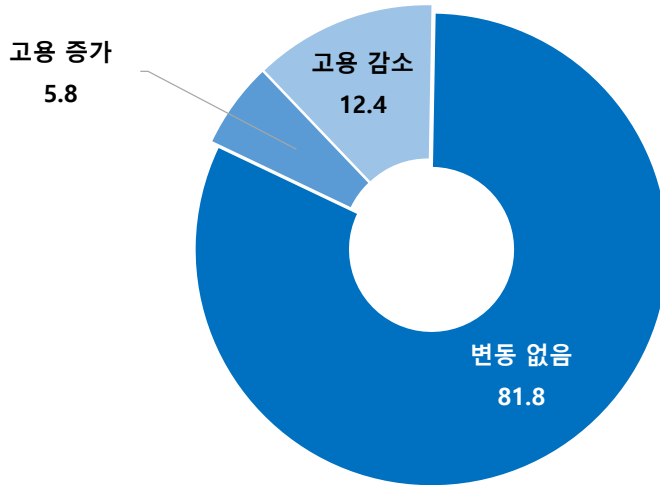


## 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 경기 지역 사업체의 81.8%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 5.8%, ‘고용감소’는 12.4%로 나타났다.

고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 4.45명, 감소 인원은 3.76명이었다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-205] 경기 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-251> 경기 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화

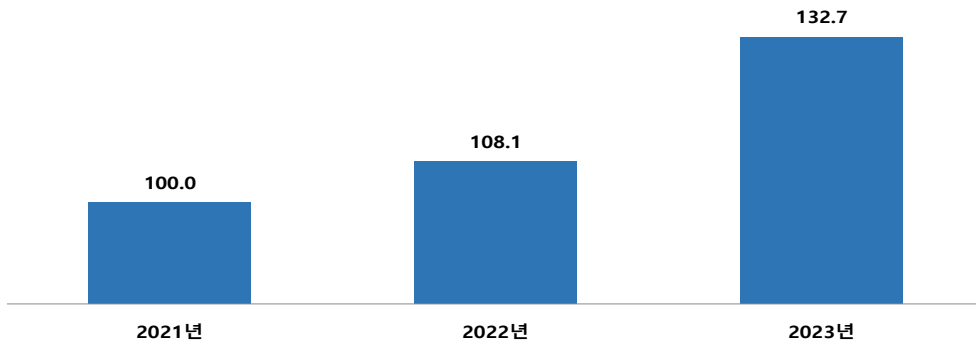
(단위 : % 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	5.8	12.4	81.8	4.45	3.76	
분야	만화	100.0	1.5	40.8	57.7	10.00	2.50
	음악	100.0	0.0	4.9	95.1	-	2.23
	게임	100.0	7.3	1.0	91.7	6.63	10.00
	영화	100.0	11.6	13.5	74.8	1.00	1.25
	애니메이션	100.0	5.7	5.7	88.6	2.00	5.00
	방송	100.0	10.9	2.4	86.7	4.04	2.00
	캐릭터	100.0	0.7	18.8	80.5	5.00	2.85
	지식정보	100.0	9.5	17.8	72.7	3.64	4.91
	콘텐츠솔루션	100.0	5.2	16.7	78.0	6.97	3.92

### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

2022년 현황에 대해 41.6%의 사업체가 ‘동일’하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 49.9%가 ‘증가’할 것이라고 응답하였다. 분야 중 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 사업은 ‘애니메이션’으로 77.4%였으며, ‘콘텐츠솔루션’이 52.6%로 그 뒤를 이었다. 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 ‘만화’로 43.8%가 ‘감소’했다고 응답하였다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 ‘애니메이션’ 77.4%, ‘콘텐츠솔루션’ 57.6% 등이었으며 ‘만화’는 ‘감소’할 것이라는 응답이 42.3%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-206] 경기 지역 콘텐츠 경영 현황 및 전망

<표 2-252> 경기 지역 분야별 경영 현황 및 전망

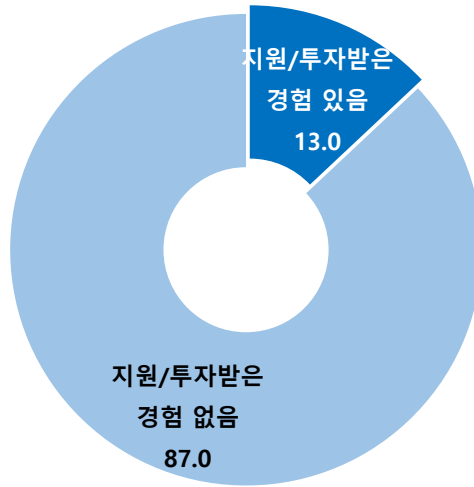
(단위 : %)

분야	2022년 평균					2023년 평균				
	합계	감소	동일	증가	합계	감소	동일	증가		
전체	108.05	100.0	20.1	41.6	38.2	132.69	100.0	15.9	34.2	49.9
만화	81.69	100.0	43.8	31.2	25.0	85.77	100.0	42.3	31.2	26.5
음악	96.63	100.0	29.5	39.6	30.9	118.90	100.0	21.3	30.9	47.8
게임	105.83	100.0	18.7	44.4	37.0	159.34	100.0	15.1	32.7	52.3
영화	109.84	100.0	27.2	44.2	28.6	135.22	100.0	2.1	52.5	45.5
애니메이션	138.16	100.0	0.0	22.6	77.4	157.19	100.0	0.0	22.6	77.4
방송	106.66	100.0	23.1	37.6	39.3	115.78	100.0	17.3	34.2	48.5
캐릭터	107.33	100.0	16.8	59.1	24.1	120.91	100.0	16.8	44.1	39.2
지식정보	113.23	100.0	18.8	39.9	41.3	133.29	100.0	15.6	33.3	51.0
콘텐츠솔루션	113.32	100.0	12.3	35.2	52.6	131.92	100.0	14.1	28.4	57.6

## 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

경기 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 13.0%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘애니메이션’과 ‘게임’ 사업체의 경우 각각 36.8%, 29.2%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-207] 경기 지역 콘텐츠 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-253> 경기 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

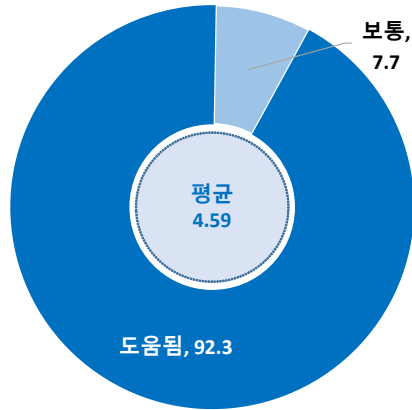
(단위 : %)

분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	13.0	87.0	100.0
만화	3.1	96.9	100.0
음악	17.2	82.8	100.0
게임	29.2	70.8	100.0
영화	16.4	83.6	100.0
애니메이션	36.8	63.2	100.0
방송	6.7	93.3	100.0
캐릭터	8.4	91.6	100.0
지식정보	6.2	93.8	100.0
콘텐츠솔루션	2.4	97.6	100.0

### 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 경기 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 92.3%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 없었다. 평균 도움 정도는 ‘만화’와 ‘방송’ 분야가 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 경기지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-208] 경기 지역 콘텐츠 지원 도움 정도

<표 2-254> 분야별 경기 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

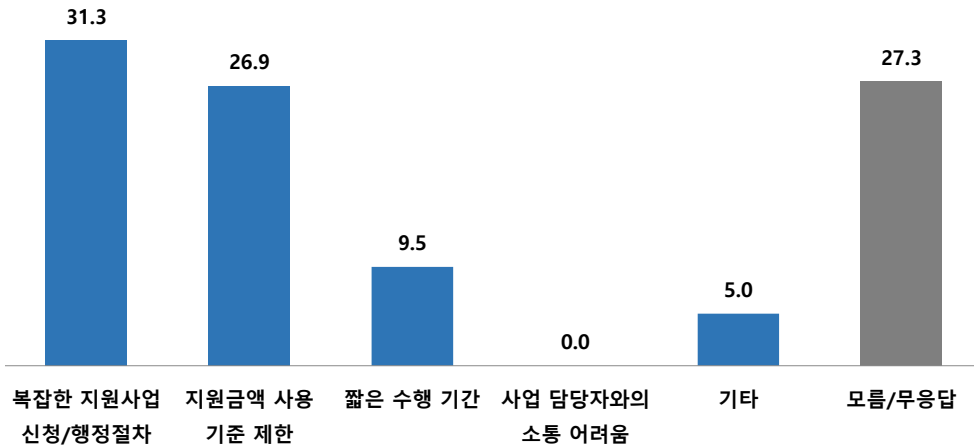
(단위 : %)

분야	① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	0.0	0.0	7.7	25.2	67.1	0.0	92.3	4.59
분야	만화	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00
	음악	0.0	0.0	18.8	18.8	62.4	0.0	4.44
	게임	0.0	0.0	0.0	22.4	77.6	0.0	4.78
	영화	0.0	0.0	0.0	41.5	58.5	0.0	4.59
	애니메이션	0.0	0.0	0.0	32.2	67.8	0.0	4.68
	방송	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00
	캐릭터	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	4.50
	지식정보	0.0	0.0	28.1	4.8	67.1	0.0	4.39
	콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 31.3%의 사업체가 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’라고 응답하였으며, ‘지원금액 사용 기준 제한’ 26.9%, ‘짧은 수행 기간’ 9.5% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경기지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-209] 경기 지역 콘텐츠 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-255> 경기 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

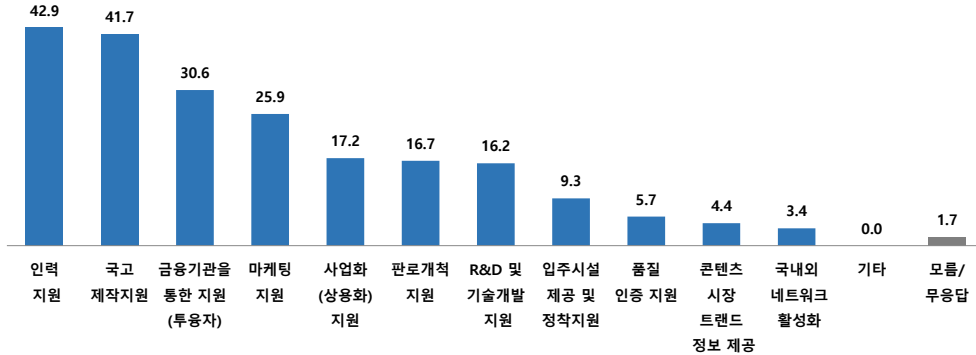
(단위 : %)

분야	복잡한 지원 사업 신청/행정절차	지원금액 사용 기준 제한	짧은 수행 기간	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	31.3	26.9	9.5	0.0	5.0	27.3	100.0
만화	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	100.0
음악	50.8	23.9	0.0	0.0	0.0	25.4	100.0
게임	12.7	27.0	14.6	0.0	12.4	33.4	100.0
영화	79.3	0.0	0.0	0.0	0.0	20.7	100.0
애니메이션	37.2	37.2	25.7	0.0	0.0	0.0	100.0
방송	44.8	55.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
캐릭터	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
지식정보	5.3	31.6	15.2	0.0	0.0	48.0	100.0
콘텐츠솔루션	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	100.0

### 13) 필요 지원 분야

경기 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 42.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘국고 제작 지원’ 41.7%, ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 30.6%, ‘마케팅 지원(광고 및 판촉 지원 등)’ 25.9% 등의 순으로 높았다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-210] 경기 지역 콘텐츠 관련 지원사업 필요 지원 분야

<표 2-256> 경기 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

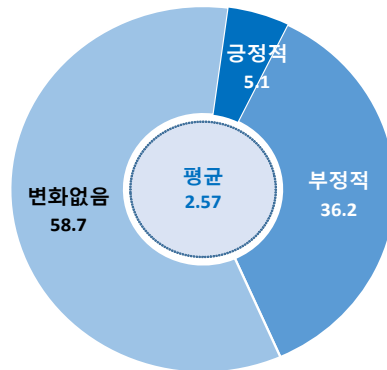
(단위 : %)

분야	인력 지원 (인건비, 전문 교육 지원 등)	국고 제작지원	금융기관을 통한 지원 (투융자)	마케팅 지원 (광고 및 판촉지원 등)	사업화 (상용화) 지원 (시제품 개발 지원 등)	판로개척 지원	R&D 및 기술개발 지원	입주시설 제공 및 정착지원	품질 인증 지원 (특허, 인증 등)	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성화	기타	모름/무응답
전체	42.9	41.7	30.6	25.9	17.2	16.7	16.2	9.3	5.7	4.4	3.4	0.0	1.7
만화	32.7	23.5	43.8	21.9	3.1	21.9	0.0	25.0	1.5	1.5	1.5	0.0	20.4
음악	51.4	47.3	30.9	38.0	13.1	21.6	1.0	0.5	0.3	12.3	0.5	0.0	0.0
게임	25.5	38.1	34.7	29.2	26.0	20.0	4.7	20.7	3.6	3.6	3.6	0.0	0.0
영화	56.4	57.8	21.8	38.1	3.4	3.4	31.4	15.0	2.1	0.0	5.4	0.0	3.4
애니메이션	20.6	52.7	68.4	44.3	3.7	5.7	21.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	64.3	28.1	32.5	17.6	21.4	4.8	18.6	5.9	5.8	2.4	4.8	0.0	0.0
캐릭터	37.0	43.3	28.5	30.3	11.6	25.1	15.0	0.0	6.7	0.0	4.2	0.0	0.0
지식정보	46.2	40.0	29.0	14.1	20.0	15.8	25.0	10.1	12.2	4.4	5.2	0.0	0.3
콘텐츠슬루션	48.8	38.8	23.9	19.9	21.2	11.4	26.9	8.8	5.2	3.5	2.4	0.0	5.6

## 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 58.7%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 36.2%의 사업체가 ‘부정적’ 5.1%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 59.6%로 ‘음악’이 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘게임’ (10.4%)으로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-211] 경기 지역 콘텐츠 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-257> 경기 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

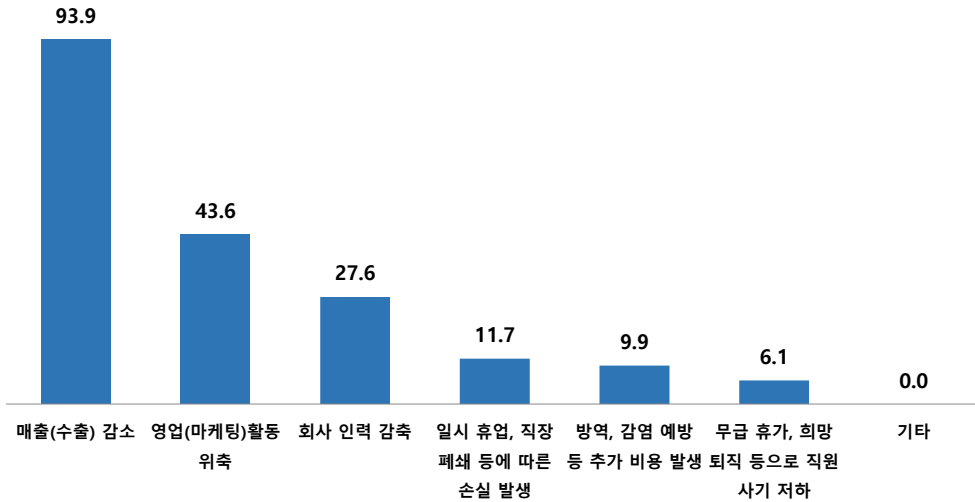
(단위 : % 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	13.2	23.0	58.7	3.3	1.8	36.2	5.1	2.57
만화	40.8	1.5	51.5	1.5	4.6	42.3	6.2	2.28
음악	21.6	38.0	40.1	0.3	0.0	59.6	0.3	2.19
게임	1.0	16.1	72.5	10.4	0.0	17.1	10.4	2.92
영화	5.4	24.4	70.2	0.0	0.0	29.8	0.0	2.65
애니메이션	0.0	23.1	76.9	0.0	0.0	23.1	0.0	2.77
방송	18.6	21.7	59.7	0.0	0.0	40.3	0.0	2.41
캐릭터	22.9	22.6	53.7	0.7	0.0	45.6	0.7	2.32
지식정보	15.6	17.7	59.7	3.2	3.9	33.3	7.0	2.62
콘텐츠솔루션	5.5	27.8	58.5	4.0	4.2	33.3	8.2	2.74

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 93.9%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 43.6%, ‘회사인력감축’ 27.6% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-212] 경기 지역 콘텐츠 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-258> 경기 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

(단위 : %)

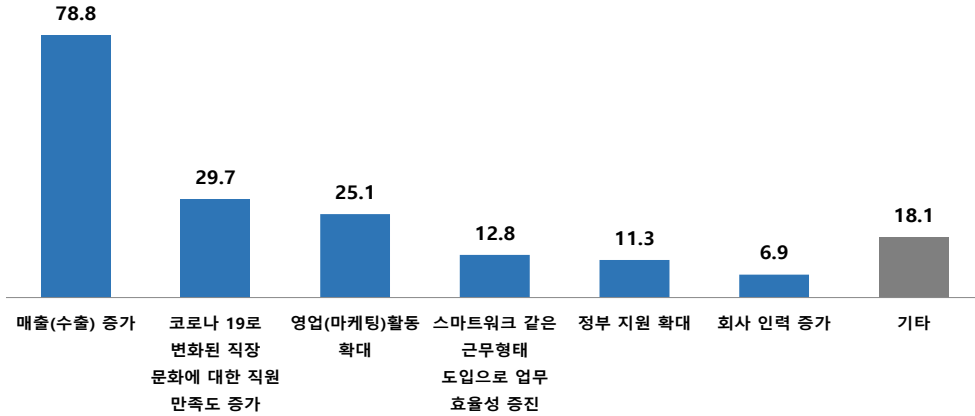
분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	회사 인력 감축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	기타
전체	93.9	43.6	27.6	11.7	9.9	6.1	0.0
만화	100.0	96.4	48.2	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	99.6	57.3	14.2	14.2	14.2	7.3	0.0
게임	92.5	48.4	5.7	9.5	3.7	9.5	0.0
영화	93.1	18.2	34.0	6.9	6.9	0.0	0.0
애니메이션	100.0	34.4	0.0	0.0	16.1	0.0	0.0
방송	88.2	68.9	15.1	24.3	18.4	9.2	0.0
캐릭터	100.0	38.4	31.9	9.2	10.8	0.0	0.0
지식정보	82.4	33.3	38.8	17.1	1.8	5.9	0.0
콘텐츠솔루션	96.3	29.5	41.8	4.8	18.5	12.0	0.0



## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출)증가’가 78.8%로 가장 높았으며, ‘코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가’ 29.7%, ‘영업(마케팅) 활동 확대’ 25.1% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-213] 경기 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-259> 경기 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

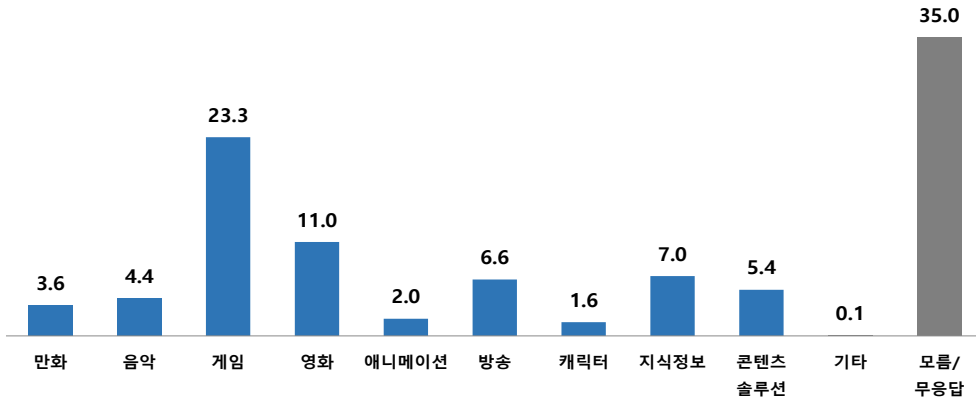
(단위 : %)

분야	매출(수출) 증가	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	영업(마케팅) 활동 확대	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	정부 지원 확대	회사 인력 증가	기타
전체	78.8	29.7	25.1	12.8	11.3	6.9	18.1
만화	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	100.0	29.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	40.1	32.0	23.2	23.2	32.0	9.3	51.2
콘텐츠솔루션	100.0	33.8	66.2	19.0	0.0	14.8	0.0

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 35.0%, ‘게임’ 23.3%, ‘영화’ 11.0% 등의 순으로 나타났다. 대부분의 분야가 ‘게임’을 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답했으나, ‘게임’의 경우, ‘게임’이 54.3%로 지원이 큰 부나라고 응답했으며, ‘음악’은 33.4% 비율로 ‘영화’가 지원이 큰 콘텐츠라고 응답하였다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-214] 경기 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-260> 분야별 경기 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

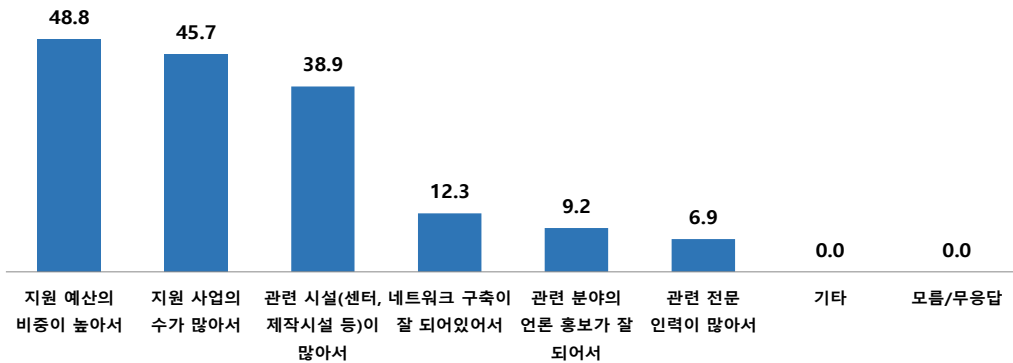
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	3.6	4.4	23.3	11.0	2.0	6.6	1.6	7.0	5.4	0.1	35.0
만화	28.1	0.0	6.2	1.5	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	62.7
음악	0.0	8.7	9.5	33.4	0.0	13.1	0.0	0.3	4.9	0.0	30.1
게임	0.0	0.0	54.3	3.4	4.2	8.6	0.0	3.1	0.6	0.0	25.8
영화	0.0	13.0	17.6	19.8	3.4	8.8	0.0	2.1	0.0	0.0	35.3
애니메이션	0.0	0.0	20.9	5.2	0.0	15.9	8.0	0.0	0.0	0.0	50.0
방송	2.4	0.0	17.6	19.0	3.7	6.1	0.0	7.5	7.8	0.0	35.9
캐릭터	6.2	4.2	15.0	6.2	0.0	1.4	2.5	6.2	8.4	0.0	50.0
지식정보	2.0	1.6	27.4	2.1	1.8	3.8	2.5	19.3	9.7	0.3	29.4
콘텐츠솔루션	10.4	8.5	9.8	12.3	3.1	4.6	3.0	3.0	5.2	0.0	40.0

### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 48.8%, ‘지원사업의 수가 많아서’ 45.7%, ‘관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서’ 38.9% 등의 순으로 나타났다. ‘만화’ 분야의 경우 ‘관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서’라는 응답이 79.4%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-215] 경기 지역 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-261> 분야별 경기 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

(단위 : %)

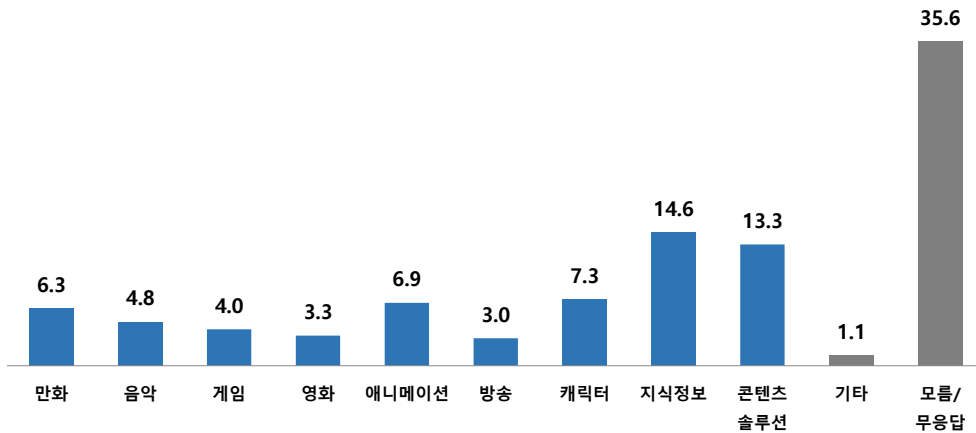
분야	지원 예산의 비중이 높아서	지원사업의 수가 많아서	관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서	네트워크 구축이 잘 되어있어서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	관련 전문 인력이 많아서	기타	모름/무응답
전체	48.8	45.7	38.9	12.3	9.2	6.9	0.0	0.0
만화	16.5	75.3	79.4	4.1	0.0	8.2	0.0	0.0
음악	51.1	36.8	44.1	17.6	0.7	12.1	0.0	0.0
게임	56.9	51.5	39.5	4.9	13.1	0.5	0.0	0.0
영화	65.2	16.8	70.7	3.2	0.0	5.2	0.0	0.0
애니메이션	61.2	50.2	17.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	58.1	56.5	21.3	18.5	7.4	5.8	0.0	0.0
캐릭터	51.3	44.8	20.7	11.3	29.1	3.9	0.0	0.0
지식정보	37.4	53.4	35.6	17.5	8.3	9.7	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	48.2	39.8	38.7	11.7	9.7	7.3	0.0	0.0

## 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 35.6%, 다음으로 ‘지식정보’가 14.6%, ‘콘텐츠솔루션’이 13.3% 순으로 높았다.

‘만화’의 경우 ‘만화’가 43.8%의 비율로 소외되어 콘텐츠 분야라고 응답했다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-216] 경기 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-262> 분야별 경기 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

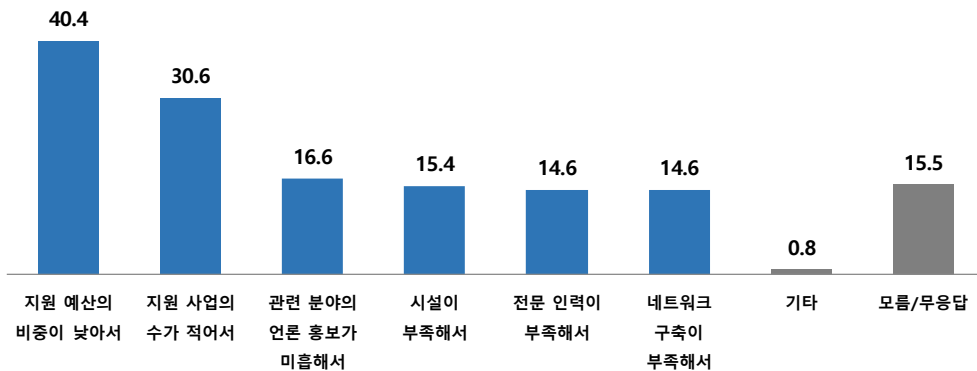
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
<b>전체</b>	<b>6.3</b>	<b>4.8</b>	<b>4.0</b>	<b>3.3</b>	<b>6.9</b>	<b>3.0</b>	<b>7.3</b>	<b>14.6</b>	<b>13.3</b>	<b>1.1</b>	<b>35.6</b>
만화	43.8	3.1	1.5	1.5	0.0	20.4	0.0	3.1	4.6	0.0	21.9
음악	8.7	18.8	8.5	0.0	0.0	0.0	4.1	12.9	5.2	4.1	37.8
게임	3.6	0.0	5.0	7.2	14.7	0.0	4.2	13.3	11.5	0.0	40.3
영화	3.4	3.4	5.4	22.3	9.6	0.0	0.0	15.0	6.8	0.0	34.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	33.1	8.0	0.0	0.0	9.0	0.0	50.0
방송	4.8	0.0	0.0	5.2	5.4	19.9	2.4	13.4	10.8	0.0	38.1
캐릭터	9.8	0.0	0.0	0.0	8.4	0.0	31.8	4.2	2.5	0.0	43.3
지식정보	4.2	5.7	2.3	1.9	5.3	5.2	3.9	26.7	12.2	1.6	30.8
콘텐츠솔루션	3.0	0.0	5.8	0.0	2.4	1.6	7.2	9.9	40.1	0.0	29.9

### 가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원 예산 비중이 낮아서’가 40.4%로 가장 높았고, ‘지원사업의 수가 적어서’가 30.6%, ‘관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서’ 16.6% 등의 순으로 나타났다. ‘캐릭터’의 경우 ‘지원 예산 비중이 낮아서’라는 응답이 58.2%로 다른 분야에 비해 높게 나타났고 ‘만화’의 경우 ‘시전문인력이 부족해서’라는 응답이 62.9%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-217] 경기 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

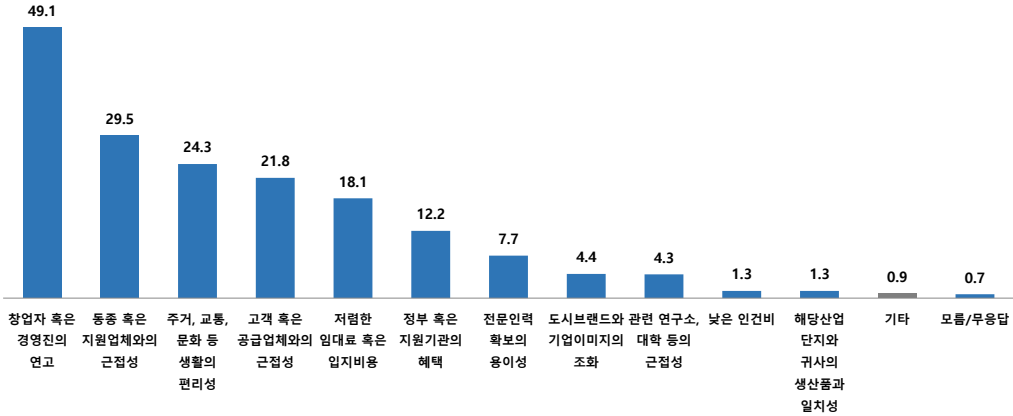
<표 2-263> 분야별 경기 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)  
(단위 : %)

분야	지원 예산의 비중이 낮아서	지원사업의 수가 적어서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	시설이 부족해서	전문인력이 부족해서	네트워크 구축이 부족해서	기타	모름/무응답
전체	40.4	30.6	16.6	15.4	14.6	14.6	0.8	15.5
만화	16.5	16.5	16.5	54.6	62.9	8.2	0.0	0.0
음악	44.1	30.9	7.4	14.0	6.3	23.9	0.0	23.5
게임	19.5	24.3	19.6	19.7	18.7	4.1	0.0	25.8
영화	49.4	32.5	39.0	19.0	14.8	8.4	0.0	8.4
애니메이션	54.7	31.8	17.9	11.4	0.0	0.0	0.0	11.4
방송	40.2	19.0	28.4	24.3	15.5	8.4	0.0	9.1
캐릭터	58.2	19.6	8.4	4.9	8.4	28.0	0.0	17.2
지식정보	43.5	37.1	12.8	12.1	15.7	14.3	2.7	11.7
콘텐츠솔루션	43.8	36.5	24.6	17.0	17.9	16.7	0.0	4.7

## 17) 경기 지역에 사업장을 선택한 이유

경기 지역 콘텐츠 사업체가 경기 지역을 선택한 이유에 대해 49.1%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘동종 혹은 지원업체와의 근접성’ 29.5%, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’ 24.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-218] 경기 지역 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-264> 분야별 경기 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

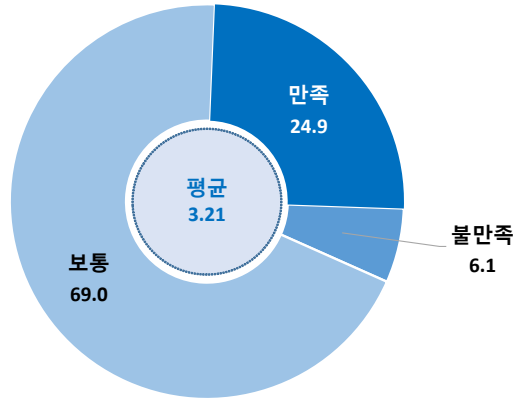
(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진의 연고	동종 혹은 지원업체와의 근접성	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	고객 혹은 공급업체와의 근접성	저렴한 임대료 혹은 입지비용	정부 혹은 지원기관의 혜택	전문인력 확보의 용이성	도시브랜드와 기업이미지의 조화	관련 연구소, 대학 등의 근접성	낮은 인건비	해당산업 단지와 귀사의 생산품과 일치성	기타	모름/무응답
전체	49.1	29.5	24.3	21.8	18.1	12.2	7.7	4.4	4.3	1.3	1.3	0.9	0.7
만화	29.6	7.7	43.8	1.5	23.5	23.5	4.6	1.5	1.5	0.0	0.0	0.0	20.4
음악	46.5	18.0	26.2	34.2	13.1	14.2	9.5	8.5	8.5	0.0	4.6	4.1	0.0
게임	37.2	47.5	23.8	12.3	16.8	13.4	8.4	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	55.8	34.1	30.6	25.9	17.0	13.0	5.4	0.0	0.0	3.4	0.0	3.4	0.0
애니메이션	40.5	37.8	13.7	13.7	13.7	23.1	0.0	5.7	10.9	0.0	8.0	0.0	0.0
방송	46.3	22.1	28.8	27.8	19.7	0.0	6.1	4.8	5.4	0.0	3.7	0.0	3.5
캐릭터	60.8	23.9	23.2	8.6	17.2	10.8	4.2	0.7	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0
지식정보	57.4	25.1	29.8	19.4	21.4	9.4	9.0	6.0	2.3	1.6	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	44.7	35.8	9.3	36.2	19.7	12.6	8.6	7.4	8.0	2.4	1.2	0.0	0.0

## 18) 경기 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

경기 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 24.9%가 만족한다고 응답하여 불만족인 6.1%보다 18.8%p 높게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 '게임'이 3.43점으로 가장 높았으며 '방송'이 2.94점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-219] 경기 지역 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-265> 경기 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

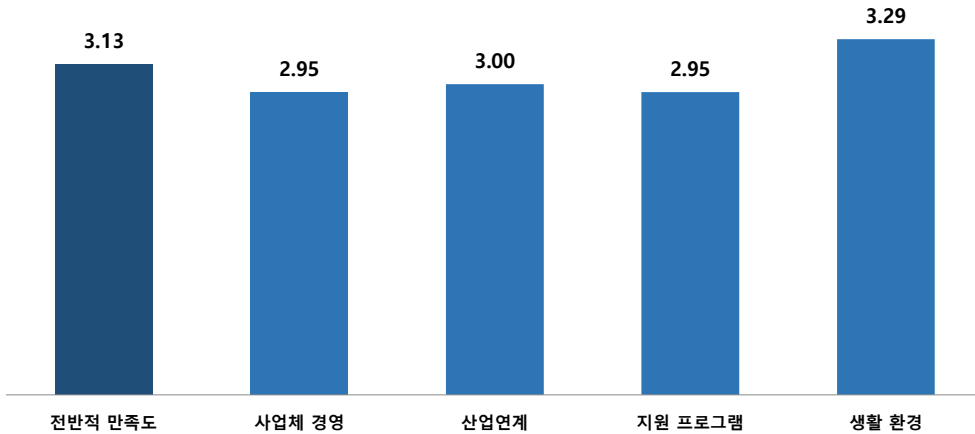
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 불만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	0.8	5.2	69.0	22.3	2.6	6.1	24.9	3.21
만화	0.0	0.0	90.8	9.2	0.0	0.0	9.2	3.09
음악	4.4	13.1	64.5	18.0	0.0	17.5	18.0	2.96
게임	0.0	0.0	60.5	36.4	3.1	0.0	39.5	3.43
영화	0.0	3.4	76.3	20.3	0.0	3.4	20.3	3.17
애니메이션	0.0	5.7	84.8	9.5	0.0	5.7	9.5	3.04
방송	4.8	14.3	63.4	17.6	0.0	19.1	17.6	2.94
캐릭터	0.0	4.9	71.7	19.2	4.2	4.9	23.4	3.23
지식정보	0.0	4.3	69.2	20.4	6.1	4.3	26.5	3.28
콘텐츠솔루션	0.0	4.2	72.4	23.3	0.0	4.2	23.3	3.19

## 19) 경기 지역 인프라 환경 구축 체감도

경기 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 3.13점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘생활 환경’이 3.29점으로 가장 높았으며, ‘산업연계’ 3.00점, ‘사업체 경영’과 ‘지원 프로그램’이 2.95점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘만화’의 전반적 체감도가 3.30점으로 가장 높았으며, ‘방송’은 2.92점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-220] 경기 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-266> 경기 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

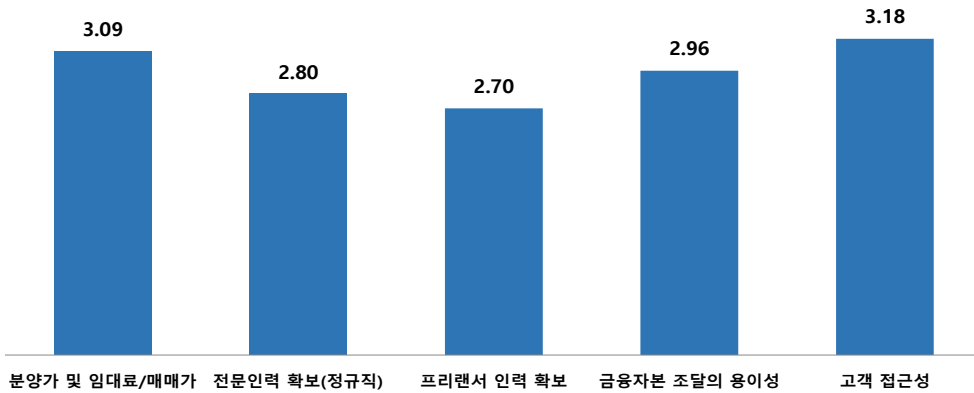
분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체	2.95	3.00	2.95	3.29	3.13
만화	2.84	2.80	3.05	3.08	3.30
음악	2.78	2.80	2.74	3.16	3.02
게임	2.98	3.17	3.10	3.40	3.25
영화	3.07	2.95	3.01	3.37	3.25
애니메이션	3.01	3.02	3.08	3.31	3.12
방송	2.89	3.02	2.95	3.28	2.92
캐릭터	2.98	2.83	2.86	3.12	3.02
지식정보	3.00	3.10	3.02	3.40	3.21
콘텐츠솔루션	2.92	3.05	2.87	3.25	3.05



## 가) 사업체 경영

경기 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.95점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘고객 접근성’이 3.18점으로 가장 높았으며, ‘분양가 및 임대료/매매가’ 3.09점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.96점, ‘전문인력 확보(정규직)’ 2.80점, ‘프리랜서 인력 확보’ 2.70점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘영화’의 평균 점수가 3.07점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.78점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-221] 경기 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-267> 경기 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

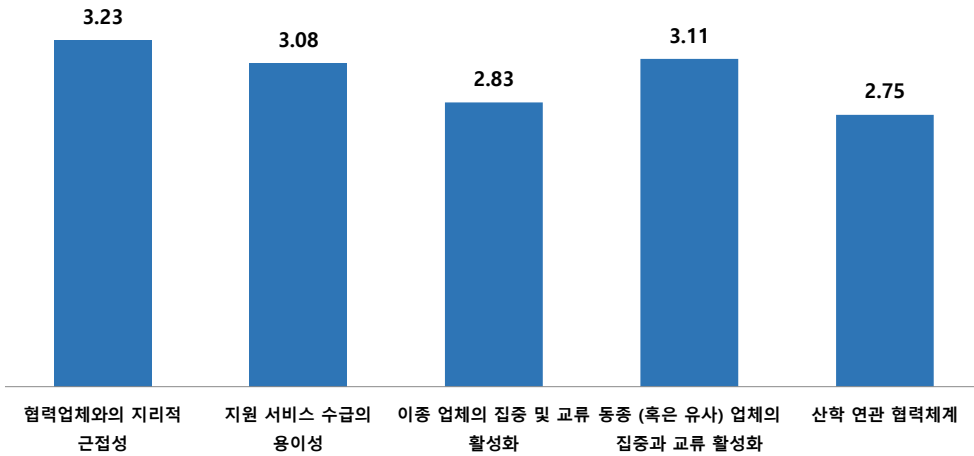
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.09	2.80	2.70	2.96	3.18	2.95
만화	3.00	2.77	2.59	2.80	3.06	2.84
음악	3.08	2.53	2.61	2.96	2.73	2.78
게임	2.77	2.76	2.78	3.25	3.35	2.98
영화	3.42	2.78	2.91	3.02	3.24	3.07
애니메이션	3.05	2.77	2.87	3.04	3.31	3.01
방송	3.05	2.75	2.77	2.70	3.18	2.89
캐릭터	3.10	2.91	2.67	2.91	3.33	2.98
지식정보	3.24	2.96	2.75	2.85	3.22	3.00
콘텐츠솔루션	3.08	2.80	2.55	2.88	3.28	2.92

## 나) 산업연계

경기 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 3.00점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘협력업체와의 지리적 근접성’이 3.23점으로 가장 높았으며, ‘동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화’ 3.11점, ‘지원 서비스 수급의 용이성’ 3.08점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.83점, ‘산학 연관 협력체계’ 2.75점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.17점으로 가장 높았으며, ‘만화’와 ‘음악’이 2.80점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-222] 경기 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-268> 경기 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

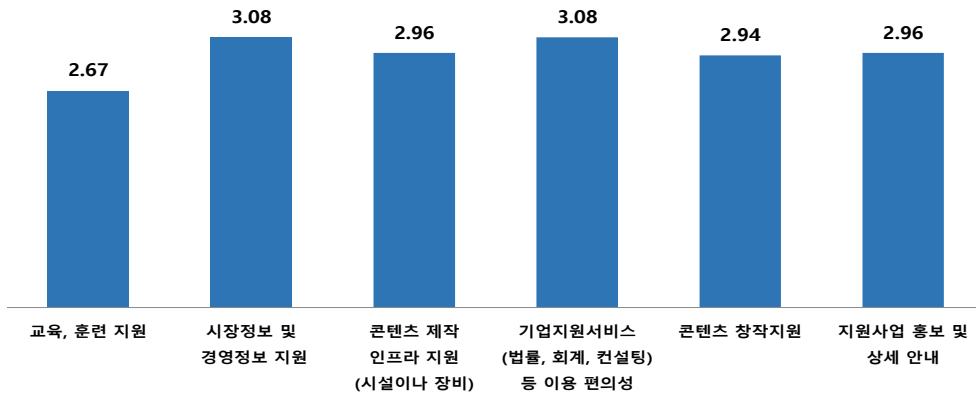
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학연관 협력체계	[5점 평균]
전체	3.23	3.08	2.83	3.11	2.75	3.00
만화	2.64	2.84	2.81	2.90	2.83	2.80
음악	2.97	3.01	2.70	2.69	2.62	2.80
게임	3.31	3.21	3.00	3.42	2.90	3.17
영화	3.28	3.11	2.73	3.01	2.61	2.95
애니메이션	3.37	3.01	2.97	3.01	2.75	3.02
방송	3.23	3.09	2.78	3.22	2.77	3.02
캐릭터	3.01	2.93	2.60	3.06	2.56	2.83
지식정보	3.40	3.12	2.93	3.24	2.79	3.10
콘텐츠솔루션	3.38	3.11	2.82	3.14	2.82	3.05

## 다) 지원 프로그램

경기 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 2.95점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘시장 정보 및 경영정보 지원’과 ‘기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅 등 이용 편의성)’가 3.08점으로 가장 높았으며, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’과 ‘지원사업 홍보 및 상세 안내’가 2.96점, ‘콘텐츠 창작지원’ 2.94점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.67점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.10점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.74점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-223] 경기 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-269> 경기 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

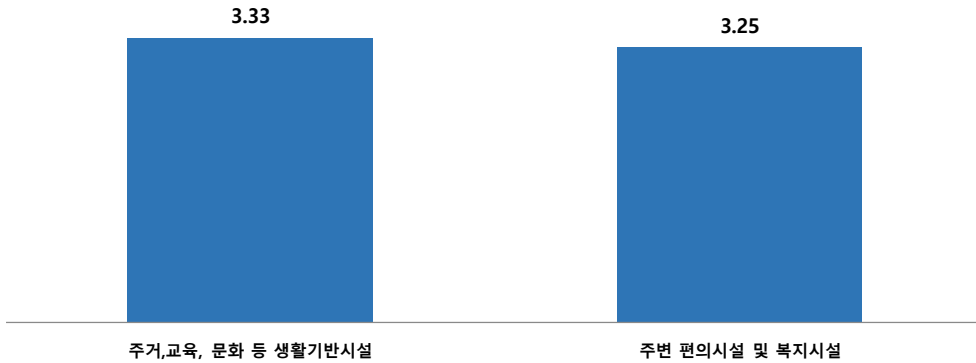
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작지원	지원사업 홍보 및 상세안내	[5점 평균]
전체	2.67	3.08	2.96	3.08	2.94	2.96	2.95
만화	2.75	3.25	2.97	3.22	3.25	2.86	3.05
음악	2.44	2.97	2.71	2.76	2.62	2.95	2.74
게임	2.69	3.25	3.18	3.32	3.21	2.95	3.10
영화	3.11	3.18	2.94	2.91	2.87	3.03	3.01
애니메이션	2.51	3.05	3.15	3.34	3.25	3.18	3.08
방송	2.48	3.23	2.84	3.18	3.00	2.94	2.95
캐릭터	2.54	2.98	3.02	2.96	2.82	2.85	2.86
지식정보	2.88	3.11	3.00	3.13	2.96	3.04	3.02
콘텐츠솔루션	2.47	2.93	2.86	3.13	2.93	2.90	2.87

## 라) 생활환경

경기 지역의 생활환경 구축 체감도는 평균 3.29점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.33점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.25점으로 나타났다. 분야별로 ‘게임’의 만족도가 3.40점으로 가장 높았으며 ‘만화’의 평균 만족도가 3.08점으로 상대적으로 낮았다.

[Base: 경기 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-224] 경기 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-270> 경기 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.33	3.25	3.29
만화	3.08	3.09	3.08
음악	3.18	3.14	3.16
게임	3.34	3.45	3.40
영화	3.41	3.32	3.37
애니메이션	3.27	3.34	3.31
방송	3.35	3.20	3.28
캐릭터	3.22	3.02	3.12
지식정보	3.47	3.33	3.40
콘텐츠솔루션	3.35	3.15	3.25

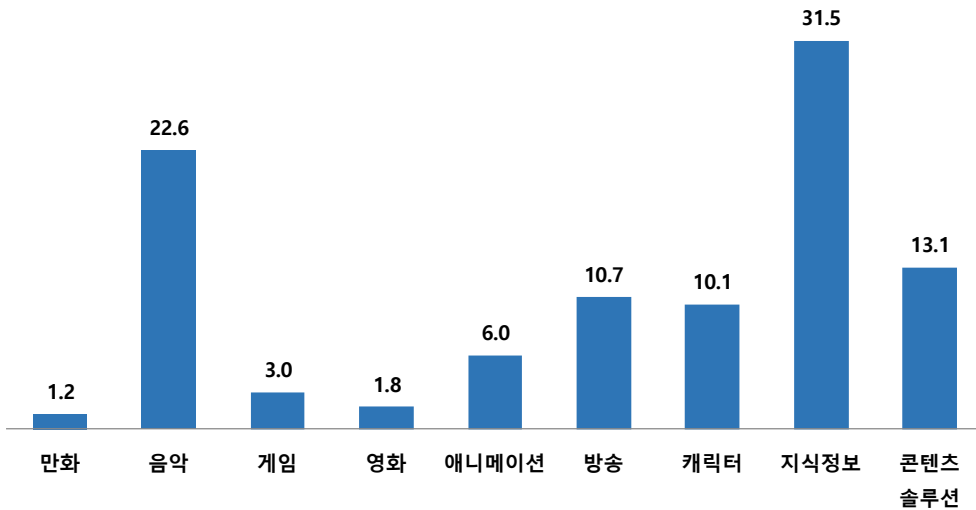
## 10. 강원

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

강원 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 168개였으며, ‘지식정보’ 사업체 수가 31.5%로 가장 많았으며, ‘음악’ 22.6%, ‘콘텐츠솔루션’ 13.1% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-225] 강원 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-271> 강원 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

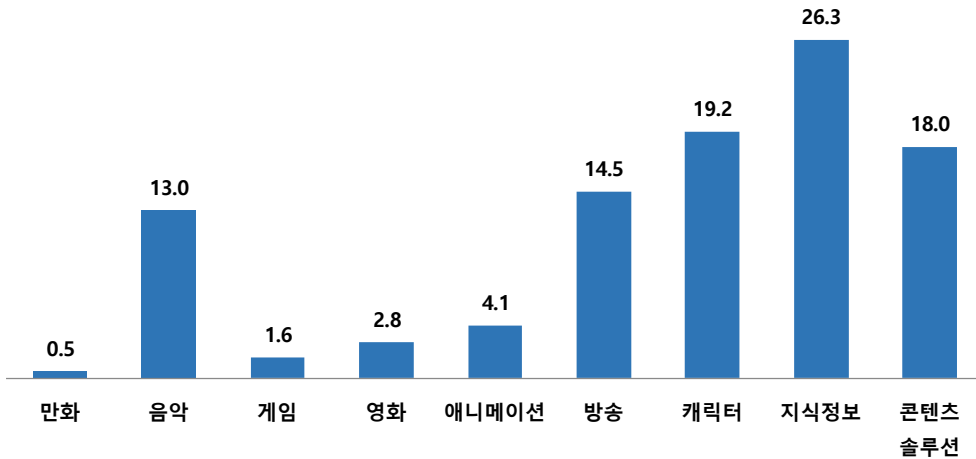
(단위 : 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	168	100.0
만화	2	1.2
음악	38	22.6
게임	5	3.0
영화	3	1.8
애니메이션	10	6.0
방송	18	10.7
캐릭터	17	10.1
지식정보	53	31.5
콘텐츠솔루션	22	13.1

## 2) 종사자 현황

강원 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 1,577명이었으며, ‘지식정보’ 분야의 종사자 비율이 26.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘캐릭터’ 19.2%, ‘콘텐츠솔루션’ 18.0%, ‘방송’ 14.5% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-226] 강원 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

<표 2-272> 강원 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

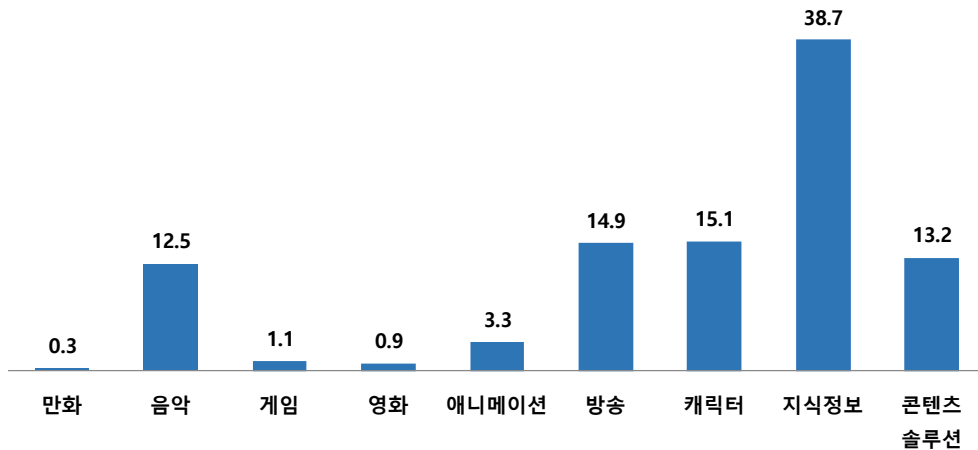
(단위 : 명, %)

분야	종사자 수	비율
전체	1,577	100.0
만화	8	0.5
음악	204	13.0
게임	25	1.6
영화	44	2.8
애니메이션	65	4.1
방송	228	14.5
캐릭터	303	19.2
지식정보	415	26.3
콘텐츠솔루션	285	18.0

### 3) 매출액 현황

강원 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 1,908억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘지식 정보’ 매출액이 739억 원으로 38.7%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘캐릭터’가 288억 원 (15.1%), ‘방송’이 283억 원 (14.9%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-227] 강원 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

<표 2-273> 강원 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원, %)

분야	매출액	비율
전체	190,879	100.0
만화	519	0.3
음악	23,882	12.5
게임	2,057	1.1
영화	1,636	0.9
애니메이션	6,349	3.3
방송	28,347	14.9
캐릭터	28,881	15.1
지식정보	73,933	38.7
콘텐츠솔루션	25,275	13.2

## 나. 설문조사 결과

강원 지역 내 사업체 168곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 강원 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 54.2%로 가장 많았으며, '5~9인'이 22.0%, '10~49인'이 20.2% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 75.4%의 비중을 차지하였다.

<표 2-274> 강원 지역 응답 사업체 일반현황

(단위 : 개, %)

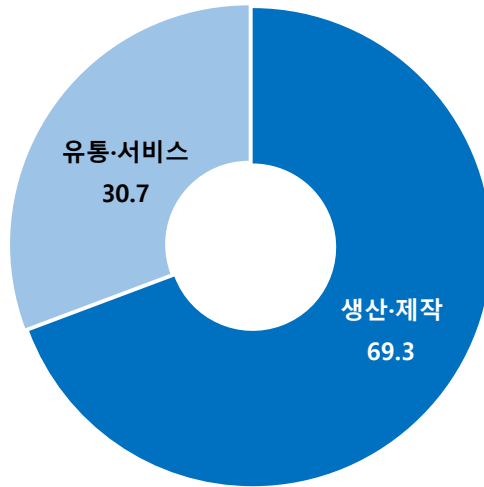
분야		사례 수	비율
전체		168	100.0
규모	5인 미만	91	54.2
	5~9인	37	22.0
	10~49인	34	20.2
	50~99인	3	1.8
	100인 이상	3	1.8
콘텐츠분야	만화	2	1.2
	음악	38	22.6
	게임	5	3.0
	영화	3	1.8
	애니메이션	10	6.0
	방송	18	10.7
	캐릭터	17	10.1
	지식정보	53	31.5
	콘텐츠솔루션	22	13.1
사업체 구분	단독사업체	77	75.4
	본사본점	23	22.6
	공장, 지사(점), 영업소 등	2	2.0



### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

강원 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 69.3%, ‘유통·서비스’가 30.7%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘영화’로 93.3%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 45.7%인 ‘음악’으로 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-228] 강원 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

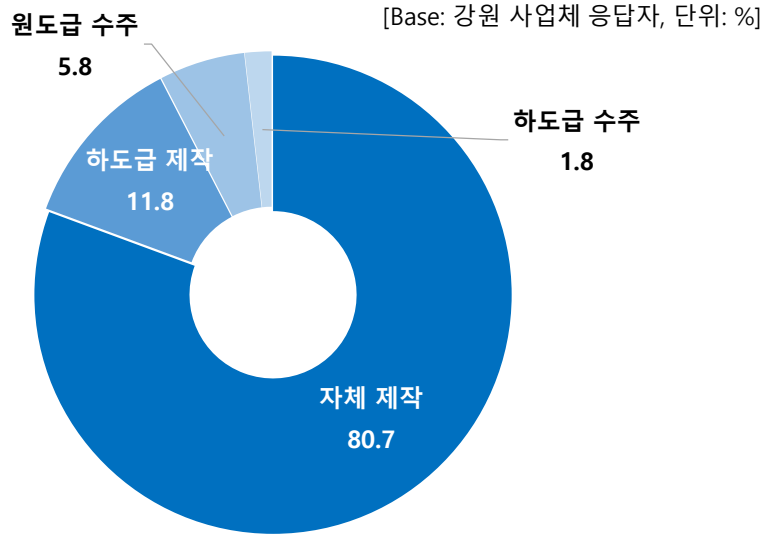
<표 2-275> 강원 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

(단위 : %)

분야		합계	생산·제작	유통·서비스
전체		100.0	69.3	30.7
분야	만화	100.0	70.0	30.0
	음악	100.0	54.3	45.7
	게임	100.0	67.0	33.0
	영화	100.0	93.3	6.7
	애니메이션	100.0	79.8	20.3
	방송	100.0	83.9	16.1
	캐릭터	100.0	65.3	34.7
	지식정보	100.0	72.6	27.4
	콘텐츠솔루션	100.0	70.7	29.3

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

강원 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 55.1건이었으며, 제작유형은 '자체 제작'이 80.7%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '하도급 제작'이 11.8%, '원도급 수주'가 5.8%, '하도급 수주'가 1.8%의 순으로 나타났다. 제작 비율로는 '영화'의 자체 제작 비율이 100.0%로 가장 높게 나타났고, '게임'은 64.0%로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-229] 강원 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

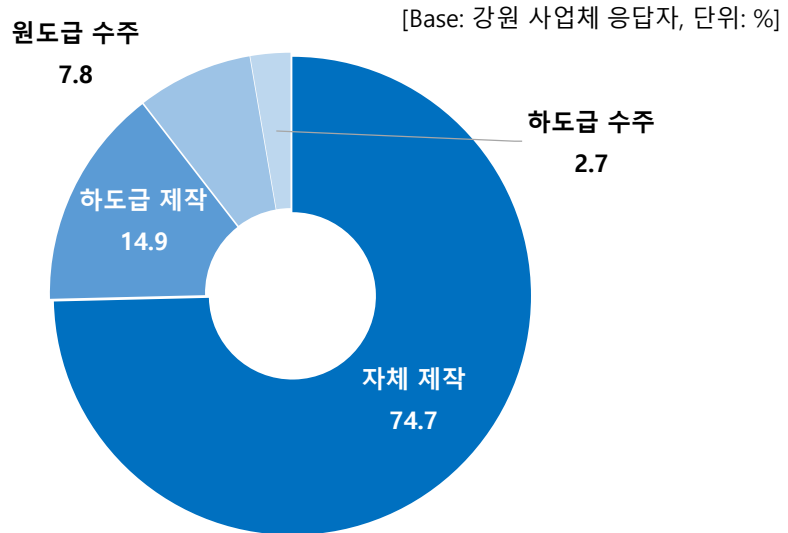
<표 2-276> 강원 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위 : 건 %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>55.1</b>	<b>100.0</b>	<b>80.7</b>	<b>11.8</b>	<b>5.8</b>	<b>1.8</b>	
분야	만화	2.3	100.0	87.5	12.5	0.0	0.0
	음악	18.9	100.0	69.9	11.1	17.1	2.0
	게임	1.7	100.0	64.0	16.0	20.0	0.0
	영화	2.3	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	애니메이션	1.8	100.0	81.6	13.1	0.0	5.3
	방송	116.0	100.0	77.6	18.8	3.5	0.0
	캐릭터	69.9	100.0	76.0	22.0	1.3	0.7
	지식정보	90.1	100.0	93.1	5.3	1.6	0.0
	콘텐츠솔루션	20.4	100.0	74.7	15.9	0.0	9.4

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 39.0건이었으며, ‘방송’이 116.0건으로 가장 높았으며, ‘게임’이 1.7건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-230] 강원 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

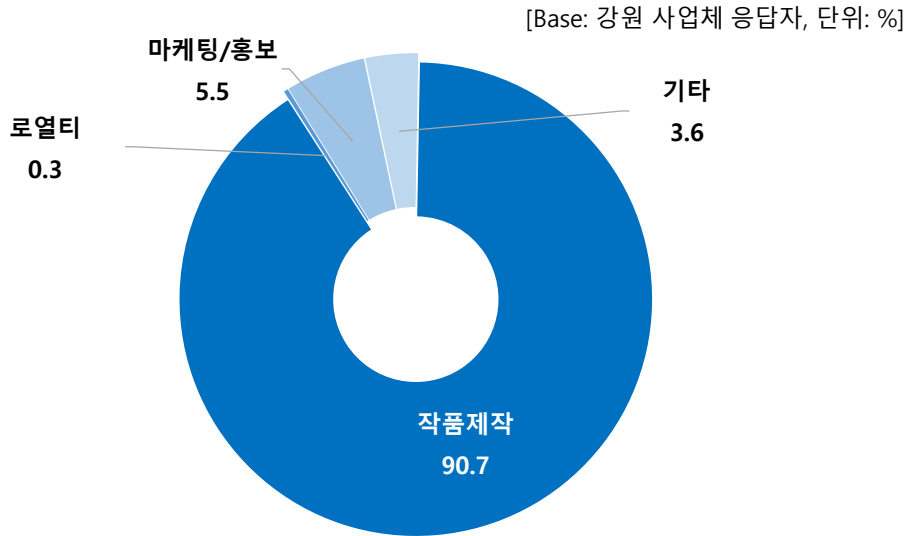
<표 2-277> 강원 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위: 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	39.0	100.0	74.7	14.9	7.8	2.7
만화	2.3	100.0	87.5	12.5	0.0	0.0
음악	18.9	100.0	69.9	11.1	17.1	2.0
게임	1.7	100.0	64.0	16.0	20.0	0.0
영화	2.3	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	1.8	100.0	81.6	13.1	0.0	5.3
방송	116.0	100.0	77.6	18.8	3.5	0.0
캐릭터	69.9	100.0	76.0	22.0	1.3	0.7
콘텐츠솔루션	20.4	100.0	74.7	15.9	0.0	9.4

### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

강원 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 353.2백만 원이었으며, 90.7%의 제작비가 ‘작품 제작’에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 ‘마케팅/홍보’가 5.5%, ‘기타’ 3.6% 순으로 나타났다. 분야별로 ‘지식정보’의 경우 93.4%가 ‘작품 제작’에 투입되고 있었으며, ‘영화’의 경우 ‘작품 제작’의 비율이 80.0%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.



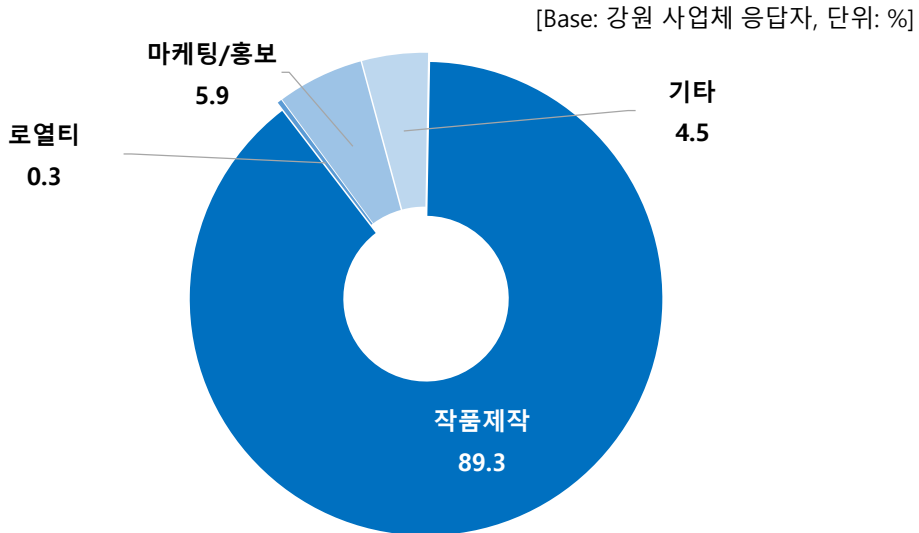
[그림 2-231] 강원 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 분야별 비율

<표 2-278> 강원 지역 분야별 신규제작비용 및 분야별 비율

(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작비율				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍 보	기타	
<b>전체</b>	<b>353.2</b>	<b>100.0</b>	<b>90.7</b>	<b>0.3</b>	<b>5.5</b>	<b>3.6</b>	
분야	만화	106.1	100.0	87.5	0.0	7.5	5.0
	음악	247.6	100.0	93.3	0.0	3.1	3.6
	게임	86.4	100.0	92.8	0.8	5.2	1.2
	영화	55.3	100.0	80.0	0.0	6.7	13.3
	애니메이션	231.9	100.0	90.6	1.7	3.3	4.4
	방송	1,240.7	100.0	90.3	0.0	4.1	5.6
	캐릭터	717.8	100.0	82.3	1.0	14.0	2.7
	지식정보	196.8	100.0	93.4	0.2	4.8	1.6
	콘텐츠솔루션	83.4	100.0	86.3	0.0	7.5	6.3

지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 425.3백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘방송’이 1240.7백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘캐릭터’ 717.8백만 원, ‘음악’ 247.6백만 원으로 나타났다.



[그림 2-232] 강원 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

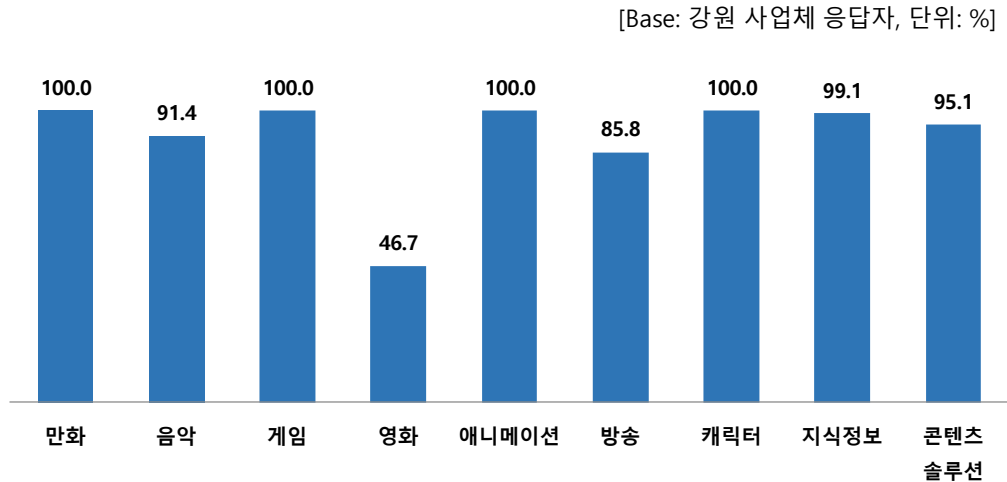
<표 2-279> 강원 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>425.3</b>	<b>100.0</b>	<b>89.3</b>	<b>0.3</b>	<b>5.9</b>	<b>4.5</b>	
분야	만화	106.1	100.0	87.5	0.0	7.5	5.0
	음악	247.6	100.0	93.3	0.0	3.1	3.6
	게임	86.4	100.0	92.8	0.8	5.2	1.2
	영화	55.3	100.0	80.0	0.0	6.7	13.3
	애니메이션	231.9	100.0	90.6	1.7	3.3	4.4
	방송	1,240.7	100.0	90.3	0.0	4.1	5.6
	캐릭터	717.8	100.0	82.3	1.0	14.0	2.7
	콘텐츠솔루션	83.4	100.0	86.3	0.0	7.5	6.3

#### 4) 상용근로자 비율

강원 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 94.6%로 나타났으며 ‘만화’, ‘게임’, ‘애니메이션’, ‘캐릭터’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘영화’ 46.7%의 경우 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.



[그림 2-233] 강원 지역 상용근로자 비율

<표 2-280> 강원 지역 콘텐츠 분야별 상용근로자 비율

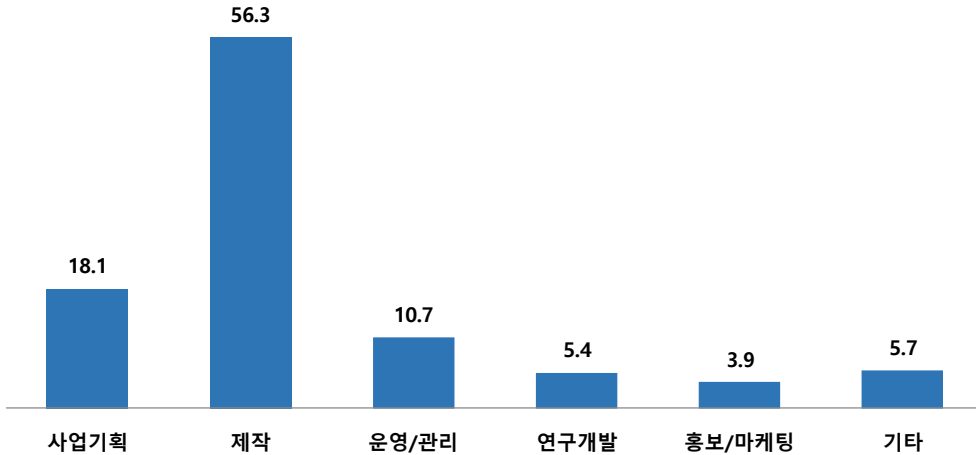
(단위 : %)

분야		비율
전체		94.6
분야	만화	100.0
	음악	91.4
	게임	100.0
	영화	46.7
	애니메이션	100.0
	방송	85.8
	캐릭터	100.0
	지식정보	99.1
	콘텐츠솔루션	95.1

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

강원 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 56.3%로 가장 높게 나타났으며 ‘사업기획’ 18.1%, ‘운영/관리’ 10.7% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘게임’으로 86.8%였으며 ‘사업기획’의 직무 비율은 ‘음악’이 28.2%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-234] 강원 지역 상용근로자의 직무별 비율

<표 2-281> 강원 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

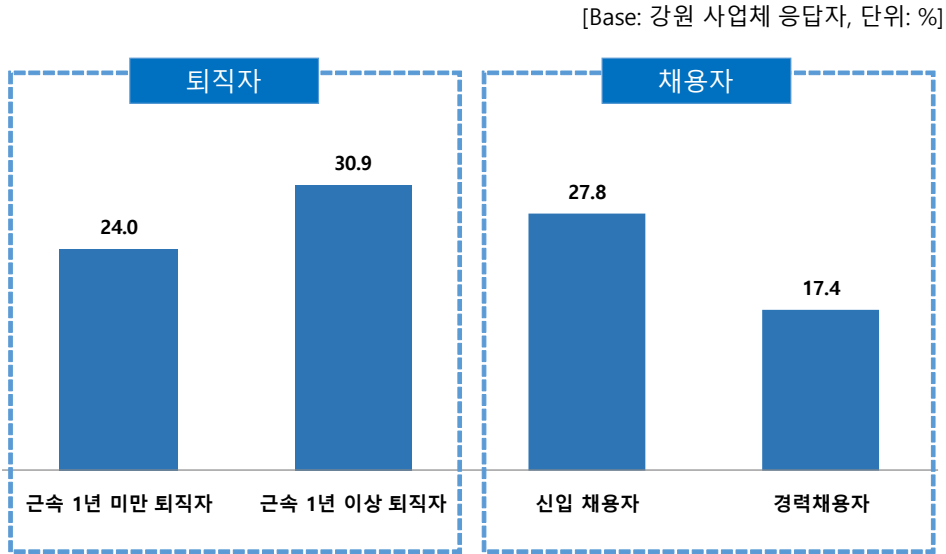
(단위 : %)

분야	합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타	
전체	100.0	18.1	56.3	10.7	5.4	3.9	5.7	
분야	만화	100.0	20.0	47.0	28.0	0.0	0.0	5.0
	음악	100.0	28.2	52.2	8.8	2.2	4.1	4.5
	게임	100.0	3.0	86.8	5.8	3.4	0.8	0.2
	영화	100.0	13.3	50.0	10.0	0.0	6.7	20.0
	애니메이션	100.0	21.3	58.4	12.1	1.2	0.8	6.2
	방송	100.0	23.6	56.5	8.1	0.8	5.1	5.9
	캐릭터	100.0	22.4	35.4	12.8	10.9	10.9	7.6
	지식정보	100.0	8.2	61.9	12.2	8.8	2.9	5.9
	콘텐츠솔루션	100.0	19.3	59.3	9.8	5.3	1.5	4.8

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

강원 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '퇴직자'의 비율이 54.9%로 '채용자' 비율인 45.1%보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 30.9%가 '근속 1년 이상 퇴직자'였으며, 채용자는 27.8%가 '신입 채용자'로 나타났다.

분야별로는 '방송' 분야의 퇴직자 비율이 75.0%로 가장 높았으며, '음악' 분야의 채용자 비율이 77.8%로 높게 나타났다.



[그림 2-235] 강원 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-282> 강원 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

(단위 : %)

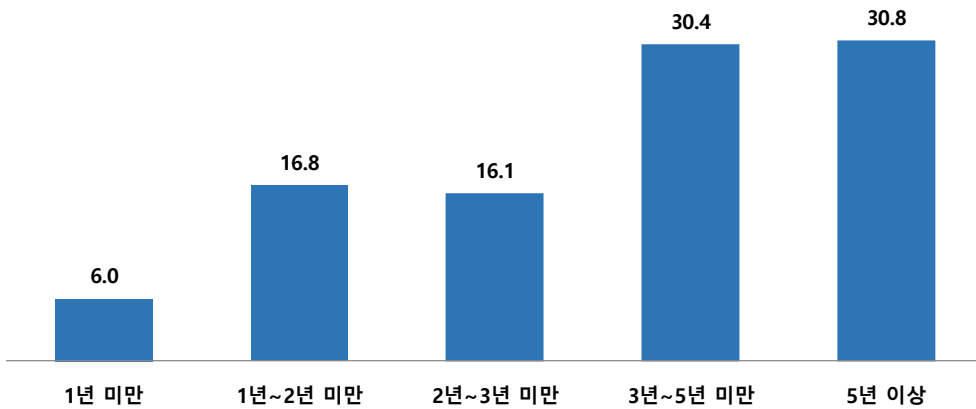
분야	퇴직자	근속 1년 미만 퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자	
전체	54.9	24.0	30.9	45.1	27.8	17.4	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	22.2	0.0	22.2	77.8	77.8	0.0
	게임	40.0	20.0	20.0	60.0	40.0	20.0
	영화	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	56.3	12.5	43.8	43.8	31.3	12.5
	방송	75.0	9.4	65.6	25.0	6.3	18.8
	캐릭터	40.0	28.9	11.1	60.0	28.9	31.1
	지식정보	50.0	25.9	24.1	50.0	27.6	22.4
	콘텐츠솔루션	56.5	23.1	33.3	43.5	34.3	9.3
	콘텐츠 이외분야	62.2	28.0	34.3	37.8	25.2	12.6



## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

강원 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 41.36개월이었으며, '5년 이상' 30.8%, '3~5년 미만' 30.4%, '1~2년 미만' 16.8% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 '지식정보'의 평균 근속 개월 수가 46.91개월로 가장 길게 나타났고, '게임'은 24.00개월로 가장 짧은 근속 개월로 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-236] 강원 지역 상용근로자의 평균 근속기간

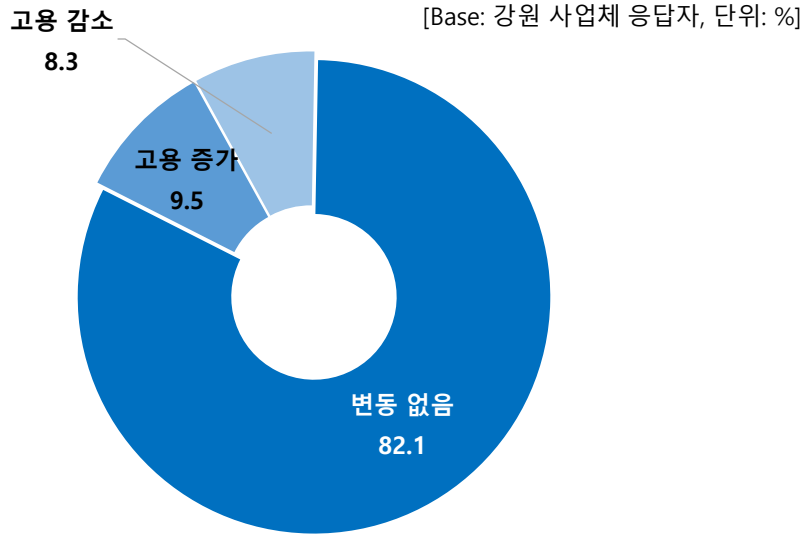
<표 2-283> 강원 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

(단위: % 개월)

분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균근속 개월 수	
전체	100.0	6.0	16.8	16.1	30.4	30.8	41.36	
분야	만화	100.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	42.50
	음악	100.0	15.8	27.6	0.0	22.4	34.2	35.74
	게임	100.0	20.0	40.0	0.0	20.0	20.0	24.00
	영화	100.0	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7	46.00
	애니메이션	100.0	0.0	37.5	20.0	0.0	42.5	35.45
	방송	100.0	0.0	0.0	33.3	27.8	38.9	42.44
	캐릭터	100.0	0.0	23.5	17.6	47.1	11.8	37.59
	지식정보	100.0	5.7	13.2	22.6	32.1	26.4	46.91
	콘텐츠솔루션	100.0	0.0	0.0	18.2	47.7	34.1	45.64

## 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 강원 지역 사업체의 82.1%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 9.5%, ‘고용감소’는 8.3%로 나타났다. 고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 4.69명, 감소 인원은 2.79명이었다.



[그림 2-237] 강원 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-284> 강원 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화

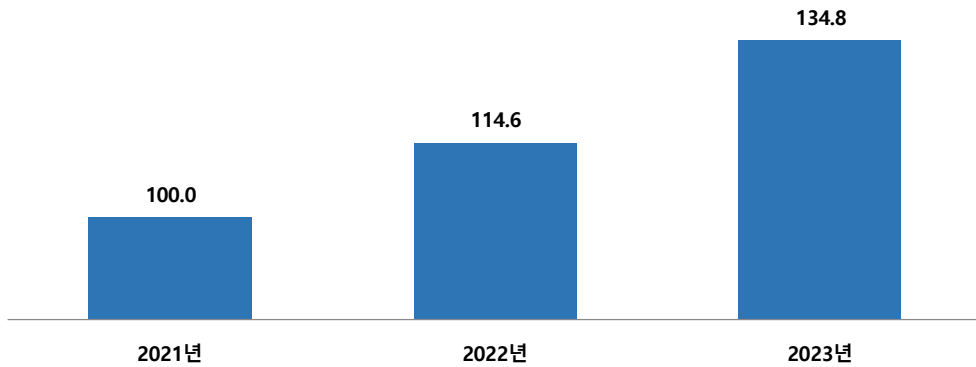
(단위 : % 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	9.5	8.3	82.1	4.69	2.79	
분야	만화	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	음악	100.0	15.8	5.3	78.9	1.00	1.50
	게임	100.0	0.0	40.0	60.0	-	6.00
	영화	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	애니메이션	100.0	0.0	20.0	80.0	-	2.00
	방송	100.0	5.6	5.6	88.9	2.00	3.00
	캐릭터	100.0	35.3	0.0	64.7	8.33	.
	지식정보	100.0	5.7	11.3	83.0	5.67	1.17
	콘텐츠솔루션	100.0	0.0	4.5	95.5	-	10.00

### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

강원 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 43.5%의 사업체가 '동일'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 49.1%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 분야 중 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 사업은 '만화'로 100.0%였으며, '게임'이 80.0%로 그 뒤를 이었다. 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 '영화'로 66.7%가 '감소'했다고 응답하였다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 '만화' 100.0%, '게임' 100.0% 등이었으며 '영화'는 '감소'할 것이라는 응답이 66.7%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-238] 강원 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

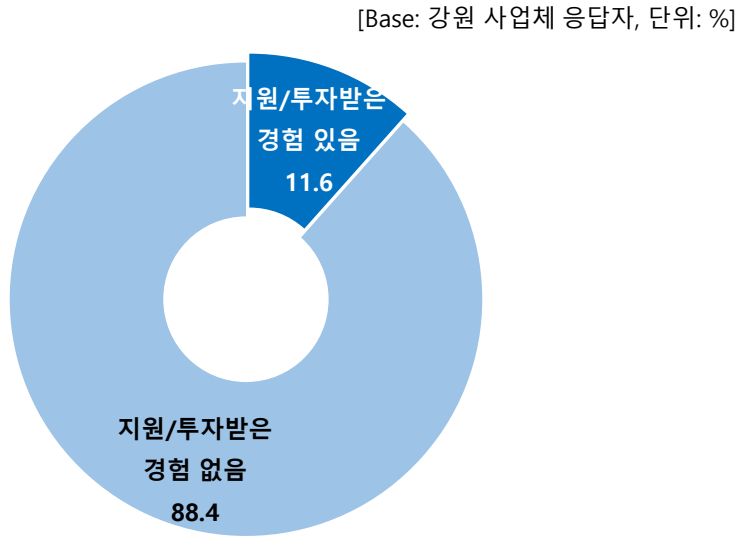
<표 2-285> 강원 지역 분야별 경영 현황 및 전망

(단위 : %)

분야	2022년 평균					2023년 평균				
	합계	감소	동일	증가	합계	감소	동일	증가		
전체	114.60	100.0	16.8	43.5	39.7	134.81	100.0	9.4	41.5	49.1
만화	106.00	100.0	0.0	0.0	100.0	130.00	100.0	0.0	0.0	100.0
음악	123.22	100.0	0.0	46.1	53.9	123.26	100.0	2.6	49.3	48.0
게임	236.60	100.0	20.0	0.0	80.0	338.40	100.0	0.0	0.0	100.0
영화	86.67	100.0	66.7	33.3	0.0	110.00	100.0	66.7	0.0	33.3
애니메이션	134.25	100.0	12.5	30.0	57.5	171.45	100.0	12.5	30.0	57.5
방송	95.28	100.0	33.3	33.3	33.3	106.67	100.0	22.2	33.3	44.4
캐릭터	108.24	100.0	5.9	52.9	41.2	124.71	100.0	5.9	35.3	58.8
지식정보	108.91	100.0	15.1	50.9	34.0	134.21	100.0	7.5	39.6	52.8
콘텐츠솔루션	102.05	100.0	40.9	43.2	15.9	127.95	100.0	11.4	68.2	20.5

### 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

강원 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 11.6%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘게임’과 ‘캐릭터’ 사업체의 경우 각각 80.0%, 52.9%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.



[그림 2-239] 강원 지역 콘텐츠 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-286> 강원 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

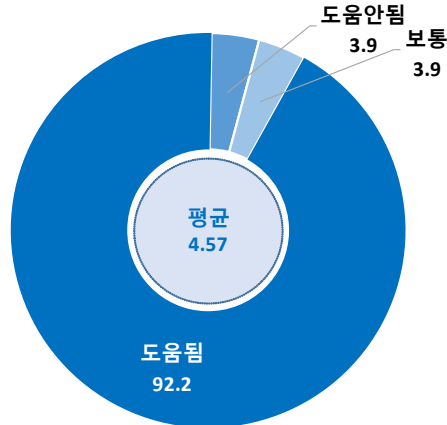
(단위 : %)

분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
<b>전체</b>	<b>11.6</b>	<b>88.4</b>	<b>100.0</b>
만화	0.0	100.0	100.0
음악	0.0	100.0	100.0
게임	80.0	20.0	100.0
영화	0.0	100.0	100.0
애니메이션	0.0	100.0	100.0
방송	0.0	100.0	100.0
캐릭터	52.9	47.1	100.0
지식정보	9.4	90.6	100.0
콘텐츠솔루션	6.8	93.2	100.0

## 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 강원 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 92.2%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 3.9%의 사업체가 도움이 안 되었다고 응답하였다. 평균 도움 정도는 ‘콘텐츠솔루션’ 분야가 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 강원지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-240] 강원 지역 콘텐츠 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-287> 분야별 강원 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

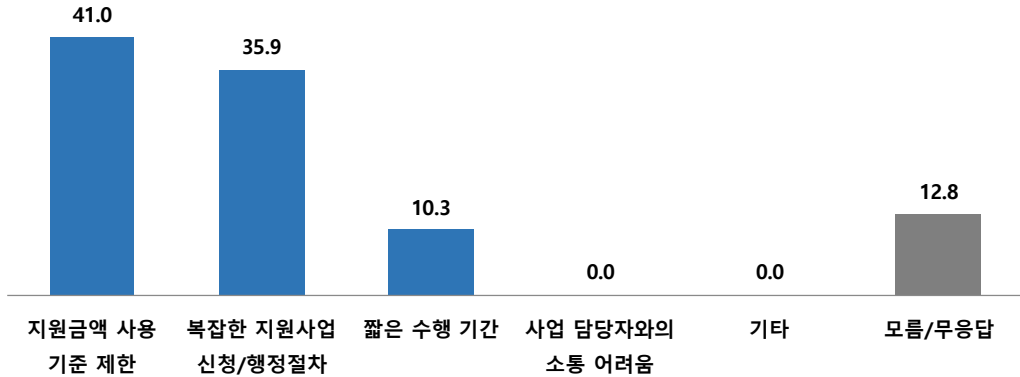
(단위 : %)

분야	① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]	
전체	3.9	0.0	3.9	19.6	72.5	3.9	92.2	4.57	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-	
	음악	-	-	-	-	-	-	-	
	게임	0.0	0.0	0.0	25.0	75.0	100.0	4.75	
	영화	-	-	-	-	-	-	-	
	애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	
	방송	-	-	-	-	-	-	-	
	캐릭터	10.0	0.0	0.0	10.0	80.0	10.0	90.0	4.50
	지식정보	0.0	0.0	16.7	33.3	50.0	0.0	83.3	4.33
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00	

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 41.0%의 사업체가 ‘지원금액 사용 기준 제한’이라고 응답하였고 다음으로는 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’ 35.9%, ‘짧은 수행 기간’ 10.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 강원지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-241] 강원 지역 콘텐츠 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-288> 강원 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

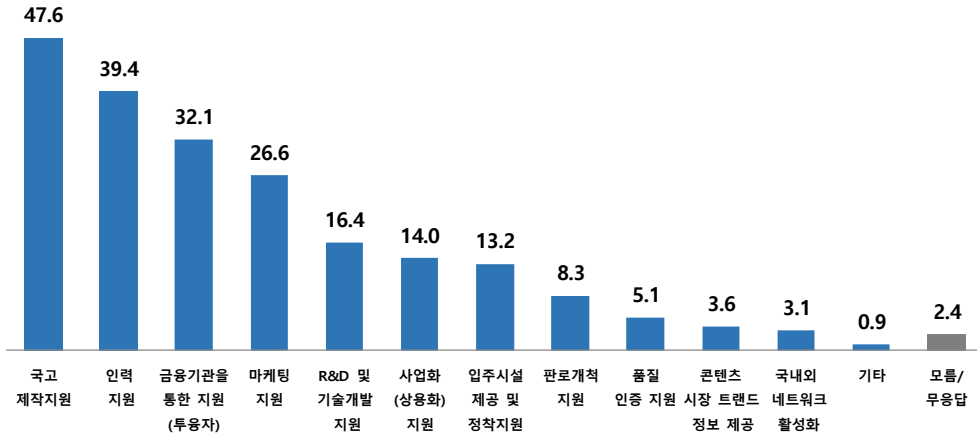
(단위 : %)

분야	지원금액 사용 기준 제한	복잡한 지원사업 신청/행정절차	짧은 수행 기간	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	41.0	35.9	10.3	0.0	0.0	12.8	100.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	100.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	55.6	22.2	11.1	0.0	0.0	11.1	100.0
지식정보	40.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0

### 13) 필요 지원 분야

강원 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘국고 제작지원’ 47.6%, ‘인력 지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’ 39.4%, ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 32.1%, ‘마케팅 지원(광고 및 판촉 지원 등)’ 26.6% 등의 순으로 높았다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-242] 강원 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

<표 2-289> 강원 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

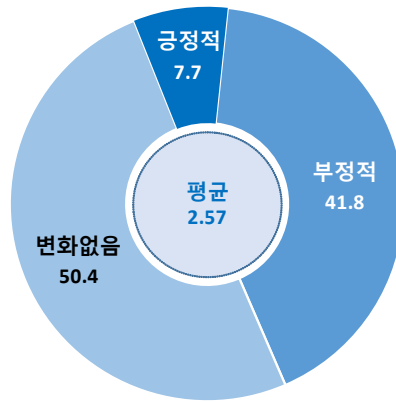
(단위 : %)

분야	국고 제작지원	인력 지원 (인건비, 전문 교육 지원 등)	금융기관을 통한 지원 (투융자)	마케팅 지원 (광고 및 판촉지원 등)	R&D 및 기술개발 지원	사업화 (상용화) 지원 (시제품 개발 지원 등)	입주시설 제공 및 정착지원	판로개척 지원	품질 인증 지원 (특허, 인증 등)	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성화	기타	모름/무응답
전체	47.6	39.4	32.1	26.6	16.4	14.0	13.2	8.3	5.1	3.6	3.1	0.9	2.4
만화	0.0	150.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	85.5	48.7	23.7	23.7	5.9	15.8	18.4	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	2.6
게임	60.0	0.0	20.0	20.0	0.0	20.0	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	55.0	32.5	45.0	67.5	32.5	0.0	12.5	30.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0
방송	44.4	44.4	27.8	5.6	5.6	27.8	27.8	11.1	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0
캐릭터	64.7	52.9	23.5	41.2	5.9	23.5	5.9	0.0	5.9	5.9	5.9	0.0	0.0
지식정보	26.4	35.8	41.5	18.9	26.4	11.3	9.4	11.3	7.5	1.9	3.8	0.0	3.8
콘텐츠솔루션	13.6	11.4	38.6	31.8	22.7	6.8	4.5	9.1	11.4	0.0	0.0	6.8	4.5

## 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 50.4%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고 41.8%의 사업체가 ‘부정적’, 7.7%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 73.7%로 ‘음악’이 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘방송’(27.8%)으로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-243] 강원 지역 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-290> 강원 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

(단위 : % 점)

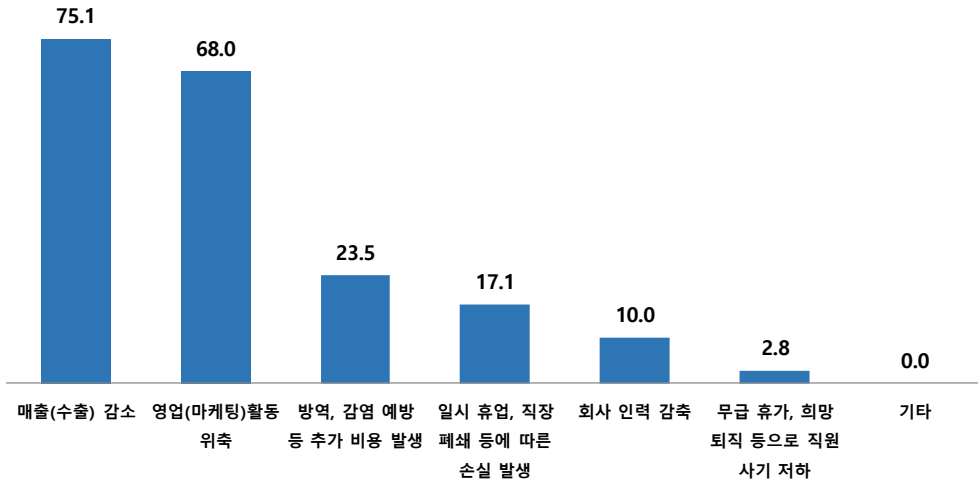
분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	10.7	31.1	50.4	6.0	1.8	41.8	7.7	2.57
만화	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	2.50
음악	21.1	52.6	26.3	0.0	0.0	73.7	0.0	2.05
게임	0.0	20.0	80.0	0.0	0.0	20.0	0.0	2.80
영화	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0	2.33
애니메이션	0.0	12.5	87.5	0.0	0.0	12.5	0.0	2.88
방송	11.1	16.7	44.4	11.1	16.7	27.8	27.8	3.06
캐릭터	11.8	47.1	29.4	11.8	0.0	58.8	11.8	2.41
지식정보	11.3	22.6	66.0	0.0	0.0	34.0	0.0	2.55
콘텐츠솔루션	0.0	18.2	54.5	27.3	0.0	18.2	27.3	3.09



## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 75.1%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 68.0%, ‘방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생’ 23.5% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-244] 강원 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-291> 강원 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

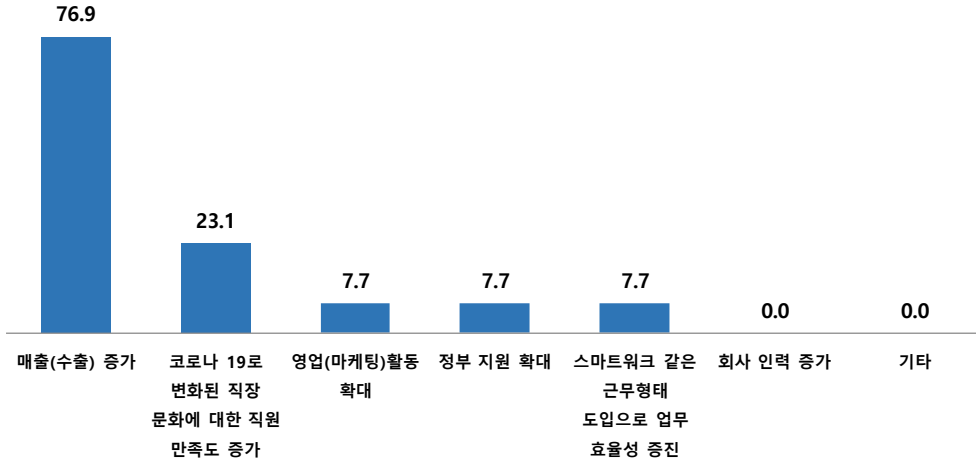
(단위 : %)

분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	회사 인력 감축	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	기타
전체	75.1	68.0	23.5	17.1	10.0	2.8	0.0
만화	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	75.0	75.0	28.6	25.0	7.1	0.0	0.0
게임	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	80.0	40.0	20.0	20.0	0.0	20.0	0.0
캐릭터	90.0	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	66.7	55.6	27.8	11.1	27.8	5.6	0.0
콘텐츠솔루션	62.5	37.5	62.5	0.0	0.0	0.0	0.0

## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출) 증가’가 76.9%로 가장 높았으며, ‘코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가’ 23.1%, ‘영업(마케팅)활동 확대’, ‘정부 지원 확대’, ‘스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진’ 7.7% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-245] 강원 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-292> 강원 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

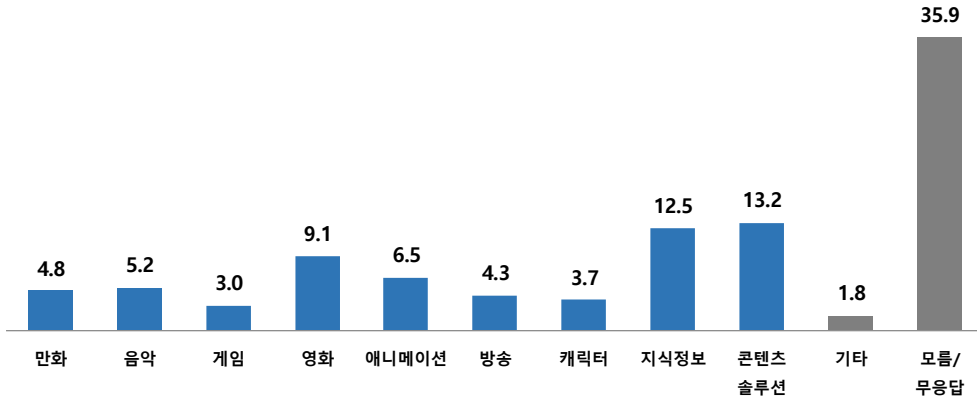
(단위 : %)

분야	매출(수출) 증가	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	영업(마케팅) 활동 확대	정부 지원 확대	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	회사 인력 증가	기타
전체	76.9	23.1	7.7	7.7	7.7	0.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	-	-	-	-	-	-	-
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	60.0	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0
캐릭터	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	83.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 35.9%로 가장 높았으며, ‘콘텐츠솔루션’이 13.2%, ‘지식정보’ 12.5% 등의 순으로 나타났다. ‘만화’의 경우, ‘음악’이 100.0% 비율로 지원이 큰 콘텐츠라고 응답하였다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-246] 강원 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-293> 분야별 강원 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

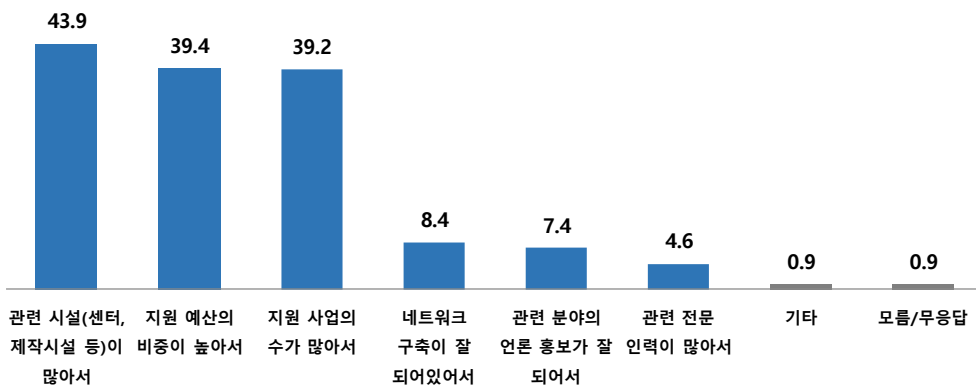
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	4.8	5.2	3.0	9.1	6.5	4.3	3.7	12.5	13.2	1.8	35.9
만화	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	15.8	8.6	0.0	0.0	2.6	5.9	5.9	15.8	0.0	2.6	42.8
게임	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0
영화	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	33.3
애니메이션	0.0	0.0	0.0	12.5	20.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	55.0
방송	5.6	0.0	0.0	16.7	5.6	11.1	0.0	27.8	11.1	5.6	16.7
캐릭터	0.0	0.0	5.9	11.8	11.8	5.9	0.0	5.9	11.8	0.0	47.1
지식정보	1.9	3.8	7.5	7.5	7.5	0.0	5.7	13.2	9.4	1.9	41.5
콘텐츠솔루션	0.0	6.8	0.0	22.7	0.0	4.5	0.0	4.5	45.5	0.0	15.9

### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서’ 43.9%, ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 39.4%, ‘지원사업의 수가 많아서’ 39.2% 등의 순으로 나타났다. ‘영화’ 분야의 경우 ‘관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서’와 ‘지원 예산의 비중이 높아서’라는 응답이 100.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났으며 ‘만화’ 분야의 경우 ‘관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서’라는 응답이 100.0%로 높게 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-247] 강원 지역 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-294> 분야별 강원 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

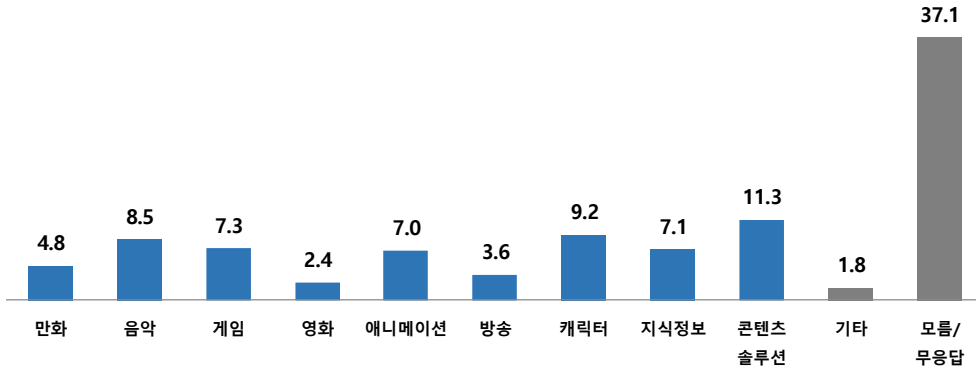
(단위 : %)

분야	관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서	지원 예산의 비중이 높아서	지원사업의 수가 많아서	네트워크 구축이 잘 되어있어서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	관련 전문 인력이 많아서	기타	모름/무응답
전체	43.9	39.4	39.2	8.4	7.4	4.6	0.9	0.9
만화	0.0	0.0	50.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
음악	89.7	35.6	10.3	0.0	4.6	4.6	0.0	0.0
게임	25.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	72.2	27.8	44.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	33.3	40.0	40.0	6.7	13.3	13.3	6.7	0.0
캐릭터	33.3	66.7	44.4	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0
지식정보	35.5	41.9	38.7	9.7	9.7	3.2	0.0	3.2
콘텐츠솔루션	13.5	29.7	70.3	16.2	0.0	0.0	0.0	0.0

## 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 37.1%, 다음으로 ‘콘텐츠솔루션’이 11.3%, ‘캐릭터’ 9.2% 순으로 높았다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-248] 강원 지역에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-295> 분야별 강원 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

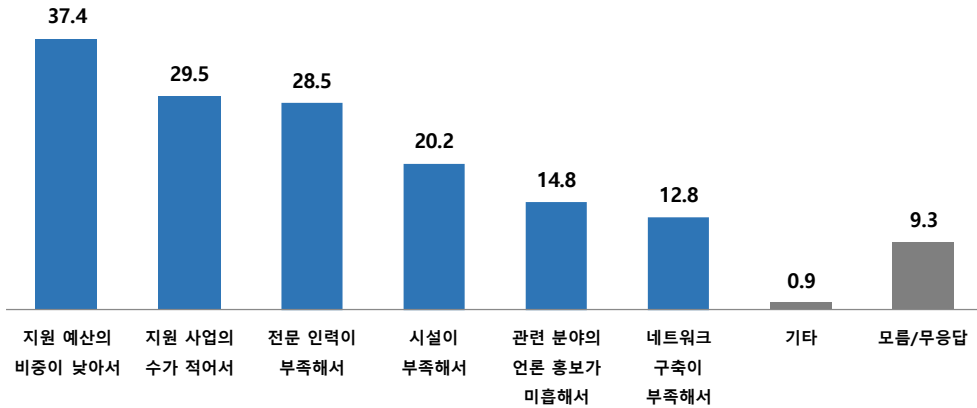
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	4.8	8.5	7.3	2.4	7.0	3.6	9.2	7.1	11.3	1.8	37.1
만화	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
음악	0.0	24.3	8.6	0.0	5.9	0.0	15.8	2.6	0.0	2.6	40.1
게임	0.0	0.0	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
방송	11.1	0.0	11.1	5.6	0.0	16.7	11.1	5.6	16.7	5.6	16.7
캐릭터	5.9	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	29.4	5.9	0.0	0.0	47.1
지식정보	0.0	7.5	3.8	0.0	0.0	3.8	1.9	17.0	13.2	1.9	50.9
콘텐츠솔루션	22.7	0.0	0.0	0.0	4.5	4.5	6.8	0.0	36.4	0.0	25.0

### 가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원 예산 비중이 낮아서’가 37.4%로 가장 높았고, ‘지원사업의 수가 적어서’가 29.5%, ‘전문인력이 부족해서’ 28.5% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-249] 강원 지역 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

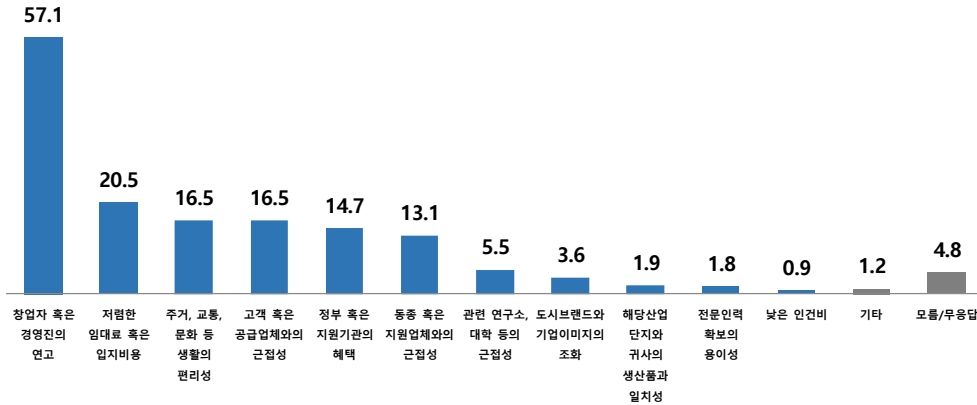
<표 2-296> 분야별 강원 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)  
(단위 : %)

분야	지원 예산의 비중이 낮아서	지원사업의 수가 적어서	전문인력이 부족해서	시설이 부족해서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	네트워크 구축이 부족해서	기타	모름/무응답
전체	37.4	29.5	28.5	20.2	14.8	12.8	0.9	9.3
만화	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
음악	65.5	9.2	42.5	40.2	4.6	10.3	0.0	0.0
게임	75.0	75.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0
영화	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	55.6	72.2	0.0	44.4	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	20.0	13.3	46.7	20.0	13.3	20.0	6.7	0.0
캐릭터	66.7	22.2	22.2	22.2	22.2	33.3	0.0	0.0
지식정보	25.8	22.6	25.8	12.9	12.9	9.7	0.0	25.8
콘텐츠솔루션	8.1	62.2	8.1	5.4	27.0	13.5	0.0	10.8

### 17) 강원 지역에 사업장을 선택한 이유

강원 지역 콘텐츠 사업체가 강원 지역을 선택한 이유에 대해 57.1%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘저렴한 임대료 혹은 입지 비용’ 20.5%, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’, ‘고객 혹은 공급업체와의 근접성’이 16.5% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-250] 강원 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-297> 분야별 강원 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

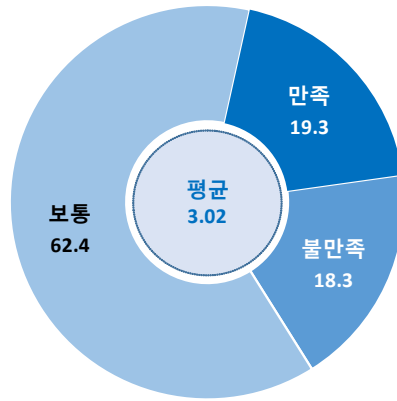
(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진의 연고	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	고객 혹은 공급업체와의 근접성	정부 혹은 지원기관의 혜택	동종 혹은 지원업체와의 근접성	관련 연구소, 대학 등의 근접성	도시브랜드와 기업이미지의 조화	해당산업 단지와 귀사의 생산품과 일치성	전문인력 확보의 용이성	낮은 인건비	기타	모름/무응답
전체	57.1	20.5	16.5	16.5	14.7	13.1	5.5	3.6	1.9	1.8	0.9	1.2	4.8
만화	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	34.2	21.7	18.4	36.2	11.8	17.1	5.9	5.3	0.0	5.3	0.0	0.0	15.8
게임	20.0	40.0	60.0	0.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	33.3	0.0	66.7	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	25.0	32.5	32.5	0.0	62.5	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	77.8	16.7	16.7	16.7	5.6	16.7	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0
캐릭터	52.9	17.6	23.5	11.8	23.5	5.9	0.0	11.8	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	69.8	18.9	7.5	11.3	11.3	17.0	3.8	3.8	1.9	1.9	0.0	1.9	1.9
콘텐츠솔루션	79.5	18.2	6.8	4.5	4.5	6.8	4.5	0.0	0.0	0.0	6.8	0.0	4.5

### 18) 강원 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

강원 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 19.3%가 만족한다고 응답하여 불만족인 18.3%보다 1.0%p 높게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 ‘콘텐츠솔루션’이 3.20점으로 가장 높았으며 ‘애니메이션’이 2.88점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-251] 강원 지역 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-298> 강원 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

(단위 : %)

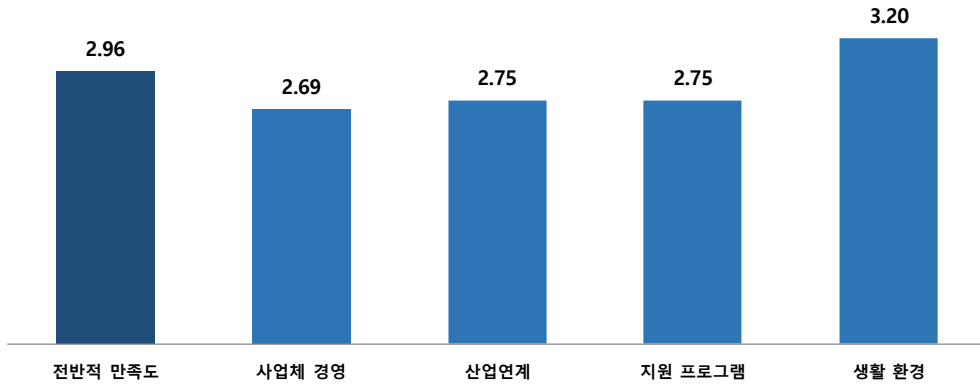
분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	1.8	16.5	62.4	16.8	2.5	18.3	19.3	3.02
만화	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
음악	0.0	18.4	64.5	8.6	8.6	18.4	17.1	3.07
게임	0.0	40.0	20.0	40.0	0.0	40.0	40.0	3.00
영화	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
애니메이션	0.0	12.5	87.5	0.0	0.0	12.5	0.0	2.88
방송	0.0	22.2	55.6	22.2	0.0	22.2	22.2	3.00
캐릭터	0.0	29.4	41.2	29.4	0.0	29.4	29.4	3.00
지식정보	5.7	13.2	64.2	15.1	1.9	18.9	17.0	2.94
콘텐츠솔루션	0.0	6.8	65.9	27.3	0.0	6.8	27.3	3.20



## 19) 강원 지역 인프라 환경 구축 체감도

강원 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 2.96점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘생활 환경’이 3.20점으로 가장 높았으며, ‘산업연계’ 2.75점, ‘지원 프로그램’ 2.75점, ‘사업체 경영’이 2.69점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’의 전반적 체감도가 3.20점으로 가장 높았으며, ‘영화’는 2.33점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-252] 강원 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-299> 강원 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

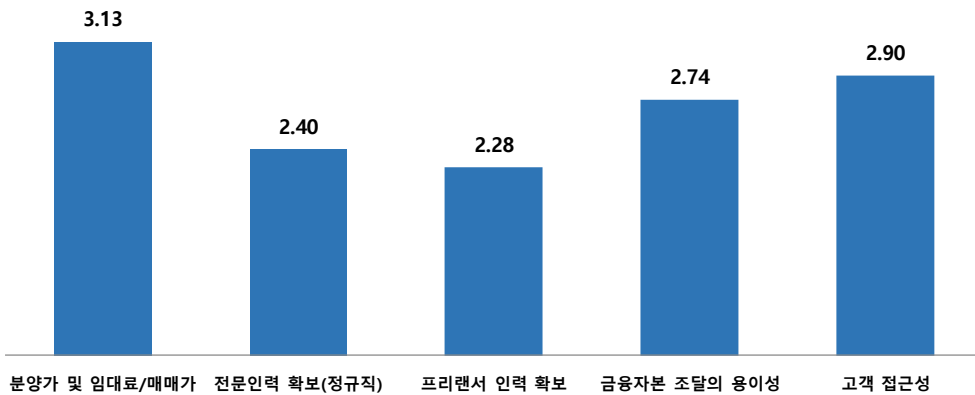
(단위: 점, 5점 만점)

분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
<b>전체</b>	<b>2.69</b>	<b>2.75</b>	<b>2.75</b>	<b>3.20</b>	<b>2.96</b>
만화	2.50	2.60	2.08	3.00	3.00
음악	2.79	2.79	2.79	3.11	3.03
게임	2.52	2.88	2.83	2.90	3.20
영화	2.60	2.33	2.17	3.33	2.33
애니메이션	2.52	2.41	2.70	3.45	3.00
방송	2.52	2.81	2.63	3.17	2.94
캐릭터	2.80	2.80	2.78	3.00	2.88
지식정보	2.64	2.71	2.72	3.22	2.92
콘텐츠솔루션	2.85	2.86	2.93	3.44	2.98

## 나) 사업체 경영

강원 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.69점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘분양가 및 임대료/매매가’가 3.13점으로 가장 높았으며, ‘고객 접근성’ 2.90점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.74점, ‘전문인력 확보(정규직)’ 2.40점, ‘프리랜서 인력 확보’ 2.28점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘콘텐츠솔루션’의 평균 점수가 2.85점으로 가장 높았으며, ‘만화’는 2.50점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-253] 강원 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-300> 강원 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

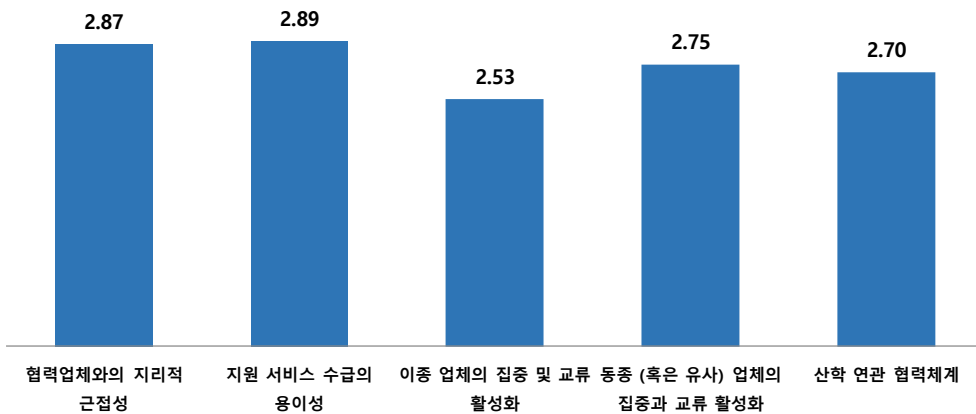
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.13	2.40	2.28	2.74	2.90	2.69
만화	3.00	2.00	2.00	2.50	3.00	2.50
음악	3.03	2.63	2.55	2.79	2.93	2.79
게임	2.80	2.40	2.20	2.60	2.60	2.52
영화	3.00	2.33	2.33	2.33	3.00	2.60
애니메이션	3.20	1.88	1.88	3.00	2.63	2.52
방송	2.94	2.17	2.39	2.33	2.78	2.52
캐릭터	3.00	2.35	2.35	3.06	3.24	2.80
지식정보	3.25	2.32	2.09	2.62	2.91	2.64
콘텐츠솔루션	3.36	2.70	2.32	3.02	2.86	2.85

## 다) 산업연계

강원 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 2.75점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘지원 서비스 수급의 용이성’이 2.89점으로 가장 높았으며, ‘협력업체와의 지리적 근접성’ 2.87점, ‘동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화’ 2.75점, ‘산학연관 협력체계’ 2.70점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.53점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 2.88점으로 가장 높았으며, ‘영화’는 2.33점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-254] 강원 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-301> 강원 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

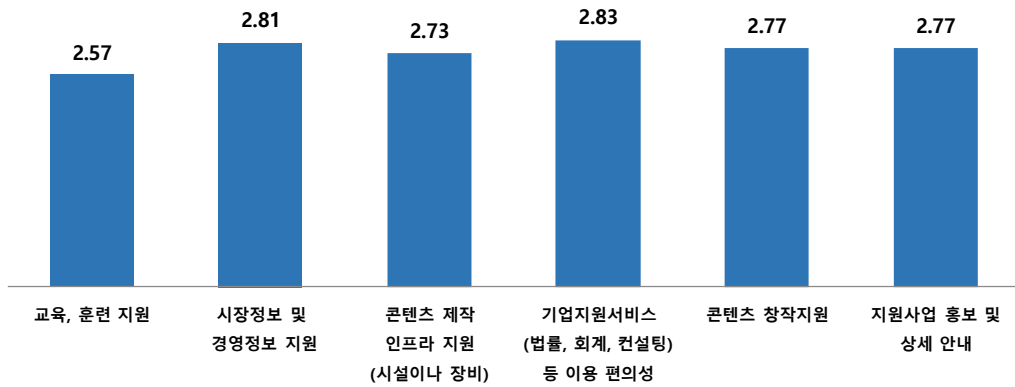
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학연관 협력체계	[5점 평균]
전체	2.87	2.89	2.53	2.75	2.70	2.75
만화	3.50	3.00	2.50	1.50	2.50	2.60
음악	2.88	3.03	2.55	2.73	2.76	2.79
게임	3.00	3.20	2.80	2.80	2.60	2.88
영화	2.67	3.00	2.00	2.00	2.00	2.33
애니메이션	1.88	2.88	2.30	2.43	2.58	2.41
방송	3.11	2.83	2.67	2.72	2.72	2.81
캐릭터	2.59	3.00	2.65	3.06	2.71	2.80
지식정보	3.00	2.81	2.49	2.77	2.47	2.71
콘텐츠솔루션	2.98	2.68	2.52	2.84	3.30	2.86

## 라) 지원 프로그램

강원 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 2.75점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘기업 지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성’이 2.83점으로 가장 높았으며, ‘시장정보 및 경영정보 지원’ 2.81점, ‘콘텐츠 창작지원’과 ‘지원사업 홍보 및 상세안내’가 2.77점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.73점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.57점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘콘텐츠솔루션’의 평균 점수가 2.93점으로 가장 높았으며, ‘만화’는 2.08점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-255] 강원 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-302> 강원 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

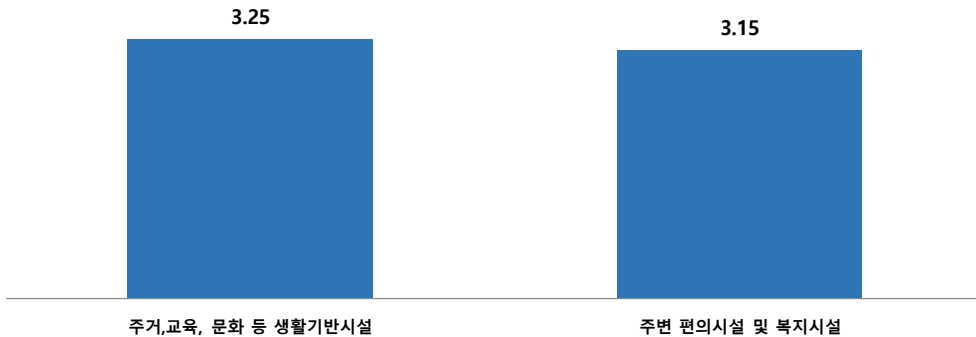
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작지원	지원사업 홍보 및 상세 안내	[5점 평균]
전체	2.57	2.81	2.73	2.83	2.77	2.77	2.75
만화	1.50	2.00	1.50	3.00	2.00	2.50	2.08
음악	2.59	2.87	2.82	2.85	2.69	2.94	2.79
게임	2.60	3.00	3.00	2.40	3.00	3.00	2.83
영화	2.00	2.33	2.00	2.33	2.00	2.33	2.17
애니메이션	2.33	2.95	3.08	2.88	2.45	2.53	2.70
방송	2.44	2.67	2.67	2.61	2.78	2.61	2.63
캐릭터	2.47	3.12	2.47	3.00	2.76	2.88	2.78
지식정보	2.55	2.77	2.79	2.81	2.75	2.64	2.72
콘텐츠솔루션	3.02	2.70	2.66	3.00	3.18	3.00	2.93

## 마) 생활환경

강원 지역의 생활환경 구축 체감도는 평균 3.20점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.25점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.15점으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 평균 점수가 3.45점으로 가장 높았으며, ‘게임’은 2.90점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 강원 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-256] 강원 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-303> 강원 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.25	3.15	3.20
만화	3.00	3.00	3.00
음악	3.18	3.03	3.11
게임	2.80	3.00	2.90
영화	3.33	3.33	3.33
애니메이션	3.58	3.33	3.45
방송	3.28	3.06	3.17
캐릭터	3.06	2.94	3.00
지식정보	3.26	3.17	3.22
콘텐츠솔루션	3.41	3.48	3.44

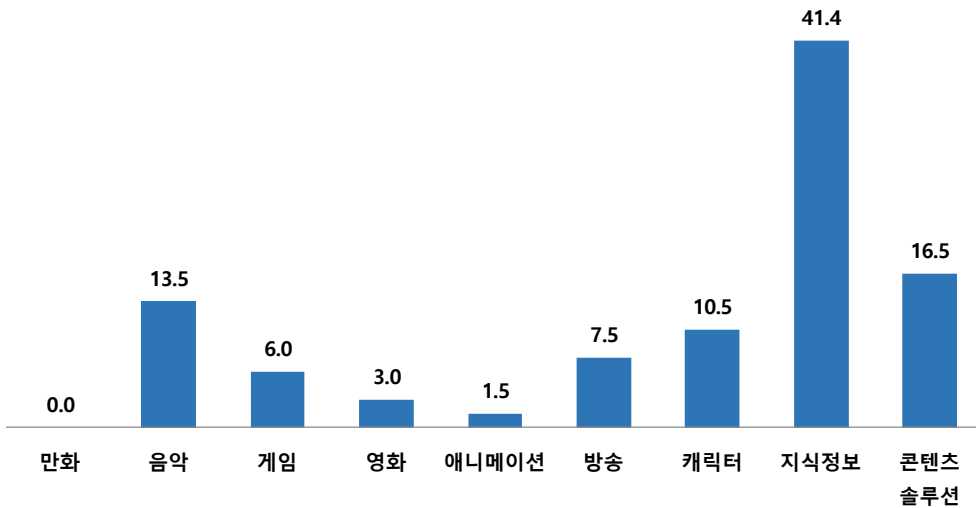
## 11. 충북

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

충북 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 133개였으며, '지식정보' 사업체 수가 41.4%로 가장 많았으며, '콘텐츠솔루션' 16.5%, '음악' 13.5% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-257] 충북 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-304> 충북 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

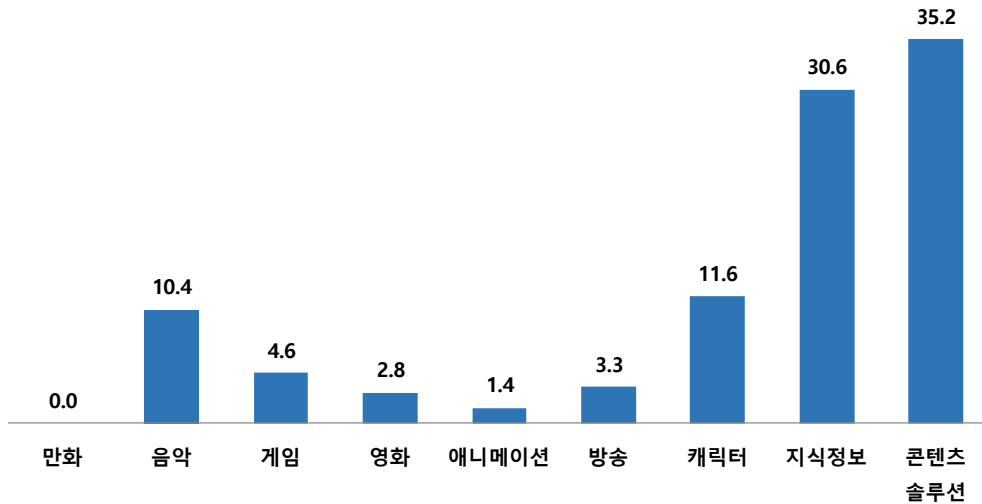
(단위: 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	133	100.0
만화	-	-
음악	18	13.5
게임	8	6.0
영화	4	3.0
애니메이션	2	1.5
방송	10	7.5
캐릭터	14	10.5
지식정보	55	41.4
콘텐츠솔루션	22	16.5

## 2) 종사자 현황

충북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 1,164명이었으며, ‘콘텐츠솔루션’ 분야의 종사자 비율이 35.2%로 가장 높게 나타났으며, ‘지식정보’ 30.6%, ‘캐릭터’ 11.6%, ‘음악’ 10.4% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-258] 충북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

<표 2-305> 충북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

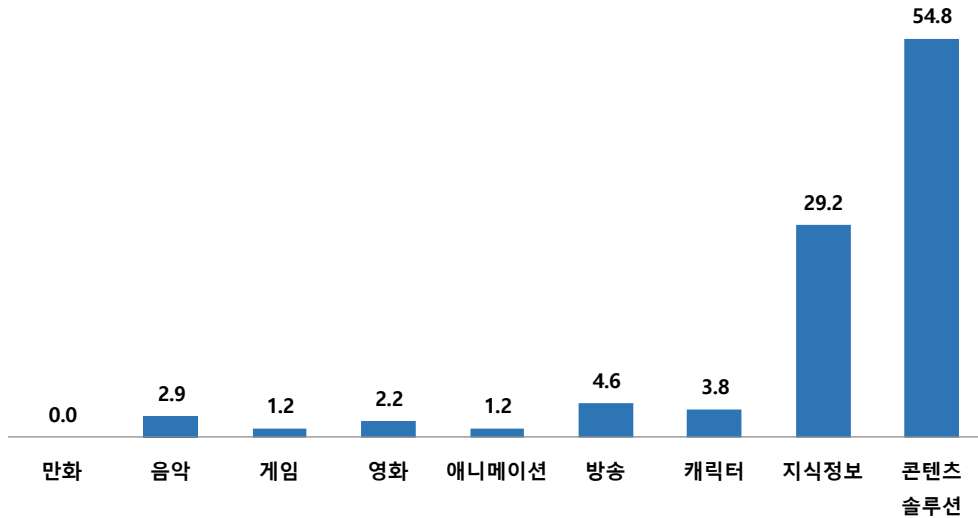
(단위 : 명, %)

분야	종사자 수	비율
전체	1,164	100.0
만화	-	-
음악	121	10.4
게임	54	4.6
영화	33	2.8
애니메이션	16	1.4
방송	39	3.3
캐릭터	135	11.6
지식정보	356	30.6
콘텐츠솔루션	410	35.2

### 3) 매출액 현황

충북 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 1,242억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘콘텐츠솔루션’ 매출액이 681억 원으로 54.8%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘지식정보’가 362억 원 (29.2%), ‘방송’이 57억 원 (4.6%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-259] 충북 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

<표 2-306> 충북 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원, %)

분야	매출액	비율
전체	124,258	100.0
만화	-	-
음악	3,554	2.9
게임	1,494	1.2
영화	2,774	2.2
애니메이션	1,530	1.2
방송	5,733	4.6
캐릭터	4,736	3.8
지식정보	36,291	29.2
콘텐츠솔루션	68,145	54.8



## 나. 설문조사 결과

충북 지역 내 사업체 133곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 충북 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 53.4%로 가장 많았으며, '10~49인'이 27.1%, '5~9인'이 16.5% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 92.3%의 비중을 차지하였다.

<표 2-307> 충북 지역 응답 사업체 일반현황

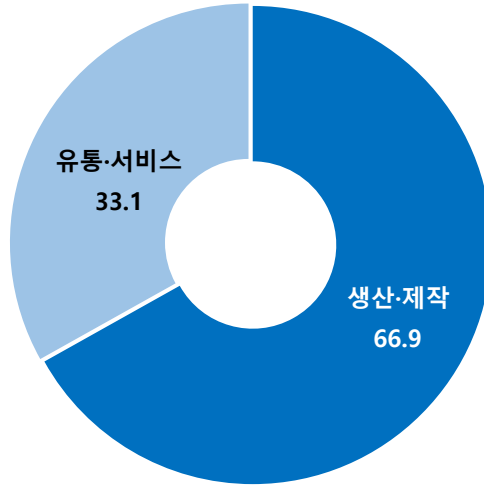
(단위 : 개, %)

분야		사례 수	비율
전체		133	100.0
규모	5인 미만	71	53.4
	5~9인	22	16.5
	10~49인	36	27.1
	50~99인	3	2.3
	100인 이상	1	0.8
콘텐츠분야	만화	-	-
	음악	18	13.5
	게임	8	6.0
	영화	4	3.0
	애니메이션	2	1.5
	방송	10	7.5
	캐릭터	14	10.5
	지식정보	55	41.4
	콘텐츠솔루션	22	16.5
사업체 구분	단독사업체	62	92.3
	본사·분점	4	6.2
	공장, 지사(점), 영업소 등	1	1.5

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

충북 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 66.9%, ‘유통·서비스’가 33.1%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘애니메이션’으로 100.0%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 50.3%인 ‘음악’으로 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-260] 충북 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

<표 2-308> 충북 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

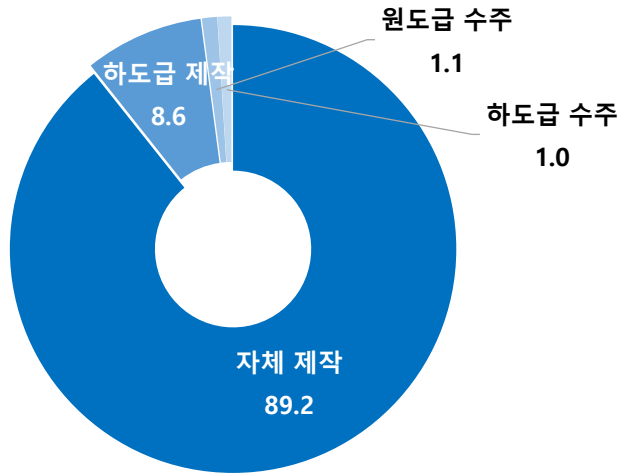
(단위 : %)

분야		합계	생산·제작	유통·서비스
전체		100.0	66.9	33.1
분야	만화	-	-	-
	음악	100.0	49.7	50.3
	게임	100.0	76.3	23.8
	영화	100.0	76.8	23.3
	애니메이션	100.0	100.0	0.0
	방송	100.0	73.2	26.8
	캐릭터	100.0	67.1	32.9
	지식정보	100.0	68.7	31.3
	콘텐츠솔루션	100.0	65.5	34.5

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 분야별 비율

충북 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 176.7건이었으며, 제작유형은 '자체 제작'이 89.2%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '하도급 제작'이 8.6%, '원도급 수주'가 1.1%, '하도급 수주'가 1.0%의 순으로 나타났다. 제작 비율로는 '애니메이션'의 자체 제작 비율이 100.0%로 가장 높게 나타났고, '음악'은 77.6%로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-261] 충북 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

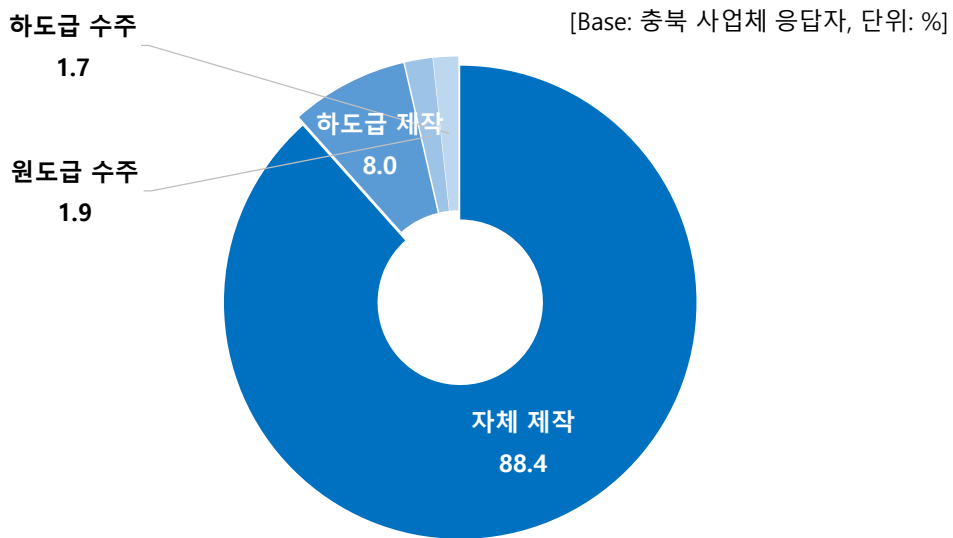
<표 2-309> 충북 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위 : 건, %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
			(%)	(%)	(%)	(%)	
<b>전체</b>	<b>176.7</b>	<b>100.0</b>	<b>89.2</b>	<b>8.6</b>	<b>1.1</b>	<b>1.0</b>	
분야	만화	-	100.0	-	-	-	-
	음악	5.4	100.0	77.6	10.4	8.6	3.4
	게임	2.1	100.0	87.5	12.5	0.0	0.0
	영화	15.3	100.0	84.3	15.8	0.0	0.0
	애니메이션	10.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송	17.4	100.0	80.0	12.5	0.0	7.5
	캐릭터	23.1	100.0	98.0	2.0	0.0	0.0
	지식정보	402.2	100.0	90.5	9.5	0.0	0.0
	콘텐츠솔루션	31.1	100.0	95.0	5.0	0.0	0.0

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 17.7건이었으며, ‘콘텐츠솔루션’이 31.1건으로 가장 높았으며, ‘게임’이 2.1건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-262] 충북 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

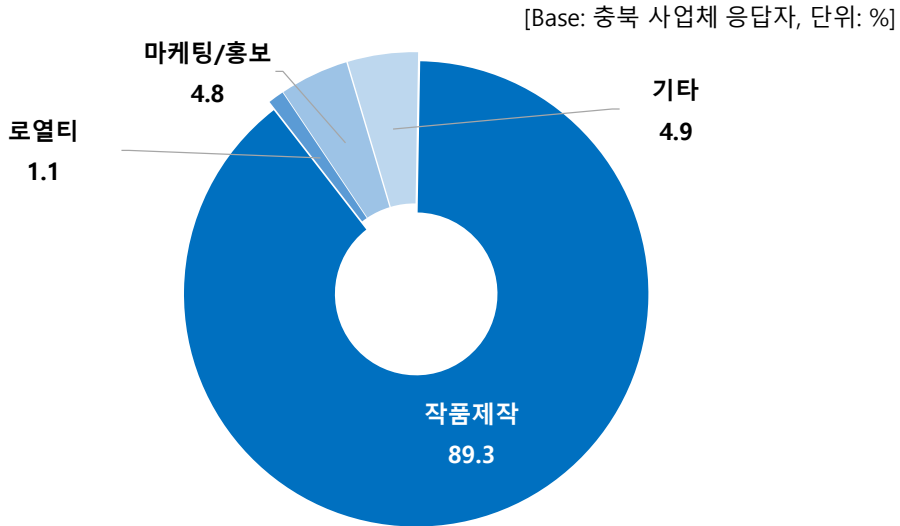
<표 2-310> 충북 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위 : 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	17.7	100.0	88.4	8.0	1.9	1.7
만화	-	100.0	-	-	-	-
음악	5.4	100.0	77.6	10.4	8.6	3.4
게임	2.1	100.0	87.5	12.5	0.0	0.0
영화	15.3	100.0	84.3	15.8	0.0	0.0
애니메이션	10.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
방송	17.4	100.0	80.0	12.5	0.0	7.5
캐릭터	23.1	100.0	98.0	2.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	31.1	100.0	95.0	5.0	0.0	0.0

### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 제작유형별 비용 비중

충북 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 132.4백만 원이었으며, 89.3%의 제작비가 '작품 제작'에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 '기타'가 4.9%, '마케팅/홍보' 4.8%, '로열티' 1.1% 순으로 나타났다. 분야별로 '애니메이션'의 경우 100.0%가 '작품 제작'에 투입되고 있었으며, '콘텐츠솔루션'의 경우 '작품 제작'의 비율이 73.2%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.



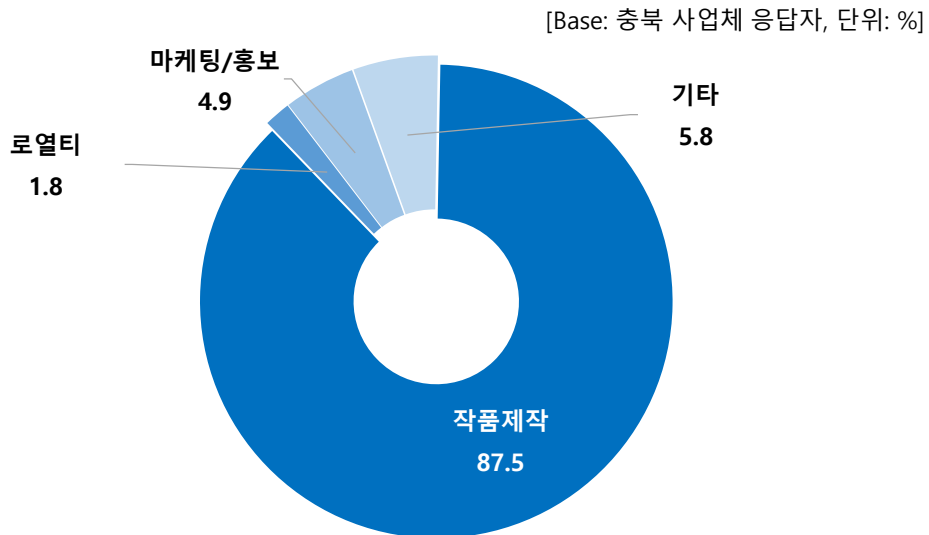
[그림 2-263] 충북 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작분야별 비율

<표 2-311> 충북 지역 분야별 신규제작비용 및 제작분야별 비율

(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작분야별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>132.4</b>	<b>100.0</b>	<b>89.3</b>	<b>1.1</b>	<b>4.8</b>	<b>4.9</b>	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	59.6	100.0	87.0	2.3	3.4	7.3
	게임	158.8	100.0	91.3	5.0	3.8	0.0
	영화	102.9	100.0	85.3	1.5	1.5	11.8
	애니메이션	0.5	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송	66.8	100.0	96.3	0.0	1.3	2.5
	캐릭터	96.7	100.0	96.9	0.5	1.5	1.1
	지식정보	172.1	100.0	91.7	0.0	4.6	3.6
	콘텐츠솔루션	153.0	100.0	73.2	1.8	13.3	11.7

지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 104.4백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘게임’이 158.8백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘콘텐츠솔루션’ 153.0백만 원, ‘영화’ 102.9백만 원으로 나타났다.



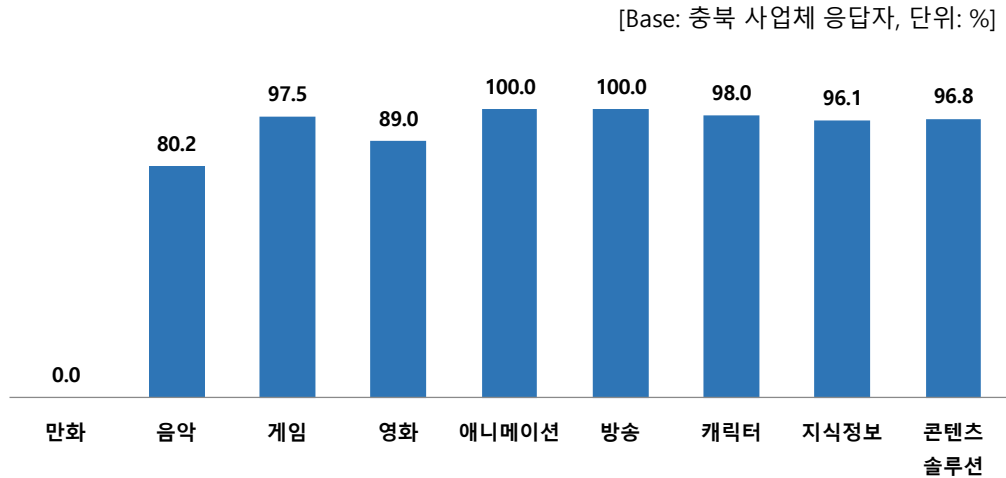
[그림 2-264] 충북 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-312> 충북 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)  
(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>104.4</b>	<b>100.0</b>	<b>87.5</b>	<b>1.8</b>	<b>4.9</b>	<b>5.8</b>	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	59.6	100.0	87.0	2.3	3.4	7.3
	게임	158.8	100.0	91.3	5.0	3.8	0.0
	영화	102.9	100.0	85.3	1.5	1.5	11.8
	애니메이션	0.5	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송	66.8	100.0	96.3	0.0	1.3	2.5
	캐릭터	96.7	100.0	96.9	0.5	1.5	1.1
	콘텐츠솔루션	153.0	100.0	73.2	1.8	13.3	11.7

#### 4) 상용근로자 비율

충북 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 94.5%로 나타났으며 ‘애니메이션’, ‘방송’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘음악’ 80.2%의 경우 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.



[그림 2-265] 충북 지역 상용근로자 비율

<표 2-313> 충북 지역 상용근로자 비율

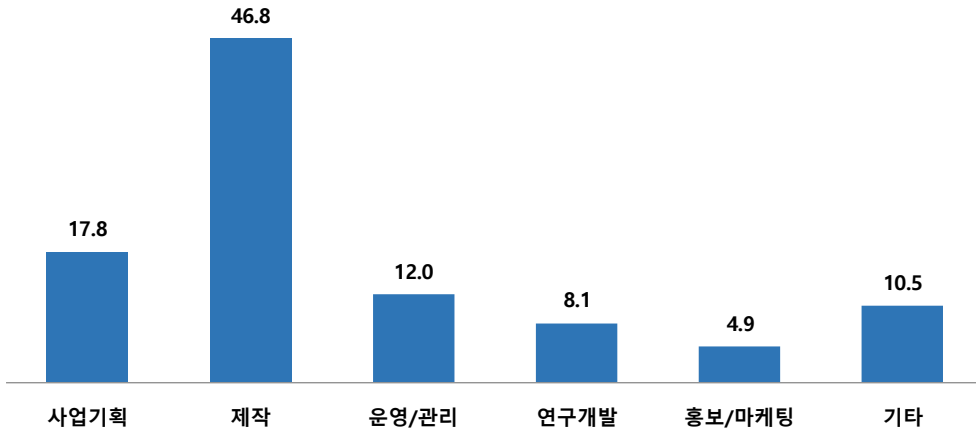
(단위 : %)

분야		비율
전체		94.5
분야	만화	-
	음악	80.2
	게임	97.5
	영화	89.0
	애니메이션	100.0
	방송	100.0
	캐릭터	98.0
	지식정보	96.1
	콘텐츠솔루션	96.8

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

충북 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 46.8%로 가장 높게 나타났으며 ‘사업기획’ 17.8%, ‘운영/관리’ 12.0% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘게임’으로 69.5%였으며 ‘사업기획’의 직무 비율은 ‘애니메이션’이 40.0%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-266] 충북 지역 상용근로자의 직무별 비율

<표 2-314> 충북 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

(단위 : %)

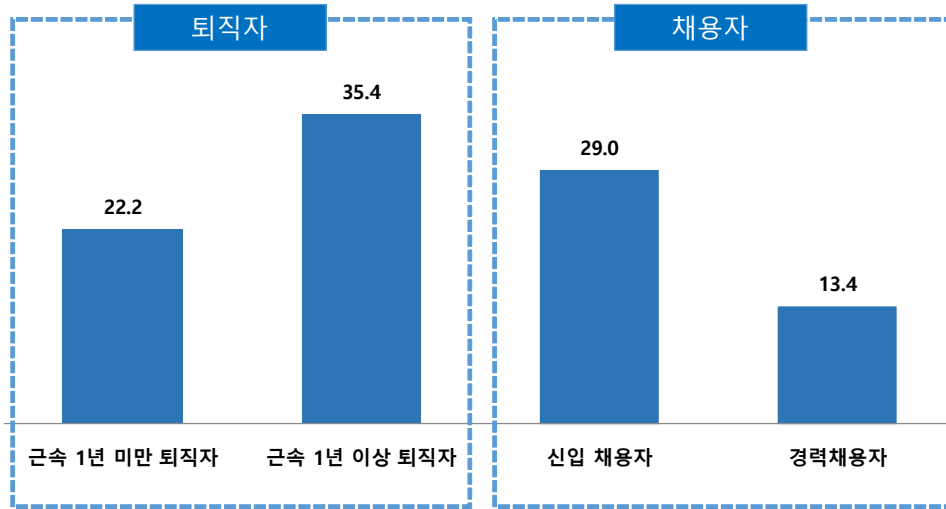
분야		합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타
전체		100.0	17.8	46.8	12.0	8.1	4.9	10.5
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-
	음악	100.0	27.3	45.1	11.5	2.5	4.6	9.1
	게임	100.0	19.6	69.5	7.5	1.3	2.1	0.0
	영화	100.0	21.3	39.3	19.3	0.0	9.0	11.3
	애니메이션	100.0	40.0	25.0	7.5	2.5	0.0	25.0
	방송	100.0	9.0	58.3	4.5	0.5	1.0	26.7
	캐릭터	100.0	13.6	51.9	12.7	4.8	4.7	12.4
	지식정보	100.0	15.8	48.2	14.3	11.1	6.1	4.5
	콘텐츠솔루션	100.0	18.1	31.5	10.4	15.1	4.9	20.0



## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

충북 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '퇴직자'의 비율이 57.6%로 '채용자' 비율인 42.4%보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 35.4%가 '근속 1년 이상 퇴직자'였으며, 채용자는 29.0%가 '신입 채용자'로 나타났다. 분야별로는 '영화' 분야의 퇴직자 비율이 58.3%로 가장 높았으며, '음악' 분야의 채용자 비율이 72.2%로 높게 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-267] 충북 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-315> 충북 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

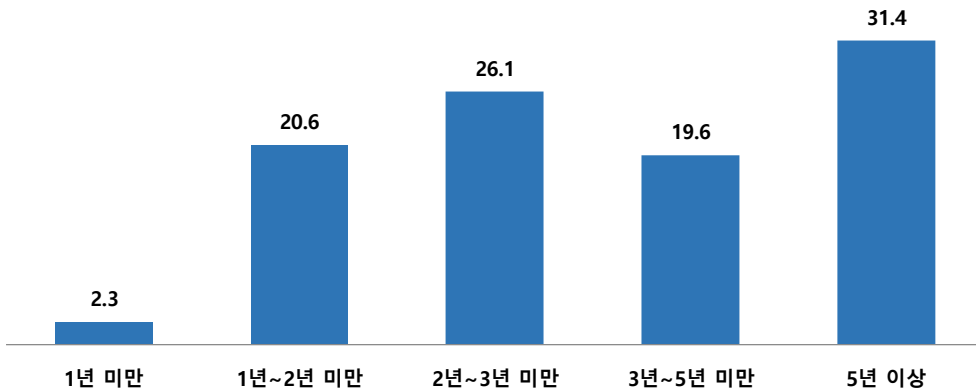
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년 미만 퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자	
전체	57.6	22.2	35.4	42.4	29.0	13.4	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	27.8	0.0	27.8	72.2	72.2	0.0
	게임	40.9	22.7	18.2	59.1	40.9	18.2
	영화	58.3	25.0	33.3	41.7	16.7	25.0
	애니메이션	-	-	-	-	-	-
	방송	50.0	25.0	25.0	50.0	25.0	25.0
	캐릭터	51.4	27.0	24.3	48.6	27.0	21.6
	지식정보	51.5	25.1	26.4	48.5	35.7	12.9
	콘텐츠솔루션	57.8	22.4	35.4	42.2	27.0	15.2
	콘텐츠 이외분야	74.9	20.7	54.2	25.1	15.8	9.3

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

충북 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 43.64개월이었으며, '5년 이상' 31.4%, '2~3년 미만' 26.1%, '1~2년 미만' 20.6% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 '애니메이션'의 평균 근속 개월 수가 84.00개월로 가장 길게 나타났고, '게임'은 18.00개월로 가장 짧은 근속 개월로 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-268] 충북 지역 상용근로자의 평균 근속기간

<표 2-316> 충북 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

(단위 : % 개월)

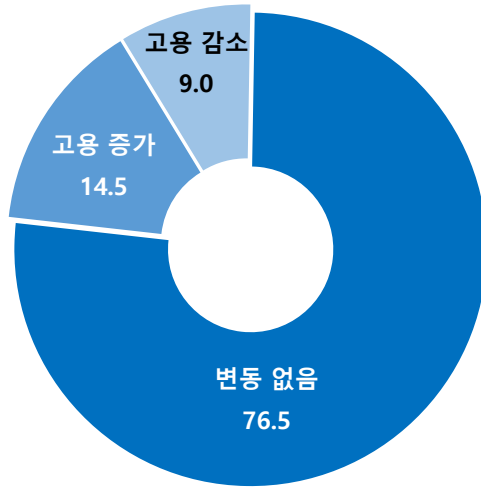
분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균근속 개월 수	
전체	100.0	2.3	20.6	26.1	19.6	31.4	43.64	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	
	음악	100.0	0.0	0.0	0.0	72.2	27.8	56.67
	게임	100.0	12.5	50.0	25.0	12.5	0.0	18.00
	영화	100.0	0.0	0.0	0.0	25.0	75.0	64.50
	애니메이션	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	84.00
	방송	100.0	0.0	20.0	40.0	20.0	20.0	38.50
	캐릭터	100.0	0.0	35.7	42.9	14.3	7.1	24.93
	지식정보	100.0	1.8	22.5	32.1	9.3	34.2	38.17
콘텐츠솔루션	100.0	4.5	18.2	22.7	9.1	45.5	62.73	

### 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 충북 지역 사업체의 76.5%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 14.5%, ‘고용감소’는 9.0%로 나타났다.

고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 3.60명, 감소 인원은 2.92명이었다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-269] 충북 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-317> 충북 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화

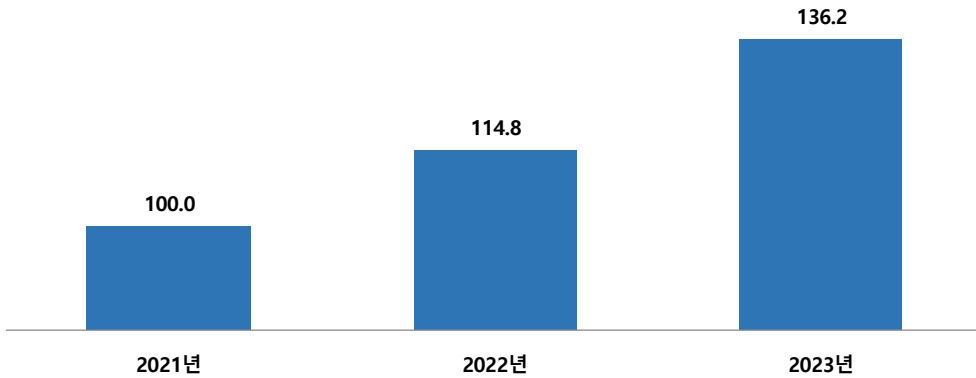
(단위: % 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원	
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원
전체	100.0	14.5	9.0	76.5	3.60	2.92
분야	만화	-	-	-	-	-
	음악	100.0	0.0	0.0	100.0	-
	게임	100.0	12.5	25.0	62.5	2.00
	영화	100.0	0.0	25.0	75.0	-
	애니메이션	100.0	0.0	0.0	100.0	-
	방송	100.0	10.0	20.0	70.0	1.00
	캐릭터	100.0	14.3	14.3	71.4	3.00
	지식정보	100.0	18.7	5.5	75.9	4.91
	콘텐츠솔루션	100.0	22.7	9.1	68.2	2.00

### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

충북 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 42.5%의 사업체가 '증가'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 52.5%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 분야 중 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 사업은 '애니메이션'으로 100.0%였으며, '음악'이 72.2%로 그 뒤를 이었다. 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 '영화'로 50.0%가 '감소'했다고 응답하였다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 '애니메이션' 100.0%, '영화' 75.0% 등이었으며 '영화'는 '감소'할 것이라는 응답이 25.0%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 비율도 높은 것으로 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-270] 충북 지역 경영 현황 및 전망

<표 2-318> 충북 지역 분야별 경영 현황 및 전망

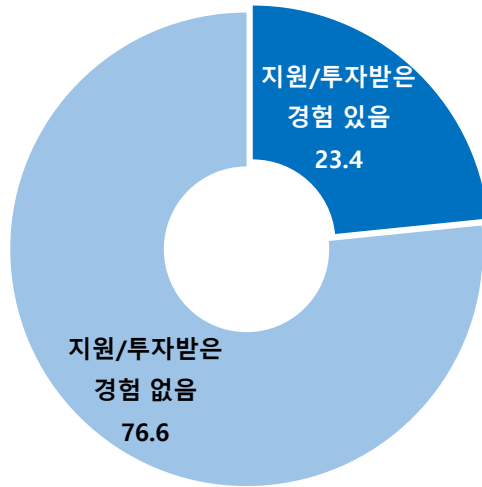
(단위 : %)

분야	2022년 평균					2023년 평균				
	합계	감소	동일	증가	합계	감소	동일	증가		
전체	114.78	100.0	21.5	36.0	42.5	136.23	100.0	16.2	31.3	52.5
만화	-	100.0	-	-	-	-	100.0	-	-	-
음악	98.78	100.0	22.2	5.6	72.2	99.67	100.0	22.2	5.6	72.2
게임	104.29	100.0	25.0	50.0	25.0	147.14	100.0	12.5	25.0	62.5
영화	95.00	100.0	50.0	50.0	0.0	112.50	100.0	25.0	0.0	75.0
애니메이션	200.00	100.0	0.0	0.0	100.0	260.00	100.0	0.0	0.0	100.0
방송	134.00	100.0	20.0	40.0	40.0	186.00	100.0	0.0	60.0	40.0
캐릭터	123.86	100.0	7.1	42.9	50.0	136.29	100.0	7.1	42.9	50.0
지식정보	109.55	100.0	24.6	39.9	35.5	137.82	100.0	21.0	30.3	48.7
콘텐츠솔루션	125.64	100.0	18.2	40.9	40.9	129.09	100.0	13.6	45.5	40.9

## 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

충북 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 23.4%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘게임’과 ‘캐릭터’ 사업체의 경우 각각 75.0%, 42.9%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-271] 충북 지역 콘텐츠 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-319> 충북 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

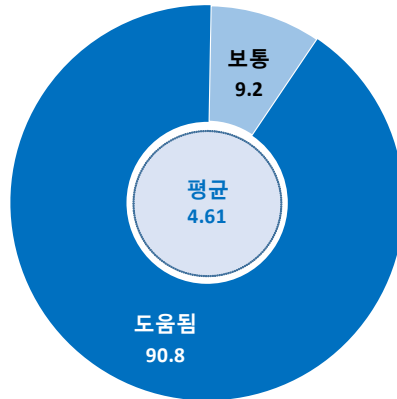
(단위 : %)

분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	23.4	76.6	100.0
만화	-	-	-
음악	27.8	72.2	100.0
게임	75.0	25.0	100.0
영화	0.0	100.0	100.0
애니메이션	0.0	100.0	100.0
방송	20.0	80.0	100.0
캐릭터	42.9	57.1	100.0
지식정보	16.6	83.4	100.0
콘텐츠솔루션	13.6	86.4	100.0

### 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 충북 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 90.8%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 없었다. 평균 도움 정도는 ‘콘텐츠솔루션’ 분야가 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 충북지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-272] 충북 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-320> 충북 지역 분야별 지원 및 투자 경험 도움 정도

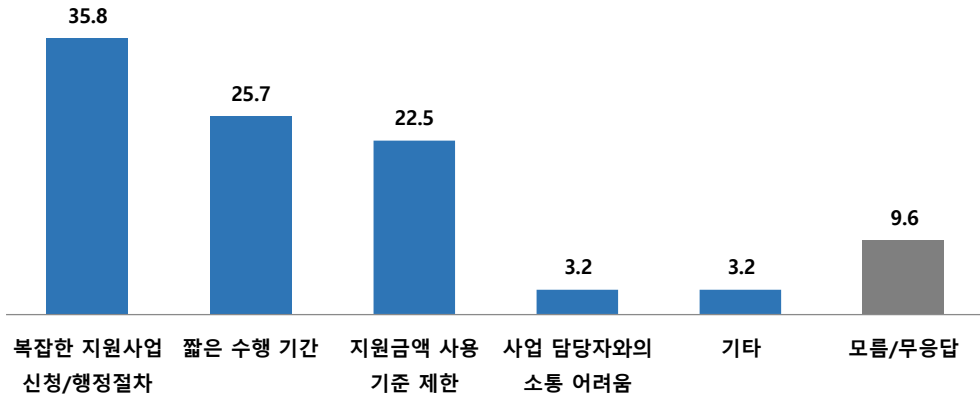
(단위 : %)

분야	① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]	
전체	0.0	0.0	9.2	20.8	70.0	0.0	90.8	4.61	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-	
	음악	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	100.0	4.67
	게임	0.0	0.0	0.0	12.5	87.5	0.0	100.0	4.88
	영화	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	100.0	4.50
	캐릭터	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	66.7	4.00
	지식정보	0.0	0.0	7.0	14.0	79.0	0.0	93.0	4.72
	콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 35.8%의 사업체가 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’라고 응답하였으며, ‘짧은 수행 기간’ 25.7%, ‘지원금액 사용 기준 제한’ 22.5% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충북지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-273] 충북 지역 콘텐츠 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-321> 충북 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

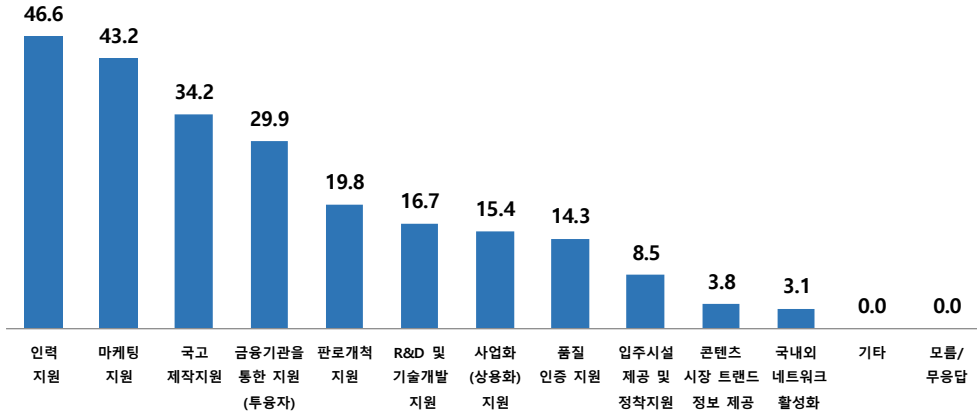
(단위 : %)

분야	복잡한 지원 사업 신청/ 행정절차	짧은 수행 기간	지원금액 사용 기준 제한	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	35.8	25.7	22.5	3.2	3.2	9.6	100.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
게임	0.0	66.7	16.7	0.0	0.0	16.7	100.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	100.0
캐릭터	16.7	50.0	16.7	0.0	0.0	16.7	100.0
지식정보	56.2	0.0	32.8	0.0	0.0	10.9	100.0
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	66.7	0.0	33.3	0.0	100.0

### 13) 필요 지원 분야

충북 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 46.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘마케팅 지원(광고 및 판촉지원 등)’ 43.2%, ‘국고 제작지원’ 34.2%, ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 29.9% 등의 순으로 높았다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-274] 충북 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

<표 2-322> 충북 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

(단위: %)

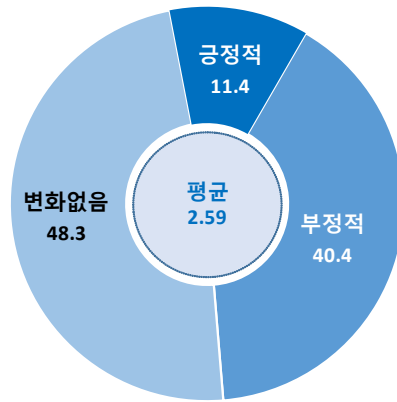
분야	인력 지원 (인건비, 전문 교육 지원 등)	마케팅 지원 (광고 및 판촉지원 등)	국고 제작지원	금융기관을 통한 지원 (투융자)	판로개척 지원	R&D 및 기술개발 지원	사업화 (상용화) 지원(시제품 개발 지원 등)	품질 인증 지원 (특허, 인증 등)	입주시설 제공 및 정착지원	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성화	기타	모름/무응답
전체	46.6	43.2	34.2	29.9	19.8	16.7	15.4	14.3	8.5	3.8	3.1	0.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	11.1	155.6	27.8	5.6	22.2	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	37.5	25.0	87.5	12.5	0.0	12.5	50.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	25.0	50.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	75.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	50.0	100.0	0.0	50.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	50.0	20.0	30.0	40.0	10.0	10.0	20.0	10.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	78.6	28.6	42.9	35.7	7.1	7.1	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	47.2	18.9	33.7	37.8	18.9	20.5	19.2	3.6	9.6	5.5	5.7	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	59.1	31.8	22.7	27.3	40.9	27.3	13.6	0.0	4.5	4.5	4.5	0.0	0.0



## 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 48.3%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 40.4%의 사업체가 ‘부정적’, 11.4%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 94.4%로 ‘음악’이 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘콘텐츠솔루션’(22.7%)으로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-275] 충북 지역 콘텐츠 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-323> 충북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

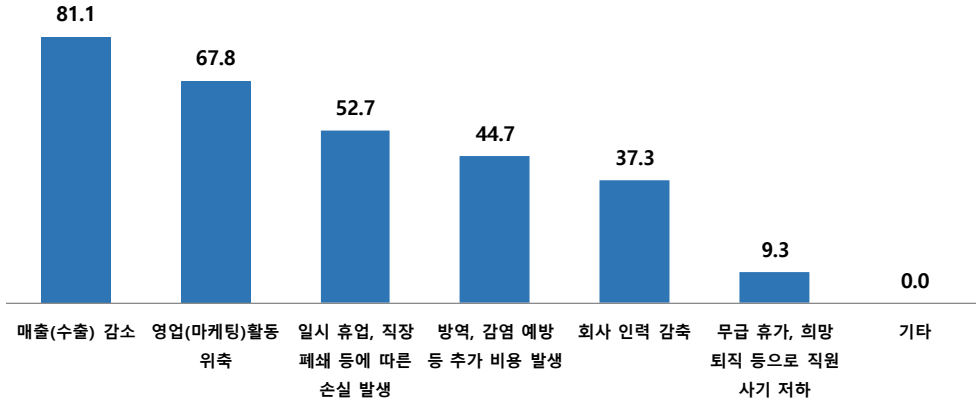
(단위 : % 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	15.3	25.0	48.3	7.6	3.8	40.4	11.4	2.59
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	22.2	72.2	5.6	0.0	0.0	94.4	0.0	1.83
게임	12.5	25.0	50.0	0.0	12.5	37.5	12.5	2.75
영화	25.0	25.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	2.25
애니메이션	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
방송	30.0	20.0	40.0	10.0	0.0	50.0	10.0	2.30
캐릭터	7.1	28.6	57.1	7.1	0.0	35.7	7.1	2.64
지식정보	15.3	16.8	54.9	11.2	1.8	32.1	13.0	2.67
콘텐츠솔루션	9.1	9.1	59.1	9.1	13.6	18.2	22.7	3.09

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 81.1%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 67.8%, ‘일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생’ 52.7% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-276] 충북 지역 콘텐츠 코로나19로 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-324> 충북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

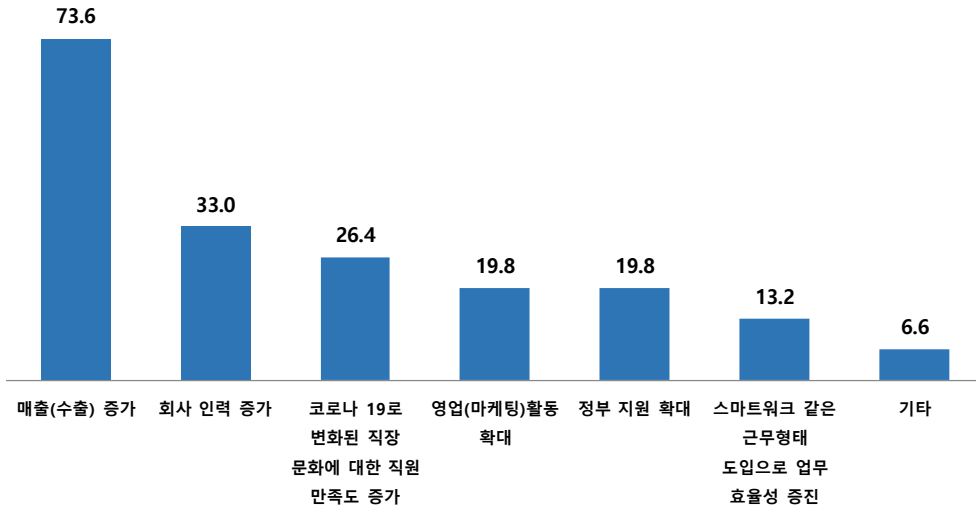
(단위 : %)

분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	회사 인력 감축	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	기타
전체	81.1	67.8	52.7	44.7	37.3	9.3	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	100.0	94.1	94.1	100.0	70.6	0.0	0.0
게임	33.3	33.3	66.7	0.0	66.7	66.7	0.0
영화	100.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	40.0	80.0	20.0	20.0	40.0	20.0	0.0
캐릭터	100.0	80.0	60.0	40.0	20.0	0.0	0.0
지식정보	70.9	53.2	29.8	11.3	11.3	11.3	0.0
콘텐츠솔루션	100.0	0.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0

## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출) 증가’가 73.6%로 가장 높았으며, ‘회사 인력 증가’ 33.0%, ‘코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가’ 26.4%, ‘영업(마케팅)활동 확대’ 19.8%, ‘정부 지원 확대’ 19.8%, ‘스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진’ 13.2%, ‘기타’ 6.6% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-277] 충북 지역 콘텐츠 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-325> 충북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

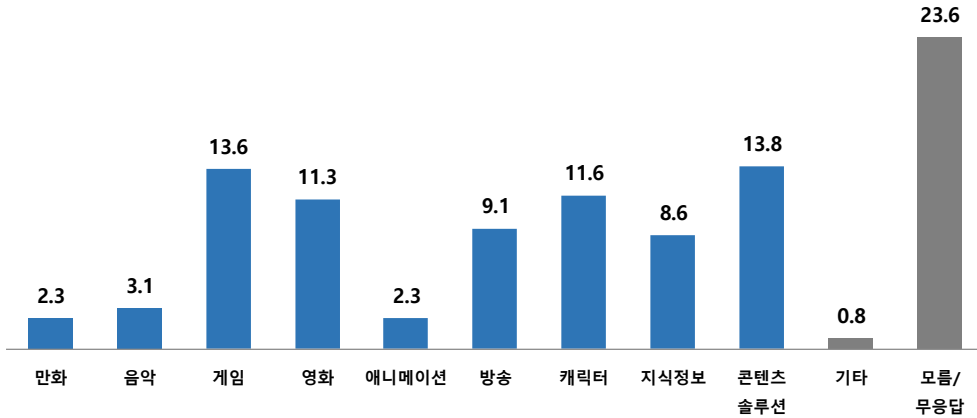
(단위 : %)

분야	매출(수출) 증가	회사 인력 증가	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	영업(마케팅)활동 확대	정부 지원 확대	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	기타
전체	73.6	33.0	26.4	19.8	19.8	13.2	6.6
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	86.0	28.0	28.0	14.0	42.1	14.0	0.0
콘텐츠솔루션	60.0	60.0	40.0	40.0	0.0	20.0	0.0

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 23.6%로 가장 높았으며, ‘콘텐츠솔루션’이 13.8%, ‘게임’ 13.6% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-278] 충북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-326> 분야별 충북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

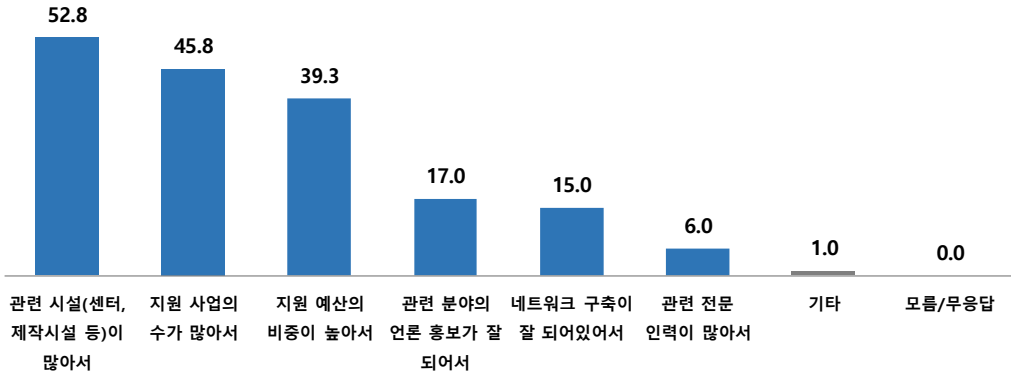
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	2.3	3.1	13.6	11.3	2.3	9.1	11.6	8.6	13.8	0.8	23.6
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	0.0	0.0	0.0	72.2	0.0	0.0	0.0	0.0	22.2	0.0	5.6
게임	0.0	12.5	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	25.0
영화	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
방송	0.0	0.0	30.0	0.0	10.0	0.0	10.0	20.0	0.0	0.0	30.0
캐릭터	7.1	0.0	0.0	7.1	7.1	21.4	35.7	0.0	0.0	0.0	21.4
지식정보	0.0	3.9	14.8	1.8	0.0	9.3	15.3	15.3	15.3	1.8	22.5
콘텐츠솔루션	9.1	4.5	4.5	0.0	4.5	9.1	4.5	4.5	22.7	0.0	36.4

### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서’ 52.8%, ‘지원사업의 수가 많아서’ 45.8% , ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 39.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-279] 충북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-327> 분야별 충북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

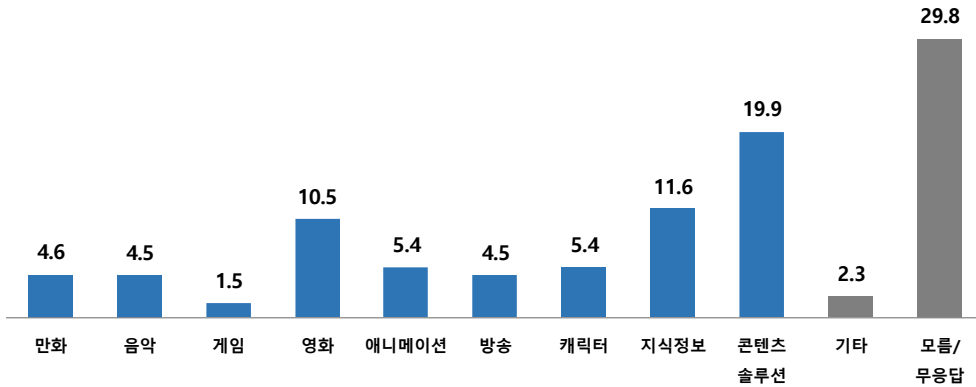
(단위 : %)

분야	관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서	지원사업의 수가 많아서	지원 예산의 비중이 높아서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	네트워크 구축이 잘 되어있어서	관련 전문 인력이 많아서	기타	모름/무응답
전체	52.8	45.8	39.3	17.0	15.0	6.0	1.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	100.0	70.6	29.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	33.3	33.3	33.3	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0
영화	150.0	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	-
방송	28.6	57.1	57.1	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	36.4	72.7	9.1	18.2	18.2	0.0	0.0	0.0
지식정보	41.5	34.1	53.8	17.1	19.4	7.4	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	35.7	42.9	35.7	28.6	21.4	7.1	7.1	0.0

## 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 29.8%, 다음으로 ‘콘텐츠솔루션’이 19.9%, ‘지식정보’가 11.6% 순으로 높았다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-280] 충북 지역에서 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-328> 분야별 충북 지역에서 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

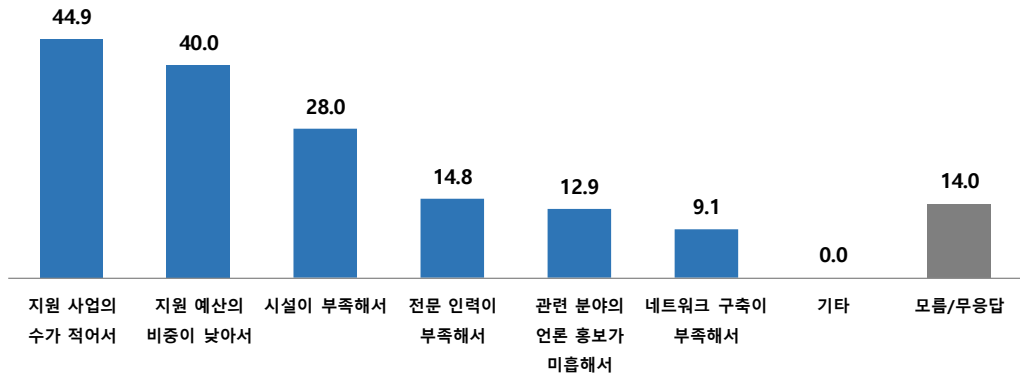
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	4.6	4.5	1.5	10.5	5.4	4.5	5.4	11.6	19.9	2.3	29.8
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	0.0	22.2	5.6	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6
게임	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5	50.0
영화	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
방송	0.0	0.0	0.0	10.0	10.0	20.0	0.0	0.0	10.0	10.0	40.0
캐릭터	7.1	0.0	0.0	7.1	0.0	7.1	21.4	7.1	7.1	0.0	42.9
지식정보	7.5	1.8	0.0	0.0	7.5	0.0	5.7	22.5	22.8	1.8	30.3
콘텐츠솔루션	0.0	4.5	0.0	0.0	4.5	4.5	0.0	4.5	54.5	0.0	27.3

### 가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원사업의 수가 적어서’가 44.9%로 가장 높았고, ‘지원 예산의 비중이 낮아서’가 40.0%, ‘시설이 부족해서’ 28.0% 등의 순으로 나타났다. ‘음악’의 경우 ‘시설이 부족해서’라는 응답이 100.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-281] 충북 지역에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

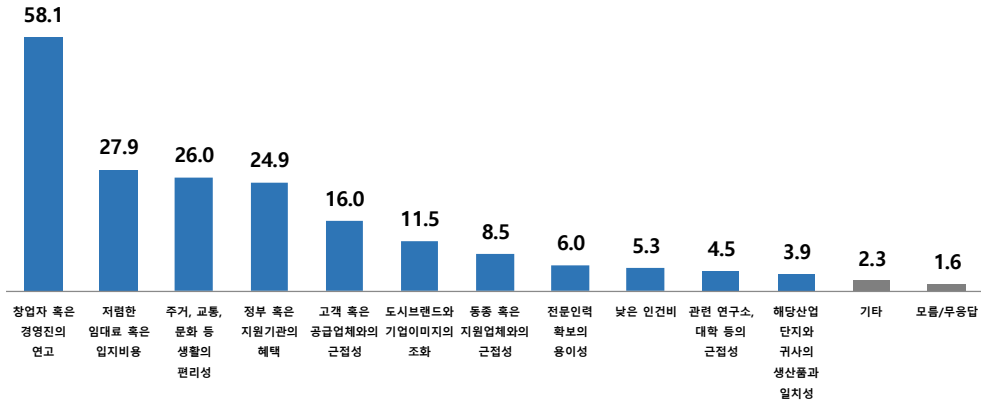
<표 2-329> 분야별 충북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)  
(단위 : %)

분야	지원사업의 수가 적어서	지원 예산의 비중이 낮아서	시설이 부족해서	전문인력이 부족해서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	네트워크 구축이 부족해서	기타	모름/무응답
전체	44.9	40.0	28.0	14.8	12.9	9.1	0.0	14.0
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	76.5	23.5	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	0.0	16.7	16.7	16.7	33.3	0.0	0.0	50.0
영화	25.0	50.0	0.0	50.0	50.0	25.0	0.0	0.0
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	-
방송	57.1	28.6	14.3	0.0	14.3	14.3	0.0	14.3
캐릭터	36.4	9.1	9.1	45.5	9.1	9.1	0.0	36.4
지식정보	46.2	53.2	17.4	11.7	5.0	10.0	0.0	12.4
콘텐츠솔루션	28.6	57.1	7.1	14.3	35.7	14.3	0.0	7.1

### 17) 충북 지역에 사업장을 선택한 이유

충북 지역 콘텐츠 사업체가 충북 지역을 선택한 이유에 대해 58.1%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘저렴한 임대료 혹은 입지 비용’ 27.9%, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’ 26.0% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-282] 충북 지역에서 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-330> 분야별 충북 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

(단위 : %)

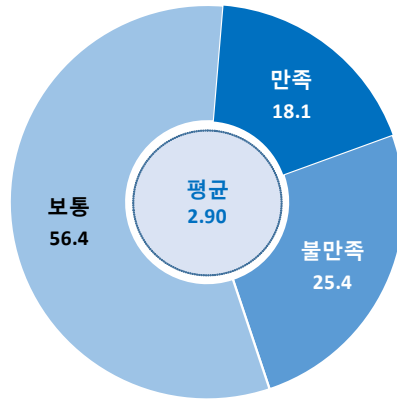
분야	창업자 혹은 경영진의 연고	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	정부 혹은 지원기관의 혜택	고객 혹은 공급업체와의 근접성	도시 브랜드와 기업 이미지의 조화	동종 혹은 지원업체와의 근접성	전문인력 확보의 용이성	낮은 인건비	관련 연구소, 대학 등의 근접성	해당 산업 단지와 귀사의 생산품과 일치성	기타	모름/무응답	
전체	58.1	27.9	26.0	24.9	16.0	11.5	8.5	6.0	5.3	4.5	3.9	2.3	1.6	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	음악	22.2	94.4	66.7	66.7	5.6	0.0	5.6	5.6	22.2	0.0	0.0	0.0	
	게임	37.5	37.5	12.5	62.5	0.0	0.0	0.0	12.5	25.0	0.0	0.0	12.5	
	영화	25.0	50.0	25.0	25.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	
	애니메이션	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	방송	90.0	20.0	30.0	0.0	20.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	캐릭터	71.4	7.1	7.1	14.3	7.1	35.7	21.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	지식정보	64.2	13.0	28.2	13.0	13.2	11.4	11.4	1.8	0.0	5.5	7.5	0.0	3.9
	콘텐츠솔루션	59.1	22.7	4.5	27.3	36.4	9.1	4.5	9.1	4.5	9.1	4.5	9.1	0.0



### 18) 충북 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

충북 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 18.1%가 만족한다고 응답하여 불만족인 25.4%보다 7.3%p 낮게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 '게임'이 3.75점으로 가장 높았으며 '방송'이 2.50점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-283] 충북 지역 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-331> 충북 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

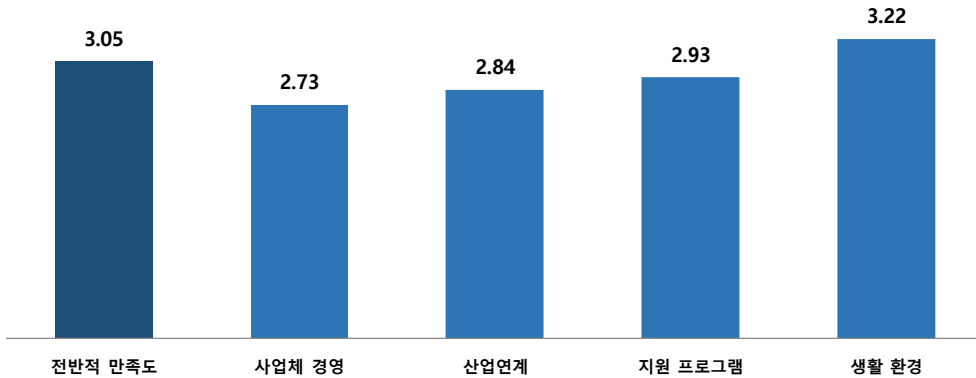
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	4.6	20.8	56.4	15.9	2.3	25.4	18.1	2.90
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	0.0	27.8	66.7	5.6	0.0	27.8	5.6	2.78
게임	0.0	0.0	50.0	25.0	25.0	0.0	50.0	3.75
영화	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0	0.0	25.0	3.25
애니메이션	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
방송	10.0	30.0	60.0	0.0	0.0	40.0	0.0	2.50
캐릭터	0.0	7.1	50.0	42.9	0.0	7.1	42.9	3.36
지식정보	3.9	28.5	54.7	11.2	1.8	32.4	13.0	2.79
콘텐츠솔루션	13.6	13.6	50.0	22.7	0.0	27.3	22.7	2.82

## 19) 충북 지역 인프라 환경 구축 체감도

충북 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 3.05점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘생활 환경’이 3.22점으로 가장 높았으며, ‘지원 프로그램’ 2.93점, ‘산업연계’ 2.84점, ‘사업체 경영’ 2.73점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’과 ‘영화’의 전반적 체감도가 3.25점으로 가장 높았으며, ‘방송’은 2.70점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-284] 충북 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-332> 충북 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

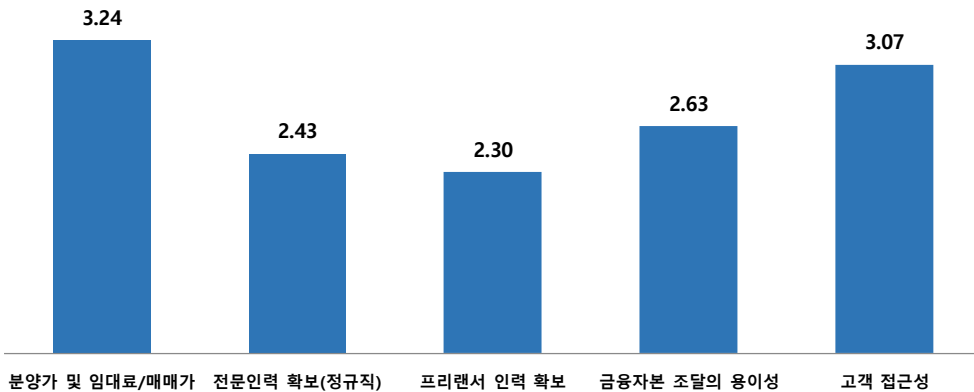
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체	2.73	2.84	2.93	3.22	3.05
만화	-	-	-	-	-
음악	2.52	2.79	2.57	2.75	2.78
게임	2.60	2.40	3.56	3.38	3.25
영화	2.70	3.05	3.04	3.63	3.25
애니메이션	3.10	3.10	3.17	4.00	3.00
방송	2.82	2.70	2.93	3.25	2.70
캐릭터	2.74	2.91	3.11	3.46	3.00
지식정보	2.78	2.94	2.97	3.29	3.19
콘텐츠솔루션	2.76	2.73	2.74	3.07	3.00

## 가) 사업체 경영

충북 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.73점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘분양가 및 임대료/매매가’가 3.24점으로 가장 높았으며, ‘고객 접근성’ 3.07점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.63점, ‘전문인력 확보(정규직)’ 2.43점, ‘프리랜서 인력 확보’ 2.30점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 평균 점수가 3.10점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.52점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-285] 충북 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-333> 충북 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

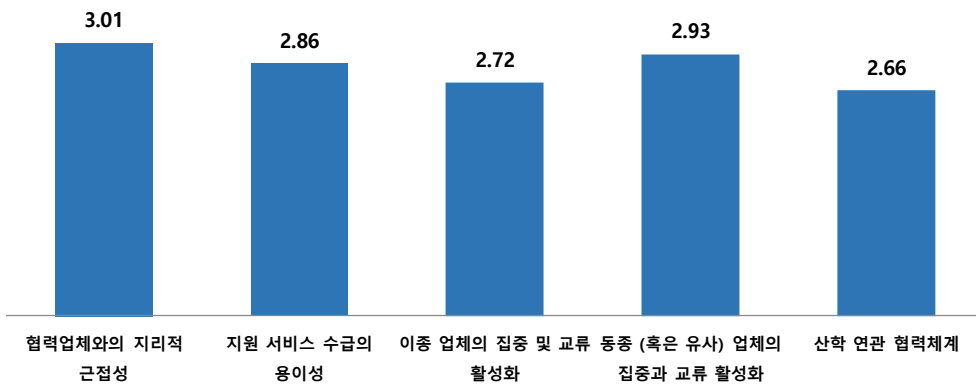
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.24	2.43	2.30	2.63	3.07	2.73
만화	-	-	-	-	-	-
음악	3.06	2.28	2.33	1.89	3.06	2.52
게임	4.13	2.00	1.88	2.50	2.50	2.60
영화	3.75	2.00	2.50	2.00	3.25	2.70
애니메이션	4.00	3.00	3.00	2.50	3.00	3.10
방송	3.20	2.50	2.30	2.70	3.40	2.82
캐릭터	3.14	2.29	2.36	2.86	3.07	2.74
지식정보	3.11	2.58	2.30	2.82	3.10	2.78
콘텐츠솔루션	3.32	2.41	2.27	2.77	3.05	2.76

## 나) 산업연계

충북 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 2.84점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘협력업체와의 지리적 근접성’이 3.01점으로 가장 높았으며, ‘동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화’ 2.93점, ‘지원 서비스 수급의 용이성’ 2.86점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.72점, ‘산학연관 협력체계’ 2.66점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 평균 점수가 3.10점으로 가장 높았으며, ‘게임’은 2.40점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-286] 충북 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-334> 충북 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

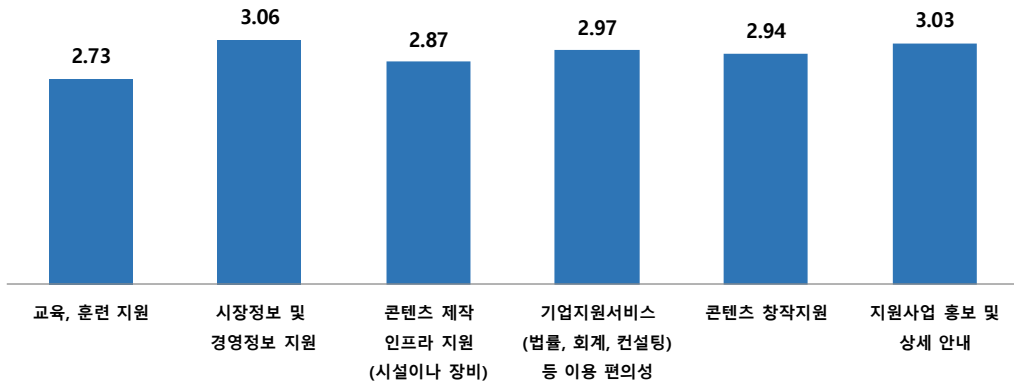
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학연관 협력체계	[5점 평균]
전체	3.01	2.86	2.72	2.93	2.66	2.84
만화	-	-	-	-	-	-
음악	2.83	2.33	3.11	3.11	2.56	2.79
게임	1.75	2.88	2.13	2.88	2.38	2.40
영화	3.75	3.00	3.50	3.00	2.00	3.05
애니메이션	2.50	3.50	2.00	3.50	4.00	3.10
방송	3.20	2.90	2.60	2.80	2.00	2.70
캐릭터	3.14	3.07	2.64	2.71	3.00	2.91
지식정보	3.21	2.98	2.77	2.98	2.73	2.94
콘텐츠솔루션	2.86	2.77	2.50	2.77	2.73	2.73

## 다) 지원 프로그램

충북 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 2.93점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘시장 정보 및 경영정보 지원’이 3.06점으로 가장 높았으며, ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 3.03점, ‘기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성’ 2.97점, ‘콘텐츠 창작지원’ 2.94점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.87점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.73점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.56점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.57점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-287] 충북 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-335> 충북 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

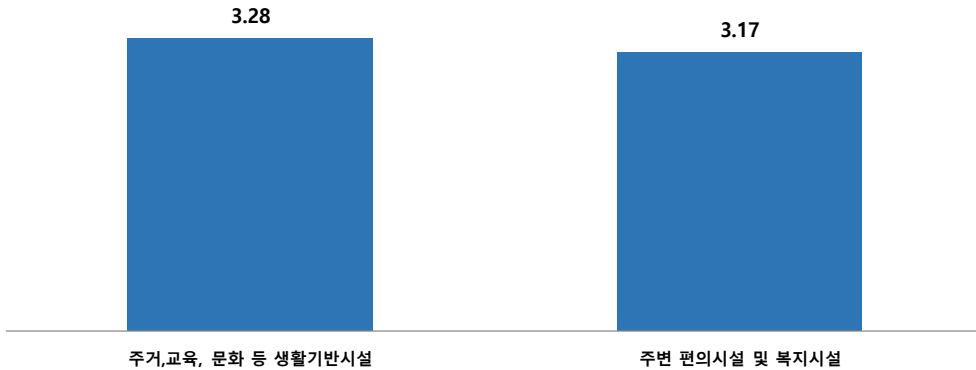
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작지원	지원사업 홍보 및 상세 안내	[5점 평균]
전체	2.73	3.06	2.87	2.97	2.94	3.03	2.93
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	2.11	2.83	2.50	2.56	2.61	2.83	2.57
게임	3.50	3.38	3.88	3.13	4.00	3.50	3.56
영화	2.25	2.50	3.50	3.00	3.75	3.25	3.04
애니메이션	2.50	3.50	3.50	3.50	3.00	3.00	3.17
방송	2.50	3.40	2.70	3.40	2.70	2.90	2.93
캐릭터	2.86	3.07	3.00	3.14	3.14	3.43	3.11
지식정보	2.85	3.15	2.90	2.98	2.94	3.00	2.97
콘텐츠솔루션	2.77	2.77	2.55	2.86	2.64	2.86	2.74

## 라) 생활환경

충북 지역의 생활환경 구축 체감도에 대해서는 평균 3.22점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.28점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.17점으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 평균 점수가 4.00점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.75점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 충북 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-288] 충북 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-336> 충북 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.28	3.17	3.22
만화	-	-	-
음악	2.94	2.56	2.75
게임	3.38	3.38	3.38
영화	4.00	3.25	3.63
애니메이션	4.00	4.00	4.00
방송	3.20	3.30	3.25
캐릭터	3.57	3.36	3.46
지식정보	3.32	3.27	3.29
콘텐츠솔루션	3.05	3.09	3.07

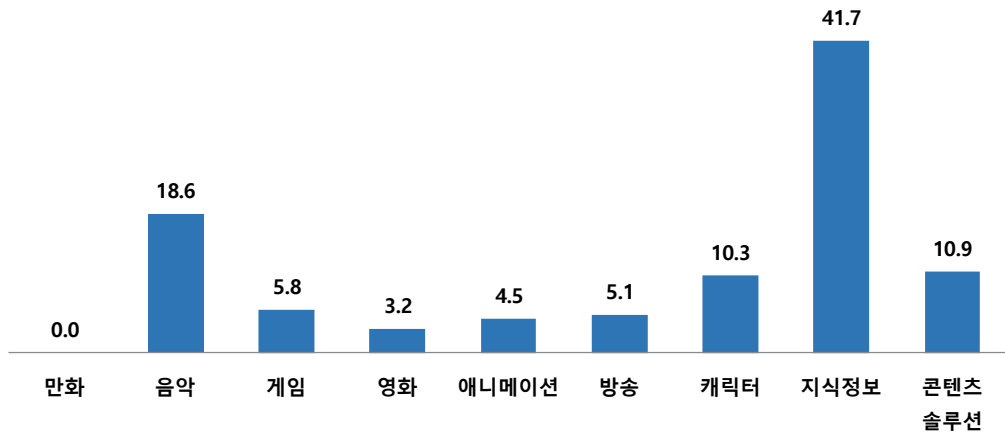
## 12. 충남(세종)

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

충남(세종) 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 156개였으며, ‘지식정보’ 사업체 수가 41.7%로 가장 많았으며, ‘음악’ 18.6%, ‘콘텐츠솔루션’ 10.9% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-289] 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-337> 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

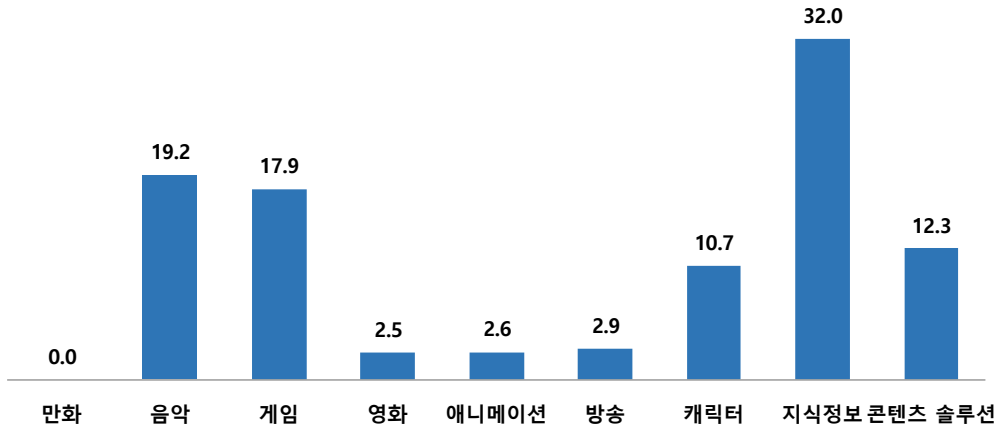
(단위: 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	156	100.0
만화	-	-
음악	29	18.6
게임	9	5.8
영화	5	3.2
애니메이션	7	4.5
방송	8	5.1
캐릭터	16	10.3
지식정보	65	41.7
콘텐츠솔루션	17	10.9

## 2) 종사자 현황

충남(세종) 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 1,580명이었으며, ‘지식정보’ 분야의 종사자 비율이 32.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘음악’ 19.2%, ‘게임’ 17.9%, ‘콘텐츠솔루션’ 12.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-290] 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

<표 2-338> 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

(단위 : 개, %)

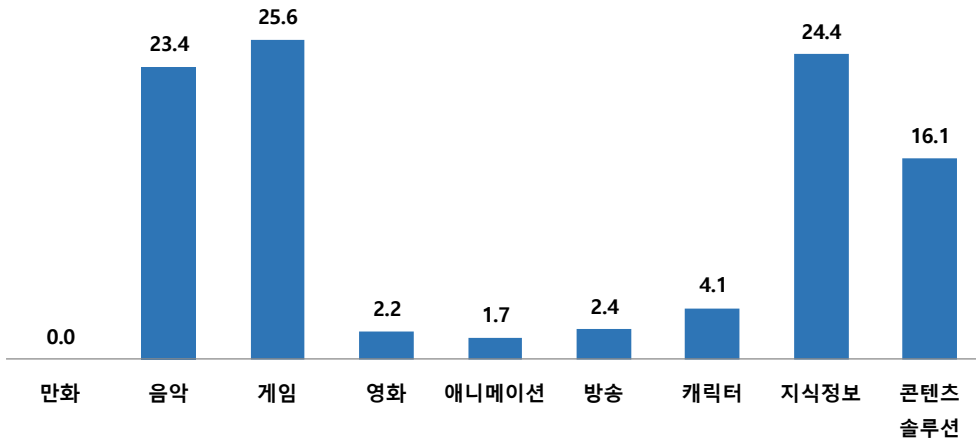
분야	종사자 수	비율
전체	1,580	100.0
만화	-	-
음악	303	19.2
게임	283	17.9
영화	40	2.5
애니메이션	41	2.6
방송	46	2.9
캐릭터	168	10.7
지식정보	506	32.0
콘텐츠솔루션	194	12.3



### 3) 매출액 현황

충남(세종) 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 1,602억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘게임’ 매출액이 410억 원으로 25.6%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘지식정보’가 391억 원 (24.4%), ‘음악’이 375억 원 (23.4%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-291] 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

<표 2-339> 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원)

분야	매출액	비율
전체	160,287	100.0
만화	-	-
음악	37,563	23.4
게임	41,077	25.6
영화	3,500	2.2
애니메이션	2,751	1.7
방송	3,908	2.4
캐릭터	6,554	4.1
지식정보	39,140	24.4
콘텐츠솔루션	25,793	16.1

## 나. 설문조사 결과

충남(세종) 지역 내 사업체 156곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 충남(세종) 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 57.1%로 가장 많았으며, '5~9인'이 19.2%, '10~49인'이 18.6% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 80.9%의 비중을 차지하였다.

<표 2-340> 충남(세종) 지역 응답 사업체 일반현황

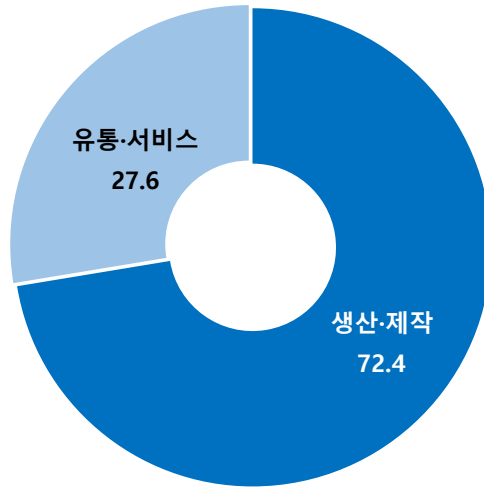
(단위 : 개, %)

분야		사례 수	비율
전체		156	100.0
규모	5인 미만	89	57.1
	5~9인	30	19.2
	10~49인	29	18.6
	50~99인	6	3.8
	100인 이상	2	1.3
콘텐츠분야	만화	-	-
	음악	29	18.6
	게임	9	5.8
	영화	5	3.2
	애니메이션	7	4.5
	방송	8	5.1
	캐릭터	16	10.3
	지식정보	65	41.7
사업체 구분	콘텐츠솔루션	17	10.9
	단독사업체	82	80.9
	본사·본점	19	19.1
	공장, 지사(점), 영업소 등	0	0.0

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

충남(세종) 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 72.4%, ‘유통·서비스’가 27.6%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘애니메이션’으로 81.4%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 36.3%인 ‘방송’으로 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-292] 충남(세종) 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

<표 2-341> 충남(세종) 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

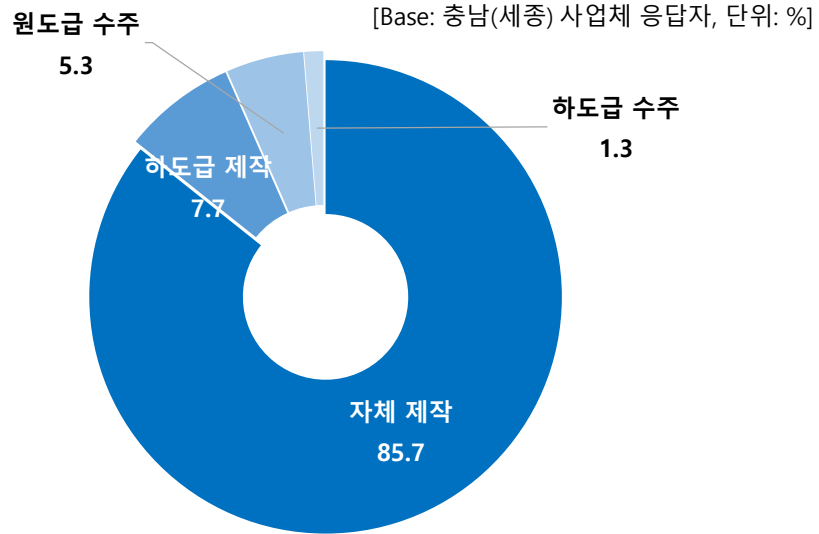
(단위 : %)

분야	합계	생산·제작	유통·서비스
전체	100.0	72.4	27.6
분야	만화	-	-
	음악	100.0	81.0
	게임	100.0	76.1
	영화	100.0	74.0
	애니메이션	100.0	81.4
	방송	100.0	63.8
	캐릭터	100.0	69.0
	지식정보	100.0	67.4
	콘텐츠솔루션	100.0	78.0

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

충남(세종) 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 458.6건이었으며, 제작유형은 ‘자체 제작’이 85.7%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 ‘하도급 제작’이 7.7%, ‘원도급 수주’가 5.3%, ‘하도급 수주’가 1.3%의 순으로 나타났다.

제작 비율로는 ‘애니메이션’의 자체 제작 비율이 100.0%로 가장 높게 나타났고, ‘방송’은 55.1%로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-293] 충남(세종) 지역 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

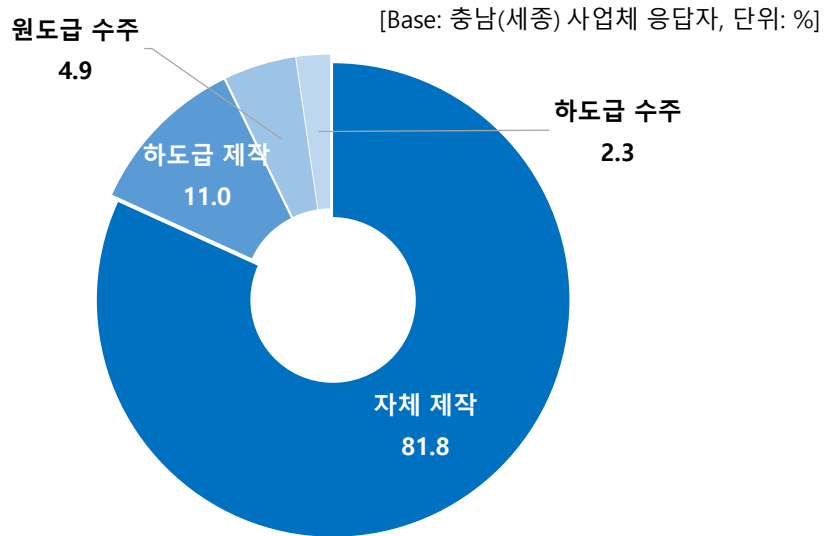
<표 2-342> 충남(세종) 콘텐츠 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위 : 건, %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>458.6</b>	<b>100.0</b>	<b>85.7</b>	<b>7.7</b>	<b>5.3</b>	<b>1.3</b>	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	21.7	100.0	79.8	4.0	10.1	6.1
	게임	1.2	100.0	88.3	8.4	1.6	1.7
	영화	27.4	100.0	91.8	8.3	0.0	0.0
	애니메이션	6.6	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송	107.5	100.0	55.1	32.4	12.5	0.0
	캐릭터	32.3	100.0	86.6	13.4	0.0	0.0
	지식정보	1058.3	100.0	91.1	3.1	5.8	0.0
	콘텐츠솔루션	32.6	100.0	85.7	14.3	0.0	0.0

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 30.3건이었으며, ‘방송’이 107.5건으로 가장 높았으며, ‘게임’이 1.2건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-294] 충남(세종) 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

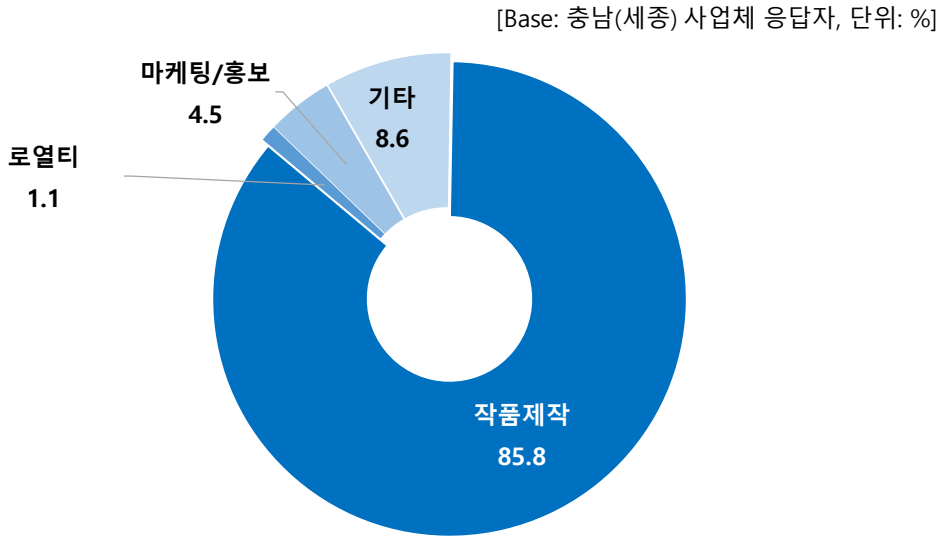
<표 2-343> 충남(세종) 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위: 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	30.3	100.0	81.8	11.0	4.9	2.3
만화	-	-	-	-	-	-
음악	21.7	100.0	79.8	4.0	10.1	6.1
게임	1.2	100.0	88.3	8.4	1.6	1.7
영화	27.4	100.0	91.8	8.3	0.0	0.0
애니메이션	6.6	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
방송	107.5	100.0	55.1	32.4	12.5	0.0
캐릭터	32.3	100.0	86.6	13.4	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	32.6	100.0	85.7	14.3	0.0	0.0

### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

충남(세종) 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 183.7백만 원이었으며, 85.8%의 제작비가 '작품 제작'에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 '기타' 8.6%, '마케팅/홍보'가 4.5%, '로열티' 1.1% 순으로 나타났다. 분야별로 '애니메이션'의 경우 100.0%가 '작품 제작'에 투입되고 있었으며, '음악'의 경우 '작품 제작'의 비율이 79.5%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.

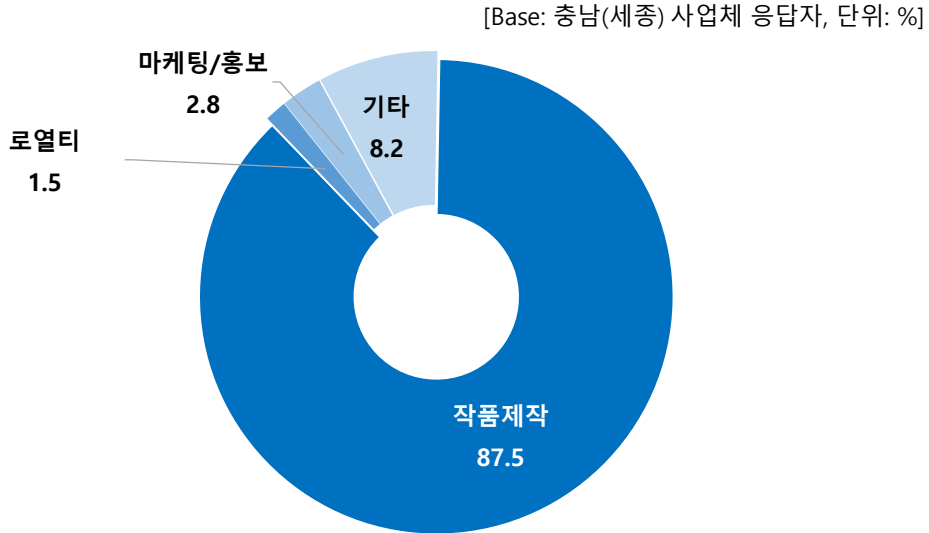


[그림 2-295] 충남(세종) 지역 콘텐츠 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

<표 2-344> 충남(세종) 지역 분야별 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중  
(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작비용 비중 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>183.7</b>	<b>100.0</b>	<b>85.8</b>	<b>1.1</b>	<b>4.5</b>	<b>8.6</b>	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	161.2	100.0	79.5	0.0	4.4	16.1
	게임	254.4	100.0	91.7	8.3	0.0	0.0
	영화	116.9	100.0	90.8	7.5	0.0	1.8
	애니메이션	17.1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송	182.6	100.0	93.3	1.9	1.6	3.3
	캐릭터	163.4	100.0	92.4	0.9	3.9	2.8
	지식정보	164.9	100.0	83.3	0.5	6.9	9.3
	콘텐츠솔루션	364.6	100.0	88.6	0.7	1.8	8.8

지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 197.2백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘콘텐츠솔루션’이 364.6백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘게임’ 254.4백만 원, ‘방송’ 182.6백만 원으로 나타났다.



[그림 2-296] 충남(세종) 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-345> 충남(세종) 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

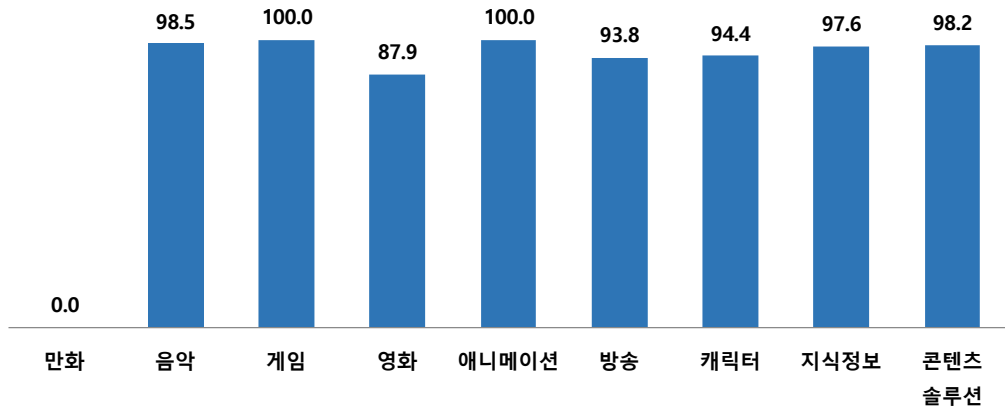
(단위 : 백만 원 %)

분야	신규제작 비용	제작비율 합계	제작유형별 비율				
			작품 제작	로열티	마케팅/ 홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>197.2</b>	<b>100.0</b>	<b>87.5</b>	<b>1.5</b>	<b>2.8</b>	<b>8.2</b>	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	161.2	100.0	79.5	0.0	4.4	16.1
	게임	254.4	100.0	91.7	8.3	0.0	0.0
	영화	116.9	100.0	90.8	7.5	0.0	1.8
	애니메이션	17.1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송	182.6	100.0	93.3	1.9	1.6	3.3
	캐릭터	163.4	100.0	92.4	0.9	3.9	2.8
	콘텐츠솔루션	364.6	100.0	88.6	0.7	1.8	8.8

#### 4) 상용근로자 비율

충남(세종) 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 97.2%로 나타났으며 ‘게임’, ‘애니메이션’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘영화’ 87.9%의 경우 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-297] 충남(세종) 지역 상용근로자 비율

<표 2-346> 충남(세종) 지역 분야별 상용근로자 비율

(단위 : %)

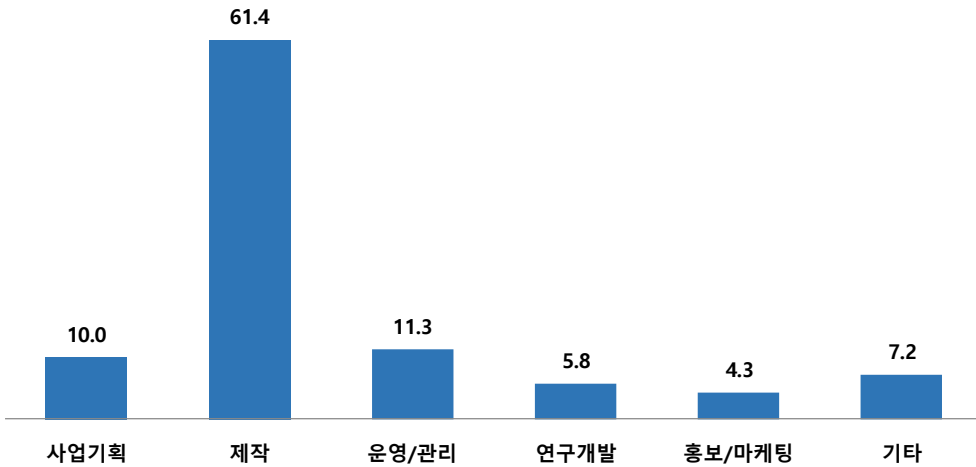
분야		비율
전체		97.2
분야	만화	-
	음악	98.5
	게임	100.0
	영화	87.9
	애니메이션	100.0
	방송	93.8
	캐릭터	94.4
	지식정보	97.6
	콘텐츠솔루션	98.2



### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

충남(세종) 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 61.4%로 가장 높게 나타났으며 ‘운영/관리’ 11.3%, ‘사업기획’ 10.0% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘방송’으로 78.4%였으며 ‘운영/관리’의 직무 비율은 ‘음악’이 16.5%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-298] 충남(세종) 지역 상용근로자의 직무별 비율

<표 2-347> 충남(세종) 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

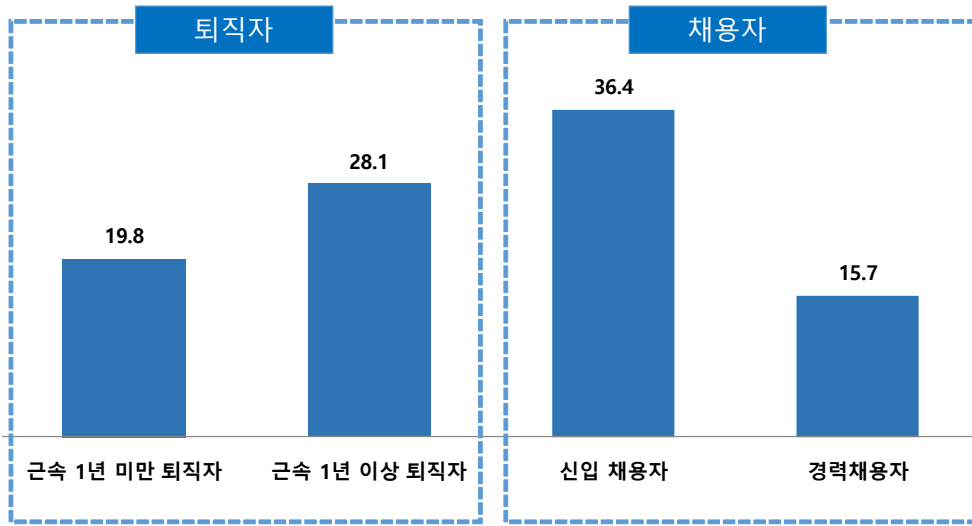
(단위 : %)

분야		합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타
전체		100.0	10.0	61.4	11.3	5.8	4.3	7.2
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-
	음악	100.0	10.5	60.3	16.5	0.6	3.1	9.0
	게임	100.0	11.2	62.7	6.6	12.2	5.1	2.2
	영화	100.0	13.4	52.6	11.0	0.0	6.0	17.0
	애니메이션	100.0	24.3	51.4	5.7	2.1	4.3	12.1
	방송	100.0	2.8	78.4	11.5	1.0	3.4	3.0
	캐릭터	100.0	3.3	65.1	14.8	3.6	3.4	9.8
	지식정보	100.0	9.0	62.9	8.7	9.3	3.8	6.3
	콘텐츠솔루션	100.0	15.5	51.7	13.9	5.5	8.8	4.6

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

충남(세종) 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '채용자' 비율이 52.1%로 '퇴직자' 비율인 47.9% 보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 28.1%가 '근속 1년 이상 퇴직자'였으며, 채용자는 36.4%가 '신입 채용자'로 나타났다. 분야별로는 '영화' 분야의 퇴직자 비율이 71.4%로 가장 높았으며, '음악' 분야의 채용자 비율이 81.8%로 높게 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-299] 충남(세종) 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-348> 충남(세종) 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

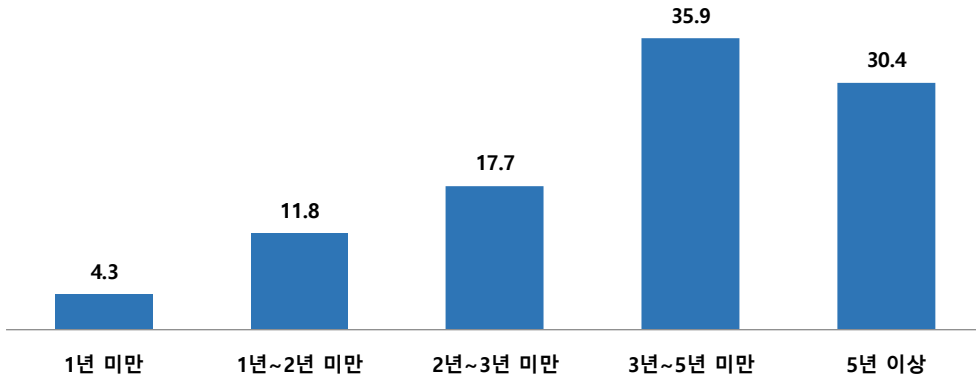
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년 미만 퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자	
전체	47.9	19.8	28.1	52.1	36.4	15.7	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	18.2	9.1	9.1	81.8	81.8	0.0
	게임	50.0	37.5	12.5	50.0	41.7	8.3
	영화	71.4	28.6	42.9	28.6	21.4	7.1
	애니메이션	40.0	20.0	20.0	60.0	60.0	0.0
	방송	56.3	0.0	56.3	43.8	43.8	0.0
	캐릭터	46.0	24.0	22.0	54.0	30.0	24.0
	지식정보	52.5	14.3	38.2	47.5	30.0	17.5
	콘텐츠솔루션	61.2	17.9	43.3	38.8	32.1	6.7
	콘텐츠 이외분야	48.6	22.6	26.1	51.4	20.5	30.9

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

충남(세종) 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 41.77개월이었으며, ‘3~5년 미만’ 35.9%, ‘5년 이상’ 30.4%, ‘2~3년 미만’ 17.7% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 ‘지식정보’의 평균 근속 개월 수가 46.69개월로 가장 길게 나타났고, ‘게임’은 26.67개월로 가장 짧은 근속 개월로 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-300] 충남(세종) 지역 상용근로자의 평균 근속기간

<표 2-349> 충남(세종) 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

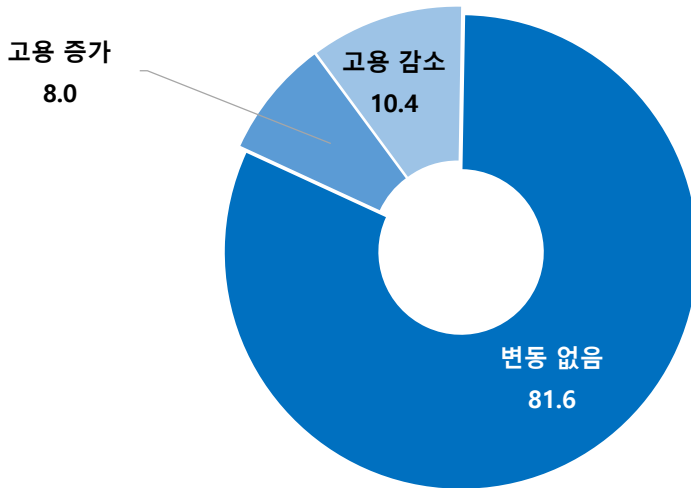
(단위 : % 개월)

분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균근속 개월 수	
전체	100.0	4.3	11.8	17.7	35.9	30.4	41.77	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	
	음악	100.0	19.5	0.0	19.5	27.6	33.3	38.71
	게임	100.0	0.0	38.9	0.0	61.1	0.0	26.67
	영화	100.0	0.0	0.0	80.0	20.0	0.0	30.40
	애니메이션	100.0	0.0	28.6	28.6	0.0	42.9	35.14
	방송	100.0	0.0	25.0	0.0	62.5	12.5	33.25
	캐릭터	100.0	0.0	6.2	9.4	51.0	33.3	43.88
	지식정보	100.0	1.5	11.8	19.1	30.9	36.6	46.69
콘텐츠솔루션	100.0	0.0	12.9	11.8	48.2	27.1	44.24	

### 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 충남(세종) 지역 사업체의 81.6%가 '변동 없음'으로 응답하였고, '고용증가'는 8.0%, '고용감소'는 10.4%로 나타났다. 고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 2.86명, 감소 인원은 4.04명이었다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-301] 충남(세종) 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-350> 충남(세종) 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화

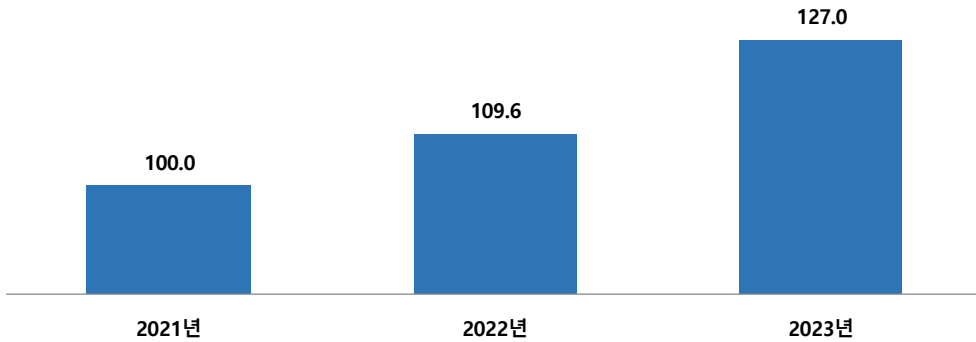
(단위 : %, 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	8.0	10.4	81.6	2.86	4.04	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	100.0	0.0	3.4	96.6	10.00	
	게임	100.0	11.1	11.1	77.8	2.00	4.00
	영화	100.0	60.0	20.0	20.0	3.00	1.00
	애니메이션	100.0	14.3	0.0	85.7	4.00	-
	방송	100.0	12.5	12.5	75.0	3.00	3.00
	캐릭터	100.0	6.2	9.4	84.4	5.00	2.00
	지식정보	100.0	6.7	10.3	83.0	2.69	4.10
	콘텐츠솔루션	100.0	7.1	23.5	69.4	1.00	4.25

### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

충남(세종) 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 46.2%의 사업체가 '동일'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 52.7%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 분야 중 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 사업은 '애니메이션'으로 85.7%였으며, '영화'가 60.0%로 그 뒤를 이었다. 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 '음악'으로 39.1%가 '감소'했다고 응답하였다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 '애니메이션' 85.7%, '영화' 80.0% 등이었으며 '음악'은 '감소'할 것이라는 응답이 23.0%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-302] 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

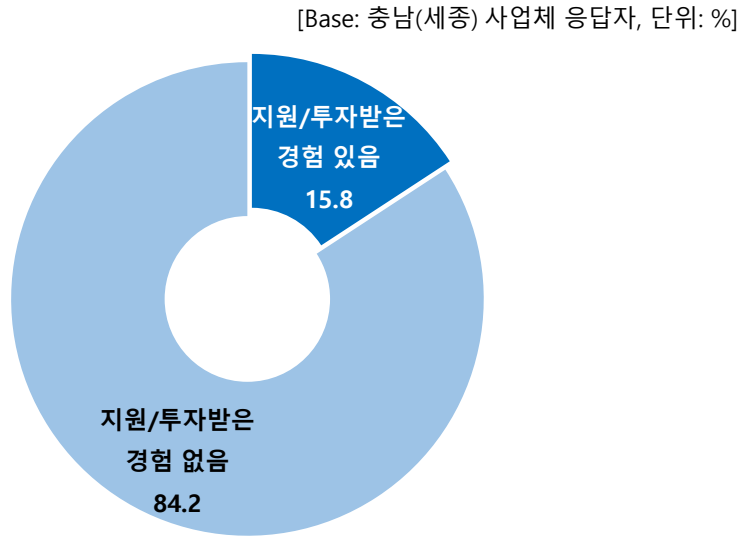
<표 2-351> 충남(세종) 지역 분야별 경영 현황 및 전망

(단위 : %)

분야	2022년 평균					2023년 평균				
	합계	감소	동일	증가	합계	감소	동일	증가		
전체	109.62	100.0	16.3	46.2	37.5	127.03	100.0	11.1	36.3	52.7
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	101.09	100.0	39.1	26.4	34.5	113.51	100.0	23.0	23.0	54.0
게임	86.39	100.0	27.8	33.3	38.9	92.78	100.0	16.7	33.3	50.0
영화	110.00	100.0	20.0	20.0	60.0	132.80	100.0	20.0	0.0	80.0
애니메이션	168.57	100.0	0.0	14.3	85.7	217.14	100.0	0.0	14.3	85.7
방송	108.75	100.0	0.0	62.5	37.5	127.50	100.0	0.0	37.5	62.5
캐릭터	108.15	100.0	9.4	49.0	41.7	121.51	100.0	0.0	22.9	77.1
지식정보	111.12	100.0	8.8	58.8	32.5	130.97	100.0	8.8	49.0	42.2
콘텐츠슬루션	108.12	100.0	20.0	49.4	30.6	119.29	100.0	14.1	43.5	42.4

### 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

충남(세종) 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 15.8%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘영화’ 사업체의 경우 각각 60.0%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.



[그림 2-303] 충남(세종) 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-352> 충남(세종) 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

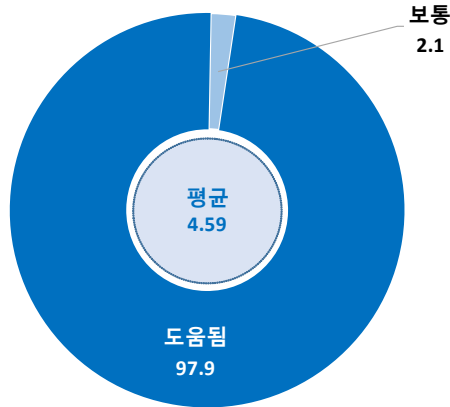
(단위 : %)

분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	15.8	84.2	100.0
만화	-	-	-
음악	26.4	73.6	100.0
게임	16.7	83.3	100.0
영화	60.0	40.0	100.0
애니메이션	28.6	71.4	100.0
방송	12.5	87.5	100.0
캐릭터	34.4	65.6	100.0
지식정보	4.6	95.4	100.0
콘텐츠솔루션	5.9	94.1	100.0

### 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 충남(세종) 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 97.9%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 없었다. 평균 도움 정도는 ‘음악’, ‘게임’, ‘영화’ 분야가 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 충남(세종)지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-304] 충남(세종) 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-353> 분야별 충남(세종) 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

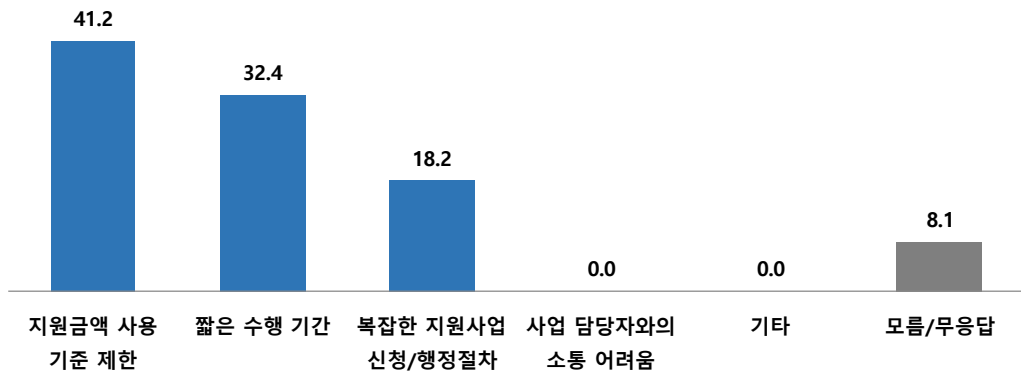
(단위 : %)

분야	① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	0.0	0.0	2.1	37.2	60.7	0.0	97.9	4.59
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-
	음악	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00
	게임	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00
	영화	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00
	애니메이션	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	4.00
	방송	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	4.00
	캐릭터	0.0	0.0	0.0	55.8	44.2	0.0	4.44
	지식정보	0.0	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0	4.25
	콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	4.00

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 41.2%의 사업체가 ‘지원금액 사용 기준 제한’이라고 응답하였으며, ‘짧은 수행 기간’ 32.4%, ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’ 18.2% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충남(세종)지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-305] 충남(세종) 지역 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-354> 충남(세종) 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

(단위 : %)

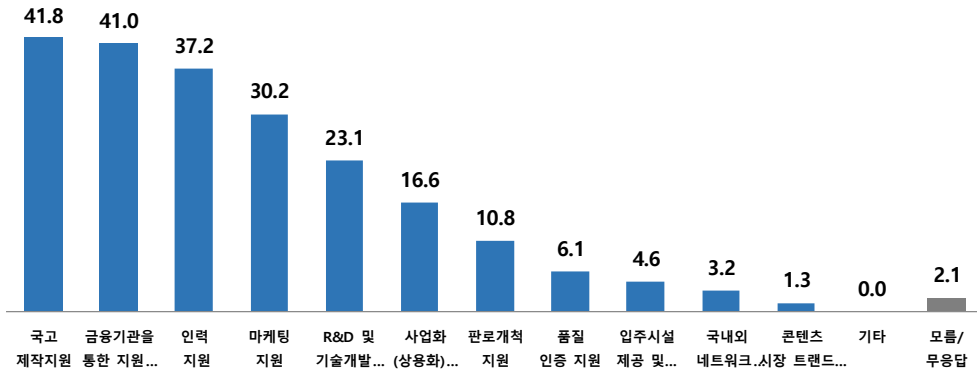
분야	지원금액 사용 기준 제한	짧은 수행 기간	복잡한 지원사업 신청/행정절차	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	41.2	32.4	18.2	0.0	0.0	8.1	100.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	73.9	0.0	13.0	0.0	0.0	13.0	100.0
게임	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
영화	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
애니메이션	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
방송	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
캐릭터	27.3	72.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
지식정보	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	100.0
콘텐츠솔루션	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0



### 13) 필요 지원 분야

충남(세종) 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘국고 제작지원’이 41.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 41.0%, ‘인력 지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’ 37.2%, ‘마케팅 지원(광고 및 판촉 지원 등)’ 30.2% 등의 순으로 높았다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-306] 충남(세종) 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

<표 2-355> 충남(세종) 지역 분야별 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

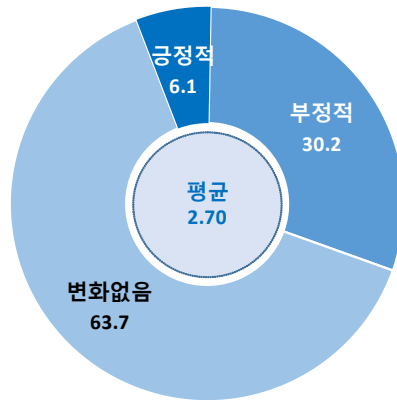
(단위 : %)

분야	국고 제작지원	금융기관을 통한 지원 (투융자)	인력 지원 (인건비, 전문 교육 지원 등)	마케팅 지원 (광고 및 판촉 지원 등)	R&D 및 기술개발 지원	사업화 (상용화) 지원 (시제품 개발 지원 등)	판로개척 지원	품질 인증 지원 (특허, 인증 등)	입주시설 제공 및 정착지원	국내외 네트워크 활성화	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	기타	모름/무응답
전체	41.8	41.0	37.2	30.2	23.1	16.6	10.8	6.1	4.6	3.2	1.3	0.0	2.1
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	89.7	27.6	23.0	26.4	19.5	3.4	3.4	0.0	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0
게임	38.9	33.3	33.3	55.6	11.1	44.4	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	20.0	40.0	60.0	0.0	0.0	60.0	20.0	20.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	14.3	42.9	57.1	42.9	71.4	0.0	28.6	0.0	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0
방송	62.5	12.5	25.0	37.5	12.5	12.5	12.5	12.5	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	49.0	66.7	25.0	75.0	0.0	26.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	24.2	45.9	41.2	15.5	32.5	18.0	5.2	6.7	0.0	4.6	1.5	0.0	3.6
콘텐츠솔루션	30.6	37.6	50.6	37.6	12.9	5.9	18.8	12.9	7.1	0.0	5.9	0.0	5.9

## 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 63.7%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 30.2%의 사업체가 ‘부정적’, 6.1%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 58.3%로 ‘캐릭터’가 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘영화’(60.0%)로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-307] 충남(세종) 지역 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-356> 충남(세종) 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

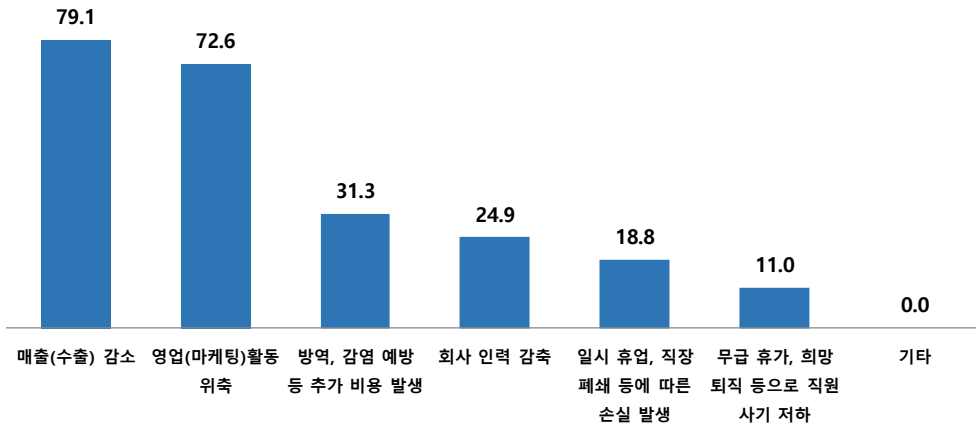
(단위 : %, 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	5.9	24.3	63.7	6.1	0.0	30.2	6.1	2.70
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	6.9	42.5	50.6	0.0	0.0	49.4	0.0	2.44
게임	0.0	22.2	77.8	0.0	0.0	22.2	0.0	2.78
영화	0.0	40.0	0.0	60.0	0.0	40.0	60.0	3.20
애니메이션	0.0	0.0	85.7	14.3	0.0	0.0	14.3	3.14
방송	0.0	25.0	62.5	12.5	0.0	25.0	12.5	2.88
캐릭터	16.7	41.7	26.0	15.6	0.0	58.3	15.6	2.41
지식정보	5.2	11.8	81.5	1.5	0.0	17.0	1.5	2.79
콘텐츠솔루션	7.1	30.6	56.5	5.9	0.0	37.6	5.9	2.61

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 79.1%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 72.6%, ‘방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생’ 31.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-308] 충남(세종) 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-357> 충남(세종) 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

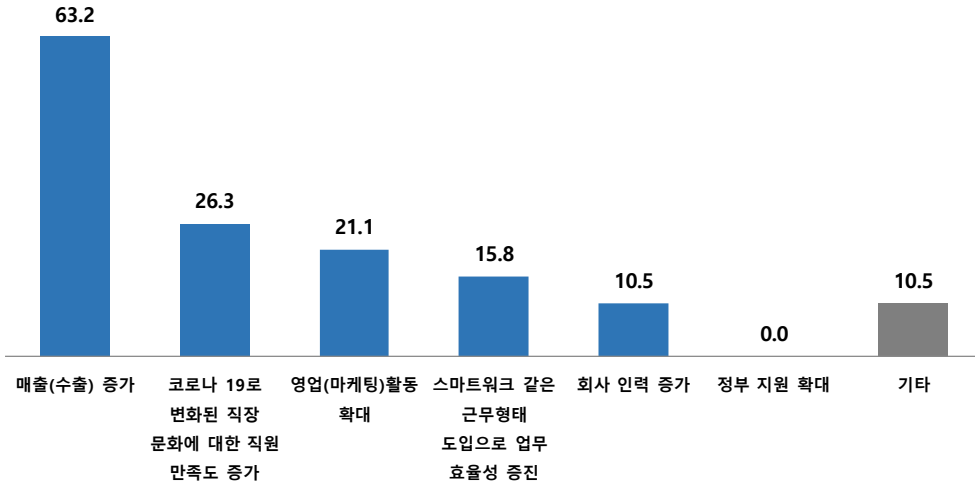
(단위: %)

분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	회사 인력 감축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	기타
전체	79.1	72.6	31.3	24.9	18.8	11.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	53.5	93.0	46.5	7.0	7.0	0.0	0.0
게임	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
영화	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	100.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	100.0	100.0	28.6	0.0	71.4	42.9	0.0
지식정보	91.0	39.4	0.0	39.4	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	81.3	50.0	53.1	68.8	18.8	18.8	0.0

## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출) 증가’가 63.2%로 가장 높았으며, ‘코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가’ 26.3%, ‘영업(마케팅)활동 확대’ 21.1% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-309] 충남(세종) 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-358> 충남(세종) 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

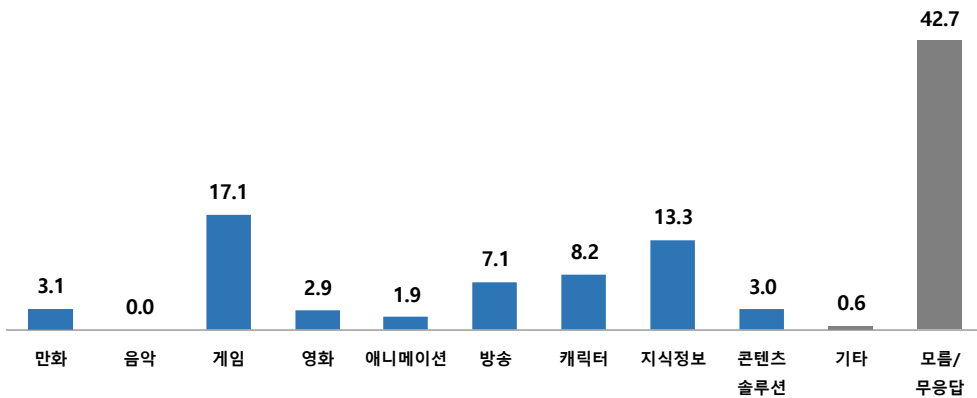
(단위 : %)

분야	매출(수출) 증가	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	영업(마케팅) 활동 확대	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	회사 인력 증가	정부 지원 확대	기타
전체	63.2	26.3	21.1	15.8	10.5	0.0	10.5
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	-	-	-	-	-	-	-
영화	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
방송	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	40.0	60.0	0.0	60.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 42.7%로 가장 높았으며, ‘게임’ 17.1%, ‘지식정보’ 13.3% 등의 순으로 나타났다. ‘영화’ 분야의 경우, 80.0%의 비율로 ‘게임’이 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답하였다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-310] 충남(세종) 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-359> 충남(세종) 지역에서 분야별 지원이 큰 콘텐츠 분야

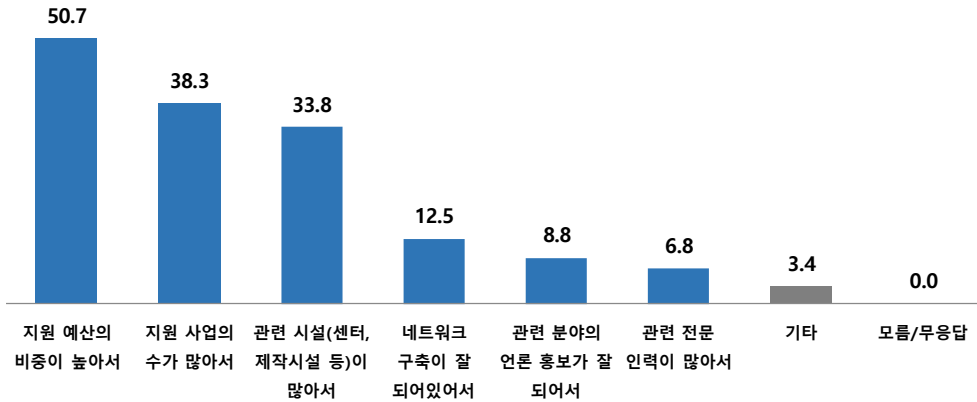
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	3.1	0.0	17.1	2.9	1.9	7.1	8.2	13.3	3.0	0.6	42.7
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	0.0	0.0	19.5	0.0	0.0	23.0	0.0	0.0	0.0	0.0	57.5
게임	16.7	0.0	44.4	0.0	11.1	0.0	16.7	11.1	0.0	0.0	0.0
영화	0.0	0.0	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
애니메이션	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	71.4
방송	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	62.5
캐릭터	0.0	0.0	9.4	0.0	0.0	6.2	51.0	0.0	0.0	0.0	33.3
지식정보	5.2	0.0	6.7	5.2	1.5	3.6	3.1	25.8	7.2	1.5	40.2
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	24.7	7.1	5.9	0.0	7.1	11.8	0.0	0.0	43.5

### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 50.7%, ‘지원사업의 수가 많아서’ 38.3% , ‘관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서’ 33.8% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-311] 충남(세종) 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-360> 충남(세종) 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

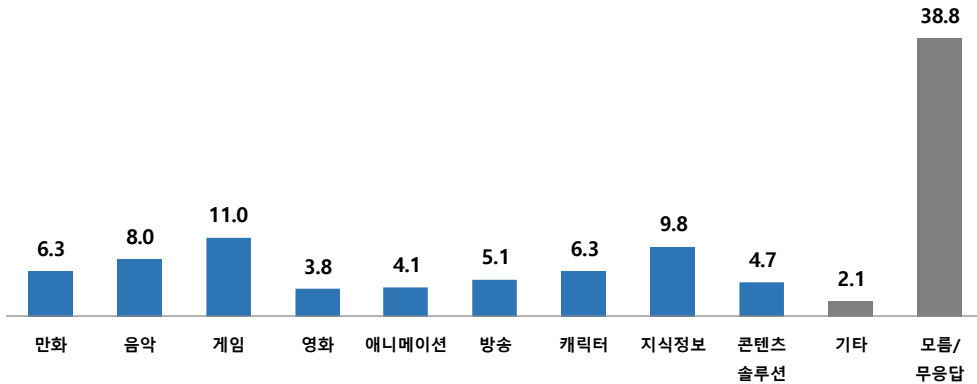
(단위 : %)

분야	지원 예산의 비중이 높아서	지원사업의 수가 많아서	관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서	네트워크 구축이 잘 되어있어서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	관련 전문 인력이 많아서	기타	모름/무응답
전체	50.7	38.3	33.8	12.5	8.8	6.8	3.4	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	54.1	45.9	45.9	45.9	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	38.9	38.9	16.7	27.8	0.0	11.1	11.1	0.0
영화	75.0	75.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	66.7	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	14.1	34.4	76.6	9.4	0.0	14.1	0.0	0.0
지식정보	57.8	37.1	19.8	2.6	17.2	6.0	5.1	0.0
콘텐츠솔루션	43.8	31.3	33.3	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0

### 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 38.8%, 다음으로 ‘게임’이 11.0%, ‘지식정보’가 9.8% 순으로 높았다. ‘영화’의 경우 ‘방송’이 60.0%의 비율로 소외되고 있는 콘텐츠라고 응답했다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-312] 충남(세종) 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-361> 분야별 충남(세종) 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

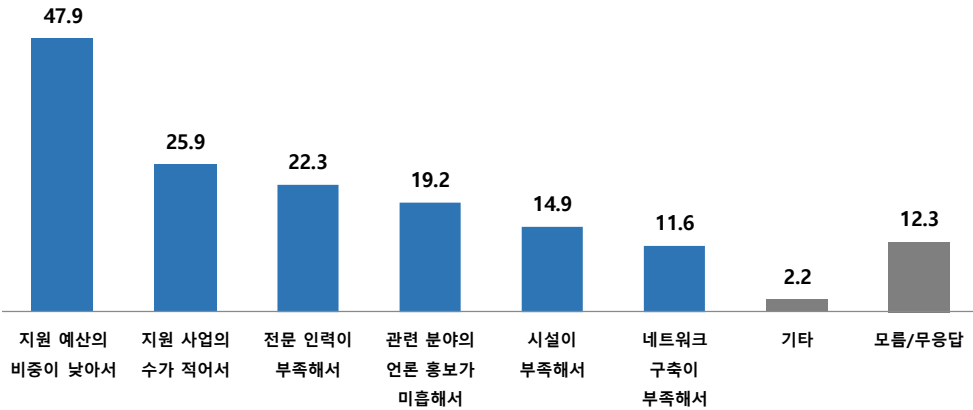
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	6.3	8.0	11.0	3.8	4.1	5.1	6.3	9.8	4.7	2.1	38.8
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	3.4	23.0	19.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	54.0
게임	11.1	27.8	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	11.1	0.0	11.1
영화	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	42.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	57.1
방송	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	37.5	12.5	0.0	0.0	0.0	37.5
캐릭터	6.2	0.0	25.0	9.4	0.0	0.0	42.7	0.0	0.0	0.0	16.7
지식정보	5.2	5.2	5.2	3.6	5.2	1.5	1.5	19.6	8.2	5.2	39.7
콘텐츠솔루션	20.0	0.0	7.1	5.9	0.0	5.9	0.0	5.9	5.9	0.0	49.4

### 가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원 예산 비중이 낮아서’가 47.9%로 가장 높았고, ‘지원사업의 수가 적어서’가 25.9%, ‘전문인력이 부족해서’ 22.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-313] 충남(세종) 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-362> 분야별 충남(세종) 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

(단위 : %)

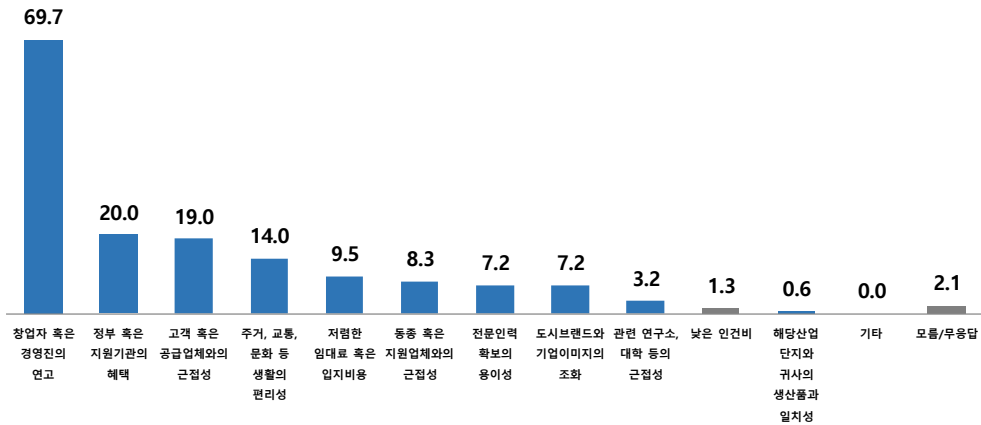
분야	지원 예산의 비중이 낮아서	지원사업의 수가 적어서	전문인력이 부족해서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	시설이 부족해서	네트워크 구축이 부족해서	기타	모름/무응답
전체	47.9	25.9	22.3	19.2	14.9	11.6	2.2	12.3
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	45.9	0.0	45.9	45.9	54.1	0.0	0.0	0.0
게임	11.1	61.1	27.8	16.7	11.1	16.7	11.1	11.1
영화	75.0	75.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0
애니메이션	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	33.3	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	51.6	46.9	0.0	14.1	0.0	23.4	0.0	25.0
지식정보	55.2	19.8	13.8	13.8	14.7	11.2	2.6	11.2
콘텐츠솔루션	33.3	0.0	45.8	22.9	0.0	10.4	0.0	31.3



### 17) 충남(세종) 지역에 사업장을 선택한 이유

충남(세종) 지역 콘텐츠 사업체가 충남(세종) 지역을 선택한 이유에 대해 69.7%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘정부 혹은 지원기관의 혜택’ 20.0%, ‘고객 혹은 공급업체와의 근접성’ 19.0% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-314] 충남(세종) 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-363> 분야별 충남(세종) 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

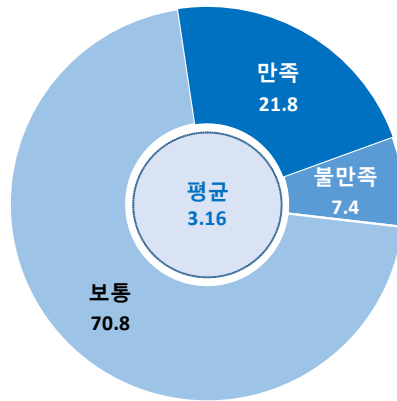
(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진의 연고	정부 혹은 지원기관의 혜택	고객 혹은 공급업체와의 근접성	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	동종 혹은 지원업체와의 근접성	전문인력 확보의 용이성	도시브랜드와 기업이미지의 조화	관련 연구소, 대학 등의 근접성	낮은 인건비	해당산업 단지와 귀사의 생산품과 일치성	기타	모름/무응답
전체	69.7	20.0	19.0	14.0	9.5	8.3	7.2	7.2	3.2	1.3	0.6	0.0	2.1
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	73.6	27.6	19.5	19.5	0.0	19.5	3.4	19.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	61.1	0.0	11.1	16.7	16.7	11.1	27.8	16.7	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0
영화	20.0	20.0	60.0	80.0	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	100.0	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	75.0	37.5	12.5	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	75.0	26.0	0.0	26.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	72.2	17.0	19.6	6.7	5.2	6.7	8.8	0.0	6.2	1.5	1.5	0.0	3.6
콘텐츠솔루션	52.9	17.6	36.5	7.1	5.9	5.9	11.8	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	5.9

### 18) 충남(세종) 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

충남(세종) 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 21.8%가 만족한다고 응답하여 불만족인 7.4%보다 14.4%p 높게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 '영화'가 3.60점으로 가장 높았으며 '방송'이 2.88점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-315] 충남(세종) 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-364> 충남(세종) 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

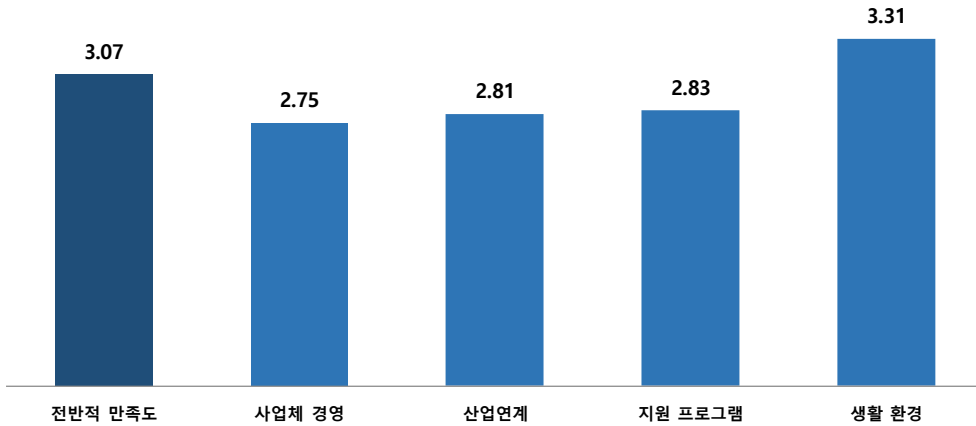
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 불만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	0.0	7.4	70.8	20.5	1.3	7.4	21.8	3.16
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
게임	0.0	11.1	61.1	16.7	11.1	11.1	27.8	3.28
영화	0.0	0.0	40.0	60.0	0.0	0.0	60.0	3.60
애니메이션	0.0	0.0	71.4	28.6	0.0	0.0	28.6	3.29
방송	0.0	25.0	62.5	12.5	0.0	25.0	12.5	2.88
캐릭터	0.0	0.0	57.3	42.7	0.0	0.0	42.7	3.43
지식정보	0.0	6.7	71.2	20.6	1.5	6.7	22.2	3.17
콘텐츠솔루션	0.0	24.7	50.6	24.7	0.0	24.7	24.7	3.00

## 19) 충남(세종) 지역 인프라 환경 구축 체감도

충남(세종) 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 3.07점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘생활환경’이 3.31점으로 가장 높았으며, ‘지원 프로그램’ 2.83점, ‘산업연계’ 2.81점, ‘사업체 경영’이 2.75점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 전반적 체감도가 3.43점으로 가장 높았으며, ‘방송’은 2.63점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-316] 충남(세종) 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-365> 충남(세종) 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

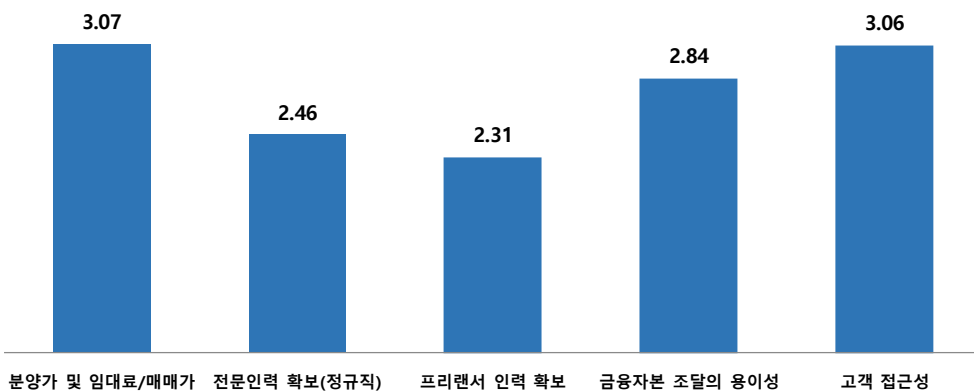
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체	2.75	2.81	2.83	3.31	3.07
만화	-	-	-	-	-
음악	2.49	2.30	2.71	3.29	3.03
게임	2.93	3.12	3.36	3.58	3.39
영화	2.44	3.00	3.03	3.20	3.40
애니메이션	2.94	3.11	3.05	3.57	3.43
방송	2.45	2.63	2.48	3.13	2.63
캐릭터	2.99	2.84	2.84	3.31	3.09
지식정보	2.81	2.95	2.85	3.41	3.10
콘텐츠솔루션	2.78	2.89	2.69	2.78	2.80

## 가) 사업체 경영

충남(세종) 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.75점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘분양가 및 임대료/매매가’가 3.07점으로 가장 높았으며, ‘고객 접근성’ 3.06점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.84점, ‘전문인력 확보(정규직)’ 2.46점, ‘프리랜서 인력 확보’ 2.31점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘캐릭터’의 평균 점수가 2.99점으로 가장 높았으며, ‘영화’는 2.44점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-317] 충남(세종) 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-366> 충남(세종) 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

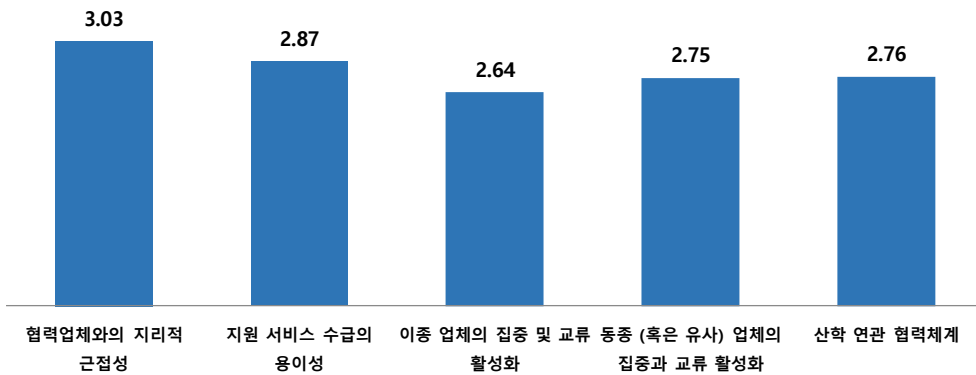
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.07	2.46	2.31	2.84	3.06	2.75
만화	-	-	-	-	-	-
음악	2.79	2.10	1.91	2.60	3.02	2.49
게임	2.94	3.17	2.67	2.94	2.94	2.93
영화	3.40	1.60	2.00	2.40	2.80	2.44
애니메이션	3.57	2.71	2.57	3.14	2.71	2.94
방송	2.75	2.13	2.00	2.75	2.63	2.45
캐릭터	3.17	2.74	2.48	3.16	3.41	2.99
지식정보	3.18	2.52	2.35	2.86	3.13	2.81
콘텐츠솔루션	2.94	2.46	2.67	2.84	3.00	2.78

## 나) 산업연계

충남(세종) 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 2.81점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘협력업체와의 지리적 근접성’이 3.03점으로 가장 높았으며, ‘지원 서비스 수급의 용이성’ 2.87점, ‘산학연관 협력체계’ 2.76점, ‘동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화’ 2.75점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.64점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.12점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.30점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-318] 충남(세종) 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-367> 충남(세종) 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

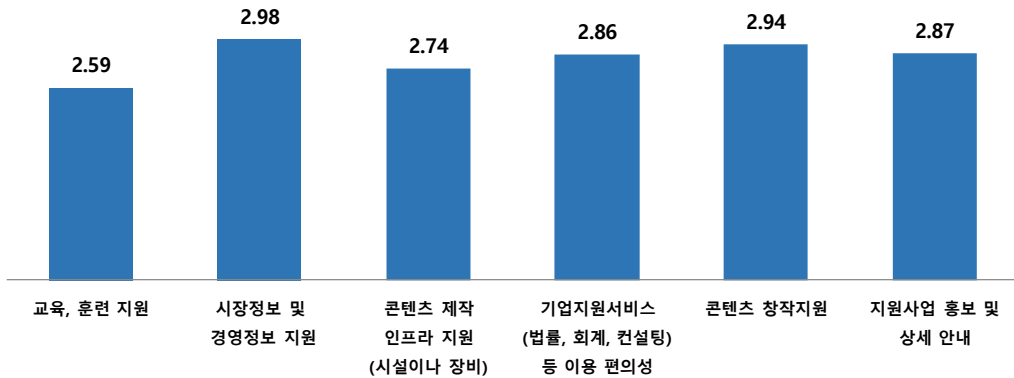
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학연관 협력체계	[5점 평균]
전체	3.03	2.87	2.64	2.75	2.76	2.81
만화	-	-	-	-	-	-
음악	2.46	2.38	2.28	2.15	2.23	2.30
게임	3.39	3.56	3.06	2.72	2.89	3.12
영화	3.40	3.00	2.80	3.20	2.60	3.00
애니메이션	3.29	3.14	2.57	3.00	3.57	3.11
방송	2.75	2.75	2.63	2.63	2.38	2.63
캐릭터	3.23	3.05	2.91	2.92	2.08	2.84
지식정보	3.19	2.93	2.65	2.93	3.04	2.95
콘텐츠솔루션	2.93	2.88	2.73	2.81	3.11	2.89

## 다) 지원 프로그램

충남(세종) 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 2.83점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘시장정보 및 경영정보 지원’이 2.98점으로 가장 높았으며, ‘콘텐츠 창작지원’ 2.94점, ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 2.87점, ‘기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성’ 2.86점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.74점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.59점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.36점으로 가장 높았으며, ‘방송’은 2.48점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-319] 충남(세종) 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-368> 충남(세종) 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

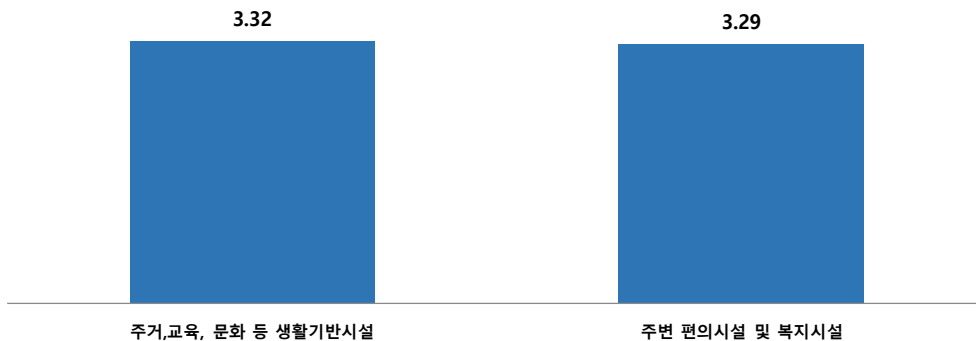
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작 지원	지원사업 홍보 및 상세 안내	[5점 평균]
전체	2.59	2.98	2.74	2.86	2.94	2.87	2.83
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	2.10	2.41	2.57	2.92	3.24	3.00	2.71
게임	3.17	3.50	3.44	3.17	3.33	3.56	3.36
영화	2.80	3.00	3.00	3.00	3.20	3.20	3.03
애니메이션	2.71	3.14	2.71	3.57	3.14	3.00	3.05
방송	2.00	2.63	2.25	2.63	2.75	2.63	2.48
캐릭터	1.90	3.42	2.94	2.99	3.03	2.76	2.84
지식정보	2.91	3.11	2.78	2.72	2.76	2.85	2.85
콘텐츠솔루션	2.76	2.82	2.45	2.81	2.80	2.48	2.69

## 라) 생활환경

충남(세종) 지역의 생활환경 구축 체감도는 평균 3.31점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.32점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.29점으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.58점으로 가장 높았으며, ‘콘텐츠솔루션’은 2.78점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 충남(세종) 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-320] 충남(세종) 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-369> 충남(세종) 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

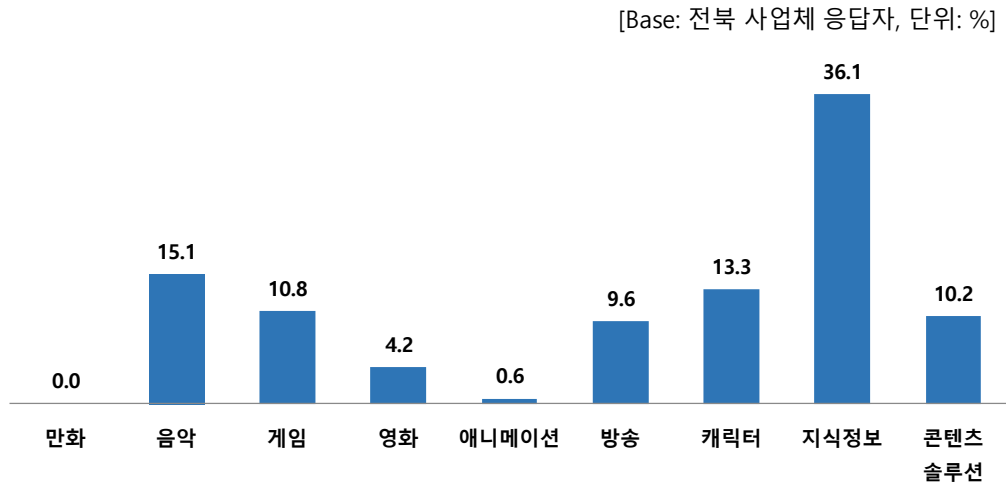
분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.32	3.29	3.31
만화	-	-	-
음악	3.08	3.51	3.29
게임	3.72	3.44	3.58
영화	3.60	2.80	3.20
애니메이션	3.43	3.71	3.57
방송	3.13	3.13	3.13
캐릭터	3.51	3.11	3.31
지식정보	3.44	3.38	3.41
콘텐츠솔루션	2.82	2.74	2.78

## 13. 전북

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

전북 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 166개였으며, ‘지식정보’ 사업체 수가 36.1%로 가장 많았으며, ‘음악’ 15.1%, ‘캐릭터’ 13.3% 등의 순으로 나타났다.



[그림 2-321] 전북 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-370> 전북 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

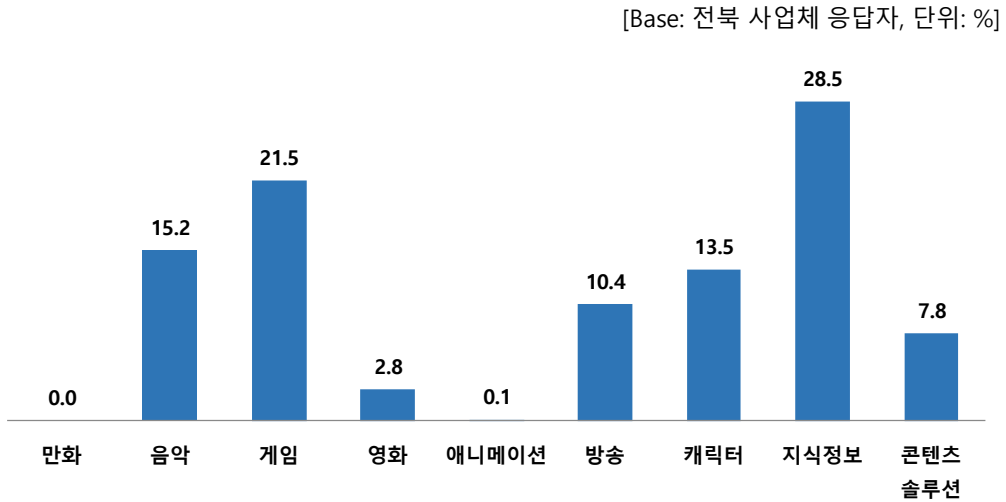
(단위: 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	166	100.0
만화	-	-
음악	25	15.1
게임	18	10.8
영화	7	4.2
애니메이션	1	0.6
방송	16	9.6
캐릭터	22	13.3
지식정보	60	36.1
콘텐츠솔루션	17	10.2



## 2) 종사자 현황

전북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 2,073명이었으며, ‘지식정보’ 분야의 종사자 비율이 28.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘게임’ 21.5%, ‘음악’ 15.2%, ‘캐릭터’ 13.5% 등의 순으로 나타났다.



[그림 2-322] 전북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

<표 2-371> 전북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

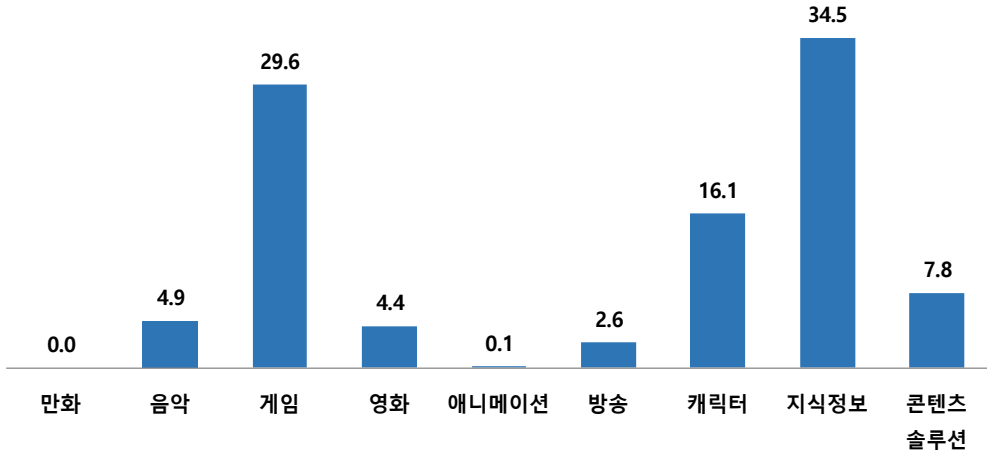
(단위 : 명, %)

분야	종사자 수	비율
전체	2,073	100.0
만화	-	-
음악	316	15.2
게임	445	21.5
영화	59	2.8
애니메이션	3	0.1
방송	216	10.4
캐릭터	280	13.5
지식정보	591	28.5
콘텐츠솔루션	162	7.8

### 3) 매출액 현황

전북 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 1,748억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘지식 정보’ 매출액이 603억 원으로 34.5%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘게임’이 517억 원 (29.6%), ‘캐릭터’가 281억 원 (16.1%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-323] 전북 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

<표 2-372> 전북 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원 %)

분야	매출액	비율
전체	174,829	100.0
만화	-	-
음악	8,637	4.9
게임	51,749	29.6
영화	7,704	4.4
애니메이션	92	0.1
방송	4,540	2.6
캐릭터	28,118	16.1
지식정보	60,307	34.5
콘텐츠솔루션	13,681	7.8

## 나. 설문조사 결과

전북 지역 내 사업체 166곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 전북 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 53.6%로 가장 많았으며, '10~49인'이 21.7%, '5~9인'이 18.1% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 85.3%의 비중을 차지하였다.

<표 2-373> 전북 지역 응답 사업체 일반현황

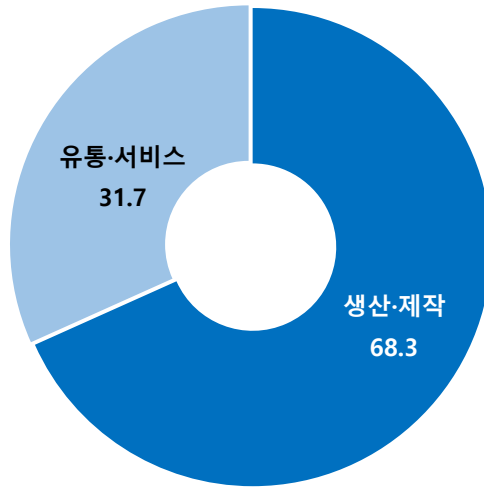
(단위 : 개, %)

분야	사례 수	비율
<b>전체</b>	<b>166</b>	<b>100.0</b>
규모	5인 미만	53.6
	5~9인	18.1
	10~49인	21.7
	50~99인	3.6
	100인 이상	3.0
콘텐츠분야	만화	-
	음악	15.1
	게임	10.8
	영화	4.2
	애니메이션	0.6
	방송	9.6
	캐릭터	13.3
	지식정보	36.1
콘텐츠솔루션	10.2	
사업체 구분	단독사업체	85.3
	본사본점	14.7
	공장, 지사(점), 영업소 등	0.0

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

전북 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 68.3%, ‘유통·서비스’가 31.7%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘콘텐츠솔루션’으로 87.1%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 47.9%인 ‘음악’으로 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-324] 전북 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

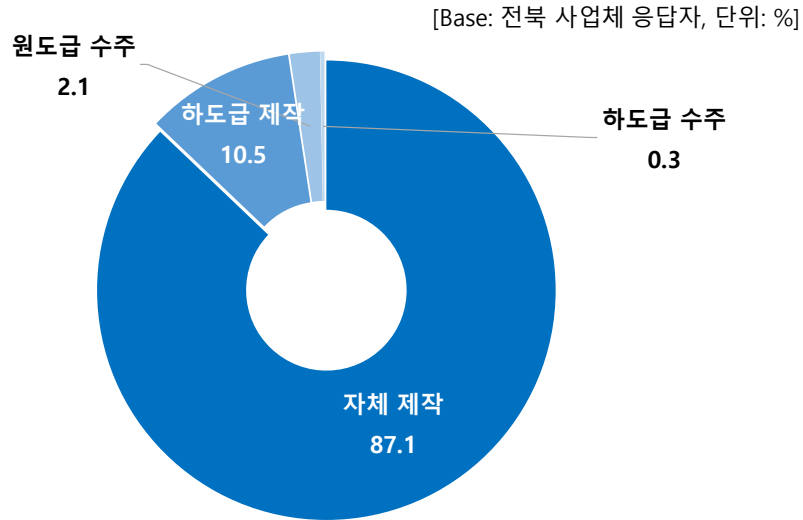
<표 2-374> 전북 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

(단위 : %)

분야		합계	생산·제작	유통·서비스
전체		100.0	68.3	31.7
분야	만화	-	-	-
	음악	100.0	52.1	47.9
	게임	100.0	57.1	42.9
	영화	100.0	57.6	42.4
	애니메이션	100.0	60.0	40.0
	방송	100.0	76.6	23.4
	캐릭터	100.0	70.9	29.1
	지식정보	100.0	71.2	28.8
	콘텐츠솔루션	100.0	87.1	12.9

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

전북 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 30.0건이었으며, 제작유형은 '자체 제작'이 87.1%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '하도급 제작'이 10.5%, '원도급 수주'가 2.1%, '하도급 수주'가 0.3%의 순으로 나타났다. 제작 비율로는 '음악'의 자체 제작 비율이 95.6%로 가장 높게 나타났고, '영화'는 63.3%로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-325] 전북 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

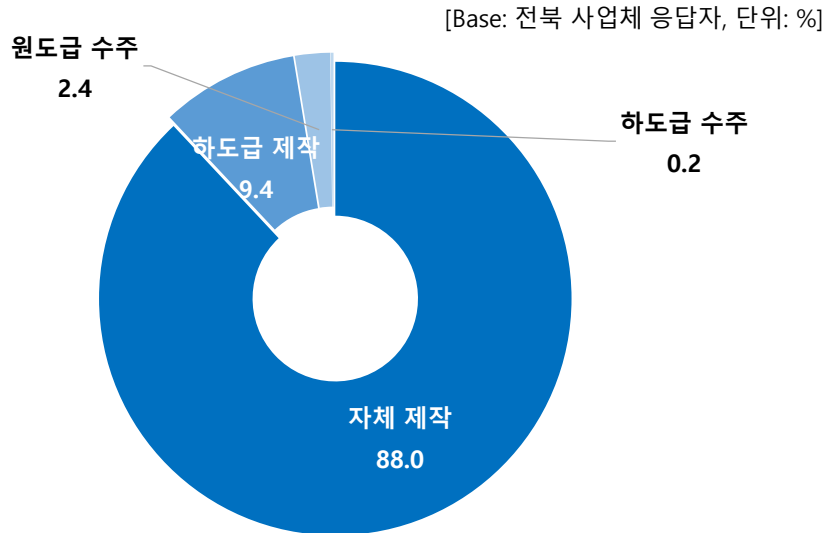
<표 2-375> 전북 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위: 건, %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>30.0</b>	<b>100.0</b>	<b>87.1</b>	<b>10.5</b>	<b>2.1</b>	<b>0.3</b>	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	12.8	100.0	95.6	4.4	0.0	0.0
	게임	2.4	100.0	86.4	12.0	0.7	0.8
	영화	20.1	100.0	63.3	36.7	0.0	0.0
	애니메이션	20.0	100.0	80.0	0.0	20.0	0.0
	방송	17.6	100.0	82.7	4.3	12.7	0.3
	캐릭터	51.8	100.0	92.0	8.0	0.0	0.0
	지식정보	47.4	100.0	85.4	12.5	1.7	0.4
	콘텐츠솔루션	11.0	100.0	90.7	9.3	0.0	0.0

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 20.1건이었으며, ‘캐릭터’가 51.8건으로 가장 높았으며, ‘게임’이 2.4건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-326] 전북 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

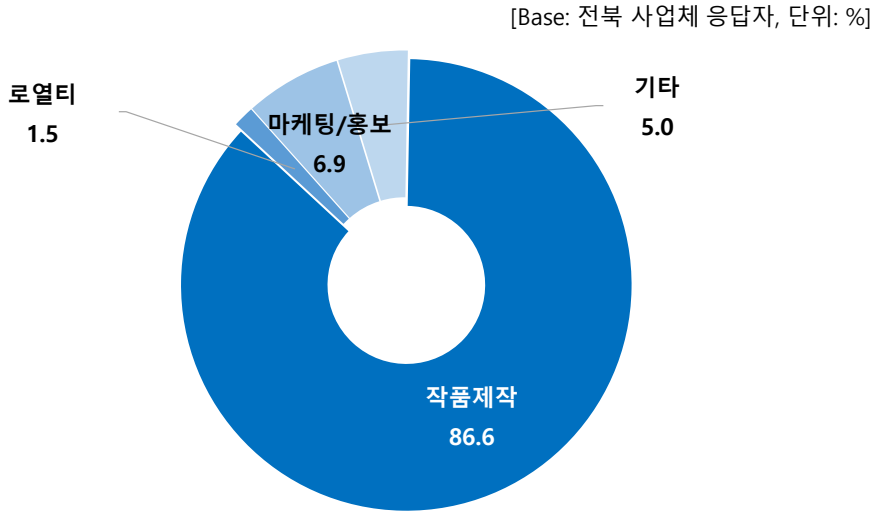
<표 2-376> 전북 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위 : 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	20.1	100.0	88.0	9.4	2.4	0.2
만화	-	-	-	-	-	-
음악	12.8	100.0	95.6	4.4	0.0	0.0
게임	2.4	100.0	86.4	12.0	0.7	0.8
영화	20.1	100.0	63.3	36.7	0.0	0.0
애니메이션	20.0	100.0	80.0	0.0	20.0	0.0
방송	17.6	100.0	82.7	4.3	12.7	0.3
캐릭터	51.8	100.0	92.0	8.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	11.0	100.0	90.7	9.3	0.0	0.0

### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

전북 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 284.0백만 원이었으며, 86.6%의 제작비가 ‘작품 제작’에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 ‘마케팅/홍보’가 6.9%, ‘기타’ 5.0%, ‘로열티’ 1.5% 순으로 나타났다. 분야별로 ‘영화’의 경우 100.0%가 ‘작품 제작’에 투입되고 있었으며, ‘애니메이션’의 경우 ‘작품 제작’의 비율이 40.0%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.



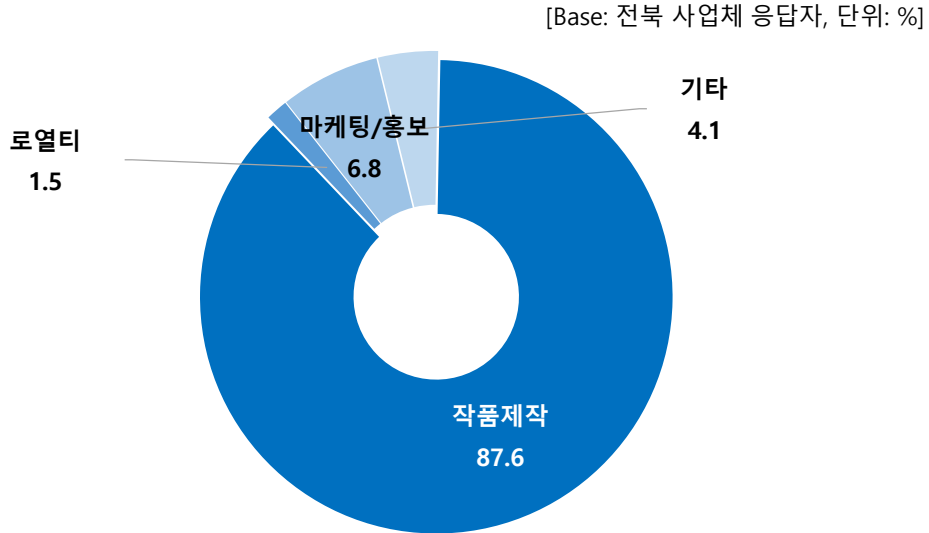
[그림 2-327] 전북 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율

<표 2-377> 전북 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>284.0</b>	<b>100.0</b>	<b>86.6</b>	<b>1.5</b>	<b>6.9</b>	<b>5.0</b>	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	140.9	100.0	88.3	0.6	8.1	3.1
	게임	418.0	100.0	78.5	6.1	8.3	7.0
	영화	127.4	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	애니메이션	50.0	100.0	40.0	20.0	20.0	20.0
	방송	177.5	100.0	89.6	0.4	7.5	2.5
	캐릭터	571.0	100.0	93.2	0.0	4.3	2.5
	지식정보	293.9	100.0	85.0	1.5	6.9	6.6
	콘텐츠솔루션	125.2	100.0	84.7	0.0	8.6	6.7

지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 278.5백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘캐릭터’가 571.0백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘게임’ 418.0백만 원, ‘방송’ 177.5백만 원으로 나타났다.



[그림 2-328] 전북 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-378> 전북 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)  
(단위 : 백만 원, %)

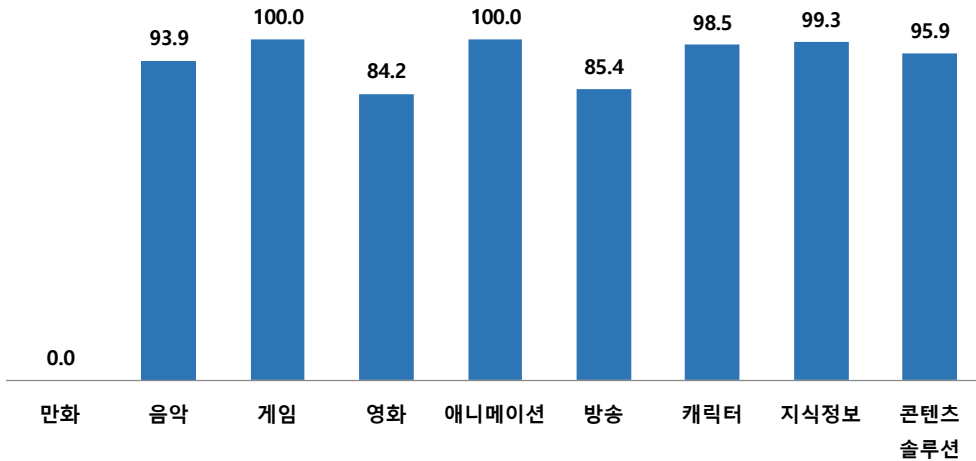
분야	신규제작 비용	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/ 홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>278.5</b>	<b>100.0</b>	<b>87.6</b>	<b>1.5</b>	<b>6.8</b>	<b>4.1</b>	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	140.9	100.0	88.3	0.6	8.1	3.1
	게임	418.0	100.0	78.5	6.1	8.3	7.0
	영화	127.4	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	애니메이션	50.0	100.0	40.0	20.0	20.0	20.0
	방송	177.5	100.0	89.6	0.4	7.5	2.5
	캐릭터	571.0	100.0	93.2	0.0	4.3	2.5
	콘텐츠솔루션	125.2	100.0	84.7	0.0	8.6	6.7



#### 4) 상용근로자 비율

전북 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 96.2%로 나타났으며 ‘게임’, ‘애니메이션’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘영화’가 84.2%로 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-329] 전북 지역 상용근로자 비율

<표 2-379> 전북 지역 분야별 상용근로자 비율

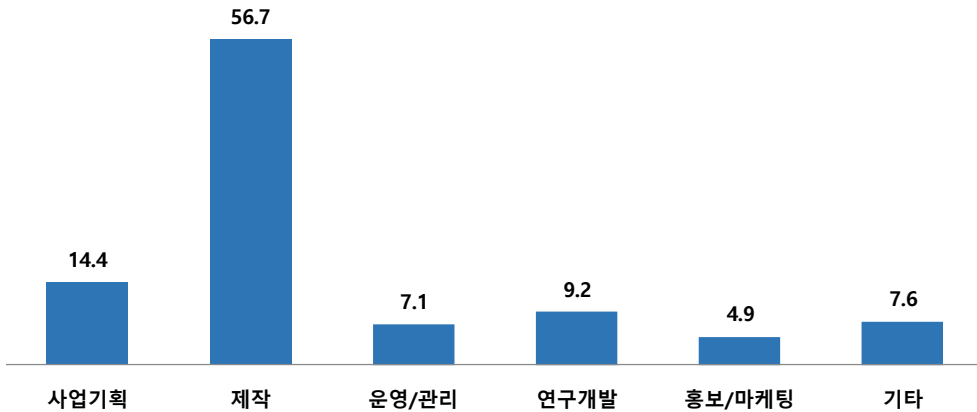
(단위 : %)

분야		비율
전체		96.2
분야	만화	-
	음악	93.9
	게임	100.0
	영화	84.2
	애니메이션	100.0
	방송	85.4
	캐릭터	98.5
	지식정보	99.3
	콘텐츠솔루션	95.9

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

전북 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 56.7%로 가장 높게 나타났으며 ‘사업기획’ 14.4%, ‘연구개발’ 9.2% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘방송’으로 78.2%였으며, ‘사업기획’의 직무 비율은 ‘영화’가 22.0%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-330] 전북 지역 상용근로자의 직무별 비율

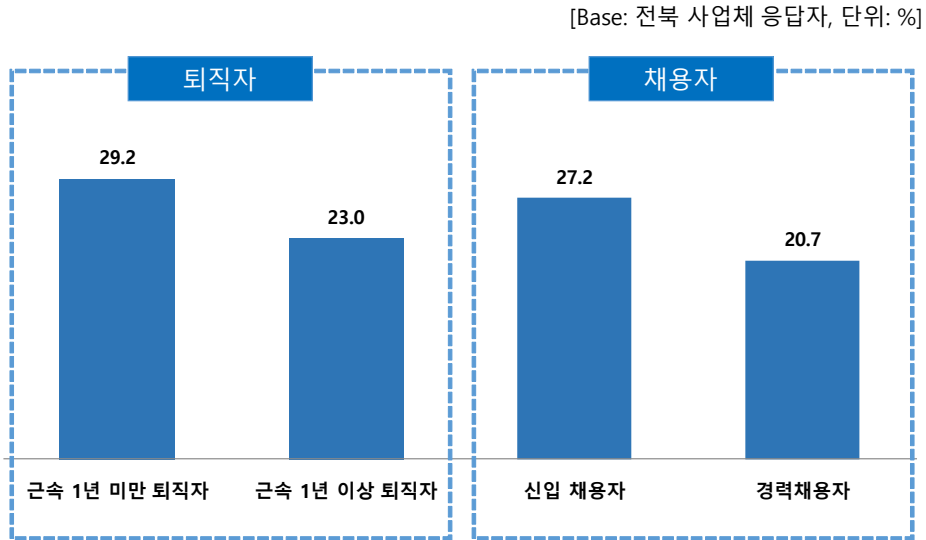
<표 2-380> 전북 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

(단위 : %)

분야	합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타	
전체	100.0	14.4	56.7	7.1	9.2	4.9	7.6	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	
	음악	100.0	10.7	58.1	4.2	0.8	2.3	24.0
	게임	100.0	11.1	46.5	5.3	27.5	5.4	4.3
	영화	100.0	22.0	49.4	11.3	0.0	17.3	0.0
	애니메이션	100.0	0.0	40.0	0.0	30.0	30.0	0.0
	방송	100.0	4.4	78.2	7.4	2.7	6.1	1.3
	캐릭터	100.0	7.1	68.5	6.7	9.1	4.8	3.9
	지식정보	100.0	20.9	52.0	7.5	9.7	4.0	5.9
	콘텐츠솔루션	100.0	17.6	50.4	10.9	9.4	4.2	7.4

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

전북 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '퇴직자'의 비율이 52.1%로 '채용자' 비율인 47.9%보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 29.2%가 '근속 1년 미만 퇴직자'였으며, 채용자는 27.2%가 '신입 채용자'로 나타났다. 분야별로는 '콘텐츠솔루션' 분야의 퇴직자 비율이 76.5%로 가장 높았으며, '캐릭터' 분야의 채용자 비율이 56.9%로 높게 나타났다.



[그림 2-331] 전북 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-381> 전북 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

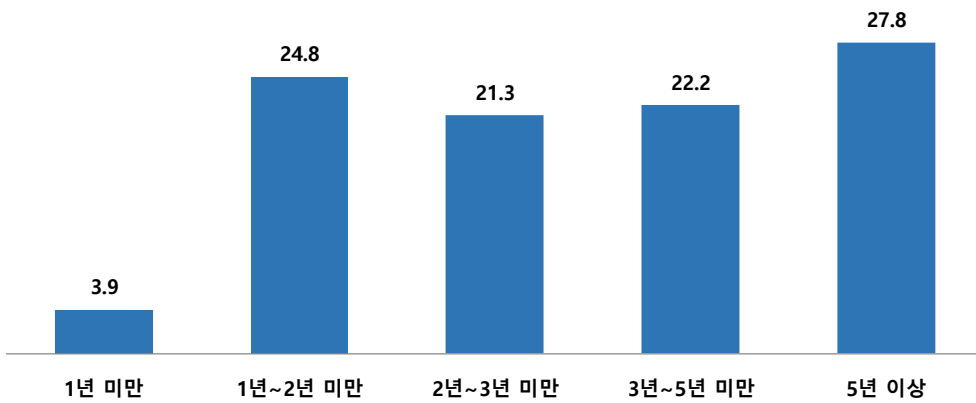
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년 미만 퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자
전체	52.1	29.2	23.0	47.9	27.2	20.7
분야	만화	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	음악	69.0	26.2	42.9	31.0	16.7
	게임	48.4	27.1	21.3	51.6	37.7
	영화	60.0	50.0	10.0	40.0	0.0
	애니메이션	-	-	-	-	-
	방송	46.7	33.3	13.3	53.3	33.3
	캐릭터	43.1	25.5	17.6	56.9	31.4
	지식정보	47.5	19.5	27.9	52.5	26.8
	콘텐츠솔루션	76.5	47.1	29.4	23.5	11.8
	콘텐츠 이외분야	54.1	34.0	20.1	45.9	21.0

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

전북 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 41.54개월이었으며, '5년 이상' 27.8%, '1~2년 미만' 24.8%, '3~5년 미만' 22.2% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 '지식정보'의 평균 근속 개월 수가 54.93개월로 가장 길게 나타났고, '애니메이션'은 18.00개월로 가장 짧은 근속 개월로 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-332] 전북 지역 상용근로자의 평균 근속기간

<표 2-382> 전북 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

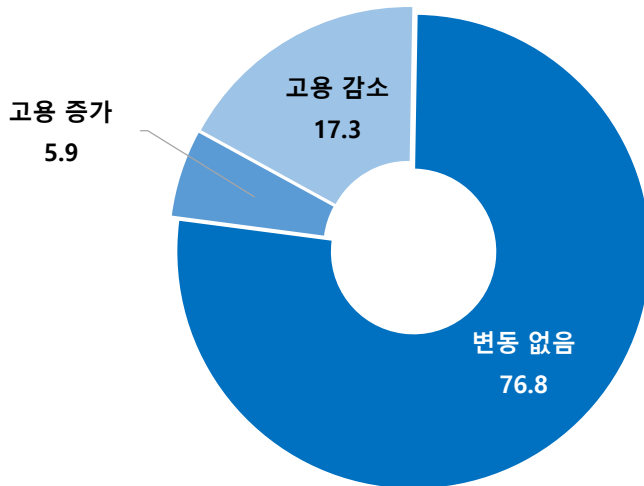
(단위: % 개월)

분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균근속 개월 수	
전체	100.0	3.9	24.8	21.3	22.2	27.8	41.54	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	
	음악	100.0	0.0	36.0	4.0	28.0	32.0	38.88
	게임	100.0	0.0	28.7	25.4	30.4	15.6	31.67
	영화	100.0	14.3	14.3	0.0	14.3	57.1	49.57
	애니메이션	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	18.00
	방송	100.0	6.3	37.5	12.5	12.5	31.3	33.13
	캐릭터	100.0	9.1	4.5	50.0	22.7	13.6	34.27
	지식정보	100.0	1.7	10.8	28.1	25.6	33.9	54.93
	콘텐츠솔루션	100.0	8.2	68.2	0.0	5.9	17.6	24.07

### 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 전북 지역 사업체의 76.8%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 5.9%, ‘고용감소’는 17.3%로 나타났다. 고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 4.63명, 감소 인원은 2.76명이었다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-333] 전북 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-383> 전북 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화

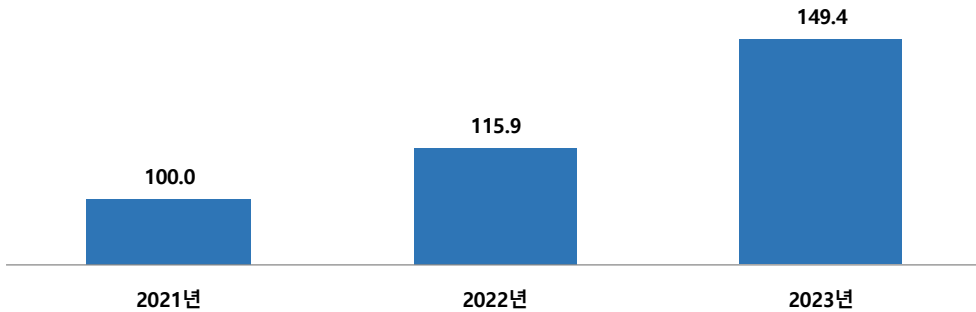
(단위 : % 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	5.9	17.3	76.8	4.63	2.76	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	100.0	0.0	16.0	84.0	-	3.50
	게임	100.0	15.6	16.1	68.3	5.50	5.00
	영화	100.0	14.3	28.6	57.1	6.00	1.50
	애니메이션	100.0	0.0	100.0	0.0	-	1.00
	방송	100.0	12.5	12.5	75.0	2.00	5.50
	캐릭터	100.0	4.5	0.0	95.5	5.00	-
	지식정보	100.0	5.0	24.8	70.2	5.00	1.53
	콘텐츠솔루션	100.0	0.0	11.8	88.2	-	6.50

### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

전북 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 53.5%의 사업체가 '증가'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 66.7%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 분야 중 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 사업은 '애니메이션'으로 100.0%였으며, '캐릭터'가 86.4%로 그 뒤를 이었다. 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 '영화'로 42.9%가 '감소'했다고 응답하였다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 '애니메이션' 100.0%, '콘텐츠솔루션' 88.2% 등이었으며 '영화'는 '감소'할 것이라는 응답이 28.6%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-334] 전북 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

<표 2-384> 전북 지역 콘텐츠 분야별 경영 현황 및 전망

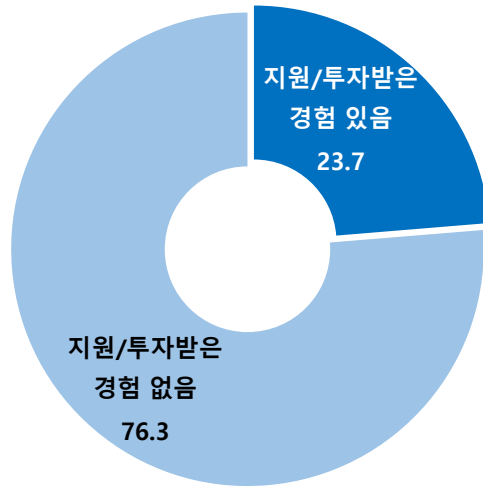
(단위 : %)

분야	2022년 평균					2023년 평균				
	합계	감소	동일	증가	합계	감소	동일	증가		
전체	115.92	100.0	13.9	32.7	53.5	149.39	100.0	9.4	24.0	66.7
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	105.60	100.0	8.0	52.0	40.0	140.60	100.0	0.0	40.0	60.0
게임	113.43	100.0	25.4	0.0	74.6	195.78	100.0	17.0	0.0	83.0
영화	87.14	100.0	42.9	57.1	0.0	99.29	100.0	28.6	28.6	42.9
애니메이션	120.00	100.0	0.0	0.0	100.0	150.00	100.0	0.0	0.0	100.0
방송	112.50	100.0	25.0	25.0	50.0	152.50	100.0	12.5	31.3	56.3
캐릭터	111.14	100.0	9.1	4.5	86.4	132.27	100.0	9.1	4.5	86.4
지식정보	110.27	100.0	10.8	50.3	38.9	125.38	100.0	9.1	34.7	56.2
콘텐츠솔루션	174.71	100.0	5.9	11.8	82.4	237.76	100.0	5.9	5.9	88.2

### 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

전북 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 23.7%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘음악’과 ‘게임’ 사업체의 경우 각각 40.0%, 33.1%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-335] 전북 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-385> 전북 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

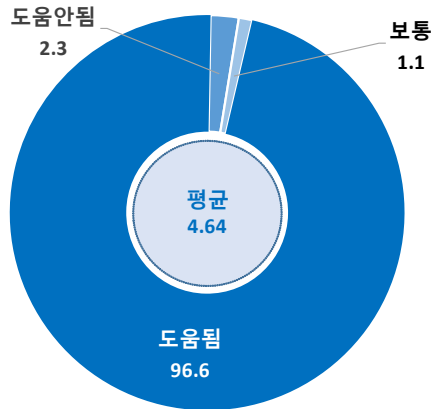
(단위 : %)

분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	23.7	76.3	100.0
만화	-	-	-
음악	40.0	60.0	100.0
게임	33.1	66.9	100.0
영화	28.6	71.4	100.0
애니메이션	0.0	100.0	100.0
방송	18.8	81.3	100.0
캐릭터	31.8	68.2	100.0
지식정보	10.0	90.0	100.0
콘텐츠솔루션	31.8	68.2	100.0

### 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 전북 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 96.6%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 2.3%로 나타났다. 평균 도움 정도는 ‘음악’, ‘게임’, ‘방송’ 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 전북지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-336] 전북 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-386> 분야별 전북 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

(단위 : %)

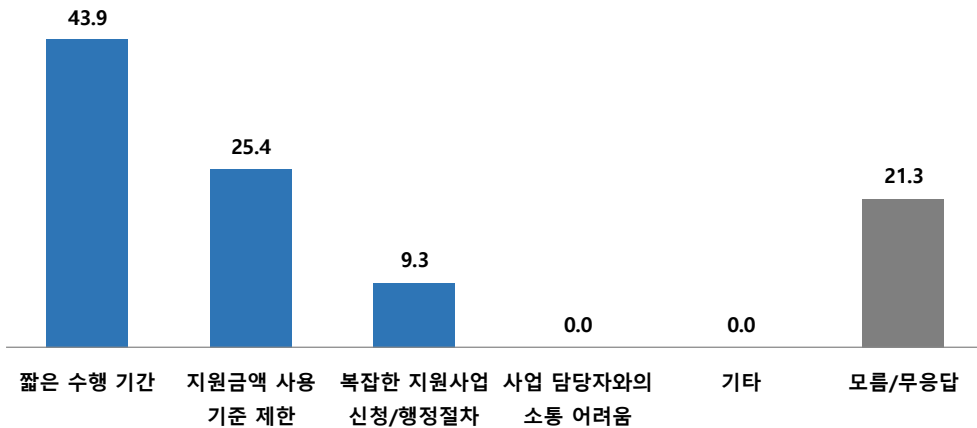
분야	① 매우 도움안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	1.1	1.1	1.1	25.7	70.9	2.3	96.6	4.64
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
게임	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
영화	0.0	20.0	0.0	0.0	80.0	20.0	80.0	4.40
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	-
방송	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
캐릭터	0.0	0.0	0.0	48.4	51.6	0.0	100.0	4.52
지식정보	6.3	0.0	6.3	37.5	50.0	6.3	87.5	4.25
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	25.9	74.1	0.0	100.0	4.74



## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 43.9%의 사업체가 ‘짧은 수행 기간’이라고 응답하였으며, ‘지원금액 사용 기준 제한’ 25.4%, ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’ 9.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 전북지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-337] 전북 지역 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-387> 전북 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

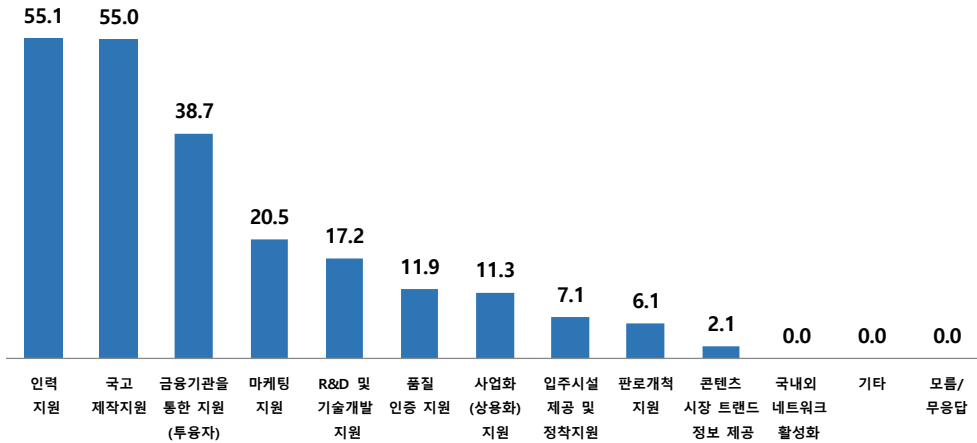
(단위 : %)

분야	짧은 수행 기간	지원금액 사용 기준 제한	복잡한 지원사업 신청/행정절차	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	43.9	25.4	9.3	0.0	0.0	21.3	100.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	20.0	30.0	0.0	0.0	0.0	50.0	100.0
게임	72.1	0.0	27.9	0.0	0.0	0.0	100.0
영화	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	100.0
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
지식정보	50.0	16.7	16.7	0.0	0.0	16.7	100.0
콘텐츠솔루션	0.0	74.1	0.0	0.0	0.0	25.9	100.0

### 13) 필요 지원 분야

전북 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 55.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘국고 제작 지원’ 55.0%, ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 38.7%, ‘마케팅 지원(광고 및 판촉 지원 등)’ 20.5% 등의 순으로 높았다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-338] 전북 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

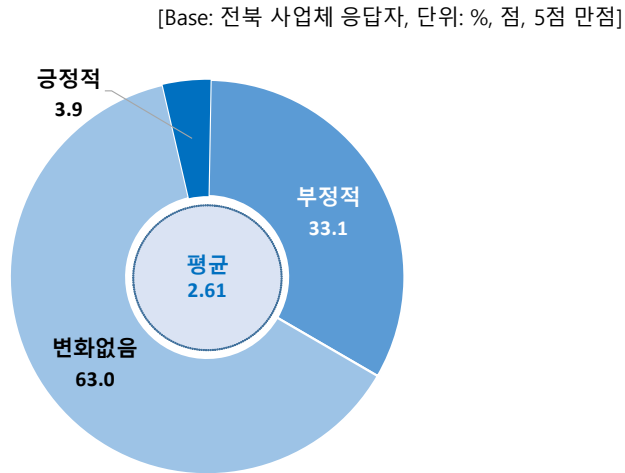
<표 2-388> 전북 지역 분야별 필요 지원 분야

(단위 : %)

분야	인력 지원(인건비, 전문 교육 지원 등)	국고 제작 지원	금융기관을 통한 지원 (투융자)	마케팅 지원(광고 및 판촉지원 등)	R&D 및 기술개발 지원	품질 인증 지원 (특히 인증 등)	사업화(상용화)지원 (사제품 개발 지원 등)	입주시설 제공 및 정착 지원	판로 개척 지원	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성화	기타	모름/무응답
전체	55.1	55.0	38.7	20.5	17.2	11.9	11.3	7.1	6.1	2.1	0.0	0.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	48.0	56.0	52.0	0.0	8.0	8.0	0.0	8.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	71.9	33.1	16.7	53.5	50.6	0.0	7.8	0.0	17.6	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	57.1	57.1	28.6	0.0	14.3	0.0	28.6	28.6	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	68.8	62.5	25.0	12.5	0.0	12.5	18.8	12.5	18.8	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	63.6	63.6	50.0	40.9	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	46.3	59.4	36.3	17.3	24.1	19.0	14.9	7.4	3.3	4.1	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	57.6	44.7	49.4	11.8	11.8	14.1	20.0	8.2	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0

## 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 63.0%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 33.1%의 사업체가 ‘부정적’, 3.9%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 100.0%로 ‘애니메이션’이 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘영화’ 14.3%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.



[그림 2-339] 전북 지역 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-389> 전북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

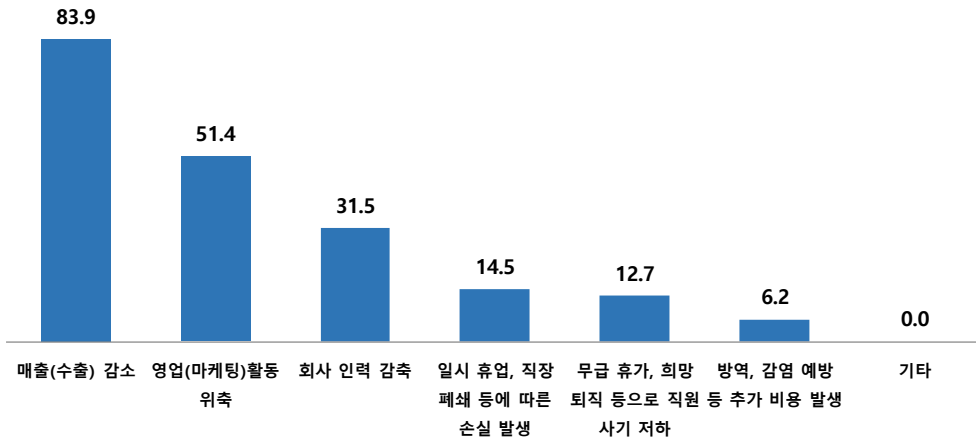
(단위 : %, 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	9.9	23.3	63.0	3.9	0.0	33.1	3.9	2.61
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	12.0	20.0	68.0	0.0	0.0	32.0	0.0	2.56
게임	0.0	15.6	76.7	7.8	0.0	15.6	7.8	2.92
영화	42.9	0.0	42.9	14.3	0.0	42.9	14.3	2.29
애니메이션	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	1.00
방송	6.3	18.8	68.8	6.3	0.0	25.0	6.3	2.75
캐릭터	0.0	27.3	68.2	4.5	0.0	27.3	4.5	2.77
지식정보	14.0	33.0	51.3	1.7	0.0	47.0	1.7	2.41
콘텐츠솔루션	0.0	11.8	82.4	5.9	0.0	11.8	5.9	2.94

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 83.9%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 51.4%, ‘회사인력감축’ 31.5% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-340] 전북 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-390> 전북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

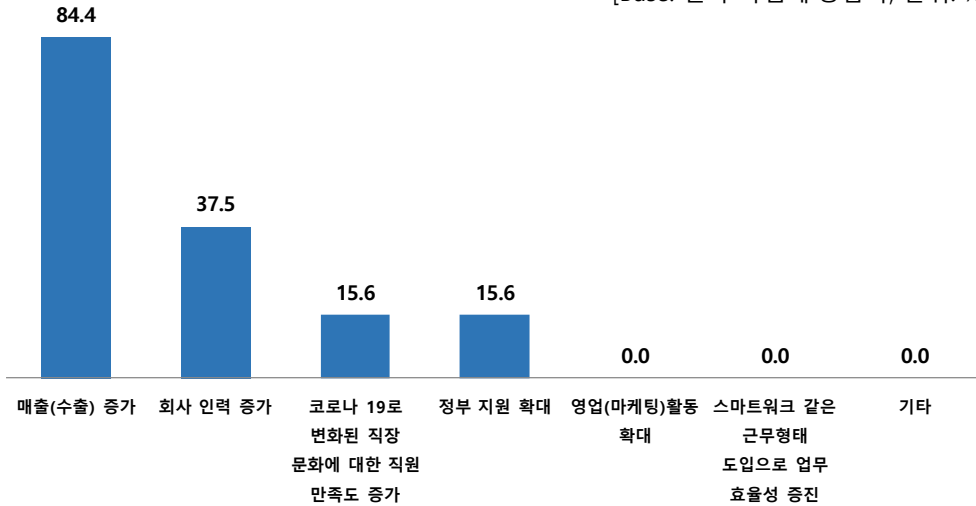
(단위 : %)

분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	회사 인력 감축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 등 추가 비용 발생	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	기타
전체	83.9	51.4	31.5	14.5	12.7	6.2	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	62.5	62.5	75.0	25.0	0.0	12.5	0.0
게임	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
영화	100.0	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
애니메이션	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	100.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	100.0	83.3	0.0	83.3	83.3	0.0	0.0
지식정보	87.7	42.1	28.1	3.5	3.5	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	50.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0

## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출)증가’가 84.4%로 가장 높았으며, ‘회사 인력 증가’ 37.5%, ‘코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가’, ‘정부 지원 확대’ 15.6% 순으로 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-341] 전북 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-391> 전북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

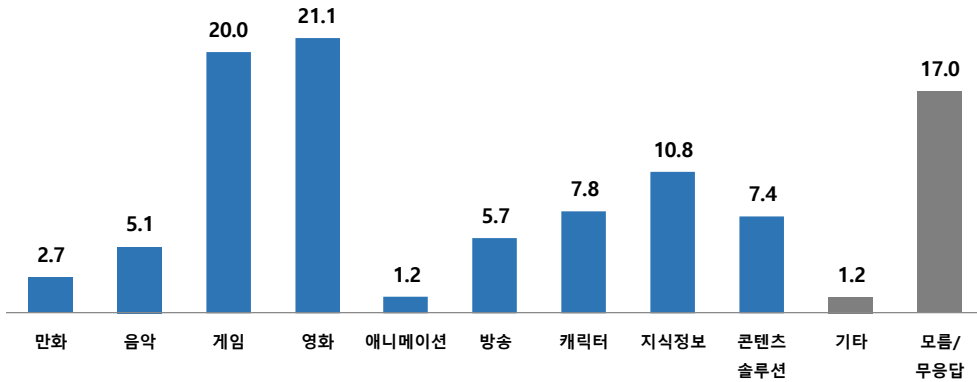
(단위 : %)

분야	매출(수출) 증가	회사 인력 증가	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	정부 지원 확대	영업(마케팅) 활동 확대	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	기타
전체	84.4	37.5	15.6	15.6	0.0	0.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘영화’가 21.1%로 가장 높았으며, ‘게임’이 20.0% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-342] 전북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-392> 전북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

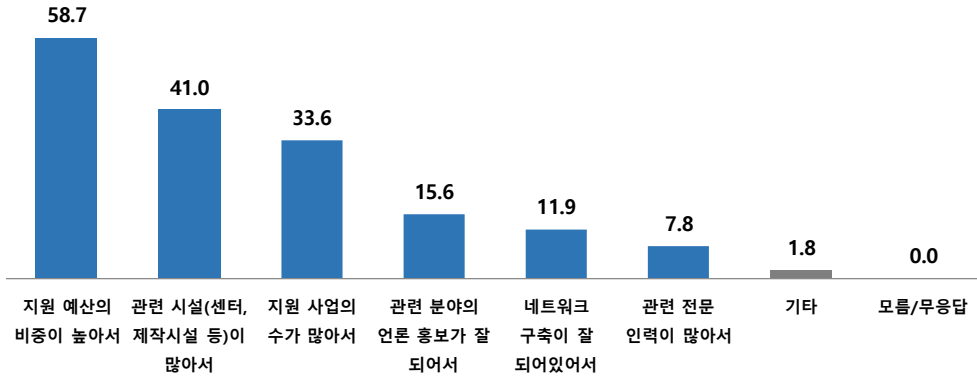
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션	기타	모름/무응답
전체	2.7	5.1	20.0	21.1	1.2	5.7	7.8	10.8	7.4	1.2	17.0
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	8.0	12.0	40.0	20.0	0.0	8.0	0.0	0.0	8.0	0.0	4.0
게임	8.3	0.0	42.0	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0	7.8	0.0	32.6
영화	14.3	0.0	0.0	42.9	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	28.6
애니메이션	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	0.0	12.5	12.5	12.5	0.0	18.8	12.5	6.3	6.3	0.0	18.8
캐릭터	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	9.1	22.7	9.1	0.0	9.1	0.0
지식정보	0.0	4.1	15.7	16.6	0.0	4.1	3.3	23.1	7.4	0.0	25.7
콘텐츠 솔루션	0.0	5.9	24.7	8.2	11.8	0.0	23.5	5.9	14.1	0.0	5.9

### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 58.7%, ‘관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서’ 41.0%, ‘지원사업의 수가 많아서’ 33.6%, ‘관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서’ 15.6% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-343] 전북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-393> 분야별 전북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

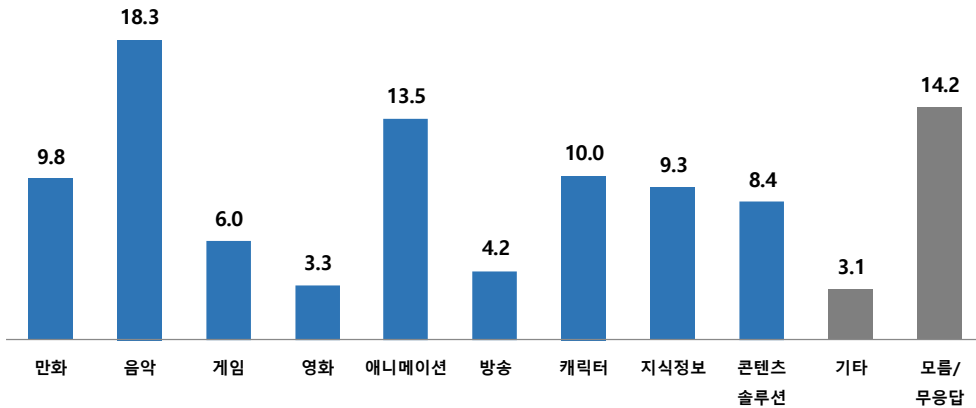
(단위: %)

분야	지원 예산의 비중이 높아서	관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서	지원사업의 수가 많아서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	네트워크 구축이 잘 되어있어서	관련 전문 인력이 많아서	기타	모름/무응답
전체	58.7	41.0	33.6	15.6	11.9	7.8	1.8	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	54.2	4.2	20.8	45.8	20.8	4.2	0.0	0.0
게임	45.9	39.8	26.1	0.0	40.4	39.6	0.0	0.0
영화	60.0	40.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	61.5	23.1	61.5	23.1	0.0	7.7	0.0	0.0
캐릭터	59.1	90.9	9.1	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0
지식정보	54.4	44.5	41.1	7.8	10.0	0.0	5.5	0.0
콘텐츠슬루션	81.3	30.0	42.5	6.3	0.0	25.0	0.0	0.0

## 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘음악’이 18.3%, 다음으로 ‘모름/무응답’이 14.2%, ‘애니메이션’이 13.5% 순으로 높았다. ‘애니메이션’의 경우 ‘음악’이 100.0%의 비율로 소외되어 있다고 응답했다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-344] 전북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-394> 분야별 전북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

(단위 : %)

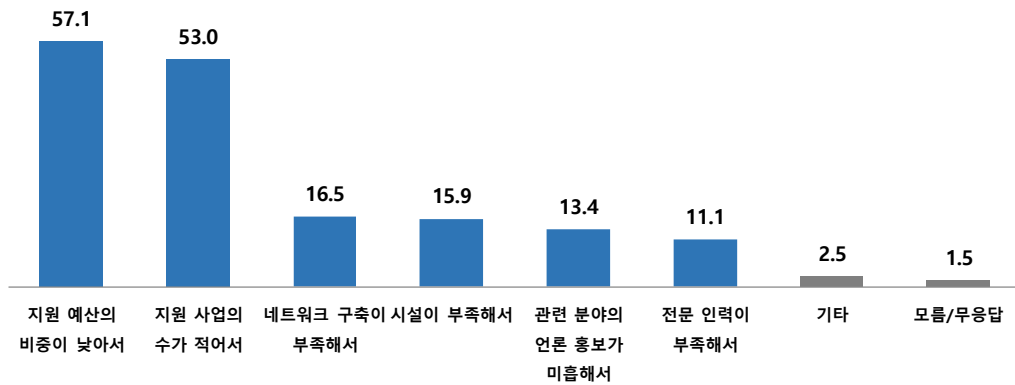
분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션	기타	모름/무응답
전체	9.8	18.3	6.0	3.3	13.5	4.2	10.0	9.3	8.4	3.1	14.2
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	4.0	36.0	0.0	0.0	48.0	0.0	0.0	8.0	0.0	0.0	4.0
게임	13.9	20.4	16.1	0.0	0.0	0.0	9.3	0.0	7.8	9.3	23.3
영화	0.0	14.3	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0	42.9
애니메이션	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	18.8	6.3	0.0	6.3	6.3	31.3	0.0	0.0	18.8	6.3	6.3
캐릭터	9.1	0.0	22.7	0.0	0.0	0.0	59.1	0.0	9.1	0.0	0.0
지식정보	8.2	13.2	3.3	4.1	13.2	1.7	3.3	20.7	7.4	4.1	20.7
콘텐츠솔루션	16.5	40.0	0.0	5.9	8.2	5.9	0.0	5.9	5.9	0.0	11.8



가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원 예산 비중이 낮아서’가 57.1%로 가장 높았고, ‘지원사업의 수가 적어서’가 53.0%, ‘네트워크 구축이 부족해서’ 16.5% 등의 순으로 나타났다. ‘애니메이션’의 경우 ‘지원 예산의 비중이 낮아서’, ‘시설이 부족해서’라는 응답이 100.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-345] 전북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

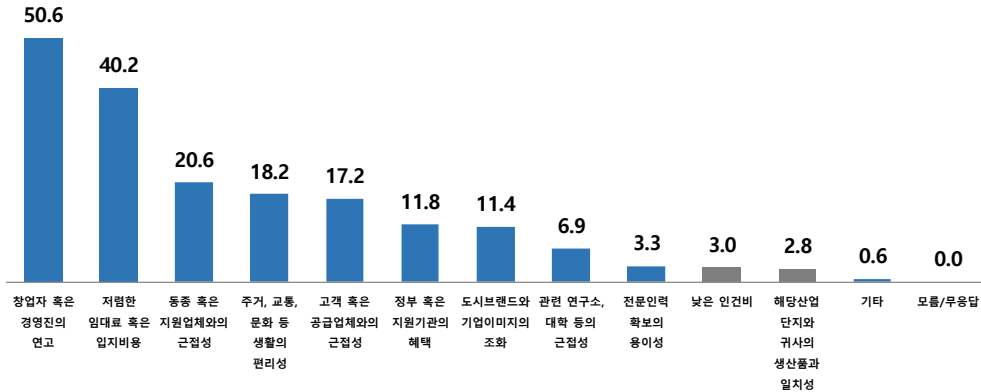
<표 2-395> 분야별 전북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)  
(단위 : %)

분야	지원 예산의 비중이 낮아서	지원사업의 수가 적어서	네트워크 구축이 부족해서	시설이 부족해서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	전문인력이 부족해서	기타	모름/무응답
전체	57.1	53.0	16.5	15.9	13.4	11.1	2.5	1.5
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-
	음악	33.3	70.8	20.8	0.0	8.3	16.7	0.0
	게임	39.0	24.7	11.5	42.6	12.4	35.4	0.0
	영화	20.0	40.0	20.0	0.0	40.0	0.0	20.0
	애니메이션	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송	53.8	53.8	23.1	15.4	23.1	7.7	0.0
	캐릭터	81.8	90.9	18.2	0.0	0.0	9.1	0.0
	지식정보	66.7	33.3	10.0	24.5	15.5	6.7	5.5
콘텐츠솔루션	57.5	57.5	23.8	17.5	18.8	6.3	0.0	

### 17) 전북 지역에 사업장을 선택한 이유

전북 지역 콘텐츠 사업체가 전북 지역을 선택한 이유에 대해 50.6%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘저렴한 임대료 혹은 입지 비용’ 40.2%, ‘동종 혹은 지원업체와의 근접성’ 20.6% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-346] 전북 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-396> 분야별 전북 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

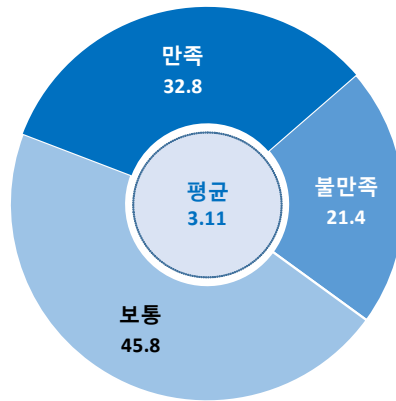
(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진의 연고	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	동종 혹은 지원업체와의 근접성	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	고객 혹은 공급업체와의 근접성	정부 혹은 지원기관의 혜택	도시브랜드와 기업이미지의 조화	관련 연구소, 대학 등의 근접성	전문인력 확보의 용이성	낮은 인건비	해당산업 단지와의 귀사의 생산품과 일치성	기타	모름/무응답
전체	50.6	40.2	20.6	18.2	17.2	11.8	11.4	6.9	3.3	3.0	2.8	0.6	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	52.0	20.0	0.0	8.0	32.0	12.0	28.0	20.0	0.0	0.0	4.0	4.0	0.0
게임	46.5	34.6	11.1	35.2	18.9	23.3	0.0	7.8	19.4	0.0	9.3	0.0	0.0
영화	71.4	28.6	0.0	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	43.8	37.5	31.3	0.0	6.3	12.5	18.8	6.3	6.3	12.5	6.3	0.0	0.0
캐릭터	63.6	81.8	0.0	9.1	0.0	0.0	36.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	52.1	32.2	33.0	29.7	17.3	14.1	0.0	3.3	1.7	5.0	1.7	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	31.8	54.1	37.6	5.9	28.2	5.9	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

## 18) 전북 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

전북 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 32.8%가 만족한다고 응답하여 불만족인 21.4%보다 11.4%p 높게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 '게임'이 3.47점으로 가장 높았으며 '방송'이 2.69점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-347] 전북 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-397> 전북 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

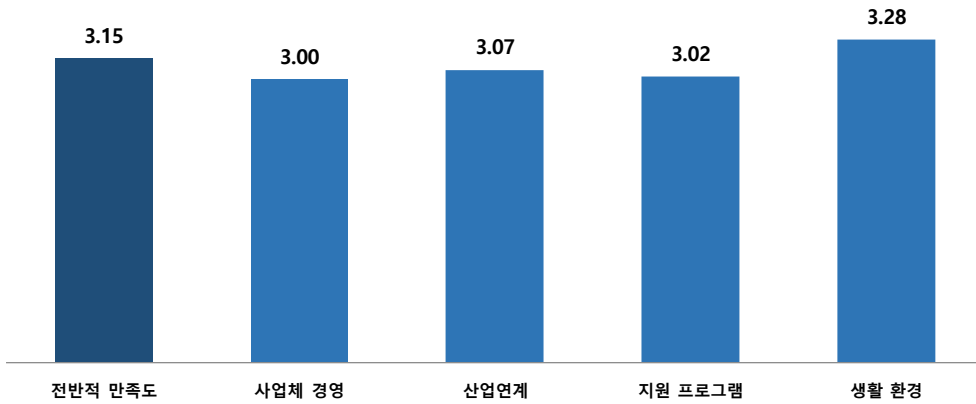
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 불만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	3.9	17.5	45.8	29.5	3.3	21.4	32.8	3.11
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	0.0	52.0	12.0	36.0	0.0	52.0	36.0	2.84
게임	0.0	9.3	54.3	17.0	19.4	9.3	36.5	3.47
영화	0.0	0.0	71.4	28.6	0.0	0.0	28.6	3.29
애니메이션	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
방송	12.5	25.0	43.8	18.8	0.0	37.5	18.8	2.69
캐릭터	0.0	4.5	45.5	50.0	0.0	4.5	50.0	3.45
지식정보	7.4	14.0	53.0	22.2	3.3	21.4	25.6	3.00
콘텐츠솔루션	0.0	5.9	49.4	44.7	0.0	5.9	44.7	3.39

### 19) 전북 지역 인프라 환경 구축 체감도

전북 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 3.15점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘생활 환경’이 3.28점으로 가장 높았으며, ‘산업연계’ 3.07점, ‘지원 프로그램’ 3.02점, ‘사업체 경영’ 3.00점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘콘텐츠솔루션’의 전반적 체감도가 3.74점으로 가장 높았으며, ‘영화’는 2.86점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-348] 전북 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-398> 전북 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

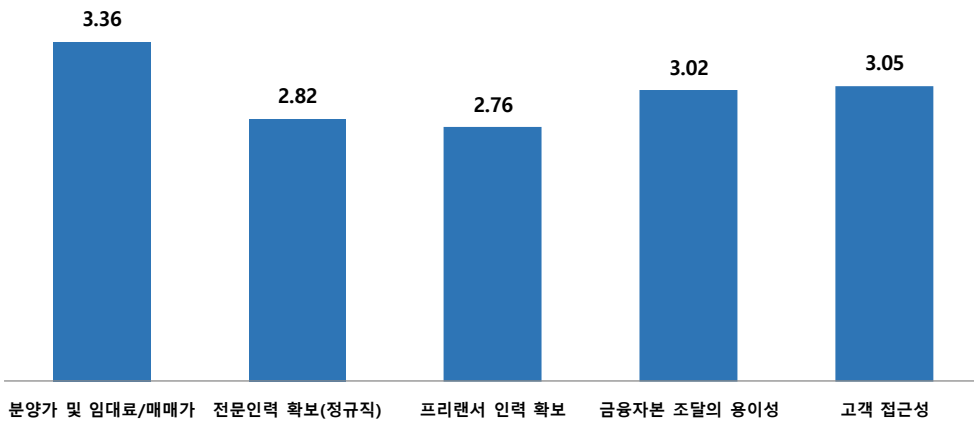
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체	3.00	3.07	3.02	3.28	3.15
만화	-	-	-	-	-
음악	2.89	3.01	3.04	3.18	3.32
게임	3.22	3.24	3.21	3.47	3.24
영화	2.77	3.03	3.17	3.07	2.86
애니메이션	3.60	3.80	3.50	3.00	3.00
방송	2.88	2.75	2.92	3.16	2.94
캐릭터	3.32	3.45	3.03	3.16	3.09
지식정보	2.83	2.87	2.88	3.33	2.99
콘텐츠솔루션	3.32	3.42	3.30	3.39	3.74

## 가) 사업체 경영

전북 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 3.00점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘분양가 및 임대료/매매가’가 3.36점으로 가장 높았으며, ‘고객 접근성’ 3.05점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 3.02점, ‘전문인력 확보(정규직)’ 2.82점, ‘프리랜서 인력 확보’ 2.76점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 평균 점수가 3.60점으로 가장 높았으며, ‘영화’는 2.77점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-349] 전북 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-399> 전북 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

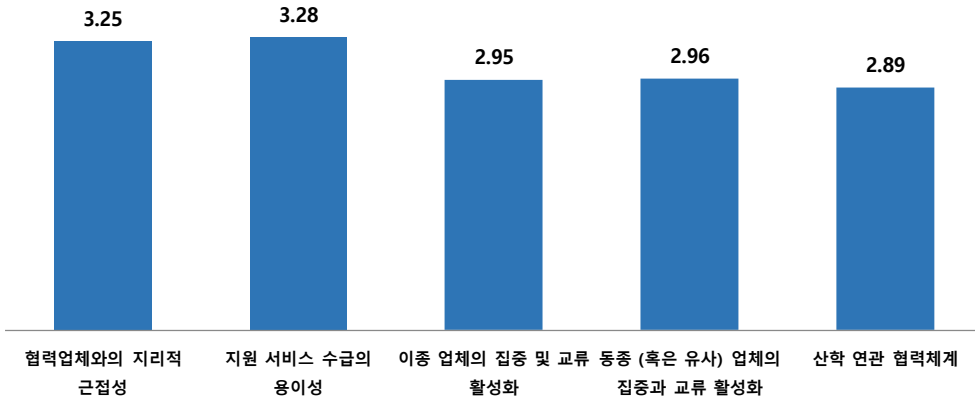
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.36	2.82	2.76	3.02	3.05	3.00
만화	-	-	-	-	-	-
음악	3.56	2.52	2.36	2.96	3.04	2.89
게임	3.32	3.17	2.99	3.46	3.14	3.22
영화	3.14	2.29	3.00	2.57	2.86	2.77
애니메이션	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.60
방송	3.44	2.63	2.56	2.69	3.06	2.88
캐릭터	3.59	3.36	3.36	3.23	3.05	3.32
지식정보	3.11	2.66	2.56	2.90	2.90	2.83
콘텐츠솔루션	3.62	3.12	3.04	3.29	3.54	3.32

## 나) 산업연계

전북 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 3.07점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘지원 서비스 수급의 용이성’이 3.28점으로 가장 높았으며, ‘협력업체와의 지리적 근접성’ 3.25점, ‘동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화’ 2.96점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.95점, ‘산학연관 협력체계’ 2.89점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 평균 점수가 3.80점으로 가장 높았으며, ‘방송’은 2.75점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-350] 전북 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-400> 전북 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

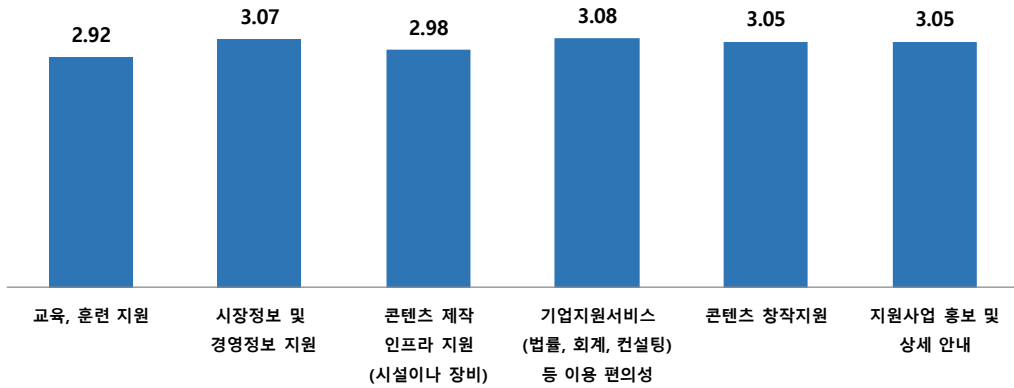
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학연관 협력체계	[5점 평균]
전체	3.25	3.28	2.95	2.96	2.89	3.07
만화	-	-	-	-	-	-
음악	3.08	3.12	3.08	3.08	2.68	3.01
게임	3.51	3.46	3.10	3.02	3.13	3.24
영화	3.14	3.43	3.00	2.86	2.71	3.03
애니메이션	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.80
방송	3.00	3.00	2.69	2.69	2.38	2.75
캐릭터	3.55	3.77	3.36	3.14	3.45	3.45
지식정보	3.09	3.07	2.67	2.77	2.76	2.87
콘텐츠솔루션	3.65	3.56	3.31	3.40	3.19	3.42

## 다) 지원 프로그램

전북 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 3.02점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘기업 지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성’이 3.08점으로 가장 높았으며, ‘시장정보 및 경영정보 지원’ 3.07점, ‘콘텐츠 창작지원’과 ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 3.05점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.98점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.92점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 평균 점수가 3.50점으로 가장 높았으며, ‘지식정보’는 2.88점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-351] 전북 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-401> 전북 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

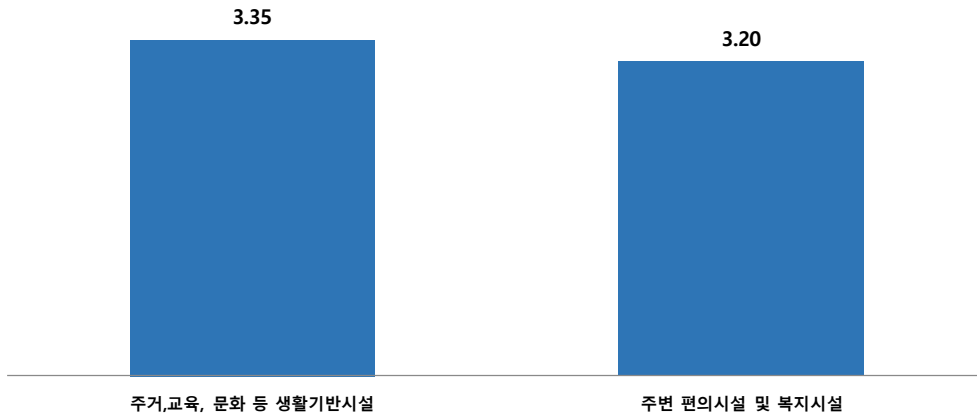
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작지원	지원사업 홍보 및 상세 안내	[5점 평균]
전체	2.92	3.07	2.98	3.08	3.05	3.05	3.02
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	3.08	3.08	2.96	3.04	2.88	3.20	3.04
게임	3.30	3.16	3.31	3.07	3.15	3.29	3.21
영화	3.29	3.00	3.00	3.00	3.43	3.29	3.17
애니메이션	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.50
방송	2.94	2.88	2.69	2.94	2.94	3.13	2.92
캐릭터	2.73	3.14	2.77	3.14	3.32	3.09	3.03
지식정보	2.74	3.04	2.86	3.05	2.88	2.73	2.88
콘텐츠솔루션	2.96	3.14	3.54	3.28	3.40	3.49	3.30

## 라) 생활환경

전북 지역의 생활환경 구축 체감도는 평균 3.28점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.35점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.20점으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.47점으로 가장 높았으며, ‘애니메이션’은 3.00점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전북 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-352] 전북 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-402> 전북 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.35	3.20	3.28
만화	-	-	-
음악	3.24	3.12	3.18
게임	3.55	3.40	3.47
영화	3.29	2.86	3.07
애니메이션	3.00	3.00	3.00
방송	3.19	3.13	3.16
캐릭터	3.18	3.14	3.16
지식정보	3.45	3.20	3.33
콘텐츠솔루션	3.34	3.44	3.39

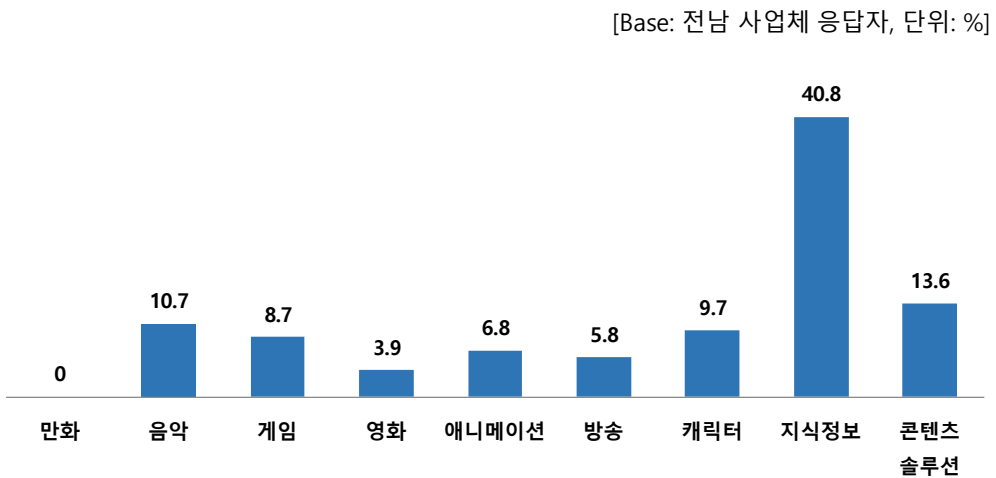


## 14. 전남

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

전남 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 103개였으며, ‘지식정보’ 사업체 수가 40.8%로 가장 많았으며, ‘콘텐츠솔루션’ 13.6%, ‘음악’ 10.7% 등의 순으로 나타났다.



[그림 2-353] 전남 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-403> 전남 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

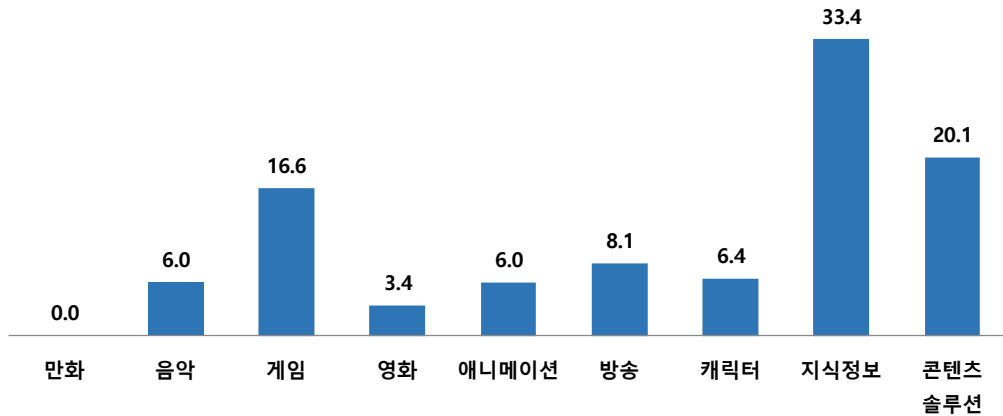
(단위 : 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	103	100.0
만화	-	-
음악	11	10.7
게임	9	8.7
영화	4	3.9
애니메이션	7	6.8
방송	6	5.8
캐릭터	10	9.7
지식정보	42	40.8
콘텐츠솔루션	14	13.6

## 2) 종사자 현황

전남 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 936명이었으며, ‘지식정보’ 분야의 종사자 비율이 33.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘콘텐츠솔루션’ 20.1%, ‘게임’ 16.6%, ‘방송’ 8.1% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-354] 전남 지역 콘텐츠 종사자 수 현황

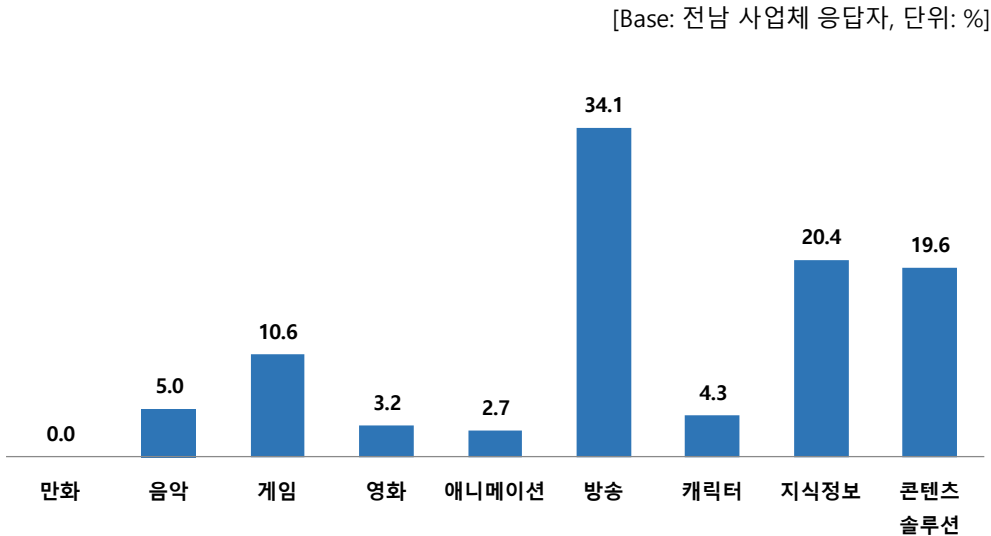
<표 2-404> 전남 지역 분야별 종사자 수 현황

(단위 : 명, %)

분야	종사자 수	비율
전체	936	100.0
만화	-	-
음악	56	6.0
게임	155	16.6
영화	32	3.4
애니메이션	56	6.0
방송	76	8.1
캐릭터	60	6.4
지식정보	313	33.4
콘텐츠솔루션	188	20.1

### 3) 매출액 현황

전남 지역의 콘텐츠 분야 평균 매출 규모는 약 922억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘방송’ 매출액이 314억 원으로 34.1%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘지식정보’가 188억 원 (20.4%), ‘콘텐츠솔루션’이 180억 원 (19.6%) 등의 순으로 나타났다.



[그림 2-355] 전남 지역 콘텐츠 매출액 현황

<표 2-405> 전남 지역 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원, %)

분야	매출액	비율
전체	92,206	100.0
만화	-	-
음악	4,629	5.0
게임	9,798	10.6
영화	2,968	3.2
애니메이션	2,490	2.7
방송	31,440	34.1
캐릭터	3,969	4.3
지식정보	18,841	20.4
콘텐츠솔루션	18,072	19.6

## 나. 설문조사 결과

전남 지역 내 사업체 103곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 전남 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 48.5%로 가장 많았으며, '5~9인', '10~49인'이 24.3% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 82.8%의 비중을 차지하였다.

<표 2-406> 전남 지역 응답 사업체 일반현황

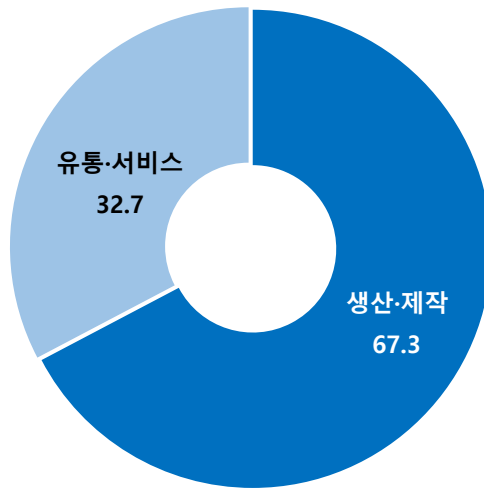
(단위 : 개, %)

분야	사례 수	비율
<b>전체</b>	<b>103</b>	<b>100.0</b>
규모	5인 미만	48.5
	5~9인	24.3
	10~49인	24.3
	50~99인	2.9
	100인 이상	0.0
콘텐츠분야	만화	-
	음악	10.7
	게임	8.7
	영화	3.9
	애니메이션	6.8
	방송	5.8
	캐릭터	9.7
	지식정보	40.8
	콘텐츠솔루션	13.6
사업체 구분	단독사업체	82.8
	본사본점	15.6
	공장, 지사(점), 영업소 등	1.6

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

전남 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 67.3%, ‘유통·서비스’가 32.7%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘애니메이션’으로 91.4%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 46.4%인 ‘음악’으로 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-356] 전남 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

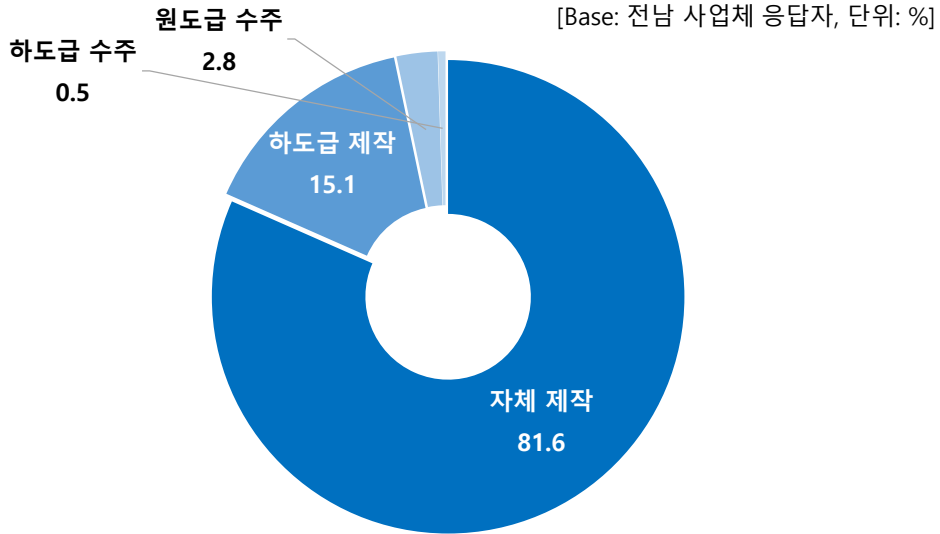
<표 2-407> 전남 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

(단위 : %)

분야	합계	생산·제작	유통·서비스	
전체	100.0	67.3	32.7	
분야	만화	-	-	
	음악	100.0	53.6	46.4
	게임	100.0	64.4	35.6
	영화	100.0	75.0	25.0
	애니메이션	100.0	91.4	8.6
	방송	100.0	83.3	16.7
	캐릭터	100.0	68.0	32.0
	지식정보	100.0	66.5	33.5
	콘텐츠솔루션	100.0	61.1	38.9

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

전남 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 98.3건이었으며, 제작유형은 '자체 제작'이 81.6%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '하도급 제작'이 15.1%, '원도급 수주'가 2.8%, '하도급 수주'가 0.5%의 순으로 나타났다. 제작 비율로는 '방송'의 자체 제작 비율이 95.3%로 가장 높게 나타났고, '영화'는 61.8%로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-357] 전남 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

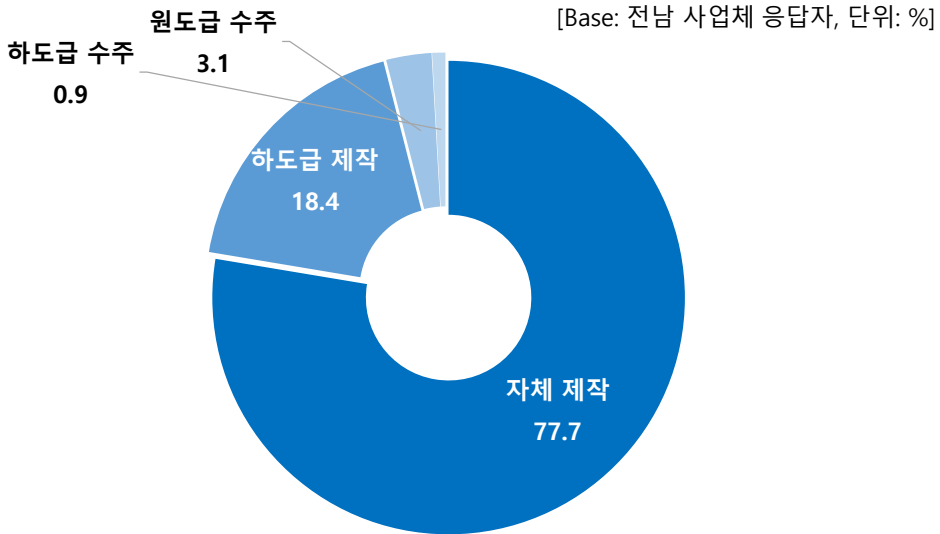
<표 2-408> 전남 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위: 건, %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>98.3</b>	<b>100.0</b>	<b>81.6</b>	<b>15.1</b>	<b>2.8</b>	<b>0.5</b>	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	9.3	100.0	93.1	6.3	0.5	0.1
	게임	1.9	100.0	75.6	18.9	3.3	2.2
	영화	6.9	100.0	61.8	38.3	0.0	0.0
	애니메이션	6.0	100.0	70.7	11.7	17.7	0.0
	방송	15.9	100.0	95.3	4.8	0.0	0.0
	캐릭터	10.8	100.0	81.1	18.9	0.0	0.0
	지식정보	225.3	100.0	87.7	10.0	2.3	0.0
	콘텐츠솔루션	19.4	100.0	69.2	26.9	1.9	1.9

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 10.9건이었으며, ‘콘텐츠솔루션’이 19.4건으로 가장 높았으며, ‘게임’이 1.9건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-358] 전남 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

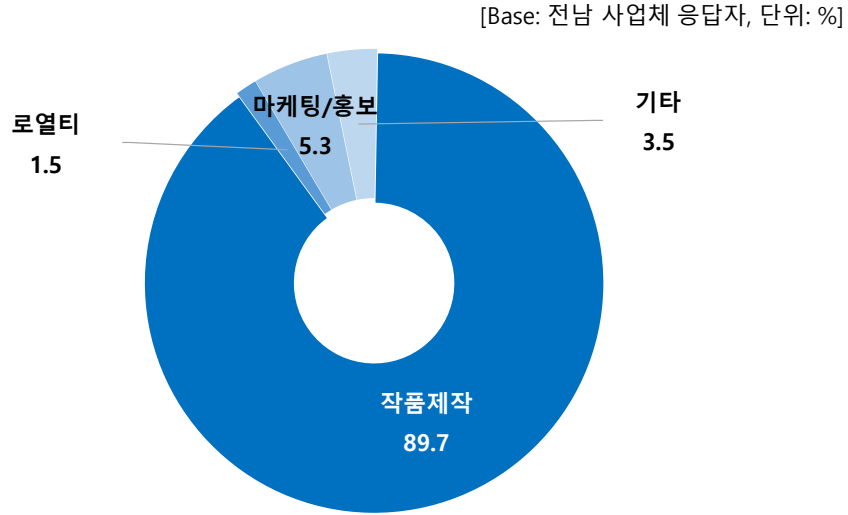
<표 2-409> 전남 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위 : 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	10.9	100.0	77.7	18.4	3.1	0.9
만화	-	-	-	-	-	-
음악	9.3	100.0	93.1	6.3	0.5	0.1
게임	1.9	100.0	75.6	18.9	3.3	2.2
영화	6.9	100.0	61.8	38.3	0.0	0.0
애니메이션	6.0	100.0	70.7	11.7	17.7	0.0
방송	15.9	100.0	95.3	4.8	0.0	0.0
캐릭터	10.8	100.0	81.1	18.9	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	19.4	100.0	69.2	26.9	1.9	1.9

### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

전남 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 241.1백만 원이었으며, 89.7%의 제작비가 ‘작품 제작’에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 ‘마케팅/홍보’가 5.3%, ‘기타’ 3.5%, ‘로열티’ 1.5% 순으로 나타났다. 분야별로 ‘방송’의 경우 96.5%가 ‘작품 제작’에 투입되고 있었으며, ‘영화’의 경우 ‘작품 제작’의 비율이 83.3%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.



[그림 2-359] 전남 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율

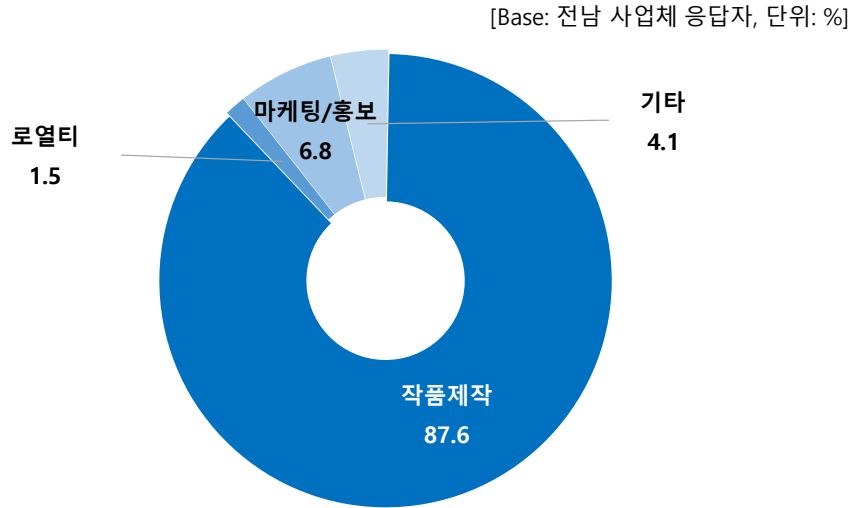
<표 2-410> 전남 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>241.1</b>	<b>100.0</b>	<b>89.7</b>	<b>1.5</b>	<b>5.3</b>	<b>3.5</b>	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	102.2	100.0	88.7	1.2	4.4	5.8
	게임	508.5	100.0	85.6	6.1	6.7	1.7
	영화	96.1	100.0	83.3	0.0	0.0	16.8
	애니메이션	221.6	100.0	85.2	1.5	2.5	10.8
	방송	200.4	100.0	96.5	0.0	3.3	0.3
	캐릭터	130.2	100.0	87.7	3.3	7.9	1.1
	지식정보	217.0	100.0	92.3	0.0	5.7	2.0
	콘텐츠솔루션	398.4	100.0	89.6	2.3	5.8	2.3



지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 278.5백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘캐릭터’가 571.0백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘게임’ 418.0백만 원, ‘방송’ 177.5백만 원으로 나타났다.



[그림 2-360] 전남 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-411> 전남 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

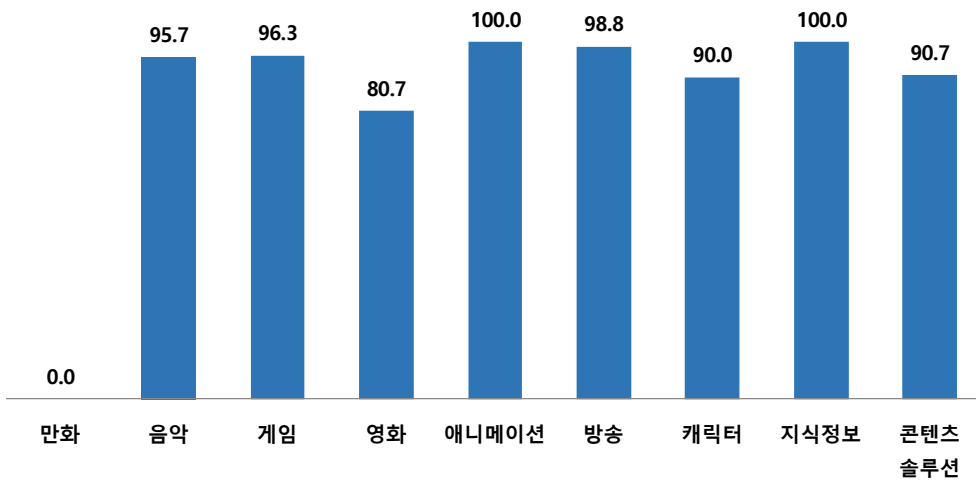
(단위 : 백만 원 %)

분야	신규제작 비용	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/ 홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>278.5</b>	<b>100.0</b>	<b>87.6</b>	<b>1.5</b>	<b>6.8</b>	<b>4.1</b>	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	140.9	100.0	88.3	0.6	8.1	3.1
	게임	418.0	100.0	78.5	6.1	8.3	7.0
	영화	127.4	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	애니메이션	50.0	100.0	40.0	20.0	20.0	20.0
	방송	177.5	100.0	89.6	0.4	7.5	2.5
	캐릭터	571.0	100.0	93.2	0.0	4.3	2.5
	콘텐츠솔루션	125.2	100.0	84.7	0.0	8.6	6.7

#### 4) 상용근로자 비율

전남 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 96.2%로 나타났으며 ‘애니메이션’, ‘지식정보’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘영화’ 80.7%의 경우 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-361] 전남 지역 상용근로자 비율

<표 2-412> 전남 지역 분야별 상용근로자 비율

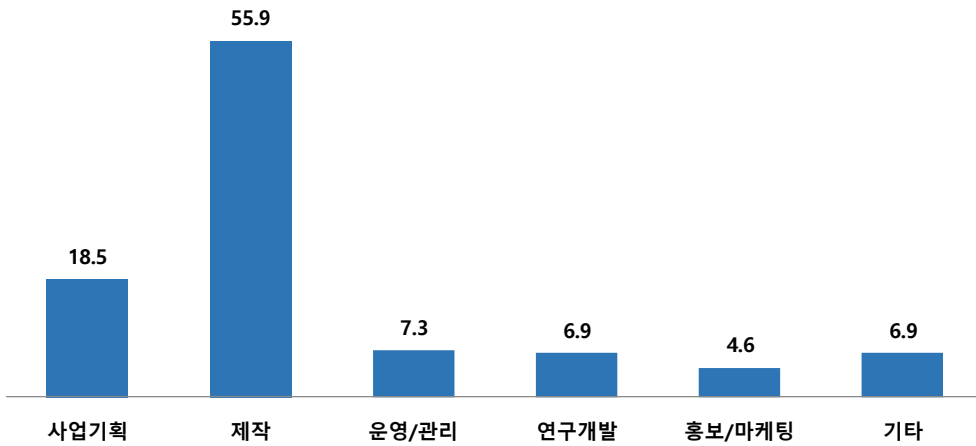
(단위 : %)

분야		비율
전체		96.2
분야	만화	-
	음악	95.7
	게임	96.3
	영화	80.7
	애니메이션	100.0
	방송	98.8
	캐릭터	90.0
	지식정보	100.0
	콘텐츠솔루션	90.7

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

전남 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 55.9%로 가장 높게 나타났으며 ‘사업기획’ 18.5%, ‘운영/관리’ 7.3% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘게임’으로 75.6%였으며 ‘사업기획’의 직무 비율은 ‘음악’이 38.5%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-362] 전남 지역 상용근로자의 직무별 비율

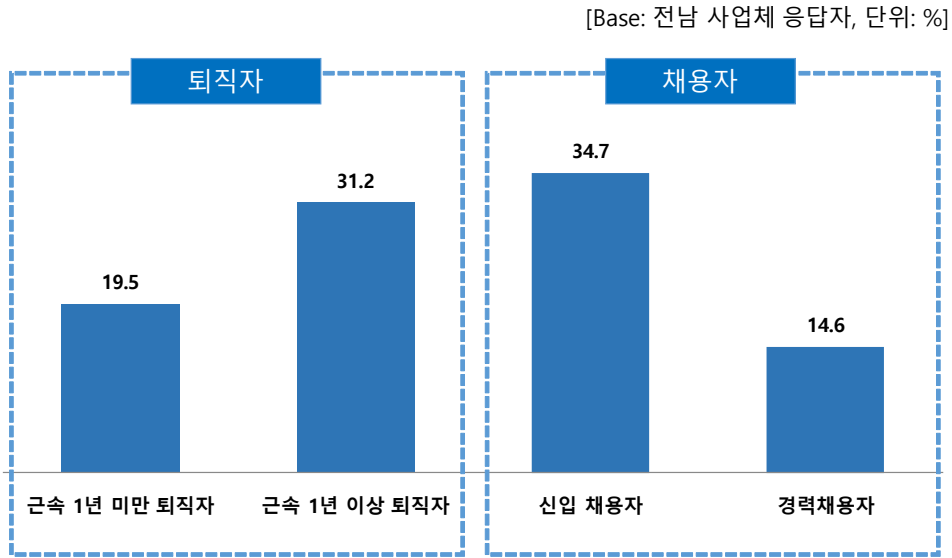
<표 2-413> 전남 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

(단위 : %)

분야		합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타
전체		100.0	18.5	55.9	7.3	6.9	4.6	6.9
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-
	음악	100.0	38.5	49.0	5.7	1.5	2.9	2.4
	게임	100.0	6.7	75.6	3.3	8.9	5.6	0.0
	영화	100.0	14.3	38.3	6.3	0.0	7.5	33.8
	애니메이션	100.0	21.0	52.7	4.0	9.4	2.3	10.6
	방송	100.0	8.7	67.0	4.2	2.2	1.2	16.8
	캐릭터	100.0	12.3	44.4	14.3	15.4	4.6	8.9
	지식정보	100.0	17.8	63.2	5.5	3.1	4.9	5.6
	콘텐츠솔루션	100.0	20.8	36.1	15.0	18.4	6.2	3.6

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

전남 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '퇴직자'의 비율이 50.7%로 '채용자' 비율인 49.3%보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 31.2%가 '근속 1년 이상 퇴직자'였으며, 채용자는 34.7%가 '신입 채용자'로 나타났다. 분야별로는 '애니메이션' 분야의 퇴직자 비율이 88.5%로 가장 높았으며, '지식정보' 분야의 채용자 비율이 58.1%로 높게 나타났다.



[그림 2-363] 전남 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-414> 전남 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

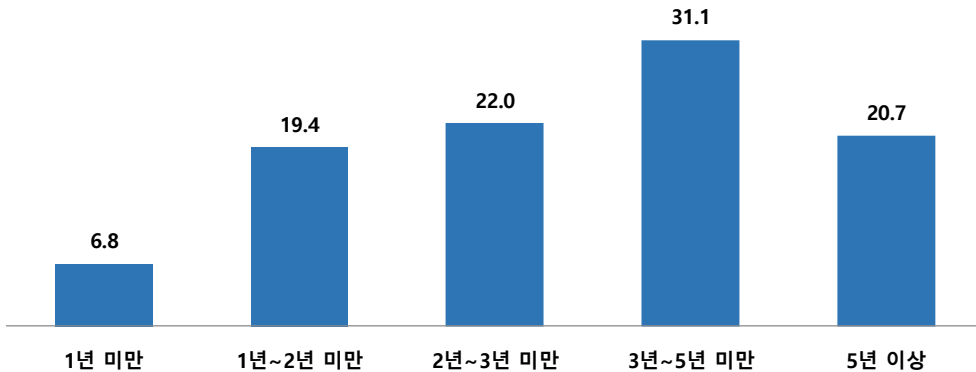
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년 미만 퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자	
전체	50.7	19.5	31.2	49.3	34.7	14.6	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	61.5	30.8	30.8	38.5	30.8	7.7
	게임	45.3	24.0	21.3	54.7	46.7	8.0
	영화	50.0	16.7	33.3	50.0	33.3	16.7
	애니메이션	88.5	0.0	88.5	11.5	3.8	7.7
	방송	50.0	0.0	50.0	50.0	18.8	31.3
	캐릭터	48.5	33.3	15.2	51.5	30.3	21.2
	지식정보	41.9	17.2	24.7	58.1	47.3	10.8
	콘텐츠솔루션	46.5	11.6	34.9	53.5	27.9	25.6
	콘텐츠 이외분야	60.5	31.6	28.9	39.5	21.1	18.4

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

전남 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 35.80개월이었으며, ‘3~5년 미만’ 31.1%, ‘2~3년 미만’ 22.0%, ‘5년 이상’ 20.7% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 ‘음악’의 평균 근속 개월 수가 53.09개월로 가장 길게 나타났고, ‘게임’은 28.44개월로 가장 짧은 근속 개월로 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-364] 전남 지역 상용근로자의 평균 근속기간

<표 2-415> 전남 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

(단위: % 개월)

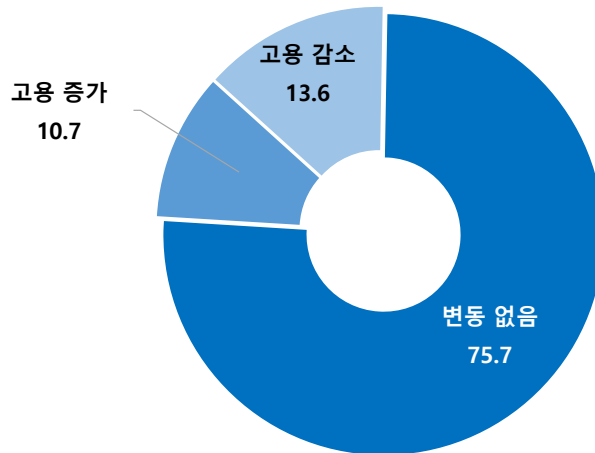
분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균근속 개월 수	
전체	100.0	6.8	19.4	22.0	31.1	20.7	35.80	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	
	음악	100.0	0.0	0.0	42.4	27.3	30.3	53.09
	게임	100.0	11.1	44.4	11.1	11.1	22.2	28.44
	영화	100.0	0.0	0.0	0.0	75.0	25.0	40.00
	애니메이션	100.0	0.0	14.3	14.3	57.1	14.3	34.14
	방송	100.0	0.0	16.7	16.7	33.3	33.3	38.83
	캐릭터	100.0	10.0	10.0	40.0	20.0	20.0	31.80
	지식정보	100.0	11.9	21.4	16.7	31.0	19.0	34.64
	콘텐츠솔루션	100.0	0.0	28.6	28.6	28.6	14.3	31.57

### 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 전남 지역 사업체의 75.7%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 10.7%, ‘고용감소’는 13.6%로 나타났다.

고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 5.55명, 감소 인원은 3.93명이었다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-365] 전남 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-416> 전남 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화

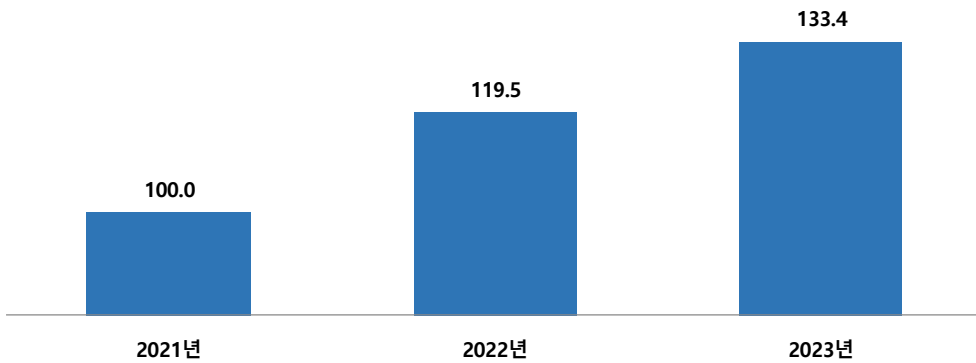
(단위 : % 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	10.7	13.6	75.7	5.55	3.93	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	100.0	0.0	27.3	72.7	-	4.00
	게임	100.0	22.2	33.3	44.4	9.00	5.00
	영화	100.0	0.0	25.0	75.0	-	1.00
	애니메이션	100.0	14.3	14.3	71.4	4.00	2.00
	방송	100.0	0.0	16.7	83.3	-	2.00
	캐릭터	100.0	20.0	20.0	60.0	2.50	1.50
	지식정보	100.0	9.5	0.0	90.5	3.25	-
	콘텐츠솔루션	100.0	14.3	21.4	64.3	10.50	6.67

### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

전남 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 57.9%의 사업체가 '증가'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 65.7%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 분야 중 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 사업은 '애니메이션'으로 85.7%였으며, '음악'이 78.8%로 그 뒤를 이었다. 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 '콘텐츠솔루션'으로 28.6%가 '감소'하였다고 응답하였다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 '애니메이션' 100.0%, '캐릭터' 80.0% 등이었으며 '영화'는 '감소'할 것이라는 응답이 25.0%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-366] 전남 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

<표 2-417> 전남 분야별 경영 현황 및 전망

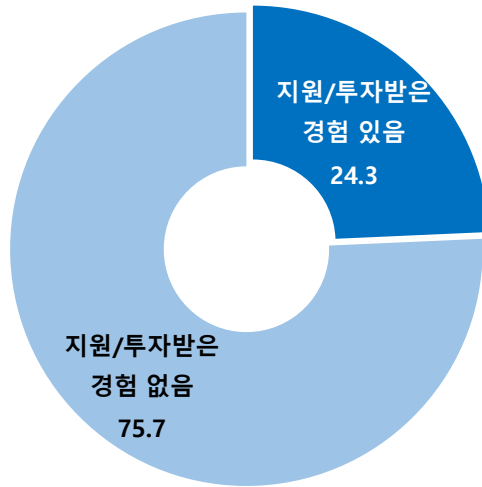
(단위 : %)

분야	2022년 평균					2023년 평균				
	합계	감소	동일	증가	합계	감소	동일	증가		
전체	119.50	100.0	12.6	29.4	57.9	133.41	100.0	10.7	23.6	65.7
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	138.64	100.0	0.0	21.2	78.8	152.24	100.0	0.0	21.2	78.8
게임	103.89	100.0	22.2	22.2	55.6	110.56	100.0	22.2	22.2	55.6
영화	98.00	100.0	25.0	50.0	25.0	99.75	100.0	25.0	50.0	25.0
애니메이션	150.71	100.0	0.0	14.3	85.7	181.86	100.0	0.0	0.0	100.0
방송	110.00	100.0	16.7	66.7	16.7	125.00	100.0	16.7	50.0	33.3
캐릭터	133.60	100.0	20.0	10.0	70.0	144.00	100.0	10.0	10.0	80.0
지식정보	119.29	100.0	7.1	28.6	64.3	135.83	100.0	7.1	21.4	71.4
콘텐츠솔루션	99.64	100.0	28.6	42.9	28.6	107.50	100.0	21.4	35.7	42.9

### 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

전남 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 24.3%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘게임’과 ‘캐릭터’ 사업체의 경우 각각 55.6%, 40.0%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-367] 전남 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-418> 전남 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

(단위 : %)

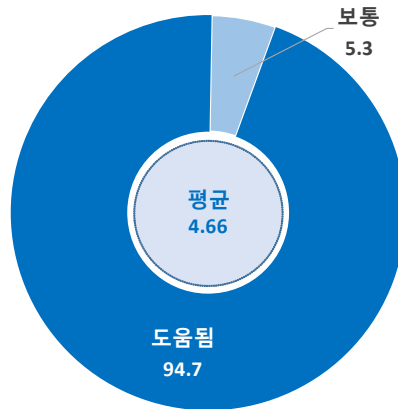
분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	24.3	75.7	100.0
만화	-	-	-
음악	0.0	100.0	100.0
게임	55.6	44.4	100.0
영화	0.0	100.0	100.0
애니메이션	14.3	85.7	100.0
방송	0.0	100.0	100.0
캐릭터	40.0	60.0	100.0
지식정보	28.6	71.4	100.0
콘텐츠솔루션	21.4	78.6	100.0



### 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 전남 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 94.7%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 없었다. 평균 도움 정도는 ‘게임’, ‘애니메이션’, ‘콘텐츠솔루션’ 분야가 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 전남지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-368] 전남 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-419> 분야별 전남 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

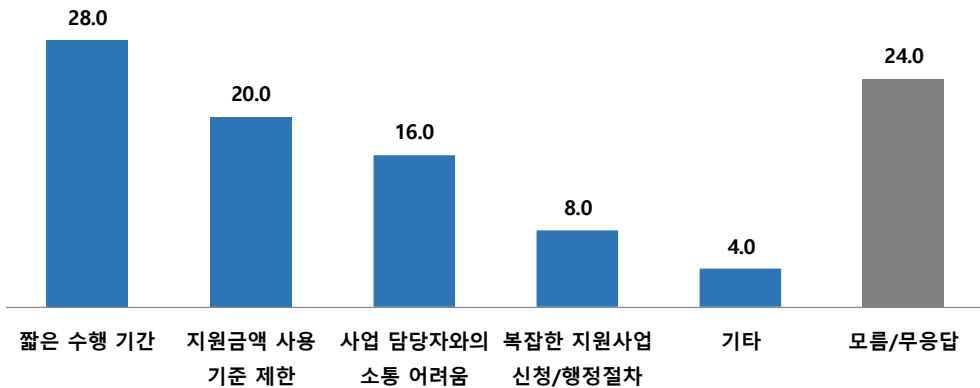
(단위 : %)

분야	① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]	
전체	0.0	0.0	5.3	23.7	71.1	0.0	94.7	4.66	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-	
	음악	-	-	-	-	-	-	-	
	게임	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00	
	영화	-	-	-	-	-	-	-	
	애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.00	
	방송	-	-	-	-	-	-	-	
	캐릭터	0.0	0.0	0.0	58.3	41.7	0.0	100.0	4.42
	지식정보	0.0	0.0	14.3	14.3	71.4	0.0	85.7	4.57
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00	

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 28.0%의 사업체가 ‘짧은 수행 기간’이라고 응답하였으며, ‘지원금액 사용 기준 제한’ 20.0%, ‘사업 담당자와의 소통 어려움’ 16.0% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 전남지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-369] 전남 지역 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-420> 전남 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

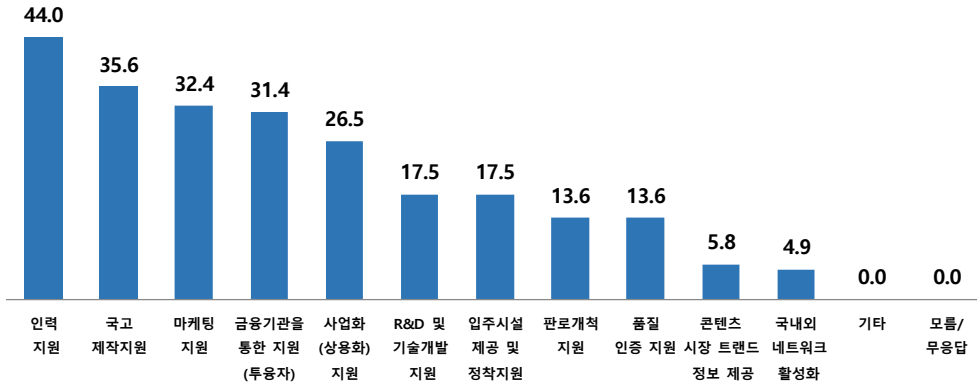
(단위 : %)

분야	짧은 수행 기간	지원금액 사용 기준 제한	사업 담당자와의 소통 어려움	복잡한 지원사업 신청/행정절차	기타	모름/무응답	합계
전체	28.0	20.0	16.0	8.0	4.0	24.0	100.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	-	-	-	-	-	-	-
게임	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0	40.0	100.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-
방송	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0	25.0	100.0
지식정보	16.7	25.0	16.7	8.3	8.3	25.0	100.0
콘텐츠솔루션	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	100.0

### 13) 필요 지원 분야

전남 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 44.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘국고 제작 지원’ 35.6%, ‘마케팅 지원(광고 및 판촉지원 등)’ 32.4%, ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 31.4% 등의 순으로 높았다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-370] 전남 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

<표 2-421> 전남 지역 분야별 필요 지원 분야

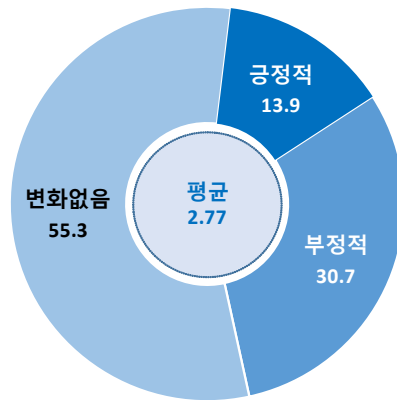
(단위 : %)

분야	인력 지원 (인건비, 전문 교육 지원 등)	국고 제작지원	마케팅 지원 (광고 및 판촉지원 등)	금융기관을 통한 지원 (투융자)	사업화 (상용화) 지원 (시제품 개발 지원 등)	R&D 및 기술개발 지원	입주시설 제공 및 정착지원	판로개척 지원	품질 인증 지원 (특허, 인증 등)	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성화	기타	모름/무응답
전체	44.0	35.6	32.4	31.4	26.5	17.5	17.5	13.6	13.6	5.8	4.9	0.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	30.3	42.4	57.6	21.2	21.2	0.0	27.3	0.0	36.4	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	55.6	77.8	11.1	44.4	11.1	33.3	11.1	22.2	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	50.0	75.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	14.3	28.6	42.9	14.3	42.9	14.3	100.0	0.0	42.9	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	50.0	66.7	0.0	0.0	16.7	16.7	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	20.0	30.0	50.0	80.0	0.0	20.0	20.0	10.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	54.8	23.8	33.3	26.2	40.5	19.0	7.1	9.5	4.8	9.5	9.5	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	42.9	21.4	21.4	35.7	21.4	21.4	0.0	28.6	7.1	7.1	7.1	0.0	0.0

## 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 55.3%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 30.7%의 사업체가 ‘부정적’, 13.9%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 70.0%로 ‘캐릭터’가 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘애니메이션’ (28.6%)으로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-371] 전남 지역 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-422> 전남 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

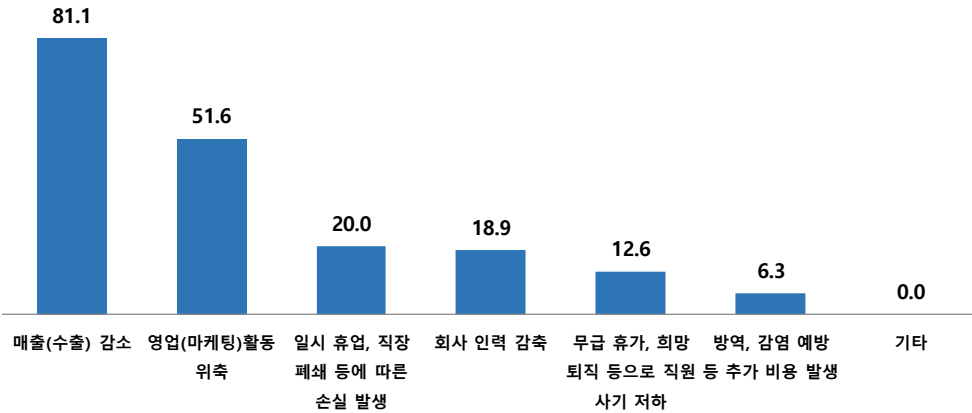
(단위: % 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	10.7	20.1	55.3	9.1	4.9	30.7	13.9	2.77
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	0.0	51.5	27.3	21.2	0.0	51.5	21.2	2.70
게임	0.0	22.2	55.6	11.1	11.1	22.2	22.2	3.11
영화	0.0	25.0	75.0	0.0	0.0	25.0	0.0	2.75
애니메이션	0.0	0.0	71.4	14.3	14.3	0.0	28.6	3.43
방송	16.7	16.7	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	2.50
캐릭터	30.0	40.0	30.0	0.0	0.0	70.0	0.0	2.00
지식정보	7.1	14.3	64.3	9.5	4.8	21.4	14.3	2.90
콘텐츠솔루션	28.6	7.1	50.0	7.1	7.1	35.7	14.3	2.57

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 81.1%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 51.6%, ‘일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생’ 20.0%, ‘회사 인력 감축’ 18.9%, ‘무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 등 추가 비용 발생’ 12.6%, ‘방역, 감염 예방’ 6.3%, ‘기타’ 0.0% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-372] 전남 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-423> 전남 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

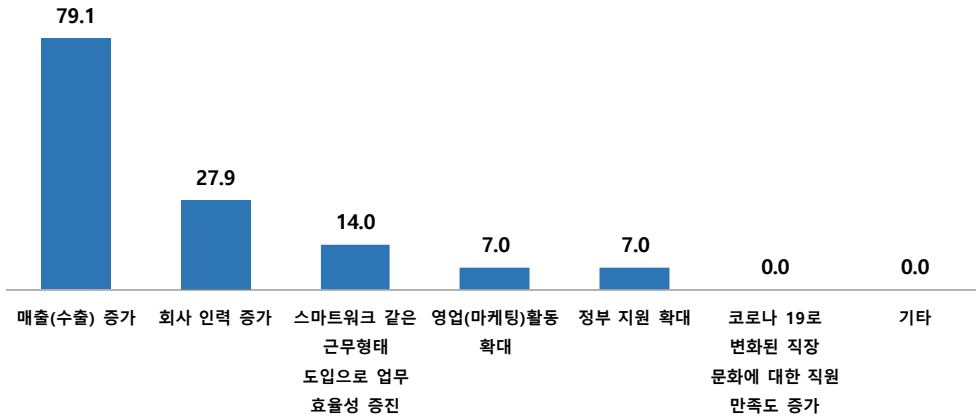
(단위 : %)

분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	회사 인력 감축	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 등 추가 비용 발생	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	기타
전체	81.1	51.6	20.0	18.9	12.6	6.3	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	100.0	58.8	58.8	17.6	0.0	17.6	0.0
게임	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
영화	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	85.7	42.9	42.9	28.6	28.6	0.0	0.0
지식정보	66.7	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	80.0	20.0	0.0	40.0	40.0	0.0	0.0

## 가) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출)증가’가 79.1%로 가장 높았으며, ‘회사 인력 증가’ 27.9%, ‘스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진’ 14.0% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-373] 전남 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-424> 전남 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

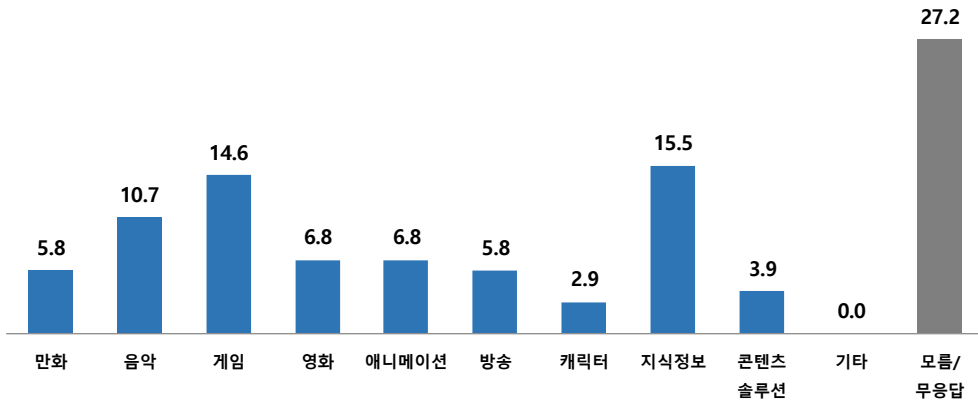
(단위 : %)

분야	매출(수출) 증가	회사 인력 증가	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	영업(마케팅) 활동 확대	정부 지원 확대	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	기타
전체	79.1	27.9	14.0	7.0	7.0	0.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
방송	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	-	-	-	-	-	-	-
지식정보	100.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 27.2%로 가장 높았으며, ‘지식정보’가 15.5%, ‘게임’ 14.6% 등의 순으로 나타났다. ‘음악’분야의 경우, 63.6% 비율로 본인의 분야를 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답했다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-374] 전남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-425> 분야별 전남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

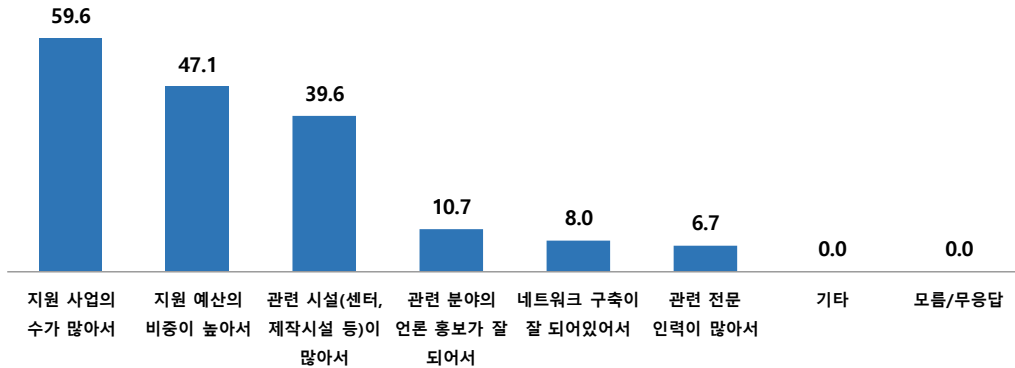
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	5.8	10.7	14.6	6.8	6.8	5.8	2.9	15.5	3.9	0.0	27.2
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	0.0	63.6	0.0	27.3	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	0.0	0.0	55.6	0.0	11.1	0.0	0.0	11.1	11.1	0.0	11.1
영화	0.0	0.0	25.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	42.9	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6
방송	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	50.0
캐릭터	20.0	0.0	10.0	0.0	10.0	10.0	20.0	0.0	0.0	0.0	30.0
지식정보	7.1	2.4	11.9	0.0	0.0	4.8	0.0	31.0	2.4	0.0	40.5
콘텐츠솔루션	7.1	21.4	14.3	0.0	7.1	7.1	0.0	14.3	14.3	0.0	14.3

### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘지원사업의 수가 많아서’ 59.6%, ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 47.1% , ‘관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서’ 39.6% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-375] 전남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-426> 분야별 전남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

(단위 : %)

분야	지원사업의 수가 많아서	지원 예산의 비중이 높아서	관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어 있어서	네트워크 구축이 잘 되어 있어서	관련 전문 인력이 많아서	기타	모름/무응답
전체	59.6	47.1	39.6	10.7	8.0	6.7	0.0	0.0
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-
	음악	97.0	21.2	51.5	0.0	0.0	9.1	0.0
	게임	50.0	62.5	12.5	0.0	12.5	12.5	0.0
	영화	50.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	애니메이션	80.0	80.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	방송	33.3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
	캐릭터	28.6	57.1	42.9	14.3	14.3	0.0	0.0
	지식정보	56.0	56.0	36.0	16.0	0.0	12.0	0.0
콘텐츠솔루션	58.3	33.3	50.0	8.3	16.7	0.0	0.0	

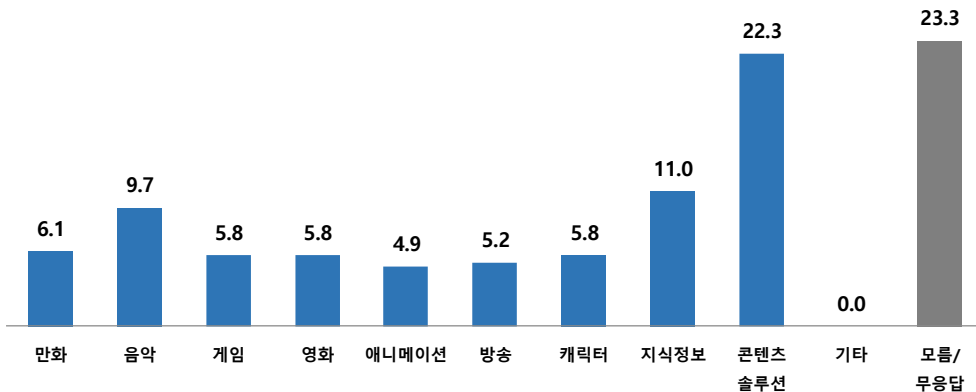


## 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 23.3%, 다음으로 ‘콘텐츠솔루션’이 22.3%, ‘지식정보’가 11.0% 순으로 높았다.

‘영화’의 경우 ‘콘텐츠솔루션’이 50.0%의 비율로 소외되어 있다고 응답했다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-376] 전남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-427> 전남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

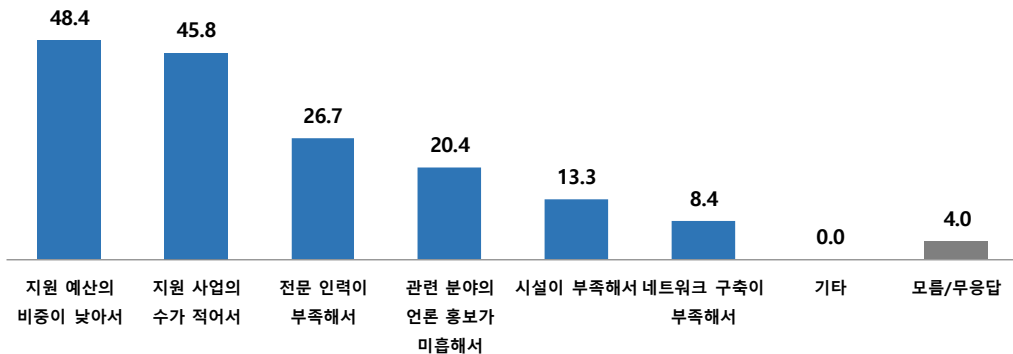
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	6.1	9.7	5.8	5.8	4.9	5.2	5.8	11.0	22.3	0.0	23.3
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	21.2	0.0	9.1	27.3	0.0	21.2	0.0	21.2	0.0	0.0	0.0
게임	11.1	22.2	22.2	0.0	0.0	0.0	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0
영화	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	50.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	14.3	57.1	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	14.3
방송	0.0	0.0	16.7	16.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
캐릭터	0.0	10.0	20.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	30.0	0.0	30.0
지식정보	7.1	14.3	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0	14.3	26.2	0.0	35.7
콘텐츠솔루션	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	7.1	14.3	14.3	35.7	0.0	21.4

가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원 예산 비중이 낮아서’가 48.4%로 가장 높았고, ‘지원사업의 수가 적어서’가 45.8%, ‘전문인력이 부족해서’ 26.7% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-377] 전남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

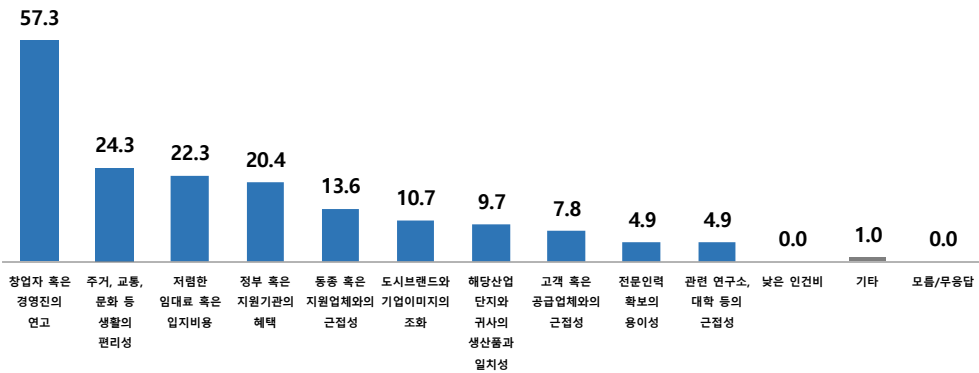
<표 2-428> 분야별 전남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)  
(단위 : %)

분야	지원 예산의 비중이 낮아서	지원사업의 수가 적어서	전문인력이 부족해서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	시설이 부족해서	네트워크 구축이 부족해서	기타	모름/무응답
전체	48.4	45.8	26.7	20.4	13.3	8.4	0.0	4.0
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-
	음악	21.2	57.6	27.3	21.2	9.1	21.2	0.0
	게임	75.0	37.5	0.0	12.5	37.5	0.0	0.0
	영화	0.0	25.0	0.0	75.0	0.0	25.0	0.0
	애니메이션	80.0	60.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	방송	33.3	33.3	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0
	캐릭터	85.7	57.1	14.3	28.6	0.0	0.0	0.0
	지식정보	48.0	44.0	40.0	12.0	12.0	8.0	0.0
	콘텐츠솔루션	41.7	41.7	33.3	25.0	8.3	8.3	0.0

### 17) 전남 지역에 사업장을 선택한 이유

전남 지역 콘텐츠 사업체가 전남 지역을 선택한 이유에 대해 57.3%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’ 24.3%, ‘저렴한 임대료 혹은 입지 비용’ 22.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %]



[그림 2-378] 전남 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-429> 분야별 전남 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

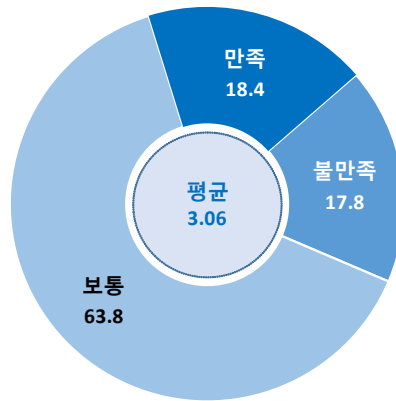
(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진의 연고	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	정부 혹은 지원기관의 혜택	동종 혹은 지원업체와의 근접성	도시브랜드와 기업이미지의 조화	해당산업 단지와 귀사의 생산품과 일치성	고객 혹은 공급업체와의 근접성	전문인력 확보의 용이성	관련 연구소, 대학 등의 근접성	낮은 인건비	기타	모름/무응답
전체	57.3	24.3	22.3	20.4	13.6	10.7	9.7	7.8	4.9	4.9	0.0	1.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	63.6	72.7	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0
게임	33.3	0.0	33.3	33.3	44.4	0.0	11.1	22.2	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	50.0	25.0	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	28.6	0.0	57.1	28.6	14.3	57.1	42.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	33.3	33.3	16.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
캐릭터	80.0	30.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	66.7	16.7	14.3	23.8	16.7	4.8	7.1	9.5	2.4	4.8	0.0	2.4	0.0
콘텐츠솔루션	50.0	28.6	21.4	21.4	14.3	14.3	21.4	7.1	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0

### 18) 전남 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

전남 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 18.4%가 만족한다고 응답하여 불만족인 17.8%보다 0.6%p 높게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 ‘게임’이 3.44점으로 가장 높았으며 ‘영화’가 2.50점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-379] 전남 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-430> 전남 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

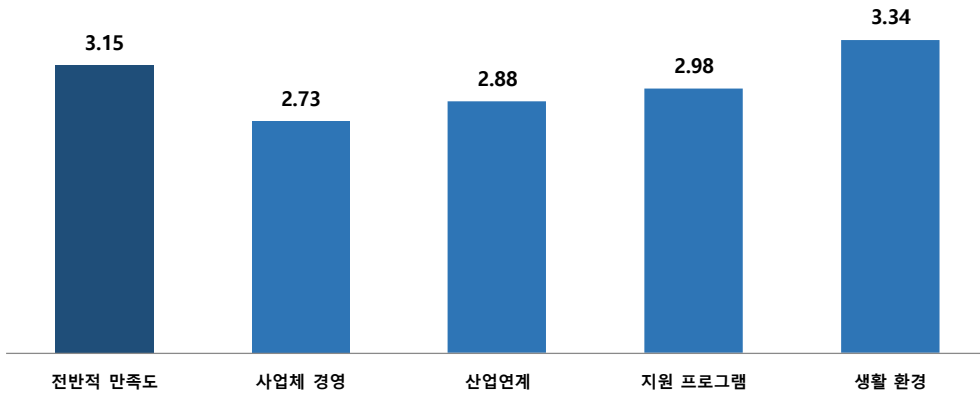
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	0.0	17.8	63.8	12.6	5.8	17.8	18.4	3.06
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	0.0	21.2	78.8	0.0	0.0	21.2	0.0	2.79
게임	0.0	11.1	55.6	11.1	22.2	11.1	33.3	3.44
영화	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	2.50
애니메이션	0.0	0.0	71.4	14.3	14.3	0.0	28.6	3.43
방송	0.0	16.7	83.3	0.0	0.0	16.7	0.0	2.83
캐릭터	0.0	10.0	70.0	20.0	0.0	10.0	20.0	3.10
지식정보	0.0	14.3	64.3	14.3	7.1	14.3	21.4	3.14
콘텐츠솔루션	0.0	35.7	42.9	21.4	0.0	35.7	21.4	2.86

### 19) 전남 지역 인프라 환경 구축 체감도

전남 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 3.15점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘생활 환경’이 3.34점으로 가장 높았으며, ‘지원 프로그램’ 2.98점, ‘산업연계’ 2.88점, ‘사업체 경영’ 2.73점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 전반적 체감도가 3.57점으로 가장 높았으며, ‘음악’, ‘영화’는 3.00점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-380] 전남 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-431> 전남 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

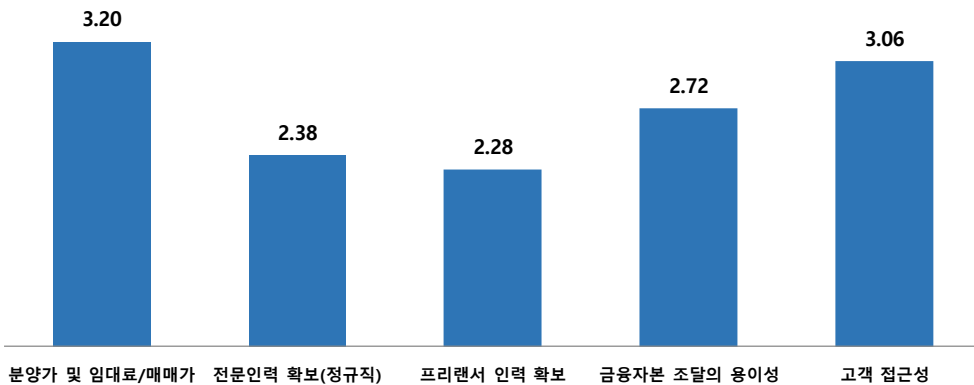
(단위: 점, 5점 만점)

분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체	2.73	2.88	2.98	3.34	3.15
만화	-	-	-	-	-
음악	2.82	2.99	2.96	3.26	3.00
게임	2.67	2.78	3.06	3.22	3.22
영화	2.70	2.85	2.96	3.38	3.00
애니메이션	2.54	2.89	3.38	3.79	3.57
방송	2.73	2.57	3.06	3.50	3.33
캐릭터	2.74	2.90	2.72	3.15	3.10
지식정보	2.75	2.92	2.96	3.25	3.07
콘텐츠솔루션	2.73	2.89	3.00	3.57	3.21

## 가) 사업체 경영

전남 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.73점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘분양가 및 임대료/매매가’가 3.20점으로 가장 높았으며, ‘고객 접근성’ 3.06점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.72점, ‘전문인력 확보(정규직)’ 2.38점, ‘프리랜서 인력 확보’ 2.28점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘음악’의 평균 점수가 2.82점으로 가장 높았으며, ‘애니메이션’은 2.54점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-381] 전남 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-432> 전남 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

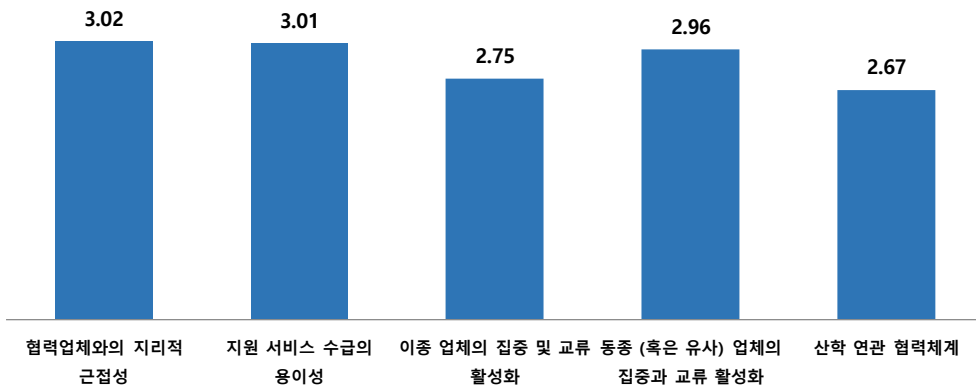
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.20	2.38	2.28	2.72	3.06	2.73
만화	-	-	-	-	-	-
음악	3.00	2.30	2.27	3.00	3.52	2.82
게임	3.11	2.22	2.22	2.89	2.89	2.67
영화	3.50	2.00	2.75	2.00	3.25	2.70
애니메이션	3.57	2.29	1.71	2.43	2.71	2.54
방송	2.83	2.67	2.17	2.83	3.17	2.73
캐릭터	2.80	2.70	2.50	2.70	3.00	2.74
지식정보	3.31	2.38	2.36	2.69	3.02	2.75
콘텐츠솔루션	3.29	2.36	2.14	2.79	3.07	2.73

## 나) 산업연계

전남 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 2.88점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘협력업체와의 지리적 근접성’이 3.02점으로 가장 높았으며, ‘지원 서비스 수급의 용이성’ 3.01점, ‘동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화’ 2.96점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.75점, ‘산학연관 협력체계’ 2.67점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘음악’의 평균 점수가 2.99점으로 가장 높았으며, ‘방송’은 2.57점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-382] 전남 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-433> 전남 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

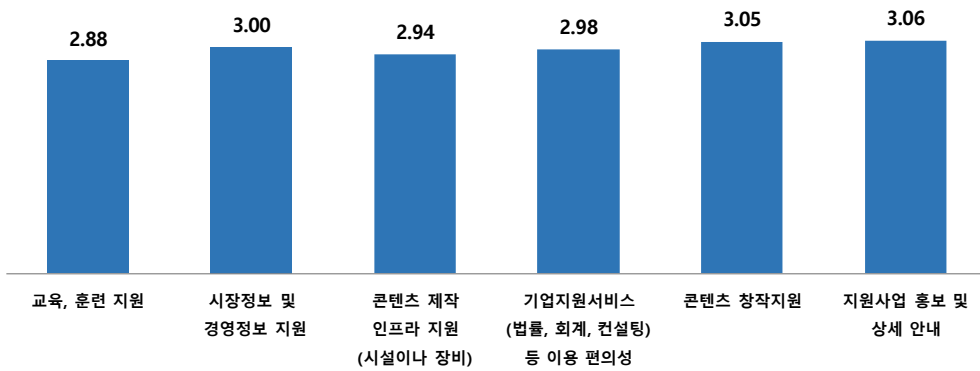
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학연관 협력체계	[5점 평균]
전체	3.02	3.01	2.75	2.96	2.67	2.88
만화	-	-	-	-	-	-
음악	3.21	3.00	2.91	3.12	2.70	2.99
게임	2.89	2.89	2.67	2.89	2.56	2.78
영화	3.50	2.75	3.50	2.75	1.75	2.85
애니메이션	2.43	3.57	2.43	3.00	3.00	2.89
방송	2.50	3.00	2.67	2.33	2.33	2.57
캐릭터	2.80	3.00	2.80	3.20	2.70	2.90
지식정보	3.17	2.95	2.69	3.05	2.74	2.92
콘텐츠솔루션	3.07	3.07	2.79	2.79	2.71	2.89

## 다) 지원 프로그램

전남 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 2.98점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘지원 사업 홍보 및 상세안내’가 3.06점으로 가장 높았으며, ‘콘텐츠 창작지원’ 3.05점, ‘시장정보 및 경영정보 지원’ 3.00점, ‘기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성’ 2.98점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.94점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.88점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 평균 점수가 3.38점으로 가장 높았으며, ‘캐릭터’는 2.72점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-383] 전남 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-434> 전남 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

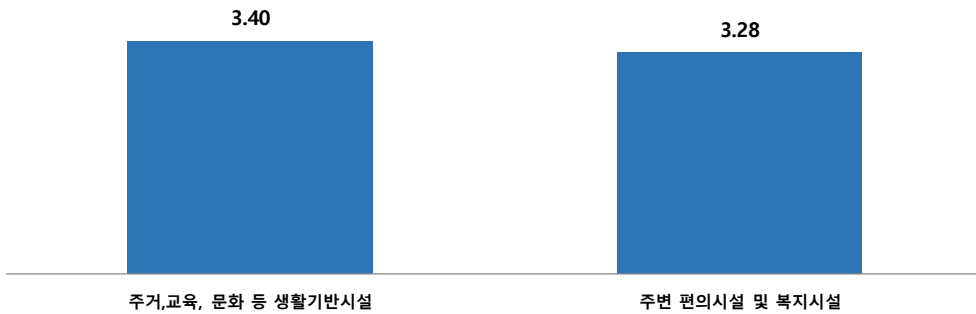
분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작 지원	지원사업 홍보 및 상세안내	[5점 평균]
전체	2.88	3.00	2.94	2.98	3.05	3.06	2.98
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	2.85	3.00	2.91	2.79	3.00	3.21	2.96
게임	3.00	3.22	3.00	2.89	3.11	3.11	3.06
영화	2.00	2.50	3.25	3.00	3.75	3.25	2.96
애니메이션	2.86	3.14	3.14	3.86	3.71	3.57	3.38
방송	3.00	3.33	2.83	3.00	3.00	3.17	3.06
캐릭터	2.40	3.10	2.60	2.90	2.50	2.80	2.72
지식정보	3.00	2.95	2.95	2.88	3.00	2.98	2.96
콘텐츠솔루션	3.00	2.86	3.00	3.07	3.07	3.00	3.00



## 라) 생활환경

전남 지역의 생활환경 구축 체감도는 평균 3.34점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.40점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.28점으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 평균 점수가 3.79점으로 가장 높았으며, ‘캐릭터’는 3.15점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전남 사업체 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-384] 전남 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-435> 전남 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.40	3.28	3.34
만화	-	-	-
음악	3.30	3.21	3.26
게임	3.22	3.22	3.22
영화	3.75	3.00	3.38
애니메이션	3.86	3.71	3.79
방송	3.50	3.50	3.50
캐릭터	3.30	3.00	3.15
지식정보	3.31	3.19	3.25
콘텐츠솔루션	3.57	3.57	3.57

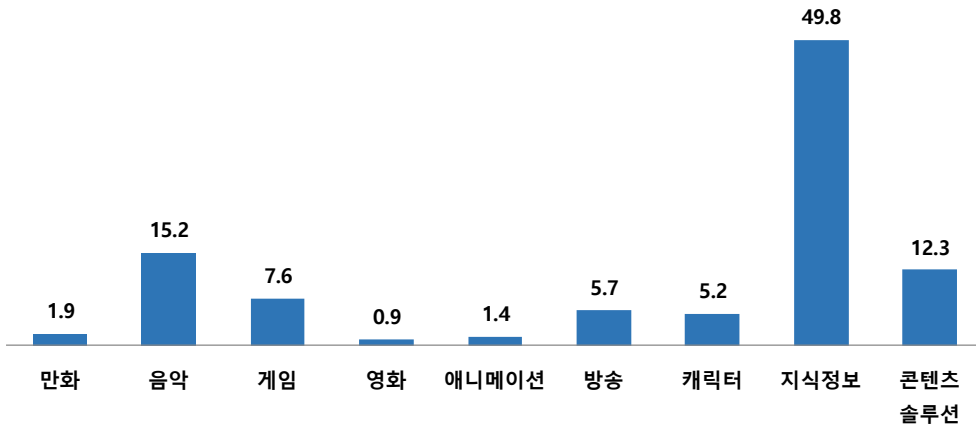
## 15. 경북

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

경북 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 211개였으며, '지식정보' 사업체 수가 49.8%로 가장 많았으며, '음악' 15.2%, '콘텐츠솔루션' 12.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-385] 경북 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-436> 경북 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

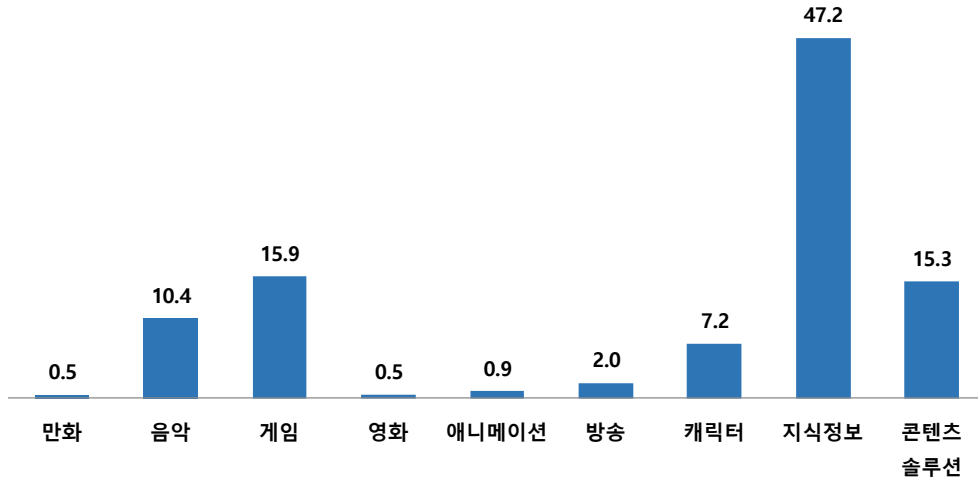
(단위 : 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	211	100.0
만화	4	1.9
음악	32	15.2
게임	16	7.6
영화	2	0.9
애니메이션	3	1.4
방송	12	5.7
캐릭터	11	5.2
지식정보	105	49.8
콘텐츠솔루션	26	12.3

## 2) 종사자 현황

경북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 1,915명이었으며, ‘지식정보’ 분야의 종사자 비율이 47.2%로 가장 높게 나타났으며, ‘게임’ 15.9%, ‘콘텐츠솔루션’ 15.3%, ‘음악’ 10.4% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-386] 경북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

<표 2-437> 경북 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

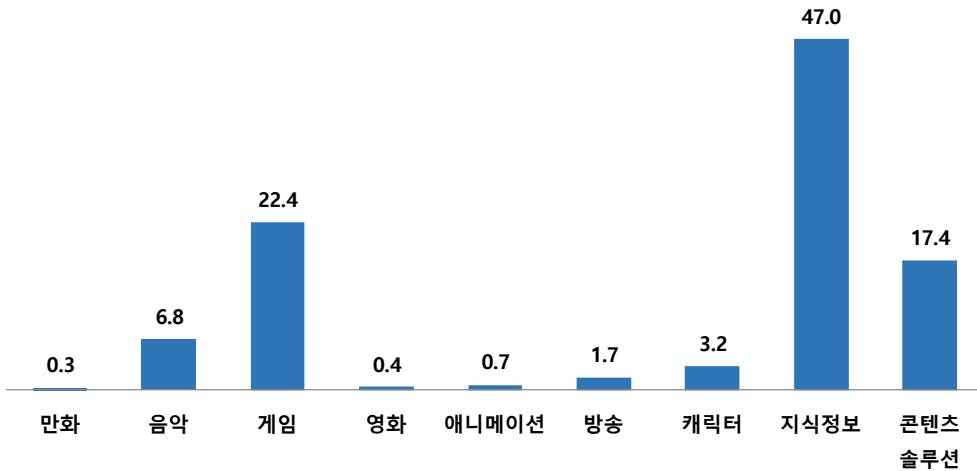
(단위 : 명, %)

분야	종사자 수	비율
전체	1,915	100.0
만화	11	0.5
음악	200	10.4
게임	304	15.9
영화	10	0.5
애니메이션	17	0.9
방송	39	2.0
캐릭터	138	7.2
지식정보	904	47.2
콘텐츠솔루션	293	15.3

### 3) 매출액 현황

경북 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 1,660억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘지식 정보’ 매출액이 781억 원으로 47.0%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘게임’이 372억 원 (22.4%), ‘콘텐츠솔루션’이 289억 원 (17.4%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-387] 경북 지역 콘텐츠 분야별 매출액 비율

<표 2-438> 경북 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원 %)

분야	매출액	비율
전체	166,086	100.0
만화	425	0.3
음악	11,314	6.8
게임	37,250	22.4
영화	747	0.4
애니메이션	1,191	0.7
방송	2,790	1.7
캐릭터	5,349	3.2
지식정보	78,113	47.0
콘텐츠솔루션	28,908	17.4

## 나. 설문조사 결과

경북 지역 내 사업체 211곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 경북 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 56.9%로 가장 많았으며, '5~9인'이 22.7%, '10~49인'이 17.1% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 85.5%의 비중을 차지하였다.

<표 2-439> 경북 지역 응답 사업체 일반현황

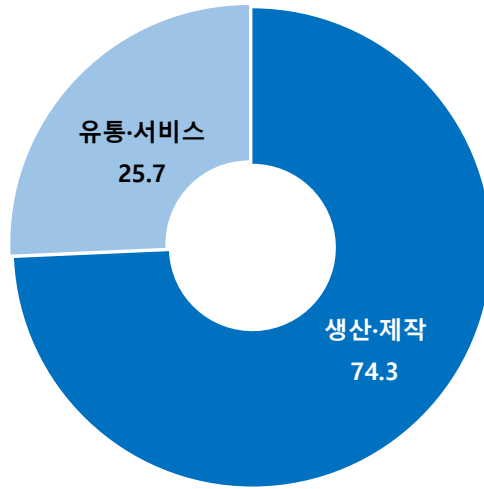
(단위 : 개, %)

분야		사례 수	비율
전체		211	100.0
규모	5인 미만	120	56.9
	5~9인	48	22.7
	10~49인	36	17.1
	50~99인	5	2.4
	100인 이상	2	0.9
콘텐츠분야	만화	4	1.9
	음악	32	15.2
	게임	16	7.6
	영화	2	0.9
	애니메이션	3	1.4
	방송	12	5.7
	캐릭터	11	5.2
	지식정보	105	49.8
콘텐츠솔루션	26	12.3	
사업체 구분	단독사업체	113	85.5
	본사·본점	15	11.4
	공장, 지사(점), 영업소 등	4	3.1

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

경북 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 74.3%, ‘유통·서비스’가 25.7%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘캐릭터’로 84.9%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 66.3%인 ‘만화’로 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-388] 경북 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

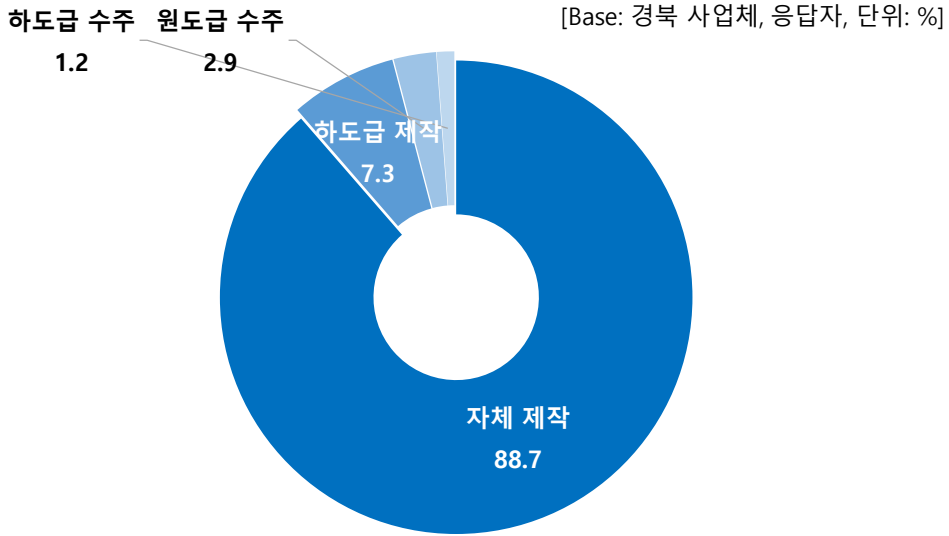
<표 2-440> 경북 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

(단위 : %)

분야	합계	생산·제작	유통·서비스
전체	100.0	74.3	25.7
분야	만화	33.8	66.3
	음악	62.9	37.1
	게임	82.2	17.8
	영화	52.5	47.5
	애니메이션	73.3	26.7
	방송	75.0	25.0
	캐릭터	84.9	15.1
	지식정보	76.6	23.4
	콘텐츠솔루션	76.9	23.1

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

경북 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 476.5건이었으며, 제작유형은 ‘자체 제작’이 88.7%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 ‘하도급 제작’이 7.3%, ‘원도급 수주’가 2.9%, ‘하도급 수주’가 1.2%의 순으로 나타났다. 제작 비율로는 ‘만화’의 자체 제작 비율이 100.0%로 가장 높게 나타났고, ‘애니메이션’은 44.0%로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-389] 경북 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

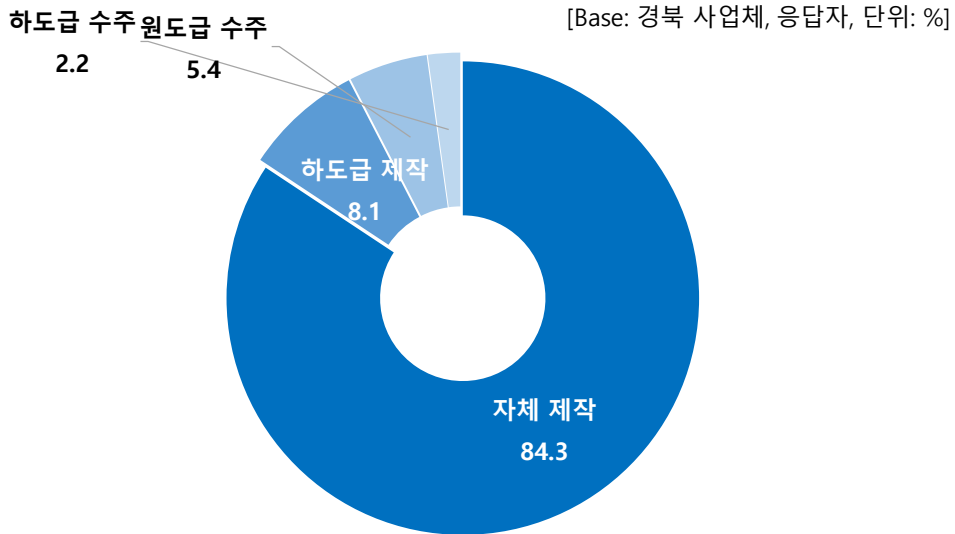
<표 2-441> 경북 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위: 건, %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>476.5</b>	<b>100.0</b>	<b>88.7</b>	<b>7.3</b>	<b>2.9</b>	<b>1.2</b>	
분야	만화	22.8	100.0	0.0	0.0	0.0	
	음악	6.4	100.0	83.0	7.4	6.9	2.8
	게임	2.1	100.0	88.3	10.2	0.8	0.8
	영화	10.4	100.0	85.0	15.0	0.0	0.0
	애니메이션	4.3	100.0	44.0	0.0	6.0	50.0
	방송	38.0	100.0	90.0	0.9	9.1	0.0
	캐릭터	6.4	100.0	82.5	17.5	0.0	0.0
	지식정보	941.9	100.0	92.9	6.5	0.4	0.2
콘텐츠솔루션	28.5	100.0	82.7	10.0	7.3	0.0	

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 15.4건이었으며, ‘방송’이 38.0건으로 가장 높았으며, ‘게임’이 2.1건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-390] 경북 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

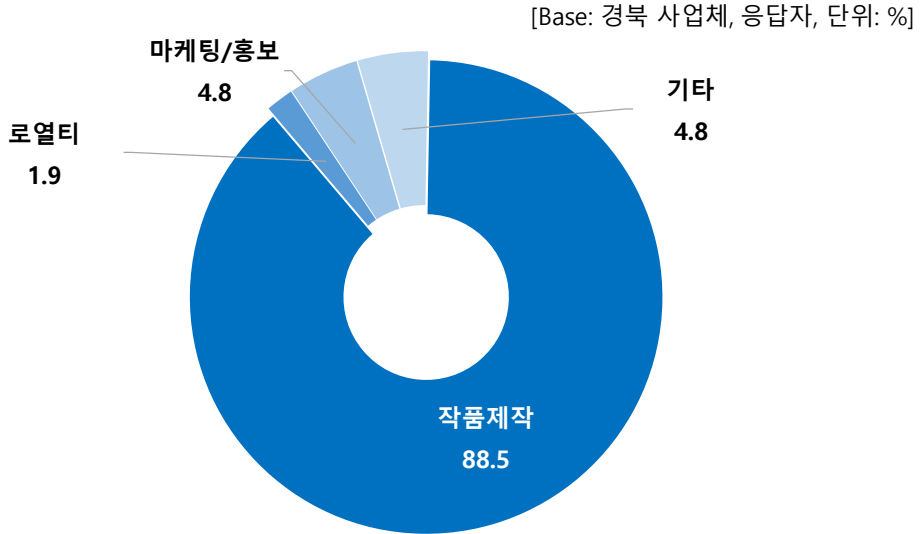
<표 2-442> 경북 지역 분야별 신규제작건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)  
(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>15.4</b>	<b>100.0</b>	<b>84.3</b>	<b>8.1</b>	<b>5.4</b>	<b>2.2</b>	
분야	만화	22.8	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	음악	6.4	100.0	83.0	7.4	6.9	2.8
	게임	2.1	100.0	88.3	10.2	0.8	0.8
	영화	10.4	100.0	85.0	15.0	0.0	0.0
	애니메이션	4.3	100.0	44.0	0.0	6.0	50.0
	방송	38.0	100.0	90.0	0.9	9.1	0.0
	캐릭터	6.4	100.0	82.5	17.5	0.0	0.0
	콘텐츠솔루션	28.5	100.0	82.7	10.0	7.3	0.0



### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

경북 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 203.2백만 원이었으며, 88.5%의 제작비가 '작품 제작'에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 '마케팅/홍보'가 4.8%, '로열티' 1.9% 순으로 나타났다. 분야별로 '캐릭터'의 경우 95.0%가 '작품 제작'에 투입되고 있었으며, '콘텐츠솔루션'의 경우 '작품 제작'의 비율이 80.3%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.



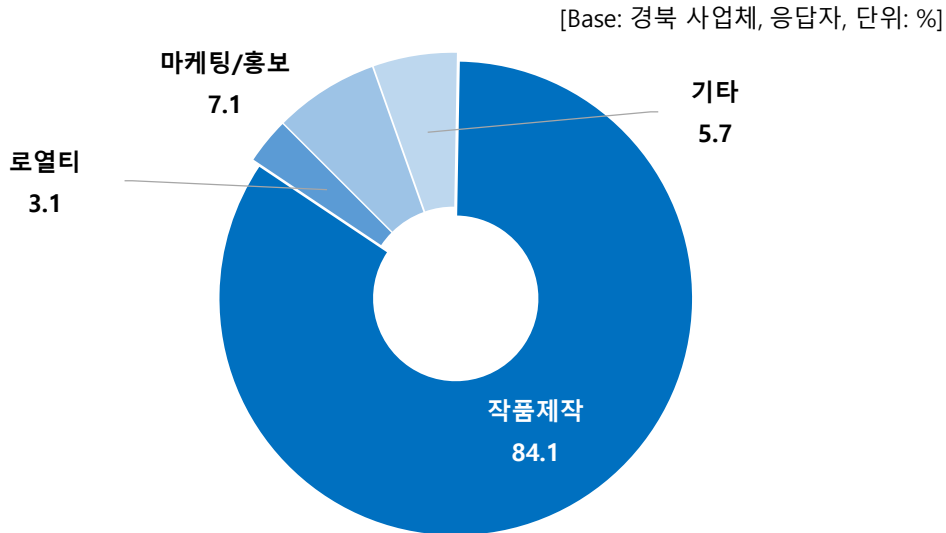
[그림 2-391] 경북 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율

<표 2-443> 경북 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>203.2</b>	<b>100.0</b>	<b>88.5</b>	<b>1.9</b>	<b>4.8</b>	<b>4.8</b>	
분야	만화	45.0	100.0	84.0	0.0	16.0	0.0
	음악	154.2	100.0	81.3	4.4	9.0	5.3
	게임	247.5	100.0	85.7	4.0	9.0	1.3
	영화	54.3	100.0	84.0	3.0	3.0	10.0
	애니메이션	205.1	100.0	93.5	1.5	2.5	2.5
	방송	136.0	100.0	89.1	0.9	3.6	6.4
	캐릭터	160.9	100.0	95.0	0.0	5.0	0.0
	지식정보	213.3	100.0	92.6	0.8	2.7	3.9
	콘텐츠솔루션	279.8	100.0	80.3	2.9	4.7	12.1

지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 193.2백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘콘텐츠솔루션’이 279.8백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘게임’ 247.5백만 원, ‘애니메이션’ 205.1백만 원으로 나타났다.



[그림 2-392] 경북 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

<표 2-444> 경북 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

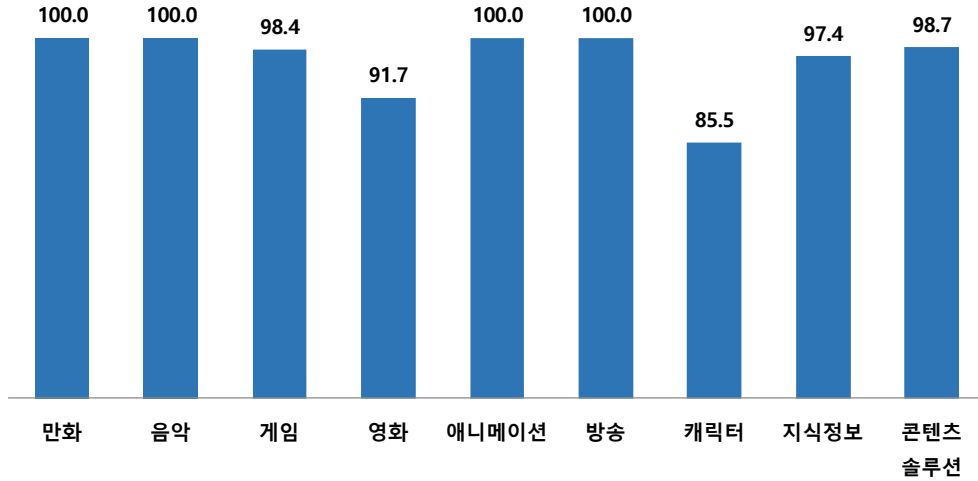
(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/ 홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>193.2</b>	<b>100.0</b>	<b>84.1</b>	<b>3.1</b>	<b>7.1</b>	<b>5.7</b>	
분야	만화	45.0	100.0	84.0	0.0	16.0	0.0
	음악	154.2	100.0	81.3	4.4	9.0	5.3
	게임	247.5	100.0	85.7	4.0	9.0	1.3
	영화	54.3	100.0	84.0	3.0	3.0	10.0
	애니메이션	205.1	100.0	93.5	1.5	2.5	2.5
	방송	136.0	100.0	89.1	0.9	3.6	6.4
	캐릭터	160.9	100.0	95.0	0.0	5.0	0.0
	콘텐츠솔루션	279.8	100.0	80.3	2.9	4.7	12.1

#### 4) 상용근로자 비율

경북 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 97.6%로 나타났으며 ‘만화’, ‘음악’, ‘애니메이션’, ‘방송’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘캐릭터’ 85.5%의 경우 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-393] 경북 지역 상용근로자 비율

<표 2-445> 경북 지역 분야별 상용근로자 비율

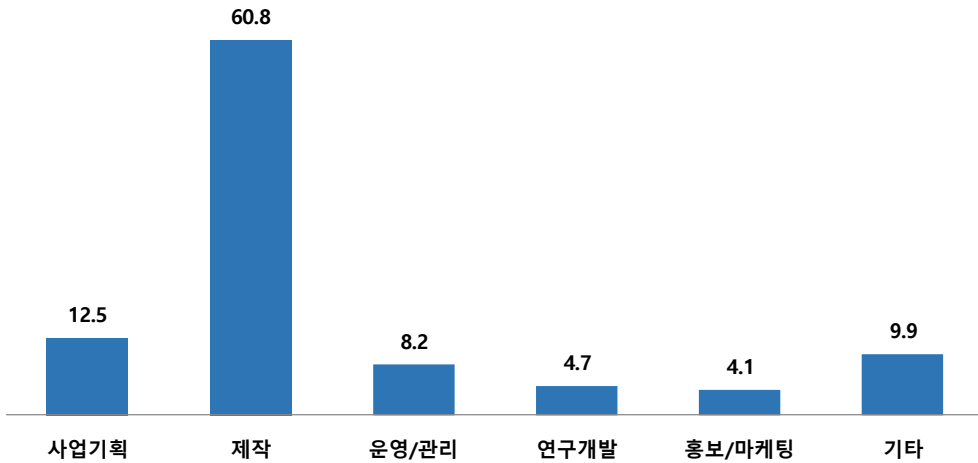
(단위 : %)

분야		비율
전체		97.6
분야	만화	100.0
	음악	100.0
	게임	98.4
	영화	91.7
	애니메이션	100.0
	방송	100.0
	캐릭터	85.5
	지식정보	97.4
	콘텐츠솔루션	98.7

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

경북 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 60.8%로 가장 높게 나타났으며 ‘사업기획’ 12.5%, ‘기타’ 9.9%, ‘운영/관리’ 8.2% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘방송’으로 79.3%였으며, ‘사업기획’의 직무 비율은 ‘만화’가 37.5%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-394] 경북 지역 상용근로자의 직무별 비율

<표 2-446> 경북 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

(단위 : %)

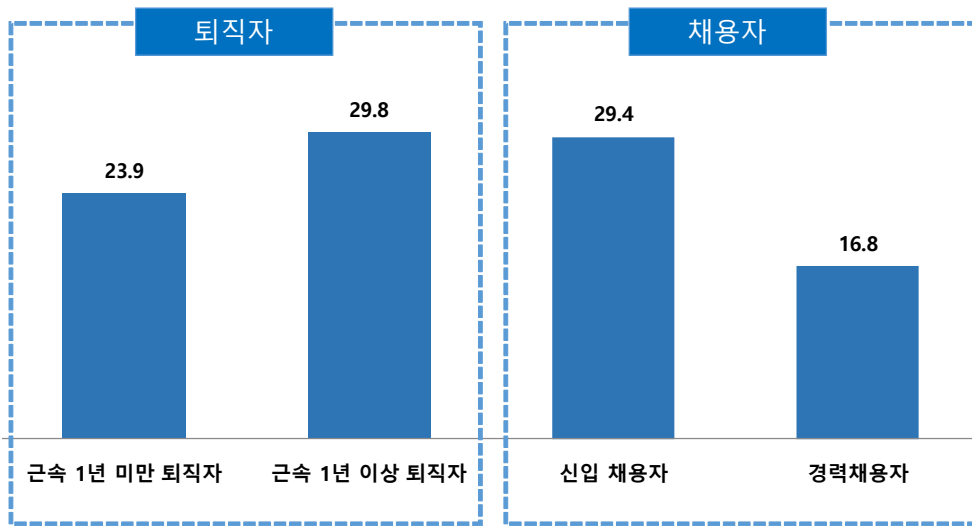
분야		합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타
전체		100.0	12.5	60.8	8.2	4.7	4.1	9.9
분야	만화	100.0	37.5	39.5	4.3	0.0	0.0	18.8
	음악	100.0	18.3	61.1	8.3	0.6	3.7	8.0
	게임	100.0	10.4	72.0	3.2	6.3	2.9	5.3
	영화	100.0	9.5	41.0	13.0	2.5	16.5	17.5
	애니메이션	100.0	28.0	34.3	7.0	12.3	7.3	11.0
	방송	100.0	6.7	79.3	8.2	0.0	3.3	2.5
	캐릭터	100.0	16.4	49.5	8.5	5.4	2.7	17.5
	지식정보	100.0	9.0	63.8	8.6	3.7	4.2	10.8
콘텐츠솔루션	100.0	16.4	45.2	9.4	14.3	5.1	9.6	

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

경북 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '퇴직자'의 비율이 53.8%로 '채용자' 비율인 46.2%보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 29.8%가 '근속 1년 이상 퇴직자'였으며, 채용자는 29.4%가 '신입 채용자'로 나타났다.

분야별로는 '애니메이션', '방송' 분야의 퇴직자 비율이 100.0%로 가장 높았으며, '음악' 분야의 채용자 비율이 66.7%로 높게 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-395] 경북 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-447> 경북 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

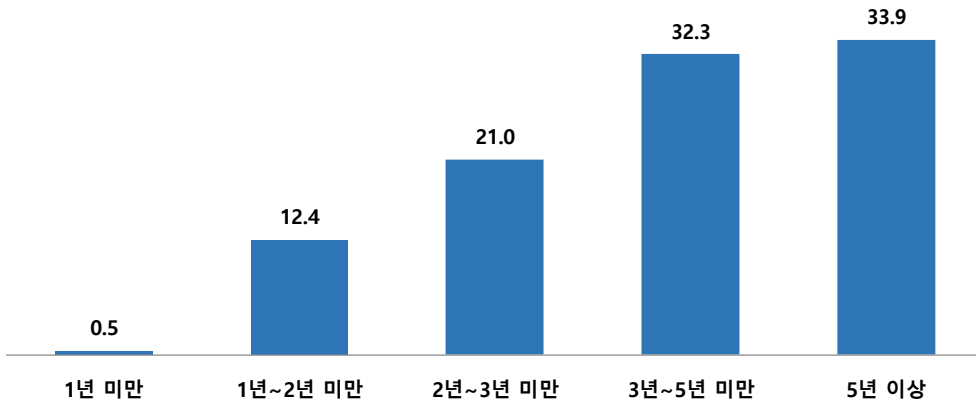
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년 미만 퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자	
전체	53.8	23.9	29.8	46.2	29.4	16.8	
분야	만화	50.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0
	음악	33.3	17.4	15.9	66.7	52.2	14.5
	게임	50.4	22.4	28.0	49.6	36.8	12.8
	영화	57.2	28.6	28.6	42.8	21.4	21.4
	애니메이션	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	방송	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	캐릭터	48.8	31.7	17.1	51.2	24.4	26.8
	지식정보	64.1	23.6	40.5	35.9	12.4	23.6
	콘텐츠솔루션	66.7	23.2	43.5	33.3	21.7	11.6
	콘텐츠 이외분야	53.2	29.0	24.2	46.8	29.0	17.7

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

경북 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 48.22개월이었으며, '5년 이상' 33.9%, '3~5년 미만' 32.3%, '2~3년 미만' 21.0% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 '만화'의 평균 근속 개월 수가 60.00개월로 가장 높았으며, 근속 개월이 가장 적은 분야는 '게임'으로 22.69개월이었다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-396] 경북 지역 상용근로자의 평균 근속기간

<표 2-448> 경북 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

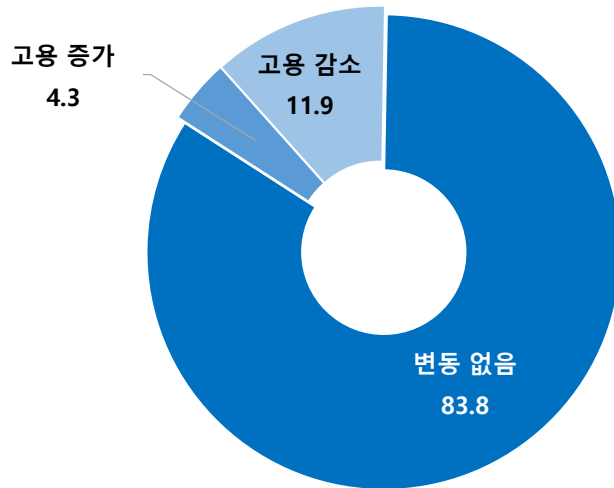
(단위: % 개월)

분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균근속 개월 수	
<b>전체</b>	<b>100.0</b>	<b>0.5</b>	<b>12.4</b>	<b>21.0</b>	<b>32.3</b>	<b>33.9</b>	<b>48.22</b>	
분야	만화	100.0	0.0	0.0	25.0	0.0	75.0	60.00
	음악	100.0	0.0	12.5	0.0	75.0	12.5	36.94
	게임	100.0	0.0	37.5	43.8	18.8	0.0	22.69
	영화	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	37.00
	애니메이션	100.0	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	32.67
	방송	100.0	0.0	16.7	33.3	16.7	33.3	44.00
	캐릭터	100.0	0.0	9.1	45.5	45.5	0.0	28.91
	지식정보	100.0	0.0	8.6	21.2	24.9	45.3	57.42
	콘텐츠솔루션	100.0	3.8	15.4	11.5	23.1	46.2	51.65

### 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 경북 지역 사업체의 83.8%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 4.3%, ‘고용감소’는 11.9%로 나타났다. 고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 4.00명, 감소 인원은 2.91명이었다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-397] 경북 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-449> 경북 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화

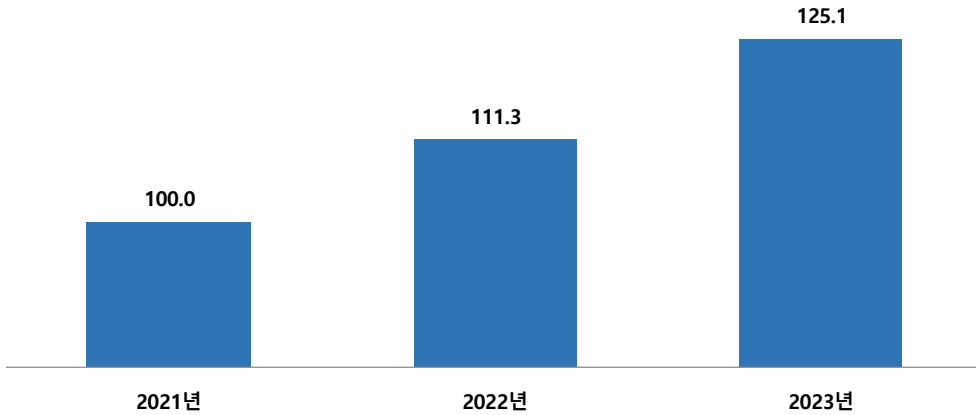
(단위 : % 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	4.3	11.9	83.8	4.00	2.91	
분야	만화	100.0	0.0	25.0	75.0	-	8.00
	음악	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	게임	100.0	6.3	12.5	81.3	4.00	3.00
	영화	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	애니메이션	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	방송	100.0	8.3	16.7	75.0	1.00	3.00
	캐릭터	100.0	9.1	0.0	90.9	5.00	.
	지식정보	100.0	1.9	13.5	84.6	6.00	2.21
	콘텐츠솔루션	100.0	15.4	23.1	61.5	3.50	3.67

### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

경북 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 48.0%의 사업체가 '증가'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 57.7%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 분야 중 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 사업은 '음악', '애니메이션'으로 100.0%였으며, 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 '지식정보'로 15.4%가 '감소'했다고 응답하였다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 '음악', '애니메이션'이 100.0%였으며, '지식정보'는 '감소'할 것이라는 응답이 13.5%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-398] 경북 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

<표 2-450> 경북 지역 분야별 경영 현황 및 전망

(단위 : %)

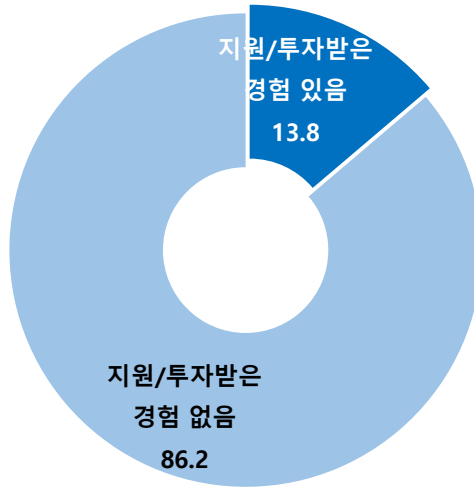
분야	2022년 평균					2023년 평균				
	합계	감소	동일	증가	합계	감소	동일	증가		
전체	111.28	100.0	9.5	42.5	48.0	125.12	100.0	9.6	32.7	57.7
만화	107.50	100.0	0.0	75.0	25.0	141.25	100.0	0.0	37.5	62.5
음악	119.00	100.0	0.0	0.0	100.0	130.13	100.0	0.0	0.0	100.0
게임	116.63	100.0	6.3	31.3	62.5	141.56	100.0	12.5	6.3	81.3
영화	100.00	100.0	0.0	100.0	0.0	109.00	100.0	0.0	50.0	50.0
애니메이션	155.00	100.0	0.0	0.0	100.0	190.33	100.0	0.0	0.0	100.0
방송	105.00	100.0	0.0	66.7	33.3	105.00	100.0	8.3	58.3	33.3
캐릭터	151.73	100.0	0.0	27.3	72.7	181.82	100.0	0.0	27.3	72.7
지식정보	102.82	100.0	15.4	56.8	27.8	113.17	100.0	13.5	45.2	41.3
콘텐츠솔루션	115.00	100.0	11.5	34.6	53.8	134.00	100.0	11.5	30.8	57.7



### 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

경북 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 13.8%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘영화’와 ‘게임’ 사업체의 경우 각각 50.0%, 43.8%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-399] 경북 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-451> 경북 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

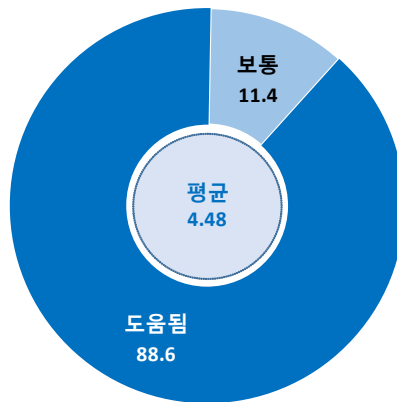
(단위 : %)

분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	13.8	86.2	100.0
만화	25.0	75.0	100.0
음악	18.8	81.3	100.0
게임	43.8	56.3	100.0
영화	50.0	50.0	100.0
애니메이션	0.0	100.0	100.0
방송	0.0	100.0	100.0
캐릭터	27.3	72.7	100.0
지식정보	6.7	93.3	100.0
콘텐츠솔루션	15.4	84.6	100.0

### 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 경북 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 88.6%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 없었다. 평균 도움 정도는 ‘게임’ 분야가 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 경북지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-400] 경북 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-452> 경북 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

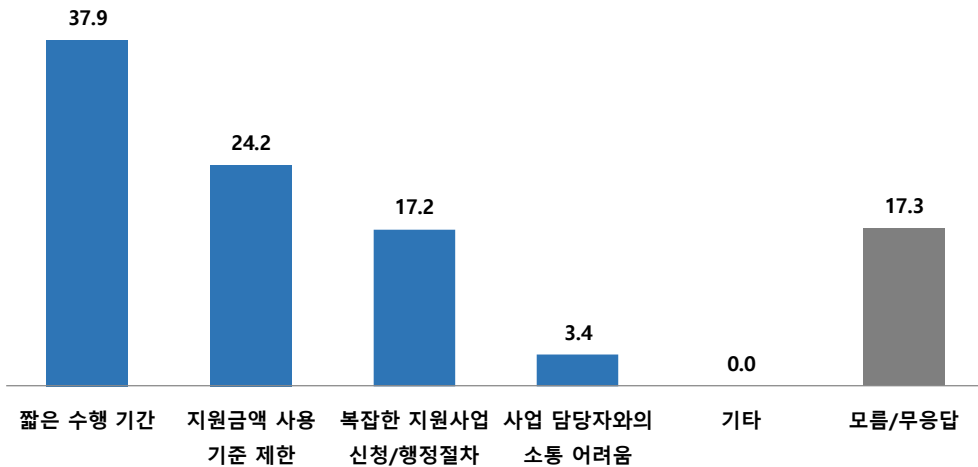
(단위 : %)

분야	① 매우 도움안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	0.0	0.0	11.4	29.5	59.1	0.0	88.6	4.48
만화	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
음악	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	100.0	4.33
게임	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
영화	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	4.00
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-	-
방송	-	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	0.0	0.0	0.0	60.0	40.0	0.0	100.0	4.40
지식정보	0.0	0.0	22.3	0.0	77.7	0.0	77.7	4.55
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	25.0	0.0	75.0	0.0	75.0	4.50

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 37.9%의 사업체가 ‘짧은 수행 기간’이라고 응답하였으며, ‘지원금액 사용 기준 제한’ 24.2%, ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’ 17.2% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경북지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-401] 경북 지역 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-453> 경북 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

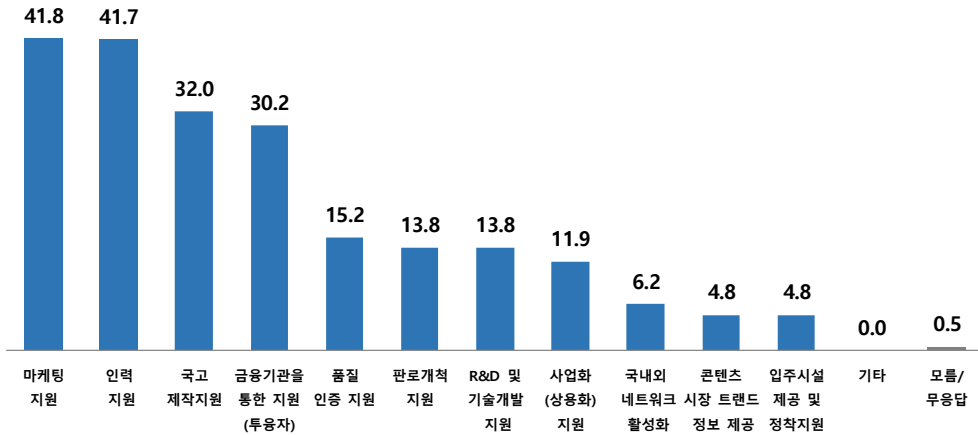
(단위 : %)

분야	짧은 수행 기간	지원금액 사용 기준 제한	복잡한 지원사업 신청/행정절차	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	37.9	24.2	17.2	3.4	0.0	17.3	100.0
만화	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
음악	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	100.0
게임	42.9	0.0	0.0	14.3	0.0	42.9	100.0
영화	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-
지식정보	42.8	28.6	0.0	0.0	0.0	28.6	100.0
콘텐츠솔루션	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

### 13) 필요 지원 분야

경북 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘마케팅 지원(광고 및 판촉지원 등)’이 41.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘인력 지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’ 41.7%, ‘국고 제작지원’ 32.0%, ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 30.2% 등의 순으로 높았다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-402] 경북 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

<표 2-454> 경북 지역 분야별 필요 지원 분야

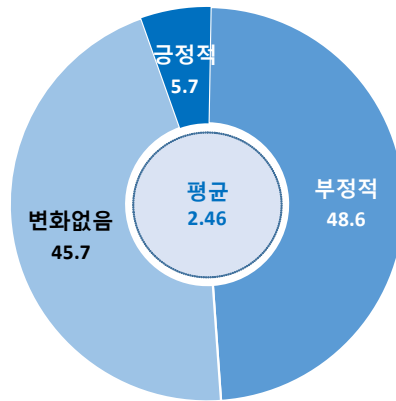
(단위 : %)

분야	마케팅 지원(광고 및 판촉지원 등)	인력 지원(인건비, 전문 교육 지원 등)	국고 제작지원	금융기관을 통한 지원 (투융자)	품질 인증 지원 (특히 인증 등)	판로개척 지원	R&D 및 기술개발 지원	사업화 (상용화) 지원 (사제품 개발 지원 등)	국내외 네트워크 활성화	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	입주시설 제공 및 정착 지원	기타	모름/무응답
전체	41.8	41.7	32.0	30.2	15.2	13.8	13.8	11.9	6.2	4.8	4.8	0.0	0.5
만화	0.0	62.5	25.0	37.5	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	156.3	0.0	18.8	12.5	68.8	6.3	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	18.8	62.5	43.8	37.5	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0
영화	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0
애니메이션	33.3	0.0	0.0	66.7	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0
방송	33.3	33.3	16.7	41.7	8.3	8.3	8.3	25.0	16.7	0.0	8.3	0.0	0.0
캐릭터	27.3	9.1	27.3	100.0	0.0	63.6	45.5	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	14.4	54.7	36.6	25.0	4.8	10.6	10.6	12.5	4.8	5.8	2.9	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	42.3	50.0	34.6	30.8	3.8	30.8	26.9	7.7	3.8	7.7	3.8	0.0	3.8

## 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 48.6%의 비율로 ‘부정적’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 45.7%의 사업체가 ‘변화없음’, 5.7%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 87.5%로 ‘음악’이 가장 높게 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-403] 경북 지역 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-455> 경북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

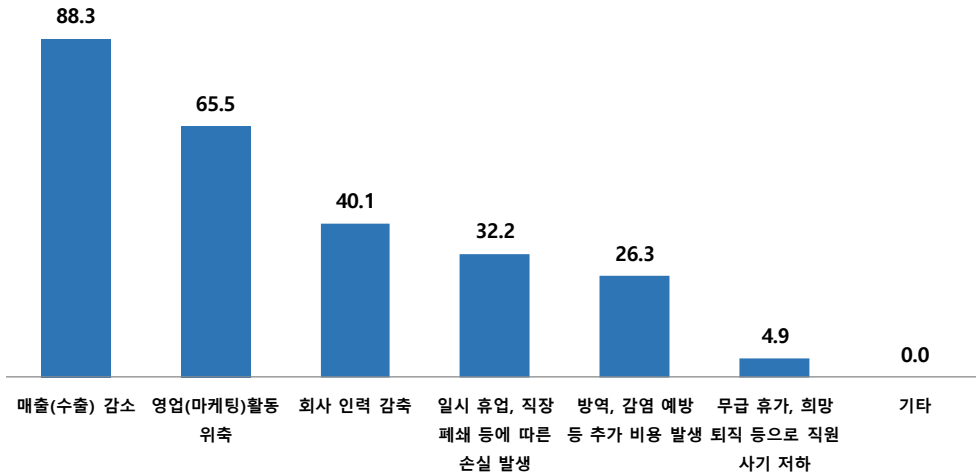
(단위 : % 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	13.3	35.3	45.7	3.8	1.9	48.6	5.7	2.46
만화	0.0	25.0	75.0	0.0	0.0	25.0	0.0	2.75
음악	0.0	87.5	0.0	12.5	0.0	87.5	12.5	2.25
게임	12.5	6.3	75.0	6.3	0.0	18.8	6.3	2.75
영화	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	2.50
애니메이션	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
방송	8.3	16.7	66.7	0.0	8.3	25.0	8.3	2.83
캐릭터	18.2	27.3	45.5	9.1	0.0	45.5	9.1	2.45
지식정보	17.3	35.7	44.2	1.0	1.9	52.9	2.9	2.35
콘텐츠솔루션	19.2	3.8	69.2	3.8	3.8	23.1	7.7	2.69

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 88.3%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 65.5%, ‘회사인력감축’ 40.1% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-404] 경북 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-456> 경북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

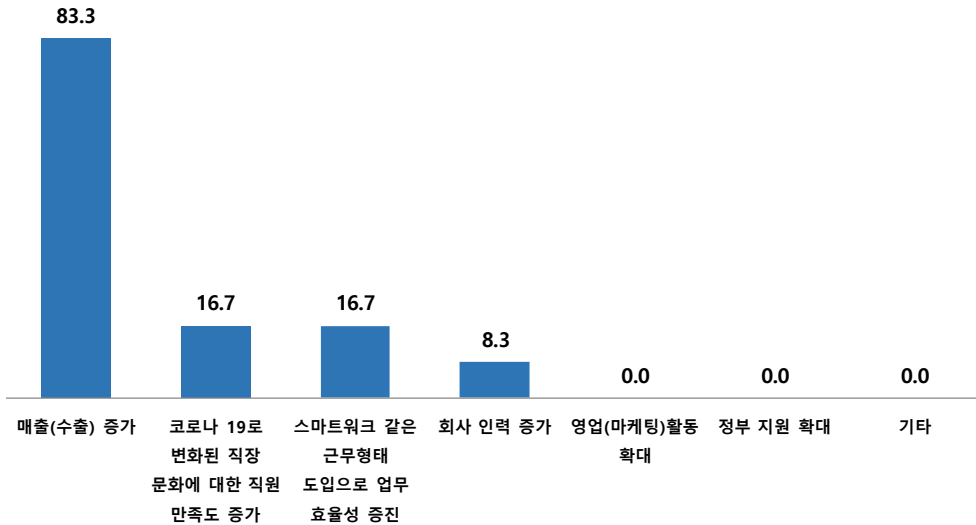
(단위 : %)

분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	회사 인력 감축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	기타
전체	88.3	65.5	40.1	32.2	26.3	4.9	0.0
만화	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	85.7	85.7	78.6	92.9	78.6	0.0	0.0
게임	66.7	100.0	66.7	33.3	33.3	33.3	0.0
영화	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	66.7	66.7	66.7	33.3	33.3	0.0	0.0
캐릭터	100.0	100.0	0.0	60.0	0.0	60.0	0.0
지식정보	90.9	49.0	20.0	1.8	5.4	1.8	0.0
콘텐츠솔루션	100.0	66.7	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출)증가’가 83.3%로 가장 높았으며, ‘코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가’, ‘스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진’ 16.7% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-405] 경북 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-457> 경북 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

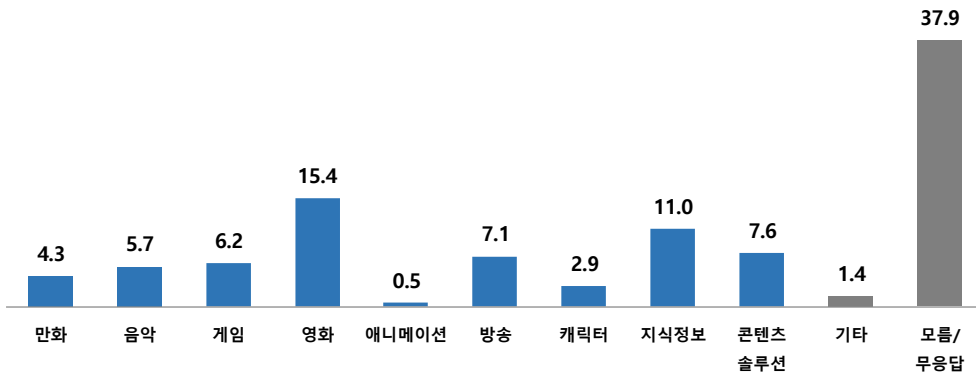
(단위 : %)

분야	매출(수출) 증가	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	회사 인력 증가	영업(마케팅) 활동 확대	정부 지원 확대	기타
전체	83.3	16.7	16.7	8.3	0.0	0.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	66.7	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 37.9%로 가장 높았으며, ‘영화’가 15.4%, ‘지식정보’ 11.0% 등의 순으로 나타났다. ‘영화’분야의 경우 방송이 100.0%의 비율로 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답하였다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-406] 경북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-458> 분야별 경북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

(단위 : %)

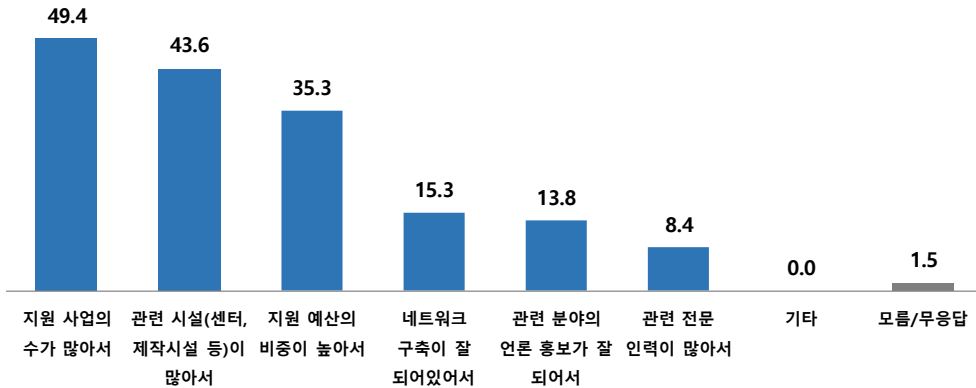
분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션	기타	모름/무응답
전체	4.3	5.7	6.2	15.4	0.5	7.1	2.9	11.0	7.6	1.4	37.9
만화	0.0	0.0	0.0	62.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	37.5
음악	12.5	12.5	0.0	68.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3
게임	0.0	0.0	62.5	0.0	0.0	6.3	0.0	6.3	0.0	0.0	25.0
영화	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3
방송	0.0	8.3	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0	33.3	0.0	0.0	25.0
캐릭터	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	27.3	0.0	0.0	0.0	45.5
지식정보	1.9	5.8	1.9	3.9	0.0	5.8	2.9	12.5	13.5	0.0	51.9
콘텐츠 솔루션	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	11.5	0.0	19.2	3.8	11.5	34.6



### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘지원사업의 수가 많아서’ 49.4%, ‘관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서’ 43.6%, ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 35.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-407] 경북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-459> 분야별 경북 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

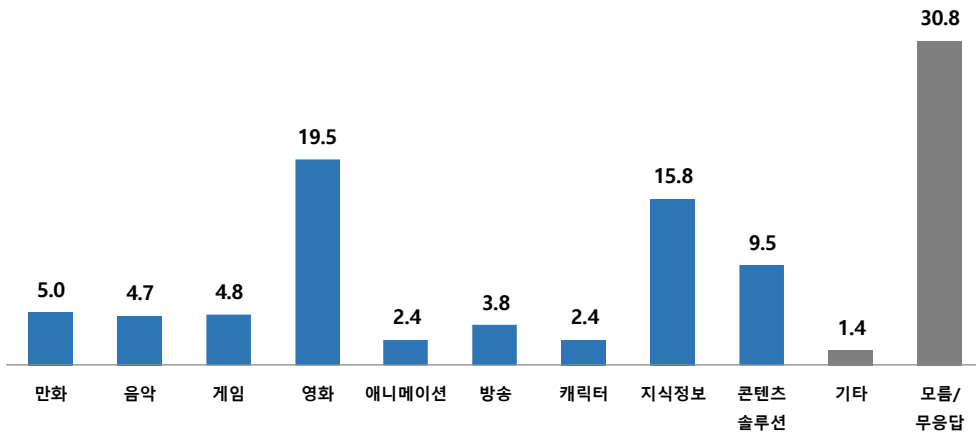
(단위 : %)

분야	지원사업의 수가 많아서	관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서	지원 예산의 비중이 높아서	네트워크 구축이 잘 되어있어서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	관련 전문 인력이 많아서	기타	모름/무응답
전체	49.4	43.6	35.3	15.3	13.8	8.4	0.0	1.5
분야	만화	60.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	음악	86.7	86.7	26.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	게임	41.7	33.3	75.0	8.3	8.3	8.3	0.0
	영화	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	애니메이션	100.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	방송	22.2	22.2	33.3	22.2	44.4	11.1	0.0
	캐릭터	50.0	50.0	0.0	16.7	0.0	33.3	0.0
	지식정보	41.9	32.0	32.0	21.9	20.0	8.0	0.0
콘텐츠솔루션	23.5	23.5	47.1	23.5	17.6	11.8	0.0	

## 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 30.8%, 다음으로 ‘영화’가 19.5%, ‘지식정보’가 15.8% 순으로 높았다. ‘음악’의 경우 ‘영화’가 87.5%의 비율로 소외되어 있다고 응답했다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-408] 경북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-460> 분야별 경북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

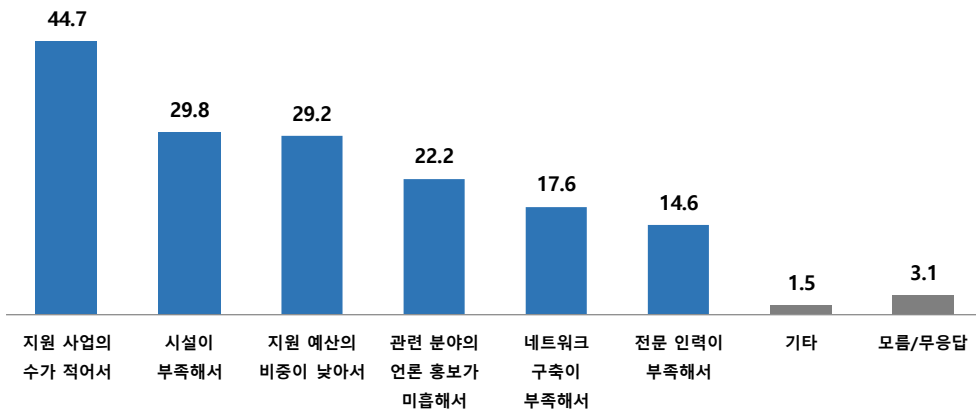
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	5.0	4.7	4.8	19.5	2.4	3.8	2.4	15.8	9.5	1.4	30.8
만화	62.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	37.5
음악	12.5	0.0	0.0	87.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	6.3	31.3	6.3	6.3	0.0	0.0	12.5	6.3	12.5	6.3	12.5
영화	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3
방송	0.0	0.0	0.0	8.3	8.3	16.7	0.0	25.0	16.7	0.0	25.0
캐릭터	9.1	0.0	27.3	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	45.5
지식정보	1.0	2.9	4.8	7.7	1.9	3.9	1.9	26.9	5.8	0.0	43.3
콘텐츠솔루션	3.8	7.7	3.8	3.8	3.8	3.8	0.0	0.0	38.5	7.7	26.9

### 가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원사업의 수가 적어서’가 44.7%로 가장 높았고, ‘시설이 부족해서’가 29.8%, ‘지원 예산의 비중이 낮아서’ 29.2% 등의 순으로 나타났다. ‘영화’의 경우 ‘전문인력이 부족해서’라는 응답이 100.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났으며, ‘애니메이션’의 경우 ‘지원예산의 비중이 낮아서’가 100.0%로 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-409] 경북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

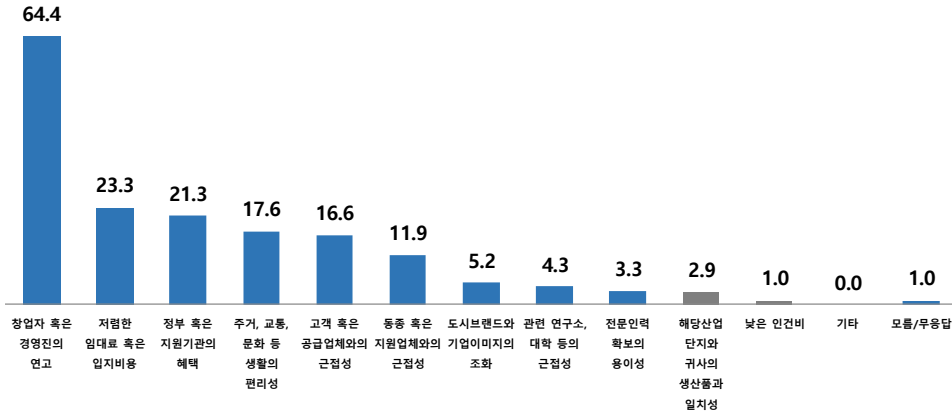
<표 2-461> 분야별 경북 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)  
(단위 : %)

분야	지원사업의 수가 적어서	시설이 부족해서	지원 예산의 비중이 낮아서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	네트워크 구축이 부족해서	전문인력이 부족해서	기타	모름/무응답
전체	44.7	29.8	29.2	22.2	17.6	14.6	1.5	3.1
만화	100.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	86.7	73.3	13.3	0.0	13.3	0.0	0.0	0.0
게임	41.7	25.0	16.7	41.7	16.7	8.3	8.3	8.3
영화	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
애니메이션	50.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	55.6	11.1	11.1	22.2	33.3	22.2	0.0	0.0
캐릭터	66.7	0.0	50.0	0.0	16.7	33.3	0.0	0.0
지식정보	18.0	20.0	40.0	26.0	17.9	20.0	0.0	6.0
콘텐츠솔루션	35.3	11.8	23.5	52.9	23.5	11.8	5.9	0.0

## 17) 경북 지역에 사업장을 선택한 이유

경북 지역 콘텐츠 사업체가 경북 지역을 선택한 이유에 대해 64.4%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘저렴한 임대료 혹은 입지 비용’ 23.3%, ‘정부 혹은 지원기관의 혜택’ 21.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-410] 경북 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-462> 분야별 경북 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

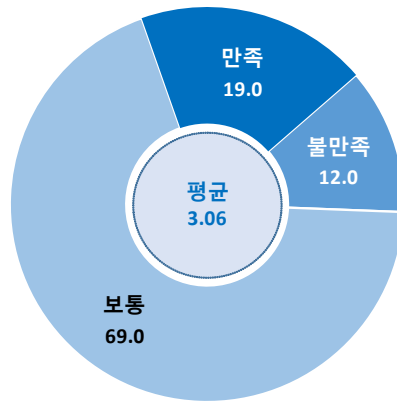
(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진의 연고	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	정부 혹은 지원기관의 혜택	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	고객 혹은 공급업체와의 근접성	동종 혹은 지원업체와의 근접성	도시브랜드와 기업이미지의 조화	관련 연구소, 대학 등의 근접성	전문인력 확보의 용이성	해당산업 단지와 귀사의 생산품과 일치성	낮은 인건비	기타	모름/무응답
전체	64.4	23.3	21.3	17.6	16.6	11.9	5.2	4.3	3.3	2.9	1.0	0.0	1.0
만화	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	31.3	81.3	68.8	68.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	50.0	12.5	50.0	0.0	25.0	31.3	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
방송	58.3	16.7	8.3	8.3	33.3	16.7	0.0	8.3	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	72.7	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	82.7	9.6	6.7	6.7	14.4	9.6	4.8	3.9	2.9	1.0	1.9	0.0	1.0
콘텐츠솔루션	42.3	19.2	23.1	26.9	38.5	23.1	3.8	11.5	3.8	3.8	0.0	0.0	3.8

## 18) 경북 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

경북 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 19.0%가 만족한다고 응답하여 불만족인 12.0%보다 7.0%p 높게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 '게임'이 3.50점으로 가장 높았으며 '영화'가 2.50점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-411] 경북 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-463> 경북 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

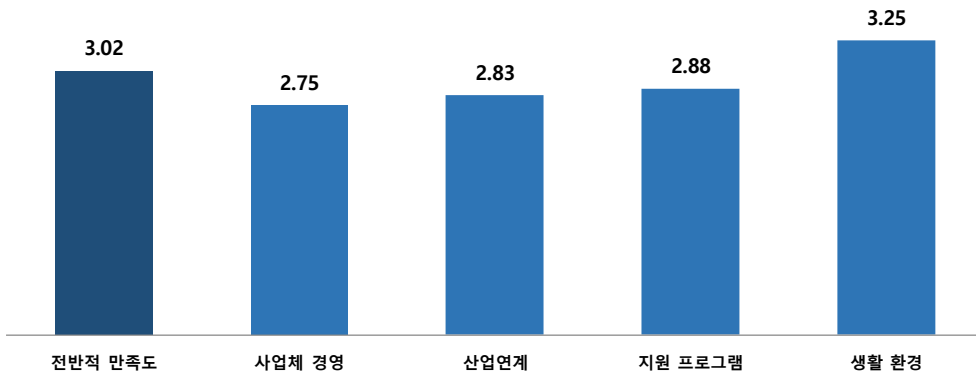
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 불만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	2.4	9.6	69.0	17.6	1.4	12.0	19.0	3.06
만화	0.0	25.0	75.0	0.0	0.0	25.0	0.0	2.75
음악	0.0	0.0	87.5	12.5	0.0	0.0	12.5	3.13
게임	6.3	0.0	43.8	37.5	12.5	6.3	50.0	3.50
영화	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	2.50
애니메이션	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	33.3	3.33
방송	0.0	0.0	83.3	16.7	0.0	0.0	16.7	3.17
캐릭터	0.0	18.2	81.8	0.0	0.0	18.2	0.0	2.82
지식정보	3.9	13.5	68.2	14.4	0.0	17.4	14.4	2.93
콘텐츠솔루션	0.0	7.7	53.8	34.6	3.8	7.7	38.5	3.35

## 19) 경북 지역 인프라 환경 구축 체감도

경북 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 3.02점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘생활 환경’이 3.25점으로 가장 높았으며, ‘지원 프로그램’ 2.88점, ‘산업연계’ 2.83점, ‘사업체 경영’이 2.75점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘콘텐츠솔루션’의 전반적 체감도가 3.35점으로 가장 높았으며, ‘영화’는 2.50점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-412] 경북 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-464> 경북 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

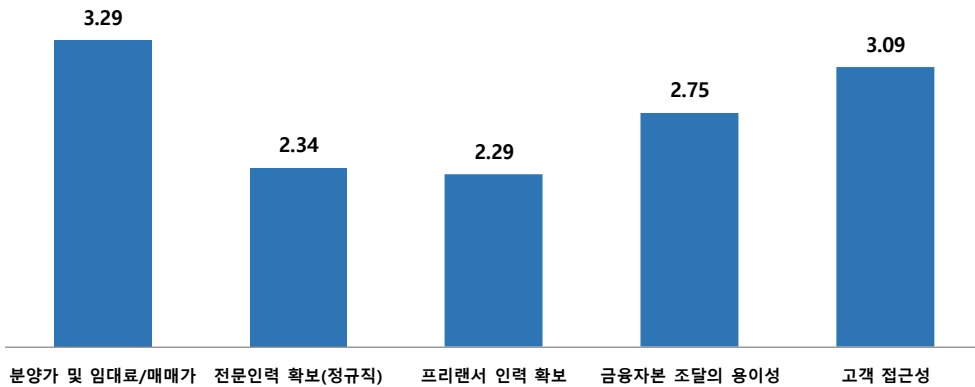
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체	2.75	2.83	2.88	3.25	3.02
만화	2.48	2.65	2.67	2.94	2.75
음악	2.53	2.85	2.89	3.22	3.00
게임	2.88	3.10	3.11	3.25	3.06
영화	2.50	2.90	2.42	2.75	2.50
애니메이션	3.13	2.60	3.17	3.33	3.00
방송	2.95	3.12	3.00	3.38	3.08
캐릭터	3.07	2.75	3.11	3.50	3.00
지식정보	2.69	2.72	2.77	3.21	2.95
콘텐츠솔루션	2.98	3.00	3.10	3.37	3.35

## 가) 사업체 경영

경북 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.75점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘분양가 및 임대료/매매가’가 3.29점으로 가장 높았으며, ‘고객 접근성’ 3.09점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.75점, ‘전문인력 확보(정규직)’ 2.34점, ‘프리랜서 인력 확보’ 2.29점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 평균 점수가 3.13점으로 가장 높았으며, ‘만화’는 2.48점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-413] 경북 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-465> 경북 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

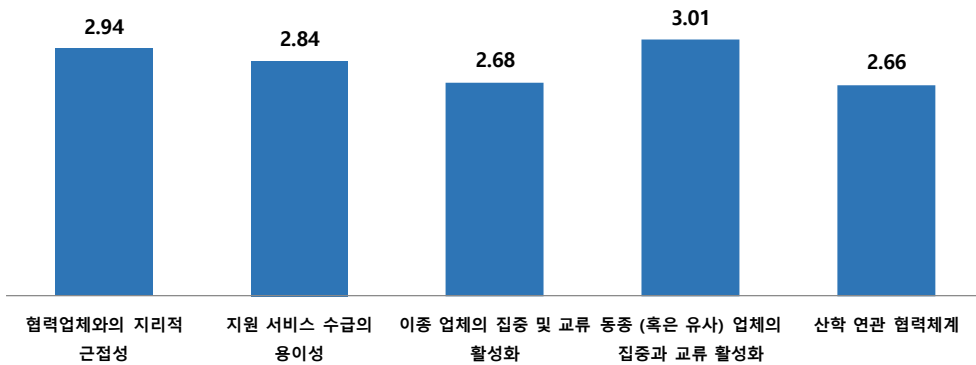
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.29	2.34	2.29	2.75	3.09	2.75
만화	3.38	1.75	1.75	2.75	2.75	2.48
음악	3.06	2.19	2.25	2.19	2.94	2.53
게임	3.44	2.31	2.44	3.19	3.00	2.88
영화	3.50	2.00	2.50	2.00	2.50	2.50
애니메이션	3.67	3.00	3.00	3.00	3.00	3.13
방송	3.25	2.50	2.42	3.08	3.50	2.95
캐릭터	3.64	2.36	2.82	3.55	3.00	3.07
지식정보	3.29	2.28	2.14	2.64	3.11	2.69
콘텐츠솔루션	3.27	2.77	2.50	3.15	3.19	2.98

## 나) 산업연계

경북 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 2.83점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화’가 3.01점으로 가장 높았으며, ‘협력업체와의 지리적 근접성’ 2.94점, ‘지원 서비스 수급의 용이성’ 2.84점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.68점, ‘산학연관 협력체계’ 2.66점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘방송’의 평균 점수가 3.12점으로 가장 높았으며, ‘애니메이션’은 2.60점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-414] 경북 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-466> 경북 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

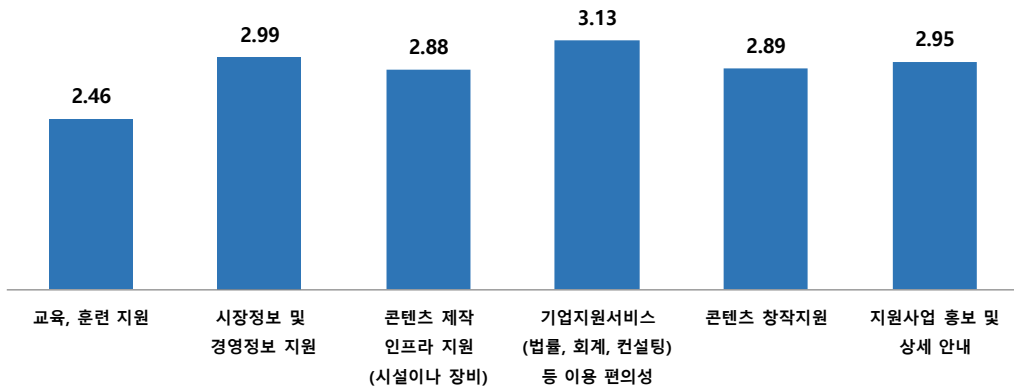
분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학연관 협력체계	[5점 평균]
전체	2.94	2.84	2.68	3.01	2.66	2.83
만화	2.75	2.75	2.75	3.00	2.00	2.65
음악	3.13	2.31	2.88	3.13	2.81	2.85
게임	3.25	3.31	2.94	3.25	2.75	3.10
영화	3.00	3.00	3.50	3.00	2.00	2.90
애니메이션	2.00	3.00	2.33	2.67	3.00	2.60
방송	3.33	3.33	2.75	3.42	2.75	3.12
캐릭터	2.27	3.18	2.18	2.91	3.18	2.75
지식정보	2.90	2.76	2.57	2.89	2.48	2.72
콘텐츠솔루션	2.92	3.12	2.85	3.12	3.00	3.00



## 다) 지원 프로그램

경북 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 2.88점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘기업 지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성’이 3.13점으로 가장 높았으며, ‘시장정보 및 경영정보 지원’ 2.99점, ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 2.95점, ‘콘텐츠 창작지원’ 2.89점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.88점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.46점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 평균 점수가 3.17점으로 가장 높았으며, ‘영화’는 2.42점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-415] 경북 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-467> 경북 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

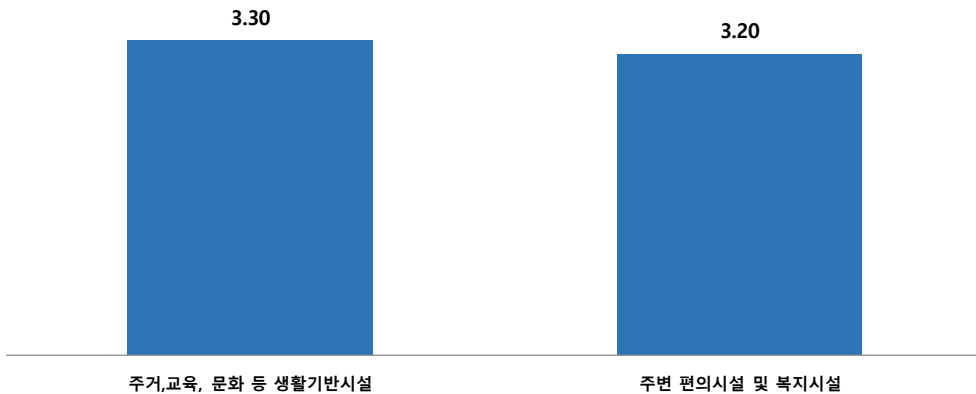
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작지원	지원사업 홍보 및 상세안내	[5점 평균]
전체	2.46	2.99	2.88	3.13	2.89	2.95	2.88
만화	2.00	3.00	3.13	2.75	2.38	2.75	2.67
음악	2.13	3.06	3.00	3.19	2.88	3.06	2.89
게임	2.75	3.13	3.25	3.06	3.25	3.25	3.11
영화	1.00	2.00	2.50	2.50	3.50	3.00	2.42
애니메이션	3.33	3.67	3.33	3.33	2.67	2.67	3.17
방송	2.58	3.00	3.08	3.00	3.25	3.08	3.00
캐릭터	2.82	3.27	2.91	3.91	2.45	3.27	3.11
지식정보	2.41	2.88	2.67	3.02	2.82	2.80	2.77
콘텐츠솔루션	2.73	3.12	3.19	3.35	3.08	3.12	3.10

## 라) 생활환경

경북 지역의 생활환경 구축 체감도에 대해서는 평균 3.25점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.30점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.20점으로 나타났다. 분야별로는 ‘캐릭터’의 평균 점수가 3.50점으로 가장 높았으며, ‘영화’가 2.75점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경북 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-416] 경북 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-468> 경북 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.30	3.20	3.25
만화	2.75	3.13	2.94
음악	3.31	3.13	3.22
게임	3.38	3.13	3.25
영화	3.00	2.50	2.75
애니메이션	3.33	3.33	3.33
방송	3.42	3.33	3.38
캐릭터	3.55	3.45	3.50
지식정보	3.26	3.15	3.21
콘텐츠솔루션	3.35	3.38	3.37

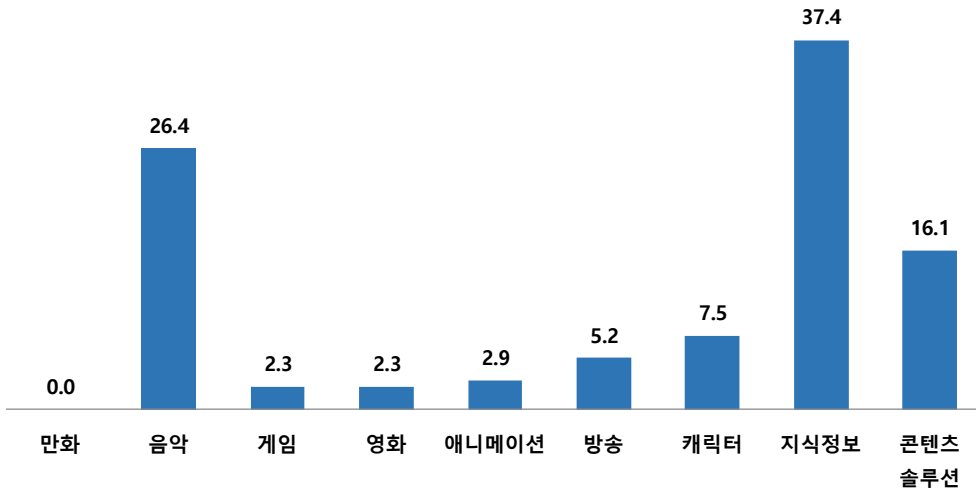
## 16. 경남

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

경남 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 174개였으며, ‘지식정보’ 사업체 수가 37.4%로 가장 많았으며, ‘음악’ 26.4%, ‘콘텐츠솔루션’ 16.1% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-417] 경남 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-469> 경남 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

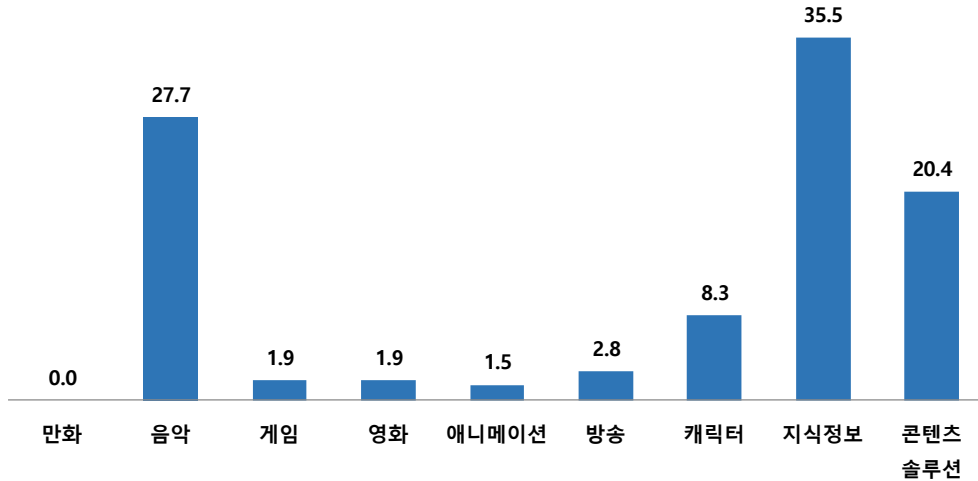
(단위 : 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	174	100.0
만화	-	-
음악	46	26.4
게임	4	2.3
영화	4	2.3
애니메이션	5	2.9
방송	9	5.2
캐릭터	13	7.5
지식정보	65	37.4
콘텐츠솔루션	28	16.1

## 2) 종사자 현황

경남 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 1,708명이었으며, ‘지식정보’ 분야의 종사자 비율이 35.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘음악’ 27.7%, ‘콘텐츠솔루션’ 20.4%, ‘캐릭터’ 8.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-418] 경남 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

<표 2-470> 경남 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

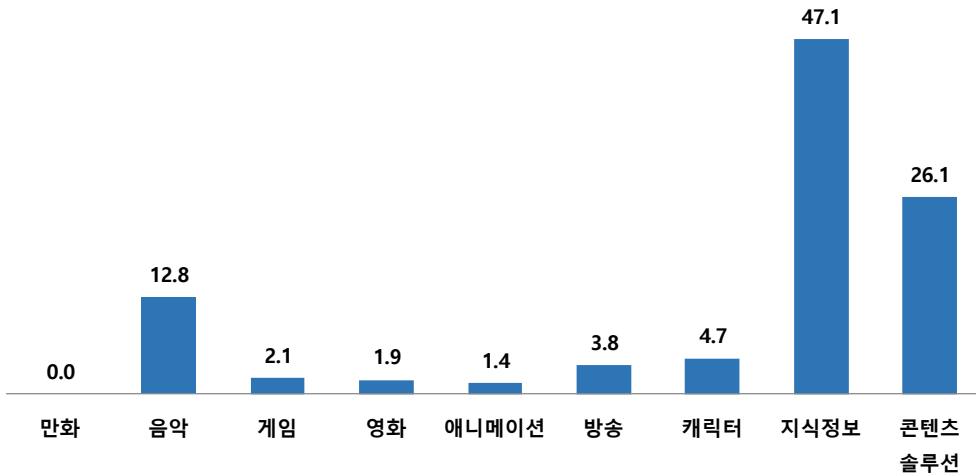
(단위 : 명, %)

분야	종사자 수	비율
전체	1,708	100.0
만화	-	-
음악	474	27.7
게임	32	1.9
영화	33	1.9
애니메이션	25	1.5
방송	47	2.8
캐릭터	142	8.3
지식정보	607	35.5
콘텐츠솔루션	348	20.4

### 3) 매출액 현황

경남 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 1,380억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘지식 정보’ 매출액이 650억 원으로 47.1%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘콘텐츠솔루션’이 360억 원 (26.1%), ‘음악’이 177억 원 (12.8%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-419] 경남 지역 콘텐츠 분야별 매출액 비율

<표 2-471> 경남 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원, %)

분야	매출액	비율
전체	138,010	100.0
만화	-	-
음악	17,705	12.8
게임	2,869	2.1
영화	2,689	1.9
애니메이션	1,969	1.4
방송	5,294	3.8
캐릭터	6,480	4.7
지식정보	65,000	47.1
콘텐츠솔루션	36,003	26.1

## 나. 설문조사 결과

경남 지역 내 사업체 174곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 경남 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 56.9%로 가장 많았으며, '5~9인'이 23.6%, '10~49인'이 15.5% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 84.6%의 비중을 차지하였다.

<표 2-472> 경남 지역 응답 사업체 일반현황

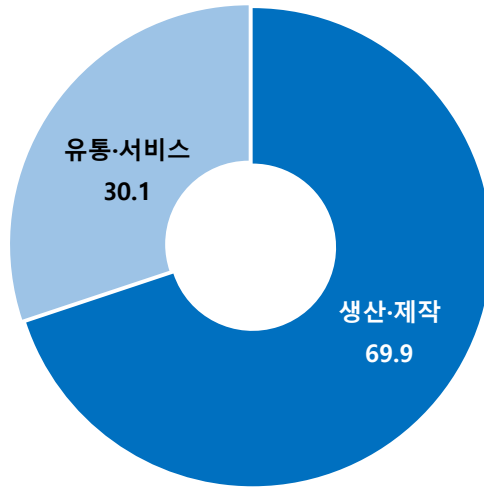
(단위 : 개, %)

분야		사례 수	비율
전체		174	100.0
규모	5인 미만	99	56.9
	5~9인	41	23.6
	10~49인	27	15.5
	50~99인	4	2.3
	100인 이상	3	1.7
콘텐츠분야	만화	-	-
	음악	46	26.4
	게임	4	2.3
	영화	4	2.3
	애니메이션	5	2.9
	방송	9	5.2
	캐릭터	13	7.5
	지식정보	65	37.4
사업체 구분	콘텐츠솔루션	28	16.1
	단독사업체	79	84.6
	본사·본점	13	14.3
	공장, 지사(점), 영업소 등	1	1.1

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

경남 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 69.9%, ‘유통·서비스’가 30.1%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘애니메이션’으로 84.0%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 45.4%인 ‘캐릭터’로 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-420] 경남 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

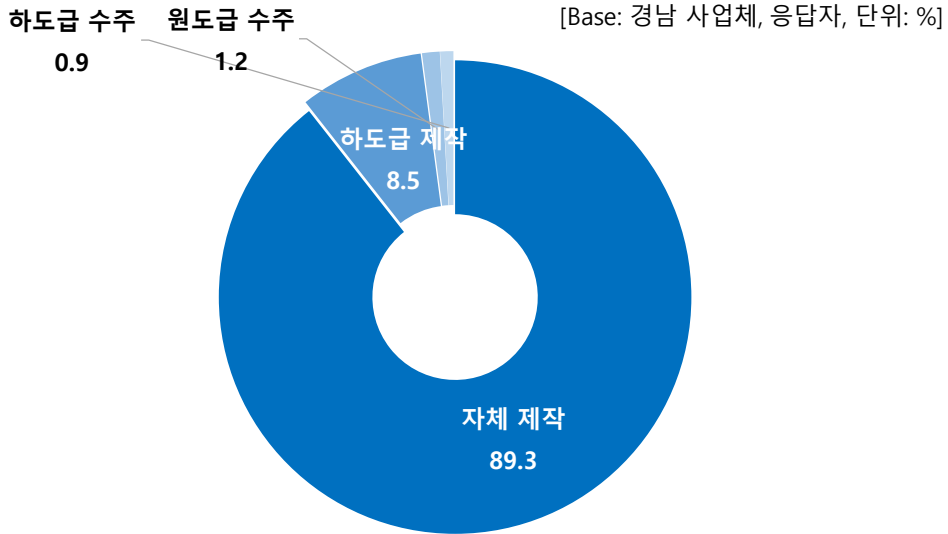
<표 2-473> 경남 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

(단위 : %)

분야		합계	생산·제작	유통·서비스
전체		100.0	69.9	30.1
분야	만화	-	-	-
	음악	100.0	75.1	24.9
	게임	100.0	67.5	32.5
	영화	100.0	77.5	22.5
	애니메이션	100.0	84.0	16.0
	방송	100.0	69.1	30.9
	캐릭터	100.0	54.6	45.4
	지식정보	100.0	67.4	32.6
	콘텐츠솔루션	100.0	71.3	28.7

## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

경남 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 29.3건이었으며, 제작유형은 '자체 제작'이 89.3%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '하도급 제작'이 8.5%, '원도급 수주'가 1.2%, '하도급 수주'가 0.9%의 순으로 나타났다. 제작 비율로는 '방송'의 자체 제작 비율이 100.0%로 가장 높게 나타났고, '게임'은 73.0%로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-421] 경남 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

<표 2-474> 경남 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

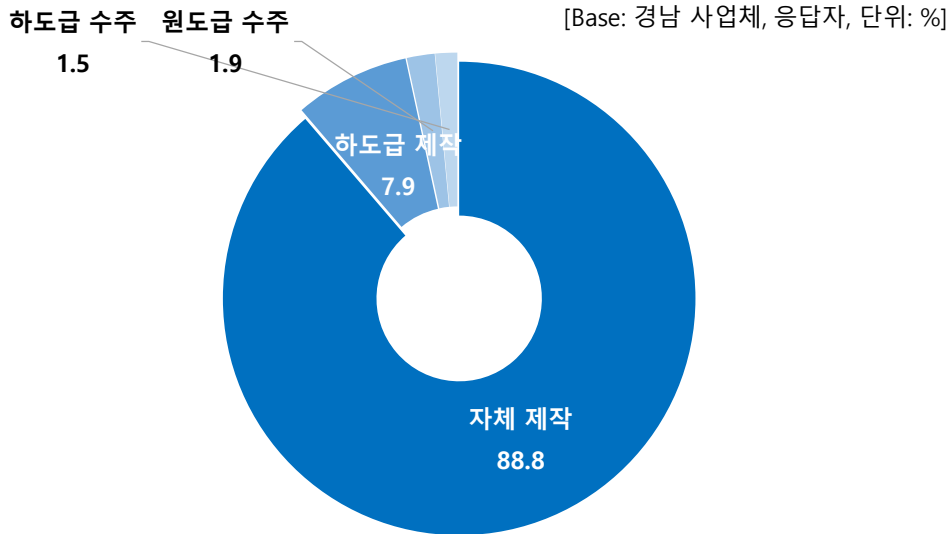
(단위 : 건, %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>29.3</b>	<b>100.0</b>	<b>89.3</b>	<b>8.5</b>	<b>1.2</b>	<b>0.9</b>	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	6.4	100.0	86.5	6.1	3.8	3.6
	게임	4.3	100.0	73.0	25.8	1.3	0.0
	영화	14.8	100.0	84.3	15.8	0.0	0.0
	애니메이션	10.7	100.0	89.3	6.3	4.5	0.0
	방송	10.9	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	캐릭터	6.8	100.0	79.0	21.0	0.0	0.0
	지식정보	50.0	100.0	90.0	9.5	0.4	0.2
	콘텐츠솔루션	44.3	100.0	94.2	5.8	0.0	0.0



지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 17.0건이었으며, ‘콘텐츠솔루션’이 44.3건으로 가장 높았으며, ‘게임’이 4.3건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-422] 경남 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

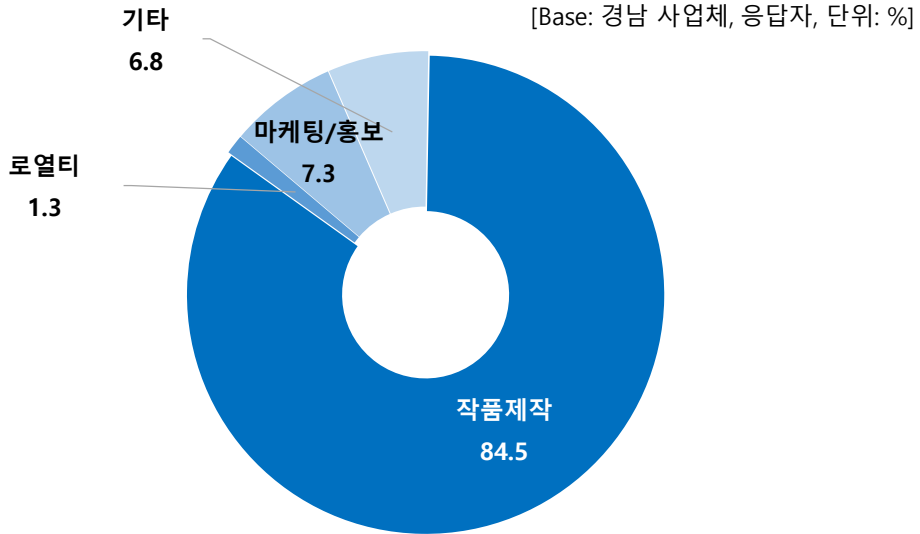
<표 2-475> 경남 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위 : 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	17.0	100.0	88.8	7.9	1.9	1.5
만화	-	-	--	-	-	-
음악	6.4	100.0	86.5	6.1	3.8	3.6
게임	4.3	100.0	73.0	25.8	1.3	0.0
영화	14.8	100.0	84.3	15.8	0.0	0.0
애니메이션	10.7	100.0	89.3	6.3	4.5	0.0
방송	10.9	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	6.8	100.0	79.0	21.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	44.3	100.0	94.2	5.8	0.0	0.0

### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

경남 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 154.2백만 원이었으며, 84.5%의 제작비가 '작품 제작'에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 '마케팅/홍보'가 7.3%, '기타' 6.8%, '로열티' 1.3% 순으로 나타났다. 분야별로 '방송'의 경우 98.6%가 '작품 제작'에 투입되고 있었으며, '음악'의 경우 '작품 제작'의 비율이 65.4%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.



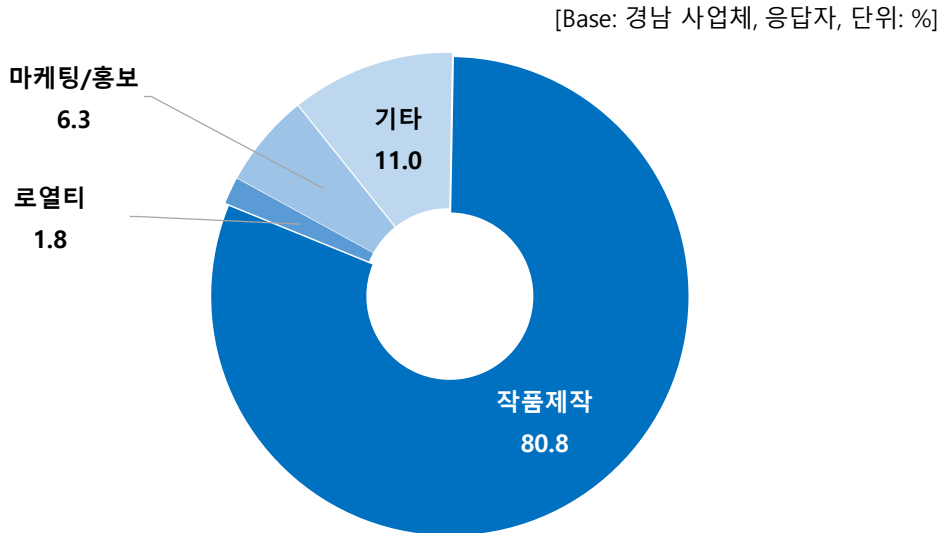
[그림 2-423] 경남 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율

<표 2-476> 경남 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>154.2</b>	<b>100.0</b>	<b>84.5</b>	<b>1.3</b>	<b>7.3</b>	<b>6.8</b>	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	52.6	100.0	65.4	4.0	11.5	19.0
	게임	210.8	100.0	86.5	1.8	7.5	4.3
	영화	100.4	100.0	90.3	1.5	1.5	6.8
	애니메이션	86.1	100.0	98.0	0.0	0.0	2.0
	방송	126.1	100.0	98.6	0.0	1.4	0.0
	캐릭터	137.7	100.0	87.2	0.0	6.8	6.0
	지식정보	223.2	100.0	89.6	0.6	8.7	1.1
콘텐츠솔루션	189.6	100.0	87.9	0.4	2.8	8.9	

지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 113.1백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘게임’이 210.8백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘콘텐츠솔루션’ 189.6백만 원, ‘캐릭터’ 137.7백만 원으로 나타났다.



[그림 2-424] 경남 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

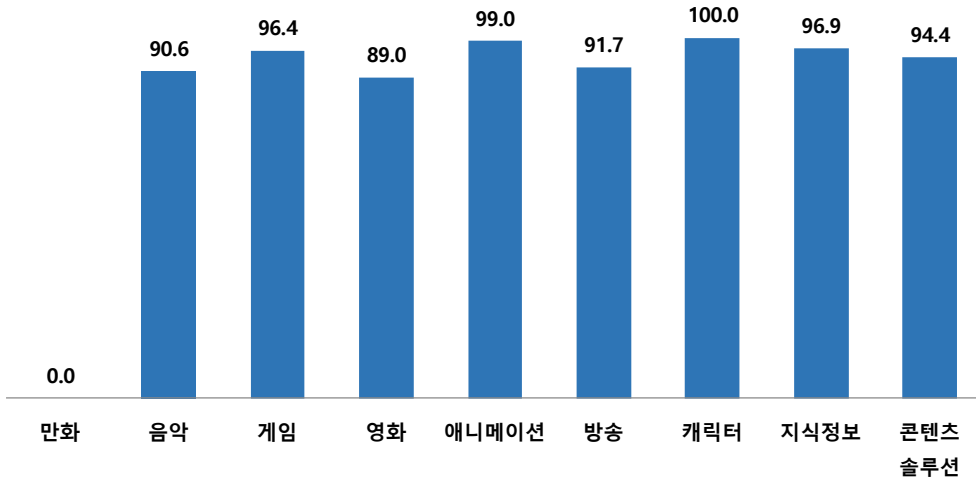
<표 2-477> 경남 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)  
(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
전체	113.1	100.0	80.8	1.8	6.3	11.0	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	52.6	100.0	65.4	4.0	11.5	19.0
	게임	210.8	100.0	86.5	1.8	7.5	4.3
	영화	100.4	100.0	90.3	1.5	1.5	6.8
	애니메이션	86.1	100.0	98.0	0.0	0.0	2.0
	방송	126.1	100.0	98.6	0.0	1.4	0.0
	캐릭터	137.7	100.0	87.2	0.0	6.8	6.0
	콘텐츠솔루션	189.6	100.0	87.9	0.4	2.8	8.9

#### 4) 상용근로자 비율

경남 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 94.7%로 나타났으며 ‘캐릭터’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘영화’ 89.0%의 경우 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-425] 경남 지역 상용근로자 비율

<표 2-478> 경남 지역 분야별 상용근로자 비율

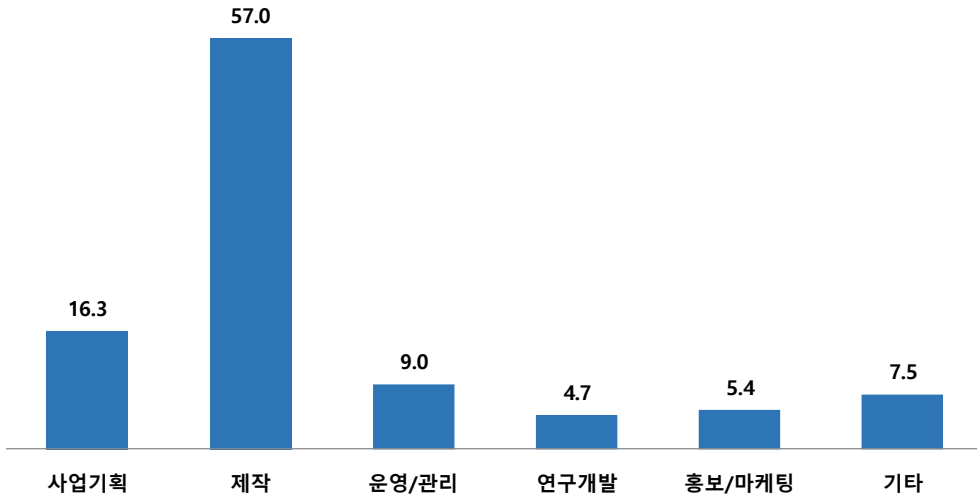
(단위 : %)

분야		비율
전체		94.7
분야	만화	-
	음악	90.6
	게임	96.4
	영화	89.0
	애니메이션	99.0
	방송	91.7
	캐릭터	100.0
	지식정보	96.9
	콘텐츠솔루션	94.4

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

경남 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 57.0%로 가장 높게 나타났으며 ‘사업기획’ 16.3%, ‘운영/관리’ 9.0% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘게임’으로 79.5%였으며 ‘사업기획’의 직무 비율은 ‘음악’이 25.7%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-426] 경남 지역 상용근로자의 직무별 비율

<표 2-479> 경남 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

(단위 : %)

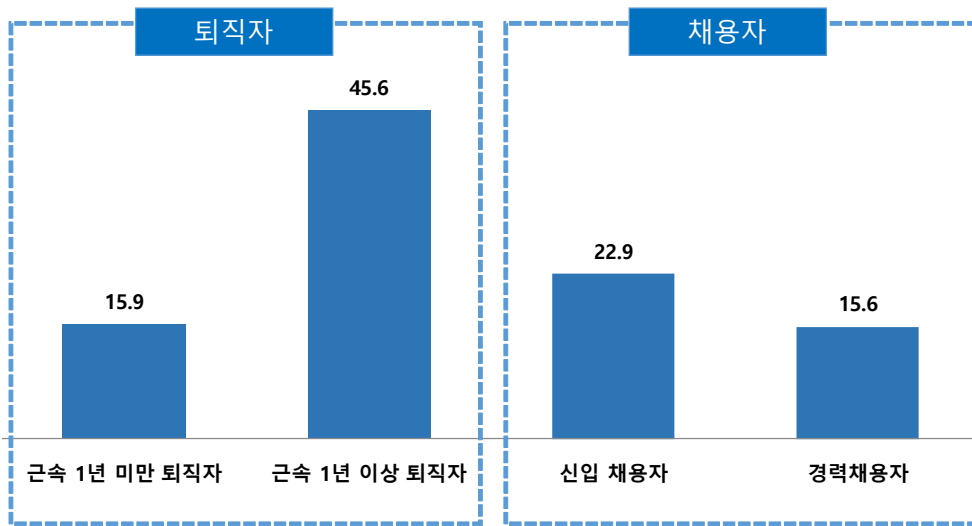
분야	합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타	
전체	100.0	16.3	57.0	9.0	4.7	5.4	7.5	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	
	음악	100.0	25.7	45.0	13.7	4.2	6.8	4.6
	게임	100.0	5.8	79.5	3.3	4.8	6.0	0.8
	영화	100.0	8.8	64.3	6.8	0.0	9.0	11.3
	애니메이션	100.0	21.6	64.0	3.6	2.2	0.8	7.8
	방송	100.0	4.9	54.3	8.4	5.0	3.9	23.4
	캐릭터	100.0	22.7	56.5	6.2	2.6	2.3	9.7
	지식정보	100.0	11.2	60.6	8.1	6.4	6.6	7.2
	콘텐츠솔루션	100.0	14.9	64.2	7.2	3.6	2.6	7.5

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

경남 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '퇴직자'의 비율이 61.5%로 '채용자' 비율인 38.5%보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 45.6%가 '근속 1년 이상 퇴직자'였으며, 채용자는 22.9%가 '신입 채용자'로 나타났다.

분야별로는 '애니메이션' 분야의 퇴직자 비율이 78.6%로 가장 높았으며, '방송' 분야의 채용자 비율이 75.0%로 높게 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-427] 경남 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-480> 경남 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

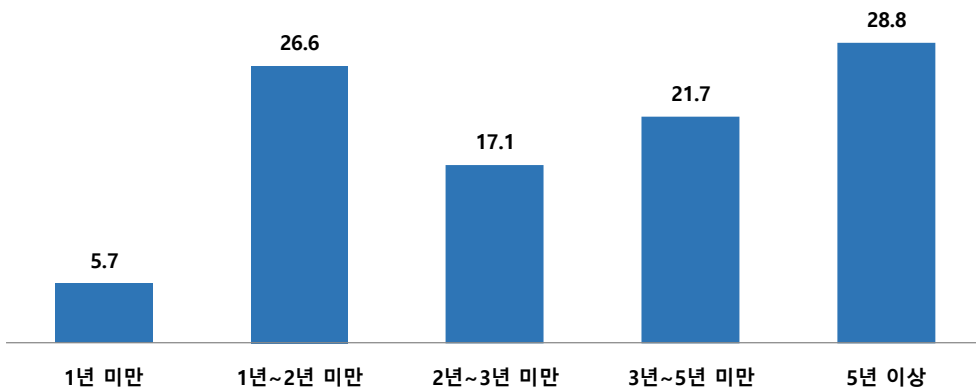
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년 미만 퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자
전체	61.5	15.9	45.6	38.5	22.9	15.6
분야	만화	-	-	-	-	-
	음악	38.5	12.8	25.6	61.5	30.8
	게임	50.0	18.8	31.3	50.0	25.0
	영화	50.0	30.0	20.0	50.0	20.0
	애니메이션	78.6	14.3	64.3	21.4	7.1
	방송	25.0	0.0	25.0	75.0	31.3
	캐릭터	47.7	31.8	15.9	52.3	25.0
	지식정보	44.8	18.4	26.3	55.2	32.2
	콘텐츠솔루션	61.3	24.0	37.3	38.7	36.3
	콘텐츠 이외분야	79.5	10.9	68.6	20.5	13.4

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

경남 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 40.54개월이었으며, ‘5년 이상’ 28.8%, ‘1~2년 미만’ 26.6%, ‘3~5년 미만’ 21.7% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 ‘콘텐츠솔루션’의 평균 근속 개월 수가 49.05개월로 가장 길게 나타났고, ‘캐릭터’는 22.15개월로 가장 짧은 근속 개월로 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-428] 경남 지역 상용근로자의 평균 근속기간

<표 2-481> 경남 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

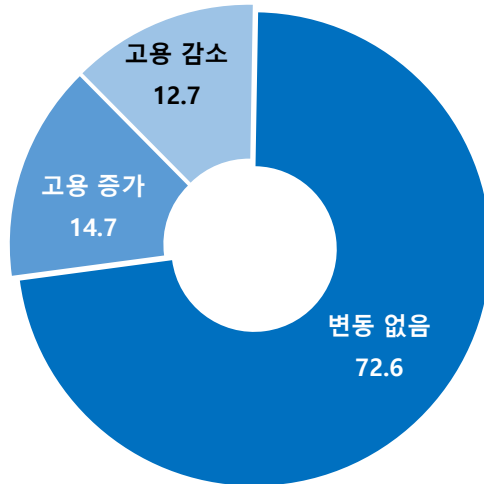
(단위 : % 개월)

분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균근속 개월 수	
전체	100.0	5.7	26.6	17.1	21.7	28.8	40.54	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	
	음악	100.0	8.7	37.8	30.0	0.0	23.5	33.47
	게임	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	30.50
	영화	100.0	0.0	0.0	25.0	25.0	50.0	40.50
	애니메이션	100.0	20.0	20.0	0.0	20.0	40.0	30.60
	방송	100.0	11.1	22.2	22.2	22.2	22.2	38.67
	캐릭터	100.0	0.0	61.5	0.0	38.5	0.0	22.15
	지식정보	100.0	0.0	23.1	12.3	30.8	33.8	47.20
	콘텐츠솔루션	100.0	14.3	10.5	10.7	24.2	40.4	49.05

### 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 경남 지역 사업체의 72.6%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 14.7%, ‘고용감소’는 12.7%로 나타났다. 고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 3.22명, 감소 인원은 2.69명이었다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-429] 경남 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-482> 경남 지역 분야별코로나19 이전/이후 고용 변화

(단위 : %, 명)

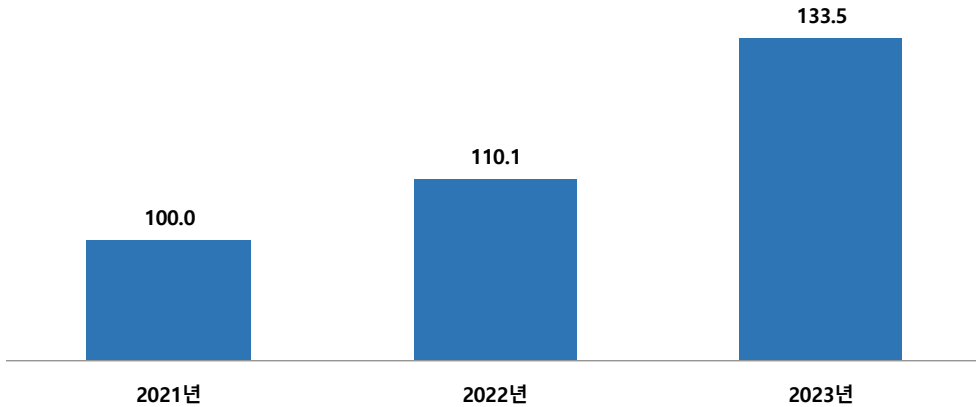
분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	14.7	12.7	72.6	3.22	2.69	
분야	만화	-	-	-	-	-	
	음악	100.0	17.4	12.6	70.0	4.50	1.00
	게임	100.0	25.0	25.0	50.0	2.00	9.00
	영화	100.0	0.0	25.0	75.0	-	1.00
	애니메이션	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-
	방송	100.0	11.1	11.1	77.8	3.00	2.00
	캐릭터	100.0	61.5	0.0	38.5	2.38	-
	지식정보	100.0	9.2	12.3	78.5	2.67	2.50
	콘텐츠솔루션	100.0	5.4	19.0	75.6	4.00	4.09



### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

경남 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 41.9%의 사업체가 '증가'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 62.7%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 분야 중 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 사업은 '캐릭터'로 84.6%였으며, '애니메이션'이 80.0%로 그 뒤를 이었다. 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 '음악'으로 30.0%가 '감소'하였다고 응답했다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 '게임' 100.0%, '캐릭터' 84.6% 등이었으며 '영화'는 '감소'할 것이라는 응답이 25.0%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-430] 경남 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

<표 2-483> 경남 지역 분야별 경영 현황 및 전망

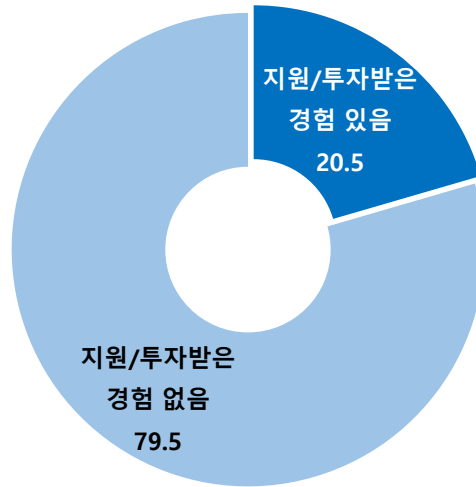
(단위 : %)

분야	2022년 평균					2023년 평균				
	합계	감소	동일	증가	합계	감소	동일	증가		
전체	110.10	100.0	20.6	37.5	41.9	133.52	100.0	11.2	26.1	62.7
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	116.74	100.0	30.0	27.4	42.6	142.91	100.0	12.6	14.8	72.6
게임	119.75	100.0	0.0	25.0	75.0	175.50	100.0	0.0	0.0	100.0
영화	97.50	100.0	25.0	75.0	0.0	132.50	100.0	25.0	0.0	75.0
애니메이션	148.20	100.0	20.0	0.0	80.0	176.80	100.0	20.0	0.0	80.0
방송	108.89	100.0	0.0	66.7	33.3	114.44	100.0	11.1	44.4	44.4
캐릭터	108.38	100.0	0.0	15.4	84.6	115.77	100.0	0.0	15.4	84.6
지식정보	105.65	100.0	21.5	41.5	36.9	130.03	100.0	12.3	32.3	55.4
콘텐츠솔루션	104.35	100.0	21.5	48.9	29.5	127.01	100.0	9.5	41.5	48.9

### 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

경남 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 20.5%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘음악’과 ‘게임’ 사업체의 경우 각각 38.7%, 25.0%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-431] 경남 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-484> 경남 지역 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

(단위 : %)

분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	20.5	79.5	100.0
만화	-	-	-
음악	38.7	61.3	100.0
게임	25.0	75.0	100.0
영화	0.0	100.0	100.0
애니메이션	20.0	80.0	100.0
방송	22.2	77.8	100.0
캐릭터	23.1	76.9	100.0
지식정보	12.3	87.7	100.0
콘텐츠솔루션	10.5	89.5	100.0

### 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 경남 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 100.0%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 평균 도움 정도는 ‘애니메이션’과 ‘콘텐츠솔루션’ 분야가 5.00점으로 높게 나타났다.

[Base: 경남지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-432] 경남 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-485> 경남 지역 분야별 지원 및 투자 경험 도움 정도

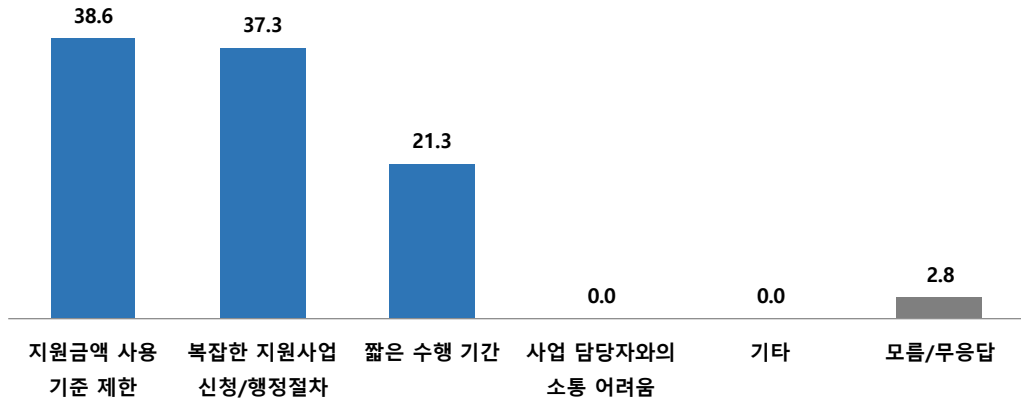
(단위 : %)

분야	① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]	
전체	0.0	0.0	0.0	44.8	55.2	0.0	100.0	4.55	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-	
	음악	0.0	0.0	0.0	52.1	47.9	0.0	100.0	4.48
	게임	0.0	0.0	0.0	25.0	75.0	0.0	100.0	4.75
	영화	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
	방송	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	4.00
	캐릭터	0.0	0.0	0.0	60.0	40.0	0.0	100.0	4.40
	지식정보	0.0	0.0	0.0	30.0	70.0	0.0	100.0	4.70
	콘텐츠솔루션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 38.6%의 사업체가 ‘지원금액 사용 기준 제한’이라고 응답하였으며, ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’ 37.3%, ‘짧은 수행 기간’ 21.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경남지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-433] 경남 지역 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-486> 경남 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

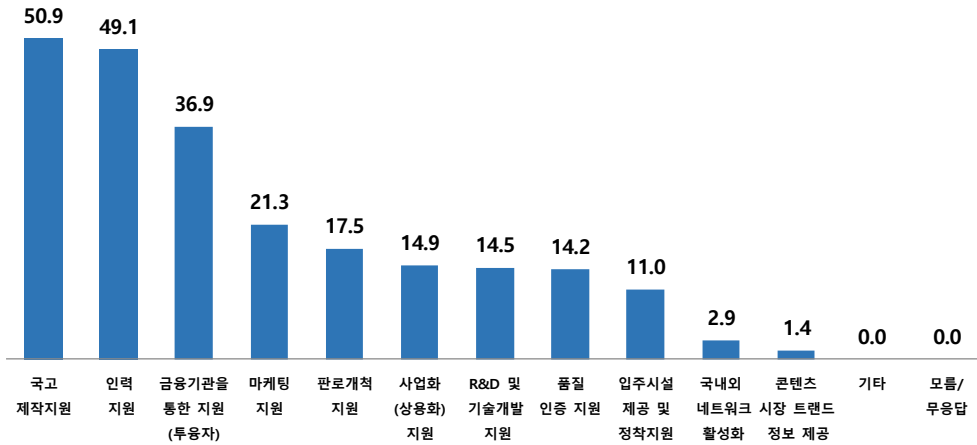
(단위 : %)

분야	지원금액 사용 기준 제한	복잡한 지원사업 신청/행정절차	짧은 수행 기간	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	38.6	37.3	21.3	0.0	0.0	2.8	100.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	55.1	44.9	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
게임	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	-
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	100.0
방송	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
캐릭터	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-
지식정보	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
콘텐츠솔루션	37.5	37.5	12.5	0.0	0.0	12.5	100.0

### 13) 필요 지원 분야

경남 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘국고 제작지원’이 50.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘인력 지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’ 49.1%, ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 36.9%, ‘마케팅 지원(광고 및 판촉 지원 등)’ 21.3% 등의 순으로 높았다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-434] 경남 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

<표 2-487> 경남 지역 분야별 필요 지원 분야

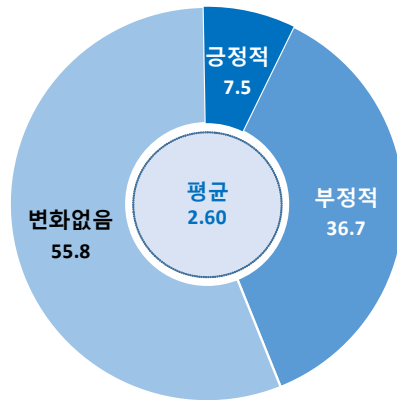
(단위 : %)

분야	국고 제작지원	인력 지원(인건비, 전문 교육 지원 등)	금융기관을 통한 지원 (투융자)	마케팅 지원(광고 및 판촉지원 등)	판로개척 지원	사업화 (상용화) 지원 (시제품 개발 지원 등)	R&D 및 기술 개발 지원	품질 인증 지원 (특허 인증 등)	입주시설 제공 및 정착 지원	국내외 네트워크 활성화	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	기타	모름/무응답
전체	50.9	49.1	36.9	21.3	17.5	14.9	14.5	14.2	11.0	2.9	1.4	0.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	68.3	49.1	46.5	27.8	0.0	17.4	12.6	21.3	12.6	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	25.0	50.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	25.0	25.0	25.0	50.0	25.0	25.0	0.0	75.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	20.0	60.0	40.0	40.0	40.0	0.0	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	55.6	66.7	22.2	22.2	22.2	11.1	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	61.5	15.4	100.0	30.8	61.5	7.7	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	47.7	53.8	27.7	10.8	18.5	15.4	13.8	9.2	9.2	3.1	1.5	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	36.4	49.5	24.5	22.4	19.4	14.3	29.9	10.1	4.8	10.7	5.4	0.0	0.0

## 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 55.8%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 36.7%의 사업체가 ‘부정적’, 7.5%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 50.0%로 ‘영화’가 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘게임’ (25.0%)으로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-435] 경남 지역 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-488> 경남 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

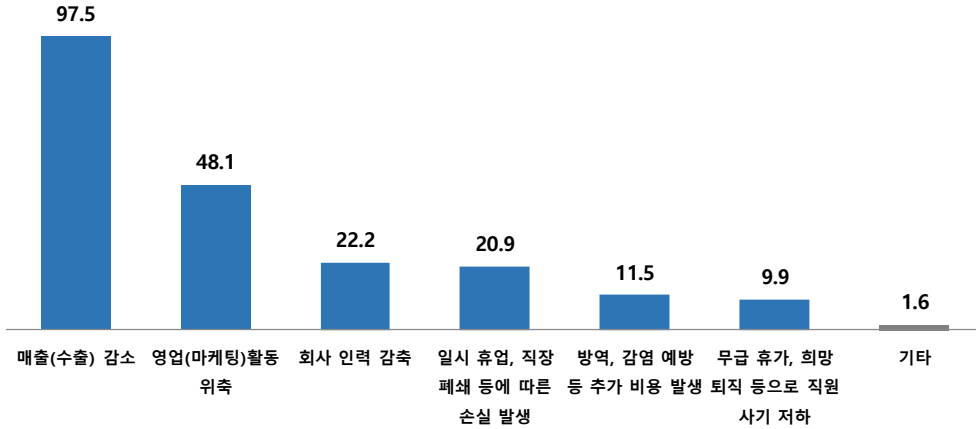
(단위 : %, 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	11.9	24.9	55.8	6.3	1.1	36.7	7.5	2.60
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	12.6	27.8	50.9	8.7	0.0	40.4	8.7	2.56
게임	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0	0.0	25.0	3.25
영화	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	2.50
애니메이션	20.0	0.0	60.0	20.0	0.0	20.0	20.0	2.80
방송	11.1	0.0	88.9	0.0	0.0	11.1	0.0	2.78
캐릭터	7.7	30.8	53.8	7.7	0.0	38.5	7.7	2.62
지식정보	13.8	26.2	52.3	4.6	3.1	40.0	7.7	2.57
콘텐츠솔루션	10.1	26.7	59.6	3.6	0.0	36.8	3.6	2.57

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 97.5%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 48.1%, ‘회사인력감축’ 22.2% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-436] 경남 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-489> 경남 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

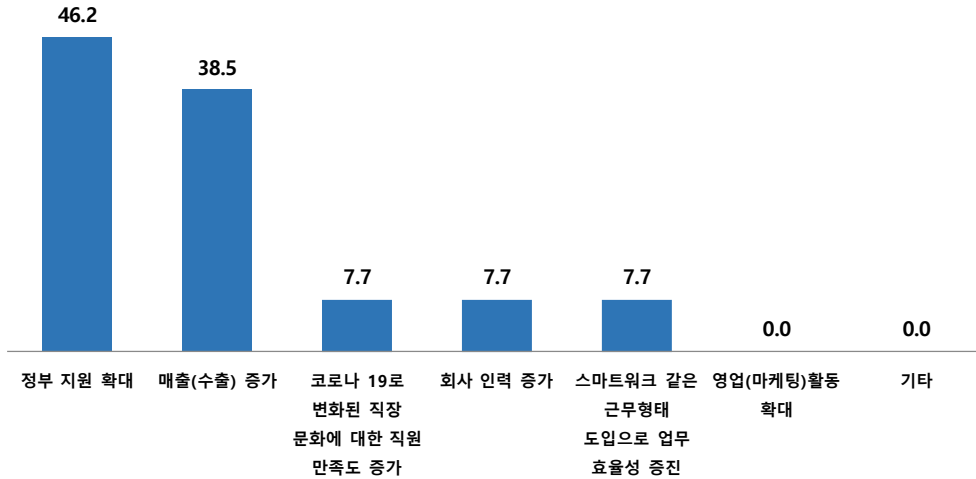
(단위 : %)

분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	회사 인력 감축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	기타
전체	97.5	48.1	22.2	20.9	11.5	9.9	1.6
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	100.0	47.3	16.1	16.1	16.1	0.0	0.0
게임	-	-	-	-	-	-	-
영화	100.0	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
애니메이션	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0
방송	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
캐릭터	100.0	60.0	0.0	60.0	0.0	60.0	0.0
지식정보	100.0	46.2	19.2	19.2	3.8	3.8	0.0
콘텐츠솔루션	84.5	28.5	40.5	12.9	12.9	12.9	0.0

## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘정부 지원 확대’가 46.2%로 가장 높았으며, ‘매출(수출) 증가’ 38.5%, ‘코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가’, ‘회사 인력 증가’, ‘스마트워크 같은 근무 형태 도입으로 업무 효율성 증진’ 7.7% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-437] 경남 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-490> 경남 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

(단위 : %)

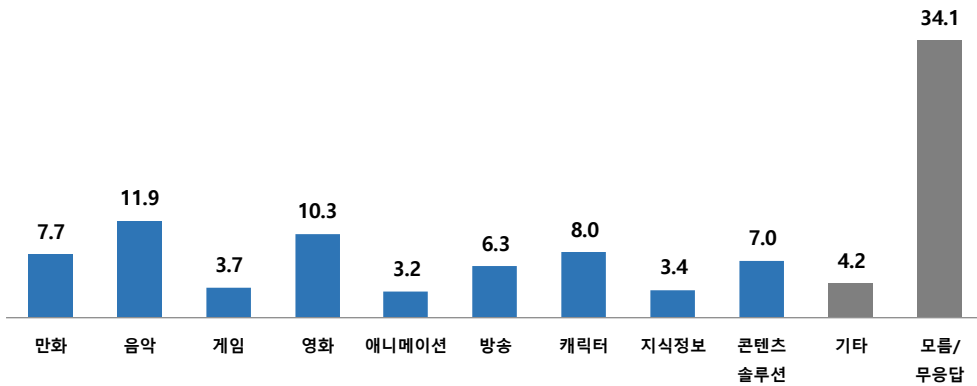
분야	정부 지원 확대	매출(수출) 증가	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	회사 인력 증가	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	영업(마케팅) 활동 확대	기타
전체	46.2	38.5	7.7	7.7	7.7	0.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
방송	-	-	-	-	-	-	-
캐릭터	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	40.0	60.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0



### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 34.1%로 가장 높았으며, ‘음악’이 11.9%, ‘영화’ 10.3% 등의 순으로 나타났다. ‘캐릭터’분야의 경우, 본인의 분야가 지원이 크다고 응답한 비율이 76.9%로 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-438] 경남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-491> 분야별 경남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

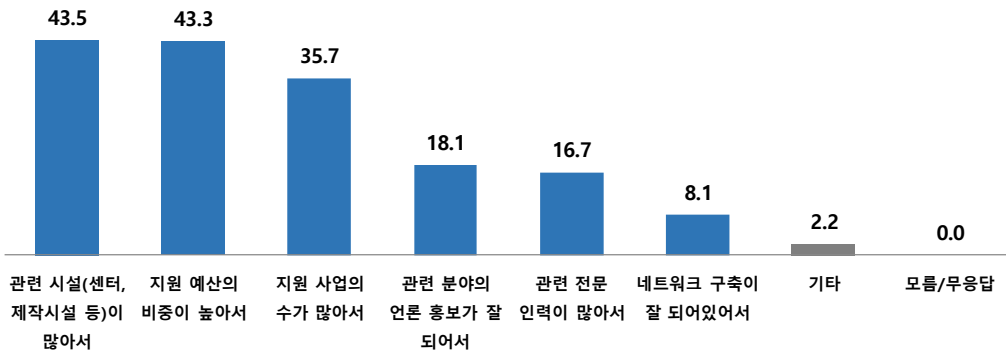
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	7.7	11.9	3.7	10.3	3.2	6.3	8.0	3.4	7.0	4.2	34.1
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	17.4	40.0	0.0	10.9	0.0	6.5	0.0	0.0	0.0	12.6	12.6
게임	0.0	0.0	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
영화	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	40.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0
방송	11.1	0.0	0.0	11.1	0.0	22.2	0.0	11.1	11.1	0.0	33.3
캐릭터	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	7.7	76.9	0.0	7.7	0.0	0.0
지식정보	1.5	1.5	3.1	10.8	3.1	3.1	6.2	6.2	9.2	0.0	55.4
콘텐츠솔루션	4.8	4.8	5.4	10.5	5.7	3.6	0.0	3.6	15.2	5.4	41.2

### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서’ 43.5%, ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 43.3% , ‘지원사업의 수가 많아서’ 35.7% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-439] 경남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-492> 분야별 경남 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

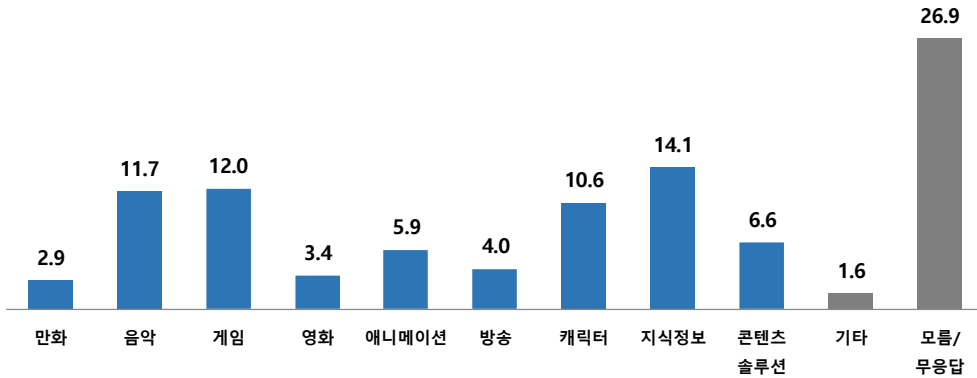
(단위 : %)

분야		관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서	지원 예산의 비중이 높아서	지원사업의 수가 많아서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	관련 전문 인력이 많아서	네트워크 구축이 잘 되어있어서	기타	모름/무응답
전체		43.5	43.3	35.7	18.1	16.7	8.1	2.2	0.0
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	51.2	28.9	34.3	36.8	21.9	10.0	0.0	0.0
	게임	66.7	33.3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	영화	125.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0
	애니메이션	33.3	100.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0
	방송	16.7	66.7	33.3	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0
	캐릭터	30.8	61.5	15.4	7.7	53.8	7.7	0.0	0.0
	지식정보	37.9	58.6	41.4	13.8	3.4	3.4	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	32.0	24.9	49.2	0.0	8.1	8.1	9.1	0.0	

### 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 26.9%, 다음으로 ‘지식정보’가 14.1%, ‘게임’이 12.0% 순으로 높았다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-440] 경남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-493> 분야별 경남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

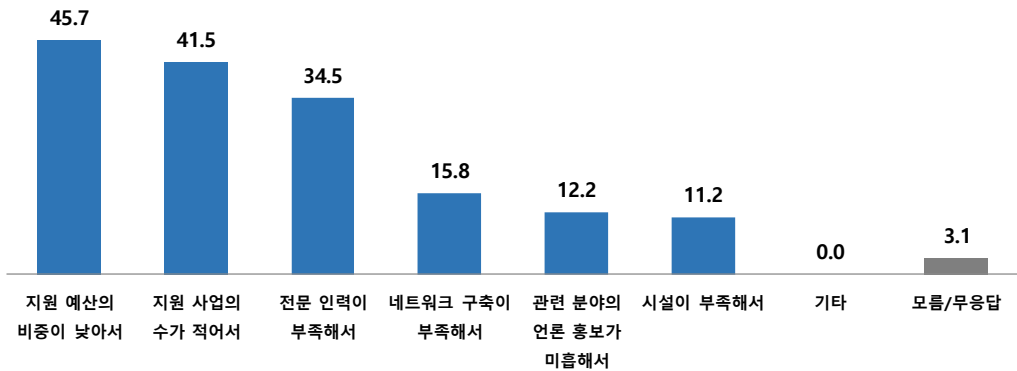
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션	기타	모름/무응답
전체	2.9	11.7	12.0	3.4	5.9	4.0	10.6	14.1	6.6	1.6	26.9
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	0.0	33.9	31.7	8.7	0.0	0.0	10.9	0.0	2.2	0.0	12.6
게임	0.0	25.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
영화	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0
애니메이션	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	40.0	0.0	0.0	20.0
방송	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	33.3	0.0	33.3
캐릭터	7.7	0.0	23.1	0.0	0.0	0.0	61.5	0.0	7.7	0.0	0.0
지식정보	4.6	0.0	3.1	3.1	7.7	4.6	4.6	30.8	1.5	0.0	40.0
콘텐츠 솔루션	0.0	10.1	4.8	0.0	8.3	3.6	5.4	5.7	16.2	10.1	35.8

### 가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원 예산 비중이 낮아서’가 45.7%로 가장 높았고, ‘지원사업의 수가 적어서’가 41.5%, ‘전문 인력이 부족해서’ 34.5% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-441] 경남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

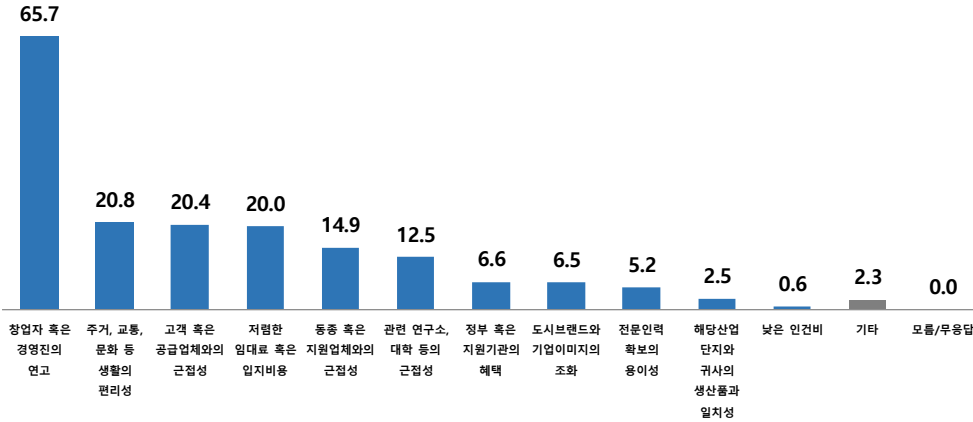
<표 2-494> 분야별 경남 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)  
(단위 : %)

분야	지원 예산의 비중이 낮아서	지원사업의 수가 적어서	전문인력이 부족해서	네트워크 구축이 부족해서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	시설이 부족해서	기타	모름/무응답
전체	45.7	41.5	34.5	15.8	12.2	11.2	0.0	3.1
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	38.8	44.3	43.8	10.0	10.0	21.9	0.0	0.0
게임	0.0	133.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	50.0	0.0	50.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	66.7	33.3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	33.3	33.3	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	16.7
캐릭터	84.6	30.8	53.8	15.4	7.7	0.0	0.0	0.0
지식정보	48.3	44.8	27.6	17.2	3.4	10.3	0.0	3.4
콘텐츠솔루션	35.0	35.0	0.0	31.4	30.0	6.1	0.0	9.7

### 17) 경남 지역에 사업장을 선택한 이유

경남 지역 콘텐츠 사업체가 경남 지역을 선택한 이유에 대해 65.7%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’ 20.8%, ‘고객 혹은 공급업체와의 근접성’ 20.4% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-442] 경남 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-495> 분야별 경남 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

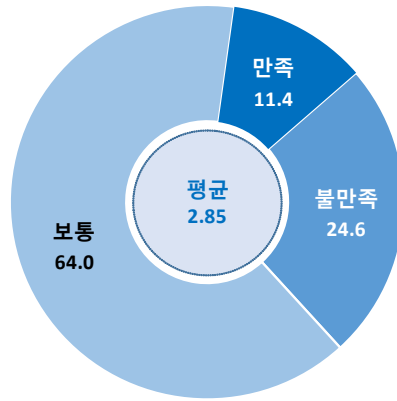
(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진의 연고	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	고객 혹은 공급업체와의 근접성	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	동종 혹은 지원업체와의 근접성	관련 연구소, 대학 등의 근접성	정부 혹은 지원기관의 혜택	도시브랜드와 기업이미지의 조화	전문인력 확보의 용이성	해당산업 단지와 귀사의 생산품과 일치성	낮은 인건비	기타	모름/무응답
전체	65.7	20.8	20.4	20.0	14.9	12.5	6.6	6.5	5.2	2.5	0.6	2.3	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	46.5	45.2	37.8	19.6	30.0	36.5	2.2	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	25.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	25.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	80.0	0.0	0.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0
방송	66.7	33.3	22.2	33.3	0.0	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	76.9	7.7	0.0	76.9	0.0	0.0	0.0	23.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	73.8	7.7	13.8	7.7	13.8	6.2	4.6	3.1	9.2	4.6	1.5	4.6	0.0
콘텐츠솔루션	78.0	4.8	18.5	13.7	11.1	3.6	8.9	15.5	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0

### 18) 경남 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

경남 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 11.4%가 만족한다고 응답하여 불만족인 24.6% 보다 13.2%p 낮게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 ‘콘텐츠솔루션’이 3.14점으로 가장 높았으며 ‘애니메이션’이 2.40점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-443] 경남 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-496> 경남 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

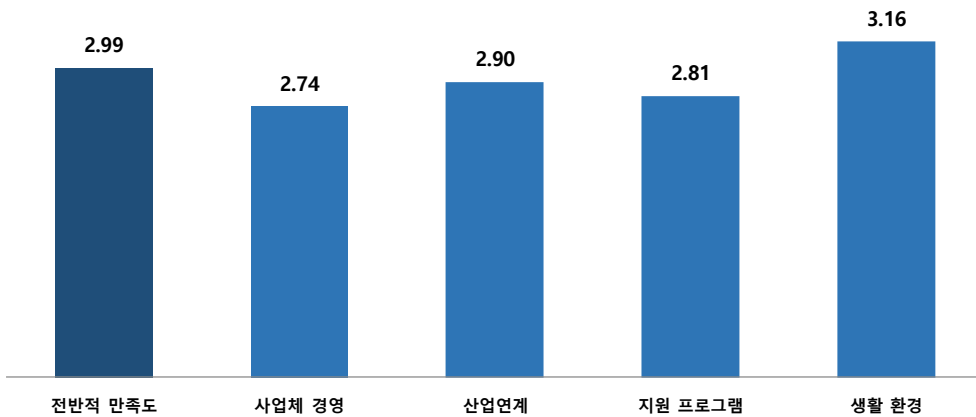
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 불만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	3.2	21.4	64.0	9.6	1.8	24.6	11.4	2.85
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	0.0	25.2	63.9	10.9	0.0	25.2	10.9	2.86
게임	25.0	0.0	50.0	25.0	0.0	25.0	25.0	2.75
영화	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
애니메이션	20.0	20.0	60.0	0.0	0.0	40.0	0.0	2.40
방송	0.0	22.2	66.7	11.1	0.0	22.2	11.1	2.89
캐릭터	0.0	53.8	46.2	0.0	0.0	53.8	0.0	2.46
지식정보	3.1	20.0	67.7	9.2	0.0	23.1	9.2	2.83
콘텐츠솔루션	5.7	9.5	60.6	13.1	11.1	15.2	24.2	3.14

## 19) 경남 지역 인프라 환경 구축 체감도

경남 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 2.99점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘생활 환경’이 3.16점으로 가장 높았으며, ‘산업연계’ 2.90점, ‘지원 프로그램’ 2.81점, ‘사업체 경영’이 2.74점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘애니메이션’의 전반적 체감도가 3.20점으로 가장 높았으며, ‘캐릭터’는 2.54점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-444] 경남 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-497> 경남 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

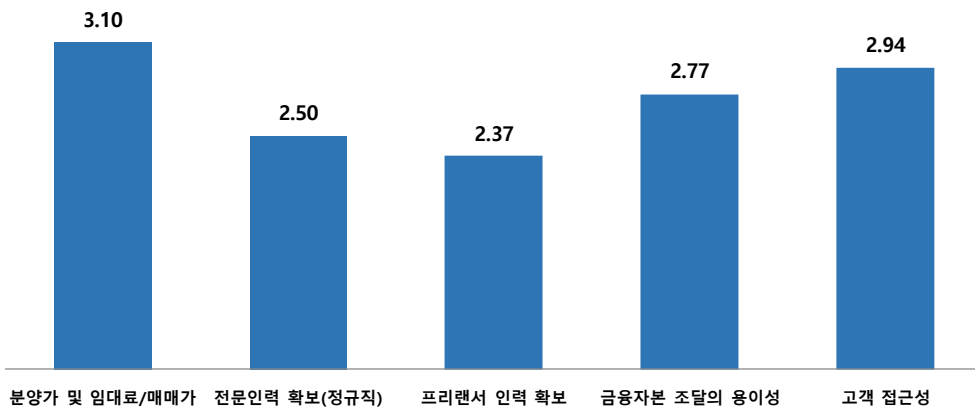
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 체감도
전체	2.74	2.90	2.81	3.16	2.99
만화	-	-	-	-	-
음악	2.93	3.09	3.00	3.37	3.09
게임	2.75	2.95	2.75	3.00	2.75
영화	2.50	2.85	3.04	3.25	3.00
애니메이션	2.44	2.72	2.93	3.00	3.20
방송	2.44	2.62	2.50	2.94	2.56
캐릭터	2.40	2.65	2.53	2.58	2.54
지식정보	2.73	2.90	2.74	3.09	3.03
콘텐츠솔루션	2.77	2.85	2.87	3.36	3.09

## 가) 사업체 경영

경남 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.74점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘분양가 및 임대료/매매가’가 3.10점으로 가장 높았으며, ‘고객 접근성’ 2.94점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.77점, ‘전문인력 확보(정규직)’ 2.50점, ‘프리랜서 인력확보’ 2.37점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘음악’의 평균 점수가 2.93점으로 가장 높았으며, ‘캐릭터’는 2.40점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-445] 경남 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-498> 경남 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

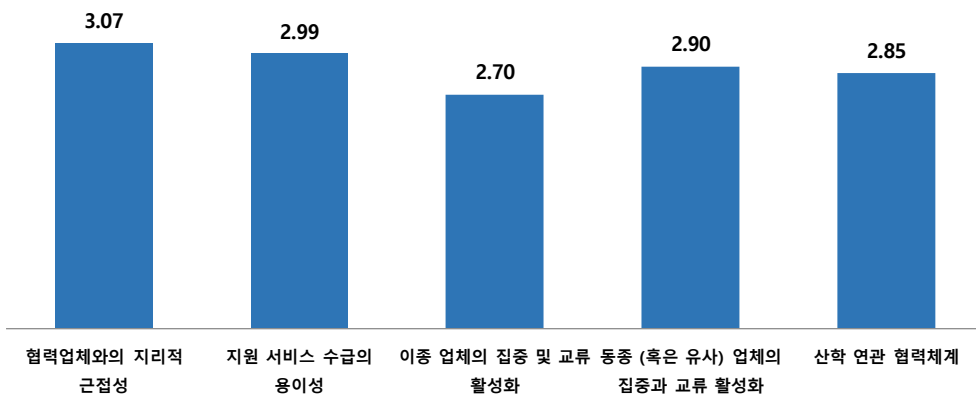
분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.10	2.50	2.37	2.77	2.94	2.74
만화	-	-	-	-	-	-
음악	3.15	3.00	2.64	2.68	3.19	2.93
게임	3.25	2.50	2.25	2.75	3.00	2.75
영화	3.75	1.75	2.25	2.00	2.75	2.50
애니메이션	3.20	2.40	2.20	2.60	1.80	2.44
방송	3.00	1.78	2.11	2.56	2.78	2.44
캐릭터	2.46	2.31	1.77	2.69	2.77	2.40
지식정보	3.05	2.42	2.38	2.78	3.00	2.73
콘텐츠솔루션	3.35	2.30	2.31	3.15	2.74	2.77



## 나) 산업연계

경남 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 2.90점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘협력업체와의 지리적 근접성’이 3.07점으로 가장 높았으며, ‘지원 서비스 수급의 용이성’ 2.99점, ‘동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화’ 2.90점, ‘산학연관 협력체계’ 2.85점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.70점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘음악’의 평균 점수가 3.09점으로 가장 높았으며, ‘방송’은 2.62점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-446] 경남 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-499> 경남 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

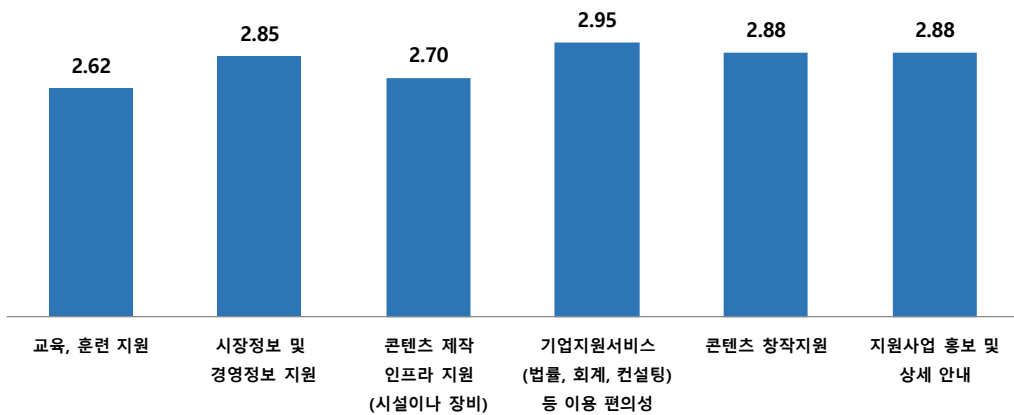
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학연관 협력체계	[5점 평균]
전체	3.07	2.99	2.70	2.90	2.85	2.90
만화	-	-	-	-	-	-
음악	3.43	2.98	2.92	2.93	3.17	3.09
게임	2.75	3.00	3.00	3.00	3.00	2.95
영화	3.50	2.75	3.50	2.75	1.75	2.85
애니메이션	2.80	2.80	2.00	3.00	3.00	2.72
방송	3.00	2.67	2.67	2.67	2.11	2.62
캐릭터	2.62	2.77	2.38	2.69	2.77	2.65
지식정보	3.03	2.98	2.63	2.95	2.89	2.90
콘텐츠솔루션	2.85	3.26	2.64	2.90	2.58	2.85

## 다) 지원 프로그램

경남 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 2.81점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘기업 지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성’이 2.95점으로 가장 높았으며, ‘콘텐츠 창작 지원’ 2.88점, ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 2.88점, ‘시장정보 및 경영정보 지원’ 2.85점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.70점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.62점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘영화’의 평균 점수가 3.04점으로 가장 높았으며, ‘방송’은 2.50점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-447] 경남 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-500> 경남 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

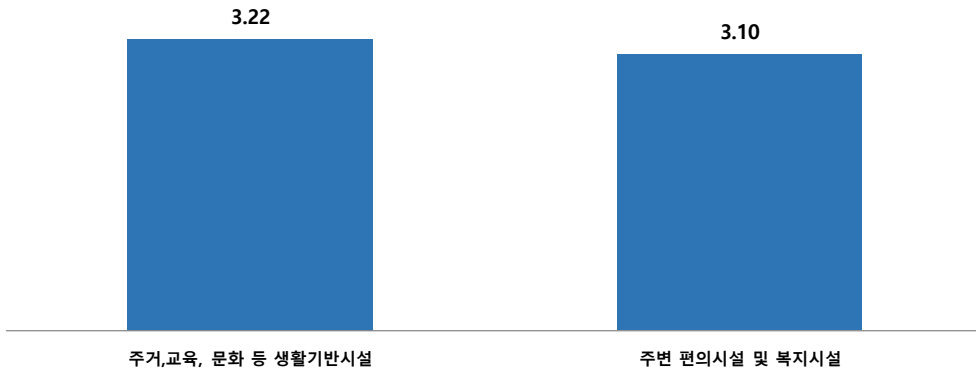
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원 (시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작 지원	지원사업 홍보 및 상세 안내	[5점 평균]
전체	2.62	2.85	2.70	2.95	2.88	2.88	2.81
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	3.07	3.09	2.92	3.00	2.94	3.00	3.00
게임	2.50	3.25	2.75	2.50	2.75	2.75	2.75
영화	2.00	2.75	3.25	3.25	3.75	3.25	3.04
애니메이션	3.00	3.00	2.80	3.20	2.40	3.20	2.93
방송	2.33	2.67	2.22	2.78	2.44	2.56	2.50
캐릭터	1.69	2.23	1.92	2.69	3.08	3.54	2.53
지식정보	2.55	2.72	2.68	2.95	2.85	2.68	2.74
콘텐츠솔루션	2.62	3.02	2.80	3.03	2.90	2.85	2.87

## 라) 생활환경

경남 지역의 생활환경 구축 체감도는 평균 3.16점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.22점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.10점으로 나타났다. 분야별로는 ‘음악’의 평균 점수가 3.37점으로 가장 높았으며, ‘캐릭터’는 2.58점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 경남 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-448] 경남 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-501> 경남 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.22	3.10	3.16
만화	-	-	-
음악	3.40	3.34	3.37
게임	3.00	3.00	3.00
영화	3.50	3.00	3.25
애니메이션	2.80	3.20	3.00
방송	3.00	2.89	2.94
캐릭터	2.69	2.46	2.58
지식정보	3.15	3.03	3.09
콘텐츠솔루션	3.47	3.25	3.36

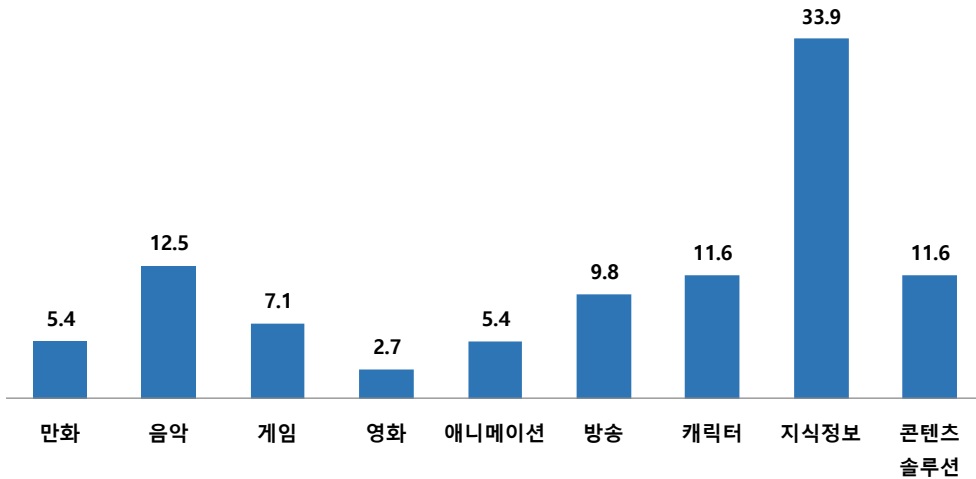
## 17. 제주

### 가. 산업 현황

#### 1) 사업체 수

제주 지역의 콘텐츠 사업체 수는 총 112개였으며, '지식정보' 사업체 수가 33.9%로 가장 많았으며, '음악' 12.5%, '캐릭터'와 '콘텐츠솔루션'이 11.6% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-449] 제주 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

<표 2-502> 제주 지역 콘텐츠 분야별 사업체 수 현황

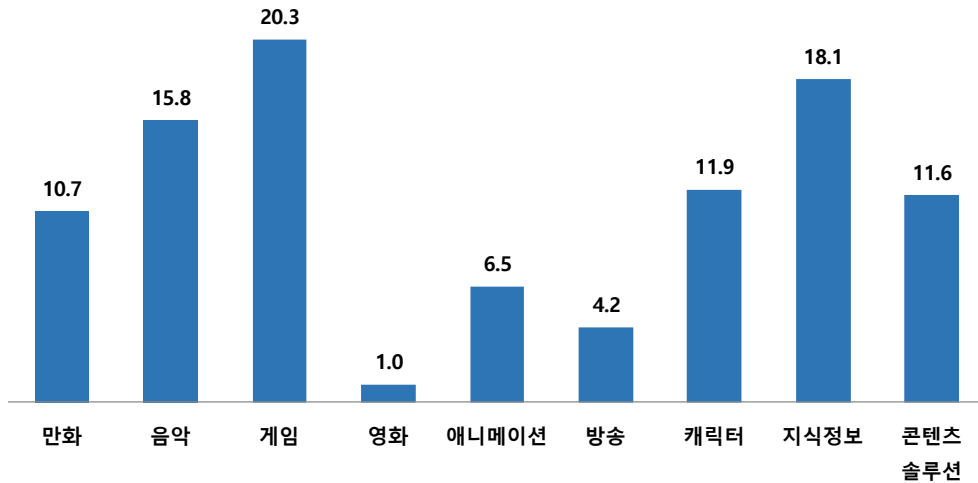
(단위: 개, %)

분야	사업체 수	비율
전체	112	100.0
만화	6	5.4
음악	14	12.5
게임	8	7.1
영화	3	2.7
애니메이션	6	5.4
방송	11	9.8
캐릭터	13	11.6
지식정보	38	33.9
콘텐츠솔루션	13	11.6

## 2) 종사자 현황

제주 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황은 총 1,127명이었으며, ‘게임’ 분야의 종사자 비율이 20.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘지식정보’ 18.1%, ‘음악’ 15.8%, ‘캐릭터’ 11.9% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-450] 제주 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

<표 2-503> 제주 지역 콘텐츠 분야별 종사자 수 현황

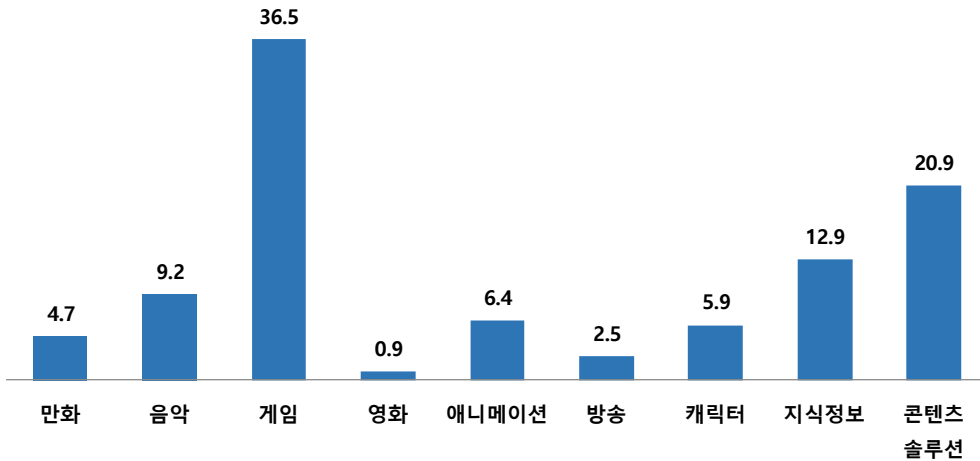
(단위 : 명, %)

분야	종사자 수	비율
전체	1,127	100.0
만화	120	10.7
음악	178	15.8
게임	229	20.3
영화	11	1.0
애니메이션	73	6.5
방송	47	4.2
캐릭터	134	11.9
지식정보	204	18.1
콘텐츠솔루션	131	11.6

### 3) 매출액 현황

제주 지역의 콘텐츠 분야 전체 매출 규모는 약 1,090억 원으로 나타났으며, 분야별로 ‘게임’ 매출액이 398억 원으로 36.5%를 차지하여 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘콘텐츠솔루션’이 228억 원 (20.9%), ‘지식정보’가 141억 원 (12.9%) 등의 순으로 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-451] 제주 지역 콘텐츠 분야별 매출액 비율

<표 2-504> 제주 지역 콘텐츠 분야별 매출액 현황

(단위 : 백만 원 %)

분야	매출액	비율
<b>전체</b>	<b>109,061</b>	<b>100.0</b>
만화	5,105	4.7
음악	9,986	9.2
게임	39,811	36.5
영화	947	0.9
애니메이션	7,032	6.4
방송	2,772	2.5
캐릭터	6,473	5.9
지식정보	14,100	12.9
콘텐츠솔루션	22,835	20.9

## 나. 설문조사 결과

제주 지역 내 사업체 112곳의 설문조사 응답을 분석하였다. 제주 지역 주요 사업체별 일반현황은 아래 표와 같다.

규모로는 '5인 미만' 사업체가 56.3%로 가장 많았으며, '10~49인'이 20.5%, '5~9인'이 18.8% 등의 순이었다.

사업체 구분으로는 단독사업체가 88.3%의 비중을 차지하였다.

<표 2-505> 제주 지역 응답 사업체 일반현황

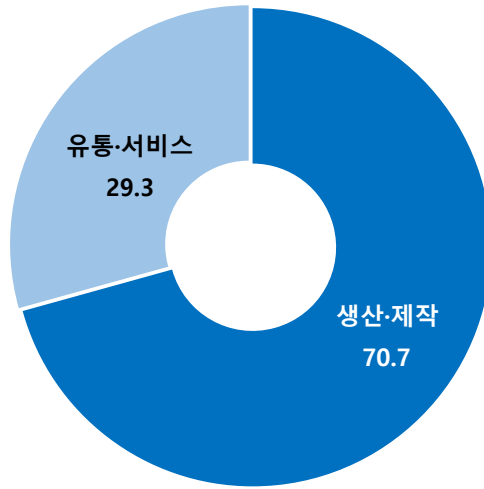
(단위 : 개, %)

분야		사례 수	비율
전체		112	100.0
규모	5인 미만	63	56.3
	5~9인	21	18.8
	10~49인	23	20.5
	50~99인	4	3.6
	100인 이상	1	0.9
콘텐츠분야	만화	6	5.4
	음악	14	12.5
	게임	8	7.1
	영화	3	2.7
	애니메이션	6	5.4
	방송	11	9.8
	캐릭터	13	11.6
	지식정보	38	33.9
콘텐츠솔루션	13	11.6	
사업체 구분	단독사업체	53	88.3
	본사·본점	5	8.4
	공장, 지사(점), 영업소 등	2	3.4

### 1) 콘텐츠 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

제주 지역 콘텐츠 사업체의 매출에 있어 생산·제작과 유통·서비스의 비율을 설문한 결과, ‘생산·제작’이 70.7%, ‘유통·서비스’가 29.3%로 나타났다. 분야 중 ‘생산·제작’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 ‘만화’로 91.7%였으며 ‘유통·서비스’의 매출 비율이 가장 높은 분야는 46.5%인 ‘게임’으로 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-452] 제주 지역 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

<표 2-506> 제주 지역 분야별 생산·제작/유통·서비스 매출 비율

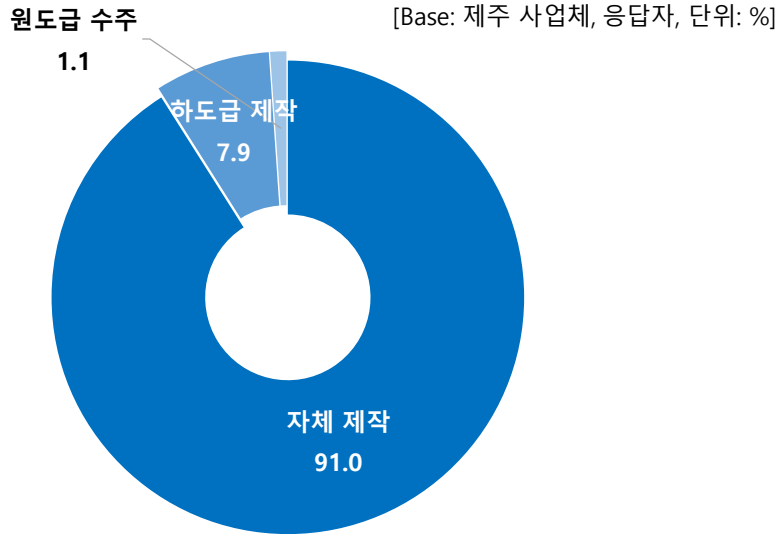
(단위 : %)

분야		합계	생산·제작	유통·서비스
전체		100.0	70.7	29.3
분야	만화	100.0	91.7	8.3
	음악	100.0	53.6	46.4
	게임	100.0	53.5	46.5
	영화	100.0	65.0	35.0
	애니메이션	100.0	86.7	13.3
	방송	100.0	65.5	34.5
	캐릭터	100.0	66.4	33.6
	지식정보	100.0	77.0	23.0
	콘텐츠솔루션	100.0	74.6	25.4



## 2) 신규제작 콘텐츠 건수 및 제작유형별 비율

제주 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 평균 신규제작 콘텐츠 건수는 321.7건이었으며, 제작유형은 ‘자체 제작’이 91.0%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 ‘하도급 제작’이 7.9%, ‘원도급 수주’가 1.1%, 순으로 나타났다. 제작 비율로는 ‘지식정보’의 자체 제작 비율이 97.4%로 가장 높게 나타났고, ‘애니메이션’은 70.0%로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-453] 제주 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

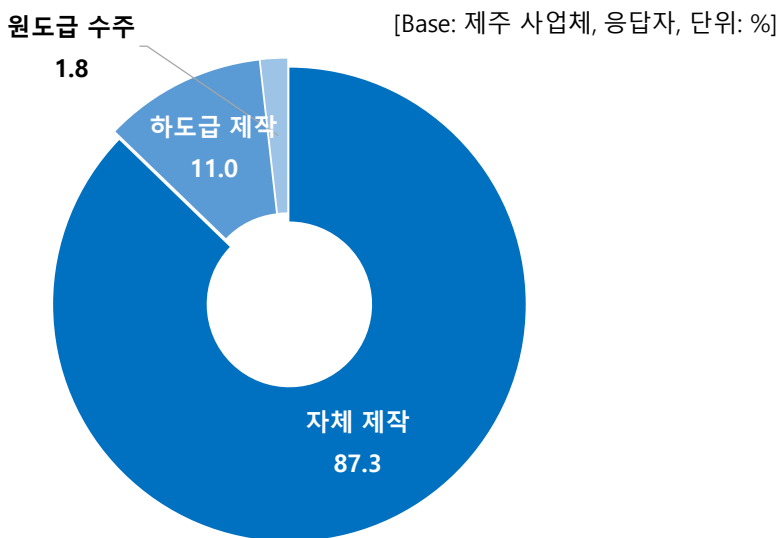
<표 2-507> 제주 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율

(단위 : 건, %)

분야	신규제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주	
<b>전체</b>	<b>321.7</b>	<b>100.0</b>	<b>91.0</b>	<b>7.9</b>	<b>1.1</b>	<b>0.0</b>	
분야	만화	7.8	100.0	72.2	27.8	0.0	0.0
	음악	9.5	100.0	84.7	15.3	0.0	0.0
	게임	1.2	100.0	84.3	13.6	2.1	0.0
	영화	7.3	100.0	92.5	7.5	0.0	0.0
	애니메이션	4.0	100.0	70.0	5.0	25.0	0.0
	방송	29.7	100.0	97.0	3.0	0.0	0.0
	캐릭터	1365.9	100.0	88.5	11.5	0.0	0.0
	지식정보	399.8	100.0	97.4	2.6	0.0	0.0
	콘텐츠솔루션	194.2	100.0	93.8	6.2	0.0	0.0

지식정보 분야의 경우 ‘기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업’ 사업체의 신규제작 콘텐츠 건수가 많아 해당 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수 비율을 산출하였다.

지식정보 분야를 제외하고 평균 신규제작 건수는 281.7건이었으며, ‘캐릭터’가 1356.9건으로 가장 높았으며, ‘게임’이 1.2건으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 2-454] 제주 지역 콘텐츠 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

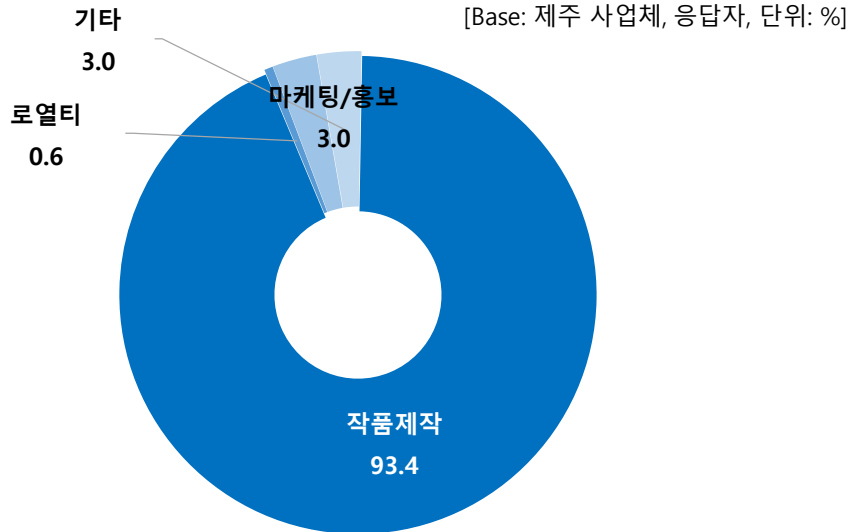
<표 2-508> 제주 지역 분야별 신규제작 건수 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

(단위 : 건, %)

분야	평균 신규 제작 건수	제작비율 합계	제작유형별 비율			
			자체 제작	하도급 제작	원도급 수주	하도급 수주
전체	281.7	100.0	87.3	11.0	1.8	0.0
만화	7.8	100.0	72.2	27.8	0.0	0.0
음악	9.5	100.0	84.7	15.3	0.0	0.0
게임	1.2	100.0	84.3	13.6	2.1	0.0
영화	7.3	100.0	92.5	7.5	0.0	0.0
애니메이션	4.0	100.0	70.0	5.0	25.0	0.0
방송	29.7	100.0	97.0	3.0	0.0	0.0
캐릭터	1365.9	100.0	88.5	11.5	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	194.2	100.0	93.8	6.2	0.0	0.0

### 3) 신규제작 콘텐츠 제작비용 및 분야별 비용 비중

제주 지역 신규제작 콘텐츠의 평균 제작비용은 187.1백만 원이었으며, 93.4%의 제작비가 '작품 제작'에 투입되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 '마케팅/홍보', '기타'가 3.0%, '로열티' 0.6% 순으로 나타났다. 분야별로 '만화', '방송'의 경우 100.0%가 '작품 제작'에 투입되고 있었으며, '캐릭터'의 경우 '작품 제작'의 비율이 85.2%로 다른 분야에 비해 상대적으로 낮았다.



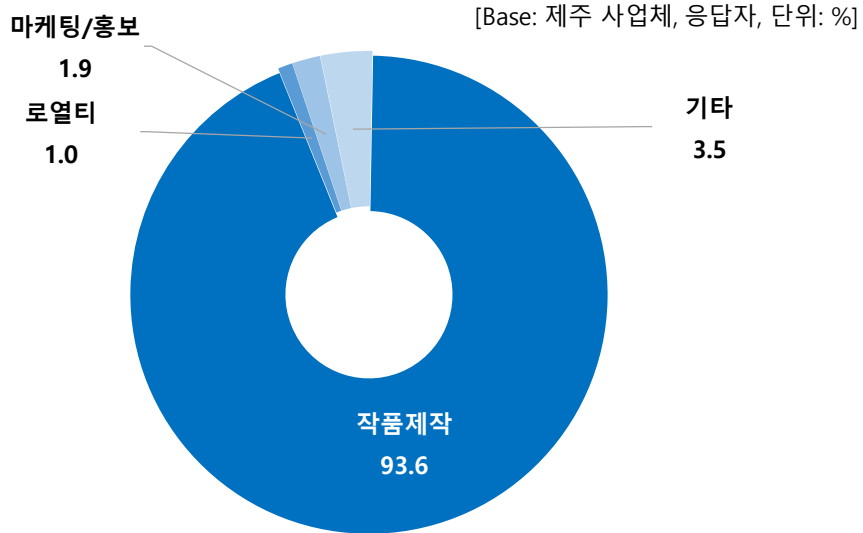
[그림 2-455] 제주 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율

<표 2-509> 제주 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율

(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비용 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>187.1</b>	<b>100.0</b>	<b>93.4</b>	<b>0.6</b>	<b>3.0</b>	<b>3.0</b>	
분야	만화	594.7	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	음악	173.1	100.0	98.1	0.0	0.3	1.6
	게임	218.7	100.0	90.7	7.1	1.7	0.4
	영화	86.2	100.0	92.0	1.5	1.5	5.0
	애니메이션	103.3	100.0	95.0	0.0	2.5	2.5
	방송	96.3	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	캐릭터	222.1	100.0	85.2	0.8	7.5	6.5
	지식정보	170.7	100.0	93.1	0.0	4.7	2.2
	콘텐츠솔루션	146.4	100.0	92.3	0.0	0.0	7.7

지식정보 분야를 제외하고 신규 콘텐츠의 평균 제작비용은 약 195.5백만 원이었으며, 평균 신규제작비용은 ‘만화’가 594.7백만 원으로 가장 많았으며, 다음은 ‘캐릭터’ 222.1백만 원, ‘게임’ 218.7백만 원으로 나타났다.



[그림 2-456] 제주 지역 콘텐츠 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)

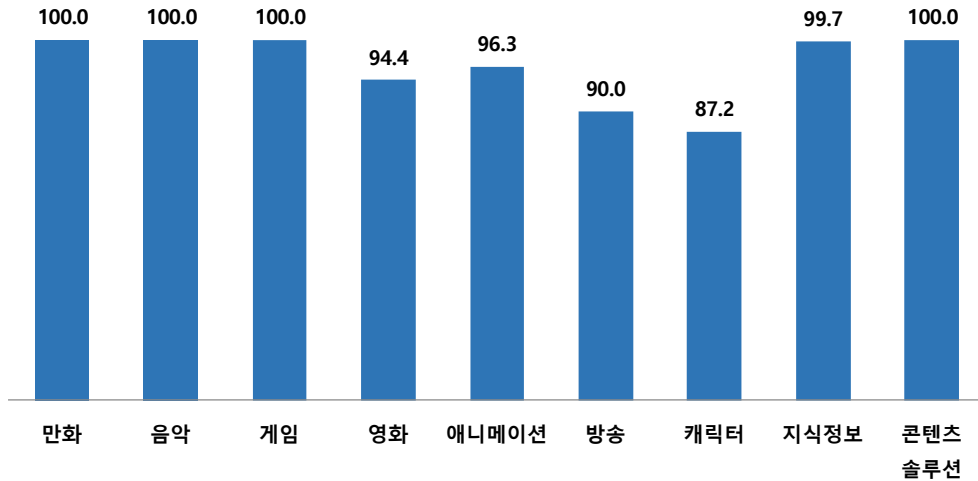
<표 2-510> 제주 지역 분야별 신규제작비용 및 제작유형별 비율(지식정보 제외)  
(단위 : 백만 원, %)

분야	신규제작 비용	제작비율 합계	제작유형별 비율 (%)				
			작품 제작	로열티	마케팅/ 홍보	기타	
<b>전체</b>	<b>195.5</b>	<b>100.0</b>	<b>93.6</b>	<b>1.0</b>	<b>1.9</b>	<b>3.5</b>	
분야	만화	594.7	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	음악	173.1	100.0	98.1	0.0	0.3	1.6
	게임	218.7	100.0	90.7	7.1	1.7	0.4
	영화	86.2	100.0	92.0	1.5	1.5	5.0
	애니메이션	103.3	100.0	95.0	0.0	2.5	2.5
	방송	96.3	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	캐릭터	222.1	100.0	85.2	0.8	7.5	6.5
	콘텐츠솔루션	146.4	100.0	92.3	0.0	0.0	7.7

#### 4) 상용근로자 비율

제주 지역 전체 콘텐츠 산업 근로자 중 상용근로자의 비율은 97.1%로 나타났으며 ‘만화’, ‘음악’, ‘게임’, ‘콘텐츠솔루션’의 경우 근로자 전부 상용근로자인 것으로 나타났으며, 상대적으로 ‘캐릭터’ 87.2%의 경우 상용근로자 비율이 낮은 것으로 분석되었다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-457] 제주 지역 상용근로자 비율

<표 2-511> 제주 지역 분야별 상용근로자 비율

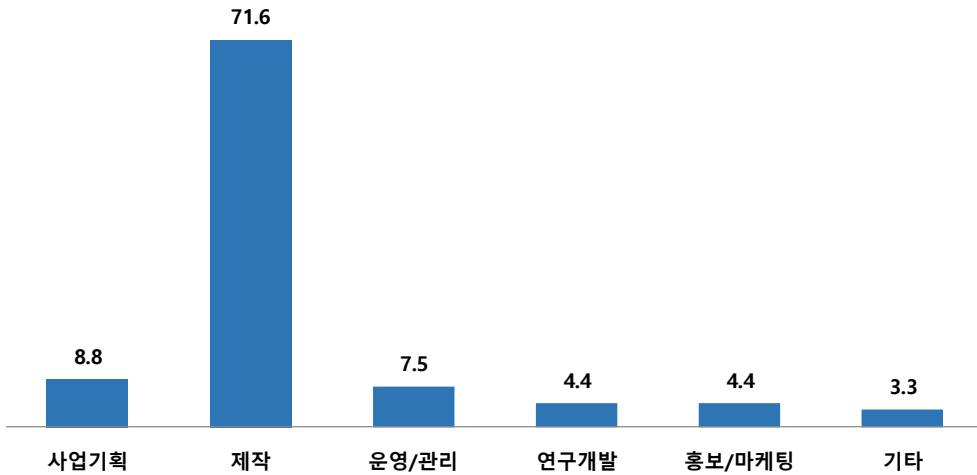
(단위 : %)

분야		비율
전체		97.1
분야	만화	100.0
	음악	100.0
	게임	100.0
	영화	94.4
	애니메이션	96.3
	방송	90.0
	캐릭터	87.2
	지식정보	99.7
	콘텐츠솔루션	100.0

### 5) 상용근로자의 직무별 종사자 비율

제주 콘텐츠 산업의 상용근로자들의 직무 비율을 분석한 결과, ‘제작’이 71.6%로 가장 높게 나타났으며 ‘사업기획’ 8.8%, ‘운영/관리’ 7.5% 등의 순으로 나타났다. 분야별로 ‘제작’의 직무 비율이 가장 높은 분야는 ‘방송’으로 86.6%였으며 ‘사업기획’의 직무 비율은 ‘만화’가 27.8%로 상대적으로 높게 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-458] 제주 지역 상용근로자의 직무별 비율

<표 2-512> 제주 지역 분야별 상용근로자의 직무별 비율

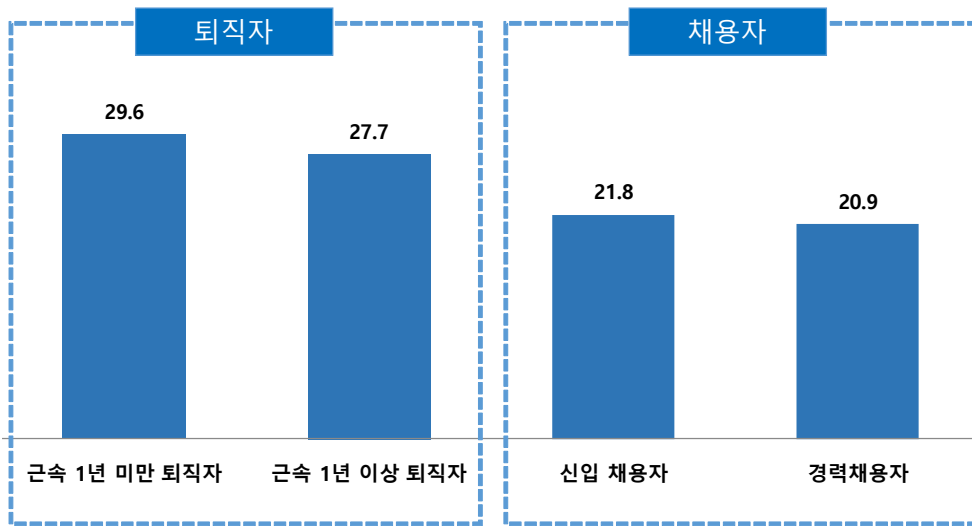
(단위 : %)

분야		합계	사업기획	제작	운영/관리	연구개발	홍보/마케팅	기타
전체		100.0	8.8	71.6	7.5	4.4	4.4	3.3
분야	만화	100.0	27.8	60.7	9.0	1.8	0.7	0.0
	음악	100.0	4.1	84.5	8.4	0.0	2.4	0.7
	게임	100.0	11.8	60.4	5.9	10.8	4.9	6.4
	영화	100.0	8.0	85.7	0.3	0.0	1.0	5.0
	애니메이션	100.0	10.0	60.8	10.8	2.5	1.7	14.2
	방송	100.0	2.7	86.6	5.6	0.9	3.2	0.9
	캐릭터	100.0	5.7	64.6	3.8	4.2	16.9	4.8
	지식정보	100.0	4.4	75.6	7.5	6.0	3.4	3.2
	콘텐츠솔루션	100.0	23.8	54.0	12.3	6.4	1.9	1.5

## 6) 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

제주 지역의 상용 근로자의 채용 및 퇴직 현황을 살펴본 결과, '퇴직자'의 비율이 57.3%로 '채용자' 비율인 42.7%보다 높게 나타났으며, 퇴직자의 경우 29.6%가 '근속 1년 미만 퇴직자'였으며, 채용자는 21.8%가 '신입 채용자'로 나타났다. 분야별로는 '콘텐츠솔루션' 분야의 퇴직자 비율이 83.3%로 가장 높았으며, '만화' 분야의 채용자 비율이 71.2%로 높게 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-459] 제주 지역 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

<표 2-513> 제주 지역 분야별 상용근로자의 채용 및 퇴직 현황

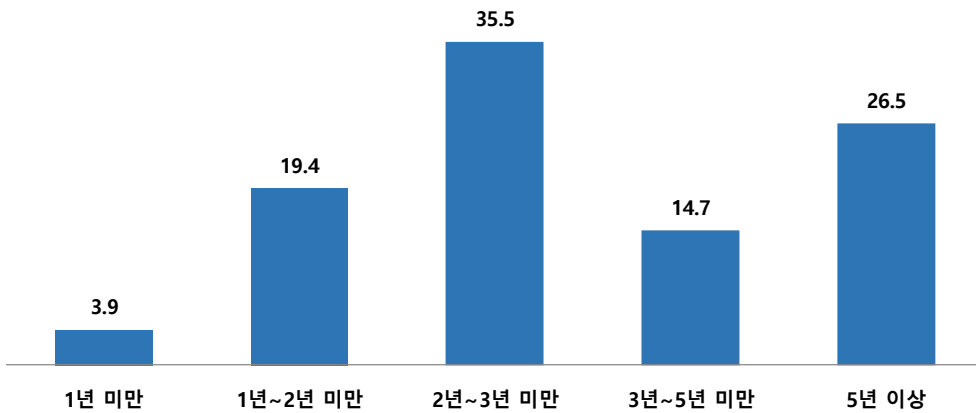
(단위 : %)

분야	퇴직자	근속 1년 미만 퇴직자	근속 1년 이상 퇴직자	채용자	신입 채용자	경력 채용자	
전체	57.3	29.6	27.7	42.7	21.8	20.9	
분야	만화	28.8	15.0	13.7	71.2	28.8	42.5
	음악	47.1	38.2	8.8	52.9	35.3	17.6
	게임	50.0	50.0	0.0	50.0	42.9	7.1
	영화	80.0	50.0	30.0	20.0	10.0	10.0
	애니메이션	66.0	1.9	64.2	34.0	7.5	26.4
	방송	62.5	20.0	42.5	37.5	22.5	15.0
	캐릭터	61.0	20.6	40.4	39.0	11.9	27.1
	지식정보	55.7	42.5	13.2	44.3	16.0	28.3
	콘텐츠솔루션	83.3	75.0	8.3	16.7	8.3	8.3
	콘텐츠 이외분야	61.3	30.6	30.6	38.7	24.2	14.5

## 7) 상용근로자의 평균 근속기간

제주 지역 상용근로자의 평균 근속기간은 약 35.83개월이었으며, '2~3년 이상' 35.5%, '5년 이상' 26.5%, '1~2년 미만' 19.4% 등의 순으로 나타났다. 분야 중에는 '방송'의 평균 근속 개월 수가 45.00개월로 가장 길게 나타났고, '지식정보'는 32.14개월로 가장 짧은 근속 개월로 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-460] 제주 지역 상용근로자의 평균 근속기간

<표 2-514> 제주 지역 분야별 상용근로자의 평균 근속기간

(단위 : % 개월)

분야	합계	1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	평균근속 개월 수	
전체	100.0	3.9	19.4	35.5	14.7	26.5	35.83	
분야	만화	100.0	27.8	27.8	0.0	16.7	27.8	34.33
	음악	100.0	0.0	14.3	38.1	23.8	23.8	34.86
	게임	100.0	0.0	25.0	37.5	0.0	37.5	34.88
	영화	100.0	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7	38.00
	애니메이션	100.0	0.0	16.7	33.3	16.7	33.3	36.50
	방송	100.0	0.0	9.1	36.4	18.2	36.4	45.00
	캐릭터	100.0	0.0	21.2	32.7	19.2	26.9	33.35
	지식정보	100.0	7.0	27.2	36.0	12.3	17.5	32.14
콘텐츠솔루션	100.0	0.0	0.0	57.7	15.4	26.9	42.85	

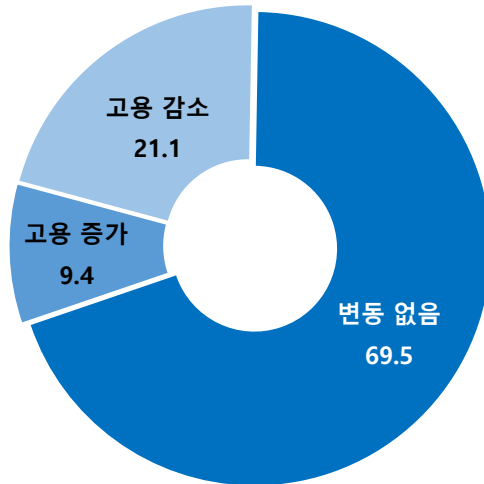


### 8) 코로나19 이전/이후 고용의 변화

코로나19 이전과 비교하여 고용의 변화에 대한 질문에는 제주 지역 사업체의 69.5%가 ‘변동 없음’으로 응답하였고, ‘고용증가’는 9.4%, ‘고용감소’는 21.1%로 나타났다.

고용 변화 평균 인원은 증가 인원의 경우 5.57명, 감소 인원은 5.94명이었다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-461] 제주 지역 코로나19 이전/이후 고용 변화

<표 2-515> 제주 지역 분야별 코로나19 이전/이후 고용 변화

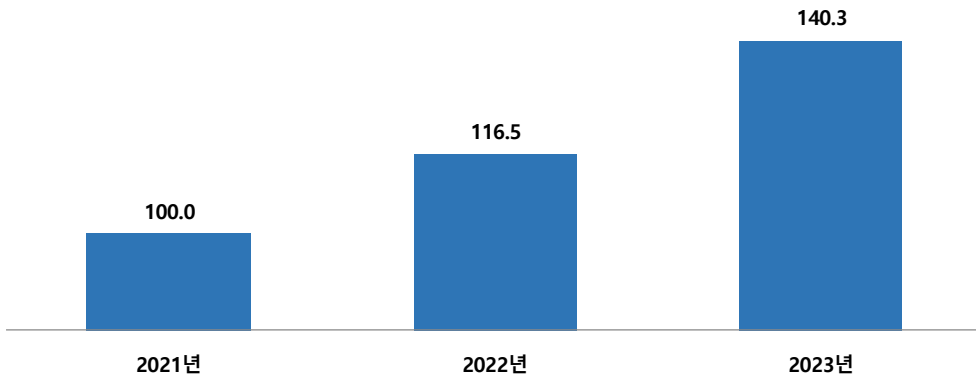
(단위 : % 명)

분야	합계	고용 변화			고용 변화 평균 인원		
		고용증가	고용감소	변동 없음	증가 인원	감소 인원	
전체	100.0	9.4	21.1	69.5	5.57	5.94	
분야	만화	100.0	16.7	0.0	83.3	30.00	-
	음악	100.0	28.6	16.7	54.8	2.75	4.00
	게임	100.0	0.0	37.5	62.5	-	20.00
	영화	100.0	33.3	33.3	33.3	4.00	3.00
	애니메이션	100.0	0.0	50.0	50.0	-	3.00
	방송	100.0	9.1	18.2	72.7	2.00	2.00
	캐릭터	100.0	26.9	0.0	73.1	3.29	-
	지식정보	100.0	0.0	21.9	78.1	-	3.64
	콘텐츠솔루션	100.0	0.0	30.8	69.2	-	6.25

### 9) 2021년 기준 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

제주 지역 콘텐츠 사업체의 향후 경영 현황 및 전망에 대해 설문한 결과, 2022년 현황에 대해 41.5%의 사업체가 '동일'하였다고 응답하였으며, 2023년 전망에 대해선 52.2%가 '증가'할 것이라고 응답하였다. 분야 중 2022년 현황을 가장 긍정적으로 평가한 사업은 '캐릭터'로 63.5%였으며, '게임'이 62.5%로 그 뒤를 이었다. 가장 부정적으로 현황을 평가한 분야는 '애니메이션'으로 50.0%가 '감소'하였다고 응답하였다. 2023년 전망에 대해 긍정적으로 전망한 분야는 '게임'100.0%, '영화' 66.7% 등이었으며 '애니메이션'은 '감소'할 것이라는 응답이 50.0%로 상대적으로 경영 전망을 부정적으로 보고 있는 것으로 분석되었다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-462] 제주 지역 콘텐츠 분야 경영 현황 및 전망

<표 2-516> 제주 지역 콘텐츠 분야별 경영 현황 및 전망

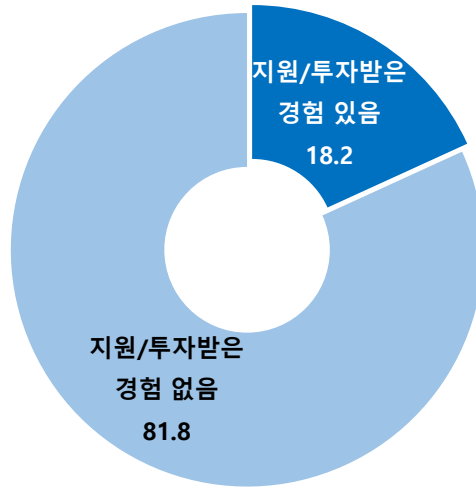
(단위 : %)

분야	2022년 평균					2023년 평균				
	합계	감소	동일	증가	합계	감소	동일	증가		
전체	116.49	100.0	19.3	41.5	39.2	140.29	100.0	15.1	32.7	52.2
만화	106.11	100.0	27.8	27.8	44.4	117.22	100.0	0.0	55.6	44.4
음악	124.76	100.0	21.4	40.5	38.1	159.52	100.0	21.4	40.5	38.1
게임	128.50	100.0	0.0	37.5	62.5	169.38	100.0	0.0	0.0	100.0
영화	93.33	100.0	33.3	66.7	0.0	232.67	100.0	33.3	0.0	66.7
애니메이션	95.00	100.0	50.0	33.3	16.7	118.33	100.0	50.0	0.0	50.0
방송	97.27	100.0	27.3	54.5	18.2	110.00	100.0	18.2	45.5	36.4
캐릭터	118.08	100.0	21.2	15.4	63.5	143.65	100.0	21.2	15.4	63.5
지식정보	129.76	100.0	12.3	49.1	38.6	139.15	100.0	7.0	49.1	43.9
콘텐츠솔루션	98.85	100.0	19.2	42.3	38.5	126.54	100.0	19.2	15.4	65.4

### 10) 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자를 받은 경험

제주 지역 콘텐츠 사업체의 2021년 관련 지원 및 투자를 받은 경험을 설문한 결과, 18.2%가 ‘지원/투자받은 경험 있음’이라고 응답하였다. 분야별로 ‘게임’과 ‘애니메이션’ 사업체의 경우 각각 37.5%, 33.3%가 지원 경험이 있다고 하여 다른 분야에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-463] 제주 지역 콘텐츠 분야의 지원 및 투자를 받은 경험

<표 2-517> 제주 지역 콘텐츠 분야별 지원 및 투자를 받은 경험

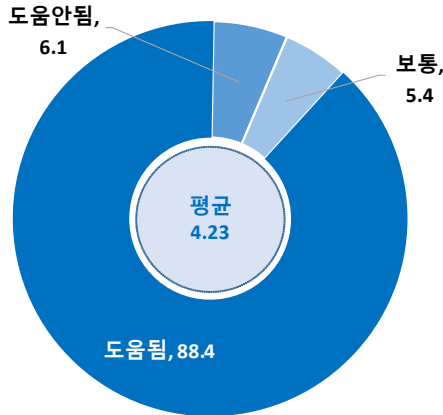
(단위 : %)

분야	지원/투자받은 경험 있음	지원/투자받은 경험 없음	합계
전체	18.2	81.8	100.0
만화	0.0	100.0	100.0
음악	7.1	92.9	100.0
게임	37.5	62.5	100.0
영화	0.0	100.0	100.0
애니메이션	33.3	66.7	100.0
방송	9.1	90.9	100.0
캐릭터	30.8	69.2	100.0
지식정보	24.6	75.4	100.0
콘텐츠솔루션	0.0	100.0	100.0

### 11) 지원 및 투자 경험 도움 정도

지원 및 투자를 받은 경험이 있는 제주 지역 콘텐츠 사업체를 대상으로 도움 정도에 대해 설문한 결과, 88.4%의 사업체가 도움이 되었다고 응답하였으며, 도움이 안 되었다고 응답한 사업체는 6.1%비율로 나타났다. 평균 도움 정도는 ‘음악’ 분야가 4.83점으로 높게 나타났다.

[Base: 제주지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-464] 제주 지역 지원 및 투자 경험 도움 정도

<표 2-518> 제주 지역 분야별 지원 및 투자 경험 도움 정도

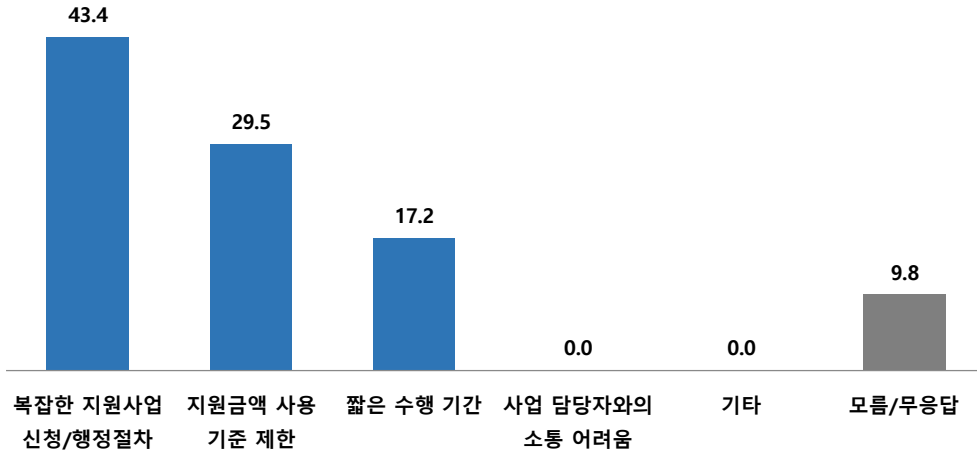
(단위 : %)

분야	① 매우 도움 안됨	② 도움 안됨	③ 보통	④ 도움됨	⑤ 매우 도움됨	도움 안됨 (①+②)	도움됨 (④+⑤)	[5점 평균]	
전체	6.1	0.0	5.4	41.8	46.6	6.1	88.4	4.23	
분야	만화	-	-	-	-	-	-	-	
	음악	0.0	0.0	0.0	16.7	83.3	0.0	100.0	4.83
	게임	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	4.00
	영화	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	50.0	0.0	0.0	16.7	33.3	50.0	50.0	2.83
	방송	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	4.00
	캐릭터	0.0	0.0	0.0	45.0	55.0	0.0	100.0	4.55
	지식정보	0.0	0.0	19.0	7.1	73.8	0.0	81.0	4.55
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-	-	

## 12) 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항을 묻는 설문에 대해 43.4%의 사업체가 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’라고 응답하였으며, ‘지원금액 사용 기준 제한’ 29.5%, ‘짧은 수행 기간’ 17.2% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 제주지역 사업체 중 지원 및 투자를 받은 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-465] 제주 지역 지원사업 수행 시 애로사항

<표 2-519> 제주 지역 분야별 지원사업 수행 시 애로사항

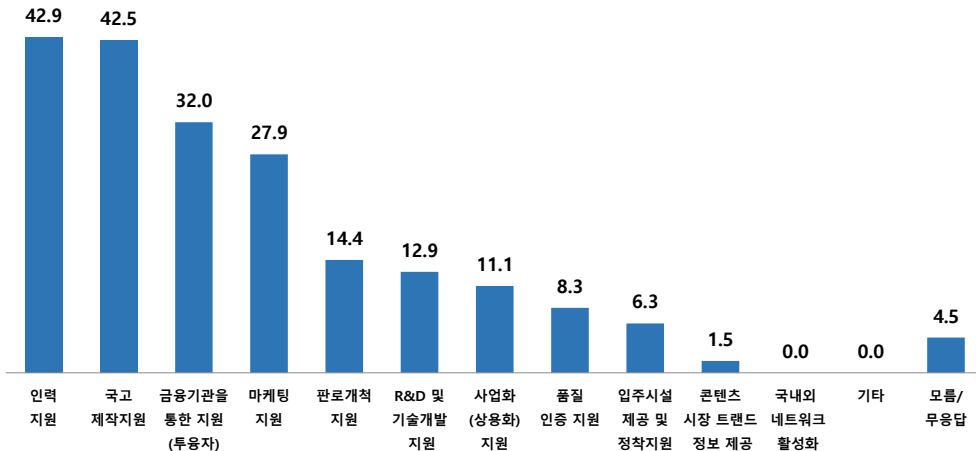
(단위 : %)

분야	복잡한 지원사업 신청/행정절차	지원금액 사용 기준 제한	짧은 수행 기간	사업 담당자와의 소통 어려움	기타	모름/무응답	합계
전체	43.4	29.5	17.2	0.0	0.0	9.8	100.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
게임	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
방송	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0
캐릭터	37.5	0.0	37.5	0.0	0.0	25.0	100.0
지식정보	67.9	32.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
콘텐츠솔루션	-	-	-	-	-	-	-

### 13) 필요 지원 분야

제주 지역 콘텐츠 사업체에서 필요한 지원을 설문한 결과, ‘인력지원(인건비, 전문 교육 지원 등)’이 42.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘국고 제작 지원’ 42.5%, ‘금융기관을 통한 지원(투융자)’ 32.0%, ‘마케팅 지원(광고 및 판촉 지원 등)’ 27.9% 등의 순으로 높았다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-466] 제주 지역 콘텐츠 관련 필요 지원 분야

<표 2-520> 제주 지역 분야별 필요 지원 분야

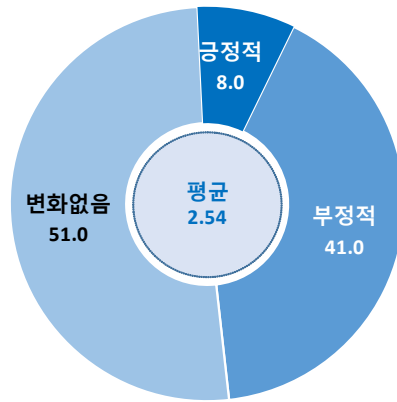
(단위 : %)

분야	인력 지원(인건비, 전문 교육 지원 등)	국고 제작 지원	금융기관을 통한 지원 (투융자)	마케팅 지원(광고 및 판촉지원 등)	판로개척 지원	R&D 및 기술개발 지원	사업화 (상용화) 지원 (사제품 개발 지원 등)	품질 인증 지원 (특히 인증 등)	입주시설 제공 및 정착 지원	콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공	국내외 네트워크 활성화	기타	모름/무응답
전체	42.9	42.5	32.0	27.9	14.4	12.9	11.1	8.3	6.3	1.5	0.0	0.0	4.5
만화	72.2	44.4	16.7	27.8	27.8	0.0	0.0	0.0	0.0	27.8	0.0	0.0	27.8
음악	52.4	21.4	23.8	7.1	23.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
게임	50.0	37.5	50.0	25.0	0.0	62.5	0.0	37.5	37.5	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	0.0	33.3	0.0	66.7	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	50.0	50.0	16.7	33.3	16.7	16.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
방송	27.3	54.5	54.5	18.2	0.0	18.2	9.1	0.0	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	34.6	51.9	57.7	44.2	21.2	13.5	21.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	35.1	46.5	34.2	19.3	14.0	9.6	14.9	14.0	2.6	0.0	0.0	0.0	2.6
콘텐츠솔루션	65.4	34.6	0.0	57.7	7.7	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

#### 14) 코로나19의 영향

코로나19로 인한 경영 영향성에 대해 설문한 결과, 51.0%의 비율로 ‘변화 없음’이 가장 큰 비중을 차지하였고, 41.0%의 사업체가 ‘부정적’, 8.0%의 사업체가 ‘긍정적’ 영향이 있었다고 응답하였다. 분야별로는 부정적 변화가 있었다고 응답한 비율이 67.3%로 ‘캐릭터’가 가장 높았고, 긍정적 변화가 있었다고 응답한 분야는 ‘콘텐츠솔루션’ (38.5%)으로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-467] 제주 지역 코로나19로 인한 경영의 변화

<표 2-521> 제주 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 변화

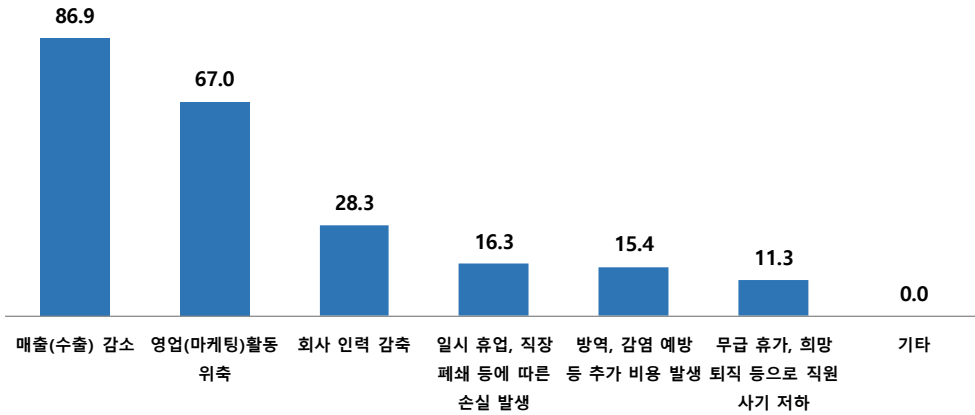
(단위 : %, 점)

분야	① 매우 부정적 변화	② 부정적 변화	③ 변화 없음	④ 긍정적 변화	⑤ 매우 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	12.9	28.1	51.0	8.0	0.0	41.0	8.0	2.54
만화	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
음악	23.8	38.1	23.8	14.3	0.0	61.9	14.3	2.29
게임	0.0	37.5	62.5	0.0	0.0	37.5	0.0	2.63
영화	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	2.33
애니메이션	33.3	16.7	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	2.17
방송	9.1	18.2	63.6	9.1	0.0	27.3	9.1	2.73
캐릭터	19.2	48.1	25.0	7.7	0.0	67.3	7.7	2.21
지식정보	9.6	24.6	65.8	0.0	0.0	34.2	0.0	2.56
콘텐츠솔루션	7.7	34.6	19.2	38.5	0.0	42.3	38.5	2.88

## 가) 부정적 변화

코로나19로 인해 부정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 부정적 변화에 대해 설문한 결과, 86.9%가 ‘매출(수출) 감소’로 응답하였으며 ‘영업(마케팅)활동 위축’ 67.0%, ‘회사인력감축’ 28.3% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-468] 제주 지역 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

<표 2-522> 제주 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 부정적 변화(복수응답)

(단위 : %)

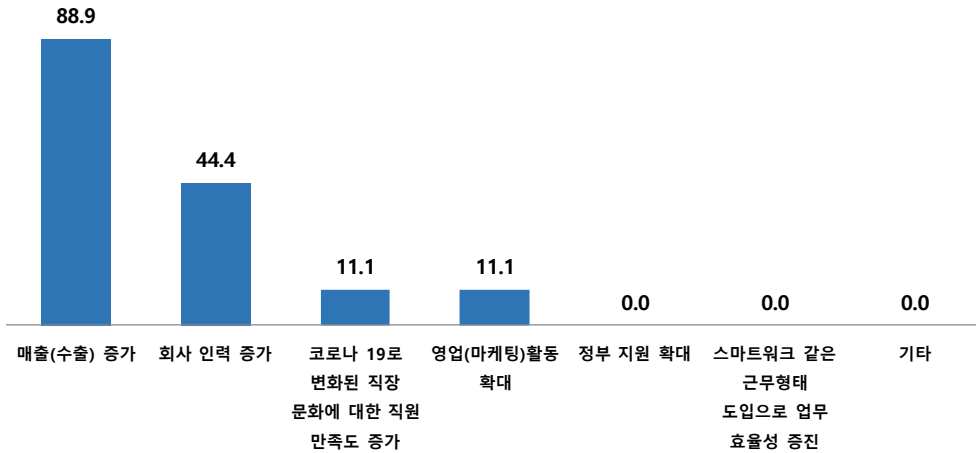
분야	매출(수출) 감소	영업(마케팅) 활동 위축	회사 인력 감축	일시 휴업, 직장 폐쇄 등에 따른 손실 발생	방역, 감염 예방 등 추가 비용 발생	무급 휴가, 희망 퇴직 등으로 직원 사기 저하	기타
전체	86.9	67.0	28.3	16.3	15.4	11.3	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	73.1	65.4	26.9	11.5	38.5	0.0	0.0
게임	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
영화	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	100.0	66.7	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0
방송	100.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	100.0	60.0	0.0	28.6	31.4	17.1	0.0
지식정보	71.8	71.8	28.2	7.7	7.7	20.5	0.0
콘텐츠솔루션	100.0	63.6	36.4	0.0	0.0	0.0	0.0



## 나) 긍정적 변화

코로나19로 인해 긍정적인 변화가 있다고 응답한 사업체를 대상으로, 구체적인 변화에 대해 설문하였다. ‘매출(수출)증가’가 88.9%로 가장 높았으며, ‘회사 인력 증가’ 44.4%, ‘코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가’, ‘영업(마케팅)활동 확대’ 11.1% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-469] 제주 지역 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

<표 2-523> 제주 지역 분야별 코로나19로 인한 경영의 긍정적 변화(복수응답)

(단위 : %)

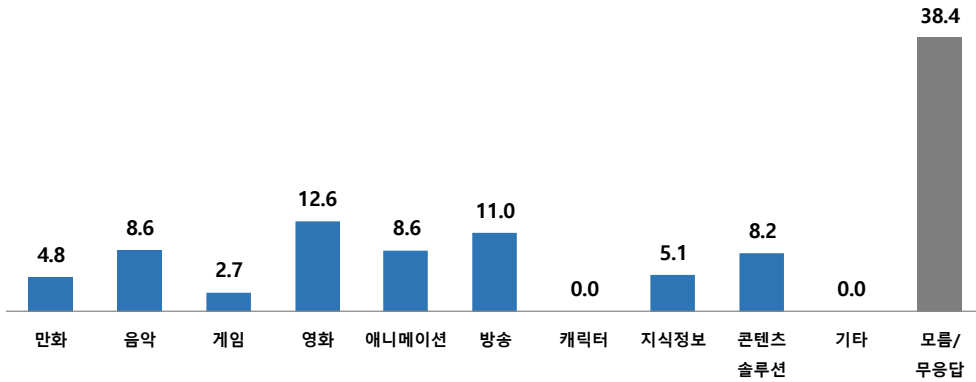
분야	매출(수출) 증가	회사 인력 증가	코로나19로 변화된 직장 문화에 대한 직원 만족도 증가	영업(마케팅) 활동 확대	정부 지원 확대	스마트워크 같은 근무형태 도입으로 업무 효율성 증진	기타
전체	88.9	44.4	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0
만화	-	-	-	-	-	-	-
음악	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
게임	-	-	-	-	-	-	-
영화	-	-	-	-	-	-	-
애니메이션	-	-	-	-	-	-	-
방송	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지식정보	-	-	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	80.0	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0

### 15) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 크다고 생각하는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 38.4%로 가장 높았으며, ‘영화’가 12.6%, ‘방송’ 11.0% 등의 순으로 나타났다.

‘영화’분야의 경우 66.7% 비율로 ‘방송’을 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 응답했다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-470] 제주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

<표 2-524> 분야별 제주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야

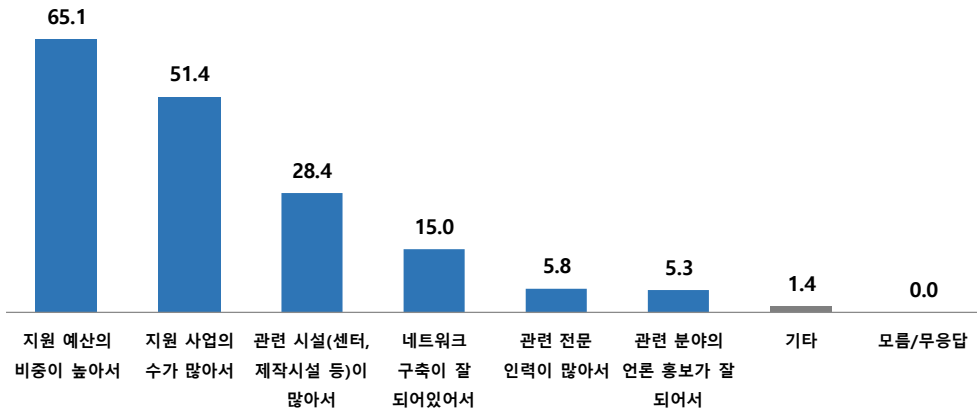
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	기타	모름/무응답
전체	4.8	8.6	2.7	12.6	8.6	11.0	0.0	5.1	8.2	0.0	38.4
만화	27.8	27.8	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27.8
음악	0.0	7.1	0.0	16.7	7.1	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0	61.9
게임	0.0	0.0	12.5	37.5	37.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5
영화	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
애니메이션	0.0	0.0	16.7	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
방송	9.1	9.1	0.0	18.2	9.1	9.1	0.0	18.2	9.1	0.0	18.2
캐릭터	0.0	0.0	0.0	25.0	7.7	7.7	0.0	13.5	11.5	0.0	34.6
지식정보	7.0	5.3	2.6	0.0	7.0	19.3	0.0	0.0	14.9	0.0	43.9
콘텐츠솔루션	0.0	30.8	0.0	19.2	0.0	0.0	0.0	7.7	7.7	0.0	34.6

### 가) 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원이 큰 콘텐츠라고 생각한 이유에 대해, ‘지원 예산의 비중이 높아서’ 65.1%, ‘지원사업의 수가 많아서’ 51.4%, ‘관련 시설(센터, 제작 시설 등)이 많아서’ 28.4% 등의 순으로 나타났다. ‘영화’ 분야의 경우 ‘관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서’라는 응답이 100.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났으며, ‘애니메이션’의 경우 ‘지원 예산의 비중이 높아서’라는 응답이 100.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-471] 제주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

<표 2-525> 분야별 제주 지역에서 지원이 큰 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

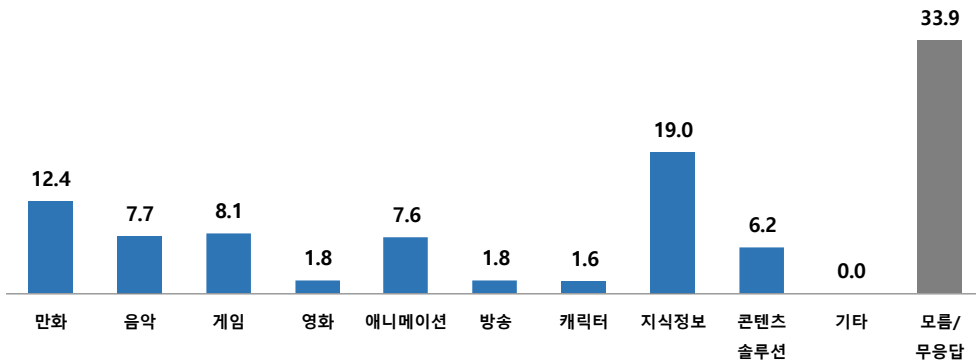
(단위 : %)

분야	지원 예산의 비중이 높아서	지원사업의 수가 많아서	관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서	네트워크 구축이 잘 되어있어서	관련 전문 인력이 많아서	관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서	기타	모름/무응답	
전체	65.1	51.4	28.4	15.0	5.8	5.3	1.4	0.0	
분야	만화	61.5	0.0	0.0	38.5	0.0	38.5	0.0	0.0
	음악	43.7	100.0	18.8	18.8	0.0	0.0	0.0	0.0
	게임	42.9	128.6	0.0	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0
	영화	0.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	애니메이션	100.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
	방송	55.6	11.1	33.3	22.2	11.1	22.2	0.0	0.0
	캐릭터	67.6	52.9	20.6	23.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	지식정보	73.4	35.9	39.1	12.5	9.4	0.0	0.0	0.0
	콘텐츠솔루션	88.2	58.8	41.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

## 16) 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야에 대해 설문한 결과, ‘모름/무응답’이 33.9%, 다음으로 ‘지식정보’가 19.0%, ‘만화’가 12.4% 순으로 높았다. ‘게임’의 경우 ‘애니메이션’이 75.0%의 비율로 소외되어 있다고 응답했다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-472] 제주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

<표 2-526> 분야별 제주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야

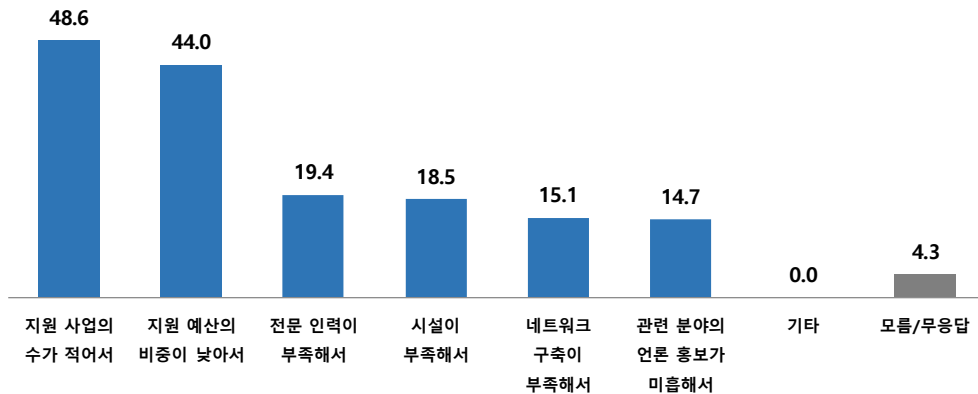
(단위 : %)

분야	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션	기타	모름/무응답
<b>전체</b>	<b>12.4</b>	<b>7.7</b>	<b>8.1</b>	<b>1.8</b>	<b>7.6</b>	<b>1.8</b>	<b>1.6</b>	<b>19.0</b>	<b>6.2</b>	<b>0.0</b>	<b>33.9</b>
만화	44.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27.8	0.0	27.8
음악	0.0	14.3	23.8	0.0	0.0	0.0	0.0	23.8	0.0	0.0	38.1
게임	0.0	12.5	0.0	0.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5
영화	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
애니메이션	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7
방송	9.1	18.2	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0	18.2	0.0	0.0	36.4
캐릭터	19.2	0.0	13.5	0.0	11.5	0.0	13.5	7.7	13.5	0.0	21.2
지식정보	9.6	7.0	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	39.5	2.6	0.0	38.6
콘텐츠 솔루션	30.8	0.0	15.4	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	19.2	0.0	26.9

가) 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유

지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각한 이유에 대해서는 ‘지원사업의 수가 적어서’가 48.6%로 가장 높았고, ‘지원 예산의 비중이 낮아서’가 44.0%, ‘전문인력이 부족해서’ 19.4% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-473] 제주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)

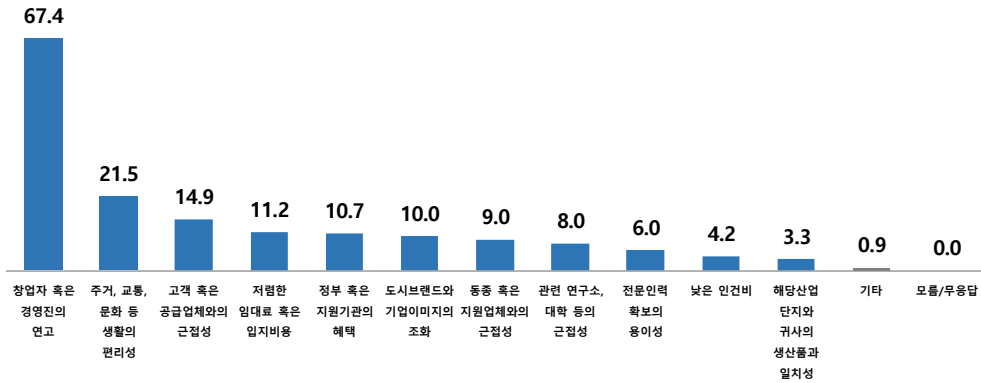
<표 2-527> 분야별 제주 지역 지원에서 소외되고 있는 콘텐츠 분야라고 생각하는 이유(1+2순위)  
(단위: %)

분야	지원사업의 수가 적어서	지원 예산의 비중이 낮아서	전문인력이 부족해서	시설이 부족해서	네트워크 구축이 부족해서	관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서	기타	모름/무응답
전체	48.6	44.0	19.4	18.5	15.1	14.7	0.0	4.3
만화	38.5	61.5	0.0	76.9	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	62.5	81.2	0.0	37.5	0.0	0.0	0.0	0.0
게임	100.0	42.9	42.9	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
영화	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
방송	22.2	33.3	22.2	11.1	11.1	11.1	0.0	22.2
캐릭터	29.4	35.3	20.6	20.6	44.1	11.8	0.0	0.0
지식정보	51.6	34.4	21.9	12.5	21.9	21.9	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	47.1	47.1	11.8	11.8	11.8	41.2	0.0	0.0

### 17) 제주 지역에 사업장을 선택한 이유

제주 지역 콘텐츠 사업체가 제주 지역을 선택한 이유에 대해 67.4%가 ‘창업자 혹은 경영진의 연고’라고 응답하였으며, ‘주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성’ 21.5%, ‘고객 혹은 공급업체와의 근접성’ 14.9% 등의 순으로 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %]



[그림 2-474] 제주 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

<표 2-528> 분야별 제주 지역에 사업장을 선택한 이유(1+2+3순위)

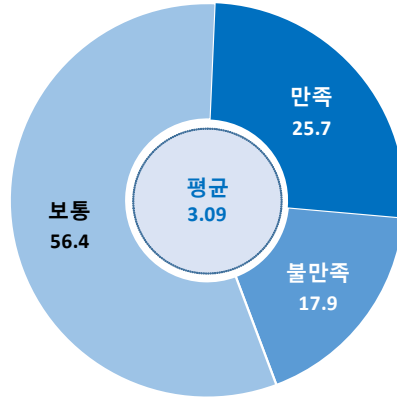
(단위 : %)

분야	창업자 혹은 경영진의 연고	주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성	고객 혹은 공급업체와의 근접성	저렴한 임대료 혹은 입지 비용	정부 혹은 지원기관의 혜택	도시브랜드와 기업이미지의 조화	동종 혹은 지원업체와의 근접성	관련 연구소, 대학 등의 근접성	전문인력 확보의 용이성	낮은 인건비	해당산업 단지와 귀사의 생산품과 일치성	기타	모름/무응답
전체	67.4	21.5	14.9	11.2	10.7	10.0	9.0	8.0	6.0	4.2	3.3	0.9	0.0
만화	55.6	16.7	27.8	27.8	0.0	0.0	0.0	27.8	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
음악	59.5	38.1	14.3	16.7	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0
게임	12.5	75.0	12.5	37.5	75.0	0.0	12.5	0.0	12.5	37.5	0.0	0.0	0.0
영화	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
애니메이션	66.7	16.7	0.0	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0
방송	90.9	9.1	27.3	0.0	0.0	9.1	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐릭터	61.5	25.0	0.0	11.5	7.7	7.7	13.5	0.0	0.0	13.5	13.5	0.0	0.0
지식정보	82.5	7.9	7.9	2.6	7.9	9.6	14.0	16.7	9.6	0.0	2.6	0.0	0.0
콘텐츠솔루션	65.4	19.2	38.5	0.0	7.7	26.9	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

## 18) 제주 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

제주 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도를 설문한 결과, 25.7%가 만족한다고 응답하여 불만족인 17.9%보다 7.8%p 높게 나타났다. 만족도 평균 점수에서 ‘콘텐츠솔루션’이 3.46점으로 가장 높았으며 ‘애니메이션’이 2.67점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: %, 점, 5점 만점]



[그림 2-475] 제주 지역의 콘텐츠 산업환경 만족도

<표 2-529> 제주 지역의 분야별 콘텐츠 산업환경 만족도

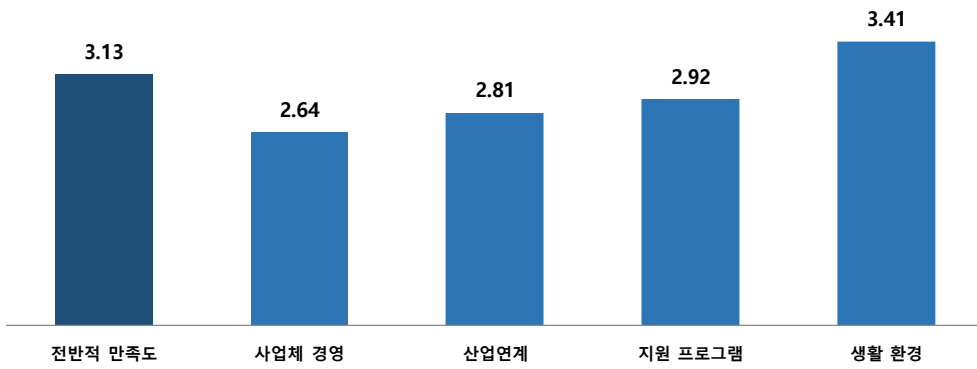
(단위 : %)

분야	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]
전체	2.2	15.6	56.4	22.2	3.6	17.9	25.7	3.09
만화	0.0	27.8	44.4	27.8	0.0	27.8	27.8	3.00
음악	0.0	33.3	35.7	31.0	0.0	33.3	31.0	2.98
게임	0.0	0.0	87.5	0.0	12.5	0.0	12.5	3.25
영화	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	3.33
애니메이션	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	2.67
방송	9.1	18.2	63.6	9.1	0.0	27.3	9.1	2.73
캐릭터	11.5	0.0	80.8	0.0	7.7	11.5	7.7	2.92
지식정보	0.0	9.6	63.2	24.6	2.6	9.6	27.2	3.20
콘텐츠솔루션	0.0	19.2	15.4	65.4	0.0	19.2	65.4	3.46

### 19) 제주 지역 인프라 환경 구축 체감도

제주 지역 인프라 환경에 대한 전반적 체감도는 3.13점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘생활 환경’이 3.41점으로 가장 높았으며, ‘지원 프로그램’ 2.92점, ‘산업연계’ 2.81점, ‘사업체 경영’ 2.64점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’과 ‘애니메이션’의 전반적 체감도가 3.50점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 2.93점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-476] 제주 지역 인프라 환경 구축 체감도

<표 2-530> 제주 지역의 분야별 인프라 환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

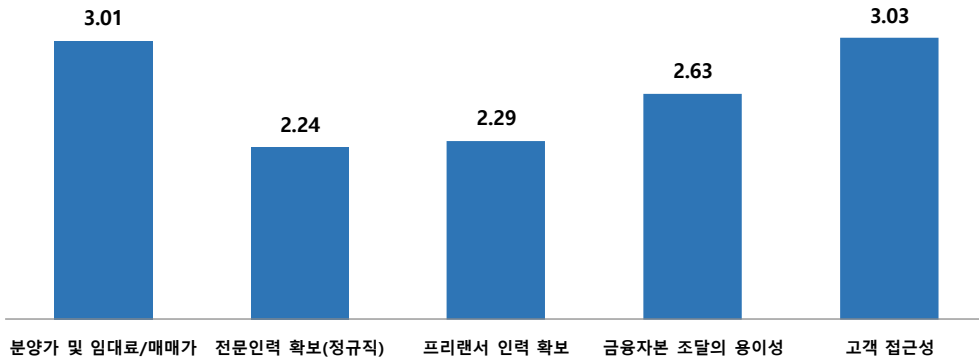
분야	사업체 경영	산업연계	지원 프로그램	생활환경	전반적 만족도
<b>전체</b>	<b>2.64</b>	<b>2.81</b>	<b>2.92</b>	<b>3.41</b>	<b>3.13</b>
만화	2.30	2.23	2.69	3.28	3.28
음악	2.29	2.90	2.82	3.00	2.93
게임	2.78	2.88	3.08	3.50	3.50
영화	2.00	2.07	2.28	3.50	3.00
애니메이션	2.57	2.70	2.94	3.17	3.50
방송	2.80	2.98	2.85	3.23	3.09
캐릭터	2.74	2.80	3.02	3.63	3.17
지식정보	2.63	2.83	3.05	3.44	3.07
콘텐츠솔루션	3.05	2.96	2.76	3.79	3.08



## 가) 사업체 경영

제주 지역의 사업체 경영 구축 체감도는 평균 2.64점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘고객 접근성’이 3.03점으로 가장 높았으며, ‘분양가 및 임대료/매매가’ 3.01점, ‘금융자본 조달의 용이성’ 2.63점, ‘프리랜서 인력 확보’ 2.29점, ‘전문인력 확보(정규직)’ 2.24점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘콘텐츠솔루션’의 평균 점수가 3.05점으로 가장 높았으며, ‘영화’는 2.00점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-477] 제주 지역 사업체 경영 구축 체감도

<표 2-531> 제주 지역 분야별 사업체 경영 구축 체감도

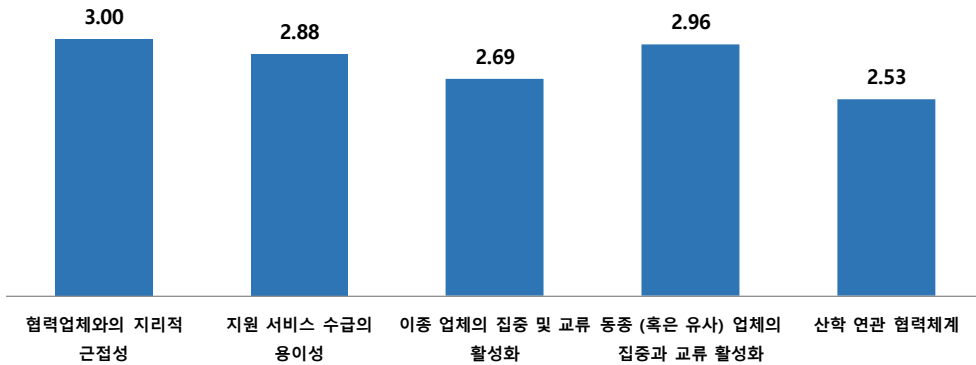
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	분양가 및 임대료/매매가	전문인력 확보(정규직)	프리랜서 인력 확보	금융자본 조달의 용이성	고객 접근성	[5점 평균]
전체	3.01	2.24	2.29	2.63	3.03	2.64
만화	2.83	1.89	2.06	2.00	2.72	2.30
음악	2.24	1.95	2.02	2.38	2.86	2.29
게임	3.50	2.50	2.25	3.00	2.63	2.78
영화	3.33	1.33	1.67	1.67	2.00	2.00
애니메이션	3.50	2.17	2.17	2.17	2.83	2.57
방송	3.00	2.64	2.73	2.45	3.18	2.80
캐릭터	3.12	2.37	2.29	2.63	3.29	2.74
지식정보	3.03	2.14	2.14	2.77	3.08	2.63
콘텐츠솔루션	3.15	2.65	2.96	3.12	3.38	3.05

## 나) 산업연계

제주 지역의 산업연계 구축 체감도는 평균 2.81점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘협력업체와의 지리적 근접성’이 3.00점으로 가장 높았으며, ‘동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화’ 2.96점, ‘지원 서비스 수급의 용이성’ 2.88점, ‘이종 업체의 집중 및 교류 활성화’ 2.69점, ‘산학연관 협력체계’ 2.53점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘방송’의 평균 점수가 2.98점으로 가장 높았으며, ‘영화’는 2.07점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-478] 제주 지역 산업연계 구축 체감도

<표 2-532> 제주 지역 분야별 산업연계 구축 체감도

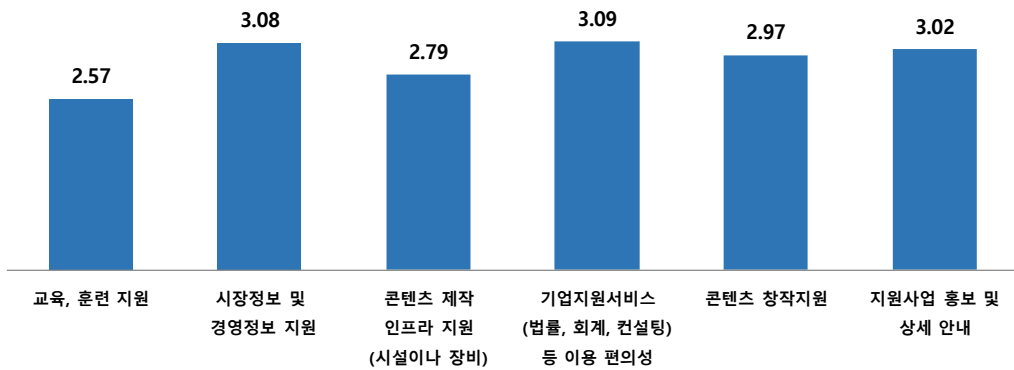
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	협력업체와의 지리적 근접성	지원 서비스 수급의 용이성	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	산학연관 협력체계	[5점 평균]
전체	3.00	2.88	2.69	2.96	2.53	2.81
만화	2.44	2.44	2.00	2.28	2.00	2.23
음악	3.00	2.88	2.83	2.93	2.86	2.90
게임	2.88	2.88	2.75	2.88	3.00	2.88
영화	2.33	2.00	2.67	2.00	1.33	2.07
애니메이션	2.83	3.00	2.50	2.83	2.33	2.70
방송	3.18	3.09	2.91	2.91	2.82	2.98
캐릭터	3.02	2.62	2.77	3.08	2.52	2.80
지식정보	2.96	2.97	2.66	3.05	2.51	2.83
콘텐츠솔루션	3.46	3.00	2.73	3.27	2.35	2.96

## 다) 지원 프로그램

제주 지역의 지원 프로그램 구축 체감도는 평균 2.92점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘기업 지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성’이 3.09점으로 가장 높았으며, ‘시장정보 및 경영정보 지원’ 3.08점, ‘지원사업 홍보 및 상세안내’ 3.02점, ‘콘텐츠 창작지원’이 2.97 점, ‘콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)’ 2.79점, ‘교육, 훈련 지원’ 2.57점 순으로 나타났다. 분야별로는 ‘게임’의 평균 점수가 3.08점으로 가장 높았으며, ‘영화’는 2.28점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-479] 제주 지역 지원 프로그램 구축 체감도

<표 2-533> 제주 지역 분야별 지원 프로그램 구축 체감도

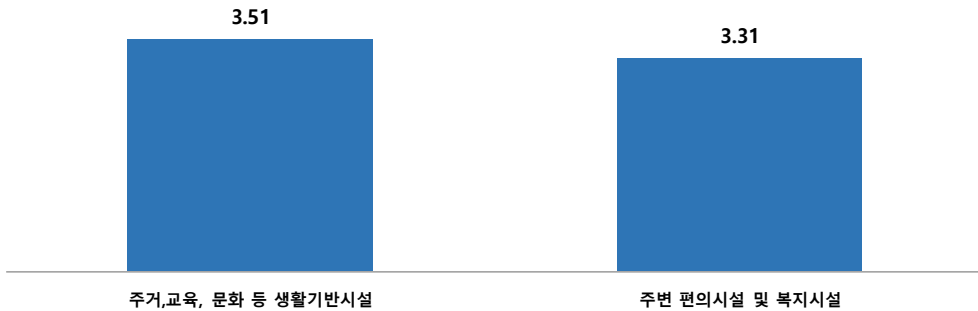
(단위 : 점, 5점 만점)

분야	교육, 훈련 지원	시장정보 및 경영정보 지원	콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)	기업지원 서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	콘텐츠 창작지원	지원사업 홍보 및 상세 안내	[5점 평균]
전체	2.57	3.08	2.79	3.09	2.97	3.02	2.92
만화	2.00	2.56	2.72	3.00	3.28	2.56	2.69
음악	2.31	2.86	2.67	3.10	2.93	3.07	2.82
게임	3.00	3.13	3.13	3.00	2.88	3.38	3.08
영화	2.00	2.33	2.33	2.33	2.67	2.00	2.28
애니메이션	2.67	3.33	2.50	2.83	3.00	3.33	2.94
방송	2.73	2.82	2.82	3.09	2.73	2.91	2.85
캐릭터	2.50	3.23	2.81	3.29	3.27	3.00	3.02
지식정보	2.68	3.20	2.87	3.21	3.21	3.15	3.05
콘텐츠솔루션	2.58	3.27	2.73	2.92	2.23	2.81	2.76

## 라) 생활환경

제주 지역의 생활환경 구축 체감도는 평균 3.41점으로 나타났으며, 항목별로는 ‘주거, 교육, 문화 등 생활기반시설’이 3.51점, ‘주변 편의시설 및 복지시설’이 3.31점으로 나타났다. 분야별로는 ‘콘텐츠솔루션’의 평균 점수가 3.79점으로 가장 높았으며, ‘음악’은 3.00점으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 제주 사업체, 응답자, 단위: 점, 5점 만점]



[그림 2-480] 제주 지역 생활환경 구축 체감도

<표 2-534> 제주 지역 분야별 생활환경 구축 체감도

(단위 : 점, 5점 만점)

분야	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	주변 편의시설 및 복지시설	[5점 평균]
전체	3.51	3.31	3.41
만화	3.28	3.28	3.28
음악	3.07	2.93	3.00
게임	3.50	3.50	3.50
영화	3.67	3.33	3.50
애니메이션	3.33	3.00	3.17
방송	3.27	3.18	3.23
캐릭터	3.81	3.46	3.63
지식정보	3.54	3.33	3.44
콘텐츠솔루션	3.92	3.65	3.79

---

## 제3장 창작자 조사 결과

---

20

22



## 제3장 창작자 조사 결과

### 1. 응답자 일반현황

창작자 실태조사에 참여한 창작자는 총 1,139명이며, ‘남성’이 46.1%, ‘여성’이 53.9%의 비율로 나타났다. 연령대별로는 ‘30대’가 46.9%의 비율로 가장 높게 나타났고, 다음으로는 ‘20대 이하’(29.1%), ‘40대’(19.0%), ‘50대 이상’(5.1%)의 순으로 나타났다.

주 창작 활동 지역별로는 ‘경기’가 20.6%의 비율로 가장 높게 나타났고, 다음으로는 ‘부산’(14.0%), ‘인천’(8.3%), ‘대구’(7.6%), ‘경남’(6.8%), ‘전북’(5.8%), ‘대전’(5.7%), ‘광주’(5.3%), ‘충북’(4.9%), ‘울산’(4.1%) 등의 순으로 나타났다.

주 활동 분야별로는 ‘만화’가 16.9%의 비율로 가장 높게 나타났고, 다음으로는 ‘캐릭터’(13.3%), ‘음악’(13.0%), ‘지식정보’(12.5%), ‘방송’(11.9%), ‘콘텐츠솔루션’(10.4%), ‘애니메이션’(6.8%), ‘게임’(6.4%), ‘영화’(5.5%), ‘기타’(3.3%) 등의 순으로 나타났다.

<표 3-1> 응답자 일반현황

(단위 : 명, %)

구분		사례수	비율
전체		1,139	100.0
성별	남성	525	46.1
	여성	614	53.9
연령	20대 이하	331	29.1
	30대	534	46.9
	40대	216	19.0
	50대 이상	58	5.1
주 창작 활동 지역	부산	160	14.0
	대구	86	7.6
	인천	94	8.3
	광주	60	5.3
	대전	65	5.7
	울산	47	4.1
	세종	31	2.7
	경기	235	20.6
	강원	27	2.4
	충북	56	4.9
	충남	45	4.0

구분		사례수	비율
	전북	66	5.8
	전남	39	3.4
	경북	40	3.5
	경남	78	6.8
	제주	10	0.9
주 활동 분야	만화	192	16.9
	음악	148	13.0
	게임	73	6.4
	영화	63	5.5
	애니메이션	78	6.8
	방송	135	11.9
	캐릭터	152	13.3
	지식정보	142	12.5
	콘텐츠솔루션	118	10.4
	기타	38	3.3



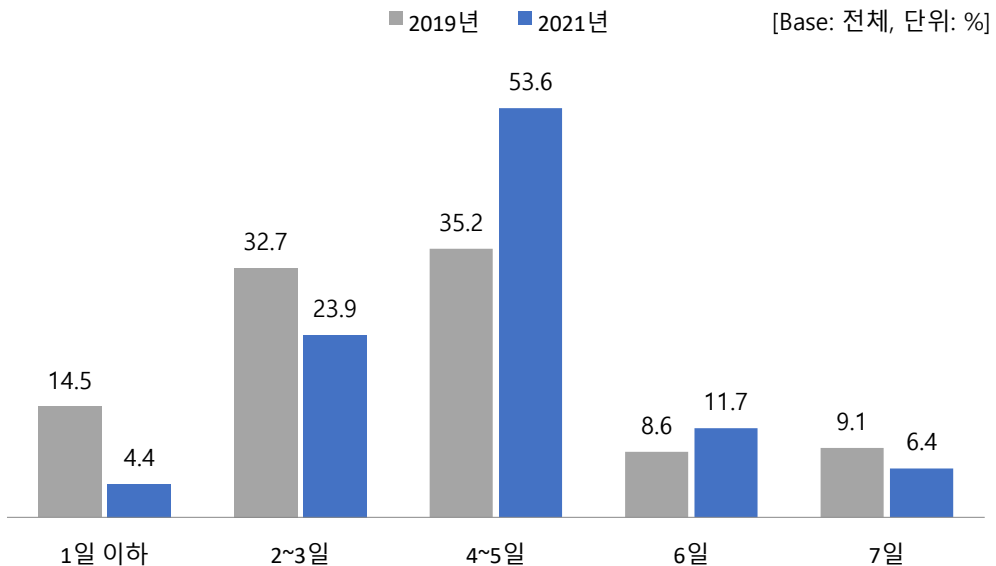
## 2. 창작 활동 현황

### 가. 주 평균 창작 활동일 수

2021년의 주 평균 창작 활동일 수는 '4~5일'을 활동하는 창작자의 비율이 53.6%로 가장 높게 나타났으며, 2019년도 35.2%와 대비하여 18.4%p 증가한 것으로 나타났다. 2021년 창작자들의 주 평균 활동일 수는 4.38일로 나타났다. 모든연령에서 '4~5일' 응답 비율이 가장 높게 나타났으며, '30대'의 평균 활동일 수가 4.44일로 가장 높았으며, '20대 이하' 연령대의 평균 활동일이 4.30일로 가장 낮았다.

주 창작 활동 지역별로는 대부분 지역에서 '4~5일'이 가장 높게 나타났으나, '대전'의 경우 '2~3일' 응답 비율이 43.1%로 가장 높게 나타났다. 평균 창작 활동일 수는 '세종'이 4.74일로 가장 높게 나타났으며, '울산' 지역이 3.98일로 가장 낮았다.

주 활동 분야의 경우 모든 분야에서 '4~5일' 응답 비율이 가장 높게 나타났고, '방송'의 경우 '2~3일' 응답 비율이 40.7%로 비교적 높게 나타났다. 평균 창작 활동일 수는 '만화' 분야가 평균 4.97일로 가장 높게 나타났으며, '지식정보' 분야가 3.58일로 가장 낮게 나타났다.



[그림 3-1] 주 평균 창작 활동일 수

<표 3-2> 응답자 특성별 주 평균 창작 활동일 수

(단위 : 명, % 일)

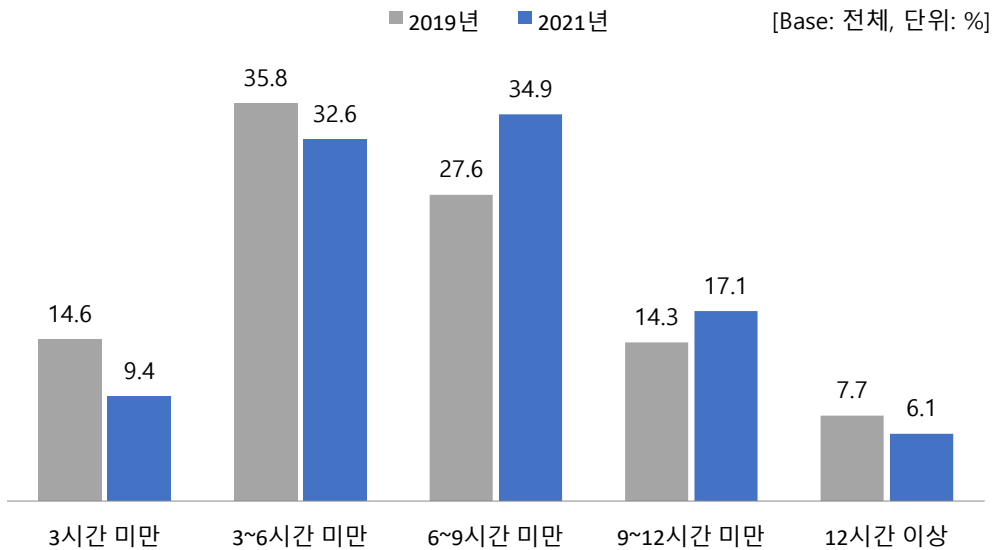
구분		사례수	1일 이하	2~3일	4~5일	6일	7일	[평균]
전체		1,139	4.4	23.9	53.6	11.7	6.4	4.38
성별	남성	525	4.4	24.2	53.3	10.9	7.2	4.39
	여성	614	4.4	23.6	53.9	12.4	5.7	4.37
연령	20대 이하	331	4.8	25.1	53.2	10.6	6.3	4.30
	30대	534	4.1	22.8	53.7	13.1	6.2	4.44
	40대	216	5.1	24.1	53.7	11.1	6.0	4.36
	50대 이상	58	1.7	25.9	55.2	6.9	10.3	4.38
주 창작 활동 지역	부산	160	1.9	24.4	51.3	16.3	6.3	4.53
	대구	86	4.7	31.4	43.0	12.8	8.1	4.28
	인천	94	2.1	38.3	43.6	10.6	5.3	4.14
	광주	60	5.0	16.7	60.0	13.3	5.0	4.50
	대전	65	3.1	43.1	40.0	6.2	7.7	4.09
	울산	47	10.6	31.9	40.4	6.4	10.6	3.98
	세종	31	3.2	12.9	58.1	19.4	6.5	4.74
	경기	235	5.5	19.1	54.5	15.7	5.1	4.40
	강원	27	3.7	22.2	63.0	11.1	0.0	4.37
	충북	56	5.4	8.9	75.0	7.1	3.6	4.64
	충남	45	6.7	13.3	55.6	13.3	11.1	4.64
	전북	66	1.5	22.7	62.1	7.6	6.1	4.42
	전남	39	2.6	23.1	61.5	7.7	5.1	4.38
	경북	40	7.5	25.0	60.0	2.5	5.0	4.05
	경남	78	6.4	17.9	59.0	5.1	11.5	4.45
	제주	10	0.0	30.0	50.0	20.0	0.0	4.30
	주 활동 분야	만화	192	0.5	16.1	50.0	19.8	13.5
음악		148	1.4	23.0	52.7	16.9	6.1	4.52
게임		73	8.2	19.2	53.4	12.3	6.8	4.27
영화		63	3.2	19.0	63.5	6.3	7.9	4.54
애니메이션		78	1.3	14.1	64.1	10.3	10.3	4.74
방송		135	3.0	40.7	45.9	7.4	3.0	4.05
캐릭터		152	0.7	22.4	64.5	9.2	3.3	4.45
지식정보		142	16.2	32.4	42.3	7.0	2.1	3.58
콘텐츠솔루션		118	5.9	18.6	61.9	10.2	3.4	4.32
기타		38	7.9	34.2	39.5	7.9	10.5	4.00

## 나. 1일 평균 창작 활동 시간

2021년 1일 평균 창작 활동 시간은 '6~9시간 미만'이 34.9%로 가장 높게 나타났으며, 2019년도 27.6%와 대비하여 7.3%p 증가한 것으로 나타났다. 성별의 경우 '남성'은 '3~6시간 미만' 응답 비율이 33.0%로 높게 나타났고, '여성'은 '6~9시간 미만' 응답 비율이 37.0%로 높게 나타났다. 연령대별로는 '50대 이상'은 '3~6시간 미만' 응답 비율이 46.6%로 가장 높게 나타났으며, '30대'는 '6~9시간 미만' 응답 비율이 40.4%로 가장 높게 나타났다. 1일 평균 창작 활동 시간은 '40대'가 6.85시간으로 가장 높았으며, '20대 이하'가 5.94시간으로 가장 낮게 나타났다.

1일 평균 창작 활동 시간을 주 창작 활동 지역별로 살펴보면, '제주'가 7.10시간으로 가장 높았고, '충북'이 4.82시간으로 가장 낮게 나타났다.

주 활동 분야별로 살펴보면, '애니메이션' 분야의 평균 창작 활동 시간이 8.06시간으로 가장 높았고, '기타' 분야를 제외하고, '방송' 분야가 5.50시간으로 가장 낮았다.



[그림 3-2] 1일 평균 창작 활동 시간

<표 3-3> 응답자 특성별 1일 평균 창작 활동 시간

(단위 : 명, % 시간)

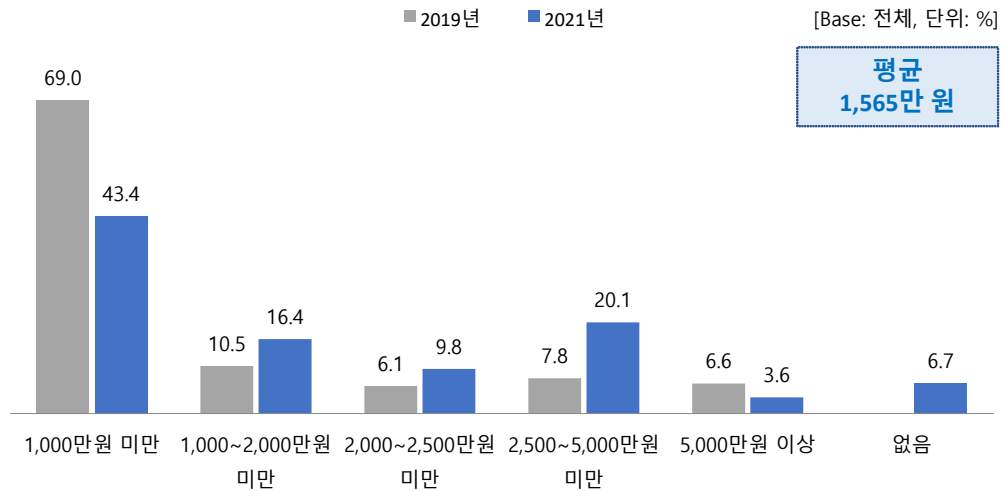
구분		사례수	3시간 미만	3~6시간 미만	6~9시간 미만	9~12시간 미만	12시간 이상	[평균]
전체		1,139	9.4	32.6	34.9	17.1	6.1	6.53
성별	남성	525	10.9	33.0	32.4	15.4	8.4	6.58
	여성	614	8.1	32.2	37.0	18.6	4.1	6.48
연령	20대 이하	331	14.5	36.0	29.0	16.3	4.2	5.94
	30대	534	6.2	30.0	40.4	17.6	5.8	6.78
	40대	216	10.2	30.1	32.9	18.1	8.8	6.85
	50대 이상	58	6.9	46.6	24.1	13.8	8.6	6.36
주 창작 활동 지역	부산	160	6.9	31.9	28.1	20.6	12.5	7.29
	대구	86	9.3	33.7	37.2	15.1	4.7	6.17
	인천	94	3.2	42.6	37.2	11.7	5.3	6.38
	광주	60	10.0	31.7	31.7	23.3	3.3	6.42
	대전	65	6.2	49.2	23.1	15.4	6.2	6.15
	울산	47	6.4	48.9	27.7	8.5	8.5	5.91
	세종	31	19.4	29.0	32.3	12.9	6.5	6.10
	경기	235	10.6	24.3	39.1	22.6	3.4	6.63
	강원	27	14.8	22.2	37.0	14.8	11.1	6.96
	충북	56	33.9	28.6	28.6	8.9	0.0	4.82
	충남	45	8.9	28.9	31.1	22.2	8.9	6.93
	전북	66	9.1	27.3	40.9	19.7	3.0	6.65
	전남	39	5.1	33.3	38.5	20.5	2.6	6.77
	경북	40	7.5	37.5	37.5	10.0	7.5	6.50
	경남	78	3.8	32.1	47.4	9.0	7.7	6.71
	제주	10	0.0	50.0	20.0	20.0	10.0	7.10
주 활동 분야	만화	192	1.6	25.0	34.4	25.0	14.1	7.85
	음악	148	6.8	29.1	43.2	19.6	1.4	6.48
	게임	73	13.7	21.9	47.9	9.6	6.8	6.55
	영화	63	1.6	44.4	25.4	22.2	6.3	7.05
	애니메이션	78	0.0	20.5	39.7	28.2	11.5	8.06
	방송	135	16.3	45.2	26.7	8.1	3.7	5.50
	캐릭터	152	5.3	41.4	38.2	13.8	1.3	6.11
	지식정보	142	21.8	33.1	26.1	12.7	6.3	5.57
	콘텐츠솔루션	118	12.7	28.0	35.6	19.5	4.2	6.43
기타	38	18.4	42.1	31.6	5.3	2.6	5.16	

#### 다. 2021년 콘텐츠 활동을 통한 총수입<sup>7)</sup>

2021년 콘텐츠 활동을 통한 총수입은 평균 1,565만 원으로 2019년 연평균 수입(1,322만 원)보다 243만 원 증가 하였다. ‘1,000만 원 미만’이 43.4%로 가장 높게 나타났으며, 2019년(69.0%) 대비 25.6%p 감소한 것으로 나타났다. 성별로는 ‘남성’의 평균 수입이 1,636만 원으로 ‘여성’의 평균 수입 (1,504만 원)보다 높게 나타났으며, 연령대별로는 ‘50대 이상’의 평균 수입이 1,952만 원으로 가장 높게 나타났다.

주 창작활동 지역별로는 ‘제주’의 평균 수입이 2,402만 원으로 가장 높게 나타났으며, ‘울산’은 856만 원으로 가장 낮게 나타났다.

콘텐츠 분야별로는 ‘게임’ 분야의 평균 수입이 2,187만 원으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 ‘애니메이션’ 2,109만 원, ‘만화’ 2,068만 원, ‘캐릭터’ 1,674만 원 등의 순으로 나타났다.



\*2020년 보고서에는 ‘없음’을 따로 표기하지 않아 비교 불가함

[그림 3-3] 2021년 콘텐츠 활동을 통한 총수입

7) 전업 창작자뿐만 아니라 부업으로 창작활동을 하는 창작자도 조사 결과에 포함되어 있어, 결과 해석에 주의가 필요함

<표 3-4> 응답자 특성별 2021년 콘텐츠 활동을 통한 총수입

(단위 : 명, %, 백만 원)

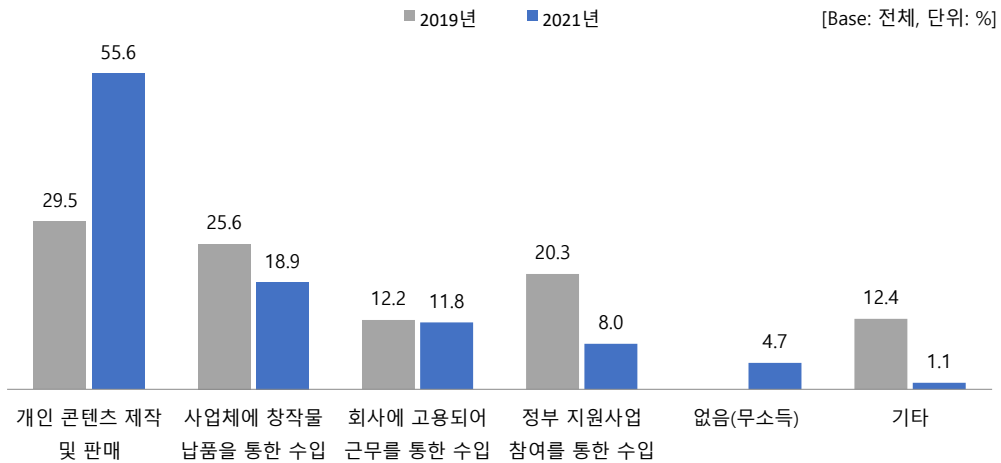
구분		사례수	없음	1,000만 원 미만	1,000~ 2,000만 원 미만	2,000~ 2,500만 원 미만	2,500~ 5,000만 원 미만	5,000만 원 이상	[평균]
전체		1,139	6.7	43.4	16.4	9.8	20.1	3.6	15.65
성별	남성	525	5.9	42.9	17.0	9.0	21.1	4.2	16.36
	여성	614	7.3	43.8	16.0	10.6	19.2	3.1	15.04
연령	20대 이하	331	8.2	50.8	13.3	8.5	16.9	2.4	13.10
	30대	534	5.8	39.5	17.0	10.1	23.6	3.9	17.00
	40대	216	6.0	42.1	18.5	11.6	18.1	3.7	15.18
	50대 이상	58	8.6	41.4	20.7	8.6	13.8	6.9	19.52
주 창작 활동 지역	부산	160	4.4	42.5	17.5	9.4	23.1	3.1	15.91
	대구	86	10.5	47.7	7.0	8.1	20.9	5.8	16.96
	인천	94	5.3	51.1	11.7	11.7	18.1	2.1	14.22
	광주	60	10.0	33.3	23.3	8.3	16.7	8.3	19.24
	대전	65	6.2	49.2	15.4	3.1	23.1	3.1	13.73
	울산	47	19.1	44.7	19.1	4.3	12.8	0.0	8.56
	세종	31	6.5	25.8	32.3	9.7	25.8	0.0	15.95
	경기	235	9.4	39.6	14.9	13.2	18.3	4.7	16.65
	강원	27	3.7	48.1	22.2	14.8	11.1	0.0	11.16
	충북	56	0.0	60.7	8.9	12.5	17.9	0.0	11.18
	충남	45	2.2	44.4	20.0	11.1	20.0	2.2	14.13
	전북	66	4.5	36.4	16.7	15.2	27.3	0.0	15.62
	전남	39	2.6	43.6	7.7	5.1	35.9	5.1	18.33
	경북	40	7.5	32.5	30.0	5.0	20.0	5.0	15.15
	경남	78	3.8	52.6	19.2	5.1	11.5	7.7	18.86
	제주	10	0.0	10.0	30.0	20.0	40.0	0.0	24.02
주 활동 분야	만화	192	5.2	31.3	17.2	12.0	30.2	4.2	20.68
	음악	148	6.1	41.2	21.6	11.5	17.6	2.0	14.66
	게임	73	11.0	38.4	11.0	9.6	23.3	6.8	21.87
	영화	63	4.8	54.0	15.9	3.2	15.9	6.3	14.26
	애니메이션	78	1.3	34.6	14.1	12.8	30.8	6.4	21.09
	방송	135	5.2	57.0	10.4	7.4	19.3	0.7	10.81
	캐릭터	152	4.6	32.2	26.3	13.2	19.1	4.6	16.74
	지식정보	142	9.9	60.6	13.4	6.3	7.7	2.1	9.17
	콘텐츠솔루션	118	8.5	40.7	15.3	11.0	22.0	2.5	15.24
기타	38	18.4	63.2	5.3	2.6	5.3	5.3	11.58	

## 라. 창작 활동을 통한 주된 수입 경로

2021년의 창작 활동을 통한 주된 수입 경로는 ‘개인 콘텐츠 제작 및 판매’가 55.6%로 가장 높게 나타났으며, 2019년도 대비 26.1%p 증가한 것으로 나타났다. 성별의 경우 남녀 모두 ‘개인 콘텐츠 제작 및 판매’가 가장 높게 나타났으며, ‘남성’(57.1%), ‘여성’(54.2%)으로 나타났다. 연령대별로는 모든 연령에서 ‘개인 콘텐츠 제작 및 판매’가 가장 높게 나타났으며, ‘20대 이하’(56.8%), ‘30대’(57.7%), ‘40대’(50.0%), ‘50대 이상’(50.0%)으로 나타났다. 또한, ‘50대 이상’은 ‘정부 지원사업 참여를 통한 수입’ 응답 비율이 17.2%로 비교적 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 모든 지역에서 ‘개인 콘텐츠 제작 및 판매’가 가장 높게 나타났으며, ‘제주’(90.0%), ‘충북’(69.6%), ‘울산’(63.8%), ‘대전’(61.5%), ‘대구’(60.5%) 등의 순으로 나타났다.

주 활동 분야의 경우 모든 분야에서 ‘개인 콘텐츠 제작 및 판매’가 가장 높게 나타났으며, ‘캐릭터’(71.1%), ‘음악’(61.5%), ‘방송’(60.0%), ‘지식정보’(59.9%), ‘애니메이션’(57.7%), ‘게임’(52.1%) 등의 순으로 나타났다. ‘영화’의 경우 ‘정부 지원사업 참여를 통한 수입’이 27.0%로 다른 분야에 비해 높게 나타났다.



\*2020년 보고서에는 ‘없음(무소득)’을 따로 표기하지 않아 비교 불가함

[그림 3-4] 창작 활동을 통한 주된 수입 경로

<표 3-5> 응답자 특성별 창작 활동을 통한 주된 수입 경로

(단위 : 명, %)

구분		사례수	개인 콘텐츠 제작 및 판매	사업체에 창작물 납품을 통한 수입	회사에 고용되어 근무를 통한 수입	정부 지원사업 참여를 통한 수입	없음	기타
전체		1,139	55.6	18.9	11.8	8.0	4.7	1.1
성별	남성	525	57.1	18.7	9.1	10.1	3.8	1.1
	여성	614	54.2	19.1	14.0	6.2	5.4	1.1
연령	20대 이하	331	56.8	18.4	13.3	4.2	5.1	2.1
	30대	534	57.7	16.9	11.6	8.6	4.3	0.9
	40대	216	50.0	25.0	10.6	9.7	4.2	0.5
	50대 이상	58	50.0	17.2	8.6	17.2	6.9	0.0
주 창작 활동 지역	부산	160	56.3	26.3	8.1	5.0	4.4	0.0
	대구	86	60.5	18.6	5.8	5.8	8.1	1.2
	인천	94	43.6	17.0	25.5	8.5	5.3	0.0
	광주	60	46.7	21.7	15.0	8.3	6.7	1.7
	대전	65	61.5	15.4	10.8	7.7	3.1	1.5
	울산	47	63.8	8.5	10.6	4.3	12.8	0.0
	세종	31	54.8	22.6	6.5	9.7	0.0	6.5
	경기	235	57.4	14.9	14.5	4.3	6.4	2.6
	강원	27	59.3	14.8	14.8	7.4	3.7	0.0
	충북	56	69.6	12.5	5.4	12.5	0.0	0.0
	충남	45	48.9	24.4	11.1	13.3	2.2	0.0
	전북	66	51.5	19.7	13.6	13.6	1.5	0.0
	전남	39	46.2	30.8	5.1	12.8	0.0	5.1
	경북	40	42.5	22.5	10.0	20.0	5.0	0.0
	경남	78	57.7	19.2	10.3	10.3	2.6	0.0
제주	10	90.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
주 활동 분야	만화	192	46.9	32.8	11.5	5.2	3.6	0.0
	음악	148	61.5	17.6	10.8	5.4	2.0	2.7
	게임	73	52.1	15.1	19.2	4.1	8.2	1.4
	영화	63	36.5	20.6	12.7	27.0	3.2	0.0
	애니메이션	78	57.7	19.2	9.0	11.5	1.3	1.3
	방송	135	60.0	11.1	20.7	3.0	5.2	0.0
	캐릭터	152	71.1	15.1	4.6	5.3	3.9	0.0
	지식정보	142	59.9	11.3	12.7	7.7	6.3	2.1
	콘텐츠솔루션	118	45.8	22.0	11.0	14.4	5.9	0.8
기타	38	47.4	18.4	2.6	10.5	13.2	7.9	

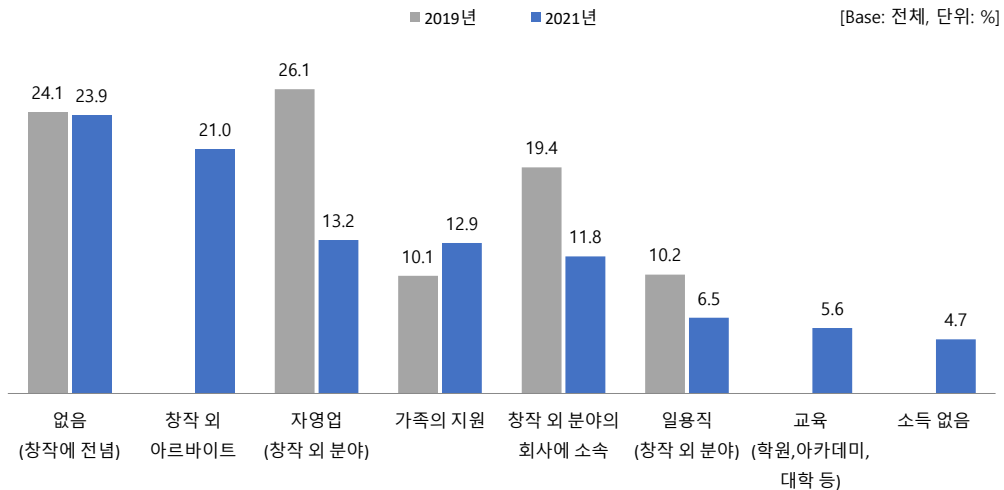


## 마. 창작 외 주요 소득원

2021년 창작 외 주요 소득원은 ‘없음(창작에 전념)’이 23.9%로 가장 높게 나타났으며, 2019년과 대비해 가장 큰 차이를 보인 소득원은 ‘자영업’으로, 2019년도 대비 12.9%p 감소한 것으로 나타났다. 성별의 경우 남녀 모두 ‘없음(창작에 전념)’이 가장 높게 나타났으며 ‘남성’(21.7%), ‘여성’(25.7%)으로 ‘여성’이 ‘남성’보다 더 높게 나타났다. 한편 ‘여성’의 경우 ‘창작 외 아르바이트’가 24.1%로 비교적 높게 나타났다. 연령대별로 ‘20대 이하’의 경우 ‘창작 외 아르바이트’가 29.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘30대’는 ‘없음(창작에 전념)’이 26.4%, ‘40대’는 ‘자영업’이 20.8%, ‘50대 이상’은 ‘자영업’ 25.9%로 가장 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 대부분 지역에서 ‘없음(창작에 전념)’과 ‘창작 외 아르바이트’가 높게 나타났으나, ‘세종’의 경우 ‘창작 외 분야의 회사에 소속’이 25.8%로 가장 높게 나타났다. 또한 ‘충북’의 경우 ‘일용직’이 26.8%로 가장 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘없음’과 ‘창작 외 아르바이트’의 비율이 높게 나타났으나, ‘영화’의 경우 ‘창작 외 분야의 회사에 소속’이 22.2%로 가장 높게 나타났다. 또한 ‘게임’의 경우 ‘자영업’이 20.5%로 다른 분야들에 비해 비교적 높게 나타났다.



\*2022년 ‘창작 외 아르바이트’, ‘교육(학원, 아카데미, 대학 등)’항목이 새로 추가되어 2020년 보고서와 비교 불가하며, 2020년 보고서에는 ‘소득없음’을 따로 표기하지 않아 비교 불가함

[그림 3-5] 창작 외 주요 소득원

<표 3-6> 응답자 특성별 창작 외 주요 소득원

(단위 : 명, %)

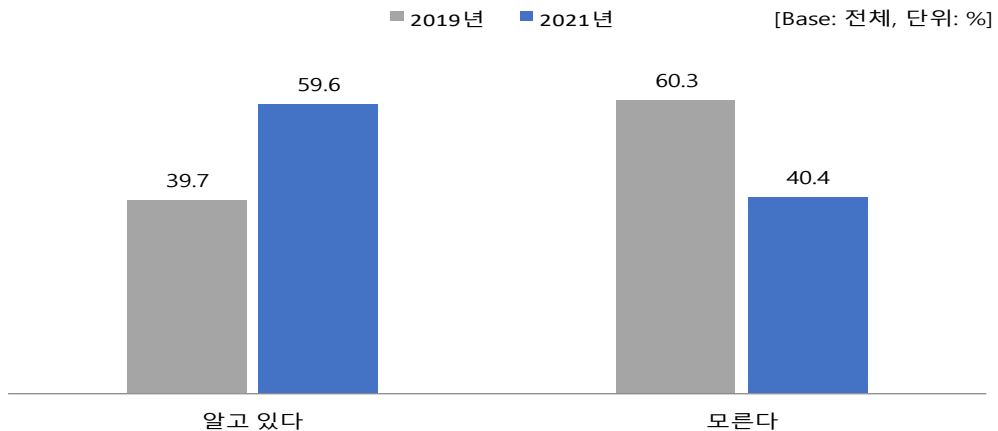
구분		사례수	없음 (창작에 전념)	창작 외 아르바 이트	자영업 (창작 외 분야)	가족의 지원	창작 외 분야의 회사에 소속	일용직 (창작 외 분야)	교육 (학원, 아 카데미, 대학 등)	없음	기타
전체		1,139	23.9	21.0	13.2	12.9	11.8	6.5	5.6	4.7	0.5
성별	남성	525	21.7	17.3	15.4	16.0	12.6	7.8	5.0	3.8	0.4
	여성	614	25.7	24.1	11.2	10.3	11.1	5.4	6.2	5.4	0.7
연령	20대 이하	331	26.3	29.0	6.6	10.3	8.5	10.9	2.7	5.1	0.6
	30대	534	26.4	21.0	12.7	10.5	12.7	4.9	6.7	4.3	0.7
	40대	216	17.6	11.6	20.8	20.4	13.9	3.7	7.9	4.2	0.0
	50대 이상	58	10.3	10.3	25.9	22.4	13.8	6.9	3.4	6.9	0.0
주 창작 활 동 지역	부산	160	23.1	12.5	15.0	13.1	16.9	8.8	6.3	4.4	0.0
	대구	86	33.7	11.6	10.5	16.3	10.5	5.8	3.5	8.1	0.0
	인천	94	23.4	33.0	14.9	9.6	2.1	4.3	7.4	5.3	0.0
	광주	60	26.7	11.7	13.3	13.3	16.7	5.0	5.0	6.7	1.7
	대전	65	16.9	35.4	4.6	15.4	13.8	3.1	6.2	3.1	1.5
	울산	47	21.3	21.3	19.1	12.8	12.8	0.0	0.0	12.8	0.0
	세종	31	19.4	12.9	9.7	16.1	25.8	6.5	9.7	0.0	0.0
	경기	235	27.7	21.7	14.5	8.9	9.4	3.8	7.2	6.4	0.4
	강원	27	25.9	29.6	7.4	11.1	14.8	3.7	3.7	3.7	0.0
	충북	56	21.4	12.5	5.4	19.6	12.5	26.8	1.8	0.0	0.0
	충남	45	13.3	26.7	17.8	15.6	13.3	8.9	2.2	2.2	0.0
	전북	66	22.7	25.8	9.1	15.2	9.1	6.1	7.6	1.5	3.0
	전남	39	23.1	12.8	30.8	12.8	5.1	7.7	7.7	0.0	0.0
	경북	40	20.0	20.0	12.5	20.0	7.5	10.0	2.5	5.0	2.5
	경남	78	21.8	26.9	10.3	11.5	15.4	5.1	6.4	2.6	0.0
제주	10	20.0	50.0	20.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
주 활동 분야	만화	192	29.7	19.8	9.4	13.5	8.3	6.8	7.8	3.6	1.0
	음악	148	23.0	25.0	12.2	9.5	9.5	9.5	9.5	2.0	0.0
	게임	73	27.4	13.7	20.5	11.0	12.3	4.1	2.7	8.2	0.0
	영화	63	15.9	14.3	11.1	17.5	22.2	6.3	9.5	3.2	0.0
	애니메이션	78	29.5	21.8	15.4	12.8	9.0	6.4	3.8	1.3	0.0
	방송	135	25.2	34.8	8.1	7.4	4.4	11.9	2.2	5.2	0.7
	캐릭터	152	27.0	21.1	13.8	15.1	13.2	3.3	2.6	3.9	0.0
	지식정보	142	16.2	19.7	14.8	16.2	16.2	2.8	7.0	6.3	0.7
	콘텐츠솔루션	118	17.8	12.7	16.1	18.6	16.9	7.6	4.2	5.9	0.0
기타	38	23.7	15.8	21.1	0.0	13.2	2.6	5.3	13.2	5.3	

## 바. 표준계약서 인지 여부

2021년 표준 계약서 인지 여부는 ‘알고 있다’가 59.6%로 가장 높게 나타났으며, 2019년도 대비 19.9% 증가한 것으로 나타났다. 성별의 경우 남녀 모두 ‘알고 있다’ 응답 비율이 가장 높게 나타났다. 성별에 따라 ‘남성’(63.4%), ‘여성’(56.4%)으로 ‘남성’이 ‘여성’ 보다 높게 나타났다. 연령대별로 모든 연령대에서 ‘알고 있다’ 응답 비율이 가장 높게 나타났으며, ‘50대 이상’의 경우, ‘알고 있다’ 응답 비율이 81.0%로 가장 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 대부분 지역에서 ‘알고 있다’ 응답 비율이 가장 높게 나타났으나, ‘대구’의 경우 ‘모른다’가 53.5%로 가장 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘알고 있다’가 가장 높게 나타났으나, ‘지식정보’의 경우 ‘모른다’가 50.7%로 가장 높게 나타났다. 또한 ‘만화’의 경우 ‘알고 있다’ 응답 비율이 68.2%로 가장 높게 나타났다.



[그림 3-6] 표준계약서 인지 여부

<표 3-7> 응답자 특성별 표준계약서 인지 여부

(단위 : 명, %)

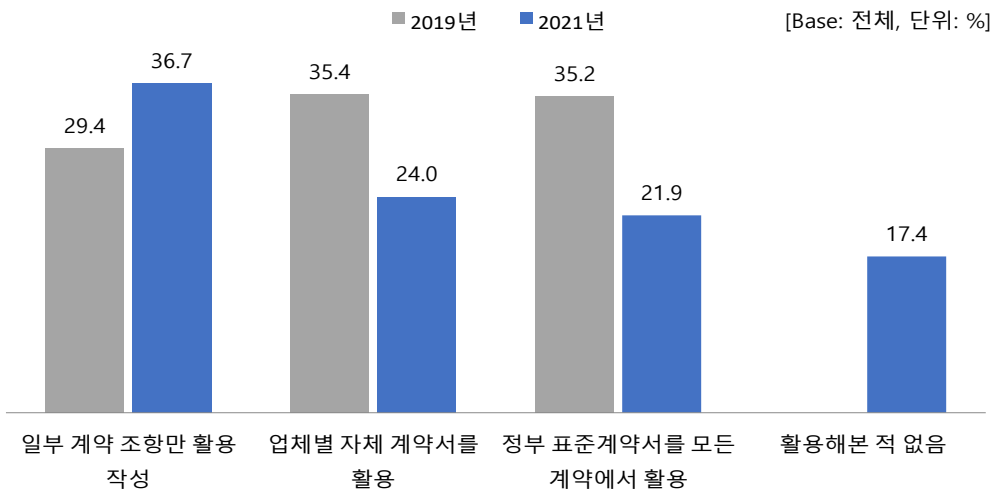
구분		사례수	알고 있다	모른다
전체		1,139	59.6	40.4
성별	남성	525	63.4	36.6
	여성	614	56.4	43.6
연령	20대 이하	331	56.8	43.2
	30대	534	55.8	44.2
	40대	216	67.6	32.4
	50대 이상	58	81.0	19.0
주 창작 활동 지역	부산	160	54.4	45.6
	대구	86	46.5	53.5
	인천	94	70.2	29.8
	광주	60	63.3	36.7
	대전	65	69.2	30.8
	울산	47	55.3	44.7
	세종	31	61.3	38.7
	경기	235	56.2	43.8
	강원	27	59.3	40.7
	충북	56	57.1	42.9
	충남	45	66.7	33.3
	전북	66	71.2	28.8
	전남	39	71.8	28.2
	경북	40	62.5	37.5
	경남	78	55.1	44.9
	제주	10	50.0	50.0
주 활동 분야	만화	192	68.2	31.8
	음악	148	50.7	49.3
	게임	73	53.4	46.6
	영화	63	54.0	46.0
	애니메이션	78	66.7	33.3
	방송	135	68.1	31.9
	캐릭터	152	60.5	39.5
	지식정보	142	49.3	50.7
	콘텐츠솔루션	118	58.5	41.5
기타	38	65.8	34.2	

## 사. 표준계약서 활용 여부

2021년 표준계약서 활용 여부는 ‘일부 계약 조항만 활용 작성’이 36.7%로 가장 높게 나타났으며, 2019년과 대비해 ‘정부 표준계약서를 모든 계약에서 활용’이 13.3%p 감소한 것으로 나타났다. 성별의 경우 남녀 모두 ‘일부 계약 조항만 활용 작성’의 비율이 가장 높게 나타났다. 연령대별로 모든 연령에서 ‘일부 계약 조항만 활용 작성’의 비율이 가장 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 대부분 지역에서 ‘일부 계약 조항만 활용 작성’의 비율이 가장 높게 나타났으나, ‘제주’의 경우 ‘정부 표준계약서를 모든 계약에서 활용’이 60.0%로 가장 높게 나타났다. 또한 ‘경남’의 경우 ‘일부 계약 조항만 활용 작성’과 ‘정부 표준계약서를 모든 계약에서 활용’ 응답 비율이 27.9%로 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘일부 계약 조항만 활용 작성’ 응답 비율이 높게 나타났으나, ‘게임’의 경우 ‘정부 표준계약서를 모든 계약에서 활용’이 33.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘콘텐츠솔루션’의 경우 ‘업체별 자체 계약서를 활용’이 40.6%로 가장 높게 나타났다.



\*2022년 ‘활용해본 적 없음’항목이 새로 추가되어 2020년 보고서와 비교 불가함

[그림 3-7] 표준계약서 활용 여부

<표 3-8> 응답자 특성별 표준계약서 활용 여부

(단위 : 명, %)

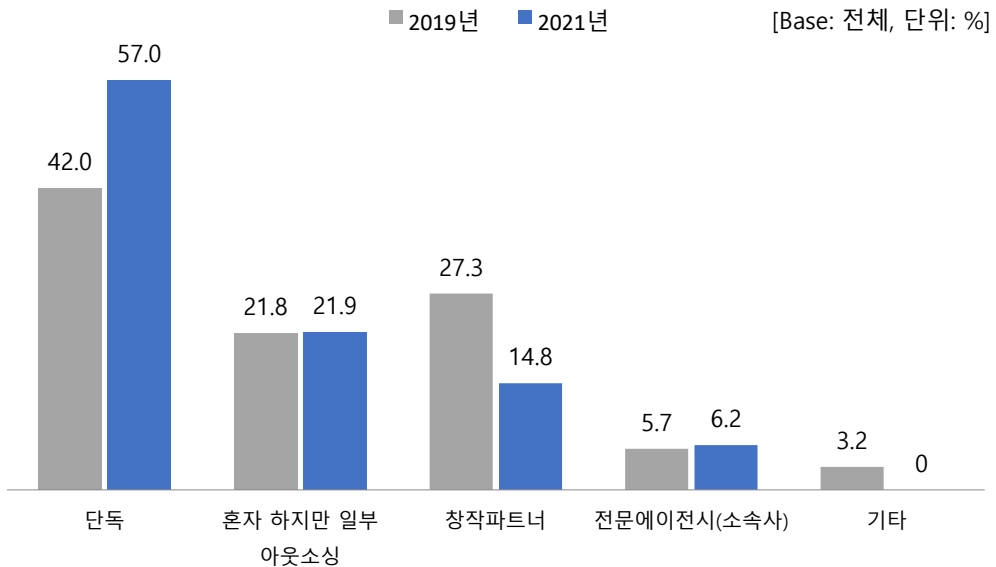
구분		사례수	일부 계약 조항만 활용 작성	업체별 자체 계약서 를 활용	정부 표준계약서를 모든 계약에서 활용
전체		679	36.7	24.0	21.9
성별	남성	333	38.7	22.8	23.1
	여성	346	34.7	25.1	20.8
연령	20대 이하	188	42.0	21.8	17.6
	30대	298	32.2	24.2	24.5
	40대	146	37.0	23.3	24.0
	50대 이상	47	42.6	34.0	17.0
주 창작 활동 지역	부산	87	39.1	18.4	26.4
	대구	40	35.0	27.5	22.5
	인천	66	53.0	12.1	19.7
	광주	38	21.1	36.8	28.9
	대전	45	57.8	24.4	8.9
	울산	26	30.8	15.4	26.9
	세종	19	26.3	26.3	15.8
	경기	132	31.8	29.5	23.5
	강원	16	31.3	37.5	25.0
	충북	32	68.8	3.1	3.1
	충남	30	40.0	33.3	16.7
	전북	47	19.1	27.7	27.7
	전남	28	39.3	17.9	21.4
	경북	25	20.0	44.0	16.0
	경남	43	27.9	20.9	27.9
제주	5	20.0	0.0	60.0	
주 활동 분야	만화	131	35.1	19.8	22.1
	음악	75	37.3	17.3	24.0
	게임	39	30.8	20.5	33.3
	영화	34	41.2	29.4	26.5
	애니메이션	52	28.8	28.8	34.6
	방송	92	64.1	15.2	12.0
	캐릭터	92	32.6	26.1	15.2
	지식정보	70	31.4	24.3	27.1
	콘텐츠솔루션	69	27.5	40.6	17.4
기타	25	16.0	32.0	24.0	

### 아. 창작 활동을 함께하는 사람

2021년 창작 활동을 함께하는 사람의 경우 ‘단독’의 비율이 57.0%로 가장 높게 나타났으며 2019년도 대비 15.0%p 증가한 것으로 나타났다. 성별과 전연령에서 ‘단독’의 비율이 가장 높게 나타났으며, ‘40대’의 경우 ‘혼자 하지만 일부 아웃소싱’이 30.1%로 다른 연령대보다 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 모든 지역에서 ‘단독’의 비율이 가장 높게 나타났으나, ‘충남’의 경우 ‘단독’(37.8%), ‘혼자 하지만 일부 아웃소싱’(35.6%)의 응답 비율이 큰 차이가 없이 나타났다.

주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘단독’의 비율이 가장 높게 나타났으나, ‘영화’의 경우 ‘창작파트너’가 42.9%로 가장 높게 나타났다.



[그림 3-8] 창작 활동을 함께하는 사람

<표 3-9> 응답자 특성별 창작 활동을 함께하는 사람

(단위 : 명, %)

구분		사례수	단독	혼자 하지만 일부 아웃소싱	창작파트너	전문에이전시 (소속사)
전체		1,139	57.0	21.9	14.8	6.2
성별	남성	525	50.5	23.2	18.9	7.4
	여성	614	62.5	20.8	11.4	5.2
연령	20대 이하	331	63.7	16.6	14.2	5.4
	30대	534	56.2	22.1	14.6	7.1
	40대	216	47.2	30.1	18.1	4.6
	50대 이상	58	62.1	20.7	8.6	8.6
주 창작 활동 지역	부산	160	45.0	23.1	23.8	8.1
	대구	86	60.5	20.9	14.0	4.7
	인천	94	63.8	20.2	8.5	7.4
	광주	60	56.7	20.0	18.3	5.0
	대전	65	58.5	21.5	15.4	4.6
	울산	47	59.6	23.4	14.9	2.1
	세종	31	38.7	29.0	22.6	9.7
	경기	235	64.3	16.6	10.6	8.5
	강원	27	66.7	14.8	18.5	0.0
	충북	56	67.9	16.1	10.7	5.4
	충남	45	37.8	35.6	17.8	8.9
	전북	66	57.6	27.3	12.1	3.0
	전남	39	48.7	28.2	15.4	7.7
	경북	40	50.0	25.0	20.0	5.0
	경남	78	60.3	24.4	11.5	3.8
	제주	10	50.0	40.0	10.0	0.0
주 활동 분야	만화	192	46.9	26.0	16.7	10.4
	음악	148	66.9	12.8	17.6	2.7
	게임	73	52.1	21.9	16.4	9.6
	영화	63	27.0	23.8	42.9	6.3
	애니메이션	78	44.9	30.8	16.7	7.7
	방송	135	79.3	9.6	8.1	3.0
	캐릭터	152	53.3	27.0	11.2	8.6
	지식정보	142	64.1	21.1	9.9	4.9
	콘텐츠솔루션	118	56.8	28.0	11.0	4.2
기타	38	63.2	23.7	10.5	2.6	

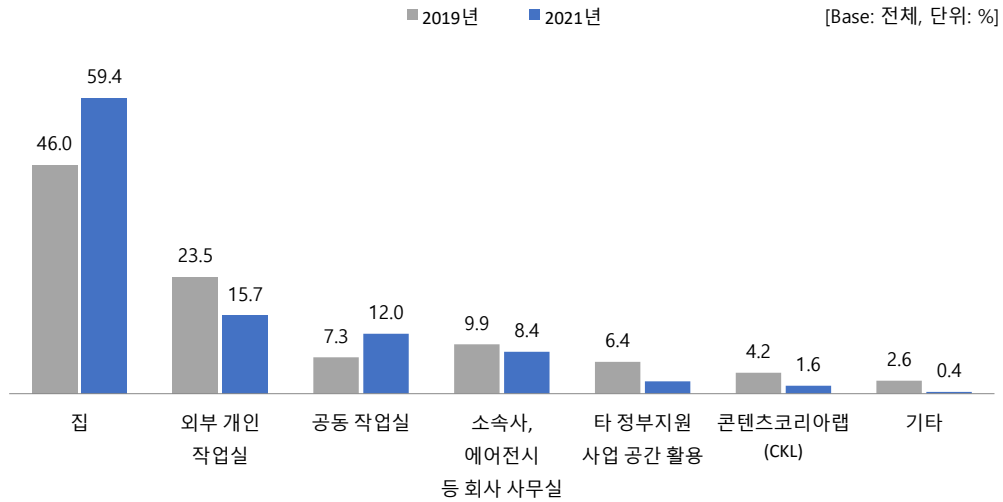


## 자. 창작 활동을 하는 공간

2021년 창작 활동을 하는 공간은 ‘집’의 비율이 59.4%로 가장 높게 나타났으며, 2019년도 대비 13.4%p 증가한 것으로 나타났다. 성별과 전 연령대에서 ‘집’의 비율이 가장 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 모든 지역에서 ‘집’의 비율이 가장 높게 나타났으며, ‘제주’의 경우 ‘외부 개인 작업실’이 40.0%로 다른 지역에 비해 비교적 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘집’의 비율이 가장 높게 나타났으나, ‘영화’의 경우 ‘공동 작업실’의 비율이 33.3%로 가장 높게 나타났다.



[그림 3-9] 창작 활동을 하는 공간

<표 3-10> 응답자 특성별 창작 활동을 하는 공간

(단위 : 명, %)

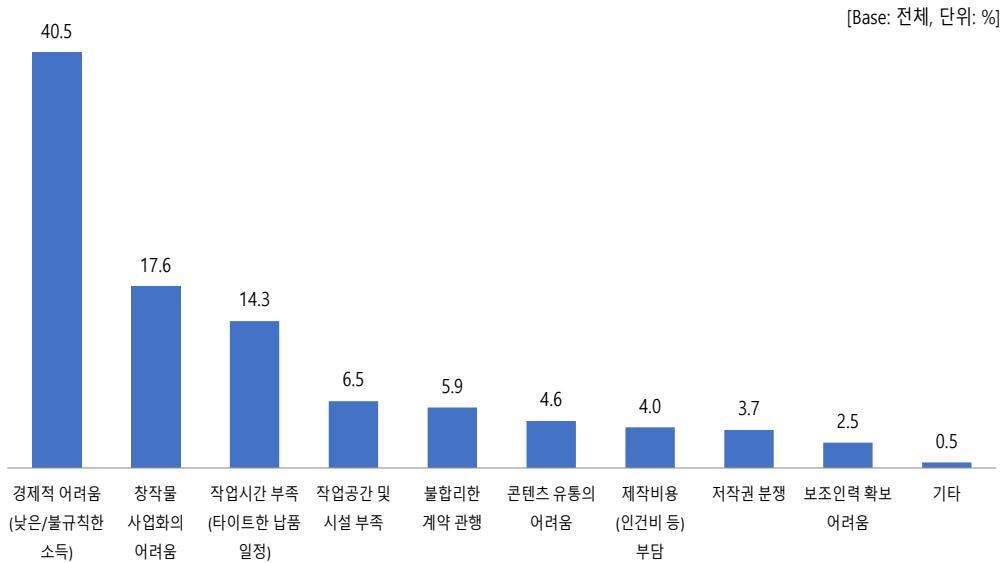
구분		사례수	집	외부 개인 작업실	공동 작업 실	소속사, 에어전시 등 회사 사무실	타 정부 지원사업 공간 활용	콘텐츠 코리아랩 (CKL)	기타
<b>전체</b>		<b>1,139</b>	<b>59.4</b>	<b>15.7</b>	<b>12.0</b>	<b>8.4</b>	<b>2.5</b>	<b>1.6</b>	<b>0.4</b>
성별	남성	525	52.8	17.9	13.3	10.3	3.2	2.1	0.4
	여성	614	65.1	13.8	10.9	6.8	1.8	1.1	0.3
연령	20대 이하	331	69.2	8.2	9.4	7.6	2.7	2.1	0.9
	30대	534	58.2	19.1	10.9	8.8	2.1	0.7	0.2
	40대	216	51.4	18.1	18.5	8.3	1.9	1.9	0.0
	50대 이상	58	44.8	19.0	13.8	10.3	6.9	5.2	0.0
주 창작 활동 지역	부산	160	53.1	18.1	10.6	10.6	4.4	3.1	0.0
	대구	86	65.1	12.8	5.8	9.3	2.3	4.7	0.0
	인천	94	66.0	12.8	10.6	8.5	2.1	0.0	0.0
	광주	60	53.3	13.3	16.7	11.7	1.7	1.7	1.7
	대전	65	67.7	9.2	12.3	10.8	0.0	0.0	0.0
	울산	47	76.6	8.5	8.5	6.4	0.0	0.0	0.0
	세종	31	38.7	25.8	16.1	16.1	3.2	0.0	0.0
	경기	235	63.8	13.6	12.3	8.5	0.9	0.4	0.4
	강원	27	51.9	22.2	11.1	3.7	3.7	7.4	0.0
	충북	56	66.1	12.5	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0
	충남	45	48.9	26.7	11.1	4.4	6.7	2.2	0.0
	전북	66	56.1	24.2	10.6	4.5	1.5	3.0	0.0
	전남	39	46.2	17.9	23.1	12.8	0.0	0.0	0.0
	경북	40	57.5	12.5	17.5	2.5	7.5	2.5	0.0
	경남	78	56.4	15.4	11.5	6.4	6.4	1.3	2.6
제주	10	50.0	40.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
주 활동 분야	만화	192	53.6	21.4	10.4	7.8	4.7	2.1	0.0
	음악	148	53.4	21.6	14.9	6.8	1.4	2.0	0.0
	게임	73	56.2	9.6	16.4	13.7	1.4	2.7	0.0
	영화	63	27.0	17.5	33.3	19.0	3.2	0.0	0.0
	애니메이션	78	46.2	20.5	16.7	11.5	3.8	1.3	0.0
	방송	135	77.0	12.6	3.7	4.4	1.5	0.7	0.0
	캐릭터	152	66.4	13.8	7.9	9.2	1.3	1.3	0.0
	지식정보	142	71.1	9.2	9.2	5.6	2.1	1.4	1.4
	콘텐츠솔루션	118	57.6	12.7	15.3	8.5	2.5	2.5	0.8
기타	38	71.1	15.8	2.6	5.3	2.6	0.0	2.6	

## 차. 창작 관련 애로사항

창작 관련 애로사항의 경우 ‘경제적 어려움’이 40.5%로 가장 높게 나타났다. 성별과 전 연령에서 ‘경제적 어려움’의 비율이 높게 나타났으나, ‘50대 이상’의 경우 ‘경제적 어려움’, ‘창작물 사업화의 어려움’, ‘작업 시간 부족’의 비율이 19.0%로 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 대부분 지역에서 ‘경제적 어려움’의 비율이 높게 나타났으나, ‘세종’의 경우 ‘창작물 사업화의 어려움’이 25.8%, ‘제주’의 경우 ‘제작비용 부담’이 30.0%로 상대적으로 높게 나타남.

주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘경제적 어려움’이 높게 나타났으나, ‘애니메이션’의 경우 ‘경제적 어려움’과 ‘창작물 사업화의 어려움’이 26.9%로 높게 나타났다. 또한 ‘영화’의 경우 ‘작업 시간 부족’이 23.8%로 다른 분야에 비해 비교적 높게 나타났다.



[그림 3-10] 창작 관련 애로사항

<표 3-11> 응답자 특성별 창작 관련 애로사항

(단위 : 명, %)

구분	사례수	경제적 어려움 (낮은/불규칙한 소득)	창작물 사업화의 어려움	작업 시간 부족 (타이트한 납품 일정)	작업 공간 및 시설 부족	불합리한 계약 관행	콘텐츠 유통의 어려움	제작 비용 (인건비 등) 부담	저작권 분쟁	보조 인력 확보 어려움	기타	
전체	1,139	40.5	17.6	14.3	6.5	5.9	4.6	4.0	3.7	2.5	0.5	
성별	남성	525	36.4	18.9	15.2	8.0	5.9	4.4	4.8	3.6	2.3	0.6
	여성	614	44.0	16.6	13.5	5.2	5.9	4.7	3.3	3.7	2.6	0.5
연령	20대 이하	331	46.8	16.3	13.6	4.5	4.5	3.6	4.8	3.6	1.8	0.3
	30대	534	40.4	18.5	14.6	6.6	5.1	5.4	2.6	3.7	2.4	0.6
	40대	216	36.6	17.1	13.4	7.9	9.3	3.7	4.6	3.7	3.2	0.5
	50대 이상	58	19.0	19.0	19.0	12.1	8.6	5.2	8.6	3.4	3.4	1.7
주 창작 활동 지역	부산	160	35.6	16.3	22.5	5.0	6.3	3.1	3.8	3.8	3.1	0.6
	대구	86	38.4	18.6	18.6	5.8	4.7	2.3	1.2	5.8	3.5	1.2
	인천	94	50.0	12.8	12.8	6.4	6.4	6.4	3.2	1.1	1.1	0.0
	광주	60	38.3	21.7	13.3	8.3	10.0	3.3	1.7	1.7	1.7	0.0
	대전	65	40.0	18.5	20.0	4.6	6.2	0.0	0.0	6.2	1.5	3.1
	울산	47	34.0	21.3	10.6	19.1	2.1	0.0	4.3	6.4	2.1	0.0
	세종	31	19.4	25.8	16.1	12.9	9.7	0.0	12.9	0.0	3.2	0.0
	경기	235	44.3	19.6	10.2	5.5	4.7	6.4	5.1	2.1	2.1	0.0
	강원	27	33.3	18.5	7.4	7.4	3.7	11.1	3.7	14.8	0.0	0.0
	충북	56	58.9	10.7	14.3	0.0	3.6	5.4	3.6	3.6	0.0	0.0
	충남	45	31.1	22.2	13.3	4.4	8.9	2.2	8.9	4.4	4.4	0.0
	전북	66	48.5	10.6	9.1	4.5	10.6	6.1	6.1	1.5	1.5	1.5
	전남	39	41.0	17.9	15.4	5.1	5.1	2.6	2.6	2.6	7.7	0.0
	경북	40	35.0	17.5	15.0	7.5	12.5	7.5	0.0	2.5	2.5	0.0
	경남	78	38.5	19.2	10.3	11.5	1.3	7.7	1.3	6.4	2.6	1.3
제주	10	10.0	10.0	20.0	0.0	0.0	10.0	30.0	10.0	10.0	0.0	
주 활동 분야	만화	192	34.4	19.3	21.9	5.2	5.7	4.7	2.6	2.1	3.6	0.5
	음악	148	43.9	15.5	10.1	9.5	4.7	3.4	6.1	3.4	2.7	0.7
	게임	73	35.6	17.8	9.6	9.6	6.8	9.6	5.5	1.4	4.1	0.0
	영화	63	27.0	11.1	23.8	11.1	14.3	3.2	4.8	1.6	3.2	0.0
	애니메이션	78	26.9	26.9	23.1	5.1	5.1	2.6	3.8	3.8	2.6	0.0
	방송	135	61.5	8.9	11.1	3.7	5.2	1.5	4.4	3.0	0.7	0.0
	캐릭터	152	36.2	21.7	13.2	6.6	3.9	7.9	1.3	7.2	2.0	0.0
	지식정보	142	46.5	20.4	9.2	5.6	3.5	4.9	4.2	4.2	1.4	0.0
	콘텐츠솔루션	118	36.4	16.9	11.9	6.8	11.0	5.1	5.1	5.1	1.7	0.0
기타	38	50.0	15.8	10.5	2.6	0.0	0.0	2.6	2.6	5.3	10.5	

### 3. 창작 활동 만족도

#### 가. 발전 가능성

창작자의 직업 발전 가능성을 묻는 질문에 창작자의 58.6%가 ‘그렇다’고 응답하였으며, ‘그렇지 않다’라고 응답한 비율이 11.9%로 나타나 창작자 대부분이 창작자라는 직업의 발전 가능성이 높다고 생각하는 것으로 나타났다.

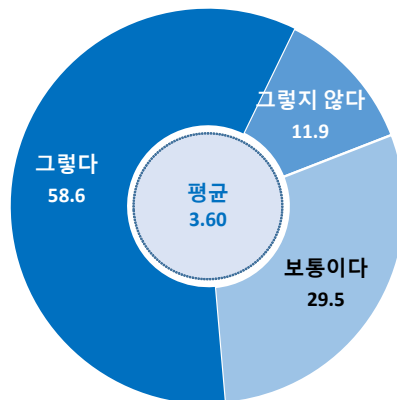
성별의 경우 ‘남성’은 3.57점(그렇다 57.0%), ‘여성’은 3.64점(그렇다 60.1%)으로 성별의 차이 없이 직업 발전 가능성에 긍정 응답을 보였다. 연령대별로는 ‘40대’가 평균 3.63점(그렇다 63.4%)으로 가장 높게 나타났다.

지역별로는 ‘제주’가 3.80점(그렇다 80.0%)으로 발전 가능성을 가장 높게 평가하였으며, ‘경북’은 3.20점(그렇다 37.5%)으로 가장 낮게 평가하는 것으로 나타났다.

주 활동 분야의 경우 ‘기타’를 제외하고 ‘게임’ 분야가 3.78점(그렇다 69.9%)으로 발전 가능성을 가장 높게 평가하였으며, ‘캐릭터’ 분야는 3.36점(그렇다 44.4%)으로 가장 낮게 나타났다.

#### 1) 창작자라는 직업의 발전 가능성은 높다고 생각한다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-11] 창작 활동 만족도 1) 직업 발전 가능성

<표 3-12> 응답자 특성별 창작 활동 만족도 1) 직업 발전 가능성

(단위 : 명, % 점)

구분	사례수	① 매우 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다	그렇지 않다 (①+②)	그렇다 (④+⑤)	[5점 평균]	
<b>전체</b>	<b>1,139</b>	<b>1.8</b>	<b>10.1</b>	<b>29.5</b>	<b>43.3</b>	<b>15.4</b>	<b>11.9</b>	<b>58.6</b>	<b>3.60</b>	
성별	남성	525	1.3	11.2	30.5	43.2	13.7	12.6	57.0	3.57
	여성	614	2.1	9.1	28.7	43.3	16.8	11.2	60.1	3.64
연령	20대 이하	331	3.0	11.5	30.2	39.0	16.3	14.5	55.3	3.54
	30대	534	1.3	7.7	30.9	47.4	12.7	9.0	60.1	3.63
	40대	216	0.9	14.4	21.3	44.0	19.4	15.3	63.4	3.67
	50대 이상	58	1.7	8.6	43.1	27.6	19.0	10.3	46.6	3.53
주 창작 활동 지역	부산	160	2.5	6.3	28.8	47.5	15.0	8.8	62.5	3.66
	대구	86	0.0	8.1	33.7	45.3	12.8	8.1	58.1	3.63
	인천	94	2.1	7.4	45.7	35.1	9.6	9.6	44.7	3.43
	광주	60	3.3	8.3	20.0	51.7	16.7	11.7	68.3	3.70
	대전	65	0.0	7.7	24.6	60.0	7.7	7.7	67.7	3.68
	울산	47	0.0	12.8	34.0	36.2	17.0	12.8	53.2	3.57
	세종	31	0.0	16.1	29.0	38.7	16.1	16.1	54.8	3.55
	경기	235	1.7	9.4	28.1	43.4	17.4	11.1	60.9	3.66
	강원	27	3.7	3.7	25.9	55.6	11.1	7.4	66.7	3.67
	충북	56	3.6	7.1	30.4	25.0	33.9	10.7	58.9	3.79
	충남	45	2.2	13.3	22.2	57.8	4.4	15.6	62.2	3.49
	전북	66	1.5	15.2	28.8	33.3	21.2	16.7	54.5	3.58
	전남	39	0.0	17.9	30.8	46.2	5.1	17.9	51.3	3.38
	경북	40	0.0	32.5	30.0	22.5	15.0	32.5	37.5	3.20
	경남	78	3.8	7.7	26.9	42.3	19.2	11.5	61.5	3.65
제주	10	0.0	10.0	10.0	70.0	10.0	10.0	80.0	3.80	
주 활동 분야	만화	192	2.1	12.0	24.0	49.0	13.0	14.1	62.0	3.59
	음악	148	1.4	10.8	31.1	43.2	13.5	12.2	56.8	3.57
	게임	73	0.0	5.5	24.7	56.2	13.7	5.5	69.9	3.78
	영화	63	0.0	4.8	50.8	28.6	15.9	4.8	44.4	3.56
	애니메이션	78	2.6	3.8	30.8	47.4	15.4	6.4	62.8	3.69
	방송	135	3.7	6.7	26.7	42.2	20.7	10.4	63.0	3.70
	캐릭터	152	2.0	17.8	33.6	35.5	11.2	19.7	46.7	3.36
	지식정보	142	2.1	4.2	28.9	46.5	18.3	6.3	64.8	3.75
	콘텐츠솔루션	118	0.0	17.8	28.8	40.7	12.7	17.8	53.4	3.48
기타	38	2.6	7.9	21.1	36.8	31.6	10.5	68.4	3.87	

## 나. 지속 가능성

창작자라는 직업의 지속 가능성을 묻는 질문에 창작자의 58.4%가 ‘그렇다’고 응답하였으며, ‘그렇지 않다’라고 응답한 비율이 9.4%로 나타나 창작자 대부분이 창작자라는 직업을 지속할 가능성이 있다고 응답하였다.

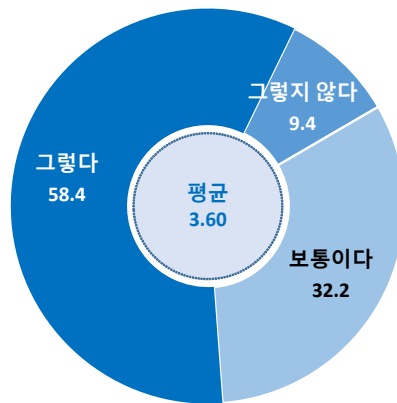
성별의 경우 ‘남성’은 3.61점(그렇다 55.8%), ‘여성’은 3.67점(그렇다 60.6%)으로 나타났고, 연령대별로는 ‘40대’가 평균 3.82점(그렇다 69.9%)으로 가장 높게 나타났다.

지역별로는 ‘제주’가 4.10점(그렇다 80.0%)으로 직업 지속 가능성에 대해 가장 긍정적으로 평가하였으며, ‘경북’은 3.33점(그렇다 42.5%)으로 5점 평균 점수가 가장 낮은 것으로 나타났다.

주 활동 분야의 경우 ‘기타’를 제외하고 ‘애니메이션’ 분야가 3.79점(그렇다 64.1%)으로 5점 평균 점수가 가장 높았으며, ‘캐릭터’ 분야는 3.44점(그렇다 49.3%)으로 가장 낮게 나타났다.

### 2) 창작자라는 직업을 지속할 가능성이 있다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-12] 창작 활동 만족도 2) 지속 가능성

<표 3-13> 응답자 특성별 창작 활동 만족도 2) 직업 지속 가능성

(단위 : 명, % 점)

구분	사례수	① 매우 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다	그렇지 않다 (①+②)	그렇다 (④+⑤)	[5점 평균]	
<b>전체</b>	<b>1,139</b>	<b>1.3</b>	<b>8.1</b>	<b>32.2</b>	<b>41.8</b>	<b>16.6</b>	<b>9.4</b>	<b>58.4</b>	<b>3.64</b>	
성별	남성	525	1.1	9.0	34.1	39.8	16.0	10.1	55.8	3.61
	여성	614	1.5	7.3	30.6	43.5	17.1	8.8	60.6	3.67
연령	20대 이하	331	2.7	6.6	37.5	39.3	13.9	9.4	53.2	3.55
	30대	534	0.9	8.6	34.1	39.9	16.5	9.6	56.4	3.62
	40대	216	0.5	7.4	22.2	49.5	20.4	7.9	69.9	3.82
	50대 이상	58	0.0	13.8	22.4	44.8	19.0	13.8	63.8	3.69
주 창작 활동 지역	부산	160	1.9	4.4	28.8	41.9	23.1	6.3	65.0	3.80
	대구	86	0.0	10.5	34.9	37.2	17.4	10.5	54.7	3.62
	인천	94	0.0	11.7	46.8	31.9	9.6	11.7	41.5	3.39
	광주	60	1.7	5.0	26.7	53.3	13.3	6.7	66.7	3.72
	대전	65	0.0	10.8	27.7	53.8	7.7	10.8	61.5	3.58
	울산	47	0.0	17.0	38.3	27.7	17.0	17.0	44.7	3.45
	세종	31	0.0	12.9	29.0	38.7	19.4	12.9	58.1	3.65
	경기	235	0.9	7.7	30.2	42.1	19.1	8.5	61.3	3.71
	강원	27	0.0	7.4	22.2	63.0	7.4	7.4	70.4	3.70
	충북	56	1.8	7.1	33.9	48.2	8.9	8.9	57.1	3.55
	충남	45	0.0	4.4	46.7	35.6	13.3	4.4	48.9	3.58
	전북	66	1.5	9.1	24.2	45.5	19.7	10.6	65.2	3.73
	전남	39	5.1	2.6	33.3	46.2	12.8	7.7	59.0	3.59
	경북	40	5.0	15.0	37.5	27.5	15.0	20.0	42.5	3.33
	경남	78	3.8	5.1	29.5	41.0	20.5	9.0	61.5	3.69
제주	10	0.0	0.0	20.0	50.0	30.0	0.0	80.0	4.10	
주 활동 분야	만화	192	1.6	8.3	28.6	39.1	22.4	9.9	61.5	3.72
	음악	148	0.7	10.1	33.1	44.6	11.5	10.8	56.1	3.56
	게임	73	0.0	4.1	31.5	52.1	12.3	4.1	64.4	3.73
	영화	63	0.0	6.3	47.6	31.7	14.3	6.3	46.0	3.54
	애니메이션	78	0.0	5.1	30.8	43.6	20.5	5.1	64.1	3.79
	방송	135	1.5	5.2	34.1	47.4	11.9	6.7	59.3	3.63
	캐릭터	152	2.6	16.4	31.6	32.9	16.4	19.1	49.3	3.44
	지식정보	142	0.7	5.6	33.8	42.3	17.6	6.3	59.9	3.70
	콘텐츠솔루션	118	2.5	6.8	31.4	46.6	12.7	9.3	59.3	3.60
기타	38	2.6	5.3	18.4	36.8	36.8	7.9	73.7	4.00	



#### 다. 경제적 만족도

창작자라는 직업을 통해 얻어지는 경제적 만족도를 묻는 질문에 창작자의 34.7%가 ‘그렇다’고 응답하였으며, ‘보통이다’가 34.0%, ‘그렇지 않다’가 31.3%로 경제적 만족도에 있어서는 긍정 응답과 부정 응답의 비율이 비슷하게 나타났다.

성별로는 ‘남성’의 경우 ‘그렇다’(35.8%)가 ‘그렇지 않다’(27.8%)보다 높게 나타났으나, ‘여성’의 경우 ‘그렇다’(33.7%)가 ‘그렇지 않다’(34.4%)보다 낮게 나타나 ‘남성’이 ‘여성’보다 경제적으로 더 만족하는 것으로 나타났다.

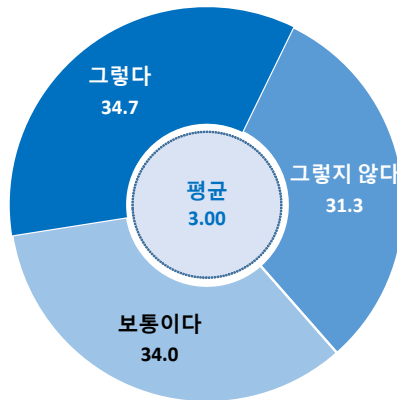
연령대별로는 ‘20대 이하’의 경우 ‘그렇지 않다’ 응답이 35.0%로 ‘그렇다’(29.9%)보다 높게 나타나 경제적으로 불만족하는 창작자가 더 많은 것으로 나타났으며, 그 외 연령대는 경제적으로 만족한다는 비율이 더 높은 것으로 나타났다.

지역별로는 ‘제주’가 3.50점(그렇다 50.0%)으로 경제적 만족도가 가장 높았으며, ‘충북’은 2.71점(그렇다 19.6%)으로 경제적 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

주 활동 분야의 경우 ‘게임’ 분야가 3.44점(그렇다 47.9%)으로 경제적 만족도 평균 점수가 가장 높은 것으로 나타났으며, ‘캐릭터’ 분야는 2.86점(그렇다 29.6%)으로 가장 낮게 나타났다.

#### 3) 창작자라는 직업을 통해 얻어지는 경제적 요소에 대해 만족한다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-13] 창작 활동 만족도 3) 경제적 만족도

<표 3-14> 응답자 특성별 창작 활동 만족도 3) 경제적 만족도

(단위 : 명, % 점)

구분	사례수	① 매우 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다	그렇지 않다 (①+②)	그렇다 (④+⑤)	[5점 평균]	
<b>전체</b>	<b>1,139</b>	<b>6.9</b>	<b>24.4</b>	<b>34.0</b>	<b>26.2</b>	<b>8.5</b>	<b>31.3</b>	<b>34.7</b>	<b>3.05</b>	
성별	남성	525	6.7	21.1	36.4	26.9	9.0	27.8	35.8	3.10
	여성	614	7.2	27.2	31.9	25.6	8.1	34.4	33.7	3.00
연령	20대 이하	331	7.6	27.5	35.0	21.8	8.2	35.0	29.9	2.95
	30대	534	6.9	24.0	35.2	26.4	7.5	30.9	33.9	3.04
	40대	216	6.9	20.8	32.4	29.6	10.2	27.8	39.8	3.15
	50대 이상	58	3.4	24.1	22.4	36.2	13.8	27.6	50.0	3.33
주 창작 활동 지역	부산	160	6.9	26.3	28.8	31.9	6.3	33.1	38.1	3.04
	대구	86	5.8	26.7	33.7	20.9	12.8	32.6	33.7	3.08
	인천	94	5.3	26.6	35.1	25.5	7.4	31.9	33.0	3.03
	광주	60	6.7	20.0	31.7	30.0	11.7	26.7	41.7	3.20
	대전	65	7.7	21.5	43.1	23.1	4.6	29.2	27.7	2.95
	울산	47	4.3	34.0	25.5	29.8	6.4	38.3	36.2	3.00
	세종	31	3.2	16.1	45.2	19.4	16.1	19.4	35.5	3.29
	경기	235	6.8	20.4	37.0	27.2	8.5	27.2	35.7	3.10
	강원	27	7.4	3.7	44.4	33.3	11.1	11.1	44.4	3.37
	충북	56	7.1	39.3	33.9	14.3	5.4	46.4	19.6	2.71
	충남	45	6.7	31.1	37.8	22.2	2.2	37.8	24.4	2.82
	전북	66	9.1	21.2	27.3	25.8	16.7	30.3	42.4	3.20
	전남	39	5.1	20.5	33.3	38.5	2.6	25.6	41.0	3.13
	경북	40	10.0	32.5	22.5	27.5	7.5	42.5	35.0	2.90
	경남	78	11.5	25.6	34.6	17.9	10.3	37.2	28.2	2.90
제주	10	0.0	10.0	40.0	40.0	10.0	10.0	50.0	3.50	
주 활동 분야	만화	192	5.7	21.4	39.1	26.6	7.3	27.1	33.9	3.08
	음악	148	10.1	27.7	27.0	29.1	6.1	37.8	35.1	2.93
	게임	73	0.0	17.8	34.2	34.2	13.7	17.8	47.9	3.44
	영화	63	4.8	9.5	55.6	22.2	7.9	14.3	30.2	3.19
	애니메이션	78	5.1	14.1	26.9	43.6	10.3	19.2	53.8	3.40
	방송	135	8.1	26.7	38.5	17.8	8.9	34.8	26.7	2.93
	캐릭터	152	9.9	30.3	30.3	23.7	5.9	40.1	29.6	2.86
	지식정보	142	5.6	27.5	31.0	23.9	12.0	33.1	35.9	3.09
	콘텐츠솔루션	118	5.1	28.0	31.4	27.1	8.5	33.1	35.6	3.06
기타	38	15.8	31.6	31.6	13.2	7.9	47.4	21.1	2.66	

## 라. 사회적 평판 만족도

창작자라는 직업에 대한 사회적 평판 만족도를 묻는 질문에 창작자의 45.1%가 ‘그렇다’고 응답하였으며, ‘보통이다’ 36.3%, ‘그렇지 않다’ 18.6%로 창작자 대부분이 사회적 평판에 만족하는 것으로 나타났다.

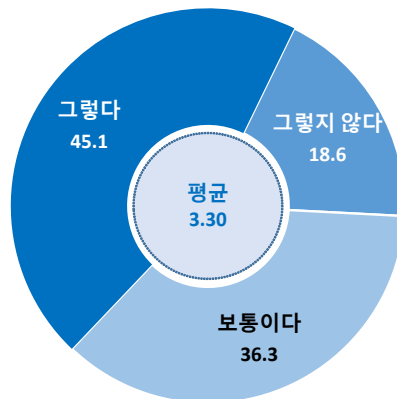
성별의 경우 ‘남성’은 3.39점(그렇다 47.0%), ‘여성’은 3.31점(그렇다 43.5%)으로 성별의 차이 없이 창작자라는 직업의 사회적 평판에 대해 만족하는 것으로 나타났다. 연령대별로는 ‘50대 이상’이 평균 3.48점(그렇다 46.6%)으로 가장 높게 나타났고, ‘30대’가 3.25점(40.6%)으로 가장 낮게 나타났다.

지역별로는 ‘대전’가 3.62점(그렇다 53.8%)으로 사회적 평판 만족도 평균 점수가 가장 높은 것으로 나타났고, ‘경남’은 3.03점(그렇다 33.3%)으로 창작자라는 직업에 대한 사회적 평판 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

주 활동 분야의 경우 ‘게임’ 분야가 3.67점(그렇다 60.3%)으로 사회적 평판 만족도가 가장 높은 것으로 나타났으며, ‘캐릭터’ 분야는 3.20점(그렇다 39.5%)으로 가장 낮게 나타났다.

### 4) 창작자라는 직업에 대한 사회적 평판에 대해 만족한다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-14] 창작 활동 만족도 4) 사회적 평판 만족도

<표 3-15> 응답자 특성별 창작 활동 만족도 4) 사회적 평판 만족도

(단위 : 명, % 점)

구분	사례수	① 매우 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다	그렇지 않다 (①+②)	그렇다 (④+⑤)	[5점 평균]	
<b>전체</b>	<b>1,139</b>	<b>2.5</b>	<b>16.1</b>	<b>36.3</b>	<b>34.2</b>	<b>10.9</b>	<b>18.6</b>	<b>45.1</b>	<b>3.35</b>	
성별	남성	525	3.2	15.0	34.7	33.1	13.9	18.3	47.0	3.39
	여성	614	2.0	16.9	37.6	35.2	8.3	18.9	43.5	3.31
연령	20대 이하	331	2.7	16.3	29.6	37.5	13.9	19.0	51.4	3.44
	30대	534	3.2	16.3	39.9	33.3	7.3	19.5	40.6	3.25
	40대	216	1.4	15.3	37.0	32.9	13.4	16.7	46.3	3.42
	50대 이상	58	0.0	15.5	37.9	29.3	17.2	15.5	46.6	3.48
주 창작 활동 지역	부산	160	3.8	9.4	41.3	35.6	10.0	13.1	45.6	3.39
	대구	86	2.3	15.1	43.0	27.9	11.6	17.4	39.5	3.31
	인천	94	1.1	18.1	31.9	39.4	9.6	19.1	48.9	3.38
	광주	60	1.7	18.3	23.3	43.3	13.3	20.0	56.7	3.48
	대전	65	3.1	12.3	30.8	27.7	26.2	15.4	53.8	3.62
	울산	47	2.1	25.5	34.0	31.9	6.4	27.7	38.3	3.15
	세종	31	0.0	25.8	35.5	32.3	6.5	25.8	38.7	3.19
	경기	235	3.0	15.3	38.7	33.2	9.8	18.3	43.0	3.31
	강원	27	3.7	18.5	25.9	40.7	11.1	22.2	51.9	3.37
	충북	56	0.0	17.9	33.9	44.6	3.6	17.9	48.2	3.34
	충남	45	0.0	11.1	35.6	40.0	13.3	11.1	53.3	3.56
	전북	66	0.0	21.2	30.3	34.8	13.6	21.2	48.5	3.41
	전남	39	0.0	17.9	38.5	38.5	5.1	17.9	43.6	3.31
	경북	40	2.5	15.0	47.5	10.0	25.0	17.5	35.0	3.40
	경남	78	7.7	20.5	38.5	28.2	5.1	28.2	33.3	3.03
제주	10	10.0	0.0	20.0	70.0	0.0	10.0	70.0	3.50	
주 활동 분야	만화	192	3.6	17.2	38.5	34.9	5.7	20.8	40.6	3.22
	음악	148	4.7	12.2	43.2	30.4	9.5	16.9	39.9	3.28
	게임	73	0.0	11.0	28.8	42.5	17.8	11.0	60.3	3.67
	영화	63	1.6	14.3	42.9	30.2	11.1	15.9	41.3	3.35
	애니메이션	78	1.3	14.1	34.6	38.5	11.5	15.4	50.0	3.45
	방송	135	3.0	11.9	26.7	42.2	16.3	14.8	58.5	3.57
	캐릭터	152	2.0	25.7	32.9	29.6	9.9	27.6	39.5	3.20
	지식정보	142	2.1	14.8	38.7	31.7	12.7	16.9	44.4	3.38
	콘텐츠솔루션	118	2.5	18.6	35.6	34.7	8.5	21.2	43.2	3.28
기타	38	0.0	15.8	44.7	26.3	13.2	15.8	39.5	3.37	

## 마. 전반적 만족도

창작자로 활동하는 전반적 생활의 만족도를 묻는 질문에 창작자의 41.7%가 만족한다고 응답하였으며, ‘보통이다’ 39.9%, ‘그렇지 않다’ 18.3%로 창작자 대부분이 전반적으로 만족하는 것으로 나타났다.

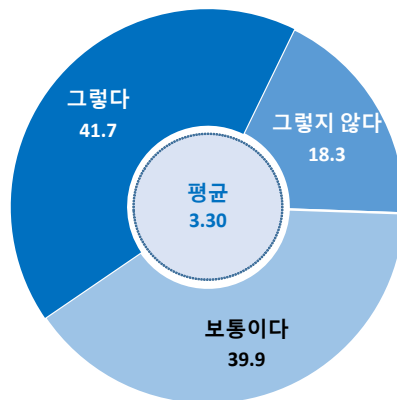
성별의 경우 ‘남성’은 3.32점(그렇다 41.7%), ‘여성’은 3.25점(그렇다 41.7%)으로 성별의 차이 없이 창작자 활동에 전반적으로 만족하는 것으로 나타났다. 연령대별로는 ‘40대’가 평균 3.40점(그렇다 50.5%)으로 만족도가 가장 높게 나타났고, ‘20대 이하’가 3.19점(그렇다 34.4%)으로 가장 낮게 나타났다.

지역별로는 ‘제주’가 3.70점(그렇다 60.0%)으로 전반적 생활 만족도가 가장 높은 것으로 나타났고, ‘경남’은 3.04점(그렇다 33.3%)으로 창작자 활동에 전반적 평균 만족도가 낮은 것으로 나타났다.

주 활동 분야의 경우 ‘게임’ 분야가 3.64점(그렇다 61.6%)으로 창작자 생활에 대한 전반적 만족도가 가장 높은 것으로 나타났으며, ‘캐릭터’ 분야는 3.06점(그렇다 35.5%)으로 평균 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

## 5) 창작자로서 활동하는 전반적 생활에 대해 만족한다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-15] 창작 활동 만족도 5) 전반적 만족도

<표 3-16> 응답자 특성별 창작 활동 만족도 5) 전반적 만족도

(단위 : 명, % 점)

구분	사례수	① 매우 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다	그렇지 않다 (①+②)	그렇다 (④+⑤)	[5점 평균]	
<b>전체</b>	<b>1,139</b>	<b>2.8</b>	<b>15.5</b>	<b>39.9</b>	<b>33.9</b>	<b>7.8</b>	<b>18.3</b>	<b>41.7</b>	<b>3.28</b>	
성별	남성	525	2.7	12.4	43.2	33.5	8.2	15.0	41.7	3.32
	여성	614	2.9	18.2	37.1	34.2	7.5	21.2	41.7	3.25
연령	20대 이하	331	2.4	16.6	46.5	28.1	6.3	19.0	34.4	3.19
	30대	534	2.8	15.7	39.3	34.5	7.7	18.5	42.1	3.28
	40대	216	3.7	12.0	33.8	41.7	8.8	15.7	50.5	3.40
	50대 이상	58	1.7	20.7	31.0	32.8	13.8	22.4	46.6	3.36
주 창작 활동 지역	부산	160	3.1	15.0	37.5	36.3	8.1	18.1	44.4	3.31
	대구	86	3.5	19.8	40.7	30.2	5.8	23.3	36.0	3.15
	인천	94	1.1	16.0	24.5	50.0	8.5	17.0	58.5	3.49
	광주	60	6.7	11.7	33.3	35.0	13.3	18.3	48.3	3.37
	대전	65	3.1	12.3	58.5	21.5	4.6	15.4	26.2	3.12
	울산	47	4.3	17.0	48.9	21.3	8.5	21.3	29.8	3.13
	세종	31	3.2	6.5	32.3	48.4	9.7	9.7	58.1	3.55
	경기	235	1.7	16.2	40.0	32.8	9.4	17.9	42.1	3.32
	강원	27	11.1	7.4	33.3	40.7	7.4	18.5	48.1	3.26
	충북	56	1.8	10.7	62.5	21.4	3.6	12.5	25.0	3.14
	충남	45	0.0	17.8	35.6	35.6	11.1	17.8	46.7	3.40
	전북	66	1.5	13.6	37.9	34.8	12.1	15.2	47.0	3.42
	전남	39	0.0	12.8	48.7	33.3	5.1	12.8	38.5	3.31
	경북	40	0.0	30.0	32.5	37.5	0.0	30.0	37.5	3.08
	경남	78	6.4	20.5	39.7	29.5	3.8	26.9	33.3	3.04
제주	10	0.0	0.0	40.0	50.0	10.0	0.0	60.0	3.70	
주 활동 분야	만화	192	3.6	15.1	39.1	34.9	7.3	18.8	42.2	3.27
	음악	148	1.4	16.2	34.5	40.5	7.4	17.6	48.0	3.36
	게임	73	0.0	9.6	28.8	49.3	12.3	9.6	61.6	3.64
	영화	63	1.6	12.7	52.4	22.2	11.1	14.3	33.3	3.29
	애니메이션	78	2.6	14.1	38.5	41.0	3.8	16.7	44.9	3.29
	방송	135	4.4	11.9	49.6	29.6	4.4	16.3	34.1	3.18
	캐릭터	152	4.6	24.3	35.5	31.6	3.9	28.9	35.5	3.06
	지식정보	142	2.1	11.3	47.2	27.5	12.0	13.4	39.4	3.36
	콘텐츠솔루션	118	2.5	18.6	35.6	33.1	10.2	21.2	43.2	3.30
기타	38	2.6	18.4	39.5	28.9	10.5	21.1	39.5	3.26	

## 4. 지원사업 관련

### 가. 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자 경험 여부

2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자 경험 여부의 경우 ‘경험 없음’이 93.0%, ‘경험 있음’이 7.0%로 창작자 대부분이 콘텐츠 관련 지원이나 투자를 받은 적 없는 것으로 나타났다.

지역별로는 ‘전북’이 13.6%로 다른 지역에 비해 ‘경험 있음’ 비율이 높았으며, 가장 낮은 곳은 ‘충북’(1.8%)으로 나타났다.

분야별로는 ‘기타’를 제외한 ‘영화’ 분야가 12.7%로 가장 높았다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-16] 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자 경험 여부

<표 3-17> 응답자 특성별 2021년 콘텐츠 관련 지원 및 투자 경험 여부

(단위 : 명, %)

구분		사례수	경험 있음	경험 없음
전체		1,139	7.0	93.0
성별	남성	525	5.5	94.5
	여성	614	8.3	91.7
연령	20대 이하	331	5.7	94.3
	30대	534	6.9	93.1
	40대	216	10.2	89.8
	50대 이상	58	3.4	96.6
주 창작 활동 지역	부산	160	10.6	89.4
	대구	86	2.3	97.7
	인천	94	8.5	91.5
	광주	60	5.0	95.0
	대전	65	3.1	96.9
	울산	47	12.8	87.2
	세종	31	9.7	90.3
	경기	235	3.0	97.0
	강원	27	7.4	92.6
	충북	56	1.8	98.2
	충남	45	6.7	93.3
	전북	66	13.6	86.4
	전남	39	5.1	94.9
	경북	40	12.5	87.5
	경남	78	12.8	87.2
제주	10	0.0	100.0	
주 활동 분야	만화	192	9.4	90.6
	음악	148	5.4	94.6
	게임	73	6.8	93.2
	영화	63	12.7	87.3
	애니메이션	78	5.1	94.9
	방송	135	3.0	97.0
	캐릭터	152	5.9	94.1
	지식정보	142	4.9	95.1
	콘텐츠솔루션	118	5.9	94.1
기타	38	26.3	73.7	



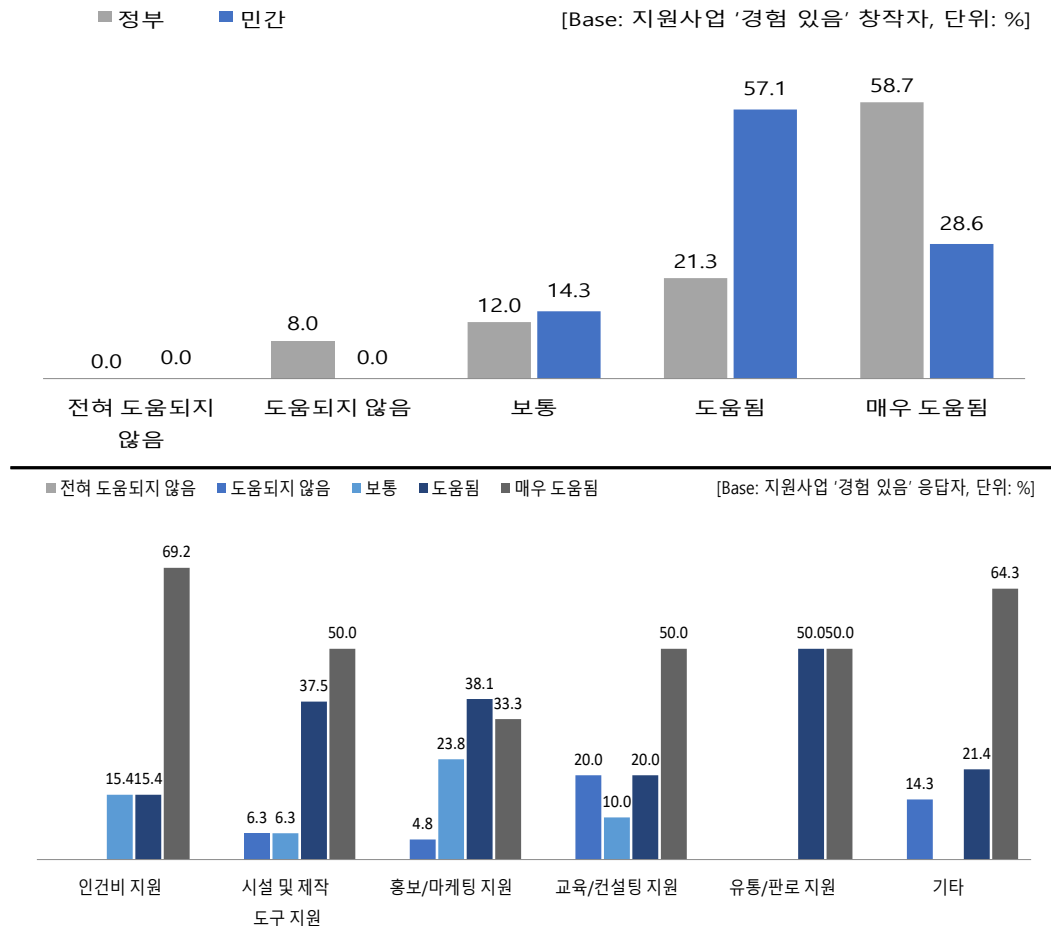
## 나. 지원 유형별 도움 정도

콘텐츠 관련 지원 및 투자 경험이 있는 창작자를 대상으로 지원유형별 도움 정도를 물었다.

지원 주체별로는 ‘정부’의 도움 정도가 평균 4.31점으로 ‘민간’ 지원의 평균 점수인 4.14 점보다 높게 나타났다. 지원유형별로는 ‘인건비 지원’ 유형이 4.54점으로 가장 높고 다음으로 ‘유통/판로지원’이 4.50점으로 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역별로 지원 사업 도움 정도의 평균 점수를 보면, ‘대구’가 5.00점으로 가장 높았으며, ‘대전’이 2.00점으로 가장 낮았다.

주 활동 분야별로는 ‘콘텐츠솔루션’이 4.82점으로 가장 높았으며, ‘영화’분야가 3.40점으로 가장 낮게 나타났다.



[그림 3-17] 지원 유형별 도움 정도

<표 3-18> 응답자 특성별 및 지원 유형별 도움 정도

(단위 : 명, % 점)

구분	사례수	① 매우 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다	그렇지 않다 (①+②)	그렇다 (④+⑤)	5점 평균	
전체	89	0.0	6.7	12.4	27.0	53.9	6.7	80.9	4.28	
지원 주체	정부	75	0.0	8.0	12.0	21.3	58.7	8.0	80.0	4.31
	민간	14	0.0	0.0	14.3	57.1	28.6	0.0	85.7	4.14
지원 유형	인건비 지원	26	0.0	0.0	15.4	15.4	69.2	0.0	84.6	4.54
	시설 및 제작 도구 지원	16	0.0	6.3	6.3	37.5	50.0	6.3	87.5	4.31
	홍보/마케팅 지원	21	0.0	4.8	23.8	38.1	33.3	4.8	71.4	4.00
	교육/컨설팅 지원	10	0.0	20.0	10.0	20.0	50.0	20.0	70.0	4.00
	유통/판로지원	2	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	100.0	4.50
	기타	14	0.0	14.3	0.0	21.4	64.3	14.3	85.7	4.36
성별	남성	35	0.0	8.6	8.6	25.7	57.1	8.6	82.9	4.31
	여성	54	0.0	5.6	14.8	27.8	51.9	5.6	79.6	4.26
연령	20대 이하	21	0.0	14.3	4.8	38.1	42.9	14.3	81.0	4.10
	30대	40	0.0	5.0	15.0	15.0	65.0	5.0	80.0	4.40
	40대	26	0.0	3.8	15.4	34.6	46.2	3.8	80.8	4.23
	50대 이상	2	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	100.0	4.50
주 창 작 활 동 지 역	부산	18	0.0	0.0	16.7	11.1	72.2	0.0	83.3	4.56
	대구	2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	5.00
	인천	8	0.0	12.5	12.5	0.0	75.0	12.5	75.0	4.38
	광주	3	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	100.0	4.67
	대전	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	2.00
	울산	6	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	100.0	4.33
	세종	3	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7	33.3	66.7	4.00
	경기	7	0.0	14.3	0.0	14.3	71.4	14.3	85.7	4.43
	강원	2	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	100.0	4.50
	충북	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.00
	충남	3	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	66.7	4.00
	전북	10	0.0	0.0	0.0	70.0	30.0	0.0	100.0	4.30
	전남	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	4.00
	경북	5	0.0	0.0	0.0	60.0	40.0	0.0	100.0	4.40
	경남	17	0.0	5.9	29.4	11.8	52.9	5.9	64.7	4.12
	제주	18	0.0	5.6	5.6	11.1	77.8	5.6	88.9	4.61
주 활 동 분 야	만화	10	0.0	20.0	0.0	40.0	40.0	20.0	80.0	4.00
	음악	5	0.0	0.0	20.0	20.0	60.0	0.0	80.0	4.40
	게임	8	0.0	0.0	12.5	12.5	75.0	0.0	87.5	4.63
	영화	5	0.0	20.0	40.0	20.0	20.0	20.0	40.0	3.40
	애니메이션	4	0.0	25.0	25.0	25.0	25.0	50.0	50.0	3.50
	방송	10	0.0	0.0	10.0	40.0	50.0	0.0	90.0	4.40
	캐릭터	9	0.0	11.1	33.3	22.2	33.3	11.1	55.6	3.78
	지식정보	9	0.0	0.0	11.1	66.7	22.2	0.0	88.9	4.11
	콘텐츠솔루션	11	0.0	0.0	0.0	18.2	81.8	0.0	100.0	4.82
	기타	11	0.0	0.0	18.2	81.8	0.0	0.0	81.8	4.80

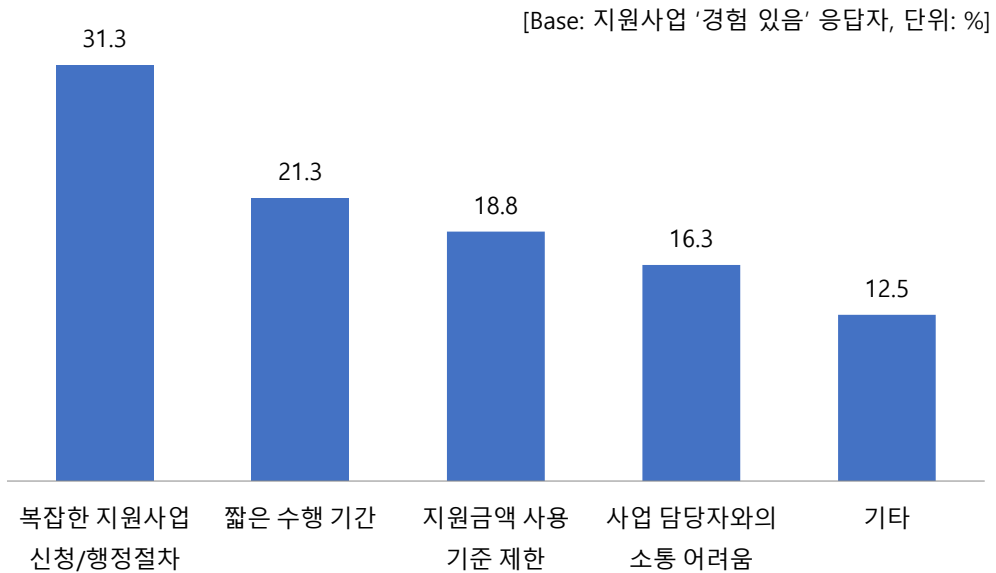
#### 다. 지원사업 수행 시 애로사항

지원사업 수행 시 애로사항의 경우 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’가 31.3%로 가장 높았으며, ‘짧은 수행 기간’ 21.3%, ‘지원금액 사용기준 제한’ 18.8% 등의 순으로 나타났다.

대부분의 연령에서 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’가 높게 나타났지만 ‘20대 이하’의 경우 ‘지원금액 사용 기준 제한’이 36.8%로 가장 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 ‘인천’이 ‘짧은 수행 기간’ 37.5%로 비교적 높게 나타났으며, ‘충남’의 경우 ‘사업 담당자와의 소통 어려움’이 66.7%로 가장 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 ‘음악’이 ‘복잡한 지원사업 신청/행정 절차’가 60.0%로 비교적 높게 나타났으며, ‘만화’의 경우 ‘지원금액 사용 기준 제한’이 37.5%로 높게 나타났다.



[그림 3-18] 지원사업 수행 시 애로사항

<표 3-19> 응답자 특성별 지원사업 수행 시 애로사항

(단위 : 명, %)

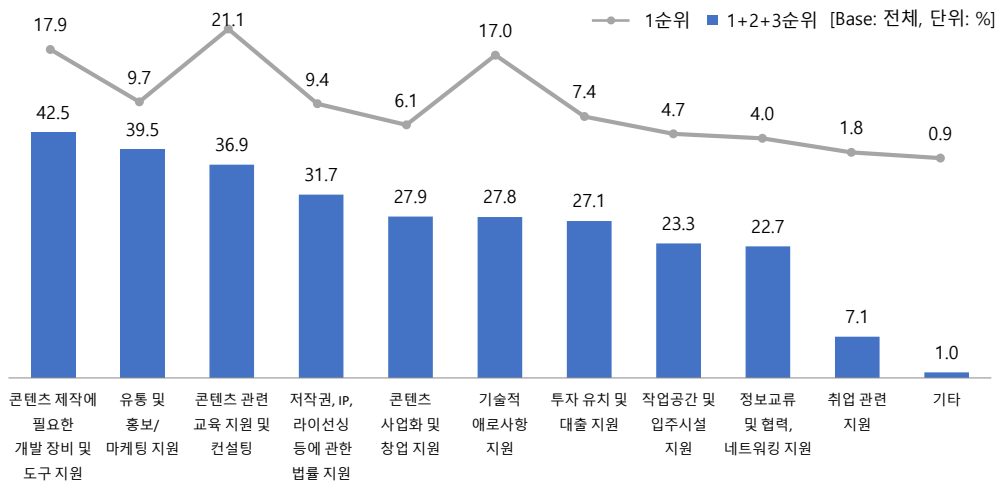
구분		사례수	복잡한 지원사업 신청/행정 절차	짧은 수행 기간	지원금액 사용 기준 제한	사업 담당자와의 소통 어려움	기타
전체		80	31.3	21.3	18.8	16.3	12.5
성별	남성	29	34.5	13.8	27.6	13.8	10.3
	여성	51	29.4	25.5	13.7	17.6	13.7
연령	20대 이하	19	31.6	5.3	36.8	15.8	10.5
	30대	37	32.4	27.0	10.8	10.8	18.9
	40대	22	27.3	22.7	18.2	27.3	4.5
	50대 이상	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
주 창작 활동 지역	부산	17	23.5	17.6	11.8	11.8	35.3
	대구	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	인천	8	25.0	37.5	12.5	25.0	0.0
	광주	3	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0
	대전	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	울산	6	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
	세종	3	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3
	경기	7	57.1	0.0	28.6	0.0	14.3
	강원	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	충북	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	충남	3	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0
	전북	9	33.3	33.3	11.1	22.2	0.0
	전남	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	경북	5	0.0	40.0	0.0	40.0	20.0
	경남	10	50.0	20.0	30.0	0.0	0.0
	제주	18	44.4	16.7	16.7	5.6	16.7
주 활동 분야	만화	8	25.0	25.0	37.5	0.0	12.5
	음악	5	60.0	20.0	0.0	20.0	0.0
	게임	8	37.5	12.5	25.0	25.0	0.0
	영화	4	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0
	애니메이션	4	25.0	50.0	0.0	25.0	0.0
	방송	9	11.1	33.3	22.2	11.1	22.2
	캐릭터	7	0.0	42.9	28.6	14.3	14.3
	지식정보	7	28.6	0.0	0.0	57.1	14.3
	콘텐츠솔루션	10	30.0	10.0	30.0	10.0	20.0
	기타	11	0.0	0.0	18.2	81.8	0.0

## 라. 창작 활동 발전을 위해 필요한 지원

창작 활동 발전을 위해 필요한 지원에 대해 질문한 결과, ‘콘텐츠 제작에 필요한 개발 장비 및 도구 지원’이 42.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘유통 및 홍보/마케팅 지원’ 39.5%, ‘콘텐츠 관련 교육 지원 및 컨설팅’ 36.9% 등의 순으로 나타났다. 연령대별로는 ‘20대 이하’의 경우 ‘콘텐츠 관련 교육 지원 및 컨설팅’과 ‘콘텐츠 제작에 필요한 개발 장비 및 도구 지원’이 36.9%로 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우, ‘대전’이 ‘저작권, IP, 라이선싱 등에 관한 법률 지원’이 필요하다는 응답이 50.8%로 가장 높았으며, ‘인천’은 ‘콘텐츠 관련 교육 지원 및 컨설팅’이 50.0%로, ‘대구’는 ‘유통 및 홍보/마케팅 지원’이 47.7%로, ‘경기’는 ‘콘텐츠 제작에 필요한 개발 장비 및 도구 지원’이 47.7%로 가장 필요한 지원 사항이라고 응답함

주 활동 분야별로는 ‘영화’에서 ‘유통 및 홍보/마케팅 지원’이 54.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘방송’의 경우 ‘저작권, IP, 라이선싱 등에 관한 법률 지원’이 52.6%로 가장 높게 나타남



[그림 3-19] 창작 활동 발전을 위해 필요한 지원(1+2+3순위 응답)

<표 3-20> 응답자 특성별 창작 활동 발전을 위해 필요한 지원(3순위 응답)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	콘텐츠 제작에 필요한 개발 장비 및 도구 지원	유통 및 홍보/마케팅 지원	콘텐츠 관련 교육 지원 및 컨설팅	저작권, IP, 라이선싱 등에 관한 법률 지원	콘텐츠 사업화 및 창업 지원	기술적 애로 사항 지원	투자 유치 및 대출 지원	작업 공간 및 입주 시설 지원	정보 교류 및 협력, 네트워킹 지원	취업 관련 지원	기타	
전체	1,139	42.5	39.5	36.9	31.7	27.9	27.8	27.1	23.3	22.7	7.1	1.0	
성별	남성	525	42.5	38.9	36.0	29.9	24.2	29.9	29.9	19.8	23.6	6.1	1.1
	여성	614	42.5	40.1	37.6	33.2	31.1	26.1	24.8	26.2	22.0	8.0	0.8
연령	20대 이하	331	36.9	36.0	36.9	35.3	32.0	32.6	26.0	23.0	21.8	9.1	0.6
	30대	534	45.1	41.4	36.1	32.4	25.3	24.9	27.5	24.2	22.7	6.9	0.9
	40대	216	43.1	39.4	42.1	27.3	29.2	29.2	25.9	23.1	25.0	4.6	0.5
	50대 이상	58	48.3	43.1	24.1	20.7	24.1	22.4	34.5	17.2	20.7	6.9	5.2
주 창작 활동 지역	부산	160	43.1	36.3	39.4	27.5	26.3	25.6	27.5	26.3	26.3	5.6	2.5
	대구	86	43.0	47.7	39.5	32.6	30.2	17.4	27.9	19.8	24.4	2.3	0.0
	인천	94	36.2	36.2	50.0	33.0	23.4	39.4	30.9	19.1	19.1	5.3	0.0
	광주	60	31.7	46.7	48.3	35.0	38.3	13.3	28.3	23.3	16.7	11.7	1.7
	대전	65	46.2	43.1	16.9	50.8	20.0	41.5	24.6	27.7	15.4	3.1	3.1
	울산	47	44.7	34.0	40.4	27.7	21.3	34.0	31.9	25.5	21.3	6.4	0.0
	세종	31	41.9	41.9	32.3	19.4	25.8	32.3	16.1	32.3	35.5	3.2	0.0
	경기	235	47.7	40.0	40.9	31.5	23.4	25.5	26.8	23.0	23.4	8.5	0.9
	강원	27	44.4	37.0	22.2	33.3	37.0	22.2	25.9	22.2	11.1	7.4	0.0
	충북	56	35.7	32.1	25.0	42.9	44.6	28.6	44.6	21.4	8.9	7.1	1.8
	충남	45	44.4	44.4	33.3	31.1	26.7	24.4	31.1	15.6	24.4	4.4	0.0
	전북	66	47.0	43.9	27.3	33.3	25.8	25.8	24.2	24.2	22.7	15.2	0.0
	전남	39	46.2	43.6	38.5	25.6	30.8	23.1	20.5	15.4	20.5	7.7	2.6
	경북	40	32.5	42.5	45.0	22.5	17.5	42.5	15.0	17.5	30.0	2.5	0.0
	경남	78	41.0	33.3	28.2	25.6	43.6	30.8	20.5	30.8	30.8	7.7	0.0
	제주	10	30.0	10.0	30.0	30.0	20.0	30.0	40.0	20.0	40.0	40.0	0.0
	주 활동 분야	만화	192	40.1	44.3	32.8	34.4	26.0	24.0	26.0	31.8	22.9	5.2
음악		148	39.9	43.2	39.2	27.7	23.0	29.7	25.7	24.3	25.7	9.5	0.0
게임		73	41.1	34.2	39.7	39.7	23.3	28.8	32.9	27.4	26.0	4.1	0.0
영화		63	47.6	54.0	39.7	28.6	20.6	33.3	23.8	20.6	15.9	3.2	1.6
애니메이션		78	44.9	44.9	26.9	20.5	23.1	23.1	33.3	24.4	26.9	7.7	1.3
방송		135	40.7	20.0	39.3	52.6	31.9	40.7	20.0	14.8	14.8	7.4	0.0
캐릭터		152	40.8	44.7	34.2	28.9	36.2	30.9	25.7	18.4	19.7	9.2	0.0
지식정보		142	45.8	36.6	39.4	28.2	32.4	21.8	33.1	23.9	22.5	3.5	1.4
콘텐츠솔루션		118	47.5	39.8	43.2	22.9	25.4	26.3	24.6	18.6	33.1	10.2	0.0
기타		38	39.5	34.2	31.6	23.7	31.6	7.9	36.8	31.6	15.8	13.2	10.5

## 5. 코로나19 영향

### 가. 코로나19로 인한 창작 활동의 변화

코로나19로 인한 창작 활동의 변화의 경우 ‘변화 없음’이 45.0%로 가장 높게 나타났으며 ‘긍정적’ 28.2%, ‘부정적’ 26.8%로 긍정적 변화가 있었다는 응답이 더 높게 나타났다.

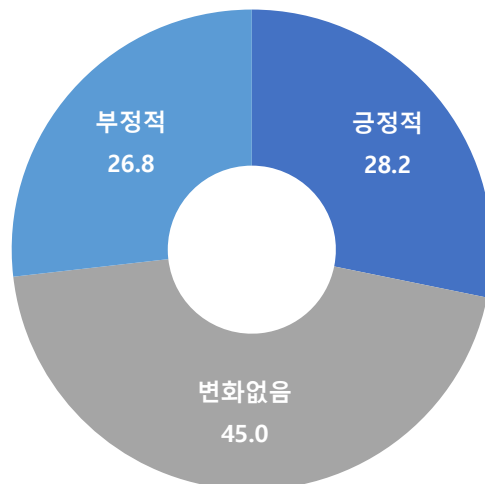
성별로는 ‘여성’은 긍정적 변화가 있었다는 응답이 29.2%로 부정적 변화 응답률(24.4%)보다 높았으나, ‘남성’의 경우 부정적 변화가 있었다는 응답이 29.5%로 긍정적 변화가 있었다는 비율(27.0%)보다 높게 나타났다.

연령대별로는 ‘20대 이하’의 경우 ‘부정적’ 응답이 29.0%로 ‘긍정적’(19.6%)보다 높게 나타나 연령대 중 가장 부정적 영향이 많은 연령대로 나타났다.

지역별로는 ‘충남’이 3.33점(긍정적 44.4%)으로 코로나19로 인해 긍정적 변화가 가장 높은 것으로 나타났고, ‘대전’은 2.60점(긍정적 24.6%)으로 가장 낮은 것으로 나타났다.

주 활동 분야의 경우 ‘게임’ 분야가 3.23점(긍정적 32.9%)으로 긍정적 변화가 가장 높은 것으로 나타났고, ‘방송’의 경우 2.53점(부정적 51.1%)으로 부정적 변화가 가장 높은 것으로 나타났다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-20] 코로나19로 인한 창작 활동의 변화

<표 3-21> 응답자 특성별 코로나19로 인한 창작 활동의 변화

(단위 : 명, %)

구분	사례수	① 부정적 변화	② ---	③ 변화 없음	④ ---	⑤ 긍정적 변화	부정적 (①+②)	긍정적 (④+⑤)	[5점 평균]	
<b>전체</b>	<b>1,139</b>	<b>9.3</b>	<b>17.5</b>	<b>45.0</b>	<b>20.3</b>	<b>7.9</b>	<b>26.8</b>	<b>28.2</b>	<b>3.00</b>	
성별	남성	525	11.6	17.9	43.4	19.2	7.8	29.5	27.0	2.94
	여성	614	7.3	17.1	46.4	21.2	8.0	24.4	29.2	3.05
연령	20대 이하	331	9.1	19.9	51.4	12.1	7.6	29.0	19.6	2.89
	30대	534	7.7	15.9	46.6	24.3	5.4	23.6	29.8	3.04
	40대	216	13.4	18.5	33.3	21.8	13.0	31.9	34.7	3.02
	50대 이상	58	10.3	13.8	37.9	24.1	13.8	24.1	37.9	3.17
주 창작 활동 지역	부산	160	4.4	13.1	54.4	20.6	7.5	17.5	28.1	3.14
	대구	86	11.6	16.3	46.5	14.0	11.6	27.9	25.6	2.98
	인천	94	6.4	27.7	42.6	19.1	4.3	34.0	23.4	2.87
	광주	60	11.7	15.0	46.7	18.3	8.3	26.7	26.7	2.97
	대전	65	29.2	12.3	33.8	18.5	6.2	41.5	24.6	2.60
	울산	47	12.8	12.8	42.6	27.7	4.3	25.5	31.9	2.98
	세종	31	12.9	19.4	29.0	22.6	16.1	32.3	38.7	3.10
	경기	235	8.1	18.7	48.5	17.9	6.8	26.8	24.7	2.97
	강원	27	18.5	11.1	44.4	14.8	11.1	29.6	25.9	2.89
	충북	56	8.9	39.3	33.9	14.3	3.6	48.2	17.9	2.64
	충남	45	4.4	8.9	42.2	37.8	6.7	13.3	44.4	3.33
	전북	66	6.1	15.2	45.5	19.7	13.6	21.2	33.3	3.20
	전남	39	7.7	12.8	35.9	38.5	5.1	20.5	43.6	3.21
	경북	40	7.5	17.5	37.5	30.0	7.5	25.0	37.5	3.13
	경남	78	6.4	15.4	51.3	14.1	12.8	21.8	26.9	3.12
	제주	10	10.0	20.0	40.0	30.0	0.0	30.0	30.0	2.90
주 활동 분야	만화	192	4.2	11.5	55.7	22.4	6.3	15.6	28.6	3.15
	음악	148	12.2	24.3	35.1	23.6	4.7	36.5	28.4	2.84
	게임	73	2.7	13.7	50.7	23.3	9.6	16.4	32.9	3.23
	영화	63	9.5	11.1	54.0	12.7	12.7	20.6	25.4	3.08
	애니메이션	78	7.7	7.7	52.6	24.4	7.7	15.4	32.1	3.17
	방송	135	18.5	32.6	31.1	12.6	5.2	51.1	17.8	2.53
	캐릭터	152	10.5	17.8	46.1	19.7	5.9	28.3	25.7	2.93
	지식정보	142	7.0	19.7	41.5	19.0	12.7	26.8	31.7	3.11
	콘텐츠솔루션	118	7.6	10.2	47.5	27.1	7.6	17.8	34.7	3.17
기타	38	15.8	18.4	39.5	7.9	18.4	34.2	26.3	2.95	

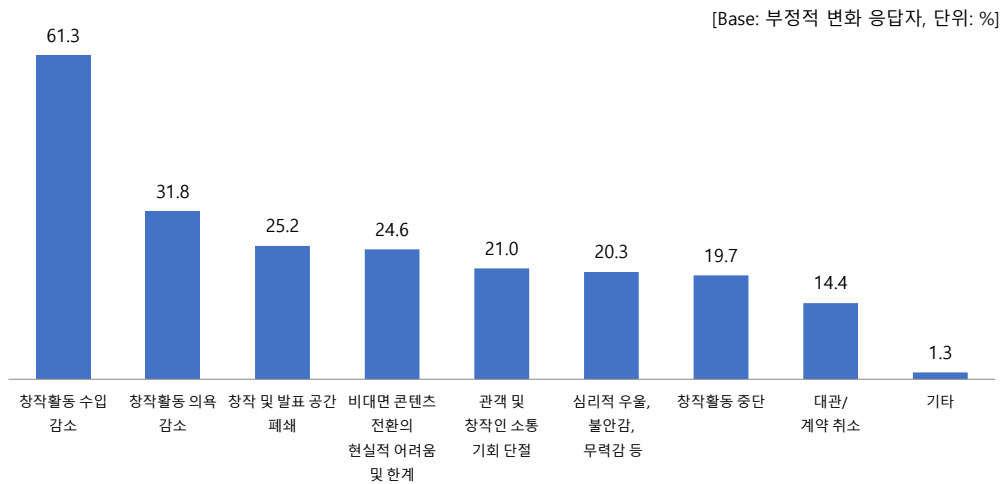


## 나. 코로나19의 확산으로 인한 부정적 변화

코로나19의 확산으로 인한 부정적 변화의 경우 ‘창작 활동 수입 감소’가 61.3%로 가장 높게 나타났으며 다음으로 ‘창작 활동 의욕 감소’ 31.8%, ‘창작 및 발표 공간 폐쇄’ 25.2% 등의 순으로 나타났다. 연령대별로는 ‘50대 이상’에서 ‘창작 활동 의욕 감소’와 ‘비대면 콘텐츠 전환의 현실적 어려움 및 한계’가 50.0%로 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 대부분 지역에서 ‘창작 활동 수입 감소’가 높게 나타났으나 ‘인천’의 경우 ‘창작 활동 중단’이 53.1%로 가장 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘창작 활동 수입 감소’가 높게 나타났으나 ‘영화’의 경우 ‘관객 및 창작인 소통 기회 단절’이 61.5%로 높게 나타났으며, 그 외에도 ‘게임’이 ‘창작 및 발표 공간 폐쇄’(41.7%), ‘콘텐츠솔루션’이 ‘비대면 콘텐츠 전환의 현실적 어려움 및 한계’(57.1%) 등 비교적 높게 나타났다.



[그림 3-21] 코로나19의 확산으로 인한 부정적 변화(복수응답)

<표 3-22> 응답자 특성별 코로나19의 확산으로 인한 부정적 변화(복수응답)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	창작 활동 수입 감소	창작 활동 의욕 감소	창작 및 발표 공간 폐쇄	비대면 콘텐츠 전환의 현실적 어려움 및 한계	관객 및 창작인 소통 기회 단절	심리적 우울, 불안감, 무력감 등	창작 활동 중단	대관/계약 취소	기타	
전체	305	61.3	31.8	25.2	24.6	21.0	20.3	19.7	14.4	1.3	
성별	남성	155	60.6	27.7	25.2	21.3	20.0	16.1	16.1	16.1	1.9
	여성	150	62.0	36.0	25.3	28.0	22.0	24.7	23.3	12.7	0.7
연령	20대 이하	96	61.5	25.0	14.6	14.6	11.5	20.8	24.0	6.3	0.0
	30대	126	60.3	34.1	32.5	31.7	27.0	23.8	17.5	19.8	1.6
	40대	69	65.2	37.7	26.1	20.3	23.2	14.5	17.4	17.4	2.9
	50대 이상	14	50.0	28.6	28.6	50.0	21.4	14.3	21.4	7.1	0.0
주 창작 활동 지역	부산	28	57.1	50.0	32.1	28.6	21.4	28.6	7.1	17.9	3.6
	대구	24	62.5	20.8	29.2	20.8	8.3	20.8	16.7	29.2	4.2
	인천	32	31.3	21.9	12.5	15.6	0.0	3.1	53.1	15.6	0.0
	광주	16	75.0	31.3	12.5	18.8	31.3	43.8	25.0	12.5	0.0
	대전	27	81.5	18.5	18.5	14.8	18.5	11.1	7.4	14.8	3.7
	울산	12	50.0	16.7	33.3	33.3	25.0	33.3	16.7	8.3	0.0
	세종	10	40.0	20.0	50.0	30.0	50.0	10.0	0.0	30.0	0.0
	경기	63	61.9	31.7	30.2	27.0	31.7	20.6	19.0	14.3	0.0
	강원	8	50.0	37.5	0.0	25.0	25.0	37.5	12.5	12.5	0.0
	충북	27	88.9	70.4	11.1	25.9	14.8	7.4	11.1	0.0	0.0
	충남	6	66.7	0.0	50.0	0.0	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	전북	14	64.3	21.4	28.6	21.4	28.6	42.9	14.3	21.4	7.1
	전남	8	50.0	25.0	12.5	25.0	12.5	12.5	12.5	12.5	0.0
	경북	10	40.0	10.0	40.0	30.0	10.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	경남	17	76.5	47.1	29.4	47.1	17.6	29.4	41.2	11.8	0.0
	제주	3	33.3	33.3	66.7	33.3	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0
	주 활동 분야	만화	30	53.3	40.0	30.0	13.3	16.7	43.3	10.0	10.0
음악		54	61.1	37.0	22.2	24.1	24.1	18.5	22.2	25.9	0.0
게임		12	50.0	25.0	41.7	16.7	16.7	25.0	25.0	25.0	0.0
영화		13	53.8	23.1	15.4	38.5	61.5	23.1	23.1	7.7	0.0
애니메이션		12	66.7	33.3	33.3	16.7	8.3	16.7	16.7	16.7	0.0
방송		69	65.2	31.9	11.6	11.6	8.7	10.1	29.0	7.2	0.0
캐릭터		43	58.1	32.6	37.2	30.2	25.6	18.6	16.3	9.3	0.0
지식정보		38	68.4	26.3	18.4	28.9	13.2	10.5	10.5	18.4	0.0
콘텐츠솔루션		21	66.7	23.8	38.1	57.1	33.3	33.3	9.5	14.3	0.0
기타	13	53.8	30.8	46.2	38.5	46.2	38.5	30.8	15.4	15.4	

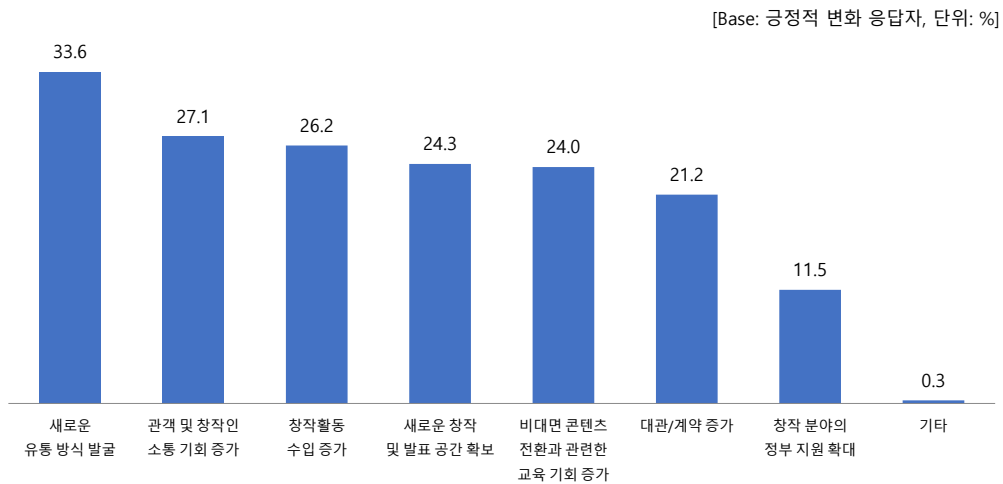
## 다. 코로나19의 확산으로 인한 긍정적 변화

코로나19의 확산으로 인한 긍정적 변화의 경우 ‘새로운 유통 방식 발굴’이 33.6%로 가장 높게 나타났다.

대부분의 연령에서 ‘새로운 유통 방식 발굴’이 높게 나타났으나, ‘30대’의 경우 ‘창작 활동 수입 증가’가 32.7%로 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 대부분 지역에서 ‘새로운 유통 방식 발굴’이 높게 나타났으나 ‘울산’이 ‘관객 및 창작인 소통 기회 증가’가 60.0%로 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘새로운 유통 방식 발굴’이 높게 나타났으나, ‘영화’의 경우 43.8%의 비율로 ‘새로운 창작 및 발표 공간 확보’가 코로나 19의 긍정적 영향이라고 응답하였으며, ‘만화’는 40.0%의 비율로 ‘창작 활동 수입 증가’를, ‘게임’은 37.5%의 비율로 ‘관객 및 창작인 소통 기회 증가’를 긍정적 영향으로 꼽았다.



[그림 3-22] 코로나19의 확산으로 인한 긍정적 변화(복수응답)

<표 3-23> 응답자 특성별 코로나19의 확산으로 인한 긍정적 변화(복수응답)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	새로운 유통 방식 발굴	관객 및 창작인 소통 기회 증가	창작 활동 수입 증가	새로운 창작 및 발표 공간 확보	비대면 콘텐츠 전환과 관련한 교육 기회 증가	대관/계약 증가	창작 분야의 정부 지원 확대	기타	
전체	321	33.6	27.1	26.2	24.3	24.0	21.2	11.5	0.3	
성별	남성	142	32.4	23.9	23.9	26.8	18.3	22.5	10.6	0.0
	여성	179	34.6	29.6	27.9	22.3	28.5	20.1	12.3	0.6
연령	20대 이하	65	36.9	24.6	33.8	24.6	29.2	18.5	13.8	0.0
	30대	159	29.6	25.8	32.7	24.5	20.8	20.8	7.5	0.6
	40대	75	38.7	32.0	10.7	24.0	26.7	22.7	16.0	0.0
	50대 이상	22	36.4	27.3	9.1	22.7	22.7	27.3	18.2	0.0
주 창작 활동 지역	부산	45	28.9	22.2	28.9	20.0	28.9	22.2	6.7	0.0
	대구	22	13.6	18.2	27.3	18.2	31.8	18.2	0.0	0.0
	인천	22	40.9	27.3	27.3	36.4	22.7	13.6	13.6	0.0
	광주	16	31.3	25.0	18.8	18.8	6.3	37.5	18.8	0.0
	대전	16	37.5	18.8	31.3	18.8	18.8	18.8	12.5	0.0
	울산	15	13.3	60.0	26.7	26.7	20.0	6.7	13.3	0.0
	세종	12	33.3	25.0	16.7	25.0	16.7	0.0	8.3	8.3
	경기	58	48.3	22.4	25.9	29.3	29.3	19.0	15.5	0.0
	강원	7	57.1	14.3	28.6	0.0	28.6	57.1	14.3	0.0
	충북	10	30.0	20.0	40.0	30.0	30.0	10.0	0.0	0.0
	충남	20	20.0	30.0	15.0	15.0	20.0	40.0	5.0	0.0
	전북	22	27.3	45.5	27.3	31.8	27.3	18.2	13.6	0.0
	전남	17	29.4	35.3	29.4	35.3	5.9	41.2	17.6	0.0
	경북	15	40.0	40.0	26.7	20.0	13.3	33.3	13.3	0.0
	경남	21	42.9	19.0	23.8	19.0	33.3	4.8	19.0	0.0
	제주	3	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
주 활동 분야	만화	55	30.9	20.0	40.0	30.9	25.5	21.8	9.1	0.0
	음악	42	50.0	33.3	14.3	33.3	23.8	23.8	11.9	0.0
	게임	24	33.3	37.5	33.3	33.3	8.3	16.7	8.3	0.0
	영화	16	31.3	31.3	18.8	43.8	6.3	31.3	18.8	0.0
	애니메이션	25	40.0	16.0	24.0	28.0	8.0	24.0	20.0	0.0
	방송	24	29.2	29.2	41.7	20.8	16.7	25.0	4.2	4.2
	캐릭터	39	23.1	17.9	38.5	7.7	43.6	15.4	5.1	0.0
	지식정보	45	24.4	28.9	20.0	17.8	35.6	15.6	8.9	0.0
	콘텐츠솔루션	41	41.5	36.6	4.9	19.5	14.6	29.3	17.1	0.0
	기타	10	30.0	20.0	30.0	10.0	50.0	0.0	30.0	0.0

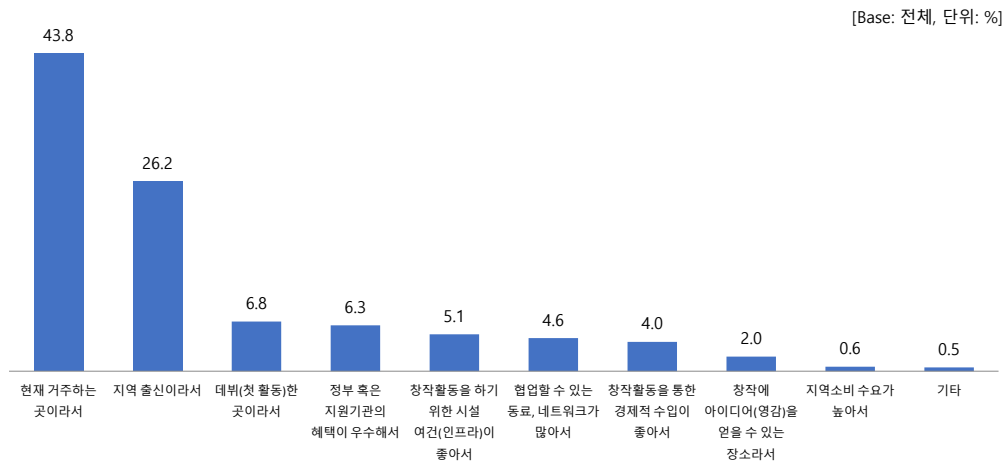
## 6. 지역 콘텐츠 산업 인식 및 활성화 방안

### 가. 현 지역에서 창작 활동을 하는 가장 주된 이유

현 지역에서 창작 활동을 하는 가장 주된 이유의 경우 ‘현재 거주하는 곳이라서’의 응답이 43.8%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 ‘지역 출신이라서’라는 응답이 26.2%로 많았다.

지역별로 살펴보면, ‘경남’의 경우 ‘현재 거주하는 곳이라서’라는 응답이 60.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘충북’의 경우 ‘지역 출신이라서’가 51.8%로 다른 지역에 비해 높게 나타났다. ‘제주’의 경우 다른 지역과는 다르게 ‘창작에 아이디어(영감)를 얻을 수 있는 장소라서’가 50.0%로 가장 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 ‘현재 거주하는 곳이라서’가 높게 나타났으나 ‘방송’의 경우 ‘지역 출신이라서’가 42.2%로 높게 나타났다.



[그림 3-23] 현 지역에서 창작 활동을 하는 가장 주된 이유

<표 3-24> 응답자 특성별 현 지역에서 창작 활동을 하는 가장 주된 이유

(단위 : 명, %)

구분	사례수	현재 거주하는 곳이라서	지역 출신이라서	데뷔(첫 활동)한 곳이라서	정부 혹은 지원기관의 혜택이 우수해서	창작 활동을 하기 위한 시설, 여건이(인프라) 좋아서	협업할 수 있는 동료, 네트워크가 많아서	창작 활동을 통한 경제적 수입이 좋아서	창작에 아이디어(영감)를 얻을 수 있는 장소라서	지역 소비 수요가 높아서	기타	
전체	1,139	43.8	26.2	6.8	6.3	5.1	4.6	4.0	2.0	0.6	0.5	
성별	남성	525	35.0	25.0	9.3	8.2	5.9	5.3	5.7	3.6	1.3	0.6
	여성	614	51.3	27.2	4.7	4.7	4.4	3.9	2.6	0.7	0.0	0.5
연령	20대 이하	331	41.7	32.3	5.4	5.1	4.2	3.9	3.6	1.5	0.6	1.5
	30대	534	46.8	24.0	7.9	5.4	5.2	4.3	2.6	2.6	0.9	0.2
	40대	216	38.0	24.1	7.9	10.2	6.0	6.0	7.4	0.5	0.0	0.0
	50대 이상	58	50.0	19.0	1.7	6.9	5.2	5.2	6.9	5.2	0.0	0.0
주 창작 활동 지역	부산	160	38.1	25.0	7.5	6.3	6.9	6.9	5.6	2.5	1.3	0.0
	대구	86	40.7	32.6	7.0	5.8	3.5	5.8	3.5	1.2	0.0	0.0
	인천	94	51.1	21.3	7.4	5.3	5.3	4.3	2.1	1.1	1.1	1.1
	광주	60	46.7	26.7	5.0	1.7	5.0	8.3	3.3	3.3	0.0	0.0
	대전	65	23.1	49.2	4.6	4.6	7.7	3.1	3.1	1.5	1.5	1.5
	울산	47	44.7	25.5	12.8	4.3	6.4	0.0	4.3	2.1	0.0	0.0
	세종	31	29.0	25.8	6.5	9.7	9.7	0.0	19.4	0.0	0.0	0.0
	경기	235	57.0	17.4	5.1	3.4	6.8	5.5	3.0	0.9	0.0	0.9
	강원	27	44.4	22.2	11.1	3.7	0.0	3.7	3.7	7.4	3.7	0.0
	충북	56	25.0	51.8	5.4	12.5	0.0	3.6	0.0	0.0	1.8	0.0
	충남	45	33.3	22.2	6.7	6.7	8.9	6.7	13.3	2.2	0.0	0.0
	전북	66	42.4	28.8	6.1	10.6	1.5	1.5	6.1	3.0	0.0	0.0
	전남	39	38.5	25.6	10.3	12.8	5.1	5.1	2.6	0.0	0.0	0.0
	경북	40	40.0	25.0	2.5	20.0	2.5	5.0	0.0	2.5	2.5	0.0
	경남	78	60.3	19.2	10.3	5.1	0.0	1.3	1.3	0.0	0.0	2.6
	제주	10	10.0	20.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
주 활동 분야	만화	192	43.2	29.2	4.7	6.3	4.2	4.2	4.2	2.1	0.5	1.6
	음악	148	37.8	27.0	11.5	7.4	5.4	5.4	4.1	1.4	0.0	0.0
	게임	73	35.6	20.5	5.5	8.2	12.3	8.2	5.5	2.7	1.4	0.0
	영화	63	33.3	7.9	6.3	19.0	11.1	7.9	11.1	1.6	1.6	0.0
	애니메이션	78	42.3	16.7	12.8	9.0	9.0	5.1	1.3	3.8	0.0	0.0
	방송	135	40.0	42.2	7.4	2.2	1.5	3.0	1.5	2.2	0.0	0.0
	캐릭터	152	47.4	28.9	3.9	3.3	5.3	5.3	2.6	2.0	0.7	0.7
	지식정보	142	57.7	19.0	7.0	3.5	2.8	2.8	3.5	2.1	1.4	0.0
	콘텐츠솔루션	118	39.8	24.6	6.8	9.3	4.2	4.2	7.6	1.7	0.8	0.8
	기타	38	65.8	31.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6

## 나. 지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대한 만족도

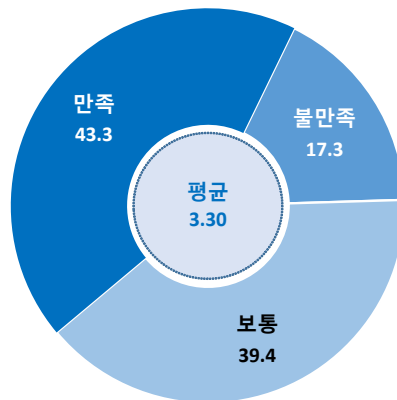
지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대한 만족도의 경우 ‘만족’이 43.3%로 가장 높게 나타났다.

성별의 경우 ‘남성’이 평균 3.36점(만족 47.4%)으로 ‘여성’3.24점(만족 39.7%) 보다 높게 나타났으며, 연령대별로는 ‘50대 이상’이 3.47점(만족 48.3%)으로 지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대해 가장 만족하고 있는 것으로 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 ‘제주’의 경우 평균 4.00점(만족 90.0%)으로 창작 환경에 대한 만족도가 가장 높았으며, ‘경남’의 경우 2.91점(만족 21.8%)으로 창작환경에 대한 만족도가 가장 낮게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 ‘방송’이 평균 3.53점(만족 63.0%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘기타’를 제외하고 ‘캐릭터’ 분야가 2.98점(만족 30.3%)으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-24] 지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대한 만족도

<표 3-25> 응답자 특성별 지역 내 콘텐츠 창작 환경에 대한 만족도

(단위 : 명, % 점)

구분	사례수	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족	불만족 (①+②)	만족 (④+⑤)	[5점 평균]	
전체	1,139	4.0	13.3	39.4	35.9	7.4	17.3	43.3	3.29	
성별	남성	525	4.8	9.9	37.9	39.2	8.2	14.7	47.4	3.36
	여성	614	3.3	16.3	40.7	33.1	6.7	19.5	39.7	3.24
연령	20대 이하	331	3.0	13.9	37.2	39.0	6.9	16.9	45.9	3.33
	30대	534	4.1	14.0	41.9	35.0	4.9	18.2	39.9	3.22
	40대	216	5.1	11.1	37.5	34.7	11.6	16.2	46.3	3.37
	50대 이상	58	3.4	12.1	36.2	31.0	17.2	15.5	48.3	3.47
주 창작 활동 지역	부산	160	1.9	8.1	38.8	41.9	9.4	10.0	51.3	3.49
	대구	86	2.3	14.0	45.3	31.4	7.0	16.3	38.4	3.27
	인천	94	2.1	14.9	34.0	42.6	6.4	17.0	48.9	3.36
	광주	60	5.0	16.7	38.3	31.7	8.3	21.7	40.0	3.22
	대전	65	3.1	10.8	40.0	40.0	6.2	13.8	46.2	3.35
	울산	47	6.4	14.9	44.7	29.8	4.3	21.3	34.0	3.11
	세종	31	6.5	6.5	29.0	41.9	16.1	12.9	58.1	3.55
	경기	235	3.0	11.5	44.3	33.6	7.7	14.5	41.3	3.31
	강원	27	7.4	3.7	37.0	44.4	7.4	11.1	51.9	3.41
	충북	56	7.1	12.5	35.7	42.9	1.8	19.6	44.6	3.20
	충남	45	2.2	15.6	40.0	35.6	6.7	17.8	42.2	3.29
	전북	66	6.1	24.2	28.8	30.3	10.6	30.3	40.9	3.15
	전남	39	2.6	10.3	33.3	51.3	2.6	12.8	53.8	3.41
	경북	40	7.5	17.5	37.5	32.5	5.0	25.0	37.5	3.10
	경남	78	7.7	23.1	47.4	14.1	7.7	30.8	21.8	2.91
	제주	10	0.0	0.0	10.0	80.0	10.0	0.0	90.0	4.00
주 활동 분야	만화	192	4.2	13.0	36.5	40.6	5.7	17.2	46.4	3.31
	음악	148	3.4	18.2	28.4	43.2	6.8	21.6	50.0	3.32
	게임	73	0.0	6.8	46.6	37.0	9.6	6.8	46.6	3.49
	영화	63	3.2	3.2	57.1	20.6	15.9	6.3	36.5	3.43
	애니메이션	78	2.6	10.3	41.0	38.5	7.7	12.8	46.2	3.38
	방송	135	4.4	5.9	26.7	58.5	4.4	10.4	63.0	3.53
	캐릭터	152	8.6	20.4	40.8	25.0	5.3	28.9	30.3	2.98
	지식정보	142	2.1	9.2	54.9	21.8	12.0	11.3	33.8	3.32
	콘텐츠솔루션	118	1.7	16.1	39.0	36.4	6.8	17.8	43.2	3.31
기타	38	10.5	36.8	34.2	15.8	2.6	47.4	18.4	2.63	

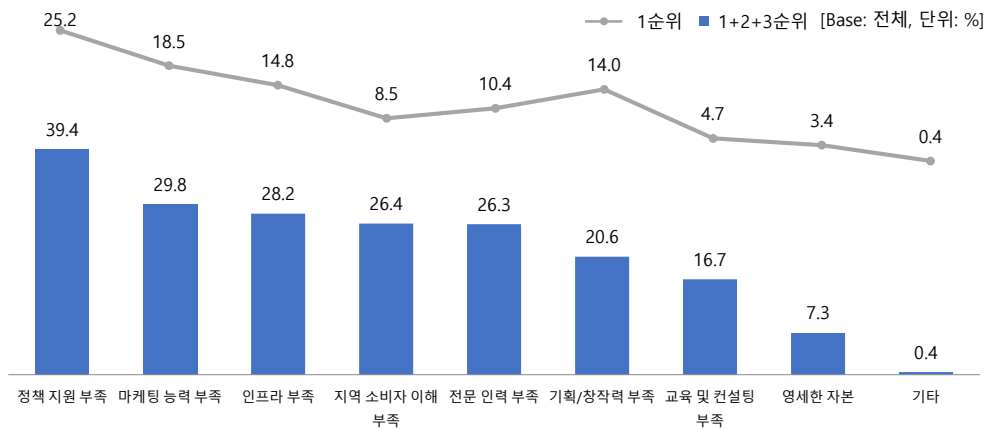


#### 다. 지역 내 콘텐츠 산업의 한계점

지역 내 콘텐츠 산업의 한계점의 경우 '정책지원 부족'이 39.4%로 가장 높았으며, 다음으로 '마케팅 능력 부족' 29.8%, '인프라 부족' 28.2%, '지역 소비자 이해 부족' 26.4% 등의 순으로 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 대부분 지역에서 '정책지원 부족'을 지역 콘텐츠 산업의 한계점으로 꼽았으나, '대전'의 경우 '인프라 부족'이 49.2%로 가장 높게 나타났으며, '세종'의 경우 '전문인력 부족'이 35.5%, '울산'은 '마케팅 능력 부족'이 48.9%로 가장 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 대부분 분야에서 '정책지원 부족'을 지역 콘텐츠 산업의 한계점으로 꼽았으나, '방송'의 경우 '지역 소비자 이해 부족'이라는 응답이 48.9%로 가장 높게 나타났으며, '게임'은 '전문인력 부족'과 '정책지원 부족'(32.9%)을, '영화'는 '마케팅 능력 부족'(42.9%)을 산업의 한계점으로 응답하였다.



[그림 3-25] 지역 내 콘텐츠 산업의 한계점

<표 3-26> 응답자 특성별 지역 내 콘텐츠 산업의 한계점

(단위 : 명, %)

구분	사례수	정책 지원 부족	마케팅 능력 부족	인프라 부족	지역 소비자 이해 부족	전문 인력 부족	기획/창작력 부족	교육 및 컨설팅 부족	영세한 자본	기타	
<b>전체</b>	<b>1,139</b>	<b>39.4</b>	<b>29.8</b>	<b>28.2</b>	<b>26.4</b>	<b>26.3</b>	<b>20.6</b>	<b>16.7</b>	<b>7.3</b>	<b>0.4</b>	
성별	남성	525	36.6	31.2	24.2	26.3	27.4	21.3	17.9	6.3	0.4
	여성	614	41.9	28.5	31.6	26.5	25.4	20.0	15.6	8.1	0.5
연령	20대 이하	331	36.0	28.7	34.7	30.5	21.5	21.8	15.4	7.3	0.0
	30대	534	40.8	31.3	26.4	23.2	26.6	18.9	19.1	7.7	0.7
	40대	216	41.2	26.9	23.1	29.6	31.0	24.1	12.5	7.4	0.5
	50대 이상	58	39.7	32.8	25.9	20.7	34.5	17.2	17.2	3.4	0.0
주 창작 활동 지역	부산	160	36.3	30.0	27.5	26.9	30.0	15.6	20.6	6.9	1.9
	대구	86	47.7	36.0	17.4	22.1	25.6	18.6	19.8	4.7	0.0
	인천	94	44.7	21.3	20.2	34.0	25.5	19.1	18.1	10.6	0.0
	광주	60	35.0	31.7	35.0	20.0	33.3	25.0	16.7	3.3	0.0
	대전	65	32.3	24.6	49.2	41.5	21.5	16.9	7.7	4.6	0.0
	울산	47	36.2	48.9	23.4	12.8	19.1	29.8	14.9	4.3	0.0
	세종	31	25.8	32.3	29.0	22.6	35.5	16.1	12.9	12.9	0.0
	경기	235	44.7	32.3	24.7	21.7	22.1	24.3	17.9	7.2	0.0
	강원	27	33.3	22.2	40.7	29.6	14.8	3.7	29.6	14.8	0.0
	충북	56	26.8	19.6	44.6	39.3	17.9	33.9	5.4	7.1	1.8
	충남	45	40.0	28.9	24.4	28.9	28.9	17.8	17.8	8.9	0.0
	전북	66	45.5	33.3	24.2	28.8	30.3	13.6	13.6	10.6	0.0
	전남	39	48.7	23.1	20.5	35.9	30.8	25.6	10.3	2.6	0.0
	경북	40	30.0	25.0	30.0	25.0	37.5	25.0	17.5	0.0	0.0
	경남	78	38.5	30.8	33.3	19.2	26.9	21.8	14.1	12.8	1.3
제주	10	30.0	10.0	30.0	30.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	
주 활동 분야	만화	192	37.5	33.3	31.3	20.8	30.2	18.2	16.1	5.7	1.6
	음악	148	43.2	25.7	26.4	27.0	25.7	21.6	16.9	5.4	0.0
	게임	73	32.9	31.5	23.3	19.2	32.9	17.8	26.0	6.8	0.0
	영화	63	34.9	42.9	14.3	28.6	34.9	19.0	15.9	6.3	0.0
	애니메이션	78	43.6	30.8	16.7	19.2	34.6	20.5	24.4	5.1	0.0
	방송	135	37.0	18.5	39.3	48.9	12.6	16.3	11.1	10.4	0.0
	캐릭터	152	45.4	36.8	36.8	19.1	21.7	23.0	11.8	3.9	0.0
	지식정보	142	39.4	26.1	26.8	25.4	25.4	25.4	19.0	9.2	0.0
	콘텐츠솔루션	118	37.3	32.2	21.2	28.0	29.7	25.4	17.8	6.8	0.0
기타	38	36.8	18.4	28.9	26.3	26.3	10.5	13.2	26.3	5.3	

## 7. 지역 창작 활동 환경

### 가. 전문 창작자를 위한 창작지원(사업/지원금)

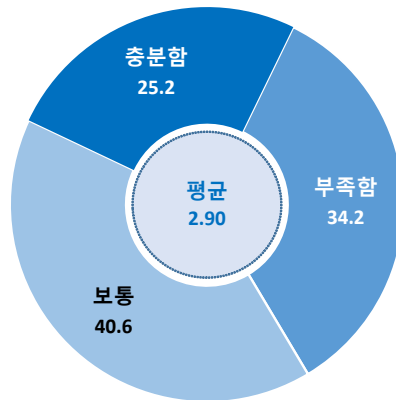
전문 창작자를 위한 창작지원의 경우 ‘보통’이 40.6%로 가장 높게 나타났으며, ‘부족’ 34.2%, ‘충분’ 25.2%로 전문 창작자를 위한 창작지원이 부족하다고 느끼는 창작자가 더 많은 것으로 나타났다.

성별의 경우 ‘남성’은 2.90점, ‘여성’이 2.86점으로 남녀의 차이는 없었으며, 남녀 모두 ‘부족’하다는 응답(남성 31.4%, 여성 36.5%)이 ‘충분’하다는 응답(남성 26.9%, 여성 23.8%)보다 높게 나타났다. 연령대별로는 ‘40대’가 평균 2.96점으로 가장 높게 나타났으며, 모든 연령대에서 ‘부족’이 ‘충분’보다 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 ‘제주’가 평균 3.50점(충분 60.0%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘제주’와 ‘부산’지역을 제외한 모든 지역에서 창작지원이 부족하다는 응답이 더 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 ‘게임’이 평균 3.19점(충분 41.1%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘캐릭터’가 2.68점(충분 16.4%)으로 창작지원이 가장 부족하다고 느꼈다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-26] 지역 창작 활동 환경 1) 전문 창작자를 위한 창작지원(사업/지원금)

<표 3-27> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 1) 전문 창작자를 위한 창작지원(사업/지원금)  
(단위 : 명, % 점)

구분	사례수	① 매우 부족함	② 부족함	③ 보통	④ 충분함	⑤ 매우 충분함	부족 (①+②)	충분 (④+⑤)	[5점 평균]	
전체	1,139	7.8	26.3	40.6	20.9	4.3	34.2	25.2	2.88	
성별	남성	525	8.8	22.7	41.7	23.6	3.2	31.4	26.9	2.90
	여성	614	7.0	29.5	39.7	18.6	5.2	36.5	23.8	2.86
연령	20대 이하	331	7.6	25.1	44.4	19.3	3.6	32.6	23.0	2.86
	30대	534	8.2	26.4	40.1	21.5	3.7	34.6	25.3	2.86
	40대	216	5.1	28.7	37.5	22.2	6.5	33.8	28.7	2.96
	50대 이상	58	15.5	24.1	36.2	19.0	5.2	39.7	24.1	2.74
주 창작 활동 지역	부산	160	5.0	23.8	40.6	25.6	5.0	28.8	30.6	3.02
	대구	86	15.1	26.7	39.5	17.4	1.2	41.9	18.6	2.63
	인천	94	6.4	27.7	45.7	16.0	4.3	34.0	20.2	2.84
	광주	60	8.3	30.0	31.7	26.7	3.3	38.3	30.0	2.87
	대전	65	1.5	16.9	64.6	13.8	3.1	18.5	16.9	3.00
	울산	47	6.4	34.0	36.2	23.4	0.0	40.4	23.4	2.77
	세종	31	12.9	25.8	41.9	16.1	3.2	38.7	19.4	2.71
	경기	235	5.5	24.7	42.6	19.1	8.1	30.2	27.2	3.00
	강원	27	11.1	25.9	40.7	22.2	0.0	37.0	22.2	2.74
	충북	56	7.1	17.9	33.9	39.3	1.8	25.0	41.1	3.11
	충남	45	8.9	31.1	40.0	17.8	2.2	40.0	20.0	2.73
	전북	66	15.2	28.8	25.8	22.7	7.6	43.9	30.3	2.79
	전남	39	7.7	23.1	41.0	28.2	0.0	30.8	28.2	2.90
	경북	40	10.0	35.0	32.5	20.0	2.5	45.0	22.5	2.70
	경남	78	10.3	35.9	42.3	6.4	5.1	46.2	11.5	2.60
제주	10	0.0	10.0	30.0	60.0	0.0	10.0	60.0	3.50	
주 활동 분야	만화	192	8.3	29.2	35.4	25.0	2.1	37.5	27.1	2.83
	음악	148	6.8	29.1	37.2	20.3	6.8	35.8	27.0	2.91
	게임	73	4.1	16.4	38.4	38.4	2.7	20.5	41.1	3.19
	영화	63	4.8	20.6	46.0	20.6	7.9	25.4	28.6	3.06
	애니메이션	78	6.4	16.7	42.3	29.5	5.1	23.1	34.6	3.10
	방송	135	10.4	10.4	48.9	25.9	4.4	20.7	30.4	3.04
	캐릭터	152	5.9	37.5	40.1	15.1	1.3	43.4	16.4	2.68
	지식정보	142	6.3	28.9	43.0	16.2	5.6	35.2	21.8	2.86
	콘텐츠솔루션	118	6.8	35.6	39.8	11.0	6.8	42.4	17.8	2.75
기타	38	31.6	23.7	39.5	5.3	0.0	55.3	5.3	2.18	

## 나. 창작 활동 발표/유통의 기회

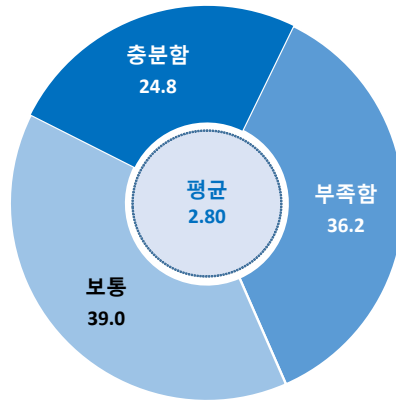
창작 활동 발표/ 유통의 기회의 경우 ‘보통’이 39.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘부족’이 36.2%, ‘충분’이 24.8%로 창작 활동 발표/유통의 기회가 부족하다는 응답이 높게 나타났다.

성별의 경우 ‘남성’은 2.88점, ‘여성’이 2.82점으로 남녀의 차이는 없었으며, 남녀 모두 ‘부족’하다는 응답이 ‘충분’하다는 응답보다 높게 나타났다. 연령대별로는 ‘40대’, ‘50대 이상’이 평균 2.97점으로 가장 높게 나타났으며, 모든 연령대에서 ‘부족’이 ‘충분’보다 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 ‘제주’가 평균 3.60점(충분 50.0%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘제주’와 ‘경기’, ‘전남’지역을 제외한 모든 지역에서 창작 활동 발표/유통의 기회가 부족하다는 응답이 더 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 ‘게임’이 평균 3.15점(충분 32.9%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘캐릭터’가 2.58점(충분 15.8%)으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-27] 지역 창작 활동 환경 2) 창작 활동 발표/유통의 기회

<표 3-28> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 2) 창작 활동 발표/유통의 기회

(단위 : 명, % 점)

구분		사례수	① 매우 부족함	② 부족함	③ 보통	④ 충분함	⑤ 매우 충분함	부족 (①+②)	충분 (④+⑤)	[5점 평균]
전체		1,139	7.8	28.4	39.0	20.9	4.0	36.2	24.8	2.85
성별	남성	525	7.6	27.0	39.2	21.9	4.2	34.7	26.1	2.88
	여성	614	8.0	29.5	38.8	20.0	3.7	37.5	23.8	2.82
연령	20대 이하	331	9.7	28.1	35.6	23.0	3.6	37.8	26.6	2.83
	30대	534	7.9	29.2	41.0	19.1	2.8	37.1	21.9	2.80
	40대	216	5.1	27.3	39.4	21.8	6.5	32.4	28.2	2.97
	50대 이상	58	6.9	25.9	37.9	22.4	6.9	32.8	29.3	2.97
주 창작 활동 지역	부산	160	6.3	25.6	45.0	19.4	3.8	31.9	23.1	2.89
	대구	86	15.1	27.9	37.2	14.0	5.8	43.0	19.8	2.67
	인천	94	4.3	21.3	44.7	29.8	0.0	25.5	29.8	3.00
	광주	60	6.7	23.3	45.0	23.3	1.7	30.0	25.0	2.90
	대전	65	6.2	44.6	36.9	12.3	0.0	50.8	12.3	2.55
	울산	47	10.6	29.8	36.2	21.3	2.1	40.4	23.4	2.74
	세종	31	9.7	25.8	45.2	16.1	3.2	35.5	19.4	2.77
	경기	235	3.0	26.4	37.9	26.8	6.0	29.4	32.8	3.06
	강원	27	11.1	44.4	22.2	22.2	0.0	55.6	22.2	2.56
	충북	56	7.1	19.6	62.5	8.9	1.8	26.8	10.7	2.79
	충남	45	6.7	33.3	35.6	17.8	6.7	40.0	24.4	2.84
	전북	66	12.1	30.3	28.8	21.2	7.6	42.4	28.8	2.82
	전남	39	12.8	23.1	23.1	35.9	5.1	35.9	41.0	2.97
	경북	40	17.5	27.5	32.5	17.5	5.0	45.0	22.5	2.65
	경남	78	11.5	41.0	32.1	12.8	2.6	52.6	15.4	2.54
	제주	10	0.0	10.0	40.0	30.0	20.0	10.0	50.0	3.60
주 활동 분야	만화	192	10.4	27.1	40.6	17.7	4.2	37.5	21.9	2.78
	음악	148	2.7	25.7	37.8	28.4	5.4	28.4	33.8	3.08
	게임	73	2.7	16.4	47.9	28.8	4.1	19.2	32.9	3.15
	영화	63	4.8	20.6	54.0	17.5	3.2	25.4	20.6	2.94
	애니메이션	78	6.4	17.9	47.4	21.8	6.4	24.4	28.2	3.04
	방송	135	8.1	24.4	45.2	19.3	3.0	32.6	22.2	2.84
	캐릭터	152	7.2	44.7	32.2	14.5	1.3	52.0	15.8	2.58
	지식정보	142	9.9	30.3	33.8	22.5	3.5	40.1	26.1	2.80
	콘텐츠솔루션	118	5.9	32.2	31.4	23.7	6.8	38.1	30.5	2.93
기타	38	31.6	31.6	23.7	13.2	0.0	63.2	13.2	2.18	

### 다. 창작 활동 관련 역량 강화 교육 기회

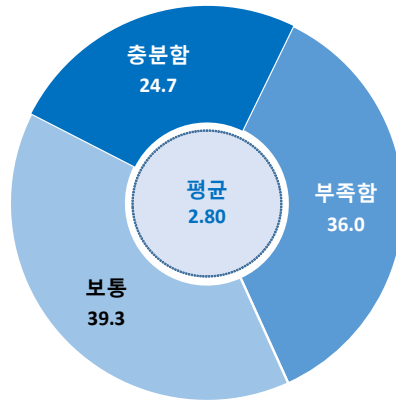
창작 활동 관련 역량 강화 교육 기회의 경우 ‘보통’이 39.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘부족’이 36.0%, ‘충분’이 24.7%로 창작 활동 관련 역량 강화 교육 기회가 부족하다는 응답이 높게 나타났다.

성별의 경우 ‘남성’은 2.90점, ‘여성’이 2.80점으로 남성의 평균 점수가 더 높았으나, 남녀 모두 ‘부족’하다는 응답이 ‘충분’하다는 응답보다 높게 나타났다. 연령대별로는 ‘40대’가 평균 2.94점으로 가장 높게 나타났으며, 모든 연령대에서 ‘부족’이 ‘충분’보다 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 ‘제주’가 평균 3.50점(충분 50.0%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘충북’이 2.55점(충분 10.7%)으로 가장 낮게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 ‘영화’가 평균 3.08점(충분 23.8%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘캐릭터’가 2.71점(충분 21.1%)으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-28] 지역 창작 활동 환경 3) 창작 활동 관련 역량 강화 교육 기회

<표 3-29> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 3) 창작 활동 관련 역량 강화 교육 기회  
(단위 : 명, % 점)

구분		사례수	① 매우 부족함	② 부족함	③ 보통	④ 충분함	⑤ 매우 충분함	부족 (①+②)	충분 (④+⑤)	[5점 평균]
전체		1,139	7.1	28.9	39.3	21.8	2.9	36.0	24.7	2.84
성별	남성	525	8.0	23.4	41.9	24.0	2.7	31.4	26.7	2.90
	여성	614	6.4	33.6	37.1	19.9	3.1	39.9	23.0	2.80
연령	20대 이하	331	7.6	29.9	42.6	16.3	3.6	37.5	19.9	2.79
	30대	534	6.7	28.8	39.3	23.8	1.3	35.6	25.1	2.84
	40대	216	6.0	27.8	38.0	22.7	5.6	33.8	28.2	2.94
	50대 이상	58	12.1	27.6	25.9	31.0	3.4	39.7	34.5	2.86
주 창작 활동 지역	부산	160	4.4	21.3	46.3	26.3	1.9	25.6	28.1	3.00
	대구	86	7.0	34.9	31.4	20.9	5.8	41.9	26.7	2.84
	인천	94	4.3	42.6	31.9	19.1	2.1	46.8	21.3	2.72
	광주	60	10.0	30.0	40.0	18.3	1.7	40.0	20.0	2.72
	대전	65	6.2	21.5	52.3	18.5	1.5	27.7	20.0	2.88
	울산	47	8.5	23.4	31.9	36.2	0.0	31.9	36.2	2.96
	세종	31	6.5	19.4	35.5	38.7	0.0	25.8	38.7	3.06
	경기	235	4.3	26.8	45.5	20.4	3.0	31.1	23.4	2.91
	강원	27	7.4	22.2	44.4	18.5	7.4	29.6	25.9	2.96
	충북	56	8.9	39.3	41.1	8.9	1.8	48.2	10.7	2.55
	충남	45	11.1	28.9	40.0	20.0	0.0	40.0	20.0	2.69
	전북	66	12.1	31.8	28.8	21.2	6.1	43.9	27.3	2.77
	전남	39	7.7	20.5	30.8	35.9	5.1	28.2	41.0	3.10
	경북	40	12.5	37.5	27.5	17.5	5.0	50.0	22.5	2.65
	경남	78	12.8	34.6	34.6	15.4	2.6	47.4	17.9	2.60
제주	10	0.0	10.0	40.0	40.0	10.0	10.0	50.0	3.50	
주 활동 분야	만화	192	6.8	25.0	43.8	23.4	1.0	31.8	24.5	2.87
	음악	148	1.4	31.1	36.5	27.7	3.4	32.4	31.1	3.01
	게임	73	1.4	19.2	54.8	20.5	4.1	20.5	24.7	3.07
	영화	63	4.8	11.1	60.3	19.0	4.8	15.9	23.8	3.08
	애니메이션	78	9.0	30.8	32.1	24.4	3.8	39.7	28.2	2.83
	방송	135	6.7	38.5	33.3	19.3	2.2	45.2	21.5	2.72
	캐릭터	152	10.5	29.6	38.8	20.4	0.7	40.1	21.1	2.71
	지식정보	142	9.9	30.3	37.3	17.6	4.9	40.1	22.5	2.77
	콘텐츠솔루션	118	7.6	29.7	33.1	24.6	5.1	37.3	29.7	2.90
기타	38	18.4	39.5	28.9	13.2	0.0	57.9	13.2	2.37	



## 라. 지역 창작 활동 정보를 확인할 수 있는 플랫폼, 정보 채널

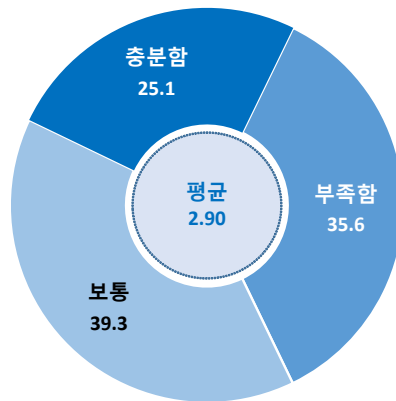
지역 창작 활동 정보를 확인할 수 있는 플랫폼, 정보 채널의 경우 ‘보통’이 39.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘부족’이 35.6%, ‘충분’이 25.1%로 창작 활동 관련 역량 강화 교육 기회가 부족하다는 응답이 높게 나타났다.

성별의 경우 ‘남성’과 ‘여성’ 모두 2.86점으로 같았으며, 남녀 모두 ‘부족’하다는 응답이 ‘충분’하다는 응답보다 높게 나타났다. 연령대별로는 ‘40대’가 평균 3.00점으로 가장 높게 나타났으며, 모든 연령대에서 ‘부족’이 ‘충분’보다 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 ‘제주’가 평균 3.50점(충분 60.0%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘제주’, ‘전남’, ‘부산’을 제외한 모든 지역에서 플랫폼, 정보 채널이 부족하다는 응답이 충분하다는 응답보다 높았다.

주 활동 분야의 경우 ‘영화’가 평균 3.16점(충분 33.3%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘캐릭터’가 2.68점(충분 17.8%)으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-29] 지역 창작 활동 환경 4) 지역 창작 활동 정보를 확인할 수 있는 플랫폼, 정보 채널

<표 3-30> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 4) 지역 창작 활동 정보를 확인할 수 있는 플랫폼 정보 채널  
(단위 : 명, % 점)

구분		사례수	① 매우 부족함	② 부족함	③ 보통	④ 충분함	⑤ 매우 충분함	부족 (①+②)	충분 (④+⑤)	[5점 평균]
전체		1,139	8.6	27.0	39.3	20.4	4.7	35.6	25.1	2.86
성별	남성	525	9.7	25.5	38.7	21.7	4.4	35.2	26.1	2.86
	여성	614	7.7	28.2	39.9	19.2	5.0	35.8	24.3	2.86
연령	20대 이하	331	8.5	30.2	39.6	18.7	3.0	38.7	21.8	2.78
	30대	534	7.9	27.0	41.0	20.0	4.1	34.8	24.2	2.86
	40대	216	8.8	21.8	37.0	25.0	7.4	30.6	32.4	3.00
	50대 이상	58	15.5	27.6	31.0	15.5	10.3	43.1	25.9	2.78
주 창작 활동 지역	부산	160	9.4	19.4	41.9	25.0	4.4	28.8	29.4	2.96
	대구	86	9.3	27.9	32.6	26.7	3.5	37.2	30.2	2.87
	인천	94	7.4	24.5	43.6	18.1	6.4	31.9	24.5	2.91
	광주	60	6.7	28.3	48.3	15.0	1.7	35.0	16.7	2.77
	대전	65	4.6	38.5	41.5	10.8	4.6	43.1	15.4	2.72
	울산	47	14.9	23.4	27.7	31.9	2.1	38.3	34.0	2.83
	세종	31	12.9	16.1	48.4	19.4	3.2	29.0	22.6	2.84
	경기	235	3.4	30.6	38.3	23.8	3.8	34.0	27.7	2.94
	강원	27	7.4	40.7	37.0	11.1	3.7	48.1	14.8	2.63
	충북	56	10.7	12.5	67.9	5.4	3.6	23.2	8.9	2.79
	충남	45	8.9	31.1	37.8	13.3	8.9	40.0	22.2	2.82
	전북	66	12.1	31.8	28.8	19.7	7.6	43.9	27.3	2.79
	전남	39	7.7	20.5	35.9	28.2	7.7	28.2	35.9	3.08
	경북	40	20.0	27.5	15.0	27.5	10.0	47.5	37.5	2.80
	경남	78	14.1	32.1	41.0	9.0	3.8	46.2	12.8	2.56
	제주	10	0.0	20.0	20.0	50.0	10.0	20.0	60.0	3.50
주 활동 분야	만화	192	10.4	28.1	39.6	18.8	3.1	38.5	21.9	2.76
	음악	148	5.4	21.6	40.5	27.0	5.4	27.0	32.4	3.05
	게임	73	2.7	20.5	41.1	32.9	2.7	23.3	35.6	3.12
	영화	63	3.2	20.6	42.9	23.8	9.5	23.8	33.3	3.16
	애니메이션	78	3.8	28.2	34.6	26.9	6.4	32.1	33.3	3.04
	방송	135	9.6	26.7	48.1	11.1	4.4	36.3	15.6	2.74
	캐릭터	152	12.5	28.9	40.8	13.8	3.9	41.4	17.8	2.68
	지식정보	142	8.5	31.7	38.7	19.0	2.1	40.1	21.1	2.75
	콘텐츠솔루션	118	10.2	23.7	33.9	22.9	9.3	33.9	32.2	2.97
기타	38	18.4	47.4	15.8	15.8	2.6	65.8	18.4	2.37	

## 마. 지역 창작자 간 네트워크 구축 및 활발한 운영

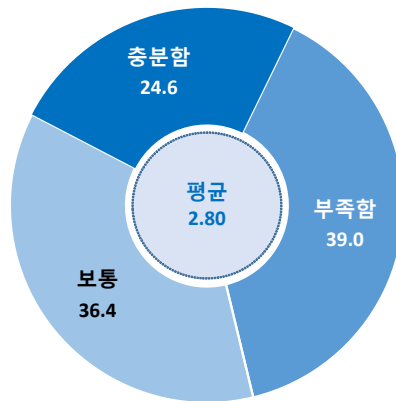
지역 창작자 간 네트워크 구축 및 활발한 운영의 경우 부족하다는 응답이 39.0%로 가장 높게 나타났으며, '보통'이 36.4%, '충분'이 24.6%로 나타났다.

성별의 경우 '남성'은 평균 2.84점, '여성'은 2.81점으로 큰 차이는 없었으며, 남녀 모두 '부족'하다는 응답이 '충분'하다는 응답보다 높게 나타났다. 연령대별로는 '40대'가 평균 3.01점으로 가장 높게 나타났으며, 모든 연령대에서 '부족'이 '충분'보다 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 '제주'가 평균 3.60점(충분 50.0%)으로 가장 높게 나타났으며, '제주', '전남', '부산'을 제외한 모든 지역에서 네트워크 구축 및 운영이 부족하다는 응답률이 더 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 '애니메이션'이 평균 3.08점(충분 29.5%)으로 가장 높게 나타났으며, '캐릭터'가 2.55점(충분 18.4%)으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-30] 지역 창작 활동 환경 5) 지역 창작자 간 네트워크 구축 및 활발한 운영

<표 3-31> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 5) 지역 창작자 간 네트워크 구축 및 활발한 운영  
(단위 : 명, % 점)

구분		사례수	① 매우 부족함	② 부족함	③ 보통	④ 충분함	⑤ 매우 충분함	부족 (①+②)	충분 (④+⑤)	[5점 평균]
전체		1,139	8.3	30.6	36.4	19.6	5.0	39.0	24.6	2.82
성별	남성	525	8.4	28.8	37.1	21.7	4.0	37.1	25.7	2.84
	여성	614	8.3	32.2	35.8	17.8	5.9	40.6	23.6	2.81
연령	20대 이하	331	6.9	38.7	33.8	16.0	4.5	45.6	20.5	2.73
	30대	534	8.8	28.3	38.2	21.5	3.2	37.1	24.7	2.82
	40대	216	7.4	24.1	38.9	19.4	10.2	31.5	29.6	3.01
	50대 이상	58	15.5	31.0	25.9	22.4	5.2	46.6	27.6	2.71
주 창작 활동 지역	부산	160	7.5	21.3	38.8	26.9	5.6	28.8	32.5	3.02
	대구	86	11.6	30.2	33.7	20.9	3.5	41.9	24.4	2.74
	인천	94	5.3	37.2	36.2	16.0	5.3	42.6	21.3	2.79
	광주	60	6.7	40.0	33.3	15.0	5.0	46.7	20.0	2.72
	대전	65	4.6	43.1	33.8	16.9	1.5	47.7	18.5	2.68
	울산	47	12.8	31.9	36.2	19.1	0.0	44.7	19.1	2.62
	세종	31	6.5	32.3	29.0	29.0	3.2	38.7	32.3	2.90
	경기	235	7.2	26.8	40.0	18.7	7.2	34.0	26.0	2.92
	강원	27	11.1	37.0	29.6	18.5	3.7	48.1	22.2	2.67
	충북	56	7.1	25.0	55.4	10.7	1.8	32.1	12.5	2.75
	충남	45	11.1	26.7	42.2	17.8	2.2	37.8	20.0	2.73
	전북	66	12.1	34.8	25.8	15.2	12.1	47.0	27.3	2.80
	전남	39	5.1	23.1	28.2	41.0	2.6	28.2	43.6	3.13
	경북	40	12.5	32.5	30.0	20.0	5.0	45.0	25.0	2.73
	경남	78	11.5	41.0	33.3	11.5	2.6	52.6	14.1	2.53
	제주	10	0.0	10.0	40.0	30.0	20.0	10.0	50.0	3.60
주 활동 분야	만화	192	10.4	28.6	33.9	23.4	3.6	39.1	27.1	2.81
	음악	148	8.1	25.0	33.8	25.0	8.1	33.1	33.1	3.00
	게임	73	4.1	23.3	46.6	20.5	5.5	27.4	26.0	3.00
	영화	63	4.8	17.5	54.0	15.9	7.9	22.2	23.8	3.05
	애니메이션	78	2.6	23.1	44.9	23.1	6.4	25.6	29.5	3.08
	방송	135	3.7	40.0	36.3	16.3	3.7	43.7	20.0	2.76
	캐릭터	152	11.8	41.4	28.3	17.1	1.3	53.3	18.4	2.55
	지식정보	142	9.9	28.9	39.4	16.9	4.9	38.7	21.8	2.78
	콘텐츠솔루션	118	6.8	28.8	36.4	20.3	7.6	35.6	28.0	2.93
기타	38	26.3	50.0	15.8	5.3	2.6	76.3	7.9	2.08	

## 바. 창작자와 소비자, 지역단체와의 네트워크

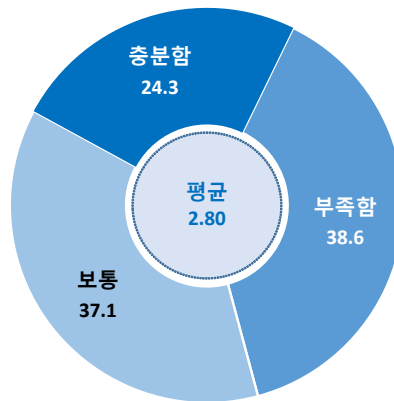
창작자와 소비자, 지역단체와의 네트워크의 경우 부족하다는 응답이 38.6%로 가장 높게 나타났으며, '보통'이 37.1%, '충분'이 24.3%로 나타났다.

성별의 경우 '남성'과 '여성' 모두 평균 2.82점으로 동일하게 나타났으며, 남녀 모두 '부족'하다는 응답이 '충분'하다는 응답보다 높게 나타났다. 연령대별로는 '40대'가 평균 2.98점으로 가장 높게 나타났으며, 모든 연령대에서 '부족'이 '충분'보다 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 '제주'가 평균 3.60점(충분 50.0%)으로 가장 높게 나타났으며, '제주'와 '전남' 지역을 제외한 모든 지역에서 창작자와 소비자, 지역단체와의 네트워크가 부족하다는 응답률이 더 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 '콘텐츠솔루션'이 평균 3.08점(충분 39.0%)으로 가장 높게 나타났으며, '캐릭터'가 2.63점(충분 18.4%)으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-31] 지역 창작 활동 환경 6) 창작자와 소비자, 지역단체와의 네트워크

<표 3-32> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 6) 창작자와 소비자, 지역단체와의 네트워크

(단위 : 명, % 점)

구분		사례수	① 매우 부족함	② 부족함	③ 보통	④ 충분함	⑤ 매우 충분함	부족 (①+②)	충분 (④+⑤)	[5점 평균]
전체		1,139	7.5	31.2	37.1	20.4	4.0	38.6	24.3	2.82
성별	남성	525	8.6	27.4	40.0	21.5	2.5	36.0	24.0	2.82
	여성	614	6.5	34.4	34.5	19.4	5.2	40.9	24.6	2.82
연령	20대 이하	331	6.6	32.6	40.5	17.8	2.4	39.3	20.2	2.77
	30대	534	6.7	33.1	37.5	19.5	3.2	39.9	22.7	2.79
	40대	216	9.3	23.1	34.3	26.9	6.5	32.4	33.3	2.98
	50대 이상	58	12.1	34.5	24.1	19.0	10.3	46.6	29.3	2.81
주 창작 활동 지역	부산	160	4.4	25.6	44.4	23.1	2.5	30.0	25.6	2.94
	대구	86	9.3	39.5	27.9	18.6	4.7	48.8	23.3	2.70
	인천	94	3.2	25.5	56.4	13.8	1.1	28.7	14.9	2.84
	광주	60	6.7	36.7	38.3	13.3	5.0	43.3	18.3	2.73
	대전	65	6.2	24.6	52.3	15.4	1.5	30.8	16.9	2.82
	울산	47	14.9	23.4	40.4	19.1	2.1	38.3	21.3	2.70
	세종	31	12.9	25.8	29.0	25.8	6.5	38.7	32.3	2.87
	경기	235	4.7	30.2	36.2	22.6	6.4	34.9	28.9	2.96
	강원	27	14.8	33.3	33.3	14.8	3.7	48.1	18.5	2.59
	충북	56	3.6	50.0	30.4	16.1	0.0	53.6	16.1	2.59
	충남	45	6.7	35.6	33.3	22.2	2.2	42.2	24.4	2.78
	전북	66	13.6	30.3	19.7	34.8	1.5	43.9	36.4	2.80
	전남	39	5.1	23.1	28.2	38.5	5.1	28.2	43.6	3.15
	경북	40	17.5	32.5	22.5	17.5	10.0	50.0	27.5	2.70
	경남	78	12.8	42.3	32.1	7.7	5.1	55.1	12.8	2.50
제주	10	0.0	0.0	50.0	40.0	10.0	0.0	50.0	3.60	
주 활동 분야	만화	192	8.3	32.3	35.9	19.3	4.2	40.6	23.4	2.79
	음악	148	6.8	26.4	39.9	20.3	6.8	33.1	27.0	2.94
	게임	73	5.5	20.5	47.9	24.7	1.4	26.0	26.0	2.96
	영화	63	3.2	25.4	47.6	17.5	6.3	28.6	23.8	2.98
	애니메이션	78	2.6	29.5	37.2	29.5	1.3	32.1	30.8	2.97
	방송	135	5.2	25.2	49.6	17.8	2.2	30.4	20.0	2.87
	캐릭터	152	7.9	42.1	31.6	16.4	2.0	50.0	18.4	2.63
	지식정보	142	13.4	28.2	36.6	20.4	1.4	41.5	21.8	2.68
	콘텐츠솔루션	118	4.2	33.1	23.7	28.0	11.0	37.3	39.0	3.08
기타	38	21.1	60.5	13.2	5.3	0.0	81.6	5.3	2.03	

## 사. 지역 내 소비 시장

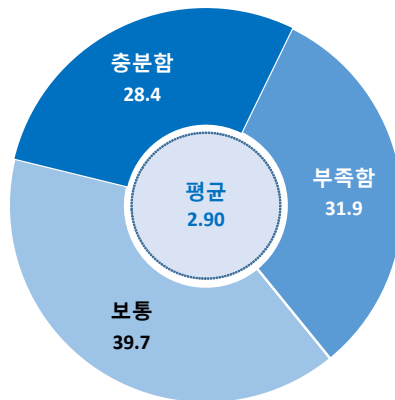
지역 내 소비 시장의 경우 ‘보통’이 39.7%로 가장 높게 나타났으며, ‘부족’ 31.9%, ‘충분’ 28.4%로 지역 내 소비 시장이 부족하다는 응답이 충분하다는 응답보다 더 높게 나타났다.

성별의 경우 ‘남성’ 2.93점, ‘여성’ 3.00점으로 성별의 차이는 없었으며, 남녀 모두 ‘부족’하다는 응답이 ‘충분’하다는 응답보다 높게 나타났다. 연령대별로는 ‘40대’가 평균 3.05점으로 가장 높게 나타났으며, ‘40대’를 제외한 연령대에서 ‘부족’이 ‘충분’보다 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 ‘제주’가 평균 3.50점(충분 50.0%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘경남’이 2.58점(충분 16.7%)으로 가장 낮게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 ‘방송’이 평균 3.16점(충분 38.5%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘캐릭터’가 2.65점(충분 19.1%)으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-32] 지역 창작 활동 환경 7) 지역 내 소비 시장

<표 3-33> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 7) 지역 내 소비 시장

(단위 : 명, % 점)

구분		사례수	① 매우 부족함	② 부족함	③ 보통	④ 충분함	⑤ 매우 충분함	부족 (①+②)	충분 (④+⑤)	[5점 평균]
전체		1,139	7.7	24.1	39.7	23.8	4.7	31.9	28.4	2.94
성별	남성	525	9.1	22.9	36.6	27.4	4.0	32.0	31.4	2.94
	여성	614	6.5	25.2	42.3	20.7	5.2	31.8	25.9	2.93
연령	20대 이하	331	7.9	20.5	39.6	27.5	4.5	28.4	32.0	3.00
	30대	534	7.7	25.5	43.1	20.2	3.6	33.1	23.8	2.87
	40대	216	5.6	25.5	35.2	26.4	7.4	31.0	33.8	3.05
	50대 이상	58	15.5	27.6	25.9	25.9	5.2	43.1	31.0	2.78
주 창작 활동 지역	부산	160	6.9	20.6	41.9	26.3	4.4	27.5	30.6	3.01
	대구	86	9.3	26.7	38.4	23.3	2.3	36.0	25.6	2.83
	인천	94	4.3	26.6	29.8	37.2	2.1	30.9	39.4	3.06
	광주	60	8.3	21.7	50.0	16.7	3.3	30.0	20.0	2.85
	대전	65	7.7	15.4	33.8	35.4	7.7	23.1	43.1	3.20
	울산	47	17.0	17.0	44.7	21.3	0.0	34.0	21.3	2.70
	세종	31	6.5	22.6	54.8	6.5	9.7	29.0	16.1	2.90
	경기	235	4.3	21.7	46.4	22.6	5.1	26.0	27.7	3.03
	강원	27	7.4	29.6	25.9	33.3	3.7	37.0	37.0	2.96
	충북	56	8.9	21.4	55.4	12.5	1.8	30.4	14.3	2.77
	충남	45	8.9	37.8	22.2	24.4	6.7	46.7	31.1	2.82
	전북	66	9.1	31.8	28.8	18.2	12.1	40.9	30.3	2.92
	전남	39	5.1	25.6	35.9	28.2	5.1	30.8	33.3	3.03
	경북	40	17.5	17.5	32.5	25.0	7.5	35.0	32.5	2.88
	경남	78	11.5	37.2	34.6	15.4	1.3	48.7	16.7	2.58
	제주	10	0.0	10.0	40.0	40.0	10.0	10.0	50.0	3.50
주 활동 분야	만화	192	8.9	29.7	32.8	25.5	3.1	38.5	28.6	2.84
	음악	148	6.1	22.3	39.2	27.7	4.7	28.4	32.4	3.03
	게임	73	2.7	17.8	47.9	24.7	6.8	20.5	31.5	3.15
	영화	63	1.6	22.2	44.4	25.4	6.3	23.8	31.7	3.13
	애니메이션	78	7.7	24.4	41.0	21.8	5.1	32.1	26.9	2.92
	방송	135	5.2	14.8	41.5	35.6	3.0	20.0	38.5	3.16
	캐릭터	152	14.5	28.3	38.2	15.8	3.3	42.8	19.1	2.65
	지식정보	142	7.7	23.9	41.5	20.4	6.3	31.7	26.8	2.94
	콘텐츠솔루션	118	5.1	24.6	40.7	22.0	7.6	29.7	29.7	3.03
기타	38	18.4	34.2	39.5	7.9	0.0	52.6	7.9	2.37	



## 아. 창작 활동 발표의 홍보/마케팅 진행 기회

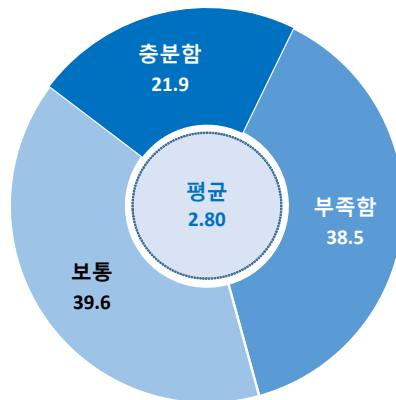
창작 활동 발표의 홍보/마케팅 진행 기회의 경우 ‘보통’이 39.6%로 가장 높게 나타났으며, ‘부족’ 38.5%, ‘충분’ 21.9%로 창작 활동 발표의 홍보/마케팅 진행 기회가 부족하다는 응답이 충분하다는 응답보다 더 높게 나타났다.

성별의 경우 ‘남성’ 2.82점, ‘여성’ 2.75점으로 나타났으며, 남녀 모두 ‘부족’하다는 응답이 ‘충분’하다는 응답보다 높게 나타났다. 연령대별로는 ‘40대’가 평균 2.93점으로 가장 높게 나타났으며, 모든 연령에서 ‘부족’이 ‘충분’보다 높게 나타났다.

주 창작 활동 지역의 경우 ‘제주’가 평균 3.50점(충분 50.0%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘제주’와 ‘전남’ 지역을 제외한 모든 지역에서 부족하다는 응답이 더 높게 나타났다.

주 활동 분야의 경우 ‘게임’이 평균 3.08점(충분 30.1%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘캐릭터’가 2.57점(충분 16.4%)으로 가장 낮게 나타났다.

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 3-33] 지역 창작 활동 환경 8) 창작 활동 발표의 홍보/마케팅 진행 기회

<표 3-34> 응답자 특성별 지역 창작 활동 환경 8) 창작 활동 발표의 홍보/마케팅 진행 기회

(단위 : 명, % 점)

구분		사례수	① 매우 부족함	② 부족함	③ 보통	④ 충분함	⑤ 매우 충분함	부족 (①+②)	충분 (④+⑤)	[5점 평균]
전체		1,139	7.8	30.7	39.6	18.7	3.2	38.5	21.9	2.79
성별	남성	525	8.4	26.9	41.9	19.6	3.2	35.2	22.9	2.82
	여성	614	7.3	34.0	37.6	17.9	3.1	41.4	21.0	2.75
연령	20대 이하	331	7.6	33.5	38.1	19.3	1.5	41.1	20.8	2.74
	30대	534	9.0	28.8	41.6	18.4	2.2	37.8	20.6	2.76
	40대	216	5.6	30.1	38.0	18.5	7.9	35.6	26.4	2.93
	50대 이상	58	6.9	34.5	36.2	19.0	3.4	41.4	22.4	2.78
주 창작 활동 지역	부산	160	4.4	25.6	46.9	19.4	3.8	30.0	23.1	2.93
	대구	86	10.5	29.1	38.4	18.6	3.5	39.5	22.1	2.76
	인천	94	3.2	28.7	51.1	11.7	5.3	31.9	17.0	2.87
	광주	60	11.7	38.3	31.7	16.7	1.7	50.0	18.3	2.58
	대전	65	6.2	20.0	55.4	16.9	1.5	26.2	18.5	2.88
	울산	47	8.5	34.0	36.2	21.3	0.0	42.6	21.3	2.70
	세종	31	9.7	25.8	38.7	22.6	3.2	35.5	25.8	2.84
	경기	235	5.1	31.1	39.6	19.1	5.1	36.2	24.3	2.88
	강원	27	7.4	33.3	25.9	33.3	0.0	40.7	33.3	2.85
	충북	56	3.6	53.6	30.4	10.7	1.8	57.1	12.5	2.54
	충남	45	11.1	40.0	31.1	15.6	2.2	51.1	17.8	2.58
	전북	66	13.6	30.3	27.3	28.8	0.0	43.9	28.8	2.71
	전남	39	12.8	17.9	38.5	28.2	2.6	30.8	30.8	2.90
	경북	40	17.5	35.0	17.5	25.0	5.0	52.5	30.0	2.65
	경남	78	12.8	33.3	44.9	6.4	2.6	46.2	9.0	2.53
제주	10	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	3.50	
주 활동 분야	만화	192	13.0	30.2	37.0	18.8	1.0	43.2	19.8	2.65
	음악	148	3.4	27.0	42.6	18.9	8.1	30.4	27.0	3.01
	게임	73	4.1	17.8	47.9	26.0	4.1	21.9	30.1	3.08
	영화	63	4.8	25.4	49.2	14.3	6.3	30.2	20.6	2.92
	애니메이션	78	3.8	28.2	42.3	21.8	3.8	32.1	25.6	2.94
	방송	135	8.1	31.1	43.0	16.3	1.5	39.3	17.8	2.72
	캐릭터	152	9.9	41.4	32.2	15.1	1.3	51.3	16.4	2.57
	지식정보	142	6.3	29.6	40.8	20.4	2.8	35.9	23.2	2.84
	콘텐츠솔루션	118	7.6	29.7	36.4	22.9	3.4	37.3	26.3	2.85
기타	38	15.8	50.0	26.3	7.9	0.0	65.8	7.9	2.26	

## 8. 창작자 FGI 결과

### 가. 조사 개요

#### 1) 조사 대상

- 조사 대상 : 지역별 창작자 및 콘텐츠 산업 종사 1인 창작자
- 조사 규모 : 4그룹 (지역당 2명) 총 32명
- 조사 목적 : 지역별 사업전략 수립을 위한 정책지원 사항 및 인프라 현황 조사

#### 2) FGI 진행 및 방법

창작자 FGI는 서울, 대전, 광주, 부산 4개 권역에서 대면조사로 진행하였으며, 세부 진행 일정 및 참석자 특성은 <표 3-35>, <표 3-36>과 같다.

<표 3-35> FGI 그룹별 진행 일정

그룹	창작 활동 지역	장소	날짜	시간	참석 인원
1그룹	광주, 전북, 전남	광주	2022.11.07.(월)	14:00 ~ 16:00	6
2그룹	부산, 대구, 울산, 경북, 경남	부산	2022.11.08.(화)	11:00 ~ 13:00	8
				14:00 ~ 16:00	4
3그룹	경기, 인천, 강원, 제주	서울	2022.11.09.(수)	11:00 ~ 13:00	9
4그룹	충북, 충남, 세종, 대전	대전	2022.11.09.(수)	16:00 ~ 18:00	9

<표 3-36> FGI 그룹별 응답자 특성

그룹	거주지	활동 지역	분야	성별	연령대
1G	광주	광주	음악	남자	30대
	광주	광주	만화	남자	30대
	광주	광주	애니메이션	여자	20대
	광주	전남	만화	남자	30대
	전북	전북	콘텐츠솔루션	남자	40대
	전북	전북	방송	여자	40대
2G	경북	경북	애니메이션	여자	30대
	대구	대구	웹 소셜	남자	30대
	대구	경북	지식정보	남자	30대
	경남	경남	지식정보	남자	40대
	경남	경남	지식정보	여자	30대
	부산	부산	만화	남자	40대
	부산	부산	지식정보	남자	40대
	울산	울산	캐릭터	여자	30대
	울산	울산	캐릭터	여자	40대
	울산	울산	지식정보	여자	30대
	부산	울산	캐릭터	여자	20대
	제주	제주	만화	여자	40대
3G	경기	경기	영화	여자	50대
	경기	경기	만화	여자	20대
	경기	경기	지식정보	여자	60대 이상
	인천	인천	게임	여자	30대
	인천	인천	지식정보	남자	30대
	강원	강원	캐릭터	여자	40대
	강원	강원	콘텐츠솔루션	여자	40대
	제주	제주	캐릭터	남자	40대
제주	제주	만화	여자	40대	
4G	대전	대전	지식정보	남자	30대
	대전	대전	지식정보	남자	30대
	대전	대전	만화	여자	30대
	충남	충남	방송	남자	30대
	충북	충북	웹소셜	여자	30대
	세종	충북	캐릭터	여자	40대
	대구	대구	만화	남자	30대
	세종	세종	음악	여자	30대
	세종	세종	음악	남자	40대

## 나. 창작자 FGI 세부 내용

### 1) 광주/전북/전남

#### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

##### □ 콘텐츠 창작 시 현 지역에 있기에 얻을 수 있는 장점

- 광주
  - ACC(국립아시아문화전당)에서 다양한 서비스를 지원하고 있어서 다른 지역에 비해 큰 장점이고 주변 지역까지 활성화한다는 점에서도 긍정적임
- 전북
  - 전북 지역에서 진행되는 지원사업이 많고 작품을 하기 위한 장소, 소재들이 풍부함
  - 전주 도서관에서 진행되는 세미나, 강연도 분야가 다양하고 많아서 만족함

##### □ 콘텐츠 창작 시 현 지역에 있기에 얻을 수 있는 단점

- 광주
  - 협업을 위한 인력이 부족하며, 주제의 다양성 측면에서도 서울/경기에 비해 시장이 좁음
  - 광주 '에이스 일러스트레이션 페어'의 취지를 다 담지 못한 지원 자격(만 18세~26세)이 단점임
  - 광주 구도심은 미디어아트 경영에 매몰되어 있다고 느낌
  - 문화도시라는 타이틀이 무색할 정도로 미술관이나 공연장 등 문화예술 인프라가 빈약하다고 생각함
- 전남
  - 웹툰은 인력이 필요한 작업인데, 전남 지역은 인력이 매우 부족함

##### □ 지역에서 활동하면서 느낀 다른 지역과의 차별/소외감

- 웹툰의 경우 에이전시가 수도권에 많이 있어 미팅 시 불편함
- 지역 내에서 지역 창작자가 수도권 창작자보다 떨어진다는 선입견이 있음
- 방송 분야의 경우 경기도나 서울에 비해 처우나 교육의 기회가 떨어짐

## 나) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

### 현 지역에서 지원을 가장 많이 하고 있다고 생각하는 콘텐츠 분야

- 광주는 대부분 AI, 메타버스, 미디어파사드에 지원을 많이 하고 있다고 생각함
- 전북은 공연과 음악에 지원을 많이 하고 있다고 생각함

### 현 지역에서 지원을 가장 적게 하고 있다고 생각하는 콘텐츠 분야

- 대다수가 음악 분야 지원이 적다고 느꼈고 전북은 작가(글)와 미디어아트에 지원이 적다고 느낌

### 콘텐츠 지원 기관/시설 인지 정도

- 광주 콘텐츠코리아랩
  - 교육이 너무 기초적인 것들이라 기존 창작자들은 만족도가 떨어짐
- 전북 콘텐츠코리아랩
  - 시설은 좋지만, PC 소프트웨어 관리가 부실하여 실제 작업 시에는 사용하지 못함
- 레드콘
  - 위탁으로 운영되는 만큼 전문가가 관리하고 있어서 교육이나 PC 소프트웨어 관리 등 전반적으로 이용 만족도가 높음
- 광주 CGI 센터
  - 영상작업을 위한 작업실 대여비가 부담됨

### 현재 작업 분야의 창작자 커뮤니티/네트워킹

- 광주 지역 창작자 커뮤니티/네트워킹은 다른 지역에 비해 부족하다고 느끼며, 모임이나 연대가 없어, 관련 행사가 생기거나 규모가 커지지 않는다고 생각함
- 전북 지역 네트워킹은 잘 구축돼있다고 느낌
- 네트워킹이 활발히 되기 위해서 콘텐츠코리아랩이 거점 역할을 해주길 바람
- 교통비 지원 등 보다 실질적인 지원을 통해 네트워킹 모집에 참여를 독려하면 좋겠음
- 장소가 아닌, 온라인으로도 네트워킹할 수 있다고 생각하며, 지역 창작자의 정보를 확인할 수 있는 플랫폼을 통해서도 네트워킹할 수 있다고 생각함
- 사업 공모 전 사업설명회 겸 네트워킹을 하여 목적이 있는 네트워킹 자리를 마련해 주길 바람

#### □ 지역 특화 콘텐츠 제작

- 광주 지역은 지역 콘텐츠로 제작할 소재가 적고 소스들이 아카이빙 되어있지 않은 점이 아쉬움
- 다른 지역 소비자들에게 광주 지역의 상징적인 5.18 외 다른 모습을 콘텐츠로 보여줄 수 있다는 점이 매력 있게 느껴짐
- 지역 소재를 사용하면 다른 지역 소비자에 공감을 얻기 어려워 범용적인 인기를 끌기엔 한계가 있음
- 지역 소재의 콘텐츠를 제작하면 지역 내에선 한 번이라도 더 활용되는 장점이 있음
- 지역의 특화 소재로 창작을 하는 데에 한계가 있지만, 지원이 된다면 할 의향은 있음

#### □ 지역 콘텐츠 산업의 발전을 저해하는 문제점

- 지역 사업기관의 행정 처리 과정이 만족스럽지 않은 경우가 있음
- 같은 권역 내에서도 지역별로 특화하는 콘텐츠 분야가 없고, 모든 분야를 지원하다 보니 오히려 경쟁력이 약화함
- 광주 지역의 경우, 대부분의 콘텐츠 소재들이 5.18이며, 공모 선정 작품도 5.18, 광주의 얼과 정신에 한정되어 있어 다양한 소재의 작품을 찾아보기 힘들
- 전북의 경우, 지역의 가치와 맞지 않는 사업을 추진하려고 해서 아쉬움

#### 다) 지역 지원사업에 대한 의견 조사

##### □ 창작자 지원사업 수혜 경험

- 지원사업을 수행한 후 스스로 연계해서 작업을 이어 나갈 수 있기 어려운 구조임
- 지원사업을 수행하다 보면 서류 준비가 가장 큰 걸림돌로 작용함. 필요 없는 서류를 줄이거나 서류 지원을 받을 수 있는 시스템이 잘 구축돼있으면 좋겠음
- 이나라 도움 이용에 대한 안내서나 전문 응대자가 있으면 좋겠음

□ 지역 콘텐츠 창작을 유지하기 위한 정부/기관의 지원

- 주거 지역까지 시에서 마련해주는 파격적인 지원을 통해 수도권의 경쟁우위를 깨뜨려야 한다고 생각함
- 광주는 음악 녹음실은 있으나, 연습실이 미비함
- 문화재단과 정보문화산업진흥원이 서로 협업하여 문화재단에서 발견한 좋은 소스를 진흥원에서 산업화할 수 있으면 좋겠음
- 스토리 지원을 받은 창작자의 경우 그다음 스텝인 웹툰 상업화로 연계가 될 수 있도록 지원 사업을 개연성 있게 해주면 좋겠음



## 2) 부산/울산/경남

### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

#### □ 콘텐츠 창작 시 현 지역에 있기에 얻을 수 있는 장점

- 부산의 경우, 창작자 커뮤니티나 콘텐츠 관련 기관이 많아 창작에 필요한 장비나 공간대여에 어려움이 없고, 담당자와 소통도 원활한 편이라고 느낌
- 울산의 경우 콘텐츠 기관이 많고 질 높은 강의와 강연이 많은 것에 비해 창작자 참여율이 저조한 것이 아쉬운 점임
- 창원의 경우 작년 새로 생긴 미디어 센터 덕분에 창작에 입문하기 좋은 환경이 됨

#### □ 콘텐츠 창작 시 현 지역에 있기에 얻을 수 있는 단점

- 경남의 경우 고가의 장비를 지원하는 업체가 없어 부산이나 서울로 가서 계약을 체결해야 하는 불편함이 있음
- 울산은 울산 근처 지역인 부산이나 경주보다 문화 시설이 잘 갖추어져 있지 않아 지역민들이 문화를 즐기지 않는 것 같고, 문화생활을 위해 다른 지역으로 이동해야 하는 단점이 있음

#### □ 지역에서 활동하면서 느낀 다른 지역과의 차별/소외감

- 울산은 부산이나 서울에 비해 공간대여가 부족하다고 느끼고, 울산 콘텐츠코리아랩도 직장을 다니면서 창작하는 창작자에게는 강의 시간이 한정되어 있어 활용도가 낮음

### 나) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

#### □ 현 지역에서 지원을 가장 많이 하고 있다고 생각하는 콘텐츠 분야

- 부산/울산/경남 지역에서는 대부분 특정 분야를 지원하고 있다는 느낌을 받지 못했으며, 오히려 모든 분야를 지원하다 보니 지역 특화 분야라는 말이 희미해지고 있다고 생각함
- 울산의 경우 일부는 3D 프린팅, 코딩, AI, AR, VR을 지원해주고 있다고 느낌
- 창원의 경우, 최근 메타버스를 지원하고 있다고 느끼며, 웹툰 캠퍼스에 지원을 많이 해주는 걸 보고 웹툰을 밀어주고 있는 것 같다고 생각함

## □ 현 지역에서 지원을 가장 적게 하고 있다고 생각하는 콘텐츠 분야

- 부산의 경우 웹툰 분야에서 스튜디오 체제가 들어서면서 1인 작가들이 설 자리가 없어지고 있다고 느낌 1인 작가에 대한 지원이 더 늘어야 한다고 생각함
- 울산의 경우 ‘울산큰애기’ 캐릭터를 너무 밀어줘서 다른 캐릭터가 설 자리가 없음
- 음악 분야는 콘텐츠 차원에서 특별히 지원해준다고 느끼지 못함. 특히, 거리공연을 할 공간이 없어서 음악 예술 활동 지원이 부족하다고 느낌

## □ 콘텐츠 지원 기관/시설 인지 정도

- 경남 콘텐츠코리아랩
  - 시설이 좋고 웬만한 것들 갖춰져 있어서 특히 입문자들에게 굉장히 좋지만, 전문가한테는 부족한 점이 있음
  - 위치가 좋지 않음
- 경남 웹툰 캠퍼스
  - 한 건물에 두 시설(경남 콘텐츠코리아랩)이 같이 있어서 한 개 같은 느낌이 듦
- 부산 콘텐츠코리아랩
  - 모임 장소가 창작자가 아닌 일반 학생들 스터디룸으로 대여가 되는 점이 아쉬움
  - 장비 대여를 전화로 해야 하는 점을 개선하면 좋겠음
- 울산 콘텐츠코리아랩
  - 업계에서 권위 있거나 잘 나가는 분들을 잘 섭외하고 프로그램들을 잘 만들지만, 콘텐츠 퀄리티 대비 참여율이 낮아 안타까운 적이 있음
  - 좋은 강연이나 사업들이 연말에 몰려 있는 느낌이 있음
  - 직장을 다니며 창작하는 창작자한테는 평일 낮 시간대 강의라는 시간적 제약이 있어 아쉬움
- VR/AR 제작 지원센터
  - 시스템이 별로 없고 1층에 전시되어있는 것들도 잘 활용되는 것 같지 않았음

## □ 현재 작업 분야의 창작자 커뮤니티/네트워킹

- 영상 분야는 분야 자체에서 전국적으로 유명한 카페도 있고, 지역 내에서도 단체 카톡 등으로 네트워킹이 이루어지고 있음
- 부산/경남의 경우, 부산-경남 만화가 연대가 12년도에 출범해 현재까지 활발하게 운영되

고 있어서 창작자 간 커뮤니티가 잘 구축된 편임

- 콘텐츠 관련 강의를 수강하면서 알게 된 강사, 수강생들과 네트워킹 하기도 함
- 처음 창작을 시작하거나, 지원을 요청하거나, 정책을 추진할 때 연대가 있으면 확실히 도움이 되리라 생각함
- 화상으로 네트워크를 해본 경험이 있었으나, 이미 친분이 있는 창작자들끼리의 연대에 쉽게 참여하지 못하는 어려움이 있었음

#### □ 지역 특화 콘텐츠 제작

- 경제적 이득, 지역에 대한 애착 등 다양한 이유로 향후 지역 특화 콘텐츠 제작을 하고 싶어 하는 창작자가 많았음
- 제작해 보고 싶던 소재였으나 시장성이 떨어졌던 소재도 지역 특화 콘텐츠 제작 지원을 통해 창작할 수 있어서 좋았음

#### □ 지역 콘텐츠 산업의 발전을 저해하는 문제점

- 울산 하면 ‘고래’처럼 뻥한 지역 소재를 활용한 작품을 공모해야 지원 선정 시 유리하게 작용하는 것 같았음. 주제의 자유성이 보장되어야 다양한 주제를 발굴할 수 있고 지역 콘텐츠가 활성화될 수 있으리라 생각함
- 상업적인 가치를 가진 작품 외에도 다양한 주제로 창작하는 창작자를 지원해주길 바람
- 지자체에서 지역 영상 촬영 시 서울이나, 타 업체에 외주를 주기도 하는데, 지역 내 창작자나 지역 내 사업체를 활용해야 한다고 생각함
- 지역 내에서 창작을 할 수 있는 일거리가 있어야 지역에 오래 머무를 수 있음. 그러려면 대학과 관학 연계가 필요하다고 생각함
- 사업이 일 년 내 골고루 공모되지 않고 특정 시기에 몰려 있고 기간이 짧음

### 다) 지역 지원사업에 대한 의견 조사

#### □ 창작자 지원사업 수혜 경험

- 지원사업 관련 서류가 너무 많아 정작 지원이 필요한 창작자는 지원을 못 함

□ 지역 콘텐츠 창작을 유지하기 위한 정부/기관의 지원

- (울산) ‘울산큰애기’캐릭터 외 자치구별 캐릭터를 다양하게 사용하면 좋겠음
- 사업대상자 선정 시 경력의 비중을 줄이고 아이디어 위주로 선정해주길 바람
- 다양한 시간대에 강의를 생기면 좋겠음

### 3) 대구/경북

#### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

##### 콘텐츠 창작 시 현 지역에 있기에 얻을 수 있는 장점

- 대구 지역은 인프라도 좋고 현재 활동하고 있는 프로 창작자들도 많음

##### 콘텐츠 창작 시 현 지역에 있기에 얻을 수 있는 단점

- 경산의 경우 홍보가 부족하여 이용자가 많이 없고 콘텐츠 산업도 다양하지 않음
- 구미나 김천, 대구 서남부 지역의 경우 콘텐츠 관련 기관이 있는 안동까지 이동하기 힘들고 공업지역에 대한 인식 때문인지 인프라나 지원이 매우 부족함
- 대구의 경우 지원사업이 단발성인 경우가 많고 멘토링 연계가 오래가지 못함

##### 지역에서 활동하면서 느낀 다른 지역과의 차별/소외감

- 서울지역보다 공유오피스나, 사무실 임대, 장기/시설 임대 지원사업이 부족함

#### 나) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

##### 현 지역에서 지원을 가장 많이 하고 있다고 생각하는 콘텐츠 분야

- 대구의 경우 웹툰, 이모티콘, 웹 소설 지원을 많이 하고 있다고 느끼지만 트렌드에 따라 바뀌는 경우가 대부분임. 한 분야를 꾸준히 밀어주면 좋겠음
- 지원사업을 특정 분야에 해주고 있다고 느껴지진 않지만, 지원 금액 차이가 크게 남
- 경북 지역은 제조업과 테크놀로지가 결합해야 지원 받는다고 생각함

##### 콘텐츠 지원 기관/시설 인지 정도

- 대구 콘텐츠코리아랩
  - 요즘 교육 지원금이나 공모전을 연계하는 방향으로 지원하고 있고, 프로 작가도 영입하고 대학교와 연계도 하는 등 분위기가 좋아지고 있음
  - 콘텐츠에 관한 노하우나 행사가 많아서 만족도 높음
- 대구 콘텐츠비즈니스센터

- 시설이 좋음
- 경북 콘텐츠코리아랩
  - 안동에 있어서 직접 방문하기는 힘들고 온라인 강의를 주로 이용하고 있음

현재 작업 분야의 창작자 커뮤니티/네트워킹

- 경북 지역 커뮤니티는 부족하다고 느낌
- 네트워킹 장을 예산상으로도 지원해줬으면 좋겠음

지역 특화 콘텐츠 제작

- 일부 참여자들은 제작 이후 상품으로 연결되지 않아 지역 특화 사업 지원을 하지 않는다고 함
- 지원금을 받기 위해 하고자 하는 작품보다는 선정 요건에 맞는 작품을 제작해야 하는 점이 아쉬움

지역 콘텐츠 산업의 발전을 저해하는 문제점

- 경북 지역의 경우 문화예술 행사에 다른 지역 창작자를 섭외하고 있는데, 내부 지역 창작자를 지원하고 육성해주면 좋겠음

다) 지역 지원사업에 대한 의견 조사

지역 콘텐츠 창작을 유지하기 위한 정부/기관의 지원

- 지역 관광 특화 상품을 만들어서 콘텐츠 사업을 조성하길 바람
- 지역 대상으로 예술가 비자를 주면 좋겠음

라) 기타 의견

지역 내 창작환경이나 창작 활동하면서 느꼈던 점/바라는 점

- 창작자 커뮤니티가 생겼으면 좋겠고 경산은 청년들이 많이 있는 지역이라는 점을 특화해서 관광 상품이나 캐릭터가 만들어지길 바람

#### 4) 경기/인천

##### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

###### □ 콘텐츠 창작 시 현 지역에 있기에 얻을 수 있는 장점/단점

- 경기
  - 콘텐츠 관련 문의를 친절하게 받아주시고 적극적인 자세로 응대해주어서 좋았음
  - 부천의 경우, 만화 도시로 조성된 만큼 지원이나 시설들이 좋지만, 입주 모집 인원이 적고 기간도 불규칙적임
  - 경기 지역은 콘텐츠들이 사업성에 치중하는 면이 있어서 다양성이 부족하다고 느낌
  - 경기도의 범위가 넓어서 지원받으려 중심지(판교)로 이동해야 하는 문제가 있음
  
- 인천
  - 인천에 콘텐츠와 관련된 지원기관들이 많다고 느껴지며, 편향적인 지원을 하지 않고 다양한 콘텐츠에 열린 마음으로 지원을 해준다고 생각함

###### □ 지역에서 활동하면서 느낀 다른 지역과의 차별/소외감

- 지역 내에서 지역 창작자보다 서울지역 창작자를 더 높이 쳐주는 분위기가 있음
- 지역에서 자리 잡으려고 할 때 지역 내 형성되어 있는 지역유지나 지역 단체원과의 관계가 영향을 미침
- 경기의 경우 다른 지역인 강원도와 비교했을 때 지원사업이 다양하지 않다고 느꼈고, 경기 내부에서도 외곽지역보다 서울과 더 가까운 곳에 지원이 더 적다고 느껴짐
- 경기 지역은 창작자들이 공장을 저렴한 가격으로 임대할 수 있는 지원이 되어있는데 그에 반해, 인천 지역은 공장(제조)과의 연계 지원이 부족함

## 나) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

### 현 지역에서 지원을 가장 많이/적게 하고 있다고 생각하는 콘텐츠 분야

- 경기의 경우 1인 크리에이터/영상 관련 분야를 집중적으로 지원한다고 느낌
- 인천의 경우 창업 지원이 많다고 느끼는 창작자도 있었으며, 분야별로 잘 관리되고 있다고 느끼는 창작자도 있었음
- 한동안은 AR, VR, 현재는 메타버스를 지원 하는걸 보면서 지원에 유행이 있다고 느낌

### 콘텐츠 지원 기관/시설 인지 정도

- 인천콘텐츠코리아랩
  - 콘텐츠기업지원, 멘토링 지원 경험이 좋았음
- 인천테크노파크
  - 꾸준한 지원사업 알람이 좋았음
- 인천콘텐츠기업지원센터
  - 프로그램 개발이 필요함

### 현재 작업 분야의 창작자 커뮤니티/네트워킹

- 공동 작업실이 다양하게 있으면 자연스럽게 커뮤니티가 생기지 않을까 생각함
- 다양한 창작자들이 속한 컨소시엄 지원도 협업의 기회를 높이는 방법이라 생각함

### 지역 특화 콘텐츠 제작

- 지역 특화 콘텐츠는 지원 없이 시작하기 어렵고, 지원 공모 시기도 연초에 몰려 있어서 시기를 놓치면 시작하기가 힘들
- 지역 특화 콘텐츠 제작을 하면서 지역에 관해 관심이 생기고 지역에 대한 애정도가 높아짐
- 지역을 나누고 꼭 지역에 한정하여 콘텐츠를 제작해야 하는지 의문이 듦

### 지역 콘텐츠 산업의 발전을 저해하는 문제점

- 공모 사업 시 최근 몇 년간의 실적 유무로 제한을 두어 경력이 단절된 창작자는 지원사업을 참여하기 어려움
- 단기적인 성과 중심이 아닌 업체의 중장기 발전을 위해 지원사업이 실시되면 좋겠음



## 다) 지역 지원사업에 대한 의견 조사

### □ 창작자 지원사업 수혜 경험

- 지원받는 사업/창작자에게 맞는 융통성 있는 지원이 필요함
- 후지급 지원이 많아서 자금 융통에 어려움이 있음

### □ 지역 콘텐츠 창작을 유지하기 위한 정부/기관의 지원

- 1인 창작자를 위한 공유 오피스 활성화
- 창작자들의 작품/콘텐츠를 전시하고 수입을 창출할 수 있는 판로지원을 해주면 좋겠음
- 창작 전 사전 지원 제도의 허들이 낮아지면 좋겠음
- 다른 지역 창작자가 아닌 지역 창작자를 대상으로 팸투어<sup>8)</sup>를 활용한 소재 개발 기회가 늘었으면 좋겠음
- 콘텐츠 지원사업 설정 시 실제 수혜자(창작자)의 의견을 듣는 자리를 마련해서 의견을 듣고 지원 방향이 설정되면 좋겠음

---

8) 지방 자치 단체나 여행업체 등이 지역별 관광지나 여행 상품 따위를 홍보하기 위하여 사진작가나 여행 전문 기고가, 기자, 블로거, 협력 업체 등을 초청하여 설명회를 하고 관광, 숙박 따위를 제공하는 일(출처: 우리말샘)

## 5) 대전/충북/충남/세종

\* 세종의 경우 세종 콘텐츠코리아랩이 없고, FGI 참석자 2명 모두 '음악' 분야로, '음악' 관련 의견이 대다수임

### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

#### □ 콘텐츠 창작 시 현 지역에 있기에 얻을 수 있는 장점

- 대전의 경우 서울과 비교했을 때 지역 내에서는 경쟁력을 가지고 있다는 게 강점임
- 충북의 경우 아직 체계가 덜 잡혀있어서 창작자의 의견을 적극적으로 수렴해주는 것이 좋음
- 충남 외곽지역에 새로운 창작 센터를 건립하고 있다는 것이 장점임
- 세종의 경우 세종 테크노파크에 웹툰 작가를 위한 공간도 있고, 시에서 지원하는 프로그램도 많음
- 세종의 경우, 경쟁률이 낮고 행정 처리가 수월하며 지원 기회나 인프라가 잘 구축돼있음
- 지역에 거주함으로 인해 느낀 단점이 최근 비대면 활성화로 해소되었음

#### □ 콘텐츠 창작 시 현 지역에 있기에 얻을 수 있는 단점

- 지역 창작자로서 서울이나 타 유명 행사 참여 시 교통비, 숙박비가 추가로 드는 점이 단점임
- 청주, 천안, 세종, 대전은 1시간 생활권인데, 지역 기관끼리 제한을 뒤 지원사업 신청, 공모 신청 등에 제약이 생김
- 웹소설 분야의 경우 지원 지역이 일률적이지 않아, 해당 분야를 영위하는 창작자로서 기관에서 창작자 현황을 파악하고 있는지 의문이 듦
- 서울의 경우 투자유치 시 대표를 바로 만나 사업 진행 속도가 빠른 것에 비해, 대전 지역에서는 대표자가 아닌 사원급을 만나기 때문에 사업 진행 속도가 더딤
- 현재 지원사업이 스타트업 대상의 지원사업밖에 없어서 중견, 대기업에 대한 지원 혜택을 희망하는 창작자로서 미스 매칭됨을 느낌
- 세종의 경우, 지원금액이 적음

#### □ 지역에서 활동하면서 느낀 다른 지역과의 차별/소외감

- 서울지역에 비해 공유오피스나, 사무실 임대, 장비/시설 임대 지원사업이 부족함
- 세종에는 콘텐츠코리아랩이 없음

## 나) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

### □ 현 지역에서 지원을 가장 많이 하고 있다고 생각하는 콘텐츠 분야

- 청주지역은 공예와 캐릭터에 지원을 많이 하고 있다고 느껴짐
- 모든 분야를 지원하고 있어서 특화 사업 존재에 의문이 듦

### □ 콘텐츠 지원 기관/시설 인지 정도

- 세종 음악 창작소
  - 인프라가 잘 갖춰져 있음
  - 연계 활동을 할 수 있는 기회가 많음

### □ 현재 작업 분야의 창작자 커뮤니티/네트워킹

- 충청도를 충북, 충남, 대전, 세종 이렇게 나누지 않고 '충청'권역으로 묶어 권역 내 교류가 더 활발하게 이뤄지길 희망함
- 창작자 커뮤니티에 대한 지원이 부족하다고 느끼며, 지자체 주도로 네트워킹이 이루어지길 희망함
- 창작자 협업 시 콘텐츠코리아랩이 중간 역할을 하여 창작자 소개를 해주면 좋겠음
- 세종의 경우, 창작자 커뮤니티/네트워킹이 부족한 편이며 지역 내 홍보만 이루어짐

### □ 지역 특화 콘텐츠 제작

- 특화콘텐츠 제작 지원금액이 생계를 유지할 만큼 넉넉하지 않아서 향후 지역 특화 콘텐츠 제작이 의향이 없음
- 서울을 배경으로 하는 창작물이 많아서 내 지역을 배경으로 하는 창작물을 만들고자 하는 의지가 있으며, 지역 창작물을 만들다 보면 지역에 대한 정도 생김
- 세종은 지원을 잘해준다고 느끼기 때문에 재참여 의향이 존재함

### □ 지역 콘텐츠 산업의 발전을 저해하는 문제점

- 대전, 충북, 충남, 세종이 충북권인데 동일 권역에서도 지역을 나눠서 지역 콘텐츠 기관에서 강의를 거주지로 한정하거나 지원사업도 지역 내로 한정하는 것이 문제라고 생각함.
- 지원사업을 받기 위한 제한사항이 있고 특히 지원사업에 중복으로 참여하는 것이 불가능

해 하나의 지원사업으로 생계를 유지하는 데 경제적으로 어려움이 있음

- 지역마다 중복 사업이 많고 자금 투자 대비 실효성이 떨어짐
- 정부 지원사업이 단기적인 성과를 원하는데 그에 대비할 인력과 자금이 부족한 것이 현실적인 문제임

#### 다) 지역 지원사업에 대한 의견 조사

##### □ 지역 콘텐츠 창작을 유지하기 위한 정부/기관의 지원

- 소외지역에도 콘텐츠 관련 강의가 생기면 좋겠음
- 창작자들은 대부분 프리랜서기 때문에 정부에서 건강검진을 지원해주면 좋겠음
- 콘텐츠를 제작하는 교육이나 인큐베이팅 기회가 많아져야 하고, 참여 창작자가 전문가 단계까지 갈 수 있도록 멘토링, 컨설팅이 함께 진행되어야 함
- 경력이 애매한 3~4년 차 창작자에게 창작을 지속할 수 있도록 많이 지원이 생기길 바람

#### 라) 기타 의견

##### □ 지역 내 창작환경이나 창작 활동하면서 느꼈던 점/바라는 점

- 충북이 공예 중심 지역이고 서울에 비해 지원도 많은데 인지도가 낮아 아쉬움
- 충북에 웹소설 지원이 적어서 웹소설을 창작하는 지역 창작자로서 소외감이 듦
- 일회성의 자금 지원에 국한되지 않고 창작자가 성장할 수 있는 문화를 만들어주면 좋겠음

## 6) 강원

### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

#### 콘텐츠 창작 시 현 지역에 있기에 얻을 수 있는 장점/단점

- 강원의 경우, 창업에 대한 지원이나 콘텐츠 지원사업들이 많은 것이 장점이지만, 콘텐츠를 제작하고 있는 창작자의 수가 부족하여 콘텐츠 제작 시 인력확보에 어려움이 있음
- 기반은 약하지만, 리더 그룹이 생기고 행정이 잘 갖춰진다면 다양한 지역 콘텐츠 소재가 나올 것으로 기대하고 있음
- 온라인을 활용하여 로컬화, 글로벌화 할 수 있는 소재들이 많다고 생각함

#### 지역에서 활동하면서 느낀 다른 지역과의 차별/소외감

- 오히려 지역 내에서 지역 창작자보다 서울 창작자를 더 대우해준다는 느낌을 받은 적이 있고, 서울 창작자가 수준이 더 높다는 편견을 가진 사람들이 많다고 느꼈음

### 나) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

#### 현 지역에서 지원을 가장 많이 하고 있다고 생각하는 콘텐츠 분야

- 관광을 콘텐츠로 창작을 하는 사람도 많고, 관광 쪽으로 지원도 많이 해주고 있다고 생각함

#### 현 지역에서 지원을 가장 적게 하고 있다고 생각하는 콘텐츠 분야

- 기초적인 콘텐츠 지원만 하고 다른 지역처럼 AI나, 메타버스 등 디지털화된 콘텐츠 제작은 부족하다고 생각함

#### 콘텐츠 지원 기관/시설 인지 정도

- 강원콘텐츠코리아랩
  - 시설 이용이 쉬운 편
  - 교육이 좋다 (강사, 교육 내용, 콘텐츠 연계성)
  - 담당자들이 친절하고 관심이 많다.

□ 현재 작업 분야의 창작자 커뮤니티/네트워킹

- 강원 지역 내 커뮤니티나 네트워킹은 열악하다고 느낌
- 지역 창작자들 간의 상생을 위해서라도 창작자 모임을 지원해주면 좋겠고, 지역 창작자를 홍보할 수 있는 자리가 마련되면 좋겠음

□ 지역 특화 콘텐츠 제작

- 시제품을 판매하여 제품에 대한 시장성을 분석하고 싶지만, 시제품 공모에 참여하면 시제품을 판매할 수 없다는 점이 아이러니하다고 생각함
- 지원이 끝난 후 사업화는 개인의 몫으로 넘겨지는 느낌을 받았음

다) 지역 지원사업에 대한 의견 조사

□ 창작자 지원사업 수혜 경험

- 지원사업 수혜 시 한정된 사업비 활용도 때문에 제일 필요한 도구/프로그램 구매에 어려움이 있음
- 지원사업에 관련한 서류처리가 너무 많고 복잡하다고 생각하는데 특히, 영수증을 입력하고 철하는 작업이 요즘 같은 시대에 필요한지 잘 모르겠고 부족한 서류 작성법에 대한 교육이 있었으면 좋겠음
- 수혜 후 모니터링이 너무 많음
- 사업 결과에 대한 부담과 책임감이 크게 느껴질 때가 있음

□ 지역 콘텐츠 창작을 유지하기 위한 정부/기관의 지원

- 다른 지역 창작자를 끌어올 수 있는 임대지원, 공간지원 등과 같은 체류형 지원사업이 있으면 좋겠음
- 창업 이후에 사업화로 넘어가는 단계별 지원이 필요함

## 라) 기타 의견

### 지역 내 창작환경이나 창작 활동하면서 느꼈던 점/바라는 점

- 지원사업 수행 시 불필요한 행정 절차들이 개선되면 좋겠음
- 개인 창작자들의 창작물을 판매할 수 있는 판매소가 생기면 좋겠음

## 7) 제주

### 가) 지역 창작자로서의 의견 조사

#### 콘텐츠 창작 시 현 지역에 있기에 얻을 수 있는 장점

- 제주의 경우, 역사 소재와 문화 소재가 풍부하다는 점과 지원사업 경쟁률이 적은 편임

#### 콘텐츠 창작 시 현 지역에 있기에 얻을 수 있는 단점

- 제주의 경우, 제주의 문화를 콘텐츠로 창작 시 대중의 공감성을 얻는 데 어려움이 있어 시장성이 떨어짐
- 제주도 내에서는 지역 콘텐츠나 전통문화에 대한 지원을 적극적으로 해주지만, 막상 육지에서 오는 심사위원들은 제주 로컬 소재를 사용한 콘텐츠에 반감이 있음
- 제주는 인구 밀도가 낮아 전문가, 수강생이 모두 적어서 교육의 질이 떨어진다고 느낌
- 콘텐츠 관계 기관끼리 소통해서 중복되는 사업은 안 했으면 좋겠음

#### 지역에서 활동하면서 느낀 다른 지역과의 차별/소외감

- 제주의 경우, 항공편과 숙박 비용을 개인 부담하는 경우가 많아 행사 참여에 소극적으로 되고, 기회도 적어지는 것 같음

### 나) 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

#### 현 지역에서 지원을 가장 적게 하고 있다고 생각하는 콘텐츠 분야

- 제주의 경우, 웹툰 부분 사업이 부족한 점이 존재

#### 콘텐츠 지원 기관/시설 인지 정도

- 제주 콘텐츠 코리아 랩
  - 외주 기업에 따라 퀄리티 차이가 심함
  - 웹툰 캠퍼스보다 규모가 큼
  - 대관 이용 시 어려움이 존재
- 제주 웹툰 캠퍼스



- 장비 지원이 고가의 장비들로 지원됨
- 사업 자체의 퀄리티가 점점 좋아지고 있음(ex. 작가 교육 등)

□ 현재 작업 분야의 창작자 커뮤니티/네트워킹

- 제주의 경우, 커뮤니티 수가 적고 기성 작가들의 네트워킹이 참여 비율이 낮아 예비 창작자와 기성 작가 간의 네트워킹은 약함

□ 지역 특화 콘텐츠 제작

- 제주의 경우, 지역 특화 콘텐츠 제작을 계속할 의향이 존재하며 문화나 전통 소재로 지역 특화 콘텐츠 제작함

다) 지역 지원사업에 대한 의견 조사

□ 지역 콘텐츠 창작을 유지하기 위한 정부/기관의 지원

- 제주 지역 웹툰과 관련하여 스토리 멘토링 프로그램을 지원해주길 희망함
- 휴재 기간 수입 창출의 방법으로 창작자에게 웹툰 교육을 진행할 기회를 만들어주면 좋겠음

라) 기타 의견

□ 지역 내 창작환경이나 창작 활동하면서 느꼈던 점/바라는 점

- 웹툰 캠퍼스에서 한 돌봄 스킬업과 같은 자기 돌봄 프로그램이 더 많아졌으면 좋겠음
- 창작은 단기적으로 성과를 내기 힘든데 지원사업의 경우 성과 지표를 내는 것에만 몰두하여 있음

## 다. 창작자 FGI 가이드 라인

### 1. 좌담회 진행 방법 소개 및 참석자 개인 소개

15분

한국콘텐츠진흥원은 지역 콘텐츠 산업 및 창작자에 대한 실태 조사를 진행하고 있으며, 오늘은 창작자 설문조사에 응해주신 분들 가운데 희망자를 무작위로 선정하여 모시고 및 지역 콘텐츠 환경에 대한 좌담회를 실시하고 있습니다.

오늘 좌담회는 한국콘텐츠진흥원의 의뢰로 리서치 전문회사인 매트릭스에서 수행하고 있으며, 저는 좌담회를 진행하는 000입니다.

본 좌담회는 실태조사연구의 일부인 Focus Group Interview로 진행되며, 말씀 주신 내용은 익명으로 처리됩니다. 응답하신 내용은 물론 응답자에 대한 개인정보는 통계법 및 개인정보 보호법 등 관련 법규에 의해 비밀이 철저히 보호됨을 알려드립니다. 오늘 말씀하신 내용은 추후 보고서 작성을 위해 녹화될 예정이며, 개인정보는 일절 공개되지 않음을 다시 한번 말씀드립니다. 녹화 파일은 연구가 종료된 다음 삭제 처리하게 됩니다.

#### Warming-up 단계

본격적인 인터뷰에 들어가기에 앞서, 창작자분들에 대한 간단한 소개를 부탁드립니다.

- 이름(또는 작가명)
- 주 활동 지역과 분야
- 최종학력 전공
- 창작 활동 경력(데뷔 연도)
- 지역에서 창작 활동한 기간

### 2. 지역 창작자로서의 의견 조사

35분

콘텐츠 창작시 현 지역에 있기에 얻을 수 있는 장단점은 무엇입니까?

- 어떤 점 때문에 그 점을 장점/단점으로 말씀하셨나요?
- 말씀하신 장점/단점을 고려했을 때 지역창작자로서 얼마나 만족하고 계십니까? (1~5점)

- 지역에서 활동하시면서 다른 지역과의 차별/소외감을 느끼신 경험이 있으신가요?
  - 어떤 지역과 비교했을 때 차별/소외감을 느끼셨고, 그렇게 느낀 경험에 대해 말씀해주세요.
  - (느낀 경험이 없으셨다면) 현 지역이 다른 지역에 비해 인프라나 지원이 어느 정도 구축되었다고 생각하십니까?
  - 여러 가지 어려움이 있음에도 지역에 머무르는 이유와 서울/다른 지역으로 가지 않는 이유가 있으신가요?

### 3. 지역 내 콘텐츠 인프라에 대한 의견 조사

40분

- 주 창작 활동 지역에서 (지원을 가장 많이/지원을 가장 적게) 하고 있다고 생각하는 콘텐츠 분야는 무엇입니까?
  - 어떤 점 때문에 (언급된 분야) 이라고 답변하셨습니까?
  - 그렇다면 (지원을 많이 한다고 언급한 분야)가 지역을 대표하는 콘텐츠 분야라고 생각하십니까?
  
- 지역에 있는 콘텐츠 지원 기관이나 시설에 대해서 알고 계십니까?  
(<보기 시트>지역별 인프라 배포하여 인지도 질문)
  - 현 지역에 보기에 나온 지원 기관이 있다는 사실을 알고 계셨나요?
  - (언급된 기관/시설)은 어떻게 알게 되셨나요?
  - (언급된 기관/시설)을 이용하신 경험과 만족도에 대해 말씀해주세요.
  
- 현재 작업하시는 분야의 창작자 커뮤니티/네트워킹은 잘 이루어지고 있다고 생각하십니까?
  - 그렇게 평가하시는 이유가 있다면 무엇입니까?
  - 창작자 네트워킹이 잘 이루어지기 위한 의견을 말씀해주세요.
  
- 지역 특화 콘텐츠 제작을 하고 계신가요?
  - (제작 시) 지역 특화 콘텐츠 제작을 하게 된 이유와 콘텐츠 선택 이유가 무엇인가요?
  - (제작 시) 지역 특화 콘텐츠를 아이টে็ม으로 창작 활동을 유지하실 의향과 이유에 대해 말씀해주세요.

- (미제작 시) 제작하지 않는 이유와 향후 제작 의향에 대해서 말씀해주세요.

지역 콘텐츠 산업의 발전을 저해하는 문제점은 무엇이라고 생각하십니까?

- (문제점)이라고 생각하시는 이유와 개선하기 위한 노력으로 무엇이 있다고 생각하십니까?

#### 4. 지역 지원사업에 대한 의견 조사

20분

최근 2년간 창작자 지원사업 수혜 경험이나 지원 경험이 있으신가요?

- (수혜자/지원자) 지원사업을 이행하면서 좋았던 점과 애로사항에 대해 말씀해주세요.
- (미지원자) 지원하지 않은 이유가 있으신가요?

지역에서 콘텐츠 창작을 유지하기 위해서 정부나 기관이 어떤 지원을 하는 것이 도움이 된다고 생각하십니까?

#### 5. 마무리

10분

위에 언급된 내용 외에 지역 내 창작환경이나 창작 활동을 하면서 느꼈던 점과 바라는 사항이 있으시면 자유롭게 말씀해주세요.

마무리 인사

---

## 제4장 인력 공급 현황

---



## 제4장 인력 공급 현황

### 1. 대학

- 2020년 12월 31일 기준, 「고등교육기관 졸업자 건강보험 및 국세DB연계 취업통계조사, 2020」를 통해 국내 전문대학 이상 콘텐츠 관련 학과 졸업생들의 취업 및 창작 활동, 프리랜서, 진학률 등에 대한 대략적인 현황을 파악함
- 학과 계열은 한국교육개발원 ‘학과(전공)분류’에 따르며, 콘텐츠 관련 소계열을 분류한 과정은 아래와 같음
  - ① 2020년 콘텐츠 관련 학과 소계열을 콘텐츠 관련 계열로 1차 분류
  - ② 해당 소계열 중 2020년 기준 콘텐츠 관련 학과의 수가 현저히 적은 소계열 제외
  - ③ 2차 분류기준으로 한국콘텐츠진흥원과 소계열 학과 최종협의
- 서울지역을 제외한 188개 소계열 중 24개 소계열을 콘텐츠 관련 학과로 분류함
- 소계열은 ‘게임/콘텐츠솔루션’, ‘문예창작’, ‘사진·만화’, ‘언론·방송·매체학’, ‘영상·예술’, ‘음악’으로 구분하여 현황을 나타냄
- 개별 학과의 교육과정, 학과의 목적 등을 고려하지 않고 학과의 명칭과 비율만으로 소계열을 분류하였기 때문에 해당 소계열 내 콘텐츠와 무관한 학과가 일부 포함되었으며, 타 소계열에 속해있는 콘텐츠 관련 세부 학과를 일부 포함하지 못한 한계점이 있음

<표 4-1> 콘텐츠 분야별 관련 학과 분류계열

보고서 구분	중계열	소계열
게임/콘텐츠솔루션	컴퓨터·통신	응용소프트웨어
		응용소프트웨어공학
문예창작	언어·문학	국어·국문학
		문예창작
사진·만화	응용예술	사진·만화
		사진·만화
언론·방송·매체학	사회과학	언론방송
		언론·방송·매체학
	인문과학	문화·민속·미술사학
영상·예술	응용예술	영상·예술
		영상·예술
	연극·영화	연극·영화
		연극·영화
	디자인	기타디자인
		디자인일반
시각디자인		
미술·조형	응용미술	
음악	음악	국악
		기악
		성악
		음악
		음악학
		음향
		작곡
		기타음악



## 가. 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황

### 1) 콘텐츠 분야별 현황

2020년 12월 31일 기준 국내 전문대학 이상 졸업자들의 취업률 현황을 콘텐츠 분야별로 살펴보면, ‘영상·예술’ 관련 학과의 졸업자 수가 전체 졸업자 40,826명 중 19,669명(48.2%)으로 가장 많고, 취업률은 ‘사진·만화’ 관련 분야가 졸업자 1,827명 중 취업자 1,031명으로 취업률 56.4%로 1위를 차지하였다.

<표 4-2> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황

(단위 : 명, %, 순위)

구분	졸업자	취업자	취업률	취업률 순위
총합계	40,826	21,173	51.9	-
사진·만화	1,827	1,031	56.4	1
게임/콘텐츠솔루션	4,098	2,292	55.9	2
언론·방송·매체학	5,166	2,861	55.4	3
영상·예술	19,669	10,878	55.3	4
음악	6,393	2,767	43.3	5
문예창작	3,673	1,344	36.6	6

출처 : 한국교육개발원, 「고등교육기관 졸업자 건강보험 및 국세DB연계 취업통계조사」, 2020년

## 2) 지역별 현황

지역별로 살펴보면, '경기' 지역의 졸업자 수가 전체 졸업자 40,826명 중 14,230명으로 (34.9%)으로 가장 많고, 다음으로 '충남'이 4,208명(10.3%), '부산'이 3,859명(9.5%), '경북'이 2,703명(6.6%) 등의 순이었다.

취업률은 '인천'이 졸업자 816명 중 취업자 473명으로 취업률 58.0%로 1위를 차지하였으며, '세종'은 졸업자 1,464명 중 취업자 815명으로 55.7%를 차지하여 2위, '전남'(졸업자 934명 중 취업자 515명)과 '충남'(졸업자 4,208명 중 취업자 2,320명)은 55.1% 취업률로 3위를 차지하였다.

<표 4-3> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황

(단위 : 명, %, 순위)

구분	졸업자	취업자	취업률	취업률 순위
<b>총합계</b>	<b>40,826</b>	<b>21,173</b>	<b>51.9</b>	-
인천	816	473	58.0	1
세종	1,464	815	55.7	2
전남	934	515	55.1	3
충남	4,208	2,320	55.1	3
강원	1,520	829	54.5	5
경기	14,230	7,724	54.3	6
충북	1,976	1,048	53.0	7
대전	2,307	1,203	52.1	8
광주	1,555	798	51.3	9
제주	264	131	49.6	10
경북	2,703	1,293	47.8	11
전북	2,124	999	47.0	12
경남	779	363	46.6	13
부산	3,859	1,733	44.9	14
대구	1,637	733	44.8	15
울산	450	196	43.6	16

출처 : 한국교육개발원, 「고등교육기관 졸업자 건강보험 및 국세DB연계 취업통계조사」, 2020년

## 나. 콘텐츠 분야별 개인창작 활동 진출 현황

### 1) 콘텐츠 분야별 현황

취업자 중 개인창작자로 활동하는 경우는 1,143명으로 전체 취업자의 5.4%로 나타났다. 창작자로 활동하는 비율이 가장 높은 분야는 '사진·만화' 분야로 해당 분야 취업자 1,031명 중 144명(14.0%)이 개인창작자로 활동하는 것으로 나타났다. 다음으로 '음악'분야 2,767명 취업자 중 310명(11.2%)이, '영상·예술'분야 10,878명 취업자 중 596명(5.5%)등의 순으로 개인 창작자로 활동하는 것으로 나타났다.

<표 4-4> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 취업자 및 개인창작자 현황  
(단위 : 명, %)

구분	취업자	개인창작자	취업자 대비 개인창작자 비율
<b>총합계</b>	<b>21,173</b>	<b>1,143</b>	<b>5.4</b>
게임/콘텐츠솔루션	2,292	51	2.2
문예창작	1,344	25	1.9
사진·만화	1,031	144	14.0
언론·방송·매체학	2,861	17	0.6
영상·예술	10,878	596	5.5
음악	2,767	310	11.2

출처 : 한국교육개발원, 「고등교육기관 졸업자 건강보험 및 국세DB연계 취업통계조사」, 2020년

## 2) 지역별 현황

지역별로 살펴보면, 개인창작자로 진출하는 비율이 가장 높은 지역은 ‘광주’로 전체 취업자 798명 중 77명(9.6%)이 개인창작자로 진출하였고, 다음으로 ‘경기’지역 취업자 7,724명 중 600명(7.8%), ‘전남’지역 취업자 515명 중 30명(5.8%) 등의 순으로 나타났다. 한편 개인창작자로 활동하는 비율이 가장 낮은 지역은 ‘제주’로 취업자 131명 중 개인창작자로 취업한 경우가 없는 것으로 나타났다.

<표 4-5> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 취업자 및 개인창작자 현황  
(단위 : 명, %)

구분	취업자	개인창작자	취업자 대비 개인창작자 비율
<b>총합계</b>	<b>21,173</b>	<b>1,143</b>	<b>5.4</b>
부산	1,733	31	1.8
대구	733	23	3.1
인천	473	14	3.0
광주	798	77	9.6
대전	1,203	66	5.5
울산	196	5	2.6
세종	815	38	4.7
경기	7,724	600	7.8
강원	829	6	0.7
충북	1,048	57	5.4
충남	2,320	116	5.0
전북	999	38	3.8
전남	515	30	5.8
경북	1,293	34	2.6
경남	363	8	2.2
제주	131	0	0.0

출처 : 한국교육개발원, 「고등교육기관 졸업자 건강보험 및 국세DB연계 취업통계조사」, 2020년

## 다. 콘텐츠 분야별 1인 창업 현황

### 1) 콘텐츠 분야별 현황

취업자 중 1인 창업을 한 경우는 688명으로 전체 취업자의 3.2%로 나타났다. 1인 창업자의 비율이 가장 높은 분야는 '음악'으로 취업자 2,767명 중 189명(6.8%)이 1인 창업을 하는 것으로 나타났다. 다음으로 '영상·예술'분야 취업자 10,878명 중 357명(3.3%), '문예창작'분야 취업자 1,344명 중 39명(2.9%) 등의 순으로 나타났다.

<표 4-6> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 취업자 및 1인 창업자 현황  
(단위 : 명, %)

구분	취업자	1인 창업자	취업자 대비 1인 창업자 비율
<b>총합계</b>	<b>21,173</b>	<b>688</b>	<b>3.2</b>
게임/콘텐츠솔루션	2,292	23	1.0
문예창작	1,344	39	2.9
사진·만화	1,031	24	2.3
언론·방송·매체학	2,861	56	2.0
영상·예술	10,878	357	3.3
음악	2,767	189	6.8

출처 : 한국교육개발원, 「고등교육기관 졸업자 건강보험 및 국세DB연계 취업통계조사」, 2020년

## 2) 지역별 현황

지역별로 살펴보면, 1인 창업을 하는 비율이 가장 높은 지역은 ‘광주’, ‘전남’, ‘경남’으로 해당 지역 취업자의 5.8%가 1인 창업을 하는 것으로 나타났다. 다음으로 ‘경북’ 지역 취업자 1,293명 중 73명(5.6%), ‘부산’ 지역 취업자 1,733명 중 82명(4.7%) 등의 순으로 나타났다.

1인 창업을 하는 비율이 가장 낮은 지역은 ‘인천’ 지역으로 취업자 473명 중 8명(1.7%)이 1인 창업을 하는 것으로 나타났다.

<표 4-7> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 취업자 및 1인 창업자 현황  
(단위 : 명, %)

구분	취업자	1인 창업자	취업자 대비 1인 창업자 비율
<b>총합계</b>	<b>21,173</b>	<b>688</b>	<b>3.2</b>
부산	1,733	82	4.7
대구	733	27	3.7
인천	473	8	1.7
광주	798	46	5.8
대전	1,203	31	2.6
울산	196	6	3.1
세종	815	17	2.1
경기	7,724	190	2.5
강원	829	30	3.6
충북	1,048	27	2.6
충남	2,320	55	2.4
전북	999	41	4.1
전남	515	30	5.8
경북	1,293	73	5.6
경남	363	21	5.8
제주	131	4	3.1

출처 : 한국교육개발원, 「고등교육기관 졸업자 건강보험 및 국세DB연계 취업통계조사」, 2020년

## 라. 콘텐츠 분야별 프리랜서 진출 현황

### 1) 콘텐츠 분야별 현황

취업자 중 프리랜서로 활동하는 경우는 2,896명으로 전체 취업자의 13.7%로 나타났다. 프리랜서로 활동하는 비율이 가장 높은 분야는 '음악'으로 취업자 2,767명 중 672명(24.3%)이 프리랜서로 활동하는 것으로 나타났다. 다음으로 '사진·만화'분야 취업자 1,031명 중 174명(16.9%), '영상·예술'분야 취업자 10,878명 중 1,505명(13.8%) 등의 순으로 나타났다.

<표 4-8> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 취업자 및 프리랜서 현황  
(단위 : 명, %)

구분	취업자	프리랜서	취업자 대비 프리랜서 비율
총합계	21,173	2,896	13.7
게임/콘텐츠솔루션	2,292	109	4.8
문예창작	1,344	175	13.0
사진·만화	1,031	174	16.9
언론·방송·매체학	2,861	261	9.1
영상·예술	10,878	1,505	13.8
음악	2,767	672	24.3

출처 : 한국교육개발원, 「고등교육기관 졸업자 건강보험 및 국세DB연계 취업통계조사」, 2020년

## 2) 지역별 현황

지역별로 살펴보면, 프리랜서로 진출하는 비율이 가장 높은 지역은 '세종'으로 취업자 815명 중 171명(21.0%)이 프리랜서로 진출하여 활동하는 것으로 나타났다. 다음으로는 '전북'지역 취업자 999명 중 175명(17.5%), '경기'지역 취업자 7,724명 중 1,221명(15.8%) 등의 순으로 나타났다. 프리랜서 진출 비율이 가장 낮은 지역은 '울산'으로 취업자 196명 중 9명(4.6%)이 프리랜서로 진출하는 것으로 나타났다.

<표 4-9> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 취업자 및 개인창작자 현황  
(단위 : 명, %)

구분	취업자	프리랜서	취업자 대비 프리랜서 비율
<b>총합계</b>	<b>21,173</b>	<b>2,896</b>	<b>13.7</b>
부산	1,733	222	12.8
대구	733	65	8.9
인천	473	60	12.7
광주	798	82	10.3
대전	1,203	106	8.8
울산	196	9	4.6
세종	815	171	21.0
경기	7,724	1,221	15.8
강원	829	86	10.4
충북	1,048	110	10.5
충남	2,320	318	13.7
전북	999	175	17.5
전남	515	71	13.8
경북	1,293	151	11.7
경남	363	33	9.1
제주	131	16	12.2

출처 : 한국교육개발원, 「고등교육기관 졸업자 건강보험 및 국세DB연계 취업통계조사」, 2020년



## 마. 콘텐츠 분야별 진학률 현황

### 1) 콘텐츠 분야별 현황

졸업자 중 진학자의 경우는 40,826명으로 전체 졸업자의 6.8%로 나타났다.

진학률이 가장 높은 분야는 ‘음악’으로 졸업자 6,393명 중 777명(12.2%)이 진학하는 것으로 나타났다. 다음으로 ‘사진·만화’분야가 졸업자 1,827명 중 158명(8.6%), ‘게임/콘텐츠솔루션’분야가 4,098명 중 258명(6.3%) 등의 순으로 나타났다.

한편, ‘언론·방송·매체학’의 경우 졸업자 5,166명 중 213명(4.1%)으로 가장 낮게 나타났다.

<표 4-10> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 진학률 현황  
(단위 : 명, %)

구분	졸업자	진학자	졸업자 대비 진학자 비율
<b>총합계</b>	<b>40,826</b>	<b>2,793</b>	<b>6.8</b>
게임/콘텐츠솔루션	4,098	258	6.3
문예창작	3,673	216	5.9
사진·만화	1,827	158	8.6
언론·방송·매체학	5,166	213	4.1
영상·예술	19,669	1,171	6.0
음악	6,393	777	12.2

출처 : 한국교육개발원, 「고등교육기관 졸업자 건강보험 및 국세DB연계 취업통계조사」, 2020년

## 2) 지역별 현황

지역별로 살펴보면, 진학자 비율이 가장 높은 지역은 '세종'으로 졸업자 1,464명의 161명(11.0%)이 진학하는 것으로 나타났다. 다음으로 '대구' 지역 졸업자 1,637명 중 166명(10.1%), '경기' 지역 졸업자 14,230명 중 1,246명(8.8%) 등의 순으로 나타났다. 진학자 비율이 가장 낮은 지역은 '충남'으로 졸업자 4,208명 중 137명(3.3%)이 진학하는 것으로 나타났다.

<표 4-11> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 진학률 현황  
(단위 : 명, %)

구분	졸업자	진학자	졸업자 대비 진학자 비율
<b>총합계</b>	<b>40,826</b>	<b>2,793</b>	<b>6.8</b>
부산	3,859	212	5.5
대구	1,637	166	10.1
인천	816	52	6.4
광주	1,555	85	5.5
대전	2,307	134	5.8
울산	450	21	4.7
세종	1,464	161	11.0
경기	14,230	1,246	8.8
강원	1,520	74	4.9
충북	1,976	91	4.6
충남	4,208	137	3.3
전북	2,124	98	4.6
전남	934	41	4.4
경북	2,703	208	7.7
경남	779	47	6.0
제주	264	20	7.6

출처 : 한국교육개발원, 「고등교육기관 졸업자 건강보험 및 국세DB연계 취업통계조사」, 2020년

## 2. 특성화고·마이스터고

- 2021년 4월 1일 기준, 한국교육개발원의 「직업계고 취업통계조사, 2021」 를 통해 특성화고·마이스터고 콘텐츠 관련 학과 졸업생들의 취업 및 진학률 등에 대한 대략적인 현황을 파악함
- 특성화고 학과분류의 경우, 대학교 콘텐츠 관련 학과와 매칭되는 학과를 콘텐츠 관련 학과로 구분함
- 서울지역을 제외한 843개 학과 중 87개를 콘텐츠 학과로 분류
- 개별 학과는 ‘게임/콘텐츠솔루션’, ‘사진·만화’, ‘언론·방송·매체학’, ‘영상·예술’, ‘음악’으로 구분하여 현황을 나타내었으나, ‘음악’의 경우 2021년 기준 특성화고(직업) 졸업생이 없어 제외함
- 세종지역의 경우 2021년 기준 콘텐츠 관련 학과 졸업생이 없어 제외함
- 개별 학과의 교육 과정, 학과의 목적 등을 고려하지 않고 학과의 명칭만으로 콘텐츠학과를 분류하였기 때문에 해당 구분 내 콘텐츠와 무관한 학과가 일부 포함되어있을 수 있음

<표 4-12> 콘텐츠 분야별 관련 학과 분류예시

구분	학과명	구분	학과명
게임/콘텐츠솔루션	AI·게임개발과	영상·예술	미디어콘텐츠디자인과
	IT콘텐츠과		디지털산업디자인과
	IT콘텐츠과		그래픽디자인과
	IT크리에이터과		미디어아트과
	VR콘텐츠과		3D모델링과
	XR융합응용학과		3D융합콘텐츠과
	게임개발과		3D융합크리에이터과
	디지털게임과		3D콘텐츠제작과
	모바일그래픽디자인과		3D프린팅과
	모바일콘텐츠과		IT디자인과
	모션그래픽디자인과		IT산업디자인과
	소프트웨어콘텐츠과		스마트미디어콘텐츠과
	스마트웹콘텐츠과		콘텐츠디자인과
	웹솔루션과		광고영상디자인과
	웹프로그래밍과		공연콘텐츠과
	컴퓨터게임개발과		디지털영상과
컴퓨터게임제작과	멀티미디어디자인과		
컴퓨터디자인과	미디어디자인과		
컴퓨터응용디자인과	디자인콘텐츠과		
사진·만화	만화예술과		광고콘텐츠디자인과
	만화창작과		공예디자인과
	애니메이션과		디자인과
	창작만화과		마케팅디자인과
언론·방송·매체학	디지털미디어과		비주얼디자인과
	미디어콘텐츠과		스마트영상크리에이터과
	스마트미디어과		스마트영상통신과
	융합미디어과		서비스디자인과
	디지털콘텐츠과		스마트디자인과
	디지털콘텐츠과		시각디자인과
	문화콘텐츠계열		연기과
	문화콘텐츠과		연기예술과
	방송무대디자인과		연예매니지먼트과
	방송미디어과	영상그래픽과	
	방송영상과	영상디자인과	
	방송영상연출과	영상미디어과	
	방송촬영조명과	영상비즈니스과	
	소셜미디어개발과	영상연출과	
	소셜미디어콘텐츠과	영상제작과	
	미디어비즈니스과	영상크리에이터과	
	미디어인플루언서과	실용디자인과	
비즈니스콘텐츠과	아트앤디자인과		
마케팅콘텐츠과	융합디자인과		
음악	실용음악과	캐릭터디자인과	
-	-	커뮤니케이션디자인과	

## 가. 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황

### 1) 콘텐츠 분야별 현황

2021년 04월 01일 기준 국내 특성화고·마이스터고 졸업자들의 취업률 및 다른 지역 취업률 현황을 콘텐츠 분야별로 살펴보면, ‘영상·예술’ 관련 학과의 졸업자 수가 2,069명으로 가장 많고, 취업률 또한 ‘영상·예술’ 관련 분야의 취업률이 15.7%로 가장 높게 나타났다.

<표 4-13> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황

(단위 : 명, %, 순위)

구분	졸업자	취업자	취업률	취업률 순위
총합계	3,753	545	21.8	-
영상·예술	2,069	325	15.7	1
언론·방송·매체학	776	110	14.5	2
게임/콘텐츠솔루션	689	88	14.2	3
사진·만화	219	22	12.8	4

출처 : 한국교육개발원, 「직업계고 취업통계조사」, 2021년

## 2) 지역별 현황

지역별로 살펴보면, ‘경기’ 지역의 졸업자 수가 2,126명(56.6%)으로 가장 많고, 취업률은 ‘경북’이 51명 중 19명(37.3%)으로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘인천’지역이 졸업자 332명 중 64명(19.3%)으로, ‘전남’지역이 졸업자 85명 중 14명(16.5%)으로, ‘경기’지역이 졸업자 2,126명 중 347명(16.3%) 등의 순으로 높았다.

<표 4-14> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자 및 취업률 현황

(단위 : 명, %, 순위)

구분	졸업자	취업자	취업률	취업률 순위
<b>총합계</b>	<b>3,753</b>	<b>545</b>	<b>21.8</b>	-
경북	51	19	37.3	1
인천	332	64	19.3	2
전남	85	14	16.5	3
경기	2,126	347	16.3	4
대구	106	17	16.0	5
강원	111	13	11.7	6
충남	135	15	11.1	7
경남	116	11	9.5	8
충북	91	8	8.8	9
부산	250	19	7.6	10
대전	92	6	6.5	11
전북	55	3	5.5	12
울산	155	7	4.5	13
광주	48	2	4.2	14

출처 : 한국교육개발원, 「직업계고 취업통계조사」, 2021년

## 나. 진학률

### 1) 콘텐츠 분야별 현황

졸업자 대비 진학자 비율을 살펴보면, 전체 졸업자 3,753명 중 진학자는 2,320명으로 61.8%로 나타났다.

진학률이 가장 높은 분야는 ‘게임/콘텐츠솔루션’으로 졸업자 689명 중 447명(64.9%)이 진학하는 것으로 나타났다. 다음으로는 ‘언론·방송·매체학’ 분야가 졸업자 776명 중 482명으로 62.1%, ‘영상·예술’ 분야가 졸업자 2,069명 중 1,260명으로 60.9%, ‘사진·만화’ 분야가 졸업자 219명 중 131명으로 59.8%비율을 차지하였다.

<표 4-15> 콘텐츠 분야별 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 진학률 현황

(단위 : 명, %)

구분	졸업자	진학자	졸업자 대비 진학자 비율
<b>총합계</b>	<b>3,753</b>	<b>2,320</b>	<b>61.8</b>
게임/콘텐츠솔루션	689	447	64.9
사진·만화	219	131	59.8
언론·방송·매체학	776	482	62.1
영상·예술	2,069	1,260	60.9

출처 : 한국교육개발원, 「직업계고 취업통계조사」, 2021년

## 2) 지역별 현황

지역별로 살펴보면, 진학자 비율이 가장 높은 지역은 '경남'으로 졸업자 116명 중 92명으로 79.3%가 진학하는 것으로 나타났다. 다음으로 '광주'지역의 졸업자 48명 중 38명(79.2%), '전북'지역 졸업자 55명 중 43명(78.2%), '대전'지역 졸업자 92명 중 70명(76.1%) 등의 순으로 나타났다. 진학자 비율이 가장 낮은 지역은 '경북'으로 졸업자 51명 중 24명인 47.1%가 진학하는 것으로 나타났다.

<표 4-16> 지역별 콘텐츠 관련 학과 졸업자의 콘텐츠 분야별 진학률 현황  
(단위 : 명, %)

구분	졸업자	진학자	졸업자 대비 진학자 비율
<b>총합계</b>	<b>3,753</b>	<b>2,320</b>	<b>61.8</b>
부산	250	178	71.2
대구	106	65	61.3
인천	332	179	53.9
광주	48	38	79.2
대전	92	70	76.1
울산	155	113	72.9
경기	2,126	1,250	58.8
강원	111	67	60.4
충북	91	68	74.7
충남	135	77	57.0
전북	55	43	78.2
전남	85	56	65.9
경북	51	24	47.1
경남	116	92	79.3

출처 : 한국교육개발원, 「직업계고 취업통계조사」, 2021년



---

## 제5장 환경 분석

---



## 제5장 환경 분석

본 장은 설문조사 분석 결과와 함께 조사 지역별 정책 및 산업 환경을 분석하여 지역 콘텐츠 산업의 SWOT분석을 통해 지역 콘텐츠산업 발전 방향을 제안한다.

<표5-1>은 순위별 콘텐츠산업 규모를 지역별로 순위를 제시하였는데, 사업체 수는 경기도 1위, 2위가 부산, 3위가 대구로 나타났으며, 종사자 수는 경기, 부산, 대구 순으로, 매출액은 경기, 부산, 인천 순으로 나타났다. 대학졸업자는 경기, 충남, 부산 순이며 취업률은 인천, 세종, 전남 순으로 나타났다. 특성화고·마이스터고의 취업률은 경북, 인천, 전남 순으로 높게 나타났다.

<표 5-1> 순위별 콘텐츠산업 규모 순위

구분	사업체 수	종사자 수	매출액	대학		특성화고·마이스터고	
				졸업자	취업률	졸업자	취업률
1순위	경기	경기	경기	경기	인천	경기	경북
2순위	부산	부산	부산	충남	세종	인천	인천
3순위	대구	대구	인천	부산	전남	부산	전남

지역별 지역 내 콘텐츠 규모 순위를 살펴보면, <표5-2>와 같다. 사업체 수를 살펴보면 전 지역(15개)에서 ‘지식정보’ 사업체 수가 1위를 차지하였다. 종사자수 및 매출액에서도 ‘지식정보’가 1위를 가장 많은 지역에서 차지한 것으로 나타났다. 사업체 수에서는 ‘지식정보’다음으로는 ‘음악’이 8개 지역에서 2위 비중을 차지하였다. (광주, 울산, 강원, 충남/세종, 전북, 경북, 경남, 제주) ‘콘텐츠솔루션’은 5개 지역에서 2위를 차지하였다. (부산, 대구, 대전, 충북, 전남). 종사자수에서도 ‘지식정보’가 10개 지역에서 1위를 차지하였으며, ‘매출액’은 ‘지식정보’가 7개 지역 (부산, 대구, 광주, 강원, 전북, 경북, 경남)에서 1위이며, ‘콘텐츠솔루션’이 4개 지역 (대전, 울산, 경기, 충북)에서 2위를 차지한 것으로 나타났다.

<표 5-2> 지역별 지역 내 콘텐츠 규모 순위

지역	사업체 수		종사자 수		매출액	
부산	1위	지식정보	1위	지식정보	1위	지식정보
	2위	콘텐츠솔루션	2위	게임	2위	게임
	3위	캐릭터	3위	콘텐츠솔루션	3위	콘텐츠솔루션
대구	1위	지식정보	1위	지식정보	1위	지식정보
	2위	콘텐츠솔루션	2위	콘텐츠솔루션	2위	콘텐츠솔루션
	3위	음악	3위	게임	3위	음악
인천	1위	지식정보	1위	캐릭터	1위	캐릭터
	2위	캐릭터	2위	지식정보	2위	지식정보
	3위	콘텐츠솔루션	3위	콘텐츠솔루션	3위	콘텐츠솔루션
광주	1위	지식정보	1위	지식정보	1위	지식정보
	2위	음악	2위	캐릭터	2위	캐릭터
	3위	캐릭터	3위	콘텐츠솔루션	3위	콘텐츠솔루션
대전	1위	지식정보	1위	콘텐츠솔루션	1위	콘텐츠솔루션
	2위	콘텐츠솔루션	2위	지식정보	2위	지식정보
	3위	음악	3위	게임	3위	게임
울산	1위	지식정보	1위	지식정보	1위	콘텐츠솔루션
	2위	음악	2위	콘텐츠솔루션	2위	지식정보
	3위	콘텐츠솔루션	3위	캐릭터	3위	캐릭터
경기	1위	지식정보	1위	콘텐츠솔루션	1위	콘텐츠솔루션
	2위	게임	2위	지식정보	2위	지식정보
	3위	음악	3위	게임	3위	게임
강원	1위	지식정보	1위	지식정보	1위	지식정보
	2위	음악	2위	캐릭터	2위	캐릭터
	3위	콘텐츠솔루션	3위	콘텐츠솔루션	3위	방송
충북	1위	지식정보	1위	콘텐츠솔루션	1위	콘텐츠솔루션
	2위	콘텐츠솔루션	2위	지식정보	2위	지식정보
	3위	음악	3위	캐릭터	3위	방송
충남/세종	1위	지식정보	1위	지식정보	1위	게임
	2위	음악	2위	음악	2위	지식정보
	3위	콘텐츠솔루션	3위	게임	3위	음악
전북	1위	지식정보	1위	지식정보	1위	지식정보
	2위	음악	2위	게임	2위	게임
	3위	캐릭터	3위	음악	3위	캐릭터
전남	1위	지식정보	1위	지식정보	1위	방송
	2위	콘텐츠솔루션	2위	콘텐츠솔루션	2위	지식정보
	3위	음악	3위	게임	3위	콘텐츠솔루션
경북	1위	지식정보	1위	지식정보	1위	지식정보
	2위	음악	2위	게임	2위	게임
	3위	콘텐츠솔루션	3위	콘텐츠솔루션	3위	콘텐츠솔루션
경남	1위	지식정보	1위	지식정보	1위	지식정보
	2위	음악	2위	음악	2위	콘텐츠솔루션
	3위	콘텐츠솔루션	3위	콘텐츠솔루션	3위	음악
제주	1위	지식정보	1위	게임	1위	게임
	2위	음악	2위	지식정보	2위	콘텐츠솔루션
	3위	콘텐츠솔루션	3위	음악	3위	지식정보

콘텐츠 분야별로 지역 규모 순위를 살펴보면, <표5-3>과 같다. 전 콘텐츠 분야의 사업체 수, 종사자 수, 매출액 규모에서 경기도는 1위를 차지하였다.

<표 5-3> 콘텐츠 분야별 지역 규모 순위

지역	사업체 수		종사자 수		매출액	
	순위	지역	순위	지역	순위	지역
만화	1위	경기	1위	경기	1위	경기
	2위	광주	2위	제주	2위	인천
	3위	부산	3위	광주	3위	제주
음악	1위	경기	1위	경기	1위	경기
	2위	부산	2위	경남	2위	대구
	3위	대구	3위	전북	3위	충남/세종
게임	1위	경기	1위	경기	1위	경기
	2위	부산	2위	부산	2위	부산
	3위	대구	3위	대구	3위	전북
영화	1위	경기	1위	경기	1위	경기
	2위	부산	2위	부산	2위	전북
	3위	인천	3위	인천	3위	부산
애니메이션	1위	경기	1위	경기	1위	경기
	2위	광주	2위	광주	2위	광주
	3위	부산	3위	부산	3위	제주
방송	1위	경기	1위	경기	1위	경기
	2위	부산	2위	강원	2위	전남
	3위	강원	3위	전북	3위	강원
캐릭터	1위	경기	1위	경기	1위	경기
	2위	부산	2위	부산	2위	인천
	3위	인천	3위	인천	3위	부산
지식정보	1위	경기	1위	경기	1위	경기
	2위	부산	2위	부산	2위	부산
	3위	대전	3위	대전	3위	대전
콘텐츠솔루션	1위	경기	1위	경기	1위	경기
	2위	대전	2위	대전	2위	대전
	3위	부산	3위	부산	3위	부산

<표5-4>는 통계청 전국사업체조사 결과로 지역별 콘텐츠 사업체 수 현황과 지역 내 전체 사업체 수 대비 콘텐츠 사업체 수의 비율 순위를 제시하였다. 콘텐츠 사업체 수 비율이 가장 높은 지역은 대전으로 전체 사업체 수 대비 0.179%의 비율을 차지하였다.

<표 5-4> 지역별 콘텐츠 사업체 비중

(단위 : 개, % 순위)

지역	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 콘텐츠 사업체 수 비율	비율 순위
대전	164,095	294	0.179	1
경기	1,481,054	2,378	0.161	2
광주	170,973	235	0.137	3
제주	96,131	112	0.117	4
부산	401,254	445	0.111	5
대구	279,798	299	0.107	6
인천	308,892	270	0.087	7
울산	115,408	98	0.085	8
강원	200,365	168	0.084	9
전북	231,380	166	0.072	10
충북	194,561	133	0.068	11
경북	328,657	211	0.064	12
충남/세종	291,741	156	0.053	13
경남	392,614	174	0.044	14
전남	234,688	103	0.044	15

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

<표5-5>는 통계청의 경제활동인구조사 결과로 지역별 콘텐츠 종사자 현황인데, 각 지역의 경제활동인구 대비 콘텐츠 분야 종사자 수 비율이 가장 높은 지역은 대전으로 나타났으며, 전남 지역의 비율이 가장 낮은 것으로 나타났다.

<표 5-5> 지역별 콘텐츠 종사자 비중

(단위 : 개, % 순위)

지역	지역 내 경제활동인구*	지역 내 콘텐츠 종사자수	지역 내 콘텐츠 종사자 수 비율	비율 순위
대전	811,000	3,066	0.378	1
경기	7,546,000	22,676	0.301	2
광주	762,000	2,267	0.297	3
부산	1,703,000	4,904	0.288	4
제주	406,000	1,127	0.277	5
대구	1,254,000	3,116	0.249	6
전북	961,000	2,073	0.216	7
강원	829,000	1,577	0.190	8
인천	1,604,000	2,724	0.170	9
울산	574,000	850	0.148	10
경북	1,438,000	1,915	0.133	11
충북	924,000	1,164	0.126	12
충남/세종	1,373,000	1,580	0.115	13
경남	1,762,000	1,708	0.097	14
전남	1,004,000	936	0.093	15

\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

<표5-6>는 통계청의 전국사업체조사 결과로 지역별 콘텐츠 종사자 현황인데, 각 지역의 사업체 총매출 대비 콘텐츠 분야 매출액 비율이 가장 높은 지역은 대전으로 나타났으며, 울산의 비율이 가장 낮은 것으로 나타났다.

<표 5-6> 지역별 콘텐츠 매출액 비중

(단위 : 백만 원, % 순위)

지역	지역 내 총 사업체 매출액	지역 내 콘텐츠 사업체 매출액	지역 내 콘텐츠 매출액 비율	비율 순위
대전	139,651,065	411,298	0.295	1
경기	1,484,086,549	3,292,747	0.222	2
제주	51,655,100	109,061	0.211	3
대구	193,823,254	376,914	0.194	4
부산	319,458,916	606,367	0.190	5
광주	155,061,679	266,716	0.172	6
강원	113,947,608	190,879	0.168	7
인천	282,444,533	430,632	0.152	8
전북	157,187,934	174,829	0.111	9
충북	208,157,612	124,258	0.060	10
경북	303,571,010	166,086	0.055	11
충남/세종	371,352,924	160,287	0.043	12
경남	325,074,193	138,010	0.042	13
전남	231,459,174	92,206	0.040	14
울산	239,263,923	91,174	0.038	15

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년



## 1. 종합 및 결론

지역별 발전 방향의 공통 사항은 다음과 같다. 첫째, 콘텐츠산업이 지역별로 활성화되기 위해서는 산·학·연 및 유관 기관들의 긴밀한 네트워크 구축 및 연결을 통한 시너지효과가 있어야 할 것으로 보인다. 둘째, 지역별로 트렌드에 따른 콘텐츠 사업을 지원할 경우 지역별 차별화가 약화될 수 있어 지역적 배분 및 지역 특화 콘텐츠를 개발하여 산업이 발전될 수 있도록 해야 할 것으로 보인다. 또한, 지역에서 창작자 및 기업이 성장해서 수도권으로 이전할 가능성에 대해서 방지할 수 있는 정책을 마련해야 할 것이다.

지역별로 요구되는 향후 콘텐츠산업 지원 방향을 요약하면 다음과 같다.

부산은 영화 및 게임 분야에 대한 생태계가 조성되어 있고, 영화 및 게임 도시로서의 브랜드가 확립되어 있어 기반 조성이 된 영화를 중심으로 게임, 애니메이션 등과의 장르 전환을 통한 사업 다각화가 가능하며 디지털 문화콘텐츠 플랫폼을 선점하기 위한 정책을 지원하고 있어 콘텐츠 기업의 집적화 및 전문 인력 양성이 필요한 것으로 나타났다.

대구는 SW 개발 역량을 활용한 차세대 콘텐츠 분야 진출 및 산업 저변 확대를 중점적으로 추진하고 있으며, 지역 게임 산업 기업 대상 콘텐츠 고도화, 제작지원 등을 통해 기업 성장 및 일자리 창출을 할 필요가 있는 것으로 나타났다.

인천은 ‘인천 로봇랜드’ 조성을 통한 로봇산업 저변 확대 및 대중화를 도모하고 있으며, 항구도시로서의 장점을 극대화하고 인천만의 역사문화유산을 지역 콘텐츠로 브랜드화해서 인천을 대표하는 콘텐츠를 육성할 필요가 있을 것으로 보인다.

광주는 문화콘텐츠기업의 문화기술 활용 콘텐츠 사업화 지원을 통해 문화산업의 성장을 주도하는 역할을 기대하며 문화전문인력 양성을 위한 컨트롤타워 구축이 필요할 것으로 보인다.

대전은 콘텐츠산업의 비중이 다른 지역에 비해 높게 나타났으며, 복합 특수영상 클러스터 완성과 대전 기업의 역할이 커져감에 따라 기술사업화 산업 생태계가 조성되어 이로 인한 콘텐츠산업의 성장이 주도될 것으로 보인다.

울산은 콘텐츠산업이 타 지역에 비해 낮은 비중을 차지하고 있어, 향후 타 산업 또는 콘텐츠 산업들의 융복합 시너지 효과를 내기 위해 특화지구 조성이 필수적으로 보인다. 특히 작가, 제작, 문화기술, 콘텐츠경영 교육센터를 운영해 네트워크를 강화할 필요가 있을 것으로 보인다.

경기는 타 지역에 비해 게임, 애니메이션 등 우위에 있는 콘텐츠 산업 분야가 있으나 향후에도 지속적인 발전을 도모하기 위해서는 콘텐츠산업과 신기술 또는 타 산업 간 융복합이 심화

됨에 따라 더욱 확장된 형태의 정책이나 전략의 도출이 요구되고 있다. 경쟁이 지역별로 심화되고 있으므로 경기도만의 차별화 전략에 집중해야 할 것으로 보인다.

강원은 문화콘텐츠산업 지원환경 조성, ICT 융복합 추진협의회 운영, 강원디자인센터 건립 등으로 ICT를 기반으로 한 문화콘텐츠 산업을 육성할 것으로 보인다. AR·VR, 관광테크, 문화콘텐츠 등 산업 인프라를 활성화하고 지역 콘텐츠 스토리 개발 등을 강화할 필요가 있다.

충북은 경쟁력있는 문화콘텐츠를 발굴하고, 지역문화브랜드로 육성하는 것에 역점을 두고 있으며 스토리 창작 클러스터를 조성하고자 한다. 지역 사업 기반이 ICT 및 바이오에 중점을 두고 있어 기타 문화콘텐츠의 융합이 저조하나 잠재력을 갖고 있는 지역문화콘텐츠를 전략적으로 기획한다면 큰 효과를 기대할 수 있을 것으로 보인다.

충남은 충남영상위원회 운영을 통한 지역 영상산업 육성 및 관광 활성화를 꾀하고 있으며, 현재 콘텐츠산업의 비중은 타지역 대비 낮은 편이나, 백제역사유적지구 문화유산과 콘텐츠의 융합으로 교육, 관광산업 활성화에 기여 가능성이 높으므로 역사 관련 스토리 개발을 강화할 필요가 있다.

전북은 문화, 영상 콘텐츠산업을 육성하는 데 초점을 두고 있으며, 지속 성장을 위한 신 성장 콘텐츠 영역 창출(차세대실감콘텐츠 제작, 지역문화콘텐츠산업 활성화지원 지역스토리랩)에도 힘을 기울이고 있다. 한옥마을의 관람객을 통해 시너지 효과를 기대하고 있으며, 공연예술 전문 인력 일자리 창출, 문화예술전문단체 창작 역량 지원도 강화하고 있어 이에 대한 지속적인 효과를 누릴 수 있도록 인재 유출 방지 정책 등이 필요하다.

전남은 지역의 독특하고 다양한 콘텐츠 소재를 통한 국내외 대표적인 콘텐츠의 제작이 가능하며, 지역을 기반으로 한 만화창작소는 지역 문화자원 활용 스토리 및 디자인 개발, 상품화, 인력유출 방지, 지역관광산업 활성화에 기여할 수 있다. 글로벌 콘텐츠 개발을 목표로 실감미 디어기반 조성사업 추진 중으로 타 지역과 차별된 소재로 개발한다면 경쟁력이 있을 것으로 보인다.

경북은 지역의 역사 스토리, 작가의 콘텐츠를 애니메이션, 웹툰화 하는 데 중점을 두고 있으며, 경북의 원형문화를 바탕으로 영화, 드라마, 웹소설, 웹드라마, 웹툰, 음악 등의 다양한 콘텐츠를 개발하려고 하고 있다. 포항에 경북콘텐츠기업지원센터, 경주에 음악창작소와 웹툰캠퍼스 인프라를 구축해 23개 시군의 유기적 협력을 강화하려고 하고 있으나 면적대비 기관의 인프라가 적게 느껴지는 측면이 있어 선택과 집중이 필요할 것으로 보인다.

경남은 제조업 중심의 지역으로 콘텐츠산업 환경에 맞게 전략적인 사업 계획 수립이 필요하며, 콘텐츠 융복합의 방향을 명확하게 하여 혁신적인 지원을 강화해 지역 내 창작자를 유입시

켜 할 것으로 보인다. 분야별 규모가 너무 작아 특정한 분야를 특화콘텐츠로 육성하기에는 어려우며, 지역 콘텐츠기업 뿐만 아니라, 개인 창작자까지 산업의 기반을 확대하는 것이 우선적으로 필요할 것으로 보인다.

제주는 스마트관광, 그린에너지 등 제주 지역 특화 산업에 디지털산업 보유 및 육성 경험이 있으며 위성우주, UAM, 모빌리티 등 디지털 신산업으로 인프라 확장 및 발전 가능성이 높으나, 디지털 전담 혁신기관이 될 준비를 더 철저히 해야 하고, 산업 발굴과 투자를 더 늘려야 할 필요가 있다. 제주도는 체험형 콘텐츠의 성장 및 테마파크 조성이 가능한 지역으로 이 분야에 대한 지원이 필요하다.

## 2. 부산

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 부산은 영상, 게임 등을 중심으로 다양한 문화콘텐츠산업을 육성 중이며, 최근 디지털 신기술과의 접목을 통한 디지털문화콘텐츠산업 발전에 집중함
  - 가상혼합현실 모델링, 에이전트 기술, 멀티모달 상호작용 기술 등의 연구 활동이 활발하게 이루어지며, 인공지능과 융합된 기술개발 활발
- 영화영상 관련 업종, 게임 등이 주력 분야로 자리를 잡는 한편 디지털 전환에 대한 변화가 일어나고 있음
  - 영화·공연 등의 오프라인 콘텐츠 소비가 코로나 팬데믹 현상으로 급감한 후 다시 상승세를 타고 있는 반면, 게임·OTT 등 온라인 콘텐츠 소비는 지속적으로 급증
  - 디지털 문화콘텐츠 산업의 집적화 구성 : 해운대구 센텀시티 구역 일원에 대다수의 기업이 밀집해 있어 디지털 문화콘텐츠산업의 집적화를 구성하고 있음 (부산문화콘텐츠콤플렉스, 영상산업센터, 부산후반작업시설 등)
- 센텀시티 일대는 IT, 지식서비스, 영화영상, 문화콘텐츠 등의 산업 인프라가 조성되어 있으며, 주거, 교육, 문화 등 생활 인프라가 공존하고 있는 클러스터의 형태를 이루고 있다는 장점이 있음
  - 영화영상 콘텐츠 산업과 신기술 및 타산업 간의 융복합 심화로 기존 문화콘텐츠 산업에서 확장된 형태의 산업이 요구
  - 부산촬영소(2024년 건립 예정), 사운드 스테이션, 시네마로보틱스 특수 촬영 스튜디오 등 영화영상 제작 인프라 기반 조성
- 영상산업의 선순환 구조 기반 조성
  - 부산제작사 영화·웹드라마 지원 확대로 창작 및 영화영상물 제작기반 강화 (전국 최초 글로벌웹툰센터를 개관하고 음악창작소를 운영
  - BIFF, G-star, e-스포츠 경기장, 부산원아시아페스티벌, 부산드론쇼 코리아 등
  - OTT 등 미디어 환경변화 대응, 웹드라마 지역제작 및 배급 활성화

- 부산영상후반작업시설 활성화로 융·복합 영상산업 육성 기반 마련
- 부산정보산업진흥원에서는 디지털 기술 융합, 문화콘텐츠, 게임 등 관련 산업 육성 사업 전문 공공기관으로 IT 및 문화콘텐츠산업을 지원하고 육성
  - 특히, 게임산업 육성 사업을 위해 관련 기업 대상으로 국내외 전시회 공동관 운영을 지원
  - 부산콘텐츠코리아랩에서는 창업자를 대상으로 다양한 콘텐츠 창작활동을 지원
  - 한-아세안 ICT 융합빌리지는 5G 기반의 ICT 산업 융합형 실감콘텐츠를 중심으로 아세안 시장 개척 및 아세안 국가들과의 상호 동반성장을 도모

## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 부산의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 5위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 4위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액은 5위로 타 지역 대비 콘텐츠산업의 비중이 높은 편으로 나타남

<표 5-7> 부산 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	401,254	445	1,703,000	4,904	319,458,916	606,367
비중(%)		0.111		0.288		0.190
비중 순위		5위		4위		5위

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 영화, 게임 등 한국의 K문화의 위상 올라감</li> <li>◦ 다양한 국고지원사업 운영</li> <li>◦ 지자체 주도의 다양한 사업 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 타 시도에서 유사한 산업군의 적극적인 콘텐츠산업 육성 (콘텐츠산업 경쟁 심화)</li> <li>◦ 콘텐츠산업의 수도권 집중화</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 국제영화제 등 오랜 개최로 영화 도시의 위상 지속</li> <li>◦ 센텀문화산업진흥지구 중심의 콘텐츠 사업체 집적화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 콘텐츠 관련 기업 수, 인력, 자본 등은 수도권(서울, 경기)에 이어 3번째 규모이나 수도권과는 큰 격차가 있음</li> <li>◦ 광역시이나 지역적인 한계가 있음</li> </ul>
	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>강점 (Strength)</b>	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 사업체의 집적화 등 영화 도시로서의 브랜드 강화</li> <li>- 콘텐츠산업 유관기관의 네트워크 강화</li> <li>- 디지털 로케이션 아카이브 구축</li> <li>- 콘텐츠 기업육성 및 투자지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- &lt;ST 전략&gt;</li> <li>- 콘텐츠산업 일자리 창출 지원 정책을 통해 우수 인력이 정착할 수 있는 여건 필요</li> <li>- 영화분야와 타 분야(게임, 음악 등)의 융합 지원 체계 마련</li> </ul>
<b>약점 (Weakness)</b>	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정책적인 지원을 강화하여 지역의 콘텐츠 기업체 경쟁력 강화</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타 시도와 차별성 있는 콘텐츠산업 육성(게임 등)</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- 부산 지역은 영화 및 게임 분야에 대한 생태계가 조성되어 있고, 영화 및 게임 도시로서의 브랜드가 확립되어 있어 기반 조성이 된 영화를 중심으로 게임, 애니메이션 등과의 장르 전환을 통한 사업 다각화가 가능함
- 관광자원인 바다를 활용해서 스마트비치, 스마트 시티 서비스를 콘텐츠산업과 연계시킬 수 있을 것으로 보임
- 디지털 전환이 문화콘텐츠 분야에 있어 중요한 변화가 오고 있으며 부산의 센텀지역 일대에 조성된 문화콘텐츠 클러스터 환경 여건의 강점을 활용한 정책 추진이 본격화 될 필요가 있음
- 부산의 창업지원과 더불어 기존 기업의 사업체 규모를 확장하기 위한 정책과 금융 등의 지원 강화 필요
- 디지털 문화콘텐츠 플랫폼 선점 구축을 통한 디지털 문화콘텐츠 중심도시로 경쟁력 강화 할 필요가 있으며 중점 분야인 영화 영상 및 게임 등의 콘텐츠 기업의 집적화 및 전문 인력 양성이 필요함
- 이종 장르 간 융합 문화콘텐츠 육성을 위한 R&D 및 스타트업 중심의 기업 지원이 필요함

### 3. 대구

#### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 대구는 융복합형 특화산업 육성으로 지역중소기업 산업기술 경쟁력을 강화하고자 ICT 융합산업을 대구산업 발전을 위한 대구 10대 산업 및 8대 미래분야로 선정하여 집중적으로 육성하려고 함
- 지역 내에 ICT 및 기술 영역의 자원이 두드러지고 공연 장르와 기술 분야의 융합 개발이 두드러짐. 또한 연고산업인 패션과 주얼리 산업의 발달로 디자인 및 제품 영역과의 융합 확장 가능성이 높음
- 문화콘텐츠산업 클러스터 확대 조성
  - 문화산업클러스터(ICT Park) 육성으로 콘텐츠기업 성장 기반을 구축하고, 나아가 고부가가치 콘텐츠산업 육성으로 지역의 신성장 동력을 창출하려고 함
- 융합형 문화콘텐츠산업 성장 지원
  - 지역디지털 콘텐츠 신산업 발굴 및 기획
  - 대구 VR/AR 제작거점센터 운영 및 저변 확대
  - ICT 융합스포츠 기술 개발 지원 등
  - 창업 활성화를 위한 체계적인 지원과 육성을 위해 특화된 정책 개발
  - 문화콘텐츠 기술개발 및 사업화 지원으로 기업성장 및 해외진출 확대
- 대한민국 대표 공연문화도시 조성
  - 공연문화 인프라를 활용하여 지역 신성장 동력산업으로 육성
  - 문화도시 지정추진으로 공연문화도시 대외적 공인



- 문화콘텐츠
  - 지역 콘텐츠산업 거점기관운영
  - 대구콘텐츠코리아랩 및 웹툰캠퍼스 운영
  - 지역특화콘텐츠 창출지원
  - 문화콘텐츠기업 마케팅 지원
  
- 게임산업
  - 지역 게임산업 활성화 지원
  - 대구글로벌게임센터 및 게임아카데미, 대구글로벌게임문화축제(e-fun)운영

## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 대구의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 6위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 6위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액은 4위로 나타나 콘텐츠산업 매출액의 비중이 높은 편에 속함

<표 5-8> 대구 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	279,798	299	1,254,000	3,116	193,823,254	376,914
비중(%)	-	0.107		0.249		0.194
비중 순위	-	6위		6위		4위

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 우리나라 웹툰 및 웹소설 산업 성장 이 가속화 진행중임</li> <li>◦ 대구콘텐츠 비즈니스 센터 개관</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 문화콘텐츠 및 산업 융합이 아직 미흡한 수준임</li> <li>◦ 콘텐츠 전문 인력의 타지역 유출이 많음</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 콘텐츠 관련 유관기관 집적화 형성</li> <li>◦ 게임 콘텐츠 단지 조성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 콘텐츠 산업의 규모가 작고 지역의 대표적인 콘텐츠 산업이 없음</li> <li>◦ 부가가치 창출이 낮은 수준임</li> </ul>

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>강점 (Strength)</b>	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대구 콘텐츠 비즈니스 센터 개관으로 콘텐츠 유관기관간 협력 관계 강화</li> <li>- 콘텐츠산업 전문인력 양성</li> <li>- 게임분야 창업생태계 조성</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수도권 중심의 콘텐츠 사업체 구조로 인해 우수 인력의 타지역 유출 방지 정책</li> <li>- ICT융합산업을 발전시킬 수 있는 기회 마련</li> </ul>
<b>약점 (Weakness)</b>	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정부 및 지자체의 지원 정책에 따라 지역 콘텐츠 기업체 경쟁력 강화</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 체계적인 지원으로 지역 콘텐츠 기업의 경쟁력 강화</li> <li>- 타 시도와 구별되는 콘텐츠산업 정책 필요</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- 대구콘텐츠산업의 3대 거점인 대구콘텐츠코리아랩(15년 개소), 대구콘텐츠기업지원센터(20년 개소)에 이어 대구콘텐츠비즈니스센터가 21년에 개관함(16년도부터 추진)으로서 대구콘텐츠산업을 지원하고 있음
  - 콘텐츠비즈니스센터는 4차 산업혁명 시대에 지역을 대표하는 강소기업 육성, 글로벌 진출을 지원하기 위한 기업 입주실 운영 및 기업 역량강화 전주기 원스톱 지원 업무 수행
  - 콘텐츠기업지원센터는 신규 콘텐츠 제작 및 시장진출, 일자리 창출 등의 성과를 냄
  - 콘텐츠코리아랩은 콘텐츠 창작과 창업의 단계에서 필요한 시설, 공간, 프로그램 등 체계적인 지원을 함
- 디지털 융·복합 기반의 지역 산업 발전 주도
  - SW 개발 역량을 활용한 차세대 콘텐츠 분야 진출 및 산업 저변 확대
  - SW융합제품(서비스) 상용화 촉진, IT/SW 융합 제품 실증 지원 및 글로벌 시장진입지원
  - 5G 기반 XR융합 콘텐츠 신산업 육성, 비대면 기반 에듀테크 산업 육성
  - 저작권 육성 및 머트리얼 제작 지원
  - 콘텐츠산업과 융합한 미디어 아트, 공연, 전시 등을 활성화하여 개발해 지역 특화 산업으로 발전시킬 필요가 있음
- 미래제조업 스마트 러닝
  - 인더스트리 4.0에 기반한 스마트 러닝 콘텐츠 개발(실감, VR 활용)을 통한 신시장 개척
- 지역게임산업 기업 대상 콘텐츠 고도화, 제작지원 등을 통한 기업 성장 촉진
  - 게임콘텐츠 고도화 지원, 창업자 발굴 제작 지원, 시장 창출형 제작 지원
- 지역 특성화 소재를 활용, 부가가치가 창출될 수 있는 콘텐츠 개발 제작 지원
  - 지역 특화 소재와 연계한 콘텐츠 개발, 대구의 전통, 역사, 문화, 인물, 산업 등 지역 고유 특성을 표현할 수 있는 소재

## 4. 인천

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 지능형 로봇산업의 메카 및 허브도시 조성
  - 인천로봇랜드 조성을 통한 로봇산업 저변 확대 및 대중화를 위한 로봇문화 육성
- 축제문화의 브랜드화
  - 펜타, 다큐, 북스포트 육성을 통한 대표 축제문화 정착, 축제와 관광을 연계한 지역 경제 활성화 및 신규 일자리 창출
- 인천만의 역사문화유산 특성화 구현
  - 인천의 역사문화를 테마별로 스토리텔링하여 정체성 확립, 관광 자원의 활성화
  - 지역 고유의 문화자원을 브랜드화 하고 특화된 문화상품으로 제작해 인천을 대표하는 콘텐츠로 육성
- 창의인재 양성 및 콘텐츠산업 육성
  - 콘텐츠코리아랩 전용 복합문화시설 건립 및 프로그램 운영
  - 문화콘텐츠 유망기업 및 선도프로젝트 육성사업(지역특화콘텐츠 제작)
- SW융합 클러스터
  - 글로벌 스타트업 지원(글로벌 창업기원 지원, 멘토링 프로그램 등)
  - R&D 지원(바이오-IT-SW 산업 간 융합기술 개발)
  - SW융합 클러스터 공동 사업(클러스터 간 협력사업 기획 추진)

## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 인천의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 7위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 9위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액의 비중은 8위로 나타남. 지역 내 콘텐츠 매출액 비중은 8위로 나타남.

<표 5-9> 인천 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	308,892	270	1,604,000	2,724	282,444,533	430,632
비중(%)		0.087		0.170		0.152
비중 순위		7		9		8

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

#### 다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ K-문화의 지속적인 성장으로 콘텐츠 소비 증가 추이 지속</li> <li>◦ 웹툰/웹소설 시장 성장에 따른 산업 성장 지속화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 인접 지역(서울/경기/부천 등)의 적극적인 콘텐츠산업 육성 정책으로 인한 콘텐츠산업의 경쟁 심화</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 교통인프라 및 물류 인프라를 갖춘</li> <li>◦ 관광산업과 연계 가능</li> <li>◦ 송도 글로벌 캠퍼스 보유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지역을 대표하는 특화 분야가 뚜렷하지 않음 (예: 부천 애니메이션, 부산 영화 등)</li> <li>◦ 콘텐츠 인프라의 집적화가 이뤄지지 않음</li> </ul>
	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>강점 (Strength)</b>	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 글로벌 캠퍼스 내 콘텐츠 관련 학과와의 협업을 통한 전문 인력 양성</li> <li>- 해외 진출 콘텐츠 기업 지원 강화</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인천의 발달된 기존의 '제조업, 물류업' 등과 융합하여 협업 등 창업할 수 있도록 함</li> </ul>
<b>약점 (Weakness)</b>	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 사업체의 집적화 전략</li> <li>- 산학연관의 콘텐츠 네트워크 구축</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인천 고유의 차별성 있는 콘텐츠 개발 전략 수립 필요</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- 문화가 있는 인천을 구현하려 생활 속 예술문화 확산 및 지역 문화예술 활성화 지원
  - 문화콘텐츠 확산 및 시민 참여 사업
- 시민친화적 생활밀착형 문화예술공간 확충
  - 생활문화센터 조성, 문화복합시설 건축
  - 창의인재 양성 및 콘텐츠산업 육성
- 대표 축제 육성을 통한 인천의 도시 브랜드화
  - 지역특화 전략산업 발굴로 미래성장동력 확대
  - 펜타포트, 다큐포트, 북스포트 등 지속적 개최
- 인공지능 로봇 기술
  - 생활 밀착형 로봇기술 개발로 삶의 질 향상
- SW융합클러스터
  - IT, BT, SW 융합을 통한 생태계 조성
- 관광산업, 인천공항, 인천항만
  - 공항과 항구를 갖고 있어 해외에서 접근하는 가장 첫 번째 접근 역할을 하고 있으며, 해당 자원을 통해 유입되는 관광객에 대한 인적자원이 풍부함

## 5. 광주

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 아시아문화중심도시조성 연차별실시계획에 따라 콘텐츠 분야와 기업지원 분야에 대한 사업들이 추진 중임
  - 콘텐츠분야는 CG활용 프로젝트제작지원 등 15개 사업이 추진되며, 기업지원 분야는 투자진흥지구 지원시설 운영 등 6개 사업이 연차별 실시계획 문화산업 육성 사업으로 이루어짐
- 애니메이션·방송·광고·영화의 기업체 수의 증가에 비해 매출은 감소한 것으로 나타남 (2018년 기점, 광주정보문화산업진흥원 내부자료 참조)
- 게임 및 관련 분야인 e스포츠에 대한 지원 비중이 높으며 지원 사업 예산이 점차 증가하고 있으나 지역의 게임 산업 인프라가 갖춰지지 않은 상태에서 기업 지원에 치중되고 있어 게임 산업 기반 조성을 위한 게임 산업 육성을 위한 정책 개발 및 지원책 마련이 필요함
- 광주정보문화산업진흥원 지원 사업 중 애니메이션, 실감콘텐츠 등 CGI분야 지원 사업 비중이 높게 나타남
  - 첨단실감 제작 클러스터 조성 추진
- 4차 산업혁명을 선도할 첨단 융복합 문화산업에 대한 투자 확대



## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 광주의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 3위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 3위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액은 6위로 나타나 지역 내 콘텐츠산업 종사자 수의 비중이 높은 편임

<표 5-10> 광주 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	170,973	235	762,000	2,267	155,061,679	266,716
비중(%)		0.137		0.297		0.172
비중 순위		3		3		6

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

## 다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
외부 환경 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ CGI센터운영 및 산업단지 조성</li> <li>◦ 국가기관이 주변 지역에 위치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 콘텐츠산업에 대한 적극적인 지원 정책(인근 지역 간 경쟁 심화)</li> <li>◦ 콘텐츠산업의 수도권 집중화 현상의 지속</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
내부 환경 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 애니메이션 분야 중심 환경 조성</li> <li>◦ CGI 클러스터 조성 (3D 콘텐츠 미디어산업)</li> <li>◦ 문화콘텐츠산업 경쟁력 강화</li> <li>◦ 문화기업 유치 및 육성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 숙련된 지역의 우수 인력 타 지역 유출</li> <li>◦ 소규모 영세업체가 다수를 차지함</li> <li>◦ 산학연관 협력 네트워크가 발달해 있지 않음</li> </ul>
	기회(Opportunity)	위협(Threat)
강점 (Strength)	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역 문화관광 자원을 활용한 융복합 콘텐츠 개발 지원</li> <li>- 현재 애니메이션 분야의 기반 생태계 활용한 창업생태계 구축</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 노동시장의 숙련 불일치 해소를 위한 교육훈련 체계 고도화</li> <li>- 지역의 다양한 콘텐츠 자원을 활용하여 창업지원 생태계 구축</li> </ul>
약점 (Weakness)	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자금조달 여건 및 투자환경 개선 필요</li> <li>- 콘텐츠산업 투자환경 개선을 위한 공공부문의 지원 필요</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전문가(기업) 투입으로 콘텐츠 질 향상 및 콘텐츠 성공 가능성 제고 가능</li> <li>- 단계별 지원을 통한 외부 생산역량 내부화 가능성 높음</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- 융복합콘텐츠 제작을 위한 문화기술 전담 한국문화기술연구원(CT연구원) 설립 적극 추진
  - 문화콘텐츠기업의 문화기술 활용 콘텐츠 사업화 지원을 통해 문화산업의 성장을 주도하는 역할 기대
- 문화콘텐츠 비제작 영역 지원 강화 필요
  - 콘텐츠 제작과 유통을 포함한 '융합형'문화콘텐츠 지원정책 추진 필요
  - 문화전문인력 양성을 위한 컨트롤타워 구축
- 아시아문화전당 등 콘텐츠산업 유관기관 간 연계 체계 구축
  - 문화전당의 실험적 융복합 콘텐츠 창·제작 사업과 연계한 콘텐츠 제작 연계 체계 구축 필요
- 문화콘텐츠 기획 단계 지원 강화 및 기업 정주환경 조성
  - 창작자원을 클러스터화하여 부가가치 창출을 위한 '스토리 창작타운'조성
  - 콘텐츠산업 기업 정주환경 구축을 위한 가칭 '스튜디오 콘텐츠 타운'조성
- 광주실감콘텐츠큐브 개관에 따른 운영 전문 인력 확보 등 문화콘텐츠산업 전문 인력 부족에 따른 인력양성 정책 마련 필요
  - 실감형 콘텐츠 제작 지원 확대를 위한 문화기술 접목 방안 모색 필요
- 지원 사업에 의존하고 있는 지역 콘텐츠산업의 기획, 창·제작, 유통, 소비의 선순환 밸류체인 구축을 위한 중장기 정책방안 마련 필요
- 산·학·연·관 협력 체계 지원을 통한 효과적인 지역 콘텐츠 자원 확충
  - 지역의 콘텐츠 산업의 핵심주체는 산업 주체뿐만 아니라 학교와 공공의 역할이 중요하므로, 관련 지원 정책을 강화하는 것이 필요

## 6. 대전

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 지역, 산업 맞춤형 인력양성 사업 확대
  - 디지털콘텐츠 전문 인력 양성
  - IT기술을 활용하여 창작자들의 창작포털 구축을 통해 이야기산업의 거래 마켓화 목표
- 첨단문화산업 육성을 위한 기반 조성
  - 창업활성화, 시장 창출형 콘텐츠 제작 지원 사업 진행
- 미래형 문화콘텐츠 육성
  - 영상 특화도시, 융합 문화콘텐츠 육성 차세대 콘텐츠산업 전략적 육성 필요
- 지역 문화산업 활성화 촉진
  - 문화산업펀드, 문화산업전, 대전 문화산업비즈니스 협의회
- 시민 문화향유 활성화 및 청소년 체험 교육
  - e-스포츠 한발대전, 대전패션컬렉션, 액션체험전
- E러닝사업+게임산업
  - 선도적으로 융복합 활성화를 통해 향후 신성장 동력의 게임분야 기업 유치 및 고용 창출로 연계

## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 대전의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 1위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 1위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액의 비중이 1위로 나타남

<표 5-11> 대전 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	164,095	294	811,000	3,066	139,651,065	411,298
비중(%)		0.179		0.378		0.295
비중 순위		1		1		1

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 첨단콘텐츠산업 육성을 위한 기업지원</li> <li>◦ 융복합 특수영상 콘텐츠 클러스터 조성</li> <li>◦ 이스포츠 경기장 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 콘텐츠 산업의 지역 간 경쟁 심화</li> <li>◦ 숙련된 전문 인력의 타 지역으로의 이동 심화</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지역의 콘텐츠산업 육성정책</li> <li>◦ 지역 내 우수 전문 인력 양성</li> <li>◦ 콘텐츠산업 인프라 클러스터화</li> <li>◦ 타 시도 대비 콘텐츠산업 종사자수, 매출액 비중이 높음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지역 내 콘텐츠 다수 기업의 소규모 및 영세성</li> <li>◦ 산업 간 네트워크 협력 관계 아직 미흡함</li> </ul>
	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>강점 (Strength)</b>	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 전문 인력의 창업활동 지원</li> <li>- 적극적인 지원을 통한 콘텐츠 기업의 경쟁력 강화</li> <li>- 이스포츠 활성화 지속 지원</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 기업 간 네트워크 구축 및 상품 시장성 강화</li> <li>- 수도권외 콘텐츠 기업 유치 전략으로 인력 모집 효과</li> </ul>
<b>약점 (Weakness)</b>	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역 내 콘텐츠 기업육성을 위한 체계적인 지원 형식 마련</li> <li>- 미래형 선도적 인프라를 만들고 더 튼튼한 맞춤형 지원을 통해 경쟁력 강화</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역 내 콘텐츠 기업의 인지도 향상, 시장 확대를 위한 지원 강화</li> <li>- 산업 간 협력할 수 있는 장 마련</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- 문화콘텐츠금융센터, 콘텐츠 기업 우대보증 등을 통한 지역 콘텐츠 기업의 경영안정을 도모
- 5세대(5G) 이동통신 시대 핵심인 융·복합 실감형 콘텐츠 집중 육성지원 및 이(e)스포츠 상설경기장 구축·운영을 통한 이(e)스포츠산업 생태계 조성
- 콘텐츠 분야 간 융합하고 사고의 폭을 넓힐 수 있는 환경 조성이 필요
- 융복합 특수영상 클러스터 완성과 대전 기업의 역할 강조
  - 시장 선도형 및 융합기술 R&D 시스템 구축
  - 기술사업화 산업 생태계 조성
  - 전후방산업연계 산업구조 개선
  - 현장 수요형 인력구조 개선
- 시장 창출형 콘텐츠 제작 지원
  - 관내 관련 기업 보유기술을 바탕으로 사업성이 확정된 문화 산업형 상품의 시장 진출 지원을 통해 지역 문화산업기업의 시장경쟁력 강화

## 7. 울산

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 문화예술 향유기회 확대 및 다양한 문화 공간, 시설 확충
  - 시민과 함께하는 문화예술 체험학습 프로그램 운영
- 지역예술 육성 및 문화콘텐츠 활성화
  - 지역예술인 창작 활동 지원을 통한 지역문화예술 육성
  - 문화콘텐츠 활성화 지원을 위한 문화예술 단체 등 육성·지원
- 전략적 관광 마케팅 및 관광명소 발굴
  - 융복합 문화콘텐츠를 활용한 관광명소 발굴 및 여건 개선 (소리체험관 건립)
  - 첨단영상 문화기술 활용 콘텐츠 개발 및 산업화
- 스마트 콘텐츠
  - 울산의 산업특성을 고려한 자동차/조선 콘텐츠 개발
- 울산 동구 방어진 도시재생사업
  - 한일간의 역사스토리를 바탕으로 문화콘텐츠 제작 및 관광타운 조성
- 울주영남알프스
  - 영남알프스 산악자원을 활용한 차세대 관광산업
- 처용
  - 처용문화자원을 활용한 차세대 실감형 체험형 안전캠페인 영상기술개발



## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 울산의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 8위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 10위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액은 15위로 나타나 콘텐츠산업의 비중이 낮은 편임

<표 5-12> 울산 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	115,408	98	574,000	850	239,263,923	91,174
비중(%)		0.085		0.148		0.038
비중 순위		8		10		15

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

		기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 콘텐츠 산업의 성장률 및 부가가치 증대</li> <li>◦ 중앙정부의 콘텐츠 산업 성장을 위한 정책적 지원 증대</li> <li>◦ 한류 콘텐츠의 경쟁력 증대에 따른 수출 증가</li> <li>◦ 국제도시로서 관문 역할 수행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 산업 및 기술 환경 급변에 따른 신기술 콘텐츠 증대</li> <li>◦ 수요 다변화에 따른 콘텐츠 시장 세분화</li> <li>◦ 문화콘텐츠 원천기술의 경쟁력 부족</li> <li>◦ 기초성된 인근지역의 콘텐츠 복합지구(부산)</li> </ul>
		강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 풍부한 지역 고유의 역사·문화자원 보유</li> <li>◦ 조선, 자동차, 화학 등 산업 콘텐츠 확보</li> <li>◦ 전략사업 육성을 위한 기관 보유(애니원고등학교, 정보산업진흥원 등)</li> <li>◦ 국제도시로서 관문 역할 수행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 타 지자체 대비 낮은 콘텐츠 지원 예산</li> <li>◦ 타 지역으로의 심각한 기업 및 인력 유출</li> <li>◦ 영세한 콘텐츠 산업 기획·제작 기반 및 역량 부족</li> <li>◦ 타 지자체 콘텐츠 육성 사업 대비 차별화 부족</li> </ul>

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
강점 (Strength)	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 울산 지역 고유의 문화자원을 활용한 대중적 콘텐츠 개발 가능</li> <li>- 콘텐츠 관련 교육프로그램을 강화하여 융합 콘텐츠 개발 가능한 전문 인력 양성</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타 산업과 융합한 콘텐츠 개발</li> <li>- 기존 제조업체와 신규 콘텐츠 기업의 네트워크 체계 구축</li> <li>- 창작공연 네트워킹 및 설비 임대지원</li> </ul>
약점 (Weakness)	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제조업과 융합한 콘텐츠 비즈니스 모델 개발</li> <li>- 지역 축제와 연계한 콘텐츠 산업 융합</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현직 전문가 멘토 등을 영입하여 크리에이터 멘티 매칭으로 인력 양성</li> <li>- 콘텐츠 창작물들에 대한 담당기관에서의 체계적인 관리로 차별화 전략 가능</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- 콘텐츠 특화지구 조성
  - 콘텐츠산업을 발전시키기 위해서는 타 산업 또는 콘텐츠산업들의 융복합 시너지 효과를 내기 위해 특화지구 조성이 필수적이라고 할 수 있음
- 작가, 제작, 문화기술, 콘텐츠경영 교육센터
  - 신진 창작자들을 위한 교육지원
  - 4차 산업혁명을 이끄는 기술(VR, AR, XR) 에 대한 기술교육 지원을 통한 첨단 콘텐츠 제작지원
- 창작공연 네트워킹 및 설비 임대지원
  - 성공적인 공연 활동을 위해 인적네트워크는 필수적이며, 수도권 또는 선 사례가 있는 지역의 문화인들과 교류하는 Network day 개최
  - 공연을 위한 설비 및 기자재들을 모든 회사가 다 구비하고 있기에는 예산의 한계가 있으므로 이러한 설비들을 주무관청에서 갖추고 콘텐츠산업 종사자 또는 기업에게 임대해 준다면 비용적 측면을 줄일 수 있음
- 콘텐츠 IP 관리 및 아카이브 운영
  - 콘텐츠 창작물들에 대한 지적재산권 보호를 위해 주무관청에서는 변리사, 변호사의 미팅과 상담 주선
  - 창작물들에 대한 보관, 수집, 배포는 향후 미래 세대들을 위한 작업으로 아카이브 운영과 자료의 축적을 통해 해당 콘텐츠산업의 질적 역량을 키울 수 있음
- 현직 전문가 멘토, 신진 크리에이터 멘티 매칭
  - 최근의 트렌드 반영 및 새로운 콘텐츠 제작 운영 노하우 전수를 위한 멘토-멘티 매칭 사업 추진
- 크리에이터 코웍스페이스 운영
  - 콘텐츠 창작을 위한 고가의 장비를 사용할 수 있는 코웍스페이스 운영
  - 코웍스페이스를 통한 크리에이터들의 브레인스토밍, 협업, 창작물 콜라보레이션 등의 융복합 시너지 효과 증대 기대

## 8. 경기

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 콘텐츠 융합 클러스터 활성화
  - 유망 콘텐츠 기업의 도내 유치 및 지원을 통한 부천 클러스터 활성화 (부천 클러스터 육성 사업)
  - 스타트업 및 중소기업의 성장 지원을 통한 도내 대표 콘텐츠기업 육성
  - 미래 성장 동력인 스마트콘텐츠 산업의 강소기업 육성을 위한 원스톱 사원 지원
- 창업활성화와 인재 양성
  - 창의성을 발휘할 수 있는 콘텐츠 기반의 창업 지원을 통한 청년 일자리 창출
  - 판교테크노밸리 우수기업과 창업가간 상생 협력을 위한 개방형 혁신 생태계 조성
  - 미래 성장동력인 스마트콘텐츠 산업의 강소기업 육성을 위한 원스톱 사원 지원
- 영상산업 활성화
  - 경기도 선도의 신진영상인력 지원을 통한 문화향유권 증대
  - 다문화가족 및 외국인, 경기도내 문화향유 기회가 부족한 지역과 계층을 위한 영상 문화 복지 증대
- 게임 시장 내 신성장 동력 발굴 및 글로벌 시장 확대
  - 판교를 중심으로 창의성과 혁신 아이디어를 바탕으로 한 미래 게임 혁신센터 추진
  - 대-중-소 기업 간 협업
  - 게임 산업을 이끌어갈 글로벌 넥스트 게임의 발굴 육성을 통해 내수시장 포화에 따른 게임 산업 발전 동력 및 창조 생태계 제공
- 신개념 문화관광명소 건립 및 명소화를 위한 창의 콘텐츠 발굴

## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 경기의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 2위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 2위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액은 2위로 나타남

<표 5-13> 경기 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	1,481,054	2,378	7,546,000	22,676	1,484,086,549	3,292,747
비중(%)		0.161		0.301		0.222
비중 순위		2		2		2

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

#### 다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ K-콘텐츠에 대한 전세계적인 인기의 지속으로 수출규모의 꾸준한 증가</li> <li>◦ 문화콘텐츠 창작·창업지원 플랫폼 확대</li> <li>◦ 융·복합 창작, 창업 생태계 구축 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 타 지역간 유사 콘텐츠 분야의 확장으로 경쟁이 심화됨</li> <li>◦ 인근 지역(서울, 인천)으로의 인력 유출 가능성 높음</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 게임, 웹툰 등 콘텐츠산업의 기본적인 인프라가 튼튼함</li> <li>◦ 타 시도 대비 상대적으로 많은 콘텐츠 기업 보유</li> <li>◦ 타 시도의 우수 전문 인력 유입</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 도내 콘텐츠 산업의 지역 불균형 현상</li> <li>◦ 지역 및 계층에 따른 문화 격차 존재</li> </ul>
	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>강점 (Strength)</b>	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 도내 지역특화산업과 콘텐츠 산업 연계 가능성 높음</li> <li>- 문화기술 공공 콘텐츠 제작지원 사업 추진</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영상콘텐츠 산업 생태계 조성을 위한 크리에이터 육성 전략</li> <li>- 콘텐츠 기업의 해외 진출을 위한 지원 체계 구축</li> </ul>
<b>약점 (Weakness)</b>	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 융합을 위한 산업기반의 집적화</li> <li>- 콘텐츠 기업의 타 지역으로의 유출을 방지하기 위한 지원 강화</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 체계적인 정책적 지원을 통해 지역 내 콘텐츠 산업 불균형 해소</li> <li>- 경쟁력 낮은 지역 및 계층에 대한 지속적인 정책적 지원으로 문화 격차 축소</li> <li>- 경기도 불공정·격차 제로(Zero) 전략 추진</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- 콘텐츠산업과 신기술 또는 타 산업 간 융복합이 심화됨에 따라 더욱 확장된 형태의 정책이나 전략의 도출이 요구됨
- 새로워진 환경 속에서 경쟁력을 확보할 수 있도록 콘텐츠 제작에 대한 지원 및 투자 등이 선제적으로 이뤄져야 함
  - 특히, 가상융합기술(XR), 메타버스 등 신기술에 대한 지원을 확대하여 경기도가 세계 시장에서 자리를 잡을 수 있도록 해야 함
  - 유통과 소비가 잘 이루어질 수 있도록 경기도 내 전시, 공연 시설 등 소비 인프라와의 연계가 필요
  - 여러 분야에 대한 지원을 통해 콘텐츠산업의 다양성을 확보하고, 지속적인 지원으로 산업생태계의 안정성을 도모
- 경쟁이 심화되는 콘텐츠산업 시장에서 경기도만의 차별화 전략을 통해 경쟁력을 키워나가야 함
  - 경기도 내 아직 알려지지 않은 신진 작가나 작품 발굴, 경기도만의 문화자원을 활용하여 콘텐츠화하는 등 차별화 전략을 통한 경쟁력을 키워나가야 함
- 산·학·연 연계를 강화하여 전문성 있는 인력 확보, 지속적인 네트워킹 등 선순환이 이루어질 수 있는 협력 생태계 구축 필요
  - 콘텐츠 개발자 및 공급자, 대학, 연구소, 기업 등을 연결하여 전문 인력과 스타트업 등을 양성하고 경기도의 실정에 맞는 정책이나 전략을 함께 도출
  - 창업기업뿐만 아니라 본격 성장단계 이후 기업에 대한 지원도 지속적으로 이루어져야 함



## 9. 강원

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 영상콘텐츠 기반/환경 조성 및 활성화
  - 강원도 홍보 영상 제작
  - UHD(4K) 급 고품질 영상제작, 다양한 분야의 맞춤형 영상 제작
- 창작, 제작 지원
  - 라이선싱 사업, 콘텐츠 개발(중국 투자유치 및 공동 개발)
- 애니메이션
  - 진흥원 네트워크를 통한 다양한 미디어 배급
  - 효율적인 글로벌 제작 시스템 구축
  - 창작 애니메이션 아이디어 뱅크 구축
- 캐릭터
  - 진흥원 보유 콘텐츠 활용한 다양한 캐릭터 상품 개발 및 유통
- 지역의 영세 중소기업 육성을 통한 지역경제 활성화
  - 웰니스식품, 세라믹신소재, 스포츠지식서비스 등

## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 강원의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 9위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 8위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액은 7위로 나타나 타 지역과 비교해 중간 정도의 위치에 있는 것으로 보임

<표 5-14> 강원 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	200,365	168	829,000	1,577	113,947,608	190,879
비중(%)		0.084		0.190		0.168
비중 순위		9		8		7

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

#### 다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ K-콘텐츠의 세계적인 인기의 지속으로 수출 규모의 꾸준한 증가</li> <li>◦ 기술산업간 융·복합화를 통한 성장 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 타 지역의 경쟁적인 콘텐츠산업 지원으로 인해 경쟁력 약화</li> <li>◦ 수도권 대비 콘텐츠 산업 전문 인력 부족</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 가상체험 등 실감 콘텐츠 분야 기반 조성</li> <li>◦ 지역 콘텐츠를 활용한 스토리 개발과 애니메이션 제작 활용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 타 지역 대비 사업체가 대부분 영세하며 규모가 적은 편임</li> <li>◦ 지역을 대표하는 콘텐츠 상품이 없어 대표적인 브랜드가 필요함</li> </ul>
	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>강점 (Strength)</b>	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역의 장점 및 관광과 연계한 지역 콘텐츠 개발 가능성</li> <li>- 애니메이션, 로봇스튜디오 등 박물관 중심의 문화 콘텐츠 개발 가능성</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 개발 자원을 활용할 수 있는 전문인력 양성 및 정착</li> <li>- 콘텐츠 기업의 육성을 통해 타지역으로의 유출 방지</li> </ul>
<b>약점 (Weakness)</b>	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광자원을 활용하여 전국민이 이용할 수 있는 콘텐츠 개발</li> <li>- 지역에서 콘텐츠 개발 기업에 대한 체계적이고 지속적인 지원 필요</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타 지역과의 차별성을 높인 콘텐츠 산업 분야 선정 필요</li> <li>- ICT 분야의 융합 콘텐츠를 활용한 인프라 활성화 및 시설 지원</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- ICT 콘텐츠 산업 육성
  - 문화콘텐츠산업 지원환경 조성, ICT 융복합 추진협의회 운영, 강원디자인센터 건립
  - 스마트토이, AR·VR, 관광테크, 문화콘텐츠 등 산업 인프라 활성화
- 4D 및 HMD(Head Mounted Display)
  - 가상체험 콘텐츠 및 시스템 개발
- 관광산업
  - 콘텐츠를 향유하기 위해 외지 관광객 유입
- 오프라인 플랫폼(관광자원의 수출)
  - 현재 운영중인 애니메이션 박물관, 로봇 스튜디오 및 개관예정인 토이스튜디오 등의 관람시설 플랫폼의 수출
- 이야기와 애니메이션
  - 지역 콘텐츠를 활용한 스토리 개발과 애니메이션 제작 활용
- 콘텐츠 런칭 플랫폼의 수출
  - 국가별, 언어별 플랫폼을 커스터마이징하여 수출, 플랫폼 임플란트 사업 추진 가능

## 10. 충북

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 일상 속에 스며드는 문화예술 체감도 확산
  - 생활체감형 문화예술 활성화, 문화 불균형 해소를 통한 행복지수 향상
- 문화예술 창작 지원
  - 문화예술 창작역량 지원 강화
  - 지역문화예술 활동기반 조성
- 고부가가치 문화콘텐츠산업 기반 조성
  - 스토리창작클러스터 조성, 충북영상위원회 구성, 운영, 제천 국제음악영화제 지원
- 경쟁력있는 문화콘텐츠 발굴, 지역문화브랜드로 육성
  - 다양성 전용 영화프로그램 운영 지원, e-스포츠 대회 지원 및 활성화 등
- 스토리 창작 육성
  - 스토리 창작 클러스터 조성
  - 한류의 지속 확산과 질적 향상을 위해 콘텐츠의 핵심요소인 스토리 창작, 육성에 대한 중요성 대두

## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 충북의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 11위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 12위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액은 10위로 나타남

<표 5-15> 충북 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	194,561	133	924,000	1,164	208,157,612	124,258
비중(%)		0.068		0.126		0.060
비중 순위		11		12		10

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 콘텐츠 소비 연령 확대</li> <li>◦ 다양한 k-콘텐츠의 수출로 인한 해외시장의 진출 기회가 많아짐</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 타 지역의 경쟁적인 콘텐츠산업 지원으로 인해 경쟁력 약화</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 자연환경 및 다양한 역사 문화를 활용한 콘텐츠 자원이 있음</li> <li>◦ ICT/바이오 산업 등 향후 문화콘텐츠산업화 할 수 있는 잠재력 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 타 지역 대비 적은 콘텐츠기업 수</li> <li>◦ 콘텐츠 전문 인력 육성 체계 및 프로그램 부족</li> </ul>
	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>강점 (Strength)</b>	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전국민 이용 가능한 콘텐츠 개발</li> <li>- 글로벌 콘텐츠 개발로 수출 경쟁력 강화</li> <li>- 지역 콘텐츠 소재 활용 개발 가능</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타지역 대비 차별성 있는 정책 개발 필요</li> <li>- 체계적인 정책적 지원으로 타지역으로 이전 방지 필요</li> </ul>
<b>약점 (Weakness)</b>	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화체감을 통한 관광서비스 가치 확산</li> <li>- 문화체감형 지역관광 콘텐츠 개발</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역 ICT 융합 생태계 구축</li> <li>- 콘텐츠 개발 전문인력 양성</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- 디지털 콘텐츠 산업 성장거점 조성
  - 콘텐츠산업 선도기업 집중 육성
  - 디지털 콘텐츠분야 창의인재 양성
  - 디지털 콘텐츠 제작 및 이용환경 조성
- 문화체감을 통한 관광서비스 가치 확산
  - 주요 행사개최를 통한 지역관광 활성화 지원
  - 문화 체감형 지역관광 콘텐츠개발
- ICT 활성화
  - SW융합지원사업
  - 지역 ICT 융합 생태계 구축
  - ICT 융합 제품의 경쟁력 강화 및 시장 진출 확대, ICT 및 바이오에 중점으로 기타 문화콘텐츠의 융합이 저조하나 잠재력을 갖고 있는 지역문화콘텐츠를 전략적으로 기획한다면 큰 효과를 기대할 수 있음
- 과학기술지원
  - 지역혁신창의인력양성사업
  - 연구개발지원단 운영 사업
- 지역의 문화유산에 대한 디지털화 및 복원 가능



## 11. 충남

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 영상위원회 설치 및 영상콘텐츠 제작 지원
  - 충남영상위원회 운영을 통한 지역 영상산업 육성 및 관광 활성화
  - 영상산업 육성 및 활성화 (지역 내 문화, 생태, 관광자원 등 영상자원 실태조사 및 DB구축)
  - 지역 영상산업 육성을 위한 산, 학, 연 및 기관 단체 간 협력 거버넌스 강화
- 문화의 보편적 향유를 통한 문화 복지 증진
  - 지역문화원 활동사업 지원
  - 지역 문화예술 창작 및 공연 활동 지원 (문화 예술 역량 제고 및 문화 향유권 신장 도모)
- 지역기반 대표 콘텐츠 창출
  - 지역특화자원을 활용한 콘텐츠 개발로 지역문화산업 활성화
- 융복합 문화콘텐츠 창작 지원 및 인프라 구축
  - ICT 융합 문화콘텐츠 센터 운영
- 지역 명소 발굴 및 스토리텔링 개발
  - 충남 문화유산 아카이브 구축 및 디지털 시스템 개발
  - 향토 사학자, 이야기 창작자 참여 이야기 콘텐츠 제작
- 지속가능 주민 주도형 지역문화축제 육성
  - 지역주민 주도의 특색 있고 지역발전에 기여하는 축제 육성

## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 충남의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 13위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 13위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액은 12위로 콘텐츠산업의 비중이 전반적으로 낮은 편임

<표 5-16> 충남지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	291,741	156	1,373,000	1,580	371,352,924	160,287
비중(%)		0.053		0.115		0.043
비중 순위		13		13		12

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 콘텐츠 소비 연령 확대</li> <li>◦ 온라인 콘텐츠 소비 증가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 타 지역 대비 부족한 인프라</li> <li>◦ 타 지역의 경쟁적인 콘텐츠산업 지원으로 인해 경쟁력 약화</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ ICT와 지역 문화콘텐츠의 결합으로 충남만의 스마트 서비스 가능</li> <li>◦ 백제역사 유적지구 등 문화유산과 콘텐츠의 융합 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 기업의 소규모 및 영세성</li> <li>◦ 제조업 대비 낮은 문화콘텐츠 산업 개발 여건</li> </ul>
	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>강점 (Strength)</b>	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제조업 등 타 산업과 융합할 수 있는 콘텐츠 전문 인력 양성 가능</li> <li>- 콘텐츠 유관기관간 협력 가능</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전국민이 이용 가능한 지역 특화 콘텐츠 개발(전통문화 관련)</li> <li>- 타 지역 대비 차별적인 콘텐츠 분야 선정 및 지원</li> </ul>
<b>약점 (Weakness)</b>	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역 특화 기술 산업 발전 가능성으로 창업 지원</li> <li>- 기술, 특히, 지역 기업과 연계한 기술 콘텐츠 시장 가능성</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 농수산업과 지역의 다양한 문화자원 활용</li> <li>- 지역특산물 등 문화 마케팅 및 관광자원 융합 가능</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- ICT와 충남의 문화콘텐츠가 만나 충남만의 스마트 서비스를 만듦
  - 첨단산업과 전통문화, ICT와의 신산업 창출(디스플레이, 자동차, 조명 등과 지역의 다양한 문화자원)
- 백제역사유적지구 문화유산과 콘텐츠의 융합으로 교육, 관광산업 활성화에 기여 가능성 높음
- 제조업과 문화산업 융합
  - 충남에 상당한 제조 산업이 자리하고 있어 이와 관련한 융합 기회가 높아질 것으로 예상함
  - 음향과 제조를 연계한 기술/특허/지역 기업과 연계한 기술 콘텐츠 시장 형성
- 농수산업과 지역의 다양한 문화자원
  - 농식품 문화디자인이 충남 3농 혁신과 맞물려 문화산업 진흥과 융합 콘텐츠 개발 가능성이 높음
  - 농수산업 및 지역 특산물 등과 문화마케팅 및 관광자원의 융합으로 신 부가가치 창출
  - 6차 산업과 연계한 지역 특화 기술 산업 발전 가능성 있음

## 12. 전북

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 콘텐츠 산업 인재양성 및 창작 지원
  - 문화콘텐츠 산업 활성화를 위한 인재육성
  - 기능성 게임산업 기업 육성 및 창업 지원
  
- 문화, 영상 콘텐츠산업 육성
  - 영화, 영상 제작 기지화 및 영화 제작 메카 육성
  
- 문화예술 창작역량 강화
  - 상설공연 확대로 공연예술 전문인력 일자리 창출
  - 문화예술전문단체 창작역량 지원 강화
  
- 도민 문화향유 기회 확대
  - 다양한 작품 전시회 및 생활 밀착형 문화예술활동 운영
  - 문화 소외계층에 대한 지원 강화
  
- 문화기반시설 확충
  - 주민 문화향유 거점 생활 밀착형 문화시설 운영
  - 공공도서관, 문예회관, 미술관, 박물관 등 문화기반시설 확충

## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 전북의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 10위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 7위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액은 9위로 나타남.

<표 5-17> 전북 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	231,380	166	961,000	2,073	157,187,934	174,829
비중(%)		0.072		0.216		0.111
비중 순위		10		7		9

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 게임, 영화 등 영상 산업 육성</li> <li>◦ 콘텐츠 시장의 지속 성장 및 주요 소비층 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 수도권 중심의 콘텐츠 시장 형성</li> <li>◦ 지역 인재 수도권으로 유출 가능성</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 신성장 콘텐츠 영역 창출</li> <li>◦ 차세대실감콘텐츠 제작 등</li> <li>◦ 한옥마을 소재로 한 콘텐츠 개발 및 관광객 효과 가능</li> <li>◦ 지역 인재 양성 및 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지역에서 성장한 인력 타지역 흡수</li> <li>◦ 지역별로 차별성이 없어지는 지원 정책이 많음</li> </ul>
	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>강점 (Strength)</b>	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역의 장점을 최대한 지역특화 문화콘텐츠 개발</li> <li>- 지역스토리랩 등 소재 개발</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역의 콘텐츠 기업 및 인력 타지역으로의 이동을 방지하는 체계적인 정책지원 필요</li> <li>- 지역만의 차별적인 콘텐츠 정책 실행</li> </ul>
<b>약점 (Weakness)</b>	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전 연령대에서 이용할 수 있는 문화콘텐츠 개발</li> <li>- 지역 기업에 대한 체계적인 지원으로 해외 진출 전략 실행</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역 고유의 콘텐츠를 개발할 수 있는 전문 인력 양성 프로그램 개발 및 역량 지원 강화</li> <li>- 콘텐츠 창의 인재 양성 및 창업 지원</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- 콘텐츠산업 인재 육성 및 창업 지원
  - 기능성 게임산업 지원, 영화, 영상 산업 육성
- 문화, 영상 콘텐츠산업 육성
  - 영화, 영상 산업 육성 및 영화 제작 메카 육성
  - 지속 성장을 위한 신 성장 콘텐츠 영역 창출(차세대실감콘텐츠 제작, 지역문화콘텐츠 산업 활성화지원 지역스토리랩)
  - 한옥마을의 많은 관람객을 통한 시너지 효과 기대
  - 한옥마을 소재 콘텐츠 개발로 지역 특성을 살릴 수 있는 제작을 통한 신시장 창출 기대
- 문화예술 창작역량 강화
  - 공연예술 전문 인력 일자리 창출, 문화예술전문단체 창작 역량 지원 강화
  - 콘텐츠 창의 인재 양성 및 창업, 창작 활성화
  - 콘텐츠산업 확산을 위한 홍보강화
- 해외 진출 전략 및 협력 모델 창출
  - 국내외 네트워킹 강화 및 해외 진출 전략 활성화
  - 콘텐츠산업 국내외 연계 동반 진출 강화



## 13. 전남

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 글로벌 콘텐츠 개발
  - 지역 고유 문화·예술·관광자원 활용 글로벌 콘텐츠 개발사업 추진
  - 오감콘텐츠 산업 육성을 위한 실감미디어기반 조성사업 추진
  - 전남 글로벌 스타 프로젝트 추진
  - 실감미디어 기반조성 사업 추진
  
- 협업체계 구축
  - 지역 기업의 경쟁력 제고를 위한 산·학·연·관 협업 체계 구축
  
- 문화 향유기반 확대 및 문화예술 활동 지원
  - 도서관 조성 및 영화관이 없는 농어촌 지역 주민에게 영화 관람 기회 제공
  - 문화예술단체 및 예술인에 대한 다양한 창작활동 지원
  
- 청년 창업 지원
  - 권역별 ICT인력 양성 체계 구축
  - 목포대, 순천대 등 지역 대학 연계 창업교육 및 청년창업 지원
  
- 기업 지원
  - 기업 성장단계별 맞춤형 지원체계 구축

## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 전남의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 15위이며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 15위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액은 14위로 콘텐츠 산업이 전반적으로 낮은 비중을 차지하는 것으로 나타남.

<표 5-18> 전남 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	234,688	103	1,004,000	936	231,459,174	92,206
비중(%)		0.044		0.093		0.040
비중 순위		15		15		14

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

#### 다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 기업역량 강화 및 생태계 구축</li> <li>◦ 권역별 콘텐츠 육성거점 조성 및 특화인프라 운영</li> <li>◦ 기업 성장단계별 지원 및 시장경쟁력 강화 지원</li> <li>◦ 콘텐츠 소비 증가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 타 지역 대비 부족한 인프라</li> <li>◦ 타 지역의 경쟁적인 콘텐츠산업 지원으로 인해 경쟁력 약화</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지역 문화자원의 산업적 가치 확대를 위한 원천 스토리 발굴</li> <li>◦ 지역 특화 콘텐츠 개발 및 비즈니스 모델 창출</li> <li>◦ 개발 콘텐츠 홍보 및 마케팅 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지역 내 콘텐츠 산업의 비중이 낮음</li> <li>◦ 전반적으로 콘텐츠 기업이 영세함</li> </ul>
	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>강점 (Strength)</b>	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역특화 자원 개발 지원</li> <li>- 지역의 독특하고 다양한 콘텐츠 소재를 활용한 콘텐츠 개발 및 활성화</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타 지역과 차별성 있는 전략 수립으로 경쟁력 있는 콘텐츠 개발 필요</li> <li>- 실감미디어, 만화 및 영상 애니메이션, 웹툰 등이 OSMU로 연계 가능성 높음</li> </ul>
<b>약점 (Weakness)</b>	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역문화산업연구센터, 만화 창작소, 전시체험 인프라 등 경쟁력 강화 전략</li> <li>- 유관 기관 간 협력 관계 구축</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 음악, 해양관광, 만화산업 중심의 융합산업 발전 가능성 높음</li> <li>- 지역 인재 양성 및 타 지역으로의 유출을 방지하는 정책 지속적 추진 필요</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- 콘텐츠산업 육성 및 활성화
  - 지역문화산업연구센터(CRC) 지원 사업 전남 모바일 앱 공모전
- 미래콘텐츠 융합개발
  - 빅데이터 활용 콘텐츠 개발
  - 실감미디어산업 기반조성센터 건립
- 지역특화 자원 개발 지원
  - 전시, 관광 콘텐츠 개발 지원사업
  - 지역의 독특하고 다양한 콘텐츠 소재를 통한 국내외 대표적인 콘텐츠 제작 가능
- 콘텐츠 생태계 지원
  - 지역스토리랩 프로그램 육성 지원
- 만화 및 영상 애니메이션
  - 웹툰을 기반으로 한 OSMU
  - 음악, 해양관광, 만화산업을 지역중심(구도심)으로 구축하여 융합산업으로 발전
  - 지역을 기반으로 한 만화창작소는 지역 문화자원 활용 스토리 및 디자인 개발, 상품화, 인력유출 억제, 지역관광산업 활성화
- 실감형 전시체험 콘텐츠
  - 180 여 개 소의 전시체험 인프라의 기술 첨단화, 고도화를 통한 관광 활성화

## 14. 경북

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 지역스토리랩 프로그램 육성사업
  - 지역스토리 발굴, 스토리텔링 리모델링, 스토리콘텐츠 개발을 통한 활용 및 창작 지원 사업
- 독도애니메이션 제작 지원 사업
  - 애니메이션 독도수비대 강치 TV 시리즈 제작(엄마까투리를 이을 주력 콘텐츠로 만듦)
- 권정생 동화 애니메이션 제작지원 및 사업화
  - 엄마까투리 EBS 방송 이후 29개국에 방영
- 지역기반형 콘텐츠코리아랩 운영지원사업
  - 작은 아이디어가 글로벌 콘텐츠가 될 수 있도록 콘텐츠 아이디어 개발단계부터 콘텐츠 제작, 창업, 마케팅에 이르는 전 과정을 지원
  - 전통문화자원(인물, 역사, 스토리)을 활용한 지역 특화 콘텐츠 산업의 허브 구축
- 창업 및 인큐베이팅 지원
  - 경북콘텐츠코리아랩, 1인 창조기업 지원센터, 경북 스타 관광벤처 육성사업, 경북 저작권 서비스 센터가 지원함

## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 경북의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 12위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 11위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액은 11위로 나타나 종사자수 및 매출액의 비중이 낮은 편임

<표 5-19> 경북 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	328,657	211	1,438,000	1,915	303,571,010	166,086
비중(%)		0.064		0.133		0.055
비중 순위		12		11		11

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 게임, 영화 등 영상 산업 육성</li> <li>◦ 콘텐츠 시장의 지속 성장 및 주요 소비층 확대</li> <li>◦ 전통문화 분야의 기반이 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 타 지역 대비 부족한 인프라</li> <li>◦ 타 지역의 경쟁적인 콘텐츠산업 지원으로 인해 경쟁력 약화</li> <li>◦ 수도권 중심의 콘텐츠 산업 구조</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지역스토리랩 프로그램 육성사업</li> <li>◦ 독도애니메이션 제작 지원 사업</li> <li>◦ 지역기반형 콘텐츠코리아랩 운영지원사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지역 내 콘텐츠 산업의 비중이 낮음</li> <li>◦ 전반적으로 콘텐츠 기업이 영세함</li> <li>◦ 전문 인력풀의 협소함</li> </ul>
	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>강점 (Strength)</b>	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고부가 문화콘텐츠 산업 육성 정책</li> <li>- 한류를 활용한 관광상품 개발</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타 지역과 차별성 있는 전략 수립으로 경쟁력 있는 콘텐츠 개발 필요</li> <li>- 타 지역으로의 콘텐츠 기업 및 인재 유출 방지 정책 필요</li> </ul>
<b>약점 (Weakness)</b>	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 기업의 경쟁력을 강화시킬 수 있는 체계적인 정책지원 필요</li> <li>- 전문가를 양성할 수 있는 교육프로그램 개발</li> <li>- 유관기관 간 협력 체계 강화 필요</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경북의 다양한 문화재를 콘텐츠화할 수 있는 전문 인력 양성</li> <li>- 문화유산과 ICT 기술 융합한 콘텐츠 개발</li> <li>- 지역기반형 R&amp;D 사업 지속 추진</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- 생활 속 문화서비스 확대
  - 주민 밀착형 문화서비스 제공
- 문화콘텐츠 산업 육성과 창작활동 지원
  - 고부가 문화콘텐츠 산업 육성 (애니메이션 제작 지원, 국제 청년 콘텐츠 쇼 개최 등)
  - 고품격 공연 프로그램 제공
- 한류를 활용한 관광상품 개발
- HMD용 VR 콘텐츠
  - 경북의 다양한 문화재를 가상현실 콘텐츠로 구현
  - 문화유산과 ICT 기술 접목(디지털 헤리티지 사업)/ 글로벌 콘텐츠 제작 기대
- 스토리산업
  - 콘텐츠의 기반인 스토리자원을 활용해 다양한 콘텐츠 분야에 접목 가능



## 15. 경남

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 글로벌 테마파크 조성
  - 진해 경제자유구역 내 스튜디오형 테마파크 건립
  - 첨단산업 전반의 성장과 상업화 견인
- 문화예술활동 확대지원 및 공간확충
  - 경남 대표도서관 건립, 문화예술회관, 도서관, 지방문화원 등
  - 국제연극제 및 음악제 개최 지원(마산국제연극제, 통영국제음악제 등)
- 문화콘텐츠 기반 조성
  - 문화콘텐츠산업 기반 구축
  - 융합형 콘텐츠 성장동력 발굴
  - 지역연계 영상문화 인프라 구축
- 축제 역량강화 및 축제 콘텐츠 개발
  - 글로벌 육성축제, 문체부 지정축제 등

## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 경남의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 14위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 14위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액은 13위로 나타나 콘텐츠산업의 비중이 전반적으로 낮음.

<표 5-20> 경남 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	392,614	174	1,762,000	1,708	325,074,193	138,010
비중(%)		0.044		0.097		0.042
비중 순위		14		14		13

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 콘텐츠 시장의 지속 성장 및 주요 소비층 확대</li> <li>◦ 문화콘텐츠 기반조성</li> <li>◦ 융합형 콘텐츠 성장동력 발굴 및 영상문화 인프라 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지역의 근무 여건의 열악함으로 인해 수도권 인력 쏠림 현상 지속</li> <li>◦ 제조업에 치우친 지원체계</li> <li>◦ 콘텐츠 인력 양성에 대한 발상의 전환이 필요</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 차세대 콘텐츠 성장동력 발굴 및 지원</li> <li>◦ 경남스토리랩 운영 등 지역 고유의 문화 콘텐츠 개발 노력</li> <li>◦ 축제 역량강화 및 축제 콘텐츠 개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 콘텐츠 기업의 영세성</li> <li>◦ 정보 및 지역 인프라 부족으로 인한 타지역으로의 인력 유출 심화</li> </ul>
	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>강점 (Strength)</b>	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화콘텐츠 기반 조성</li> <li>- 민/관/산/학의 네트워킹의 강화 및 경남, 부산, 울산 등 인접지역간의 협업 체계 강화 정책 계획</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인력 부족으로 인한 전문 인력층이 형성되기 어려움</li> <li>- 차세대 콘텐츠 성장동력을 발굴해서 전문가 육성 필요</li> </ul>
<b>약점 (Weakness)</b>	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역인물을 이용한 콘텐츠로 지역 고유의 경쟁력 있는 콘텐츠 개발</li> <li>- 콘텐츠 융복합의 개념을 명확하게 하고 전략 콘텐츠산업을 선정해서 혁신적인 지원 강화</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ICT 기술혁신을 통한 4차산업혁명이 가속화되어 콘텐츠산업과의 융합의 계기가 됨</li> <li>- 인접지역과의 시너지 제고를 위한 통합 프로젝트 추진</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- 문화콘텐츠 창작기반 역량 강화
- 차세대 콘텐츠 성장동력 발굴
  - 창작콘텐츠 고도화 지원
  - 경남스토리랩 운영
- 영상산업 육성지원
  - 로케이션 촬영 유치 및 지원
  - 찾아가는 영화 상영회
  - 다양성 영화 상영회
- 지리산 둘레길 프로젝트
  - 지리산이라는 지역의 특성을 살린 다양한 패키지 요소들을 결합한 사업의 필요성 대두 및 효과가 클 것으로 기대함
- 지역 인물을 이용한 콘텐츠
  - 역사적인 인물을 이용한 역사적 교육의 효과가 있는 인물을 선정하여 콘텐츠 개발

## 16. 제주

### 가. 지역 내 콘텐츠 정책 및 지원 동향

- 문화콘텐츠산업 육성을 통한 문화가치 극대화
  - 더 큰 제주실현을 위한 문화콘텐츠산업 육성
  - 제주의 자연, 문화원형 활용한 문화콘텐츠산업 기반 마련
  - 문화콘텐츠 테크업 브릿지 사업
- 제주문화의 글로벌화 추진
  - 제주의 문화역량을 키우기 위한 국제 문화교류 활성화, 지속가능한 문화발전을 통한 제주의 문화가치 극대화
- 세계문화도시와 네트워크 구축 등 제주문화의 글로벌화 추진
  - 문화정상포럼 참가 등 회원 도시 간 네트워크 활동 지속 추진
- 영상산업 활성화 및 영상문화 향유 기회 제공
  - 제주로케이션 유치 지원 공모 사업
  - 다양성 영화 제작지원 공모 사업
- 웹툰/애니메이션 해외 진출을 위한 경쟁력 강화
  - 제주웹툰캠퍼스 및 지역애니메이션콘텐츠 제작지원 사업

## 나. 지역 내 콘텐츠산업 비중

- 제주의 콘텐츠산업규모는 지역 내 콘텐츠 사업체수의 비중이 4위로 나타났으며, 지역 내 콘텐츠산업 종사자수 5위, 지역 내 콘텐츠산업 매출액은 3위로 나타나 콘텐츠산업의 비중이 높은 편인 것으로 나타남

<표 5-21> 제주 지역 내 콘텐츠산업 비중

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	지역 내 총사업체 수*	지역 내 콘텐츠 사업체 수	지역 내 경제활동 인구**	지역 내 콘텐츠산업 종사자 수	지역 내 전체 산업 매출액***	지역 내 콘텐츠 산업 매출액
규모	96,131	112	406,000	1,127	51,655,100	109,061
비중(%)		0.117		0.275		0.211
비중 순위		4		5		3

\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2021년

\*\*출처 : 통계청, 「경제활동인구조사」, 2021년

\*\*\*출처 : 통계청, 「전국사업체조사」, 2020년

다. 지역 내 콘텐츠산업 관련 SWOT 분석

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>외부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 문화콘텐츠산업 인프라 조성을 위한 국비사업 유치</li> <li>◦ 제주문화의 글로벌화 추진</li> <li>◦ 영상산업 활성화 및 영상문화 향유 기회 제공</li> <li>◦ 국내 관광객 최다 기록</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 타 지역의 경쟁적인 콘텐츠산업 지원으로 인해 경쟁력 약화</li> <li>◦ 수도권 중심의 콘텐츠 산업 구조</li> </ul>
	강점(Strength)	약점(Weakness)
<b>내부 환경 분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 제주 전통문화 콘텐츠 기반의 스토리텔링 캐릭터 개발(해양 관련 소재 풍부)</li> <li>◦ 문화콘텐츠 기업과 청년 일자리 연계 정책지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 콘텐츠 기업의 영세성</li> <li>◦ 수도권 중심의 콘텐츠 시장 형성</li> <li>◦ 전문 인력풀이 적음</li> </ul>

	기회(Opportunity)	위협(Threat)
<b>강점 (Strength)</b>	<p>&lt;SO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠융합을 통한 문화콘텐츠 개발</li> <li>- 제주웹툰캠퍼스 및 지역 애니메이션콘텐츠 제작지원 사업</li> <li>- 웹툰창작인프라 구축 및 웹툰산업 활성화</li> </ul>	<p>&lt;ST 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역 콘텐츠 업체들이 활용 가능한 플랫폼 구축</li> <li>- 지역 콘텐츠 소재를 활용한 창업 지원</li> </ul>
<b>약점 (Weakness)</b>	<p>&lt;WO 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 기업과 연계한 청년 일자리 사업으로 지속 가능한 성장 가능</li> <li>- 지역과 상생할 수 있는 콘텐츠 기업지원</li> </ul>	<p>&lt;WT 전략&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 산·학·연 상생협력 네트워크 구축</li> <li>- 전문 인력 양성을 위한 교육프로그램 시행 및 정책지원 마련</li> <li>- 도민 미디어 역량 강화로 저변 확대</li> </ul>

## 라. 지역의 콘텐츠산업 관련 향후 발전 방향

- 문화콘텐츠 개발 및 제작 지원
  - 지역문화산업 연구센터(CRC) 지원 문화자원 기반의 단편 콘텐츠 제작지원
  - 제주 전통문화 콘텐츠 기반의 스토리텔링 캐릭터 개발
  - 애니메이션 및 모바일게임 개발 제작
- 문화콘텐츠 기업과 청년 일자리 연계 정책지원
  - 제주영상문화산업진흥원이 지속 가능한 청년 일자리 사업을 기업과 연계 추진
- 도민 미디어 역량 강화
  - 계층별 미디어 교육 프로그램 운영
  - 온라인 강의 플랫폼 운영·관리 및 온라인 강의 콘텐츠 제작
- 콘텐츠융합
  - MICE 관광융합 LED 허브구축
- 콘텐츠 산업 활성화
  - 방송통신융합센터 활용, 아시아 CGI창조센터 구축



---

## 참고문헌

---



## 참고 문헌

- 경기도콘텐츠진흥원(2022), 경기 동부 권역 콘텐츠 산업 중장기 발전 전략을 위한 정책 연구
- 경기도콘텐츠진흥원(2020), 경기도 콘텐츠산업 통계조사 보고서
- 경남문화예술진흥원(2021), 2021 지역특화 콘텐츠산업 발전전략 연구용역 보고서
- 광주정보문화산업진흥원(2022), 광주문화산업 현황조사
- 광주전남 정책브리핑(2022.11.24.), 아시아문화중심도시 광주, 문화콘텐츠산업 미래 10년을 위한 정책방향
- 대구경북연구원(2020), 경상북도 콘텐츠산업 특화 육성전략 연구
- 대구디지털산업진흥원(2018), 2018 대구 문화콘텐츠산업 통계조사
- 보도자료(2021), 경기콘텐츠진흥원 2021년 사업설명회 온라인 개최
- 미래산업전략연구소(2021), 경기도 시군 콘텐츠산업 균형발전 연구
- 부산연구원(2022), 문화콘텐츠 디지털 전환 대응을 위한 부산시 주요 정책 방향
- 부산발전연구원(2015), 부산의 영화와 영상 콘텐츠산업 발전을 위한 융합 플랫폼 전략 제안
- 울산연구원(2021), 울산 콘텐츠산업 활성화 전략 연구
- 충북문화재단(2021), 연차보고서
- 한국콘텐츠진흥원(2015), 지역 콘텐츠산업 발전 중장기 로드맵 수립 연구



---

# 부록

---



# 1. 사업체 설문지

ID

## 2022년 지역콘텐츠 산업 및 창작자 실태조사 (사업체용)

안녕하십니까?

한국콘텐츠진흥원과 (주)메트릭스에서는 지역콘텐츠산업 계획수립 및 기초자료로 활용하기 위하여 「2022년 지역콘텐츠 산업 및 창작자 실태조사」를 실시하고 있습니다.

본 조사는 지역별 사업 환경 분석을 통해 지역 콘텐츠 사업 강화 기반을 마련하는데 그 목적이 있습니다. 귀사에서 응답하여 주신 모든 내용은 오직 통계분석을 위해서만 사용되며, 응답 내용 및 개인정보는 통계법 제33조에 의거하여 철저히 보호됨을 알려드립니다.

바쁘시고 번거로우시겠지만 잠시만 시간을 내시어 본 설문에 협조하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

통계법 제33조(비밀의 보호 등)

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

### 응답 시 유의사항

- ① 본 조사의 기준시점은 2021년 12월 31일입니다.
- ② 본 조사는 귀사업체의 실적만 기입하셔야 합니다. 만약, 귀사업체의 본사, 본부 등이 별도로 있을 경우에도 귀 사업체의 실적만 분리하여 작성합니다.
- ③ 종사자 수 부문에서 해당사항이 없는 경우 '0' 또는 '.'를 표시해 주십시오.

2022년 8월  
한국콘텐츠진흥원

주관 기관	<b>한국콘텐츠진흥원</b> KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY	수행 기관	<b>MetriX</b>	(주)메트릭스 [연구부] 담당자 전아현 (☎ 02-6244-0735/content@metrix.co.kr)
-------	--	-------	---------------	---

조사원성명 : (서명)      전화번호 :

### 응답자 정보

성명		소속부서	
전화번호/팩스번호	Tel. (    ) -    - Fax.(    ) -    -	E-mail	@

\* 귀하의 개인정보는 추후 설문조사 종료 이후 기프트 발송을 위한 용도로만 활용됩니다.

### A. 사업체 정보

- ※ 사업체명 : 법인명과 실제 통용명칭이 다를 경우 공식적 명칭을 기재한 후 ( )에 실제 통용명칭을 기입
- ※ 설립연도 : 현재의 산업활동(업종)을 시작한 시기
- ※ 회사외의 법인 : 민법 또는 특별법에 따라 설립된 사업체로 재단법인, 사단법인, 특수법인(법무, 회계법인, 공사, 공단) 등
- ※ 비법인단체 : 법인격이 없는 단체나 모임으로 종교단체, 문화단체, 후원회 등

1. 사업체명	/ ( )		
2. 대표자명	3. 설립연도		
4. 사업자등록번호	- -		
5. 조직 형태	<input type="checkbox"/> ① 개인사업체 <input type="checkbox"/> ② 회사법인 <input type="checkbox"/> ③ 회사 이외 법인 <input type="checkbox"/> ④ 비법인단체		
6. 사업체 구분	※ 회사법인·회사 이외 법인인 경우만 응답 <input type="checkbox"/> ① 단독사업체 <input type="checkbox"/> ② 본사·본점 <input type="checkbox"/> ③ 공장, 지사(점), 영업소 등		
7. 사업체 주소	(시/도) (시/군/구) (읍/면/동) (세부주소) (도로명)		
8. 전화번호	( ) -	9. 팩스번호	( ) -

### B. 사업체 현황

#### 1. 귀사의 해당 콘텐츠 분야를 선택해 주십시오.(중복 선택 가능)

※콘텐츠 분류체계에 대한 상세한 설명은 10 페이지를 참고해주시요.

1) 만화	<input type="checkbox"/>	• 만화출판업, 온라인 만화 제작·유통업
2) 음악	<input type="checkbox"/>	• 음악제작업, 음악 및 오디오물 출판업, 모바일 음악 서비스업, 인터넷 음악 서비스업, 인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업(CP), 음악공연업
3) 게임	<input type="checkbox"/>	• 게임 제작 및 배급업
4) 영화	<input type="checkbox"/>	• 영화 기획 및 제작업, 영화제작 지원업
5) 애니메이션	<input type="checkbox"/>	• 애니메이션 제작업
6) 방송	<input type="checkbox"/>	• 방송영상독립제작사
7) 캐릭터	<input type="checkbox"/>	• 캐릭터 제작업
8) 지식정보	<input type="checkbox"/>	• e-learning업, 기타 데이터베이스 및 온라인정보제공업, 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업, 가상세계 및 가상현실업 (실감콘텐츠 및 메타버스 분야 포함)
9) 콘텐츠 솔루션	<input type="checkbox"/>	• 콘텐츠솔루션업, 컴퓨터 그래픽스(CG) 제작업

#### 2. 귀사의 주 매출을 이루는 상품의 분야와 상품명(콘텐츠)명은 무엇입니까? 매출이 높은 순으로 최대 3개까지 작성해 주십시오.(1개 또는 2개까지만 작성하셔도 무방합니다)

순위	1) 콘텐츠 분야	2) 주력 상품(콘텐츠)명
<작성예시>	영화	OOO이야기
1순위		
2순위		
3순위		

#### 3. 귀사의 매출 현황을 작성해 주십시오.(2021년 12월 31일 기준)

구분	천억	백억	십억	억	천만	백만	원
2021년 총매출액							원
2020년 총매출액							원



4. 귀사의 분야별 매출 정보를 총매출액 대비 비율로 작성해 주십시오.(2021년 12월 31일 기준)

사업 분야			분야별 매출 비율	
			분야	비율
1) 만화	<input type="checkbox"/>	• 만화출판업, 온라인 만화 제작·유통업	생산/제작	%
			유통/서비스	%
2) 음악	<input type="checkbox"/>	• 음악제작업, 음악 및 오디오물 출판업, 모바일 음악 서비스업, 인터넷 음악 서비스업, 인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업(CP), 음악공연업	생산/제작	%
			유통/서비스	%
3) 게임	<input type="checkbox"/>	• 게임 제작 및 배급업	생산/제작	%
			유통/서비스	%
4) 영화	<input type="checkbox"/>	• 영화 기획 및 제작업, 영화제작 지원업	생산/제작	%
			유통/서비스	%
5) 애니메이션	<input type="checkbox"/>	• 애니메이션 제작업	생산/제작	%
			유통/서비스	%
6) 방송	<input type="checkbox"/>	• 방송영상독립제작사	생산/제작	%
			유통/서비스	%
7) 캐릭터	<input type="checkbox"/>	• 캐릭터 제작업	생산/제작	%
			유통/서비스	%
8) 지식정보	<input type="checkbox"/>	• e-learning업, 기타 데이터베이스 및 온라인정보제공업, 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업, 가상세계 및 가상현실업(실감콘텐츠 및 메타버스)	생산/제작	%
			유통/서비스	%
9) 콘텐츠 솔루션	<input type="checkbox"/>	• 콘텐츠솔루션업, 컴퓨터 그래픽스(CG) 제작업	생산/제작	%
			유통/서비스	%
합계			100%	

5. 귀사의 콘텐츠 제작 현황을 작성해 주십시오.

\*프린터 고용 제작은 자체 제작 / 위탁 제작은 하도급 제작으로 처리  
 \*서비스 운영(진행) 건수 : 이전에 개발 및 제작된 서비스(온라인 게임 등)를 운영 중인 건수를 의미함

서비스 운영(진행) 건수*	2021년 말 기준(1년)	2020년 말 기준(1년)
제작 건수*	건	건
자체 제작 비중	%	%
하도급 제작 비중	%	%
원도급 수주 비중	%	%
하도급 수주 비중	%	%
합계	100%	100%
제작 비용	백만원	백만원
작품제작 비용 비중	%	%
로열티 비용 비중	%	%
마케팅/홍보 비용 비중	%	%
기타 비용 비중	%	%
합계	100%	100%

### C. 종사자 현황

#### 1. 귀사의 분야별 인력현황을 작성해 주십시오.

- ① 상용근로자 : 고용계약기간이 1년 이상인 임금근로자 또는 고용계약기간이 정해지지 않고 정규직원으로 일하는 근로자로서 사업체에서 급여를 지급하는 자(고용계약은 명시적 또는 암묵적 계약 모두 포함함)
- ② 임시 및 일용근로자 : 고용계약기간이 1년 미만인 근로자로서 사업체에서 급여를 지급하는 자
- ③ 프리랜서 : 일정한 집단이나 회사에 소속되지 않고 자유계약에 의하여 일을 하는 사람

선택	구분 콘텐츠 분야	종사자수 (2021년 12월 31일 기준)			프리랜서 (2021.01.01.~ 12.31 활용 기준)
		상용근로자	임시 및 일용 근로자	합계	
<input type="checkbox"/>	1) 만화	남			
		여			
<input type="checkbox"/>	2) 음악	남			
		여			
<input type="checkbox"/>	3) 게임	남			
		여			
<input type="checkbox"/>	4) 영화	남			
		여			
<input type="checkbox"/>	5) 애니메이션	남			
		여			
<input type="checkbox"/>	6) 방송	남			
		여			
<input type="checkbox"/>	7) 캐릭터	남			
		여			
<input type="checkbox"/>	8) 지식정보	남			
		여			
<input type="checkbox"/>	9) 콘텐츠 솔루션	남			
		여			
<input type="checkbox"/>	10)콘텐츠 이외 분야	남			
		여			
합계					

#### 1-1. 위에서 응답한 콘텐츠 분야 상용근로자의 직무별 종사자 비율을 작성해 주십시오.

사업기획 (임원포함)	제작	운영/관리 (재무/인사/총무)	연구개발	홍보/마케팅	기타(유통)	합계
%	%	%	%	%	%	100%

2. (상용근로자 한정)귀사의 채용 및 퇴직 현황을 작성해 주십시오.

구분			채용 및 퇴사자 현황 (2021년 1월 1일 ~ 2021년 12월 31일)			
선택	콘텐츠 분야		퇴직자 수		신규 채용자 수	
			근속 1년 미만자	근속 1년 이상자	신입직	경력직
<input type="checkbox"/>	1) 만화	남				
		여				
<input type="checkbox"/>	2) 음악	남				
		여				
<input type="checkbox"/>	3) 게임	남				
		여				
<input type="checkbox"/>	4) 영화	남				
		여				
<input type="checkbox"/>	5) 애니메이션	남				
		여				
<input type="checkbox"/>	6) 방송	남				
		여				
<input type="checkbox"/>	7) 캐릭터	남				
		여				
<input type="checkbox"/>	8) 지식정보	남				
		여				
<input type="checkbox"/>	9) 콘텐츠 솔루션	남				
		여				
<input type="checkbox"/>	10) 콘텐츠 이외 분야	남				
		여				
합계						

3. 귀사의 콘텐츠 분야 상용근로자 평균 근속기간은 어느 정도입니까?

( ) 년 ( ) 개월

4. 귀사는 코로나19 이전/이후 고용에 어떤 변화가 나타났습니까?

- ① 고용 증가 → 코로나19 이전 대비 ( )명 증가 ☞ 문 D1 로 이동
- ② 고용 감소 → 코로나19 이전 대비 ( )명 감소 ☞ 문 4-1로 이동
- ③ 변동 없음 ☞ 문 D1 로 이동

4-1. 종사상 지위별로 감소한 인원을 작성해 주십시오.

콘텐츠 분야	상용근로자	명
	임시 및 일용근로자	명
	프리랜서	명
콘텐츠 이외 분야		명
합계		명

D. 지원사업 관련

1. 전반적인 국가경제 상황과는 상관없이 오직 귀사업체 콘텐츠분야 경영 현황 및 전망을 2021년을 100을 기준으로 하여 작성하여 주십시오

※ 증가율은 2021년을 100을 기준으로 하여 2022년 5% 증가가 예상될 경우 105, 2022년 10% 감소가 예상될 경우 90으로 작성

2021년	2022년(2021년 대비)	2023년(2021년 대비)
100		

2. 귀사는 2021년 콘텐츠와 관련하여 정부, 민간기업, 개인 등으로부터 지원 및 투자를 받은 경험이 있습니까?

- ① 지원/투자 받은 경험 있음 ☞ 문 2-1로 이동
- ② 지원/투자 받은 경험 없음 ☞ 문 4 으로 이동

2-1. 지원/투자받은 내용을 작성해 주십시오.

※ 지원 유형 보기  
 ① 인건비 지원    ② 시설 및 제작 도구 지원    ③ 홍보·마케팅 지원    ④ 세금 감면    ⑤ 유통·판로 지원    ⑥ 기타(                    )

지원/투자 구분			지원 금액	지원 유형(보기 참조)			도움 정도(지원 효과)					
				※ 복합적으로 지원을 받은 경우 지원 유형을 모두 기입			유형1	유형2	유형3	도움안됨(---보통---)도움됨		
구분	사업명	기관/기업명										
정부 (지자체· 공공기관 포함)			_____ 억 _____ 만 원				①	②	③	④	⑤	
			_____ 억 _____ 만 원				①	②	③	④	⑤	
			_____ 억 _____ 만 원				①	②	③	④	⑤	
			_____ 억 _____ 만 원				①	②	③	④	⑤	
민간기업 (투자 및 지원 총액)			_____ 억 _____ 만 원				①	②	③	④	⑤	
기타(                    ) ex.개인, 펀드 등			_____ 억 _____ 만 원				①	②	③	④	⑤	
기타(                    ) ex.개인, 펀드 등			_____ 억 _____ 만 원				①	②	③	④	⑤	

3. 지원사업을 수행하면서 겪었던 가장 큰 애로사항은 무엇입니까?

- ① 복잡한 지원사업 신청/행정절차
- ② 사업 담당자와의 소통 어려움
- ③ 짧은 수행 기간
- ④ 지원금액 사용 기준 제한
- ⑤ 기타(                    )

4. 귀사에서 필요로 하는 지원 분야는 무엇입니까? 순서대로 3순위까지 응답해 주십시오. (1순위 혹은 2순위까지만 선택하셔도 무방합니다)

1순위		2순위		3순위	
-----	--	-----	--	-----	--

- ① 국고 제작지원
- ② 금융기관을 통한 지원(투융자)
- ③ 품질 인증 지원(특허, 인증 등)
- ④ 마케팅 지원(광고 및 판촉지원 등)
- ⑤ 인력 지원(인건비, 전문 교육 지원 등)
- ⑥ 입주시설 제공 및 정착지원
- ⑦ R&D 및 기술개발 지원
- ⑧ 판로개척 지원
- ⑨ 사업화(상용화)지원(시제품 개발 지원 등)
- ⑩ 국내외 네트워크 활성화
- ⑪ 콘텐츠 시장 트렌드 정보 제공
- ⑫ 기타(                    )

E. 해외거래 현황

1. 귀사는 해외거래(수출·수입) 경험이 있습니까?(2021년 1월 1일 ~ 2021년 12월 31일 기준)

해외거래(수출/수입) 여부	① 해외 수출·수입 모두 있음	☞ 문 2, 문 3 모두 응답
	② 해외 수출만	☞ 문 2만 응답
	③ 해외 수입만	☞ 문 3만 응답
	④ 해외 수출·수입 모두 없음	☞ 문 F1(코로나19 영향)으로 이동



1-2. (문항1 ④,⑤ 응답자만)코로나19의 확산으로 귀사의 경영에 어떤 긍정적 변화가 있었습니까? (모두선택)

- ① 매출(수출) 증가
- ② 영업(마케팅)활동 확대
- ③ 회사 인력 증가
- ④ 정부 지원 확대
- ⑤ 스마트워크와 같은 근무형태의 도입으로 업무의 효율성 증진
- ⑥ 코로나 19로 변화된 직장 문화(원격근무, 유연근무제, 회사자제 등)에 대한 직원 만족도 증가
- ⑦ 기타( )

**G. 지역콘텐츠 산업 인식 및 활성화 방안**

1. 현 지역에서 정부(지자체 및 공공기관)의 지원이 큰 콘텐츠 분야는 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 만화
- ② 음악
- ③ 게임
- ④ 영화
- ⑤ 애니메이션
- ⑥ 방송
- ⑦ 캐릭터
- ⑧ 지식정보
- ⑨ 콘텐츠솔루션
- ⑩ 기타( )

1-1. 그렇게 생각하는 이유는 무엇입니까? 순서대로 2순위까지 응답해 주십시오. (1순위까지만 선택하셔도 무방합니다)

1순위	2순위
-----	-----

- ① 지원 예산의 비중이 높아서
- ② 관련 시설(센터, 제작시설 등)이 많아서
- ③ 지원 사업의 수가 많아서
- ④ 관련 전문 인력이 많아서
- ⑤ 네트워크 구축이 잘 되어있어서
- ⑥ 관련 분야의 언론 홍보가 잘 되어서
- ⑦ 기타( )

2. 현 지역에서 정부(지자체 및 공공기관)의 지원에서 소외 되고 있다고 생각하는 콘텐츠 분야는 무엇입니까?

- ① 만화
- ② 음악
- ③ 게임
- ④ 영화
- ⑤ 애니메이션
- ⑥ 방송
- ⑦ 캐릭터
- ⑧ 지식정보
- ⑨ 콘텐츠솔루션
- ⑩ 기타( )

2-1. 그렇게 생각하는 이유는 무엇입니까? 순서대로 2순위까지 응답해 주십시오. (1순위까지만 선택하셔도 무방합니다)

1순위	2순위
-----	-----

- ① 지원 예산의 비중이 낮아서
- ② 시설이 부족해서
- ③ 지원 사업의 수가 적어서
- ④ 전문 인력이 부족해서
- ⑤ 네트워크 구축이 부족해서
- ⑥ 관련 분야의 언론 홍보가 미흡해서
- ⑦ 기타( )

3. 현 지역에 사업장을 선택한 가장 주된 이유는 무엇입니까? 순서대로 3순위까지 응답해 주십시오. (1순위 혹은 2순위까지만 선택하셔도 무방합니다)

1순위	2순위	3순위
-----	-----	-----

- ① 고객 혹은 공급업체와의 근접성
- ② 동종 혹은 지원업체와의 근접성
- ③ 전문인력 확보의 용이성
- ④ 관련 연구소, 대학 등의 근접성
- ⑤ 저렴한 임대료 혹은 입지비용
- ⑥ 주거, 교통, 문화 등 생활의 편리성
- ⑦ 정부 혹은 지원기관의 혜택
- ⑧ 도시브랜드와 기업이미지의 조화
- ⑨ 창업자 혹은 경영진의 연고
- ⑩ 해당산업 단지와 귀사의 생산품과 일치성
- ⑪ 낮은 인건비
- ⑫ 기타( )

4. 사업장을 운영하고 계신 지역의 콘텐츠 산업 환경에 대해서 얼마나 만족하십니까?

- ① 매우 불만족
- ② 불만족
- ③ 보통
- ④ 만족
- ⑤ 매우 만족

4-1. (문항2 ①,②,③ 응답자만) 지역의 콘텐츠 산업 환경에 대해서 불만족한 이유를 자유롭게 작성해 주십시오.

4-2. (문항2 ④,⑤ 응답자만) 지역의 콘텐츠 산업 환경에 대해서 만족한 이유를 자유롭게 작성해 주십시오.

5. 다음은 귀사 지역 인프라 환경에 대한 질문입니다. 항목별로 얼마나 동의하시는지 표시해주십시오.

지역 인프라		매우 안좋음	안좋음	보통	좋음	매우 좋음
사업체 경영	분양가 및 임대료/매매가	①	②	③	④	⑤
	전문인력 확보 (정규직)	①	②	③	④	⑤
	프리랜서 인력 확보	①	②	③	④	⑤
	금융자본 조달의 용이성	①	②	③	④	⑤
	고객 접근성	①	②	③	④	⑤
산업연계	협력업체와의 지리적 근접성	①	②	③	④	⑤
	지원 서비스 공급의 용이성	①	②	③	④	⑤
	이종 업체의 집중 및 교류 활성화	①	②	③	④	⑤
	동종 (혹은 유사) 업체의 집중과 교류 활성화	①	②	③	④	⑤
	산학 연관 협력체계	①	②	③	④	⑤
지원 프로그램	교육, 훈련 지원	①	②	③	④	⑤
	시장정보 및 경영정보 지원	①	②	③	④	⑤
	콘텐츠 제작 인프라 지원(시설이나 장비)	①	②	③	④	⑤
	기업지원서비스(법률, 회계, 컨설팅) 등 이용 편의성	①	②	③	④	⑤
	콘텐츠 창작지원	①	②	③	④	⑤
	지원사업 홍보 및 상세 안내	①	②	③	④	⑤
생활 환경	주거, 교육, 문화 등 생활기반시설	①	②	③	④	⑤
	주변 편의시설 및 복지시설	①	②	③	④	⑤
전반적 환경		①	②	③	④	⑤

6. 지역 내 콘텐츠 산업 정책과 관련하여 개선 사항이 있으시면 자유롭게 말씀해주십시오.

♣긴 시간 응답해 주셔서 감사합니다. 지역콘텐츠 산업 발전과 육성을 위한 소중한 자료로 활용하겠습니다.♣

## 2. 창작자 설문지

ID

### 2022년 지역콘텐츠 산업 및 창작자 실태조사 (창작자용)

안녕하십니까?

한국콘텐츠진흥원과 (주)메트릭스에서는 지역콘텐츠산업 계획수립 및 기초자료로 활용하기 위하여 「2022년 지역콘텐츠산업 및 창작자 실태조사」를 실시하고 있습니다.

본 조사는 창작·창업·육성 등 창작자 현황에 대한 세부적인 조사를 통해 창작자들에게 실효성 있는 지원/정책을 수립하는데 그 목적이 있습니다.

귀하께서 응답하여 주신 모든 내용은 오직 통계분석을 위해서만 사용되며, 응답 내용 및 개인정보는 통계법 제33조에 의거하여 철저히 보호됨을 알려드립니다.

바쁘시고 번거로우시겠지만 잠시만 시간을 내시어 본 설문에 협조하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

통계법 제33조(비밀의 보호 등)

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

2022년 8월  
한국콘텐츠진흥원

주관 기관	한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY	수행 기관		(주)메트릭스 [연구부] 담당자 전아현 (☎ 02-6244-0735) [실사부] 담당자 (☎ 02-6244-0762)
----------	---	----------	---	---

조사원성명 : (서명) 전화번호 :

#### 응답자 정보

성명			
휴대폰번호	-	-	E-mail @

\* 귀하의 개인정보는 추후 설문조사 종료 이후 기프트 발송을 위한 용도로만 활용됩니다.



## A. 응답자 일반 사항

1. 성별	① 남자		② 여자				
2. 연령	① 10대 ④ 40대		② 20대 ⑤ 50대		③ 30대 ⑥ 60대 이상		
3. 학력	① 중학교 졸업 이하 ④ 4년제 대학교 졸업		② 고등학교 졸업 ⑤ 석/박사 수료 이상		③ 전문대학 졸업 ⑥ 기타( )		
4. 전공 ※ 최종학력 기준	① 인문계열 ⑤ 의약계열		② 사회계열 ⑥ 예체능계열		③ 자연계열 ⑦ 사범계열		④ 공학계열 ⑧ 기타( )
5. 거주지	① 서울 ⑧ 세종 ⑫ 경북	② 부산 ⑨ 경기 ⑬ 경남	③ 대구 ⑩ 강원 ⑭ 제주	④ 인천 ⑪ 충북	⑤ 광주 ⑫ 충남	⑥ 대전 ⑬ 전북	⑦ 울산 ⑭ 전남
6. 주 창작활동 지역 (최근2년간 (2020.1.1. ~ 2021.12.31.))	① 서울 ⑧ 세종 ⑫ 경북	② 부산 ⑨ 경기 ⑬ 경남	③ 대구 ⑩ 강원 ⑭ 제주	④ 인천 ⑪ 충북	⑤ 광주 ⑫ 충남	⑥ 대전 ⑬ 전북	⑦ 울산 ⑭ 전남
7. 주 활동 분야 ※콘텐츠 분류체계에 대한 상세 설명은 7페이지 참고	① 만화 ⑤ 애니메이션 ⑨ 콘텐츠솔루션		② 음악 ⑥ 방송 ⑩ 기타( )		③ 게임 ⑦ 캐릭터		④ 영화 ⑧ 지식정보
8. 콘텐츠 활동 경력	※ 콘텐츠 관련 활동으로 최초 수입이 발생한 지점으로부터의 기간 ( ) 년 ( ) 개월						
9. 사업자 여부	① 개인사업자		② 법인사업자		③ 협동조합		④ 프리랜서 ⑤ 기타( )

## B. 창작활동 현황

1. 다음은 귀하의 창작활동 및 수입에 대한 질문입니다.

1) 1주일 평균 창작활동 일수	( )일
2) 1일 평균 창작활동 시간	( )시간
3) 귀하의 2021년 총수입 (※ 세후 기준)	( )백만 원
3-1) 2021년 총수입 가운데 콘텐츠 관련 수입 비율	( )%

2. 귀하의 창작활동을 통한 주된 수입 경로는 무엇입니까?

- ① 개인 콘텐츠 제작 및 판매  
② 사업체에 창작물 납품을 통한 수입  
③ 정부 지원사업 참여를 통한 수입  
④ 회사에 고용되어 근무를 통한 수입  
⑤ 기타( )

3. 귀하의 창작 외 주요 소득원은 무엇입니까?

- ① 없음(창작에 전념)  
② 자영업(창작 외 분야)  
③ 가족의 지원  
④ 창작 외 분야의 회사에 소속  
⑤ 일용직(창작 외 분야)  
⑥ 창작 외 아르바이트  
⑦ 교육(학원,아카데미,대학 등)  
기타( )



### C. 지원사업 관련

#### 1. 귀하는 2021년 콘텐츠와 관련하여 정부 혹은 민간기업으로부터 지원을 받은 경험이 있습니까?

- ① 지원/투자 받은 경험 있음 ☞ 문 1-1로 이동                      ② 지원/투자 받은 경험 없음 ☞ 문 4로 이동

##### 1-1. 지원 받은 내용을 작성해 주십시오.

※ 정부는 지자체 및 공공기관을 포함합니다  
 ※ 지원 유형 보기  
 ① 인건비 지원   ② 시설 및 제작 도구 지원   ③ 홍보·마케팅 지원   ④ 교육·컨설팅 지원   ⑤ 유통·판로 지원   ⑥ 기타( )

지원 사업명	지원 주체		지원 금액	지원 유형 (보기 참조)	도움 정도(지원 효과)				
					도움안됨(---보통---)도움됨				
	1.정부	2.민간	_____ 억 _____ 만 원		①	②	③	④	⑤
	1.정부	2.민간	_____ 억 _____ 만 원		①	②	③	④	⑤
	1.정부	2.민간	_____ 억 _____ 만 원		①	②	③	④	⑤
	1.정부	2.민간	_____ 억 _____ 만 원		①	②	③	④	⑤
	1.정부	2.민간	_____ 억 _____ 만 원		①	②	③	④	⑤

#### 2. 귀하께서 이용한 지원사업에 대해서 만족 또는 불만족한 이유를 자유롭게 작성해 주십시오.

#### 3. 지원사업을 수행하면서 겪었던 애로사항은 무엇입니까?

- ① 복잡한 지원사업 신청/행정절차                                      ② 사업 담당자와의 소통 어려움  
 ③ 짧은 수행 기간    ④ 지원금액 사용 기준 제한  
 ⑤ 기타( )

#### 4. 귀하의 창작활동 발전을 위해 필요한 지원은 무엇입니까? 순서대로 3순위까지 응답해 주십시오. (1순위 혹은 2순위까지만 선택하셔도 무방합니다)

1순위		2순위		3순위	
-----	--	-----	--	-----	--

- ① 콘텐츠 관련 교육 지원 및 컨설팅                                      ② 기술적 애로사항 지원  
 ③ 콘텐츠 제작에 필요한 개발 장비 및 도구 지원                      ④ 저작권, IP, 라이선싱 등에 관한 법률 지원  
 ⑤ 유통 및 홍보·마케팅 지원    ⑥ 투자 유치 및 대출 지원  
 ⑦ 정보교류 및 협력, 네트워킹 지원    ⑧ 작업공간 및 입주시설 지원  
 ⑨ 콘텐츠 사업화 및 창업 지원    ⑩ 취업 관련 지원  
 ⑪ 기타( )



3. 귀하께서는 지역의 콘텐츠산업의 한계점은 무엇이라고 생각하십니까? 순서대로 3순위까지 응답해 주십시오. (1순위 혹은 2순위까지만 선택하셔도 무방합니다)

- |             |                |               |
|-------------|----------------|---------------|
| ① 기획/창작력 부족 | ② 마케팅 능력 부족    | ③ 정책 지원 부족    |
| ④ 전문 인력 부족  | ⑤ 지역 소비자 이해 부족 | ⑥ 교육 및 컨설팅 부족 |
| ⑦ 인프라 부족    | ⑧ 영세한 자본       | ⑨ 기타( )       |

4. 다음은 지역 창작활동 환경에 대한 질문입니다. 항목별로 얼마나 동의하시는지 표시해주시시오.

구분	매우 부족함	부족함	보통	충분함	매우 충분함
1) 전문 창작자를 위한 창작지원(사업/지원금)	①	②	③	④	⑤
2) 창작활동 발표(공연, 전시 등)/유통의 기회	①	②	③	④	⑤
3) 창작활동 관련 역량 강화(기획력 제고 등) 교육 기회	①	②	③	④	⑤
4) 지역 창작활동 정보를 확인할 수 있는 플랫폼, 정보 채널	①	②	③	④	⑤
5) 지역 창작자 간 네트워크 구축 및 활발한 운영	①	②	③	④	⑤
6) 창작자와 소비자, 지역단체와의 네트워크	①	②	③	④	⑤
7) 지역 내 소비 시장(축제, 행사 등)	①	②	③	④	⑤
8) 창작활동 발표의 홍보/마케팅 진행 기회	①	②	③	④	⑤

5. 지역 내 창작활동과 관련한 콘텐츠 산업 정책에 대한 개선 사항이 있으시면 자유롭게 말씀해주시시오.

♣긴 시간 응답해 주셔서 감사합니다. 지역콘텐츠 산업 발전과 육성을 위한 소중한 자료로 활용하겠습니다.♣

# (위탁보고서용 판권지) 2022 지역 콘텐츠 기업 현황 및 창작자 실태조사

주관기관 | 한국콘텐츠진흥원  
감 수 | 박두진 ((주)메트릭스 상무)  
          임명선 ((주)메트릭스 전문위원)  
          이기홍 ((주)메트릭스 전문위원)  
          심원보 ((주)메트릭스 전문위원)  
연구책임 | 박두진 ((주)메트릭스 상무)  
연구용역 수행기관 | (주)메트릭스  
연구용역 책임자 | 박 두 진 ((주)메트릭스 상무)  
연구원 | 민지현 ((주)메트릭스 팀장)  
          | 류한준 ((주)메트릭스 과장)  
          | 조자영 ((주)메트릭스 과장)  
          | 백승민 ((주)메트릭스 대리)  
          | 전아현 ((주)메트릭스 대리)  
연구보조 | 김지영 ((주)메트릭스 주임)  
          | 신한술 ((주)메트릭스 주임)  
발행인 | 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)  
발행일 | 2023년 2월 24일  
발행처 | 한국콘텐츠진흥원  
주소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)  
전화 | 1566-1114  
홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호\_KOCCA22-63  
ISBN\_979-11-6677-157-6(93600) (비매품)

\* 본 보고서의 저작권은 한국콘텐츠진흥원이 소유하고 있으며, 내용을 인용하고자 할 경우에는 반드시 『연구명』  
○○ 쪽에서 인용하였음을 표시해 주시기 바랍니다.

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

9 791166 771576  
ISBN 979-11-6877-157-6



비매품  
93600

누구나  
콘텐츠로 일상을  
풍요롭게

한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

