

# 2023 부산 CT산업 통계조사

2023.12



# 제 출 문

부산정보산업진흥원장 귀하

본 보고서를 「2023 부산 CT산업 통계조사」 용역의 최종 보고서로 제출합니다.

2023. 12.

주 관 기 관 : (재)부산정보산업진흥원

수 행 기 관 : (주)화인리서치

연구책임자 : 김수경 대표이사

김규철 대표이사



# 목 차

<b>제1장 결과 요약</b> .....	<b>1</b>
조사 개요 .....	3
조사 결과 요약 .....	4
부산지역 주요 콘텐츠 산업 이슈 .....	8
<b>제2장 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 현황</b> .....	<b>13</b>
콘텐츠산업 통계조사 개요 .....	15
콘텐츠산업 현황 .....	16
지역별 및 부산지역 콘텐츠산업 매출 현황 .....	19
지역별 및 부산지역 콘텐츠산업 인력 현황 .....	23
<b>제3장 조사 결과</b> .....	<b>27</b>
<b>제1절 조사 개요</b> .....	<b>28</b>
조사 배경 및 목적 .....	29
조사 대상 .....	30
조사 체계 .....	31
조사 내용 .....	34
조사 현황 .....	35
<b>제2절 전체 조사 결과</b> .....	<b>37</b>
일반 현황 .....	39
종사자 현황 .....	50
경영 현황 .....	55
제작 현황 .....	59
지원사업 관련 .....	62
디지털 전환 도입 및 수준 .....	68
인제작자 .....	71
<b>제3절 만화산업 조사 결과</b> .....	<b>75</b>
만화산업 결과 요약 .....	77
만화산업 매출 현황 .....	79
만화산업 종사자 현황 .....	81
만화산업 창작 활동 .....	84

**제4절 게임산업 조사결과 ..... 87**

- 게임산업 결과요약 ..... 89
- 게임산업 일반현황 ..... 90
- 게임산업 매출현황 ..... 93
- 게임산업 종사자현황 ..... 96
- 게임산업 환경 ..... 99

**제5절 XR산업 조사결과 ..... 111**

- XR산업 결과요약 ..... 113
- XR산업 일반현황 ..... 114
- XR산업 매출현황 ..... 117
- XR산업 종사자현황 ..... 120
- XR산업 환경 ..... 123

**제6절 1인 크리에이터 조사결과 ..... 135**

- 1인 크리에이터 결과요약 ..... 137
- 1인 크리에이터 일반현황 ..... 138
- 1인 크리에이터 매출현황 ..... 139
- 1인 크리에이터 종사자현황 ..... 140
- 1인 크리에이터 창작활동 ..... 142

**제7절 음악산업 조사결과 ..... 145**

- 음악산업 결과요약 ..... 147
- 음악산업 일반현황 ..... 148
- 음악산업 매출현황 ..... 149
- 음악산업 종사자현황 ..... 151
- 뮤지션 활동 ..... 153

**제4장 부산CT산업 인터뷰 ..... 157**

- 사업체 인터뷰 결과 ..... 159
- 개인 인터뷰 결과 ..... 164

**제5장 인프라 현황 ..... 169**

- 제1절 물적 인프라 ..... 170**
- 제2절 인적 인프라 ..... 197**

**부록 설문지 ..... 217**

# 표 목 차

[표1-1-1] 부산 CT산업 콘텐츠제작 사업체 현황	4
[표1-1-2] 연도별 매출액	5
[표1-1-3] 연도별 종사자 수	6
[표2-1-1] 콘텐츠산업 통계조사 산업분류	15
[표2-1-2] 2023년 콘텐츠산업 현황	16
[표2-1-3] 콘텐츠산업 매출액	17
[표2-1-4] 콘텐츠산업 종사자 수	18
[표2-1-5] 콘텐츠산업 지역별 연도별 매출액	20
[표2-1-6] 콘텐츠산업 지역별 매출액	21
[표2-1-7] 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 연도별 매출액	22
[표2-1-8] 콘텐츠산업 지역별 연도별 종사자 수	24
[표2-1-9] 콘텐츠산업 지역별 종사자 수	25
[표2-1-10] 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 연도별 종사자 수	26
[표3-1-1] 콘텐츠산업 특수분류체계 내 조사대상 업종구분	30
[표3-1-2] 조사내용	34
[표3-1-3] 조사실시결과	35
[표3-2-1] 연도별 사업체 수	40
[표3-2-2] 설립연도별 사업체 현황	41
[표3-2-3] 소재지역별 사업체 현황 ①	42
[표3-2-4] 소재지역별 사업체 현황 ②	43
[표3-2-5] 소재지역별 사업체 현황 ③	43
[표3-2-6] 소재지역별 사업체 현황 ④	44
[표3-2-7] 대표자 연령별 사업체 현황	45
[표3-2-8] 연도별 매출액	46
[표3-2-9] 2022년 매출 규모별 사업체 현황	47
[표3-2-10] 유형별 매출 비중	48
[표3-2-11] 국내외 매출 비중	49
[표3-2-12] 연도별 종사자 수	50
[표3-2-13] 종사자 규모별 사업체 현황	51
[표3-2-14] 직무별 종사자 비중	52
[표3-2-15] 채용 관련 애로사항 ①	53
[표3-2-16] 채용 관련 애로사항 ②	54
[표3-2-17] 사업추진단계	55
[표3-2-18] 경영 관련 애로사항 - 1순위 ①	57
[표3-2-19] 경영 관련 애로사항 - 1순위 ②	57
[표3-2-20] 경영 관련 애로사항 - 1+2순위 ①	58
[표3-2-21] 경영 관련 애로사항 - 1+2순위 ②	58
[표3-2-22] 전년대비 제작환경	59
[표3-2-23] 제작 관련 애로사항 ①	60

[표3-2-24] 제작 관련 애로사항 ②	61
[표3-2-25] 지원사업 정보 수집경로	62
[표3-2-26] 희망 지원사업 - 경영지원	63
[표3-2-27] 희망 지원사업 - 인프라 지원	64
[표3-2-28] 희망 지원사업 - 금전적 지원	65
[표3-2-29] 희망 지원사업 - 교육훈련 지원	66
[표3-2-30] 지원사업 신청/참여 애로사항	67
[표3-2-31] 현재 디지털 추진 단계	68
[표3-2-32] 디지털 전환 필요 분야	69
[표3-2-33] 디지털 전환 추진시 희망 정책	70
[표3-2-34] 보조인력 이용여부 - 개인제작자	71
[표3-2-35] 보조인력 이용규모 - 개인제작자	72
[표3-2-36] 보조인력 활용 관련 애로사항 - 개인제작자	73
[표3-2-37] 연평균 소득 - 개인제작자	74
[표3-3-1] 만화산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액	77
[표3-3-2] 만화산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액	77
[표3-3-3] 만화산업 연도별 사업체 수	78
[표3-3-4] 만화산업 유형별 사업체 현황	78
[표3-3-5] 만화산업 연도별 매출액	79
[표3-3-6] 만화산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황	79
[표3-3-7] 만화작가 연평균 소득	80
[표3-3-8] 만화창작 외 주요 소득원	80
[표3-3-9] 만화산업 연도별 종사자 수	81
[표3-3-10] 만화산업 2023년 종사자 규모별 사업체 현황	82
[표3-3-11] 만화작가 보조인력 활용여부	82
[표3-3-12] 만화작가 보조인력 활용규모	83
[표3-3-13] 만화작가 보조인력 활용 관련 애로사항	83
[표3-3-14] 만화작가 주력 창작분야	84
[표3-3-15] 만화작가 주요 활동분야	84
[표3-3-16] 만화작가 창작공간	85
[표3-3-17] 만화작가 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부	85
[표3-3-18] 지역거주 만화작가 지원사업	86
[표3-3-19] 만화창작 관련 애로사항	86
[표3-4-1] 게임산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액	89
[표3-4-2] 게임산업 분야별 사업체 수, 종사자 수, 매출액	89
[표3-4-3] 게임산업 연도별 사업체 수	90
[표3-4-4] 게임산업 분야별 사업체 현황	90
[표3-4-5] 게임산업 설립연도별 사업체 현황	91
[표3-4-6] 게임산업 대표자 연령별 사업체 현황	92
[표3-4-7] 게임산업 연도별 매출액	93
[표3-4-8] 게임산업 분야별 매출액	93
[표3-4-9] 게임산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황	94
[표3-4-10] 게임산업 유형별 매출 비중	95

[표3-4-11] 게임산업 연도별 종사자 수 .....	96
[표3-4-12] 게임산업 분야별 종사자 수 .....	96
[표3-4-13] 게임산업 2023년 종사자 규모별 사업체 현황 .....	97
[표3-4-14] 게임산업 직무별 종사자 비중 .....	98
[표3-4-15] 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1순위 .....	100
[표3-4-16] 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2순위 .....	100
[표3-4-17] 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2+3순위 .....	100
[표3-4-18] 도전하고자 하는 분야 - 1순위 .....	102
[표3-4-19] 도전하고자 하는 분야 - 1+2순위 .....	102
[표3-4-20] 도전하고자 하는 분야 - 1+2+3순위 .....	102
[표3-4-21] 인력수급 경로(매체) - 1순위 .....	104
[표3-4-22] 인력수급 경로(매체) - 1+2순위 .....	104
[표3-4-23] 인력수급 경로(매체) - 1+2+3순위 .....	104
[표3-4-24] 인력수급을 위한 필요 지원사업 .....	105
[표3-4-25] 인력수급 시 어려움 .....	106
[표3-4-26] 진출 희망 목표 해외 시장 - 1순위 .....	108
[표3-4-27] 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2순위 .....	108
[표3-4-28] 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2+3순위 .....	108
[표3-4-29] 현재 상황에서 필요한 지원사업 .....	109
[표3-5-1] XR산업 업종별 사업체 수, 종사자 수, 매출액 .....	113
[표3-5-2] XR산업 연도별 사업체 수 .....	114
[표3-5-3] XR산업 업종별 사업체 현황 .....	114
[표3-5-4] XR산업 설립연도별 사업체 현황 .....	115
[표3-5-5] XR산업 대표자 연령별 사업체 현황 .....	116
[표3-5-6] XR산업 연도별 매출액 .....	117
[표3-5-7] XR산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황 .....	118
[표3-5-8] XR산업 유형별 매출 비중 .....	119
[표3-5-9] XR산업 연도별 종사자 수 .....	120
[표3-5-10] XR산업 2023년 종사자 규모별 사업체 현황 .....	121
[표3-5-11] XR산업 직무별 종사자 비중 .....	122
[표3-5-12] XR 콘텐츠 제작/계획 여부 .....	123
[표3-5-13] XR 콘텐츠 장르 - 1순위 ① .....	125
[표3-5-14] XR 콘텐츠 장르 - 1순위 ② .....	125
[표3-5-15] XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위 ① .....	125
[표3-5-16] XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위 ② .....	126
[표3-5-17] XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위 ① .....	126
[표3-5-18] XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위 ② .....	126
[표3-5-19] XR/MR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위 .....	128
[표3-5-20] XR/MR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2순위 .....	128
[표3-5-21] XR/MR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위 .....	128
[표3-5-22] 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위 .....	130
[표3-5-23] 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 .....	130
[표3-5-24] 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 .....	130

[표3-5-25] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위 ①	132
[표3-5-26] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위 ②	132
[표3-5-27] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ①	132
[표3-5-28] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ②	133
[표3-5-29] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ①	133
[표3-5-30] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ②	133
[표3-5-31] 인력 수급을 위한 필요 지원사업	134
[표3-6-1] 1인 크리에이터 수, 종사자 수, 매출액	137
[표3-6-2] 1인 크리에이터 사업체 현황	138
[표3-6-3] 1인 크리에이터 연령별 현황	138
[표3-6-4] 1인 크리에이터 2022년 매출 규모별 사업체 현황	139
[표3-6-5] 크리에이터 활동 외 주요 소득원	139
[표3-6-6] 1인 크리에이터 2023년 종사자 및 규모별 사업체 현황	140
[표3-6-7] 1인 크리에이터 보조인력 활용여부	140
[표3-6-8] 1인 크리에이터 보조인력 활용규모	141
[표3-6-9] 1인 크리에이터 보조인력 활용 관련 애로사항	141
[표3-6-10] 1인 크리에이터 주력 창작 활동분야	142
[표3-6-11] 1인 크리에이터 주 이용 플랫폼	142
[표3-6-12] 1인 크리에이터 촬영장소	143
[표3-6-13] 1인 크리에이터 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부	143
[표3-6-14] 지역거주 1인 크리에이터 지원사업	144
[표3-6-15] 1인 크리에이터 관련 애로사항	144
[표3-7-1] 음악산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액	147
[표3-7-2] 음악산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액	147
[표3-7-3] 음악산업 사업체 현황	148
[표3-7-4] 음악산업 대표자 연령별 사업체 현황	148
[표3-7-5] 음악산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황	149
[표3-7-6] 뮤지션 연평균 소득	149
[표3-7-7] 뮤지션 활동 외 주요 소득원	150
[표3-7-8] 음악산업 2023년 종사자 및 규모별 사업체 현황	151
[표3-7-9] 뮤지션 보조인력 활용여부	151
[표3-7-10] 뮤지션 보조인력 활용규모	152
[표3-7-11] 뮤지션 보조인력 활용 관련 애로사항	152
[표3-7-12] 활동 유형	153
[표3-7-13] 뮤지션 활동 장르	153
[표3-7-14] 뮤지션 활동 영역	154
[표3-7-15] 뮤지션 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부	154
[표3-7-16] 지역거주 뮤지션 지원사업	155
[표3-7-17] 뮤지션 관련 애로사항	155
[표5-2-1] 인터뷰 내용	158
[표5-1-1] 전국 문화기반시설 현황	171
[표5-1-2] 부산 문화기반시설 및 공연시설 현황	172
[표5-1-3] 부산 도서관 현황	173

[표5-1-4] 부산 소재 도서관 ① .....	173
[표5-1-5] 부산 소재 도서관 ② .....	174
[표5-1-6] 부산 소재 도서관 ③ .....	175
[표5-1-7] 부산 박물관 현황 .....	176
[표5-1-8] 부산 소재 박물관 ① .....	177
[표5-1-9] 부산 소재 박물관 ② .....	178
[표5-1-10] 부산 미술관 현황 .....	179
[표5-1-11] 부산 소재 미술관 .....	179
[표5-1-12] 부산 문예회관 현황 .....	180
[표5-1-13] 부산 소재 문예회관 .....	180
[표5-1-14] 부산 문화원 현황 .....	181
[표5-1-15] 부산 소재 문화원 .....	182
[표5-1-16] 부산 공연시설 현황 .....	183
[표5-1-17] 부산 소재 공연시설 ① .....	184
[표5-1-18] 부산 소재 공연시설 ② .....	185
[표5-1-19] 부산 소재 공연시설 ③ .....	186
[표5-1-20] 부산 주요 문화예술법인/단체 ① .....	187
[표5-1-21] 부산 주요 문화예술법인/단체 ② .....	188
[표5-1-22] 부산 주요 문화예술법인/단체 ③ .....	189
[표5-1-23] 부산 주요 문화예술법인/단체 ④ .....	190
[표5-1-24] 부산 주요 문화예술법인/단체 ⑤ .....	191
[표5-1-25] 부산 주요 문화예술법인/단체 ⑥ .....	192
[표5-1-26] 부산 축제현황 .....	193
[표5-1-27] 부산 축제 ① .....	194
[표5-1-28] 부산 축제 ② .....	195
[표5-1-29] 부산 축제 ③ .....	196
[표5-2-2] 부산 교육기관의 문화관련 인력양성 현황 .....	198
[표5-2-3] 부산 소재 대학 ① .....	198
[표5-2-4] 부산 소재 대학 ② .....	199
[표5-2-5] 부산 소재 대학원 ① .....	200
[표5-2-6] 부산 소재 대학원 ② .....	201
[표5-2-7] 부산 소재 대학원 ③ .....	202
[표5-2-8] 부산 소재 대학원 ④ .....	203
[표5-2-9] 부산 소재 대학교 ① .....	204
[표5-2-10] 부산 소재 대학교 ② .....	205
[표5-2-11] 부산 소재 대학교 ③ .....	206
[표5-2-12] 부산 소재 대학교 ④ .....	207
[표5-2-13] 부산 소재 대학교 ⑤ .....	208
[표5-2-14] 부산 소재 대학교 ⑥ .....	209
[표5-2-15] 부산 소재 대학교 ⑦ .....	210
[표5-2-16] 부산 소재 대학교 ⑧ .....	211
[표5-2-17] 부산 소재 대학교 ⑨ .....	212
[표5-2-18] 부산 소재 전문대학 ① .....	213

[표5-2-19] 부산 소재 전문대학 ② ..... 214  
[표5-2-20] 부산 소재 전문대학 ③ ..... 215



# 그림 목 차

[그림1-1-1] 연도별 매출액 .....	5
[그림1-1-2] 연도별 종사자 수 .....	6
[그림1-1-3] 필리핀 ICT 융합산업 육성을 위한 MOU 체결 .....	8
[그림1-1-4] 부산 인디커넥트 페스티벌 개최 .....	9
[그림1-1-5] 2023 부산 지스타 페스티벌 .....	10
[그림1-1-6] 부산글로벌웹툰센터 .....	11
[그림1-1-7] 제7회 부산웹툰페스티벌 .....	12
[그림2-1-1] 콘텐츠산업 매출액 및 전년대비 증감률 .....	18
[그림2-1-2] 콘텐츠산업 종사자 수 및 전년대비 증감률 .....	19
[그림2-1-3] 콘텐츠산업 지역별 연도별 매출액 및 전년대비 증감률 .....	20
[그림2-1-4] 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 전년대비 매출액 증감률 .....	23
[그림2-1-5] 콘텐츠산업 지역별 연도별 종사자 수 및 전년대비 증감률 .....	24
[그림2-1-6] 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 전년대비 종사자 수 증감률 .....	27
[그림3-1-1] 부산 CT산업 통계조사 수행체계 .....	32
[그림3-2-1] 연도별 사업체 수 .....	40
[그림3-2-2] 2023 업종별 사업체 수 .....	40
[그림3-2-3] 설립연도별 사업체 현황 .....	42
[그림3-2-4] 소재지역별 사업체 현황 .....	43
[그림3-2-5] 대표자 연령별 사업체 현황 .....	46
[그림3-2-6] 연도별 매출액 .....	47
[그림3-2-7] 2022년 매출 규모별 사업체 현황 .....	48
[그림3-2-8] 그림 유형별 매출 비중 .....	49
[그림3-2-9] 국내외 매출 비중 .....	50
[그림3-2-10] 연도별 종사자 수 .....	51
[그림3-2-11] 종사자 규모별 사업체 현황 .....	52
[그림3-2-12] 직무별 종사자 비중 .....	53
[그림3-2-13] 채용 관련 애로사항 .....	54
[그림3-2-14] 사업추진단계 .....	56
[그림3-2-15] 경영 관련 애로사항-1순위 .....	57
[그림3-2-16] 경영 관련 애로사항-1+2순위 .....	57
[그림3-2-17] 그림 전년대비 제작환경 .....	60
[그림3-2-18] 제작 관련 애로사항 .....	61
[그림3-2-19] 지원사업 정보 수집경로 .....	63
[그림3-2-20] 희망 지원사업 - 경영지원 .....	64
[그림3-2-21] 희망 지원사업 - 인프라 지원 .....	65
[그림3-2-22] 희망 지원사업 - 금전적 지원 .....	66
[그림3-2-23] 희망 지원사업 - 교육훈련 지원 .....	67
[그림3-2-24] 지원사업 신청/참여 애로사항 .....	68
[그림3-2-25] 현재 디지털 추진 단계 .....	69

[그림3-2-26] 디지털 전환 필요 분야 .....	70
[그림3-2-27] 디지털 전환 추진시 희망 정책 .....	71
[그림3-2-28] 보조인력 이용여부 - 개인제작자 .....	72
[그림3-2-29] 보조인력 이용규모 - 개인제작자 .....	73
[그림3-2-30] 보조인력 활용 관련 애로사항 - 개인제작자 .....	74
[그림3-2-31] 연평균 소득 - 개인제작자 .....	75
[그림3-3-1] 만화산업 연도별 사업체 수 .....	79
[그림3-3-2] 만화산업 유형별 사업체 현황 .....	79
[그림3-3-3] 만화산업 연도별 매출액 .....	80
[그림3-3-4] 만화산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황 .....	80
[그림3-3-5] 만화작가 연평균 소득 .....	81
[그림3-3-6] 만화창작 외 주요 소득원 .....	81
[그림3-3-7] 만화산업 연도별 종사자 수 .....	82
[그림3-3-8] 만화산업 2023년 종사자 규모별 사업체 현황 .....	83
[그림3-3-9] 만화작가 보조인력 활용여부 .....	83
[그림3-3-10] 만화작가 보조인력 활용규모 .....	84
[그림3-3-11] 만화작가 보조인력 활용 관련 애로사항 .....	84
[그림3-3-12] 만화작가 주력 창작분야 .....	85
[그림3-3-13] 만화작가 주요 활동분야 .....	85
[그림3-3-14] 만화작가 창작공간 .....	86
[그림3-3-15] 만화작가 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부 .....	86
[그림3-3-16] 지역거주 만화작가 지원사업 .....	87
[그림3-3-17] 만화창작 관련 애로사항 .....	87
[그림3-4-1] 게임산업 연도별 사업체 수 .....	91
[그림3-4-2] 게임산업 분야별 사업체 현황 .....	91
[그림3-4-3] 게임산업 설립연도별 사업체 현황 .....	92
[그림3-4-4] 게임산업 대표자 연령별 사업체 현황 .....	93
[그림3-4-5] 게임산업 연도별 매출액 .....	94
[그림3-4-6] 게임산업 분야별 매출액 .....	94
[그림3-4-7] 게임산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황 .....	95
[그림3-4-8] 게임산업 유형별 매출 비중 .....	96
[그림3-4-9] 게임산업 연도별 종사자 수 .....	97
[그림3-4-10] 게임산업 2023년 종사자 규모별 사업체 현황 .....	98
[그림3-4-11] 게임산업 직무별 종사자 비중 .....	99
[그림3-4-12] 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1순위 .....	100
[그림3-4-13] 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2순위 .....	100
[그림3-4-14] 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2+3순위 .....	100
[그림3-4-15] 도전하고자 하는 분야 - 1순위 .....	102
[그림3-4-16] 도전하고자 하는 분야 - 1+2순위 .....	102
[그림3-4-17] 도전하고자 하는 분야 - 1+2+3순위 .....	102
[그림3-4-18] 인력수급 경로(매체) - 1순위 .....	104
[그림3-4-19] 인력수급 경로(매체) - 1+2순위 .....	104
[그림3-4-20] 인력수급 경로(매체) - 1+2+3순위 .....	104

[그림3-4-21] 인력수급을 위한 필요 지원사업 .....	106
[그림3-4-22] 인력수급 시 어려움 .....	107
[그림3-4-23] 진출 희망 목표 해외 시장 - 1순위 .....	108
[그림3-4-24] 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2순위 .....	108
[그림3-4-25] 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2+3순위 .....	108
[그림3-4-26] 목표 해외시장에 필요한 지원 사업 .....	110
[그림3-6-1] XR산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액 .....	114
[그림3-5-1] XR산업 연도별 사업체 수 .....	115
[그림3-5-2] XR산업 업종별 사업체 현황 .....	115
[그림3-5-3] XR산업 설립연도별 사업체 현황 .....	116
[그림3-5-4] XR산업 대표자 연령별 사업체 현황 .....	117
[그림3-5-5] XR산업 연도별 매출액 .....	118
[그림3-5-6] XR산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황 .....	119
[그림3-5-7] XR산업 유형별 매출 비중 .....	120
[그림3-5-8] XR산업 연도별 종사자 수 .....	121
[그림3-5-9] XR산업 2023년 종사자 규모별 사업체 현황 .....	122
[그림3-5-10] XR산업 직무별 종사자 비중 .....	123
[그림3-5-11] XR 콘텐츠 제작/계획 여부 .....	124
[그림3-5-12] XR 콘텐츠 장르 - 1순위 .....	125
[그림3-5-13] XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위 .....	125
[그림3-5-14] XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위 .....	125
[그림3-5-15] XR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위 .....	128
[그림3-5-16] XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2순위 .....	128
[그림3-5-17] XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위 .....	128
[그림3-5-18] 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위 .....	130
[그림3-5-19] 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 .....	130
[그림3-5-20] 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 .....	130
[그림3-5-21] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위 .....	132
[그림3-5-22] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 .....	132
[그림3-5-23] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 .....	132
[그림3-5-24] 인력수급을 위한 필요 지원사업 .....	135
[그림3-6-2] 1인 크리에이터 현황 .....	139
[그림3-6-3] 1인 크리에이터 대표자 연령별 현황 .....	139
[그림3-6-4] 1인 크리에이터 2022년 매출 규모별 현황 .....	140
[그림3-6-5] 크리에이터 활동 외 주요 소득원 .....	140
[그림3-6-6] 1인 크리에이터 2023년 종사자 및 규모별 사업체 현황 .....	141
[그림3-6-7] 1인 크리에이터 보조인력 활용여부 .....	141
[그림3-6-8] 1인 크리에이터 보조인력 활용규모 .....	142
[그림3-6-9] 1인 크리에이터 보조인력 활용 관련 애로사항 .....	142
[그림3-6-10] 1인 크리에이터 주력 창작 활동분야 .....	143
[그림3-6-11] 1인 크리에이터 주 이용 플랫폼 .....	143
[그림3-6-12] 1인 크리에이터 촬영장소 .....	144
[그림3-6-13] 1인 크리에이터 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부 .....	144

[그림3-6-14] 지역거주 1인 크리에이터 지원사업 .....	145
[그림3-6-15] 1인 크리에이터 관련 애로사항 .....	145
[그림3-7-1] 음악산업 사업체 현황 .....	149
[그림3-7-2] 음악산업 대표자 연령별 사업체 현황 .....	149
[그림3-7-3] 음악산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황 .....	150
[그림3-7-4] 뮤지션 연평균 소득 .....	150
[그림3-7-5] 뮤지션 활동 외 주요 소득원 .....	151
[그림3-7-6] 음악산업 2023년 종사자 및 규모별 사업체 현황 .....	152
[그림3-7-7] 뮤지션 보조인력 활용여부 .....	152
[그림3-7-8] 뮤지션 보조인력 활용규모 .....	153
[그림3-7-9] 뮤지션 보조인력 활용 관련 애로사항 .....	153
[그림3-7-10] 활동 유형 .....	154
[그림3-7-11] 뮤지션 활동 장르 .....	154
[그림3-7-12] 뮤지션 활동 영역 .....	155
[그림3-7-13] 뮤지션 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부 .....	155
[그림3-7-14] 지역거주 뮤지션 지원사업 .....	156
[그림3-7-15] 뮤지션 관련 애로사항 .....	156

# 2023 부산CT산업 통계조사 결과 요약



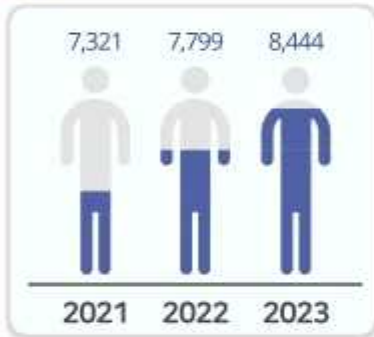
## 1 연도별 사업체 수 (단위: 개)



### 2023 업종별 사업체 수



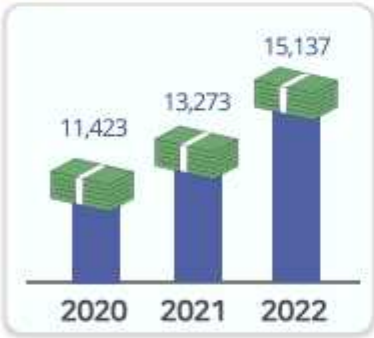
## 2 연도별 종사자 수 (단위: 명)



### 2023 업종별 종사자 수



## 3 연도별 매출액 수 (단위: 억원)



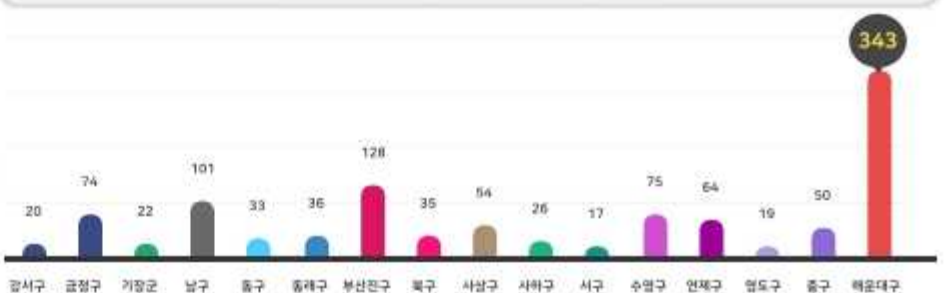
### 2022 업종별 매출액 (단위: 백만원)



## 4 지역별 사업체 현황 (단위: 개)



### 2023 지역별 사업체 현황



# 2023 부산CT산업 통계조사 결과 요약



## 5 사업 추진 단계 (단위: %)



※ BASE : 사업체, 847개

## 6 제작 환경 (단위: %)



※ BASE : 사업체, 614개

## 7 희망 지원 사업 (단위: %)



## 8 XR 콘텐츠 제작/계획 여부 (단위: %)



※ BASE : 사업체, 39개

## 9 경영 애로사항 (1순위 기준) (단위: %)



※ BASE : 사업체, 608개

## 10 제작 애로사항 (단위: %)



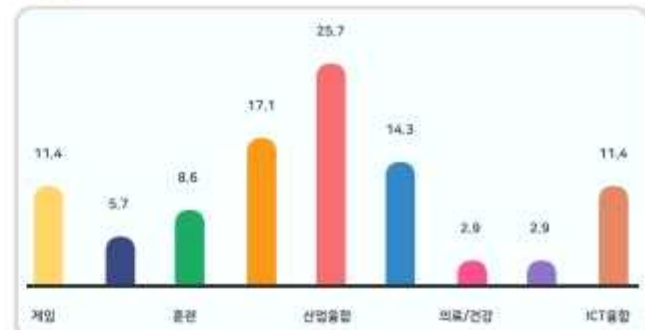
※ BASE : 사업체, 543개

## 11 지원사업 애로사항 (단위: %)



※ BASE : 사업체, 573개

## 12 XR콘텐츠 장르 (1순위 기준) (단위: %)



※ BASE : 사업체, 35개

# 제1장 결과 요약



# 1 조사개요

## ■ 조사배경

- 조사명 : 2023 부산 CT산업 통계조사
- 주관기관 : (재)부산정보산업진흥원
- 수행기관 : (주)화인리서치

## ■ 조사목적

- 콘텐츠산업의 육성 및 발전을 위해 산업 및 인프라에 대한 현황파악이 필요함
- 부산은 서울, 경기도에 이어 세 번째 규모의 콘텐츠산업의 도시로써 지속적인 콘텐츠산업 정책적 육성을 위해 공식적인 자료를 활용하고자 함
- (재)부산정보산업진흥원의 콘텐츠산업 현황에 대해 객관적으로 파악하여 실효성있는 지원사업 전략을 마련하고자 「부산 CT산업 통계조사」를 실시함

## ■ 조사대상 및 범위

- 조사대상 : 부산 소재 콘텐츠산업 제작 사업체 등
- 조사범위 : 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 등 11개 콘텐츠산업

## ■ 조사기간 및 방법

- 조사기준 : (매출액) 2022년 말, (사업체 수, 종사자 수) 2023년 현재
- 조사기간 : 2023년 10월 30일 ~ 12월 4일
- 조사방법 : 구조화된 설문지를 이용한 온라인 조사, 전화, 이메일, 팩스조사

## ■ 조사내용

- 일반현황 : 사업체명, 사업체 유형, 산업분야, 사업내용, 대표자, 주소, 연락처 등
- 경영실태 : 매출액 및 종사자 현황, 제작 현황, 경영 및 제작 애로사항 등
- 지원사업 관련 : 지원사업 정보습득 경로, 희망 지원사업, 지원사업 애로사항 등
- XR 및 게임산업 관련 : 장르, 필요한 지원사업, 해외 시장 진출 희망 지역 등
- 개인제작자 : 보조인력 운영여부 및 규모, 월평균 소득, 희망 지원사업 등

## ■ 조사현황

- 과거 부산 CT산업 통계조사 사업체 리스트와 수집한 리스트를 취합하고, 중복, 폐업, 이전, 업종변경 등을 제외하여 최종적으로 3,190개의 리스트를 확보함
- 2023 부산 CT산업 통계조사 실시 결과, 1,113개 사업체를 조사 완료함

## 2 조사결과 요약

## ■ 부산 CT산업 콘텐츠제작 사업체 현황 - 「2023년」 CT산업 통계조사 결과

- 「2023년 부산 CT산업 통계조사」 결과 2023년 사업체 수는 1,113개, 종사자 수는 8,444명 나타났으며, 2022년 매출액은 1조 5,137억원으로 나타남

[표1-1-1] 부산 CT산업 콘텐츠제작 사업체 현황

구분	2021년			2022년						2023년				
	사업체 수	종사자 수	매출액	사업체 수		종사자 수		매출액		사업체 수		종사자 수		
	(개)	(명)	(백만원)	(개)	(%)	(명)	(%)	(백만원)	(%)	(개)	(%)	(명)	(%)	
전체	1,030	7,321	1,327,335	1,099	6.7	7,799	6.5	1,513,697	14.0	1,113	1.3	8,444	8.3	
업종	출판	107	777	106,351	101	-5.6	828	6.6	120,023	12.9	117	15.8	860	3.9
	만화	57	118	9,043	70	22.8	129	9.3	11,903	31.6	75	7.1	138	7.0
	음악	58	122	4,893	74	27.6	154	26.2	6,633	35.6	69	-6.8	174	13.0
	게임	131	1,453	157,652	139	6.1	1,466	0.9	178,417	13.2	133	-4.3	1,468	0.1
	영화	110	392	42,585	110	0.0	434	10.7	63,402	48.9	84	-23.6	416	-4.1
	애니	16	227	31,069	17	6.3	265	16.7	27,828	-10.4	23	35.3	257	-3.0
	방송	51	851	413,832	51	0.0	899	5.6	442,868	7.0	59	15.7	923	2.7
	광고	182	1,365	288,580	197	8.2	1,507	10.4	339,442	17.6	208	5.6	1,518	0.7
	캐릭터	13	166	15,448	15	15.4	160	-3.6	18,989	22.9	23	53.3	193	20.6
	지식	62	639	70,426	61	-1.6	642	0.5	88,575	25.8	69	13.1	881	37.2
	솔루션	157	1,112	186,585	161	2.5	1,201	8.0	211,833	13.5	161	0.0	1,481	23.3
1인 미디어	86	99	871	103	19.8	114	15.2	3,784	334.4	92	-10.7	135	18.4	
XR	56	794	57,444	53	-5.4	666	-16.1	459,568	700.0	65	22.6	1,094	64.3	

※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함 / 설문 응답 기준)

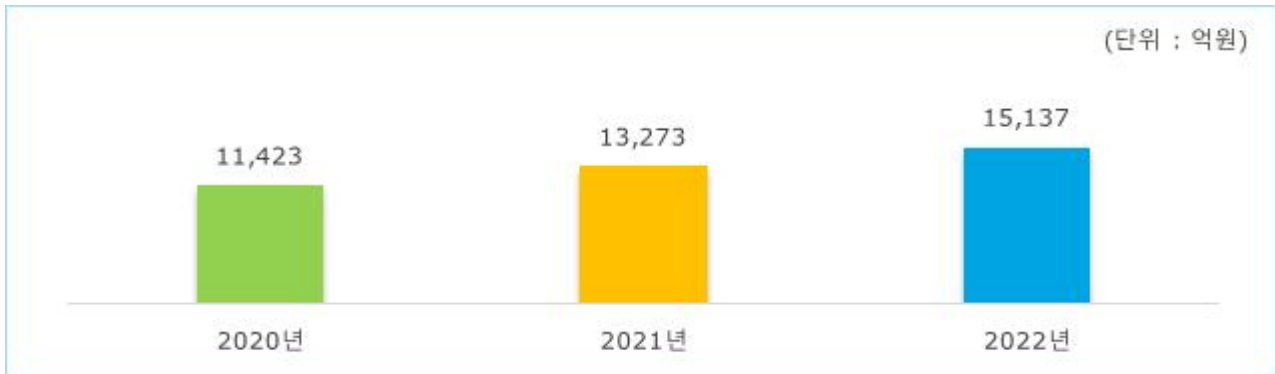
※ (%) : 전년대비 증감률

## 2023 부산CT산업 통계조사

### ■ 매출액

- 2022년 부산 CT산업 사업체의 총 매출액은 1조 5,137억원으로 나타나 전년대비 14.0% 증가한 것으로 나타남

[그림1-1-1] 연도별 매출액



[표1-1-2] 연도별 매출액

구분	2020년		2021년		2022년		
	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	
전체	1,142,322	-11.5	1,327,335	15.7	1,513,697	14.0	
업종	출판	88,582	-31.2	106,351	20.1	120,023	12.9
	만화	8,149	9.6	9,043	11.0	11,903	31.6
	음악	2,235	-25.8	4,893	118.9	6,633	35.6
	게임	142,884	7.0	157,652	10.3	178,417	13.2
	영화	53,152	-22.9	42,585	-19.9	63,402	48.9
	애니메이션	22,572	7.0	31,069	-13.8	27,828	-10.4
	방송	395,641	-10.5	413,832	4.6	442,868	7.0
	광고	211,519	27.2	288,580	36.4	339,442	17.6
	캐릭터	19,590	-16.3	15,448	-21.1	18,989	22.9
	지식정보	58,209	-4.5	70,426	21.0	88,575	25.8
	콘텐츠솔루션	138,968	25.7	186,585	34.3	211,833	13.5
1인 미디어	821	42.8	871	6.1	3,784	334.4	
XR	59,911	26.2	57,444	-4.1	74,014	28.8	

※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함 / 설문 응답 기준)

■ 종사자 수

○ 2023년 부산 CT산업 사업체의 총 종사자 수는 8,444명으로 전년대비 8.3% 상승한 것으로 나타남

[그림1-1-2] 연도별 종사자 수



[표1-1-3] 연도별 종사자 수

구분	2021년		2022년		2023년		
	종사자 수(명)	전년대비(%)	종사자 수(명)	전년대비(%)	종사자 수(명)	전년대비(%)	
전체	7,321	-6.3	7,799	6.5	8,444	8.3	
업종	출판	777	-25.3	828	6.6	860	3.9
	만화	118	42.2	129	9.3	138	7.0
	음악	122	-33.3	154	26.2	174	13.0
	게임	1,453	9.2	1,466	0.9	1,468	0.1
	영화	392	-14.0	434	10.7	416	-4.1
	애니메이션	227	4.6	265	16.7	257	-3.0
	방송	851	-13.8	899	5.6	923	2.7
	광고	1,365	-14.7	1,507	10.4	1,518	0.7
	캐릭터	166	3.8	160	-3.6	193	20.6
	지식정보	639	-12.6	642	0.5	881	37.2
	콘텐츠솔루션	1,112	25.5	1,201	8.0	1,481	23.3
1인 미디어	99	-29.3	114	15.2	135	18.4	
XR	794	22.0	666	-16.1	1,094	64.3	

※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함 / 설문 응답 기준)

### ■ 경영현황

- 사업추진단계는 '사업 도약'이 25.3%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '콘텐츠 제작(23.1%)', '사업 성장(20.5%)' 순으로 나타남
- 경영 관련 애로사항 1순위는 '투자유치 어려움'이 26.3%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '비용부담(18.1%)', '매출/대금 회수부진(17.1%)' 순으로 나타남

### ■ 제작현황

- 전년대비 콘텐츠 제작/개발/창작환경은 '보통'이 58.6%로 가장 비중이 높게 나타남
- 제작 관련 애로사항으로는 '자금 부족 및 투자유치 어려움'이 42.7%로 비중이 가장 높고, 그 다음으로 '제작비용 부담(22.3%)', '전문인력 부족(16.4%)' 순으로 나타남

### ■ 지원사업 관련

- 지원사업 관련 정보 수집경로는 '인터넷'이 53.9%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '동종업계(20.1%)', '공공기관(14.3%)' 순으로 나타남
- 희망하는 지원사업으로는 '회계 및 재무 컨설팅', '업무공간 지원', '직접 지원금 지급', '마케팅교육 프로그램 운영'이 각 분야에서 가장 비중이 높게 나타남
- 지원사업 신청 및 참여 시 애로사항으로는 '복잡한 신청 및 행정절차'와 '지원사업 신청/참여 경험 없음'이 24.8%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '까다로운 신청 및 선정조건(18.3%)', '지원사업 정보 부족(17.8%)' 순으로 나타남

### ■ 디지털 전환 도입 및 수준

- 현재 디지털 전환 추진 단계에 대해서 '추진계획 없음'이 38.2%로 가장 높게 나타남
- 디지털 전환 필요 분야는 '없다'가 38.4%로 가장 높게 나타났으며, '콘텐츠 제작·기획(21.4%)', '직업 생산성 및 협업 개선(17.0%)' 순으로 나타남
- 디지털 전환 추진시 희망 정책에 대한 응답으로 '온라인 콘텐츠 제작·금융 지원'이 51.4%로 가장 높게 나타났으며, '디지털 전문 인력 지원(17.1%)', '온라인 인프라 구축 지원(12.0%)' 순으로 나타남

### 3 부산지역 주요 콘텐츠 산업 이슈

#### 가. 메타버스 산업

○ 필리핀 ICT 융합산업 육성을 위한 MOU 체결

[그림1-1-3] 필리핀 ICT 융합산업 육성을 위한 MOU 체결



- 부산광역시와 부산정보산업진흥원이 주관하는 한아세안 ICT융합빌리지 구축 사업이 최근 필리핀 첨단과학기술연구소와 MOU 체결. 필리핀 첨단과학기술연구소는 다양한 연구 및 기술개발을 통해 필리핀 내 공중보건과 교육 및 재난 안전 관리에 활용
- 한국-아세안 ICT융합빌리지 협력 사업은 아세안 시장 진출 및 글로벌 경쟁력 강화, 아세안 지역 내 메타버스 산업 확산 유도를 공동 목표로, 지난 2020년도부터 진행하고 있음
- 마케팅 지원 분야에선 국내 XR·메타버스 기업 8개사 대상으로 싱가포르 정보통신전 참가를 지원해 국내 기업의 아세안 시장 진출 발판 마련을 마련하고 그 결과 상담 133건, 상담액 2940만달러(약 379억원), 업무협약 7건 등의 성과 도출

○ 청년 작품 전시를 위한 '디그리쇼' 협약 체결

- 부산정보산업진흥원과 디그리쇼 한국위원회, 경성대학교와 '메타버스와 ICT 산업 생태계 조성을 위한 청년 작품 전시 및 협력' 업무 협약 체결.
- 디그리쇼(Degree Show)는 한국형 대학 연합 전시회로, 해당 협약을 통해 가상 갤러리 내 부산 청년들의 문화예술, 콘텐츠 분야 대학생 및 청년 전문 인력 작품을 전시함. 해당 행사의 목적은 메타버스 및 문화예술 산업 활성화 등의 ICT 산업 생태계 조성을 통해 지역 경제 활성화 도모에 중점을 둬.

## 나. 게임 산업 이슈 분석

### ○ 부산인디커넥트 페스티벌 개최

[그림1-1-4] 부산 인디커넥트 페스티벌 개최



- ‘부산인디커넥트 페스티벌’은 2015년에 첫 시작으로 하여, 매년 부산 내 인디게임 개발자와 게이머를 위해 열리고 있는 행사임
- 최근 개최되었던 제9회 ‘부산인디커넥트 페스티벌’은 부산 벅스코에서 진행됨. 코로나19가 전반적으로 종식되면서 18,576명의 오프라인 관람객이 동원되어, 작년보다 약 20% 증가한 수준임. 또한, 전시장에는 22개국 203개의 역대 최대 작품이 전시되었음
- 경쟁부문인 일반·루키부문과 비경쟁 부문 커넥트픽, 퍼레이드 인디, 퍼블릭 인디, 플레이 존까지 총 6가지 분야로 구성됨. 추가적으로 BIC 버추얼 인플루언서인 존과 인디 개발자들의 진솔한 이야기를 담은 토크쇼, 각종 미니게임, 퀴즈쇼 등의 다양한 이벤트를 진행하여 행사를 성황리에 마무리하였음

### ○ 부산 글로벌게임센터, 제1회 부산 게임 개발자 컨퍼런스 개최

- 부산글로벌게임센터는 부산광역시, 한국콘텐츠진흥원, 문화체육관광부의 후원으로 부산정보산업진흥원이 운영되고 있음. 기업 유형별 지원사업, 게임콘텐츠 제작 및 사업화 지원, 부산 인디커넥트 페스티벌, 유관기관과의 협력사업 등의 다양한 지원 사업을 펼쳐내고 있음
- ‘부산 게임 개발자 컨퍼런스’는 지역 게임 개발자의 역량 강화 및 네트워크 구축 활성화를 위해 준비한 프로그램임. 이번 컨퍼런스는 전국 최초로 민간기업과 협력을 통하여 게임산업의 새로운 방향성 제시함

○ 국내 대표 게임 축제, 부산 지스타

[그림1-1-5] 2023 부산 지스타 페스티벌



- ‘지스타’는 1995년 첫 개최되어 현재까지 진행되고 있는 국내 대표 게임 페스티벌으로, 2009년부터 부산 지역에서 개최되어 왔으며, 2023 지스타는 부산 벡스코에서 제19회를 맞이하였음
- 문화체육관광부와 한국게임산업협회가 주관하는 2023 ‘지스타’ 11월 15일부터 11월 19일까지 진행하였고, 42개 국가에서 1037개 게임 업체가 참여해 3328개 부스가 운영되었음
- 관련 행사로는 BTC, BTB 전시관 운영 및 비즈니스 매칭 시스템을 제공하는 네트워크 파티와 국제 게임 컨퍼런스(G-CON), 지스타 서브컬처 게임 페스티벌, 게임 코스프레 어워즈 등 여러 행사가 진행됨

○ 부산 해운대구, ‘게임융복합 스페이스’ 건립 계획

- 부산시와 부산도시공사는 부산 해운대구 센텀시티 장기 미개발 부지를 게임산업 클러스터로 건립하기 위해 게임융복합 스페이스 조성 위탁개발 사업 계약을 맺음
- 이에 부산정보산업진흥원도 1000억원 규모의 펀드를 조성하여 게임 스타트업에 투자할 계획이며, 이와 같은 게임융복합 스페이스를 마련함으로써 게임 개발 및 전시회와 같은 게임산업 육성을 위한 공간을 확대할 예정

## 다. 웹툰산업 이슈 분석

- 부산웹툰, 흥행 드라마의 주역이 되다

[그림1-1-6] 부산글로벌웹툰센터



- 최근 종영한 드라마 ‘킹더랜드’는 부산 웹툰 <킹더랜드>를 모티브로 제작되었음. 최고 시청률 13.6%이라는 높은 수치로 대중으로부터 화제성을 모은 작품임
- 웹드라마인 ‘아직 낮 서른’의 원작인 <85년생>, 그리고 지난해 공영방송에서 방영된 인기 드라마 ‘어게인 마이 라이프’의 원작 웹툰 역시 부산 지역 작가의 작품임. 이처럼 부산 웹툰은 웹툰 산업 발전에 있어서 큰 영향력을 발휘하고 있음
- 부산 웹툰의 성장을 위해 부산글로벌웹툰센터를 중심으로 지역 작가들의 역량이 풍부하게 발휘될 수 있도록 다양한 사업을 진행하고 있음. 2017년도부터 지역 웹툰 창작자를 위한 창작지원 사업 및 연재작품 지원 사업을 진행. 그 밖에도 제작 및 마케팅 지원, 웹툰 관련 전시회 및 비즈니스 상담회 개최 등이 있음

○ 제7회 「부산웹툰페스티벌」 개최

[그림1-1-7] 제7회 부산웹툰페스티벌



- 지난 2017년부터 진행해 온 「부산웹툰페스티벌」은 부산광역시, 부산정보산업진흥원, 부산경남 만화가연대가 주최, 2017년을 기점으로 첫 스타트를 열어 현재까지도 진행하고 있는 부산 웹툰계의 메인 행사 중 하나임
- 해당 축제는 웹툰 작가들 간의 소통의 장 마련 및 창의력 제고를 통하여 웹툰계의 발전에 도움을 줄 수 있음을 목적으로 두고 있음
- 축제 개최의 시초 또한 지역 작가의 아이디어 구성되어, 독창적인 작품을 제작하는 데에 기여하고, 작가 간의 공식적인 소통의 장으로서 깊은 의미가 있음
- 제7회 메인 테마는 ‘부탁해 타임머신’으로, 다양한 지역과 국가의 도시를 배경으로 하고 있음. 다양한 국가를 소재로 한다는 점을 비롯하여 이번 페스티벌의 주된 특징은 글로벌적으로 웹툰 작가들과의 전시회와 토크쇼 등의 행사가 마련되어 있다는 점임

# 제2장

## 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 현황

「2023 콘텐츠산업 통계조사 (2022년도 기준)」 일부 발췌



# 1 콘텐츠산업 통계조사 개요

## 가. 콘텐츠산업 통계조사

- 콘텐츠(CT)산업은 생산, 고용, 부가가치 면에서 규모와 성장률이 매우 높은 산업으로 차세대 성장동력이자 혁신성장을 위한 노하우, 문화, 프로젝트를 타산업에 전파하는 롤모델임
- 콘텐츠산업 통계조사는 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원에서 콘텐츠산업 분야의 통계자료 확보 및 지표를 제공하기 위해 매년 콘텐츠산업 사업체를 대상으로 실시하는 조사임
  - 「2023 콘텐츠산업 통계조사」는 2022년 기준 콘텐츠 조업실적이 있는 사업체를 대상으로, 22년 9월부터 11월까지 실시함
- 콘텐츠산업 특수분류는 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연 등 12개 산업으로 구성됨
  - 「2023 콘텐츠산업 통계조사」는 공연을 제외한 11개 산업을 대상으로 함. 그 중 8개 산업은 실태조사를 통해 결과를 도출하였으며, 2개 산업(영화, 광고산업)은 타 기관의 조사 결과를 인용

[표2-1-1] 콘텐츠산업 통계조사 산업분류

대분류	중분류
출판	출판업, 인쇄업, 출판도소매업, 온라인 출판유통업, 출판 임대업
만화	만화 출판업, 온라인 만화 제작 및 유통업, 만화책 임대업, 만화 도소매업
음악	음악 제작업, 음악 및 오디오물 출판업, 음반 복제 및 배급업, 음반 도소매업, 온라인 음악 유통업, 음악 공연업, 노래연습장 운영업
게임	게임 제작 및 배급업, 게임 유통업
영화	영화 제작/지원 및 유통업, 디지털 온라인 유통업
애니메이션	애니메이션 제작업, 애니메이션 유통 및 배급업, 온라인 애니메이션 유통업
방송	지상파 방송, 유선 방송, 위성방송, 방송채널 사용사업, 방송영상물 제작업, 인터넷 영상물 제공업
광고	광고 대행업, 광고 제작업, 광고 전문 서비스업, 인쇄업, 온라인 광고 대행업, 옥외 광고 대행업
캐릭터	캐릭터 제작업, 캐릭터 상품 유통업
지식정보	이러닝업, 기타 데이터베이스 및 온라인 정보 제공업, 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업, 가상세계 및 가상현실업
콘텐츠솔루션	콘텐츠솔루션업, 컴퓨터 그래픽스 제작업

### 나. 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 현황 비교분석

- 「2023 콘텐츠산업 통계조사」를 활용하여 전국과 부산의 콘텐츠산업 현황을 비교분석할 수 있음
  - 산업별 매출액 및 종사자 규모에 대해 전체(전국)대비 부산 비중 및 전년대비 증감수준 파악이 가능함

## 2 콘텐츠산업 현황

### 가. 콘텐츠산업 현황 총괄

- 2023년 콘텐츠산업 사업체 수는 11만 4,769개로 전년대비 5.7% 증가한 것으로 나타남
  - 산업별 사업체 수 비중은 출판산업이 30.2%로 가장 높고, 그 다음으로 음악산업(29.3%), 게임산업(9.0%) 순으로 높게 나타남
- 종사자 수는 총 64만 4,437명으로 전년대비 5.4% 증가하고, 매출액은 151조 772억원으로 전년대비 9.9% 증가한 것으로 나타남
  - 부가가치액은 56조 3,366억원(전년대비 6.2% 증가)으로 나타남
  - 수출액은 132억 4,301만달러, 수입액은 11억 5,179만달러로 120억 9,122만달러의 흑자를 기록한 것으로 나타남

[표2-1-2] 2023년 콘텐츠산업 현황

구분	사업체 수 (개)	종사자 수 (명)	매출액 (백만원)	부가가치액 (백만원)	수출액 (천달러)	수입액 (천달러)	수출입차액 (천달러)
전체	114,769	647,969	151,077,245	56,336,638	13,243,006	1,151,789	12,091,217
출판	34,652	173,167	25,191,702	9,930,528	375,083	272,088	102,995
만화	5,004	12,185	2,624,004	934,543	107,635	7,288	100,347
음악	33,626	60,996	11,009,624	3,529,561	927,613	15,408	912,205
게임	10,272	84,347	22,214,886	8,905,896	8,981,751	260,163	8,721,588
영화	7,020	36,601	7,369,200	2,461,539	71,440	24,684	46,756
애니메이션	696	6,373	921,022	330,566	159,355	14,293	145,062
방송	1,154	51,639	26,104,717	8,591,992	948,045	73,448	874,597
광고	6,667	75,338	19,666,138	6,127,969	327,748	364,860	△37,112
캐릭터	3,169	17,154	5,372,788	2,097,246	390,399	95,157	295,242
지식정보	10,185	90,652	21,493,067	9,411,170	701,400	10,243	691,157
콘텐츠솔루션	2,324	39,516	9,110,097	4,015,629	252,535	14,156	238,379

※ 「2023 콘텐츠산업 통계조사」 (문화체육관광부) 발췌

나. 매출액

- 2022년 콘텐츠산업 매출액은 151조 772억원으로 전년대비 9.9% 증가한 것으로 나타남
  - 전년대비 증감률은 영화산업이 127.0%로 가장 높고, 출판산업이 2.0%로 가장 낮게 나타남
- 2018년부터 2022년까지 연평균 증감률은 6.0%이며, 모든 산업에서 매출액이 증가한 것으로 나타남
- 산업별 매출액 비중은 방송산업(17.3%), 출판산업(16.7%), 게임산업(14.7%) 순으로 높게 나타남

[그림2-1-1] 콘텐츠산업 매출액 및 전년대비 증감률



[표2-1-3] 콘텐츠산업 매출액

구분	2018년 (백만원)	2019년 (백만원)	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	2022년 (백만원)	비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
전체	119,606,635	126,712,264	128,287,034	137,507,958	151,077,245	100.0	9.9	6.0
출판	20,953,772	21,341,176	21,648,849	24,697,753	25,191,702	16.7	2.0	4.7
만화	1,178,613	1,337,248	1,534,444	2,132,149	2,624,004	1.7	23.1	22.2
음악	6,097,913	6,811,818	6,064,748	9,371,728	11,009,624	7.3	17.5	15.9
게임	14,290,224	15,575,034	18,885,484	20,991,342	22,214,886	14.7	5.8	11.7
영화	5,889,832	6,432,393	2,987,075	3,246,109	7,369,200	4.9	127.0	5.8
애니메이션	629,257	640,580	553,290	755,520	921,022	0.6	21.9	10.0
방송	19,762,210	20,843,012	21,964,722	23,970,709	26,104,717	17.3	8.9	7.2
광고	17,211,863	18,133,845	17,421,750	18,921,883	19,666,138	13.0	3.9	3.4
캐릭터	12,207,043	12,566,885	12,218,076	5,003,908	5,372,788	3.6	7.4	△18.5
지식정보	16,290,992	17,669,282	19,373,367	19,946,243	21,493,067	14.2	7.8	7.2
콘텐츠솔루션	5,094,916	5,360,990	5,635,230	8,470,614	9,110,097	6.0	7.5	15.6

※ 「2023 콘텐츠산업 통계조사」 (문화체육관광부) 발체  
 ※ 애니메이션 산업 : 극장 매출액 및 방송사 수출액 제외  
 ※ 방송 : 지상파 DMB에는 비지상파 3사의 총매출액 규모만 포함, IPTV 사업제 제외

## 다. 종사자 수

- 2023년 콘텐츠산업 종사자 수는 64만 7,969명으로 전년대비 5.4% 증가한 것으로 나타남
  - 전년대비 증감률은 영화산업이 176.4%로 가장 높고, 출판산업이 △1.6%로 가장 낮게 나타남
- 2018년부터 2022년까지 연평균 증감률은 △0.7%이며, 콘텐츠솔루션산업이 7.6%로 가장 높게 나타남
- 산업별 종사자 수 비중은 출판산업(26.7%), 지식정보산업(14.0%), 게임산업(13.0%) 순으로 높게 나타남

[그림2-1-2] 콘텐츠산업 종사자 수 및 전년대비 증감률



[표2-1-4] 콘텐츠산업 종사자 수

구분	2018년 (명)	2019년 (명)	2020년 (명)	2021년 (명)	2022년 (명)	비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
전체	667,437	682,644	642,086	614,734	647,969	100.0	5.4	△0.7
출판	184,554	185,270	185,444	175,898	173,167	26.7	△1.6	△1.6
만화	10,761	11,079	11,230	10,825	12,185	1.9	12.6	3.2
음악	76,954	77,149	65,464	59,583	60,996	9.4	2.4	△5.6
게임	85,492	89,157	83,303	81,856	84,347	13.0	3.0	△0.3
영화	30,878	32,566	10,497	13,240	36,601	5.6	176.4	4.3
애니메이션	5,380	5,436	5,472	6,131	6,373	1.0	3.9	4.3
방송	50,286	51,006	50,239	50,160	51,639	8.0	2.9	0.7
광고	70,827	73,520	68,888	74,485	75,338	11.6	1.1	1.6
캐릭터	26,306	37,521	36,505	16,597	17,154	2.6	3.4	△17.1
지식정보	86,490	89,286	93,182	87,704	90,652	14.0	3.4	1.2
콘텐츠솔루션	29,509	30,655	31,863	38,256	39,516	6.1	3.3	7.6

※ 「2023 콘텐츠산업 통계조사」 (문화체육관광부) 발췌

※ 캐릭터 : 캐릭터상품 유통업 종사자 중 인터넷쇼핑몰, 홈쇼핑, 편의점, 재래시장, 인터넷/모바일/게임콘텐츠 (아바타 등) 관련 종사자 제외

※ 출판산업 : 계약배달 판매업 종사자 제외

### 3 지역별 및 부산지역 콘텐츠산업 매출 현황

#### 가. 지역별 매출현황

- 전국 콘텐츠산업 매출액 합계는 2020년 128조 2,594억원, 2021년 137조 4232억원, 2022년 150조 9,770억원으로 매년 증가한 것으로 나타남
  - 2022년 전년대비 증감률은 9.9%로 2021년 전년대비 증감률(7.1%) 보다 높게 나타남
- 부산을 포함한 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종 등 7개 광역시의 콘텐츠산업 매출액 합계는 2022년 10조 3,926억원으로 나타남
- 부산지역 콘텐츠산업 매출액은 2022년 2조 5,327억원, 2021년 2조 8,245억원, 2020년 2조 2,602억원으로 나타남
  - 2022년 전년대비 증감률은 10.4% 감소한 것으로 나타남

[그림2-1-3] 콘텐츠산업 지역별 연도별 매출액 및 전년대비 증감률



## 제2장 콘텐츠산업 현황

- 지역별 2022년 콘텐츠산업 매출액은 서울지역이 95조 6,964억원으로 전국 합계 대비 비중(63.4%)이 가장 높고, 그 다음으로 경기도(35조 6,020억원, 23.6%)가 높게 나타남
  - 서울지역은 모든 산업분야에서 전국 매출액 합계 대비 비중이 가장 높게 나타남
- 부산지역의 콘텐츠산업 매출액은 전국 합계 대비 비중이 1.7%로 전국에서 세 번째로 비중이 높게 나타남
  - 산업별로는 캐릭터산업의 전국 매출액 합계 대비 비중이 2.9%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 출판산업(2.7%), 광고산업(1.9%) 순으로 높게 나타남

[표2-1-5] 콘텐츠산업 지역별 연도별 매출액

구분	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	2022년 (백만원)	비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	
전국 합계	128,259,361	137,423,170	150,977,062	100.0	9.9	8.5	
서울	80,708,563	85,779,517	95,696,401	63.4	11.6	8.9	
7개시	소계	8,712,310	10,337,627	10,392,608	6.9	0.5	9.2
	부산	2,260,231	2,824,526	2,531,691	1.7	△10.4	5.8
	대구	1,811,456	2,034,754	2,035,420	1.3	0.0	6.0
	인천	1,694,700	1,723,156	1,912,668	1.3	11.0	6.2
	광주	1,002,036	1,237,767	1,307,196	0.9	5.6	14.2
	대전	1,344,462	1,615,206	1,665,317	1.1	3.1	11.3
	울산	525,395	735,321	736,246	0.5	0.1	18.4
	세종	74,029	166,896	204,070	0.1	22.3	66.0
9개도	소계	38,838,489	41,306,026	44,888,053	29.7	8.7	7.5
	경기도	31,969,192	32,801,545	35,601,994	23.6	8.5	5.5
	강원도	551,973	815,904	952,960	0.6	16.8	31.4
	충청북도	827,448	725,283	838,571	0.6	15.6	0.7
	충청남도	850,347	982,605	1,007,929	0.7	2.6	8.9
	전라북도	627,890	1,152,102	1,020,979	0.7	△11.4	27.5
	전라남도	452,720	689,273	841,802	0.6	22.1	36.4
	경상북도	919,623	1,142,989	1,148,403	0.8	0.5	11.7
	경상남도	1,434,694	1,415,031	1,461,480	1.0	3.3	0.9
	제주도	1,204,603	1,581,295	2,013,935	1.3	27.4	29.3

※ 「2023 콘텐츠산업 통계조사」 (문화체육관광부) 발체

※ 애니메이션 : 극장 매출액, 방송사 수출액 제외

※ 방송 : 지상파 DMB에는 비지상파 3사의 총매출액 규모만 포함, IPTV 사업제 제외

# 2023 부산CT산업 통계조사

[표2-1-6] 콘텐츠산업 지역별 매출액

구분 (백만원, %)	출판	만화	음악	영화	게임	애니	방송	광고	캐릭터	지식 정보	솔루션	합계	
전국 합계	25191,702 100.0	2,624,004 100.0	11,009,624 100.0	7,369,200 100.0	22,214,886 100.0	820,839 100.0	26,104,717 100.0	19,666,138 100.0	5,372,788 100.0	21,493,067 100.0	9,110,097 100.0	150,977,062 100.0	
서울	13,742,187 (54.6)	1,173,862 (44.7)	7,709,162 (70.0)	5,737,261 (77.9)	9,149,654 (41.2)	626,800 (76.4)	20,870,565 (79.9)	16,581,575 (84.3)	2,478,254 (46.1)	11,120,027 (51.7)	6,507,055 (71.4)	95,696,401 (63.4)	
6개시	소계	3,222,473 (12.8)	174,932 (6.7)	777,731 (7.1)	446,924 (6.1)	748,221 (3.4)	57,107 (7.0)	838,378 (3.2)	1,398,504 (7.1)	615,791 (11.5)	1,553,216 (7.2)	559,331 (6.1)	10,392,608 (6.9)
	부산	683,884 (2.7)	37,104 (1.4)	164,338 (1.5)	76,952 (1.0)	173,260 (0.8)	13,698 (1.7)	301,298 (1.2)	372,770 (1.9)	154,691 (2.9)	368,095 (1.7)	185,600 (2.0)	2,531,691 (1.7)
	대구	641,927 (2.5)	29,572 (1.1)	140,628 (1.3)	52,873 (0.7)	192,524 (0.9)	722 (0.1)	146,396 (0.6)	373,107 (1.9)	99,219 (1.8)	261,106 (1.2)	97,346 (1.1)	2,035,420 (1.3)
	인천	550,397 (2.2)	54,311 (2.1)	235,460 (2.1)	149,527 (2.0)	182,808 (0.8)	10,306 (1.3)	103,698 (0.4)	102,580 (0.5)	248,444 (4.6)	218,507 (1.0)	56,629 (0.6)	1,912,668 (1.3)
	광주	410,705 (1.6)	23,688 (0.9)	94,110 (0.9)	94,277 (1.3)	77,601 (0.3)	28,368 (3.5)	99,853 (0.4)	220,542 (1.1)	49,783 (0.9)	171,344 (0.8)	36,926 (0.4)	1,307,196 (0.9)
	대전	629,618 (2.5)	17,090 (0.7)	91,653 (0.8)	54,225 (0.7)	79,366 (0.4)	1,176 (0.1)	103,989 (0.4)	230,622 (1.2)	40,427 (0.8)	256,581 (1.2)	160,571 (1.8)	1,665,317 (1.1)
	울산	181,631 (0.7)	7,737 (0.3)	43,269 (0.4)	16,117 (0.2)	42,662 (0.2)	2,799 (0.3)	77,886 (0.3)	89,710 (0.5)	20,649 (0.4)	236,636 (1.1)	17,150 (0.2)	736,246 (0.5)
	세종	124,310 (0.5)	5,430 (0.2)	8,273 (0.1)	2,954 (0.0)	- (-)	38 (0.0)	5,259 (0.0)	9,173 (0.0)	2,578 (0.0)	40,947 (0.2)	5,108 (0.1)	204,070 (0.1)
	9개도	8,227,043 (32.7)	1,275,210 (48.6)	2,522,731 (22.9)	1,185,015 (16.1)	12,317,011 (55.4)	136,932 (16.7)	4,395,775 (16.8)	1,686,059 (8.6)	2,278,742 (42.4)	8,819,823 (41.0)	2,043,712 (22.4)	44,888,053 (29.7)
	경기	5,961,201 (23.7)	1,124,689 (42.9)	1,937,904 (17.6)	740,688 (10.1)	10,653,220 (48.0)	111,709 (13.6)	3,534,304 (13.5)	1,074,505 (5.5)	1,813,758 (33.8)	6,872,044 (32)	1,777,971 (19.5)	35,601,994 (23.6)
강원	194,952 (0.8)	14,813 (0.6)	58,684 (0.5)	117,003 (1.6)	65,477 (0.3)	6,287 (0.8)	125,977 (0.5)	94,626 (0.5)	46,046 (0.9)	187,008 (0.9)	42,087 (0.5)	952,960 (0.6)	
충북	291,532 (1.2)	16,568 (0.6)	55,138 (0.5)	24,828 (0.3)	88,691 (0.4)	269 (0.0)	88,333 (0.3)	77,659 (0.4)	40,519 (0.8)	115,791 (0.5)	39,240 (0.4)	838,571 (0.6)	
충남	322,207 (1.3)	20,630 (0.8)	66,333 (0.6)	32,971 (0.4)	105,020 (0.5)	3,465 (0.4)	67,855 (0.3)	87,900 (0.4)	113,195 (2.1)	171,906 (0.8)	16,447 (0.2)	1,007,929 (0.7)	
전북	300,835 (1.2)	18,520 (0.7)	50,623 (0.5)	61,901 (0.8)	122,191 (0.6)	1,895 (0.2)	102,248 (0.4)	119,641 (0.6)	25,815 (0.5)	181,181 (0.8)	36,128 (0.4)	1,020,979 (0.7)	
전남	233,326 (0.9)	20,923 (0.8)	91,612 (0.8)	33,156 (0.4)	67,789 (0.3)	7,533 (0.9)	102,887 (0.4)	58,476 (0.3)	11,240 (0.2)	196,516 (0.9)	18,344 (0.2)	841,802 (0.6)	
경북	331,817 (1.3)	22,943 (0.9)	97,366 (0.9)	77,354 (1.0)	92,402 (0.4)	325 (0.0)	136,950 (0.5)	72,193 (0.4)	39,042 (0.7)	240,376 (1.1)	37,636 (0.4)	1,148,403 (0.8)	
경남	460,136 (1.8)	19,303 (0.7)	138,986 (1.3)	75,498 (1.0)	103,515 (0.5)	1,968 (0.2)	173,883 (0.7)	84,686 (0.4)	49,330 (0.9)	294,168 (1.4)	60,006 (0.7)	1,461,480 (1.0)	
제주	131,037 (0.5)	16,819 (0.6)	26,083 (0.2)	21,615 (0.3)	1,018,705 (4.6)	3,481 (0.4)	63,338 (0.2)	16,374 (0.1)	139,798 (2.6)	560,832 (2.6)	15,853 (0.2)	2,013,935 (1.3)	

※ 「2023 콘텐츠산업 통계조사」 (문화체육관광부) 발취

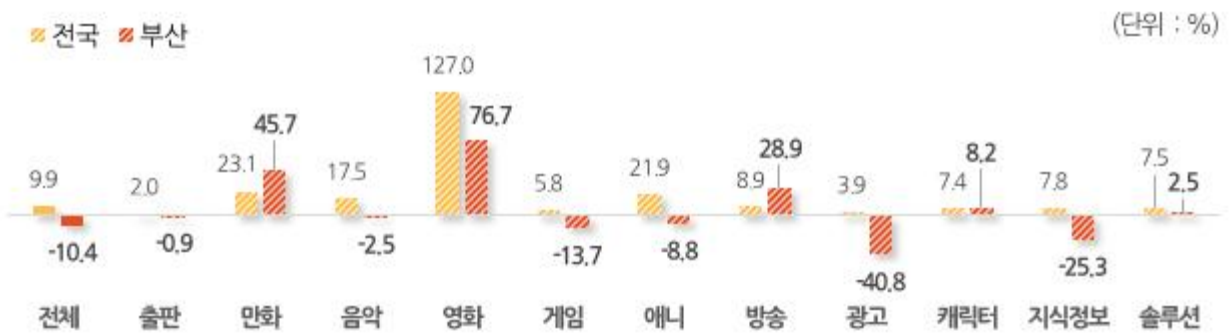
※ 괄호 안은 전국 합계 대비 비중

※ 애니메이션 : 극장 매출액, 방송사 수출액 제외

나. 부산지역 매출현황

- 2022년 부산지역 콘텐츠산업 매출액의 전년대비 증감률은 -10.4%로 전국 매출액 합계의 전년대비 증감률(9.9%)보다 낮게 나타남
  - 2020년부터 2022년까지 부산지역 연평균 증감률은 8.5%로 전국 합계 연평균 증감률(6.0%) 보다 높게 나타남
- 부산지역의 산업별 전년대비 증감률은 영화산업이 76.7%로 가장 높게 나타남

[그림2-1-4] 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 전년대비 매출액 증감률



[표2-1-7] 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 연도별 매출액

구분	전국 합계					부산				
	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	2022년 (백만원)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	2022년 (백만원)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
전체	128,259,361	137,423,170	150,977,062	9.9	6.0	2,260,231	2,824,526	2,531,691	△10.4	8.5
출판	21,648,849	24,697,753	25,191,702	2.0	4.7	525,307	690,183	683,884	△0.9	7.9
만화	1,534,444	2,132,149	2,624,004	23.1	22.2	13,192	25,465	37,104	45.7	30.8
음악	6,064,748	9,371,728	11,009,624	17.5	15.9	107,367	168,468	164,338	△2.5	34.7
영화	2,987,075	3,246,109	7,369,200	127.0	5.8	79,812	43,559	76,952	76.7	57.1
게임	18,885,484	20,991,342	22,214,886	5.8	11.7	122,703	200,759	173,260	△13.7	8.5
애니	553,290	755,520	921,022	21.9	10.0	13,984	15,016	13,698	△8.8	29.0
방송	21,964,722	23,970,709	26,104,717	8.9	7.2	249,126	233,797	301,298	28.9	9.0
광고	17,421,750	18,921,883	19,666,138	3.9	3.4	467,847	630,191	372,770	△40.8	6.2
캐릭터	12,218,076	5,003,908	5,372,788	7.4	△18.5	333,914	142,914	154,691	8.2	△33.7
지식정보	19,373,367	19,946,243	21,493,067	7.8	7.2	249,824	493,094	368,095	△25.3	5.3
솔루션	5,635,230	8,470,614	9,110,097	7.5	15.6	97,154	181,080	185,600	2.5	27.1

※ 「2023 콘텐츠산업 통계조사」 (문화체육관광부) 발췌 / ※ 애니메이션 : 극장 매출액, 방송사 수출액 제외

## 4 지역별 및 부산지역 콘텐츠산업 인력 현황

### 가. 지역별 인력현황

- 전국 콘텐츠산업 종사자 수 합계는 2020년 61만 1,551명, 2021년 59만 936명, 2022년 62만 6,396명으로 매년 증가한 것으로 나타남
  - 2022년 전년대비 증감률은 6.0%, 연평균 증감률은 1.2%로 나타남
- 부산을 포함한 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종 등 7개 광역시의 콘텐츠산업 종사자 수 합계는 2022년 8만 7,429명으로 전년대비 4.2% 증가한 것으로 나타남
- 부산지역 콘텐츠산업 종사자 수는 2020년 2만 1,582명, 2021년 2만 270명, 2022년 2만 1,656명으로 2020년, 2021년도에는 종사자 수가 감소 추세였으며, 2022년에 다시 증가한 것으로 나타남
  - 2022년 전년대비 증감률은 6.8%로 나타남

[그림2-1-5] 콘텐츠산업 지역별 연도별 종사자 수 및 전년대비 증감률



- 지역별 2022년 콘텐츠산업 종사자 수는 서울지역이 33만 9,079명으로 전국 합계 대비 비중(54.1%)이 가장 높고, 그 다음으로 경기도(12만 8,348명, 20.5%)가 높게 나타남
  - 서울지역은 모든 산업분야에서 전국 종사자 수 합계 대비 비중이 가장 높게 나타남
- 부산지역의 콘텐츠산업 종사자 수는 전국 합계 대비 비중이 3.5%로 전국에서 세 번째로 비중이 높게 나타남
  - 산업별로는 영화산업의 전국 종사자 수 합계 대비 비중이 5.7%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 음악산업(5.5%), 광고산업(4.8%) 순으로 높게 나타남

[표2-1-8] 콘텐츠산업 지역별 연도별 종사자 수

구분		2020년 (명)	2021년 (명)	2022년 (명)	비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
전국 합계		611,551	590,936	626,396	100.0	6.0	1.2
서울		337,111	315,626	339,079	54.1	7.4	0.3
7개시	소계	83,388	83,944	87,429	14.0	4.2	2.4
	부산	21,582	20,270	21,656	3.5	6.8	0.2
	대구	16,418	17,500	17,507	2.8	0.0	3.3
	인천	17,126	14,402	15,403	2.5	7.0	△5.2
	광주	10,652	11,116	11,456	1.8	3.1	3.7
	대전	10,740	12,730	13,246	2.1	4.0	11.1
	울산	5,802	6,462	6,222	1.0	△3.7	3.6
	세종	1,068	1,464	1,938	0.3	32.3	32.3
9개도	소계	191,053	191,365	199,888	31.9	4.5	2.3
	경기도	123,419	121,092	128,348	20.5	6.0	2.0
	강원도	7,942	7,593	8,285	1.3	9.1	2.1
	충청북도	7,617	7,993	8,164	1.3	2.1	3.5
	충청남도	8,688	9,326	9,831	1.6	5.4	6.4
	전라북도	7,039	8,301	8,627	1.4	3.9	10.7
	전라남도	6,450	7,391	7,262	1.2	△1.7	6.1
	경상북도	11,615	10,921	10,262	1.6	△6.0	△6.0
	경상남도	13,508	13,150	12,906	2.1	△1.9	△2.3
	제주도	4,775	5,599	6,202	1.0	10.8	14.0

- ※ 「2023 콘텐츠산업 통계조사」 (문화체육관광부) 발체
- ※ 출판 : 계약배달 판매업(신문배달판매) 제외
- ※ 게임 : 세종시 종사자 수는 충청남도에 포함

# 2023 부산CT산업 통계조사

[표2-1-9] 콘텐츠산업 지역별 종사자 수

구분 (명 %)	출판	만화	음악	영화	게임	애니	방송	광고	캐릭터	지식정보	솔루션	합계	
전국 합계	151,504	12,185	60,996	36,601	84,347	6,373	51,639	75,338	17,154	90,652	39,516	626,396	
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
서울	77,689	5,251	21,355	23,539	29,469	4,428	40,934	52,214	7,325	49,895	26,981	339,079	
	(51.2)	(43.1)	(35.0)	(64.3)	(34.9)	(69.5)	(79.3)	(69.3)	(42.7)	(55.0)	(68.3)	(54.1)	
7개시	소계	22,162	1,747	13,494	4,421	12,976	590	3,419	11,155	2,789	11,546	3,130	87,429
		(14.6)	(14.3)	(22.1)	(12.1)	(15.4)	(9.3)	(6.6)	(14.8)	(16.3)	(12.7)	(7.9)	(14.0)
	부산	4,851	381	2,255	956	4,778	168	948	3,260	731	2,560	768	21,656
		(3.2)	(3.1)	(3.7)	(2.6)	(5.7)	(2.6)	(1.8)	(4.3)	(4.3)	(2.8)	(1.9)	(3.5)
	대구	4,726	293	2,641	856	2,311	14	712	2,812	480	2,040	623	17,507
		(3.1)	(2.4)	(4.3)	(2.3)	(2.7)	(0.2)	(1.4)	(3.7)	(2.8)	(2.3)	(1.6)	(2.8)
	인천	3,897	389	3,048	1,023	2,281	54	371	990	892	2,063	395	15,403
		(2.6)	(3.2)	(5.0)	(2.8)	(2.7)	(0.8)	(0.7)	(1.3)	(5.2)	(2.3)	(1.0)	(2.5)
	광주	2,807	239	1,902	658	1,478	322	444	1,917	253	1,227	209	11,456
	(1.9)	(2.0)	(3.1)	(1.8)	(1.8)	(5.1)	(0.9)	(2.5)	(1.5)	(1.4)	(0.5)	(1.8)	
대전	3,704	256	1,976	733	1,330	13	522	1,391	249	2,099	973	13,246	
	(2.4)	(2.1)	(3.2)	(2.0)	(1.6)	(0.2)	(1.0)	(1.8)	(1.5)	(2.3)	(2.5)	(2.1)	
울산	1,183	147	1,374	125	799	18	382	620	147	1,288	139	6,222	
	(0.8)	(1.2)	(2.3)	(0.3)	(0.9)	(0.3)	(0.7)	(0.8)	(0.9)	(1.4)	(0.4)	(1.0)	
세종	994	42	297	69	-	1	40	164	36	270	24	1,938	
	(0.7)	(0.3)	(0.5)	(0.2)	-	(0.0)	(0.1)	(0.2)	(0.2)	(0.3)	(0.1)	(0.3)	
9개도	소계	51,744	5,188	26,146	8,640	41,902	1,355	7,286	11,969	7,040	29,212	9,405	199,888
		(34.1)	(42.6)	(42.9)	(23.6)	(49.7)	(21.3)	(14.1)	(15.9)	(41.0)	(32.2)	(23.8)	(31.9)
	경기	33,922	3,197	14,217	5,129	28,524	956	4,390	6,318	5,144	18,610	7,941	128,348
		(22.4)	(26.2)	(23.3)	(14.0)	(33.8)	(15.0)	(8.5)	(8.4)	(30.0)	(20.5)	(20.1)	(20.5)
	강원	1,490	170	1,287	691	1,149	66	835	873	266	1,248	211	8,285
		(1.0)	(1.4)	(2.1)	(1.9)	(1.4)	(1.0)	(1.6)	(1.2)	(1.6)	(1.4)	(0.5)	(1.3)
	충북	2,082	209	1,805	296	1,407	4	311	686	197	939	229	8,164
		(1.4)	(1.7)	(3.0)	(0.8)	(1.7)	(0.1)	(0.6)	(0.9)	(1.1)	(1.0)	(0.6)	(1.3)
	충남	2,305	245	1,898	539	2,061	33	64	952	371	1,278	85	9,831
		(1.5)	(2.0)	(3.1)	(1.5)	(2.4)	(0.5)	(0.1)	(1.3)	(2.2)	(1.4)	(0.2)	(1.6)
전북	2,383	221	1,006	429	1,849	39	420	752	204	1,159	166	8,627	
	(1.6)	(1.8)	(1.6)	(1.2)	(2.2)	(0.6)	(0.8)	(1.0)	(1.2)	(1.3)	(0.4)	(1.4)	
전남	1,541	276	1,393	482	1,164	153	225	717	63	1,114	136	7,262	
	(1.0)	(2.3)	(2.3)	(1.3)	(1.4)	(2.4)	(0.4)	(1.0)	(0.4)	(1.2)	(0.3)	(1.2)	
경북	2,964	296	1,876	375	1,685	6	266	692	188	1,690	222	10,262	
	(2.0)	(2.4)	(3.1)	(1.0)	(2.0)	(0.1)	(0.5)	(0.9)	(1.1)	(1.9)	(0.6)	(1.6)	
경남	3,920	347	2,248	286	2,132	29	349	800	235	2,232	328	12,906	
	(2.6)	(2.8)	(3.7)	(0.8)	(2.5)	(0.5)	(0.7)	(1.1)	(1.4)	(2.5)	(0.8)	(2.1)	
제주	1,137	228	416	414	1,933	69	426	179	373	941	87	6,202	
	(0.8)	(1.9)	(0.7)	(1.1)	(2.3)	(1.1)	(0.8)	(0.2)	(2.2)	(1.0)	(0.2)	(1.0)	

※ 「2023 콘텐츠산업 통계조사」 (문화체육관광부) 발췌 / ※ 괄호 안은 전국 합계 대비 비중  
 ※ 출판 : 계약배달 판매업(신문배달판매) 제외  
 ※ 게임 : 세종시 종사자 수는 충청남도에도 포함

## 나. 부산지역 인력현황

- 2022년 부산지역 콘텐츠산업 종사자 수의 전년대비 증감률은 6.8%로 전국 종사자수 합계의 전년대비 증감률(5.4%)보다 높게 나타남
  - 2020년부터 2022년까지 부산지역 연평균 증감률은 0.2%로 전국 합계 연평균 증감률(△0.7%) 보다 높게 나타남
- 부산지역의 산업별 전년대비 종사자 수 증감률은 게임산업이 53.5%로 가장 높게 나타남
  - 2020년부터 2022년까지 산업별 연평균 증감률은 영화산업이 88.5%로 가장 높게 나타남

[그림2-1-6] 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 전년대비 종사자 수 증감률



[표2-1-10] 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 연도별 종사자 수

구분	전국 합계					부산				
	2020년 (명)	2021년 (명)	2022년 (명)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	2020년 (명)	2021년 (명)	2022년 (명)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
전체	642,086	614,734	647,969	5.4	△0.7	21,582	20,270	21,656	6.8	0.2
출판	185,444	175,898	173,167	△1.6	△1.6	5,422	5,107	4,851	△5.0	△5.4
만화	11,230	10,825	12,185	12.6	3.2	331	331	381	15.1	7.3
음악	65,464	59,583	60,996	2.4	△5.6	3,841	2,322	2,255	△2.9	△23.4
영화	10,497	13,240	36,601	176.4	4.3	269	630	956	51.7	88.5
게임	83,303	81,856	84,347	3.0	△0.3	3,397	3,112	4,778	53.5	18.6
애니	5,472	6,131	6,373	3.9	4.3	160	165	168	1.8	2.5
방송	50,239	50,160	51,639	2.9	0.7	890	763	948	24.2	3.2
광고	68,888	74,485	75,338	1.1	1.6	3,246	3,620	3,260	△9.9	0.2
캐릭터	36,505	16,597	17,154	3.4	△17.1	837	768	731	△4.8	△6.5
지식정보	93,182	87,704	90,652	3.4	1.2	2,537	2,691	2,560	△4.9	0.5
솔루션	31,863	38,256	39,516	3.3	7.6	653	760	768	1.1	8.4

※ 「2023 콘텐츠산업 통계조사」 (문화체육관광부) 발췌

※ 출판 : 계약배달 판매업(신문배달판매) 제외

※ 게임 : 세종시 종사자 수는 충청남도예 포함

# 제3장

## 조사결과

# 제1절

## 조사개요

## 1 조사배경 및 목적

### 가. 조사배경

- 콘텐츠(CT)산업은 생산, 고용, 부가가치 면에서 규모와 성장률이 매우 높은 산업으로 차세대 성장동력이자 혁신성장을 위한 노하우, 문화, 프로젝트를 타산업에 전파하는 롤모델임
- 부산은 서울, 경기 다음으로 CT산업 매출액과 사업체수가 가장 많은 지역으로 '부산국제영화제', 'G-Star 국제게임전시회' 등 국제적 행사를 개최하고 센텀지역 내 BCC, 영상산업센터 등 인프라 시설 조성하는 등 영화도시, 게임도시로서의 도시브랜드를 확보하고 있음

### 나. 조사목적 및 기대효과

- 부산 CT산업의 지속적인 발전과 활성화를 위한 정책 수립 및 검토를 위해 부산지역 CT산업 현황에 대한 정확한 파악이 필요함
- 부산지역 CT산업 사업체 조사, 물적 및 인적 인프라 파악 등을 통해 부산 CT산업 발전 및 지원 정책 수립의 기초자료로 활용함

## 2 조사대상

### 가. 모집단 정의

- 부산 CT산업 통계조사」는 통계청의 ‘콘텐츠산업 특수분류체계’를 준용하여 산업유형을 12개 대분류업종으로 구분하며, 2023년 조사에서는 문화체육관광부의 「콘텐츠산업 통계조사」와 동일하게 공연산업을 제외한 11개 업종을 대상으로 조사를 실시함
- ‘콘텐츠산업 특수분류체계’에서 CT산업은 제작업 외에도 도소매업, 임대업 등을 포함하고 있어, 부산 CT산업 통계조사에서는 도소매업, 임대업 등을 제외한 창작 및 제작 관련 사업체로 모집단 정의를 한정함

[표3-1-1] 콘텐츠산업 특수분류체계 내 조사대상 업종구분

구분	조사대상 포함업종	조사대상 제외업종
출판	출판업, 온라인 출판유통업	인쇄업, 출판 도소매업, 출판 임대업
만화	만화 출판업, 온라인 만화 제작 및 유통업	만화책 임대업, 만화 도소매업
음악	음악 제작업, 음악 및 오디오물 출판업, 온라인 음악 유통업, 음악 공연업	음반 복제 및 배급업, 음반 도소매업, 노래연습장 운영업
게임	게임 제작 및 배급업	게임유통업
영화	영화 제작,지원 및 유통업(극장 상영 제외), 디지털 온라인 유통업	영화 제작,지원 및 유통업(극장 상영)
애니메이션	애니메이션 제작업, 애니메이션 유통 및 배급업, 온라인 애니메이션 유통업	-
방송	지상파 방송, 유선 방송, 위성방송, 방송채널 사용사업, 방송영상물 제작업, 인터넷 영상물 제공업	-
광고	광고 대행업, 광고 제작업, 광고 전문 서비스업, 온라인 광고 대행업, 옥외 광고 대행업	인쇄업
캐릭터	캐릭터 제작업	캐릭터 상품 유통업
지식정보	이러닝업, 기타 데이터베이스 및 온라인 정보 제공업, 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업 가상세계 및 가상현실업	가상세계 및 가상현실업 (스크린골프장 운영업)
콘텐츠솔루션	콘텐츠솔루션업, 컴퓨터 그래픽스 제작업	-

※ 문화체육관광부의 「콘텐츠산업 통계조사」와 동일하게 공연산업을 조사대상에서 제외함

### 3 조사체계

#### 가. 수행체계

- 부산 CT산업 통계조사는 조사기획, 조사설계, 실사, 자료처리, 결과분석 등의 단계별에 따라 체계적으로 수행됨

[그림3-1-1] 부산 CT산업 통계조사 수행체계



#### 나. 조사기획

- 사업추진계획 수립
  - 부산정보산업진흥원과 협의를 통해 단계별 과업을 선정하고 추진방법 및 일정을 계획함
- 과거조사 및 유사조사 검토
  - 2022년 부산 CT산업 통계조사 수행내용과 결과보고서를 검토하여 개선사항을 파악하고 개선방안을 마련함
- 모집단 정의 및 조사대상 범위 결정
  - 표준산업분류, 콘텐츠산업 특수분류체계 등 산업분류기준과 과거 및 유사조사를 참고하여 CT산업을 정의하고 구체적인 조사대상 범위를 확정함

## 다. 조사설계

### ○ 조사대상 리스트 마련

- 과거 부산 CT산업 통계조사 조사대상 리스트 검토, CT산업 관련 사업체 리스트(관련 행사 참가자, 협회 회원 등) 수집 등을 통해 조사대상 리스트를 수집함
- 취합한 리스트의 사업체 중복, 휴폐업 등을 검토하여 최종 조사대상 리스트를 확보함

### ○ 설문지 설계

- 과거 조사를 통해 파악한 문항별 응답률과 조사결과 내용을 검토하여 응답률이 낮거나 결과 활용도가 낮은 문항은 제외함
- 최근 CT산업 이슈를 파악하고 유사조사 설문지 및 보고서를 참고하여 기존문항을 수정하거나 신규문항을 추가함
- 해당 조사에는 CT산업과의 관련성을 바탕으로 디지털 전환에 대한 설문 문항을 추가하여 조사함

### ○ 실사계획 수립

- 부산정보산업진흥원과 협의를 통해 조사방법 및 일정에 대한 계획을 수립함
- 부산 CT산업의 특성을 고려하여 전수조사를 실시하고, 현장면접조사와 전화조사, 이메일조사 등 다양한 방법으로 조사를 실시하도록 함

## 라. 실사

### ○ 조사원 선발 및 교육

- 과거 부산 CT산업 통계조사 수행경험이 있거나 유사조사 수행경험이 풍부한 조사원을 선발함
- 조사원 대상으로 조사목적 및 배경, 설문지 내용 및 작성방법, 유의사항 등에 대한 교육을 실시함

### ○ 조사안내 및 협조요청

- 사전에 모든 조사대상 사업체에 유선으로 접촉하여 조사안내 및 협조요청 후 설문지를 발송함
- 부산정보산업진흥원으로부터 제공받은 협조요청 공문을 송부하여 설문응답을 독려함

### ○ 실사 수행

- 현장면접을 비롯하여 전화, 이메일, 팩스, 우편 등 다양한 방법을 이용해 조사를 실시하여 응답자의 응답률을 제고함
- 설문지 수신여부를 확인하고 응답자가 선호하는 방법으로 조사를 실시함

## 2023 부산CT산업 통계조사

- 응답거부업체에게 조사취지 및 필요성을 설명한 후 설문응답을 재요청함

### 마. 자료처리

#### ○ 응답내용 검증(Editing)

- 응답완료된 설문지를 검토하여 무응답 또는 논리적으로 오류가 있는 응답내용을 파악함
- 전문 검증원 외에도 실사 감독관과 연구원이 응답내용을 이중으로 확인 및 검토하여 응답 내용을 검증함

#### ○ 자료 보완

- 무응답 또는 논리적으로 오류가 있는 응답내용에 대해 조사응답 사업체 담당자를 재접촉하여 재조사 실시함
- 기업신용정보서비스, 중소기업현황정보시스템, 금융감독원 전자공시시스템 등에 공시된 자료를 활용하여 응답내용을 검증 및 보완함

#### ○ 자료 부호화(Coding) 및 입력(Punching)

- 전문 입력원이 자료입력 가이드에 따라 응답내용을 부호화하고 EXCEL 파일에 입력함
- 자료입력 후 오류 재검증을 실시하여 응답 오류 및 입력 오류를 파악하고 보완함

#### ○ 자료처리

- 자료입력 및 검증을 완료한 자료에 대해 무응답 보정 및 모수 추정을 실시함

### 바. 결과분석

#### ○ 통계분석 실시

- Microsoft EXCEL 2016 및 SPSS 19.0 통계패키지를 이용하여 빈도분석, 교차분석 등의 통계분석을 실시함

#### ○ 결과보고서 작성

- 통계분석 결과를 검토하여 부산 CT산업 현황 파악 및 분석 내용을 결과보고서로 작성함

## 4 조사내용

### 가. 설문지 구성

- 부산 CT산업 통계조사 설문지는 사업체용과 개인제작자용 등 2종으로 구성됨
- 사업체 대상 설문지는 일반현황, 경영실태, 지원사업, XR/MR 관련으로 구성되어 있음
  - 게임산업 사업체 대상으로는 게임산업 관련 설문문항을 추가함
- 개인제작자 대상 설문지는 일반현황, 개인제작자 관련으로 구성되어 있음
  - 만화작가 대상으로는 만화작가 관련 설문문항을 추가함

[표3-1-2] 조사내용

구분	내용
일반현황	· 사업체명, 사업자등록번호, 사업체 유형, 설립연도, 주소, 연락처 · 산업분야, 사업내용, 대표 작품 및 서비스, 사업추진단계 · 대표자 성명, 성별, 연령
경영실태	· 종사자 현황, 채용계획, 채용 애로사항 · 매출현황, 매출비중, 경영 애로사항 · 제작현황, 제작 애로사항
지원사업	· 지원사업 정보습득 경로 · 희망지원사업 · 지원사업 애로사항
XR산업	· XR/MR콘텐츠 장르 · XR/MR콘텐츠 필요 지원사업 · XR/MR산업 해외진출 희망 지역
게임산업	· 게임 플랫폼 유형 · 부산지역 경쟁력 · 부산지역 게임산업 지원사업
개인제작자	· 보조인력 운영여부, 보조인력 규모, 보조인력 활용 애로사항 · 연평균 소득 · 제작현황, 제작 애로사항
만화작가	· 창작분야, 활동분야, 만화창작 애로사항 · 창작외 소득원 · 창작공간, 부산지역 거주 애로사항, 부산지역 만화작가 지원사업
1인 미디어	· 활동 장르, 이용 플랫폼, 1인 미디어 애로사항 · 1인 미디어 외 소득원 · 촬영장소, 부산지역 거주 애로사항, 부산지역 1인미디어 지원사업
뮤지션	· 활동 유형, 활동장르, 뮤지션 관련 애로사항 · 뮤지션외 소득원 · 활동 영역, 부산지역 거주 애로사항, 부산지역 뮤지션 지원사업

## 5 조사현황

### 가. 조사실시

- 조사기간 : 2023년 10월 30일 ~ 2023년 12월 1일 (5주간)
- 조사대상 : 부산시 소재 CT산업 사업체 및 개인제작자
- 조사방법 : 구조화된 설문지를 이용한 온라인 조사, 전화, 이메일, 팩스, 우편조사
  - 기업신용정보서비스, 중소기업현황정보시스템, 금융감독원 전자공시시스템을 이용한 문헌조사 (Desk Research)를 병행 실시함

### 나. 조사실시 결과

- 2023 부산 CT산업 통계조사를 실시한 결과 총 1,113개 조사완료함

[표3-1-3] 조사실시결과

구분	모집단(개)	조사완료(개)	조사완료율(%)
출판	206	117	56.8
만화	169	75	44.4
음악	224	69	30.8
게임	204	133	65.2
영화	353	84	23.8
애니메이션	63	23	36.5
방송	91	59	64.8
광고	665	208	31.3
캐릭터	76	23	30.3
지식정보	112	69	61.6
콘텐츠솔루션	692	161	23.3
1인 미디어	306	92	30.1
<b>합계</b>	<b>3161</b>	<b>1,113</b>	<b>35.2</b>

※ 공연 산업 제외



# 제2절

## 전체 조사결과



# 1 일반현황

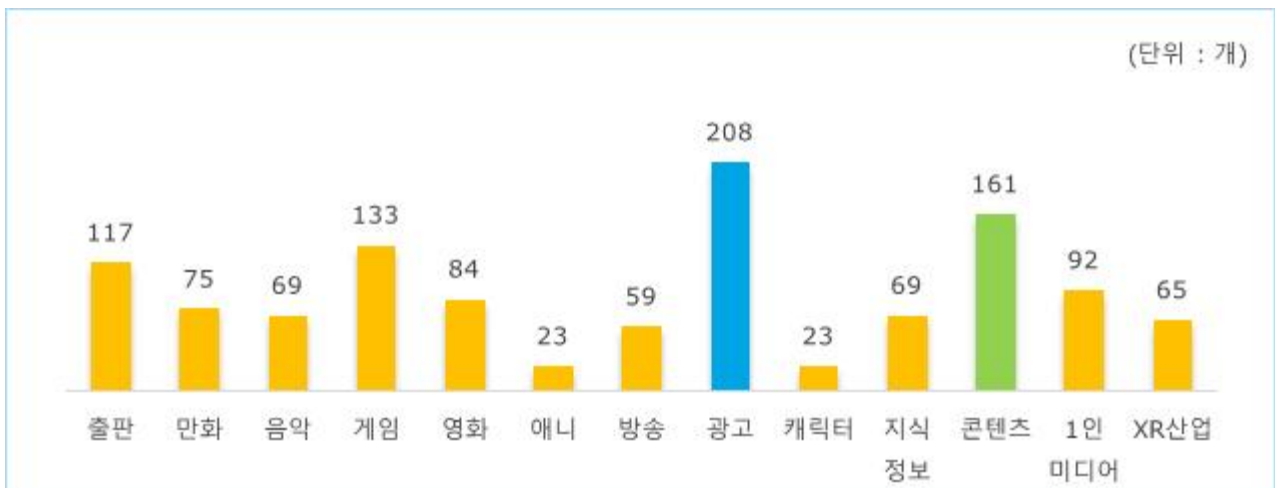
## 가. 사업체 수

- 2023년 부산 CT산업 통계조사를 통해 파악된 부산시 소재 CT산업 산업체는 2023년 현재 1,113개로 전년대비 14개, 1.3% 증가한 것으로 나타남(1인미디어, 뮤지션 포함)
- 광고 산업이 208개(전체대비 18.7%)로 가장 많고, 애니메이션 산업과 캐릭터 산업이 23개(2.1%)로 가장 적은 것으로 나타남
- XR산업(11개 업종 종합 조사)은 65개로, 전체 업종의 5.8%가 관련성이 있음

[그림3-2-1] 연도별 사업체 수



[그림3-2-2] 2023 업종별 사업체 수



### 제3장 조사결과: 제2절 전체 조사결과

[표3-2-1] 연도별 사업체 수

구분	2021년		2022년		2023년		
	사업체수 (개)	전년대비 (%)	사업체수 (개)	전년대비 (%)	사업체수 (개)	전년대비 (%)	
전체	1,030	-	1,099	6.7	1,113	1.3	
업종	출판	107	-18.3	101	-5.6	117	15.8
	만화	57	16.3	70	22.8	75	7.1
	음악	58	-17.1	74	27.6	69	-6.8
	게임	131	3.1	139	6.1	133	-4.3
	영화	110	12.2	110	0.0	84	-23.6
	애니메이션	16	-11.1	17	6.3	23	35.3
	방송	51	-16.4	51	0.0	59	15.7
	광고	182	-26.6	197	8.2	208	5.6
	캐릭터	13	-7.1	15	15.4	23	53.3
	지식정보	62	-20.5	61	-1.6	69	13.1
	콘텐츠솔루션	157	68.8	161	2.5	161	0.0
1인 미디어	86	100.0	103	19.8	92	-10.7	
XR	56	19.1	53	-5.4	65	22.6	

※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함 / 설문 응답 기준)

※ 만화 : 법인(에이전시, 플랫폼) 9개사, 개인사업자(만화가) 66개사 / 부산·경남 만화가 250여명 활동 중(부산경남만화가연대)

※ 1인 미디어 : 1인 미디어 사업을 하고 있는 개인 추가

※ 음악 : 사업체 22개사, 뮤지션 47개

나. 설립연도

○ 설립연도는 ‘2015년~2020년’이 37.1%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘2009년 이전(30.0%)’, ‘2010년 ~2014년(19.7%)’ 순으로 나타남

[그림3-2-3] 설립연도별 사업체 현황



[표3-2-2] 설립연도별 사업체 현황

구분	전체	2009년 이전		2010년~2014년		2015년~2020년		2021~2022년		2023년		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	1,085	326	30.0	214	19.7	402	37.1	139	12.8	4	0.4	
업종	출판	111	69	62.2	16	14.4	20	18.0	6	5.4	0	0.0
	만화	75	6	8.0	5	6.7	41	54.7	23	30.7	0	0.0
	음악	69	12	17.4	18	26.1	27	39.1	12	17.4	0	0.0
	게임	132	19	14.4	29	22.0	66	50.0	18	13.6	0	0.0
	영화	73	11	15.1	24	32.9	32	43.8	6	8.2	0	0.0
	애니	21	3	14.3	5	23.8	7	33.3	6	28.6	0	0.0
	방송	59	31	52.5	10	16.9	10	16.9	6	10.2	2	3.4
	광고	208	103	49.5	56	26.9	42	20.2	7	3.4	0	0.0
	캐릭터	23	7	30.4	5	21.7	8	34.8	3	13.0	0	0.0
	지식	69	19	27.5	11	15.9	30	43.5	9	13.0	0	0.0
	솔루션	161	42	26.1	29	18.0	75	46.6	13	8.1	2	1.2
1인 미디어	84	4	4.8	6	7.1	44	52.4	30	35.7	0	0.0	
XR	65	9	13.8	10	15.4	37	56.9	9	13.8	0	0.0	

※ n(응답자) = 1,085

다. 소재지역

- 소재지역은 '해운대구'가 343개(31.3%)로 가장 많고, 그 다음으로는 부산진구(128개, 11.7%), 남구 (101개, 9.2%) 순으로 나타남

[그림3-2-4] 소재지역별 사업체 현황



[표3-2-3] 소재지역별 사업체 현황 ①

구분	전체	강서구		금정구		기장군		남구		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	1,097	20	1.8	74	6.7	22	2.0	101	9.2	
업종	출판	117	1	0.9	6	5.1	5	4.3	8	6.8
	만화	73	1	1.4	4	5.5	1	1.4	8	11.0
	음악	63	2	3.2	11	17.5	1	1.6	11	17.5
	게임	132	4	3.0	6	4.5	0	0.0	4	3.0
	영화	81	0	0.0	3	3.7	1	1.2	4	4.9
	애니	23	0	0.0	1	4.3	1	4.3	1	4.3
	방송	59	0	0.0	5	8.5	0	0.0	6	10.2
	광고	208	5	2.4	13	6.3	4	1.9	13	6.3
	캐릭터	23	1	4.3	0	0.0	4	17.4	2	8.7
	지식정보	69	2	2.9	4	5.8	1	1.4	9	13.0
	솔루션	161	1	0.6	13	8.1	2	1.2	26	16.1
1인 미디어	88	3	3.4	8	9.1	2	2.3	9	10.2	
XR	65	2	3.1	2	3.1	1	1.5	4	6.2	

[표3-2-4] 소재지역별 사업체 현황 ②

구분	전체	동구		동래구		부산진구		북구		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	1,097	33	3.0	36	3.3	128	11.7	35	3.2	
업종	출판	117	5	4.3	3	2.6	16	13.7	4	3.4
	만화	73	0	0.0	5	6.8	6	8.2	1	1.4
	음악	63	1	1.6	4	6.3	10	15.9	3	4.8
	게임	132	5	3.8	2	1.5	11	8.3	5	3.8
	영화	81	1	1.2	3	3.7	8	9.9	2	2.5
	애니	23	0	0.0	0	0.0	1	4.3	1	4.3
	방송	59	2	3.4	1	1.7	6	10.2	2	3.4
	광고	208	6	2.9	7	3.4	24	11.5	4	1.9
	캐릭터	23	0	0.0	1	4.3	3	13.0	0	0.0
	지식정보	69	1	1.4	0	0.0	7	10.1	5	7.2
	솔루션	161	5	3.1	3	1.9	20	12.4	3	1.9
1인 미디어	88	7	8.0	7	8.0	16	18.2	5	5.7	
XR	65	0	0.0	0	0.0	4	6.2	1	1.5	

[표3-2-5] 소재지역별 사업체 현황 ③

구분	전체	사상구		사하구		서구		수영구		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	1,097	54	4.9	26	2.4	17	1.5	75	6.8	
업종	출판	117	6	5.1	2	1.7	3	2.6	11	9.4
	만화	73	1	1.4	2	2.7	1	1.4	12	16.4
	음악	63	4	6.3	1	1.6	0	0.0	6	9.5
	게임	132	9	6.8	3	2.3	2	1.5	10	7.6
	영화	81	1	1.2	3	3.7	2	2.5	6	7.4
	애니	23	1	4.3	1	4.3	1	4.3	1	4.3
	방송	59	1	1.7	1	1.7	1	1.7	3	5.1
	광고	208	14	6.7	4	1.9	3	1.4	12	5.8
	캐릭터	23	1	4.3	1	4.3	0	0.0	1	4.3
	지식정보	69	4	5.8	2	2.9	1	1.4	3	4.3
	솔루션	161	10	6.2	2	1.2	0	0.0	5	3.1
1인 미디어	88	2	2.3	4	4.5	3	3.4	5	5.7	
XR	65	3	4.6	2	3.1	1	1.5	3	4.6	

[표3-2-6] 소재지역별 사업체 현황 ④

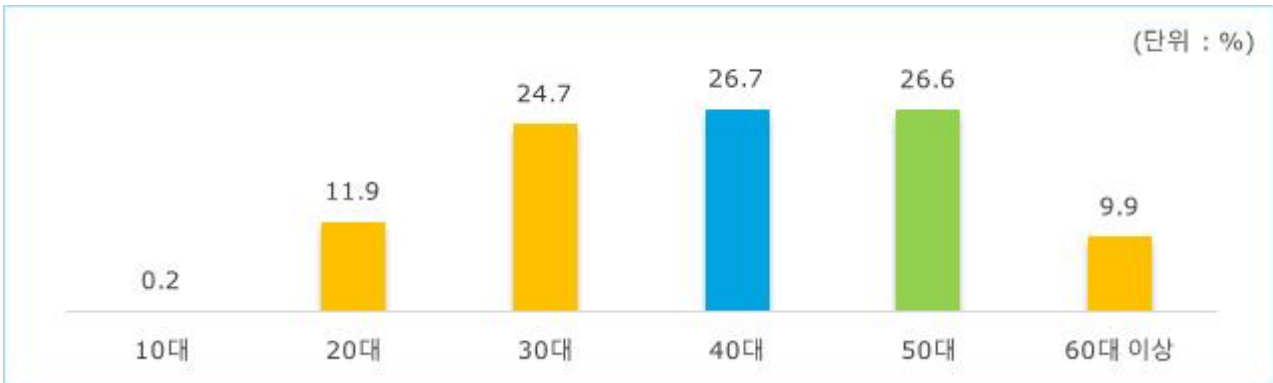
구분	전체	연제구		영도구		중구		해운대구		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	1,097	64	5.8	19	1.7	50	4.6	343	31.3	
업종	출판	117	13	11.1	2	1.7	20	17.1	12	10.3
	만화	73	7	9.6	2	2.7	1	1.4	21	28.8
	음악	63	1	1.6	0	0.0	1	1.6	7	11.1
	게임	132	2	1.5	3	2.3	3	2.3	63	47.7
	영화	81	0	0.0	2	2.5	7	8.6	38	46.9
	애니	23	2	8.7	1	4.3	0	0.0	11	47.8
	방송	59	3	5.1	2	3.4	4	6.8	22	37.3
	광고	208	20	9.6	1	0.5	6	2.9	72	34.6
	캐릭터	23	2	8.7	0	0.0	0	0.0	7	30.4
	지식정보	69	4	5.8	1	1.4	3	4.3	22	31.9
	솔루션	161	7	4.3	2	1.2	4	2.5	58	36.0
1인 미디어	88	3	3.4	3	3.4	1	1.1	10	11.4	
XR	65	3	4.6	3	4.6	2	3.1	34	52.3	

※ n(응답자) = 1,097

마. 대표자 연령

○ 대표자 연령은 '40대'가 26.7%로 비중이 가장 높고, 그 다음으로 '50대(26.6%)', '30대(24.7%)', '20대(11.9%)', '60대 이상(9.9%)', '10대(0.2%) 순으로 나타남

[그림3-2-5] 대표자 연령별 사업체 현황



[표3-2-7] 대표자 연령별 사업체 현황

구분	전체	10대		20대		30대		40대		50대		60대 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전체</b>	<b>842</b>	<b>2</b>	<b>0.2</b>	<b>100</b>	<b>11.9</b>	<b>208</b>	<b>24.7</b>	<b>225</b>	<b>26.7</b>	<b>224</b>	<b>26.6</b>	<b>83</b>	<b>9.9</b>	
업종	출판	89	0	0.0	1	1.1	6	6.7	22	24.7	32	36.0	28	31.5
	만화	73	0	0.0	26	35.6	31	42.5	14	19.2	2	2.7	0	0.0
	음악	61	0	0.0	14	23.0	29	47.5	16	26.2	1	1.6	1	1.6
	게임	65	0	0.0	5	7.7	21	32.3	23	35.4	16	24.6	0	0.0
	영화	58	0	0.0	7	12.1	23	39.7	10	17.2	16	27.6	2	3.4
	애니	19	0	0.0	0	0.0	6	31.6	10	52.6	3	15.8	0	0.0
	방송	39	0	0.0	4	10.3	10	25.6	8	20.5	15	38.5	2	5.1
	광고	157	0	0.0	4	2.5	19	12.1	42	26.8	60	38.2	32	20.4
	캐릭터	12	0	0.0	1	8.3	1	8.3	7	58.3	3	25.0	0	0.0
	지식	68	0	0.0	2	2.9	8	11.8	23	33.8	28	41.2	7	10.3
	솔루션	110	0	0.0	3	2.7	22	20.0	38	34.5	40	36.4	7	6.4
1인 미디어	91	2	2.2	33	36.3	32	35.2	12	13.2	8	8.8	4	4.4	
XR	49	0	0.0	1	2.0	7	14.3	25	51.0	16	32.7	0	0.0	

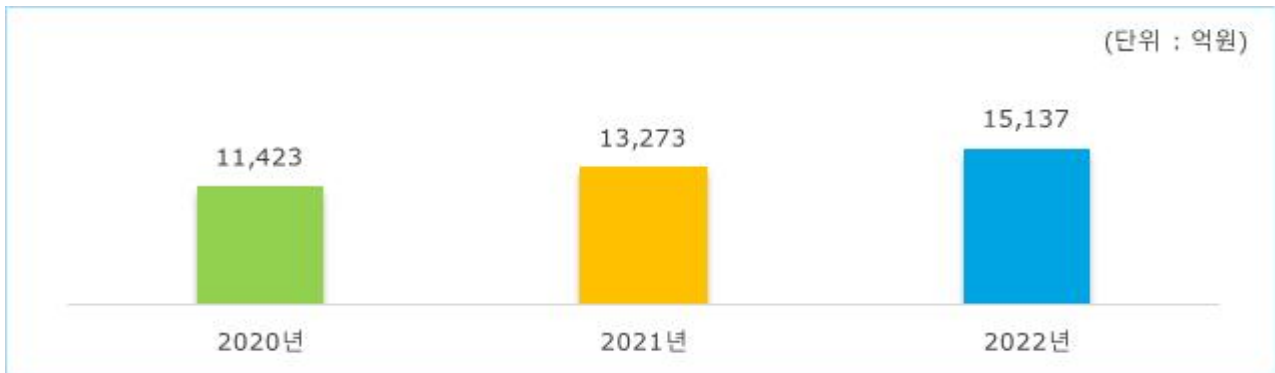
※ n(응답자) = 842

## 2 매출 현황

### 가. 매출액

- 2022년 부산 CT산업 사업체의 총 매출액은 1조 5,137억원으로 나타나 전년대비 14.0% 증가한 것으로 나타남
- 모든 산업의 매출액이 전반적으로 상승하였으며, 그 중 1인미디어 산업이 가장 큰 폭으로 상승.
- 반면, 애니메이션 산업은 전년대비 하락하였음

[그림3-2-6] 연도별 매출액



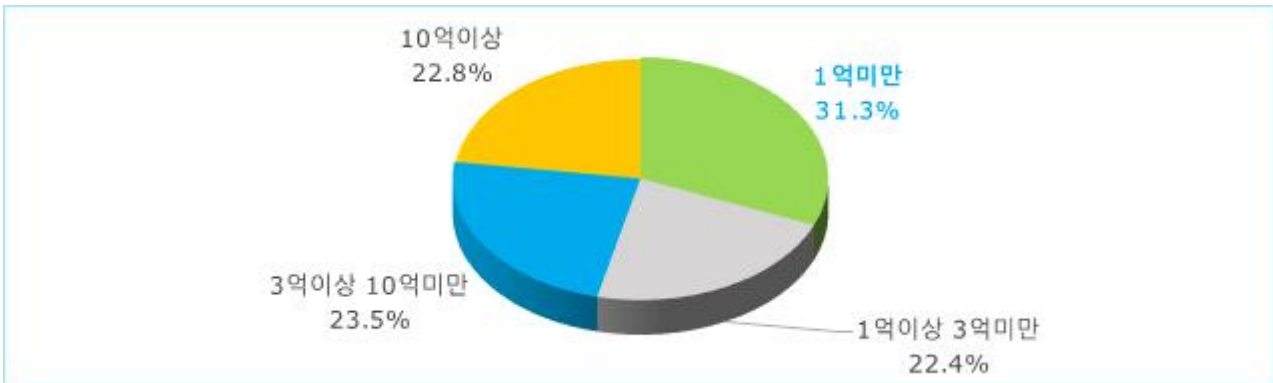
[표3-2-8] 연도별 매출액

구분	2020년		2021년		2022년		
	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	
<b>전체</b>	<b>1,142,322</b>	<b>-11.5</b>	<b>1,327,335</b>	<b>15.7</b>	<b>1,513,697</b>	<b>14.0</b>	
업종	출판	88,582	-31.2	106,351	20.1	120,023	12.9
	만화	8,149	9.6	9,043	11.0	11,903	31.6
	음악	2,235	-25.8	4,893	118.9	6,633	35.6
	게임	142,884	7.0	157,652	10.3	178,417	13.2
	영화	53,152	-22.9	42,585	-19.9	63,402	48.9
	애니	22,572	7.0	31,069	-13.8	27,828	-10.4
	방송	395,641	-10.5	413,832	4.6	442,868	7.0
	광고	211,519	27.2	288,580	36.4	339,442	17.6
	캐릭터	19,590	-16.3	15,448	-21.1	18,989	22.9
	지식정보	58,209	-4.5	70,426	21.0	88,575	25.8
	솔루션	138,968	25.7	186,585	34.3	211,833	13.5
<b>1인 미디어</b>	<b>821</b>	<b>42.8</b>	<b>871</b>	<b>6.1</b>	<b>3,784</b>	<b>334.4</b>	
<b>XR</b>	<b>59,911</b>	<b>26.2</b>	<b>57,444</b>	<b>-4.1</b>	<b>74,014</b>	<b>28.8</b>	

나. 매출 규모별 사업체 현황

○ 2022년 기준 매출 규모별 사업체 현황을 살펴본 결과, '1억 미만' 사업체의 비중이 31.3%로 가장 높게 나타남

[그림3-2-7] 2022년 매출 규모별 사업체 현황



[표3-2-9] 2022년 매출 규모별 사업체 현황

구분	전체	1억 미만		1억 이상 3억 미만		3억 이상 10억 미만		10억 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전체</b>	<b>956</b>	<b>299</b>	<b>31.3</b>	<b>214</b>	<b>22.4</b>	<b>225</b>	<b>23.5</b>	<b>218</b>	<b>22.8</b>	
업종	출판	103	27	26.2	29	28.2	29	28.2	18	17.5
	만화	72	47	65.3	22	30.6	0	0.0	3	4.2
	음악	58	44	75.9	8	13.8	5	8.6	1	1.7
	게임	84	18	21.4	23	27.4	15	17.9	28	33.3
	영화	74	42	56.8	12	16.2	11	14.9	9	12.2
	애니	21	5	23.8	6	28.6	7	33.3	3	14.3
	방송	55	11	20.0	13	23.6	8	14.5	23	41.8
	광고	198	31	15.7	36	18.2	74	37.4	57	28.8
	캐릭터	18	6	33.3	3	16.7	4	22.2	5	27.8
	지식	64	6	9.4	22	34.4	21	32.8	15	23.4
	솔루션	155	18	11.6	33	21.3	48	31.0	56	36.1
1인 미디어	54	44	81.5	7	13.0	3	5.6	0	0.0	
XR	58	11	3.7	19	8.9	12	5.3	16	7.3	

\* n(응답자) = 956

다. 사업형태별 매출 비중

○ 사업형태별 매출 비중은 ‘개발/제작’이 69.2%로 다른 유형에 비해 비중이 매우 높게 나타남

[그림3-2-8] 그림 61 유형별 매출 비중



[표3-2-10] 유형별 매출 비중

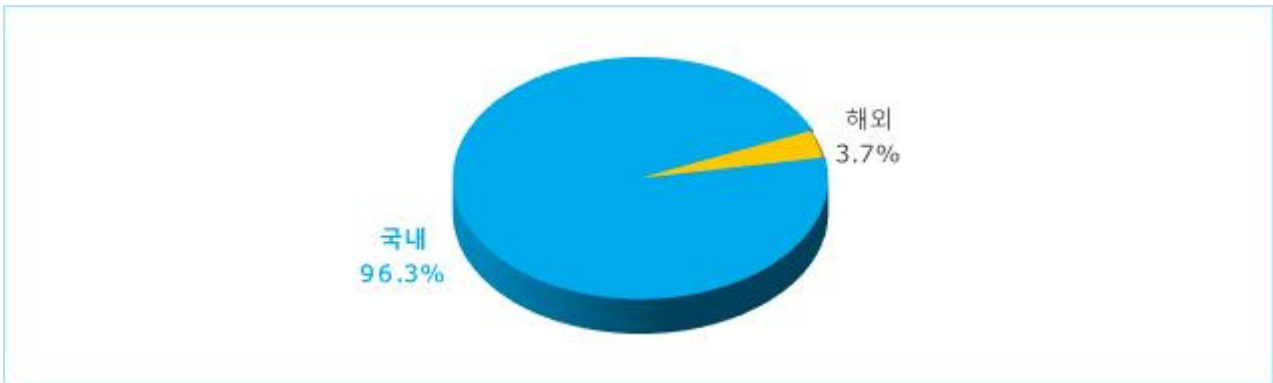
구분	전체 (개)	개발/제작 (%)	라이선스 (%)	제작지원 (%)	단순복제 (%)	유통/배급 (%)	기타 (%)	
전체	619	69.2	2.0	8.8	0.9	10.2	9.1	
업종	출판	89	65.3	0.6	11.0	1.4	14.1	7.8
	만화	7	86.4	2.1	7.1	0.0	1.4	2.9
	음악	14	75.7	0.0	0.7	0.0	4.3	19.3
	게임	65	74.7	1.2	9.8	0.0	10.2	4.1
	영화	39	63.3	0.8	16.2	0.0	11.0	8.7
	애니	19	71.6	5.8	11.1	0.0	6.3	5.3
	방송	39	71.4	0.3	16.9	0.3	4.6	6.5
	광고	157	65.8	2.9	8.7	1.9	10.3	10.7
	캐릭터	12	85.0	0.8	6.7	0.0	5.0	2.5
	지식정보	68	64.9	2.3	3.4	0.5	17.5	11.6
	솔루션	110	73.8	2.9	5.1	0.7	6.7	10.9
XR	49	68.0	2.7	13.6	0.0	4.9	10.8	

※ n(응답자) = 619

라. 국내의 매출 비중

○ 국내의 매출 비중은 ‘국내’가 96.3%로 ‘해외’에 비해 비중이 매우 높게 나타남

[그림3-2-9] 국내의 매출 비중



[표3-2-11] 국내의 매출 비중

구분	전체(개)	국내(%)	해외(%)	
전체	619	96.3	3.7	
업종	출판	89	99.6	0.4
	만화	7	95.0	5.0
	음악	14	100.0	0.0
	게임	65	77.8	22.2
	영화	39	100.0	0.0
	애니메이션	19	94.5	5.5
	방송	39	96.9	3.1
	광고	157	98.6	1.4
	캐릭터	12	95.8	4.3
	지식정보	68	98.2	1.8
	콘텐츠솔루션	110	98.6	1.4
XR	49	91.7	8.3	

※ n(응답자) = 619

### 3 종사자 현황

#### 가. 종사자 수

○ 2023년 부산 CT산업 사업체의 총 종사자 수는 8,444명으로 전년대비 8.3% 증가한 것으로 나타남

[그림3-2-10] 연도별 종사자 수



[표3-2-12] 연도별 종사자 수

구분	2021년		2022년		2023년		
	종사자 수 (명)	전년대비 (%)	종사자 수 (명)	전년대비 (%)	종사자 수 (명)	전년대비 (%)	
전체	7,321	-6.3	7,799	6.5	8,444	8.3	
업종	출판	777	-25.3	828	6.6	860	3.9
	만화	118	42.2	129	9.3	138	7.0
	음악	122	-33.3	154	26.2	174	13.0
	게임	1,453	9.2	1,466	0.9	1,468	0.1
	영화	392	-14.0	434	10.7	416	-4.1
	애니	227	4.6	265	16.7	257	-3.0
	방송	851	-13.8	899	5.6	923	2.7
	광고	1,365	-14.7	1,507	10.4	1,518	0.7
	캐릭터	166	3.8	160	-3.6	193	20.6
	지식정보	639	-12.6	642	0.5	881	37.2
	솔루션	1,112	25.5	1,201	8.0	1,481	23.3
1인 미디어	99	-29.3	114	15.2	135	18.4	
XR	794	22.0	666	-16.1	1,094	64.3	

나. 종사자 규모별 사업체 현황

○ 2023년 기준 종사자 규모별 사업체 현황은 '1~2명'이 42.0%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-2-11] 종사자 규모별 사업체 현황



[표3-2-13] 종사자 규모별 사업체 현황

구분	전체	1~2명		3~4명		5~9명		10명 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	1,034	434	42.0	180	17.4	214	20.7	206	19.9	
업종	출판	70	33	47.1	11	15.7	12	17.1	14	20.0
	만화	75	59	78.7	12	16.0	4	5.3	0	0.0
	음악	68	43	63.2	14	20.6	9	13.2	2	2.9
	게임	124	43	34.7	23	18.5	31	25.0	27	21.8
	영화	83	48	57.8	14	16.9	11	13.3	10	12.0
	애니	22	6	27.3	4	18.2	6	27.3	6	27.3
	방송	58	17	29.3	10	17.2	10	17.2	21	36.2
	광고	194	52	26.8	35	18.0	64	33.0	43	22.2
	캐릭터	23	9	39.1	4	17.4	1	4.3	9	39.1
	지식	69	5	7.2	18	26.1	25	36.2	21	30.4
	솔루션	156	35	22.4	28	17.9	41	26.3	52	33.3
1인 미디어	92	84	91.3	7	7.6	0	0.0	1	1.1	
XR	63	14	22.2	7	11.1	14	22.2	28	44.4	

※ n(응답자) = 1,034

다. 직무별 종사자 비중

○ 직무별 종사자 비중은 ‘연구개발’이 45.7%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘제작(18.2%)’, ‘운영/관리(11.5%)’ 순으로 나타남

[그림3-2-12] 직무별 종사자 비중



[표3-2-14] 직무별 종사자 비중

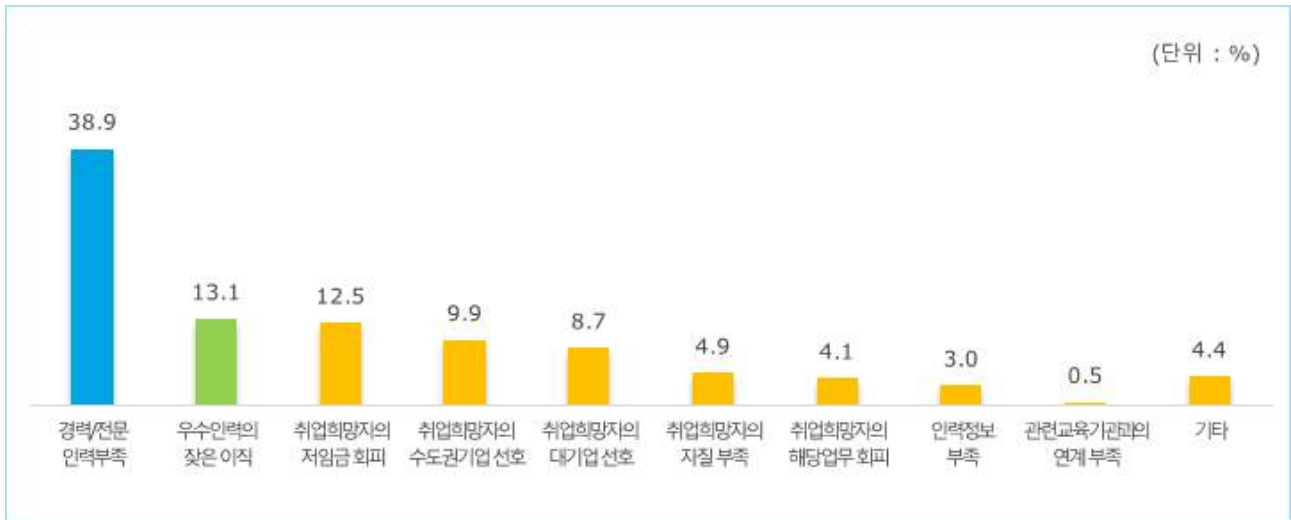
구분	전체 (개)	제작 (%)	연구개발 (%)	사업기획 (%)	운영/관리 (%)	홍보마케팅 (%)	기타 (%)	
전체	619	18.2	45.7	11.3	11.5	8.6	4.8	
업종	출판	89	20.9	51.7	6.9	10.3	6.2	4.0
	만화	7	35.7	41.4	2.9	6.4	8.6	5.0
	음악	14	23.2	57.9	3.6	12.1	3.2	0.0
	게임	65	14.0	62.0	7.9	6.9	6.8	2.4
	영화	39	25.8	48.5	3.1	10.3	7.3	5.0
	애니	19	22.1	55.1	3.7	8.7	7.9	2.6
	방송	39	23.7	58.4	2.3	8.4	4.6	2.6
	광고	157	16.2	45.7	3.5	14.8	12.7	7.1
	캐릭터	12	18.3	56.7	3.3	8.9	7.3	5.4
	지식정보	68	15.5	34.5	27.6	10.5	7.4	4.5
	솔루션	110	15.5	29.2	27.7	13.1	9.5	5.1
XR	49	41.2	21.7	23.5	5.7	6.4	1.6	

※ n(응답자) = 619

라. 채용 관련 애로사항

○ 채용 관련 애로사항으로는 ‘경력 및 전문인력 부족’이 38.9%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘우수인력의 잦은 이직(13.1%)’, ‘취업희망자의 저임금 회피(12.5%)’ 등 순으로 나타남

[그림3-2-13] 채용 관련 애로사항



[표3-2-15] 채용 관련 애로사항 ①

구분	전체	경력/전문인력 부족		우수인력의 잦은 이직		취업희망자의 저임금 회피		취업희망자의 수도권기업 선호		취업희망자의 대기업 선호	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	566	220	38.9	74	13.1	71	12.5	56	9.9	49	8.7
업종	출판	85	23.5	13	15.3	16	18.8	4	4.7	11	12.9
	만화	6	50.0	0	0.0	2	33.3	0	0.0	0	0.0
	음악	13	23.1	1	7.7	2	15.4	3	23.1	1	7.7
	게임	58	37.9	5	8.6	2	3.4	10	17.2	5	8.6
	영화	37	37.8	5	13.5	7	18.9	2	5.4	6	16.2
	애니	17	52.9	2	11.8	2	11.8	3	17.6	0	0.0
	방송	37	29.7	4	10.8	5	13.5	7	18.9	2	5.4
	광고	140	40.0	22	15.7	17	12.1	9	6.4	9	6.4
	캐릭터	11	18.2	2	18.2	3	27.3	1	9.1	1	9.1
	지식	62	58.1	5	8.1	4	6.5	6	9.7	6	9.7
	솔루션	100	44.0	15	15.0	11	11.0	11	11.0	8	8.0
XR	48	56.3	4	8.3	3	6.3	5	10.4	3	6.3	

[표3-2-16] 채용 관련 애로사항 ②

구분	전체	취업희망자의 자질 부족		취업희망자의 해당업무 회피		인력정보 부족		관련 교육기관과의 연계 부족		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	566	28	4.9	23	4.1	17	3.0	3	0.5	25	4.4	
업종	출판	85	5	5.9	7	8.2	1	1.2	0	0.0	8	9.4
	만화	6	0	0.0	0	0.0	1	16.7	0	0.0	0	0.0
	음악	13	0	0.0	1	7.7	1	7.7	0	0.0	1	7.7
	게임	58	5	8.6	0	0.0	5	8.6	1	1.7	3	5.2
	영화	37	1	2.7	1	2.7	1	2.7	0	0.0	0	0.0
	애니	17	1	5.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	37	2	5.4	0	0.0	3	8.1	0	0.0	3	8.1
	광고	140	5	3.6	11	7.9	3	2.1	1	0.7	7	5.0
	캐릭터	11	2	18.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	62	2	3.2	1	1.6	1	1.6	0	0.0	1	1.6
	솔루션	100	5	5.0	2	2.0	1	1.0	1	1.0	2	2.0
XR	48	5	10.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.1	

※ n(응답자) = 566

## 4 경영현황

### 가. 사업추진단계

○ 사업추진단계는 ‘사업 도약’이 25.3%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘콘텐츠 제작(23.1%)’, ‘사업성장(20.5%)’ 순으로 나타남

[그림3-2-14] 사업추진단계



[표3-2-17] 사업추진단계

구분	전체	콘텐츠 기획		콘텐츠 제작		콘텐츠 출시		사업 도약		사업 성장		사업 축소		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전체</b>	<b>847</b>	<b>73</b>	<b>8.6</b>	<b>196</b>	<b>23.1</b>	<b>111</b>	<b>13.1</b>	<b>214</b>	<b>25.3</b>	<b>174</b>	<b>20.5</b>	<b>79</b>	<b>9.3</b>	
업종	출판	89	6	6.7	7	7.9	4	4.5	27	30.3	23	25.8	22	24.7
	만화	73	9	12.3	33	45.2	10	13.7	11	15.1	9	12.3	1	1.4
	음악	61	6	9.8	20	32.8	9	14.8	12	19.7	8	13.1	6	9.8
	게임	65	0	0.0	23	35.4	15	23.1	13	20.0	13	20.0	1	1.5
	영화	62	6	9.7	21	33.9	4	6.5	11	17.7	15	24.2	5	8.1
	애니	19	2	10.5	6	31.6	3	15.8	7	36.8	1	5.3	0	0.0
	방송	39	2	5.1	12	30.8	5	12.8	9	23.1	9	23.1	2	5.1
	광고	157	19	12.1	18	11.5	12	7.6	35	22.3	45	28.7	28	17.8
	캐릭터	12	1	8.3	2	16.7	3	25.0	4	33.3	1	8.3	1	8.3
	지식	68	5	7.4	11	16.2	12	17.6	20	29.4	17	25.0	3	4.4
	솔루션	110	5	4.5	14	12.7	15	13.6	47	42.7	26	23.6	3	2.7
<b>1인 미디어</b>	<b>92</b>	<b>12</b>	<b>13.0</b>	<b>29</b>	<b>31.5</b>	<b>19</b>	<b>20.7</b>	<b>18</b>	<b>19.6</b>	<b>7</b>	<b>7.6</b>	<b>7</b>	<b>7.6</b>	
<b>XR</b>	<b>49</b>	<b>4</b>	<b>8.2</b>	<b>8</b>	<b>16.3</b>	<b>10</b>	<b>20.4</b>	<b>12</b>	<b>24.5</b>	<b>11</b>	<b>22.4</b>	<b>4</b>	<b>8.2</b>	

※ n(응답자) = 847

나. 경영 관련 애로사항

- 경영 관련 애로사항 1순위는 ‘투자유치 어려움’이 26.3%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘비용부담 (18.1%)’, ‘매출/대금 회수부진(17.1%)’ 순으로 나타남
- 경영 관련 애로사항 1+2순위를 통합한 경우에도 ‘투자유치 어려움’이 34.0%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로는 ‘비용부담(27.0%)’, ‘경기침체(26.5%)’순으로 나타남

[그림3-2-15] 경영 관련 애로사항-1순위



[그림3-2-16] 경영 관련 애로사항-1+2순위



[표3-2-18] 경영 관련 애로사항 - 1순위 ①

구분	전체	매출 및 대금 회수부진		투자유치 어려움		판로확보 어려움		마케팅 역량 부족		제작 역량 부족		인력 부족		비용 부담		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	608	104	17.1	160	26.3	70	11.5	31	5.1	19	3.1	43	7.1	110	18.1	
업종	출판	88	17	19.3	14	15.9	14	15.9	6	6.8	3	3.4	3	3.4	16	18.2
	만화	7	1	14.3	2	28.6	1	14.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	28.6
	음악	14	3	21.4	6	42.9	2	14.3	1	7.1	0	0.0	0	0.0	1	7.1
	게임	64	11	17.2	23	35.9	1	1.6	5	7.8	2	3.1	1	1.6	13	20.3
	영화	39	6	15.4	15	38.5	4	10.3	1	2.6	1	2.6	1	2.6	5	12.8
	애니	19	4	21.1	9	47.4	1	5.3	1	5.3	1	5.3	0	0.0	2	10.5
	방송	38	6	15.8	7	18.4	4	10.5	1	2.6	0	0.0	5	13.2	13	34.2
	광고	152	37	24.3	31	20.4	13	8.6	4	2.6	6	3.9	12	7.9	29	19.1
	캐릭터	12	0	0.0	3	25.0	4	33.3	2	16.7	2	16.7	0	0.0	1	8.3
	지식	68	5	7.4	20	29.4	10	14.7	3	4.4	1	1.5	8	11.8	14	20.6
	솔루션	107	14	13.1	30	28.0	16	15.0	7	6.5	3	2.8	13	12.1	14	13.1
XR	48	9	18.8	19	39.6	3	6.3	0	0.0	1	2.1	4	8.3	8	16.7	

[표3-2-19] 경영 관련 애로사항 - 1순위 ②

구분	전체	수익구조의 불합리성		경기침체		산업시장 환경변화		협력기업의 부재		업계내 경쟁심화		자식재산권 침해		정부 지원 미미		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	608	3	0.5	35	5.8	14	2.3	1	0.2	10	1.6	2	0.3	1	0.2	11	2.0	
업종	출판	88	0	0.0	10	11.4	2	2.3	1	1.1	1	1.1	0	0.0	0	0.0	5	6.0
	만화	7	0	0.0	1	14.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	음악	14	0	0.0	0	0.0	1	7.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	64	0	0.0	1	1.6	2	3.1	0	0.0	3	4.7	1	1.6	1	1.6	1	1.8
	영화	39	2	5.1	2	5.1	1	2.6	0	0.0	0	0.0	1	2.6	0	0.0	0	0.0
	애니	19	0	0.0	1	5.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	38	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	5.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고	152	1	0.7	11	7.2	6	3.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	2.3
	캐릭터	12	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	68	0	0.0	4	5.9	1	1.5	0	0.0	2	2.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	솔루션	107	0	0.0	5	4.7	1	0.9	0	0.0	2	1.9	0	0.0	0	0.0	2	2.2
XR	48	2	0	0.0	6.3	0	0.0	0	0.0	1	2.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	

※ n(응답자) = 608

### 제3장 조사결과: 제2절 전체 조사결과

[표3-2-20] 경영 관련 애로사항 - 1+2순위 ①

구분	전체	매출 및 대금 회수부진		투자유치 어려움		판로확보 어려움		마케팅 역량 부족		제작 역량 부족		인력 부족		비용 부담		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전체</b>	<b>608</b>	<b>144</b>	<b>23.7</b>	<b>207</b>	<b>34.0</b>	<b>108</b>	<b>17.8</b>	<b>55</b>	<b>9.0</b>	<b>40</b>	<b>6.6</b>	<b>72</b>	<b>11.8</b>	<b>164</b>	<b>27.0</b>	
<b>업종</b>	출판	88	25	28.4	19	21.6	20	22.7	9	10.2	5	5.7	6	6.8	25	28.4
	만화	7	1	14.3	2	28.6	1	14.3	1	14.3	1	14.3	0	0.0	4	57.1
	음악	14	4	28.6	7	50.0	4	28.6	3	21.4	0	0.0	1	7.1	3	21.4
	게임	64	13	20.3	29	45.3	3	4.7	10	15.6	6	9.4	5	7.8	19	29.7
	영화	39	12	30.8	20	51.3	7	17.9	4	10.3	2	5.1	1	2.6	7	17.9
	애니	19	5	26.3	9	47.4	3	15.8	2	10.5	3	15.8	0	0.0	4	21.1
	방송	38	9	23.7	9	23.7	6	15.8	1	2.6	2	5.3	7	18.4	16	42.1
	광고	152	50	32.9	49	32.2	21	13.8	8	5.3	12	7.9	19	12.5	41	27.0
	캐릭터	12	0	0.0	3	25.0	4	33.3	2	16.7	2	16.7	1	8.3	1	8.3
	지식	68	10	14.7	24	35.3	14	20.6	4	5.9	1	1.5	11	16.2	20	29.4
	솔루션	107	15	14.0	36	33.6	25	23.4	11	10.3	6	5.6	21	19.6	24	22.4
<b>XR</b>	<b>48</b>	<b>13</b>	<b>27.1</b>	<b>23</b>	<b>47.9</b>	<b>8</b>	<b>16.7</b>	<b>2</b>	<b>4.2</b>	<b>3</b>	<b>6.3</b>	<b>6</b>	<b>12.5</b>	<b>17</b>	<b>35.4</b>	

[표3-2-21] 경영 관련 애로사항 - 1+2순위 ②

구분	전체	수익구조의 불합리성		경기침체		산업시장 환경변화		협력기업의 부재		업계내 경쟁심화		지식재산권 침해		정부 지원 미미		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전체</b>	<b>608</b>	<b>28</b>	<b>46</b>	<b>161</b>	<b>26.5</b>	<b>63</b>	<b>10.4</b>	<b>5</b>	<b>0.8</b>	<b>49</b>	<b>8.1</b>	<b>8</b>	<b>1.3</b>	<b>21</b>	<b>3.5</b>	<b>6</b>	<b>1.0</b>	
<b>업종</b>	출판	88	5	5.7	35	39.8	14	15.9	1	1.1	3	3.4	0	0.0	0	0.0	1	1.1
	만화	7	1	14.3	2	28.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	14.3	0	0.0	0	0.0
	음악	14	0	0.0	1	7.1	2	14.3	0	0.0	1	7.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	64	0	0.0	9	14.1	6	9.4	1	1.6	9	14.1	2	3.1	7	10.9	0	0.0
	영화	39	4	10.3	6	15.4	6	15.4	0	0.0	1	2.6	1	2.6	0	0.0	0	0.0
	애니	19	0	0.0	7	36.8	0	0.0	0	0.0	1	5.3	0	0.0	2	10.5	0	0.0
	방송	38	3	7.9	10	26.3	1	2.6	1	2.6	6	15.8	1	2.6	0	0.0	0	0.0
	광고	152	7	4.6	39	25.7	19	12.5	1	0.7	7	4.6	0	0.0	5	3.3	2	1.3
	캐릭터	12	1	8.3	3	25.0	2	16.7	1	8.3	4	33.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	68	3	4.4	25	36.8	7	10.3	0	0.0	7	10.3	2	2.9	1	1.5	0	0.0
	솔루션	107	4	3.7	24	22.4	6	5.6	0	0.0	10	9.3	1	0.9	6	5.6	3	2.8
<b>XR</b>	<b>48</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>	<b>15</b>	<b>31.3</b>	<b>3</b>	<b>6.3</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>	<b>1</b>	<b>2.1</b>	<b>2</b>	<b>4.2</b>	<b>1</b>	<b>2.1</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>	

※ n(응답자) = 608

## 5 제작현황

### 가. 제작환경

○ 전년대비 콘텐츠 제작/개발/창작환경은 ‘보통’이 58.6%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-2-17] 그림 73 전년대비 제작환경



[표3-2-22] 전년대비 제작환경

구분		전체	매우 나빠짐		대체로 나빠짐		보통		대체로 좋아짐		매우 좋아짐	
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체		614	44	7.2	103	16.8	360	58.6	95	15.5	12	2.0
업종	출판	89	6	6.7	19	21.3	55	61.8	7	7.9	2	2.2
	만화	7	0	0.0	1	14.3	4	57.1	2	28.6	0	0.0
	음악	14	1	7.1	2	14.3	7	50.0	4	28.6	0	0.0
	게임	65	2	3.1	13	20.0	37	56.9	10	15.4	3	4.6
	영화	38	6	15.8	5	13.2	21	55.3	6	15.8	0	0.0
	애니	19	0	0.0	2	10.5	14	73.7	2	10.5	1	5.3
	방송	39	6	15.4	0	0.0	23	59.0	9	23.1	1	2.6
	광고	155	15	9.7	26	16.8	88	56.8	26	16.8	0	0.0
	캐릭터	12	0	0.0	4	33.3	6	50.0	1	8.3	1	8.3
	지식	67	1	1.5	13	19.4	41	61.2	12	17.9	0	0.0
	솔루션	109	7	6.4	18	16.5	64	58.7	16	14.7	4	3.7
XR		49	3	6.1	13	26.5	29	59.2	4	8.2	0	0.0

※ n(응답자) = 614

나. 제작 관련 애로사항

○ 제작 관련 애로사항으로는 ‘자금 부족 및 투자유치 어려움’이 42.7%로 비중이 가장 높고, 그 다음으로 ‘제작비용 부담(22.3%)’, ‘전문인력 부족(16.4%)’ 순으로 나타남

[그림3-2-18] 제작 관련 애로사항



[표3-2-23] 제작 관련 애로사항 ①

구분	전체 (개)	자금 부족 및 투자유치 어려움		기획 역량 부족		제작 역량부족		전문인력 부족 및 확보 어려움	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전체</b>	<b>543</b>	<b>232</b>	<b>42.7</b>	<b>25</b>	<b>4.6</b>	<b>14</b>	<b>2.6</b>	<b>89</b>	<b>16.4</b>
업종	출판	84	34.5	5	6.0	1	1.2	15	17.9
	만화	7	28.6	0	0.0	1	14.3	0	0.0
	음악	14	50.0	0	0.0	0	0.0	3	21.4
	게임	56	57.1	3	5.4	2	3.6	4	7.1
	영화	34	58.8	1	2.9	2	5.9	1	2.9
	애니	18	44.4	0	0.0	0	0.0	2	11.1
	방송	36	22.2	1	2.8	1	2.8	7	19.4
	광고	132	40.2	8	6.1	3	2.3	22	16.7
	캐릭터	10	20.0	0	0.0	0	0.0	3	30.0
	지식	61	50.8	2	3.3	3	4.9	12	19.7
	솔루션	91	44.0	5	5.5	1	1.1	20	22.0
<b>XR</b>	<b>46</b>	<b>30</b>	<b>65.2</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>	<b>1</b>	<b>2.2</b>	<b>9</b>	<b>19.6</b>

[표3-2-24] 제작 관련 애로사항 ②

구분	전체	인프라 부족		제작기간 장기화		제작비용 부담		콘텐츠 사업화 어려움		기타		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	543	16	2.9	11	2.0	121	22.3	24	4.4	11	2.0	
업종	출판	84	5	6.0	2	2.4	19	22.6	3	3.6	5	6.0
	만화	7	0	0.0	1	14.3	3	42.9	0	0.0	0	0.0
	음악	14	0	0.0	0	0.0	3	21.4	1	7.1	0	0.0
	게임	56	1	1.8	3	5.4	9	16.1	1	1.8	1	1.8
	영화	34	0	0.0	2	5.9	6	17.6	2	5.9	0	0.0
	애니	18	0	0.0	1	5.6	6	33.3	1	5.6	0	0.0
	방송	36	0	0.0	0	0.0	15	41.7	4	11.1	0	0.0
	광고	132	7	5.3	0	0.0	33	25.0	3	2.3	3	2.3
	캐릭터	10	0	0.0	0	0.0	3	30.0	2	20.0	0	0.0
	지식	61	1	1.6	0	0.0	9	14.8	3	4.9	0	0.0
	솔루션	91	2	2.2	2	2.2	15	16.5	4	4.4	2	2.2
XR	46	0	0.0	0	0.0	3	6.5	1	2.2	2	4.3	

※ n(응답자) = 543

## 6 지원사업 관련

### 가. 지원사업 정보 수집경로

- 지원사업 관련 정보 수집경로는 ‘인터넷’이 53.9%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘동종업계 (20.1%)’, ‘공공기관(14.3%)’ 순으로 나타남

[그림3-2-19] 지원사업 정보 수집경로



[표3-2-25] 지원사업 정보 수집경로

구분	전체	언론매체		인터넷		전시회 등 관련 행사		공공기관		동종업계		기타		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전체</b>	<b>603</b>	<b>56</b>	<b>9.3</b>	<b>325</b>	<b>53.9</b>	<b>11</b>	<b>1.8</b>	<b>86</b>	<b>14.3</b>	<b>121</b>	<b>20.1</b>	<b>4</b>	<b>0.7</b>	
업종	출판	85	9	10.6	41	48.2	0	0.0	11	12.9	24	28.2	0	0.0
	만화	7	0	0.0	4	57.1	0	0.0	2	28.6	1	14.3	0	0.0
	음악	14	1	7.1	10	71.4	1	7.1	0	0.0	2	14.3	0	0.0
	게임	65	5	7.7	41	63.1	2	3.1	6	9.2	11	16.9	0	0.0
	영화	39	3	7.7	15	38.5	1	2.6	5	12.8	14	35.9	1	2.6
	애니	19	0	0.0	11	57.9	2	10.5	2	10.5	4	21.1	0	0.0
	방송	39	5	12.8	24	61.5	0	0.0	3	7.7	7	17.9	0	0.0
	광고	148	22	14.9	70	47.3	3	2.0	21	14.2	30	20.3	2	1.4
	컴퓨터	12	1	8.3	9	75.0	0	0.0	1	8.3	1	8.3	0	0.0
	지식	68	4	5.9	36	52.9	2	2.9	17	25.0	8	11.8	1	1.5
	솔루션	107	6	5.6	64	59.8	0	0.0	18	16.8	19	17.8	0	0.0
<b>XR</b>	<b>49</b>	<b>7</b>	<b>14.3</b>	<b>24</b>	<b>49.0</b>	<b>1</b>	<b>2.0</b>	<b>11</b>	<b>22.4</b>	<b>6</b>	<b>12.2</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>	

※ n(응답자) = 603

나. 희망 지원사업 - 경영지원

○ 경영지원 분야 희망 지원사업으로는 ‘회계 및 재무 컨설팅’이 52.4%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘경영 컨설팅(48.5%)’, ‘법률 컨설팅(28.2%)’ 순으로 나타남

[그림3-2-20] 희망 지원사업 - 경영지원



[표3-2-26] 희망 지원사업 - 경영지원

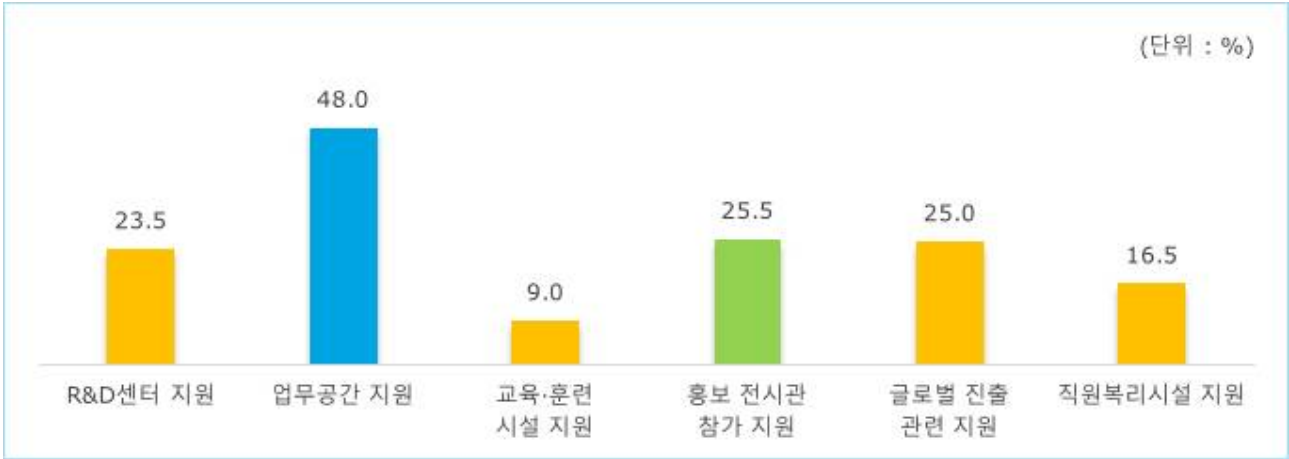
구분	전체	법률 컨설팅		회계 및 재무 컨설팅		경영 컨설팅		HR 컨설팅		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	103	29	28.2	54	52.4	50	48.5	15	14.6	
업종	출판	16	3	18.8	10	62.5	6	37.5	0	0.0
	만화	2	2	100.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0
	음악	1	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0
	게임	12	5	41.7	7	58.3	4	33.3	4	33.3
	영화	7	2	28.6	3	42.9	2	28.6	4	57.1
	애니	3	2	66.7	1	33.3	1	33.3	0	0.0
	방송	4	1	25.0	2	50.0	1	25.0	0	0.0
	광고	25	2	8.0	13	52.0	13	52.0	2	8.0
	캐릭터	4	1	25.0	2	50.0	2	50.0	1	25.0
	지식	10	5	50.0	6	60.0	6	60.0	1	10.0
	솔루션	19	6	31.6	8	42.1	15	78.9	3	15.8
XR	8	4	50.0	4	50.0	2	25.0	2	25.0	

\* n(응답자) = 103, 희망사업 관련 중복응답 허용

다. 희망 지원사업 - 인프라 지원

○ 인프라 분야 희망 지원사업으로는 ‘업무공간 지원’이 48.0%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘홍보 전시관 참가 지원(25.5%)’, ‘글로벌 진출 관련 지원(25.0%)’ 순으로 나타남

[그림3-2-21] 희망 지원사업 - 인프라 지원



[표3-2-27] 희망 지원사업 - 인프라 지원

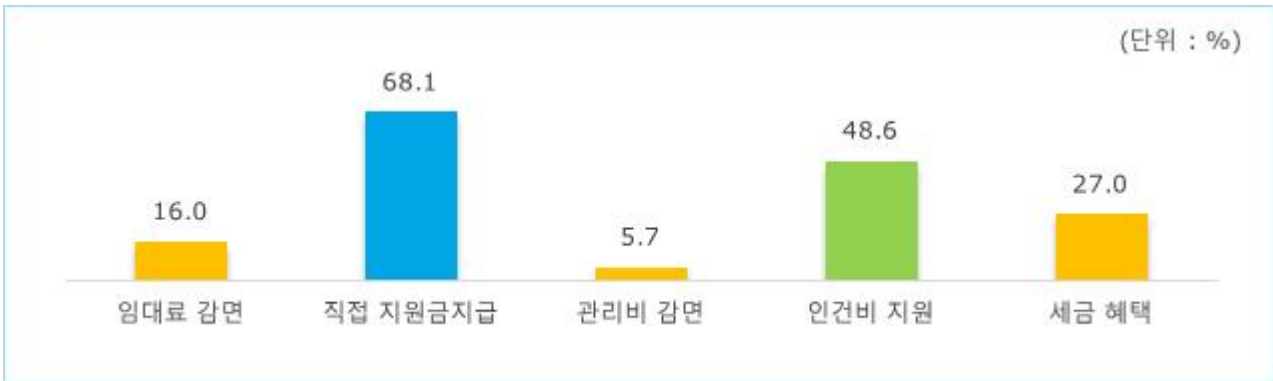
구분	전체	R&D센터 지원		업무공간 지원		교육·훈련 시설 지원		홍보 전시관 참가 지원		글로벌 진출 관련 지원		직원복지시설 지원		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	200	47	23.5	96	48.0	18	9.0	51	25.5	50	25.0	33	16.5	
업종	출판	22	6	27.3	8	36.4	3	13.6	4	18.2	3	13.6	3	13.6
	만화	6	0	0.0	4	66.7	1	16.7	0	0.0	2	33.3	0	0.0
	음악	4	0	0.0	3	75.0	1	25.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0
	게임	24	4	16.7	12	50.0	1	4.2	6	25.0	9	37.5	3	12.5
	영화	16	3	18.8	10	62.5	3	18.8	5	31.3	3	18.8	4	25.0
	애니	9	2	22.2	4	44.4	0	0.0	1	11.1	3	33.3	1	11.1
	방송	16	2	12.5	7	43.8	0	0.0	7	43.8	3	18.8	2	12.5
	광고	37	4	10.8	22	59.5	0	0.0	10	27.0	7	18.9	7	18.9
	캐릭터	6	3	50.0	2	33.3	0	0.0	2	33.3	2	33.3	2	33.3
	지식	27	9	33.3	12	44.4	4	14.8	7	25.9	9	33.3	3	11.1
	솔루션	33	14	42.4	12	36.4	5	15.2	8	24.2	9	27.3	8	24.2
XR	20	3	15.0	10	50.0	2	10.0	5	25.0	7	35.0	3	15.0	

※ n(응답자) = 200, 희망사업 관련 중복응답 허용

라. 희망 지원사업 - 금전적 지원

○ 금전적 분야 희망 지원사업으로는 ‘직접 지원금지급’이 68.1%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘인건비 지원(48.6%)’, ‘세금 혜택(27.0%)’이 높게 나타남

[그림3-2-22] 희망 지원사업 - 금전적 지원



[표3-2-28] 희망 지원사업 - 금전적 지원

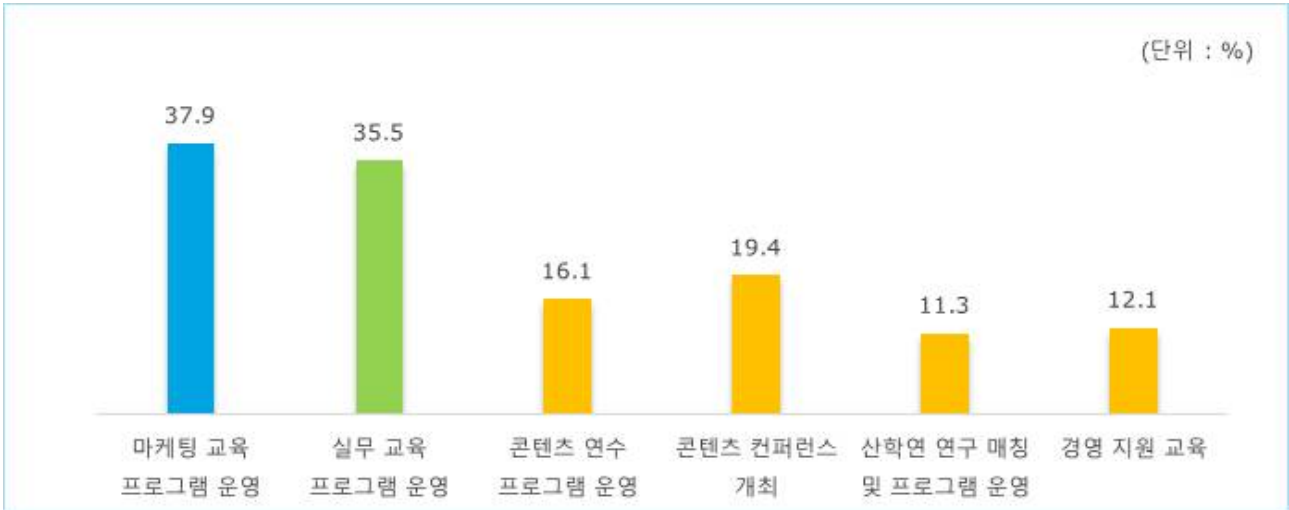
구분	전체	임대료 감면		직접 지원금지급		관리비 감면		인건비 지원		세금 혜택		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	562	90	16.0	383	68.1	32	5.7	273	48.6	152	27.0	
업종	출판	80	10	12.5	62	77.5	4	5.0	31	38.8	23	28.8
	만화	6	1	16.7	5	83.3	0	0.0	2	33.3	1	16.7
	음악	13	3	23.1	12	92.3	1	7.7	4	30.8	2	15.4
	게임	62	10	16.1	42	67.7	4	6.5	36	58.1	14	22.6
	영화	37	6	16.2	29	78.4	3	8.1	15	40.5	10	27.0
	애니	18	3	16.7	14	77.8	1	5.6	8	44.4	7	38.9
	방송	37	6	16.2	29	78.4	1	2.7	16	43.2	8	21.6
	광고	138	21	15.2	81	58.7	8	5.8	62	44.9	45	32.6
	캐릭터	10	1	10.0	8	80.0	0	0.0	5	50.0	3	30.0
	지식	63	12	19.0	45	71.4	3	4.8	39	61.9	11	17.5
	솔루션	98	17	17.3	56	57.1	7	7.1	55	56.1	28	28.6
XR	47	7	14.9	29	61.7	3	6.4	33	70.2	8	17.0	

※ n(응답자) = 562, 희망사업 관련 중복응답 허용

마. 희망 지원사업 - 교육훈련 지원

○ 교육훈련 분야 희망 지원사업으로는 ‘마케팅 교육 프로그램 운영’이 37.9%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘실무 교육 프로그램 운영(35.5%)’이 높게 나타남

[그림3-2-23] 희망 지원사업 - 교육훈련 지원



[표3-2-29] 희망 지원사업 - 교육훈련 지원

구분	전체	마케팅 교육 프로그램 운영		실무 교육 프로그램 운영		콘텐츠 연수 프로그램 운영		콘텐츠 컨퍼런스 개최		산학연 연구 매칭 및 프로그램 운영		경영 지원 교육		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	124	47	37.9	44	35.5	20	16.1	24	19.4	14	11.3	15	12.1	
업종	출판	17	10	58.8	6	35.3	1	5.9	3	17.6	0	0.0	2	11.8
	만화	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0
	음악	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
	게임	16	2	12.5	8	50.0	2	12.5	6	37.5	3	18.8	1	6.3
	영화	9	4	44.4	4	44.4	5	55.6	2	22.2	1	11.1	1	11.1
	애니	3	1	33.3	1	33.3	1	33.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	7	2	28.6	1	14.3	2	28.6	2	28.6	0	0.0	3	42.9
	광고	26	10	38.5	8	30.8	4	15.4	4	15.4	3	11.5	2	7.7
	캐릭터	4	2	50.0	0	0.0	1	25.0	1	25.0	0	0.0	1	25.0
	지식	15	7	46.7	4	26.7	0	0.0	4	26.7	3	20.0	2	13.3
	솔루션	24	9	37.5	10	41.7	4	16.7	2	8.3	4	16.7	1	4.2
XR	13	4	30.8	3	23.1	1	7.7	2	15.4	4	30.8	2	15.4	

※ n(응답자) = 124, 희망사업 관련 중복응답 허용

바. 지원사업 신청/참여 애로사항

○ 지원사업 신청 및 참여 시 애로사항으로는 ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차’와 ‘지원사업 신청/참여 경험 없음’이 24.8%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘까다로운 신청 및 선정조건(18.3%)’, ‘지원사업 정보 부족(17.8%)’ 순으로 나타남

[그림3-2-24] 지원사업 신청/참여 애로사항



[표3-2-30] 지원사업 신청/참여 애로사항

구분	전체	지원사업 정보부족		복잡한 지원사업 신청/행정절차		짧은 지원기간		까다로운 신청 및 선정 조건		지원사업 신청/참여 경험 없음		기타	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	573	102	17.8	142	24.8	76	13.3	105	18.3	142	24.8	6	1.0
업종	출판	86	14.0	19	22.1	9	10.5	12	14.0	31	36.0	3	3.5
	만화	4	25.0	0	0.0	2	50.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0
	음악	14	14.3	1	7.1	1	7.1	7	50.0	3	21.4	0	0.0
	게임	65	7.7	23	35.4	13	20.0	9	13.8	14	21.5	1	1.5
	영화	38	18.4	13	34.2	3	7.9	9	23.7	6	15.8	0	0.0
	애니	18	11.1	4	22.2	8	44.4	3	16.7	1	5.6	0	0.0
	방송	38	26.3	9	23.7	6	15.8	8	21.1	4	10.5	1	2.6
	광고	144	27.1	27	18.8	7	4.9	20	13.9	51	35.4	0	0.0
	캐릭터	12	16.7	4	33.3	3	25.0	1	8.3	2	16.7	0	0.0
	지식	64	15.6	13	20.3	13	20.3	16	25.0	12	18.8	0	0.0
	솔루션	90	13.3	29	32.2	11	12.2	20	22.2	17	18.9	1	1.1
XR	47	21.3	14	29.8	13	27.7	7	14.9	3	6.4	0	0.0	

※ n(응답자) = 573

## 7 디지털 전환 도입 및 수준

### 가. 현재 디지털 전환 추진 단계

○ 현재 디지털 전환 추진 단계에 대해서 ‘추진계획 없음’이 38.2%로 가장 높게 나타남

[그림3-2-25] 현재 디지털 추진 단계



[표3-2-31] 현재 디지털 추진 단계

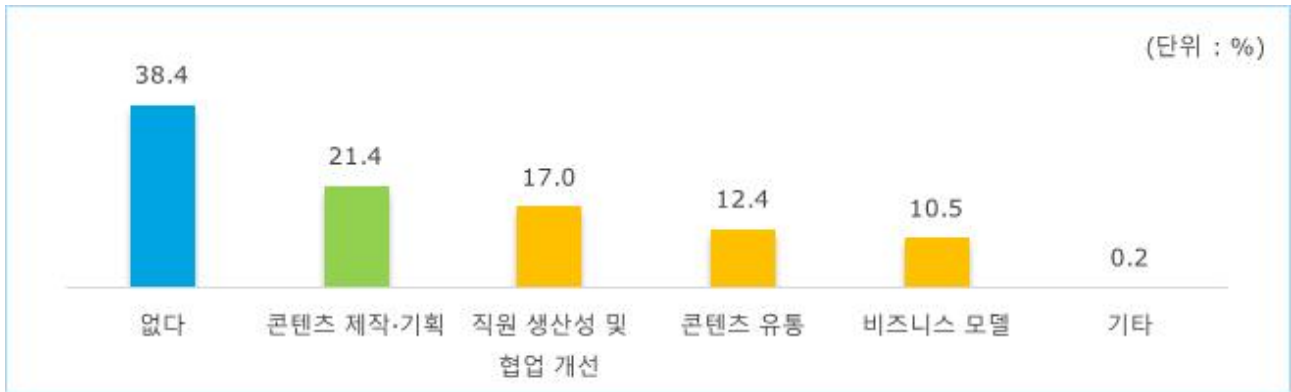
구분	전체	추진 전		추진 계획 및 준비 단계		초기 구축 단계		확산 구축 단계		고도화 단계		추진 계획 없음		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	411	40	9.7	61	14.8	77	18.7	51	12.4	25	6.1	157	38.2	
업종	출판	55	8	14.5	11	20.0	6	10.9	3	5.5	2	3.6	25	45.5
	만화	7	1	14.3	1	14.3	2	28.6	1	14.3	0	0.0	2	28.6
	음악	12	1	8.3	1	8.3	2	16.7	4	33.3	0	0.0	4	33.3
	게임	40	2	5.0	6	15.0	12	30.0	6	15.0	2	5.0	12	30.0
	영화	20	4	20.0	6	30.0	0	0.0	0	0.0	2	10.0	8	40.0
	애니	14	0	0.0	3	21.4	5	35.7	2	14.3	1	7.1	3	21.4
	방송	26	3	11.5	2	7.7	10	38.5	3	11.5	0	0.0	8	30.8
	광고	93	12	12.9	12	12.9	5	5.4	7	7.5	2	2.2	55	59.1
	캐릭터	8	0	0.0	1	12.5	1	12.5	1	12.5	0	0.0	5	62.5
	지식	52	3	5.8	3	5.8	19	36.5	9	17.3	4	7.7	14	26.9
솔루션	84	6	7.1	15	17.9	15	17.9	15	17.9	12	14.3	21	25.0	
XR	38	3	7.9	3	7.9	15	39.5	9	23.7	3	7.9	5	13.2	

※ n(응답자) = 411

나. 디지털 전환 필요 분야

○ 디지털 전환 필요 분야는 ‘없다’가 38.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘콘텐츠 제작·기획(21.4%)’, ‘직원 생산성 및 협업 개선(17.0%)’ 순으로 나타남

[그림3-2-26] 디지털 전환 필요 분야



[표3-2-32] 디지털 전환 필요 분야

구분	전체	없다		콘텐츠 제작·기획		직원 생산성 및 협업 개선		콘텐츠 유통		비즈니스 모델		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	411	158	38.4	88	21.4	70	17.0	51	12.4	43	10.5	1	0.2	
업종	출판	55	25	45.5	16	29.1	7	12.7	5	9.1	2	3.6	0	0.0
	만화	7	2	28.6	3	42.9	2	28.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	음악	12	7	58.3	0	0.0	0	0.0	5	41.7	0	0.0	0	0.0
	게임	40	13	32.5	12	30.0	11	27.5	2	5.0	1	2.5	1	2.5
	영화	20	8	40.0	4	20.0	2	10.0	5	25.0	1	5.0	0	0.0
	애니	14	4	28.6	2	14.3	3	21.4	5	35.7	0	0.0	0	0.0
	방송	26	7	26.9	7	26.9	1	3.8	8	30.8	3	11.5	0	0.0
	광고	93	51	54.8	14	15.1	13	14.0	5	5.4	10	10.8	0	0.0
	캐릭터	8	4	50.0	1	12.5	1	12.5	2	25.0	0	0.0	0	0.0
	지식	52	17	32.7	12	23.1	8	15.4	7	13.5	8	15.4	0	0.0
	솔루션	84	20	23.8	17	20.2	22	26.2	7	8.3	18	21.4	0	0.0
XR	38	7	18.4	9	23.7	11	28.9	7	18.4	4	10.5	0	0.0	

※ n(응답자) = 411

다. 디지털 전환 추진시 희망 정책

○ 디지털 전환 추진시 희망 정책에 대한 응답으로 ‘온라인 콘텐츠 제작·금융 지원’이 51.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘디지털 전문 인력 지원(17.1%)’, ‘온라인 인프라 구축 지원(12.0%)’ 순으로 나타남

[그림3-2-27] 디지털 전환 추진시 희망 정책



[표3-2-33] 디지털 전환 추진시 희망 정책

구분	전체	온라인 콘텐츠 제작·금융 지원		디지털 전문인력 지원		온라인 인프라 구축 지원		온라인 플랫폼 지원		콘텐츠 지식재산(IP)사업 지원		지식재산권 제도 정비		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전체</b>	<b>251</b>	<b>129</b>	<b>51.4</b>	<b>43</b>	<b>17.1</b>	<b>30</b>	<b>12.0</b>	<b>29</b>	<b>11.6</b>	<b>14</b>	<b>5.6</b>	<b>6</b>	<b>2.4</b>	
업종	출판	30	17	56.7	6	20.0	1	3.3	4	13.3	1	3.3	1	3.3
	만화	5	3	60.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0
	음악	5	3	60.0	0	0.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	27	17	63.0	6	22.2	1	3.7	2	7.4	1	3.7	0	0.0
	영화	12	4	33.3	1	8.3	3	25.0	3	25.0	1	8.3	0	0.0
	애니	10	9	90.0	0	0.0	1	10.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	19	16	84.2	0	0.0	1	5.3	1	5.3	1	5.3	0	0.0
	광고	40	16	40.0	8	20.0	6	15.0	9	22.5	0	0.0	1	2.5
	캐릭터	4	2	50.0	0	0.0	1	25.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0
	지식	35	13	37.1	8	22.9	6	17.1	3	8.6	3	8.6	2	5.7
	솔루션	64	29	45.3	13	20.3	8	12.5	6	9.4	6	9.4	2	3.1
<b>XR</b>	<b>31</b>	<b>17</b>	<b>54.8</b>	<b>2</b>	<b>6.5</b>	<b>3</b>	<b>9.7</b>	<b>1</b>	<b>3.2</b>	<b>6</b>	<b>19.4</b>	<b>2</b>	<b>6.5</b>	

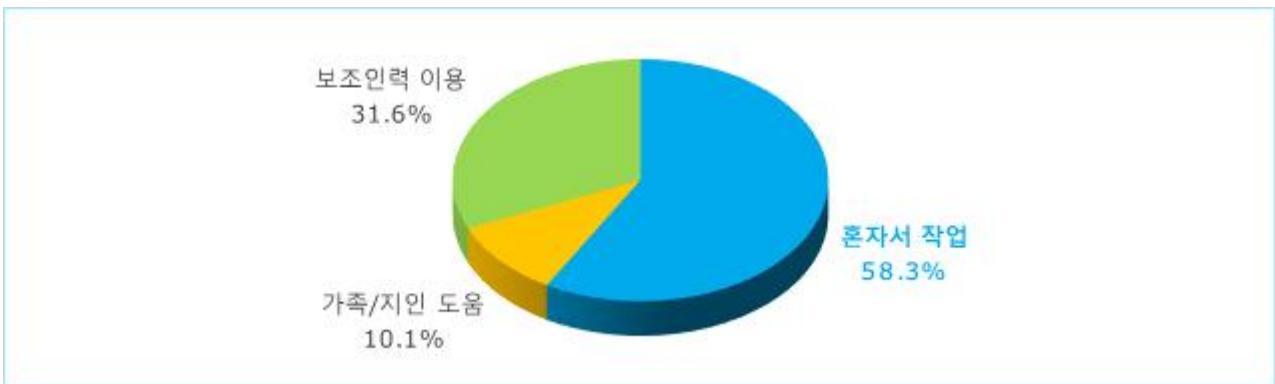
※ n(응답자) = 251

## 8 개인제작자

### 가. 보조인력 이용여부

- 개인제작자 대상으로 보조인력 이용여부를 파악한 결과, ‘혼자서 작업’이 58.3%로 ‘보조인력 이용(31.6%)’, ‘가족/지인 및 보조인력 이용(10.1%)’ 보다 비중이 높게 나타남
- ‘수고비를 지급하고 보조인력을 이용’이 31.6%, ‘수고비를 지급하지 않고 가족 및 지인의 도움을 받음’이 10.1%로 나타남

[그림3-2-28] 보조인력 이용여부 - 개인제작자



[표3-2-34] 보조인력 이용여부 - 개인제작자

구분	전체	혼자서 작업		가족/지인의 도움		보조인력 이용		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	228	133	58.3	23	10.1	72	31.6	
업종	만화	66	31	47.0	2	3.0	33	50.0
	음악	47	24	51.1	7	14.9	16	34.0
	1인 미디어	92	63	68.5	11	12.0	18	19.6

※ n(응답자) = 228

※ 개인제작자 미해당 업종 표에서 제외(만화, 음악, 1인미디어 외)

나. 보조인력 이용규모

○ 보조인력을 이용하는 경우, 보조인력 이용규모는 ‘2명’이 29.6%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘3명(28.2%)’, ‘1명(25.4%)’ 순으로 나타남

[그림3-2-29] 보조인력 이용규모 - 개인제작자



[표3-2-35] 보조인력 이용규모 - 개인제작자

구분	전체	1명		2명		3명		4명		5명		6명		10명		12명		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	71	18	25.4	21	29.6	20	28.2	3	4.2	6	8.5	1	1.4	1	1.4	1	1.4	
업종	만화	33	10	30.3	12	36.4	7	21.2	1	3.0	3	9.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	음악	15	0	0.0	3	20.0	7	46.7	1	6.7	2	13.3	1	6.7	0	0.0	1	6.7
	1인 미디어	18	6	33.3	5	27.8	5	27.8	1	5.6	1	5.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0

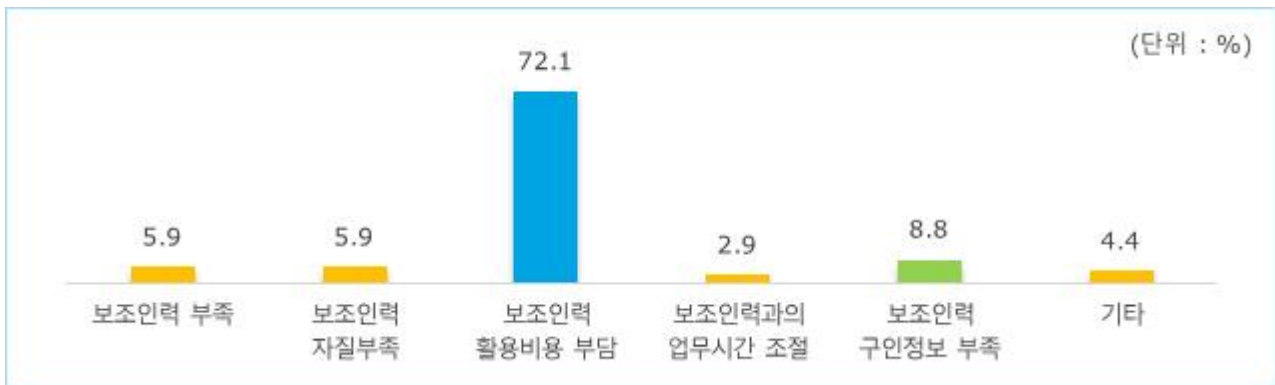
※ n(응답자) = 71

※ 개인제작자 미해당 업종 표에서 제외(만화, 음악, 1인미디어 외)

다. 보조인력 활용 관련 애로사항

○ 보조인력을 이용하는 경우, 보조인력 활용 관련 애로사항으로는 ‘보조인력 활용비용 부담’이 72.1%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘보조인력 구인정보 부족(8.8%)’, ‘보조인력 부족’, ‘보조인력 자질 부족(각각 5.9%)’ 순으로 높게 나타남

[그림3-2-30] 보조인력 활용 관련 애로사항 - 개인제작자



[표3-2-36] 보조인력 활용 관련 애로사항 - 개인제작자

구분	전체	보조인력 부족		보조인력 자질부족		보조인력 활용비용 부담		보조인력과의 업무시간 조절		보조인력 구인정보 부족		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	68	4	5.9	4	5.9	49	72.1	2	2.9	6	8.8	3	4.4	
업종	만화	32	0	0.0	2	6.3	23	71.9	2	6.3	4	12.5	1	3.1
	음악	14	0	0.0	0	0.0	11	78.6	0	0.0	1	7.1	2	14.3
	1인 미디어	18	2	11.1	2	11.1	14	77.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0

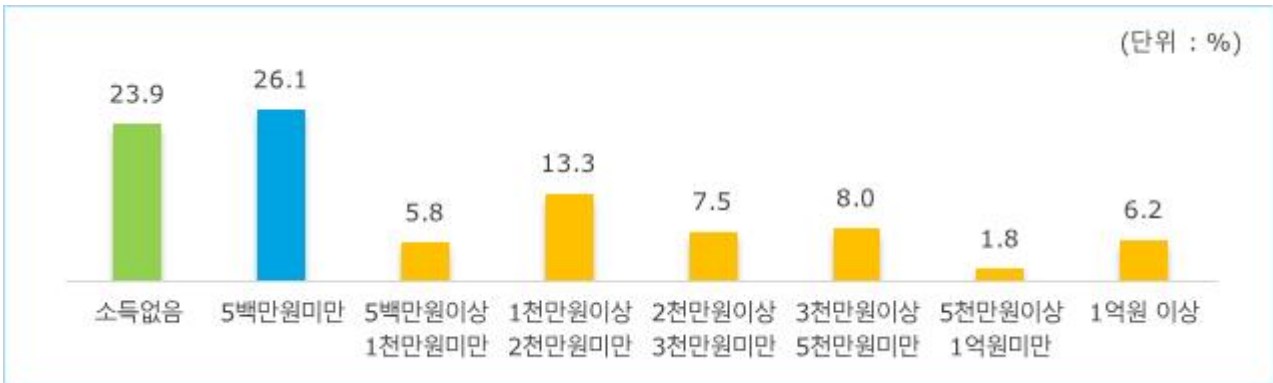
※ n(응답자) = 68

※ 개인제작자 미해당 업종 표에서 제외(만화, 음악, 1인미디어 외)

라. 연평균 소득

○ 개인제작자 대상으로 월평균 소득을 파악한 결과, ‘5백만원 미만’이 26.1%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘소득 없음(23.9%)’, ‘1천만원 이상 2천만원 미만(13.3%)’ 순으로 나타남

[그림3-2-31] 연평균 소득 - 개인제작자



[표3-2-37] 연평균 소득 - 개인제작자

구분	전체	소득없음		5백만원 미만		5백~1천만원 미만		1천~2천만원 미만		2천~3천만원 미만		3천~4천만원 미만		4천~5천만원 미만		5천~1억원 미만		1억원 이상		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	226	54	239	59	261	13	58	30	133	17	75	18	80	4	18	14	62	17	75	
업종	만화	66	2	30	9	136	5	76	16	242	10	152	6	91	1	15	9	136	8	121
	음악	47	6	128	24	51.1	5	106	3	64	2	43	4	85	0	00	2	43	1	21
	1인 미디어	91	41	45.1	22	242	3	33	6	66	2	22	5	55	2	22	3	33	7	7.7

※ n(응답자) = 226

※ 개인제작자 미해당 업종 표에서 제외(만화, 음악, 1인미디어 외)

# 제3절

## 만화산업 조사결과



# 1 만화산업 결과요약

## 가. 결과요약

- 만화산업 사업체 수는 2023년 현재 75개로 전년대비 7.1% 상승한 것으로 나타남
  - 법인(플랫폼, 에이전시) 9개와 만화작가 66명으로 총 75개 조사됨
- 만화산업 총 종사자 수는 2023년 현재 138명으로 전년대비 7.0% 상승한 것으로 나타남
  - 이는 법인(플랫폼, 에이전시) 9개와 개인사업자(만화작가) 66개사에 소속된 종사자 수 합계이며, 부산·경남지역에서 만화가 250명이 활동 중인 것으로 파악됨(출처: 부산경남 만화가 연대)
- 만화산업 총 매출액은 2022년 119.03억원으로 전년대비 31.6% 상승한 것으로 나타남

[표3-3-1] 만화산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구분	2021년	2022년	2023년	전년대비 증감률
사업체 수(개)	57	70	75	7.1
종사자 수(명)	118	129	138	7.0
매출액(백만원)	9,043	11,903		31.6

- 만화산업은 플랫폼, 에이전시 등 법인사업체 9개(12.0%)와 만화작가 66명(88.0%)로 구성됨
- 만화산업 총 매출액의 54.9%는 법인사업체의 매출액으로 나타남

[표3-3-2] 만화산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구분	2023년 사업체 수		2023년 종사자 수		2022년 매출액		
	(개)	전체대비(%)	(명)	전체대비(%)	(백만원)	전체대비(%)	
만화산업	75	100.0	138	100.0	11,903	100.0	
유형	법인사업체	9	12.0	25	18.1	6,534	54.9
	만화작가	66	88.0	113	81.9	5,369	45.1

## 2 만화산업 일반현황

### 가. 사업체 수

○ 2023년 부산 만화산업 사업체는 75개로 전년대비 5개, 7.1% 상승한 것으로 나타남

[그림3-3-1] 만화산업 연도별 사업체 수

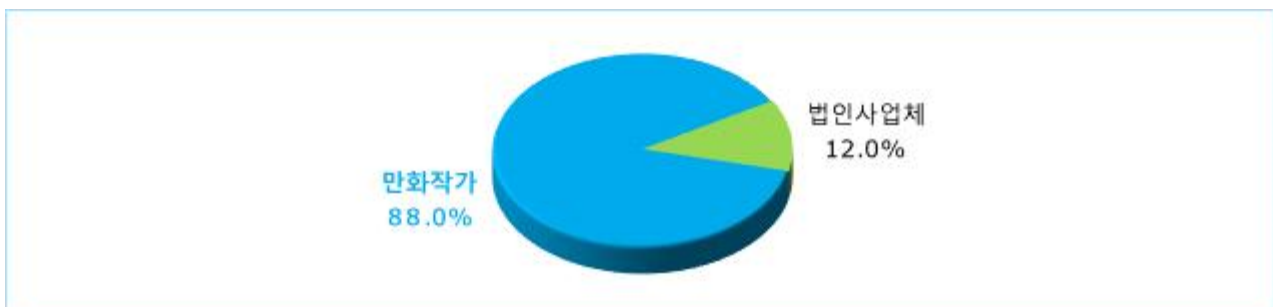


[표3-3-3] 만화산업 연도별 사업체 수

구분	2021년(개)	2022년(개)	2023년(개)	전년대비 증감률(%)
만화산업	57	70	75	7.1

○ 2023년 만화산업 사업체 75개 중 9개는 법인사업체, 만화작가는 66명으로 나타남

[그림3-3-2] 만화산업 유형별 사업체 현황



[표3-3-4] 만화산업 유형별 사업체 현황

구분	전체	법인사업체	만화작가
사업체 수(개)	75	9	66
비중(%)	100	12.0	88.0

### 3 만화산업 매출현황

#### 가. 매출액

- 2022년 부산 만화산업 총 매출액은 119억원으로 전년대비 31.6% 증가한 것으로 나타남
- 법인사업체와 만화작가 매출액 전년대비 일괄 상승하였음

[그림3-3-3] 만화산업 연도별 매출액



[표3-3-5] 만화산업 연도별 매출액

구분	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	2022년 (백만원)	전년대비 증감률(%)	유형별 비중 (%)	
만화산업	8,149	9,043	11,903	31.6	100	
유형	법인사업체	2,645	4,733	6,534	38.1	32.5
	만화작가	5,504	4,310	5,369	24.6	67.5

#### 나. 매출 규모별 사업체 현황

- 2022년 매출이 '1억원 미만'인 만화산업 사업체가 65.3%로 비중이 가장 높게 나타남

[그림3-3-4] 만화산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황



[표3-3-6] 만화산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황

구분	전체	1억 미만		1억이상 3억미만		3억이상 10억미만		10억 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
만화산업	72	47	65.3	22	30.6	0	0.0	3	4.2	
유형	법인	8	3	37.5	3	37.5	0	0.0	2	25.0
	작가	64	44	68.8	19	29.7	0	0.0	1	1.6

\* n(응답자) = 72

다. 만화작가 연평균 소득

○ 만화작가 월평균 소득은 ‘1천만원 이상 2천만원 미만’이 24.2%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-3-5] 만화작가 연평균 소득



[표3-3-7] 만화작가 연평균 소득

구분	전체	소득 없음	5백만원 미만	5백만원 이상 1천만원 미만	1천만원 이상 2천만원 미만	2천만원 이상 3천만원 미만	3천만원 이상 4천만원 미만	4천만원 이상 5천만원 미만	5천만원 이상 1억원 미만	1억원 이상
만화작가(명)	66	2	9	5	16	10	6	1	9	8
비중(%)	100.0	3.0	13.6	7.6	24.2	15.2	9.1	1.5	13.6	12.1

\* n(응답자) = 66

라. 만화창작 외 주요 소득원

○ 만화창작 이외의 주요 소득원으로는 ‘없음’이 62.1%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘프리랜서 활동 (24.2%)’, ‘기타(7.6%)’ 순으로 나타남

[그림3-3-6] 만화창작 외 주요 소득원



[표3-3-8] 만화창작 외 주요 소득원

구분	전체	없음	프리랜서	가족의 지원	회사에 소속	기타
만화작가(명)	66	41	16	1	3	5
비중(%)	100.0	62.1	24.2	1.5	4.5	7.6

\* n(응답자) = 66

## 4 만화산업 종사자현황

### 가. 종사자 수

○ 2023년 부산 만화산업 총 종사자 수는 138명으로 전년대비 7.0% 상승한 것으로 나타남

- 이는 법인(플랫폼, 에이전시) 9개사와 개인사업자(만화작가) 66명에 소속된 종사자 수 합계이며, 부산·경남지역에서 만화가는 약 250명이 활동 중인 것으로 파악됨(출처: 부산경남 만화가 연대)

[그림3-3-7] 만화산업 연도별 종사자 수



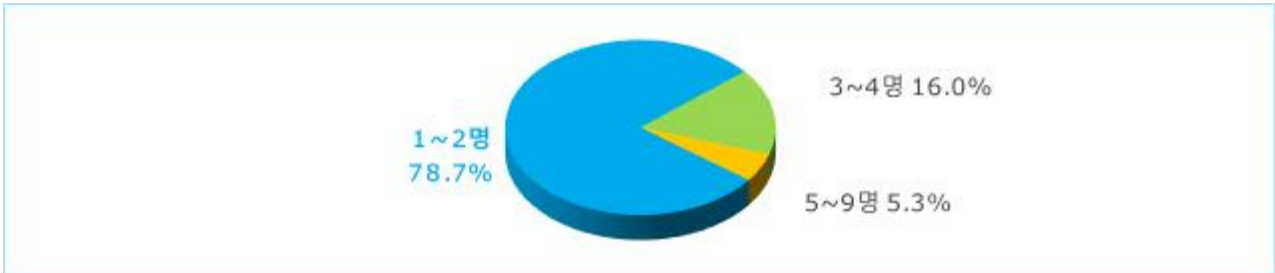
[표3-3-9] 만화산업 연도별 종사자 수

구분		2021년 (명)	2022년 (명)	2023년 (명)	전년대비 증감률(%)	유형별 비중 (%)
만화산업		118	129	138	7.0	100.0
유형	법인사업체	16	17	25	47.1	18.1
	만화작가	102	112	113	0.9	81.9

나. 종사자 규모별 사업체 현황

○ 2023년 현재 종사자 ‘1~2명’인 사업체의 비중이 78.7%로 가장 높게 나타남

[그림3-3-8] 만화산업 2023년 종사자 규모별 사업체 현황



[표3-3-10] 만화산업 2023년 종사자 규모별 사업체 현황

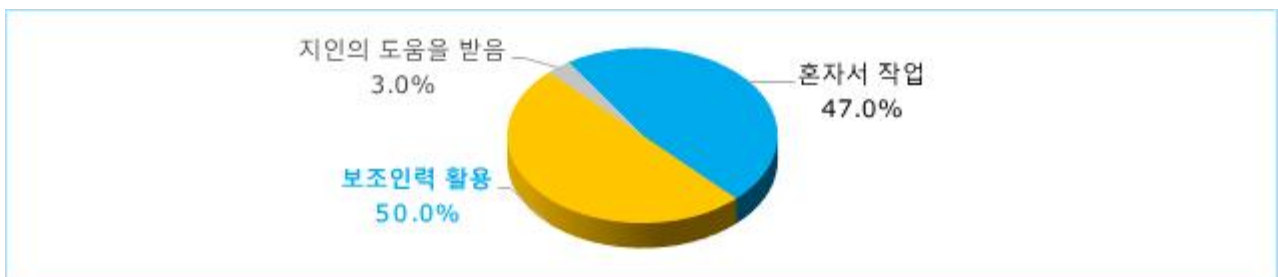
구분		전체	1~2명		3~4명		5~9명	
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
만화산업		75	59	78.7	12	16.0	4	5.3
유형	법인	9	6	66.7	2	22.2	1	11.1
	작가	66	53	80.3	10	15.2	3	4.5

※ n(응답자) = 75

다. 만화작가 보조인력 활용여부

○ ‘보조인력 활용’의 경우가 50.0%로 ‘혼자서 작업(47.0%)’하는 경우 보다 비중이 높은 것으로 나타남

[그림3-3-9] 만화작가 보조인력 활용여부



[표3-3-11] 만화작가 보조인력 활용여부

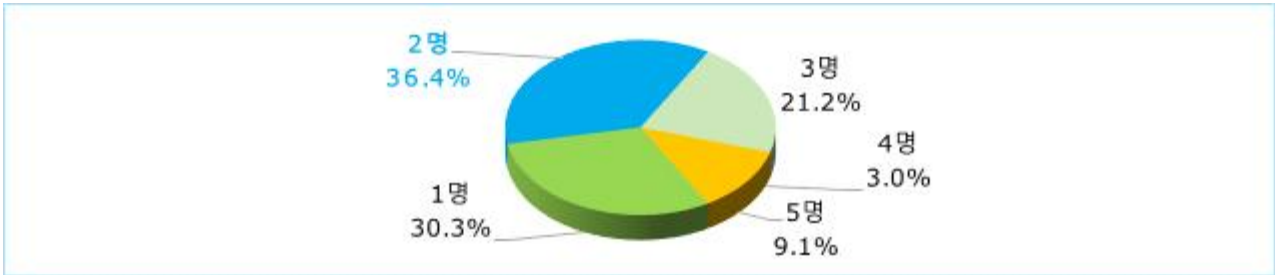
구분	전체	혼자서 작업	보조인력 활용	지인의 도움을 받음
만화작가(명)	66	31	33	2
비중(%)	100	47.0	50.0	3.0

※ n(응답자) = 66

라. 만화작가 보조인력 활용규모

○ 보조인력 활용규모로는 ‘2명’이 36.4%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-3-10] 만화작가 보조인력 활용규모



[표3-3-12] 만화작가 보조인력 활용규모

구분	전체	1명	2명	3명	4명	5명	평균
만화작가(명)	33	10	12	7	1	3	2.24
비중(%)	100	30.3	36.4	21.2	3.0	9.1	

※ n(응답자) = 33

마. 만화작가 보조인력 활용 관련 애로사항

○ 보조인력 활용 관련 애로사항은 ‘보조인력 활용비용 부담’이 71.9%으로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-3-11] 만화작가 보조인력 활용 관련 애로사항



[표3-3-13] 만화작가 보조인력 활용 관련 애로사항

구분	전체	보조인력 활용비용 부담	보조인력 구인정보 부족	보조인력 자질부족	보조인력 업무시간 조절	기타
만화작가(명)	32	23	4	2	2	1
비중(%)	100	71.9	12.5	6.3	6.3	3.1

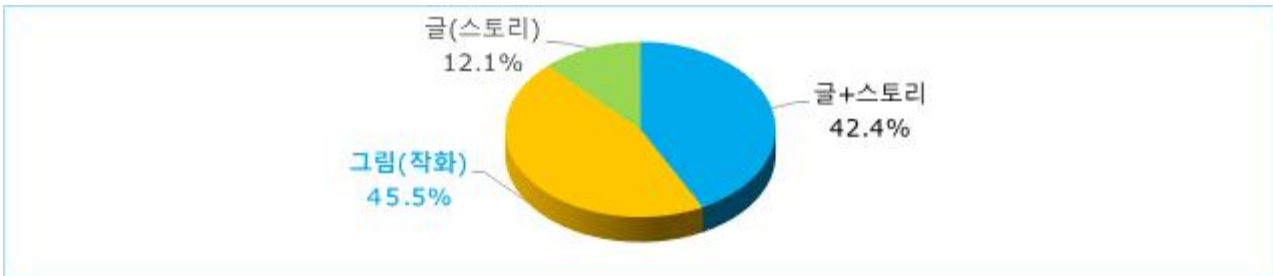
※ n(응답자) = 32

## 5 만화산업 창작활동

### 가. 창작분야

○ 주력 창작활동 분야로는 ‘그림(작화)’가 45.5%로 가장 높게 나타남

[그림3-3-12] 만화작가 주력 창작분야



[표3-3-14] 만화작가 주력 창작분야

구분	전체	글+스토리	그림(작화)	글(스토리)
만화작가(명)	66	28	30	8
비중(%)	100.0	42.4	45.5	12.1

※ n(응답자) = 66

### 나. 활동분야

○ 주요 활동분야는 ‘웹툰’이 97.0%로 가장 크게 나타났음

[그림3-3-13] 만화작가 주요 활동분야



[표3-3-15] 만화작가 주요 활동분야

구분	전체	출판/지면만화	웹툰	기타
만화작가(명)	66	4	64	2
비중(%)	100.0	6.1	97.0	3.0

※ n(응답자) = 66, 중복응답 허용

다. 창작공간

○ 주로 이용하는 창작공간은 ‘자택’이 48.5%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-3-14] 만화작가 창작공간



[표3-3-16] 만화작가 창작공간

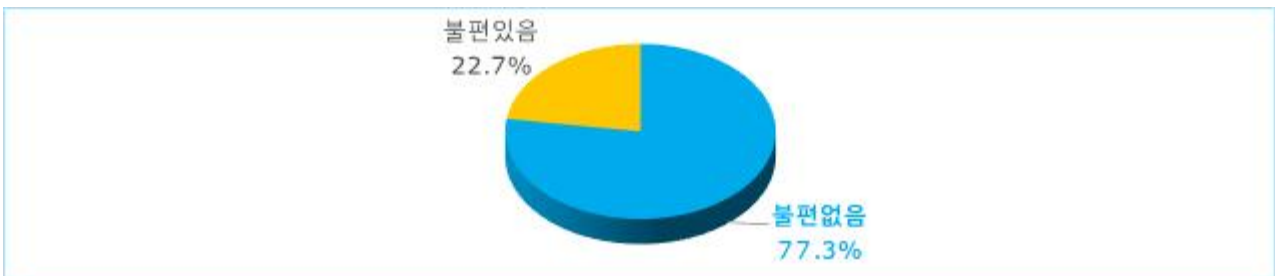
구분	전체	자택	개인 작업실	공동 작업실	기타
만화작가(명)	66	32	10	22	2
비중(%)	100.0	48.5	15.2	33.3	3.0

※ n(응답자) = 66

라. 부산/경남지역 거주로 인한 불편

○ 부산/경남지역 거주로 인한 ‘불편함이 없다’는 응답이 77.3%이며, 불편함을 느낀 경우는 22.7%로 나타남

[그림3-3-15] 만화작가 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부



[표3-3-17] 만화작가 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부

구분	전체	없음	있음
만화작가(명)	66	51	15
비중(%)	100.0	77.3	22.7

※ n(응답자) = 66

마. 지역거주 만화작가 지원사업

○ 지역거주 만화작가의 가장 필요한 지원사업으로는 ‘창작공간 제공’이 46.2%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-3-16] 지역거주 만화작가 지원사업



[표3-3-18] 지역거주 만화작가 지원사업

구분	전체	창작공간 제공	교육프로그램 제공	불공정 행위 관련 상담	불법복제 금지 방안 마련	타 장르와의 콜라보	기타
사업체 (개)	65	30	7	5	5	5	13
비중 (%)	100.0	46.2	10.8	7.7	7.7	7.7	20.0

※ n(응답자) = 65

바. 만화창작 관련 애로사항

○ 만화창작 관련 애로사항으로는 ‘경제적 어려움’이 27.3%로 가장 높게 나타남

[그림3-3-17] 만화창작 관련 애로사항



[표3-3-19] 만화창작 관련 애로사항

구분	전체	경제적 어려움	창작에 대한 스트레스	작업시간 부족	보조인력 확보 어려움	작업공간 시설 부족	차기작 준비	제작비용 부담	플랫폼과의 관계	기타
사업체 (개)	66	18	8	13	6	1	5	10	3	2
비중 (%)	100.0	27.3	12.1	19.7	9.1	1.5	7.6	15.2	4.5	3.0

※ n(응답자) = 66

# 제4절

## 게임산업 조사결과



# 1 게임산업 결과요약

## 가. 결과요약

- 게임산업 사업체 수는 2023년 현재 133개로 전년대비 4.3% 감소한 것으로 나타남
- 게임산업 총 종사자 수는 2023년 현재 1,468명으로 전년대비 0.1% 증가한 것으로 나타남
- 게임산업 총 매출액은 2022년 1,784억원으로 전년대비 13.2% 증가한 것으로 나타남

[표3-4-1] 게임산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구분	2021년	2022년	2023년	전년대비 증감률
사업체 수(개)	131	139	<b>133</b>	<b>-4.3</b>
종사자 수(명)	1,453	1,466	<b>1,468</b>	<b>0.1</b>
매출액(백만원)	157,652	<b>178,417</b>		<b>13.2</b>

- 게임산업의 주요업종은 ‘모바일게임’, ‘온라인/pc게임’, ‘기타’ 순으로 비중이 높게 나타남
- 게임산업 종사자 수는 ‘모바일게임’, ‘온라인/pc게임’, ‘비디오/콘솔 게임’ 순으로 비중이 높게 나타남
- 게임산업 매출액은 ‘모바일게임’, ‘온라인/pc게임’, ‘기타’ 순으로 비중이 높게 나타남

[표3-4-2] 게임산업 분야별 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구분	2023년 사업체 수		2023년 종사자 수		2022년 매출액		
	(개)	전체대비(%)	(명)	전체대비(%)	(백만원)	전체대비(%)	
게임산업	<b>133</b>	<b>100.0</b>	<b>1,468</b>	<b>100.0</b>	<b>178,417</b>	<b>100.0</b>	
주요 분야	온라인/pc게임	23	17.3	351	23.9	46,679	26.2
	모바일 게임	71	53.4	798	54.4	100,470	56.3
	비디오/콘솔 게임	7	5.3	112	7.6	8,920	5.0
	아케이드 게임	5	3.8	32	2.2	681	0.4
	XR게임	9	6.8	81	5.5	4,544	2.5
	보드	2	1.5	7	0.5	-	-
	기타	16	12.0	87	5.9	17,123	9.6

## 2 게임산업 일반현황

### 가. 사업체 수

○ 2023년 부산 게임산업 사업체는 133개로 전년대비 4.3% 감소한 것으로 나타남

[그림3-4-1] 게임산업 연도별 사업체 수



[표3-4-3] 게임산업 연도별 사업체 수

구분	2021년(개)	2022년(개)	2023년(개)	전년대비 증감률(%)
사업체 (개)	131	139	133	-4.3

○ 주요 분야별로는 ‘모바일게임’이 71개(53.4%)로 가장 많고, 그 다음으로 ‘온라인/PC게임(23개, 17.3%)’, ‘XR게임(9개, 6.8%)’ 순으로 나타남

[그림3-4-2] 게임산업 분야별 사업체 현황



[표3-4-4] 게임산업 분야별 사업체 현황

구분	전체	온라인	모바일	비디오/콘솔	아케이드	XR	보드	기타
사업체 (개)	133	23	71	7	5	9	2	16
비중(%)	100.0	17.3	53.4	5.3	3.8	6.8	1.5	12.0

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류

## 2023 부산CT산업 통계조사

### 나. 설립연도

○ 설립연도는 '2015년~2020년'이 50.0%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-4-3] 게임산업 설립연도별 사업체 현황



[표3-4-5] 게임산업 설립연도별 사업체 현황

구분	전체	~2009년		2010년~2014년		2015년~2020년		2021년~2022년		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
게임산업	132	19	14.4	29	22.0	66	50.0	18	13.6	
주요 분야	온라인	23	4	17.4	5	21.7	11	47.8	3	13.0
	모바일	71	8	11.3	14	19.7	40	56.3	9	12.7
	비디오	7	1	14.3	3	42.9	2	28.6	1	14.3
	아케이드	5	2	40.0	2	40.0	1	20.0	0	0.0
	XR	9	0	0.0	1	11.1	6	66.7	2	22.2
	보드	2	1	50.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0
	기타	15	3	20.0	4	26.7	5	33.3	3	20.0

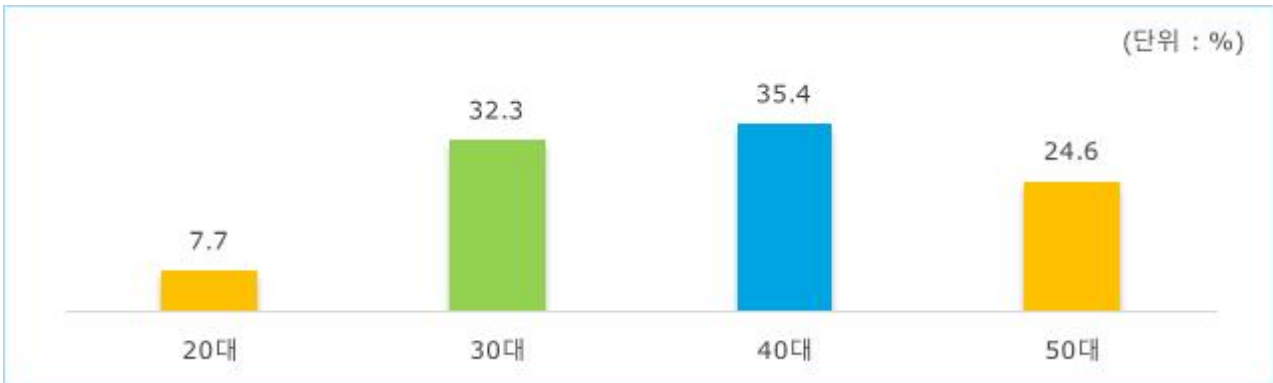
※ n(응답사업체) = 132

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류

다. 대표자 연령

○ 대표자 연령은 '40대'가 35.4%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-4-4] 게임산업 대표자 연령별 사업체 현황



[표3-4-6] 게임산업 대표자 연령별 사업체 현황

구분		전체	20대		30대		40대		50대	
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
게임산업		65	5	7.7	21	32.3	23	35.4	16	24.6
주요 분야	온라인	12	1	8.3	2	16.7	5	41.7	4	33.3
	모바일	42	3	7.1	15	35.7	14	33.3	10	23.8
	비디오	2	1	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0
	아케이드	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
	XR	6	0	0.0	2	33.3	4	66.7	0	0.0
	기타	2	0	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0

※ n(응답사업체) = 65

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류

### 3 게임산업 매출현황

#### 가. 매출액

- 2022년 부산 게임산업 총 매출액은 약 1,784억원으로 전년대비 13.2% 증가한 것으로 나타남
  - 주요분야별로는 ‘모바일게임(56.3%)’, ‘온라인/pc게임(26.2%)’, ‘기타(9.6%)’ 순으로 전체 대비 비중이 높게 나타남

[그림3-4-5] 게임산업 연도별 매출액



[표3-4-7] 게임산업 연도별 매출액

구분	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	2022년 (백만원)	전년대비 증감률(%)
게임산업	142,884	157,652	178,417	13.2

[그림3-4-6] 게임산업 분야별 매출액



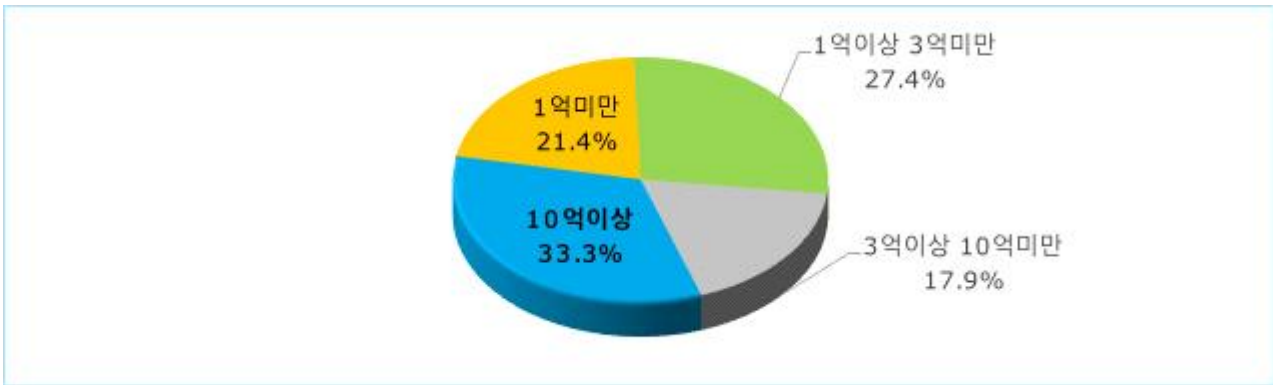
[표3-4-8] 게임산업 분야별 매출액

구분	전체	온라인/pc	모바일	비디오/콘솔	아케이드	XR	기타
매출액 (백만원)	178,417	46,679	100,470	8,920	681	4,544	17,123
비중(%)	100	26.2	56.3	5.0	0.4	2.5	9.6

나. 매출 규모별 사업체 현황

○ 2022년 매출이 '10억 이상'인 게임산업 사업체가 33.3%로 비중이 가장 높게 나타남

[그림3-4-7] 게임산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황



[표3-4-9] 게임산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황

구분	전체	1억 미만		1억이상 3억미만		3억이상 10억미만		10억 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
게임산업	84	18	21.4	23	27.4	15	17.9	28	33.3	
주요 분야	온라인	14	5	35.7	2	14.3	1	7.1	6	42.9
	모바일	47	10	21.3	14	29.8	11	23.4	12	25.5
	비디오	5	0	0.0	1	20.0	0	0.0	4	80.0
	아케이드	4	1	25.0	3	75.0	0	0.0	0	0.0
	XR	6	1	16.7	2	33.3	1	16.7	2	33.3
	기타	8	1	12.5	1	12.5	2	25.0	4	50.0

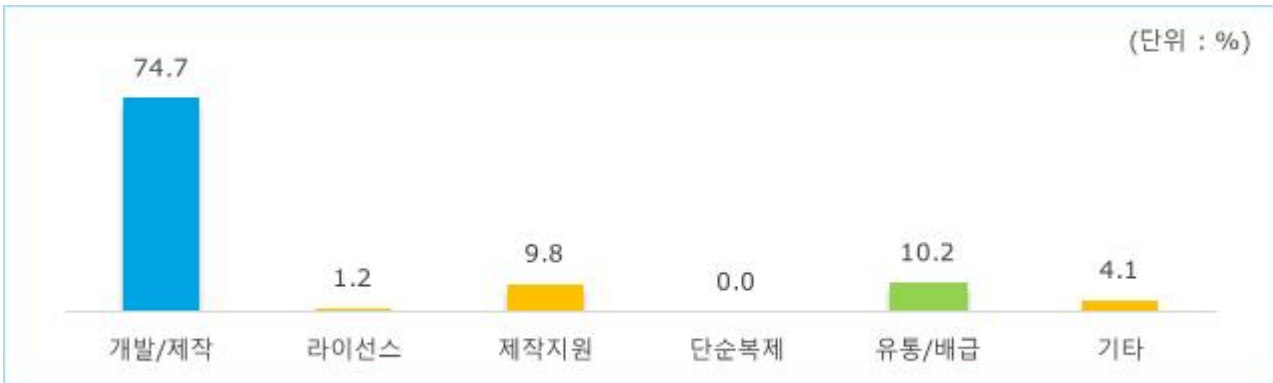
※ n(응답사업체) = 84

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류

다. 유형별 매출 비중

○ 유형별 매출 비중은 ‘개발/제작’이 74.7%로 다른 유형에 비해 비중이 매우 높게 나타남

[그림3-4-8] 게임산업 유형별 매출 비중



[표3-4-10] 게임산업 유형별 매출 비중

구분	전체 (개)	개발/제작 (%)	라이선스 (%)	제작지원 (%)	단순복제 (%)	유통/배급 (%)	기타 (%)
게임산업	65	74.7	1.2	9.8	0.0	10.2	4.1
주요 분야	온라인	12	75.8	0.0	17.9	0.0	6.3
	모바일	42	78.8	1.7	7.7	0.0	4.6
	비디오	2	75.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	아케이드	1	5.0	5.0	80.0	0.0	10.0
	XR	6	71.7	0.0	3.3	0.0	25.0
	기타	2	25.0	0.0	0.0	0.0	75.0

※ n(응답사업체) = 65

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류

## 4 게임산업 종사자현황

### 가. 종사자 수

- 2023년 부산 게임산업 총 종사자 수는 1,468명으로 전년대비 0.1% 증가한 것으로 나타남
- 주요분야별로는 ‘모바일게임(54.4%)’, ‘온라인/pc게임(23.9%)’, ‘비디오/콘솔(7.6%)’ 순으로 전체대비 비중이 높게 나타남

[그림3-4-9] 게임산업 연도별 종사자 수



[표3-4-11] 게임산업 연도별 종사자 수

구분	2021년 (명)	2022년 (명)	2023년 (명)	전년대비 증감률(%)
게임산업	1,453	1,466	1,468	0.1

[표3-4-12] 게임산업 분야별 종사자 수

구분	전체	온라인/pc	모바일	비디오/콘솔	아케이드	XR	보드	기타
종사자 수(명)	1,468	351	798	112	32	81	7	87
비중(%)	100.0	23.9	54.4	7.6	2.2	5.5	0.5	5.9

## 2023 부산CT산업 통계조사

### 나. 종사자 규모별 사업체 현황

○ 2023년 현재 종사자 '1~2명'인 게임사업체의 비중이 34.7%로 가장 높게 나타남

[그림3-4-10] 게임산업 2023년 종사자 규모별 사업체 현황



[표3-4-13] 게임산업 2023년 종사자 규모별 사업체 현황

구분	전체	1~2명		3~4명		5~9명		10명 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
게임산업	124	43	34.7	23	18.5	31	25.0	27	21.8	
주요 분야	온라인	20	7	35.0	6	30.0	1	5.0	6	30.0
	모바일	68	24	35.3	12	17.6	18	26.5	14	20.6
	비디오	7	2	28.6	2	28.6	1	14.3	2	28.6
	아케이드	5	1	20.0	1	20.0	2	40.0	1	20.0
	XR	9	2	22.2	2	22.2	2	22.2	3	33.3
	보드	2	1	50.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0
	기타	13	6	46.2	0	0.0	6	46.2	1	7.7

※ n(응답사업체) = 124

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류

다. 직무별 종사자 비중

○ 직무별 종사자 비중은 '제작'이 62.0%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '사업기획(14.0%)', '연구/개발(7.9%)' 순으로 나타남

[그림3-4-11] 게임산업 직무별 종사자 비중



[표3-4-14] 게임산업 직무별 종사자 비중

구분	전체 (개)	사업기획 (%)	제작 (%)	연구/개발 (%)	운영/관리 (%)	홍보/마케팅 (%)	기타 (%)	
게임산업	65	14.0	62.0	7.9	6.9	6.8	2.4	
주요 분야	온라인	12	20.8	63.8	7.5	3.8	2.5	1.7
	모바일	42	11.9	62.6	7.1	8.9	6.3	3.2
	비디오	2	10.0	90.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	아케이드	1	10.0	50.0	5.0	10.0	20.0	5.0
	XR	6	11.2	68.3	10.7	5.8	4.0	0.0
	기타	2	25.0	0.0	25.0	0.0	50.0	0.0

※ n(응답사업체) = 65

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류

## 5 게임산업 환경

### 가. 부산지역 게임사업체 필요 지원사업

- 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 1순위는 ‘게임제작 기술/비용 지원’이 47.6%로 가장 비중이 높게 나타남
- 필요 지원사업 1+2순위를 통합한 경우에는 ‘게임제작 기술/비용 지원(73.0%)’이 가장 비중이 높고, 필요 지원사업 1+2+3순위를 통합한 경우에는 ‘게임제작 기술/비용 지원(77.8%)’이 가장 비중이 높게 나타남

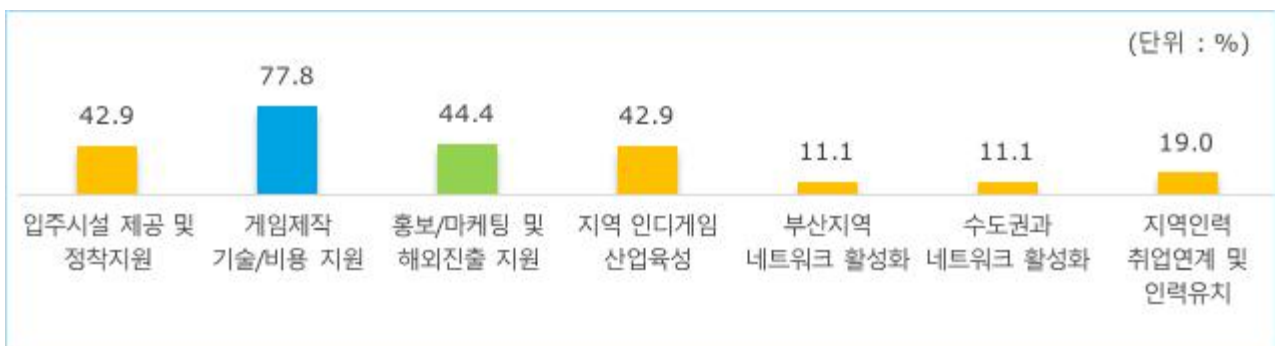
[그림3-4-12] 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1순위



[그림3-4-13] 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2순위



[그림3-4-14] 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2+3순위



### 제3장 조사결과: 제4절 게임산업 조사결과

[표3-4-15] 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1순위

구분	전체 (개)	입주시설 제공 및 정착지원	게임제작 기술/비용 지원	홍보/마케팅 및 해외진출 지원	지역 인디게임 산업육성	부산지역 네트워크 활성화	수도권과 네트워크 활성화	지역인력 취업연계 및 인력유치	
게임산업	63	25.4	47.6	4.8	11.1	1.6	3.2	6.3	
주요 분야	온라인	11	27.3	36.4	0.0	27.3	0.0	9.1	0.0
	모바일	41	29.3	46.3	7.3	7.3	2.4	0.0	7.3
	비디오	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	아케이드	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7
	기타	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

[표3-4-16] 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2순위

구분	전체 (개)	입주시설 제공 및 정착지원	게임제작 기술/비용 지원	홍보/마케팅 및 해외진출 지원	지역 인디게임 산업육성	부산지역 네트워크 활성화	수도권과 네트워크 활성화	지역인력 취업연계 및 인력유치	
게임산업	63	36.5	73.0	25.4	27.0	4.8	6.3	9.5	
주요 분야	온라인	11	45.5	63.6	18.2	45.5	0.0	18.2	0.0
	모바일	41	34.1	70.7	29.3	24.4	7.3	2.4	12.2
	비디오	2	50.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	아케이드	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	33.3	83.3	33.3	0.0	0.0	16.7	16.7
	기타	2	50.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0

[표3-4-17] 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2+3순위

구분	전체 (개)	입주시설 제공 및 정착지원	게임제작 기술/비용 지원	홍보/마케팅 및 해외진출 지원	지역 인디게임 산업육성	부산지역 네트워크 활성화	수도권과 네트워크 활성화	지역인력 취업연계 및 인력유치	
게임산업	63	42.9	77.8	44.4	42.9	11.1	11.1	19.0	
주요 분야	온라인	11	54.5	72.7	36.4	63.6	9.1	18.2	9.1
	모바일	41	41.5	75.6	51.2	39.0	9.8	9.8	22.0
	비디오	2	50.0	100.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0
	아케이드	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	33.3	83.3	50.0	16.7	0.0	16.7	33.3
	기타	2	50.0	100.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0

※ n(응답사업체) = 63

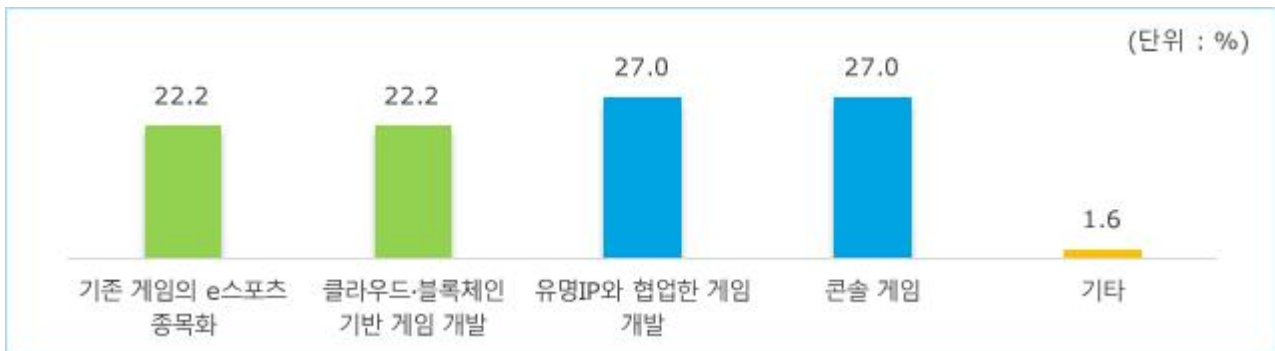
※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류

## 2023 부산CT산업 통계조사

### 나. 도전하고자 하는 분야

- 도전하고자 하는 게임 분야 1순위는 ‘유명IP와 협업 게임 개발’, ‘콘솔 게임’이 27.0%로 가장 비중이 높게 나타남
- 도전하고자 하는 게임 분야 1+2순위를 통합한 경우에는 ‘클라우드·블록체인 기반 게임 개발 (41.3%)’이 가장 비중이 높고, 도전하고자 하는 게임 분야 1+2+3순위를 통합한 경우에는 ‘클라우드·블록체인 기반 게임 개발’, ‘유명IP와 협업 게임 개발’(각각 47.6%)이 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-4-15] 도전하고자 하는 분야 - 1순위



[그림3-4-16] 도전하고자 하는 분야 - 1+2순위



[그림3-4-17] 도전하고자 하는 분야 - 1+2+3순위



### 제3장 조사결과: 제4절 게임산업 조사결과

[표3-4-18] 도전하고자 하는 분야 - 1순위

구분	전체 (개)	기존 게임의 e스포츠 종목화	클라우드·블록체인 기반 게임 개발	유명IP와 협업한 게임 개발	콘솔 게임	기타	
게임산업	63	22.2	22.2	27.0	27.0	1.6	
주요 분야	온라인	11	27.3	18.2	9.1	36.4	9.1
	모바일	41	19.5	24.4	29.3	26.8	0.0
	비디오	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0
	기타	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

[표3-4-19] 도전하고자 하는 분야 - 1+2순위

구분	전체 (개)	기존 게임의 e스포츠 종목화	클라우드·블록체인 기반 게임 개발	유명IP와 협업한 게임 개발	콘솔 게임	기타	
게임산업	63	34.9	41.3	36.5	36.5	3.2	
주요 분야	온라인	11	45.5	36.4	27.3	36.4	9.1
	모바일	41	31.7	43.9	36.6	36.6	2.4
	비디오	2	0.0	50.0	100.0	50.0	0.0
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	50.0	33.3	16.7	50.0	0.0
	기타	2	0.0	50.0	100.0	0.0	0.0

[표3-4-20] 도전하고자 하는 분야 - 1+2+3순위

구분	전체 (개)	기존 게임의 e스포츠 종목화	클라우드·블록체인 기반 게임 개발	유명IP와 협업한 게임 개발	콘솔 게임	기타	
게임산업	63	42.9	47.6	47.6	41.3	4.8	
주요 분야	온라인	11	54.5	36.4	36.4	45.5	9.1
	모바일	41	39.0	53.7	51.2	39.0	2.4
	비디오	2	50.0	50.0	100.0	50.0	0.0
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	50.0	33.3	16.7	50.0	16.7
	기타	2	0.0	50.0	100.0	50.0	0.0

※ n(응답사업체) = 63

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류

다. 인력수급 경로(매체)

- 인력수급 경로(매체) 1순위는 ‘인터넷 구인 사이트’가 63.5%로 가장 비중이 높게 나타남
- 인력수급 경로(매체) 1+2순위를 통합한 경우에는 ‘인터넷 구인 사이트(68.3%)’이 가장 비중이 높고, 인력수급 경로(매체) 1+2+3순위를 통합한 경우에는 ‘인터넷 구인 사이트(77.8%)’이 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-4-18] 인력수급 경로(매체) - 1순위



[그림3-4-19] 인력수급 경로(매체) - 1+2순위



[그림3-4-20] 인력수급 경로(매체) - 1+2+3순위



### 제3장 조사결과: 제4절 게임산업 조사결과

[표3-4-21] 인력수급 경로(매체) - 1순위

구분	전체 (개)	인터넷 구인 사이트	지인 추천	오프라인 행사	구직자의 직접 연락	전문 교육기관 추천	기타	
게임산업	63	63.5	20.6	4.8	4.8	4.8	1.6	
주요 분야	온라인	11	54.5	36.4	0.0	9.1	0.0	0.0
	모바일	41	65.9	19.5	7.3	2.4	4.9	0.0
	비디오	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	66.7	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7
	기타	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0

[표3-4-22] 인력수급 경로(매체) - 1+2순위

구분	전체 (개)	인터넷 구인 사이트	지인 추천	오프라인 행사	구직자의 직접 연락	전문 교육기관 추천	기타	
게임산업	63	68.3	52.4	11.1	11.1	15.9	1.6	
주요 분야	온라인	11	54.5	72.7	18.2	18.2	0.0	0.0
	모바일	41	73.2	53.7	9.8	9.8	14.6	0.0
	비디오	2	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	아케이드	1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	66.7	0.0	0.0	0.0	50.0	16.7
	기타	2	50.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0

[표3-4-23] 인력수급 경로(매체) - 1+2+3순위

구분	전체 (개)	인터넷 구인 사이트	지인 추천	오프라인 행사	구직자의 직접 연락	전문 교육기관 추천	기타	
게임산업	63	77.8	55.6	15.9	19.0	27.0	1.6	
주요 분야	온라인	11	72.7	72.7	18.2	27.3	9.1	0.0
	모바일	41	78.0	56.1	17.1	17.1	29.3	0.0
	비디오	2	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	아케이드	1	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	XR	6	66.7	16.7	0.0	0.0	50.0	16.7
	기타	2	100.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0

※ n(응답사업체) = 63

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류

## 2023 부산CT산업 통계조사

### 다. 인력수급을 위한 필요 지원사업

○ 인력수급을 위한 필요 지원사업은 '인터넷 구인 사이트 광고 지원'이 31.1%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-4-21] 인력수급을 위한 필요 지원사업



[표3-4-24] 인력수급을 위한 필요 지원사업

구분	전체 (개)	구인 광고 지원	지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축	외부 교육기관 연계 인력 중계	전문 오프라인 행사 확대	기타	
게임산업	61	31.1	26.2	24.6	13.1	4.9	
주요 분야	온라인	10	20.0	30.0	10.0	40.0	0.0
	모바일	41	36.6	24.4	24.4	9.8	4.9
	비디오	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	5	20.0	20.0	40.0	0.0	20.0
	기타	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

※ n(응답사업체) = 61

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류

라. 인력수급 시 어려움

○ 인력수급 시 어려움에 대한 응답으로 ‘타지역 대비 낮은 인건비(41.0%)’가 가장 높게 나타남

[그림3-4-22] 인력수급 시 어려움



[표3-4-25] 인력수급 시 어려움

구분	전체 (개)	타지역 대비 낮은 인건비	구직자 업무 능력의 객관적 평가 어려움	이직자의 거주지 이전 문제	경력직 구인 방법 및 시스템 부재	기타	
게임산업	61	41.0	24.6	18.0	13.1	3.3	
주요 분야	온라인	10	40.0	30.0	30.0	0.0	0.0
	모바일	40	42.5	27.5	15.0	12.5	2.5
	비디오	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	33.3	0.0	16.7	33.3	16.7
	기타	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0

※ n(응답사업체) = 61

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류

## 2023 부산CT산업 통계조사

### 마. 진출 희망 목표 해외 시장

- 진출 희망 목표 해외 시장 1순위는 '북미'가 49.2%로 가장 비중이 높게 나타남
- 진출 희망 목표 해외 시장 1+2순위를 통합한 경우에는 '북미(63.5%)'가 가장 비중이 높고, 진출 희망 목표 해외 시장 1+2+3순위를 통합한 경우에는 '북미(69.8%)'가 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-4-23] 진출 희망 목표 해외 시장 - 1순위



[그림3-4-24] 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2순위



[그림3-4-25] 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2+3순위



### 제3장 조사결과: 제4절 게임산업 조사결과

[표3-4-26] 진출 희망 목표 해외 시장 - 1순위

구분	전체 (개)	북미	유럽	중국	일본	동남아시아	기타	
게임산업	63	49.2	14.3	15.9	11.1	7.9	1.6	
주요 분야	온라인	11	54.5	9.1	18.2	18.2	0.0	0.0
	모바일	41	48.8	14.6	14.6	7.3	12.2	2.4
	비디오	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	50.0	0.0	16.7	33.3	0.0	0.0
	기타	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

[표3-4-27] 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2순위

구분	전체 (개)	북미	유럽	중국	일본	동남아시아	기타	
게임산업	63	63.5	39.7	22.2	34.9	12.7	1.6	
주요 분야	온라인	11	72.7	45.5	27.3	36.4	9.1	0.0
	모바일	41	61.0	34.1	19.5	34.1	17.1	2.4
	비디오	2	50.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	아케이드	1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	66.7	16.7	33.3	50.0	0.0	0.0
	기타	2	50.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0

[표3-4-28] 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2+3순위

구분	전체 (개)	북미	유럽	중국	일본	동남아시아	기타	
게임산업	63	69.8	52.4	38.1	47.6	25.4	1.6	
주요 분야	온라인	11	81.8	63.6	36.4	63.6	18.2	0.0
	모바일	41	68.3	48.8	39.0	39.0	29.3	2.4
	비디오	2	50.0	100.0	100.0	0.0	50.0	0.0
	아케이드	1	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	XR	6	66.7	16.7	33.3	83.3	0.0	0.0
	기타	2	50.0	100.0	0.0	50.0	50.0	0.0

※ n(응답사업체) = 63

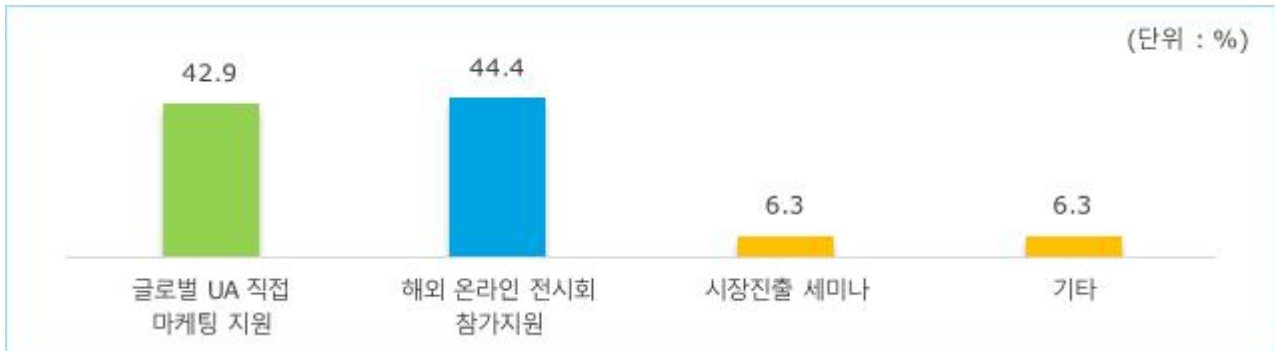
※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류

## 2023 부산CT산업 통계조사

### 바. 목표 해외시장에 필요한 지원 사업

- 현재 상황에서 필요한 지원 사업에 대해 ‘해외 온라인 전시회 참가지원’이 44.4%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-4-26] 목표 해외시장에 필요한 지원 사업



[표3-4-29] 현재 상황에서 필요한 지원사업

구분	전체 (개)	글로벌 UA 직접 마케팅 지원	해외 온라인 전시회 참가지원	시장진출 세미나	바이어 수출상담회 (온/오프라인)	
게임산업	63	42.9	44.4	6.3	6.3	
주요 분야	온라인	11	36.4	54.5	0.0	9.1
	모바일	41	46.3	41.5	7.3	4.9
	비디오	2	50.0	50.0	0.0	0.0
	아케이드	1	0.0	0.0	0.0	100.0
	XR	6	50.0	33.3	16.7	0.0
	기타	2	0.0	100.0	0.0	0.0

※ n(응답사업체) = 63

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 대표 게임의 분야를 기준으로 주요분야를 분류



# 제5절

## XR산업 조사결과



# 1 XR산업 결과요약

## 가. 결과요약

- XR산업 사업체 수는 2023년 현재 65개로 전년대비 22.6% 증가한 것으로 나타남
- XR산업 총 종사자 수는 2023년 현재 1,094명으로 전년대비 64.3% 증가한 것으로 나타남
- XR산업 총 매출액은 2022년 740억원으로 전년대비 28.8% 증가한 것으로 나타남

[그림3-6-1] XR산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구분	2021년	2022년	2023년	전년대비 증감률
사업체 수(개)	56	53	65	22.6
종사자 수(명)	99	666	1,094	64.3
매출액(백만원)	57,444	74,014		28.8

- XR산업의 주요업종은 ‘게임(29.2%)’, ‘지식정보(23.1%)’, ‘콘텐츠(16.9%)’ 순으로 비중이 높게 나타남
- XR산업 종사자 수는 ‘지식정보(35.3%)’, ‘게임(29.1%)’, ‘콘텐츠(12.3%)’ 순으로 비중이 높게 나타남
- XR산업 매출액은 ‘게임(44.0%)’, ‘영화(16.7%)’, ‘광고(12.0%)’ 순으로 비중이 높게 나타남

[표3-5-1] XR산업 업종별 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구분	2023년 사업체 수		2023년 종사자 수		2022년 매출액		
	(개)	전체대비(%)	(명)	전체대비(%)	(백만원)	전체대비(%)	
<b>XR산업</b>	<b>65</b>	<b>100.0</b>	<b>1,094</b>	<b>100.0</b>	<b>74,014</b>	<b>100.0</b>	
업종	출판	-	-	-	-	-	
	만화	1	1.5	2	0.2	30	0.0
	게임	19	29.2	318	29.1	32,571	44.0
	영화	4	6.2	76	6.9	12,386	16.7
	애니	5	7.7	79	7.2	2,385	3.2
	방송	3	4.6	14	1.3	816	1.1
	광고	7	10.8	84	7.7	8,904	12.0
	캐릭터	-	-	-	-	-	-
	지식정보	15	23.1	386	35.3	8,181	11.1
	콘텐츠	11	16.9	135	12.3	8,741	11.8

## 2 XR산업 일반현황

### 가. 사업체 수

○ 2023년 부산 XR산업 사업체는 65개로 전년대비 22.6% 증가한 것으로 나타남

[그림3-5-1] XR산업 연도별 사업체 수

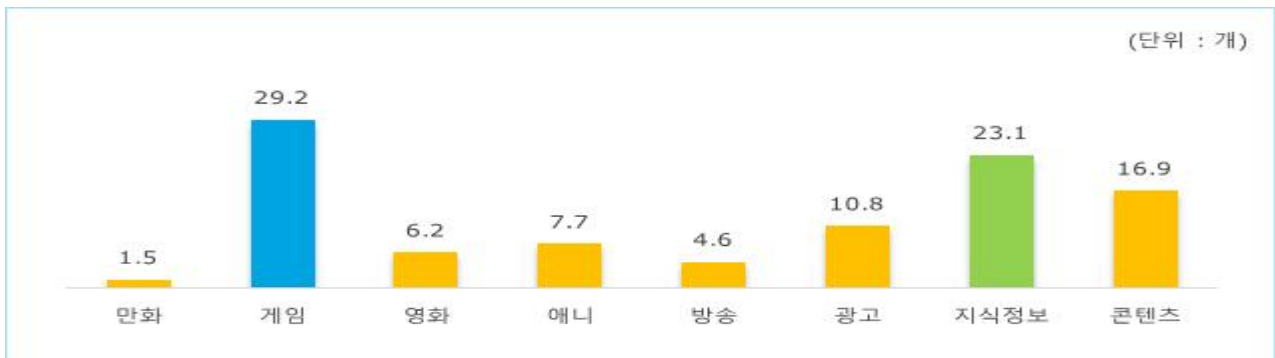


[표3-5-2] XR산업 연도별 사업체 수

구분	2021년 (개)	2022년 (개)	2023년 (개)	전년대비 증감률(%)
사업체 수	56	53	65	22.6

○ 주요 분야별로는 '게임산업'이 29.2%로 가장 많고, 그 다음으로 '지식정보(23.1%)', '콘텐츠'(16.9%) 순으로 나타남

[그림3-5-2] XR산업 업종별 사업체 현황



[표3-5-3] XR산업 업종별 사업체 현황

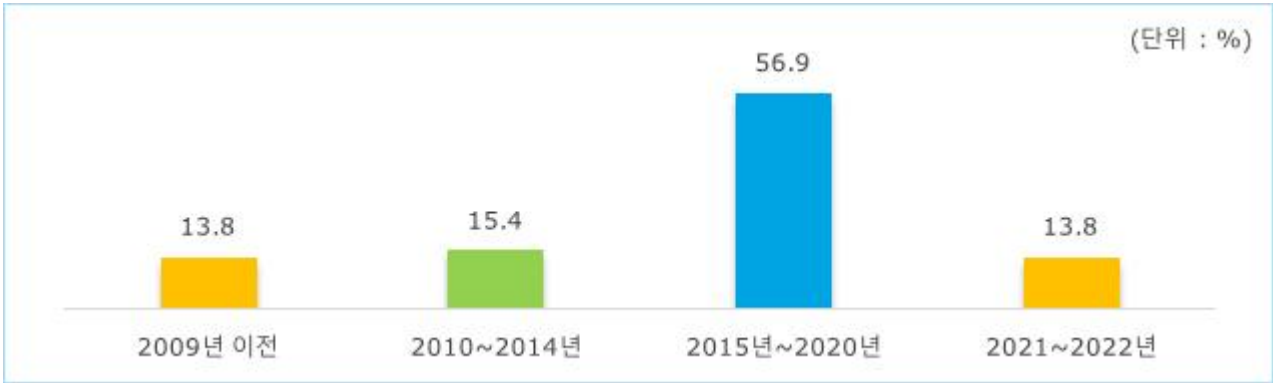
구분	전체	만화	게임	영화	애니	방송	광고	지식정보	콘텐츠
사업체 수(개)	65	1	19	4	5	3	7	15	11
비중(%)	100	1.5	29.2	6.2	7.7	4.6	10.8	23.1	16.9

※ n(응답사업체) = 65

나. 설립연도

○ 설립연도는 '2015년~2020년'이 56.9%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-5-3] XR산업 설립연도별 사업체 현황



[표3-5-4] XR산업 설립연도별 사업체 현황

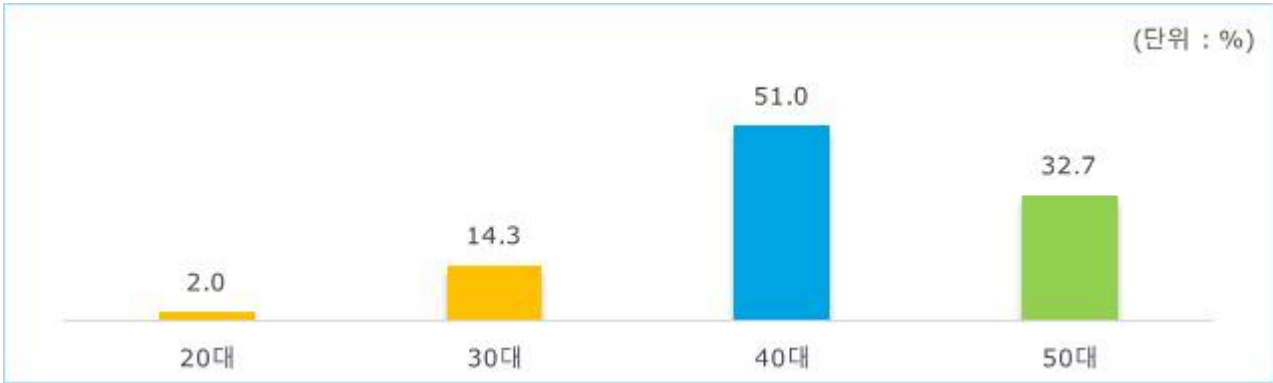
구분	전체	2009년 이전		2010~2014년		2015~2020년		2021~2022년	
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>XR산업</b>	<b>65</b>	<b>9</b>	<b>13.8</b>	<b>10</b>	<b>15.4</b>	<b>37</b>	<b>56.9</b>	<b>9</b>	<b>13.8</b>
업종	만화	1	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0
	게임	19	21.1	4	21.1	8	42.1	3	15.8
	영화	4	25.0	0	0.0	3	75.0	0	0.0
	애니	5	20.0	1	20.0	1	20.0	2	40.0
	방송	3	33.3	1	33.3	1	33.3	0	0.0
	광고	7	14.3	2	28.6	4	57.1	0	0.0
	지식	15	6.7	0	0.0	12	80.0	2	13.3
	콘텐츠	11	0.0	2	18.2	7	63.6	2	18.2

※ n(응답사업체) = 65

다. 대표자 연령

○ 대표자 연령은 '40대'가 51.0%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-5-4] XR산업 대표자 연령별 사업체 현황



[표3-5-5] XR산업 대표자 연령별 사업체 현황

구분	전체	20대		30대		40대		50대	
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>XR산업</b>	<b>49</b>	<b>1</b>	<b>2.0</b>	<b>7</b>	<b>14.3</b>	<b>25</b>	<b>51.0</b>	<b>16</b>	<b>32.7</b>
업종	만화	1	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0
	게임	7	0.0	2	28.6	3	42.9	2	28.6
	영화	1	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0
	애니	5	0.0	0	0.0	4	80.0	1	20.0
	방송	3	0.0	1	33.3	1	33.3	1	33.3
	광고	7	14.3	1	14.3	3	42.9	2	28.6
	지식	15	0.0	2	13.3	6	40.0	7	46.7
	콘텐츠	10	0.0	1	10.0	6	60.0	3	30.0

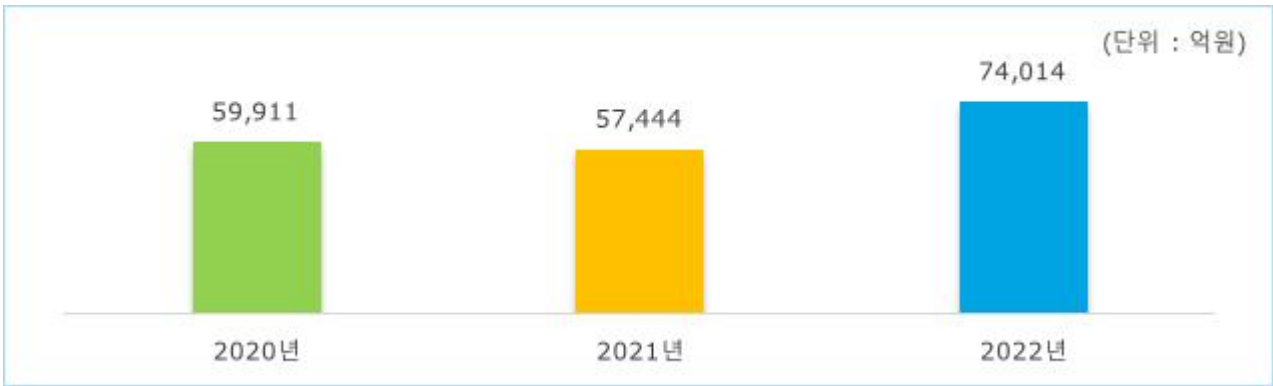
※ n(응답사업체) = 49

### 3 XR산업 매출현황

가. 매출액

○ 2022년 부산 XR산업 총 매출액은 740억원으로 전년대비 28.8% 증가한 것으로 나타남

[그림3-5-5] XR산업 연도별 매출액



[표3-5-6] XR산업 연도별 매출액

구분	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	2022년 (백만원)	전년대비 증감률(%)	유형별 비중 (%)	
<b>XR산업</b>	<b>59,911</b>	<b>57,444</b>	<b>74,014</b>	<b>28.8</b>	<b>100</b>	
업종	출판	-	-	-	-	
	만화	75	75	30	-60.0	0.0
	게임	26,085	29,352	32,571	11.0	44.0
	영화	10,660	10,660	12,386	16.2	16.7
	애니메이션	10,104	3,607	2,385	-33.9	3.2
	방송	2,513	2,062	816	-60.4	1.1
	광고	28	3,097	8,904	187.5	12.0
	캐릭터	180	-	-	-	-
	지식정보	6,198	5,075	8,181	61.2	11.1
	콘텐츠솔루션	4,054	3,502	8,741	149.6	11.8
1인 미디어	14	14	-	-	-	

나. 매출 규모별 사업체 현황

○ 2022년 매출이 '1억원 이상 3억 미만'인 XR산업 사업체가 32.8%로 비중이 가장 높게 나타남

[그림3-5-6] XR산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황



[표3-5-7] XR산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황

구분	전체	1억 미만		1억이상 3억미만		3억이상 10억미만		10억 이상	
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>XR산업</b>	<b>58</b>	<b>11</b>	<b>19.0</b>	<b>19</b>	<b>32.8</b>	<b>12</b>	<b>20.7</b>	<b>16</b>	<b>27.6</b>
업종	만화	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	13	23.1	3	23.1	0	0.0	7	53.8
	영화	4	50.0	1	25.0	0	0.0	1	25.0
	애니	5	20.0	2	40.0	1	20.0	1	20.0
	방송	3	0.0	2	66.7	1	33.3	0	0.0
	광고	7	14.3	1	14.3	2	28.6	3	42.9
	지식정보	15	6.7	7	46.7	6	40.0	1	6.7
	콘텐츠	10	20.0	3	30.0	2	20.0	3	30.0

※ n(응답사업체) = 58

다. 유형별 매출 비중

○ 유형별 매출 비중은 ‘개발/제작’이 68.0%로 다른 유형에 비해 비중이 매우 높게 나타남

[그림3-5-7] XR산업 유형별 매출 비중



[표3-5-8] XR산업 유형별 매출 비중

구분	전체 (개)	개발/제작 (%)	라이선스 (%)	제작지원 (%)	단순복제 (%)	유통/배급 (%)	기타 (%)	
<b>XR산업</b>	<b>49</b>	<b>68.0</b>	<b>2.7</b>	<b>13.6</b>	<b>0.0</b>	<b>4.9</b>	<b>10.8</b>	
업종	만화	1	20.0	0.0	50.0	0.0	10.0	20.0
	게임	7	71.4	0.0	3.6	0.0	7.1	17.9
	영화	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	애니	5	66.0	2.0	8.0	0.0	24.0	0.0
	방송	3	76.7	0.0	23.3	0.0	0.0	0.0
	광고	7	58.6	0.0	41.4	0.0	0.0	0.0
	지식정보	15	71.3	2.5	4.5	0.0	3.3	18.4
	콘텐츠	10	67.0	8.5	12.5	0.0	1.0	11.0

※ n(응답사업체) = 49

## 4 XR산업 종사자현황

### 가. 종사자 수

- 2023년 부산 XR산업 총 종사자 수는 1,094명으로 전년대비 64.3% 증가한 것으로 나타남
- 주요업종별로는 ‘지식정보(35.3%)’, ‘게임(29.1%)’, ‘콘텐츠솔루션(12.3%)’ 순으로 종사자 수 전체 대비 비중이 높게 나타남

[그림3-5-8] XR산업 연도별 종사자 수



[표3-5-9] XR산업 연도별 종사자 수

구분		2021년 (명)	2022년 (명)	2023년 (명)	전년대비 증감률 (%)	유형별 비중 (%)
XR산업		794	666	1,094	64.3	100
업종	만화	2	2	2	0.0	0.2
	게임	389	349	318	-8.9	29.1
	영화	68	68	76	11.8	6.9
	애니메이션	165	89	79	-11.2	7.2
	방송	29	29	14	-51.7	1.3
	광고	1	34	84	147.1	7.7
	지식정보	84	51	386	656.9	35.3
	콘텐츠	51	43	135	214.0	12.3

나. 종사자 규모별 사업체 현황

○ 2023년 현재 종사자 ‘10명 이상’ 응답 비중이 44.4%로 가장 높게 나타남

[그림3-5-9] XR산업 2023년 종사자 규모별 사업체 현황



[표3-5-10] XR산업 2023년 종사자 규모별 사업체 현황

구분		전체	1~2명		3~4명		5~9명		10명 이상	
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
XR산업		63	14	22.2	7	11.1	14	22.2	28	44.4
업종	만화	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	19	5	26.3	1	5.3	7	36.8	6	31.6
	영화	4	1	25.0	1	25.0	1	25.0	1	25.0
	애니	4	1	25.0	1	25.0	0	0.0	2	50.0
	방송	3	1	33.3	1	33.3	0	0.0	1	33.3
	광고	7	2	28.6	0	0.0	2	28.6	3	42.9
	지식정보	15	2	13.3	3	20.0	1	6.7	9	60.0
	콘텐츠	10	1	10.0	0	0.0	3	30.0	6	60.0

※ n(응답사업체) = 63

다. 직무별 종사자 비중

○ 직무별 종사자 비중은 '제작'이 41.2%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '사업기획(23.5%)'이 높게 나타남

[그림3-5-10] XR산업 직무별 종사자 비중



[표3-5-11] XR산업 직무별 종사자 비중

구분	전체 (개)	사업기획 (%)	제작 (%)	연구/개발 (%)	운영/관리 (%)	홍보/마케팅 (%)	기타 (%)	
<b>XR산업</b>	<b>49</b>	<b>23.5</b>	<b>41.2</b>	<b>21.7</b>	<b>5.7</b>	<b>6.4</b>	<b>1.6</b>	
업종	만화	1	30.0	60.0	0.0	10.0	0.0	0.0
	게임	7	12.9	61.4	21.4	1.4	1.4	1.4
	영화	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	애니	5	32.0	45.0	6.0	6.0	7.0	4.0
	방송	3	43.3	36.7	10.0	10.0	0.0	0.0
	광고	7	26.0	46.7	2.9	7.6	16.9	0.0
	지식정보	15	17.5	40.1	32.0	4.0	5.3	1.1
	콘텐츠	10	19.7	26.5	35.3	8.5	7.0	3.0

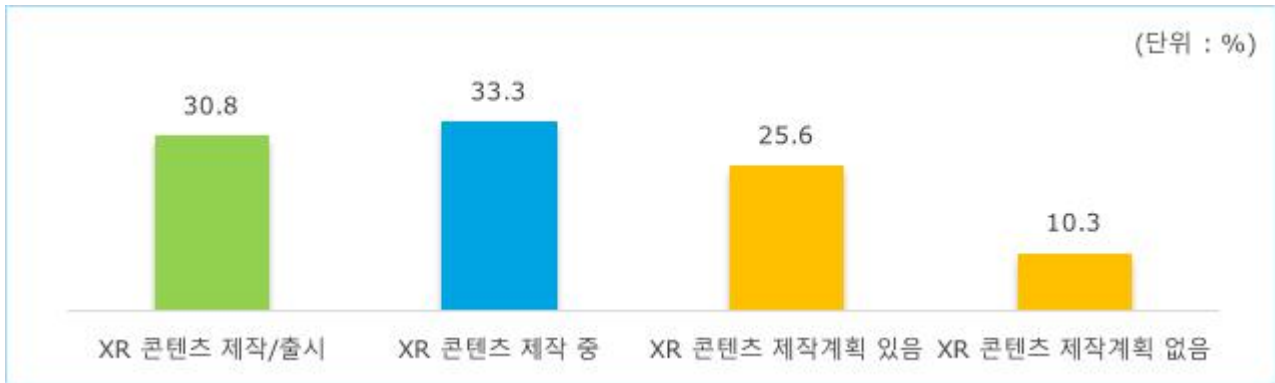
\* n(응답사업체) = 49

## 5 XR산업 환경

### 가. XR 콘텐츠 제작/계획 여부

○ XR 콘텐츠 제작/계획 여부는 'XR 콘텐츠 제작 중'이 33.3%로 가장 높게 나타남

[그림3-5-11] XR 콘텐츠 제작/계획 여부



[표3-5-12] XR 콘텐츠 제작/계획 여부

구분	전체	XR 콘텐츠 제작/출시		XR 콘텐츠 제작 중		XR 콘텐츠 제작계획 있음		XR 콘텐츠 제작계획 없음	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	39	12	30.8	13	33.3	10	25.6	4	10.3
업종	게임	5	40.0	0	0.0	0	0.0	3	60.0
	애니	5	20.0	1	20.0	3	60.0	0	0.0
	방송	2	0.0	1	50.0	1	50.0	0	0.0
	광고	5	40.0	1	20.0	2	40.0	0	0.0
	지식	14	35.7	7	50.0	2	14.3	0	0.0
	솔루션	8	25.0	3	37.5	2	25.0	1	12.5

※ n(응답사업체) = 39

나. XR 콘텐츠 장르

- XR/MR 콘텐츠 장르 1순위는 '산업융합'이 25.7%로 가장 높게 나타남
- 콘텐츠 장르 1+2순위를 통합한 경우에는 '산업융합'이 34.3%로 가장 비중이 높고, 콘텐츠 장르 1+2+3순위를 통합한 경우에는 'ICT융합(40.0%)'이 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-5-12] XR 콘텐츠 장르 - 1순위



[그림3-5-13] XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위



[그림3-5-14] XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위



## 2023 부산CT산업 통계조사

[표3-5-13] XR 콘텐츠 장르 - 1순위 ①

구분	전체	게임		엔터테인먼트		훈련		교육		산업융합		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	4	11.4	2	5.7	3	8.6	6	17.1	9	25.7	
업종	게임	2	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	애니	5	0	0.0	1	20.0	0	0.0	2	40.0	1	20.0
	방송	2	0	0.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0	0	0.0
	광고	5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	14	0	0.0	1	7.1	2	14.3	3	21.4	4	28.6
	콘텐츠	7	2	28.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	57.1

[표3-5-14] XR 콘텐츠 장르 - 1순위 ②

구분	전체	마케팅		의료/건강		건축/부동산		ICT융합		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	5	14.3	1	2.9	1	2.9	4	11.4	
업종	게임	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	애니	5	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고	5	3	60.0	0	0.0	1	20.0	1	20.0
	지식	14	1	7.1	1	7.1	0	0.0	2	14.3
	콘텐츠	7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	14.3

[표3-5-15] XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위 ①

구분	전체	게임		엔터테인먼트		훈련		교육		산업융합		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	6	17.1	3	8.6	6	17.1	11	31.4	12	34.3	
업종	게임	2	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	애니	5	1	20.0	2	40.0	2	40.0	2	40.0	1	20.0
	방송	2	0	0.0	0	0.0	1	50.0	2	100.0	1	50.0
	광고	5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0
	지식	14	1	7.1	1	7.1	3	21.4	3	21.4	6	42.9
	콘텐츠	7	2	28.6	0	0.0	0	0.0	3	42.9	4	57.1

### 제3장 조사결과: 제5절 XR산업 조사결과

[표3-5-16] XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위 ②

구분	전체	마케팅		의료/건강		건축/부동산		테마파크		ICT융합		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	6	17.1	1	2.9	2	5.7	2	5.7	10	28.6	
업종	게임	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	100.0	0	0.0
	애니	5	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고	5	3	60.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0	1	20.0
	지식	14	2	14.3	1	7.1	1	7.1	0	0.0	6	42.9
	콘텐츠	7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	42.9

[표3-5-17] XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위 ①

구분	전체	게임		엔터테인먼트		훈련		교육		산업융합		마케팅		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	7	20.0	5	14.3	7	20.0	13	37.1	12	34.3	8	22.9	
업종	게임	2	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	애니	5	1	20.0	2	40.0	3	60.0	3	60.0	1	20.0	2	40.0
	방송	2	0	0.0	1	50.0	1	50.0	2	100.0	1	50.0	0	0.0
	광고	5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0	3	60.0
	지식	14	1	7.1	2	14.3	3	21.4	4	28.6	6	42.9	2	14.3
	콘텐츠	7	3	42.9	0	0.0	0	0.0	3	42.9	4	57.1	1	14.3

[표3-5-18] XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위 ②

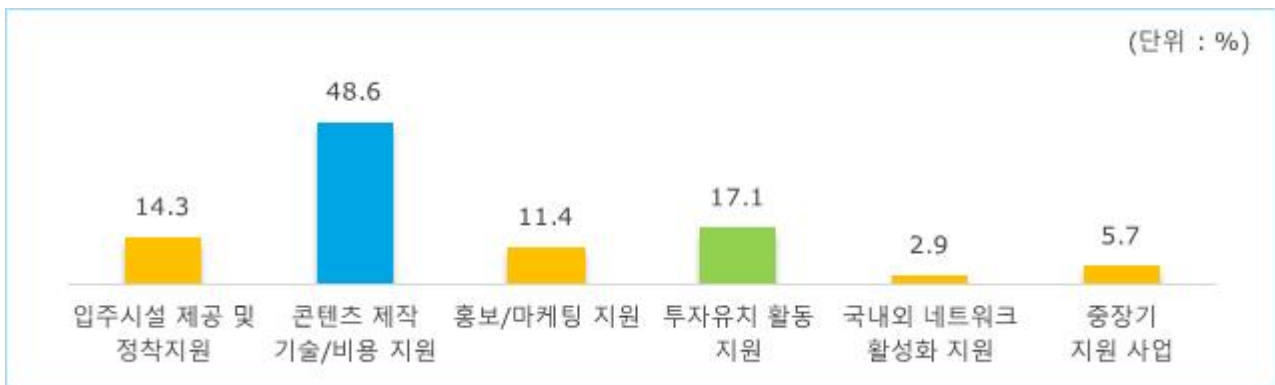
구분	전체	의료/건강		군사		건축/부동산		테마파크		ICT융합		기타		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	1	2.9	3	8.6	3	8.6	2	5.7	14	40.0	2	5.7	
업종	게임	2	0	0.0	1	50.0	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0
	애니	5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0
	방송	2	0	0.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고	5	0	0.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0	1	20.0	1	20.0
	지식	14	1	7.1	1	7.1	1	7.1	0	0.0	9	64.3	0	0.0
	콘텐츠	7	0	0.0	1	14.3	0	0.0	0	0.0	3	42.9	1	14.3

※ n(응답사업체) = 35

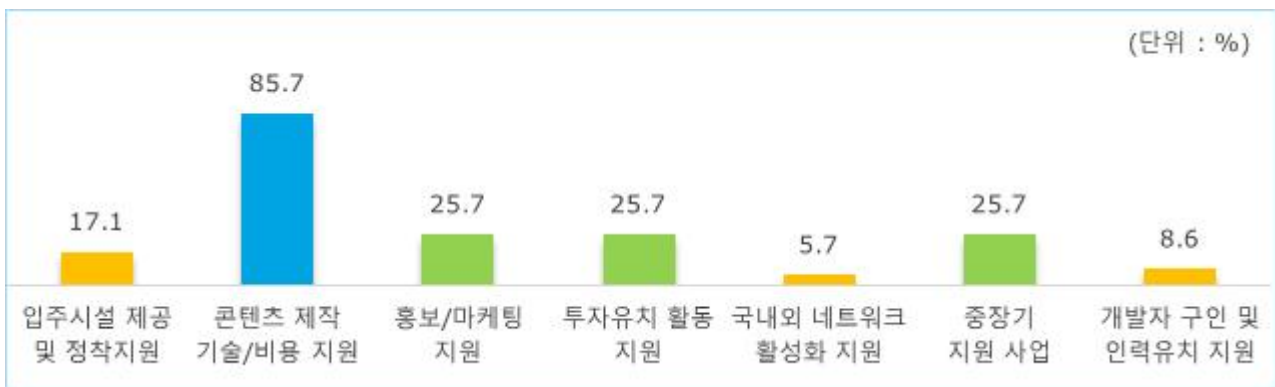
다. XR/MR 사업체 필요 지원 사업

- XR/MR사업체 필요 지원 사업 1순위는 ‘콘텐츠 제작 기술/비용 지원’이 48.6%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘투자유치 활동 지원(17.1%)’, ‘입주시설 제공 및 정착지원(14.3%)’ 순으로 나타남
- 지원사업분야 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우에는 ‘콘텐츠 제작 기술/비용 지원’이 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-5-15] XR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위



[그림3-5-16] XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2순위



[그림3-5-17] XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위



### 제3장 조사결과: 제5절 XR산업 조사결과

[표3-5-19] XR/MR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위

구분	전체	입주시설 제공 및 정착지원		콘텐츠 제작 기술/비용 지원		홍보/마케팅 지원		투자유치 활동 지원		국내외 네트워크 활성화 지원		증장기 지원 사업		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	35	5	14.3	17	48.6	4	11.4	6	17.1	1	2.9	2	5.7	
업종	게임	2	0	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0
	애니	5	2	40.0	1	20.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0	1	20.0
	방송	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고	5	1	20.0	3	60.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	지식	14	0	0.0	8	57.1	2	14.3	2	14.3	1	7.1	1	7.1
	콘텐츠	7	2	28.6	2	28.6	2	28.6	1	14.3	0	0.0	0	0.0

[표3-5-20] XR/MR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2순위

구분	전체	입주시설 제공 및 정착지원		콘텐츠 제작 기술/비용 지원		홍보/마케팅 지원		투자유치 활동 지원		국내외 네트워크 활성화 지원		증장기 지원 사업		개발자 구인 및 인력유치 지원		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)		
전체	35	6	17.1	30	85.7	9	25.7	9	25.7	2	5.7	9	25.7	3	8.6	
업종	게임	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0
	애니	5	2	40.0	5	100.0	0	0.0	2	40.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0
	방송	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	100.0	0	0.0
	광고	5	1	20.0	5	100.0	2	40.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0	1	20.0
	지식	14	0	0.0	11	78.6	5	35.7	3	21.4	2	14.3	4	28.6	1	7.1
	콘텐츠	7	3	42.9	5	71.4	2	28.6	2	28.6	0	0.0	1	14.3	1	14.3

[표3-5-21] XR/MR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위

구분	전체	입주시설 제공 및 정착지원		콘텐츠 제작 기술/비용 지원		홍보/마케팅 지원		투자유치 활동 지원		국내외 네트워크 활성화 지원		증장기 지원 사업		개발자 구인 및 인력유치 지원		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)		
전체	35	12	34.3	33	94.3	16	45.7	14	40.0	3	8.6	11	31.4	8	22.9	
업종	게임	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0
	애니	5	4	80.0	5	100.0	3	60.0	2	40.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0
	방송	2	1	50.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	100.0	1	50.0
	광고	5	1	20.0	5	100.0	3	60.0	4	80.0	0	0.0	0	0.0	1	20.0
	지식	14	1	7.1	12	85.7	7	50.0	4	28.6	3	21.4	6	42.9	3	21.4
	콘텐츠	7	5	71.4	7	100.0	3	42.9	3	42.9	0	0.0	1	14.3	2	28.6

※ n(응답사업체) = 35

라. 글로벌 시장 진출 희망 지역

- 글로벌 시장 진출 희망 지역 1순위로는 ‘아세안’이 37.1%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘북미 (17.1%)’, ‘유럽(14.3%)’ 순으로 나타남
- 희망지역 1+2순위를 통합한 경우에는 ‘아세안(51.4%)’이 가장 비중이 높고, 희망지역 1+2+3순위를 통합한 경우에는 ‘아세안(65.7%)’이 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-5-18] 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위



[그림3-5-19] 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위



[그림3-5-20] 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위



### 제3장 조사결과: 제5절 XR산업 조사결과

[표3-5-22] 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위

구분	전체	북미		중국		일본		유럽		아세안		중동		기타		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	6	17.1	3	8.6	4	11.4	5	14.3	13	37.1	2	5.7	2	5.7	
업종	게임	2	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0
	애니	5	1	20.0	1	20.0	1	20.0	1	20.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	방송	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0
	광고	5	1	20.0	0	0.0	0	0.0	2	40.0	1	20.0	0	0.0	1	20.0
	지식	14	2	14.3	1	7.1	3	21.4	1	7.1	4	28.6	2	14.3	1	7.1
	콘텐츠	7	1	14.3	1	14.3	0	0.0	1	14.3	4	57.1	0	0.0	0	0.0

[표3-5-23] 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위

구분	전체	북미		중국		일본		유럽		아세안		중동		기타		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	12	34.3	8	22.9	12	34.3	9	25.7	18	51.4	3	8.6	2	5.7	
업종	게임	2	1	50.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0
	애니	5	3	60.0	2	40.0	2	40.0	1	20.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	방송	2	0	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0
	광고	5	1	20.0	1	20.0	2	40.0	2	40.0	2	40.0	0	0.0	1	20.0
	지식	14	5	35.7	2	14.3	5	35.7	2	14.3	6	42.9	3	21.4	1	7.1
	콘텐츠	7	2	28.6	1	14.3	3	42.9	2	28.6	6	85.7	0	0.0	0	0.0

[표3-5-24] 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위

구분	전체	북미		중국		일본		유럽		아세안		중동		기타		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	16	45.7	14	40.0	15	42.9	13	37.1	23	65.7	5	14.3	2	5.7	
업종	게임	2	1	50.0	1	50.0	1	50.0	1	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0
	애니	5	3	60.0	3	60.0	2	40.0	1	20.0	3	60.0	1	20.0	0	0.0
	방송	2	0	0.0	2	100.0	1	50.0	1	50.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0
	광고	5	2	40.0	2	40.0	3	60.0	2	40.0	2	40.0	1	20.0	1	20.0
	지식	14	6	42.9	3	21.4	5	35.7	4	28.6	9	64.3	3	21.4	1	7.1
	콘텐츠	7	4	57.1	3	42.9	3	42.9	4	57.1	6	85.7	0	0.0	0	0.0

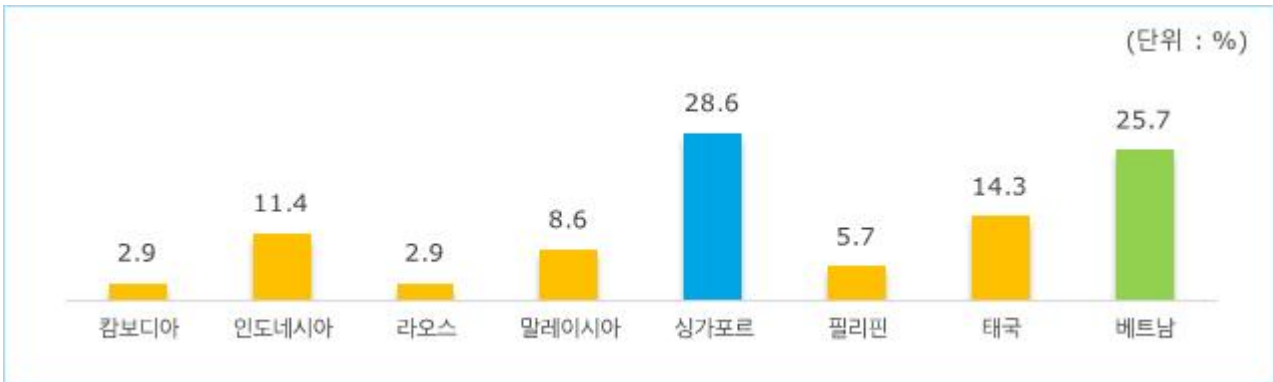
※ n(응답사업체) = 35

※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함)

마. 아세안 시장 진출 희망 지역

- 아세안 시장 진출 희망 지역 1순위로는 ‘싱가포르’가 28.6%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘베트남(25.7%)’, ‘태국(14.3%)’ 순으로 나타남
- 희망지역 1+2순위를 통합한 경우에는 ‘베트남(51.4%)’이 가장 비중이 높고, 희망지역 1+2+3순위를 통합한 경우에는 ‘베트남(60.0%)’이 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-5-21] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위



[그림3-5-22] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위



[그림3-5-23] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위



### 제3장 조사결과: 제5절 XR산업 조사결과

[표3-5-25] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위 ①

구분	전체	캄보디아		인도네시아		라오스		말레이시아		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	1	2.9	4	11.4	1	2.9	3	8.6	
업종	게임	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	애니	5	0	0.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	방송	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고	5	0	0.0	1	20.0	1	20.0	1	20.0
	지식	14	0	0.0	2	14.3	0	0.0	2	14.3
	콘텐츠	7	1	14.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0

[표3-5-26] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위 ②

구분	전체	싱가포르		필리핀		태국		베트남		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	10	28.6	2	5.7	5	14.3	9	25.7	
업종	게임	2	1	50.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0
	애니	5	0	0.0	1	20.0	2	40.0	1	20.0
	방송	2	0	0.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0
	광고	5	2	40.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	14	3	21.4	1	7.1	2	14.3	4	28.6
	콘텐츠	7	4	57.1	0	0.0	0	0.0	2	28.6

[표3-5-27] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ①

구분	전체	캄보디아		인도네시아		라오스		말레이시아		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	3	8.6	8	22.9	2	5.7	7	20.0	
업종	게임	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	애니	5	1	20.0	1	20.0	0	0.0	1	20.0
	방송	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고	5	1	20.0	3	60.0	1	20.0	1	20.0
	지식	14	0	0.0	4	28.6	0	0.0	4	28.6
	콘텐츠	7	1	14.3	0	0.0	1	14.3	1	14.3

※ n(응답사업체) = 35

※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함)

## 2023 부산CT산업 통계조사

[표3-5-28] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ②

구분	전체	싱가포르		필리핀		태국		베트남		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	15	42.9	4	11.4	8	22.9	18	51.4	
업종	게임	2	1	50.0	1	50.0	0	0.0	2	100.0
	애니	5	1	20.0	1	20.0	3	60.0	1	20.0
	방송	2	1	50.0	0	0.0	1	50.0	2	100.0
	광고	5	2	40.0	0	0.0	0	0.0	2	40.0
	지식	14	6	42.9	1	7.1	3	21.4	6	42.9
	콘텐츠	7	4	57.1	1	14.3	1	14.3	5	71.4

[표3-5-29] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ①

구분	전체	캄보디아		인도네시아		라오스		말레이시아		미얀마		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	4	11.4	14	40.0	3	8.6	8	22.9	1	2.9	
업종	게임	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	애니	5	1	20.0	1	20.0	1	20.0	1	20.0	0	0.0
	방송	2	0	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0
	광고	5	2	40.0	3	60.0	1	20.0	1	20.0	0	0.0
	지식	14	0	0.0	6	42.9	0	0.0	4	28.6	0	0.0
	콘텐츠	7	1	14.3	3	42.9	1	14.3	1	14.3	1	14.3

[표3-5-30] 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ②

구분	전체	싱가포르		필리핀		태국		베트남		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	19	54.3	10	28.6	11	31.4	21	60.0	
업종	게임	2	1	50.0	1	50.0	1	50.0	2	100.0
	애니	5	1	20.0	2	40.0	4	80.0	1	20.0
	방송	2	1	50.0	0	0.0	1	50.0	2	100.0
	광고	5	4	80.0	2	40.0	0	0.0	2	40.0
	지식	14	8	57.1	2	14.3	3	21.4	9	64.3
	콘텐츠	7	4	57.1	3	42.9	2	28.6	5	71.4

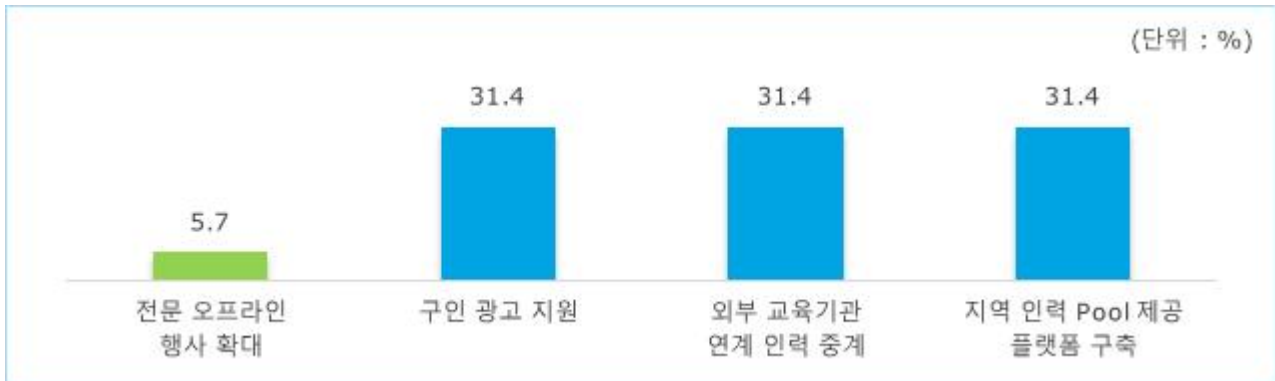
※ n(응답사업체) = 35

※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함)

바. 인력수급을 위한 필요 지원사업

- 인력수급을 위한 필요 지원사업은 ‘온라인 구인 사이트 광고 지원’, ‘대학, 학원 등 외부 교육기관 연계 인력 중계’, ‘지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축’(31.4%), ‘채용 박람회 등 전문 오프라인 행사 확대(5.7%)’ 순으로 나타남

[그림3-5-24] 인력수급을 위한 필요 지원사업



[표3-5-31] 인력 수급을 위한 필요 지원사업

구분	전체	전문 오프라인 행사 확대		구인 광고 지원		외부 교육기관 연계 인력 중계		지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	35	2	5.7	11	31.4	11	31.4	11	31.4	
업종	게임	2	0.0	0	0.0	2	100.0	0	0.0	
	애니	5	0.0	2	40.0	2	40.0	1	20.0	
	방송	2	0.0	1	50.0	1	50.0	0	0.0	
	광고	5	0.0	2	40.0	1	20.0	2	40.0	
	지식	14	1	7.1	3	21.4	4	28.6	6	42.9
	콘텐츠	7	1	14.3	3	42.9	1	14.3	2	28.6

※ n(응답사업체) = 35

※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함)

## 제6절

# 1인 크리에이터 조사결과



## 1 1인 크리에이터 결과요약

### 가. 결과요약

- 1인 크리에이터는 2023년 현재 92명으로 나타남
- 1인 크리에이터 총 종사자 수는 2023년 현재 135명으로 나타남
- 1인 크리에이터 총 매출액은 2022년 약 38억원으로 나타남

[표3-6-1] 1인 크리에이터 수, 종사자 수, 매출액

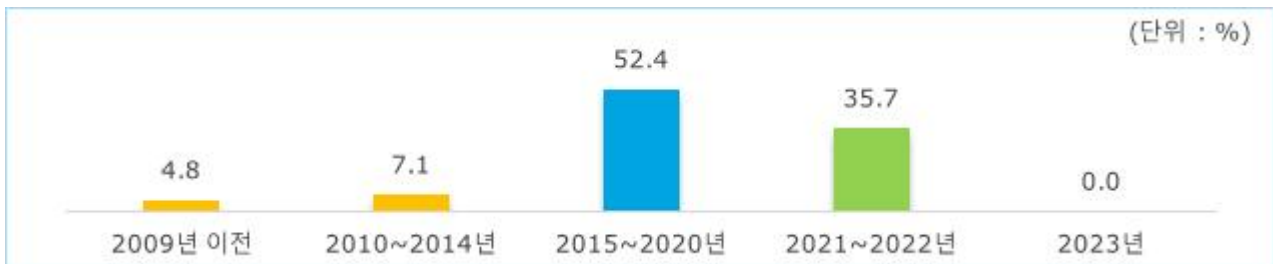
구분	2021년	2022년	2023년	전년대비 증감률
사업체 수(개)	86	103	92	-10.7
종사자 수(명)	99	114	135	18.4
매출액(백만원)	871	3,784		334.4

## 2 1인 크리에이터 일반현황

### 가. 사업체 수 및 설립연도

- 2023년 부산 1인 크리에이터는 84명으로 나타남
- 설립연도(활동시작연도)는 '2015년~2020년'이 52.4%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-6-2] 1인 크리에이터 현황



[표3-6-2] 1인 크리에이터 사업체 현황

구분	2023년 사업체 수 (개)	설립연도									
		2009년 이전		2010~2014년		2015~2020년		2021~2022년		2023년	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
크리에이터	84	4	4.8	6	7.1	44	52.4	30	35.7	0	0.0

※ n(응답자) = 84

### 나. 대표자 연령

- 대표자 연령은 '20대'가 36.3%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-6-3] 1인 크리에이터 대표자 연령별 현황



[표3-6-3] 1인 크리에이터 연령별 현황

구분	전체 (개)	10대		20대		30대		40대		50대		60대 이상	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
크리에이터	91	2	2.2	33	36.3	32	35.2	12	13.2	8	8.8	4	4.4

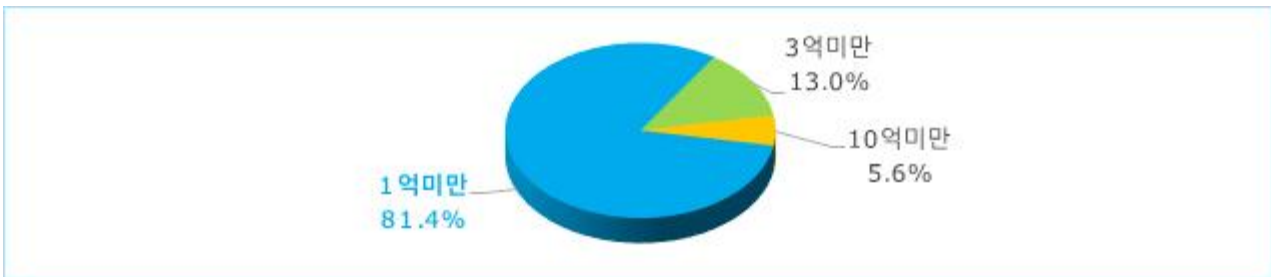
※ n(응답자) = 91

### 3 1인 크리에이터 매출현황

#### 가. 매출액 및 매출 규모별 사업체 현황

- 2022년 부산 1인 크리에이터 총 매출액은 약 3.8억원으로 나타남
- 2022년 매출이 '1억원 미만'인 1인 크리에이터가 81.4%로 비중이 가장 높게 나타남

[그림3-6-4] 1인 크리에이터 2022년 매출 규모별 현황



[표3-6-4] 1인 크리에이터 2022년 매출 규모별 사업체 현황

구분	2022 매출액	1억 미만		1억 이상 3억 미만		10억 미만	
	(백만원)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
크리에이터	3,784	44	81.4	7	13.0	3	5.6

#### 나. 크리에이터 활동 외 주요 소득원

- 크리에이터 활동 이외의 주요 소득원으로는 '없음'이 42.2%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '프리랜서(27.8%)', '자영업(13.3%)' 순으로 나타남

[그림3-6-5] 크리에이터 활동 외 주요 소득원



[표3-6-5] 크리에이터 활동 외 주요 소득원

구분	전체	없음	자영업	회사에 소속	프리랜서	가족의 지원	기타
크리에이터(명)	90	38	12	9	25	3	3
비중(%)	100.0	42.2	13.3	10.0	27.8	3.3	3.3

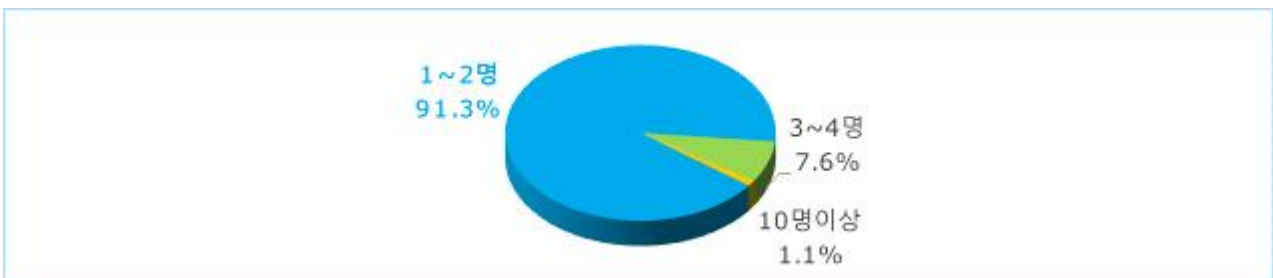
\* n(응답자) = 90

## 4 1인 크리에이터 종사자현황

### 가. 종사자 및 규모별 사업체 현황

○ 2023년 현재 종사자 '1~2명'인 사업체의 비중이 91.3%로 가장 높게 나타남

[그림3-6-6] 1인 크리에이터 2023년 종사자 및 규모별 사업체 현황



[표3-6-6] 1인 크리에이터 2023년 종사자 및 규모별 사업체 현황

구분	전체	1~2명		3~4명		10명 이상	
	(명)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
크리에이터	92	84	91.3	7	7.6	1	1.1

※ n(응답자) = 92

### 다. 1인 크리에이터 보조인력 활용여부

○ '혼자서 작업'하는 경우가 68.4%로 '보조인력을 활용(19.6%)'하는 경우 보다 비중이 높은 것으로 나타남

[그림3-6-7] 1인 크리에이터 보조인력 활용여부



[표3-6-7] 1인 크리에이터 보조인력 활용여부

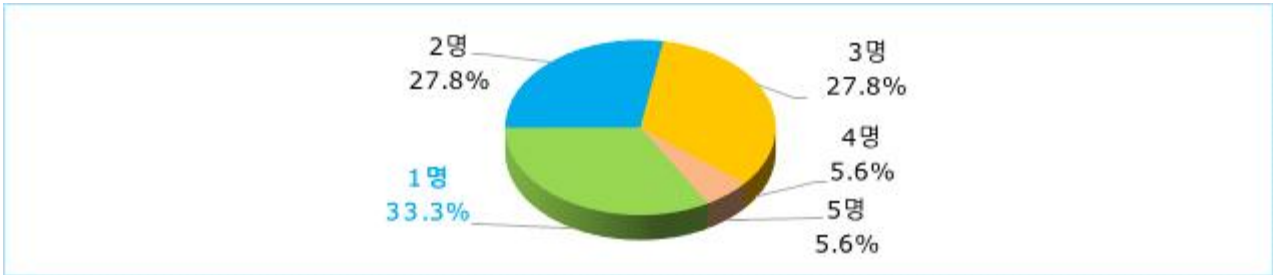
구분	전체	혼자서 작업	가족/지인의 도움	보조인력 활용
크리에이터(명)	92	63	11	18
비중(%)	100	68.4	12.0	19.6

※ n(응답자) = 92

라. 1인 크리에이터 보조인력 활용규모

○ 보조인력 활용규모로는 '1명'이 33.3%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-6-8] 1인 크리에이터 보조인력 활용규모



[표3-6-8] 1인 크리에이터 보조인력 활용규모

구분	전체	1명	2명	3명	4명	5명	평균
크리에이터(명)	18	6	5	5	1	1	2.22
비중(%)	100	33.3	27.8	27.8	5.6	5.6	

※ n(응답자) = 18

마. 1인 크리에이터 보조인력 활용 관련 애로사항

○ 보조인력 활용 관련 애로사항은 '보조인력 활용비용 부담'이 77.8%으로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-6-9] 1인 크리에이터 보조인력 활용 관련 애로사항



[표3-6-9] 1인 크리에이터 보조인력 활용 관련 애로사항

구분	전체	보조인력 부족	보조인력 자질부족	보조인력 활용비용 부담
크리에이터(명)	18	2	2	14
비중(%)	100	11.1	11.1	77.8

※ n(응답자) = 18

## 5 1인 크리에이터 창작활동

### 가. 창작 활동분야

- 주력 창작 활동 분야로는 ‘생활’이 33.7%로 가장 높았으며, ‘지식정보’, ‘기타’(각각 19.8%)순으로 높게 나타남

[그림3-6-10] 1인 크리에이터 주력 창작 활동분야



[표3-6-10] 1인 크리에이터 주력 창작 활동분야

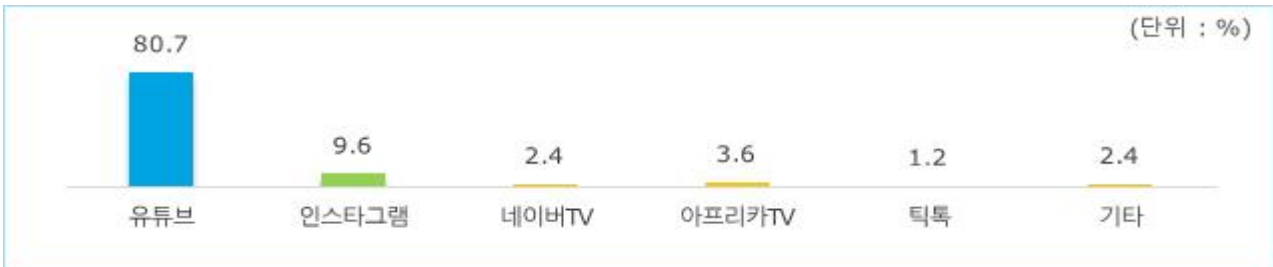
구분	전체	게임	음악	엔터테인먼트	먹방	뷰티	키즈	리뷰	생활	교육	퍼포먼스	지식정보	기타
크리에이터(명)	86	6	4	12	10	3	4	7	29	12	4	17	17
비중(%)	100.0	7.0	4.7	14.0	11.6	3.5	4.7	8.1	33.7	14.0	4.7	19.8	19.8

\* n(응답자) = 86, 중복응답 허용

### 나. 이용 플랫폼

- 주요 활동분야는 ‘유튜브’가 80.7%로 가장 크게 나타남

[그림3-6-11] 1인 크리에이터 주 이용 플랫폼



[표3-6-11] 1인 크리에이터 주 이용 플랫폼

구분	전체	유튜브	인스타그램	네이버TV	아프리카TV	틱톡	기타
크리에이터(명)	83	67	8	2	3	1	2
비중(%)	100.0	80.7	9.6	2.4	3.6	1.2	2.4

\* n(응답자) = 83

다. 촬영장소

○ 주로 이용하는 촬영장소는 '야외'가 40.5%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-6-12] 1인 크리에이터 촬영장소



[표3-6-12] 1인 크리에이터 촬영장소

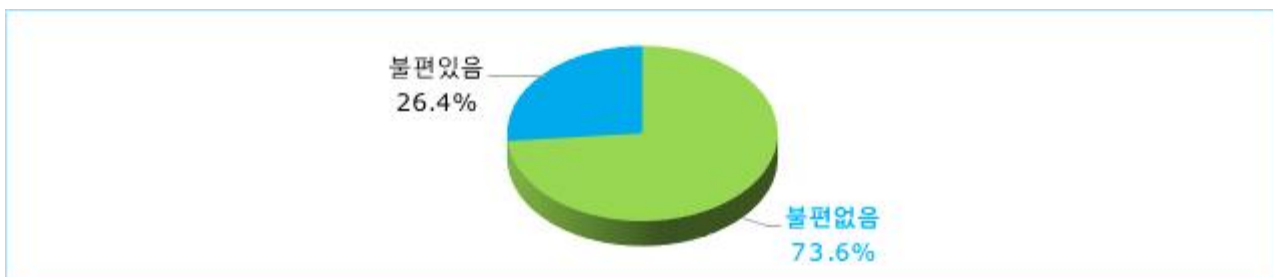
구분	전체	자택	야외	개인 스튜디오	스튜디오 대여	기타
크리에이터(명)	84	29	34	9	9	3
비중(%)	100.0	34.5	40.5	10.7	10.7	3.6

※ n(응답자) = 84

라. 부산/경남지역 거주로 인한 불편

○ 부산/경남지역 거주로 인한 불편함이 '없다'라고 응답한 경우는 73.6%로 나타남

[그림3-6-13] 1인 크리에이터 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부



[표3-6-13] 1인 크리에이터 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부

구분	전체	없음	있음
크리에이터(명)	87	64	23
비중(%)	100.0	73.6	26.4

※ n(응답자) = 87

### 제3장 조사결과: 제6절 1인크리에이터 조사결과

#### 마. 지역거주 1인 크리에이터 지원사업

- 지역거주 크리에이터를 위해 가장 필요한 지원사업으로는 ‘제작비 지원’이 68.7%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-6-14] 지역거주 1인 크리에이터 지원사업



[표3-6-14] 지역거주 1인 크리에이터 지원사업

구분	전체	제작비 지원	장비 지원	공간 지원	교육훈련 지원	법률 지원	기타
크리에이터(명)	83	57	6	8	8	2	2
비중(%)	100.0	68.7	7.2	9.6	9.6	2.4	2.4

※ n(응답자) = 83

#### 바. 1인 크리에이터 관련 애로사항

- 크리에이터 활동 관련 애로사항으로는 ‘경제적 어려움’이 52.5%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-6-15] 1인 크리에이터 관련 애로사항



[표3-6-15] 1인 크리에이터 관련 애로사항

구분	전체	경제적 어려움	창작/아이디어 스트레스	정부 규제	제작 기술	공간 및 시설부족	시장 경쟁심화	저작권 분쟁	기타
사업체 (개)	80	42	15	4	4	5	6	3	1
비중(%)	100.0	52.5	18.8	5.0	5.0	6.3	7.5	3.8	1.3

※ n(응답자) = 80

**제7절**  
**음악산업 조사결과**



# 1 음악산업 결과요약

## 가. 결과요약

- 부산지역 음악 산업은 2023년 현재 69개로 전년대비 6.8% 감소한 것으로 나타남
  - 법인 22개와 뮤지션 47개로 총 69개 조사됨
- 음악산업 총 종사자 수는 2023년 현재 174명으로 전년대비 13.0% 증가한 것으로 나타남
- 음악산업 총 매출액은 2022년 약 66억원으로 전년대비 35.6% 증가한 것으로 나타남

[표3-7-1] 음악산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구분	2021년	2022년	2023년	전년대비 증감률
사업체 수(개)	58	74	<b>69</b>	-6.8
종사자 수(명)	122	154	<b>174</b>	13.0
매출액(백만원)	4,893	<b>6,633</b>		35.6

- 음악산업은 사업체 22개(31.9%)와 뮤지션 47명(68.1%)로 구성됨
- 음악산업 총 매출액의 84.1%는 사업체의 매출액으로 나타남

[표3-7-2] 음악산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구분	2023년 사업체 수		2023년 종사자 수		2022년 매출액		
	(개)	전체대비(%)	(명)	전체대비(%)	(백만원)	전체대비(%)	
음악산업	<b>69</b>	<b>100.0</b>	<b>174</b>	<b>100.0</b>	<b>6,633</b>	<b>100.0</b>	
유형	사업체	22	31.9	82	3.0	5,578	84.1
	뮤지션	47	68.1	92	3.3	1,055	15.9

## 2 음악산업 일반현황

### 가. 사업체 수 및 설립연도

- 2023년 부산 음악산업 사업체는 69개로 법인사업체 22개, 뮤지션 47개로 나타남
- 설립연도(활동시작연도)는 '2015년~2020년'이 39.1%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-7-1] 음악산업 사업체 현황



[표3-7-3] 음악산업 사업체 현황

구분	전체 (개)	2009년 이전		2010년~2014년		2015년~2020년		2021~2022년		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
음악산업	69	12	17.4	18	26.1	27	39.1	12	17.4	
유형	법인	22	7	31.8	4	18.2	9	40.9	2	9.1
	뮤지션	47	5	10.6	14	29.8	18	38.3	10	21.3

※ n(응답자) = 69

### 나. 대표자 연령

- 대표자 연령은 '30대'가 47.5%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-7-2] 음악산업 대표자 연령별 사업체 현황



[표3-7-4] 음악산업 대표자 연령별 사업체 현황

구분	전체 (개)	20대		30대		40대		50대		60대 이상		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
음악산업	61	14	23.0	29	47.5	16	26.2	1	1.6	1	1.6	
유형	법인	14	0	0.0	5	35.7	8	57.1	0	0.0	1	7.1
	뮤지션	47	14	29.8	24	51.1	8	17.0	1	2.1	0	0.0

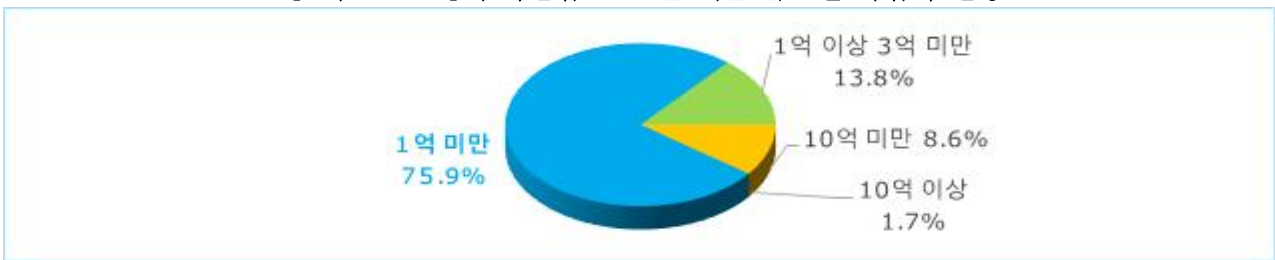
※ n(응답자) = 61

### 3 음악산업 매출현황

#### 가. 매출액 및 매출 규모별 사업체 현황

- 2022년 부산 음악산업 총 매출액은 약 66억원이며, 매출 규모별 사업체 현황에서 ‘1억 미만 (5.9%)’사업체가 가장 많이 나타남

[그림3-7-3] 음악산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황



[표3-7-5] 음악산업 2022년 매출 규모별 사업체 현황

구분	2022 매출액 (백만원)	1억 미만		1억 이상 3억 미만		10억 미만		10억 이상		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
음악산업	6,633	44	75.9	8	13.8	5	8.6	1	1.7	
유형	법인	5,578	4	26.7	5	33.3	5	33.3	1	6.7
	뮤지션	1,055	40	93.0	3	7.0	0	0.0	0	0.0

#### 다. 뮤지션 연평균 소득

- 뮤지션 연평균 소득은 ‘5백만원 미만’이 51.1%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-7-4] 뮤지션 연평균 소득



[표3-7-6] 뮤지션 연평균 소득

구분	전체	소득 없음	5백만원 미만	5백만원 이상 1천만원 미만	1천만원 이상 2천만원 미만	2천만원 이상 3천만원 미만	3천만원 이상 4천만원 미만	4천만원 이상 5천만원 미만	5천만원 이상 1억원 미만	1억원 이상
뮤지션(명)	47	6	24	5	3	2	4	2	1	
비중(%)	47	12.8	51.1	10.6	6.4	4.3	8.5	4.3	2.1	

※ n(응답자) = 47

나. 뮤지션 활동 외 주요 소득원

○ 뮤지션 활동 이외의 주요 소득원으로는 ‘회사에 소속’이 각각 43.5%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘프리랜서(23.9%)’, ‘없음(19.6%)’ 등 순으로 응답 비중이 높게 나타남

[그림3-7-5] 뮤지션 활동 외 주요 소득원



[표3-7-7] 뮤지션 활동 외 주요 소득원

구분	전체	없음	자영업	회사에 소속	프리랜서	가족의 지원	기타
뮤지션(명)	46	9	4	20	11	1	1
비중(%)	100.0	19.6	8.7	43.5	23.9	2.2	2.2

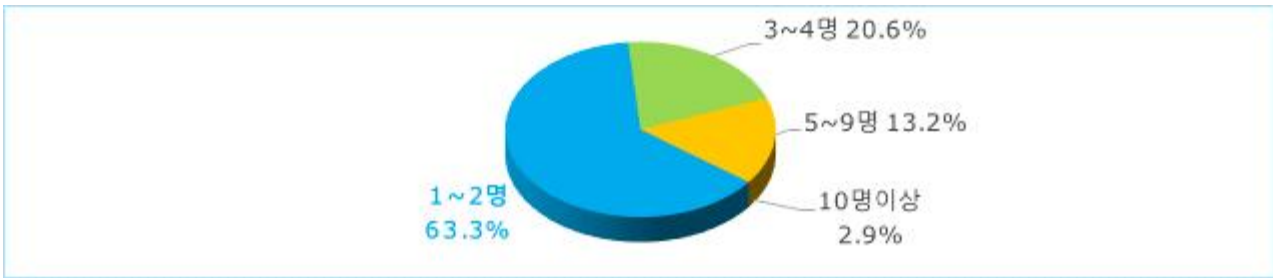
※ n(응답자) = 46

## 4 음악산업 종사자현황

### 가. 종사자 및 규모별 사업체 현황

○ 2023년 현재 종사자 '1~2명'인 사업체의 비중이 63.3%로 가장 높게 나타남

[그림3-7-6] 음악산업 2023년 종사자 및 규모별 사업체 현황



[표3-7-8] 음악산업 2023년 종사자 및 규모별 사업체 현황

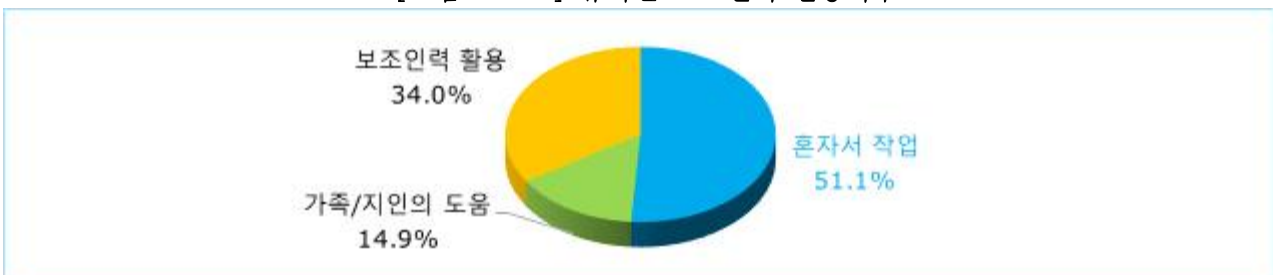
구분		전체	1~2명		3~4명		5~9명		10명 이상	
		(명)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
음악산업		68	43	63.3	14	20.6	9	13.2	2	2.9
유형	법인	21	8	38.1	6	28.6	6	28.6	1	4.8
	뮤지션	47	35	74.5	8	17.0	3	6.4	1	2.1

※ n(응답자) = 68

### 다. 뮤지션 보조인력 활용여부

○ '혼자서 작업'하는 경우가 51.1%로 비중이 가장 높은 것으로 나타남

[그림3-7-7] 뮤지션 보조인력 활용여부



[표3-7-9] 뮤지션 보조인력 활용여부

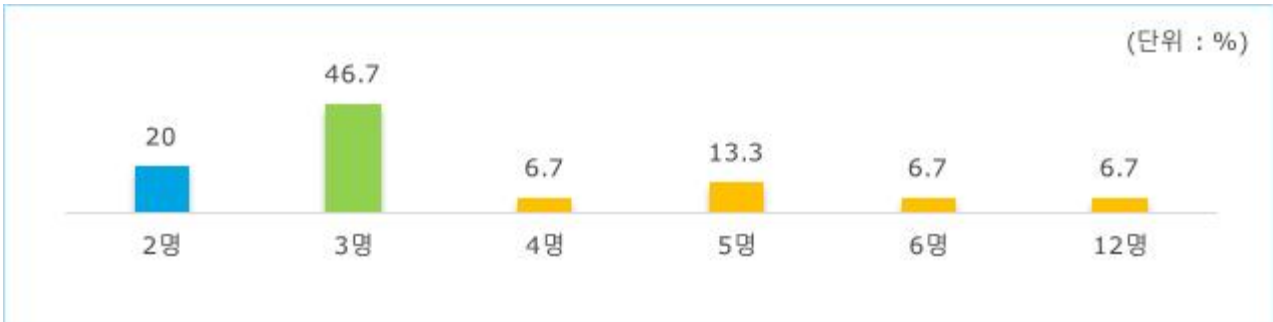
구분	전체	혼자서 작업		가족/지인의 도움		보조인력 활용	
		(명)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
뮤지션	47	24	51.1	7	14.9	16	34.0

※ n(응답자) = 47

라. 뮤지션 보조인력 활용규모

○ 보조인력 활용규모로는 '3명'이 46.7%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-7-8] 뮤지션 보조인력 활용규모



[표3-7-10] 뮤지션 보조인력 활용규모

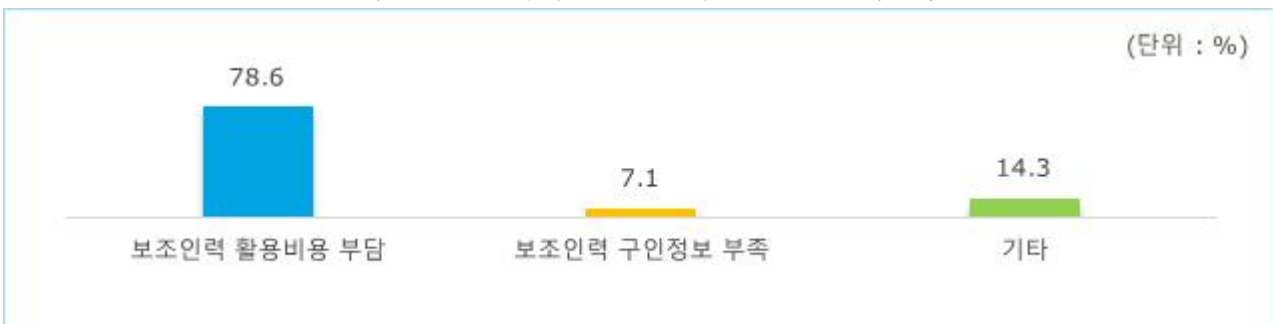
구분	전체	2명	3명	4명	5명	6명	12명	평균
뮤지션(명)	15	3	7	1	2	1	1	3.93
비중(%)	100	20.0	46.7	6.7	13.3	6.7	6.7	

※ n(응답자) = 15

마. 뮤지션 보조인력 활용 관련 애로사항

○ 보조인력 활용 관련 애로사항은 '보조인력 활용비용 부담'이 78.6%으로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-7-9] 뮤지션 보조인력 활용 관련 애로사항



[표3-7-11] 뮤지션 보조인력 활용 관련 애로사항

구분	전체	보조인력 활용비용 부담	보조인력 구인정보 부족	기타
뮤지션(명)	14	11	1	2
비중(%)	100	78.6	7.1	14.3

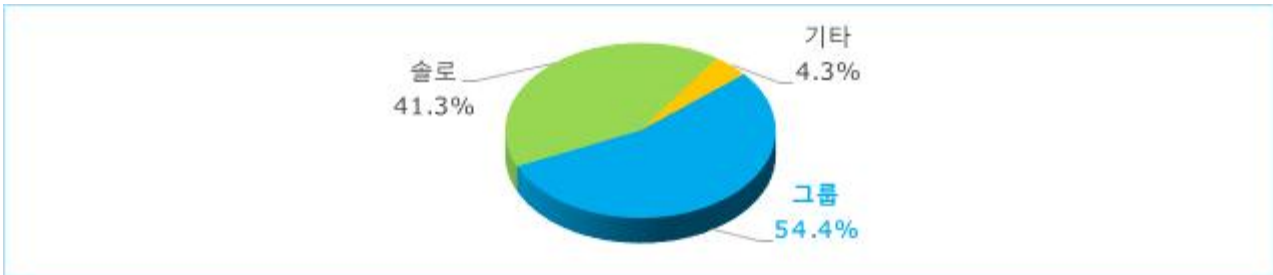
※ n(응답자) = 14

## 5 뮤지션 활동

### 가. 활동 유형

○ 주력 활동 유형으로는 ‘그룹’이 54.4%로 비중이 가장 높게 나타남

[그림3-7-10] 활동 유형



[표3-7-12] 활동 유형

구분	전체	그룹	솔로	기타
뮤지션(명)	46	25	19	2
비중(%)	100.0	54.4	41.3	4.3

※ n(응답자) = 46

### 나. 활동 장르

○ 주요 활동장르는 ‘인디’가 45.7%로 비중이 가장 높았으며, ‘포크/어쿠스틱(30.4%)’, ‘Rock/Metal(15.2%)’ 순으로 나타남

[그림3-7-11] 뮤지션 활동 장르



[표3-7-13] 뮤지션 활동 장르

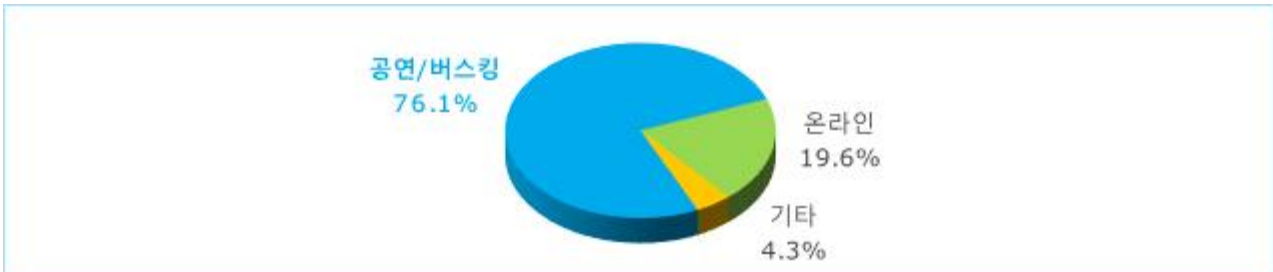
구분	전체	발라드	R&B/Soul	포크/어쿠스틱	인디	재즈	댄스/팝	랩/힙합	Rock/Metal	일렉 트로닉	기타
뮤지션(명)	46	3	5	14	21	5	2	3	7	2	7
비중(%)	100.0	6.5	10.9	30.4	45.7	10.9	4.3	6.5	15.2	4.3	15.2

※ n(응답자) = 46, 중복응답 허용

다. 활동 영역

○ 주로 이용하는 활동 영역은 ‘공연/버스킹’이 76.1%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-7-12] 뮤지션 활동 영역



[표3-7-14] 뮤지션 활동 영역

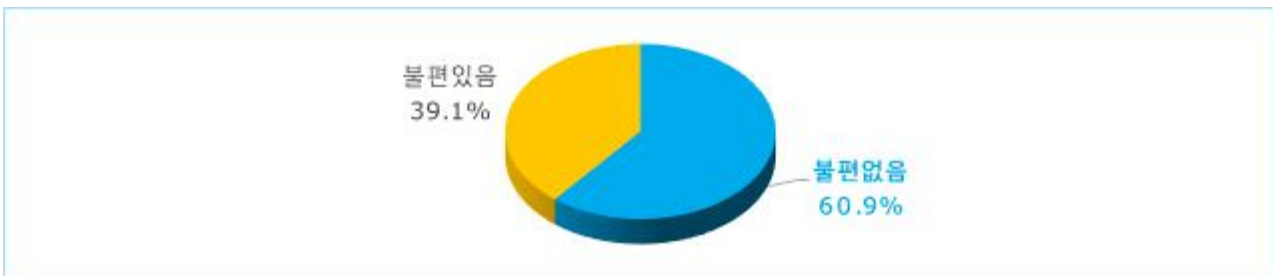
구분	전체	공연/버스킹	온라인	기타
뮤지션(명)	46	35	9	2
비중(%)	100.0	76.1	19.6	4.3

※ n(응답자) = 46

라. 부산/경남지역 거주로 인한 불편

○ 부산/경남지역 거주로 인한 불편함이 ‘없다’의 응답이 60.9%로, 불편함이 ‘있다(39.1%)’의 응답보다 높게 나타남

[그림3-7-13] 뮤지션 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부



[표3-7-15] 뮤지션 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부

구분	전체	없음	있음
뮤지션(명)	46	28	18
비중(%)	100.0	60.9	39.1

※ n(응답자) = 46

마. 지역거주 뮤지션 지원사업

○ 지역거주 뮤지션을 위해 가장 필요한 지원사업으로는 ‘음반 제작지원’이 40.9%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-7-14] 지역거주 뮤지션 지원사업



[표3-7-16] 지역거주 뮤지션 지원사업

구분	전체	연습실, 녹음, 편집시설 제공	교육프로그램 제공	음반 제작 지원	공연 지원	수도권과 네트워크 지원	기타
뮤지션(명)	44	7	1	18	13	3	2
비중(%)	100.0	15.9	2.3	40.9	29.5	6.8	4.5

※ n(응답자) = 44

바. 뮤지션 관련 애로사항

○ 뮤지션 관련 애로사항으로는 ‘경제적 어려움’ 54.5%로 가장 비중이 높게 나타남

[그림3-7-15] 뮤지션 관련 애로사항



[표3-7-17] 뮤지션 관련 애로사항

구분	전체	경제적 어려움	창작에 대한 스트레스	적정 출연료 책정	연습 및 제작 공간 부족	제작비용 부담	기타
뮤지션(명)	44	24	1	7	1	9	2
비중(%)	100.0	54.5	2.3	15.9	2.3	20.5	4.5

※ n(응답자) = 44



# 제4장

## 부산CT산업 인터뷰

# 1 인터뷰 개요

## 가. 인터뷰 목적

- 2023 부산 CT산업 통계조사에 포함된 6개의 산업을 지정하여, 업체 및 개인 대상을 선정 후 심층적인 인터뷰를 실시함
  - 현황조사를 통해서 산업현황에 대한 계량적인 현황 파악은 가능하나 산업동향, 애로사항, 정책적 의견 등 정량적인 내용을 파악하기에는 한계가 있음
  - 정량적 조사에만 국한되는 것이 아닌 부산CT 산업과 관련한 사업체 및 개인의 심도있는 답변을 통해 구체적인 현황을 반영하고, 정량적 조사의 한계를 보완하고자 함

## 나. 인터뷰 대상

- 2023 부산 CT산업 통계조사와 관련한 음악산업, 만화산업, 게임산업, 애니메이션 산업, XR산업, 방송 산업 6개 산업을 대상으로 인터뷰 대상을 선정함
  - 김지홍 연주가(음악\_개인), 이아영 작가(만화\_개인), 넥스트스테이지(게임\_사업체), 아리모아(애니메이션\_사업체), 삼우이머션(XR\_사업체), 블루데이TV(방송\_개인)

## 다. 인터뷰 내용

[표5-2-1] 인터뷰 내용

구분		내용
활동 현황	사업체	· 사업체 콘텐츠 사업 업종, 서비스 유통 방식 · 국내외 수익 창출 비중/마케팅/홍보 인력 및 활동, 해외진출 여부 · 제품 및 서비스의 개발/제조 방식, 인력수급 · 애로사항
	개인	· 개인 활동 업종 / 콘텐츠 제작 및 유통 방식 · 콘텐츠 활동 외 소득원, 콘텐츠 활동 상의 어려움 · 활동 상의 어려움 해결 필요한 지원 사업 · 콘텐츠 발전 및 활성화를 위한 보충점
해외 진출 계획 및 현황		· 콘텐츠 활동 해외 진출 진행 및 계획 여부 · 해외 진출 관련 마케팅 및 홍보 활동 진행
입지 관련 사항		· 부산시 혹은 진흥원의 콘텐츠산업 지원 대상 여부 · 부산 거주상의 장단점
기타 의견		· 부산 콘텐츠 산업 혹은 부산정보산업진흥원에 대한 기타의견

## 2 사업체 인터뷰 결과

### 가. 인터뷰 요약

- 부산 CT산업 3개의 업종 조사한 결과, 인터뷰 대상은 게임, 애니, XR산업 중심의 업종 운영하고 있음. 인터뷰 진행 사업체는 콘텐츠 활동 전개를 국내뿐만 아니라 해외 진출 진행 및 준비 단계 추진하고 있으며, 이와 관련하여 마케팅 홍보 부서 및 전담 인력이 어느 정도 마련되어 있음
- 사업체 운영에 있어서의 어려움은 공통적으로 구인난이었으며, 해당 업종의 실무 인재가 부족함. 이에 대해 필요한 지원사업으로는 임금 격차를 해소할 수 있는 정책 및 인재 육성 프로그램 제공이었음. 뿐만 아니라 산업 육성을 위한 재정적 지원 사업의 증가 및 증액이 필요함
- 게임, 애니, XR 사업체의 경우에는 디지털 전환이 이미 추진 단계에 들어서 있으며, 추가적으로 디지털 전환이 필요시 되는 부분은 사업체 모두 공통적으로 추후 신기술에 대한 선진적인 도입 및 관련 교육 제공이었음

### 나. 산업별 인터뷰 요약

#### I. 산업 및 인력 현황

##### 1. 귀사의 산업 및 콘텐츠 제작은 어떤 산업을 토대로 운영하고 계십니까?

- **게임산업** : 2015년 글로벌 게임센터에 입주하여 모바일게임 2개 콘솔게임 1개를 제작하였고, 현재 다른 콘솔게임을 제작하고 있음
- **애니산업** : 2002년 교육 사업부를 시작으로 2017년에 애니메이션 사업부를 신설하면서 치치핑핑이라는 아이템을 가지고 현재까지 애니메이션과 캐릭터 라이선싱을 하고 있음
- **XR산업** : XR, MR, VR 등 가상현실 기술이 기반되어 있는 몰입현실 기술과 교육훈련 시스템을 활용하여 몰입 경험을 제공하는 메타버스 산업의 기업임

2. 귀사의 콘텐츠 제작 방향 및 서비스 유통 방식은 무엇입니까?

- **게임산업** : 콘솔 게임을 제작하고 있으며, 모바일 게임을 만들 때는 자체 유통을 진행하였고, '울트라에이지'라는 게임의 경우 국내 퍼블리셔를 통해 글로벌 서비스를 진행하였음. 지금은 애플마켓을 활용하여 유통하고 있으며, 플랫폼 홀더에 퍼블리싱을 논의 중에 있음
- **애니산업** : 현재 국내 뿐만 아니라 해외 50여개국 서비스를 진행하고 있음. 콘텐츠 제작의 경우 기존에는 마야 프로그램을 활용한 티비 애니메이션을 제작하였고, 현재는 언리얼 엔진을 활용하면 제작비 30% 정도 절감하는 효과가 있어 생성형 AI와 모션 캡처를 접목한 새로운 제작 시스템으로 전환하고 있음  
서비스 유통 방식은 B2B 방식으로 방송사(지상파, 종편, 케이블TV)로 유통 되고 있고, 캐릭터를 상품화 하는 라이선싱 인데 제조업체와 협력하고 있으며, 10~20%는 직접 판매를 하고 있음
- **XR산업** : 버추얼 교육훈련 플랫폼으로, 학교나 교육기관에서 가상현실의 교육 콘텐츠 및 교육시설을 만들고 제공함

3. 귀사의 주된 수익 창출 근원 및 국내·외 비중은 어떠합니까?

- **게임산업** : B2C로 플레이어들에게 게임을 판매하고 수익 창출을 하고 있음
- **애니산업** : 방송용 애니메이션의 제작비는 1억 5천~3억정도 들어가는데, 방송을 할 경우 편당 1,000만원 정도 받을 수 있기 때문에 10% 정도 방송 수익이고 나머지는 캐릭터 라이선싱 사업에서 수익을 내야 하는데 현재 상황에서는 수익 내기가 어려움. 수익창출을 국내/해외 비중으로 국내가 비중이 높으나 영상 배급과 관련해서는 해외가 더 큼
- **XR산업** : 몰입현실 기술을 통한 교육훈련이 주목적이기 때문에 국가와 대학, 군부대 위주의 B2G로 수익을 창출하고 있음. 주로 수익 창출은 국내에서 이뤄지고 있으며, 해외 진출 계획 중에 있음

4. 사업체 운영(ex 콘텐츠 소재, 구인 등)에 있어서 어려움은 무엇입니까?

- **게임산업** : 아트 부분의 구인이 조금 어렵고, 기획파트가 가장 구하기가 어려움. 또한, 콘텐츠쪽에서는 게임 개발을 위해 모션캡처 등 최신기술들을 활용하고자 하는데 어려움이 있음. 최신 기술 장비 혹은 장소들은 거의 다 서울에 있고, 부산에는 영화를 전문으로 하지 우리가 어떻게 신청해야 할지, 게임 분야에서 활용이 가능한지 여부와 사례가 없어 이용하기 어려움
- **애니산업** : 지금 현재 경력직은 하늘에 별따기고, 신규 직원도 수급하기 어려움. 부산에 애니메이션 기업은 대다수 외주 업체이며, 창작IP 업체는 5개 정도 뿐이라 부산 소재 대학교 애니메이션 관련 학과에서 배출된 인력들이 서울로 빠짐
- **XR산업** : 회사 운영 상의 자금적인 부분과 몰입현실 기술에 특화된 인재 혹은 실질적인 인재가 부족한 것이 실상임. 이 때문에 회사 자체적으로 개발자 양성 프로그램을 도입하여 진행 중에 있음

5. (위의 응답에 따라) 어려움 해결에 있어 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까?

- 게임산업 : 인프라 관련해서는 차세대 게임 개발을 위한 모션캡처 장소라든가, 모션캡처 배우들을 섭외할 수 있는 시스템이 필요함. 구인쪽은 내일채움공제와 같이 임금격차를 보존해 주는 제도가 있었으면 좋겠음
- 애니산업 : 부산은 의료나 조선쪽에 특화가 되어 있다 보니 CT(문화산업 콘텐츠)에 지원이 매우 작고, 재정적인 문제도 많음
- XR산업 : 개발자 양성 프로그램을 자체 실행하고 있는 만큼, 교육 과정상 필요한 시설 및 공간, 금전적인 지원 제공 사업이 필요함

6. 귀사의 콘텐츠 발전에 있어 보충되어야 하는 방향은 무엇이라고 생각하십니까?

- 게임산업 : 금전적, 인프라에 대한 많은 투자가 필요함
- 애니산업 : 진흥원이 오랫동안 많은 기업들에게 지원을 해 주었으나, 이제는 스타 기업에게 집중적인 지원이 필요한 시점으로 지원을 균등하게 주지 말고 한군데에 지원금을 높게 주고 나머지를 차등적으로 지원해 주면 좋을 것 같음
- XR산업 : 메타버스 산업의 경우 기술 트렌드가 급격하게 변화하기 때문에 기술적으로 공급받기 어려운 기술의 경우, 학계 내에서 연구 및 개발이 된다면 우선 공급해주었으면 함

II. 디지털 전환 및 도입 수준

7. 귀사의 콘텐츠 및 제작물은 디지털 추진 및 도입이 반영되고 있습니까?

- 게임산업 : 현재 디지털 추진이 되어 있음
- 애니산업 : 언리얼 프로그램, 모션캡션을 3년전부터 도입하여 습득하고 상용화 단계에 있음
- XR산업 : 기업 자체가 디지털 전환과 같은 기술을 제공하는 기업이며, 회사 내부적으로는 SI를 활용하여 사내 통합된 데이터를 서칭하고 지표화하는 단순 작업을 통해 능률성을 높이고 있음

8. 귀사 내의 디지털 전환 추진 및 도입이 필요시 되는 부분은 무엇이라고 생각하십니까?

- 게임산업 : 부산업체의 경우 서울과 비교했을 때 신기술(AI, 챗gpt, 컨퍼런스, 지라, 구글 워크스페이스 등)에 대한 정보가 부족하거나 비용 부담으로 사용을 안하는 경우가 많아 이러한 신기술에 대한 소개 프로그램이나 월 사용료를 지원해 주는 사업이 있었으면 좋겠음
- 애니산업 : 다양한 신기술이 빠르게 도입이 되어야 하는데 부산 소재 업체에서 도입을 잘 안하고 있고, 서울 경기도에서는 신기술 관련 교육과 인력이 많이 배출되고 있는 반면 부산은 그러한 기회가 없어 신기술 도입을 장려하는 지원 사업이 필요함
- XR산업 : 개발자는 개발 업무에 집중이 필요하고, 언어에 대한 교육이 추가적으로는 이뤄지기에는 한계가 있음. 기업의 해외 진출을 고려했을 때, 바이어와의 화상미팅에서 언어가 자동적으로 번역되는 기술을 개발 중에 있음.

Ⅲ. 해외 진출 계획 및 현황

9. 귀사의 콘텐츠 산업은 해외진출을 진행 혹은 계획 중이십니까?

- 게임산업 : 울트라에이지의 경우 글로벌로 판매중에 있으며, 진흥원에서 서류/법률(계약, 라이선스 등) 관련 지원을 받아 보고싶음
- 애니산업 : 아시아, 중동, 북아프리카에 진출해 있고, 올해는 남미, 북미, 유럽을 타겟으로 진행 중에 있음
- XR산업 : 최근 베트남 내 기업과 교류하고 있으며, 아시아 국가로는 베트남, 두바이, 싱가포르 국가와 커뮤니케이션 진행 중이고, 유럽의 경우에는 리버풀 대학과 공동 협업 프로젝트 논의 중에 있음. 추후에 미국쪽과의 파트너 형성을 통해 프로젝트 진행 희망

10. 콘텐츠 산업의 해외 진출에 관하여 마케팅 및 홍보 활동은 어떻게 진행하고 계십니까?

- 게임산업 : 퍼블리셔가 마케팅과 홍보를 진행 해 주고 있고, 현재는 자체적으로 플랫폼 홀더들과 자체적으로 진행할 예정임
- 애니산업 : 해외 전시회를 통한 마케팅이나 홍보를 활용하고 있음. 직접적인 참가가 불가능할 시, 해외 에이전트를 활용하여 바이어와 미팅을 진행하고 있음
- XR산업 : 홍보 부서가 따로 마련되어 있으나, 현재 대표가 주체적으로 홍보에 전력하고 있음. Linked in, 페이스북 등에서 회사 사업을 홍보하고 있음

Ⅳ. 입지 관련 의견

11. 귀사의 콘텐츠 활동에 관하여 부산시 혹은 콘텐츠진흥원의 지원을 받고 계십니까?

- 게임산업 : 작년에 콘텐츠 제작 지원사업을 받아서 게임 출시까지 이루어져 매우 만족하고 있음. 아쉬운 점은 지원 기간이 짧음. 보통 1년정도인데 이러한 지원사업이 좀 길게 되었으면 좋겠고, 지원 금액도 증액 되면 좋겠음
- 애니산업 : 스타 프로젝트, 저작권, 인재양성, 마케팅 지원 등 많은 지원을 받고 있어 만족하고 있음
- XR산업 : 부산 테크노파크 지원 특화 산업 육성, 메타버스 콘텐츠 다양화를 위한 기업 맞춤형 패키지 지원 사업, 청년인재 연결을 통한 인건비 지원 사업 등 수혜 경험 다수 있음.

12. 부산시에 위치해 있어 생기는 (타 지역 대비) 장단점이 있습니까?

- **게임산업** : 일본의 플래티넘 게임즈는 도쿄가 아닌 오사카 지역에서 글로벌 회사로 성장했다는 배경을 모티브 삼아 우리도 부산에 설립하였고, 부산시의 장점은 동일 임금을 받을 경우 서울보다 주거환경이 안정적임. 사업적인 이점은 주변 게임 업체와 지속적으로 커뮤니케이션을 하고 있어 개발 환경이 좋음. 단점으로는 인재 영입, 인프라 부족, 사무실 구하기가 어려움
- **애니산업** : 부산에서 애니메이션 학과가 15개 이상인데 졸업생들을 부산에서 소화를 못하고 수도권으로 인력이 빠져나가고, 일부 남은 인력도 게임이나 웹툰쪽으로 빠져나가 인력 자체가 수급이 어려움. 장점으로는 시장 자체가 타 도(수도권 제외)에 비해 부산 내수 시장이 돌아갈 수 있다는게 장점이라고 볼 수 있음
- **XR산업** : 부산시에 위치해 있으면서의 장점은 인건비와 시설 유지비 등이 저렴하며, 단점으로는 부산시 내의 사업거리가 많이 없고, 지역 내 기술인력이 부족함

V. 기타사항

13. 부산 콘텐츠 산업 혹은 부산정보산업진흥원에 기타 의견이 있으십니까?

- **게임산업** : 영화산업에서 활용하는 모션캡처와 같은 신기술 인프라/솔루션을 게임산업에서도 사용 가능하도록 통합적인 지원이 필요하며, 부산시나 진흥원에서 직원들의 주거 환경을 위해 은행 이자 지원을 해 주었으면 인재 유출이 적어질 것 같음
- **애니산업** : 업체 대표들이 각성하여 신기술을 도입할 수 있도록 해야 함. 신기술 인재 양성에 대한 교육을 빨리 진행해야 하고, 기업에서 안하면 진흥원에서 빠르게 지원사업을 통해 진행해야 함
- **XR산업** : 지원사업을 증가시키는 것보다 부산 내 사업을 증가시키면서 해당 용역을 부산기업에게 맡기는 것이 부산 산업을 성장시킬 수 있는 장기적인 부분임. 타지역에서 부산 사업을 맡게 되는 경우가 허다하기 때문에 부산 소재 기업의 경우 가산점 부여 등과 같은 혜택 필요함

### 3 개인 인터뷰 결과

#### 가. 인터뷰 요약

- 음악(뮤지션), 만화(웹툰작가), 방송(1인 크리에이터) 산업 대상 인터뷰 결과, 콘텐츠 활동 외에 부수입 활동이 모두 있었으며, 이는 작품 활동 전개 단독으로만은 제작비 대비 수익률이 낮은 구조임
- 개인 활동의 어려움으로 창작활동에 대한 재정적 부담과 활동에 대한 불확실성이 있으며, 필요한 지원 사업에 대한 응답으로는 금전적 지원, 시설 및 공간 마련 지원 사업, 구인 매칭 지원 사업이 공통적임
- 개인 창작자의 경우 콘텐츠 및 작품 활동의 경우에는 해외 진출을 고려하고 콘텐츠 활동을 전개하는 것이 아니라 해당 분야의 인지도를 쌓고, 중간 매개체를 통해 해외 진출 기회를 고려하고 있음

#### 나. 산업별 인터뷰 요약

##### I. 산업 및 인력 현황

#### 1. 귀하의 콘텐츠 활동은 어떤 산업을 토대로 운영하고 계십니까?

- 음악산업 : 작곡, 피아노 연주 모두 맡고 있으며, 재즈피아니스트 전공임. '오느린유희린'이라는 싱어송라이터로 활동 중임
- 만화산업 : 온라인 웹툰을 주력으로 글, 그림을 혼자 맡고 있으며, 지류 만화의 경우에는 이벤트성으로만 제작하고 있음
- 방송산업 : 처음에는 게임 공략을 하는 게임 영상을 주로 올렸으나, 진흥원에서 지원하는 교육 등을 받고 난 이후 외국인을 대상으로 부산 경치나 가볼만한 곳을 소개하는 콘텐츠를 업로드 하고 있음

#### 2. 귀하의 콘텐츠 제작 및 서비스 유통 방식은 무엇입니까?

- 음악산업 : 주로 음반 유통을 하며, 오느린유희린 그룹 활동의 경우에는 앨범을 내어 뮤직비디오를 제작함. 해당 작품은 SNS를 활용하여 홍보하며, 콘서트 활동도 진행함
- 만화산업 : 스케줄 조절이 어려울 때, 단기 어시를 활용하여 연재하기도 함. 현재는 플랫폼과의 다이렉트 계약을 통해 진행 중에 있음. 향후에는 개인이 아닌 그림작가 및 에이전시와의 협업도 고려하고 있음
- 방송산업 : 외국인들에게 부산에 가볼만한 곳을 소개하는 콘텐츠를 진행하고 있으며, 현재는 혼자 영상 제작 및 편집을 진행함

3. 귀하의 콘텐츠 활동 외에 주된 수익 근원은 무엇입니까?

- 음악산업 : 현재 부산예술대학교 교수로 소속되어 있으며, 음악 창작 활동 외에 개인 레슨과 같은 지도 및 교육 활동을 통해 대부분 수익 창출. 프로듀싱 작업으로도 수익 활동을 하고 있음
- 만화산업 : 콘텐츠 활동 외에 강의 활동이나 전시활동도 하고 있음. 강의 부분은 특히 수요가 많아 모교, 도서관, 진흥원 등에서 1회성 특강 혹은 정기적 강의를 진행하고 있음
- 방송산업 : 직장생활을 하다 1인 게임 개발을 위해 그만두고, 현재는 아르바이트를 하고 있음. 유튜버는 취미로 활동중에 있음

4. 개인 활동에 있어서 어려움(ex 수익창출, 구인 등)은 무엇입니까?

- 음악산업 : 제작비 대비하여 수익 창출이 되지 않는 구조이며, 지원사업의 경우에도 어느 한 장르에 편중되어 있음. 아티스트들이 공연을 할만한 공간 및 시설 부족함
- 만화산업 : 현재 웹툰 산업이 상향평준화되었는데, 보조인력 없이 혼자서 진행하기 때문에 무리가 되는 부분이 있음. 또한 연재가 불발될 경우, 그간의 비용 및 노력이 보상받지 못함. 이 때문에 어시와의 일정 조율이 문제가 되기도 함
- 방송산업 : 전업으로 유튜버를 하기 위해서는 초기에 수입원이 거의 없고, 감수해야될 리스크가 커서 고민하고 있음. 만약 본격적으로 크리에이터를 진행한다면 편집자가 가장 필요함

5. (위의 응답에 따라) 어려움 해결에 있어 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까?

- 음악산업 : 음반지원 사업에 대한 금전적 지원으로 자유로운 창작활동을 할 수 있도록 지원해주어야 된다고 생각함. 부산 내에 공연할 수 있는 시설 및 공간 마련에 대한 지원사업이 필요함
- 만화산업 : 작가와 어시 간의 구인구직 매칭 프로그램 마련 필요하고 어시 활용에 대한 지원 금액이 물가를 반영하여 증액되었으면 함. 어시에 대한 비용 청구를 할 때, 작가를 통하지 않고 어시에게 바로 지급되어 절차의 투명성이 제고되었으면 함. 만화작가마다 연재 준비 시기가 다르기 때문에 지원사업 시기를 분기별로 나누는 등에 대한 변화 필요함
- 방송산업 : 진흥원에 다양한 분야(영상 제작, 편집 등)의 교육이 있는데, 교육 이수자들이 함께 콘텐츠 제작을 할 수 있는 프로젝트 지원 사업이 필요함. 이를 통해 제작 방식이나 인력 구인 방법 등을 알 수 있음. 또한, 진흥원에서 인프라 관련 지원을 해 주었으면 좋겠음

6. 귀하의 콘텐츠 발전에 있어 보충되어야 하는 방향은 무엇이라고 생각하십니까?

- 음악산업 : 부산 문화 지원사업 절차의 유연성 및 다양한 장르의 심사위원 재구성해야 한다고 생각함. 또한 지원사업과 같은 정책을 총괄할 때, 음악 산업에 대한 실질적인 이해와 전문성이 있는 담당자로 구성했으면 함
- 만화산업 : 개인 사업자에 대한 세금 및 세목에 대한 특강, 만화산업 관련 익명 소통 창구 및 간담회 조성, 작가간의 스토리 관련 자료 공유
- 방송산업 : 현재 운영중인 채널의 경우 주로 게임 콘텐츠 위주여서 외국인에게 한국(부산)을 알리는 콘텐츠 채널을 분리하여 운영할 필요가 있음

## Ⅱ. 해외 진출 계획 및 현황

### 7. 귀하의 콘텐츠 활동은 해외진출을 염두에 두고 계십니까?

- 음악산업 : 부산음악창작소의 권유를 통해 해외 투자자들과 접촉할 수 있는 페스티벌에 참여한 경험은 있음
- 만화산업 : 작품을 기획할 때부터 해외 진출을 고려하기 보다는 연재 작품 중에서 컨택이 되고 있음
- 방송산업 : 외국인 대상으로 한국 소개하는 콘텐츠 제작을 통해 영상 업로드 진행 중임

### 8. 콘텐츠 산업의 해외 진출에 관하여 마케팅 및 홍보 활동은 어떻게 진행하고 계십니까?

- 음악산업 : 해외진출에 관련하여 마케팅 및 홍보를 하고 있진 않음. 음악산업의 경우, 해외 진출을 미리 염두에 두고 활동하는 것이 아니라 인지도가 있는 아티스트들이 해외 진출을 하게 됨
- 만화산업 : 플랫폼은 해외 플랫폼을 제작하면서 의사를 여쭙보거나 에이전시의 경우에는 홍보 및 마케팅 부분을 맡아서 진행해줌
- 방송산업 : 주로 게임 공략 등을 통해 구독자를 늘려 갔으며, 따로 홍보 활동은 진행하고 있지 않음

## Ⅲ. 입지 관련 의견

### 9. 귀하의 콘텐츠 활동에 관하여 부산시 혹은 콘텐츠진흥원의 지원을 받고 계십니까?

- 음악산업 : 매년 부산음악창작소의 지원을 받고 있으며, 부산문화재단에서 뮤직비디오 제작 사업, 음반 지원 사업, 프로듀싱 매칭 사업의 지원을 받았음
- 만화산업 : 작품 준비 과정에서 금전적인 지원을 해주는 창작 지원 사업의 수혜 받은 적이 있음. 뿐만 아니라 일본 기타큐슈와의 협업을 통해 일본 만화 문화를 체험하고, 좋은 경험이었다는 걸로 기억함. 작가의 역량 및 성장을 위해 해외 교류 사업이 활성화되었으면 함
- 방송산업 : 1인 크리에이터 양성과정, AI영상제작, 라이브커머스, 부산 브랜딩 마케팅을 지원하였으며, 많은 도움이 되었음

### 10. 부산시에 위치해 있어 생기는 (타 지역 대비) 장단점이 있습니까?

- 음악산업 : 다양한 지원사업을 운영하고 있지만 서울 지역에 비해서는 블루오션 지역임. 부산 지역 내 음악 관련 아티스트풀이 좁고, 젊은 층의 아티스트가 부족함. 부산 아티스트들 간의 커뮤니티도 부족함
- 만화산업 : 고향이기 때문에 정착된 거주지이며, 익숙한 공간에서 콘텐츠 활동을 전개하고자 하는 마음이 큼. 부산 작가들 간의 친분이 쌓여져 있고, 커뮤니티 활성화가 되어 있음
- 방송산업 : 서울의 경우는 다양성 및 인프라가 잘 갖춰져 있지만, 부산의 경우 산과 바다가 어우러져 있어 외국인들에게 한국을 소개하는 콘텐츠의 경우 부산이 가장 최적화 되어있음

#### IV. 기타사항

---

##### 11. 부산 콘텐츠 산업 혹은 부산정보산업진흥원에 기타 의견이 있으십니까?

- **음악산업** : 앨범 제작, 프로듀싱, 프로듀서 매칭 사업과 같은 지원사업을 통해 많은 아티스트의 원활한 콘텐츠 활동을 지원해줄 수 있었으면 함
- **만화산업** : 창작지원 사업의 경우 지원을 받다가 미연재가 결정된 후에도 지원을 받기 위해 만화를 제작해야하는 경우가 있어 비효율적임. 해당 사업을 작가에 대한 지원으로 바꾼 후, 여러 작품을 제작할 수 있게 하여 하나의 연재 작품이라도 배출하는 것이 좋다고 생각함
- **방송산업** : 진흥원에서 진행하는 다양한 지원사업에 대한 홍보를 잘 해주었으면 좋겠음. 특히 홍보물 제작에 있어서 대형 인플루언서를 활용하여 진행하면 훨씬 좋을 것 같음



# 제5장

## 인프라 현황

# 제1절

## 물적 인프라

# 1 종합

## 가. 문화시설 현황

○ 부산시 소재 문화시설은 총 139개로 6개 광역시 중에서 가장 많은 것으로 나타남

[표5-1-1] 전국 문화기반시설 현황

지역	전체	국립 도서관	공공 도서관	박물관	미술관	문예회관	지방 문화원	문화의집
계	3,145	4	1,208	909	285	267	231	68
서울	435	3	195	130	44	27	25	3
부산	139	0	49	33	9	12	16	0
대구	95	0	44	17	4	11	8	0
인천	126	0	58	30	5	11	10	0
광주	74	0	24	12	14	8	5	3
대전	63	0	26	15	5	5	5	3
울산	44	0	19	11	1	5	5	0
세종	24	0	13	7	0	1	1	0
경기	591	1	300	128	58	44	31	10
강원	241	0	60	97	22	23	18	4
충북	141	0	54	43	11	12	11	6
충남	183	0	63	64	10	18	15	4
전북	180	0	64	43	21	17	14	5
전남	230	0	71	65	38	21	22	3
경북	221	0	70	75	11	27	23	5
경남	228	0	76	77	11	22	20	8
제주	130	0	22	62	21	3	2	14

※ 문화체육관광부 '2022 전국 문화기반시설 총람

- 부산시 지역별로 문화기반시설을 살펴보면 남구와 해운대구가 총 13개로 가장 많았으며, 그 다음으로 금정구(12개), 동구(11개), 북구(11개) 등의 순으로 많이 나타남
- 공연시설은 남구가 총 18개로 가장 많으며, 그 다음으로 해운대구(8개), 금정구(7개), 수영구(7개) 순으로 많은 것으로 나타남

[표5-1-2] 부산 문화기반시설 및 공연시설 현황

군/구	문화기반시설							공연시설
	전체	공공도서관	박물관	미술관	문예회관	지방문화원	문화의 집	전체
부산	139	49	33	9	12	16	0	75
중구	8	1	2	1	1	1	0	6
서구	7	1	2	1	0	1	0	0
동구	11	3	0	0	2	1	0	5
영도구	8	2	3	0	1	1	0	3
부산진구	12	4	4	1	0	1	0	4
동래구	8	3	3	0	1	1	0	6
남구	13	2	7	1	2	1	0	18
북구	11	5	2	0	1	1	0	3
해운대구	13	7	1	2	2	1	0	8
사하구	7	2	1	1	1	1	0	2
강서구	5	3	1	0	0	1	0	1
금정구	12	3	3	2	1	1	0	7
연제구	4	2	1	0	0	1	0	1
수영구	5	2	0	0	0	1	0	7
사상구	6	2	2	0	0	1	0	2
기장군	9	7	1	0	0	1	0	2

※ 공공도서관, 박물관, 미술관, 문예회관, 지방문화원, 문화의 집 : 문화체육관광부 ‘2022 전국 문화기반시설 총람’  
 ※ 공연시설 : 문화체육관광부 ‘2022년 등록공연장 현황’

## 2 문화시설 상세현황

### 가. 도서관

[표5-1-3] 부산 도서관 현황

구분	합계(개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도구	부산진구	동래구	남구	북구	해운대구	사하구	강서구	금정구	연제구	수영구	사상구	기장군
지자체	33	0	0	2	2	1	2	2	3	3	1	3	2	1	2	2	7
교육청	14	1	1	1	0	3	1	0	1	3	1	0	1	1	0	0	0
사립	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
계	49	1	1	3	2	4	3	2	5	7	2	3	3	2	2	2	7

[표5-1-4] 부산 소재 도서관 ①

군/구	설립주체	시설명	주소	연락처	홈페이지	개관년도
강서구	지자체	지사도서관	부산광역시 강서구 과학산단2로20번길	051-970-2777	<a href="https://library.bsgan-gseo.go.kr/jslib/">https://library.bsgan-gseo.go.kr/jslib/</a>	2021
강서구	지자체	부산강서도서관	부산광역시 강서구 공항로811번길	051-970-4067	<a href="https://library.bsgan-gseo.go.kr/gslib/">https://library.bsgan-gseo.go.kr/gslib/</a>	1998
강서구	지자체	강서기적의도서관	부산광역시 강서구 명지오션시티10로	051-970-2317	<a href="https://library.bsgan-gseo.go.kr/gmlib/">https://library.bsgan-gseo.go.kr/gmlib/</a>	2018
금정구	교육청	부산광역시립서동도서관	부산광역시 금정구 서부로76번길	051-522-0456	<a href="https://home.pen.go.kr/seodonglib/main.do">https://home.pen.go.kr/seodonglib/main.do</a>	1983
금정구	지자체	금샘도서관	부산광역시 금정구 기창로 94	051-519-5900	<a href="https://www.geumjeong.go.kr/gslib">https://www.geumjeong.go.kr/gslib</a>	2021
금정구	지자체	금정도서관	부산광역시 금정구 금정도서관로 33	051-519-5612	<a href="http://library.geumjeong.go.kr">http://library.geumjeong.go.kr</a>	1996
기장군	지자체	기장도서관	부산광역시 기장군 차성동로126번길	051-724-3071	<a href="http://library.gijang.go.kr">http://library.gijang.go.kr</a>	2003
기장군	지자체	정관도서관	부산광역시 기장군 정관을 정관중앙로 100	051-709-3904	<a href="http://library.gijang.go.kr/jglib/main.do">http://library.gijang.go.kr/jglib/main.do</a>	2015
기장군	지자체	내리새라도서관	부산광역시 기장군 기장을 기장대로 51	051-709-3967	<a href="http://library.gijang.go.kr/naeri/main.do">http://library.gijang.go.kr/naeri/main.do</a>	2020

※ 문화체육관광부 '2022 전국 문화기반시설 총람

[표5-1-5] 부산 소재 도서관 ②

군/구	설립주체	시설명	주소	연락처	홈페이지	개관년도
기장군	지자체	고촌어울림도서관	부산광역시 기장군 철마면 고촌로 51	051-709-5381	<a href="http://library.gijang.go.kr/gochon/main.do">http://library.gijang.go.kr/gochon/main.do</a>	2020
기장군	지자체	기장디지털도서관	부산광역시 기장군 기장대로 560	051-709-5071	<a href="http://library.gijang.go.kr/dlib/">http://library.gijang.go.kr/dlib/</a>	2015
기장군	지자체	대라다목적도서관	부산광역시 기장군 기장을 차성서로 86	051-709-3961	<a href="http://library.gijang.go.kr/daera/main.do">http://library.gijang.go.kr/daera/main.do</a>	2016
기장군	지자체	정관어린이도서관	부산광역시 기장군 정관을 정관8로	051-709-5386	<a href="http://library.gijang.go.kr/jgchildlib">http://library.gijang.go.kr/jgchildlib</a>	2015
남구	지자체	남구도서관	부산광역시 남구 수영로267번길	051-607-6572	<a href="https://library.bsnamgu.go.kr/Main.do">https://library.bsnamgu.go.kr/Main.do</a>	1997
남구	지자체	부산광역시 남구 분포도서관	부산광역시 남구 분포로 97	051-607-3642	<a href="http://library.bsnamgu.go.kr/Main.do">http://library.bsnamgu.go.kr/Main.do</a>	2018
동구	교육청	부산광역시립중앙도 서관수정분관	부산광역시 동구 홍곡로 53	051-440-0300	<a href="https://home.pen.go.kr/joonganglib">https://home.pen.go.kr/joonganglib</a>	1999
동구	지자체	동구도서관	부산광역시 동구 성북로36번길	051-440-6412	<a href="http://www.bsdonggu.go.kr/library">http://www.bsdonggu.go.kr/library</a>	1998
동구	지자체	동구어린이영어도서 관	부산광역시 동구 수성로 21	051-440-6471	<a href="http://www.bsdonggu.go.kr/kidseng">http://www.bsdonggu.go.kr/kidseng</a>	2019
동래구	교육청	부산광역시립명장도 서관	부산광역시 동래구 명안로46번길	051-527-0583	<a href="https://home.pen.go.kr/mjlib/">https://home.pen.go.kr/mjlib/</a>	1994
동래구	지자체	동래읍성도서관	부산광역시 동래구 동래로159번길	051-550-6902	<a href="http://lib.dongnae.go.kr/dongnae">http://lib.dongnae.go.kr/dongnae</a>	2015
동래구	지자체	안락누리도서관	부산광역시 동래구 명안로10번길	051-550-6911	<a href="http://lib.dongnae.go.kr/allak/">http://lib.dongnae.go.kr/allak/</a>	2016
부산진구	교육청	부산광역시립부전도 서관	부산광역시 부산진구 동천로 79	051-802-5901	<a href="https://home.pen.go.kr/bujunlib/tp/tempPage/tempPageView.do?typeCd=imsiPage">https://home.pen.go.kr/bujunlib/tp/tempPage/tempPageView.do?typeCd=imsiPage</a>	1982
부산진구	교육청	부산광역시립시민도 서관	부산광역시 부산진구 월드컵대로 462	051-810-8200	<a href="http://home.pen.go.kr/siminlib">http://home.pen.go.kr/siminlib</a>	1901
부산진구	교육청	부산광역시립중앙도 서관분관부산영어도 서관	부산광역시 부산진구 가야대로 734	051-818-2800	<a href="http://www.bel.go.kr">http://www.bel.go.kr</a>	2009
부산진구	지자체	부산진구어린이청소 년도서관	부산광역시 부산진구 백양순환로110번길	051-605-5803	<a href="https://www.busanjin.go.kr/cylib/index.busanjin">https://www.busanjin.go.kr/cylib/index.busanjin</a>	2016
북구	교육청	부산광역시립구포도 서관	부산광역시 북구 백양대로1016번다길	051-330-6300	<a href="http://home.pen.go.kr/gupolib">http://home.pen.go.kr/gupolib</a>	1983
북구	사립	맨발동무도서관	부산광역시 북구 화명2동 양달로 64	051-333-2263	<a href="http://www.maenbal.org">http://www.maenbal.org</a>	2011
북구	지자체	금곡도서관	부산광역시 북구 효열로203번길	051-309-6181	<a href="https://www.bsbukgu.go.kr/bglib/index.bsbukgu">https://www.bsbukgu.go.kr/bglib/index.bsbukgu</a>	2016
북구	지자체	만덕도서관	부산광역시 북구 은행나무로 26	051-309-4944	<a href="https://www.bsbukgu.go.kr/mdlib/index.bsbukgu">https://www.bsbukgu.go.kr/mdlib/index.bsbukgu</a>	2002
북구	지자체	화명도서관	부산광역시 북구 화명대로12번길	051-309-6483	<a href="https://www.bsbukgu.go.kr/hmlib/index.bsbukgu">https://www.bsbukgu.go.kr/hmlib/index.bsbukgu</a>	2010
사상구	지자체	부산도서관	부산광역시 사상구 사상로310번길	051-310-5400	<a href="https://library.busan.go.kr/busanlibrary/index.do">https://library.busan.go.kr/busanlibrary/index.do</a>	2020

※ 문화체육관광부 '2022 전국 문화기반시설 총람

[표5-1-6] 부산 소재 도서관 ③

군/구	설립주체	시설명	주소	연락처	홈페이지	개관년도
사상구	지자체	사상도서관	부산광역시 사상구 덕상로72번길	051-310-7971	<a href="https://www.sasang.go.kr/library/index.sasang">https://www.sasang.go.kr/library/index.sasang</a>	2003
사하구	교육청	부산광역시립사하도서관	부산광역시 사하구 승학로 247	051-203-0571	<a href="https://home.pen.go.kr/sahalib">https://home.pen.go.kr/sahalib</a>	1984
사하구	지자체	다대도서관	부산광역시 사하구 다대낙조2길	051-220-5861	<a href="http://www.saha.go.kr/dadaelib">http://www.saha.go.kr/dadaelib</a>	2010
서구	교육청	부산광역시립구덕도서관	부산광역시 서구 대신공원로 41	051-220-3800	<a href="https://home.pen.go.kr/guducklib/main.do">https://home.pen.go.kr/guducklib/main.do</a>	1978
수영구	지자체	망미도서관	부산광역시 수영구 연수로315번길	051-610-4704	<a href="http://library.suyeong.go.kr">http://library.suyeong.go.kr</a>	2009
수영구	지자체	수영구도서관	부산광역시 수영구 남천서로 33	051-610-3972	<a href="http://library.suyeong.go.kr">http://library.suyeong.go.kr</a>	2002
연제구	교육청	부산광역시립연산도서관	부산광역시 연제구 고분로191번길	051-792-5400	<a href="https://home.pen.go.kr/yeonsanlib">https://home.pen.go.kr/yeonsanlib</a>	1987
연제구	지자체	연제도서관	부산광역시 연제구 황령산로 612	051-665-5511	<a href="http://library.yeonje.go.kr">http://library.yeonje.go.kr</a>	2014
영도구	지자체	영도도서관	부산광역시 영도구 함지로79번길	051-419-4821	<a href="https://www.yeongdo.go.kr/library.web">https://www.yeongdo.go.kr/library.web</a>	1996
영도구	지자체	영도어린이영어도서관	부산광역시 영도구 절영로 71	051-419-5673	<a href="https://www.yeongdo.go.kr/library/01351/01981.web">https://www.yeongdo.go.kr/library/01351/01981.web</a>	2009
중구	교육청	부산광역시립중앙도서관	부산광역시 중구 망양로193번길	051-250-0300	<a href="https://home.pen.go.kr/joonganglib/main.do">https://home.pen.go.kr/joonganglib/main.do</a>	1990
해운대구	교육청	해운대도서관 우동분관	부산광역시 해운대구 우동1로 89	051-742-2167	<a href="https://home.pen.go.kr/haeundaelib/main.do">https://home.pen.go.kr/haeundaelib/main.do</a>	1982
해운대구	교육청	부산광역시립반송도서관	부산광역시 해운대구 아랫반송로 22	051-545-0102	<a href="https://home.pen.go.kr/bansonglib">https://home.pen.go.kr/bansonglib</a>	1978
해운대구	교육청	부산광역시립해운대도서관	부산광역시 해운대구 양운로 183	051-709-0932	<a href="https://home.pen.go.kr/haeundaelib/main.do">https://home.pen.go.kr/haeundaelib/main.do</a>	2010
해운대구	사립	느티나무도서관	부산광역시 해운대구 반송2동 216-290	051-542-1590	<a href="http://www.ntnamu.kr/">http://www.ntnamu.kr/</a>	2007
해운대구	지자체	반여도서관	부산광역시 해운대구 재반로282번길	051-783-4010	<a href="https://www.haeundae.go.kr/library/index.do">https://www.haeundae.go.kr/library/index.do</a>	1999
해운대구	지자체	해운대인문학도서관	부산광역시 해운대구 반여로 132	051-749-6580	<a href="https://www.haeundae.go.kr/library/index.do">https://www.haeundae.go.kr/library/index.do</a>	2018
해운대구	지자체	재송어린이도서관	부산광역시 해운대구 해운대로76번길	051-749-7631	<a href="http://www.haeundae.go.kr/library/">http://www.haeundae.go.kr/library/</a>	2006

※ 문화체육관광부 '2022 전국 문화기반시설 총람

## 나. 박물관

[표5-1-7] 부산 박물관 현황

구분	합계 (개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도구	부산진구	동래구	남구	북구	해운대구	사하구	강서구	금정구	연제구	수영구	사상구	기장군
공립	13	2	1	0	2	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1
사립	9	0	0	0	0	1	1	3	0	1	0	1	2	0	0	0	0
대학	11	0	1	0	1	2	0	2	1	0	1	0	1	1	0	1	0
계	33	2	2	0	3	4	3	7	2	1	1	1	3	1	0	2	1

[표5-1-8] 부산 소재 박물관 ①

군/구	설립주체	시설명	주소	연락처	개관년도
강서구	사립	록봉민속교육박물관	부산광역시 강서구 가덕해안로 741	051-892-5597	2011
금정구	사립	범어사 성보박물관	부산광역시 금정구 범어사로 250	051-508-6139	2003
금정구	사립	범어사 성보관	부산광역시 금정구 범어사로 296	051-508-6139	2021
금정구	사립	오륜대한국순교자박물관	부산광역시 금정구 오륜대로 106-1	051-583-2923	1982
금정구	대학	부산대학교박물관	부산광역시 금정구 부산대학로63번길 2	051-510-1838	1964
기장군	공립	정관박물관	부산광역시 기장군 정관읍 정관중앙로122	051-720-6900	2015
남구	국립	국립일제강제동원역사관	부산광역시 남구 흥곡로 320번길 100	051-629-8600	2015
남구	공립	부산광역시립박물관	부산광역시 남구 유엔평화로 63	051-610-7111	1978
남구	사립	유엔평화기념관	부산광역시 남구 흥곡로 320번길 106	051-901-1400	2014
남구	사립	증권박물관(부산관)	부산광역시 남구 전포대로 133	051-519-0600	2019
남구	사립	한국거래소 자본시장역사박물관	부산광역시 남구 문현금융로 40 부산국제금융센터(BI FC)51층	051-662-2424	2019
남구	대학	경성대학교박물관	부산광역시 남구 수영로 309	051-663-4114	1972
남구	대학	부경대학교박물관	부산광역시 남구 용소로 45	051-629-6771	1984

※ 문화체육관광부 '2022 전국 문화기반시설 총량

[표5-1-9] 부산 소재 박물관 ②

군/구	설립주체	시설명	주소	연락처	개관년도
동래구	공립	북천박물관	부산광역시 동래구 북천로 63	051-554-4263	1996
동래구	공립	부산해양자연사박물관	부산광역시 동래구 우장춘로 175(온천동)	051-553-4944	1994
동래구	사립	한국기독교선교박물관	부산광역시 동래구 충렬대로 202번가길 13(예람비전센터 3층)	051-555-3096	2009
부산진구	공립	부산시민공원역사관	부산광역시 부산진구 시민공원로 73	051-888-6851	2014
부산진구	사립	부산포민속박물관	부산광역시 부산진구 중앙대로 702번길 21(부전동)	051-803-4300	2006
부산진구	대학	동의대학교박물관	부산광역시 부산진구 엄광로 176 (가야동)	051-890-1741	1986
부산진구	대학	부산여자대학교 한국차박물관	부산광역시 부산진구 진남로506 (양정동)	051-850-3112	1983
북구	공립	부산어촌민속관	부산광역시 북구 학사로 128(화명동)	051-550-8885	2007
북구	대학	부산과학기술대학교 민속자료실 박물관	부산광역시 북구 시랑로 132번길 88(구포3동) 청우관 5층 민속자료실	051-330-7076	1993
사상구	공립	사상생활사박물관	부산광역시 사상구 낙동대로1258번길 36	051-310-5136	2016
사상구	대학	신라대학교박물관	부산광역시 사상구 백양대로700번길 140	051-999-5281	1984
사하구	대학	동주대학교 석파박물관	부산광역시 사하구 사리로 55번길 16 석파문화관	051-200-3247	1995
서구	공립	임시수도기념관	부산광역시 서구 임시수도기념로 45	051-244-6345	1984
서구	대학	동아대학교 박물관	부산광역시 서구 구덕로 225	051-200-8493	1959
연제구	대학	부산교육대학교 교육박물관(한세갤러리)	부산광역시 연제구 교대로 24	051-500-7653	2016
영도구	국립	국립해양박물관	부산광역시 영도구 해양로 301번길 45	051-309-1900	2012
영도구	공립	동삼동패총전시관	부산광역시 영도구 태종로 729	051-403-1193	2002
영도구	대학	한국해양대학교박물관	부산광역시 영도구 태종로 727	051-410-4086	1985
중구	공립	부산근대역사관	부산광역시 중구 대청로 104	051-253-3845	2003
중구	공립	부산영화체험박물관	부산광역시 중구 대청로126번길 12	051-715-4200	2017
해운대구	사립	아세안문화박물관	부산광역시 해운대구 좌동로 162	051-775-2000	2017

※ 문화체육관광부 '2022 전국 문화기반시설 총람

다. 미술관

[표5-1-10] 부산 미술관 현황

구분	합계(개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도구	부산진구	동래구	남구	북구	해운대구	사하구	강서구	금정구	연제구	수영구	사상구	기장군
공립	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
사립	5	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0
대학	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
계	9	1	1	0	0	1	0	1	0	2	1	0	2	0	0	0	0

[표5-1-11] 부산 소재 미술관

군/구	설립주체	시설명	주소	연락처	개관년도
금정구	사립	디오티미술관	부산광역시 금정구 금샘로 35	051-518-8480	2018
금정구	사립	김스아트필드미술관	부산광역시 금정구 죽전1길 29	051-517-6800	2006
남구	대학	경성대학교미술관	부산광역시 남구 수영로 309 26호관 B108호	051-663-5361	1997
부산진구	사립	KT&G 상상마당 부산미술관	부산광역시 부산진구 서면로39	051-809-5555	2020
사하구	공립	부산현대미술관	부산광역시 사하구 낙동남로 1191	051-220-7400	2018
서구	대학	동아대학교 석당미술관	부산광역시 서구 구덕로 225	051-200-8749	2013
중구	사립	한광미술관	부산광역시 중구 중앙대로 130	051-469-0095	1970
해운대구	공립	부산광역시립미술관	부산광역시 해운대구 APEC로 58	051-744-2602	1998
해운대구	사립	고은사진미술관	부산광역시 해운대구 해운대로 452번길 16	051-746-0055	2011

※ 문화체육관광부 '2022 전국 문화기반시설 총람

라. 문예회관

[표5-1-12] 부산 문예회관 현황

구분	합계(개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도구	부산진구	동래구	남구	북구	해운대구	사하구	강서구	금정구	연제구	수영구	사상구	기장군
계	12	1	0	2	1	0	1	2	1	2	1	0	1	0	0	0	0

[표5-1-13] 부산 소재 문예회관

군/구	설립주체	시설명	주소	연락처	홈페이지	개관년도
금정구	기초자치단체	금정문화회관	부산광역시 금정구 체육공원로 7	051-519-5651	art.geumjeong.go.kr	2000
남구	광역자치단체	부산예술회관	부산광역시 남구 용소로78	051-631-1377	www.bsart.or.kr	2011
남구	광역자치단체	부산문화회관	부산광역시 남구 유엔평화로6번길 1	051-607-6000	www.bscc.or.kr	1988
동구	기초자치단체	동구국민체육문예센터	부산광역시 동구 구청로8	051-604-6000	www.bsdsportsart.or.kr	2017
동구	광역자치단체	부산시민회관	부산광역시 동구 자성로133번길 16	051-630-5200	www.bscc.or.kr	1973
동래구	기초자치단체	동래문화회관	서울특별시 동래구 문화로 80	051-550-6611	www.dongnae.go.kr/culture	1999
북구	기초자치단체	북구문화예술회관	부산광역시 북구 금곡대로46번길 50	051-309-4081	없음	2005
사하구	기초자치단체	을숙도문화회관	부산광역시 사하구 낙동남로 1233번길 25	051-220-5801	www.saha.go.kr/eulsukdo	2000
영도구	기초자치단체	영도문화예술회관	부산광역시 영도구 함지로 79번길 6	051-419-5571	culture.yeongdo.go.kr	2009
중구	광역자치단체	부산민주공원	부산광역시 중구 민주공원길19	051-790-7400	demopark.or.kr	1999
해운대구	기초자치단체	해운대문화회관	부산광역시 해운대구 양운로 97	051-749-7651	www.haeundae.go.kr/culture	2007
해운대구	광역자치단체	영화의전당	부산광역시 해운대구 수영강변대로 120	051-780-6000	www.dureraum.org	2011

※ 문화체육관광부 '2022 전국 문화기반시설 총람

마. 문화원

[표5-1-14] 부산 문화원 현황

구분	합계 (개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도구	부산진구	동래구	남구	북구	해운대구	사하구	강서구	금정구	연제구	수영구	사상구	기장군
계	16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

[표5-1-15] 부산 소재 문화원

군/구	시설명	주소	연락처	홈페이지	개관년도
강서구	강서문화원	부산광역시 강서구 낙동북로 477	051-972-6369	www.bsgangseo.com	1994
금정구	금정문화원	부산광역시 금정구 중앙대로 1826번길 10-4	051-581-9071	kumjung.or.kr	2000
기장군	기장문화원	부산광역시 기장군 기장읍 청강로 74번길 35-6	051-724-2224	gijangcc.or.kr	1997
남구	남구문화원	부산광역시 남구 신선로 566-2	051-624-1333	bsnamgucc.or.kr/	2007
동구	동구문화원	부산광역시 동구 중앙대로 349번길 20	051-400-4928	http://bdgcc.or.kr/	2009
동래구	동래문화원	부산광역시 동래구 문화로 80	051-555-1441	dongnae.kccf.or.kr	1998
부산진구	부산진문화원	부산광역시 부산진구 시민공원로 19번길 28	051-817-9648	busanjin.kccf.or.kr	2003
북구	낙동문화원	부산광역시 북구 금곡대로 46번길 50 북구문화빙상센터 2층	051-364-2710	nakdong.or.kr	1998
사상구	사상문화원	부산광역시 사상구 가야대로 196번길 51 다누리센터 2층	051-316-9111	sasangculture.or.kr	1999
사하구	사하문화원	부산광역시 사하구 낙동남로 1233번길 25	051-204-2587	www.sahacc.kr	2011
서구	서구문화원	부산광역시 서구 까치고개로 197번길 46	051-231-4085	www.seogucc.or.kr/	2009
수영구	수영문화원	부산광역시 수영구 광안해변로 219	051-758-0606	www.suyeongcc.or.kr	2009
연제구	연제문화원	부산광역시 연제구 거제대로 180	051-759-3113	www.yjculture.co.kr	1996
영도구	영도문화원	부산광역시 영도구 함지로 79번길 6	051-403-1861,2	www.ydculture.com/	2010
중구	중구문화원	부산광역시 중구 북병산길 20	051-442-2550	www.bsjungucc.com	2021
해운대구	해운대문화원	부산광역시 해운대구 센텀중앙로 170	051-784-3400	www.hudcc.or.kr	2017

※ 문화체육관광부 '2022 전국 문화기반시설 총량

바. 공연시설

[표5-1-16] 부산 공연시설 현황

구분	합계 (개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도구	부산진구	동래구	남구	북구	해운대구	사하구	강서구	금정구	연제구	수영구	사상구	기장군
계	75	6	0	5	3	4	6	18	3	8	2	1	7	1	7	2	2

[표5-1-17] 부산 소재 공연시설 ①

군/구	시설명	주소	공연장 등록일	객석수
중구	가톨릭소극장	중구로 71	2003	200
중구	민주공원 중극장	민주공원길 19	2004	419
중구	민주공원 소극장	민주공원길 19	2004	100
중구	BS부산은행 조은극장 제1관	구덕로34번길 4, 3층	2009	266
중구	BS부산은행 조은극장 제2관	구덕로34번길 4, 3층	2014	172
중구	살롱 드 부산 1023	40계단길 3, 지하 1층	2020	30
동구	부산시민회관 대극장	부산광역시 동구 자성로 133번길 16	2003	1606
동구	부산시민회관 소극장	부산광역시 동구 자성로 133번길 16	2003	385
동구	가온아트홀 1관	자성로133번길 10	2012	150
동구	가온아트홀 2관	자성로133번길 10	2012	100
동구	KB아트홀	자성로133번길 15	2015	318
영도구	영도문화예술회관 봉래홀(대공연장)	부산광역시 영도구 함지로 79번길 6	2009	428
영도구	영도문화예술회관 절영홀(소공연장)	부산광역시 영도구 함지로 79번길 6	2009	157
영도구	국립해양박물관 대강당	부산광역시 영도구 해양로301번길 45	2016	311
부산진구	국립부산국악원 연악당	국악로 2	2003	698
부산진구	국립부산국악원 예지당	국악로 2	2003	276
부산진구	KT&G상상마당부산 라이브홀	서면로 39	2020	217
부산진구	예림 아트홀	엄광로 52-1	2021	40

※ 문화체육관광부 '2022 등록공연장 현황'

[표5-1-18] 부산 소재 공연시설 ②

군/구	시설명	주소	공연장 등록일	객석수
동래구	동래문화회관 대극장	부산광역시 동래구 문화로 80	1999	505
동래구	동래문화회관 소극장	부산광역시 동래구 문화로 80	2003	200
동래구	열린 아트홀	부산광역시 동래구 온천장로 7, 지하2층	2013	80
동래구	송유당	부산광역시 동래구 우장춘로 195-46	2018	189
동래구	글로벌아트홀	부산광역시 동래구 사직북로48번길 162	2018	250
동래구	루트아르떼 아트홀	부산광역시 동래구 동래로 3, 지하2층	2021	80
남구	경성대학교컨서트홀	부산광역시 남구 수영로 309	2003	449
남구	예노소극장	부산광역시 남구 수영로 309, 1층	2008	220
남구	대동골 문화센터	부산광역시 남구 황령대로319번가길 147	2015	140
남구	부산예술회관 공연장	부산광역시 남구 용소로 78	2011	240
남구	가람아트홀	부산광역시 남구 유엔평화로76번길 26	2008	143
남구	용천소극장	부산광역시 남구 용소로13번길 36-1	2011	80
남구	하늘바람 소극장	부산광역시 남구 용소로13번길 17, 7층	2014	83
남구	에저또 소극장	부산광역시 남구 수영로293번길 42	2014	72
남구	나다소극장	부산광역시 남구 용소로40번길 11)	2015	70
남구	초콜릿팩토리	부산광역시 남구 수영로 298, 산암빌딩 지하층	2018	164
남구	드림씨어터	부산광역시 남구 전포대로 133, ifc몰 3층	2019	1727
북구	공간 소극장	부산광역시 남구 수영로 지하 242, 대연역	2019	50
북구	바이널언더그라운드	부산광역시 남구 수영로322번길 32	2020	50
북구	부산 해바라기 소극장	부산광역시 남구 용소로13번길 30	2021	119
해운대구	해운대문화회관 대극장(해운홀)	양운로 97	2007	458
해운대구	해운대문화회관 소극장(고운홀)	양운로 97	2007	130
해운대구	영화의전당 하늘연극장	수영강변대로120	2011	841
해운대구	국민생활관소극장	APEC로 68	2003	200

※ 문화체육관광부 ‘2022 등록공연장 현황’

[표5-1-19] 부산 소재 공연시설 ③

군/구	시설명	주소	공연장 등록일	객석수
해운대구	신세계문화홀	센텀남대로 35	2009	288
해운대구	KNN 시어터	센텀서로 30	2013	297
해운대구	수 아트홀	중동1로19번길 14	2012	110
해운대구	쿠무다 콘서트홀	송정광어골로 41, 지하1층	2021	217
사하구	을숙도문화회관 대공연장	낙동남로1233번길 25	2002	709
사하구	을숙도문화회관 소공연장	낙동남로1233번길 25	2006	208
금정구	금정문화회관 은빛샘홀	체육공원로 7	2003	394
금정구	금정문화회관 금빛누리홀	체육공원로 7	2003	880
금정구	꿈나래어린이극장	체육공원로399번길 324	2009	197
금정구	엔씨소극장	부산대로63번길2	2012	202
금정구	증인아트홀	장전온천천로113번길 17	2016	53
금정구	Campus D 고촌홀	공단동로55번길 28	2018	200
금정구	신명천지소극장	부곡로 77 지하	2020	80
강서구	성원아트홀	명지오션시티4로 88, 8층	2018	174
연제구	한결아트홀	월드컵대로 190	2009	137
수영구	부산메트로홀	수영로582번길 10	2009	160
수영구	레몬트리소극장	수영로 421-1	2013	100
수영구	액터스소극장	남천동로 7	2015	60
수영구	석천홀	구락로123번길 20	2018	450
수영구	소극장6번출구	수영로 477	2020	80
수영구	어댑티플레이스	광안해변로 193	2021	80
수영구	GMC(금난새 뮤직 센터)	구락로141번길 37	2021	100
사상구	다누리홀	가야대로196번길 51	2014	210
사상구	신라대학교 예음관 소극장	백양대로700번길 140	2013	273
기장군	안데르센극장	장안읍 기룡리 126	2016	241
기장군	가마골소극장	일광면 이천리 777-2	2017	83

※ 문화체육관광부 '2022 등록공연장 현황'

### 3 문화예술단체

[표5-1-20] 부산 주요 문화예술법인/단체 ①

단체명	지정형태	지정일자
(사)강태홍류 가야금산조보존회	전문예술법인	2009
(사)극단 맥	전문예술법인	2009
(사)극단 에저또	전문예술법인	2014
(사)남산놀이마당	전문예술법인	2012
(사)다대포후리소리보존협회	전문예술법인	2003
(사)다빈예술공간협회	전문예술법인	2013
(사)대한민국남부현대미술협회	전문예술법인	2009
(사)더솔로이스츠	전문예술법인	2016
(사)부산구덕민속예술보존협회	전문예술법인	2011
(사)부산국제무용제 조직위원회	전문예술법인	2013
(사)부산국제연극제조직위원회	전문예술법인	2009
(사)부산국제영화제	전문예술법인	2015
(사)부산네오파하모닉오케스트라	전문예술법인	2015
(사)부산메트로폴리탄필하모닉오케스트라	전문예술법인	2012
(사)부산문화관광축제조직위원회	전문예술법인	2003
(사)부산민속예술보존협회	전문예술법인	2003
(사)부산민예총	전문예술법인	2014
(사)부산북구문화관광축제조직위원회	전문예술법인	2013
(사)부산비엔날레조직위원회	전문예술법인	2003
(사)부산서예비엔날레	전문예술법인	2012
한결아트홀	전문예술단체	2017

※ 예술경영지원센터 '2022 전문예술법인·단체 백서'

[표5-1-21] 부산 주요 문화예술법인/단체 ②

단체명	지정형태	지정일자
(사)부산심포니오케스트라	전문예술법인	2011
(사)부산예술문화단체총연합회	전문예술법인	2014
(사)수영고적민속예술보존협회	전문예술법인	2011
(사)아동청소년 효예문화재단	전문예술법인	2013
(사)아지무스 오페라단	전문예술법인	2011
(사)인코리아심포니오케스트라	전문예술법인	2009
(사)철도·지하철예술진흥연구원 부산지부	전문예술법인	2009
(사)티아이에프	전문예술법인	2003
(사)한국서도예술협회	전문예술법인	2012
(사)한국연예예술인총연합회부산지회	전문예술법인	2016
(사)한서미술협회	전문예술법인	2012
(재)금정문화재단	전문예술법인	2017
(재)부산문화재단	전문예술법인	2009
(재)부산문화회관	전문예술법인	2017
DS 뮤지컬 컴퍼니	전문예술단체	2010
JOA합창단	전문예술단체	2019
공간소극장	전문예술단체	2012
공연예술 전위	전문예술단체	2010
공연예술창작센터예술창고	전문예술단체	2012
국제아트타운작가회	전문예술단체	2020
그랜드오페라단	전문예술단체	2009
그루잡 프로덕션	전문예술단체	2016
한국창작가곡협회	전문예술단체	2017

※ 예술경영지원센터 '2022 전문예술법인·단체 백서'

[표5-1-22] 부산 주요 문화예술법인/단체 ③

단체명	지정형태	지정일자
극단 사계	전문예술단체	2009
극단 세진	전문예술단체	2010
극단 아센	전문예술단체	2012
극단 연	전문예술단체	2017
극단 이야기	전문예술단체	2011
극단 자갈치	전문예술단체	2009
극단일터	전문예술단체	2014
글로벌아트홀	전문예술단체	2010
김옥련발레단	전문예술단체	2010
뉴아시아오페라단	전문예술단체	2014
뉴프라임 오케스트라	전문예술단체	2013
대안문화행동 재미난 복수	전문예술단체	2013
더날개	전문예술단체	2020
라메르오케스트라	전문예술단체	2014
락인코리아	전문예술단체	2015
르 보야즈 보칼레 앙상블	전문예술단체	2013
메소드필하모닉 오케스트라	전문예술단체	2013
무용단 RED STEP	전문예술단체	2012
문화복지공동체 부산프린지	전문예술단체	2013
문화사랑 백년어	전문예술단체	2013
문화소통단체 숨	전문예술단체	2013
뮤지컬컴퍼니 끼리프로젝트	전문예술단체	2016
한울림합창단	전문예술단체	2005

※ 예술경영지원센터 '2022 전문예술법인·단체 백서'

[표5-1-23] 부산 주요 문화예술법인/단체 ④

단체명	지정형태	지정일자
부산 로얄필하모니 오케스트라	전문예술단체	2015
부산 콘서트 필하모닉 오케스트라	전문예술단체	2020
부산가야금병창보존회	전문예술단체	2017
부산가야금연주단	전문예술단체	2009
부산국제사진교류협회	전문예술단체	2014
부산꽃예술 작가협회	전문예술단체	2018
부산레일아트	전문예술단체	2016
부산문화연구회	전문예술단체	2009
부산문화연대	전문예술단체	2015
부산문화예술교육연합회	전문예술단체	2017
부산발레시어터	전문예술단체	2016
부산시티발레단(BCBC)	전문예술단체	2016
부산여성서화작가회	전문예술단체	2019
부산연묵서화회	전문예술단체	2020
부산예술단	전문예술단체	2009
부산원로교향악단	전문예술단체	2014
부산유니온발레단	전문예술단체	2015
부산자연예술인	전문예술단체	2014
부산재즈협회	전문예술단체	2015
부산전승공예보존회	전문예술단체	2017
부산전업미술가협회	전문예술단체	2011
부산체임버오케스트라	전문예술단체	2014
한중일국제미술가협회	전문예술단체	2017
해운대 오케스트라	전문예술단체	2021

※ 예술경영지원센터 '2022 전문예술법인·단체 백서'

[표5-1-24] 부산 주요 문화예술법인/단체 ⑤

단체명	지정형태	지정일자
부산컴머 오페라단	전문예술단체	2021
부산코러스합창단	전문예술단체	2016
부산코러스합창단	전문예술단체	2016
부산현대작가협회	전문예술단체	2017
비르투오조 앙상블	전문예술단체	2014
사단법인 부산미술협회	전문예술단체	2018
사단법인 부산화랑협회	전문예술법인	2019
사단법인 첼리스트	전문예술법인	2018
사단법인 한국국악협회 부산지회	전문예술법인	2018
사단법인 한국사진작가협회 부산광역시지회	전문예술법인	2018
사단법인 한국사진작가협회 부산광역시지회	전문예술단체	2018
사단법인 한국영화인총연합회 부산광역시지회	전문예술단체	2018
사단법인한국전업미술가협회부산지회	전문예술단체	2012
사운드 팩토리판	전문예술단체	2021
소리사랑 연주단	전문예술단체	2015
솔오페라단	전문예술단체	2010
시나위공연기획단	전문예술단체	2006
신은주무용단	전문예술단체	2013
신진문화예술행동 흥	전문예술단체	2018
아르고 윈드오케스트라	전문예술단체	2016
아트커뮤니티센터 라온	전문예술단체	2015
에코액션 포레스트	전문예술단체	2017
향사회	전문예술단체	2009
허경미 무용단-무무	전문예술단체	2019

※ 예술경영지원센터 '2022 전문예술법인·단체 백서'

[표5-1-25] 부산 주요 문화예술법인/단체 ⑥

단체명	지정형태	지정일자
연극놀이터 쉽	전문예술단체	2017
예술공동체 예인청	전문예술단체	2019
올웨이코리아	전문예술단체	2016
움챔버 오케스트라	전문예술단체	2017
월드브리지	전문예술단체	2015
위컴스	전문예술단체	2017
유나이티드 코리안 오케스트라(UKO)	전문예술단체	2012
음악실험실 짜임	전문예술단체	2021
음악풍경	전문예술단체	2016
이정화와 춤추는 사람들	전문예술단체	2017
이태상 프로젝트	전문예술단체	2019
일파가야금합주단	전문예술단체	2010
작곡그룹 Anti-Stimmung	전문예술단체	2017
작곡동인 세움	전문예술단체	2018
재단법인 영화의 전당	전문예술단체	2019
정신혜무용단	전문예술법인	2012
조은문화마을	전문예술단체	2016
창작국악단 젊은풍류	전문예술단체	2014
청년문화예술단체 그리고	전문예술단체	2015
카마라타 합창단	전문예술단체	2016
카투니스트 네가지	전문예술단체	2014
풍류전통 예술원	전문예술단체	2021
풍물굿패 소리결	전문예술단체	2017
효원국악 관현악단	전문예술단체	2018

※ 예술경영지원센터 '2022 전문예술법인·단체 백서'

## 4 축제현황

[표5-1-26] 부산 축제현황

구분	합계 (개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도구	부산진구	동래구	남구	북구	해운대구	사하구	강서구	금정구	연제구	수영구	사상구	기장군
계	45	4	1	2	2	3	2	1	2	5	3	4	4	1	1	1	9

※ 문화체육관광부 '2023 지역축제 개최 계획' (기초단체명 “-” 제외)

[표5-1-27] 부산 축제 ①

군/구	축제종류	축제명	개최기간	개최 장소	주최/주관
중구	문화예술	광복로 연등문화제	5월 중	광복로 일원	(사)부산시중구불교연합회
중구	지역특산물	부산자갈치축제	10.14.~ 10.17.	자갈치시장 일원 등	(사)부산자갈치문화관광축제 위원회
중구	문화예술	보수동책방골목 문화축제	10월 중	보수동책방골목 일원	보수동책방골목번영회
중구	문화예술	광복로 거울빛 트리축제	23년12월 ~'24년1월	광복로 일대	부산광역시 중구
서구	지역특산물	부산고등어축제	10.27.~ 10.29.	송도해수욕장	부산서구문화원
동구	문화예술	일신여학교 3.1운동 재현행사	3.1.	일신여학교	부산동구문화원
동구	문화예술	차이나타운특구축제	10월 중	초량동 차이나타운 일대	차이나타운특구축제추진위원회
영도구	문화예술	영도다리축제	10.13.~ 10.15.	아미르공원	부산영도문화원
영도구	문화예술	영도 커피페스티벌	11.3.~ 11.5.	아미르공원	부산광역시 영도구
부산진구	기타	전포커피축제	10월 중	전포카페거리 일원	부산광역시 부산진구
부산진구	기타	서면메디컬스트리트 트 축제	10월 중	서면메디컬스트리트 일원, 온라인플랫폼	(사)서면메디컬스트리트 의료관광협의회
부산진구	주민화합	희망 드림 빛 축제	23년11월 ~'24년2월	부산시민공원 일원	부산광역시 부산진구
동래구	문화예술	동래 3.1만세운동기념행사	3.29.	동래고등학교 등	부산동래문화원
동래구	전통역사	동래읍성역사축제	10.13.~ 10.15.	동래읍성(북문), 동래문화회관등	동래문화원, 동래읍성역사추진위원회
남구	주민화합	UN평화축제	10월 중 (2일간)	평화공원	부산광역시 남구

※ 문화체육관광부 '2023 지역축제 개최 계획'

[표5-1-28] 부산 축제 ②

군/구	축제종류	축제명	개최기간	개최 장소	주최/주관
북구	문화예술	구포장터 3.1만세운동기념행사	3.29.	구포역 광장 등	부산북구문화원
북구	기타	낙동강 구포나루 축제	10.13.~ 10.15.	화명생태공원	부산광역시 북구
해운대구	생태자연	해운대모래축제	5.19.~5.22.	해운대해수욕장 일원	부산광역시 해운대구
해운대구	문화예술	해운대 달맞이온천축제	2.3.~2.6.	해운대해수욕장 일원	(사)해운대지구발전협의회
해운대구	생태자연	해운대 해양레저축제	9월 중	송정해수욕장 일원	부산광역시 해운대구
해운대구	문화예술	해운대 빛축제	12월 중	해운대해수욕장 일원	부산광역시 해운대구
해운대구	기타	해운대 카운트다운 &해맞이축제	23.12.31.~ 24.1.1.	해운대해수욕장 일원	부산광역시 해운대구
사하구	지역특산물	부산어묵축제	10월 중	다대포해수욕장 해변공원 일원 또는 장림항 일원	부산어묵축제추진위원회
사하구	전통역사	다대포 어항문화축제	11월 중	다대포항 공판장 일원	다대포어항문화축제추진위원회
사하구	전통역사	감천문화마을골목 축제	10월 중 (3일간)	감천문화마을 일원	(사)감천문화마을 주민협의회
금정구	문화예술	금정산성축제	5월 중	금정산성일원	(재)금정문화재단
금정구	문화예술	부산국제공연예술 제	9월 중	부산대학로 및 금정구 일원	(재)금정문화재단
금정구	문화예술	회동호 숲속 힐링 페스티벌	10월 중	회동호일원	부산광역시 금정구
금정구	기타	라라라 페스티벌	10월 중	온천천	부산광역시 금정구
연제구	전통역사	연제고분판타지축 제	3.31.~4.2. (예정)	연산동 고분군, 온천천시민공원	연제구축제추진위원회

※ 문화체육관광부 '2023 지역축제 개최 계획'

[표5-1-29] 부산 축제 ③

군/구	축제종류	축제명	개최기간	개최 장소	주최/주관
강서구	지역특산물	대저토마토축제	4.1.~4.2.	강서체육공원	대저토마토축제 추진위원회
강서구	생태자연	강서 낙동강30리 벚꽃축제	3.31.~4.2.	대저생태공원	강서구축제추진위원회
강서구	지역특산물	명지시장전어축제	8월 중	명지시장 일원	명지시장전어축제추진위원회
강서구	지역특산물	가덕도송어축제	미정	미정	송어축제추진위원회(가칭)
수영구	전통역사	제21회 광안리어방축제	5.12.~5.14.	광안리해변 및 수영사적공원일원	수영구축제위원회
사상구	주민화합	사상강변축제	10월 중	삼락생태공원	부산사상문화원
기장군	주민화합	정월대보름 달집태우기축제	2.5.	철마면 장전리 256 일원	기장군 철마면
기장군	지역특산물	기장멸치축제	4.28.~4.30.	대변항 일원	기장멸치축제추진위원회
기장군	지역특산물	기장미역다시마축 제	4월 중	이동항 일원	기장미역다시마축제추진위원회
기장군	지역특산물	기장 봉한꿀 홍보행사	5월 중	철마면 일원	기장양봉연구회
기장군	주민화합	기장갯마을축제	7~8월 중	일광 해수욕장 일원	기장갯마을축제추진위원회
기장군	지역특산물	기장봉장어축제	9~10월 중	철암항 일원	기장봉장어축제추진위원회
기장군	주민화합	정관 생태하천 학습문화축제	10월 중	정관읍 좌광천 일원	정관 생태하천 학습문화축제 추진위원회
기장군	문화예술	차성문화제	10월 중	기장읍 일원	차성문화제추진위원회
기장군	지역특산물	철마 한우 불고기 축제	10월 중	철마면 일원	철마한우불고기축제추진위원회

※ 문화체육관광부 '2023 지역축제 개최 계획'

# 제2절

## 인적 인프라

## 1 종합

[표5-2-2] 부산 교육기관의 문화관련 인력양성 현황

군/구	대학원(개)	대학교(개)	전문대학(개)	합계(개)
학교	10	13	6	29
학과	76	211	50	337
재학생	917	12,293	877	14,087
졸업생	487	3,252	306	4,045
(전임)교수	-	427	45	472

[표5-2-3] 부산 소재 대학 ①

구분	단체명	관련학과 (개)	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)	(전임)교수 (명)
대학원	경성대학교	9	38	45	21	-
	고신대학교	3	60	81	24	-
	동명대학교	4	20	21	38	-
	동서대학교	7	41	56	83	-
	동아대학교	8	143	169	62	-
	동의대학교	10	75	83	51	-
	부경대학교	7	47	55	10	-
	부산교육대학교	3	44	51	8	-
	부산대학교	14	404	498	150	-
	신라대학교	11	45	52	40	-
소계	10개 대학	76	917	1,111	487	-

※ 대학알리미

※ 관련학과 괄호안은 폐과포함

[표5-2-4] 부산 소재 대학 ②

구분	단체명	관련학과 (개)		재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)	(전임)교수 (명)
대학교	경성대학교	22	(25)	2,360	3,106	572	84
	고신대학교	3	(6)	284	367	57	9
	동명대학교	10	(16)	1,188	1,751	287	39
	동서대학교	22	(49)	2,668	3,530	589	111
	동아대학교	5	(10)	797	1,025	191	22
	동의대학교	11	(18)	1,570	2,206	447	32
	부경대학교	4	(5)	365	471	195	13
	부산가톨릭대학교	1	(1)	57	82	17	3
	부산대학교	7	(8)	1,103	1,377	297	52
	부산외국어대학교	5	(11)	321	537	123	12
	신라대학교	9	(40)	858	1,087	181	35
	영산대학교	10	(20)	722	960	147	14
	화신사이버대학교	1	(2)	0	0	149	1
<b>소계</b>	<b>13개 대학</b>	<b>110</b>	<b>211</b>	<b>12,293</b>	<b>16,499</b>	<b>3,252</b>	<b>427</b>
전문대학	경남정보대학교	2	(2)	154	242	0	8
	동의과학대학교	2	(3)	78	119	30	3
	부산경상대학교	4	(11)	232	301	67	9
	부산과학기술 대학교	5	(14)	71	122	59	8
	부산보건대	2	(3)	58	87	37	4
	부산예술대학교	7	(17)	284	362	113	13
<b>소계</b>	<b>6개 대학</b>	<b>22</b>	<b>50</b>	<b>877</b>	<b>1,233</b>	<b>306</b>	<b>45</b>
<b>합계</b>	<b>29</b>	<b>208</b>	<b>337</b>	<b>14,087</b>	<b>18,843</b>	<b>4,045</b>	<b>472</b>

※ 대학알리미

※ 관련학과 괄호안은 폐과포함

## 2 대학원

[표5-2-5] 부산 소재 대학원 ①

학교명	대학원명	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)
경성대학교	교육대학원	연극교육전공	4	6	6
	일반대학원	소프트웨어학과	0	0	1
		디지털디자인학과(폐과)	1	1	5
		미디어영상디자인학과	2	2	1
		연극영화학과	3	1	0
		예술학과	0	1	2
		음악학과	28	34	3
		교회음악학과(폐과)	0	0	1
		언론홍보학과	0	0	2
소계			38	45	21
고신대학교	교회음악대학원	교회음악전공	13	16	10
		실용음악전공	6	9	9
	일반대학원	음악과	41	56	5
소계			60	81	24
동명대학교	일반대학원	컴퓨터미디어공학과	4	4	5
		디자인학과	1	1	26
		글로벌인문콘텐츠학과	11	12	1
		언론영상광고학과	4	4	6
소계			20	21	38

※ 대학알리미

[표5-2-6] 부산 소재 대학원 ②

학교명	대학원명	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)
동서대학교	선교복지대학원	교회음악학과	14	18	9
	일반대학원	영상콘텐츠학과	5	8	17
		ICT융합공학과	4	4	0
		디자인학과	11	17	51
		문화예술공연학과	7	7	5
		영화학과	0	1	0
		영화학과(인문사회)(폐과)	0	1	1
소계			<b>41</b>	<b>56</b>	<b>83</b>
동아대학교	교육대학원	미술교육전공	26	27	8
		음악교육전공	68	77	27
	일반대학원	미술학과	11	16	3
		음악학과	22	26	12
		학과간협동과정 예술학과	6	8	3
		미디어커뮤니케이션학과	2	2	0
		학과간협동과정 음악문화학과	8	13	8
		신문방송학과(폐과)	0	0	1
소계			<b>143</b>	<b>169</b>	<b>62</b>
동의대학교	일반대학원	디지털미디어공학과(폐과)	0	0	1
		컴퓨터소프트웨어공학과(폐과)	2	2	0
		음악학과(폐과)	19	22	14
		산업디자인학과(폐과)	0	0	8
		문헌정보·사학과(폐과)	7	7	3
		언론광고학과(폐과)	2	2	1

※ 대학알리미

[표5-2-7] 부산 소재 대학원 ③

학교명	대학원명	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)
동의대학교	산업문화대학원	뉴미디어음악학과	26	30	15
		디자인공학과	2	2	1
		음악치료학과	14	14	7
		음악학과	3	4	1
소계			<b>75</b>	<b>83</b>	<b>51</b>
부경대학교	글로벌정책대학원	문화학부	7	7	0
		영상문화콘텐츠학과	5	6	2
		한국문화학전공	3	3	3
	일반대학원	산업디자인학과	2	3	5
		패션디자인학과	4	4	0
		미디어커뮤니케이션학과	18	20	0
	산업대학원	산업디자인학과	8	12	0
소계			<b>47</b>	<b>55</b>	<b>10</b>
부산교육대학교	교육대학원	공연예술교육전공(계절)	22	24	8
		공연예술교육전공(야간)	15	19	0
		실용음악교육전공	7	8	0
소계			<b>44</b>	<b>51</b>	<b>8</b>
부산대학교	일반대학원	ICT융합학과	8	8	10
		교육과미디어융합전공	5	8	3
		디자인학과	34	38	11
		무용학과	13	14	9
		예술·문화와영상매체협동과정	49	70	9
		예술문화영상학과	13	19	6
		음악학과	67	93	24
		한국음악학과	47	63	9
		영상정보협동과정(폐과)	0	0	1
		문헌정보학과	26	29	10
		미디어커뮤니케이션학과	10	10	10
		신문방송학과(폐과)	0	0	2

[표5-2-8] 부산 소재 대학원 ④

학교명	대학원명	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)
부산대학교	교육대학원	미술교육전공	71	79	29
		음악교육전공	61	67	17
소계			<b>404</b>	<b>498</b>	<b>150</b>
신라대학교	일반대학원	디자인학과	2	2	9
		디자인학과(학과간협동과정)	2	2	1
		무용학과	5	5	6
		미술학과	8	10	8
		융합예술학과	4	4	3
		음악학과	3	3	4
		광고홍보영상미디어학과	1	1	0
		문헌정보학과	1	1	0
		광고홍보학과(폐과)	2	2	6
신라대학교	산업융합대학원	뉴미디어디자인학과	1	1	3
		뉴미디어음악학과	16	21	0
소계			<b>45</b>	<b>52</b>	<b>40</b>
합계			<b>917</b>	<b>1,111</b>	<b>487</b>

※ 대학알리미

## 3 대학교

[표5-2-9] 부산 소재 대학교 ①

학교명	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)	(전임)교수 (명)
경성대학교	시미디어학과	30	30	0	1
	광고홍보학과	157	216	31	5
	디자인학부	0	1	0	7
	디지털미디어학과(폐과)	0	0	4	0
	무용학과(폐과)	0	0	1	0
	문헌정보학과	176	211	38	4
	문화기획학전공	33	39	9	0
	문화서비스학전공	41	52	24	0
	문화콘텐츠학전공	74	92	39	0
	뮤지컬전공	74	96	9	0
	미디어커뮤니케이션학과	162	221	42	5
	미디어콘텐츠학과	115	155	23	5
	산업디자인학전공	101	134	20	0
	소프트웨어학과	225	359	42	7
	시각디자인학전공	158	193	45	0
	애니메이션학전공	42	51	47	0
	연극영화학부	0	4	0	14
	연극전공	143	176	42	0
	영상애니메이션학부	155	195	0	7
	영상학전공	10	14	16	0
	영화전공	135	179	26	0
	음악학부	232	291	64	0
	인문문화학부	102	149	0	23
	제품디자인학전공(폐과)	0	0	3	0
패션디자인학과	195	248	47	6	
소계		2,360	3,106	572	84

※ 대학알리미

[표5-2-10] 부산 소재 대학교 ②

학교명	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)	(전임)교수 (명)
고신대학교	광고홍보학과	2	2	0	0
	음악과	122	158	25	3
	광고홍보학과	88	116	18	0
	시각디자인학과	4	5	14	0
	디지털영상마케팅학과	20	20	0	3
	융합디자인학과	48	66	0	3
소계		284	367	57	9
동명대학교	게임공학과	150	236	36	6
	정보통신소프트웨어전공	3	3	0	0
	정보통신소프트웨어공학과	74	119	31	0
	디지털공연예술전공	18	22	0	0
	유튜브크리에이터전공	15	21	0	0
	웹툰·애니메이션학과	30	30	0	1
	산업디자인학과	96	124	27	3
	시각디자인학과	145	205	43	6
	패션디자인학과	97	136	10	4
	디지털콘텐츠학과	26	26	0	6
	디지털미디어공학부	25	76	0	0
	디지털콘텐츠전공	56	74	28	0
	융합미디어전공	32	48	10	0
	광고PR학과	124	189	31	5
	글로벌문화콘텐츠학과	153	235	23	3
미디어커뮤니케이션학과	144	207	48	5	
소계		1,188	1,751	287	39

※ 대학알리미

[표5-2-11] 부산 소재 대학교 ③

학교명	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)	(전임)교수 (명)
동서대학교	AI경험디자인전공	0	0	0	0
	AI공학전공	0	0	0	0
	AI콘텐츠전공	0	0	0	0
	ICT융합공학과	46	49	5	3
	ICT융합공학부(폐과)	6	10	0	0
	XR콘텐츠융합연계전공	0	0	0	0
	게임&멀티미디어공학전공(폐과)	0	0	1	0
	게임전공(폐과)	9	9	0	0
	게임학과(예체능)	241	348	37	8
	게임학과(예체능)(폐과)	0	0	3	0
	광고PR전공(폐과)	2	3	6	0
	광고홍보학과	162	213	27	6
	광고홍보학과(폐과)	0	0	3	0
	디자인학부	214	251	0	2
	디자인학전공(폐과)	19	29	37	0
	디지털미디어디자인전공	190	243	56	8
	디지털방송전공(폐과)	0	0	1	0
	디지털콘텐츠학부	16	23	0	6
	디지털콘텐츠학부(폐과)	0	0	32	0
	멀티미디어공학전공(폐과)	2	2	2	0
	멀티미디어디자인학전공(폐과)	3	3	0	0
	뮤지컬과	107	138	30	8
	미래ICT융합학부(폐과)	0	3	0	0
	방송영상전공(폐과)	15	16	17	0
	방송영상학과	313	415	63	14
	방송영상학과(폐과)	0	0	5	0

※ 대학알리미

[표5-2-12] 부산 소재 대학교 ④

학교	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)	(전임)교수 (명)
동서대학교	방송영상학과(폐과)	0	0	5	0
	비주얼디자인학전공(폐과)	1	1	0	0
	산업디자인학전공(폐과)	3	3	2	0
	소프트웨어공학전공(폐과)	0	0	2	0
	소프트웨어학과	227	318	48	8
	시각디자인전공	189	244	59	6
	시각디자인학전공(폐과)	6	6	1	0
	실용콘텐츠창작학과	17	19	0	1
	애니메이션&비주얼이펙트전공(폐과)	7	7	10	0
	애니메이션전공(폐과)	4	4	0	0
	연극영화연기전공(폐과)	4	4	0	0
	연극전공(폐과)	1	1	0	0
	연기과	87	124	28	3
	영상디자인학전공(폐과)	4	4	0	0
	영상애니메이션학과	325	443	39	15
	영상애니메이션학과(폐과)	0	0	3	0
	영화&비주얼이펙트전공	0	0	0	0
	영화(Film&Video)전공(폐과)	3	3	0	0
	영화과	159	211	34	12
	영화과(인문사회계열)(폐과)	9	9	2	0
	웹툰학과	65	77	0	1
	제품인터랙션디자인전공	69	96	9	5
	패션디자인학과	141	199	27	5
패션디자인학전공(폐과)	2	2	0	0	
<b>소계</b>		<b>2,668</b>	<b>3,530</b>	<b>589</b>	<b>111</b>

※ 대학알리미

[표5-2-13] 부산 소재 대학교 ⑤

학교명	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)	(전임)교수 (명)
동아대학교	산업디자인학과	307	381	65	8
	패션디자인학과	198	259	51	7
	건축·디자인·패션대학 산업디자인학과(폐과)	2	3	0	0
	건축·디자인·패션대학 패션디자인학과(폐과)	3	3	1	0
	미디어커뮤니케이션학과	250	331	66	7
	신문방송학과(폐과)	0	1	5	0
	음악학과(폐과)	1	1	3	0
	현대미술학과(폐과)	36	46	0	0
	미술학과 영상예술전공	0	0	0	0
	미술학과 현대미술전공	0	0	0	0
<b>소계</b>		<b>797</b>	<b>1,025</b>	<b>191</b>	<b>22</b>
동의대학교	게임공학과	41	42	0	0
	게임공학전공(폐과)	68	129	0	0
	게임애니메이션공학전공(폐과)	39	57	33	0
	광고홍보학과	55	56	0	0
	광고홍보학전공(폐과)	123	182	55	0
	디지털문화콘텐츠학전공(폐과)	1	1	0	0
	디지털콘텐츠학과	46	47	0	7
	디지털콘텐츠학전공(폐과)	161	252	76	0
	미디어·광고학부(폐과)	0	1	0	0
	미디어커뮤니케이션학과	60	60	0	7
	소프트웨어융합학과	0	0	0	2
	신문방송학전공(폐과)	149	215	60	0
	영화학과	117	148	26	0
	음악학과	143	179	58	0
응용소프트웨어공학전공	142	248	40	8	

※ 대학알리미

[표5-2-14] 부산 소재 대학교 ⑥

학교	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)	(전임)교수 (명)
동의대학교	창의소프트웨어공학부	119	135	0	0
	컴퓨터소프트웨어공학전공	167	277	66	8
	패션디자인학과	139	177	33	0
소계		<b>1,570</b>	<b>2,206</b>	<b>447</b>	<b>32</b>
부경대학교	공업디자인전공	100	128	34	2
	미디어커뮤니케이션학부	83	95	0	0
	시각디자인전공	101	128	26	3
	언론정보전공	81	120	45	8
	소프트웨어·인공지능전공(폐과)	0	0	90	0
소계		<b>365</b>	<b>471</b>	<b>195</b>	<b>13</b>
부산가톨릭대학교	소프트웨어학과	57	82	17	3
소계		<b>57</b>	<b>82</b>	<b>17</b>	<b>3</b>
부산대학교	문헌정보학과	126	156	41	9
	미디어커뮤니케이션학과	133	170	45	7
	신문방송학과(폐과)	0	0	2	0
	디자인학과	186	251	39	10
	미술학과	169	212	62	7
	예술문화영상학과	93	121	24	4
	음악학과	253	298	47	11
	한국음악학과	143	169	37	4
소계		<b>1,103</b>	<b>1,377</b>	<b>297</b>	<b>52</b>
부산외국어대학교	글로벌웹툰콘텐츠학과	30	30	0	2
	소프트웨어학부	73	76	0	0
	소프트웨어학부(사물인터넷(IoT)전공)	16	16	0	3
	소프트웨어학부(소프트웨어전공)	19	20	0	3
	소프트웨어학부(소프트웨어전공)(폐과)	0	10	0	0
	소프트웨어학부(폐과)	0	48	0	0

※ 대학알리미

[표5-2-15] 부산 소재 대학교 ⑦

학교명	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)	(전임)교수 (명)
부산외국어대학교	영상콘텐츠융합학과	130	136	23	4
	영상콘텐츠융합학과(폐과)	0	47	23	0
	영상콘텐츠융합학과(폐과)	0	47	23	0
	컴퓨터소프트웨어융합학부(폐과)	0	4	0	0
	컴퓨터소프트웨어학부(폐과)	53	103	54	0
<b>소계</b>		<b>321</b>	<b>537</b>	<b>123</b>	<b>12</b>
신라대학교	광고홍보학과(폐과)	91	102	31	0
	광고홍보학과(폐과)	29	39	0	0
	광고홍보학과(폐과)	1	1	3	0
	광고홍보학과(폐과)	25	33	0	0
	문헌정보학과	55	56	0	4
	문헌정보학과(폐과)	70	87	29	0
	문헌정보학과(폐과)	1	2	13	0
	산업디자인학과	12	12	0	2
	산업디자인학과(폐과)	1	3	7	0
	시각디자인학과	11	12	0	5
	시각디자인학과(폐과)	4	4	5	0
	웹툰학과	24	24	0	1
	음악학과(폐과)	1	1	4	0
	음악학과(폐과)	2	2	2	0
	IoT융합전공(폐과)	11	12	12	0
	IT전공(폐과)	5	5	1	0
	IT학과(폐과)	2	2	1	0
	광고홍보영상미디어학부	59	60	0	9
	광고홍보학전공(폐과)	0	0	1	0

※ 대학알리미

[표5-2-16] 부산 소재 대학교 ⑧

학교명	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)	(전임)교수 (명)
신라대학교	디자인·미술학부(폐과)	0	4	0	4
	디자인·아트학부(폐과)	1	5	0	0
	문화콘텐츠학과	15	15	0	3
	미디어문예창작학과	29	29	0	3
	미래융합학과	37	37	0	2
	미술학과(폐과)	3	4	2	0
	산업·패션디자인학부(폐과)	2	7	0	0
	산업디자인전공(폐과)	49	63	20	0
	산업디자인학전공(폐과)	9	11	0	0
	시각디자인전공(폐과)	82	112	23	0
	시각디자인학전공(폐과)	15	19	0	0
	시각커뮤니케이션디자인전공(폐과)	0	1	1	0
	음악학부(폐과)	0	0	1	0
	제품디자인공학과(폐과)	0	0	2	0
	컴퓨터소프트웨어공학부(폐과)	108	198	0	0
	패션디자인산업전공(폐과)	1	1	0	0
	패션디자인산업학과(폐과)	3	3	1	0
	패션디자인전공(폐과)	55	73	21	0
	패션디자인학과	23	23	0	2
	패션디자인학전공(폐과)	22	25	0	0
패션소재디자인전공(폐과)	0	0	1	0	
<b>소계</b>		<b>858</b>	<b>1,087</b>	<b>181</b>	<b>35</b>

※ 대학알리미

[표5-2-17] 부산 소재 대학교 ⑨

학교명	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)	(전임)교수 (명)
영산대학교	가상현실콘텐츠전공	44	62	0	0
	가상현실콘텐츠학과(폐과)	5	5	5	0
	게임VR학부	41	52	0	4
	게임영상콘텐츠학과(폐과)	3	4	9	0
	게임콘텐츠전공	66	79	7	0
	게임·콘텐츠전공(폐과)	13	15	6	0
	광고영상디자인전공(폐과)	1	1	1	0
	광고홍보학과(폐과)	7	7	1	0
	디자인학부	69	80	0	0
	만화애니메이션전공	100	136	9	0
	빅데이터광고마케팅학과(폐과)	1	1	1	0
	시각영상디자인전공	64	82	13	0
	시각영상디자인학과(폐과)	6	8	6	0
	실내환경디자인전공	30	41	23	0
	연기공연예술학과	76	86	27	6
	영화영상전공(폐과)	2	3	2	0
	웹툰영화학과(폐과)	61	123	5	0
	웹툰학과	78	93	0	4
	패션디자인학과	55	82	16	0
	패션디자인학과(폐과)	0	0	16	0
<b>소계</b>		<b>722</b>	<b>960</b>	<b>147</b>	<b>14</b>
화신사이버대학교	영상콘텐츠학과	0	0	0	1
	글로벌 문화학부(폐과)	0	0	149	0
<b>소계</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>149</b>	<b>1</b>
<b>합계</b>		<b>12,293</b>	<b>16,499</b>	<b>3,252</b>	<b>427</b>

※ 대학알리미

## 4 전문대학

[표5-2-18] 부산 소재 전문대학 ①

학교명	학과명	재학생 (명)	재적생 (명)	졸업생 (명)	(전임)교수 (명)
경남정보대학교	시각디자인학과	51	72	0	4
	미디어영상과	103	170	0	4
소계		<b>154</b>	<b>242</b>	<b>0</b>	<b>8</b>
동의과학대학교	컴퓨터소프트웨어과	39	51	0	2
	웹툰디자인과	19	19	0	1
	산업디자인과(폐과)	20	49	30	0
소계		<b>78</b>	<b>119</b>	<b>30</b>	<b>3</b>
부산경상대학교	디자인과	58	58	0	5
	첨단미디어콘텐츠과	27	27	0	2
	IT·콘텐츠계열(예체능)(폐과)	0	2	11	0
	디자인계열(폐과)	47	70	0	0
	디자인계열(3년제)(폐과)	4	16	32	0
	디지털문화콘텐츠과(폐과)	39	50	0	2
	방송연예영상계열(폐과)	8	23	22	0
	방송영상·영화과(폐과)	0	1	2	0
	산업디자인과(폐과)	4	9	0	0
	디지털 크리에이터과	20	20	0	0
	웹툰 애니메이션과	25	25	0	0
소계		<b>232</b>	<b>301</b>	<b>67</b>	<b>9</b>
부산과학기술 대학교	컴퓨터소프트웨어과	26	42	25	3
	컴퓨터소프트웨어과(폐과)	0	0	0	3
	AI데이터엔지니어전공	0	0	0	0
	1인미디어디지털아트과	12	12	0	2
	1인미디어학과(폐과)	2	3	2	0
	1인미디어학과(폐과)	5	18	4	0

※ 대학알리미

[표5-2-19] 부산 소재 전문대학 ②

학교명	학과명	재학생 (명)	졸업생 (명)	합계 (명)	(전임)교수 (명)
부산과학기술 대학교	디자인계열(폐과)	0	12	2	0
	디자인과(폐과)	0	1	4	0
	디자인과(폐과)	3	9	22	0
	산업디자인과(폐과)	1	1	0	0
	산업디자인과(폐과)	22	22	0	0
	토탈디자인계열(폐과)	0	2	0	0
	3D NFT 캐릭터 디자인전공	0	0	0	0
	영상그래픽전공	0	0	0	0
<b>소계</b>		<b>71</b>	<b>122</b>	<b>59</b>	<b>8</b>
부산보건대학교	광고콘텐츠디자인과	16	16	0	2
	패션디자인과	24	40	13	2
	광고시각디자인과(폐과)	18	31	24	0
<b>소계</b>		<b>58</b>	<b>87</b>	<b>37</b>	<b>4</b>
부산예술대학교	실용댄스과(폐과)	19	21	0	0
	실용음악과(폐과)	0	3	0	0
	실용음악학부 국악전공(폐과)	9	10	12	1
	실용음악학부 기악전공(폐과)	0	4	16	2
	실용음악학부 뮤직프로덕션과(폐과)	0	7	0	3
	실용음악학부 보컬전공(폐과)	53	86	45	4
	실용음악학부 연주전공(폐과)	16	17	0	0
	실용음악학부 창작전공(폐과)	22	38	20	2
	연극과(폐과)	0	7	20	1
	연극영상연기과(폐과)	3	6	0	0
	프로덕션학부 K-POP과	7	7	0	0
	프로덕션학부 더 플레이어 뮤직과	23	23	0	0

※ 대학알리미

[표5-2-20] 부산 소재 전문대학 ③

학교명	학과명	재학생 (명)	졸업생 (명)	합계 (명)	(전임)교수 (명)
부산예술대학교	프로덕션학부 모던댄스과	13	13	0	0
	프로덕션학부 뮤직크리에이터과	34	34	0	0
	프로덕션학부 보컬디자인과	48	49	0	0
	프로덕션학부 온 스테이지과	22	22	0	0
	프로덕션학부 한국전통음악과	15	15	0	0
소계		284	362	113	13
합계		877	1,233	306	45

※ 대학알리미



# 부록 설문지

## 2023 부산 CT산업 통계조사 <사업체>

안녕하십니까?

부산시와 부산정보산업진흥원에서는 부산지역의 CT(콘텐츠)산업 현황을 파악하기 위해 매년 「부산 CT산업 통계조사」를 실시하고 있습니다.

본 조사를 통해 수집된 자료는 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의하여 통계목적으로만 사용되고 사업체 비밀과 개인신상정보는 관련법에 의하여 엄격히 보호되오니 협조를 부탁드립니다.

귀사의 설문응답은 부산지역의 CT산업 사업체들에게 도움이 될 수 있는 정책을 마련하고 부산시 CT산업을 발전시킬 수 있는 지원 및 육성방안을 수립하는데 중요한 자료로 활용될 예정입니다. 바쁘고 번거로우시겠지만 잠시 시간을 내어주시어 설문에 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2023년 10월

- 주최 / 주관 : 부산광역시 / (재)부산정보산업진흥원
- 조사기관 : (주)화인리서치
- 문의 : (주)화인리서치

### 응답자 정보

성명	연락처
----	-----

\* 귀하의 연락처는 개인정보는 추후 설문 조사 종료 이후 기프트 발송을 위한 용도로만 활용됩니다.

### 사업체 정보

사업체 유형	
	① 개인사업체 (법인등록을 하지 않고 개인이 경영하는 사업체, <b>사업자등록</b> 을 한 경우) ② 회사법인 (상법에 따라 설립된 영리법인 / 예 : 주식회사, 유한회사, 합자회사, 합명회사, 외국회사) ③ 기타법인 (민법/특별법에 따라 설립된 회사 이외의 법인)

사업체명			
사업자등록번호		설립연월	
대표자명		대표자 연령	① 10대    ② 20대    ③ 30대 ④ 40대    ⑤ 50대    ⑥ 60대이상
전화번호		팩스번호	
사업체 지역	① 강서구    ② 금정구    ③ 기장군    ④ 남구    ⑤ 동구    ⑥ 동래구    ⑦ 부산진구    ⑧ 북구 ⑨ 사상구    ⑩ 사하구    ⑪ 서구    ⑫ 수영구    ⑬ 연제구    ⑭ 영도구    ⑮ 해운대구    ⑯ 중구		
사업체 구분	① 단독사업체 (다른 장소에 본사, 지사, 영업장, 공장, 연구소 등이 없음) ② 본사(점) (다른 장소에 지사, 영업장, 공장, 연구소 등을 가지고 있으며 이를 총괄) ③ 지사(점) (다른 장소에 본사의 관할 하에 있는 사업체) ▶ 본사 주소 : _____ ④ 기타		
벤처기업 지정여부	① 대상 ② 비대상 ③ 신규		

## 산업분야

**A1. 귀사의 산업분야 및 콘텐츠에 대해 보기카드와 작성예시를 참고하여 작성해 주시기 바랍니다.**  
**[해당 항목 모두 선택]**

### 콘텐츠산업 보기카드

산업분야	세부산업분야		
1. 출판	① 서적 출판	② 교과서/학습서적 출판	③ 신문/간행물 출판
	④ 전자책(e-book) 출판	⑤ 소설/시/수필 등 창작	⑥ 온라인 서비스(웹소설 등)
2. 만화	① 만화 제작(만화작가)	② 만화 출판	③ 온라인 서비스(웹툰 등)
	④ 에이전시		
3. 음악	① 음악 기획/제작(뮤지션)	② 스튜디오 운영	③ 유통
	④ 음악 공연		
4. 영화	① 영화 기획/제작	② 영화 제작 지원	③ 영화 수입/배급
	④ 극장 상영	⑤ 영화 홍보 및 마케팅	⑥ DVD/블루레이 제작 및 유통
	⑦ 온라인 배급	⑧ 온라인 상영	⑨ 투자 조합
5. 게임	① 게임 제작	② 게임 배급(퍼블리싱)	
6. 애니메이션	① 창작/제작	② 하청제작	③ 애니메이션 유통/배급/홍보
	④ 온라인 애니메이션 유통		
7. 방송	① 지상파/유선방송	② 방송채널사용사업	③ 방송영상물제작
	④ 인터넷영상물제공		
8. 광고	① 영상광고 제작	② 인쇄물광고 제작	③ 온라인광고 제작
	④ 홍보/행사 기획/연출		
9. 캐릭터	① 캐릭터 개발	② 라이선스 판매	③ 캐릭터상품 제조
10. 지식정보	① 이러닝 제작/서비스	② 포털/온라인정보서비스	③ XR 제작(AR/VR/MR 등)
11. 콘텐츠솔루션	① CG 제작	② 온라인/모바일솔루션	③ 콘텐츠 보호
12. 공연	① 공연 기획/연출	② 공연시설 운영	③ 공연 관련 서비스

**A2. 귀사의 산업분야 및 콘텐츠에 대해 보기카드를 참고하여 작성해 주시기 바랍니다.**

1순위		2순위		
① 출판	② 만화	③ 음악	④ 영화	⑤ 게임
⑥ 애니메이션	⑦ 방송	⑧ 광고	⑨ 캐릭터	⑩ 지식정보
⑪ 콘텐츠 솔루션	⑫ 공연	⑬ 1인 미디어	⑭ 해당하는 사업분야 없음	

**A3. 귀사의 주요 콘텐츠는 무엇입니까? 예시를 참고하여 구체적으로 작성해 주시기 바랍니다.**

영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
예시1) □□□	음원 제작		<input type="checkbox"/> 자체제작 <input checked="" type="checkbox"/> 제작참여
예시2) ○○○	로맨스 웹툰	네이버 웹툰에 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 자체제작 <input type="checkbox"/> 제작참여
[1순위 콘텐츠]			<input type="checkbox"/> 자체제작 <input type="checkbox"/> 제작참여
[2순위 콘텐츠]			<input type="checkbox"/> 자체제작 <input type="checkbox"/> 제작참여

**A4. 귀사의 현재 사업추진 단계는 무엇입니까? [주요산업분야를 기준으로 작성]**

- ① 콘텐츠 기획 : 출시된 콘텐츠가 없고 현재 기획 및 제작준비에 치중하는 시기
- ② 콘텐츠 제작 : 콘텐츠 기획 이후 콘텐츠 제작 및 개발이 진행 중인 시기
- ③ 콘텐츠 출시 : 콘텐츠가 시장에 처음 진입하여 탐색하는 시기
- ④ 사업 도약 : 제작한 콘텐츠가 시장에 진입한 이후 서서히 시장규모가 확대되는 시기
- ⑤ 사업 성장 : 제작한 콘텐츠가 시장에 안착하여 생산/매출이 증가하고 수출로 확대되는 시기
- ⑥ 사업 축소 : 제작한 콘텐츠가 시장에서 생산/매출이 하락하는 시기

## 제작 현황

**B1. 귀사의 전년(2022년) 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황은 어떻습니까?**

- ① 매우 나빠졌다
- ② 대체로 나빠졌다
- ③ 보통이다
- ④ 대체로 좋아졌다
- ⑤ 매우 좋아졌다

**B1-1. 위와 같이 응답한 이유에 대해 구체적으로 작성해 주시기 바랍니다.**

전년 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황이 나빠진 경우는 악화 이유를, 좋아진 경우는 개선 이유를 작성해 주시기 바랍니다.

(예 : 2022년에 부산정보산업진흥원으로부터 제작지원을 받게 됨, 영화산업 활성화로 영화제작 투자가 늘어남)

**B2. 콘텐츠 제작/개발/창작 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?**

## 2023 부산CT산업 통계조사

- ① 자금 부족 및 투자유치 어려움
- ② 기획 역량/아이템/아이디어 부족
- ③ 제작 역량/경험/시스템 부족
- ④ 전문인력 부족 및 확보 어려움
- ⑤ 인프라(장비/환경) 부족
- ⑥ 제작기간 장기화
- ⑦ 제작비용(인건비 등) 부담
- ⑧ 콘텐츠 사업화 어려움
- ⑨ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

## 종사자 현황

C1. 귀사의 **2023년(현재 기준)** 종사자 수와 **2022년 신규채용** 종사자 수를 각각 작성해주시기 바랍니다.

구분	종사자 수
2023년 현재 기준 종사자 수	명
2022년 신규채용 종사자 수	명

C2. 귀사의 직무별 종사자 수 비중을 작성해주시시오.

합계가 100이 되도록 작성해주시기 바랍니다.

구분	세부 직무별 종사자 수						합계
	사업기획 (임원포함)	제작	연구개발	운영/관리 (재무/인사/총무)	홍보/마케팅	기타 (유통)	
종사자 수	%	%	%	%	%	%	100.0%
2022년 신규 채용	%	%	%	%	%	%	100.0%

C3. 귀사의 전체 종사자 평균 근속연수를 작성해주시시오.

구분	평균 근속연수
전체 종사자 평균 근속연수	년

C4. 인력채용 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?                     

- |                  |                   |                   |
|------------------|-------------------|-------------------|
| ① 경력/전문인력 부족     | ② 우수인력의 잦은 이직     | ③ 취업희망자의 자질 부족    |
| ④ 취업희망자의 대기업 선호  | ⑤ 취업희망자의 수도권기업 선호 | ⑥ 취업희망자의 저임금 회피   |
| ⑦ 취업희망자의 해당업무 회피 | ⑧ 인력정보 부족         | ⑨ 관련 교육기관과의 연계 부족 |
| ⑩ 기타(▶ _____)    |                   |                   |

## 경영 현황

### D1. 귀사의 매출액과 국내 및 해외 매출액 비중을 작성해 주시기 바랍니다. [2022년]

2022년 매출액을 기준으로 작성해 주시기 바랍니다. / 매출액 비중의 **합계**가 100이 되도록 작성해 주시기 바랍니다.

2022년 매출액	매출액 비중		
	국내	해외	합계
백만원	%	%	100 %

### D2. 귀사의 사업형태별 매출액 비중을 작성해 주시기 바랍니다. [2022년]

2022년 매출액을 기준으로 작성해 주시기 바랍니다. / **합계**가 100이 되도록 작성해 주시기 바랍니다.

개발/창작/제작	라이선스	제작지원	단순복제	유통/배급	기타	합계
%	%	%	%	%	%	100 %

- **개발/창작/제작** : 콘텐츠를 기획 및 제작하여 발생하는 매출 (판매수입, 온라인서비스 매출 등 포함)
- **라이선스** : 타인이 재산권을 사용할 수 있도록 권리를 부여하여 발생하는 매출
- **제작지원** : 콘텐츠 제작 관련 편집/현상/더빙/녹음/촬영/장비임대 등 일부 공정에만 참여하여 발생하는 매출
- **단순복제** : 콘텐츠의 인쇄 및 기록매체 복제 등 단순복제를 통해 발생하는 매출
- **유통배급** : 제작과정에 참여하지 않고 콘텐츠를 단순히 배급/유통만 하여 발생하는 매출 (제작과 유통을 동시에 한 경우는 '개발/창작/제작'으로 작성)
- **기타** : 위의 사업내용을 통해 발생하지 않은 매출 (행사매출, 콘텐츠 투자이익금 등)

### D3. 귀사의 콘텐츠 주요 판로를 작성해주시기 바랍니다. [2022년]

- |                       |            |               |
|-----------------------|------------|---------------|
| ① B2B 거래(퍼블리셔, 매니지먼트) | ② 온라인 플랫폼  | ③ 클라우드펀딩      |
| ④ 전시회 참가              | ⑤ 오프라인 판매처 | ⑥ 기타(▶ _____) |

### D4. 경영 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?

1순위	2순위
-----	-----

<내부적 요인>

- |                          |                   |                  |
|--------------------------|-------------------|------------------|
| ① 매출 부진 및 매출대금 회수부진      | ② 자금조달 및 투자유치 어려움 | ③ 판로확보 및 수익화 어려움 |
| ④ 마케팅 역량 및 비용 부족         | ⑤ 제작 역량 및 비용 부족   | ⑥ 인력 부족 및 채용 어려움 |
| ⑦ 비용(인건비, 제작비, 유통비 등) 부담 |                   |                  |

<외부적 요인>

- |                    |                     |                       |
|--------------------|---------------------|-----------------------|
| ⑧ 수익구조의 불합리성       | ⑨ 산업/시장 경기침체        | ⑩ 산업/시장 환경변화          |
| ⑪ 협력기업의 부재         | ⑫ 업계내 경쟁심화 및 대기업 독식 | ⑬ 지식재산권 침해(불법복제/다운로드) |
| ⑭ 과도한 규제 및 정부지원 미미 |                     |                       |

<기타>

- ⑮ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

## 지원 사업

E1. 귀사는 지원사업 관련 정보를 주로 어디에서 얻고 계십니까? [ ]

- ① 언론매체(신문, 방송)                      ② 인터넷                                      ③ 전시회 등 관련 행사  
 ④ 공공기관                                      ⑤ 동종업계                                      ⑥ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

E2. 귀사는 정부나 부산시/부산정보산업진흥원 등 공공기관 지원사업 참여 경험이 있으십니까? [ ]

- ① 예(▶D2-1로 이동)                                      ② 아니오(▶D3으로 이동)

E2-1. 귀사가 참여한 지원사업은 다음 중 어디에 해당합니까?

구분	지원사업		
1. 인프라 지원	① R&D센터 지원	② 사무실 회의공간 등 업무공간 지원	③ 교육·훈련시설 지원
	④ 홍보 전시관/전시회 참가 지원	⑤ 글로벌 진출 관련 지원	⑥ 직원복지시설 지원
2. 금전적 지원	① 임대료 감면(보증금 임대료 등)	② 직접 지원금지급	③ 관리비 감면
	④ 인건비 지원	⑤ 세금 혜택(취득세, 등록세, 재산세, 법인세 감면 등)	
3. 교육훈련 지원	① 유통 및 마케팅 교육 프로그램 운영	② 실무 교육 프로그램 운영	③ 콘텐츠 관련 연수 프로그램 운영
	④ 콘텐츠 관련 컨퍼런스 개최	⑤ 산학연 공동 연구 매칭 및 프로그램 운영	⑥ 경영 지원 교육
4. 경영지원	① 법률 컨설팅	② 회계 및 재무 컨설팅	③ 경영 컨설팅
	④ HR 컨설팅		
5. 기타	적을 것:		

E3. 지원사업을 신청/참여하면서 겪었던 애로사항은 무엇입니까? [ ]

- ① 지원사업 정보부족                                      ② 복잡한 지원사업 신청/행정절차                                      ③ 짧은 지원기간  
 ④ 사업 담당자와의 소통 어려움                                      ⑤ 까다로운 신청 및 선정 조건                                      ⑥ 지원사업 신청/참여 경험 없음  
 ⑦ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

E4. 다음 중 귀사가 향후 지원받기를 희망하는 사업은 무엇입니까? **(희망사업 모두 선택)**

구분	지원사업		
1. 인프라 지원	① R&D센터 지원	② 사무실 회의공간 등 업무공간 지원	③ 교육·훈련시설 지원
	④ 홍보 전시관/전시회 참가 지원	⑤ 글로벌 진출 관련 지원	⑥ 직원복지시설 지원
2. 금전적 지원	① 임대료 감면(보증금 임대료 등)	② 직접 지원금지급	③ 관리비 감면
	④ 인건비 지원	⑤ 세금 혜택(취득세, 등록세, 재산세, 법인세 감면 등)	
3. 교육훈련 지원	① 유통 및 마케팅 교육 프로그램 운영	② 실무 교육 프로그램 운영	③ 콘텐츠 관련 연수 프로그램 운영
	④ 콘텐츠 관련 컨퍼런스 개최	⑤ 산학연 공동 연구 매칭 및 프로그램 운영	⑥ 경영 지원 교육
4. 경영지원	① 법률 컨설팅	② 회계 및 재무 컨설팅	③ 경영 컨설팅
	④ HR 컨설팅		
5. 기타	적을 것:		

E5. 지원사업 관련 개선방안이 있으시면 작성해주시기 바랍니다.



## 디지털 전환 도입 및 수준

F1. 귀사의 디지털 추진에 대한 현재 실행 단계는 어떻게 되십니까? [ ]

- ① 추진 전      ② 추진 계획 및 준비 단계      ③ 초기 구축 단계      ④ 확산 구축 단계      ⑤ 고도화 단계  
⑥ 추진 계획 없음

F2. 귀사에 디지털 전환이 가장 필요한 분야는 무엇입니까? [ ]

- ① 콘텐츠 제작·기획      ② 콘텐츠 유통      ③ 직원 생산성 및 협업 개선  
④ 비즈니스 모델      ⑤ 기타(▶ \_\_\_\_\_)      ⑥ 없다(▶ F1로 이동)

F3. 귀사가 디지털 전환을 추진할 때, 희망 지원 정책은 무엇입니까? [ ]

- ① 온라인 콘텐츠 제작·금융 지원      ② 온라인 플랫폼 지원      ③ 디지털 전문인력양성 지원  
④ 온라인 전용 인프라 구축 지원      ⑤ 콘텐츠 지식재산(IP)사업 지원      ⑥ 디지털 환경에 적합한 지식재산권 제도 정비  
⑦ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

F4. 귀사가 디지털전환 추진 시 애로사항은 무엇이라고 생각하십니까?

## XR개발 사업체 추가설문

**G1. 귀사는 가상/증강/혼합현실(XR/MR) 콘텐츠를 제작/계획(R&D포함)하고 있으십니까?** [  ]

- ① XR 콘텐츠 제작/출시                      ② XR 콘텐츠 제작 중                      ③ XR 콘텐츠 제작계획 있음  
 ④ XR 콘텐츠 제작계획 없음              ⑤ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

**G2. 귀사의 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르는 무엇입니까? 3순위까지 답해주십시오.**

1순위	2순위	3순위
-----	-----	-----

- ① 게임(GPS, 롤플레이, 스포츠)              ② 엔터테인먼트(영화, 쇼, 스포츠)              ③ 훈련(직업훈련, 기능훈련)  
 ④ 교육(학습, 관광지체험)                  ⑤ 산업융합(제조, 해양, 디자인)              ⑥ 마케팅(제품가상체험, 광고)  
 ⑦ 의료/건강(가상수술, 원격진료)              ⑧ 군사(훈련, 정비, 비행, 모의전투)              ⑨ 건축/부동산(설계, 모델하우스, 숙박)  
 ⑩ 테마파크(아트랙션)                      ⑪ ICT융합(5G, IoT, 인공지능, 빅데이터)              ⑫ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

**G3. 귀사의 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까?** [  ]

- ① 채용 박람회 등 전문 오프라인 행사 확대    ② 온라인 구인 사이트 광고 지원    ③ 대학, 학원 등 외부 교육기관 연계 인력 중계  
 ④ 지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축    ⑤ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

**G4. 글로벌 시장 진출을 희망하는 지역은 어디입니까?**

1순위	2순위	3순위
-----	-----	-----

- ① 북미    ② 중국    ③ 일본  
 ④ 유럽    ⑤ 아세안    ⑥ 중동  
 ⑦ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

**G5. 아세안 시장 진출을 추진한다면 희망하는 지역은 어디입니까?**

1순위	2순위	3순위
-----	-----	-----

- ① 캄보디아                                      ② 인도네시아                                      ③ 라오스  
 ④ 말레이시아                                      ⑤ 미얀마    ⑥ 싱가포르  
 ⑦ 필리핀    ⑧ 태국    ⑨ 베트남  
 ⑩ 브루나이

**G6. 지역 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까?**

1순위	2순위	3순위
-----	-----	-----

- ① 입주시설 제공 및 정착지원              ② 콘텐츠 제작 기술/비용 지원              ③ 홍보/마케팅 지원  
 ④ 투자유치 활동 지원                      ⑤ 국내외 네트워크 활성화 지원              ⑥ 중장기 지원 사업  
 ⑦ 개발자 구인 및 인력유치 지원              ⑧ 기타(▶ \_\_\_\_\_)



- ① 채용박람회 등 게임 전문 오프라인 행사 확대    ② 인터넷 구인 사이트 광고 지원    ③ 대학 학원 등 외부 교육기관 연계 인력 중개
- ④ 지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축    ⑥ 기타(▶\_\_\_\_\_)

**H9. 귀사가 개발한 제품(게임)의 시장 경쟁력 강화를 위해 필요한 지원은 무엇이라고 생각합니까? [                    ]**

- ① 게임의 오락성(재미) 검증 및 컨설팅    ② 비즈니스모델 강화    ③ 시스템 안정성 및 호환성 보완 QA
- ④ 마켓플레이스 홍보용 소재 제작    ⑥ 타겟시장 및 경쟁작 분석 및 컨설팅    ⑦ 번역, 더빙 등 현지화 지원
- ⑧ 기타(▶\_\_\_\_\_)

**H10. 향후 게임 개발을 위해 귀사의 재직자를 대상으로 트레이닝 하고자 하는 분야는 무엇입니까? [                    ]**

- ① 생성형 인공지능 기술 도입 및 최적화    ② 플랫폼 전환 및 다양화(멀티플랫폼)    ③ 클라이언트 최적화 및 성능 향상
- ④ 메타버스·블록체인 플랫폼 이식    ⑤ 엔진 파이프라인 분석 및 자체 엔진 개발    ⑥ 기타(▶\_\_\_\_\_)

## 2023 부산 CT산업 통계조사 <개인>

안녕하십니까?

부산시와 부산정보산업진흥원에서는 부산지역의 CT(콘텐츠)산업 현황을 파악하기 위해 매년 「부산 CT산업 통계조사」를 실시하고 있습니다.

본 조사를 통해 수집된 자료는 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의하여 통계목적으로만 사용되고 사업체 비밀과 개인신상정보는 관련법에 의하여 엄격히 보호되오니 협조를 부탁드립니다.

귀사의 설문응답은 부산지역의 CT산업 사업체들에게 도움이 될 수 있는 정책을 마련하고 부산시 CT산업을 발전시킬 수 있는 지원 및 육성방안을 수립하는데 중요한 자료로 활용될 예정입니다. 바쁘고 번거로우시겠지만 잠시 시간을 내어주시어 설문에 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2023년 10월

- 주최 / 주관 : 부산광역시 / (재)부산정보산업진흥원
- 조사기관 : (주)화인리서치
- 문의 : (주)화인리서치

<b>성명</b>		<b>활동명/필명</b>	
<b>활동시작년도</b>	년	<b>연령</b>	① 10대    ② 20대    ③ 30대 ④ 40대    ⑤ 50대    ⑥ 60대이상
<b>전화번호</b>		<b>E-mail</b>	
<b>주소</b>	① 강서구    ② 금정구    ③ 기장군    ④ 남구    ⑤ 동구    ⑥ 동래구    ⑦ 부산진구    ⑧ 북구 ⑨ 사상구    ⑩ 사하구    ⑪ 서구    ⑫ 수영구    ⑬ 연제구    ⑭ 영도구    ⑮ 해운대구    ⑯ 중구 ⑰ 부산 이외 지역 ▶ _____		

## 산업분야

A1. 귀하의 산업분야를 선택해 주시기 바랍니다. (해당 항목 모두 선택)  

### 콘텐츠산업 보기카드

산업분야	세부산업분야		
1. 출판	① 서적 출판	② 교과서/학습서적 출판	③ 신문/간행물 출판
	④ 전자책(e-book) 출판	⑤ 소설/시/수필 등 창작	⑥ 온라인 서비스(웹소설 등)
2. 만화	① 만화 제작(만화작가)	② 만화 출판	③ 온라인 서비스(웹툰 등)
	④ 에이전시		
3. 음악	① 음악 기획/제작(뮤지션)	② 스튜디오 운영	③ 유통
	④ 음악 공연		
4. 영화	① 영화 기획/제작	② 영화 제작 지원	③ 영화 수입/배급
	④ 극장 상영	⑤ 영화 홍보 및 마케팅	⑥ DVD/블루레이 제작 및 유통
	⑦ 온라인 배급	⑧ 온라인 상영	⑨ 투자 조합
5. 게임	① 게임 제작	② 게임 배급(퍼블리싱)	
6. 애니메이션	① 창작/제작	② 하청제작	③ 애니메이션 유통/배급/홍보
	④ 온라인 애니메이션 유통		
7. 방송	① 지상파/유선방송	② 방송채널사용사업	③ 방송영상물제작
	④ 인터넷영상물제공		
8. 광고	① 영상광고 제작	② 인쇄물광고 제작	③ 온라인광고 제작
	④ 홍보/행사 기획/연출		
9. 캐릭터	① 캐릭터 개발	② 라이선스 판매	③ 캐릭터상품 제조

10. 지식정보	① 이러닝 제작/서비스	② 포털/온라인정보서비스	③ XR 제작
11. 콘텐츠솔루션	① CG 제작	② 온라인/모바일솔루션	③ 콘텐츠 보호
12. 공연	① 공연 기획/연출	② 공연시설 운영	③ 공연 관련 서비스

A2. 귀하의 산업분야 및 콘텐츠에 대해 보기카드를 참고하여 작성해 주시기 바랍니다.

1순위	2순위
-----	-----

- |           |      |          |                |        |
|-----------|------|----------|----------------|--------|
| ① 출판      | ② 만화 | ③ 음악     | ④ 영화           | ⑤ 게임   |
| ⑥ 애니메이션   | ⑦ 방송 | ⑧ 광고     | ⑨ 캐릭터          | ⑩ 지식정보 |
| ⑪ 콘텐츠 솔루션 | ⑫ 공연 | ⑬ 1인 미디어 | ⑭ 해당하는 산업분야 없음 |        |

A3. 귀하의 주요 콘텐츠는 무엇입니까? 예시를 참고하여 구체적으로 작성해 주시기 바랍니다.

영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
예시1) □□□	음원 제작		<input type="checkbox"/> 자체제작 <input checked="" type="checkbox"/> 제작참여
예시2) ○○○	로맨스 웹툰	네이버 웹툰에 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 자체제작 <input type="checkbox"/> 제작참여
[1순위 콘텐츠]			<input type="checkbox"/> 자체제작 <input type="checkbox"/> 제작참여
[2순위 콘텐츠]			<input type="checkbox"/> 자체제작 <input type="checkbox"/> 제작참여

A4. 귀하의 현재 사업추진 단계는 무엇입니까? [주요산업분야를 기준으로 작성]

- ① 콘텐츠 기획 : 출시된 콘텐츠가 없고 현재 기획 및 제작준비에 치중하는 시기
- ② 콘텐츠 제작 : 콘텐츠 기획 이후 콘텐츠 제작 및 개발이 진행 중인 시기
- ③ 콘텐츠 출시 : 콘텐츠가 시장에 처음 진입하여 탐색하는 시기
- ④ 사업 도약 : 제작한 콘텐츠가 시장에 진입한 이후 서서히 시장규모가 확대되는 시기
- ⑤ 사업 성장 : 제작한 콘텐츠가 시장에 안착하여 생산/매출이 증가하고 수출로 확대되는 시기
- ⑥ 사업 축소 : 제작한 콘텐츠가 시장에서 생산/매출이 하락하는 시기

A5. 향후 어떻게 콘텐츠 관련 활동을 이어가실 계획이십니까? 계획하고 있는 활동을 모두 기입해주시시오.

- |                 |                        |
|-----------------|------------------------|
| ① 창작 활동 유지      | ② 정식 법인형태가 아닌 공동제작에 참여 |
| ③ 협동조합의 법인형태 설립 | ④ 주식회사의 법인형태 설립        |





## 1인 크리에이터 대상 추가설문

**D1. 귀하가 주력하는 활동 장르는 무엇입니까? (해당하는 장르 모두 선택)** [                    ]

- |         |              |                    |                |
|---------|--------------|--------------------|----------------|
| ① 게임    | ② 음악         | ③ 엔터테인먼트(예능, 토크 등) | ④ 먹방           |
| ⑤ 뷰티/패션 | ⑥ 키즈         | ⑦ 리뷰리액션            | ⑧ 생활(여행, Vlog) |
| ⑨ 교육    | ⑩ 퍼포먼스(댄스 등) | ⑪ 지식정보(시사)         | ⑫ 기타(▶ _____)  |

**D2. 귀하의 주 이용 플랫폼은 무엇입니까?** [                    ]

- |                            |               |         |          |
|----------------------------|---------------|---------|----------|
| ① 유튜브                      | ② 인스타그램       | ③ 네이버TV | ④ 아프리카TV |
| ⑤ 페이스북                     | ⑥ 카카오TV       | ⑦ 트위치   | ⑧ 틱톡     |
| ⑨ 모바일라이브플랫폼(비고라이브, 업라이브 등) | ⑩ 기타(▶ _____) |         |          |

**D3. 귀하가 주로 이용하는 촬영장소는 어디입니까?** [                    ]

- |           |               |           |
|-----------|---------------|-----------|
| ① 자택      | ② 야외          | ③ 개인 스튜디오 |
| ④ 스튜디오 대여 | ⑤ 기타(▶ _____) |           |

**D4. 귀하의 크리에이터 활동 외의 주요 소득원은 무엇입니까?** [                    ]

- |                   |          |               |
|-------------------|----------|---------------|
| ① 없음(크리에이터 활동 전념) | ② 자영업    | ③ 회사에 소속      |
| ④ 프리랜서            | ⑤ 가족의 지원 | ⑥ 기타(▶ _____) |

**D5. 부산 및 경남지역 거주로 인해 크리에이터 활동에 불편함을 느끼신 경우가 있으십니까?** [                    ]

- |      |                            |
|------|----------------------------|
| ① 없음 | ② 있음(▶ 불편함을 느낌 이유 : _____) |
|------|----------------------------|

**D6. 지역거주 크리에이터를 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까?** [                    ]

- |           |         |               |
|-----------|---------|---------------|
| ① 제작비 지원  | ② 장비 지원 | ③ 공간 지원       |
| ④ 교육훈련 지원 | ⑤ 법률 지원 | ⑥ 기타(▶ _____) |

**D7. 크리에이터 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?** [                    ]

- |                       |                    |               |
|-----------------------|--------------------|---------------|
| ① 경제적 어려움(낮은/불규칙한 소득) | ② 창작/아이디어에 대한 스트레스 | ③ 정부 규제       |
| ④ 제작 기술               | ⑤ 작업공간 및 시설 부족     | ⑥ 시장 경쟁 심화    |
| ⑦ 불합리한 계약 관행          | ⑧ 저작권 분쟁           | ⑨ 기타(▶ _____) |

