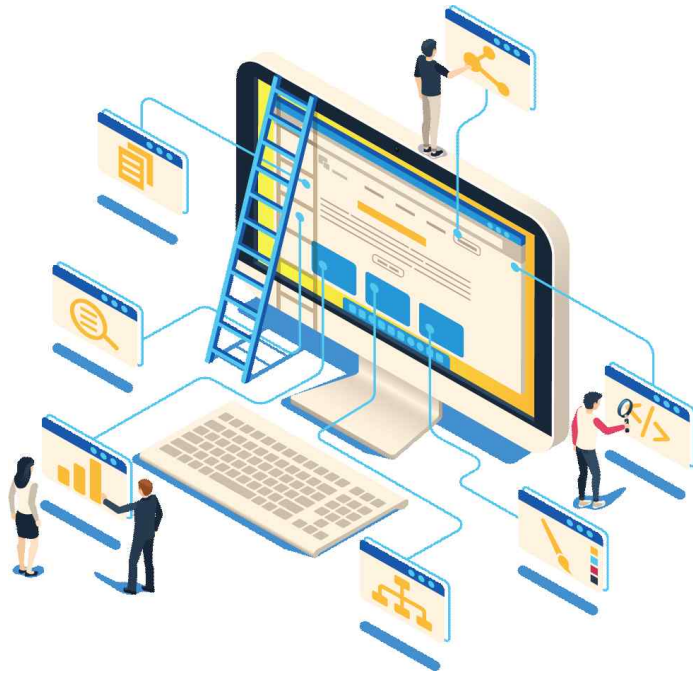


2022년

# 부산 CT 산업통계조사



2022. 12

서던포스트 



# 제 출 문

부산정보산업진흥원장 귀하

본 보고서를 「2022 부산 CT산업 통계조사」 용역의 최종 보고서로 제출합니다.

2022. 12.

주 관 기 관 : (재)부산정보산업진흥원

수 행 기 관 : (주)서던포스트

연구 책임자 : 정건지 이사

김정수 과장

김은정 선임연구원





# 목 차

<b>제1장. 결과 요약</b> .....	<b>1</b>
1. 조사 개요 .....	3
2. 조사결과 요약 .....	5
<b>제2장. 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 현황</b> .....	<b>9</b>
1. 콘텐츠산업조사 개요 .....	11
2. 콘텐츠산업 현황 .....	12
3. 지역별 및 부산지역 콘텐츠산업 매출 현황 .....	17
4. 지역별 및 부산지역 콘텐츠산업 인력 현황 .....	21
5. 부산지역 주요 콘텐츠산업 업종 이슈 .....	25
<b>제3장. 조사결과</b> .....	<b>31</b>
<b>제1절. 조사 개요</b> .....	<b>33</b>
1. 조사배경 및 목적 .....	35
2. 조사 기본 설계 .....	36
3. 조사대상 .....	37
4. 조사내용 .....	39
5. 조사결과 .....	41
6. 자료처리 및 분석 .....	42
<b>제2절. 전체 조사결과</b> .....	<b>43</b>
1. 일반현황 .....	45
2. 매출현황 .....	53
3. 종사자 현황 .....	57
4. 채용현황 .....	62
5. 경영현황 .....	66
6. 제작현황 .....	70
7. 지원사업 관련 .....	73
8. 코로나19 현황 .....	80
9. XR 관련 .....	89
10. 개인제작자 .....	103
<b>제3절. 만화산업 조사결과</b> .....	<b>109</b>
1. 만화산업 결과요약 .....	111
2. 만화산업 일반현황 .....	112
3. 만화산업 매출현황 .....	113
4. 만화산업 종사자현황 .....	115



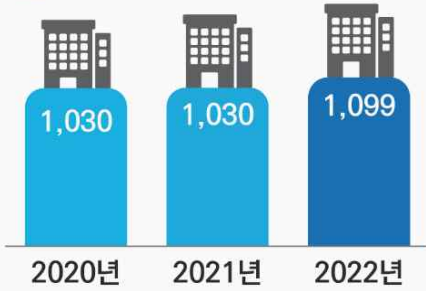
# 목 차

5. 만화산업 창작활동 .....	118
<b>제4절. 게임산업 조사결과 .....</b>	<b>121</b>
1. 게임산업 결과요약 .....	123
2. 게임산업 일반현황 .....	124
3. 게임산업 매출현황 .....	125
4. 게임산업 종사자현황 .....	128
5. 게임산업 환경 .....	131
<b>제5절. 애니메이션산업 조사결과 .....</b>	<b>143</b>
1. 애니메이션산업 결과요약 .....	145
2. 애니메이션산업 일반현황 .....	145
3. 애니메이션산업 매출현황 .....	146
4. 애니메이션산업 종사자현황 .....	147
<b>제6절. XR산업 조사결과 .....</b>	<b>149</b>
1. XR산업 결과요약 .....	151
2. XR산업 일반현황 .....	152
3. XR산업 매출현황 .....	153
4. XR산업 종사자현황 .....	156
5. XR산업 환경 .....	158
<b>제7절. 1인 미디어 조사결과 .....</b>	<b>165</b>
1. 1인 미디어 결과요약 .....	167
2. 1인 미디어 일반현황 .....	168
3. 1인 미디어 매출현황 .....	169
4. 1인 미디어 종사자현황 .....	170
5. 1인 미디어 창작활동 .....	172
<b>제8절. 음악산업 조사결과 .....</b>	<b>175</b>
1. 음악산업 결과요약 .....	176
2. 음악산업 일반현황 .....	178
3. 음악산업 매출현황 .....	179
4. 음악산업 종사자현황 .....	181
5. 뮤지션 활동 .....	183
<b>부록. 설문지 .....</b>	<b>187</b>

# 2022년 부산CT산업 통계조사 결과요약



## 01 사업체 수(개)



## - 2022년 업종별 사업체 수(개)



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

## 02 종사자 수(명)



## - 2022년 업종별 종사자 수(명)



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

## 03 매출액(억원)

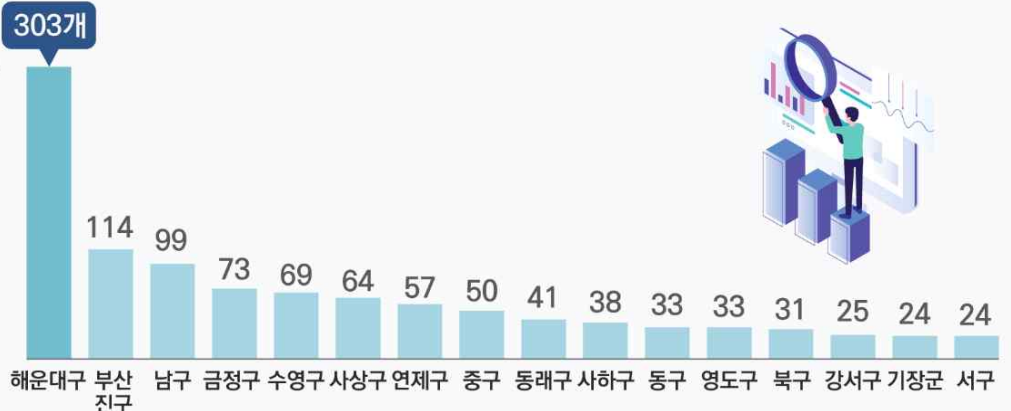


## - 2021년 업종별 매출액(억원)



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

## 04 지역별 현황(개)



# 2022년

## 부산CT산업 통계조사 결과 요약



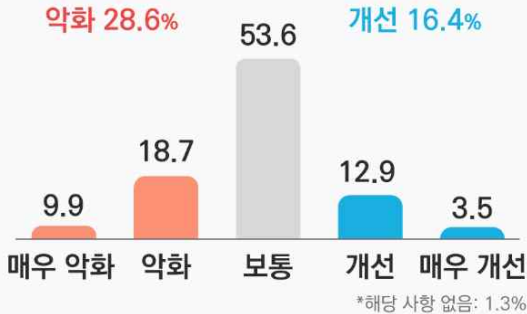
### 05 사업 추진 단계(%)

BASE: 사업체, N=796



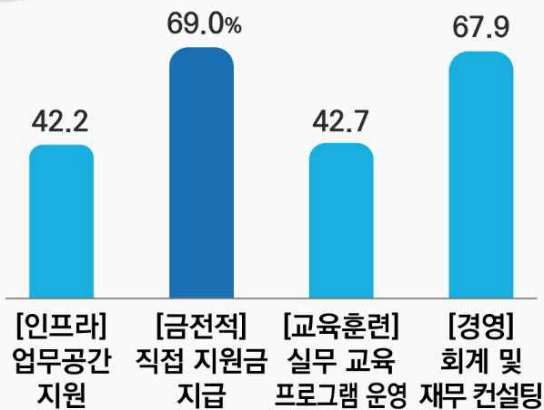
### 06 제작 환경(%)

BASE: 사업체, N=796



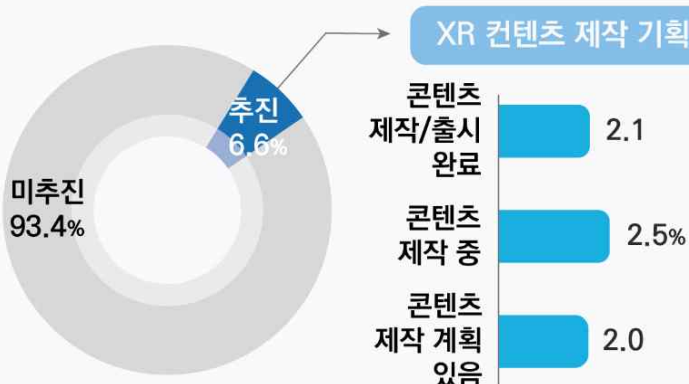
### 07 희망 지원사업(%)

BASE: 사업체, N=796



### 08 XR 콘텐츠 제작/계획 여부(%)

BASE: 사업체, N=796



### 09 경영 애로사항(1순위 기준) (%)

BASE: 사업체, N=796



### 10 제작 애로사항(%)

BASE: 사업체, N=796



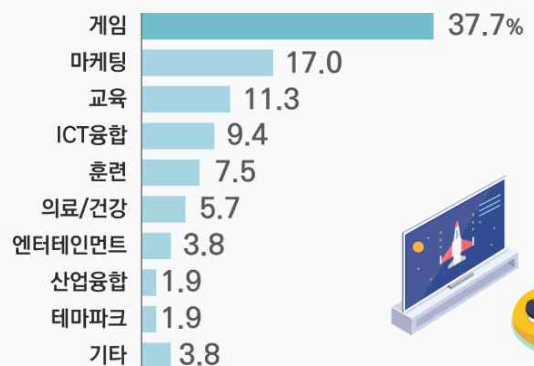
### 11 지원사업 애로사항(%)

BASE: 사업체, N=796



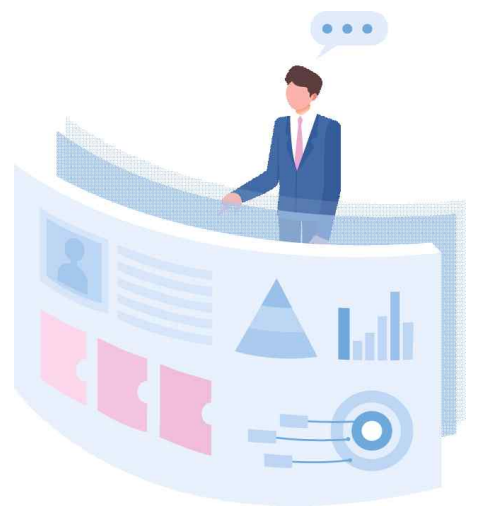
### 12 XR 콘텐츠 장르(1순위 기준) (%)

BASE: XR 영위 사업체, N=53



# 제1장

## 결과 요약





## 1 조사개요

### 1. 조사배경

- 조사명 : 2022 부산 CT산업 통계조사
- 주관기관 : (재)부산정보산업진흥원
- 수행기관 : (주)서던포스트

### 2. 조사목적

- 부산 콘텐츠산업 통계조사를 통한 신뢰할 수 있는 지역 통계 데이터 확보
- 부산 콘텐츠산업의 현실과 정책적 수요파악 및 산업 영역별로 범주화하고 성장분야에 대한 체계적인 정보제공을 위한 분석데이터 마련

### 3. 조사 기본 설계

〈표 1-1〉 조사 기본 설계

구 분	내 용	비 고
목표모집단	· '콘텐츠산업 특수분류'에 해당하는 산업을 영위하고 있는 부산지역 내 사업체 및 개인	· 도소매업, 임대업 등에 해당하는 업종 제외
모집단추출틀	· 2021년 「부산 CT산업 통계조사」 명부 내 사업체 · 부산정보산업진흥원 보유 DB - 콘텐츠 관련 사업부서 보유 DB - 부산 XR 관련 기업현황 DB · 외부 공개 사업체 정보 DB 활용 - DART, 나이스신용평가정보(RM1) 등	-
조사대상	· 사업체 대표자 • 팀장급 또는 경력 3년 이상 실무진	-
표본배분	· 전수조사 실시	-
유효표본 수	· 2,056개 중 1,099개 표본 조사 성공(성공률 53.4%)	-
조사기간	· 2022년 9월 19일 ~ 2022년 11월 30일	-
조사기준	· 매출액 : 2021년 말 · 사업체 수 및 종사자 수 : 2022년 현재	-
조사방법	· 전문 조사원에 의한 해당 사업체 방문면접조사 실시	· 응답자 요청 시 온라인 웹(Web) 조사, 팩스 및 E-mail 조사 병행
조사도구	· 구조화된 설문지(Structured Questionnaires)	-

#### 4. 조사내용

- 사업체용 설문 : 사업체 정보, 제작현황, 경영현황, 지원사업, 코로나19 현황 등
- 개인용 설문 : 응답자 정보, 사업현황, 코로나19 현황 등

#### 5. 모집단 구축 및 조사실시 결과

- 모집단 구축을 위해 기본적으로 2021년 「부산 CT산업 통계조사」 명부 내 사업체와 부산정보산업진흥원 보유 DB를 활용함
  - 부산정보산업진흥원 보유 DB에는 부산 XR 관련 기업 DB, 콘텐츠사업부서별 보유 DB 등이 있었음
- 전년 조사 명부와 부산정보산업진흥원 DB 중에도 누락된 사업체나 신규 사업체가 있을 수 있기 때문에, DART나 나이스신용평가정보(RM1) 등 외부 사업체 정보 공개 DB를 모집단 구축 시 활용하였음
  - 부산지역에 소재한 사업체 중 콘텐츠산업과 관련이 있는 KSIC 업종을 영위하는 사업체를 추출한 후, 사전 전화컨택을 통해 콘텐츠산업을 영위하는지 질문을 통해 모집단을 추가함
- 2,056개의 조사 대상 중 1,099개 표본에 대해 조사를 성공함(성공률 53.4%)
- 조사 미완료 사유로는 거절(387개)이 가장 많았고, 그 다음 비수신(239개), 결번(206개)의 순이었음
  - 조사 참여 거절 사유 중 가장 많았던 사유로는 “바빠서 조사에 참여하기 어렵다.”는 응답이 가장 많았음

## 2 조사결과 요약

### 1. 부산 CT산업 콘텐츠제작 사업체 현황

- 2022 부산 CT산업 통계조사 결과, 2022년 CT산업 관련 사업체수는 1,099개, 종사자 수는 7,799명으로 나타났으며, 2021년 매출액은 1조 3,273억 원으로 나타남

〈표 1-2〉 부산 CT산업 콘텐츠제작 사업체 현황

구 분	2020년			2021년						2022년				
	사업체 수	종사자 수	매출액	사업체 수		종사자 수		매출액		사업체 수		종사자 수		
	(개)	(명)	(백만원)	(개)	(%)	(명)	(%)	(백만원)	(%)	(개)	(%)	(명)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>1,030</b>	<b>7,813</b>	<b>1,142,322</b>	<b>1,030</b>	<b>0.0</b>	<b>7,321</b>	<b>-6.3</b>	<b>13,273,335</b>	<b>15.7</b>	<b>1,099</b>	<b>6.7</b>	<b>7,799</b>	<b>6.5</b>	
업종	출판	131	1,040	88,582	107	-18.3	777	-25.3	106,351	20.1	101	-5.6	828	6.6
	만화	49	83	8,149	57	16.3	118	42.2	9,043	11.0	70	22.8	129	9.3
	음악	70	183	2,235	58	-17.1	122	-33.3	4,893	118.9	74	27.6	154	26.2
	영화	98	456	53,152	110	12.2	392	-14.0	42,585	-19.9	110	0.0	434	10.7
	게임	127	1,330	142,884	131	3.1	1,453	9.2	157,652	10.3	139	6.1	1,466	0.9
	애니	18	217	22,572	16	-11.1	227	4.6	31,069	37.6	17	6.3	265	16.7
	방송	61	987	395,641	51	-16.4	851	-13.8	413,832	4.6	51	0.0	899	5.6
	광고	248	1,600	211,519	182	-26.6	1,365	-14.7	288,580	36.4	197	8.2	1,507	10.4
	캐릭터	14	160	19,590	13	-7.1	166	3.8	15,448	-21.1	15	15.4	160	-3.6
	지식	78	731	58,209	62	-20.5	639	-12.6	70,426	21.0	61	-1.6	642	0.5
	솔루션	93	886	138,968	157	68.8	1,112	25.5	186,585	34.3	161	2.5	1,201	8.0
<b>1인 미디어</b>	<b>43</b>	<b>140</b>	<b>821</b>	<b>86</b>	<b>100.0</b>	<b>99</b>	<b>-29.3</b>	<b>871</b>	<b>6.1</b>	<b>103</b>	<b>19.8</b>	<b>114</b>	<b>15.2</b>	
<b>XR</b>	<b>47</b>	<b>651</b>	<b>59,911</b>	<b>56</b>	<b>19.1</b>	<b>794</b>	<b>22.0</b>	<b>57,444</b>	<b>-4.1</b>	<b>53</b>	<b>-5.4</b>	<b>666</b>	<b>-16.1</b>	

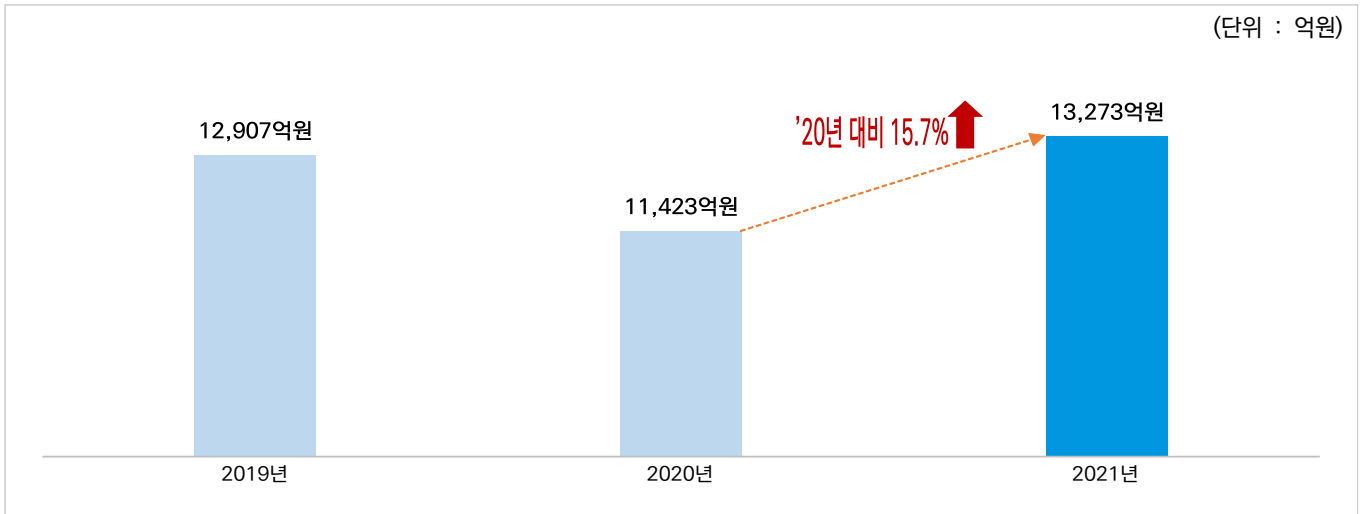
※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함 / 설문 응답 기준)

※ (%) : 전년대비 증감률

## 2. 매출액

- 2021년 부산 CT산업 사업체의 총 매출액은 1조 3,273억 원으로 나타나 전년대비 15.7% 증가한 것으로 나타남

〈그림 1-1〉 연도별 매출액



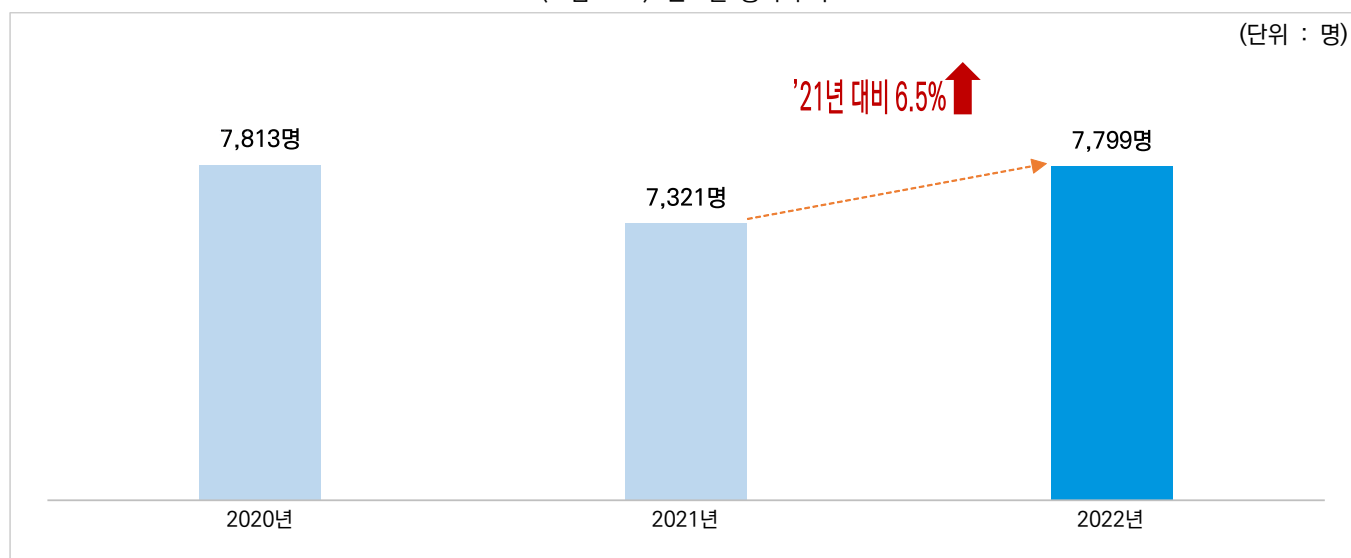
〈표 1-3〉 연도별 매출액

구 분	2019년		2020년		2021년		
	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	
<b>전 체</b>	<b>1,290,746</b>	<b>2.3</b>	<b>1,142,322</b>	<b>-11.5</b>	<b>1,327,335</b>	<b>15.7</b>	
<b>업종</b>	출판	128,781	-5.5	88,582	-31.2	106,351	20.1
	만화	7,434	0.4	8,149	9.6	9,043	11.0
	음악	3,011	0.1	2,235	-25.8	4,893	118.9
	영화	68,943	35.3	53,152	-22.9	42,585	-19.9
	게임	133,523	0.8	142,884	7.0	157,652	10.3
	애니메이션	21,091	-0.1	22,572	7.0	31,069	37.6
	방송	441,977	-5.3	395,641	-10.5	413,832	4.6
	광고	290,502	14.6	211,519	-27.2	288,580	36.4
	캐릭터	23,408	49.1	19,590	-16.3	15,448	-21.1
	지식정보	60,943	6.3	58,209	-4.5	70,426	21.0
	콘텐츠솔루션	110,558	-4.9	138,968	25.7	186,585	34.3
<b>1인 미디어</b>	<b>575</b>	<b>59.7</b>	<b>821</b>	<b>42.8</b>	<b>871</b>	<b>6.1</b>	
<b>XR</b>	<b>47,474</b>	<b>-42.0</b>	<b>59,911</b>	<b>26.2</b>	<b>57,444</b>	<b>-4.1</b>	

### 3. 종사자 수

○ 2022년 부산 CT산업 사업체의 총 종사자 수는 7,799명으로 전년대비 6.5% 증가한 것으로 나타남

〈그림 1-2〉 연도별 종사자 수



〈표 1-4〉 연도별 종사자 수

구 분	2020년		2021년		2022년		
	종사자 수(명)	전년대비(%)	종사자 수(명)	전년대비(%)	종사자 수(명)	전년대비(%)	
전 체	7,813	-2.4	7,321	-6.3	7,799	6.5	
업종	출판	1,040	-3.8	777	-25.3	828	6.6
	만화	83	-4.6	118	42.2	129	9.3
	음악	183	-4.7	122	-33.3	154	26.2
	영화	456	-13.5	392	-14.0	434	10.7
	게임	1,330	4.6	1,453	9.2	1,466	0.9
	애니메이션	217	-28.4	227	4.6	265	16.7
	방송	987	-11.2	851	-13.8	899	5.6
	광고	1,600	0.3	1,365	-14.7	1,507	10.4
	캐릭터	160	-25.6	166	3.8	160	-3.6
	지식정보	731	10.6	639	-12.6	642	0.5
	콘텐츠솔루션	886	-4.5	1,112	25.5	1,201	8.0
1인 미디어	140	351.6	99	-29.3	114	15.2	
XR	651	-17.8	794	22.0	666	-16.1	

## 4. 경영현황

- 사업추진단계는 '사업 성장(23.6%)', '사업 도약(21.9%)', '콘텐츠 제작(19.0%)', '콘텐츠 출시(18.9%)', '사업 축소(8.3%)', '콘텐츠 기획(8.2%)' 순으로 비중이 높게 나타남
- 경영 관련 애로사항을 1순위 기준으로 살펴보면, '자금조달 투자유치 어려움'이 30.3%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '비용부담(15.4%)', '매출 부진 및 매출대금 회수부진(13.7%)', '판로확보 및 수익화 어려움(10.7%)', '마케팅 역량 및 비용 부족(6.0%)' 등의 순으로 높게 나타남

## 5. 제작현황

- 전년 대비 콘텐츠 제작/개발/창작환경은 '보통(53.6%)'으로 전년대와 유사한 수준이며, '개선' 28.6%, '악화' 16.5%로 조사됨
- 콘텐츠 제작 관련 애로사항은 '자금 부족 및 투자유치 어려움(42.9%)', '전문인력 부족 및 확보 어려움(20.0%)', '제작비용 부담(13.6%)' 등의 순으로 높게 나타남

## 6. 지원사업 관련

- 지원사업 관련 정보 수집경로는 '인터넷(53.4%)', '동종업계(24.4%)', '언론매체(신문,방송)(9.8%)' 등의 순으로 높게 나타남
- 희망하는 지원사업으로는 '직접 지원금(69.0%)', '회계 및 재무 컨설팅(67.9%)', '인건비 지원(46.8%)', '실무교육(42.7%)' 등의 순으로 조사됨
- 지원사업 신청 및 참여 애로사항은 '지원사업 정보부족(30.3%)', '복잡한 지원사업 신청/행정철차(16.7%)', '까다로운 신청 및 선정 조건(14.3%)' 등의 순으로 나타남

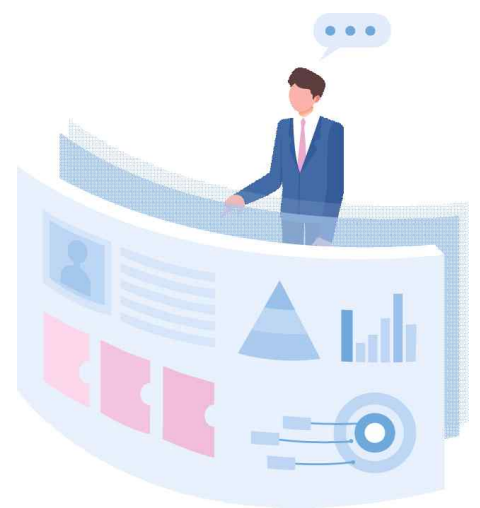
## 7. XR 관련

- XR 제작/계획이 있는 사업체는 'XR 콘텐츠 제작 중' 20개, 'XR 콘텐츠 제작/출시 완료'가 17개로 나타남
- XR 콘텐츠 장르를 1순위 기준으로 살펴보면, '게임(37.7%)', '마케팅(17.0%)', '교육(11.3%)', 'ICT융합(9.4%)' 등의 순으로 조사됨
- XR사업체 필요 지원 사업을 1순위 기준으로 살펴보면, '콘텐츠 제작 기술/비용 지원(45.3%)', '입주시설 제공 및 정착지원(37.7%)', '투자유치 활동 지원(9.4%)' 순으로 나타남

## 제2장

# 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 현황

「2021년 기준 콘텐츠사업조사」 일부 발췌





## 1 콘텐츠산업 조사 개요

### 1. 조사배경

- 콘텐츠(CT)산업은 생산, 고용, 부가가치 면에서 규모와 성장률이 매우 높은 산업으로 차세대 성장 동력이자 혁신성장을 위한 노하우, 문화, 프로젝트를 타 산업에 전파하는 롤모델임
- 콘텐츠산업 통계조사는 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원에서 콘텐츠산업 분야의 통계자료 확보 및 지표를 제공하기 위해 매년 콘텐츠산업 사업체를 대상으로 실시하는 조사임
  - 「2021년 기준 콘텐츠산업조사」는 국내 콘텐츠산업을 영위하는 사업체 중 17,180개 사업체를 대상으로 2022년 10월부터 2022년 11월까지 실시한 통계 조사 결과임
- 콘텐츠산업 특수분류는 출판, 만화, 음악, 영화, 게임, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연의 12개 산업으로 구성되나, 콘텐츠산업조사에서는 공연산업 총괄규모가 별도로 집계되는 점을 감안하여, 공연산업을 제외한 11개 산업을 대상으로 함

〈표 2-1〉 콘텐츠산업조사 산업분류

대분류	내용
출판	· 출판업, 인쇄업, 출판 도·소매업, 온라인 출판 유통업, 출판 임대업
만화	· 만화 출판업, 온라인 만화 제작·유통업, 만화책 임대업, 만화 도소매업
음악	· 음악 제작업, 음악 및 오디오물 출판업, 음반복제 및 배급업, 음반 도소매업, 온라인 음악 유통업, 음악 공연업, 노래연습장 운영업
영화	· 영화 제작, 지원 및 유통업, 디지털 온라인 유통업
게임	· 게임 제작 및 배급업, 게임 유통업
애니메이션	· 애니메이션 제작업, 애니메이션 유통 및 배급업, 온라인 애니메이션 유통업
방송	· 지상파 방송, 유선방송, 위성방송, 방송채널 사용사업, 방송영상물 제작업, 인터넷 영상물 제공업, 방송영상물제작업
광고	· 광고대행업, 광고제작업, 광고전문서비스업, 인쇄업, 온라인 광고 대행업, 옥외광고대행업
캐릭터	· 캐릭터 제작업, 캐릭터 상품 유통업
지식정보	· e-learning업, 기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업, 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업, 가상세계 및 가상현실업
콘텐츠솔루션	· 콘텐츠솔루션업, 컴퓨터그래픽스(CG) 제작업

### 2. 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 현황 비교분석

- 「2021년 기준 콘텐츠산업조사」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
  - 부산CT산업 통계조사는 콘텐츠산업조사 대상 업종의 세부 업종이 일부 달라 직접적인 비교는 불가능함

## 2 콘텐츠산업 현황

### 1. 콘텐츠산업 현황 총괄

- 2021년 콘텐츠산업 사업체 수는 10만 8,628개로 전년대비 9.1% 증가한 것으로 나타남
  - 산업별 사업체 수 비중은 음악산업과 출판산업이 31.3%로 가장 높고, 다음으로 게임산업(10.1%), 지식정보산업(9.3%) 등의 순으로 나타남
- 종사자 수는 61만 4,734명으로 전년대비 -4.3% 감소하였고, 매출액은 137조 5,079억원으로 전년 대비 7.2% 증가한 것으로 나타남
  - 부가가치액은 53조 227억원(전년대비 4.9% 증가)으로 나타남
  - 수출액은 124억 5,289만달러, 수입액은 12억 470만달러의 흑자를 기록한 것으로 나타남

〈표 2-2〉 2021년 콘텐츠산업 현황

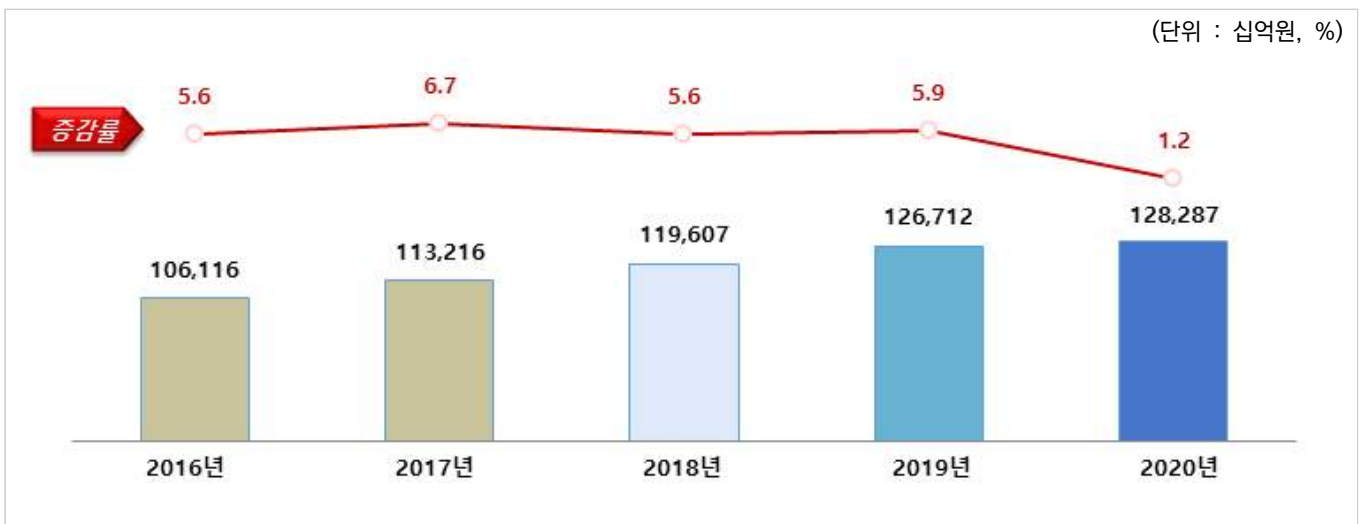
구 분	사업체 수 (개)	종사자 수 (명)	매출액 (백만원)	부가가치액 (백만원)	수출액 (천달러)	수입액 (천달러)	수출입 차액 (천달러)	
전 체	108,628	614,734	137,507,958	53,022,781	12,452,897	1,204,704	11,248,193	
업종	출판	34,011	175,898	24,697,753	9,740,089	428,379	317,939	110,440
	만화	4,919	10,825	2,132,149	799,955	81,980	7,584	74,396
	음악	34,001	59,583	9,371,728	3,141,082	775,274	14,031	761,243
	영화	1,034	13,240	3,246,109	1,143,769	43,033	37,897	5,136
	게임	10,991	81,856	20,991,342	8,663,127	8,672,865	312,331	8,360,534
	애니메이션	647	6,131	755,520	301,552	156,835	8,524	148,311
	방송	1,133	50,160	23,970,709	8,621,601	717,997	60,761	657,237
	광고	6,627	74,485	18,921,883	6,200,701	258,167	341,654	-83,487
	캐릭터	2,901	16,597	5,003,908	2,080,238	412,990	81,226	331,764
	지식정보	10,108	87,704	19,946,243	8,423,451	660,850	9,314	651,536
	콘텐츠솔루션	2,256	38,256	8,470,614	3,907,217	244,527	13,443	231,084

※ 「2021년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

## 2. 매출액

- 2021년 콘텐츠산업 매출액은 137조 5,079억원으로 전년대비 7.2% 증가한 것으로 나타남
  - 전년대비 증감률은 음악산업이 54.5%로 가장 높았고, 이어 콘텐츠솔루션(50.3%), 만화산업(39.0%) 등의 순으로 나타나며, 캐릭터산업이 -59.0%로 가장 낮게 나타났고, 산업별 매출액 비중은 출판산업이 18.0%로 가장 높고, 다음으로 방송산업(17.4%), 게임산업(15.3%) 등의 순으로 나타남
- 연평균 증감률은 5.0%이며, 음악산업(-12.3%), 캐릭터산업(-19.5%)를 제외한 산업에서 증가한 것으로 나타남

〈그림 2-1〉 콘텐츠산업 매출액 및 전년대비 증감률



〈표 2-3〉 콘텐츠산업 매출액

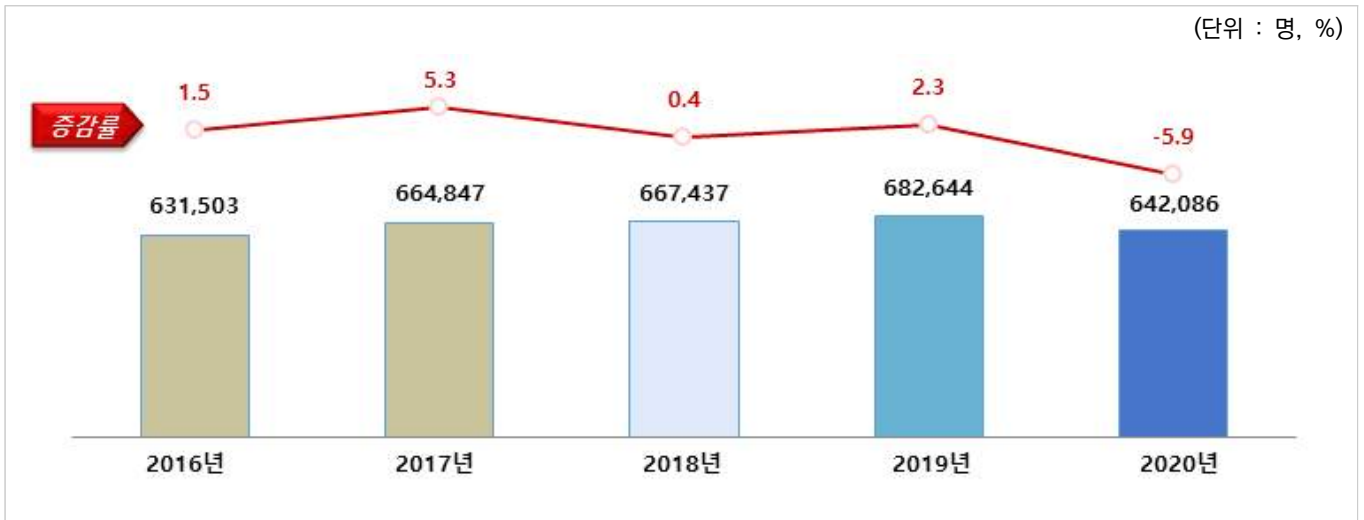
구분	2017년 (백만원)	2018년 (백만원)	2019년 (백만원)	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	
<b>전체</b>	<b>113,216,468</b>	<b>119,606,635</b>	<b>126,712,264</b>	<b>128,287,034</b>	<b>137,507,958</b>	<b>100.0</b>	<b>7.2</b>	<b>5.0</b>	
<b>업종</b>	출판	20,755,334	20,953,772	21,341,176	21,648,849	24,697,753	18.0	14.1	4.4
	만화	1,082,228	1,178,613	1,337,248	1,534,444	2,132,149	1.6	39.0	12.7
	음악	5,804,307	6,097,913	6,811,818	6,064,748	9,371,728	6.8	54.5	-12.3
	영화	5,494,670	5,889,832	6,432,393	2,987,075	3,246,109	2.4	8.7	12.4
	게임	13,142,272	14,290,224	15,575,034	18,885,484	20,991,342	15.3	11.2	14.7
	애니메이션	665,462	629,257	640,580	553,290	755,520	0.5	36.6	3.2
	방송	18,043,595	19,762,210	20,843,012	21,964,722	23,970,709	17.4	9.1	7.4
	광고	16,413,340	17,211,863	18,133,845	17,421,750	18,921,883	13.8	8.6	3.6
	캐릭터	11,922,329	12,207,043	12,566,885	12,218,076	5,003,908	3.6	-59.0	-19.5
	지식정보	15,041,370	16,290,992	17,669,282	19,373,367	19,946,243	14.5	3.0	7.3
	콘텐츠솔루션	4,851,561	5,094,916	5,360,990	5,635,230	8,470,614	6.2	50.3	14.9

※ 「2021년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

### 3. 종사자 수

- 2021년 콘텐츠산업 종사자 수는 61만 4,734명으로 전년대비 -4.3% 감소한 것으로 나타남  
 - 전년대비 증감률은 영화산업이 26.1%로 가장 높았고, 캐릭터산업(-54.5%)이 가장 낮게 나타남
- 연평균 증감률은 -1.9%이며, 영화산업이 -18.2%로 가장 낮게 나타남
- 산업별 종사자 수 비중은 출판산업(28.6%), 지식정보산업(14.3%), 게임산업(13.3%) 등의 순으로 나타남

〈그림 2-2〉 콘텐츠산업 종사자 수 및 전년대비 증감률



〈표 2-4〉 콘텐츠산업 종사자 수

구 분	2017년 (명)	2018년 (명)	2019년 (명)	2020년 (명)	2021년 (명)	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
<b>전 체</b>	<b>664,847</b>	<b>667,437</b>	<b>682,644</b>	<b>642,086</b>	<b>614,734</b>	<b>100</b>	<b>-4.3</b>	<b>-1.9</b>
<b>업종</b>	출판	184,794	184,554	185,270	185,444	28.6	-5.1	-1.2
	만화	10,397	10,761	11,079	11,230	1.8	-3.6	1.0
	음악	77,005	76,954	77,149	65,464	9.7	-9.0	-6.2
	영화	29,546	30,878	32,566	10,497	2.2	26.1	-18.2
	게임	81,932	85,492	89,157	83,303	13.3	-1.7	0.0
	애니메이션	5,161	5,380	5,436	5,472	1.0	12.0	4.4
	방송	45,337	50,286	51,006	50,239	8.2	-0.2	2.6
	광고	65,159	70,827	73,520	68,888	12.1	8.1	3.4
	캐릭터	34,778	26,306	37,521	36,505	2.7	-54.5	-16.9
	지식정보	82,470	86,490	89,286	93,182	14.3	-5.9	1.6
	콘텐츠솔루션	28,268	29,509	30,655	31,863	38,256	6.2	20.1

※ 「2021년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

#### 4. 콘텐츠 산업 혁신전략

- 한국콘텐츠진흥원(이하 콘진원)은 변화하는 콘텐츠 산업환경과 업계 수요에 대응하는 고강도 기관 혁신계획을 발표함
- 급변하는 K-콘텐츠 산업환경과 시장 수요, 선제적 변화 대응으로 국정과제 실행력 제고를 위해 5대 혁신전략과 21개 과제를 발표함.

혁신비전	일류 문화매력국가 실현에 앞장서는 기관						
혁신목표	<p>고객이 체감하는 혁신으로 지속가능한 진흥체계 구축</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #333366; color: white;">산업변화 대응</td> <td>산업 밀착형 지원으로 K-콘텐츠 매력 확산</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #333366; color: white;">진흥체계 혁신</td> <td>민간 주도 창의 생태계를 선도하는 지원체계 개편</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #333366; color: white;">지속가능 경영</td> <td>전문성과 책임감으로 스마트한 미래지향적 조직 실현</td> </tr> </table>	산업변화 대응	산업 밀착형 지원으로 K-콘텐츠 매력 확산	진흥체계 혁신	민간 주도 창의 생태계를 선도하는 지원체계 개편	지속가능 경영	전문성과 책임감으로 스마트한 미래지향적 조직 실현
산업변화 대응	산업 밀착형 지원으로 K-콘텐츠 매력 확산						
진흥체계 혁신	민간 주도 창의 생태계를 선도하는 지원체계 개편						
지속가능 경영	전문성과 책임감으로 스마트한 미래지향적 조직 실현						
5대 혁신 전략	<p>1 산업 변화에 발맞춘 민간주도형 지원체계 구축</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• [심사제도 혁신] 산업 환경 변화에 맞는 평가 전문성 확보</li> <li>• [현장맞춤 지원] 지원금 상향, 제작지원 복합금융, 다년지원 신설</li> <li>• [민간주도 성장] 사업의 단계적 민간이관 확대</li> <li>• [제작지원 인증] 민간 신진 IP 글로벌 진출 촉진을 위한 제작지원 인증</li> </ul>						
	<p>2 사업 구조조정을 통한 선택과 집중</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• [사업 구조조정] 사업·행사 통합으로 핵심역량 집중</li> <li>• [후속연계 확대] 사업 전후방 성장사다리 구축(가점지원 확대 등)</li> <li>• [출연자원 전환] 기획부터 유통까지 완결형 원천 IP 육성</li> </ul>						
	<p>3 콘텐츠 산업의 미래세대, 청년 기회보장 확대</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• [청년할당제(쿼터제) 신설] 청년세대 기회보장 확대, 일자리 연계 강화</li> <li>• [청년 거버넌스] 청년 정책 협의체 출범</li> </ul>						
	<p>4 빅데이터에 기반한 선도적 정책지원 강화</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• [데이터 플랫폼] 빅데이터에 기반한 정책 플랫폼 기능 강화</li> <li>• [정책기능 혁신] 국가승인 통계기관 위상 확립, 정책소통 고도화</li> </ul>						
	<p>5 전문성-책임성 있는 적극행정</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• [감사기능 강화] 지원과제 관리감독, 부정수급, 사후대처 강화</li> <li>• [성과중심 조직] 조직·인사혁신(평가/보상/승진/경력개발)</li> </ul>						

○ 21개 혁신과제 세부 내역

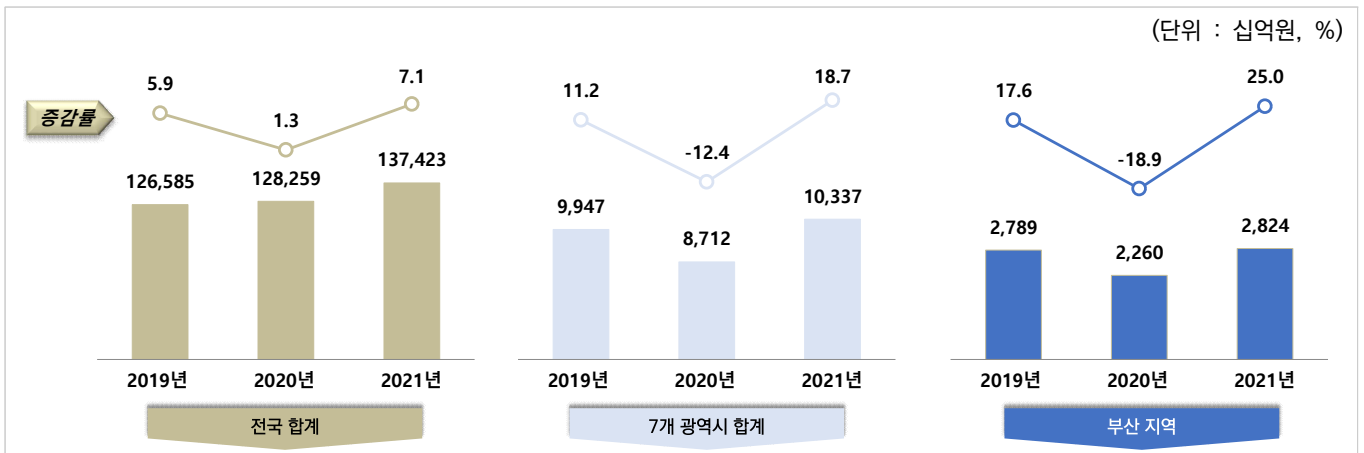
구 분		혁신 내용
사 업 혁 신	<b>민간주도 전환</b> 역동적 콘텐츠 산업 뒷받침	<ul style="list-style-type: none"> <li>콘텐츠 제작지원비 최대 30억 상향</li> <li>지원사업 복합금융 도입, 제작비 외 프로젝트자금 대출지원 * 복합금융 이용시 2.5% 이자 지원 (금융부담 경감)</li> <li>장르별 프로젝트 제작 주기 고려, 다년도 지원사업 도입</li> <li>민간이 더 잘하는 사업은 과감한 민간 이관</li> </ul>
	<b>사업 구조조정</b> 사업 효율화로 핵심역량 집중	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업일몰 협의체 운영 제도화, 목적달성 사업 폐지</li> <li>예산과목 개편으로 국고사업 통합 축소</li> <li>대표행사 중심, 유관행사 연계로 시너지 제고</li> <li>출연금 단계적 전환을 통한 능동적·체계적 지원구조 확립</li> </ul>
	<b>정책기능 강화</b> 미래지향형 정책연구구조 확립	<ul style="list-style-type: none"> <li>빅데이터에 기반한 정책기능 고도화 → 콘텐츠 통합 데이터센터 구축으로 정책대응 강화(장기) → 연구·조사역량 강화를 통한 정책 싱크탱크 역할 확대</li> </ul>
제 도 혁 신	<b>심사제도 혁신</b> 산업환경 변화에 맞는 전문성 확보	<ul style="list-style-type: none"> <li>전문성 강화를 중심으로 심사위원 재구성 → 심사위원 기준 강화, 현장전문가 중심으로 재구성 → 사업목적에 맞는 준비된 우수기업 선발·지원</li> </ul>
	<b>후속연계 강화</b> 전후방 연계 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>수상기업 후속지원 강화 (가점제 도입) → 대내외 콘텐츠 대회 수상기업, 후속 지원사업 신청시 최대 3점 가점부여, 지속적 성장사다리 제공 * 콘텐츠 연관 타부처 수상기업 대상 확대('24~)</li> </ul>
	<b>제작지원 인증제</b> 글로벌콘텐츠 발굴	<ul style="list-style-type: none"> <li>제작지원 인증제 도입으로 신진기업 글로벌 진출 촉진 → IP 신인도 제고를 위한 제작지원 인증제 시행</li> </ul>
	<b>청년쿼터제 도입</b> 획기적인 청년 우대정책 도입	<ul style="list-style-type: none"> <li>청년기업 30% 의무선발, 청년할당제(쿼터제) 시행 (창업지원 분야)</li> <li>콘텐츠 산업의 미래를 위한 청년 일자리 연계 강화</li> <li>청년의 목소리를 정책에 담는 청년 정책 협의체 출범</li> </ul>
	<b>감사기능 강화</b> 관리감독 강화 부정수급 근절	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업 전반의 철저한 관리체계 마련으로 투명성 강화 → 감사실내 지원과제 수시 모니터링, 현장점검, 제보 활성화 등 부정수급 방지 시스템 정비(점검단 신설) → 적극행정 활성화를 위한 사전컨설팅 감사 강화</li> </ul>
조 직 혁 신	<b>성과중심 조직</b> 일 잘하는 사람이 인정·보상받는 조직	<ul style="list-style-type: none"> <li>성과중심 보상체계 도입</li> <li>성과·능력 중심의 공정하고 합리적인 인사체계 구축</li> <li>직원 경력개발 강화로, 업계에서 신뢰받는 전문가 성장</li> <li>일하는 방식의 디지털 전환으로 업무 효율성 및 편의성 제고</li> </ul>
	<b>국정중심 조직개편</b> 역점사업 집중 조직 활력생산성 제고	<ul style="list-style-type: none"> <li>국정과제·미래 혁신전략 중점기능 강화 → 보직자수 축소, 대부서화 등 조직 슬림화 → 지원부서 축소·통합 및 인력감축, 사업부서 역량 강화</li> </ul>

### 3 지역별 및 부산지역 콘텐츠산업 매출 현황

#### 1. 지역별 매출현황

- 전국 콘텐츠산업 매출액 합계는 2019년 126조 585십억원, 2020년 128조 259십억원, 2021년 137조 423십억 원으로 매년 증가하고 있으며, 2021년 전년대비 증감률이 상승(7.1%)한 것으로 나타남
- 부산을 포함한 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종 등 7개 광역시의 콘텐츠산업 매출액 합계는 2021년 10조 338십억 원으로 전년대비 18.7% 상승한 것으로 나타남
- 부산지역 콘텐츠산업 매출액은 2019년 2조 789십억 원, 2020년 2조 260십억 원, 2021년 2조 825십억 원으로 나타났으며, 2021년 전년대비 증감률은 25.0% 상승한 것으로 나타남

〈그림 2-3〉 콘텐츠산업 지역별 연도별 매출액 및 전년대비 증감률



- 지역별 2021년 콘텐츠산업 매출액은 서울지역이 85조 7,795억원으로 전국 합계 대비 비중(62.4%)이 가장 높고, 다음으로 경기(32조 8,015억원, 23.9%)가 높게 나타남
  - 서울지역은 게임산업을 제외한 모든 산업분야에서 전국 매출액 합계 대비 비중이 높게 나타남
- 부산지역의 콘텐츠산업 매출액은 전국 합계 대비 비중이 2.1%로 전국에서 세 번째로 비중이 높게 나타남
  - 산업별로는 광고산업(3.3%), 캐릭터산업(2.9%), 출판(2.8%)에서 상대적으로 비중이 높게 나타남

〈표 2-5〉 콘텐츠산업 지역별 연도별 매출액

구 분	2019년 (백만원)	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	
전국 합계	126,584,691	128,259,361	137,423,170	100.0	7.1	4.2	
서울	81,125,945	80,708,563	85,779,517	62.4	6.3	2.8	
7개시	소계	9,947,481	8,712,310	10,337,627	7.5	18.7	1.9
	부산	2,788,633	2,260,231	2,824,526	2.1	25.0	0.6
	대구	2,071,339	1,811,456	2,034,754	1.5	12.3	-0.9
	인천	1,749,997	1,694,700	1,723,156	1.3	1.7	-0.8
	광주	1,142,480	1,002,036	1,237,767	0.9	23.5	4.1
	대전	1,511,823	1,344,462	1,615,206	1.2	20.1	3.4
	울산	591,086	525,395	735,321	0.5	40.0	11.5
	세종	92,123	74,029	166,896	0.1	125.4	34.6
	9개도	소계	35,511,265	38,838,489	41,306,026	30.1	6.4
경기	27,751,991	31,969,192	32,801,545	23.9	2.6	8.7	
강원	616,220	551,973	815,904	0.6	47.8	15.1	
충북	879,431	827,448	725,283	0.5	-12.3	-9.2	
충남	858,489	850,347	982,605	0.7	15.6	7.0	
전북	721,140	627,890	1,152,102	0.8	83.5	26.4	
전남	482,114	452,720	689,273	0.5	52.3	19.6	
경북	1,138,412	919,623	1,142,989	0.8	24.3	0.2	
경남	1,687,330	1,434,694	1,415,031	1.0	-1.4	-8.4	
제주	1,376,139	1,204,603	1,581,295	1.2	31.3	7.2	

※ 「2021년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

※ 애니메이션산업 매출액 중 극장 매출액, 방송사 수출액을 제외함

〈표 2-6〉 콘텐츠산업 지역별 매출액

구분	출판	만화	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션	합계
전국 합계	24,697,753 (100.0)	2,132,149 (100.0)	9,371,728 (100.0)	3,246,109 (100.0)	20,991,342 (100.0)	670,732 (100.0)	23,970,709 (100.0)	18,921,883 (100.0)	5,003,908 (100.0)	19,946,243 (100.0)	8,470,614 (100.0)	137,423,170 (100.0)
서울	13,137,502 (53.19)	924,064 (43.34)	6,556,214 (0.07)	2,417,564 (74.48)	8,855,052 (42.18)	489,232 (72.94)	18,872,853 (78.73)	15,627,438 (82.59)	2,079,707 (41.56)	10,641,524 (53.35)	6,178,367 (72.94)	85,779,517 (62.4)
7개시	3,301,949 (13.4)	137,341 (6.4)	809,304 (8.6)	110,587 (3.4)	808,799 (3.8)	61,136 (9.1)	752,700 (3.1)	1,659,475 (8.8)	502,325 (10)	1,653,580 (8.3)	545,431 (6.4)	10,337,627 (7.5)
부산	690,183 (2.8)	25,465 (1.2)	168,468 (1.8)	43,559 (1.3)	200,759 (1)	15,016 (2.2)	233,797 (1)	630,191 (3.3)	142,914 (2.9)	493,094 (2.5)	181,080 (2.1)	2,824,526 (2.1)
대구	640,279 (2.6)	30,773 (1.4)	156,801 (1.7)	7,888 (0.2)	223,714 (1.1)	706 (0.1)	144,187 (0.6)	377,139 (2)	91,642 (1.8)	251,751 (1.3)	109,876 (1.3)	2,034,754 (1.5)
인천	603,372 (2.4)	28,787 (1.4)	256,248 (2.7)	34,346 (1.1)	143,836 (0.7)	11,542 (1.7)	95,351 (0.4)	102,571 (0.5)	180,028 (3.6)	210,301 (1.1)	56,775 (0.7)	1,723,156 (1.3)
광주	447,148 (1.8)	25,899 (1.2)	81,613 (0.9)	7,178 (0.2)	108,104 (0.5)	28,107 (4.2)	97,335 (0.4)	181,617 (1)	51,162 (1)	170,955 (0.9)	38,649 (0.5)	1,237,767 (0.9)
대전	606,468 (2.5)	14,698 (0.7)	95,794 (1)	4,654 (0.1)	89,132 (0.4)	4,324 (0.6)	99,213 (0.4)	291,974 (1.5)	23,653 (0.5)	251,193 (1.3)	134,102 (1.6)	1,615,206 (1.2)
울산	213,598 (0.9)	7,408 (0.3)	46,693 (0.5)	12,939 (0.4)	38,254 (0.2)	613 (0.1)	77,399 (0.3)	68,939 (0.4)	11,532 (0.2)	240,297 (1.2)	17,649 (0.2)	735,321 (0.5)
세종	100,902 (0.4)	4,311 (0.2)	3,687 (0)	23 (0)	- (-)	828 (0.1)	5,418 (0)	7,043 (0)	1,394 (0)	35,989 (0.2)	7,301 (0.1)	166,896 (0.1)
9개도	8,258,302 (33.4)	1,070,743 (50.2)	2,006,210 (21.4)	717,958 (22.1)	11,332,491 (54.0)	120,364 (17.9)	4,345,157 (18.1)	1,634,970 (8.6)	2,421,877 (48.4)	7,651,139 (38.4)	1,746,816 (20.6)	41,306,026 (30.1)
경기	5,951,132 (24.1)	927,393 (43.5)	1,406,215 (15)	551,770 (17)	9,849,361 (46.9)	98,875 (14.7)	3,497,970 (14.6)	1,052,634 (5.6)	1,715,721 (34.3)	6,289,212 (31.5)	1,461,262 (17.3)	32,801,545 (23.9)
강원	216,062 (0.9)	18,243 (0.9)	61,995 (0.7)	6,852 (0.2)	67,435 (0.3)	3,929 (0.6)	124,204 (0.5)	63,302 (0.3)	32,004 (0.6)	167,866 (0.8)	54,011 (0.6)	815,904 (0.6)
충북	268,418 (1.1)	17,243 (0.8)	50,090 (0.5)	6,600 (0.2)	73,930 (0.4)	317 (0)	86,827 (0.4)	67,514 (0.4)	35,935 (0.7)	88,126 (0.4)	30,283 (0.4)	725,283 (0.5)
충남	339,897 (1.4)	16,854 (0.8)	61,794 (0.7)	23,757 (0.7)	114,330 (0.5)	4,316 (0.6)	71,005 (0.3)	55,085 (0.3)	120,562 (2.4)	155,368 (0.8)	19,638 (0.2)	982,605 (0.7)
전북	374,492 (1.5)	18,551 (0.9)	54,277 (0.6)	82,959 (2.6)	122,905 (0.6)	2,809 (0.4)	92,306 (0.4)	118,954 (0.6)	60,969 (1.2)	179,912 (0.9)	43,968 (0.5)	1,152,102 (0.8)
전남	169,797 (0.7)	13,647 (0.6)	101,601 (1.1)	4,517 (0.1)	92,126 (0.4)	4,802 (0.7)	98,571 (0.4)	54,129 (0.3)	12,934 (0.3)	126,768 (0.6)	10,382 (0.1)	689,273 (0.5)
경북	352,692 (1.4)	22,883 (1.1)	106,223 (1.1)	5,030 (0.2)	92,432 (0.4)	367 (0.1)	139,204 (0.6)	100,379 (0.5)	19,549 (0.4)	262,605 (1.3)	41,626 (0.5)	1,142,989 (0.8)
경남	475,043 (1.9)	15,618 (0.7)	134,636 (1.4)	33,952 (1)	115,688 (0.6)	2,025 (0.3)	176,782 (0.7)	89,400 (0.5)	37,938 (0.8)	271,627 (1.4)	62,323 (0.7)	1,415,031 (1.0)
제주	110,768 (0.4)	20,312 (1)	29,380 (0.3)	2,521 (0.1)	804,284 (3.8)	2,926 (0.4)	58,289 (0.2)	33,573 (0.2)	386,265 (7.7)	109,654 (0.5)	23,322 (0.3)	1,581,295 (1.2)

※ 「2021년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

※ 괄호 안 수치는 각 산업 전국 합계대비 비중

※ 게임산업 세종시 사업체 매출액은 충청남도에 포함

※ 애니메이션산업 매출액 중 극장 매출액, 방송사 수출액을 제외함

## 2. 부산지역 매출현황

- 2021년 부산지역 콘텐츠산업 매출액의 전년대비 증감률은 25.0%로 전국 매출액 합계의 전년대비 증감률(7.2%)보다 높게 나타남
  - 부산지역 연평균 증감률은 0.6%로 전국 합계 연평균 증감률(5.0%) 보다 낮게 나타남
- 부산지역의 산업별 전년대비 증감률은 지식정보 산업이 97.4% 증가로 가장 높은 반면, 캐릭터 산업은 -57.2%로 가장 낮게 나타남

〈그림 2-4〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 전년대비 매출액 증감률



〈표 2-7〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 연도별 매출액

구분	전국 합계					부산					
	2019년 (백만원)	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률 (%)	2019년 (백만원)	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률 (%)	
<b>전체</b>	126,584,691	128,259,361	137,423,170	7.2	5.0	2,788,633	2,260,231	2,824,526	25.0	0.6	
<b>업종</b>	출판	21,341,176	21,648,849	24,697,753	14.1	4.4	512,774	525,307	690,183	31.4	16.0
	만화	1,337,248	1,534,444	2,132,149	39.0	12.7	12,273	13,192	25,465	93.0	44.0
	음악	6,811,818	6,064,748	9,371,728	54.5	-12.3	206,017	107,367	168,468	56.9	-9.6
	영화	6,432,293	2,987,075	3,246,109	8.7	12.4	315,400	79,812	43,559	-45.4	-62.8
	게임	15,575,034	18,885,484	20,991,342	11.2	14.7	220,299	122,703	200,759	63.6	-4.5
	애니메이션	513,007	525,616	670,732	36.6	3.2	14,471	13,984	15,016	7.4	1.9
	방송	20,843,012	21,964,722	23,970,709	9.1	7.4	254,045	249,126	233,797	-6.2	-4.1
	광고	18,133,845	17,421,750	18,921,883	8.6	3.6	587,648	467,847	630,191	34.7	3.6
	캐릭터	12,566,885	12,218,076	5,003,908	-59.0	-19.5	330,200	333,914	142,914	-57.2	-34.2
	지식정보	17,669,282	19,373,367	19,946,243	3.0	7.3	239,291	249,824	493,094	97.4	43.5
	콘텐츠솔루션	5,360,990	5,635,230	8,470,614	50.3	14.9	96,215	97,154	181,080	86.4	37.2

※ 「2021년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발취

※ 애니메이션산업 매출액 중 극장 매출액, 방송사 수출액을 제외함

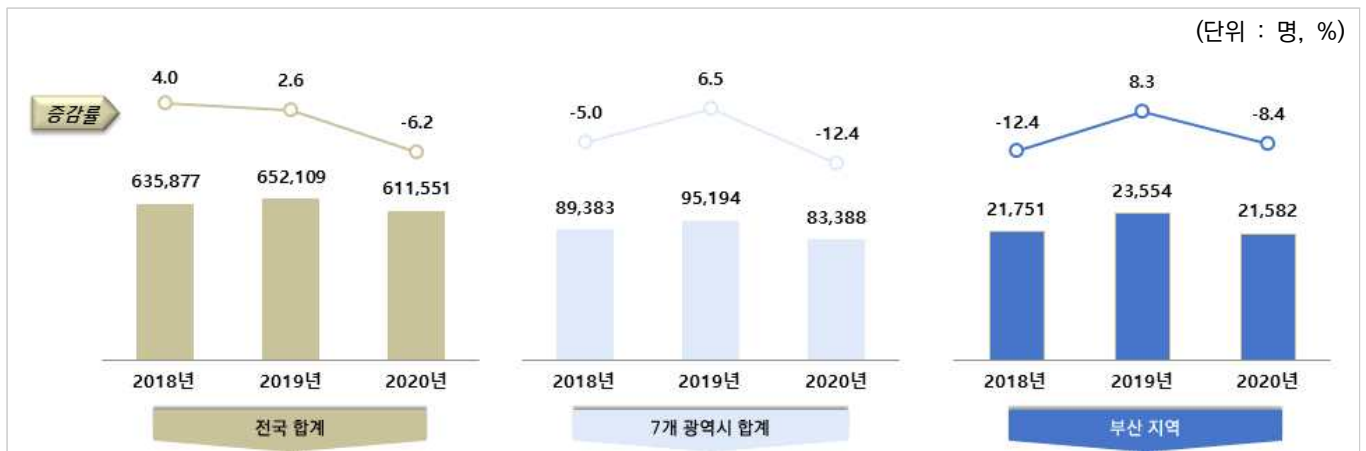
※ 방송산업 매출액 중 지상파 DMB에는 비지상파 3사(와이티엔디엠비, 우원미디어, 한국디엠비)의 총 매출액 규모만 포함하며, IPTV 콘텐츠제공사업자(CP)는 제외함

## 4 지역별 및 부산지역 콘텐츠산업 인력 현황

### 1. 지역별 인력 현황

- 전국 콘텐츠산업 종사자 수 합계는 2019년 652,109명, 2020년 611,551명으로 2021년 590,936명으로, 2021년 전년대비 증감률은 -3.4%, 연평균 증감률은 -4.8% 감소한 것으로 나타남
- 부산을 포함한 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종 등 7개 광역시의 콘텐츠산업 종사자 수 합계는 2021년 83,944명으로 전년대비 0.7% 상승한 것으로 나타남
- 부산지역 콘텐츠산업 종사자 수는 2019년 23,554명, 2020년 21,582명, 2021년 20,270명으로 나타났으며, 2021년 전년대비 증감률은 -6.1% 감소한 것으로 나타남

〈그림 2-5〉 콘텐츠산업 지역별 연도별 종사자 수 및 전년대비 증감률



- 지역별 2021년 콘텐츠산업 종사자 수는 서울지역이 315,626명으로 전국 합계 대비 비중(53.4%)이 가장 높고, 다음으로 경기(121,092명, 20.5%)가 높게 나타남
  - 서울지역은 게임산업을 제외한 모든 산업분야에서 전국 종사자 수 합계 대비 비중이 높게 나타남
- 부산지역의 콘텐츠산업 종사자 수는 전국 합계 대비 비중이 3.4%로 전국에서 세 번째로 비중이 높게 나타남
  - 산업별로는 광고산업의 전국 종사자 수 합계 대비 비중이 4.9%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 양화산업(4.8%), 캐릭터산업(4.6%) 등의 순으로 비중이 높게 나타남

〈표 2-8〉 콘텐츠산업 지역별 연도별 종사자 수

구 분		2019년 (명)	2020년 (명)	2021년 (명)	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
전국 합계		652,109	611,551	590,936	100.0	-3.4	-4.8
서울		344,666	337,111	315,626	53.4	-6.4	-4.3
7개시	소계	95,194	83,388	83,944	14.2	0.7	-6.1
	부산	23,554	21,582	20,270	3.4	-6.1	-7.2
	대구	19,561	16,418	17,500	3.0	6.6	-5.4
	인천	18,664	17,126	14,402	2.4	-15.9	-12.2
	광주	12,913	10,652	11,116	1.9	4.4	-7.2
	대전	12,380	10,740	12,730	2.2	18.5	1.4
	울산	6,740	5,802	6,462	1.1	11.4	-2.1
	세종	1,382	1,068	1,464	0.2	37.1	2.9
9개도	소계	212,250	191,053	191,365	32.4	0.2	-5.0
	경기	132,090	123,419	121,092	20.5	-1.9	-4.3
	강원	9,267	7,942	7,593	1.3	-4.4	-9.5
	충북	8,619	7,617	7,993	1.4	4.9	-3.7
	충남	9,994	8,688	9,326	1.6	7.3	-3.4
	전북	8,747	7,039	8,301	1.4	17.9	-2.6
	전남	7,180	6,450	7,391	1.3	14.6	1.5
	경북	13,990	11,615	10,921	1.8	-6.0	-11.6
	경남	16,710	13,508	13,150	2.2	-2.7	-11.3
	제주	5,653	4,775	5,599	0.9	17.3	-0.5

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발취

※ 출판산업 중 계약배달 판매업(신문배달판매) 종사자 제외

〈표 2-9〉 콘텐츠산업 지역별 종사자 수

구분	출판	만화	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션	합계	
전국 합계	152,100 (100)	10,825 (100)	59,583 (100)	13,240 (100)	81,856 (100)	6,131 (100)	50,160 (100)	74,485 (100)	16,597 (100)	87,704 (100)	38,256 (100)	590,936 (100)	
서울	76,946 (50.6)	4,328 (40)	21,949 (36.8)	8,064 (60.9)	26,158 (32)	4,316 (70.4)	39,616 (79)	52,479 (70.5)	6,782 (40.9)	48,231 (55)	26,759 (69.9)	315,626 (53.4)	
7개시	소계	21,949 (14.4)	1,623 (15)	14,181 (23.8)	1,418 (10.7)	12,397 (15.1)	595 (9.7)	3,025 (6)	10,925 (14.7)	2,677 (16.1)	12,032 (13.7)	3,121 (8.2)	83,944 (14.2)
	부산	5,107 (3.4)	331 (3.1)	2,322 (3.9)	630 (4.8)	3,112 (3.8)	165 (2.7)	763 (1.5)	3,620 (4.9)	768 (4.6)	2,691 (3.1)	760 (2)	20,270 (3.4)
	대구	4,169 (2.7)	324 (3)	2,787 (4.7)	113 (0.9)	3,371 (4.1)	18 (0.3)	665 (1.3)	2,730 (3.7)	520 (3.1)	2,112 (2.4)	689 (1.8)	17,500 (3)
	인천	4,099 (2.7)	334 (3.1)	3,167 (5.3)	269 (2)	1,995 (2.4)	64 (1)	243 (0.5)	736 (1)	772 (4.7)	2,313 (2.6)	410 (1.1)	14,402 (2.4)
	광주	3,248 (2.1)	234 (2.2)	1,770 (3)	203 (1.5)	1,837 (2.2)	292 (4.8)	423 (0.8)	1,264 (1.7)	296 (1.8)	1,333 (1.5)	217 (0.6)	11,116 (1.9)
	대전	3,403 (2.2)	213 (2)	2,332 (3.9)	125 (0.9)	1,326 (1.6)	28 (0.5)	503 (1)	1,758 (2.4)	213 (1.3)	1,984 (2.3)	844 (2.2)	12,730 (2.2)
	울산	1,161 (0.8)	123 (1.1)	1,619 (2.7)	36 (0.3)	756 (0.9)	18 (0.3)	395 (0.8)	691 (0.9)	87 (0.5)	1,406 (1.6)	170 (0.4)	6,462 (1.1)
	세종	762 (0.5)	63 (0.6)	183 (0.3)	42 (0.3)	-	10 (0.2)	33 (0.1)	126 (0.2)	23 (0.1)	192 (0.2)	30 (0.1)	1,464 (0.2)
	9개도	53,205 (35)	4,874 (45)	23,454 (39.4)	3,758 (28.4)	43,301 (52.9)	1,220 (19.9)	7,519 (15)	11,081 (14.9)	7,138 (43)	27,440 (31.3)	8,376 (21.9)	191,365 (32.4)
경기	35,382 (23.3)	2,933 (27.1)	10,757 (18.1)	2,031 (15.3)	29,118 (35.6)	905 (14.8)	4,592 (9.2)	5,780 (7.8)	5,160 (31.1)	17,482 (19.9)	6,951 (18.2)	121,092 (20.5)	
강원	1,482 (1)	172 (1.6)	1,334 (2.2)	187 (1.4)	1,351 (1.7)	30 (0.5)	843 (1.7)	670 (0.9)	239 (1.4)	1,040 (1.2)	245 (0.6)	7,593 (1.3)	
충북	1,993 (1.3)	268 (2.5)	1,838 (3.1)	160 (1.2)	1,390 (1.7)	5 (0.1)	354 (0.7)	808 (1.1)	162 (1)	816 (0.9)	198 (0.5)	7,993 (1.4)	
충남	2,407 (1.6)	209 (1.9)	1,717 (2.9)	258 (1.9)	2,107 (2.6)	39 (0.6)	109 (0.2)	751 (1)	357 (2.2)	1,267 (1.4)	106 (0.3)	9,326 (1.6)	
전북	2,365 (1.6)	242 (2.2)	1,178 (2)	400 (3)	1,536 (1.9)	34 (0.6)	337 (0.7)	683 (0.9)	234 (1.4)	1,101 (1.3)	191 (0.5)	8,301 (1.4)	
전남	1,593 (1)	253 (2.3)	1,936 (3.2)	111 (0.8)	1,631 (2)	103 (1.7)	218 (0.4)	488 (0.7)	95 (0.6)	886 (1)	78 (0.2)	7,391 (1.3)	
경북	3,030 (2)	244 (2.3)	1,958 (3.3)	158 (1.2)	2,128 (2.6)	6 (0.1)	259 (0.5)	794 (1.1)	181 (1.1)	1,973 (2.2)	189 (0.5)	10,921 (1.8)	
경남	3,818 (2.5)	350 (3.2)	2,226 (3.7)	385 (2.9)	2,346 (2.9)	32 (0.5)	381 (0.8)	844 (1.1)	232 (1.4)	2,231 (2.5)	305 (0.8)	13,150 (2.2)	
제주	1,135 (0.7)	203 (1.9)	509 (0.9)	68 (0.5)	1,694 (2.1)	66 (1.1)	426 (0.8)	263 (0.4)	478 (2.9)	644 (0.7)	114 (0.3)	5,599 (0.9)	

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

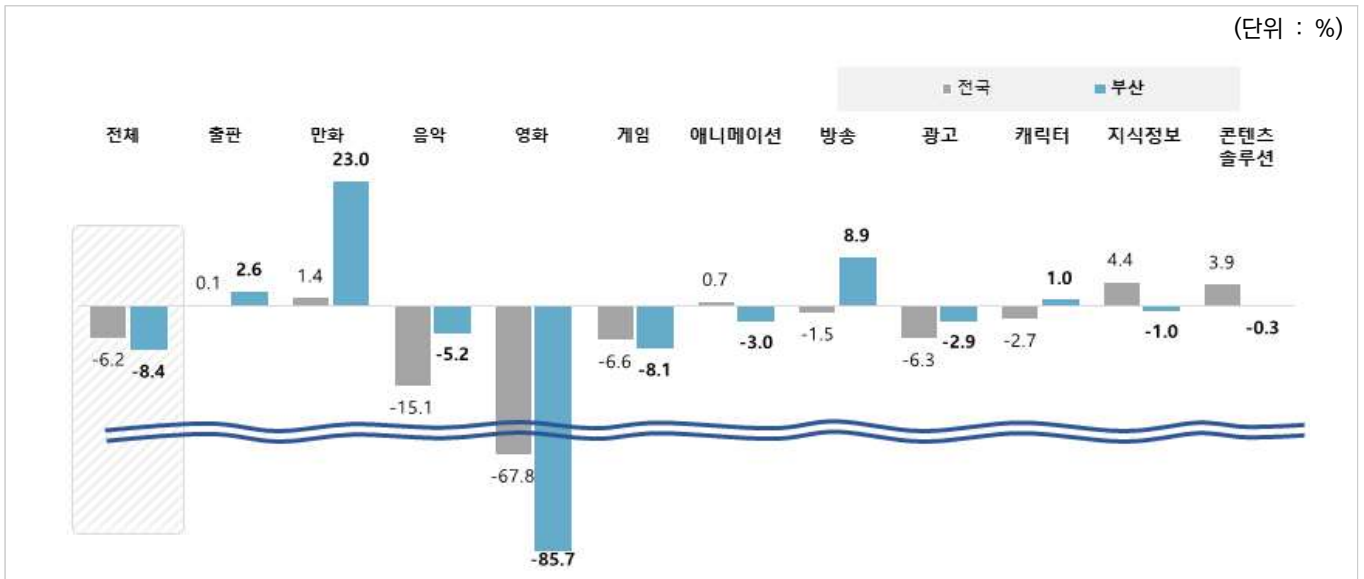
※ 출판산업 중 계약배달 판매업(신문배달판매) 종사자 제외

※ 게임산업 세종시 사업체 종사자 수는 충청남도에 포함

## 2. 부산지역 인력현황

- 2021년 부산지역 콘텐츠산업 종사자 수의 전년대비 증감률은 -6.1%로 전국 합계대비 증감률(0.5%)보다 낮게 나타남
  - 부산지역 연평균 증감률은 -7.2%로 전국 합계 연평균 증감률(-2.9%) 보다 높게 나타남
- 부산지역의 산업별 전년대비 증감률은 영화산업이 134.2% 증가로 가장 높은 반면, 음악산업은 -39.5%로 가장 낮게 나타남

〈그림 2-6〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 전년대비 종사자 수 증감률



〈표 2-10〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 연도별 종사자 수

구분	전국 합계					부산					
	2019년 (명)	2020년 (명)	2021년 (명)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	2019년 (명)	2020년 (명)	2021년 (명)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	
전체	652,109	611,551	614,734	0.5	-2.9	23,554	21,582	20,270	-6.1	-7.2	
업종	출판	154,735	154,909	175,898	13.5	6.6	5,284	5,422	5,107	-5.8	-1.7
	만화	11,079	11,230	10,825	-3.6	-1.2	269	331	331	0.0	10.9
	음악	77,149	65,464	59,583	-9.0	-12.1	4,053	3,841	2,322	-39.5	-24.3
	영화	32,566	10,497	13,240	26.1	-36.2	1,877	269	630	134.2	-42.1
	게임	89,157	83,303	81,856	-1.7	-4.2	3,698	3,397	3,112	-8.4	-8.3
	애니메이션	5,436	5,472	6,131	12.0	6.2	165	160	165	3.1	0.0
	방송	51,006	50,239	50,160	-0.2	-0.8	817	890	763	-14.3	-3.4
	광고	73,520	68,888	74,485	8.1	0.7	3,344	3,246	3,620	11.5	4.0
	캐릭터	37,521	36,505	16,597	-54.5	-33.5	829	837	768	-8.2	-3.7
	지식정보	89,286	93,182	87,704	-5.9	-0.9	2,562	2,537	2,691	6.1	2.5
콘텐츠솔루션	30,655	31,863	38,256	20.1	11.7	655	653	760	16.4	7.7	

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발체

※ 출판산업 중 계약배달 판매업(신문배달판매) 종사자 제외

## 5 부산지역 주요 콘텐츠산업 업종 이슈

### 1. 부산시 콘텐츠 산업 발전 비전 : 'K-콘텐츠' 레디액션(Ready A.C.Tion)

- 5년간 4,915억원 투입하여 ① Advancement(고유역량강화), ②Convergence(융복합 활성화), ③Transformation(디지털 전환 대응) 의 3대 전략을 추진하고자 함

ACT 3대 전략 내용
<p><b>첫 번째 전략 : 6대 콘텐츠 분야 '고유역량'강화</b></p> <p>1) 영화·영상 콘텐츠산업 역량강화            - 2022년 '영상도시 발전 마스터 플랜' 완성 계획, OTT 플랫폼 확대 대응 지원 2배 확대            - 센터 및 서면에 편중된 미디어 교육·제작 인프라를 서부산권과 원도심으로 확대</p> <p>2) 게임산업 분야 역량강화            - 성장가능성 높은 기업들을 미들기업으로 도약시키기 위한 3년 중장기 지원 추진            - 게임융복합스페이스 건립 통해 기업지원시설 확충 및 전략적 대형기업 유치            - 해외 우수 대학과의 협약을 통해 게임 창의인재 양성</p> <p>3) 웹툰산업 분야 역량강화            - 5년내 창작작 500명, 매출액 500억을 목표로 창작지원실 및 제작지원 규모 2배 확대            - 웹툰 스튜디오 패키지 지원 통해 사업 촉진화            - 관련 학과가 있는 8개 대학 연계 통해 전문인력 양성</p> <p>4) 출판산업 분야 역량강화            - 제작, 마케팅 지원과 함께 관련 기관 간 네트워킹 강화 통해 사업화 촉진            - 지역주도형 청년일자리 사업과 연계한 전문인력 양성            - 출판산업진흥센터 건립해 종합적인 지원체계 형성</p> <p>5) 애니메이션산업 분야 역량강화            - 지원조례 제정 및 원도심권 내 애니메이션 육성플랫폼 구축하여 전담 지원체계 마련            - 기업입주, 공동제작을 위한 인프라 구축 및 제작지원 확대</p> <p>6) 대중음악산업 분야 역량강화            - 부산원아시아페스티벌 개최 시기를 10월에서 5월로 전환            - 부산의 해양도시 특징을 살려 개최장소를 부산항으로 변경하고 축제를 브랜드화            - 인디레이블 성장 지원사업 추진 및 전문인력 양성</p>
<p><b>두 번째 전략 : 콘텐츠 융복합 활성화</b></p> <p>1) 융복합 제작지원 사업 추진            - 문화콘텐츠와 지역관광 융합 통해 투어와 공연이 결합된 '로드씨어터' 추진            - 부산 뮤지엄 중심으로 OST제작지원 사업 추진, '툰애니' 장르 개발을 통해 각 산업의 동반 성장 지원</p> <p>2) 기업육성 및 투자지원 강화            - 글로벌 기업과의 협업을 통해서 지역 콘텐츠 기업의 동반 성장 추진            - 지역거점형 콘텐츠 기업육성센터 신규조성통해 인프라 확충/신규펀트조성/지원 확대 도모</p> <p>3) 콘텐츠분야 마켓을 중심으로 융복합 비즈니스 플랫폼 고도화            - 스토리 중심으로 기존 영화판권 재구조화 및 콘텐츠의 다변화 도모            - 디지털 방송·영상 장비분야에 대한 판로 개척 지원</p> <p>4) 콘텐츠 간 경계를 허물고 융복합을 촉진하기 위한 거버넌스 구축            - 콘텐츠 협의체 구성 및 네트워킹 데이 개최            - 각 연구기관 및 대학을 연결하는 협력 거버넌스 구축을 통해 상시연계 협력 가능한 융복합 활성화 강화·촉진</p>
<p><b>세 번째 전략 : 콘텐츠 디지털 전환에 적극 대응</b></p> <p>1) ICT 기술 기반 디지털 플랫폼 구축            2) 버추얼 프로덕션 제작 스튜디오 확충            3) 디지털 콘텐츠 개발 지원            4) 디지털 콘텐츠 전문인력 양성</p>

\*출처 : 부산광역시(2022). 산콘텐츠산업 발전전략

## 2. 부산광역시 VR/AR 산업 이슈

- 메타버스·AI·VR...부산 교육 현장에 스며든 스마트 기술



- 동아대는 최근 승학캠퍼스 교수회관 3층에 다목적 스마트 강의실인 '인스파이어 홀(INSPIRE HALL)'을 완성했다. 이 홀은 벽면을 가득 채운 대형 스크린과 음향·녹화시설 등을 갖춰 네트워크를 활용한 첨단교육이 가능한 것이 특징이다.
- 동의대는 지난달 중앙도서관에 가상·증강현실을 체험할 수 있는 공간(D-VR/AR SPACE)을 열었다. 이곳엔 VR 기기와 대형스크린, 스마트패드 등을 갖춰, 가상현실(VR)과 증강현실(AR), 확장현실(XR) 등을 체험할 수 있다. 산학협력관 1층에는 가정집처럼 꾸민 리빙랩을 개설해 일상 속 인공지능과 사물인터넷 연구에 이용하고 있다.
- 동의과학대는 지난해 인공지능·사물인터넷 등을 체험할 수 있는 '시카페'를 열었고, 최근에는 물리치료과 해부학 수업과 용접 실습 등에 VR 기술을 활용하고 있다. 올해 신설된 스마트뷰티케어과와 스마트화장품소재과는 AI를 활용해 두피·모발을 진단하고 관련 화장품 제작하는 시스템을 갖췄다.
- 영산대는 새 학기부터 중앙도서관에 'AI 솔루션'을 도입해, 학생들이 AI 도움을 받아 자기소개서 작성과 면접 준비를 할 수 있도록 지원하고 있다. 경남정보대도 유사한 방식으로 AI 자기소개서·면접 시스템을 갖췄다.
- 부산대·부경대 BK21 교육연구단은 지난달 XR 전문업체 (주)삼우이머션과 손잡고 '디지털 트윈'과 메타버스 분야 연구개발에 협력하기로 했다. 세 기관은 관련 인재 양성을 넘어, 해당 기술을 활용해 산업 현장의 문제점을 분석하고 해결책 마련에도 나설 계획이다. 경성대와 동아대도 최근 협약을 맺고 하드웨어와 소프트웨어를 아우르는 메타버스 기반 협력시스템을 구축 중이다.
- 동서대는 블록체인 기술 연구를 위해 최근 암호화폐를 기부받아 눈길을 끈다. 이 대학은 게임 회사 위메이드로부터 받은 10억 원 상당의 암호화폐 '위믹스'를 자체 개발 중인 메타버스 플랫폼에 적용시켜, 재학생들에게 혜택을 제공할 계획이다. \*출처 : 부산일보

### 3. 부산광역시 게임 산업 이슈

#### ○ 국제 게임 이벤트

- 한국 최대 게임축제 '지스타'가 4일 간의 대장정을 마무리했다. '지스타 2022'는 지난 11월 17~20일 해운대 벅스코에서 개최됐다. 3년 만에 돌아온 완전체 게임축제에 게이머들은 뜨겁게 환영했다. 4일 간 모두 18만4천여 명의 관람객이 벅스코를 찾았고, 온라인으로 방송된 '지스타 TV'도 약 97만 명이 시청했다, 부산시와 한국게임산업협회 등은 참관객 안전을 최우선으로 프로그램을 진행, 4일 동안 한 건의 안전사고 없이 무사히 행사를 마무리했다.



- 벅스코 제2전시장 1층에 마련한 BTB관은 지난해 대비 2.5배 이상 커진 규모로 바이어를 만났다. 유료 바이어 2천213명이 참가, 지난해와 비교해 약 60% 이상 늘어났다.

#### ○ e스포츠 월드컵

- 부산은 국제게임전시회 지스타가 열리는 게임도시이자 'e(이)스포츠 성지'이다. 2004년과 2005년 광안리 해수욕장에서 열린 프로리그 결승전 현장에는 10만 명 이상의 관중이 몰려 인산인해를 이뤘다.



- '이스포츠 월드컵'으로 불리는 리그 오브 레전드(LoL) 미드 시즌 인비테이셔널(MSI)이 오는 5월 10일부터 29일까지 게임도시 부산 벅스코에서 열린다. MSI는 '월드챔피언십', '올스타전'과 함께 LoL 이스포츠를 대표하는 초대형 국제행사이다. 한국은 2014년과 2018년 LoL 월드챔피언십을 두 차례 개최했지만, MSI는 처음이다. MSI는 미국과 중국, 브라질, 독일, 베트남, 대만에서 열렸으며, 지난해는 아이슬란드가 개최했다. 부산이 한국 첫 개최도시의 영광을 안았다.

## 4. 부산광역시 웹툰 산업 이슈

- 부산발 웹툰·애니메이션, K콘텐츠 ‘해외 열풍’
  - 부산글로벌웹툰센터 입주 작가인 선용민 작가의 웹툰 ‘어게인 마이 라이프’는 같은 제목으로 지상파 SBS 금토드라마로 편성, 8일부터 방영된다. ‘어게인 마이 라이프’는 ‘열혈 검사의 절대 악 응징기’로 이해날 작가의 웹 소설이 원작이다. 선용민 작가가 그림을 그리고, 도경 작가가 글을 쓴 웹툰은 2019년 6월부터 2021년 9월까지 모바일 콘텐츠 플랫폼 카카오페이지에서 연재했고, 70만 명의 구독자를 모으며 인기를 끌었다.
  - 2017년 전국 최초로 부산글로벌웹툰센터를 설치한 부산시는 작가 지원책으로 입주공간을 제공했는데, 이게 효과를 보고 있다. 구독자 150만 명의 김우섭 작가가 그린 웹툰 ‘샤크’(글 작가=운)는 웹 무비로 제작돼 OTT(온라인 동영상 서비스) 티빙에서 방영됐고 시즌 2 제작을 앞두고 있다. 또 혜원 작가의 로맨스 웹툰 ‘85년생’은 드라마 ‘아직 낮 서른’으로 제작됐고, OTT 카카오투를 통해 방영됐다.
  - 역시 글로벌웹툰센터 입주 작가인 구은민 작가의 웹툰 ‘마왕의 딸로 태어났습니다’는 부산 유명 웹툰 작가인 남정훈 작가의 감수와 제작 지휘를 거쳐 미국, 일본, 프랑스 등 총 8개국에서 연재되며 인기를 끌고 있다.
  - 부산시는 하나의 지식재산권(IP)를 바탕으로 다양한 콘텐츠를 만들어내는 ‘원 소스 멀티 유즈’를 활성화하기 위해 지원을 확대하겠다는 계획이다. 시는 최근 부산 웹툰 5개년 육성계획을 세우고, 2026년까지 500억 원 규모의 웹툰 산업 매출액 성장을 이끌어내겠다고 밝혔다. 현재 부산에서 활동하는 웹툰 창작자는 220여 명이고, 매출액은 56억 원 상당이다.
  - 부산 애니메이션 전문 제작사 (주)빅파인애니메이션스튜디오는 첫 작품으로 개발 중인 ‘신귀한 식당’으로 호평을 얻었다. 최근에는 한국콘텐츠진흥원 애니메이션 초기 본편 제작 지원 사업에 선정돼 제작비 1억 원을 지원받았다. 봉래산 영도할매 설화를 바탕으로, 영도 할매가 망자가 이승을 떠나기 전 대접하는 식당을 열어 대박이 난다는 이야기다.
  
- 부산웹툰페스티벌 개최
  - 부산시는 서면 KT&G 상상마당과 부산이스포츠 경기장에서 제6회 부산웹툰페스티벌을 개최하였다. 코로나19 사태로 3년 만에 전면 대면행사로 열렸으며 KT&G 상상마당에서는 국내외 웹툰 작가 120여 명이 27일부터 30일까지 ‘웹툰, 예술을 흠치다’를 주제로 9개 섹션에 걸쳐 다채로운 작품을 선보였다
  - 또 마인드C 작가와 탐이부 작가가 참여하는 ‘브로맨 토크쇼’, 누적 조회 1억4천만 뷰를 기록한 ‘샤크’의 김우섭 작가와 ‘어게인 마이 라이프’의 선용민 작가가 참여하는 드로잉 토크쇼, ‘무사만리행’의 배민기 작가 등이 참여하는 완결 작가 토크쇼 등 다양한 콘텐츠를 선보였다.
  - 부산이스포츠 경기장에서는 27일 오후 3시 업계 현황과 이슈를 다루는 웹툰 콘퍼런스가 열리고, 27~28일 웹툰 비즈니스 상담 행사가 개최되었다.

## 5. 부산광역시 영화 산업 이슈

- OTT 수용하는 부산국제영화제, 상생하는 영화관
  - 영화제와 극장이 OTT 서비스 작품을 적극적으로 수용하면서 스크린과 브라운관의 경계를 구분 짓던 과거와 분위기가 달라지고 있음. 2021 10월 6일 개막한 제26회 부산국제영화제는 아시아 영화제 최초로 OTT 신작 들을 상영하는 ‘온 스크린(On Screen)’ 섹션을 신설함. 넷플릭스 시리즈로 공개되는 연상호 감독의 ‘지옥’, 김진민 감독의 ‘마이 네임’, 그리고 HBO 아시아의 오리지널 드라마인 ‘포비든(The Forbidden)’이 초청됨. 왓챠의 단편영화 프로젝트 ‘언프레임드(Unframed)’도 정식 상영작으로 초청받는 등 OTT 서비스의 작품들이 영화제로 스며들고 있음.126) 2021년 9월 미국 에미상 시상식(E Emmy Award)에서 넷플릭스는 ‘더 크라운 (The Crown)’과 ‘퀸스 갬빗 (Queen’s Gambit)’에 힘입어 TV드라마 부문의 여우주연상, 남우주연상, 여우 조연상, 각본상, 최우수작품상을 수상함. 이러한 흐름 가운데 더 이상 OTT 콘텐츠라는 별도의 구분이 필요없다는 목소리가 나오기도 함

## 6. 부산광역시 캐릭터 산업 이슈

- 다양한 협업으로 성장하는 부산 캐릭터 산업
  - 부산시에서 지역 홍보와 이미지 제고를 위해 각 지역의 고유 특징들을 담아낸 캐릭터를 만들어 효과적인 홍보 활동을 하고 있음.



- 2021년 12월 부산시는 부산시의 시민 소통 캐릭터 ‘부기’의 저작권을 지역 중소기업과 소상공인이 무료로 이용할 수 있도록 허가하는 사업을 추진한다고 밝힘. 이러한 시도로 지자체 캐릭터가 지역을 알리는 역할뿐 아니라 지역 소상공인들이 캐릭터를 활용해 경제적 주는 등의 긍정적 영향이 기대됨



## 제3장

# 조사결과 분석

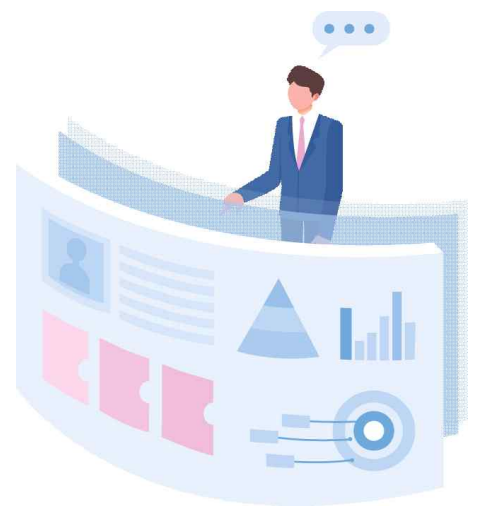




## 제3장

# 조사결과 분석

### 제1절. 조사 개요





## 1

## 조사배경 및 목적

## 1. 조사배경

- 코로나19 팬데믹으로 인한 소비패턴 변화, 온라인 콘텐츠 수요 증가와 XR 등 기술의 발달로 인해 콘텐츠 산업 시장은 빠르게 변화하고 있음
- 부산은 전국 세 번째규모의 콘텐츠산업 시장규모를 가진 지역이지만, 콘텐츠 기업과 인력, 지원예산 등의 수도권 집중으로 인해 부산지역 콘텐츠산업 역량 강화와 대내외 환경 변화 대응이 필요한 시점임
  - 콘텐츠산업의 부산광역시 지역거점기관 역할 정립, 부산지역 콘텐츠산업 기업 및 협·단체 지원정책과 사업 총괄, 협력 네트워크와 융합 위한 협업체계 기획부터 총괄 조정·관리의 컨트롤 타워 역할 요구

## 2. 조사목적

- 부산 콘텐츠산업 통계조사를 통한 신뢰할 수 있는 지역 통계 데이터 확보
  - 시계열 데이터를 확보 및 연속성을 유지
  - CT기업의 실태 및 동향파악, 정책적 육성을 위한 공식적인 지표로 활용
- 부산 콘텐츠산업의 현실과 정책적 수요파악 및 산업 영역별로 범주화하고 성장분야에 대한 체계적인 정보 제공을 위한 분석데이터 마련

## 2 조사 기본 설계

○ 조사 기본 설계는 다음과 같음

〈표 4-1〉 조사 기본 설계

구 분	내 용	비 고
목표모집단	· '콘텐츠산업 특수분류'에 해당하는 산업을 영위하고 있는 부산지역 내 사업체 및 개인	· 공연산업 및 도소매업, 임대업 등에 해당하는 업종 제외
모집단추출틀	· 2021년 「부산 CT산업 통계조사」 명부 내 사업체 · 부산정보산업진흥원 보유 DB - 콘텐츠 관련 사업부서 보유 DB - 부산 XR 관련 기업현황 DB · 외부 공개 사업체 정보 DB 활용 - DART, 나이스신용평가정보(RM1) 등	-
조사대상	· 사업체 대표자 • 팀장급 또는 경력 3년 이상 실무진	-
표본배분	· 전수조사 실시	-
유효표본 수	· 2,056개 중 1,099개 표본 조사 성공(성공률 53.4%)	-
조사기간	· 2022년 9월 19일 ~ 2022년 11월 30일	-
조사기준	· 매출액 : 2021년 말 · 사업체 수 및 종사자 수 : 2022년 현재	-
조사방법	· 전문 조사원에 의한 해당 사업체 방문면접조사 실시	· 응답자 요청 시 온라인 웹(Web) 조사, 팩스 및 E-mail 조사 병행
조사도구	· 구조화된 설문지(Structured Questionnaires)	-

### 3 조사대상

#### 1. 모집단 정의

- 「부산 CT산업 통계조사」는 통계청의 ‘콘텐츠산업 특수분류체계’를 준용하여 산업유형을 12개 대분류 업종으로 구분하며, 해당 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

〈표 4-2〉 콘텐츠산업 특수분류체계 내 조사대상 업종구분

구 분	조사대상 포함업종	조사대상 제외업종
출판	출판업, 온라인 출판 유통업	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, 위성 방송, 방송 채널 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	-

## 2. 모집단 추출틀

- 모집단 구축을 위해 기본적으로 2021년 「부산 CT산업 통계조사」 명부 내 사업체와 부산정보산업진흥원 보유 DB를 활용함
  - 부산정보산업진흥원 보유 DB에는 상상플러스부산 크리에이터 DB, 부산 VRAR 기업현황 DB, 부산 게임사업부 보유 DB, 부산글로벌웹툰센터 입주현황 DB 등이 있었음
- 전년 조사 명부와 부산정보산업진흥원 DB 중에도 누락된 사업체나 신규 사업체가 있을 수 있기 때문에, DART나 나이스신용평가정보(RM1) 등 외부 사업체 정보 공개 DB를 모집단 구축 시 활용하였음
  - 부산지역에 소재한 사업체 중 콘텐츠산업과 관련이 있는 KSIC 업종을 영위하는 사업체를 추출한 후, 사전 전화컨택을 통해 콘텐츠산업을 영위하는지 질문을 통해 모집단을 추가함
- 위의 과정을 통해 구축된 모집단 현황은 다음과 같음

〈표 4-3〉 조사 대상 현황

구 분	2021년 부산 CT산업 통계조사 명부(개)	부산정보산업진흥원 보유 DB(개)	외부 사업체 정보 공개 DB(개)	합계(개)
출판	132	4	1	137
만화	118	-	-	118
음악	115	15	49	179
영화	120	2	296	418
게임	148	7	143	298
애니메이션	18	1	-	19
방송	64	-	147	211
광고	244	-	-	244
캐릭터	15	-	-	15
지식정보	83	1	-	84
콘텐츠솔루션	185	-	-	185
1인 미디어	92	18	-	110
XR 관련 사업체 (방송, 애니메이션 등에 포함)	-	38	-	38
합계	1,334	86	636	2,056

## 4 조사내용

○ 조사 내용은 다음과 같음

〈표 4-4〉 조사내용 : 부산 CT산업 통계조사 설문지 구성(사업체용)

구 분	내 용	
공통 문항	사업체 정보	· 사업체 정보(유형, 사업자등록번호, 대표자 연령, 사업체 지역 등) · 주요 산업분야 · 주요 콘텐츠
	제작현황	· 현재 사업추진 단계 및 콘텐츠 활용 형태 · 전년 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황 및 응답이유 · 콘텐츠 제작/개발/창작 관련 주요 애로사항 · 제작 콘텐츠 유형 및 콘텐츠 IP 활성화를 위한 필요정책
	경영현황	· 22년 종사자 및 신규채용 종사자 수 · 22년 직무별 종사자 및 신규채용 수 · 종사자 평균 근속연수 · 종사자 평균 급여수준 · 인력채용 관련 애로사항 · 21년 기준 매출액 및 국내·외 비중 · 사업형태별 매출액 비중 · 콘텐츠 주요 판로 · 경영 관련 주요 애로사항
	지원사업	· 지원사업 정보 획득 경로 · 공공기관 지원사업 참여 경험 및 지원사업 유형 · 참여 지원사업 만족도 및 불만족 이유 · 지원사업 신청/참여 시 애로사항 · 향후 희망하는 지원사업 및 지원사업 관련 개선방안 · 창업 지역 및 이전 소재지/시점 · 부산 지역 사업 영위 이유 · 부산 이외 지역 이전/이사 의향 및 이전 고려 지역 · 향후 소재지 이전 시 중요 고려 사항
	코로나19 현황	· 콘텐츠산업 지원정책 관련 개선 필요사항 · 코로나 19 대응 위해 취한 경영상의 조치 · 코로나 19 극복 위해 계획하고 있는 경영상의 조치 · 콘텐츠산업 관련 미래 예상 변화 · 코로나19 극복 위한 필요 정부 정책
확장현실(XR) 개발	· 확장현실(XR), 메타버스 관련 콘텐츠 제작/계획 유무 · 실감 콘텐츠 장르 · 21년 기준 실감콘텐츠 사업 영위 기간 · 실감콘텐츠 사업 관련 성장단계 · 실감콘텐츠 관련 인력채용 관련 애로사항 · 인력수급 관련 필요 지원사업 · 글로벌 시장 진출 희망 지역 및 아세안 시장 진출 희망 지역 · 실감콘텐츠 관련 해외 진출 시 애로사항 · 최고경쟁력 보유 기업과 기술 격차 해소 방법 · 실감콘텐츠 관련 사업체 필요 지원사업	
게임산업	· 제작/배급 게임 플랫폼 유형 · 사업적 도전 분야 · 진출 희망 해외 시장 · 해외 시장 진출 및 게임사업 관련 필요 지원사업 · 인력수급 경로 · 경력직 인력 수급 시 어려움 느끼는 요인 · 인력수급 위한 필요 지원사업 · 개발 인력 고용 및 수급 형태 · 비즈니스 운영 인력 고용 및 수급 형태	

(표 4-5) 조사내용 : 부산 CT산업 통계조사 설문지 구성(개인용)

구 분		내 용
공통항목	응답자 정보 및 산업분야	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 응답자 정보(활동명, 연령, 활동시작년도, 주소 등)</li> <li>· 주요 산업분야</li> <li>· 주요 콘텐츠</li> <li>· 현재 사업추진 단계</li> <li>· 현재 콘텐츠 활용 형태 및 향후 콘텐츠 관련 활동 계획</li> </ul>
	사업현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 직원 또는 보조인력 이용 현황</li> <li>· 보조인력 활용 관련 애로사항</li> <li>· 콘텐츠 분야 근속연수</li> <li>· 20년 연간 소득 및 주요 소득원</li> <li>· 콘텐츠 제작/개발/창작 현황 및 응답 이유(오픈)</li> <li>· 콘텐츠 주요 판로</li> <li>· 주요 애로사항</li> </ul>
	코로나19 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 코로나19 이후 콘텐츠 지원 경험</li> <li>· 공공기관 지원 사항(오픈)</li> <li>· 코로나19 극복 위한 필요 정부정책(오픈)</li> </ul>
만화작가		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 주력 창작활동 분야</li> <li>· 활동 분야</li> <li>· 주 이용 창작공간</li> <li>· 만화/웹툰 창작 외 주요 소득원</li> <li>· 부산 및 경남지역 거주로 인한 만화작가 활동 불편사항</li> <li>· 지역거주 만화/웹툰작가 위한 필요 지원사업</li> <li>· 만화/웹툰 창작 관련 애로사항</li> </ul>
1인 크리에이터		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 주력 활동 분야</li> <li>· 주 이용 플랫폼</li> <li>· 주 이용 촬영장소</li> <li>· 크리에이터 창작 외 주요 소득원</li> <li>· 부산 및 경남지역 거주로 인한 크리에이터 활동 불편사항</li> <li>· 지역거주 크리에이터 위한 필요 지원사업</li> <li>· 크리에이터 관련 애로사항</li> </ul>
뮤지션		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 활동 유형</li> <li>· 활동 장르</li> <li>· 주 이용 활동영역</li> <li>· 음악활동 외 주요 소득원</li> <li>· 부산 및 경남지역 거주로 인한 음악 활동 불편사항</li> <li>· 지역거주 뮤지션 위한 필요 지원사업</li> <li>· 뮤지션 관련 애로사항</li> </ul>
웹소설작가		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 에이전시 등록 여부</li> <li>· 웹소설 발생하는 주요 수입원 형태</li> <li>· 웹소설 등단 경로</li> <li>· 주 이용 창작공간</li> <li>· 소설/웹소설 창작 외 주요 소득원</li> <li>· 부산 및 경남지역 거주로 인한 작가 활동 불편사항</li> <li>· 지난 1년 공모전 또는 지원사업의 금전적 지원혜택 경험 유무</li> <li>· 공모전 또는 지원사업 지원 주체</li> <li>· 지역거주 소설/웹소설작가를 위한 필요 지원사업</li> <li>· 소설/웹소설 창작 관련 주요 애로사항</li> <li>· ISBN 등록 작품 유무</li> <li>· ISBN 등록 주체</li> </ul>

## 5 조사결과

- 2,056개의 조사 대상 중 1,099개 표본에 대해 조사를 성공함(성공률 53.5%)
- 조사 미완료 사유로는 비수신(233개)이 가장 많았고, 그 다음 결번, 컨택 불가(203개) 등의 순이었음
  - 비수신 및 결번 사업체가 많았던 것은 코로나19 팬데믹에 따른 경영상태 악화로 인해 휴폐업한 사업체가 많아졌기 때문으로 예상해 볼 수 있는 여지가 있음
  - 조사 참여 거절 사유 중 가장 많았던 사유로는 “바빠서 조사에 참여하기 어렵다.”는 응답이 가장 지배적이었으며, 특히 코로나19로 인해 연말에 일이 몰리게되고, 인원 감축으로 인해 담당해야 하는 업무량이 기존 대비 많아짐에 따라 조사를 참여하는 것에 부담을 가지는 사업체 내 담당자들이 많았음

〈표 4-6〉 조사실시 결과

구 분	모집단 수	조사 완료		조사 미완료(개)					
		조사 성공(개)	성공률(%)	비수신	거절	결번, 컨택 불가	폐업/활동 안함	해당 사업체 아님	계
출판	137	101	73.7	10	15	8	-	3	36
만화	118	70	59.3	14	18	11	2	3	48
음악	179	74	41.3	20	50	23	4	8	105
영화	418	110	26.3	77	128	68	10	25	308
게임	298	139	46.6	38	68	35	2	16	159
애니메이션	19	17	89.5	1	1	-	-	-	2
방송	211	51	24.2	36	71	36	3	14	160
광고	244	197	80.7	16	15	10	2	4	47
캐릭터	15	15	100.0	-	-	-	-	-	0
지식정보	84	61	72.6	10	5	5	2	1	23
콘텐츠솔루션	185	161	87.0	8	8	5	-	3	24
1인미디어	110	103	93.6	3	2	2	-	-	7
XR관련	38	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	2,056	1,099	54.5	233	381	203	25	77	919

## 6 자료처리 및 분석

- 취합된 자료(Raw Data)는 Editing, Coding의 과정을 거쳐 입력된 자료의 오류를정제하는 Data Cleaning 후 통계분석 프로그램인 SPSS(Statistical Package for the Social Sciences)로 각 문항별 통계 분석을 수행함
- 통계 분석에는 기초통계량 분석 및 교차분석을 활용함

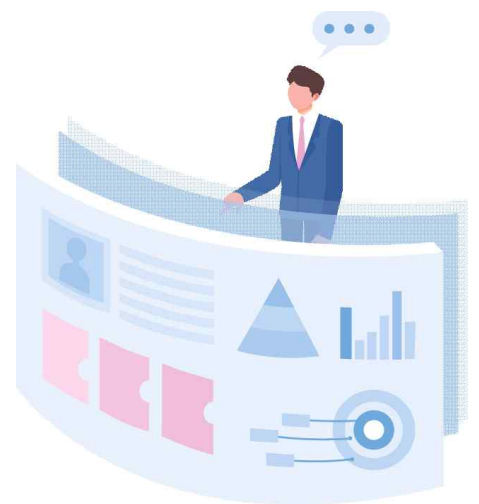


〈그림 4-1〉 자료처리 및 분석 절차

## 제3장

# 조사결과 분석

## 제2절. 전체 조사결과





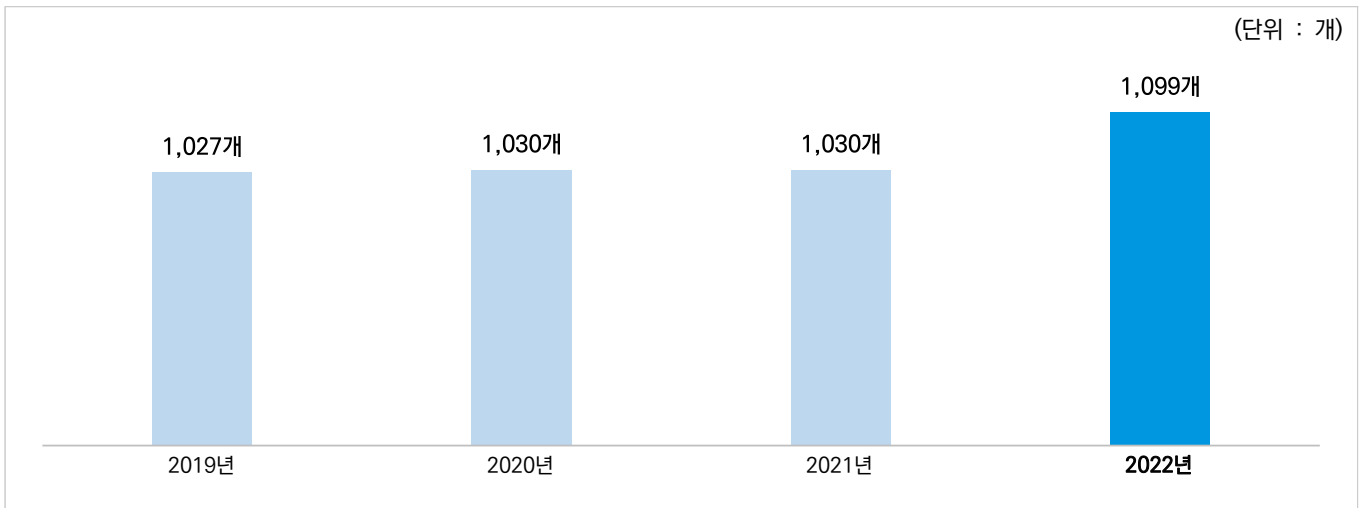
## 1

## 일반현황-공통

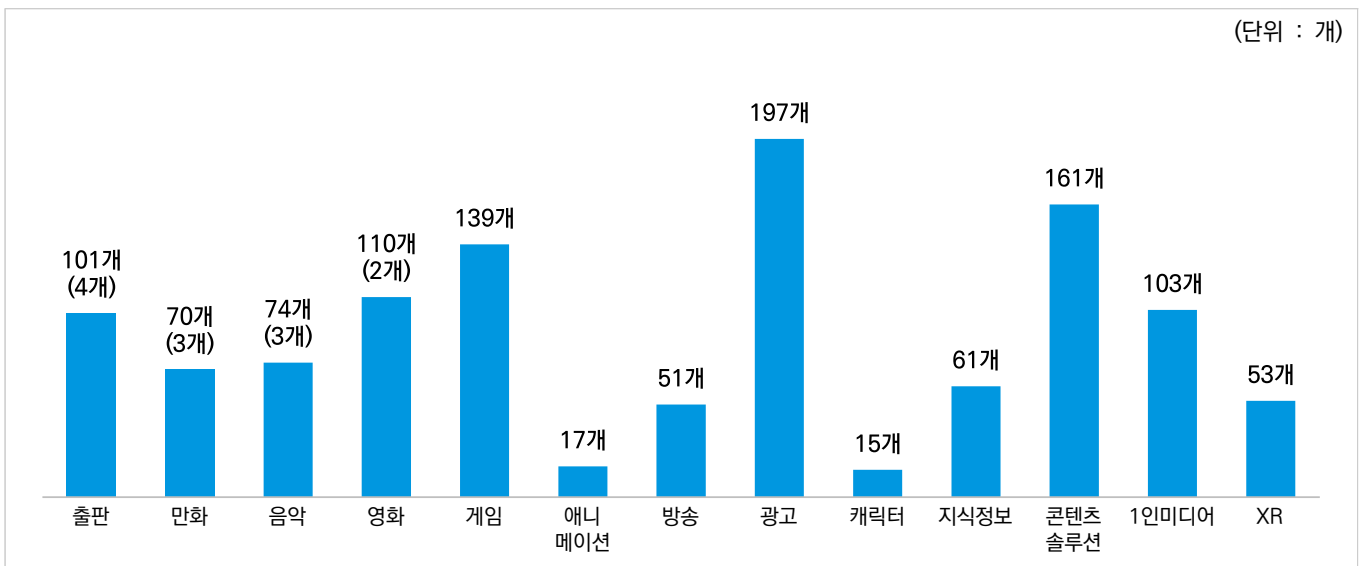
## 1. 사업체 수

- 2021 부산 CT산업 통계조사 결과를 살펴보면, 부산시에 소재하고 있는 CT산업 관련 사업체는 1,099개로 전년 대비 6.7%상승한 것으로 나타남
- 세부 업종별로 살펴보면, 광고 산업이 197개(전년 대비 8.2% 증가)로 가장 많았으며, 캐릭터 산업이 15개(전년 대비 15.4% 증가)로 가장 적은 것으로 조사됨
- 특히 XR 산업은 53개로 전년 대비 -5.4% 감소한 것으로 나타남

〈그림 4-2〉 연도별 사업체 수



〈그림 4-3〉 2022년 업종별 사업체 수



〈표 4-7〉 연도별 사업체 수

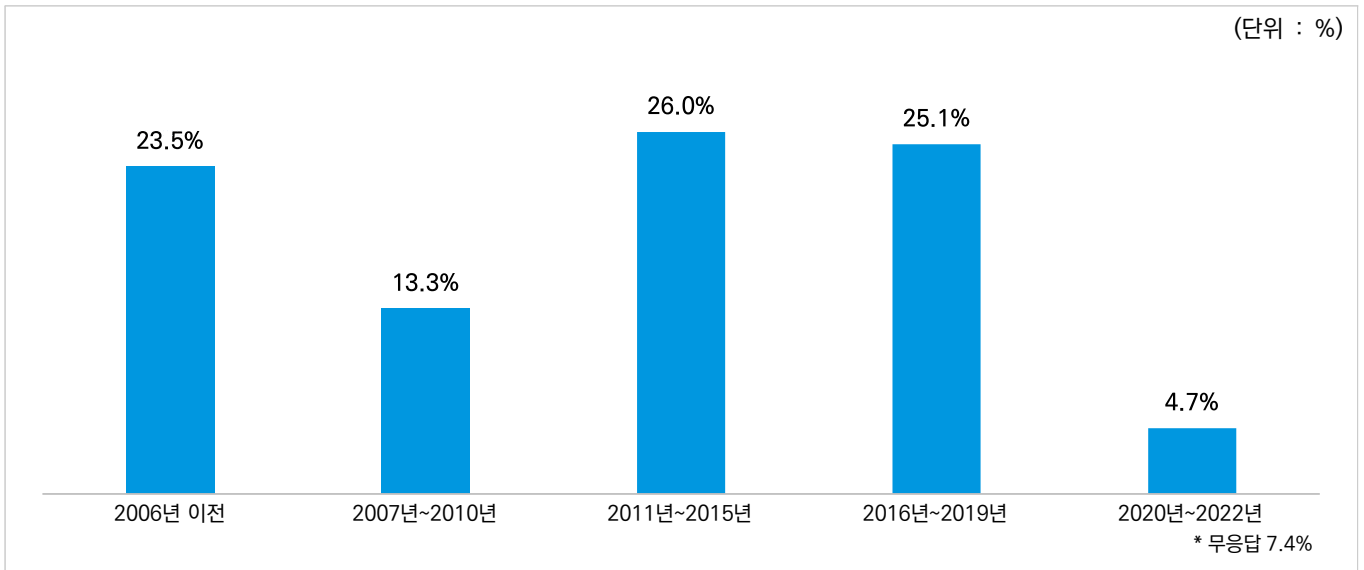
구 분	2019년		2020년		2021년		2022년		
	사업체수 (개)	전년대비 (%)	사업체수 (개)	전년대비 (%)	사업체수 (개)	전년대비 (%)	사업체수 (개)	전년대비 (%)	
전 체	1,027	19.8	1,030	0.3	1,030	0.0	1,099	6.7	
업종	출판	131	-3.0	131	0.0	107	-18.3	101	-5.6
	만화	53	3.9	49	-7.5	57	16.3	70	22.8
	음악	94	683.3	70	-25.5	58	-17.1	74	27.6
	영화	102	22.9	98	-3.9	110	12.2	110	0.0
	게임	123	9.8	127	3.3	131	3.1	139	6.1
	애니메이션	17	0.0	18	5.9	16	-11.1	17	6.3
	방송	59	5.4	61	3.4	51	-16.4	51	0.0
	광고	243	15.2	248	2.1	182	-26.6	197	8.2
	캐릭터	15	0.0	14	-6.7	13	-7.1	15	15.4
	지식정보	81	1.3	78	-3.7	62	-20.5	61	-1.6
	콘텐츠솔루션	87	2.4	93	6.9	157	68.8	161	2.5
1인 미디어	22	-	43	95.5	86	100.0	103	19.8	
XR	72	18.0	47	-34.7	56	19.1	53	-5.4	

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

## 2. 설립연도

- ‘2011년~2015년’이 26.0%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘2006년~2019년(25.1%)’, ‘2016년 이전(23.5%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-4〉 설립연도별 사업체 현황



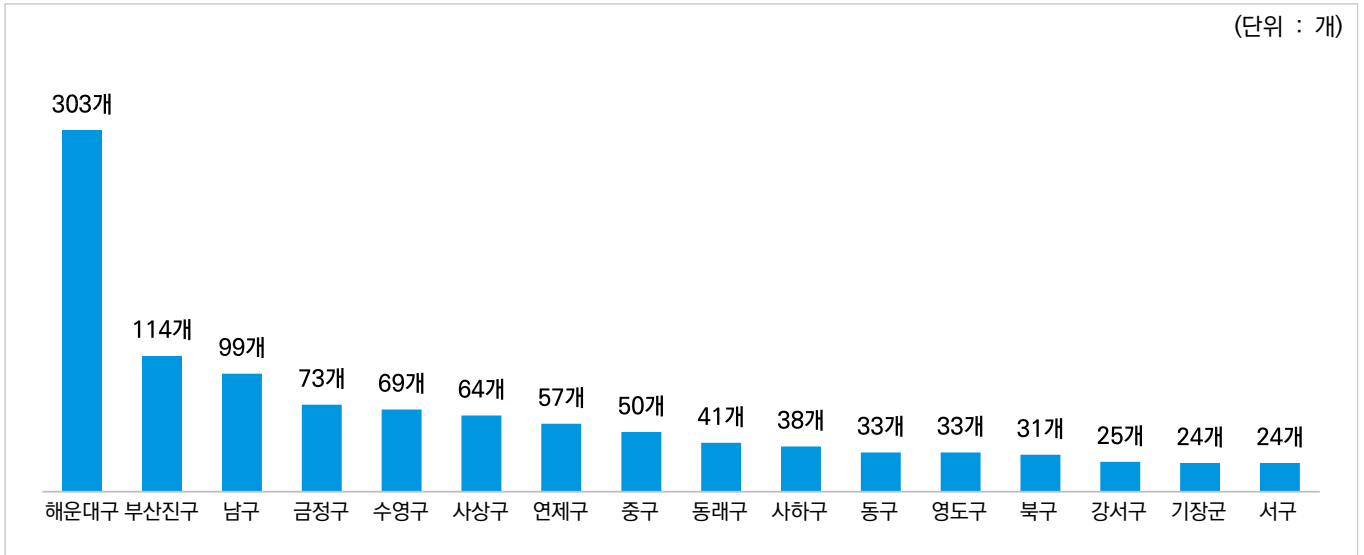
〈표 4-8〉 설립연도별 사업체 현황

구 분	전체	2006년 이전		2007년~2010년		2011년~2015년		2016년~2019년		2020년/2021년		무응답		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(867)</b>	<b>(204)</b>	<b>23.5</b>	<b>(115)</b>	<b>13.3</b>	<b>(225)</b>	<b>26.0</b>	<b>(218)</b>	<b>25.1</b>	<b>(41)</b>	<b>4.7</b>	<b>(64)</b>	<b>7.4</b>	
<b>업종</b>	출판	(80)	(46)	57.5	(11)	13.8	(8)	10.0	(8)	10.0	(0)	0.0	(7)	8.8
	만화	(19)	(3)	15.8	(3)	15.8	(6)	31.6	(7)	36.8	(0)	0.0	(0)	0.0
	음악	(46)	(6)	13.0	(5)	10.9	(16)	34.8	(19)	41.3	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(63)	(4)	6.3	(11)	17.5	(27)	42.9	(18)	28.6	(3)	4.8	(0)	0.0
	게임	(139)	(9)	6.5	(7)	5.0	(27)	19.4	(31)	22.3	(12)	8.6	(53)	38.1
	애니	(11)	(3)	27.3	(1)	9.1	(4)	36.4	(3)	27.3	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(51)	(26)	51.0	(6)	11.8	(10)	19.6	(8)	15.7	(0)	0.0	(1)	2.0
	광고	(197)	(67)	34.0	(41)	20.8	(60)	30.5	(24)	12.2	(5)	2.5	(0)	0.0
	캐릭터	(15)	(5)	33.3	(2)	13.3	(3)	20.0	(5)	33.3	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(61)	(10)	16.4	(2)	3.3	(23)	37.7	(22)	36.1	(3)	4.9	(1)	1.6
솔루션	(161)	(23)	14.3	(25)	15.5	(40)	24.8	(60)	37.3	(11)	6.8	(2)	1.2	
<b>1인 미디어</b>	<b>(24)</b>	<b>(2)</b>	<b>8.3</b>	<b>(1)</b>	<b>4.2</b>	<b>(1)</b>	<b>4.2</b>	<b>(13)</b>	<b>54.2</b>	<b>(7)</b>	<b>29.2</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	
<b>XR</b>	<b>(53)</b>	<b>(4)</b>	<b>7.5</b>	<b>(11)</b>	<b>20.8</b>	<b>(13)</b>	<b>24.5</b>	<b>(20)</b>	<b>37.7</b>	<b>(4)</b>	<b>7.5</b>	<b>(1)</b>	<b>1.9</b>	

### 3. 소재지역

- 소재지역은 '해운대구'가 303개(28.1%)로 가장 많고, 다음으로는 부산진구(114개, 10.6%), 남구(99개, 9.2%) 등의 순으로 나타남

〈그림 4-5〉 소재지역별 사업체 현황



〈표 4-9〉 소재지역별 사업체 현황 ①

구 분	전체	해운대구		부산진구		남구		금정구		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(1,078)</b>	<b>(303)</b>	<b>28.1</b>	<b>(114)</b>	<b>10.6</b>	<b>(99)</b>	<b>9.2</b>	<b>(73)</b>	<b>6.8</b>	
<b>업종</b>	출판	(84)	(5)	6.0	(16)	19.0	(5)	6.0	(6)	7.1
	만화	(70)	(13)	18.6	(3)	4.3	(5)	7.1	(6)	8.6
	음악	(74)	(6)	8.1	(11)	14.9	(8)	10.8	(10)	13.5
	영화	(110)	(36)	32.7	(10)	9.1	(5)	4.5	(1)	0.9
	게임	(139)	(58)	41.7	(7)	5.0	(5)	3.6	(5)	3.6
	애니	(13)	(6)	46.2	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	7.7
	방송	(51)	(22)	43.1	(4)	7.8	(5)	9.8	(2)	3.9
	광고	(197)	(68)	34.5	(23)	11.7	(12)	6.1	(13)	6.6
	캐릭터	(15)	(2)	13.3	(2)	13.3	(1)	6.7	(0)	0.0
	지식	(61)	(24)	39.3	(7)	11.5	(11)	18.0	(4)	6.6
솔루션	(161)	(57)	35.4	(19)	11.8	(31)	19.3	(13)	8.1	
<b>1인 미디어</b>	<b>(103)</b>	<b>(6)</b>	<b>5.8</b>	<b>(12)</b>	<b>11.7</b>	<b>(11)</b>	<b>10.7</b>	<b>(12)</b>	<b>11.7</b>	
<b>XR</b>	<b>(53)</b>	<b>(24)</b>	<b>45.3</b>	<b>(5)</b>	<b>9.4</b>	<b>(6)</b>	<b>11.3</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	

〈표 4-10〉 소재지역별 사업체 현황 ②

구 분	전체	수영구		사상구		연제구		중구		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(1,078)	(69)	6.4	(64)	5.9	(57)	5.3	(50)	4.6	
업종	출판	(84)	(6)	7.1	(5)	6.0	(10)	11.9	(14)	16.7
	만화	(70)	(8)	11.4	(4)	5.7	(5)	7.1	(2)	2.9
	음악	(74)	(9)	12.2	(7)	9.5	(3)	4.1	(1)	1.4
	영화	(110)	(6)	5.5	(4)	3.6	(5)	4.5	(10)	9.1
	게임	(139)	(10)	7.2	(11)	7.9	(3)	2.2	(6)	4.3
	애니	(13)	(0)	0.0	(1)	7.7	(1)	7.7	(0)	0.0
	방송	(51)	(3)	5.9	(1)	2.0	(2)	3.9	(4)	7.8
	광고	(197)	(11)	5.6	(12)	6.1	(16)	8.1	(5)	2.5
	캐릭터	(15)	(1)	6.7	(1)	6.7	(2)	13.3	(0)	0.0
	지식	(61)	(2)	3.3	(2)	3.3	(1)	1.6	(3)	4.9
	솔루션	(161)	(5)	3.1	(10)	6.2	(3)	1.9	(3)	1.9
1인 미디어	(103)	(8)	7.8	(6)	5.8	(6)	5.8	(2)	1.9	
XR	(53)	(3)	5.7	(4)	7.5	(2)	3.8	(2)	3.8	

〈표 4-11〉 소재지역별 사업체 현황 ③

구 분	전체	동래구		사하구		동구		영도구		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(1,078)	(41)	3.8	(38)	3.5	(33)	3.1	(33)	3.1	
업종	출판	(84)	(1)	1.2	(2)	2.4	(5)	6.0	(2)	2.4
	만화	(70)	(2)	2.9	(7)	10.0	(2)	2.9	(4)	5.7
	음악	(74)	(3)	4.1	(2)	2.7	(1)	1.4	(1)	1.4
	영화	(110)	(6)	5.5	(7)	6.4	(3)	2.7	(4)	3.6
	게임	(139)	(2)	1.4	(3)	2.2	(6)	4.3	(9)	6.5
	애니	(13)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	7.7
	방송	(51)	(1)	2.0	(1)	2.0	(2)	3.9	(2)	3.9
	광고	(197)	(12)	6.1	(4)	2.0	(6)	3.0	(0)	0.0
	캐릭터	(15)	(1)	6.7	(1)	6.7	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(61)	(0)	0.0	(0)	0.0	(2)	3.3	(1)	1.6
	솔루션	(161)	(3)	1.9	(3)	1.9	(4)	2.5	(3)	1.9
1인 미디어	(103)	(10)	9.7	(8)	7.8	(2)	1.9	(6)	5.8	
XR	(53)	(1)	1.9	(1)	1.9	(0)	0.0	(2)	3.8	

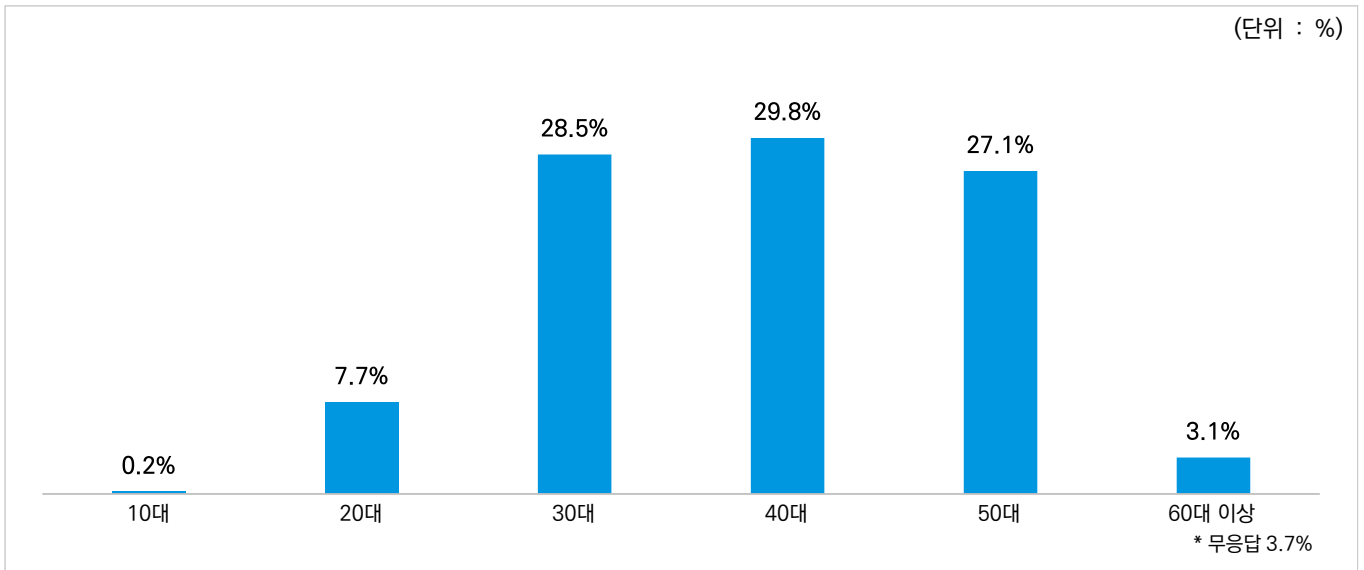
〈표 4-12〉 소재지역별 사업체 현황 ④

구 분	전체	북구		강서구		기장군		서구		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(1078)	(31)	2.9	(25)	2.3	(24)	2.2	(24)	2.2	
업종	출판	(84)	(1)	1.2	(0)	0.0	(2)	2.4	(4)	4.8
	만화	(70)	(2)	2.9	(1)	1.4	(2)	2.9	(4)	5.7
	음악	(74)	(4)	5.4	(5)	6.8	(1)	1.4	(2)	2.7
	영화	(110)	(6)	5.5	(2)	1.8	(2)	1.8	(3)	2.7
	게임	(139)	(6)	4.3	(4)	2.9	(1)	0.7	(3)	2.2
	애니	(13)	(1)	7.7	(0)	0.0	(1)	7.7	(1)	7.7
	방송	(51)	(1)	2.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	2.0
	광고	(197)	(3)	1.5	(5)	2.5	(4)	2.0	(3)	1.5
	캐릭터	(15)	(0)	0.0	(1)	6.7	(3)	20.0	(0)	0.0
	지식	(61)	(2)	3.3	(2)	3.3	(0)	0.0	(0)	0.0
	솔루션	(161)	(3)	1.9	(2)	1.2	(2)	1.2	(0)	0.0
1인 미디어	(103)	(2)	1.9	(3)	2.9	(6)	5.8	(3)	2.9	
XR	(53)	(2)	3.8	(0)	0.0	(1)	1.9	(0)	0.0	

## 4. 대표자 연령

- 대표자 연령은 '40대'가 29.8%로 비중이 가장 높고, 그 다음으로 '30대(28.5%)', '50대(27.1%)', '20대(7.7%)', '60대 이상(3.1%)' 순으로 나타남

〈그림 4-6〉 대표자 연령별 사업체 현황



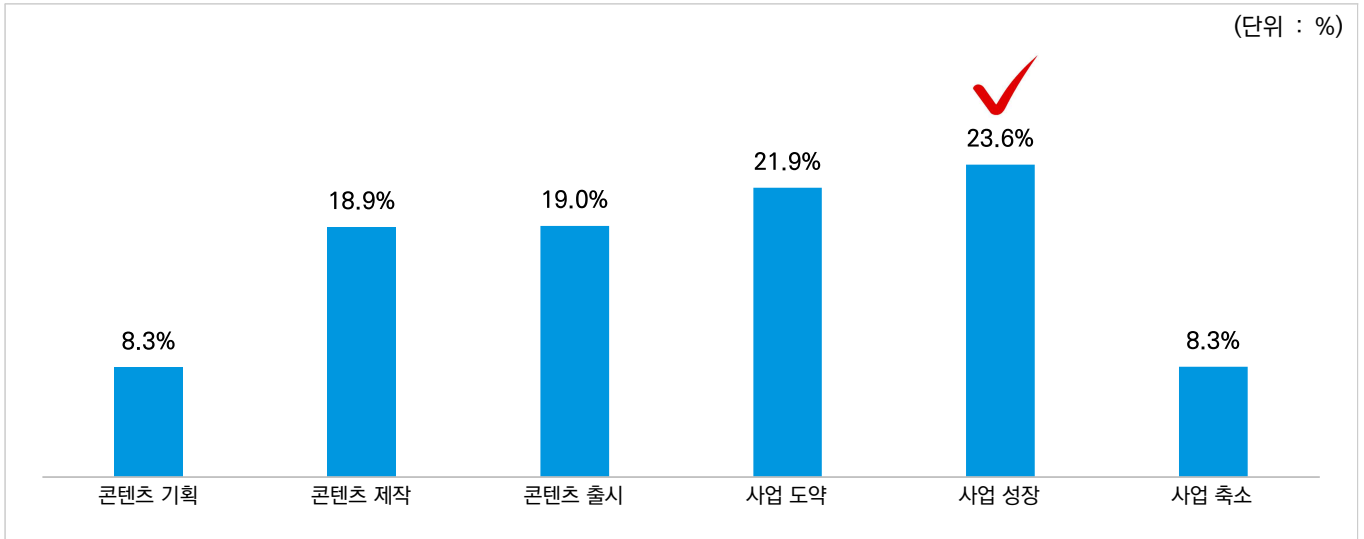
〈표 4-13〉 대표자 연령별 사업체 현황

구 분	전체	10대		20대		30대		40대		50대		60대 이상		무응답		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(1,078)</b>	<b>(2)</b>	<b>0.2</b>	<b>(83)</b>	<b>7.7</b>	<b>(307)</b>	<b>28.5</b>	<b>(321)</b>	<b>29.8</b>	<b>(292)</b>	<b>27.1</b>	<b>(33)</b>	<b>3.1</b>	<b>(40)</b>	<b>3.7</b>	
<b>업종</b>	출판	(84)	(0)	0.0	(0)	0.0	(15)	17.9	(21)	25.0	(35)	41.7	(13)	15.5	(0)	0.0
	만화	(70)	(1)	1.4	(12)	17.1	(28)	40.0	(21)	30.0	(6)	8.6	(0)	0.0	(2)	2.9
	음악	(74)	(0)	0.0	(19)	25.7	(35)	47.3	(17)	23.0	(3)	4.1	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(110)	(1)	0.9	(13)	11.8	(41)	37.3	(25)	22.7	(30)	27.3	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(139)	(0)	0.0	(3)	2.2	(49)	35.3	(48)	34.5	(39)	28.1	(0)	0.0	(0)	0.0
	애니	(13)	(0)	0.0	(1)	7.7	(4)	30.8	(7)	53.8	(1)	7.7	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(51)	(0)	0.0	(0)	0.0	(13)	25.5	(19)	37.3	(18)	35.3	(1)	2.0	(0)	0.0
	광고	(197)	(0)	0.0	(0)	0.0	(33)	16.8	(67)	34.0	(81)	41.1	(16)	8.1	(0)	0.0
	캐릭터	(15)	(0)	0.0	(1)	6.7	(6)	40.0	(5)	33.3	(3)	20.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(61)	(0)	0.0	(0)	0.0	(11)	18.0	(22)	36.1	(26)	42.6	(2)	3.3	(0)	0.0
	솔루션	(161)	(0)	0.0	(0)	0.0	(53)	32.9	(59)	36.6	(48)	29.8	(1)	0.6	(0)	0.0
<b>1인 미디어</b>	<b>(103)</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(34)</b>	<b>33.0</b>	<b>(19)</b>	<b>18.4</b>	<b>(10)</b>	<b>9.7</b>	<b>(2)</b>	<b>1.9</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(38)</b>	<b>36.9</b>	
<b>XR</b>	<b>(53)</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(1)</b>	<b>1.9</b>	<b>(11)</b>	<b>20.8</b>	<b>(23)</b>	<b>43.4</b>	<b>(18)</b>	<b>34.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	

## 5. 사업추진단계

- 사업추진단계는 '사업 성장'이 23.6%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '사업도약(21.9%)', '콘텐츠 출시(19.0%)' 순으로 나타남

〈그림 4-7〉 사업추진단계



〈표 4-14〉 사업추진단계

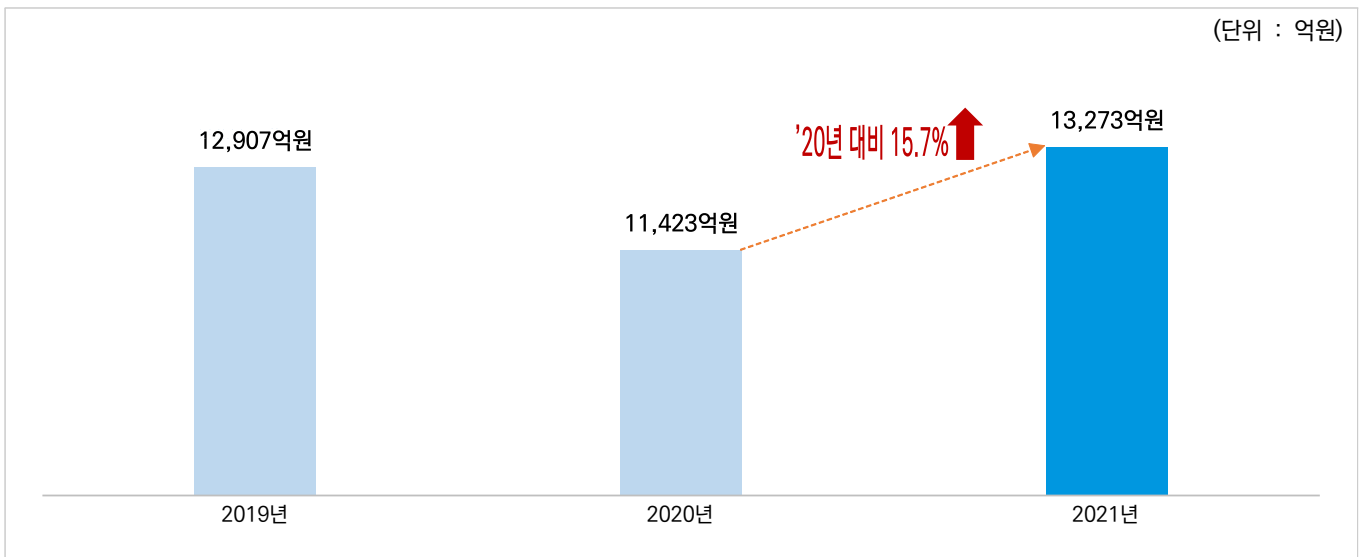
구 분	전체	콘텐츠 기획		콘텐츠 제작		콘텐츠 출시		사업 도약		사업 성장		사업 축소		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(1,078)</b>	<b>(89)</b>	<b>8.3</b>	<b>(204)</b>	<b>18.9</b>	<b>(205)</b>	<b>19.0</b>	<b>(236)</b>	<b>21.9</b>	<b>(254)</b>	<b>23.6</b>	<b>(90)</b>	<b>8.3</b>	
업종	출판	(84)	(4)	4.8	(0)	0.0	(6)	7.1	(20)	23.8	(29)	34.5	(25)	29.8
	만화	(70)	(9)	12.9	(15)	21.4	(9)	12.9	(18)	25.7	(16)	22.9	(3)	4.3
	음악	(74)	(4)	5.4	(13)	17.6	(16)	21.6	(30)	40.5	(10)	13.5	(1)	1.4
	영화	(110)	(16)	14.5	(23)	20.9	(15)	13.6	(22)	20.0	(26)	23.6	(8)	7.3
	게임	(139)	(13)	9.4	(35)	25.2	(33)	23.7	(22)	15.8	(29)	20.9	(7)	5.0
	애니	(13)	(1)	7.7	(5)	38.5	(1)	7.7	(4)	30.8	(2)	15.4	(0)	0.0
	방송	(51)	(3)	5.9	(6)	11.8	(9)	17.6	(11)	21.6	(18)	35.3	(4)	7.8
	광고	(197)	(10)	5.1	(33)	16.8	(30)	15.2	(42)	21.3	(63)	32.0	(19)	9.6
	캐릭터	(15)	(1)	6.7	(1)	6.7	(4)	26.7	(7)	46.7	(2)	13.3	(0)	0.0
	지식	(61)	(4)	6.6	(11)	18.0	(14)	23.0	(12)	19.7	(16)	26.2	(4)	6.6
솔루션	(161)	(9)	5.6	(34)	21.1	(31)	19.3	(37)	23.0	(35)	21.7	(15)	9.3	
<b>1인 미디어</b>	<b>(103)</b>	<b>(15)</b>	<b>14.6</b>	<b>(28)</b>	<b>27.2</b>	<b>(37)</b>	<b>35.9</b>	<b>(11)</b>	<b>10.7</b>	<b>(8)</b>	<b>7.8</b>	<b>(4)</b>	<b>3.9</b>	
<b>XR</b>	<b>(53)</b>	<b>(3)</b>	<b>5.7</b>	<b>(10)</b>	<b>18.9</b>	<b>(10)</b>	<b>18.9</b>	<b>(13)</b>	<b>24.5</b>	<b>(14)</b>	<b>26.4</b>	<b>(3)</b>	<b>5.7</b>	

## 2 매출현황-사업체

### 1. 매출액

- 2021년 부산 CT산업 사업체의 총 매출액은 1조 3,273억 원으로 나타나 전년대비 15.7% 상승한 것으로 나타남
- ‘음악(전년 대비 118.9%)’, ‘애니메이션(전년 대비 37.6%)’, ‘광고(전년 대비 36.4%)’은 전년대비 상승하였음

〈그림 4-8〉 연도별 매출액



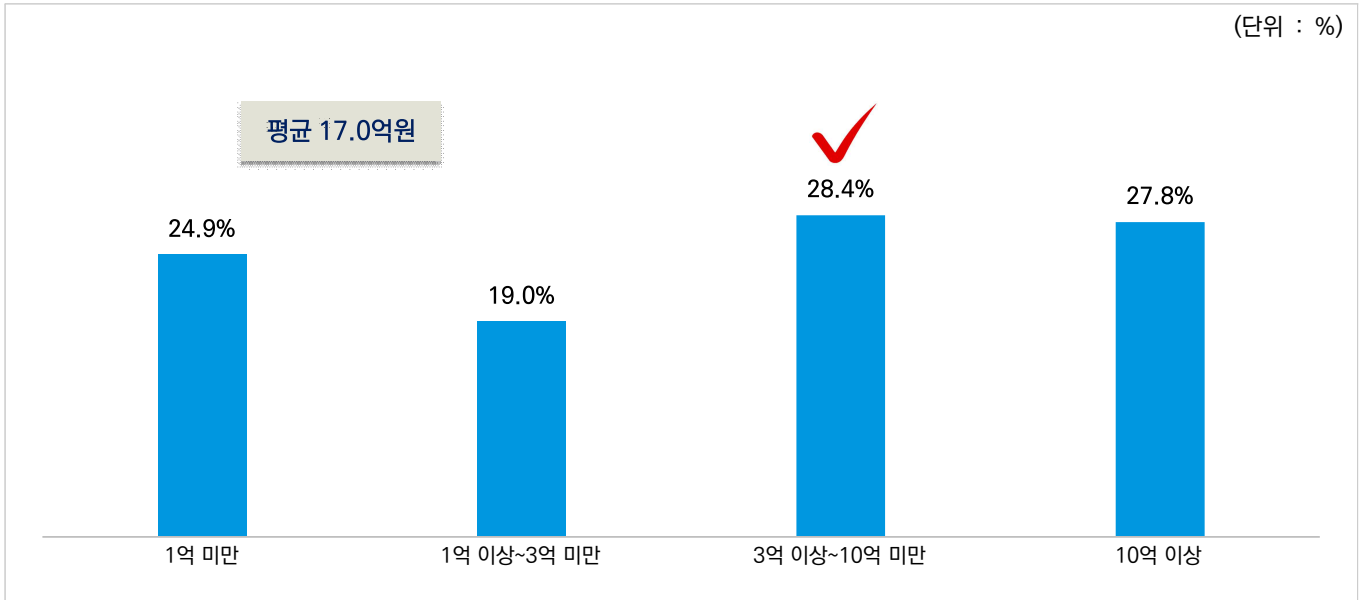
〈표 4-15〉 연도별 매출액

구 분	2019년		2020년		2021년		
	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	
<b>전 체</b>	<b>1,290,746</b>	<b>2.3</b>	<b>1,142,322</b>	<b>-11.5</b>	<b>1,327,335</b>	<b>15.7</b>	
업종	출판	128,781	-5.5	88,582	-31.2	106,351	20.1
	만화	7,434	0.4	8,149	9.6	9,043	11.0
	음악	3,011	0.1	2,235	-25.8	4,893	118.9
	영화	68,943	35.3	53,152	-22.9	42,585	-19.9
	게임	133,523	0.8	142,884	7.0	157,652	10.3
	애니메이션	21,091	-0.1	22,572	7.0	31,069	37.6
	방송	441,977	-5.3	395,641	-10.5	413,832	4.6
	광고	290,502	14.6	211,519	-27.2	288,580	36.4
	캐릭터	23,408	49.1	19,590	-16.3	15,448	-21.1
	지식정보	60,943	6.3	58,209	-4.5	70,426	21.0
	콘텐츠솔루션	110,558	-4.9	138,968	25.7	186,585	34.3
1인 미디어	575	59.7	821	42.8	871	6.1	
XR	47,474	-42.0	59,911	26.2	57,444	-4.1	

## 2. 매출 규모별 사업체 현황

- 2021년 기준 매출 규모별 사업체 현황을 살펴본 결과, '3억 이상~10억 미만' 사업체의 비중이 28.4%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-9〉 2021년 매출 규모별 사업체 현황



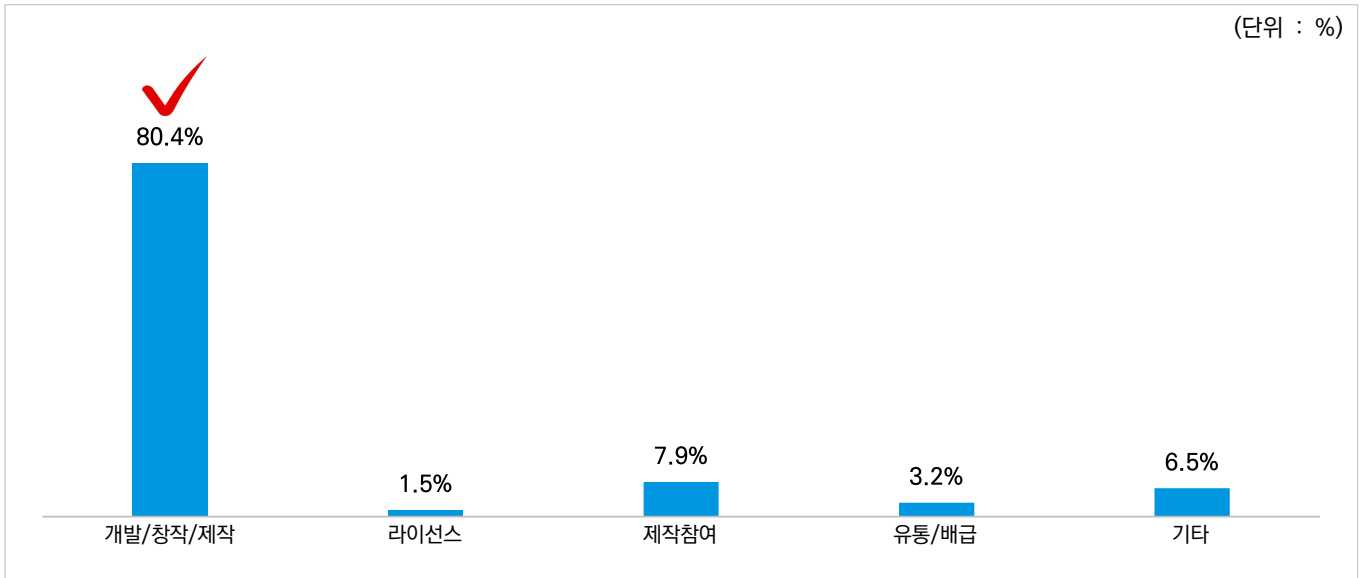
〈표 4-16〉 2021년 매출 규모별 사업체 현황

구 분	전체	1억 미만		1억 이상 3억 미만		3억 이상 10억 미만		10억 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(796)	(198)	24.9	(151)	19.0	(226)	28.4	(221)	27.8	
업종	출판	(80)	(15)	18.8	(16)	20.0	(38)	47.5	(11)	13.8
	만화	(6)	(4)	66.7	(0)	0.0	(1)	16.7	(1)	16.7
	음악	(15)	(5)	33.3	(2)	13.3	(8)	53.3	(0)	0.0
	영화	(63)	(24)	38.1	(17)	27.0	(8)	12.7	(14)	22.2
	게임	(139)	(75)	54.0	(16)	11.5	(17)	12.2	(31)	22.3
	애니	(11)	(3)	27.3	(1)	9.1	(4)	36.4	(3)	27.3
	방송	(51)	(6)	11.8	(10)	19.6	(8)	15.7	(27)	52.9
	광고	(197)	(22)	11.2	(36)	18.3	(67)	34.0	(72)	36.5
	캐릭터	(11)	(1)	9.1	(1)	9.1	(3)	27.3	(6)	54.5
	지식	(61)	(6)	9.8	(19)	31.1	(16)	26.2	(20)	32.8
	솔루션	(161)	(36)	22.4	(33)	20.5	(56)	34.8	(36)	22.4
1인 미디어	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(15)	28.3	(11)	20.8	(13)	24.5	(14)	26.4	

### 3. 사업형태별 매출 비중

○ 사업형태별 매출 비중은 ‘개발/창작/제작’이 80.4%로 다른 유형에 비해 매우 높게 나타남

〈그림 4-10〉 사업형태별 매출 비중



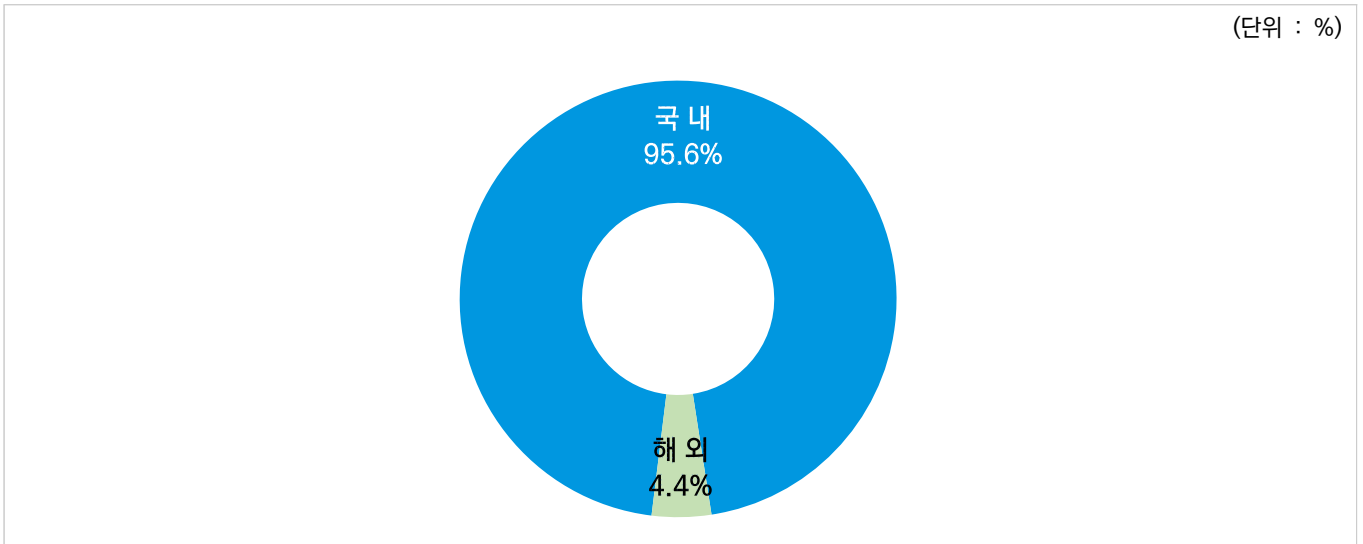
〈표 4-17〉 사업형태별 매출 비중

구 분	전체	개발/창작/제작	라이선스	제작참여	유통/배급	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>80.4</b>	<b>1.5</b>	<b>7.9</b>	<b>3.2</b>	<b>6.5</b>	
업종	출판	(80)	81.0	0.0	6.0	2.0	9.8
	만화	(6)	90.0	0.0	5.0	0.0	5.0
	음악	(15)	61.3	0.7	11.3	2.0	24.7
	영화	(63)	73.3	1.9	12.4	5.4	7.0
	게임	(139)	76.6	2.3	9.7	5.3	6.2
	애니	(11)	95.5	0.9	0.9	1.8	0.9
	방송	(51)	81.4	1.8	8.4	4.7	3.7
	광고	(197)	85.6	1.5	5.7	2.3	4.4
	캐릭터	(11)	79.1	2.7	8.2	6.4	3.6
	지식	(61)	76.7	1.6	9.0	3.6	7.4
	솔루션	(161)	81.6	1.7	8.0	1.8	6.3
1인 미디어	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
XR	(53)	80.8	0.9	14.0	0.4	4.0	

## 4. 국내외 매출 비중

○ 국내외 매출 비중은 ‘국내’가 95.6%로 ‘국외(4.4%)’에 비해 매우 높게 나타남

〈그림 4-11〉 국내외 매출 비중



〈표 4-18〉 국내외 매출 비중

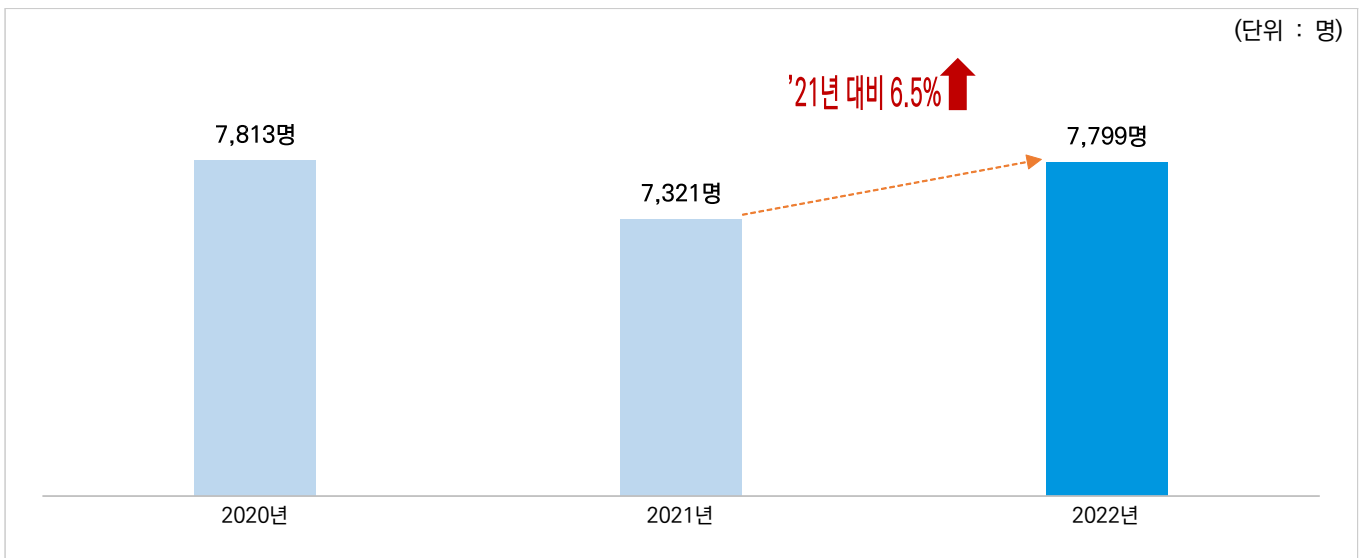
구 분	전체	국내	국외	
	(개)	(%)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>95.6</b>	<b>4.4</b>	
업종	출판	(80)	97.4	2.6
	만화	(6)	100.0	0.0
	음악	(15)	96.7	3.3
	영화	(63)	97.7	2.3
	게임	(139)	83.8	16.2
	애니메이션	(11)	85.5	14.5
	방송	(51)	99.6	0.4
	광고	(197)	99.7	0.3
	캐릭터	(11)	100.0	0.0
	지식정보	(61)	90.6	9.4
	콘텐츠솔루션	(161)	99.9	0.1
1인 미디어	(1)	100.0	0.0	
XR	(53)	90.8	9.2	

### 3 종사자 현황

#### 1. 종사자 수

○ 2022년 부산 CT산업의 총 종사자 수는 7,799명으로 전년대비 6.5% 상승한 것으로 나타남

〈그림 4-12〉 연도별 종사자 수



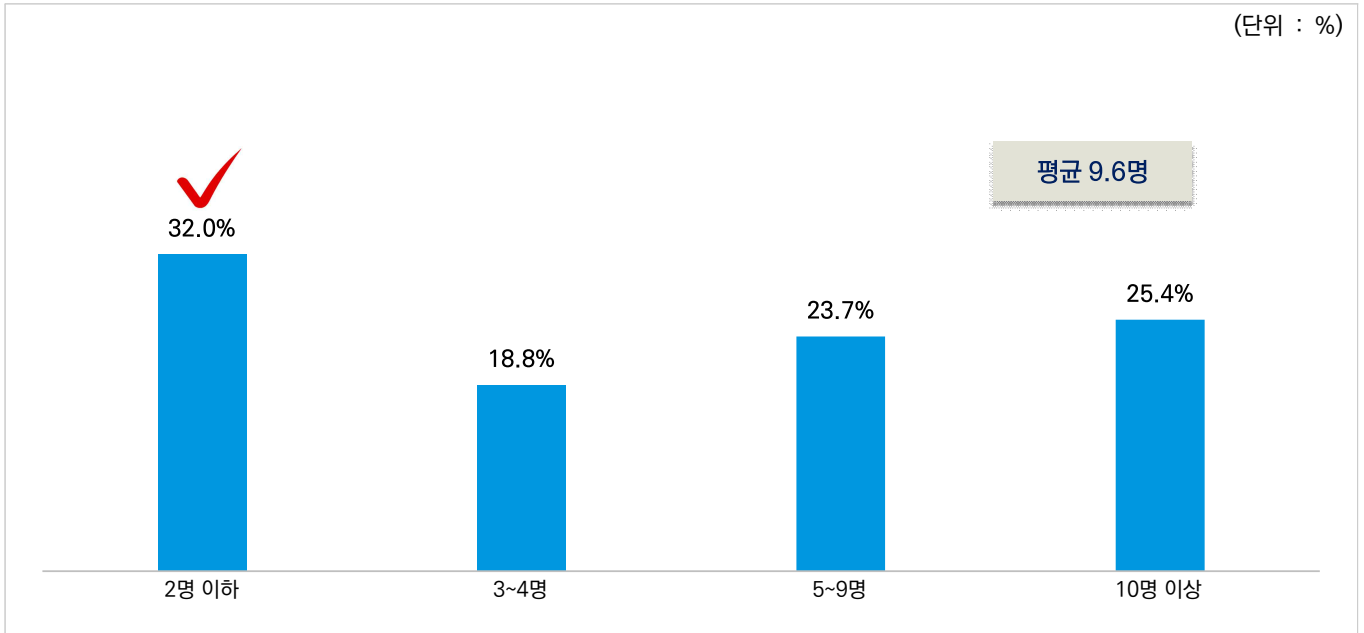
〈표 4-19〉 연도별 종사자 수

구 분	2020년		2021년		2022년		
	종사자 수(명)	전년대비(%)	종사자 수(명)	전년대비(%)	종사자 수(명)	전년대비(%)	
전 체	7,813	-2.4	7,321	-6.3	7,799	6.5	
업종	출판	1,040	-3.8	777	-25.3	828	6.6
	만화	83	-4.6	118	42.2	129	9.3
	음악	183	-4.7	122	-33.3	154	26.2
	영화	456	-13.5	392	-14.0	434	10.7
	게임	1,330	4.6	1,453	9.2	1,466	0.9
	애니메이션	217	-28.4	227	4.6	265	16.7
	방송	987	-11.2	851	-13.8	899	5.6
	광고	1,600	0.3	1,365	-14.7	1,507	10.4
	캐릭터	160	-25.6	166	3.8	160	-3.6
	지식정보	731	10.6	639	-12.6	642	0.5
	콘텐츠솔루션	886	-4.5	1,112	25.5	1,201	8.0
1인 미디어	140	351.6	99	-29.3	114	15.2	
XR	651	-17.8	794	22.0	666	-16.1	

## 2. 종사자 규모별 사업체 현황

- 2022년 기준 종사자 규모별 사업체 현황은 '2명 이하'가 32.0%로 가장 높게 나타났으며 평균 9.6명으로 조사됨

〈그림 4-13〉 종사자 규모별 사업체 현황



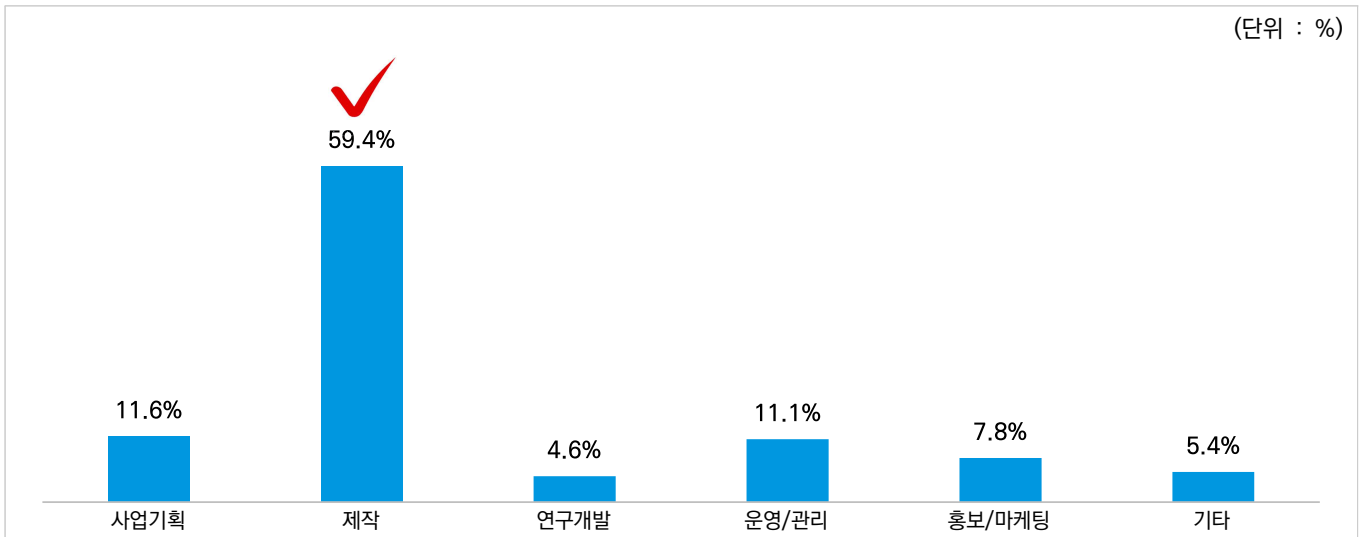
〈표 4-20〉 종사자 규모별 사업체 현황

구 분	전체	2명 이하		3~4명		5~9명		10명 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(796)	(255)	32.0	(150)	18.8	(189)	23.7	(202)	25.4	
업종	출판	(80)	(38)	47.5	(12)	15.0	(13)	16.3	(17)	21.3
	만화	(6)	(4)	66.7	(1)	16.7	(1)	16.7	(0)	0.0
	음악	(15)	(9)	60.0	(3)	20.0	(3)	20.0	(0)	0.0
	영화	(63)	(35)	55.6	(9)	14.3	(9)	14.3	(10)	15.9
	게임	(139)	(51)	36.7	(30)	21.6	(31)	22.3	(27)	19.4
	애니	(11)	(2)	18.2	(2)	18.2	(3)	27.3	(4)	36.4
	방송	(51)	(12)	23.5	(5)	9.8	(11)	21.6	(23)	45.1
	광고	(197)	(52)	26.4	(45)	22.8	(58)	29.4	(42)	21.3
	캐릭터	(11)	(1)	9.1	(2)	18.2	(0)	0.0	(8)	72.7
	지식	(61)	(10)	16.4	(10)	16.4	(21)	34.4	(20)	32.8
	솔루션	(161)	(40)	24.8	(31)	19.3	(39)	24.2	(51)	31.7
1인 미디어	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(17)	32.1	(9)	17.0	(12)	22.6	(15)	28.3	

### 3. 직무별 종사자 비중

- 직무별 종사자 비중은 '제작'이 59.4%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '사업기획(11.6%)', '운영/관리(11.1%)' 순으로 나타남

〈그림 4-14〉 직무별 종사자 비중



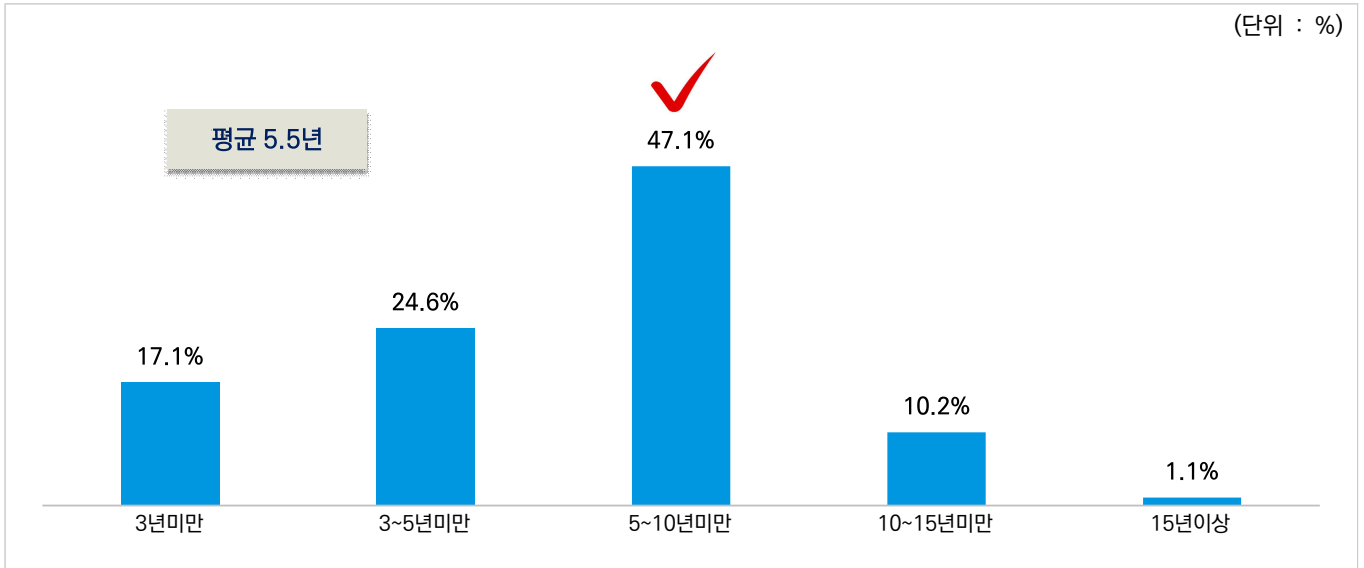
〈표 4-21〉 직무별 종사자 비중

구 분	전체	사업기획	제작	연구개발	운영/관리	홍보마케팅	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>11.6</b>	<b>59.4</b>	<b>4.6</b>	<b>11.1</b>	<b>7.8</b>	<b>5.4</b>	
<b>업종</b>	출판	(80)	9.7	63.4	5.1	13.8	4.0	4.1
	만화	(6)	55.0	31.7	4.2	7.0	1.2	1.0
	음악	(15)	35.3	43.7	2.7	11.0	5.3	2.0
	영화	(63)	14.8	56.4	0.3	11.6	11.7	5.3
	게임	(139)	10.8	61.0	7.2	9.4	7.4	4.2
	애니	(11)	8.4	53.3	0.9	15.1	14.9	7.5
	방송	(51)	11.6	69.5	2.2	7.4	5.3	3.9
	광고	(197)	10.1	59.6	3.5	11.6	8.4	6.9
	캐릭터	(11)	19.0	49.4	5.7	3.8	12.4	9.7
	지식	(61)	11.9	53.6	8.8	13.6	7.7	4.5
	솔루션	(161)	9.7	60.7	5.7	9.9	8.3	5.7
<b>1인 미디어</b>	<b>(1)</b>	<b>0.0</b>	<b>50.0</b>	<b>0.0</b>	<b>50.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	
<b>XR</b>	<b>(53)</b>	<b>13.4</b>	<b>58.0</b>	<b>9.8</b>	<b>8.2</b>	<b>8.4</b>	<b>2.2</b>	

#### 4. 종사자 평균 근속연수

- 종사자 근속연수는 '5~10년미만'이 47.1% 가장 높았으며, 이어서 '3~5년미만' 24.6%, '3년미만' 17.1%, '10~15년미만' 10.2%로 나타났으며, 평균 5.5년으로 조사됨

〈그림 4-15〉 종사자 평균 근속연수



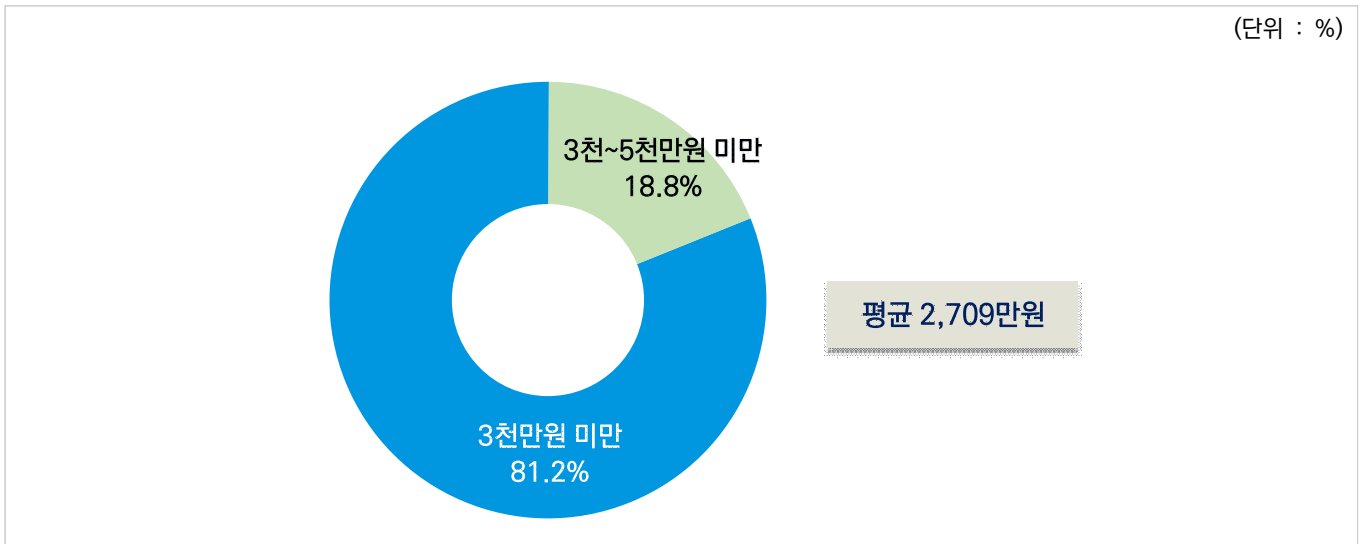
〈표 4-22〉 종사자 평균 근속연수

구 분	전체	3년 미만	3~5년 미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15년 이상	평균	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(년)	
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>17.1</b>	<b>24.6</b>	<b>47.1</b>	<b>10.2</b>	<b>1.1</b>	<b>5.5</b>	
<b>업종</b>	출판	(80)	12.5	26.3	45.0	11.3	5.0	6.2
	만화	(6)	16.7	16.7	33.3	33.3	0.0	6.3
	음악	(15)	13.3	33.3	26.7	20.0	6.7	6.3
	영화	(63)	15.9	28.6	46.0	6.3	3.2	5.5
	게임	(139)	18.7	33.1	39.6	8.6	0.0	5.0
	애니	(11)	36.4	27.3	36.4	0.0	0.0	4.2
	방송	(51)	9.8	27.5	51.0	11.8	0.0	5.6
	광고	(197)	22.3	21.3	43.7	12.2	0.5	5.3
	캐릭터	(11)	27.3	27.3	45.5	0.0	0.0	4.8
	지식	(61)	13.1	23.0	54.1	9.8	0.0	5.7
솔루션	(161)	14.3	18.0	59.0	8.7	0.0	5.8	
<b>1인 미디어</b>	<b>(1)</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>100.0</b>	<b>0.0</b>	<b>10.0</b>	
<b>XR</b>	<b>(53)</b>	<b>17.0</b>	<b>22.6</b>	<b>52.8</b>	<b>7.5</b>	<b>0.0</b>	<b>5.1</b>	

## 5. 종사자 평균 급여 수준

- 종사자 평균 연봉 수준 '3천만원 미만'이 81.2%로 가장 많았으며 '3천~5천만원 미만' 18.8%로 나타났으며 평균 2,709만원으로 조사됨

〈그림 4-16〉 종사자 평균 연봉 수준



〈표 4-23〉 종사자 평균 연봉 수준

구 분	전체	3천만원 미만		3천~5천만원 미만	평균
	(개)	(%)	(%)	(%)	(년)
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>81.2</b>	<b>18.8</b>	<b>2709.0</b>	
<b>업종</b>	출판	(80)	76.3	23.8	2683.1
	만화	(6)	83.3	16.7	2783.3
	음악	(15)	53.3	46.7	2826.7
	영화	(63)	82.5	17.5	2682.5
	게임	(139)	79.1	20.9	2719.8
	애니	(11)	72.7	27.3	2822.7
	방송	(51)	88.2	11.8	2745.1
	광고	(197)	82.2	17.8	2673.6
	캐릭터	(11)	81.8	18.2	2618.2
	지식	(61)	91.8	8.2	2682.0
	솔루션	(161)	80.7	19.3	2747.8
<b>1인 미디어</b>	(1)	0.0	100.0	3000.0	
<b>XR</b>	(53)	75.5	24.5	2756.6	

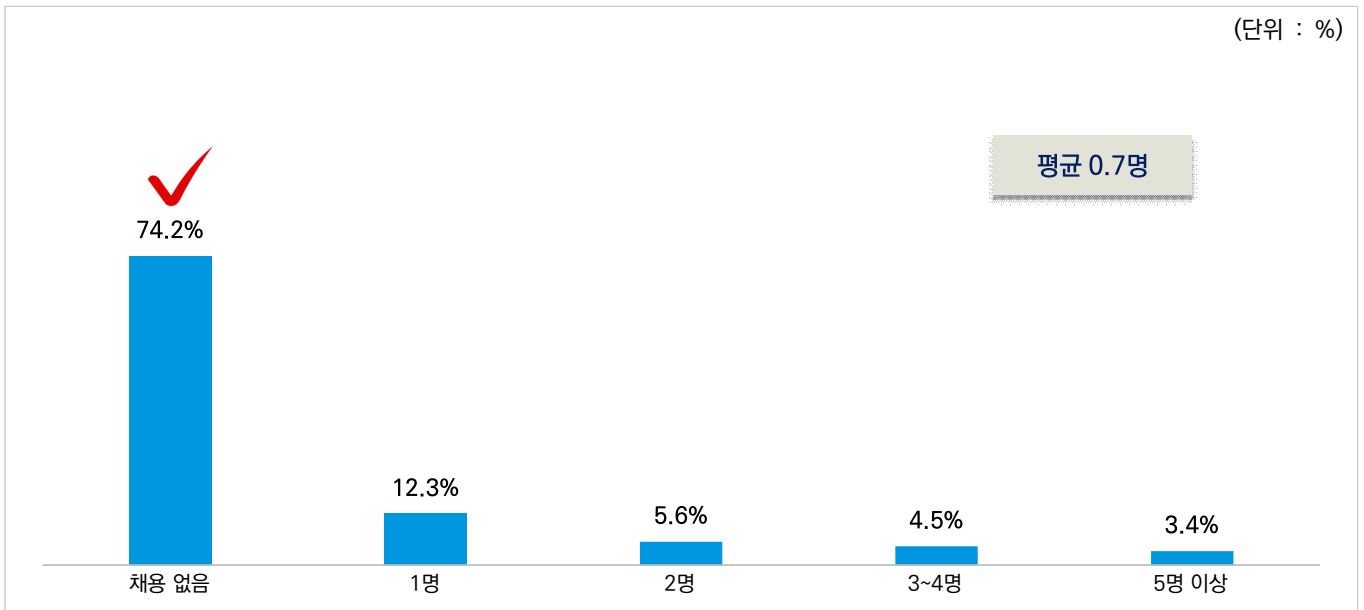
## 4 채용현황

### 1. 신규 채용현황(2021년)

○ 2021년 신규 채용인력을 채용한 사업체는 206개(25.8%)로 나타남

- 신규 채용인력은 '1명'이 가장 비중이 높고, 평균 0.7명을 채용한 것으로 파악됨

〈그림 4-17〉 신규 채용현황



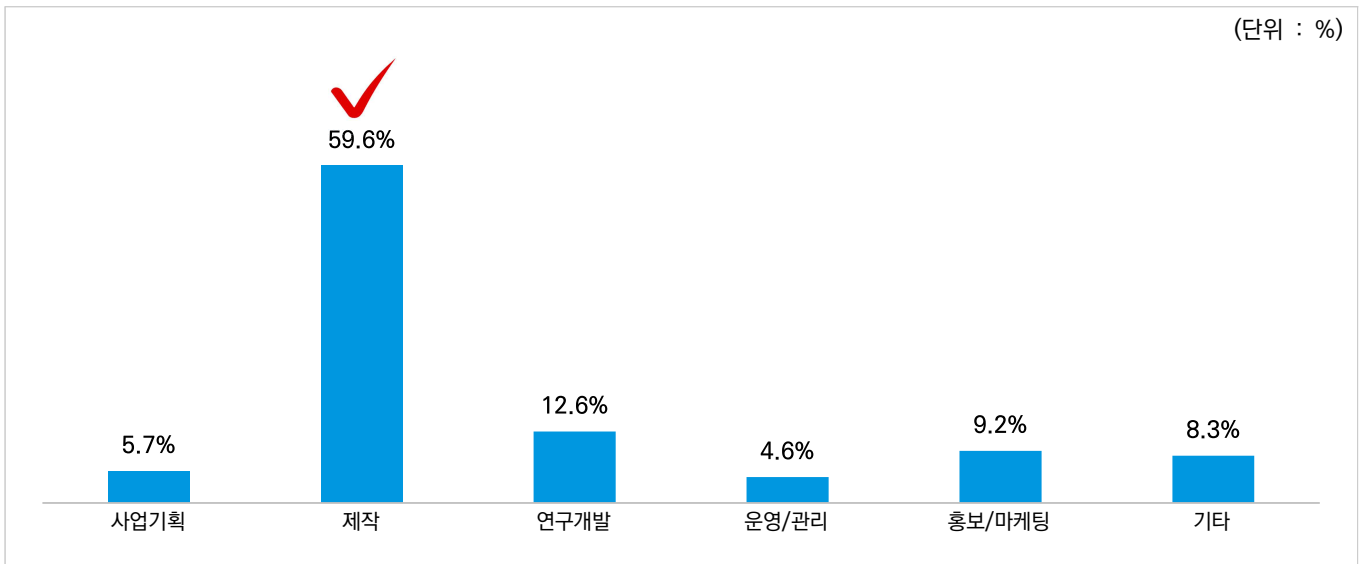
〈표 4-24〉 신규 채용현황

구 분	전체	채용 없음		1명		2명		3~4명		5명 이상		평균 (명)	
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)		
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>(591)</b>	<b>74.2</b>	<b>(98)</b>	<b>12.3</b>	<b>(45)</b>	<b>5.6</b>	<b>(36)</b>	<b>4.5</b>	<b>(27)</b>	<b>3.4</b>	<b>0.7</b>	
업종	출판	(80)	(63)	78.8	(12)	15.0	(3)	3.8	(2)	2.5	(0)	0.0	0.3
	만화	(6)	(4)	66.7	(2)	33.3	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	0.3
	음악	(15)	(14)	93.3	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	6.7	(0)	0.0	0.2
	영화	(63)	(50)	79.4	(9)	14.3	(2)	3.2	(1)	1.6	(1)	1.6	0.3
	게임	(139)	(109)	78.4	(10)	7.2	(6)	4.3	(6)	4.3	(8)	5.8	0.8
	애니	(11)	(4)	36.4	(3)	27.3	(2)	18.2	(1)	9.1	(1)	9.1	2.2
	방송	(51)	(31)	60.8	(7)	13.7	(3)	5.9	(4)	7.8	(6)	11.8	1.8
	광고	(197)	(151)	76.6	(23)	11.7	(11)	5.6	(6)	3.0	(6)	3.0	0.6
	캐릭터	(11)	(8)	72.7	(1)	9.1	(1)	9.1	(1)	9.1	(0)	0.0	0.5
	지식	(61)	(42)	68.9	(10)	16.4	(6)	9.8	(3)	4.9	(0)	0.0	0.5
솔루션	(161)	(113)	70.2	(21)	13.0	(11)	6.8	(11)	6.8	(5)	3.1	0.7	
1인 미디어	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	0.0	
XR	(53)	(32)	60.4	(6)	11.3	(5)	9.4	(2)	3.8	(8)	15.1	1.8	

## 2. 직무별 신규 채용규모

○ 신입인력 전체에서 채용규모가 가장 큰 직무는 '제작(59.6%)'으로 나타남

〈그림 4-18〉 직무별 신규 채용규모



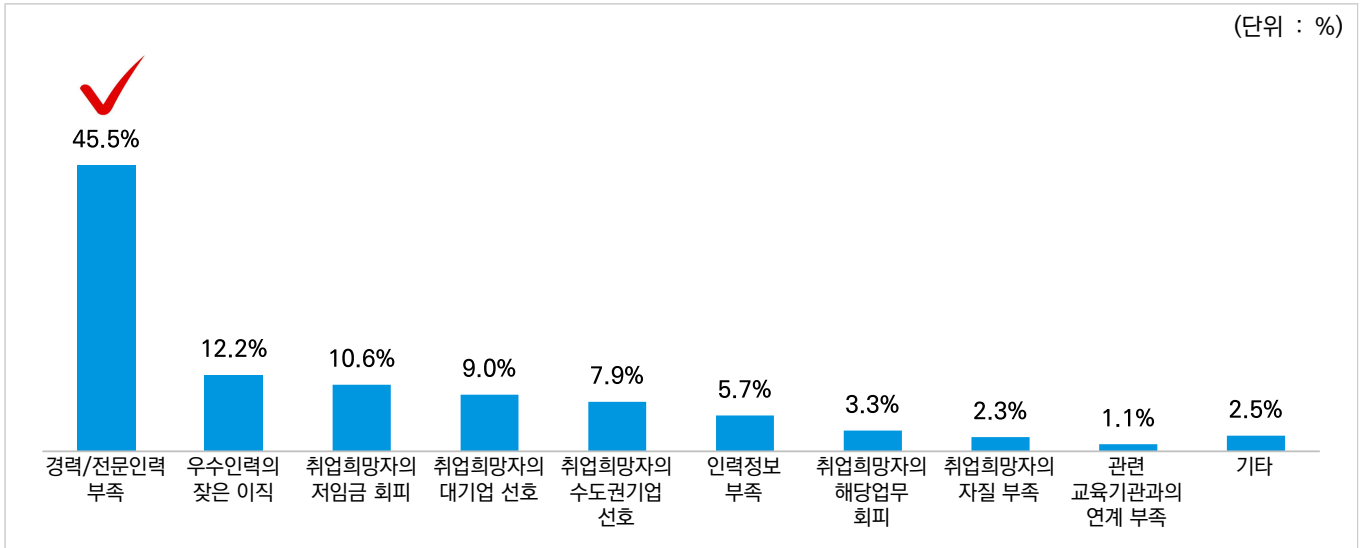
〈표 4-25〉 직무별 신규 채용규모

구 분	전체	사업기획	제작	연구개발	운영/관리	홍보마케팅	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>5.7</b>	<b>59.6</b>	<b>12.6</b>	<b>4.6</b>	<b>9.2</b>	<b>8.3</b>	
<b>업종</b>	출판	(80)	0.6	92.1	0.0	0.0	2.9	4.4
	만화	(6)	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	음악	(15)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	영화	(63)	13.8	46.2	13.8	0.0	17.7	8.5
	게임	(139)	2.5	62.2	22.7	7.5	5.0	0.2
	애니	(11)	2.9	68.6	1.4	7.1	1.4	18.6
	방송	(51)	1.0	45.5	12.3	12.3	21.5	7.5
	광고	(197)	7.4	66.5	10.9	2.1	3.4	9.8
	캐릭터	(11)	40.0	40.0	6.7	6.7	6.7	0.0
	지식	(61)	7.9	39.5	17.9	2.6	22.4	9.7
	솔루션	(161)	5.2	56.6	13.1	3.3	8.9	12.8
<b>1인 미디어</b>	(1)	-	-	-	-	-	-	
<b>XR</b>	(53)	6.7	45.0	25.1	3.0	13.0	7.1	

### 3. 채용 관련 애로사항

- 채용 관련 애로사항으로는 ‘경력 및 전문인력 부족’이 45.5%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘우수인력의 잦은 이직(12.2%)’, ‘취업희망자의 저임금 회피(10.6%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-19〉 채용 관련 애로사항



〈표 4-26〉 채용 관련 애로사항 ①

구 분	전체	경력/전문인력 부족		우수인력의 잦은 이직		취업희망자의 저임금 회피		취업희망자의 대기업 선호		취업희망자의 수도권기업 선호		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>(362)</b>	<b>45.5</b>	<b>(97)</b>	<b>12.2</b>	<b>(84)</b>	<b>10.6</b>	<b>(72)</b>	<b>9.0</b>	<b>(63)</b>	<b>7.9</b>	
<b>업종</b>	출판	(80)	(25)	31.3	(9)	11.3	(13)	16.3	(15)	18.8	(4)	5.0
	만화	(6)	(2)	33.3	(1)	16.7	(0)	0.0	(1)	16.7	(0)	0.0
	음악	(15)	(3)	20.0	(2)	13.3	(3)	20.0	(3)	20.0	(1)	6.7
	영화	(63)	(31)	49.2	(11)	17.5	(5)	7.9	(6)	9.5	(1)	1.6
	게임	(139)	(46)	33.1	(15)	10.8	(12)	8.6	(17)	12.2	(23)	16.5
	애니	(11)	(2)	18.2	(4)	36.4	(3)	27.3	(1)	9.1	(1)	9.1
	방송	(51)	(25)	49.0	(6)	11.8	(6)	11.8	(0)	0.0	(3)	5.9
	광고	(197)	(93)	47.2	(27)	13.7	(19)	9.6	(12)	6.1	(12)	6.1
	캐릭터	(11)	(7)	63.6	(2)	18.2	(1)	9.1	(1)	9.1	(0)	0.0
	지식	(61)	(36)	59.0	(6)	9.8	(3)	4.9	(4)	6.6	(8)	13.1
솔루션	(161)	(92)	57.1	(14)	8.7	(19)	11.8	(12)	7.5	(10)	6.2	
<b>1인 미디어</b>	<b>(1)</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	
<b>XR</b>	<b>(53)</b>	<b>(24)</b>	<b>45.3</b>	<b>(8)</b>	<b>15.1</b>	<b>(5)</b>	<b>9.4</b>	<b>(3)</b>	<b>5.7</b>	<b>(8)</b>	<b>15.1</b>	

〈표 4-27〉 채용 관련 애로사항 ②

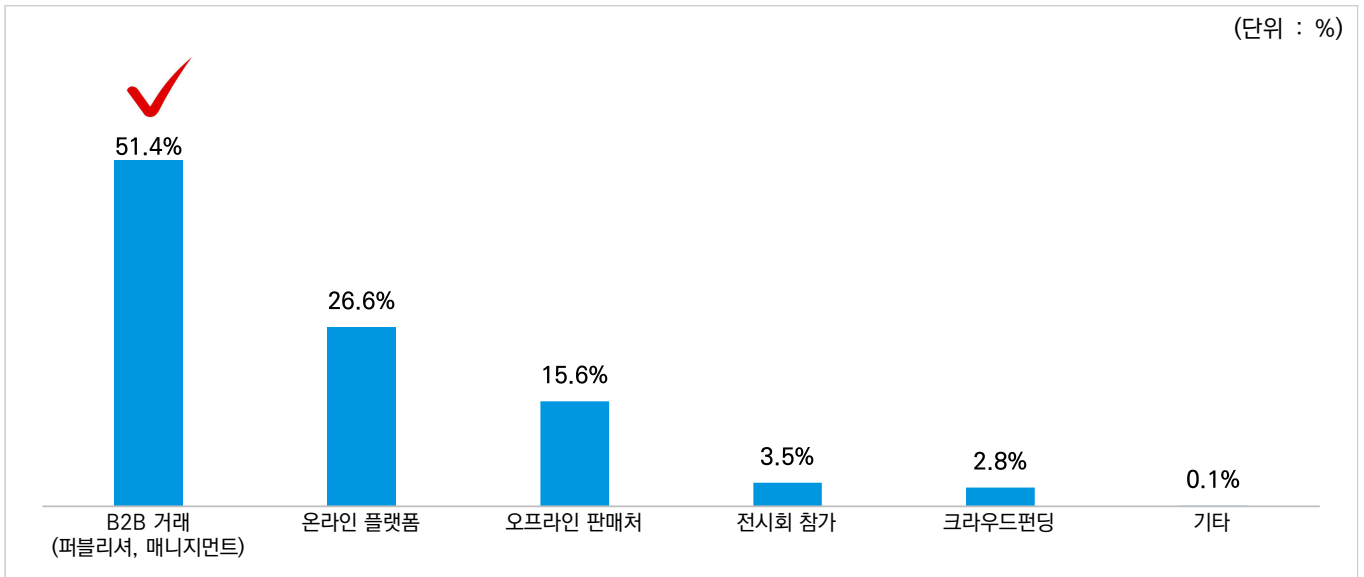
구 분	전체	인력정보 부족		취업희망자의 해당업무 회피		취업희망자의 자질 부족		관련 교육기관과의 연계 부족		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(796)	(45)	5.7	(26)	3.3	(18)	2.3	(9)	1.1	(20)	2.5	
업종	출판	(80)	(1)	1.3	(7)	8.8	(1)	1.3	(0)	0.0	(5)	6.3
	만화	(6)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(2)	33.3
	음악	(15)	(1)	6.7	(1)	6.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	6.7
	영화	(63)	(5)	7.9	(2)	3.2	(2)	3.2	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(139)	(9)	6.5	(6)	4.3	(7)	5.0	(4)	2.9	(0)	0.0
	애니	(11)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(51)	(6)	11.8	(0)	0.0	(3)	5.9	(0)	0.0	(2)	3.9
	광고	(197)	(12)	6.1	(10)	5.1	(3)	1.5	(3)	1.5	(6)	3.0
	캐릭터	(11)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(61)	(4)	6.6	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
솔루션	(161)	(7)	4.3	(0)	0.0	(2)	1.2	(2)	1.2	(3)	1.9	
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	
XR	(53)	(3)	5.7	(0)	0.0	(1)	1.9	(0)	0.0	(1)	1.9	

## 5 경영현황

### 1. 콘텐츠 주요 판로

- 콘텐츠 주요 판로는 'B2B거래'가 51.4%로 가장 많았으며, '온라인 플랫폼' 26.6%, '오프라인 판매처' 15.6% 순으로 나타남

〈그림 4-20〉 콘텐츠 주요 판로



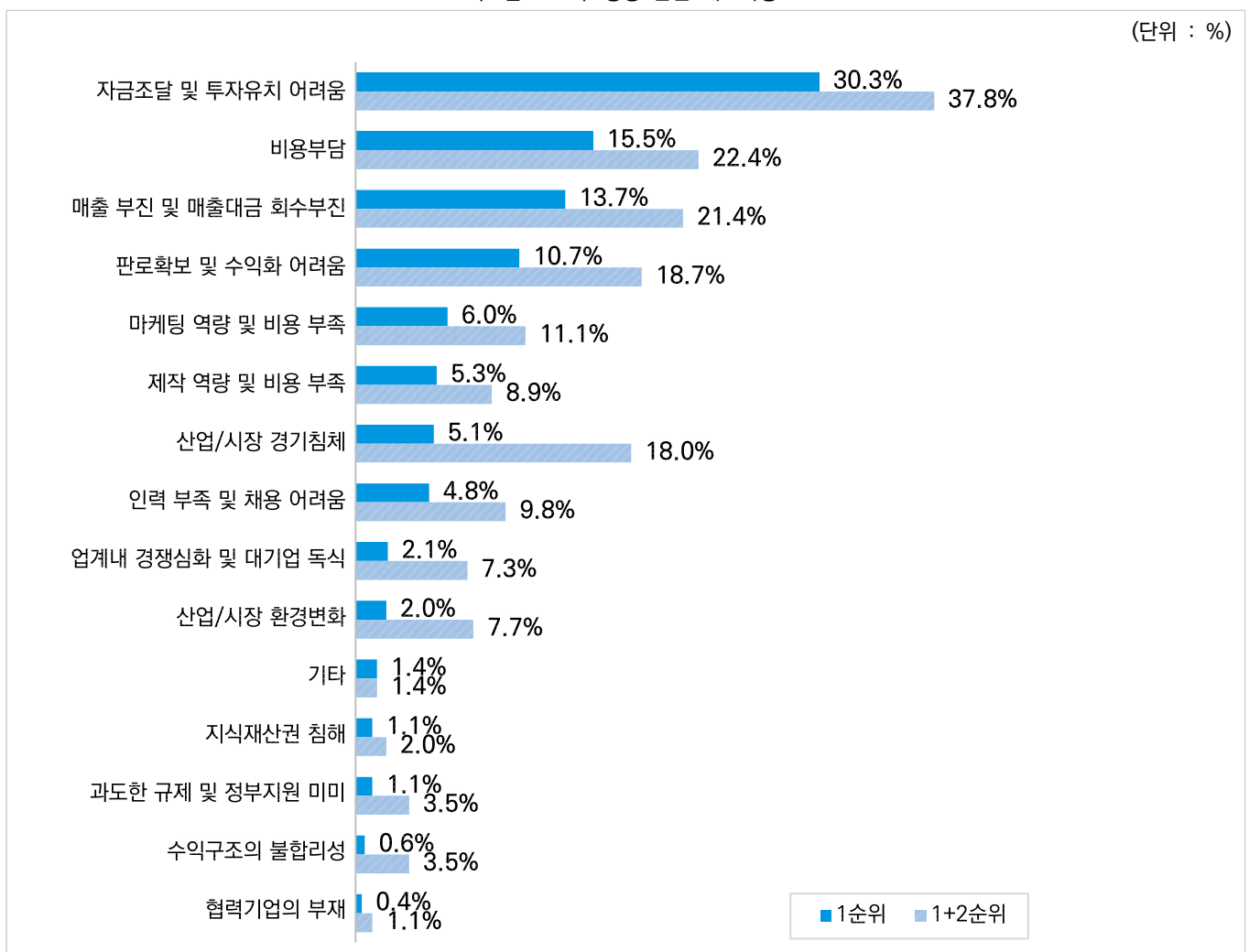
〈표 4-28〉 콘텐츠 주요 판로

구 분	전체	B2B 거래		온라인 플랫폼		오프라인 판매처		전시회 참가		클라우드펀딩		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>(409)</b>	<b>51.4</b>	<b>(212)</b>	<b>26.6</b>	<b>(124)</b>	<b>15.6</b>	<b>(28)</b>	<b>3.5</b>	<b>(22)</b>	<b>2.8</b>	<b>(1)</b>	<b>0.1</b>	
<b>업종</b>	출판	(80)	(34)	42.5	(14)	17.5	(28)	35.0	(1)	1.3	(3)	3.8	(0)	0.0
	만화	(6)	(1)	16.7	(3)	50.0	(1)	16.7	(1)	16.7	(0)	0.0	(0)	0.0
	음악	(15)	(7)	46.7	(3)	20.0	(4)	26.7	(1)	6.7	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(63)	(32)	50.8	(14)	22.2	(13)	20.6	(4)	6.3	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(139)	(52)	37.4	(61)	43.9	(18)	12.9	(4)	2.9	(3)	2.2	(1)	0.7
	애니	(11)	(5)	45.5	(5)	45.5	(1)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(51)	(24)	47.1	(17)	33.3	(6)	11.8	(2)	3.9	(2)	3.9	(0)	0.0
	광고	(197)	(122)	61.9	(39)	19.8	(28)	14.2	(4)	2.0	(4)	2.0	(0)	0.0
	캐릭터	(11)	(6)	54.5	(2)	18.2	(2)	18.2	(1)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(61)	(38)	62.3	(15)	24.6	(5)	8.2	(1)	1.6	(2)	3.3	(0)	0.0
솔루션	(161)	(88)	54.7	(39)	24.2	(18)	11.2	(9)	5.6	(7)	4.3	(0)	0.0	
<b>1인 미디어</b>	<b>(1)</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(1)</b>	<b>100.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	
<b>XR</b>	<b>(53)</b>	<b>(26)</b>	<b>49.1</b>	<b>(17)</b>	<b>32.1</b>	<b>(5)</b>	<b>9.4</b>	<b>(4)</b>	<b>7.5</b>	<b>(1)</b>	<b>1.9</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	

## 2. 경영 관련 애로사항

- 경영 관련 애로사항 1순위는 '자금조달 투자유치 어려움'이 30.3%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '비용부담(15.4%)', '매출 부진 및 매출대금 회수부진(13.7%)' 등의 순으로 나타남
- 경영 관련 애로사항 1+2순위를 통합한 경우에도 '자금조달 투자유치 어려움'이 37.8%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로는 '비용부담(22.4%)', '매출 부진 및 매출대금 회수부진(21.4%)', '판로확보 및 수익화 어려움(18.7%)' 등의 순으로 나타남

〈그림 4-21〉 경영 관련 애로사항



〈표 4-29〉 경영 관련 애로사항 - 1순위 ①

구 분	전체	자금조달 및 투자유치 어려움		비용(인건비, 제작비, 유통비 등) 부담		매출 부진 및 매출대금 회수부진		판로확보 및 수익화 어려움		마케팅 및 비용 부족		제작 역량 및 비용 부족		산업/시장 경기침체		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>(241)</b>	<b>30.3</b>	<b>(123)</b>	<b>15.5</b>	<b>(109)</b>	<b>13.7</b>	<b>(85)</b>	<b>10.7</b>	<b>(48)</b>	<b>6.0</b>	<b>(42)</b>	<b>5.3</b>	<b>(40)</b>	<b>5.0</b>	
업종	출판	(80)	(19)	23.8	(12)	15.0	(11)	13.8	(9)	11.3	(5)	6.3	(4)	5.0	(11)	13.8
	만화	(6)	(0)	0.0	(1)	16.7	(2)	33.3	(0)	0.0	(1)	16.7	(2)	33.3	(0)	0.0
	음악	(15)	(5)	33.3	(2)	13.3	(1)	6.7	(2)	13.3	(1)	6.7	(1)	6.7	(1)	6.7
	영화	(63)	(16)	25.4	(15)	23.8	(10)	15.9	(6)	9.5	(2)	3.2	(3)	4.8	(1)	1.6
	게임	(139)	(36)	25.9	(18)	12.9	(18)	12.9	(9)	6.5	(13)	9.4	(7)	5.0	(2)	1.4
	애니	(11)	(5)	45.5	(0)	0.0	(1)	9.1	(3)	27.3	(0)	0.0	(1)	9.1	(0)	0.0
	방송	(51)	(15)	29.4	(15)	29.4	(2)	3.9	(6)	11.8	(2)	3.9	(3)	5.9	(2)	3.9
	광고	(197)	(71)	36.0	(28)	14.2	(25)	12.7	(23)	11.7	(6)	3.0	(11)	5.6	(16)	8.1
	캐릭터	(11)	(2)	18.2	(1)	9.1	(4)	36.4	(1)	9.1	(2)	18.2	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(61)	(22)	36.1	(9)	14.8	(10)	16.4	(7)	11.5	(3)	4.9	(2)	3.3	(0)	0.0
	솔루션	(161)	(50)	31.1	(22)	13.7	(25)	15.5	(19)	11.8	(13)	8.1	(8)	5.0	(7)	4.3
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(20)	37.7	(9)	17.0	(9)	17.0	(2)	3.8	(4)	7.5	(0)	0.0	(1)	1.9	

〈표 4-30〉 경영 관련 애로사항 - 1순위 ②

구 분	전체	인력 부족 및 채용 어려움		업계내 경쟁심화 및 대기업 독식		산업/시장 환경변화		기타		지식재산권 침해(불법복제/다운로드)		과도한규제 및 정부지원 미미		수익구조의 불합리성		협력기업의 부재		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>(38)</b>	<b>4.8</b>	<b>(17)</b>	<b>2.1</b>	<b>(16)</b>	<b>2.0</b>	<b>(11)</b>	<b>1.4</b>	<b>(9)</b>	<b>1.1</b>	<b>(9)</b>	<b>1.1</b>	<b>(5)</b>	<b>0.6</b>	<b>(3)</b>	<b>0.4</b>	
업종	출판	(80)	(3)	3.8	(1)	1.3	(1)	1.3	(2)	2.5	(0)	0.0	(1)	1.3	(0)	0.0	(1)	1.3
	만화	(6)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	음악	(15)	(1)	6.7	(0)	0.0	(1)	6.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(63)	(5)	7.9	(1)	1.6	(1)	1.6	(1)	1.6	(1)	1.6	(0)	0.0	(1)	1.6	(0)	0.0
	게임	(139)	(7)	5.0	(7)	5.0	(6)	4.3	(1)	0.7	(7)	5.0	(3)	2.2	(3)	2.2	(2)	1.4
	애니	(11)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(51)	(3)	5.9	(1)	2.0	(0)	0.0	(2)	3.9	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(197)	(8)	4.1	(1)	0.5	(4)	2.0	(1)	0.5	(0)	0.0	(2)	1.0	(1)	0.5	(0)	0.0
	캐릭터	(11)	(0)	0.0	(1)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(61)	(5)	8.2	(1)	1.6	(1)	1.6	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	1.6	(0)	0.0	(0)	0.0
	솔루션	(161)	(5)	3.1	(4)	2.5	(2)	1.2	(4)	2.5	(1)	0.6	(1)	0.6	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(3)	5.7	(1)	1.9	(2)	3.8	(2)	3.8	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	

〈표 4-31〉 경영 관련 애로사항 - 1+2순위 ①

구 분	전체	자금조달 및 투자유치 어려움		비용(인건비, 제작비, 유통비 등) 부담		매출 부진 및 매출대금 회수부진		판로확보 및 수익화 어려움		산업/시장 경기침체		마케팅 및 비용 부족		인력 부족 및 채용 어려움		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>(301)</b>	<b>37.8</b>	<b>(178)</b>	<b>22.4</b>	<b>(170)</b>	<b>21.4</b>	<b>(149)</b>	<b>18.7</b>	<b>(143)</b>	<b>18.0</b>	<b>(88)</b>	<b>11.1</b>	<b>(78)</b>	<b>9.8</b>	
업종	출판	(80)	(25)	31.3	(19)	23.8	(23)	28.8	(14)	17.5	(26)	32.5	(12)	15.0	(5)	6.3
	만화	(6)	(0)	0.0	(2)	33.3	(2)	33.3	(2)	33.3	(0)	0.0	(1)	16.7	(0)	0.0
	음악	(15)	(6)	40.0	(5)	33.3	(2)	13.3	(3)	20.0	(3)	20.0	(1)	6.7	(3)	20.0
	영화	(63)	(23)	36.5	(17)	27.0	(16)	25.4	(7)	11.1	(9)	14.3	(6)	9.5	(5)	7.9
	게임	(139)	(44)	31.7	(28)	20.1	(22)	15.8	(20)	14.4	(9)	6.5	(23)	16.5	(13)	9.4
	애니	(11)	(8)	72.7	(0)	0.0	(2)	18.2	(5)	45.5	(1)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(51)	(18)	35.3	(18)	35.3	(6)	11.8	(10)	19.6	(13)	25.5	(5)	9.8	(6)	11.8
	광고	(197)	(91)	46.2	(41)	20.8	(43)	21.8	(43)	21.8	(41)	20.8	(12)	6.1	(14)	7.1
	캐릭터	(11)	(5)	45.5	(1)	9.1	(5)	45.5	(1)	9.1	(1)	9.1	(2)	18.2	(3)	27.3
	지식	(61)	(24)	39.3	(13)	21.3	(17)	27.9	(13)	21.3	(4)	6.6	(8)	13.1	(7)	11.5
	솔루션	(161)	(57)	35.4	(34)	21.1	(32)	19.9	(31)	19.3	(35)	21.7	(18)	11.2	(21)	13.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	
XR	(53)	(25)	47.2	(13)	24.5	(16)	30.2	(7)	13.2	(7)	13.2	(9)	17.0	(8)	15.1	

〈표 4-32〉 경영 관련 애로사항 - 1+2순위 ②

구 분	전체	제작 역량 및 비용 부족		산업/시장 환경변화		업계내 경쟁심화 및 대기업 독식		수익구조의 불합리성		과도한 규제 및 정부지원 미미		지식재산권 침해(불법복제/다운로드)		기타		협력기업의 부재		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>(71)</b>	<b>8.9</b>	<b>(61)</b>	<b>7.7</b>	<b>(58)</b>	<b>7.3</b>	<b>(28)</b>	<b>3.5</b>	<b>(28)</b>	<b>3.5</b>	<b>(16)</b>	<b>2.0</b>	<b>(11)</b>	<b>1.4</b>	<b>(9)</b>	<b>1.1</b>	
업종	출판	(80)	(5)	6.3	(9)	11.3	(3)	3.8	(3)	3.8	(1)	1.3	(0)	0.0	(2)	2.5	(1)	1.3
	만화	(6)	(2)	33.3	(2)	33.3	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	음악	(15)	(2)	13.3	(2)	13.3	(0)	0.0	(1)	6.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(63)	(5)	7.9	(5)	7.9	(4)	6.3	(4)	6.3	(4)	6.3	(1)	1.6	(1)	1.6	(0)	0.0
	게임	(139)	(16)	11.5	(8)	5.8	(14)	10.1	(4)	2.9	(4)	2.9	(9)	6.5	(1)	0.7	(2)	1.4
	애니	(11)	(1)	9.1	(1)	9.1	(1)	9.1	(0)	0.0	(2)	18.2	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(51)	(3)	5.9	(0)	0.0	(6)	11.8	(0)	0.0	(1)	2.0	(1)	2.0	(2)	3.9	(1)	2.0
	광고	(197)	(17)	8.6	(16)	8.1	(12)	6.1	(8)	4.1	(7)	3.6	(1)	0.5	(1)	0.5	(3)	1.5
	캐릭터	(11)	(0)	0.0	(0)	0.0	(2)	18.2	(1)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(61)	(4)	6.6	(7)	11.5	(6)	9.8	(2)	3.3	(5)	8.2	(2)	3.3	(0)	0.0	(0)	0.0
	솔루션	(161)	(15)	9.3	(11)	6.8	(10)	6.2	(5)	3.1	(4)	2.5	(2)	1.2	(4)	2.5	(2)	1.2
1인 미디어	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(2)	3.8	(4)	7.5	(4)	7.5	(1)	1.9	(1)	1.9	(1)	1.9	(2)	3.8	(0)	0.0	

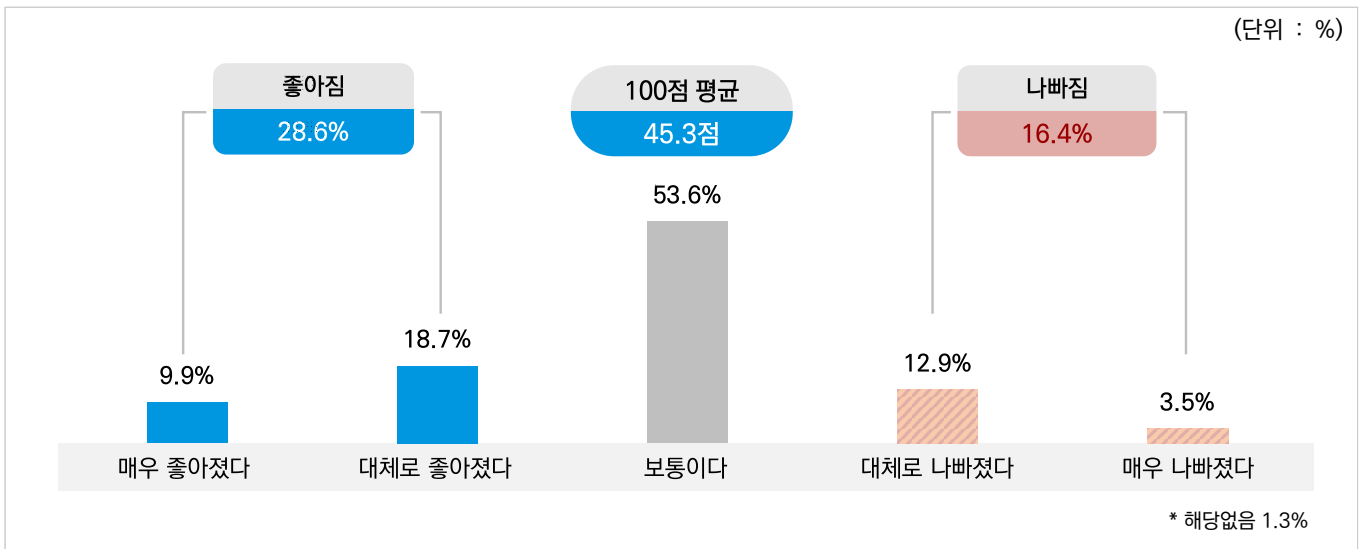
## 6 제작현황

### 1. 제작환경

○ 전년 대비 콘텐츠 제작/개발/창작환경은 '보통'이 53.6%로 가장 비중이 높게 나타남

- 전년 대비 제작환경이 악화되었다는 비중이 28.6%로 개선되었다 16.4% 대비 높게 나타남

〈그림 4-22〉 전년 대비 제작환경



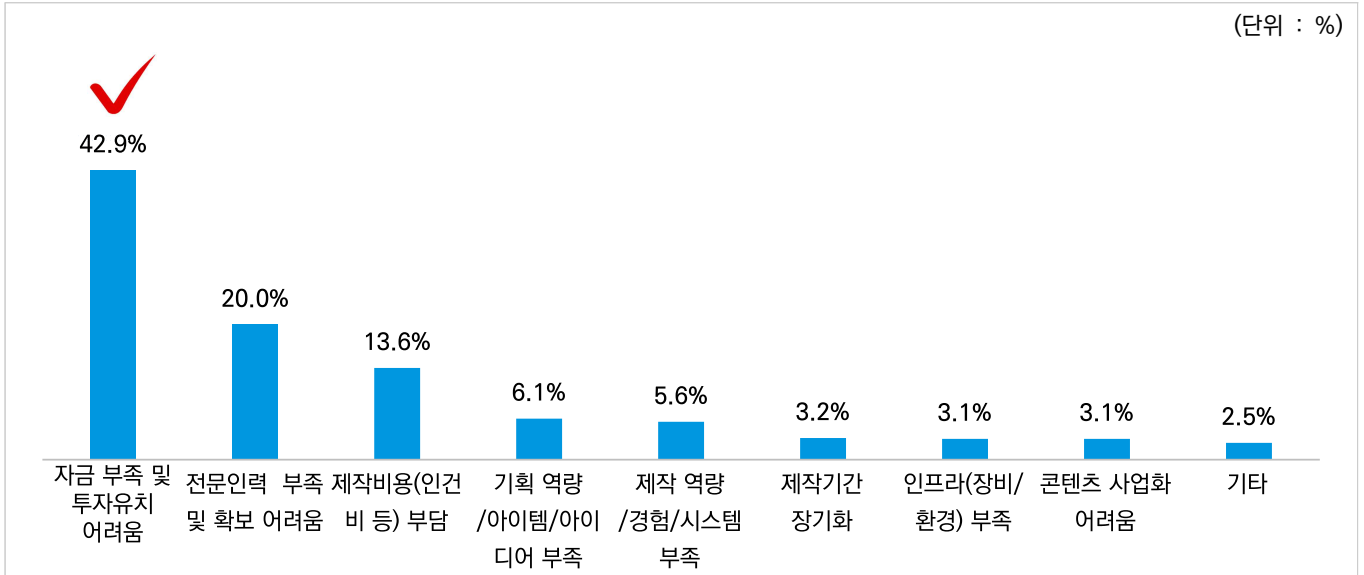
〈표 4-33〉 전년 대비 제작환경

구 분	전체	매우 나빠짐		대체로 나빠짐		보통		대체로 좋아짐		매우 좋아짐		해당사항 없음		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>(79)</b>	<b>9.9</b>	<b>(149)</b>	<b>18.7</b>	<b>(427)</b>	<b>53.6</b>	<b>(103)</b>	<b>12.9</b>	<b>(28)</b>	<b>3.5</b>	<b>(10)</b>	<b>1.3</b>	
업종	출판	(80)	(6)	7.5	(13)	16.3	(52)	65.0	(7)	8.8	(2)	2.5	(0)	0.0
	만화	(6)	(1)	16.7	(1)	16.7	(4)	66.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	음악	(15)	(0)	0.0	(3)	20.0	(10)	66.7	(2)	13.3	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(63)	(12)	19.0	(9)	14.3	(32)	50.8	(8)	12.7	(1)	1.6	(1)	1.6
	게임	(139)	(14)	10.1	(23)	16.5	(67)	48.2	(22)	15.8	(13)	9.4	(0)	0.0
	애니	(11)	(0)	0.0	(2)	18.2	(9)	81.8	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(51)	(7)	13.7	(5)	9.8	(30)	58.8	(7)	13.7	(1)	2.0	(1)	2.0
	광고	(197)	(14)	7.1	(43)	21.8	(109)	55.3	(24)	12.2	(3)	1.5	(4)	2.0
	캐릭터	(11)	(0)	0.0	(3)	27.3	(8)	72.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(61)	(2)	3.3	(14)	23.0	(28)	45.9	(16)	26.2	(0)	0.0	(1)	1.6
솔루션	(161)	(23)	14.3	(33)	20.5	(78)	48.4	(17)	10.6	(8)	5.0	(2)	1.2	
<b>1인 미디어</b>	<b>(1)</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(0)</b>	<b>0.0</b>	<b>(1)</b>	<b>100.0</b>	
<b>XR</b>	<b>(53)</b>	<b>(3)</b>	<b>5.7</b>	<b>(10)</b>	<b>18.9</b>	<b>(33)</b>	<b>62.3</b>	<b>(4)</b>	<b>7.5</b>	<b>(2)</b>	<b>3.8</b>	<b>(1)</b>	<b>1.9</b>	

## 2. 제작 관련 애로사항

- 제작 관련 애로사항으로는 ‘자금 부족 및 투자유치 어려움’이 42.9%로 비중이 가장 높고, 그 다음으로 ‘전문인력 부족 및 확보 어려움(20.0%)’, ‘제작비용 부담(13.6%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-23〉 제작 관련 애로사항



〈표 4-34〉 제작 관련 애로사항 ①

구 분	전체	자금 부족 및 투자유치 어려움		전문인력 부족 및 확보 어려움		제작비용(인건비 등) 부담		기획 역량/아이템/아이디어 부족	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전 체</b>	<b>(786)</b>	<b>(337)</b>	<b>42.9</b>	<b>(157)</b>	<b>20.0</b>	<b>(107)</b>	<b>13.6</b>	<b>(48)</b>	<b>6.1</b>
업종	출판	(80)	40.0	(14)	17.5	(16)	20.0	(5)	6.3
	만화	(6)	0.0	(2)	33.3	(1)	16.7	(0)	0.0
	음악	(15)	33.3	(5)	33.3	(4)	26.7	(0)	0.0
	영화	(62)	53.2	(10)	16.1	(3)	4.8	(4)	6.5
	게임	(139)	41.0	(23)	16.5	(17)	12.2	(16)	11.5
	애니	(11)	54.5	(2)	18.2	(1)	9.1	(1)	9.1
	방송	(50)	40.0	(9)	18.0	(12)	24.0	(1)	2.0
	광고	(193)	45.1	(33)	17.1	(27)	14.0	(12)	6.2
	캐릭터	(11)	45.5	(3)	27.3	(3)	27.3	(0)	0.0
	지식	(60)	50.0	(15)	25.0	(3)	5.0	(2)	3.3
솔루션	(159)	39.0	(41)	25.8	(20)	12.6	(7)	4.4	
1인 미디어	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(52)	51.9	(10)	19.2	(7)	13.5	(3)	5.8	

〈표 4-35〉 제작 관련 애로사항 ②

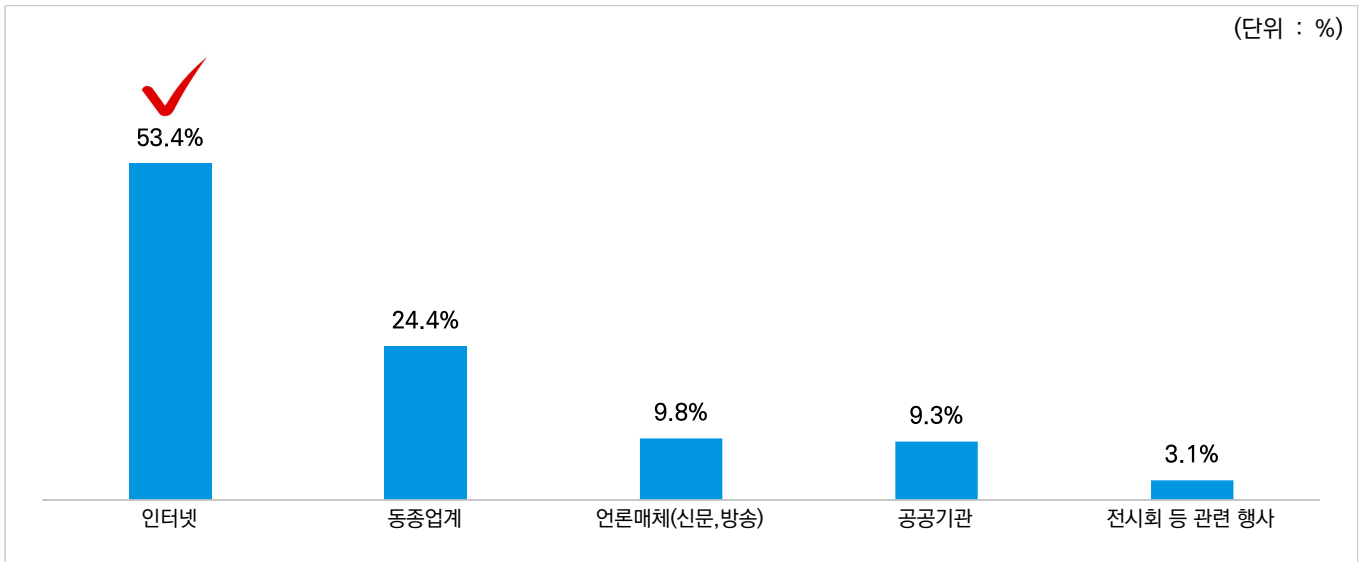
구 분	전체	제작 역량/경험/시스템 부족		제작기간	장기화	인프라(장비/환경) 부족		콘텐츠 사업화 어려움		기타		
		(개)	(%)			(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(786)</b>	<b>(44)</b>	<b>5.6</b>	<b>(25)</b>	<b>3.2</b>	<b>(24)</b>	<b>3.1</b>	<b>(24)</b>	<b>3.1</b>	<b>(20)</b>	<b>2.5</b>	
<b>업종</b>	출판	(80)	(3)	3.8	(2)	2.5	(3)	3.8	(2)	2.5	(3)	3.8
	만화	(6)	(0)	0.0	(2)	33.3	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	16.7
	음악	(15)	(0)	0.0	(1)	6.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(62)	(7)	11.3	(2)	3.2	(0)	0.0	(3)	4.8	(0)	0.0
	게임	(139)	(11)	7.9	(5)	3.6	(7)	5.0	(1)	0.7	(2)	1.4
	애니	(11)	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(50)	(1)	2.0	(1)	2.0	(1)	2.0	(4)	8.0	(1)	2.0
	광고	(193)	(11)	5.7	(4)	2.1	(5)	2.6	(8)	4.1	(6)	3.1
	캐릭터	(11)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(60)	(4)	6.7	(2)	3.3	(1)	1.7	(1)	1.7	(2)	3.3
솔루션	(159)	(7)	4.4	(6)	3.8	(6)	3.8	(5)	3.1	(5)	3.1	
<b>1인 미디어</b>	(0)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
<b>XR</b>	(52)	(1)	1.9	(2)	3.8	(0)	0.0	(0)	0.0	(2)	3.8	

## 7 지원사업 관련

### 1. 지원사업 정보 수집경로

- 지원사업 관련 정보 수집경로는 '인터넷'이 53.4%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '동종업계 (24.4%)', '언론매체(9.8%)' 순으로 나타남

〈그림 4-24〉 지원사업 정보 수집경로



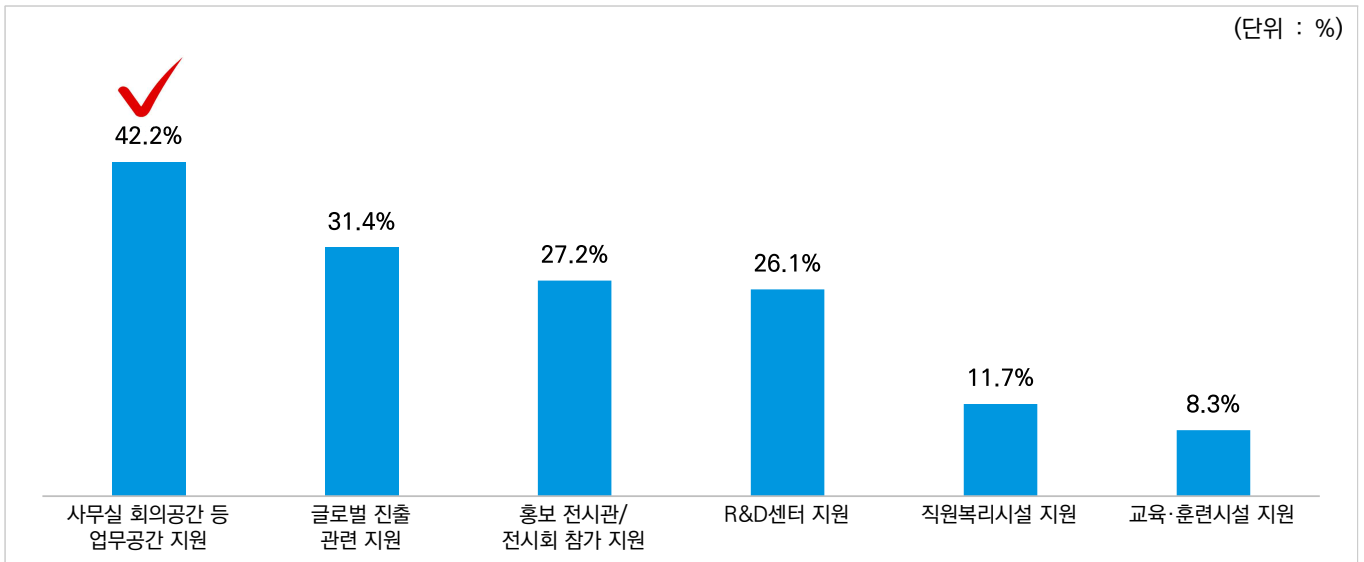
〈표 4-36〉 지원사업 정보 수집경로

구 분	전체	인터넷		동종업계		언론매체		공공기관		전시회/행사		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>(425)</b>	<b>53.4</b>	<b>(194)</b>	<b>24.4</b>	<b>(78)</b>	<b>9.8</b>	<b>(74)</b>	<b>9.3</b>	<b>(25)</b>	<b>3.1</b>	
업종	출판	(80)	(45)	56.3	(18)	22.5	(10)	12.5	(6)	7.5	(1)	1.3
	만화	(6)	(4)	66.7	(1)	16.7	(1)	16.7	(0)	0.0	(0)	0.0
	음악	(15)	(5)	33.3	(7)	46.7	(1)	6.7	(0)	0.0	(2)	13.3
	영화	(63)	(39)	61.9	(19)	30.2	(2)	3.2	(3)	4.8	(0)	0.0
	게임	(139)	(63)	45.3	(28)	20.1	(14)	10.1	(21)	15.1	(13)	9.4
	애니	(11)	(4)	36.4	(3)	27.3	(2)	18.2	(1)	9.1	(1)	9.1
	방송	(51)	(27)	52.9	(15)	29.4	(8)	15.7	(1)	2.0	(0)	0.0
	광고	(197)	(110)	55.8	(47)	23.9	(24)	12.2	(13)	6.6	(3)	1.5
	캐릭터	(11)	(6)	54.5	(1)	9.1	(1)	9.1	(2)	18.2	(1)	9.1
	지식	(61)	(34)	55.7	(13)	21.3	(3)	4.9	(9)	14.8	(2)	3.3
솔루션	(161)	(87)	54.0	(42)	26.1	(12)	7.5	(18)	11.2	(2)	1.2	
1인 미디어	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(27)	50.9	(11)	20.8	(6)	11.3	(8)	15.1	(1)	1.9	

## 2. 희망 지원사업 - 인프라 지원

- 인프라 지원 분야 희망 지원사업으로는 '사무실 회의공간 등 업무공간 지원'이 42.2%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '글로벌 진출 관련 지원(31.4%)', '홍보 전시관/전시회 참가 지원(27.2%)' 순으로 나타남

〈그림 4-25〉 희망 지원사업 - 인프라 지원



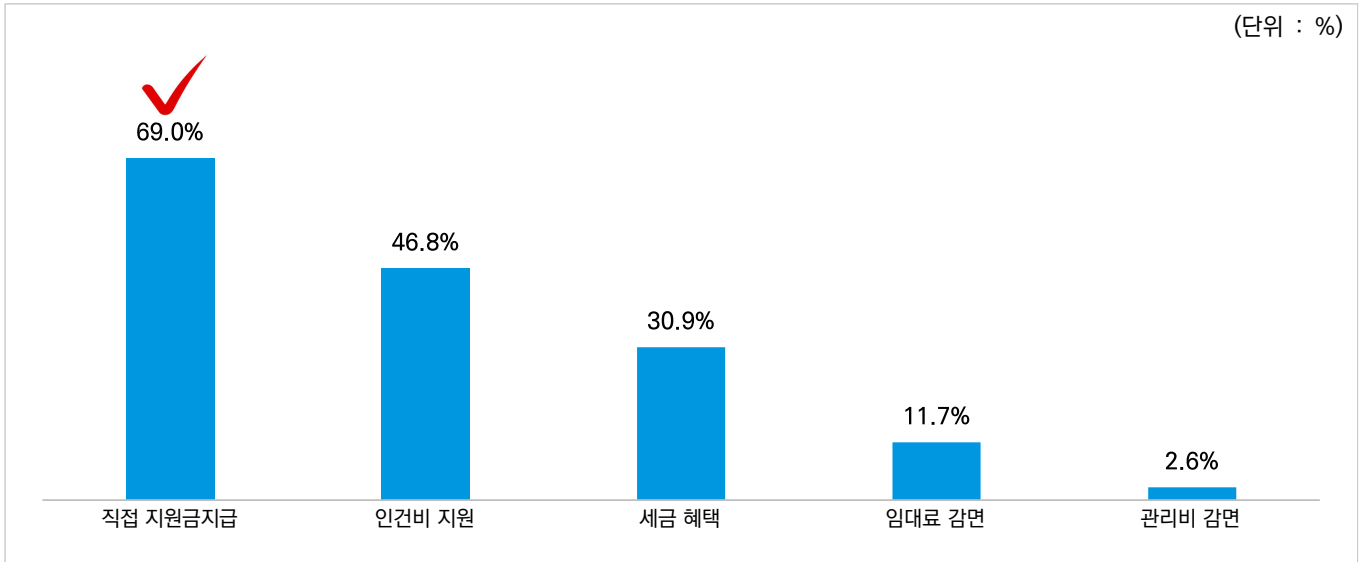
〈표 4-37〉 희망 지원사업 - 인프라 지원

구 분	전체 (개)	업무공간 (사무실 회의공간 등)		글로벌 진출 관련		홍보 전시관/ 전시회 참가		R&D센터		직원복지시설		훈련시설		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(360)</b>	<b>(152)</b>	<b>42.2</b>	<b>(113)</b>	<b>31.4</b>	<b>(98)</b>	<b>27.2</b>	<b>(94)</b>	<b>26.1</b>	<b>(42)</b>	<b>11.7</b>	<b>(30)</b>	<b>8.3</b>	
업종	출판	(30)	(11)	36.7	(7)	23.3	(6)	20.0	(8)	26.7	(4)	13.3	(3)	10.0
	만화	(4)	(3)	75.0	(0)	0.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	음악	(5)	(3)	60.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(0)	0.0
	영화	(33)	(19)	57.6	(9)	27.3	(7)	21.2	(4)	12.1	(7)	21.2	(3)	9.1
	게임	(30)	(11)	36.7	(17)	56.7	(10)	33.3	(6)	20.0	(5)	16.7	(0)	0.0
	애니	(3)	(1)	33.3	(2)	66.7	(0)	0.0	(1)	33.3	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(32)	(8)	25.0	(9)	28.1	(11)	34.4	(8)	25.0	(2)	6.3	(2)	6.3
	광고	(92)	(43)	46.7	(26)	28.3	(27)	29.3	(18)	19.6	(12)	13.0	(8)	8.7
	캐릭터	(5)	(2)	40.0	(3)	60.0	(1)	20.0	(2)	40.0	(2)	40.0	(1)	20.0
	지식	(37)	(19)	51.4	(15)	40.5	(7)	18.9	(11)	29.7	(1)	2.7	(4)	10.8
	솔루션	(89)	(32)	36.0	(24)	27.0	(27)	30.3	(35)	39.3	(8)	9.0	(9)	10.1
<b>XR</b>	<b>(20)</b>	<b>(9)</b>	<b>45.0</b>	<b>(9)</b>	<b>45.0</b>	<b>(5)</b>	<b>25.0</b>	<b>(5)</b>	<b>25.0</b>	<b>(2)</b>	<b>10.0</b>	<b>(1)</b>	<b>5.0</b>	

### 3. 희망 지원사업 - 금전적 지원

- 금전적 지원 분야 희망 지원사업으로는 '직접 지원금지급'이 69.0%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '인건비 지원(46.7%)', '세금 혜택(30.8%)' 순으로 나타남

〈그림 4-26〉 희망 지원사업 - 금전적 지원



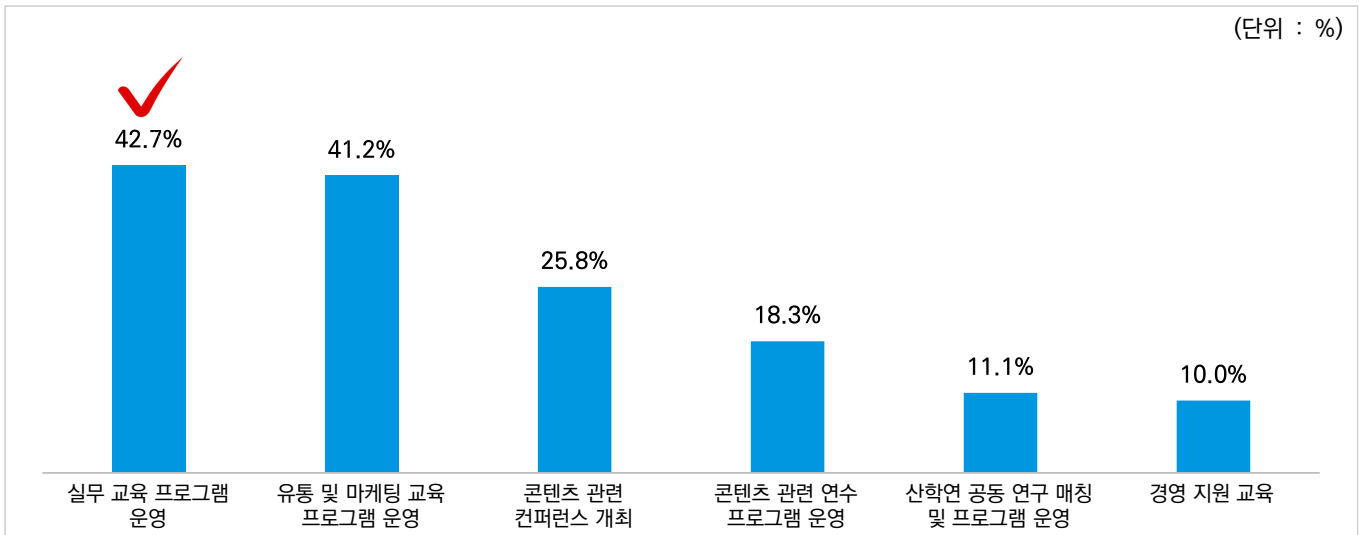
〈표 4-38〉 희망 지원사업 - 금전적 지원

구 분	전체	직접 지원금		인건비		세금 혜택 (취득세, 등록세, 재산세, 법인세 감면 등)		임대료 감면 (보증금 임대료 등)		관리비 감면	
		(개)	(개) (%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전 체</b>	<b>(729)</b>	<b>(503)</b>	<b>69.0</b>	<b>(341)</b>	<b>46.8</b>	<b>(225)</b>	<b>30.9</b>	<b>(85)</b>	<b>11.7</b>	<b>(19)</b>	<b>2.6</b>
업종	출판	(73)	(51) 69.9	(34)	46.6	(26)	35.6	(10)	13.7	(3)	4.1
	만화	(6)	(4) 66.7	(3)	50.0	(1)	16.7	(2)	33.3	(0)	0.0
	음악	(13)	(9) 69.2	(7)	53.8	(4)	30.8	(1)	7.7	(0)	0.0
	영화	(61)	(44) 72.1	(27)	44.3	(18)	29.5	(7)	11.5	(4)	6.6
	게임	(135)	(116) 85.9	(48)	35.6	(23)	17.0	(5)	3.7	(3)	2.2
	애니	(8)	(2) 25.0	(5)	62.5	(5)	62.5	(1)	12.5	(0)	0.0
	방송	(49)	(29) 59.2	(26)	53.1	(21)	42.9	(8)	16.3	(0)	0.0
	광고	(178)	(108) 60.7	(77)	43.3	(66)	37.1	(24)	13.5	(3)	1.7
	캐릭터	(10)	(7) 70.0	(7)	70.0	(3)	30.0	(1)	10.0	(0)	0.0
	지식	(54)	(39) 72.2	(25)	46.3	(16)	29.6	(7)	13.0	(3)	5.6
솔루션	(142)	(94) 66.2	(82)	57.7	(41)	28.9	(19)	13.4	(2)	1.4	
<b>XR</b>	<b>(50)</b>	<b>(31)</b>	<b>62.0</b>	<b>(32)</b>	<b>64.0</b>	<b>(18)</b>	<b>36.0</b>	<b>(7)</b>	<b>14.0</b>	<b>(1)</b>	<b>2.0</b>

#### 4. 희망 지원사업 - 교육훈련 지원

- 교육훈련 분야 희망 지원사업으로는 '실무 교육 프로그램 운영'이 42.7%로 가장 비중이 높고, 다음으로 '유통 및 마케팅 교육 프로그램 운영(41.2%)', '콘텐츠 관련 컨퍼런스 개최(25.8%)' 순으로 나타남

〈그림 4-27〉 희망 지원사업 - 교육훈련 지원



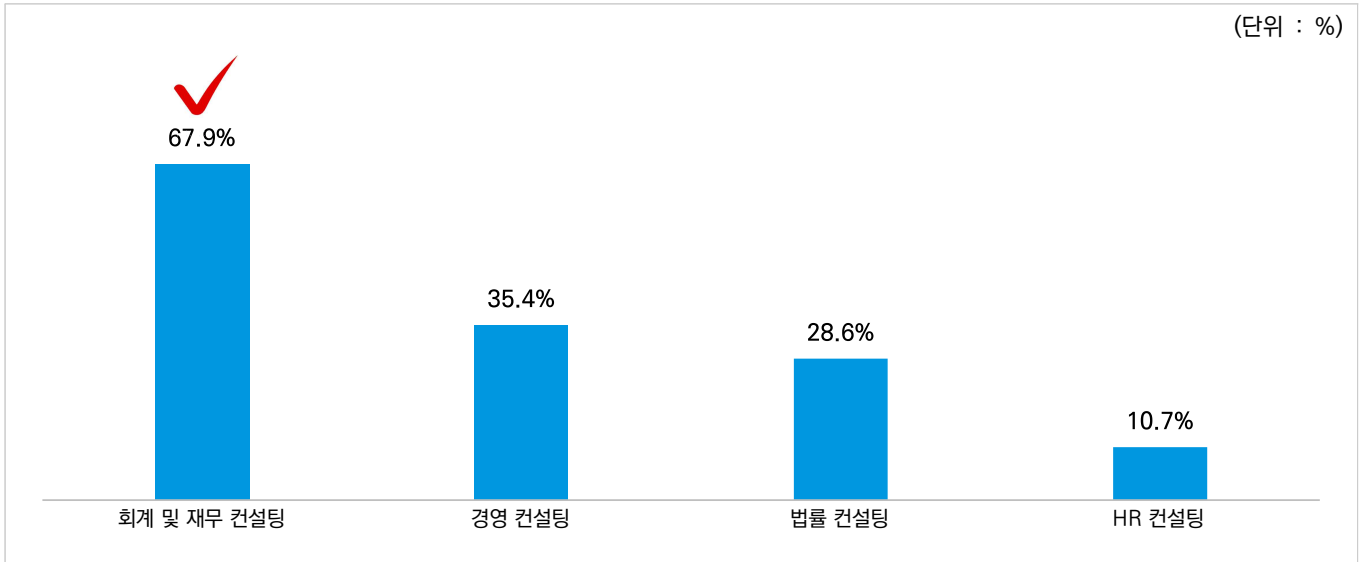
〈표 4-39〉 희망 지원사업 - 교육훈련 지원

구 분	전체 (개)	실무 교육		유통 및 마케팅 교육		콘텐츠 관련 컨퍼런스 개최		콘텐츠 관련 연수		산학연 공동 연구 매칭		경영 지원		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(279)</b>	<b>(119)</b>	<b>42.7</b>	<b>(115)</b>	<b>41.2</b>	<b>(72)</b>	<b>25.8</b>	<b>(51)</b>	<b>18.3</b>	<b>(31)</b>	<b>11.1</b>	<b>(28)</b>	<b>10.0</b>	
업종	출판	(15)	(6)	40.0	(10)	66.7	(1)	6.7	(2)	13.3	(0)	0.0	(0)	0.0
	만화	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	음악	(8)	(7)	87.5	(2)	25.0	(0)	0.0	(1)	12.5	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(26)	(9)	34.6	(10)	38.5	(7)	26.9	(5)	19.2	(4)	15.4	(4)	15.4
	게임	(25)	(9)	36.0	(9)	36.0	(10)	40.0	(3)	12.0	(4)	16.0	(3)	12.0
	애니	(4)	(1)	25.0	(1)	25.0	(2)	50.0	(1)	25.0	(1)	25.0	(1)	25.0
	방송	(19)	(7)	36.8	(5)	26.3	(6)	31.6	(3)	15.8	(2)	10.5	(1)	5.3
	광고	(74)	(26)	35.1	(32)	43.2	(21)	28.4	(15)	20.3	(7)	9.5	(6)	8.1
	캐릭터	(2)	(0)	0.0	(1)	50.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	50.0
	지식	(27)	(13)	48.1	(13)	48.1	(8)	29.6	(8)	29.6	(4)	14.8	(2)	7.4
솔루션	(77)	(39)	50.6	(32)	41.6	(16)	20.8	(13)	16.9	(9)	11.7	(10)	13.0	
1인 미디어	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(18)	(8)	44.4	(4)	22.2	(5)	27.8	(3)	16.7	(3)	16.7	(3)	16.7	

## 5. 희망 지원사업 - 경영 지원

- 경영 분야 희망 지원사업으로는 ‘회계 및 재무 컨설팅’이 67.9%로 가장 비중이 높고, 다음으로 ‘경영 컨설팅(35.4%)’, ‘법률 컨설팅(28.6%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-28〉 희망 지원사업 - 경영 지원



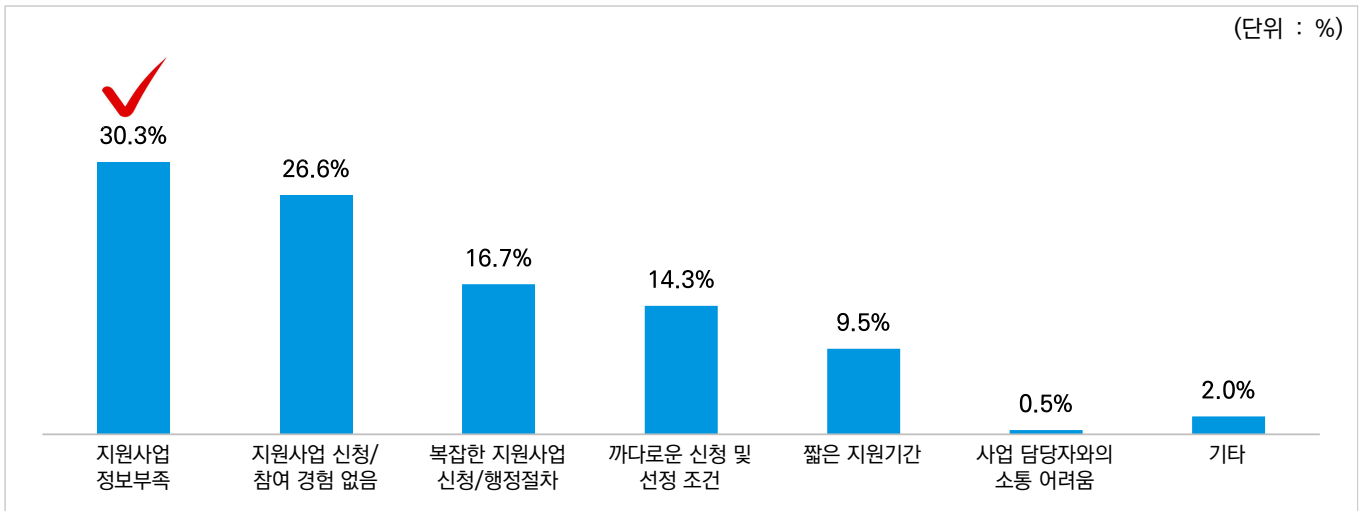
〈표 4-40〉 희망 지원사업 - 경영 지원

구 분	전체	회계 및 재무 컨설팅		경영 컨설팅		법률 컨설팅		HR 컨설팅		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>전 체</b>	<b>(280)</b>	<b>(190)</b>	<b>67.9</b>	<b>(99)</b>	<b>35.4</b>	<b>(80)</b>	<b>28.6</b>	<b>(30)</b>	<b>10.7</b>	
업종	출판	(18)	(14)	77.8	(2)	11.1	(4)	22.2	(1)	5.6
	만화	(2)	(0)	0.0	(1)	50.0	(1)	50.0	(1)	50.0
	음악	(5)	(3)	60.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(23)	(12)	52.2	(6)	26.1	(9)	39.1	(4)	17.4
	게임	(27)	(22)	81.5	(7)	25.9	(11)	40.7	(3)	11.1
	애니	(3)	(2)	66.7	(1)	33.3	(3)	100.0	(0)	0.0
	방송	(18)	(13)	72.2	(5)	27.8	(4)	22.2	(4)	22.2
	광고	(74)	(56)	75.7	(29)	39.2	(13)	17.6	(6)	8.1
	캐릭터	(3)	(2)	66.7	(1)	33.3	(1)	33.3	(1)	33.3
	지식	(30)	(18)	60.0	(14)	46.7	(9)	30.0	(5)	16.7
	솔루션	(77)	(48)	62.3	(31)	40.3	(25)	32.5	(5)	6.5
<b>XR</b>	<b>(17)</b>	<b>(12)</b>	<b>70.6</b>	<b>(2)</b>	<b>11.8</b>	<b>(7)</b>	<b>41.2</b>	<b>(1)</b>	<b>5.9</b>	

## 6. 지원사업 신청/참여 애로사항

- 지원사업 신청 및 참여 시 애로사항으로는 ‘지원사업 정보부족’이 30.2%로 가장 비중이 높고, 이어 ‘지원사업 신청/참여 경험 없음(26.7%)’, ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차(16.7%)’ 등의 순으로 나타남

〈그림 4-29〉 지원사업 신청/참여 애로사항



〈표 4-41〉 지원사업 신청/참여 애로사항 ①

구 분	전체	지원사업 정보부족		지원사업 신청/참여 경험 없음		복잡한 신청/행정절차		까다로운 신청/선정조건	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>(241)</b>	<b>30.3</b>	<b>(212)</b>	<b>26.6</b>	<b>(133)</b>	<b>16.7</b>	<b>(114)</b>	<b>14.3</b>
업종	출판	(80)	25.0	(26)	32.5	(17)	21.3	(7)	8.8
	만화	(6)	33.3	(0)	0.0	(1)	16.7	(1)	16.7
	음악	(15)	26.7	(2)	13.3	(4)	26.7	(1)	6.7
	영화	(63)	36.5	(11)	17.5	(12)	19.0	(11)	17.5
	게임	(139)	15.8	(74)	53.2	(20)	14.4	(11)	7.9
	애니	(11)	18.2	(1)	9.1	(1)	9.1	(5)	45.5
	방송	(51)	39.2	(12)	23.5	(4)	7.8	(9)	17.6
	광고	(197)	35.0	(47)	23.9	(35)	17.8	(31)	15.7
	캐릭터	(11)	36.4	(1)	9.1	(3)	27.3	(1)	9.1
	지식	(61)	31.1	(12)	19.7	(10)	16.4	(11)	18.0
솔루션	(161)	34.8	(26)	16.1	(26)	16.1	(26)	16.1	
1인 미디어	(1)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	34.0	(9)	17.0	(11)	20.8	(5)	9.4	

〈표 4-42〉 지원사업 신청/참여 애로사항②

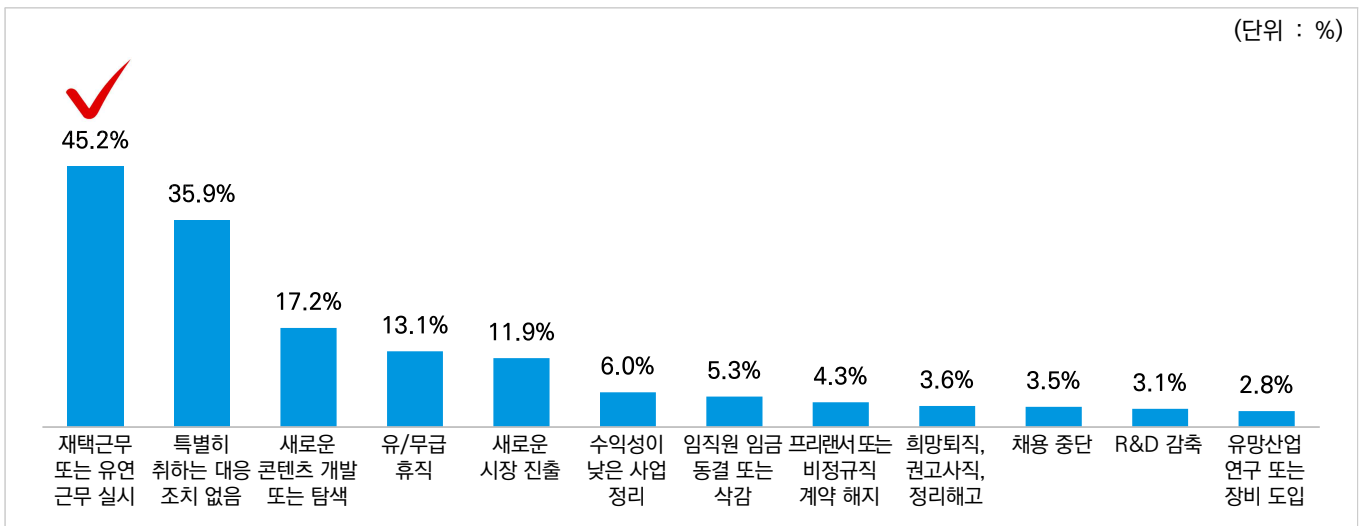
구 분	전체	짧은 지원기간		사업 담당자와의 소통 어려움		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(796)	(76)	9.5	(4)	0.5	(16)	2.0	
업종	출판	(80)	(10)	12.5	(0)	0.0	(0)	0.0
	만화	(6)	(2)	33.3	(0)	0.0	(0)	0.0
	음악	(15)	(4)	26.7	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(63)	(3)	4.8	(1)	1.6	(2)	3.2
	게임	(139)	(11)	7.9	(0)	0.0	(1)	0.7
	애니	(11)	(1)	9.1	(0)	0.0	(1)	9.1
	방송	(51)	(4)	7.8	(0)	0.0	(2)	3.9
	광고	(197)	(11)	5.6	(1)	0.5	(3)	1.5
	캐릭터	(11)	(2)	18.2	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(61)	(6)	9.8	(1)	1.6	(2)	3.3
	솔루션	(161)	(22)	13.7	(1)	0.6	(4)	2.5
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	
XR	(53)	(7)	13.2	(0)	0.0	(3)	5.7	

## 8 코로나19 현황

### 1. 코로나19 대응 관련 시행중인 경영상의 조치

- 코로나19 대응 관련 시행중인 경영상의 조치는 '재택근무 또는 유연근무 실시'가 45.2%로 가장 높게 나타났으며, '특별히 취하는 대응 조치 없음(35.9%)', '새로운 콘텐츠 개발 또는 탐색(17.2%)' 순으로 나타남

〈그림 4-30〉 코로나19 대응 관련 시행중인 경영상의 조치



〈표 4-43〉 코로나19 대응 관련 시행중인 경영상의 조치 ①

구 분	전체 (개)	재택근무 또는 유연근무 실시		특별히 취하는 대응조치 없음		새로운 콘텐츠 개발 또는 탐색		유/무급 휴직		새로운 시장 진출 (온라인 시장 등)		수익성이 낮은 사업 정리	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>(360)</b>	<b>45.2</b>	<b>(286)</b>	<b>35.9</b>	<b>(137)</b>	<b>17.2</b>	<b>(104)</b>	<b>13.1</b>	<b>(95)</b>	<b>11.9</b>	<b>(48)</b>	<b>6.0</b>
<b>업종</b>	출판	(80)	(27) 33.8	(32) 40.0	(12) 15.0	(6) 7.5	(9) 11.3	(5) 6.3					
	만화	(6)	(2) 33.3	(4) 66.7	(1) 16.7	(0) 0.0	(0) 0.0	(0) 0.0					
	음악	(15)	(5) 33.3	(8) 53.3	(3) 20.0	(1) 6.7	(3) 20.0	(2) 13.3					
	영화	(63)	(24) 38.1	(25) 39.7	(7) 11.1	(11) 17.5	(7) 11.1	(5) 7.9					
	게임	(139)	(68) 48.9	(46) 33.1	(30) 21.6	(22) 15.8	(15) 10.8	(11) 7.9					
	애니	(11)	(7) 63.6	(1) 9.1	(3) 27.3	(1) 9.1	(1) 9.1	(0) 0.0					
	방송	(51)	(23) 45.1	(22) 43.1	(8) 15.7	(9) 17.6	(6) 11.8	(2) 3.9					
	광고	(197)	(85) 43.1	(73) 37.1	(28) 14.2	(27) 13.7	(22) 11.2	(9) 4.6					
	캐릭터	(11)	(5) 45.5	(4) 36.4	(2) 18.2	(1) 9.1	(2) 18.2	(0) 0.0					
	지식	(61)	(38) 62.3	(14) 23.0	(16) 26.2	(12) 19.7	(10) 16.4	(5) 8.2					
솔루션	(161)	(76) 47.2	(56) 34.8	(27) 16.8	(14) 8.7	(20) 12.4	(9) 5.6						
<b>1인 미디어</b>	(1)	(0) 0.0	(1) 100.0	(0) 0.0	(0) 0.0	(0) 0.0	(0) 0.0						
<b>XR</b>	(53)	(32) 60.4	(12) 22.6	(12) 22.6	(9) 17.0	(9) 17.0	(3) 5.7						

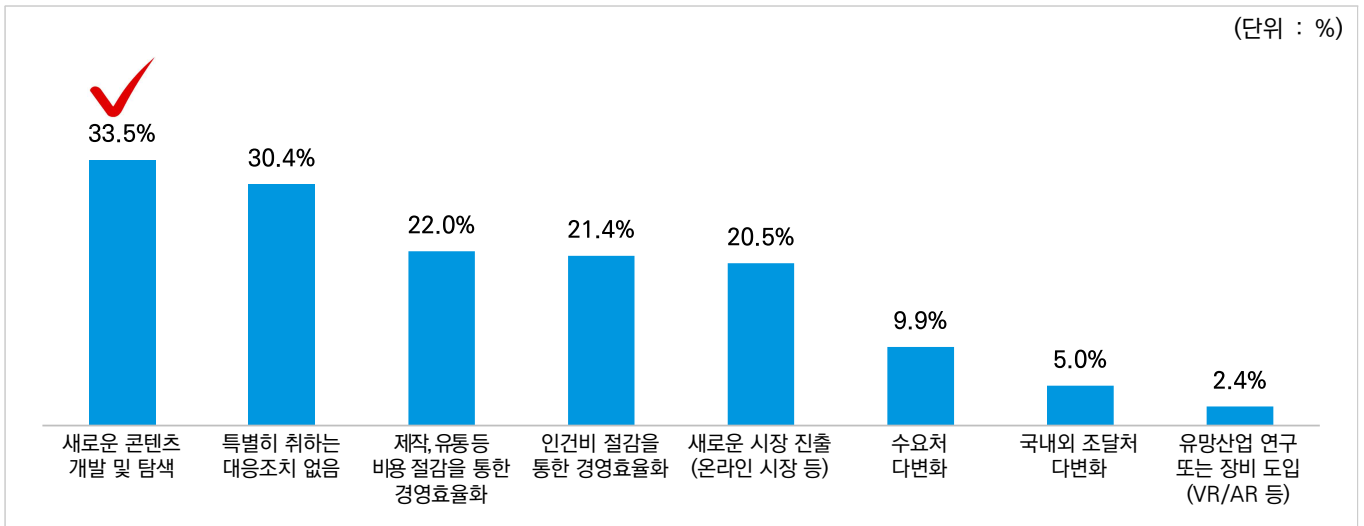
〈표 4-44〉 코로나19 대응 관련 시행중인 경영상의 조치 ②

구 분	전체 (개)	임직원 임금 동결 또는 삭감		프리랜서 또는 비정규직 계약 해지		희망퇴직, 권고사직, 정리해고		채용 중단		R&D 감축		유망산업 연구 또는 장비 도입 (VR/AR 등)		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(796)	(42)	5.3	(34)	4.3	(29)	3.6	(28)	3.5	(25)	3.1	(22)	2.8	
업종	출판	(80)	(2)	2.5	(4)	5.0	(5)	6.3	(0)	0.0	(2)	2.5	(1)	1.3
	만화	(6)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	음악	(15)	(1)	6.7	(1)	6.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	6.7	(0)	0.0
	영화	(63)	(2)	3.2	(5)	7.9	(1)	1.6	(6)	9.5	(0)	0.0	(1)	1.6
	게임	(139)	(8)	5.8	(2)	1.4	(7)	5.0	(6)	4.3	(5)	3.6	(4)	2.9
	애니	(11)	(0)	0.0	(1)	9.1	(2)	18.2	(0)	0.0	(1)	9.1	(0)	0.0
	방송	(51)	(4)	7.8	(1)	2.0	(1)	2.0	(2)	3.9	(2)	3.9	(2)	3.9
	광고	(197)	(8)	4.1	(11)	5.6	(6)	3.0	(5)	2.5	(5)	2.5	(4)	2.0
	캐릭터	(11)	(1)	9.1	(0)	0.0	(1)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	9.1
	지식	(61)	(8)	13.1	(3)	4.9	(2)	3.3	(4)	6.6	(5)	8.2	(3)	4.9
솔루션	(161)	(8)	5.0	(6)	3.7	(4)	2.5	(5)	3.1	(4)	2.5	(6)	3.7	
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(2)	3.8	(3)	5.7	(2)	3.8	(3)	5.7	(3)	5.7	(3)	5.7	

## 2. 코로나19 대응 관련 시행예정인 경영상의 조치

- 코로나19 대응 관련 시행예정인 경영상의 조치는 ‘새로운 콘텐츠 개발 및 탐색’이 33.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘특별히 취하는 대응조치 없음(30.4%)’, ‘제작, 유통 등 비용 절감을 통한 경영효율화(22.0%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-31〉 코로나19 대응 관련 시행예정인 경영상의 조치



〈표 4-45〉 코로나19 대응 관련 시행예정인 경영상의 조치 ①

구 분	전체	새로운 콘텐츠 개발 및 탐색		특별히 취하는 대응조치 없음		제작, 유통 등 비용 절감을 통한 경영효율화		인건비 절감을 통한 경영효율화	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전 체</b>	<b>(796)</b>	<b>(267)</b>	<b>33.5</b>	<b>(242)</b>	<b>30.4</b>	<b>(175)</b>	<b>22.0</b>	<b>(170)</b>	<b>21.4</b>
업종	출판	(80)	22.5	(39)	48.8	(7)	8.8	(14)	17.5
	만화	(6)	33.3	(2)	33.3	(1)	16.7	(1)	16.7
	음악	(15)	26.7	(5)	33.3	(2)	13.3	(2)	13.3
	영화	(63)	42.9	(13)	20.6	(14)	22.2	(12)	19.0
	게임	(139)	38.8	(36)	25.9	(28)	20.1	(31)	22.3
	애니	(11)	18.2	(3)	27.3	(4)	36.4	(4)	36.4
	방송	(51)	41.2	(15)	29.4	(13)	25.5	(7)	13.7
	광고	(197)	27.9	(64)	32.5	(47)	23.9	(52)	26.4
	캐릭터	(11)	27.3	(1)	9.1	(4)	36.4	(4)	36.4
	지식	(61)	37.7	(20)	32.8	(17)	27.9	(11)	18.0
	솔루션	(161)	36.0	(43)	26.7	(38)	23.6	(32)	19.9
1인 미디어	(1)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	49.1	(12)	22.6	(16)	30.2	(12)	22.6	

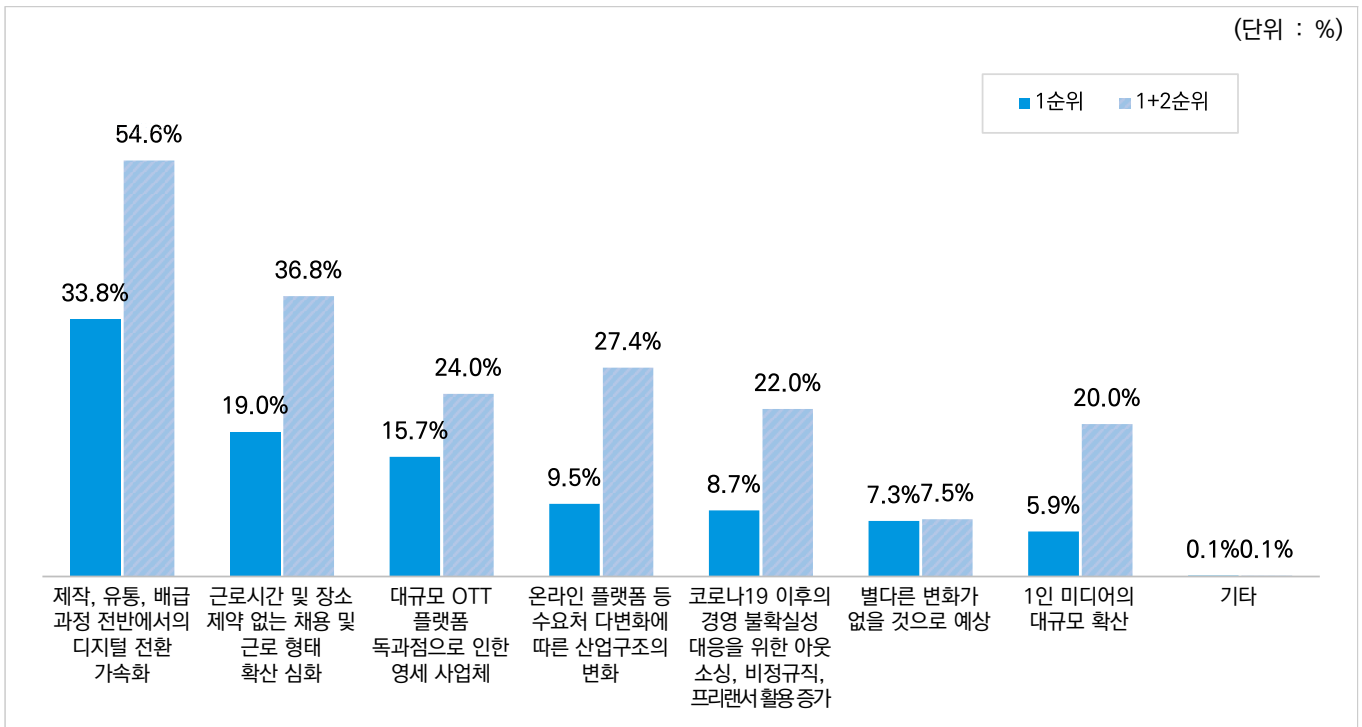
〈표 4-46〉 코로나19 대응 관련 시행예정인 경영상의 조치 ②

구 분	전체	새로운 시장 진출 (온라인 시장 등)		수요처 다변화		국내외 조달처 다변화		유망산업 연구 또는 장비 도입(VR/AR 등)		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(796)	(163)	20.5	(79)	9.9	(40)	5.0	(19)	2.4	
업종	출판	(80)	(14)	17.5	(12)	15.0	(2)	2.5	(2)	2.5
	만화	(6)	(0)	0.0	(1)	16.7	(0)	0.0	(0)	0.0
	음악	(15)	(4)	26.7	(3)	20.0	(1)	6.7	(0)	0.0
	영화	(63)	(17)	27.0	(7)	11.1	(2)	3.2	(1)	1.6
	게임	(139)	(39)	28.1	(6)	4.3	(8)	5.8	(4)	2.9
	애니	(11)	(1)	9.1	(3)	27.3	(1)	9.1	(0)	0.0
	방송	(51)	(10)	19.6	(3)	5.9	(4)	7.8	(2)	3.9
	광고	(197)	(30)	15.2	(24)	12.2	(7)	3.6	(5)	2.5
	캐릭터	(11)	(1)	9.1	(1)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(61)	(13)	21.3	(4)	6.6	(4)	6.6	(2)	3.3
	솔루션	(161)	(34)	21.1	(15)	9.3	(11)	6.8	(3)	1.9
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(15)	28.3	(9)	17.0	(8)	15.1	(3)	5.7	

### 3. 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화

- 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 1순위는 ‘제작, 유통, 배급 과정 디지털 전환 가속화’가 33.8%로 가장 높게 나타났으며, ‘근로시간 및 장소제약 없는 채용 및 근로 형태 확산 심화(19.0%)’, ‘대규모OTT플랫폼 독과점으로 인한 영세 사업체(15.7%)’ 등의 순으로 나타남
- 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 1+2순위를 통합한 경우에도 ‘제작, 유통, 배급 과정 디지털 전환 가속화’가 54.6%로 가장 비중이 높았고, 이어 ‘근로시간 및 제약 없는 채용 및 근로 형태 확산 심화(36.8%)’, ‘대규모OTT플랫폼 독과점으로 인한 영세 사업체(24.0%)’ 등의 순으로 나타남

〈그림 4-32〉 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 - 1순위



〈표 4-47〉 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 - 1순위 ①

구 분	전체	제작, 유통, 배급 과정 전반에서의 디지털 전환 가속화		근로시간 및 장소 제약 없는 채용 및 근로 형태 확산 심화		대규모 OTT 플랫폼 독과점으로 인한 영세 사업체(콘텐츠 제작 및 유통 사업체 등) 경영난		온라인 플랫폼 등 수요처 다변화에 따른 산업구조의 변화	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(796)	(269)	33.8	(151)	19.0	(125)	15.7	(76)	9.5
업종	출판	(80)	26.3	(14)	17.5	(12)	15.0	(12)	15.0
	만화	(6)	50.0	(0)	0.0	(1)	16.7	(0)	0.0
	음악	(15)	26.7	(1)	6.7	(3)	20.0	(0)	0.0
	영화	(63)	34.9	(15)	23.8	(8)	12.7	(5)	7.9
	게임	(139)	40.3	(27)	19.4	(24)	17.3	(7)	5.0
	애니	(11)	45.5	(3)	27.3	(1)	9.1	(2)	18.2
	방송	(51)	29.4	(8)	15.7	(8)	15.7	(7)	13.7
	광고	(197)	32.0	(39)	19.8	(34)	17.3	(20)	10.2
	캐릭터	(11)	18.2	(2)	18.2	(1)	9.1	(2)	18.2
	지식	(61)	34.4	(14)	23.0	(9)	14.8	(6)	9.8
솔루션	(161)	35.4	(28)	17.4	(24)	14.9	(15)	9.3	
1인 미디어	(1)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	35.8	(11)	20.8	(7)	13.2	(6)	11.3	

〈표 4-48〉 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 - 1순위 ②

구 분	전체	코로나19 이후의 경영 불확실성 대응을 위한 아웃소싱, 비정규직, 프리랜서 활용 증가		별다른 변화가 없을 것으로 예상		1인 미디어의 대규모 확산		기타	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(796)	(69)	8.7	(58)	7.3	(47)	5.9	(1)	0.1
업종	출판	(80)	8.8	(9)	11.3	(5)	6.3	(0)	0.0
	만화	(6)	0.0	(1)	16.7	(1)	16.7	(0)	0.0
	음악	(15)	20.0	(3)	20.0	(1)	6.7	(0)	0.0
	영화	(63)	7.9	(5)	7.9	(3)	4.8	(0)	0.0
	게임	(139)	7.9	(9)	6.5	(5)	3.6	(0)	0.0
	애니	(11)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(51)	9.8	(3)	5.9	(5)	9.8	(0)	0.0
	광고	(197)	9.1	(12)	6.1	(11)	5.6	(0)	0.0
	캐릭터	(11)	9.1	(1)	9.1	(2)	18.2	(0)	0.0
	지식	(61)	6.6	(3)	4.9	(4)	6.6	(0)	0.0
솔루션	(161)	9.3	(12)	7.5	(10)	6.2	(0)	0.0	
1인 미디어	(1)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	
XR	(53)	11.3	(2)	3.8	(1)	1.9	(1)	1.9	

〈표 4-49〉 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 - 1+2순위 ①

구 분	전체	제작, 유통, 배급 과정 전반에서의 디지털 전환 가속화		근로시간 및 장소 제약 없는 채용 및 근로 형태 확산 심화		온라인 플랫폼 등 수요처 다변화에 따른 산업구조의 변화		대규모 OTT 플랫폼 독과점으로 인한 영세 사업체(콘텐츠 제작 및 유통 사업체 등) 경영난		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(796)	(435)	54.6	(293)	36.8	(218)	27.4	(191)	24.0	
업종	출판	(80)	(45)	56.3	(31)	38.8	(24)	30.0	(15)	18.8
	만화	(6)	(5)	83.3	(1)	16.7	(0)	0.0	(2)	33.3
	음악	(15)	(8)	53.3	(4)	26.7	(3)	20.0	(4)	26.7
	영화	(63)	(30)	47.6	(22)	34.9	(21)	33.3	(13)	20.6
	게임	(139)	(85)	61.2	(47)	33.8	(33)	23.7	(34)	24.5
	애니	(11)	(6)	54.5	(6)	54.5	(5)	45.5	(2)	18.2
	방송	(51)	(28)	54.9	(21)	41.2	(13)	25.5	(12)	23.5
	광고	(197)	(100)	50.8	(74)	37.6	(55)	27.9	(53)	26.9
	캐릭터	(11)	(4)	36.4	(4)	36.4	(3)	27.3	(2)	18.2
	지식	(61)	(34)	55.7	(27)	44.3	(14)	23.0	(13)	21.3
솔루션	(161)	(90)	55.9	(56)	34.8	(47)	29.2	(40)	24.8	
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(31)	58.5	(22)	41.5	(17)	32.1	(9)	17.0	

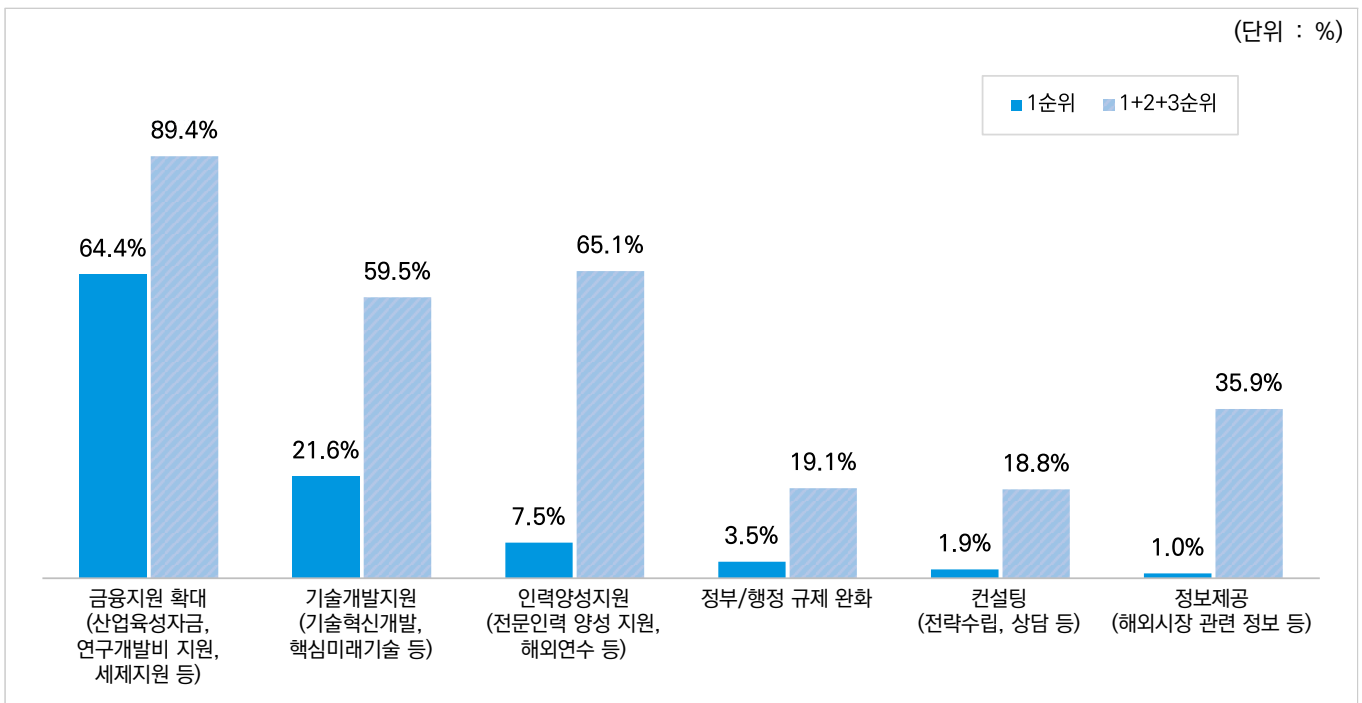
〈표 4-50〉 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 - 1+2순위 ②

구 분	전체	코로나19 이후의 경영 불확실성 대응을 위한 아웃소싱, 비정규직, 프리랜서 활용 증가		1인 미디어의 대규모 확산		별다른 변화가 없을 것으로 예상		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(796)	(175)	22.0	(159)	20.0	(60)	7.5	(1)	0.1	
업종	출판	(80)	(13)	16.3	(15)	18.8	(9)	11.3	(0)	0.0
	만화	(6)	(0)	0.0	(2)	33.3	(1)	16.7	(0)	0.0
	음악	(15)	(4)	26.7	(2)	13.3	(3)	20.0	(0)	0.0
	영화	(63)	(12)	19.0	(17)	27.0	(5)	7.9	(0)	0.0
	게임	(139)	(36)	25.9	(23)	16.5	(9)	6.5	(0)	0.0
	애니	(11)	(2)	18.2	(1)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(51)	(8)	15.7	(13)	25.5	(3)	5.9	(0)	0.0
	광고	(197)	(45)	22.8	(40)	20.3	(14)	7.1	(0)	0.0
	캐릭터	(11)	(3)	27.3	(4)	36.4	(1)	9.1	(0)	0.0
	지식	(61)	(13)	21.3	(15)	24.6	(3)	4.9	(0)	0.0
솔루션	(161)	(38)	23.6	(27)	16.8	(12)	7.5	(0)	0.0	
1인 미디어	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	
XR	(53)	(13)	24.5	(8)	15.1	(2)	3.8	(1)	1.9	

#### 4. 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책

- 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책은 1순위 ‘금융지원 확대’가 64.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘기술개발지원(21.6%)’, ‘인력양성지원(7.5%)’ 순으로 나타남
- 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 1+2+3순위를 통합한 경우에도 ‘금융지원 확대(89.4)’가 가장 비중이 높고, 그 다음으로는 ‘인력양성지원(65.1%)’, ‘기술개발지원(59.5%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-33〉 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책



〈표 4-51〉 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 - 1순위

구 분	금융지원 확대		기술개발지원		인력양성지원		정부/행정 규제 완화		컨설팅		정보제공			
	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)		
전 체	(796)	(513)	64.4	(172)	21.6	(60)	7.5	(28)	3.5	(15)	1.9	(8)	1.0	
업종	출판	(80)	(51)	63.8	(16)	20.0	(6)	7.5	(4)	5.0	(1)	1.3	(2)	2.5
	만화	(6)	(3)	50.0	(1)	16.7	(1)	16.7	(1)	16.7	(0)	0.0	(0)	0.0
	음악	(15)	(7)	46.7	(4)	26.7	(0)	0.0	(2)	13.3	(1)	6.7	(1)	6.7
	영화	(63)	(40)	63.5	(8)	12.7	(8)	12.7	(3)	4.8	(3)	4.8	(1)	1.6
	게임	(139)	(93)	66.9	(35)	25.2	(8)	5.8	(2)	1.4	(1)	0.7	(0)	0.0
	애니	(11)	(5)	45.5	(5)	45.5	(1)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(51)	(36)	70.6	(8)	15.7	(2)	3.9	(5)	9.8	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(197)	(128)	65.0	(44)	22.3	(14)	7.1	(6)	3.0	(3)	1.5	(2)	1.0
	캐릭터	(11)	(4)	36.4	(3)	27.3	(3)	27.3	(0)	0.0	(1)	9.1	(0)	0.0
	지식 솔루션	(61)	(40)	65.6	(11)	18.0	(3)	4.9	(3)	4.9	(3)	4.9	(1)	1.6
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(30)	56.6	(15)	28.3	(5)	9.4	(3)	5.7	(0)	0.0	(0)	0.0	

〈표 4-52〉 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 - 1+2순위

구 분	금융지원 확대		기술개발지원		인력양성지원		정보제공		정부/행정 규제 완화		컨설팅			
	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)		
전 체	(796)	(635)	79.8	(345)	43.3	(291)	36.6	(144)	18.1	(94)	11.8	(73)	9.2	
업종	출판	(80)	(62)	77.5	(35)	43.8	(32)	40.0	(8)	10.0	(13)	16.3	(10)	12.5
	만화	(6)	(5)	83.3	(1)	16.7	(2)	33.3	(2)	33.3	(1)	16.7	(1)	16.7
	음악	(15)	(12)	80.0	(5)	33.3	(2)	13.3	(5)	33.3	(4)	26.7	(2)	13.3
	영화	(63)	(48)	76.2	(18)	28.6	(28)	44.4	(16)	25.4	(8)	12.7	(6)	9.5
	게임	(139)	(119)	85.6	(66)	47.5	(39)	28.1	(25)	18.0	(16)	11.5	(12)	8.6
	애니	(11)	(7)	63.6	(7)	63.6	(4)	36.4	(3)	27.3	(1)	9.1	(0)	0.0
	방송	(51)	(43)	84.3	(22)	43.1	(18)	35.3	(9)	17.6	(6)	11.8	(2)	3.9
	광고	(197)	(152)	77.2	(86)	43.7	(80)	40.6	(25)	12.7	(26)	13.2	(22)	11.2
	캐릭터	(11)	(7)	63.6	(4)	36.4	(4)	36.4	(3)	27.3	(2)	18.2	(2)	18.2
	지식 솔루션	(61)	(53)	86.9	(25)	41.0	(22)	36.1	(10)	16.4	(6)	9.8	(4)	6.6
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(1)	100.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(41)	77.4	(24)	45.3	(23)	43.4	(9)	17.0	(6)	11.3	(1)	1.9	

〈표 4-53〉 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 - 1+2+3순위

구 분	금융지원 확대		인력양성지원		기술개발지원		정보제공		정부/행정 규제 완화		컨설팅			
	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)	전체 (개)	(%)		
전 체	(796)	(712)	89.4	(518)	65.1	(474)	59.5	(286)	35.9	(152)	19.1	(150)	18.8	
업종	출판	(80)	(70)	87.5	(54)	67.5	(45)	56.3	(29)	36.3	(20)	25.0	(17)	21.3
	만화	(6)	(6)	100.0	(4)	66.7	(3)	50.0	(3)	50.0	(1)	16.7	(1)	16.7
	음악	(15)	(13)	86.7	(9)	60.0	(6)	40.0	(8)	53.3	(5)	33.3	(2)	13.3
	영화	(63)	(57)	90.5	(39)	61.9	(32)	50.8	(26)	41.3	(13)	20.6	(15)	23.8
	게임	(139)	(129)	92.8	(92)	66.2	(87)	62.6	(45)	32.4	(22)	15.8	(24)	17.3
	애니	(11)	(8)	72.7	(6)	54.5	(9)	81.8	(6)	54.5	(3)	27.3	(1)	9.1
	방송	(51)	(47)	92.2	(31)	60.8	(34)	66.7	(17)	33.3	(10)	19.6	(5)	9.8
	광고	(197)	(173)	87.8	(131)	66.5	(115)	58.4	(64)	32.5	(45)	22.8	(41)	20.8
	캐릭터	(11)	(10)	90.9	(6)	54.5	(4)	36.4	(6)	54.5	(2)	18.2	(4)	36.4
	지식 솔루션	(61)	(55)	90.2	(40)	65.6	(39)	63.9	(18)	29.5	(11)	18.0	(8)	13.1
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(1)	100.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(47)	88.7	(38)	71.7	(37)	69.8	(13)	24.5	(9)	17.0	(3)	5.7	

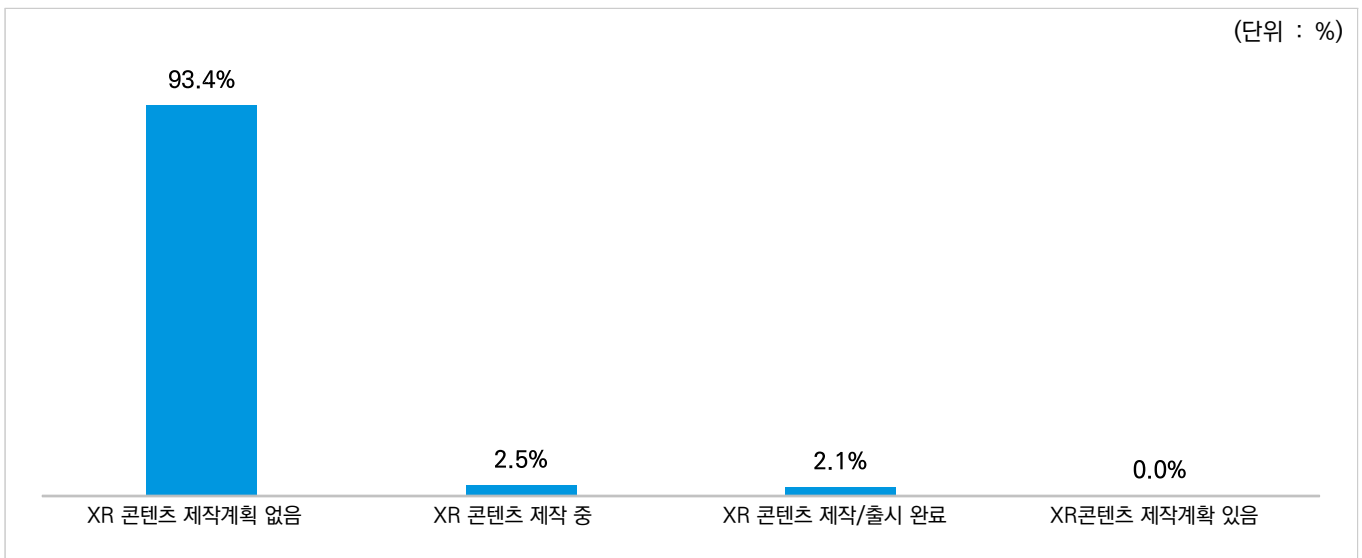
## 9 XR관련

## 1. XR 콘텐츠 제작/계획 여부

○ XR 콘텐츠 제작/계획 여부는 '미추진'이 93.4%로 높게 나타남

- XR 콘텐츠 제작/계획한 사업체 중 콘텐츠 제작 중이 2.5%로 가장 높게 조사됨

〈그림 4-34〉 XR 콘텐츠 제작/계획 여부



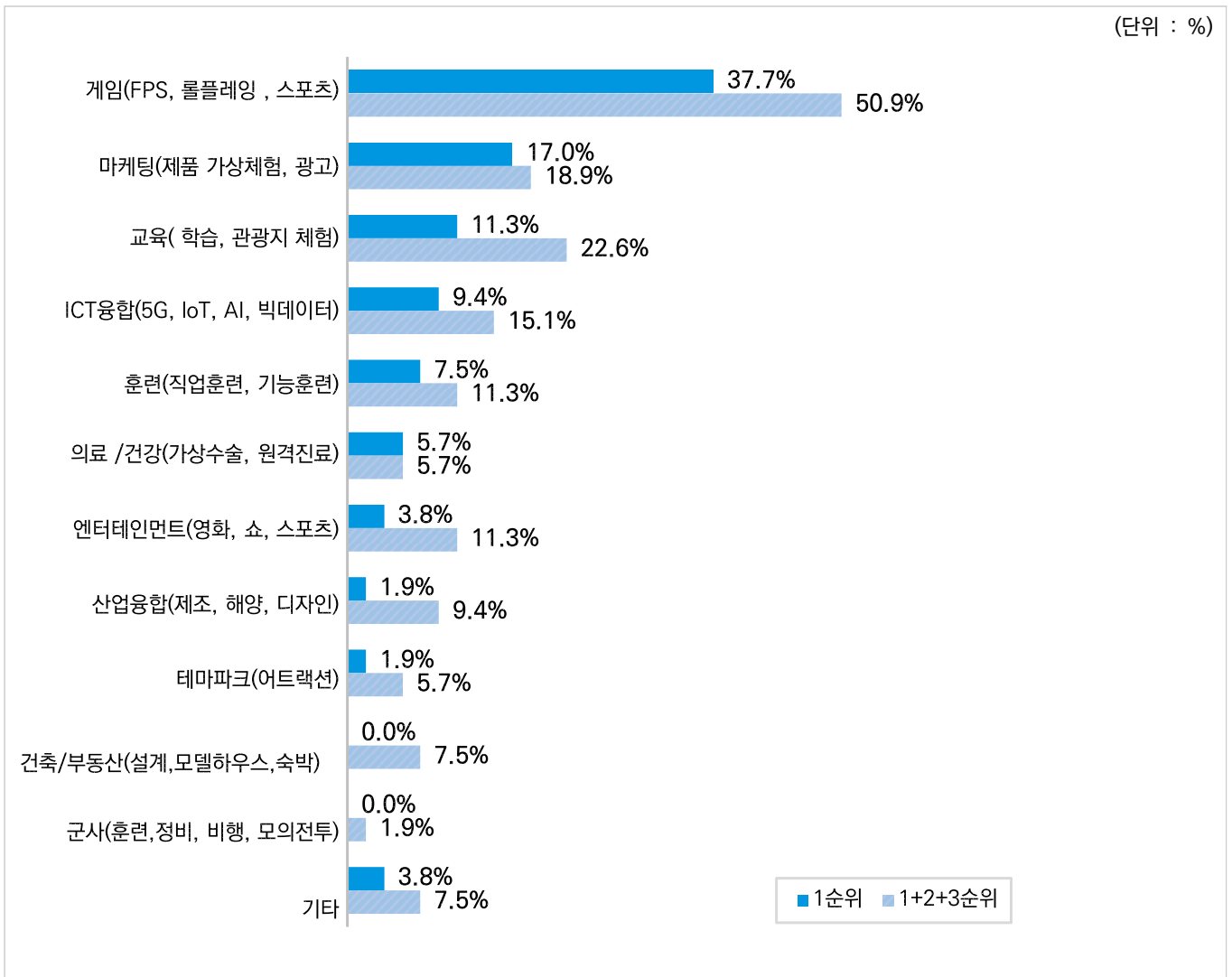
〈표 4-54〉 XR 콘텐츠 제작/계획 여부

구분	전체	XR 콘텐츠 제작 중		XR 콘텐츠 제작/출시 완료		XR 콘텐츠 제작계획 있음		XR 콘텐츠 제작계획 없음		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전체	(796)	(20)	2.5	(17)	2.1	(0)	0.0	(744)	93.4	
업종	출판	(80)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(80)	100.0
	만화	(6)	(1)	16.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(5)	83.3
	음악	(15)	(0)	0.0	(0)	0.0	(2)	3.2	(15)	100.0
	영화	(63)	(0)	0.0	(2)	3.2	(4)	2.9	(59)	93.7
	게임	(139)	(8)	5.8	(10)	7.2	(2)	18.2	(117)	84.2
	애니	(11)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(9)	81.8
	방송	(51)	(5)	9.8	(0)	0.0	(4)	2.0	(46)	90.2
	광고	(197)	(0)	0.0	(1)	0.5	(0)	0.0	(192)	97.5
	캐릭터	(11)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(11)	100.0
	지식	(61)	(3)	4.9	(3)	4.9	(3)	1.9	(55)	90.2
솔루션	(161)	(3)	1.9	(1)	0.6	(0)	0.0	(154)	95.7	
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(1)	100.0	

## 2. XR 콘텐츠 장르

- XR 콘텐츠 장르 1순위는 '게임' 37.7%로 가장 높게 나타남
- 콘텐츠 장르 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우에도 '게임'이 43.4%, 50.9% 가장 비중을 차지하는 것으로 나타남

〈그림 4-35〉 XR 콘텐츠 장르



〈표 4-55〉 XR 콘텐츠 장르 - 1순위 ①

구 분	전체	게임 (FPS, 롤플레이밍, 스포츠)		마케팅 (제품가상체험, 광고)		교육 (학습, 관광지체험)		ICT융합 (5G, IoT, AI, 빅데이터)		훈련 (직업훈련, 기능훈련)		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(53)	(20)	37.7	(9)	17.0	(6)	11.3	(5)	9.4	(4)	7.5	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(18)	81.8	(1)	4.5	(0)	0.0	(0)	0.0	(3)	13.6
	애니	(2)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(0)	0.0	(2)	40.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(1)	20.0
	광고	(5)	(0)	0.0	(5)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	캐릭터	(0)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(6)	(0)	0.0	(1)	16.7	(2)	33.3	(3)	50.0	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(1)	14.3	(0)	0.0	(1)	14.3	(2)	28.6	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(20)	37.7	(9)	17.0	(6)	11.3	(5)	9.4	(4)	7.5	

〈표 4-56〉 XR 콘텐츠 장르 - 1순위 ②

구 분	전체	의료/건강 (가상수술, 원격진료)		엔터테인먼트 (영화, 쇼, 스포츠)		산업융합 (제조, 해양, 디자인)		테마파크 (어트랙션)		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(53)	(3)	5.7	(2)	3.8	(1)	1.9	(1)	1.9	(2)	3.8	
업종	만화	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(1)	25.0	(1)	25.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	애니	(2)	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	캐릭터	(0)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(6)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(2)	28.6	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	14.3
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	
XR	(53)	(3)	5.7	(2)	3.8	(1)	1.9	(1)	1.9	(2)	3.8	

〈표 4-57〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위 ①

구 분	전체	게임 (FPS, 롤플레이, 스포츠)		교육 (학습, 관광지체험)		마케팅 (제품가상체험, 광고)		ICT융합 (5G, IoT, AI, 빅데이터)		엔터테인먼트 (영화, 쇼, 스포츠)		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(53)	(23)	43.4	(12)	22.6	(10)	18.9	(7)	13.2	(5)	9.4	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(0)	0.0	(1)	25.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(2)	50.0
	게임	(22)	(20)	90.9	(2)	9.1	(1)	4.5	(1)	4.5	(2)	9.1
	애니	(2)	(1)	50.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	50.0
	방송	(5)	(0)	0.0	(3)	60.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(0)	0.0	(1)	20.0	(5)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(6)	(0)	0.0	(2)	33.3	(1)	16.7	(3)	50.0	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(1)	14.3	(1)	14.3	(0)	0.0	(3)	42.9	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(23)	43.4	(12)	22.6	(10)	18.9	(7)	13.2	(5)	9.4	

〈표 4-58〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위 ②

구 분	전체	산업융합 (제조, 해양, 디자인)		훈련 (직업훈련, 기능훈련)		의료/건강 (가상수술, 원격진료)		테마파크 (아트랙션)		건축/부동산 (설계, 모델하우스, 숙박)		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(53)	(5)	9.4	(4)	7.5	(3)	5.7	(3)	5.7	(1)	1.9	(2)	3.8	
업종	만화	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(1)	25.0	(0)	0.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(1)	25.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(0)	0.0	(3)	13.6	(0)	0.0	(2)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0
	애니	(2)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(2)	40.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(6)	(1)	16.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(1)	14.3	(0)	0.0	(2)	28.6	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	14.3
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	
XR	(53)	(5)	9.4	(4)	7.5	(3)	5.7	(3)	5.7	(1)	1.9	(2)	3.8	

〈표 4-59〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위 ①

구 분	전체	게임 (FPS, 롤플래잉, 스포츠)		교육 (학습, 관광지체험)		마케팅 (제품가상체험, 광고)		ICT융합 (5G, IoT, AI, 빅데이터)		엔터테인먼트 (영화, 쇼, 스포츠)		훈련 (직업훈련, 기능훈련)		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(53)	(27)	50.9	(12)	22.6	(10)	18.9	(8)	15.1	(6)	11.3	(6)	11.3	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(2)	50.0	(1)	25.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(3)	75.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(20)	90.9	(2)	9.1	(1)	4.5	(1)	4.5	(2)	9.1	(4)	18.2
	애니	(2)	(1)	50.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(1)	50.0
	방송	(5)	(0)	0.0	(3)	60.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	20.0
	광고	(5)	(0)	0.0	(1)	20.0	(5)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(6)	(1)	16.7	(2)	33.3	(1)	16.7	(3)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(2)	28.6	(1)	14.3	(0)	0.0	(4)	57.1	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(27)	50.9	(12)	22.6	(10)	18.9	(8)	15.1	(6)	11.3	(6)	11.3	

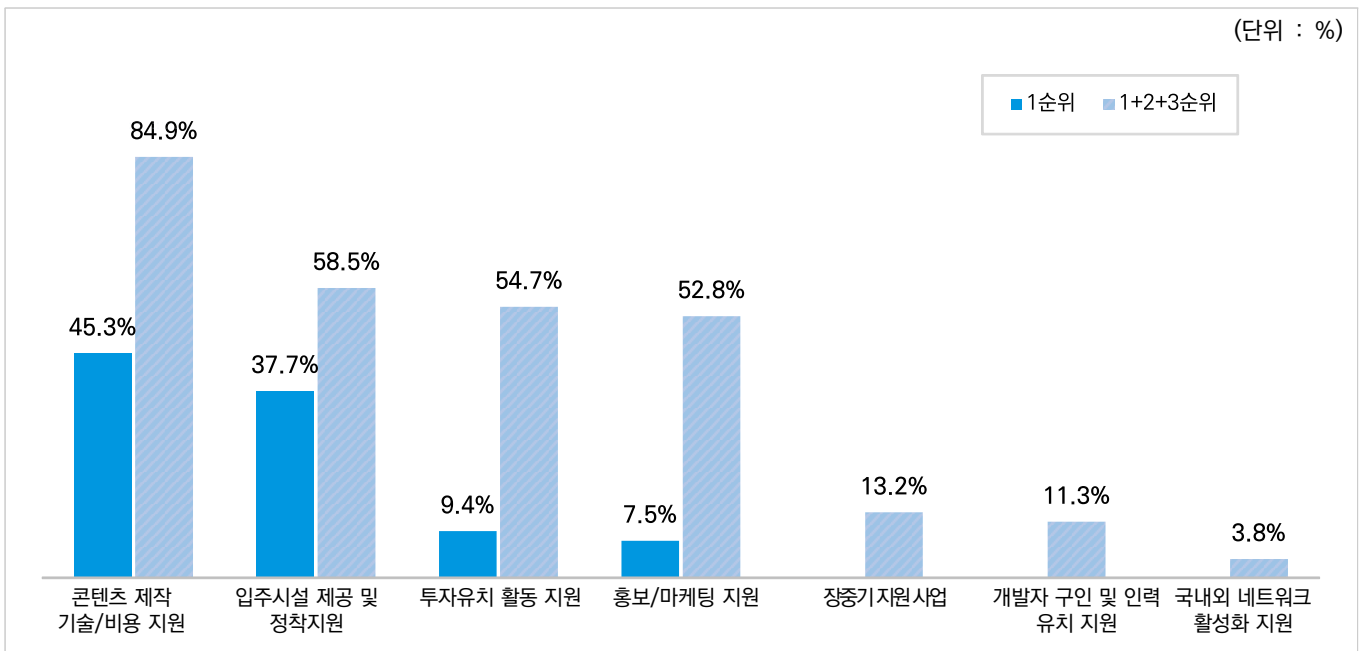
〈표 4-60〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위 ②

구 분	전체	산업융합 (제조, 해양, 디자인)		건축/부동산 (설계, 모델하우스, 숙박)		의료/건강 (가상수술, 원격진료)		테마파크 (아트랙션)		군사 (훈련, 정비, 비행, 모의전투)		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(53)	(5)	9.4	(4)	7.5	(3)	5.7	(3)	5.7	(1)	1.9	(4)	7.5	
업종	만화	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(1)	25.0	(1)	25.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(0)	0.0	(1)	4.5	(0)	0.0	(2)	9.1	(0)	0.0	(1)	4.5
	애니	(2)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(1)	50.0
	방송	(5)	(2)	40.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	20.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(6)	(1)	16.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(1)	14.3	(0)	0.0	(2)	28.6	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	14.3
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	
XR	(53)	(5)	9.4	(4)	7.5	(3)	5.7	(3)	5.7	(1)	1.9	(4)	7.5	

### 3. XR 사업체 필요 지원 사업

- XR사업체 필요 지원 사업 1순위는 ‘콘텐츠 제작 기술/비용 지원’이 45.3%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘입주시설 제공 및 정착지원(37.7%)’, ‘투자유치 활동 지원(9.4%)’ 순으로 나타남
- 지원사업분야 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우 또한 ‘콘텐츠 제작 기술/비용 지원’(77.4%, 84.9%)이 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-36〉 XR 사업체 필요 지원 사업



〈표 4-61〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위

구 분	전체	콘텐츠 제작 기술/비용 지원		입주시설 제공 및 정착지원		투자유치 활동 지원		홍보/마케팅 지원		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(53)	(24)	45.3	(20)	37.7	(5)	9.4	(4)	7.5	
업종	만화	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0
	영화	(4)	(2)	50.0	(2)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(9)	40.9	(10)	45.5	(2)	9.1	(1)	4.5
	애니	(2)	(1)	50.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(4)	80.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(2)	40.0	(0)	0.0	(2)	40.0	(1)	20.0
	지식	(6)	(3)	50.0	(2)	33.3	(0)	0.0	(1)	16.7
	솔루션	(7)	(3)	42.9	(4)	57.1	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(24)	45.3	(20)	37.7	(5)	9.4	(4)	7.5	

〈표 4-62〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2순위

구 분	전체	콘텐츠 제작 기술/비용 지원		입주시설 제공 및 정착지원		홍보/마케팅 지원		투자유치 활동 지원		중장기 지원 사업		국내외 네트워크 활성화 지원		개발자 구인 및 인력유치 지원		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(53)	(41)	77.4	(26)	49.1	(15)	28.3	(13)	24.5	(6)	11.3	(1)	1.9	(1)	1.9	
업종	만화	(1)	(0)	0.0	(1)	100.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(3)	75.0	(3)	75.0	(0)	0.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	25.0
	게임	(22)	(18)	81.8	(12)	54.5	(3)	13.6	(6)	27.3	(2)	9.1	(1)	4.5	(0)	0.0
	애니	(2)	(2)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(2)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(5)	100.0	(2)	40.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(4)	80.0	(1)	20.0	(3)	60.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(6)	(5)	83.3	(2)	33.3	(5)	83.3	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(4)	57.1	(4)	57.1	(2)	28.6	(2)	28.6	(1)	14.3	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(41)	77.4	(26)	49.1	(15)	28.3	(13)	24.5	(6)	11.3	(1)	1.9	(1)	1.9	

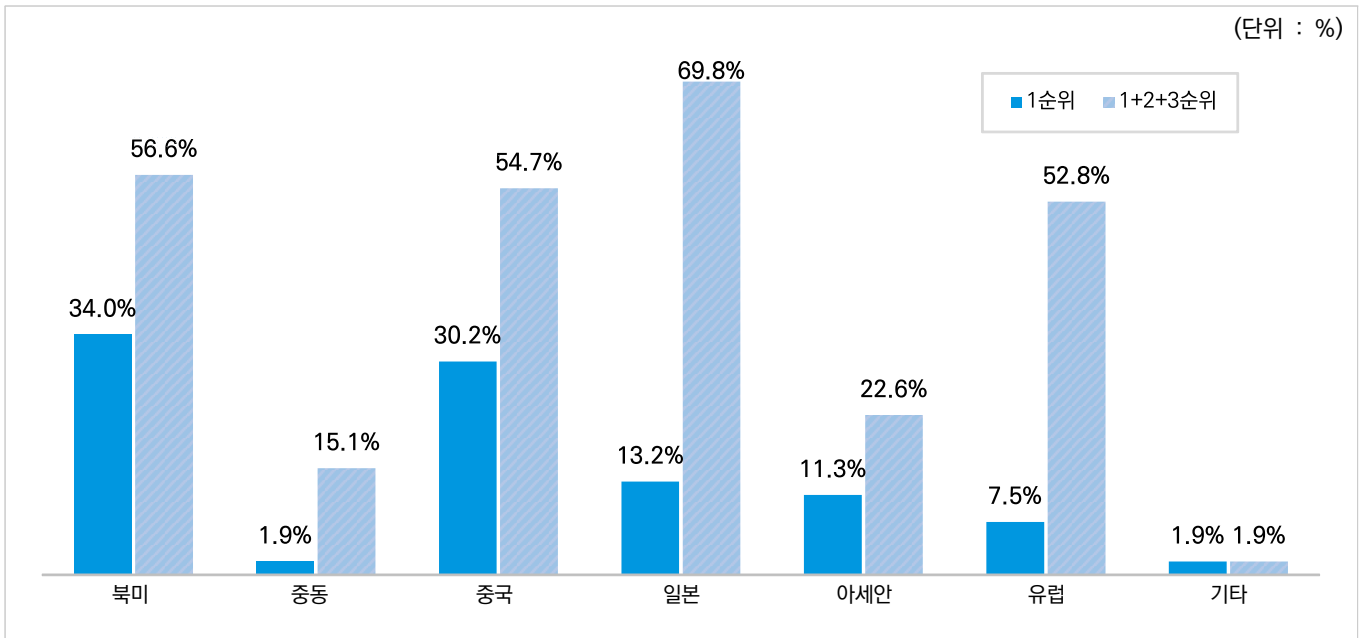
〈표 4-63〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위

구 분	전체	콘텐츠 제작 기술/비용 지원		입주시설 제공 및 정착지원		투자유치 활동 지원		홍보/마케팅 지원		중장기 지원 사업		개발자 구인 및 인력유치 지원		국내외 네트워크 활성화 지원		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(53)	(45)	84.9	(31)	58.5	(29)	54.7	(28)	52.8	(7)	13.2	(6)	11.3	(2)	3.8	
업종	만화	(1)	(0)	0.0	(1)	100.0	(1)	100.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(3)	75.0	(4)	100.0	(2)	50.0	(1)	25.0	(1)	25.0	(1)	25.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(19)	86.4	(13)	59.1	(9)	40.9	(11)	50.0	(2)	9.1	(2)	9.1	(2)	9.1
	애니	(2)	(2)	100.0	(1)	50.0	(2)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(5)	100.0	(2)	40.0	(1)	20.0	(3)	60.0	(2)	40.0	(2)	40.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(5)	100.0	(2)	40.0	(4)	80.0	(4)	80.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(6)	(6)	100.0	(3)	50.0	(4)	66.7	(5)	83.3	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(5)	71.4	(4)	57.1	(6)	85.7	(3)	42.9	(1)	14.3	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(45)	84.9	(31)	58.5	(29)	54.7	(28)	52.8	(7)	13.2	(6)	11.3	(2)	3.8	

#### 4. 글로벌 시장 진출 희망 지역

- 글로벌 시장 진출 희망 지역 1순위로는 '북미'가 34.0%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '중국(30.2%)', '일본(13.2%)' 순으로 나타남
- 희망지역 1+2순위는 '중국(50.9%)', 1+2+3순위를 통합한 경우에는 '일본(69.8%)'이 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-37〉 글로벌 시장 진출 희망 지역



〈표 4-64〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위

구 분	전체 (개)	북미		중국		일본		아세안		유럽		중동		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(18)	34.0	(16)	30.2	(7)	13.2	(6)	11.3	(4)	7.5	(1)	1.9	(1)	1.9	
업종	만화	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(2)	50.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	25.0
	게임	(22)	(11)	50.0	(8)	36.4	(0)	0.0	(1)	4.5	(2)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0
	애니	(2)	(1)	50.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(1)	20.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(1)	20.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(6)	(0)	0.0	(3)	50.0	(0)	0.0	(2)	33.3	(0)	0.0	(1)	16.7	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(2)	28.6	(1)	14.3	(3)	42.9	(1)	14.3	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(18)	34.0	(16)	30.2	(7)	13.2	(6)	11.3	(4)	7.5	(1)	1.9	(1)	1.9	

〈표 4-65〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위

구 분	전체 (개)	중국		북미		일본		유럽		아세안		중동		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(27)	50.9	(24)	45.3	(24)	45.3	(14)	26.4	(8)	15.1	(3)	5.7	(1)	1.9	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(2)	50.0	(2)	50.0	(2)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	25.0
	게임	(22)	(10)	45.5	(14)	63.6	(9)	40.9	(8)	36.4	(1)	4.5	(1)	4.5	(0)	0.0
	애니	(2)	(0)	0.0	(2)	100.0	(1)	50.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(4)	80.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(3)	60.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(2)	40.0	(3)	60.0	(2)	40.0	(2)	40.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식	(6)	(4)	66.7	(0)	0.0	(3)	50.0	(0)	0.0	(2)	33.3	(2)	33.3	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(4)	57.1	(2)	28.6	(4)	57.1	(2)	28.6	(1)	14.3	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(27)	50.9	(24)	45.3	(24)	45.3	(14)	26.4	(8)	15.1	(3)	5.7	(1)	1.9	

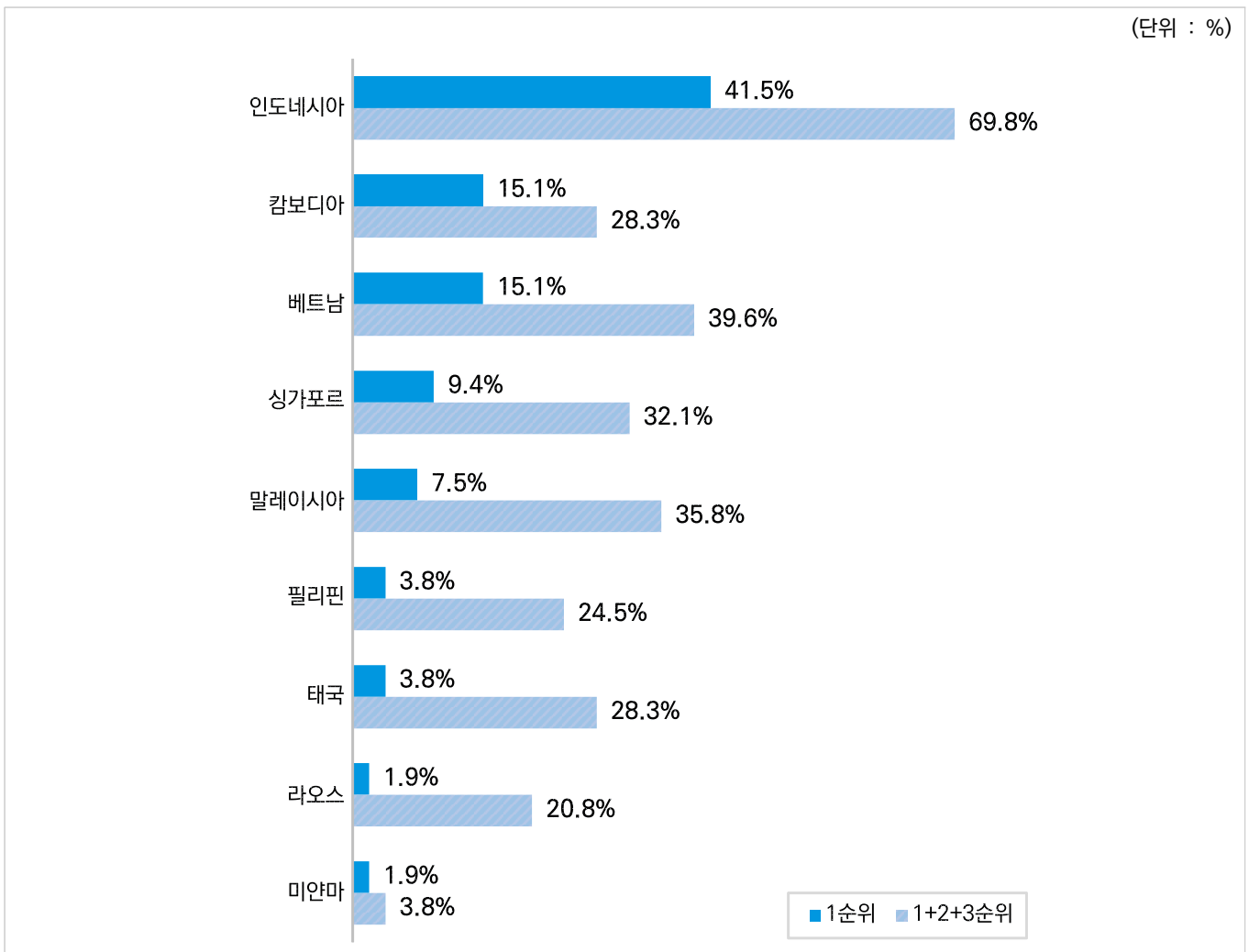
〈표 4-66〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위

구 분	전체 (개)	일본		북미		중국		유럽		아세안		중동		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(37)	69.8	(30)	56.6	(29)	54.7	(28)	52.8	(12)	22.6	(8)	15.1	(1)	1.9	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(2)	50.0	(2)	50.0	(2)	50.0	(2)	50.0	(0)	0.0	(1)	25.0	(1)	25.0
	게임	(22)	(16)	72.7	(17)	77.3	(10)	45.5	(15)	68.2	(1)	4.5	(3)	13.6	(0)	0.0
	애니	(2)	(1)	50.0	(2)	100.0	(1)	50.0	(1)	50.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(4)	80.0	(1)	20.0	(4)	80.0	(2)	40.0	(3)	60.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(4)	80.0	(4)	80.0	(2)	40.0	(3)	60.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(0)	0.0
	지식	(6)	(4)	66.7	(1)	16.7	(4)	66.7	(0)	0.0	(5)	83.3	(2)	33.3	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(4)	57.1	(3)	42.9	(5)	71.4	(5)	71.4	(1)	14.3	(1)	14.3	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(37)	69.8	(30)	56.6	(29)	54.7	(28)	52.8	(12)	22.6	(8)	15.1	(1)	1.9	

## 5. 아세안 시장 진출 희망 지역

- 아세안 시장 진출 희망 지역 1순위로는 '인도네시아'가 41.5%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '캄보디아/베트남(15.1%)', '싱가포르(9.4%)' 순으로 나타남
- 희망지역 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우 또한 '인도네시아(58.5%, 69.8%)'가 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-38〉 아세안 시장 진출 희망 지역



〈표 4-67〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위 ①

구 분	전체	인도네시아		캄보디아		베트남		싱가포르		말레이시아		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(22)	41.5	(8)	15.1	(8)	15.1	(5)	9.4	(4)	7.5	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(1)	25.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(1)	25.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(7)	31.8	(3)	13.6	(5)	22.7	(2)	9.1	(3)	13.6
	애니	(2)	(2)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(3)	60.0	(0)	0.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(1)	20.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	20.0
	지식	(6)	(3)	50.0	(2)	33.3	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(4)	57.1	(1)	14.3	(1)	14.3	(1)	14.3	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(22)	41.5	(8)	15.1	(8)	15.1	(5)	9.4	(4)	7.5	

〈표 4-68〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위 ①

구 분	전체	필리핀		태국		라오스		미얀마		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(2)	3.8	(2)	3.8	(1)	1.9	(1)	1.9	
업종	만화	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(0)	0.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(1)	4.5	(1)	4.5	(0)	0.0	(0)	0.0
	애니	(2)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	20.0	(1)	20.0
	지식	(6)	(1)	16.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(2)	3.8	(2)	3.8	(1)	1.9	(1)	1.9	

〈표 4-69〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ①

구 분	전체	인도네시아		캄보디아		베트남		말레이시아		싱가포르		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(31)	58.5	(14)	26.4	(13)	24.5	(10)	18.9	(10)	18.9	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(1)	25.0	(2)	50.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(1)	25.0
	게임	(22)	(12)	54.5	(5)	22.7	(5)	22.7	(6)	27.3	(3)	13.6
	애니	(2)	(2)	100.0	(1)	50.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(3)	60.0	(0)	0.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(3)	60.0
	광고	(5)	(3)	60.0	(2)	40.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(0)	0.0
	지식	(6)	(4)	66.7	(2)	33.3	(1)	16.7	(2)	33.3	(1)	16.7
	솔루션	(7)	(5)	71.4	(2)	28.6	(2)	28.6	(0)	0.0	(1)	14.3
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	
XR	(53)	(31)	58.5	(14)	26.4	(13)	24.5	(10)	18.9	(10)	18.9	

〈표 4-70〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ②

구 분	전체	태국		라오스		필리핀		미얀마		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(10)	18.9	(7)	13.2	(7)	13.2	(1)	1.9	
업종	만화	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(2)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(6)	27.3	(0)	0.0	(6)	27.3	(0)	0.0
	애니	(2)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(1)	20.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(0)	0.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(1)	20.0
	지식	(6)	(0)	0.0	(1)	16.7	(1)	16.7	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(1)	14.3	(3)	42.9	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(10)	18.9	(7)	13.2	(7)	13.2	(1)	1.9	

〈표 4-71〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ①

구 분	전체	인도네시아		베트남		말레이시아		싱가포르		캄보디아		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(37)	69.8	(21)	39.6	(19)	35.8	(17)	32.1	(15)	28.3	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(1)	100.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(1)	25.0	(1)	25.0	(1)	25.0	(1)	25.0	(2)	50.0
	게임	(22)	(17)	77.3	(10)	45.5	(9)	40.9	(6)	27.3	(5)	22.7
	애니	(2)	(2)	100.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	50.0
	방송	(5)	(3)	60.0	(3)	60.0	(2)	40.0	(4)	80.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(4)	80.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(2)	40.0	(3)	60.0
	지식	(6)	(4)	66.7	(1)	16.7	(4)	66.7	(2)	33.3	(2)	33.3
	솔루션	(7)	(5)	71.4	(3)	42.9	(1)	14.3	(1)	14.3	(2)	28.6
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(37)	69.8	(21)	39.6	(19)	35.8	(17)	32.1	(15)	28.3	

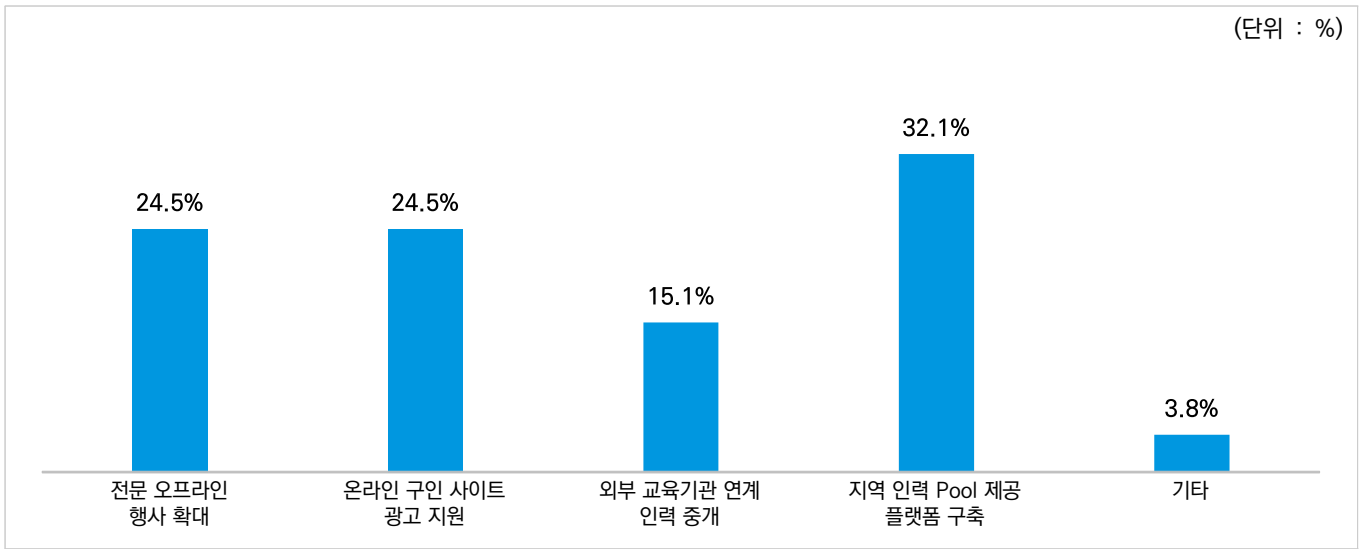
〈표 4-72〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ②

구 분	전체	태국		필리핀		라오스		미얀마		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(15)	28.3	(13)	24.5	(11)	20.8	(2)	3.8	
업종	만화	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(2)	50.0	(2)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(9)	40.9	(6)	27.3	(1)	4.5	(0)	0.0
	애니	(2)	(1)	50.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(1)	20.0	(0)	0.0	(1)	20.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(0)	0.0	(0)	0.0	(3)	60.0	(1)	20.0
	지식	(6)	(0)	0.0	(3)	50.0	(2)	33.3	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(2)	28.6	(2)	28.6	(3)	42.9	(1)	14.3
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	
XR	(53)	(15)	28.3	(13)	24.5	(11)	20.8	(2)	3.8	

## 6. 인력수급을 위한 필요 지원사업

- 인력수급을 위한 필요 지원사업 1순위로는 '지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축'이 32.1%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '전문 오프라인 행사 확대/ 온라인 구인 사이트 광고지원(24.5%)' 순으로 나타남

〈그림 4-39〉 인력수급을 위한 필요 지원사업



〈표 4-73〉 인력 수급을 위한 필요 지원사업

구 분	전체	전문 오프라인 행사 확대		온라인 구인 사이트 광고 지원		외부 교육기관 연계 인력 중개		지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
<b>전 체</b>	(53)	(13)	24.5	(13)	24.5	(8)	15.1	(17)	32.1	(2)	3.8	
<b>업종</b>	만화	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(1)	25.0	(0)	0.0	(2)	50.0	(1)	25.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(8)	36.4	(5)	22.7	(3)	13.6	(5)	22.7	(1)	4.5
	애니	(2)	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(2)	40.0	(1)	20.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(0)	0.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(3)	60.0	(0)	0.0
	지식	(6)	(0)	0.0	(4)	66.7	(0)	0.0	(2)	33.3	(0)	0.0
	솔루션	(7)	(1)	14.3	(1)	14.3	(0)	0.0	(5)	71.4	(0)	0.0
<b>1인 미디어</b>	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	
<b>XR</b>	(53)	(13)	24.5	(13)	24.5	(8)	15.1	(17)	32.1	(2)	3.8	

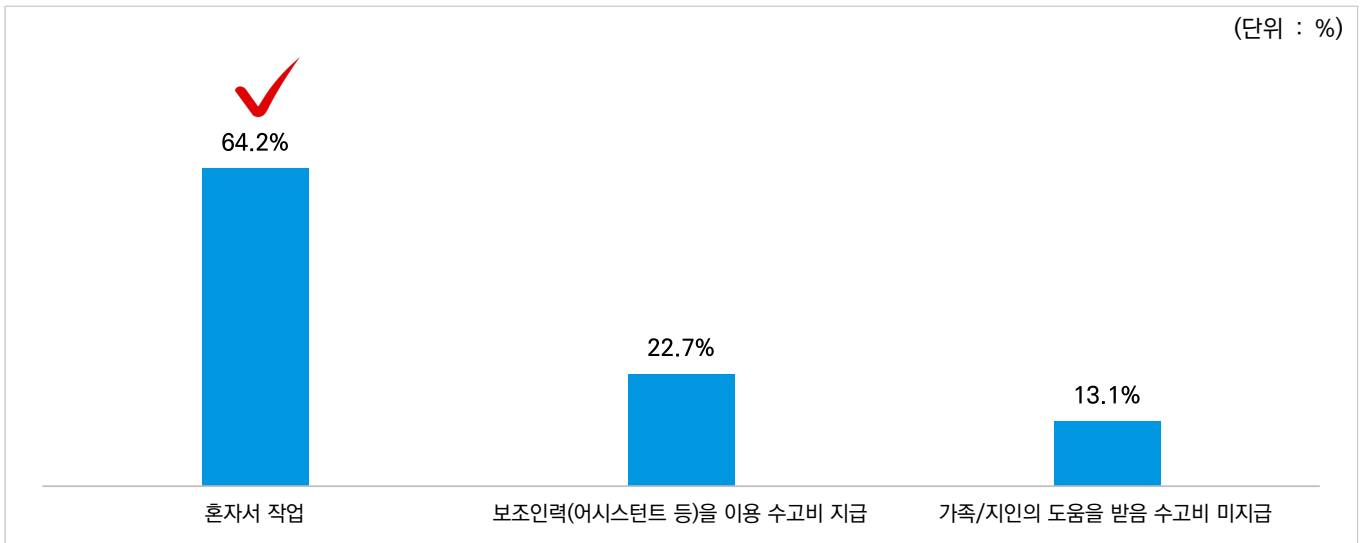
10

개인 제작자

1. 보조인력 이용여부

- 개인제작자 대상으로 보조인력 이용여부를 파악한 결과, ‘혼자서 작업’이 64.2%로 ‘가족/지인 및 보조인력 이용(35.8%)’ 보다 비중이 높게 나타남
- ‘수고비를 지급하고 보조인력을 이용’이 22.7%, ‘수고비를 지급하지 않고 가족 및 지인의 도움을 받음’이 13.1%로 나타남

〈그림 4-40〉 보조인력 이용여부 - 개인제작자



〈표 4-74〉 보조인력 이용여부 - 개인제작자

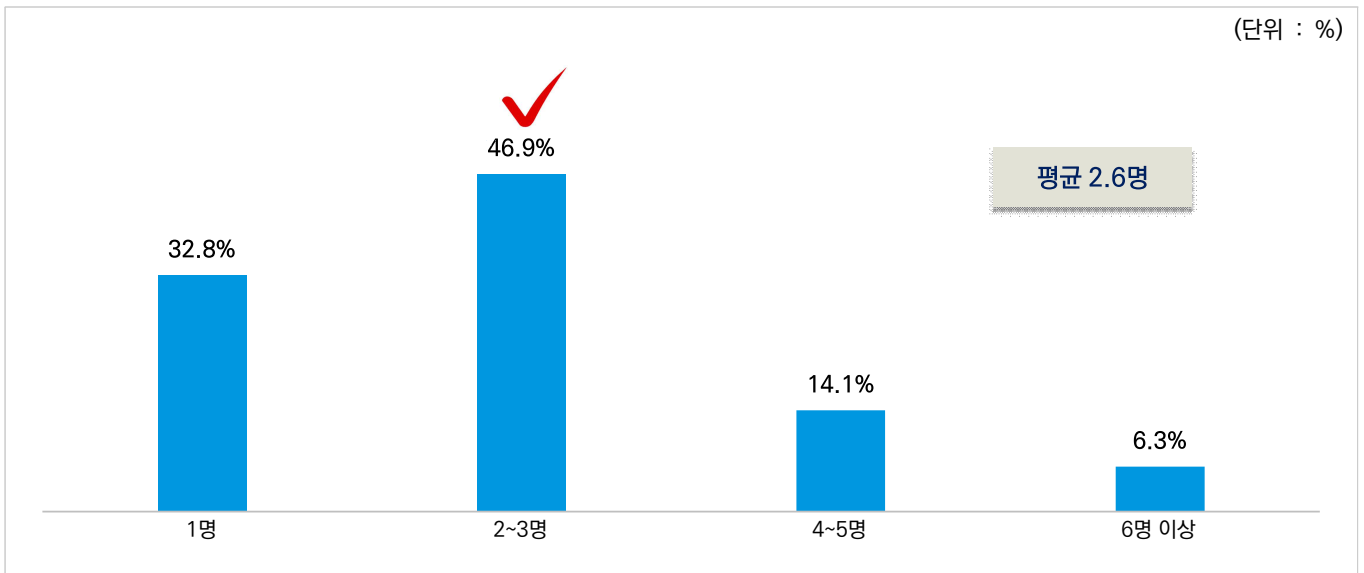
구 분	전체		혼자서 작업		보조인력 이용		가족/지인의 도움	
	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(282)		(181)	64.2	(64)	22.7	(37)	13.1
업종	출판	(4)	(4)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	만화	(64)	(33)	51.6	(31)	48.4	(0)	0.0
	음악	(59)	(18)	30.5	(16)	27.1	(25)	42.4
	영화	(47)	(29)	61.7	(9)	19.1	(9)	19.1
	애니메이션	(2)	(2)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	캐릭터	(4)	(2)	50.0	(2)	50.0	(0)	0.0
1인 미디어	(102)		(93)	91.2	(6)	5.9	(3)	2.9

※ 개인제작자 관련 문항은 조사 응답한 표본 중 개인에 해당하는 명을 기준으로 분석함.  
 이하 개인제작자 관련 문항의 전체 BASE는 명으로 동일함

## 2. 보조인력 이용규모 (본인포함)

- 보조인력을 이용하는 경우, 보조인력 이용규모는 '2~3명'이 46.9%로 가장 비중이 높고, 다음으로 '1명(32.8%)', '4~5명(14.1%)', '6명 이상(6.3%)' 순으로 나타남
- 활용하는 보조인력은 평균 2.6명으로 조사됨

〈그림 4-41〉 보조인력 이용규모 - 개인제작자



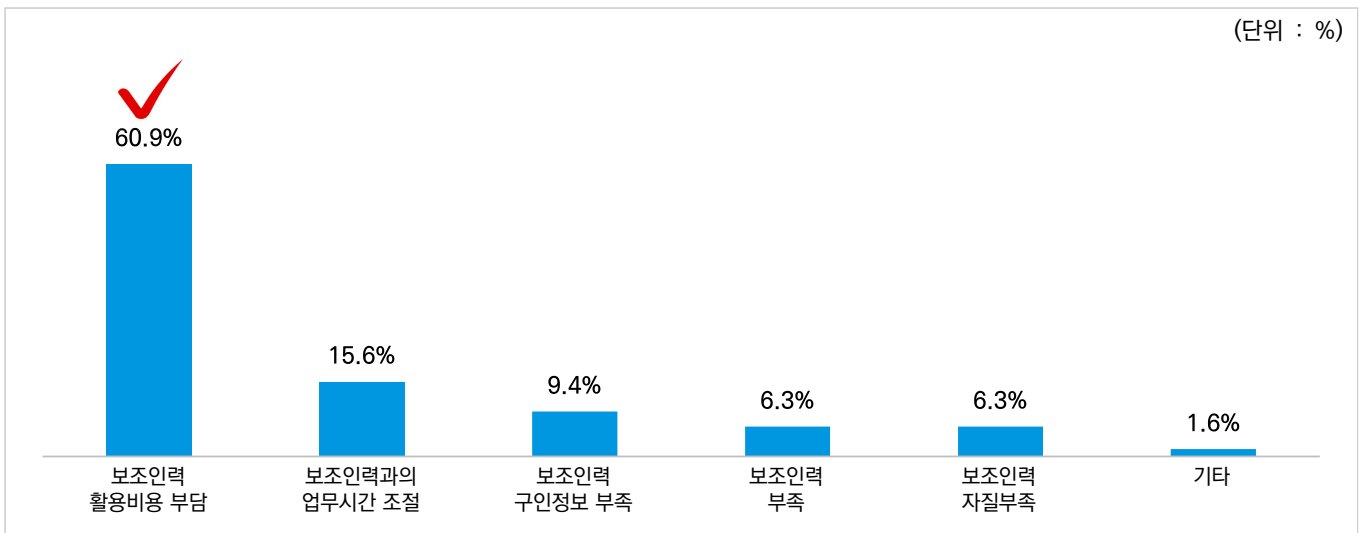
〈표 4-75〉 보조인력 이용규모 - 개인제작자

구 분	전체	1명		2~3명		4~6명		6명 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(64)	(21)	32.8	(30)	46.9	(9)	14.1	(4)	6.3	
업종	만화	(31)	(13)	41.9	(14)	45.2	(3)	9.7	(1)	3.2
	음악	(16)	(1)	6.3	(8)	50.0	(4)	25.0	(3)	18.8
	영화	(9)	(3)	33.3	(4)	44.4	(2)	22.2	(0)	0.0
	캐릭터	(2)	(1)	50.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(6)	(3)	50.0	(3)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	

### 3. 보조인력 활용 관련 애로사항

- 보조인력 활용 시 애로사항으로는 ‘보조인력 활용비용 부담’이 60.9%로 가장 비중이 높고, 이어 ‘보조인력과의 업무시간 조절(15.6%)’, ‘보조인력 부족구인정보 부족(9.4%)’, ‘보조인력 부족/ 자질부족(6.3%)’ 등의 순으로 높게 나타남

〈그림 4-42〉 보조인력 활용 관련 애로사항 - 개인제작자



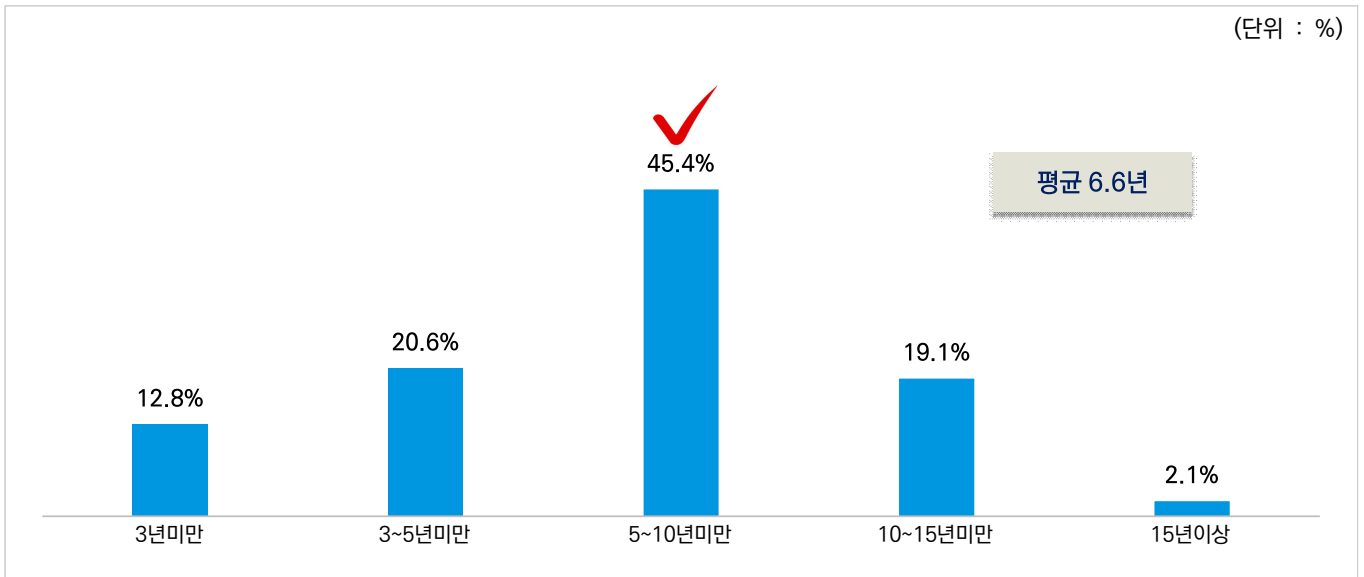
〈표 4-76〉 보고인력 활용 관련 애로사항 - 개인제작자

구 분	전체 (개)	보조인력 활용비용 부담		보조인력과의 업무시간 조절		보조인력 구인정보 부족		보조인력 부족		보조인력 자질부족		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(64)	(39)	60.9	(10)	15.6	(6)	9.4	(4)	6.3	(4)	6.3	(1)	1.6	
업종	만화	(31)	(21)	67.7	(2)	6.5	(3)	9.7	(3)	9.7	(2)	6.5	(0)	0.0
	음악	(16)	(9)	56.3	(7)	43.8	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(9)	(6)	66.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	11.1	(2)	22.2	(0)	0.0
	캐릭터	(2)	(0)	0.0	(0)	0.0	(2)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(6)	(3)	50.0	(1)	16.7	(1)	16.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	16.7	

## 4. 콘텐츠 분야 근속연수

- 콘텐츠 분야 근속연수는 '5~10년 미만'이 45.4% 가장 높게 나타났으며, 이어 '3~5년미만 (20.6%)', '10~15년 미만(19.1%)', '3년 미만(12.8%)' 순으로 나타남

〈그림 4-43〉 콘텐츠 분야 근속연수



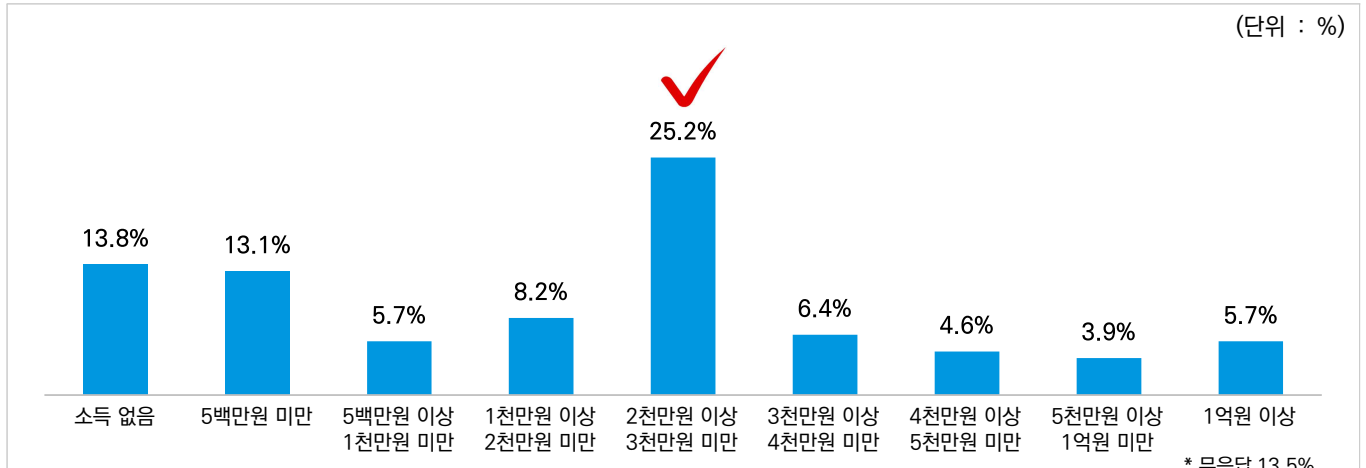
〈표 4-77〉 콘텐츠 분야 근속연수

구 분	전체	3년 미만	3~5년 미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15년 이상	평균	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(년)	
전 체	(282)	12.8	20.6	45.4	19.1	2.1	6.6	
업종	출판	(4)	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0	7.8
	만화	(64)	7.8	17.2	51.6	18.8	4.7	7.5
	음악	(59)	1.7	18.6	47.5	28.8	3.4	7.9
	영화	(47)	12.8	17.0	51.1	19.1	0.0	6.6
	애니메 이션	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	4.5
	캐릭터	(4)	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	4.8
1인 미디어	(102)	22.5	25.5	36.3	14.7	1.0	5.4	

## 5. 연평균 소득

- 개인제작자 대상으로 월평균 소득을 파악한 결과, '2천만원 이상 3천만원 미만'이 25.2%로 가장 비중이 높았고, 이어 '소득없음(13.8%)', '5백만원 미만(13.1%)' 순으로 나타남

〈그림 4-44〉 연평균 소득 - 개인제작자



〈표 4-78〉 연평균 소득 - 개인제작자 ①

구 분	전체	소득 없음		5백만원 미만		5백~1천만원 미만		1천~2천만원 미만		2천~3천만원 미만		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(282)	(39)	13.8	(37)	13.1	(16)	5.7	(23)	8.2	(71)	25.2	
업종	출판	(4)	(0)	0.0	(4)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	만화	(64)	(4)	6.3	(5)	7.8	(2)	3.1	(9)	14.1	(13)	20.3
	음악	(59)	(7)	11.9	(7)	11.9	(2)	3.4	(2)	3.4	(34)	57.6
	영화	(47)	(14)	29.8	(9)	19.1	(9)	19.1	(6)	12.8	(3)	6.4
	애니	(2)	(1)	50.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	캐릭터	(4)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(4)	100.0
1인 미디어	(102)	(13)	12.7	(11)	10.8	(3)	2.9	(6)	5.9	(17)	16.7	

〈표 4-79〉 연평균 소득 - 개인제작자 ②

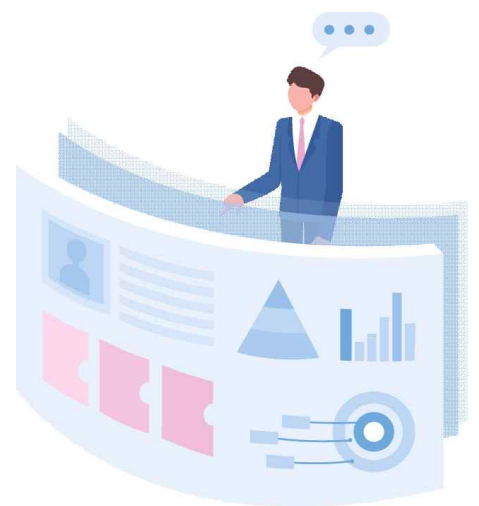
구 분	전체	3천~4천만원 미만		4천~5천만원 미만		5천~1억원 미만		1억원 이상		무응답		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(282)	(18)	6.4	(13)	4.6	(11)	3.9	(16)	5.7	(38)	13.5	
업종	출판	(4)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	만화	(64)	(3)	4.7	(6)	9.4	(10)	15.6	(12)	18.8	(0)	0.0
	음악	(59)	(6)	10.2	(1)	1.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(47)	(1)	2.1	(2)	4.3	(0)	0.0	(3)	6.4	(0)	0.0
	애니	(2)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	캐릭터	(4)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(102)	(8)	7.8	(4)	3.9	(1)	1.0	(1)	1.0	(38)	37.3	



## 제3장

# 조사결과 분석

제3절. 만화산업 조사결과





## 1 만화산업 결과요약

### 1. 결과요약

- 만화산업 사업체 수는 2022년 현재 70개로 전년대비 22.8% 상승한 것으로 나타남
  - 법인(플랫폼, 에이전시) 6개와 만화작가 64명으로 총 70개 조사됨
- 만화산업 총 종사자 수는 2022년 현재 129명으로 전년대비 9.3% 증가한 것으로 나타남
  - 이는 법인(플랫폼, 에이전시) 6개와 개인사업자(만화작가) 64개사에 소속된 종사자 수 합계이며, 부산·경남지역에서 만화가 200명이 활동 중인 것으로 파악됨(출처: 부산경남 만화가 연대)
- 만화산업 총 매출액은 2021년 90.43억원으로 전년대비 11.0% 상승한 것으로 나타남

〈표 4-80〉 만화산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구 분	2020년	2021년	2022년	전년대비 증감률(%)
사업체 수 (개)	49	57	70	22.8
종사자 수 (명)	83	118	129	9.3
매출액 (백만원)	8,149	9,043	-	11.0

- 만화산업은 플랫폼, 에이전시 등 법인사업체 6개(8.6%)와 만화작가 64명(91.4%)로 구성됨
- 만화산업 총 매출액의 52.3%는 법인사업체의 매출액으로 나타남

〈표 4-81〉 만화산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액

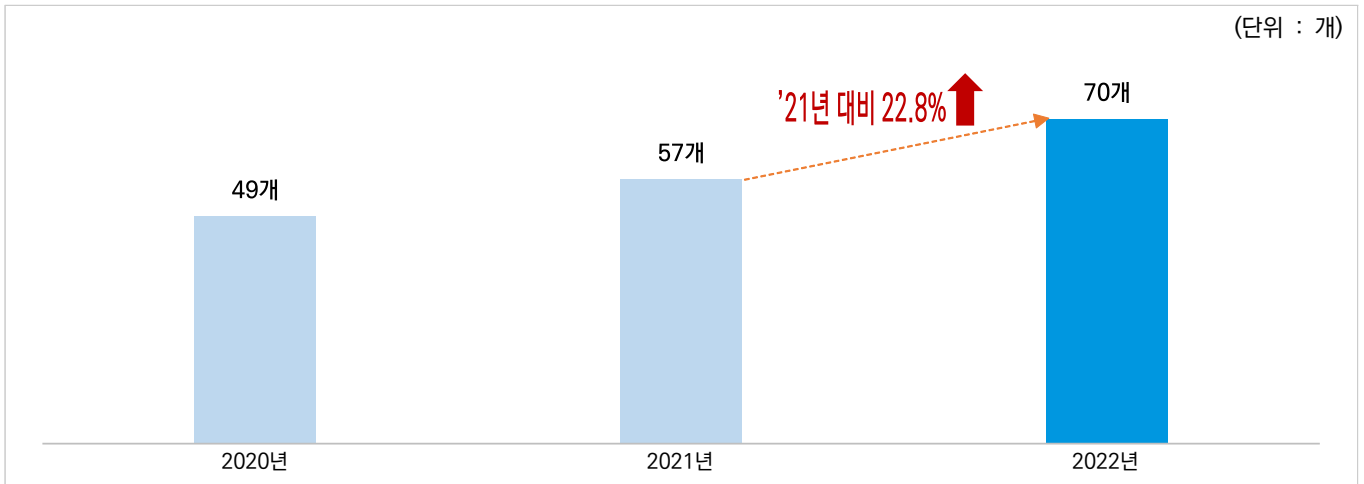
구 분	2022년 사업체 수		2022년 종사자 수		2021년 매출액		
	(개)	전체대비(%)	(명)	전체대비(%)	(백만원)	전체대비(%)	
만화산업	70	100.0	129	100.0	9,043	100.0	
유형	법인사업체	6	8.6	17	13.2	4,733	52.3
	만화작가	64	91.4	112	86.8	4,310	47.7

## 2 만화산업 일반현황

### 1. 사업체 수

- 2022년 부산 만화산업 사업체는 70개로 전년대비 13개, 22.8% 상승한 것으로 나타남

〈그림 4-45〉 만화산업 연도별 사업체 수

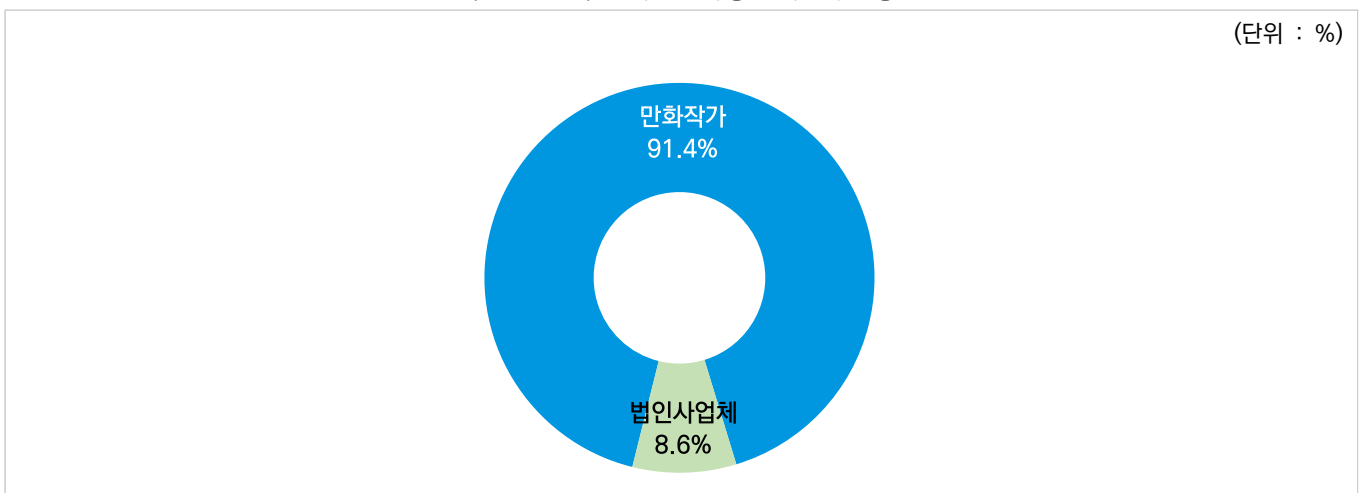


〈표 4-82〉 만화산업 연도별 사업체 수

구 분	2020년 (개)	2021년 (개)	2022년 (개)	전년대비 증감률 (%)
만화산업	49	57	70	22.8

- 2022년 만화산업 사업체 70개 중 6개는 법인사업체, 만화작가는 64명으로 나타남

〈그림 4-46〉 만화산업 유형별 사업체 현황



〈표 4-83〉 만화산업 유형별 사업체 현황

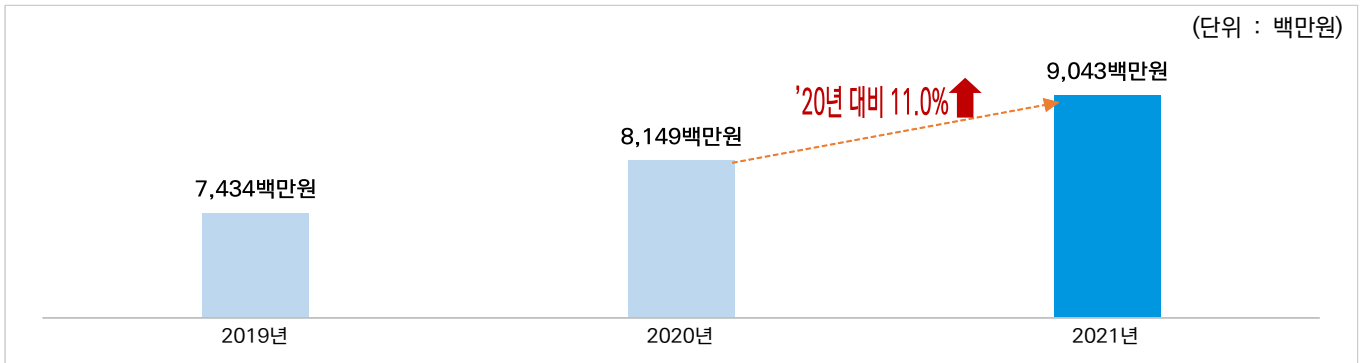
구 분	전체	법인사업체	만화작가
사업체 수 (개)	70	6	64
비중 (%)	100.0	8.6	91.4

### 3 만화산업 매출현황

#### 1. 매출액

○ 2021년 부산 만화산업 총 매출액은 90억 4천3백만 원으로 전년대비 11.0% 증가한 것으로 나타남

〈그림 4-47〉 만화산업 연도별 매출액



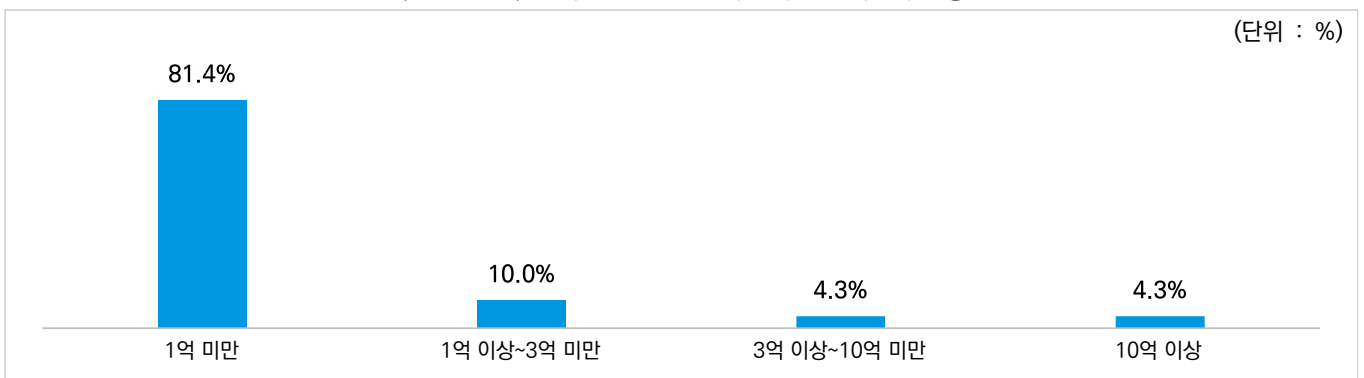
〈표 4-84〉 만화산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구 분	2019년 (백만원)	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	전년대비 증감률 (%)	유형별 비중 (%)
만화산업	7,434	8,149	9,043	11.0	100.0
유형					
법인	2,972	2,645	4,733	78.9	52.3
작가	4,463	5,504	4,310	-21.7	47.7

#### 2. 매출 규모별 사업체 현황

○ 2021년 매출이 '1억 미만'인 만화산업 사업체가 81.4%로 비중이 가장 높게 나타남

〈그림 4-48〉 만화산업 2021년 매출 규모별 사업체 현황



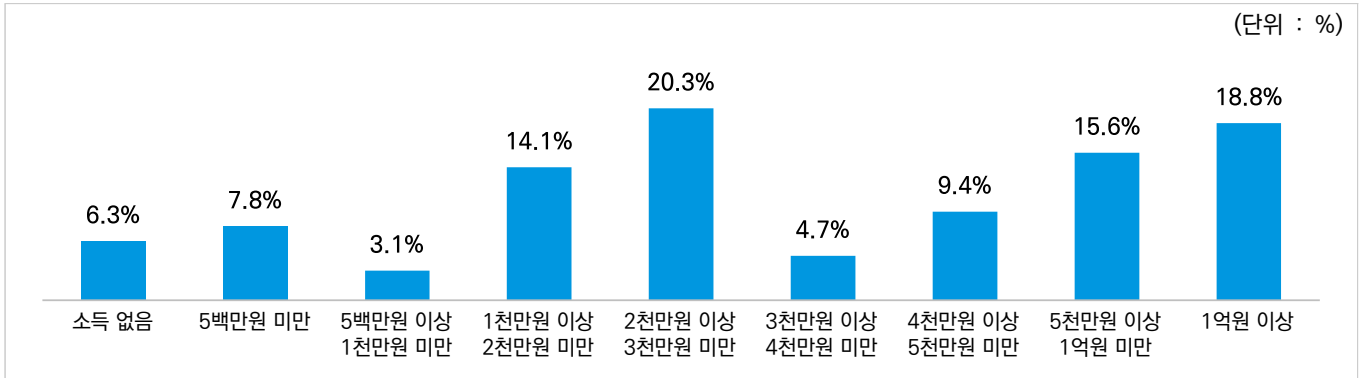
〈표 4-85〉 만화산업 2021년 매출 규모별 사업체 현황

구 분	전체 (개)	1억 미만		1억 이상 3억 미만		3억 이상 10억 미만		10억 이상	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
만화산업	70	57	81.4	7	10.0	3	4.3	3	4.3
유형									
법인	6	4	66.6	0	0.0	1	16.7	1	16.7
작가	64	53	82.8	7	10.9	2	3.1	2	3.1

### 3. 만화작가 연평균 소득

○ 만화작가 월평균 소득은 '2천만원 이상 3천만원 미만'이 20.3%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-49〉 만화작가 연평균 소득



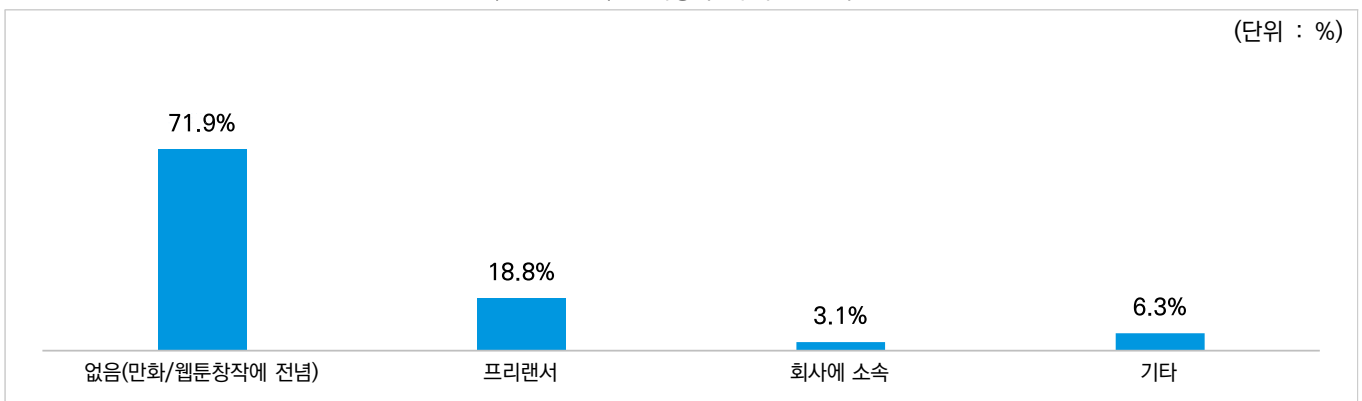
〈표 4-86〉 만화작가 연평균 소득

구 분	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
작가 수 (명)	64	4	5	2	9	13	3	6	10	12
비중 (%)	100	6.3	7.8	3.1	14.1	20.3	4.7	9.4	15.6	18.8

### 4. 만화창작 외 주요 소득원

○ 만화창작 외의 주요 소득원으로는 '없음'이 71.9%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '프리랜서 활동(18.8%)', '기타(6.3%)' 순으로 나타남

〈그림 4-50〉 만화창작 외 주요 소득원



〈표 4-87〉 만화창작 외 주요 소득원

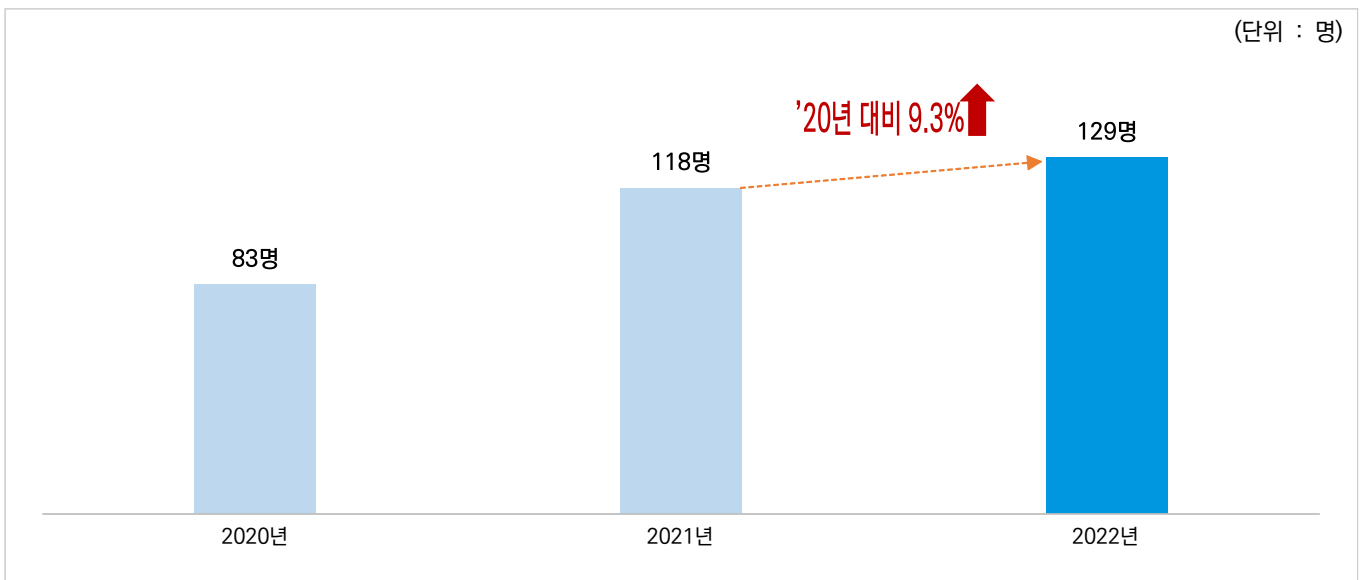
구 분	전체	없음(창작에 전념)	프리랜서	회사에 소속	기타
작가 수 (명)	64	46	12	4	2
비중 (%)	100.0	71.9	18.8	3.1	6.3

## 4 만화산업 종사자현황

### 1. 종사자 수

- 2022년 부산 만화산업 총 종사자 수는 129명으로 전년대비 9.3% 상승한 것으로 나타남
  - 이는 법인(플랫폼, 에이전시) 17개와 개인사업자(만화작가) 112개사에 소속된 종사자 수 합계이며, 부산·경남지역에서 만화가는 약 200명이 활동 중인 것으로 파악됨(출처: 부산경남 만화가 연대)

〈그림 4-51〉 만화산업 연도별 종사자 수



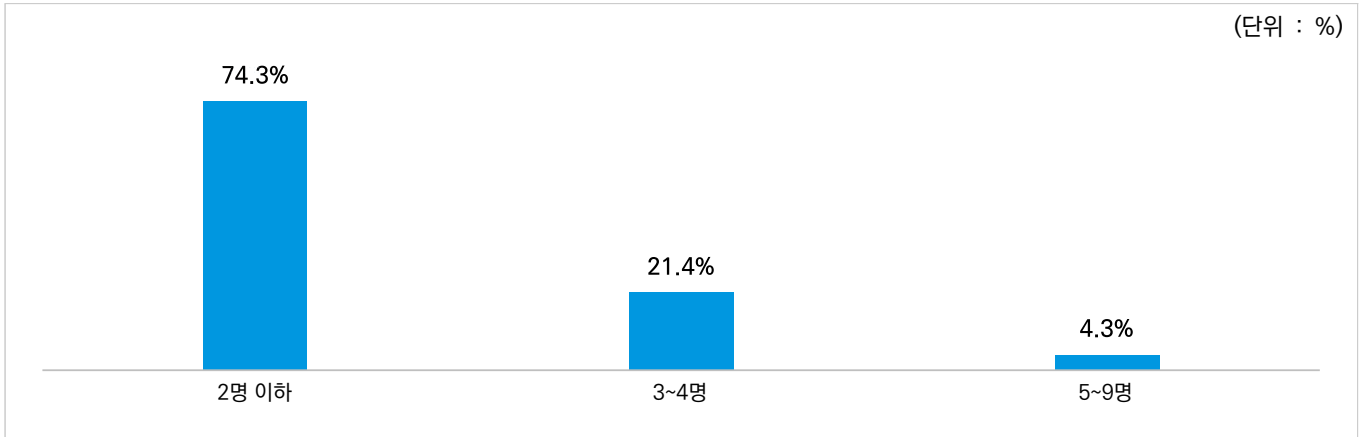
〈표 4-88〉 만화산업 연도별 종사자 수

구 분	연도			전년대비 증감률 (%)	유형별 비중 (%)
	2020년 (명)	2021년 (명)	2022년 (명)		
만화산업	83	118	129	9.3	100.0
유형	법인	15	16	6.3	13.2
	작가	68	102	9.8	86.8

## 2. 종사자 규모별 사업체 현황

○ 2022년 현재 종사자 '2명 이하'인 사업체의 비중이 74.3%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-52〉 만화산업 2022년 종사자 규모별 사업체 현황



〈표 4-89〉 만화산업 2022년 종사자 규모별 사업체 현황

구 분	전체	1~2명		3~4명		5~9명		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
만화산업	70	52	74.3	15	21.4	3	4.3	
유형	법인	6	4	66.6	1	16.7	1	16.7
	작가	64	48	75.0	14	21.9	2	3.1

## 3. 만화작가 보조인력 활용여부

○ '혼자서 작업'하는 경우가 51.6%로 '보조인력을 활용(48.4%)'하는 경우보다 높게 나타남

〈그림 4-53〉 만화작가 보조인력 활용여부



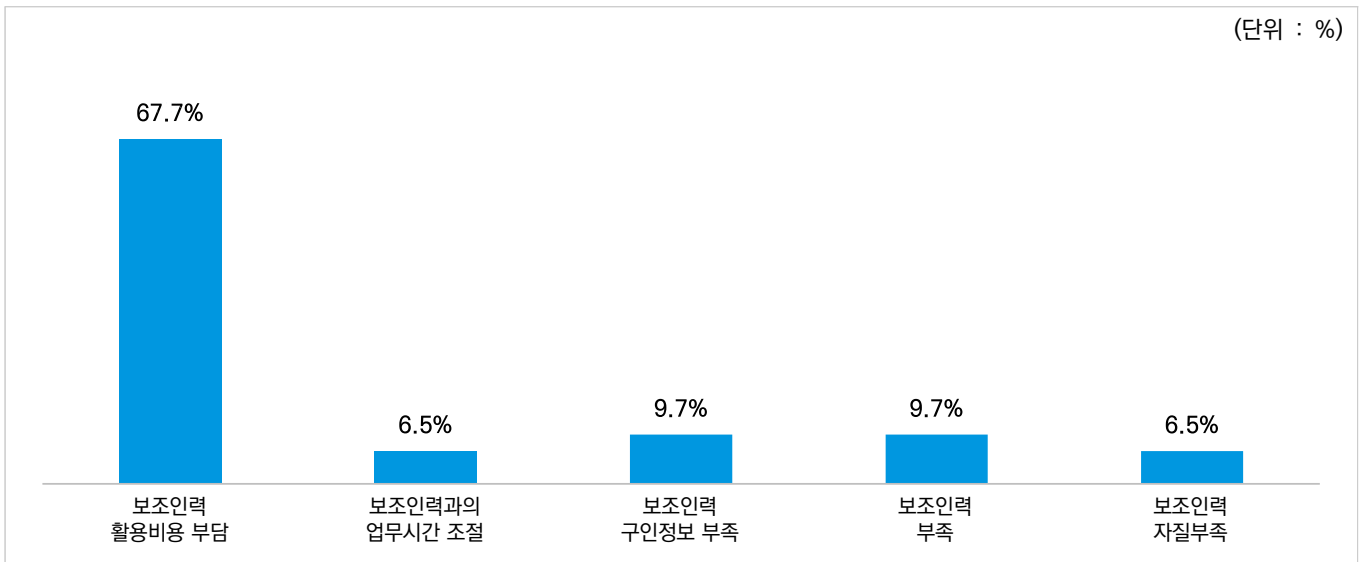
〈표 4-90〉 만화산업 보조인력 활용여부

구 분	전체	혼자서 작업	보조인력(어시스턴트 등)을 이용 수고비 지급
작가 수 (명)	64	33	31
비중 (%)	100.0	51.6	48.4

#### 4. 만화작가 보조인력 활용 관련 애로사항

- 보조인력 활용 관련 애로사항은 ‘보조인력 활용비용 부담’이 67.7%으로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-54〉 만화작가 보조인력 활용 관련 애로사항



〈표 4-91〉 만화산업 보조인력 활용 관련 애로사항

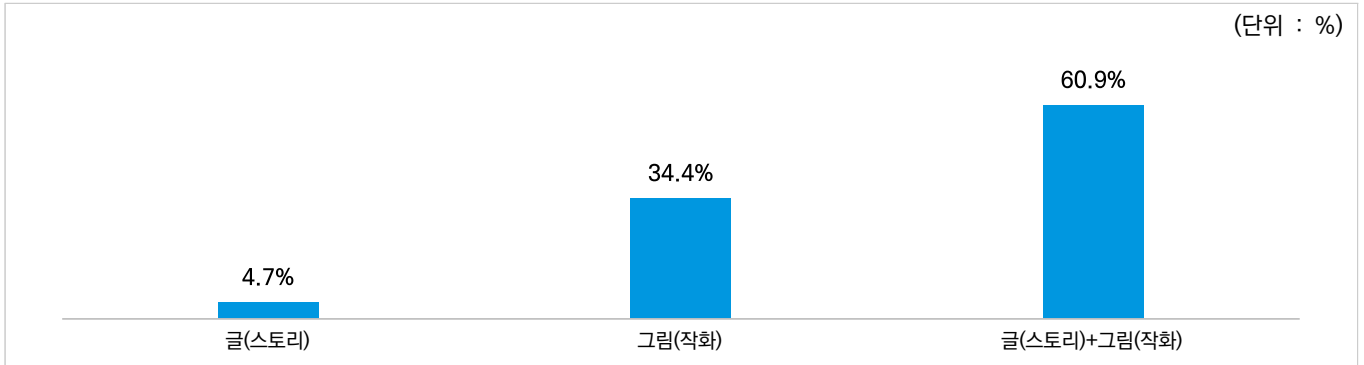
구 분	전체	보조인력 활용비용 부담	보조인력과의 업무시간 조절	보조인력 구인정보 부족	보조인력 부족	보조인력 자질부족	기타
작가 수 (명)	31	21	2	3	3	2	0
비중 (%)	100.0	67.7	6.5	9.7	9.7	6.5	0.0

## 5 만화산업 창작활동

### 1. 창작분야

- 주력 창작활동 분야로는 '글+스토리'가 60.9%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-55〉 만화작가 주력 창작분야



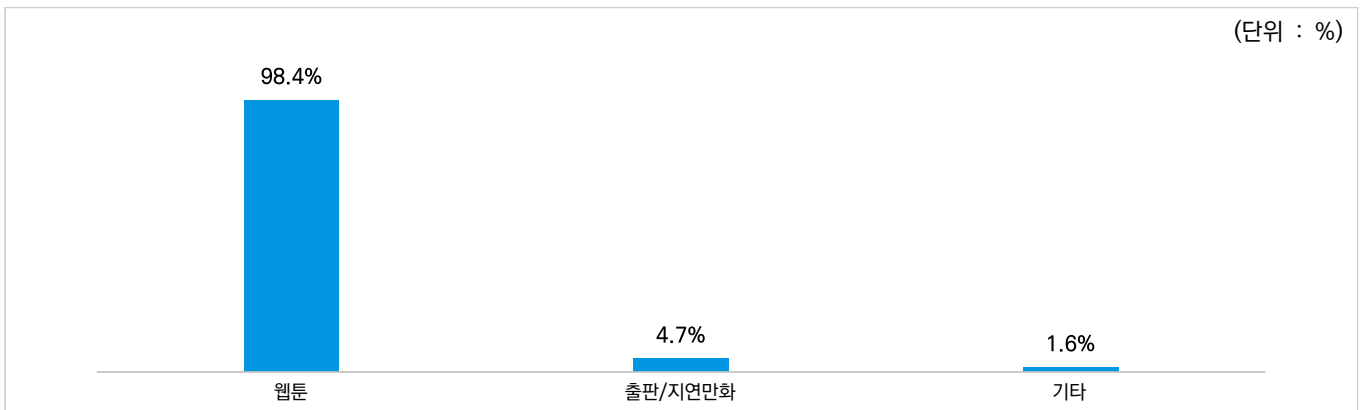
〈표 4-92〉 만화작가 주력 창작분야

구분	전체	글(스토리)	그림(작화)	글(스토리)+그림(작화)
작가 수 (명)	64	3	22	39
비중 (%)	100.0	4.7	34.4	60.9

### 2. 활동분야

- 주요 활동분야는 '웹툰'이 98.4%로 가장 높게 나타났으며 '출판/지연만화(4.7%)', '기타(1.6%)' 순으로 나타남(중복응답)

〈그림 4-56〉 만화작가 주요 활동분야



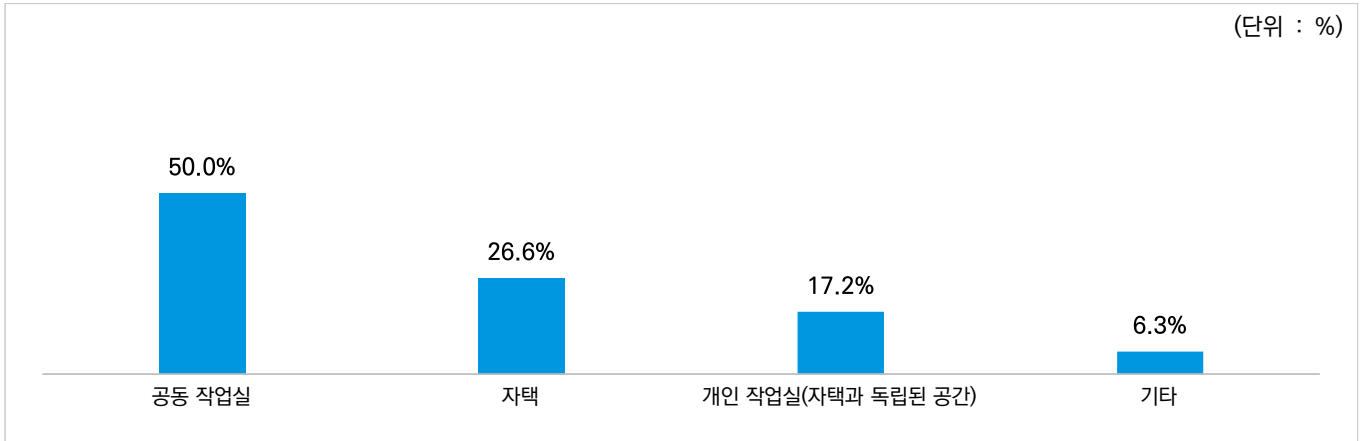
〈표 4-93〉 만화작가 주요 활동분야

구분	전체	웹툰	출판/지연만화	기타
작가 수 (명)	64	63	3	1
비중 (%)	100.0	98.4	4.7	1.6

### 3. 창작공간

- 주로 이용하는 창작공간은 '공동작업실'이 50.0%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-57〉 만화작가 창작공간



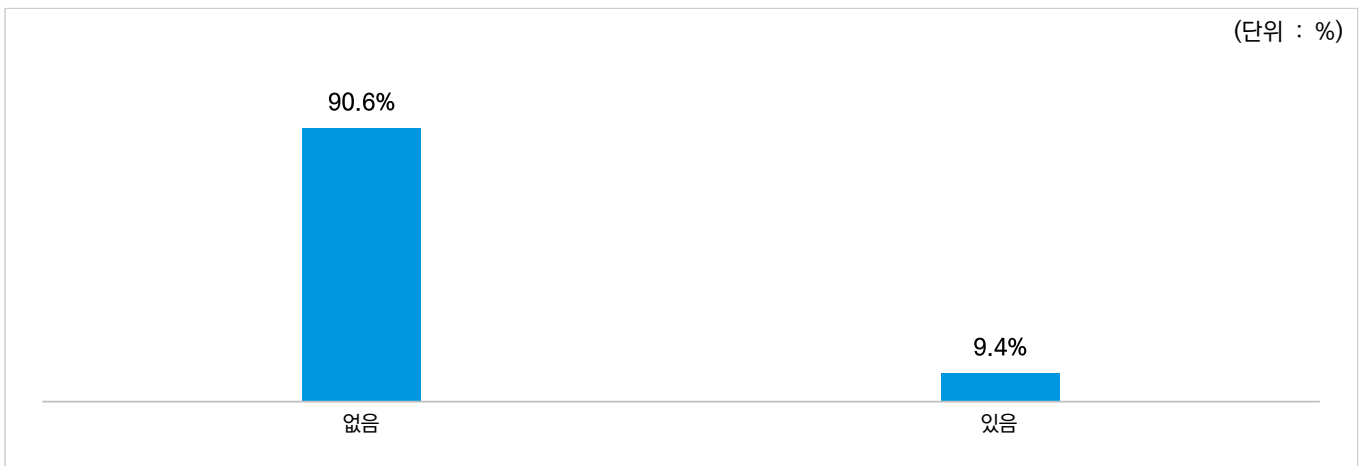
〈표 4-94〉 만화작가 창작공간

구 분	전체	공동 작업실	자택	개인 작업실	기타
작가 수 (명)	64	32	17	11	4
비중 (%)	100.0	50.2	26.6	17.7	6.3

### 4. 부산/경남지역 거주로 인한 불편

- 부산/경남지역 거주로 인한 불편함을 느낀 경우는 9.4%로 나타남

〈그림 4-58〉 만화작가 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부



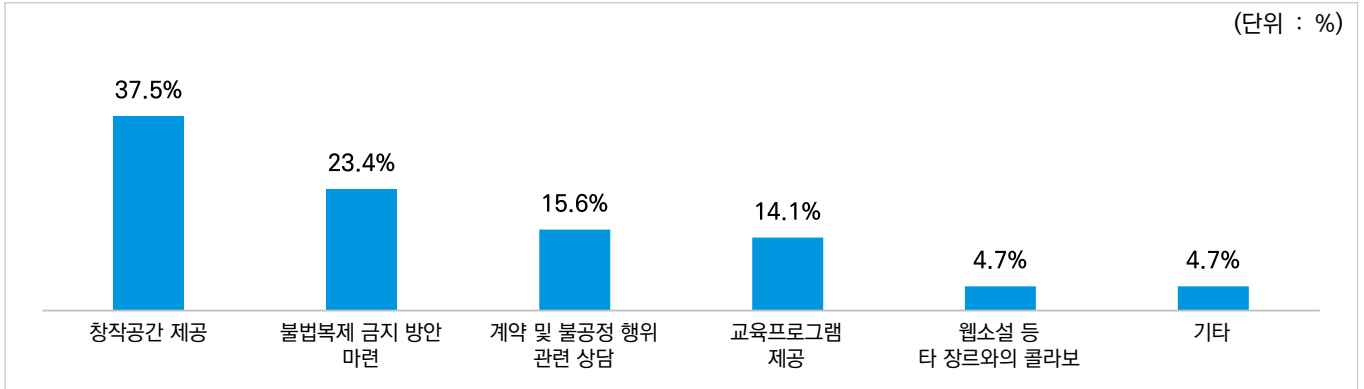
〈표 4-95〉 만화작가 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부

구 분	전체	없음	있음
작가 수 (명)	64	58	6
비중 (%)	100.0	90.6	9.4

## 5. 지역거주 만화작가 지원사업

- 지역거주 만화작가를 위해 가장 필요한 지원사업으로는 ‘창작공간 제공’이 37.5%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-59〉 지역거주 만화작가 지원사업



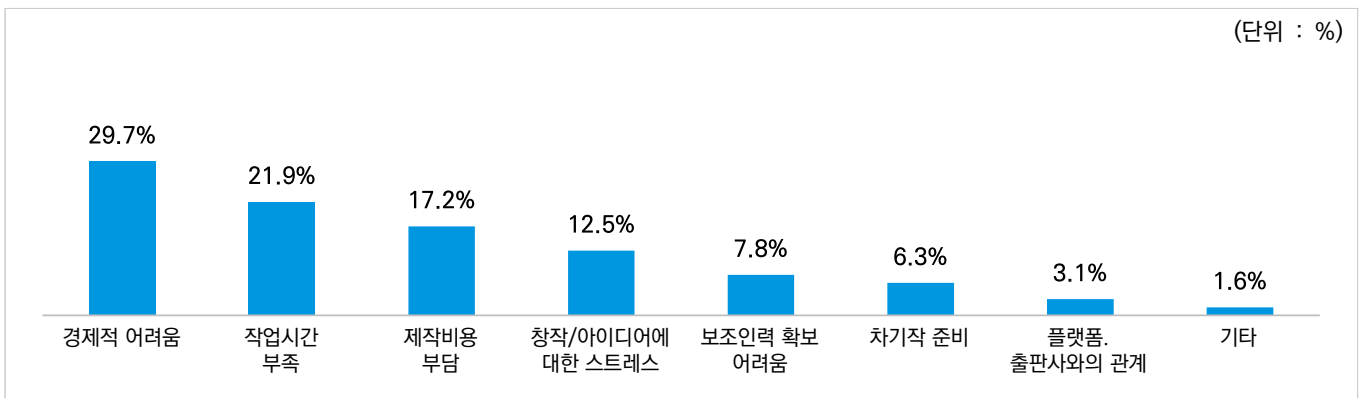
〈표 4-96〉 지역거주 만화작가 지원사업

구분	전체	창작공간 제공	불법복제 금지 방안 마련	계약 및 불공정 행위 관련 상담	교육프로그램 제공	웹소설 등 타 장르와의 콜라보	기타
작가 수 (명)	64	24	15	10	9	3	3
비중 (%)	100.0	37.5	23.4	15.6	14.1	4.7	4.7

## 6. 만화창작 관련 애로사항

- 만화창작 관련 애로사항으로는 ‘경제적 어려움’이 29.7%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-60〉 만화창작 관련 애로사항



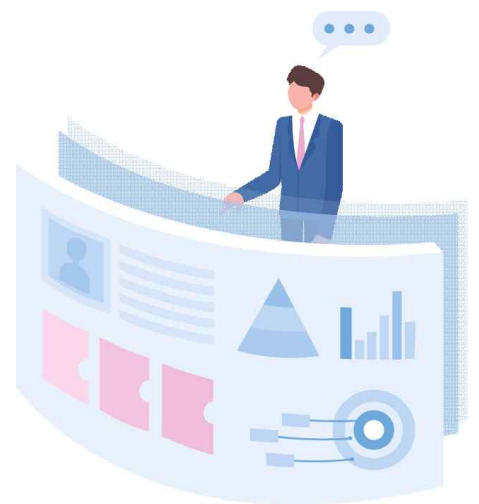
〈표 4-97〉 만화창작 관련 애로사항

구분	전체	경제적 어려움	작업시간 부족	제작비용 부담	창작 스트레스	보조인력 확보 어려움	차기작 준비	플랫폼과의 관계	기타
작가 수 (명)	64	19	14	11	8	5	4	2	1
비중 (%)	100.0	29.7	21.9	17.2	12.5	7.8	6.3	3.1	1.6

## 제3장

# 조사결과 분석

## 제4절. 게임산업 조사결과





## 1 게임산업 결과요약

### 1. 결과요약

- 게임산업 사업체 수는 2022년 현재 139개로 전년대비 6.1% 증가한 것으로 나타남
- 게임산업 총 종사자 수는 2022년 현재 1,466명으로 전년대비 0.9% 증가한 것으로 나타남
- 게임산업 총 매출액은 2021년 1,577억원으로 전년대비 10.3% 증가한 것으로 나타남

〈표 4-98〉 게임산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구 분	2020년	2021년	2022년	전년대비 증감률(%)
사업체 수 (개)	127	131	139	6.1
종사자 수 (명)	1,330	1,453	1,466	0.9
매출액 (백만원)	142,884	157,652	-	10.3

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

〈표 4-99〉 게임산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액

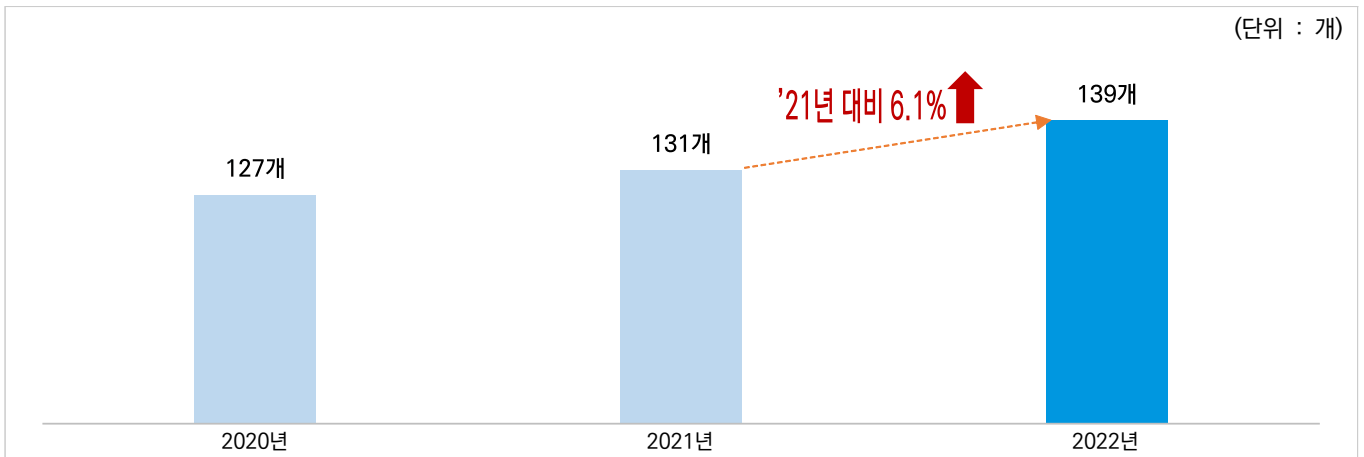
구 분	2022년 사업체 수		2022년 종사자 수		2021년 매출액		
	(개)	전체대비(%)	(명)	전체대비(%)	(백만원)	전체대비(%)	
게임산업	139	100.0	1,466	100.0	157,652	100.0	
주요 분야	온라인/PC게임	22	15.8	540	36.8	79,575	50.5
	모바일 게임	102	73.4	853	58.2	75,026	47.6
	비디오/콘솔 게임	7	5.0	40	2.7	838	0.5
	XR 게임	5	3.6	27	1.8	1,768	1.1
	기타	3	2.2	6	0.4	445	0.3

## 2 게임산업 일반현황

### 1. 사업체 수

- 2022년 부산 게임산업 사업체는 139개로 전년대비 8개, 6.1% 증가한 것으로 나타남

〈그림 4-61〉 게임산업 연도별 사업체 수

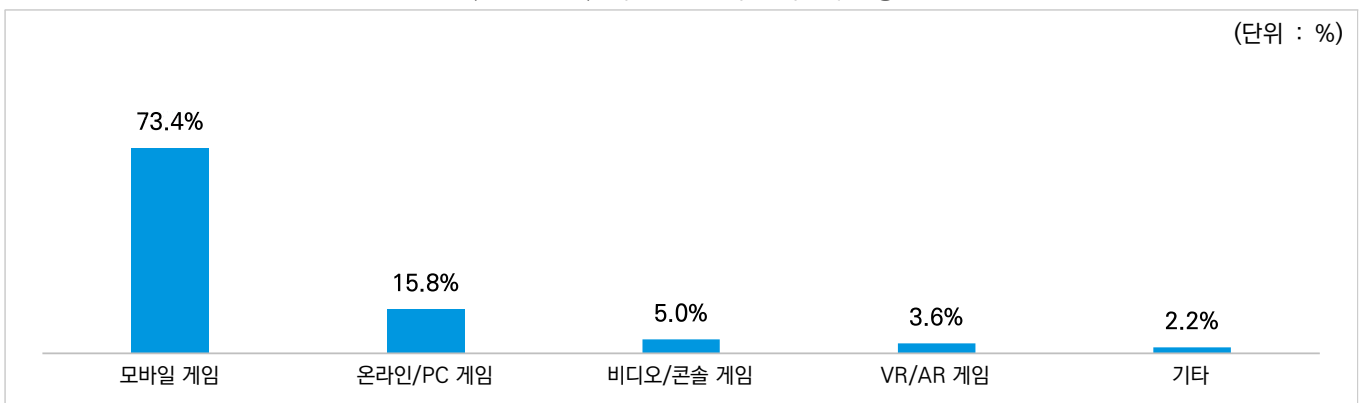


〈표 4-100〉 게임산업 연도별 사업체 수

구 분	2020년 (개)	2021년 (개)	2022년 (개)	전년대비 증감률 (%)
게임산업	127	131	139	6.1

- 주요 분야별로는 '모바일 게임'이 102개(73.4%)로 가장 많고, 그 다음으로 '온라인/PC 게임(22개, 15.8%)', 'XR 게임(7개, 5.0%) 순으로 나타남

〈그림 4-62〉 게임산업 분야별 사업체 현황



〈표 4-101〉 게임산업 분야별 사업체 현황

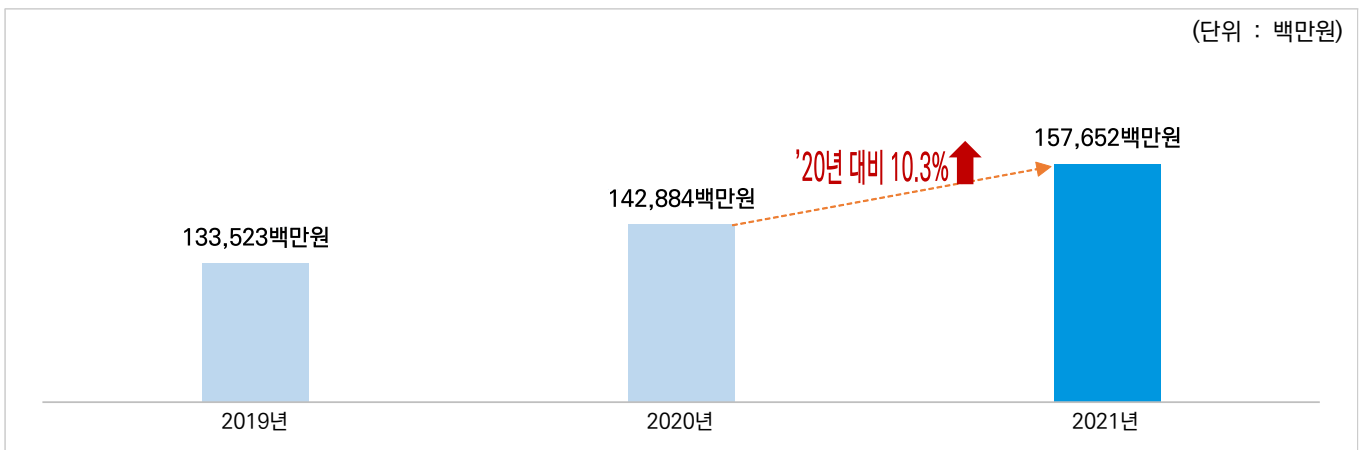
구 분	전체	모바일 게임	온라인/PC 게임	XR 게임	비디오/콘솔 게임	기타
사업체 수 (개)	139	102	22	7	5	3
비중 (%)	100.0	73.4	15.8	5.0	3.6	2.2

### 3 게임산업 매출현황

#### 1. 매출액

- 2021년 부산 게임산업 총 매출액은 1,577억 원으로 전년대비 10.3% 증가한 것으로 나타남
  - 주요 분야별로는 '온라인/pc게임(50.5%)', '모바일게임(47.6%)', 'XR게임(1.1%)' 순으로 전체 대비 비중이 높게 나타남

〈그림 4-63〉 게임산업 연도별 매출액



〈표 4-102〉 게임산업 연도별 매출액

구 분	2019년 (백만원)	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	전년대비 증감률 (%)
게임산업	133,523	142,884	157,652	10.3

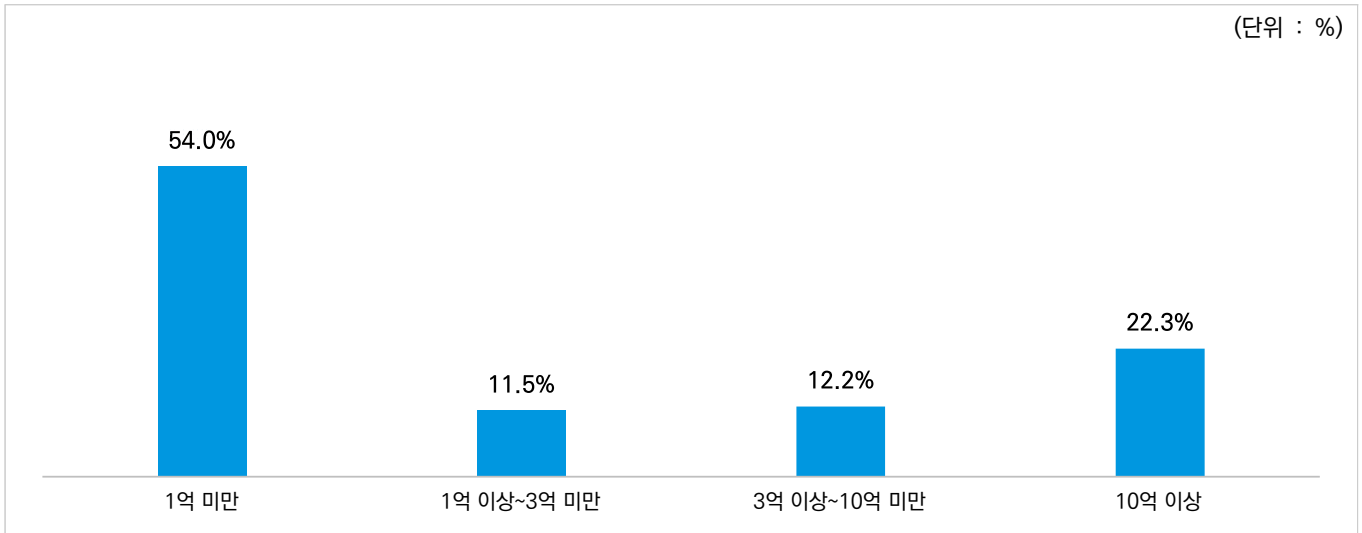
〈표 4-103〉 게임산업 분야별 매출액

구 분	전체	온라인/PC 게임	모바일 게임	비디오/콘솔 게임	XR 게임	기타
매출액 (백만원)	157,652	79,575	75,026	838	1,768	445
비중 (%)	100.0	50.5	47.6	0.5	1.1	0.3

## 2. 매출 규모별 사업체 현황

○ 2021년 매출이 '1억원 미만'인 게임산업 사업체가 54.0%로 비중이 가장 높게 나타남

〈그림 4-64〉 게임산업 2021년 매출 규모별 사업체 현황



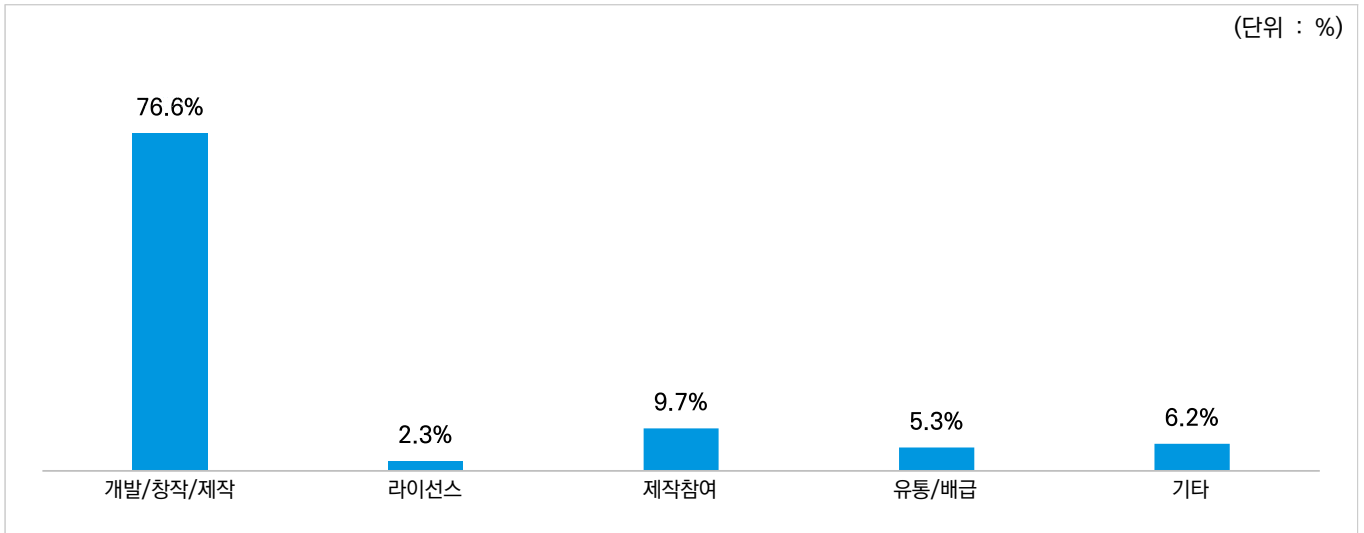
〈표 4-104〉 게임산업 2021년 매출 규모별 사업체 현황

구 분	전체	1억 미만	1억 이상 3억 미만	3억 이상 10억 미만	10억 이상	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	139	54.0	11.5	12.2	22.3	
주요 분야	온라인	22	37.5	8.3	20.8	33.3
	모바일	102	59.4	10.4	8.5	21.7
	비디오	7	50.0	33.3	16.7	0.0
	XR 게임	5	50.0	16.7	16.7	16.7
	기타	3	0.0	0.0	33.3	66.7

### 3. 유형별 매출 비중

○ 유형별 매출 비중은 ‘개발/제작’이 76.6%로 다른 유형에 비해 비중이 매우 높게 나타남

〈그림 4-65〉 게임산업 유형별 매출 비중



〈표 4-105〉 게임산업 유형별 매출 비중

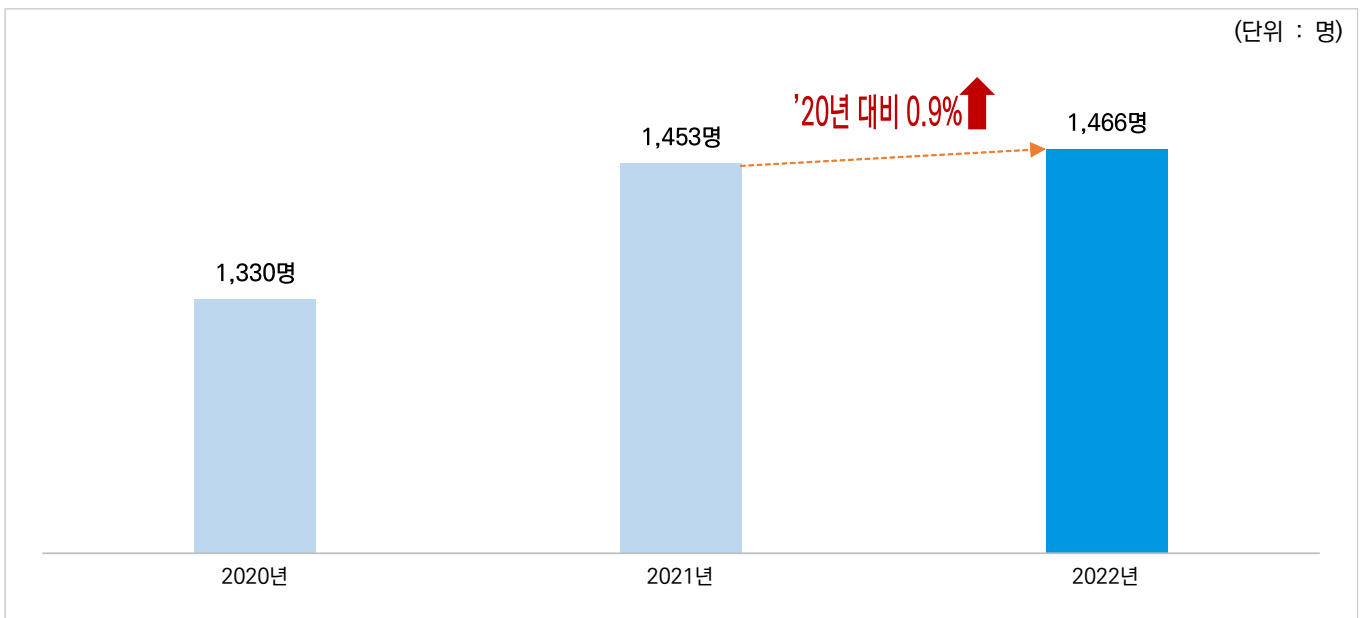
구 분	전체	개별/제작	라이선스	제작참여	유통/배급	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(개)	
게임산업	139	76.5	2.2	9.6	5.3	6.1	
주요 분야	온라인/PC 게임	22	87.9	0.0	8.9	0.0	3.1
	모바일 게임	102	74.9	2.9	9.6	6.2	6.2
	비디오/콘솔 게임	7	93.3	0.0	5.0	0.0	1.6
	VR/AR 게임	5	61.6	0.0	23.4	0.0	15.0
	기타	3	66.6	0.0	0.0	26.6	6.7

## 4 게임산업 종사자현황

### 1. 종사자 수

- 2022년 부산 게임산업 총 종사자 수는 1,466명으로 전년대비 0.9% 증가한 것으로 나타남
- 주요 분야별로는 ‘모바일 게임(58.2%)’, ‘온라인/pc 게임(36.8%)’, ‘비디오/콘솔 게임(2.7%)’ 순으로 전체 대비 비중이 높게 나타남

〈그림 4-66〉 게임산업 연도별 종사자 수



〈표 4-106〉 게임산업 연도별 종사자 수

구 분	2020년 (명)	2021년 (명)	2022년 (명)	전년대비 증감률 (%)
게임산업	1,330	1,453	1,466	0.9

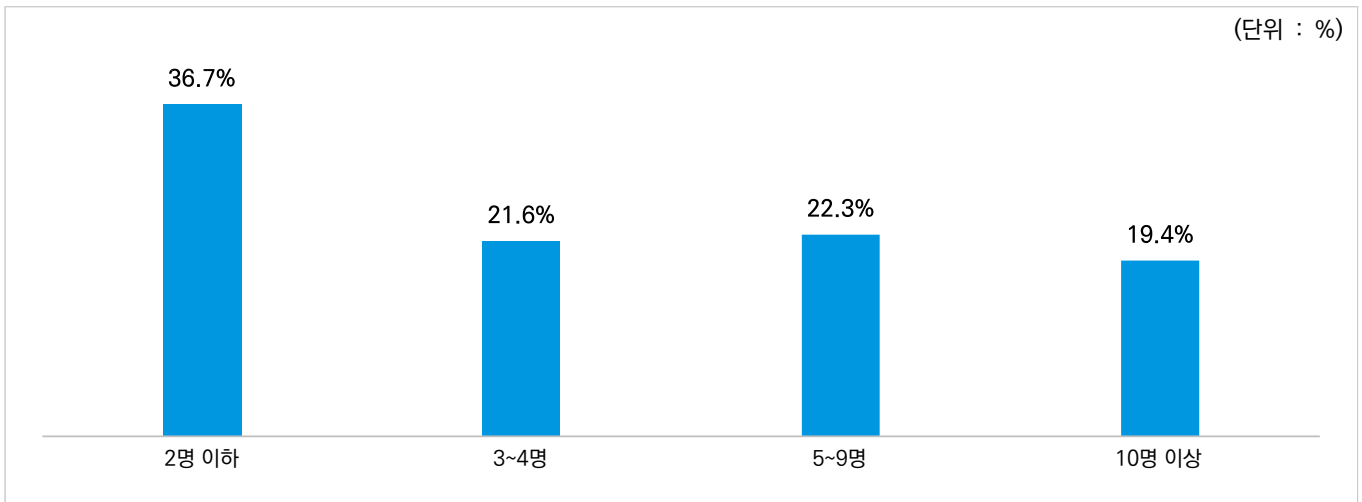
〈표 4-107〉 게임산업 분야별 종사자 수

구 분	전체	온라인/PC 게임	모바일 게임	비디오/콘솔 게임	XR 게임	기타
종사자 수 (명)	1,466	540	853	40	27	6
비중 (%)	100.0	36.8	58.2	2.7	1.8	0.4

## 2. 종사자 규모별 사업체 현황

- 2022년 현재 종사자 '2명 이하'인 게임사업체의 비중이 36.7%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-67〉 게임산업 2022년 종사자 규모별 사업체 현황



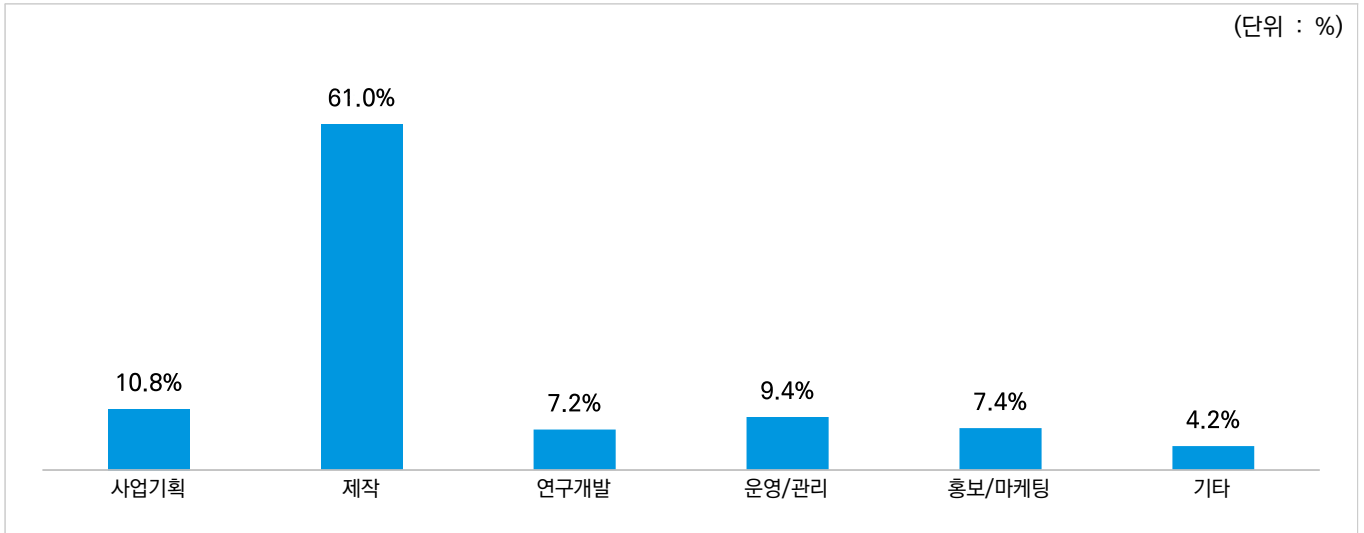
〈표 4-108〉 게임산업 2022년 종사자 규모별 사업체 현황

구 분	전체	2명 이하	3~4명	5~9명	10명 이상	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	139	36.7	21.6	22.3	19.4	
주요 분야	온라인	22	29.2	16.7	25.0	29.2
	모바일	102	38.7	24.5	19.8	17.0
	비디오	7	33.3	16.7	16.7	33.3
	XR	5	16.7	16.7	66.7	0.0
	기타	3	66.7	33.3	0.0	0.0

### 3. 직무별 종사자 비중

- 직무별 종사자 비중은 '제작'이 61.0%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '사업기획(10.8%)', '운영/관리(9.4%)' 순으로 나타남

〈그림 4-68〉 게임산업 직무별 종사자 비중



〈표 4-109〉 게임산업 직무별 종사자 비중

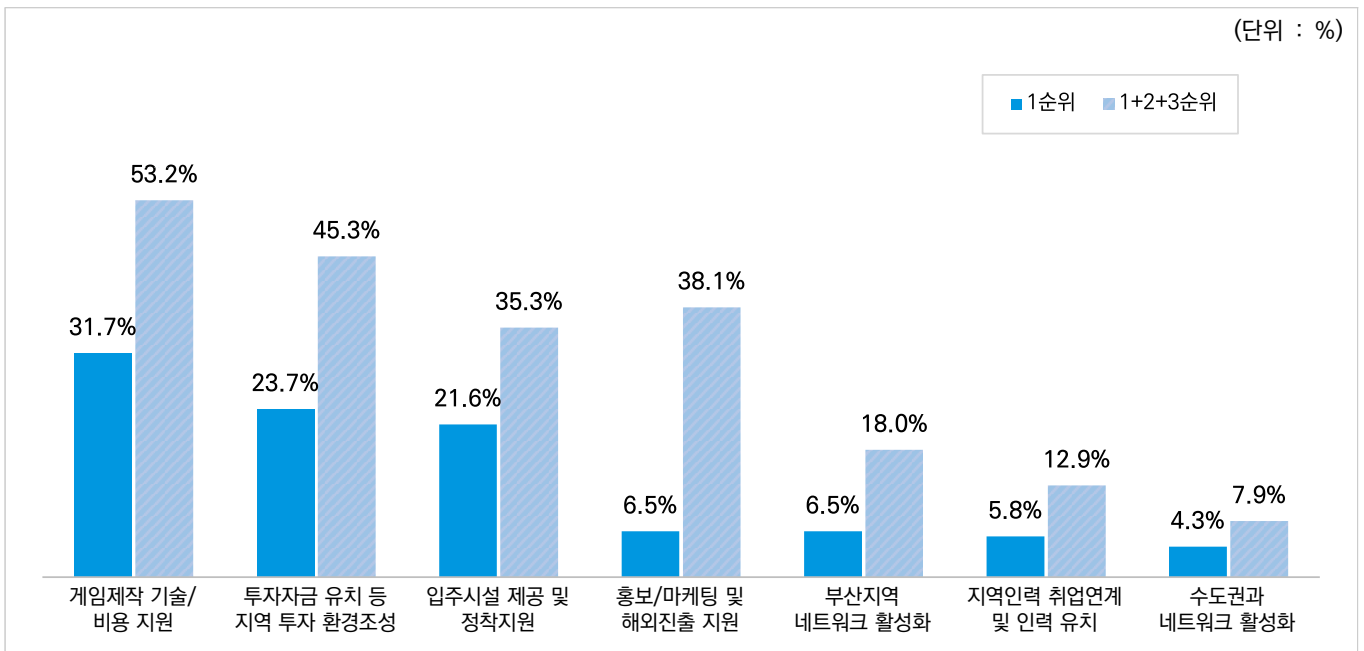
구 분	전체	사업기획	제작	연구/개발	운영/관리	홍보/마케팅	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	139	10.8	61.0	7.2	9.4	7.4	4.2	
주요 분야	온라인	22	10.4	67.8	6.3	6.9	6.0	2.7
	모바일	102	11.4	54.9	7.7	11.3	8.9	5.8
	비디오	7	12.3	76.3	3.3	5.7	1.5	0.8
	XR	5	5.0	73.3	10.0	10.0	1.7	0.0
	기타	3	6.7	80.0	0.0	6.7	6.7	0.0

## 5 게임산업 환경

### 1. 부산지역 게임사업체 필요 지원사업

- 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 1순위는 ‘게임제작 기술/비용 지원’이 31.7%로 가장 높음
- 필요 지원사업 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우 또한 ‘게임제작 기술/비용 지원(46.0%, 53.2%)’이 가장 높게 나타남

〈그림 4-69〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1순위



〈표 4-110〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1순위

구 분	전체	게임제작 기술/비용 지원	투자자금 유치 등 지역 투자 환경조성	입주시설 제공 및 정착지원	홍보/마케팅 및 해외진출 지원	부산지역 네트워크 활성화	지역인력 취업연계 및 인력 유치	수도권과 네트워크 활성화
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업	139	31.7	23.7	21.6	6.5	6.5	5.8	4.3
주요 분야	온라인	22	50.0	20.8	29.2	0.0	0.0	0.0
	모바일	102	25.5	24.5	19.8	8.5	8.5	7.5
	비디오	7	66.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0
	XR	5	50.0	16.7	33.3	0.0	0.0	0.0
	기타	3	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0

〈표 4-111〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2순위

구 분	전체	게임제작 기술/비용 지원	투자자금 유치 등 지역 투자 환경조성	입주시설 제공 및 정착지원	홍보/마케팅 및 해외진출 지원	부산지역 네트워크 활성화	지역인력 취업연계 및 인력 유치	수도권과 네트워크 활성화
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업	139	46.0	37.4	28.8	24.5	8.6	7.9	4.3
주요 분야	온라인	22	75.0	45.8	45.8	29.2	4.2	0.0
	모바일	102	34.9	37.7	22.6	24.5	8.5	10.4
	비디오	7	100.0	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0
	XR	5	83.3	16.7	50.0	16.7	33.3	0.0
	기타	3	66.7	66.7	33.3	33.3	0.0	0.0

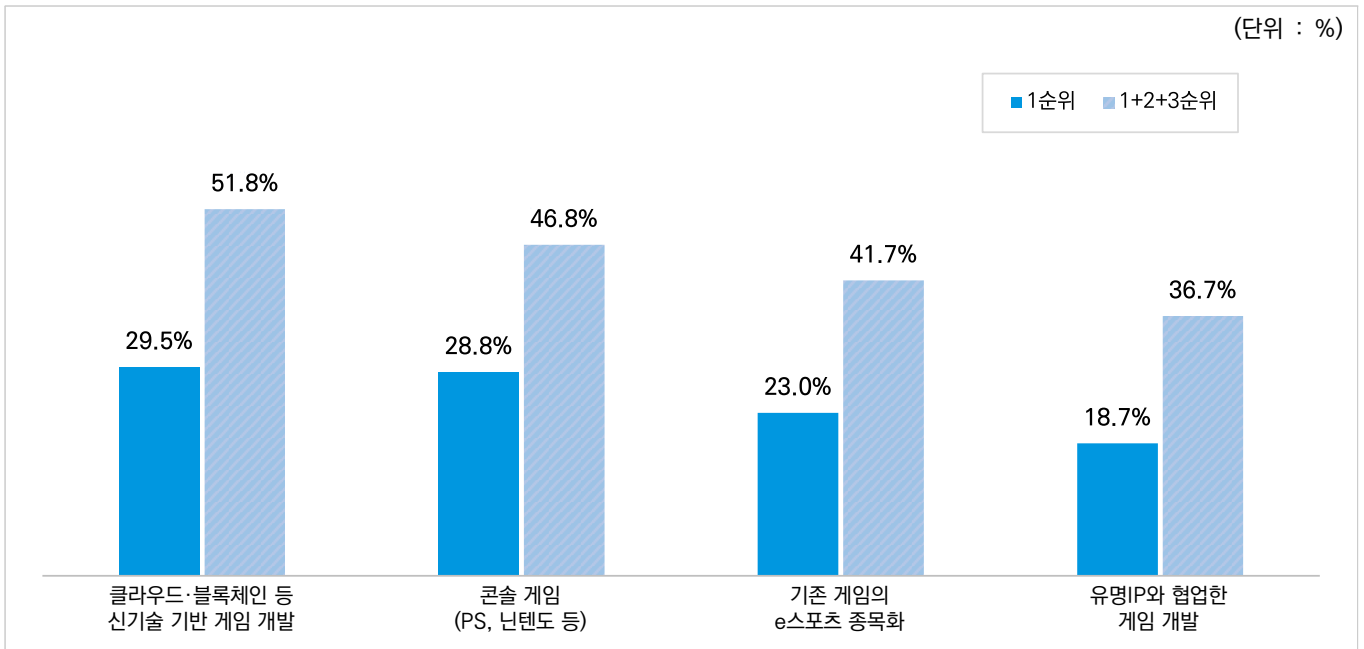
〈표 4-112〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2+3순위

구 분	전체	게임제작 기술/비용 지원	투자자금 유치 등 지역 투자 환경조성	입주시설 제공 및 정착지원	홍보/마케팅 및 해외진출 지원	부산지역 네트워크 활성화	지역인력 취업연계 및 인력 유치	수도권과 네트워크 활성화
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업	139	53.2	45.3	38.1	35.3	18.0	12.9	7.9
주요 분야	온라인	22	87.5	62.5	58.3	50.0	25.0	16.7
	모바일	102	41.5	42.5	34.9	27.4	18.9	10.4
	비디오	7	100.0	83.3	16.7	50.0	16.7	16.7
	XR	5	83.3	16.7	33.3	83.3	16.7	33.3
	기타	3	66.7	66.7	100.0	33.3	0.0	0.0

## 2. 도전하고자 하는 분야

- 도전하고자 하는 게임 분야 1순위는 ‘신기술 기반 게임 개발’이 29.5%로 가장 비중이 높게 나타남
- 도전하고자 하는 게임 분야 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우에도 ‘신기술 기반 게임 개발 (46.8%, 51.8%)’이 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-70〉 도전하고자 하는 분야 - 1순위



〈표 4-113〉 도전하고자 하는 분야 - 1순위

구 분	전체	클라우드·블록체인 등 신기술 기반 게임 개발	콘솔 게임(PS, 닌텐도 등)	기존 게임의 e스포츠 종목화	유명IP와 협업한 게임 개발	
		(개)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업	139	29.5	28.8	23.0	18.7	
주요 분야	온라인	22	33.3	25.0	29.2	12.5
	모바일	102	32.1	26.4	23.6	17.9
	비디오	7	16.7	50.0	0.0	33.3
	XR	5	0.0	50.0	33.3	16.7
	기타	3	33.3	0.0	33.3	33.3

〈표 4-114〉 도전하고자 하는 분야 - 1+2순위

구 분	전체	클라우드·블록체인 등 신기술 기반 게임 개발	기존 게임의 e스포츠 종목화	유명IP와 협업한 게임 개발	콘솔 게임 (PS, 닌텐도 등)	
		(개)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업	139	46.8	34.5	35.3	33.8	
주요 분야	온라인	22	62.5	41.7	45.8	41.7
	모바일	102	46.2	34.9	29.2	28.3
	비디오	7	50.0	16.7	66.7	50.0
	XR	5	16.7	66.7	33.3	50.0
	기타	3	66.7	66.7	33.3	33.3

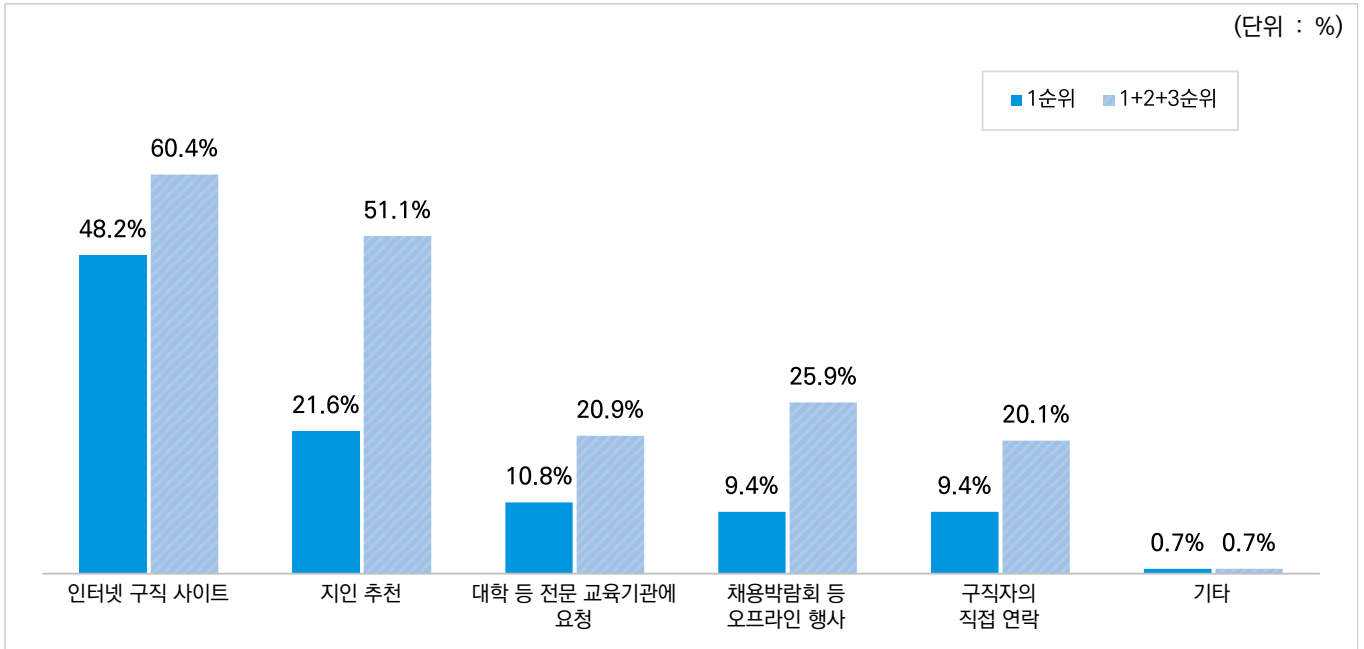
〈표 4-115〉 도전하고자 하는 분야 - 1+2+3순위

구 분	전체	클라우드·블록체인 등 신기술 기반 게임 개발	유명IP와 협업한 게임 개발	기존 게임의 e스포츠 종목화	콘솔 게임(PS, 닌텐도 등)	
		(개)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업	139	51.8	46.8	41.7	36.7	
주요 분야	온라인	22	66.7	58.3	58.3	50.0
	모바일	102	50.9	39.6	39.6	29.2
	비디오	7	66.7	66.7	33.3	66.7
	XR	5	16.7	66.7	66.7	66.7
	기타	3	66.7	33.3	66.7	33.3

### 3. 인력수급 경로(매체)

- 인력수급 경로(매체) 1순위는 ‘인터넷 구인 사이트’가 48.2%로 가장 비중이 높게 나타남
- 인력수급 경로(매체) 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우 또한 ‘인터넷 구인 사이트(53.2%, 60.4%)’ 가 가장 높게 나타남

〈그림 4-71〉 인력수급 경로(매체) - 1순위



〈표 4-116〉 인력수급 경로(매체) - 1순위

구 분	전체	인터넷 구직 사이트	지인 추천	대학 등 전문 교육기관에 요청	채용박람회 등 오프라인 행사	구직자의 직접 연락	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	139	48.2	21.6	10.8	9.4	9.4	
주요 분야	온라인	22	70.8	29.2	0.0	0.0	0.0
	모바일	102	43.4	18.9	14.2	11.3	12.3
	비디오	7	50.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	XR	5	50.0	33.3	0.0	16.7	0.0
	기타	3	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0

〈표 4-117〉 인력수급 경로(매체) - 1+2순위

구 분	전체	인터넷 구직 사이트	지인 추천	채용박람회 등 오프라인 행사	대학 등 전문 교육기관에 요청	구직자의 직접 연락	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	139	53.2	48.2	15.8	16.5	11.5	0.7	
주요 분야	온라인	22	79.2	62.5	16.7	8.3	8.3	0.0
	모바일	102	48.1	42.5	16.0	17.0	13.2	0.0
	비디오	7	50.0	100.0	16.7	0.0	0.0	16.7
	XR	5	50.0	50.0	33.3	50.0	0.0	0.0
	기타	3	100.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0

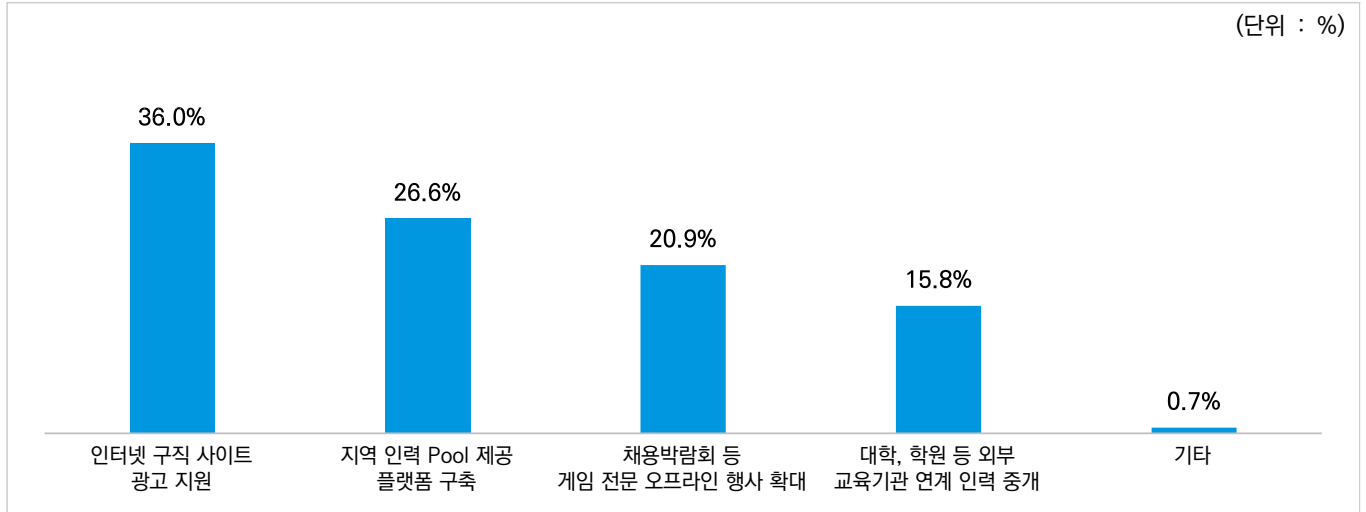
〈표 4-118〉 인력수급 경로(매체) - 1+2+3순위

구 분	전체	인터넷 구직 사이트	지인 추천	채용박람회 등 오프라인 행사	대학 등 전문 교육기관에 요청	구직자의 직접 연락	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	139	60.4	51.1	25.9	20.9	20.1	0.7	
주요 분야	온라인	22	91.7	66.7	29.2	16.7	20.8	0.0
	모바일	102	53.8	44.3	25.5	19.8	20.8	0.0
	비디오	7	66.7	100.0	16.7	33.3	0.0	16.7
	XR	5	66.7	83.3	33.3	50.0	16.7	0.0
	기타	3	100.0	33.3	100.0	0.0	0.0	0.0

## 4. 인력수급을 위한 필요 지원사업

- 인력수급을 위한 필요 지원사업 1순위는 '인터넷 구직 사이트 광고 지원'이 36.0%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-72〉 인력수급을 위한 필요 지원사업



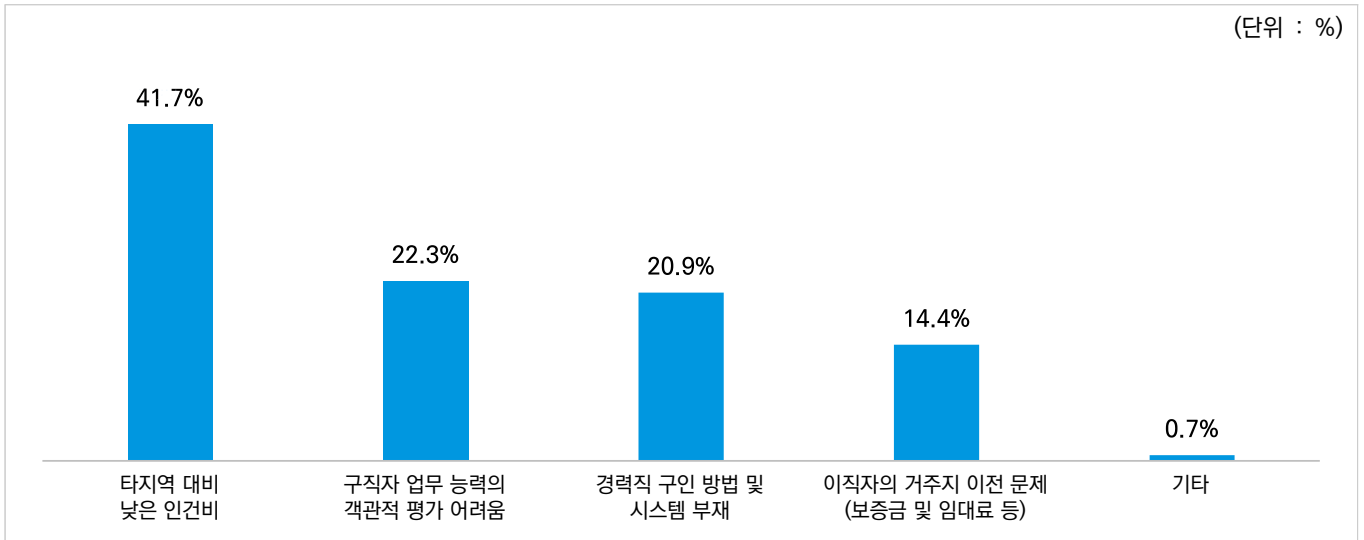
〈표 4-119〉 인력수급을 위한 필요 지원사업

구 분	전체	인터넷 구직 사이트 광고 지원	지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축	채용박람회 등 게임 전문 오프라인 행사 확대	대학, 학원 등 외부 교육기관 연계 인력 중개	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	139	36.0	26.6	20.9	15.8	0.7	
주요 분야	온라인	22	41.7	25.0	25.0	8.3	0.0
	모바일	102	36.8	28.3	17.9	17.0	0.0
	비디오	7	16.7	33.3	33.3	16.7	0.0
	XR	5	16.7	0.0	50.0	16.7	16.7
	기타	3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0

## 5. 인력수급 시 어려움

○ 인력수급 시 어려움 1순위는 '타지역 대비 낮은 인건비'가 41.7%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-73〉 인력수급 시 어려움



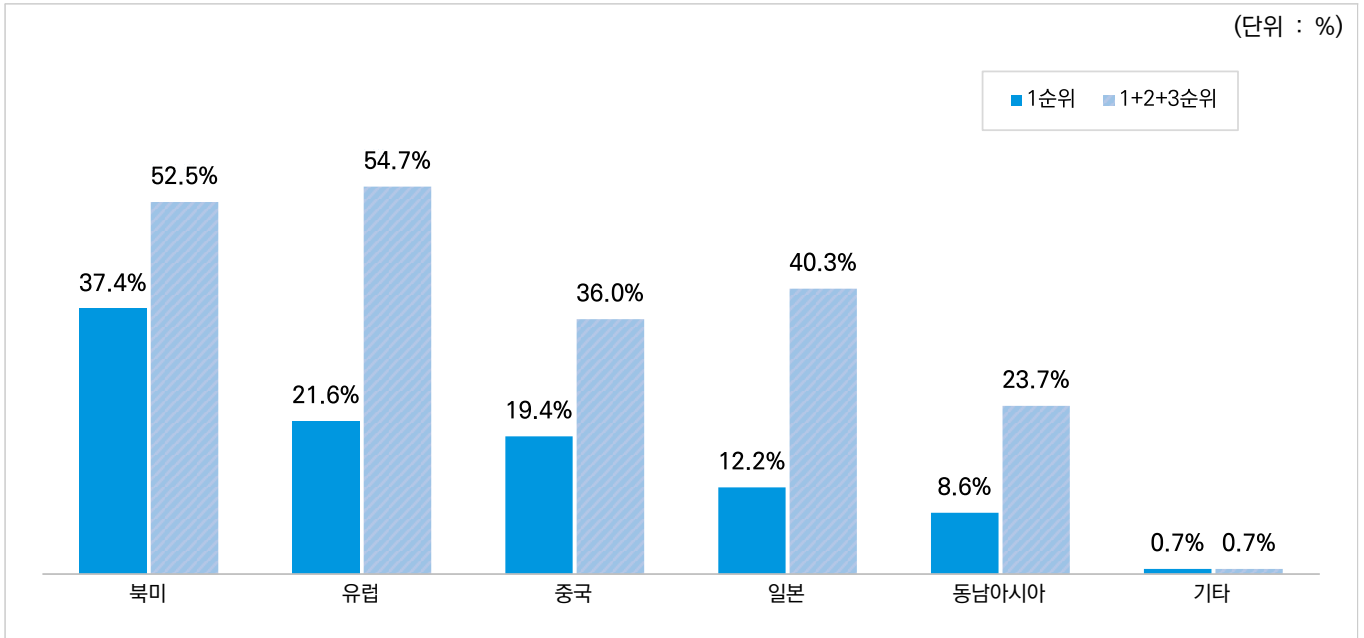
〈표 4-120〉 인력수급 시 어려움

구분	전체	타지역 대비 낮은 인건비	구직자 업무 능력의 객관적 평가 어려움	경력직 구인 방법 및 시스템 부재	이직자의 거주지 이전 문제(보증금 및 임대료 등)	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	139	41.7	22.3	20.9	14.4	0.7	
주요 분야	온라인	22	45.8	29.2	8.3	12.5	4.2
	모바일	102	40.6	21.7	22.6	15.1	0.0
	비디오	7	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0
	XR	5	33.3	0.0	50.0	16.7	0.0
	기타	3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

## 6. 진출 희망 목표 해외 시장

- 진출 희망 목표 해외 시장 1순위는 '북미'가 37.4%로 가장 비중이 높게 나타남
- 진출 희망 목표 해외 시장 1+2순위를 통합한 경우에는 '북미(48.9%)'가 가장 높게 나타났고, 1+2+3순위를 통합한 경우에는 '유럽(54.7%)'이 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-74〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1순위



〈표 4-121〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1순위

구 분	전체	북미	유럽	중국	일본	동남아시아	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	139	37.4	21.6	19.4	12.2	8.6	0.7	
주요 분야	온라인	22	45.8	29.2	16.7	4.2	4.2	0.0
	모바일	102	31.1	22.6	20.8	15.1	9.4	0.9
	비디오	7	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	XR	5	50.0	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0
	기타	3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0

〈표 4-122〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2순위

구 분	전체	북미	유럽	중국	일본	동남아시아	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	139	48.9	38.8	28.8	24.5	14.4	0.7	
주요 분야	온라인	22	66.7	58.3	29.2	25.0	20.8	0.0
	모바일	102	41.5	33.0	30.2	23.6	13.2	0.9
	비디오	7	66.7	50.0	33.3	50.0	0.0	0.0
	XR	5	66.7	66.7	33.3	16.7	16.7	0.0
	기타	3	66.7	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0

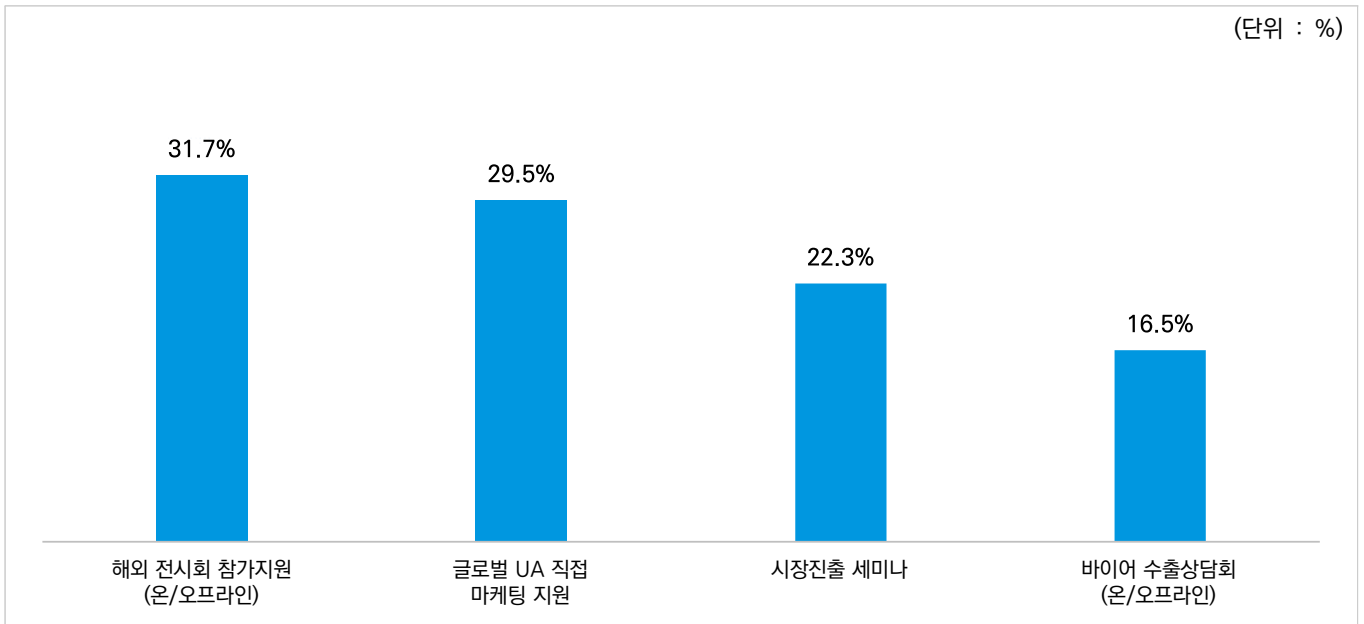
〈표 4-123〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2+3순위

구 분	전체	유럽	북미	일본	중국	동남아시아	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	139	54.7	52.5	40.3	36.0	23.7	0.7	
주요 분야	온라인	22	91.7	70.8	50.0	41.7	37.5	0.0
	모바일	102	43.4	46.2	34.9	36.8	19.8	0.9
	비디오	7	100.0	66.7	83.3	33.3	16.7	0.0
	XR	5	83.3	66.7	83.3	33.3	16.7	0.0
	기타	3	66.7	66.7	0.0	66.7	33.3	0.0

## 7. 현재 상황에서 필요한 지원사업

- 현재 상황에서 필요한 지원 사업 1순위는 ‘해외 전시회 참가지원’이 31.7%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-75〉 현재 상황에서 필요한 지원사업



〈표 4-124〉 현재 상황에서 필요한 지원사업

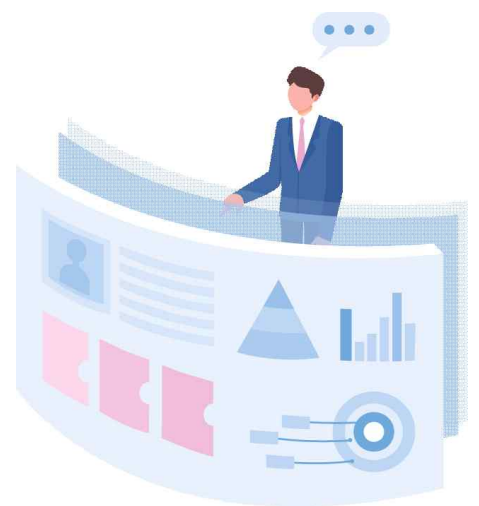
구 분	전체	해외 전시회 참가지원(온/오프라인)	글로벌 UA 직접 마케팅 지원	시장진출 세미나	바이어 수출상담회(온/오프라인)	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	139	31.7	29.5	22.3	16.5	
주요 분야	온라인	22	33.3	25.0	25.0	16.7
	모바일	102	30.2	29.2	22.6	17.9
	비디오	7	33.3	66.7	0.0	0.0
	XR	5	33.3	50.0	16.7	0.0
	기타	3	33.3	0.0	66.7	0.0



## 제3장

# 조사결과 분석

## 제5절. 애니메이션산업 조사결과





## 1 애니메이션산업 결과요약

### 1. 결과요약

- 애니메이션산업 사업체 수는 2022년 현재 15개로 전년대비 -6.3% 감소한 것으로 나타남
- 애니메이션산업 총 종사자 수는 2022년 현재 265명으로 전년대비 16.7% 증가한 것으로 나타남
- 애니메이션산업 총 매출액은 2021년 311억 원으로 전년대비 37.6% 증가한 것으로 나타남

〈표 4-125〉 애니메이션산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

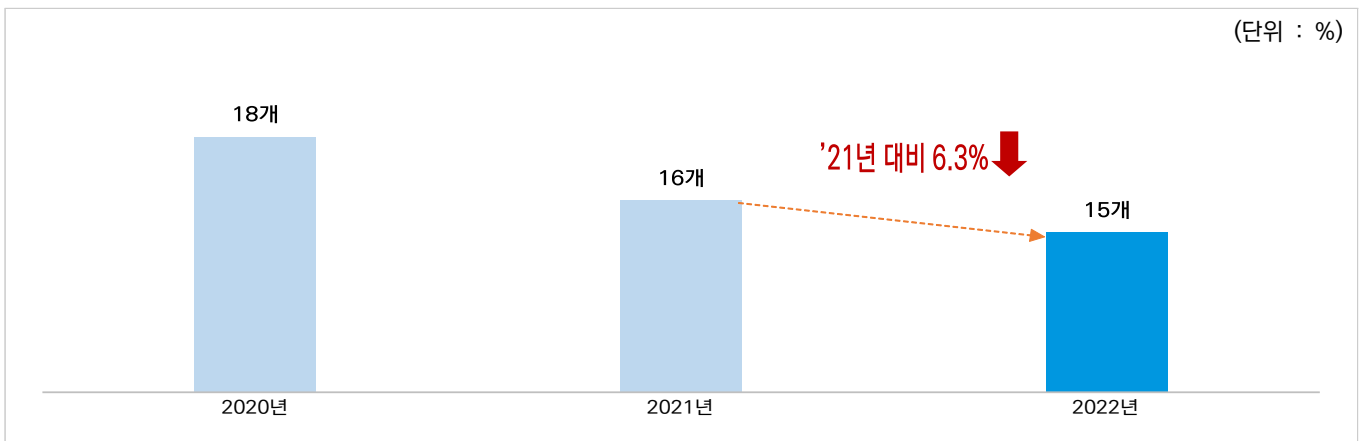
구 분	2020년	2021년	2022년	전년대비 증감률(%)
사업체 수 (개)	18	16	15	-6.3
종사자 수 (명)	217	227	265	16.7
매출액 (백만원)	22,572	31,069	-	37.6

## 2 애니메이션산업 일반현황

### 1. 사업체 수

- 2022년 부산 애니메이션산업 사업체는 15개로 전년보다 -6.3% 감소하였음

〈그림 4-76〉 애니메이션산업 연도별 사업체 수



〈표 4-126〉 애니메이션산업 연도별 사업체 수

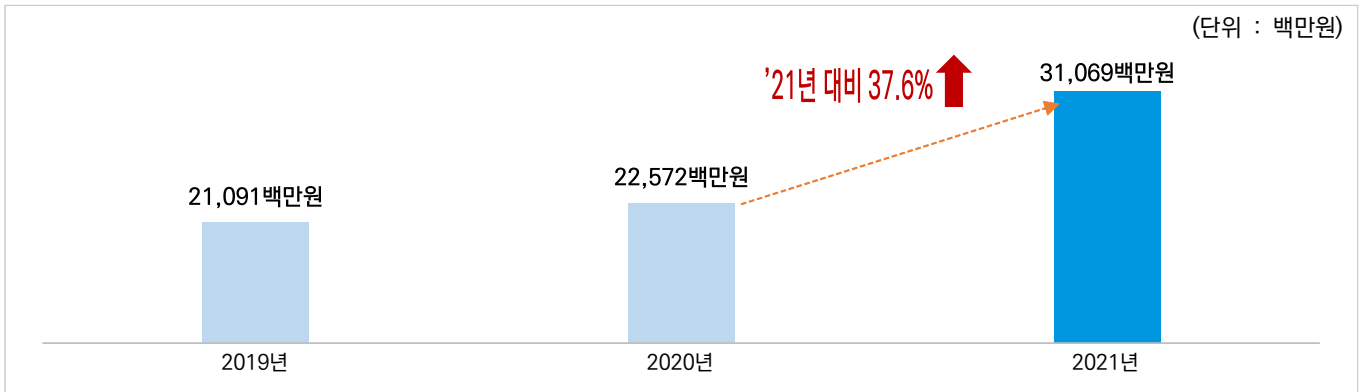
구 분	2020년 (개)	2021년 (개)	2022년 (개)	전년대비 증감률 (%)
애니메이션산업	18	16	15	-6.3

### 3 애니메이션산업 매출현황

#### 1. 매출액

○ 2021년 부산 애니메이션산업 총 매출액은 311억 원으로 전년대비 37.6% 증가한 것으로 나타남

〈그림 4-77〉 애니메이션산업 연도별 매출액



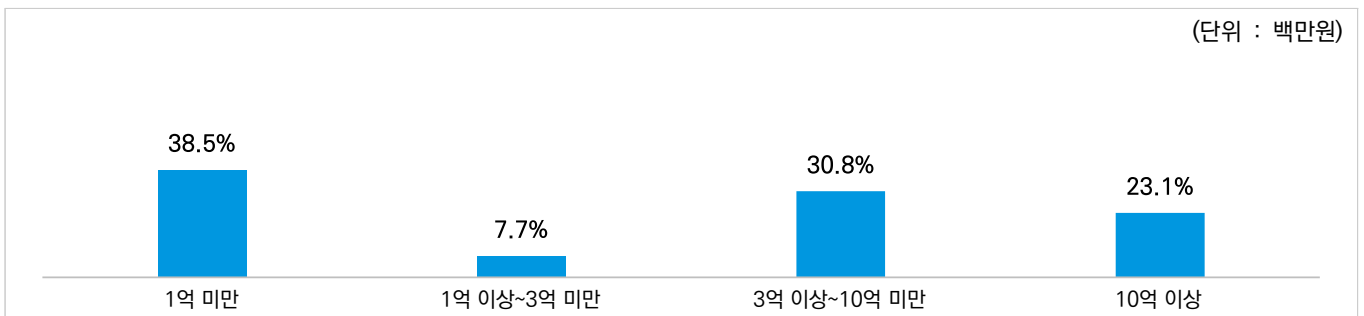
〈표 4-127〉 애니메이션산업 연도별 매출액

구 분	2019년 (백만원)	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	전년대비 증감률 (%)	유형별 비중 (%)
애니메이션산업	21,091	22,572	31,069	37.6	100.0

#### 2. 매출 규모별 사업체 현황

○ 2021년 매출이 '1억 미만'인 애니메이션산업 사업체가 38.5%로 비중이 가장 높게 나타남

〈그림 4-78〉 애니메이션산업 2021년 매출 규모별 사업체 현황



〈표 4-128〉 애니메이션산업 2021년 매출 규모별 사업체 현황

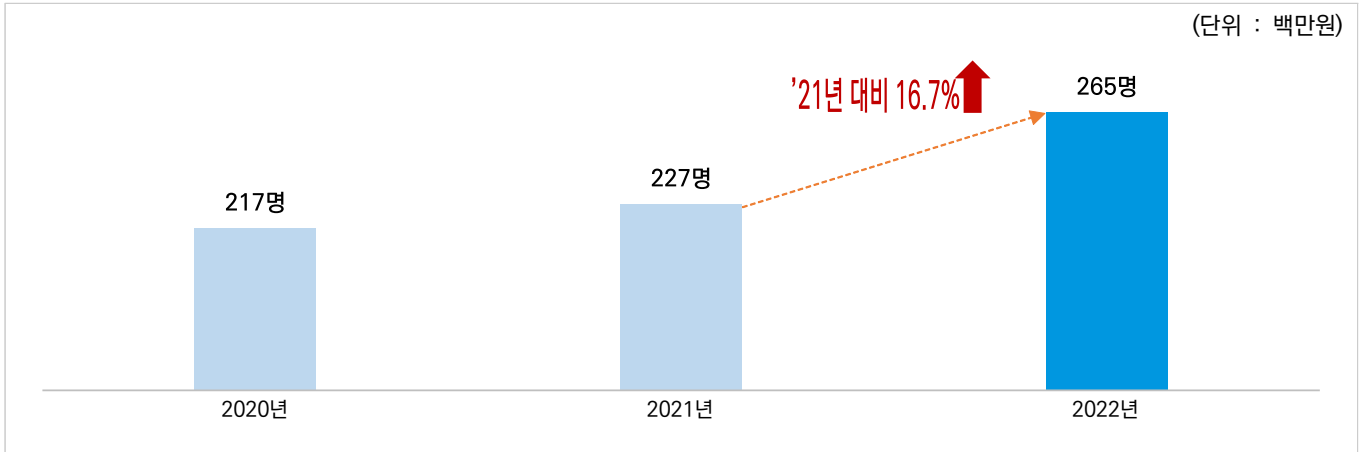
구 분	전체 (개)	1억 미만 (%)	1억 이상 3억 미만 (%)	3억 이상 10억 미만 (%)	10억 이상 (%)
애니메이션산업	15	38.5	7.7	30.8	23.1

## 4 애니메이션산업 종사자현황

### 1. 종사자 수

- 2022년 부산 애니메이션산업 총 종사자 수는 265명으로 전년대비 16.7% 증가한 것으로 나타남

〈그림 4-79〉 애니메이션산업 연도별 종사자 수



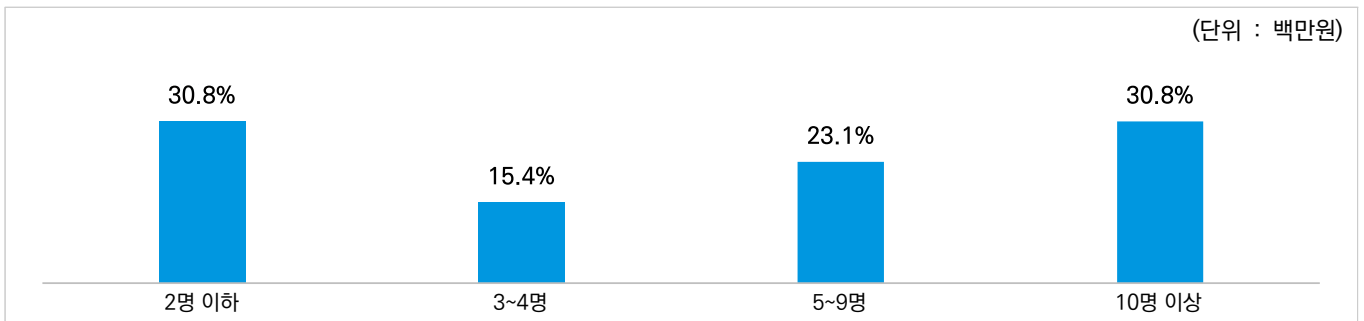
〈표 4-129〉 애니메이션산업 연도별 종사자 수

구 분	2020년	2021년	2022년	전년대비 증감률	유형별 비중
	(명)	(명)	(명)		
애니메이션산업	217	227	265	16.7	100.0

### 2. 종사자 규모별 사업체 현황

- 2022년 현재 종사자 '2명 이하', '10명 이상'인 애니메이션사업체의 비중이 30.8%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-80〉 애니메이션 2022년 종사자 규모별 사업체 현황



〈표 4-130〉 애니메이션산업 2022년 종사자 규모별 사업체 현황

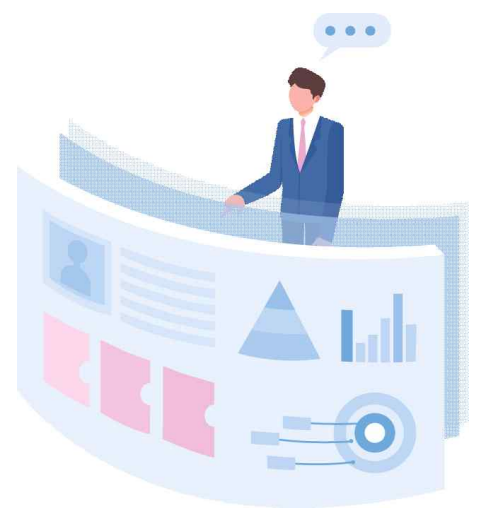
구 분	전체	2명 이하	3~4명	5~9명	10명 이상
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)
애니메이션산업	15	30.8	15.4	23.1	30.8



## 제3장

# 조사결과 분석

## 제6절. XR산업 조사결과





## 1 XR산업 결과요약

### 1. 결과요약

- XR산업 사업체 수는 2022년 현재 53개로 전년대비 -5.4% 감소한 것으로 나타남
- XR산업 총 종사자 수는 2022년 현재 666명으로 전년대비 -16.1% 감소한 것으로 나타남
- XR산업 총 매출액은 2021년 574억원으로 전년대비 -4.1% 감소한 것으로 나타남

〈표 4-131〉 XR산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구 분	2020년	2021년	2022년	전년대비 증감률(%)
사업체 수 (개)	47	56	53	-5.4
종사자 수 (명)	651	794	666	-16.1
매출액 (백만원)	59,911	57,444	-	-4.1

- XR산업의 주요 업종은 '게임(41.5%)', '콘텐츠솔루션'(13.2%)', '지식정보(11.3%)' 순으로 비중이 높게 나타남
- XR산업 종사자 수는 '게임(52.4%)', '애니'(13.4%)', '영화(10.2%)' 순으로 비중이 높게 나타남
- XR산업 매출액은 '게임(51.1%)', '영화(18.6%)', '지식정보(8.8%)' 순으로 비중이 높게 나타남

〈표 4-132〉 XR산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액

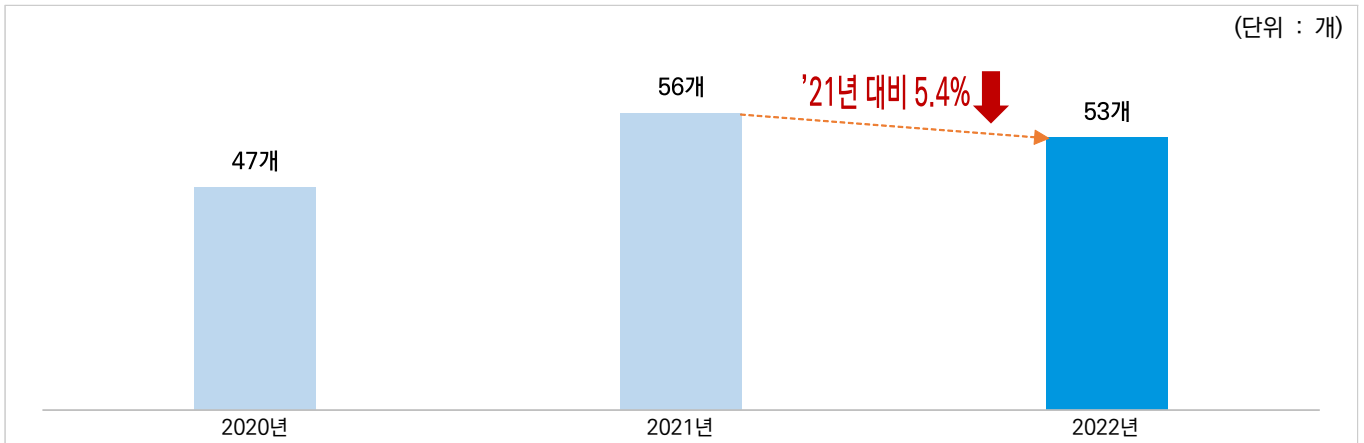
구 분	2022년 사업체 수		2022년 종사자 수		2021년 매출액		
	(개)	전체대비(%)	(명)	전체대비(%)	(백만원)	전체대비(%)	
<b>XR산업</b>	53	100.0	666	100.0	57,444	100.0	
업종	만화	1	1.9	2	0.3	75	0.1
	영화	4	7.5	68	10.2	10,660	18.6
	게임	22	41.5	349	52.4	29,352	51.1
	애니메이션	2	3.8	89	13.4	3,607	6.3
	방송	5	9.4	29	4.4	2,062	3.6
	광고	5	9.4	34	5.1	3,097	5.4
	지식정보	6	11.3	51	7.7	5,075	8.8
	콘텐츠솔루션	7	13.2	43	6.5	3,502	6.1
	1인미디어	1	1.9	1	0.2	14	0.0

## 2 XR산업 일반현황

### 1. 사업체 수

- 2022년 부산 XR산업 사업체는 53개로 전년대비 -5.4% 감소한 것으로 나타남

〈그림 4-81〉 XR산업 연도별 사업체 수

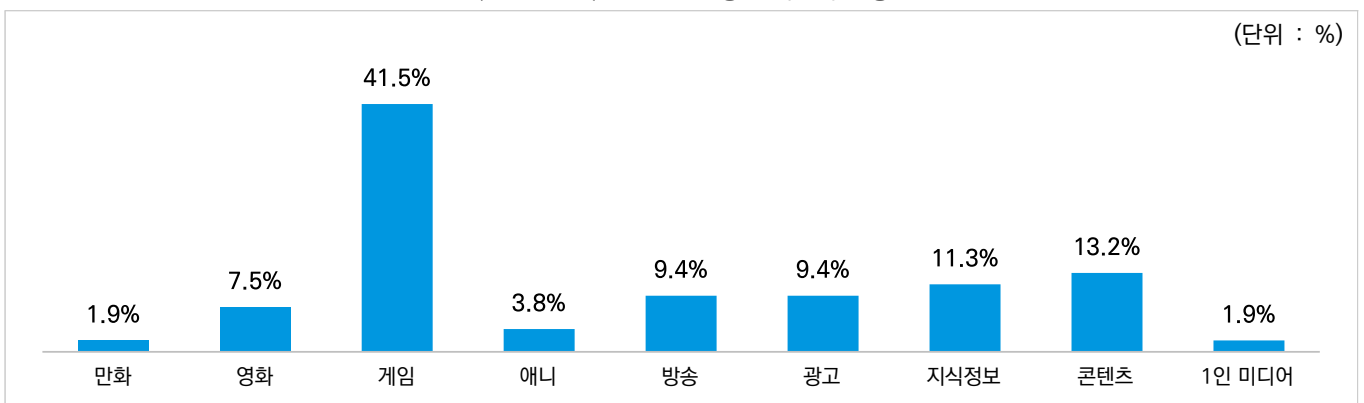


〈표 4-133〉 XR산업 연도별 사업체 수

구 분	2020년 (개)	2021년 (개)	2022년 (개)	전년대비 증감률 (%)
XR산업	47	56	53	-5.4

- 주요 분야별로는 '게임'이 22개(41.5%)로 가장 많고, 그 다음으로 '콘텐츠'(7개, 13.2%)', '지식 정보'가 (6개, 11.3%) 순으로 나타남

〈그림 4-82〉 XR산업 업종별 사업체 현황



〈표 4-134〉 XR산업 업종별 사업체 현황

구 분	전체	만화	영화	게임	애니	방송	광고	지식정보	콘텐츠	1인 미디어
사업체 수 (개)	53	1	4	22	2	5	5	6	7	1
비중 (%)	100	1.9	7.5	41.5	3.8	9.4	9.4	11.3	13.2	1.9

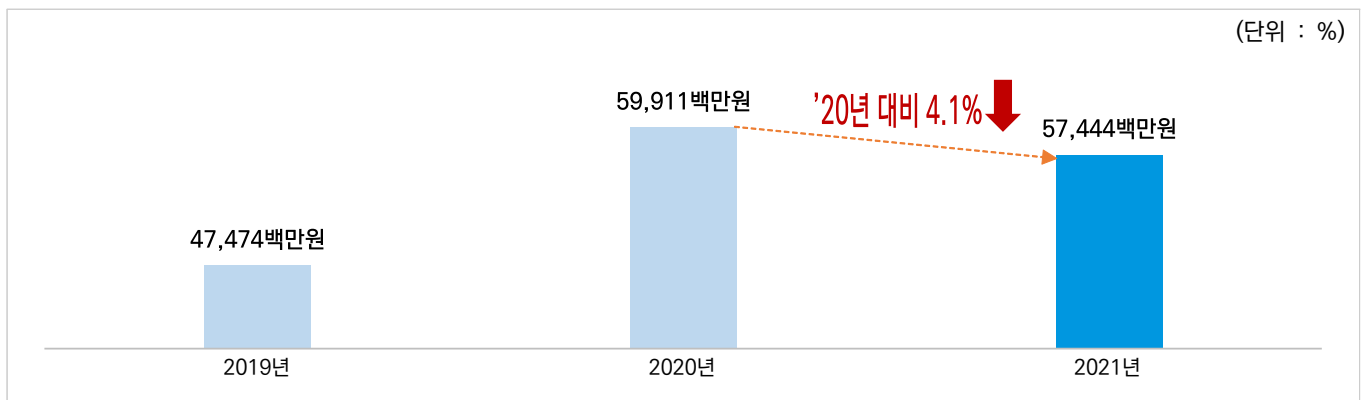
### 3 XR산업 매출현황

#### 1. 매출액

○ 2021년 부산 XR산업 총 매출액은 574억원으로 전년대비 -4.1% 감소한 것으로 나타남

- 업종별로는 '게임(51.1%)', '영화(18.6%)', '지식정보(8.8%)' 순으로 비중이 높게 나타남

〈그림 4-83〉 XR산업 연도별 매출액



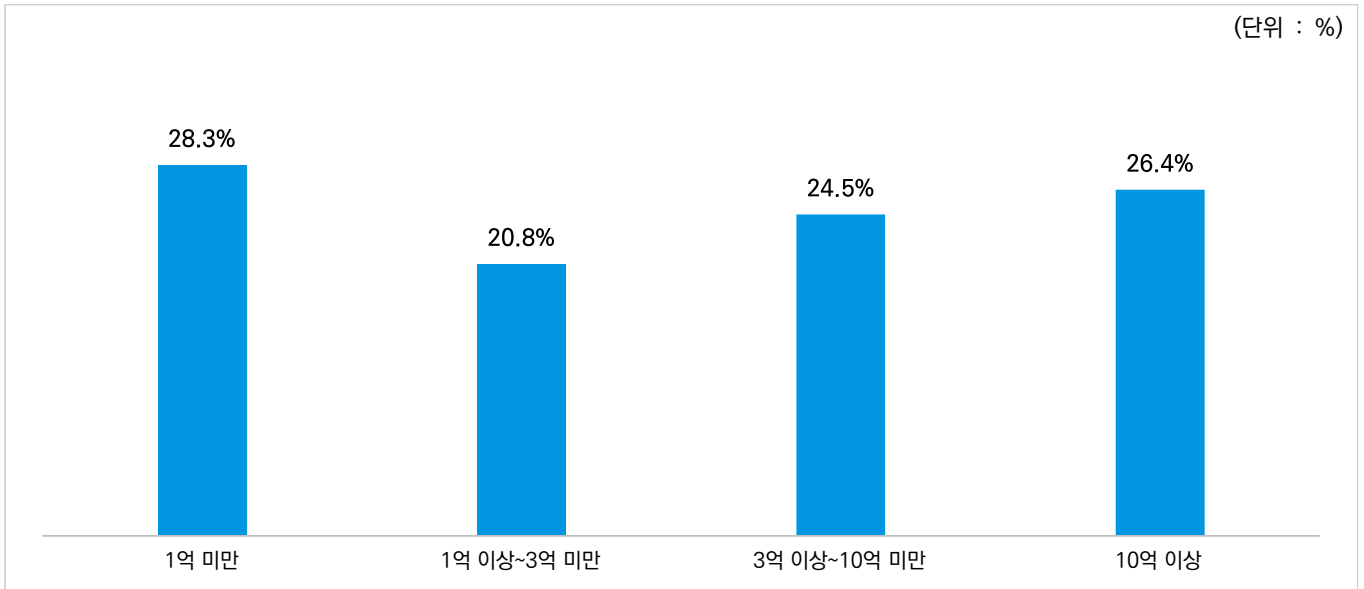
〈표 4-135〉 XR산업 연도별 매출액

구 분	2019년	2020년	2021년	유형별 비중 (%)	
	(백만원)	(백만원)	(백만원)		
XR산업	47,474	59,911	57,444	100.0	
업종	만화	9	75	75	0.1
	영화	21,126	10,660	10,660	18.6
	게임	171	26,085	29,352	51.1
	애니	11,209	10,104	3,607	6.3
	방송	6,968	2,513	2,062	3.6
	광고	894	28	3,097	5.4
	캐릭터	4,095	180	-	-
	지식정보	1,345	6,198	5,075	8.8
	콘텐츠	1,656	4,054	3,502	6.1
	1인미디어	-	14	14	0.0

## 2. 매출 규모별 사업체 현황

○ 2021년 매출이 '1억원 미만'인 XR산업 사업체가 28.3%로 비중이 가장 높게 나타남

〈그림 4-84〉 XR산업 2021년 매출 규모별 사업체 현황



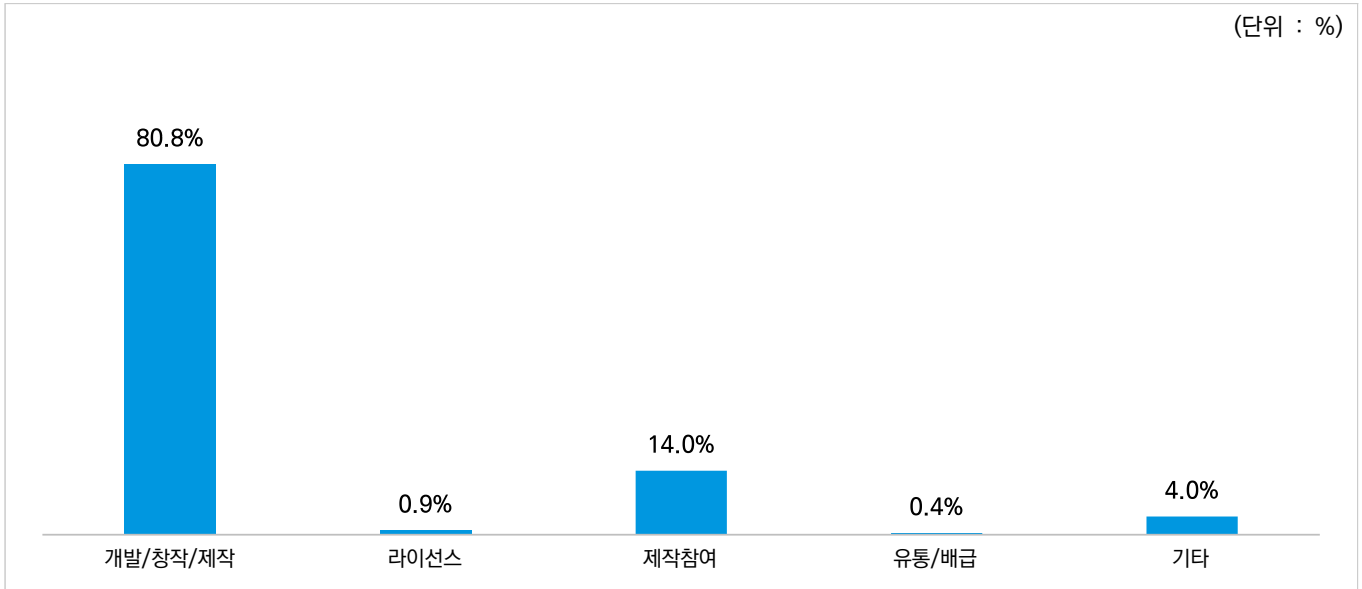
〈표 4-136〉 XR산업 2021년 매출 규모별 사업체 현황

구 분	전체	1억 미만		1억 이상 3억 미만		3억 이상 10억 미만		10억 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>XR산업</b>	53	15	28.3	11	20.8	13	24.5	14	26.4	
<b>업종</b>	만화	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	영화	4	2	50.0	1	25.0	0	0.0	1	25.0
	게임	22	6	27.3	4	18.2	5	22.7	7	31.8
	애니	2	0	0.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0
	방송	5	1	20.0	1	20.0	3	60.0	0	0.0
	광고	5	1	20.0	0	0.0	3	60.0	1	20.0
	지식정보	6	1	16.7	3	50.0	0	0.0	2	33.3
	콘텐츠	7	2	28.6	2	28.6	1	14.3	2	28.6
	1인미디어	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

### 3. 유형별 매출 비중

○ 유형별 매출 비중은 '개발/제작'이 80.8%로 다른 유형에 비해 비중이 매우 높게 나타남

〈그림 4-85〉 XR산업 유형별 매출 비중



〈표 4-137〉 XR산업 유형별 매출 비중

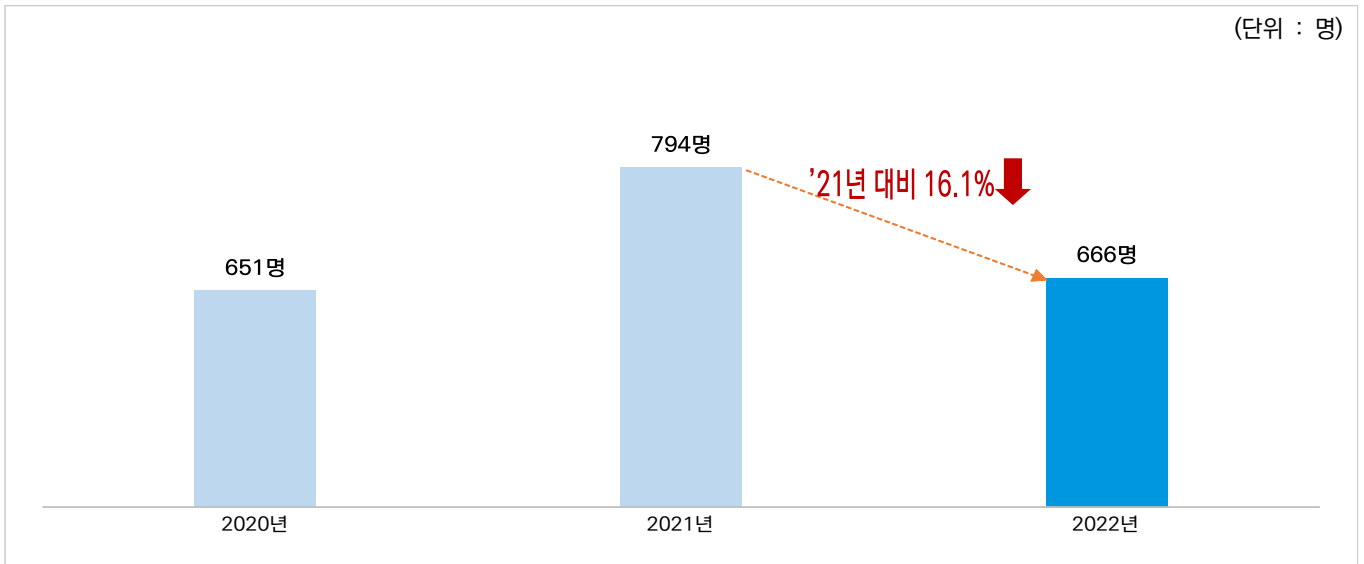
구 분	전체	개발/제작	라이선스	제작지원	유통/배급	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
<b>XR산업</b>	53	80.8	0.9	14.0	0.4	4.0	
<b>업종</b>	만화	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	영화	4	82.5	0.0	17.5	0.0	0.0
	게임	22	75.5	0.5	19.6	0.0	4.6
	애니	2	95.0	5.0	0.0	0.0	0.0
	방송	5	72.0	0.0	28.0	0.0	0.0
	광고	5	90.0	0.0	10.0	0.0	0.0
	지식정보	6	83.3	0.0	1.7	0.0	15.0
	콘텐츠	7	84.3	4.3	5.7	2.9	2.9
	1인미디어	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

## 4 XR산업 종사자현황

### 1. 종사자 수

- 2022년 부산 XR산업 총 종사자 수는 666명으로 전년대비 -16.1% 감소한 것으로 나타남
- 주요업종별로는 ‘게임(52.4%)’, ‘애니(13.4%)’, ‘영화(10.2%)’ 순으로 종사자 수 전체 대비 비중이 높게 나타남

〈그림 4-86〉 XR산업 연도별 종사자 수



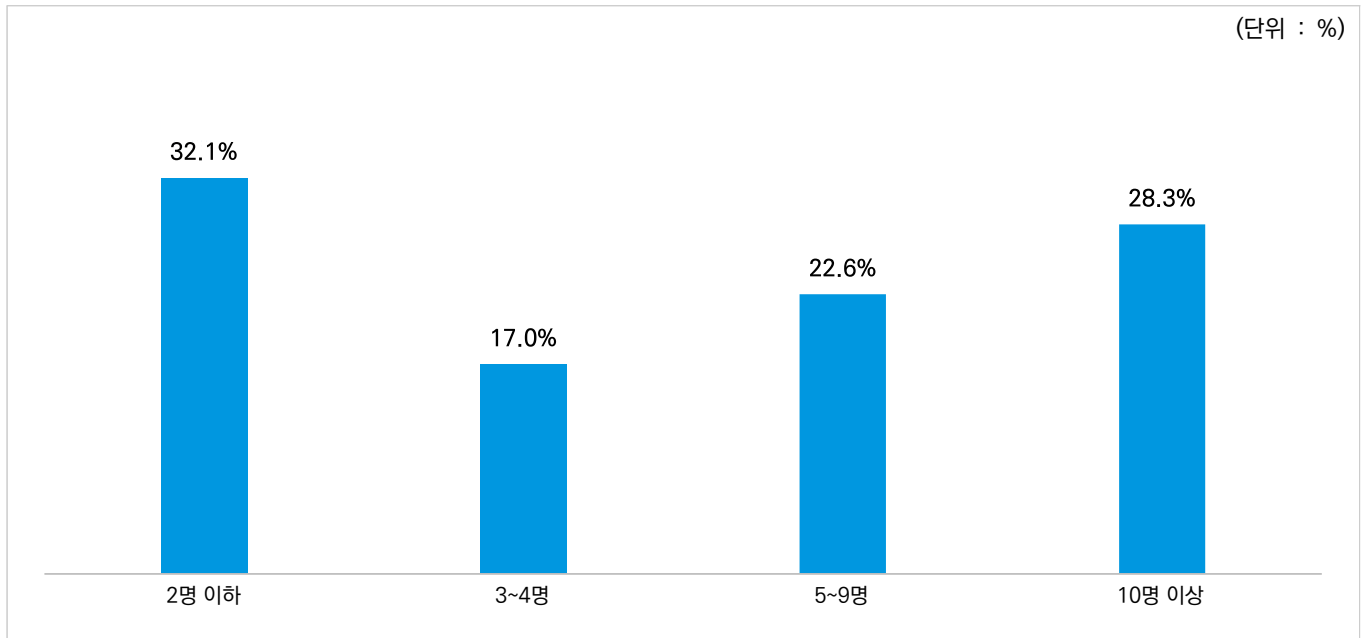
〈표 4-138〉 XR산업 연도별 종사자 수

구 분	2020년	2021년	2022년	유형별 비중 (%)	
	(명)	(명)	(명)		
<b>XR산업</b>	651	794	666	100.0	
업종	만화	2	2	2	0.3
	영화	309	68	68	10.2
	게임	10	389	349	52.4
	애니	113	165	89	13.4
	방송	46	29	29	4.4
	광고	14	1	34	5.1
	지식정보	57	84	51	7.7
	콘텐츠	34	51	43	6.5
	1인미디어	-	1	1	0.2

## 2. 종사자 규모별 사업체 현황

- 2021년 현재 종사자 ‘2명 이하’가 32.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘10명이상(28.3%)’, ‘5~9명 (22.6%)’순으로 나타남

〈그림 4-87〉 XR산업 2022년 종사자 규모별 사업체 현황



〈표 4-139〉 XR산업 2022년 종사자 규모별 사업체 현황

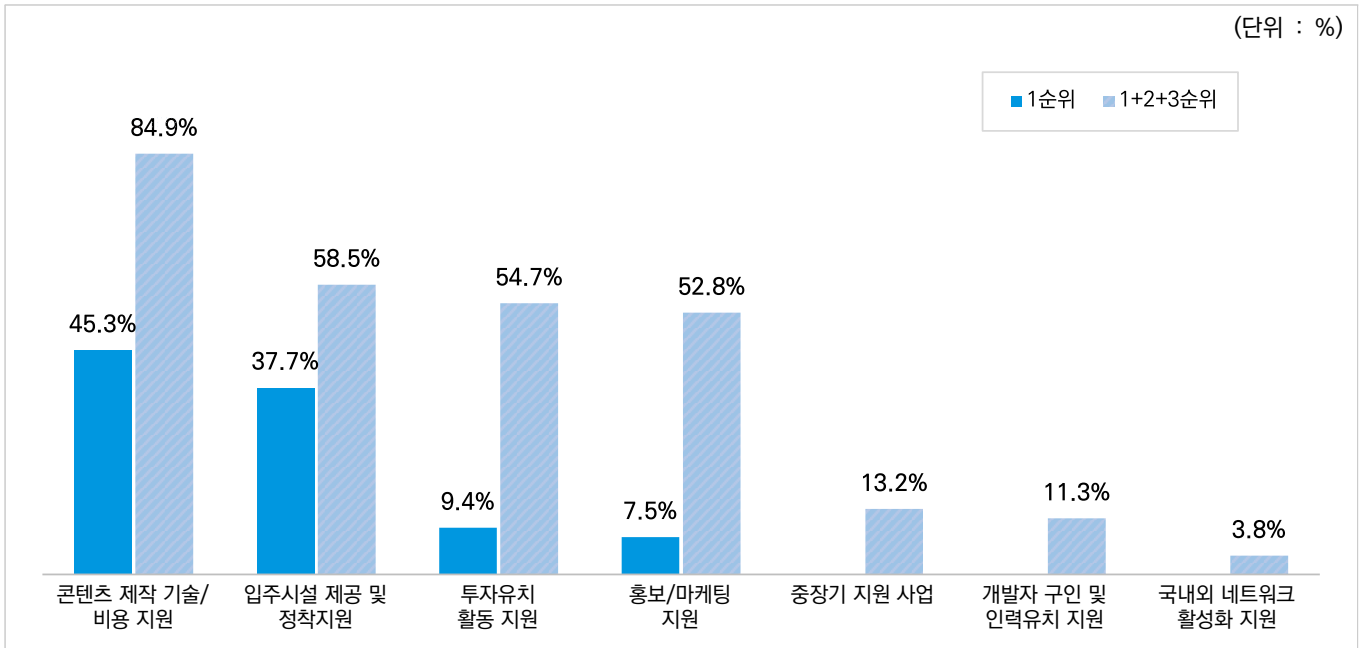
구 분	전체	1~2명		3~4명		5~9명		10명 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
<b>XR산업</b>	53	17	32.1	9	17.0	12	22.6	15	28.3	
<b>업종</b>	만화	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	영화	4	2	50.0	0	0.0	1	25.0	1	25.0
	게임	22	8	36.4	3	13.6	6	27.3	5	22.7
	애니	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	100.0
	방송	5	1	20.0	1	20.0	2	40.0	1	20.0
	광고	5	1	20.0	2	40.0	0	0.0	2	40.0
	지식정보	6	1	16.7	0	0.0	3	50.0	2	33.3
	콘텐츠	7	2	28.6	3	42.9	0	0.0	2	28.6
	1인미디어	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

## 5 XR산업 환경

### 1. 부산지역 XR사업체 필요 지원사업

- 부산지역 XR사업체 필요 지원사업 1순위는 ‘콘텐츠 제작 기술/비용 지원’이 45.3%로 가장 비중이 높게 나타남
- 필요 지원사업 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우 또한 ‘콘텐츠 제작 기술/비용 지원(77.4%, 84.9%)’이 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-88〉 XR 사업체 필요 지원 사업



〈표 4-140〉 부산지역 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위

구 분	전체	콘텐츠 제작 기술/비용 지원		입주시설 제공 및 정착지원		투자유치 활동 지원		홍보/마케팅 지원	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(53)	(24)	45.3	(20)	37.7	(5)	9.4	(4)	7.5
업종	만화	(1)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0
	영화	(4)	50.0	(2)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(22)	40.9	(10)	45.5	(2)	9.1	(1)	4.5
	애니	(2)	50.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0
	방송	(5)	80.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	40.0	(0)	0.0	(2)	40.0	(1)	20.0
	지식정보	(6)	50.0	(2)	33.3	(0)	0.0	(1)	16.7
	콘텐츠	(7)	42.9	(4)	57.1	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	

〈표 4-141〉 부산지역 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2순위

구 분	전체	콘텐츠 제작 기술/비용 지원		입주시설 제공 및 정착지원		홍보/마케팅 지원		투자유치 활동 지원		중장기 지원 사업		국내외 네트워크 활성화 지원		개발자 구인 및 인력유치 지원	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(53)	(41)	77.4	(26)	49.1	(15)	28.3	(13)	24.5	(6)	11.3	(1)	1.9	(1)	1.9
업종	만화	(1)	0.0	(1)	100.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	75.0	(3)	75.0	(0)	0.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	25.0
	게임	(22)	81.8	(12)	54.5	(3)	13.6	(6)	27.3	(2)	9.1	(1)	4.5	(0)	0.0
	애니	(2)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(2)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	100.0	(2)	40.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	80.0	(1)	20.0	(3)	60.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식정보	(6)	83.3	(2)	33.3	(5)	83.3	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	콘텐츠	(7)	57.1	(4)	57.1	(2)	28.6	(2)	28.6	(1)	14.3	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	

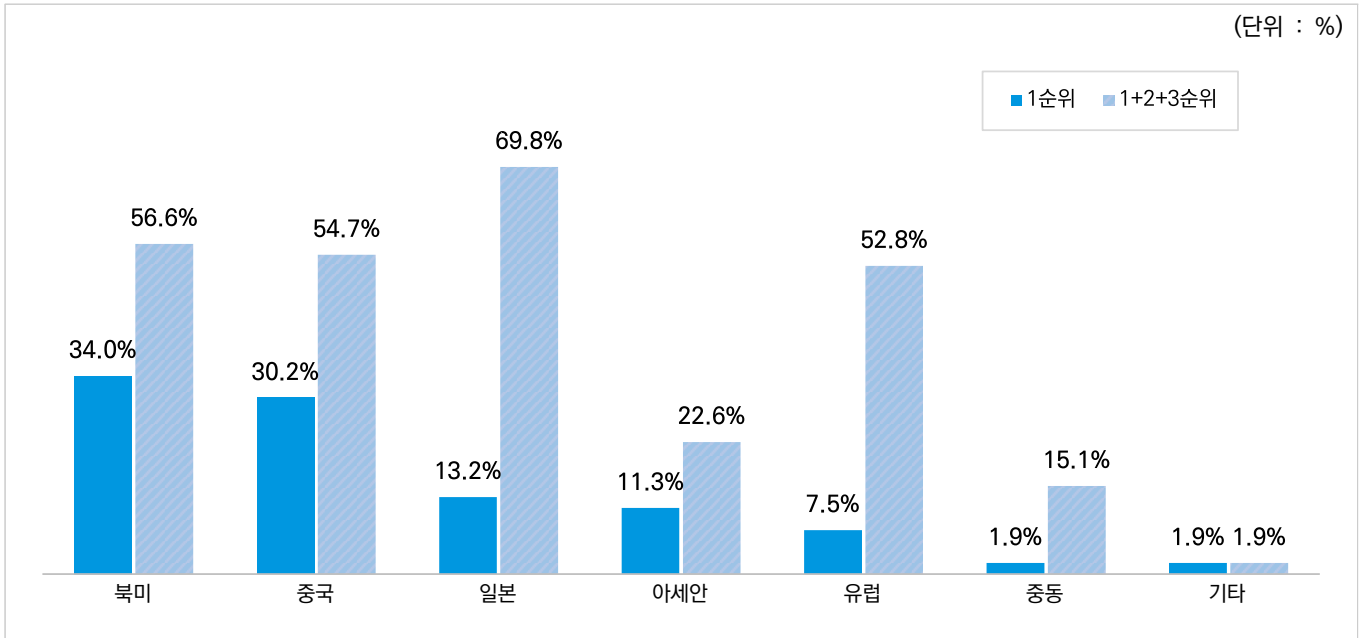
〈표 4-142〉 부산지역 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위

구 분	전체	콘텐츠 제작 기술/비용 지원		입주시설 제공 및 정착지원		투자유치 활동 지원		홍보/마케팅 지원		중장기 지원 사업		개발자 구인 및 인력유치 지원		국내외 네트워크 활성화 지원	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	(53)	(45)	84.9	(31)	58.5	(29)	54.7	(28)	52.8	(7)	13.2	(6)	11.3	(2)	3.8
업종	만화	(1)	0.0	(1)	100.0	(1)	100.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	75.0	(4)	100.0	(2)	50.0	(1)	25.0	(1)	25.0	(1)	25.0	(0)	0.0
	게임	(22)	86.4	(13)	59.1	(9)	40.9	(11)	50.0	(2)	9.1	(2)	9.1	(2)	9.1
	애니	(2)	100.0	(1)	50.0	(2)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0
	방송	(5)	100.0	(2)	40.0	(1)	20.0	(3)	60.0	(2)	40.0	(2)	40.0	(0)	0.0
	광고	(5)	100.0	(2)	40.0	(4)	80.0	(4)	80.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식정보	(6)	100.0	(3)	50.0	(4)	66.7	(5)	83.3	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	콘텐츠	(7)	71.4	(4)	57.1	(6)	85.7	(3)	42.9	(1)	14.3	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	

## 2. 글로벌 시장 진출 희망 지역

- 진출 희망 목표 해외 시장 1순위는 '북미'가 34.0%로 가장 비중이 높게 나타남
- 진출 희망 목표 해외 시장 1+2순위를 통합한 경우에는 '중국(50.9%)'이 가장 비중이 높고, 진출 희망 목표 해외 시장 1+2+3순위를 통합한 경우에는 '일본(69.8%)'이 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-89〉 글로벌 시장 진출 희망 지역



〈표 4-143〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위

구 분	전체 (개)	북미		중국		일본		아세안		유럽		중동		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(18)	34.0	(16)	30.2	(7)	13.2	(6)	11.3	(4)	7.5	(1)	1.9	(1)	1.9	
업종	만화	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(2)	50.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	25.0
	게임	(22)	(11)	50.0	(8)	36.4	(0)	0.0	(1)	4.5	(2)	9.1	(0)	0.0	(0)	0.0
	애니	(2)	(1)	50.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(1)	20.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(1)	20.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식정보	(6)	(0)	0.0	(3)	50.0	(0)	0.0	(2)	33.3	(0)	0.0	(1)	16.7	(0)	0.0
	콘텐츠	(7)	(2)	28.6	(1)	14.3	(3)	42.9	(1)	14.3	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	

〈표 4-144〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위

구 분	전체 (개)	중국		북미		일본		유럽		아세안		중동		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(27)	50.9	(24)	45.3	(24)	45.3	(14)	26.4	(8)	15.1	(3)	5.7	(1)	1.9	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(2)	50.0	(2)	50.0	(2)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	25.0
	게임	(22)	(10)	45.5	(14)	63.6	(9)	40.9	(8)	36.4	(1)	4.5	(1)	4.5	(0)	0.0
	애니	(2)	(0)	0.0	(2)	100.0	(1)	50.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(4)	80.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(3)	60.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(2)	40.0	(3)	60.0	(2)	40.0	(2)	40.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	지식정보	(6)	(4)	66.7	(0)	0.0	(3)	50.0	(0)	0.0	(2)	33.3	(2)	33.3	(0)	0.0
	콘텐츠	(7)	(4)	57.1	(2)	28.6	(4)	57.1	(2)	28.6	(1)	14.3	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	

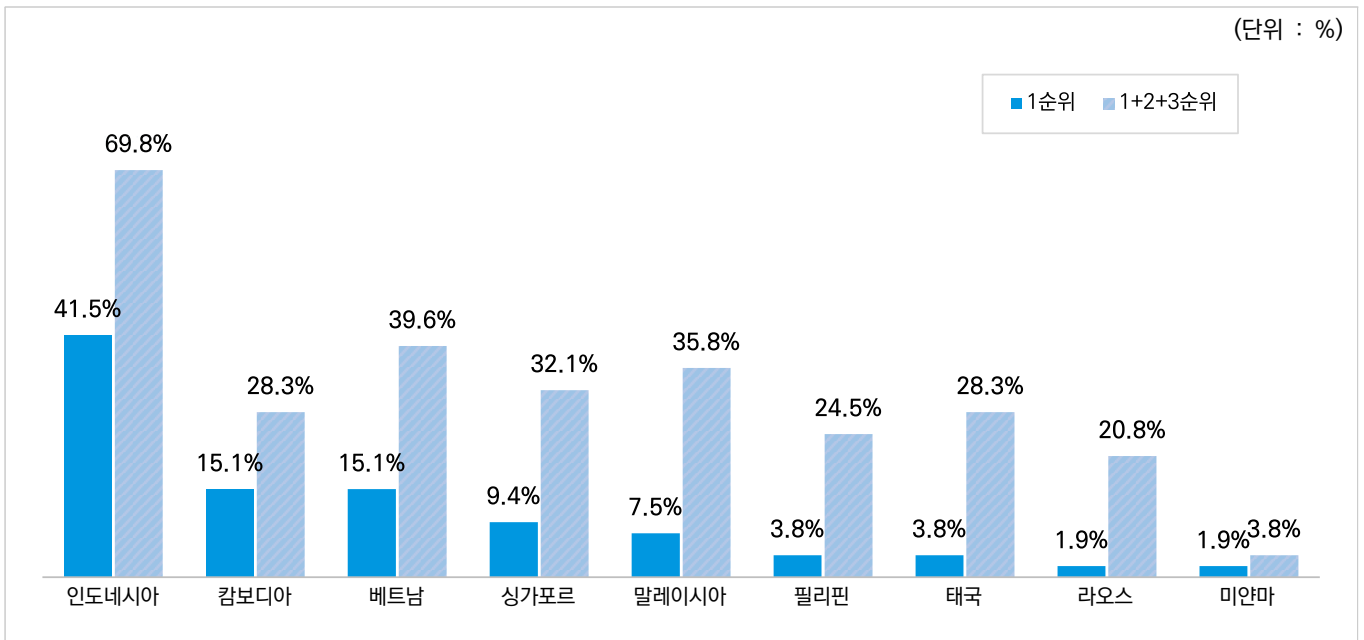
〈표 4-145〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위

구 분	전체 (개)	일본		북미		중국		유럽		아세안		중동		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(37)	69.8	(30)	56.6	(29)	54.7	(28)	52.8	(12)	22.6	(8)	15.1	(1)	1.9	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(2)	50.0	(2)	50.0	(2)	50.0	(2)	50.0	(0)	0.0	(1)	25.0	(1)	25.0
	게임	(22)	(16)	72.7	(17)	77.3	(10)	45.5	(15)	68.2	(1)	4.5	(3)	13.6	(0)	0.0
	애니	(2)	(1)	50.0	(2)	100.0	(1)	50.0	(1)	50.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(4)	80.0	(1)	20.0	(4)	80.0	(2)	40.0	(3)	60.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(4)	80.0	(4)	80.0	(2)	40.0	(3)	60.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(0)	0.0
	지식정보	(6)	(4)	66.7	(1)	16.7	(4)	66.7	(0)	0.0	(5)	83.3	(2)	33.3	(0)	0.0
	콘텐츠	(7)	(4)	57.1	(3)	42.9	(5)	71.4	(5)	71.4	(1)	14.3	(1)	14.3	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	

### 3. 아세안 시장 진출 희망 지역

- 아세안 시장 진출 희망 지역 1순위는 '인도네시아'가 41.5%로 가장 비중이 높게 나타남
- 아세안 시장 진출 희망 지역 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우 또한 '인도네시아(58.5%, 69.8%)'가 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-90〉 아세안 시장 진출 희망 지역



〈표 4-146〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위

구 분	전체	인도네시아		캄보디아		베트남		싱가포르		말레이시아		필리핀		태국		라오스		미얀마		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(22)	41.5	(8)	15.1	(8)	15.1	(5)	9.4	(4)	7.5	(2)	3.8	(2)	3.8	(1)	1.9	(1)	1.9	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(1)	25.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(7)	31.8	(3)	13.6	(5)	22.7	(2)	9.1	(3)	13.6	(1)	4.5	(1)	4.5	(0)	0.0	(0)	0.0
	애니	(2)	(2)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(3)	60.0	(0)	0.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(1)	20.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	20.0	(1)	20.0
	지식정보	(6)	(3)	50.0	(2)	33.3	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	16.7	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	콘텐츠	(7)	(4)	57.1	(1)	14.3	(1)	14.3	(1)	14.3	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	

〈표 4-147〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위

구 분	전체	인도네시아		캄보디아		베트남		말레이시아		싱가포르		태국		라오스		필리핀		미얀마		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(31)	58.5	(14)	26.4	(13)	24.5	(10)	18.9	(10)	18.9	(10)	18.9	(7)	13.2	(7)	13.2	(1)	1.9	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(1)	25.0	(2)	50.0	(1)	25.0	(0)	0.0	(1)	25.0	(2)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(12)	54.5	(5)	22.7	(5)	22.7	(6)	27.3	(3)	13.6	(6)	27.3	(0)	0.0	(6)	27.3	(0)	0.0
	애니	(2)	(2)	100.0	(1)	50.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(3)	60.0	(0)	0.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(3)	60.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(3)	60.0	(2)	40.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(1)	20.0
	지식정보	(6)	(4)	66.7	(2)	33.3	(1)	16.7	(2)	33.3	(1)	16.7	(0)	0.0	(1)	16.7	(1)	16.7	(0)	0.0
	콘텐츠	(7)	(5)	71.4	(2)	28.6	(2)	28.6	(0)	0.0	(1)	14.3	(1)	14.3	(3)	42.9	(0)	0.0	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	

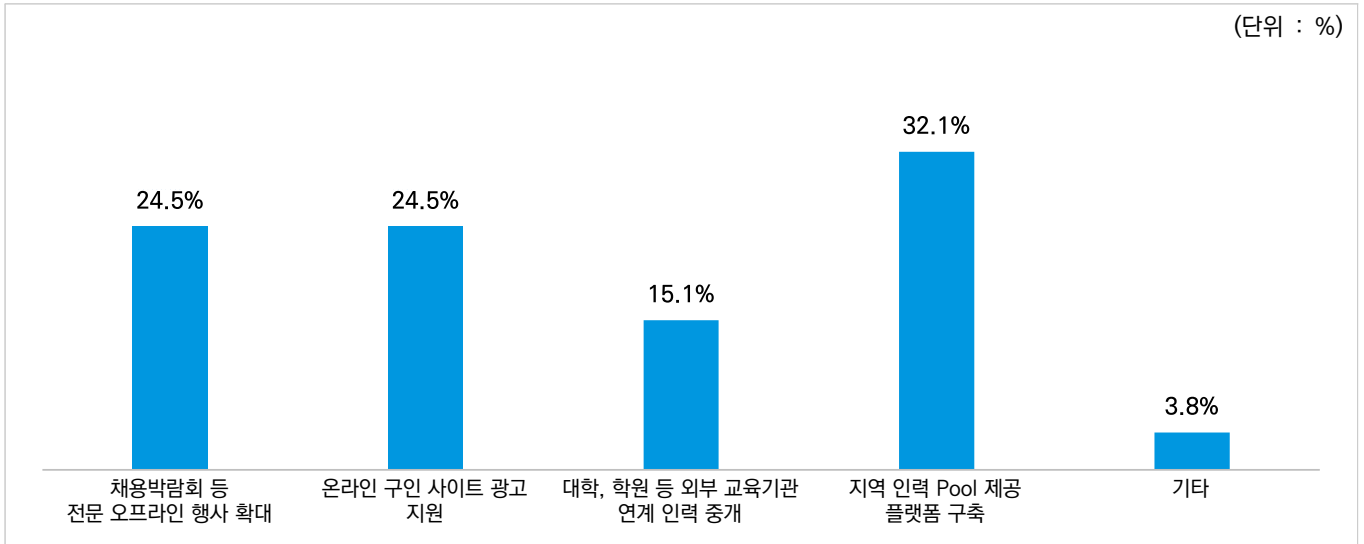
〈표 4-148〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위

구 분	전체	인도네시아		베트남		말레이시아		싱가포르		캄보디아		태국		필리핀		라오스		미얀마		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	(53)	(37)	69.8	(21)	39.6	(19)	35.8	(17)	32.1	(15)	28.3	(15)	28.3	(13)	24.5	(11)	20.8	(2)	3.8	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(1)	100.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(1)	25.0	(1)	25.0	(1)	25.0	(1)	25.0	(2)	50.0	(2)	50.0	(2)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(17)	77.3	(10)	45.5	(9)	40.9	(6)	27.3	(5)	22.7	(9)	40.9	(6)	27.3	(1)	4.5	(0)	0.0
	애니	(2)	(2)	100.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(3)	60.0	(3)	60.0	(2)	40.0	(4)	80.0	(0)	0.0	(1)	20.0	(0)	0.0	(1)	20.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(4)	80.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(2)	40.0	(3)	60.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(3)	60.0	(1)	20.0
	지식정보	(6)	(4)	66.7	(1)	16.7	(4)	66.7	(2)	33.3	(2)	33.3	(0)	0.0	(3)	50.0	(2)	33.3	(0)	0.0
	콘텐츠	(7)	(5)	71.4	(3)	42.9	(1)	14.3	(1)	14.3	(2)	28.6	(2)	28.6	(2)	28.6	(3)	42.9	(1)	14.3
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	

#### 4. 인력수급을 위한 필요 지원사업

- 인력수급을 위한 필요 지원사업 1순위는 ‘지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축’이 32.1%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-91〉 인력수급을 위한 필요 지원사업



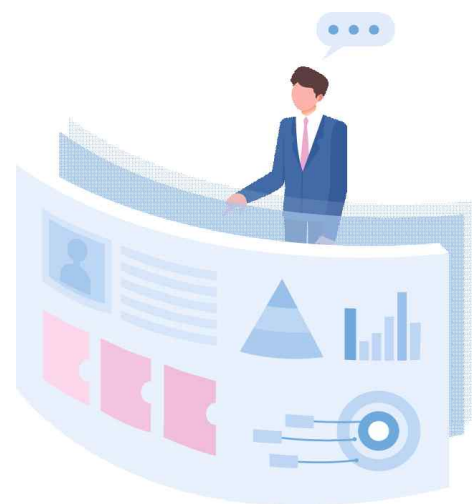
〈표 4-149〉 인력 수급을 위한 필요 지원사업

구분	전체	채용박람회 등 전문 오프라인 행사 확대		온라인 구인 사이트 광고 지원		대학, 학원 등 외부 교육기관 연계 인력 중개		지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	(53)	(13)	24.5	(13)	24.5	(8)	15.1	(17)	32.1	(2)	3.8	
업종	만화	(1)	(1)	100.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	영화	(4)	(1)	25.0	(0)	0.0	(2)	50.0	(1)	25.0	(0)	0.0
	게임	(22)	(8)	36.4	(5)	22.7	(3)	13.6	(5)	22.7	(1)	4.5
	애니	(2)	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0	(1)	50.0	(0)	0.0
	방송	(5)	(2)	40.0	(1)	20.0	(2)	40.0	(0)	0.0	(0)	0.0
	광고	(5)	(0)	0.0	(1)	20.0	(1)	20.0	(3)	60.0	(0)	0.0
	지식정보	(6)	(0)	0.0	(4)	66.7	(0)	0.0	(2)	33.3	(0)	0.0
	콘텐츠	(7)	(1)	14.3	(1)	14.3	(0)	0.0	(5)	71.4	(0)	0.0
1인 미디어	(1)	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(1)	100.0	

## 제3장

# 조사결과 분석

제7절. 1인 미디어 조사결과





## 1 1인 미디어 결과요약

### 1. 결과요약

- 1인 미디어는 2022년 현재 103개로 나타남
- 1인 미디어 총 종사자 수는 2022년 현재 114명으로 나타남
- 1인 미디어 총 매출액은 2021년 8억71백만원으로 나타남

〈표 4-150〉 1인 미디어 사업체 수, 종사자 수, 매출액

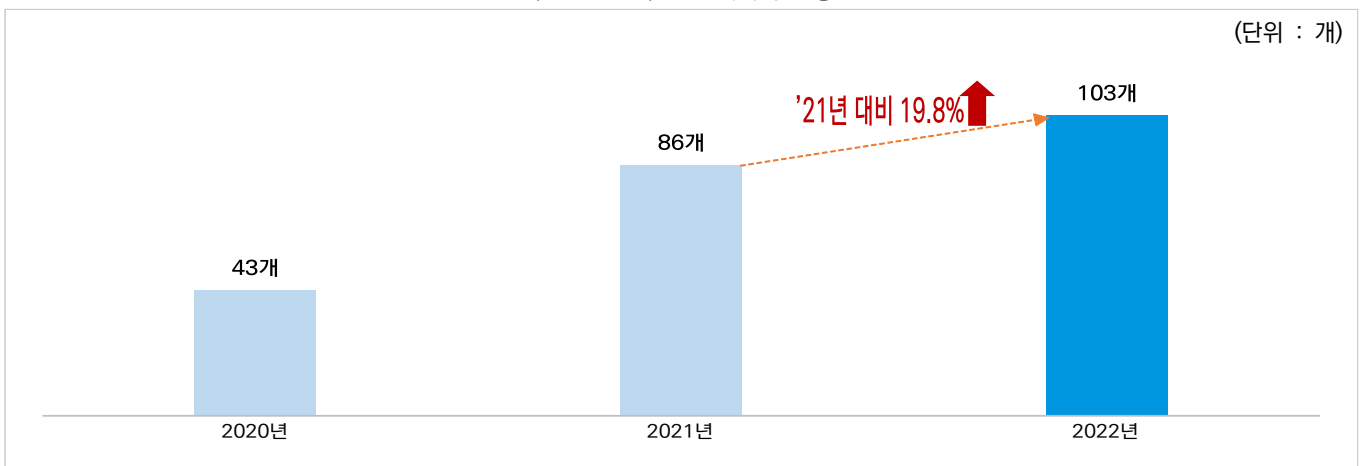
구 분	2020년	2021년	2022년	전년대비 증감률(%)
사업체 수 (개)	43	86	103	19.8
종사자 수 (명)	140	99	114	15.2
매출액 (백만원)	821	871	-	6.1

## 2 1인 미디어 일반현황

### 1. 사업체 수

- 2022년 부산 1인 미디어는 103개로 전년대비 19.8% 증가한 것으로 나타남

〈그림 4-92〉 1인 미디어 현황



〈표 4-151〉 1인 미디어 사업체 현황

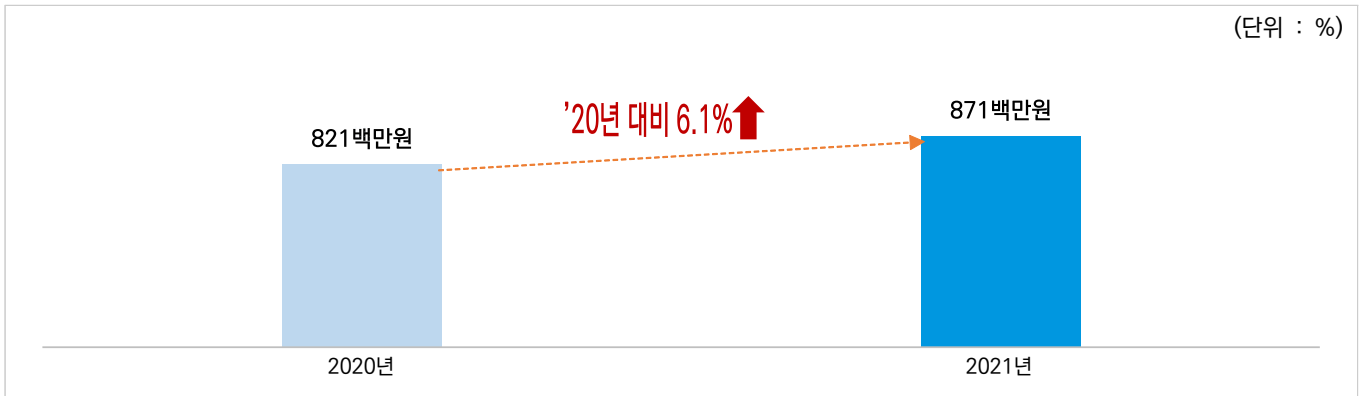
구 분	2020년(개)	2021년(개)	2022년(개)	전년대비 증감률(%)
1인 미디어	43	86	103	19.8

### 3 1인 미디어 매출현황

#### 1. 매출액 및 매출 규모별 사업체 현황

○ 2021년 부산 1인 미디어 총 매출액은 8억71백만원으로 나타남

〈그림 4-93〉 1인 미디어 2021년 매출 규모별 사업체 현황



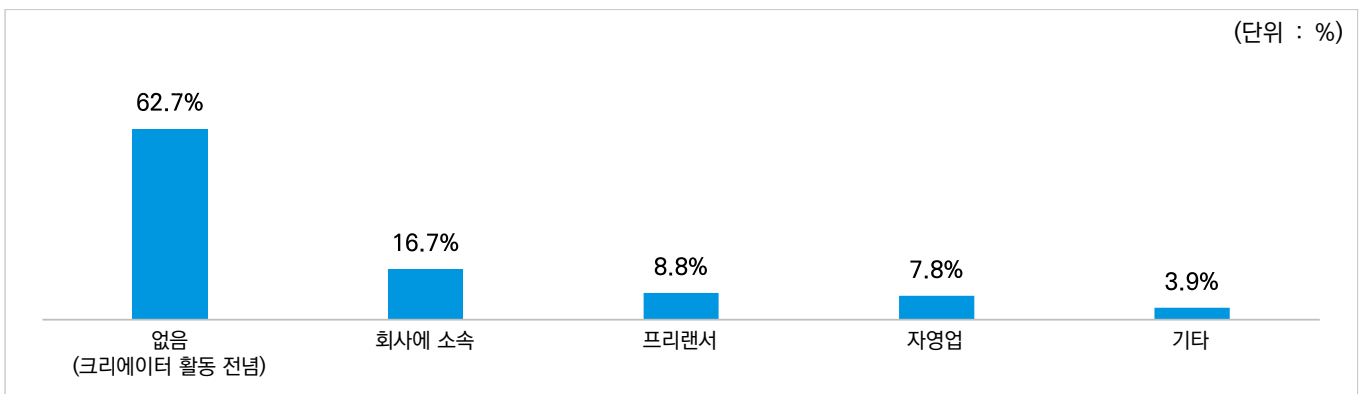
〈표 4-152〉 1인 미디어 2021년 매출 규모별 사업체 현황

구 분	2020년 매출액(백만원)	2021년 매출액(백만원)	전년대비 증감률(%)
1인 미디어	821	871	6.1

#### 2. 1인 미디어 활동 외 주요 소득원

○ 크리에이터 활동 이외의 주요 소득원으로는 ‘없음’이 62.7%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘회사에 소속(16.7%)’, ‘프리랜서(8.8%)’ 등의 순으로 나타남

〈그림 4-94〉 1인 미디어 활동 외 주요 소득원



〈표 4-153〉 1인 미디어 활동 외 주요 소득원

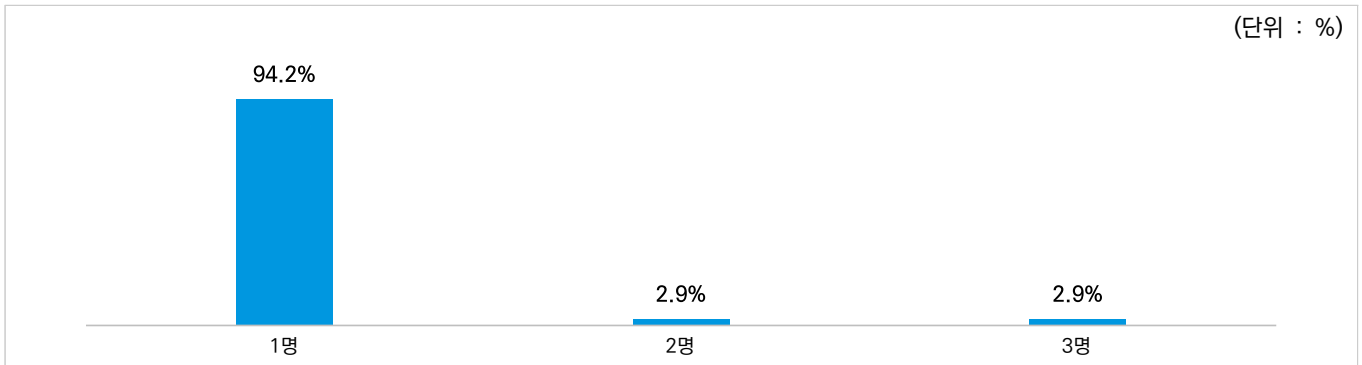
구 분	전체	없음	회사에 소속	프리랜서	자영업	기타
1인 미디어 (명)	102	64	17	9	8	4
비중 (%)	100.0	62.7	16.7	8.8	7.8	3.9

## 4 1인 미디어 종사자현황

### 1. 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황(본인포함)

- 2022년 현재 종사자 '1명'인 사업체의 비중이 94.2%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-95〉 1인 미디어 2022년 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황



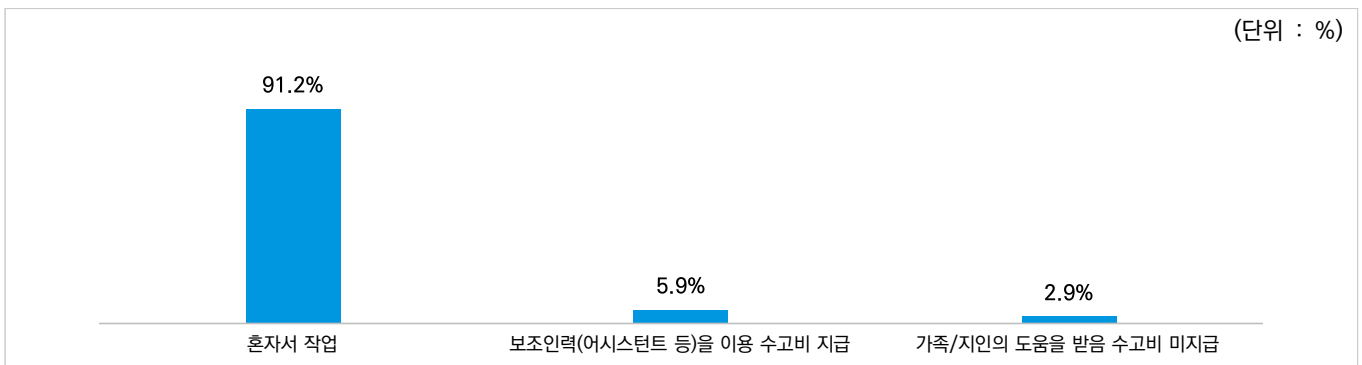
〈표 4-154〉 1인 미디어 2022년 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황

구 분	전체	1명		2명		3명	
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
1인 미디어	102	96	94.2	3	2.9	3	2.9

### 2. 1인 미디어 보조인력 활용여부

- '혼자서 작업'하는 경우가 91.2%로 '보조인력을 활용(5.9%)'하는 경우 보다 비중이 높은 것으로 나타남

〈그림 4-96〉 1인 미디어 보조인력 활용여부



〈표 4-155〉 1인 미디어 보조인력 활용여부

구 분	전체	혼자서 작업	보조인력(어시스턴트 등)을 이용 수고비 지급	가족/지인의 도움을 받음 수고비 미지급
1인 미디어 (명)	102	93	6	3
비중 (%)	100.0	91.2	5.9	2.9

### 3. 1인 미디어 보조인력 활용규모(본인포함)

○ 보조인력 활용규모로는 '1명' / '2~3명'이 각각 50.0%로 나타났으며 평균 2.0명으로 조사됨

〈그림 4-97〉 1인 미디어 보조인력 활용규모



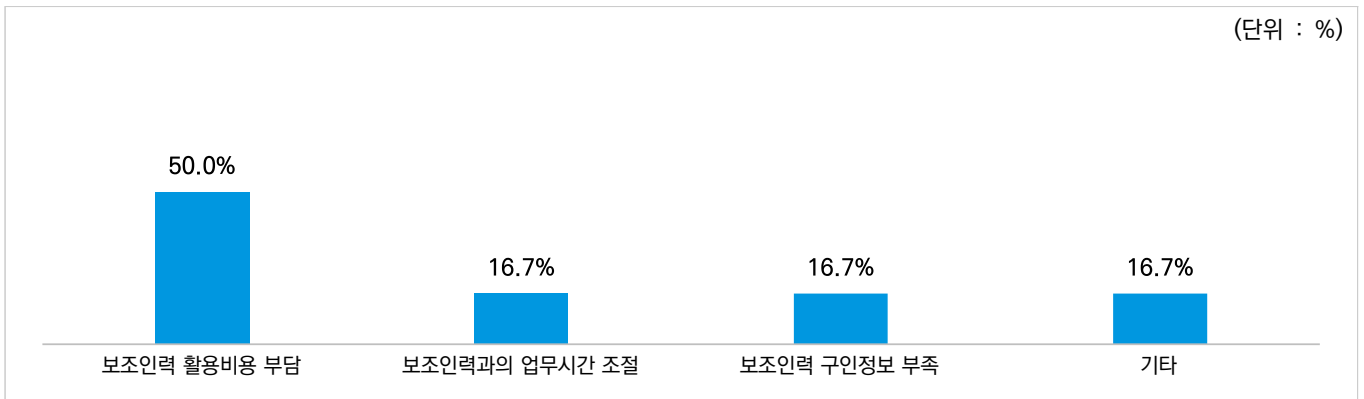
〈표 4-156〉 1인 미디어 보조인력 활용규모

구 분	전체	1명	2~3명	평균
1인 미디어 (명)	6	3	3	2.0
비중 (%)	100.0	50.0	50.0	

### 4. 1인 미디어 보조인력 활용 관련 애로사항

○ 보조인력 활용 관련 애로사항은 '보조인력 활용비용 부담'이 50.0%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-98〉 1인 미디어 보조인력 활용 관련 애로사항



〈표 4-157〉 1인 미디어 보조인력 활용 관련 애로사항

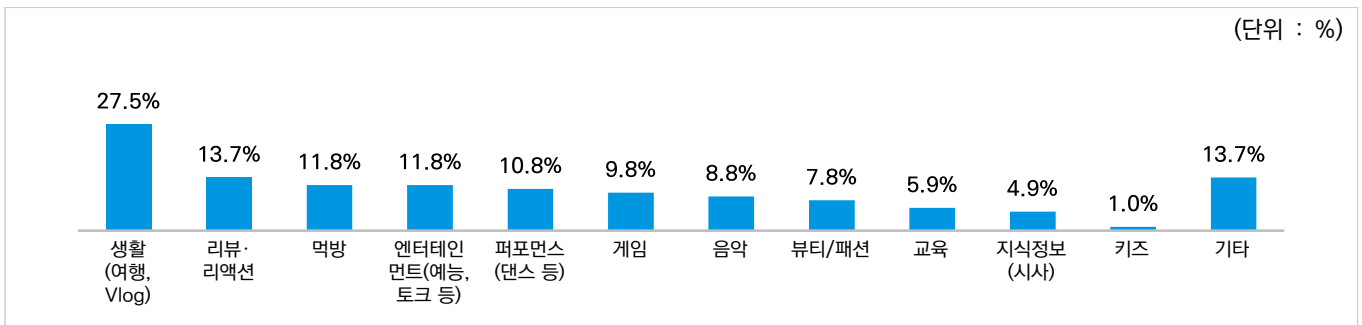
구 분	전체	보조인력 활용비용 부담	보조인력 업무시간 조절	보조인력 구인정보 부족	기타
1인 미디어 (명)	6	3	1	1	1
비중 (%)	100.0	50.0	16.7	16.7	16.7

## 5 1인 미디어 활동

### 1. 창작 활동분야

- 주력 창작 활동 분야로는 ‘생활’이 27.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘리뷰 리액션/ 기타(13.7%)’, ‘먹방/엔터테인먼트’가 11.8% 순으로 나타남

〈그림 4-99〉 1인 미디어 주력 창작 활동분야



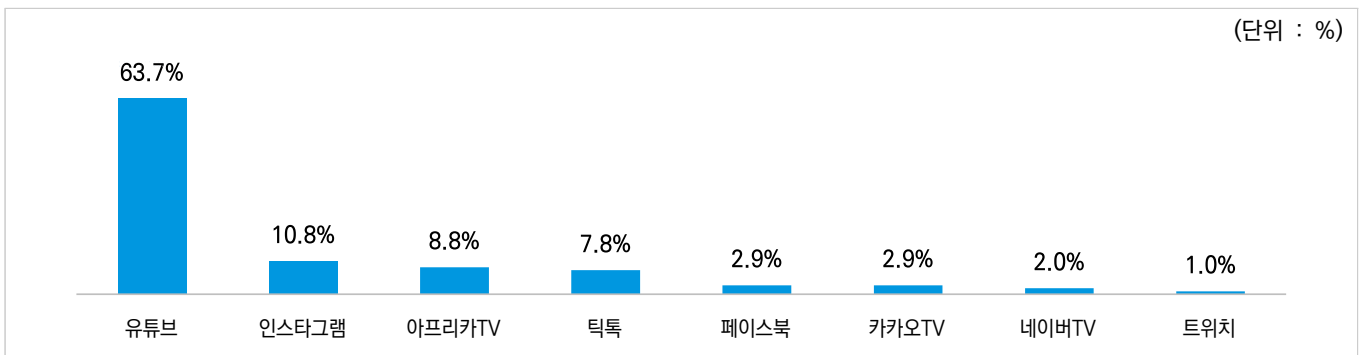
〈표 4-158〉 1인 미디어 주력 창작 활동분야

구분	전체	생활 (여행, Vlog)	리뷰·리액션	먹방	엔터테인먼트 (예능, 토크 등)	퍼포먼스 (댄스 등)	게임	음악	뷰티/패션	교육	지식정보 (시사)	키즈	기타
1인 미디어 (명)	102	28	14	12	12	11	10	9	8	6	5	1	14
비중 (%)	100.0	27.5	13.7	11.8	11.8	10.8	9.8	8.8	7.8	5.9	4.9	1.0	13.7

### 2. 이용 플랫폼

- 주요 활동분야는 ‘유튜브’가 63.7%로 나타났으며 ‘인스타그램(10.8%)’, ‘아프리카TV(8.8%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-100〉 1인 미디어 주 이용 플랫폼



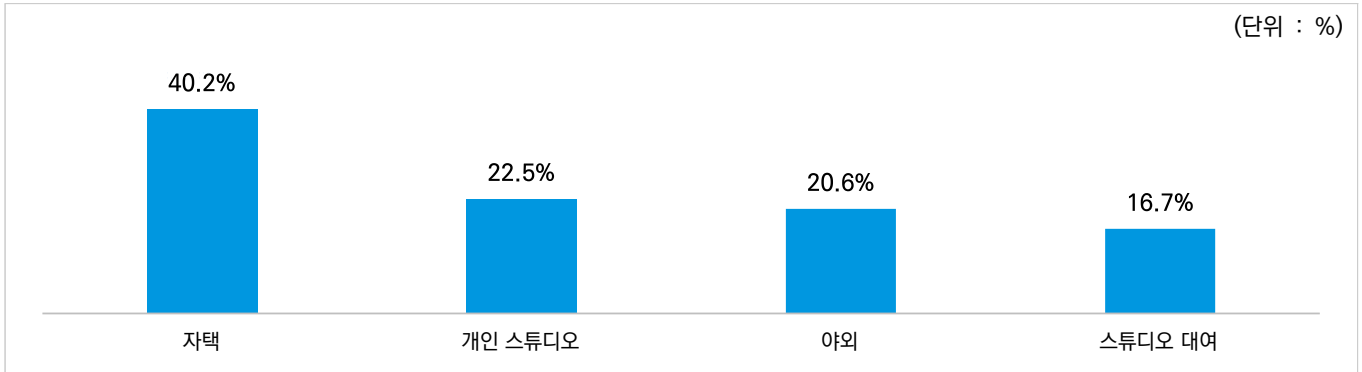
〈표 4-159〉 1인 미디어 주 이용 플랫폼

구분	전체	유튜브	인스타그램	아프리카TV	틱톡	페이스북	카카오TV	네이버TV	트위치
1인 미디어 (명)	102	65	11	9	8	3	3	2	1
비중 (%)	100.0	63.7	10.8	8.8	7.8	2.9	2.9	2.0	1.0

### 3. 촬영장소

○ 주로 이용하는 촬영장소는 '자택'가 40.2%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-101〉 1인 미디어 촬영장소



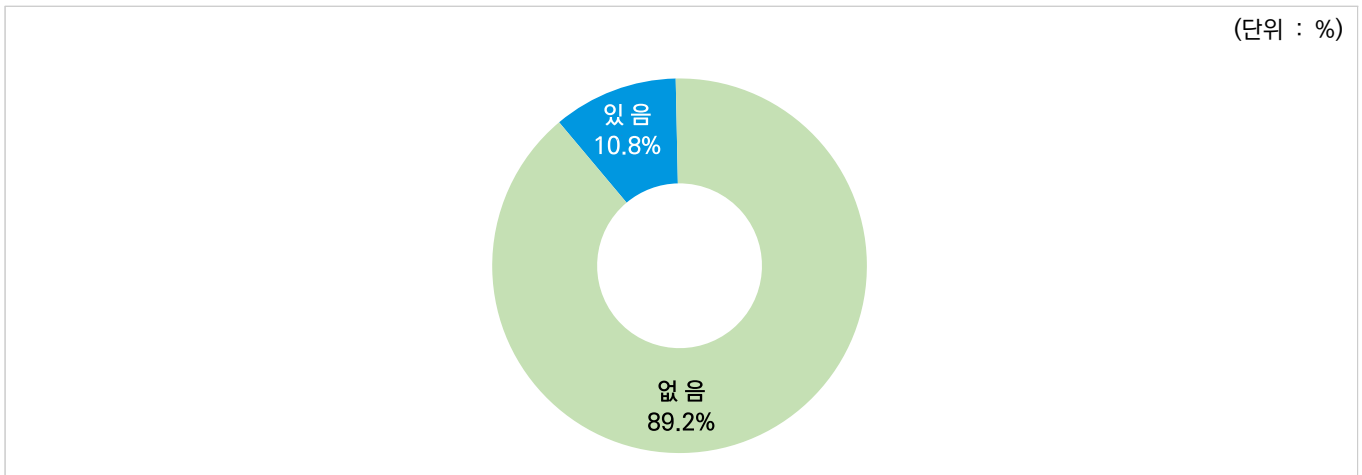
〈표 4-160〉 1인 미디어 촬영장소

구 분	전체	자택	개인 스튜디오	야외	스튜디오 대여
1인 미디어 (명)	102	41	23	21	17
비중 (%)	100.0	40.2	22.5	20.6	16.7

### 4. 부산/경남지역 거주로 인한 불편

○ 부산/경남지역 거주로 인한 불편함을 느낀 경우는 10.8%로 나타남.

〈그림 4-102〉 1인 미디어 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부



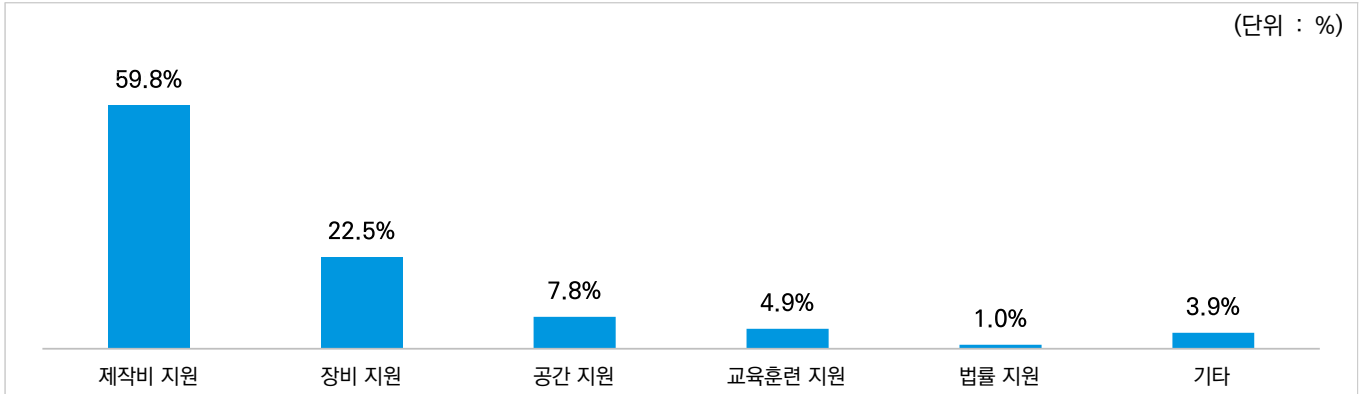
〈표 4-161〉 1인 미디어 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부

구 분	전체	없음	있음
1인 미디어 (명)	102	91	11
비중 (%)	100.0	89.2	10.8

## 5. 지역거주 1인 미디어 지원사업

- 지역거주 1인 미디어를 위해 가장 필요한 지원사업으로는 ‘제작비 지원’이 59.8%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-103〉 지역거주 1인 미디어 지원사업



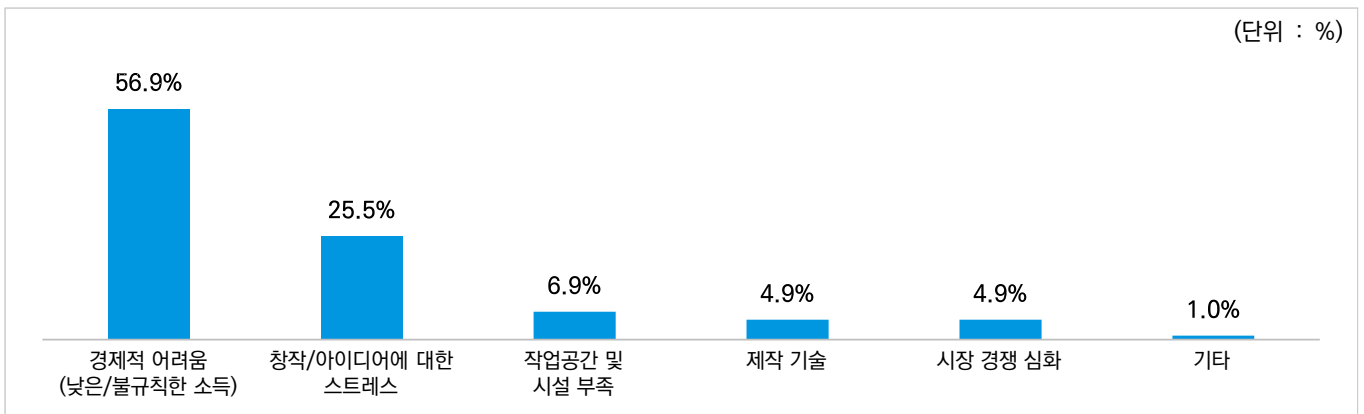
〈표 4-162〉 지역거주 1인 미디어 지원사업

구분	전체	제작비 지원	장비지원	공간지원	교육훈련 지원	법률 지원	기타
1인 미디어 (명)	102	61	23	8	5	1	4
비중 (%)	100.0	59.8	22.5	7.8	4.9	1.0	3.9

## 6. 1인 미디어 관련 애로사항

- 크리에이터 활동 관련 애로사항으로는 ‘경제적 어려움’이 56.9%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-104〉 1인 미디어 관련 애로사항



〈표 4-163〉 1인 미디어 관련 애로사항

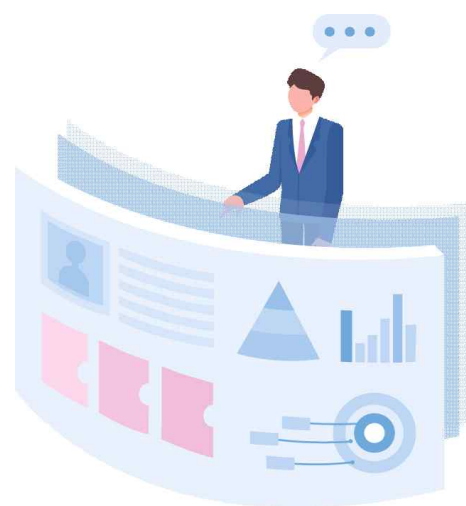
구분	전체	경제적 어려움	창작/아이디어 스트레스	작업공간 및 시설 부족	제작 기술	시장 경쟁 심화	기타
1인 미디어 (명)	102	58	26	7	5	5	1
비중 (%)	100.0	56.9	25.5	6.9	4.9	4.9	1.0



## 제3장

# 조사결과 분석

제8절. 음악산업 조사결과





## 1

## 음악산업 결과요약

## 1. 결과요약

- 부산지역 음악 산업은 2022년 현재 74개로 나타남
  - 법인 15개와 뮤지션 59개로 총 74개 조사됨
- 음악산업 총 종사자 수는 2022년 현재 154명으로 나타남
- 음악산업 총 매출액은 2021년 49억원으로 나타남

〈표 4-164〉 음악산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구 분	2020년	2021년	2022년	전년대비 증감률(%)
사업체 수 (개)	70	58	74	27.6
종사자 수 (명)	183	122	154	26.2
매출액 (백만원)	2,235	4,893	-	118.9

- 음악산업은 사업체 15개(20.3%)와 뮤지션 59개(79.7%)로 구성됨
- 음악산업 총 매출액의 79.8%는 사업체의 매출액으로 나타남

〈표 4-165〉 음악산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액

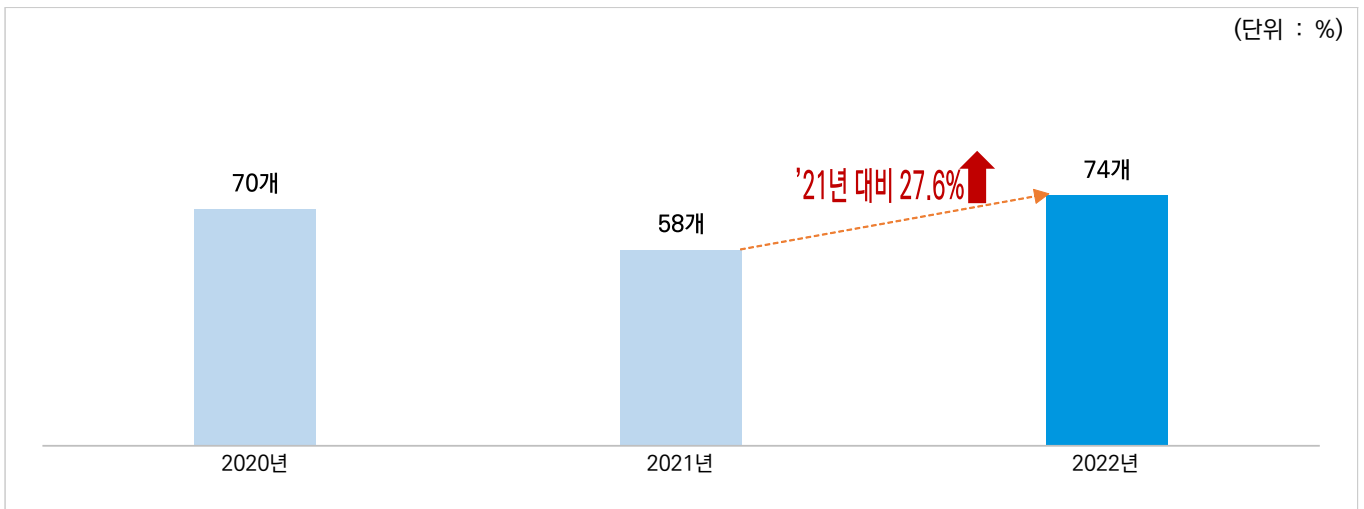
구 분	2022년 사업체 수		2022년 종사자 수		2021년 매출액		
	(개)	전체대비(%)	(명)	전체대비(%)	(백만원)	전체대비(%)	
음악산업	74	100.0	154	100.0	4,893	100.0	
유형	사업체	15	20.3	37	24.7	3,532	79.8
	뮤지션	59	79.7	117	75.3	1,361	20.2

## 2 음악산업 일반현황

### 1. 사업체 수

- 2022년 부산 음악산업 사업체는 74개로 법인사업체 15개, 뮤지션 59개이며, 전년대비 27.6% 상승한 것으로 나타남

〈그림 4-105〉 음악산업 사업체 현황



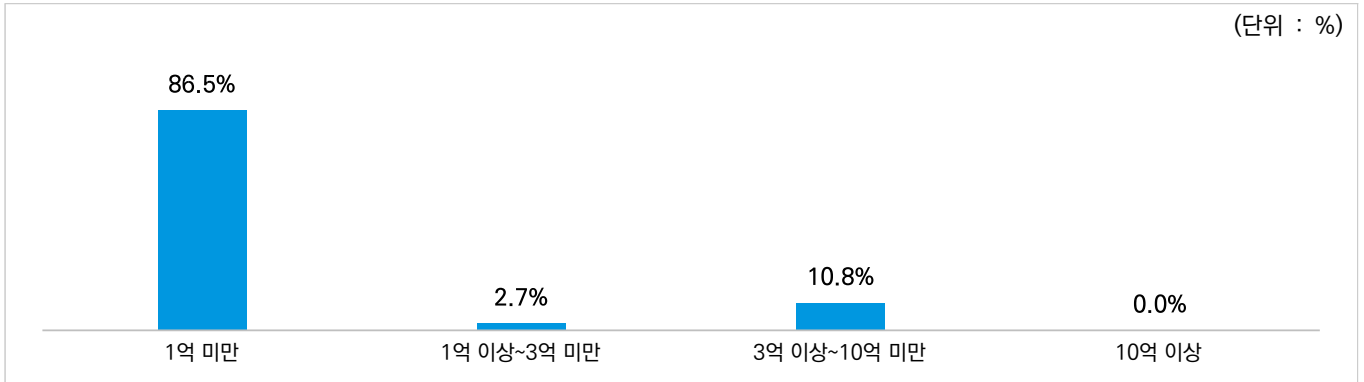
〈표 4-166〉 음악산업 사업체 현황

구 분	2020년(개)	2021년(개)	2022년(개)	전년대비 증감률(%)
음악산업	70	58	74	27.6
유형	사업체	11	15	36.4
	뮤지션	48	47	25.5

### 3 음악산업 매출현황

#### 1. 매출액 및 매출 규모별 사업체 현황

- 2021년 부산 음악산업 매출 규모별 사업체 현황은 '1억미만'이 86.5%로 가장 많았으며 '3억이상 10억미만(10.8%)', '1억이상 3억미만(2.7%)' 순으로 나타남



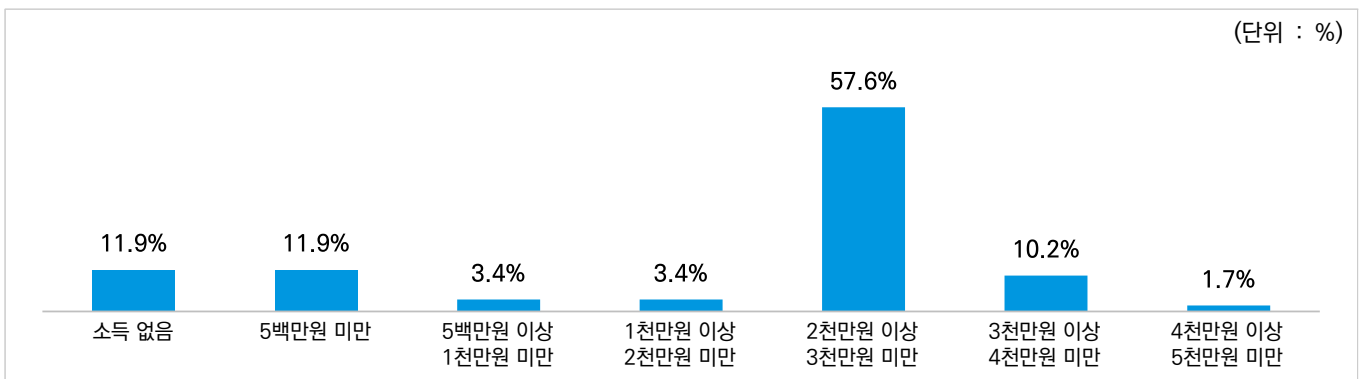
〈표 4-167〉 음악산업 2021년 매출 규모별 사업체 현황

구 분	2021년 매출액 (백만원)	1억 미만		1억 이상 3억 미만		3억 이상 10억 미만		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
음악산업	4,893	64	86.5	2	2.7	8	10.8	
유형	사업체	3,532	5	33.3	2	13.3	8	53.3
	뮤지션	1,361	59	100.0	0	0.0	0	0.0

#### 2. 뮤지션 연평균 소득

- 뮤지션 월평균 소득은 '2천만원 이상 3천만원 미만'이 57.6%로 높게 나타남

〈그림 4-106〉 뮤지션 연평균 소득



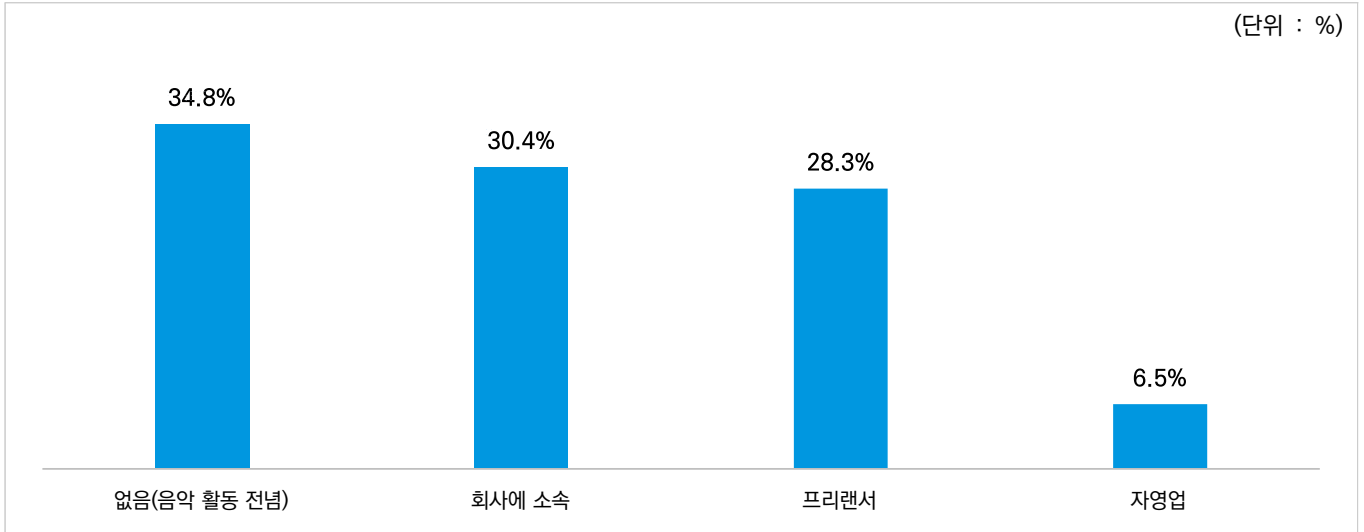
〈표 4-168〉 뮤지션 연평균 소득

구 분	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
뮤지션 (명)	59	7	7	2	2	34	6	1
비중 (%)	100.0	11.9	11.9	3.4	3.4	57.6	10.2	1.7

### 3. 뮤지션 활동 외 주요 소득원

- 뮤지션 활동 이외의 주요 소득원으로는 ‘없음’이 34.8%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘회사 소속(30.4%)’, ‘프리랜서(2.83%)’, ‘자영업(6.5%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-107〉 뮤지션 활동 외 주요 소득원



〈표 4-169〉 뮤지션 활동 외 주요 소득원

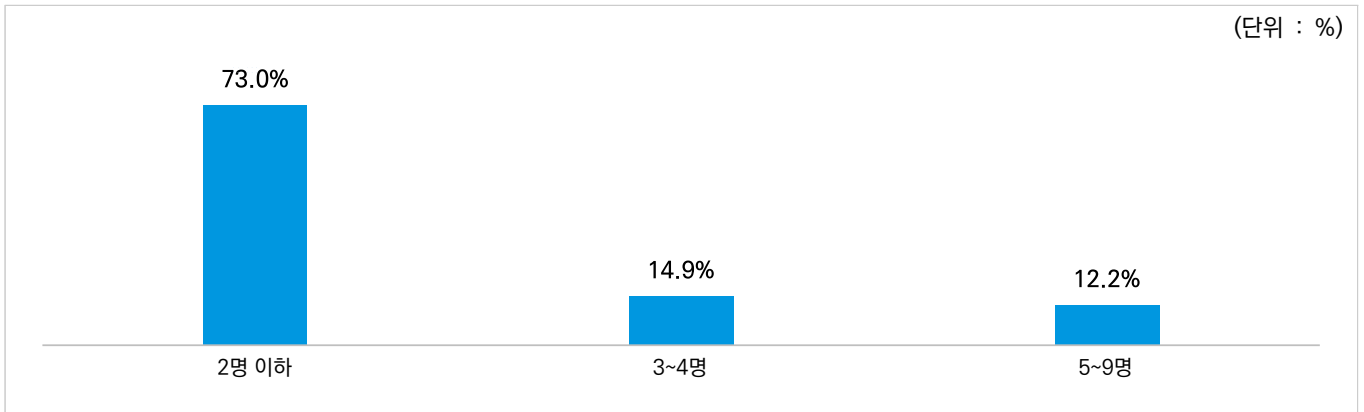
구 분	전체	없음 (음악 활동 전념)	회사에 소속	프리랜서	자영업
뮤지션 (명)	46	16	14	13	3
비중 (%)	100.0	34.8	30.4	28.3	6.5

## 4 음악산업 종사자현황

### 1. 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황

- 2022년 현재 종사자 '2명 이하'인 사업체의 비중이 73.0%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-108〉 음악산업 2022년 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황



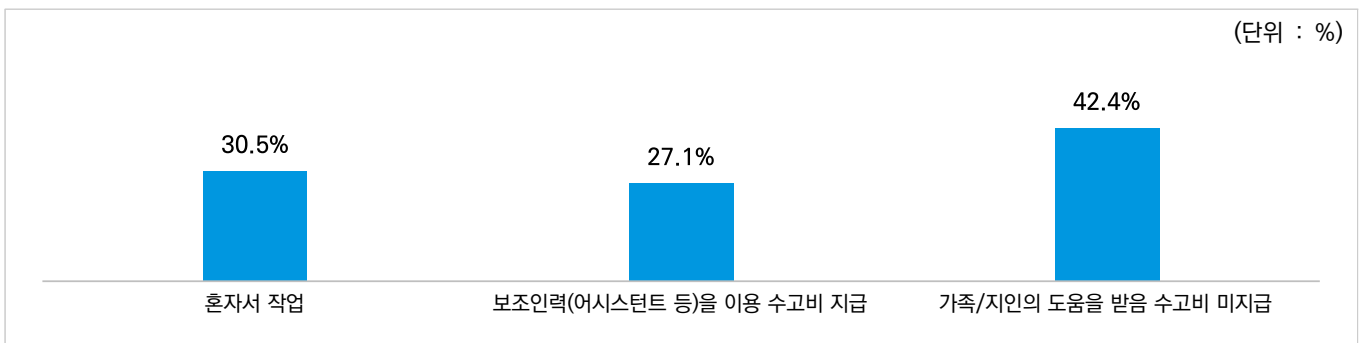
〈표 4-170〉 음악산업 2022년 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황

구 분		전체	2명 이하	3~4명	5~9명
		(명)	(%)	(%)	(%)
음악산업		154	73.0	14.9	12.2
유형	사업체	37	60.0	20.0	20.0
	뮤지션	117	76.3	13.6	10.2

### 2. 뮤지션 보조인력 활용여부

- '가족/ 지인의 도움을 받음'이 42.4%로 비중이 가장 높은 것으로 나타남

〈그림 4-109〉 뮤지션 보조인력 활용여부



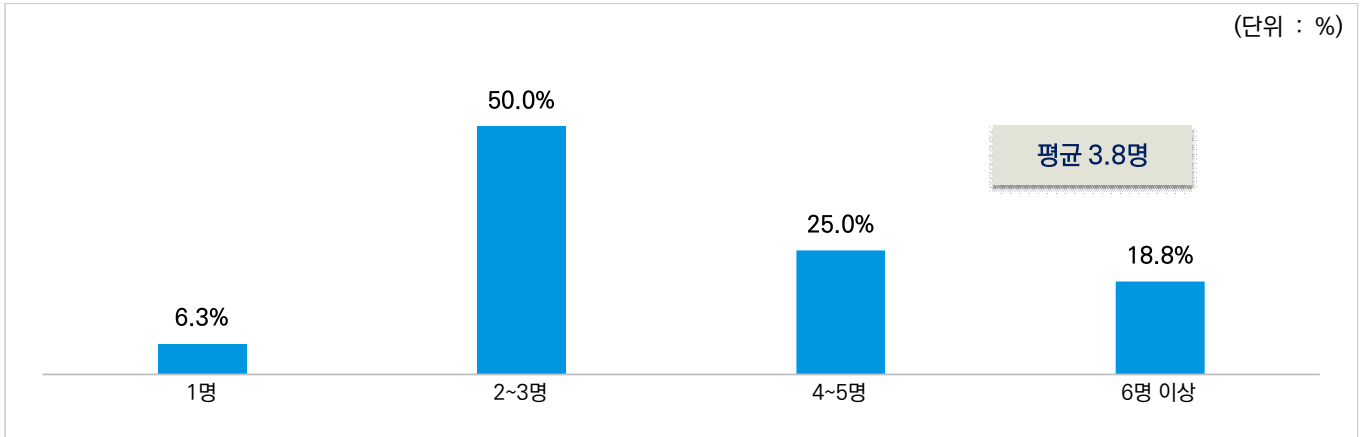
〈표 4-171〉 뮤지션 보조인력 활용여부

구 분	전체 (명)	혼자서 작업		보조인력 활용		가족/지인의 도움	
		(명)	(%)	(명)	(%)	(명)	(%)
뮤지션	(59)	(18)	30.5	(16)	27.1	(25)	42.4

### 3. 뮤지션 보조인력 활용규모(본인포함)

○ 보조인력 활용규모로는 '2~3명'이 50.0%로 가장 비중이 높게 나타났으며 평균 3.8명으로 조사됨

〈그림 4-110〉 뮤지션 보조인력 활용규모



〈표 4-172〉 뮤지션 보조인력 활용규모

구 분	전체	1명	2~3명	4~5명	6명 이상	평균
뮤지션 (명)	16	1	8	4	3	3.8
비중 (%)	100.0	6.3	50.0	25.0	18.8	

### 4. 뮤지션 보조인력 활용 관련 애로사항

○ 보조인력 활용 관련 애로사항은 '보조인력 활용비용 부담'이 56.3%으로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-111〉 뮤지션 보조인력 활용 관련 애로사항



〈표 4-173〉 뮤지션 보조인력 활용 관련 애로사항

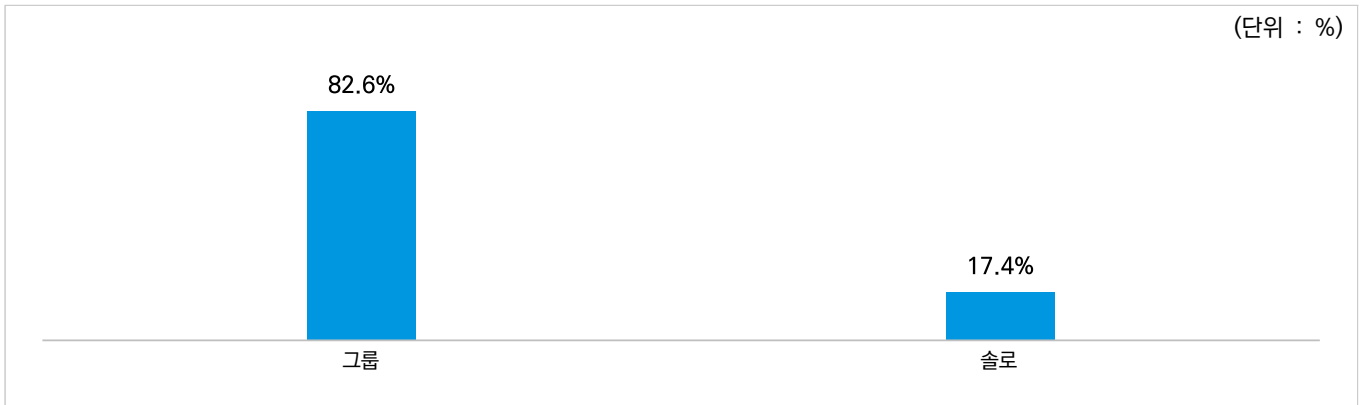
구 분	전체	보조인력 활용비용 부담	보조인력 업무시간 조절
뮤지션 (명)	16	9	7
비중 (%)	100.0	56.3	43.8

## 5 뮤지션 활동

### 1. 활동 유형

- 주력 활동 유형으로는 ‘그룹’이 82.6%로 비중이 가장 높게 나타남

〈그림 4-112〉 뮤지션 활동 유형



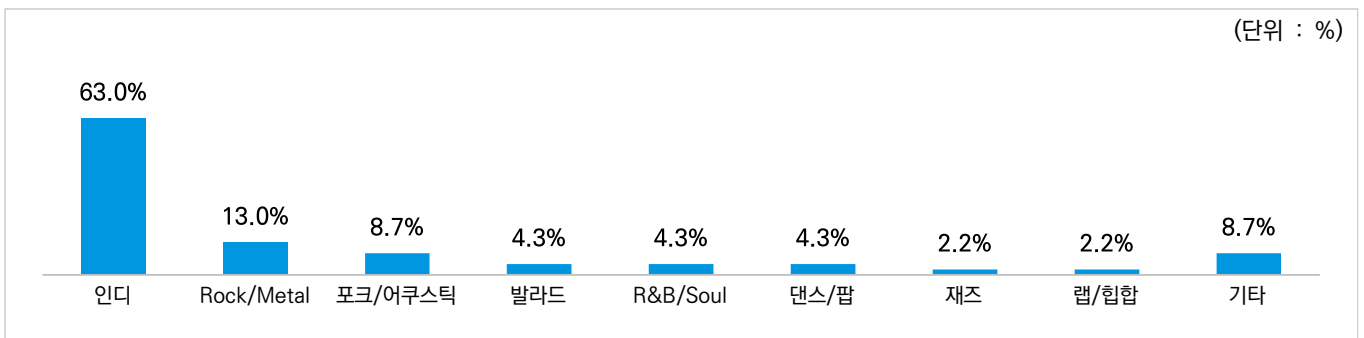
〈표 4-174〉 뮤지션 활동 유형

구 분	전체	그룹	솔로
뮤지션 (명)	46	38	8
비중 (%)	100.0	82.6	17.4

### 2. 활동 장르

- 주요 활동장르는 ‘인디’가 63.0%로 비중이 가장 높았으며, ‘Rock/Metal(13.0%)’, ‘포크/어쿠스틱(8.7%)’순으로 나타남

〈그림 4-113〉 뮤지션 활동 장르



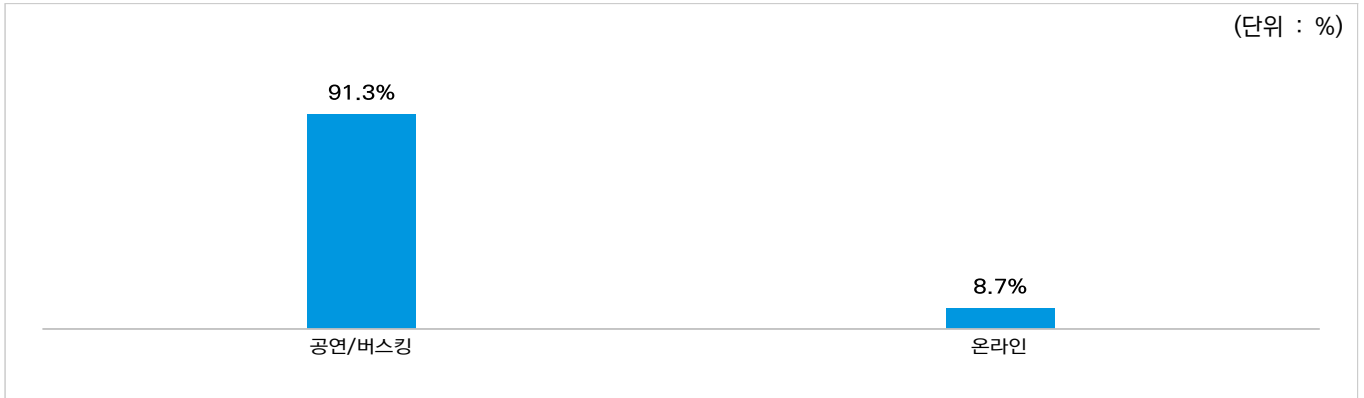
〈표 4-175〉 뮤지션 활동 장르

구 분	전체	인디	Rock/Metal	포크/어쿠스틱	발라드	R&B/Soul	재즈	댄스/팝	랩/힙합	기타
뮤지션 (명)	46	29	6	4	2	2	2	1	1	4
비중 (%)	100.0	63.0	13.0	8.7	4.3	4.3	4.3	2.2	2.2	8.7

### 3. 활동 영역

○ 주로 이용하는 활동 영역은 '야외공연(버스킹)'이 91.3%로 '온라인(8.7%)'보다 높게 나타남

〈그림 4-114〉 뮤지션 활동 영역



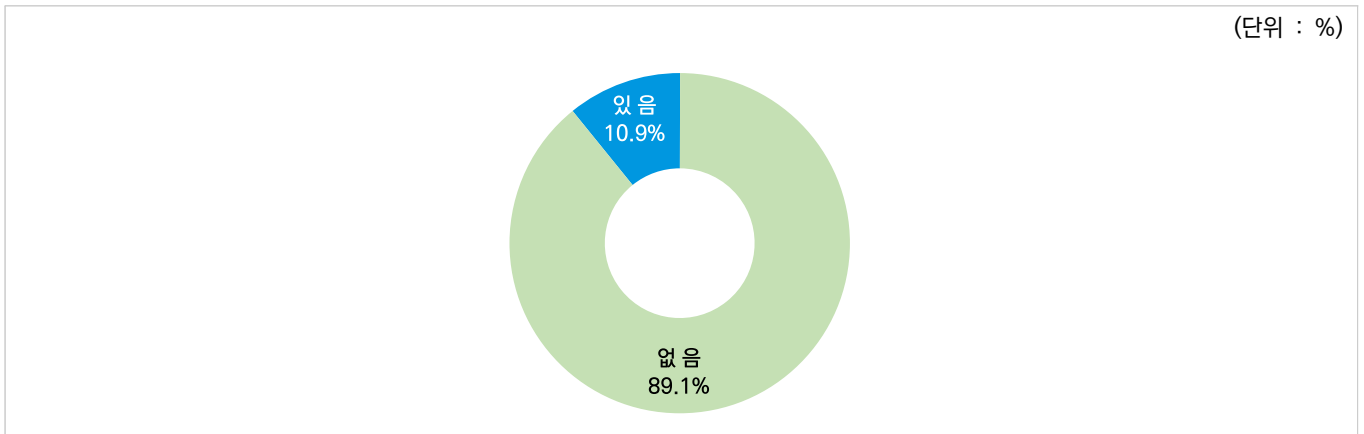
〈표 4-176〉 뮤지션 활동 영역

구 분	전체	공연/버스킹	온라인
뮤지션 (명)	46	42	4
비중 (%)	100.0	91.3	8.7

### 4. 부산/경남지역 거주로 인한 불편

○ 부산/경남지역 거주로 인한 불편함을 느낀 경우는 10.9%로 나타남.

〈그림 4-115〉 뮤지션 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부



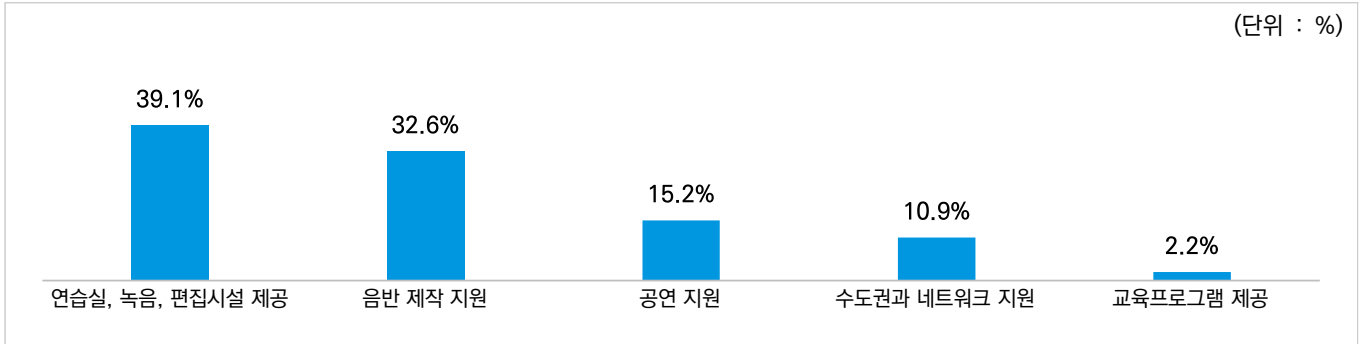
〈표 4-177〉 뮤지션 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부

구 분	전체	없음	있음
뮤지션 (명)	46	41	5
비중 (%)	100.0	89.1	10.9

## 5. 지역거주 뮤지션 지원사업

- 지역거주 뮤지션을 위해 가장 필요한 지원사업으로는 ‘연습실, 녹음, 편집시설 제공’이 39.1%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-116〉 지역거주 뮤지션 지원사업



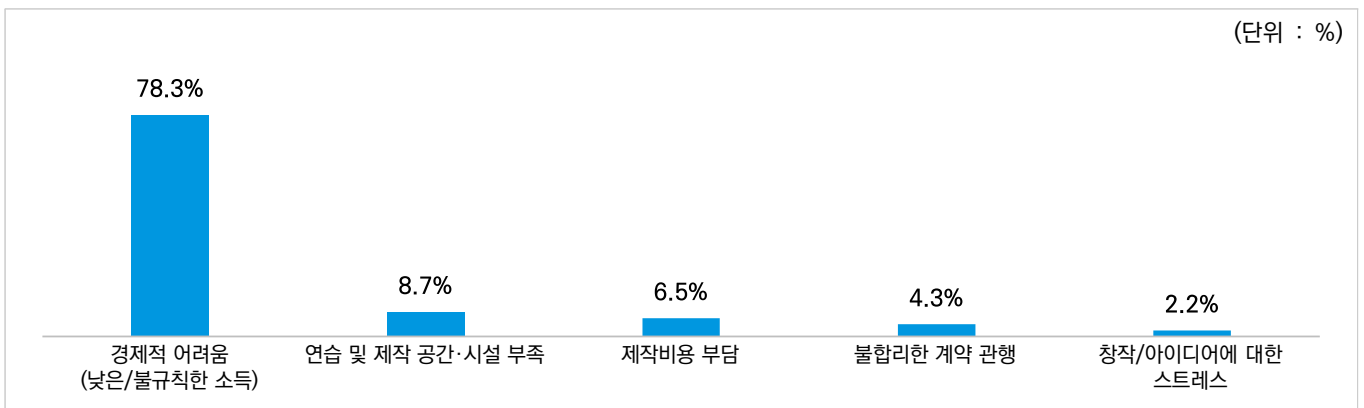
〈표 4-178〉 지역거주 뮤지션 지원사업

구분	전체	연습실, 녹음, 편집시설 제공	음반 제작 지원	공연 지원	수도권과 네트워크 지원	교육프로그램 제공
뮤지션 (명)	46	18	15	7	5	1
비중 (%)	100.0	39.1	32.6	15.2	10.9	2.2

## 6. 뮤지션 관련 애로사항

- 뮤지션 관련 애로사항으로는 ‘경제적 어려움’ 78.3%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-117〉 뮤지션 관련 애로사항



〈표 4-179〉 뮤지션 관련 애로사항

구분	전체	경제적 어려움	연습 및 제작 공간·시설 부족	제작비용 부담	불합리한 계약 관행	창작/아이디어에 대한 스트레스
뮤지션 (명)	46	36	4	3	2	1
비중 (%)	100.0	78.3	8.7	6.5	4.3	2.2



부록

# 설문지





본 조사에서 습득된 개인정보는  
통계법 제33조 및 제34조 규정에  
의해 엄격히 보호되며 통계 목적  
이외의 사용을 금지하고 있습니다.

--	--	--	--

## 2022년 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 설문을 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2022년 9월

주최 / 주관기관

조사실사기관



부산정보산업진흥원 정책기획단  
연구담당자 : 권규리 대리(kkl0528@busanit.or.k)

주 서 던 포 스투  
대 표 이 사 정 우 성  
담당연구원 김 정 수 ☎ 051-983-2031 jskim@southernpost.co.kr  
실사연구원 황 현 선 ☎ 070-7586-0111 / 팩스 070-4332-1600  
주 소 부산시 동구 중앙대로225번길 3-6, 201호

### 사업체 정보

사업체 유형	① 개인(사업자등록을 하지 않고 개인적으로 활동하는 콘텐츠 제작자) ▶ '개인'설문지를 작성해 주시기 바랍니다. ② 개인사업체 (법인등록을 하지 않고, 개인이 경영하는 사업체, 사업자등록을 한 경우) ③ 회사법인 (상법에 따라 설립된 영리법인 / 예 주식회사, 유한회사, 합자회사, 합명회사, 외국회사) ④ 기타법인 (민법/특별법에 따라 설립된 회사 이외의 법인)		
사업체 명			
사업자등록번호		설립연월	
대표자명		대표자 연령	① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 이상
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		



**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[2021년] 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황은 어떻습니까?**

[ ]

- ① 매우 나빠졌다      ② 대체로 나빠졌다      ③ 보통이다      ④ 대체로 좋아졌다      ⑤ 매우 좋아졌다
- ⑥ 해당사항 없음(▶ C1로 이동)

**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.

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

[ ]

- 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(▶ )

**B3. 귀사에서 제작한 콘텐츠는 순수창작물에 해당합니까? 아니면 다른 오리지널 콘텐츠IP를 활용하여 제작하고 있습니까?**

[ ]

☞ 다른 오리지널 콘텐츠IP 활용은 유명 캐릭터를 구입하여 영상을 제작하는 경우 등을 말합니다.

- ① 기획을 포함한 전 단계에서 순수 아이디어를 활용하여 제작 콘텐츠 기획
- ② 다른 오리지널 콘텐츠IP를 구입 활용 하여 제작
- ③ 두 가지 사례 모두 경험 있음
- ④ 두 가지 사례 모두 경험 없음

**B4. 콘텐츠IP 활성화를 위해 가장 필요한 지원정책은 다음 중 무엇이라고 생각하십니까?**

[ ]

- ① IP 상담창구 운영
- ② IP 등록 및 산업재산권 창출 비용 지원
- ③ 콘텐츠 개발 및 사업화 중소벤처 창업지원
- ④ 기업간 지식거래, 유통의 장 마련
- ⑤ 우수 IP 수출 지원
- ⑥ 콘텐츠개발부터 IP 확보를 통한 사업화까지 종합컨설팅 지원

## 경영 현황

C1. 귀사의 2022년 현재 기준 종사자 수와 2021년 신규채용 종사자 수를 각각 작성해 주시기 바랍니다.

구분	종사자 수
2022년 현재 기준 종사자 수	명
2021년 신규채용 종사자 수	명

C2. 귀사의 직무별 종사자 수 비중을 작성해주십시오.

☞ 합계가 100이 되도록 작성해 주시기 바랍니다.

구분	사업기획 (임원포함)	제작	연구개발	운영/관리 (재무/인사/총무)	홍보/마케팅	기타 (유통 등)	합계
종사자 수	%	%	%	%	%	%	100 %
2021년 신규채용	%	%	%	%	%	%	100 %

C3. 귀사의 전체 종사자 평균 근속연수를 작성해주십시오.

구분	평균 근속연수
전체 종사자 평균 근속연수	년

C4. 귀사의 전체 종사자 평균 급여수준을 작성해주십시오.

구분	평균 연봉 수준
전체 종사자 평균 연봉 수준	만원

C5. 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(▶                                                  )

C6. 귀사의 매출액과 국내 및 해외 매출액 비중을 작성해 주시기 바랍니다. [2021년]

☞ 2021년 매출액을 기준으로 작성해 주시기 바랍니다. / 매출액 비중의 합계가 100이 되도록 작성해 주시기 바랍니다.

2021년 기준 매출액	매출액 비중		
	국내	해외	합계
백만원	%	%	100%

**C7. 귀사의 사업형태별 매출액 비중을 작성해 주시기 바랍니다. [2021년]**

☞ 2021년 매출액을 기준으로 작성해 주시기 바랍니다. / 합계가 100이 되도록 작성해 주시기 바랍니다.

구분	내용	매출액 비중
개발/창작/제작	직접 제작한 콘텐츠를 통해 발생하는 매출(판매수입, 온라인서비스 매출 등 포함)	%
라이선스	타인이 재산을 사용할 수 있도록 권리를 부여하여 발생하는 매출	%
제작참여	편집/더빙/녹음/촬영/디자인/장비임대 등 일부 공정에 외주·컨소시엄으로 참여하여 발생한 매출	%
유통/배급	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(행사 매출, 단순복제, 콘텐츠 투자이익금 등)	%
합계		100 %

**C8. 귀사의 콘텐츠 주요 판로를 작성해 주시기 바랍니다. [2021년]**

- ① B2B 거래(퍼블리셔, 매니지먼트)                      ② 온라인 플랫폼                      ③ 크라우드펀딩
- ④ 전시회 참가                      ⑤ 오프라인 판매처                      ⑥ 기타 (▶ \_\_\_\_\_ )

**C9. 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 경쟁강화 및 대기업 독식                      ⑬ 지식재산권 침해(불법복제/다운로드)
- ⑭ 과도한 규제 및 정부지원 미비

**<기타>**

- ⑮ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

**지원사업**

**D1. 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(▶ \_\_\_\_\_ )



D5. 지원사업 관련 개선방안이 있으시면 작성해 주시기 바랍니다.

D6 귀사가 창업한 지역은 어디입니까?

- ① 부산광역시(▶D7로 이동)
- ② 이외 지역(▶D6-1로 이동)

D6-1. 귀사의 이전 소재지와 이전 시점을 기재해 주시기 바랍니다.

구분	지역/연도	
이전 소재지	시/도	시/군/구
이전 시점		년

D7. 귀사가 부산 지역에서 사업을 하고 있는 이유는 무엇입니까? [            ]

- ① 임대료, 보증금이 저렴함
- ② 사업 및 입주공간 확대를 위해
- ③ 인프라(스튜디오, 장비 등)가 잘 갖춰짐
- ④ 전문인력 확보가 용이함
- ⑤ 동종/협력업체가 많음
- ⑥ 타 업체와의 협력관계를 구축하기 쉬워서
- ⑦ 시장 및 수요자와 인접함
- ⑧ 산업/시장정보 습득이 용이함
- ⑨ 판로 확보나 마케팅에 유리해서
- ⑩ 부산시의 적극적인 지원
- ⑪ 생활편의시설(주거, 학교 등)이 잘 갖춰짐
- ⑫ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

D8. 귀사는 부산 이외의 다른 지역으로 이전이나 이사를 할 의향이 있으십니까? [            ]

- ① 예(▶ D8-1로 이동)
- ② 아니오(▶ D9로 이동)

D8-1. 귀사가 이전을 고려하고 있는 지역을 기재해 주시기 바랍니다.

구분	지역/연도	
1순위	시/도	시/군/구
2순위	시/도	시/군/구

D8-2. 귀사가 향후 소재지를 이전하게 되는 경우, 가장 중요하게 고려하는 사항은 무엇입니까?

- ① 업무공간 임대료 및 확보 용이성
- ② 인프라(스튜디오, 장비 등)의 구비성
- ③ 전문인력 확보의 용이성
- ④ 동종/협력업체의 밀집도
- ⑤ 시장 및 수요자와 인접성
- ⑥ 산업/시장정보 습득이 용이성
- ⑦ 지자체의 지원(자금지원, 멘토링 등)
- ⑧ 생활편의시설(주거, 의료, 학교 등)
- ⑨ 기타(▶ \_\_\_\_\_)



## 코로나19 현황

E1. 귀사에서 코로나19 사태 대응을 위해 취하고 있는 경영상의 조치는 무엇입니까? 아래 항목 중 해당하는 것을 모두 선택해주시시오.

- ① 재택근무 또는 유연근무 실시
- ② 유/무급 휴직
- ③ 임직원 임금 동결 또는 삭감
- ④ 희망퇴직, 권고사직, 정리해고
- ⑤ 프리랜서 또는 비정규직 계약 해지
- ⑥ 채용 중단
- ⑦ 수익성이 낮은 사업 정리
- ⑧ R&D 감축
- ⑨ 새로운 콘텐츠 개발 또는 탐색
- ⑩ 새로운 시장 진출(온라인 시장 등)
- ⑪ 유망산업 연구 또는 장비 도입(VR/AR 등)
- ⑫ 특별히 취하는 대응조치 없음
- ⑬ 기타(▶ )

E2. 귀사에서 코로나19 사태 극복을 위해 계획하고 있는 경영상의 조치가 있습니까?? 아래 항목 중 해당하는 것을 모두 선택해주시시오.

- ① 인건비 절감을 통한 경영효율화
- ② 제작, 유통 등 비용 절감을 통한 경영효율화
- ③ 국내외 조달처 다변화
- ④ 수요처 다변화
- ⑤ 새로운 콘텐츠 개발 및 탐색
- ⑥ 새로운 시장 진출(온라인 시장 등)
- ⑦ 유망산업 연구 또는 장비 도입(VR/AR 등)
- ⑧ 특별히 취하는 대응조치 없음
- ⑨ 기타(▶ )

E3. 코로나19 이후 콘텐츠산업과 관련해 가까운 미래에 일어날 것으로 예상되는 가장 큰 변화는 무엇이라고 생각하십니까?

1순위 : [                      ]      2순위 : [                      ]

- ① 제작, 유통, 배급 과정 전반에서의 디지털 전환 가속화(디지털 기술 활용을 통한 비대면 작업, 생산 자동화, 무인화 등)
- ② 근로시간 및 장소 제약 없는 채용 및 근로 형태 확산 심화
- ③ 코로나19 이후의 경영 불확실성 대응을 위한 아웃소싱, 비정규직, 프리랜서 활용 증가
- ④ 온라인 플랫폼 등 수요처 다변화에 따른 산업구조의 변화
- ⑤ 대규모 OTT 플랫폼 독과점으로 인한 영세 사업체(콘텐츠 제작 및 유통 사업체 등) 경영난
- ⑥ 1인 미디어의 대규모 확산
- ⑦ 별다른 변화가 없을 것으로 예상
- ⑧ 기타(▶ )

E4. 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책은 무엇이라고 생각하십니까? 중요도가 높은 순서대로 3순위까지 응답해주시시오.

1순위 : [                      ]      2순위 : [                      ]      3순위 : [                      ]

- ① 금융지원 확대(산업육성자금, 연구개발비 지원, 세제지원 등)
- ② 기술개발지원(기술혁신개발, 핵심미래기술 등)
- ③ 인력양성지원(전문인력 양성 지원, 해외연수 등)
- ④ 정보제공(해외시장 관련 정보 등)
- ⑤ 컨설팅(전략수립, 상담 등)
- ⑥ 정부/행정 규제 완화
- ⑦ 기타(▶ )







G7. 귀사가 경력직 인력 수급 시 가장 어려움을 느끼는 요인은 무엇이라고 생각하십니까? [ ]

- ① 타지역 대비 낮은 인건비                      ② 이직자의 거주지 이전 문제(보증금 및 임대료 등)                      ③ 경력직 구인 방법 및 시스템 부재  
 ④ 구직자 업무 능력의 객관적 평가 어려움                      ⑤ 기타(▶\_\_\_\_\_)

G8. 귀사의 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까? [ ]

- ① 채용박람회 등 게임 전문 오프라인 행사 확대                      ② 인터넷 구직 사이트 광고 지원                      ③ 대학, 학원 등 외부 교육기관 연계 인력 중개  
 ④ 지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축                      ⑤ 기타(▶\_\_\_\_\_)

G9. 귀사의 개발 인력 고용 및 수급 형태는 무엇입니까? [ ]

- ① 정규직                      ② 계약직(최대 2년 미만)                      ③ 계약직(정규직 전환 대상)  
 ④ 파견직                      ⑤ 프리랜서 및 아웃소싱                      ⑥ 기타(▶\_\_\_\_\_)

G10. 귀사의 비즈니스 운영(사업/마케팅 등) 인력 고용 및 수급 형태는 무엇입니까? [ ]

- ① 정규직                      ② 계약직(최대 2년 미만)                      ③ 계약직(정규직 전환 대상)  
 ④ 파견직                      ⑤ 프리랜서 및 아웃소싱                      ⑥ 기타(▶\_\_\_\_\_)

### 응답자 정보

부산정보산업진흥원(조사수행기관)과 서던포스트(조사실사기관)는 <2022년 부산 CT산업 실태조사>의 응답내용 확인 및 답례품 지급을 위해 아래와 같이 개인정보를 수집·이용하고자 합니다. 내용을 자세히 읽으신 후 동의 여부를 결정하여 주십시오.

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 개인정보의 수집·이용 목적                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 본 조사 응답내용 확인 및 답례품 지급</li> </ul> </li> <li>▪ 수집하려는 개인정보의 항목                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 응답자 성명, 전화번호(휴대전화), e-mail</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 개인정보의 보유 및 이용기간                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 개인정보 수집·이용 동의서 작성일로부터 <b>6개월</b></li> </ul> </li> <li>▪ 응답자는 개인정보 동의를 거부할 권리가 있습니다. 그러나 동의 거부 시에는 답례품 수령에 제한을 받을 수 있습니다.</li> </ul> <p style="text-align: center;">※ 본 동의서는 개인정보보호법 제15조②항에 근거하여 작성</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

※ 귀하께서는 위와 같이 개인정보 수집·이용하는데 동의하십니까?    ① 동의    ② 비동의

응답자 성명		연락처	(     ) - (     ) - (     )
응답자 e-mail	@		

♣ 조사에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다 ♣

본 조사에서 습득된 개인정보는  
통계법 제33조 및 제34조 규정에  
의해 엄격히 보호되며 통계 목적  
이외의 사용을 금지하고 있습니다.

--	--	--	--

## 2022년 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 통계목적외로만 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 설문을 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2022년 10월

주최 / 주관기관

조사실사기관



부산정보산업진흥원 정책기획단  
연구담당자 : 권규리 대리(kk0528@busanit.or.k)

(주) 서던포스트  
대표이사 정우성  
담당연구원 김정수 (☎ 051-983-2031 jskim@southernpost.co.kr)  
실사연구원 황현선 (☎ 070-7586-0111 / 팩스 070-4332-1600)  
주소 부산시 동구 중앙대로225번길 3-6, 201호

### 응답자 정보 및 산업분야

활동명/ 필명	
연령	① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 이상
활동시작년도	
E-mail	
주소	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 ▶ _____



**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. 귀하는 향후 어떻게 콘텐츠 관련 활동을 이어가실 계획이십니까? 계획하고 있는 활동을 모두 기입해주시요.**

- ① 창작 활동 유지(크리에이터/뮤지션/작가 등)      ② 정식 법인형태가 아닌 공동제작에 참여
- ③ 협동조합의 법인형태 설립                              ④ 주식회사의 법인형태 설립

**사업현황**

**H1. 귀하는 보조인력을 이용하고 계십니까?** [            ]

- ① 혼자서 작업(▶B2로 이동)                              ② 가족/지인의 도움을 받음-수고비 미지급(▶B2로 이동)
- ③ 보조인력(어시스턴트 등)을 이용-수고비 지급 (▶B1-1로 이동)

**H1-1. 평균적으로 몇 명의 보조인력 이용하고 계십니까?** [            명 ]

**H1-2. 보조인력 활용 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?** [            ]

- ① 보조인력 부족                                              ② 보조인력 자질부족                                      ③ 보조인력 활용비용 부담
- ④ 보조인력과의 업무시간 조절                              ⑤ 보조인력 구인정보 부족                                      ⑥ 기타(▶                                              )

**H2. 귀하의 콘텐츠 분야 근속연수를 작성해주시요.**

구분	근속연수
콘텐츠 분야 근속연수 (콘텐츠 관련 경력 합계)	년

**H3. 귀하가 2021년(1년간) 벌어들인 연간 수입은 어떻게 되십니까?** [            ]

- ① 소득 없음                                              ② 5백만원 미만                                              ③ 5백만원 이상 1천만원 미만
- ④ 1천만원 이상 2천만원 미만                              ⑤ 2천만원 이상 3천만원 미만                              ⑥ 3천만원 이상 4천만원 미만
- ⑦ 4천만원 이상 5천만원 미만                              ⑧ 5천만원 이상 1억원 미만                              ⑨ 1억원 이상

**H4. 귀하의 전년(2021년) 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황은 어떻습니까?** [            ]

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

**H4-1. 위와 같이 응답한 이유에 대해 구체적으로 작성해 주시기 바랍니다.**

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

**H5. 귀하의 콘텐츠 주요 판로를 작성해 주시기 바랍니다. [2021년 기준]**

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

**H6. 귀하의 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 경쟁감화 및 대기업 독식                      ⑬ 지식재산권 침해(불법복제/다운로드)
- ⑭ 과도한 규제 및 정부지원 미비

**<기타>**

- ⑮ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

**코로나19 현황**

**11. 귀하는 코로나19 이후 정부나 부산시/부산정보산업진흥원 등 공공기관으로부터 콘텐츠 활동과 관련하여 지원을 받은 경험이 있으십니까? [            ]**

- ① 예(▶ C1-1로 이동)                                      ② 아니오(▶ C2로 이동)

**11-1. 귀하가 공공기관으로부터 받은 지원은 무엇이였습니까? 구체적으로 기입해주시시오.**

**12. 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책은 무엇이라고 생각하십니까?**

## 만화작가 대상 추가설문

J1. 귀하가 주력하는 창작활동 분야는 무엇입니까? [ ]

- ① 글(스토리)                      ② 그림(작화)                      ③ 글(스토리) +그림(작화)

J2. 귀하가 활동하는 분야는 무엇입니까?(해당하는 분야 모두 선택) [ ]

- ① 출판/지연만화                      ② 웹툰                      ③ 기타(▶\_\_\_\_\_)

J3. 귀하가 주로 이용하는 창작공간은 무엇입니까? [ ]

- ① 자택                      ② 개인 작업실(자택과 독립된 공간)                      ③ 공동 작업실  
④ 기타(▶\_\_\_\_\_)

J4. 귀하의 만화/웹툰 창작 외의 주요 소득원은 무엇입니까? [ ]

- ① 없음(만화/웹툰창작에 전념)                      ② 자영업                      ③ 회사에 소속  
④ 프리랜서                      ⑤ 가족의 지원                      ⑥ 기타(▶\_\_\_\_\_)

J5. 부산 및 경남지역 거주로 인해 만화작가 활동에 불편함을 느끼는 경우가 있으십니까? [ ]

- ① 없음                      ② 있음(▶불편함을 느낀 이유\_\_\_\_\_)

J6. 지역거주 만화/웹툰작가를 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까? [ ]

- ① 창작공간 제공                      ② 교육프로그램 제공                      ③ 계약 및 불공정 행위 관련 상담  
④ 불법복제 금지 방안 마련                      ⑤ 웹소설 등 타 장르와의 콜라보                      ⑥ 기타(▶\_\_\_\_\_)

J7. 만화/웹툰 창작 관련 주요 애로사항은 무엇입니까? [ ]

- ① 경제적 어려움(낮은/불규칙한 소득)                      ② 창작/아이디어에 대한 스트레스                      ③ 작업시간 부족  
④ 보조인력 확보 어려움                      ⑤ 작업공간 및 시설 부족                      ⑥ 차기작 준비  
⑦ 제작비용(인건비 등) 부담                      ⑧ 플랫폼,출판사와의 관계                      ⑨ 기타(▶\_\_\_\_\_)

## 1인 크리에이터 대상 추가설문

K1. 귀하가 활동하는 분야는 무엇입니까?(해당하는 분야 모두 선택) [ ]

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

K2. 귀하가 주로 이용하는 플랫폼은 어디입니까? [ ]

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

K3. 귀하가 주로 이용하는 촬영장소는 어디입니까? [ ]

- ① 자택                      ② 야외                      ③ 개인 스튜디오  
④ 스튜디오 대여                      ⑤ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

K4. 귀하의 크리에이터 활동 외의 주요 소득원은 무엇입니까? [ ]

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

K5. 부산 및 경남지역 거주로 인해 크리에이터 활동에 불편함을 느끼신 경우가 있으십니까? [ ]

- ① 없음                      ② 있음(▶ 불편함을 느낀 이유 \_\_\_\_\_)

K6. 지역거주 크리에이터를 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까? [ ]

- ① 제작비 지원                      ② 장비 지원                      ③ 공감 지원  
④ 교육훈련 지원                      ⑤ 법률 지원                      ⑥ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

K7. 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(▶ \_\_\_\_\_)

## 뮤지션 대상 추가설문

L1. 귀하의 활동 유형은 무엇입니까? [ ]

- ① 그룹                      ② 솔로                      ③ 기타(▶ \_\_\_\_\_)

L2. 귀하가 활동하는 장르는 무엇입니까?(해당하는 장르 모두 선택) [ ]

- ① 발라드                      ② R&B/Soul                      ③ 포크/어쿠스틱                      ④ 인디  
⑤ 재즈                      ⑥ 댄스/팝                      ⑦ 랩/힙합                      ⑧ Rock/Metal  
⑨ 일렉트로닉                      ⑩ 기타(▶ \_\_\_\_\_)





