
2021 부산 CT산업 통계조사

- 결과 보고서 -



2021. 12

제 출 문

부산정보산업진흥원장 귀하

본 보고서를 「2021 부산 CT산업 통계조사」 용역의 최종 보고서로 제출합니다.

2021. 12.

주 관 기 관 : (재)부산정보산업진흥원

수 행 기 관 : (주)서던포스트

연구책임자 : 정우성 대표이사

김희성 부장

박현수 차장

CONTENTS

제1장. 결과 요약	1
1. 조사 개요	3
2. 조사결과 요약	5
제2장. 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 현황	9
1. 콘텐츠산업조사 개요	11
2. 콘텐츠산업 현황	12
3. 지역별 및 부산지역 콘텐츠산업 매출 현황	15
4. 지역별 및 부산지역 콘텐츠산업 인력 현황	21
제3장. 콘텐츠산업 동향 분석	27
1. 콘텐츠산업 시장동향 분석	29
2. 부산 콘텐츠산업 현황 및 역량	43
제4장. 조사결과	49
제1절. 조사 개요	51
1. 조사배경 및 목적	53
2. 조사 기본 설계	54
3. 조사대상	55
4. 조사내용	57
5. 조사결과	59
6. 자료처리 및 분석	60
제2절. 전체 조사결과	61
1. 일반현황	63
2. 매출현황	71
3. 종사자 현황	76
4. 채용현황	80
5. 경영현황	84
6. 제작현황	88
7. 지원사업 관련	91
8. 코로나19 현황	98
9. XR 관련	107
10. 개인제작자	120

CONTENTS

제3절. 만화산업 조사결과	125
1. 만화산업 결과요약	127
2. 만화산업 일반현황	128
3. 만화산업 매출현황	129
4. 만화산업 종사자현황	131
5. 만화산업 창작활동	134
제4절. 게임산업 조사결과	137
1. 게임산업 결과요약	139
2. 게임산업 일반현황	140
3. 게임산업 매출현황	141
4. 게임산업 종사자현황	144
5. 게임산업 환경	147
제5절. 애니메이션산업 조사결과	159
1. 애니메이션산업 결과요약	161
2. 애니메이션산업 일반현황	162
3. 애니메이션산업 매출현황	163
4. 애니메이션산업 종사자현황	164
제6절. XR산업 조사결과	165
1. XR산업 결과요약	167
2. XR산업 일반현황	168
3. XR산업 매출현황	169
4. XR산업 종사자현황	172
5. XR산업 환경	174
제7절. 1인 미디어 조사결과	183
1. 1인 미디어 결과요약	185
2. 1인 미디어 일반현황	186
3. 1인 미디어 매출현황	187
4. 1인 미디어 종사자현황	188
5. 1인 미디어 창작활동	190
제8절. 음악산업 조사결과	193
1. 음악산업 결과요약	195
2. 음악산업 일반현황	196
3. 음악산업 매출현황	197
4. 음악산업 종사자현황	199
5. 뮤지션 활동	201

CONTENTS

제5장. 인프라 현황	205
제1절. 물적 인프라	207
1. 종합	209
2. 문화시설 상세현황	218
3. 문화예술단체	226
4. 축제현황	231
제2절. 인적 인프라	235
1. 종합	237
2. 대학원	239
3. 대학교	243
4. 전문대학	249
부록. 설문지	251

- 표 목 차 -

〈표 1-1〉 조사 기본 설계	3
〈표 1-2〉 부산 CT산업 콘텐츠제작 사업체 현황	5
〈표 1-3〉 연도별 매출액	6
〈표 1-4〉 연도별 종사자 수	7
〈표 2-1〉 콘텐츠산업조사 산업분류	11
〈표 2-2〉 2020년 콘텐츠산업 현황	12
〈표 2-3〉 콘텐츠산업 매출액	13
〈표 2-4〉 콘텐츠산업 종사자 수	14
〈표 2-5〉 콘텐츠산업 지역별 연도별 매출액	16
〈표 2-6〉 콘텐츠산업 지역별 매출액	17
〈표 2-7〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 연도별 매출액	18
〈표 2-8〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 세부산업별 매출액	19
〈표 2-9〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 세부산업별 매출액	20
〈표 2-10〉 콘텐츠산업 지역별 연도별 종사자 수	22
〈표 2-11〉 콘텐츠산업 지역별 종사자 수	23
〈표 2-12〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 연도별 종사자 수	24
〈표 2-13〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 세부산업별 종사자 수	25
〈표 2-14〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 세부산업별 종사자 수	26
〈표 3-1〉 '19년 대비 '20년 연간 콘텐츠산업 분야별 사업체 수 증감	29
〈표 3-2〉 '19년 대비 '20년 연간 콘텐츠산업 분야별 매출액 증감	30
〈표 3-3〉 '19년 대비 '20년 연간 콘텐츠산업 분야별 종사자 수 증감	30
〈표 3-4〉 2020년 콘텐츠산업 규모 현황	43
〈표 3-5〉 전국 대비 부산 게임산업(게임 제작업) 규모 현황	44
〈표 3-6〉 전국 대비 부산 애니메이션산업 규모 현황	45
〈표 3-7〉 전국 대비 부산 음악산업 규모 현황	46
〈표 4-1〉 조사 기본 설계	54
〈표 4-2〉 콘텐츠산업 특수분류체계 내 조사대상 업종구분	55
〈표 4-3〉 조사 대상 현황	56
〈표 4-4〉 조사내용 : 부산 CT산업 통계조사 설문지 구성(사업체용)	57
〈표 4-5〉 조사내용 : 부산 CT산업 통계조사 설문지 구성(개인용)	58
〈표 4-6〉 조사실시 결과	59
〈표 4-7〉 연도별 사업체 수	64
〈표 4-8〉 XR 관련 사업체 현황	65
〈표 4-9〉 설립연도별 사업체 현황	66
〈표 4-10〉 소재지역별 사업체 현황 ①	67
〈표 4-11〉 소재지역별 사업체 현황 ②	68
〈표 4-12〉 소재지역별 사업체 현황 ③	68
〈표 4-13〉 소재지역별 사업체 현황 ④	69
〈표 4-14〉 대표자 연령별 사업체 현황	70
〈표 4-15〉 연도별 매출액	71

CONTENTS

〈표 4-16〉 연도별 매출액 - 매출액 300억원 이하 사업체	72
〈표 4-17〉 2020년 매출 규모별 사업체 현황	73
〈표 4-18〉 사업형태별 매출 비중	74
〈표 4-19〉 국내외 매출 비중	75
〈표 4-20〉 연도별 종사자 수	76
〈표 4-21〉 연도별 종사자 수 - 종사자 100명 이하 사업체	77
〈표 4-22〉 종사자 규모별 사업체 현황	78
〈표 4-23〉 직무별 종사자 비중	79
〈표 4-24〉 신규 채용현황	80
〈표 4-25〉 직무별 신규 채용규모	81
〈표 4-26〉 채용 관련 애로사항 ①	82
〈표 4-27〉 채용 관련 애로사항 ②	83
〈표 4-28〉 사업추진단계	84
〈표 4-29〉 경영 관련 애로사항 - 1순위 ①	86
〈표 4-30〉 경영 관련 애로사항 - 1순위 ②	86
〈표 4-31〉 경영 관련 애로사항 - 1+2순위 ①	87
〈표 4-32〉 경영 관련 애로사항 - 1+2순위 ②	87
〈표 4-33〉 전년 대비 제작환경	88
〈표 4-34〉 제작 관련 애로사항 ①	89
〈표 4-35〉 제작 관련 애로사항 ②	90
〈표 4-36〉 지원사업 정보 수집경로	91
〈표 4-37〉 희망 지원사업 - 인프라 지원	92
〈표 4-38〉 희망 지원사업 - 금전적 지원	93
〈표 4-39〉 희망 지원사업 - 교육훈련 지원	94
〈표 4-40〉 희망 지원사업 - 경영 지원	95
〈표 4-41〉 지원사업 신청/참여 애로사항 ①	96
〈표 4-42〉 지원사업 신청/참여 애로사항 ②	97
〈표 4-43〉 코로나19 대응 관련 시행중인 경영상의 조치 ①	98
〈표 4-44〉 코로나19 대응 관련 시행중인 경영상의 조치 ②	99
〈표 4-45〉 코로나19 대응 관련 시행예정인 경영상의 조치 ①	100
〈표 4-46〉 코로나19 대응 관련 시행예정인 경영상의 조치 ②	101
〈표 4-47〉 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 - 1순위 ①	103
〈표 4-48〉 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 - 1순위 ②	103
〈표 4-49〉 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 - 1+2순위 ①	104
〈표 4-50〉 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 - 1+2순위 ②	104
〈표 4-51〉 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 - 1순위	106
〈표 4-52〉 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 - 1+2순위	106
〈표 4-53〉 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 - 1+2+3순위	106
〈표 4-54〉 XR 콘텐츠 제작/계획 여부	107
〈표 4-55〉 XR 콘텐츠 장르 - 1순위 ①	109
〈표 4-56〉 XR 콘텐츠 장르 - 1순위 ②	109

CONTENTS

〈표 4-57〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위 ①	110
〈표 4-58〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위 ②	110
〈표 4-59〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위 ①	111
〈표 4-60〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위 ②	111
〈표 4-61〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위	113
〈표 4-62〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2순위	113
〈표 4-63〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위	113
〈표 4-64〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위	115
〈표 4-65〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위	115
〈표 4-66〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위	115
〈표 4-67〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위 ①	117
〈표 4-68〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ①	117
〈표 4-69〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ②	117
〈표 4-70〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ①	118
〈표 4-71〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ②	118
〈표 4-72〉 인력 수급을 위한 필요 지원사업	119
〈표 4-73〉 보조인력 이용여부 - 개인제작자	120
〈표 4-74〉 보조인력 이용규모 - 개인제작자	121
〈표 4-75〉 보고인력 활용 관련 애로사항 - 개인제작자	122
〈표 4-76〉 연평균 소득 - 개인제작자 ①	123
〈표 4-77〉 연평균 소득 - 개인제작자 ②	123
〈표 4-78〉 만화산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액	127
〈표 4-79〉 만화산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액	127
〈표 4-80〉 만화산업 연도별 사업체 수	128
〈표 4-81〉 만화산업 유형별 사업체 현황	128
〈표 4-82〉 만화산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액	129
〈표 4-83〉 만화산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황	129
〈표 4-84〉 만화작가 연평균 소득	130
〈표 4-85〉 만화창작 외 주요 소득원	130
〈표 4-86〉 만화산업 열도별 종사자 수	131
〈표 4-87〉 만화산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황	132
〈표 4-88〉 만화산업 보조인력 활용여부	132
〈표 4-89〉 만화산업 보조인력 활용 관련 애로사항	133
〈표 4-90〉 만화작가 주력 창작분야	134
〈표 4-91〉 만화작가 주요 활동분야	134
〈표 4-92〉 만화작가 창작공간	135
〈표 4-93〉 만화작가 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부	135
〈표 4-94〉 지역거주 만화작가 지원사업	136
〈표 4-95〉 만화창작 관련 애로사항	136
〈표 4-96〉 게임산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액	139
〈표 4-97〉 게임산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액	139

CONTENTS

〈표 4-98〉 게임산업 연도별 사업체 수	140
〈표 4-99〉 게임산업 분야별 사업체 현황	140
〈표 4-100〉 게임산업 연도별 매출액	141
〈표 4-101〉 게임산업 분야별 매출액	141
〈표 4-102〉 게임산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황	142
〈표 4-103〉 게임산업 유형별 매출 비중	143
〈표 4-104〉 게임산업 연도별 종사자 수	144
〈표 4-105〉 게임산업 분야별 종사자 수	144
〈표 4-106〉 게임산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황	145
〈표 4-107〉 게임산업 직무별 종사자 비중	146
〈표 4-108〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1순위	148
〈표 4-109〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2순위	148
〈표 4-110〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2+3순위	148
〈표 4-111〉 도전하고자 하는 분야 - 1순위	150
〈표 4-112〉 도전하고자 하는 분야 - 1+2순위	150
〈표 4-113〉 도전하고자 하는 분야 - 1+2+3순위	150
〈표 4-114〉 인력수급 경로(매체) - 1순위	152
〈표 4-115〉 인력수급 경로(매체) - 1+2순위	152
〈표 4-116〉 인력수급 경로(매체) - 1+2+3순위	152
〈표 4-117〉 인력수급을 위한 필요 지원사업	153
〈표 4-118〉 인력수급 시 어려움	154
〈표 4-119〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1순위	156
〈표 4-120〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2순위	156
〈표 4-121〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2+3순위	156
〈표 4-122〉 현재 상황에서 필요한 지원사업	157
〈표 4-123〉 애니메이션산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액	161
〈표 4-124〉 애니메이션산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액	161
〈표 4-125〉 애니메이션산업 연도별 사업체 수	162
〈표 4-126〉 애니메이션산업 분야별 사업체 현황	162
〈표 4-127〉 애니메이션산업 연도별 매출액	163
〈표 4-128〉 애니메이션산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황	163
〈표 4-129〉 애니메이션산업 연도별 종사자 수	164
〈표 4-130〉 애니메이션산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황	164
〈표 4-131〉 XR산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액	167
〈표 4-132〉 XR산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액	167
〈표 4-133〉 XR산업 연도별 사업체 수	168
〈표 4-134〉 XR산업 업종별 사업체 현황	168
〈표 4-135〉 XR산업 연도별 매출액	169
〈표 4-136〉 XR산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황	170
〈표 4-137〉 XR산업 유형별 매출 비중	171
〈표 4-138〉 XR산업 연도별 종사자 수	172

CONTENTS

〈표 4-139〉 XR산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황	173
〈표 4-140〉 부산지역 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위	175
〈표 4-141〉 부산지역 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2순위	175
〈표 4-142〉 부산지역 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위	175
〈표 4-143〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위	177
〈표 4-144〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위	177
〈표 4-145〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위	177
〈표 4-146〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위 ①	179
〈표 4-147〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ①	179
〈표 4-148〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ②	179
〈표 4-149〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ①	180
〈표 4-150〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ②	180
〈표 4-151〉 인력 수급을 위한 필요 지원사업	181
〈표 4-152〉 1인 미디어 사업체 수, 종사자 수, 매출액	185
〈표 4-153〉 1인 미디어 사업체 현황	186
〈표 4-154〉 1인 미디어 2020년 매출 규모별 사업체 현황	187
〈표 4-155〉 1인 미디어 활동 외 주요 소득원	187
〈표 4-156〉 1인 미디어 2021년 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황	188
〈표 4-157〉 1인 미디어 보조인력 활용여부	188
〈표 4-158〉 1인 미디어 보조인력 활용규모	189
〈표 4-159〉 1인 미디어 보조인력 활용 관련 애로사항	189
〈표 4-160〉 1인 미디어 주력 창작 활동분야	190
〈표 4-161〉 1인 미디어 주 이용 플랫폼	190
〈표 4-162〉 1인 미디어 촬영장소	191
〈표 4-163〉 1인 미디어 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부	191
〈표 4-164〉 지역거주 1인 미디어 지원사업	192
〈표 4-165〉 1인 미디어 관련 애로사항	192
〈표 4-166〉 음악산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액	195
〈표 4-167〉 음악산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액	195
〈표 4-168〉 음악산업 사업체 현황	196
〈표 4-169〉 음악산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황	197
〈표 4-170〉 뮤지션 연평균 소득	197
〈표 4-171〉 뮤지션 활동 외 주요 소득원	198
〈표 4-172〉 음악산업 2021년 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황	199
〈표 4-173〉 뮤지션 보조인력 활용여부	199
〈표 4-174〉 뮤지션 보조인력 활용규모	200
〈표 4-175〉 뮤지션 보조인력 활용 관련 애로사항	200
〈표 4-176〉 뮤지션 활동 유형	201
〈표 4-177〉 뮤지션 활동 장르	201
〈표 4-178〉 뮤지션 활동 영역	202
〈표 4-179〉 뮤지션 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부	202

CONTENTS

〈표 4-180〉 지역거주 뮤지션 지원사업	203
〈표 4-181〉 뮤지션 관련 애로사항	203
〈표 5-1〉 전국 문화기반시설 현황	209
〈표 5-2〉 전국 문화기반시설 및 공연시설 현황	210
〈표 5-3〉 부산정보산업진흥원 지원 인프라 현황	211
〈표 5-4〉 센텀 문화산업진흥지구	212
〈표 5-5〉 부산문화콘텐츠콤플렉스	212
〈표 5-6〉 부산콘텐츠코리아랩	213
〈표 5-7〉 부산글로벌게임센터	213
〈표 5-8〉 부산음악창작소	214
〈표 5-9〉 부산글로벌웹툰센터	214
〈표 5-10〉 가상증강현실융합센터	215
〈표 5-11〉 부산 e스포츠 상설경기장	215
〈표 5-12〉 1인 크리에이터 창작센터	216
〈표 5-13〉 부산게임과몰입상담치료센터	216
〈표 5-14〉 한-아세안 ICT 융합빌리지	217
〈표 5-15〉 부산 도서관 현황	218
〈표 5-16〉 부산 소재 도서관 ①	218
〈표 5-17〉 부산 소재 도서관 ②	219
〈표 5-18〉 부산 박물관 현황	220
〈표 5-19〉 부산 소재 박물관 ①	220
〈표 5-20〉 부산 소재 박물관 ②	221
〈표 5-21〉 부산 미술관 현황	221
〈표 5-22〉 부산 소재 미술관 ①	221
〈표 5-23〉 부산 문예회관 현황	222
〈표 5-24〉 부산 소재 문예회관 ①	222
〈표 5-25〉 부산 문화원 현황	223
〈표 5-26〉 부산 소재 문화원 ①	223
〈표 5-27〉 부산 공연시설 현황	224
〈표 5-28〉 부산 소재 공연시설 ①	224
〈표 5-29〉 부산 소재 공연시설 ②	225
〈표 5-30〉 부산 주요 문화예술법인/단체 ①	226
〈표 5-31〉 부산 주요 문화예술법인/단체 ②	227
〈표 5-32〉 부산 주요 문화예술법인/단체 ③	228
〈표 5-33〉 부산 주요 문화예술법인/단체 ④	229
〈표 5-34〉 부산 주요 문화예술법인/단체 ⑤	230
〈표 5-35〉 부산 축제 현황	231
〈표 5-36〉 부산 축제 ①	231
〈표 5-37〉 부산 축제 ②	232
〈표 5-38〉 부산 축제 ③	233
〈표 5-39〉 부산 축제 ④	234

CONTENTS

〈표 5-40〉 부산 교육기관의 문화관련 인력양성 현황	237
〈표 5-41〉 부산 소재 대학 ①	237
〈표 5-42〉 부산 소재 대학 ②	238
〈표 5-43〉 부산 소재 대학원 ①	239
〈표 5-44〉 부산 소재 대학원 ②	240
〈표 5-45〉 부산 소재 대학원 ③	241
〈표 5-46〉 부산 소재 대학원 ④	242
〈표 5-47〉 부산 소재 대학교 ①	243
〈표 5-48〉 부산 소재 대학교 ②	244
〈표 5-49〉 부산 소재 대학교 ③	245
〈표 5-50〉 부산 소재 대학교 ④	246
〈표 5-51〉 부산 소재 대학교 ⑤	247
〈표 5-52〉 부산 소재 대학교 ⑥	248
〈표 5-53〉 부산 소재 전문대학 ①	249

- 그림 목 차 -

〈그림 1-1〉 연도별 매출액	6
〈그림 1-2〉 연도별 종사자 수	7
〈그림 2-1〉 콘텐츠산업 매출액 및 전년대비 증감률	13
〈그림 2-2〉 콘텐츠산업 종사자 수 및 전년대비 증감률	14
〈그림 2-3〉 콘텐츠산업 지역별 연도별 매출액 및 전년대비 증감률	15
〈그림 2-4〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 전년대비 매출액 증감률	18
〈그림 2-5〉 콘텐츠산업 지역별 연도별 종사자 수 및 전년대비 증감률	21
〈그림 2-6〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 전년대비 종사자 수 증감률	24
〈그림 3-1〉 온라인 콘텐츠 이용 변화	31
〈그림 3-2〉 K-콘텐츠의 글로벌화	31
〈그림 3-3〉 다양한 콘텐츠 IP 확장	32
〈그림 3-4〉 디지털 뉴딜	32
〈그림 3-5〉 콘텐츠 제작 원격 협업 솔루션 - '웜홀'의 스토리보드, 파이프라인, 리뷰인터페이스 화면 ·	32
〈그림 3-6〉 K-웹툰 플랫폼의 글로벌 시장 확장	34
〈그림 3-7〉 온라인 공연의 활성화	35
〈그림 3-8〉 게임 산업 기술 발전의 가속화	37
〈그림 3-9〉 비대면 및 VR 기술을 활용한 교육에 대한 수요 증가	39
〈그림 3-10〉 로블록스 포스터 (출처:로블록스)	40
〈그림 3-11〉 SK텔레콤 ifland (출처: SK텔레콤)	41
〈그림 3-12〉 엔터테인먼트 시장의 메타버스 플랫폼 활용 사례 (출처: 제페토)	42
〈그림 4-1〉 자료처리 및 분석 절차	60
〈그림 4-2〉 연도별 사업체 수	63
〈그림 4-3〉 2021년 업종별 사업체 수	63
〈그림 4-4〉 XR 관련 사업체 현황	65
〈그림 4-5〉 설립연도별 사업체 현황	66
〈그림 4-6〉 소재지역별 사업체 현황	67
〈그림 4-7〉 대표자 연령별 사업체 현황	70
〈그림 4-8〉 연도별 매출액	71
〈그림 4-9〉 연도별 매출액 - 매출액 300억원 이하 사업체	72
〈그림 4-10〉 2020년 매출 규모별 사업체 현황	73
〈그림 4-11〉 사업형태별 매출 비중	74
〈그림 4-12〉 국내외 매출 비중	75
〈그림 4-13〉 연도별 종사자 수	76
〈그림 4-14〉 연도별 종사자 수 - 종사자 100명 이하 사업체	77
〈그림 4-15〉 종사자 규모별 사업체 현황	78
〈그림 4-16〉 직무별 종사자 비중	79

CONTENTS

〈그림 4-17〉 신규 채용현황	80
〈그림 4-18〉 직무별 신규 채용규모	81
〈그림 4-19〉 채용 관련 애로사항	82
〈그림 4-20〉 사업추진단계	84
〈그림 4-21〉 경영 관련 애로사항 - 1순위	85
〈그림 4-22〉 경영 관련 애로사항 - 1+2순위	85
〈그림 4-23〉 전년 대비 제작환경	88
〈그림 4-24〉 제작 관련 애로사항	89
〈그림 4-25〉 지원사업 정보 수집경로	91
〈그림 4-26〉 희망 지원사업 - 인프라 지원	92
〈그림 4-27〉 희망 지원사업 - 금전적 지원	93
〈그림 4-28〉 희망 지원사업 - 교육훈련 지원	94
〈그림 4-29〉 희망 지원사업 - 경영 지원	95
〈그림 4-30〉 지원사업 신청/참여 애로사항	96
〈그림 4-31〉 코로나19 대응 관련 시행중인 경영상의 조치	98
〈그림 4-32〉 코로나19 대응 관련 시행예정인 경영상의 조치	100
〈그림 4-33〉 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 - 1순위	102
〈그림 4-34〉 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 - 1+2순위	102
〈그림 4-35〉 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 - 1순위	105
〈그림 4-36〉 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 - 1+2순위	105
〈그림 4-37〉 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 - 1+2+3순위	105
〈그림 4-38〉 XR 콘텐츠 제작/계획 여부	107
〈그림 4-39〉 XR 콘텐츠 장르 - 1순위	108
〈그림 4-40〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위	108
〈그림 4-41〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위	108
〈그림 4-42〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위	112
〈그림 4-43〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2순위	112
〈그림 4-44〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위	112
〈그림 4-45〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위	114
〈그림 4-46〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위	114
〈그림 4-47〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위	114
〈그림 4-48〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위	116
〈그림 4-49〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위	116
〈그림 4-50〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위	116
〈그림 4-51〉 인력수급을 위한 필요 지원사업	119
〈그림 4-52〉 보조인력 이용여부 - 개인제작자	120
〈그림 4-53〉 보조인력 이용규모 - 개인제작자	121
〈그림 4-54〉 보조인력 활용 관련 애로사항 - 개인제작자	122
〈그림 4-55〉 연평균 소득 - 개인제작자	123
〈그림 4-56〉 만화산업 연도별 사업체 수	128
〈그림 4-57〉 만화산업 유형별 사업체 현황	128

CONTENTS

〈그림 4-58〉 만화산업 연도별 매출액	129
〈그림 4-59〉 만화산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황	129
〈그림 4-60〉 만화작가 연평균 소득	130
〈그림 4-61〉 만화창작 외 주요 소득원	130
〈그림 4-62〉 만화산업 연도별 종사자 수	131
〈그림 4-63〉 만화산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황	132
〈그림 4-64〉 만화작가 보조인력 활용여부	132
〈그림 4-65〉 만화작가 보조인력 활용 관련 애로사항	133
〈그림 4-66〉 만화작가 주력 창작분야	134
〈그림 4-67〉 만화작가 주요 활동분야	134
〈그림 4-68〉 만화작가 창작공간	135
〈그림 4-69〉 만화작가 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부	135
〈그림 4-70〉 지역거주 만화작가 지원사업	136
〈그림 4-71〉 만화창작 관련 애로사항	136
〈그림 4-72〉 게임산업 연도별 사업체 수	140
〈그림 4-73〉 게임산업 분야별 사업체 현황	140
〈그림 4-74〉 게임산업 연도별 매출액	141
〈그림 4-75〉 게임산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황	142
〈그림 4-76〉 게임산업 유형별 매출 비중	143
〈그림 4-77〉 게임산업 연도별 종사자 수	144
〈그림 4-78〉 게임산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황	145
〈그림 4-79〉 게임산업 직무별 종사자 비중	146
〈그림 4-80〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1순위	147
〈그림 4-81〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2순위	147
〈그림 4-82〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2+3순위	147
〈그림 4-83〉 도전하고자 하는 분야 - 1순위	149
〈그림 4-84〉 도전하고자 하는 분야 - 1+2순위	149
〈그림 4-85〉 도전하고자 하는 분야 - 1+2+3순위	149
〈그림 4-86〉 인력수급 경로(매체) - 1순위	151
〈그림 4-87〉 인력수급 경로(매체) - 1+2순위	151
〈그림 4-88〉 인력수급 경로(매체) - 1+2+3순위	151
〈그림 4-89〉 인력수급을 위한 필요 지원사업	153
〈그림 4-90〉 인력수급 시 어려움	154
〈그림 4-91〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1순위	155
〈그림 4-92〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2순위	155
〈그림 4-93〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2+3순위	155
〈그림 4-94〉 현재 상황에서 필요한 지원사업	157
〈그림 4-95〉 애니메이션산업 연도별 사업체 수	162
〈그림 4-96〉 애니메이션산업 분야별 사업체 현황	162
〈그림 4-97〉 애니메이션산업 연도별 매출액	163
〈그림 4-98〉 애니메이션산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황	163

CONTENTS

〈그림 4-99〉 애니메이션산업 연도별 종사자 수	164
〈그림 4-100〉 애니메이션 2021년 종사자 규모별 사업체 현황	164
〈그림 4-101〉 XR산업 연도별 사업체 수	168
〈그림 4-102〉 XR산업 업종별 사업체 현황	168
〈그림 4-103〉 XR산업 연도별 매출액	169
〈그림 4-104〉 XR산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황	170
〈그림 4-105〉 XR산업 유형별 매출 비중	171
〈그림 4-106〉 XR산업 연도별 종사자 수	172
〈그림 4-107〉 XR산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황	173
〈그림 4-108〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위	174
〈그림 4-109〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2순위	174
〈그림 4-110〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위	174
〈그림 4-111〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위	176
〈그림 4-112〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위	176
〈그림 4-113〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위	176
〈그림 4-114〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위	178
〈그림 4-115〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위	178
〈그림 4-116〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위	178
〈그림 4-117〉 인력수급을 위한 필요 지원사업	181
〈그림 4-118〉 1인 미디어 현황	186
〈그림 4-119〉 1인 미디어 2020년 매출 규모별 사업체 현황	187
〈그림 4-120〉 1인 미디어 활동 외 주요 소득원	187
〈그림 4-121〉 1인 미디어 2021년 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황	188
〈그림 4-122〉 1인 미디어 보조인력 활용여부	188
〈그림 4-123〉 1인 미디어 보조인력 활용규모	189
〈그림 4-124〉 1인 미디어 보조인력 활용 관련 애로사항	189
〈그림 4-125〉 1인 미디어 주력 창작 활동분야	190
〈그림 4-126〉 1인 미디어 주 이용 플랫폼	190
〈그림 4-127〉 1인 미디어 촬영장소	191
〈그림 4-128〉 1인 미디어 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부	191
〈그림 4-129〉 지역거주 1인 미디어 지원사업	192
〈그림 4-130〉 1인 미디어 관련 애로사항	192
〈그림 4-131〉 음악산업 사업체 현황	196
〈그림 4-132〉 음악산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황	197
〈그림 4-133〉 뮤지션 연평균 소득	197
〈그림 4-134〉 뮤지션 활동 외 주요 소득원	198
〈그림 4-135〉 음악산업 2021년 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황	199
〈그림 4-136〉 뮤지션 보조인력 활용여부	199
〈그림 4-137〉 뮤지션 보조인력 활용규모	200
〈그림 4-138〉 뮤지션 보조인력 활용 관련 애로사항	200
〈그림 4-139〉 뮤지션 활동 유형	201

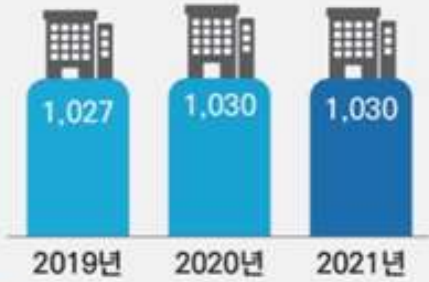
CONTENTS

〈그림 4-140〉 뮤지션 활동 장르	201
〈그림 4-141〉 뮤지션 활동 영역	202
〈그림 4-142〉 뮤지션 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부	202
〈그림 4-143〉 지역거주 뮤지션 지원사업	203
〈그림 4-144〉 뮤지션 관련 애로사항	203

2021년 부산CT산업 통계조사 결과요약



01 사업체 수(개)



- 2021년 업종별 사업체 수(개)



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

02 종사자 수(명)

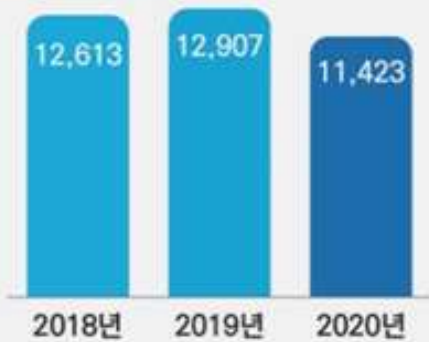


- 2021년 업종별 종사자 수(명)



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

03 매출액(억원)

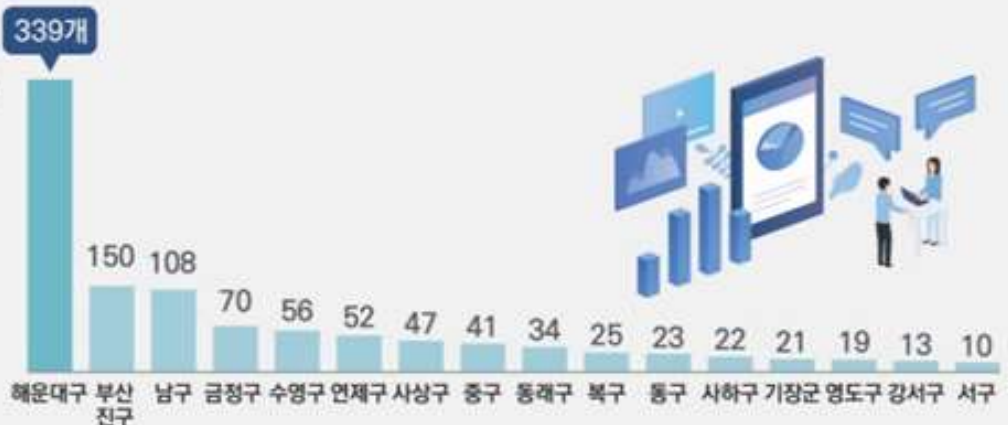


- 2020년 업종별 매출액(억원)



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

04 지역별 현황(개)



2021년

부산CT산업 통계조사 결과 요약



05 사업 추진 단계(%)

BASE: 사업체, n=639



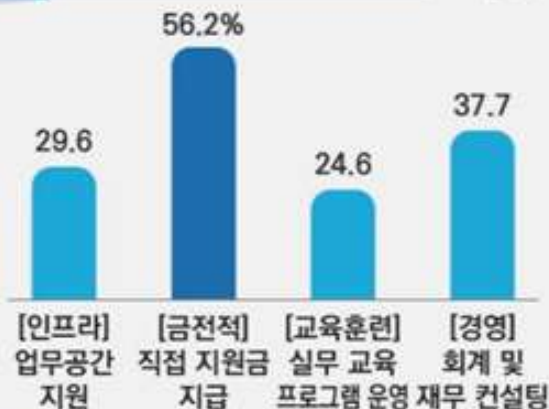
06 제작 환경(%)

BASE: 사업체, n=639



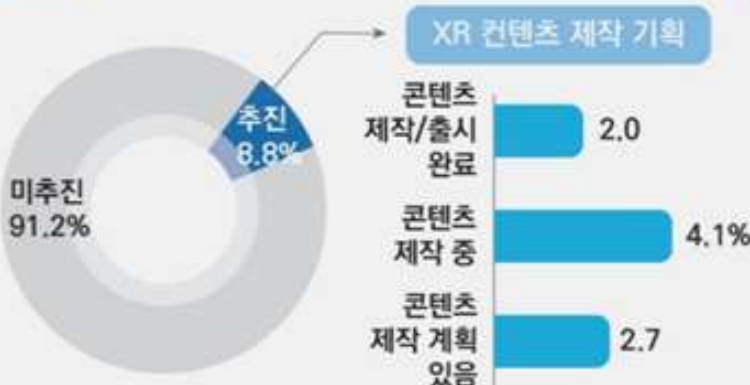
07 지원 사업(%)

BASE: 사업체, n=639



08 XR 콘텐츠 제작/계획 여부(%)

BASE: 사업체, n=639



09 경영 애로사항(1순위 기준)(%)

BASE: 사업체, n=639



10 제작 애로사항(%)

BASE: 사업체, n=639



11 지원사업 애로사항(%)

BASE: 사업체, n=639



12 XR 콘텐츠 장르(1순위 기준)(%)

BASE: XR 영위 사업체, n=56



제1장

결과 요약



1 조사개요

1. 조사배경

- 조사명 : 2021 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	· 공연산업 및 도소매업, 임대업 등에 해당하는 업종 제외
모집단추출틀	· 2020년 「부산 CT산업 통계조사」 명부 내 사업체 · 부산정보산업진흥원 보유 DB - 상상플러스부산 크리에이터 DB - 부산 VRAR 기업현황 DB - 부산 게임사업부 보유 DB - 부산글로벌웹툰센터 입주현황 DB 등 · 외부 공개 사업체 정보 DB 활용 - DART, 나이스신용평가정보(RM1) 등	-
조사대상	· 사업체 대표자 • 팀장급 또는 경력 3년 이상 실무진	-
표본배분	· 전수조사 실시	-
유효표본 수	· 1,357개 중 1,030개 표본 조사 성공(성공률 75.9%)	-
조사기간	· 2021년 11월 3일 ~ 2021년 12월 10일	-
조사기준	· 매출액 : 2020년 말 · 사업체 수 및 종사자 수 : 2021년 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 2020년 「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
- 1,321개의 조사 대상 중 820개 표본에 대해 조사를 성공함(성공률 62.1%)
- 조사 미완료 사유로는 비수신(265개)이 가장 많았고, 그 다음 거절(120개), 결번(92개)의 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 물리게되고, 인원 감축으로 인해 담당해야 하는 업무량이 기존 대비 많아짐에 따라 조사를 참여하는 것에 부담을 가지는 사업체 내 담당자들이 많았음

2 조사결과 요약

1. 부산 CT산업 콘텐츠제작 사업체 현황

- 2021 부산 CT산업 통계조사 결과, 2021년 CT산업 관련 사업체수는 1,030개, 종사자 수는 7,321명으로 나타났으며, 2020년 매출액은 1조 1,423억 원으로 나타남

〈표 1-2〉 부산 CT산업 콘텐츠제작 사업체 현황

구 분	2019년			2020년						2021년				
	사업체 수	종사자 수	매출액	사업체 수		종사자 수		매출액		사업체 수		종사자 수		
	(개)	(명)	(백만원)	(개)	(%)	(명)	(%)	(백만원)	(%)	(개)	(%)	(명)	(%)	
전 체	1,027	8,004	1,290,746	1,030	0.3	7,813	-2.4	1,142,322	-11.5	1,030	0.0	7,321	-6.3	
업종	출판	131	1,081	128,781	131	0.0	1,040	-3.8	88,582	-31.2	107	-18.3	777	-25.3
	만화	53	87	7,434	49	-7.5	83	-4.6	8,149	9.6	57	16.3	118	42.2
	음악	94	192	3,011	70	-25.5	183	-4.7	2,235	-25.8	58	-17.1	122	-33.3
	게임	123	1,272	133,523	127	3.3	1,330	4.6	142,884	7.0	131	3.1	1,453	9.2
	영화	102	527	68,943	98	-3.9	456	-13.5	53,152	-22.9	110	12.2	392	-14.0
	애니	17	303	21,091	18	5.9	217	-28.4	22,572	7.0	16	-11.1	227	4.6
	방송	59	1,111	441,977	61	3.4	987	-11.2	395,641	-10.5	51	-16.4	851	-13.8
	광고	243	1,596	290,502	248	2.1	1,600	0.3	211,519	-27.2	182	-26.6	1,365	-14.7
	캐릭터	15	215	23,408	14	-6.7	160	-25.6	19,590	-16.3	13	-7.1	166	3.8
	지식	81	661	60,943	78	-3.7	731	10.6	58,209	-4.5	62	-20.5	639	-12.6
	솔루션	87	928	110,558	93	6.9	886	-4.5	138,968	25.7	157	68.8	1,112	25.5
1인 미디어	22	31	575	43	95.5	140	351.6	821	42.8	86	100.0	99	-29.3	
XR	72	792	47,474	47	-34.7	651	-17.8	59,911	26.2	56	19.1	794	22.0	

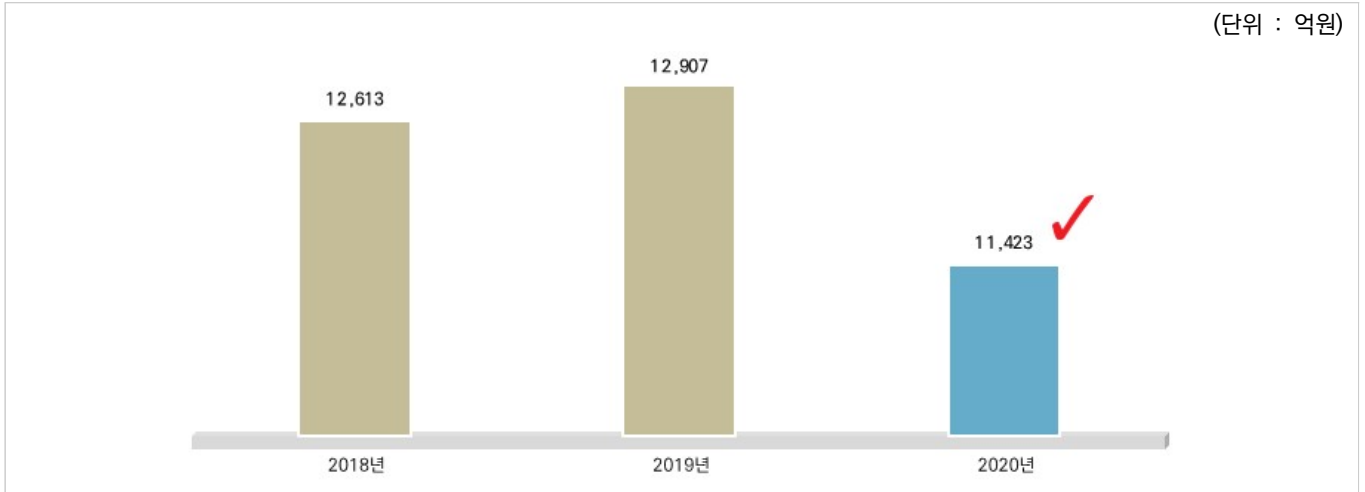
※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함 / 설문 응답 기준)

※ (%) : 전년대비 증감률

2. 매출액

- 2020년 부산 CT산업 사업체의 총 매출액은 1조 1,423억 원으로 나타나 전년대비 -11.5% 하락한 것으로 나타남

〈그림 1-1〉 연도별 매출액



〈표 1-3〉 연도별 매출액

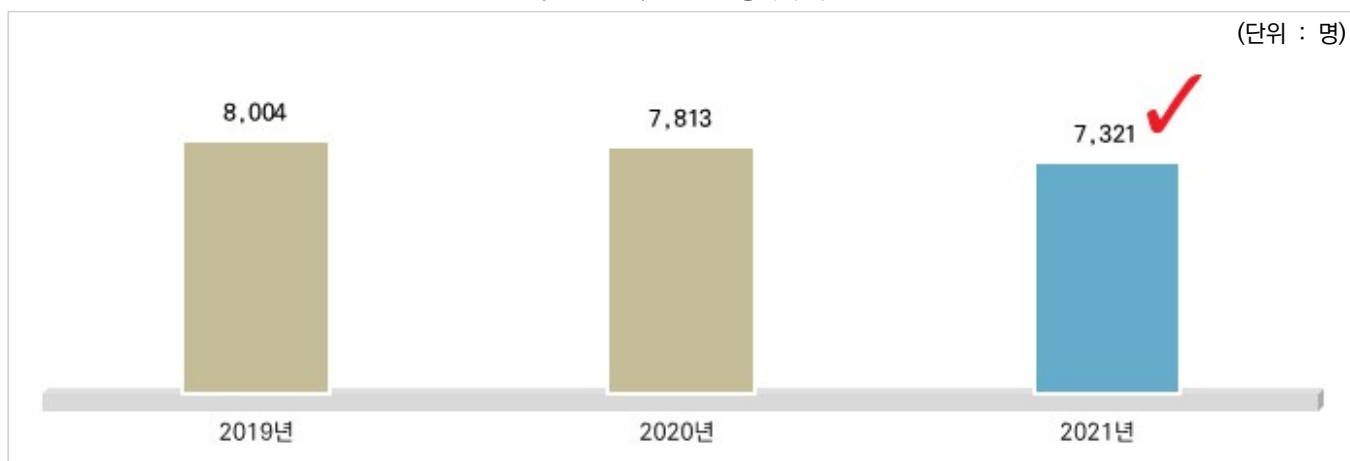
구 분	2018년		2019년		2020년		
	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	
전 체	1,261,304	4.8	1,290,746	2.3	1,142,322	-11.5	
업종	출판	136,299	-18.3	128,781	-5.5	88,582	-31.2
	만화	7,404	3.6	7,434	0.4	8,149	9.6
	음악	3,008	75.9	3,011	0.1	2,235	-25.8
	게임	132,498	9.6	133,523	0.8	142,884	7.0
	영화	50,952	29.9	68,943	35.3	53,152	-22.9
	애니메이션	21,105	0.2	21,091	-0.1	22,572	7.0
	방송	46,692	1.9	441,977	-5.3	395,641	-10.5
	광고	253,486	12.8	290,502	14.6	211,519	-27.2
	캐릭터	15,704	4.9	23,408	49.1	19,590	-16.3
	지식정보	57,314	16.5	60,943	6.3	58,209	-4.5
	콘텐츠솔루션	116,250	16.7	110,558	-4.9	138,968	25.7
1인 미디어	360	-	575	59.7	821	42.8	
XR	81,817	14.9	47,474	-42.0	59,911	26.2	

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

3. 종사자 수

- 2021년 부산 CT산업 사업체의 총 종사자 수는 7,321명으로 전년대비 -6.3% 하락한 것으로 나타남

〈그림 1-2〉 연도별 종사자 수



〈표 1-4〉 연도별 종사자 수

구 분	2019년		2020년		2021년		
	종사자 수(명)	전년대비(%)	종사자 수(명)	전년대비(%)	종사자 수(명)	전년대비(%)	
전 체	8,004	9.7	7,813	-2.4	7,321	-6.3	
업종	출판	1,081	-5.6	1,040	-3.8	777	-25.3
	만화	87	7.4	83	-4.6	118	42.2
	음악	192	262.3	183	-4.7	122	-33.3
	게임	1,272	13.5	1,330	4.6	1,453	9.2
	영화	527	57.3	456	-13.5	392	-14.0
	애니메이션	303	37.7	217	-28.4	227	4.6
	방송	1,111	3.1	987	-11.2	851	-13.8
	광고	1,596	9.2	1,600	0.3	1,365	-14.7
	캐릭터	215	4.4	160	-25.6	166	3.8
	지식정보	661	0.5	731	10.6	639	-12.6
	콘텐츠솔루션	928	-0.7	886	-4.5	1,112	25.5
1인 미디어	31	-	140	351.6	99	-29.3	
XR	792	15.5	651	-17.8	794	22.0	

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

4. 경영현황

- 사업추진단계는 '사업 성장(24.7%)', '콘텐츠 제작(20.7%)', '콘텐츠 출시(19.6%)', '사업 도약(16.0%)', '사업 축소(12.8%)', '콘텐츠 기획(6.3%)' 순으로 비중이 높게 나타남
- 경영 관련 애로사항을 1순위 기준으로 살펴보면, '자금조달 투자유치 어려움'이 33.5%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '비용부담(18.6%)', '매출 부진 및 매출대금 회수부진(14.6%)', '판로확보 및 수익화 어려움(7.4%)', '마케팅 역량 및 비용 부족(6.1%)' 등의 순으로 높게 나타남

5. 제작현황

- 전년 대비 콘텐츠 제작/개발/창작환경은 '보통(43.2%)'으로 전년대와 유사한 수준이며, '악화' 40.4%, 개선 15.5%로 조사됨
- 콘텐츠 제작 관련 애로사항은 '자금 부족 및 투자유치 어려움(44.9%)', '전문인력 부족 및 확보 어려움(24.1%)', '제작비용 부담(11.9%)' 등의 순으로 높게 나타남

6. 지원사업 관련

- 지원사업 관련 정보 수집경로는 '인터넷(59.6%)', '동종업계(23.2%)', '공공기관(10.8%)' 등의 순으로 높게 나타남
- 희망하는 지원사업으로는 '직접 지원금(56.2%)', '인건비 지원(53.7%)', '회계 및 재무 컨설팅(37.7%)' 등의 순으로 조사됨
- 지원사업 신청 및 참여 애로사항은 '지원사업 정보부족(39.1%)', '까다로운 신청 및 선정 조건(14.2%)', '복잡한 지원사업 신청/행정절차(13.3%)' 등의 순으로 나타남

7. XR 관련

- XR 제작/계획이 있는 사업체는 'XR 콘텐츠 제작/출시 완료'가 13개, 'XR 콘텐츠 제작 중' 26개, 'XR 콘텐츠 제작 계획' 17개로 나타남
- XR 콘텐츠 장르를 1순위 기준으로 살펴보면, '게임(33.9%)', '교육(14.3%)', 'ICT융합(12.5%)' 등의 순으로 조사됨
- XR사업체 필요 지원 사업을 1순위 기준으로 살펴보면, '콘텐츠 제작 기술/비용 지원(50.0%)', '입주시설 제공 및 정착지원(44.6%)', '홍보/마케팅 지원(3.6%)' 순으로 나타남

제2장

전국 및 부산지역 콘텐츠산업 현황



「2020년 기준 콘텐츠산업조사」 일부 발췌



1 콘텐츠산업조사 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
 - 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」는 국내 콘텐츠산업을 영위하는 사업체 중 13,026개 사업체를 대상으로 2021년 10월부터 2021년 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

- 「2020년 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

- 2020년 콘텐츠산업 사업체 수는 9만 9,551개로 전년대비 -4.4% 감소한 것으로 나타남
 - 산업별 사업체 수 비중은 음악산업이 33.3%로 가장 높고, 다음으로 출판산업(25.4%), 게임산업(11.6%) 등의 순으로 나타남
- 종사자 수는 64만 2,086명으로 전년대비 -5.9% 감소하였고, 매출액은 128조 2,870억원으로 전년대비 1.2% 증가한 것으로 나타남
 - 부가가치액은 50조 5,451억원(전년대비 5.9% 증가)으로 나타남
 - 수출액은 119억 2,428만달러, 수입액은 9억 2,082만달러의 흑자를 기록한 것으로 나타남

〈표 2-2〉 2020년 콘텐츠산업 현황

구 분	사업체 수 (개)	종사자 수 (명)	매출액 (백만원)	부가가치액 (백만원)	수출액 (천달러)	수입액 (천달러)	수출입 차액 (천달러)	
전 체	99,551	642,086	128,287,034	50,545,154	11,924,284	920,822	11,003,462	
업종	출판	25,244	185,444	21,648,849	8,758,970	345,960	254,371	91,589
	만화	6,144	11,230	1,534,444	562,733	62,715	6,493	56,222
	음악	33,138	65,464	6,064,748	1,982,931	679,633	12,146	667,487
	영화	916	10,497	2,987,075	1,015,512	54,157	28,330	25,827
	게임	11,541	83,303	18,885,484	8,320,944	8,193,562	270,794	7,922,768
	애니메이션	490	5,472	553,290	232,909	134,532	7,791	126,741
	방송	1,070	50,239	21,964,722	7,699,900	692,790	60,969	631,822
	광고	6,337	68,888	17,421,750	5,874,614	119,935	98,672	21,263
	캐릭터	2,700	36,505	12,218,076	4,863,779	715,816	158,420	557,396
	지식정보	9,949	93,182	19,373,367	8,686,346	691,987	9,467	682,520
	콘텐츠솔루션	2,022	31,863	5,635,230	2,546,517	233,196	13,369	219,827

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발취

2. 매출액

- 2020년 콘텐츠산업 매출액은 128조 2,870억원으로 전년대비 1.2% 증가한 것으로 나타남
 - 전년대비 증감률은 게임산업이 21.3%로 가장 높았고, 이어 만화산업(14.7%), 지식정보(9.6%) 등의 순으로 나타나며, 영화산업이 -53.6%로 가장 낮게 나타남로 가장 높고, 산업별 사업체 수 비중은 음악산업이 33.3%로 가장 높고, 다음으로 출판산업(25.4%), 게임산업(11.6%) 등의 순으로 나타남
- 연평균 증감률은 4.9%이며, 영화산업(-13.2%), 애니메이션산업(-4.9%)를 제외한 산업에서 증가한 것으로 나타남
- 산업별 매출액 비중은 방송산업(17.1%), 출판산업(16.9%) 등의 순으로 높게 나타남

〈그림 2-1〉 콘텐츠산업 매출액 및 전년대비 증감률



〈표 2-3〉 콘텐츠산업 매출액

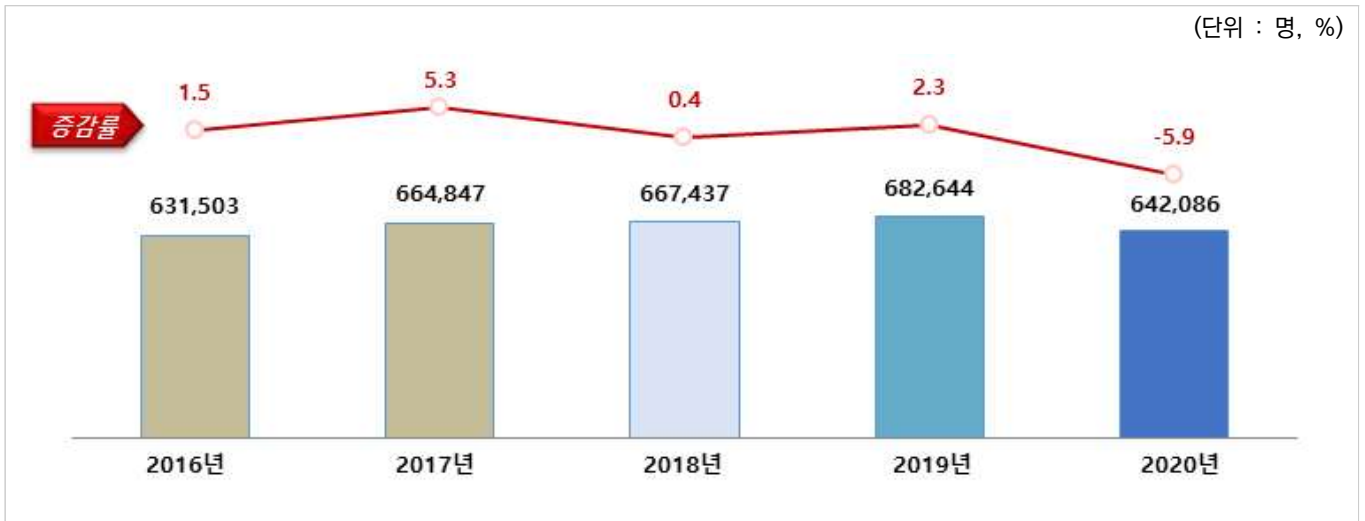
구분	2016년 (백만원)	2017년 (백만원)	2018년 (백만원)	2019년 (백만원)	2020년 (백만원)	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	
전체	106,116,295	113,216,468	119,606,635	126,712,264	128,287,034	100.0	1.2	4.9	
업종	출판	20,765,878	20,755,334	20,953,772	21,341,176	21,648,849	16.9	1.4	1.0
	만화	976,257	1,082,228	1,178,613	1,337,248	1,534,444	1.2	14.7	12.0
	음악	5,308,240	5,804,307	6,097,913	6,811,818	6,064,748	4.7	-11.0	3.4
	영화	5,256,081	5,494,670	5,889,832	6,432,393	2,987,075	2.3	-53.6	-13.2
	게임	10,894,508	13,142,272	14,290,224	15,575,034	18,885,484	14.7	21.3	14.7
	애니메이션	676,960	665,462	629,257	640,580	553,290	0.4	-13.6	-4.9
	방송	17,331,138	18,043,595	19,762,210	20,843,012	21,964,722	17.1	5.4	6.1
	광고	15,795,229	16,413,340	17,211,863	18,133,845	17,421,750	13.6	-3.9	2.5
	캐릭터	11,066,197	11,922,329	12,207,043	12,566,885	12,218,076	9.5	-2.8	2.5
	지식정보	13,462,258	15,041,370	16,290,992	17,669,282	19,373,367	15.1	9.6	9.5
콘텐츠솔루션	4,583,549	4,851,561	5,094,916	5,360,990	5,635,230	4.4	5.1	5.3	

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

3. 종사자 수

- 2020년 콘텐츠산업 종사자 수는 64만 2,086명으로 전년대비 -5.9% 감소한 것으로 나타남
 - 전년대비 증감률은 지식정보산업이 4.4%로 가장 높았고, 영화산업(-67.8%)이 가장 낮게 나타남
- 연평균 증감률은 0.4%이며, 콘텐츠솔루션산업이 3.9%로 가장 높게 나타남
- 산업별 종사자 수 비중은 출판산업(28.9%), 지식정보산업(14.5%), 게임산업(13.0%) 등의 순으로 나타남

〈그림 2-2〉 콘텐츠산업 종사자 수 및 전년대비 증감률



〈표 2-4〉 콘텐츠산업 종사자 수

구분	2016년 (명)	2017년 (명)	2018년 (명)	2019년 (명)	2020년 (명)	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	
전체	631,503	664,847	667,437	682,644	642,086	100.0	-5.9	0.4	
업종	출판	185,001	184,794	184,554	185,270	185,444	28.9	0.1	0.1
	만화	10,127	10,397	10,761	11,079	11,230	1.7	1.4	2.6
	음악	78,393	77,005	76,954	77,149	65,464	10.2	-15.1	-4.4
	영화	28,974	29,546	30,878	32,566	10,497	1.6	-67.8	-22.4
	게임	73,993	81,932	85,492	89,157	83,303	13.0	-6.6	3.0
	애니메이션	5,142	5,161	5,380	5,436	5,472	0.9	0.7	1.6
	방송	43,662	45,337	50,286	51,006	50,239	7.8	-1.5	3.6
	광고	65,118	65,159	70,827	73,520	68,888	10.7	-6.3	1.4
	캐릭터	33,323	34,778	26,306	37,521	36,505	5.7	-2.7	2.3
	지식정보	80,396	82,470	86,490	89,286	93,182	14.5	4.4	3.8
콘텐츠솔루션	27,374	28,268	29,509	30,655	31,863	5.0	3.9	3.9	

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

3 지역별 및 부산지역 콘텐츠산업 매출 현황

1. 지역별 매출현황

- 전국 콘텐츠산업 매출액 합계는 2018년 119조 483십억원, 2019년 126조 585십억원, 2020년 128조 259십억원으로 매년 증가하고 있지만, 2020년 전년대비 증감률이 소폭 하락한 것으로 나타남
- 부산을 포함한 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종 등 7개 광역시의 콘텐츠산업 매출액 합계는 2020년 8조 712십억원으로 전년대비 -12.4% 감소한 것으로 나타남
- 부산지역 콘텐츠산업 매출액은 2018년 2조 372십억원, 2019년 2조 789십억원, 2020년 2조 260십억원으로 나타났으며, 2020년 전년대비 증감률은 -18.9% 감소한 것으로 나타남

〈그림 2-3〉 콘텐츠산업 지역별 연도별 매출액 및 전년대비 증감률



- 지역별 2020년 콘텐츠산업 매출액은 서울지역이 80조 7,085억원으로 전국 합계 대비 비중(62.9%)이 가장 높고, 다음으로 경기(31조 9,691억원, 24.9%)가 높게 나타남
 - 서울지역은 게임산업을 제외한 모든 산업분야에서 전국 매출액 합계 대비 비중이 높게 나타남
- 부산지역의 콘텐츠산업 매출액은 전국 합계 대비 비중이 1.8%로 전국에서 세 번째로 비중이 높게 나타남
 - 산업별로는 영화산업, 애니메이션산업, 광고산업, 캐릭터산업(각각 2.7%)에서 상대적으로 비중이 높게 나타남

〈표 2-5〉 콘텐츠산업 지역별 연도별 매출액

구 분	2018년 (백만원)	2019년 (백만원)	2020년 (백만원)	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	
전국 합계	119,482,586	126,584,691	128,259,361	100.0	1.3	3.6	
서울	77,390,885	81,125,945	80,708,563	62.9	-0.5	2.1	
7개시	소계	8,941,989	9,947,481	8,712,310	6.8	-12.4	-1.3
	부산	2,372,228	2,788,633	2,260,231	1.8	-18.9	-2.4
	대구	1,878,046	2,071,339	1,811,456	1.4	-12.5	-1.8
	인천	1,659,959	1,749,997	1,694,700	1.3	-3.2	1.0
	광주	1,034,174	1,142,480	1,002,036	0.8	-12.3	-1.6
	대전	1,346,218	1,511,823	1,344,462	1.0	-11.1	-0.1
	울산	569,660	591,086	525,395	0.4	-11.1	-4.0
	세종	81,704	92,123	74,029	0.1	-19.6	-4.8
	9개도	소계	33,149,712	35,511,265	38,838,489	30.3	9.4
경기		25,472,601	27,751,991	31,969,192	24.9	15.2	12.0
강원		629,967	616,220	551,973	0.4	-10.4	-6.4
충북		852,843	879,431	827,448	0.6	-5.9	-1.5
충남		927,788	858,489	850,347	0.7	-0.9	-4.3
전북		688,580	721,140	627,890	0.5	-12.9	-4.5
전남		456,227	482,114	452,720	0.4	-6.1	-0.4
경북		1,074,749	1,138,412	919,623	0.7	-19.2	-7.5
경남		1,592,832	1,687,330	1,434,694	1.1	-15.0	-5.1
제주		1,454,125	1,376,139	1,204,603	0.9	-12.5	-9.0

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발체

※ 애니메이션산업 매출액 중 극장 매출액, 방송사 수출액을 제외함

※ 방송산업 매출액 중 지상파 DMB에는 비지상파 3사(와이티앤디엠비, 우원미디어, 한국디엠비)의 총 매출액 규모만 포함하며, IPTV 콘텐츠제공사업자(CP) 36개사는 제외함

〈표 2-6〉 콘텐츠산업 지역별 매출액

구분	출판	만화	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션	합계
전국 합계	21,643,849 (100.0)	1,534,444 (100.0)	6,064,748 (100.0)	2,987,075 (100.0)	18,885,484 (100.0)	525,616 (100.0)	21,964,722 (100.0)	17,421,750 (100.0)	12,218,076 (100.0)	19,373,367 (100.0)	5,635,230 (100.0)	128,259,361 (100.0)
서울	12,310,320 (56.9)	809,879 (52.8)	4,431,110 (73.1)	1,998,562 (66.9)	5,298,376 (28.1)	387,403 (73.7)	19,003,560 (86.5)	15,174,353 (87.1)	5,397,132 (44.2)	11,716,023 (60.5)	4,181,845 (74.2)	80,708,563 (62.9)
7개시	2,188,552 (10.1)	91,142 (5.9)	480,430 (7.9)	239,414 (8.0)	691,867 (3.7)	57,434 (10.9)	755,415 (3.4)	1,238,975 (7.1)	1,210,885 (9.9)	1,363,256 (7.0)	394,940 (7.0)	8,712,310 (6.8)
부산	525,307 (2.4)	13,192 (0.9)	107,367 (1.8)	79,812 (2.7)	122,703 (0.6)	13,984 (2.7)	249,126 (1.1)	467,847 (2.7)	333,914 (2.7)	249,824 (1.3)	97,154 (1.7)	2,260,231 (1.8)
대구	431,831 (2.0)	16,808 (1.1)	144,239 (2.4)	14,558 (0.5)	186,241 (1.0)	356 (0.1)	146,239 (0.7)	319,243 (1.8)	251,054 (2.1)	201,427 (1.0)	99,462 (1.8)	1,811,456 (1.4)
인천	459,719 (2.1)	20,411 (1.3)	140,244 (2.3)	79,158 (2.7)	134,583 (0.7)	11,499 (2.2)	99,557 (0.5)	129,943 (0.7)	395,895 (3.2)	159,981 (0.8)	63,711 (1.1)	1,694,700 (1.3)
광주	315,903 (1.5)	24,152 (1.6)	20,597 (0.3)	49,997 (1.7)	121,264 (0.6)	25,105 (4.8)	89,181 (0.4)	114,359 (0.7)	95,625 (0.8)	82,028 (0.4)	63,825 (1.1)	1,002,036 (0.8)
대전	272,789 (1.3)	11,839 (0.8)	24,783 (0.4)	4,309 (0.1)	83,900 (0.4)	4,263 (0.8)	91,871 (0.4)	153,827 (0.9)	120,553 (1.0)	515,202 (2.7)	61,127 (1.1)	1,344,462 (1.0)
울산	147,711 (0.7)	4,076 (0.3)	40,121 (0.7)	11,171 (0.4)	43,176 (0.2)	96 (0)	74,037 (0.3)	36,246 (0.2)	10,728 (0.1)	148,687 (0.8)	9,347 (0.2)	525,395 (0.4)
세종	35,292 (0.2)	664 (0.0)	3,079 (0.1)	409 (0.0)	- (-)	2,132 (0.4)	5,405 (0.0)	17,510 (0.1)	3,116 (0.0)	6,108 (0.0)	314 (0.0)	74,029 (0.1)
9개도	7,149,977 (33.0)	633,423 (41.3)	1,153,207 (19.0)	749,100 (25.1)	12,895,241 (68.3)	80,779 (15.4)	2,205,747 (10.0)	1,008,423 (5.8)	5,610,059 (45.9)	6,294,089 (32.5)	1,058,445 (18.8)	38,838,489 (30.3)
경기	6,001,628 (27.7)	557,756 (36.3)	779,110 (12.8)	600,298 (20.1)	11,432,951 (60.5)	66,206 (12.6)	1,352,491 (6.2)	546,748 (3.1)	4,304,699 (35.2)	5,383,534 (27.8)	943,772 (16.7)	31,969,192 (24.9)
강원	71,469 (0.3)	18,499 (1.2)	63,850 (1.1)	5,734 (0.2)	59,155 (0.3)	3,996 (0.8)	130,736 (0.6)	31,323 (0.2)	57,681 (0.5)	87,677 (0.5)	21,852 (0.4)	551,973 (0.4)
충북	110,253 (0.5)	2,996 (0.2)	30,634 (0.5)	5,389 (0.2)	64,594 (0.3)	803 (0.2)	85,841 (0.4)	60,670 (0.3)	338,354 (2.8)	78,146 (0.4)	49,768 (0.9)	827,448 (0.6)
충남	204,916 (0.9)	3,394 (0.2)	38,598 (0.6)	17,306 (0.6)	90,143 (0.5)	3,361 (0.6)	72,852 (0.3)	90,479 (0.5)	223,974 (1.8)	97,206 (0.5)	8,119 (0.1)	850,347 (0.7)
전북	115,814 (0.5)	12,343 (0.8)	39,694 (0.7)	37,839 (1.3)	72,185 (0.4)	1,374 (0.3)	84,360 (0.4)	58,675 (0.3)	112,863 (0.9)	77,652 (0.4)	15,091 (0.3)	627,890 (0.5)
전남	59,432 (0.3)	1,982 (0.1)	47,158 (0.8)	3,905 (0.1)	71,809 (0.4)	1,780 (0.3)	96,778 (0.4)	52,292 (0.3)	59,473 (0.5)	57,844 (0.3)	269 (0.0)	452,720 (0.4)
경북	264,222 (1.2)	21,497 (1.4)	70,796 (1.2)	12,363 (0.4)	79,426 (0.4)	85 (0.0)	145,275 (0.7)	36,886 (0.2)	79,517 (0.7)	206,871 (1.1)	2,685 (0.0)	919,623 (0.7)
경남	269,905 (1.2)	8,241 (0.5)	71,295 (1.2)	62,541 (2.1)	99,072 (0.5)	1,818 (0.3)	178,162 (0.8)	108,848 (0.6)	349,557 (2.9)	273,316 (1.4)	11,938 (0.2)	1,434,694 (1.1)
제주	52,337 (0.2)	6,716 (0.4)	12,073 (0.2)	3,725 (0.1)	925,906 (4.9)	1,357 (0.3)	59,252 (0.3)	22,503 (0.1)	83,941 (0.7)	31,843 (0.2)	4,950 (0.1)	1,204,603 (0.9)

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

※ 괄호 안 수치는 각 산업 전국 합계대비 비중

※ 게임산업 세종시 사업체 매출액은 충청남도에도 포함

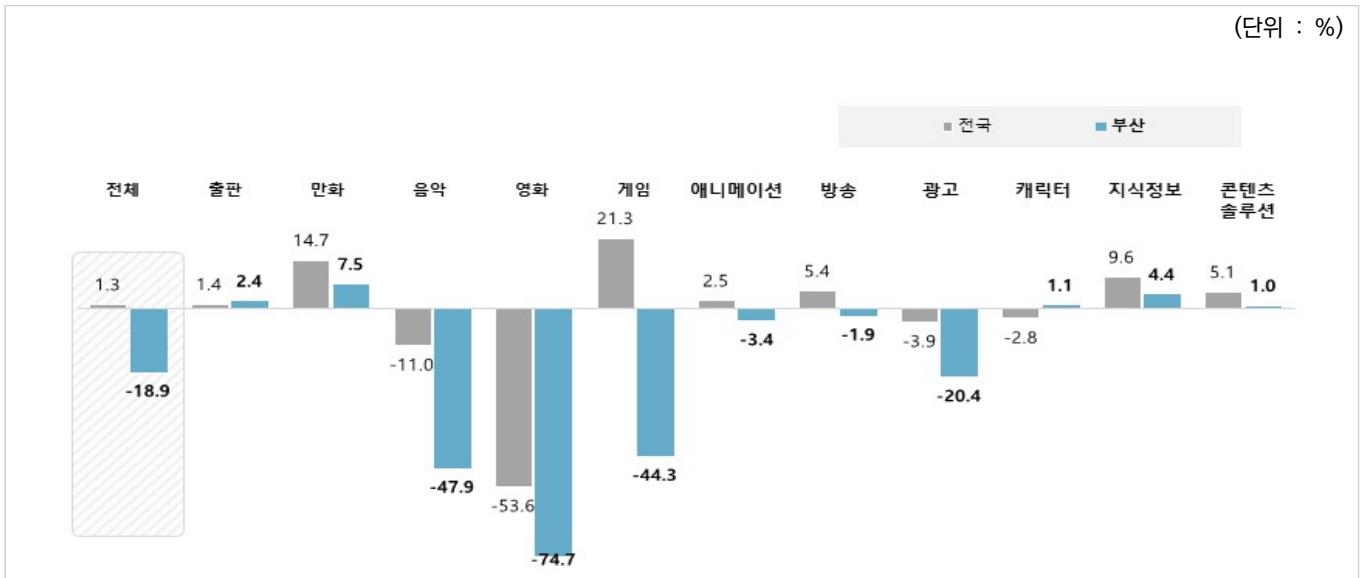
※ 애니메이션산업 매출액 중 극장 매출액, 방송사 수출액을 제외함

※ 방송산업 매출액 중 지상파 DMB에는 비지상파 3사(와이티엔디멤버, 우원미디어, 한국디멤버)의 총 매출액 규모만 포함하며, IPTV 콘텐츠제공사업자(CP) 36개사는 제외함

2. 부산지역 매출현황

- 2020년 부산지역 콘텐츠산업 매출액의 전년대비 증감률은 -18.9%로 전국 매출액 합계의 전년대비 증감률(1.3%)보다 낮게 나타남
 - 부산지역 연평균 증감률은 -2.4%로 전국 합계 연평균 증감률(1.3%) 보다 낮게 나타남
- 부산지역의 산업별 전년대비 증감률은 만화산업이 7.5% 증가로 가장 높은 반면, 영화산업은 -74.7%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					
	2018년 (백만원)	2019년 (백만원)	2020년 (백만원)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	2018년 (백만원)	2019년 (백만원)	2020년 (백만원)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	
전체	119,482,586	126,584,691	128,259,361	1.3	3.6	2,372,228	2,788,633	2,260,231	-18.9	-2.4	
산업	출판	20,953,772	21,341,176	21,648,849	1.4	1.6	529,306	512,774	525,307	2.4	-0.4
	만화	1,178,613	1,337,248	1,534,444	14.7	14.1	12,478	12,273	13,192	7.5	2.8
	음악	6,097,913	6,811,818	6,064,748	-11.0	-0.3	208,590	206,017	107,367	-47.9	-28.3
	영화	5,889,832	6,432,293	2,987,075	-53.6	-28.8	234,400	315,400	79,812	-74.7	-41.6
	게임	14,290,224	15,575,034	18,885,484	21.3	15.0	172,334	220,299	122,703	-44.3	-15.6
	애니메이션	505,207	513,007	525,616	2.5	2.0	14,722	14,471	13,984	-3.4	-2.5
	방송	19,762,210	20,843,012	21,964,722	5.4	5.4	247,459	254,045	249,126	-1.9	0.3
	광고	17,211,863	18,133,845	17,421,750	-3.9	0.6	292,079	587,648	467,847	-20.4	26.6
	캐릭터	12,207,043	12,566,885	12,218,076	-2.8	0.0	329,981	330,200	333,914	1.1	0.6
	지식정보	16,290,992	17,669,282	19,373,367	9.6	9.1	236,982	239,291	249,824	4.4	2.7
콘텐츠솔루션	5,094,916	5,360,990	5,635,230	5.1	5.2	93,897	96,215	97,154	1.0	1.7	

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발체

※ 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) 36개사는 제외함

〈표 2-8〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 세부산업별 매출액

구 분	전체 (백만원)	지역별		
		전국 합계 (백만원)	부산 (백만원)	비중(%)
전 체	128,259,361	128,259,361	2,260,231	1.8
출판	소계	21,648,849	21,648,849	2.4
	출판업	9,057,587	9,057,587	2.0
	인쇄업	4,300,049	4,300,049	3.3
	출판 도소매업	7,863,399	201,852	2.6
	온라인 출판 유통업	372,287	-	-
	출판임대업	55,526	2,588	4.7
만화	소계	1,534,444	1,534,444	0.9
	만화 출판업	560,466	-	-
	온라인 만화 제작·유통업	588,247	5,619	1.0
	만화책 임대업	76,347	2,468	3.2
	만화 도소매업	309,385	5,106	1.7
음악	소계	6,064,748	6,064,748	1.8
	음악 제작업	2,041,323	2,041,323	2.4
	음악 및 오디오물 출판업	21,653	-	-
	음반 복제 및 배급업	286,675	-	-
	음반 도소매업	341,208	9,050	2.7
	온라인 음악 유통업	1,903,612	1,875	0.1
	음악 공연업	646,086	16,462	2.5
	노래연습장 운영업	824,191	30,474	3.7
영화	소계	2,987,075	2,987,075	2.7
	영화 제작,지원 및 유통업	2,294,282	79,812	3.5
	디지털 온라인 유통업	692,793	-	-
게임	소계	18,885,484	18,885,484	0.6
	게임 제작 및 배급업	17,051,979	25,846	0.2
	게임 유통업	1,833,505	96,857	5.3
애니메이션	소계	553,290	525,616	2.7
	애니메이션 제작업	479,948	12,878	2.7
	애니메이션 유통 및 배급업	55,999	743	2.6
	온라인 애니메이션 유통업	17,343	364	2.1

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

※ 전국 콘텐츠산업 매출액 합계는 지역별 구분이 가능한 매출액 기준으로 작성하여 전체 콘텐츠산업 매출액과 차이가 발생함

: 애니메이션 산업 : 전체 합계의 애니메이션 유통 및 배급업은 극장 매출액, 방송사 수출액을 포함한 금액이고, 지역별 매출액은 극장 매출액, 방송사 수출액을 제외한 금액임

※ 비중 : 전국 합계 대비 부산지역 매출액 비중임

〈표 2-9〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 세부산업별 매출액

구 분	전체 (백만원)	지역별			
		전국 합계 (백만원)	부산 (백만원)	비중(%)	
전 체	128,259,361	128,259,361	2,260,231	1.8	
방송	소계	21,964,722	21,964,722	249,126	1.1
	지상파 방송	3,574,046	3,574,046	60,479	1.7
	유선 방송	1,934,048	1,934,048	154,287	8.0
	위성 방송	832,788	832,788	-	-
	방송채널 사용사업	7,074,223	7,074,223	6,190	0.1
	인터넷영상물 제공업	4,896,654	4,896,654	-	-
	방송영상물 제작업	3,952,961	3,952,961	28,170	0.7
광고	소계	17,421,750	17,421,750	467,847	2.7
	광고(종합) 대행업	7,312,566	7,312,566	183,422	2.5
	광고 제작업	1,232,312	1,232,312	27,862	2.3
	광고 전문 서비스업	2,865,280	2,865,280	141,356	4.9
	인쇄업	608,928	608,928	16,032	2.6
	온라인 광고 대행업	4,495,644	4,495,644	52,971	1.2
	옥외 광고 대행업	907,019	907,019	46,204	5.1
캐릭터	소계	12,218,076	12,218,076	333,914	2.7
	캐릭터 제작업	6,205,257	6,205,257	242,489	3.9
	캐릭터 상품 유통업	6,012,819	6,012,819	91,424	1.5
지식정보	소계	19,373,367	19,373,367	249,824	1.3
	이러닝업	4,917,499	4,917,499	102,653	2.1
	기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업	1,968,317	1,968,317	22,986	1.2
	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업	9,797,338	9,797,338	48,239	0.5
	가상세계 및 가상현실업	2,690,213	2,690,213	75,947	2.8
콘텐츠 솔루션	소계	5,635,230	5,635,230	97,154	1.7
	콘텐츠솔루션업	5,282,031	5,282,031	97,154	1.8
	컴퓨터그래픽스(CG) 제작업	353,199	353,199	-	-

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

※ 전국 콘텐츠산업 매출액 합계는 지역별 구분이 가능한 매출액 기준으로 작성하여 전체 콘텐츠산업 매출액과 차이가 발생함

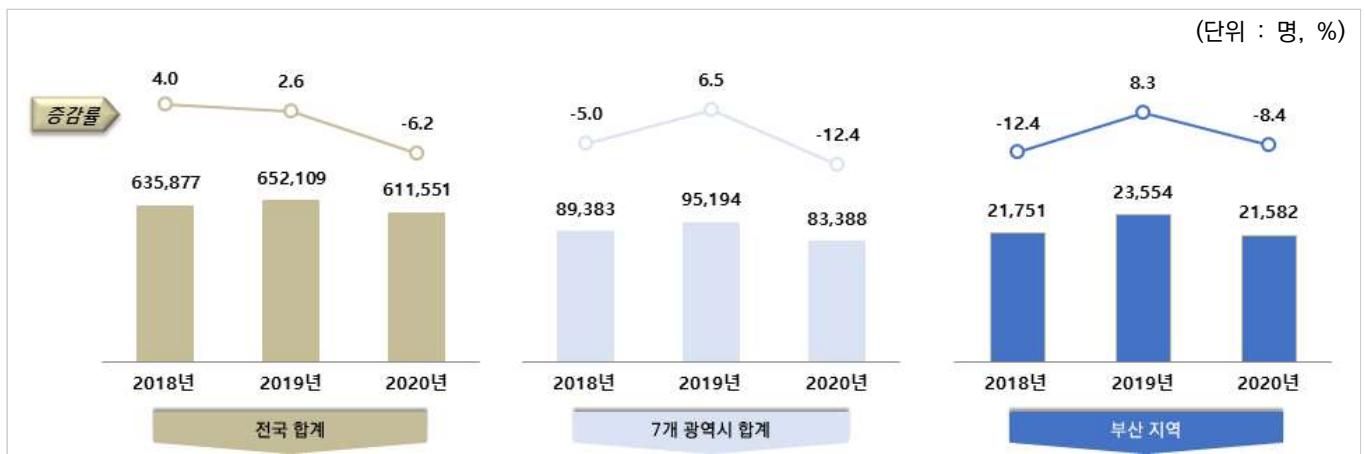
※ 비중 : 전국 합계 대비 부산지역 매출액 비중임

4 지역별 및 부산지역 콘텐츠산업 인력 현황

1. 지역별 매출현황

- 전국 콘텐츠산업 종사자 수 합계는 2018년 635,877명, 2019년 652,109명, 2020년 611,551명으로, 2020년 전년대비 증감률은 -6.2%, 연평균 증감률은 -1.9% 감소한 것으로 나타남
- 부산을 포함한 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종 등 7개 광역시의 콘텐츠산업 종사자 수 합계는 2020년 83,388명으로 전년대비 -12.4% 감소한 것으로 나타남
- 부산지역 콘텐츠산업 종사자 수는 2018년 21,751명, 2019년 23,554명, 2020년 21,582명으로 나타났으며, 2020년 전년대비 증감률은 -8.4% 감소한 것으로 나타남

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



- 지역별 2020년 콘텐츠산업 종사자 수는 서울지역이 337,111명으로 전국 합계 대비 비중 (55.1%)이 가장 높고, 다음으로 경기(123,419명, 20.2%)가 높게 나타남
 - 서울지역은 게임산업을 제외한 모든 산업분야에서 전국 종사자 수 합계 대비 비중이 높게 나타남
- 부산지역의 콘텐츠산업 종사자 수는 전국 합계 대비 비중이 3.5%로 전국에서 세 번째로 비중이 높게 나타남
 - 산업별로는 음악산업의 전국 종사자 수 합계 대비 비중이 5.9%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 광고산업(4.7%), 게임산업(4.1%) 등의 순으로 비중이 높게 나타남

〈표 2-10〉 콘텐츠산업 지역별 연도별 종사자 수

구 분	2018년 (명)	2019년 (명)	2020년 (명)	비중(%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	
전국 합계	635,877	652,109	611,551	100.0	-6.2	-1.9	
서울	340,363	344,666	337,111	55.1	-2.2	-0.5	
7개시	소계	89,383	95,194	83,388	13.6	-12.4	-3.4
	부산	21,751	23,554	21,582	3.5	-8.4	-0.4
	대구	18,188	19,561	16,418	2.7	-16.1	-5.0
	인천	18,612	18,664	17,126	2.8	-8.2	-4.1
	광주	12,028	12,913	10,652	1.7	-17.5	-5.9
	대전	11,384	12,380	10,740	1.8	-13.2	-2.9
	울산	6,377	6,740	5,802	0.9	-13.9	-4.6
	세종	1,043	1,382	1,068	0.2	-22.7	1.2
9개도	소계	206,132	212,250	191,053	31.2	-10.0	-3.7
	경기	128,888	132,090	123,419	20.2	-6.6	-2.1
	강원	9,368	9,267	7,942	1.3	-14.3	-7.9
	충북	8,207	8,619	7,617	1.2	-11.6	-3.7
	충남	9,924	9,994	8,688	1.4	-13.1	-6.4
	전북	8,563	8,747	7,039	1.2	-19.5	-9.3
	전남	6,818	7,180	6,450	1.1	-10.2	-2.7
	경북	13,555	13,990	11,615	1.9	-17.0	-7.4
	경남	16,003	16,710	13,508	2.2	-19.2	-8.1
	제주	4,804	5,653	4,775	0.8	-15.5	-0.3

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌
 ※ 출판산업 중 계약배달 판매업(신문배달판매) 종사자 제외

〈표 2-11〉 콘텐츠산업 지역별 종사자 수

구분	출판	만화	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션	합계
전국 합계	154,909 (100.0)	11,230 (100.0)	65,464 (100.0)	10,497 (100.0)	83,303 (100.0)	5,472 (100.0)	50,239 (100.0)	68,888 (100.0)	36,505 (100.0)	93,182 (100.0)	31,863 (100.0)	611,551 (100.0)
서울	79,122 (51.1)	4,658 (41.5)	26,015 (39.7)	6,128 (58.4)	26,628 (32.0)	4,055 (74.1)	40,354 (80.3)	53,964 (78.3)	16,468 (45.1)	56,106 (60.2)	23,613 (74.1)	337,111 (55.1)
7개시	21,338 (13.8)	1,822 (16.2)	14,958 (22.8)	1,258 (12.0)	13,434 (16.1)	519 (9.5)	3,198 (6.4)	8,538 (12.4)	3,608 (9.9)	12,377 (13.3)	2,337 (7.3)	83,388 (13.6)
부산	5,422 (3.5)	331 (2.9)	3,841 (5.9)	269 (2.6)	3,397 (4.1)	160 (2.9)	890 (1.8)	3,246 (4.7)	837 (2.3)	2,537 (2.7)	653 (2.0)	21,582 (3.5)
대구	3,868 (2.5)	267 (2.4)	3,027 (4.6)	95 (0.9)	2,914 (3.5)	10 (0.2)	718 (1.4)	1,894 (2.7)	778 (2.1)	2,356 (2.5)	491 (1.5)	16,418 (2.7)
인천	4,444 (2.9)	472 (4.2)	3,198 (4.9)	380 (3.6)	2,510 (3.0)	81 (1.5)	295 (0.6)	994 (1.4)	1,166 (3.2)	3,222 (3.5)	365 (1.1)	17,126 (2.8)
광주	3,368 (2.2)	339 (3.0)	1,313 (2.0)	430 (4.1)	2,119 (2.5)	212 (3.9)	354 (0.7)	899 (1.3)	385 (1.1)	867 (0.9)	365 (1.1)	10,652 (1.7)
대전	2,770 (1.8)	252 (2.2)	1,732 (2.6)	33 (0.3)	1,525 (1.8)	37 (0.7)	519 (1.0)	993 (1.4)	342 (0.9)	2,158 (2.3)	380 (1.2)	10,740 (1.8)
울산	1,059 (0.7)	102 (0.9)	1,654 (2.5)	48 (0.5)	969 (1.2)	2 (0.0)	387 (0.8)	274 (0.4)	67 (0.2)	1,160 (1.2)	79 (0.2)	5,802 (0.9)
세종	408 (0.3)	60 (0.5)	192 (0.3)	3 (0.0)	- (-)	17 (0.3)	35 (0.1)	238 (0.3)	33 (0.1)	77 (0.1)	4 (0.0)	1,068 (0.2)
9개도	54,449 (35.1)	4,749 (42.3)	24,490 (37.4)	3,111 (29.6)	43,241 (51.9)	899 (16.4)	6,687 (13.3)	6,387 (9.3)	16,429 (45.0)	24,699 (26.5)	5,913 (18.6)	191,053 (31.2)
경기	38,365 (24.8)	2,827 (25.2)	10,488 (16.0)	1,346 (12.8)	30,259 (36.3)	704 (12.9)	3,589 (7.1)	3,103 (4.5)	11,117 (30.5)	16,391 (17.6)	5,230 (16.4)	123,419 (20.2)
강원	1,186 (0.8)	276 (2.5)	2,581 (3.9)	512 (4.9)	1,278 (1.5)	32 (0.6)	875 (1.7)	302 (0.4)	239 (0.7)	542 (0.6)	119 (0.4)	7,942 (1.3)
충북	1,775 (1.1)	174 (1.5)	1,274 (1.9)	43 (0.4)	1,144 (1.4)	11 (0.2)	346 (0.7)	556 (0.8)	1,294 (3.5)	826 (0.9)	172 (0.5)	7,617 (1.2)
충남	2,433 (1.6)	147 (1.3)	1,497 (2.3)	303 (2.9)	1,682 (2.0)	35 (0.6)	129 (0.3)	458 (0.7)	850 (2.3)	1,103 (1.2)	51 (0.2)	8,688 (1.4)
전북	1,970 (1.3)	216 (1.9)	1,209 (1.8)	293 (2.8)	1,482 (1.8)	15 (0.3)	297 (0.6)	302 (0.4)	360 (1.0)	756 (0.8)	139 (0.4)	7,039 (1.2)
전남	1,452 (0.9)	188 (1.7)	1,852 (2.8)	72 (0.7)	1,513 (1.8)	26 (0.5)	240 (0.5)	481 (0.7)	99 (0.3)	507 (0.5)	20 (0.1)	6,450 (1.1)
경북	2,952 (1.9)	417 (3.7)	2,563 (3.9)	107 (1.0)	2,022 (2.4)	3 (0.1)	309 (0.6)	487 (0.7)	736 (2.0)	1,978 (2.1)	41 (0.1)	11,615 (1.9)
경남	3,523 (2.3)	439 (3.9)	2,578 (3.9)	412 (3.9)	2,208 (2.7)	31 (0.6)	368 (0.7)	532 (0.8)	1,269 (3.5)	2,042 (2.2)	107 (0.3)	13,508 (2.2)
제주	793 (0.5)	65 (0.6)	447 (0.7)	23 (0.2)	1,653 (2.0)	41 (0.7)	534 (1.1)	167 (0.2)	465 (1.3)	554 (0.6)	33 (0.1)	4,775 (0.8)

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발체

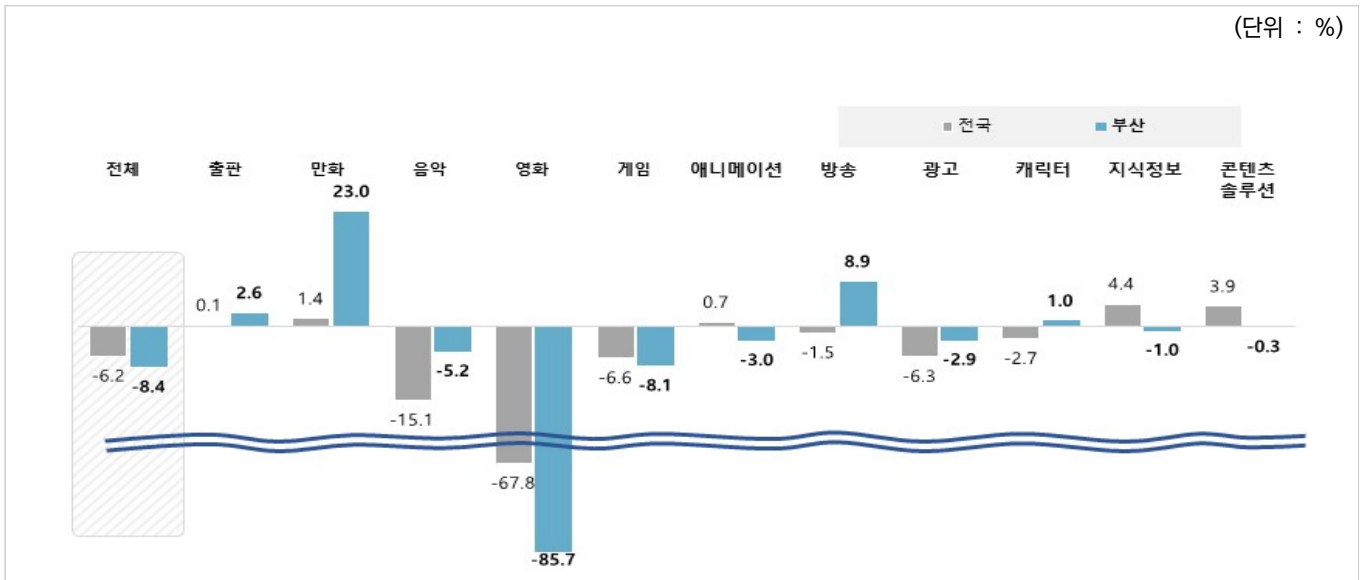
※ 출판산업 중 계약배달 판매업(신문배달판매) 종사자 제외

※ 게임산업 세종시 사업체 종사자 수는 충청남도 포함

2. 부산지역 인력현황

- 2020년 부산지역 콘텐츠산업 종사자 수의 전년대비 증감률은 -8.4%로 전국 합계대비 증감률 (-6.2%)보다 낮게 나타남
 - 부산지역 연평균 증감률은 -0.4%로 전국 합계 연평균 증감률(-1.9%) 보다 높게 나타남
- 부산지역의 산업별 전년대비 증감률은 만화산업이 23.0% 증가로 가장 높은 반면, 영화산업은 -85.7%로 가장 낮게 나타남

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



〈표 2-12〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 연도별 종사자 수

구분	전국 합계					부산					
	2018년 (명)	2019년 (명)	2020년 (명)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	2018년 (명)	2019년 (명)	2020년 (명)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	
전체	635,877	652,109	611,551	-6.2	-1.9	21,751	23,554	21,582	-8.4	-0.4	
산업	출판	152,994	154,735	154,909	0.1	0.6	5,227	5,284	5,422	2.6	1.8
	만화	10,761	11,079	11,230	1.4	2.2	262	269	331	23.0	12.4
	음악	76,954	77,149	65,464	-15.1	-7.8	4,248	4,053	3,841	-5.2	-4.9
	영화	30,878	32,566	10,497	-67.8	-41.7	1,749	1,877	269	-85.7	-60.8
	게임	85,492	89,157	83,303	-6.6	-1.3	3,301	3,698	3,397	-8.1	1.4
	애니메이션	5,380	5,436	5,472	0.7	0.9	165	165	160	-3.0	-1.5
	방송	50,286	51,006	50,239	-1.5	0.0	803	817	890	8.9	5.3
	광고	70,827	73,520	68,888	-6.3	-1.4	2,027	3,344	3,246	-2.9	26.5
	캐릭터	36,306	37,521	36,505	-2.7	0.3	937	829	837	1.0	-5.5
	지식정보	86,490	89,286	93,182	4.4	3.8	2,399	2,562	2,537	-1.0	2.8
	콘텐츠솔루션	29,509	30,655	31,863	3.9	3.9	633	655	653	-0.3	1.6

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

※ 출판산업 중 계약배달 판매업(신문배달판매) 종사자 제외

〈표 2-13〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 세부산업별 종사자 수

구 분		전체 (명)	지역별		
			전국 합계 (명)	부산 (명)	비중(%)
전 체		642,086	611,551	21,582	3.5
출판	소계	185,444	154,909	5,422	3.5
	출판업	61,937	61,937	1,804	2.9
	인쇄업	53,557	53,557	2,213	4.1
	출판 도소매업	67,386	36,851	1,328	3.6
	온라인 출판 유통업	656	656	-	-
	출판임대업	1,907	1,907	77	4.0
만화	소계	11,230	11,230	331	2.9
	만화 출판업	2,715	2,715	-	-
	온라인 만화 제작·유통업	1,189	1,189	13	1.1
	만화책 임대업	3,649	3,649	181	5.0
	만화 도소매업	3,676	3,676	136	3.7
음악	소계	65,464	65,464	3,841	5.9
	음악 제작업	4,805	4,805	62	1.3
	음악 및 오디오물 출판업	123	123	-	-
	음반 복제 및 배급업	439	439	-	-
	음반 도소매업	922	922	29	3.1
	온라인 음악 유통업	3,477	3,477	34	1.0
	음악 공연업	3,558	3,558	38	1.1
	노래연습장 운영업	52,139	52,139	3,678	7.1
영화	소계	10,497	10,497	269	2.6
	영화 제작,지원 및 유통업	9,557	9,557	269	2.8
	디지털 온라인 유통업	940	940	-	-
게임	소계	83,303	83,303	3,397	4.1
	게임 제작 및 배급업	44,310	44,310	856	1.9
	게임 유통업	38,993	38,993	2,541	6.5
애니메이션	소계	5,472	5,472	160	2.9
	애니메이션 제작업	5,145	5,145	120	2.3
	애니메이션 유통 및 배급업	164	164	7	4.3
	온라인 애니메이션 유통업	163	163	2	1.2

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

※ 전국 콘텐츠산업 종사자 수 합계는 지역별 구분이 가능한 종사자 수 기준으로 작성하여 전체 콘텐츠산업 종사자 수와 차이가 발생함

※ 비중 : 전국 합계 대비 부산지역 매출액 비중임

※ 출판산업 중 계약배달 판매업(신문배달판매) 종사자 제외

〈표 2-14〉 전국 및 부산지역 콘텐츠산업 세부산업별 종사자 수

구 분	전체 (명)	지역별			
		전국 합계 (명)	부산 (명)	비중(%)	
전 체	642,086	611,551	21,582	3.5	
방송	소계	50,239	50,239	890	1.8
	지상파 방송	13,870	13,870	412	3.0
	유선 방송	4,775	4,775	173	3.6
	위성 방송	385	385	-	-
	방송채널 사용사업	17,249	17,249	4	0.0
	인터넷영상물 제공업	854	854	-	-
	방송영상물 제작업	13,106	13,106	301	2.3
광고	소계	68,888	68,888	3,246	4.7
	광고(종합) 대행업	20,338	20,338	688	3.4
	광고 제작업	6,816	6,816	204	3.0
	광고 전문 서비스업	13,809	13,809	1,142	8.3
	인쇄업	3,461	3,461	118	3.4
	온라인 광고 대행업	21,123	21,123	726	3.4
	옥외 광고 대행업	3,342	3,342	388	11.6
캐릭터	소계	36,505	36,505	837	2.3
	캐릭터 제작업	19,037	19,037	679	3.6
	캐릭터 상품 유통업	17,468	17,468	158	0.9
지식정보	소계	93,182	93,182	2,537	2.7
	이러닝업	34,033	34,033	1,005	3.0
	기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업	17,970	17,970	393	2.2
	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업	19,379	19,379	306	1.6
	가상세계 및 가상현실업	21,800	21,800	833	3.8
콘텐츠 솔루션	소계	31,863	31,863	653	2.0
	콘텐츠솔루션업	29,827	29,827	653	2.2
	컴퓨터그래픽스(CG) 제작업	2,036	2,036	-	-

※ 「2020년 기준 콘텐츠산업조사」(문화체육관광부) 발췌

※ 전국 콘텐츠산업 종사자 수 합계는 지역별 구분이 가능한 종사자 수 기준으로 작성하여 전체 콘텐츠산업 종사자 수와 차이가 발생함

※ 비중 : 전국 합계 대비 부산지역 매출액 비중임

제3장

콘텐츠산업
동향 분석



1 콘텐츠산업 시장동향 분석

1. 2020년 콘텐츠산업 시장 규모¹⁾

1) 2020년 연간 콘텐츠산업 사업체 규모

- 2020년 하반기 콘텐츠산업 실태조사 기반 '20년 연간 추정치 산출 결과, 전체 콘텐츠산업 분야의 사업체는 105,235개(전년대비 +1.1%)로 추정됨
- 콘텐츠산업 분야별로 '20년 연간 사업체 수 증감을 살펴보면, 영화 산업이 전년대비 11.9% 상승으로 가장 큰 증가를 보였고, 이어 애니메이션 산업(+6.0%), 음악 산업(+4.5%) 등의 순으로 나타난 반면, 캐릭터 산업(-8.0%)이 가장 크게 감소한 것으로 추정됨

〈표 3-1〉 '19년 대비 '20년 연간 콘텐츠산업 분야별 사업체 수 증감

(단위: 개,%)

구 분	2019년 (A)	2020년 (B)	증감률 ((B-A)/A)	
전 체	104,136	105,235	▲1.1	
분야	출판	25,220	24,995	▽0.9
	만화	6,607	6,628	▲0.3
	음악	34,145	35,670	▲4.5
	영화	1,223	1,369	▲11.9
	게임	13,387	13,357	▽0.2
	애니메이션	480	509	▲6.0
	방송	1,062	1,073	▲1.0
	광고	7,323	7,256	▽0.9
	캐릭터	2,754	2,534	▽8.0
	지식정보	9,859	9,724	▽1.4
	콘텐츠솔루션	2,076	2,120	▲2.1

2) 2020년 연간 콘텐츠산업 매출 규모

- '20년 기준 전체 콘텐츠산업 매출액 중 가장 큰 비중을 차지하는 분야는 출판, 방송, 지식정보, 게임 등의 순으로 나타남
- 콘텐츠산업 분야별로 '20년 연간 매출액은 전년대비 영화가 -51.8%로 가장 많이 감소하였으며, 애니메이션 -17.5%, 광고 -11.3%, 음악 -9.6%, 방송 -1.3% 순으로 감소함
- 그 외 분야로 만화는 전년대비 21.2%로 가장 많이 증가하였으며, 게임 12.8%, 지식정보 12.8%, 콘텐츠 솔루션 5.7%, 캐릭터 3.0%, 출판 2.5% 순으로 증가

1) 한국콘텐츠진흥원(2021), 2020년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서

〈표 3-2〉 '19년 대비 '20년 연간 콘텐츠산업 분야별 매출액 증감

(단위: 십억원,%)

구 분	2019년 (A)	2020년 (B)	증감률 ((B-A)/A)
전 체	126,712	120,037	▽0.5
분야	출판	21,341	▲2.5
	만화	1,337	▲21.2
	음악	6,812	▽9.6
	영화	6,432	▽51.8
	게임	15,575	▲12.8
	애니메이션	641	▽17.5
	방송	20,843	▽1.3
	광고	18,134	▽11.3
	캐릭터	12,567	▲3.0
	지식정보	17,669	▲12.8
	콘텐츠솔루션	5,361	▲5.7

3) 2020년 연간 콘텐츠산업 종사자 규모

- '20년 기준 전체 콘텐츠산업 종사자 중 가장 큰 비중을 차지하는 분야는 출판, 지식정보, 게임, 광고, 음악 등의 순으로 나타남
- 콘텐츠산업 분야별로 영화가 전년대비 -39.6%로 가장 감소폭이 큰 것으로 나타났으며, 음악 -10.5%, 방송 -4.2% 등의 순으로 종사자 수가 감소한 반면, 만화(5.4%), 지식정보(4.4%), 콘텐츠솔루션(3.2%), 게임(2.6%) 등은 소폭 증가한 것으로 나타남

〈표 3-3〉 '19년 대비 '20년 연간 콘텐츠산업 분야별 종사자 수 증감

(단위: 십억원,%)

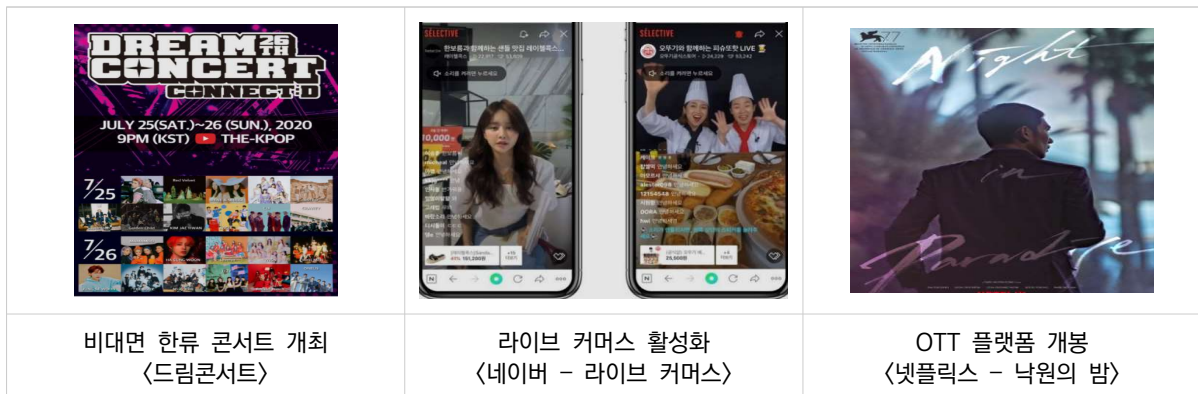
구 분	2019년 (A)	2020년 (B)	증감률 ((B-A)/A)
전 체	683	663	▽2.9
분야	출판	185	▽1.6
	만화	11	▲5.4
	음악	77	▽10.5
	영화	33	▽39.6
	게임	89	▲2.6
	애니메이션	5	▽0.4
	방송	51	▽4.2
	광고	74	▽2.0
	캐릭터	38	▽1.1
	지식정보	89	▲4.4
	콘텐츠솔루션	31	▲3.2

2. 콘텐츠산업 시장동향

1) 콘텐츠산업 동향 및 주요 이슈

○ 코로나19 이후 오프라인 → 온라인 콘텐츠 이용 변화

- 코로나19 이후 오프라인에서 이용하던 콘텐츠를 온라인 상으로 이용하고 소비하는 형태로 변화
- ⇒ 음악(비대면 온라인 콘서트 등장), 게임(모바일 시장 레드오션 속 콘솔 시장 급부상), 영화(극장 대신 OTT 플랫폼 개봉, 영화감독의 드라마 제작), 콘텐츠 유통(라이브 커머스 활성화 - 카카오, 네이버 등)



〈그림 3-1〉 온라인 콘텐츠 이용 변화

○ 비대면 콘텐츠 집중 육성, 차세대 콘텐츠 시장 개척, K-콘텐츠의 세계 경쟁력 강화




- 글로벌 OTT 플랫폼(ex. 넷플릭스, 디즈니 플러스 등)을 통한 한류 콘텐츠 확산
- ⇒ ‘오징어게임’의 경우, 온라인 동영상 서비스(OTT) 콘텐츠 순위 집계 사이트인 플릭스파트룰에 따르면, 83개 국가에서 1위를 차지하며, 세계 곳곳에서 ‘오징어게임’ 속 게임이나 소품이 인기를 끌고 있음
- K-콘텐츠 해외 저작권 보호를 위한 전략 수립 필요성 증가
- ⇒ 중국의 거대 스트리밍 업체 요우쿠가 ‘오징어의 승리’라고 이름을 붙인 예능을 방영하고, 포스터를 유사하게 사용하여 ‘오징어게임’ 표절 논란이 발생함



〈그림 3-2〉 K-콘텐츠의 글로벌화

○ 다양한 콘텐츠 IP(지적재산권) 확장

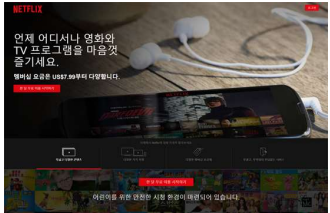

- 웹툰의 애니메이션, 드라마의 게임화, 게임의 영화화 등 트랜스미디어를 고려한 콘텐츠 기획

		
<p>웹툰의 애니메이션 〈갓 오브 하이스쿨〉</p>	<p>드라마의 게임화 〈왕좌의 게임 : 윈터이즈커밍〉</p>	<p>게임의 영화화 〈언차티드(UNCHARTED)〉</p>

〈그림 3-3〉 다양한 콘텐츠 IP 확장

○ 디지털 뉴딜

- 데이터(집적 데이터), 네트워크(스트리밍, 실감, 원격), 인공지능(콘텐츠 창작과 실연), 개인 맞춤형 수입 모델 및 비즈니스 전략 도입의 심화


	
<p>집적 데이터 추천 알고리즘</p>	<p>스팀라이브, 라이브 스트리밍 플랫폼 네트워킹</p>

〈그림 3-4〉 디지털 뉴딜

○ 오프라인 업무 환경의 디지털 전환 심화

- 원격/재택 근무 등 비대면 제작환경 도입

⇒ 인력 재배치 및 기술격차 해소를 위한 재교육 확대, 일자리 불안정성 증가


--

〈그림 3-5〉 콘텐츠 제작 원격 협업 솔루션 - '웬홀'의 스토리보드, 파이프라인, 리뷰인터페이스 화면

2) 출판 산업

○ 코로나19로 인한 오프라인 출판시장의 감소

- 코로나19 여파로 서울국제도서전, 해외도서전 등 연기, 취소
⇒ 국내 출판계 저작권 거래량 감소 전망
- 학생들의 온라인 수업에 따른 오프라인 서점 방문 감소

○ 유통구조의 변화

- 온라인 플랫폼의 활성화에 따른 전자출판물, 오디오북 등의 거래와 수요가 증가

○ 향후 전망

- 비대면 및 온라인 중심의 도서전 개최 활성화
- 온라인 플랫폼(웹/모바일) 중심의 전자출판산업 확대
- IP(지적재산권)을 이용한 2차 저작물의 제작 증가 전망

3) 만화 산업

○ K-웹툰의 글로벌 시장동향

- 코로나19 장기화로 인해 언제 어디서나 이용가능한 웹툰의 소비가 크게 확장, 글로벌 시장에서 대형 K-웹툰 플랫폼의 매출 증가

⇒ 카카오페이지, 카카오재팬 픽코마는 '20년 3분기 역대 최고 정장(3분기 매출액 1,480억 원 기록

⇒ 2020년 5월 일일 거래액 20억 원 최초돌파, 2020년 2분기 월평균 이용시간 15.5시간 기록으로 넷플릭스(9.8시간)보다 오래 본 콘텐츠 플랫폼으로 기록²⁾

⇒ 네이버웹툰은 2020년 3분기 글로벌 거래액이 전년 동기대비 40% 성장, 글로벌 월간 활성사용자 수(MAU) 6,700만 돌파('21년 상반기 7,200만)

- K-웹툰 플랫폼의 글로벌 시장 확장으로 시장 선도적 위치 확보

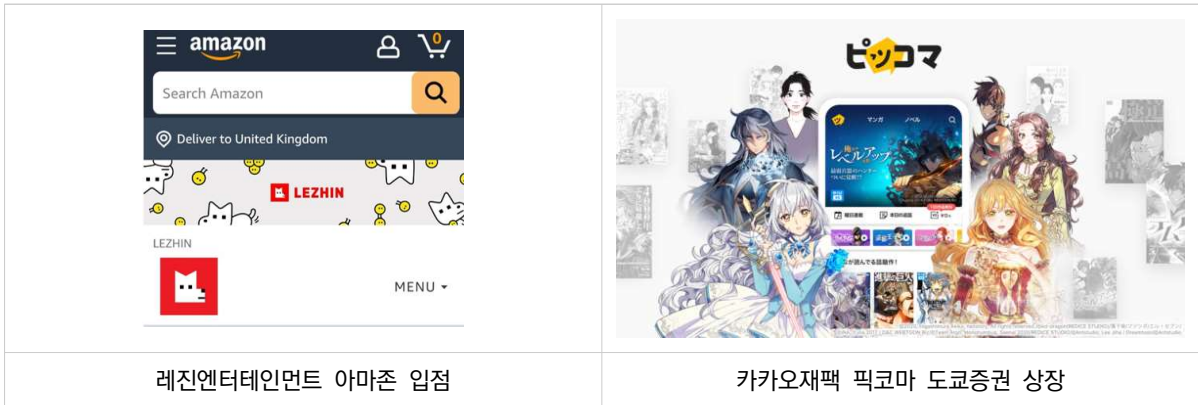
⇒ 레진엔터테인먼트는 '아마존US웹툰코믹스토어' 입점, 영어권 최대 플랫폼 '아니메플래닛' 등과의 파트너십을 통해 해외 시장 진출. 비대면 콘텐츠산업의 한 축을 담당하면서 견고한 성장세의 지속 전망³⁾

⇒ 국내 시장보다 글로벌 시장의 규모가 더 커지고 있는 상황에서 대형 K-웹툰 플랫폼의 글로벌 콘텐츠 전략 수립을 통한 해외 시장 매출의 본격적인 성장 추세를 보일 전망

⇒ 북미, 유럽 등의 서양 뿐 만 아니라 대만을 기점으로 한 동남아시아 지역에서 콘텐츠 경쟁이 더욱 치열할 것으로 보이며, 기존 개발 해외 시장을 견고히 하며, 남미 등 새로운 시장 개척에 나설 것으로 보임

2) 남혜현(20.08.03), 넷플릭스보다 사람들이 더 오래 머무르는 카카오페이지, 바이라인네트워크. <https://byline.network/2020/08/3-68/>

3) 한국콘텐츠진흥원(2021), 콘텐츠산업 2021년 전망보고서



〈그림 3-6〉 K-웹툰 플랫폼의 글로벌 시장 확장

○ 향후 전망

- 웹툰 IP의 확장과 융합, 사전 기획에 의한 사업범위 확대
 - ⇒ 2014년부터 라인웹툰 런칭을 통한 네이버 웹툰의 본격적인 글로벌 시장 진출이 시작되었고, 카카오페이지의 계속된 시장 확대와 매출 증대로 콘텐츠의 양적, 질적인 성과를 이루게 되었고, 이전 웹툰의 IP를 활용한 사업범위가 다양하게 확장되고 있음
 - ⇒ 웹툰으로의 성공작품을 콘텐츠 IP로 활용한 2차적 저작물 제작이나 상표권 연계상품 사업 확장 등의 OSMU 전략에서 더 나아가 아예 사전 기획단계에서부터 IP를 활용한 다양한 사업 포트폴리오를 만들어 사업을 전개하거나 보유 IP를 서로 연계하여 IP 확산이 가능한 사업자와 협업 전략을 고민하는 단계까지 발전
- 웹툰 플랫폼 주도의 산업화와 제작의 전문화
 - ⇒ ‘2020 경기웹툰컨퍼런스’(2020.11.24.)에서 ‘웹툰산업의 다층화와 다변화’로 웹툰의 공급형 생태계에서 다양화된 협업 구조의 연결형 생태계로 공급사슬 변화를 설명함
 - ⇒ 웹툰 제작의 기업화, 전문화는 네이버웹툰과 카카오페이지 등의 양대 플랫폼에서 먼저 시작하였고, 자회사·계열사로 만화, 웹툰 등을 보유하며 웹툰 IP 활용에 나서고 있음
- 웹툰 제작 전문화로 창작 환경 세분화
 - ⇒ 일반적인 작가와 보조인력인 프리랜서 어시스턴트 결합 형태에서 제작 전문화 확대로 스튜디오 소속으로 다양한 인력의 참여 형태로 창작 환경 변화
 - ⇒ 웹툰의 창작 작가가 웹툰 PD와 MD를 비롯해 채색, 각색(콘티), 작화 작가, 편집 전문가 등 이른바 ‘웹툰 스페셜리스트’로 세분화되고 있음
- 독립만화와 다양성
 - ⇒ 독립만화가로서 현실적으로 크라우드 펀딩, 인스타그램 등의 경로만으로는 지속가능성을 만들어 내기 어렵기에 상업성을 완전 배제하기는 어려운 상황이라 표현과 서사의 다양성을 유지하지 못하게 될 가능성이 높음
 - ⇒ 수많은 작가들이 자신의 브랜드를 키우고, 이를 통한 수익화 전략을 찾고 있으며, 독자와의 접점 형태에 따라 ①크라우드 펀딩을 통한 단행본 만화, ②소셜미디어 활용 인스타그램, ③오픈 플랫폼 등으로 구분됨

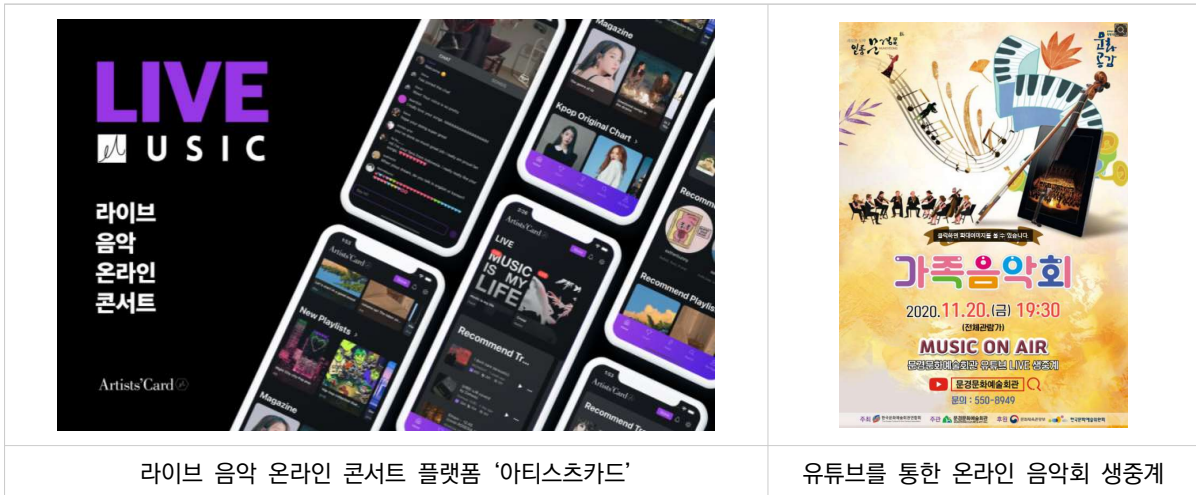
4) 음악 산업

○ 오프라인 공연 대신 비대면 방식의 온라인 공연이 대안으로 부상

- 오프라인 공연의 취소/차질

⇒ '20년 2~7월까지의 취소된 공연 피해 규모는 539건 이상, 손해액 총 1,212억원 추산

- 온라인 공연 인프라 구축 및 활성화



〈그림 3-7〉 온라인 공연의 활성화

○ 글로벌 '파워 플레이어'로 거듭나고 있는 K-POP

- BTS(방탄소년단), 블랙핑크 등이 아이돌 그룹이 선도하는 한국 대중음악은 아시아 한류를 이끌던 단계를 넘어 세계 음산산업의 <파워 플레이어>로 성장함

⇒ 2020년 BTS 세계 음악 시장 앨범판매 1,2위 기록, 블랙핑크 5위 기록

○ 오디션 프로그램을 통한 지역 인디뮤지션 관심·수요 증가

- 방송가 오디션 프로그램이 꾸준히 활성화되며 지역 뮤지션의 역량 및 성장가능성을 확인함

⇒ JTBC <싱어게인 - 무명가수전>을 통해 가수 정홍일 등 지역 뮤지션 발굴

- 오디션 프로그램에서 싱어송라이터의 리메이크 버전의 음악으로 다양성 증가

- 다양한 장르의 오디션 프로그램 증가

⇒ 미스·미스터 트롯, 조선판스타 등 다양한 오디션 프로그램 증가에 따른 뮤지션들의 관심과 수요 증가

- 열악한 지역 인디 뮤지션들의 가능성 확인에 따라 체계적인 육성이 필요

○ 향후 전망

- 경제성과 관람 편의성 측면의 강점을 가진 비대면 온라인 공연이 오프라인 공연의 대안으로 떠오름
- 현장감을 살리기 위한 VR, AR 등의 기술을 접목한 실감형 시청으로 쌍방향 관객 소통이 강화될 것으로 전망

5) 영화 산업

○ 관객 수 급감 및 신작개봉 지연

- '20년 상반기 극장 관객 수 전년 대비 70.3%, 매출액 70.6% 감소
- 투자·배급사들의 신작 영화 개봉 연기

○ 향후 전망

- 넷플릭스, IPTV 등 OTT 플랫폼을 이용한 영화 관람 수요가 급증함에 따라 영화 개봉 및 관람 방식의 변화
- 오프라인 영화관람 시설에 대한 특별고용지원 등 금융지원정책의 확대 필요

6) 게임 산업

○ 게임 관련 오프라인 시설 및 행사 피해

- '20년 상반기 사회적 거리두기 격상에 따라 다중이용시설인 PC방의 폐업 급증
⇒ PC방 매출 의존도가 높은 중소게임 업체도 피해
- 대규모 게임행사 및 e스포츠 대회도 행사를 연기하거나 취소

○ 캐주얼 게임 대중화와 레트로 열풍의 게임 소비 연령층 변화

- 기존의 캐주얼게임을 넘어 더욱 캐주얼한 게임을 추구하는 '하이퍼캐주얼' 장르가 2020년 급부상함
⇒ 출퇴근 시간 등의 짧은 틈을 게임플레이에 사용하는 라이트 게이머를 타겟으로 삼아 기존 게임시장의 니치마켓을 열며 새로운 시장 개척에 성공함
- 레트로 게임 콘텐츠 흥행(카트라이더, 러쉬플러스 모바일 게임, 바람의 나라 모바일 등)으로 본격적인 소비력을 발휘할 수 있는 30대 이상으로 진입하면서 나타나는 현상으로 볼 수 있으며, 초창기 온라인게임 IP의 리메이키는 게이밍 소비의 중심으로 자리한 30~40 세대를 타겟으로 지속적으로 성공적인 결과를 달성함

○ 모바일, PC 및 콘솔게임 이용의 급증

- 코로나19 로 인해 게임 이용이 증가하였으며, 게이밍 PC와 콘솔 게임 시장도 함께 성장함
⇒ 사회적 거리두기로 인해 실내 여가 확산, 콘솔 게임 이용이 증가하고 있으며, 기존의 주력 분야였던 모바일 게임 시장은 레드오션화로 모바일 기반의 환경 문제점이 없으며, 화질과 게임성, 등의 차별화된 특성의 콘솔 게임이 새로운 대안으로 부상함
- VR, AR 등 가상현실 기술을 이용한 게임 콘텐츠 이용자의 증가

○ 향후 전망

- 중소 게임 개발사 경쟁력 제고를 위한 지원
 - 가상현실을 넘어서는 ‘메타버스’ 기반 게임산업의 흥행할 전망
 - 플랫폼 경계가 허물어지는 클라우드 게임 및 소셜 게임의 개발
 - 라이트 게이머에 의한 게임시장 확대
- ⇒ 코로나19로 기존 하드코어 게이머층 이용시간과 신규 라이트게이머의 이용경험 모두 증가



〈그림 3-8〉 게임 산업 기술 발전의 가속화

7) 애니메이션 산업

○ 애니메이션 제작 중단 및 수요 증가

- OEM 구조의 애니메이션 산업 특성 상 글로벌 협업에 차질
- 그러나 코로나19로 인한 육아활동 급증에 따라 키즈 애니메이션 소비는 증가하는 추세

○ 국내 IPTV, OTT 등 뉴미디어 태널 콘텐츠 방영의 다양화

- 국내 IPTV의 애니메이션 전문채널을 통해 지역 애니메이션 콘텐츠가 방영이 되고 있지만, 이 외에도 유튜브 등 SNS 및 넷플릭스·티빙 등 OTT 중심의 뉴미디어 채널의 콘텐츠 방영이 다양화 되고 있음

○ 향후 전망

- OTT, IPTV 등비대면 플랫폼을 이용한 애니메이션 콘텐츠 제공 환경 조성
- 원천 스토리 기반의 2차 저작물의 제작 증가 전망
- 주로 영유아 선호의 주제·소재(로봇, 공룡 등) 위주의 기획이므로 대상 연령층 확대 등 수용자 다양화가 필요함

8) 방송 산업

○ OTT 서비스 이용자의 증가

- 집에 머무는 시간 증가로 OTT 서비스 가입자 및 서비스 이용량 증가
- 반면, 유료방송 서비스 가입자는 감소하는 추세
- 경기위축 및 콘텐츠 제작에 필요한 자원 감소로 인한 콘텐츠 제작 활동 위축

○ 향후 전망

- OTT 플랫폼을 통한 콘텐츠 제공의 전 세계적인 증가 추세가 지속
- 유명 IP(지적재산권)를 활용해 다양한 채널, 플랫폼으로의 확장성 있는 콘텐츠가 증가할 것으로 전망

9) 광고 산업

○ 실물 경기 하락에 따른 광고산업 위축

- 코로나19로 인한 실물 경기 하락에 따른 광고시장의 위축
⇒ 대다수 방송광고주의 광고수요 감소

○ 향후 전망

- OTT를 이용한 특정 소비자 타겟 광고, 라이브커머스 등 맞춤형 디지털 광고산업이 활성화될 전망

10) 캐릭터 산업

○ 캐릭터 관련 행사 취소

- 2020 캐릭터 라이선싱 페어 등 오프라인 캐릭터 페스티벌의 취소 및 실내 여가시간의 증가
- 실내용 완구 및 학습용품의 수요 증가와 성인도 즐길 수 있는 키덜트 상품 인기

○ 향후 전망

- VR기술 기반 가상 유튜버인 브이튜버(Vtuber) 산업의 시장성 확장
- 기존 IP(지적재산권)를 활용한 다양한 캐릭터 라이선싱 사업들이 활성화될 것으로 전망

11) 지식정보 산업

○ 비대면 교육, VR 서비스 수요 증가

- 비대면 교육 확산으로 인한 온라인 교육 사이트 및 앱 수요 증가
⇒ 1~3월 메가스터디 초·중등 신규 수강생 전년 동기 대비 67.9% 급증
- VR·AR 기술을 활용한 실감형 기술에 대한 관심이 증가



〈그림 3-9〉 비대면 및 VR 기술을 활용한 교육에 대한 수요 증가

○ 향후 전망

- 헬스, 여행, 부동산, 교육 등 분야에 VR·AR 기술을 접목한 실감형 콘텐츠의 수요 증가
- 시를 활용한 생활 정보성 콘텐츠의 수요 증가 전망

12) 콘텐츠솔루션 산업

○ 협업 솔루션 및 관련 기기 수요 증가

- 재택근무 확산에 따른 화상회의 솔루션 활용의 급증
- 온라인 강의 활성화에 따른 CMS(콘텐츠관리시스템)의 수요 증가

○ 향후 전망

- 비대면 생활의 확산과 더불어 협업 솔루션 시장의 지속적인 확장
- CMS 저작물 프로그램과 연계된 고화질/고음질의 원격수업 콘텐츠 제공

13) 확장현실(XR)

○ 메타버스(Metaverse)의 재부상

- 메타버스는 코로나19 비대면 환경의 장기화로 '실감'(realistic reality)에 대한 욕구가 증대되면서 컴퓨터그래픽과 게임엔진 등의 기술발전으로 서비스 구현이 가능해진 가상공간의 소통(회의, 미팅 등)과 콘텐츠 소비(공연, 게임 등)에 관심이 집중됨
- 콘텐츠 소비패턴 변화가 크게 확산되면서 유명 게임업체와 VR기업에서 메타버스 플랫폼을 차세대 주력 서비스 목표로 언급함
- 메타버스 플랫폼의 대표적인 콘텐츠 비즈니스 모델은 '아이템 판매를 통한 수익창출'과 '광고와 마케팅 채널'로 운영

○ 국내외 메타버스 플랫폼 현황

- 전세계 이용자가 2020년 기준 3.5억명 이상이고 미국 청소년의 40%가 전체 여가시간의 25%를 소비하고 있는 ‘포트나이트(Fortnite)’는 페이스북과 비교될 정도로 단순히 게임 플랫폼 뿐 아니라 또래 간 소통 플랫폼 역할로 확대, '20년 2조원 이상 수익을 올렸음
- ⇒ 전 세계 3억명 이상의 이용자와 오랜 시간 머무르는 포트나이트에 많은 기업들이 제품홍보 플랫폼으로 이용하고 콘서트와 영화시사회 개최도 증가, 수익이 확대되면서 게임이 아닌 메타버스 플랫폼으로 진화하고 있음
- 7세~12세에 해당하는 알파세대의 메타버스 플랫폼으로 전 세계 이용자 1.5억명을 확보하고 있는 로블록스(ROBLOX)는 이용자가 게임을 즐기는데만 그치지 않고 직접 게임을 만들거나 아바타 의상, 애완동물, 게임 아이템을 제작하여 판매하는 메타버스 이코노미까지 실현되고 있음
- ⇒ 로블록스 아바타는 알파세대 이용자들에게 익숙한 레고 블록과 같은 형태이기 때문에 이용자가 머리부터 손과 다리까지 마음대로 교체할 수 있기 때문에 가상세계에서 자신이 만든 게임과 아이템들을 공유하고 즐길 수 있음



〈그림 3-10〉 로블록스 포스터 (출처:로블록스)

- 국내에서 메타버스 시장을 주도하고 있는 네이버 자회사 ‘SNOW’의 ‘제페토’는 AR 아바타 기반의 메타버스 플랫폼으로 2018년 8월 출시 후 ‘21년 2월 전 세계 가입자 수가 2억명을 돌파했고 90%가 해외 이용자로 이 중 10대가 80%를 차지하고 있음⁴⁾
- ⇒ 제페토는 이용자가 스마트폰 촬영사진을 통해 가상의 아바타인 ‘제페토’를 생성하고 아바타를 꾸밀 수 있는 기본적인 아이템과 3차원 공간을 구성하는 오브젝트를 사전에 구현해 두어 사용자가 해당 프리셋(Preset)을 사용할 수 있음
- ⇒ 또한 제페토는 사용자에게 크리에이터라는 아이덴티티를 추가로 부여해서 3차원 오브젝트 메쉬를 형성할 수만 있다면 누구든 제페토의 크리에이터가 되어 제페토 월드를 구현할 수 있는 플랫폼의 세계관을 구축
- 네이버에 이어 SK텔레콤도 ‘21년 8월 개방형 메타버스 플랫폼 ‘ifland’ 서비스 출시, 131명 동시 참여와 대형 스크린을 통해 상품출시회, 기자회견, 학교 입학식 등 개방형 모임에는 특화된 강점을 보임

4) 시사위크 박설민(21.08.30), 폭발적 성장의 메타버스 국내시장 전망은? <https://www.sisaweek.com/news/articleView.html?idxno=146903> (21.10.25)

⇒ 그러나 제페토나 로블록스처럼 즐길만한 콘텐츠 부족과 채팅 기능 부재 등 취약성으로 아직은 시장 정착률을 위한 기능 확장과 킬러 콘텐츠 개발 등 개선이 필요한 것으로 보임



〈그림 3-11〉 SK텔레콤 ifland (출처: SK텔레콤)

○ 메타버스 플랫폼의 콘텐츠 비즈니스 모델

- 메타버스 플랫폼의 대표적 콘텐츠 비즈니스 모델은, ‘아이템 판매를 통한 수익창출’과 ‘광고와 마케팅 채널’로 볼 수 있으며 다음과 같은 내용으로 운영⁵⁾
- 아이템 판매를 통한 수익창출 비즈니스 모델
 - ⇒ 제페토에는 가상 화폐 ‘젬(Zem)’을 통해 이용자들이 자신의 아바타를 꾸미고, 아바타를 꾸밀 수 있는 옷을 만들어 ‘젬’을 벌기도 해서 아이템 판매 수익금이 5,000젬 이상이 되면 5,000젬 당 약 \$106 USD(‘21. 6월 환율기준)로 실제 현금 환금이 가능함
 - ⇒ 로블록스도 ‘로벅스(Robux)’라는 단위의 가상 화폐 활용, 마찬가지로 게임 상에서의 아이템 구매와 사용자 간 프리미엄 아이템 거래가 이루어지기도 하고, 사용자가 직접 개발한 게임 거래와 게임 내 친구 그룹(이하 길드) 형성에서도 로벅스 활용 경제 활동 가능(사용자들은 다른 사용자가 개발한 게임에 로벅스를 지불하고 참여하기도 하며 100 로벅스를 지불하여 길드를 생성하고 추가 로벅스를 기부하여 길드 내 등급을 나누기도 함)
- 광고 마케팅 채널 비즈니스 모델
 - ⇒ 메타버스 플랫폼과 각종 브랜드들의 협업 사례 증가
 - : BGF리테일 CU편의점 제페토 내 매장 구축, 실제 매장 연동 서비스 운영,
 - : 구찌(GUCCI)의 제페토 내 광고와 브랜드를 건 오브젝트 생성, 수익창출 발판 마련
 - ⇒ 엔터테인먼트 시장에서도 광고와 마케팅 채널로 메타버스 플랫폼 활용, 소속 아티스트를 가상 세계에 투영시키는 서비스 제공 시작
 - : MZ세대 이용자가 많은 메타버스 특성 활용, 좋아하는 ‘연예인 아바타 오브젝트 장착해 ’보기’로 부가서비스 창출 (출처: 제페토)
 - : 메타버스 안에서 팬과 연예인, 팬과 팬 소통으로 코로나19로 단절된 연결고리 지속
 - : 블랙핑크, 트와이스, 선미 등 K-POP 아티스트의 메타버스 플랫폼 내 아바타 생성, 가상 팬미팅이나 공연 진행 (출처: 제페토)

5) KCA_MEDIA Issue Trend_vol45_featured report_03, 국내외 메타버스 플랫폼과 콘텐츠 비즈니스 동향



〈그림 3-12〉 엔터테인먼트 시장의 메타버스 플랫폼 활용 사례 (출처: 제페토)

○ 향후 전망

- 메타버스의 영향이나 전망이 불투명하다는 비판도 있지만, Z세대, 알파세대가 콘텐츠 소비의 주력세대가 되는 미래에는 현재의 콘텐츠 산업 생태계와 전혀 다른 생태계가 될 것으로 전망
- 메타버스가 콘텐츠 소비 플랫폼으로 진화하며 메타버스 안에서만 참여하여 즐길 수 있는 전용 콘텐츠 제작이 확대되면서 콘텐츠 제작방식의 근본적인 변화가 메타버스로 인해 일어나고 있음⁶⁾
 - ⇒ 메타버스 플랫폼의 콘텐츠 활용성은 기존의 플랫폼 보다 높다는 점에서 메타버스가 미디어를 운반하는 새로운 플랫폼의 개념으로 자리잡을 가능성이 점차 높게 전망됨
 - ⇒ 고도화된 실감 미디어 콘텐츠가 생성이 되고 이를 전달하기 위한 하드웨어 플랫폼 기술과 이를 뒷받침할 하드웨어가 생성되면 또 다시 고도화된 콘텐츠가 생성이 되는 현상이 계속해서 반복될 것으로 예상됨

6) 모비인사이드 박찬수, 메타버스와 콘텐츠 산업의 미래(2021. 7. 2). <https://www.mobiinside.co.kr/2021/07/01/metaverse-content>

2 부산 콘텐츠산업 현황 및 역량

1. 부산 콘텐츠산업 규모 현황

1) 부산 콘텐츠산업 규모의 상대적 위치

- 2020년 콘텐츠산업 총 사업체 수는 9만 9,536개로 추정되며, 지역별로는 서울지역 3만 3,115개 33.3%. 경기도 2만 448개 20.5%로 전체 콘텐츠산업 사업체 중 절반 이상이 2개 지역 집중, 반면 부산은 3순위이지만 5.4%로 2개 지역에 비해 큰 격차를 보임
- 2020년 콘텐츠산업 총 매출액은 128조 2,593억원, 지역별로는 서울 80조 7,085억 원 62.9%, 경기도 31조 9,691억 원 24.9%로 두 지역이 전체 매출의 87%를 차지, 반면 부산은 2조 2,602억 원 매출 규모 순위는 3순위이지만 전체 매출 중 비중은 1.8%에 불과함
- 부산지역 콘텐츠산업 1개 사업체당 평균 매출액은 4.21억 원으로 서울지역 24.3억 원의 약 17%, 경기 지역 15억 원의 절반에도 못미치는 것으로 분석됨
- 서울, 경기, 부산 외에 13개 지역의 평균 매출액은 3.28억 원으로 부산지역의 약 77%로 더욱 취약한 수준

〈표 3-4〉 2020년 콘텐츠산업 규모 현황(출처: 2020년기준 콘텐츠산업조사, 문화체육관광부)

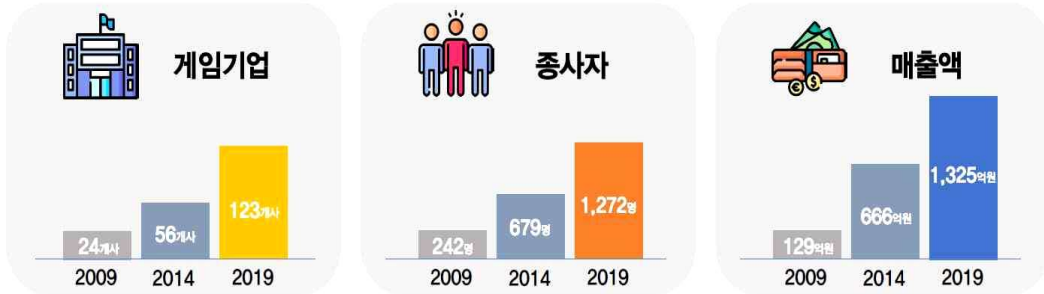
구 분	사업체 규모		매출액 규모		1개 사업체 당 평균 매출액 (백만원)
	사업체 수(개)	비중(%)	매출액(백만원)	비중(%)	
부산	5,361	5.4	2,260,231	1.8	421.6
서울	33,115	33.3	80,708,563	62.9	2,437.2
경기	20,448	20.5	31,969,192	24.9	1,563.4
그 외 지역	40,612	40.8	13,321,375	10.4	328.0
합계	99,536	100.0	128,259,361	100.0	1,288.6

- 서울, 경기지역 외에 전체 매출 중 1% 이상인 지역은 부산을 포함해 대구, 인천, 대전, 경남 등 5개 지역이며 사업체와 매출액 비중은 1% 내외로 크게 차이가 없는 수준
- 결국, 서울과 경기 지역에 약 53%가 편중된 사업체가 콘텐츠산업 전체 매출의 87%를 과점하고 있고 나머지 13%를 15개 지역이 배분하고 있는 상황에서, 지역 콘텐츠산업의 확장(개별 사업체의 규모 확장 혹은 매출 성장)에는 한계가 있는 것으로 판단됨

2) 부산 콘텐츠산업 전략 분야별 현황

○ 게임산업

- 부산지역의 게임제작업 등록기업과 사업자 등록 기업을 기준으로 한 부산시 자체 통계로는 게임(제작)기업 123개, 종사자 1,272명, 매출액 1,325억원으로, 2014년 대비 2배 가까운 성장 추세를 보임
- ⇒ 그러나 부산지역 게임(제작)기업들의 70% 이상이 3년 이상의 업력을 갖고 있지만 매출 1억 원 미만인 약 60%를 차지하고 있는 것으로 파악됨
- ⇒ 또한 부산 게임(제작)기업은 플랫폼 유형별로 모바일 55%, PC온라인 15%, 비디오 콘솔 14% 등으로 구성되어 있어 전체 게임기업 플랫폼별 구성비중에 비해 PC온라인(36%)의 비중은 절반 이하인데 비해 콘솔(5.2%)은 3배 가량 더 높은 수준인 것으로 파악됨



- 문체부의 2020년 게임산업 통계(게임제작업 등록기업 기준)에서 서울·경기 지역 게임(제작)기업과 비교해보면 부산 게임제작 기업의 규모는 현격한 차이를 보임
- ⇒ 부산 게임제작업 등록기업 40개의 단위당 매출액은 6.5억으로 산출되었지만, 부산 게임기업 중 매출 1순위 트리노드와 상위 순위 2~3개 기업을 제외한 나머지 게임기업들의 단위 매출액은 훨씬 더 낮은 수준(현재 매출 1억 원 미만 기업 약 60%)
- ⇒ 부산시 게임기업 1개 사업체 당 평균 종사자 수는 21.4명으로 서울·경기 46.7명에 비해 큰 차이를 보이며, 매출 규모와 마찬가지로 상위 2~3개 업체를 제외하면 종사자 수는 더 적은 규모가 될 것임

〈표 3-5〉 전국 대비 부산 게임산업(게임 제작업) 규모 현황(출처: 2020년기준 콘텐츠산업조사, 문화체육관광부)

구 분	사업체 수		종사자 수		매출액		단위당 매출액(억 원)	
	개	%	명	%	억 원	%	기업당	종사자당
부산 (부산시)*	40 (123)	3.8	856 (1,272)	1.9	258 (1,325)	0.2	6.5 (10.8)	0.30 (1.04)
서울, 경기	865	82.7	40,407	91.2	159,865	93.8	184.8	3.96
전국	1,046	100.0	44,310	100.0	170,519	100.0	163.0	3.85

* 전국 통계는 게임제작업 등록 기업, 부산시는 게임제작업 + 사업자 등록 기업 기준

- 이와 같이 판교를 중심으로 하는 서울·경기지역의 게임기업 편중으로 중고급 게임인력과 투자까지 쏠리면서, 결국 부산을 포함한 지역 게임기업들의 핵심 인력 유출과 생존에 필요한 투자 자원 부족으로 영세성을 벗어나지 못하고 사업확장 기회를 확보하지 못하게 되는 것으로 보임

○ 웹툰산업

- 만화출판, 임대, 도소매업을 제외한 라인만화 제작·유통업 중심의 웹툰산업 매출구조는 플랫폼과 에이전시로 구성되어 있으며, 2019년 기준으로 플랫폼 3,874억원, 에이전시 2,527억원으로 집계됨
- 31개 플랫폼에서 활동하는 웹툰 작가는 3,438명, 부산 지역 웹툰 작가는 부산경남만화가연대 소속 220명 활동, 그 중 56명의 작가 부산글로벌웹툰센터 입주
 - ⇒ 부산 웹툰 작가는 전체 작가의 6.4%, 전체 웹툰 작가의 72%, 사업체의 약 51%가 서울·경기 수도권에 집중되어 있음
 - ⇒ '21년 현재 웹툰센터 입주 작가들의 플랫폼 연재 혹은 대기 중 작품 30편
 - ⇒ 입주 작가들의 10월 기준 누적 매출 실적은 11억 5875만 원, '17년 8월 웹툰센터 개소 이후 '21년 10월 까지 총 4년간의 누적 매출 실적은 77억 7,300만 원으로 집계됨
 - ⇒ 현재 부산 지역의 웹툰 에이전시 기업은 '진엔터테인먼트' 1개사이고, 이외에 지역 작가들이 모인 제작 스튜디오들이 운영되고 있음
 - ⇒ 결국 웹툰산업은 웹툰 작가보다 에이전시와 온라인 유통 플랫폼에 의해 매출이 생성되는 구조로 현재는 네이버와 카카오의 양대 플랫폼이 지역과 관계없이 웹툰의 공급사슬을 과점하고 있는 상황에서 부산 웹툰산업은 공급사슬 초기 웹툰 제작에만 거의 국한되어 있는 상태
 - ⇒ 이로 인해 부산 웹툰산업의 성장이나 사업확장도 작가나 제작스튜디오로 제한될 수 밖에 없는 것으로 판단됨

○ 애니메이션산업

- 부산 애니메이션산업은 사업체 수와 매출액, 종사자 수 등의 규모로는 전국 4위, 그러나 부산의 매출 비중은 2.6%로 1순위 서울지역의 73.3%에 비해 3.5%에 불과한 수준

〈표 3-6〉 전국 대비 부산 애니메이션산업 규모 현황 (출처: 2020년 기준 콘텐츠산업통계, 문화체육관광부)

구 분	사업체 수		종사자 수		매출액		단위당 매출액(억원)	
	개	%	명	%	억 원	%	기업당	종사자당
부산	12	2.4	160	2.9	139	2.6	11.58	0.87
서울	340	69.4	4,055	74.1	3,874	73.7	11.39	0.96
전국	490	100.0	5472	100.0	5,256	100.0	10.73	0.96

- 상대적으로 부산 애니메이션산업의 사업체와 종사자 단위당 매출액 규모는 전국과 서울에 비해 크게 격차를 보였던 게임산업에 비해서는 차이가 크지 않은 수준
 - ⇒ 게임산업의 서울 경기 사업체 단위당 매출액 142.6억원인데 비해 부산은 14.4억으로 거의 10배 차이를 보인 반면 애니산업은 서울지역 사업체 단위당 매출이 11.5억 원이고 부산은 8.05억 원으로 격차가 크지 않은 수준
- 애니메이션산업 역시 사업체와 종사자의 서울 지역 편중성은 높지만 상대적으로 사업체의 매출과 종사자 규모가 큰 차이를 보이지 않는다 점에서 지역간 편중성보다 산업 자체의 제한 요소(예로, 제작기간, 비용 대비 낮은 수익)가 부산 애니산업의 성장과 애니메이션 제작기업 성장의 장애로 작동하고 있는 것으로 추정됨
- 또한 부산 애니메이션산업의 업종별 매출이 창작·제작업 63%, 하청 제작업 27%, 온라인 제작업 3% 등 제작업에 편중되어 있고 유통배급업(5%)과 온라인 서비스업(2%) 등의 비중은 적어서 게임이나 웹툰산업과 마찬가지로 애니메이션 콘텐츠 공급사슬의 초기에 해당하는 제작업에만 집중되어 있는 상태

○ 음악산업⁷⁾

- 전국 대비 부산지역 음악산업의 사업체 비중은 5.4%, 종사자수는 5.9%, 매출액은 1.8%로, 다른 분야와 마찬가지로 서울의 편중에 비해 부산 음악산업의 규모는 현저하게 적은 수준

〈표 3-7〉 전국 대비 부산 음악산업 규모 현황 (출처: 2020년 콘텐츠산업통계, 문화체육관광부)

구 분	사업체 수		종사자 수		매출액		단위당 매출액(억원)	
	개	%	명	%	억 원	%	기업당	종사자당
부산	1,781	5.4	3,841	5.9	1,073	1.8	0.6	0.3
서울	7,560	22.8	26,015	39.7	44,311	73.1	5.9	1.7
경기	7,513	22.7	10,488	16.0	7,791	12.8	1.0	0.7
전국	33,138	100.0	65,464	100.0	60,647	100.0	1.8	0.9

- 실제 음악산업 지원대상인 음악분야 종사 예술인 44,928명 중 부산지역 음악인은 1,801명으로 전국 대비 4%인 반면, 서울은 20,864명(46.4%), 경기는 10,229명(22.8%), 인천 2,024명(4.5%) 등 서울·경기와 인천 등 서울 수도권에 전체 음악 예술인 중 약 74%가 거주하고 있음
- 음악산업 역시 SKT, KT 등 주요 통신사, SM, YG, JYP 등 주요 대기업 위주의 시장이 주도하고 있는 상황에서 웹툰 작가처럼 음악인 개인 차원에서 매출활동이 이루어지고 있다는 점에서 지역의 콘텐츠산업 차원의 시장 확대와 성장을 확보하는데는 한계가 있었던 것으로 판단됨

7) 콘텐츠산업 통계는 음악산업 사업체 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 노래연습장 운영업을 포함하고 있어 부산 음악산업의 규모 현황 분석에는 적합하지 않은 점을 고려해야 함

- 최근 대중음악 콘텐츠 시장이 OTT 기반의 스트리밍 중심으로 재편되면서 플랫폼 기반의 구독경제 시장으로 크게 전환되고 있고, 음악 저작권을 경매하고 주식처럼 배당도 하는 음악IP 금융거래 플랫폼(뮤직카우)도 활발하게 움직이고 있어 대중음악 창작자 엑셀러레이팅을 통한 성장 기회 창출이 가능해지고 있다는 점에서 새로운 차원의 음악산업 지원정책이 요구되고 있음
- 지역 뮤지션 지원을 위한 제작·인프라 등 생태계 부족
 - ⇒ 국민이 즐기고 향유할 수 있는 음악산업의 성장에도 불구하고 지역기반의 음악 제작기반 및 엔지니어 등 인프라 부족
 - ⇒ 부산정보산업진흥원 <부산음악창작소>, 부산문화재단 <사상인디스테이션> 등 인프라가 있지만, 시설 노후화 및 전문 엔지니어 부족
 - * 부산음악창작소는 대동대학교 이전과 시설 리뉴얼 및 대동대 뉴뮤직과와 산학협력 사업추진 예정, 부산음악창작소 이전공사 추진 중('22. 2 준공예정, '21.12 스튜디오 공사준공예정)
 - ⇒ 시민들이 즐길 수 있는 소규모 음악 전용 공연장 부족
- 사상 <락 페스티벌> <원 아시아 페스티벌> 등 지역 음악축제가 존재하지만 흥행을 위한 K-POP 위주의 행사로 지역 뮤지션과의 연계 부족
- 지역 뮤지션 음반제작 지원 프로그램 부족
 - ⇒ 성장 가능성이 있는 부산 뮤지션이 많이 있지만, 3팀~ 5팀만 수혜를 받을 수 있어 경쟁률이 높고, 제작지원을 받기 위해 부산 뮤지션의 수도권, 경남 등 지역 유출 심화



부산정보산업진흥원
Busan IT Industry Promotion Agency

제4장

조사결과



제4장. 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
- 정부의 콘텐츠산업 정책도 '디지털 뉴딜 문화콘텐츠 전략' 기반으로 전환
 - 정부의 '20년 '한국판 뉴딜' 기반의 '디지털 뉴딜 문화콘텐츠 전략' 발표
 - (1) 비대면 환경 대응 디지털 전략 - 온라인 전용 공연·유통 인프라 구축, 제작·금융 지원, 디지털 IP제도 정비 등
 - (2) 차세대 콘텐츠 시장 개척 - 실감콘텐츠개발 및 투자 확대, 차세대 게임시장 개척
 - (3) K-콘텐츠 세계시장 경쟁력 강화 - 콘텐츠 IP 활용 시장 확대, 체계적 해외진출 지원 新한류 확산 등
- 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	· 2020년 「부산 CT산업 통계조사」 명부 내 사업체 · 부산정보산업진흥원 보유 DB - 상상플러스부산 크리에이터 DB - 부산 VRAR 기업현황 DB - 부산 게임사업부 보유 DB - 부산글로벌웹툰센터 입주현황 DB 등 · 외부 공개 사업체 정보 DB 활용 - DART, 나이스신용평가정보(RM1) 등	-
조사대상	· 사업체 대표자 • 팀장급 또는 경력 3년 이상 실무진	-
표본배분	· 전수조사 실시	-
유효표본 수	· 1,357개 중 1,030개 표본 조사 성공(성공률 75.9%)	-
조사기간	· 2021년 11월 3일 ~ 2021년 12월 10일	-
조사기준	· 매출액 : 2020년 말 · 사업체 수 및 종사자 수 : 2021년 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, 2021년 조사에서는 문화체육관광부의 「콘텐츠산업 통계조사」와 동일하게 공연산업을 제외한 11개 업종을 대상으로 조사를 실시함
- ‘콘텐츠산업 특수분류체계’에서 CT산업은 제작업 외에도 도소매업, 임대업 등을 포함하고 있어, 부산 CT산업 통계조사에서는 도소매업, 임대업 등을 제외한 창작 및 제작 관련 사업체로 모집단 정의를 한정함

〈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	-

※ 문화체육관광부의 「콘텐츠산업 통계조사」와 동일하게 공연산업은 조사대상에서 제외함

2. 모집단 추출틀

- 모집단 구축을 위해 기본적으로 2020년 「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	2020년 부산 CT산업 통계조사 명부(개)	부산정보산업진흥원 보유 DB(개)	외부 사업체 정보 공개 DB(개)	합계(개)
출판	134	0	17	151
만화	49	15	7	71
음악	74	54	1	129
게임	141	14	5	160
영화	106	49	3	158
애니메이션	18	0	2	20
방송	65	0	1	66
광고	257	0	18	275
캐릭터	14	1	0	15
지식정보	83	0	6	89
콘텐츠솔루션	97	2	90	189
1인 미디어	43	268	0	311
합계	1,081	403	150	1,634

4 조사내용

○ 조사 내용은 다음과 같음

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

구 분		내 용
공통 문항	사업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> · 사업체 정보(유형, 사업자등록번호, 대표자 연령, 사업체 지역 등) · 주요 산업분야 · 주요 콘텐츠 · 현재 사업추진 단계 및 콘텐츠 활용 형태
	제작현황	<ul style="list-style-type: none"> · 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	<ul style="list-style-type: none"> · 21년 종사자 및 신규채용 종사자 수 · 21년 직무별 종사자 및 신규채용 수 · 인력채용 관련 애로사항 · 20년 기준 매출액 및 국내·외 비중 · 사업형태별 매출액 비중 · 경영 관련 주요 애로사항
	지원사업	<ul style="list-style-type: none"> · 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 · 콘텐츠산업 지원정책 관련 개선 필요사항
	코로나19 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 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	<ul style="list-style-type: none"> · 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	<ul style="list-style-type: none"> · 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"> · 응답자 정보(활동명, 연령, 활동시작년도, 주소 등) · 주요 산업분야 · 주요 콘텐츠 · 현재 사업추진 단계 · 현재 콘텐츠 활용 형태 및 향후 콘텐츠 관련 활동 계획
	사업현황	<ul style="list-style-type: none"> · 직원 또는 보조인력 이용 현황 · 보조인력 활용 관련 애로사항 · 20년 연간 소득 및 주요 소득원 · 콘텐츠 제작/개발/창작 현황 및 응답 이유(오픈) · 주요 애로사항
	코로나19 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 코로나19 이후 콘텐츠 지원 경험 · 공공기관 지원 사항(오픈) · 코로나19 극복 위한 필요 정부정책(오픈)
만화작가		<ul style="list-style-type: none"> · 주력 창작활동 분야 · 활동 분야 · 주 이용 창작공간 · 만화/웹툰 창작 외 주요 소득원 · 부산 및 경남지역 거주로 인한 만화작가 활동 불편사항 · 지역거주 만화/웹툰작가 위한 필요 지원사업 · 만화/웹툰 창작 관련 애로사항
1인 크리에이터		<ul style="list-style-type: none"> · 주력 활동 분야 · 주 이용 플랫폼 · 주 이용 촬영장소 · 크리에이터 창작 외 주요 소득원 · 부산 및 경남지역 거주로 인한 크리에이터 활동 불편사항 · 지역거주 크리에이터 위한 필요 지원사업 · 크리에이터 관련 애로사항
뮤지션		<ul style="list-style-type: none"> · 활동 유형 · 활동 장르 · 주 이용 활동영역 · 음악활동 외 주요 소득원 · 부산 및 경남지역 거주로 인한 음악 활동 불편사항 · 지역거주 뮤지션 위한 필요 지원사업 · 뮤지션 관련 애로사항
웹소설작가		<ul style="list-style-type: none"> · 에이전시 등록 여부 · 웹소설 발생하는 주요 수입원 형태 · 웹소설 등단 경로 · 주 이용 창작공간 · 소설/웹소설 창작 외 주요 소득원 · 부산 및 경남지역 거주로 인한 작가 활동 불편사항 · 지난 1년 공모전 또는 지원사업의 금전적 지원혜택 경험 유무 · 공모전 또는 지원사업 지원 주체 · 지역거주 소설/웹소설작가를 위한 필요 지원사업 · 소설/웹소설 창작 관련 주요 애로사항 · ISBN 등록 작품 유무 · ISBN 등록 주체

5 조사결과

- 1,357개의 조사 대상 중 1,030개 표본에 대해 조사를 성공함(성공률 75.9%)
- 조사 미완료 사유로는 비수신(239개)이 가장 많았고, 그 다음 결번, 컨택 불가(74개) 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)				계
		조사 성공(개)	성공률(%)	비수신	결번, 컨택 불가	폐업/활동 안함	해당 사업체 아님	
출판	134	107	79.9	20	5	0	2	27
만화	119	57	47.9	54	8	0	0	62
음악	120	58	48.3	57	3	2	0	62
게임	155	131	84.5	8	9	5	2	24
영화	121	110	90.9	8	2	0	1	11
애니메이션	18	16	88.9	2	0	0	0	2
방송	65	51	78.5	13	1	0	0	14
광고	247	182	73.7	43	21	0	1	65
캐릭터	15	13	86.7	2	0	0	0	2
지식정보	83	62	74.7	12	9	0	0	21
콘텐츠솔루션	188	157	83.5	14	16	1	0	31
1인 미디어	92	86	93.5	6	0	0	0	6
합계	1,357	1,030	75.9	239	74	8	6	327

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

제4장. 조사결과 분석

제2절

전체 조사결과

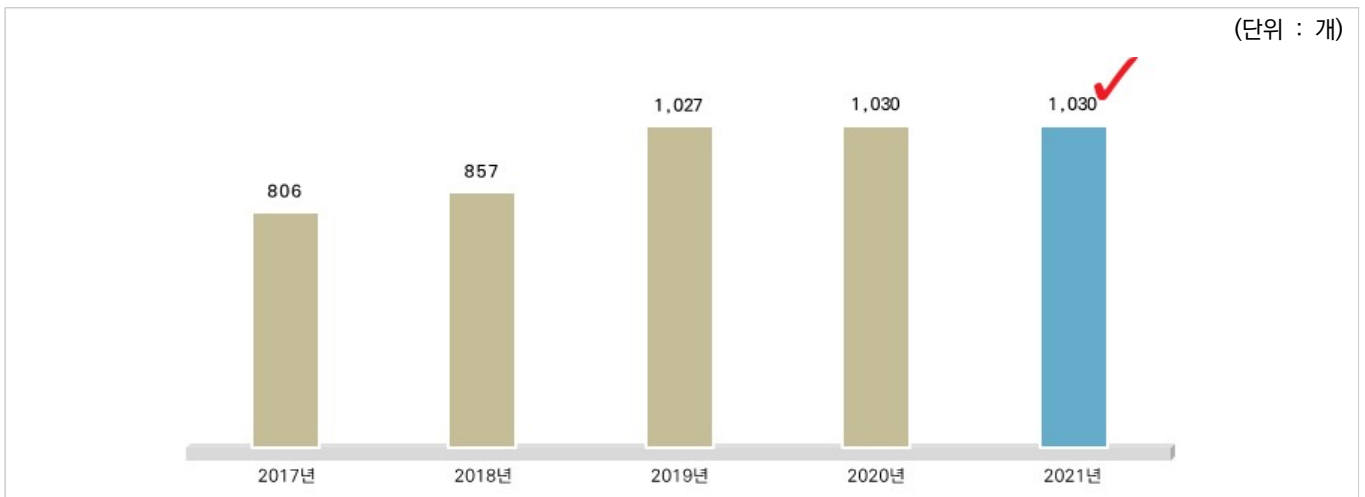


1 일반현황

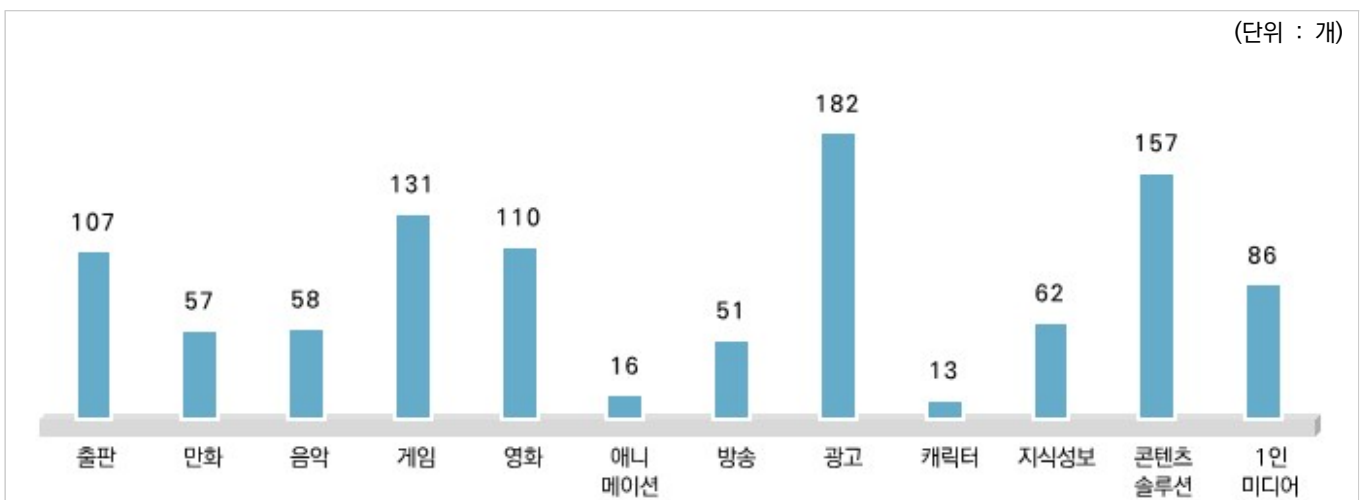
1. 사업체 수

- 2021 부산 CT산업 통계조사 결과를 살펴보면, 부산시에 소재하고 있는 CT산업 관련 사업체는 1,030개로 전년 대비 동일한 것으로 나타남
- 세부 업종별로 살펴보면, 광고 산업이 182개(전년 대비 -26.6% 감소)로 가장 많았으며, 캐릭터 산업이 13개(전년 대비 -7.1% 감소)로 가장 적은 것으로 조사됨
- 특히 XR 산업은 56개로 전년 대비 19.1% 증가한 것으로 나타남

〈그림 4-2〉 연도별 사업체 수



〈그림 4-3〉 2021년 업종별 사업체 수



〈표 4-7〉 연도별 사업체 수

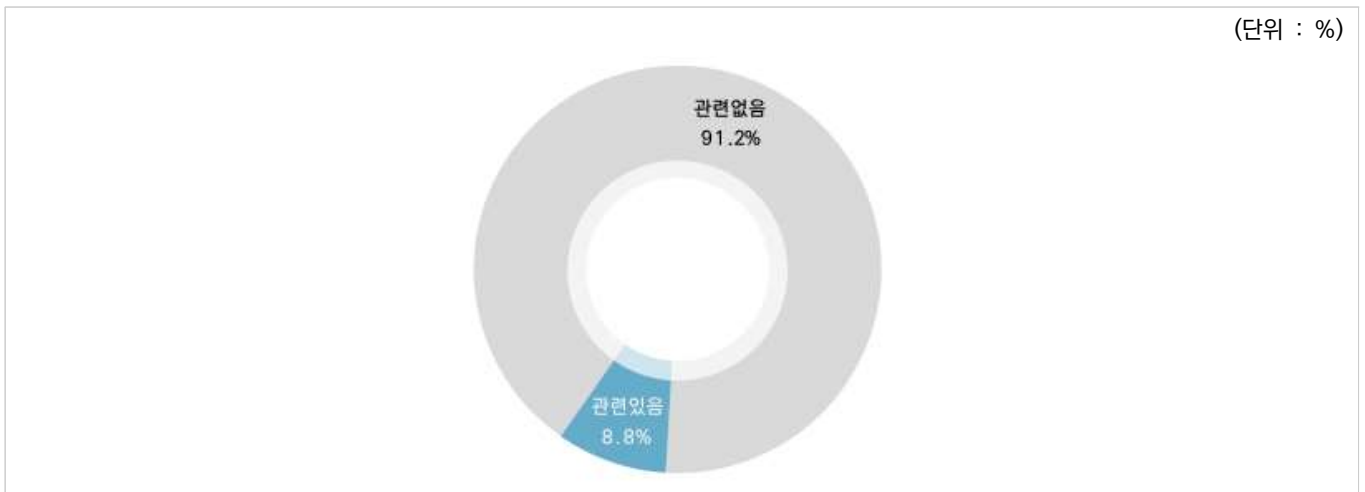
구 분	2018년		2019년		2020년		2021년		
	사업체수 (개)	전년대비 (%)	사업체수 (개)	전년대비 (%)	사업체수 (개)	전년대비 (%)	사업체수 (개)	전년대비 (%)	
전 체	857	6.3	1,027	19.8	1,030	0.3	1,030	0.0	
업종	출판	135	4.7	131	-3.0	131	0.0	107	-18.3
	만화	51	6.3	53	3.9	49	-7.5	57	16.3
	음악	12	50.0	94	683.3	70	-25.5	58	-17.1
	게임	112	10.9	123	9.8	127	3.3	131	3.1
	영화	83	1.2	102	22.9	98	-3.9	110	12.2
	애니메이션	17	6.3	17	0.0	18	5.9	16	-11.1
	방송	56	14.3	59	5.4	61	3.4	51	-16.4
	광고	211	2.4	243	15.2	248	2.1	182	-26.6
	캐릭터	15	25.0	15	0.0	14	-6.7	13	-7.1
	지식정보	80	5.3	81	1.3	78	-3.7	62	-20.5
	콘텐츠솔루션	85	7.6	87	2.4	93	6.9	157	68.8
1인 미디어	미집계	-	22	-	43	95.5	86	100.0	
XR	61	52.5	72	18.0	47	-34.7	56	19.1	

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

2. XR 관련 여부

- 부산 CT산업 영위 사업체 중 XR과 관련된 사업체 56개로 전체 대비 8.8%의 비중을 차지하는 것으로 나타남
- 세부 업종별로 살펴보면, 게임이 20개로 가장 많았으며, 이어 지식정보, 콘텐츠솔루션(각 9개), 방송(5개) 등의 순으로 나타남

〈그림 4-4〉 XR 관련 사업체 현황



〈표 4-8〉 XR 관련 사업체 현황

구 분	전체 (개)	XR 관련있음		XR 관련없음		
		(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	56	8.8	583	91.2	
업종	출판	66	0	0.0	66	100.0
	만화	5	1	20.0	4	80.0
	음악	11	0	0.0	11	100.0
	게임	74	20	27.0	54	73.0
	영화	54	4	7.4	50	92.6
	애니메이션	9	4	44.4	5	55.6
	방송	45	5	11.1	40	88.9
	광고	154	1	0.6	153	99.4
	캐릭터	11	2	18.2	9	81.8
	지식정보	58	9	15.5	49	84.5
	콘텐츠솔루션	150	9	6.0	141	94.0
1인 미디어	2	1	50.0	1	50.0	
XR	56	56	100.0	0	0.0	

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

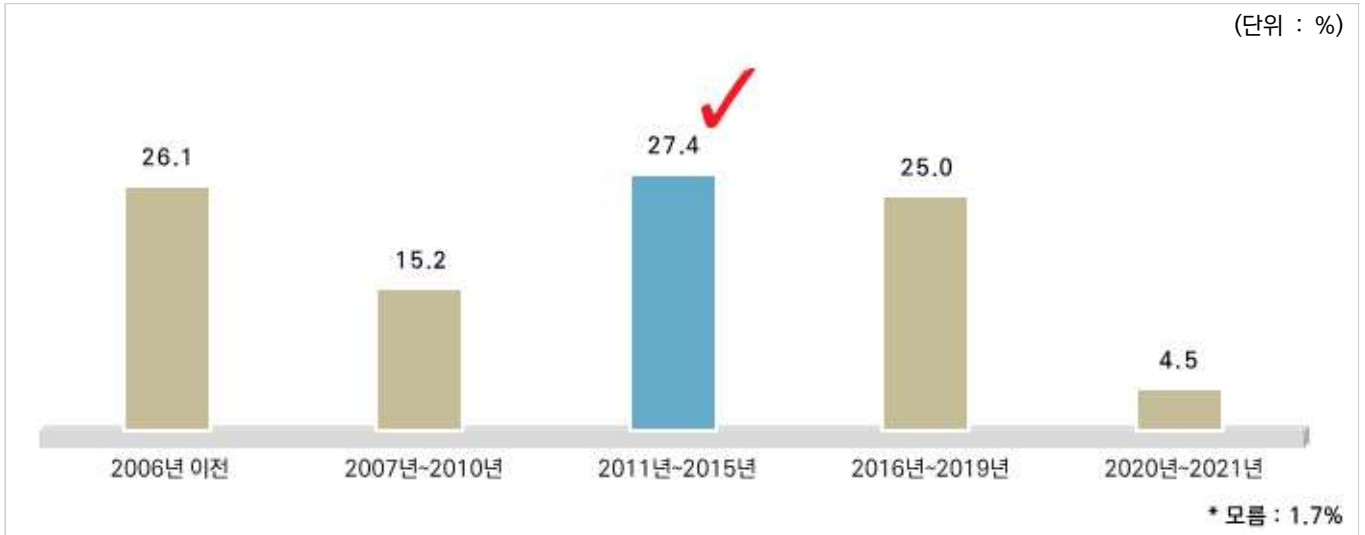
※ 사업체 관련 문항은 조사 응답한 표본 중 사업체에 해당하는 639개를 기준으로 분석함.

이하 사업체 관련 문항의 전체 BASE는 639개로 동일함

3. 설립연도

- ‘2011년~2015년’이 27.4%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘2006년 이전(26.1%)’, ‘2016~2019년(25.0%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-5〉 설립연도별 사업체 현황



〈표 4-9〉 설립연도별 사업체 현황

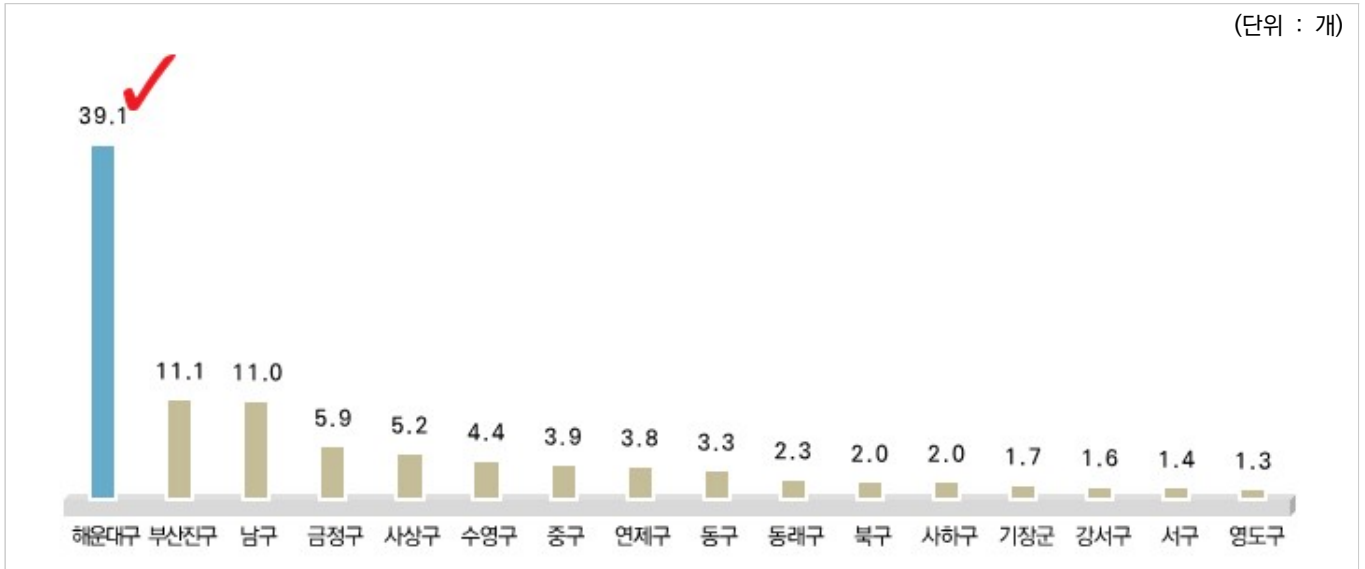
구 분	전체	2006년 이전		2007년~2010년		2011년~2015년		2016년~2019년		2020년/2021년		무응답		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	167	26.1	97	15.2	175	27.4	160	25.0	29	4.5	11	1.7	
업종	출판	66	34	51.5	11	16.7	8	12.1	7	10.6	0	0.0	6	9.1
	만화	5	0	0.0	0	0.0	2	40.0	3	60.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	3	27.3	0	0.0	2	18.2	6	54.5	0	0.0	0	0.0
	게임	74	10	13.5	6	8.1	22	29.7	26	35.1	7	9.5	3	4.1
	영화	54	3	5.6	11	20.4	21	38.9	16	29.6	3	5.6	0	0.0
	애니	9	4	44.4	1	11.1	4	44.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	45	26	57.8	5	11.1	8	17.8	6	13.3	0	0.0	0	0.0
	광고	154	50	32.5	35	22.7	47	30.5	18	11.7	4	2.6	0	0.0
	캐릭터	11	4	36.4	2	18.2	2	18.2	3	27.3	0	0.0	0	0.0
	지식	58	10	17.2	2	3.4	20	34.5	22	37.9	3	5.2	1	1.7
솔루션	150	22	14.7	24	16.0	39	26.0	53	35.3	11	7.3	1	0.7	
1인 미디어	2	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	
XR	56	5	8.9	10	17.9	14	25.0	23	41.1	3	5.4	1	1.8	

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

4. 소재지역 - 사업체

- 소재지역은 '해운대구'가 250개(39.1%)로 가장 많고, 다음으로는 부산진구(71개, 11.1%), 남구(70개, 11.0%) 등의 순으로 나타남

〈그림 4-6〉 소재지역별 사업체 현황



〈표 4-10〉 소재지역별 사업체 현황 ①

구 분	전체	해운대구		부산진구		남구		금정구		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	250	39.1	71	11.1	70	11.0	38	5.9	
업종	출판	66	5	7.6	13	19.7	3	4.5	5	7.6
	만화	5	2	40.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0
	음악	11	1	9.1	2	18.2	2	18.2	2	18.2
	게임	74	46	62.2	3	4.1	2	2.7	2	2.7
	영화	54	29	53.7	2	3.7	6	11.1	0	0.0
	애니	9	6	66.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	45	20	44.4	4	8.9	4	8.9	2	4.4
	광고	154	63	40.9	21	13.6	10	6.5	11	7.1
	캐릭터	11	1	9.1	2	18.2	1	9.1	0	0.0
	지식	58	23	39.7	5	8.6	12	20.7	4	6.9
	솔루션	150	54	36.0	19	12.7	28	18.7	12	8.0
1인 미디어	2	0	0.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	
XR	56	31	55.4	5	8.9	5	8.9	0	0.0	

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

〈표 4-11〉 소재지역별 사업체 현황 ②

구 분		전체	사상구		수영구		중구		연제구	
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체		639	33	5.2	28	4.4	25	3.9	24	3.8
업종	출판	66	5	7.6	3	4.5	7	10.6	7	10.6
	만화	5	0	0.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	2	18.2	1	9.1	1	9.1	0	0.0
	게임	74	5	6.8	3	4.1	1	1.4	2	2.7
	영화	54	1	1.9	4	7.4	5	9.3	0	0.0
	애니	9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	11.1
	방송	45	1	2.2	2	4.4	3	6.7	1	2.2
	광고	154	7	4.5	8	5.2	3	1.9	8	5.2
	캐릭터	11	1	9.1	0	0.0	0	0.0	1	9.1
	지식	58	2	3.4	2	3.4	2	3.4	1	1.7
	솔루션	150	9	6.0	4	2.7	3	2.0	3	2.0
1인 미디어		2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
XR		56	4	7.1	2	3.6	3	5.4	1	1.8

〈표 4-12〉 소재지역별 사업체 현황 ③

구 분		전체	동구		동래구		북구		사하구	
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체		639	21	3.3	15	2.3	13	2.0	13	2.0
업종	출판	66	6	9.1	1	1.5	1	1.5	2	3.0
	만화	5	0	0.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	74	2	2.7	0	0.0	2	2.7	3	4.1
	영화	54	2	3.7	2	3.7	2	3.7	1	1.9
	애니	9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	45	2	4.4	1	2.2	1	2.2	1	2.2
	광고	154	3	1.9	6	3.9	2	1.3	3	1.9
	캐릭터	11	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	9.1
	지식	58	2	3.4	0	0.0	2	3.4	0	0.0
	솔루션	150	4	2.7	3	2.0	3	2.0	2	1.3
1인 미디어		2	0	0.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0
XR		56	1	1.8	1	1.8	1	1.8	1	1.8

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

〈표 4-13〉 소재지역별 사업체 현황 ④

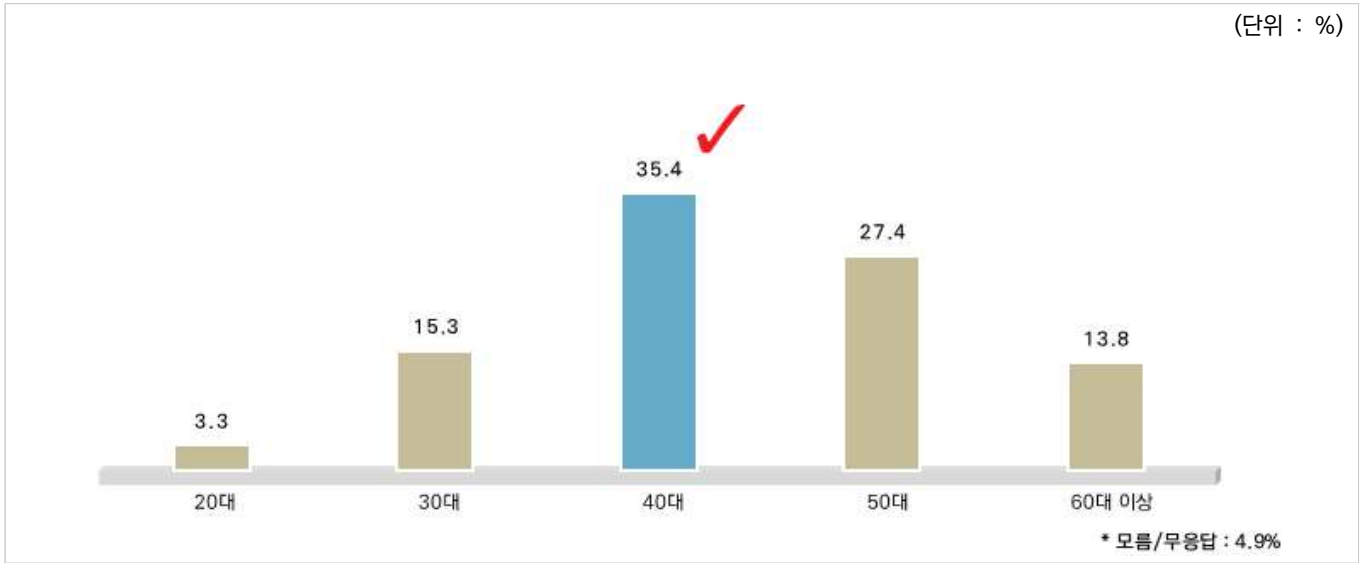
구 분	전체	기장군		강서구		서구		영도구		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	11	1.7	10	1.6	9	1.4	8	1.3	
업종	출판	66	2	3.0	0	0.0	5	7.6	1	1.5
	만화	5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	74	0	0.0	1	1.4	1	1.4	1	1.4
	영화	54	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	애니	9	1	11.1	0	0.0	0	0.0	1	11.1
	방송	45	0	0.0	0	0.0	1	2.2	2	4.4
	광고	154	3	1.9	4	2.6	2	1.3	0	0.0
	캐릭터	11	3	27.3	1	9.1	0	0.0	0	0.0
	지식	58	0	0.0	2	3.4	0	0.0	1	1.7
	솔루션	150	2	1.3	2	1.3	0	0.0	2	1.3
1인 미디어	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	1	1.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	

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

5. 대표자 연령

○ 대표자 연령은 ‘40대’가 35.4로 비중이 가장 높고, 그 다음으로 ‘50대(27.4%)’, ‘30대(15.3%)’, ‘60대 이상(13.8%)’, ‘20대(3.3%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-7〉 대표자 연령별 사업체 현황



〈표 4-14〉 대표자 연령별 사업체 현황

구 분	전체	20대		30대		40대		50대		60대 이상		모름/무응답		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	21	3.3	98	15.3	226	35.4	175	27.4	88	13.8	31	4.9	
업종	출판	66	0	0.0	2	3.0	8	12.1	26	39.4	28	42.4	2	3.0
	만화	5	0	0.0	2	40.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0	1	20.0
	음악	11	2	18.2	4	36.4	3	27.3	2	18.2	0	0.0	0	0.0
	게임	74	6	8.1	34	45.9	21	28.4	6	8.1	0	0.0	7	9.5
	영화	54	3	5.6	21	38.9	15	27.8	14	25.9	0	0.0	1	1.9
	애니	9	0	0.0	2	22.2	4	44.4	3	33.3	0	0.0	0	0.0
	방송	45	1	2.2	2	4.4	21	46.7	13	28.9	5	11.1	3	6.7
	광고	154	2	1.3	8	5.2	51	33.1	47	30.5	41	26.6	5	3.2
	캐릭터	11	2	18.2	4	36.4	3	27.3	2	18.2	0	0.0	0	0.0
	지식	58	3	5.2	12	20.7	26	44.8	11	19.0	1	1.7	5	8.6
솔루션	150	1	0.7	7	4.7	72	48.0	51	34.0	12	8.0	7	4.7	
1인 미디어	2	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	
XR	56	3	5.4	9	16.1	15	26.8	5	8.9	0	0.0	24	42.9	

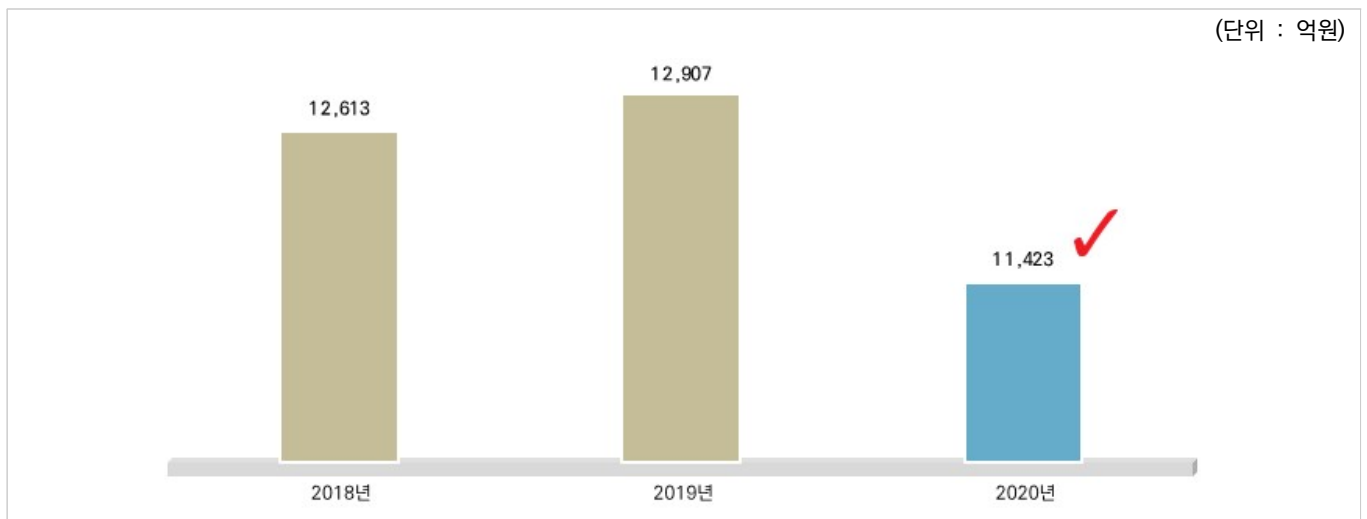
※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함 / 설문 응답 기준)

2 매출현황

1. 매출액

- 2020년 부산 CT산업 사업체의 총 매출액은 1조 1,423억 원으로 나타나 전년대비 -11.5% 하락한 것으로 나타남
- ‘게임(전년 대비 7.0%)’, ‘애니메이션(전년 대비 7.0%)’, ‘콘텐츠솔루션(전년 대비 25.7%)’은 전년대비 상승하였음

〈그림 4-8〉 연도별 매출액



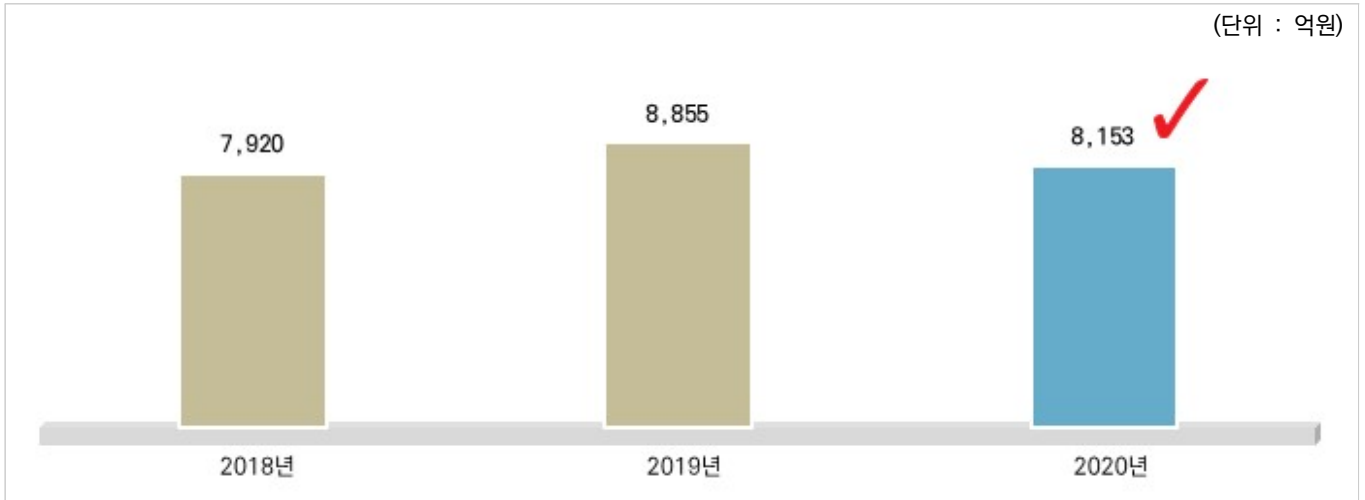
〈표 4-15〉 연도별 매출액

구 분	2018년		2019년		2020년		
	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	
전 체	1,261,304	4.8	1,290,746	2.3	1,142,322	-11.5	
업종	출판	136,299	-18.3	128,781	-5.5	88,582	-31.2
	만화	7,404	3.6	7,434	0.4	8,149	9.6
	음악	3,008	75.9	3,011	0.1	2,235	-25.8
	게임	132,498	9.6	133,523	0.8	142,884	7.0
	영화	50,952	29.9	68,943	35.3	53,152	-22.9
	애니메이션	21,105	0.2	21,091	-0.1	22,572	7.0
	방송	466,692	1.9	441,977	-5.3	395,641	-10.5
	광고	253,486	12.8	290,502	14.6	211,519	-27.2
	캐릭터	15,704	4.9	23,408	49.1	19,590	-16.3
	지식정보	57,314	16.5	60,943	6.3	58,209	-4.5
	콘텐츠솔루션	116,250	16.7	110,558	-4.9	138,968	25.7
1인 미디어	360	-	575	59.7	821	42.8	
XR	81,817	14.9	47,474	-42.0	59,911	26.2	

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

- 2020년 매출액 300억 이하 사업체의 총 매출액은 8,153억원으로 전년대비 -7.9% 하락한 것으로 나타남

〈그림 4-9〉 연도별 매출액 - 매출액 300억원 이하 사업체



〈표 4-16〉 연도별 매출액 - 매출액 300억원 이하 사업체

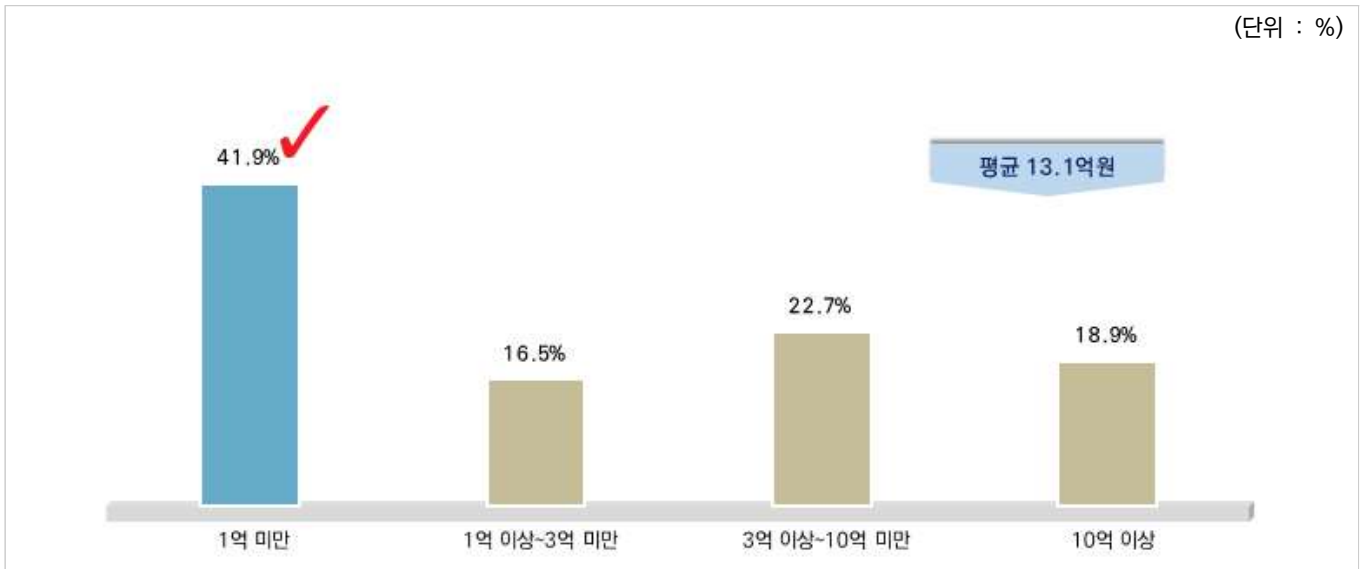
구 분	2018년		2019년		2020년		
	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	금액(백만원)	전년대비(%)	
전 체	792,051	8.7	885,533	11.8	815,291	-7.9	
업종	출판	91,390	-11.3	89,093	-2.5	52,602	-41.0
	만화	7,404	7.1	7,434	0.4	8,149	9.6
	음악	3,008	77.8	3,011	0.1	2,235	-25.8
	게임	84,965	39.4	84,483	-0.6	92,511	9.5
	영화	50,952	27.0	68,943	35.3	53,152	-22.9
	애니메이션	21,105	3.8	21,091	-0.1	22,572	7.0
	방송	90,111	-19.3	125,492	39.3	154,963	23.5
	광고	253,486	14.6	290,502	14.6	211,519	-27.2
	캐릭터	15,704	8.4	23,408	49.1	19,590	-16.3
	지식정보	57,314	18.3	60,943	6.3	58,209	-4.5
	콘텐츠솔루션	116,250	16.8	110,558	-4.9	138,968	25.7
1인 미디어	360	-	575	59.7	821	42.8	
XR	81,817	141.8	47,474	-42.0	59,911	26.2	

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

2. 매출 규모별 사업체 현황

- 2020년 기준 매출 규모별 사업체 현황을 살펴본 결과, '1억 미만' 사업체의 비중이 41.9%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-10〉 2020년 매출 규모별 사업체 현황



〈표 4-17〉 2020년 매출 규모별 사업체 현황

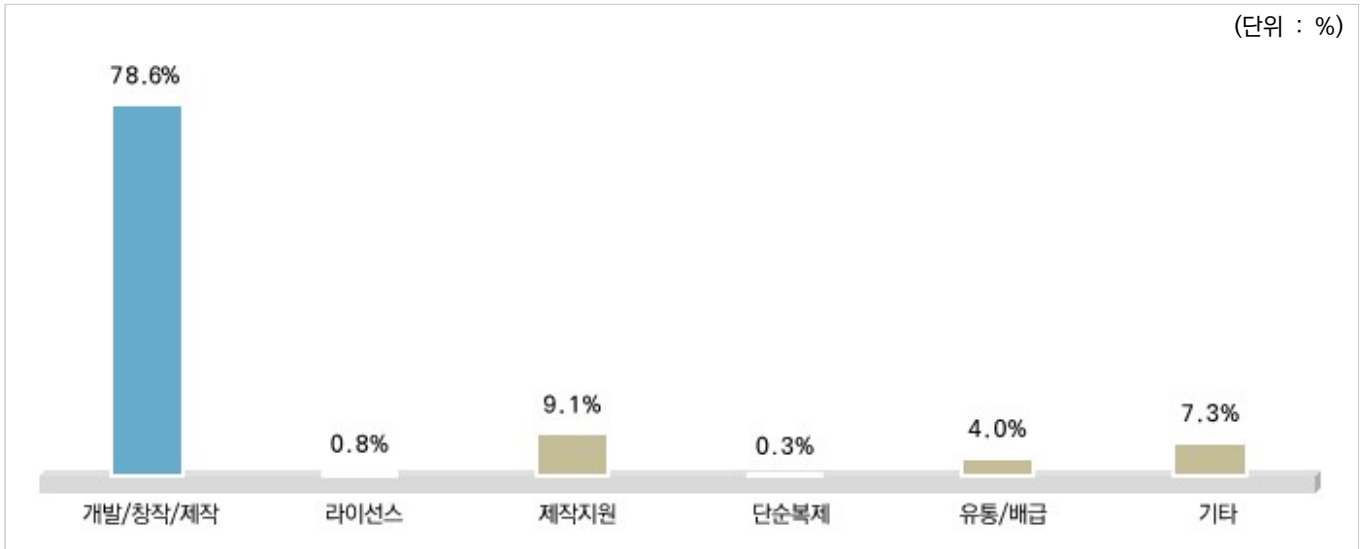
구 분	전체	1억 미만		1억 이상 3억 미만		3억 이상 10억 미만		10억 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	873	366	41.9	144	16.5	198	22.7	165	18.9	
업종	출판	70	19	27.1	18	25.7	22	31.4	11	15.7
	만화	57	46	80.7	5	8.8	3	5.3	3	5.3
	음악	39	35	89.7	2	5.1	2	5.1	0	0.0
	게임	131	77	58.8	18	13.7	21	16.0	15	11.5
	영화	101	72	71.3	10	9.9	7	6.9	12	11.9
	애니	11	2	18.2	2	18.2	4	36.4	3	27.3
	방송	45	5	11.1	11	24.4	8	17.8	21	46.7
	광고	154	20	13.0	29	18.8	61	39.6	44	28.6
	캐릭터	11	1	9.1	2	18.2	3	27.3	5	45.5
	지식	58	8	13.8	17	29.3	18	31.0	15	25.9
	솔루션	150	36	24.0	29	19.3	49	32.7	36	24.0
1인 미디어	46	45	98	1	2	0	0	0	0	
XR	56	17	30.4	15	26.8	13	23.2	11	19.6	

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

3. 사업형태별 매출 비중

○ 사업형태별 매출 비중은 ‘개발/창작/제작’이 78.6%로 다른 유형에 비해 매우 높게 나타남

〈그림 4-11〉 사업형태별 매출 비중



〈표 4-18〉 사업형태별 매출 비중

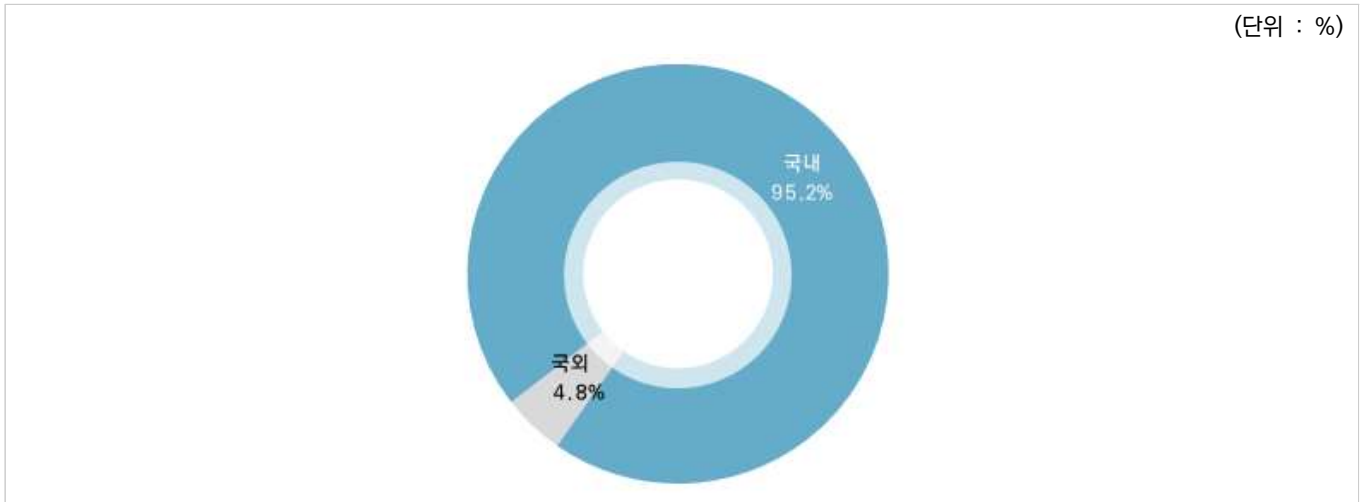
구 분	전체	개발/제작	라이선스	제작지원	단순복제	유통/배급	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
전 체	639	78.6	0.8	9.1	0.3	4.0	7.3	
업종	출판	66	78.8	0.0	11.0	0.6	5.5	4.1
	만화	5	88.0	0.0	6.0	0.0	6.0	0.0
	음악	11	63.6	0.9	27.3	0.9	5.5	1.8
	게임	74	76.6	1.4	15.1	0.0	4.7	2.2
	영화	54	69.8	1.7	9.8	0.9	10.0	7.8
	애니	9	96.7	1.1	0.0	0.0	2.2	0.0
	방송	45	85.5	0.7	7.4	0.0	0.4	6.0
	광고	154	83.0	0.7	6.0	0.2	1.0	9.1
	캐릭터	11	70.0	2.7	12.7	1.8	3.6	9.1
	지식	58	75.8	0.3	7.8	0.2	4.2	11.7
	솔루션	150	77.1	0.7	8.3	0.3	4.9	8.7
1인 미디어	2	90.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	
XR	56	80.0	2.3	12.3	0.4	1.8	3.2	

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

4. 국내외 매출 비중

- 국내외 매출 비중은 ‘국내’가 95.2%로 ‘국외(4.8%)’에 비해 매우 높게 나타남

〈그림 4-12〉 국내외 매출 비중



〈표 4-19〉 국내외 매출 비중

구 분	전체	국내	국외	
	(개)	(%)	(%)	
전 체	639	95.2	4.8	
업종	출판	66	96.5	3.5
	만화	5	100.0	0.0
	음악	11	90.7	9.3
	게임	74	75.8	24.2
	영화	54	96.9	3.1
	애니메이션	9	88.9	11.1
	방송	45	100.0	0.0
	광고	154	99.7	0.3
	캐릭터	11	99.5	0.5
	지식정보	58	89.7	10.3
	콘텐츠솔루션	150	99.8	0.2
1인 미디어	2	95.0	5.0	
XR	56	87.2	12.8	

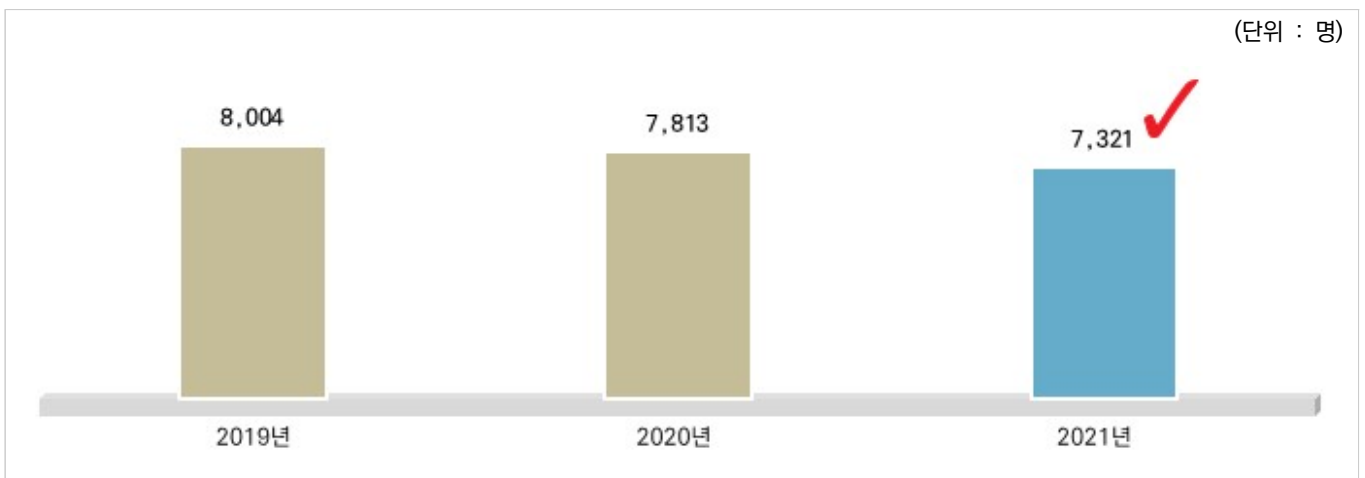
※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함 / 설문 응답 기준)

3 종사자 현황

1. 종사자 수

- 2021년 부산 CT산업 사업체의 총 종사자 수는 7,231명으로 전년대비 -6.3% 하락한 것으로 나타남

〈그림 4-13〉 연도별 종사자 수



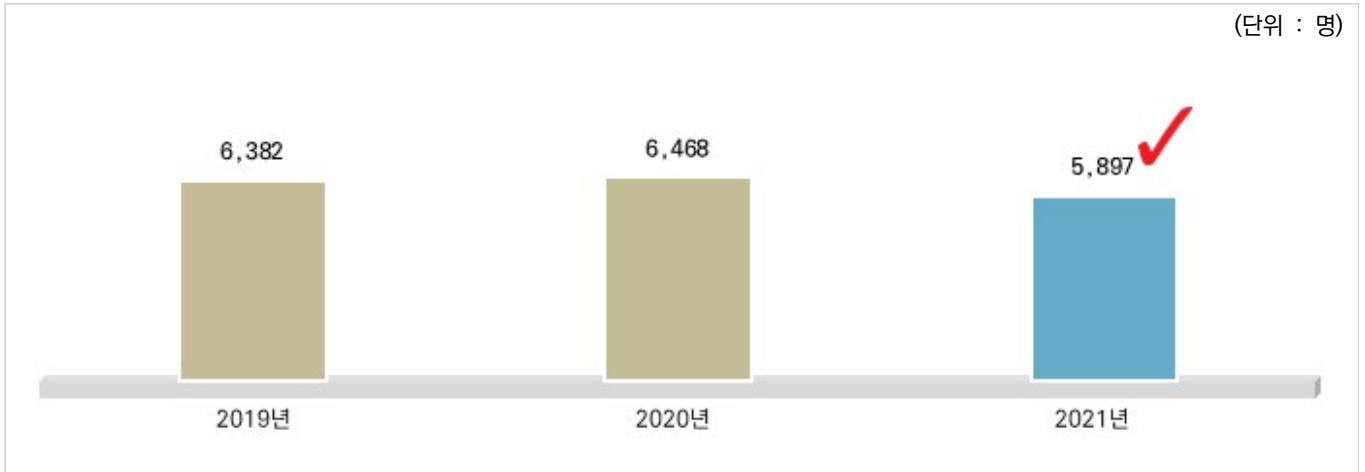
〈표 4-20〉 연도별 종사자 수

구 분	2019년		2020년		2021년		
	종사자 수(명)	전년대비(%)	종사자 수(명)	전년대비(%)	종사자 수(명)	전년대비(%)	
전 체	8,004	9.7	7,813	-2.4	7,321	-6.3	
업종	출판	1,081	-5.6	1,040	-3.8	777	-25.3
	만화	87	7.4	83	-4.6	118	42.2
	음악	192	262.3	183	-4.7	122	-33.3
	게임	1,272	13.5	1,330	4.6	1,453	9.2
	영화	527	57.3	456	-13.5	392	-14.0
	애니메이션	303	37.7	217	-28.4	227	4.6
	방송	1,111	3.1	987	-11.2	851	-13.8
	광고	1,596	9.2	1,600	0.3	1,365	-14.7
	캐릭터	215	4.4	160	-25.6	166	3.8
	지식정보	661	0.5	731	10.6	639	-12.6
	콘텐츠솔루션	928	-0.7	886	-4.5	1,112	25.5
1인 미디어	31	-	140	351.6	99	-29.3	
XR	792	15.5	651	-17.8	794	22.0	

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

- 2021년 현재 종사자 100명 이하 사업체의 총 종사자 수는 5,897명으로 나타남
 - 전년대비 -8.8% 하락하여 전체 사업체의 총 종사자 수 감소율 보다 높게 나타남

〈그림 4-14〉 연도별 종사자 수 - 종사자 100명 이하 사업체



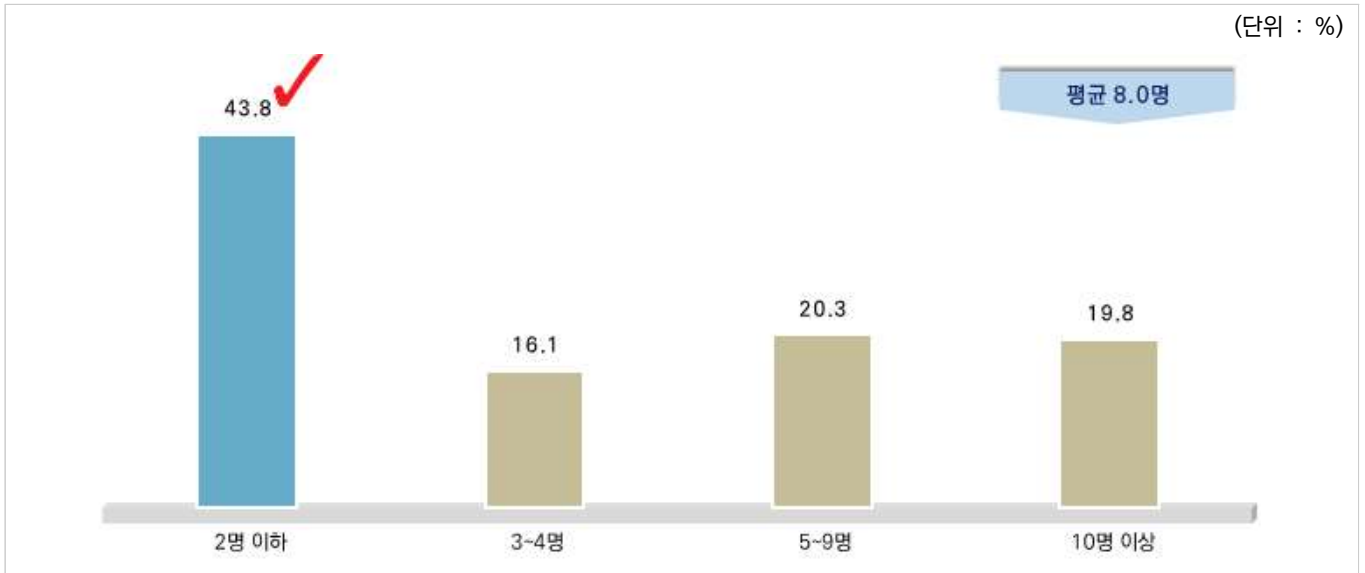
〈표 4-21〉 연도별 종사자 수 - 종사자 100명 이하 사업체

구 분	2019년		2020년		2021년		
	종사자 수(명)	전년대비(%)	종사자 수(명)	전년대비(%)	종사자 수(명)	전년대비(%)	
전 체	6,382	12.3	6,468	1.3	5,897	-8.8	
업종	출판	612	-9.5	579	-5.4	374	-35.4
	만화	87	7.4	83	-4.6	118	42.2
	음악	192	262.3	183	-4.7	122	-33.3
	게임	891	4.1	845	-5.2	874	3.4
	영화	327	128.7	456	39.4	392	-14.0
	애니메이션	303	37.7	217	-28.4	227	4.6
	방송	539	6.3	588	9.1	603	2.6
	광고	1,596	9.2	1,600	0.3	1,171	-26.8
	캐릭터	215	4.4	160	-25.6	166	3.8
	지식정보	661	0.5	731	10.6	639	-12.6
	콘텐츠솔루션	928	13.0	886	-4.5	1,112	25.5
1인 미디어	31	-	140	351.6	99	-29.3	
XR	682	16.6	411	-39.7	541	31.6	

2. 종사자 규모별 사업체 현황

○ 2021년 기준 종사자 규모별 사업체 현황은 '1~2명'이 43.8%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-15〉 종사자 규모별 사업체 현황



〈표 4-22〉 종사자 규모별 사업체 현황

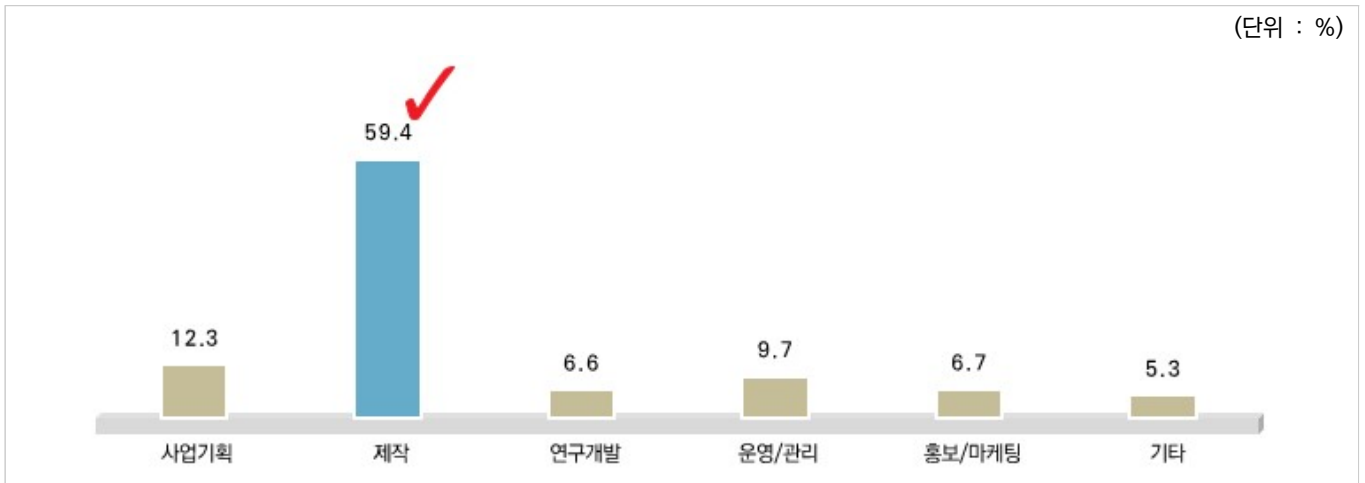
구 분	전체	2명 이하		3~4명		5~9명		10명 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	913	400	43.8	147	16.1	185	20.3	181	19.8	
업종	출판	70	35	50.0	9	12.9	12	17.1	14	20.0
	만화	57	41	71.9	13	22.8	3	5.3	0	0.0
	음악	39	19	48.7	11	28.2	9	23.1	0	0.0
	게임	131	47	35.9	28	21.4	28	21.4	28	21.4
	영화	101	69	68.3	12	11.9	12	11.9	8	7.9
	애니	11	3	27.3	1	9.1	3	27.3	4	36.4
	방송	45	10	22.2	4	8.9	9	20.0	22	48.9
	광고	154	41	26.6	32	20.8	47	30.5	34	22.1
	캐릭터	11	2	18.2	1	9.1	0	0.0	8	72.7
	지식	58	10	17.2	9	15.5	22	37.9	17	29.3
솔루션	150	40	26.7	24	16.0	40	26.7	46	30.7	
1인 미디어	86	83	96.5	3	3.5	0	0.0	0	0.0	
XR	56	15	26.8	9	16.1	13	23.2	19	33.9	

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

3. 직무별 종사자 비중

- 직무별 종사자 비중은 '제작'이 59.4%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '사업기획' (12.3%), '운영/관리(9.7%)' 순으로 나타남

〈그림 4-16〉 직무별 종사자 비중



〈표 4-23〉 직무별 종사자 비중

구 분	전체	사업기획	제작	연구개발	운영/관리	홍보마케팅	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
전 체	639	12.3	59.4	6.6	9.7	6.7	5.3	
업종	출판	66	10.5	63.5	8.8	9.8	4.5	3.0
	만화	5	64.0	22.0	5.0	6.4	1.4	1.2
	음악	11	55.5	31.4	6.4	2.3	3.6	0.9
	게임	74	11.8	60.0	12.8	7.6	5.6	2.2
	영화	54	13.1	57.8	0.6	11.8	11.4	5.3
	애니	9	7.7	65.4	1.1	8.4	9.3	8.0
	방송	45	10.6	74.9	3.0	5.0	3.3	3.3
	광고	154	10.3	58.6	5.6	10.3	7.0	8.2
	캐릭터	11	23.9	38.4	10.5	3.8	10.8	12.5
	지식	58	12.5	50.6	10.5	15.7	6.8	3.9
솔루션	150	10.3	61.7	5.8	9.0	7.3	6.0	
1인 미디어	2	0.0	60.0	0.0	40.0	0.0	0.0	
XR	56	13.7	55.9	11.9	8.3	7.2	3.0	

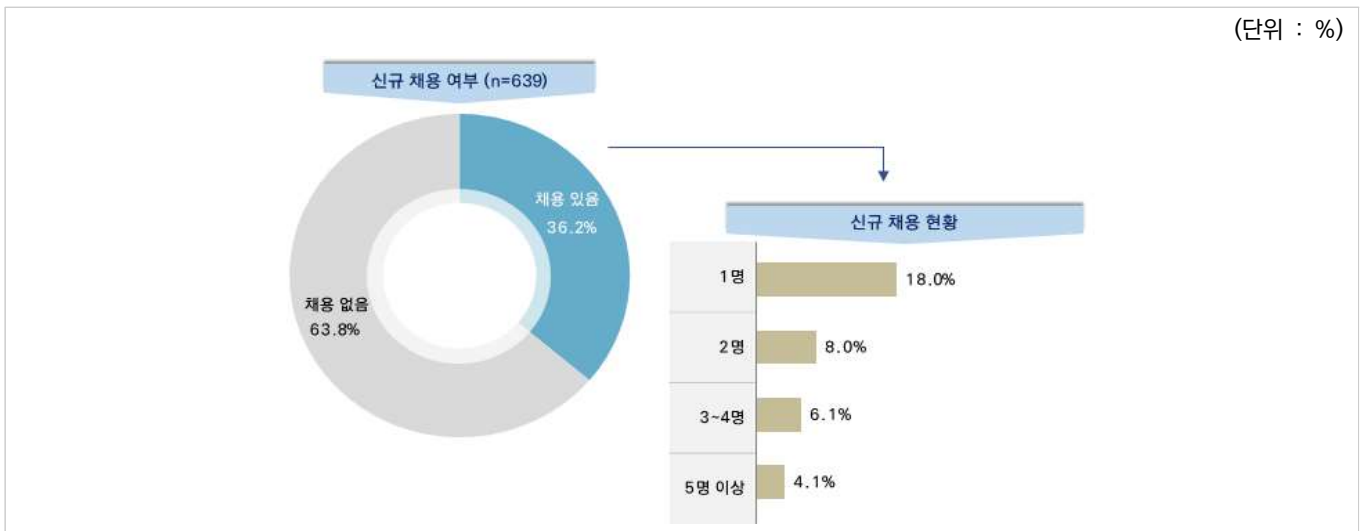
※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함 / 설문 응답 기준)

4 채용현황

1. 신규 채용현황(2021년)

- 2021년 신규 채용인력을 채용한 사업체는 231개(36.2%)로 나타남
 - 신규 채용인력은 '1명'이 가장 비중이 높고, 평균 2.5명을 채용한 것으로 파악됨

〈그림 4-17〉 신규 채용현황



〈표 4-24〉 신규 채용현황

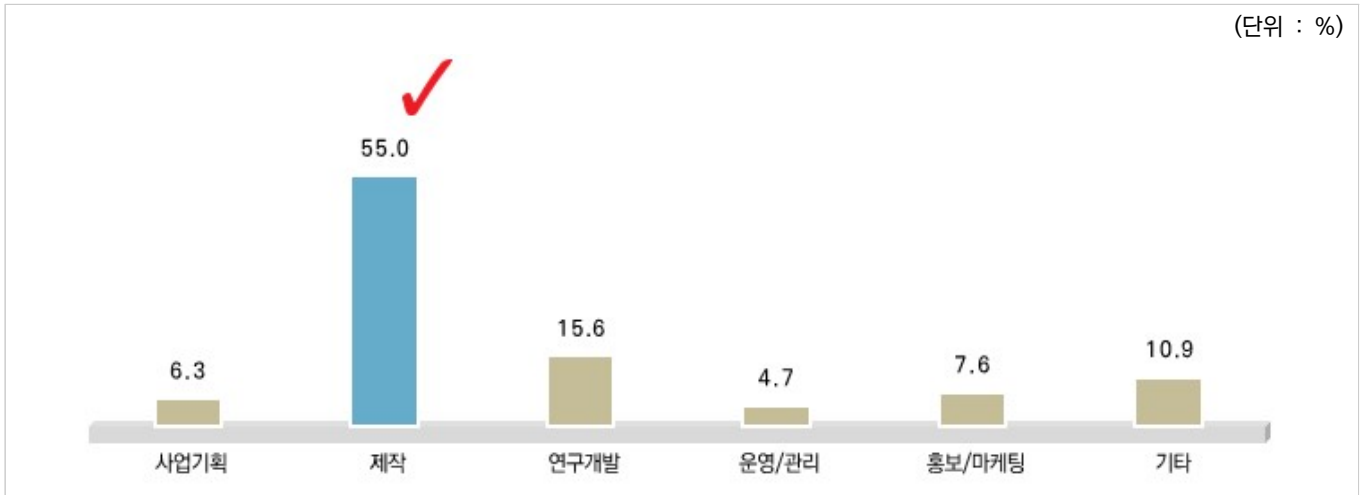
구 분	전체	채용 없음		1명		2명		3~4명		5명 이상		평균 (명)	
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)		
전 체	639	408	63.8	115	18.0	51	8.0	39	6.1	26	4.1	2.5	
업종	출판	66	47	71.2	11	16.7	5	7.6	3	4.5	0	0.0	1.6
	만화	5	3	60.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1.0
	음악	11	10	90.9	0	0.0	0	0.0	1	9.1	0	0.0	3.0
	게임	74	36	48.6	11	14.9	9	12.2	7	9.5	11	14.9	3.9
	영화	54	37	68.5	13	24.1	2	3.7	1	1.9	1	1.9	1.5
	애니	9	2	22.2	3	33.3	3	33.3	0	0.0	1	11.1	3.3
	방송	45	28	62.2	7	15.6	3	6.7	3	6.7	4	8.9	3.2
	광고	154	104	67.5	28	18.2	10	6.5	7	4.5	5	3.2	2.4
	캐릭터	11	7	63.6	1	9.1	1	9.1	2	18.2	0	0.0	2.3
	지식	58	35	60.3	11	19.0	6	10.3	5	8.6	1	1.7	2.0
솔루션	150	98	65.3	27	18.0	12	8.0	10	6.7	3	2.0	2.0	
1인 미디어	2	1	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1.0	
XR	56	26	46.4	7	12.5	8	14.3	4	7.1	11	19.6	4.5	

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

2. 직무별 신규 채용규모

- 신입인력 전체에서 채용규모가 가장 큰 직무는 '제작(55.0%)'으로 나타남

〈그림 4-18〉 직무별 신규 채용규모



〈표 4-25〉 직무별 신규 채용규모

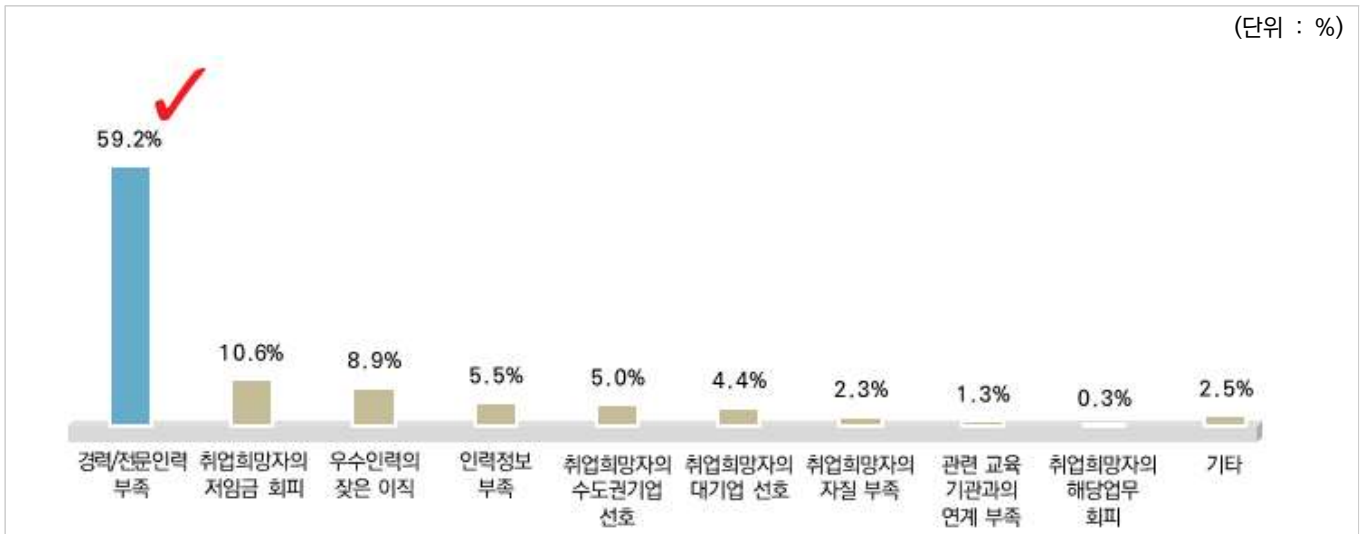
구 분	전체	사업기획	제작	연구개발	운영/관리	홍보마케팅	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
전 체	639	6.3	55.0	15.6	4.7	7.6	10.9	
업종	출판	66	0.5	92.9	0.0	0.0	2.6	3.9
	만화	5	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	음악	11	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	게임	74	3.3	56.2	26.8	6.7	6.7	0.3
	영화	54	10.6	58.8	10.6	0.0	7.6	12.4
	애니	9	2.9	54.3	4.3	7.1	5.7	25.7
	방송	45	4.1	42.4	14.4	14.4	18.8	5.9
	광고	154	8.8	51.4	17.4	3.2	4.4	14.8
	캐릭터	11	35.0	35.0	10.0	10.0	10.0	0.0
	지식	58	9.6	37.4	25.2	4.3	14.1	9.3
	솔루션	150	4.6	54.4	12.1	2.7	7.1	19.1
1인 미디어	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
XR	56	10.3	40.5	21.6	5.5	14.3	7.8	

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

3. 채용 관련 애로사항

- 채용 관련 애로사항으로는 ‘경력 및 전문인력 부족’이 59.2%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘취업희망자의 저임금 회피(10.6%)’, ‘우수인력의 잦은 이직(8.9%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-19〉 채용 관련 애로사항



〈표 4-26〉 채용 관련 애로사항 ①

구 분	전체 (개)	경력/전문인력 부족		취업희망자의 저임금 회피		우수인력의 잦은 이직		인력정보 부족		취업희망자의 수도권기업 선호		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	378	59.2	68	10.6	57	8.9	35	5.5	32	5.0	
업종	출판	66	34	51.5	9	13.6	7	10.6	4	6.1	2	3.0
	만화	5	2	40.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	3	27.3	2	18.2	1	9.1	0	0.0	2	18.2
	게임	74	36	48.6	6	8.1	9	12.2	3	4.1	9	12.2
	영화	54	33	61.1	7	13.0	3	5.6	5	9.3	0	0.0
	애니	9	6	66.7	1	11.1	2	22.2	0	0.0	0	0.0
	방송	45	27	60.0	4	8.9	6	13.3	2	4.4	2	4.4
	광고	154	94	61.0	16	10.4	13	8.4	10	6.5	5	3.2
	캐릭터	11	8	72.7	2	18.2	1	9.1	0	0.0	0	0.0
	지식	58	34	58.6	5	8.6	4	6.9	4	6.9	6	10.3
솔루션	150	101	67.3	15	10.0	10	6.7	7	4.7	6	4.0	
1인 미디어	2	0	0.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	26	46.4	7	12.5	6	10.7	3	5.4	10	17.9	

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

〈표 4-27〉 채용 관련 애로사항 ②

구 분	전체 (개)	취업희망자의 대기업 선호		취업희망자의 자질 부족		관련 교육기관과의 연계 부족		취업희망자의 해당업무 회피		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	28	4.4	15	2.3	8	1.3	2	.3	16	2.5	
업종	출판	66	5	7.6	2	3.0	0	0.0	1	1.5	2	3.0
	만화	5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	40.0
	음악	11	1	9.1	0	0.0	1	9.1	0	0.0	1	9.1
	게임	74	6	8.1	4	5.4	0	0.0	0	0.0	1	1.4
	영화	54	2	3.7	1	1.9	2	3.7	1	1.9	0	0.0
	애니	9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	45	0	0.0	3	6.7	0	0.0	0	0.0	1	2.2
	광고	154	6	3.9	2	1.3	2	1.3	0	0.0	6	3.9
	캐릭터	11	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	58	2	3.4	1	1.7	1	1.7	0	0.0	1	1.7
	솔루션	150	6	4.0	2	1.3	2	1.3	0	0.0	1	0.7
1인 미디어	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	
XR	56	0	0.0	3	5.4	0	0.0	0	0.0	1	1.8	

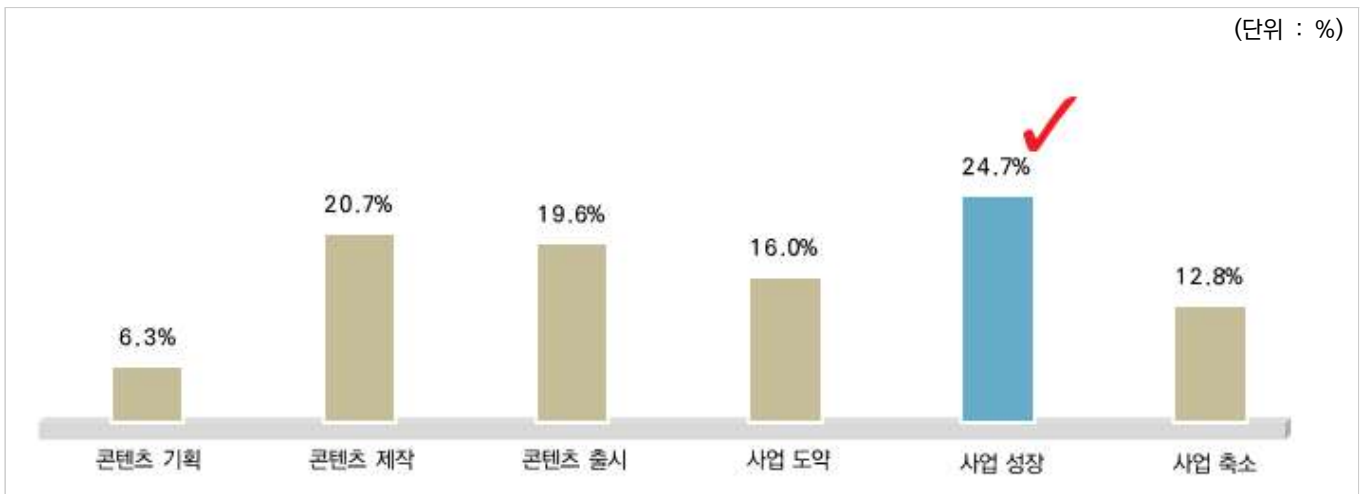
※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함 / 설문 응답 기준)

5 경영현황

1. 사업추진단계

- 사업추진단계는 ‘사업 성장’이 24.7%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘콘텐츠 제작 (20.7%)’, ‘콘텐츠 출시(19.6%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-20〉 사업추진단계



〈표 4-28〉 사업추진단계

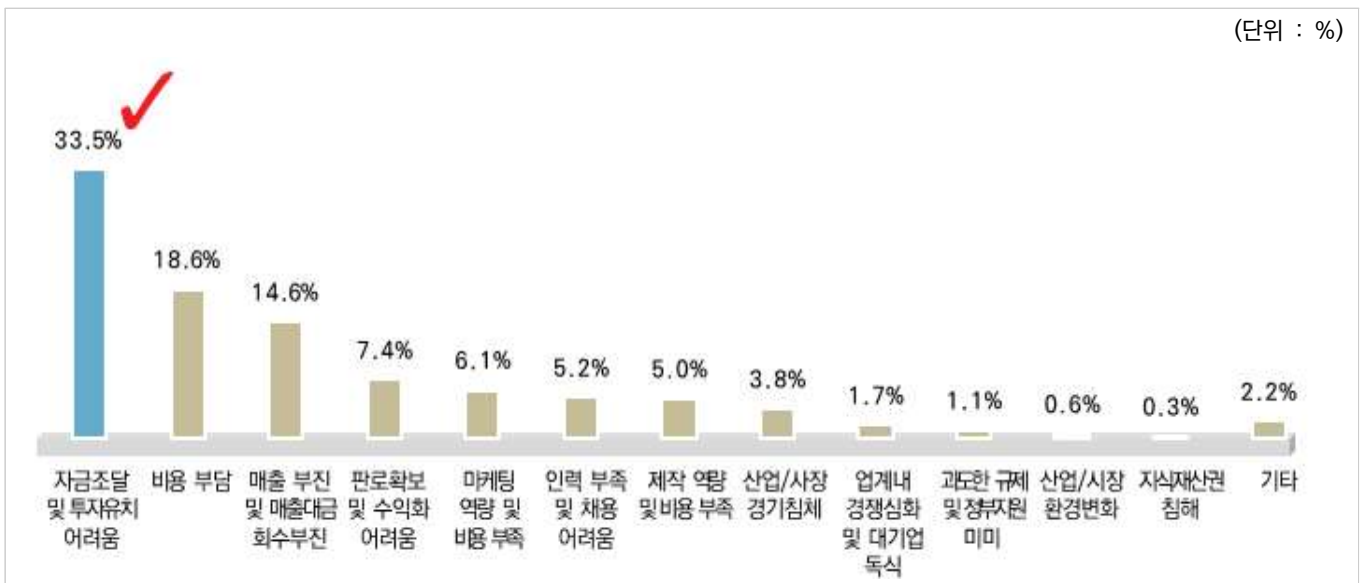
구 분	전체	콘텐츠 기획		콘텐츠 제작		콘텐츠 출시		사업 도약		사업 성장		사업 축소		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	40	6.3	132	20.7	125	19.6	102	16.0	158	24.7	82	12.8	
업종	출판	66	2	3.0	0	0.0	0	0.0	6	9.1	24	36.4	34	51.5
	만화	5	0	0.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0	3	60.0	0	0.0
	음악	11	2	18.2	4	36.4	0	0.0	2	18.2	2	18.2	1	9.1
	게임	74	3	4.1	22	29.7	20	27.0	12	16.2	16	21.6	1	1.4
	영화	54	5	9.3	15	27.8	10	18.5	7	13.0	12	22.2	5	9.3
	애니	9	1	11.1	2	22.2	1	11.1	2	22.2	2	22.2	1	11.1
	방송	45	3	6.7	6	13.3	9	20.0	11	24.4	12	26.7	4	8.9
	광고	154	10	6.5	31	20.1	32	20.8	22	14.3	44	28.6	15	9.7
	캐릭터	11	2	18.2	1	9.1	4	36.4	3	27.3	1	9.1	0	0.0
	지식	58	3	5.2	13	22.4	15	25.9	10	17.2	12	20.7	5	8.6
솔루션	150	9	6.0	35	23.3	34	22.7	26	17.3	30	20.0	16	10.7	
1인 미디어	2	0	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	4	7.1	10	17.9	14	25.0	12	21.4	13	23.2	3	5.4	

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

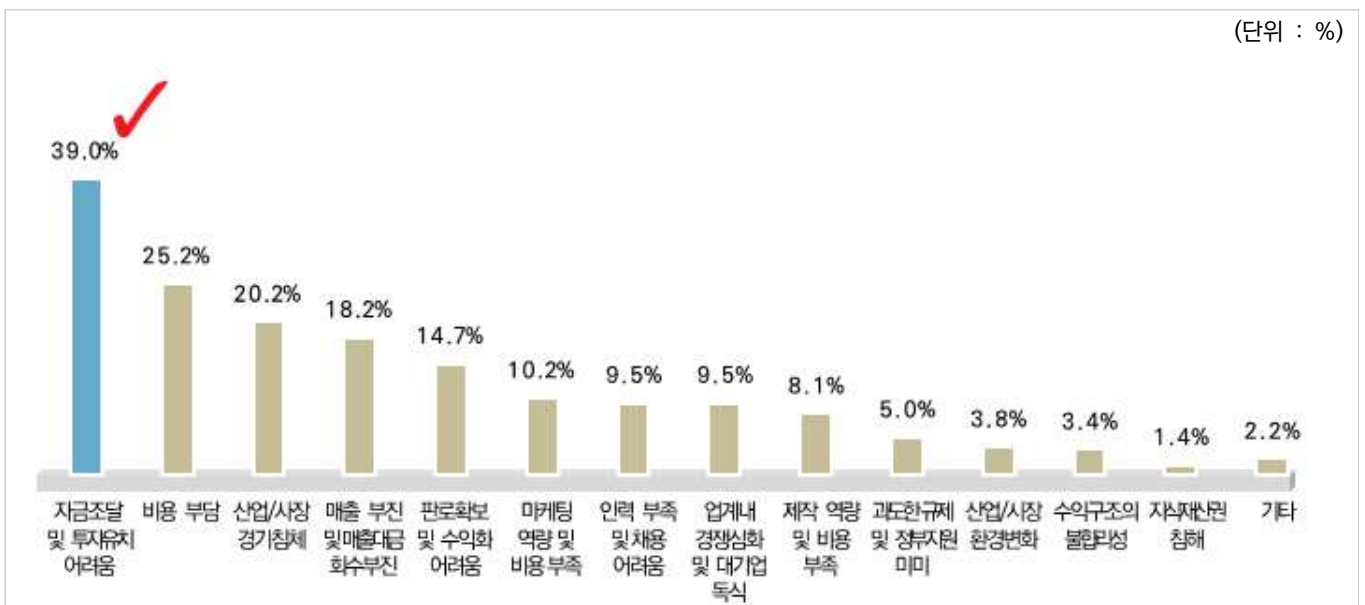
2. 경영 관련 애로사항

- 경영 관련 애로사항 1순위는 '자금조달 투자유치 어려움'이 33.5%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '비용부담(18.6%)', '매출 부진 및 매출대금 회수부진(14.6%)' 등의 순으로 나타남
- 경영 관련 애로사항 1+2순위를 통합한 경우에도 '자금조달 투자유치 어려움'이 39.0%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로는 '비용부담(25.2%)', '산업/시장 경기침체(20.2%)', '매출 부진 및 매출대금 회수부진(18.2%)' 등의 순으로 나타남

〈그림 4-21〉 경영 관련 애로사항 - 1순위



〈그림 4-22〉 경영 관련 애로사항 - 1+2순위



〈표 4-29〉 경영 관련 애로사항 - 1순위 ①

구 분	전체	자금조달 투자유치		비용부담 (인건비, 제작비)		매출/대금 회수부진		판로확보 수익화 어려움		마케팅 역량 및 비용 부족		인력 부족 채용 어려움		제작 역량/ 비용 부족		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	639	214	33.5	119	18.6	93	14.6	47	7.4	39	6.1	33	5.2	32	5.0	
업종	출판	66	21	31.8	10	15.2	10	15.2	5	7.6	4	6.1	3	4.5	4	6.1
	만화	5	0	0.0	1	20.0	2	40.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0	1	20.0
	음악	11	5	45.5	2	18.2	1	9.1	1	9.1	1	9.1	0	0.0	1	9.1
	게임	74	29	39.2	13	17.6	14	18.9	2	2.7	4	5.4	6	8.1	2	2.7
	영화	54	15	27.8	13	24.1	6	11.1	4	7.4	7	13.0	4	7.4	2	3.7
	애니	9	5	55.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	11.1
	방송	45	16	35.6	11	24.4	3	6.7	4	8.9	1	2.2	2	4.4	4	8.9
	광고	154	53	34.4	33	21.4	19	12.3	16	10.4	4	2.6	6	3.9	5	3.2
	캐릭터	11	4	36.4	1	9.1	3	27.3	0	0.0	1	9.1	0	0.0	0	0.0
	지식	58	20	34.5	10	17.2	10	17.2	5	8.6	3	5.2	4	6.9	3	5.2
	솔루션	150	46	30.7	25	16.7	25	16.7	10	6.7	13	8.7	7	4.7	8	5.3
1인 미디어	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0	
XR	56	17	30.4	12	21.4	10	17.9	1	1.8	4	7.1	3	5.4	3	5.4	

〈표 4-30〉 경영 관련 애로사항 - 1순위 ②

구 분	전체	산업/시장 경기침체		경쟁심화 및 대기업 독식		과도한 규제 및 정부 지원 미미		산업/시장 환경변화		지식재산권 침해		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	24	3.8	11	1.7	7	1.1	4	0.6	2	0.3	14	2.2	
업종	출판	66	3	4.5	0	0.0	1	1.5	1	1.5	0	0.0	4	6.1
	만화	5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	74	0	0.0	2	2.7	0	0.0	0	0.0	1	1.4	1	1.4
	영화	54	1	1.9	1	1.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.9
	애니	9	0	0.0	0	0.0	2	22.2	1	11.1	0	0.0	0	0.0
	방송	45	2	4.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	4.4
	광고	154	11	7.1	3	1.9	2	1.3	0	0.0	0	0.0	2	1.3
	캐릭터	11	1	9.1	1	9.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	58	0	0.0	1	1.7	1	1.7	1	1.7	0	0.0	0	0.0
	솔루션	150	6	4.0	3	2.0	1	.7	1	0.7	1	.7	4	2.7
1인 미디어	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	1	1.8	1	1.8	1	1.8	1	1.8	0	0.0	2	3.6	

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

〈표 4-31〉 경영 관련 애로사항 - 1+2순위 ①

구 분	전체	자금조달 투자유치		비용부담 (인건비, 제작비)		산업/시장 경기침체		매출/대금 회수부진		판로확보 수익화 어려움		마케팅 역량 및 비용 부족		인력 부족 채용 어려움		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	639	249	39.0	161	25.2	129	20.2	116	18.2	94	14.7	65	10.2	61	9.5	
업종	출판	66	25	37.9	14	21.2	17	25.8	12	18.2	11	16.7	7	10.6	6	9.1
	만화	5	0	0.0	2	40.0	0	0.0	2	40.0	2	40.0	1	20.0	0	0.0
	음악	11	5	45.5	4	36.4	1	9.1	1	9.1	2	18.2	1	9.1	1	9.1
	게임	74	37	50.0	19	25.7	8	10.8	15	20.3	10	13.5	13	17.6	9	12.2
	영화	54	16	29.6	16	29.6	10	18.5	7	13.0	4	7.4	7	13.0	5	9.3
	애니	9	6	66.7	0	0.0	1	11.1	1	11.1	1	11.1	0	0.0	0	0.0
	방송	45	17	37.8	13	28.9	16	35.6	4	8.9	6	13.3	3	6.7	3	6.7
	광고	154	60	39.0	41	26.6	33	21.4	28	18.2	32	20.8	6	3.9	7	4.5
	캐릭터	11	7	63.6	2	18.2	3	27.3	4	36.4	0	0.0	1	9.1	2	18.2
	지식	58	22	37.9	15	25.9	7	12.1	12	20.7	9	15.5	7	12.1	7	12.1
	솔루션	150	54	36.0	35	23.3	33	22.0	30	20.0	17	11.3	18	12.0	20	13.3
1인 미디어	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0	
XR	56	22	39.3	17	30.4	8	14.3	12	21.4	4	7.1	8	14.3	8	14.3	

〈표 4-32〉 경영 관련 애로사항 - 1+2순위 ②

구 분	전체	경쟁심화 및 대기업 독식		제작 역량/ 비용 부족		과도한 규제 및 정부 지원 미미		산업/시장 환경변화		수익구조 불합리성		지식재산권 침해		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	639	61	9.5	52	8.1	32	5.0	24	3.8	22	3.4	9	1.4	14	2.2	
업종	출판	66	4	6.1	6	9.1	2	3.0	2	3.0	2	3.0	0	0.0	4	6.1
	만화	5	0	0.0	1	20.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	0	0.0	2	18.2	0	0.0	0	0.0	2	18.2	0	0.0	0	0.0
	게임	74	11	14.9	9	12.2	3	4.1	0	0.0	2	2.7	3	4.1	1	1.4
	영화	54	4	7.4	3	5.6	4	7.4	2	3.7	5	9.3	0	0.0	1	1.9
	애니	9	1	11.1	1	11.1	3	33.3	1	11.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	45	6	13.3	4	8.9	1	2.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	4.4
	광고	154	15	9.7	8	5.2	8	5.2	6	3.9	4	2.6	2	1.3	2	1.3
	캐릭터	11	1	9.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	9.1	0	0.0	0	0.0
	지식	58	8	13.8	4	6.9	5	8.6	4	6.9	1	1.7	2	3.4	0	0.0
	솔루션	150	11	7.3	12	8.0	6	4.0	8	5.3	5	3.3	2	1.3	4	2.7
1인 미디어	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	6	10.7	5	8.9	4	7.1	3	5.4	2	3.6	1	1.8	2	3.6	

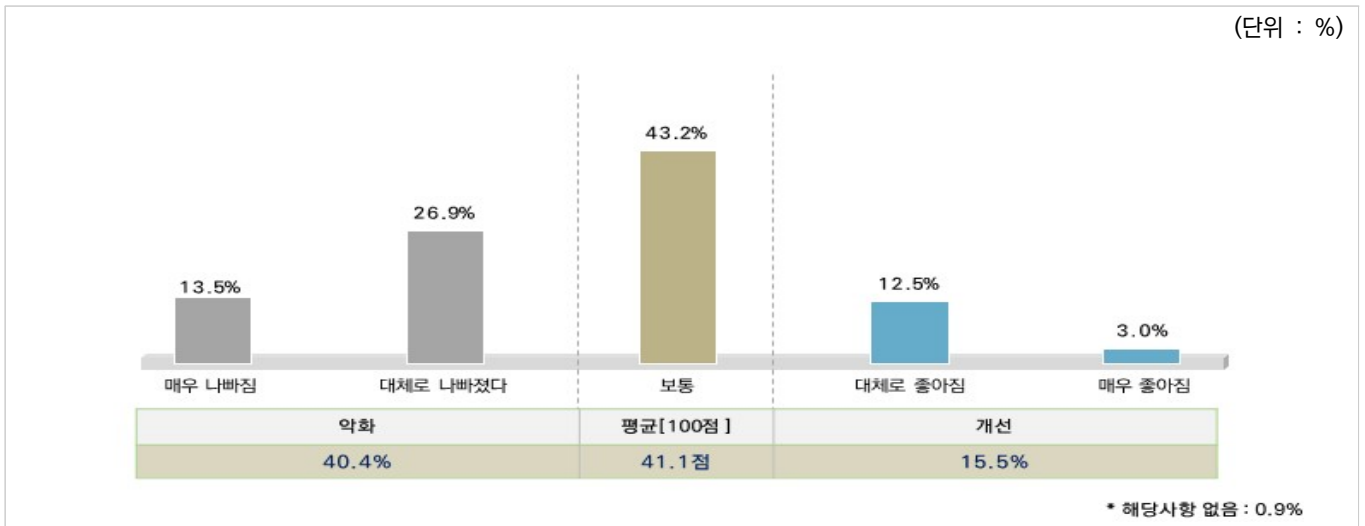
※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함 / 설문 응답 기준)

6 제작현황

1. 제작환경

- 전년 대비 콘텐츠 제작/개발/창작환경은 ‘보통’이 43.2%로 가장 비중이 높게 나타남
 - 전년 대비 제작환경이 악화되었다는 비중이 40.4%로 개선되었다는 15.5% 대비 높게 나타났으며, 100점 평균으로 환산 시 41.1점 수준을 보임

〈그림 4-23〉 전년 대비 제작환경



〈표 4-33〉 전년 대비 제작환경

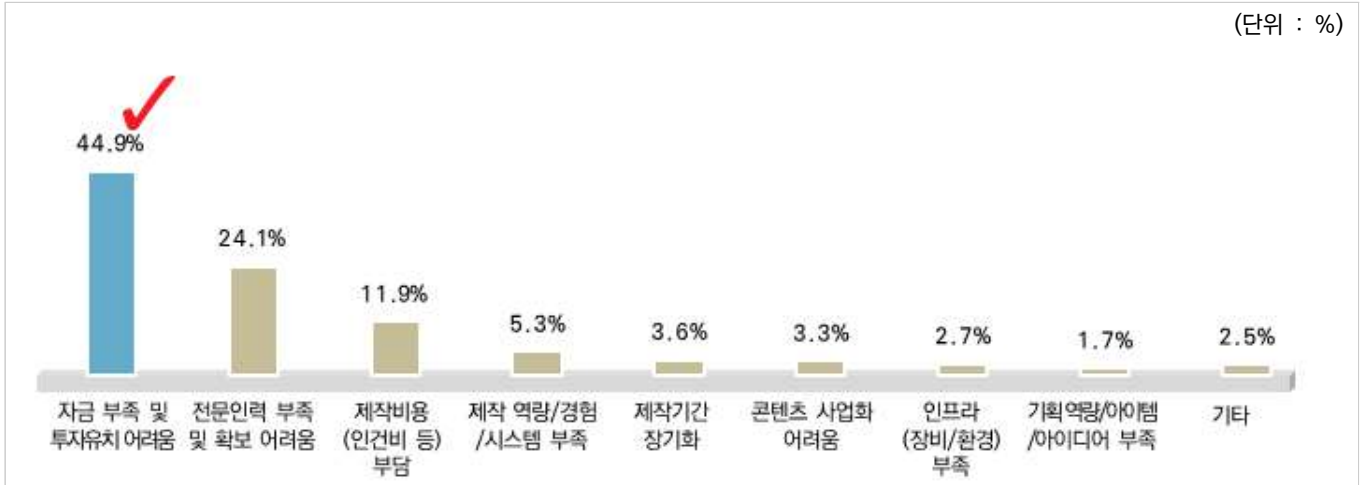
구분	전체 (개)	매우 나빠짐		대체로 나빠짐		보통		대체로 좋아짐		매우 좋아짐		해당사항 없음	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	639	86	13.5	172	26.9	276	43.2	80	12.5	19	3.0	6	0.9
업종	출판	66	15.2	16	24.2	30	45.5	8	12.1	2	3.0	0	0.0
	만화	5	20.0	1	20.0	3	60.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	0.0	4	36.4	7	63.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	74	13.5	12	16.2	30	40.5	18	24.3	4	5.4	0	0.0
	영화	54	27.8	12	22.2	23	42.6	2	3.7	1	1.9	1	1.9
	애니	9	11.1	4	44.4	4	44.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	45	17.8	5	11.1	23	51.1	8	17.8	1	2.2	0	0.0
	광고	154	10.4	55	35.7	62	40.3	16	10.4	3	1.9	2	1.3
	캐릭터	11	0.0	4	36.4	7	63.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	58	3.4	22	37.9	22	37.9	11	19.0	0	0.0	1	1.7
솔루션	150	15.3	37	24.7	65	43.3	16	10.7	8	5.3	1	0.7	
1인 미디어	2	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0	
XR	56	8.9	13	23.2	26	46.4	9	16.1	2	3.6	1	1.8	

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

2. 제작 관련 애로사항

- 제작 관련 애로사항으로는 ‘자금 부족 및 투자유치 어려움’이 44.9%로 비중이 가장 높고, 그 다음으로 ‘전문인력 부족 및 확보 어려움(24.1%)’, ‘제작비용 부담(11.9%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-24〉 제작 관련 애로사항



〈표 4-34〉 제작 관련 애로사항 ①

구 분	전체 (개)	자금 부족 및 투자유치 어려움		전문인력 부족 및 확보 어려움		제작비용 부담 (인건비 등)		제작역량/경험/시스템 부족	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	639	287	44.9	154	24.1	76	11.9	34	5.3
업종	출판	66	47.0	15	22.7	7	10.6	2	3.0
	만화	5	0.0	1	20.0	1	20.0	0	0.0
	음악	11	63.6	3	27.3	1	9.1	0	0.0
	게임	74	44.6	19	25.7	12	16.2	2	2.7
	영화	54	46.3	12	22.2	3	5.6	6	11.1
	애니	9	44.4	3	33.3	1	11.1	0	0.0
	방송	45	48.9	9	20.0	8	17.8	1	2.2
	광고	154	48.7	27	17.5	16	10.4	13	8.4
	캐릭터	11	45.5	2	18.2	4	36.4	0	0.0
	지식	58	48.3	18	31.0	4	6.9	2	3.4
솔루션	150	38.0	44	29.3	19	12.7	8	5.3	
1인 미디어	2	0.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	53.6	10	17.9	8	14.3	2	3.6	

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

〈표 4-35〉 제작 관련 애로사항 ②

구 분	전체	제작기간 장기화		콘텐츠 사업화 어려움		인프라 부족 (장비, 환경 등)		기획역량/아이템/아이디어 부족		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	639	23	3.6	21	3.3	17	2.7	11	1.7	16	2.5	
업종	출판	66	2	3.0	3	4.5	3	4.5	1	1.5	2	3.0
	만화	5	2	40.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	20.0
	음악	11	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	74	2	2.7	0	0.0	2	2.7	2	2.7	2	2.7
	영화	54	3	5.6	2	3.7	1	1.9	1	1.9	1	1.9
	애니	9	0	0.0	0	0.0	1	11.1	0	0.0	0	0.0
	방송	45	1	2.2	2	4.4	1	2.2	0	0.0	1	2.2
	광고	154	4	2.6	10	6.5	3	1.9	3	1.9	3	1.9
	캐릭터	11	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	58	3	5.2	0	0.0	1	1.7	0	0.0	2	3.4
	솔루션	150	6	4.0	4	2.7	5	3.3	3	2.0	4	2.7
1인 미디어	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	
XR	56	2	3.6	0	0.0	0	0.0	2	3.6	2	3.6	

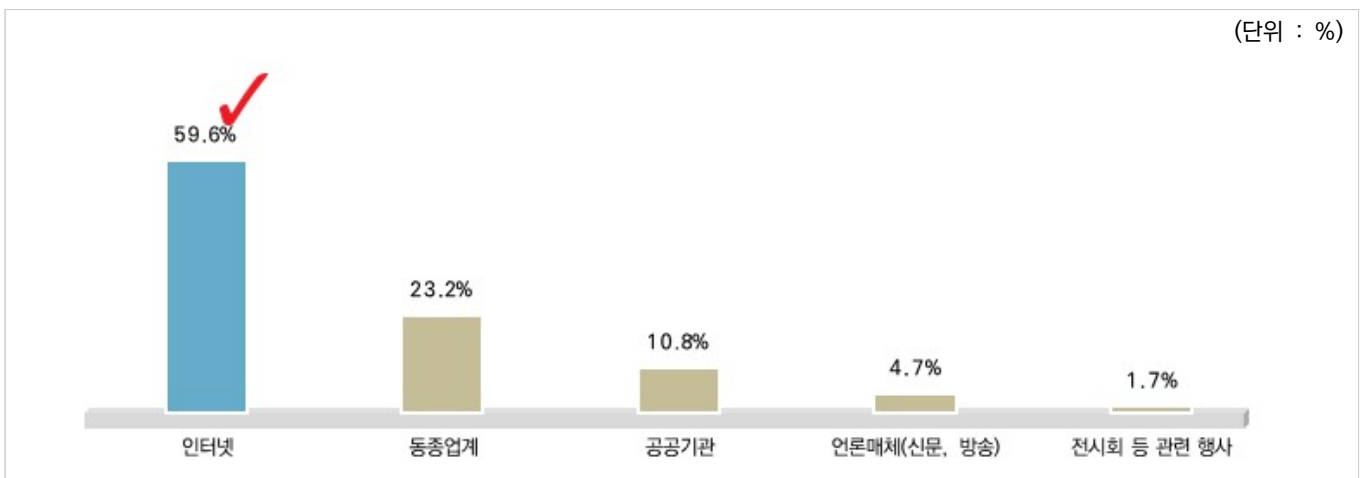
※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함 / 설문 응답 기준)

7 지원사업 관련

1. 지원사업 정보 수집경로

- 지원사업 관련 정보 수집경로는 '인터넷'이 59.6%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '동종업계(23.2%)', '공공기관(10.8%)' 순으로 나타남

〈그림 4-25〉 지원사업 정보 수집경로



〈표 4-36〉 지원사업 정보 수집경로

구 분	전체 (개)	인터넷		동종업계		공공기관		언론매체		전시회/행사		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	381	59.6	148	23.2	69	10.8	30	4.7	11	1.7	
업종	출판	66	45	68.2	14	21.2	6	9.1	0	0.0	1	1.5
	만화	5	3	60.0	1	20.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0
	음악	11	6	54.5	3	27.3	0	0.0	1	9.1	1	9.1
	게임	74	37	50.0	15	20.3	15	20.3	4	5.4	3	4.1
	영화	54	37	68.5	11	20.4	3	5.6	3	5.6	0	0.0
	애니	9	4	44.4	4	44.4	1	11.1	0	0.0	0	0.0
	방송	45	29	64.4	13	28.9	1	2.2	2	4.4	0	0.0
	광고	154	98	63.6	34	22.1	13	8.4	7	4.5	2	1.3
	캐릭터	11	6	54.5	1	9.1	2	18.2	2	18.2	0	0.0
	지식	58	33	56.9	12	20.7	9	15.5	2	3.4	2	3.4
솔루션	150	81	54.0	40	26.7	19	12.7	8	5.3	2	1.3	
1인 미디어	2	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	34	60.7	7	12.5	9	16.1	4	7.1	2	3.6	

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

2. 희망 지원사업 - 인프라 지원

- 인프라 지원 분야 희망 지원사업으로는 ‘사무실 회의공간 등 업무공간 지원’이 29.6%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘글로벌 진출 관련 지원(21.9%)’, ‘홍보 전시관/전시회 참가 지원(18.3%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-26〉 희망 지원사업 - 인프라 지원



〈표 4-37〉 희망 지원사업 - 인프라 지원

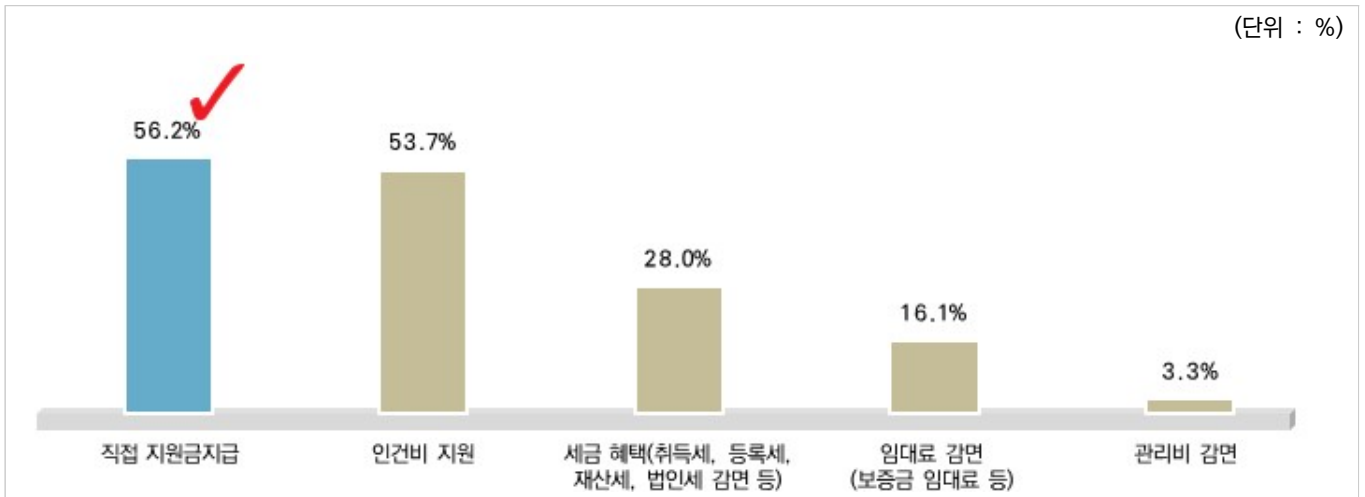
구 분	전체 (개)	업무공간 (사무실 회의공간 등)		글로벌 진출 관련		홍보 전시관/ 전시회 참가		R&D센터		직원복지시설		훈련시설	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	639	189	29.6	140	21.9	117	18.3	110	17.2	55	8.6	37	5.8
업종	출판	66	31.8	11	16.7	9	13.6	12	18.2	6	9.1	3	4.5
	만화	5	60.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	18.2	3	27.3	1	9.1	1	9.1	2	18.2	0	0.0
	게임	74	25.7	25	33.8	12	16.2	8	10.8	6	8.1	1	1.4
	영화	54	37.0	10	18.5	9	16.7	8	14.8	6	11.1	5	9.3
	애니	9	33.3	2	22.2	0	0.0	1	11.1	0	0.0	1	11.1
	방송	45	17.8	10	22.2	11	24.4	9	20.0	3	6.7	2	4.4
	광고	154	31.8	29	18.8	31	20.1	18	11.7	15	9.7	9	5.8
	캐릭터	11	36.4	4	36.4	3	27.3	2	18.2	3	27.3	1	9.1
	지식	58	37.9	20	34.5	10	17.2	13	22.4	3	5.2	5	8.6
솔루션	150	25.3	26	17.3	30	20.0	38	25.3	11	7.3	10	6.7	
1인 미디어	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	28.6	16	28.6	8	14.3	11	19.6	7	12.5	2	3.6	

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

3. 희망 지원사업 - 금전적 지원

- 금전적 지원 분야 희망 지원사업으로는 ‘직접 지원금지급’이 56.2%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘인건비 지원(53.7%)’, ‘세금 혜택(28.0%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-27〉 희망 지원사업 - 금전적 지원



〈표 4-38〉 희망 지원사업 - 금전적 지원

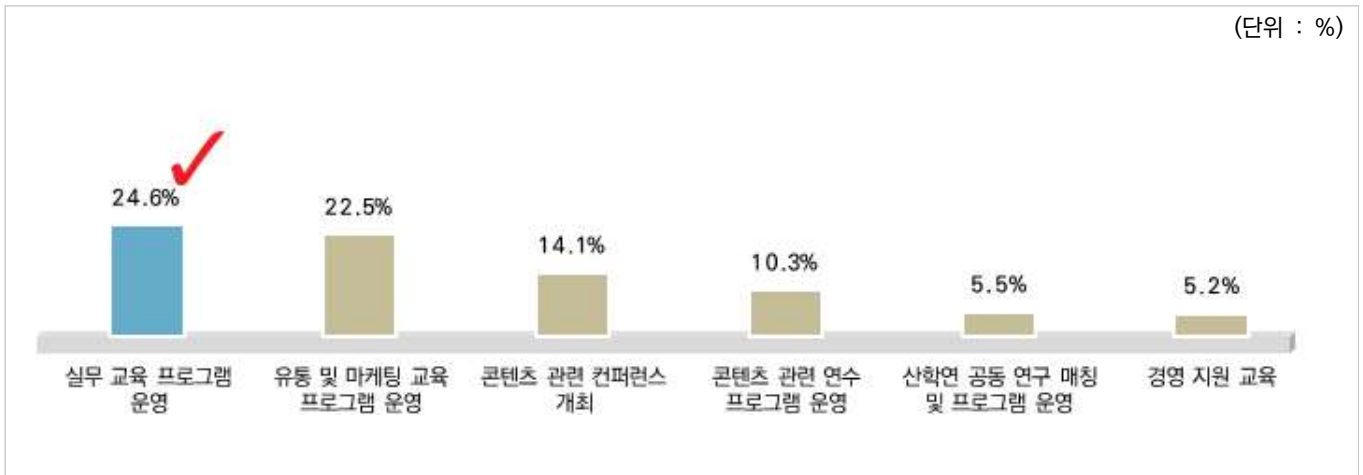
구 분	전체	직접 지원금		인건비		세금 혜택 (취득세, 등록세, 재산세, 법인세 감면 등)		임대료 감면 (보증금 임대료 등)		관리비 감면		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	639	359	56.2	343	53.7	179	28.0	103	16.1	21	3.3	
업종	출판	66	37	56.1	37	56.1	18	27.3	12	18.2	2	3.0
	만화	5	3	60.0	2	40.0	0	0.0	2	40.0	0	0.0
	음악	11	5	45.5	7	63.6	2	18.2	2	18.2	1	9.1
	게임	74	44	59.5	51	68.9	18	24.3	9	12.2	3	4.1
	영화	54	35	64.8	25	46.3	15	27.8	7	13.0	4	7.4
	애니	9	3	33.3	5	55.6	2	22.2	2	22.2	1	11.1
	방송	45	22	48.9	23	51.1	22	48.9	8	17.8	0	0.0
	광고	154	78	50.6	73	47.4	51	33.1	27	17.5	5	3.2
	캐릭터	11	7	63.6	8	72.7	4	36.4	3	27.3	0	0.0
	지식	58	37	63.8	26	44.8	12	20.7	8	13.8	2	3.4
솔루션	150	87	58.0	85	56.7	35	23.3	23	15.3	3	2.0	
1인 미디어	2	1	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	35	62.5	39	69.6	18	32.1	13	23.2	2	3.6	

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

4. 희망 지원사업 - 교육훈련 지원

- 교육훈련 분야 희망 지원사업으로는 ‘실무 교육 프로그램 운영’이 24.6%로 가장 비중이 높고, 다음으로 ‘유통 및 마케팅 교육 프로그램 운영(22.5%)’, ‘콘텐츠 관련 컨퍼런스 개최(14.1%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-28〉 희망 지원사업 - 교육훈련 지원



〈표 4-39〉 희망 지원사업 - 교육훈련 지원

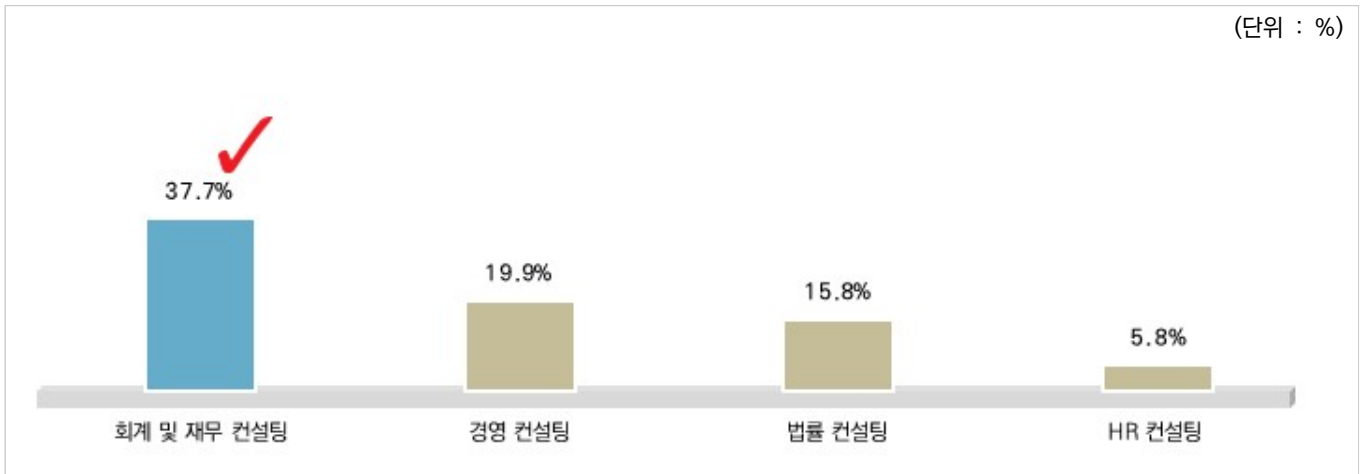
구 분	전체 (개)	실무 교육		유통 및 마케팅 교육		콘텐츠 관련 컨퍼런스 개최		콘텐츠 관련 연수		산학연 공동 연구 매칭		경영 지원	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	639	157	24.6	144	22.5	90	14.1	66	10.3	35	5.5	33	5.2
업종	출판	66	24.2	16	24.2	4	6.1	4	6.1	1	1.5	0	0.0
	만화	5	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	72.7	3	27.3	2	18.2	2	18.2	0	0.0	1	9.1
	게임	74	17.6	14	18.9	16	21.6	5	6.8	5	6.8	5	6.8
	영화	54	24.1	12	22.2	9	16.7	6	11.1	4	7.4	5	9.3
	애니	9	22.2	2	22.2	1	11.1	2	22.2	1	11.1	1	11.1
	방송	45	17.8	7	15.6	7	15.6	3	6.7	3	6.7	1	2.2
	광고	154	23.4	33	21.4	23	14.9	19	12.3	7	4.5	6	3.9
	캐릭터	11	9.1	1	9.1	1	9.1	0	0.0	0	0.0	1	9.1
	지식	58	29.3	17	29.3	10	17.2	9	15.5	4	6.9	2	3.4
솔루션	150	27.3	39	26.0	17	11.3	16	10.7	10	6.7	11	7.3	
1인 미디어	2	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	21.4	7	12.5	7	12.5	6	10.7	5	8.9	4	7.1	

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

5. 희망 지원사업 - 경영 지원

- 경영 분야 희망 지원사업으로는 ‘회계 및 재무 컨설팅’이 37.7%로 가장 비중이 높고, 다음으로 ‘경영 컨설팅(19.9%)’, ‘법률 컨설팅(15.8%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-29〉 희망 지원사업 - 경영 지원



〈표 4-40〉 희망 지원사업 - 경영 지원

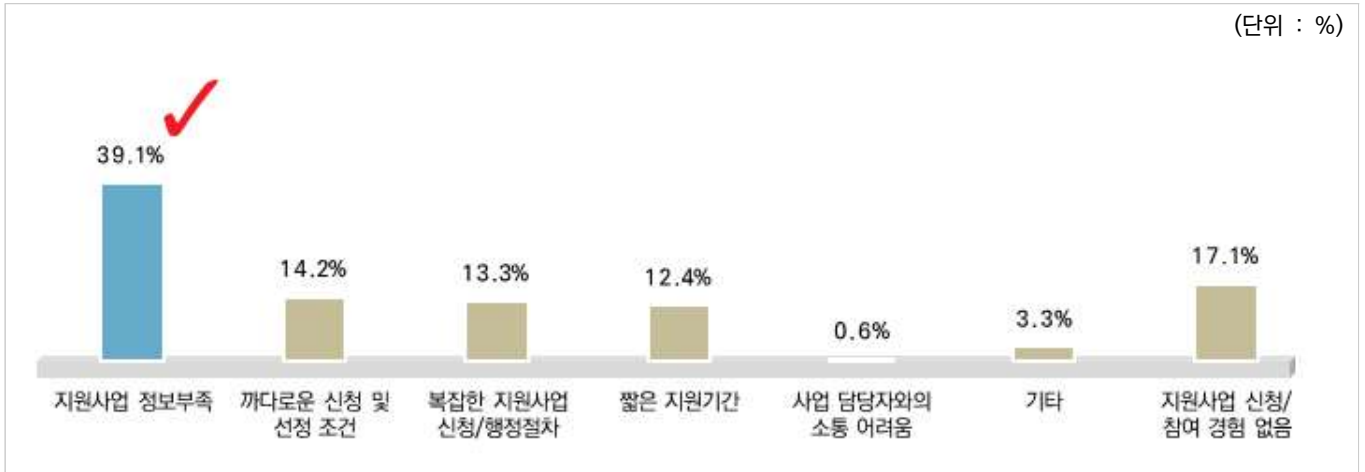
구 분	전체 (개)	회계 및 재무 컨설팅		경영 컨설팅		법률 컨설팅		HR 컨설팅	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	639	241	37.7	127	19.9	101	15.8	37	5.8
업종	출판	66	39.4	7	10.6	10	15.2	3	4.5
	만화	5	0.0	1	20.0	1	20.0	1	20.0
	음악	11	36.4	3	27.3	0	0.0	0	0.0
	게임	74	37.8	9	12.2	15	20.3	4	5.4
	영화	54	31.5	8	14.8	9	16.7	4	7.4
	애니	9	44.4	2	22.2	3	33.3	0	0.0
	방송	45	33.3	8	17.8	5	11.1	5	11.1
	광고	154	42.9	39	25.3	16	10.4	7	4.5
	캐릭터	11	36.4	2	18.2	2	18.2	2	18.2
	지식	58	36.2	15	25.9	11	19.0	5	8.6
	솔루션	150	37.3	33	22.0	29	19.3	6	4.0
1인 미디어	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	33.9	8	14.3	10	17.9	3	5.4	

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

6. 지원사업 신청/참여 애로사항

- 지원사업 신청 및 참여 시 애로사항으로는 ‘지원사업 정보부족’이 39.1%로 가장 비중이 높고, 이어 ‘까다로운 신청 및 선정조건(14.2%)’, ‘복잡한 지원사업 신청/행정절차(13.3%)’ 등의 순으로 나타남

〈그림 4-30〉 지원사업 신청/참여 애로사항



〈표 4-41〉 지원사업 신청/참여 애로사항 ①

구 분	전체	지원사업 정보부족		까다로운 신청/선정조건		복잡한 신청/행정절차		짧은 지원기간	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	639	250	39.1	91	14.2	85	13.3	79	12.4
업종	출판	66	37.9	8	12.1	8	12.1	12	18.2
	만화	5	40.0	1	20.0	0	0.0	2	40.0
	음악	11	45.5	0	0.0	2	18.2	3	27.3
	게임	74	27.0	10	13.5	20	27.0	10	13.5
	영화	54	48.1	6	11.1	5	9.3	3	5.6
	애니	9	22.2	2	22.2	0	0.0	1	11.1
	방송	45	48.9	9	20.0	1	2.2	4	8.9
	광고	154	42.2	25	16.2	17	11.0	12	7.8
	캐릭터	11	27.3	1	9.1	3	27.3	2	18.2
	지식	58	32.8	10	17.2	8	13.8	8	13.8
솔루션	150	40.7	19	12.7	21	14.0	22	14.7	
1인 미디어	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	30.4	6	10.7	6	10.7	13	23.2	

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

〈표 4-42〉 지원사업 신청/참여 애로사항②

구 분	전체 (개)	담당자와 소통애로		기타		지원사업 신청/참여 경험 없음		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	4	0.6	21	3.3	109	17.1	
업종	출판	66	0	0.0	2	3.0	11	16.7
	만화	5	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	0	0.0	0	0.0	1	9.1
	게임	74	0	0.0	1	1.4	13	17.6
	영화	54	1	1.9	2	3.7	11	20.4
	애니	9	0	0.0	4	44.4	0	0.0
	방송	45	0	0.0	2	4.4	7	15.6
	광고	154	1	.6	2	1.3	32	20.8
	캐릭터	11	0	0.0	0	0.0	2	18.2
	지식	58	1	1.7	2	3.4	10	17.2
	솔루션	150	1	.7	4	2.7	22	14.7
1인 미디어	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	
XR	56	0	0.0	5	8.9	9	16.1	

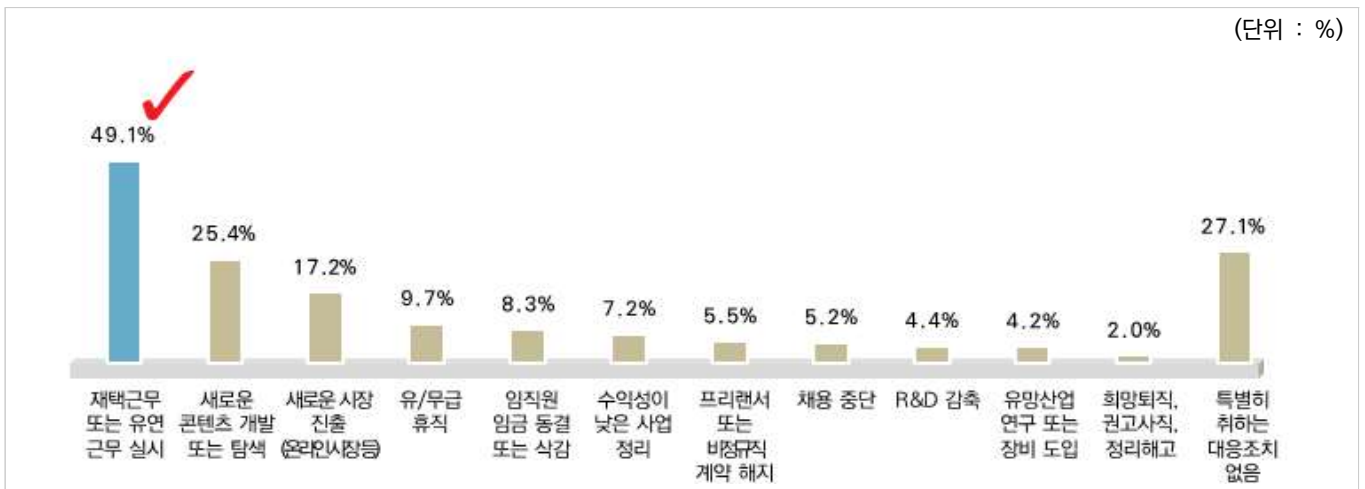
※ XR : XR 관련 사업을 추진하고 있는 경우 (업종과 별개로 전체 합산에 불포함 / 설문 응답 기준)

8 코로나19 현황

1. 코로나19 대응 관련 시행중인 경영상의 조치

- 코로나19 대응 관련 시행중인 경영상의 조치는 ‘재택근무 또는 유연근무 실시’가 49.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘새로운 콘텐츠 개발 또는 탐색(25.4%)’, ‘새로운 시장 진출(17.2%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-31〉 코로나19 대응 관련 시행중인 경영상의 조치



〈표 4-43〉 코로나19 대응 관련 시행중인 경영상의 조치 ①

구 분	전체 (개)	재택근무 또는 유연근무 실시		새로운 콘텐츠 개발 또는 탐색		새로운 시장 진출 (온라인 시장 등)		유/무급 휴직		임직원 임금 동결 또는 삭감		수익성이 낮은 사업 정리		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	314	49.1	162	25.4	110	17.2	62	9.7	53	8.3	46	7.2	
업종	출판	66	32	48.5	21	31.8	15	22.7	6	9.1	4	6.1	4	6.1
	만화	5	2	40.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	6	54.5	4	36.4	3	27.3	0	0.0	1	9.1	2	18.2
	게임	74	45	60.8	23	31.1	11	14.9	7	9.5	7	9.5	6	8.1
	영화	54	24	44.4	9	16.7	7	13.0	6	11.1	2	3.7	6	11.1
	애니	9	5	55.6	4	44.4	1	11.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	45	22	48.9	11	24.4	6	13.3	4	8.9	6	13.3	2	4.4
	광고	154	72	46.8	37	24.0	28	18.2	14	9.1	11	7.1	6	3.9
	캐릭터	11	3	27.3	2	18.2	2	18.2	2	18.2	1	9.1	0	0.0
	지식	58	35	60.3	19	32.8	15	25.9	8	13.8	9	15.5	8	13.8
솔루션	150	68	45.3	30	20.0	22	14.7	15	10.0	12	8.0	11	7.3	
1인 미디어	2	0	0.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	
XR	56	33	58.9	16	28.6	13	23.2	8	14.3	5	8.9	5	8.9	

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

〈표 4-44〉 코로나19 대응 관련 시행중인 경영상의 조치 ②

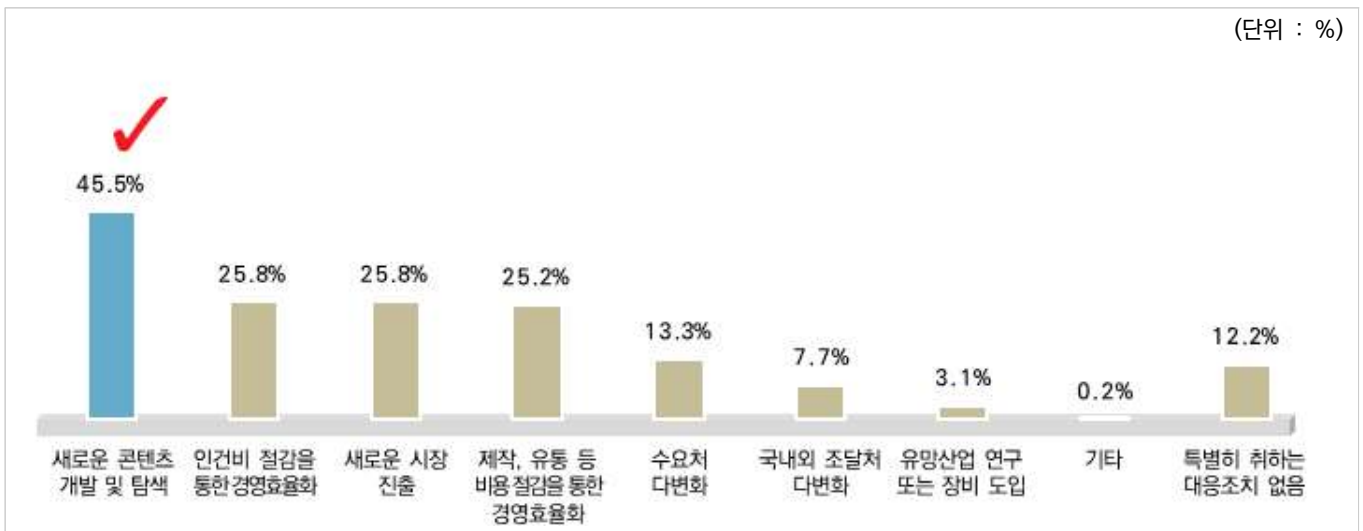
구 분	전체 (개)	프리랜서 또는 비정규직 계약 해지		채용 중단		R&D 감축		유망산업 연구 또는 장비 도입 (VR/AR 등)		희망퇴직, 권고사직, 정리해고		특별히 취하는 대응조치 없음		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	35	5.5	33	5.2	28	4.4	27	4.2	13	2.0	173	27.1	
업종	출판	66	5	7.6	1	1.5	2	3.0	3	4.5	0	0.0	12	18.2
	만화	5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	60.0
	음악	11	1	9.1	0	0.0	1	9.1	0	0.0	0	0.0	3	27.3
	게임	74	1	1.4	3	4.1	4	5.4	4	5.4	2	2.7	14	18.9
	영화	54	4	7.4	6	11.1	0	0.0	1	1.9	1	1.9	16	29.6
	애니	9	1	11.1	0	0.0	1	11.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	45	1	2.2	3	6.7	2	4.4	2	4.4	1	2.2	16	35.6
	광고	154	11	7.1	6	3.9	6	3.9	4	2.6	1	.6	44	28.6
	캐릭터	11	1	9.1	0	0.0	0	0.0	1	9.1	0	0.0	5	45.5
	지식	58	4	6.9	5	8.6	6	10.3	5	8.6	3	5.2	9	15.5
솔루션	150	6	4.0	9	6.0	6	4.0	7	4.7	5	3.3	50	33.3	
1인 미디어	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	
XR	56	5	8.9	6	10.7	5	8.9	5	8.9	3	5.4	7	12.5	

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

2. 코로나19 대응 관련 시행예정인 경영상의 조치

- 코로나19 대응 관련 시행예정인 경영상의 조치는 ‘새로운 콘텐츠 개발 및 탐색’이 45.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘인건비 절감을 통한 경영효율화(25.8%)’, ‘새로운 시장 진출(25.8%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-32〉 코로나19 대응 관련 시행예정인 경영상의 조치



〈표 4-45〉 코로나19 대응 관련 시행예정인 경영상의 조치 ①

구 분	전체	새로운 콘텐츠 개발 및 탐색		인건비 절감을 통한 경영효율화		새로운 시장 진출 (온라인 시장 등)		제작, 유통 등 비용 절감을 통한 경영효율화		수요처 다변화		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	639	291	45.5	165	25.8	165	25.8	161	25.2	85	13.3	
업종	출판	66	26	39.4	20	30.3	16	24.2	10	15.2	14	21.2
	만화	5	2	40.0	1	20.0	0	0.0	1	20.0	1	20.0
	음악	11	6	54.5	4	36.4	3	27.3	2	18.2	3	27.3
	게임	74	36	48.6	18	24.3	19	25.7	17	23.0	6	8.1
	영화	54	27	50.0	13	24.1	16	29.6	11	20.4	8	14.8
	애니	9	2	22.2	3	33.3	2	22.2	4	44.4	4	44.4
	방송	45	25	55.6	8	17.8	11	24.4	13	28.9	2	4.4
	광고	154	68	44.2	42	27.3	40	26.0	41	26.6	20	13.0
	캐릭터	11	5	45.5	4	36.4	3	27.3	2	18.2	1	9.1
	지식	58	26	44.8	15	25.9	15	25.9	17	29.3	7	12.1
솔루션	150	67	44.7	37	24.7	39	26.0	42	28.0	19	12.7	
1인 미디어	2	1	50.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0	0	0.0	
XR	56	30	53.6	17	30.4	21	37.5	17	30.4	9	16.1	

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

〈표 4-46〉 코로나19 대응 관련 시행예정인 경영상의 조치 ②

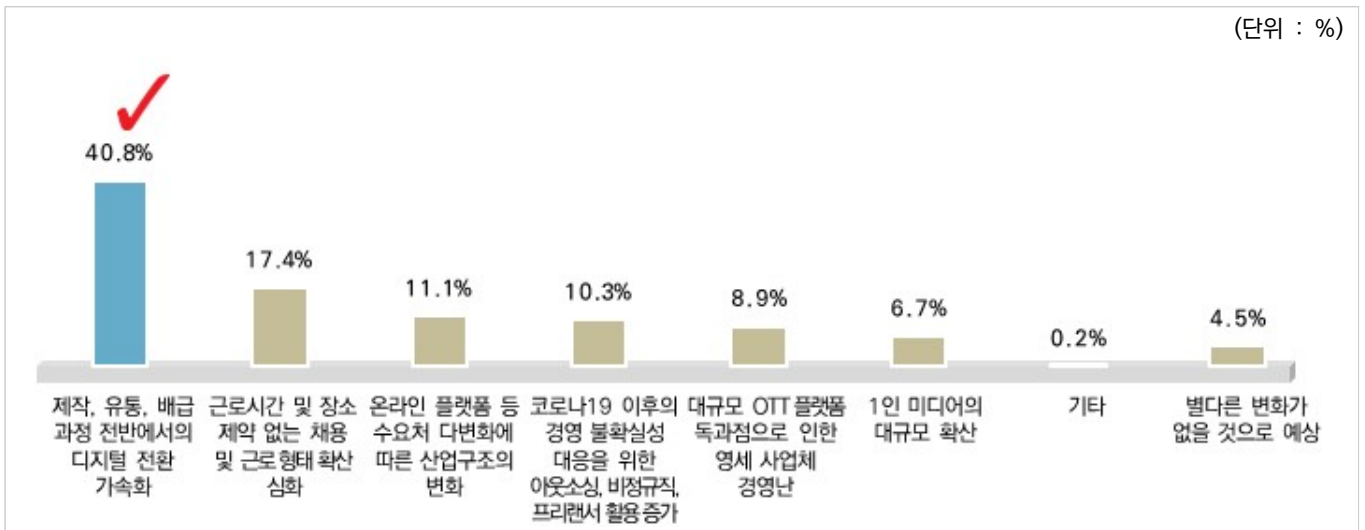
구 분	전체 (개)	국내외 조달처 다변화		유망산업 연구 또는 장비 도입 (VR/AR 등)		기타		특별히 취하는 대응조치 없음		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	49	7.7	20	3.1	1	0.2	78	12.2	
업종	출판	66	5	7.6	3	4.5	0	0.0	8	12.1
	만화	5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	20.0
	음악	11	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	74	7	9.5	3	4.1	0	0.0	14	18.9
	영화	54	2	3.7	1	1.9	0	0.0	3	5.6
	애니	9	1	11.1	0	0.0	0	0.0	2	22.2
	방송	45	4	8.9	2	4.4	0	0.0	5	11.1
	광고	154	10	6.5	4	2.6	1	.6	16	10.4
	캐릭터	11	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	58	5	8.6	3	5.2	0	0.0	7	12.1
	솔루션	150	15	10.0	4	2.7	0	0.0	21	14.0
1인 미디어	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	
XR	56	10	17.9	5	8.9	0	0.0	5	8.9	

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

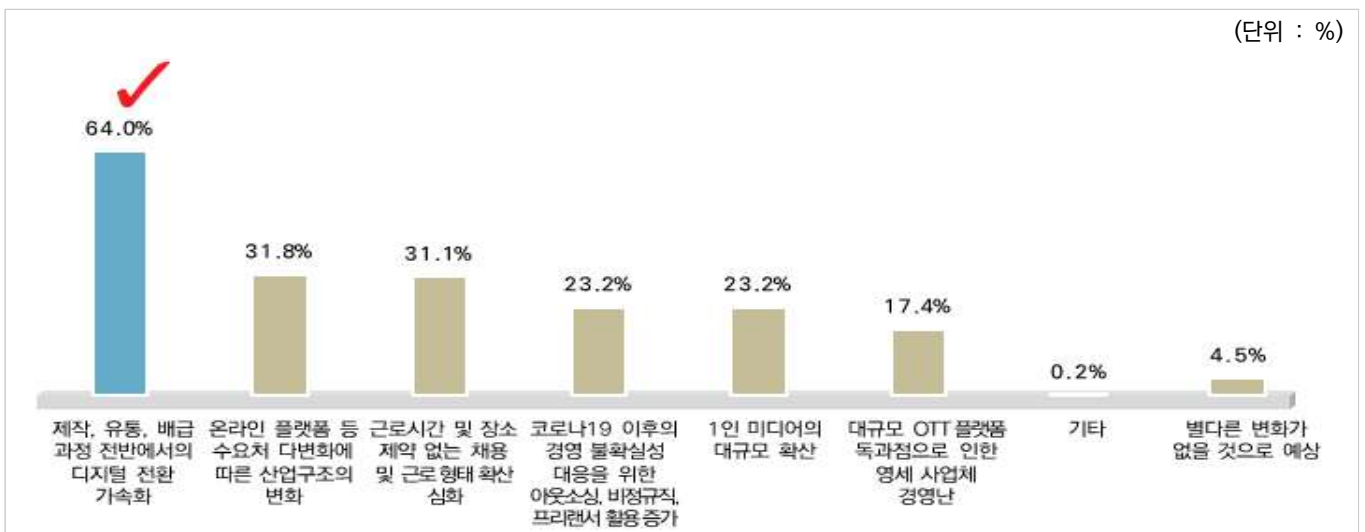
3. 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화

- 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화는 ‘제작, 유통, 배급 과정 디지털 전환 가속화’가 40.8%로 가장 높게 나타났으며, ‘근로시간 및 장소제약 없는 채용 및 근로 형태 확산 심화(17.4%)’, ‘온라인 플랫폼 등 수요처 다변화에 따른 산업구조의 변화(11.1%)’ 등의 순으로 나타남
- 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 1+2순위를 통합한 경우에도 ‘제작, 유통, 배급 과정 디지털 전환 가속화’가 64.0%로 가장 비중이 높았고, 이어 ‘온라인 플랫폼 등 수요처 다변화에 따른 산업구조의 변화(31.8%)’, ‘근로시간 및 장소제약 없는 채용 및 근로 형태 확산 심화(31.1%)’ 등의 순으로 나타남

〈그림 4-33〉 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 - 1순위



〈그림 4-34〉 코로나19 이후 콘텐츠산업 관련 예상 변화 - 1+2순위



〈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		온라인 플랫폼 등 수요처 다변화에 따른 산업구조의 변화		코로나19 이후의 경영 불확실성 대응을 위한 아웃소싱, 비정규직, 프리랜서 활용 증가		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	261	40.8	111	17.4	71	11.1	66	10.3	
업종	출판	66	29	43.9	13	19.7	6	9.1	7	10.6
	만화	5	3	60.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	5	45.5	2	18.2	0	0.0	2	18.2
	게임	74	31	41.9	14	18.9	8	10.8	5	6.8
	영화	54	21	38.9	10	18.5	5	9.3	7	13.0
	애니	9	5	55.6	1	11.1	2	22.2	1	11.1
	방송	45	18	40.0	7	15.6	3	6.7	5	11.1
	광고	154	59	38.3	28	18.2	19	12.3	20	13.0
	캐릭터	11	4	36.4	1	9.1	2	18.2	1	9.1
	지식	58	23	39.7	11	19.0	11	19.0	3	5.2
	솔루션	150	63	42.0	24	16.0	14	9.3	15	10.0
1인 미디어	2	0	0.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	
XR	56	25	44.6	7	12.5	6	10.7	6	10.7	

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

구 분	전체	대규모 OTT 플랫폼 독과점으로 인한 영세 사업체(콘텐츠 제작 및 유통 사업체 등) 경영난		1인 미디어의 대규모 확산		기타		별다른 변화가 없을 것으로 예상		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	57	8.9	43	6.7	1	0.2	29	4.5	
업종	출판	66	2	3.0	2	3.0	0	0.0	7	10.6
	만화	5	1	20.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	1	9.1	0	0.0	0	0.0	1	9.1
	게임	74	11	14.9	4	5.4	0	0.0	1	1.4
	영화	54	4	7.4	2	3.7	0	0.0	5	9.3
	애니	9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	45	4	8.9	6	13.3	0	0.0	2	4.4
	광고	154	12	7.8	12	7.8	0	0.0	4	2.6
	캐릭터	11	1	9.1	2	18.2	0	0.0	0	0.0
	지식	58	4	6.9	5	8.6	0	0.0	1	1.7
	솔루션	150	17	11.3	9	6.0	0	0.0	8	5.3
1인 미디어	2	0	0.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	
XR	56	8	14.3	1	1.8	1	1.8	2	3.6	

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

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

구 분	전체	제작, 유통, 배급 과정 전반에서의 디지털 전환 가속화		온라인 플랫폼 등 수요처 다변화에 따른 산업구조의 변화		근로시간 및 장소 제약 없는 채용 및 근로 형태 확산 심화		코로나19 이후의 경영 불확실성 대응을 위한 아웃소싱, 비정규직, 프리랜서 활용 증가		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	409	64.0	203	31.8	199	31.1	148	23.2	
업종	출판	66	45	68.2	21	31.8	22	33.3	10	15.2
	만화	5	5	100.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0
	음악	11	8	72.7	3	27.3	4	36.4	4	36.4
	게임	74	51	68.9	20	27.0	26	35.1	19	25.7
	영화	54	29	53.7	19	35.2	12	22.2	12	22.2
	애니	9	6	66.7	6	66.7	2	22.2	2	22.2
	방송	45	29	64.4	11	24.4	17	37.8	8	17.8
	광고	154	97	63.0	53	34.4	45	29.2	35	22.7
	캐릭터	11	5	45.5	3	27.3	2	18.2	4	36.4
	지식	58	37	63.8	18	31.0	22	37.9	13	22.4
솔루션	150	96	64.0	48	32.0	46	30.7	40	26.7	
1인 미디어	2	1	50.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0	
XR	56	38	67.9	17	30.4	16	28.6	13	23.2	

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

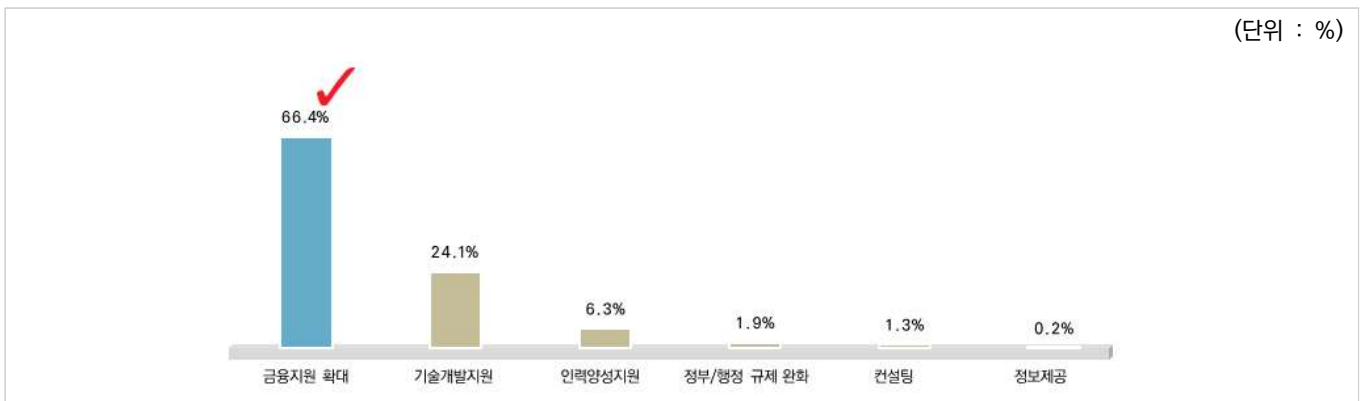
구 분	전체	1인 미디어의 대규모 확산		대규모 OTT 플랫폼 독과점으로 인한 영세 사업체(콘텐츠 제작 및 유통 사업체 등) 경영난		기타		별다른 변화가 없을 것으로 예상		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	148	23.2	111	17.4	1	0.2	29	4.5	
업종	출판	66	14	21.2	8	12.1	0	0.0	7	10.6
	만화	5	2	40.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	1	9.1	1	9.1	0	0.0	1	9.1
	게임	74	11	14.9	16	21.6	0	0.0	1	1.4
	영화	54	18	33.3	8	14.8	0	0.0	5	9.3
	애니	9	2	22.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	45	12	26.7	8	17.8	0	0.0	2	4.4
	광고	154	42	27.3	29	18.8	0	0.0	4	2.6
	캐릭터	11	5	45.5	3	27.3	0	0.0	0	0.0
	지식	58	15	25.9	8	13.8	0	0.0	1	1.7
솔루션	150	26	17.3	28	18.7	0	0.0	8	5.3	
1인 미디어	2	0	0.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	
XR	56	9	16.1	12	21.4	1	1.8	2	3.6	

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

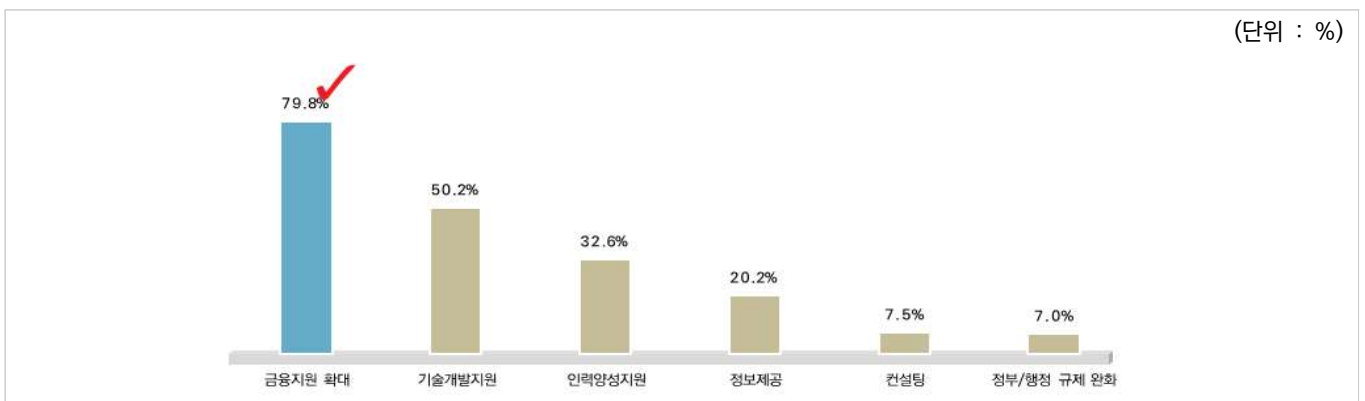
4. 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책

- 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책은 ‘금융지원 확대’가 66.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘기술개발지원(24.1%)’, ‘인력양성지원(6.3%)’ 순으로 나타남
- 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우에도 ‘금융지원 확대(79.8%, 90.5%)’가 가장 비중이 높고, 그 다음으로는 ‘기술개발지원(50.2%, 63.4%)’, ‘인력양성지원(32.6%, 62.3%)’순으로 나타남

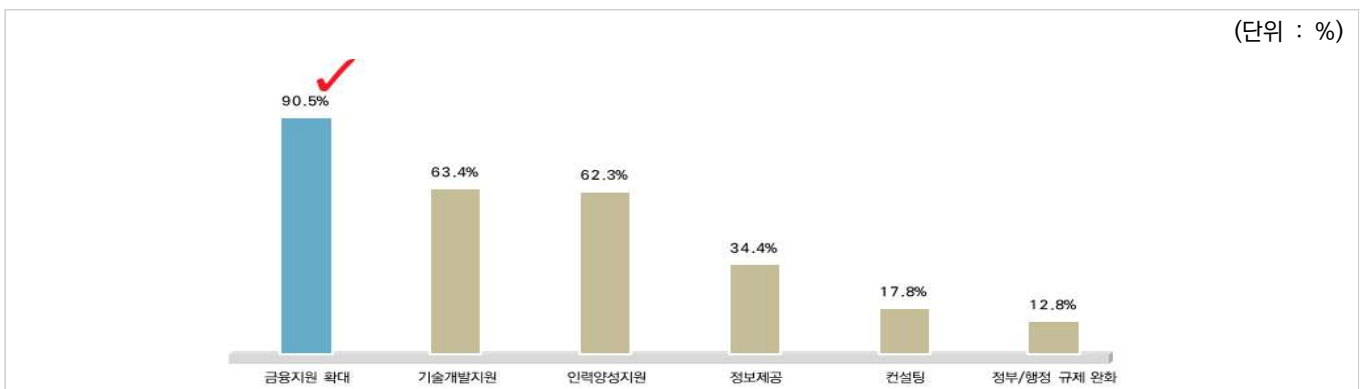
〈그림 4-35〉 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 - 1순위



〈그림 4-36〉 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 - 1+2순위



〈그림 4-37〉 향후 코로나19 극복을 위해 필요한 정부 정책 - 1+2+3순위



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

구 분	전체 (개)	금융지원 확대		기술개발지원		인력양성지원		정부/행정 규제 완화		컨설팅		정보제공		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	424	66.4	154	24.1	40	6.3	12	1.9	8	1.3	1	0.2	
업종	출판	66	41	62.1	16	24.2	6	9.1	3	4.5	0	0.0	0	0.0
	만화	5	2	40.0	1	20.0	1	20.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	음악	11	6	54.5	4	36.4	0	0.0	1	9.1	0	0.0	0	0.0
	게임	74	47	63.5	19	25.7	5	6.8	2	2.7	1	1.4	0	0.0
	영화	54	37	68.5	10	18.5	4	7.4	2	3.7	1	1.9	0	0.0
	애니	9	6	66.7	3	33.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	45	33	73.3	10	22.2	1	2.2	0	0.0	1	2.2	0	0.0
	광고	154	105	68.2	35	22.7	9	5.8	3	1.9	2	1.3	0	0.0
	캐릭터	11	5	45.5	3	27.3	2	18.2	0	0.0	1	9.1	0	0.0
	지식	58	42	72.4	12	20.7	2	3.4	0	0.0	1	1.7	1	1.7
솔루션	150	99	66.0	41	27.3	9	6.0	0	0.0	1	.7	0	0.0	
1인 미디어	2	1	50.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	32	57.1	19	33.9	4	7.1	1	1.8	0	0.0	0	0.0	

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

구 분	전체 (개)	금융지원 확대		기술개발지원		인력양성지원		정보제공		컨설팅		정부/행정 규제 완화		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	510	79.8	321	50.2	208	32.6	129	20.2	48	7.5	45	7.0	
업종	출판	66	52	78.8	33	50.0	24	36.4	9	13.6	5	7.6	8	12.1
	만화	5	4	80.0	1	20.0	2	40.0	2	40.0	0	0.0	1	20.0
	음악	11	9	81.8	6	54.5	2	18.2	3	27.3	1	9.1	1	9.1
	게임	74	61	82.4	39	52.7	21	28.4	14	18.9	6	8.1	5	6.8
	영화	54	40	74.1	20	37.0	21	38.9	16	29.6	4	7.4	5	9.3
	애니	9	9	100.0	5	55.6	2	22.2	2	22.2	0	0.0	0	0.0
	방송	45	38	84.4	22	48.9	15	33.3	11	24.4	1	2.2	1	2.2
	광고	154	123	79.9	82	53.2	47	30.5	24	15.6	16	10.4	12	7.8
	캐릭터	11	7	63.6	4	36.4	2	18.2	4	36.4	2	18.2	3	27.3
	지식	58	51	87.9	29	50.0	19	32.8	9	15.5	2	3.4	3	5.2
솔루션	150	115	76.7	78	52.0	52	34.7	35	23.3	11	7.3	6	4.0	
1인 미디어	2	1	50.0	2	100.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	45	80.4	31	55.4	22	39.3	8	14.3	0	0.0	4	7.1	

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

구 분	전체 (개)	금융지원 확대		인력양성지원		기술개발지원		정보제공		컨설팅		정부/행정 규제 완화		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	578	90.5	405	63.4	398	62.3	220	34.4	114	17.8	82	12.8	
업종	출판	66	60	90.9	42	63.6	37	56.1	21	31.8	12	18.2	13	19.7
	만화	5	5	100.0	4	80.0	3	60.0	2	40.0	0	0.0	1	20.0
	음악	11	9	81.8	7	63.6	7	63.6	4	36.4	2	18.2	2	18.2
	게임	74	67	90.5	47	63.5	46	62.2	23	31.1	14	18.9	7	9.5
	영화	54	49	90.7	30	55.6	28	51.9	26	48.1	10	18.5	12	22.2
	애니	9	9	100.0	4	44.4	7	77.8	3	33.3	0	0.0	2	22.2
	방송	45	41	91.1	30	66.7	29	64.4	16	35.6	6	13.3	3	6.7
	광고	154	140	90.9	99	64.3	100	64.9	50	32.5	31	20.1	18	11.7
	캐릭터	11	10	90.9	4	36.4	5	45.5	5	45.5	4	36.4	3	27.3
	지식	58	53	91.4	39	67.2	39	67.2	14	24.1	7	12.1	5	8.6
솔루션	150	134	89.3	97	64.7	95	63.3	56	37.3	28	18.7	16	10.7	
1인 미디어	2	1	50.0	2	100.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	50	89.3	40	71.4	40	71.4	10	17.9	3	5.4	8	14.3	

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

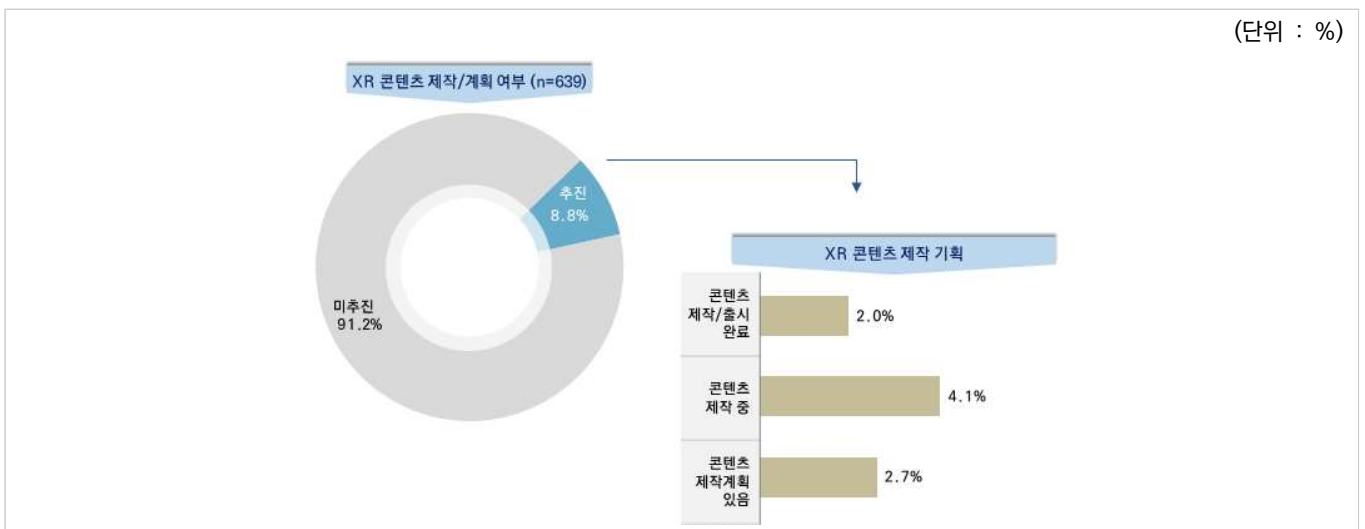
9 XR 관련

1. XR 콘텐츠 제작/계획 여부

○ XR 콘텐츠 제작/계획 여부는 ‘미추진’이 91.2%로 높게 나타남

- XR 콘텐츠 제작/계획한 사업체 중 콘텐츠 제작 중이 4.1%로 가장 높게 조사됨

〈그림 4-38〉 XR 콘텐츠 제작/계획 여부



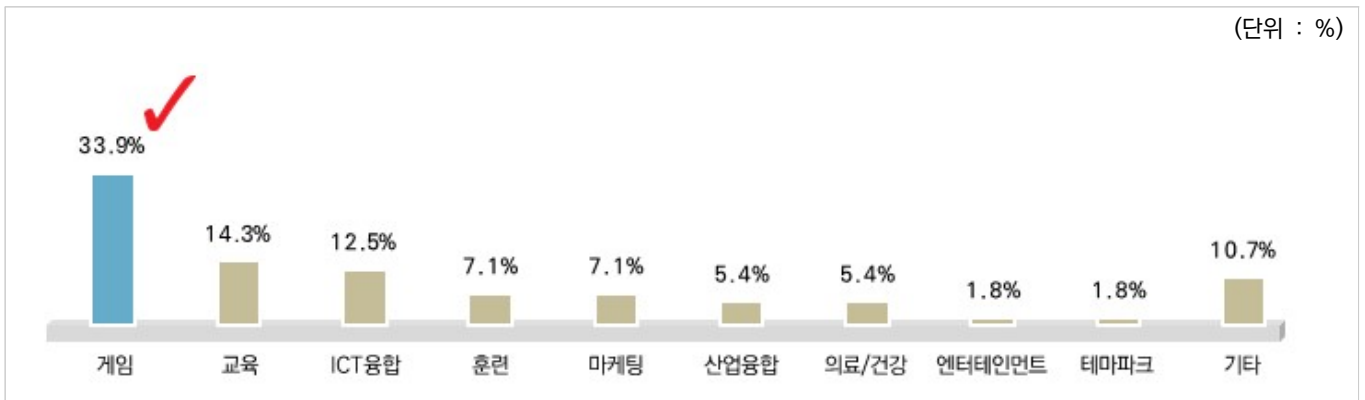
〈표 4-54〉 XR 콘텐츠 제작/계획 여부

구 분	전체 (개)	XR 콘텐츠 제작/출시 완료		XR 콘텐츠 제작 중		XR 콘텐츠 제작계획 있음		XR 콘텐츠 제작계획 없음		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	639	13	2.0	26	4.1	17	2.7	583	91.2	
업종	출판	66	0.0	0	0.0	0	0.0	66	100.0	
	만화	5	0.0	1	20.0	0	0.0	4	80.0	
	음악	11	0.0	0	0.0	0	0.0	11	100.0	
	게임	74	9	12.2	6	8.1	5	6.8	54	73.0
	영화	54	2	3.7	0	0.0	2	3.7	50	92.6
	애니	9	0	0.0	3	33.3	1	11.1	5	55.6
	방송	45	0	0.0	5	11.1	0	0.0	40	88.9
	광고	154	1	.6	0	0.0	0	0.0	153	99.4
	캐릭터	11	0	0.0	0	0.0	2	18.2	9	81.8
	지식	58	0	0.0	6	10.3	3	5.2	49	84.5
솔루션	150	1	.7	5	3.3	3	2.0	141	94.0	
1인 미디어	2	0	0.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0	
XR	56	13	23.2	26	46.4	17	30.4	0	0.0	

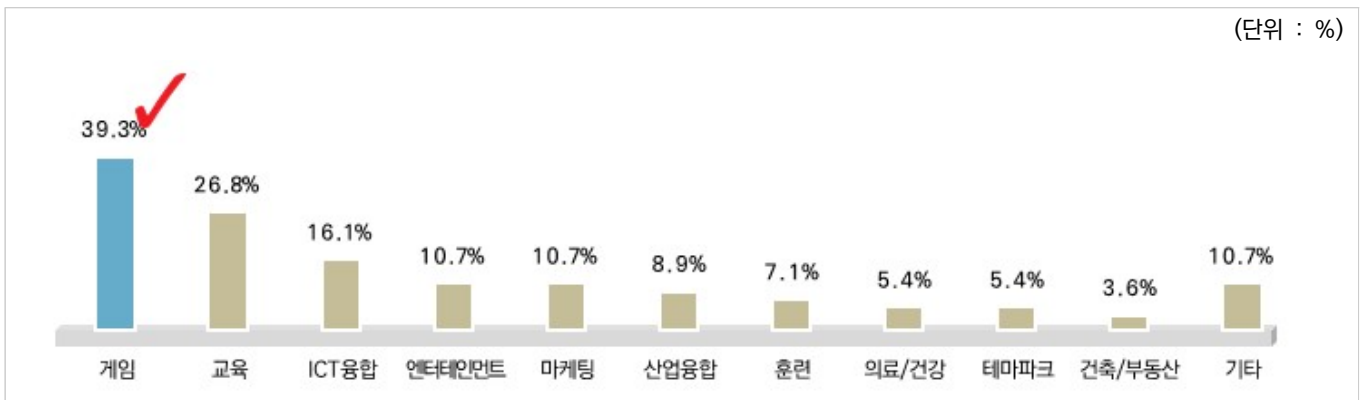
2. XR 콘텐츠 장르

- XR 콘텐츠 장르 1순위는 '게임' 33.9%로 가장 높게 나타남
- 콘텐츠 장르 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우에도 '게임'이 39.3, 44.6% 가장 비중을 차지하는 것으로 나타남

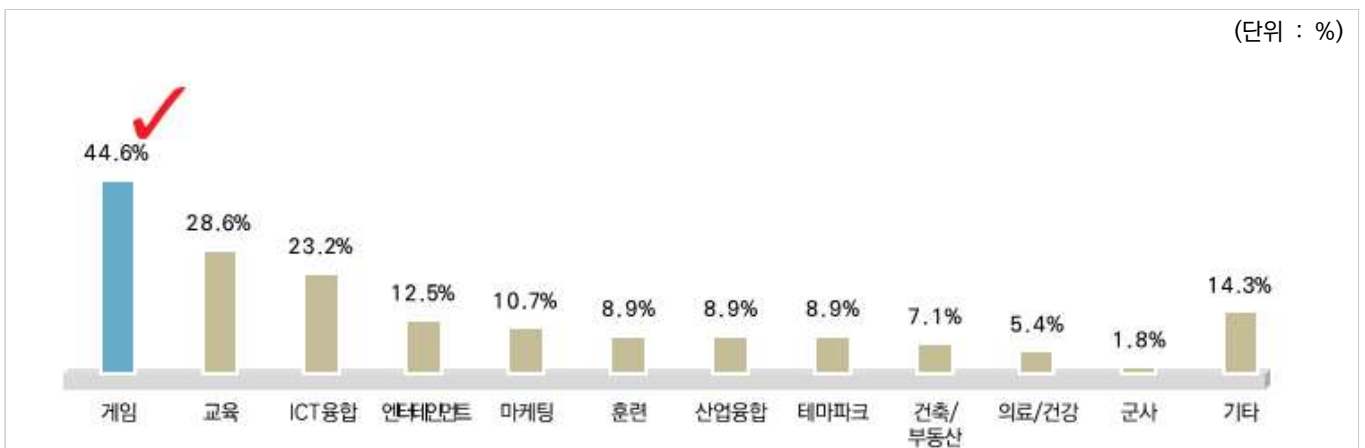
〈그림 4-39〉 XR 콘텐츠 장르 - 1순위



〈그림 4-40〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위



〈그림 4-41〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위



〈표 4-55〉 XR 콘텐츠 장르 - 1순위 ①

구분	전체	게임 (FPS,롤플레이,스포츠)		교육 (학습,관광지체험)		ICT융합 (5G,IoT,AI,빅데이터)		훈련 (직업훈련,기능훈련)		마케팅 (제품가상체험,광고)		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	56	19	33.9	8	14.3	7	12.5	4	7.1	4	7.1	
업종	만화	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	16	80.0	0	0.0	0	0.0	3	15.0	1	5.0
	영화	4	0	0.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	애니	4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	5	0	0.0	1	20.0	0	0.0	1	20.0	3	60.0
	광고	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	0	0.0	3	33.3	4	44.4	0	0.0	0	0.0
	솔루션	9	2	22.2	1	11.1	3	33.3	0	0.0	0	0.0
1인 미디어	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	19	33.9	8	14.3	7	12.5	4	7.1	4	7.1	

〈표 4-56〉 XR 콘텐츠 장르 - 1순위 ②

구분	전체	산업융합 (제조,해양,디자인)		의료/건강 (가상수술,원격진료)		엔터테인먼트 (영화,쇼,스포츠)		테마파크 (어트랙션)		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전체	56	3	5.4	3	5.4	1	1.8	1	1.8	6	10.7	
업종	만화	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	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
	애니	4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	25.0	3	75.0
	방송	5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
	캐릭터	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	2	22.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	솔루션	9	0	0.0	2	22.2	0	0.0	0	0.0	1	11.1
1인 미디어	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	
XR	56	3	5.4	3	5.4	1	1.8	1	1.8	6	10.7	

〈표 4-57〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위 ①

구 분	전체 (개)	게임 (FPS, 롤플레이밍, 스포츠)		교육 (학습, 관광지체험)		ICT융합 (5G, IoT, AI, 빅데이터)		엔터테인먼트 (영화, 쇼, 스포츠)		마케팅 (제품가상체험, 광고)		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	56	22	39.3	15	26.8	9	16.1	6	10.7	6	10.7	
업종	만화	26	12	46.2	5	19.2	3	11.5	3	11.5	4	15.4
	게임	30	10	33.3	10	33.3	6	20.0	3	10.0	2	6.7
	영화	1	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	애니	20	18	90.0	2	10.0	1	5.0	3	15.0	1	5.0
	방송	4	0	0.0	1	25.0	0	0.0	2	50.0	1	25.0
	광고	4	1	25.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	5	0	0.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0	3	60.0
	지식	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	솔루션	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0
1인 미디어	9	0	0.0	5	55.6	4	44.4	1	11.1	0	0.0	
XR	9	2	22.2	1	11.1	4	44.4	0	0.0	0	0.0	

〈표 4-58〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2순위 ②

구 분	전체 (개)	산업융합 (제조, 해양, 디자인)		훈련 (직업훈련, 기능훈련)		의료/건강 (가상수술, 원격진료)		테마파크 (어트랙션)		건축/부동산 (설계, 모델하우스, 숙박)		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	56	5	8.9	4	7.1	3	5.4	3	5.4	2	3.6	6	10.7	
업종	만화	26	0	0.0	2	7.7	1	3.8	1	3.8	1	3.8	3	11.5
	게임	30	5	16.7	2	6.7	2	6.7	2	6.7	1	3.3	3	10.0
	영화	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	애니	20	0	0.0	3	15.0	0	0.0	2	10.0	1	5.0	0	0.0
	방송	4	1	25.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0
	광고	4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0	3	75.0
	캐릭터	5	1	20.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
	솔루션	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
1인 미디어	9	2	22.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	9	1	11.1	0	0.0	2	22.2	0	0.0	0	0.0	1	11.1	

〈표 4-59〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위 ①

구 분	전체	게임 (FPS, 롤플래잉, 스포츠)		교육 (학습, 관광지체험)		ICT융합 (5G, IoT, AI, 빅데이터)		엔터테인먼트 (영화, 쇼, 스포츠)		마케팅 (제품가상체험, 광고)		훈련 (직업훈련, 기능훈련)		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56	25	44.6	16	28.6	13	23.2	7	12.5	6	10.7	5	8.9	
업종	출판	26	13	50.0	6	23.1	3	11.5	4	15.4	4	15.4	3	11.5
	만화	30	12	40.0	10	33.3	10	33.3	3	10.0	2	6.7	2	6.7
	음악	1	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	18	90.0	3	15.0	2	10.0	3	15.0	1	5.0	4	20.0
	영화	4	2	50.0	1	25.0	0	0.0	3	75.0	1	25.0	0	0.0
	애니	4	1	25.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	5	0	0.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0	3	60.0	1	20.0
	광고	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0
	지식	9	0	0.0	5	55.6	6	66.7	1	11.1	0	0.0	0	0.0
	솔루션	9	3	33.3	1	11.1	5	55.6	0	0.0	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	56	25	44.6	16	28.6	13	23.2	7	12.5	6	10.7	5	8.9	

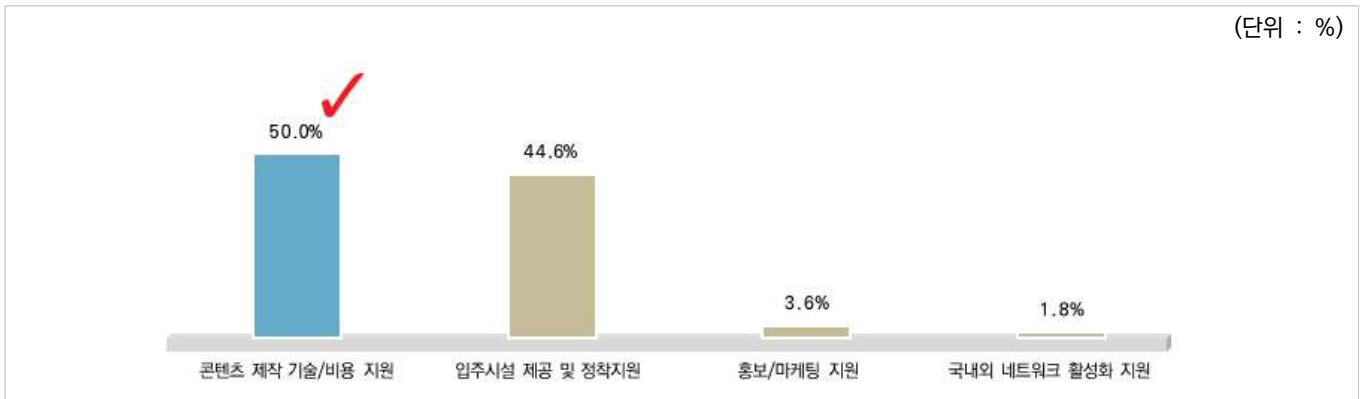
〈표 4-60〉 XR 콘텐츠 장르 - 1+2+3순위 ②

구 분	전체	산업융합 (제조, 해양, 디자인)		테마파크 (어트랙션)		건축/부동산 (설계, 모델하우스, 숙박)		의료/건강 (가상수술, 원격진료)		군사 (훈련, 정비, 비행, 모의전투)		기타		
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56	5	8.9	5	8.9	4	7.1	3	5.4	1	1.8	8	14.3	
업종	출판	26	0	0.0	1	3.8	1	3.8	1	3.8	1	3.8	3	11.5
	만화	30	5	16.7	4	13.3	3	10.0	2	6.7	0	0.0	5	16.7
	음악	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	0	0.0	2	10.0	2	10.0	0	0.0	0	0.0	1	5.0
	영화	4	1	25.0	0	0.0	1	25.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0
	애니	4	0	0.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	100.0
	방송	5	1	20.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0
	광고	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
	캐릭터	2	0	0.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	2	22.2	1	11.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	솔루션	9	1	11.1	0	0.0	0	0.0	2	22.2	0	0.0	1	11.1
1인 미디어	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	
XR	56	5	8.9	5	8.9	4	7.1	3	5.4	1	1.8	8	14.3	

3. XR 사업체 필요 지원 사업

- XR사업체 필요 지원 사업 1순위는 ‘콘텐츠 제작 기술/비용 지원’이 50.0%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘입주시설 제공 및 정착지원(44.6%)’, ‘홍보/마케팅 지원(3.6%)’ 순으로 나타남
- 지원사업분야 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우 또한 ‘콘텐츠 제작 기술/비용 지원’(80.4%, 83.9%)이 가장 비중이 높게 나타남

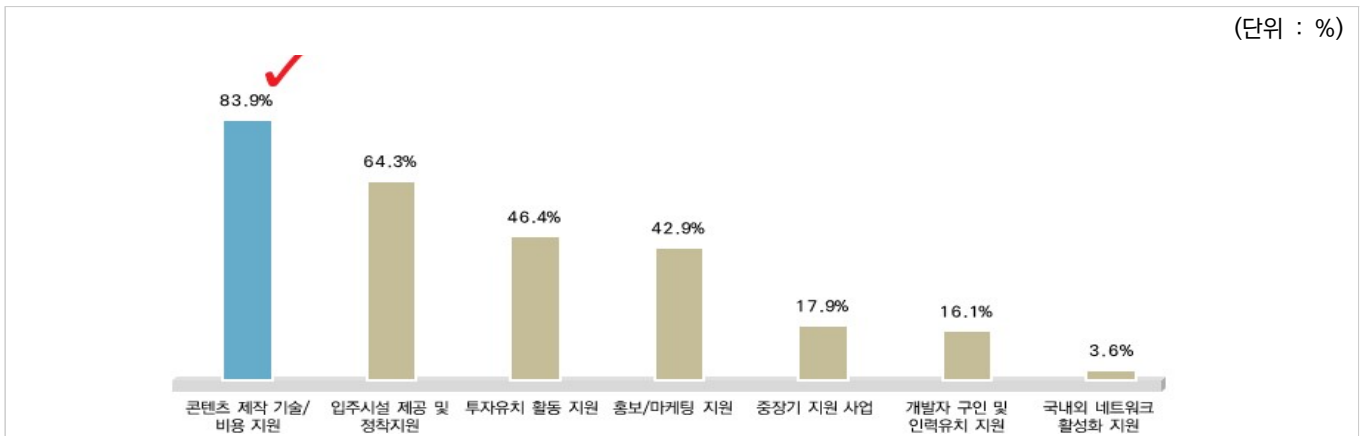
〈그림 4-42〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위



〈그림 4-43〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2순위



〈그림 4-44〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위



〈표 4-61〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위

구 분	전체		콘텐츠 제작 기술/비용 지원		입주시설 제공 및 정착지원		홍보/마케팅 지원		국내외 네트워크 활성화 지원	
	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56	50.0	28	50.0	25	44.6	2	3.6	1	1.8
업종	만화	1	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0
	게임	20	8	40.0	11	55.0	1	5.0	0	0.0
	영화	4	2	50.0	2	50.0	0	0.0	0	0.0
	애니	4	3	75.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0
	방송	5	4	80.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	6	66.7	2	22.2	0	0.0	1	11.1
	솔루션	9	4	44.4	5	55.6	0	0.0	0	0.0
1인 미디어	1	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	50.0	28	50.0	25	44.6	2	3.6	1	1.8

〈표 4-62〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2순위

구 분	전체		콘텐츠 제작 기술/비용 지원		입주시설 제공 및 정착지원		투자유치 활동 지원		홍보/마케팅 지원		중장기 지원 사업		국내외 네트워크 활성화 지원		개발자 구인 및 인력유치 지원	
	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56	80.4	45	80.4	32	57.1	11	19.6	10	17.9	8	14.3	1	1.8	1	1.8
업종	만화	1	0	0.0	1	100.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	17	85.0	12	60.0	6	30.0	1	5.0	2	10.0	0	0.0	0	0.0
	영화	4	3	75.0	3	75.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	25.0
	애니	4	4	100.0	3	75.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	5	5	100.0	2	40.0	0	0.0	2	40.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	2	100.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	8	88.9	2	22.2	0	0.0	3	33.3	3	33.3	1	11.1	0	0.0
	솔루션	9	5	55.6	6	66.7	3	33.3	2	22.2	1	11.1	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	56	80.4	45	80.4	32	57.1	11	19.6	10	17.9	8	14.3	1	1.8	1	1.8

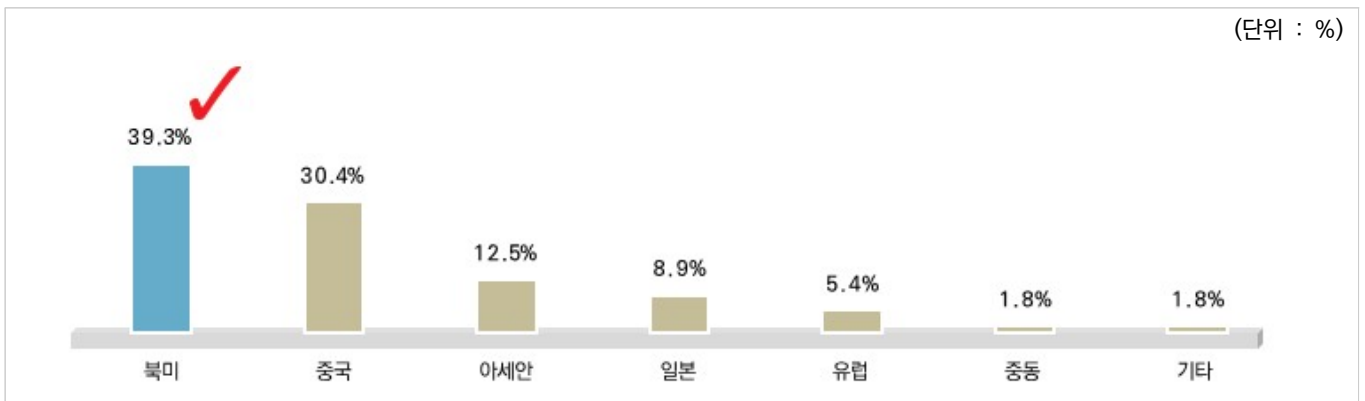
〈표 4-63〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위

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	56	83.9	47	83.9	36	64.3	26	46.4	24	42.9	10	17.9	9	16.1	2	3.6
업종	만화	1	0	0.0	1	100.0	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	17	85.0	13	65.0	8	40.0	8	40.0	2	10.0	2	10.0	1	5.0
	영화	4	3	75.0	4	100.0	2	50.0	1	25.0	1	25.0	1	25.0	0	0.0
	애니	4	4	100.0	3	75.0	2	50.0	2	50.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0
	방송	5	5	100.0	2	40.0	2	40.0	4	80.0	1	20.0	1	20.0	0	0.0
	광고	1	1	100.0	0	0.0	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	2	100.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0	0	0.0
	지식	9	8	88.9	4	44.4	3	33.3	3	33.3	3	33.3	3	33.3	1	11.1
	솔루션	9	7	77.8	6	66.7	7	77.8	4	44.4	1	11.1	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	56	83.9	47	83.9	36	64.3	26	46.4	24	42.9	10	17.9	9	16.1	2	3.6

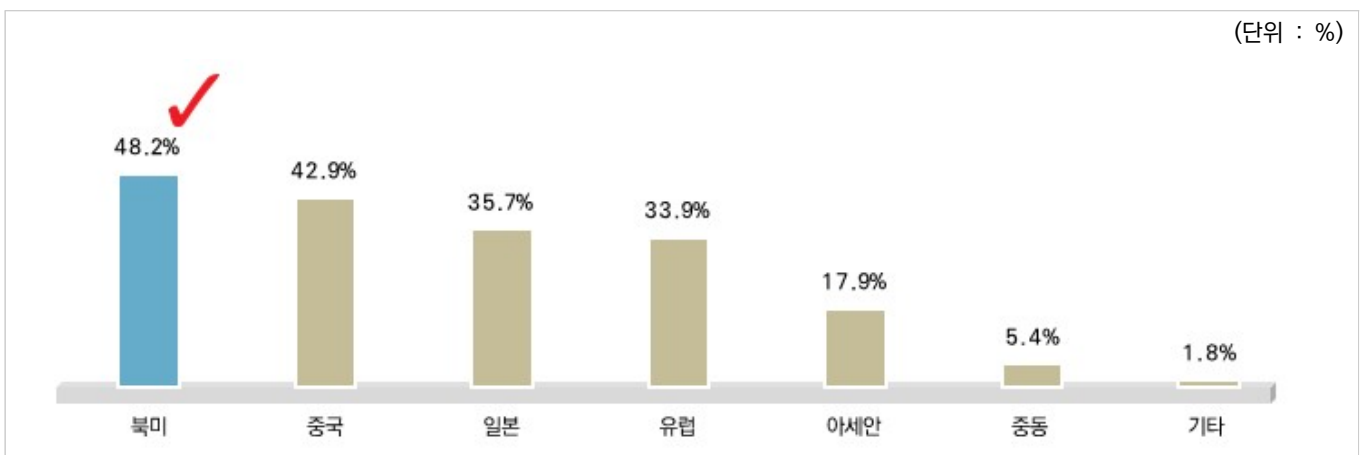
4. 글로벌 시장 진출 희망 지역

- 글로벌 시장 진출 희망 지역 1순위로는 '북미'가 39.3%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '중국 (30.4%)', '아세안(12.5%)' 순으로 나타남
- 희망지역 1+2순위는 '북미(48.2%)', 1+2+3순위를 통합한 경우에는 '유럽(58.9%)'가 가장 비중이 높게 나타남

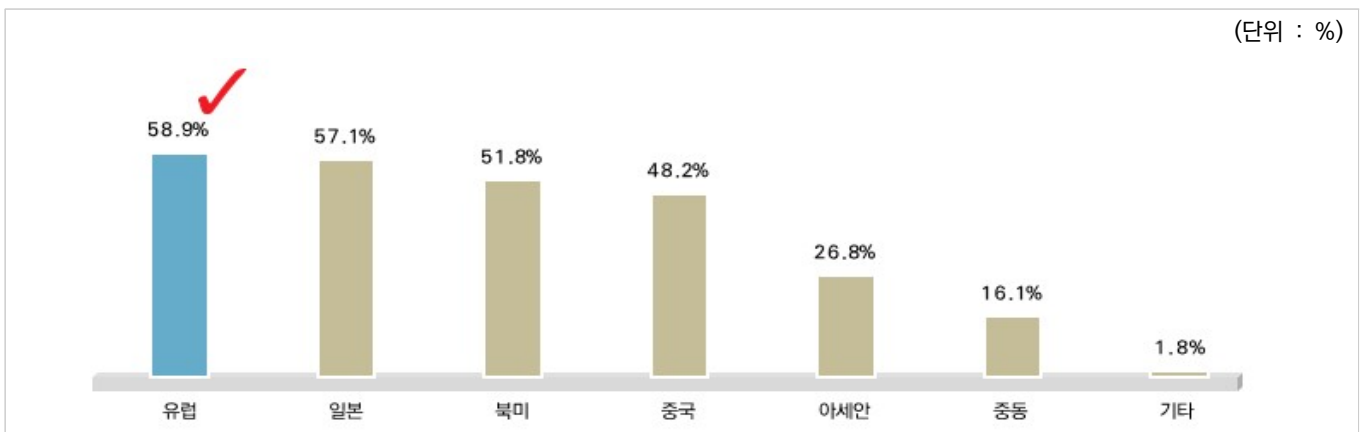
〈그림 4-45〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위



〈그림 4-46〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위



〈그림 4-47〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위



〈표 4-64〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위

구 분	전체 (개)	북미		중국		아세안		일본		유럽		중동		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	56	22	39.3	17	30.4	7	12.5	5	8.9	3	5.4	1	1.8	1	1.8	
업종	만화	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	13	65.0	6	30.0	1	5.0	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
	애니	4	1	25.0	2	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0
	방송	5	2	40.0	2	40.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	1	11.1	2	22.2	4	44.4	0	0.0	2	22.2	0	0.0	0	0.0
	솔루션	9	3	33.3	2	22.2	1	11.1	3	33.3	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	
XR	56	22	39.3	17	30.4	7	12.5	5	8.9	3	5.4	1	1.8	1	1.8	

〈표 4-65〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위

구 분	전체 (개)	북미		중국		일본		유럽		아세안		중동		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	56	27	48.2	24	42.9	20	35.7	19	33.9	10	17.9	3	5.4	1	1.8	
업종	만화	1	0	0.0	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	16	80.0	7	35.0	7	35.0	8	40.0	1	5.0	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
	애니	4	3	75.0	2	50.0	0	0.0	2	50.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0
	방송	5	2	40.0	3	60.0	1	20.0	2	40.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	0	0.0	0	0.0	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	1	11.1	2	22.2	2	22.2	3	33.3	6	66.7	2	22.2	0	0.0
	솔루션	9	3	33.3	5	55.6	5	55.6	3	33.3	1	11.1	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	56	27	48.2	24	42.9	20	35.7	19	33.9	10	17.9	3	5.4	1	1.8	

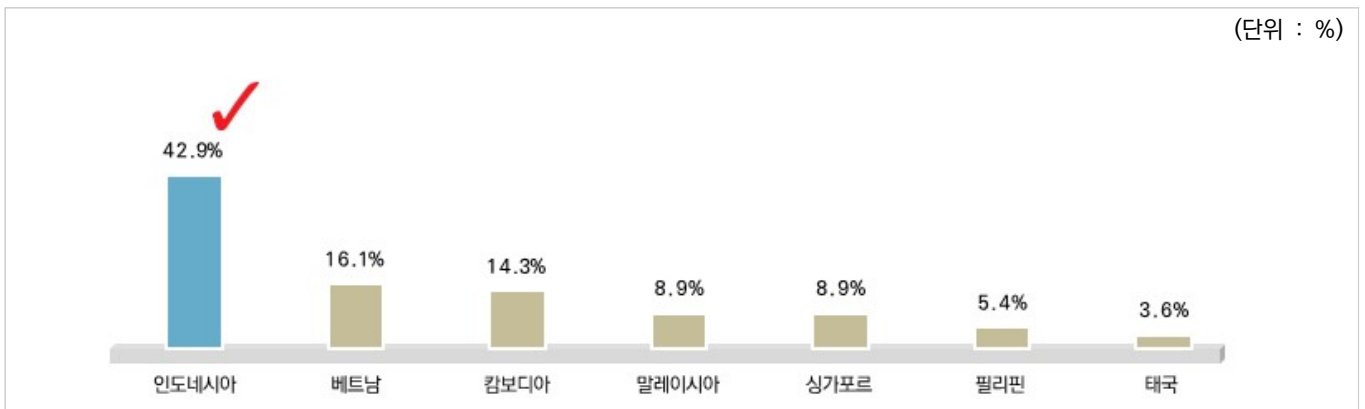
〈표 4-66〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위

구 분	전체 (개)	유럽		일본		북미		중국		아세안		중동		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	56	33	58.9	32	57.1	29	51.8	27	48.2	15	26.8	9	16.1	1	1.8	
업종	만화	1	0	0.0	1	100.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	15	75.0	14	70.0	16	80.0	7	35.0	2	10.0	2	10.0	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
	애니	4	2	50.0	0	0.0	3	75.0	3	75.0	1	25.0	3	75.0	0	0.0
	방송	5	3	60.0	4	80.0	2	40.0	3	60.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	1	100.0	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	3	33.3	4	44.4	1	11.1	2	22.2	9	100.0	2	22.2	0	0.0
	솔루션	9	7	77.8	5	55.6	4	44.4	7	77.8	1	11.1	1	11.1	0	0.0
1인 미디어	1	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	33	58.9	32	57.1	29	51.8	27	48.2	15	26.8	9	16.1	1	1.8	

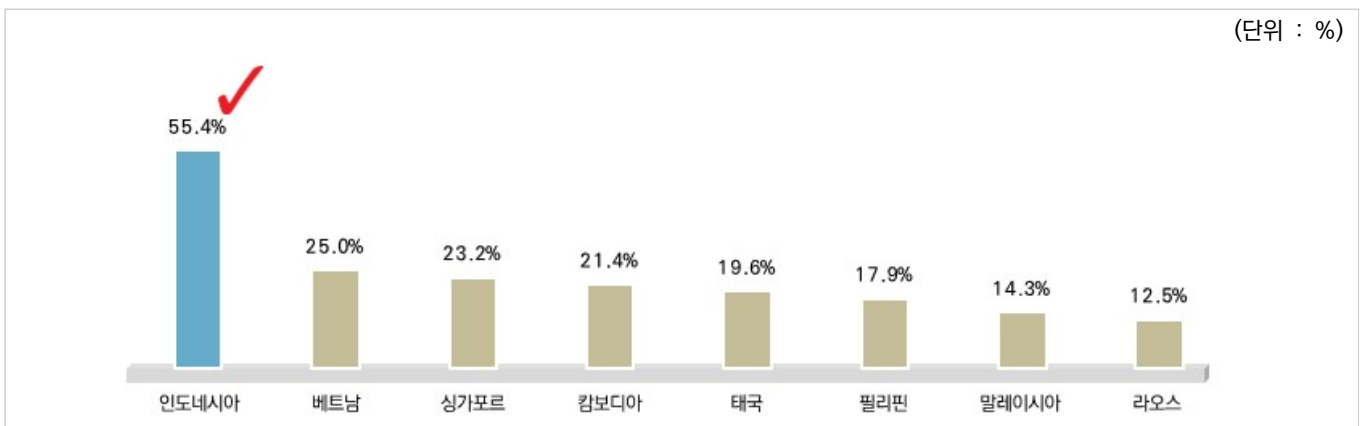
5. 아세안 시장 진출 희망 지역

- 아세안 시장 진출 희망 지역 1순위로는 ‘인도네시아’가 42.9%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘베트남(16.1%)’, ‘캄보디아(14.3%)’ 순으로 나타남
- 희망지역 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우 또한 ‘인도네시아(55.4%, 64.3%)’가 가장 비중이 높게 나타남

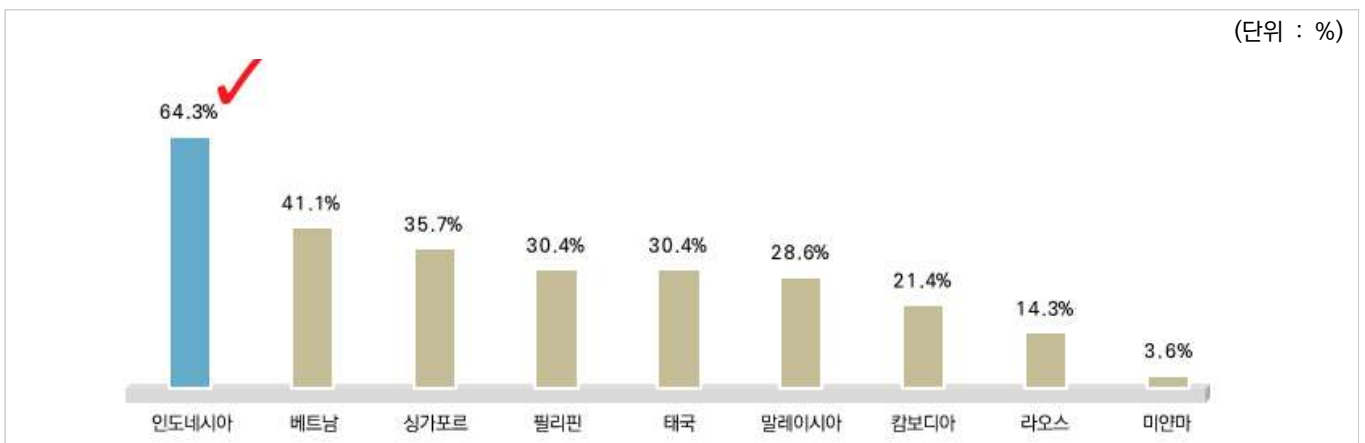
〈그림 4-48〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위



〈그림 4-49〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위



〈그림 4-50〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위



〈표 4-67〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위 ①

구 분	전체 (개)	인도네시아		베트남		캄보디아		말레이시아		싱가포르		필리핀		태국		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	56	24	42.9	9	16.1	8	14.3	5	8.9	5	8.9	3	5.4	2	3.6	
업종	만화	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	4	20.0	5	25.0	3	15.0	4	20.0	2	10.0	1	5.0	1	5.0
	영화	4	1	25.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0	1	25.0
	애니	4	4	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	5	4	80.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0
	지식	9	4	44.4	2	22.2	2	22.2	0	0.0	0	0.0	1	11.1	0	0.0
	솔루션	9	5	55.6	1	11.1	2	22.2	0	0.0	1	11.1	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	
XR	56	24	42.9	9	16.1	8	14.3	5	8.9	5	8.9	3	5.4	2	3.6	

〈표 4-68〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ①

구 분	전체 (개)	인도네시아		베트남		싱가포르		캄보디아		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	56	31	55.4	14	25.0	13	23.2	12	21.4	
업종	만화	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	10	50.0	7	35.0	3	15.0	4	20.0
	영화	4	1	25.0	1	25.0	1	25.0	2	50.0
	애니	4	4	100.0	1	25.0	1	25.0	0	0.0
	방송	5	4	80.0	1	20.0	3	60.0	0	0.0
	광고	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
	캐릭터	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	4	44.4	2	22.2	2	22.2	2	22.2
	솔루션	9	6	66.7	2	22.2	2	22.2	3	33.3
1인 미디어	1	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	
XR	56	31	55.4	14	25.0	13	23.2	12	21.4	

〈표 4-69〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ②

구 분	전체 (개)	태국		필리핀		말레이시아		라오스		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	56	11	19.6	10	17.9	8	14.3	7	12.5	
업종	만화	1	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0
	게임	20	5	25.0	6	30.0	4	20.0	0	0.0
	영화	4	2	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	애니	4	0	0.0	2	50.0	0	0.0	0	0.0
	방송	5	1	20.0	0	0.0	0	0.0	1	20.0
	광고	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	1	50.0	1	50.0	1	50.0	0	0.0
	지식	9	1	11.1	1	11.1	2	22.2	2	22.2
	솔루션	9	1	11.1	0	0.0	0	0.0	4	44.4
1인 미디어	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	11	19.6	10	17.9	8	14.3	7	12.5	

〈표 4-70〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ①

구 분	전체 (개)	인도네시아		베트남		싱가포르		필리핀		태국	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56	36	64.3	23	41.1	20	35.7	17	30.4	17	30.4
업종	만화	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	75.0	10	50.0	5	25.0	7	35.0	9	45.0
	영화	4	25.0	1	25.0	1	25.0	2	50.0	2	50.0
	애니	4	100.0	2	50.0	3	75.0	2	50.0	1	25.0
	방송	5	80.0	3	60.0	4	80.0	0	0.0	1	20.0
	광고	1	100.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0
	지식	9	44.4	2	22.2	3	33.3	3	33.3	1	11.1
	솔루션	9	66.7	3	33.3	2	22.2	2	22.2	2	22.2
1인 미디어	1	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	36	64.3	23	41.1	20	35.7	17	30.4	17	30.4

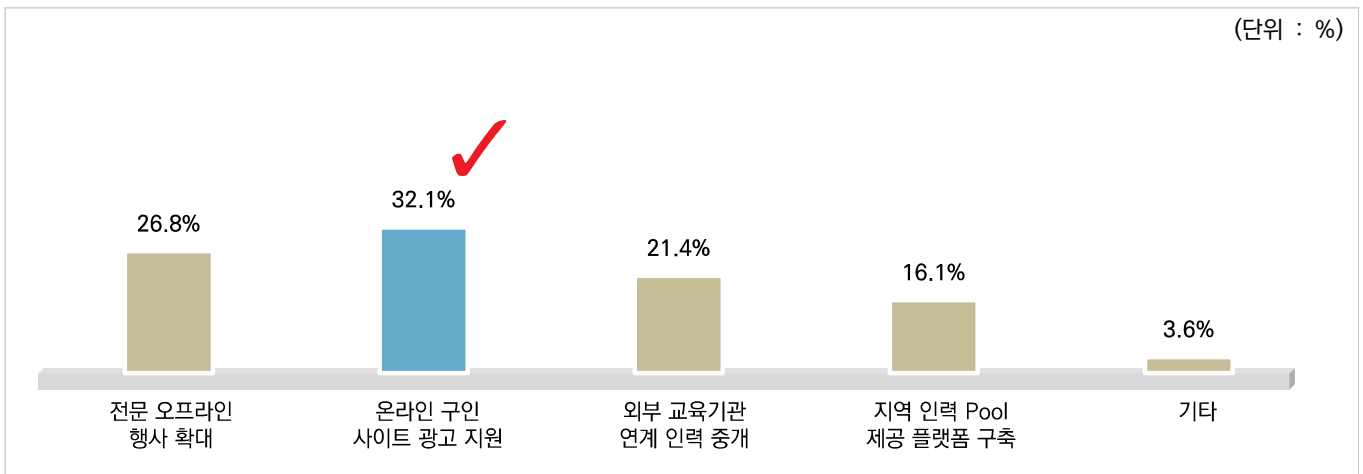
〈표 4-71〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ②

구 분	전체 (개)	말레이시아		캄보디아		라오스		미얀마	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56	16	28.6	12	21.4	8	14.3	2	3.6
업종	만화	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	30.0	4	20.0	0	0.0	0	0.0
	영화	4	25.0	2	50.0	0	0.0	0	0.0
	애니	4	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	5	20.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0
	광고	1	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	55.6	2	22.2	2	22.2	0	0.0
	솔루션	9	11.1	3	33.3	5	55.6	2	22.2
1인 미디어	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XR	56	16	28.6	12	21.4	8	14.3	2	3.6

6. 인력수급을 위한 필요 지원사업

- 인력수급을 위한 필요 지원사업 1순위로는 ‘온라인 구인 사이트 광고 지원’이 32.1%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘전문 오프라인 행사 확대(26.8%)’, ‘외부 교육기관 연계 인력 중개(21.4%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-51〉 인력수급을 위한 필요 지원사업



〈표 4-72〉 인력 수급을 위한 필요 지원사업

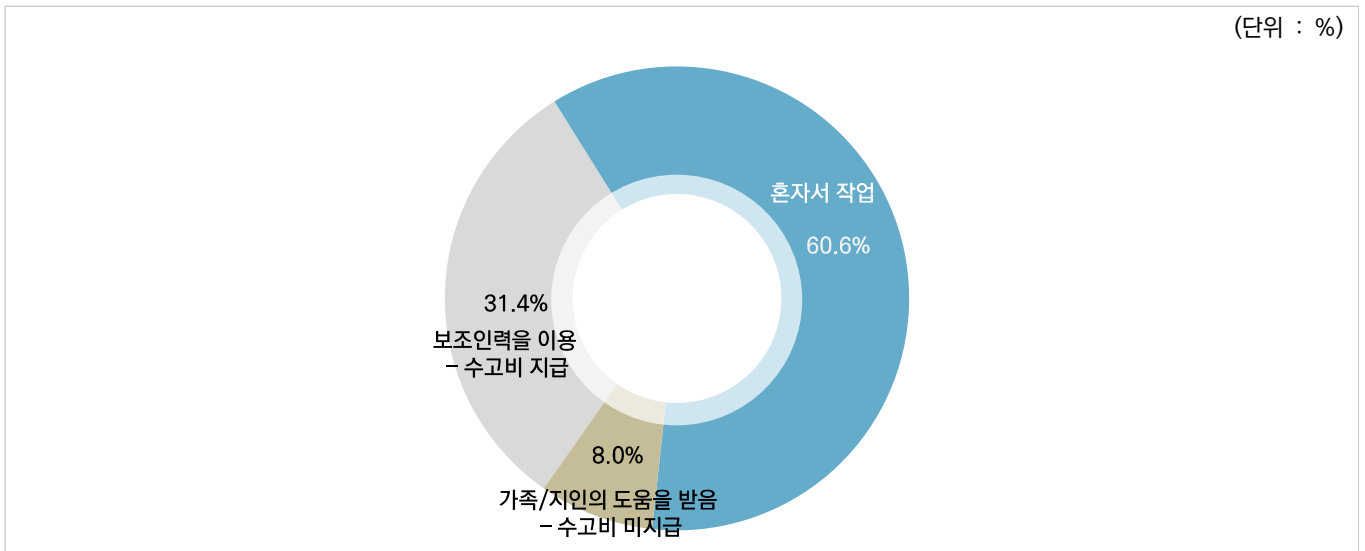
구 분	전체 (개)	전문 오프라인 행사 확대		온라인 구인 사이트 광고 지원		외부 교육기관 연계 인력 중개		지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축		기타	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56	15	26.8	18	32.1	12	21.4	9	16.1	2	3.6
업종	만화	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	35.0	8	40.0	3	15.0	1	5.0	1	5.0
	영화	4	25.0	0	0.0	2	50.0	1	25.0	0	0.0
	애니	4	50.0	1	25.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0
	방송	5	60.0	1	20.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0.0	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	0.0	5	55.6	3	33.3	1	11.1	0	0.0
솔루션	9	11.1	3	33.3	0	0.0	5	55.6	0	0.0	
1인 미디어	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	
XR	56	15	26.8	18	32.1	12	21.4	9	16.1	2	3.6

10 개인제작자

1. 보조인력 이용여부

- 개인제작자 대상으로 보조인력 이용여부를 파악한 결과, ‘혼자서 작업’이 60.6%로 ‘가족/지인 및 보조인력 이용(39.4%)’ 보다 비중이 높게 나타남
- ‘수고비를 지급하고 보조인력을 이용’이 31.4%, ‘수고비를 지급하지 않고 가족 및 지인의 도움을 받음’이 8.0%로 나타남

〈그림 4-52〉 보조인력 이용여부 - 개인제작자



〈표 4-73〉 보조인력 이용여부 - 개인제작자

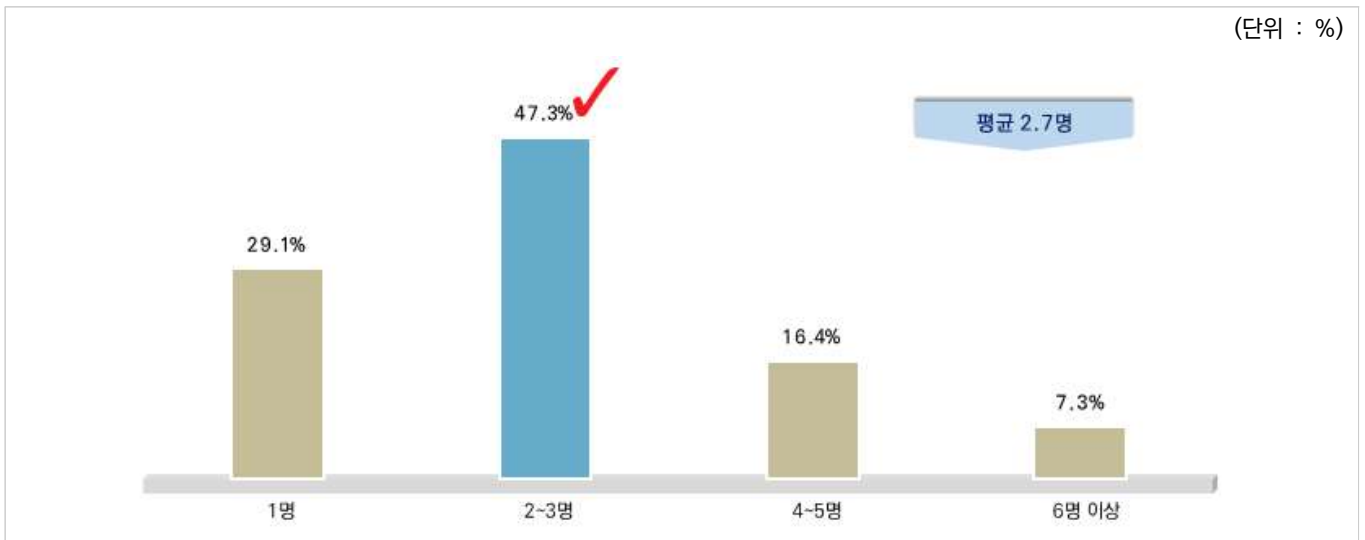
구 분	전체 (개)	혼자서 작업		가족/지인의 도움		보조인력 이용		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	175	106	60.6	14	8.0	55	31.4	
업종	출판	4	4	100.0	0	0.0	0	0.0
	만화	50	25	50.0	0	0.0	25	50.0
	음악	28	9	32.1	3	10.7	16	57.1
	영화	47	29	61.7	9	19.1	9	19.1
	애니메이션	2	2	100.0	0	0.0	0	0.0
1인 미디어	44	37	84.1	2	4.5	5	11.4	

※ 개인제작자 관련 문항은 조사 응답한 표본 중 개인에 해당하는 175명을 기준으로 분석함.
 이하 개인제작자 관련 문항의 전체 BASE는 175명으로 동일함

2. 보조인력 이용규모

- 보조인력을 이용하는 경우, 보조인력 이용규모는 ‘2~3명’이 47.3%로 가장 비중이 높고, 다음으로 ‘1명(29.1%)’, ‘4~5명(16.4%)’, ‘6명 이상(7.3%)’ 순으로 나타남
- 활용하는 보조인력은 평균 2.7명으로 조사됨

〈그림 4-53〉 보조인력 이용규모 - 개인제작자



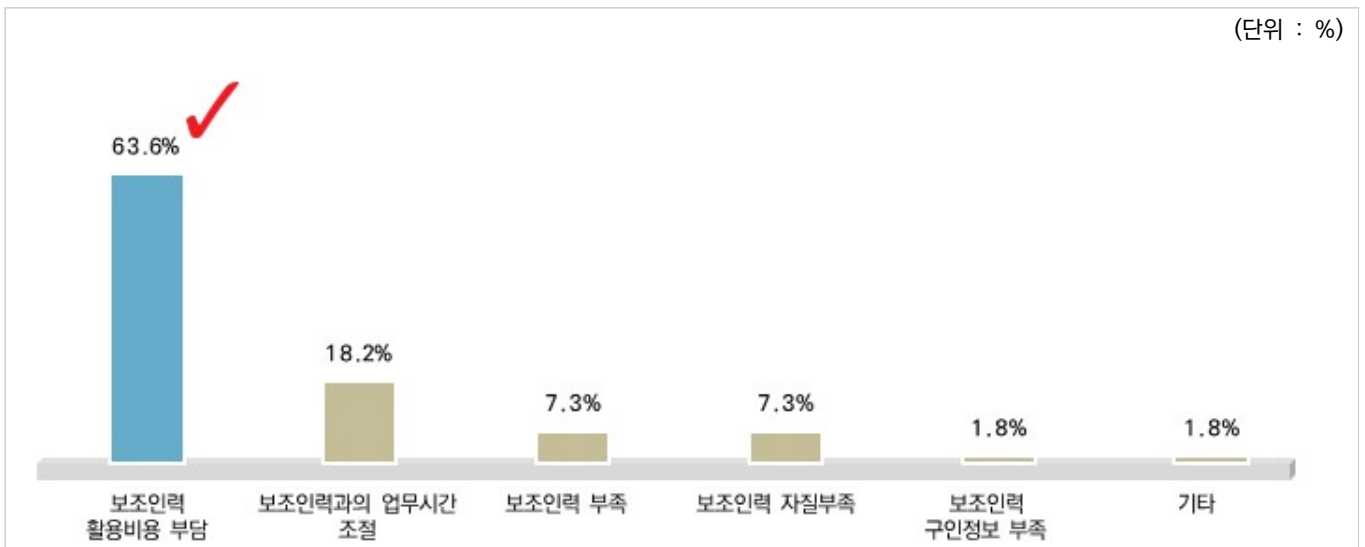
〈표 4-74〉 보조인력 이용규모 - 개인제작자

구 분	전체	1명		2~3명		4~6명		6명 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	55	16	29.1	26	47.3	9	16.4	4	7.3	
업종	만화	25	9	36.0	12	48.0	3	12.0	1	4.0
	음악	19	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
1인 미디어	5	3	60.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0	

3. 보조인력 활용 관련 애로사항

- 보조인력 활용 시 애로사항으로는 ‘보조인력 활용비용 부담’이 63.6%로 가장 비중이 높고, 이어 ‘보조인력과의 업무시간 조절(18.2%)’, ‘보조인력 부족(7.3%)’, ‘보조인력 자질부족(7.3%)’ 등의 순으로 높게 나타남

〈그림 4-54〉 보조인력 활용 관련 애로사항 - 개인제작자



〈표 4-75〉 보조인력 활용 관련 애로사항 - 개인제작자

구 분	전체	보조인력 활용비용 부담		보조인력과의 업무시간 조절		보조인력 부족		보조인력 자질부족		보조인력 구인정보 부족		기타		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	55	35	63.6	10	18.2	4	7.3	4	7.3	1	1.8	1	1.8	
업종	만화	25	18	72.0	2	8.0	3	12.0	2	8.0	0	0.0	0	0.0
	음악	19	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	1	11.1	2	22.2	0	0.0	0	0.0
1인 미디어	5	2	40.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0	1	20.0	1	20.0	

4. 연평균 소득

- 개인제작자 대상으로 월평균 소득을 파악한 결과, '2천만원 이상 3천만원 미만'이 21.7%로 가장 비중이 높았고, 이어 '5백만원 미만(18.3%)', '1천만원 이상 2천만원 미만(12.0%)' 순으로 나타남

〈그림 4-55〉 연평균 소득 - 개인제작자



〈표 4-76〉 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)	(%)
전 체	175	34	19.4	32	18.3	15	8.6	21	12.0	38	21.7
업종	출판	4	0.0	4	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	만화	50	8.0	5	10.0	2	4.0	7	14.0	11	22.0
	음악	28	17.9	7	25.0	2	7.1	1	3.6	11	39.3
	영화	47	29.8	9	19.1	9	19.1	6	12.8	3	6.4
	애니	2	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
1인 미디어	44	22.7	6	13.6	2	4.5	7	15.9	13	29.5	

〈표 4-77〉 연평균 소득 - 개인제작자 ②

구 분	전체	3천 ~ 4천만원 미만		4천 ~ 5천만원 미만		5천 ~ 1억원 미만		1억원 이상	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	175	8	4.6	9	5.1	5	2.9	13	7.4
업종	출판	4	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	만화	50	6.0	4	8.0	5	10.0	9	18.0
	음악	28	7.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	영화	47	2.1	2	4.3	0	0.0	3	6.4
	애니	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
1인 미디어	44	4.5	3	6.8	0	0.0	1	2.3	

제4장. 조사결과 분석

제3절

만화산업 조사결과



1 만화산업 결과요약

1. 결과요약

- 만화산업 사업체 수는 2021년 현재 57개로 전년대비 16.3% 상승한 것으로 나타남
 - 법인(플랫폼, 에이전시) 5개와 만화작가 52명으로 총 57개 조사됨
- 만화산업 총 종사자 수는 2021년 현재 118명으로 전년대비 42.2% 증가한 것으로 나타남
 - 이는 법인(플랫폼, 에이전시) 5개와 개인사업자(만화작가) 52개사에 소속된 종사자 수 합계이며, 부산·경남지역에서 만화가 200명이 활동 중인 것으로 파악됨(출처: 부산경남 만화가 연대)
- 만화산업 총 매출액은 2020년 81억원으로 전년대비 9.6% 상승한 것으로 나타남

〈표 4-78〉 만화산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구 분	2019년	2020년	2021년	전년대비 증감률(%)
사업체 수 (개)	53	49	57	16.3
종사자 수 (명)	87	83	118	42.2
매출액 (백만원)	7,434	8,149	-	9.6

- 만화산업은 플랫폼, 에이전시 등 법인사업체 5개(8.8%)와 만화작가 52명(91.2%)로 구성됨
- 만화산업 총 매출액의 67.5%는 법인사업체의 매출액으로 나타남

〈표 4-79〉 만화산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액

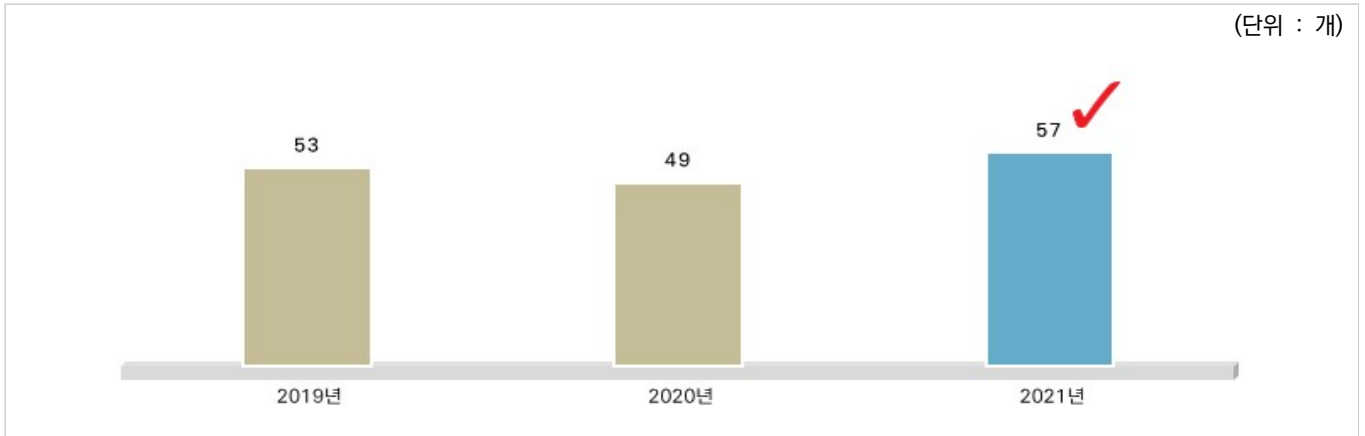
구 분	2021년 사업체 수		2021년 종사자 수		2020년 매출액		
	(개)	전체대비(%)	(명)	전체대비(%)	(백만원)	전체대비(%)	
만화산업	57	100.0	118	100.0	8,149	100.0	
유형	법인사업체	5	8.8	16	13.6	2,645	32.5
	만화작가	52	91.2	102	86.4	5,504	67.5

2 만화산업 일반현황

1. 사업체 수

○ 2021년 부산 만화산업 사업체는 57개로 전년대비 8개, 16.3% 상승한 것으로 나타남

〈그림 4-56〉 만화산업 연도별 사업체 수

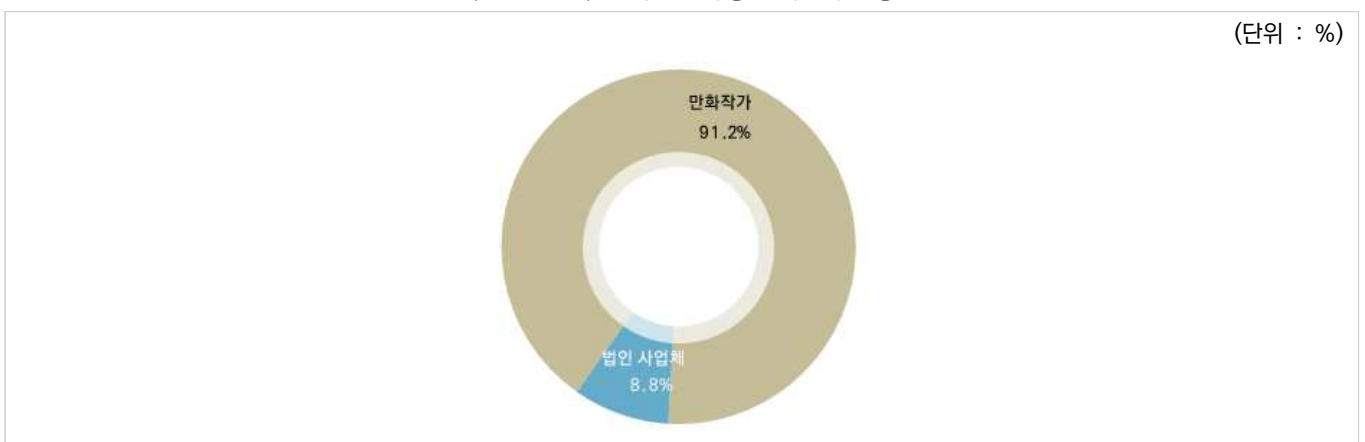


〈표 4-80〉 만화산업 연도별 사업체 수

구 분	2019년 (개)	2020년 (개)	2021년 (개)	전년대비 증감률 (%)
만화산업	53	49	57	16.3

○ 2021년 만화산업 사업체 57개 중 5개는 법인사업체, 만화작가는 52명으로 나타남

〈그림 4-57〉 만화산업 유형별 사업체 현황



〈표 4-81〉 만화산업 유형별 사업체 현황

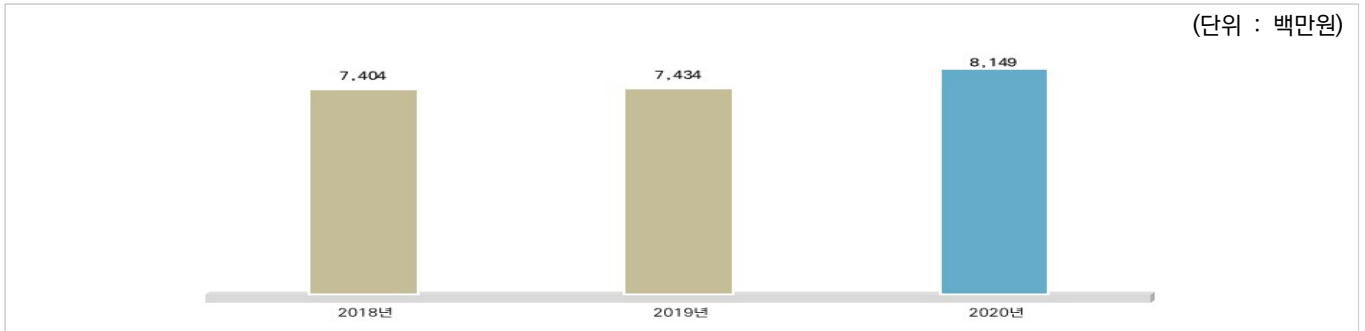
구 분	전체	법인사업체	만화작가
사업체 수 (개)	57	5	52
비중 (%)	100.0	8.8	91.2

3 만화산업 매출현황

1. 매출액

- 2020년 부산 만화산업 총 매출액은 81억 4천9백만 원으로 전년대비 9.6% 증가한 것으로 나타남

〈그림 4-58〉 만화산업 연도별 매출액



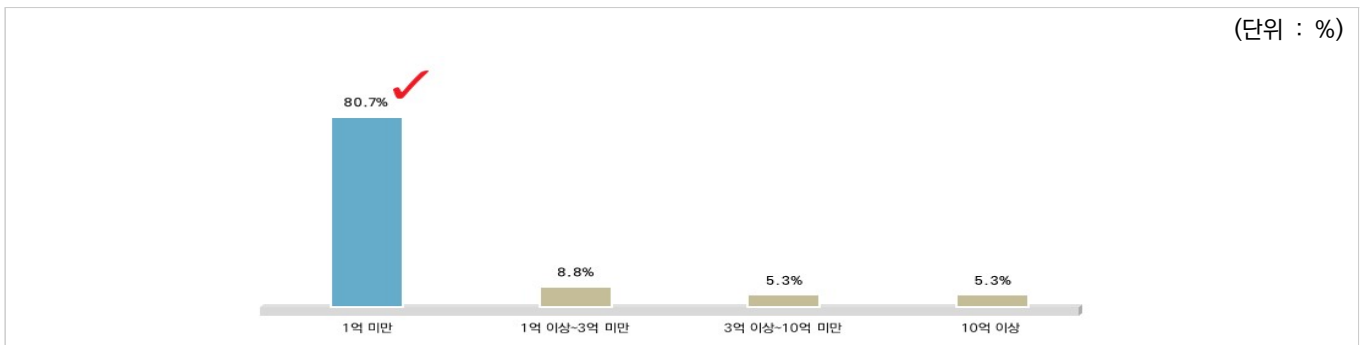
〈표 4-82〉 만화산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구 분	2018년	2019년	2020년	전년대비 증감률 (%)	유형별 비중 (%)	
	(백만원)	(백만원)	(백만원)			
만화산업	7,404	7,434	8,149	9.6	100.0	
유형	법인	2,259	2,972	2,645	-11.0	32.5
	작가	5,145	4,463	5,504	23.3	67.5

2. 매출 규모별 사업체 현황

- 2020년 매출이 '1억 미만'인 만화산업 사업체가 80.7%로 비중이 가장 높게 나타남

〈그림 4-59〉 만화산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황



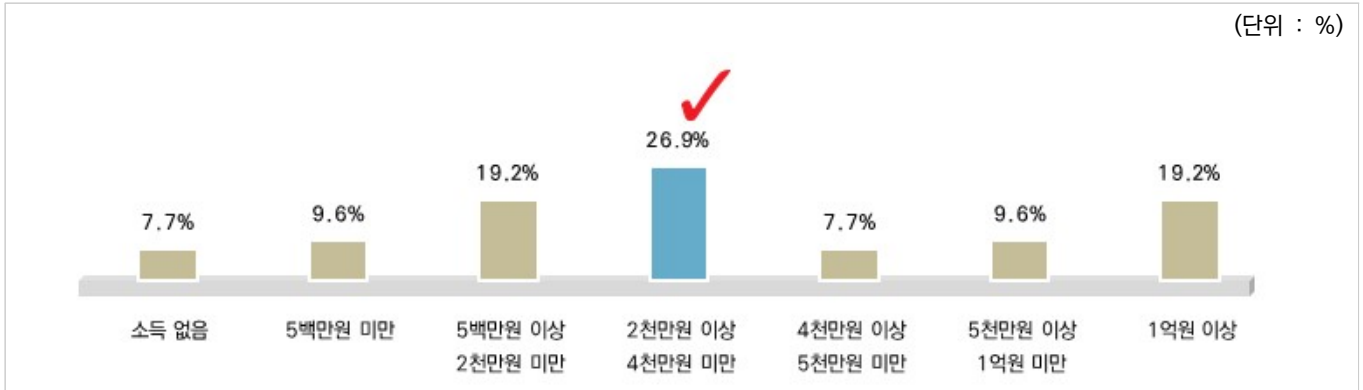
〈표 4-83〉 만화산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황

구 분	전체 (개)	1억 미만		1억 이상 3억 미만		3억 이상 10억 미만		10억 이상		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
만화산업	57	46	80.7	5	8.8	3	5.3	3	5.3	
유형	법인	5	3	60.0	0	0.0	1	20.0	1	20.0
	작가	52	43	82.7	5	9.6	2	3.8	2	3.8

3. 만화작가 연평균 소득

○ 만화작가 월평균 소득은 ‘2천만원 이상 4천만원 미만’이 26.9%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-60〉 만화작가 연평균 소득



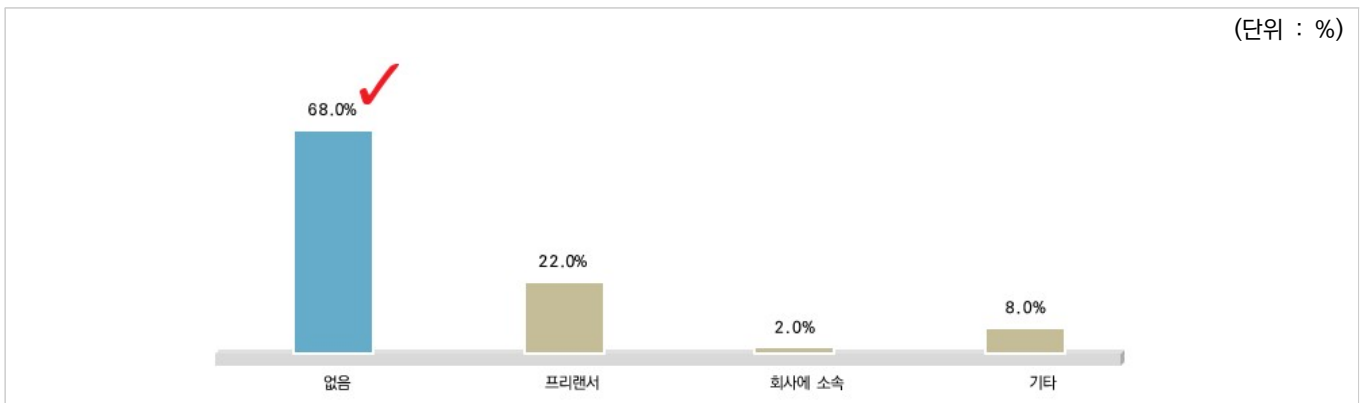
〈표 4-84〉 만화작가 연평균 소득

구 분	전체	소득 없음	5백만원 미만	5백만원 이상 2천만원 미만	2천만원 이상 4천만원 미만	4천만원 이상 5천만원 미만	5천만원 이상 1억원 미만	1억원 이상
작가 수 (명)	52	4	5	10	14	4	5	10
비중 (%)	100.0	7.7	9.6	19.2	26.9	7.7	9.6	19.2

4. 만화창작 외 주요 소득원

○ 만화창작 이 외의 주요 소득원으로는 ‘없음’이 68.0%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘프리랜서 활동(22.0%)’, ‘기타(8.0%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-61〉 만화창작 외 주요 소득원



〈표 4-85〉 만화창작 외 주요 소득원

구 분	전체	없음(창작에 전념)	프리랜서	회사에 소속	기타
작가 수 (명)	50	34	11	1	4
비중 (%)	100.0	68.0	22.0	2.0	8.0

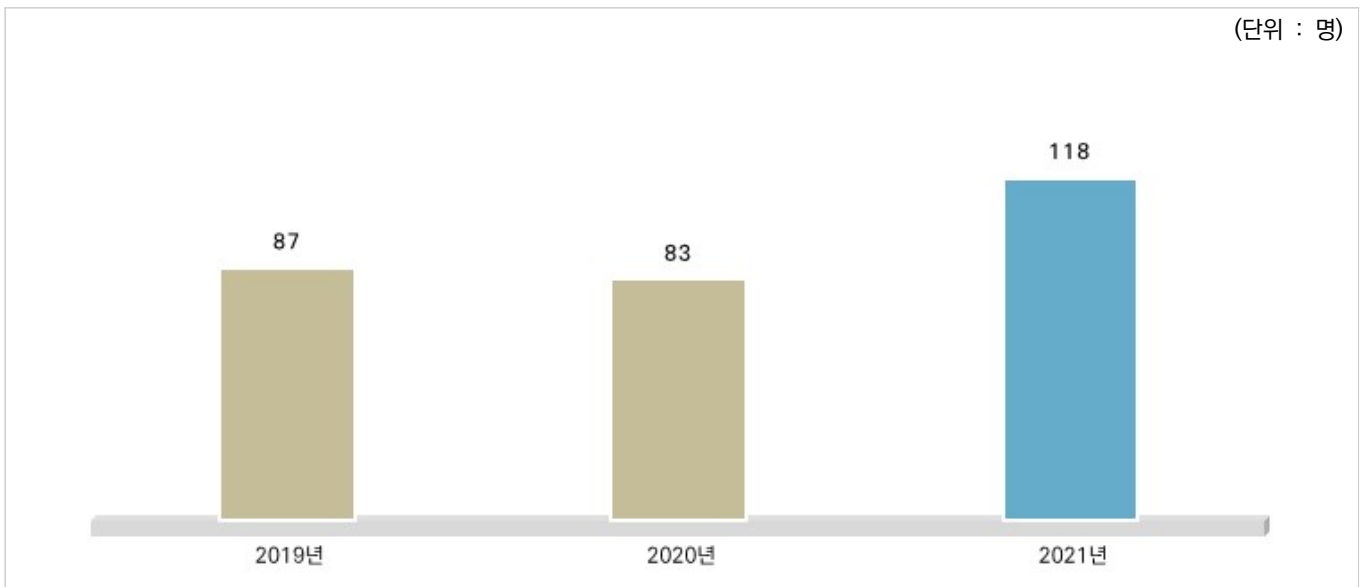
*무응답 제외 후 산출

4 만화산업 종사자현황

1. 종사자 수

- 2021년 부산 만화산업 총 종사자 수는 118명으로 전년대비 42.2% 상승한 것으로 나타남
 - 이는 법인(플랫폼, 에이전시) 16개와 개인사업자(만화작가) 102개사에 소속된 종사자 수 합계이며, 부산·경남지역에서 만화가는 약 200명이 활동 중인 것으로 파악됨(출처: 부산경남 만화가 연대)

〈그림 4-62〉 만화산업 연도별 종사자 수



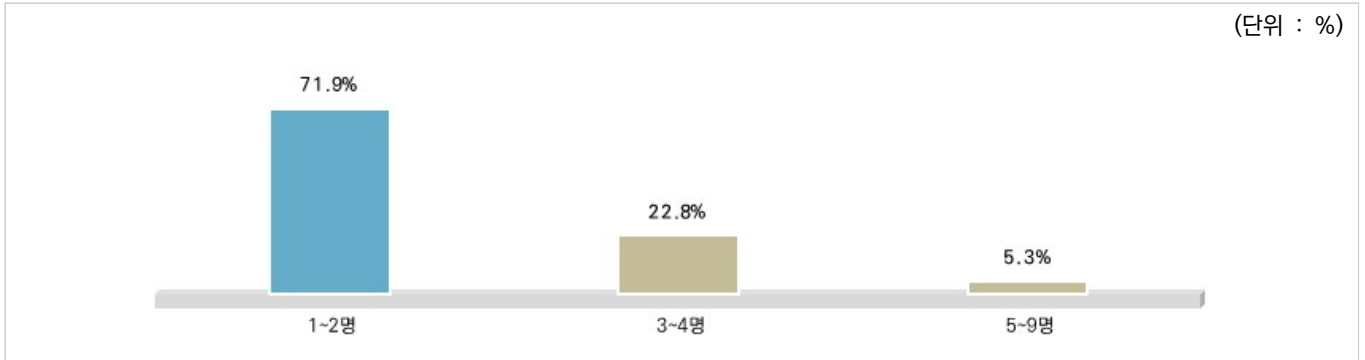
〈표 4-86〉 만화산업 열도별 종사자 수

구 분	2019년	2020년	2021년	전년대비 증감률	유형별 비중	
	(명)	(명)	(명)			(%)
만화산업	87	83	118	42.2	100.0	
유형	법인	12	15	16	6.7	13.6
	작가	75	68	102	50.0	86.4

2. 종사자 규모별 사업체 현황

○ 2021년 현재 종사자 ‘1~2명’인 사업체의 비중이 71.9%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-63〉 만화산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황



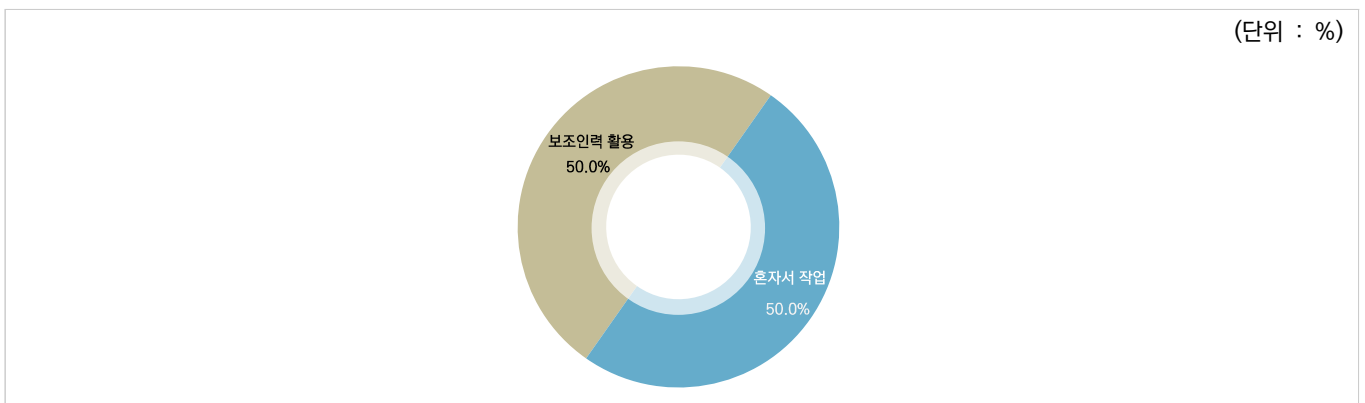
〈표 4-87〉 만화산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황

구 분		전체	1~2명		3~4명		5~9명	
		(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
만화산업		57	41	71.9	13	22.8	3	5.3
유형	법인	5	3	60.0	1	20.0	1	20.0
	작가	52	38	73.1	12	23.1	2	3.8

3. 만화작가 보조인력 활용여부

○ ‘혼자서 작업’하는 경우가 50.0%로 ‘보조인력을 활용(50.0%)’하는 경우와 비중이 같은 것으로 나타남

〈그림 4-64〉 만화작가 보조인력 활용여부



〈표 4-88〉 만화산업 보조인력 활용여부

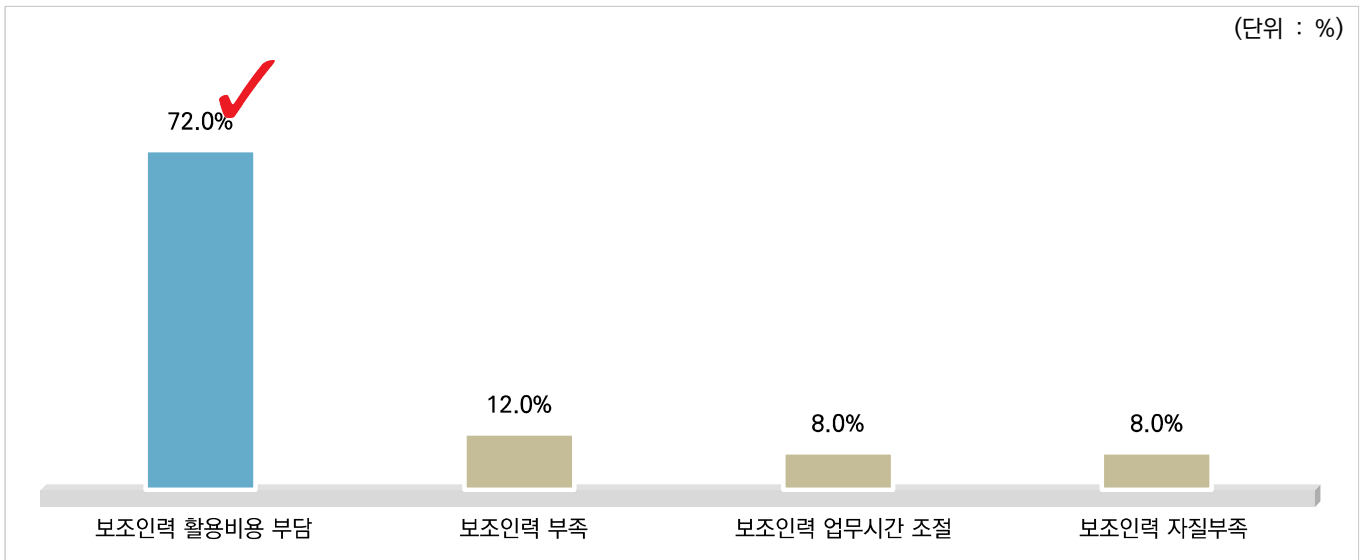
구 분	전체	혼자서 작업	보조인력 활용
작가 수 (명)	50	25	25
비중 (%)	100.0	50.0	50.0

*무응답 제외 후 산출

4. 만화작가 보조인력 활용 관련 애로사항

- 보조인력 활용 관련 애로사항은 ‘보조인력 활용비용 부담’이 72.0%으로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-65〉 만화작가 보조인력 활용 관련 애로사항



〈표 4-89〉 만화산업 보조인력 활용 관련 애로사항

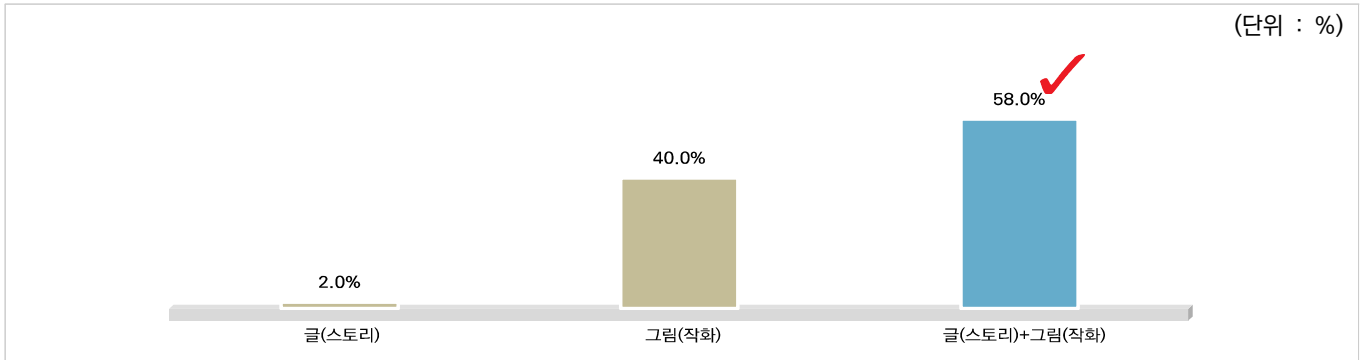
구 분	전체	보조인력 활용비용 부담	보조인력 부족	보조인력 업무시간 조절	보조인력 자질부족
작가 수 (명)	25	18	3	2	2
비중 (%)	100.0	72.0	12.0	8.0	8.0

5 만화산업 창작활동

1. 창작분야

- 주력 창작활동 분야로는 '글+스토리'가 58.0%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-66〉 만화작가 주력 창작분야



〈표 4-90〉 만화작가 주력 창작분야

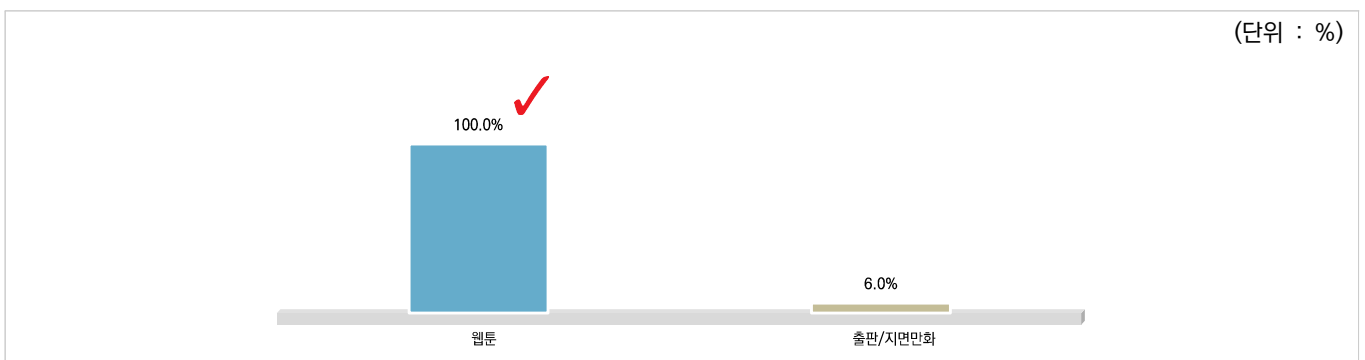
구 분	전체	글(스토리)	그림(작화)	글(스토리)+그림(작화)
작가 수 (명)	50	1	20	29
비중 (%)	100.0	2.0	40.0	58.0

*무응답 제외 후 산출

2. 활동분야

- 주요 활동분야는 '웹툰'이 100.0%로 나타났음(중복응답)

〈그림 4-67〉 만화작가 주요 활동분야



〈표 4-91〉 만화작가 주요 활동분야

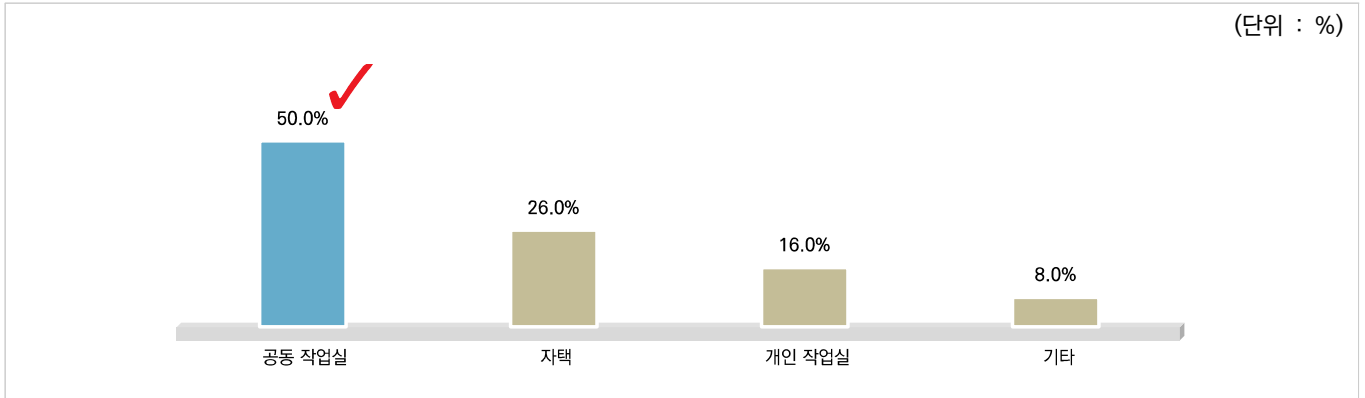
구 분	전체	웹툰	출판/지면만화
작가 수 (명)	50	50	3
비중 (%)	100.0	100.0	6.0

*무응답 제외 후 산출

3. 창작공간

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

〈그림 4-68〉 만화작가 창작공간



〈표 4-92〉 만화작가 창작공간

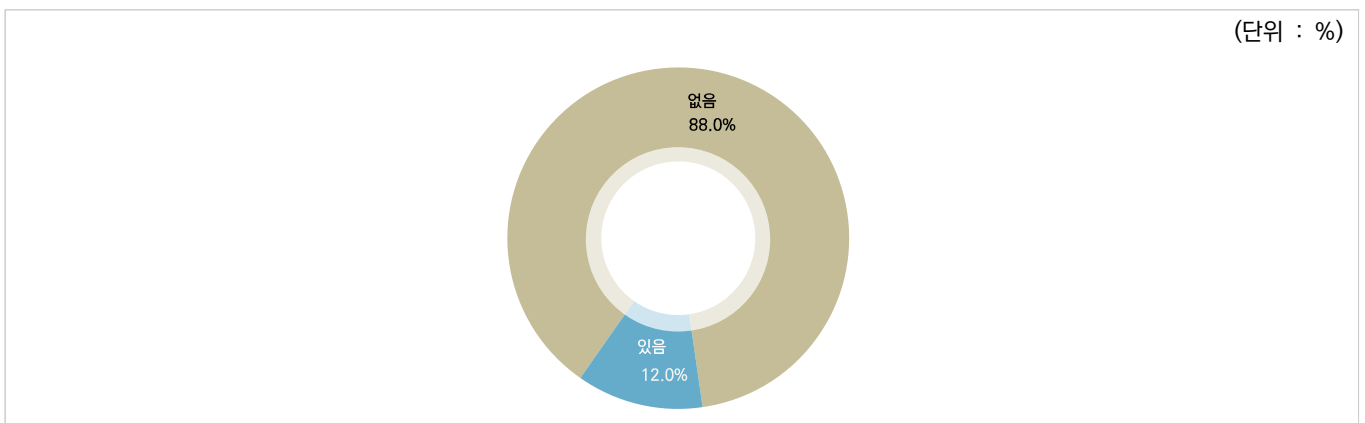
구 분	전체	공동 작업실	자택	개인 작업실	기타
작가 수 (명)	50	25	13	8	4
비중 (%)	100.0	50.0	26.0	16.0	8.0

*무응답 제외 후 산출

4. 부산/경남지역 거주로 인한 불편

- 부산/경남지역 거주로 인한 불편함을 느낀 경우는 12.0%였으며, 주요 불편이유로는 ‘웹툰 관련 주요 회사가 서울에 있고 플랫폼과의 활발한 소통, 피디와 만남 불편’ 등이 있음

〈그림 4-69〉 만화작가 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부



〈표 4-93〉 만화작가 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부

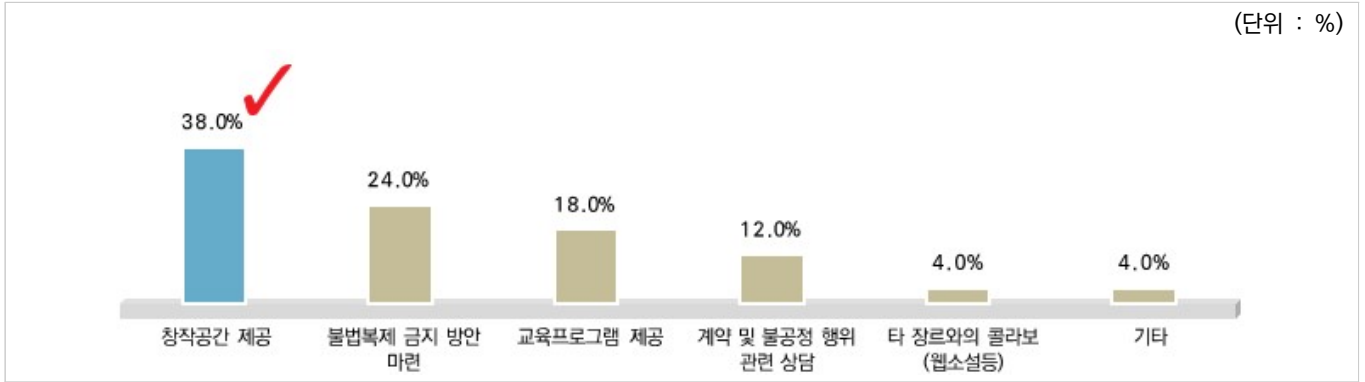
구 분	전체	없음	있음
작가 수 (명)	50	44	6
비중 (%)	100.0	88.0	12.0

*무응답 제외 후 산출

5. 지역거주 만화작가 지원사업

- 지역거주 만화작가를 위해 가장 필요한 지원사업으로는 ‘창작공간 제공’이 38.0%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-70〉 지역거주 만화작가 지원사업



〈표 4-94〉 지역거주 만화작가 지원사업

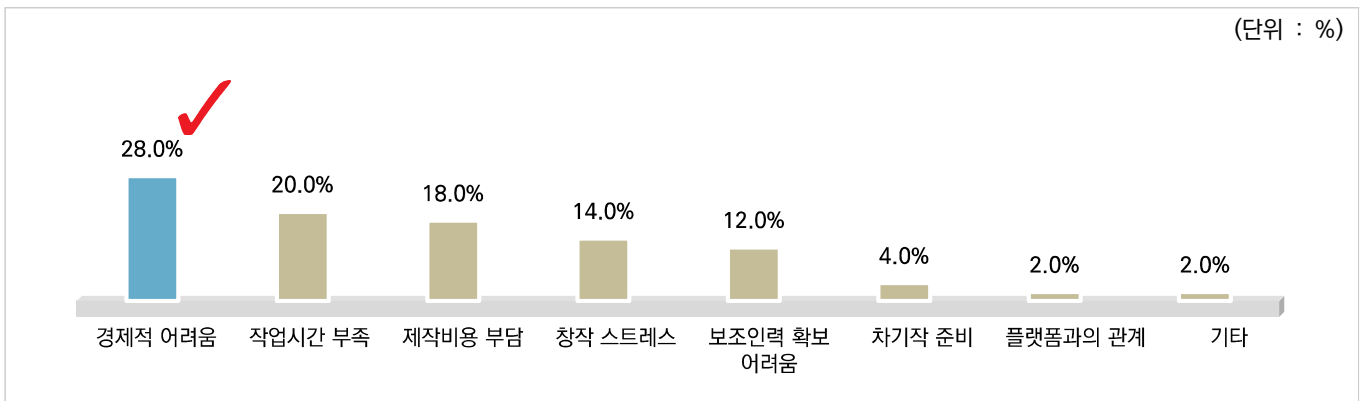
구분	전체	창작공간 제공	불법복제 금지 방안 마련	교육프로그램 제공	계약 및 불공정 행위 관련 상담	타 장르와의 콜라보 (웹소설 등)	기타
작가 수 (명)	50	19	12	9	6	2	2
비중 (%)	100.0	38.0	24.0	18.0	12.0	4.0	4.0

*무응답 제외 후 산출

6. 만화창작 관련 애로사항

- 만화창작 관련 애로사항으로는 ‘경제적 어려움’이 28.0%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-71〉 만화창작 관련 애로사항



〈표 4-95〉 만화창작 관련 애로사항

구분	전체	경제적 어려움	작업시간 부족	제작비용 부담	창작 스트레스	보조인력 확보 어려움	차기작 준비	플랫폼과의 관계	기타
작가 수 (명)	50	14	10	9	7	6	2	1	1
비중 (%)	100.0	28.0	20.0	18.0	14.0	12.0	4.0	2.0	2.0

*무응답 제외 후 산출

제4절

게임산업
조사결과



1 게임산업 결과요약

1. 결과요약

- 게임산업 사업체 수는 2021년 현재 131개로 전년대비 3.1% 증가한 것으로 나타남
- 게임산업 총 종사자 수는 2021년 현재 1,453명으로 전년대비 9.2% 증가한 것으로 나타남
- 게임산업 총 매출액은 2020년 1,429억원으로 전년대비 7.0% 증가한 것으로 나타남

〈표 4-96〉 게임산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구 분	2019년	2020년	2021년	전년대비 증감률(%)
사업체 수 (개)	123	127	131	3.1
종사자 수 (명)	1,272	1,330	1,453	9.2
매출액 (백만원)	133,523	142,884	-	7.0

- 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’, ‘XR게임’ 순으로 비중이 높게 나타남

〈표 4-97〉 게임산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구 분	2021년 사업체 수		2021년 종사자 수		2020년 매출액		
	(개)	전체대비(%)	(명)	전체대비(%)	(백만원)	전체대비(%)	
게임산업	131	100.0	1,355	100.0	142,884	100.0	
주요 분야	온라인/PC게임	17	13.0	543	40.1	71,511	50.0
	모바일 게임	45	34.4	658	48.6	62,602	43.8
	비디오/콘솔 게임	6	4.6	39	2.9	954	0.7
	아케이드 게임	1	0.8	22	1.6	700	0.5
	XR 게임	6	4.6	22	1.6	1,819	1.3

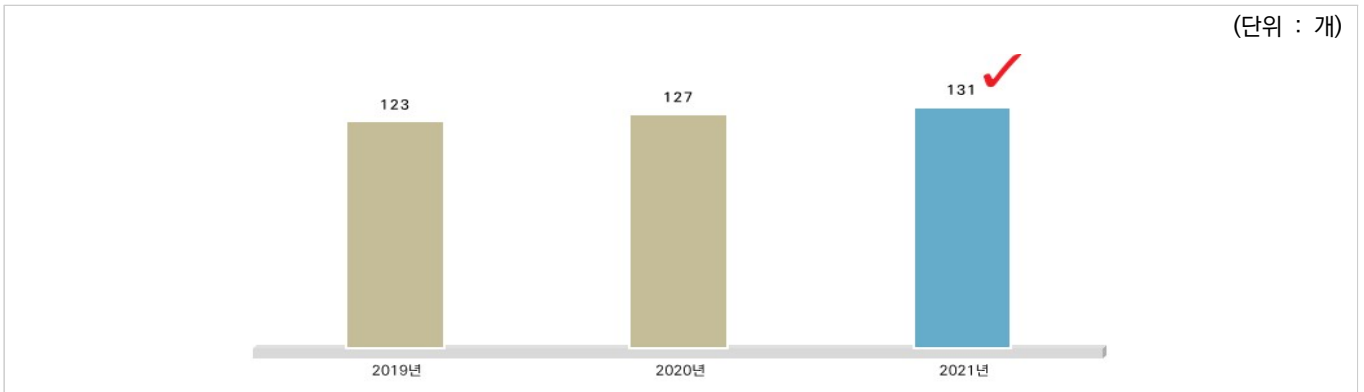
※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

2 게임산업 일반현황

1. 사업체 수

- 2021년 부산 게임산업 사업체는 131개로 전년대비 4개, 3.1% 증가한 것으로 나타남

〈그림 4-72〉 게임산업 연도별 사업체 수

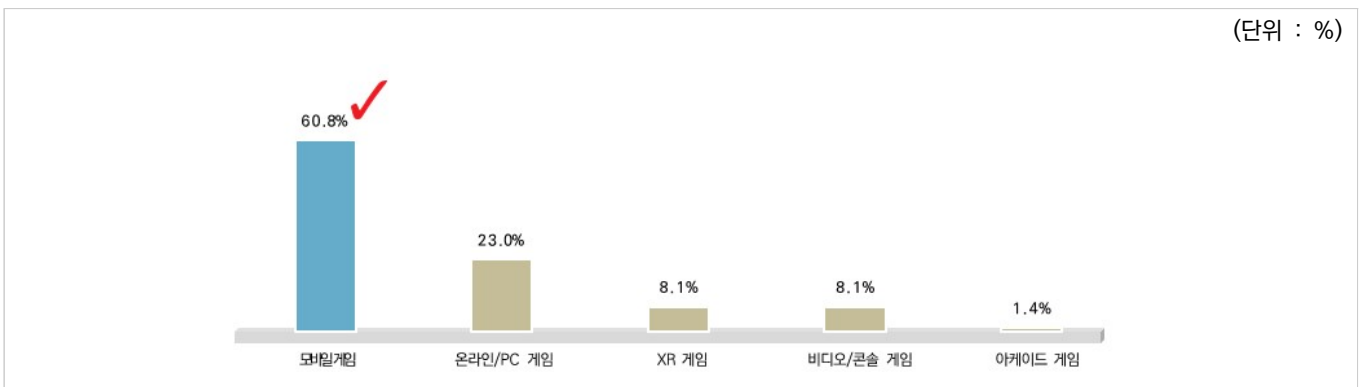


〈표 4-98〉 게임산업 연도별 사업체 수

구 분	2019년 (개)	2020년 (개)	2021년 (개)	전년대비 증감률 (%)
게임산업	123	127	131	3.1

- 주요 분야별로는 ‘모바일 게임’이 45개(60.8%)로 가장 많고, 그 다음으로 ‘온라인/PC 게임(17개, 23.0%)’, ‘비디오/콘솔 게임’, ‘XR 게임’ 각각 6개, 8.1% 순으로 나타남

〈그림 4-73〉 게임산업 분야별 사업체 현황



〈표 4-99〉 게임산업 분야별 사업체 현황

구 분	전체	모바일 게임	온라인/PC 게임	XR 게임	비디오/콘솔 게임	아케이드 게임
사업체 수 (개)	74	45	17	6	6	1
비중 (%)	100.0	60.8	23.0	8.1	8.1	1.4

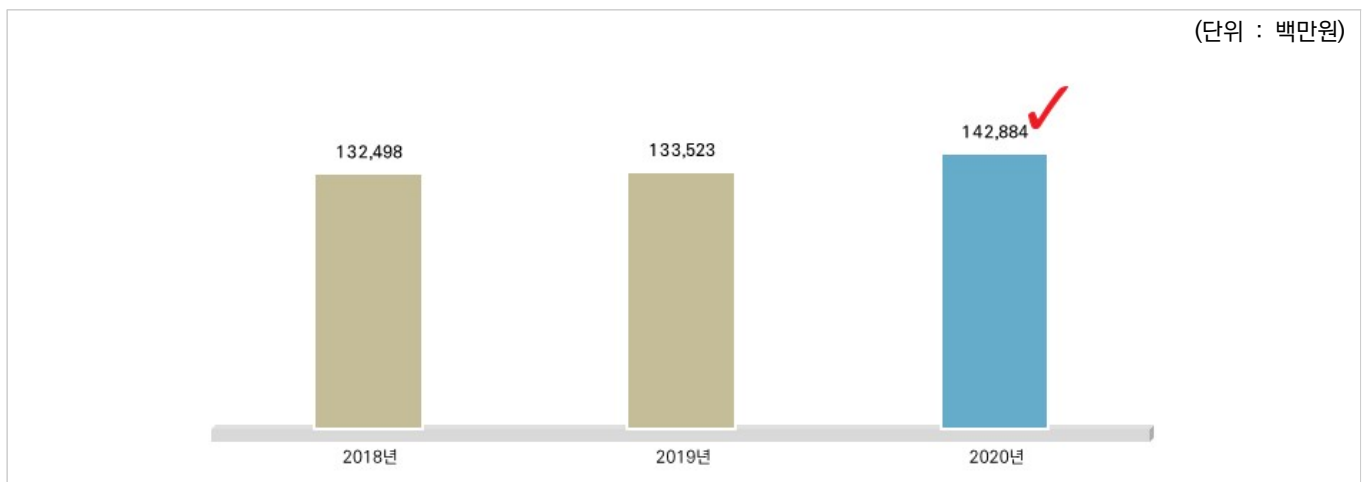
※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

3 게임산업 매출현황

1. 매출액

- 2020년 부산 게임산업 총 매출액은 1,429억 원으로 전년대비 7.0% 증가한 것으로 나타남
 - 주요 분야별로는 '모바일게임(50.0%)', '온라인/pc게임(43.8%)', 'XR게임(1.3%)' 순으로 전체 대비 비중이 높게 나타남

〈그림 4-74〉 게임산업 연도별 매출액



〈표 4-100〉 게임산업 연도별 매출액

구 분	2018년 (백만원)	2019년 (백만원)	2020년 (백만원)	전년대비 증감률 (%)
게임산업	132,498	133,523	142,884	7.0

〈표 4-101〉 게임산업 분야별 매출액

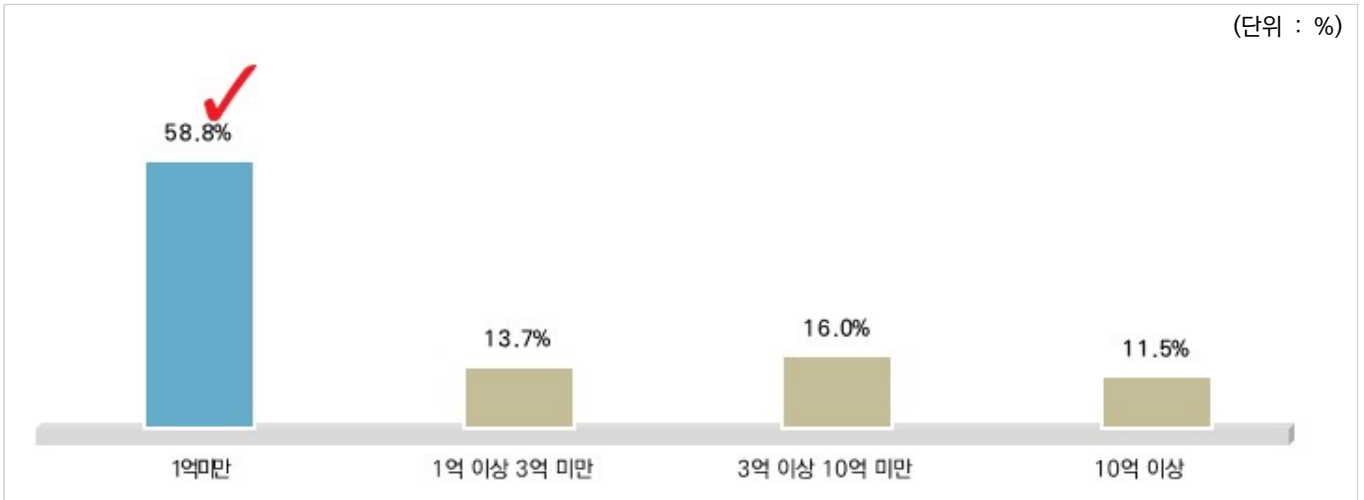
구 분	전체	온라인/PC 게임	모바일 게임	비디오/콘솔 게임	아케이드 게임	XR 게임
매출액 (백만원)	142.884	71,511	62,602	954	700	1,819
비중 (%)	100.0	50.0	43.8	0.7	0.5	1.3

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

2. 매출 규모별 사업체 현황

○ 2020년 매출이 ‘1억원 미만’인 게임산업 사업체가 58.8%로 비중이 가장 높게 나타남

〈그림 4-75〉 게임산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황



〈표 4-102〉 게임산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황

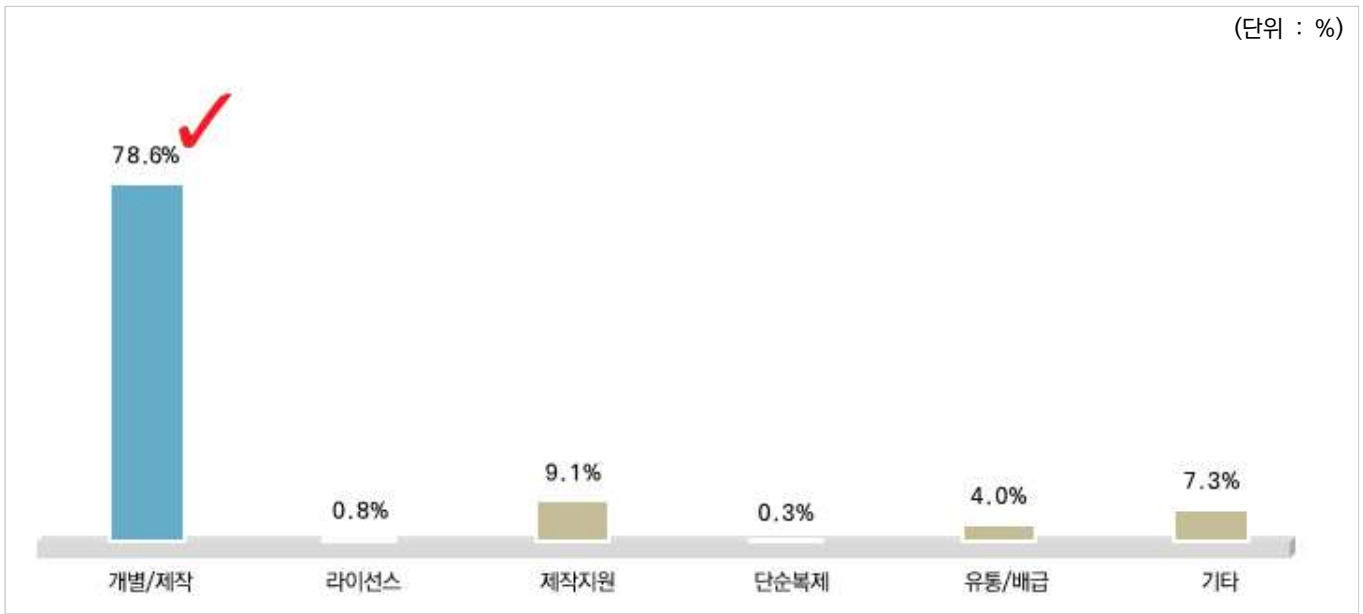
구 분	전체	1억 미만		1억 이상 3억 미만		3억 이상 10억 미만		10억 이상		
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
게임산업	131	77	58.8	18	13.7	21	16.0	15	11.5	
주요 분야	온라인	17	7	41.2	1	5.9	6	35.3	3	17.6
	모바일	45	15	33.3	8	17.8	12	26.7	10	22.2
	비디오	6	2	33.3	3	50.0	1	16.7	0	0.0
	아케이드	1	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0
	XR	6	4	66.7	1	16.7	0	0.0	1	16.7

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

3. 유형별 매출 비중

- 유형별 매출 비중은 '개발/제작'이 78.6%로 다른 유형에 비해 비중이 매우 높게 나타남

〈그림 4-76〉 게임산업 유형별 매출 비중



〈표 4-103〉 게임산업 유형별 매출 비중

구 분	전체	개발/제작	라이선스	제작지원	단순복제	유통/배급	기타	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(개)	(%)	
게임산업	131	78.6	0.8	9.1	0.3	4.0	7.3	
주요 분야	온라인	17	76.6	1.4	15.1	0.0	4.7	2.2
	모바일	45	81.8	0.0	12.4	0.0	4.1	1.8
	비디오	6	72.7	2.2	17.8	0.0	4.9	2.4
	아케이드	1	93.3	0.0	5.0	0.0	1.7	0.0
	XR	6	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

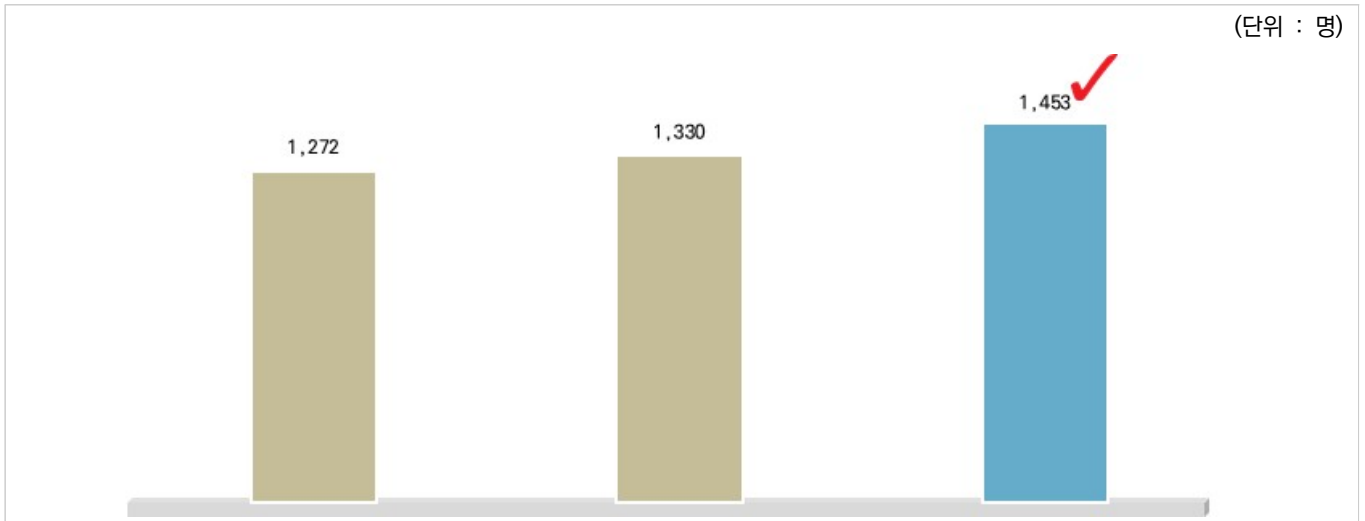
※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

4 게임산업 종사자현황

1. 종사자 수

- 2021년 부산 게임산업 총 종사자 수는 1,453명으로 전년대비 9.2% 증가한 것으로 나타남
- 주요 분야별로는 ‘모바일 게임(51.3%)’, ‘온라인/pc 게임(42.3%)’, ‘비디오/콘솔 게임(3.0%)’ 순으로 전체 대비 비중이 높게 나타남

〈그림 4-77〉 게임산업 연도별 종사자 수



〈표 4-104〉 게임산업 연도별 종사자 수

구 분	2019년 (명)	2020년 (명)	2021년 (명)	전년대비 증감률 (%)
게임산업	1,272	1,330	1,453	9.2

〈표 4-105〉 게임산업 분야별 종사자 수

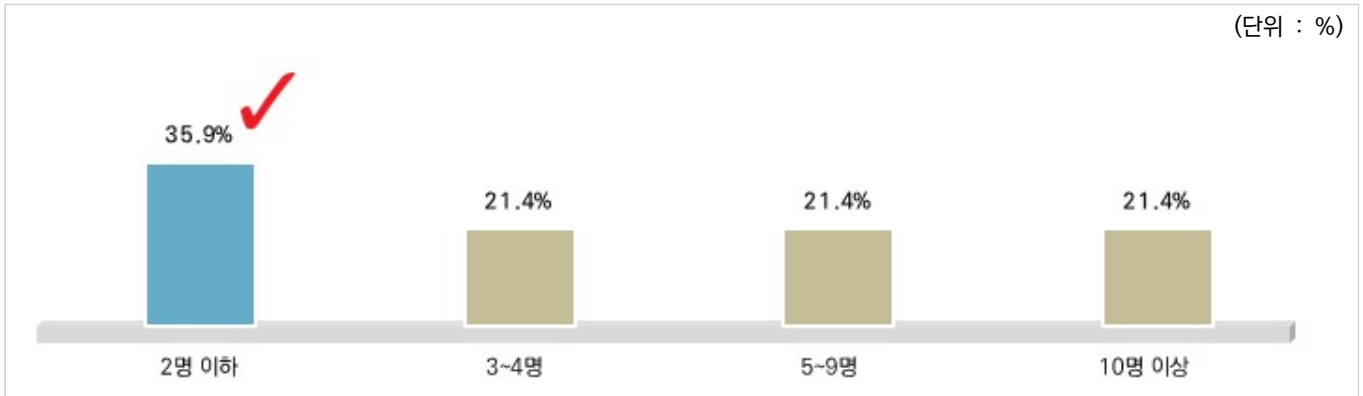
구 분	전체	모바일 게임	온라인/PC 게임	비디오/콘솔 게임	아케이드 게임	XR 게임
종사자 수 (명)	1,284	659	543	39	22	22
비중 (%)	100.0	51.3	42.3	3.0	1.7	1.7

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

2. 종사자 규모별 사업체 현황

- 2021년 현재 종사자 '2명 이하'인 게임사업체의 비중이 35.9%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-78〉 게임산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황



〈표 4-106〉 게임산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황

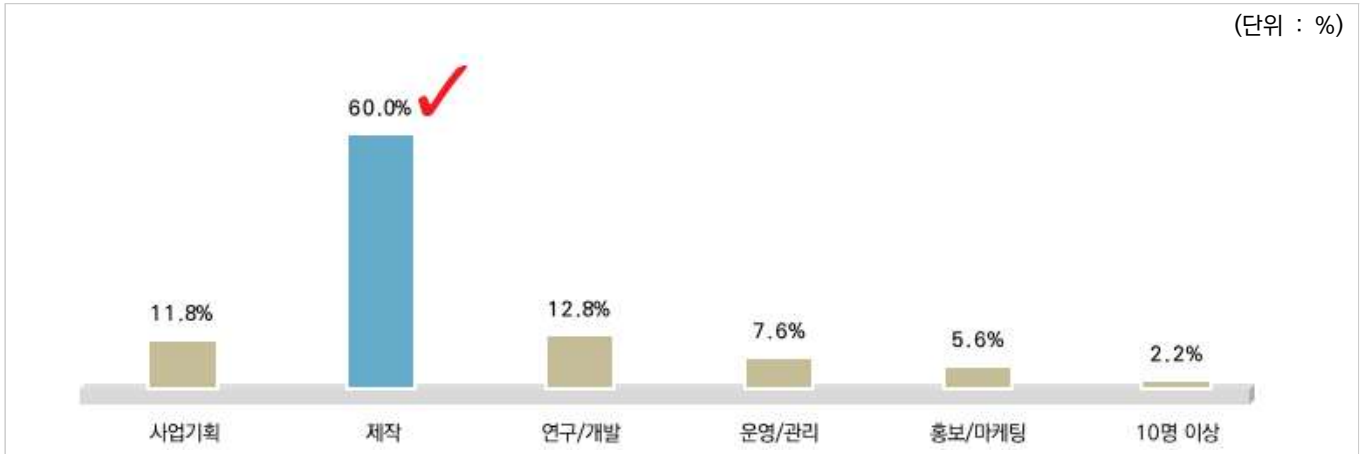
구 분	전체 (개)	2명 이하		3~4명		5~9명		10명 이상	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
게임산업	131	47	35.9	28	21.4	28	21.4	28	21.4
주요 분야	온라인	17	6.8	1	1.4	3	4.1	8	10.8
	모바일	45	12.2	8	10.8	13	17.6	15	20.3
	비디오	6	2.7	1	1.4	1	1.4	2	2.7
	아케이드	1	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.4
	XR	6	2.7	1	1.4	3	4.1	0	0.0

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

3. 직무별 종사자 비중

- 직무별 종사자 비중은 '제작'이 60.0%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 '연구/개발(12.8%)', '사업기획(11.8%)' 순으로 나타남

〈그림 4-79〉 게임산업 직무별 종사자 비중



〈표 4-107〉 게임산업 직무별 종사자 비중

구 분		전체	사업기획	제작	연구/개발	운영/관리	홍보/마케팅	기타
		(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업		131	11.8	60.0	12.8	7.6	5.6	2.2
주요 분야	온라인	17	12.9	63.0	15.3	5.3	3.2	0.3
	모바일	45	12.0	56.2	12.2	8.7	7.5	3.4
	비디오	6	12.3	63.0	15.8	6.5	1.5	.8
	아케이드	1	10.0	70.0	10.0	5.0	5.0	0.0
	XR	6	6.7	71.7	7.5	8.3	5.0	.8

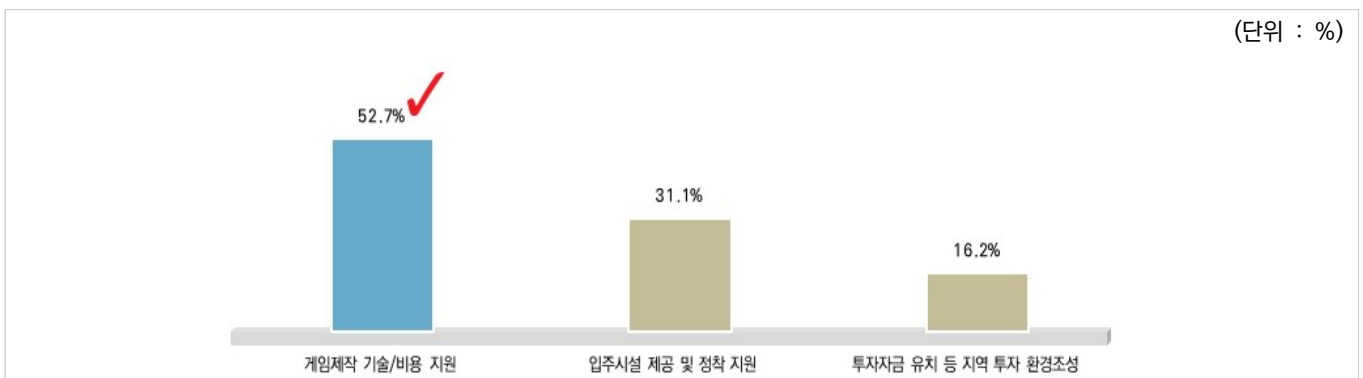
※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

5 게임산업 환경

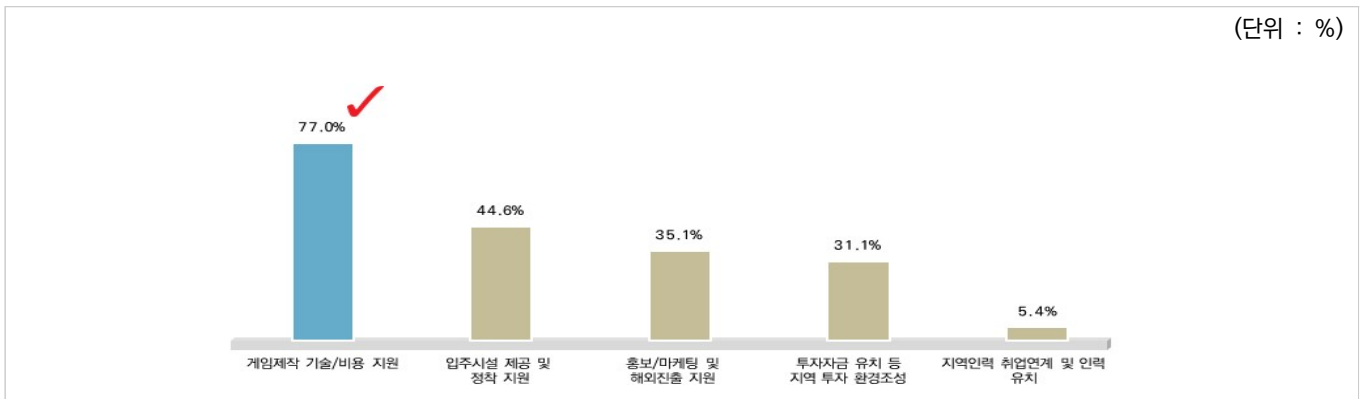
1. 부산지역 게임사업체 필요 지원사업

- 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 1순위는 ‘게임제작 기술/비용 지원’이 52.7%로 가장 높음
- 필요 지원사업 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우 또한 ‘게임제작 기술/비용 지원(77.0%, 91.9%)’이 가장 높게 나타남

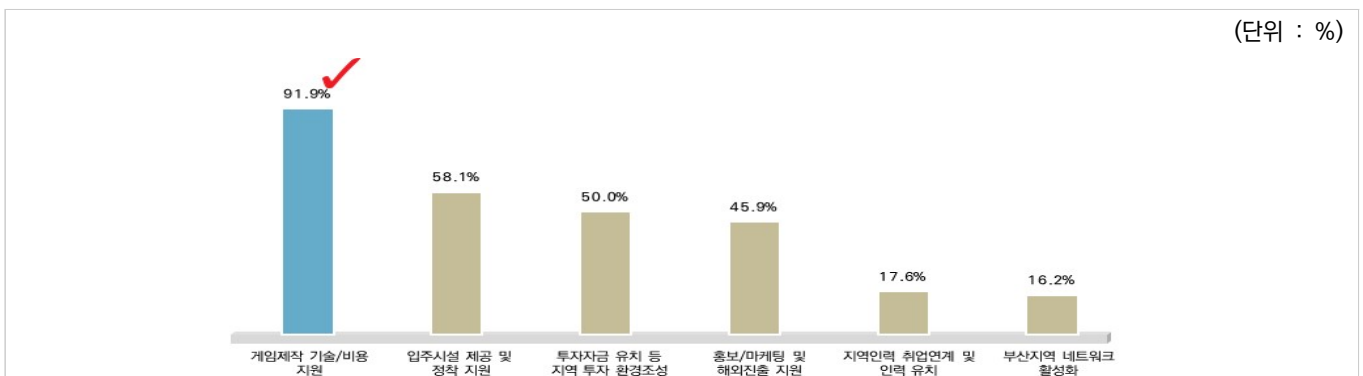
〈그림 4-80〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1순위



〈그림 4-81〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2순위



〈그림 4-82〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2+3순위



〈표 4-108〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1순위

구 분	전체	게임제작 기술/비용 지원	입주시설 제공 및 정착지원	지역 투자 환경 조성 (투자자금 유치 등)	
	(개)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	74	52.7	31.1	16.2	
주요 분야	온라인	17	52.9	23.5	23.5
	모바일	45	48.9	37.8	13.3
	비디오	6	66.7	16.7	16.7
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0
	XR	6	66.7	16.7	16.7

〈표 4-109〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2순위

구 분	전체	게임제작 기술/비용 지원	입주시설 제공 및 정착지원	홍보/마케팅 및 해외진출 지원	지역 투자 환경 조성 (투자자금 유치 등)	지역인력 취업연계 및 인력 유치	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	74	77.0	44.6	35.1	31.1	5.4	
주요 분야	온라인	17	76.5	47.1	47.1	29.4	0.0
	모바일	45	73.3	46.7	35.6	28.9	4.4
	비디오	6	100.0	33.3	16.7	50.0	0.0
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	XR	6	83.3	50.0	16.7	16.7	33.3

〈표 4-110〉 부산지역 게임사업체 필요 지원사업 - 1+2+3순위

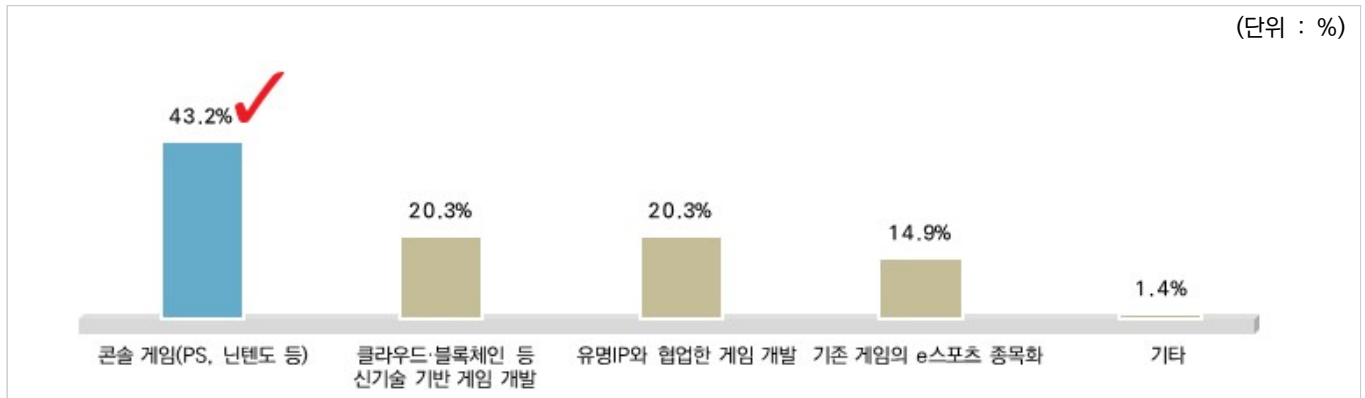
구 분	전체	게임제작 기술/비용 지원	입주시설 제공 및 정착지원	지역 투자 환경 조성 (투자자금 유치 등)	홍보/마케팅 및 해외진출 지원	지역인력 취업연계 및 인력 유치	부산지역 네트워크 활성화	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	74	91.9	58.1	50.0	45.9	17.6	16.2	
주요 분야	온라인	17	100.0	52.9	58.8	52.9	17.6	17.6
	모바일	45	88.9	57.8	44.4	51.1	15.6	15.6
	비디오	6	100.0	50.0	83.3	16.7	16.7	16.7
	아케이드	1	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	83.3	83.3	33.3	16.7	33.3	16.7

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

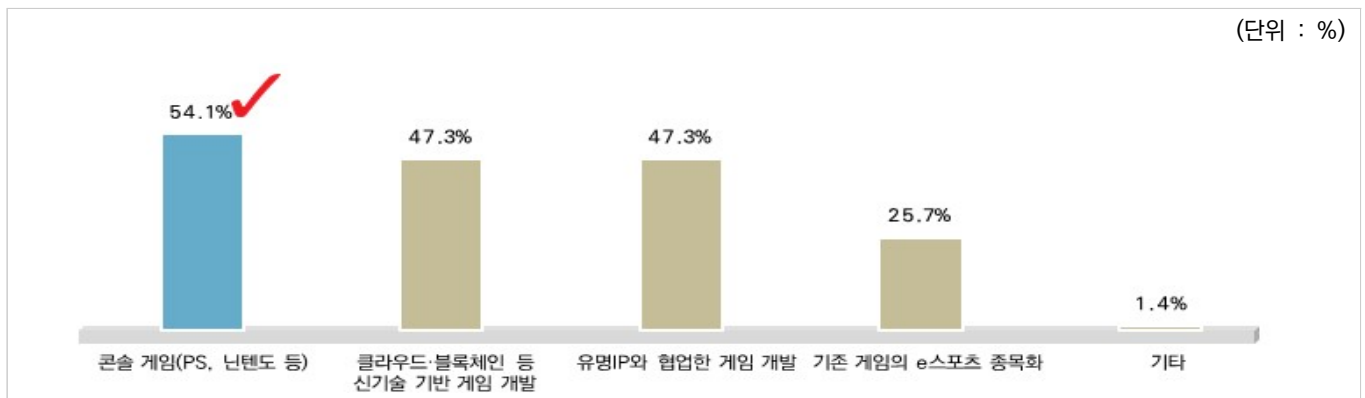
2. 도전하고자 하는 분야

- 도전하고자 하는 게임 분야 1순위는 ‘콘솔 게임’이 43.2%로 가장 비중이 높게 나타남
- 도전하고자 하는 게임 분야 1+2순위를 통합한 경우에는 ‘콘솔 게임(54.1%), 1+2+3순위를 통합한 경우에는 ‘유명IP와 협업한 게임 개발(64.9%)’이 가장 비중이 높게 나타남

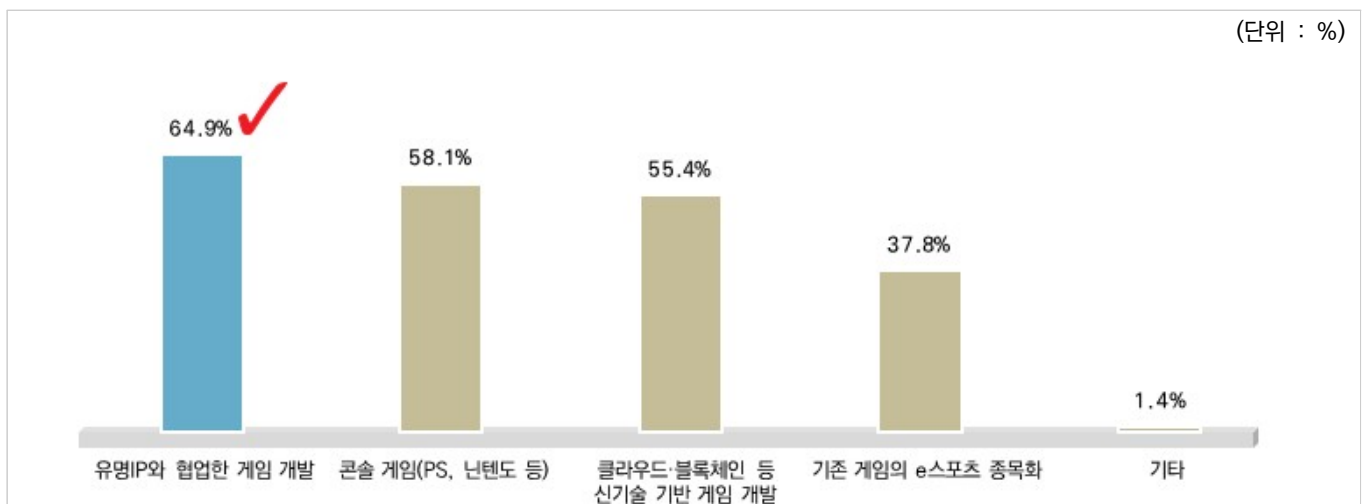
〈그림 4-83〉 도전하고자 하는 분야 - 1순위



〈그림 4-84〉 도전하고자 하는 분야 - 1+2순위



〈그림 4-85〉 도전하고자 하는 분야 - 1+2+3순위



〈표 4-111〉 도전하고자 하는 분야 - 1순위

구 분		전체	콘솔 게임	클라우드/블록체인 기반 게임 개발	유명IP 협업 게임 개발	기존 게임 e스포츠 종목화	기타
		(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업		74	43.2	20.3	20.3	14.9	1.4
주요 분야	온라인	17	35.3	23.5	23.5	17.6	0.0
	모바일	45	42.2	22.2	17.8	15.6	2.2
	비디오	6	50.0	16.7	33.3	0.0	0.0
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	66.7	0.0	16.7	16.7	0.0

〈표 4-112〉 도전하고자 하는 분야 - 1+2순위

구 분		전체	콘솔 게임	클라우드/블록체인 기반 게임 개발	유명IP 협업 게임 개발	기존 게임 e스포츠 종목화	기타
		(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업		74	54.1	47.3	47.3	25.7	1.4
주요 분야	온라인	17	58.8	58.8	52.9	17.6	0.0
	모바일	45	51.1	46.7	42.2	26.7	2.2
	비디오	6	50.0	50.0	83.3	0.0	0.0
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	XR	6	66.7	16.7	33.3	50.0	0.0

〈표 4-113〉 도전하고자 하는 분야 - 1+2+3순위

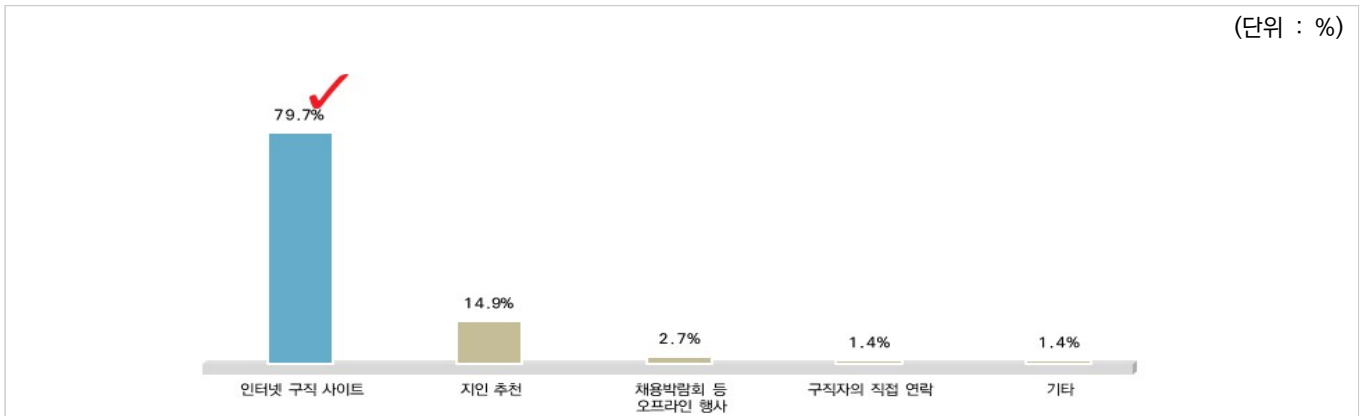
구 분		전체	유명IP 협업 게임 개발	콘솔 게임	클라우드/블록체인 기반 게임 개발	기존 게임 e스포츠 종목화	기타
		(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업		74	64.9	58.1	55.4	37.8	1.4
주요 분야	온라인	17	70.6	58.8	64.7	35.3	0.0
	모바일	45	60.0	53.3	53.3	37.8	2.2
	비디오	6	83.3	66.7	66.7	16.7	0.0
	아케이드	1	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0
	XR	6	66.7	83.3	16.7	50.0	0.0

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

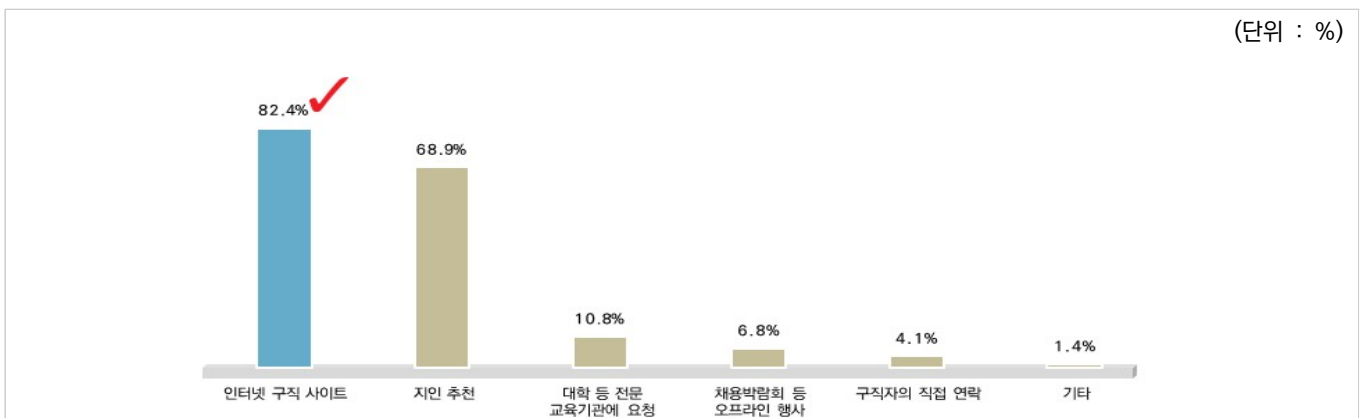
3. 인력수급 경로(매체)

- 인력수급 경로(매체) 1순위는 ‘인터넷 구인 사이트’가 79.7%로 가장 비중이 높게 나타남
- 인력수급 경로(매체) 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우 또한 ‘인터넷 구인 사이트(82.4%, 87.8%)가 가장 높게 나타남

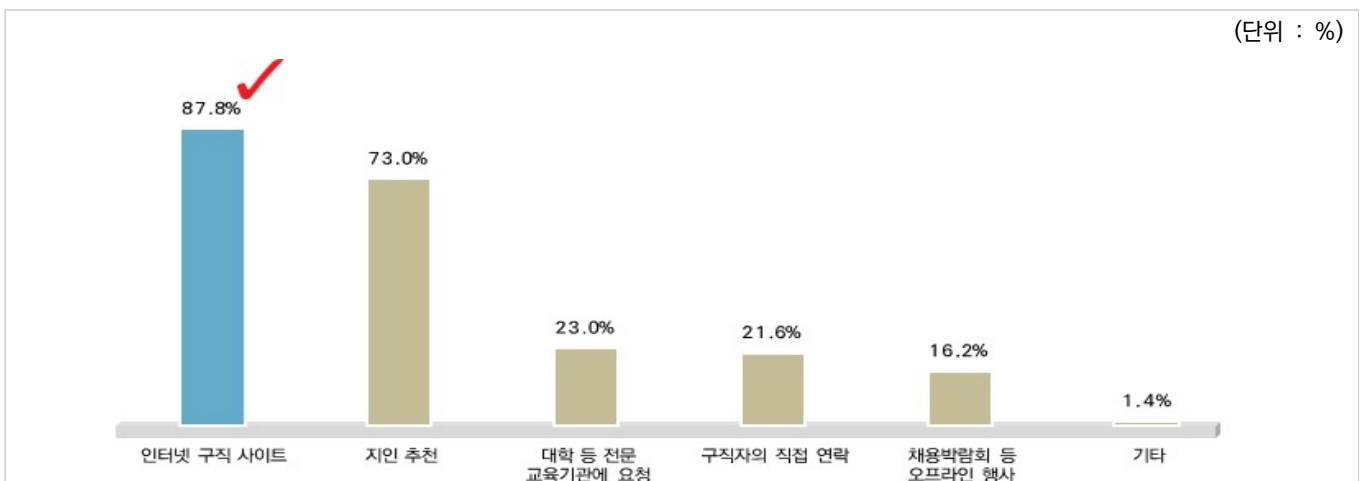
〈그림 4-86〉 인력수급 경로(매체) - 1순위



〈그림 4-87〉 인력수급 경로(매체) - 1+2순위



〈그림 4-88〉 인력수급 경로(매체) - 1+2+3순위



〈표 4-114〉 인력수급 경로(매체) - 1순위

구 분		전체	인터넷 구인 사이트	지인 추천	오프라인 행사	구직자의 직접 연락	기타
		(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업		74	79.7	14.9	2.7	1.4	1.4
주요 분야	온라인	17	82.4	17.6	0.0	0.0	0.0
	모바일	45	86.7	8.9	2.2	2.2	0.0
	비디오	6	50.0	33.3	0.0	0.0	16.7
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0

〈표 4-115〉 인력수급 경로(매체) - 1+2순위

구 분		전체	인터넷 구인 사이트	지인 추천	전문 교육기관 요청	오프라인 행사	구직자의 직접 연락	기타
		(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업		74	82.4	68.9	10.8	6.8	4.1	1.4
주요 분야	온라인	17	82.4	58.8	11.8	5.9	5.9	0.0
	모바일	45	91.1	68.9	6.7	4.4	4.4	0.0
	비디오	6	50.0	100.0	0.0	16.7	0.0	16.7
	아케이드	1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	50.0	50.0	50.0	16.7	0.0	0.0

〈표 4-116〉 인력수급 경로(매체) - 1+2+3순위

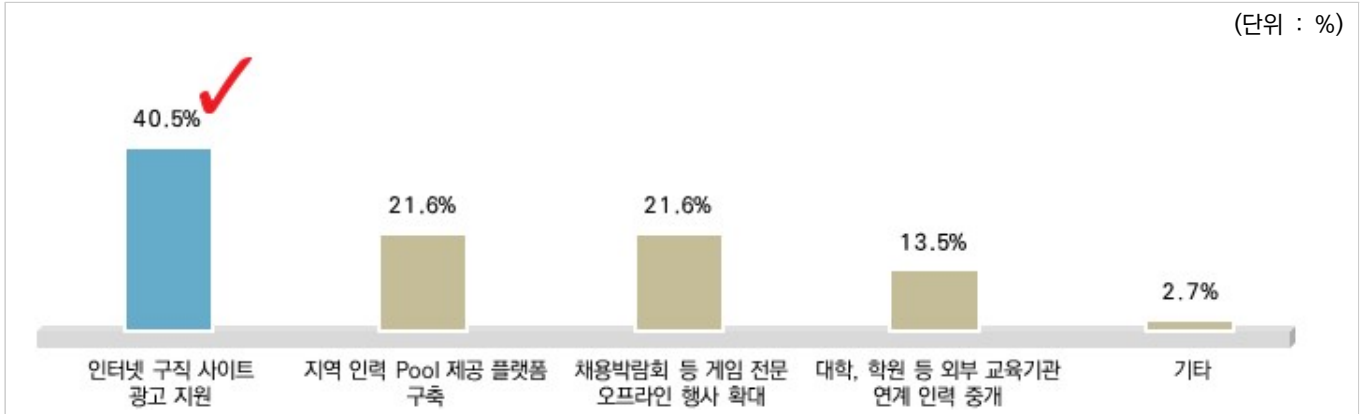
구 분		전체	인터넷 구인 사이트	지인 추천	전문 교육기관 요청	구직자의 직접 연락	오프라인 행사	기타
		(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업		74	87.8	73.0	23.0	21.6	16.2	1.4
주요 분야	온라인	17	88.2	58.8	17.6	23.5	11.8	0.0
	모바일	45	93.3	73.3	17.8	24.4	17.8	0.0
	비디오	6	66.7	100.0	33.3	0.0	16.7	16.7
	아케이드	1	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	66.7	66.7	50.0	16.7	16.7	0.0

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

4. 인력수급을 위한 필요 지원사업

- 인력수급을 위한 필요 지원사업 1순위는 '인터넷 구인 사이트 광고 지원'이 40.5%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-89〉 인력수급을 위한 필요 지원사업



〈표 4-117〉 인력수급을 위한 필요 지원사업

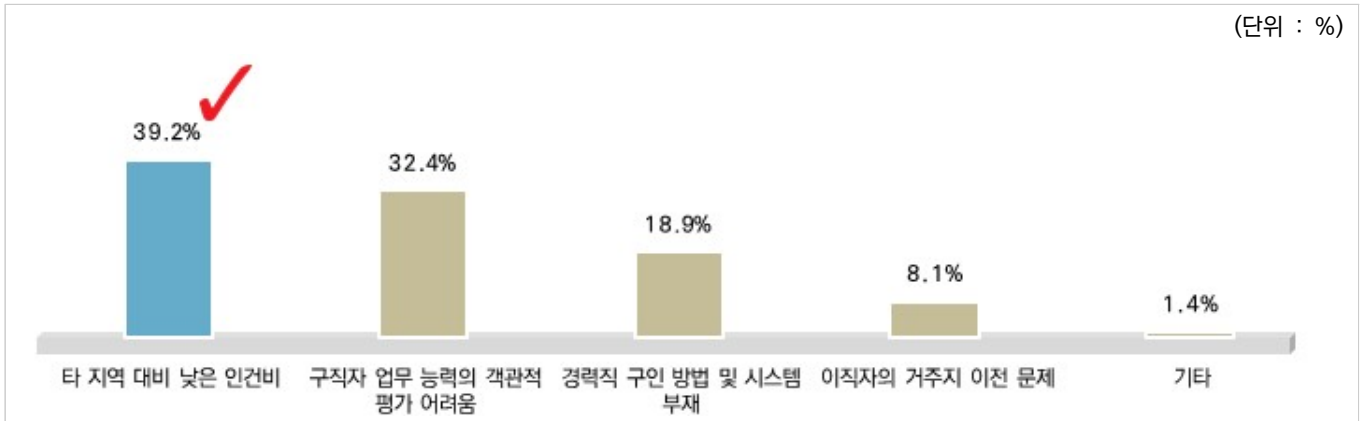
구 분	전체 (개)	인터넷 구인 사이트 광고 지원	지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축	게임 전문 오프라인 행사 확대	외부 교육기관 연계 인력 중개	기타	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	74	40.5	21.6	21.6	13.5	2.7	
주요 분야	온라인	17	52.9	11.8	23.5	11.8	0.0
	모바일	45	42.2	22.2	20.0	13.3	2.2
	비디오	6	16.7	50.0	16.7	16.7	0.0
	아케이드	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	33.3	0.0	33.3	16.7	16.7

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

5. 인력수급 시 어려움

○ 인력수급 시 어려움 1순위는 ‘타지역 대비 낮은 인건비’가 39.2%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-90〉 인력수급 시 어려움



〈표 4-118〉 인력수급 시 어려움

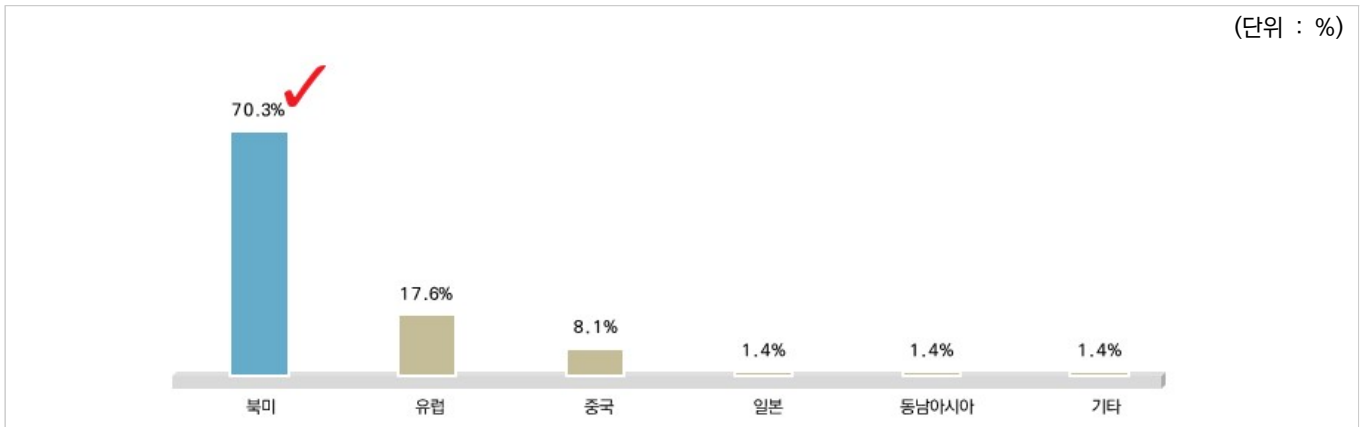
구분	전체 (개)	타지역 대비 낮은 인건비	구직자 업무 능력 평가 어려움	경력직 구인 방법 및 시스템 부재	이직자의 거주지 이전 문제	기타	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	74	39.2	32.4	18.9	8.1	1.4	
주요 분야	온라인	17	47.1	17.6	17.6	11.8	5.9
	모바일	45	35.6	37.8	20.0	6.7	0.0
	비디오	6	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	50.0	0.0	33.3	16.7	0.0

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

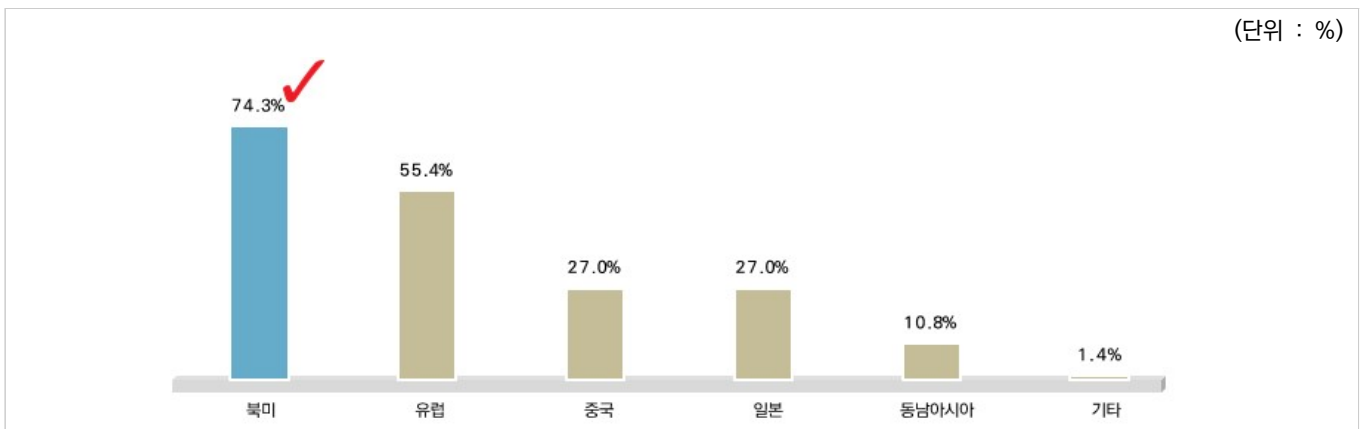
6. 진출 희망 목표 해외 시장

- 진출 희망 목표 해외 시장 1순위는 '북미'가 70.3%로 가장 비중이 높게 나타남
- 진출 희망 목표 해외 시장 1+2순위를 통합한 경우에는 '북미(74.3%)'가 가장 높게 나타났고, 1+2+3순위를 통합한 경우에는 '유럽과 북미(각각 78.4%)'가 가장 비중이 높게 나타남

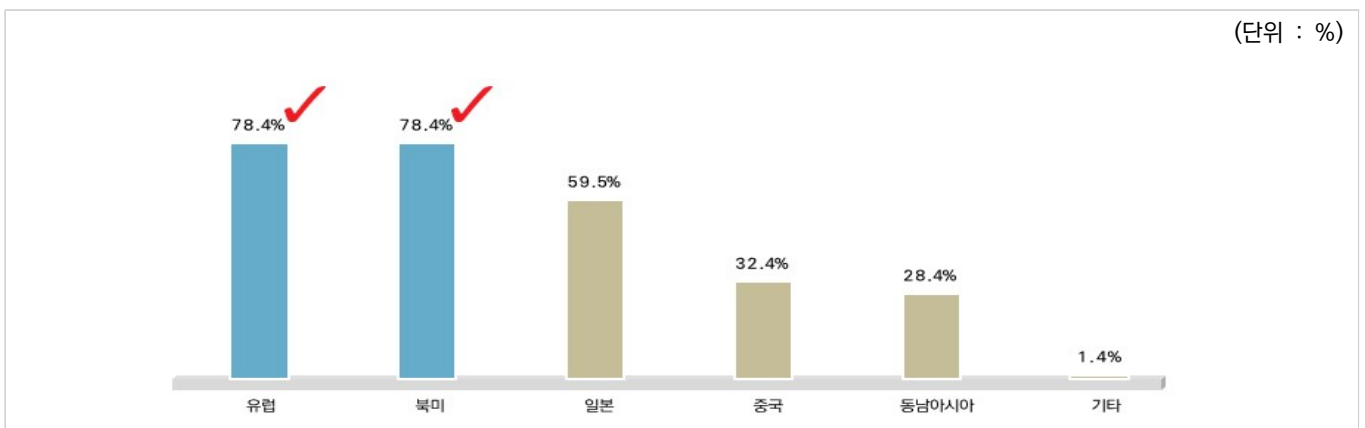
〈그림 4-91〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1순위



〈그림 4-92〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2순위



〈그림 4-93〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2+3순위



〈표 4-119〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1순위

구 분	전체	북미	유럽	중국	일본	동남아시아	기타
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업	74	70.3	17.6	8.1	1.4	1.4	1.4
주요 분야	온라인	17	76.5	17.6	5.9	0.0	0.0
	모바일	45	68.9	20.0	6.7	2.2	0.0
	비디오	6	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0
	아케이드	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	66.7	16.7	0.0	0.0	16.7

〈표 4-120〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2순위

구 분	전체	북미	유럽	중국	일본	동남아시아	기타
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업	74	74.3	55.4	27.0	27.0	10.8	1.4
주요 분야	온라인	17	82.4	58.8	17.6	17.6	23.5
	모바일	45	71.1	53.3	31.1	28.9	6.7
	비디오	6	66.7	50.0	33.3	50.0	0.0
	아케이드	1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	XR	6	83.3	66.7	16.7	16.7	16.7

〈표 4-121〉 진출 희망 목표 해외 시장 - 1+2+3순위

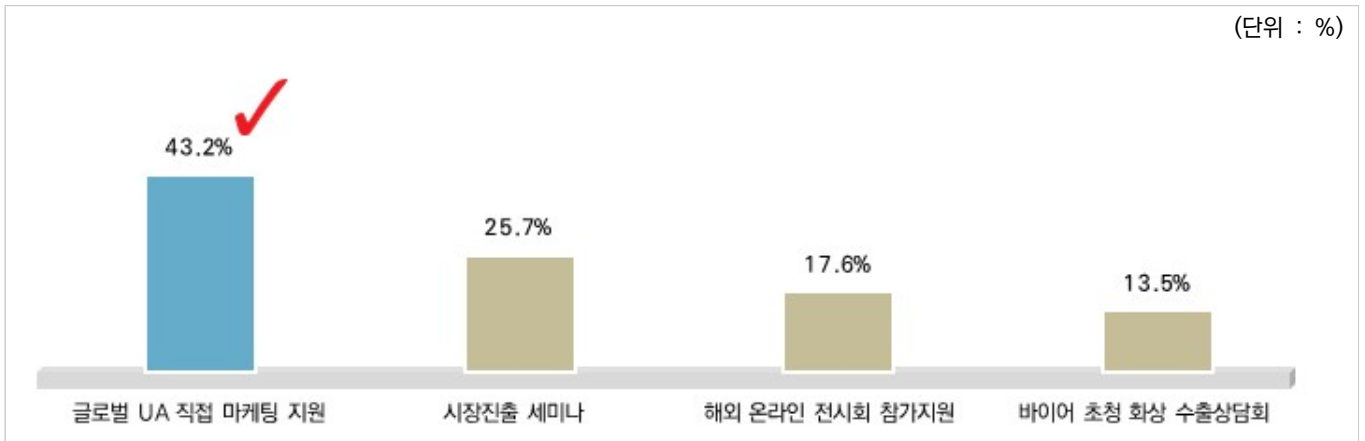
구 분	전체	유럽	북미	일본	중국	동남아시아	기타
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
게임산업	74	78.4	78.4	59.5	32.4	28.4	1.4
주요 분야	온라인	17	82.4	94.1	35.3	23.5	52.9
	모바일	45	77.8	68.9	62.2	37.8	22.2
	비디오	6	66.7	100.0	83.3	33.3	16.7
	아케이드	1	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0
	XR	6	83.3	83.3	66.7	16.7	33.3

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

7. 현재 상황에서 필요한 지원사업

- 현재 상황에서 필요한 지원 사업 1순위는 ‘글로벌 UA 직접 마케팅 지원’이 43.2%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-94〉 현재 상황에서 필요한 지원사업



〈표 4-122〉 현재 상황에서 필요한 지원사업

구 분	전체	글로벌 UA 직접 마케팅 지원	시장진출 세미나	해외 온라인 전시회 참가지원	바이어 초청 화상 수출상담회	
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	
게임산업	74	43.2	25.7	17.6	13.5	
주요 분야	온라인	17	23.5	17.6	29.4	29.4
	모바일	45	46.7	33.3	11.1	8.9
	비디오	6	66.7	0.0	33.3	0.0
	아케이드	1	0.0	0.0	0.0	100.0
	XR	6	66.7	16.7	16.7	0.0

※ 다양한 분야의 게임을 제작하는 경우, 중복으로 응답 처리하였으며, 주요 분야 무응답 시 제외하고 산출함

제4장. 조사결과 분석

제5절

애니메이션산업 조사결과



1 애니메이션산업 결과요약

1. 결과요약

- 애니메이션산업 사업체 수는 2021년 현재 16개로 전년대비 -11.1% 감소한 것으로 나타남
- 애니메이션산업 총 종사자 수는 2021년 현재 227명으로 전년대비 4.6% 증가한 것으로 나타남
- 애니메이션산업 총 매출액은 2020년 225억 원으로 전년대비 7.0% 증가한 것으로 나타남

〈표 4-123〉 애니메이션산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구 분	2019년	2020년	2021년	전년대비 증감률(%)
사업체 수 (개)	17	18	16	-11.1
종사자 수 (명)	303	217	227	4.6
매출액 (백만원)	21,091	22,572	-	7.0

- 애니메이션산업은 'XR 관련있음'이 4개사(25.0%), '관련없음'이 12개사(75.0%)로 구성됨
- 애니메이션산업 종사자 수는 'XR 관련있음(72.7%)'이 '관련없음(27.3%)' 보다 비중이 낮게 나타남
- 애니메이션산업 매출액은 'XR 관련있음(44.8%)'이 '관련없음(55.2%)' 보다 비중이 낮게 나타남

〈표 4-124〉 애니메이션산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액

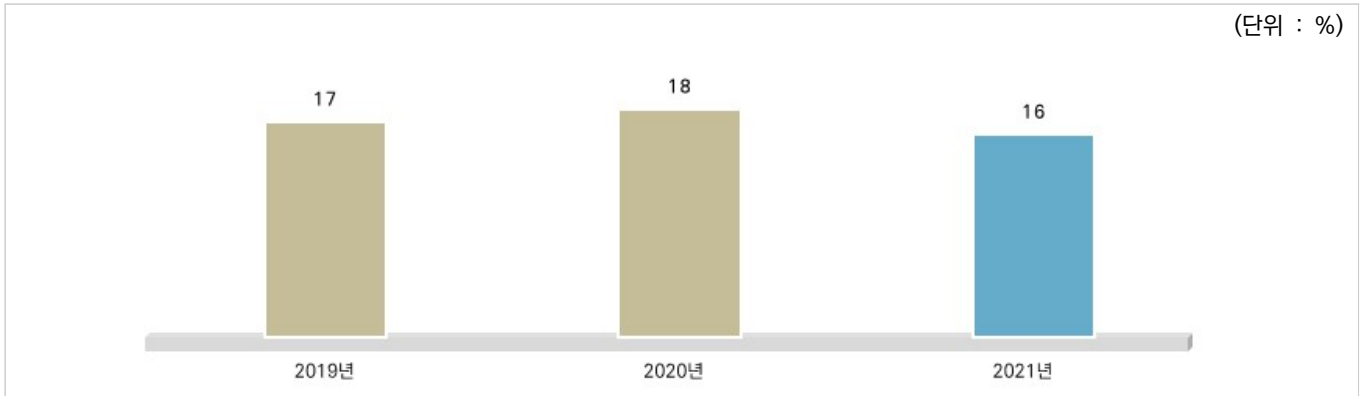
구 분	2021년 사업체 수		2021년 종사자 수		2020년 매출액		
	(개)	전체대비(%)	(명)	전체대비(%)	(백만원)	전체대비(%)	
애니메이션산업	16	100.0	227	100.0	22,572	100.0	
XR	관련 있음	4	25.0	165	72.7	10,104	44.8
	관련 없음	12	75.0	62	27.3	12,468	55.2

2 애니메이션산업 일반현황

1. 사업체 수

○ 2021년 부산 애니메이션산업 사업체는 16개로 전년보다 -11.1% 감소하였음

〈그림 4-95〉 애니메이션산업 연도별 사업체 수

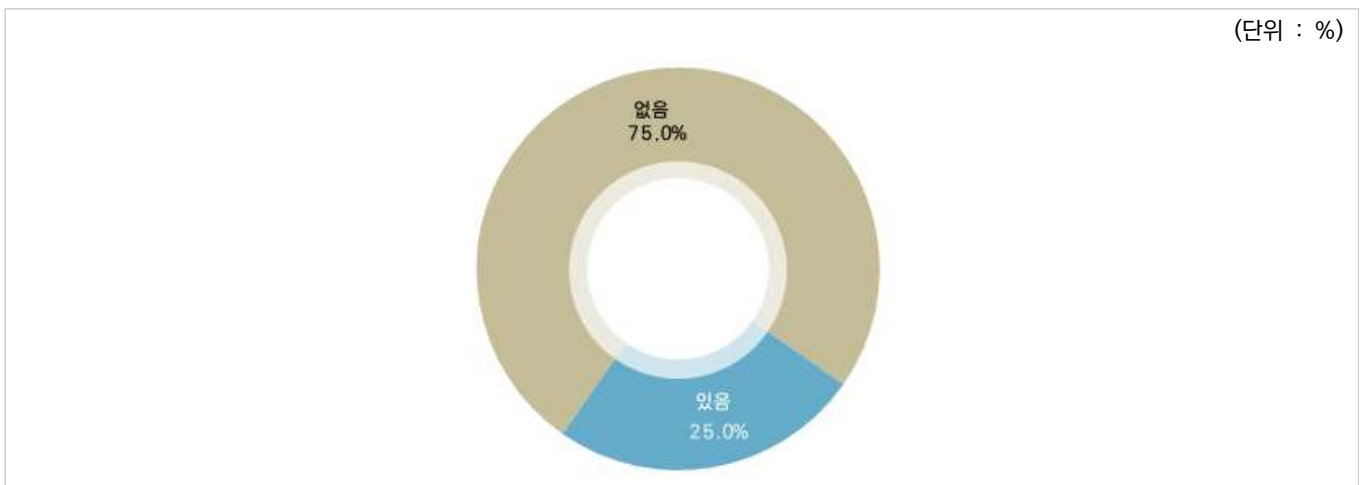


〈표 4-125〉 애니메이션산업 연도별 사업체 수

구 분	2019년 (개)	2020년 (개)	2021년 (개)	전년대비 증감률 (%)
애니메이션산업	17	18	16	-11.1

○ XR 관련해서는 ‘관련있음’이 25.0%로 ‘관련없음(75.0%)’ 보다 비중이 낮게 나타남

〈그림 4-96〉 애니메이션산업 분야별 사업체 현황



〈표 4-126〉 애니메이션산업 분야별 사업체 현황

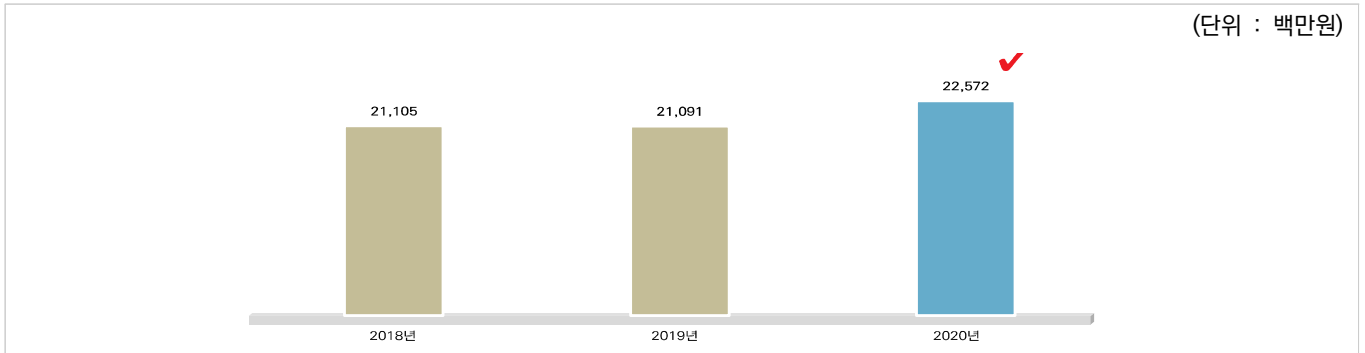
구 분	전체	XR 관련있음	XR 관련없음
사업체 수 (개)	16	4	12
비중 (%)	100.0	25.0	75.0

3 애니메이션산업 매출현황

1. 매출액

○ 2020년 부산 애니메이션산업 총 매출액은 225억 원으로 전년대비 7.0% 증가한 것으로 나타남

〈그림 4-97〉 애니메이션산업 연도별 매출액



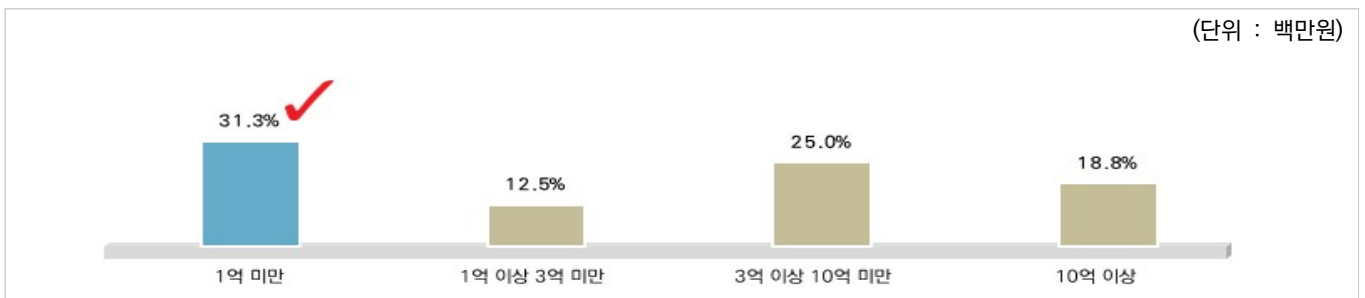
〈표 4-127〉 애니메이션산업 연도별 매출액

구 분	2018년	2019년	2020년	전년대비 증감률 (%)	유형별 비중 (%)	
	(백만원)	(백만원)	(백만원)			
애니메이션산업	21,105	21,091	22,572	7.0	100.0	
XR	관련	10,185	6,968	10,104	45.0	44.8
	무관	10,920	14,123	12,468	-11.7	55.2

2. 매출 규모별 사업체 현황

○ 2020년 매출이 '1억 미만'인 애니메이션산업 사업체가 31.3%로 비중이 가장 높게 나타남

〈그림 4-98〉 애니메이션산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황



〈표 4-128〉 애니메이션산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황

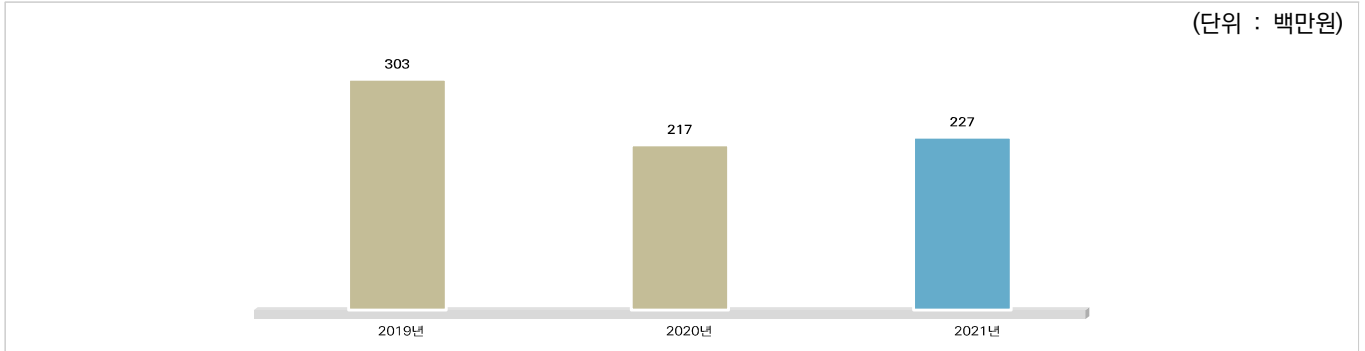
구 분	전체 (개)	1억 미만		1억 이상 3억 미만		3억 이상 10억 미만		10억 이상	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
애니메이션산업	16	5	31.3	2	12.5	4	25.0	3	18.8
XR	관련	4	0.0	1	25.0	1	25.0	2	50.0
	무관	12	5	41.7	1	8.3	3	25.0	1

4 애니메이션산업 종사자현황

1. 종사자 수

○ 2021년 부산 애니메이션산업 총 종사자 수는 227명으로 전년대비 4.6% 증가한 것으로 나타남

〈그림 4-99〉 애니메이션산업 연도별 종사자 수



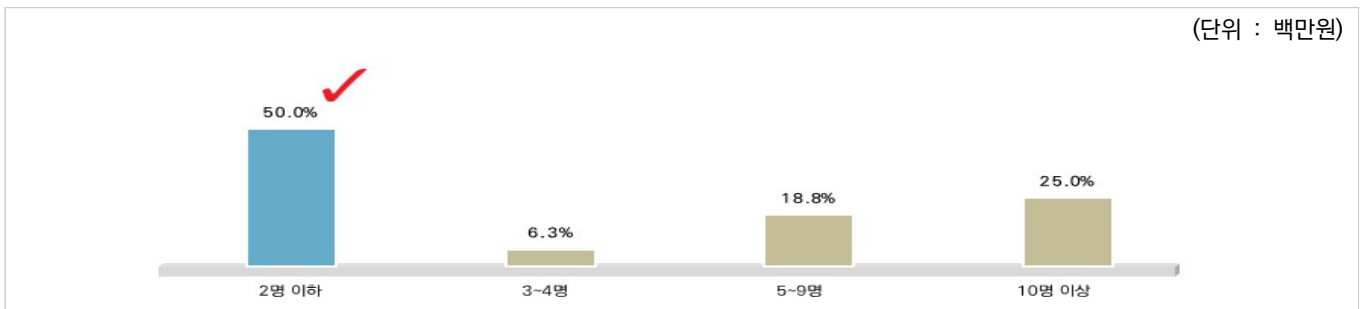
〈표 4-129〉 애니메이션산업 연도별 종사자 수

구 분	2019년	2020년	2021년	전년대비 증감률	유형별 비중
	(명)	(명)	(명)	(%)	(%)
애니메이션산업	303	217	227	4.6	100.0
XR	관련	46	165	258.7	72.7
	무관	243	171	62	-63.7

2. 종사자 규모별 사업체 현황

○ 2021년 현재 종사자 '2명 이하'인 애니메이션사업체의 비중이 50.0%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-100〉 애니메이션 2021년 종사자 규모별 사업체 현황



〈표 4-130〉 애니메이션산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황

구 분	전체 (개)	2명 이하		3~4명		5~9명		10명 이상	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
애니메이션산업	16	8	50.0	1	6.3	3	18.8	4	25.0
XR	관련	4	0.0	0	0.0	1	25.0	3	75.0
	무관	12	8	66.7	1	8.3	2	16.7	1

제6절

XR산업
조사결과



1 XR산업 결과요약

1. 결과요약

- XR산업 사업체 수는 2021년 현재 56개로 전년대비 19.1% 증가한 것으로 나타남
- XR산업 총 종사자 수는 2021년 현재 794명으로 전년대비 22.0% 증가한 것으로 나타남
- XR산업 총 매출액은 2020년 599억원으로 전년대비 26.2% 증가한 것으로 나타남

〈표 4-131〉 XR산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구 분	2019년	2020년	2021년	전년대비 증감률(%)
사업체 수 (개)	72	47	56	19.1
종사자 수 (명)	792	651	794	22.0
매출액 (백만원)	47,474	59,911	-	26.2

- XR산업의 주요 업종은 '게임(35.7%)', '지식정보'와 '콘텐츠'(각각 16.1%) 순으로 비중이 높게 나타남
- XR산업 종사자 수는 '게임(49.0%)', '애니'(20.8%)', '지식정보(10.6%)' 순으로 비중이 높게 나타남
- XR산업 매출액은 '게임(43.5%)', '영화(17.8%)', '애니(16.9%)' 순으로 비중이 높게 나타남

〈표 4-132〉 XR산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액

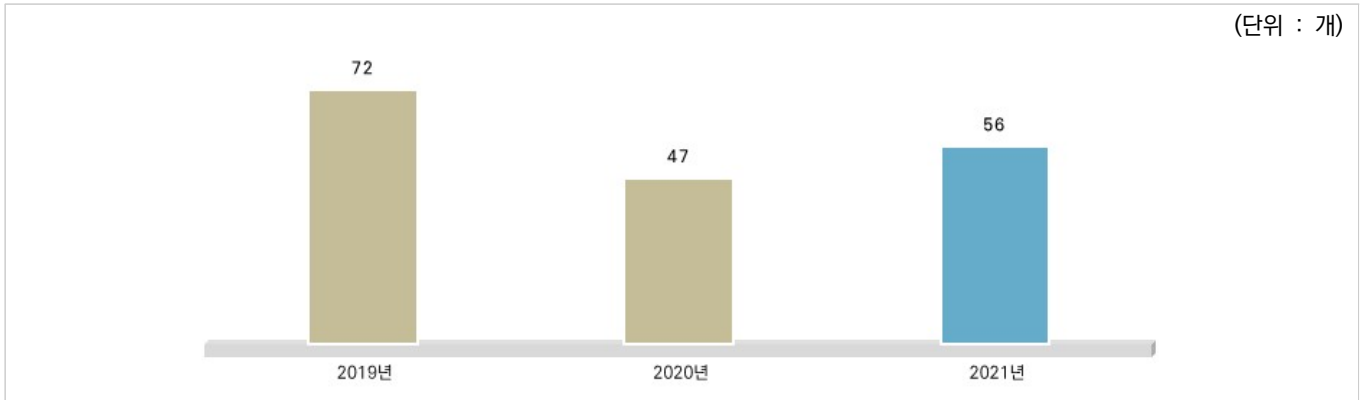
구 분	2021년 사업체 수		2021년 종사자 수		2021년 매출액		
	(개)	전체대비(%)	(명)	전체대비(%)	(백만원)	전체대비(%)	
XR산업	56	100.0	794	100.0	59,911	100.0	
업종	만화	1	1.8	2	0.3	75	0.1
	게임	20	35.7	389	49.0	26,085	43.5
	영화	4	7.1	68	8.6	10,660	17.8
	애니	4	7.1	165	20.8	10,104	16.9
	방송	5	8.9	29	3.7	2,513	4.2
	광고	1	1.8	1	0.1	28	0.0
	캐릭터	2	3.6	4	0.5	180	0.3
	지식정보	9	16.1	84	10.6	6,198	10.3
	콘텐츠	9	16.1	51	6.4	4,054	6.8
	1인미디어	1	1.8	1	0.1	14	0.0

2 XR산업 일반현황

1. 사업체 수

○ 2021년 부산 XR산업 사업체는 56개로 전년대비 19.1% 증가한 것으로 나타남

〈그림 4-101〉 XR산업 연도별 사업체 수

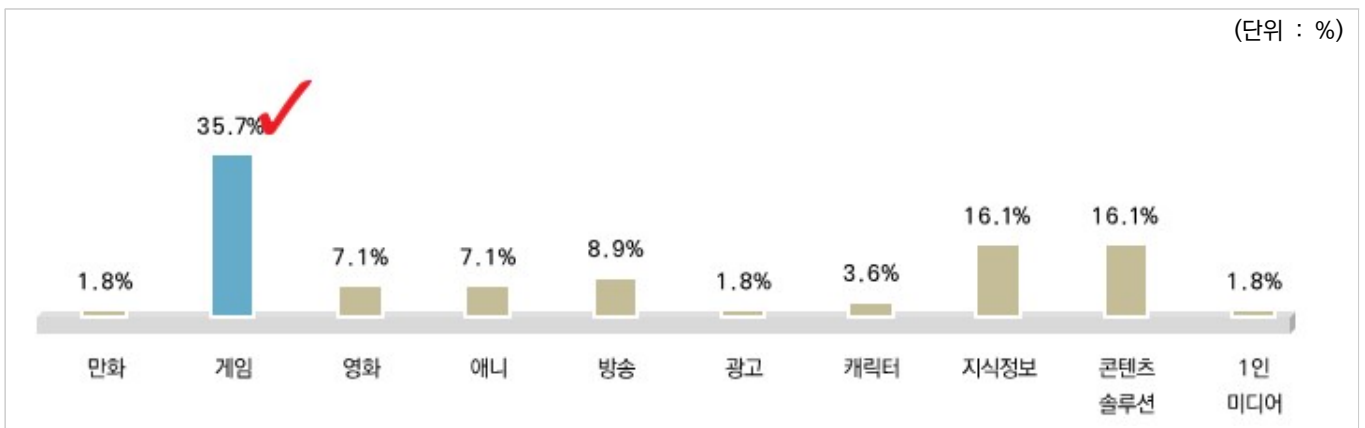


〈표 4-133〉 XR산업 연도별 사업체 수

구 분	2019년 (개)	2020년 (개)	2021년 (개)	전년대비 증감률 (%)
XR산업	72	47	56	19.1

○ 주요 분야별로는 ‘게임’이 20개(35.7%)로 가장 많고, 그 다음으로 ‘지식정보산업’과 ‘콘텐츠솔루션’이 (각각 9개 16.1%), ‘방송’이 (5개, 8.9%) 순으로 나타남

〈그림 4-102〉 XR산업 업종별 사업체 현황



〈표 4-134〉 XR산업 업종별 사업체 현황

구 분	전체	만화	게임	영화	애니	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠	1인 미디어
사업체 수 (개)	56	1	20	4	4	5	1	2	9	9	1
비중 (%)	100.0	1.8	35.7	7.1	7.1	8.9	1.8	3.6	16.1	16.1	1.8

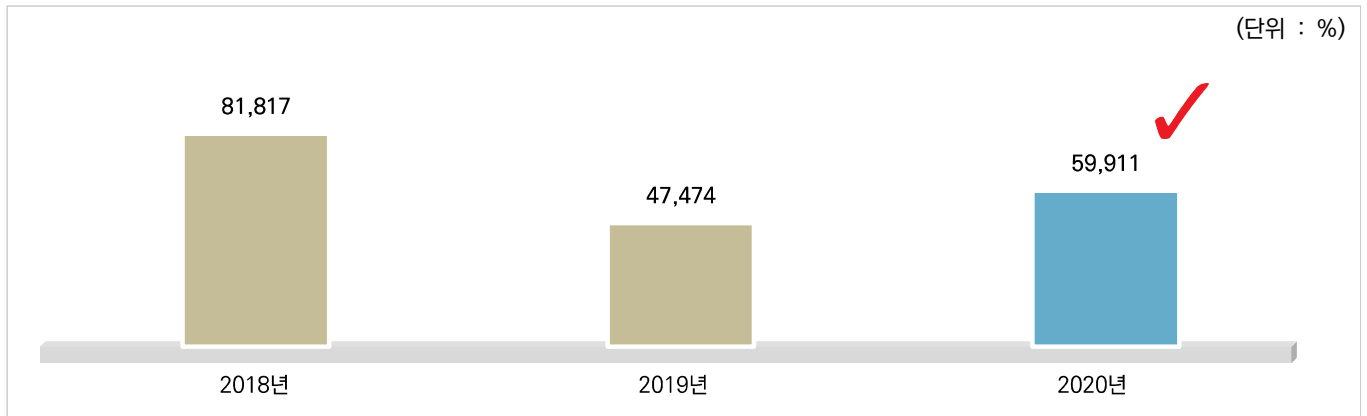
3 XR산업 매출현황

1. 매출액

○ 2020년 부산 XR산업 총 매출액은 599억원으로 나타남

- 업종별로는 '게임(43.5%)', '영화(17.8%)', '애니(16.9%)' 순으로 비중이 높게 나타남

〈그림 4-103〉 XR산업 연도별 매출액



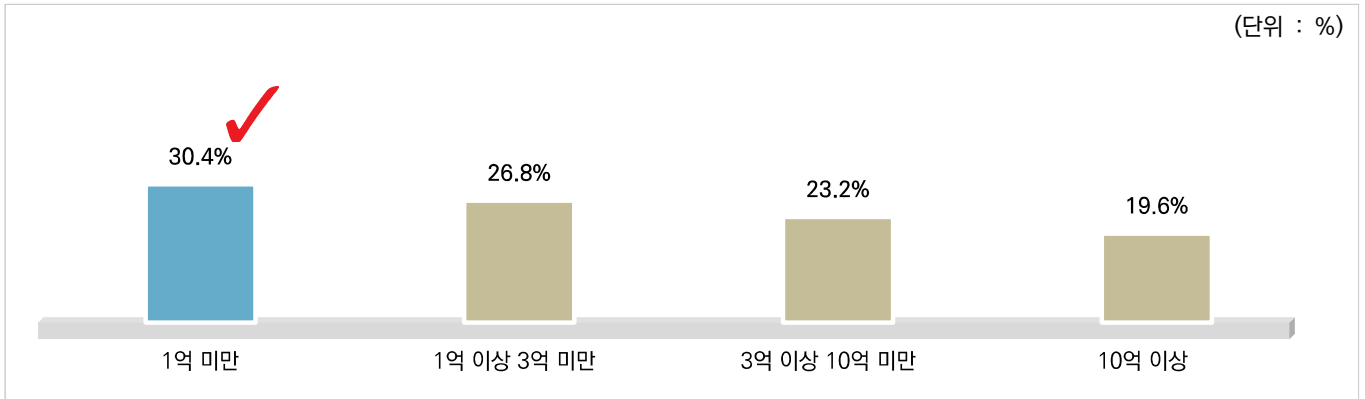
〈표 4-135〉 XR산업 연도별 매출액

구 분	2018년	2019년	2020년	유형별 비중 (%)	
	(백만원)	(백만원)	(백만원)		
XR산업	81,817	47,474	59,911	100.0	
업종	만화	-	75	0.1	
	게임	-	171	43.5	
	영화	21,456	21,126	10,660	17.8
	애니	14,821	11,209	10,104	16.9
	방송	10,185	6,968	2,513	4.2
	광고	1,500	894	28	0.0
	캐릭터	18,307	4,095	180	0.3
	지식정보	13,364	1,345	6,198	10.3
	콘텐츠	2,114	1,656	4,054	6.8
	1인미디어	-	-	14	0.0

2. 매출 규모별 사업체 현황

○ 2020년 매출이 '1억원 미만'인 XR산업 사업체가 30.4%로 비중이 가장 높게 나타남

〈그림 4-104〉 XR산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황



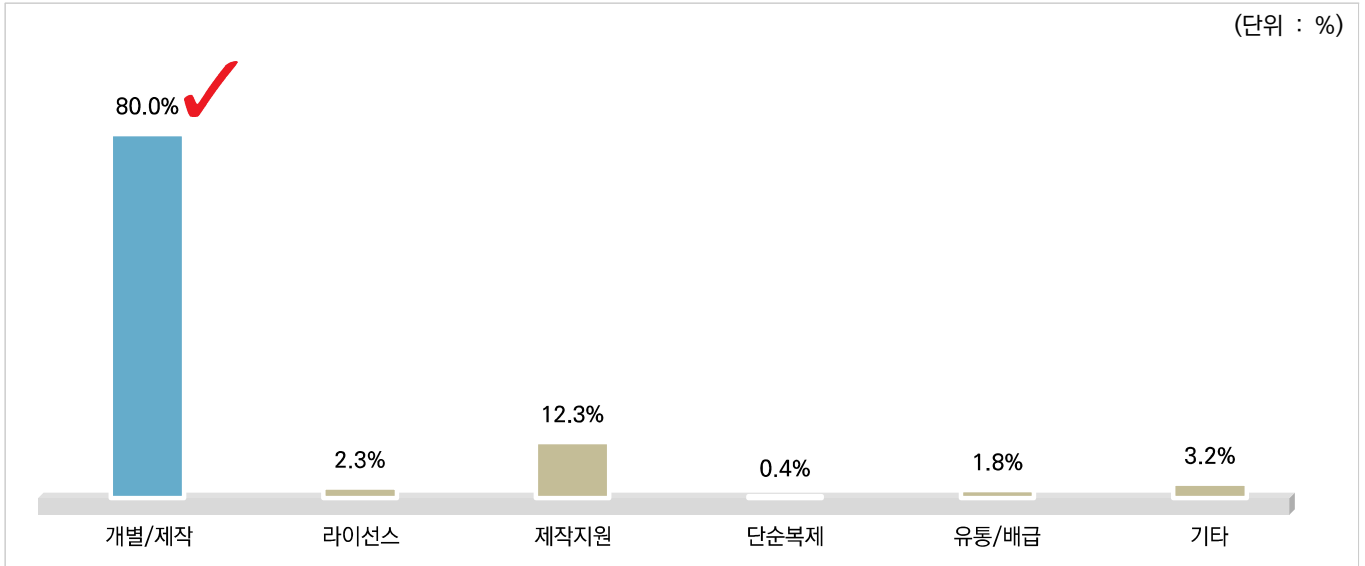
〈표 4-136〉 XR산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황

구 분	전체	1억 미만		1억 이상 3억 미만		3억 이상 10억 미만		10억 이상	
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
XR산업	56	17	30.4	15	26.8	13	23.2	11	19.6
업종	만화	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	30.0	6	30.0	5	25.0	3	15.0
	영화	4	50.0	1	25.0	0	0.0	1	25.0
	애니	4	0.0	1	25.0	1	25.0	2	50.0
	방송	5	20.0	1	20.0	2	40.0	1	20.0
	광고	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0
	지식정보	9	11.1	3	33.3	3	33.3	2	22.2
	콘텐츠	9	33.3	2	22.2	2	22.2	2	22.2
	1인미디어	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

3. 유형별 매출 비중

○ 유형별 매출 비중은 '개발/제작'이 80.0%로 다른 유형에 비해 비중이 매우 높게 나타남

〈그림 4-105〉 XR산업 유형별 매출 비중



〈표 4-137〉 XR산업 유형별 매출 비중

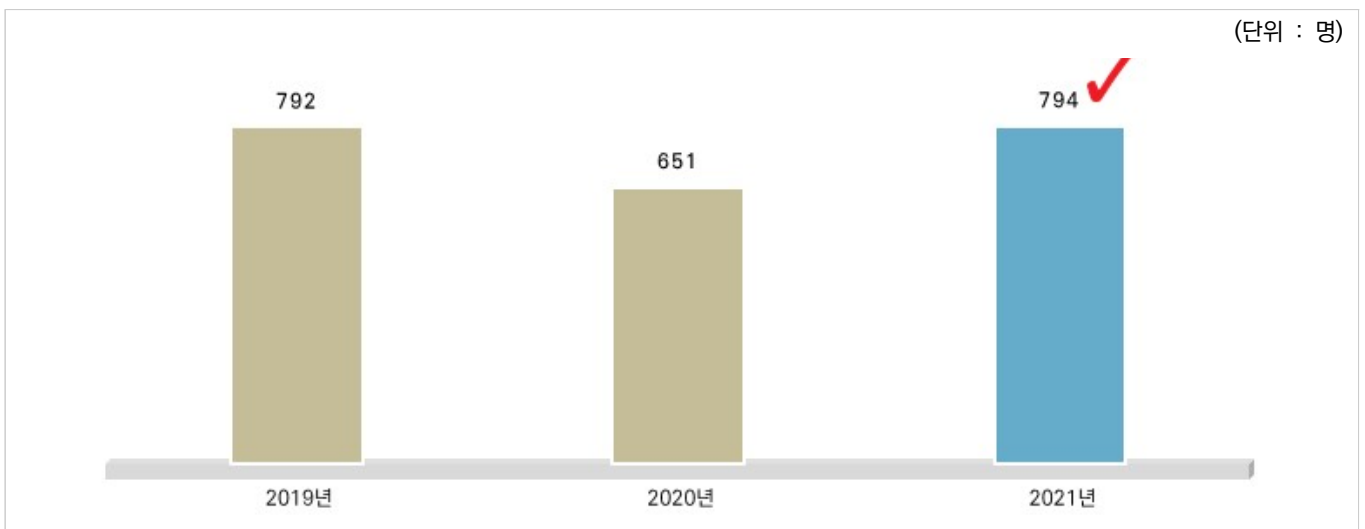
구 분	전체	개발/제작	라이선스	제작지원	단순복제	유통/배급	기타
	(개)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
XR산업	56	80.0	2.3	12.3	0.4	1.8	3.2
업종	만화	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	게임	20	69.0	4.5	21.5	0.0	3.0
	영화	4	82.5	0.0	17.5	0.0	0.0
	애니	4	92.5	2.5	0.0	0.0	5.0
	방송	5	86.0	0.0	14.0	0.0	0.0
	광고	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	캐릭터	2	35.0	10.0	35.0	10.0	10.0
	지식정보	9	96.7	0.0	3.3	0.0	0.0
	콘텐츠	9	81.1	1.1	2.2	0.0	0.0
	1인미디어	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

4 XR산업 종사자현황

1. 종사자 수

- 2021년 부산 XR산업 총 종사자 수는 794명으로 나타남
- 주요업종별로는 ‘게임(49.0%)’, ‘애니(20.8%)’, ‘지식정보(10.6%)’ 순으로 종사자 수 전체 대비 비중이 높게 나타남

〈그림 4-106〉 XR산업 연도별 종사자 수



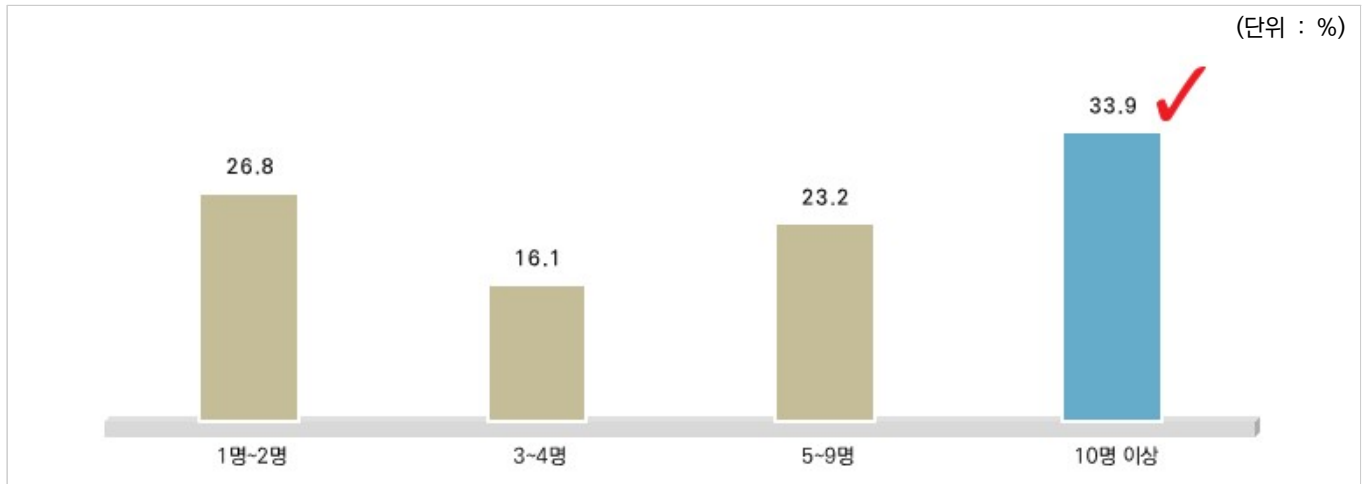
〈표 4-138〉 XR산업 연도별 종사자 수

구 분		2019년	2020년	2021년	유형별 비중 (%)
		(명)	(명)	(명)	
XR산업		792	651	794	100.0
업종	만화	-	2	2	0.3
	게임	-	10	389	49.0
	영화	345	309	68	8.6
	애니	37	113	165	20.8
	방송	60	46	29	3.7
	광고	31	14	1	0.1
	캐릭터	71	66	4	0.5
	지식정보	208	57	84	10.6
	콘텐츠	38	34	51	6.4
	1인미디어	-	-	1	0.1

2. 종사자 규모별 사업체 현황

- 2020년 현재 종사자 ‘10명 이상’이 33.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘1~2명(26.8%)’, ‘5~9명(23.2%)’순으로 나타남

〈그림 4-107〉 XR산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황



〈표 4-139〉 XR산업 2021년 종사자 규모별 사업체 현황

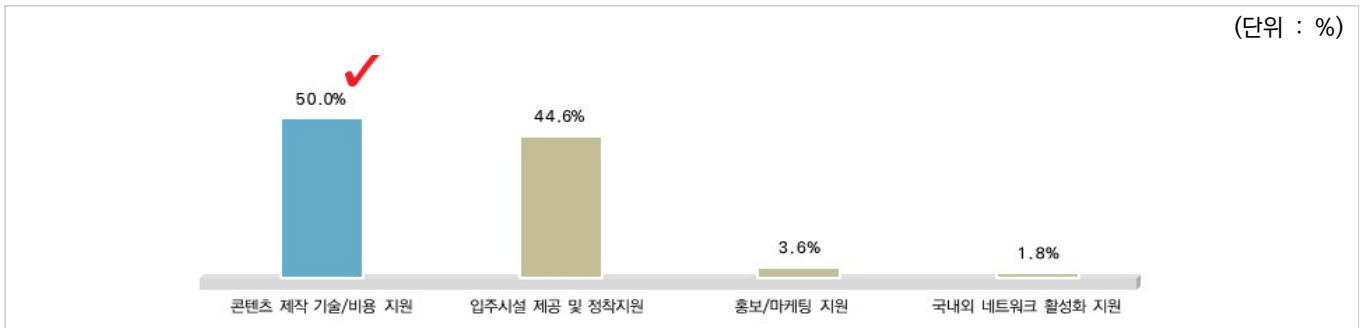
구 분	전체	1~2명		3~4명		5~9명		10명 이상	
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
XR산업	56	15	26.8	9	16.1	13	23.2	19	33.9
업종	만화	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	20.0	4	20.0	4	20.0	8	40.0
	영화	4	50.0	0	0.0	1	25.0	1	25.0
	애니	4	0.0	0	0.0	1	25.0	3	75.0
	방송	5	20.0	1	20.0	2	40.0	1	20.0
	광고	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0
	지식정보	9	11.1	0	0.0	4	44.4	4	44.4
	콘텐츠	9	33.3	3	33.3	1	11.1	2	22.2
	1인미디어	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

5 XR산업 환경

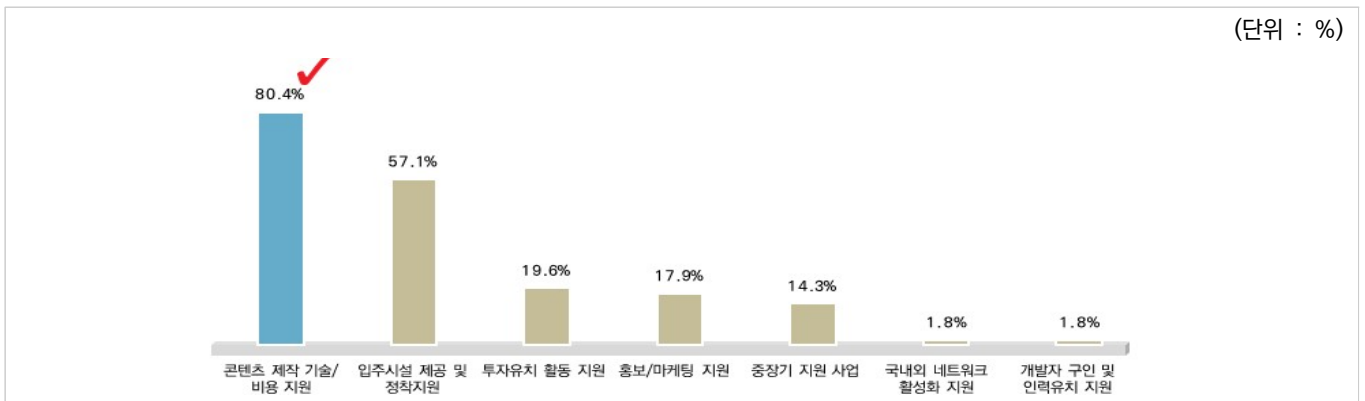
1. 부산지역 XR사업체 필요 지원사업

- 부산지역 XR사업체 필요 지원사업 1순위는 ‘콘텐츠 제작 기술/비용 지원’이 50.0%로 가장 비중이 높게 나타남
- 필요 지원사업 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우 또한 ‘콘텐츠 제작 기술/비용 지원(80.4%, 83.9%)’이 가장 비중이 높게 나타남

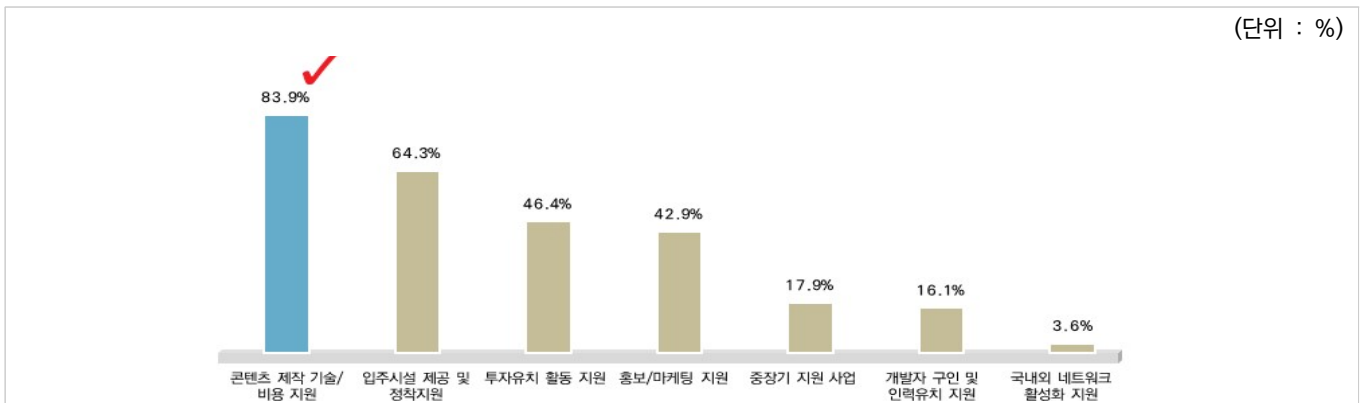
〈그림 4-108〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위



〈그림 4-109〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2순위



〈그림 4-110〉 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위



〈표 4-140〉 부산지역 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1순위

구 분	전체		콘텐츠 제작 기술/비용 지원		입주시설 제공 및 정착지원		홍보/마케팅 지원		국내외 네트워크 활성화 지원	
	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56		28	50.0	25	44.6	2	3.6	1	1.8
업종	만화	1	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0
	게임	20	8	40.0	11	55.0	1	5.0	0	0.0
	영화	4	2	50.0	2	50.0	0	0.0	0	0.0
	애니	4	3	75.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0
	방송	5	4	80.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	6	66.7	2	22.2	0	0.0	1	11.1
	솔루션	9	4	44.4	5	55.6	0	0.0	0	0.0
1인 미디어	1	0	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		투자유치 활동 지원		홍보/마케팅 지원		중장기 지원 사업		국내외 네트워크 활성화 지원		개발자 구인 및 인력유치 지원	
	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56		45	80.4	32	57.1	11	19.6	10	17.9	8	14.3	1	1.8	1	1.8
업종	만화	1	0	0.0	1	100.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	17	85.0	12	60.0	6	30.0	1	5.0	2	10.0	0	0.0	0	0.0
	영화	4	3	75.0	3	75.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	25.0
	애니	4	4	100.0	3	75.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	5	5	100.0	2	40.0	0	0.0	2	40.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	2	100.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	8	88.9	2	22.2	0	0.0	3	33.3	3	33.3	1	11.1	0	0.0
	솔루션	9	5	55.6	6	66.7	3	33.3	2	22.2	1	11.1	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	

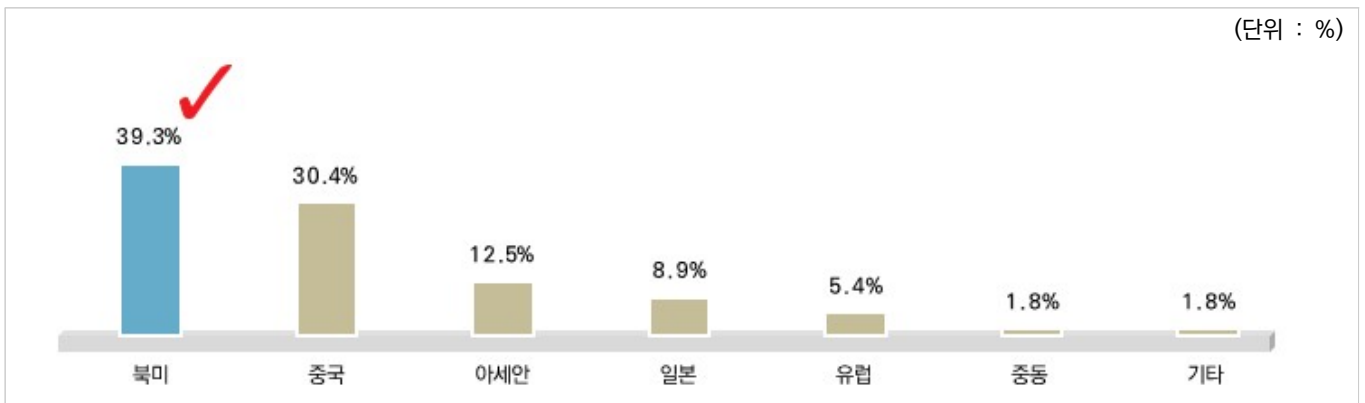
〈표 4-142〉 부산지역 XR 사업체 필요 지원 사업 - 1+2+3순위

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)	(%)	(개)	(%)
전 체	56		47	83.9	36	64.3	26	46.4	24	42.9	10	17.9	9	16.1	2	3.6
업종	만화	1	0	0.0	1	100.0	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	17	85.0	13	65.0	8	40.0	8	40.0	2	10.0	2	10.0	1	5.0
	영화	4	3	75.0	4	100.0	2	50.0	1	25.0	1	25.0	1	25.0	0	0.0
	애니	4	4	100.0	3	75.0	2	50.0	2	50.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0
	방송	5	5	100.0	2	40.0	2	40.0	4	80.0	1	20.0	1	20.0	0	0.0
	광고	1	1	100.0	0	0.0	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	2	100.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0	0	0.0
	지식	9	8	88.9	4	44.4	3	33.3	3	33.3	3	33.3	3	33.3	1	11.1
	솔루션	9	7	77.8	6	66.7	7	77.8	4	44.4	1	11.1	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	

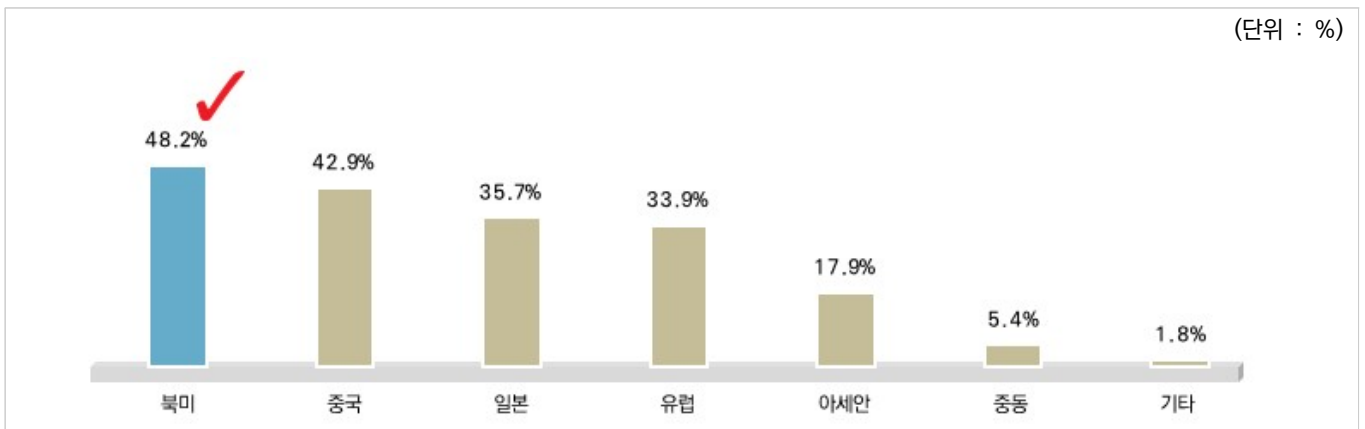
2. 글로벌 시장 진출 희망 지역

- 진출 희망 목표 해외 시장 1순위는 '북미'가 39.3%로 가장 비중이 높게 나타남
- 진출 희망 목표 해외 시장 1+2순위를 통합한 경우에는 '북미(48.2%)'이 가장 비중이 높고, 진출 희망 목표 해외 시장 1+2+3순위를 통합한 경우에는 '유럽(58.9%)'이 가장 비중이 높게 나타남

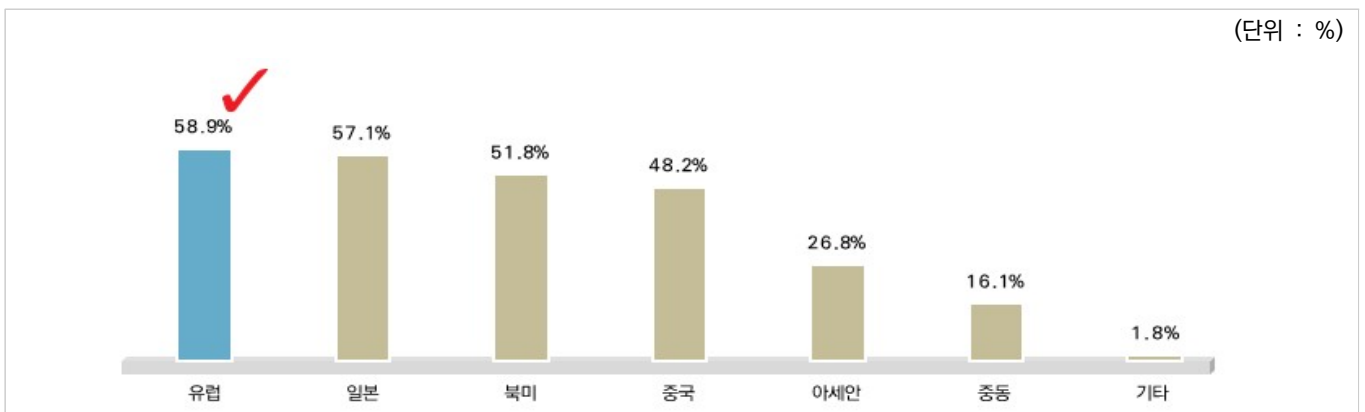
〈그림 4-111〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위



〈그림 4-112〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위



〈그림 4-113〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위



〈표 4-143〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1순위

구 분	전체 (개)	북미		중국		아세안		일본		유럽		중동		기타	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56	22	39.3	17	30.4	7	12.5	5	8.9	3	5.4	1	1.8	1	1.8
업종	만화	1	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	65.0	6	30.0	1	5.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	영화	4	50.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	25.0
	애니	4	25.0	2	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0
	방송	5	40.0	2	40.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0
	캐릭터	2	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	11.1	2	22.2	4	44.4	0	0.0	2	22.2	0	0.0	0	0.0
	솔루션	9	33.3	2	22.2	1	11.1	3	33.3	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

〈표 4-144〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위

구 분	전체 (개)	북미		중국		일본		유럽		아세안		중동		기타	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56	27	48.2	24	42.9	20	35.7	19	33.9	10	17.9	3	5.4	1	1.8
업종	만화	1	0.0	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	80.0	7	35.0	7	35.0	8	40.0	1	5.0	0	0.0	0	0.0
	영화	4	50.0	2	50.0	2	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	25.0
	애니	4	75.0	2	50.0	0	0.0	2	50.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0
	방송	5	40.0	3	60.0	1	20.0	2	40.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	0.0	0	0.0	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	11.1	2	22.2	2	22.2	3	33.3	6	66.7	2	22.2	0	0.0
	솔루션	9	33.3	5	55.6	5	55.6	3	33.3	1	11.1	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

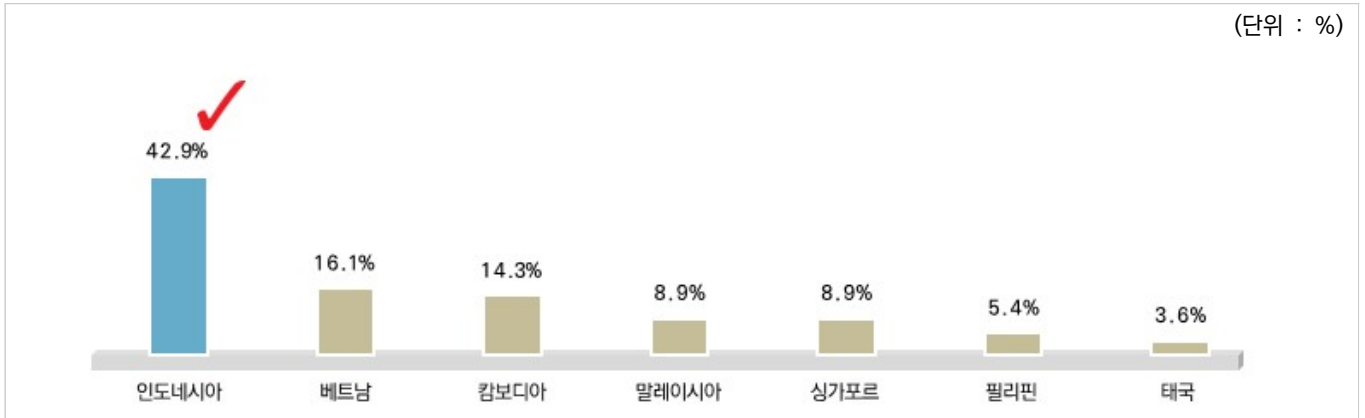
〈표 4-145〉 글로벌 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위

구 분	전체 (개)	유럽		일본		북미		중국		아세안		중동		기타	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56	33	58.9	32	57.1	29	51.8	27	48.2	15	26.8	9	16.1	1	1.8
업종	만화	1	0.0	1	100.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	75.0	14	70.0	16	80.0	7	35.0	2	10.0	2	10.0	0	0.0
	영화	4	50.0	2	50.0	2	50.0	2	50.0	0	0.0	1	25.0	1	25.0
	애니	4	50.0	0	0.0	3	75.0	3	75.0	1	25.0	3	75.0	0	0.0
	방송	5	60.0	4	80.0	2	40.0	3	60.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	100.0	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0.0	0	0.0	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	33.3	4	44.4	1	11.1	2	22.2	9	100.0	2	22.2	0	0.0
	솔루션	9	77.8	5	55.6	4	44.4	7	77.8	1	11.1	1	11.1	0	0.0
1인 미디어	1	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

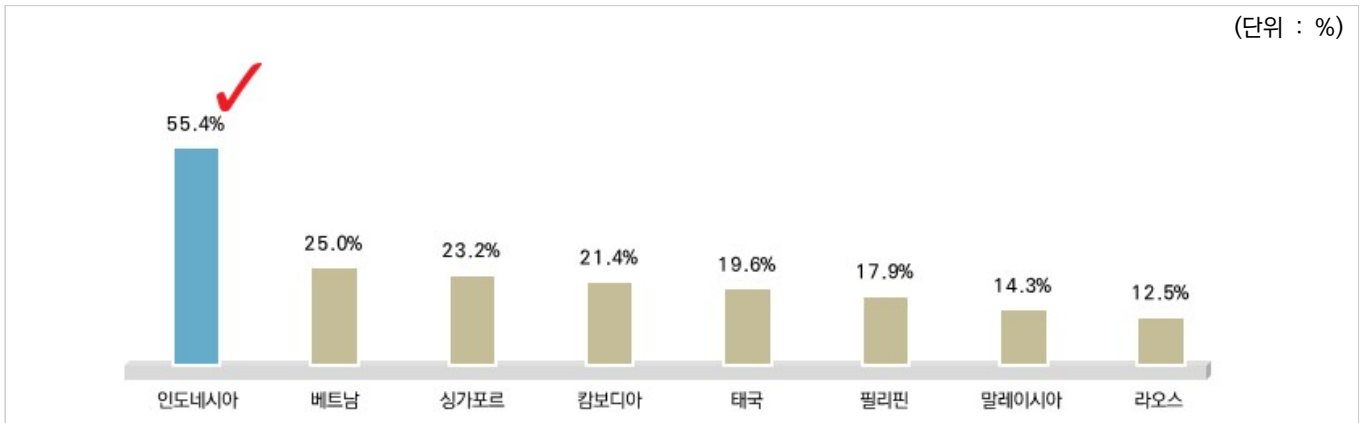
3. 아세안 시장 진출 희망 지역

- 아세안 시장 진출 희망 지역 1순위는 ‘인도네시아’가 42.9%로 가장 비중이 높게 나타남
- 아세안 시장 진출 희망 지역 1+2순위, 1+2+3순위를 통합한 경우 또한 ‘인도네시아(55.4%, 64.3%)’가 가장 비중이 높게 나타남

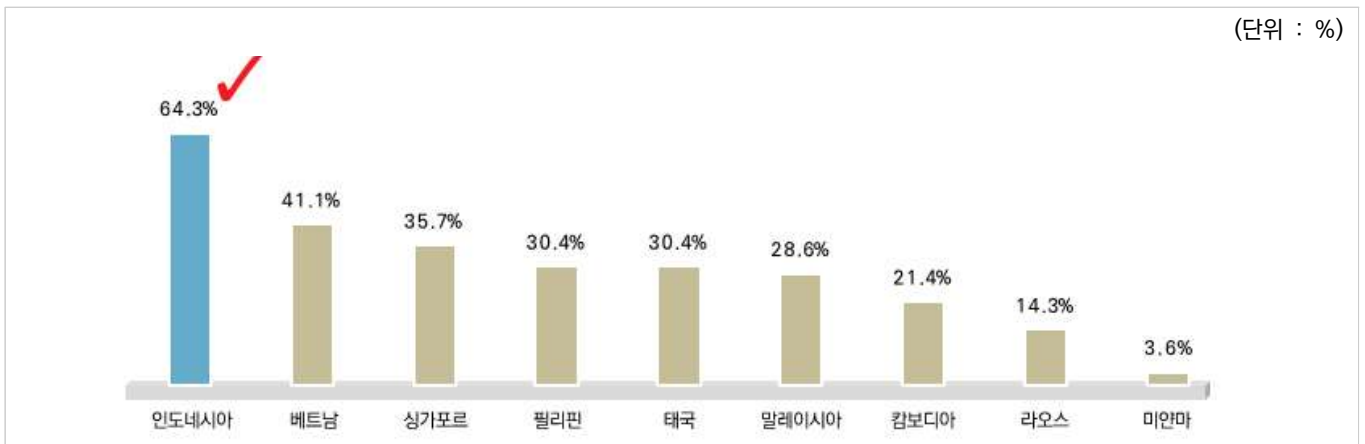
〈그림 4-114〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위



〈그림 4-115〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위



〈그림 4-116〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위



〈표 4-146〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1순위 ①

구 분	전체 (개)	인도네시아		베트남		캄보디아		말레이시아		싱가포르		필리핀		태국		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	56	24	42.9	9	16.1	8	14.3	5	8.9	5	8.9	3	5.4	2	3.6	
업종	만화	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	4	20.0	5	25.0	3	15.0	4	20.0	2	10.0	1	5.0	1	5.0
	영화	4	1	25.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0	1	25.0
	애니	4	4	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	5	4	80.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0
	지식	9	4	44.4	2	22.2	2	22.2	0	0.0	0	0.0	1	11.1	0	0.0
	솔루션	9	5	55.6	1	11.1	2	22.2	0	0.0	1	11.1	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	

〈표 4-147〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ①

구 분	전체 (개)	인도네시아		베트남		싱가포르		캄보디아		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	56	31	55.4	14	25.0	13	23.2	12	21.4	
업종	만화	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	10	50.0	7	35.0	3	15.0	4	20.0
	영화	4	1	25.0	1	25.0	1	25.0	2	50.0
	애니	4	4	100.0	1	25.0	1	25.0	0	0.0
	방송	5	4	80.0	1	20.0	3	60.0	0	0.0
	광고	1	1	100.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
	캐릭터	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	4	44.4	2	22.2	2	22.2	2	22.2
	솔루션	9	6	66.7	2	22.2	2	22.2	3	33.3
1인 미디어	1	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	

〈표 4-148〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2순위 ②

구 분	전체 (개)	태국		필리핀		말레이시아		라오스		
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	
전 체	56	11	19.6	10	17.9	8	14.3	7	12.5	
업종	만화	1	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0
	게임	20	5	25.0	6	30.0	4	20.0	0	0.0
	영화	4	2	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	애니	4	0	0.0	2	50.0	0	0.0	0	0.0
	방송	5	1	20.0	0	0.0	0	0.0	1	20.0
	광고	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	1	50.0	1	50.0	1	50.0	0	0.0
	지식	9	1	11.1	1	11.1	2	22.2	2	22.2
	솔루션	9	1	11.1	0	0.0	0	0.0	4	44.4
1인 미디어	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	

〈표 4-149〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ①

구 분	전체 (개)	인도네시아		베트남		싱가포르		필리핀		태국	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56	36	64.3	23	41.1	20	35.7	17	30.4	17	30.4
업종	만화	1	100.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	75.0	10	50.0	5	25.0	7	35.0	9	45.0
	영화	4	25.0	1	25.0	1	25.0	2	50.0	2	50.0
	애니	4	100.0	2	50.0	3	75.0	2	50.0	1	25.0
	방송	5	80.0	3	60.0	4	80.0	0	0.0	1	20.0
	광고	1	100.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0
	지식	9	44.4	2	22.2	3	33.3	3	33.3	1	11.1
	솔루션	9	66.7	3	33.3	2	22.2	2	22.2	2	22.2
1인 미디어	1	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0

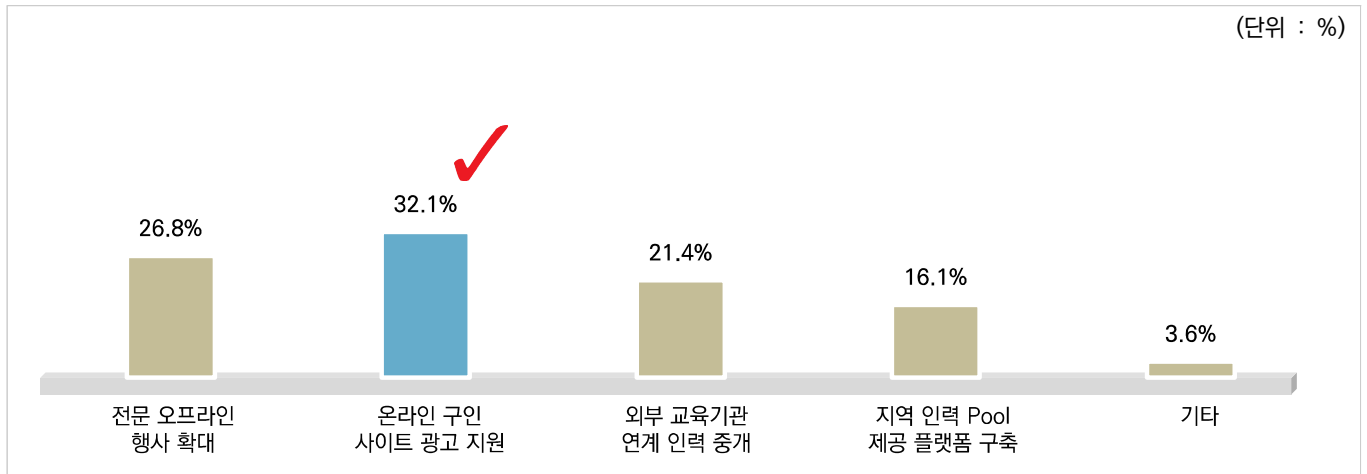
〈표 4-150〉 아세안 시장 진출 희망 지역 - 1+2+3순위 ②

구 분	전체 (개)	말레이시아		캄보디아		라오스		미얀마	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
전 체	56	16	28.6	12	21.4	8	14.3	2	3.6
업종	만화	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	30.0	4	20.0	0	0.0	0	0.0
	영화	4	25.0	2	50.0	0	0.0	0	0.0
	애니	4	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	방송	5	20.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0
	광고	1	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	55.6	2	22.2	2	22.2	0	0.0
	솔루션	9	11.1	3	33.3	5	55.6	2	22.2
1인 미디어	1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

4. 인력수급을 위한 필요 지원사업

- 인력수급을 위한 필요 지원사업 1순위는 '온라인 구인 사이트 광고 지원'이 32.1%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-117〉 인력수급을 위한 필요 지원사업



〈표 4-151〉 인력 수급을 위한 필요 지원사업

구 분	전체 (개)	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)	(%)
전 체	56	15	26.8	18	32.1	12	21.4	9	16.1	2	3.6
업종	만화	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	게임	20	35.0	8	40.0	3	15.0	1	5.0	1	5.0
	영화	4	25.0	0	0.0	2	50.0	1	25.0	0	0.0
	애니	4	50.0	1	25.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0
	방송	5	60.0	1	20.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0
	광고	1	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0
	캐릭터	2	0.0	0	0.0	2	100.0	0	0.0	0	0.0
	지식	9	0.0	5	55.6	3	33.3	1	11.1	0	0.0
	솔루션	9	11.1	3	33.3	0	0.0	5	55.6	0	0.0
1인 미디어	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	
XR	56	15	26.8	18	32.1	12	21.4	9	16.1	2	3.6

제7절

1인 미디어
조사결과



1 1인 미디어 결과요약

1. 결과요약

- 1인 미디어는 2021년 현재 86개로 나타남
- 1인 미디어 총 종사자 수는 2021년 현재 99명으로 나타남
- 1인 미디어 총 매출액은 2020년 8억21백만원으로 나타남

〈표 4-152〉 1인 미디어 사업체 수, 종사자 수, 매출액

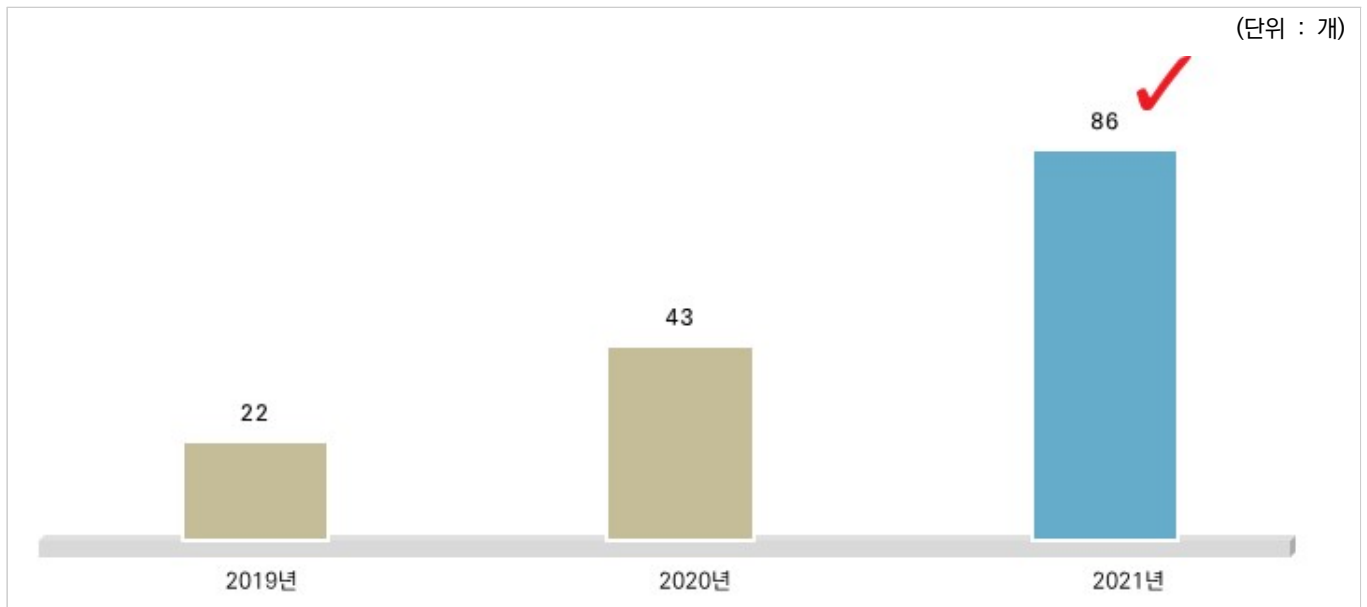
구 분	2019년	2020년	2021년	전년대비 증감률(%)
사업체 수 (개)	22	43	86	100.0
종사자 수 (명)	31	140	99	-29.3
매출액 (백만원)	575	821	-	42.8

2 1인 미디어 일반현황

1. 사업체 수

- 2021년 부산 1인 미디어는 86개로 가장 높게 나타남

〈그림 4-118〉 1인 미디어 현황



〈표 4-153〉 1인 미디어 사업체 현황

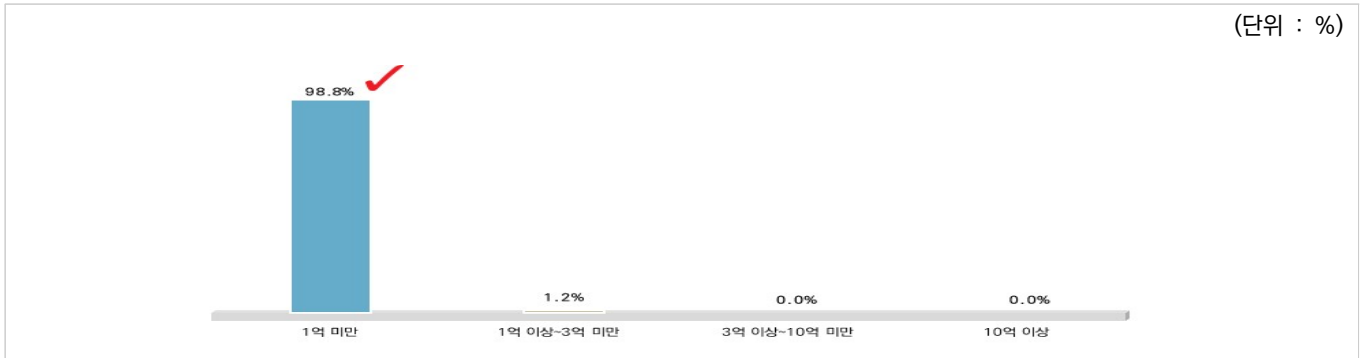
구 분	2019년(개)	2020년(개)	2021년(개)	전년대비 증감률(%)
1인 미디어	22	43	86	100.0

3 1인 미디어 매출현황

1. 매출액 및 매출 규모별 사업체 현황

○ 2020년 부산 1인 미디어 총 매출액은 8억원으로 나타남

〈그림 4-119〉 1인 미디어 2020년 매출 규모별 사업체 현황



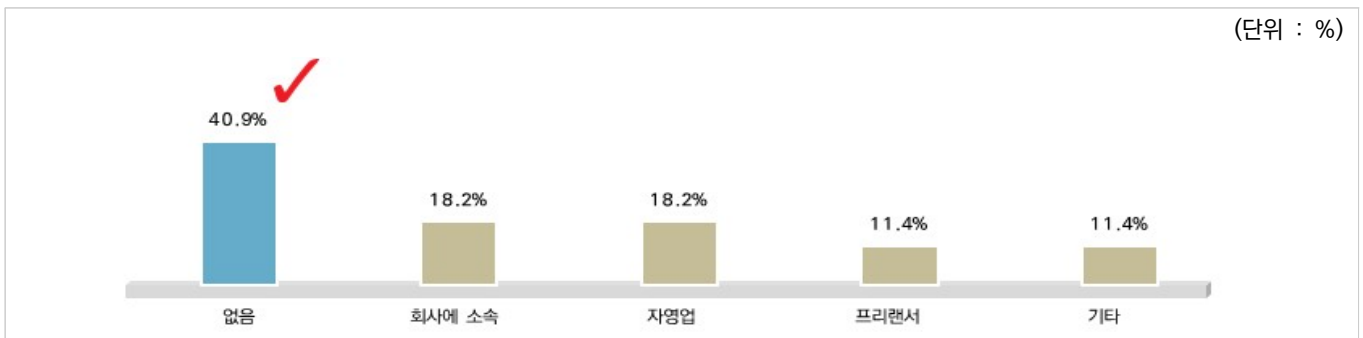
〈표 4-154〉 1인 미디어 2020년 매출 규모별 사업체 현황

구 분	2020년 매출액	1억 미만		1억 이상 3억 미만	
	(백만원)	(개)	(%)	(개)	(%)
1인 미디어	821	85	98.8	1	1.2

2. 1인 미디어 활동 외 주요 소득원

○ 크리에이터 활동 이외의 주요 소득원으로는 ‘없음’이 40.9%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘회사에 소속’, ‘자영업’(각각 18.2%) 등의 순으로 나타남

〈그림 4-120〉 1인 미디어 활동 외 주요 소득원



〈표 4-155〉 1인 미디어 활동 외 주요 소득원

구 분	전체	없음	회사에 소속	자영업	프리랜서	기타
1인 미디어 (명)	44	18	8	8	5	5
비중 (%)	100.0	40.9	18.2	18.2	11.4	11.4

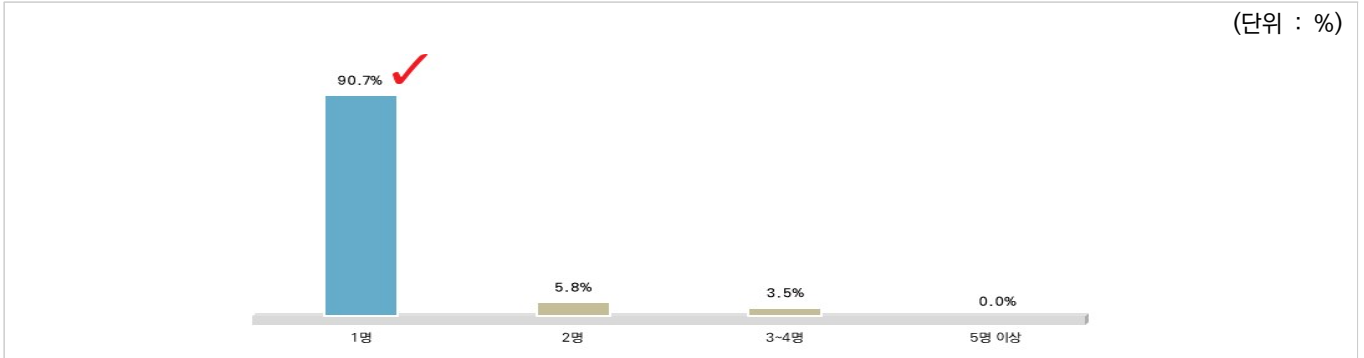
*무응답 제외 후 산출

4 1인 미디어 종사자현황

1. 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황

○ 2021년 현재 종사자 '1명'인 사업체의 비중이 90.7%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-121〉 1인 미디어 2021년 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황



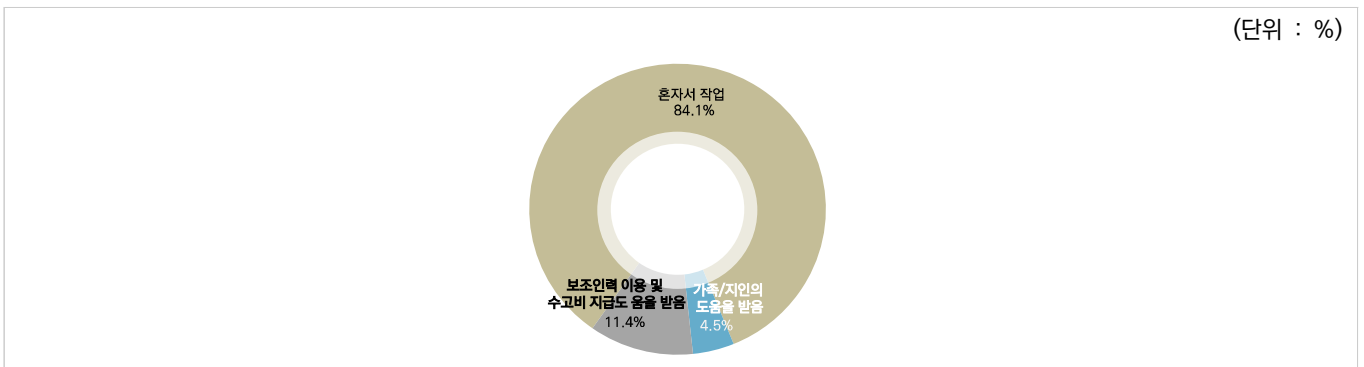
〈표 4-156〉 1인 미디어 2021년 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황

구 분	전체	1명		2명		3~4명	
	(개)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
1인 미디어	86	78	90.7	5	5.8	3	3.5

2. 1인 미디어 보조인력 활용여부

○ '혼자서 작업'하는 경우가 84.1%로 '보조인력을 활용(11.4%)'하는 경우 보다 비중이 높은 것으로 나타남

〈그림 4-122〉 1인 미디어 보조인력 활용여부



〈표 4-157〉 1인 미디어 보조인력 활용여부

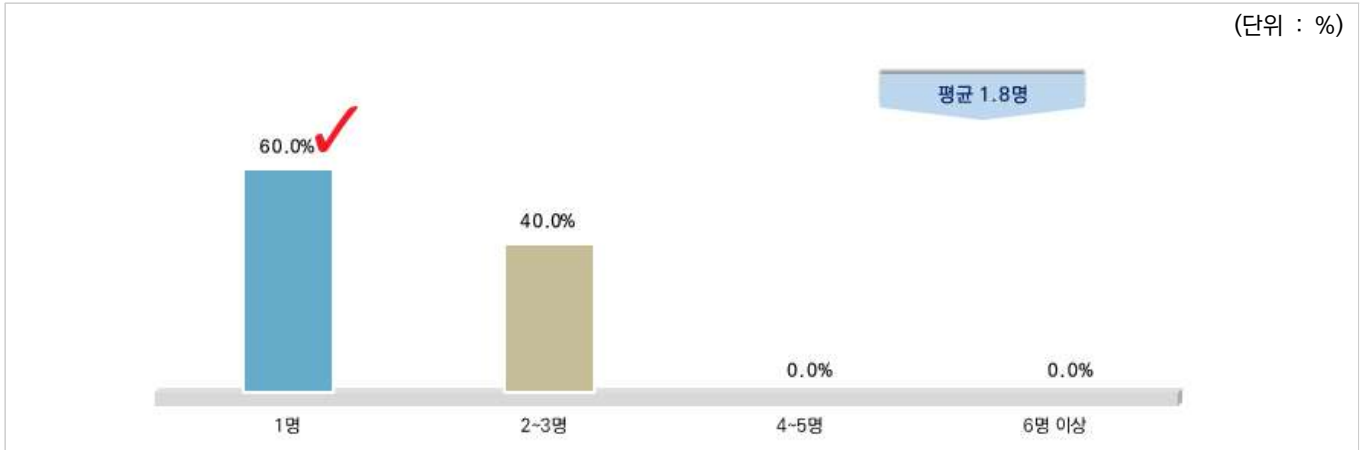
구 분	전체	혼자서 작업	가족/지인의 도움	보조인력 활용
1인 미디어 (명)	44	37	2	5
비중 (%)	100.0	84.1	4.5	11.4

*무응답 제외 후 산출

3. 1인 미디어 보조인력 활용규모

- 보조인력 활용규모로는 '1명'이 60.0%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-123〉 1인 미디어 보조인력 활용규모



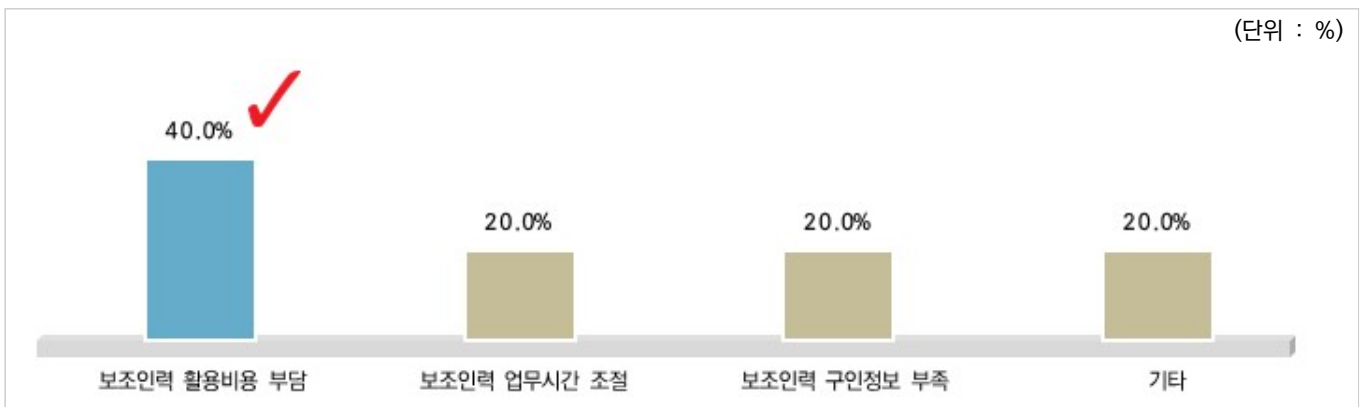
〈표 4-158〉 1인 미디어 보조인력 활용규모

구 분	전체	1명	2~3명	평균
1인 미디어 (명)	5	3	2	1.8명
비중 (%)	100.0	60.0	40.0	

4. 1인 미디어 보조인력 활용 관련 애로사항

- 보조인력 활용 관련 애로사항은 '보조인력 활용비용 부담'이 40.0%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-124〉 1인 미디어 보조인력 활용 관련 애로사항



〈표 4-159〉 1인 미디어 보조인력 활용 관련 애로사항

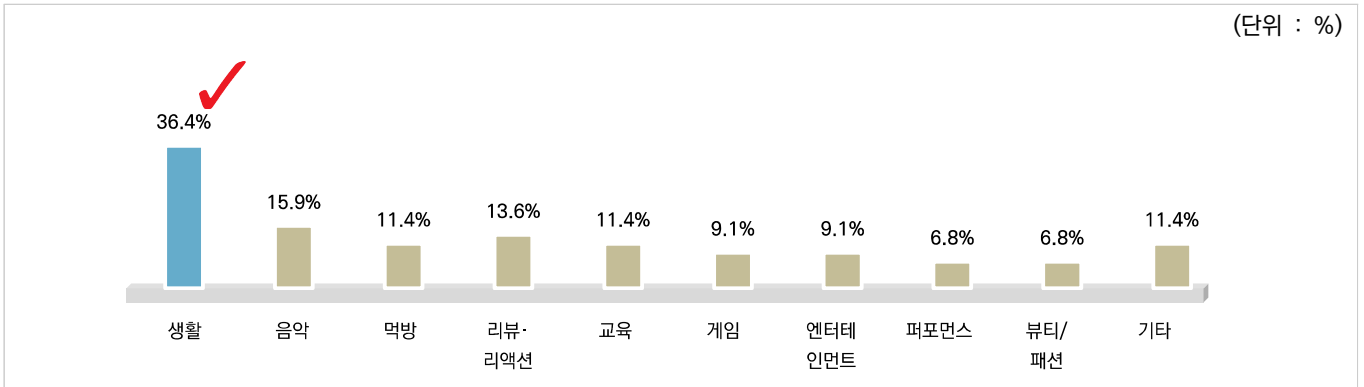
구 분	전체	보조인력 활용비용 부담	보조인력 업무시간 조절	보조인력 구인정보 부족	기타
1인 미디어 (명)	5	2	1	1	1
비중 (%)	100.0	40.0	20.0	20.0	20.0

5 1인 미디어 활동

1. 창작 활동분야

- 주력 창작 활동 분야로는 ‘생활’이 36.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘음악(15.9%)’, ‘리뷰 및 리액션’이 13.6%, ‘먹방’과 ‘기타’가 각각 11.4% 순으로 나타남

〈그림 4-125〉 1인 미디어 주력 창작 활동분야



〈표 4-160〉 1인 미디어 주력 창작 활동분야

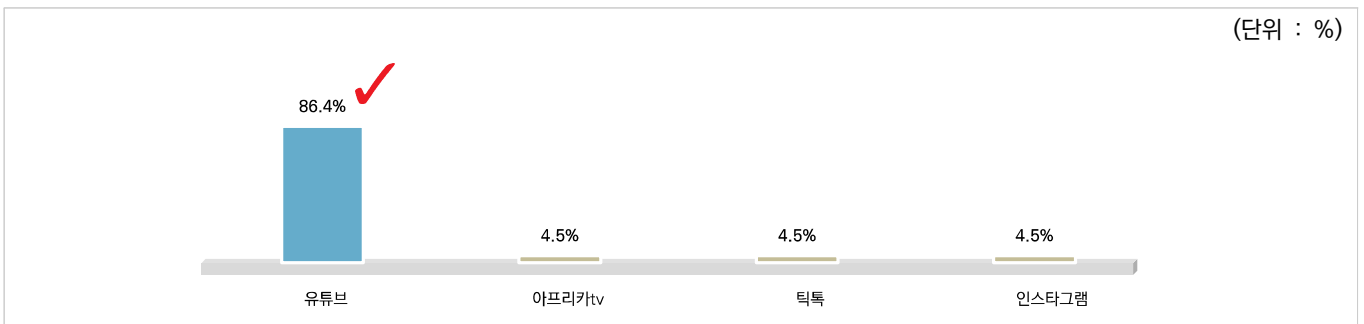
구분	전체	생활	음악	먹방	리뷰·리액션	교육	게임	엔터테인먼트	퍼포먼스	뷰티/패션	기타
1인 미디어 (명)	44	16	7	5	6	5	4	4	3	3	5
비중 (%)	100.0	36.4	15.9	11.4	13.6	11.4	9.1	9.1	6.8	6.8	11.4

*무응답 제외 후 산출

2. 이용 플랫폼

- 주요 활동분야는 ‘유튜브’가 86.4%로 나타나 모든 크리에이터가 유튜브를 주 이용 플랫폼으로 활용하는 함

〈그림 4-126〉 1인 미디어 주 이용 플랫폼



〈표 4-161〉 1인 미디어 주 이용 플랫폼

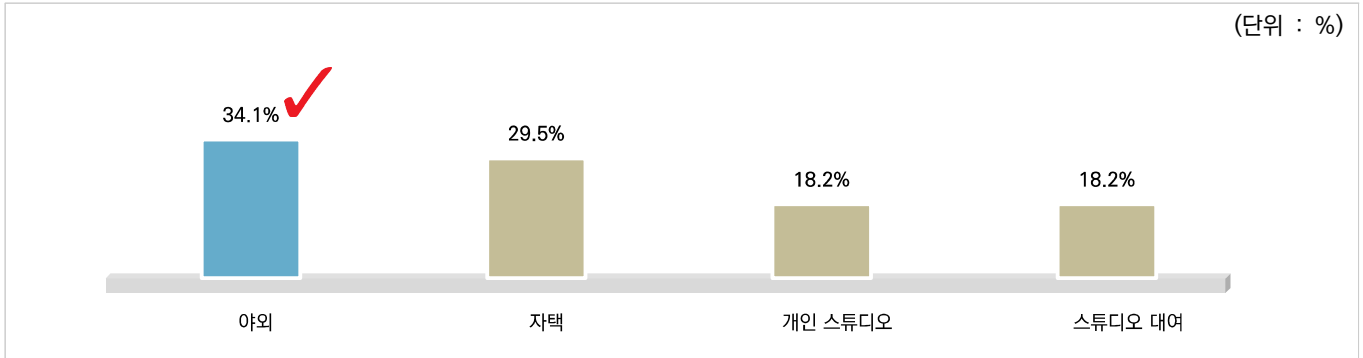
구분	전체	유튜브	아프리카TV	틱톡	인스타그램
1인 미디어 (명)	44	38	2	2	2
비중 (%)	100.0	86.4	4.5	4.5	4.5

*무응답 제외 후 산출

3. 촬영장소

○ 주로 이용하는 촬영장소는 ‘야외’가 34.1%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-127〉 1인 미디어 촬영장소



〈표 4-162〉 1인 미디어 촬영장소

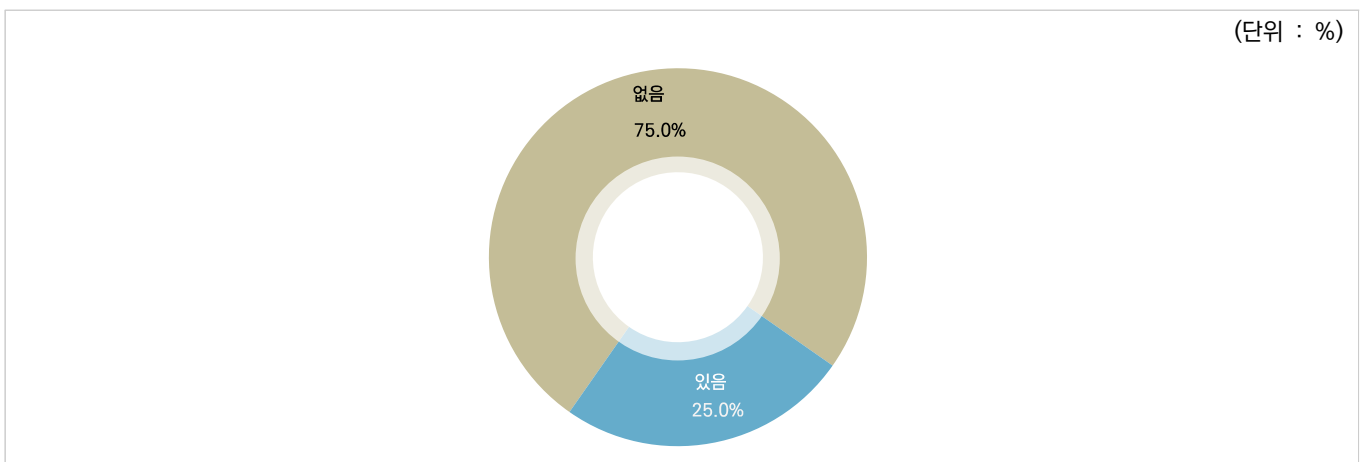
구 분	전체	야외	자택	개인 스튜디오	스튜디오 대여
1인 미디어 (명)	44	15	13	8	8
비중 (%)	100.0	34.1	29.5	18.2	18.2

*무응답 제외 후 산출

4. 부산/경남지역 거주로 인한 불편

○ 부산/경남지역 거주로 인한 불편함을 느낀 경우는 25.0%로 나타남.

〈그림 4-128〉 1인 미디어 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부



〈표 4-163〉 1인 미디어 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부

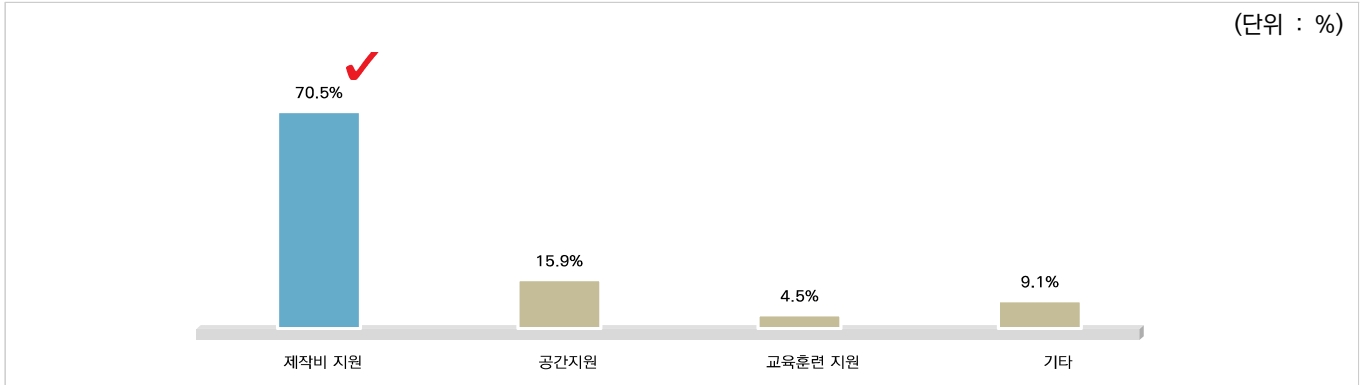
구 분	전체	없음	있음
1인 미디어 (명)	44	33	11
비중 (%)	100.0	75.0	25.0

*무응답 제외 후 산출

5. 지역거주 1인 미디어 지원사업

- 지역거주 1인 미디어를 위해 가장 필요한 지원사업으로는 ‘제작비 지원’이 70.5%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-129〉 지역거주 1인 미디어 지원사업



〈표 4-164〉 지역거주 1인 미디어 지원사업

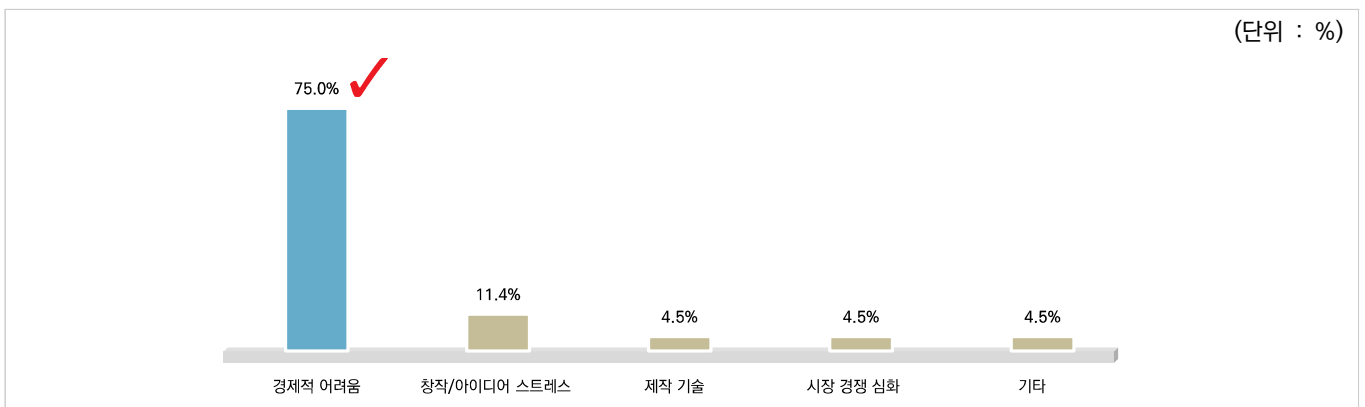
구 분	전체	제작비 지원	공간지원	교육훈련 지원	기타
1인 미디어 (명)	44	31	7	2	4
비중 (%)	100.0	70.5	15.9	4.5	9.1

*무응답 제외 후 산출

6. 1인 미디어 관련 애로사항

- 크리에이터 활동 관련 애로사항으로는 ‘경제적 어려움’이 75.0%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-130〉 1인 미디어 관련 애로사항



〈표 4-165〉 1인 미디어 관련 애로사항

구 분	전체	경제적 어려움	창작/아이디어 스트레스	제작 기술	시장 경쟁 심화	기타
1인 미디어 (명)	44	33	5	2	2	2
비중 (%)	100.0	75.0	11.4	4.5	4.5	4.5

*무응답 제외 후 산출

제8절

음악산업
조사결과



1 음악산업 결과요약

1. 결과요약

- 부산지역 음악 산업은 2021년 현재 58개로 나타남
 - 법인 11개와 뮤지션 47개로 총 58개 조사됨
- 음악산업 총 종사자 수는 2021년 현재 122명으로 나타남
- 음악산업 총 매출액은 2020년 22억원으로 나타남

〈표 4-166〉 음악산업 사업체 수, 종사자 수, 매출액

구 분	2019년	2020년	2021년	전년대비 증감률(%)
사업체 수 (개)	94	70	58	-17.1
종사자 수 (명)	192	183	122	-33.3
매출액 (백만원)	3,011	2,235	-	-25.8

- 음악산업은 사업체 11개(19.0%)와 뮤지션 47개(81.0%)로 구성됨
- 음악산업 총 매출액의 82.2%는 사업체의 매출액으로 나타남

〈표 4-167〉 음악산업 유형별 사업체 수, 종사자 수, 매출액

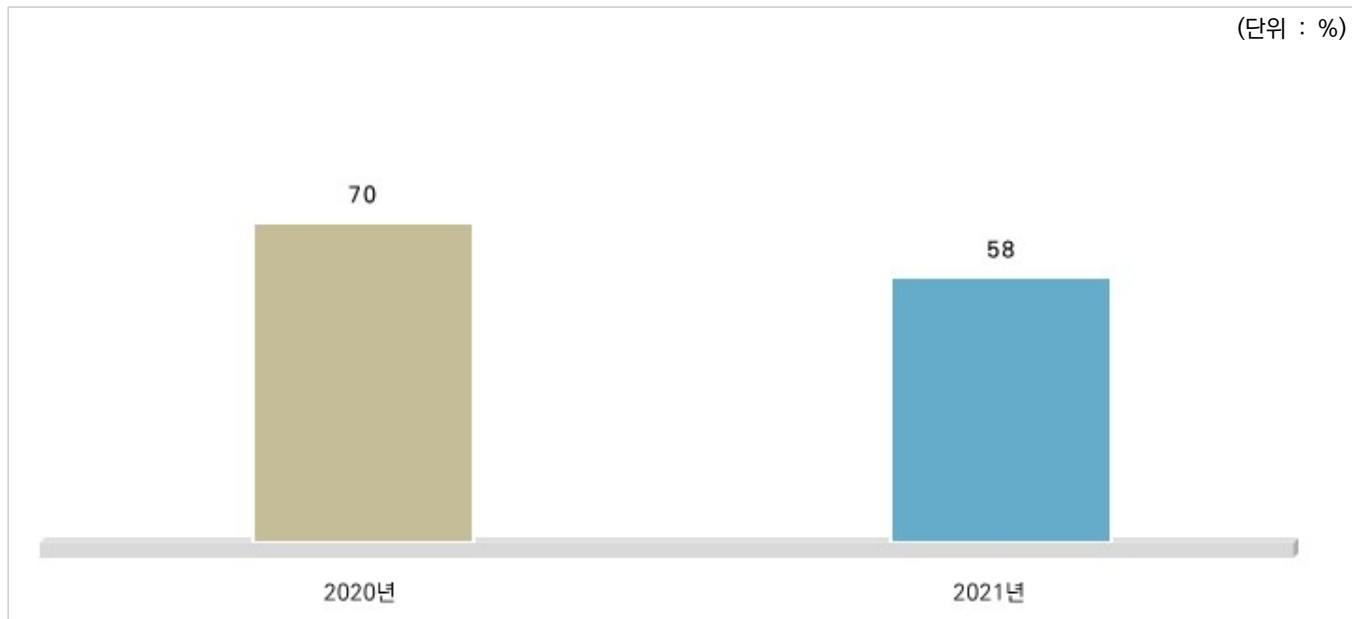
구 분	2021년 사업체 수		2021년 종사자 수		2020년 매출액		
	(개)	전체대비(%)	(명)	전체대비(%)	(백만원)	전체대비(%)	
음악산업	58	100.0	122	100.0	2,235	100.0	
유형	사업체	11	19.0	34	27.9	1,838	82.2
	뮤지션	47	81.0	88	72.1	397	17.8

2 음악산업 일반현황

1. 사업체 수

○ 2021년 부산 음악산업 사업체는 58개로 법인사업체 11개, 뮤지션 47개로 나타남

〈그림 4-131〉 음악산업 사업체 현황



〈표 4-168〉 음악산업 사업체 현황

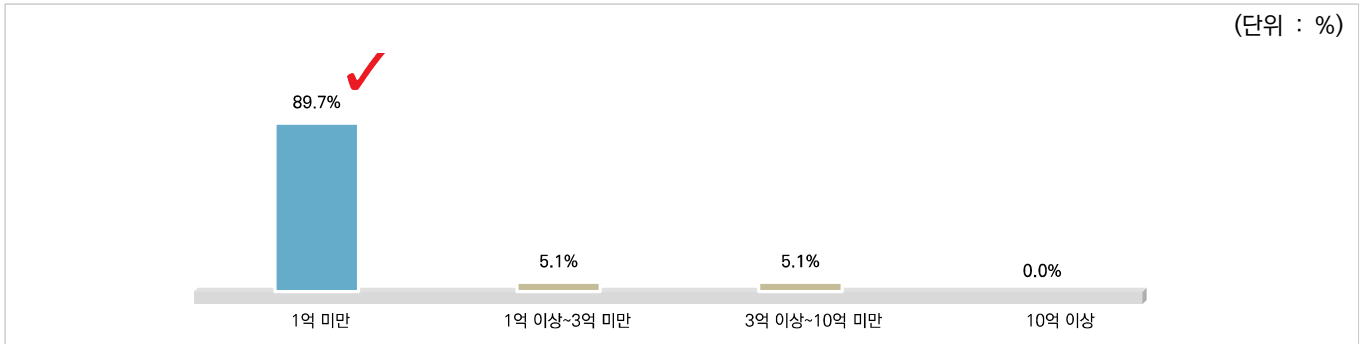
구 분	2020년(개)	2021년(개)	전년대비 증감률(%)
음악산업	70	58	-20.7
유형	사업체	11	-100.0
	뮤지션	47	-2.1

3 음악산업 매출현황

1. 매출액 및 매출 규모별 사업체 현황

○ 2020년 부산 음악산업 총 매출액은 22억원으로 전년대비 5.1% 증가한 것으로 나타남

〈그림 4-132〉 음악산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황



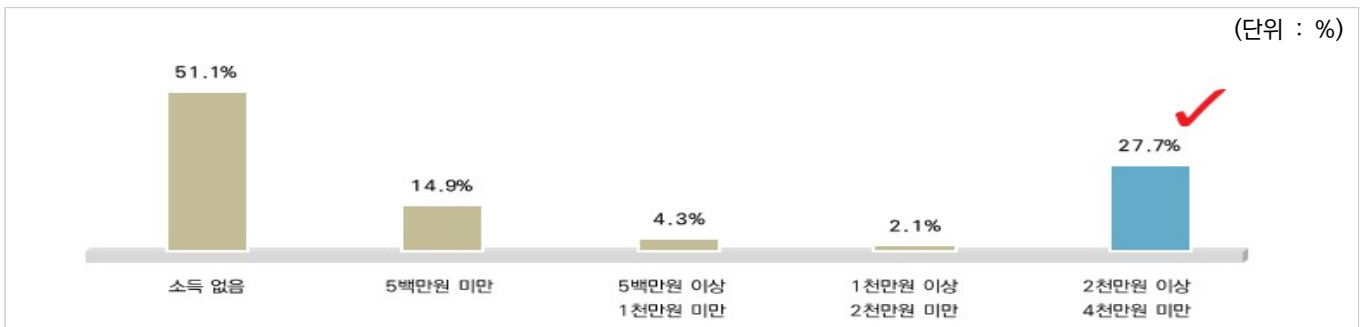
〈표 4-169〉 음악산업 2020년 매출 규모별 사업체 현황

구 분	2020년 매출액 (백만원)	1억 미만		1억 이상 3억 미만		3억 이상 10억 미만	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
음악산업	2,235	54	93.1	2	3.4	2	3.4
유형							
사업체	1,838	7	63.6	2	18.2	2	18.2
뮤지션	397	28	100.0	0	0.0	0	0.0

2. 뮤지션 연평균 소득

○ 뮤지션 월평균 소득은 '2천만원 이상 4천만원 미만'이 27.7%로 높게 나타남

〈그림 4-133〉 뮤지션 연평균 소득



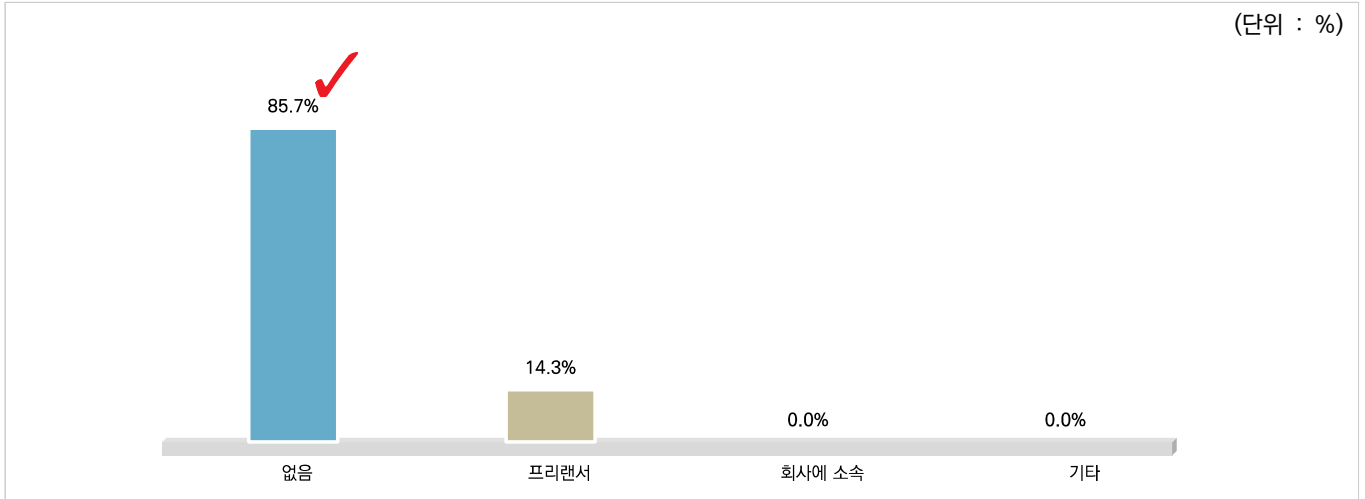
〈표 4-170〉 뮤지션 연평균 소득

구 분	전체	소득 없음	5백만원 미만	5백만원 이상 1천만원 미만	1천만원 이상 2천만원 미만	2천만원 이상 4천만원 미만
뮤지션 (명)	47	24	7	2	1	13
비중 (%)	100.0	51.1	14.9	4.3	2.1	27.7

3. 뮤지션 활동 외 주요 소득원

- 뮤지션 활동 이외의 주요 소득원으로는 ‘없음’이 85.7%로 가장 비중이 높고, 그 다음으로 ‘프리랜서 (14.3%)’ 순으로 나타남

〈그림 4-134〉 뮤지션 활동 외 주요 소득원



〈표 4-171〉 뮤지션 활동 외 주요 소득원

구 분	전체	없음	프리랜서
뮤지션 (명)	28	24	4
비중 (%)	100.0	85.7	14.3

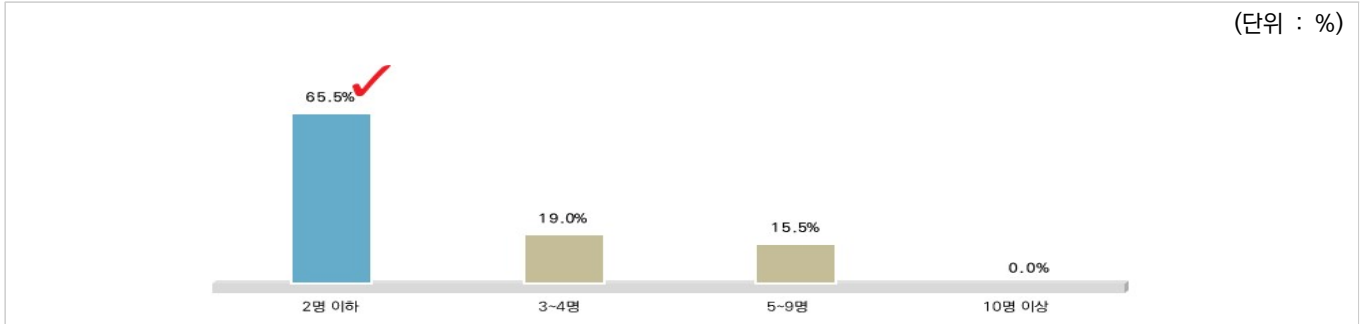
*무응답 제외 후 산출

4 음악산업 종사자현황

1. 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황

- 2021년 현재 종사자 '2명 이하'인 사업체의 비중이 65.5%로 가장 높게 나타남

〈그림 4-135〉 음악산업 2021년 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황



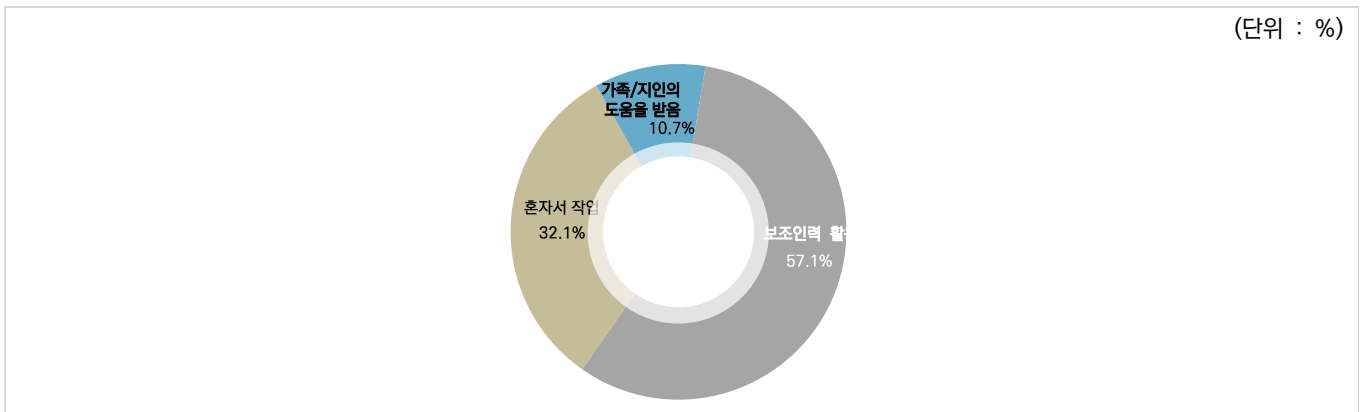
〈표 4-172〉 음악산업 2021년 종사자 및 종사자 규모별 사업체 현황

구 분	전체 (계)	2명 이하		3~4명		5~9명	
		(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)
음악산업	58	38	65.5	11	19.0	9	15.5
유형	사업체	11	45.5	3	27.3	3	27.3
	뮤지션	47	70.2	8	28.6	6	12.8

2. 뮤지션 보조인력 활용여부

- '보조인력 활용'이 57.1%로 비중이 가장 높은 것으로 나타남

〈그림 4-136〉 뮤지션 보조인력 활용여부



〈표 4-173〉 뮤지션 보조인력 활용여부

구 분	전체 (명)	혼자서 작업		가족/지인의 도움		보조인력 활용	
		(명)	(%)	(명)	(%)	(명)	(%)
뮤지션	28	9	32.1	3	10.7	16	57.1

*무응답 제외 후 산출

3. 뮤지션 보조인력 활용규모

○ 보조인력 활용규모로는 '2~3명'이 50.0%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-137〉 뮤지션 보조인력 활용규모



〈표 4-174〉 뮤지션 보조인력 활용규모

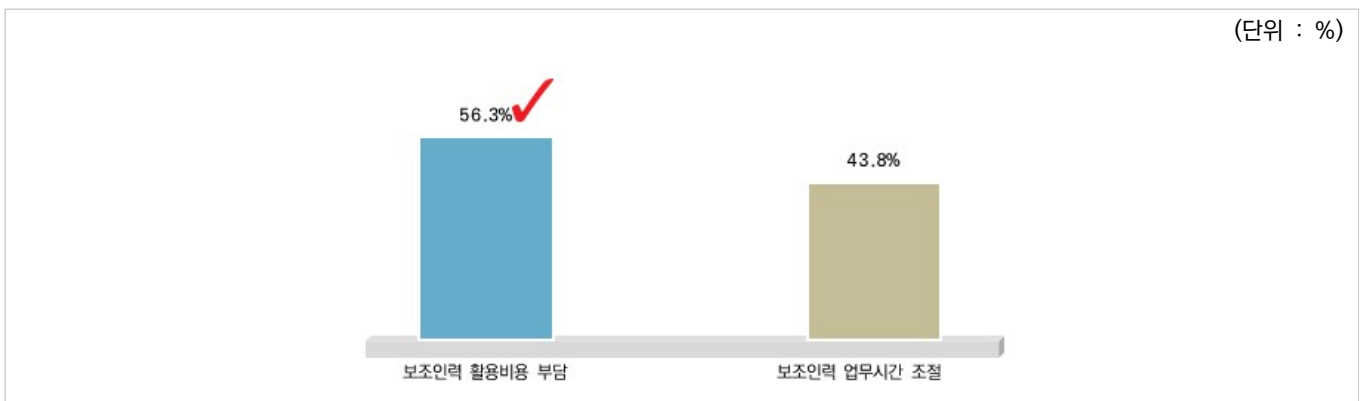
구 분	전체	1명	2~3명	4~5명	6명 이상	평균
뮤지션 (명)	16	1	8	4	3	3.8명
비중 (%)	100.0	6.3	50.0	25.0	18.8	

*무응답 제외 후 산출

4. 뮤지션 보조인력 활용 관련 애로사항

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

〈그림 4-138〉 뮤지션 보조인력 활용 관련 애로사항



〈표 4-175〉 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

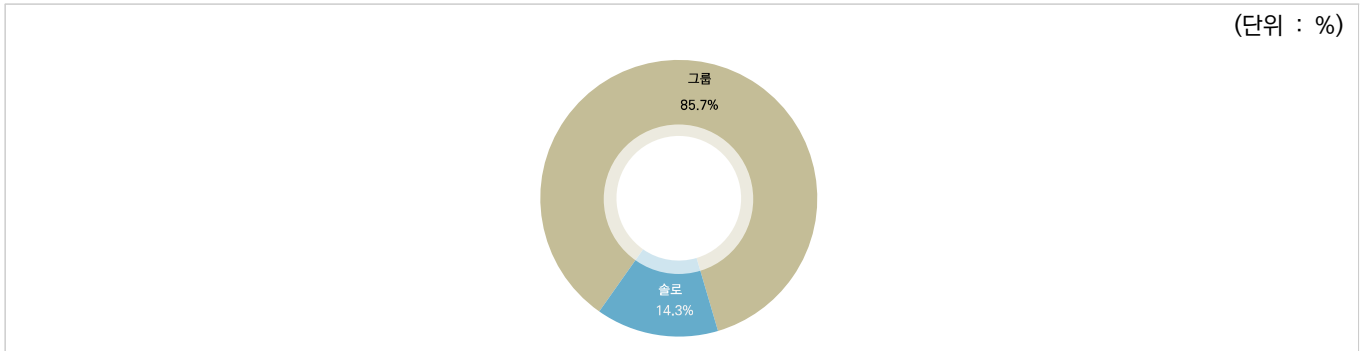
*무응답 제외 후 산출

5 뮤지션 활동

1. 활동 유형

- 주력 활동 유형으로는 ‘그룹’이 85.7%로 비중이 가장 높게 나타남

〈그림 4-139〉 뮤지션 활동 유형



〈표 4-176〉 뮤지션 활동 유형

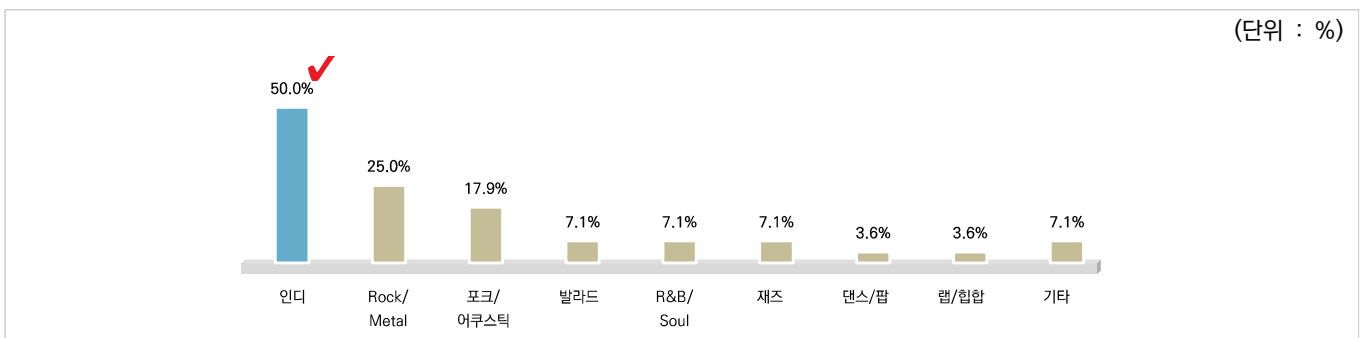
구 분	전체	그룹	솔로
뮤지션 (명)	28	24	4
비중 (%)	100.0	85.7	14.3

*무응답 제외 후 산출

2. 활동 장르

- 주요 활동장르는 ‘인디’가 50.0%로 비중이 가장 높았으며, ‘Rock/Metal(25.0)’, ‘포크/어쿠스틱 (17.9%)’순으로 나타남

〈그림 4-140〉 뮤지션 활동 장르



〈표 4-177〉 뮤지션 활동 장르

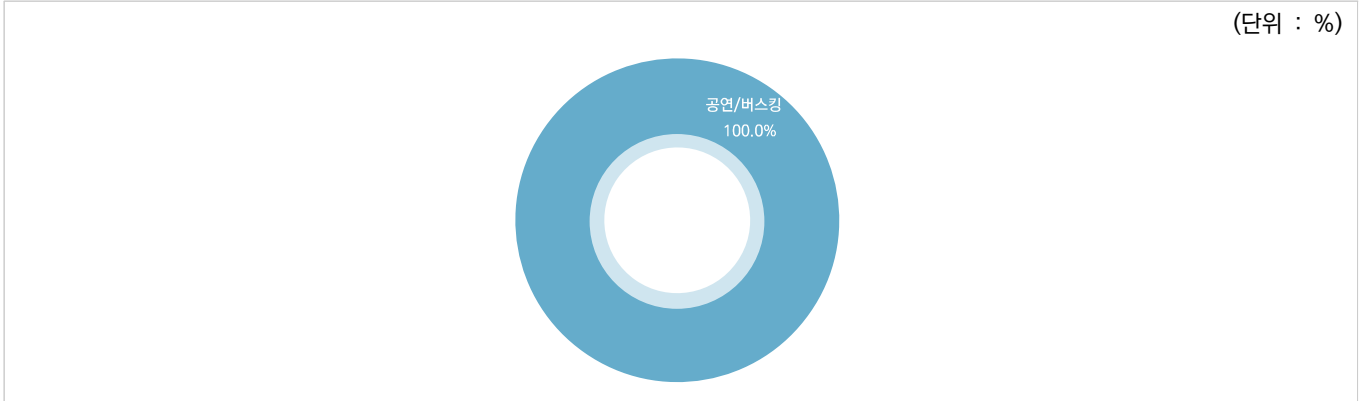
구 분	전체	인디	Rock/Metal	포크/어쿠스틱	발라드	R&B/Soul	재즈	댄스/팝	랩/힙합	기타
뮤지션 (명)	28	14	7	5	2	2	2	1	1	2
비중 (%)	100.0	50.0	25.0	17.9	7.1	7.1	7.1	3.6	3.6	7.1

*무응답 제외 후 산출

3. 활동 영역

○ 주로 이용하는 활동 영역은 ‘야외공연(버스킹)’이 100.0%로 나타남

〈그림 4-141〉 뮤지션 활동 영역



〈표 4-178〉 뮤지션 활동 영역

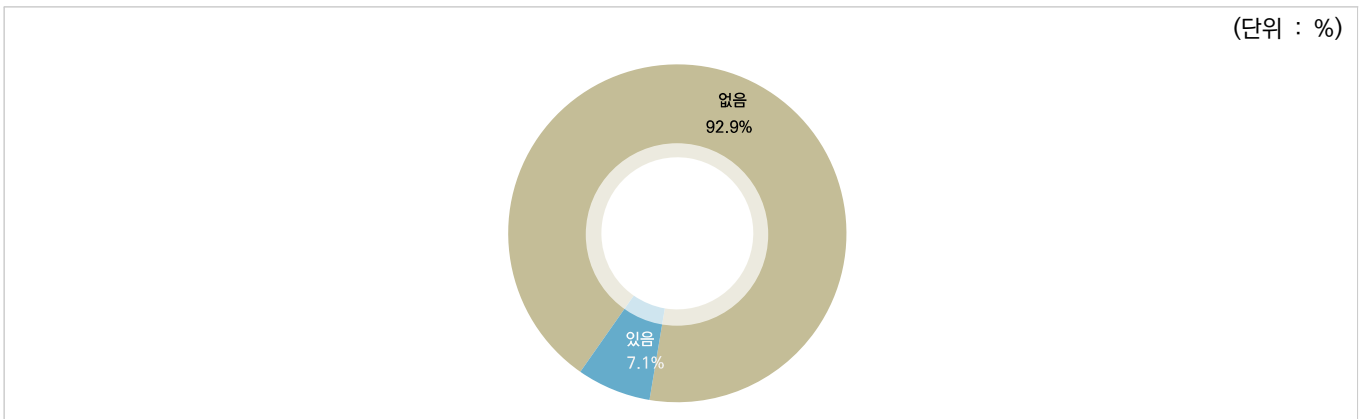
구 분	전체	공연/버스킹
뮤지션 (명)	28	28
비중 (%)	100.0	100.0

*무응답 제외 후 산출

4. 부산/경남지역 거주로 인한 불편

○ 부산/경남지역 거주로 인한 불편함을 느낀 경우는 7.1%로 나타남.

〈그림 4-142〉 뮤지션 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부



〈표 4-179〉 뮤지션 부산/경남지역 거주로 인한 불편여부

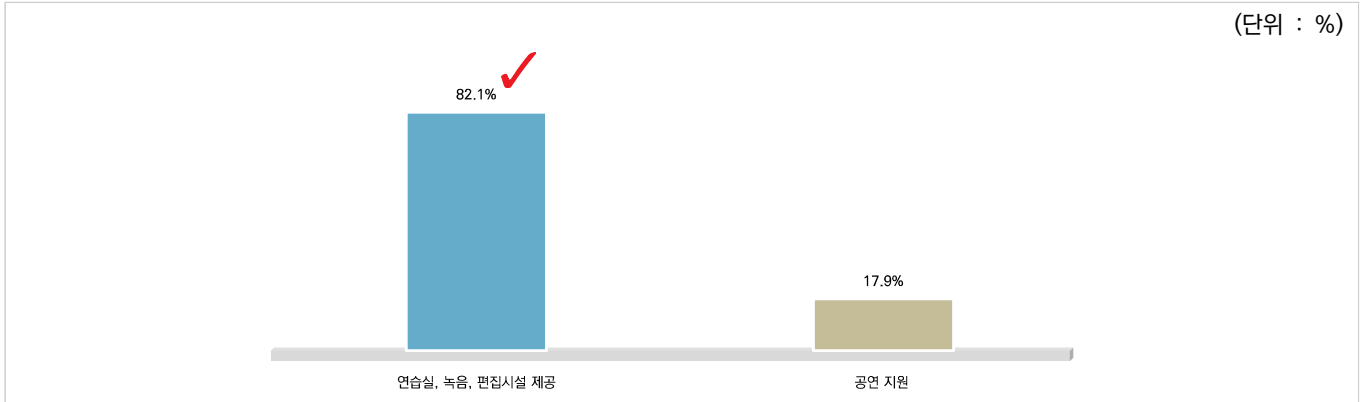
구 분	전체	없음	있음
뮤지션 (명)	28	26	2
비중 (%)	100.0	92.9	7.1

*무응답 제외 후 산출

5. 지역거주 뮤지션 지원사업

- 지역거주 뮤지션을 위해 가장 필요한 지원사업으로는 ‘연습실, 녹음, 편집시설 제공’이 82.1%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-143〉 지역거주 뮤지션 지원사업



〈표 4-180〉 지역거주 뮤지션 지원사업

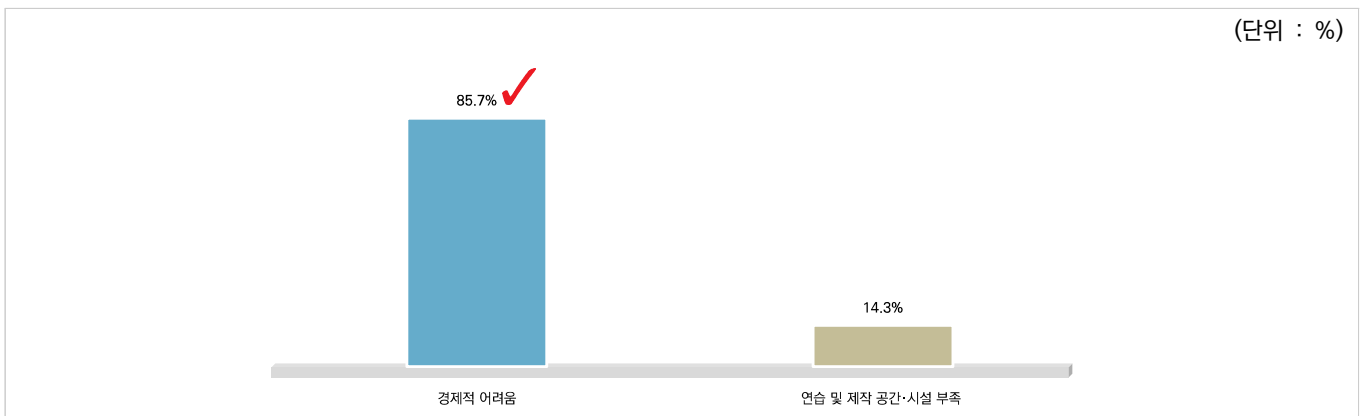
구분	전체	연습실, 녹음, 편집시설 제공	공연 지원
뮤지션 (명)	28	23	5
비중 (%)	100.0	82.1	17.9

*무응답 제외 후 산출

6. 뮤지션 관련 애로사항

- 뮤지션 관련 애로사항으로는 ‘경제적 어려움’ 85.7%로 가장 비중이 높게 나타남

〈그림 4-144〉 뮤지션 관련 애로사항



〈표 4-181〉 뮤지션 관련 애로사항

구분	전체	경제적 어려움	연습 및 제작 공간·시설 부족
뮤지션 (명)	28	24	4
비중 (%)	100.0	85.7	14.3

*무응답 제외 후 산출



부산정보산업진흥원
Busan IT Industry Promotion Agency

제5장

인프라 현황



제1절

물적 인프라



1 종합

1. 문화시설 현황

○ 부산시 소재 문화시설은 총 109개로 6개 광역시 중에서 가장 많은 것으로 나타남

〈표 5-1〉 전국 문화기반시설 현황⁸⁾

지역	전체	국립도서관	공공도서관	박물관	미술관	문예회관	지방문화원	문화의집
전체	2,888	3	1,134	897	267	256	230	101
서울	407	2	180	128	46	21	25	5
부산	109	0	44	31	8	11	15	0
대구	82	0	43	16	4	11	8	0
인천	107	0	53	28	5	10	10	1
광주	65	0	23	12	14	7	5	4
대전	59	0	26	15	5	5	5	3
울산	43	0	19	10	0	5	5	4
세종	20	0	11	7	0	1	1	0
경기	552	1	277	136	53	44	31	10
강원	221	0	58	99	19	21	18	6
충북	133	0	48	44	11	12	11	7
충남	168	0	63	57	9	18	15	6
전북	161	0	59	41	18	17	14	12
전남	212	0	70	63	32	21	22	4
경북	203	0	66	70	11	27	23	6
경남	213	0	72	75	10	22	20	14
제주	133	0	22	65	22	3	2	19

8) 문화체육관광부, '2020 전국 문화기반시설 총람' 참고

- 부산시 지역별로 문화기반시설을 살펴보면, 해운대구와 남구가 각각 12개로 가장 많았으며, 다음으로 부산진구, 북구, 금정구(각각 9개)가 많은 것으로 나타남
- 공연시설은 남구가 17개로 가장 많았으며, 그 다음으로 해운대구, 금정구(각각 8개), 중구, 수영구(각각 6개로) 순으로 많은 것으로 나타남

〈표 5-2〉 전국 문화기반시설 및 공연시설 현황

지 역	문화기반시설 ⁹⁾							공연시설 ¹⁰⁾		
	전체	공공 도서관	박물관	미술관	문예회관	지방 문화원	문화의 집	전체	공공	민간
부산	109	44	31	8	11	15	0	74	30	44
중구	5	1	2	1	1	0	0	6	2	4
서구	5	1	2	1	0	1	0	0	0	0
동구	5	3	0	0	1	1	0	5	2	3
영도구	7	2	3	0	1	1	0	3	3	0
부산진구	9	4	4	0	0	1	0	5	2	3
동래구	8	3	3	0	1	1	0	5	2	3
남구	12	2	6	1	2	1	0	17	6	11
북구	9	5	2	0	1	1	0	3	3	0
해운대구	12	7	0	2	2	1	0	8	4	4
사하구	6	2	1	1	1	1	0	2	2	0
강서구	4	2	1	0	0	1	0	1	0	1
금정구	9	2	3	2	1	1	0	8	2	6
연제구	4	2	1	0	0	1	0	1	0	1
수영구	3	2	0	0	0	1	0	6	0	6
사상구	4	1	2	0	0	1	0	2	1	1
기장군	7	5	1	0	0	1	0	2	1	1

9) 문화체육관광부, '2020 전국 문화기반시설 총람' 참고

10) 문화체육관광부, '2021년 등록 공연장 현황' 참고

2. 부산 인프라 지원 현황

- 부산정보산업진흥원에서는 CT산업 지원을 위해 부산문화콘텐츠컴플렉스 등 11개 시설을 운영하여 부산 CT산업 사업체들을 대상으로 입주시설 및 지원 프로그램을 제공함


〈표 5-3〉 부산정보산업진흥원 지원 인프라 현황

시설명	주소	연락처	홈페이지	개관년도
부산문화콘텐츠 컴플렉스	부산 해운대구 수영강변대로 140 BCC	051-749-9159	http://busanit.or.kr/bcc/index.asp	2012.4
부산콘텐츠 코리아랩	(센텀) 부산 해운대구 수영강변대로 140 BCC 4-5층 (금정) 부산 금정구 금강로 252-1 근영테크빌 3층 (경성대) 부산 남구 수영로 309 경성대학교 중앙도서관 15층 (크리에이트 스튜디오) 부산 해운대구 수영강변대로 140 BCC 3층	(센텀) 051-749-9175 (금정) 051-714-1541 (경성대) 051-626-2530 (크리에이트 스튜디오) 051-749-9177	http://cklbusan.com/html/00_main/	2014.12 (센텀) 2015.3 (금정) 2017.5 (경성대)
부산글로벌 게임센터	부산 해운대구 수영강변대로 140 BCC 3층	051-749-9153	http://bgc.busanit.or.kr/main/index.do	2015.9
부산음악창작소	부산 금정구 금강로 252-1 근영빌딩 지하1층	051-714-0530~1	http://www.musiclabbusan.vom/html/00_main	2015.11
부산글로벌 웹툰센터	부산 해운대구 수영강변대로 140 BCC 3층	051-746-4748	http://www.facebook.com/bipa.webtoon	2017.5
가상현실기업 지원센터	부산 해운대구 센텀동로 45 웹스빌딩 5층	051-749-9428	http://vrsc.busanit.or.kr/	2016.7
가상증강현실 융복합센터	부산 해운대구 APEC로 55 BEXCO 1층	051-741-9123	http://www.vrar.or.kr/html/00_main/	2017.3
부산 e스포츠 상설경기장	부산 부산진구 중앙대로 672 삼정타워 15,16층	051-805-5330	https://brena.or.kr/brena/index.do	2020.11
1인 크리에이터 창작센터	부산 부산진구 서면로 39 KT&G 상상마당	070-8846-9161	https://www.sangsan-gmadang.com/reservation/media/preview	2018.12
부산게임과몰입 상담치료센터	부산 해운대구 센텀동로 41 센텀벤처타운	051-749-9476	https://busangcc.or.kr/sub01/sub02.html	2015
한-아세안 ICT 융합빌리지	부산 해운대구 우동 센텀7로 6 4층	051-769-9143	http://www.ictxr.or.kr/menu_02_02.asp	2019

○ 센텀 문화산업진흥지구

- 2008년 2월 26일 문화관광부 문화산업진흥지구심의위원회에서 문화산업진흥지구 적합지역으로 지정되어 영화·영상 인프라가 클러스터(집적시설)를 형성하고 있음

〈표 5-4〉 센텀 문화산업진흥지구

센텀 문화산업진흥지구	항 목	내 용
	지구 여건	- 센텀시티 내 시네포트 지구에 위치 - 영상산업센터, 영화후반작업기지, 영화촬영스튜디오, BEXCO 등 - 영화·영상, 전시·컨벤션 시설 입지
	면적	- 61,000m ² 영상관련기관 12,000m ²
	도시기능	- 영화·영상산업 및 지식, 정보통신 산업거점 - 다양한 전시·컨벤션 행사로 고급 정보 및 인력 교류 - 인간과 자연, 기술이 조화된 첨단 신도시
	기본구상	- 영화·영상산업 발전을 위한 이전 선도지구로 지정 - 이전기관의 특성 고려, 조형미를 살린 건축물 신축

○ 부산문화콘텐츠콤플렉스

- 2012년 4월에 개관한 부산문화콘텐츠콤플렉스는 CT산업의 핵심 육성지원기관으로 기업 발굴 및 지원을 통해 글로벌 경쟁력 보유 문화콘텐츠 기업군 형성 거점 역할을 하고 있음

〈표 5-5〉 부산문화콘텐츠콤플렉스

부산문화콘텐츠콤플렉스	항 목	내 용
	위치	- 부산광역시 해운대구 수영강변대로 140 - 센텀문화산업진흥지구 내에 위치 - 영상후반작업시설(AZworks), 영화의 전당, 영상산업센터, 부산디자인 센터 등 관련 기관들이 모여있음
	면적	- 61,000m ² 영상관련기관 12,000m ²
	지원 사항	- 비즈니스지원실, 소프트랜딩존, 회의실 등 운영 - 입주기업 비즈니스 서비스 발굴 및 지원강화 - BCC 효율적 운영 및 환경 개선

○ 부산콘텐츠코리아랩

- 상상력이 창작·창업으로 이어지는 환경을 조성하기 위해 문화체육관광부와 부산시가 설립한 공간으로 창작자를 위한 작업공간 제공, 창작지원을 위한 다양한 프로그램을 운영

〈표 5-6〉 부산콘텐츠코리아랩

부산문화콘텐츠콤플렉스	항 목	내 용
	위치	<ul style="list-style-type: none"> - (센텀) 부산 해운대구 수영강변대로 140, BCC 4-5층 - (금정) 부산 금정구 금강로 252-1 근영테크빌 3층 - (경성대) 부산 남구 수영로 309 경성대학교 중앙도서관 15층 - (크리에이트 스튜디오) 부산 해운대구 수영강변대로 140 BCC 3층
	설비	<ul style="list-style-type: none"> - (센텀) 오픈오피스, 창작실, 회의실, 미디어룸, 복합공간 - (금정) 오픈/복합공간, 영상편집실, 회의실, 다목적홀 - (경성대) 창작공간 4실, 오픈오피스, 강의실, 복합공간 - (크리에이트 스튜디오) 스튜디오, 편집실, 스트리밍룸
	지원 사항	<ul style="list-style-type: none"> - 입주지원실(19개) 제공 - 콘텐츠 창작, 마케팅 및 홍보 지원 - 창작자 역량강화 교육 프로그램 운영 - 1인미디어 콘텐츠 지원

○ 부산글로벌게임센터

- 2015년 9월 개소한 부산글로벌게임센터는 게임기업 집적화와 역외기업 유치, 게임콘텐츠 제작지원, 인디게임산업 육성, 건전게임 문화조성 등 게임산업 생태계 조성을 위한 활동을 수행함

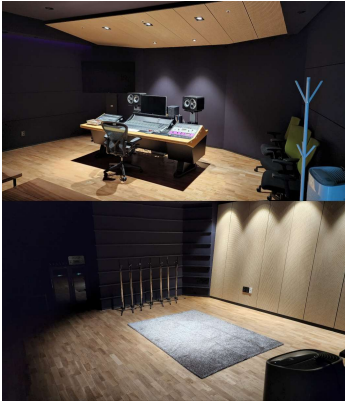
〈표 5-7〉 부산글로벌게임센터

부산글로벌게임센터	항 목	내 용
	위치	<ul style="list-style-type: none"> - 부산시 해운대구 수영강변대로 140 - 문화콘텐츠 콤플렉스와 함께 있음
	설비	<ul style="list-style-type: none"> - 입주지원실, 교육실, OA실, BGC라운지 - 회의실, 휴게실, 테스트 베드 공간 - 편의점, 체력단련장, 구내식당 등 부대시설
	지원 사항	<ul style="list-style-type: none"> - 스타트업 기업 인큐레이팅, 인디게임기업 창작 지원 - 게임콘텐츠 제작비 및 이용자 테스트 지원 - 마케팅/홍보, 시장진출/비즈니스 활성화 지원 - 건전한 게임문화 조성을 위한 교육 지원

○ 부산음악창작소

- 부산시, 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원 공동지원으로 매년 부산 뮤지션 대상 음반제작 및 공연 개최 지원 등 지역 대중음악 콘텐츠 제작 활성화 추진
- 부산지역 최고 수준의 녹음 스튜디오 시설(스튜디오, 조정실 등) 운영으로 지역 뮤지션의 음반과 다양한 콘텐츠 창작 활동 기반 조성


〈표 5-8〉 부산음악창작소

부산음악창작소	항 목	내 용
	위치	- 부산 금정구 동부곡로 27번길 64, 대동대학교 한울관 지하1층 부산음악창작소
	설비	- 녹음스튜디오2, 회의실, 사무실, 네트워킹 공간 등 1,143.43㎡
	지원 사항	- 녹음 스튜디오 시설·장비 대관 운영 - 지역 뮤지션 음원·음반 제작, 프로모션 지원 - 온·오프라인 기획공연 개최, 공연 참가 지원, 대외협력 등

○ 부산글로벌웹툰센터

- BCC 옆 신축건물과 BCC 3층 연결 1340㎡ 규모의 웹툰 작품 전시와 체험, 웹툰작가 창작지원 공간 활용
- 창작지원실 운영을 비롯해 센터 기반 예비작가 및 일반인 대상 웹툰 교육, 웹툰작가 창작비 지원과 어시스턴트 고용, 해외시장 참가 등 다양한 사업 추진


〈표 5-9〉 부산글로벌웹툰센터

부산글로벌웹툰센터	항 목	내 용
	위치	- 부산 해운대구 수영강변대로 140 부산문화콘텐츠콤플렉스 3층
	설비	- 웹툰 작품 전시와 체험 공간 등 복합문화공간 - 창작지원실(20실), 세미나실, 휴게실 등 웹툰 작가를 위한 창작 지원 공간
	지원 사항	- 웹툰창작지원실 제공, 웹툰복합문화공간 운영 - 창작자 발굴, 인력 양성, 창작 활성화 지원 - 마케팅 지원, 네트워크 활성화

○ 가상증강현실융합센터

- VR·AR·MR산업 생태계 조성 및 글로벌 경쟁력 확보 위해 스타트업/기업 발굴·육성, 투자기회 등 One-Stop 지원


〈표 5-10〉 가상증강현실융합센터

가상증강현실융합센터	항 목	내 용
	위치	- 부산시 해운대구 APEC로 55 백스코 사무동 1층 - 기업간거래(B2B) 시장 중심의 콘텐츠 전시, 콘텐츠 개발 환경, 일반관객 관람 및 체험 공간 구성
	설비	- 사용자 움직임 반응형 트레드밀 시스템, 모션 베이스 기반 움직임 재현 시스템 - 다중 사용자 인식형 시스템, 증강현실 콘텐츠 재현 시스템 - 가상현실 콘텐츠 실시간 중계 및 합성 시스템, 멀티관람객 체험용 6인 시스템, 교육장
	지원 사항	- 가상증강현실 쇼룸 및 체험존 운영 - VR/AR 고급교육 제공 - 사업설명회, 세미나, DEMO DAY 개최

○ 부산 e스포츠 상설경기장

- 부산 서명 최대상권 내 주경기장, 보조경기장 2, 부대시설 등을 갖춘 e스포츠 상설경기장, 구축/운영, 생활밀착형 e스포츠 확산 추진


〈표 5-11〉 부산 e스포츠 상설경기장

부산 e스포츠 상설경기장	항 목	내 용
	위치	- 부산 부산진구 서면 삼정타워 15,16층
	설비	- 경기장 : 2,739m ² 330개 관람석 주경기장, 128석 2개 보조 경기장
	지원 사항	- 1보조경기장 : 스포츠 연구개발센터 운영, 1인 미디어실, 트레이닝 센터 역할 - 2보조경기장 : 선수 팬미팅 등 복합문화행사 진행 가능

○ 1인 크리에이터 창작센터

- 도심권 내 창작센터 조성, 부산 1인 크리에이터 산업 활성화 및 창작자 지원강화, 1인 크리에이터 창작센터 조성(촬영 스튜디오, 편집실, 교육장 등)


〈표 5-12〉 1인 크리에이터 창작센터

1인 크리에이터 창작센터	항 목	내 용
	위치	- 부산시 해운대구 수영강변대로 140, 2층 - 기업간거래(B2B) 시장 중심의 콘텐츠 전시, 콘텐츠 개발 환경, 일반관객 관람 및 체험 공간 구성
	설비	- 멀티 스튜디오, 크로마키/호리존 스튜디오, 스트리밍 스튜디오, 편집실A~C
	지원 사항	- 1인 크리에이터를 위해 특화된 공간을 무료로 대여하는 공간 - 지역 청년들의 문화·예술·창업·취업의 허브 역할 및 일자리 창출 등 지역 경제 활성화

○ 부산게임과몰입상담치료센터

- 게임 과몰입 해소 및 통합치료 서비스 지원을 통한 건전한 게임문화 기반 조성


〈표 5-13〉 부산게임과몰입상담치료센터

부산게임과몰입상담치료센터	항 목	내 용
	위치	- 부산 해운대구 센텀동로 41 센텀벤처타운 4층
	이용 대상/시간	- 게임과몰입으로 어려움을 겪는 모든 연령 - 상담시간 : 월~금(9:00~18:00) 화,목(18:00~21:00)
	지원 사항	- 게임과몰입전문상담 : 게임과몰입 개인상담 우리동네 상담실 - 통합 치료 지원 서비스 : 종합 심리 평가 : 치료연계 및 치료비 지원 - 게임과몰입 예방관리 프로그램 : 슬기로운 게임생활 프로그램 : 창의게임 문화교실

○ 한-아세안 ICT 융합빌리지

- 게임 과몰입 해소 및 통합치료 서비스 지원을 통한 건전한 게임문화 기반 조성

〈표 5-14〉 한-아세안 ICT 융합빌리지

한-아세안 ICT 융합빌리지	항 목	내 용
	위치	- 부산 해운대구 우동 센텀7로 6 4층
	설비	- 360 볼륨메트릭, MR스튜디오, 교육장, 회의실 등
	지원 사항	- XR* 콘텐츠 발굴 및 제작·마케팅 지원, 인력양성, 네트워크 구축 등 * XR : VR(가상현실), AR(증강현실), 홀로그램 등 실감콘텐츠

2 문화시설 상세현황

1. 도서관¹¹⁾

〈표 5-15〉 부산 도서관 현황

구분	합계(개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도구	부산진구	동래구	남구	북구	해운대구	사하구	강서구	금정구	연제구	수영구	사상구	기장군
지자체	28	0	0	2	2	1	2	2	3	3	1	2	1	1	2	1	5
교육청	14	1	1	1	0	3	1	0	1	3	1	0	1	1	0	0	0
사립	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
계	44	1	1	3	2	4	3	2	5	7	2	2	2	2	2	1	5

〈표 5-16〉 부산 소재 도서관 ①

군/구	설립주체	시설명	주소	연락처	홈페이지	개관년도
강서구	지자체	강서기적의도서관	강서구 명지오션시티10로 80 (명지동)강서기적의도서관	051-970-2317	https://library.bsgangseo.go.kr/gmlib/	2018
강서구	지자체	부산강서도서관	강서구 공항로811번길 10 (대저2동)강서도서관	051-970-4067	https://library.bsgangseo.go.kr/gslib/	1998
금정구	지자체	금정도서관	금정구 금정도서관로 33 청룡동금정도서관	051-519-5612	http://library.geumjeong.go.kr	1996
기장군	지자체	기장도서관	기장군 차성동로126번길13 5 (기장도서관)	051-724-3071	http://library.gijang.go.kr	2003
기장군	지자체	기장디지털도서관	기장군 기장대로560 (기장군청) 7층(구. 디지털교육정보센터)	051-709-5071	http://library.gijang.go.kr/dlib/	2015
기장군	지자체	대라다목적도서관	기장군 기장읍 차성서로 86대라다목적도서관	051-709-3961	http://library.gijang.go.kr/daera/	2016
기장군	지자체	정관도서관	기장군 정관읍정관중앙로 100	051-709-3904	http://jglib.gijang.go.kr	2015
기장군	지자체	정관어린이도서관	기장군 정관읍정관8로 11(매학리 709) 정관어린이도서관	051-709-5386	http://jgchildlib.gijang.go.kr	2015
남구	지자체	남구도서관	남구 수영로267번길61 (남구도서관)	051-607-6572	http://www.library.bsnamgu.go.kr	1997
남구	지자체	부산광역시 남구 분포도서관	남구 분포로 97 (용호동)분포문화체육센터내 1,2층 분포도서관	051-607-3642	http://library.bsnamgu.go.kr/Main.do	2018
동구	지자체	동구도서관	동구 성북로36번길 54 범일동성북로36번길 54	051-440-6412	http://www.bsdonggu.go.kr/library	1998
동구	지자체	동구어린이영어도서관	동구 수성로 21 수정동동구어린이영어도서관	051-440-6471	http://www.bsdonggu.go.kr/kidseng	2019
동래구	지자체	동래읍성도서관	동래구 동래로159번길 153 (철산동)153	051-550-6902	http://lib.dongnae.go.kr/dongnae	2015
동래구	지자체	안락누리도서관	동래구 명안로10번길 64 (안락동)64(안락동)	051-550-6911	http://lib.dongnae.go.kr/allak/	2016
부산진구	지자체	부산진구어린이청소년도서관	부산진구어린이청소년도서관	051-605-5803	http://cylib.busanjin.go.kr	2016
북구	지자체	금곡도서관	북구 효열로203번길 34 금곡동금곡도서관	051-309-6181	http://bglib.bsbukgu.go.kr	2016

11) 문화체육관광부, '2020 전국 문화기반시설 총람' 참고

〈표 5-17〉 부산 소재 도서관 ②

군/구	설립주체	시설명	주소	연락처	홈페이지	개관년도
북구	지자체	부산북구디지털도서관	북구 은행나무로 26 (만덕동)(만덕2동 843번지)	051-309-4945	http://library.bsbukgu.go.kr/	2002
북구	지자체	화명도서관	북구 화명대로12번길59 부산 화명도서관	051-309-6483	http://hmlib.bsbukgu.go.kr/	2010
사상구	지자체	사상도서관	사상구 덕상로72번길9 (사상도서관)	051-310-7961	http://library.sasang.go.kr	2003
사하구	지자체	다대도서관	사하구 다대낙조2길 9 다대동9 다대동	051-220-5861	http://dadaelib.saha.go.kr	2010
수영구	지자체	수영구도서관	수영구 남천서로33 수영구도서관	051-610-4512	http://library.suyeong.go.kr	2002
수영구	지자체	수영구도서관 망미분관	수영구 연수로315번길 23 (망미동)망미1동 주민센터(4~6층)	051-610-4704	http://library.suyeong.go.kr	2009
연제구	지자체	연제도서관	연제구 황령산로 612 (연산동)612	051-665-5511	http://library.yeonje.go.kr	2014
영도구	지자체	영도도서관	영도구 합지로79번길6 영도어울림문화공원 내	051-419-4838	http://library.yeongdo.go.kr	1996
영도구	지자체	영도어린이영어도서관	부산 영도구 절영로71남항동2가 236-4번지	051-419-5671	http://library.yeongdo.go.kr/ydlib/kids/kids01.php	2009
해운대구	지자체	반여도서관	해운대구 재반로282번길38 반여도서관	051-783-4010	http://www.haeundae.go.kr/library	1999
해운대구	지자체	재송어린이도서관	해운대구 해운대로76번길35 1 (재송어린이도서관)	051-749-7631	http://www.haeundae.go.kr/library/	2006
해운대구	지자체	해운대인문학도서관	해운대구 반여로 132 (반여동)해운대인문학도서관	051-749-6580	http://www.haeundae.go.kr/inmunlib	2018
금정구	교육청	부산광역시립서동도서관	금정구 서부로76번길 5 (서동)5 (부산광역시립서동도서관)	051-522-0456	http://www.seodonglib.kr/	1983
동구	교육청	부산광역시립중앙도서관 수정분관	동구 홍곡로53 (부산광역시립중앙도서관 수정분관)	051-440-0300	http://joonganglib.busan.kr/	1999
동래구	교육청	부산광역시립명장도서관	동래구 명안로46번길 35 (명장동)명안로46번길 35	051-527-0582	http://real.mjlib.kr	1994
부산진구	교육청	부산광역시립부전도서관	부산진구 동천로 79 (부전동)부산광역시립부전도서관	051-802-5901	http://www.bjl.go.kr	1982
부산진구	교육청	부산광역시립시민도서관	부산진구 월드컵대로 462 초읍동 부산광역시립시민도서관	051-810-8200	http://www.siminlib.go.kr	1901
부산진구	교육청	부산광역시립중앙도서관 분관부산영어도서관	부산 부산진구가야대로 734 부산글로벌빌리지 행정동 5층 (부전동)	051-818-2800	http://www.bel.go.kr	2009
북구	교육청	부산광역시립구포도서관	북구 구포2동백양대로 1016번다길 43(1139-1)	051-330-6300	http://www.gupolib.or.kr	1983
사하구	교육청	부산광역시립사하도서관	사하구 송학로 247 (괴정동)부산광역시립사하도서관	051-203-0571	http://www.sahalib.kr	1984
서구	교육청	부산광역시립구덕도서관	서구 대신공원로41 (부산광역시립구덕도서관)	051-220-3800	http://www.guducklib.kr	1978
연제구	교육청	부산광역시립연산도서관	연제구 고분로191번길 16 (연산동)부산광역시립연산도서관	051-792-5400	http://www.yeonsanlib.kr/	1987
중구	교육청	부산광역시립중앙도서관	중구 망양로193번길146 중앙도서관	051-250-0300	http://joonganglib.busan.kr/	1990
해운대구	교육청	부산광역시립반송도서관	해운대구 아랫반송로 22 (반송동)	051-545-0102	http://www.bansonglib.or.kr	1978
해운대구	교육청	부산광역시립해운대도서관	해운대구 양운로 183 좌동183 해운대도서관	051-709-0932	http://www.haeundaelib.or.kr/	2010
해운대구	교육청	해운대도서관 우동분관	해운대구 우동1로89	051-742-2167	http://www.haeundaelib.or.kr	1982
북구	사립	맨발동무도서관	부산 북구 화명2동양달로 64 대천천환경문화센터 3층	051-333-2263	http://www.maenbal.org	2011
해운대구	사립	느티나무도서관	해운대구 반송2동 216-290	051-542-1590	http://www.ntnamu.kr/	2007

2. 박물관¹²⁾

〈표 5-18〉 부산 박물관 현황

구분	합계 (개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도 구	부산 진구	동래 구	남구	북구	해운 대구	사하 구	강서 구	금정 구	연제 구	수영 구	사상 구	기장 군
국립	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
공립	11	2	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1
사립	7	0	0	0	0	1	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	0
대학	11	0	1	0	1	2	0	2	1	0	1	0	1	1	0	1	0
계	31	2	2	0	3	4	3	6	2	0	1	1	3	1	0	2	1

〈표 5-19〉 부산 소재 박물관 ①

군/구	설립주체	시설명	주소	연락처	홈페이지	개관년도
남구	국립	국립일제강제동원역사관	남구 흥곡로 320번길 100	051-629-8600	http://museum.ilje.or.kr	2015
영도구	국립	국립해양박물관	영도구 해양로 301번길 45	051-309-1900	www.knmm.or.kr	2012
영도구	공립	동삼동태충전사관	영도구 태종로 729	051-403-1193	http://museum.busan.go.kr	2002
동래구	공립	복천박물관	동래구 복천로 63	051-554-4263	http://museum.busan.go.kr	1996
중구	공립	부산근대역사관	중구 대청로 104	051-253-3845	http://museum.busan.go.kr	2003
남구	공립	부산박물관	남구 유엔평화로 63	051-610-7111	http://museum.busan.go.kr/ busan/index	1978
부산진구	공립	부산시민공원역사관	부산진구 시민공원로 73	051-888-6061	http://museum.busan.go.kr	2014
북구	공립	부산어촌민속관	북구 학사로 128	051-363-3333	http://www.busan.go.kr/sea	2007
중구	공립	부산영화제협박물관	중구 대청로 126번길 12	051-715-4200	http://www.busanbom.kr	2017
동래구	공립	부산해양자연사박물관	동래구 우장춘로175	051-553-4944	http://www.busan.go.kr/sea	1994
사상구	공립	사상생활사박물관	사상구 낙동대로 1258번길 36	051-310-5136	http://www.sasang.go.kr/lm useum/index.sasang	2016
서구	공립	임시수도기념관	서구 임시수도기념로 45	051-244-6345	http://museum.busan.go.kr	1984
기장군	공립	정관박물관	기장군 정관읍 정관중앙로122	051-720-6900	http://museum.busan.go.kr	2015
강서구	사립	록봉민속교육박물관	강서구 가덕해안로 741	051-892-5597	www.rogbong.co.kr	2011
금정구	사립	범어사 성보박물관	금정구 범어사로250	051-508-6139	http://www.beomeomuseum.org	2003
부산진구	사립	부산포민속박물관	부산진구 중앙대로702번길 21	051-803-4300	http://www.pusanpo.or.kr	2006
금정구	사립	오륜대 한국순교자박물관	금정구 오륜대로 106-1	051-583-2923	http://oryundaemuseum.com	1982
남구	사립	유엔평화기념관	남구 흥곡로 320번길 106	051-901-1400	http://unpm.or.kr/	2014
동래구	사립	한국기독교선교박물관	동래구 총령대로202번가길 3	051-555-3096	http://museum-kcm.or.kr/	2009
남구	사립	한국거래소 자본시장역사박물관	남구 문현금융로 40	051-662-2424	http://academy.krx.co.kr	2019

12) 문화체육관광부, '2020 전국 문화기반시설 총람' 참고

〈표 5-20〉 부산 소재 박물관 ②

군/구	설립주체	시설명	주소	연락처	홈페이지	개관년도
남구	대학	경성대학교 박물관	남구 수영로 309	051-663-4114	http://www.ks.ac.kr/ksmuseum	1972
서구	대학	동아대학교 석당박물관	서구 구덕로 225	051-200-8493	http://museum.donga.ac.kr	1959
부산진구	대학	동의대학교 박물관	부산진구 엄광로176	051-890-1741	http://museum.deu.ac.kr	1986
사하구	대학	동주대학교 석파박물관	사하구 사리로 55번길 16	051-200-3247	https://museum.dongju.ac.kr/	1995
남구	대학	부경대학교 박물관	남구 용소로 45	051-629-6771~3	http://cms.pknu.ac.kr/museum	1984
북구	대학	부산과학기술대학교 민속자료실 박물관	북구 시랑로 132번길 88 청우관 5층	051-330-7056	http://bisthome.bist.ac.kr	1993
금정구	대학	부산대학교 박물관	금정구 부산대학로 63번길 2	051-510-1838	http://www.pnu-museum.org/ http://museum.silla.ac.kr/museum/	1964
사상구	대학	신라대학교 박물관	사상구 백양대로700번길 140	051-999-5281	http://www. Bwc.ac.kr/sch/index.asp	1983
부산진구	대학	부산여자대학교 한국차박물관	부산진구 진남로506	051-850-3112	http://www.kmou.ac.kr/museum/main.do	1985
영도구	대학	한국해양대학교 박물관	영도구 태종로 727	051-410-4086	https://museum.bnue.ac.kr	2016
연제구	대학	부산교육대학교 한새뮤지엄(교육박물관)	연제구 교대로 24	051-500-7653		

3. 미술관¹³⁾

〈표 5-21〉 부산 미술관 현황

구분	합계 (개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도구	부산진구	동래구	남구	북구	해운대구	사하구	강서구	금정구	연제구	수영구	사상구	기장군
공립	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
사립	4	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0
대학	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
계	8	1	1	0	0	0	0	1	0	2	1	0	2	0	0	0	0

〈표 5-22〉 부산 소재 미술관 ①

군/구	설립주체	시설명	주소	연락처	홈페이지	개관년도
해운대구	공립	부산광역시립미술관	부산광역시 해운대구 APEC로 58	051-744-2602	http://art.busan.go.kr/	1998
사하구	공립	부산광역시현대미술관	부산광역시 사하구 낙동남로 1191	051-220-7400	https://www.busan.go.kr/moca	2018
금정구	사립	DOT(디오티)미술관	부산광역시 금정구 금샘로 35	051-518-8480	https://dotmuseum.co.kr/	2018
해운대구	사립	고은사진미술관	부산광역시 해운대구 해운대로 452번길 16	051-746-0055	http://www.goeunmuseum.kr	2011
금정구	사립	김스아트필드미술관	부산광역시 금정구 죽전1길 29	051-517-6800	https://blog.naver.com/kafmuseum	2006
중구	사립	한광미술관	부산광역시 중구 중앙대로 130	051-469-0095	http://www.asiaart.co.kr	1970
남구	대학	경성대학교 미술관	부산광역시 남구 수영로 309 26호관 B108호	051-663-5361	https://cms1.ks.ac.kr/culture	1997
서구	대학	동아대학교 석당미술관	부산광역시 서구 구덕로 225	051-200-8749	museumsd.co.kr	2013

13) 문화체육관광부, '2020 전국 문화기반시설 총람' 참고

4. 문예회관¹⁴⁾

〈표 5-23〉 부산 문예회관 현황

구분	합계 (개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도 구	부산 진구	동래 구	남구	북구	해운 대구	사하 구	강서 구	금정 구	연제 구	수영 구	사상 구	기장 군
계	11	1	0	1	1	0	1	2	1	2	1	0	1	0	0	0	0

〈표 5-24〉 부산 소재 문예회관 ①

군/구	설립주체	시설명	주소	연락처	홈페이지	개관년도
금정구	금정구	금정문화회관	금정구 체육공원로 7	051-519-5662	www.art.geumjeong.go.kr	2000
남구	(재)부산문화회관	부산문화회관	남구 유엔평화로6번길 1	051-607-6000	www.bscc.or.kr	1988
남구	(사)부산예술문화단체총연합회	부산예술회관	남구 용소로 78	051-612-1376	www.bsart.or.kr	2011
동구	(재)부산문화회관	부산시민회관	동구 자성로133번길 16	051-630-5200	www.bscc.or.kr	1973
동래구	동래구	동래문화회관	동래구 문화로 80	051-550-6611	www.dongnae.go.kr/culture	1999
북구	북구	부산광역시 북구 문화예술회관	북구 금곡대로46번길 50	051-309-4087	http://www.bsbukgu.go.kr/culture-ice	2005
영도구	영도구	영도문화예술회관	영도구 함지로79번길 6(동삼동)	051-419-5572	http://culture.yeongdo.go.kr	2009
해운대구	해운대구	해운대문화회관	해운대구 양운로 97(좌동)	051-749-7651	http://www.haeundae.go.kr/culture	2007
해운대구	(재)영화의전당	영화의전당	해운대구 수영강변대로 120	051-780-6000	www.dureraum.org	2011
사하구	사하구	을숙도문화회관	사하구 낙동남로1233번길 25	051-220-5801	www.saha.go.kr/eulsukdo	2002
중구	(사)부산민주항쟁기념사업회	민주공원 공연장	중구 민주공원길 19	051-790-7408	www.demopark.or.kr	1999

14) 문화체육관광부, ‘2020 전국 문화기반시설 총람’ 참고

5. 문화원¹⁵⁾

〈표 5-25〉 부산 문화원 현황

구분	합계 (개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도 구	부산 진구	동래 구	남구	북구	해운 대구	사하 구	강서 구	금정 구	연제 구	수영 구	사상 구	기장 군
계	15	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

〈표 5-26〉 부산 소재 문화원 ①

군/구	시설명	주소	연락처	홈페이지	개관년도
서구	서구문화원	서구 까치고개로 197번길 46	051-231-4085	http://www.seoguucc.or.kr	2009
동구	동구문화원	동구 중앙대로 349번길 20	051-440-4928	http://café.daum.net/dgmhwh	2009
영도구	영도문화원	영도구 함지로 79번길 6(동삼동 516-1 영도도서관 2층)	051-403-1861	http://ydculture.com	2010
부산진구	부산진문화원	부산진구시민공원로 19번길 28(부암동)	051-817-9648	http://busanjin.kccf.or.kr	2003
동래구	동래문화원	동래구 문화로 80	051-555-1441	dongnae.kccf.or.kr	1998
남구	남구문화원	남구 신선로 566-2(용호동 현장민원실 3층)	051-624-1333		2007
북구	낙동문화원	북구 금곡대로 46번길 50 북구문화빙상센터 2층	051-364-2710	http://nakdong.or.kr	1998
해운대구	해운대문화원	해운대구 센텀중앙로 170(재송동) 해운대구문화복합센터 1층	051-784-3400	www.hudcc.org	2017
사하구	사하문화원	사하구 낙동남로 1233번길 25(하단동) 을숙도문화회관 내	051-204-2587	http://sahacc.kr	2011
금정구	금정문화원	금정구 중앙대로 1826번길 10-4	051-581-9071	http://kumjung.or.kr	2000
강서구	강서문화원	강서구 대저1동 2300번지	051-972-6369	bsgangseo.com	1994
연제구	연제문화원	연제구 거제대로 180	051-759-3113	www.yjculture.co.kr	1996
수영구	수영문화원	수영구 광안해변로 219(광안동)	051-758-0606	www.suyeongcc.or.kr	2009
사상구	사상문화원	사상구 가야대로 196번길 51 다누림센터 2층	051-316-9111	sasangculture.or.kr	1999
기장군	기장문화원	기장군 기장읍 청강로 74번길 35-6	051-724-2224	gijiangcc.or.kr	1997

15) 문화체육관광부, '2020 전국 문화기반시설 총람' 참고

6. 공연시설¹⁶⁾

〈표 5-27〉 부산 공연시설 현황

구분	합계 (개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도 구	부산 진구	동래 구	남구	북구	해운 대구	사하 구	강서 구	금정 구	연제 구	수영 구	사상 구	기장 군
공공	30	2	0	2	3	2	2	6	3	4	2	0	2	0	0	1	1
민간	44	4	0	3	0	3	3	11	0	4	0	1	6	1	6	1	1
계	74	6	0	5	3	5	5	17	3	8	2	1	8	1	6	2	2

〈표 5-28〉 부산 소재 공연시설 ①

군/구	구분	시설명	주소	공연장 등록일	객석수
강서구	민간	성원아트홀	명지오션시티4로 88, 8층	2018-09-13	174
금정구	공공	금정문화회관 은빛샘홀	체육공원로 7(구서동)	2003-01-07	394
금정구	공공	금정문화회관 금빛누리홀	체육공원로 7(구서동)	2003-01-07	880
금정구	민간	꿈나래 어린이 극장	체육공원로399번길 324(두구동)	2009-10-19	197
금정구	민간	엔씨소극장	부산대학교63번길 2(장전동)	2012-03-19	202
금정구	민간	증인아트홀	장전온천천로113번길 17(장전동)	2016-10-07	53
금정구	민간	서우드 홀	금강로321번길 15(장전동)	2016-10-31	60
금정구	민간	Campus D 고촌홀	공단동로55번길 28(금사동)	2018-01-19	200
금정구	민간	신명천지 소극장	부곡로 77(부곡동)	2020-12-24	80
기장군	공공	안데르센극장	장안읍 기룡리 126	2016-06-01	241
기장군	민간	가마골소극장	일광면 이천리 777-2	2017-07-03	83
남구	공공	부산광역시문화회관대극장	남구 유엔평화로76번길 1 (대연동, 부산문화회관)	2003-01-03	1,409
남구	공공	부산광역시문화회관중극장	남구 유엔평화로76번길 1 (대연동, 부산문화회관)	2003-01-03	777
남구	공공	부산문화회관 사랑채극장	남구 유엔평화로76번길 1 (대연동, 부산문화회관)	2003-01-03	312
남구	민간	경성대학교컨서트홀	남구 수영로 309 (대연동, 경성대학교 콘서트홀)	2003-01-07	449
남구	민간	가림아트홀	남구 유엔평화로76번길 26 (대연동, 지하1층)	2008-12-19	143
남구	민간	예노소극장	남구 수영로 309, 1층 (대연동, 경성대학교 26호관)	2008-12-27	220
남구	공공	부산예술회관 공연장	남구 용소로 78 (대연동)	2011-03-18	240
남구	민간	용천소극장	남구 용소로13번길 36-1 (대연동)	2011-10-18	80
남구	민간	하늘바람 소극장	남구 용소로13번길 17, 7층 (대연동, 도경빌딩)	2014-03-06	83
남구	민간	에저도 소극장	남구 수영로293번길 42, 지하1층 (대연동)	2014-07-23	72
남구	민간	나다소극장	남구 용소로40번길 11 (대연동, 청해빌딩 지하)	2015-02-09	70
남구	공공	대동굴 문화센터	남구 황령대로319번가길 147, 2층 (대연동)	2015-12-15	140
남구	공공	부산문화회관 챔버홀	남구 유엔평화로76번길 1, 부산문화회관 (대연동)	2018-01-11	414
남구	민간	초콜릿팩토리	남구 수영로 298, 산암빌딩 지하층 (대연동)	2018-03-15	164
남구	민간	드림씨어터	남구 전포대로 133, ifc몰 3층 (문현동)	2019-03-21	1,727
남구	민간	공간 소극장	남구 수영로 지하 242, 대연역 (대연동)	2019-05-23	50
남구	민간	바이널엔더그라운드	남구 수영로322번길 32, 한라빌딩 지하1층(대연동)	2020-08-31	50

16) 문화체육관광부, '2021 등록공연장 현황' 참고

〈표 5-29〉 부산 소재 공연시설 ②

군/구	구분	시설명	주소	공연장 등록일	객석수
동구	공공	부산시민회관 대극장	동구 자성로 133번길 16 (범일동, 부산시민회관)	2003-01-20	1,606
동구	공공	부산시민회관 소극장	동구 자성로 133번길 16 (범일동, 부산시민회관)	2003-01-20	385
동구	민간	가온아트홀 1관	자성로133번길 10	2012-07-03	150
동구	민간	가온아트홀 2관	자성로133번길 10	2012-07-03	100
동구	민간	KB아트홀	자성로133번길 15	2015-09-25	318
동래구	공공	동래문화회관 대극장	동래구 문화로 80	1999-12-18	511
동래구	공공	동래문화회관 소극장	동래구 문화로 80	2003-08-07	200
동래구	민간	열린 아트홀	동래구 온천장로 7, 지하2층 (온천동)	2018-01-05	80
동래구	민간	송유당	동래구 우장춘로 195-46, 부산민속예술관 (온천동)	2013-05-15	189
동래구	민간	글로벌아트홀	동래구 사직북로48번길 162, 글로벌교육원 1층 (온천동)	2018-07-10	250
부산진구	공공	국립부산국악원 연악당	국악로 2	2003-01-07	698
부산진구	공공	국립부산국악원 연지당	국악로 2	2003-01-07	276
부산진구	민간	레미어린이극장	신천대로 241	2011-04-22	185
부산진구	민간	KT&G상상마당부산 라이브홀	서면로 39	2020-12-17	217
부산진구	민간	부산 춤공간 Shin	범일로 148	2014-11-24	81
북구	공공	북구문화예술회관	금곡대로46번길 50	2005-07-28	341
북구	공공	부산광역시 학생예술문화회관 대극장	낙동북로 737-1	2013-11-08	999
북구	공공	꿈팡팡 624 소극장	백양대로 1167	2013-12-24	108
사상구	공공	다누림홀	가야대로196번길 51(학장동)	2014-06-27	210
사상구	민간	신라대학교 예음관 소극장	백양대로700번길 140(괘법동)	2013-07-08	273
사하구	공공	을숙도문화회관 대공연장	낙동남로1233번길 25	2002-12-30	709
사하구	공공	을숙도문화회관 소공연장	낙동남로1233번길 25	2006-02-09	242
수영구	민간	부산메트로홀	수영로582번길 10	2009-02-11	160
수영구	민간	레몬트리소극장	수영로 421-1	2013-01-31	100
수영구	민간	액터스소극장	남천동로 7	2015-09-21	60
수영구	민간	효로민락소극장	수영로 765-1	2017-11-15	75
수영구	민간	석천홀	구락로123번길 20	2018-01-18	450
수영구	민간	소극장6번출구	수영로 477	2020-08-31	80
연제구	민간	한결아트홀	월드컵대로 190	2009-05-09	137
영도구	공공	영도문화예술회관 봉래홀(대공연장)	영도구 함지로 79번길 6	2009-10-14	428
영도구	공공	영도문화예술회관 절영홀(소공연장)	영도구 함지로 79번길 6	2009-10-14	157
영도구	공공	국립해양박물관 대강당	영도구 해양로301번길 45	2016-08-01	311
중구	민간	카톨릭센터	중구로 71	2003-08-28	200
중구	공공	민주공원 증극장	민주공원길 19	2004-06-25	419
중구	공공	민주공원 소극장	민주공원길 19	2004-06-25	100
중구	민간	BS부산은행 조은극장 제1관	구덕로34번길 4, 3층	2009-04-01	266
중구	민간	BS부산은행 조은극장 제2관	구덕로34번길 4, 3층	2014-03-13	172
중구	민간	살롱 드 부산 1023	40계단길 3, 지하 1층	2020-08-25	30
해운대구	공공	해운대문화회관 대극장(해운홀)	양운로 97(좌동)	2007-02-20	458
해운대구	공공	해운대문화회관 소극장(고운홀)	양운로 97(좌동)	2007-02-20	130
해운대구	공공	영화의전당 하늘연극장	수영강변대로 120	2011-11-16	841
해운대구	공공	국민생활관소극장	APEC로 68	2003-01-07	200
해운대구	민간	신세계문화홀	센텀남대로 35	2009-02-25	288
해운대구	민간	KNN 시어터	센텀서로 30	2013-12-18	297
해운대구	민간	수 아트홀	중동1로19번길 14	2012-05-30	110
해운대구	민간	Tree house	좌동순환로 421	2019-12-24	20

3 문화예술단체¹⁷⁾

〈표 5-30〉 부산 주요 문화예술법인/단체 ①

단체명	대표자	설립연도	법적형태	활동유형	장르
(사)강태홍류가야금산조 보존회	김혜진	1989	사단법인	공연분야	전통
(사)극단 맥	이정남	1986	사단법인	공연분야	연극
(사)극단 예저또	최재민	1966	사단법인	공연분야	연극
(사)남산놀이마당	정승천	1992	사단법인	공연분야	전통
(사)다대포 후리소리보존협회	백종근	1981	사단법인	공연분야	전통
(사)다빈예술공간협회	오수연	2011		전시분야	미술/시각예술
(사)대한민국남부현대미술협회	허종하	2007	사단법인	전시분야	미술/시각예술
(사)더솔로이스츠	정성흠		사단법인	공연분야	음악
(사)부산구덕민속예술보존협회	김귀엽	1979	사단법인	공연분야	전통
(사)부산국제무용제조직위원회	오거돈	2008	사단법인	공연분야	무용
(사)부산국제연극제조직위원회	박형준	2007	사단법인	공연분야	연극
(사)부산국제영화제조직위원회	이용관		사단법인	공연분야	기타
(사)부산네오피لم호닉오케스트라	김종천	2009	사단법인	공연분야	음악
(사)부산메트로폴리탄필하모닉오케스트라	김영수	2009	사단법인	공연분야	음악
(사)부산문화관광축제조직위원회	오거돈	1997	사단법인	공연분야	기타
(사)부산민속예술보존협회	박순희	1976	사단법인	공연분야	기타
(사)부산국제무용제조직위원회	오거돈	2008	사단법인	공연분야	무용
(사)부산국제연극제조직위원회	박형준	2007	사단법인	공연분야	연극
(사)부산국제영화제조직위원회	이용관		사단법인	공연분야	기타
(사)부산네오피لم호닉오케스트라	김종천	2009	사단법인	공연분야	음악
(사)부산메트로폴리탄필하모닉오케스트라	김영수	2009	사단법인	공연분야	음악
(사)부산문화관광축제조직위원회	오거돈	1997	사단법인	공연분야	기타
(사)부산민속예술보존협회	박순희	1976	사단법인	공연분야	기타
(사)부산민예총	이청산	2001	사단법인	종합/기타	기타
(사)부산북구문화관광축제 조직위원회	정명희	2011	사단법인	공연분야	기타
(사)부산비엔날레조직위원회	오거돈	1999		전시분야	미술/시각예술
(사)부산서예비엔날레	김석호	2005	사단법인	전시분야	미술/시각예술
(사)부산심포니오케스트라	김태일	1993	사단법인	공연분야	음악
(사)부산예술문화단체총연합회	오수연	2010	사단법인	공연분야	

17) 예술경영지원센터, '전문예술법인·단체 리스트' 참고

〈표 5-31〉 부산 주요 문화예술법인/단체 ②

단체명	대표자	설립연도	법적형태	활동유형	장르
(사)수영고적민속예술보존협회	방광성	1971	사단법인	공연분야	전통
(사)아동청소년 호예문화재단	주영인	2006	사단법인	공연분야	연극
(사)아지무스오페라단	손욱	2002	사단법인	공연분야	음악
(사)인코리아 심포니오케스트라	정성철	1996	사단법인	공연분야	음악
(사)철도·지하철예술진흥연구원 부산지부	채광수	2009	사단법인	공연분야	음악
(사)티아이에프	손영진	2001	사단법인	공연분야	음악
(사)한국사진작가협회 부산광역시지회	김양호		사단법인	전시분야	기타
(사)한국서도예술협회	배경석	1981	사단법인	전시분야	미술/시각예술
(사)한국예술인총연합회부산지회	안규성		사단법인	종합/기타	기타
(사)한서미술협회	홍차식	2009	사단법인	전시분야	미술/시각예술
(재)금정문화재단	정미영	2014	재단법인	종합/기타	기타
(재)부산문화재단	강동수	2009	재단법인	종합/기타	기타
(재)부산문화회관	이용관	2017	재단법인	종합/기타	기타
공간소극장	전상배	2004		공연분야	연극
공연예술 전위	전승환	1963	임의단체	공연분야	연극
공연예술창작센터 예술창고	김은섭	2004	임의단체	공연분야	음악
국제아트타운작가회	설광룡		임의단체	전시분야	미술/시각예술
그랜드오페라단	안지환	1996	임의단체	공연분야	음악
그루잠 프로덕션	김형준		임의단체	공연분야	
극단 사계	김만중	2004	임의단체	공연분야	연극
극단 세진	김세진	2000	임의단체	공연분야	연극
극단 아센	호민	2000	임의단체	공연분야	연극
극단 연	김학준	2009	임의단체	공연분야	연극
극단 이야기	박현형	1996	임의단체	공연분야	연극
극단 일터	김선관	1987	임의단체	공연분야	연극
극단 자갈치	홍순연	1986	임의단체	공연분야	연극
글로벌아트홀	신영순	2005	임의단체	공연분야	음악
김옥련발레단	김옥련	1995	임의단체	공연분야	무용
뉴아시아오페라단	조영희		임의단체	공연분야	
뉴프라임 오케스트라	임준오	2006	임의단체	공연분야	음악
대안문화행동 재미난 복수	김건우	2003	임의단체	공연분야	기타
더날개	손호상		임의단체	공연분야	음악

〈표 5-32〉 부산 주요 문화예술법인/단체 ③

단체명	대표자	설립연도	법적형태	활동유형	장르
라메르오케스트라	주경업	1998	임의단체	공연분야	음악
락인코리아	김종근		임의단체	공연분야	음악
르 보야즈 보칼레 앙상블	이선우	2009	임의단체	공연분야	음악
메소드필하모닉 오케스트라	손영채	2002	임의단체	공연분야	음악
무용단 RED STEP	이윤희	2009	임의단체	공연분야	무용
문화복지공동체 부산프린지	최양임	2004	임의단체	공연분야	음악
문화사랑 백년어	김경복	2009		종합/기타	기타
문화소통단체 숨	차재근	2009	임의단체	공연분야	기타
뮤지컬컴퍼니 끼리프로젝트	변진호		임의단체	공연분야	기타
박현주 Busan City Ballet Company	박현주		임의단체	공연분야	무용
부산 로얄필하모닉 오케스트라	김일택	2010	임의단체	공연분야	음악
부산 콘서트 필하모닉 오케스트라	오창록		임의단체	공연분야	음악
부산가야금병창보존회	김현주	2017	임의단체	공연분야	전통
부산가야금연주단	김남순	2004	임의단체	공연분야	전통
부산국제사진교류협회	김영백	1999	임의단체	전시분야	미술/시각예술
부산꽃예술 작가협회	류복희	2004	임의단체	전시분야	미술/시각예술
부산레일아트	채광수		임의단체	공연분야	
부산문화연구회	김성배	1995	임의단체	공연분야	기타
부산문화연대	이해룡		임의단체	공연분야	음악
부산문화예술교육연합회	이광호	2006	임의단체	종합/기타	기타
부산발레시어터	정성복	2014	임의단체	공연분야	무용
부산여성서화작가회	김영순		임의단체	전시분야	미술/시각예술
부산연묵서화회	이황구		임의단체	전시분야	미술/시각예술
부산예술단	김상헌	1984	임의단체	공연분야	무용
부산원로교향악단	공철무	2007	임의단체	공연분야	음악
부산유니온발레단	김정순	1995	임의단체	공연분야	무용
부산자연예술인	조성백	2005	임의단체	공연분야	
부산재즈협회	연관호		임의단체	공연분야	음악
부산전승공예보존회	이준자	2011		전시분야	전통
부산전업미술가협회	이중열		임의단체	전시분야	미술/시각예술
부산체임버오케스트라	임병원	2002	임의단체	공연분야	음악
부산캄머 오페라단	김효주		임의단체	공연분야	음악

〈표 5-33〉 부산 주요 문화예술법인/단체 ④

단체명	대표자	설립연도	법적형태	활동유형	장르
부산코러스합창단	주형기	1999	임의단체	공연분야	음악
부산페스티벌오케스트라	시명진	1998	임의단체	공연분야	음악
부산현대작가협회	성현섭	2013	임의단체	전시분야	미술/시각예술
비르투오조 앙상블	백재진	1995	임의단체	공연분야	
사단법인 부산미술협회	오수연		사단법인	전시분야	미술/시각예술
사단법인 첼리스텐	김영훈		사단법인	공연분야	음악
사단법인 한국국악협회 부산지회	송재윤	1961	사단법인	공연분야	전통
사단법인 한국연극협회 부산광역시지회	손병태		사단법인	공연분야	연극
사단법인 한국영화인총연합회 부산광역시지회	서영조	1964	사단법인	공연분야	기타
사단법인 화랑협회	윤영숙		사단법인	전시분야	미술/시각예술
사운드 팩토리판	황미정		임의단체	공연분야	음악
소리사랑 연주단	양용남	2002	임의단체	공연분야	음악
솔오페라단	이소영	2005	임의단체	공연분야	음악
시나위공연기획단	박상규	1997	임의단체	공연분야	연극
신은주무용단	신은주	1997	임의단체	공연분야	무용
신진문화예술행동 흥	이준호		임의단체	종합/기타	기타
아르고 윈드오케스트라	이상용		임의단체	공연분야	
아트커뮤니티센터 라온	유현미	2013	임의단체	종합/기타	기타
에코액션 포레스트	최동민	2013	임의단체	공연분야	기타
연극놀이터 씬	백대현	2008	임의단체	공연분야	연극
예술공동체 예인청	황지인		임의단체	공연분야	전통
올웨이코리아	채희진	2014	임의단체	공연분야	음악
움챔버 오케스트라	박광식	2016	임의단체	공연분야	음악
월드브리지	최명순		임의단체	공연분야	음악
위컴스	박기수	2009	임의단체	공연분야	음악
유나이티드 코리안 오케스트라(UKO)	반현우	2006	임의단체	공연분야	음악
음악실험실 짜임	황선영		임의단체	공연분야	음악
음악풍경	강병열		임의단체	공연분야	음악
이정화와 춤추는 사람들	이정화	2000	임의단체	공연분야	무용
이태상 프로젝트	이태상		임의단체	공연분야	무용
일파가야금합주단	장혜숙	1996	임의단체	공연분야	전통
작곡그룹 Anti-Stimmung	조희주	1999	임의단체	공연분야	음악

〈표 5-34〉 부산 주요 문화예술법인/단체 ⑤

단체명	대표자	설립연도	법적형태	활동유형	장르
작곡동인 세움	진소영	2016	임의단체	공연분야	음악
재단법인 영화의 전당	오거돈		재단법인	종합/기타	기타
정신혜무용단	정신혜	1997	임의단체	공연분야	무용
조은문화마을	이상율	2016	임의단체	공연분야	
창작국악단 젊은풍류	최경철	2007	임의단체	공연분야	
청년문화예술단체 그리고	홍노경		임의단체	종합/기타	기타
카마라타 합창단	권영옥		임의단체	공연분야	
카투니스트 네가지	유현민	2005		전시분야	미술/시각예술
풍류전통 예술원	박종환		임의단체	공연분야	음악
풍물굿패 소리결	김인수	2000	임의단체	공연분야	전통
한결아트홀	김성배	2013	임의단체	공연분야	음악
한국전업미술가협회 부산지회	박동호	1998	임의단체	전시분야	미술/시각예술
한국창작가곡협회	김성덕	2009	임의단체	공연분야	음악
한울림 합창단	김형욱	1978	임의단체	공연분야	음악
한중일국제미술가협회	최학보	2008	임의단체	종합/기타	미술/시각예술
해운대 오케스트라	나해리		임의단체	공연분야	음악
향사회	김보현	1974	임의단체	공연분야	전통
허경미 무용단-무무	허경미		임의단체	공연분야	무용
효원국악관현악단	백규진		임의단체	공연분야	전통
DS 뮤지컬 컴퍼니	김철현	2007	임의단체	공연분야	연극
JOA합창단	박미향		임의단체	공연분야	음악

4 축제현황¹⁸⁾

〈표 5-35〉 부산 축제 현황

구분	합계 (개)	군/구(개)															
		중구	서구	동구	영도 구	부산 진구	동래 구	남구	북구	해운 대구	사하 구	강서 구	금정 구	연제 구	수영 구	사상 구	기장 군
계	44	1	1	3	2	4	3	2	5	7	2	2	2	2	2	1	5

〈표 5-36〉 부산 축제 ①

군/구	축제명	개최기간	축제주요내용	주최/주관
시자체	해운대북극곰축제	2월 중 (2일간)	○ 수영대회 및 입수프로그램	부산일보사 /부산일보사 (051-461-4295)
시자체	부산낙동강유채꽃축 제	4월 중 (2일간)	○ 토크쇼 형태의 유채라디오 송출, 유채꽃밭 개별체험 - 일방향 관람동선, 폐쇄형 공간 구축 ○ 유채꽃 활용 토크 개발	부산광역시 /부산문화관광축제조직위원회 (051-888-5222)
시자체	부산원도심골목길축 제	5월 중 (2일간)	○ 원도심 테마별 걷기대회 ○ 도착지 문화콘텐츠(강연, 공연 등)	부산광역시 /부산문화관광축제조직위원회 (051-888-5221)
시자체	부산항축제	5월 중 (2일간)	○ 해상투어 씨스루(Sea-Thru) 콘서트 ○ 집콕체험(부산항 관련 가족과 함께 만들기 체험) ○ 불꽃쇼, 거리 퍼레이드, 블랙이글스 에어쇼 등 ○ 코로나 지속 시 해외아티스트 라이브 공연 현장 위성 생중계	부산광역시 해양레저관광과 /부산문화관광축제조직위 (051-888-5352)
시자체	부산국제록페스티벌	7월 중 (3일간)	- 거리두기 좌석배치, 온라인 생중계 ○ 밴드초청공연, 록밴드국제교류, 부대행사 - 사전예약제, 유료티켓	부산광역시 /부산문화관광축제조직위원회 (051-888-5222)
시자체	부산바다축제	8월 중 (2주간)	○ 개막행사, 체험행사, 공연행사 등	부산광역시 /부산문화관광축제조직위원회 (051-888-5224)
강서구	강서 낙동강변 30리벚꽃축제	3월 중	○ 벚꽃길 걷기대회 ○ 벚꽃노래자랑 ○ 문화공연및무대행사 ○ 청소년 스타킹 ○ 모형항공기대회, 사생대회및백일장등	부산광역시 강서구 / 강서구축제추진위원회 (051-970-4062)
강서구	제20회 대저토마토축제	4.3~4.4 (2일간)	○ 토마토생태탐방 걷기대회 ○ 대형스파게티만들기 ○ 공연·체험·전시행사	대저토마토축제 추진위원회 /대저농업협동조합 (051-970-4812)
강서구	제20회 명지시장전어축제	8월 하순 예정	○ 개막식 ○ 노래자랑 ○ 전어무료시식회 ○ 초청가수공연 ○ 불꽃놀이 등	(주)명지시장상인회/ 명지시장전어축제추진위원회(051-9 70-4475)
강서구	가덕도대구축제	12월 중 (2일간)	○대구 맨손잡기 ○대구갸짜경매 ○수산물직거래장터 ○노래자랑대회 ○맨손굴까기대회 ○초대가수공연등	가덕도대구축제추진위원회 /가덕도대구축제추진위원회
금정구	라라라 페스티벌	4월 또는 10월 (3일간)	○ 금정커피, 빵, 문화의맛즐기기 ○ 초콜릿만들기등체험행사 ○ 지역예술작가등마켓존운영	부산광역시 환경위생과 (051-519-4424)
금정구	금정산성축제	5월 (2일간)	○ 개막공연 ○ 주민참여및체험프로그램 ○ 경연프로그램 ○ 기타축제프로그램등	부산광역시 문화관광과 (051-519-4062)

18) 문화체육관광부, '2021년 전국 지역축제 개최계획' 참고

〈표 5-37〉 부산 축제 ②

군/구	축제명	개최기간	축제주요내용	주최/주관
기장군	기장미역다시마축제	4월중 (3일간)	○ 생초캐기 체험, 지역특산물 경매 등	기장군 해양수산물/ 기장미역다시마축제추진위원회 (051-709-4612)
기장군	기장멸치축제	4월중. (3일간)	○ 멸치털이체험, 멸치회 무료시식회, 지역특산물 경매 등	기장군 해양수산물/ 기장멸치축제추진위원회 (051-709-4502)
기장군	기장갯마을축제	8월초 (3일간)	○ 갯마을 콘서트 및 각종 체험행사, 부대행사 등	기장군 문화관광과/ 기장갯마을축제추진위원회 (051-709-4062)
기장군	기장봉장어축제	9~10월중 (2일간)	○ 봉장어회 무료시식, 지역특산물 경매, 등	기장군 해양수산물/ 기장봉장어축제추진위원회 (051-709-4502)
기장군	기장시장 한마당 잔치	9~10월중 (3일간)	○ 개막식 및 축하공연 ○ 먹방유튜버 방송 및 축제홍보영상촬영/업로드 ○ 기장시장바다먹거리 BBQ장터, 소규모문화공연 등	(사)기장시장변영회/ 문화시장추진위원회 (051-721-3963)
기장군	철마한우불고기축제	10월 중 (4일간)	○ 대형 한우 육회비빔밥 만들기 등 체험 프로그램 ○ 개폐막 공연, 주제공연 및 문화공연 및 전시 등	기장군 친환경농업과/ 철마한우불고기축제추진위원회 (051-721-4245)
기장군	차성문화제	10월중 (3일간)	○ 개막식, 길놀이, 축하공연, 체험행사, 부대행사 등	기장군 문화관광과/ 차성문화제추진위원회 (051-709-4062)
기장군	정관 생태하천 학습문화축제	10월중 (2일간)	○ 학습문화를 테마로 한 공연, 전시, 체험 프로그램 운영 ○ 생태공예체험,가족걷기대회,농특산물직거래장터등 ○ 정관생태문예제(백일장,사생대회,시낭송대회) ○ 청소년어울림한마당,기장군청소년가요제 ○ 정관문화프린지공연,정관생태하천학습문콘서트 ○ 과학및영어체험학습,정관나눔프리마켓,복지박람회등부대행사	기장군 인재양성과/ 정관생태하천학습문화축제 추진위원회 (051-709-4332)
남구	UN평화축제	10월 중 (미정) ※코로나상황 에따라 개최기간 변동	○ 평화음악회(미디어 파사드 등) ○ 평화를 테마로한 공연, 전시, 체험프로그램 운영 -개폐막 공연,플리마켓, 평화사진전, 체험부스 등 ○ 기타 특별공연(버스킹, 플래시몹), 피크닉존 등 운영	부산광역시 남구 문화관광체육과 (051-607-4062)
동구	차이나타운특구축제	10.15~17 (3일간)	○ 다양한 한중문화 공연(개막주무대/거리공연) - 중국(소수민족 민속춤, 변검·토화, 기예단) - 한국(가면무, 민요) 등 ○ 차이나타운홍등터널및텍사스거리LED등설치 ○ 부산역광장가족만두빚기체험프로그램개최 ○ 이색포토존(대형홍등,소원터널,축제의자등) ○ 차이나타운상권참여중국요리시식회개최 ○ 관광객참여거리퍼레이드진행:중앙대로, 특구내 ○ 중국인유학생가요제,동남아유학생및다문화가족 장기자랑 개최 등 ○ 핵심프로그램 : 동래성 전투 뮤지컬 ○ 동래부사행차 길놀이, 동래 세가닥 줄다리기 등 전통 프로그램 운영 ○ 개·폐막 공연, 주제공연 및 문화공연 등 - 4개 분야 50여개 프로그램 ○ 기타 주민자치 발표회 및 전시 등	부산 동구 문화체육관광과 /차이나타운특구축제추진위원회 (051-440-4062)
동래구	제26회 동래읍성역사축제	10.8.~10.10. (3일간)	○ 동래부사행차 길놀이, 동래 세가닥 줄다리기 등 전통 프로그램 운영 ○ 개·폐막 공연, 주제공연 및 문화공연 등 - 4개 분야 50여개 프로그램 ○ 기타 주민자치 발표회 및 전시 등	부산광역시 동래구 문화관광과 /동래문화원, 동래읍성역사추진위원회 (051-550-4092)
부산진구	(가칭)서면대표축제	7.30~8.1 (3일간)	○ 서면 도심의 에너지를 극대화할 수 있는 공연 등 개최	부산진구 문화체육과/부산진구축제위원회(051-605-4062)
부산진구	전포커피축제	10월 (3일간)	○ 커피를 주 테마로 하되 전포카페거리, 전리단길, 전포사잇길 포함한 전포동 일대 전체 확대 ○ 커피·디저트·음식부스운영,커피관련체험행사,아트프리마켓과함께운영 ○ 개막식,퍼레이드, 버스킹,거리전사등다양한공연,노천카페및테마카페운영	부산진구 관광과 (051-605-4525) /전포카페거리,전리단길,전포사잇길 상인회
부산진구	서면메디컬스트리트 축제	10월 (2일간)	○ 의료상담 및 의료체험 프로그램 운영, 비즈니스 미팅	부산진구청/ (사)서면메디컬스트리트 의료관광협의회 (051-605-6022)
부산진구	서면 빛 축제	2021. 12월~2022. 1월	○ 일루미네이션, 조명 조형물 설치 및 운영 ○ 점등식 및 점등 이벤트운영 ○ 문화예술 공연 등 다양한퍼포먼스운영	부산진구 관광과 (051-605-4522)

〈표 5-38〉 부산 축제 ③

군/구	축제명	개최기간	축제주요내용	주최/주관
북구	제9회 낙동강 구포나루축제	5.21~5.23 (3일간)	○ 대표프로그램 : 낙동강&밀 그리고 감동진 ○ 밀사리 한마당, 구포국수 만들기 체험 ○ 개폐막식, 각종 수상체험 등 - 3개 테마 35개 프로그램 ○ 구포맥주(수제맥주) 체험, 사운드 피크닉 등	(사)부산북구문화관광축제조직위원회 / (사)부산북구문화관광축제조직위원회 (051-309-4982)
사상구	사상강변축제	3월말~4월초 (2일간)	○ 벚꽃을 테마로 한 지역문화축제	사상구 문화교육과/사상문화원 (051-310-4062)
사하구	하단옹어축제	5월 중 (3일간)	○ 수산물소비촉진 행사 및 각설이 공연 등	하단옹어축제추진위원회 / 부산시수협 하단어촌계 (051-291-0047)
사하구	다대포어항문화축제	10월 중 (2일간)	○ 다대포 후리소리 공연, 풍어기원 풍물공연 등	다대포어항문화축제추진위원회 / 부산시수협 다대어촌계 (051-263-1277)
사하구	제11회 감천문화마을 골목축제	10월경	○ 핵심프로그램 : 감천집 등 밝히기 ○ 주요프로그램 : 골목, 마을이야기를 주제로 다양한 공연, 체험, 전시 프로그램 운영 ○ 개막공연 및 문화, 예술, 체험행사 40여개진행	부산광역시 사하구 / (사)감천문화마을주민협의회 (051-220-5925)
사하구	부산어묵축제	11.26 ~ 11.28 (3일간)	○ 부산어묵 판매 및 홍보	부산어묵제품공업협동조합 / 부산어묵축제추진위원회 (051-266-7002)
서구	제13회 부산고등어축제	10.22~10.24 (3일간)	○ 대표프로그램 - 공동어시장 현장체험 ○ 고등어를 테마로 한 체험, 투어, 전시, 공연, 경연 프로그램 운영(5개 분야 25개 프로그램) ○ 특별행사(남항대교 걷기대회, 문예창작경연대회 등) 2개 프로그램 운영 ○ 부대행사(먹거리장터, 수산기업홍보관 등) 운영 ○ 뮤지컬어방, 경상좌수사행렬 ○ 수군과 어민의 어업공동체인 '어방'을 테마로 공연, 전시, 체험 프로그램 운영	부산광역시 서구 문화관광과, 대형선망수협/부산서구문화원 (051-240-4062)
수영구	광안리어방축제	미정 (3일간)	○ 진두어화, 어방그물끌기, 맨손으로 활어잡기 등 - 6개분야 38개 프로그램 운영 ○ 문화예술의거리, SUP대회개최 ○ 1500년전 거칠산국 역사체험	수영구 문화관광과 / 수영구축제위원회 (051-610-4062)
연제구	연제고분판타지축제	10.15~10.17 (3일간) (예정)	○ 연산동 고분군 및 배산성지 홍보관 운영 ○ 문화재 탐방, 전통놀이 체험프로그램 운영 ○ 독후감상화 그리기대회, 백일장, 공연 등 부대행사 ○ 연산동 고분군 발굴과 관련 공부체험 콘텐츠 접목행사 ○ 꽃밭버스킹, 꽃밭포토존	연제구 문화체육과 / 연제구축제추진위원회 (051-665-4062)
영도구	수국꽃문화축제	6월말~7월초 (9일간)	○ 플라워아트전시회, 수국생태문화해설, 꽃밭냉면시식회 등 ○ 수국배경개막식및문화공연 ○ 영도다리퍼레이드, 해상멀티미디어쇼	대한불교조계종 태종사/ 수국축제추진위원회
영도구	영도다리축제	10월중 (3일간)	○ 영도다리, 해양문화관련전시및체험 ○ 개막주제공연및문화공연(영도트롯가왕, 영 ° 핵인싸 등) ○ 영도투어프로그램, 해양클러스터기관체험행사, 영도커피페스티벌, 지역대학 페스타	영도구 문화관광과/영도문화원 (051-419-4064)
중구	조선통신사축제	4.30~5.2 (3일간)	○ 조선통신사 평화의 행렬, 조선 통신사의 밤 등	(재)부산문화재단 (051-745-7707)
중구	2021 광복로 연등문화제	5.1~5.20 (20일간)	○ 장엄등 및 가로등 설치, 개막점등식, 무료체험행사 등	(사)부산시중구불교연합회 (051-253-8687)
중구	부산자갈치축제	10.7~10.10 (4일간)	○ 개막식, 거리퍼레이드 등 4개마당 30여개 프로그램	(사)부산자갈치문화관광축제위원회 (051-243-9363)
중구	보수동책방골목 문화축제	10.16.-10.17 (2일간)	○ 개막식, 1가게1이벤트, 전시회, 심포지엄, 버스킹 등	보수동책방골목번영회 (051-254-7119)
중구	부산크리스마스트리 문화축제	11월말~22.1월초(37일간)	○ 개막점등식, 거리 트리장식, 문화공연, 폐막소등식 등	(사)부산기독교총연합회 부산크리스마스트리문화축제조직위원회 (051-243-3927)
해운대구	해운대 달맞이온천축제	2.24.-2.26. (3일)	○ 달집 기원제, 소망기원문 쓰기, 대동놀이 ○ 달집태우기, 강강술래 등	부산광역시 해운대구/(사)해운대지구발전협의회 (051-749-4062)

〈표 5-39〉 부산 축제 ④

군/구	축제명	개최기간	축제주요내용	주최/주관
해운대구	해운대 모래축제	5.5.~5.9. (5일간)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 세계모래조각전 ○ 모래를소재로한국내최대규모의친환경축제 ○ 개막식공연,퍼레이드등다수프로그램 	부산광역시 해운대구/ 부산광역시해운대구 (051-749-4062)
해운대구	해운대 해양레저축제	6월경	<ul style="list-style-type: none"> ○ 해양레저 체험, 시민참여 프로그램 운영 ○ 해양레저용품전시관,포토존운영 ○ 개막공연등다양한문화축제의장등 	부산광역시 해운대구/ 부산광역시해운대구 (051-749-4062)
해운대구	해운대 빛축제	21.11월~22.2 월경	<ul style="list-style-type: none"> ○ 해운대해수욕장 및 해운대광장 빛 시설물 조성 ○ 다양한포토존설치 ○ 다양한문화축제의장등 	부산광역시 해운대구/ 부산광역시해운대구 (051-749-4062)
해운대구	해운대 카운트다운&해맞이 축제	21.12.31. ~22.1.1. (2일간)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 카운트다운 행사, 해맞이 행사 ○ 체험행사프로그램,포토존설치 	부산광역시 해운대구/ 부산광역시해운대구 (051-749-4062)

제2절

인적 인프라



1 종합19)

〈표 5-40〉 부산 교육기관의 문화관련 인력양성 현황

구분	대학원(개)	대학교(개)	전문대학(개)	합계(개)
학교	13	14	7	34
학과	116	164	305	585
재학생	2,017	19,382	22,698	44,097
졸업생	0	2,469	2,802	5,271
(전임)교수	0	862	952	1,814

〈표 5-41〉 부산 소재 대학 ①

구분	단체명	관련학과(개)	재학생(명)	재적생(명)
대학원	경성대학교	14	120	131
	고신대학교	4	98	113
	동명대학교	4	97	109
	동서대학교	6	224	248
	동아대학교	14	256	296
	동의대학교	18	148	173
	부경대학교	13	162	188
	부산가톨릭대학교	1	4	4
	부산교육대학교	5	95	113
	부산대학교	16	640	747
	신라대학교	15	131	144
	영산대학교	3	20	21
	한국해양대학교	3	22	25
소계	13개 대학	116	2,017	2,312

19) 교육부, '대학알리미' 참고

〈표 5-42〉 부산 소재 대학 ②

구분	단체명	관련학과(개)	재학생(명)	재적생(명)	졸업생(명)	(전임)교수(명)
대학교	경성대학교	28	3,681	4,909	202	151
	고신대학교	5	499	604	42	12
	동명대학교	14	1,786	2,509	169	74
	동서대학교	18	1,594	2,023	237	112
	동아대학교	14	1,959	2,353	166	62
	동의대학교	20	2,892	4,030	589	114
	부경대학교	8	1,595	2,201	329	48
	부산가톨릭대학교	3	442	579	108	17
	부산교육대학교	3	355	366	79	18
	부산대학교	13	2,211	2,787	335	110
	부산외국어대학교	4	262	268	34	19
	신라대학교	19	1,383	1,751	152	72
	영산대학교_제2캠퍼스	14	723	980	27	52
	화신사이버대학교	1	0	0	0	1
소계	14개 대학	164	19,382	25,360	2,469	862
전문대학	경남정보대학교	9	352	604	210	39
	대동대학교	1	46	77	16	2
	동주대학교	4	212	363	53	18
	부산경상대학교	3	167	167	27	14
	부산과학기술대학교	2	18	20	0	2
	부산여자대학교	1	85	86	0	1
	부산예술대학교	5	419	516	27	14
소계	7개 대학	25	1,299	1,833	333	90
총계		305	22,698	29,505	2,802	952

2 대학원

〈표 5-43〉 부산 소재 대학원 ①

학교명	대학원명	학과명	구분	재학생(명)	재적생(명)
경성대학교	교육대학원	독서토론글쓰기교육전공	야간	1	1
		연극교육전공	야간	14	15
	일반대학원	도시재생학과	주간	20	20
		디지털디자인학과	주간	13	14
		예술학과	주간	4	5
		음악치료학과	주간	6	7
		음악학과	주간	40	45
		컴퓨터공학과	주간	3	3
		연극영화학과	주간	3	3
		언론홍보학과	주간	5	5
		문헌정보학과	주간	2	2
		미술학과	주간	5	6
		사진학과	주간	3	3
		소프트웨어학과	주간	1	2
소계				120	131
고신대학교	교회음악대학원	교회음악전공	야간	22	29
		실용음악전공	야간	11	11
		음악치료전공	야간	35	40
	대학원	음악과	주간	30	33
소계				98	113
동명대학교	일반대학원	글로벌인문콘텐츠학과	주간	5	10
		디자인학과	주간	62	67
		언론영상광고학과	주간	21	22
		컴퓨터미디어공학과	주간	9	10
소계				97	109
동서대학교	선교복지대학원	교회음악학과	야간	22	24
	일반대학원	영상콘텐츠학과	주간	39	47
		컴퓨터공학과	주간	28	30
		문화예술공연학과	주간	10	11
		디자인학과	주간	118	128
		글로벌관광학과	주간	7	8
소계				224	248

〈표 5-44〉 부산 소재 대학원 ②

학교명	대학원명	학과명	구분	재학생(명)	재적생(명)
동아대학교	교육대학원	독서교육전공	야간	15	16
		미술교육전공	야간	21	22
		미술치료교육전공	야간	9	9
		음악교육전공	야간	68	75
	대학원	조형디자인학과	주간	22	22
		음악학과	주간	21	30
		컴퓨터공학과	주간	3	3
		학과간협동과정 예술학과	주간	5	7
		학과간협동과정 음악문화학과	주간	31	43
		한국어문학과	주간	20	21
		고고미술사학과	주간	19	22
		미술학과	주간	20	24
		미디어커뮤니케이션학과	주간	1	1
		문예창작학과	주간	1	1
소계				256	296
동의대학교	대학원	응용화학 · 식품공학과	주간	4	4
		음악학과	주간	36	44
		융합미디어교육공학과	주간	1	2
		영화 · 영상콘텐츠학과	주간	10	13
		언론광고학과	주간	4	7
		스토리텔링학과	주간	16	20
		컴퓨터공학과	주간	4	4
		컴퓨터소프트웨어공학과	주간	2	2
		평생교육 · 청소년상담학과	주간	6	6
		국어국문학과	주간	1	1
		소프트웨어융합학과	주간	4	4
		문헌정보 · 사학과	주간	6	7
		디지털미디어공학과	주간	1	1
		산업문화대학원	뉴미디어음악학과	야간	30
	디자인공학과		야간	4	4
	예술치료 · 경영학과		야간	6	6
	음악치료학과		야간	10	10
	음악학과		야간	3	4
	소계				148

〈표 5-45〉 부산 소재 대학원 ③

학교명	대학원명	학과명	구분	재학생(명)	재적생(명)
부경대학교	교육대학원	디자인교육전공	야간	5	6
		문학치료학전공	야간	4	4
	글로벌정책대학원	문화학부	야간	5	5
		영상문화콘텐츠학과	야간	6	6
		정치언론학과	야간	11	13
		한국문화학전공	야간	3	3
		컴퓨터공학과	주간	4	4
	대학원	마린융합디자인공학과	주간	42	46
		국어국문학과	주간	19	20
		신문방송학과	주간	29	36
		산업디자인학과	주간	21	26
	산업대학원	컴퓨터공학과	야간	8	11
산업디자인학과		야간	5	8	
소계				162	188
부산가톨릭대학교	대학원	컴퓨터공학과	주간	4	4
소계				4	4
부산교육대학교	교육대학원	초등음악교육전공	계절제	7	9
		공연예술교육전공	계절제	39	41
		공연예술교육전공	야간	8	8
		초등음악교육전공	야간	17	24
		초등미술교육전공	야간	24	31
소계				95	113
부산대학교	교육대학원	음악교육전공	야간	61	68
		사서교육전공	야간	25	27
		미술교육전공	야간	96	102
	일반대학원	조형학과	주간	30	37
		한국음악학과	주간	45	58
		디자인학과	주간	39	50
		디지털융합전략전공	주간	6	6
		무용학과	주간	13	15
		문헌정보학과	주간	37	42
		미디어커뮤니케이션학과	주간	18	22
		미술학과	주간	25	28
		교육과미디어융합전공	주간	11	14

〈표 5-46〉 부산 소재 대학원 ④

학교명	대학원명	학과명	구분	재학생(명)	재적생(명)
부산대학교	일반대학원	국어국문학과	주간	60	68
		예술·문화와영상매체협동과정	주간	61	77
		예술문화영상학과	주간	33	36
		음악학과	주간	80	97
소계				640	747
신라대학교	공공안전정책대학원	항공정책학과	야간	6	6
	대학원	음악학과	주간	9	15
		융합예술학과	주간	7	7
		광고홍보학과	주간	22	23
		기록관리학과	주간	4	4
		디자인학과	주간	8	8
		디자인학과(학과간협동과정)	주간	7	9
		무용학과	주간	11	11
		문화예술경영학과	주간	7	8
		미술학과	주간	12	13
		산업융합대학원	뉴미디어디자인학과	야간	3
	마케팅학과		야간	3	3
	창업조형학과		야간	3	3
	독서치료학과		야간	2	2
	미술치료학과		야간	27	28
소계				131	144
영산대학교	미용·예술대학원 제2캠퍼스	디자인전공	야간	8	9
		에스텍&향장전공	야간	7	7
		복지행정전공	야간	5	5
소계				20	21
한국해양대학교	대학원	해양문화콘텐츠융복합전공	주간	4	6
		해양문화디자인융복합전공	주간	5	5
		컴퓨터공학과	주간	13	14
소계				22	25

3 대학교

〈표 5-47〉 부산 소재 대학교 ①

학교명	학과명	구분	재학생(명)	재적생(명)	졸업생(명)	(전임)교수(명)
경성대학교	연극전공	주간	156	199	3	17
	연극영화학부	주간	0	17	0	17
	애니메이션학전공	주간	50	57	2	-
	영상애니메이션학부	주간	152	217	0	7
	영상학전공	주간	30	32	5	-
	영화전공	주간	143	187	5	-
	음악학부	주간	316	374	13	11
	소프트웨어학과	주간	234	378	13	9
	시각디자인학전공	주간	179	210	11	
	컴퓨터공학과	주간	214	337	39	4
	패션디자인학과	주간	200	250	45	7
	인문문화학부	주간	105	135	0	24
	정보통신공학과	주간	172	249	4	5
	산업디자인학전공	주간	53	64	0	-
	광고홍보학과	주간	172	217	15	0
	국어국문학전공	주간	119	152	11	-
	글로벌문화학부	주간	188	257	0	11
	디자인학부	주간	0	21	0	7
	공예디자인학과	주간	233	305	7	7
	뮤지컬전공	주간	53	73	0	-
	미디어커뮤니케이션학과	주간	191	258	-	7
	미술학과	주간	134	174	6	4
	사진학과	주간	128	167	3	4
	디지털미디어학과	주간	132	163	3	6
	문화콘텐츠학전공	주간	79	104	3	-
	문화서비스학전공	주간	47	62	7	-
	문화기획학전공	주간	26	35	2	-
	문헌정보학과	주간	175	215	5	4
소계			3,681	4,909	202	151

〈표 5-48〉 부산 소재 대학교 ②

학교명	학과명	구분	재학생(명)	재적생(명)	졸업생(명)	(전임)교수(명)
고신대학교	뷰티케어전공	주간	41	43	-	-
	광고홍보학과	주간	149	192	7	3
	언어치료학과	주간	119	133	0	2
	융합디자인학과	주간	32	44	0	3
	음악과	주간	158	192	35	4
소계			499	604	42	12
동명대학교	뷰티산업학과	주간	58	61	0	2
	융합미디어전공	주간	36	72	2	
	언어치료청각학과	주간	156	183	33	6
	시각디자인학과	주간	179	238	8	6
	산업디자인학과	주간	132	184	1	4
	뷰티케어학과	주간	204	246	10	5
	컴퓨터공학과	주간	242	415	37	10
	패션디자인학과	주간	101	161	25	4
	미디어커뮤니케이션학과	주간	180	243	2	6
	시자동화설계공학과	주간	37	37		9
	광고홍보학과	주간	159	220	25	5
	디지털콘텐츠전공	주간	87	123	25	7
	디지털미디어공학부	주간	101	155	0	7
	글로벌문화콘텐츠학과	주간	114	171	1	3
소계			1,786	2,509	169	74
동서대학교	영화&비주얼이펙트전공	주간	0	0	-	-
	영상애니메이션학과	주간	140	170	0	12
	연기과	주간	124	156	1	4
	영화과	주간	162	213	5	9
	소프트웨어학과	주간	53	76	7	8
	패션디자인학과	주간	140	192	2	2
	컴퓨터공학과	주간	115	148	3	6
	임권택영화영상예술대학	주간	0	0	0	
	정보보안학과	주간	60	83	0	5
	정보통신공학과	주간	24	53	2	7
	광고홍보학과	주간	81	95	42	6
	시콘텐츠전공	주간	0	0	-	-

〈표 5-49〉 부산 소재 대학교 ③

학교명	학과명	구분	재학생(명)	재적생(명)	졸업생(명)	(전임)교수(명)
동서대학교	게임학과	주간	94	121	4	10
	미디어커뮤니케이션계열	주간	0	2	0	4
	방송영상학과	주간	138	162	9	10
	디자인대학	주간	0	0	0	0
	디자인학부	주간	322	373	156	19
	뮤지컬과	주간	141	179	6	10
소계			1,594	2,023	237	112
동아대학교	음악학과 피아노전공	주간	84	96	14	15
	음악학과 실용음악전공	주간	137	206	32	
	음악학과 성악·작곡전공	주간	80	99	12	
	음악학과 관현악전공	주간	66	82	10	
	음악학과	주간	0	0	2	
	역사문화학부 고고미술사학전공	주간	41	41	-	7
	컴퓨터·시공학부 시학과	주간	59	60	-	11
	컴퓨터·시공학부 컴퓨터공학과	주간	73	73	-	
	패션디자인학과	주간	230	279	6	7
	지식서비스경영학과	주간	153	160	0	2
	공예학과	주간	113	135	1	
	산업디자인학과	주간	320	395	62	8
	미술학과	주간	315	377	1	5
	미디어커뮤니케이션학과	주간	288	350	26	7
소계			1,959	2,353	166	62
동의대학교	인간·시스템디자인공학전공	주간	56	67	14	5
	응용소프트웨어공학전공	주간	138	230	34	8
	음악학과	주간	185	250	50	10
	정보경영학부	주간	0	18	23	-
	신문방송학전공	주간	227	290	50	6
	영화학과	주간	137	167	20	6
	정보통신공학전공	주간	88	187	27	6
	패션디자인학과	주간	142	195	30	5
	창의소프트웨어공학부	주간	124	152	0	-
	제품디자인공학전공	주간	34	39	10	3

〈표 5-50〉 부산 소재 대학교 ④

학교명	학과명	구분	재학생(명)	재적생(명)	졸업생(명)	(전임)교수(명)
동의대학교	컴퓨터소프트웨어공학전공	주간	183	294	58	8
	컴퓨터공학과	주간	385	608	79	17
	광고홍보학전공	주간	251	291	38	6
	디지털콘텐츠게임공학부	주간	3	3	-	-
	디자인조형학과	주간	350	470	67	16
	디자인공학부	주간	119	174	0	0
	게임공학전공	주간	45	45	-	6
	디지털콘텐츠학전공	주간	267	343	50	7
	문헌정보학과	주간	155	191	39	5
	미디어·광고학부	주간	3	16	0	-
소계			2,892	4,030	589	114
부경대학교	인쇄정보공학과	주간	206	297	39	7
	일본어문학전공	주간	154	204	39	-
	융합디스플레이공학과	주간	241	352	50	10
	신문방송학과	주간	212	257	39	8
	정보통신공학과	주간	211	306	52	8
	컴퓨터공학과	주간	312	450	69	8
	패션디자인학과	주간	155	200	25	5
	시각디자인학과	주간	104	135	16	2
소계			1,595	2,201	329	48
부산가톨릭대학교	소프트웨어학과	주간	98	154	31	7
	언어청각치료학과	주간	227	250	54	6
	컴퓨터공학과	주간	117	175	23	4
소계			442	579	108	17
부산교육대학교	음악교육과	주간	126	131	24	6
	미술교육과	주간	110	113	25	6
	컴퓨터교육과	주간	119	122	30	6
소계			355	366	79	18
부산대학교	음악학과	주간	251	310	53	10
	예술문화영상학과	주간	137	173	19	4
	실내환경디자인학과	주간	130	168	24	5
	언어정보학과	주간	124	183	25	5

〈표 5-51〉 부산 소재 대학교 ⑤

학교명	학과명	구분	재학생(명)	재적생(명)	졸업생(명)	(전임)교수(명)
부산대학교	정보컴퓨터공학부	주간	206	256	0	26
	한국음악학과	주간	175	196	33	5
	조형학과	주간	136	166	20	6
	국어국문학과	주간	145	214	20	10
	디자인학과	주간	226	299	29	9
	무용학과	주간	149	165	23	6
	문헌정보학과	주간	154	185	31	9
	미디어커뮤니케이션학과	주간	172	227	12	7
	미술학과	주간	206	245	46	8
소계			2,211	2,787	335	110
부산외국어대학교	일본어융합학부(한일문화콘텐츠전공)	주간	0	0	-	8
	영상콘텐츠융합학과	주간	128	132	30	3
	컴퓨터공학과	주간	45	46	4	5
	정보보호학과	주간	89	90	-	3
소계			262	268	34	19
신라대학교	자동차디자인전공	주간	0	0	1	-
	정보보안전공	주간	0	0	0	-
	조형미술전공	주간	46	51	10	-
	주얼리디자인전공	주간	75	88	5	-
	실내건축디자인전공	주간	69	100	13	5
	패션디자인전공	주간	89	104	7	6
	창조공연예술학부 무용전공	주간	70	71	12	3
	창조공연예술학부 음악전공	주간	94	108	18	4
	컴퓨터교육과	주간	78	104	22	3
	컴퓨터소프트웨어공학부	주간	230	389	0	11
	클라우드/빅데이터전공	주간	17	18	8	-
	디자인·아트학부	주간	81	81	-	13
	광고홍보학과	주간	52	54	12	7
	산업·패션디자인학부	주간	57	58	-	6
	산업디자인전공	주간	64	81	8	6
	시각디자인전공	주간	95	131	6	-
	문예창작비평학과	주간	100	116	6	4
	문헌정보학과	주간	134	164	23	3
	뷰티비즈니스학과	주간	32	33	1	1
소계			1,383	1,751	152	72

〈표 5-52〉 부산 소재 대학교 ⑥

학교명	학과명	구분	재학생(명)	재적생(명)	졸업생(명)	(전임)교수(명)
영산대학교 _제2캠퍼스	게임콘텐츠전공	주간	45	73	4	0
	가상현실콘텐츠전공	주간	23	35	1	-
	방송사진예술학과	주간	86	120	5	4
	문화콘텐츠학부	주간	37	57	0	5
	만화애니메이션전공	주간	61	82	0	0
	디자인학부	주간	69	79	0	14
	디자인전공	주간	0	0	0	14
	글로벌패션연출전공	주간	0	0	0	-
	커뮤니케이션전공	주간	0	0	0	-
	패션디자인학과	주간	82	115	3	4
	웹툰영화학과	주간	120	144	0	5
	시각영상디자인전공	주간	65	90	9	0
	실내환경디자인전공	주간	38	52	3	0
	연기공연예술학과	주간	97	133	2	6
소계			723	980	27	52
화신사이버대학교	영상콘텐츠학과	원격	0	0	0	1
소계			0	0	0	1

4 전문대학

〈표 5-53〉 부산 소재 전문대학 ①

학교명	학과명	구분	재학생(명)	재적생(명)	졸업생(명)	(전임)교수(명)
경남정보대학교	산업디자인계열	야간	0	1	-	5
	산업디자인계열	주간	125	197	52	5
	산업디자인학과	야간	16	20	13	5
	방송영상과	야간	0	0	8	5
	방송영상과	주간	112	192	41	5
	방송영상학과	야간	4	9	8	5
	인테리어디자인과	야간	0	0	54	3
	인테리어디자인과	주간	81	159	32	3
	인테리어디자인학과	야간	14	26	2	3
소계			352	604	210	39
대동대학교	뉴뮤직과	주간	46	77	16	2
소계			46	77	16	2
동주대학교	패션디자인과	주간	40	64	16	3
	광고시각디자인과	주간	49	77	17	3
	실용음악과(3년제)	주간	105	203	1	6
	실용음악학과	야간	18	19	19	6
소계			212	363	53	18
부산경상대학교	디지털문화콘텐츠과	주간	50	50	-	2
	디자인계열	주간	67	67	25	5
	방송영상연기과	주간	50	50	2	7
소계			167	167	27	14
부산과학기술대학교	1인미디어학과	야간	4	4	-	1
	1인미디어학과	주간	14	16	-	1
소계			18	20	0	2
부산여자대학교	문헌정보과	야간	85	86	-	1
소계			85	86	0	1
부산예술대학교	실용음악학부 창작전공	주간	69	78	-	2
	연극과	주간	47	77	2	2
	실용음악학부 보컬전공	주간	172	204	-	4
	실용음악학부 기악전공	주간	51	58	-	4
	뷰티토탈디자인과	주간	80	99	25	2
소계			419	516	27	14

부 록 설 문 지



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

--	--	--	--

2021년 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 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.

2021년 10월

주최 / 주관기관

조사실사기관



부산정보산업진흥원 콘텐츠사업부
연구담당자 : 김경진과장(kjkim@busanit.or.kr)

㈜ 서던포스트
대표이사 정우성
담당연구원 박현수 (☎ 070-7586-0109 hspark@southernpost.co.kr)
실사연구원 황현선 (☎ 070-7586-0111 / 팩스 070-4332-1600)
주소 서울시 서초구 잠원동 8-2 대능빌딩 1층

사업체 정보

사업체 유형	① 개인(사업자등록을 하지 않고 개인적으로 활동하는 콘텐츠 제작자) ▶ '개인'설문지를 작성해 주시길 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[2020년] 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

C6. 경영 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?

1순위 : [] 2순위 : []

<내부적 요인>

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

<외부적 요인>

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

<기타>

- ⑮ 기타(▶ _____)

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(▶ _____)

D2. 귀사는 정부나 부산시/부산정보산업진흥원/부산영상위원회 등 공공기관 지원사업 참여 경험이 있으십니까?

[]

- ① 예(▶ D2-1로 이동) ② 아니오(▶ D3으로 이동)

D2-1. 귀사가 참여한 지원사업은 다음 중 어디에 해당합니까? 해당되는 지원사업을 모두 선택해주시시오.

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

D2-2. 귀사가 참여한 지원사업에 대한 만족도는 어떠합니까?

[]

- ① 매우 불만족(▶ D2-3으로 이동) ② 불만족(▶ D2-3으로 이동) ③ 보통이다 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

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 업체(콘텐츠 제작 및 유통 업체 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 증대
 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(▶_____)

영화영상산업 사업체 추가 설문

01. 귀사의 주요 영화/영상/광고산업 관련 추진 성과를 다음 각 항목별로 작성해주시시오.

구분	내용	비중
투자 및 지원 유치	민간기업 또는 공공기관 투자 유치 실적을 모두 포함	건
IP/저작권 등록	스토리콘텐츠, 음원, 웹콘텐츠 등 IP/저작권 등록	개
콘텐츠 제작	장편극영화, 장편다큐멘터리, 단편영화, 숏폼, 유튜브, 외주영상, 홍보영상 등 콘텐츠 제작	개
콘텐츠 출품	제작한 콘텐츠를 영화제, 공모전, 전시회 등에 콘텐츠 출품	개
콘텐츠 수상	영화제, 공모전, 전시회 등에 콘텐츠를 출품하여 수상한 사례(민간과 공공 모두 포함)	건
유통/배급/홍보	직접 제작과정에 참여하지 않았지만 콘텐츠를 단순히 배급/유통/홍보한 사례(영화 상영 포함)	개
행사 유치 및 진행	영화제, 전시회, 음악회/콘서트 등 문화예술행사 유치 및 진행	건
기타	강연/모더레이터/원고청탁 등 기타 콘텐츠 관련 활동	건

02. 귀사에서 콘텐츠 1편을 제작할 때의 제작기간, 제작인원, 제작비용을 작성해 주시기 바랍니다.

☞ 콘텐츠 1편을 기준으로 평균치를 작성해 주시기 바랍니다.

평균 제작기간	평균 투입인원	평균 제작비용
개월	명	백만원

010. 부산영상위원회에서 제공하는 지원사업 중 귀하가 참여한 사업과 만족도를 선택해 주시기 바랍니다.

☞ 참여여부에서 '참여함'을 선택하신 경우 해당사업에 대한 만족도를 아래의 보기를 참고하여 기재해 주시기 바랍니다.

구분	지원사업	지원사업 내용	참여여부	만족도				
				매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
제작 지원	정보 제공	장소, 숙박, 교통, 렌탈, 업체 등 정보제공/ 렌터카 제공	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	자금 지원	제작지원, 사업화 지원, 로케이션 인센티브 지원, 사업화 지원, 기획개발비 지원 등	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	인력 지원	BMDB(부산영화영상인력DB) 지원 등 인력 지원	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	시설/장비 지원	스튜디오 및 부대시설 제공/ 카메라, 렌즈 등 장비 대여	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	공간 지원	제작사 등 관련 업체 사무실 임대, 작업공간 및 사무공간 제공	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
인력 양성	멘토링 제공	작가 및 창작자 대상 기획개발 및 후반작업 등 역량강화 지원	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	교육 제공	제작, 촬영, 조명, 편집, 녹음 등 분야별 전문교육 실시 / 워크숍제공	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	인력풀 형성	인력 네트워크 형성 / 프로젝트 매칭	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
국제 행사	네트워크 구성	국제 영화인 및 기관과의 네트워크 구성	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	비즈니스 매칭	프로젝트, 투자제작사, 지원기관 매칭	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
기타	구체적으로 기재해주시기 바랍니다.		① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤

010-1. 부산영상위원회에서 제공하는 지원사업에서 가장 만족스러운 사항을 기재해 주시기 바랍니다.

(문 010에서 참여한 지원사업이 1개 이상 있을 경우만)

011. 다음 중 향후 부산지역 영화영상산업 활성화를 위해 주력해야 할 전략적 지원분야는 무엇이라고 생각하는지 모두 선택해주시시오.

구분	세부 분야
직접 지원 분야	① 기획개발/스토리발굴 ② 콘텐츠 제작 지원 ③ 투자/배급 매칭 지원 ④ 웹콘텐츠 지원 ⑤ VFX/CG 등 R&D 지원 ⑥ 스튜디오/장비 지원 ⑦ 국내외 판로개척 지원 ⑧ 비즈니스 모델 발굴&지원 ⑨ 영상인력 현장 지원 ⑩ 배우 매칭 지원 ⑪ 기타(▶_____)
	① 창작: 연출, 스토리 등 ② 기술1: 촬영/조명 ③ 기술2: 사운드/음악 ④ 기술3: 편집, 후반작업 ⑤ 영상신기술: VFX/CG 등 ⑥ 투자형 프로듀서 양성 ⑦ 배급/마케팅 ⑧ 프로덕션 디자인: 의상,분장,미술,세트 등 ⑨ 배우 역량 강화 ⑩ 영상 전문 통/번역 ⑪ 기타(▶_____)
중장기 지원 방향	① 저작권/IP 발굴 ② 콘텐츠 제작편수 증대 ③ VFX/CG 등 R&D 확대 ④ 뉴미디어 지원 확대 ⑤ 영상시설 인프라 확충 ⑥ 금융연계 사업 수립 ⑦ 투자유치 장려&지원 ⑧ 문화예술콘텐츠 지원 강화 ⑨ 배급/상용화 지원 강화 ⑩ 로케이션 서비스 비즈니스화 ⑪ 기타(▶_____)

012. 부산영상위원회는 영화영상인력 육성을 위해 많은 영화/영상 교육 프로그램을 제공하고 있습니다. 귀하가 희망하는 교육 프로그램에 대해 기재해 주시기 바랍니다. [중복응답]

☞ 희망하는 교육방법, 교육내용, 교육대상을 선택해 주시기 바랍니다.

교육방법	교육내용	교육대상(목적)
1. 강의	① 기획/제작 ② 시나리오 ③ 연출 ④ 촬영 ⑤ 드론촬영	① 신규인력 양성 ② 기존인력 재교육
	⑥ 조명 ⑦ 녹음 ⑧ 의상 ⑨ 분장 ⑩ 편집	
	⑪ 영상신기술 ⑫ VFX/CG ⑬ VR ⑭ 홍보/마케팅 ⑮ 투자/배급	
	⑯ 평론 ⑰ 기타(▶_____)	
2. 워크숍	① 기획/제작 ② 시나리오 ③ 연출 ④ 촬영 ⑤ 드론촬영	① 신규인력 양성 ② 기존인력 재교육
	⑥ 조명 ⑦ 녹음 ⑧ 의상 ⑨ 분장 ⑩ 편집	
	⑪ 영상신기술 ⑫ VFX/CG ⑬ VR ⑭ 홍보/마케팅 ⑮ 투자/배급	
	⑯ 기타(▶_____)	
3. 멘토링	① 기획/제작 ② 시나리오 ③ 연출 ④ 촬영 ⑤ 드론촬영	① 신규인력 양성 ② 기존인력 재교육
	⑥ 조명 ⑦ 녹음 ⑧ 의상 ⑨ 분장 ⑩ 편집	
	⑪ 영상신기술 ⑫ VFX/CG ⑬ VR ⑭ 홍보/마케팅 ⑮ 투자/배급	
	⑯ 기타(▶_____)	

013. 부산영상위원회의 교육 프로그램에 대한 개선방안 및 의견이 있으시면 기재해 주시기 바랍니다.

☞ 교육방법, 교육내용, 교육대상 등에 대한 개선방안 및 구체적인 의견 외에도 강사진 및 커리큘럼, 참가자격 등 교육과 관련된 의견이 있으시면 기재해 주시기 바랍니다.

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

--	--	--	--

2021년 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.

2021년 10월

주최 / 주관기관

조사실사기관



부산정보산업진흥원 콘텐츠사업부
연구담당자 : 김경진과장(kjkim@usanit.or.kr)

(주) 서던포스트
대표이사 정우성
담당연구원 박현수 (☎ 070-7586-0109 hspark@southernpost.co.kr)
실사연구원 황현선 (☎ 070-7586-0111 / 팩스 070-4332-1600)
주소 서울시 서초구 잠원동 8-2 대능빌딩 1층

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 ▶ _____

A1. 귀하의 산업분야를 선택해 주시기 바랍니다.[해당 항목 모두 선택]

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

해당하는 사업분야 없음

A2. 다음 중 귀하의 주요 산업분야는 무엇입니까? 최대 2순위까지 응답해주시시오.

1순위 : [] 2순위 : []

- ① 출판
- ② 만화
- ③ 음악
- ④ 영화
- ⑤ 게임
- ⑥ 애니메이션
- ⑦ 방송
- ⑧ 광고
- ⑨ 캐릭터
- ⑩ 지식정보
- ⑪ 콘텐츠솔루션
- ⑫ 공연
- ⑬ 1인미디어
- ⑭ 해당하는 사업분야 없음

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

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

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

[]

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

A5. 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. 귀하가 2020년(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

H3. 귀하의 전년(2020년) 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황은 어떻습니까?

[]

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

H3-1. 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.

H4. 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 부채 ⑫ 업계내 경쟁심화 및 대기업 독식 ⑬ 지식재산권 침해(불법복제/다운로드)
- ⑭ 과도한 규제 및 정부지원 미미

<기타>

- ⑮ 기타(▶ _____)

코로나19 현황

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

- ① 예(▶ C1-1로 이동) ② 아니오(▶ C2로 이동)

11-1. 귀하가 공공기관으로부터 받은 지원은 무엇이었습니까? 구체적으로 기입해주세요.

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(▶ _____)

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(▶ _____)

L3. 귀하가 주로 이용하는 활동영역은 어디입니까? []

- ① 공연/버스킹 ② 온라인 ③ 기타(▶ _____)

L4. 귀하의 음악 활동 외의 주요 소득원은 무엇입니까? []

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

L5. 부산 및 경남지역 거주로 인해 음악 활동에 불편함을 느끼신 경우가 있으십니까? []

- ① 없음 ② 있음(▶ 불편함을 느낀 이유 _____)

L6. 지역거주 뮤지션을 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까? []

- ① 연습실, 녹음, 편집시설 제공
- ② 교육프로그램 제공
- ③ 음반 제작 지원
- ④ 공연 지원
- ⑤ 수도권과 네트워크 지원
- ⑥ 해외교류 지원
- ⑦ 기타(▶_____)

L7. 뮤지션 관련 주요 애로사항은 무엇입니까? []

- ① 경제적 어려움(낮은/불규칙한 소득)
- ② 창작/아이디어에 대한 스트레스
- ③ 정부 규제
- ④ 연습 및 제작 공간·시설 부족
- ⑤ 제작비용 부담
- ⑥ 불합리한 계약 관행
- ⑦ 저작권 분쟁
- ⑧ 기타(▶_____)

웹소설작가 대상 추가설문

M1. 귀하께서는 현재 에이전시에 등록되어 있습니까? []

- ① 예
- ② 아니오

M2. 웹소설에서 발생하는 주요 수입원의 형태는 무엇입니까? []

- ① 연재플랫폼의 원고료
- ② 종이책을 통한 계약금 및 인세
- ③ 전자책을 통한 인세(계약금이 있는 경우 포함)
- ④ 저작권 수입
- ⑤ 기타(▶_____)

M3. 귀하께서 웹소설에 처음 등단하게 된 경로는 무엇입니까? []

- ① 업체로부터의 섭외
- ② 무료 웹소설 플랫폼 업로드 후 인기를 얻어 등단
- ③ 공모전 수상
- ④ 기존 인터넷 소설 및 팬픽 작가
- ⑤ 기타(▶_____)

M4. 귀하가 주로 이용하는 창작공간은 무엇입니까? []

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

M5. 귀하의 소설/웹소설 창작 외의 주요 소득원은 무엇입니까? []

- ① 없음(소설/웹소설창작에 전념)
- ② 자영업
- ③ 회사에 소속
- ④ 프리랜서
- ⑤ 가족의 지원
- ⑥ 기타(▶_____)

M6. 부산 및 경남지역 거주로 인해 작가 활동에 불편함을 느끼는 경우가 있으십니까? []

- ① 없음
- ② 있음(▶불편함을 느낀 이유_____)

M7. 귀하는 지난 1년동안 웹소설 관련 공모전이나 지원사업 등으로 금전적 지원혜택을 받아본 적이 있습니까?

- ① 예(▶G7-1로 이동) ② 아니오(▶G8로 이동)

M7-1. 지원을 해주는 주체는 어디입니까?

- ① 민간기업 ② 정부

M8. 지역거주 소설/웹소설 작가를 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 웹툰 등 타 장르와의 콜라보 ⑥ 기타(▶ _____)

M9. 소설/웹소설 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(▶ _____)

M10. 귀하께서 연재중이거나 완성한 웹소설 가운데 ISBN에 등록된 작품이 있나요?

- ① 예(▶G10-1로 이동) ② 아니오(▶조사종료)

M10-1. 그렇다면 ISBN을 등록하는 주체는 누구입니까?

- ① 플랫폼사 ② CP(content provider)사 ③ 작가 ④ 등록 전문 업체

영화영상산업 대상 추가설문

N1. 귀하의 주요 영화/영상/광고산업 관련 추진 성과를 다음 각 항목별로 작성해주십시오.

구분	내용	매출액 비중
투자 및 지원 유치	민간기업 또는 공공기관 투자 유치 실적을 모두 포함	건
IP/저작권 등록	스토리콘텐츠, 음원, 웹콘텐츠 등 IP/저작권 등록	개
콘텐츠 제작	장편극영화, 장편다큐멘터리, 단편영화, 숏폼, 유튜브, 외주영상, 홍보영상 등 콘텐츠 제작	개
콘텐츠 출품	제작한 콘텐츠를 영화제, 공모전, 전시회 등에 콘텐츠 출품	개
콘텐츠 수상	영화제, 공모전, 전시회 등에 콘텐츠를 출품하여 수상한 사례(민간과 공공 모두 포함)	건
유통/배급/홍보	직접 제작과정에 참여하지 않았지만 콘텐츠를 단순히 배급/유통/홍보한 사례(영화 상영 포함)	개
행사 유치 및 진행	영화제, 전시회, 음악회/콘서트 등 문화예술행사 유치 및 진행	건
기타	강연/모더레이터/원고청탁 등 기타 콘텐츠 관련 활동	건

N2. 귀하는 정부나 부산시/부산정보산업진흥원/부산영상위원회 등 공공기관 지원사업 참여 경험이 있으십니까?

[]

- ① 예(▶ N2-1로 이동) ② 아니오(▶ N3으로 이동)

N2-1. 귀하가 참여한 지원사업은 다음 중 어디에 해당합니까? 해당되는 지원사업을 모두 선택해주시시오.

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

N2-2. 귀하가 참여한 지원사업에 대한 만족도는 어떠합니까?

[]

- ① 매우 불만족(▶ N2-3으로 이동) ② 불만족(▶ N2-3으로 이동) ③ 보통이다 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

N3. 부산영상위원회에서 제공하는 지원사업 중 귀하가 참여한 사업과 만족도를 선택해 주시기 바랍니다.

☞ 참여여부에서 '참여함'을 선택하신 경우 해당사업에 대한 만족도를 아래의 보기를 참고하여 기재해 주시기 바랍니다.

구분	지원사업	지원사업 내용	참여여부	만족도				
				매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
제작 지원	정보 제공	장소, 숙박, 교통, 렌탈, 업체 등 정보제공/렌터카 제공	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	자금 지원	제작지원, 사업화 지원, 로케이션 인센티브 지원, 사업화 지원, 기획개발비 지원 등	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	인력 지원	BMDB(부산영화영상인력DB) 지원 등 인력 지원	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	시설/장비 지원	스튜디오 및 부대시설 제공/ 카메라, 렌즈 등 장비 대여	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	공간 지원	제작사 등 관련 업체 사무실 임대, 작업공간 및 사무공간 제공	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
인력 양성	멘토링 제공	작가 및 창작자 대상 기획개발 및 후반작업 등 역량강화 지원	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	교육 제공	제작, 촬영, 조명, 편집, 녹음 등 분야별 전문교육 실시 / 워크숍제공	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	인력풀 형성	인력 네트워크 형성 / 프로젝트 매칭	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
국제 행사	네트워크 구성	국제 영화인 및 기관과의 네트워크 구성	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
	비즈니스 매칭	프로젝트, 투자제작사, 지원기관 매칭	① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤
기타	구체적으로 기재해주시기 바랍니다.		① 참여하지 않음 ② 참여함	①	②	③	④	⑤

N3-1. 부산영상위원회에서 제공하는 지원사업에서 가장 만족스러운 사항을 기재해 주시기 바랍니다.

(문 N3에서 참여한 지원사업이 1개 이상 있을 경우만)

N4. 다음 중 향후 부산지역 영화영상산업 활성화를 위해 주력해야 할 전략적 지원분야는 무엇이라고 생각하는지 모두 선택해주시시오.

구분	세부 분야
직접 지원 분야	① 기획개발/스토리발굴 ② 콘텐츠 제작 지원 ③ 투자/배급 매칭 지원 ④ 웹콘텐츠 지원 ⑤ VFX/CG 등 R&D 지원
	⑥ 스튜디오/장비 지원 ⑦ 국내외 판로개척 지원 ⑧ 비즈니스 모델 발굴&지원 ⑨ 영상인력 현장 지원 ⑩ 배우 매칭 지원
	⑪ 기타(▶ _____)
인력 육성 분야	① 창작: 연출, 스토리 등 ② 기술1: 촬영/조명 ③ 기술2: 사운드/음악 ④ 기술3: 편집, 후반작업 ⑤ 영상신기술: VFX/CG 등
	⑥ 투자형 프로듀서 양성 ⑦ 배급/마케팅 ⑧ 프로덕션 디자인: 의상,분장,미술,세트 등 ⑨ 배우 역량 강화 ⑩ 영상 전문 통/번역
	⑪ 기타(▶ _____)
중장기 지원 방향	① 저작권/IP 발굴 ② 콘텐츠 제작편수 증대 ③ VFX/CG 등 R&D 확대 ④ 뉴미디어 지원 확대 ⑤ 영상시설 인프라 확충
	⑥ 금융연계 사업 수립 ⑦ 투자유치 장려&지원 ⑧ 문화예술콘텐츠 지원 강화 ⑨ 배급/상용화 지원 강화 ⑩ 로케이션 서비스 비즈니스화
	⑪ 기타(▶ _____)

N5. 지원사업 관련 불만족 사항이나 개선방안이 있으시면 작성해 주시기 바랍니다.

N6. 부산영상위원회는 영화영상인력 육성을 위해 많은 영화/영상 교육 프로그램을 제공하고 있습니다. 귀하가 희망하는 교육 프로그램에 대해 기재해 주시기 바랍니다. [중복응답]

☞ 희망하는 교육방법, 교육내용, 교육대상을 선택해 주시기 바랍니다.

교육방법	교육내용	교육대상(목적)
1. 강의	① 기획/제작 ② 시나리오 ③ 연출 ④ 촬영 ⑤ 드론촬영	① 신규인력 양성 ② 기존인력 재교육
	⑥ 조명 ⑦ 녹음 ⑧ 의상 ⑨ 분장 ⑩ 편집	
	⑪ 영상신기술 ⑫ VFX/CG ⑬ VR ⑭ 홍보/마케팅 ⑮ 투자/배급	
	⑯ 평론 ⑰ 기타(▶ _____)	
2. 워크숍	① 기획/제작 ② 시나리오 ③ 연출 ④ 촬영 ⑤ 드론촬영	① 신규인력 양성 ② 기존인력 재교육
	⑥ 조명 ⑦ 녹음 ⑧ 의상 ⑨ 분장 ⑩ 편집	
	⑪ 영상신기술 ⑫ VFX/CG ⑬ VR ⑭ 홍보/마케팅 ⑮ 투자/배급	
	⑯ 기타(▶ _____)	
3. 멘토링	① 기획/제작 ② 시나리오 ③ 연출 ④ 촬영 ⑤ 드론촬영	① 신규인력 양성 ② 기존인력 재교육
	⑥ 조명 ⑦ 녹음 ⑧ 의상 ⑨ 분장 ⑩ 편집	
	⑪ 영상신기술 ⑫ VFX/CG ⑬ VR ⑭ 홍보/마케팅 ⑮ 투자/배급	
	⑯ 기타(▶ _____)	

N7. 부산영상위원회의 교육 프로그램에 대한 개선방안 및 의견이 있으시면 기재해 주시기 바랍니다.

☞ 교육방법, 교육내용, 교육대상 등에 대한 개선방안 및 구체적인 의견 외에도 강사진 및 커리큘럼, 참가자격 등 교육과 관련된 의견이 있으시면 기재해 주시기 바랍니다.

N8. 귀하가 부산광역시에서 활동하는 이유는 무엇입니까? []

- ① 부산에 거주하고 있음
- ② 임대료, 보증금이 저렴함
- ③ 인프라(스튜디오, 장비 등)가 잘 갖춰짐
- ④ 전문인력 확보가 용이함
- ⑤ 동종/협력업체가 많음
- ⑥ 시장 및 수요자와 인접함
- ⑦ 산업/시장정보 습득이 용이함
- ⑧ 부산시의 적극적인 지원
- ⑨ 생활편의시설(주거, 학교 등)이 잘 갖춰짐
- ⑩ 기타(▶ _____)

N9. 귀하는 부산광역시가 아닌 다른 지역으로 이주할 계획이 있으십니까? []

- ① 이주할 계획이 있음(▶N9-1로 이동)
- ② 이주할 계획이 없음(▶N10으로 이동)

N9-1. 귀하가 이주를 고려하고 있는 지역을 기재해 주시기 바랍니다.

구분	지역/연도	
1순위	시/도	시/군/구
2순위	시/도	시/군/구

N10. 귀사의 입장에서 사업 경쟁력 제고를 위해 필요한 정책 지원 방향은 다음 중 무엇이라고 생각하십니까? []

- ① 인력 고용 지원 확대
- ② 프로젝트 추진 과정에서 전문가 모니터링 등 검증 프로그램 마련
- ③ 대외 비즈니스 창출 기회 지원(비즈니스 및 창업/투자 관련 마켓, 박람회, 프로모션 행사 등)
- ④ 기회창출 지원 정책 확대(비즈니스 미팅, 프로젝트 미팅 등 확대)
- ⑤ 기타(▶ _____)

N11. 귀사는 부산지역의 영화영상산업 활성화를 위한 비전으로 다음 중 어떤 방향성에 가장 동의하십니까? []

- ① 스튜디오, 후반작업시설 등 전문 인프라 시설을 갖춘 영화영상도시부산
- ② 연간 제작 편수 제고 등을 통한 지역 내 자체 제작 환경을 구축하는 영화영상도시부산
- ③ 창작, 기술 전문 교육 등을 통해 우수 인력을 양성하는 영화영상도시부산
- ④ CG, 뉴미디어 등 미래 영상기술산업을 선도하는 영화영상도시부산
- ⑤ 영화제 및 동네영화관 등 문화향유사업 확대를 통해 지역문화에 기여하는 영화영상도시부산
- ⑥ 기타(▶ _____)

