2004 문화산업통계

문화관광부

목 차

이용자를 위하여 ····· 14
요 약 문 ····· 15

제 1 장 총 론 ····· 18
1. 조사개요 ····· 18
1.1. 조사배경 ····· 18
1.2. 조사목표 ····· 20
2. 기존 문화산업통계조사의 고찰 ····· 21
3. 2004년 문화산업통계조사의 방향 ····· 32
3.1. 문화산업통계조사 중장기 계획 ····· 32
3.2. 2004년 문화산업통계조사의 방향 ····· 42

제 2 장 조사방법 ····· 28
1. 조사대상 ····· 28
1.1. 전체 조사대상 ····· 28
1.2. 실태조사 조사대상 ····· 36
2. 조사내용 ····· 40
3. 조사체계 ····· 42
3.1. 실태조사 대상 ····· 42
3.1.1. 조사체계 ····· 42
3.1.2. 실사방법 ····· 43
3.1.3. 실사시기 ····· 44
3.1.4. 실사의 문제점과 실사전략 ····· 45
3.1.5. 자료처리 ····· 47
3.2. 실태조사 대상 외 ····· 48
제 3 장 실태조사 결과 ····· 54
1. 총괄 ····· 54
1.1 산업재분류 및 모집단 수정 ····· 54
1.2. 조사대상 현황 ····· 56

2. 사업체 일반현황 ····· 60
2.1. 업력 ····· 60
2.2. 기업 및 경영형태 ····· 63
2.3. 대표자 현황 ····· 69
2.4. 매출액 현황 ····· 75
2.5. 사업비용 ····· 78
2.6. 고용 현황 ····· 82
3. 해외진출 현황 ····· 85
3.1. 해외거래 현황 ····· 85
3.2. 해외진출형태 ····· 88
3.3. 해외진출경로 ····· 93
3.4. 해외 최초진출 연도 ····· 98
3.5. 해외 투자현황 ····· 101
3.6. 해외 프로젝트 공동제작 최우선 사유 ····· 102
4. 지적 재산권 현황 ····· 103
4.1. 국내 지적재산권 보유등록 현황 ····· 103
4.2. 국외 지적재산권 현황 ····· 107
4.3. 국내 불법 복제로 인한 피해여부 ····· 110
4.4. 국외 불법 복제로 인한 피해여부 ····· 113
4.5. 외국 업체와의 저작권 분쟁사례 ····· 116
5. 정부지원 정책현황 ····· 119
5.1. 산학연 협력 경험 여부 ····· 119
5.2. 정책자금 수혜경험 및 만족도 ····· 122
5.3. 정부 지원 희망 분야 ····· 125

제 4 장 문화산업통계조사 전체결과 ····· 134
1. 총괄 ····· 134
1.1. 전체통계 요약 ····· 134
1.2. 매출액 규모 ····· 136
1.2.1. 매출규모 산출결과 ····· 136
1.2.2. 매출규모 산출방법 ····· 137
1.3. 부가가치 ····· 142
1.3.1. 부가가치 산출결과 ····· 142
1.3.2. 부가가치 산출방법 ····· 143

1.4. 수출입액 ····· 144
1.4.1. 수출입액 산출결과 ····· 144
1.4.2 수출입액 산출방법 ····· 146
1.5. 종사자수 ····· 148
1.5.1. 종사자수 산출결과 ····· 148
1.5.2. 종사자수 산출방법 ····· 149
2. 출판산업 ····· 154
2.1. 출판산업 조사개관 ····· 154
2.2. 출판산업 조사결과 ····· 156
2.2.1. 출판산업 매출액 ····· 156
2.2.2. 출판산업 수출입액 ····· 158
2.2.3. 출판산업 종사자수 ····· 161
3. 만화산업 ····· 163
3.1. 만화산업 조사개관 ····· 163
3.2. 만화산업 조사결과 ····· 164
3.2.1. 만화산업 매출액 ····· 164
3.2.2. 만화산업 사업비용 ····· 165
3.2.3. 만화산업 수출입액 ····· 166
3.2.4. 만화산업 종사자수 ····· 169
4. 음악산업 ····· 173
4.1. 음악산업 조사개관 ····· 173
4.2. 음악산업 조사결과 ····· 175
4.2.1. 음악산업 매출액 ····· 175
4.2.2. 음악산업 사업비용 ····· 177
4.2.3. 음악산업 수출입액 ····· 178
4.2.4. 음악산업 종사자수 ····· 180
5. 게임산업 ····· 184
5.1. 게임산업 조사개관 ····· 184
5.2. 게임산업 조사결과 ····· 186
5.2.1. 개임산업 매출액 ····· 186
5.2.2. 개임산업 수출입액 ····· 187
5.2.3. 게임산업 종사자수 ····· 188
6. 영화산업 ····· 189
6.1. 영화산업 조사개관 ····· 189
6.2. 영화산업 조사결과 ····· 190

6.2.1. 영화산업 매출액 ····· 190
6.2.2. 영화산업 사업비용 ····· 192
6.2.3. 영화산업 수출입액 ····· 193
6.2.4. 영화산업 종사자수 ····· 195
7. 애니메이션산업 ····· 199
7.1. 애니메이션산업 조사개관 ····· 199
7.2. 애니메이션산업 조사결과 ····· 201
7.2.1. 애니메이션산업 매출액 ····· 201
7.2.2. 애니메이션산업 사업비용 ····· 203
7.2.3. 애니메이션산업 수출입액 ····· 204
7.2.4. 애니메이션산업 종사자수 ····· 207
8. 방송산업 ····· 210
8.1. 방송산업 조사개관 ····· 210
8.2. 방송산업 조사결과 ····· 211
8.2.1. 방송산업 매출액 ····· 211
8.2.2. 방송산업 수출입액 ····· 212
8.2.3. 방송산업 종사자수 ····· 213
9. 광고산업 ····· 214
9.1. 광고산업 조사개관 ····· 214
9.2. 광고산업 조사결과 ····· 215
9.2.1. 광고산업 매출액 ····· 215
9.2.3. 광고산업 종사자수 ····· 216
10. 캐릭터산업 ····· 217
10.1. 캐릭터산업 조사개관 ····· 217
10.2. 캐릭터산업 조사결과 ····· 218
10.2.1. 캐릭터산업 매출액 ····· 218
10.2.2. 캐릭터산업 소비시장 규모 ····· 219
10.2.3. 캐릭터산업 사업비용 ····· 220
10.2.4. 캐릭터산업 수출입액 ····· 221
10.2.5. 캐릭터산업 종사자수 ····· 224
11. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 ····· 227
11.1. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 조사개관 ····· 227
11.2. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 조사결과 ····· 228
11.2.1. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 매출액 ····· 228
11.2.2. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 사업비용 ····· 229

11.2.3. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 수출입액 ····· 230
11.2.4. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 종사자수 ····· 232

제 5 장 결론 및 제언 ····· 238
1. 조사결과 요약 ····· 238
2. 2004년 조사의 한계점 및 제언 ····· 241

참 고 문 헌 ····· 246
조사표 ····· 247
조사표 작성요령 및 용어 설명- ····· 255

표 목 차

<표 1-1. 문화산업 통계체계 구축 중장기 로드맵> ····· 2

<표 2-1. 한국 표준산업분류 중 문화산업 분류> ····· 2
<표 2-2. 2004년 문화산업통계조사 대상 및 범위> ····· 43
<표 2-3. 산업별 참고자료 및 기관> ····· 3
<표 2-4. 모집단 확보 대상 사업체수> ····· 7
<표 2-5. 실태조사 산업별 최종 모집단> ····· 8
<표 2-6. 모집단 제외 업체 세부내역> ····· 8
<표 2-7. 조사표 상의 산업분류 예시> ····· 9
<표 2-8. 조사내용> ····· 4
<표 2-9. 실태조사 조사내용 세부> ····· 1
<표 2-10. 통계작성 승인과정> ····· 2
<표 2-11. 통계작성 승인사항> ····· 3
<표 2-12. 방송산업 실태조사 조사대상> ····· 5

<표 3-1. 산업재분류> ····· 5
<표 3-2. 수정 모집단 현황> ····· 5
<표 3-3. 조사대상 업체수> ····· 6
<표 3-4. 조사대상 회수율 분포> ····· 7
<표 3-5. 응답업체 현황> ····· 9
<표 3-6. 설립연도별 분포> ····· 1
<표 3-7. 기업형태별 분포> ····· 3
<표 3-8. 경영형태별 사업체 분포> ····· 5
<표 3-9. 기업형태별 분포> ····· 7
<표 3-10. 대표자 출생년도별 분포> ····· 9
<표 3-11. 대표자 최종학력별 사업체 분포> ····· 1
<표 3-12. 대표자 국적별 사업체 분포> ····· 3
<표 3-13. 6개 문화산업 산업별·영위업종별 매출액 현황> ····· 75
<표 3-14. 6개 문화산업 기획·제작·배급부분 지역별 매출액 현황> ····· 7
<표 3-15. 6개 문화산업 기획·제작·배급부문 사업비용 규모> ····· 9
<표 3-16. 6개 문화산업 기획·제작·배급부분 고용형태별 고용현황> ····· 2
<표 3-17. 6개 문화산업 기획·제작·배급부분 지역별 고용현황> ····· 4
<표 3-18. 6개 문화산업 해외거래 현황> ····· 5

<표 3-19. 6개 문화산업 종사자 규모별 수출유무> ····· 68
<표 3-20. 6개 문화산업 종사자 규모별 수입유무> ····· 78
<표 3-21. 해외진출 형태> ····· 88
<표 3-22. 산업별 해외진출형태> ····· 98
<표 3-23. 해외진출 경로> ····· 39
<표 3-24. 산업별 해외진출 경로> ····· 49
<표 3-25. 해외진출 연도> ····· 99
<표 3-26. 국가별 해외투자현황> ····· 01
<표 3-27. 국가별 해외투자형태> ····· 01
<표 3-28. 해외 프로젝트 공동제작 최우선 사유> ····· 02
<표 3-29. 국내 지적재산권 현황> ····· 06
<표 3-30. 국외 지적재산권 현황> ····· 07
<표 3-31. 국내 불법 복제로 인한 피해여부> ····· 10
<표 3-32. 규모별 국내 불법 복제로 인한 피해여부> ····· 12
<표 3-33. 국외 불법 복제로 인한 피해여부> ····· 13
<표 3-34. 규모별 국외 불법 복제로 인한 피해여부> ····· 15
<표 3-35. 외국 업체와의 저작권 분쟁사례> ····· 16
<표 3-36. 사업체당 저작권 분쟁사례수> ····· 17
<표 3-37. 규모별 외국업체와의 저작권 분쟁사례 유무> ····· 18
<표 3-38. 사업체당 산학연 협력여부> ····· 21
<표 3-39. 정책자금 수혜현황 및 만족도> ····· 23
<표 3-40. 정부 지원 희망 분야> ····· 27
<표 3-41. 매출액 규모별 정부 지원 희망 분야> ····· 30
<표 3-42. 종사자 규모별 정부 지원 희망 분야> ····· 32

<표 4-1. 2003년 문화산업 주요결과> ····· 43
<표 4-2. 문화산업 매출규모> ····· 46
<표 4-3. 매출규모 추정방식> ····· 49
<표 4-4. 추정결과 요약> ····· 49
<표 4-5. 매출규모 통계산출방법 및 자료원> ····· 51
<표 4-6. 문화산업 부가가치> ····· 52
<표 4-7. 문화산업 수출입 규모> ····· 55
<표 4-8. 수출입 통계산출방법 및 자료원> ····· 57
<표 4-9. 문화산업 총 종사자수 규모> ····· 58
<표 4-10. 종사자수 산출방법 및 자료원> ····· 60
<표 4-11. 출판산업 분류기준> ····· 65
<표 4-12. 출판산업 매출액 현황> ····· 67

<표 4-13. 관세청 HS(상품분류코드)분류에 따른 출판산업> ····· 8
<표 4-14. 출판산업 수출현황> ····· 9
<표 4-15. 출판산업 수입현황> ····· 10
<표 4-16. 출판산업 종사자수 현황> ····· 12
<표 4-17. 만화산업 매출액 현황> ····· 14
<표 4-18. 만화산업 사업비용 현황> ····· 15
<표 4-19. 만화산업 국가별 수출현황> ····· 16
<표 4-20. 만화산업 국가별 수입현황> ····· 17
<표 4-21. 만화산업 거래형태별 수출현황> ····· 18
<표 4-22. 만화산업 거래형태별 수입현황> ····· 18
<표 4-23. 만화산업 고용형태별 종사자수 현황> ····· 19
<표 4-24. 만화산업 정규직 직무형태별 종사자수 현황> ····· 20
<표 4-25. 만화산업 비정규직 직무형태별 종사자수 현황> ····· 20
<표 4-26. 만화산업 성별 종사자수 현황> ····· 21
<표 4-27. 만화산업 학력별 종사자수 현황> ····· 21
<표 4-28. 만화산업 연령별 종사자수 현황> ····· 22
<표 4-29. 음악산업 매출액 현황> ····· 26
<표 4-30. 음악산업 사업비용 현황> ····· 27
<표 4-31. 음악산업 국가별 수출현황> ····· 28
<표 4-32. 음악산업 국가별 수입현황> ····· 29
<표 4-33. 음악산업 거래형태별 수출현황> ····· 29
<표 4-34. 음악산업 거래형태별 수입현황> ····· 29
<표 4-35. 음악산업 사업형태별 종사자수 현황> ····· 30
<표 4-36. 음악산업 고용형태별 종사자수 현황> ····· 31
<표 4-37. 음악산업 정규직 직무형태별 종사자수 현황> ····· 31
<표 4-38. 음악산업 비정규직 직무형태별 종사자수 현황> ····· 32
<표 4-39. 음악산업 성별 종사자수 현황> ····· 32
<표 4-40. 음악산업 학력별 종사자수 현황> ····· 33
<표 4-41. 음악산업 연령별 종사자수 현황> ····· 33
<표 4-42. 게임산업 분류기준 비교> ····· 35
<표 4-43. 게임산업 매출액 현황> ····· 36
<표 4-44. 게임산업 수출현황> ····· 37
<표 4-45. 게임산업 수입현황> ····· 37
<표 4-46. 게임산업 종사자수 현황> ····· 38
<표 4-47. 영화산업 매출액 현황> ····· 41
<표 4-48. 영화산업 사업비용 현황> ····· 42
<표 4-49. 영화산업 국가별 수출현황> ····· 43

<표 4-50. 영화산업 국가별 수입현황> ····· 194
<표 4-51. 영화산업 거래형태별 수입현황> ····· 194
<표 4-52. 영화산업 사업형태별 종사자수> ····· 195
<표 4-53. 영화산업 고용형태별 종사자수 현황> ····· 196
<표 4-54. 영화산업 정규직 직무형태별 종사자수 현황> ····· 196
<표 4-55. 영화산업 비정규직 직무형태별 종사자수 현황> ····· 197
<표 4-56. 영화산업 성별 종사자수 현황> ····· 197
<표 4-57. 영화산업 학력별 종사자수 현황> ····· 198
<표 4-58. 영화산업 연령별 종사자수 현황> ····· 198
<표 4-59. 애니메이션산업 매출액 현황> ····· 201
<표 4-60. 영화산업 기획·제작·배급부분 사업비용 현황> ····· 203
<표 4-61. 애니메이션산업 국가별 수출현황> ····· 204
<표 4-62. 애니메이션산업 국가별 수입현황> ····· 205
<표 4-63. 애니메이션산업 거래형태별 수출현황> ····· 205
<표 4-64. 애니메이션산업 거래형태별 수입현황> ····· 206
<표 4-65. 애니메이션산업 고용형태별 종사자수 현황> ····· 207
<표 4-66. 애니메이션산업 정규직 직무형태별 종사자수 현황> ····· 208
<표 4-67. 애니메이션산업 비정규직 직무형태별 종사자수 현황> ····· 208
<표 4-68. 애니메이션산업 성별 종사자수 현황> ····· 209
<표 4-69. 애니메이션산업 학력별 종사자수 현황> ····· 209
<표 4-70. 애니메이션산업 연령별 종사자수 현황> ····· 209
<표 4-71. 방송산업 매출액 현황> ····· 211
<표 4-72. 방송산업 수출입 현황> ····· 212
<표 4-73. 방송산업 종사자수 현황> ····· 213
<표 4-74. 광고산업 매출액 현황> ····· 215
<표 4-75. 광고산업 종사자수 현황> ····· 216
<표 4-76. 캐릭터산업 매출액 현황> ····· 218
<표 4-77. 캐릭터산업 상품군별 소비시장 규모> ····· 219
<표 4-78. 캐릭터산업 사업비용 현황> ····· 220
<표 4-79. 캐릭터산업 국가별 수출현황> ····· 221
<표 4-80. 캐릭터산업 국가별 수입현황> ····· 222
<표 4-81. 캐릭터산업 거래형태별 수출현황> ····· 222
<표 4-82. 캐릭터산업 거래형태별 수입현황> ····· 223
<표 4-83. 캐릭터산업 고용형태별 종사자수 현황> ····· 224
<표 4-84. 캐릭터산업 정규직 직무형태별 종사자수 현황> ····· 224
<표 4-85. 캐릭터산업 비정규직 직무형태별 종사자수 현황> ····· 225
<표 4-86. 캐릭터산업 성별 종사자수 현황> ····· 225

<표 4-87. 캐릭터산업 학력별 종사자수 현황> ····· 227
<표 4-88. 캐릭터산업 연령별 종사자수 현황> ····· 228
<표 4-89. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 매출액 현황> ····· 229
<표 4-90. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 사업비용 현황> ····· 229
<표 4-91. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 국가별 수출현황> ····· 230
<표 4-92. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 국가별 수입현황> ····· 231
<표 4-93. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 거래형태별 수출현황> ····· 231
<표 4-94. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 거래형태별 수입현황> ····· 231
<표 4-95. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 고용형태별 종사자수 현황> ····· 232
<표 4-96. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 정규직 직무형태별 종사자수 현황> ····· 233
<표 4-97. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 비정규직 직무형태별 종사자수 현황> ····· 233
<표 4-98. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 성별 종사자수 현황> ····· 234
<표 4-99. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 학력별 종사자수 현황> ····· 234
<표 4-100. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 연령별 종사자수 현황> ····· 235

그 림 목 차

<그림 3-1. 6개 문화산업 해당사업 영위업종별 매출액 현황 비율> ····· 67
<그림 3-2. 6개 문화산업 기획·제작·배급 부문 비용 산업별 비율> ····· 68
<그림 3-3. 6개 문화산업 기획·제작·배급 부문 비용형태별 비율> ····· 1B
<그림 3-4. 6개 문화산업 기획·제작·배급부분 산업별 고용 현황 비율> ····· 3B
<그림 3-5. 만화산업 해외진출 형태> ····· 09
<그림 3-6. 음악산업 해외진출 형태> ····· 09
<그림 3-7. 영화산업 해외진출 형태> ····· 19
<그림 3-8. 애니메이션산업 해외진출 형태> ····· 19
<그림 3-9. 캐릭터산업 해외진출 형태> ····· 29
<그림 3-10. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 해외진출 형태> ····· 29
<그림 3-11. 만화산업 해외진출 경로> ····· 59
<그림 3-12. 음악산업 해외진출 경로> ····· 59
<그림 3-13. 영화산업 해외진출 경로> ····· 69
<그림 3-14. 애니메이션산업 해외진출 경로> ····· 69
<그림 3-15. 캐릭터산업 해외진출 경로> ····· 79
<그림 3-16. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 해외진출 경로> ····· 79
<그림 3-17. 해외 프로젝트 공동제작 최우선 사유> ····· 02

이용자를 위하여

1. 본 조사자료는 2003년 12월 31일 기준 문화산업 통계조사(승인통계, 승인번호 11308) 결과를 종합 집계, 분석한 결과임

2. 문화산업은 「문화상품을 생산, 유통, 소비하는데 관련된 산업」으로 정의되나 그 범위가 매우 다양하며 명확하지 않으므로 본 『2004년 문화산업 통계조사』는 그 범위가 비교적 명확한 애니메이션, 캐릭터, 만화, 음악, 인터넷 모바일, 게임, 영화, 방송, 출판, 광고에 속하는 사업체 등을 조사대상으로 한정함

3. 본 보고서는 사업체를 조사단위로 하여 조사되었음

4. 통계항목 각각에 있어서 조사기관, 조사대상, 조사내용의 차이에 따라 수치가 불일치할 수 있으며, 이에 대하여는 해당 통계항목의 각주에 표시하였으므로 이용에 참고하기 바람

5. 통계항목별 수치를 집계과정에서 소숫점 첫째자리까지 반올림하였으므로 이러한 과정으로 인해 세부항목의 수치와 합계에 차이가 있을 수 있음. 또한 집계결과 숫자는 만, 억 단위로 표현하였으며 그 아랫자리는 버림의 방법을 택하였으므로 이 또한 수치와 차이가 있을 수 있음

6. 이 보고서의 내용을 인용할 때에는 『2003년 기준 문화산업 통계조사(문화관광부) ○페이지에서 전재 또는 역재』라고 기재하여야 함

7. 본 보고서에 실린 자료에 대한 문의 사항이 있을 때에는 문화관광부 콘텐츠진흥과(☎ : (02) 3704-9388), 한국문화콘텐츠진흥원 정책개발팀(☎ : (02) 2166-2064)에 문의바람

요 약 문

1. 과제명 : 2004년 문화산업 통계조사

2. 조사목적 :

- 우리나라 문화산업 전반의 현황 및 동향을 체계적으로 파악할 수 있는 통계자료를 제시하고 문화콘텐츠산업 진흥 및 육성을 위한 기초자료 제공

3. 조사종류 : 승인통계, 승인번호 11308

4. 조사수행기관 : 메트릭스코퍼레이션, (주)한국신용평가정보

5. 조사대상 :

- 조사기준일(2003년 12월 31일) 현재 국내에 소재하며 문화산업을 영위하는 사업체를 조사대상으로 한다. 단 본 조사에 포함하는 문화산업은 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 10개 산업으로 한정한다.

6. 조사시기 :

가. 조사기준시점 : 2003. 12. 31. 현재
나. 조사대상기간 : 2003. 1. 1. ~2003. 12. 31. (1년간)
다. 조사실시기간 : 2004년 8월 18일 ~ 2004년 12월 23일

7. 조사내용 :

- 사업체의 일반현황, 재무항목, 해외거래 현황, 지적재산권 현황, 정책 지원

8. 조사방법 :

- 타계식 면접조사, 전화조사, 이메일, 온라인 조사 병행

9. 조사개요 :

- 먼저 제1장 총론에서는 현재 문화관광부 및 각 기관에서 산출되고 있는 문화산업통계조사의 문제점을 개괄적으로 살펴보고 이러한 문제점 및 개선사항을 기반으로 『2004년 문화산업통계조사』의 나아갈 방향을 검토하여 보았다. 또한 2004년 조사의 조사배경 및 조사목표 등을 구체적으로 제시하였다.

  제2장 조사방법에서는 『2004년 문화산업통계조사』를 크게 실태조사 대상과 실태조사를 실시하지 않고 기존 연구자료를 통해 정보를 습득하는 조사대상으로 나누어 각각의 조사방법과 조사내용, 조사체계 등을 설명하였다.

  제3장 실태조사 결과에서는 『2004년 문화산업통계조사』를 통해 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타 등 6개 산업의 기획·제작·배급부분의 일반현황, 해외진출현황, 지적 재산권 현황, 정부지원 정책현황 등을 개략적으로 둘러보았다.

  제4장 문화산업통계조사 전체결과는 실태조사 추정결과와 기존 연구자료 및 타 조사 자료를 통해 습득한 정보를 바탕으로 한 종합적인 조사결과이다. 이는 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타 등 총 10개 문화산업의 기획·제작·배급, 최종유통 전 부분을 대상으로 한 결과이며 이를 통해 매출액, 수출입액, 종사자 등 주요 거시지표를 각 산업별로 살펴볼 수 있도록 하였다.

  마지막으로 제5장 결론 및 제언에서는 2004년 조사의 성과를 분석하고 이에 따른 문화산업통계조사의 문제점 및 개선방향을 제안하였고, 이와 함께 현재 문화산업통계조사가 나아가야 할 장기적인 방향도 함께 제시하였다.

제 1 장

총 론

제 1 장 총 론

1. 조사개요

1.1. 조사배경

경제 및 사회발전이 가속화되고 삶의 질이 양에서 질로 변하게 됨에 따라 우리 삶의 중심에 있게 된 것 중 하나가 문화라고 할 수 있다. 한 국가에서 문화의 의미는 개인 및 국민의 삶의 질 향상 등 사회적 가치뿐 만 아니라 고부가가치 산업으로써 그 경제적 가치 또한 무시할 수 없다. 현재 세계 문화콘텐츠산업은 우리나라 GDP규모의 약 3배에 달하는 1조 4천억달러 규모로 추정되며 최근 문화산업은 국가의 경쟁력을 결정하는 중요한 산업으로 그 의미가 더 중요시되고 있다.

이러한 환경 속에서 2002년 우리나라 문화산업의 매출규모는 약 39조원으로 추정되었고 그 성장률 또한 계속 가속화되는 등 미래 국가경쟁력을 결정하는 차세대 성장 동력으로 자리 잡아가고 있다. 이렇게 문화산업이 급속하게 성장함에 따라 타산업의 구조 및 고용효과에 직접적인 영향을 주고 있으며 국민경제에 파급효과가 크다고 할 수 있다.

그러나 문화산업이 우리나라 경제와 국민의 삶에 중요한 부분임에도 불구하고 신뢰성 있는 통계자료가 부족하여 정책을 수립하는 데 어려움을 겪고 있다. 문화산업관련 통계조사는 문화산업의 특성상 모집단을 파악하기 어렵다는 문제와 표준산업분류와 맞지 않는 분류체계 등 조사에 있어 다양한 문제점들이 존재하고 있다. 또한 영세업체가 많고 그에 따라 기업의 존재유무를 파악하기 힘들 뿐만 아니라 영세업체를 대상으로 신뢰성 있는 조사를 시도하는 데에 일정 부문 한계를 가지고 있다.

기존의 문화산업통계조사는 하위 산업별로 조사를 개별적으로 실시하였으나 중복의 문제와 각기 다른 조사방법의 적용으로 전체 문화산업의 규모를

파악하는 데 신뢰성이 미흡하였다. 또한 조사를 산출하는 기관이 다르기 때문에 조사 시기나 조사대상이 다른데 따른 문제도 포함하고 있다. 현재 국내 문화산업관련 통계는 주관부서인 문화관광부를 비롯하여 한국문화콘텐츠진흥원 등 문화관광부 산하기관, 관세청, 통계청, 한국은행 등에서 산출되고 있다. 그러나 문화산업 전체의 정확한 모집단을 근거로 한 것이 아니며, 상기와 같은 다양한 문제들로 인해 이러한 통계 정보를 신뢰하는 데 한계가 있다.

따라서 문화산업통계조사는 각 기관마다 산출되고 있는 통계자료를 조사방법이나 조사시기 등을 통일하여 체계적인 통계를 산출할 수 있는 기반을 마련하고 국내에 존재하는 문화산업 영위 기업체 정보를 최대한 확보하여 문화산업 통계DB를 구축하는 것이 필요하다. 이와 더불어 신뢰성 있는 통계정보를 산출하기 위해서는 매출정보 등을 기업의 담당자에게 의지하여 얻어내는 것이 아니라 기업신용정보를 활용하여 충분히 객관적이고 신뢰할 수 있는 정보를 얻는 게 필요할 것이다. 이를 위해 『2004년 문화산업통계조사』는 기존에 유지해 왔던 모집단 확보방법 및 실사체계를 혁신적으로 바꾸었으며, 중요 문화산업에 대한 정보를 한 기관에서 산출하고 타 조사 자료를 통해 분석함으로써 신뢰성과 객관성을 최대한 확보하고자 하였다.

문화산업통계조사를 통해 신뢰할 수 있는 통계자료를 확보함으로써 문화산업의 총량개념의 통계를 산출할 수 있게 되었다. 이러한 통계정보를 활용함으로써 복잡하고 다양한 문화산업의 현상 및 수요 등을 수량화하고 실증적으로 문화산업을 파악하여 변화의 흐름을 판단 및 예측할 수 있는 자료로 활용할 수 있다. 또한 문화산업 전반의 기초적인 현황과 동향을 파악하여 문화콘텐츠산업이 국가경제 및 사회발전에 미치는 사회경제적 파급효과의 객관적 측정 및 분석에 유용한 정보를 제공할 것이다.

1.2. 조사목표

『2004년 문화산업통계조사』는 다음과 같은 목적으로 수행되었다.

첫째, 문화 산업체 분류 및 최신 모집단을 확보하는 것이다. 기존의 문화산업통계조사는 해당 산업의 모집단조차 파악하지 못한 상태에서 실태조사가 진행되어 왔다. 모집단 파악은 통계조사에 있어 가장 중요한 부문으로써 이번 통계조사에서는 해당 산업의 모집단을 파악하기 위해 다양한 방법을 사용하였다. 전국에 존재하는 문화 산업체의 규모파악 및 실태조사의 대상 확정을 위해 『2003년 문화산업통계조사』에 활용되었던 조사대상 명부뿐만 아니라 각종 사업체 자료를 활용하여, 문화 산업체를 분류해내고 최신 정보의 문화 산업체 모집단을 확보하였다.

둘째, 신뢰성 있는 실태조사 및 체계적인 실사관리이다. 문화산업통계조사의 신뢰성을 확보하기 위해서는 과학적이고 체계적인 실사가 중요하다. 특히 문화산업의 특성상 영세한 사업체의 정보를 파악하기가 어려운 문제가 있다. 이러한 문제를 극복하고 신뢰할 수 있는 통계를 산출하기 위해 신용정보회사의 기업DB를 활용하여 검증하는 체계를 구축하였다.

셋째, 총량개념의 통계를 통한 문화산업 전반의 실태 및 동향 파악이다. 기존의 분산형 통계의 문제점을 해소하여 문화산업시장의 총규모, 총 종사자, 총 수·출입액 등 총량 개념의 통합적인 통계 자료를 산출하여 문화산업 전반의 실태를 파악하고 예측하는 자료로 활용하고자 한다.

넷째, 문화산업 진흥 및 육성을 위한 공식적인 지표로 활용하기 위한 조사이다. 문화산업통계는 공식적인 문화산업 지표로서, 향후 국가간 비교 가능한 통계로 활용될 수 있어야 한다. 이를 위해 국내기관에 통계의 승인을 받고, 산출된 통계자료를 정책기초자료로 활용한다. 뿐만 아니라 효율적이고 합리적인 정책수립 및 지원으로 문화산업을 발전시키고 국가 경쟁력을 강화하고자 한다.

2. 기존 문화산업통계조사의 고찰

우리나라의 통계작성 시스템은 대부분의 통계가 한 기관에서 작성되지 않고, 여러 기관에서 분산 작성되는 분산형 통계제도이기 때문에 문화산업 관련 통계 또한 통계청에서 일률적으로 조사가 되지 않고 있다. 또한 문화관광부를 주축으로 하여 문화관련 기관 및 통계청, 관세청, 한국은행 등에서 단편적·부분적으로 생산되고 있다. 현재 문화산업과 관련하여 생산되는 조사로는 본 문화산업 통계조사와 각 산업 백서, 소비자 조사, 경기전망조사 등 다양한 조사가 있으며 관세청이나 통계청에서 생산되는 수출입통계나 전국사업체기초통계조사를 통해서도 문화산업에 관한 정보를 얻을 수 있다. 그러나 이와 같은 자료는 문화산업 통계로서 크게 다음과 같은 세 가지 문제점을 갖고 있다.

첫째, 문화산업 통계 산출·관리·활용할 수 있는 전담조직이 없으며 장르별 기관별 통계시스템이 분산되어 있다.

전반적인 통계작성 전문인력과 예산의 부족에 따라 통계 정보의 부족현상이 나타나고 있으며 문화산업의 경우도 마찬가지이다. 특히 문화산업은 영화, 음악, 출판, 게임, 방송, 캐릭터, 광고, 방송, 전통공예, 디자인 등에 이르는 넓은 범위의 산업이지만, 이에 대한 체계적이고 총량적인 통계는 아직 작성되지 않고 있다. 즉, 통계자료의 산출 및 관리가 각 산업의 해당기관에서 이루어지고 있고 자료가 통합적으로 관리되지 못하고 산재되어 있어 문화산업 각 분야에 대한 단편적인 정보만 존재하는 문제점을 갖고 있다. 이에 따라 자료의 표준화 및 조정, 통계지표체계 개발, 조사설계, 통계결과 관리 및 활용, 중장기 기획 등이 체계적으로 이루어지지 못하고 있다. 문화산업통계를 산출하는 각 기관의 이해와 필요성에 따라 통계가 산출되기 때문에 총량통계로서의 문화산업통계를 산출하기 위해서는 통계를 기획하고 산출·관리할 수 있는 전담 조직이 필요하다.

둘째, 통계정보의 신뢰성 확보가 미흡하다.

본 문화산업 통계조사의 경우, 조사 설계의 부정확성, 모집단의 확보, 조

사 및 분석방법론의 체계적인 설정 등이 미흡하여 조사의 신뢰성 확보에 어려움을 가지고 있다. 특히 문화산업의 특성상 모집단 전체를 파악하지 못하는 한계점은 체계적인 조사기획 및 분석을 불가능하게 하고 신뢰성을 떨어뜨리는 가장 큰 이유이다. 이와 더불어, 현 문화산업 통계는 새롭게 성장하고 있는 문화산업부문을 포괄하지 못하고 있으며, 분산되어 통계를 산출하고 있기 때문에 총량통계 산출시 중복 추산되는 문제가 있다. 특히 문화산업통계의 조사대상 대부분이 영세업체이기 때문에 발생하는 응답 회수율 문제 및 정확한 재무정보 확보의 어려움 등으로 신뢰성 있는 매출규모를 산출하는 데에 한계가 있다.

셋째, 문화산업의 분류체계가 미정립되어 있다.

문화산업에 대한 세부영역과 그 범위가 확정되어 있지 않은 상태에서 분류상의 혼재와 누락이 심하다. 특히 현재 대부분의 통계 수집 및 산출의 근거가 되는 한국표준산업분류는 문화산업에 대한 개념과 중요성이 부각되지 않은 2000년도 시점에서 작성되었기 때문에 급속한 문화산업 구조변화를 반영하지 못하고 있으며 문화산업 영역을 종합적, 체계적으로 포괄하지 못하기 때문에 자료산출에 문제점을 가지고 있다. 이와 같은 문제를 극복하기 위해서는 문화산업의 분류체계를 정립하는 것이 필요한 것으로 보인다.

3. 2004년 문화산업통계조사의 방향

3.1. 문화산업통계조사 중장기 계획

문화관광부와 한국문화콘텐츠진흥원에서는 문화산업을 성장시키기 위하여 2003년 1월 '문화콘텐츠산업 중장기 발전전략'을 수립하여 실시하고 있으며 이의 합리적인 정책과정 증진을 위해 연구 및 개발 사업을 강화하였다. 이와 관련하여, 2004년 문화산업 통계체계 중장기 계획을 수립하고 이의 효율적인 추진을 위해 통계협의회를 구성 및 운영하고 있다.

중장기 계획은 향후 5년간의 3단계 - 기반구축단계, 통합시스템 구축단계, 글로벌화 및 안정화 단계- 로 이루어진 계획이며 이는 <표 1-1. 문화산업 통계체계 구축 중장기 로드맵> 에 각 단계별로 목표 및 주요사업이 잘 나타나 있다.

중장기 계획의 첫 단계인 2004년 통계사업의 목표는 통계인식확산, 문화산업 통계의 신뢰도 확보 및 수요자 중심의 통계체계 구축 등 향후 신뢰성 있는 문화산업 통계가 정착되기 위한 기초사업들을 실시하는 것이라 할 수 있다. 이러한 목표를 위해 구체적으로 '문화산업 통계체계 중장기 로드맵 및 전략수립', '통계협의회 구성 운영의 내실화', '산업장르별 통계조사의 표준화 및 조정', '핵심통계의 산출 및 관리를 위한 조사 실시', '통계 DB구축 모델 개발 및 계획수립'과 '문화산업 표준분류 및 통계산출 모델 개발' 등의 사업을 주요 사업화 한다.

이를 기반으로 하여 2005-2006년은 통합시스템 구축단계로서 문화산업 통계 산출, 관리, 활용의 유기적 연계성 강화, 문화산업 통계 사업의 전문성 및 효과성 증진, 문화산업 분석 및 예측활동을 위한 통계시스템 구축을 목표로 하며 구체적인 주요사업으로는 이러한 통계사업을 전담할 조직 설립 및 운영, 구축된 통계 DB의 운영 및 활용, 통계기관과의 연계 및 인적자원 통계체계 강화, 신산업분야 통계조사 실시, 분기별 동향 통계 산출 및 관리 서비스를 할 예정이다. 또한 국제적으로는 아시아 문화산업 통계교류 협력을 강화한다.

<표 1-1. 문화산업 통계체계 구축 중장기 로드맵>[1)]

단계	목표	주요사업
기반 구축단계 (2004)	문화산업 통계인식 확산 문화산업 통계의 신뢰도 확보 및 수요자 중심의 통계체계 구축 문화산업 통계 협력 네트워크 구축 문화산업 통계 기획 및 계획수립 역량 강화	문화산업 통계체계 중장기 로드맵 및 전략 수립 통계협의회 구성 운영의 내실화 산업장르별 통계조사의 표준화 및 조정 핵심통계의 산출 및 관리를 위한 조사 실시 통계 DB구축 모델 개발 및 계획수립 문화산업 표준분류 및 통계산출 모델 개발
통합시스템 구축 단계 (2005-2006)	문화산업 통계 산출, 관리, 활용의 유기적 연계성 강화 문화산업 통계 사업의 전문성 및 효과성 증진 문화산업 분석 및 예측활동을 위한 통계시스템 구축	통계 DB 구축 및 활용(가칭 문화산업 통계정보센터 운영) 통계사업 전담조직 설립 운영 연관사업과의 연계를 통한 통계 활용도 증진(문화산업 종합정보시스템과의 연계 등) 통계청, 한국은행, KOTRA, 교육부 등 관련 통계기관과의 연계강화 문화산업 관련 기술통계, 직종별 인적자원 통계 체계 강화 모바일 콘텐츠, 에듀테인먼트 등 새로운 산업분야 통계조사 실시 분기별 동향 통계 산출 및 관리서비스 아시아 문화산업 통계교류 협력 강화
글로벌화 및 안정화 단계 (2007-2008)	세계 문화산업 통계체계와의 연계성 강화 문화산업 통계조사의 세분화 및 안정화 정책 성과지표 통계산출 기능 강화	문화산업 국제 비교지수(Index) 산출 세계 문화산업 통계체계 연계 구축 지역 문화산업 통계 산출 및 관리서비스 강화 유통관련 정보 및 통계기능 강화 해외 문화산업 동향 및 통계 조사 사업 강화 정책성과지표 측정 및 관리체계 확립 국제문화산업 분류 개정에 따른 문화산업 통계체계 정립

1) 한국문화콘텐츠진흥원,『문화산업 통계체계 구축방안 연구』2004. 9

중장기 계획의 마지막 단계인 2007-2008년은 글로벌화 및 안정화 단계로서 세계 문화산업 통계체계와의 연계성을 강화하고, 문화산업 통계조사의 세분화 및 안정화, 또한 이를 통한 정책 성과지표 통계산출 기능의 강화 등의 목적을 꾀하고 있다. 이러한 목표를 이루기 위하여 국제 비교지수(Index) 산출, 세계 문화산업 통계체계 연계 구축, 국제문화산업 분류 개정에 따른 문화산업 통계체계 정립 등 국제적인 표준화 및 네트워크 구축사업과 지역 문화산업 통계 산출 및 관리서비스 강화, 유통관련 정보 및 통계기능 강화, 해외 문화산업 동향 및 통계 조사 사업 강화, 정책성과지표 측정 및 관리체계 확립 등 통계사업을 안정화 시키는 사업들이 추진될 예정이다.

첫 단계인 기반구축단계의 핵심이라 할 수 있으며 2004년 주요사업 중 하나인 '핵심통계의 산출 및 관리를 위한 조사 실시'의 사업의 일환으로 추진되는 문화산업 통계조사는 문화관광부 주관으로 1998년부터 6년차 실시되고 있으며 조사의 신뢰성을 제고하기 위해 2004년에는 통계청의 승인[2]을 받았다. 이를 바탕으로 실시되는 『2004년 문화산업통계조사』의 방향은 다음 절에서 설명이 된다.

2) 승인번호 11308, (2004. 10. 16)

3.2. 2004년 문화산업통계조사의 방향

『2004년 문화산업통계조사』는 기존조사의 문제점을 해소하고 문화산업 통계조사 중장기 계획의 첫 단계로서 추진되어야 할 것이다. 기존 조사의 문제점으로 지적된 통계전담조직의 필요성, 문화산업 분류체계의 미정립 등은 장기적인 계획과 정책적인 지원으로 해결되어야 할 문제들이지만, 조사의 신뢰성 제고 등은 2004년 조사에서도 충분히 고려되어야 할 과제사항으로 여겨진다. 또한 중장기 계획의 첫 단계로서 실시되는 『2004년 문화산업통계조사』는 문화산업 전체에 대한 총량적인 개념의 통계를 산출하는 것을 기초적인 목표로 하며 문화산업 통계의 체계적 조사, 공통항목의 동일기간 조사로 통계의 중복성과 분산성을 해소하고 정보관리의 효율성을 극대화하고자 하였다. 그러므로 본 『2004년 문화산업통계조사』는 다음의 사항들을 주안점으로 하여 실시되었다.

첫째, 조사의 신뢰성을 확보하기 위하여 문화산업의 모집단을 최대한 파악하고 문화산업 특성에 맞는 적절한 조사방법 및 분석 방법론을 사용하며, 신뢰할 수 있는 조사내용으로 구성하여 조사설계

둘째, 각 기관에서 산출되고 있는 문화산업 통계를 체계적으로 관리할 수 있도록 유관기관과의 협조체계 구축

셋째, 전체통계 중복추산 문제, 신산업 불포함(Coverage) 문제, 제작산업 중심의 통계 등 기존의 문제점을 보완할 수 있는 통계량 산출

제 2 장

조사방법

제 2 장 조사방법

1. 조사대상

1.1. 전체 조사대상

본 조사는 조사기준일(2003년 12월 31일) 현재 국내에 소재하며 문화산업을 영위하는 사업체[3]를 조사대상으로 한다. 단 본 조사에 포함하는 문화산업은 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 10개 산업으로 한정한다. 그 내용 및 근거는 다음과 같다.

『2004년 문화산업 통계조사』의 조사대상을 확정하기 위해서는 다음과 같은 과정이 필요하다. 첫째, 문화 산업체를 정의하고, 둘째, 이러한 문화산업에 속하는 사업체 중 어떤 활동을 하는 산업체를 조사에 포함할 것인지 결정해야 한다. 셋째, 현재 문화산업은 각 부처별로 조사결과를 산출하고 있기 때문에 이러한 정보 중 어디서부터 어디까지를 활용할 것인지를 결정해야 하며 넷째, 조사대상으로 한정된 범위 내에서 사업체 명부를 작성하고 다섯째, 이렇게 작성된 사업체 명부 중 현재 유효한 모집단이 얼마나 되는지 파악해야 한다.

다음은 이러한 과정을 통해 『2004년 문화산업 통계조사』의 조사대상을 확정하는 과정이다.

문화산업진흥기본법상 문화산업은 「문화상품을 생산, 유통, 소비하는데 관련된 산업」으로 정의하며 구체적으로 영화, 음반, 게임, 출판, 방송, 문화재관련, 캐릭터, 디자인, 전통공예, 멀티미디어 콘텐츠 등에 이르기까지 다양하다. 현재 문화산업 통계는 문화상품의 기획, 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 연관되어 있는 통계를 의미하며 2000년 제 8차 계정 통계청 표준산업분류에 포함된 문화산업은<표

3) 사업체의 기준은 통계청 『전국사업체기초통계조사』의 정의를 따르며 이는, 영리·비영리를 불문하고 개개의 상점, 사무소, 영업소 등과 같이 일정한 장소에서 재화의 판매, 서비스 제공 등의 경제활동을 영위하고 있는 모든 경영단위를 말한다.

1-2. 한국 표준산업분류 중 문화산업관련 분류>에 나타난 바와 같다.

<표 2-1. 한국 표준산업분류 중 문화산업 분류>[4)5)]

그 룹	KSIC	항 목 명
1		**출판 산업**
1-1		**출판업**
1-1-1	22110	서적 출판업(음악출판업 제외)
1-1-2		신문, 잡지 및 정기간행물 발행업
1-1-2-1	22121	신문 발행업
1-1-2-2	22122	잡지 및 정기 간행물 발행업
1-1-2-3	22123	정기 광고간행물 발행업
1-1-3	22139	기타 오디오 기록매체 출판업
1-1-4	22190	기타 출판업
1-2		**인쇄업**
1-2-1	22211	경 인쇄업
1-2-2	22212	스크린 인쇄업
1-2-3	22219	기타 인쇄업
1-3		**서적, 잡지 및 신문 유통업**
1-3-1	51463	서적, 잡지 및 신문 도매업
1-3-2	52621	서적 및 잡지류 소매업
1-3-3	52892	계약배달 판매업(신문배달판매 부분)
1-3-4	71302	서적 임대업
2		**음반 산업**
2-1		**음반 제작 및 복제업**
2-1-1	22131	음반 및 기타 음악기록매체 출판업
2-1-2		음악 출판업 및 저작권 관리업
2-1-2-1	22110	서적 출판업(음악출판업 부분)
2-1-2-2	65999	그외 기타 금융업(음악저작권 관리 부분)
2-1-3	87312	녹음시설 운영업
2-1-4	22300	기록매체 복제업(음반 부분)
2-2		**음반 유통업**
2-2-1	51471	음반 및 비디오물 도매업(음반 부분)
2-2-2	52513	음반 및 비디오물 소매업(음반 부분)
2-2-3	71301	음반 및 비디오물 임대업(음반 부분)
2-3	**88913**	**노래방 운영업**
3		**게임 산업**

4) 제 8차 개정(2000.1.7) 『한국표준산업분류』 통계청
5) 한국문화콘텐츠진흥원, 『문화산업 통계체계 구축방안 연구』 2004.9 참고

3-1		**게임 기기 및 소프트웨어 제작업**
3-1-1	36943	영상 게임기 제조업
3-1-2		게임소프트웨어 제작 및 복제업
3-1-2-1	72201	게임소프트웨어 제작업
3-1-2-2	22300	기록매체 복제업(게임소프트웨어 부분)
3-2		**게임 기기 및 소프트웨어 유통업**
3-2-1		게임기기 유통업
3-2-1-1	51473	장난감 및 취미용품 도매업(게임기기 부분)
3-2-1-2	52643	오락게임용구 및 장난감 소매업(게임기기 부분)
3-2-2		게임소프트웨어 유통업
3-2-2-1	51891	컴퓨터 및 패키지소프트웨어 도매업(게임소프트웨어 부분)
3-2-2-2	52513	음반 및 비디오물 소매업(게임소프트웨어 부분)
3-2-2-3	71301	음반 및 비디오물 임대업(게임소프트웨어 부분)
3-3		**오락장 운영업**
3-3-1	88911	전자 게임장 운영업
3-3-2	88912	컴퓨터 게임방 운영업
4		**영화 산업**
4-1		**영화 및 비디오물 제작업**
4-1-1	87111	일반 영화 및 비디오 제작업
4-1-2	87112	만화 영화 및 비디오 제작업
4-1-3	87113	광고 영화 및 비디오 제작업
4-2	**22300**	**기록매체 복제업(비디오물 부분)**
4-3	**87120**	**영화 및 비디오 제작 관련 서비스업**
4-4		**영화 및 비디오물 배급 및 유통업**
4-4-1	87130	영화 배급업
4-4-2	51471	음반 및 비디오물 도매업(비디오물 부분)
4-4-3	52513	음반 및 비디오물 소매업(비디오물 부분)
4-4-4	71301	음반 및 비디오물 임대업(비디오물 부분)
4-5		**영화 및 비디오물 상영업**
4-5-1	87141	영화관 운영업
4-5-2	87142	비디오물 감상실 운영업
5		**방송업**
5-1		**공중파 방송업**
5-1-1	87211	라디오 방송업
5-1-2	87212	텔레비전 방송업
5-1-3	87114	방송프로그램 제작업
5-2		**유선 및 위성 방송업**
5-2-1	87221	프로그램 공급업
5-2-2	87222	종합유선 및 기타 유선방송업

5-2-3	87223	위성방송업
6		**공연산업**
6-1	**87311**	**공연시설 운영업**
6-2		**공연단체**
6-2-1	87321	연극단체
6-2-2	87322	무용 및 음악단체
6-2-3	87329	기타 공연단체
6-3		**자영 예술가**
6-3-1	87331	공연 예술가
6-3-2	87332	비공연 예술가
6-4		**공연관련 산업**
6-4-1	87341	공연기획업
6-4-2	87342	배역 및 제작관련 대리업
6-4-3	87349	기타 공연관련산업
7		**기타 문화산업**
7-1		**건축 및 조경설계 서비스업**
7-1-1	74311	건축설계 및 관련 서비스업
7-1-2	74312	도시계획 및 조경설계 서비스업
7-2		**사진촬영 및 처리업**
7-2-1	74911	인물사진 촬영업
7-2-2	74912	상업용 사진 촬영업
7-2-3	74913	사진처리업
7-3		**전문디자인업**
7-3-1	74601	인테리어 디자인업
7-3-2	74602	제품 디자인업
7-3-3	74603	시각 디자인업
7-3-4	74609	기타 전문 디자인업
7-4		**광고업**
7-4-1	74510	광고대행업
7-4-2		기타 광고업
7-4-2-1	74591	옥외 광고업
7-4-2-2	74592	광고매체 판매업
7-4-2-3	74593	광고물 작성업
7-5		**공예품 및 한복 제조업**
7-5-1		공예품 제조업
7-5-1-1	20293	장식용 목제품 제조업
7-5-1-2	26211	가정용 및 장식용 도자기 제조업(장식용 도자기 부분)
7-5-1-3	28999	그외 기타 조립금속제품 제조업(금속제 장식용품 부분)
7-5-1-4	36122	나전칠기가구 제조업

7-5-1-5	36910	귀금속 장신구 및 관련제품 제조업(귀금속 장신구류 부분)
7-5-1-6	36941	인형 제조업(공예품 부분)
7-5-1-7	36973	조화 및 모조장식품 제조업(모조장식품 부분)
7-5-1-8		기타 공예품 제조업
7-5-2	18130	한복제조업
7-6		**공예품 및 한복 유통업**
7-6-1		공예품유통업
7-6-1-1		공예품 도매업
7-6-1-1-1	51109	기타 상품 중개업(골동품 및 예술품 중개)
7-6-1-1-2	51473	장난감 및 취미용품 도매업(공예품 도매)
7-6-1-1-3	51417	의복 액세서리 도매업(모조장신품 도매)
7-6-1-2		공예품 소매업
7-6-1-2-1	52661	예술품 및 골동품 소매업
7-6-1-2-2	52662	관광민예품 및 선물용품 소매업
7-6-2		한복 유통업
7-6-2-1	51413	셔츠 및 외의 도매업(한복 도매 부분)
7-6-2-2	52412	한복 소매업
7-9		**뉴스제공, 도서관, 박물관 및 기타 문화관련 산업**
7-9-1	88100	뉴스제공업
7-9-2	88211	도서관 및 기록보존소
7-9-3		박물관 및 사적지 관리 운영업
7-9-3-1	88221	박물관 운영업
7-9-3-2	88222	사적지 관리 운영업
7-9-4		유원지 및 기타 오락장 운영업
7-9-4-1	88992	유원지 및 테마파크 운영업
7-9-4-2	88919	기타 오락장 운영업
7-9-9		그외 기타 문화관련산업
7-9-9-1	75994	전시 및 행사 대행업
7-9-9-2	75995	연예인 및 기타 공인 매니저업
7-9-9-3	74991	번역 및 통역 서비스업
7-9-9-4		그외 기타 분류안된 문화관련산업
8		**교육서비스업**
8-1	80229	기타 기술 및 직업고등학교(예술 및 문화 부분)
8-2		고등교육기관
8-2-1	80301	전문대학(예술 및 문화 부분)
8-2-2	80302	대학교(예술 및 문화 부분)
8-2-3	80303	대학원(예술 및 문화 부분)
8-3	80992	예술학원

위에서 언급한 바와 같이 문화산업은 그 범위가 다양하고 명확하지 않기 때문에 『2004년 문화산업 통계조사』는 그 범위가 비교적 명확하고 문화산업 중 핵심이라 할 수 있는 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업에 속하는 업체 등을 조사대상으로 한정한다. 조사대상 10개 산업은 기존에 조사되어 왔던 산업이며, 문화산업에서 차지하는 비중이 큰 산업들이라 할 수 있다.

이렇게 확정된 10개 산업은 활동영역으로 볼 때 크게 기획·제작·배급 등 콘텐츠산업관련 부분과 최종유통으로 나누어져 있다고 보며 이러한 활동영역을 대상으로 조사를 실시한다. 단, 본 조사에서 기획·제작·배급이라 함은 창작 및 판권, 제작 서비스/ 단순복제, 유통·배급, 마케팅·홍보, 그 외 기타부분을 말하며 소비자유통 부분은 제외된 부분을 말한다.

그러나 현재 이렇게 산업·활동영역별로 나누었을 때 일부는 타 기관에 의해 이미 조사가 된 상태이므로 이러한 경우는 타 조사 자료를 인용 및 활용하며 조사되지 않은 부분은 실태조사를 실시하여 모든 10개 산업의 기획·제작·배급과 최종유통부분의 자료를 취합하게 된다. 이를 자세히 말하면, 기존 자료가 없는 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 등 6개 산업의 기획·제작·배급 부분은 새롭게 조사하고 6개 산업의 최종유통과 출판, 광고, 방송, 게임 등 4개 산업의 모든 활동영역은 기존의 자료를 활용하여 통계를 산출하였다.

타 조사 자료를 활용하는 부분의 경우 정보를 취합하여 직접 인용하거나 연구를 통해 통계량을 추정하는 방식으로 통계량을 산출하였으며 실태조사 대상인 경우는 직접조사를 통한 정보를 기초로 하여 통계량을 직접 추정하였다.

참고 자료로 사용된 자료는 타기관의 각 산업별 연감 및 백서, 실태조사 보고서 등이며 이렇게 각각의 하위 산업별로 산출된 통계량을 통해 전체 문화산업의 통계정보를 산출하였다.

<표 2-2. 2004년 문화산업통계조사 대상 및 범위>

활동영역 / 산업구분	기획·제작·배급	최종유통
출판	타 조사 자료 활용	
만화	실태조사	타 조사 자료 활용, 추정
음악	실태조사	타 조사 자료 활용, 추정
게임	타 조사 자료 활용	
영화	실태조사	타 조사 자료 활용, 추정
애니메이션	실태조사	타 조사 자료 활용, 추정
방송	타 조사 자료 활용	
광고	타 조사 자료 활용	
캐릭터	실태조사	타 조사 자료 활용, 추정
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업	실태조사	

참고한 자료를 자세히 살펴보면 출판산업은 통계청의 『2003년 산업총조사』와 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』, 관세청의 2003년 수출입자료를 활용하였다. 만화산업은 한국문화콘텐츠진흥원의『만화산업 중장기 발전전략 연구』, 음악산업은 『2001년 기준 도·소매업 및 서비스업 총조사 보고서』, 『2003년 기준 서비스업 통계조사 보고서』, 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』, 게임산업은 한국게임산업개발원의 『2004 게임백서』 자료 등을 활용하였다. 또한, 영화산업은 통계청의 『2001년 기준 도·소매업 및 서비스업 총조사 보고서』, 『2003년 기준 서비스업 통계조사 보고서』, 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』자료를 활용하였으며 애니메이션산업은 한국문화콘텐츠진흥원의 『2004년 애니메이션산업 백서』, 방송위원회의 『2004년 방송산업실태조사 보고서』, 영화진흥위원회의 『2004 한국영화연감』, 방송산업은 방송위원회의 『2004년 방송산업실태조사 보고서』, 광고산업은 (주)제일기획의 『2004 광고연감』, 통계청의 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』 캐릭터산업은 한국문화콘텐츠진흥원의 『2004년 캐릭터산업백서』 자료를 인용 및 활용하였다. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 경우에는 신산업이기 때문에 국내에 아직 체계적인 자료가 존재하지 않으므로 참고한 자료가 없다.

<표 2-3. 산업별 참고자료 및 기관>[6)]

산업	자료원	산출 통계기관
출판	『2003년 산업총조사』 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사 』 2003 수출입 통계	통계청 관세청
만화	『만화산업 중장기 발전전략 연구』	한국문화콘텐츠진흥원
음악	『2001년 기준 도·소매업 및 서비스업 총조사 보고서』 『2003년 기준 서비스업 통계조사 보고서』 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』	통계청
게임	『2004 게임백서』	한국게임산업개발원
영화	『2004 한국영화연감』 『2001년 기준 도·소매업 및 서비스업 총조사 보고서』 『2003 서비스업 통계조사 보고서』 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사 』	영화진흥위원회 통계청
애니메이션	『2004년 애니메이션산업 백서』 『2004년 방송산업실태조사 보고서』 『2004 한국영화연감』	한국문화콘텐츠진흥원 한국방송위원회 영화진흥위원회
방송	『2004년 방송산업실태조사 보고서』	한국방송위원회
광고	『2004 광고연감』 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』	(주)제일기획 통계청
캐릭터	『2004년 캐릭터산업백서』	한국문화콘텐츠진흥원

6) 본 보고서는 각 백서 및 보고서의 개략적인 내용만을 발췌하였으므로 산업별 자세한 내용은 각 백서 및 보고서를 참조

1.2. 실태조사 조사대상

실태조사대상으로 한정된 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 6개 산업의 기획·제작·배급부분은 다음과 같은 과정을 통해 조사대상을 확정하였다.

가. 모집단의 확보

실태조사 대상으로 확정된 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타 6개 산업의 제작·개발·배급 업체에 속한 기업에 대해 1차적으로 한국문화콘텐츠진흥원이 보유한 자료를 모집단 확보의 1차 자료로 활용하였다.

음악산업체는 <한국음악산업협회 회원사>, <한국 음악산업 디렉토리 작업업체 리스트>, <디지털 콘텐츠 백서 조사업체>, <한국문화콘텐츠진흥원 음악업체 DB>, <음반제작등록업체>, 애니메이션 산업체는 <한국애니메이션 백서 조사업체대상>, <애니메이션산업 디렉토리 작업업체 리스트>, 캐릭터산업체는 <한국캐릭터 백서 조사대상 업체>, <한국캐릭터 디렉토리 작업업체>, <부천만화정보센터 만화출간DB>등 문화산업관련단체의 리스트와 한국문화콘텐츠진흥원 자체보유 리스트를 정리한 자료를 중심으로 하여 문화산업 통계조사에 기초가 되는 최초 사업체명부를 작성하였다. 그리고 문화관광부 영상진흥과에서 보유하고 있는 2004년 9월 『영화 및 비디오물 제작·배급·수입업체 등록현황』 자료를 영화산업업체의 모집단 확보 자료로 활용하였다.

지방에 있는 사업체들을 파악하기 위해서는 진흥원 관련 지원센터에 협조를 요청하여 광주문화센터를 포함한 6개 문화센터, 부천 입주사, 4개의 대학을 통해 그 지방의 문화사업체 리스트를 확보하여 이를 2차 보완하였고 한국신용평가정보가 보유하고 있는 업체DB로 3차 보완을 하였으며 그 외에도 누락될 수 있는 업체정보를 보완하기 위해서 문화관광부의 협조를 통해 중기청 『중소기업 DB자료』[7] 및 통계청 『전국사업체기초통계조사』[8]자료

---

7) 1. 중소기업지원 정부부처, 유관기관 및 단체 등에 산재되어 있는 중소기업체의 일반현황, 자금지원현황 등으로 이루어진 정보를 보유하고 있다.
2. 총 296,438개의 자료를 입수하였으나 업종세세분류별로 문화산업과 직접적으로 상관이

로 모집단을 추가·보완하여 총 13,987개소의 사업체 명부를 획득하였다.

<표 2-4. 모집단 확보 대상 사업체수>

(단위 : 개소)

자료원	사업체수
한국문화콘텐츠진흥원	7,590
문화관광부 홈페이지	3,080
한국신용평가정보 DB	758
중기청 중소기업 DB자료	1,498
통계청 『전국사업체기초통계조사』	1,061
합계	**13,987**

나. 조사대상 확정

이렇게 획득한 총 13,987개의 업체정보 중 자료원별 중복업체를 제외하여 7,998개의 업체를 1차 필터링 한 후 이를 대상으로 전화 등으로 업체 컨택을 시도하였다. 업체를 직접 조사한 결과 휴·폐업된 업체이거나 결번, 착신 정지된 경우, 전화연결이 되지 않는 경우 등을 삭제하였고 실제 조사를 진행하면서 문화산업의 조사대상이 아닌 경우에는 모집단에서 제외하였다. 또한 최초에 독립된 모집단으로 존재하였으나 조사결과 중복 업체인 경우에도 모집단에서 1개의 업체로 정리하여 최종적으로 조사대상 업체를 정리하였다.

이와 같이 문화산업의 모집단으로 리스트업 하는 과정에서 한국문화콘텐츠진흥원의 각 해당 산업의 담당자를 통해 산업별 문화산업 모집단을 최종적으로 확인하였다. 이렇게 하여 최종적으로 확정된 문화산업의 모집단은 2,935개소이며, 세부적인 결과는 다음과 같다.

있는 업체만을 대상으로 하여 조사 DB로 활용하였고 이는 모두 1,498개 업체이다.

8) 1. 우리나라에 소재하는 모든 사업체를 대상으로 사업체의 기존적인 특성에 관한 사항을 알아보고자 실시하는 조사로서 조사실시 시점과 가장 가까운 자료로는 2003년 12월 31일 자료이며 이는 국내 3,187,916개 사업체의 일반정보 및 고용현황에 관한 정보를 보유하고 있다.

2. 음악, 영화 중 3,741개의 사업체 정보를 확보한 뒤, 조사대상에 적합한 사업대상으로 재분류하여 총 612개 업체의 자료만을 조사에 활용하였다.

<표 2-5. 실태조사 산업별 최종 모집단>

(단위 : 개소)

산업구분	만화	음악	영화	애니메이션	캐릭터[9]	인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	그 외	합계
업체 수	175	395	1,605	202	397	135	26	2,935

최종적으로 문화산업의 조사대상으로 선정된 모집단은 만화 175개소, 음악 395개소, 영화 1,605개소, 애니메이션 202개소, 캐릭터 397개소, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 135개소 산업 구분이 모호한 업체는 기타로서 26개소이다.

1차 모집단 가운데 개별 기업과 접촉 후 모집단에서 제외된 사례[10]는 다음과 같다.

<표 2-6. 모집단 제외 업체 세부내역>

(단위 : 개소)

산업구분 / 처리상태	만화	음악	영화	애니메이션	캐릭터	인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	기타	합계
휴·폐업	15	58	192	8	15	9	0	297
결번	28	142	583	81	77	20	23	954
오번	139	282	1,072	112	59	19	18	1,701
착신정지	5	11	52	11	5	5	1	90
불통	37	83	529	47	84	14	6	800
중복	18	76	356	44	14	9	1	518
비대상	38	93	303	72	104	30	18	658
합계	**280**	**745**	**3,087**	**375**	**358**	**106**	**67**	**5,018**

9) 캐릭터산업의 경우에는 최초 사업 계획에 의하면 타 조사 자료를 활용하여 통계를 산출할 계획이였으나 조사의 신뢰도를 확보하기 위해 조사를 실시하였으며, 모집단 수는 397개를 확보하였다.

10) 원자료가 몇 년간 누적된 자료이므로 휴폐업이나 결번, 오번 등이 많이 존재하였다.

참고로 본 조사에 사용된 산업분류 예시는 다음과 같다[11].

<표 2-7. 조사표 상의 산업분류 예시>

산업 구분	예 시	
① 출판	서적출판, 잡지 및 정기 간행물, 신문 발행, 전자출판(온라인 신문/잡지, e-book)	
② 만화	만화(만화잡지, 일일단행본, 코믹스, 학습교양) 디지털만화(온라인 만화방/포털사이트)	
③ 음악	음반 기획·제작·배급, 음악공연(콘서트, 뮤지컬) 디지털음악(벨소리, 통화 연결음, 스트리밍, MP3 다운로드)	
④ 게임	게임 개발 및 배급(PC·온라인·아케이드·비디오·모바일 게임 등)	
⑤ 영화	영화의 제작·배급·수입, 비디오 제작·유통 디지털영화(디지털 영화 제작, 온라인영화 서비스, 컴퓨터 그래픽)	
⑥ 애니메이션	애니메이션 제작·배급·하청 (2D, 3D), 애니메이션 국내외 마케팅·홍보 대행	
⑦ 방송	지상파방송(TV, 라디오, 프로그램제작), 유선방송, 위성방송 디지털방송(디지털 위성방송, 웹캐스팅, 모바일방송)	
⑧ 광고	광고대행, 인터랙티브(모바일, 인터넷)광고, 기타 광고업	
⑨ 캐릭터	캐릭터 및 캐릭터 상품 개발, 제조, 라이선스, 유통, 인터넷·모바일 캐릭터 서비스 및 아바타	
⑩ 기타 ( )	디지털	웹정보콘텐츠(오락정보, 생활정보, 건강, 경제, 법률, 위치정보 등) 에듀테인먼트 콘텐츠(교육용 콘텐츠), 디지털 온라인 유통(신디케이트, 포탈, ISP) 솔루션(CMS, P2P, DRM, SMS/MMS 등)
	디자인, 공연(음악 제외), 공예 등 위에 예시되지 않은 기타 문화산업	

11) 각 산업에 대한 산업별 정의 및 조사대상 정의는 추후 제4장에서 서술된다.

2. 조사내용

실태조사를 실시하는 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타의 6개 산업의 기획·제작·배급활동을 하는 사업체의 경우 통일된 조사내용 항목을 바탕으로 실태조사를 실시하기 때문에 풍부한 정보를 체계적으로 얻을 수 있지만, 이를 제외한 부분의 경우에는 기존의 자료를 이용하기 때문에 얻을 수 있는 자료에 한계가 있게 된다.

실태조사에 사용된 조사표는 조사목적에 따라 설계되었으며 통계청 승인 및 조사의 효율을 높이기 위해 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타 6개 산업 전문가의 의견 및 보완을 통해 최종안을 완성하였다. 조사는 크게 사업체 개요, 대표자 현황, 업종별 재무정보, 고용현황, 해외진출 현황, 저작권 현황, 정부지원정책 등 7가지로 구분하였다. 주요 문화산업의 총량통계를 산출하기 위해서 업종별 재무정보를 통해 매출 및 사업비용을 파악하였고 보조 자료로 재무제표를 활용하였다. 또한 고용부문에서는 각 산업별로 종사자[12]의 형태와 종사자 수 등을 파악하였으며, 문화산업의 수출입통계 산출을 위해 해외진출 부문에서 수출현황과 수입현황을 알아보았다. 그 이외에 대표자의 인적사항과 저작권 현황, 정부지원정책에 대해서도 조사내용에 포함시켰다.

기존의 자료를 이용하는 나머지 부분의 경우 산업현황 중 사업활동을 설명하는 재무현황과 고용현황을 중심으로 자료를 취합하였으며, 이는 각 산업활동별 총 매출액, 사업비용, 수출입액, 종사자수 등을 말한다.

<표 2-8. 조사내용>

조사대상 구분	조사내용	
실태조사 대상	일반정보	재무정보 및 고용현황
실태조사 대상 외	재무정보 및 고용현황	

12) 종사자라 함은, 직업의 종류를 불문하고, 임금·급료 기타 이에 준하는 수입에 의하여 생활하는 자를 말하며 사업주, 정규직 근로자, 비정규직 근로자를 의미함

<표 2-9. 실태조사 조사내용 세부>

구분	내용
Ⅰ. 사업체 개요	-사업체명 (국문, 영문), 연락처(전화, 팩스, 주소, 홈페이지 URL) -사업자등록번호, 법인번호, 기업형태, 설립일자, 상장세부내용, 벤처기업 지정여부
Ⅱ. 대표자 현황	-성명, 출생연도, 국적, 학력 -경력, 경영형태
Ⅲ. 업종별 재무 정보	-형태구분(창작 및 판권/제작서비스, 단순복제/유통, 배급/마케팅, 홍보 -해당사업업종(애니메이션, 캐릭터, 만화,음악,게임,영화,방송,출판,광고,기타) -해당사업 영위업종별 매출실적 -해당사업비용(작품제작/로열티/배급/마케팅·홍보/연구개발/교육훈련)
Ⅳ. 고용 현황	-형태별, 성별 종사자수(정규직/비정규직, 남/여) -학력별, 연령별 종사자수 -직무별 종사자수(사업기획/관리/개발, 제작/마케팅, 홍보/연구기술/기타) -제작과정별 참여인력 수
Ⅴ. 해외진출 현황	-국가별, 거래형태별 해외수출액/ 해외수입액 -해외진출형태 및 경로(진출형태별 비중, 직접수출 or 간접수출 비중) -해외투자현황(기업체 투자/프로젝트 투자) -해외투자 유치현황 -해외 프로젝트 공동제작 최우선 사유
Ⅵ. 저작권 현황	-국내외 지적재산권 보유등록현황(특허권, 실용신안권, 의장권, 상표권, 저작권) -불법복제로 인한 피해여부, 저작권 분쟁사례
Ⅶ. 정부 지원 정책	-정부지원현황(산학연 협력 경험 여부, 정책자금 수혜경험 및 만족도) -정부지원 희망분야

3. 조사체계

3.1. 실태조사 대상

3.1.1. 조사체계

가. 승인통계 추진

조사결과의 신뢰도 및 회신율 제고를 위해 조사 실시 전 통계 승인을 추진하였으며 통계작성 승인 과정은 다음과 같다.

<표 2-10. 통계작성 승인과정>

통계청 문의 및 방문 (2004. 09. 13)
□□
관련 서류제출 및 승인신청 (모집단 자료, 신청서류 등)
□□
통계청 검토 - 통계청/ 통계조정과 (조사표 내용 및 결과표 등)
□□
승인

승인된 현황을 활용하여 조사표 인쇄 시 승인통계라는 것을 명시하고 통계공표 시 통계청과 공표협의 후 결과를 발표하기 때문에 조사의 신뢰성을 제고하는 효과를 가질 수 있었다.

<표 2-11. 통계작성 승인사항>

통계명칭	문화산업 동태조사
통계종류	일반, 조사통계
통계작성기관	문화관광부
통계작성주기	1년
승인번호	11308
승인일자	2004.10.16
승인내용	원안승인

나. 조사원 모집 및 교육

면접원은 경력을 중심으로 해서 선발하였으며, 선발기준은 2년 이상의 공공조사 경력이었다. 총 투입 조사원은 27명이며, 이는 조사책임자 1명, 실사책임자 2명, 조사 감독원 2명, 보조 감독원 2명, 조사원 22명으로 구성되었다.

조사원 교육은 조사의 신뢰성과 회수율 제고를 위해 실시되었으며, 실시된 교육내용을 꼭 숙지하고 조사에 임할 수 있도록 하였으며 집체교육과 수시교육으로 나누어져 실시되었다. 집체교육을 통해 문화산업 통계조사 및 DB 구축사업에 대한 설명과 조사내용에 대한 교육을 실시하였으며, 1일 1회 정도 수시 교육실시를 통하여 조사의 필요성, 친절도 교육, 응답거부 시 대처방안, case별 사례공유를 통해 조사의 신뢰도 및 회수율을 제고하도록 하였다.

3.1.2. 실사방법

전화조사를 기본으로 하되 조사의 효율성을 위해 방문조사, 팩스, 이메일, 온라인사이트 조사 등을 활용하였다.

전화조사의 경우 조사 실시 시 조사 대상자가 업무시간이거나 휴가, 출장인 경우에 응답 지연 또는 응답 불가능 상황이 발생할 수 있고, 이 외에도

응답이 누락된 항목을 보완할 때에는 첫 시도보다 재방문과 전화연결이 힘든 상황이 발생하기 때문에 이는 곧 회수율을 떨어뜨리는 요인이 된다.

따라서 전화조사를 원칙으로 진행하되, Fax 조사와 E-Mail 조사 및 On-line 조사 등 다각적인 회수전략을 동시에 진행하여 상호간 회수 시 문제점을 즉시 보완함으로써 회수율을 촉진하였고 응답자 선물증정, 문화관광부 협조공문 등 다양한 방법으로 누락 응답에 대한 답신을 확보하였다.

전화조사에 실패하거나 심층적인 조사가 요구되는 업계, 선도기업 또는 큰 규모의 업체일 경우, 방문 면접조사를 실시하였다. 특히 효율적 실사진행을 위해 동종업계(조사대상 업체) 밀집지역을 중심으로 진행하였고, 우선적으로 전화 컨택을 시도하여 담당자와 통화를 한 후 방문요청을 한 뒤에 조사를 실시하였다. 특히 조사를 꺼려하는 업체 등은 면접원 신분증을 활용(문화관광부 발행)하여 회신율을 높였다.

전화 컨택 후 방문을 거부하거나, 직접 만나기 어려운 담당자의 경우 대부분 Fax 및 이메일을 통해 조사표를 회수하였으며 전화조사를 통해 성공한 경우에도 누락항목이 있거나 매출액, 고용현황 관련 자료 검증 후 보완하기 위해 FAX 및 이메일 조사를 활용하였다.

또한 자체 개발 On-line 설문 시스템(http://culture.kisinfo.com)을 이용하여 온라인상에서 부여된 아이디와 직접 응답이 가능하도록 하여 온라인 회수시간을 단축하였고, 설문응답 뿐만 아니라 재무제표까지 업로드가 가능하도록 하였다.

3.1.3. 실사시기

조사는 2004년 9월부터 12월까지 진행되었다.

3.1.4. 실사의 문제점과 실사전략

문화산업통계조사는 신뢰성 있는 조사를 실시하는 게 중요한 목표중에 하나이다. 영세업체가 많은 관계로 그 동안 조사가 어려워 신뢰할 만한 통계자료를 산출하기에 한계가 있었다. 기존의 문화산업통계조사에서 나타나는 여러 가지 문제점들을 극복하였으나 이번 조사에서도 몇 가지 문제점들이 나타났다. 이를 정리하면 다음과 같다.

가. 실사의 문제점

첫째, 비협조적인 업체의 태도이다. 문화산업 조사 대상 업체가 조사에 대해 비협조적인 태도를 가지고 있어 조사의 어려움이 있었다. 해마다 비슷한 조사가 반복되어 실시되고 있으나 지원 혜택 등 조사결과에 대한 피드백이 부족하여 조사에 대해 비협조적이었다. 특히 몇몇 업체의 경우 정부정책에 대한 불신으로 조사자체를 거부하는 사례가 많았다.

둘째, 동일한 조사 중복의 문제가 있다. 정부기관 부처마다 여러 가지 조사, 혹은 동류의 조사를 동시에 실시함으로 인해 한 업체별로 여러 건의 조사에 응해야 하는 등 조사의뢰 빈도가 많아 업무에 지장을 초래하고 있었다. 이러한 업체의 경우 조사를 진행하는 데 많은 어려움이 발생하였다.

셋째, 조사내용이 복잡하고 민감한 질문의 경우 답변을 얻어내기 힘들었다. 조사표 내에 질문 항목이 많고 응답 내용이 어려우며 사업상 기밀을 유지해야 하는 항목, 특히 재무항목에 대한 답변을 얻어내기 어려웠다.

넷째, 응답을 얻어내기 힘든 영세업체가 많았다. 문화산업의 특성상 업체가 영세하여 사무실에 상주하는 인원이 없거나 조사에 협력할 인원이 사무실에 없고, 또한 체계적으로 자료를 보관하고 있지 않아 조사에 어려움이 많았다. 또한 프리랜서로 근무하는 직원의 경우 휴대전화 등으로만 연결이 가능한 경우가 많아 조사에 협조적이지 않은 문제가 있었다.

다섯째, 조사대상에 대한 정보 부족으로 인해 조사의 어려움이 있었다. 기존에 조사대상인 업체에 대한 관리가 체계적으로 이루어지지 않아 업체에 대한 기본 정보 없이 조사를 실시하여 효율적으로 조사를 진행하는 데 어려

움이 있었다.

나. 실사 전략

첫째, 조사의 효율성을 제고하기 위한 방안을 마련하였다. 전년도 조사에서는 사업자등록번호 미관리로 인하여 조사이전 휴·폐업 자동 체크 및 업체중복을 체크하기가 어려웠으나, 금년도 조사에서는 실사 시 사업자등록번호를 필히 조사하여 차년도 조사에 있어서 기초 모집단을 제공하였다. 또한 이런 사업자등록번호, 업체명 등을 기본으로 하여 개별 ID를 부여 및 관리하여 조사의 효율성을 높였다.

둘째, 조사의 신뢰성과 총량통계 산출을 위해 선도기업을 우선 대상으로 조사하였고 이를 위해 작년 조사결과를 참고하여 조사필수업체를 추출하여 조사를 실시하였다. 매출액, 부가가치, 수출액, 종사자수 규모의 총량통계를 산출해야 하기 때문에 선도기업들은 반드시 조사되야 한다. 이들 선도기업을 추출하기 위해 기존에 조사된 자료 중 매출액 기준으로 전체 매출액[13]의 80%를 차지하는 기업을 선도기업이라 정의하여 추출하였다. 추출된 기업 리스트에 대해서는 한국문화콘텐츠진흥원 등 각 산업 담당자 및 전문가를 통해 리스트를 검토하여 최종적으로 우선 조사대상 업체를 선정하였다.

셋째, 문화산업통계조사가 전수조사로 진행되는 조사이기 때문에 최대한 조사대상을 확보하였다. 조사대상을 컨택하면서 결번, 오번, 조사대상이 아닌 업체, 부재중, 비협조 등 처리 상태별로 업체 리스트를 관리하여 지속적으로 컨택하여 조사를 진행하였다. 연락처가 잘못되었거나 착신정지, 불통 등의 이유로 연결할 수 없는 경우에도 전화번호 변경 등을 추적하여 최초 모집단으로 한 기업에 대해 조사가 이루어질 수 있도록 하였다. 중복, 비대상의 경우에도 다른 문화산업에 포함될 수 있으므로 재분류 하여 조사를 실시하였다.

또한 조사에 대해 비협조적이거나 담당자가 없는 경우, 추후 조사에 응하겠다고 한 경우 등에 대해서도 지속적으로 조사를 실시하였다. 조사에 비협조인 경우, 정도별로 강, 약으로 구분하여 강인 경우에는 선도기업의 유무를 살펴서 선도기업인 경우 진흥원 및 관련 산업 협회에 명단을 제출하여 조사

13) 매출액 기준을 정한 이유는 매출액이 크면 부가가치, 수출액, 종사자수 등 모든 변수들이 클 가능성이 크기 때문임

협조를 의뢰하였고 총량통계를 산출하기 위해 중요한 재무정보만을 조사하는 구간조사를 실시하였다. 비협조가 약인 경우에는 방문조사를 실시하거나 응답자 선물을 제공하는 방법을 고려하여 설득 및 조사에 대한 유도하였다. 구간조사는 재무정보를 밝히길 꺼리는 업체에 한해서 실시하였다.[14)]

넷째, 조사인력의 체계적인 관리와 가능한 모든 조사방법을 동원하였다. 10개의 하위 장르별로 각 조사 담당자를 배치하였고 전화, 팩스, 이메일, 온라인 사이트조사 등의 방법을 동원하여 조사를 실시하였다.

3.1.5. 자료처리

1) 일관성 검증(Consistency Check)

응답된 자료에 대하여 일관성을 검증하는 것으로서 논리적으로 타당성이나 일관성이 없는 데이터를 조정하거나 삭제하였다.

2) 무응답(Missing Responses)의 처리

무응답은 응답자가 애매한 대답을 하거나 혹은 응답자의 응답을 면접원이 적절하게 기록하지 못했을 때, 또는 응답자가 직접 작성한 조사표 중 일부문항에 대해 답변을 하지 않았을 경우 발생하는데 무응답이 10%이상이 될 경우는 조사의 신뢰성에 문제가 되므로 이런 경우에는 재조사를 실시하였고, 재조사를 하여도 답변이 전체문항의 30% 이상 부족한 경우는 설문지를 폐기하였다.

3) 불성실 응답의 처리

정책관련 문제 등을 모두 같은 번호로 답변하여 응답결과의 분산이 적은 경우, 일관성 검증을 해야 하는 모든 질문에 대해 일관성이 없는 경우에는 설문지를 폐기하였다.

---

14) 추후 추정 시, 구간의 평균값을 통해 보정함

3.2. 실태조사 대상 외

타 기관 자료를 활용 및 참고한 조사대상의 경우 조사방법은 참고한 자료의 개요를 서술하였다.

※『2001년 기준 도·소매업 및 서비스업 총조사』, 통계청

도·소매업 및 서비스업 총조사는 도·소매업 및 서비스업 부문의 산업구조변화, 경영실태등을 종합적으로 파악하여 정부의 각종 정책수립, 민간기업의 기업경영계획수립, 학술연구를 위한 기초자료 및 각종 통계조사를 위한 표본틀 제공을 목적으로 통계청에서 실시된다. 조사주기는 5년이며 조사대상은 한국표준산업분류상의 대분류 G 도·소매업, H 숙박 및 음식점업, J 통신업, K 금융 및 보험업, L 부동산 및 임대업, M 사업서비스업, O 교육서비스업, P 보건 및 사회복지사업, Q 오락, 문화 및 운동관련 서비스업, R 기타공공, 수리 및 개인서비스업에 해당하는 전국의 모든 사업체 전수를 대상으로 한다. 조사방식은 면접조사를 기본으로 하되 대규모 사업체는 자기 기입식 조사를 병행하여 실시되었고, 사업체의 사업체명, 대표자명, 소재지, 조직형태, 사업체구분, 사업체 변동 및 창설년월, 사업의 종류, 종사자수, 자본금 또는 출자금, 연간매출액 등 10개의 공통조사항목과 사업실적, 납부부가가치세, 사업체 건물 면적, 정보기술 기반 및 활용, 유형자산, 무형자산, 기술연구개발비 및 기술 도입비, 객실(석)수 등 8개의 특성항목 등의 조사내용을 바탕으로 하여 조사되었다.

※『2003년 기준 서비스업 통계조사』, 통계청

서비스업 통계조사는 국내 서비스업 사업체에 대한 경영실태를 파악하여 각종 정책 수립 및 관련 분야의 연구분석을 위한 기초자료 제공을 목적으로 통계청에서 실시된다. 조사주기는 1년이며 조사대상은 한국표준산업분류상의 대분류 L.부동산 및 임대업, M.사업서비스업, P.보건 및 사회복지사업, Q.오락, 문화 및 운동관련서비스업, R.기타공공, 수리 및 개인서비스업의 약 25,000개 사업체를 표본으로 한다. 조사방식은 면접조사를 기본으로 하되 대

규모 사업체는 자기 기입식 조사를 병행하여 실시되었고, 사업체의 사업체명 및 소재지, 사업내용, 조직형태, 1일 평균 영업시간, 사업체 정기휴무일수, 종사자수 및 연간급여액, 사업체 건물 연면적, 사업실적(매출액, 영업비용 등), 납부부가가치세, 직능별 종사자수(중분류 72만), 전산장비보유대수(중분류 72만) 등의 조사내용을 바탕으로 하여 조사되었다.

※『2003년 기준 도소매업 통계조사』, 통계청

도소매업 통계조사는 국내 도·소매업사업체에 대한 경영실태를 파악하여 각종 정책 수립과 연구 분석을 위한 기초 자료 제공을 목적으로 통계청에서 실시된다. 조사주기는 1년이며 조사대상은 한국표준산업분류상의 대분류 G. 도매 및 소매업, H. 숙박 및 음식점업에 해당하는 사업체 중에서 표본으로 선정된 약 25,000개 사업체를 표본으로 한다. 조사방식은 면접조사를 기본으로 하되 대규모 사업체는 자기 기입식 조사를 병행하여 실시되었고, 사업체의 사업체명 및 소재지, 사업내용, 조직형태, 1일 평균 영업시간, 사업체 정기휴무일수, 종사자수 및 연간급여액, 사업체 건물 연면적, 사업실적(매출액, 영업비용 등), 납부부가가치세, 임대료 수입, 판매관리기기 보유대수, 객실(석) 수, 객실수입료(호텔업만)등의 조사내용을 바탕으로 하여 조사되었다.

※『2003년 기준 산업총조사』, 통계청

산업총조사는 광업, 제조업, 전기·가스·수도사업 부문에 대한 구조 및 분포와 생산 활동실태를 파악하여 경제정책수립과 각종 표본통계조사에 필요한 기초자료를 제공하는 것을 목적으로 통계청에서 실시된다. 조사주기는 5년이며 한국표준산업분류 중 대분류『C.광업』,『D.제조업』,『E.전기·가스 및 수도사업』을 영위하는 종사자수 1인 이상의 모든 사업체를 조사대상(전수조사)으로 한다. 조사방법은 방문면접조사를 기본으로 하되 전기업·가스업·수도사업의 경우에는 우편조사 방법을 활용한다. 조사표는 분류된 영위사업 종류에 따라 다섯 가지로 나누어져 있으며 사업체명 및 소재지, 사업체 구분, 자본금 또는 출자금, 종사자수, 연간급여액 등 사업체 일반사항과 사업체가 산출하는 품목에 따라 판매량, 재고액, 관리비, 자산 등 사업체 활동과 재무적인 정보를 알 수 있는 조사내용을 기본으로 하여 실시된다.

※『2004 게임백서』, 한국게임산업개발원

2003년 게임산업에 대한 집계는 문화관광부의 한국게임산업개발원에서 집계한 『2004 대한민국 게임백서』의 내용을 토대로 한다. 백서 발간을 위한 조사는 2003년 3월 20일부터 4월 30일까지 전국 게임업체 260개, PC방 및 게임장 1,400개를 통한 설문조사를 기초로 추정한 결과이며 2004년 1월 현재 게임업체로 등록된 총 2,980여개의 게임업체, PC방 21,000여개, 게임장 13,800여개를 대상으로 하였고 조사방법은 이메일, 팩스, 방문조사를 기본으로 하였다. 또한 조사의 신뢰성 제고를 위해 각 플랫폼별 상위 60여개 업체에 대해 개별적인 추가조사를 실시하였다. 이러한 응답결과를 바탕으로 하여 국내 게임시장 산업계 동향, 이용자 동향, 게임 문화 및 게임콘텐츠 동향, 해외 게임시장 동향, 기술개발 동향, 게임관련 법/제도 및 정책 동향등을 파악할 수 있었다. 본 보고서에서는 매출규모, 수출입 규모와 게임산업 종사자 현황 등 개략적인 내용만을 참고한다.

※『2004 방송산업 실태조사 보고서』, 방송위원회

2003년 방송산업에 대한 집계는 방송위원회의 『2004년 방송산업 실태조사 보고서』에서 집계한 내용을 토대로 한다. 방송산업 실태조사 보고서는 지난 2004년 7월 22일~8월 7일 사이에 실시된 실태조사를 기초로 하였으며 조사대상 사업체는 총 737개, 조사된 업체 수는 556개사이다.

조사방식은 인터넷 설문조사를 바탕으로 하여 실시되었고, 사업일반현황(종사자, 부가가치 등 사회통계 항목), 방송사업현황(매출 및 비용 세부내역, 사업결합, 시설현황 등), 방송운영현황(방송시간 및 편성비율 등), 프로그램 제작 및 유통현황(제작비, 외주, 수출입 등), 방송서비스 현황(가입자수, 가격, 채널구성 등)의 조사내용을 바탕으로 하여 조사되었다. 본 보고서에서는 매출규모, 수출입 규모와 방송산업 종사자 현황 등 개략적인 내용만을 참고한다.

<표 2-12. 방송산업 실태조사 조사대상>

사업구분	조사대상 사업체 수	조사된 업체 수	회수율
지상파방송 사업자	43 개사	43 개사	100.0%
방송채널사용 사업자	(342채널) 159 개사	(331채널) 151개사	95.0%
종합유선방송 사업자	119 개사	119 개사	100%
중계유선방송 사업자	254 개사	209 개사	82.3%
음악유선방송 사업자	72 개사	10 개사	13.9%
전광판방송 사업자	42 개사	25 개사	59.5%
위성방송 사업자	1 개사	1 개사	100.0%
기타 방송관련 사업자	(지주회사) 2 개사	2 개사	100.0%
합계	**737 개사**	**556 개사**	**75.4%**

주) 방송채널사용 사업자는 159개사 중 8개 업체는 추적불가하여 조사된 업체는 151개 사임
주) 중계유선방송 사업자는 전체 299개사 중 45개 업체가 추적불가하여 조사대상 업체수는 254개사가 됨

※ 『2004 애니메이션 산업백서』, 한국문화콘텐츠진흥원

한국문화콘텐츠진흥원에서 국내 애니메이션산업의 개괄적인 현황을 알아보고자 산업체조사와 소비자조사를 나누어 실시한 결과를 토대로 작성한 백서이다. 산업체조사의 경우, 애니메이션 관련 창작 및 제작 회사, 하청 및 후반 작업 회사, 배급서비스, 애니메이션 투자사 등 249개 업체를 조사대상으로 하며 업체별 애니메이션 제작 현황, 애니메이션 관련 매출액 및 비용, 고용부문에 대한 현황 등을 파악하여 애니메이션산업에 대한 정확하고 구체적인 정보 파악을 목적으로 한다. 응답 대상자로는 각 업체의 전반현황을 구체적으로 파악하고 있는 관리직 담당자를 선정하였으며 조사방법은 사전 전화조사 후 방문/ 팩스/ 이메일 병행조사를 실시하였다. 소비자 조사의 경우, 애니메이션 주 소비층인 만 7세 이상 ~ 만 49세 이하의 연령을 대상으로 매체별 애니메이션에 대한 소비행태를 파악하고, 일본 애니메이션 수입 개방에 대한 견해와 매체 이용 실태, 라이프 스타일 등을 조사내용으로 하였다. 조사지역으로는 7대 특/광역시를 대상으로 하였으며 조사방법으로는 일대일 개별 면접조사 방법을 활용하였다. 표본은 지역별·성별·연령별 인구비례에 따라 할당을 하였고, 이러한 배분에 의해 1,500명을 표본으로 선정하여 조사

를 실시하였다.

※ 『2004 광고연감』, (주)제일기획

(주)제일기획에서 1979년 이후 25년간 매년 광고산업의 현황파악 및 기초자료제공을 목적으로 작성하는 연감이며, 국내외 광고수상작과 해외 광고수상작이 수록된 '화보편', 2003년 1년간의 흐름을 정리한 '현황편', 국내외 광고관련 회사, 매체, 단체 현황 및 광고 관련 통계 자료를 정리한 '자료편', 국내광고인의 정보가 담긴 '인명록' 4부분으로 구성되어있다. 본 보고서에서는 매출액 관련부분의 내용을 발췌하였다.

제 3 장

실태조사 결과

※ 본 실태조사 결과는 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 등 6개 산업의 실태조사의 결과이며, 통계청에 의해 발간 승인된 내용을 기초로 함.

제 3 장 실태조사 결과

1. 총괄

1.1 산업재분류 및 모집단 수정

본 조사는 만화 175개소, 음악 395개소, 영화 1,605개소, 애니메이션 202개소, 캐릭터 397개소, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타 135개소, 기타 26개소인 총 2,935개 사업체를 대상으로 조사를 실시하였으나 조사 전에 파악한 모집단과 영위 산업이 조사를 통해 변경되는 업체가 존재하였다. 이는 문화산업의 특수성에서 기인하는데, 즉 문화산업 내에서 사업체들의 산업간 이동이 많고, 한 사업체가 다중의 문화산업을 영위하기 때문이라고 할 수 있다. 이러한 이유로 조사 실시 후 모집단을 정리하는 과정에서 부득이하게 사업체의 산업을 재분류하게 되었으며 이로 인해 모집단을 수정하게 되었다. 새롭게 구성한 모집단은 다음과 같은 방법으로 재분류하였다.

우선, 사업체가 업종을 변경한 경우에는 변경된 업종을 기준으로 하여 그 산업에 포함시켰다. 또한 업종 및 그 업종에 따른 매출액을 전혀 기입하지 않은 38개소의 사업체와 방송, 광고, 게임, 출판으로만 매출액이 있는 154개소는 조사대상에서 제외하였다. 이는 조사 전에 파악하기로는 조사대상 6개 산업 중 한 업종이었으나 업종이 변경된 경우이다. 그리고 한 사업체가 2개 이상의 사업을 영위하는 경우에는 매출액 기준 제 1산업을 기준으로 하여 업종을 결정하였다. 그러나 매출액 제 1산업이 방송, 광고, 게임, 출판인 경우에는 이러한 산업에 포함되는 대상들이 본 사업에 포함되지 않으므로 매출액 제 2산업을 기준으로 산업을 재분류하였다. 이러한 내용을 정리하여 수정된 실태조사 대상 모집단은 총 2,743개소이다.

<표 3-1. 산업재분류>

조사전 모집단 수 2,935 (개소)	=>	산업 재분류					=>	수정 모집단 2,743 (개소)
		업종 변경된 업종으로 반영	매출액 미파악 업체 제외 (38개)	방송,광고,게임,출판만 영위 업체 제외 (154개)	2개 이상 산업 영위업체			
					매출액 제1위 산업 기준으로 포함	방송,광고,게임,출판은 매출액 제2산업에 포함		

이렇게 하여 수정된 각 산업별 모집단 세부는 다음과 같다.

<표 3-2. 수정 모집단 현황>

(개소)

산업구분	애니메이션	캐릭터	만화	음악	영화	인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	합계
업체 수	258	398	154	416	1,229[15]	288	**2,743**

최종적으로 수정된 모집단을 살펴보면, 해당 6개 산업에 대한 총 사업체 수는 2,743개로 파악이 되었으며, 영화산업이 1,229개소로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 음악산업이 416개소, 캐릭터산업이 398개소, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업이 288개소, 애니메이션산업이 258개소, 만화가 154개소로 분류되었다.

15) 비디오물은 영화산업으로 분류되었다.

1.2. 조사대상 현황

『2004년 문화산업통계조사』에 응답한 사업체 수는 총 1,609개 사업체이다. 문화산업통계조사가 표본조사가 아닌 전수조사이기 때문에 모집단으로 규정한 모든 업체에 대해 조사를 시도하였고 특히 재무현황 및 고용현황 등 주요문항에 대해서는 최대한 파악하려고 노력하였다. 조사의 내용이 강제적인 내용이 아니기 때문에 조사에 비협조적인 사업체들이 많았는데 이러한 경우는 재무현황 및 고용현황에 관해서만 설문지를 구성하여 조사를 실시하였고[16] 이러한 조사를 통해 429개소 업체의 응답을 확보하였다. 429개의 자료 가운데 사업영위 업종을 분류할 수 없는 사업체를 제외하여 최종적으로 380개 사업체를 조사대상으로 포함시켰다.

또한 조사에 응답한 업체 가운데 산업영위 업종을 분류하기 어려운 업체는 제외시켰다. 이들 사업체는 영위사업체를 표기하지 않거나 영위사업체를 표기하였다 해도 매출액을 표기하지 않은 사업체이다. 이와 더불어 매출액을 표기했어도 2, 3개 업종을 구분하지 않고 표기한 경우에도 조사대상 사업체에서 제외하였다.

최종적으로 재무현황 및 고용현황 조사분석에 사용된 업체 수는 1,946개이며, 일반현황 부문은 1,566개이다.

<표 3-3. 조사대상 업체수>

조사대상 / 조사내용	전체조사[17] 응답업체	산업 분류 불가능	간이조사 응답업체	최종 분석 업체수
재무현황 및 고용현황	1,609	43	380	1,946
일반현황	1,609	43	-	1,566

최종적으로 수정된 모집단을 기준으로 한 본 조사의 회수율 분포는 다음

16) 이러한 조사를 이후 간이조사라 칭한다.
17) 조사표의 모든 문항을 대상으로 실시한 조사를 말한다.

과 같다.

<표 3-4. 조사대상 회수율 분포>

(개소, %)

	모집단 사업체수	전체항목 응답 사업체수	중요항목 응답 사업체수	총 응답 사업체수	회수율
애니메이션	258	190	22	212	82.2
캐릭터	398	248	76	324	81.4
만화	154	94	25	119	77.3
음악	416	242	64	306	73.6
영화	1,229	588	181	769	62.6
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	288	204	12	216	75.0
합계	**2,743**	**1,566**	**380**	**1,946**	**70.9**

전체 2,743개 업체 중 총 1,946개소가 응답하여 70.9%의 회수율을 나타내었으며 이를 산업별로 살펴보면 애니메이션산업이 258개의 모집단 사업체 중 212개소가 응답하여 82.2%로 가장 높은 회수율을 나타내고 있다. 캐릭터 산업의 경우 398개소의 모집단 사업체 중 324개소가 응답하여 81.4%, 만화산업의 경우 154개소의 모집단 사업체 중에서 119개소가 응답하여 77.3%, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 경우, 288개소의 모집단 사업체 중 216개소가 응답하여 75.0%, 음악산업의 경우 416개소의 모집단 사업체 중에서 306개소가 응답하여 73.6%, 영화산업의 경우 1,229개소의 모집단 사업체 중 769개소가 응답하여 62.6%의 회수율을 각각 보이고 있다.

전체 항목 응답 사업체 1,566개소[18]에 대한 응답현황을 종업원 규모별, 매출액 규모별, 지역별로 살펴보았다. 구간을 나누는 기준은 조사된 문화 산업체의 분포와 통상적으로 쓰이는 기준을 고려하여 나누었으며 향후 교차분석은 이를 기준으로 하여 제시된다.

우선 응답업체 현황을 종업원 규모별로 살펴보면, 1인 이상 4인 이하 사업체가 398개소(25.4%), 5인 이상 9인 이하 사업체가 375개소(23.9%), 10인 이상 99인 이하 사업체가 622개소(39.7%), 100인 이상 사업체가 68개소(4.3%), 미응답 사업체가 103개소(6.6%)로 나타났다.

응답업체 현황을 매출액 규모별로 살펴보면, 1억원 이하의 업체가 380개소(24.3%), 1억원 초과 10억원 이하의 업체가 533개소(34.0%), 10억원 초과 100억원 이하의 업체가 316개소(20.2%), 100억원 초과의 업체가 96개소(6.1%), 미응답 사업체가 241개소(15.4%)로 나타났다.

응답업체 현황을 지역별로 살펴보면, 서울특별시에 소재하는 업체가 1,213개소(77.5%)로 가장 많으며 부산광역시가 46개소(2.9%), 대구광역시가 20개소(1.3%), 인천광역시가 34개소(2.2%), 광주광역시가 32개소(2.0%), 대전광역시가 28개소(1.3%), 울산광역시가 3개소(0.2%), 경기도가 105개소(6.7%), 강원도가 10개소(0.6%), 충청북도가 17개소(1.1%), 충청남도가 5개소(0.3%), 전라북도가 11개소(0.7%), 전라남도가 6개소(0.4%), 경상북도가 7개소(0.4%), 경상북도가 7개소(0.4%), 경상남도가 15개소(1.0%), 제주도가 14개소(0.9%)로 나타났다.

18) 구간조사 대상의 응답현황은 일부항목만 답변하거나 구간으로 답변한 항목이 많으므로 응답업체 현황에서 제외하였다.

<표 3-5. 응답업체 현황>

기본 구분	구간 구분	사업체수(개소)	비율(%)
종업원 규모	1인 이상 4인 이하	398	25.4%
	5인 이상 9인 이하	375	23.9%
	10인 이상 99인 이하	622	39.7%
	100인 이상	68	4.3%
	미응답	103	6.6%
	합계	**1,566**	**100.0%**
매출액 규모	1억원 이하	380	24.3%
	1억원 초과~10억원 이하	533	34.0%
	10억원 초과 100억원 이하	316	20.2%
	100억원 초과	96	6.1%
	미응답	241	15.4%
	합계	**1,566**	**100.0%**
지역	서울특별시	1,213	77.5%
	부산광역시	46	2.9%
	대구광역시	20	1.3%
	인천광역시	34	2.2%
	광주광역시	32	2.0%
	대전광역시	28	1.8%
	울산광역시	3	0.2%
	경기도	105	6.7%
	강원도	10	0.6%
	충청북도	17	1.1%
	충청남도	5	0.3%
	전라북도	11	0.7%
	전라남도	6	0.4%
	경상북도	7	0.4%
	경상남도	15	1.0%
	제주도	14	0.9%
	합계	**1,566**	**100.0%**

2. 사업체 일반현황

사업체 일반현황은 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타 6개 산업사업체의 일반현황을 살펴봄으로써 문화산업 특징에 대한 이해를 돕는 목적으로 조사가 실시되었고, 설립연도별 분포, 기업형태별 분포, 벤처기업 지정여부 분포, 대표자 국적별 분포, 대표자 최종학력별 사업체 분포로 구성되었다.

2.1. 업력

응답한 기업 1,566개소를 대상으로 각 산업별 사업체의 설립연도 분포를 살펴보면, 6개 산업 전체적으로 2000년 이후에 설립된 업체가 811개소(51.8%)로 가장 많으며, 1995~1999년에 설립된 업체가 421개소(26.9%), 1990~1994년에 설립된 업체가 149개소(9.5%), 1980~1989년에 설립된 업체가 73개소(4.7%), 1970~1979년에 설립된 업체가 31개소(2.0%), 1960~1969년에 설립된 업체가 9개소(0.6%), 1959년 이전에 설립된 업체가 72개소(4.6%)의 순서로 나타나고 있으며 최근에 설립된 사업체가 많은 것을 볼 수 있다.

이를 산업별로 자세히 살펴보면 다음과 같다.

- **만화** : 응답한 94개 업체 중 2,000년 이후에 설립된 업체가 41개소(43.6%)로 가장 많으며, 1995~1999년에 설립된 업체가 20개소(21.3%), 1990~1994년에 설립된 업체가 15개소(16.0%), 1980~1989년에 설립된 업체가 9개소(9.6%), 1970~1979년에 설립된 업체가 5개소(5.3%), 로 나타나고 있다. 이외에도 1959년 이전에 설립된 업체가 4개(4.3%)로 나타나고 있다.

- **음악** : 응답한 242개 업체 중, 2,000년 이후에 설립된 업체가 110개소(45.5%)로 가장 많으며, 1995~1999년에 설립된 업체가 69개소(28.5%), 1990~1994년에 설립된 업체가 35개소(14.5%), 1970~1979년에 설립된 업체가 9개소(3.7%), 1980~1989년에 설립된 업체가 8개소(3.3%)로 나타나고 있다. 이 외에도 1959년에 설립된 업체가 11개(4.5%)로 나타나고 있다.

<표 3-6. 설립연도별 분포>

(개소, %)

구분		1959년 이전	1960 ~ 1969년	1970 ~ 1979년	1980 ~ 1989년	1990 ~ 1994년	1995 ~ 1999년	2000년 이후	전체
만화	업체수	4	0	5	9	15	20	41	94
	비율	4.3	0.0	5.3	9.6	16.0	21.3	43.6	100.0
음악	업체수	11	0	9	8	35	69	110	242
	비율	4.5	0.0	3.7	3.3	14.5	28.5	45.5	100.0
영화	업체수	32	2	10	26	51	154	313	588
	비율	5.4	0.3	1.7	4.4	8.7	26.2	53.2	100.0
애니메이션	업체수	9	1	1	8	16	58	97	190
	비율	4.7	0.5	0.5	4.2	8.4	30.5	51.1	100.0
캐릭터	업체수	12	4	5	18	18	58	133	248
	비율	4.8	1.6	2.0	7.3	7.3	23.4	53.6	100.0
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	업체수	4	2	1	4	14	62	117	204
	비율	2.0	1.0	0.5	2.0	6.9	30.4	57.4	100
전체	**업체수**	**72**	**9**	**31**	**73**	**149**	**421**	**811**	**1,566**
	비율	**4.6**	**0.6**	**2.0**	**4.7**	**9.5**	**26.9**	**51.8**	**100.0**

- **영화** : 응답한 588개 업체 중 2,000년 이후에 설립된 업체가 313개소(53.2%)로 가장 많으며, 1995~1999년에 설립된 업체가 154개소(26.2%), 1990~1994년에 설립된 업체가 51개소(8.7%), 1980~1989년에 설립된 업체가 26개소(4.4%), 1970~1979년에 설립된 업체가 10개소(1.7%), 1960~1969년에 설립된 업체가 2개소(0.3%)로 나타나고 있다. 이 외에도 1959년 이전에 설립된 업체가 32개(5.4%)로 나타나고 있다.

- **애니메이션** : 응답한 190개 업체 중 2,000년 이후에 설립된 업체가 97개소(51.1%)로 가장 많으며, 1995~1999년에 설립된 업체가 58개소(30.5%), 1990~1994년에 설립된 업체가 16개소(8.4%), 1980~1989년에 설립된 업체가 8개소(4.2%), 1970~1979년, 1960~1969년에 설립된 업체가 각각 1개소(0.5%)로 나타나고 있다. 이 외에도 1959년 이전에 설립된 업체가 9개(4.7%)로 나타나고 있다.

- **캐릭터** : 응답한 248개 업체 중 2,000년 이후에 설립된 업체가 133개소(53.6%)로 가장 많으며, 1995~1999년에 설립된 업체가 58개소(23.4%), 1990~1994년, 1980~1989년에 설립된 업체가 각각 18개소(7.3%), 1970~1979년에 설립된 업체가 5개소(2.0%), 1960~1969년에 설립된 업체가 각각 4개소(1.6%)로 나타나고 있다. 이 외에도 1959년 이전에 설립된 업체가 12개(4.8%)로 나타나고 있다.

- **인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타** : 응답한 204개 업체 중 2,000년 이후에 설립된 업체가 117개소(57.4%)로 가장 많으며, 1995~1999년에 설립된 업체가 62개소(30.4%), 1990~1994년에 설립된 업체가 14개소(6.9%), 1980~1989년에 설립된 업체가 4개소(2.0%), 1960~1969년에 설립된 업체가 2개소(1.0%), 1970~1979년에 설립된 업체가 1개소(0.5%)로 나타나고 있다. 이 외에도 1959년 이전에 설립된 업체가 4개소(2.0%)로 나타나고 있다.

2.2. 기업 및 경영형태

각 사업체의 기업형태별 분포를 살펴보면, 일반 사업체가 878개소(58.5%)로 가장 많으며 개인 사업체가 493개소(32.9%), 외부감사 기업이 72개소(4.8%), 코스닥 등록 기업이 36개소(2.4%), 금감위 등록 기업이 13개소(0.9%), 상장 기업이 7개소(0.5%), 공기관이 1개소(0.1%)의 순서로 나타나는 것을 알 수 있다.

<표 3-7. 기업형태별 분포>

(개소, %)

구분		상장 업체	금감위 등록	코스닥 등록	외부 감사	일반 기업	개인	공공 기관	전체
만화	업체수	1	1	1	3	39	46	0	91
	비율	1.1	1.1	1.1	3.3	42.9	50.5	0.0	100.0
음악	업체수	1	0	6	7	131	84	0	229
	비율	0.4	0.0	2.6	3.1	57.2	36.7	0.0	100.0
영화	업체수	1	5	11	31	348	173	1	570
	비율	0.2	0.9	1.9	5.4	61.1	30.4	0.2	100.0
애니메이션	업체수	0	0	2	11	114	53	0	180
	비율	0.0	0.0	1.1	6.1	63.3	29.4	0.0	100.0
캐릭터	업체수	4	1	6	6	117	104	0	238
	비율	1.7	0.4	2.5	2.5	49.2	43.7	0.0	100.0
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	업체수	0	6	10	14	129	33	0	192
	비율	0.0	3.1	5.2	7.3	67.2	17.2	0.0	100.0
전체	**업체수**	**7**	**13**	**36**	**72**	**878**	**493**	**1**	**1,500**
	비율	**0.5**	**0.9**	**2.4**	**4.8**	**58.5**	**32.9**	**0.1**	**100.0**

이를 산업별로 자세히 살펴보면,

- **만화** : 응답한 91개 업체 중 개인 기업이 46개소(50.5%)로 가장 많으며, 일반 기업이 39개소(42.9%), 외부감사 기업이 3개소(3.3%), 코스닥 등록기

업, 금감위 등록기업, 상장업체가 각각 1개소(1.1%)의 순서로 나타나고 있다.

- **음악** : 응답한 229개 업체 중 일반 기업이 131개소(57.2%)로 가장 많으며, 개인 사업체가 84개소(36.7%), 외부감사 기업이 7개소(3.1%), 코스닥 등록기업이 6개소(2.6%), 상장업체가 1개소(0.4%)의 순서로 나타나고 있다.

- **영화** : 응답한 570개 업체 중 일반 기업이 348개소(61.1%)로 가장 많으며, 개인 사업체가 173개소(30.4%), 외부감사 기업이 31개소(5.4%), 코스닥 등록기업이 11개소(1.9%), 금감위 등록기업이 5개소(0.9%), 상장업체와 공공기관이 1개소(0.2%)의 순서로 나타나고 있다.

- **애니메이션** : 응답한 180개 업체 중 일반 기업이 114개소(63.3%)로 가장 많으며, 개인 사업체가 53개소(29.4%), 외부감사 기업이 11개소(6.1%), 코스닥 등록기업이 2개소(1.1%)의 순서로 나타나고 있다.

- **캐릭터** : 응답한 238개 업체 중 일반 기업이 117개소(49.2%)로 가장 많으며, 개인 사업체가 104개소(43.7%), 외부감사 기업과 코스닥 등록 기업이 각각 6개소(2.5%), 상장 기업이 4개소(1.7%), 금감위 등록 기업이 1개소(0.4%)의 순서로 나타나고 있다.

- **인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타** : 응답한 192개 업체 중 일반 기업이 129개소(67.2%)로 가장 많으며, 개인 사업체가 33개소(17.2%), 외부감사 기업이 14개소(7.3%), 코스닥 등록기업이 10개소(5.2%),금감위 등록기업이 6개소(3.1%)의 순서로 나타나고 있다.

□ 경영형태

각 사업체의 경영형태별 분포를 살펴보면, 창업이 1,253개소(80.1%)로 가장 많이 나타났으며 전문경영인에 의한 경영이 121개소(7.7%), 기업인수가 62개소(4.0%), 동업이 40개소(2.6%), 가업계승이 13개소(0.8%)의 순서로 나타났다.

<표 3-8. 경영형태별 사업체 분포>

(개소, %)

구분		창업	동업	가업계승	기업인수	전문경영인	기타	전체
만화	업체수	71	5	1	4	10	3	94
	비율	75.5	5.3	1.1	4.3	10.6	3.2	100.0
음악	업체수	185	4	3	12	19	17	240
	비율	77.1	1.7	1.3	5.0	7.9	7.1	100.0
영화	업체수	471	15	4	21	45	32	588
	비율	80.1	2.6	0.7	3.6	7.7	5.4	100.0
애니메이션	업체수	159	8	1	8	9	5	190
	비율	83.7	4.2	0.5	4.2	4.7	2.6	100.0
캐릭터	업체수	213	5	4	5	17	4	248
	비율	85.9	2.0	1.6	2.0	6.9	1.6	100.0
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	업체수	154	3	0	12	21	14	204
	비율	75.5	1.5	0.0	5.9	10.3	6.9	100.0
전체	**업체수**	**1,253**	**40**	**13**	**62**	**121**	**75**	**1,564**
	비율	**80.1**	**2.6**	**0.8**	**4.0**	**7.7**	**4.8**	**100.0**

이를 산업별로 자세히 살펴보면,

- **만화** : 응답한 94개 업체 중 창업이 71개소(75.5%), 전문경영인에 의한 경영이 10개소(10.6%), 동업이 5개소(5.3%), 기업인수가 4개소(4.3%), 가업계승이 1개소(1.1%)의 순서로 나타나고 있다.

- **음악** : 응답한 240개 업체 중 창업이 185개소(77.1%), 전문경영인에 의한 경영이 19개소(7.9%), 기업인수가 12개소(5.0%), 동업이 4개소(1.7%), 가

업계승이 3개소(1.3%)의 순서로 나타나고 있다.

- **영화** : 응답한 588개 업체 중 창업이 471개소(80.1%), 전문경영인에 의한 경영이 45개소(7.7%), 기업인수가 21개소(3.6%), 동업이 15개소(2.6%), 가업계승이 4개소(0.7%)의 순서로 나타나고 있다.

- **애니메이션** : 응답한 190개 업체 중 창업이 159개소(83.7%), 전문경영인에 의한 경영이 9개소(4.7%), 동업, 기업인수인 업체가 각각 8개소(4.2%), 가업계승이 1개소(0.5%)의 순서로 나타나고 있다.

- **캐릭터** : 응답한 248개 업체 중 창업이 213개소(85.9%), 전문경영인에 의한 경영이 17개소(6.9%), 동업과 기업인수가 각각 5개소(2.0%)의 순서로 나타나고 있다.

- **인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타** : 응답한 204개 업체 중 창업이 154개소(75.5%), 전문경영인에 의한 경영이 21개소(10.3%), 기업인수가 12개소(5.9%), 동업이 3개소(1.5%)의 순서로 나타나고 있다.

□ 벤처기업 지정

각 사업체의 벤처기업 지정여부 분포를 살펴보면, 벤처기업으로 지정된 업체가 145개소(9.5%)로 나타났으며 벤처기업으로 미지정된 업체가 1,385개소(90.5%)로 나타나는 것을 알 수 있다.

<표 3-9. 기업형태별 분포>

(개소, %)

구분		벤처기업 지정	벤처기업 미지정	전체
만화	업체수	5	87	92
	비율	5.4	94.6	100.0
음악	업체수	9	225	234
	비율	3.8	96.2	100.0
영화	업체수	36	542	578
	비율	6.2	93.8	100.0
애니메이션	업체수	28	156	184
	비율	15.2	84.8	100.0
캐릭터	업체수	15	226	241
	비율	6.2	93.8	100.0
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	업체수	52	145	197
	비율	26.4	73.6	100.0
전체	**업체수**	**145**	**1,385**	**1,526**
	비율	**9.5**	**90.5**	**100.0**

이를 산업별로 자세히 살펴보면,

- **만화** : 응답한 92개 업체 중 벤처기업으로 지정된 업체가 5개소(5.4%)로 나타났으며, 벤처기업으로 미지정된 업체가 87개소(94.6%)로 나타났다.

- **음악** : 응답한 234개 업체 중 벤처기업으로 지정된 업체가 9개소(3.8%)로 나타났으며, 벤처기업으로 미지정된 업체가 225개소(96.2%)로 나타나고 있다.

- **영화** : 응답한 578개 업체 중 벤처기업으로 지정된 업체가 36개소(6.2%)로 나타났으며, 벤처기업으로 미지정된 업체가 542개소(93.8%)로 나타나고 있다.

- **애니메이션** : 응답한 184개소 업체 중 벤처기업으로 지정된 업체가 28개소(15.2%)로 나타났으며, 벤처기업으로 미지정된 업체가 156개소(84.8%)로 나타났다.

- **캐릭터** : 응답한 241개소 업체 중 벤처기업으로 지정된 업체가 15개소(6.2%)로 나타났으며, 벤처기업으로 미지정된 업체가 226개소(93.8%)로 나타났다.

- **인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타** : 응답한 197개 업체 중 벤처기업으로 지정된 업체가 52개소(26.4%)로 나타났으며, 벤처기업으로 미지정된 업체가 145개소(73.6%)로 나타나고 있다.

2.3. 대표자 현황

□ 대표자 연령

각 사업체 대표자의 출생년도 분포를 살펴보면, 대표자의 출생년도가 1960년~1969년인 사업체가 695개소(44.4%)로 가장 많이 나타났으며, 1950년~1959년인 사업체가 354개소(22.6%), 1970년~1979년인 사업체가 272개소(17.4%), 1949년 이전인 사업체가 235개소(15.0%), 1980년 이후인 사업체가 10개소(0.6%)의 순서로 나타나는 것을 알 수 있다.

<표 3-10. 대표자 출생년도별 분포>

(개소, %)

구분		1949년 이전	1950 ~ 1959년	1960 ~ 1969년	1970 ~ 1979년	1980년 이후	전체
만화	업체수	17	25	39	13	0	94
	비율	18.1	26.6	41.5	13.8	0.0	100.0
음악	업체수	45	64	98	34	1	242
	비율	18.6	26.4	40.5	14.0	0.4	100.0
영화	업체수	97	133	264	90	4	588
	비율	16.5	22.6	44.9	15.3	0.7	100.0
애니메이션	업체수	24	48	83	34	1	190
	비율	12.6	25.3	43.7	17.9	0.5	100.0
캐릭터	업체수	32	42	114	58	2	248
	비율	12.9	16.9	46.0	23.4	0.8	100.0
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	업체수	20	42	97	43	2	204
	비율	9.8	20.6	47.5	21.1	1.0	100.0
전체	**업체수**	**235**	**354**	**695**	**272**	**10**	**1,566**
	비율	**15.0**	**22.6**	**44.4**	**17.4**	**0.6**	**100.0**

이를 산업별로 자세히 살펴보면,

- **만화** : 응답한 94개소 업체 중 대표자의 출생년도가 1960년~1969년인 사업체가 39개소(41.5%)로 가장 많이 나타났으며, 1950년~1959년인 사업체가 25개소(26.6%), 1949년 이전인 사업체가 17개소(18.1%), 1970년~1979년

인 사업체가 13개소(13.8%)의 순서로 나타나는 것을 알 수 있다.

- **음악** : 응답한 242개소 업체 중 대표자의 출생년도가 1960년~1969년인 사업체가 98개소(40.5%)로 가장 많이 나타났으며, 1950년~1959년인 사업체가 64개소(26.4%), 1949년 이전인 사업체가 45개소(18.6%), 1970년~1979년인 사업체가 34개소(14.0%), 1980년 이후인 사업체가 1개소(0.4%)의 순서로 나타나는 것을 알 수 있다.

- **영화** : 응답한 588개 업체 중 대표자의 출생년도가 1960년~1969년인 사업체가 264개소(44.9%)로 가장 많이 나타났으며, 1950년~1959년인 사업체가 133개소(22.6%), 1949년 이전인 사업체가 97개소(16.5%), 1970년~1979년인 사업체가 90개소(15.3%), 1980년 이후인 사업체가 4개소(0.7%)의 순서로 나타나는 것을 알 수 있다.

- **애니메이션** : 응답한 190개 업체 중 대표자의 출생년도가 1960년~1969년인 사업체가 83개소(43.7%)로 가장 많이 나타났으며, 1950년~1959년인 사업체가 48개소(25.3%), 1970년~1979년인 사업체가 34개소(17.9%), 1949년 이전인 사업체가 24개소(12.6%), 1980년 이후인 사업체가 1개소(0.5%)의 순서로 나타나는 것을 알 수 있다.

- **캐릭터** : 응답한 248개소 업체 중 대표자의 출생년도가 1960년~1969년인 사업체가 114개소(46.0%)로 가장 많이 나타났으며, 1970년~1979년인 사업체가 58개소(23.4%), 1950년~1959년인 사업체가 42개소(16.9%), 1949년 이전인 사업체가 32개소(12.9%), 1980년 이후인 사업체가 2개소(0.8%)의 순서로 나타나는 것을 알 수 있다.

- **인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타** : 응답한 204개소 업체 중 대표자의 출생년도가 1960년~1969년인 사업체가 97개소(47.5%)로 가장 많이 나타났으며, 1970년~1979년인 사업체가 43개소(21.1%), 1950년~1959년인 사업체가 42개소(20.6%), 1949년 이전인 사업체가 20개소(9.8%), 1980년 이후인 사업체가 2개소(1.0%)의 순서로 나타나는 것을 알 수 있다.

□ 대표자 학력

응답한 기업 1,503개소를 대상으로 각 사업체 대표자의 최종학력 분포를 살펴보면, 대표자의 최종학력이 대졸인 사업체가 1,009개소(67.1%)로 가장 많으며 대학원졸 이상이 263개소(17.5%), 고졸이 164개소(10.9%), 전문대졸이 67개소(4.5%)의 순서로 나타나는 것을 알 수 있다.

<표 3-11. 대표자 최종학력별 사업체 분포>

%개

구분		고졸	전문대졸	대졸	대학원졸 이상	전체
만화	업체수	12	3	58	20	93
	비율	12.9	3.2	62.4	21.5	100.0
음악	업체수	28	10	161	31	230
	비율	12.2	4.3	70.0	13.5	100.0
영화	업체수	54	27	389	91	561
	비율	9.6	4.8	69.3	16.2	100.0
애니메이션	업체수	25	6	121	34	186
	비율	13.4	3.2	65.1	18.3	100.0
캐릭터	업체수	32	10	169	23	234
	비율	13.7	4.3	72.2	9.8	100.0
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	업체수	13	11	111	64	199
	비율	6.5	5.5	55.8	32.2	100.0
전체	**업체수**	**164**	**67**	**1,009**	**263**	**1,503**
	비율	**10.9**	**4.5**	**67.1**	**17.5**	**100.0**

이를 산업별로 자세히 살펴보면,

- **만화** : 응답한 93개 업체 중 대표자의 최종학력이 대졸인 사업체가 58개소(62.4%)로 가장 많으며 대학원졸 이상이 20개소(21.5%), 고졸이 12개소(12.9%), 전문대졸이 3개소(3.2%)의 순서로 나타나고 있다.

- **음악** : 응답한 230개 업체 중 대표자의 최종학력이 대졸인 사업체가 161개소(70.0%)로 가장 많으며 대학원졸 이상이 31개소(13.5%), 고졸이 28개

소(12.2%), 전문대졸이 10개소(4.3%)의 순서로 나타나고 있다.

- **영화** : 응답한 561개 업체 중 대표자의 최종학력이 대졸인 사업체가 389개소(69.3%)로 가장 많으며 대학원졸 이상이 91개소(16.2%), 고졸이 54개소(9.6%), 전문대졸이 27개소(4.8%)의 순서로 나타나고 있다.

- **애니메이션** : 응답한 186개 업체 중 대표자의 최종학력이 대졸인 사업체가 121개소(65.1%)로 가장 많으며 대학원졸 이상이 34개소(18.3%), 고졸이 25개소(13.4%), 전문대졸이 6개소(3.2%)의 순서로 나타나고 있다.

- **캐릭터** : 응답한 234개 업체 중 대표자의 최종학력이 대졸인 사업체가 169개소(72.2%)로 가장 많으며 고졸이 32개소(13.7%), 대학원졸 이상이 23개소(9.8%), 전문대졸이 10개소(4.3%)의 순서로 나타나고 있다.

- **인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타** : 응답한 199개 업체 중 대표자의 최종학력이 대졸인 사업체가 111개소(55.8%)로 가장 많으며 대학원졸 이상이 64개소(32.2%), 고졸이 13개소(6.5%), 전문대졸이 11개소(5.5%)의 순서로 나타나고 있다.

□ 대표자 국적

각 사업체 대표자의 국적 분포를 살펴보면, 대표자의 국적이 대한민국인 사업체가 1,550개소(99.0%)로 가장 많으며 미국이 13개소(0.8%), 일본, 말레이시아가 각각 1개소(0.1%)의 순서로 나타나는 것을 알 수 있다.

<표 3-12. 대표자 국적별 사업체 분포>

(개소, %)

구분		대한민국	미국	일본	말레이시아	기타	전체
만화	사례수	94	0	0	0	0	94
	비율	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
음악	사례수	240	2	0	0	0	242
	비율	99.2	0.8	0.0	0.0	0.0	100.0
영화	사례수	582	5	0	0	1	588
	비율	99.0	0.9	0.0	0.0	0.2	100.0
애니메이션	사례수	185	4	0	1	0	190
	비율	97.4	2.1	0.0	0.5	0.0	100.0
캐릭터	사례수	246	1	1	0	0	248
	비율	99.2	0.4	0.4	0.0	0.0	100.0
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	사례수	203	1	0	0	0	204
	비율	99.5	0.5	0.0	0.0	0.0	100.0
전체	**사례수**	**1,550**	**13**	**1**	**1**	**1**	**1,566**
	비율	**99.0**	**0.8**	**0.1**	**0.1**	**0.1**	**100.0**

이를 산업별로 자세히 살펴보면,

- **만화** : 응답한 94개 업체 중 대표자의 국적이 대한민국인 사업체가 94개소(100.0%)로 나타나는 것을 알 수 있다.

- **음악** : 응답한 242개 업체 중 대표자의 국적이 대한민국인 사업체가 240개소(99.2%)로 가장 많으며 미국이 2개소(0.8%)로 나타나는 것을 알 수 있다.

- **영화** : 응답한 588개 업체 중 대표자의 국적이 대한민국인 사업체가 582개소(99.0%)로 나타나는 것을 알 수 있다.

- **애니메이션** : 응답한 190개 업체 중 대표자의 국적이 대한민국인 사업체가 185개소(97.4%)로 가장 많으며 미국이 4개소(2.1%), 말레이시아가 각각 1개소(0.5%)의 순서로 나타나는 것을 알 수 있다.

- **캐릭터** : 응답한 248개 업체 중 대표자의 국적이 대한민국인 사업체가 246개소(99.2%)로 가장 많으며 미국과 일본이 각각 1개소(0.4%)로 나타나는 것을 알 수 있다.

- **인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타** : 응답한 204개 업체 중 대표자의 국적이 대한민국인 사업체가 203개소(99.5%)로 가장 많으며 미국이 1개소(0.5%)로 나타나는 것을 알 수 있다.

2.4. 매출액 현황

□ 전체현황

조사대상 6개 산업의 2003년 기획·제작·배급관련 부문의 총 매출액은 추정결과[19] 4조 8,552억원으로 집계되었다. 이를 산업별로 살펴보면, 영화산업이 1조 3,574억원으로 가장 많으며, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업이 1조 3,187억원, 캐릭터산업이 8,984억원, 음악산업이 6,680억원, 만화산업이 3,546억원, 애니메이션산업이 2,578억원 순으로 추정되었다.

이를 매출액 형태별로 구분하여 살펴보면, 제작서비스/단순복제에서 1조 4,586억원으로 가장 많으며, 유통·배급이 1조 4,219억원, 창작 및 판권이 1조 178억원, 기타 부분에서 9,170억원, 마케팅·홍보에서 396억원 순으로 추정되었다.

<표 3-13. 6개 문화산업 산업별·영위업종별 매출액 현황>

(단위 : 백만원)

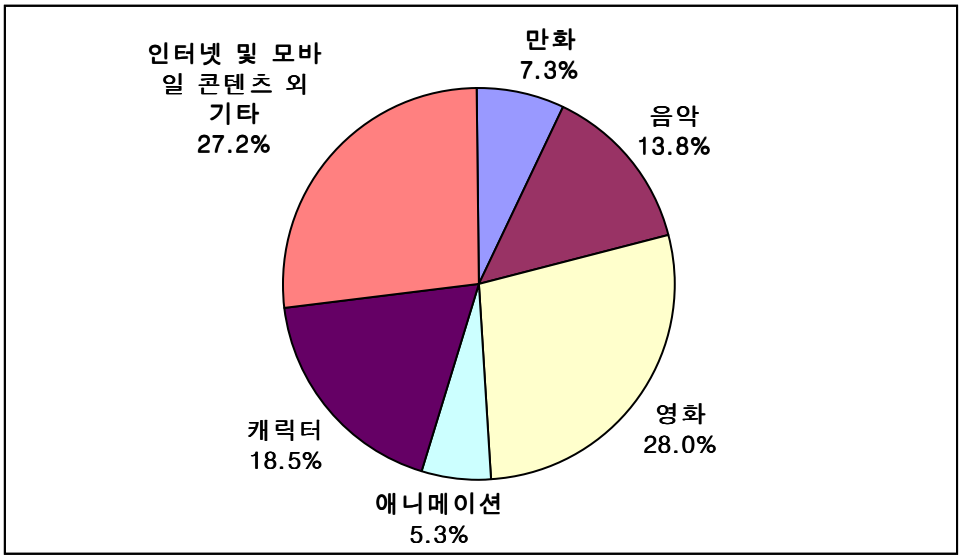
활동영역 / 산업	창작 및 판권	제작서비스/단순복제	유통·배급	마케팅·홍보	기타	합계
만화	180,824	118,699	54,937	76	102	**354,637**
음악	116,382	112,618	257,307	1,127	180,622	**668,057**
영화	219,970	321,710	695,961	19,770	100,020	**1,357,431**
애니메이션	80,583	154,248	18,166	1,182	3,699	**257,878**
캐릭터	252,874	97,111	323,758	6,313	218,368	**898,423**
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	167,229	654,266	71,841	11,226	414,226	**1,318,788**
합계	**1,017,862**	**1,458,652**	**1,421,970**	**39,694**	**917,037**	**4,855,215**

19) 추정방법은 보고서의 흐름상 제4장 1절에 설명하였다.

□ 산업별 비율

6개 산업의 기획·제작·배급 부분의 매출액을 산업별로 그 비율을 살펴보면, 영화산업이 28.0%로 가장 높게 나타난 것을 알 수 있다. 또한, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업이 27.2%, 캐릭터산업이 18.5%, 음악산업이 13.8%, 만화산업이 7.3%, 애니메이션산업이 5.3%의 순서로 나타났다.

<그림 3-1. 6개 문화산업 해당사업 영위업종별 매출액 현황 비율>



□ 지역별 분포

이를 지역별[20]로 살펴보면, 서울특별시가 4조 4,555억원(91.8%)으로 가장 많은 비율을 차지했고, 경기도가 2,700억원(5.6%)으로 나타났다. 또한 대구광역시가 292억원(0.6%), 충청북도가 247억원(0.5%), 부산광역시가 218억원(0.5%), 대전광역시가 180억원(0.4%), 인천광역시가 137억원(0.3%), 광주광역시가 112억원(0.2%), 경상북도가 54억원(0.1%), 전라북도가 17억원(0.1% 미만), 제주도 14억원(0.1% 미만), 경상남도가 9억원(0.1% 미만), 충청남도가 7억원(0.1% 미만), 전라남도가 5억원(0.1% 미만), 강원도가 6억원(0.1% 미만), 울산광역시가 1억원 미만(0.1% 미만)의 순서로 나타났다.

<표 3-14. 6개 문화산업 기획·제작·배급부분 지역별 매출액 현황>

지역	매출액(백만원)	비율(%)
서울특별시	4,455,540	91.8
부산광역시	21,863	0.5
대구광역시	29,229	0.6
인천광역시	13,758	0.3
광주광역시	11,294	0.2
대전광역시	18,050	0.4
울산광역시	31	0.0
경기도	270,082	5.6
강원도	654	0.0
충청북도	24,764	0.5
충청남도	713	0.0
전라북도	1,751	0.0
전라남도	539	0.0
경상북도	5,420	0.1
경상남도	99	0.0
제주도	1,426	0.0
합계	**4,855,215**	**100.0%**

20) 매출액은 비율에 따라 지역별로 역추정하였다.

2.5. 사업비용

□ 전체현황

조사대상 6개 산업의 2003년 기획·제작·배급 관련 부문의 사업비용은 추정결과 3조 500억원으로 집계[21]되었다. 이를 산업별로 살펴보면, 영화산업이 1조 2,204억원으로 가장 많으며, 인터넷·모바일 콘텐츠 외 기타산업이 5,832억원, 음악산업이 4,997억원, 캐릭터산업이 3,894억원, 애니메이션산업이 1,901억원, 만화산업이 1,671억원 순으로 추정되었다.

이를 사업비용 형태별로 구분해서 살펴보면, 자체 제작비용이 1조 7,405억원으로 가장 많으며, 로열티 지출이 3,186억원, 기타 형태가 3,014억원, 외부유입 제작비용이 2,687억원, 마케팅 홍보가 2,080억원, 배급이 1,459억원, 연구개발이 619억원, 교육훈련이 46억원 순서로 추정되었다.

단, 본 조사에서의 사업비용은 각 사업체별 총 비용의 개념이 아니라, 콘텐츠 제작과 관련한 사업비용으로서 콘텐츠 제작과 관련없는 회사를 운영하는 운영비나, 정규직원들의 인건비는 포함되지 않았음을 알려둔다.

---

21) 전수조사를 통해 각 항목별로 얻어진 사업비용을 합산하였고 조사를 거절하였거나 사업비용에 대해 항목별로 응답하지 못한 기업에 대해 전체 사업비용을 파악하였으며, 정확하게 사업비용을 알지 못할 경우에는 범위로 사업비용을 조사하여 범위의 최고값과 최소값의 평균으로 사업비용을 산정하였다. 이렇게 산출된 사업비용은 다시 전수조사에 의해 파악된 사업비용항목별로 분류하였다. 즉 전수조사 결과에 의해 얻어진 정보를 이용하여 전체 사업비용 대비 작품제작, 로열티 지출, 배급, 마케팅 홍보, 연구개발, 교육훈련, 기타 비용의 비중을 가중치로 적용하여 8개 사업비용 형태별로 사업비용을 추산한 다음 이들을 합산하여 전체 사업비용 총량을 산출하였다. 조사하지 못한 기업의 사업비용은 매출규모를 산정한 방식과 마찬가지로 간이조사에서 사업비용기준으로 하위 80%의 사업비용을 적용하여 산출하였다. 이러한 방법은 매출액 추정방법에도 활용이 된다.

<표 3-15. 6개 문화산업 기획·제작·배급부문 사업비용 규모>

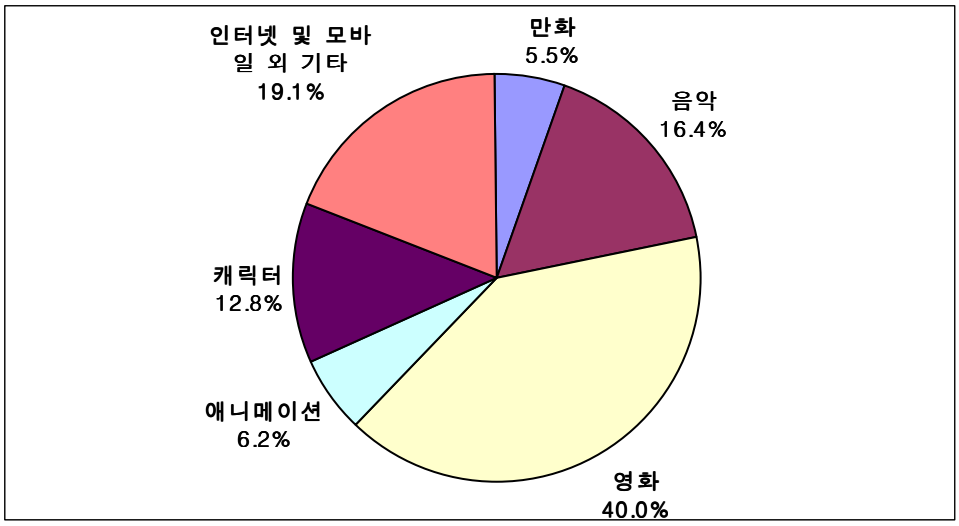
(단위 : 백만원)

비용형태 \ 산업별		만화	음악	영화	애니메이션	캐릭터	인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	합계
제작비용	자체제작비용	115,116	331,908	554,096	142,223	272,928	324,308	1,740,579
	외부유입비용	14,234	10,504	205,756	31,575	2,111	4,602	268,782
로열티 지출		20,024	86,417	127,457	3,974	15,866	64,888	318,626
배급		5,178	25,256	100,497	364	6,751	7,929	145,975
마케팅 홍보		9,252	13,600	140,029	3,689	19,425	22,013	208,008
연구개발		886	2,880	6,152	5,257	14,109	32,693	61,977
교육훈련		2,379	742	381	194	364	594	4,654
기타		123	28,403	86,053	2,824	57,881	126,199	301,483
합계		**167,192**	**499,710**	**1,220,421**	**190,100**	**389,435**	**583,226**	**3,050,084**

□ 산업별 비율

6개 문화산업 기획·제작·배급 부문 사업비용의 산업별 비율을 살펴보면, 영화산업이 40.4%로 가장 높으며, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업이 19.1%, 음악산업이 16.4%, 캐릭터산업이 12.8%, 애니메이션산업이 6.2%, 만화산업이 5.5%의 순서로 나타났다.

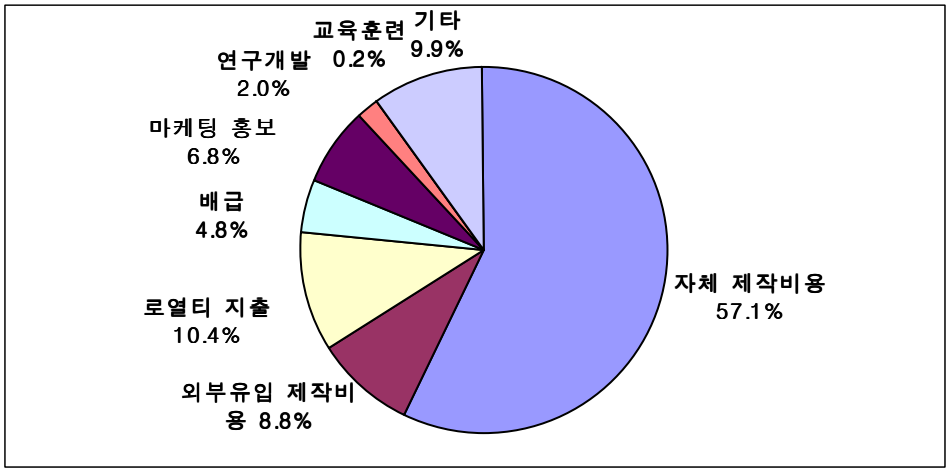
<그림 3-2. 6개 문화산업 기획·제작·배급 부문 비용 산업별 비율>



□ 사업비용 형태별 비율

6개 문화산업 기획·제작·배급 부문의 사업비용의 형태별 비율을 살펴보면, 자체 제작비용이 57.1%로 가장 높으며, 로열티 지출이 10.4%, 기타비용이 9.9%, 외부유입 제작비용이 8.8%, 마케팅 홍보비용이 6.8%, 배급비용이 4.8%, 연구개발 비용이 2.0%, 교육훈련 비용이 0.2%의 순서로 나타났다.

<그림 3-3. 6개 문화산업 기획·제작·배급 부문 비용형태별 비율>



2.6. 고용 현황

□ 전체현황

고용형태별 고용현황을 살펴보면 조사대상 6개 산업의 프리랜서를 제외한 정규직 및 비정규직의 총 종사자수는 42,046명으로 파악되었다. 이를 산업별로 살펴보면, 영화산업에 종사하는 종사자수가 12,010명으로 가장 많으며 이중 정규직 종사자수가 8,068명, 비정규직 종사자수가 3,942명으로 나타났다. 인터넷 모바일 콘텐츠 외 기타산업에 종사하는 종사자수는 11,353명으로 정규직 종사자수가 8,531명, 비정규직 종사자수가 2,822명으로 나타났으며, 캐릭터산업에 종사하는 종사자수는 6,257명으로 정규직 종사자수가 5,586명, 비정규직 종사자수가 671명으로 나타났다. 또한 애니메이션산업에 종사하는 종사자수는 5,385명으로 정규직 종사자수가 2,761명, 비정규직 종사자수가 2,624명으로 나타났고 음악산업에 종사하는 종사자수는 4,484명으로 이중 정규직 종사자가 3,808명, 비정규직 종사자수가 676명으로 나타났다. 만화산업의 종사자수는 2,557명으로 나타났으며 이중 정규직 종사자수가 1,822명, 비정규직 종사자수가 735명으로 나타났다.

<표 3-16. 6개 문화산업 기획·제작·배급부분 고용형태별 고용현황>

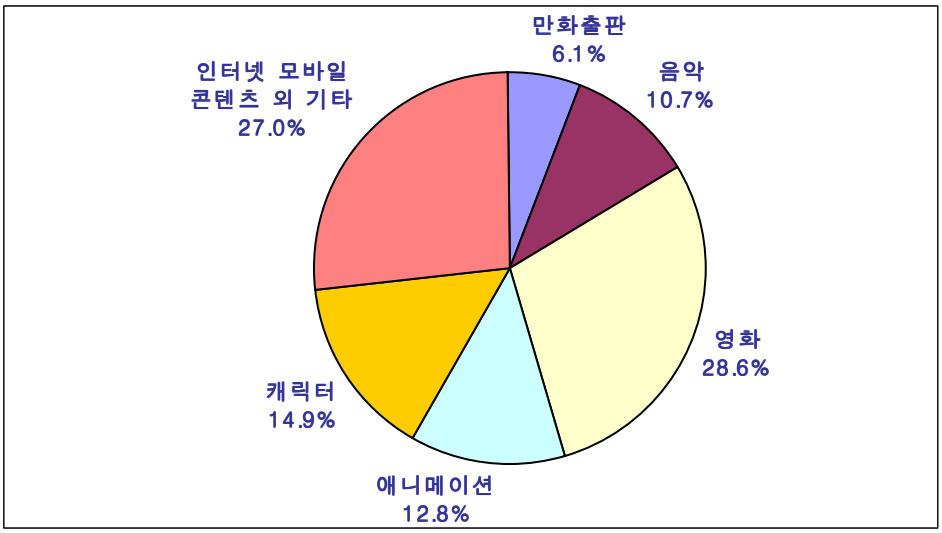
(단위 : 명)

구분	정규직 종사자	비정규직 종사자	합계
만화	1,822	735	2,557
음악	3,808	676	4,484
영화	8,068	3,942	12,010
애니메이션	2,761	2,624	5,385
캐릭터	5,586	671	6,257
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	8,531	2,822	11,353
합계	30,576	11,470	42,046

□ 산업별 비율

6개 산업의 기획·제작·배급 부분의 고용현황을 산업별로 그 비율을 살펴보면, 영화산업이 28.6%로 가장 높게 나타난 것으로 알 수 있다. 또한, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업이 27.0%, 캐릭터산업이 14.9%, 애니메이션산업이 12.8%, 음악산업이 10.7%, 만화산업이 6.1%의 순서로 나타났다.

<그림 3-4. 6개 문화산업 기획·제작·배급부분 산업별 고용 현황 비율>



□ 지역별 분포

이를 지역별[22]로 살펴보면, 서울특별시가 37,889명(90.1%)으로 가장 많은 비율을 차지했고, 경기도가 1,723명(5.4%)으로 나타났다. 또한 부산광역시가 717명(1.7%), 인천광역시와 광주광역시가 각각 351명(0.8%), 대구광역시가 259명(0.6%), 충청북도가 185명(0.4%), 대전광역시가 175명(0.4%), 전라북도가 94명(0.2%), 강원도가 78명(0.2%), 제주도 76명(0.2%), 경상남도가 58명(0.1%), 경상북도가 49명(0.1%), 충청남도가 26명(0.1%), 전라남도가 11명(0.1% 미만), 울산광역시가 4명 미만(0.1% 미만)의 순서로 나타났다.

<표 3-17. 6개 문화산업 기획·제작·배급부분 지역별 고용현황>

지역	종사자 수(명)	비율(%)
서울특별시	37,889	90.1
부산광역시	717	1.7
대구광역시	259	0.6
인천광역시	351	0.8
광주광역시	351	0.8
대전광역시	175	0.4
울산광역시	4	0.0
경기도	1,723	4.1
강원도	78	0.2
충청북도	185	0.4
충청남도	26	0.1
전라북도	94	0.2
전라남도	11	0.0
경상북도	49	0.1
경상남도	58	0.1
제주도	76	0.2
합계	**42,046**	**100.0**

22) 매출액은 비율에 따라 지역별로 역추정하였다.

3. 해외진출 현황

해외진출 현황은 현재 성장하고 있는 문화 사업체의 해외거래 및 투자현황에 대한 전반적인 동향과 실태를 파악하고 이를 통해 예측하는 자료로 활용하고자 조사가 실시되었으며 해외진출 방식, 해외 투자 현황, 해외 투자 유치현황, 해외프로젝트 공동제작 현황 등의 내용을 6개 산업별로 분석하였다.

3.1. 해외거래 현황

조사대상 6개 산업의 수출액은 총 2억 5,797만불로 조사되었으며 이중 캐릭터산업 수출액이 1억 1,631만불로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 애니메이션산업이 7,617만불, 영화산업이 3,097만불, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업이 1,689만불, 음악산업이 1,331만불, 만화산업이 429만불 순으로 나타났다.

조사대상 6개 산업의 수입액은 총 1억 9,443만불로 조사되었으며 이중 캐릭터산업이 9,938만불, 영화산업이 6,045만불, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업이 827만불, 만화산업이 516만불, 음악산업이 1,603만불, 애니메이션산업이 512만불 순으로 나타났다.

<표 3-18. 6개 문화산업 해외거래 현황>

산업구분	수출(천$)	수입(천$)
만화	4,299	5,167
음악	13,312	16,035
영화	30,979	60,452
애니메이션	76,172	5,129
캐릭터	116,313	99,381
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	16,899	8,270
합계	257,974	194,434

전체항목에 응답한 1,566개 업체를 대상으로 종사자 규모별 수출현황을 살펴보면, 1인 이상 4인 이하 사업체의 경우 전체 398개의 사업체 중 14개소(3.5%)가 수출을 하며, 384개소(96.5%)가 수출을 하지 않는 것으로 나타났다. 5인 이상 9인 이하 사업체의 경우 전체 375개의 사업체 중 27개소(7.2%)가 수출을 하며, 348개소(92.8%)가 수출을 하지 않는 것으로 나타났다. 또한 10인 이상 99인 이하 사업체의 경우 전체 622개 사업체 중 92개소(14.8%)가 수출을 하며, 530개소(85.2%)가 수출을 하지 않는 것으로 나타났다. 100인 이상 사업체의 경우 전체 68개 사업체 중 22개소(32.4%)가 수출을 하며, 46개소(67.6%)가 수출을 하지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 종합하여 보면 종사자 규모가 크면 클수록 수출업체의 비율도 높은 것을 알 수 있다.

<표 3-19. 6개 문화산업 종사자 규모별 수출유무>

구분	수출한다.		수출하지 않는다.		합계	
	사업체수(개소)	비율(%)	사업체수(개소)	비율(%)	사업체수(개소)	비율(%)
1인 이상 4인 이하	14	3.5	384	96.5	398	100.0
5인 이상 9인 이하	27	7.2	348	92.8	375	100.0
10인 이상 99인 이하	92	14.8	530	85.2	622	100.0
100인 이상	22	32.4	46	67.6	68	100.0
미응답	5	4.9	98	95.1	103	100.0
합계	**160**	**10.2**	**1,406**	**89.8**	**1,566**	**100.0**

전체항목에 응답한 1,566개 업체를 대상으로 종사자 규모별 수입현황을 살펴보면, 1인 이상 4인 이하 사업체의 경우 전체 398개의 사업체 중 13개소(3.3%)가 수출을 하며, 385개소(96.7%)가 수출을 하지 않는 것으로 나타났다. 5인 이상 9인 이하 사업체의 경우 전체 375개의 사업체 중 11개소(2.9%)가 수출을 하며, 364개소(97.1%)가 수출을 하지 않는 것으로 나타났다. 또한 10인 이상 99인 이하 사업체의 경우 전체 622개 사업체 중 33개소(5.3%)가 수출을 하며, 589개소(94.7%)가 수출을 하지 않는 것으로 나타났다. 100인 이상 사업체의 경우 전체 68개 사업체 중 5개소(7.4%)가 수출을 하며, 63개소(92.6%)가 수출을 하지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 종합하여 보면 종사자 규모가 크면 클수록 수입업체의 비율도 높은 것을 알 수 있다.

<표 3-20. 6개 문화산업 종사자 규모별 수입유무>

구분	수입한다.		수입하지 않는다.		합계	
	사업체수(개소)	비율(%)	사업체수(개소)	비율(%)	사업체수(개소)	비율(%)
1인 이상 4인 이하	13	3.3	385	96.7	398	100.0
5인 이상 9인 이하	11	2.9	364	97.1	375	100.0
10인 이상 99인 이하	33	5.3	589	94.7	622	100.0
100인 이상	5	7.4	63	92.6	68	100.0
미응답	1	1.0	102	99.0	103	100.0
합계	**63**	**4.0**	**1,503**	**96.0**	**1,566**	**100.0**

3.2. 해외진출형태

우선 조사대상 6개 산업의 해외진출 방식을 살펴보면, 총 196개의 사업체가 응답을 하였으며 해외진출 시 평균적으로 35.6%를 완제품 수출의 방식을 사용하며, 33.0%가 라이선스 형태로, 17.2%가 OEM수출의 형태로, 8.7%가 기술 및 서비스의 형태로, 5.5%가 기타의 형태로 해외진출을 하는 것으로 나타났다.

<표 3-21. 해외진출 형태>

해외진출형태	응답 업체수(개소)	평균 비율(%)	표준편차[23]
완제품 수출	196	35.6	45.4
라이선스		33.0	45.2
OEM 수출		17.2	35.7
기술 및 서비스		8.7	27.5
기타		5.5	21.6

23) 해외진출형태를 평균비율로 비교하였기 때문에 표준편차가 의미있는 값이 되어 교차표에 추가하였다.

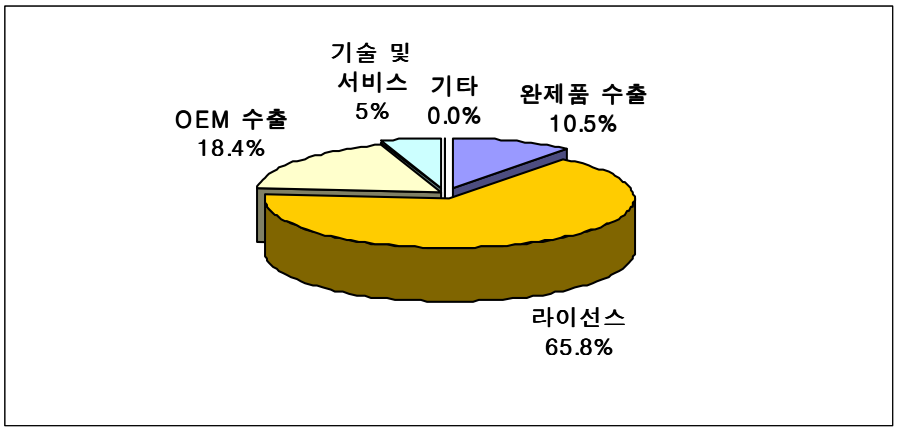
<표 3-22. 산업별 해외진출형태>

산업	해외진출형태	응답 업체수(개소)	평균 비율(%)	표준편차[24]
만화	완제품 수출	19	10.5	31.2
	라이선스		65.8	47.1
	OEM 수출		18.4	38.0
	기술 및 서비스		5.3	22.9
	기타		0.0	0.0
음악	완제품 수출	27	46.7	45.8
	라이선스		35.9	44.4
	OEM 수출		0.0	0.0
	기술 및 서비스		2.4	12.5
	기타		15.0	36.1
영화	완제품 수출	31	45.6	47.9
	라이선스		36.0	45.8
	OEM 수출		0.0	0.0
	기술 및 서비스		12.3	32.5
	기타		6.1	19.8
애니메이션	완제품 수출	46	21.3	41.0
	라이선스		18.3	38.1
	OEM 수출		50.6	49.2
	기술 및 서비스		5.0	21.0
	기타		4.8	20.6
캐릭터	완제품 수출	50	48.5	46.5
	라이선스		32.8	46.1
	OEM 수출		10.7	25.5
	기술 및 서비스		4.1	19.8
	기타		4.0	19.8
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	완제품 수출	23	30.7	44.6
	라이선스		28.0	44.2
	OEM 수출		7.4	20.5
	기술 및 서비스		31.3	46.5
	기타		2.6	12.5

24) 해외진출형태를 평균비율로 비교하였기 때문에 표준편차가 의미있는 값이 되어 교차표에 추가하였다.

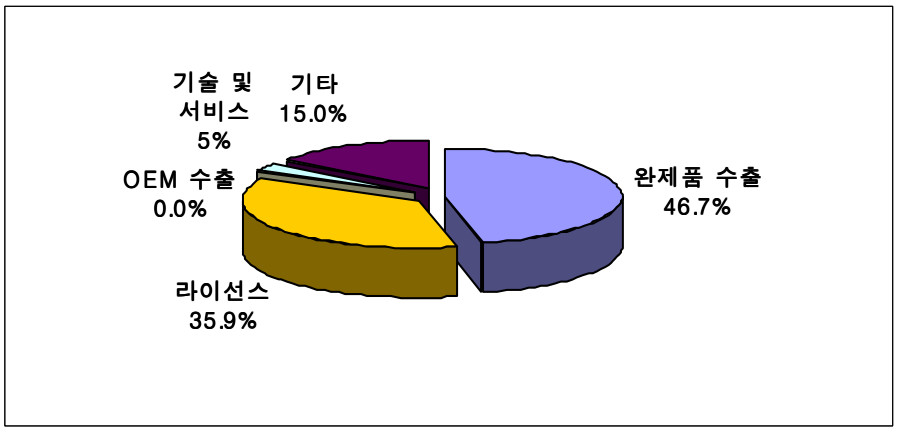
이를 산업별로 살펴보면, 만화산업의 경우 총 19개소가 응답을 하였으며, 해외진출 방식으로 라이선스를 평균적으로 65.8%의 비율로 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났으며, OEM 수출이 18.4%, 완제품 수출이 10.5%, 기술 및 서비스가 5.0%의 순서로 나타났다.

<그림 3-5. 만화산업 해외진출 형태>



음악산업의 경우 총 27개소가 응답을 하였으며, 해외진출 방식으로 완제품 수출을 평균적으로 46.7%의 비율로 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 라이선스가 35.9%, 기타가 15.0%, 기술 및 서비스가 5.0%의 순서로 나타났다.

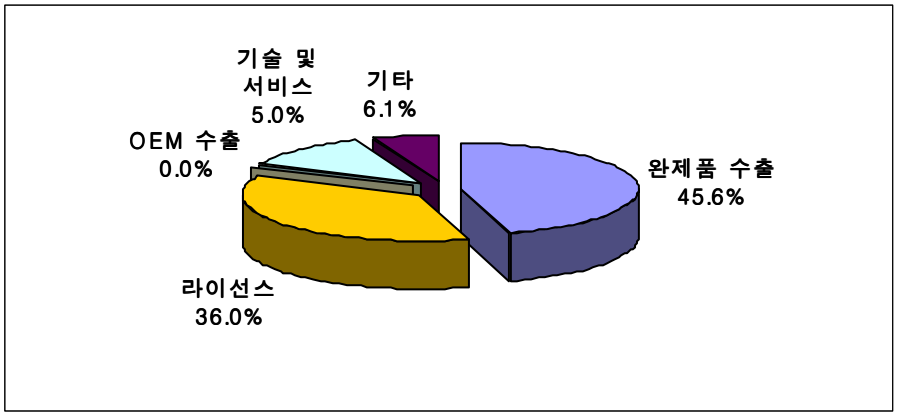
<그림 3-6. 음악산업 해외진출 형태>



영화산업의 경우 총 31개소가 응답을 하였으며, 해외진출 방식으로 완제품

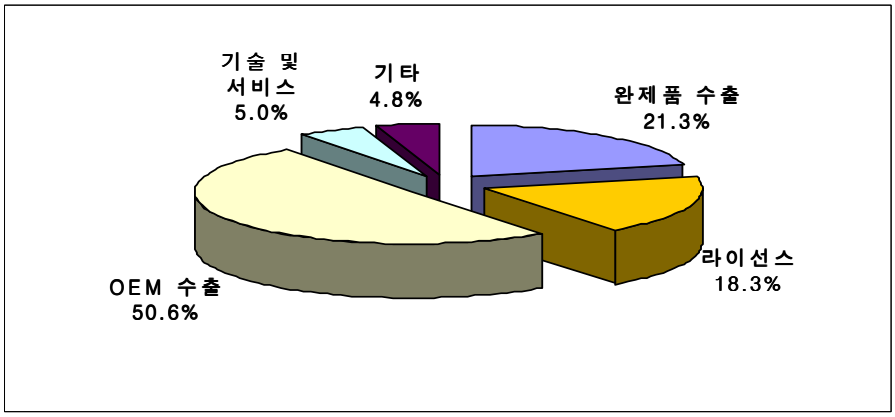
수출을 평균적으로 45.6%의 비율로 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 라이선스가 36.0%, 기타가 6.1%, 기술 및 서비스가 5.0%의 순서로 나타났다.

<그림 3-7. 영화산업 해외진출 형태>



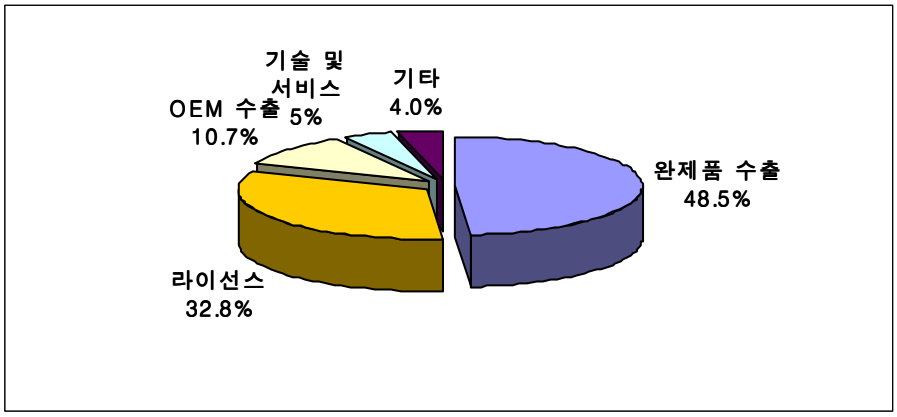
애니메이션산업의 경우 총 46개소가 응답을 하였으며 해외진출 방식으로 OEM 수출을 평균적으로 50.6%의 비율로 활용하고 있는 것으로 가장 높게 나타났으며, 완제품 수출이 21.3%, 라이선스가 18.3%, 기술 및 서비스가 5.0%, 기타가 4.8%의 순서로 나타났다.

<그림 3-8. 애니메이션산업 해외진출 형태>



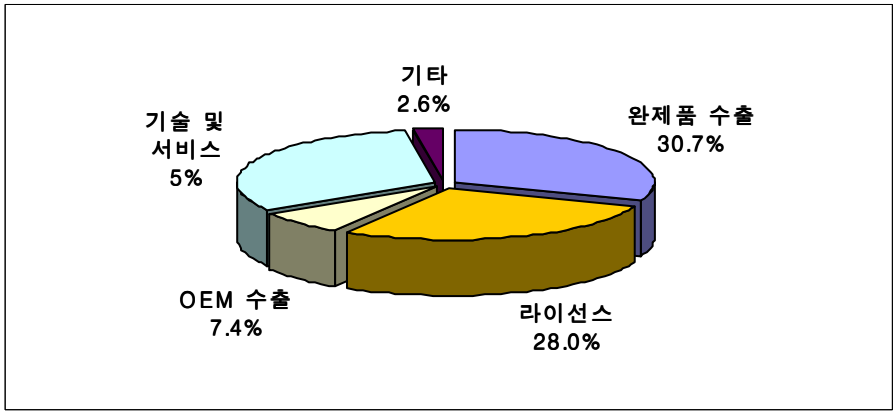
캐릭터산업의 경우 총 50개소가 응답을 하였으며, 해외진출 방식으로 완제품 수출을 평균적으로 48.5%의 비율로 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 라이선스가 32.8%, OEM 수출이 10.7%, 기술 및 서비스가 5.0%, 기타가 4.0%의 순서로 나타났다.

<그림 3-9. 캐릭터산업 해외진출 형태>



인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 경우 총 23개소가 응답을 하였으며 해외진출 방식으로 완제품 수출을 평균적으로 30.7%의 비율로 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 라이선스가 28.0%, OEM 수출이 7.4%, 기술 및 서비스가 5.0%, 기타가 2.6%의 순서로 나타났다.

<그림 3-10. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 해외진출 형태>



3.3. 해외진출경로

해외진출 경로는 해외 전시회 및 행사참여, 해외 유통사 접촉, 온라인 해외 판매, 해외 법인 활용 등 직접 수출의 방법과 국내외 에이전트 활용 등 간접 수출 방법, 기타 항목으로 나누어 조사를 실시하였다.

조사대상 6개 산업의 해외진출 경로를 살펴보면, 총 169개의 사업체가 응답을 하였으며 사업체의 해외진출 경로 중 31.8%가 해외 유통사를 접촉하는 경로로 가장 높게 나타났으며, 해외 전시회 및 행사참여를 통해서가 21.2%, 국내 에이전트 활용해서가 20.5%, 해외 에이전트 활용해서가 10.3%, 해외 법인을 활용하는 경로가 10.2%, 기타 경로가 3.4%, 온라인 해외 판매가 2.7%의 순서로 나타났다.

<표 3-23. 해외진출 경로>

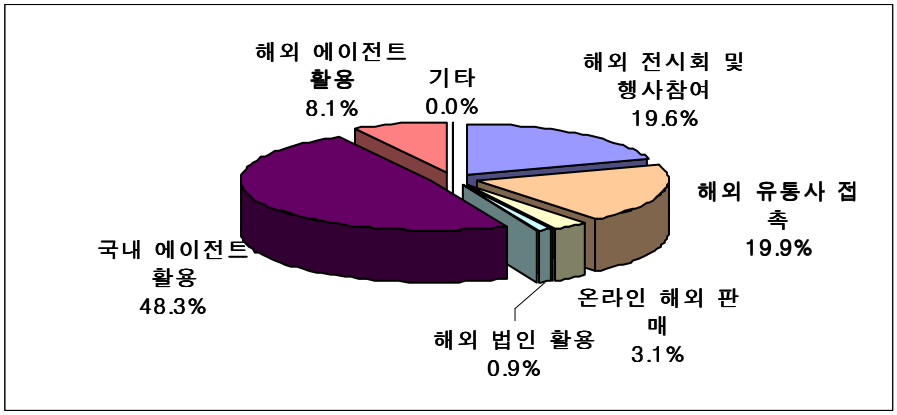
진출 경로 구분		응답 사업체수(개소)	평균	표준편차
직접 수출	해외 전시회 및 행사참여	169	21.2	35.1
	해외 유통사 접촉		31.8	42.4
	온라인 해외 판매		2.7	12.9
	해외 법인 활용		10.2	28.2
간접 수출	국내 에이전트 활용		20.5	35.7
	해외 에이전트 활용		10.3	25.0
기타		169	3.4	17.4

<표 3-24. 산업별 해외진출 경로>

산업	진출 경로 구분	응답 사업체수(개소)	평균	표준편차
만화	해외 전시회 및 행사참여	16	19.6	32.2
	해외 유통사 접촉		19.9	34.9
	온라인 해외 판매		3.1	12.5
	해외 법인 활용		0.9	3.8
	국내 에이전트 활용		48.3	42.2
	해외 에이전트 활용		8.1	19.8
	기타		0.0	0.0
음악	해외 전시회 및 행사참여	24	9.0	23.0
	해외 유통사 접촉		46.0	49.0
	온라인 해외 판매		0.0	0.0
	해외 법인 활용		12.5	32.6
	국내 에이전트 활용		11.3	27.6
	해외 에이전트 활용		17.1	30.7
	기타		4.2	20.4
영화	해외 전시회 및 행사참여	33	34.2	41.8
	해외 유통사 접촉		15.2	31.0
	온라인 해외 판매		7.6	25.4
	해외 법인 활용		8.2	25.4
	국내 에이전트 활용		21.7	36.8
	해외 에이전트 활용		6.5	19.6
	기타		6.7	24.2
애니메이션	해외 전시회 및 행사참여	32	16.1	30.8
	해외 유통사 접촉		41.2	46.0
	온라인 해외 판매		1.3	7.1
	해외 법인 활용		17.5	36.7
	국내 에이전트 활용		19.1	37.9
	해외 에이전트 활용		5.0	15.7
	기타		0.0	0.0
캐릭터	해외 전시회 및 행사참여	44	21.5	35.5
	해외 유통사 접촉		30.1	41.7
	온라인 해외 판매		1.4	5.0
	해외 법인 활용		10.6	27.6
	국내 에이전트 활용		17.5	33.1
	해외 에이전트 활용		16.7	33.9
	기타		2.3	15.1
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	해외 전시회 및 행사참여	20	23.0	39.1
	해외 유통사 접촉		40.3	44.4
	온라인 해외 판매		2.8	8.5
	해외 법인 활용		5.5	22.4
	국내 에이전트 활용		16.5	32.4
	해외 에이전트 활용		4.5	12.3
	기타		7.5	24.5

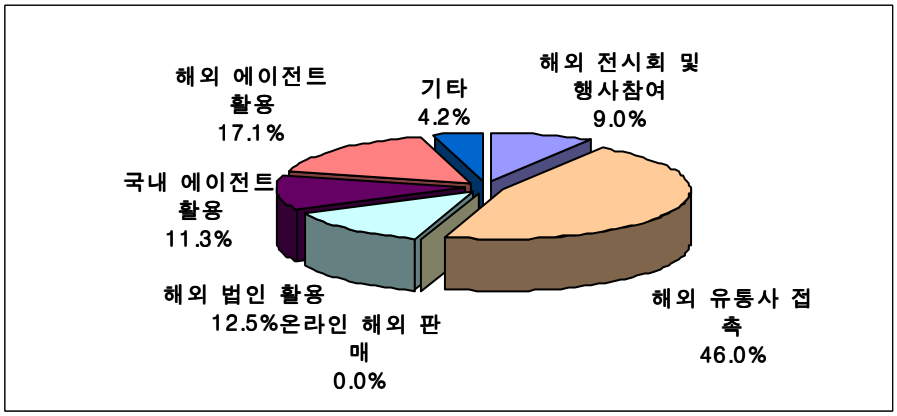
이를 산업별로 살펴보면, 만화산업의 경우 총 16개소가 응답을 하였으며 해외진출 경로 방식으로 국내 에이전트 활용을 평균적으로 48.8%의 비율로 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 해외 유통사 접촉이 19.9%, 해외 전시회 및 행사참여가 19.6%, 해외 에이전트 활용이 8.1%, 온라인 해외 판매가 3.1%, 해외 법인 활용이 0.9%의 순서로 나타났다.

<그림 3-11. 만화산업 해외진출 경로>



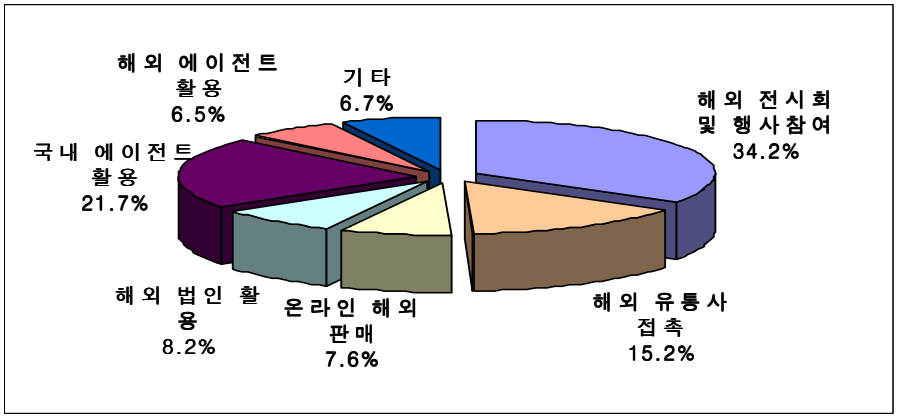
음악산업의 경우 총 24개소가 응답을 하였으며 해외진출 경로 방식으로 해외 유통사 접촉을 평균적으로 46.0%의 비율로 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 해외 에이전트 활용이 17.1%, 해외 법인 활용이 12.5%, 국내 에이전트 활용이 11.3%, 해외 전시회 및 행사참여가 9.0%, 기타 경로가 4.2%의 순서로 나타났다.

<그림 3-12. 음악산업 해외진출 경로>



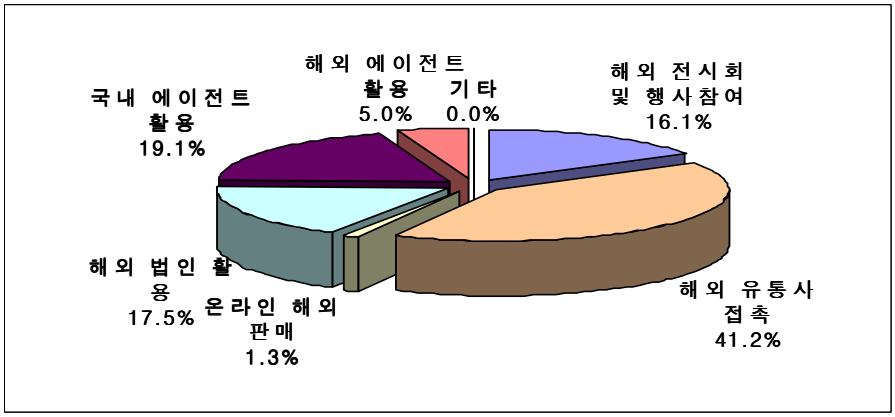
영화산업의 경우 총 33개소가 응답을 하였으며 해외진출 경로 방식으로 해외 전시회 및 행사참여를 평균적으로 34.2%의 비율로 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 국내 에이전트 활용이 21.7%, 해외 유통사 접촉이 15.2%, 해외 법인 활용이 8.2%, 온라인 해외 판매가 7.6%, 기타 경로가 6.7% 해외 에이전트 활용이 6.5%의 순서로 나타났다.

<그림 3-13. 영화산업 해외진출 경로>



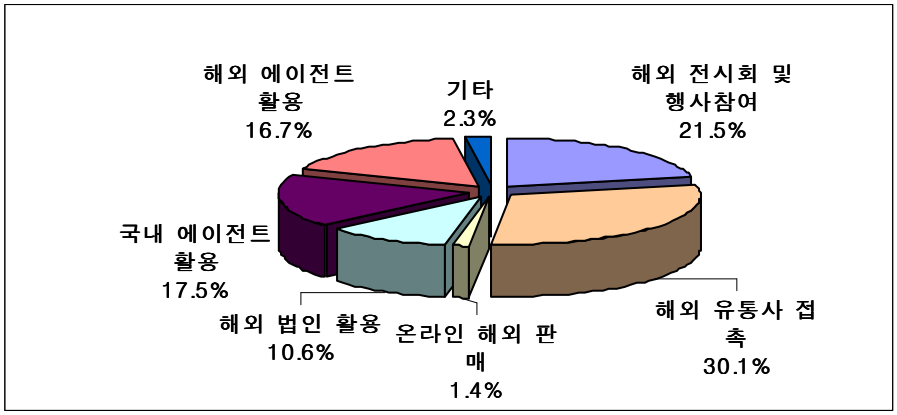
애니메이션산업의 경우 총 32개소가 응답을 하였으며 해외진출 경로 방식으로 해외 유통사 접촉을 평균적으로 41.2%의 비율로 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 국내 에이전트 활용이 19.1%, 해외 법인 활용이 17.5%, 해외 전시회 및 행사참여가 16.1%, 해외 에이전트 활용이 5.0%, 온라인 해외 판매가 1.3%의 순서로 나타났다.

<그림 3-14. 애니메이션산업 해외진출 경로>



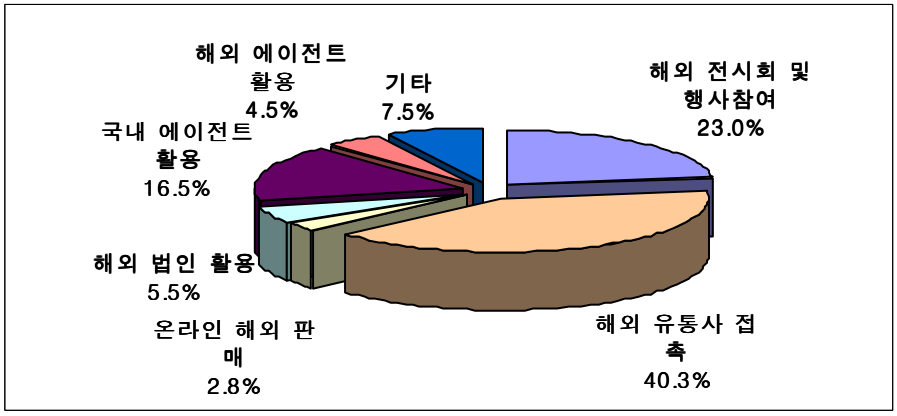
캐릭터산업의 경우 총 44개소가 응답을 하였으며 해외진출 경로 방식으로 해외 유통사 접촉을 평균적으로 30.1%의 비율로 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 해외 전시회 및 행사참여가 21.5%, 국내 에이전트 활용이 17.5%, 해외 에이전트 활용이 16.7%, 해외 법인 활용이 10.6%, 기타 경로가 2.3%, 온라인 해외 판매가 1.4%의 순서로 나타났다.

<그림 3-15. 캐릭터산업 해외진출 경로>



인터넷 및 모바일 콘텐츠외 기타산업의 경우 총 20개소가 응답을 하였으며 해외진출 경로 방식으로 해외 유통사 접촉을 평균적으로 40.3%의 비율로 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 해외 전시회 및 행사참여가 23.0%, 국내 에이전트 활용이 16.5%, 기타 경로가 7.5%, 해외 법인 활용이 5.5%, 해외 에이전트 활용이 4.5%, 온라인 해외 판매가 2.8%의 순서로 나타났다.

<그림 3-16. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 해외진출 경로>



3.4. 해외 최초진출 연도

해외 최초진출 연도를 살펴보면 총 148개의 업체가 응답하였으며, 2000년 이후에 진출한 업체가 99개소(66,9%)로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 1995년에서 1999년 사이에 진출한 업체가 23개소(15.5%), 1990년에서 1994년 사이가 14개소(9.5%), 1985년에서 1989년 사이가 10개소(6.8%), 1984년 이전에 진출한 업체가 2개소(1.4%)의 순서로 최근일수록 많이 진출하는 경향을 보였다.

이를 산업별로 살펴보면, 만화산업은 해외 최초진출 연도에 대해 총 11개 업체가 응답하였으며 2000년 이후에 해외에 진출한 업체가 7개소(63.6%)로 가장 많은 것으로 나타났으며, 1990년에서 1994년 사이의 업체가 3개소(27.3%), 1984년 이전에 진출한 업체가 1개소(9.1%)의 순서로 나타났다.

영화산업은 해외 최초진출 연도에 대해 총 23개 업체가 응답하였으며 2000년 이후에 해외에 진출한 업체가 15개소(65.2%)로 가장 많은 것으로 나타났으며, 1995년에서 1999년 사이의 업체가 6개소(26.1%), 1990년에서 1994년 사이의 업체가 2개소(8.7%)의 순서로 나타났다.

음악산업은 해외 최초진출 연도에 대해 총 24개 업체가 응답하였으며 2000년 이후에 해외에 진출한 업체가 19개소(79.2%)로 가장 많은 것으로 나타났으며, 1995년에서 1999년 사이의 업체가 3개소(12.5%), 1990년에서 1994년 사이의 업체가 2개소(8.3%)의 순서로 나타났다.

애니메이션산업은 해외 최초진출 연도에 대해 총 34개 업체가 응답하였으며 2000년 이후에 진출한 업체가 19개소(55.9%)로 가장 많은 것으로 나타났으며, 1995년에서 1999년 사이의 업체가 7개소(20.6%), 1990년에서 1994년 사이의 업체가 5개소(14.7%), 1985년에서 1989년 사이의 업체가 3개소(8.8%)의 순서로 나타났다.

<표 3-25. 해외진출 연도>

산업	최초진출년도	사업체 수(개소)	비율(%)
만화	1984년 이전	1	9.1
	1985년 ~ 1989년	0	0.0
	1990년 ~ 1994년	3	27.3
	1995년 ~ 1999년	0	0.0
	2000년 이후	7	63.6
	합계	11	100.0
영화	1984년 이전	0	0.0
	1985년 ~ 1989년	0	0.0
	1990년 ~ 1994년	2	8.7
	1995년 ~ 1999년	6	26.1
	2000년 이후	15	65.2
	합계	23	100.0
음악	1984년 이전	0	0.0
	1985년 ~ 1989년	0	0.0
	1990년 ~ 1994년	2	8.3
	1995년 ~ 1999년	3	12.5
	2000년 이후	19	79.2
	합계	24	100.0
애니메이션	1984년 이전	0	0.0
	1985년 ~ 1989년	3	8.8
	1990년 ~ 1994년	5	14.7
	1995년 ~ 1999년	7	20.6
	2000년 이후	19	55.9
	합계	34	100.0
캐릭터	1984년 이전	1	2.7
	1985년 ~ 1989년	7	18.9
	1990년 ~ 1994년	1	2.7
	1995년 ~ 1999년	3	8.1
	2000년 이후	25	67.6
	합계	37	100.0
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	1984년 이전	0	0.0
	1985년 ~ 1989년	0	0.0
	1990년 ~ 1994년	1	5.3
	1995년 ~ 1999년	4	21.1
	2000년 이후	14	73.7
	합계	19	100.0
전체	1984년 이전	2	1.4
	1985년 ~ 1989년	10	6.8
	1990년 ~ 1994년	14	9.5
	1995년 ~ 1999년	23	15.5
	2000년 이후	99	66.9
	합계	**148**	**100.0**

캐릭터산업은 해외 최초진출 연도에 대해 총 37개 업체가 응답하였으며 2000년 이후에 해외에 진출한 업체가 25개소(67.6%)로 가장 많은 것으로 나타났으며, 1995년에서 1999년 사이의 업체가 3개소(8.1%), 1990년에서 1994년 사이의 업체가 1개소(2.7%), 1985년에서 1989년 사이의 업체가 7개소(18.9%), 1984년 이전에 진출한 업체가 1개소(2.7%)의 순서로 나타났다.

인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 해외 최초진출 연도에 대해 총 19개 업체가 응답하였으며 2000년 이후에 해외에 진출한 업체가 14개소(73.7%)로 가장 많은 것으로 나타났으며, 1995년에서 1999년 사이의 업체가 4개소(21.1%), 1990년에서 1994년 사이의 업체가 1개소(5.3%)의 순서로 나타났다.

3.5. 해외 투자현황

문화산업의 해외 투자현황 중 대상 국가에 대하여 조사한 결과 총 10개 업체가 응답하였으며 이 중 중국이 5개 업체(50.5%)가 투자했다고 응답함으로 가장 많게 나타났다. 또한 미국이 2개 업체(20.0%), 그 외 베트남과 인도네시아, 일본이 각각 1개 업체(10.0%)로 나타났다.

<표 3-26. 국가별 해외투자현황>

대상국가	사업체수(개소)	비율(%)
베트남	1	10.0
인도네시아	1	10.0
일본	1	10.0
중국	5	50.0
미국	2	20.0
합계	10	100.0

문화산업의 해외 투자현황 중 투자형태에 대하여 조사한 결과 총 10개 업체가 응답하였으며 이 중 현금투자의 방식으로 투자한 업체가 6개소(60.0%)로 가장 많게 나타났다.

<표 3-27. 국가별 해외투자형태>

투자형태	사업체수(개소)	비율(%)
회사 지분투자	2	10.0
현금투자	6	60.0
기본설비 투자	0	0.0
기타	2	20.0
합계	10	100.0

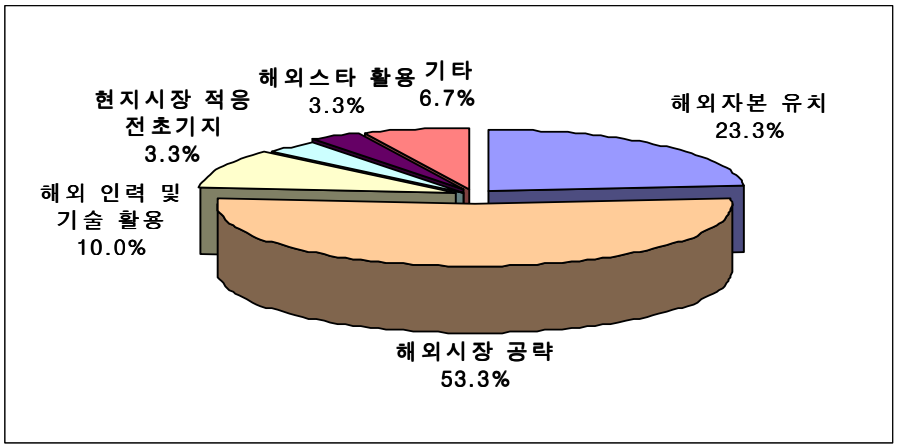
3.6. 해외 프로젝트 공동제작 최우선 사유[25)]

해외 프로젝트 공동제작을 하는 최우선 사유에 대한 질문에 대하여 총 30개의 업체가 답변을 하였으며, 이 중 해외시장 공략을 위해서라고 응답한 업체가 16개 사업체(53.3%)로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 해외자본 유치가 7개소(23.3%), 해외 인력 및 기술 활용이 3개소(10.0%), 기타가 2개소(6.7%), 현지시장 적응 전초기지, 해외스타 활용이 각각 1개소(3.3%)로 나타났다.

<표 3-28. 해외 프로젝트 공동제작 최우선 사유>

구분	응답 사업체수 (개소)	비율(%)
해외자본 유치	7	23.3
해외시장 공략	16	53.3
해외 인력 및 기술 활용	3	10.0
현지시장 적응 전초기지	1	3.3
해외스타 활용	1	3.3
기타	2	6.7
합계	**30**	**100.0**

<그림 3-17. 해외 프로젝트 공동제작 최우선 사유>



25) 해외 프로젝트에 투자하거나 국내 프로젝트를 해외에서 투자받는 경우를 모두 포함하여 조사하였다.

4. 지적 재산권 현황

저작권 현황은 특허권, 저작권을 비롯한 국내외 지적재산권의 보유등록 현황[26]과 불법복제로 인한 피해 여부, 외국 업체와의 저작권 분쟁 사례를 살펴보고 이를 통해 저작권 관련 법 및 제도 확립의 기초정보를 제공하고자 조사가 실시되었다. 또한 저작권의 기본 개념 정의와 6개 산업별로 분석하였다.

4.1. 국내 지적재산권 보유등록 현황

지적 재산권이란 산업재산권과 저작권 등과 같이 인간의 정신 활동의 산물에 대한 무체 재산권을 의미하며 최근 들어 각국의 문화 경쟁력을 높이는데 있어서 핵심적인 역할을 하고 있다. 대표적으로 특허권, 실용신안권, 의장권, 상표권, 저작권을 들 수 있으며 본 조사에서는 이러한 국내 지적재산권 보유등록 현황을 응답 사업체 1,566개소를 대상으로 하여 종류별로 살펴보았다.

특허권(Patent)은 지적재산권의 대표적인 것으로 산업상 이용할 수 있는 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 고도의 창작 및 발명에 대하여 권리를 부여하는 것을 말한다. 이러한 특허권의 경우 해당 조사대상 6개 산업의 경우, 총 110개소의 사업체가 보유하고 있으며 특허권을 보유하고 있는 사업체의 경우 최대 50개, 최소 0개를 보유하고 있으며, 평균적으로는 3.2개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 이를 산업별로 살펴보면, 만화산업은 총 3개의 사업체가 특허권을 보유하고 있으며 최대 2개, 평균적으로 1.0개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 음악산업은 총 12개의 사업체가 특허권을 보유하고 있으며 최대 2개, 평균적으로 1.2개를 보유하고 있는 것으로 나타났고 영화산업은 총 16개의 사업체가 특허권을 보유하고 있으며 최대 7개, 평균적으로 1.8개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 애니메이션산업은 총 14개의 사업체가 특허권을 보유하고 있으며 최대 20개, 평균적으로 4.5개를 보유하고 있

26) 출원 중인 것을 제외하고 현재 등록된 것만을 조사대상에 포함하였고, 저작권의 경우에는 저작권심의위원회에 등록된 개수만을 조사표에 기재하도록 하였다.

는 것으로 나타났다. 캐릭터산업은 총 22개의 사업체가 특허권을 보유하고 있으며 최대 50개, 평균적으로 5.5개를 보유하고 있는 것으로 나타났고. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 총 43개의 사업체가 특허권을 보유하고 있으며 최대 15개, 평균적으로 2.8개를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

실용신안권(Utility Model)의 경우 산업상 이용할 수 있는 것으로 물품의 형상, 구조 또는 조합에 관한 고안에 대하여 부여하는 것으로서 특허보다는 낮은 단계의 발명에 대하여 부여하는 것을 말한다. 이러한 실용신안권의 경우 총 87개소의 사업체가 보유하고 있으며 실용신안권을 보유하고 있는 사업체의 경우 최대 48개, 최소 0개를 보유하고 있으며, 평균적으로는 4.2개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 이를 산업별로 살펴보면, 만화산업은 총 4개의 사업체가 실용신안권을 보유하고 있으며 최대 4개, 평균적으로 1.8개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 음악산업은 총 6개의 사업체가 실용신안권을 보유하고 있으며 최대 5개, 평균적으로 1.5개를 보유하고 있는 것으로 나타났고 영화산업은 총 14개의 사업체가 실용신안권을 보유하고 있으며 최대 6개, 평균적으로 1.1개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 애니메이션산업은 총 10개의 사업체가 실용신안권을 보유하고 있으며 최대 40개, 평균적으로 6.6개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 캐릭터산업은 총 27개의 사업체가 실용신안권을 보유하고 있으며 최대 48개, 평균적으로 7.5개를 보유하고 있는 것으로 나타났고. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 총 26개의 사업체가 실용신안권을 보유하고 있으며 최대 15개, 평균적으로 2.4개를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

의장권(Design Patent)은 공업 소유권의 일종으로서 물품의 형상, 모양이나 색채 또는 이들이 결합한 것으로 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것으로 물품 그 자체의 외관상의 미적 고안에 대하여 부여하는 권리를 말한다. 이러한 의장권의 경우 총 68개소의 사업체가 보유하고 있으며 의장권을 보유하고 있는 사업체의 경우 최대 200개, 최소 0개를 보유하고 있으며, 평균적으로는 8.6개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 이를 산업별로 살펴보면, 만화산업은 총 2개의 사업체가 의장권을 보유하고 있으며 최대 3개, 평균적으로 1.5개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 음악산업은 총 4개의 사업체가 의장권을 보유하고 있으며 최대 1개, 평균적으로 0.5개를 보유하고 있는 것으로 나타났고 영화산업은 총 13개의 사업체가 의장권을 보유하고 있으며 최대 17개, 평균적으로 1.7개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 애니메이션

산업은 총 12개의 사업체가 의장권을 보유하고 있으며 최대 200개, 평균적으로 26.3개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 캐릭터산업은 총 26개의 사업체가 의장권을 보유하고 있으며 최대 47개, 평균적으로 8.2개를 보유하고 있는 것으로 나타났고 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 총 11개의 사업체가 의장권을 보유하고 있으며 최대 23개, 평균적으로 2.9개를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

상표(Trademark)란 상품을 업으로서 생산, 가공, 발명 또는 판매하는 자가 자기의 상품을 타업자의 상품과 식별시키기 위하여 사용하는 기호, 문자, 도형 또는 이들의 결합으로서 특별히 현저한 것을 말한다. 이러한 상표권의 경우 총 190개소의 사업체가 보유하고 있으며 상표권을 보유하고 있는 사업체의 경우 최대 295개, 최소 0개를 보유하고 있으며, 평균적으로는 12.8개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 이를 산업별로 살펴보면, 만화산업은 총 11개의 사업체가 상표권을 보유하고 있으며 최대 86개, 평균적으로 19.1개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 음악산업은 총 17개의 사업체가 상표권을 보유하고 있으며 최대 15개, 평균적으로 2.9개를 보유하고 있는 것으로 나타났고 영화산업은 총 26개의 사업체가 상표권을 보유하고 있으며 최대 130개, 평균적으로 12.8개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 애니메이션산업은 총 33개의 사업체가 상표권을 보유하고 있으며 최대 230개, 평균적으로 13.0개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 캐릭터산업은 총 62개의 사업체가 상표권을 보유하고 있으며 최대 295개, 평균적으로 15.3개를 보유하고 있는 것으로 나타났고. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 총 41개의 사업체가 상표권을 보유하고 있으며 최대 191개, 평균적으로 11.3개를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

저작권(Copy Right)은 문학 ·학술(學術) 또는 예술의 범위에 속하는 창작물인 저작물에 대한 배타적·독점적 권리를 말한다. 저작권의 경우 총 238개소의 사업체가 보유하고 있으며 저작권을 보유하고 있는 사업체의 경우 최대 1,000개, 최소 0개를 보유하고 있으며, 평균적으로는 23.9개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 이를 산업별로 살펴보면, 만화산업은 총 16개의 사업체가 저작권을 보유하고 있으며 최대 300개, 최소 1개, 평균적으로 50.6개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 음악산업은 총 36개의 사업체가 저작권을 보유하고 있으며 최대 1000개, 평균적으로 55.6개를 보유하고 있는 것으로 나타났고 영화산업은 총 16개의 사업체가 저작권을 보유하고 있으며 최대

600개, 평균적으로 25.3개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 애니메이션산업은 총 39개의 사업체가 저작권을 보유하고 있으며 최대 80개, 평균적으로 9.0개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 캐릭터산업은 총 52개의 사업체가 저작권을 보유하고 있으며 최대 84개, 평균적으로 7.7개를 보유하고 있는 것으로 나타났고, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 총 34개의 사업체가 저작권을 보유하고 있으며 최대 298개, 평균적으로 17.2개를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

<표 3-29. 국내 지적재산권 현황>

(개소, %)

구분		특허권	실용신안권	의장권	상표권	저작권
만화	사업체수	3	4	2	11	16
	최소값	0	0	0	0	1
	최대값	2	4	3	86	300
	평 균	1.0	1.8	1.5	19.1	50.6
음악	사업체수	12	6	4	17	36
	최소값	0	0	0	0	0
	최대값	2	5	1	15	1000
	평 균	1.2	1.5	0.5	2.9	55.6
영화	사업체수	16	14	13	26	61
	최소값	0	0	0	0	0
	최대값	7	6	17	130	600
	평 균	1.8	1.1	1.7	12.8	25.3
애니메이션	사업체수	14	10	12	33	39
	최소값	0	0	0	0	0
	최대값	20	40	200	230	80
	평 균	4.5	6.6	26.3	13.0	9.0
캐릭터	사업체수	22	27	26	62	52
	최소값	0	0	0	0	0
	최대값	50	48	47	295	84
	평 균	5.5	7.5	8.2	15.3	7.7
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	사업체수	43	26	11	41	34
	최소값	0	0	0	0	0
	최대값	15	15	23	191	298
	평 균	2.8	2.4	2.9	11.3	17.2
합 계	**사업체수**	**110**	**87**	**68**	**190**	**238**
	최소값	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
	최대값	**50**	**48**	**200**	**295**	**1,000**
	평 균	**3.2**	**4.2**	**8.6**	**12.8**	**23.9**

4.2. 국외 지적재산권 현황

응답 사업체 1,566개소를 대상으로 하여 국외 지적재산권 현황을 특허권, 실용신안권, 의장권, 상표권 저작권 종류별로 살펴본 결과 다음과 같다.

<표 3-30. 국외 지적재산권 현황>

(개소, %)

구분		특허권	실용신안권	의장권	상표권	저작권
만화	사업체수	0	0	0	0	5
	최소값	0	0	0	0	1
	최대값	0	0	0	0	5
	평 균	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0
음악	사업체수	0	0	0	0	2
	최소값	0	0	0	0	1
	최대값	0	0	0	0	1
	평 균	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
영화	사업체수	1	1	1	2	6
	최소값	0	0	0	0	0
	최대값	0	0	0	8	3
	평 균	0.0	0.0	0.0	4.0	1.5
애니메이션	사업체수	4	0	0	3	5
	최소값	1	0	0	1	1
	최대값	10	0	0	2	2
	평 균	3.3	0.0	0.0	1.3	1.2
캐릭터	사업체수	5	4	2	9	3
	최소값	0	0	0	0	0
	최대값	3	12	0	5	8
	평 균	1.4	3.3	0.0	2.3	2.7
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	사업체수	3	1	1	4	1
	최소값	1	2	2	1	2
	최대값	2	2	2	2	2
	평 균	1.3	2.0	2.0	1.8	2.0
합 계	**사업체수**	**13**	**6**	**4**	**18**	**22**
	최소값	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
	최대값	**10**	**12**	**2**	**8**	**8**
	평 균	**1.9**	**2.5**	**0.5**	**2.2**	**1.7**

특허권의 경우 총 13개소의 사업체가 보유하고 있으며 특허권을 보유하고 있는 사업체의 경우 최대 10개, 최소 0개를 보유하고 있으며, 평균적으로는 1.9개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 이를 산업별로 살펴보면, 영화산업은 총 1개의 사업체가 특허권을 보유하고 있으나 그 개수는 응답하지 않아 그 현황을 알 수 없으며 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 총 3개의 사업체가 특허권을 보유하고 있으며 최대 2개, 최소 1개, 평균적으로 2.8개의 특허권을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 애니메이션산업은 총 4개의 사업체가 특허권을 보유하고 있으며 최대 10개, 최소 1개, 평균적으로 3.3개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 캐릭터산업은 총 5개의 사업체가 특허권을 보유하고 있으며 최대 3개, 평균적으로 1.4개를 보유하고 있는 것으로 나타났고, 조사대상 사업체 중 만화산업과 음악산업은 국외 특허권을 보유한 사업체는 존재하지 않는 것으로 나타났다.

실용신안권의 경우 총 6개소의 사업체가 보유하고 있으며 실용신안권을 보유하고 있는 사업체의 경우 최대 12개, 최소 0개를 보유하고 있으며, 평균적으로는 2.5개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 이를 산업별로 살펴보면, 영화산업은 총 1개의 사업체가 실용신안권을 보유하고 있으며 캐릭터산업은 총 4개의 사업체가 실용신안권을 보유하고 있으며 최대 12개, 평균적으로 3.3개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 총 1개의 사업체가 2개의 실용신안권을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 조사대상 사업체 중 애니메이션산업, 만화산업, 음악산업은 국외 실용신안권을 보유한 사업체는 존재하지 않는 것으로 나타났다.

의장권의 경우 총 4개소의 사업체가 보유하고 있으며 의장권을 보유하고 있는 사업체의 경우 최대 2개, 최소 0개를 보유하고 있으며, 평균적으로는 0.5개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 이를 산업별로 살펴보면, 영화산업은 총 1개의 사업체가 의장권을 보유하고 있는 것으로 나타났으며, 캐릭터산업은 총 2개의 사업체가 의장권을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 경우 총 1개의 사업체가 2개의 의장권을 갖고 있는 것으로 나타났다. 반면 조사대상 사업체 중 애니메이션산업, 만화산업, 음악산업은 국외 의장권을 보유한 사업체는 존재하지 않는 것으로 나타났다.

상표권의 경우 총 18개소의 사업체가 보유하고 있으며 상표권을 보유하고

있는 사업체의 경우 최대 8개, 최소 0개를 보유하고 있으며, 평균적으로는 2.2개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 이를 산업별로 살펴보면, 영화산업은 총 2개의 사업체가 상표권을 보유하고 있으며 최대 8개, 평균적으로 4.0개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 애니메이션산업은 총 3개의 사업체가 상표권을 보유하고 있으며 최대 2개, 최소 1개, 평균적으로 1.3개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 캐릭터산업은 총 9개의 사업체가 상표권을 보유하고 있으며 최대 5개, 평균적으로 2.3개를 보유하고 있는 것으로 나타났고 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 총 4개의 사업체가 상표권을 보유하고 있으며 최대 2개, 최소 1개, 평균적으로 1.8개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 반면 조사대상 사업체 중 만화산업, 음악산업은 국외 상표권을 보유한 사업체는 존재하지 않는 것으로 나타났다.

저작권의 경우 총 22개소의 사업체가 보유하고 있으며 저작권을 보유하고 있는 사업체의 경우 최대 8개, 최소 0개를 보유하고 있으며, 평균적으로는 1.7개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 이를 산업별로 살펴보면, 만화산업은 총 5개의 사업체가 저작권을 보유하고 있으며 최대 5개, 최소 1개, 평균적으로 2.0개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 음악산업은 총 2개의 사업체가 저작권을 각각 1개씩 보유하고 있으며 영화산업은 총 6개의 사업체가 최대 3개, 평균적으로 1.5개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 애니메이션산업은 총 5개의 사업체가 저작권을 보유하고 있으며 최대 2개, 최소 1개, 평균적으로 1.2개를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 캐릭터산업은 총 3개의 사업체가 저작권을 보유하고 있으며 최대 8개, 평균적으로 2.7개를 보유하고 있는 것으로 나타났고 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 총 1개의 사업체가 2개의 저작권을 보유하고 있는 것으로 나타났다.

4.3. 국내 불법 복제로 인한 피해여부

응답한 기업 1,247개소를 대상으로 국내 문화 산업체의 불법 복제로 인한 피해여부[27]를 살펴보면, 205개소(16.4%)의 사업체가 국내 불법 복제로 인한 피해경험이 있다고 응답했고 1,042개소(83.6%)의 사업체가 없다고 응답하였다.

<표 3-31. 국내 불법 복제로 인한 피해여부>

(개소, %)

구분		있다	없다	합계
만화	사업체수	11	51	62
	비율	17.7	82.3	100.0
음악	사업체수	60	131	191
	비율	31.4	68.6	100.0
영화	사업체수	58	430	488
	비율	11.9	88.1	100.0
애니메이션	사업체수	19	131	150
	비율	12.7	87.3	100.0
캐릭터	사업체수	44	158	202
	비율	21.8	78.2	100.0
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	사업체수	13	141	154
	비율	8.4	91.6	100.0
합계	**사업체수**	**205**	**1,042**	**1,247**
	비율	**16.4**	**83.6**	**100.0**

이를 산업별로 살펴보면, 만화산업은 총 62개소의 응답업체 중 11개소(17.7%)의 업체가 피해경험이 있다고 응답했고, 51개소(82.3%)의 업체가 피해경험이 없다고 응답했다. 음악산업은 총 191개소의 응답업체 중 60개소(31.4%)의 업체가 피해경험이 있다고 응답했고, 131개소(68.6%)의 업체가 피해경험이 없다고 응답했다. 영화산업은 총 488개소의 응답업체 중 58개소

27) 각 산업 백서별로 불법복제 피해여부를 조사하며 그 결과가 본 조사결과와 그 수치에서 차이를 보이는 이유는 각 산업 백서의 경우 디렉토리 및 협회등록 업체를 주 조사대상으로 하나 본 조사는 영세업체가 조사대상에 많이 포함되었기 때문에 이러한 조사대상의 차이에서 비롯된다고 할 수 있다.

(11.9%)의 업체가 피해경험이 있다고 응답했고, 430개소(88.1%)의 업체가 피해경험이 없다고 응답했다. 애니메이션산업은 총 150개소의 응답업체 중 19개소(12.7%)의 업체가 피해경험이 있다고 응답했고, 131개소(87.3%)의 업체가 피해경험이 없다고 응답했다. 캐릭터산업은 총 202개소의 응답업체 중 44개소(21.8%)의 업체가 피해경험이 있다고 응답했고, 158개소(78.2%)의 업체가 피해경험이 없다고 응답했다. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 총 154개소의 응답업체 중 13개소(8.4%)의 업체가 피해경험이 있다고 응답했고, 141개소(91.6%)의 업체가 피해경험이 없다고 응답했다.

종사자 규모별 국내 불법 복제로 인한 피해여부를 살펴보면, 1인 이상 4인 이하 사업체의 경우 응답업체 321개의 사업체 중 53개소(16.5%)가 피해경험이 있으며, 268개소(83.5%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 5인 이상 9인 이하 사업체의 경우 308개의 사업체 중 51개소(16.6%)가 피해경험이 있으며, 257개소(83.4%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 또한 10인 이상 99인 이하 사업체의 경우 490개 사업체 중 80개소(5.3%)가 피해경험이 있으며, 410개소(94.7%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 100인 이상 사업체의 경우 52개 사업체 중 12개소(23.1%)가 피해경험이 있으며, 40개소(76.9%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 종사자 규모 미응답 사업체의 경우 응답업체 76개소의 사업체 중 9개소(11.8%)가 피해경험이 있으며, 67개소(88.2%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 종합하여 보면 종사자 규모가 크면 클수록 불법복제 피해의 비율도 높은 것을 알 수 있다.

매출액 규모별 국내 불법 복제로 인한 피해여부를 살펴보면, 1억원 이하 사업체의 경우 응답업체 321개의 사업체 중 53개소(16.5%)가 피해경험이 있으며, 268개소(83.5%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 1억원 초과 10억원 이하 사업체의 경우 308개의 사업체 중 51개소(16.6%)가 피해경험이 있으며, 257개소(83.4%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 또한 10억원 초과 100억원 이하 사업체의 경우 490개 사업체 중 80개소(5.3%)가 피해경험이 있으며, 410개소(94.7%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 100억원 초과 사업체의 경우 52개 사업체 중 12개소(23.1%)가 피해경험이 있으며, 40개소(76.9%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 매출액 규모 미응답 사업체의 경우 응답업체 76개소의 사업체 중 9개소(11.8%)가 피해경험이 있으며, 67개소(88.2%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 종합하여 보면 매출액 규모가 크면 클수록 불법복제 피해의 비율도 높은 것을 알 수 있

다.

<표 3-32. 규모별 국내 불법 복제로 인한 피해여부>

) % , 소개 (

구분		피해가 있다		피해가 없다		합계	
종사자 규모	1인 이상 4인 이하	53	16.5	268	83.5	321	100.0
	5인 이상 9인 이하	51	16.6	257	83.4	308	100.0
	10인 이상 99인 이하	80	16.3	410	83.7	490	100.0
	100인 이상	12	23.1	40	76.9	52	100.0
	미응답	9	11.8	67	88.2	76	100.0
	합계	**205**	**16.4**	**1,042**	**83.6**	**1,247**	**100.0**
매출액 규모	1억원 이하	41	13.5	263	86.5	304	100.0
	1억원 초과~10억원 이하	71	16.5	360	83.5	431	100.0
	10억원 초과 100억원 이하	48	20.0	192	80.0	240	100.0
	100억원 초과	19	24.1	60	75.9	79	100.0
	미응답	26	13.5	167	86.5	193	100.0
	합계	**205**	**16.4**	**1042**	**83.6**	**1,247**	**100.0**

4.4. 국외 불법 복제로 인한 피해여부

응답한 기업 1,179개소를 대상으로 문화 산업체의 국외 불법 복제로 인한 피해여부를 살펴보면, 62개소(5.3%)의 사업체가 국외 불법 복제로 인한 피해 경험이 있다고 응답했고 1,117개소(94.7%)의 사업체가 없다고 응답하였다.

<표 3-33. 국외 불법 복제로 인한 피해여부>

(개소, %)

구분		있다	없다	합계
만화	사업체수	1	58	59
	비율	1.7	98.3	100.0
음악	사업체수	10	162	172
	비율	5.8	94.2	100.0
영화	사업체수	22	444	466
	비율	4.7	95.3	100.0
애니메이션	사업체수	6	137	143
	비율	4.2	95.8	100.0
캐릭터	사업체수	20	173	193
	비율	10.4	89.6	100.0
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	사업체수	3	143	146
	비율	2.1	97.9	100.0
합계	**사업체수**	**62**	**1,117**	**1,179**
	비율	**5.3**	**94.7**	**100.0**

이를 산업별로 살펴보면, 만화산업은 총 59개소의 응답업체 중 1개소(1.7%)의 업체가 피해경험이 있다고 응답했고, 58개소(98.3%)의 업체가 피해경험이 없다고 응답했다. 음악산업은 총 172개소의 응답업체 중 10개소(5.8%)의 업체가 피해경험이 있다고 응답했고, 162개소(94.2%)의 업체가 피해경험이 없다고 응답했다. 영화산업은 총 466개소의 응답업체 중 22개소(4.7%)의 업체가 피해경험이 있다고 응답했고, 444개소(953%)의 업체가 피해경험이 없다고 응답했다. 애니메이션산업은 총 143개소의 응답업체 중 6개소(4.2%)의 업체가 피해경험이 있다고 응답했고, 137개소(95.8%)의 업체가 피해경험이 없다고 응답했다. 캐릭터산업은 총 193개소의 응답업체 중 20개소

(10.4%)의 업체가 피해경험이 있다고 응답했고, 173개소(89.6%)의 업체가 피해경험이 없다고 응답했다. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 총 146개소의 응답업체 중 3개소(2.1%)의 업체가 피해경험이 있다고 응답했고, 143개소(97.9%)의 업체가 피해경험이 없다고 응답했다.

종사자 규모별 국외 불법 복제로 인한 피해여부를 살펴보면, 1인 이상 4인 이하 사업체의 경우 응답업체 294개의 사업체 중 9개소(3.1%)가 피해경험이 있으며, 285개소(96.9%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 5인 이상 9인 이하 사업체의 경우 298개의 사업체 중 18개소(6.0%)가 피해경험이 있으며, 280개소(94.0%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 또한 10인 이상 99인 이하 사업체의 경우 467개 사업체 중 31개소(6.6%)가 피해경험이 있으며, 436개소(93.6%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 100인 이상 사업체의 경우 47개 사업체 중 3개소(6.4%)가 피해경험이 있으며, 44개소(93.6%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 종사자 규모 미응답 사업체의 경우 응답업체 73개소의 사업체 중 1개소(1.4%)가 피해경험이 있으며, 72개소(98.6%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 종합하여 보면 종사자 규모가 크면 클수록 대체적으로 불법복제 피해의 비율도 높은 것을 알 수 있다.

매출액 규모별 국외 불법 복제로 인한 피해여부를 살펴보면, 1억원 이하 사업체의 경우 응답업체 288개의 사업체 중 6개소(2.1%)가 피해경험이 있으며, 282개소(97.9%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 1억원 초과 10억원 이하 사업체의 경우 411개의 사업체 중 27개소(6.6%)가 피해경험이 있으며, 384개소(93.4%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 또한 10억원 초과 100억원 이하 사업체의 경우 228개 사업체 중 19개소(8.3%)가 피해경험이 있으며, 209개소(91.7%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 100억원 초과 사업체의 경우 73개 사업체 중 6개소(8.2%)가 피해경험이 있으며, 67개소(91.8%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 매출액 규모 미응답 사업체의 경우 응답업체 179개소의 사업체 중 4개소(2.2%)가 피해경험이 있으며, 175개소(97.8%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 종합하여 보면 매출액 규모가 크면 클수록 불법복제 피해의 비율도 높은 것을 알 수 있다.

<표 3-34. 규모별 국외 불법 복제로 인한 피해여부>

) %, 소개 (

구분		피해가 있다		피해가 없다		합계	
종사자 규모	1인 이상 4인 이하	9	3.1	285	96.9	294	100.0
	5인 이상 9인 이하	18	6.0	280	94.0	298	100.0
	10인 이상 99인 이하	31	6.6	436	93.4	467	100.0
	100인 이상	3	6.4	44	93.6	47	100.0
	미응답	1	1.4	72	98.6	73	100.0
	합계	62	5.3	1,117	94.7	1,179	100.0
매출액 규모	1억원 이하	6	2.1	282	97.9	288	100.0
	1억원 초과~10억원 이하	27	6.6	384	93.4	411	100.0
	10억원 초과 100억원 이하	19	8.3	209	91.7	228	100.0
	100억원 초과	6	8.2	67	91.8	73	100.0
	미응답	4	2.2	175	97.8	179	100.0
	합계	62	5.3	1,117	94.7	1,179	100.0

4.5. 외국 업체와의 저작권 분쟁사례

외국 업체와의 저작권 분쟁사례를 조사한 결과 응답한 1,151개소 중 14개소(1.2%)가 분쟁사례가 있다고 응답했고, 1,137개소(98.8%)가 없다고 응답하였다.

<표 3-35. 외국 업체와의 저작권 분쟁사례>

(개소, %)

구분		있다	없다	합계
만화	사업체수	1	57	58
	비율	1.7	98.3	100.0
음악	사업체수	3	170	173
	비율	1.7	98.3	100.0
영화	사업체수	5	437	442
	비율	1.1	98.9	100.0
애니메이션	사업체수	2	143	145
	비율	1.4	98.6	100.0
캐릭터	사업체수	3	189	192
	비율	1.6	98.4	100.0
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	사업체수	0	141	141
	비율	0.0	100.0	100.0
합계	**사업체수**	**14**	**1,137**	**1,151**
	비율	**1.2**	**98.8**	**100.0**

이를 산업별로 살펴보면, 만화산업은 총 58개 응답업체 중 1개소(1.7%)가 분쟁사례가 있다고 응답하였으며 57개소(98.3%)가 없다고 응답하였다. 음악산업은 총 173개 응답업체 중 3개소(1.7%) 가 분쟁사례가 있다고 응답하였으며, 170개소(98.3%)가 없다고 응답하였다. 영화산업은 총 442개 응답업체 중 5개소(1.1%)가 분쟁사례가 있다고 응답하였으며 427개소(98.9%)가 없다고 응답하였다. 애니메이션산업은 총 145개의 응답업체 중 2개소(1.4%)가 분쟁사례가 있다고 응답하였으며 143개소(98.6%)가 없다고 응답하였다. 캐릭터산업은 총 192개의 응답업체 중 3개소(1.6%)가 분쟁사례가 있다고 응답하였으며 189개소(98.4%)가 없다고 응답하였다. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업

은 응답업체 총 141개소가 모두 분쟁사례가 없다고 응답하였다.

분쟁사례가 있다고 응답한 14개소 중 10개 업체를 대상으로 분쟁사례수를 조사한 결과 2003년 한 해 동안 분쟁은 모두 17건이었고 평균사례는 1.7건으로 조사되었다. 또한 한 사업체가 최대 6건, 최소 1건의 분쟁을 겪은 것으로 나타났다.

<표 3-36. 사업체당 저작권 분쟁사례수>

(개소, 건수)

사업체수	사례수	최소값	최대값	평균 사례수
10	17	1	6	1.70

종사자 규모별 외국업체와의 분쟁사례 유무를 살펴보면, 1인 이상 4인 이하 사업체의 경우 응답업체 286개소 중 4개소(1.4%)가 저작권 분쟁사례가 있으며, 182개소(98.6%)가 없는 것으로 나타났다. 5인 이상 9인 이하의 사업체의 경우 응답업체 287개소 모두 분쟁사례가 없는 것으로 나타났다. 또한 10인 이상 99인 이하 사업체의 경우 454개 사업체 중 8개소(1.8%)가 분쟁사례가 있으며 446개(98.2%)가 분쟁사례가 없는 것으로 나타났다. 종사자 규모 미응답 사업체의 경우 응답업체 74개소의 사업체 중 1개소가 분쟁사례가 있으며 73개소가 분쟁사례가 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 종합하여 보면 종사자 규모가 크면 클수록 대체적으로 분쟁사례 경험의 비율도 높은 것을 알 수 있다.

<표 3-37. 규모별 외국업체와의 저작권 분쟁사례 유무>

구분		사례가 있다		사례가 없다		합계	
종사자 규모	1인 이상 4인 이하	4	1.4	182	98.6	286	100.0
	5인 이상 9인 이하	0	0.0	287	100.0	287	100.0
	10인 이상 99인 이하	8	1.8	446	98.2	454	100.0
	100인 이상	1	2.0	49	98.0	50	100.0
	미응답	1	1.4	73	98.6	74	100.0
	합계	**14**	**1.2**	**1,137**	**98.8**	**1,151**	**100.0**
매출액 규모	1억원 이하	2	0.7	271	99.3	273	100.0
	1억원 초과 10억원 이하	3	0.7	398	99.3	401	100.0
	10억원 초과 100억원 이하	5	2.2	221	97.8	226	100.0
	100억원 초과	3	4.1	70	95.9	73	100.0
	미응답	1	0.6	177	99.4	178	100.0
	합계	**14**	**1.2**	**1,137**	**98.8**	**1,151**	**100.0**

매출액 규모별 외국업체와의 분쟁사례유무를 살펴보면, 1억원 이하 사업체의 경우 응답업체 273개의 사업체 중 2개소(0.7%)가 분쟁사례가 있으며, 271개소(99.3%)가 분쟁사례가 없는 것으로 나타났다. 1억원 초과 10억원 이하 사업체의 경우 401개의 사업체 중 3개소(0.7%)가 분쟁사례가 있으며, 398개소(99.3%)가 분쟁사례가 없는 것으로 나타났다. 또한 10억원 초과 100억원 이하 사업체의 경우 226개 사업체 중 5개소(2.2%)가 분쟁사례가 있으며, 221개소(97.8%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 100억원 초과 사업체의 경우 73개 사업체 중 3개소(4.1%)가 피해경험이 있으며, 70개소(95.9%)가 분쟁사례가 없는 것으로 나타났다. 매출액 규모 미응답 사업체의 경우 응답업체 178개소의 사업체 중 1개소(0.6%)가 피해경험이 있으며, 177개소(99.4%)가 피해경험이 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 종합하여 보면 매출액 규모가 크면 클수록 대체적으로 저작권 분쟁사례의 비율도 높은 것을 알 수 있다.

5. 정부지원 정책현황

정부지원 정책현황은 조사대상 6개 산업의 산학연 협력 경험여부, 정책자금 수혜경험 및 만족도, 정부지원 희망분야 등을 살펴보고 이를 통해 정부지원 정책을 설정하는데 있어서 기초정보를 제공하고자 조사가 실시되었으며 그 세부결과는 다음과 같다.

5.1. 산학연 협력 경험 여부

사업체의 산학연 협력 경험 여부를 조사한 결과 총 응답업체 1,311개소 중 대학 및 연구소와의 협력 경험이 있다고 응답한 업체가 103개소(7.9%), 국내 기업과의 협력 경험이 있다고 응답한 업체가 60개소(4.6%), 해외기업과의 협력 경험이 있다고 응답한 업체가 9개소(0.7%)였으며, 협력 경험이 없다고 응답한 업체는 1,139개소(86.9%)로 나타났다.

이를 산업별로 살펴보면, 만화산업은 총 71개소가 답변을 하였으며, 대학 및 연구소와의 협력 경험이 있다고 응답한 사업체가 5개소(7.0%), 국내 기업과의 협력 경험이 있다고 응답한 업체는 4개소(5.6%), 해외 기업과의 협력 경험이 있다고 응답한 업체는 1개소(1.4%), 협력 경험이 없다고 응답한 업체는 61개소(85.9%)로 나타났다.

음악산업은 총 191개소가 답변을 하였으며, 대학 및 연구소와의 협력 경험이 있다고 응답한 사업체가 10개소(5.2%), 국내 기업과의 협력 경험이 있다고 응답한 업체는 6개소(3.1%), 해외 기업과의 협력 경험이 있다고 응답한 업체는 1개소(0.5%), 협력 경험이 없다고 응답한 업체는 174개소(91.1%)로 나타났다.

영화산업은 총 507개소가 답변을 하였으며, 대학 및 연구소와의 협력 경험이 있다고 응답한 사업체가 30개소(5.9%), 국내 기업과의 협력 경험이 있다고 응답한 업체는 15개소(3.0%), 해외 기업과의 협력 경험이 있다고 응답한 업체는 2개소(0.4%), 협력 경험이 없다고 응답한 업체는 460개소(90.7%)로 나타났다.

애니메이션산업은 총 157개소가 답변을 하였으며, 대학 및 연구소와의 협력 경험이 있다고 응답한 사업체가 22개소(14.0%)로 가장 많았다. 또한 국내 기업과의 협력 경험이 있다고 응답한 업체는 14개소(8.9%), 해외 기업과의 협력 경험이 있다고 응답한 업체는 1개소(0.6%), 협력 경험이 없다고 응답한 업체는 120개소(76.4%)로 나타났다.

캐릭터산업은 총 215개소가 답변을 하였으며, 대학 및 연구소와의 협력 경험이 있다고 응답한 사업체가 14개소(6.5%)로 가장 많았다. 또한 국내 기업과의 협력 경험이 있다고 응답한 업체는 10개소(4.7%), 해외 기업과의 협력 경험이 있다고 응답한 업체는 4개소(1.9%), 협력 경험이 없다고 응답한 업체는 187개소(87.0%)로 나타났다.

인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 총 170개소가 답변을 하였으며, 대학 및 연구소와의 협력 경험이 있다고 응답한 사업체가 22개소(12.9%), 국내 기업과의 협력 경험이 있다고 응답한 업체는 11개소(6.5%),협력 경험이 없다고 응답한 업체는 137개소(80.6%)로 나타났다.

<표 3-38. 사업체당 산학연 협력여부>

산업구분	협력대상 구분	사업체 수(개소)	비율(%)
만화	국내기업	4	5.6
	해외기업	1	1.4
	대학 및 연구소	5	7.0
	없다	61	85.9
	합계	71	100.0
음악	국내기업	6	3.1
	해외기업	1	0.5
	대학 및 연구소	10	5.2
	없다	174	91.1
	합계	191	100.0
영화	국내기업	15	3.0
	해외기업	2	0.4
	대학 및 연구소	30	5.9
	없다	460	90.7
	합계	507	100.0
애니메이션	국내기업	14	8.9
	해외기업	1	0.6
	대학 및 연구소	22	14.0
	없다	120	76.4
	합계	157	100.0
캐릭터	국내기업	10	4.7
	해외기업	4	1.9
	대학 및 연구소	14	6.5
	없다	187	87.0
	합계	215	100.0
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업	국내기업	11	6.5
	해외기업	0	0.0
	대학 및 연구소	22	12.9
	없다	137	80.6
	합계	170	100.0
전체	**국내기업**	**60**	**4.6**
	해외기업	**9**	**0.7**
	대학 및 연구소	**103**	**7.9**
	없다	**1,139**	**86.9**
	합계	**1,311**	**100.0**

5.2. 정책자금 수혜경험 및 만족도

문화관광부, 정보통신부, 중소기업청의 정책자금 수혜여부 및 만족도[28]를 조사한 결과, 조사대상 중 문화관광부에 의한 자금지원을 받은 업체가 191개소로 가장 많은 것으로 나타났으며, 중소기업청이 150개소, 정보통신부가 131개소의 차례로 나타났다. 그 외 기타 부처에서 131개소가 자금지원을 받은 것으로 나타났다.

수혜를 받은 사업체를 대상으로 만족도를 **5점 척도**로 나타낸 결과, 중소기업청과 정보통신부가 3.19, 문화관광부가 3.09로 나타났고, 기타 부처가 3.25로 나타났다.

이를 산업별로 살펴보면, 만화산업의 경우 조사대상 중 문화관광부에 의한 자금지원을 받은 업체가 8개소이며 만족도가 3.13, 정보통신부에 의한 자금지원을 받은 업체가 4개소이며 만족도가 3.50으로 나타났다. 또한, 중소기업청에 의한 자금지원을 받은 업체가 4개소이며 만족도가 2.75, 그 외 기타 부처에 의한 자금지원을 받은 업체는 7개소이며 만족도가 2.86으로 나타났다.

음악산업의 경우 조사대상 중 문화관광부에 의한 자금지원을 받은 업체가 29개소이며 만족도가 2.90, 정보통신부에 의한 자금지원을 받은 업체가 17개소이며 만족도가 3.41로 나타났다. 또한, 중소기업청에 의한 자금지원을 받은 업체가 21개소이며 만족도가 3.38, 그 외 기타 부처에 의한 자금지원을 받은 업체는 17개소이며 만족도가 3.53으로 나타났다.

영화산업의 경우 조사대상 중 문화관광부에 의한 자금지원을 받은 업체가 60개소이며 만족도가 3.50, 정보통신부에 의한 자금지원을 받은 업체가 42개소이며 만족도가 3.52로 나타났다. 또한, 중소기업청에 의한 자금지원을 받은 업체가 54개소이며 만족도가 3.39, 그 외 기타 부처에 의한 자금지원을 받은 업체는 47개소이며 만족도가 3.21로 나타났다.

28) 정책자금은 정부 및 유관기관에서 받은 모든 자금을 대상으로 하였다.

<표 3-39. 정책자금 수혜현황 및 만족도>

산업	자금지원 부처	수혜 업체수[29]	만족도[30]
만화	문화관광부	8	3.13
	정보통신부	4	3.50
	중소기업청	4	2.75
	기타 부처	7	2.86
음악	문화관광부	29	2.90
	정보통신부	17	3.41
	중소기업청	21	3.38
	기타 부처	17	3.53
영화	문화관광부	60	3.50
	정보통신부	42	3.52
	중소기업청	54	3.39
	기타 부처	47	3.21
애니메이션	문화관광부	45	2.71
	정보통신부	25	2.64
	중소기업청	28	2.89
	기타 부처	23	3.13
캐릭터	문화관광부	30	2.93
	정보통신부	18	3.44
	중소기업청	25	3.40
	기타 부처	24	3.25
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업	문화관광부	19	3.26
	정보통신부	25	2.80
	중소기업청	18	2.67
	기타 부처	14	3.43
전체	문화관광부	191	3.09
	정보통신부	131	3.19
	중소기업청	150	3.19
	기타 부처	132	3.25

29) 수혜업체 수는 한 업체가 두 개 이상의 기관에서 수혜를 받는 경우에도 개별적으로 표현이 되기 때문에 그 합계를 내지 않는다.
30) 만족도는 그 차이가 크지 않기 때문에 소수점 두 째 자리까지 표현하였다.

애니메이션산업의 경우 조사대상 중 문화관광부에 의한 자금지원을 받은 업체가 45개소이며 만족도가 2.71, 정보통신부에 의한 자금지원을 받은 업체가 25개소이며 만족도가 2.64로 나타났다. 또한, 중소기업청에 의한 자금지원을 받은 업체가 28개소이며 만족도가 2.89, 그 외 기타 부처에 의한 자금지원을 받은 업체는 23개소이며 만족도가 3.13으로 나타났다.

캐릭터산업의 경우 조사대상 중 문화관광부에 의한 자금지원을 받은 업체가 30개소이며 만족도가 2.93, 정보통신부에 의한 자금지원을 받은 업체가 18개소이며 만족도가 3.44로 나타났다. 또한, 중소기업청에 의한 자금지원을 받은 업체가 25개소이며 만족도가 3.40, 그 외 기타 부처에 의한 자금지원을 받은 업체는 24개소이며 만족도가 3.25로 나타났다.

인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 경우 조사대상 중 문화관광부에 의한 자금지원을 받은 업체가 19개소이며 만족도가 3.26, 정보통신부에 의한 자금지원을 받은 업체가 25개소이며 만족도가 2.80으로 나타났다. 또한, 중소기업청에 의한 자금지원을 받은 업체가 18개소이며 만족도가 2.67, 그 외 기타 부처에 의한 자금지원을 받은 업체는 14개소이며 만족도가 3.43으로 나타났다.

5.3. 정부 지원 희망 분야

문화산업관련 정책의 1차 수요자인 사업체의 정부 지원 희망 분야에 대한 분포와 산업별 선호도를 파악하기 위하여, 우선적으로 선행되기를 희망하는 지원 희망 분야에 대해 모두 체크하도록 하였고 아래 <표 3-40. 정부 지원 희망 분야>는 이러한 조사에 대해 사업체가 응답한 결과이다.

조사결과 총 1,472개소가 응답하였으며 3,295개의 응답 중 제작 자금에 대한 지원 희망이 839개(25.5%)로 가장 많게 나타났다. 또한 문화산업 투자 및 융자가 677개(20.5%), 해외 홍보 및 마케팅이 370개(11.2%), 유통구조 및 법제도 개선이 288개(8.7%), 인력 양성이 242개(7.3%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보 지원이 216개(6.6%), 공동제작시설 및 기자재 지원이 213개(6.5%), 기타가 185개(5.6%), 기술 개발이 141개(4.3%), 경영 컨설팅이 124개(3.8%)의 순서로 나타났다.

이를 산업별로 살펴보면, 만화산업의 경우 총 81개 업체에서 157개의 응답이 있었으며 이 중 제작 자금에 대한 지원 희망이 42개(26.8%)로 가장 많게 나타났다. 또한 문화산업 투자 및 융자가 34개(21.7%), 해외 홍보 및 마케팅이 20개(12.7%), 유통구조 및 법제도 개선이 17개(10.8%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보 지원이 10개(6.4%), 경영 컨설팅이 9개(5.7%), 인력 양성, 기타가 각각 7개(4.5%), 기술 개발이 6개(3.8%), 공동제작시설 및 기자재 지원이 5개(3.2%)의 순서로 나타났다.

음악산업의 경우 총 224개 업체에서 518개의 응답이 있었으며 이 중 제작 자금에 대한 지원 희망이 122개(23.6%)로 가장 많게 나타났다. 또한 문화산업 투자 및 융자가 118개(22.8%), 유통구조 및 법제도 개선이 61개(11.8%), 해외 홍보 및 마케팅이 49개(9.5%), 공동제작시설 및 기자재 지원이 37개(7.1%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보 지원이 36개(6.9%), 인력 양성이 33개(6.4%), 기타가 24개(4.6%), 기술 개발이 22개(4.2%), 경영 컨설팅이 16개(3.1%)의 순서로 나타났다.

영화산업의 경우 총 554개 업체에서 1,221개의 응답이 있었으며 이 중 제작 자금에 대한 지원 희망이 321개(26.3%)로 가장 많게 나타났다. 또한 문화

산업 투자 및 융자가 259개(21.2%), 해외 홍보 및 마케팅이 113개(9.3%), 공동제작시설 및 기자재 지원이 102개(8.4%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보 지원이 95개(7.8%),유통구조 및 법제도 개선이 84개(6.9%), 인력 양성이 77개(6.3%), 기타가 각각 76개(6.2%), 기술 개발이 52개(4.3%), 경영 컨설팅이 42개(3.4%)의 순서로 나타났다.

애니메이션산업의 경우 총 183개 업체에서 455개의 응답이 있었으며 이 중 제작자금에 대한 지원 희망이 119개(26.2%)로 가장 많게 나타났다. 또한 문화산업 투자 및 융자가 92개(20.2%), 해외 홍보 및 마케팅이 69개(15.2%), 인력 양성이 43개(9.5%), 공동제작시설 및 기자재 지원이 32개(7.0%), 유통구조 및 법제도 개선, 문화산업 DB 및 협력업체 정보 지원이 각각 25개(5.5%), 기타가 18개(4.0%), 기술 개발, 경영 컨설팅이 각각 16개(3.5%)의 순서로 나타났다.

캐릭터산업의 경우 총 238개 업체에서 505개의 응답이 있었으며 이 중 제작 자금에 대한 지원 희망이 839개(25.5%)로 가장 많게 나타났다. 또한 문화산업 투자 및 융자가 677개(20.5%), 해외 홍보 및 마케팅이 370개(11.2%), 유통구조 및 법제도 개선이 288개(8.7%), 인력 양성이 242개(7.3%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보 지원이 216개(6.6%), 공동제작시설 및 기자재 지원이 213개(6.5%), 기타가 185개(5.6%), 기술 개발이 141개(4.3%), 경영 컨설팅이 124개(3.8%)의 순서로 나타났다.

인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 경우 총 192개 업체에서 439개의 응답이 있었으며 이 중 제작 자금에 대한 지원 희망이 110개(25.1%)로 가장 많게 나타났다. 또한 문화산업 투자 및 융자가 78개(17.8%), 해외 홍보 및 마케팅이 42개(9.6%), 인력 양성이 41개(9.3%), 유통구조 및 법제도 개선이 38개(8.7%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보 지원이 29개(6.6%), 기타가 각각 27개(6.2%), 기술 개발이 28개(6.4%), 공동제작시설 및 기자재 지원이 26개(5.9%), 경영 컨설팅이 20개(4.6%),의 순서로 나타났다.

<표 3-40. 정부 지원 희망 분야>

(중복응답)

산업구분	정부지원 희망분야	응답 수(개)	비율(%)
만화출판	해외 홍보 및 마케팅	20	12.7
	제작 자금	42	26.8
	인력 양성	7	4.5
	문화산업 투자 및 융자	34	21.7
	경영 컨설팅	9	5.7
	유통구조 및 법제도 개선	17	10.8
	공동제작시설 및 기자재	5	3.2
	기술 개발	6	3.8
	문화산업 DB 및 협력업체 정보	10	6.4
	기타	7	4.5
	합계	157	100.0
음악	해외 홍보 및 마케팅	49	9.5
	제작 자금	122	23.6
	인력 양성	33	6.4
	문화산업 투자 및 융자	118	22.8
	경영 컨설팅	16	3.1
	유통구조 및 법제도 개선	61	11.8
	공동제작시설 및 기자재	37	7.1
	기술 개발	22	4.2
	문화산업 DB 및 협력업체 정보	36	6.9
	기타	24	4.6
	합계	518	100.0
영화	해외 홍보 및 마케팅	113	9.3
	제작 자금	321	26.3
	인력 양성	77	6.3
	문화산업 투자 및 융자	259	21.2
	경영 컨설팅	42	3.4
	유통구조 및 법제도 개선	84	6.9
	공동제작시설 및 기자재	102	8.4
	기술 개발	52	4.3
	문화산업 DB 및 협력업체 정보	95	7.8
	기타	76	6.2
	합계	1,221	100.0

애니메이션	해외 홍보 및 마케팅	69	15.2
	제작 자금	119	26.2
	인력 양성	43	9.5
	문화산업 투자 및 융자	92	20.2
	경영 컨설팅	16	3.5
	유통구조 및 법제도 개선	25	5.5
	공동제작시설 및 기자재	32	7.0
	기술 개발	16	3.5
	문화산업 DB 및 협력업체 정보	25	5.5
	기타	18	4.0
	합계	455	100.0
캐릭터	해외 홍보 및 마케팅	77	15.2
	제작 자금	125	24.8
	인력 양성	41	8.1
	문화산업 투자 및 융자	96	19.0
	경영 컨설팅	21	4.2
	유통구조 및 법제도 개선	63	12.5
	공동제작시설 및 기자재	11	2.2
	기술 개발	17	3.4
	문화산업 DB 및 협력업체 정보	21	4.2
	기타	33	6.5
	합계	505	100.0
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	해외 홍보 및 마케팅	42	9.6
	제작 자금	110	25.1
	인력 양성	41	9.3
	문화산업 투자 및 융자	78	17.8
	경영 컨설팅	20	4.6
	유통구조 및 법제도 개선	38	8.7
	공동제작시설 및 기자재	26	5.9
	기술 개발	28	6.4
	문화산업 DB 및 협력업체 정보	29	6.6
	기타	27	6.2
	합계	439	100.0
전체	**해외 홍보 및 마케팅**	**370**	**11.2**
	제작 자금	**839**	**25.5**
	인력 양성	**242**	**7.3**
	문화산업 투자 및 융자	**677**	**20.5**
	경영 컨설팅	**124**	**3.8**
	유통구조 및 법제도 개선	**288**	**8.7**
	공동제작시설 및 기자재	**213**	**6.5**
	기술 개발	**141**	**4.3**
	문화산업 DB 및 협력업체 정보	**216**	**6.6**
	기타	**185**	**5.6**
	합계	**3,295**	**100.0**

정부 지원 희망 분야를 매출액 규모별로 살펴보면, 1억원 이하의 사업체의 경우 총 819개소의 응답 중 제작 자금에 대한 지원 희망이 232개(28.3%)로 가장 많았으며, 문화산업 투자 및 융자가 164개(20.0%), 유통구조 및 법제도 개선이 80개(9.8%), 해외 홍보 및 마케팅이 70개(8.5%), 인력 양성이 62개(7.6%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보 제공이 61개(7.4%), 공동제작 시설 및 기자재 공급이 50개(6.1%), 경영 컨설팅, 기타가 각각 36개(4.4%), 기술개발이 28개(3.4%)의 순서로 나타났다. 1억원 초과 10억원 이하 사업체의 경우에는 총 1,202개의 응답이 있었으며 제작 자금에 대한 지원희망이 302개(25.1%)로 가장 많았고 문화산업 투자 및 융자가 258개(21.5%), 해외 홍보 및 마케팅이 136개(11.3%), 공동제작시설 및 기자재, 인력양성이 각각 91개(7.6%), 유통구조 및 법제도 개선이 86개(7.2%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보제공이 67개(5.6%), 기타가 65개(5.4%), 기술개발이 63개(5.2%), 경영 컨설팅이 43개(3.6%)의 순서로 나타났다. 또한 10억원 초과 100억원 이하의 사업체의 경우 총 658개의 응답이 있었으며 제작 자금에 대한 지원희망이 162개(24.6%)로 가장 많았고 문화산업 투자 및 융자가 132개(20.1%), 해외홍보 및 마케팅이 88개(13.4%), 유통구조 및 법제도 개선이 61개(9.3%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보제공이 46개(7.0%), 인력양성이 43개(6.5%), 기타가 35개(5.3%), 경영 컨설팅이 27개(4.1%), 기술개발이 26개(4.0%)의 순서로 나타났다. 100억원 초과 사업체의 경우에는 총 169개의 응답이 있었으며 문화산업 투자 및 융자가 34개(20.1%)로 가장 많았고 해외 홍보 및 마케팅이 31개(18.3%), 제작 자금이 28개(16.6%), 유통구조 및 법제도 개선이 27개(16.0%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보제공, 기타가 각각 13개(7.7%), 인력 양성이 8개(4.7%), 공동제작시설 및 기자재 공급이 7개(4.1%), 경영 컨설팅이 5개(3.0%), 기술 개발이 3개(1.8%)의 순서로 나타났다. 매출액 무응답 사업체의 경우, 총 447개의 응답이 있었으며 제작 자금에 대한 지원희망이 115개(25.7%)로 가장 많았고 문화산업 투자 및 융자가 89개(19.9%), 해외 홍보 및 마케팅이 45개(10.1%), 인력양성이 각각 38개(8.5%), 기타가 36개(8.1%), 유통구조 및 법제도 개선이 34개(7.6%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보제공이 29개(6.5%), 공동제작시설 및 기자재가 27개(6.0%), 기술개발이 21개(4.7%), 경영 컨설팅이 13개(2.9%)의 순서로 나타났다.

<표 3-41. 매출액 규모별 정부 지원 희망 분야>

(중복응답)

구분		1억원 이하	1억원 초과 10억원 이하	10억원 초과 100억원 이하	100억원 초과	무응답
해외 홍보 및 마케팅	응답 수(개)	70	136	88	31	45
	비율(%)	8.5	11.3	13.4	18.3	10.1
제작 자금	응답 수(개)	232	302	162	28	115
	비율(%)	28.3	25.1	24.6	16.6	25.7
인력 양성	응답 수(개)	62	91	43	8	38
	비율(%)	7.6	7.6	6.5	4.7	8.5
문화산업 투자 및 융자	응답 수(개)	164	258	132	34	89
	비율(%)	20.0	21.5	20.1	20.1	19.9
경영 컨설팅	응답 수(개)	36	43	27	5	13
	비율(%)	4.4	3.6	4.1	3.0	2.9
유통구조 및 법제도 개선	응답 수(개)	80	86	61	27	34
	비율(%)	9.8	7.2	9.3	16.0	7.6
공동제작시설 및 기자재	응답 수(개)	50	91	38	7	27
	비율(%)	6.1	7.6	5.8	4.1	6.0
기술 개발	응답 수(개)	28	63	26	3	21
	비율(%)	3.4	5.2	4.0	1.8	4.7
문화산업 DB 및 협력업체 정보	응답 수(개)	61	67	46	13	29
	비율(%)	7.4	5.6	7.0	7.7	6.5
기타	응답 수(개)	36	65	35	13	36
	비율(%)	4.4	5.4	5.3	7.7	8.1
합계	응답 수(개)	819	1,202	658	169	447
	비율(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

정부 지원 희망 분야를 종사자 규모별로 살펴보면, 1인 이상 4인 이하 사업체의 경우, 총 795개의 응답 중 제작 자금 지원이 230개(28.9%)로 가장 많았으며, 문화산업 투자 및 융자가 165개(20.8%), 유통구조 및 법제도 개선이 79개(9.9%), 해외 홍보 및 마케팅이 66개(8.3%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보제공, 기타가 각각 51개(6.4%), 공동제작시설 및 기자재 지원이 48개(6.0%), 인력 양성이 46개(5.8%), 기술개발이 31개(3.9%), 경영 컨설팅이 28개(3.5%)의 순서로 나타났다. 5인 이상 9인 이하 사업체의 경우에는 총 870개의 응답이 있었으며, 제작자금 지원이 224개(25.7%)로 가장 많았고, 문화산업 투자 및 융자가 168개(19.3%), 해외 홍보 및 마케팅이 103개(11.8%), 인력양성이 67개(7.7%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보제공이 66개(7.6%), 유통구조 및 법제도 개선이 64개(7.4%), 공동제작시설 및 기자재지원이 62개(7.1%), 기술개발, 기타가 각각 42개(4.8%), 경영 컨설팅이 32개(3.7%)의 순서로 나타났다. 또한 10인 이상 99인 이하 사업체의 경우에는 총 1,389개의 응답이 있었으며, 제작자금 지원이 332개(23.9%)로 가장 많았고, 문화산업 투자 및 융자가 298개(21.5%), 해외 홍보 및 마케팅이 169개(12.2%), 유통구조 및 법제도 개선이 116개(8.4%), 인력양성이 111개(8.0%), 공동제작시설 및 기자재 지원, 문화산업 DB 및 협력업체 정보제공이 각각 86개(6.2%), 기타가 72개(5.2%), 기술 개발이 62개(4.5%), 경영 컨설팅이 57개(4.1%)의 순서로 나타났다. 100인 이상 사업체의 경우에는 총 103개의 응답이 있었으며, 해외 홍보 및 마케팅이 22개(21.4%)로 가장 많았고, 유통구조 및 법제도 개선 18개(17.5%), 문화산업 투자 및 융자가 17개(16.5%), 제작 자금지원이 15개(14.6%), 기타가 9개(8.7%), 인력 양성, 공동제작시설 및 기자재 지원이 각각 6개(5.8%), 경영 컨설팅이 4개(3.9%), 기술개발, 문화산업 DB 및 협력업체 정보제공이 각각 3개(2.9%)의 순서로 나타났다. 종사자 규모 무응답 사업체의 경우에는 총 138개의 응답이 있었으며 제작자금 지원이 38개(27.5%)로 가장 많았고, 문화산업 투자 및 융자가 29개(21.0%), 인력양성이 12개(8.7%), 유통구조 및 법제도 개선, 공동제작시설 및 기자재지원, 기타가 각각 11개(8.0%), 문화산업 DB 및 협력업체 정보제공, 해외 홍보 및 마케팅이 10개(7.2%), 경영 컨설팅, 기술개발이 각각 3개(2.2%)의 순서로 나타났다.

<표 3-42. 종사자 규모별 정부 지원 희망 분야>

(중복응답)

구분		1인 이상 4인 이하	5인 이상 9인 이하	10인 이상 99인 이하	100인 이상	무응답
해외 홍보 및 마케팅	응답 수(개)	66	103	169	22	10
	비율(%)	8.3	11.8	12.2	21.4	7.2
제작 자금	응답 수(개)	230	224	332	15	38
	비율(%)	28.9	25.7	23.9	14.6	27.5
인력 양성	응답 수(개)	46	67	111	6	12
	비율(%)	5.8	7.7	8.0	5.8	8.7
문화산업 투자 및 융자	응답 수(개)	165	168	298	17	29
	비율(%)	20.8	19.3	21.5	16.5	21.0
경영 컨설팅	응답 수(개)	28	32	57	4	3
	비율(%)	3.5	3.7	4.1	3.9	2.2
유통구조 및 법제도 개선	응답 수(개)	79	64	116	18	11
	비율(%)	9.9	7.4	8.4	17.5	8.0
공동제작시설 및 기자재	응답 수(개)	48	62	86	6	11
	비율(%)	6.0	7.1	6.2	5.8	8.0
기술 개발	응답 수(개)	31	42	62	3	3
	비율(%)	3.9	4.8	4.5	2.9	2.2
문화산업 DB 및 협력업체 정보	응답 수(개)	51	66	86	3	10
	비율(%)	6.4	7.6	6.2	2.9	7.2
기타	응답 수(개)	51	42	72	9	11
	비율(%)	6.4	4.8	5.2	8.7	8.0
합계	응답 수(개)	795	870	1,389	103	138
	비율(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

제 4 장

문화산업통계조사 전체결과

※ 본 문화산업통계조사 전체결과는 실태조사를 통해 실시된 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 모바일/ 인터넷 외 기타 등 6개 산업의 조사결과와 타 기관의 조사자료를 활용하여 집계한 자료를 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 외 기타 등 10개 산업을 기준으로 하여 총체적으로 정리 및 각 산업별로 정리한 결과임.

제 4 장 문화산업통계조사 전체결과

1. 총괄

1.1. 전체통계 요약

문화산업의 재무현황 및 고용현황의 전체통계를 산출하기 위해서 실태조사를 통해 얻어진 6개 하위 산업과 기존의 조사된 자료를 타 조사 자료로 활용하여 10개 산업에 대한 총량개념의 전체통계를 산출하였다. 재무현황 및 고용현황은 문화산업의 매출액, 사업비용, 수출입액, 종사자수 등의 정보로 구성되어 있으며 사업비용에 관한 조사결과는 타 조사 자료에 없기 때문에 이번 실태조사를 실시한 6개 산업에 대해서만 산출하였다.

2003년 문화산업의 주요현황 결과는 다음과 같다.

□ 각 활동별 매출액 규모합계는 44조원, 이에 따른 부가가치는 18조원으로 추정되었다.

출판, 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 게임, 광고, 방송, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타 등 10개 문화산업에 의한 각 활동별 매출액 규모합계는 44조 1,955억원으로 추정 및 집계되었고 이러한 매출액 규모를 기초자료로 하여 산출한 부가가치는 18조 3,531억원으로 추정되었다.

□ 수출액은 6.3억불이며, 수입액은 6억불으로 추정되었다

출판, 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 게임, 광고, 방송 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타 등 10개 문화산업에 의한 총 수출액은 6억 3,065만불로 추정 및 집계되었다. 그리고 총 수입액은 6억 50만불로 추정 및 집계되었다.

□ 총 종사자수 46만명으로 추정되었다

출판, 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 게임, 광고, 방송 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타 등 10개 문화산업에 종사하는 총 종사자수는 463,233명으로 추정 및 집계되었다.

<표 4-1. 2003년 문화산업 주요결과>

활동별 매출액 (백만원)	부가가치 (백만원)	수출액 (천$)	수입액 (천$)	총 종사자수 (명)
44,195,578	18,634,018	630,659	600,505	463,233

1.2. 매출액 규모

1.2.1. 매출규모 산출결과

조사결과 2003년 문화산업으로 인한 매출액은 총 44조 1,955억원으로 조사되었다. 이를 산업별로 살펴보면 출판산업이 15조 5,211억원, 방송산업이 7조 1,365억원, 광고산업이 7조 639억원, 캐릭터산업이 4조 8,085억원, 게임산업이 3조 9,387억원, 영화산업이 2조 3,444억원, 음악산업이 1조 7935억원, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업이 1조 3,187억원, 만화산업이 7,591억원, 애니메이션산업이 2,699억원으로 추정 및 집계되었다.

<표 4-2. 문화산업 매출규모>

(단위 : 백만원)

산업구분	창작, 판권, 기획 및 제작	마케팅·홍보, 배급·유통/기타	최종유통	합계
출판	10,868,009		4,653,141	15,521,150
만화[31]	(299,523)	(55,115)	-	(759,100)
음악	229,000	439,056	1,125,443	1,793,500
게임	1,528,300		2,410,400	3,938,700
영화	541,680	815,751	986,987	2,344,418
애니메이션	234,831	23,047	12,102	269,980
방송	7,136,569			7,136,569
광고	7,063,954			7,063,954
캐릭터[32]	349,984	548,439	-	4,808,519
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	821,495	497,293		1,318,788
합계	44,195,578			

31) 출판산업의 매출액이 만화산업의 매출액을 포함하고 있기 때문에 총 매출규모 산출시 만화산업은 제외하여 산출하였다. 또한 최종유통의 규모산정이 불가능하여 최종 매출규모만 산정하였다. (한국문화콘텐츠진흥원, 『 만화산업 중장기 발전전략 연구』, 2003 참조)

32) 캐릭터산업의 최종유통은 산정이 불가능하여 최종 매출규모를 최종 소비시장의 규모로 산정하였다.(한국문화콘텐츠진흥원, 『2004 캐릭터산업백서』 참조)

1.2.2. 매출규모 산출방법

문화산업 전체 활동별 매출액 규모합계는 조사 실시로 얻어진 정보와 2차 조사 자료를 이용하여 산출하였다.

가. 실태조사 대상 매출규모 산출방법

활동별 매출액 규모합계를 산출하기 위해서는 각 사업체가 어떤 산업을 영위하고 있는지를 먼저 파악해야 한다. 앞에서도 언급된 바와 같이 문화산업의 특성상 하나의 사업체가 한 개의 사업만을 영위하는 것이 아니라 여러 업종의 사업을 동시에 영위하고 있는 경우가 많기 때문에 이를 고려하여 산업별 매출액 총량을 산출해야 한다.[33]

전수조사를 실시하여 얻어진 자료를 바탕으로 애니메이션, 캐릭터, 음악, 만화, 인터넷·모바일 콘텐츠 외 기타산업, 영화 산업 분야에 대한 매출액 총계를 산출할 수 있다. 그러나 여러 가지 조사상의 문제점으로 인하여 전수조사를 실시하였음에도 불구하고, 조사대상인 모든 사업체로부터 정보를 얻지 못하는 문제가 발생되었다. 이는 모집단의 변동과 같은 조사가 불가능한 경우와 실제 문화산업을 영위하고 있는 사업체이나 응답을 회피하여 정보를 얻을 수 없는 경우에 기인한다. 이러한 경우 2차적으로 재조사를 실시하여 응답을 거절한 사업체에 대해 해당 사업체의 사업영위업종과 전체 매출액만을 조사하도록 하였고, 이를 전체 매출액 총량통계 산출시 반영하였다. 또한, 이와 같은 재조사 과정을 통해서도 조사할 수 없는 부분에 대해서는 기조사된 사업체의 정보를 이용하여 보정하는 방안을 고려하였다. 이에 따라 6개 산업에 대한 매출규모 산정은 조사방법에 따라 달리 적용하였다.

첫 번째로 전수조사를 통해서 얻어진 1,477개 사업체에 대한 매출규모는 창작 및 판권, 제작서비스/단순복제, 유통·배급, 마케팅·홍보, 기타의 5개 항목별로 매출액 총량을 단순 합산하여 산출하였다.

두 번째로 응답을 회피한 나머지 사업체에 대해 추가로 실시된 304개 사

33) 사업 영위업종이 조사 대상이 아닌 경우 이 사업부문에 대한 매출액은 제외하고, 매출액 총량통계를 산출하였음.

업체 대상의 간이조사를 근거로 매출액을 추정하였다. 간이조사는 항목별로 구체적인 매출규모를 파악하게 아니라 전체 매출규모만 물었고 일부 업체의 경우 매출규모를 범위로 응답한 경우가 있어 이를 평균으로 보정하였다. 예를 들어 1억에서 2억이라고 응답한 기업의 경우 1.5억으로 보정하였다. 그리고 간이조사는 창작 및 판권, 제작서비스/단순복제, 유통·배급, 마케팅·홍보, 기타의 5개 항목별로 매출액을 조사하지 않아 항목별 매출액 정보가 없는 상태이다. 따라서 항목별로 매출규모를 구분하기 위해서는 전수조사를 통해 파악한 5개 항목으로 재분류해야 한다. 이를 위해서 1,477개 기업을 통해 밝혀진 항목별 매출규모를 간이조사의 총매출규모에 가중 적용하여 5개 항목별로 매출액을 산출하였다.

세 번째로 전수조사와 간이조사를 통해서도 조사되지 못한 업체에 대한 매출규모는 간이조사 자료의 정보를 이용하여 가중치를 부여하는 방식으로 산출하였다. 간이조사는 몇 번의 응답을 회피한 사업체를 대상으로 실시된 조사이기 때문에 미조사된 사업체도 간이조사를 통해 파악한 사업체와 비슷한 특성을 가질 것이라 볼 수 있다. 그러나 이러한 간이조사 자료에 메이저 선도업체들도 포함되어 있어 전체 자료를 이용하여 미조사된 자료를 보정하게 되면 매출액을 과대하게 추정하는 효과를 가져 올 수 있다. 따라서 보수적인 추정을 위해서 간이조사 자료 중 매출액 상위 20%에 해당되는 사업체들을 제외하고, 나머지 하위 80% 사업체의 매출액 정보를 미조사된 사업체에 그대로 적용하였다.

간이조사를 통해 파악한 매출액 규모 하위 80%인 사업체의 매출규모를 미조사 사업체에 그대로 적용하는 방식은 이미 전수조사를 통해 매출규모가 상당히 큰 사업체가 제외되었기 때문에 오차가 크지 않는다는 가정에 근거하고 있다. 문화산업의 특성상 상위 몇 개 사업체가 전체 매출액의 상당 부분을 차지하고 있기 때문에 이러한 사업체들에 대해서 조사가 이루어지면, 나머지 영세규모 사업체의 매출액 정보가 전체 매출액의 총량통계에 미치는 영향이 크지 않다. 실제로 미조사된 사업체의 매출액이 전체 문화산업 6개 업종에서 차지하는 비중은 1.2%에 지나지 않아 상당히 낮은 것으로 추정되었다.

조사를 실시한 6개 산업에 대한 매출규모 산출 방식을 정리하면 다음과 같다.

<표 4-3. 매출규모 추정방식>

	대상	산출방식
전수조사	5개 항목별로 매출액을 구분하여 조사	5개 항목 매출 합계
간이조사	5개 항목별로 매출을 구분하지 못하고 총액만 산출하여 조사, 또는 매출액을 범위로 조사	전수조사에서 파악된 5개 항목에 비례하여 추정, 범위로 응답한 매출에 대해서는 평균으로 보정
미 조 사	조사되지 못한 조사	간이조사의 결과를 기초로 하여 추출율을 적용

3가지 방식에 의해 6개 산업에 대한 매출규모의 추정 결과는 표와 같다. 전수조사 대상의 매출규모는 총 매출액의 84.8%이며, 간이조사 대상의 매출규모는 14.0%이다. 미조사 대상의 매출규모는 1.2%이며, 전체 6개 산업의 기획·제작·배급부문 매출규모는 5.1조 규모로 추정 추정되었다.

<표 4-4. 추정결과 요약>

	사업체수(개소)	매출액(백만원)	매출액 비중
전수조사	1,477	4,328,939	84.8%
간이조사	304	716,651	14.0%
미 조 사	886	59,300	1.2%
전 체	2,743	5,104,890	100.0%

나. 실태조사 대상 외 매출규모 산출방법

앞서 직접 조사를 시행한 6개 산업에 대해서 최종유통 부문을 제외한 기획·제작·배급부문을 중심으로 통계량을 추정하였다. 전체 매출규모를 산출하기 위해서는 조사되지 않은 나머지 4개 산업에 대한 자료뿐만 아니라 조사된 6개 산업에 대한 최종유통부문의 매출규모도 산출되어야 한다. 여기서는 조사를 직접 수행한 6개 장르의 유통 부문과 조사를 수행하지 않고 타 조사자료를 근거로 기획·제작·배급, 최종유통 부문에 대한 매출규모를 산출하였다. 각 산업별 산출방법과 근거는 각 산업별 조사통계에 상세하게 기술되어

있다.

출판산업은 통계청의 『2003년 기준 산업총조사』 자료를 활용하며 이 중 매출액과 그 의미가 가장 유사한 생산액을 기준으로 매출액 규모를 집계하였다.

만화산업은 실태조사를 통해 제작·기획·배급부분의 매출액을 추정하며, 총 매출규모는 한국문화콘텐츠진흥원에서 연구한 『만화산업 중장기 발전전략 연구』의 추정값을 참고하였다.

음악산업의 유통부분은 『2003년 기준 서비스업통계조사』의 정보를 기본으로 하였으나, 이는 세세분류별로 발표가 되지 않기 때문에 『2001년 기준 도·소매업 및 서비스업 총조사』를 참고하여 추정하였다.

게임산업은 한국게임산업개발원의 『2004 대한민국 게임백서』를 통해 각 사업활동별 매출액을 집계하였다.

영화산업의 최종유통부분은 영화진흥위원회의 『2004 한국영화연감』의 자료를 통해 비디오물 임대업과 비디오물 감상실 운영업의 매출규모 추정자료를 활용하였고 통계청의 『2001년 기준 도·소매업 및 서비스업 총조사』와 『2003 서비스업 통계조사』를 통해 영화관 운영업의 영업수익 자료를 이용하였다.

애니메이션산업의 최종유통부분은 영화진흥위원회의 『2004 한국영화연감』의 자료를 통해 애니메이션으로 인한 극장 매출액을 집계하였고 『2004년 방송산업 실태조사 보고서』를 통해 애니메이션으로 인한 방송사 수출액을 집계해 내었다.

방송산업은 방송위원회의 『2004년 방송산업 실태조사 보고서』를 통해 방송사업자별 매출액을 집계하였다.

광고산업은 (주)제일기획의 『2004년 광고연감』 자료를 활용하여 광고산업체의 매출액을 집계하였다.

캐릭터산업의 최종유통부문은 한국문화콘텐츠진흥원의 『2004 대한민국 캐릭터산업 백서』를 통해 캐릭터산업 전체의 소비시장 규모를 참고하였다.

인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 실태조사 실시를 통해 매출액 규모를 파악하였다. 인터넷·모바일 유통부문은 마케팅, 홍보, 배급, 유통 부문과 구분할 수 없는 사업적 특성 때문에 마케팅, 홍보, 배급, 유통 부문과 구분하지 않았다.

<표 4-5. 매출규모 통계산출방법 및 자료원>

부문	산업	자료	산출기관	방법
유통부문	만화	『만화산업 중장기 발전전략 연구』	한국문화콘텐츠진흥원	인용
	음악	『2003년 기준 서비스업통계조사』 『2001년 기준 도·소매업 및 서비스업 총조사』	통계청 통계청	인용 및 추정
	영화	『2004 한국영화연감』 『2001년 기준 도·소매업 및 서비스업 총조사』 『2003 서비스업 통계조사』	영화진흥위원회 통계청 통계청	인용 및 추정
	애니메이션	『2004 한국영화연감』 『2004년 방송산업 실태조사 보고서』	영화진흥위원회 방송위원회	관람객 수 및 수출입액을 이용하여 추정
	캐릭터	『2004 대한민국 캐릭터산업 백서』	한국문화콘텐츠진흥원	인용
	인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	실사	2004 문화산업통계조사	마케팅·홍보·배급·유통 부문과 구분하지 않음
기획 제작 배급 유통 부문	출판	『2003년 기준 산업총조사』	통계청	인용
	게임	『2004 대한민국 게임백서』	한국게임산업개발원	인용
	방송	『2004년 방송산업 실태조사 보고서』	방송위원회	인용
	광고	『2004년 광고연감』	(주)제일기획	인용

1.3. 부가가치

1.3.1. 부가가치 산출결과

조사결과 2003년 문화산업으로 인한 부가가치는 총 18조 3,531억원[34]이며 부가가치율은 0.42로 조사되었다. 이러한 부가가치 규모를 산업별로 살펴보면 출판산업이 부가가치율 0.37을 반영한 5조 7,428억원으로 가장 많았고, 방송산업이 부가가치율 0.45를 반영한 3조 2,114억원, 게임산업이 부가가치율 0.69를 반영한 2조 7177억원, 캐릭터산업이 부가가치율 0.56을 반영한 2조 6,927억원, 영화산업이 부가가치율 0.41을 반영한 9,612억원, 광고산업이 부가가치율 0.14를 반영한 9,889억원, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업이 부가가치율 0.74를 반영한 9,759억원, 음악산업이 부가가치율 0.53을 반영한 9,505억원, 만화산업이 부가가치율 0.37을 반영한 2,808억원의 순서로 추정되었다.

<표 4-6. 문화산업 부가가치>

산업구분	부가가치율	매출액 (백만원)	부가가치 (백만원)
출판	0.37	15,521,150	5,742,826
(만화)	0.37	759,100	(280,867)
음악	0.53	1,793,500	950,555
게임	0.69	3,938,700	2,717,703
영화	0.41	2,344,418	961,211
애니메이션	0.41	269,980	111,772
방송[35]	0.45	7,136,569	3,211,456
광고	0.14	7,063,954	988,954
캐릭터	0.56	4,808,519	2,692,771
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업	0.74	1,318,788	975,903
합계, 가중평균	0.42	44,195,578	18,353,151

34) 참고로 2003년 문화산업 GDP는 18조 4천억원 정도에 달하며, 전체 GDP의 2.6% 이다.

35) 방송산업의 경우 방송실태조사 보고서를 통해 부가가치 4조 8,479억원(지상파 방송사: 3조 6,537억원, 종합유선방송사: 6,488억원, 방송채널사용사업자: 5,048억원, 위성방송사업자:406억원)을 집계해낼 수 있으나 타산업과의 조사방법 통일을 위해 위의 자료를 사용하였다.

1.3.2. 부가가치 산출방법

부가가치[36]라 함은 기업이 이윤을 획득하기 위하여 생산활동 또는 유통과정을 통하여 새로운 가치를 창출하게 되는 바, 기업의 이러한 새로운 가치창출의 과정에서 다른 기업으로부터 구입하여 사용·소비한 매입액을 그 산출총액에서 공제하게 되면 남게 되는 그 기업이 산출한 순수한 가치를 말한다.

문화산업 전체 부가가치 산출은 조사된 매출액 정보와 관련 조사에서 산출된 부가가치율을 고려하여 추정을 하였다.[37] 여기서 사용된 부가가치율은 산업연관표의 산업분류에 맞추어 최근의 변화를 최대한 반영하여 산출을 하였다. 한 예로 음악시장은 유무선 음악시장과 음반시장으로 2003년 5:5의 비율이므로 부가통신산업의 부가가치율과 음반출판 산업의 부가가치율을 가중평균하여 구하였으며 그 값은 0.53이다.

그러나 이렇게 산출된 수치는 정확한 산업분류와 산업조사를 도출된 수치가 아니므로 해석상에 주의를 요해야 할 것이다. 한 예로 출판산업 및 만화산업은 온라인 유무선 출판산업, 라이선스 관련 부분이 부가가치로 반영되지 못하여 부가가치율 및 부가가치가 과소평가 되었을 가능성이 있다.

정확한 부가가치가 산출되기 위해서는 향후 해당 사업체들을 조사대상으로 하여 표본조사를 실시한 뒤 이 결과를 통해 문화 산업체의 재무구조를 파악하는 작업이 매우 중요하다.

---

36) 김형환, <부가가치세 실무해설>, 세경사, 2000
37) 한국은행, 2000년 산업연관표 작성 결과 참조

1.4. 수출입액

1.4.1. 수출입액 산출결과

조사결과 2003년 문화산업 수출액은 총 6억 3,065만불로 조사되었으며 이 중 게임산업의 수출액이 1억 8,154만불로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 출판산업이 1억 4,964만불, 캐릭터산업이 1억 1,631만불, 애니메이션산업이 애니메이션 방송 수출액 45만불을 포함한 7,617만불, 영화산업이 3,097만불, 방송산업이 4,213만불, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업이 1,689만불, 음악산업이 1,331만불, 만화산업이 429만불 순으로 나타났다.

조사결과 2003년 문화산업 산업의 수입액은 총 6억 50만불로 조사되었으며 이 중 출판산업이 2억 1,469만불로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한, 게임산업이 1억 6,645만불, 캐릭터산업이 9,938만불, 영화산업이 6,045만불, 방송산업이 2,806만불, 음악산업이 1,603만불, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업이 827만불, 만화산업이 516만불, 애니메이션산업이 애니메이션 방송 수입액 314만불을 포함하여 512만불 순으로 나타났다.

<표 4-7. 문화산업 수출입 규모>

산업구분		수출(천$)	수입(천$)
출판		149,644	214,697
만화[38]	라이선스	4,113	5,167
	라이선스 외	(186)	(0)
음악		13,312	16,035[39]
게임		181,543	166,454
영화		30,979	60,452
애니메이션[40]	방송사 수출입액 제외	75,721	1,987
	방송사 수출입액	(451)	(3,142)
방송		42,135	28,062
광고		-	-
캐릭터		116,313	99,381
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타		16,899	8,270
합계		630,659	600,505

38) 만화산업 중 출판의 형태로 수출입되는 것은 출판산업에 포함되어 집계되기 때문에 이러한 집계에 포함되지 않는 라이선스형태의 통계만 개별적으로 전체통계에 합산하였다.
39) 일부 대형 직배사들이 일부 응답을 회피하였기 때문에 과소추정되었을 가능성이 있다.
40) 애니메이션 방송 수출입액은 총 수출입액 산출 시 방송산업에 포함되어 계산되기 때문에 총 수출입액을 구하는데 있어서는 제외되었다.

1.4.2 수출입액 산출방법

문화산업 총 수출입액은 실태조사 대상인 애니메이션, 캐릭터, 음악, 영화, 만화, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 6개 산업은 실태조사를 통해 획득한 정보를 기본으로 하여 집계를 하였다. 단, 영화산업의 수출액은 영화진흥위원회의 『2004 한국영화연감』을 인용하였다.

실태 조사는 문화산업의 선도업체를 우선적으로 조사하였고 거의 조사에 포함되었기 때문에 수출입 규모를 산정하는 데 있어 조사된 자료를 전수로 보고 집계하였다. 이는 영세업체의 경우 수출입이 거의 없을 것이라는 가정에 근거하고 있다. 자세한 규모 산정은 각 산업 부문에서 다루었다.

조사하지 않은 출판, 게임, 방송산업의 경우 타 조사 자료를 참고하여 집계를 하였다. 광고산업은 수출입이 거의 없기 때문에 포함시키지 않았다. 자세한 규모 산정은 각 산업 부문에서 다루었다. 통계산출 자료원은 다음과 같다.

출판산업은 관세청의 2003년 수출입통계를 활용하여 출판 각 품목별로 수출입액을 집계하였다.

게임산업은 한국게임산업개발원의 『2004 대한민국 게임백서』를 통해 각 사업활동별 수출입액을 집계하였다.

방송산업은 방송위원회의 『2004년 방송산업 실태조사 보고서』를 통해 프로그램 형태별 수출입액을 집계하였다.

<표 4-8. 수출입 통계산출방법 및 자료원>

부문	산업	자료	산출기관	방법
조사 대상 산업	만화	실사	문화관광부, 한국문화콘텐츠진흥원 (2004 문화산업통계조사)	추정하지 않고 조사된 사업체의 수출입 통계 합산
	음악	실사		
	영화	실사 및 인용 (『2004 한국영화연감』)	영화진흥위원회	
	애니메이션	실사	문화관광부, 한국문화콘텐츠진흥원 (2004 문화산업통계조사)	
	캐릭터	실사		
	인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	실사		
타 조사 자료 분석	출판	2003년 수출입통계	관세청	자료 인용
	게임	『2004 대한민국 게임백서』	게임산업개발원	
	방송	『2004년 방송산업 실태조사 보고서』	방송위원회	
	광고	산출하지 않음		

1.5. 종사자수

1.5.1. 종사자수 산출결과

조사결과 2003년 문화산업 총 종사자수는 463,233명으로 조사되었다. 이를 산업별로 살펴보면 출판산업이 237,347명, 음악산업이 62,555명, 게임산업이 39,104명, 영화산업이 38,108명, 방송산업이 31,645명, 광고산업이 31,479명, 인터넷·모바일 콘텐츠 및 기타산업이 11,353명, 캐릭터산업이 6,257명, 애니메이션산업이 5,385명으로 추정 및 집계되었다.

<표 4-9. 문화산업 총 종사자수 규모>

산업구분	남성종사자(명)	여성종사자(명)	종사자합계(명)
출판	128,671	108,676	237,347
만화[41]	(1,415)	(1,142)	(2,557)
음악	28,619	33,936	62,555
게임	30,149	8,955	39,104
영화	20,329	17,779	38,108
애니메이션	2,761	2,624	5,385
방송	23,583	8,062	31,645
광고	19,693	11,786	31,479
캐릭터	3,321	2,936	6,257
인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	7,551	3,802	11,353
합계	264,677	198,556	463,233

41) 출판산업에 포함

1.5.2. 종사자수 산출방법

문화산업 총 종사자수는 실태조사 대상인 애니메이션, 캐릭터, 음악, 영화, 만화, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 6개 산업에 한해서는 실태조사를 통해 획득한 정보를 기본으로 하여 집계를 하며, 출판, 게임, 방송, 광고의 4개 산업의 경우에는 타 조사 자료를 참고하여 집계를 하였다.

가. 종사자수 산출방법

출판산업의 종사자수는 통계청의 『2003년 전국사업체기초통계조사』를 활용하여 집계하였으며 그 분류는 통계청 제8차 개정(2000.1.7) 『한국표준산업분류』[42]를 따랐다.

만화산업의 경우에는 실태조사 실시를 통해 기획·제작·배급부분의 종사자수를 추정하였으며 유통부분의 종사자수는 조사대상에서 제외되었다.

음악산업은 실태조사 실시를 통해 기획·제작·배급 부분의 종사자수를 추정하며, 유통부분은 통계청의 『2003년 전국사업체기초통계조사』를 참고하여 집계하였다.

게임산업은 한국게임산업개발원의 『2004 대한민국 게임백서』를 통해 각 형태별로 종사자수를 집계하였다.

영화산업은 실태조사 실시를 통해 기획·제작·배급 부분의 종사자수를 추정하며, 유통부분은 통계청의 『2003년 전국사업체기초통계조사』를 참고하여 집계하였다.

애니메이션산업은 실태조사 실시를 통해 기획·제작·배급 부분의 종사자수를 추정하였다.

방송산업은 방송위원회의 『2004년 방송산업 실태조사 보고서』를 통해 각 형태별로 종사자수를 집계하였다.

---

42) 제1장 2.3절 분류기준 참고

광고산업의 종사자수는 통계청의 『2003년 전국사업체기초통계조사』를 활용하여 집계하였으며 그 분류는 통계청 제8차 개정(2000.1.7) 『한국표준산업분류』[43]를 따랐다.

캐릭터산업은 실태조사 실시를 통해 기획·제작·배급 부분의 종사자수를 추정하였다.

인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 실태조사 실시를 통해 종사자수를를 파악하였다.

<표 4-10. 종사자수 산출방법 및 자료원>

구분	산업	자료	산출기관	방법
실태조사	만화	실태조사		기획·제작·배급부분 종사자수 추정, 유통부문 제외
	음악	실태조사 및 『2003년 전국사업체기초통계조사』	통계청	기획·제작·배급부분 종사자수 추정, 유통부문은 통계청 자료로 집계
	영화	실태조사 및 『2003년 전국사업체기초통계조사』	통계청	기획·제작·배급부분 종사자수 추정, 유통부문은 통계청 자료로 집계
	애니메이션	실태조사		기획·제작·배급부분 종사자수 추정
	캐릭터	실태조사		기획·제작·배급부분 종사자수 추정
	인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타	실태조사		기획·제작·배급 부분 종사자 수 추정
타 조사 자료	출판	『2003년 전국사업체기초통계조사』	통계청	종사자수 집계
	게임	『2004 대한민국 게임백서』	한국게임산업개발원	종사자수 집계
	방송	『2004년 방송산업 실태조사 보고서』	방송위원회	종사자수 집계
	광고	『2003년 전국사업체기초통계조사』	통계청	종사자수 집계

43) 제1장 2.3절 분류기준 참고

실태조사를 실시한 6개 산업에 대한 기획·제작·배급 분야의 종사자수 산출은 매출규모를 산출한 방법과 동일한 방법으로 산출하였다.

우선 고용형태별 종사자수 총량통계는 매출액 총량통계 산출시와 마찬가지 방법으로 전수조사와 간이조사 자료를 이용하여 각 산업별 종사자수를 산출한 다음 미조사된 자료는 간이조사 자료의 매출액 하위 80%의 자료를 이용하여 보정하였고, 이를 합산하여 종사자수 총계를 산출하였다.

전수조사의 경우 각 항목별 종사자수가 모두 조사되었으므로 이들 정보를 이용하였고, 간이조사의 경우 고용형태별 종사자수와 전체 종사자수만 조사되었으므로 조사되지 않은 성별, 학력별, 연령별 종사자수는 전수조사에 의해 얻어진 전체 성별, 학력별, 연령별 비율을 가중치로 적용하여 종사자수 자료를 보정하였다. 다음으로 미조사된 사업체의 종사자수는 간이조사에 의해 얻어진 정보를 이용하여 추산한 후 이들을 합산하여 6개 문화산업 업종별 종사자수 총계를 산출하였다.

그런데 고용형태별 종사자수를 산출할 때 각 사업체별로 조사된 형태별 종사자수에는 해당 사업체가 여러 개의 사업을 영위하는 경우 모든 사업영위 업종의 종사자수가 모두 포함되어 있기 때문에 조사대상이 아닌 사업체의 종사자수 또한 포함되어 있을 수 있다. 따라서 이러한 경우에는 각 사업체의 종사자수를 영위업종의 매출액을 기준으로 나눈 다음, 이 중에서 조사대상이 되는 애니메이션, 캐릭터, 만화, 음악, 영화, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타의 6개 산업에 대한 종사자수만을 추출하여 종사자수 총계를 산출하였다.

예를 들어 어느 사업체의 총 종사자수가 30명이고 만화와 광고산업을 영위하는 업체라고 할 때 이 중에서 만화산업의 매출액이 60%, 광고산업의 매출액이 40%이면, 30명 종사자수 중에서 만화산업의 종사자수만 18명으로 산출하여 이 값만 총량통계에 포함되도록 하였다.

즉, 사업체별로 해당사업 영위업종별 매출실적을 고려하여 종사자수를 업종별 매출액 비율에 의해 나눈 다음, 조사대상에 포함되지 않는 사업에 대한 종사자수는 제외하고 총량통계를 산출하는 방법을 사용하였다. 종사자수 총량통계 산출방법을 요약하면 다음과 같다.

□ 고용형태별 종사자수

고용형태별 종사자수 총계의 경우 전수조사 자료와 종사자수를 구간으로 조사한 간이조사 자료, 미조사된 자료는 간이조사자료 중 매출액 기준 하위 80% 업체의 종사자수를 이용하여 보정한 다음 이를 모두 합산하여 총량통계를 산출하였다. 여기서, 미조사된 업체의 종사자수 보정을 위해 간이조사 자료의 매출액 기준 하위 80%의 자료를 이용한 것은 매출액에 대한 총량통계 산출에서와 마찬가지로 미조사된 사업체의 특성이 간이조사된 사업체의 특성과 유사할 것이라고 볼 수 있기 때문이다.

□ 성별, 학력별, 연령별 종사자수

형태별 종사자수 이외에 성별, 학력별, 연령별 종사자수의 경우 간이조사에서 정보를 얻지 못했기 때문에 전수조사 자료만을 이용하여 총량통계를 산출해야 한다. 따라서 전수조사된 각 업종별로 성별, 학력별, 연령별 비율을 산출한 다음 이를 이용하여 6개 산업별로 성별, 학력별, 연령별 종사자수 총계를 산출하였다.

전수조사 자료의 종사자수에서 조사대상이 아닌 사업영위 업종의 종사자수는 형태별 종사자수 산출하는 방법과 마찬가지로 매출액을 기준으로 종사자수를 나눈 다음 애니메이션, 캐릭터, 만화, 음악, 영화, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타의 6개 산업에 대한 종사자수만을 추출하여 종사자수 총계를 산출하였다.

□ 직무별 종사자수

직무별 종사자수의 경우 정규직과 비정규직에 대한 직무별 종사자수는 전수조사된 자료를 이용하여 사업영위 업종의 매출액을 기준으로 직무별 종사자수를 구한 다음 형태별 종사자수 총계의 정규직과 비정규직 종사자수 총계를 이용하여 산출하였다. 외국인의 경우 외국인에 대한 종사자수 총계를 구할 수 없기 때문에 각 직무별 종사자수에 대한 비율만을 산출하였다.

□ 제작과정별 종사자수

제작과정별 참여인력수 총량통계는 정규직과 비정규직, 전문 프리랜서에

대해서 조사된 자료를 이용하여 직무별 참여비율을 산출하였다.

2. 출판산업

2.1. 출판산업 조사개관

출판산업은 문자를 이용한 종이·인쇄물을 통해 다양한 정보와 문화를 기록·창조·보존하여 전승함과 동시에 정보의 산실로써 제반산업의 바탕을 이루는 가장 대표적인 문화산업이라고 할 수 있다. 이러한 출판산업은 출판물을 직접 인쇄하는지의 여부를 불문하고 신문, 서적, 정기간행물, 음반 및 기타 오디오기록매체, 지폐, 서식, 지도 등 각종 출판물을 발간하는 산업활동으로서 출판에 관련된 법적, 재정적, 기술적, 예술적 및 판매에 관한 모든 활동을 포괄한다.[44)]

본 조사에서는 이러한 출판업 뿐 만 아니라 수수료 또는 계약에 의하여 각종 출판물 및 인쇄물을 각종 제판술에 의하여 인쇄하는 인쇄업, 각종 서적, 정기간행물, 잡지 등 인쇄기록물도매, 소매, 임대 등의 유통업도 출판산업의 일부라고 여겨 이를 포함[45)]하였고 이러한 산업을 포괄 및 구분하는 기준은 통계청의 표준산업분류를 따르며 그 내용은 다음과 같다.

44) 제8차 개정(2000.1.7) 『한국표준산업분류』
45) 분류에 인쇄업이 포함되므로 매출액, 수출입액, 종사자수 산정 시 인쇄업을 포함하였다.

<표 4-11. 출판산업 분류기준>

분류	표준산업분류 코드[46]	출판 산업
출판업	22110	서적 출판업
	22121	신문 발행업
	22122	잡지 및 정기 간행물 발행업
	22123	정기 광고간행물 발행업
	22139	기타 오디오 기록매체 출판업
	22190	기타 출판업
인쇄업	22211	경 인쇄업
	22212	스크린 인쇄업
	22219	기타 인쇄업
서적, 잡지 및 신문 유통업	51463	서적, 잡지 및 신문 도매업
	52621	서적 및 잡지류 소매업
	52892	계약배달 판매업(신문배달판매 부분)
	71302	서적 임대업

본 조사에서는 이러한 분류기준에 근거하여 2차 조사 자료를 통해 출판산업의 매출액 규모 등 재무정보, 해외거래 현황, 고용현황, 개략적인 현황을 파악한다. 이러한 정보를 산출해 내기 위하여 매출액 규모는 통계청의 『2003년 기준 산업총조사』의 자료를 활용하며, 수출입규모는 HS코드 분류에 근거한 관세청 자료를, 종사자 규모는 『2003 전국사업체기초통계조사』를 활용한다.

▶ 참고자료
- 통계청 『2003 산업총조사』, 『2003 도·소매업 및 서비스업 총조사』『2003 도·소매업 통계조사』,『2003 서비스업 통계조사』
  참고부분 : 매출규모
- 관세청 수출입통계자료
  참고부분 : 수출입규모
- 통계청 『2003 전국사업체기초통계조사』
  참고부분 : 종사자수

46) 제8차 개정(2000.1.7) 『한국표준산업분류』

2.2. 출판산업 조사결과

2.2.1. 출판산업 매출액

2003년 매출규모는 크게 출판업, 인쇄업, 서적, 잡지 및 신문 유통업으로 나누어 집계하였으며, 출판업과 인쇄업의 경우는 『2003년 기준 산업총조사』 결과를 인용하였고, 이는 제조업이므로 매출액과 그 의미가 가장 유사한 출하액[47]의 합계를 이용하였다. 그러나 이는 국내 5인 이상 사업체를 대상으로 한 조사이므로 4인 이하 사업체의 매출규모는 제외되었음을 밝혀둔다. 신문 유통업의 경우는 도·소매업에 포함되는 서적, 잡지 및 신문 도매업, 서적 및 잡지류 소매업, 계약 배달 판매업의 경우 통계청 『2003년 기준 도·소매업 총조사』의 자료를 근거로 하나, 이는 세세분류별로 발표가 되지 않기 때문에 『2001년 기준 도·소매업 및 서비스업 총조사』 자료의 세세산업별 비율을 활용하여 추정을 하였다. 마찬가지로 서적임대업의 경우에도 『2003년 기준 서비스업 총조사』의 자료를 근거로 하나, 이는 세세분류별로 발표가 되지 않기 때문에 『2001년 기준 도·소매업 및 서비스업 총조사』 자료의 세세산업별 비율을 활용하여 추정을 하였다.

조사결과 출판산업 총 매출규모는 15조 5,211억원으로 추정 및 집계되었으며, 출판업의 경우 7조 5,027억원, 인쇄업은 3조 3,653억원, 서적, 잡지 및 신문 유통업이 4조 6,531억원으로 나타났다.

출판업을 살펴보면, 총 매출규모는 7조 5,027억원으로 나타났으며, 서적 출판업이 3조 2,541억원이 가장 많게 나타났다. 또한 신문 발행업이 2조 4,890억원, 잡지 및 정기 간행물 발행업이 6,650억원, 정기 광고간행물 발행업이 4,488억원, 기타 출판업이 6,291억원, 기타 오디오 기록매체 출판업이 164억

47) 출하액 정의 : 제품출하액, 부산물·폐품판매액, 임가공(수탁제조)수입액 및 수리수입액의 합계를 말하며 출하액, 수탁제조 및 수리수입액에 대한 미수금도 포함한다. 제품출하액은 사업체에서 직접 생산한 완제품과 원재료 또는 반제품을 타 사업체에 공급하여 위탁제조한 완제품의 판매액이며, 부산물·폐품 판매액은 제품의 생산과정에서 나온 폐품, 불합격품(불량품) 의 판매에 의한 수입금액을 말하며 생산과정이외에서 나오는 것은 제외된다. 임가공수입액은 원재료 또는 중간제품을 타제조업 사업체로부터 지급받아 제조 또는 가공처리하여 준 대가로 받은 임가공수입액을 말하며 비제조업체로부터 수탁받아 제조한 것은 자체 생산하여 출하한 것으로 간주하여 제품출하액에 포함한다. 수리수입액은 타인의 소유에 속하는 물품을 수리하여 준 대가로서 받았거나 받아야 할 수입액을 말한다. (통계청, 산업총조사)

원의 순서로 나타났다.

인쇄업을 살펴보면, 총 매출규모는 3조 3,653억원으로 나타났으며, 기타 인쇄업이 2조 4,472억원으로 가장 많게 나타났다. 또한 경 인쇄업은 5,088억원, 스크린 인쇄업은 4,091억원으로 나타났다.

서적, 잡지 및 신문 유통업을 살펴보면, 총 매출규모는 4조 6,531억원으로 타났으며, 계약배달 판매업이 1조 5,989억원으로 가장 많게 나타났다. 또한 서적, 잡지 및 신문 도매업이 1조 3,972억원, 서적 및 잡지류 소매업이 1조 3142억원, 서적임대업이 3,426억원의 순서로 나타났다.

<표 4-12. 출판산업 매출액 현황>

구분		매출액(백만원)	비율(%)
출판업	서적 출판업	3,254,157	21.0
	신문 발행업	2,489,009	16.0
	잡지 및 정기 간행물 발행업	665,087	4.3
	정기 광고간행물 발행업	448,844	2.9
	기타 오디오 기록매체 출판업	16,433	0.1
	기타 출판업	629,179	4.1
출판업 부분 합계		**7,502,709**	**48.3**
인쇄업	경 인쇄업	508,889	3.3
	스크린 인쇄업	409,172	2.6
	기타 인쇄업	2,447,239	15.8
인쇄업 부분 합계		**3,365,300**	**21.7**
서적, 잡지 및 신문 유통업	서적, 잡지 및 신문 도매업	1,397,213	9.0
	서적 및 잡지류 소매업	1,314,293	8.5
	계약배달 판매업[48]	1,598,937	10.3
	서적 임대업	342,698	2.2
서적, 잡지 및 신문 유통업 부분 합계		**4,653,141**	**30.0**
합계		**15,521,150**	**100.0**

48) 신문배달판매 부분

2.2.2. 출판산업 수출입액

출판산업의 경우에는 출판으로 수출되는 대부분의 품목이 관세청에서 집계가 되기 때문에 관세청 상품분류코드를 따른 자료를 이용한다. 관세청 분류기준은 통계청 『표준산업분류』와 다소 차이가 있는 부분이 존재하나 대체적으로 모든 품목을 포괄하고 있으며 타 산업과 중복되는 부분이 없기 때문에 개별적으로 조사를 실시하지 않아도 집계가 가능하다. 본 조사의 수출입액 집계에 포함되는 품목의 관세청 품목분류 기준은 다음과 같다.

<표 4-13. 관세청 HS(상품분류코드)분류에 따른 출판산업>

HS코드	품명
4901	인쇄서적·소책자·리플렛 및 이와 유사한 인쇄물(단매의 것인지의 여부를 불문한다.)
4902	신문·잡지 및 정기간행물(그림이 있는 것이거나 광고 선전물이 있는 것인지의 여부를 불문한다.)
4903.00-0000	아동용의 그림책과 습화책
4904.00-0000	악보(인쇄 또는 수제의 것으로서 제본되었거나 그림이 있는 것인지의 여부를 불문한다.)
4905	지도·해도 또는 이와 유사한 차트 (제본한 것·벽걸이용의 것·지형도 및 지구의를 포함하며, 인쇄한 것의 한한다.)
4906	설계도와 도안(건축용·공학용·공업용·상업용·지형학용 또는 이와 유사한 용도에 사용하는 것으로서 수제의 원도에 한한다), 육필책자 및 이들을 감광지에 사진복사한 것 및 카본복사의 것
4907	사용하지 아니한 우표·수입인지 또는 이와 유사한 물품(해당국에서 통용 또는 신규로 발행되는 것으로서 액면가를 갖거나 가질 예정인 것에 한한다), 스탬프를 압인한 지, 수표·지폐·채권·주식 또는 주권 및 이와 유사한 유가증권
4908	전사지(디칼커매니어)
4909	인쇄된 엽서와 그림엽서, 인쇄카드(인사용·전언용·안내용의 것으로서 그림·봉투·장식이 있는 것인지의 여부를 불문한다.
4910	캘린더(인쇄된 것으로서 캘린더 블록을 포함한다.)
4911	기타 인쇄물(인쇄된 서화와 사진을 포함한다.)

이러한 분류기준에 근거한 2003년도 출판산업의 수출 규모는 집계결과 총

1억 4,964만불로 이를 항목별로 살펴보면, 인쇄서적·소책자·리플렛 및 이와 유사한 인쇄물이 7,099만불(47.4%)로 가장 많으며, 기타 인쇄물이 2,392만불(16.0%), 캘린더가 2,185만불(14.6%), 전사지가 1,743만불(11.7%), 설계도와 도안이 558만불(3.7%), 인쇄된 엽서와 그림엽서, 인쇄카드가 474만불,신 문·잡지 및 정기간행물이 343만불(4.5%), 아동용의 그림책과 습화책이 85만불(1.1%), 사용하지 아니한 우표·수입인지 또는 이와 유사한 물품, 스탬프를 압인한 지, 수표·지폐·채권·주식 또는 주권 및 이와 유사한 유가증권이 42만불(0.3%), 지도·해도 또는 이와 유사한 차트가 37만불(0.5%), 악보가 1만불 이하(0.1% 미만)의 순서로 나타났다.

<표 4-14. 출판산업 수출현황>

	구 분	수출액(천$)	비율(%)
수출	인쇄서적 ·소책자 ·리플렛 및 이와 유사한 인쇄물	70,998	47.4
	신문 ·잡지 및 정기간행물	3,438	2.3
	아동용의 그림책과 습화책	851	0.6
	악보	3	0.0
	지도 ·해도 또는 이와 유사한 차트	371	0.2
	설계도와 도안	5,587	3.7
	사용하지 아니한 우표·수입인지 또는 이와 유사한 물품, 스탬프를 압인한 지, 수표·지폐·채권·주식 또는 주권 및 이와 유사한 유가증권	429	0.3
	전사지	17,438	11.7
	인쇄된 엽서와 그림엽서, 인쇄카드	4,743	3.2
	캘린더	21,858	14.6
	기타 인쇄물	23,928	16.0
	수출 합계	**149,644**	**100.0**

수입규모는 2억 1,469만불로 나타났으며, 인쇄서적·소책자·리플렛 및 이와 유사한 인쇄물이 1억 1,847만불(79.6%)로 가장 많으며, 기타 인쇄물이 4,273만불(19.9%), 신문·잡지 및 정기간행물이 2,197만불(14.8%), 전사지가 1,473만불(6.9%), 아동용의 그림책과 습화책이 570만불(3.8%), 사용하지 아니한 우표·수입인지 또는 이와 유사한 물품, 스탬프를 압인한 지, 수표·지폐·채권·주식 또는 주권 및 이와 유사한 유가증권이 297만불(1.4%), 인쇄된 엽서와 그림엽서, 인쇄카드가 281만불(1.3%), 지도·해도 또는 이와 유사한 차트가 202만불(1.4%), 설계도와 도안이 133만불(0.6%), 캘린더가 119만불(0.6%), 악보가 74만불(0.5%)의 순서로 나타났다.

<표 4-15. 출판산업 수입현황>

	구 분	수입액(천$)	비율(%)
수입	인쇄서적 ·소책자 ·리플렛 및 이와 유사한 인쇄물	118,473	55.2
	신문 ·잡지 및 정기간행물	21,978	10.2
	아동용의 그림책과 습화책	5,701	2.7
	악보	743	0.3
	지도 ·해도 또는 이와 유사한 차트	2,020	0.9
	설계도와 도안	1,338	0.6
	사용하지 아니한 우표·수입인지 또는 이와 유사한 물품, 스탬프를 압인한 지, 수표·지폐·채권·주식 또는 주권 및 이와 유사한 유가증권	2,976	1.4
	전사지	14,731	6.9
	인쇄된 엽서와 그림엽서, 인쇄카드	2,814	1.3
	캘린더	1,191	0.6
	기타 인쇄물	42,732	19.9
	수입 합계	**214,697**	**100.0**

2.2.3. 출판산업 종사자수

2003년 출판산업 총 종사자수는 통계청의 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』를 인용하였으며 총 237,347명으로 나타났다. 이 중 출판업 부분이 68,650명, 인쇄업 부분이 56,435명, 서적, 잡지 및 신문 유통업 부분이 112,262명으로 나타났다.

출판업 종사자를 세부적으로 살펴보면, 서적 출판업이 29,906명으로 가장 많고, 신문 발행업이 17,491명, 잡지 및 정기 간행물 발행업이 9,661명, 정기 광고간행물 발행업이 7,974명, 사진, 우편엽서, 캘린더 등을 인쇄하는 기타 출판업이 3,395명, 기타 오디오 기록매체 출판업이 223명의 순서로 나타났다.

인쇄업의 경우에는 경 인쇄 및 스크린 인쇄이외의 각종 제판술에 의한 그라비아 인쇄, 사진제판 인쇄 등 각종 출판물 및 인쇄물을 인쇄하는 기타 인쇄업의 종사자수가 26,935명으로 가장 많으며, 경 인쇄업이 19,255명, 스크린 인쇄업이 10,245명의 순서로 나타났다. 서적, 잡지 및 신문 유통업에서는 신문 배달업을 포함한 계약배달 판매업이 68,434명으로 가장 많으며, 서적 및 잡지류 소매업이 19,854명, 서적 임대업이 12,480명, 서적, 잡지 및 신문 도매업이 11,494명의 순서로 나타났다.

<표 4-16. 출판산업 종사자수 현황>

구분		남성(명)	여성(명)	합계(명)
출판업	서적 출판업	16,078	13,828	29,906
	신문 발행업	13,543	3,948	17,491
	잡지 및 정기 간행물 발행업	5,691	3,970	9,661
	정기 광고간행물 발행업	4,163	3,811	7,974
	기타 오디오 기록매체 출판업	143	80	223
	기타 출판업	2,559	836	3,395
출판업 부분 합계		**42,177**	**26,473**	**68,650**
인쇄업	경 인쇄업	13,587	5,668	19,255
	스크린 인쇄업	6,449	3,796	10,245
	기타 인쇄업	20,017	6,918	26,935
인쇄업 부분 합계		**40,053**	**16,382**	**56,435**
서적, 잡지 및 신문 유통업	서적, 잡지 및 신문 도매업	6,459	5,035	11,494
	서적 및 잡지류 소매업	8,245	11,609	19,854
	계약배달 판매업(신문배달판매 부분)	26,940	41,494	68,434
	서적 임대업	4,797	7683	12,480
서적, 잡지 및 신문 유통업 부분 합계		**46,441**	**65,821**	**112,262**
합계		**128,671**	**108,676**	**237,347**

3. 만화산업

3.1. 만화산업 조사개관

만화산업이란 일반적으로 만화의 창작, 가공, 유통, 소비 과정 전반에 관련된 산업과 이를 지원하는 연관 산업 모두를 의미하며[49] 만화시장이라 함은 만화단행본이나 만화잡지 등 만화출판물을 판매하는 출판판매시장, 동 출판물을 구입해 일정한 대가를 받고 일반인들에게 대여하는 대여시장, 그리고 만화 창작물을 웹상에서 제공하고 일정한 대가를 받는 온라인 만화시장의 세 부분을 포함하고 있다. 본 조사에서는 만화출판 산업을 크게 출판 및 판매시장, 대여시장으로 나누어 통계량을 산출하였으며 온라인 만화시장은 출판판매시장에 포함하였다. 본 조사에서는 이러한 분류기준에 근거하여 실태조사와 타 조사 자료를 통해 만화 산업의 매출액 규모 등 재무정보, 해외거래 현황, 고용현황, 개략적인 현황을 파악한다.

조사결과는 실태조사 대상인 154개 사업체 중 응답을 얻어낸 119개의 사업체 정보를 토대로 하여 창작 및 판권, 제작서비스/ 단순복제, 유통·배급, 마케팅·홍보, 기타 부분의 재무정보, 해외거래 현황, 고용현황 등에 대한 정보를 추정 및 산출해 내며, 전체 매출규모 중 일부분은 한국문화콘텐츠진흥원의 『만화유통구조 혁신을 위한 BPR 및 ISP사업』 자료를 인용하였다.

▶ 실태조사
- 조사대상 : 만화 산업체 중 기획·제작·배급·유통, 홍보·마케팅 중 한 가지 이상의 사업 분야를 영위하는 154개 사업체
- 회수된 업체 : 119개 업체(간이조사 응답업체 25개소 포함)
- 조사방법 : 전수조사
  전화조사를 기본으로 하여 메일, 팩스, 방문조사, 온라인 조사

▶ 참고자료
- 한국문화콘텐츠진흥원 『만화산업 중장기 발전전략 연구』
  참고부분 : 매출규모

49) 『만화산업 중장기 발전전략 연구』 한국문화콘텐츠진흥원, 2003

3.2. 만화산업 조사결과

3.2.1. 만화산업 매출액

조사결과 총 매출규모는 약 7,591억원으로 추정되었으며, 이 결과는 『만화산업 중장기 발전전략 연구』 자료를 인용하였다. 이는 업소 판매시장과 소비판매시장을 포함한 만화시장과, 대여시장, 온라인 시장을 모두 포함한 시장의 매출액을 모두 합산한 결과이다.

실태조사를 통해 추정된 기획·제작·배급 의 매출액은 3,546억원으로 나타났다. 이를 사업형태별로 살펴보면 창작 및 판권이 1,808억원(28.1%), 제작서비스/ 단순복제가 1,186억원(15.6%), 유통·배급이 약 549억원(7.2%), 마케팅·홍보가 1억원 미만(0.1%미만), 그 외 기타 사업형태에서 1억원(0.1%미만)의 매출을 내고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-17. 만화산업 매출액 현황>

활동영역 구분		매출액(백만원)	비율(%)
기획 · 제작 · 배급	창작 및 판권	180,824	23.8
	제작 서비스/ 단순 복제	118,699	15.6
	유통·배급	54,937	7.2
	마케팅·홍보	76	0.0
	기타	102	0.0
기획 ·제작 ·배급 합계		354,637	46.7
최종유통 합계		-	-
합계		759,100	100.0

3.2.2. 만화산업 사업비용

조사결과 만화산업의 기획·제작·배급부분의 사업비용현황은 1,671억원으로 추정되었으며 사업비용형태 중 자체 제작비용이 1,151억원(68.9%)으로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 로열티 지출이 200억원(12.0%), 외부 유입비용이 142억원(8.5%), 마케팅·홍보로 인한 비용이 92억원(5.5%), 배급으로 인한 비용이 51억원(3.1%), 교육훈련으로 인한 비용이 23억원(1.4%), 연구개발로 인한 비용이 8억원(0.5%), 기타 비용이 1억원(0.1%)으로 추정되었다.

<표 4-18. 만화산업 사업비용 현황>

비용형태 구분		사업비용(백만원)	비율(%)
작품제작	자체 제작비용	115,116	68.9
	외부 유입비용	14,234	8.5
로열티 지출		20,024	12.0
배급		5,178	3.1
마케팅 홍보		9,252	5.5
연구개발		886	0.5
교육훈련		2,379	1.4
기타		123	0.1
합계		167,192	100.0

3.2.3. 만화산업 수출입액

조사결과 만화산업의 총 수출액은 429만불로 나타났으며, 총 수입액은 516만불로 나타났다. 국가별, 거래형태별 세부 수출입액은 다음과 같다.

□ 국가별 수출입액

총 수출액을 국가별로 살펴본 결과, 북미에의 수출이 129만불(30.1%)로 가장 많으며, 중국이 108만불(25.3%), 유럽이 87만불(20.3%), 일본이 58만불(13.7%), 동남아가 38만불(9.0%), 기타가 7만불(1.7%)의 순서로 조사되었다.

<표 4-19. 만화산업 국가별 수출현황>

구 분		수출액(천$)	비율(%)
수출	유럽	873	20.3
	북미	1,293	30.1
	중남미	0	0.0
	일본	589	13.7
	중국	1,088	25.3
	동남아	385	9.0
	기타	71	1.7
수출 합계		4,299	100.0

총 수입액을 국가별로 살펴본 결과, 일본에서의 수입이 456만불(88.4%)로 가장 많게 나타났으며, 유럽이 27만불(5.3%), 동남아가 25만불(4.9%), 북미가 5만불(1.0%), 중국이 1만불(0.3%)의 순서로 조사되었다.

<표 4-20. 만화산업 국가별 수입현황>

구 분		수입액(천$)	비율(%)
수입	유럽	272	5.3
	북미	50	1.0
	중남미	9	0.2
	일본	4,566	88.4
	중국	15	0.3
	동남아	255	4.9
	기타	0	0.0
수입 합계		5,167	100.0

□ 거래형태별 수출입액

총 수출액을 거래형태별로 살펴본 결과, 라이선스로 인한 수출이 411만불(95.7%)로 나타났으며 그 외 수출이 18만불(4.3%)로 나타났다.

<표 4-21. 만화산업 거래형태별 수출현황>[50]

거래형태 구분	수출액(천$)	비율(%)
라이선스	4,113	95.7
그 외	186	4.3
합계	4,299	100.0

총 수입액을 거래형태별로 살펴본 결과, 라이선스로 인한 수입이 516만불(100.0%)로 나타났다.

<표 4-22. 만화산업 거래형태별 수입현황>

거래형태 구분	수입액(천$)	비율(%)
라이선스	5,167	100.0
그 외	0	0.0
합계	5,167	100.0

50) 문항이 만화업체에는 답변하기에 곤란한 부분이 있기 때문에 무응답이 많이 존재하였다. 이러한 이유로 국가별 총액 자료를 활용하여 조사된 거래형태별 수출입액을 보정을 하였으므로 실제 비율과 편차가 있을 수 있다.

3.2.4. 만화산업 종사자수[51)]

조사결과 만화산업 중 기획·제작·배급에 종사하는 총 종사자수는 2,557명으로 조사되었으며, 이를 고용형태별, 직무형태별, 성별/연령별/학력별로 살펴보면 다음과 같다.

□ 고용형태별 종사자수

만화산업의 종사자수를 고용형태별로 살펴보면 이 중 정규직 종사자가 1,822명(71.2%)으로 나타났고, 비정규직 종사자가 735명(28.8%)으로 나타났다.

<표 4-23. 만화산업 고용형태별 종사자수 현황>

고용형태 구분	종사자수(명)	비율(%)
정규직	1,822	71.2
비정규직	735	28.8
합계	2,557	100.0

이러한 고용형태별 통계를 세부 직무형태별로 구분해보면 다음과 같다.

□ 직무형태별 종사자수

정규직 종사자를 직무형태별로 살펴본 결과 총 1,822명 중 개발·제작에 근무하는 종사자가 611명(33.5%)로 가장 많게 나타났으며, 관리에 근무하는 종사자가 326명(17.9%), 마케팅·홍보에 근무하는 종사자가 207명(11.4%), 사업기획에 근무하는 종사자가 184명(10.1%), 연구·기술에 근무하는 종사자가 105명(5.8%)의 순서로 나타났다.

51) 기획·제작·배급에 근무하는 종사자수에 한한다.

<표 4-24. 만화산업 정규직 직무형태별 종사자수 현황>

	직무구분	종사자수(명)	비율(%)
정규직	사업기획	184	10.1
	관리	326	17.9
	개발·제작	611	33.5
	마케팅·홍보	207	11.4
	연구·기술	105	5.8
	기타	388	21.3
	합계	**1,822**	**100.0**

비정규직 종사자를 직무형태별로 살펴본 결과 총 735명 중 개발·제작에 근무하는 종사자가 496명(67.5%)로 가장 많게 나타났으며, 사업기획에 근무하는 종사자가 62명(8.5%), 관리에 근무하는 종사자가 51명(7.0%), 마케팅·홍보에 근무하는 종사자가 14명(1.9%), 연구·기술에 근무하는 종사자가 10명(1.4%)의 순서로 나타났다.

<표 4-25. 만화산업 비정규직 직무형태별 종사자수 현황>

	직무구분	종사자수(명)	비율(%)
비정규직	사업기획	62	8.5
	관리	51	7.0
	개발·제작	496	67.5
	마케팅·홍보	14	1.9
	연구·기술	10	1.4
	기타	100	13.7
	합계	**735**	**100.0**

□ 성별/ 학력별/ 연령별 종사자수

총 종사자수를 성별로 살펴본 결과, 전체 종사자 2,557명의 종사자 중에서 1,415명(55.3%)이 남성 종사자로, 1,142명(44.7%)이 여성 종사자로 나타났다.

<표 4-26. 만화산업 성별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
남성	1,415	55.3
여성	1,142	44.7
합계	2,557	100.0

종사자수를 학력별로 살펴보면, 대졸 종사자가 1,552명(60.7%)으로 가장 많으며, 고졸 이하가 492명(19.2%), 전문대졸이 427명(16.7%), 대학원졸이 85명(3.3%)의 순서로 나타났다.

<표 4-27. 만화산업 학력별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
고졸 이하	492	19.2
전문대졸	427	16.7
대졸	1,552	60.7
대학원졸	85	3.3
합계	2,557	100.0

종사자수를 연령별로 살펴보면, 25-29세의 종사자가 962명(37.6%), 30-34세의 종사자가 895명(35.0%)으로 가장 많으며, 35-39세의 종사자가 329명(12.9%), 40세 이상의 종사자가 288명(11.3%), 24세 이하의 종사자가 83명(3.3%)의 순서로 나타났다.

<표 4-28. 만화산업 연령별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
24세 이하	83	3.3
25-29세	962	37.6
30-34세	895	35.0
35-39세	329	12.9
40세 이상	288	11.3
합계	2,557	100.0

4. 음악산업

4.1. 음악산업 조사개관

음악산업은 작곡, 출판, 저작권, 공연, 매니지먼트, 음반, 방송, 광고, 영화음악 등에 관한 기획·제작·배급, 유통을 하는 산업을 말한다. 구체적으로 음악산업은 LP, CD, 카세트 테이프의 제작, 배급, 출판에 관련된 음반산업을 주축으로 공연산업, 악기제조업, 악보출판업 등 전통적 음악산업 뿐만 아니라 TV, 라디오 등 방송·미디어나 영화의 삽입음악, 핸드폰 벨소리도 포함하고 있다.[52] 본 조사에서는 음악 산업체 조사와 타 조사자료를 통해 음악산업의 개략적인 현황을 파악하며, 산업체 조사대상으로는 위에서 언급한 음악산업에 해당하는 사업체 중 기획·제작·배급에 관련된 온라인, 오프라인 사업체 뿐 만 아니라 일부 불법음악 서비스업체도 조사대상에 포함하여 조사를 실시하였다.

조사결과는 실태조사 대상인 416개 사업체 중 응답을 얻어낸 228개의 사업체 정보를 토대로 하여 창작 및 판권, 제작서비스/ 단순복제, 유통·배급, 마케팅·홍보, 기타 부분의 재무정보, 해외거래 현황, 고용현황 등에 대한 정보를 추정 및 산출해 내며, 전체 매출규모 중 일부분은 통계청의 『2003 도·소매업 통계조사』, 『2003 서비스업 통계조사』, 『2001 도·소매업 및 서비스업 총조사』 자료를 인용 및 활용하였다. 유통부분의 종사자 수를 산출하는데 있어서는 통계청의 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』를 인용하였다.

또한 본 조사는 조사대상 업체가 음반기획 및 제작, 온라인 음악 서비스 사업체, 공연업체, 오프라인 음반유통(도매)업체를 중심으로 조사가 진행되었기 때문에 조사결과 또한 이러한 업체들의 정보를 반영한다는 사실을 주지하고 자료를 참고해야 할 것이다.

52) 고정민·민동원 (2003) 『국내음반산업의 주요이슈와 대응방안』, 삼성경제연구소

▶ 실태조사

- 조사대상 : 음악 산업체 중 기획, 제작, 배급·유통, 홍보·마케팅 중 한 가지 이상의 사업 분야를 영위하는 416개 사업체
- 회수된 업체 : 306개 업체(간이조사 응답업체 64개소 포함)
- 조사방법 : 전수조사
  전화조사를 기본으로 하여 메일, 팩스, 방문조사, 온라인 조사

▶ 참고자료

- 통계청 『2003 도·소매업 통계조사』, 『2003 서비스업 통계조사』, 『2001 도·소매업 및 서비스업 총조사』
  참고부분 : 매출규모
- 통계청『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』
  참고부분 : 종사자수

4.2. 음악산업 조사결과

4.2.1. 음악산업 매출액[53]

2003년 음악산업의 활동영역별 매출규모 산출을 위해 전국의 416개의 기획·제작·배급에 포함되는 음악산업체를 조사대상으로 하여 실태조사를 실시하였고 이 중 총 306개의 사업체로부터 얻은 정보를 기초로 하여 창작 및 판권, 제작서비스/ 단순복제, 유통·배급, 마케팅·홍보, 기타 부분에 대한 통계를 산출하였다. 또한 2차 조사 자료를 활용하여 유통시장의 매출액 규모를 추정하였다.

음악산업의 유통 매출규모를 산출하기 위하여 음반 유통업으로 음반 도매업, 음반 소매업, 음반 임대업, 노래방 운영업의 규모를 추가해야 할 것이나 본 조사에서는 음반 도매업의 경우, 기획·제작·배급업체에 그 매출이 포함되고, 또한 일부 대규모 음반 도매업체들이 포함되어 조사가 되었기 때문에 이를 제외하며, 음반 소매업의 경우 소매업체에 대한 조사가 실시되지 않아 그 규모를 추정할 수 없으므로 이를 제외한다.[54] 또한 음반 임대업은 현재 거의 존재하지 않는 실정이므로 본 매출규모 산출 대상에서 제외한다.

노래방 운영업(표준산업분류 88913)의 경우에는 2차 조사 자료를 참고하여 추정을 통해 본 결과에 산입하며 이는 서비스업이므로 매출액과 그 의미가 가장 유사한 영업수익의 합계[55]를 이용한다.

추정결과 총 매출액의 합계는 1조 7,935억원으로 나타났으며, 기획·제작·배급의 경우에는 6,680억원, 유통부분의 한 부분인 노래방 운영업의 경우에는 1조 1,254억원(62.6%)으로 추정되었다. 기획·제작·배급의 매출액을 사업형태별로 살펴보면 유통·배급이 2,573억(14.3%)으로 가장 많으며, 기타 사업형태에서 1,806억원(10.1%), 창작 및 판권이 1,163억원(6.5%), 제작 서비

53) 음악산업 사업체에는 온라인, 오프라인 사업체를 모두 포괄하며 일부 불법음악 서비스업체도 포함되었다.

54) 타 문화산업의 경우에는 소매업이 포함되어 있으나 음악산업에서는 소매업이 제외되므로 산업별 비교 시 이를 주의해야 할 것이다.

55) 『2003년 기준 서비스업통계조사』의 정보를 기본으로 하였으나, 이는 세세분류별로 발표가 되지 않기 때문에 『2002년 도·소매업 및 서비스업 총조사』의 정보 중 각 세세산업별의 비율을 활용하여 추정을 한 자료를 이용

스/ 단순 복제가 1,126억원(6.3%), 마케팅·홍보가 11억원(0.1%)의 순서로 매출을 내고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-29. 음악산업 매출액 현황>

활동영역 구분	매출액(백만원)	비율(%)
창작 및 판권	116,382	6.5
제작 서비스/ 단순 복제	112,618	6.3
유통·배급	257,307	14.3
마케팅·홍보	1,127	0.1
기타	180,622	10.1
기획·제작·배급합계	668,057	37.2
노래방 운영업 합계	1,125,443	62.8
전체 합계	1,793,500	100.0

4.2.2. 음악산업 사업비용

추정결과 음악산업의 기획·제작·배급부분의 사업비용현황은 약 4,997억원으로 나타났으며, 이를 사업비용형태 구분별로 살펴보면 자체 제작비용이 3,319억원(66.4%)으로 가장 많이 나타났다. 그 외 로열티 지출이 864억원(17.3%), 기타 부분이 286억원(5.7%), 배급이 252억원(5.1%), 마케팅·홍보가 136억원(2.7%), 외부유입비용이 105억원(2.1%), 연구개발이 28억원(0.6%), 교육훈련이 7억원(0.1%)의 순서인 것으로 나타났다.

<표 4-30. 음악산업 사업비용 현황>

사업비용형태 구분		사업비용(백만원)	비율(%)
작품제작	자체 제작비용	331,908	66.4
	외부 유입비용	10,504	2.1
로열티 지출		86,417	17.3
배급		25,256	5.1
마케팅 홍보		13,600	2.7
연구개발		2,880	0.6
교육훈련		742	0.1
기타		28,403	5.7
합계		499,710	100.0

4.2.3. 음악산업 수출입액

조사결과 음악산업의 총 수출액은 1,331만불로 나타났으며, 총 수입액은 1,603만불로 나타났다. 국가별, 거래형태별 세부 수출입액은 다음과 같다.

□ 국가별 수출입액

총 수출액을 국가별로 살펴본 결과 일본에의 수출이 1,163만불(87.4%)로 가장 많으며, 동남아가 124만불(9.4%), 중국이 26만불(2.0%), 북미가 8만불(0.7%), 기타 국가가 3만불(0.2%), 유럽이 4만불(0.2%)의 순서로 조사되었다.

<표 4-31. 음악산업 국가별 수출현황>

구 분		수출액(천$)	비율(%)
수출	유럽	44	0.3
	북미	88	0.7
	중남미	0	0.0
	일본	11,635	87.4
	중국	264	2.0
	동남아	1,245	9.4
	기타	36	0.3
수출 합계		13,312	100.0

총 수입액을 국가별로 살펴본 결과 북미가 927만불(57.8%)로 가장 많으며, 유럽이 517만불(32.3%), 중국이 104만불(6.5%), 일본이 50만불(3.2%), 동남아가 3만불(0.2%)의 순서로 조사되었다.

<표 4-32. 음악산업 국가별 수입현황>

구 분		수입액(천$)	비율(%)
수입	유럽	5,173	32.3
	북미	9,276	57.8
	중남미	0	0.0
	일본	507	3.2
	중국	1,046	6.5
	동남아	33	0.2
	기타	0	0.0
수입 합계		16,035	100.0

□ 거래형태별 통계

총 수출액을 거래형태별로 살펴본 결과, 라이선스로 인한 수출이 990만불(74.4%)로 나타났으며 그 외 수출이 341만불(25.6%)로 나타났다.

<표 4-33. 음악산업 거래형태별 수출현황>

거래형태 구분	수출액(천$)	비율(%)
라이선스	9,902	74.4
그 외	3,410	25.6
합계	13,312	100.0

총 수입액을 거래형태별로 살펴본 결과, 라이선스로 인한 수입이 1,567만불(97.8%)로 나타났으며 그 외 수입이 35만불(2.2%)로 나타났다.

<표 4-34. 음악산업 거래형태별 수입현황>

거래형태 구분	수입액(천$)	비율(%)
라이선스	15,679	97.8
그 외	356	2.2
합계	16,035	100.0

4.2.4. 음악산업 종사자수

가. 음악산업 총 종사자수

2003년 음악산업의 종사자수 산출은 기획·제작·배급부분과 유통부분이 나누어서 산출이 되었으며, 기획·제작·배급부분의 종사자수는 실태조사 대상인 416개소의 추정값을 근거로 하며 유통부분의 종사자수는 통계청의 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』를 인용하였다.

□ 사업형태별 종사자수

조사결과 음악산업에 종사하는 총 종사자수는 62,555명으로 조사되었으며 이 중 기획·제작·배급에 종사하는 종사자수가 4,483명, 유통에 종사하는 종사자수가 58,072명으로 조사되었다.

<표 4-35. 음악산업 사업형태별 종사자수 현황>

활동영역 구분	남성(명)	여성(명)	합계(명)
기획·제작·배급	3,013	1,470	4,483
유통(노래방 운영업)	25,606	32,466	58,072
합계	**28,619**	**33,936**	**62,555**

나. 기획·제작·배급부분의 총 종사자수

□ 고용형태별 종사자수

조사결과 음악산업 중 기획·제작·배급에 종사하는 총 종사자수는 4,484명으로 조사되었으며 이 중 정규직 종사자가 3,808명(84.9%)으로 나타났고, 비정규직 종사자가 676명(15.1%)로 나타났다. 이러한 고용형태별 통계를 세부 직무형태로 구분해보면 다음과 같다.

<표 4-36. 음악산업 고용형태별 종사자수 현황>

고용형태 구분	종사자수(명)	비율(%)
정규직	3,808	84.9
비정규직	676	15.1
합계	4,484	100.0

□ 직무형태별 종사자수

정규직 종사자를 직무형태별로 살펴본 결과 기타 직무에 근무하는 종사자가 총 1,204명(31.6%)으로 가장 많게 나타났으며, 관리에 근무하는 종사자가 735명(19.3%), 개발·제작에 근무하는 종사자가 669명(17.6%), 마케팅·홍보에 근무하는 종사자가 608명(16.0%), 사업기획에 근무하는 종사자가 402명(10.6%), 연구·기술에 근무하는 종사자가 190명(5.0%)의 순서로 나타났다.

<표 4-37. 음악산업 정규직 직무형태별 종사자수 현황>

	직무구분	종사자수(명)	비율(%)
정규직	사업기획	402	10.6%
	관리	735	19.3%
	개발·제작	669	17.6%
	마케팅·홍보	608	16.0%
	연구·기술	190	5.0%
	기타	1,204	31.6%
	합계	3,808	100.0

비정규직 종사자를 직무형태별로 살펴본 결과 기타 직무에 근무하는 종사자가 총 1346명(51.2%)으로 가장 많게 나타났으며, 개발·제작에 근무하는 종사자가 170명(25.1%), 마케팅·홍보에 근무하는 종사자가 65명(9.6%), 사업기획에 근무하는 종사자가 55명(8.1%), 연구·기술에 근무하는 종사자가 21명(3.1%), 관리에 근무하는 종사자가 20명(2.9%)의 순서로 나타났다.

<표 4-38. 음악산업 비정규직 직무형태별 종사자수 현황>

	직무구분	종사자수(명)	비율(%)
비정규직	사업기획	55	8.1
	관리	20	2.9
	개발·제작	170	25.1
	마케팅·홍보	65	9.6
	연구·기술	21	3.1
	기타	346	51.2
	합계	**676**	**100.0**

□ 성별/ 학력별/ 연령별 종사자수

총 종사자수를 성별로 살펴본 결과, 전체 종사자 4,484명의 종사자 중에서 3,013명(67.2%)이 남성 종사자로, 1,470명(32.8%)이 여성 종사자로 나타났다.

<표 4-39. 음악산업 성별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
남성	3,013	67.2
여성	1,470	32.8
합계	**4,484**	**100.0**

총 종사자수를 학력별로 살펴보면, 대졸 종사자가 2,188명(48.8%)으로 가장 많으며, 고졸 이하가 1,262명(28.1%), 전문대졸이 938명(20.9%), 대학원졸이 96명(2.1%)의 순서로 나타났다.

<표 4-40. 음악산업 학력별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
고졸 이하	1,262	28.1
전문대졸	938	20.9
대졸	2,188	48.8
대학원졸	96	2.1
합계	4,484	100.0

총 종사자수를 연령별로 살펴보면, 25-29세의 종사자가 1,523명(34.0%)으로 가장 많으며, 30-34세의 종사자가 1,312명(29.3%), 35-39세의 종사자가 684명(15.3%), 40세 이상의 종사자가 554명(12.4%), 24세 이하의 종사자가 410명(9.2%)의 순서로 나타났다.

<표 4-41. 음악산업 연령별 종사자수 현황>

연령별 구분	종사자수(명)	비율(%)
24세 이하	410	9.2
25-29세	1,523	34.0
30-34세	1,312	29.3
35-39세	684	15.3
40세 이상	554	12.4
합계	4,484	100.0

5. 게임산업

5.1. 게임산업 조사개관

게임산업은 멀티미디어, 디지털, 네트워크 기술 등 다양한 첨단기술과 엔터테인먼트 요소가 결합된 서비스라 할 수 있으며, 게임상품을 기반으로 개발, 제작, 배급, 유통을 하는 산업을 의미한다.[56] 국내 게임산업은 한국게임산업개발원의 기준에 의해 콘텐츠를 유통하는 게임 플랫폼에 따라 온라인 게임, 아케이드 게임, 비디오 게임, 모바일 게임, PC 게임 등의 개발 및 배급업과 PC방, 게임장, 복합유통업소 등 유통업으로 나눌 수 있다.

본 조사는 한국게임산업개발원의 분류기준에 근거하여 게임백서자료를 통해 게임산업의 매출액 규모 등 재무정보, 해외거래 현황, 고용현황 등 개략적인 현황을 파악한다.

본 조사에 사용된 분류기준을 표준산업 분류와 관련하여 비교해 보면 다음과 같다.

56) 『2003년도 디지털콘텐츠 해외시장보고서 게임편』, 한국소프트웨어진흥원

<표 4-42. 게임산업 분류기준 비교>

통계청 표준산업 분류			게임산업개발원 산업분류	
분류	산업코드	해당 산업명	구분	해당산업명
게임기기 및 소프트웨어 제작업	36943	영상게임기 제조업	게임 개발 및 배급	온라인 게임
	72201	게임 소프트웨어 제작업		아케이드 게임
	22300	기록매체 복제업[57]		비디오 게임
				모바일 게임
				PC 게임
게임기기 및 소프트웨어 운영업	51473	장난감 및 취미용품 도매업[58]	게임 유통업	PC 방
	52643	오락게임용구 및 장난감 소매업[59]		
	51891	컴퓨터 및 패키지 소프트웨어 도매업[60]		게임장
	52513	음반 및 비디오물 소매업[61]		
	71301	음반 및 비디오물 임대업[62]		
오락장 운영업	88912	전자 게임장 운영업		복합유통업소
	72201	컴퓨터 게임방 운영업		

▶ 참고자료
- 한국게임산업개발원 『2004 게임백서』
  참고부분 : 매출액, 수출입액, 종사자수

57) 게임 소프트웨어 부분으로 한정
58) 게임기기 부분으로 한정
59) 게임기기 부분으로 한정
60) 게임 소프트웨어 부분
61) 게임 소프트웨어 부분
62) 게임 소프트웨어 부분

5.2. 게임산업 조사결과

5.2.1. 개임산업 매출액

2003년 게임산업의 총 매출액의 합계는 조사결과 3조 9,387억원으로 나타났으며, 게임 개발 및 배급의 경우 1조 5,283억원, 게임 유통업이 2조 4,104억원으로 나타났다. 게임 개발 및 배급의 경우를 살펴보면, 온라인 게임의 매출이 7,541억원(19.1%)으로 가장 많으며 아케이드 게임의 매출이 3,118억원(7.9%), 비디오 게임이 2,229억원(5.7%), 모바일 게임이 1,458억원(3.7%), PC게임이 937억원(2.4%)로 나타났다. 게임 유통업의 경우를 살펴보면, PC방 매출이 1조 6,912억원(42.9%), 게임장 매출이 6,542억원(16.6%), 복합 유통업소 매출이 650억원(1.7%)으로 나타났다.

<표 4-43. 게임산업 매출액 현황>

구 분		매출액(억원)	비율(%)
게임 개발 및 배급	온라인 게임	7,541	19.1%
	아케이드 게임	3,118	7.9%
	비디오 게임	2,229	5.7%
	모바일 게임	1,458	3.7%
	PC 게임	937	2.4%
게임 개발 및 배급 합계		**15,283**	**38.8%**
게임 유통업	PC 방	16,912	42.9%
	게임장	6,542	16.6%
	복합 유통업소	650	1.7%
게임 유통업 합계		**24,104**	**61.2%**
전체 합계		**39,387**	**100.0%**

5.2.2. 개임산업 수출입액

조사결과 게임산업의 총 수출액은 1억 8,154만불로 나타났으며, 총 수입액은 1억 6,645만불로 나타났다.

총 수출액을 플랫폼별로 살펴본 결과 온라인 게임 수출이 1억 5,172만불로 가장 많게 나타났다. 또한 아케이드 게임 수출이 1,533만불(8.4%), 모바일 게임 수출이 1,316만불(7.3%), PC게임 수출이 100만불(0.6%), 비디오 게임 수출이 31만불(0.2%)의 순서로 나타났다.

<표 4-44. 게임산업 수출현황>

구 분		수출액(천$)	비율(%)
수출	온라인 게임	151,722	83.6
	아케이드 게임	15,334	8.4
	비디오 게임	318	0.2
	모바일 게임	13,163	7.3
	PC 게임	1,006	0.6
수출 합계		**181,543**	**100.0**

총 수입액을 플랫폼별로 살펴본 결과 모바일 게임이 1억 1,033만불(66.3%)로 가장 많게 나타났다. 또한 PC게임이 2,811만불(16.9%), 아케이드 게임이 2,624만불(15.8%), 비디오 게임이 153만불(0.9%), 온라인 게임이 22만불(0.1%)의 순서로 나타났다.

<표 4-45. 게임산업 수입현황>

구 분		수입액(천$)	비율(%)
수입	온라인 게임	229	0.1
	아케이드 게임	26,247	15.8
	비디오 게임	1,533	0.9
	모바일 게임	110,336	66.3
	PC 게임	28,110	16.9
수입 합계		**166,454**	**100.0**

5.2.3. 게임산업 종사자수[63)]

조사결과 게임산업에 종사하는 총 종사자수는 39,104명으로 조사되었으며 이 중 남성 종사자가 30,149명(77.1%)으로 나타났고, 여성 종사자가 8,955명(22.9%)으로 나타났다.

<표 4-46. 게임산업 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
남성	30,149	77.1
여성	8,955	22.9
합계	**39,104**	**100.0%**

63) 본 결과는 조사대상 사업체 260개를 대상으로 조사된 내용을 기초로 하여 전체 사업자수로 환산하여 추정한 총 종사자의 결과이다.

6. 영화산업

6.1. 영화산업 조사개관

영화라 함은 연속적인 영상이 필름, 디스크 등의 매체에 담긴 유성 또는 무성의 내용물로서 상영을 목적으로 한 것을 말한다. 이와 관련하여 영화산업이라 함은 영화의 제작·활용·유통·보급·수출·수입 등에 관련된 산업을 의미한다.[64] 이러한 영화산업은 활동별로 크게 투자, 제작, 배급, 상영의 네 단계로 이루어져 있으며 본 조사에서는 기획·제작·배급 사업체를 대상[65]으로 하여 조사를 실시하고 최종유통부분의 경우에는 타 조사자료를 통해 영화산업의 개략적인 현황을 파악한다.

조사결과는 실태조사 대상인 1,229개 사업체 중 응답을 얻어낸 769개의 사업체 정보를 토대로 하여 창작 및 판권, 제작서비스/단순복제, 유통·배급, 마케팅·홍보, 기타 부분의 재무정보, 해외거래 현황, 고용현황 등에 대한 정보를 추정 및 산출해 내며, 전체 매출규모 중 유통부분은 통계청의 『2003 도·소매업 통계조사』, 『2003 서비스업 통계조사』, 『2001 도·소매업 및 서비스업 총조사』, 영화진흥위원회 『2004 한국영화연감』을 인용하였다.

▶ 실태조사
- 조사대상 : 영화 산업체 중 기획, 제작, 배급·유통, 홍보·마케팅 중 한 가지 이상의 사업 분야를 영위하는 1,229개 사업체
- 회수된 업체 : 769개 업체(간이조사 응답업체 181개소 포함)
- 조사방법 : 전수조사
  전화조사를 기본으로 하여 메일, 팩스, 방문조사, 온라인 조사

▶ 참고자료
- 통계청 『2003 도·소매업 통계조사』, 『2003 서비스업 통계조사』 『2001 도·소매업 및 서비스업 총조사』『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』
  참고부분 : 매출규모, 종사자수
- 영화진흥위원회 『2004 한국영화연감』
  참고부분 : 매출규모, 수출액

64) 영화진흥법 참조
65) 본 조사에서는 비디오 및 DVD 복제업의 사업체도 조사대상에 포함되었다.

6.2. 영화산업 조사결과

6.2.1. 영화산업 매출액

영화산업의 매출액 규모 추정을 위해 기획·제작·배급부분은 실태조사 자료를 기본으로 하여 추정을 하였다. 또한, 최종 유통부분은 크게 영화관 운영업과, 비디오물 감상실 운영업, 비디오물 임대업 부분으로 나누어 산출하였으며, 음악산업과 마찬가지로 영화 소매업은 본 년도 조사의 한계점으로 인해 조사대상에 제외하였다. 최종 유통부분 각각의 집계 및 산출방법은 다음과 같다.

영화관 운영업은 통계청의 『2003년 기준 서비스업 통계조사』에서 영화산업[66]의 총 영업수익 중 영화관 운영업[67]의 비율을 『2001년 기준 도·소매업 및 서비스업 총조사』에서 활용하여 추정을 하였다. 비디오물 감상실 운영업은 영화진흥위원회의 『2004 한국영화연감』 자료를 참고하였으며, 이는 전국에 존재하는 비디오 감상실 2,300개소의 매출액을 추정한 자료이다. 비디오물 임대물 또한 『2004 한국영화연감』 자료이며 이는 전국에 존재하는 비디오 대여점 약 8,500개소를 기초로 하여 전국 비디오 대여점의 평균 매출 규모인 연 3,600만원(월 300만원)을 반영하여 추정한 자료이다. 그러나 이는 만화 대여와 단행본 대여 매출이 포함될 수 있음을 유의해야 한다. 이와 더불어, 본 조사에서는 음악 산업과 마찬가지로 영화 소매업은 전체 영화산업 매출규모에 포함되지 않았다.

추정결과 총 매출액의 합계는 2조 3,444억원으로 나타났으며[68] 이 중 최종 유통부분이 9,869억원(42.1), 기획·제작·배급부분이 1조 3,574억원(57.9%)으로 나타났다.

최종유통부분의 매출 규모를 사업형태별로 살펴보면, 영화관 운영업이 5,429억원(23.2%), 비디오물 임대업이 3,060억원(13.1%), 비디오물 감상실 운

66) 표준산업분류 871, 통계청
67) 표준산업분류 87141, 통계청
68) 영화진흥위원회의 『2004 한국영화연감』에 따르면 2003년 한국영화산업 시장규모(극장 매출과 VHS/DVD 매출 합계)는 1조 4,561억원으로 나타났으며, 이 수치는 본 조사에서의 활동별 총 매출액의 합계와 추정방식에서 차이가 있기 때문에 구분하여 사용함이 바람직하다.

영업이 1,380억원(5.9%)으로 나타났다.

기획·제작·배급부분의 매출 규모를 사업형태별로 살펴보면, 유통·배급이 6,959억원(29.7%)으로 가장 많으며, 제작 서비스/ 단순 복제가 약 3,217억원(13.7%), 창작 및 판권이 2,199억원(9.4%), 기타 사업형태가 1,000억원(4.3%), 마케팅·홍보가 197억원(0.8%)의 순서로 매출을 내고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-47. 영화산업 매출액 현황>

활동영역 구분		매출액(백만원)	비율(%)
기획·제작·배급	창작 및 판권	219,970	9.4
	제작 서비스/ 단순 복제	321,710	13.7
	유통·배급	695,961	29.7
	마케팅·홍보	19,770	0.8
	기타	100,020	4.3
기획·제작·배급 합계		1,357,431	57.9
최종 유통	영화관 운영업	542,987	23.2
	비디오물 감상실 운영업	138,000	5.9
	비디오물 임대업	306,000	13.1
최종 유통 합계		986,987	42.1
합계		2,344,418	100.0

6.2.2. 영화산업 사업비용

조사결과 영화산업의 기획·제작·배급 부분의 사업비용현황은 1조 2,204억원으로 추정되었으며 사업비용형태 중 자체 제작비용이 5,540억원(45.4%)으로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 외부 유입비용이 2,057억원(16.9%), 마케팅 홍보로 인한 비용이 1,400억원(11.5%), 로열티 지출이 1,274억만원(10.4%), 배급으로 인한 비용이 1,004억원(8.2%), 기타 비용이 860억원(7.1%), 연구개발로 인한 비용이 61억원(0.5%), 교육훈련으로 인한 비용이 3억원(0.0%)으로 추정되었다.

<표 4-48. 영화산업 사업비용 현황>

사업비용형태 구분		비용(백만원)	비율(%)
작품제작	자체 제작비용	554,096	45.4
	외부 유입비용	205,756	16.9
로열티 지출		127,457	10.4
배급		100,497	8.2
마케팅 홍보		140,029	11.5
연구개발		6,152	0.5
교육훈련		381	0.0
기타		86,053	7.1
합계		**1,220,421**	**100.0**

6.2.3. 영화산업 수출입액[69)]

조사결과 영화산업의 총 수출액은 3,097만불로 나타났으며, 총 수입액은 6,045만불로 나타났다. 국가별, 거래형태별 세부 수출입액은 다음과 같다.

□ 국가별 수출입액

총 수출액을 국가별[70)]로 살펴본 결과 아시아에의 수출이 1,902만불(61.4%)로 가장 많으며 유럽이 572만불(18.5%), 북미가 448만불(14.5%), 기타가 163만불(5.3%), 남미가 8만불(0.3%), 오세아니아가 3만불(0.1%)의 순서로 조사되었다.

<표 4-49. 영화산업 국가별 수출현황>

구 분		수출액(천$)	비율(%)
수출	아시아	19,024	61.4
	북미	4,486	14.5
	남미	82.5	0.3
	유럽	5,724	18.5
	오세아니아	30	0.1
	아프리카	0	0.0
	기타	1,632.5	5.3
수출 합계		30,979	100.0

총 수입액을 국가별로 살펴본 결과 유럽에의 수입이 3,147만불(52.1%)로 가장 많으며, 북미가 1,524만불(25.2%), 중남미가 720만불(11.9%), 중국이 487만불(8.1%), 일본이 104만불(1.7%), 동남아가 45만불(0.7%), 기타가 16만불(0.3%)의 순서로 나타났다.

---

69) 수출액 결과는 영화진흥위원회의 『2004 한국영화연감』 자료를 참고하며, 수입액은 실태조사 결과를 인용한다. 이는 영화진흥위원회에서 해외에 수출된 작품의 계약액을 기준으로 산출한 자료이며 필름, TV, VOD, 비디오 등 형태별 수출액을 모두 포함하지만 DVD 복제업 등의 수출액은 포함하지 않는다.

70) 타 조사자료를 참고하였기 때문에 국가 분류기준에 차이가 존재한다.

<표 4-50. 영화산업 국가별 수입현황>

구 분		수입액(천$)	비율(%)
수입	유럽	31,476	52.1
	북미	15,244	25.2
	중남미	7,200	11.9
	일본	1,043	1.7
	중국	4,874	8.1
	동남아	453	0.7
	기타	162	0.3
수입 합계		60,452	100.0

□ 거래형태별 통계

총 수입액을 거래형태별로 살펴본 결과, 라이선스로 인한 수입이 5,953만불(98.5%)로 나타났으며 그 외 수입이 91만불(0.8%)로 나타났다.

<표 4-51. 영화산업 거래형태별 수입현황>

거래형태 구분	수입액(천$)	비율(%)
라이선스	59,538	98.5
그 외	914	1.5
합계	60,452	100.0

6.2.4. 영화산업 종사자수

가. 영화산업 총 종사자수

2003년 영화산업 종사자수 산출은 기획·제작·배급부분과 최종유통부분이 나누어서 산출이 되었으며, 기획·제작·배급 부분의 종사자수는 실태조사 대상인 1,229개소의 추정값을 근거로 하며 최종유통부분의 종사자수는 통계청의 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』를 인용하였다.

□ 사업형태별 종사자수

조사결과 영화산업에 종사하는 총 종사자수는 38,108명으로 조사되었으며 이 중 기획·제작·배급에 종사하는 종사자수가 12,010명, 최종 유통에 종사하는 종사자 수가 26,098명으로 조사되었다.

<표 4-52. 영화산업 사업형태별 종사자수>

활동영역 구분		남성(명)	여성(명)	합계(명)
기획·제작·배급		**8,122**	**3,888**	**12,010**
최종 유통	영화관 운영업	3,451	3,185	6,636
	비디오물 감상실 운영업	2,506	1,585	4,091
	비디오물 임대업	6,250	9,121	15,371
최종 유통 합계		**12,207**	**13,891**	**26,098**
합계		**20,329**	**17,779**	**38,108**

나. 기획·제작·배급부분의 총 종사자수

□ 고용형태별 종사자수

조사결과 영화산업 중 기획·제작·배급에 종사하는 총 종사자수는 12,010명으로 조사되었으며 이 중 정규직 종사자가 8,068명(67.2%)으로 나타났고, 비정규직 종사자가 3,942명(32.8%)으로 나타났다. 이러한 고용형태별 통계를 세부 직무형태로 구분해보면 다음과 같다.

<표 4-53. 영화산업 고용형태별 종사자수 현황>

고용형태 구분	종사자수(명)	비율(%)
정규직	8,068	67.2
비정규직	3,942	32.8
합계	12,010	100.0

□ 직무형태별 종사자수

정규직 종사자를 직무형태별로 살펴본 결과 총 8,068명 중 개발·제작에 근무하는 종사자가 2,598명(32.2%)으로 가장 많게 나타났으며, 기타 직무에 근무하는 종사자가 1,694명(21.0%), 관리에 근무하는 종사자가 1,484명(18.4%), 마케팅·홍보에 근무하는 종사자가 1,006명(12.5%), 사업기획에 근무하는 종사자가 817명(10.1%), 연구·기술에 근무하는 종사자가 469명(5.8%)의 순서인 것으로 나타났다.

<표 4-54. 영화산업 정규직 직무형태별 종사자수 현황>

	직무구분	종사자수(명)	비율(%)
정규직	사업기획	817	10.1
	관리	1,484	18.4
	개발·제작	2,598	32.2
	마케팅·홍보	1,006	12.5
	연구·기술	469	5.8
	기타	1,694	21.0
	합계	8,068	100.0

비정규직 종사자를 직무형태별로 살펴본 결과 총 3,942명 중 개발·제작에 근무하는 종사자가 2,110명(53.5%)으로 가장 많게 나타났으며, 기타 직무에 근무하는 종사자가 1,198명(30.4%), 마케팅·홍보에 근무하는 종사자가 298명(7.5%), 관리에 근무하는 종사자가 140명(3.5%), 사업기획에 근무하는 종사자가 111명(2.8%), 연구·기술에 근무하는 종사자가 85명(2.2%)의 순서인 것으

로 나타났다.

<표 4-55. 영화산업 비정규직 직무형태별 종사자수 현황>

	직무구분	종사자수(명)	비율(%)
비정규직	사업기획	111	2.8
	관리	140	3.5
	개발·제작	2,110	53.5
	마케팅·홍보	298	7.5
	연구·기술	85	2.2
	기타	1,198	30.4
	합계	**3,942**	**100.0**

□ 성별/ 학력별/ 연령별 종사자수

총 종사자수를 성별로 살펴본 결과, 전체 종사자 12,010명의 종사자 중에서 8,122명(67.6%)이 남성 종사자로, 3,888명(32.4%)이 여성 종사자로 나타났다.

<표 4-56. 영화산업 성별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
남성	8,122	67.6
여성	3,888	32.4
합계	12,010	100.0

총 종사자수를 학력별로 살펴보면, 대졸 종사자가 8,743명(72.8%)으로 가장 많으며, 전문대졸이 1,596명(13.3%), 고졸 이하가 1,291명(10.7%), 대학원졸이 380명(3.2%)의 순서로 나타났다.

<표 4-57. 영화산업 학력별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
고졸 이하	1,291	10.7
전문대졸	1,596	13.3
대졸	8,743	72.8
대학원졸	380	3.2
합계	12,010	100.0

총 종사자수를 연령별로 살펴보면, 30-34세의 종사자가 3,774명(31.4%)으로 가장 많으며, 25-29세의 종사자가 3,495명(29.1%), 35-39세의 종사자가 2,440명(20.3%), 40세 이상의 종사자가 1,891명(15.7%), 24세 이하의 종사자가 409명(3.4%)의 순서로 나타났다.

<표 4-58. 영화산업 연령별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
24세 이하	409	3.4
25-29세	3,495	29.1
30-34세	3,774	31.4
35-39세	2,440	20.3
40세 이상	1,891	15.7
합계	12,010	100.0

7. 애니메이션산업

7.1. 애니메이션산업 조사개관

애니메이션은 생명이 없는 사물에 영혼이나 정신을 부여하는 행위로 정의할 수 있다. 즉, 애니메이션은 작자의 의도에 따라 생명을 지니지 않은 것을 의인화하여 필름이나 VTR등의 영상매체를 통하여 창조하는 기술이나 기법을 일컫는다. 이러한 기술이나 기법에 의해 산출된 대부분의 TV만화 시리즈, 단편 만화영화, 극장판 장편 만화영화 등이 애니메이션의 결과물이라 할 수 있다.

이러한 정의에 근거한 애니메이션산업은 일반적으로 애니메이션의 기획 및 제작(창작), 가공, 배급 및 유통, 소비 과정 전반에 관련된 산업과 이를 지원하는 연관산업 모두를 의미한다고 할 수 있다. 애니메이션산업의 범주에는 일차적으로 시나리오 작가, 감독, 일러스트레이터, 디자이너와 제작사, 배급/유통업자, 온라인 애니메이션 사업자 등이 포함되며 근래에는 애니메이션을 원작으로 활용한 게임, 광고, 캐릭터, 팬시, 모바일 서비스도 애니메이션 연관산업으로 2차 시장을 형성한다. 본 조사에서는 애니메이션 산업체 조사와 타 조사자료를 통해 이러한 애니메이션산업의 개략적인 현황을 파악하고자 한다.

조사결과는 실태조사 대상인 258개 사업체 중 응답을 얻어낸 238개의 사업체 정보를 토대로 하여 창작 및 판권, 제작서비스/ 단순복제, 유통·배급, 마케팅·홍보, 기타 부분의 재무정보, 해외거래 현황, 고용현황 등에 대한 정보를 추정 및 산출해 내며, 전체 매출규모 중 일부분은 영화진흥위원회 『2004년 한국영화연감』 자료와 방송위원회의 『2004년 방송산업 실태조사 보고서』의 자료를 활용하여 추정한다.

▶ 실태조사

- 조사대상 : 애니메이션 산업체 중 기획, 제작, 배급·유통, 홍보·마케팅 중 한 가지 이상의 사업 분야를 영위하는 258개 사업체
- 회수된 업체 : 238개 업체(간이조사 응답업체 22개소 포함)
- 조사방법 : 전수조사
  전화조사를 기본으로 하여 메일, 팩스, 방문조사, 온라인 조사

▶ 참고자료

- 방송위원회 『2004년 방송산업 실태조사 보고서』
  참고부분 : 매출규모, 수출액
- 영화진흥위원회 『2004년 한국영화연감』
  참고부분 : 매출규모, 극장 매출액 중 애니메이션 매출액

7.2. 애니메이션산업 조사결과

7.2.1. 애니메이션산업 매출액

2003년 애니메이션산업의 매출액 규모산출을 위해 기획·제작·배급부분은 실태조사를 기본으로 하여 추정을 하였다. 또한 최종 유통부분은 크게 극장 매출액과 방송사 수출액으로 나누어 산출하였으며, 각각의 집계 및 산출방법은 다음과 같다.

극장 매출액은 2003년 동안 애니메이션으로 인한 극장 관객수[71]를 7,000원으로 계산하여 산출하였는데, 여기서 이용된 극장 관객수는 1,652,068명이다. 방송사 수출액은 방송사 수출 중 애니메이션에 해당하는 부분만을 발췌하여 집계하였다.

<표 4-59. 애니메이션산업 매출액 현황>

활동영역 구분		매출액(백만원)	비율(%)
기획·제작·배급	창작 및 판권	80,583	29.8
	제작 서비스/ 단순 복제	154,248	57.1
	유통·배급	18,166	6.7
	마케팅·홍보	1,182	0.4
	기타	3,699	1.4
기획·제작·배급 합계		257,878	95.5
최종 유통	극장 매출액	11,564	4.3
	방송사 수출액[72]	538(451천$)[73]	0.2
최종 유통 합계		12,102	4.5
전체 합계		269,980	100.0

추정결과 총 매출액의 합계는 2,699억원으로 나타났으며, 이중 기획·제작·배급의 경우에는 2,578억원(95.5%), 최종 유통의 경우에는 121억원(4.5%)으로 추정되었다.

71) 영화진흥위원회『2004 한국 영화연감』참고
72) 방송위원회 『2004 방송산업 실태조사 보고서』프로그램 장르별 수출액 참고
73) 2003년 평균환율 적용(매매기준율, 최종고시)1191.85원 적용

기획·제작·배급의 매출액을 사업형태별로 살펴보면, 제작 서비스/ 단순 복제가 1,542억(57.1%) 창작 및 판권이 805억원(29.8%), 유통·배급이 181억원(6.7%), 마케팅·홍보가 11억원(0.4%), 그 외 기타 사업형태에서 36억원(1.4%)의 매출을 내고 있는 것으로 나타났다.

또한 최종 유통부분의 매출액을 살펴보면, 극장 매출액이 115억원(4.3%), 방송사 수출액이 5억원(0.2%)으로 조사되었다.

7.2.2. 애니메이션산업 사업비용

조사결과 애니메이션산업의 기획·제작·배급 부분의 사업비용현황은 1,901억원으로 추정되었으며 이를 사업비용형태 구분별로 살펴보면 자체 제작비용이 1,422억원(74.8%)으로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 외부 유입비용이 315억원(16.6%), 연구개발로 인한 비용이 52억원(2.8%), 로열티 지출이 39억원(2.1%), 마케팅·홍보로 인한 비용이 36억원(1.9%), 기타 비용이 28억원(1.5%), 배급으로 인한 비용이 3억원(0.2%), 교육훈련으로 인한 비용이 1억원(0.1%)의 순서로 나타났다.

<표 4-60. 영화산업 기획·제작·배급부분 사업비용 현황>

사업비용형태 구분		사업비용(백만원)	비율(%)
작품제작	자체 제작비용	142,223	74.8
	외부 유입비용	31,575	16.6
로열티 지출		3,974	2.1
배급		364	0.2
마케팅 홍보		3,689	1.9
연구개발		5,257	2.8
교육훈련		194	0.1
기타		2,824	1.5
합계		**190,100**	**100.0**

7.2.3. 애니메이션산업 수출입액

조사결과 애니메이션산업의 총 수출액은 7,617만불로 나타났으며, 총 수입액은 512만불로 나타났다. 국가별, 거래형태별 세부 수출입액은 다음과 같다.

□ 국가별 통계

총 수출액을 국가별로 살펴본 결과 북미에의 수출이 4,262만불(56.0%)로 가장 많이 나타났다. 또한 중국이 1,043만불(13.7%), 중남미가 905만불(11.9%), 기타국가가 603만불(7.9%), 일본이 507만불(6.7%), 유럽이 210만불(2.8%), 동남아가 39만불(0.5%)의 순서로 조사되었다. 그 외 방송사 수출액은 45만불(0.6%)로 조사되었다. 방송사 수출액의 경우에는 애니메이션 산업체를 조사하는 본 조사의 경우의 집계와 중복되지 않기 때문에 따로 계상 및 합산하여 총계를 산출하였다.

<표 4-61. 애니메이션산업 국가별 수출현황>

구 분		수출액(천$)	비율(%)
국가별 수출	유럽	2,102	2.8
	북미	42,625	56.0
	중남미	9,057	11.9
	일본	5,076	6.7
	중국	10,433	13.7
	동남아	398	0.5
	기타	6,030	7.9
방송사 수출액		451	0.6
수출 합계		76,172	100.0

총 수입액을 국가별로 살펴본 결과, 일본에의 수출이 122만불(23.9%)로 가장 많이 나타났다. 또한, 북미가 34만불(6.7%), 유럽이 28만불(5.6%), 기타 국가가 10만불(1.9%), 동남아가 2만불(0.5%)의 순서로 나타났다. 그 외 방송사 수입액은 314만불(61.9%)로 조사되었다. 방송사 수입액의 경우에도 수출액의 경우와 마찬가지로 애니메이션 산업체를 조사대상으로 하는 본 조사의 경우의 집계와 중복되지 않기 때문에 따로 계상 및 합산하여 총계를 산출하였다.

<표 4-62. 애니메이션산업 국가별 수입현황>

구 분		수입액(천$)	비율(%)
수입	유럽	285	5.6
	북미	346	6.7
	중남미	0	0.0
	일본	1,228	23.9
	중국	0	0.0
	동남아	28	0.5
	기타	100	1.9
방송사 수입액		3,142	61.9
수입 합계		5,129	100.0

□ 거래형태별 통계

총 수출액을 거래형태별로 살펴본 결과 라이선스로 인한 수출이 1,141만불(15.0%)로 나타났으며 그 외 수출은 6,430만불(84.4%)로 나타나고 있다. 그 외 방송사 수출액은 45만불(0.6%)로 조사되었다.

<표 4-63. 애니메이션산업 거래형태별 수출현황>

거래형태 구분	수출액(천$)	비율(%)
라이선스	11,412	15.0
그 외	64,309	84.4
방송사 수출액	451	0.6
합계	76,172	100.0%

총 수입액을 거래형태별로 살펴본 결과 라이선스로 인한 수입이 158만불(31.0%)로 나타났으며 그 외 수입은 39만불(7.8%)로 나타나고 있다. 그 외 방송사 수입액은 314만불(61.3%)로 조사되었다.

<표 4-64. 애니메이션산업 거래형태별 수입현황>

거래형태 구분	수입액(천$)	비율(%)
라이선스	1,588	31.0
그 외	399	7.8
방송사 수입액	3,142	61.3
합계	5,129	100.0%

7.2.4. 애니메이션산업 종사자수

조사결과 애니메이션산업 중 기획·제작·배급에 종사하는 총 종사자수는 5,385명으로 조사되었으며, 이를 고용형태별, 직무형태별, 성별/연령별/학력별로 살펴보면 다음과 같다.

□ 고용형태별 종사자수

애니메이션산업의 종사자수를 고용형태별로 살펴보면 정규직 종사자가 2,426명(45.1%)으로 나타났고, 비정규직 종사자가 2,959명(54.9%)으로 나타났다.

<표 4-65. 애니메이션산업 고용형태별 종사자수 현황>

고용형태 구분	종사자수(명)	비율(%)
정규직	2,426	45.1
비정규직	2,959	54.9
합계	5,385	100.0

이러한 고용형태별 통계를 세부 직무형태별로 구분해보면, 다음과 같다.

□ 직무형태별 종사자수

정규직 종사자를 직무형태별로 살펴본 결과 총 2,426명 중 개발·제작에 근무하는 종사자가 1,271명(52.4%)으로 가장 많게 나타났으며, 관리에 근무하는 종사자가 349명(14.4%), 연구·기술에 근무하는 종사자가 235명(9.7%), 사업기획에 근무하는 종사자가 224명(9.2%), 기타부분에 근무하는 종사자가 175명(7.2%), 마케팅·홍보에 근무하는 종사자가 172명(7.1%)의 순서로 나타났다.

<표 4-66. 애니메이션산업 정규직 직무형태별 종사자수 현황>

	직무구분	종사자수(명)	비율(%)
정규직	사업기획	224	9.2
	관리	349	14.4
	개발·제작	1,271	52.4
	마케팅·홍보	172	7.1
	연구·기술	235	9.7
	기타	175	7.2
	합계	**2,426**	**100.0**

비정규직 종사자를 직무형태별로 살펴본 결과 총 2,959명 중 개발·제작에 근무하는 종사자가 2,059명(69.6%)로 가장 많게 나타났으며, 기타부분에 근무하는 종사자가 713명(24.1%), 연구·기술에 근무하는 종사자가 97명(3.3%), 관리에 근무하는 종사자가 47명(1.6%), 사업기획에 근무하는 종사자가 32명(1.1%), 마케팅·홍보에 근무하는 종사자가 11명(0.4%)의 순서로 나타났다.

<표 4-67. 애니메이션산업 비정규직 직무형태별 종사자수 현황>

	직무구분	종사자수(명)	비율(%)
비정규직	사업기획	32	1.1
	관리	47	1.6
	개발·제작	2,059	69.6
	마케팅·홍보	11	0.4
	연구·기술	97	3.3
	기타	713	24.1
	합계	**2,959**	**100.0**

□ 성별/ 학력별/ 연령별 종사자수

총 종사자수를 성별로 살펴본 결과, 전체 종사자 5,385명의 종사자 중에서 2,761명(51.3%)이 남성 종사자로, 2,624명(48.7%)이 여성 종사자로 나타났다.

<표 4-68. 애니메이션산업 성별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
남성	2,761	51.3
여성	2,624	48.7
합계	5,385	100.0

총 종사자수를 학력별로 살펴보면, 대졸 종사자가 3,303명(61.3%)으로 가장 많으며, 전문대졸이 1,056명(19.6%), 고졸 이하가 716명(13.3%), 대학원졸이 311명(5.8%)의 순서로 나타났다.

<표 4-69. 애니메이션산업 학력별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
고졸 이하	716	13.3
전문대졸	1,056	19.6
대졸	3,303	61.3
대학원졸	311	5.8
합계	5,385	100.0

총 종사자수를 연령별로 살펴보면, 30-34세의 종사자가 2,171명(40.3%)으로 가장 많으며, 25-29세의 종사자가 1608명(29.9%), 35-39세의 종사자가 887명(16.5%), 40세 이상의 종사자가 586명(10.9%), 24세 이하의 종사자가 133명(2.5%)의 순서로 나타났다.

<표 4-70. 애니메이션산업 연령별 종사자수 현황>

학력별 구분	종사자수(명)	비율(%)
24세 이하	133	2.5
25-29세	1,608	29.9
30-34세	2,171	40.3
35-39세	887	16.5
40세 이상	586	10.9
합계	5,385	100.0

8. 방송산업

8.1. 방송산업 조사개관

“방송"은 방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 이를 공중(개별계약에 의한 수신자를 포함)에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것으로서 텔레비전방송, 라디오방송, 데이터방송, 이동멀티미디어방송을 말한다.

방송산업은 지상파방송사업, 종합유선방송사업, 위성방송사업, 방송채널 사용사업 등의 사업을 기반으로 하는 산업[74]을 말한다. 본 조사는 방송위원회의 『2004년 방송산업실태조사 보고서』에 근거하여 매출액 규모 등 재무정보, 해외거래 현황, 고용현황 등 개략적인 현황을 파악한다.

▶ 참고자료
- 방송위원회 『2004년 방송산업실태조사 보고서』
  참고부분 : 매출액, 종사자수
- 문화관광부 방송광고과 2003년도 방송 프로그램 수출입 현황
  참고부분 : 수출입액

74) 2004년 개정 방송법 참고

8.2. 방송산업 조사결과

8.2.1. 방송산업 매출액

조사결과 총 매출액의 합계는 7조 1,365억원으로 나타났으며 이를 영위사업별로 살펴보면, 지상파 방송업이 3조 5,481억원(49.7%)으로 가장 많게 나타났다. 또한 프로그램 제작·공급업이 2조 3,022억원(32.3%), 유선 방송업이 1조 1,364억원(15.9%), 위성 방송업이 1,496억원(2.1%)의 순서로 나타났다.

<표 4-71. 방송산업 매출액 현황>

(백만원, %)

중분류	소분류	매출액 (백만원)	비중(%)
지상파 방송업	라디오 방송(공영, 민영, 특수)	357,394	5.0
	텔레비전 방송(공영, 민영)	3,190,799	44.7
지상파 방송업 합계		**3,548,193**	**49.7**
유선 방송업	종합유선방송(1차, 2차, 3차, 4차)	1,074,954	15.1
	중계유선방송	61,536	0.9
유선 방송업 합계		**1,136,490**	**15.9**
위성 방송업		**149,631**	**2.1**
프로그램 제작·공급업	방송채널사용사업(일반, 홈쇼핑)	**2,302,255**	**32.3**
전체 합계		**7,136,569**	**100.0**

8.2.2. 방송산업 수출입액

조사결과[75] 총 수출액은 4,213만불로 나타났으며 이를 사업자별로 살펴본 결과 지상파 방송사가 3,688만불(87.5%)로 나타났으며 케이블 TV·위성방송·독립제작사 등이 524만불(12.5%)로 나타났다.

총 수입액은 2,806만불로 나타났으며 이를 사업자별로 살펴본결과 지상파 방송사가 1,834만불(65.4%)로 나타났으며 케이블 TV·위성방송·독립제작사 등이 971만불(34.6%)로 나타났다.

<표 4-72. 방송산업 수출입 현황>

구분		수출입액(천$)	비중(%)
수출	지상파 방송사	36,889	87.5
	케이블TV·위성방송·독립제작사 등	5,246	12.5
수출 합계		**42,135**	**100.0**
수입	지상파 방송사	18,344	65.4
	케이블TV·위성방송·독립제작사 등	9,718	34.6
수입 합계		**28,062**	**100.0**

75) 본 조사결과는 문화관광부 방송광고과에서 매년 지상파4사, 독립제작사협회, 아리랑TV, 애니메이션협회, 케이블TV협회 등으로부터 자료를 취합하여 정리 및 발표하는 자료를 인용한 것이다.

8.2.3. 방송산업 종사자수

조사결과 방송산업에 종사하는 총 종사자수는 31,645명으로 조사되었으며 이를 서비스 산업별로 살펴본 결과 지상파 방송업에 근무하는 종사자수가 14,135명(44.7%)으로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 방송채널 사용사업자가 9,678명(30.6%), 유선 방송업에 종사하는 종사자수가 7,536명(23.8%), 위성 방송업에 종사하는 종사자수가 296명(0.9%)의 순서로 나타났다.

<표 4-73. 방송산업 종사자수 현황>

구분		종사자수(명)	비율(%)
지상파 방송업		14,135	44.7
유선 방송업	종합유선방송	6,499	20.5
	중계유선방송	1,037	3.3
위성 방송업		296	0.9
방송채널사용사업자		9,678	30.6
합계		**31,645**	**100.0**

9. 광고산업

9.1. 광고산업 조사개관

광고는 명시된 광고주가 행하는 아이디어, 제품, 서비스에 관한 유료 형태의 비인적 설명 및 판매촉진 활동의 모든 것이며, 잡지·신문의 스페이스, 영화, 옥외, DM, 점두 사인, 노벨티, 라디오, TV, 카타로그, 리플릿 등의 매체 이용을 포함[76]하며 광고산업은 이러한 광고에 관한 제작 및 기획, 유통을 하는 산업을 말한다. 본 조사에서는 타 조사 자료를 참고하여 광고산업의 매출액, 고용현황 등의 개략적인 현황을 파악한다.

타 조사자료로는 (주)제일기획의 광고연감을 통해 매출액 규모를 파악하였으며, 통계청의 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』를 통해 종사자 규모를 파악하였다. 분류기준은 통계청 제 8차 개정(2000.1.7) 『한국표준산업분류』에 근거하였다.

▶ 참고자료
- (주)제일기획 『2004년 광고연감』
  참고부분 : 매출액
- 통계청 『2003년 기준 전국사업체기초통계조사』
  참고부분 : 종사자수

76) 미국마케팅협회 정의

9.2. 광고산업 조사결과

9.2.1. 광고산업 매출액

조사결과 총 매출액의 합계는 7조 639억원으로 나타났으며 이를 영위 사업별로 살펴보면, 4대 매체가 5조 328억원(71..2%)로 가장 많게 나타났다. 또한 옥외, SP, 기타가 9,264억원(13.1%), 인터넷을 포함한 뉴미디어가 8,291억원(11.7%), 4대 매체 광고제작이 2,756억원(3.9%)의 순으로 나타났다.

<표 4-74. 광고산업 매출액 현황>

구분			매출액[77](억원)	비중(%)
4대 매체	전파	TV	23,671	33.5
		라디오	2,751	3.9
	전파 합계		26,422	37.4
	인쇄	신문	18,900	26.8
		잡지	5,006	7.1
	인쇄 합계		23,906	33.8
4대 매체 합계			**50,328**	**71.2**
4대 매체 광고제작			**2,756**	**3.9**
옥외, SP, 기타			**9,264**	**13.1**
뉴미디어	케이블 TV	방송채널사용사업	2,975	4.2
		종합유선방송[78]	2,616	3.7
	온라인		2,700	3.8
뉴미디어 합계			**8,291**	**11.7**
총계			**70,639**	**100.0**

77) 타 산업의 경우 단위를 백만원으로 통일하였으나 광고산업의 경우, 참고자료의 가장 하위 단위가 억원이므로 억원으로 표시하였다.

78) 제일기획 통계는 방송채널사용사업(PP)의 광고비만을 가지고 케이블 TV 전체광고로 집계하였으므로, 방송위원회 자료를 통해 종합유선방송사업(SO)의 광고비를 추가하였다.

9.2.3. 광고산업 종사자수

조사결과 광고산업 총 종사자수는 31,479명으로 나타났으며, 광고 대행업에 종사하는 종사자수가 16,577명(52.7%), 기타 광고업이 14,902명(47.3%)으로 나타났다. 기타 광고업을 세부 산업별로 살펴보면, 광고물 작성업이 9,777명(31.1%)으로 가장 많으며 그 외 기타 광고업이 2,455명(7.8%), 옥외 광고업이 2,030명(6.4%), 광고매체 판매업이 640명(2.0%)의 순서로 나타났다.

<표 4-75. 광고산업 종사자수 현황>

구분		종사자수(명)	비중(%)
광고 대행업		16,577	52.7
기타 광고업	옥외 광고업	2,030	6.4
	광고매체 판매업	640	2.0
	광고물 작성업	9,777	31.1
	그 외 기타 광고업	2,455	7.8
기타 광고업 합계		14,902	47.3
전체 합계		**31,479**	**100.0**

10. 캐릭터산업

10.1. 캐릭터산업 조사개관

캐릭터라는 말은 사전적 의미로 「사람이나 사물의 성격, 특징 또는 그래픽적인 마크나 알파벳 등의 기호, 활자」를 말하며 비즈니스로서의 캐릭터란 「광고, 마케팅 뿐 만이 아니라 여러 비스니스 속에 자주 사용되는 독자적인 인물, 동물, 사물, 기호 등의 사진 또는 일러스트레이션 등」을 의미한다.[79] 캐릭터산업은 이렇게 어떤 대상물이 상품 또는 상징적(성격적) 가치가 인정되어 그것을 변형 제작하여 상품화하는 마케팅 활동을 말하며 캐릭터 개발, 제작업, 라이선스업, 제조업, 유통업, 기타 관련업 등의 여러 사업 단위들이 서로 묶여 독자적인 생산영역을 구축하는 활동이라고 할 수 있다.

본 조사에서는 산업체 조사와 참고자료를 통해 캐릭터산업의 개략적인 현황을 파악한다.

조사결과는 실태조사 대상인 398개 사업체 중 응답을 얻어낸 319개소의 사업체 정보를 토대로 하여 기획, 개발, 홍보/마케팅, 라이선스/제조, 유통 부분에 대한 매출액, 수출입액, 종사자 수에 대한 정보를 추정 및 산출해 내며, 전체 매출규모는 한국문화콘텐츠진흥원의 『대한민국 캐릭터 산업백서 2004』[80]자료를 인용하였다.

▶ 실태조사
- 조사대상 : 캐릭터 산업체 중 기획, 개발, 홍보/마케팅, 라이선스/제조, 유통의 398개 사업체
- 회수된 업체 : 324개 업체(간이조사 응답업체 76개소 포함)
- 조사방법 : 전수조사,
  전화조사를 기본으로 하여 메일, 팩스, 방문조사, 온라인 조사

▶ 참고자료
- 한국문화콘텐츠진흥원 『대한민국 캐릭터 산업백서 2004』
- 참고부분 : 매출규모

79) 『캐릭터마케팅의 이론과 전략』, 동경마케팅연구소, 1999

10.2. 캐릭터산업 조사결과

10.2.1. 캐릭터산업 매출액

2003년 캐릭터산업의 기획, 개발, 홍보/마케팅, 라이선스/제조, 유통 부분의 매출액 규모를 알아보기 위하여 전국의 398개의 기획·제작·배급에 포함되는 캐릭터 산업체를 조사대상으로 하여 실태조사를 실시하였고 이 중 총 319개의 사업체로부터 얻은 정보를 기초로 하여 매출액을 추정하였다.

<표 4-76. 캐릭터산업 매출액 현황>

활동영역 구분		매출액(백만원)	비율(%)
기획·제작·배급	창작 및 판권	252,874	28.1
	제작 서비스/ 단순 복제	97,111	10.8
	유통·배급	323,758	36.0
	마케팅·홍보	6,313	0.7
	기타	218,368	24.3
기획·제작·배급 합계		898,423	100.0

조사결과 매출액은 8,984억원으로 추정되었으며, 이를 사업형태별로 살펴보면 창작 및 판권이 2,528억원(28.1%), 기타 사업형태에서 2,183억원, 제작서비스/ 단순복제가 971억원, 유통·배급이 3,237억원, 마케팅/홍보가 631억원의 순서로 매출을 내고 있는 것으로 나타났다.

참고로 라이선스의 경우는 조사표에서 따로 구분하여 조사를 하지 않았기 때문에 창작 및 판권에 포함되어 조사되었으나, 일부 업체의 경우 제작 서비스/ 단순복제에 포함하여 답변하는 경우도 존재하였다.

10.2.2. 캐릭터산업 소비시장 규모[81)]

캐릭터산업의 소비시장 규모를 산출하기 위해 전 국민 인지 조사를 통해 실제 캐릭터상품 구입 경험률을 도출하고, 캐릭터 상품의 구입 빈도와 평균 구입액을 산출하였다. 이렇게 구해진 응답치를 조정하여 높은 신뢰도의 데이터를 대표값으로 추출하였고 이를 인구 구성 비례에 따라 추정을 하여 2003년 캐릭터산업의 소비시장 규모는 4조 8,085억원으로 산출되었다. 세부내용은 다음과 같다.

<표 4-77. 캐릭터산업 상품군별 소비시장 규모>

캐릭터 상품군	매출규모(원)	캐릭터 상품군	매출규모(원)
식품/음료	670,402,191,386	출판물	151,013,183,803
문구/팬시	511,229,598,411	유아용품	104,445,030,538
의류	484,039,337,197	음악CD/카세트	92,986,504,041
인형/완구	431,542,335,775	인터넷 콘텐츠	85,370,209,028
스포츠 용품	391,581,171,904	자동차 용품	85,483,443,971
가방류	349,393,999,628	장신구	81,360,020,281
생활 잡화	338,535,731,226	건강/미용	30,381,818,572
게임/오락	332,377,161,019	모바일 콘텐츠	29,229,039,105
신발류	327,052,258,001	가전상품	33,792,820,111
영상물/비디오	253,939,298,800	컴퓨터전산용품	24,364,591,215
전체 소비시장 규모		4,808,519,744,013	

81) 한국문화콘텐츠진흥원 『대한민국 캐릭터 산업백서 2004』, 소비시장 규모 참조

10.2.3. 캐릭터산업 사업비용

조사결과 캐릭터산업의 기획·제작 부분의 사업비용현황은 3,894억원으로 추정되었으며 이를 형태별로 살펴본 결과 자체 제작비용이 2,729억원(70.1%)으로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 기타 비용이 578억원(14.9%), 마케팅 홍보로 인한 비용이 194억원(5.0%), 로열티 지출이 15,8억원(4.1%), 연구개발로 인한 비용이 141억원(3.6%), 배급으로 인한 비용이 67억원(1.7%), 외부 유입비용이 21억원(0.5%), 교육훈련으로 인한 비용이 3억원(0.1%)원으로 추정되었다.

<표 4-78. 캐릭터산업 사업비용 현황>

사업비용형태 구분		사업비용(백만원)	비율(%)
작품제작	자체 제작비용	272,928	70.1
	외부 유입비용	2,111	0.5
로열티 지출		15,866	4.1
배급		6,751	1.7
마케팅 홍보		19,425	5.0
연구개발		14,109	3.6
교육훈련		364	0.1
기타		57,881	14.9
합계		**389,434**	**100.0**

10.2.4. 캐릭터산업 수출입액

조사결과 캐릭터산업의 총 수출액은 1억 1,631만불로 나타났으며, 총 수입액은 9,938만불로 나타났다. 국가별, 거래형태별 세부 수출입액은 다음과 같다.

□ 국가별 통계

총 수출액을 국가별로 살펴본 결과 중국이 4,866만불(41.8%)로 가장 많으며, 북미가 3,298만불(12.1%), 유럽이 1,406만불(12.1%), 동남아가 678만불(5.8%), 일본이 392만불(3.4%), 중남미가 106만불(0.9%)의 순서로 나타났다.

<표 4-79. 캐릭터산업 국가별 수출현황>

구 분		수출액(천$)	비율(%)
수출	유럽	14,046	12.1
	북미	32,986	28.4
	중남미	1,064	0.9
	일본	3,924	3.4
	중국	48,667	41.8
	동남아	6,783	5.8
	기타	8,844	7.6
수출 합계		116,313	100.0

총 수입액을 국가별로 살펴본 결과 중국이 6,870만불(69.1%)로 가장 많으며, 동남아가 2,700만불(27.2%), 일본이 319만불(3.2%), 북미가 47만불(0.5%)의 순서로 나타났다.

<표 4-80. 캐릭터산업 국가별 수입현황>

구 분		수입액(천$)	비율(%)
수입	유럽	0	0.0
	북미	475	0.5
	중남미	0	0.0
	일본	3,193	3.2
	중국	68,706	69.1
	동남아	27,007	27.2
	기타	0	0
수입 합계		99,381	100.0

□ 거래형태별 통계

수출액을 거래형태별로 살펴본 결과 라이선스로 인한 수출이 2,235만불(19.2%)로 나타났으며 그 외 수출은 9,396만불(80.8%)로 나타나고 있다.

<표 4-81. 캐릭터산업 거래형태별 수출현황>[82)]

거래형태 구분	수출액(천$)	비율(%)
라이선스	22,351	19.2
그 외	93,962	80.8
합계	116,313	100.0

수입액을 거래형태별로 살펴본 결과 라이선스로 인한 수입이 1,510만불(15.2%)로 나타났으며 그 외 수입은 8,427만불(84.8%)로 나타나고 있다.

82) 본 조사결과는 2차 조사결과에 비해 라이선스의 비율이 낮게 집계되었는데 이는 본 조사에서 라이선스 관련 사업체에 대한 회신율이 낮기 때문이라고 여겨진다.

<표 4-82. 캐릭터산업 거래형태별 수입현황>

거래형태 구분	수입액(천$)	비율(%)
라이선스	15,108	15.2
그 외	84,273	84.8
합계	**99,381**	**100.0**

10.2.5. 캐릭터산업 종사자수

□ 고용형태별 종사자수

조사결과 캐릭터산업에 종사하는 총 종사자수는 6,257명으로 조사되었으며 이 중 정규직 종사자가 5,586명(89.3%)으로 나타났고, 비정규직 종사자가 671명(10.7%)으로 나타났다. 이러한 고용형태별 통계를 세부 직무형태별로 구분해보면, 다음과 같다.

<표 4-83. 캐릭터산업 고용형태별 종사자수 현황>

고용형태 구분	종사자수(명)	비율(%)
정규직	5,586	89.3
비정규직	671	10.7
합계	**6,257**	**100.0**

□ 직무형태별 종사자수

정규직 종사자를 직무형태별로 살펴본 결과 총 5,586명 중 개발·제작에 근무하는 종사자가 1,323명(23,7%)으로 가장 많게 나타났으며, 마케팅·홍보에 근무하는 종사자가 747명(13.4%), 관리에 근무하는 종사자가 641명(11.5%), 사업기획에 근무하는 종사자가 341명(6.1%), 연구·기술에 근무하는 종사자가 315명(5.6%)의 순서로 나타났다.

<표 4-84. 캐릭터산업 정규직 직무형태별 종사자수 현황>

	직무구분	종사자수(명)	비율(%)
정규직	사업기획	341	6.1
	관리	641	11.5
	개발·제작	1,323	23.7
	마케팅·홍보	747	13.4
	연구·기술	315	5.6
	기타	2,219	39.7
	합계	**5,586**	**100.0**

비정규직 종사자를 직무형태별로 살펴본 결과 총 671명 중 개발·제작에 근무하는 종사자가 212명(31.6%)으로 가장 많게 나타났으며, 마케팅·홍보에 근무하는 종사자가 56명(8.3%), 연구·기술에 근무하는 종사자가 23명(3.4%), 관리에 근무하는 종사자가 15명(2.2%), 사업기획에 근무하는 종사자가 7명(1.0%)의 순서로 나타났다.

<표 4-85. 캐릭터산업 비정규직 직무형태별 종사자수 현황>

	직무구분	종사자수(명)	비율(%)
비정규직	사업기획	7	1.0
	관리	15	2.2
	개발·제작	212	31.6
	마케팅·홍보	56	8.3
	연구·기술	23	3.4
	기타	359	53.4
	합계	**671**	**100.0**

□ 성별/ 학력별/ 연령별 종사자수

총 종사자수를 성별로 살펴본 결과, 전체 종사자 6,257명의 종사자 중에서 3,321명(53.1%)이 남성 종사자로, 2,936명(46.9%)이 여성 종사자로 나타났다.

<표 4-86. 캐릭터산업 성별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
남성	3,321	53.1
여성	2,936	46.9
합계	**6,257**	**100.0**

총 종사자수를 학력별로 살펴보면, 대졸 종사자가 3,223명(51.5%)으로 가장 많으며, 고졸 이하가 1,870명(29.9%), 전문대졸이 1,006명(16.1%), 대학원졸이 157명(2.5%)의 순서로 나타났다.

<표 4-87. 캐릭터산업 학력별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
고졸 이하	1,870	29.9
전문대졸	1,006	16.1
대졸	3,223	51.5
대학원졸	157	2.5
합계	6,257	100.0

총 종사자수를 연령별로 살펴보면, 30-34세의 종사자가 1,895명(30.3%)으로 가장 많으며, 25-29세의 종사자가 1,843명(29.5%), 35-39세의 종사자가 919명(14.7%), 40세 이상의 종사자가 837명(13.4%), 24세 이하의 종사자가 762명(12.2%)의 순서로 나타났다.

<표 4-88. 캐릭터산업 연령별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
24세 이하	762	12.2
25-29세	1,843	29.5
30-34세	1,895	30.3
35-39세	919	14.7
40세 이상	837	13.4
합계	6,257	100.0

11. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업

11.1. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 조사개관

인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업은 웹정보콘텐츠(오락정보, 생활정보, 건강, 경제, 법률, 위치정보 등), 에듀테인먼트 콘텐츠(교육용 콘텐츠), 디지털 온라인 유통(신디케이트, 포탈, ISP), 솔루션(CMS, P2P, DRM, SMS/MMS)등 상대적으로 신산업이라 할 수 있는 디지털과 디자인, 공연(음악 제외), 공예 등의 문화산업이 포함되어 있다.[83]

본 조사에서는 산업체 조사를 통해 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 개략적인 현황을 파악한다.

조사결과는 실태조사 대상인 288개 사업체 중 응답을 얻어낸 216개소의 사업체 정보를 토대로 하여 창작 및 기획, 제작 서비스/ 단순복제, 유통 배급, 마케팅·홍보, 기타부분에 대한 매출액, 수출입액, 종사자 수에 대한 정보를 추정 및 산출해 내었다.

▶ 실태조사
- 조사대상 : 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업체 중 창작 및 기획, 제작 서비스/ 단순복제, 유통 배급, 마케팅·홍보, 기타의 288개 사업체
- 회수된 업체 : 216개 업체(간이조사 응답업체 12개소 포함)
- 조사방법 : 전수조사,
  전화조사를 기본으로 하여 메일, 팩스, 방문조사, 온라인 조사

83) 단, 디지털 및 인터넷 산업이라고 하나 그 성격이 타 문화산업의 콘텐츠를 기본으로 하여 디지털 및 인터넷이 하나의 기술로서 사용된 경우에는 해당 문화산업에 포함되어 조사되었다. 즉, 캐릭터의 경우 인터넷·모바일 캐릭터 서비스 및 아바타를 제조 및 유통하는 하는 업체의 경우 캐릭터 산업으로, 디지털 만화의 경우 만화산업으로, 디지털 음악의 경우 음악산업으로, 모바일 게임의 경우 게임산업으로, 디지털 영화의 경우 영화산업으로 디지털 방송의 경우 방송산업으로, 전자출판의 경우 출판산업으로, 인터랙티브 광고의 경우 광고산업으로 분류되었다.

11.2. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 조사결과

11.2.1. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 매출액

추정결과 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 기획·제작·배급 부분의 총 매출액은 1조 3,187억원으로 나타났다. 이를 사업형태별로 살펴보면, 제작 서비스/ 단순복제의 매출액이 6,542억원(49.6%)으로 가장 많으며, 기타 부분의 매출액이 4,142억원(31.4%), 창작 및 판권이 1,672억원(12.7%), 유통·배급이 718억원(5.4%), 마케팅·홍보가 112억원(0.9%)의 순서로 나타났다.

<표 4-89. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 매출액 현황>

활동영역별 구분	매출액(백만원)	비율(%)
창작 및 판권	167,229	12.7
제작 서비스/ 단순 복제	654,266	49.6
유통·배급	71,841	5.4
마케팅·홍보	11,226	0.9
기타	414,226	31.4
합계	1,318,788	100.0

11.2.2. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 사업비용

조사결과 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 기획·제작·배급 부분의 사업비용현황은 5,832억원으로 추정되었으며 비용형태 중 자체 제작비용이 3,243억원(55.6%)으로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 기타 비용이 1,261억원(21.6%), 로열티 지출이 648억원(11.1%), 연구개발로 인한 비용이 326억원(5.6%), 마케팅 홍보로 인한 비용이 220억원(3.8%), 배급으로 인한 비용이 79억원(1.4%), 외부 유입비용이 46억원(0.8%), 교육훈련으로 인한 비용이 5억원(0.1%)으로 추정되었다.

<표 4-90. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 사업비용 현황>

비용형태 구분		비용(백만원)	비율(%)
작품제작	자체 제작비용	324,308	55.6
	외부 유입비용	4,602	0.8
로열티 지출		64,888	11.1
배급		7,929	1.4
마케팅 홍보		22,013	3.8
연구개발		32,693	5.6
교육훈련		594	0.1
기타		126,199	21.6
합계		583,224	100.0

11.2.3. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 수출입액

조사결과 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 총 수출액은 1,689만불로 나타났으며, 총 수입액은 827만불로 나타났다. 국가별, 거래형태별 세부 수출입액은 다음과 같다.

□ 국가별 통계

총 수출액을 국가별로 살펴본 결과 동남아가 699만불(41.4%)로 가장 많으며, 중국이 371만불(22.0%), 일본이 296만불(17.6%), 북미가 220만불(13.0%), 유럽이 76만불(4.5%), 기타 국가가 22만불(1.3%), 중남미가 2만불(0.2%)의 순서로 나타났다.

<표 4-91. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 국가별 수출현황>

구 분		수출액(천$)	비율(%)
수출	유럽	763	4.5
	북미	2,201	13.0
	중남미	29	0.2
	일본	2,968	17.6
	중국	3,711	22.0
	동남아	6,999	41.4
	기타	228	1.3
수출 합계		16,899	100.0

총 수입액을 국가별로 살펴본 결과 북미가 706만불로 가장 많으며, 일본이 80만불(9.7%), 유럽이 33만불(4.1%), 중국이 6만불(0.8%)의 순서로 나타났다.

<표 4-92. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 국가별 수입현황>

구 분		수입액(천$)	비율(%)
수입	유럽	335	4.1
	북미	7,063	85.4
	중남미	0	0.0
	일본	803	9.7
	중국	69	0.8
	동남아	0	0.0
	기타	0	0.0
수입 합계		8,270	100.0

□ 거래형태별 통계

총 수출액을 거래형태별로 살펴본 결과, 라이선스로 인한 수출이 1,458만불(86.3%)로 나타났으며 그 외 수출이 231만불(13.7%)로 나타났다.

<표 4-93. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 거래형태별 수출현황>

거래형태 구분	수출액(천$)	비율(%)
라이선스	14,586	86.3
그 외	2,313	13.7
합계	16,899	100.0

총 수입액을 거래형태별로 살펴본 결과, 라이선스로 인한 수입이 821만불(99.3%)로 나타났으며 그 외 수입이 5만불(0.7%)로 나타났다.

<표 4-94. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 거래형태별 수입현황>

거래형태 구분	수입액(천$)	비율(%)
라이선스	8,215	99.3
그 외	55	0.7
합계	8,270	100.0

11.2.4. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 종사자수

조사결과 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 의 총 종사자수는 11,353명으로 조사되었으며, 이를 고용형태별, 직무형태별, 성별/ 연령별/ 학력별로 살펴보면 다음과 같다.

□ 고용형태별 종사자수

조사결과 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 종사자수를 고용형태별로 살펴보면, 정규직 종사자수가 8,531명(75.1%), 비정규직 종사자수가 2,822명(24.9%)으로 나타났다. 이러한 고용형태별 통계를 세부 직무형태별로 구분해보면, 다음과 같다.

<표 4-95. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 고용형태별 종사자수 현황>

고용형태 구분	종사자수(명)	비율(%)
정규직	8,531	75.1
비정규직	2,822	24.9
합계	11,353	100.0

□ 직무형태별 종사자수

정규직 종사자를 직무형태별로 살펴본 결과 총 8,531명 중 개발·제작에 근무하는 종사자가 2,368명(27.8%)로 가장 많게 나타났으며, 기타 부분에 종사하는 종사자수가 1,672명(19.6%), 연구·기술에 근무하는 종사자수가 1,552명(18.2%), 관리에 근무하는 종사자수가 1,088명(12.8%), 마케팅·홍보에 근무하는 종사자수가 1,067명(12.5%), 사업기획에 근무하는 종사자수가 783명(9.2%)명의 순서로 나타났다.

<표 4-96. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 정규직 직무형태별 종사자수 현황>

	직무구분	종사자수(명)	비율(%)
정규직	사업기획	783	9.2
	관리	1,088	12.8
	개발·제작	2,368	27.8
	마케팅·홍보	1,067	12.5
	연구·기술	1,552	18.2
	기타	1,672	19.6
	합계	**8,531**	**100.0**

비정규직 종사자를 직무형태별로 살펴본 결과 총 2,822명 중 기타에 종사하는 종사자수가 1,248명(44.2%)으로 가장 많게 나타났으 며, 개발·제작에 근무하는 종사자수가 717명(25.4%), 마케팅·홍보에 근무하는 종사자수가 389명(13.8%), 연구·기술에 근무하는 종사자수가 280명(9.9%), 관리에 근무하는 종사자수가 113명(4.0%), 사업기획에 근무하는 종사자수가 75명(2.6%)명의 순서로 나타났다.

<표 4-97. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 비정규직 직무형태별 종사자수 현황>

	직무구분	종사자수(명)	비율(%)
비정규직	사업기획	75	2.6
	관리	113	4.0
	개발·제작	717	25.4
	마케팅·홍보	389	13.8
	연구·기술	280	9.9
	기타	1,248	44.2
	합계	**2,822**	**100.0**

□ 성별/ 학력별/ 연령별 종사자수

총 종사자수를 성별로 살펴본 결과, 전체 종사자 11,353명의 종사자 중에서 7,551명(66.5%)이 남성 종사자로, 3,802명(33.5%)이 여성 종사자로 나타났다.

<표 4-98. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 성별 종사자수 현황>

성별	종사자수(명)	비율(%)
남성	7,551	66.5
여성	3,802	33.5
합계	11,353	100.0

총 종사자수를 학력별로 살펴보면, 대졸 종사자가 7,332명(64.6%)으로 가장 많으며, 전문대졸이 1,623명(14.3%), 고졸 이하가 1,341명(11.8%), 대학원졸이 1,056명(9.3%)의 순서로 나타났다.

<표 4-99. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업 학력별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
고졸 이하	1,341	11.8
전문대졸	1,623	14.3
대졸	7,332	64.6
대학원졸	1,056	9.3
합계	11,353	100.0

총 종사자수를 연령별로 살펴보면, 30-34세의 종사자가 4,066명(35.8%)으로 가장 많으며, 25-29세의 종사자가 3,872명(34.1%), 35-39세의 종사자가 1,770명(15.6%), 40세 이상의 종사자가 966명(8.5%), 24세 이하의 종사자가 680명(6.0%)의 순서로 나타났다.

<표 4-100. 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외
기타산업 연령별 종사자수 현황>

성별 구분	종사자수(명)	비율(%)
24세 이하	680	6.0
25-29세	3,872	34.1
30-34세	4,066	35.8
35-39세	1,770	15.6
40세 이상	966	8.5
합계	11,353	100.0

제 5 장

결론 및 제언

제 5 장 결론 및 제언

1. 조사결과 요약

경제 및 사회발전이 가속화되고 삶의 질이 양에서 질로 변함에 따라 문화의 중요성은 점점 높아지고 있다. 또한 문화는 개인 및 국민의 삶의 질 향상 뿐 만 아니라 고부가가치 산업으로써 그 경제적 가치 또한 무시할 수 없다. 이러한 현실 속에서 현재 우리나라는 체계적이고 정확한 문화산업 통계의 필요성이 절실함에도 불구하고 문화산업 전체를 파악할 수 있는 통계자료 및 세부 근거자료가 부족하여 정책을 수립하는데 어려움을 겪고 있다.

본 2004년 문화산업통계조사는 우리나라 문화산업 전반의 현황 및 동향을 체계적으로 파악할 수 있는 통계자료를 제시하고 문화콘텐츠산업 진흥 및 육성을 위한 기초자료를 제공하는 것을 목적으로 하며 향후 5년간 문화산업통계조사 중장기 계획의 첫 단계로서 실시되었다.

2004년 문화산업통계조사결과를 요약하면 다음과 같다.

2003년 기준 현재 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업의 기획·제작·배급관련 사업체수는 2,743개소로 파악되었다. 이를 세부적으로 살펴보면, 영화산업이 1,229개소로 가장 많으며 음악산업이 416개소, 캐릭터산업이 398개소, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타산업이 288개소, 애니메이션산업이 258개소, 만화산업이 154개소로 나타났다.

2003년 문화산업의 조사결과를 통해 활동현황을 알 수 있는 매출액, 해외거래현황을 알 수 있는 수출입액, 고용현황을 알 수 있는 종사자수 등 주요 거시지표를 산출해 낼 수 있었다. 우선 출판, 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 게임, 광고, 방송, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타 등 10개 문화산업에 의한 각 활동별 매출액 규모합계는 44조 1,955억원, 이에 따른 부가가치는 18조 3,531억원으로 추정 및 집계되었다. 조사결과를 통해 해외거

래현황을 살펴보면, 해당 10개 산업의 총 수출액은 6억 3,065만불, 총 수입액은 6억 50만불로 추정 및 집계되었다. 또한 문화산업에 종사하는 총 종사자수는 463,233명으로 추정 및 집계되었다.

또한 실태조사를 실시한 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 인터넷 및 모바일 콘텐츠 외 기타 6개 문화산업의 기획·제작·배급부문 사업비용은 3조 500억원으로 추정되었다.

그 외 사업체 일반 현황을 살펴보면, 응답한 업체 중 51.8%가 2,000년 이후에 설립된 업체로 대부분 신생기업인 것으로 조사되었으며, 경영형태의 경우 80.1%가 창업으로 인한 사업체인 것으로 조사되었다. 또한 조사된 업체의 9.5%의 사업체가 벤처기업으로 지정된 업체이며 대표자의 62.4%가 1960년대 이후에 출생된 것으로 조사되었다.

해외진출현황을 살펴보면, 해외진출 시 평균적으로 35.6%를 완제품 수출의 방식을, 33.0%가 라이선스 형태로 수출을 하는 것으로 나타났으며 각 사업체가 해외진출을 하는 경로로는 31.8%를 해외 유통사 접촉, 21.2%를 해외전시회 및 행사참여의 방법을 활용하는 것으로 나타났다. 또한 해외진출을 한 업체들을 대상으로 하여 조사해 본 결과 조사대상의 66.9%가 2000년 이후에 최초 해외진출을 한 것을 알 수 있다.

국내 지적재산권 현황을 살펴보면 조사된 사업체 중 110개 사업체가 특허권을 보유하고 있으며 평균 3.2개의 특허권을 갖고 있는 것으로 나타났다. 실용신안권의 경우 87개의 사업체가 평균 4.2개를, 의장권의 경우 68개의 사업체가 평균 8.6개를, 상표권의 경우 190개의 사업체가 평균 12.8개를, 저작권의 경우 238개의 사업체가 평균 23.9개를 보유하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 조사된 사업체 중 16.4%가 국내 불법복제로 인한 피해를 경험한 것으로 조사되었으며, 5.3%가 국외 불법복제로 인한 피해를 경험한 것으로 나타났다. 반면 1.2%의 사업체가 외국 업체와의 저작권 분쟁사례를 경험하였다고 답변하였다.

정부지원 정책현황을 살펴보면 조사대상의 13.1%가 대학 및 연구소, 국내기업, 해외기업과 산학연 협력을 한 경험이 있다고 답변을 하였으며 86.9%가 경험이 없다고 답변했다. 조사대상 중 약 191개소가 문화관광부에,

131개소가 정보통신부에, 150개소가 중소기업청에, 132개소가 기타부처에서 정책자금을 수혜한 경우가 있는 것으로 조사되었으며 이의 만족도를 5점 척도로 하여 살펴본 결과 기타부처가 3.25, 정보통신부와 중소기업청이 3.19, 문화관광부가 3.09로 조사되었다. 정부지원 희망분야를 살펴보면 조사결과 제작 자금에 대한 지원희망이 25.5%, 문화산업 투자 및 융자가 20.5%로 재정적인 지원을 가장 선호하고 있는 것으로 나타났다.

2. 2004년 조사의 한계점 및 제언

『2004년 문화산업통계조사』의 가장 큰 성과는 전국의 문화 산업체에 관한 최신 모집단을 확보하고, 이를 통해 문화산업 전반에 관한 현황파악을 시도했다는 것이다. 최신모집단 확보를 위해 과년도 조사로 누적된 정보와 타 기관자료 등 입수가능한 모든 업체 정보를 이용하였고, 약 70%의 높은 회신율을 통해 과년도 조사에 비해 좀 더 신뢰성 있는 정보들을 획득할 수 있었다. 이러한 정보는 사업체 일반현황, 지적 재산권 현황, 해외진출 현황, 정부지원 관련 현황 뿐 만 아니라, 매출액, 비용, 수출입액 등 실질적인 산업활동 정보를 포함하고 있어서 더 의미가 있다고 할 수 있다.

특히 『2004년 문화산업통계조사』는 과년도 조사의 가장 큰 문제점으로 지적되고 있는 분산 및 중복 통계의 문제점을 해결하기 위한 초석작업으로서의 의미도 큰 성과라 할 수 있다. 또한 이러한 이론적인 문제해결에만 그치지 않고, 표본의 ID 관리, 문화산업 조사관련 용어정의 등 조사에 있어서도 체계적인 실사관리 체계를 구축하여 조사의 질을 높인 것도 빼놓을 수 없는 성과이다.

그러나 이러한 성과에 반하여, 문화산업 통계조사는 아직 그 역사가 짧고 여전히 시험적인 단계이기 때문에 계속하여 실시할 경우 몇 가지 사항들이 보완된다면 좀 더 신뢰성 있는 결과가 도출 될 것이다. 『2004년 문화산업통계조사』의 문제점과 이와 관련한 향후 과제는 크게 조사기획, 실사, 연구부분으로 크게 나눌 수 있으며 이는 다음과 같다.

가. 조사기획 관련

첫째, 문화산업은 영화, 음반, 게임, 출판, 방송, 문화재관련, 캐릭터, 디자인, 전통공예, 멀티미디어 콘텐츠 등에 이르기까지 다양한데도 불구하고 2004년도 문화산업 통계조사 및 과년도 조사는 문화산업의 일부라 할 수 있는 10개 산업에 한정되어 조사가 실시되었다. 본 『2004년 문화산업 통계조사』의 6개 산업 실태조사는 비교적 성공적으로 수행되었기 때문에 이러한 성과를 토대로 조사의 적용대상을 전 문화산업으로 확대하기 위한 중요한 기초 수행조사가 되리라고 생각된다.

둘째, 본 조사는 대부분 전화조사를 통해 조사를 실시하였으나 사전에 면접원이 응답자 모두에게 팩스 및 우편을 통해 설문지를 발송함으로써 응답자가 미리 설문내용을 알 수 있도록 하였기 때문에 올바른 조사표의 설계는 매우 중요한 과제였다. 조사목적과 관련하여 구체적이고 명확하게 조사표를 작성하였으나 조사결과 다음과 같은 문제점들이 도출되었다. 후년 조사에 있어서는 다음의 문제점들을 개선하고 사전조사를 실시함으로써 설문의 내용이나 응답의 용이성, 배열, 용어 혹은 어휘의 명확한 정의 등을 검토하여 조정한 후 최종적으로 설문지를 인쇄하여 조사표를 확정하여야 한다.

- 과년도 조사에서는 문화산업 해당 10개 산업에 대해 각각 다른 조사표로 조사를 실시하였으나 2004년도에는 공통적인 조사항목에 대한 결과를 도출해 내기 위해 조사표를 하나로 통일하여 조사를 실시하였다. 그러나 이러한 과정에서 각 산업별로 사용하는 용어가 다르거나, 중요한 부분들이 누락되는 경우가 발생하였다. 한 예로, 매출액을 기입하는 항목이 창작 및 판권, 제작서비스/ 단순복제, 유통·배급, 마케팅·홍보, 기타 등 형태구분이 되어 있으나 캐릭터 라이센싱을 하는 업체의 경우 담당자가 창작 및 판권과 제작 서비스 중 어디에 기입해야 할 지 혼란을 느끼는 등 조사표를 직접 작성하는 도중에 자기기입의 오류가 발생하였다. 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 조사 기획 시 해당 산업별 담당자와 조사 설계 담당자들이 충분한 협의를 거쳐 용어분류기준을 통일하거나 용어에 대한 설명을 자세히 기록하는 등 심사숙고하여 조사표를 계획해야 할 것이다. 이를 통해 각 산업별 특징이 모두 반영되는 조사표를 설계해야 한다.

- 조사표의 문항이 너무 많고 조사표에 응답자가 이해하기 어려운 난해한 용어가 많았다. 본 조사는 조사의 강제성이 없고, 조사대상자가 영세사업체인 경우가 다수이기 때문에 높은 회신율을 확보하기에 어려운 조사라고 할 수 있다. 그럼에도 조사표에 일부 불필요한 문항이 존재하여 회신율을 떨어뜨리게 하는 요인이 되었다. 또한 조사표에 각각의 정의에 대해 풍부한 설명을 기입하였음에도 불구하고 이의 구분에 대해 혼동을 느끼는 응답자가 많았고, 조사 문항이 많아 도중에 설문을 포기하는 응답자가 존재하였다. 조사표를 좀 더 간명하게 꼭 필요한 문항만 포함하여 설계해야 하며, 응답자가 좀 더 편하게 느끼도록 용어를 변경

하거나 이에 대한 면접원의 자세한 설명이 필요하다.

- 매출액 등 재무현황, 수출입액 문항의 경우 단위를 명확히 했음에도 불구하고 이에 혼동을 느끼는 응답자가 많아 일부 누락된 정보가 존재하였다. 조사표에 단위 등이 작게 표시되어 있고 기입항목 위에 명시되어 이를 간과하고 기입하였기 때문이라고 할 수 있다. 이러한 경우 재조사를 실시하였으나, 일부 조사대상의 경우 추적하지 못한 경우도 존재하였다. 이에 대해 면접원 교육을 실시하고 조사표 상에 금액 옆에 단위를 기입하는 등 오류가 발생하지 않도록 해야 한다.

셋째, 본 조사에서는 문화산업의 활동 규모를 알아보기 위해 시장규모를 조사하는 대신 매출액 규모를 조사하였다. 그러나 이는 활동영역별로 중복계상이 되는 문제가 있기 때문에 정확한 산업활동 규모를 산출하기 위해서는 부가가치에 근거한 시장규모로 조사를 실시해야 할 것이다. 『2004년 문화산업 통계조사』 기획 시 신용평가기관에 의해 재무제표를 획득하는 방법으로 이를 시도하였으나 획득한 재무제표의 수가 모집단에 비해 너무 작고 영세업체의 경우에는 재무제표를 갖고 있지 않은 경우가 많았기 때문에 조사의 어려움이 존재하였다. 또한 실태조사 대상이 전체 조사대상의 일부이고, 그 외 조사대상의 경우는 부가가치 산출자료가 존재하지 않았기 때문에 이 또한 조사의 장애요인이 되었다. 후년 조사에서는 설문을 통해 부가가치를 산출하고, 실태조사 대상 또한 점진적으로 확대하여 부가가치에 근거한 전체 문화산업의 시장규모를 산출할 수 있어야 할 것이다.

넷째, 문화산업관련 조사가 중복되는 경우가 존재하였다. 동일 부처에서 실시되는 조사임에도 불구하고, 조사대상, 조사문항 등이 중복되는 경우가 일부 존재하였는데 이로 인해 조사대상의 항의가 존재하였다. 각 부처 간 협조를 통해 조사를 통일하는 등의 정책적 지원이 필요하다.

나. 실사 관련

첫째, 전수조사를 시도하였으나, 과년도에 비해 가장 높은 회신율을 기록하였음에도 불구하고 회신율은 약 70%로 여전히 미흡하다고 할 수 있다. 이는 조사의 비 강제성, 조사대상의 영세성, 중복된 조사 등 여러 가지 이

유 때문이라고 할 수 있다. 후년 조사에서는 본 2004년도 조사결과를 기반으로 하여 표본조사를 실시하거나, 조사대상에 대해 인센티브를 제공하는 등 회신율을 제고해야 할 것이다.

둘째, 조사 시기에 문제가 많았다. 본 조사는 9월부터 12월에 집중적으로 실시되었는데, 이 시기는 문화산업관련 행사, 연휴 등으로 인해 조사의 많은 어려움을 겪었고, 무엇보다 하반기에 실시되어 타 조사가 이미 실시된 후 실시된 조사라 조사에 대한 비협조가 많이 존재하였다. 조사 기간을 확대하거나 조사 시기를 앞당기는 것을 고려해 볼 만하다.

다. 연구 관련

2004년 조사에서는 문화산업을 영위하는 총 사업체 수를 산출하지 못하였다. 이는 실태조사 대상이 6개 산업 기획·제작·배급에 한정되어 있고, 실태조사 대상 외에도 이와 관련한 자료가 존재하기는 하나, 문화 산업체가 여러 가지 사업을 영위하는 경우가 많은 등, 문화산업의 특수성에 기인한다. 후년 조사에서는 산업간 중복율을 고려하여 이를 통계적으로 추정하여 산출하는 방법을 고려해야 할 것이다.

마찬가지로 매출액 및 비용을 산출하는데 있어서도, 산업간 연관성이 높아 중복으로 계상되는 문제점이 있었다. 한 예로, 광고산업의 경우 전체 매출 중 방송으로 인한 매출이 상당함에도 불구하고 이를 방송과 광고에서 개별 매출로 취급하여 매출이 중복계상되는 문제가 발생하였다. 이는 각 산업별 매출과 수익이 어떤 산업에서 발생하였는지 파악할 수 없었기 때문이다. 추후 각 산업별 연관성 및 수익구조 분석을 통해 문화산업의 매출이 과대추정되는 문제점들을 차차 개선해 나아가야 할 것이다.

별 첨

참 고 문 헌

통계청 『2003 기준 사업체기초통계조사보고서(전국편)』 2003

통계청 『2001 기준 도·소매업 및 서비스업 총조사』 2002

통계청 『2003 서비스업 통계조사 보고서』 2004

통계청 『2003 도·소매업 통계조사 보고서』 2004

문화관광부 한국문화콘텐츠진흥원, 『2004대한민국애니메이션산업백서』, 2004

문화관광부 한국문화콘텐츠진흥원, 『2004대한민국캐릭터산업백서』, 2004

문화관광부 한국문화콘텐츠진흥원, 『통계로보는 문화콘텐츠산업", 2003

문화관광부 한국문화콘텐츠진흥원, 『문화산업 통계체계 구축방안 연구』, 2004

문화관광부 한국문화콘텐츠진흥원, 『만화산업 중장기 발전전략 연구』, 2004

정보통신부 한국소프트웨어진흥원, 『디지털콘텐츠산업백서』, 진한엠엔비, 2004

문화관광부 한국게임산업개발원, 『2004 게임백서』, 2004

영화진흥위원회, 『2004 한국영화연감』, 2004

㈜ 제일기획, 『2004 광고연감』, 2004

방송위원회『2004년 방송산업 실태조사 보고서』2004

동경마케팅연구소,『캐릭터마케팅의 이론과 전략』, 1999

세경사, 김형환,『부가가치세 실무해설』,2000

한국소프트웨어진흥원, 『2003년도 디지털콘텐츠 해외시장보고서 게임편』, 2003

삼성경제연구소, 고정민·민동원 (2003) 『국내음반산업의 주요이슈와 대응방안』

영화진흥위원회, http://www.kofic.or.kr

통계청 통계정보 시스템, http://kosis.nso.go.kr

한국게임산업개발원 http://www.gameinfinity.or.kr

조사표

2004 문화산업 기업실태조사표

기업체명 :

작성일자 : 2004 년 월 일

작성담당

부 서 :_____

직 위 :_____

성 명 :_____

전 화 :_____

이메일 :_____

문 화 관 광 부

안내문

가. 조사목적

문화관광부는 문화산업체에 대한 투자활성화정책의 일환으로 국내문화산업에 종사하는 기업의 현황을 파악하여 문화산업 통계산출, 정부정책수립, 문화산업기업대상 각종 자금지원, 홍보 및 마케팅활동에 활용하고자 합니다.

귀사가 제출한 정보는 국내 대표적 신용평가기관인 한국신용평가정보(한신평)의 협조를 통해 문화산업 기업에 대한 투자, 여신심사, 신용평가의 기초자료로 활용됨으로써 귀사의 편리한 금융거래활동 및 자금수혜(受惠)에 도움을 줍니다.

귀사가 자료를 제출하지 않거나 제출한 정보가 정확하지 않을 경우, 누락이나 부정확한 정보로 인하여 귀사에 대한 정부지원정책 및 투자자의 투자활동에 영향을 초래할 수 있으니 바쁘시더라도 정확하고 성실한 답변을 부탁드립니다.

나. 조사항목

- '2004 문화산업 기업실태조사표(업체개요, 인력, 수출입, 정부지원 등)
- 재무제표

다. 제출방식

- 기업실태조사표 : 문화산업 업체정보 오프라인제출센터
  (Fax : 02-3771-1018, E-Mail : culture17@kisinfo.com)
- 재무제표 : 한국신용평가정보 기업정보제출센터
  (www.kisinfo.com 하단 중앙의 "기업정보제출센터")

라. 기타문의 : 문화산업체 정보수집센터(담당조사원 ○○○ 02-3771-1330)

정보제공·활용 동의서

문화관광부 귀중

귀기관이 당사(본인)로부터 취득한 다음 기업정보는 신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률 제23조의 규정에 따라 타인에게 제공·활용 시 당사(본인)의 동의를 얻어야 하는 정보입니다. 이에 당사(본인)는 귀기관이 다음의 기업정보를 신용정보집중기관, 평가기관 등에게 제공하여, 당사(본인)의 신용을 판단하기 위한 자료로서 활용하거나 또는 공공기관에서 정책자료로서 활용하도록 동의합니다.

※ 제공할 업체정보의 내용

1. 2004 문화산업 기업실태조사표 내용 일체
2. 제공된 재무제표 내용 일체

기업체명 :

대표이사 : (인)

Ⅰ. 사업체 개요

(기준일자 2004년 현재)

사업체명(국문)					
사업체명(영문)					
전 화 번 호	( ) -	팩 스 번 호	( ) -		
주 소	□□□ - □□□				
홈페이지 URL					
사업자등록번호	- -	설 립 일 자	. . .	결산	월
법인등록번호	-				
기 업 형 태	①상장 ②코스닥등록 ③금감위등록 ④외감 ⑤일반 ⑥개인 ⑦공기관				
상장일	. . .	코스닥 등록일	. . .		
벤처기업 지정 여부	① 대상 ② 비대상	벤처기업 등록일	. . .		

※ 법인기업은 법인등기부등본, 개인기업은 사업자등록증의 내용과 일치하도록 기재하되 등기 외적인 사항은 실제내용을 기재

Ⅱ. 대표자 현황

(기준일자 2004년 현재)

성 명		출생연도		전화번호	( ) -
경영형태	①창업 ②동업 ③가업계승 ④기업인수 ⑤전문경영인 ⑥기타			국적	
최종학력	①고졸 ②전문대졸 ③대졸 ④대학원졸 이상			최종전공	
CEO의 주요경력	기 간	근 무 처	담당 업무	직급	
	. . . ~ . . .				
	. . . ~ . . .				
	. . . ~ . . .				

※ 국적은 외국인일 경우에만 해당사항 표기

Ⅲ. 업종별 재무 정보

1.사업형태

(2003년 기준)

※ 해당 사업형태 모두 체크

형태 구분	①창작 및 판권	②제작서비스/단순복제	③유통·배급	④마케팅·홍보	⑤ 기타 ( )

1) 창작 및 판권 : 콘텐츠를 기획 및 제작함으로써 매출이 발생하는 사업형태 (판매수입, 온라인서비스 매출, 하청제작을 통한 매출, 로열티 수입 등 포함)
2) 제작서비스/단순복제 : 콘텐츠 제작에 관련된 편집/현상/더빙/녹음/촬영/장비 임대 등 일부 공정에만 참여하거나 단순복제 활동
3) 유통·배급 : 제작과정에 참여하지 않은 콘텐츠를 단순히 배급·유통 (자기가 창작하여 직접 배급하는 경우는 제외)
4) 마케팅·홍보 : 마케팅·홍보 등의 과정 대행

2. 사업영위 업종

(2003년 기준)

※ 해당 사업업종 모두 체크

업종 구분	예 시	
① 애니메이션	애니메이션 제작·배급·하청 (2D, 3D), 애니메이션 국내외 마케팅·홍보 대행	
② 캐릭터	캐릭터 및 캐릭터 상품 개발, 제조, 라이선스, 유통, 인터넷·모바일 캐릭터 서비스 및 아바타	
③ 만화	만화(만화잡지, 일일단행본, 코믹스, 학습교양) 디지털만화(온라인 만화방/포털사이트)	
④ 음악	음반 기획·제작·배급, 음악공연(콘서트, 뮤지컬) 디지털음악(벨소리, 통화연결음, 스트리밍, MP3 다운로드)	
⑤ 게임	게임 개발 및 배급(PC·온라인·아케이드·비디오·모바일 게임 등)	
⑥ 영화	영화의 제작·배급·수입, 비디오 제작·유통 디지털영화(디지털 영화 제작, 온라인영화 서비스, 컴퓨터 그래픽)	
⑦ 방송	지상파방송(TV, 라디오, 프로그램제작), 유선방송, 위성방송 디지털방송(디지털 위성방송, 웹캐스팅, 모바일방송)	
⑧ 출판	서적출판, 잡지 및 정기 간행물, 신문 발행, 전자출판(온라인 신문/잡지, e-book)	
⑨ 광고	광고대행, 인터랙티브(모바일, 인터넷)광고, 기타 광고업	
⑩ 기타 ( )	디지털	웹정보콘텐츠(오락정보, 생활정보, 건강, 경제, 법률, 위치정보 등) 에듀테인먼트 콘텐츠(교육용 콘텐츠), 디지털 온라인 유통(신디케이트, 포탈, ISP) 솔루션(CMS, P2P, DRM, SMS/MMS 등)
	디자인, 공연(음악 제외), 공예 등 위에 예시되지 않은 기타 문화산업	

3. 귀사의 해당사업 영위업종별 매출실적

(2003년 결산 기준, 단위: 백만원)

※ 업종은 1. 사업영위 업종에 체크된 번호를 모두 기재

업종	매출 형태 구분					매출액 합계 (①+ ②+ ③+ ④+ ⑤)
	①창작 및 판권	②제작서비스/ 단순복제	③유통·배급	④마케팅·홍보	⑤기타	
예) 영화			*50.5*	*42*		*92.5*
계						

※ 매출액 총 합계는 재무제표 상의 매출액 합계와 같아야 함

4. 귀사의 해당사업 비용

(2003년 결산 기준, 단위: 백만원)

비용 형태 구분							
작품제작		로열티 지출	배급	마케팅 홍보	연구개발 (R&D)	교육훈련	기타
자체 제작비용	외부 유입비용						

1) 자체 제작비용 : 응답업체 자체 비용으로 제작된 비용 (금융기관으로부터 상환조건으로 빌린 돈도 포함)
2) 외부 유입 비용 : 외부에서 투자하여 제작한 비용 (국내 타 콘텐츠 기획·제작사, 개인투자자, 창투사나 투자조합, 방송사, 해외 등에서 투자되는 금액)
3) 로열티 지출 : 로열티(러닝개런티, 선급지급 등을 불문)와 관련하여 한해 동안 지불한 금액. 해외 판권 구입 및 작가에게 지불되는 원고료(인세) 포함
4) 배급 : 판권관리비, 판권대행수수료 등의 배급경비
5) 마케팅홍보 : 마케팅이나 홍보를 직접하거나 타업체에 위탁하는 경우 소요 비용
5) 연구개발(R&D) : 작품의 제작연구나 개발연구를 위해 회사가 투자한 비용
6) 교육훈련 : 회사의 직원에게 관련 기술 및 지식의 교육을 위해 회사가 투자한 비용
7) 기타 : 앞의 항목 외의 사항에 대해 기입. 콘텐츠제작과 관련없는 회사를 운영하는 운영비나, 정규직원들의 인건비에 대해서는 기입하지 않도록 함

Ⅳ. 고용현황

※ 모든 표에서 종사자수의 총계는 일치해야 함

1. 형태별, 성별 종사자 수

(기준일자 2003년 결산 기준, 단위 : 명)

구 분		계	구 분		계
형태별	정규직 종사자		성별	남	
	비정규직 종사자			여	
총 계			총 계		

1) 종사자 : 업체에 고용된 자로 회사에 전속되지 않은 프리랜서는 이 응답에서 제외함
2) 정규직 : 1년 이상 고용되어 계속 정규직원으로 일하는 종사자
3) 비정규직 : 1년 미만의 계약직 근로자, 파견직, 일용직, 파트타임, 훈련생 등
4) 자영업주, 무급가족 종사자인 경우는 정규직 근로자에 포함

2. 학력별, 연령별 종사자 수

※ 정규직에 대해서만 기입하여 주십시오. (기준일자 2003년 결산 기준, 단위 : 명)

구 분		계	구 분		계
학력별	고졸 이하		연령별 (만 나이)	24세 이하	
	전문대졸 (3년제 대학 포함)			25세 - 29세	
				30세 - 34세	
	대 졸			35세 - 39세	
	대학원졸 이상			40세 이상	
총 계			총 계		

3. 직무별 종사자 수

(기준일자 2003년 결산 기준, 단위 : 명)

※ 해외 국적의 종사자가 있는 경우에만 괄호 안에 직무별로 표기

	사업기획	관리 (재무/인사/총무)	개발·제작	마케팅·홍보	연구·기술	기타	계
정규직 종사자							
비정규직 종사자							
(외국인)	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )

4. 제작과정 별 참여인력 수

(기준일자 2003년 1월 1일 ~ 2003년 12월 31일, 단위 : 개, 명)

※ 2003년 1월 1일부터 2003년 12월 31일까지 작품 제작을 위해 프로젝트 당 평균적으로 투입된 실제 제작인원(스태프)에 대해 기입

※ 작품 제작 과정에서 콘텐츠 유통 및 판매 부분은 제외

2003년 프로젝트 수행개수		( )개			
참여 인력 수	구분	사업기획	개발·제작	홍보·마케팅	기타
	정규직 종사자				
	비정규직 종사자				
	전문 프리랜서				

1) 프로젝트 기준 : 작품(콘텐츠) 개발 및 제작 편수 기준
2) 전문 프리랜서 : 고용계약을 통해 회사에 전속되지 않고 프로젝트 단위 계약으로 일을 하는 사람

Ⅴ. 해외진출 현황

1. 해외거래 현황

(2003년 기준, 단위: 천달러)

거래 형태 구분	해외 수출액	해외 수입액
라이선스		
그 외	( )	( )
지역 구분	국가별 수출액	국가별 수입액
유럽		
북미		
중남미		
일본		
중국		
동남아		
기타		
해외거래 전체		

※ 전체 칸에는 총 수출액 및 수입액을 각각 적고, 라이선스 칸에는 해외로부터의 라이선스 수입 및 지출을 기입

2. 해외진출형태 및 경로

(2003년 기준, 단위: %)

해외진출형태	비중	해외진출경로		비중
① 완제품 수출		직접 수출	① 해외 전시회 및 행사 참여	
② 라이선스			② 해외 유통사 접촉	
③ OEM 수출			③ 온라인 해외 판매	
④ 기술 및 서비스			④ 해외 법인 활용	
⑤ 기타 ( )		간접 수출	⑤ 국내 에이전트 활용	
			⑥ 해외 에이전트 활용	
		⑦ 기타 ( )		
합 계	100%	합 계		100%
최초진출연도		최초진출방식	진출형태	진출경로

※ 최초진출연도는 해외진출을 처음 시작한 연도를 기입
※ 최초진출방식은 해외진출을 처음 시작했을 때의 진출형태와 진출경로를 위의 보기에서 골라서 기입

3. 해외 투자 현황

(2003년 기준)

	대상 업체명	대상 국가명	투자 형태	투자액 (천달러)	지분율 (%)
기업체 투자			① 회사지분투자 ② 현금투자 ③기본설비투자 ④ 기타 ( )		
			① 회사지분투자 ② 현금투자 ③기본설비투자 ④ 기타 ( )		
프로젝트 투자	프로젝트 명	대상 국가명	투자방식	투자액 (천달러)	자사 투자 비율(%)
			① 현금투자 ② 현물투자 ③ 현금+ 현물 ④ 기타 ( )		
			① 현금투자 ② 현물투자 ③ 현금+ 현물 ④ 기타 ( )		

※ 기업체 투자는 해외 기업체에 투자한 현황을 기입하며, 프로젝트 투자는 프로젝트에 투자한 현황에 대해 기입함
※ 투자형태에서 회사지분투자는 현금투자금액이 투자대상기업의 주식 등의 지분취득에 사용된 경우임.
※ 프로젝트 투자는 해외 기업체가 기획하는 개별 프로젝트 각각에 대하여 투자하는 경우를 말함
※ 자사투자비율 : 총 제작비용 대비 귀사가 투자한 금액의 비율

4. 해외투자 유치현황

(2003년 기준)

외국인투자법인여부	국가명	외국인 총 투자액 (천달러)	외국인 총 투자비율 (%)
① 대상 ② 비대상			

※ 귀사가 외국인 투자를 유치한 현황에 대해 기입함
※ 외국인 총 투자비율은 전체 주식 투자액 대비 외국인 총 투자액임

5. 해외 프로젝트 공동제작 최우선 사유

(2003년 기준)

해외 프로젝트 공동제작 최우선 사유	① 해외자본 유치	② 해외시장 공략
	③ 해외 인력 및 기술 활용	④ 현지시장 적응 전초기지
	⑤ 해외스타 활용	⑥ 기타 ( )

※ 해외 프로젝트 공동제작 사유는 해외 프로젝트에 투자하거나 국내 프로젝트에 해외에서 투자받는 경우를 모두 포함

Ⅵ. 지적 재산권 현황

(2003년 기준)

		특허권	실용신안권	의장권	상표권	저작권
지적 재산권 보유등록 현황	국내					
	해외					
불법 복제로 인한 피해 여부	국내	① 있다				② 없다
	해외	① 있다				② 없다
외국 업체와의 저작권 분쟁 사례		① 있다 (2003년 피해_____건)				② 없다

※ 지적재산권 보유개수는 2003년 말 등록기준(2003년말 누계)으로 작성하며, 출원중인 것은 제외
※ 저작권의 경우 저작권심의위원회에 등록된 개수를 기준으로 함

Ⅶ. 정부 지원 정책

1. 정부 지원 현황

(2001~2003년 기준)

산학연 협력 경험 여부	① 국내 기업 ② 해외 기업 ③ 대학 및 연구소 ④ 없다	
정책자금 수혜경험 및 만족도	자금지원부처	만족도
	① 문화관광부	①매우 만족 ②다소 만족 ③보통 ④다소 불만족 ⑤매우 불만족
	② 정보통신부	①매우 만족 ②다소 만족 ③보통 ④다소 불만족 ⑤매우 불만족
	③ 중소기업청	①매우 만족 ②다소 만족 ③보통 ④다소 불만족 ⑤매우 불만족
	④ 기 타	①매우 만족 ②다소 만족 ③보통 ④다소 불만족 ⑤매우 불만족

※ 산학연 협력 경험 여부는 해당 사항에 대해 모두 체크
※ 자금 지원 부처는 자금지원을 받은 부처에 대해서 모두 체크함 (없으면 공란)

2. 정부 지원 희망 분야

정부 지원 희망 분야 (해당하는 사항에 모두 체크)	① 해외 홍보 및 마케팅	② 제작자금	③ 인력 양성
	④ 문화산업 투자 및 융자	⑤ 경영컨설팅	⑥ 유통구조 및 법제도 개선
	⑦ 공동제작시설 및 기자재	⑧ 기술 개발	⑨ 문화산업DB 및 협력업체 정보
	⑩ 기타 ( )		

- 조사표 작성요령 및 용어 설명[84] -

■ 작성 요령

◎ 본 조사표는 모두 5페이지로 구성되어 있으며, 작성은 연필, 볼펜 등 모든 필기구로 작성가능함.

◎ 본 조사표는 다운로드가 가능하며 작성 후 이메일, 우편, 펙스로 송부함. 또한 인터넷상에서 직접 작성가능함

-> 방식은 구체적인 진행방식에 따라 수정될 수 있고, 이에 따라 요령도 수정할 수 있음.

◎ 객관식인 경우 해당번호에 V표시를 하며, 주관식은 직접 작성함. 숫자로 표현되는 곳은 단위 생략이 가능하며, 해당문항 상단의 단위를 참고함
즉, 숫자입력란에는 단위기입을 하지 않고, 금액기재란은 각 표 우측상단에 표시된 단위로 기재하며, 비율의 경우 소수점 둘째자리까지 반올림하여 표시함.
(예 : 종업원수 45 ('명' 등의 단위생략), 금액 1,600, 비율 48.30 %)

◎ 해당 항목의 칸이 부족한 경우는 인터넷으로 다운로드, 또는 복사하여 해당 페이지, 해당 항목만 작성을 하여 첨부하여 송부함

◎ 기업형태, 기업규모 등 여러 개의 선택지 중 하나를 선택하는 란은 콤보상자를 클릭하여 하단으로 나열되는 리스트 중에서 선택하여 기재함.

■ 조사대상

- 문화산업진흥법상 문화산업은 "문화상품을 생산, 유통, 소비와 관련된 산업"으로 정의되어 있으며 구체적으로 영화, 음반, 게임, 출판, 방송, 문화재관련, 캐릭터, 디자인, 전통공예, 멀티미디어 컨텐츠 등에 이르기까지 다양함.
- 그러나 문화산업의 정의가 불명확하므로 그 범위가 명확한 에니메이션, 케릭터, 만화, 음악, 게임, 영화, 방송, 출판, 광고, 기타업종에 종사하는 문화산업체 전수조사

■ 용어설명

Ⅰ. 사업체 개요

◎ 주소지 : 법인기업은 법인등기부등본상의 본점소재지, 개인기업은 사업자등록증

84) 설문지 용어설명에 한함

상의 사업장소재지를 기재함

◎ 전화번호 : 현재 대표전화 또는 담당자의 전화번호를 기재함(팩스번호 동일)

◎ 법인기업은 법인등기부등본, 개인기업은 사업자등록증의 내용과 일치하도록 기재하되, 등기 외적인 사항은 실제내용을 기재함.

◎ 홈페이지URL : 회사 Homepage 주소를 기재함(예 : www.kisinfo.com)

◎ 사업자등록번호 : 본사 또는 주사업장 사업자등록증 상의 사업자등록번호를 기재함

◎ 법인등록번호 : 법인기업은 법인등록번호, 개인기업은 대표자 주민등록번호를 기재함

◎ 설립일자 : 법인기업만 법인등기부등본 상의 설립연월일을 기재하고, 개인기업의 경우 기재하지 않음.

◎ 결산 : 회계 결산년도를 기록함 (예 : 3월)

Ⅱ. 대표자 현황

◎ 출생년도 : 네자리 숫자로 기록(예 : 1950년)

◎ 이전경력 : 업종에서 동종이나 기타를 선택한 경우 괄호 안에 업종을 기재하고, 직위에서 기타를 선택한 경우에도 괄호 안에 해당 직위를 구체적으로 기재함.

◎ CEO의 주요경력 : 시간순으로 위에서 아래로 기재함.

예)

	기 간	근 무 처	담당 업무
CEO의 주요경력	1987. 12 . . ~ 1997. 4. .	콩쥐기획	기획 광고
	1997. 5 . . ~ 1999. 12 . .	홍길동방송	본부장

Ⅲ. 업종별 재무정보

< 재무제표의 제출 >

◎ 제출방법의 선택

- 세무사를 통한 제출 : 세무사를 통해 기장대행을 하는 경우 세무사사무실에 의뢰하여 세무사 또는 세무사 직원이 회계프로그램에서 해당 기업의 재무제표를 다운받아 인터넷을 통해 제출하도록 함.

- 직접 제출 : 기업이 직접 기장을 하는 경우에도 사용하는 회계프로그램에서 재무제표를 다운받아 인터넷을 통해 제출함.

◎ 회계프로그램에서의 재무제표 다운로드

더존회계프로그램(Neo-Plus) 혹은 키컴회계프로그램(SA-WIN)에서 각 재무제표, 즉 대차대조표, 손익계산서, 이익잉여금처분계산서, 제조원가명세서를 각각 다운받아 별개의 파일로 PC에 저장함.

기타 그 외의 회계프로그램을 이용하는 경우에는 위 재무제표들을 하나 혹은 복수개의 파일로 저장함.

자세한 사항은 자료를 제출하는 사이트를 참조.

◎ 재무제표의 제출

재무제표는 온라인 사이트를 통해 제출하며 자료의 제출을 위해서 세무사확인(혹은 본인확인) 및 제출자 인증을 위해 회원가입 및 공인인증서가 필요함.

공인인증서는 세무법인의 법인인증서, 세무사 혹은 제출담당자의 개인인증서 모두 가능하고, 인터넷뱅킹, 전자상거래 등의 사유로 발급받은 모든 공인인증서를 사용할 수 있으나 발급기간이 오래된 일부 인증서의 경우 발급기관(은행 등)에서 인증서 갱신을 받아 사용할 수 있음.

회원가입과 공인인증서를 모두 갖춘 후에는 온라인사이트에서 안내하는 대로 메일에 파일을 첨부하듯이 저장된 파일들을 개별적으로 첨부하여 보냄. **-> 공인인증방식은 협의에 따라 조정가능**

< 업종별 매출액 정보 >

◎ 업종현황 : 영위하는 사업을 모두 선택하되, 캐릭터의 경우 만화,영화 등에서의 파생캐릭터를 뺀 순수캐릭터 사업만을 의미함

◎ 업종별 세부 매출 정보

총매출액을 각 업종별, 부문별로 세분하여 기재하되, 각 부문은 다음과 같이 구분하고, 합계금액은 기재한 총매출액과 동일한 액수가 기재되도록 함.

단, 투자부문은 투자수입과 이에 대응되는 투자액을 함께 기록하되 투자수입만을 매출액에 포함시켜 계산함.

- 창작판권 매출 : 직접기획 또는 공동제작하여 창작 제작한 작품으로 인한 매출. 투자를 받거나 제작비 형태로 유입된 금액은 제외.
- 제작서비스 : 제작에 관련된 일부 공정에만 참여하여 얻은 매출(편집, 녹음, 더빙 기자재 대여, 입회 서비스 등)
- 유통, 배급 : 제작과정에 참여하지 않은 타업체의 작품 또는 콘텐츠를 배급하여 얻은 매출(판권 대행서비스, 판권 관리 포함)
- 기타 : 그 외 나머지로 얻은 매출수입

Ⅳ. 고용현황

◎ 정규직 : 1년 이상 고용되어 일정한 급여를 받는 자 (상용근로자 등)
단, 사업자 및 무급가족 종사자 포함

◎ 비정규직 : 1년 미만으로 고용되었거나 일일 수당제로 고용된 자. 일정한 급여없이 봉사료 또는 판매실적에 따라 판매수수료만을 받는 자, 파견직, 파트타임, 교육훈련생 등(무급 종사자, 무급가족종사자 등 포함)

◎ 형태별, 성별 종사자수 : 표에 표시된 기준일자 현재 소속된 종업원수를 각 형태별, 성별로 구분하여 기재하되, '명'등의 단위는 생략하고, 숫자만을 기재함.

◎ 학력별, 연령별 종사자수 : 형태별, 국적별 종업원수 기재 시 정규직으로 기재한 종업원들에 대하여 학력별, 연령별(만 나이)로 기재함.

◎ 직무별, 종사자수 : 직무구분 상에 표시되지 않은 직무의 경우 가장 유사한 직무에 표시하고, 여러 가지 직무를 함께 수행하는 직원의 경우 가장 중요하고 비중이 큰 업무로 구분하여 기재함.

◎ 제작과정별 참여인력수 : 2003년에 수행한 프로젝트 진행 과정에서, 평균적으로 참여했던 실제 제작 인원 수를 기재함.

Ⅴ. 해외진출 현황

◎ 수출현황 : 입금액기준으로 기입하되, 금액은 천달러 단위로 기재함. 타 화폐로 입금된 경우에도 입금 당시의 환율에 따라 달러단위로 환산하여 기재함.

◎ 국가별 수출입현황 : 수출과 수입에 대해 계약액과 입출금액을 입금하되, 국가별 비중은 양쪽 모두 입금 혹은 출금액 기준으로 계산하여 작성함

◎ 해외진출형태 및 경로는 합이 100%가 되도록 계산함

◎ 해외진출 방법

- 수출방식 : 수출 사실이 없는 경우에는 "해당없음"을 작성하고, 수출 사실이 있는 경우에는 직접 수출란의 국가명에 관계된 국가들을, 간접수출란에 활용 에이전트별로 국가명에 관계된 국가들을 기재함(국가리스트는 콤마(,)로 구분).

Ⅵ. 저작권 현황

◎ 기술 및 저작권 현황

- 지적재산권 보유개수 : 국내와 해외에서 등록된 지적재산권의 숫자를 각 란에 기입하되, 출원 중인 것을 제외하고 현재 등록된 것만을 기재하고, 저작원의

경우에는 저작권심의위원회에 등록된 개수만을 기재함.

- 불법 복제로 인한 피해여부 : 2003년에 불법 복제로 인한 피해를 입은 경험이 있는지 여부를 기재함.
- 외국업체와의 저작권 분쟁사례 : 과거 분쟁경험 유무를 기재하고, 사례가 있는 경우 2003년에 발생한 분쟁건수를 기재함.

Ⅶ. 정부 지원 정책

◎ 정부 지원 현황 : 산학협력 경험여부와 최근 3년간 정책자금 수혜여부를 기재하되, 정책자금은 정부 및 유관기관에서 받은 모든 자금을 대상으로 하고, 수혜경험이 있는 경우 가장 최근 수혜를 받은 년도를 함께 기재함.

편집위원

발행인	**정동채**	문화관광부 장관
편집위원장	**곽영진**	문화관광부 문화산업국장
편집위원	**박위진**	문화관광부 콘텐츠진흥과장
	오진숙	문화관광부 콘텐츠진흥과 사무관

연구 참여자

연구위원	**최영호**	한국문화콘텐츠진흥원 전략기획본부장
	이병민	한국문화콘텐츠진흥원 정책개발팀장
	정미경	한국문화콘텐츠진흥원 정책개발팀 과장
	노준석	한국문화콘텐츠진흥원 정책개발팀 대리
	이강훈	한국문화콘텐츠진흥원 정책개발팀 연구원
	조용순	한국문화콘텐츠진흥원 정책개발팀 연구원
공동 연구자	**임학순**	가톨릭대학교 디지털문화학부 디지털문화컨텐츠 교수
실무위원	**나윤정**	메트릭스코퍼레이션 대표이사
	조광현	메트릭스코퍼레이션 책임연구원
	문하연	메트릭스코퍼레이션 연구원
	정기문	경성대학교
	한성실	경성대학교
	이재혁	한국신용평가정보
	전호성	한국신용평가정보
자문위원	**김미현**	영화진흥위원회 정책연구팀 팀장
	김민규	한국게임산업개발원 산업정책팀 팀장
	박조원	한국문화관광정책연구원 문화산업정책연구실 책임연구원
	오세성	한국방송광고공사 광고연구소 연구위원
	윤재식	한국방송영상산업진흥원 연구정보센터 팀장
	이교정	한국애니메이션제작자협회 전무
	최영섭	산업연구원 산업혁신팀 팀장
	최윤규	중소기업협동조합중앙회 조사통계팀 팀장
	최종일	한국문화관광정책연구원 문화산업정책연구실 책임연구원