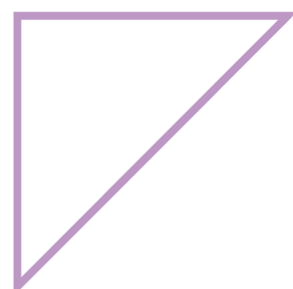


# 2025년 1분기 콘텐츠산업 동향분석 보고서

20

25

— K00CA25-02



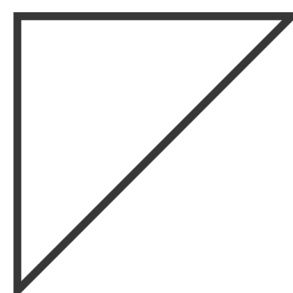


2025년 1분기  
콘텐츠산업 동향분석  
보고서

20

25

— KOCCA25-02



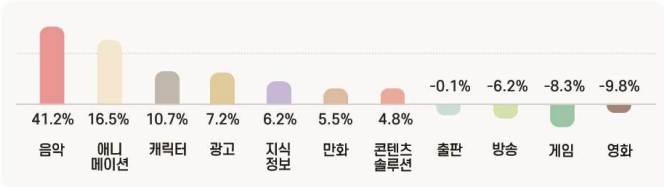
본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

# 2025년 1분기 콘텐츠산업 동향

## 매출



### 전년 동기 대비 증감률 (단위: %)



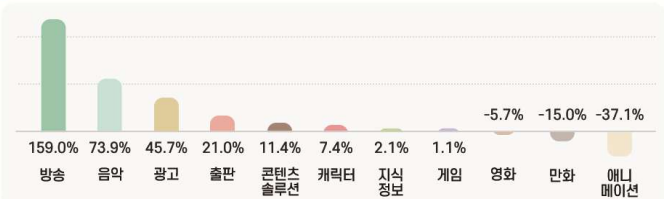
### 콘텐츠산업 내 분야별 규모 및 비중 (단위: 십억 원, %)



## 수출



### 전년 동기 대비 증감률 (단위: %)



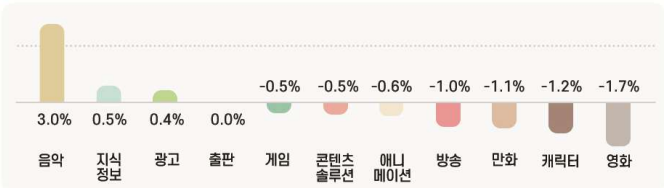
### 콘텐츠산업 내 분야별 규모 및 비중 (단위: 십만 달러, %)



## 종사자



### 전년 동기 대비 증감률 (단위: %)



### 콘텐츠산업 내 분야별 규모 및 비중 (단위: 명, %)



※ 본 인포그래픽에서 제시된 2024년 1분기 및 2025년 1분기 수치는 추정치임  
 ※ 2025년 1분기 종사자 수는 3월 31일 기준임

---

## 요약문



## 이용자 유의사항

- 본 통계는 국가승인통계가 아님
- 산업분류는 **콘텐츠산업 특수분류체계**를 따랐으며, 기업에 따라 다수의 산업 활동을 하는 경우에는 산업 분야별 비중을 적용하여 산출함
- 일부 항목은 **통계청** 등의 **행정자료**를 활용함
  - 행정자료 활용 항목 : 콘텐츠산업 생산지수, 생산자물가지수 등
  - ※ 기업 특성항목(매출액, 수출액, 종사지수, 경영현황 등)은 방문하여 조사
- 본 보고서에 제시된 수치들은 2025년 1분기 기준 시점 자료로 조정 한 것으로 이전 보고서인 <2024년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향 분석 보고서>에 제시된 추정치와 다를 수 있음. 또한, 제1장 2025년 1분기 콘텐츠산업 규모와 제4장 2025년 1분기 콘텐츠산업 동향 지수의 '23년 ~ '24년 분기 수치는 추정치이므로 해석 시 유의가 필요함
- 본 보고서에 수록되어 있는 콘텐츠산업 동향지수는 모두 추정치이므로 해석 시 유의가 필요함
- 통계표의 모든 수치는 소수점 미만 단위는 반올림 된 것으로서 각 항목의 합산된 값이 합계 항목(수치, %, %p 등)과 일치하지 않을 수 있어 해석 시 유의가 필요함

# 요약문

## 들어가는 말

- 본 보고서는 2025년 3월 31일 기준 2025년 1분기 콘텐츠산업 동향을 분석한 것으로 실태 조사를 통한 각 산업별 규모 추정, 거시 및 미시데이터를 기반으로 한 정량분석, 각 산업별 이슈분석을 통한 정성분석, 콘텐츠산업 상장사 정량분석 등의 내용이 포함됨
- 콘텐츠산업은 ‘콘텐츠상품을 생산, 유통, 소비하는데 관련된 산업’으로 정의하였으며, “콘텐츠산업 특수분류체계”에 따라 ① 출판, ② 만화, ③ 음악(공연), ④ 게임, ⑤ 영화, ⑥ 애니메이션, ⑦ 방송 영상, ⑧ 광고, ⑨ 캐릭터, ⑩ 지식정보, ⑪ 콘텐츠솔루션으로 분류함
- 제1장 콘텐츠산업 규모는 총 11개 콘텐츠산업을 영위하는 사업체 중 2,500개를 표본으로 선정하여 조사하였으며, 해당 결과를 통해 각 산업별 매출액, 수출액, 종사자 수를 추정함. 해당 장에 제시된 수치들은 모두 추정치이므로 해석 시 주의가 필요함
- 제2장 콘텐츠기업 경영현황은 국내 콘텐츠기업이 직면하고 있는 주요 경영현황 및 산업 정책 수요에 대해 조사 및 분석함
- 제3장 2025년 1분기 대비 2025년 2·3분기 콘텐츠기업 경영체감도(CBI)는 다음 분기의 경기 체감 전망(① 매출, ② 수출, ③ 투자, ④ 고용, ⑤ 자금사정)에 대한 7점 척도 질문에 응답한 내용을 기반으로 산출한 지수를 분석함
- 제4장 2025년 1분기 콘텐츠산업 동향지수는 콘텐츠산업을 포괄하고 있는 전체 산업과 서비스업의 규모 변화 및 총 11개 콘텐츠산업의 분기별 성장을 파악할 수 있는 콘텐츠산업 동향 지수를 산출함. 해당 장에 제시된 모든 지수들은 모두 추정치이므로 해석 시 주의가 필요함
- 제5장 콘텐츠산업 관련 거시경제 동향에서는 콘텐츠산업의 ① 생산, ② 투자, ③ 소비지출, ④ 수출, ⑤ 고용 변화에 영향을 미치는 주요 거시경제 지표들을 수집하여 재구성함
- 제6장 콘텐츠산업 주요 이슈는 2025년 1분기에 가장 특징적인 국내외 동향을 산업별로 요약하여 제시함
- 제7장 콘텐츠산업 상장사 분석은 콘텐츠산업별 상장사의 재무제표를 수집 및 재구성하여 매출액, 영업이익, 수출액 등 콘텐츠산업 전체 규모와 비교 분석하였으며, 상장사의 성장성·수익성·안정성 등 기업현황 지표를 산출 및 분석함
- 제8장 콘텐츠산업 심층분석은 본 보고서에 수록된 내용을 바탕으로 2025년 1분기 중점 이슈를 선정하여 분석함. 2025년 1분기에는 생성형 AI 활용에 영향을 미치는 주요 요인을 이슈로 다뤘으며 매 분기마다 새로운 이슈로 분석될 예정임

## 2025년 1분기 콘텐츠산업, 전년 동기 대비 매출·수출·종사자 수 증가

- 매출액 37조 9,858억 원, 전년 동기 대비 2.7% 증가
- 수출액 30억 9,782만 달러, 전년 동기 대비 18.8% 증가
- 종사자 66만 4,444명, 전년 동기 대비 0.1% 증가

### 1. 2025년 1분기 콘텐츠산업 규모

#### 가. 2025년 1분기 매출액

- 콘텐츠산업 실태조사 및 상장사 분석을 토대로 '25년 1분기 추정치 산출 결과 전체 콘텐츠 산업의 매출액은 약 37조 9,858억 원으로 추정되었으며, 전분기 대비 11.6% 감소, 전년 동기 대비 2.7% 증가함
  - 산업별로 살펴보면 콘텐츠산업 중 지식정보의 매출액이 약 6조 3,896억 원(16.8%)으로 가장 큰 비중을 차지함. 그 다음으로 출판(약 6조 1,371억 원, 16.2%), 게임(약 5조 7,905억 원, 15.2%), 방송 영상(약 5조 6,815억 원, 15.0%) 등의 순으로 나타남
- 전년 동기 대비 가장 높은 증가율을 보인 산업은 41.2% 증가한 음악이며, 그 다음으로 애니메이션(16.5%), 캐릭터(10.7%) 등의 순으로 나타남
  - 반면 영화(△9.8%), 게임(△8.3%), 방송 영상(△6.2%), 출판(△0.1%)은 전년 동기 대비 매출액 규모가 감소함

#### 나. 2025년 1분기 수출액

- '25년 1분기 추정치 산출 결과 전체 콘텐츠산업의 수출액은 약 30억 9,782만 달러로 추정되었으며, 전분기 대비 36.0% 감소, 전년 동기 대비 18.8% 증가함
  - 산업별로 살펴보면 콘텐츠산업 중 게임의 수출액이 약 15억 8,187만 달러(51.1%)로 가장 큰 비중을 차지함. 그 다음으로 음악(약 5억 6,429만 달러, 18.2%), 방송 영상(약 2억 9,427만 달러, 9.5%), 지식정보(약 2억 1,322만 달러, 6.9%) 등의 순으로 나타남
- 전년 동기 대비 가장 높은 증가율을 보인 산업은 159.0% 증가한 방송 영상이며, 그 다음으로 음악(73.9%), 광고(45.7%) 등의 순으로 나타남
  - 반면 애니메이션(△37.1%), 만화(△15.0%), 영화(△5.7%)는 전년 동기 대비 수출액 규모가 감소함

#### 다. 2025년 1분기 종사자 수

- '25년 1분기 추정치 산출 결과 전체 콘텐츠산업의 종사자는 약 66만 4,444명으로 추정되었으며, 전분기 대비 소폭 감소, 전년 동기 대비 0.1% 증가함
  - 산업별로 살펴보면 콘텐츠산업 중 출판의 종사자가 약 18만 1,140명(27.3%)으로 가장 큰 비중을 차지함. 그 다음으로 지식정보(약 9만 923명, 13.7%), 게임(약 8만 3,432명, 12.6%) 등의 순으로 나타남
- 전년 동기 대비 가장 높은 증가율을 보인 산업은 3.0% 증가한 음악이며, 그 다음으로 지식정보(0.5%), 광고(0.4%) 순으로 나타남
  - 반면 영화(△1.7%), 캐릭터(△1.2%), 방송영상(△1.0%) 등은 전년 동기 대비 종사자 규모가 감소함

표 1 '24년 1분기~'25년 1분기 콘텐츠산업 매출액 규모

(단위 : 백만 원)

산업	2024년 <sup>p</sup>				2025년 <sup>p</sup>	증감률	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	전분기 대비	전년 동기 대비
출판	6,142,248	5,632,564	5,903,277	6,160,524	6,137,072	△0.4%	△0.1%
만화	777,118	754,247	769,060	806,029	819,627	1.7%	5.5%
음악	2,559,918	3,110,688	3,472,218	4,408,686	3,615,197	△18.0%	41.2%
게임	6,314,729	6,100,193	6,312,901	5,519,779	5,790,457	4.9%	△8.3%
영화	1,439,407	1,259,258	1,333,862	1,871,260	1,298,705	△30.6%	△9.8%
애니메이션	248,636	274,790	272,085	285,676	289,619	1.4%	16.5%
방송영상	6,054,786	6,115,720	6,221,638	6,247,252	5,681,547	△9.1%	△6.2%
광고	3,743,063	4,759,469	4,934,251	6,218,350	4,012,017	△35.5%	7.2%
캐릭터	1,598,067	1,642,206	1,924,214	1,804,326	1,768,920	△2.0%	10.7%
지식정보	6,013,888	6,162,203	6,291,338	6,960,369	6,389,564	△8.2%	6.2%
콘텐츠솔루션	2,083,644	2,145,640	2,267,896	2,679,541	2,183,059	△18.5%	4.8%
합계	36,975,503	37,956,977	39,702,738	42,961,792	37,985,784	△11.6%	2.7%

주1: '24년, '25년 수치는 추정치(p)를 의미함

표 2

'24년 1분기~'25년 1분기 콘텐츠산업 수출액 규모

(단위 : 천 달러)

산업	2024년 <sup>p</sup>				2025년 <sup>p</sup>	증감률	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	전분기 대비	전년 동기 대비
출판	71,483	108,604	97,210	124,853	86,493	△30.7%	21.0%
만화	69,196	63,666	74,075	80,174	58,783	△26.7%	△15.0%
음악	324,429	450,539	459,939	617,213	564,285	△8.6%	73.9%
게임	1,564,801	1,639,054	1,735,014	2,689,980	1,581,874	△41.2%	1.1%
영화	11,995	14,265	18,383	15,739	11,311	△28.1%	△5.7%
애니메이션	15,730	26,750	26,602	36,797	9,895	△73.1%	△37.1%
방송 영상	113,624	273,141	252,217	494,573	294,266	△40.5%	159.0%
광고	83,560	153,066	153,856	112,129	121,770	8.6%	45.7%
캐릭터	94,235	97,285	87,561	181,513	101,221	△44.2%	7.4%
지식정보	208,755	135,529	164,332	375,464	213,223	△43.2%	2.1%
콘텐츠솔루션	49,094	52,422	42,416	112,032	54,695	△51.2%	11.4%
합계	2,606,902	3,014,321	3,111,605	4,840,467	3,097,817	△36.0%	18.8%

주1: '24년, '25년 수치는 추정치(p)를 의미함

표 3

'24년 1분기~'25년 1분기 콘텐츠산업 종사자 규모

(단위 : 명)

산업	2024년 <sup>p</sup>				2025년 <sup>p</sup>	증감률	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	전분기 대비	전년 동기 대비
출판	181,220	182,075	182,615	182,440	181,140	△0.7%	△0.0%
만화	13,016	13,342	13,639	13,581	12,868	△5.2%	△1.1%
음악	72,343	75,012	74,297	74,097	74,507	0.6%	3.0%
게임	83,840	81,800	81,528	81,813	83,432	2.0%	△0.5%
영화	31,457	30,996	31,339	31,218	30,913	△1.0%	△1.7%
애니메이션	6,307	6,197	6,188	6,192	6,272	1.3%	△0.6%
방송 영상	52,597	51,777	51,220	51,839	52,073	0.5%	△1.0%
광고	74,469	76,045	75,476	74,649	74,742	0.1%	0.4%
캐릭터	18,507	18,953	18,416	18,477	18,280	△1.1%	△1.2%
지식정보	90,507	91,252	91,132	90,809	90,923	0.1%	0.5%
콘텐츠솔루션	39,501	39,339	39,282	39,335	39,294	△0.1%	△0.5%
합계	663,764	666,788	665,132	664,450	664,444	△0.0%	0.1%

주1: 1분기는 3월 31일, 2분기는 6월 30일, 3분기는 9월 30일, 4분기는 12월 31일 기준 시점의 종사자 수

주2: '24년, '25년 수치는 추정치(p)를 의미함

## 2. 2025년 1분기 콘텐츠산업 생산동향

### 가. 분기별 생산지수

- '25년 1분기 콘텐츠산업 생산지수(2020년 100기준)<sup>1)</sup>는 116.6으로 전분기 대비 9.1%, 전년 동기 대비 6.4% 감소함
  - 콘텐츠제작업의 경우 1분기부터 4분기 중 4분기에 가장 높은 경향을 보임. '25년 1분기에는 최근 5개 분기 중 가장 낮은 83.9를 기록함
  - 콘텐츠도매업은 1분기부터 4분기 중 2분기에 낮은 경향을 보임. '24년 2분기 95.6을 기록한 이후 꾸준히 증가했으나, '25년 1분기에 전분기 대비 0.7% 감소한 119.0을 기록함
  - 콘텐츠소매업은 1분기부터 4분기 중 3분기에 낮은 경향을 보임. '25년 1분기에는 최근 5개 분기 중 가장 낮은 93.0을 기록했으며 이는 '24년 3분기 93.7보다도 낮은 수준임
  - 콘텐츠임대업은 1분기부터 4분기까지 꾸준히 증가하는 경향을 보임. '25년 1분기는 전년 동기 대비 3.2% 증가한 117.9를 기록함
  - 콘텐츠서비스업은 1분기부터 4분기 중 3분기에 가장 높은 경향을 보임

### 나. 월별 생산지수

- '25년 3월 기준 콘텐츠산업 생산지수는 118.2로 전월 대비 4.8% 증가, 전년 동월 대비 8.3% 감소함
  - '25년 3월 기준 콘텐츠산업별 월별 생산 추이는 아래와 같음
    - 콘텐츠제작업과 콘텐츠서비스업은 '25년 2월에 전월 대비 감소한 이후, '25년 3월 소폭 증가함
    - 콘텐츠도매업은 '25년 2월에 전월 대비 증가한 이후 '25년 3월에 감소하여 114.2를 기록함
    - 콘텐츠소매업과 콘텐츠임대업은 '25년 1월부터 3월까지 꾸준히 증가함
    - 콘텐츠서비스업은 '25년 2월에 전월 대비 감소한 이후, '25년 3월에 증가하여 141.0을 기록함

1) 콘텐츠산업생산지수는 서비스업생산지수의 세부항목 중 콘텐츠산업 관련 업종만을 재집계하였으며, 콘텐츠산업을 콘텐츠제작업, 콘텐츠도매업, 콘텐츠소매업, 콘텐츠임대업, 콘텐츠서비스업으로 구성함. 콘텐츠산업의 세분류별 구성 항목은 <표5-3>의 주석 참고

※ 생산지수의 경우 통계청 데이터 업데이트 시 이전 분기 또는 월 데이터의 기준 수치에 다소 간의 변동이 발생하기 때문에 전기보고서 상의 수치와 차이가 있을 수 있음(본 보고서 상의 수치는 '25년 6월 기준)

※ 콘텐츠산업생산지수와 세부항목 중 콘텐츠제작업은 '24년 4분기에 업종 분류를 재정비하였기에 전기보고서 상의 수치와 차이가 있을 수 있음

## 4. 2025년 1분기 콘텐츠산업 상장사 현황<sup>2)</sup>

### 가. 매출 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사 '25년 1분기 매출액은 약 14조 7,454억 원으로 전분기 대비 10.1% 감소, 전년 동기 대비 3.0% 증가함
- 산업별로 살펴보면 지식정보가 약 4조 405억 원으로 가장 매출액이 많았고, 그 다음으로 게임(약 3조 1,697억 원), 방송 영상(약 2조 3,477억 원), 광고(약 1조 9,212억 원) 등의 순으로 많았음

### 나. 영업이익 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사 '25년 1분기 영업이익은 약 1조 4,533억 원으로 전분기 대비 9.1%, 전년 동기 대비 12.3% 증가함
- 산업별로 살펴보면 전 산업 중 지식정보의 영업이익이 약 5,993억 원으로 가장 많은 반면, 영화는 적자를 기록함

### 다. 수출 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사 '25년 1분기 수출액은 약 23억 8,986만 달러로 전분기 대비 9.8%, 전년 동기 대비 2.5% 감소함
- 산업별로 살펴보면 전 산업 중에서 게임의 수출액이 약 14억 1,014만 달러로 가장 많았으며, 그 다음으로 음악(약 5억 801만 달러), 방송 영상(약 2억 4,347만 달러) 등의 순으로 많았음

### 라. 고용 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사 '25년 1분기 종사자 수는 6만 2,896명으로 전분기 대비 0.1%, 전년 동기 대비 0.8% 감소함
- 산업별로 살펴보면 전 산업 중 게임의 종사자가 1만 5,801명으로 가장 많고, 그 다음으로 지식정보(1만 3,751명), 방송 영상(8,347명), 광고(6,236명) 등의 순으로 나타남

2) 콘텐츠산업 상장사의 수출액의 경우 재무제표 상 해외법인 매출까지 포함된 것으로서, 콘텐츠산업 전체 수출액의 집계 방식과는 차이가 있어 해석 시 유의할 필요가 있으며, 광고와 지식정보는 산업 특성상 내수 중심으로 영업활동이 이뤄지므로 분석에서 제외하였음

**마. 전체 산업<sup>3)</sup> 대비 콘텐츠산업 상장사 비교('24년 1분기 및 '25년 1분기)**

- '25년 1분기 전체 상장사 매출액에서 콘텐츠산업 상장사가 차지하는 비중은 0.29%로 전년 동기 대비 0.02%p 증가함
- '25년 1분기 전체 상장사 영업이익에서 콘텐츠산업 상장사가 차지하는 비중은 1.09%로 전년 동기 대비 0.56%p 증가함
- '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 영업이익률은 약 9.86%로 전체 상장사 영업이익률 2.65% 대비 7.21%p 높으며, 전년 동기 대비 0.82%p 증가함

표 4 '24년 1분기 & '25년 1분기 전체 상장사 대비 콘텐츠산업 상장사 비교

(단위 : 억 원)

구분		2024년 1분기	2025년 1분기	전년 동기 대비
매출액	콘텐츠산업 상장사	143,107	147,454	3.04%
	전체 상장사	51,760,305	50,295,682	△2.83%
	비중	0.28%	0.29%	0.02%p
영업이익	콘텐츠산업 상장사	12,937	14,533	12.33%
	전체 상장사	2,445,288	1,333,180	△45.48%
	비중	0.53%	1.09%	0.56%p
영업이익률	콘텐츠산업 상장사	9.04%	9.86%	0.82%p
	전체 상장사	4.72%	2.65%	△2.07%p

출처 : 한국거래소(2025). 증권파생상품 시장통계

3) 한국거래소(2025) 증권파생상품 시장통계 중 유가증권 및 코스닥 상장사 수익과 재무현황을 재집계하여 산출함

# 목 차

## 제1장 2025년 1분기 콘텐츠산업 규모

1. 조사 개요 .....	3
가. 조사 목적 .....	3
1) 조사 대상 및 방법 .....	3
2. 콘텐츠산업 규모 분석 결과 .....	11
가. 2025년 1분기 콘텐츠산업 규모 .....	11
1) 2025년 1분기 매출액 .....	11
2) 2025년 1분기 수출액 .....	13
3) 2025년 1분기 종사자 수 .....	15

## 제2장 2025년 1분기 콘텐츠기업 경영현황

1. 조사 개요 .....	19
가. 분석 목적 .....	19
나. 조사 대상 및 방법 .....	19
1) 조사 개요 .....	19
2. 인력수급 현황 .....	20
가. 인력수급 현황 .....	20
나. 향후 필요 직무 .....	21
3. 기업 경영 전략 .....	22
가. 향후 사업 운영 계획 .....	22
나. 최우선 경영 추진 전략 .....	23
다. 업종 변경 및 사업 축소·폐업 고려 이유 .....	24
라. 경영 애로사항 .....	25
마. 정책 지원 요청 사항 .....	27
바. 해외 진출 경험 .....	28
사. 해외 진출 시 규제로 인한 어려움 .....	29
아. 해외 진출 시 규제로 인한 어려움을 해결하기 위해 필요한 지원 .....	30

### 제3장 2025년 1분기 대비 2025년 2·3분기 콘텐츠기업 경영체감도(CBI)

1. 조사 개요	33
가. 분석 목적	33
나. 조사 대상 및 방법	33
2. CBI 시계열 분석	36
가. 콘텐츠산업(전체) CBI 분석	36
나. 산업별·부문별 CBI 분석	37
1) 산업별 종합 CBI	37
2) 출판산업 CBI	40
3) 만화산업 CBI	42
4) 음악산업 CBI	44
5) 게임산업 CBI	46
6) 영화산업 CBI	48
7) 애니메이션산업 CBI	50
8) 방송·영상산업 CBI	52
9) 광고산업 CBI	54
10) 캐릭터산업 CBI	56
11) 지식정보산업 CBI	58
12) 콘텐츠솔루션산업 CBI	60

### 제4장 2025년 1분기 콘텐츠산업 동향지수

1. 지수산출 방법	65
가. 지수산출 목적	65
나. 지수산출 방법	65
1) 지수산출 개요	65
2) 지수 산출식	66
3) 동향지수의 산출	67
4) 동향지수의 타당성	69
2. 콘텐츠산업 동향지수	72
가. 콘텐츠산업 동향지수	72
1) 콘텐츠산업 동향지수	72
2) 산업별 콘텐츠산업 동향지수	73
나. 매출 동향지수	76
다. 수출 동향지수	79
라. 고용 동향지수	82

## 제5장 2025년 1분기 콘텐츠산업 관련 거시경제 동향

1. 조사 개요 .....	87
가. 분석 목적 .....	87
나. 분석 대상 및 방법 .....	87
1) 분석 개요 .....	87
2. 산업생산 변화 추이 .....	89
가. 생산동향 .....	89
1) 2025년 1분기 콘텐츠산업 생산 변화 추이 .....	89
2) 가치사슬 단계별 콘텐츠산업의 분기별 생산 변화 .....	90
3) 가치사슬 단계별 콘텐츠산업의 월별 생산 변화 .....	92
나. 생산변화 전망 .....	94
1) 2025년 1분기 국내외 경제 환경 변화 .....	94
2) 2025년 1분기 이후의 국내외 경제 환경 전망 .....	97
3. 투자 변화 추이 .....	99
가. 외국인직접투자 동향 .....	99
1) 2025년 1분기 서비스업 외국인직접투자 동향 .....	99
2) 2025년 1분기 콘텐츠산업 외국인직접투자 동향 .....	100
나. 해외투자 동향 .....	102
1) 2025년 1분기 콘텐츠산업 해외투자 동향 .....	102
다. 모태펀드 투자 동향 .....	104
1) 2025년 1분기 모태펀드/자펀드 운영현황 .....	104
2) 2025년 1분기 모태펀드/자펀드 분야별 투자현황 .....	106
4. 소비지출 변화 추이 .....	107
가. 가계수지 및 소비지출 변화 동향 .....	107
1) 2025년 1분기 가구당 월평균 가계수지 .....	107
나. 가계수입 및 소비지출 변화 전망 .....	108
5. 수출 및 고용 변화 추이 .....	109
가. 서비스 국제수지 변화 추이 .....	109
1) 2025년 1분기 개인·문화·여가 서비스 수지 추이 .....	109
2) 2025년 1분기 음향영상 및 관련 서비스 수지 추이 .....	110
나. 문화산업분야 고용 변화 추이 .....	111
1) 2025년 1분기 고용률 및 실업률 추이 .....	111
2) 2025년 1분기 콘텐츠산업 신규구인, 신규구직 인원 현황 .....	113

## 제6장 2025년 1분기 콘텐츠산업 주요 이슈

1. 출판/만화산업 .....	119
가. 출판산업 .....	119
나. 만화산업 .....	119
2. 음악산업 .....	120
3. 게임산업 .....	122
4. 영화산업 .....	123
5. 애니메이션/캐릭터산업 .....	124
6. 방송·영상산업 .....	125
7. 광고산업 .....	126
8. 지식정보/콘텐츠솔루션 .....	127

## 제7장 2025년 1분기 콘텐츠산업 상장사 분석

1. 조사 개요 .....	131
가. 분석 목적 .....	131
나. 분석 대상 및 방법 .....	131
1) 분석 개요 .....	131
2. 콘텐츠산업 상장사 분석 .....	133
가. 매출 변화 추이 .....	133
1) 2025년 1분기 매출 변화 추이 .....	133
2) 장르별 상장사 매출 변화 추이 .....	137
나. 영업이익 변화 추이 .....	138
1) 2025년 1분기 영업이익 변화 추이 .....	138
2) 장르별 상장사 영업이익 변화 추이 .....	141
다. 수출 변화 추이 .....	142
1) 2025년 1분기 콘텐츠 업체 수출 동향 .....	142
2) 장르별 상장사 수출 변화 추이 .....	145
라. 고용 변화 추이 .....	146
1) 2025년 1분기 콘텐츠 업체 고용 동향 .....	146
2) 장르별 상장사 고용 변화 추이 .....	149
3. 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 비교 .....	150
가. 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 매출액 비교 .....	150
나. 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 수출액 비교 .....	151
다. 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 종사자 수 비교 .....	152
라. 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교 .....	153

4. 콘텐츠산업 상장사 기업경영분석 .....	155
가. 전체 산업 대비 콘텐츠산업 상장사 사업현황 비교 .....	155
나. 성장성 변화 추이 .....	156
1) 자산증가율 변화 추이 .....	156
2) 투자증가율 변화 추이 .....	157
3) 사내유보율 변화 추이 .....	158
다. 수익성 변화 추이 .....	159
1) 영업이익률 변화 추이 .....	159
2) 자산영업이익률 변화 추이 .....	160
3) 자본영업이익률 변화 추이 .....	161
라. 안정성 변화 추이 .....	162
1) 부채비율 변화 추이 .....	162
2) 유동비율 변화 추이 .....	163
3) 자기자본비율 변화 추이 .....	164
마. 그 외 기업경영 변화 추이 .....	165
1) 생산성 지표 .....	165
2) 활동성 지표 .....	166

## 제8장 콘텐츠산업 심층분석

1. 분석 개요 및 목적 .....	171
가. 분석 개요 및 목적 .....	171
나. 분석 모형 .....	172
1) 종속변수 .....	172
2) 설명변수 .....	172
3) 분석에 사용된 변수 .....	173
4) 추정 방식 .....	174
2. 분석 결과 .....	174
가. 추정 결과 .....	174
나. 업종별 결과의 의미 .....	176
다. 기업 특성 결과의 의미 .....	177
라. 체감 및 전망지수 결과의 의미 .....	178
3. 정책적 시사점 .....	179
가. 업종별, 기업 특성별 결과 시사점 .....	179
1) AI 도입 확률이 높은 업종 .....	179
2) AI 도입 확률이 낮은 업종 .....	179
3) 전체 업종 및 기업 특성별 공통 적용 가능한 정책 .....	179

나. 체감 및 전망지수 결과 시사점 .....	180
4. 결론 .....	180

## 제9장 결론

1. 산업규모 리뷰 .....	185
2. 증감요인 분석 .....	185
가. 매출액 .....	185
나. 수출액 .....	186
다. 고용 .....	186
3. 결론 .....	187

## 제10장 부록

1. 콘텐츠산업 관련 상장사 목록 .....	191
2. 조사표 .....	199

# 표목차

## 제1장 2025년 1분기 콘텐츠산업 규모

[표 1-1] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 매출액 규모 .....	12
[표 1-2] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 수출액 규모 .....	14
[표 1-3] '23년 1분기 ~ '24년 4분기 콘텐츠산업 종사자 규모 .....	16

## 제2장 2025년 1분기 콘텐츠기업 경영현황

[표 2-1] 조사 대상 및 방법 .....	19
[표 2-2] 콘텐츠기업 인력수급 현황 .....	20
[표 2-3] 콘텐츠기업 향후 필요 직무(복수응답) .....	21
[표 2-4] 향후 6개월 이내 주 사업 분야 운영 계획 .....	22
[표 2-5] 최우선 추진 경영 전략(1+2순위) .....	24
[표 2-6] 업종 변경 및 사업 축소·폐업 고려 이유(1+2순위) .....	25
[표 2-7] 2025년 1분기 사업 운영 시 애로사항(1+2순위) .....	26
[표 2-8] 향후 필요한 정책적 지원(1+2순위) .....	27
[표 2-9] 최근 3년 이내 해외 진출 경험 .....	28
[표 2-10] 최근 3년 이내 해외 진출 시 규제로 인한 어려움 .....	29
[표 2-11] 해외 진출 시 규제로 인한 어려움 해결을 위해 필요한 지원 .....	30

## 제3장 2025년 1분기 대비 2025년 2·3분기 콘텐츠기업 경영체감도(CBI)

[표 3-1] 조사 대상 및 방법 .....	33
[표 3-2] 콘텐츠산업 전체 부문별 CBI .....	36
[표 3-3] 산업별 CBI(종합) .....	39
[표 3-4] 출판산업 부문별 CBI .....	41
[표 3-5] 만화산업 부문별 CBI .....	43
[표 3-6] 음악산업 부문별 CBI .....	45
[표 3-7] 게임산업 부문별 CBI .....	47
[표 3-8] 영화산업 부문별 CBI .....	49
[표 3-9] 애니메이션산업 부문별 CBI .....	51
[표 3-10] 방송·영상산업 부문별 CBI .....	53
[표 3-11] 광고산업 부문별 CBI .....	55
[표 3-12] 캐릭터산업 부문별 CBI .....	57

[표 3-13] 지식정보산업 부문별 CBI .....	59
[표 3-14] 콘텐츠솔루션산업 부문별 CBI .....	61

#### 제4장 2025년 1분기 콘텐츠산업 동향지수

[표 4-1] 통계별 가중치 적용 방법 .....	68
[표 4-2] AHP 및 비중별 가중치 비교 .....	69
[표 4-3] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 동향지수 .....	70
[표 4-4] 콘텐츠산업 동향지수와 비교 지수와의 상관분석 결과 .....	70
[표 4-5] '25년 1분기 콘텐츠산업 동향지수 .....	73
[표 4-6] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 동향지수 .....	73
[표 4-7] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 매출 동향지수 .....	76
[표 4-8] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 수출 동향지수 .....	79
[표 4-9] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 고용 동향지수 .....	82

#### 제5장 2025년 1분기 콘텐츠산업 관련 거시경제 동향

[표 5-1] 콘텐츠산업 분야별 세부업종(서비스업생산지수 中) .....	88
[표 5-2] 콘텐츠산업 거시경제 동향 인용자료 .....	88
[표 5-3] '24년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 생산변화 .....	91
[표 5-4] '25년 1분기 콘텐츠산업 생산변화(월별) .....	93
[표 5-5] 국내총생산에 대한 지출 .....	94
[표 5-6] 경제활동별 국내총생산 .....	95
[표 5-7] '23년 10월 ~ '25년 3월 생산자물가지수 추이 .....	96
[표 5-8] 세계 전망 전제 .....	97
[표 5-9] 국내 경제성장 전망 .....	98
[표 5-10] 서비스업 외국인직접투자 건수 동향 .....	99
[표 5-11] 서비스업 외국인직접투자 액수 동향 .....	100
[표 5-12] 문화·오락 외국인직접투자 세부 동향 .....	101
[표 5-13] 콘텐츠산업 해외투자건수 동향 .....	103
[표 5-14] 콘텐츠산업 해외투자금액 동향 .....	103
[표 5-15] '24년 1분기 및 '25년 1분기 모태펀드/자펀드 운영 현황 .....	104
[표 5-16] '25년 1분기 모태펀드/자펀드 투자현황 .....	106
[표 5-17] 전국 가구당 월평균 가계수지 .....	107
[표 5-18] 가계수입 및 소비지출전망 CSI 추이 .....	108
[표 5-19] 개인·문화·여가 서비스 수지 추이 .....	109
[표 5-20] 음향영상 및 관련 서비스 수지 추이 .....	110
[표 5-21] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 경제활동인구 및 참가율 .....	111

[표 5-22] '24년 1월 ~ '25년 3월 고용률 추이 .....	112
[표 5-23] '24년 1월 ~ '25년 3월 실업률 추이 .....	112
[표 5-24] 문화산업 업종별 및 직종별 신규구인 인원 .....	113
[표 5-25] 문화산업분야 직종별 신규구직 및 취업(희망직종별) .....	114
[표 5-26] 문화산업분야 직종별 신규구직 대비 신규구인 비율 .....	115

## 제7장 2025년 1분기 콘텐츠산업 상장사 분석

[표 7-1] '24년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 매출 변동 .....	135
[표 7-2] '24년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 영업이익 변동 .....	140
[표 7-3] '24년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 수출 변동 .....	144
[표 7-4] '24년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 고용 변동 .....	148
[표 7-5] '24년 1분기 & '25년 1분기 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교	150
[표 7-6] '24년 1분기 & '25년 1분기 콘텐츠산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교	151
[표 7-7] '24년 1분기 & '25년 1분기 콘텐츠산업 전체 종사자 대비 상장사 종사자 비교	152
[표 7-8] '24년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교	154
[표 7-9] '24년 1분기 & '25년 1분기 전체 상장사 대비 콘텐츠산업 상장사 비교 .....	155
[표 7-10] '24년 1분기 & '25년 1분기 전체 상장사 대비 콘텐츠산업 상장사 부채비율	155
[표 7-11] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 자산증가율 추이 .....	156
[표 7-12] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 투자증가율 추이 .....	157
[표 7-13] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 사내유보율 추이 .....	158
[표 7-14] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 영업이익률 추이 .....	159
[표 7-15] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 자산영업이익률 추이 .....	160
[표 7-16] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 자본영업이익률 추이 .....	161
[표 7-17] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 부채비율 추이 .....	162
[표 7-18] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 유동비율 추이 .....	163
[표 7-19] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 자기자본비율 추이 .....	164
[표 7-20] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 1인당 평균매출액 추이 .....	165
[표 7-21] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 자본집약도 추이 .....	166
[표 7-22] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 자기자본회전율 추이 .....	166
[표 7-23] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 총자산회전율 추이 .....	167

## 제8장 콘텐츠산업 심층분석

[표 8-1] 변수 간 상관관계가 예상되는 이유 .....	172
[표 8-2] 분석에 사용된 변수 이름, 항목, 단위, 측정에서의 정의 .....	173
[표 8-3] 로지스틱회귀분석 결과 .....	175
[표 8-4] 분석 결과에 대한 업종 중심 해석 .....	176

[표 8-5] 분석 결과에 대한 기업 특성 중심 해석 .....	178
[표 8-6] 분석 결과에 대한 체감 및 전망지수 중심 해석 .....	178

## 제10장 부록

[표 10-1] 콘텐츠산업별 상장사 현황(분석 보고서 시점 기준) .....	191
[표 10-2] 출판 상장사 .....	191
[표 10-3] 만화 상장사 .....	192
[표 10-4] 음악 상장사 .....	192
[표 10-5] 게임 상장사 .....	193
[표 10-6] 영화 상장사 .....	194
[표 10-7] 애니메이션 상장사 .....	194
[표 10-8] 방송·영상 상장사 .....	195
[표 10-9] 광고 상장사 .....	196
[표 10-10] 캐릭터 상장사 .....	197
[표 10-11] 지식정보 상장사 .....	197
[표 10-12] 콘텐츠솔루션 상장사 .....	198

# 그림목차

## 제1장 2025년 1분기 콘텐츠산업 규모

[그림 1-1] '25년 1분기 콘텐츠산업 매출액 규모	11
[그림 1-2] '25년 1분기 콘텐츠산업 수출액 규모	13
[그림 1-3] '25년 1분기 콘텐츠산업 종사자 규모	15

## 제2장 2025년 1분기 콘텐츠기업 경영현황

[그림 2-1] 콘텐츠 기업 향후 필요 직무(복수응답)	21
[그림 2-2] 향후 6개월 이내 주 사업 분야 운영 계획	22
[그림 2-3] 최우선 추진 경영 전략(1+2순위)	23
[그림 2-4] 업종 변경 및 사업 축소·폐업 고려 이유(1+2순위)	24
[그림 2-5] 2025년 1분기 사업 영위 시 애로사항(1+2순위)	26
[그림 2-6] 향후 필요한 정책적 지원(1+2순위)	27
[그림 2-7] 최근 3년 이내 해외 진출 경험	28
[그림 2-8] 최근 3년 이내 해외 진출 시 규제로 인한 어려움	29
[그림 2-9] 해외 진출 시 규제로 인한 어려움 해결을 위해 필요한 지원	30

## 제3장 2025년 1분기 대비 2025년 2·3분기 콘텐츠기업 경영체감도(CBI)

[그림 3-1] 산업별 CBI(종합) 추이	37
[그림 3-2] 출판산업 부문별 CBI 추이	40
[그림 3-3] 만화산업 부문별 CBI 추이	42
[그림 3-4] 음악산업 부문별 CBI 추이	44
[그림 3-5] 게임산업 부문별 CBI 추이	46
[그림 3-6] 영화산업 부문별 CBI 추이	48
[그림 3-7] 애니메이션산업 부문별 CBI 추이	50
[그림 3-8] 방송·영상산업 부문별 CBI 추이	52
[그림 3-9] 광고산업 부문별 CBI 추이	54
[그림 3-10] 캐릭터산업 부문별 CBI 추이	56
[그림 3-11] 지식정보산업 부문별 CBI 추이	58
[그림 3-12] 콘텐츠솔루션산업 부문별 CBI 추이	60

## 제4장 2025년 1분기 콘텐츠산업 동향지수

[그림 4-1] 콘텐츠산업 동향지수와 유사 지수와의 비교 .....	71
[그림 4-2] '25년 1분기 콘텐츠산업 동향지수 .....	72
[그림 4-3] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 동향지수 .....	74
[그림 4-4] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 매출 동향지수 .....	77
[그림 4-5] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 수출 동향지수 .....	80
[그림 4-6] '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 고용 동향지수 .....	83

## 제5장 2025년 1분기 콘텐츠산업 관련 거시경제 동향

[그림 5-1] 개인·문화·여가 서비스 수지 추이 .....	110
[그림 5-2] 음향영상 및 관련 서비스 수지 추이 .....	111

## 제7장 2025년 1분기 콘텐츠산업 상장사 분석

[그림 7-1] '24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 매출액 변동 .....	134
[그림 7-2] '24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 매출액 비중 .....	134
[그림 7-3] '24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 영업이익 변동 .....	139
[그림 7-4] '24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 영업이익 비중 .....	139
[그림 7-5] '24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 수출 변동 .....	143
[그림 7-6] '24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 수출 비중 .....	143
[그림 7-7] '24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 고용 변동 .....	147
[그림 7-8] '24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 고용 비중 .....	147

# 제1장

## 2025년 1분기 콘텐츠산업 규모

1. 조사 개요
2. 콘텐츠산업 규모 분석 결과



# 제1장 2025년 1분기 콘텐츠산업 규모

## 1. 조사 개요

### 가. 조사 목적

- 전년도 기준 연간 통계조사에 대한 보완적인 자료 제공을 위해 '분기별 콘텐츠산업 실태조사'를 실시하여 당해 산업 규모를 추정함
- 분기별 사업체 실태조사의 지속적인 데이터 축적 및 시계열화를 통해 산업의 주요 변화를 포착하고, 효과적인 정책이 수립될 수 있는 기초자료를 제공하고자 함

### 1) 조사 대상 및 방법

#### 가) 조사 대상

- '분기별 콘텐츠산업 실태조사'는 ① 출판, ② 만화, ③ 음악(공연), ④ 게임, ⑤ 영화, ⑥ 애니메이션, ⑦ 방송 영상, ⑧ 광고, ⑨ 캐릭터, ⑩ 지식정보, ⑪ 콘텐츠솔루션의 11개 산업을 영위하는 사업체 중 2,500개를 표본으로 선정하여 조사를 실시함
- '18년부터 반기별 조사로 변경함에 따라 표본 수 2,400개로 늘렸으며, '19년부터 '22년까지는 2,500개, '23년에는 상장사 위주의 분기별 조사를 병행하여 1,500개 표본으로 조정. '24년부터는 분기별 조사로 변경하면서 표본 수 2,500개로 재조정하여 조사를 실시함

#### 나) 표본 추출 및 표본 배분

- 목표 모집단 : 2025년 기준 전국의 콘텐츠산업을 영위하고 있는 사업체
- 표본추출틀 : 2024년 기준 분기별 콘텐츠산업 동향분석 명부 기준으로 모집단 변화를 보완하기 위한 산업별 표본틀 고려
- 표본추출방법 : 다단계층화추출
  - 본 조사의 추출단위는 개별 사업체(본사, 공장, 작업장, 매장 등) 단위이며, 변동계수(CV)가 가장 작은 다단계층화추출방법을 적용하였으며, 1차 층은 11개 산업으로 구분하고, 2차 층은 종사자 규모(10인 미만, 10~49인, 50인 이상)를 층으로 설정하여 추출함
- 표본배분방법
  - 산업별 X 종사자수 규모별 표본배분 : 종사자 수를 기준으로 절층배분(제공근비례배분과 네이만 배분의 평균)을 적용(기준변수는 종사자 수를 활용<sup>4</sup>)함

4) 동일 산업 내 사업체에서는 종사자수 등의 사업체규모가 클수록 매출액이 많아지므로 사업체의 매출액은 종사자수에 영향을 받음. 외부 업무 및 활동이 많은 일부 산업에서는 종사자수가 매출에 미치는 영향이 크지 않을 수 있으나, 대부분의 산업에서는 종사자수가 많을수록 매출이 함께 증가한다고 볼 수 있어 종사자수에 따른 사업체규모를 층화변수로 이용

- 산업 소분류 순으로 정렬하여 내재적 층화 효과를 가지도록 함
- 전수조사 대상 설정(96개 사업체): 50인 이상 규모에서 사업체수가 50개 미만인 경우 (음악=49, 애니메이션=22, 캐릭터=25)
- 최소표본 설정(195개 사업체): 50인 이상의 나머지 산업에 대해서는 너무 적은 수의 표본이 배분되는 것을 방지하고 최소한의 통계집계를 위해 8개 층에 15개의 최소표본을 할당, 또한 50인 미만에서 5개 층(1-9인: 방송, 애니메이션, 10-49인: 만화, 애니메이션, 캐릭터)에 대해서도 15개의 최소표본을 할당
- 나머지 2,209개(=2,500개-96개-195개)의 표본배분 실시
  - 산업별 × 규모(1~9인, 10~49인, 50인 이상)별 표본 배분 실시 (50인 이상의 음악, 애니메이션, 캐릭터는 배분에서 제외)
  - 사업체 수를 기준으로 제공근 비례배분과 네이만 배분의 결과를 절충(산술평균)

$$\text{제공근 비례배분: } \frac{\sqrt{N_{hk}}}{\sum_{h=1}^{11} \sum_{k=1}^3 \sqrt{N_{hk}}}, \quad \text{네이만 배분: } \frac{N_{hi} CV_{hk}}{\sum_{h=1}^{11} \sum_{k=1}^3 N_{hk} CV_{hk}}$$

( $N_{hk}$ 는 산업 $h$  × 규모 $k$ 별 사업체수,  $CV_{hk}$ 는 산업 $h$  × 규모 $k$ 별 종사자수의 상대표준오차)

#### 다) 산업별 표본 수

○ 2025년 1분기 표본설계 기준 산업별 적정 표본 수 및 조사 표본 수는 아래 표와 같음

산업명	모집단	적정 표본 수		추출률 <sup>5)</sup>	조사 표본 수	
		빈도	비중		빈도	비중
출판	32,457	387	15.5%	1.2%	388	15.0%
만화	4,862	178	7.1%	3.7%	151	5.8%
음악	36,259	252	10.1%	0.7%	300	11.6%
게임	9,612	175	7.0%	1.8%	183	7.1%
영화	6,872	259	10.4%	3.8%	265	10.2%
애니메이션	713	159	6.4%	22.3%	149	5.7%
방송 영상	1,108	142	5.7%	12.8%	171	6.6%
광고	6,639	264	10.6%	4.0%	276	10.6%
캐릭터	4,617	230	9.2%	5.0%	236	9.1%
지식정보	12,489	270	10.8%	2.2%	271	10.5%
콘텐츠솔루션	2,389	184	7.4%	7.7%	203	7.8%
<b>전체</b>	<b>118,016</b>	<b>2,500</b>	<b>100.0%</b>	<b>2.1%</b>	<b>2,593</b>	<b>100.0%</b>

5) 추출률 : 산업별 적정 표본 수 / 모집단

라) 추정 절차

○ 매출액과 수출액, 종사자 수는 상장사와 조사 사업체 추정결과의 합산을 통해 산출하였으며  
구체적인 추정 절차는 다음과 같음



마) 산업규모 추정 방법

○ 각 산업별 매출액 추정식은 다음과 같음

총합 = (상장사 매출액 총합) + (일반 사업체 매출액 총합)

$$\hat{X}_h = \left( \sum_k \sum_i X_{hki}(\text{상장사}) \right) + \left( \sum_k \sum_i w_{hk} \cdot X_{hki}(\text{조사 사업체}) \right)$$

- $h$ 는 산업(11개)별,  $k$ 는 규모(10인 미만, 10~49인, 50인 이상),  $i$ 는 사업체를 나타내는 첨자
- $\hat{X}_h$ 는 산업  $h$ 의 매출액 총합 추정치
- $X_{hi}(\text{상장사})$ 는 산업  $h$ 의  $i$ 번째 상장사의 매출액
- $X_{hki}(\text{조사 사업체})$ 는 산업  $h$ 의 규모  $k$ 에서  $i$ 번째 기존 동일 사업체의 매출액
- $w_{hk}$  : 산업  $h$ 의 규모  $k$ 의 가중치

• 콘텐츠산업 전체 매출액 총합 추정식

$$\hat{X} = \sum_{h=1}^{11} \hat{X}_h$$

○ 각 산업별 수출액 추정식은 다음과 같음

총합 = (상장사 수출액 총합) + (일반 사업체 수출액 총합)

$$\hat{X}_h = \left( \sum_k \sum_i X_{hki}(\text{상장사}) \right) + \left( \sum_k \sum_i X_{hki}(\text{조사 사업체}) \right)$$

- $h$ 는 산업(11개)별,  $k$ 는 규모(10인 미만, 10~49인, 50인 이상),  $i$ 는 사업체를 나타내는 첨자
- $\hat{X}_h$ 는 산업  $h$ 의 수출액 총합 추정치
- $X_{hi}(\text{상장사})$ 는 산업  $h$ 의  $i$ 번째 상장사의 수출액
- $X_{hki}(\text{조사 사업체})$ 는 산업  $h$ 의 규모  $k$ 에서  $i$ 번째 기존 동일 사업체의 수출액

- 출판산업의 수출액 : 수출입통계에서 HS코드 49에 대한 수출액 적용
- 콘텐츠산업 전체 수출액 추정식

$$\hat{X} = \sum_{h=1}^{11} \hat{X}_h$$

○ 각 산업별 종사자수 추정식은 다음과 같음

총합 = (상장사 종사자수 총합) + (일반 사업체 종사자수 총합)

$$\hat{X}_h = \left( \sum_k \sum_i X_{hki}(\text{상장사}) \right) + \left( \sum_k \sum_i w_{hk} \cdot X_{hki}(\text{조사 사업체}) \right)$$

- $h$ 는 산업(11개)별,  $k$ 는 규모(10인 미만, 10~49인, 50인 이상),  $i$ 는 사업체를 나타내는 첨자
- $\hat{X}_h$ 는 산업  $h$ 의 종사자 수 총합
- $X_{hi}(\text{상장사})$ 는 산업  $h$ 의  $i$ 번째 상장사의 종사자 수
- $X_{hki}(\text{조사 사업체})$ 는 산업  $h$ 의 규모  $k$ 에서  $i$ 번째 기존 동일 사업체의 종사자 수
- $w_{hk}$ 는 산업  $h$ 의 규모  $k$ 의 가중치

• 콘텐츠산업 전체 종사자 수 추정식

$$\hat{X} = \sum_{h=1}^{11} \hat{X}_h$$

바) 분산 및 상대오차

○ 추정된 매출액의 분산 및 상대표준오차를 계산하여 조사의 신뢰도를 파악

○ 산업별 총합의  $\hat{X}_h$ 의 분산

$$V(\hat{X}_h) = \sum_h N_h^2 \frac{(N_h - n_h)}{N_h} \frac{s_h^2}{n_h}$$

- $n_h$  : 산업  $h$ 의 표본수
- $N_h$  : 산업  $h$ 의 모집단수
- $s_h^2$  : 산업  $h$ 의 표본분산 =  $\frac{1}{n_h - 1} \sum_{i=1}^{n_h} (\hat{X}_{hi} - \bar{X}_h)^2$
- $\hat{X}_{hi}$  : 산업  $h$ 의  $i$ -번째 사업체의 특성치
- $\bar{X}_h$  : 산업  $h$ 의 평균 특성치

• 산업별 총 매출액  $\hat{X}_h$ 의 표준오차

$$\widehat{SE}(\hat{X}_h) = \sqrt{\widehat{V}(\hat{X}_h)}$$

• 산업별 총 매출액  $\hat{X}_h$ 의 신뢰수준  $100 \times (1 - \alpha)\%$  하에서의 오차한계

$$z_{\alpha/2} \sqrt{\widehat{V}(\hat{X}_h)}$$

- 산업별 총 매출액  $\widehat{X}_h$ 의 상대표준오차

$$\widehat{RSE}(\widehat{X}_h) = \frac{\widehat{SE}(\widehat{X}_h)}{\widehat{X}_h}$$

#### 사) 가중치 산출

- 산업  $h$ 별 규모  $k$ 의 가중치( $w_{hk}$ )는 설계가중치( $w_{1,hk}$ ), 무응답 보정 가중치( $w_{2,hk}$ ), 사후층화가중치( $w_{3,hk}$ )로 구성됨

$$w_{hk} = w_{1,hk} \times w_{2,hk} \times w_{3,hk}$$

#### ○ 설계가중치

- 업종별, 종사자 수 규모별 층화 후 층화계통추출법을 적용하여 표본을 추출
- 층별 추출률의 역수로 설계가중치를 계산하며 산업별, 규모별 가중치는 아래와 같이 계산

$$w_{1,hk} = \frac{N_{hk}}{n_{hk}}$$

- $w$ 는 가중치(추출률의 역수)이며,  $h$ 는 산업(11개),  $k$ 는 규모(10인 미만, 10~49인, 50인 이상)임

#### ○ 무응답 보정 가중치

- 산업별, 규모별 보정계수

$$m_{hk} = \frac{n_{hk}}{R_{hk}}$$

- $R$ 은 표본사업체 중에서 응답한 사업체 수임

- 산업별, 규모별 무응답 보정 가중치

$$w_{2,hk} = w_{1,hk} \times m_{hk}$$

#### ○ 사후층화 가중치

- 표본설계 시 사용한 표본추출률 및 모집단 정보는 2023년 기준 정보임
- 2024년 기준 콘텐츠산업조사 결과를 이용하여 갈퀴비 조정을 통해 모집단 변화를 반영하도록 함
  - ※ 갈퀴비 조정 가중치(raking ratio weight) : 주요 변수의 주변 합(marginal total)과 같이 모집단의 정보가 부분적으로 알려져 있는 경우 알려진 주변 합 정보를 이용해 반복 과정으로 층별 결합 확률이나 모집단 크기를 추정하여 추정 모집단을 설정한 후 이를 기준으로 조정하여 산출하는 방법

- 사후층화 조정 후의 최종 가중치는 아래와 같음

$$w_{3,hk} = T_{hk} \times \frac{w_{2,hk}}{\sum_h \sum_k w_{2,hk}}$$

- $T_{hk}$ 는 2024년 기준 산업별, 규모별 모집단 사업체 수입

#### 아) 무응답 처리

○ 단위무응답과 항목무응답은 분석대상의 특성을 감안해 각각 다른 방법을 사용하여 추정함

- 단위무응답
  - 매출액은 종사자 수 규모 50인을 기준으로 각각 종사자 수 기준 회귀 결정계수가 0.8 이상이면 회귀대체법, 나머지는 최근방대체법으로 추정하였고, 수출액은 비추정대체를 이용하여 추정함
  - 지난 분기 조사자료가 존재하는 경우 비대체(ratio imputation) 또는 회귀대체(regression imputation)로 진행하며, 지난 분기 자료가 존재하지 않는 경우에는 평균대체(mean imputation), 핫덱대체(hot-deck imputation) 또는 평균대체와 핫덱대체를 혼용하여 진행함
    - ※ 최근방대체법(Nearest Neighbor Hot-deck Imputation) : 추정대상의 크기(종사자 수 기준) 순으로 전후에 있는 평균치 등으로 대체하는 방법
    - ※ 회귀대체법(Regression Imputation) : 대체변수를 이용하여 도출한 회귀 방정식으로 결측치를 추정하는 방법이며, 비추정대체(Ratio Imputation)는 둘 이상의 변수 간의 비를 이용하여 추정하는 방법
- 항목무응답
  - 공시자료, 중소벤처기업부, 인터넷 포털 등을 활용하여 우선적으로 정보를 수집하였고, 수집이 불가능한 경우에는 무응답 추정 프로세스에 따라 산업 및 규모별 평균 매출액, 종사자 1인당 평균 매출액 등의 방법으로 추정함
  - 분기별 매출액의 배분 방식은 아래와 같음
    - 1) 기존 배분방법 : 분기별 동일하게 배분 =  $\frac{1}{4} \times$  연간매출액
    - 2) 개선 방법 : 배분계수 x 연간매출액
      - 과거 분기별 조사결과 존재 = 분기별 비중  
(단, 일부분만 있으면 해당 분기 추정)
      - 조사결과 없으면 다음 순서에 따라 비중 산출

- 동일 산업 내의 ① 동일 규모 사업체 분기별 평균 비중  
② 유사 규모 사업체 분기별 평균 비중  
③ 동일 산업의 분기별 평균 비중

자) 조사 기간 및 방법

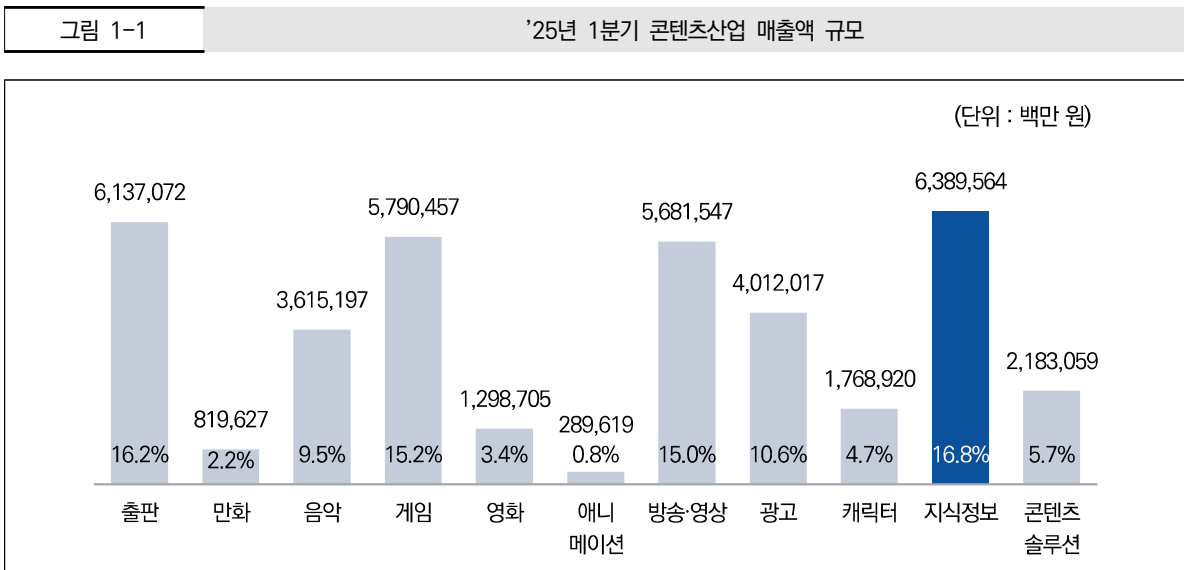
- '25년 1분기 실태조사의 조사 기간은 2025년 4월 29일부터 5월 30일까지이며, 현장 방문, E-mail, Fax, 전화 등 다양한 방법을 통하여 조사를 실시함

## 2. 콘텐츠산업 규모 분석 결과

### 가. 2025년 1분기 콘텐츠산업 규모

#### 1) 2025년 1분기 매출액

- 콘텐츠산업 실태조사 및 상장사 분석을 토대로 '25년 1분기 추정치 산출 결과 전체 콘텐츠산업의 매출액은 약 37조 9,858억 원으로 추정되었으며, 전분기 대비 11.6% 감소, 전년 동기 대비 2.7% 증가함
  - 산업별로 살펴보면 콘텐츠산업 중 지식정보의 매출액이 약 6조 3,896억 원(16.8%)으로 가장 큰 비중을 차지함. 그 다음으로 출판(약 6조 1,371억 원, 16.2%), 게임(약 5조 7,905억 원, 15.2%), 방송영상(약 5조 6,815억 원, 15.0%) 등의 순으로 나타남
- 전년 동기 대비 가장 높은 증가율을 보인 산업은 41.2% 증가한 음악이며, 그 다음으로 애니메이션(16.5%), 캐릭터(10.7%) 등의 순으로 나타남
  - 반면 영화(△9.8%), 게임(△8.3%), 방송영상(△6.2%), 출판(△0.1%)은 전년 동기 대비 매출액 규모가 감소함



주1: 그래프 안의 %는 전체 콘텐츠산업 대비 산업별 매출액 비중('25년 1분기 기준)을 의미함

표 1-1

'23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 매출액 규모

(단위 : 백만 원)

산업	2023년				2024년 <sup>p</sup>				2025년 <sup>p</sup>		증감률	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기		전분기 대비	전년 동기 대비
출판	6,384,416	5,630,240	5,541,509	6,339,426	6,142,248	5,632,564	5,903,277	6,160,524	6,137,072	(16.2%)	△0.4%	△0.1%
만화	711,690	667,214	538,234	822,357	777,118	754,247	769,060	806,029	819,627	(2.2%)	1.7%	5.5%
음악	2,733,766	3,297,408	4,011,520	2,590,637	2,559,918	3,110,688	3,472,218	4,408,686	3,615,197	(9.5%)	△18.0%	41.2%
게임	5,627,247	4,933,888	5,421,390	6,981,696	6,314,729	6,100,193	6,312,901	5,519,779	5,790,457	(15.2%)	4.9%	△8.3%
영화	1,512,854	1,527,678	1,010,637	1,851,924	1,439,407	1,259,258	1,333,862	1,871,260	1,298,705	(3.4%)	△30.6%	△9.8%
애니메이션	261,135	317,419	261,930	292,128	248,636	274,790	272,085	285,676	289,619	(0.8%)	1.4%	16.5%
방송 영상	5,758,544	6,587,889	6,890,355	6,165,409	6,054,786	6,115,720	6,221,638	6,247,252	5,681,547	(15.0%)	△9.1%	△6.2%
광고	3,812,349	4,611,323	6,008,223	4,987,875	3,743,063	4,759,469	4,934,251	6,218,350	4,012,017	(10.6%)	△35.5%	7.2%
캐릭터	1,484,963	1,521,384	1,986,815	1,935,080	1,598,067	1,642,206	1,924,214	1,804,326	1,768,920	(4.7%)	△2.0%	10.7%
지식정보	5,122,736	5,432,703	6,155,238	6,914,075	6,013,888	6,162,203	6,291,338	6,960,369	6,389,564	(16.8%)	△8.2%	6.2%
콘텐츠솔루션	2,020,121	2,200,309	2,563,549	2,751,241	2,083,644	2,145,640	2,267,896	2,679,541	2,183,059	(5.7%)	△18.5%	4.8%
합계	35,429,821	36,727,454	40,389,400	41,631,849	36,975,503	37,956,977	39,702,738	42,961,792	37,985,784		△11.6%	2.7%

주1: ( )안은 '25년 1분기 기준 전체 콘텐츠산업 매출액 대비 산업별 매출액 비중

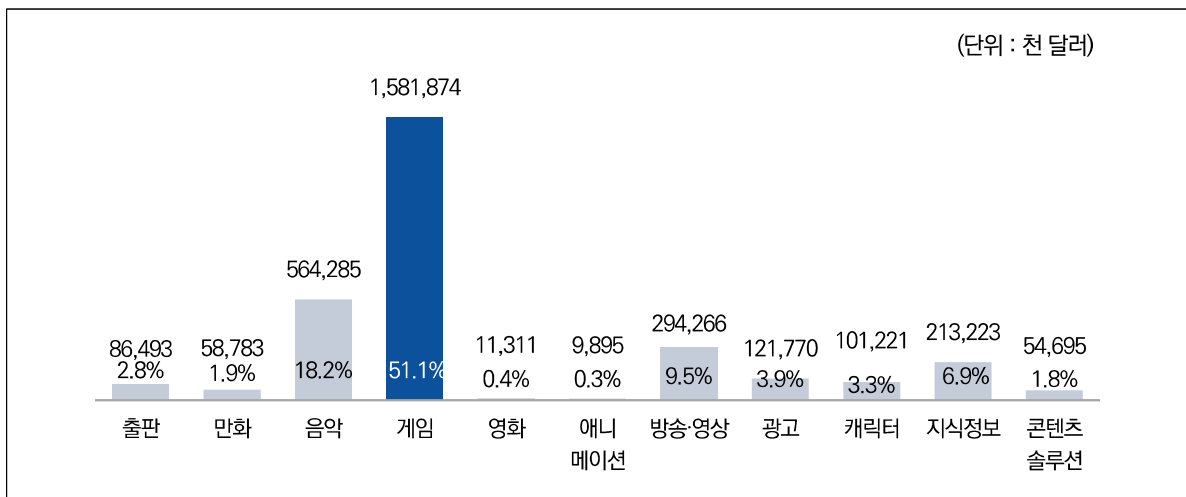
주2: '24년, '25년 수치는 추정치(p)를 의미함

## 2) 2025년 1분기 수출액

- '25년 1분기 추정치 산출 결과 전체 콘텐츠산업의 수출액은 약 30억 9,782만 달러로 추정되었으며, 전분기 대비 36.0% 감소, 전년 동기 대비 18.8% 증가함
- 산업별로 살펴보면 콘텐츠산업 중 게임의 수출액이 약 15억 8,187만 달러(51.1%)로 가장 큰 비중을 차지함. 그 다음으로 음악(약 5억 6,429만 달러, 18.2%), 방송 영상(약 2억 9,427만 달러, 9.5%), 지식정보(약 2억 1,322만 달러, 6.9%) 등의 순으로 나타남
- 전년 동기 대비 가장 높은 증가율을 보인 산업은 159.0% 증가한 방송 영상이며, 그 다음으로 음악(73.9%), 광고(45.7%) 등의 순으로 나타남
- 반면 애니메이션(△37.1%), 만화(△15.0%), 영화(△5.7%)는 전년 동기 대비 수출액 규모가 감소함

그림 1-2

'25년 1분기 콘텐츠산업 수출액 규모



주1: 그래프 안의 %는 전체 콘텐츠산업 대비 산업별 수출액 비중('25년 1분기 기준)을 의미함

표 1-2

'23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 수출액 규모

(단위 : 천 달러)

산업	2023년				2024년 <sup>p</sup>				2025년 <sup>p</sup>		증감률	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	4분1기	(%)	전분기 대비	전년 동기 대비
출판	99,776	138,712	133,368	125,434	71,483	108,604	97,210	124,853	86,493	(2.8%)	△30.7%	21.0%
만화	36,045	50,141	43,060	48,712	69,196	63,666	74,075	80,174	58,783	(1.9%)	△26.7%	△15.0%
음악	180,689	251,347	281,798	508,701	324,429	450,539	459,939	617,213	564,285	(18.2%)	△8.6%	73.9%
게임	1,458,096	2,028,288	1,815,635	3,091,985	1,564,801	1,639,054	1,735,014	2,689,980	1,581,874	(51.1%)	△41.2%	1.1%
영화	8,964	12,469	13,018	21,839	11,995	14,265	18,383	15,739	11,311	(0.4%)	△28.1%	△5.7%
애니메이션	21,791	30,313	60,014	12,680	15,730	26,750	26,602	36,797	9,895	(0.3%)	△73.1%	△37.1%
방송 영상	155,823	216,758	321,586	353,052	113,624	273,141	252,217	494,573	294,266	(9.5%)	△40.5%	159.0%
광고	57,103	79,433	86,282	114,876	83,560	153,066	153,856	112,129	121,770	(3.9%)	8.6%	45.7%
캐릭터	87,214	121,320	128,846	152,155	94,235	97,285	87,561	181,513	101,221	(3.3%)	△44.2%	7.4%
지식정보	161,081	224,072	177,601	226,890	208,755	135,529	164,332	375,464	213,223	(6.9%)	△43.2%	2.1%
콘텐츠솔루션	34,651	48,202	44,540	75,047	49,094	52,422	42,416	112,032	54,695	(1.8%)	△51.2%	11.4%
합계	2,301,234	3,201,054	3,105,747	4,731,370	2,606,902	3,014,321	3,111,605	4,840,467	3,097,817		△36.0%	18.8%

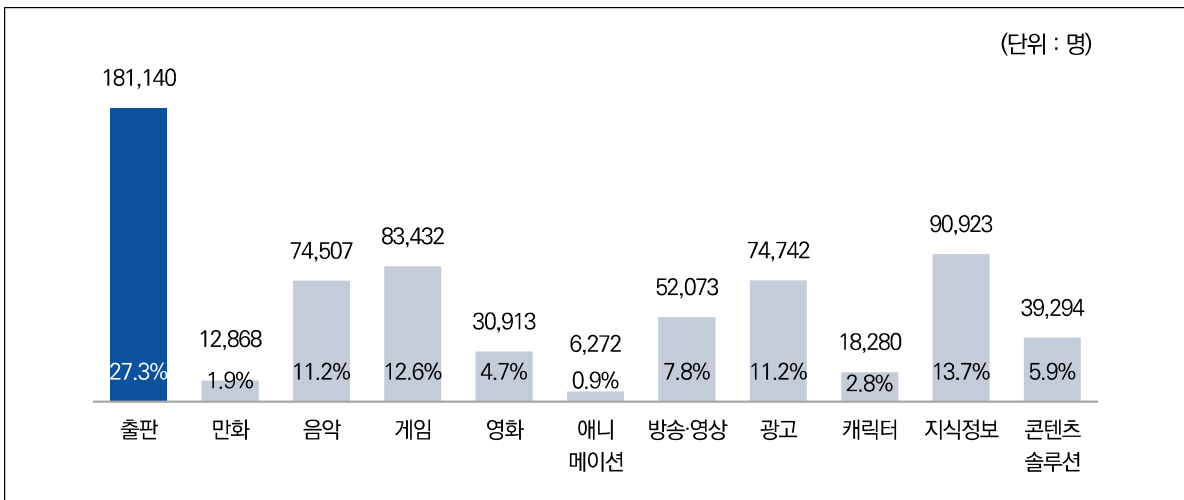
주1: ( )안은 '25년 1분기 기준 전체 콘텐츠산업 수출액 대비 산업별 수출액 비중

주2: '24년, '25년 수치는 추정치(p)를 의미함

### 3) 2025년 1분기 종사자 수

- '25년 1분기 추정치 산출 결과 전체 콘텐츠산업의 종사자는 약 66만 4,444명으로 추정되었으며, 전분기 대비 소폭 감소, 전년 동기 대비 0.1% 증가함
- 산업별로 살펴보면 콘텐츠산업 중 출판의 종사자가 약 18만 1,140명(27.3%)으로 가장 큰 비중을 차지함. 그 다음으로 지식정보(약 9만 923명, 13.7%), 게임(약 8만 3,432명, 12.6%) 등의 순으로 나타남
- 전년 동기 대비 가장 높은 증가율을 보인 산업은 3.0% 증가한 음악이며, 그 다음으로 지식정보(0.5%), 광고(0.4%) 순으로 나타남
- 반면 영화(△1.7%), 캐릭터(△1.2%), 방송 영상(△1.0%) 등은 전년 동기 대비 종사자 규모가 감소함

그림 1-3 '25년 1분기 콘텐츠산업 종사자 규모



주1: 그래프 안의 %는 전체 콘텐츠산업 대비 산업별 종사자 비중('25년 1분기 기준)을 의미함

표 1-3

'23년 1분기 ~ '24년 4분기 콘텐츠산업 종사자 규모

(단위 : 명)

산업	2023년				2024년 <sup>p</sup>				2025년 <sup>p</sup>		증감률	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기		전분기 대비	전년 동기 대비
출판	183,412	182,880	182,782	182,874	181,220	182,075	182,615	182,440	181,140	(27.3%)	△0.7%	△0.0%
만화	12,829	13,517	14,026	13,543	13,016	13,342	13,639	13,581	12,868	(1.9%)	△5.2%	△1.1%
음악	69,696	69,692	69,531	69,942	72,343	75,012	74,297	74,097	74,507	(11.2%)	0.6%	3.0%
게임	84,414	84,874	85,029	84,970	83,840	81,800	81,528	81,813	83,432	(12.6%)	2.0%	△0.5%
영화	31,603	31,237	31,156	31,403	31,457	30,996	31,339	31,218	30,913	(4.7%)	△1.0%	△1.7%
애니메이션	6,385	6,348	6,294	6,417	6,307	6,197	6,188	6,192	6,272	(0.9%)	1.3%	△0.6%
방송 영상	53,456	53,085	52,528	52,597	52,597	51,777	51,220	51,839	52,073	(7.8%)	0.5%	△1.0%
광고	73,893	74,058	75,002	74,616	74,469	76,045	75,476	74,649	74,742	(11.2%)	0.1%	0.4%
캐릭터	18,861	18,767	18,699	19,018	18,507	18,953	18,416	18,477	18,280	(2.8%)	△1.1%	△1.2%
지식정보	92,056	89,955	89,121	90,661	90,507	91,252	91,132	90,809	90,923	(13.7%)	0.1%	0.5%
콘텐츠솔루션	38,980	39,279	39,512	39,172	39,501	39,339	39,282	39,335	39,294	(5.9%)	△0.1%	△0.5%
합계	665,585	663,692	663,680	665,213	663,764	666,788	665,132	664,450	664,444		△0.0%	0.1%

주1: 1분기는 3월 31일, 2분기는 6월 30일, 3분기는 9월 30일, 4분기는 12월 31일 기준 시점의 종사자 수

주2: ( )안은 '25년 1분기 기준 전체 콘텐츠산업 종사자 대비 산업별 종사자 비중

주3: '24년, '25년 수치는 추정치(p)를 의미함

## 제2장

# 2025년 1분기 콘텐츠기업 경영현황

1. 조사 개요
2. 인력수급 현황
3. 기업 경영 전략



## 제2장 2025년 1분기 콘텐츠기업 경영현황

### 1. 조사 개요

#### 가. 분석 목적

- 콘텐츠기업의 경영현황과 관련한 기초자료 확보를 통해 기업별 경영실태를 보다 입체적이고 종합적으로 분석하기 위한 목적으로 '19년 상반기부터 조사 실시
- 국내 콘텐츠기업이 직면하고 있는 주요 경영 현안을 둘러싼 현장 의견 청취를 통해 시의적절한 정책 수립의 기초자료로 활용하고자 함

#### 나. 조사 대상 및 방법

##### 1) 조사 개요

표 2-1	조사 대상 및 방법
조사 대상	'분기별 콘텐츠산업 실태조사'와 동일한 표본 사업체(11개 산업, 2,593개사)
조사 진행 시기	2025년 4월 29일 ~ 2025년 5월 30일
분석 기준시점	'25년 1분기 기준
설문항목	- 시장 현황 및 전망 - 인력수급 현황 - 기업 경영 전략
평가 척도	구조화된 질문지(structured questionnaire)의 각 설문항목에 대해 표본 사업체가 가장 가깝다고 생각하는 보기 항목을 선택하도록 하여 집계 - 인력수급/채용은 별도의 보기 제시 없이 표본 사업체에서 직접 응답한 수치를 바탕으로 정리
결과 해석 시 유의사항	본 보고서의 기업 경영현황 내용은 표본 사업체에서 응답한 내용을 정리·집계한 것으로 국내 콘텐츠산업 전반으로의 추정 과정은 거치지 않음. 이에 따라 표본대상 사업체의 성격, 규모 등에 따라 편차가 다소 크게 발생할 수도 있음을 유념하여 해석하여야 함 - 콘텐츠산업 세부 분야별 결과는 표본 수가 적은 관계로 참고자료로만 활용할 것 - 일부 설문항목의 경우 전분기 단순 비교가 불가한 점에 유의

## 2. 인력수급 현황

### 가. 인력수급 현황

- '25년 1분기 콘텐츠기업의 평균 필요 인원은 약 0.19명이었으며, 평균 채용 인원은 약 0.18명으로 충원율은 93.7%임. 다만 평균 필요 인원과 채용 인원 모두 1명 미만으로 적은 편으로 해석 시유의 필요함
- '25년 2분기 콘텐츠기업의 평균 필요 인원은 0.21명으로 나타남
  - 산업별로 보면 모든 산업에서 '25년 2분기 필요 인원에 대해 1명 미만으로 응답함

표 2-2 콘텐츠기업 인력수급 현황

(N=2,593, 단위 : 명)

산업	빈도수	'25년 1분기			'25년 2분기
		평균 필요 인원	평균 채용 인원	충원율(%)	평균 필요 인원
전체	(2,593)	0.19	0.18	93.7%	0.21
출판	(388)	0.20	0.20	100.0%	0.22
만화	(151)	0.07	0.07	100.0%	-
음악	(300)	0.33	0.33	99.0%	0.14
게임	(183)	0.29	0.16	56.6%	0.39
영화	(265)	0.07	0.07	94.7%	0.09
애니메이션	(149)	0.03	0.03	100.0%	0.37
방송 영상	(171)	0.15	0.18	115.4%	0.20
광고	(276)	0.01	0.01	100.0%	0.27
캐릭터	(236)	0.28	0.24	83.6%	0.18
지식정보	(271)	0.30	0.30	100.0%	0.18
콘텐츠솔루션	(203)	0.33	0.33	100.0%	0.34

## 나. 향후 필요 직무

- '25년 2분기 필요 인원을 1명 이상으로 응답한 콘텐츠사업체 223개사 대상 향후 필요 직무에 대해 조사한 결과 '제작'이 45.3%로 가장 많았고, 그 다음으로 '마케팅/홍보(23.8%)', '관리(16.1%)', '사업기획(15.7%)' 등의 순으로 나타남
- 산업별로 보면 대부분 '제작', '마케팅/홍보', '관리' 인력을 가장 많이 필요로 하였으나, 게임과 콘텐츠솔루션은 타 산업 대비 '연구개발' 인력을 필요로 함

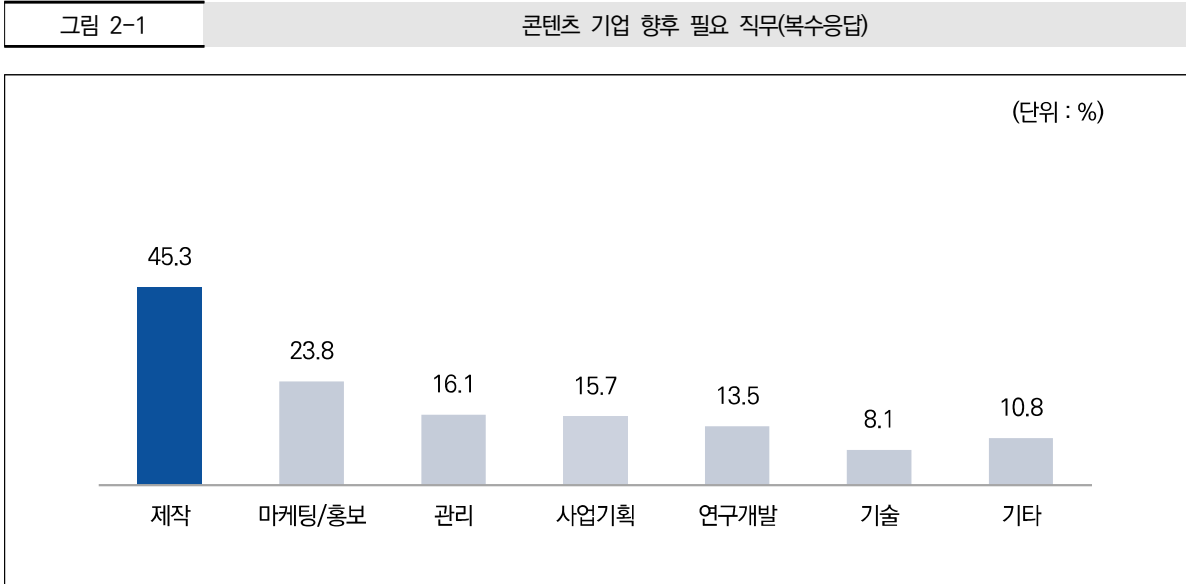


표 2-3 콘텐츠기업 향후 필요 직무(복수응답)

(N=223, 단위 : %)

산업	빈도수	제작	마케팅/홍보	관리	사업기획	연구개발	기술	기타
전체	(223)	45.3	23.8	16.1	15.7	13.5	8.1	10.8
출판	(36)	22.2	16.7	27.8	5.6	2.8	13.9	27.8
만화	-	-	-	-	-	-	-	-
음악	(14)	42.9	14.3	21.4	7.1	21.4	7.1	7.1
게임	(27)	59.3	37.0	-	18.5	37.0	-	-
영화	(14)	57.1	14.3	28.6	28.6	7.1	-	-
애니메이션	(27)	96.3	-	7.4	3.7	-	-	3.7
방송 영상	(10)	60.0	20.0	10.0	20.0	-	40.0	20.0
광고	(22)	18.2	86.4	18.2	31.8	-	9.1	4.5
캐릭터	(24)	29.2	16.7	29.2	20.8	-	-	33.3
지식정보	(25)	44.0	24.0	12.0	28.0	16.0	16.0	4.0
콘텐츠솔루션	(24)	37.5	8.3	8.3	4.2	45.8	8.3	-

응답자 BASE : '25년 2분기 필요 인원을 1명 이상으로 응답한 콘텐츠사업체 223개사



## 나. 최우선 경영 추진 전략

- 향후 6개월 이내 사업 분야를 유지하거나 규모를 확장하겠다고 응답한 콘텐츠사업체 2,538개사 대상으로 최우선 추진 경영 전략에 대해 조사한 결과 ‘운영자금 조달 방식 개선/다각화’가 49.6%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘새로운 콘텐츠 유통·배급망 개척(39.8%)’, ‘핵심 사업 역량 강화(부실사업 정리 등)(33.7%)’ 등의 순으로 나타남
  - 산업별로 보면 대부분의 산업에서 ‘운영자금 조달 방식 개선/다각화’를 최우선 추진 경영 전략으로 가장 많이 응답함
  - 다만, 음악은 ‘핵심사업 역량 강화(부실사업 정리 등)(90.8%)’, 애니메이션은 ‘새로운 콘텐츠 유통·배급망 개척(79.6%)’과 ‘업무 효율성 제고(외주화 포함)(78.9%)’를 최우선 추진 경영 전략으로 가장 많이 응답함

그림 2-3

최우선 추진 경영 전략(1+2순위)

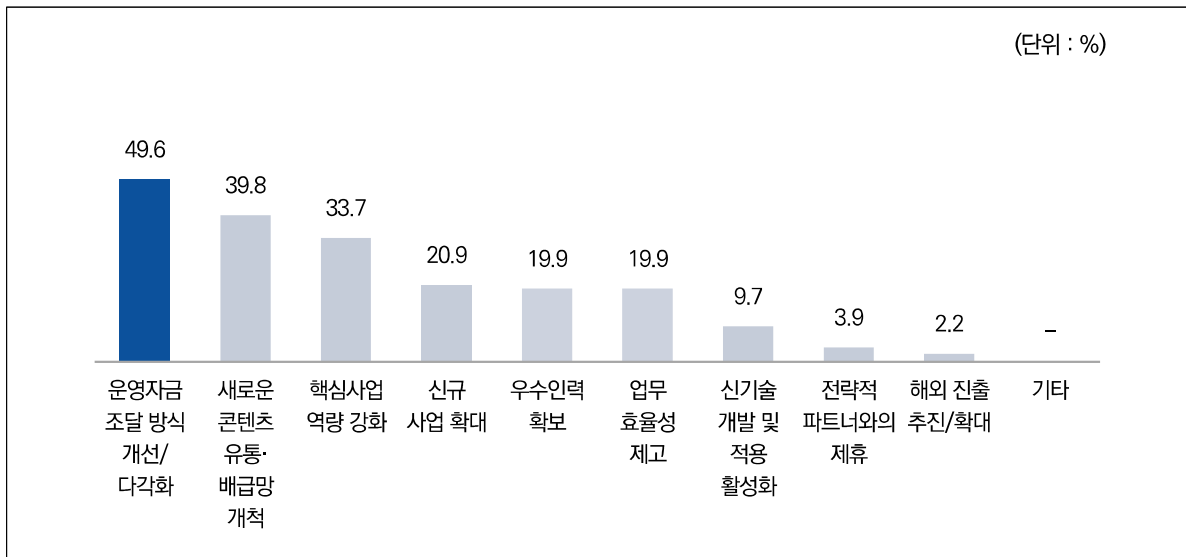


표 2-5

최우선 추진 경영 전략(1+2순위)

(N=2,538, 단위 : %)

산업	빈도수	운영자금 조달 방식 개선/ 다각화	새로운 콘텐츠 유통 배급망 개척	핵심사업 역량 강화 (부실사업 정리 등)	신규 사업 확대 (신규 제작 기획 프로젝트 포함)	우수 인력 확보	업무 효율성 제고 (외주화 포함)	신기술 개발 및 적용 활성화	전략적 파트너와의 제휴	해외 진출 추진/확대	기타
전체	(2,538)	49.6	39.8	33.7	20.9	19.9	19.9	9.7	3.9	2.2	-
출판	(386)	53.6	24.1	38.1	15.3	22.8	28.8	7.5	9.3	0.5	-
만화	(145)	33.1	29.0	9.7	58.6	55.9	6.2	1.4	-	6.2	-
음악	(293)	55.6	29.7	90.8	5.1	11.3	3.1	2.0	1.0	1.4	-
게임	(174)	39.1	67.2	2.3	31.0	23.6	2.9	16.1	-	16.7	-
영화	(258)	51.9	33.3	43.0	32.6	12.4	15.9	6.2	2.7	-	-
애니메이션	(147)	4.8	79.6	12.9	3.4	2.0	78.9	16.3	1.4	0.7	-
방송 영상	(171)	52.6	32.2	31.6	16.4	20.5	25.7	3.5	17.0	0.6	-
광고	(273)	72.5	42.1	23.4	8.4	20.9	26.4	3.3	2.6	-	-
캐릭터	(227)	46.7	59.5	27.8	29.5	20.7	3.1	7.5	0.9	4.0	-
지식정보	(269)	54.3	30.9	24.5	22.3	19.7	27.5	14.5	5.2	0.4	-
콘텐츠솔루션	(195)	46.7	41.5	24.1	25.6	17.4	8.2	35.4	-	0.5	-

응답자 BASE : 향후 6개월 이내 사업 분야를 유지하거나 규모를 확장하겠다고 응답한 콘텐츠사업체 2,538개사

#### 다. 업종 변경 및 사업 축소·폐업 고려 이유

- 향후 6개월 이내 업종을 변경하거나 사업 축소 및 폐업을 고려하는 콘텐츠사업체 55개사 대상으로 해당 이유에 대해 조사한 결과 ‘수익성 악화’가 72.7%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘판매 부진(63.6%)’, ‘경기 불황(58.2%)’ 등의 순으로 나타남

그림 2-4

업종 변경 및 사업 축소·폐업 고려 이유(1+2순위)

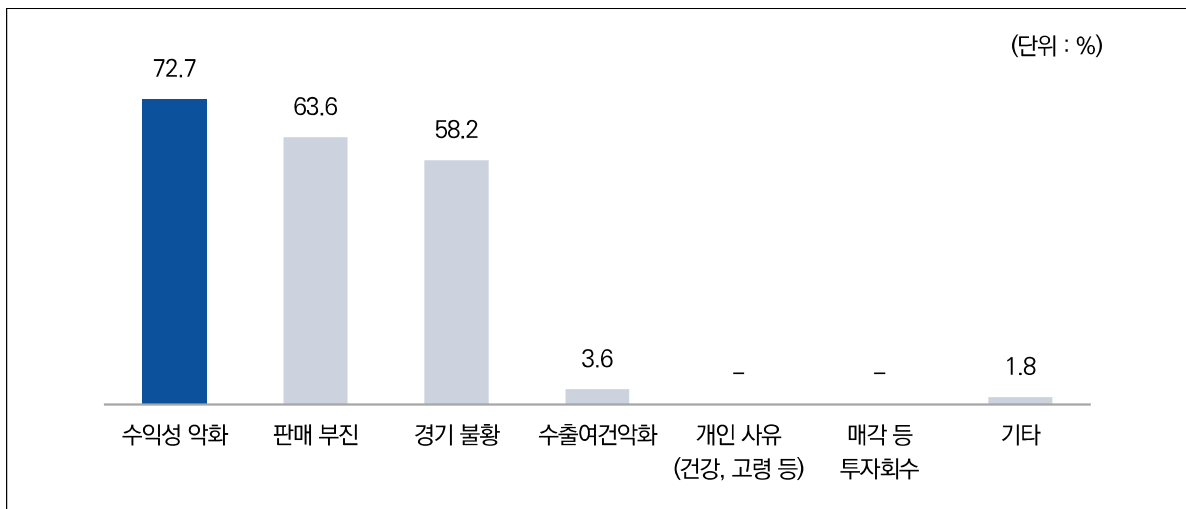


표 2-6

업종 변경 및 사업 축소·폐업 고려 이유(1+2순위)

(N=55, 단위 : %)

산업	빈도수	수익성 악화	판매 부진	경기 불황	수출여건악화	매각 등 투자회수	개인 사유 (건강, 고령 등)	기타
전체	(55)	72.7	63.6	58.2	3.6	-	-	1.8
출판	(2)	100.0	-	50.0	-	-	-	50.0
만화	(6)	66.7	100.0	-	33.3	-	-	-
음악	(7)	100.0	57.1	42.9	-	-	-	-
게임	(9)	66.7	44.4	88.9	-	-	-	-
영화	(7)	57.1	42.9	100.0	-	-	-	-
애니메이션	(2)	-	100.0	100.0	-	-	-	-
광고	(3)	100.0	-	100.0	-	-	-	-
캐릭터	(9)	44.4	100.0	55.6	-	-	-	-
지식정보	(2)	100.0	-	100.0	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	(8)	100.0	87.5	12.5	-	-	-	-

응답자 BASE : 향후 6개월 이내 업종 변경 또는 사업 축소 및 폐업을 고려하는 콘텐츠사업체 55개사

## 라. 경영 애로사항

- 국내 콘텐츠기업이 직면하고 있는 사업 운영 애로사항에 대해 조사한 결과 ‘자금 조달·운용 등 자금관리’가 54.9%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘콘텐츠 기획·제작 프로세스의 효율화 (36.3%)’, ‘제품 홍보 및 마케팅 어려움(33.8%)’ 등의 순으로 나타남
  - 산업별로 살펴보면 출판, 게임, 방송 영상, 광고와 지식정보 산업은 ‘자금조달·운용 등 자금관리’와 ‘제품 홍보 및 마케팅 어려움’을 애로사항으로 가장 많이 응답함
  - 만화는 ‘인력의 확보 및 유지 관리’와 ‘콘텐츠 기획·제작 프로세스의 효율화’를 가장 많이 응답함
  - 애니메이션은 ‘콘텐츠 기획·제작 프로세스의 효율화’와 ‘국내외 산업 동향, 기업 경영(법률, 세무 등) 정보 획득’을 가장 많이 응답함
  - 캐릭터는 ‘해외 진출 어려움/국내외 신규 유통·배급 판로 개척의 어려움’, ‘제품 홍보 및 마케팅 어려움’ 순으로 높았으며, 콘텐츠솔루션은 ‘신기술 개발 및 적용 어려움’이 타 산업 대비 높음

그림 2-5 2025년 1분기 사업 영위 시 애로사항(1+2순위)

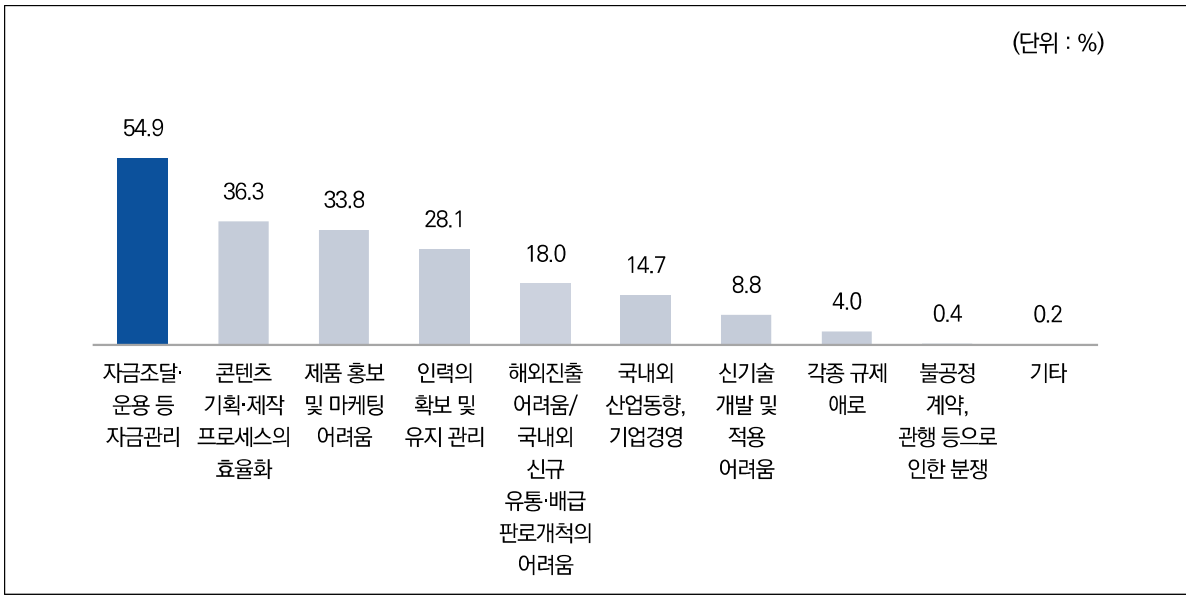


표 2-7 2025년 1분기 사업 운영 시 애로사항(1+2순위)

(N=2,593, 단위 : %)

산업	빈도수	자금 조달·운용 등 자금 관리	콘텐츠 기획·제작 프로세스의 효율화	제품 홍보 및 마케팅 어려움	인력의 확보 및 유지 관리	해외 진출 어려움/국내외 신규 유통·배급 판로 개척의 어려움	국내외 산업 동향, 기업 경영 (법률, 세무 등) 정보 획득	신기술 개발 및 적용 어려움	각종 규제 애로	불공정 계약, 관행 등으로 인한 분쟁	기타
전체	(2,593)	54.9	36.3	33.8	28.1	18.0	14.7	8.8	4.0	0.4	0.2
출판	(388)	58.2	41.2	46.6	29.4	2.8	8.8	7.0	5.9	-	-
만화	(151)	29.1	64.9	4.6	66.2	29.1	4.0	1.3	0.7	-	-
음악	(300)	72.3	53.3	16.3	19.0	7.0	28.3	2.7	0.3	-	-
게임	(183)	55.2	18.6	51.9	41.5	20.8	3.8	6.6	0.5	-	-
영화	(265)	60.8	43.4	21.5	34.7	14.7	4.9	5.3	6.8	0.4	1.9
애니메이션	(149)	22.1	85.2	12.1	4.7	1.3	73.2	-	0.7	-	-
방송 영상	(171)	44.4	40.9	50.3	28.7	0.6	9.9	7.6	17.0	0.6	-
광고	(276)	84.4	10.5	39.5	22.8	31.9	2.5	2.5	3.3	2.2	-
캐릭터	(236)	39.4	7.6	50.8	17.8	75.8	3.8	4.7	-	-	-
지식정보	(271)	48.7	34.3	38.0	25.1	14.8	16.6	16.6	4.4	0.7	-
콘텐츠솔루션	(203)	53.2	17.7	25.6	30.0	1.5	23.6	44.3	3.9	-	-

## 마. 정책 지원 요청 사항

- 향후 필요로 하는 정책적 지원 사항에 대해 조사한 결과 ‘금융 및 세제 지원 강화’가 63.7%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 ‘콘텐츠 제작지원 사업 개선 및 확대(42.9%)’, ‘고용 유지 지원 강화(39.1%)’ 등의 순으로 나타남
- 산업별로 보면 게임의 경우 ‘고용 유지 지원 강화’에 대한 요구가 76.5%로 높은 편임

그림 2-6 향후 필요한 정책적 지원(1+2순위)

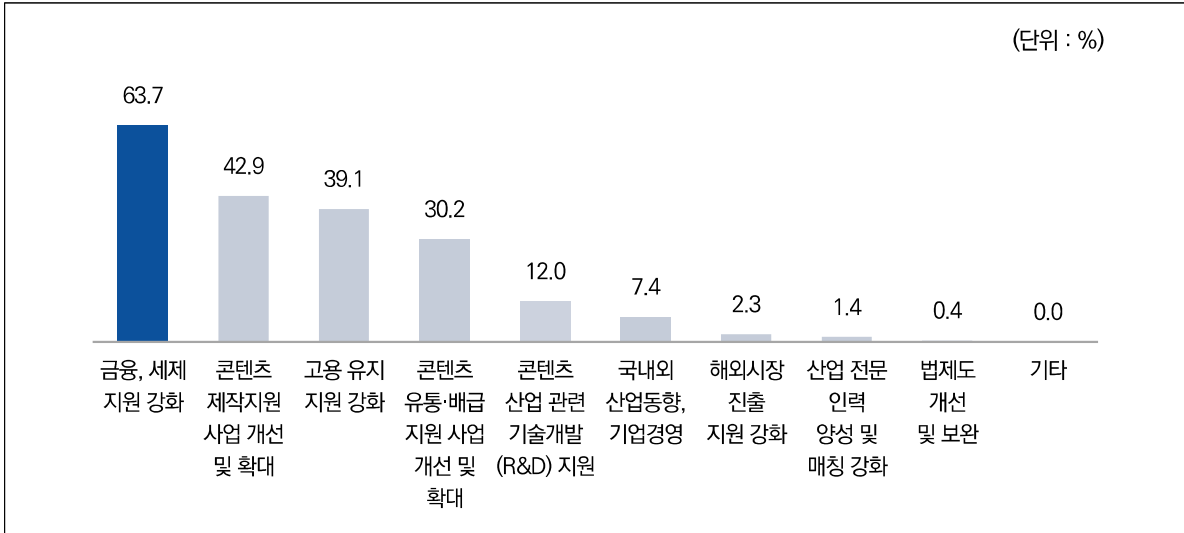


표 2-8 향후 필요한 정책적 지원(1+2순위)

(N=2,593, 단위 : %)

산업	빈도수	금융, 세제 지원 강화	콘텐츠 제작지원 사업 개선 및 확대	고용 유지 지원 강화	콘텐츠 유통·배급 지원 사업 개선 및 확대	콘텐츠 산업 관련 기술개발 (R&D) 지원	국내외 산업동향, 기업경영 (법률, 세무 등) 정보 제공	해외시장 진출 지원 강화	산업 전문 인력 양성 및 매칭 강화	법제도 개선 및 보완	기타
전체	(2,593)	63.7	42.9	39.1	30.2	12.0	7.4	2.3	1.4	0.4	0.0
출판	(388)	73.5	48.5	24.5	35.6	10.6	6.7	0.3	0.3	0.3	-
만화	(151)	37.7	64.9	62.9	27.8	3.3	-	3.3	-	-	-
음악	(300)	18.0	56.0	54.7	38.7	8.3	20.7	3.0	-	0.3	-
게임	(183)	61.2	13.7	<b>76.5</b>	24.0	6.6	0.5	14.2	1.6	-	-
영화	(265)	75.1	52.1	34.3	26.4	4.5	3.4	-	0.8	-	0.4
애니메이션	(149)	96.0	89.3	4.7	4.0	0.7	2.7	1.3	-	0.7	-
방송 영상	(171)	69.0	57.9	16.4	39.8	9.9	5.8	0.6	0.6	-	-
광고	(276)	57.6	43.5	58.0	26.1	3.3	1.4	0.4	7.2	2.5	-
캐릭터	(236)	94.9	4.2	49.6	32.2	8.1	4.7	4.2	1.7	0.4	-
자식정보	(271)	60.9	35.4	20.3	36.9	24.7	18.1	1.1	1.8	-	-
콘텐츠솔루션	(203)	66.5	18.2	30.5	25.1	50.2	7.9	0.5	0.5	-	-



### 사. 해외 진출 시 규제로 인한 어려움

- 최근 3년 이내 해외 진출 경험 있는 298개사 대상으로 해외 진출 시 규제로 인한 어려움을 겪은 적이 있는 지에 대해 조사한 결과 응답자의 12.4%가 경험이 있다고 응답함
  - 산업별로 보면 광고(30.0%)와 캐릭터(25.0%)가 규제로 인한 어려움을 가장 많이 겪은 반면, 게임(3.1%)과 방송 영상(4.5%)은 비교적 어려움을 겪지 않은 것으로 나타남
- 해외 진출 시 규제로 인한 어려움을 겪은 국가로는 '북미'가 32.4%로 가장 높았으며, 그 다음으로 '중국(홍콩 포함)(24.3%)', '동남아(18.9%)' 등의 순으로 나타남

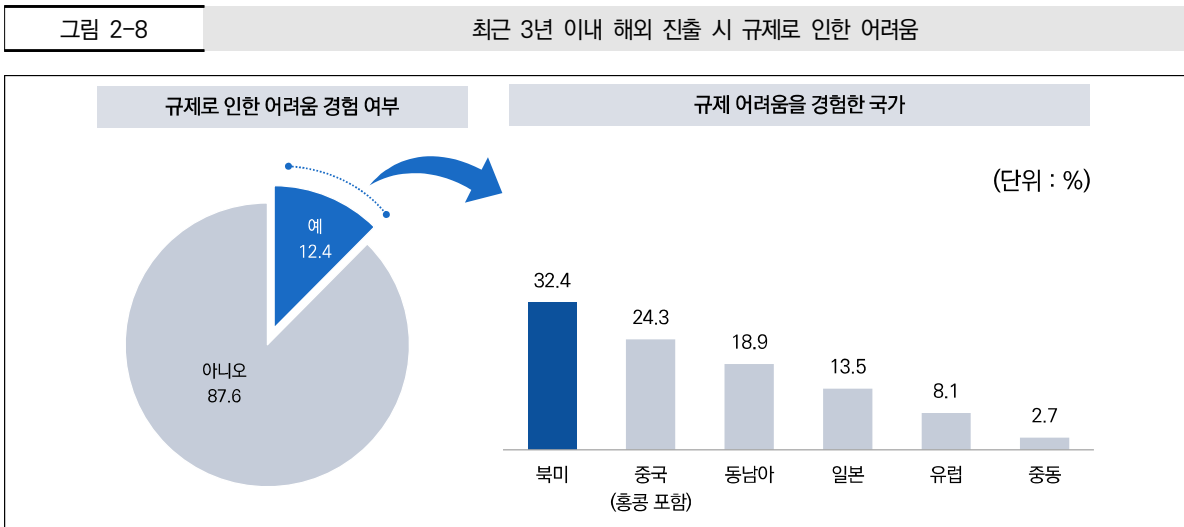


표 2-10 최근 3년 이내 해외 진출 시 규제로 인한 어려움 (단위 : %)

산업	규제로 인한 어려움 경험 여부 (n=298)			규제 어려움을 경험한 국가 (n=37)						
	빈도수	예	아니오	빈도수	북미	중국 (홍콩 포함)	동남아	일본	유럽	중동
전체	(298)	12.4	87.6	(37)	32.4	24.3	18.9	13.5	8.1	2.7
출판	(10)	10.0	90.0	(1)	100.0	-	-	-	-	-
만화	(20)	10.0	90.0	(2)	100.0	-	-	-	-	-
음악	(43)	20.9	79.1	(9)	44.4	22.2	11.1	11.1	11.1	-
게임	(98)	3.1	96.9	(3)	33.3	33.3	33.3	-	-	-
영화	(18)	16.7	83.3	(3)	-	-	66.7	33.3	-	-
애니메이션	(19)	10.5	89.5	(2)	-	50.0	50.0	-	-	-
방송 영상	(22)	4.5	95.5	(1)	-	100.0	-	-	-	-
광고	(10)	30.0	70.0	(3)	33.3	33.3	-	33.3	-	-
캐릭터	(36)	25.0	75.0	(9)	22.2	33.3	-	22.2	11.1	11.1
지식정보	(10)	10.0	90.0	(1)	-	-	100.0	-	-	-
콘텐츠솔루션	(12)	25.0	75.0	(3)	33.3	-	33.3	-	33.3	-

응답자 BASE : 최근 3년 이내 해외 진출 경험이 있는 298개사와 규제에 어려움을 겪은 37개사



## 제3장

# 2025년 1분기 대비 2025년 2·3분기 콘텐츠기업 경영체감도(CBI)

1. 조사 개요
2. CBI 시계열 분석



# 제3장 2025년 1분기 대비 2025년 2·3분기 콘텐츠기업 경영체감도(CBI)

## 1. 조사 개요

### 가. 분석 목적

- 콘텐츠 기업 경영체감도(Content Business Index, CBI)는 콘텐츠산업의 경기 전망 (① 매출, ② 수출, ③ 투자, ④ 고용, ⑤ 자금사정)에 대한 7점 척도 질문에 응답한 내용을 토대로 산출한 지수로 사업체의 주관적이고 심리적인 요소까지 포함됨
- 사업체들이 체감하고 있는 콘텐츠산업의 분야별 경기 전망을 파악하여 시의적절한 정책 수립의 기초 자료로 활용하고자 분기별 콘텐츠산업 실태조사 시 관련 기초 자료를 함께 확보함
- 본 보고서에는 최근 8개 반기 및 분기 자료를 기준으로 CBI 시계열 추이를 제시하였음 ('18년부터 '23년까지는 반기 단위로 조사하였기 때문에 반기 단위로 CBI 표시하였으며, '24년부터는 분기 단위로 조사하여 '24년 1분기부터는 분기 단위로 CBI 표기하였음)

### 나. 조사 대상 및 방법

표 3-1	조사 대상 및 방법
조사 대상	'분기별 콘텐츠산업 실태조사'와 동일한 표본 사업체(11개 산업, 2,593개사)
조사 진행시기	2025년 4월 29일 ~ 2025년 5월 30일
CBI 전망·체감 대상 시기	'25년 2·3분기
설문항목	- 매출(매출액, 영업이익, 시장 점유율) - 수출(수출액, 수출 비율, 해외 거래처) - 투자(국내외 R&D 투자, 마케팅 비용, 해외투자 유치) - 고용(신규 고용, 직원 규모) - 자금사정(유동비율, 운전자본)
평가 척도	각 설문항목에 대하여 7점 척도로 조사하여 총점 200점으로 환산 - 매우 감소/매우 악화, 감소/악화, 약간 감소/약간 악화, 변화 없음, 약간 증가/약간 호전, 증가/호전, 매우 증가/매우 호전 - 100점 미만일 경우 전분기 대비 악화 전망, 100점 일 경우 보통, 100점 초과인 경우 전분기 대비 호전 전망
결과 해석 시 유의사항	다음 분기 변화 전망에 대해 응답하는 과정에서 조사 진행 시점의 사업체 체감도 및 심리가 응답에 반영될 수 있음을 감안한 해석이 필요함
CBI 산출 방법	지표별 항목 구성 : 매출(3), 수출(3), 투자(4), 고용(3), 자금사정(2)

2025년 1분기 대비 2025년 2분기 체감 2025년 1분기 대비 2025년 3분기 전망		매우감소 (매우악화)	감소 (악화)	약간감소 (약간악화)	변화 없음	약간증가 (약간호전)	증가 (호전)	매우증가 (매우호전)
매출	매출액	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	영업이익	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	시장점유율	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
수출	수출액	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	수출비율	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	해외거래처	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
투자	국내R&D투자	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	해외R&D투자	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	국내투자유치	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	해외투자유치	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
고용	정규직고용	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	비정규직고용	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	전체직원규모	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
자금사정	유동비율	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	운전자본	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

\* 7점 척도의 평가 결과를 총 200점 기준으로 환산하여 지수화

= 항목별 점수(0~200점) : (7점 척도 - 1) x (100/3)

\*산업별 CBI 산출을 위한 항목별 가중치 : 주성분분석<sup>6)</sup>에 의한 항목별 가중치 산출

= 2019~2024년 분기별 실태조사의 설문 응답 데이터를 기초로 산출

6) 주성분분석(PCA, Principle Component Analysis) : 많은 변수의 분산(분산-공분산) 방식의 패턴을 간결하게 '표현'하는 주성분을 원래 변수의 선형결합(무게에 대한 평균점)으로서 추출하는 통계기법

2025년 1분기 대비 2025년 2분기 체감 2025년 1분기 대비 2025년 3분기 전망		가중치	
매출	매출액	33.33%	20.0%
	영업이익	33.33%	
	시장점유율	33.33%	
수출	수출액	31.25%	20.0%
	수출비율	35.3%	
	해외거래처	35.3%	
투자	국내R&D투자	29.4%	20.0%
	해외R&D투자	28.0%	
	국내투자유치	28.0%	
	해외투자유치	24.0%	
고용	정규직고용	20.0%	20.0%
	비정규직고용	42.9%	
	전체직원규모	28.6%	
자금사정	유동비율	28.6%	20.0%
	운전자본	50.0%	

## 2. CBI 시계열 분석

### 가. 콘텐츠산업(전체) CBI 분석

- 콘텐츠산업 CBI는 '23년 하반기 이후 지속적으로 100점 미만을 기록함
- '25년 2분기 콘텐츠산업 체감 CBI는 98.3점으로 전망 CBI 98.9점 대비 소폭 감소하여 부정적으로 체감됨
  - 부문별로 살펴보면 투자, 고용, 자금사정 부문을 제외한 모든 부문에서 '25년 2분기 전망 대비 체감 정도는 소폭 증가함
    - 특히 매출 부문의 경우 '25년 2분기 전망(98.4점) 대비 체감(99.0점) 수준의 차이가 전 부문 중 가장 큼. 다만 그럼에도 CBI가 100점 미만인 점을 고려할 때, 업계 매출 상황은 여전히 부정적임을 시사함
    - 반면 자금사정 부문은 '25년 2분기를 99.1점으로 부정적으로 전망했으나, 체감 정도는 95.7점으로 전망치보다 더 부정적으로 체감됨
- '25년 3분기 콘텐츠산업 전망 CBI는 99.5점으로 '25년 2분기 대비 부정적으로 전망되며, 이는 '23년 하반기 이후 지속적으로 부정적인 전망세임
  - 부문별로 살펴보면 매출과 투자 부문을 제외한 모든 부문에서 '25년 2분기 대비 부정적인 전망임
    - 매출 부문의 '25년 3분기 CBI는 102.4점으로 전 부문 중 가장 높았으며, 이는 '22년 하반기 이후 처음으로 긍정적인 전망세로 전환함
    - 수출 부문은 '25년 2분기 대비 소폭 증가하였으나, 100점 미만이므로 여전히 부정적으로 전망됨
    - 고용과 자금사정 부문은 '25년 2분기 대비 소폭 감소하여 부정적인 전망이 지속됨

표 3-2 콘텐츠산업 전체 부문별 CBI

(단위 : 점)

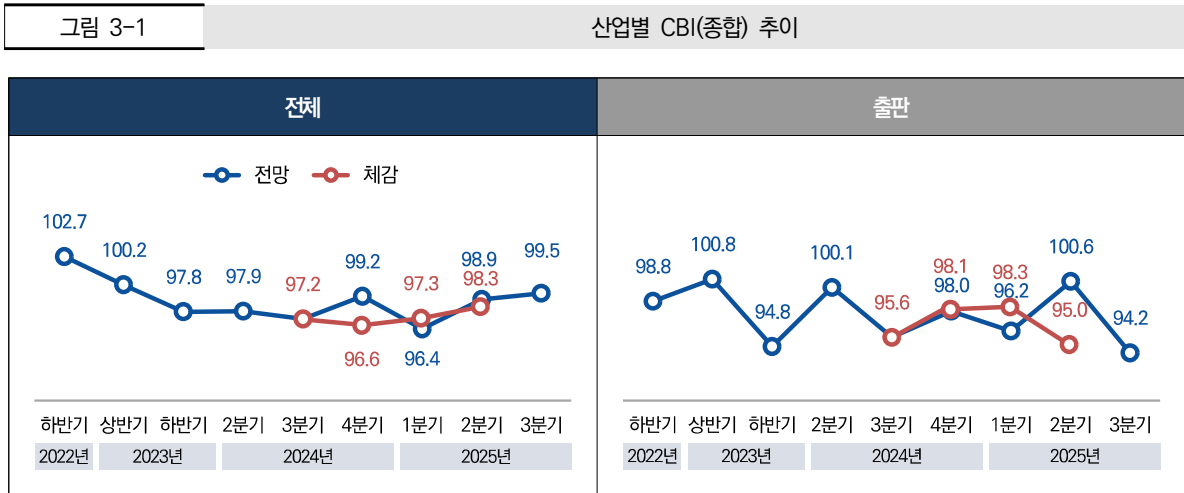
전망 체감 대상 시기		종합	매출	수출	투자	고용	자금사정
2022년	하반기	102.7	105.4	101.9	103.3	102.5	100.6
2023년	상반기	100.2	99.4	99.4	100.3	101.3	100.6
	하반기	97.8	96.6	97.4	97.3	99.1	98.7
2024년	2분기	97.9	94.2	100.4	100.0	100.0	96.2
	3분기(체감)	97.2	91.8	98.3	97.4	98.9	99.5
	4분기	99.2	98.4	99.1	99.4	99.3	99.9
	4분기(체감)	96.6	92.2	97.2	96.0	97.9	99.9
2025년	1분기	96.4	92.1	96.7	95.2	97.7	100.1
	1분기(체감)	97.3	94.1	97.2	97.1	99.4	98.4
	2분기	98.9	98.4	97.9	99.4	99.9	99.1
	2분기(체감) <sup>가)</sup>	98.3	99.0	98.4	99.4	98.8	95.7
	3분기 <sup>가)</sup>	99.5	102.4	98.9	100.6	99.0	96.4

주: '24년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미함

## 나. 산업별·부문별 CBI 분석

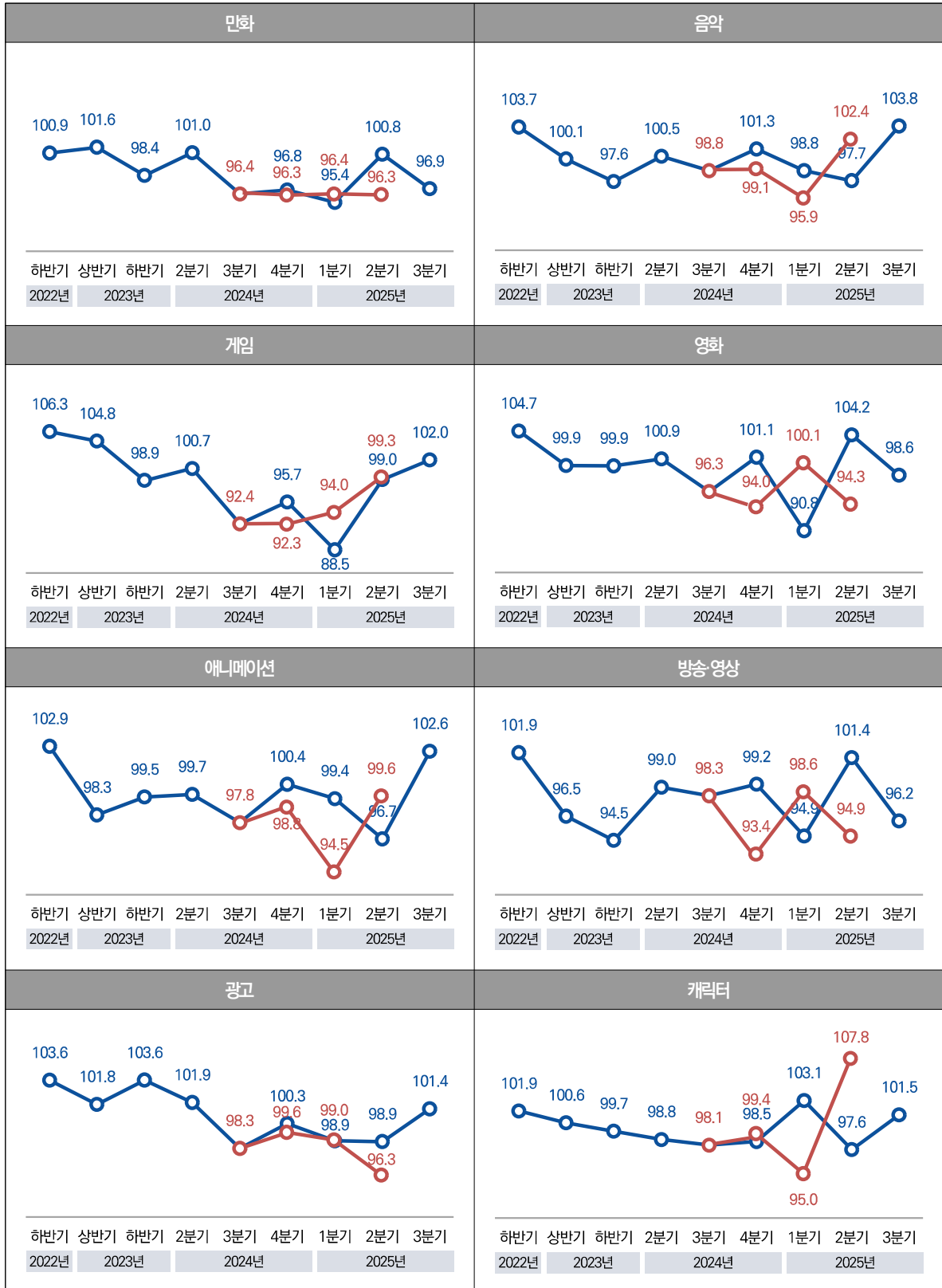
### 1) 산업별 종합 CBI

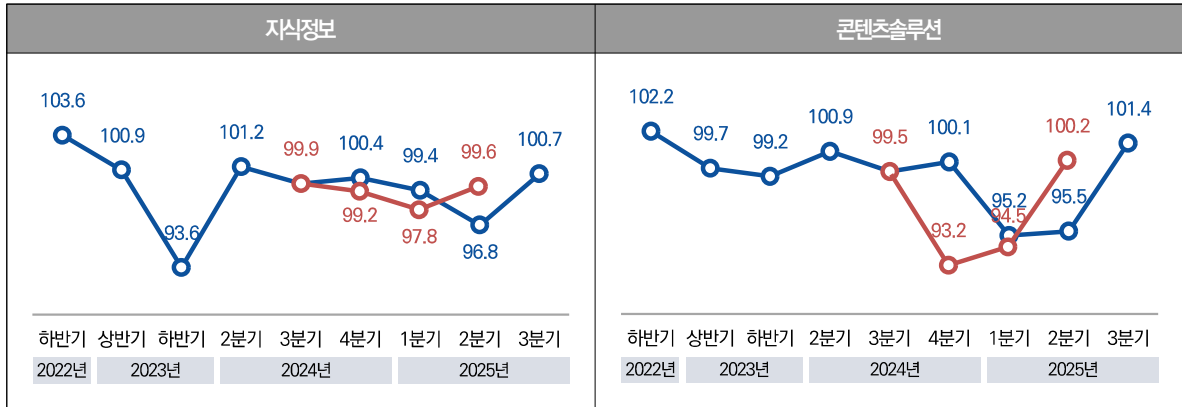
- '25년 2분기 체감 CBI와 전망 CBI를 비교해보면 음악, 캐릭터, 콘텐츠솔루션 산업을 제외한 모든 산업에서 '25년 2분기를 부정적으로 체감함
  - 전 산업 중 영화산업의 '25년 2분기 체감 CBI는 94.3점으로 가장 낮았으며, 전망 CBI(104.2점)가 긍정적이었던 것과 달리 실제 체감은 좋지 않았음
  - 출판, 만화와 방송 영상산업 역시 '25년 2분기를 긍정적으로 전망했으나, 실제 체감 수준은 부정적으로 나타남
  - 반면, 음악과 캐릭터는 '25년 2분기를 부정적으로 전망한 것과 달리, 실제 체감 수준은 긍정적으로 나타남
- '25년 3분기 전망 CBI의 경우 출판, 만화, 영화, 방송 영상산업을 제외한 모든 산업은 '25년 3분기를 긍정적으로 전망함
  - 출판, 만화, 영화와 방송 영상산업은 '25년 2분기를 긍정적으로 전망했으나 실제 체감 수준은 부정적이었으며, 이러한 영향은 '25년 3분기까지 이어진 것으로 보임
  - 게임 '24년 2분기 이후 처음으로 긍정적인 전망세로 전환됐으며, 전 산업 중에서도 전망 CBI가 높은 수준임



7) 2025년 1분기 조사시점은 2025년 4월 말~5월 말로 2025년 1분기 대비 2025년 2분기 체감에 대해 조사한 수치임

8) 2025년 1분기 조사시점은 2025년 4월 말~5월 말로 2025년 1분기 대비 2025년 2분기 전망에 대해 조사한 수치임





주1: '24년 3분기를 제외한 그래프 내 모든 수치는 전망치를 의미함

표 3-3 산업별 CBI(종합)

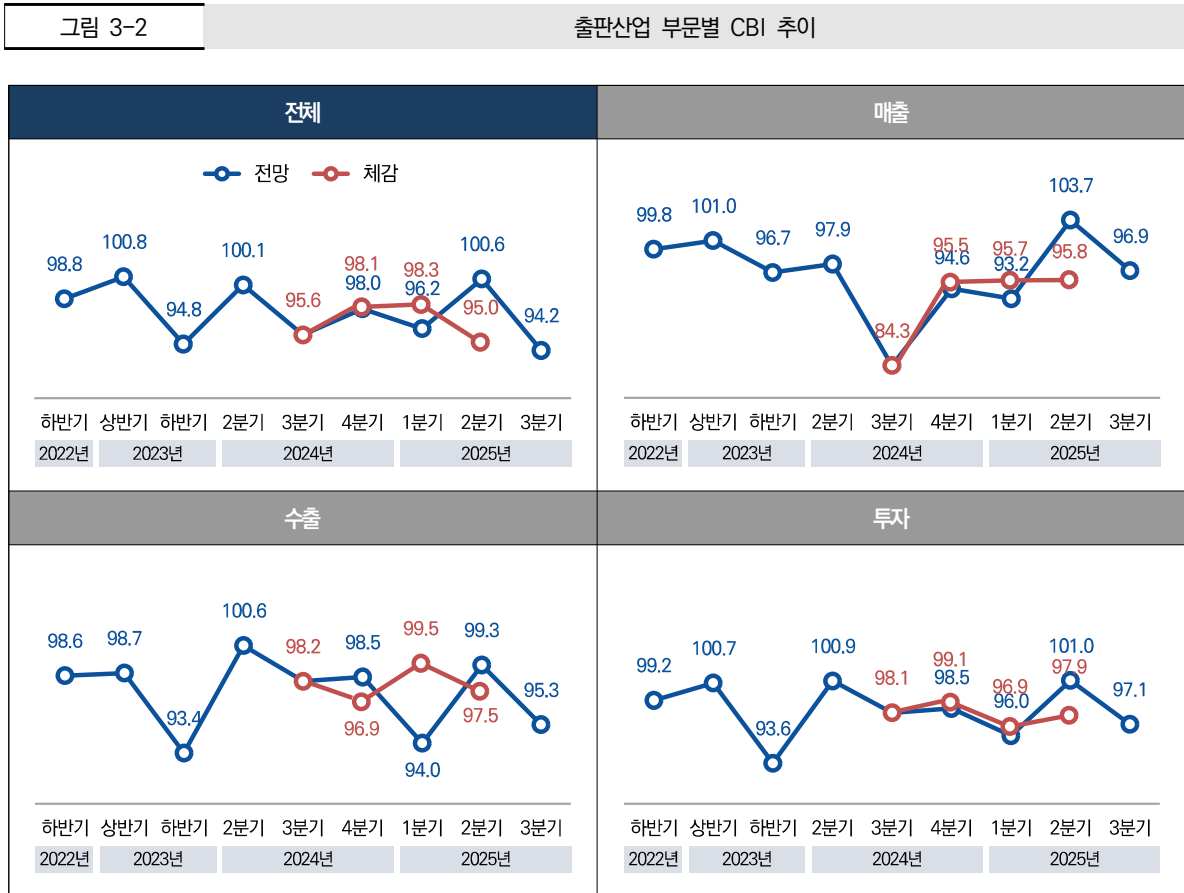
(단위 : 점)

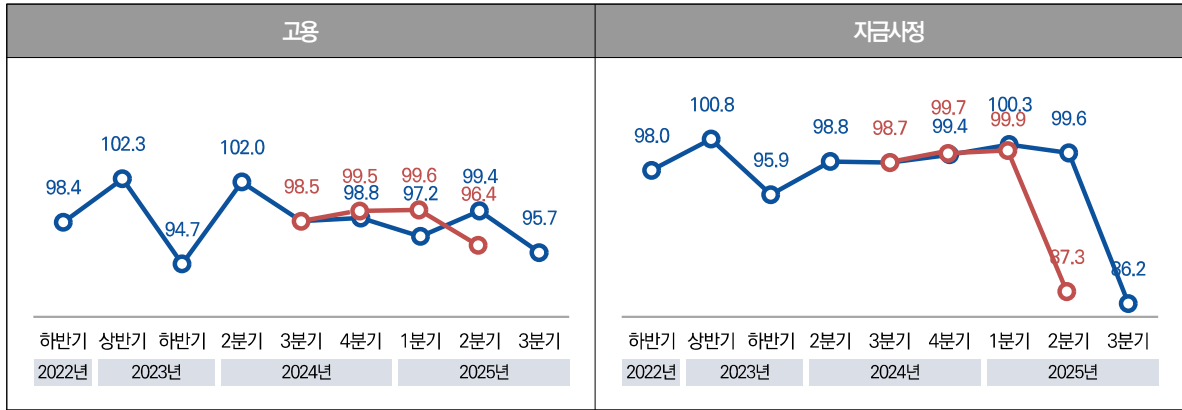
연도	분기	전망-체감 대상 시기	출판	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송 영상	광고	캐릭터	지식 정보	콘텐츠 솔루션
2022년	하반기		98.8	100.9	103.7	106.3	104.7	102.9	101.9	103.6	101.9	103.6	102.2
2023년	상반기		100.8	101.6	100.1	104.8	99.9	98.3	96.5	101.8	100.6	100.9	99.7
	하반기		94.8	98.4	97.6	98.9	99.9	99.5	94.5	103.6	99.7	93.6	99.2
2024년	2분기		100.1	101.0	100.5	100.7	100.9	99.7	99.0	101.9	98.8	101.2	100.9
	3분기(체감)		95.6	96.4	98.8	92.4	96.3	97.8	98.3	98.3	98.1	99.9	99.5
	4분기		98.0	96.8	101.3	95.7	101.1	100.4	99.2	100.3	98.5	100.4	100.1
	4분기(체감)		98.1	96.3	99.1	92.3	94.0	98.8	93.4	99.6	99.4	99.2	93.2
2025년	1분기		96.2	95.4	98.8	88.5	90.8	99.4	94.9	98.9	103.1	99.4	95.2
	1분기(체감)		98.3	96.4	95.9	94.0	100.1	94.5	98.6	99.0	95.0	97.8	94.5
	2분기		100.6	100.8	97.7	99.0	104.2	96.7	101.4	98.9	97.6	96.8	95.5
	2분기(체감)		95.0	96.3	102.4	99.3	94.3	99.6	94.9	96.3	107.8	99.6	100.2
	3분기		94.2	96.9	103.8	102.0	98.6	102.6	96.2	101.4	101.5	100.7	101.4

주1: '24년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미함

## 2) 출판산업 CBI

- '25년 2분기 출판산업 체감 CBI는 95.0점으로 전망 CBI 100.6점 대비 감소하여 긍정적으로 전망했던 것과 달리 부정적으로 체감됨
  - 부문별로 살펴보면 모든 부문에서 '25년 2분기 전망 대비 체감 수준은 감소하여 부정적으로 체감됨
    - 특히 매출 부문의 경우 '25년 2분기(103.7점)를 전 부문 중 가장 긍정적으로 전망했으나, 체감 CBI는 95.8점으로 전 부문 중 가장 큰 폭으로 감소하여, 출판산업의 매출 상황이 부정적이었음을 시사함
    - 수출과 고용부문은 '24년 3분기부터 꾸준히 100점 미만으로 부정적인 상황이 지속됨
    - 자금사정 부문은 '25년 2분기 체감 CBI(87.3점)가 전 부문 중 가장 낮아 가장 부정적으로 체감됨
- '25년 3분기 출판산업 전망 CBI는 94.2점으로 '25년 2분기 대비 부정적으로 전망함
  - 부문별로 살펴보면 전 부문에서 '25년 2분기 대비 부정적으로 전망함
    - 매출과 투자부문은 '25년 2분기 긍정적인 전망세에서 부정적인 전망세로 전환됨





주1: '24년 3분기를 제외한 그래프 내 모든 수치는 전망치를 의미함

표 3-4 출판산업 부문별 CBI

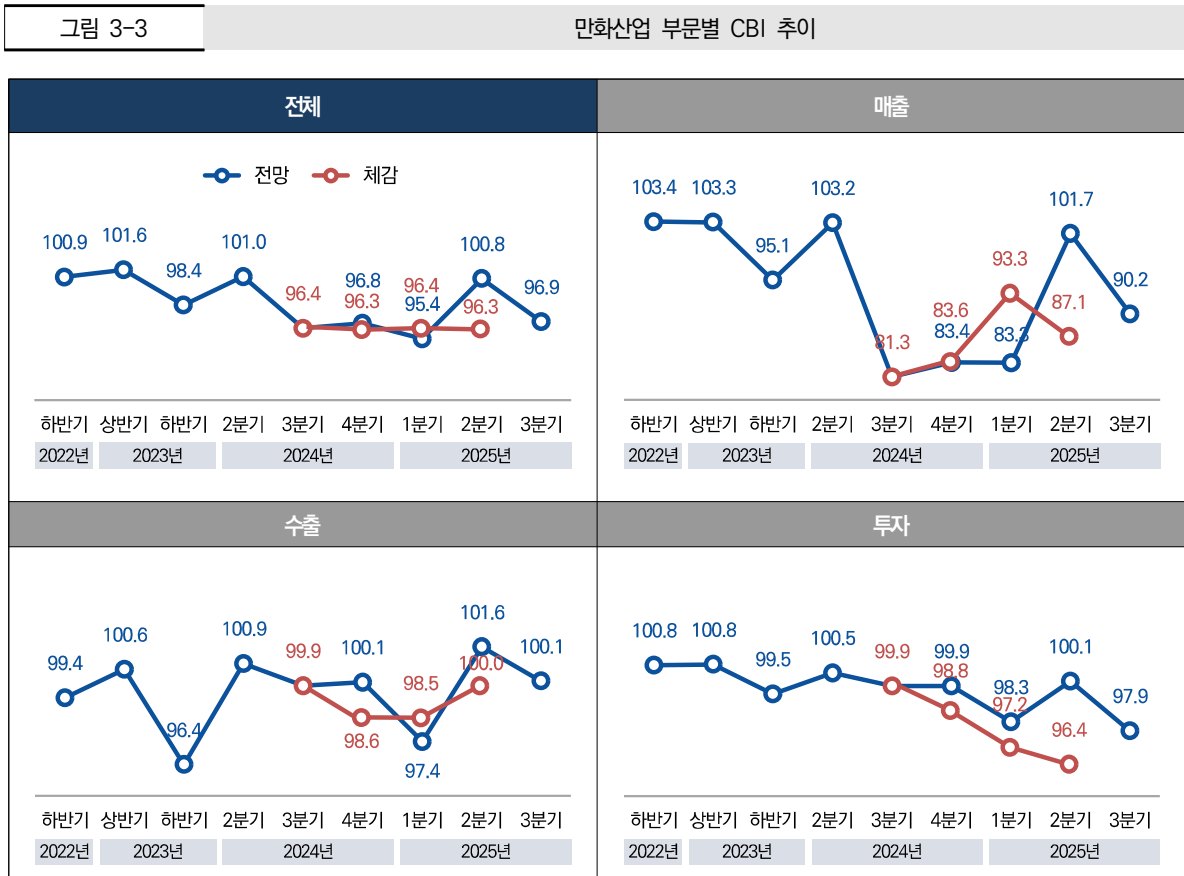
(단위 : 점)

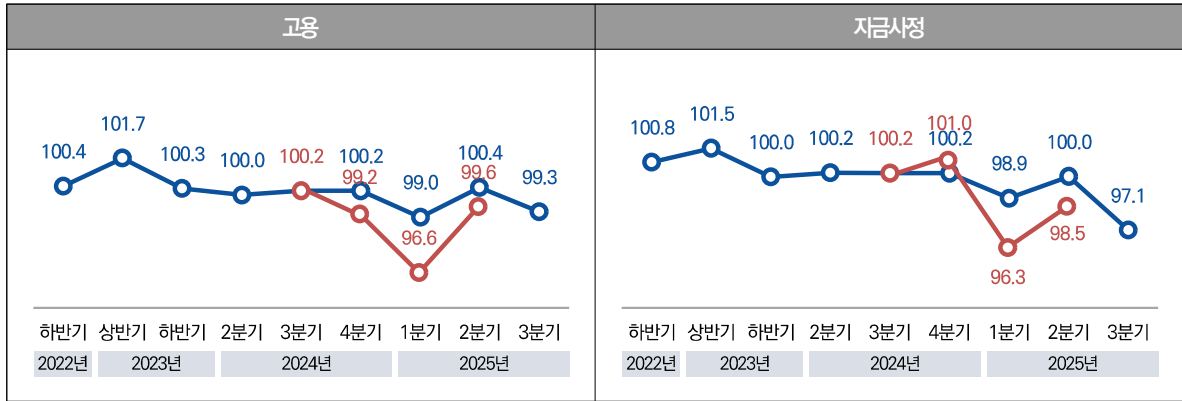
연도	전망·체감 대상 시기	종합	매출	수출	투자	고용	자금사정
2022년	하반기	98.8	99.8	98.6	99.2	98.4	98.0
2023년	상반기	100.8	101.0	98.7	100.7	102.3	100.8
2023년	하반기	94.8	96.7	93.4	93.6	94.7	95.9
2024년	2분기	100.1	97.9	100.6	100.9	102.0	98.8
	3분기(체감)	95.6	84.3	98.2	98.1	98.5	98.7
	4분기	98.0	94.6	98.5	98.5	98.8	99.4
	4분기(체감)	98.1	95.5	96.9	99.1	99.5	99.7
2025년	1분기	96.2	93.2	94.0	96.0	97.2	100.3
	1분기(체감)	98.3	95.7	99.5	96.9	99.6	99.9
	2분기	100.6	103.7	99.3	101.0	99.4	99.6
	2분기(체감)	95.0	95.8	97.5	97.9	96.4	87.3
	3분기	94.2	96.9	95.3	97.1	95.7	86.2

주1: '24년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미함

### 3) 만화산업 CBI

- '25년 2분기 만화산업 체감 CBI는 96.3점으로 전망 CBI(100.8점) 대비 감소하여 긍정적으로 전망한 것 대비 부정적으로 체감됨
  - 부문별로 살펴보면 모든 부문에서 '25년 2분기 전망 대비 체감 수준은 감소하여 부정적으로 체감됨
    - 특히 매출 부문은 전망 대비 체감 수준(87.1점)이 전 부문 중 가장 큰 폭으로 감소했으며, 전분기 대비 부정적인 체감으로 전환함
- '25년 3분기 만화산업 전망 CBI는 96.9점으로 '25년 2분기 대비 부정적으로 전망함
  - 부문별로 살펴보면 수출 부문을 제외한 모든 부문에서 '25년 2분기 대비 부정적인 전망임
    - 매출 부문의 '25년 3분기 전망 CBI는 90.2점으로 '25년 2분기 전망치(101.7점) 대비 가장 큰 폭으로 감소했으며, 부정적인 전망세로 전환함. 이는 '25년 2분기 부정적인 체감 수준이 '25년 3분기까지 이어지고 있음을 시사함
    - 반면, 수출 부문은 전 부문 중 유일하게 '25년 3분기를 긍정적으로 전망하고 있어 내수보다 해외 시장에 대한 기대감이 드러남
    - 투자, 고용, 자금사정 부문의 경우 '25년 2분기 긍정적으로 전망했던 것 대비 '25년 3분기는 부정적인 전망세로 전환함





주1: '24년 3분기를 제외한 그래프 내 모든 수치는 전망치를 의미함

표 3-5 만화산업 부문별 CBI

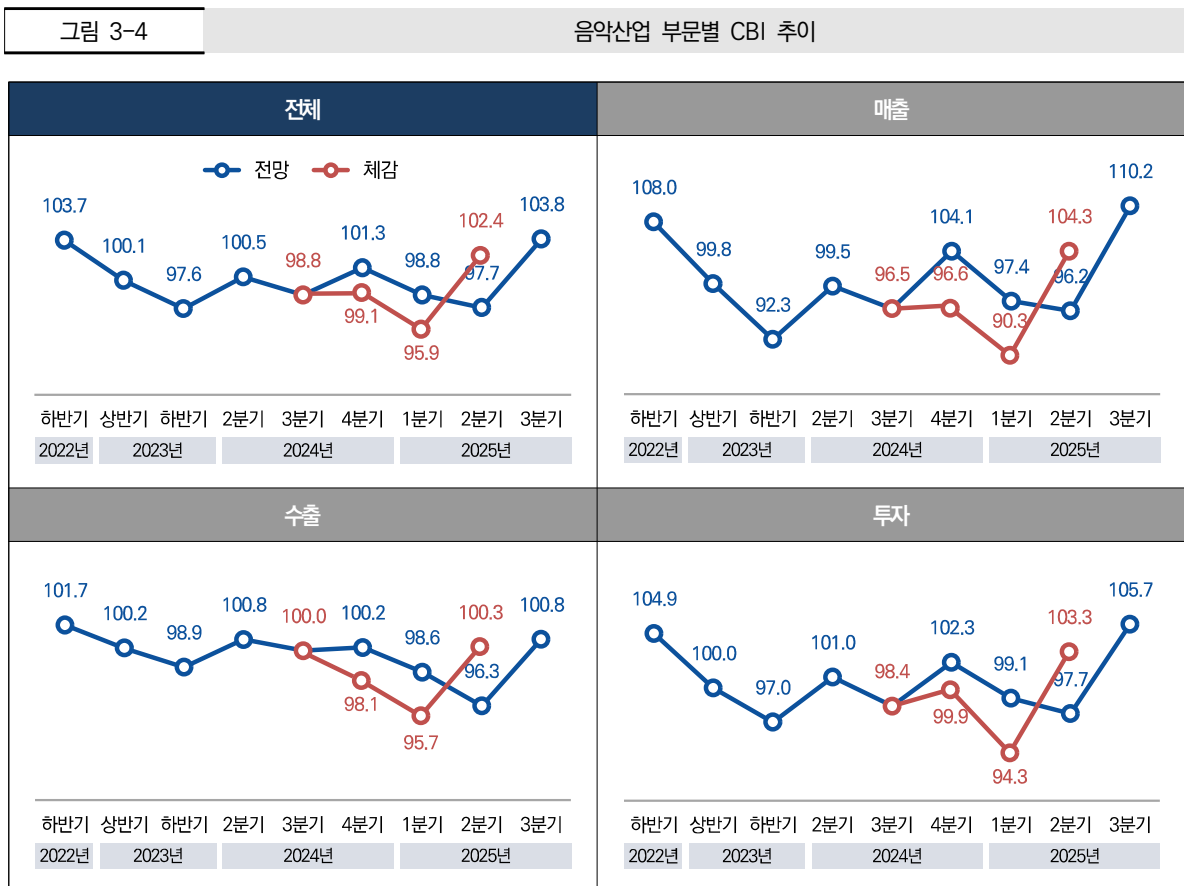
(단위 : 점)

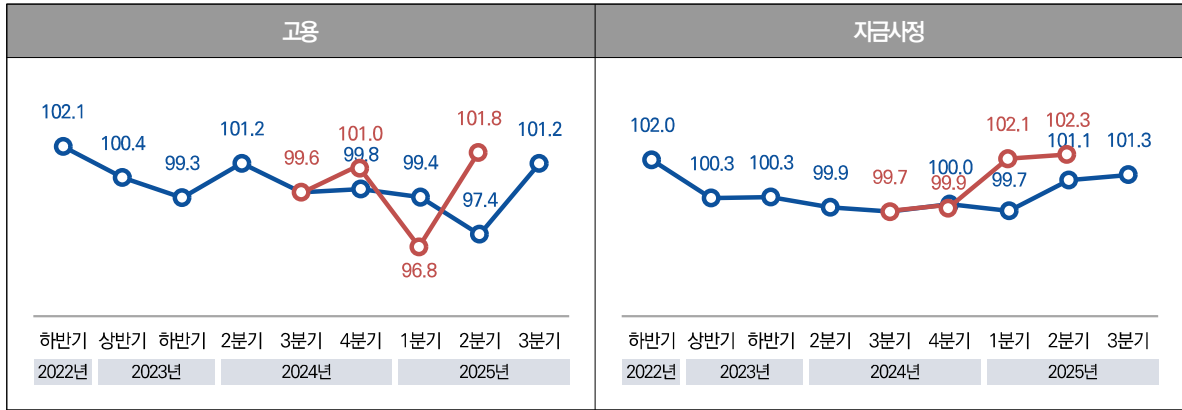
전망·체감 대상 시기		종합	매출	수출	투자	고용	자금사정
2022년	하반기	100.9	103.4	99.4	100.8	100.4	100.8
2023년	상반기	101.6	103.3	100.6	100.8	101.7	101.5
	하반기	98.4	95.1	96.4	99.5	100.3	100.0
2024년	2분기	101.0	103.2	100.9	100.5	100.0	100.2
	3분기(체감)	96.4	81.3	99.9	99.9	100.2	100.2
	4분기	96.8	83.4	100.1	99.9	100.2	100.2
	4분기(체감)	96.3	83.6	98.6	98.8	99.2	101.0
2025년	1분기	95.4	83.3	97.4	98.3	99.0	98.9
	1분기(체감)	96.4	93.3	98.5	97.2	96.6	96.3
	2분기	100.8	101.7	101.6	100.1	100.4	100.0
	2분기(체감)	96.3	87.1	100.0	96.4	99.6	98.5
	3분기	96.9	90.2	100.1	97.9	99.3	97.1

주1: '24년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미함

#### 4) 음악산업 CBI

- '25년 2분기 음악산업 체감 CBI는 102.4점으로 전망 CBI 97.7점 대비 증가하여 체감 수준은 긍정적인 것으로 나타남
  - 부문별로 살펴보면 모든 부문에서 '25년 2분기 전망 대비 체감 수준은 긍정적임
    - 매출 부문의 경우 '25년 2분기를 96.2점으로 전망했으나, 체감 수준은 104.3점으로 전망 대비 체감 수준의 차이가 전 부문 중 가장 큼
    - 반면 자금사정 부문은 '25년 2분기를 101.1점으로 전망했고, 체감 수준 또한 102.3점으로 전 부문 중 유일하게 전망과 체감 수준 모두 긍정적임
- '25년 3분기 음악산업 전망 CBI는 103.8점으로 '25년 2분기 대비 긍정적으로 전망함
  - 부문별로 살펴보면 모든 부문에서 '25년 2분기 대비 긍정적인 전망임
    - 매출 부문의 '25년 3분기 전망 CBI는 110.2점으로 '25년 2분기 긍정적으로 체감한 것에 이어 긍정적인 전망이 지속됨
    - 투자 부문은 105.7점으로 매출 부문 다음으로 가장 긍정적인 전망세를 보임





주1: '24년 3분기를 제외한 그래프 내 모든 수치는 전망치를 의미함

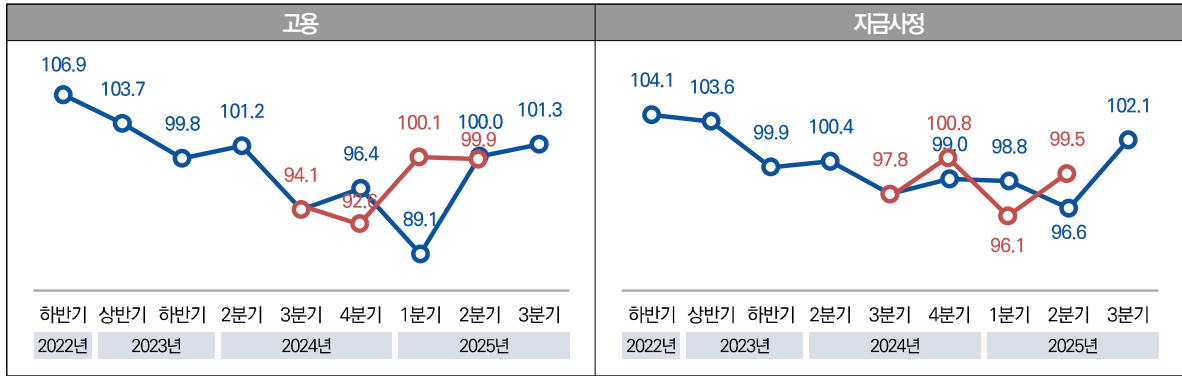
표 3-6 음악산업 부문별 CBI

(단위 : 점)

연도	전망-체감 대상 시기	종합	매출	수출	투자	고용	자금사정
2022년	하반기	103.7	108.0	101.7	104.9	102.1	102.0
	상반기	100.1	99.8	100.2	100.0	100.4	100.3
2023년	하반기	97.6	92.3	98.9	97.0	99.3	100.3
	2분기	100.5	99.5	100.8	101.0	101.2	99.9
2024년	3분기(체감)	98.8	96.5	100.0	98.4	99.6	99.7
	4분기	101.3	104.1	100.2	102.3	99.8	100.0
	4분기(체감)	99.1	96.6	98.1	99.9	101.0	99.9
	1분기	98.8	97.4	98.6	99.1	99.4	99.7
2025년	1분기(체감)	95.9	90.3	95.7	94.3	96.8	102.1
	2분기	97.7	96.2	96.3	97.7	97.4	101.1
	2분기(체감)	102.4	104.3	100.3	103.3	101.8	102.3
	3분기	103.8	110.2	100.8	105.7	101.2	101.3

주1: '24년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미함





주1: '24년 3분기를 제외한 그래프 내 모든 수치는 전망치를 의미함

표 3-7 게임산업 부문별 CBI

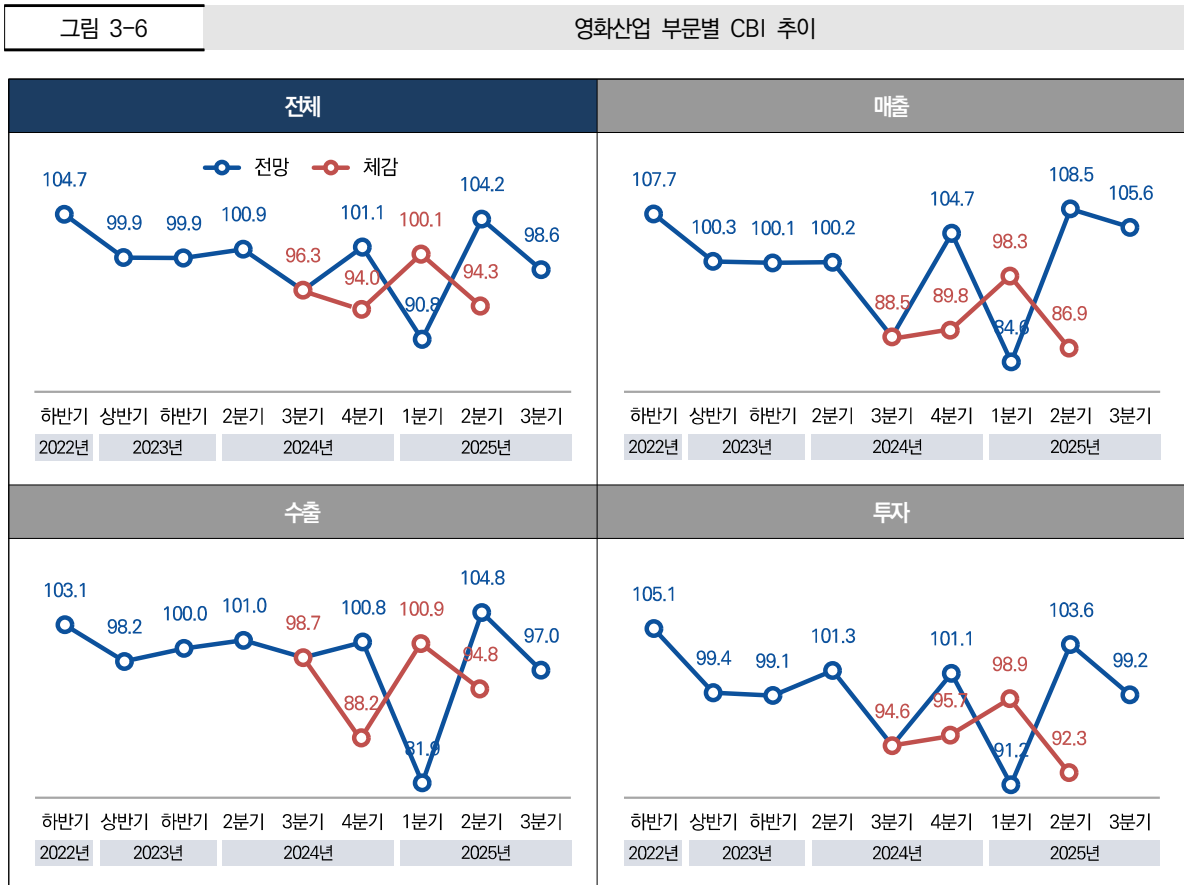
(단위 : 점)

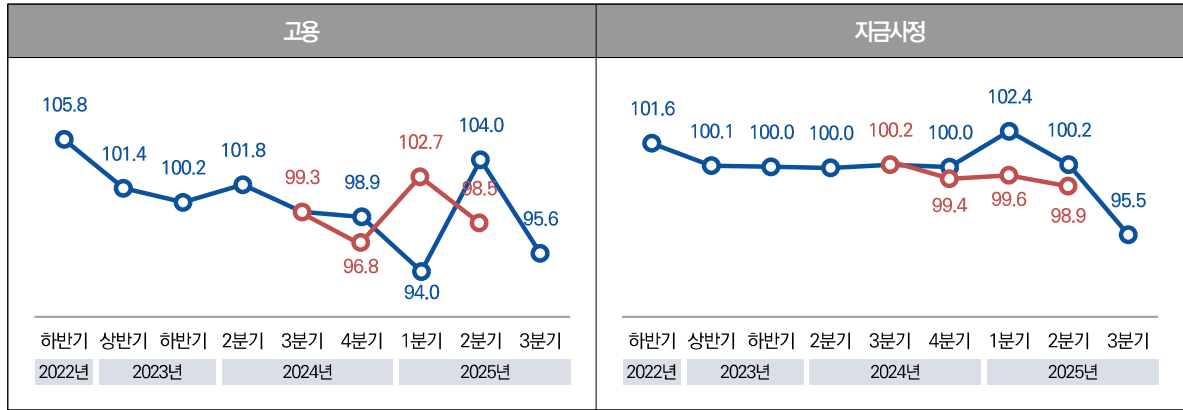
전망-체감 대상 시기		종합	매출	수출	투자	고용	자금사정
2022년	하반기	106.3	106.6	106.3	107.0	106.9	104.1
2023년	상반기	104.8	108.8	103.7	104.7	103.7	103.6
	하반기	98.9	98.9	97.9	97.9	99.8	99.9
2024년	2분기	100.7	101.4	100.1	100.7	101.2	100.4
	3분기(체감)	92.4	88.0	92.2	89.7	94.1	97.8
	4분기	95.7	95.9	93.3	93.8	96.4	99.0
	4분기(체감)	92.3	85.1	95.2	87.4	92.6	100.8
2025년	1분기	88.5	81.3	89.3	83.8	89.1	98.8
	1분기(체감)	94.0	85.8	95.5	92.4	100.1	96.1
	2분기	99.0	99.1	98.8	100.7	100.0	96.6
	2분기(체감)	99.3	96.5	100.6	100.0	99.9	99.5
	3분기	102.0	103.8	100.6	102.2	101.3	102.1

주1: '24년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미함

## 6) 영화산업 CBI

- '25년 2분기 영화산업 체감 CBI는 94.3점으로 104.2점이었던 전망치보다 큰 폭으로 감소하여 부정적인 체감 수준을 보임
  - 부문별로 살펴보면 모든 부문에서 전망 대비 체감 수준이 부정적으로 나타남
    - 매출 부문의 '25년 2분기 체감 CBI는 86.9점으로 전 부문 중 가장 낮은 수준으로 매출 부문의 상황이 가장 부정적이었음을 시사함
- '25년 3분기 영화산업 전망 CBI는 98.6점으로 '25년 2분기 대비 부정적으로 전망함
  - 부문별로 살펴보면 매출 부문을 제외한 모든 부문에서 '25년 2분기 대비 부정적인 전망임
    - 매출 부문의 '25년 3분기 전망 CBI는 105.6점으로 전 부문 중 가장 높은 수준이며, '25년 2분기 부정적으로 체감한 것에 반해 '25년 3분기는 기대하고 있음을 시사함
    - 수출, 투자, 고용과 자금사정 부문의 경우 '25년 2분기 부정적인 체감이 '25년 3분기까지 지속될 것으로 예상됨을 시사함





주1: '24년 3분기를 제외한 그래프 내 모든 수치는 전망치를 의미함

표 3-8 영화산업 부문별 CBI

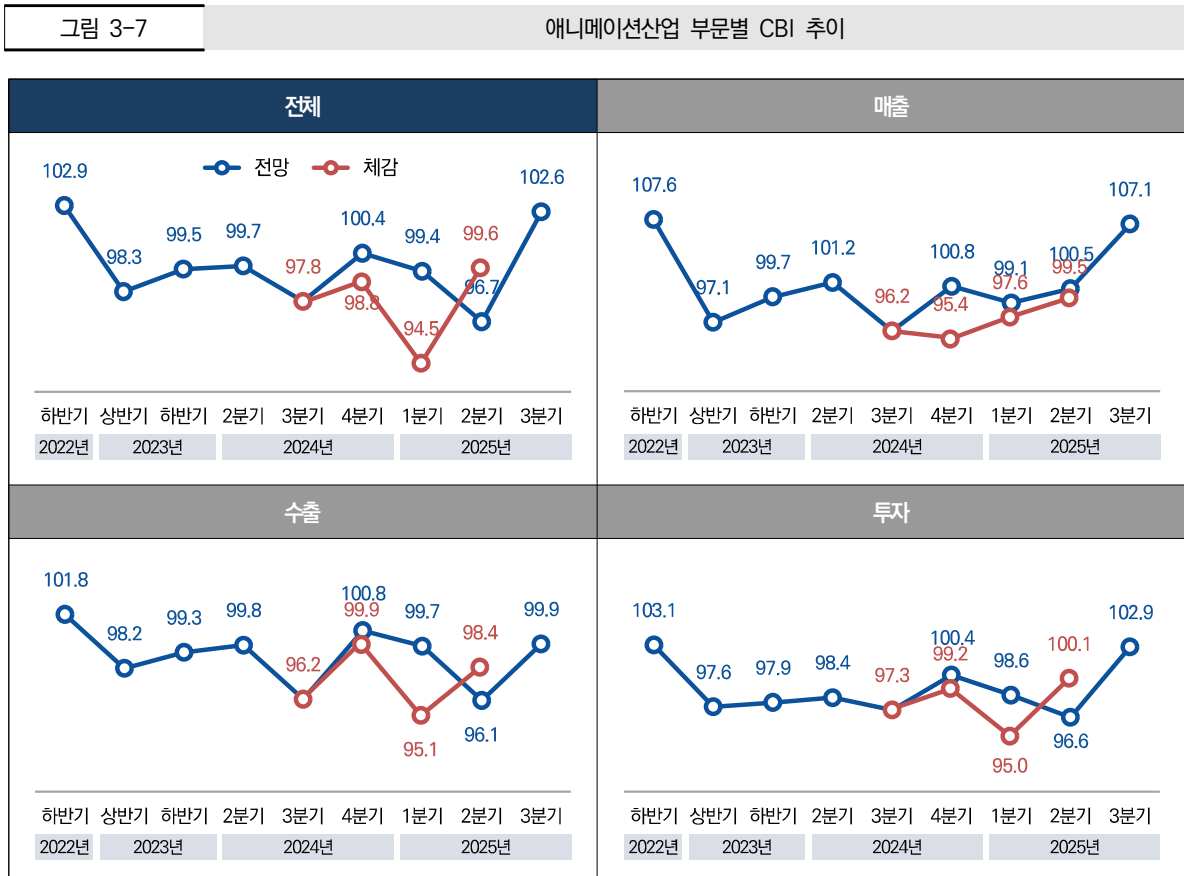
(단위 : 점)

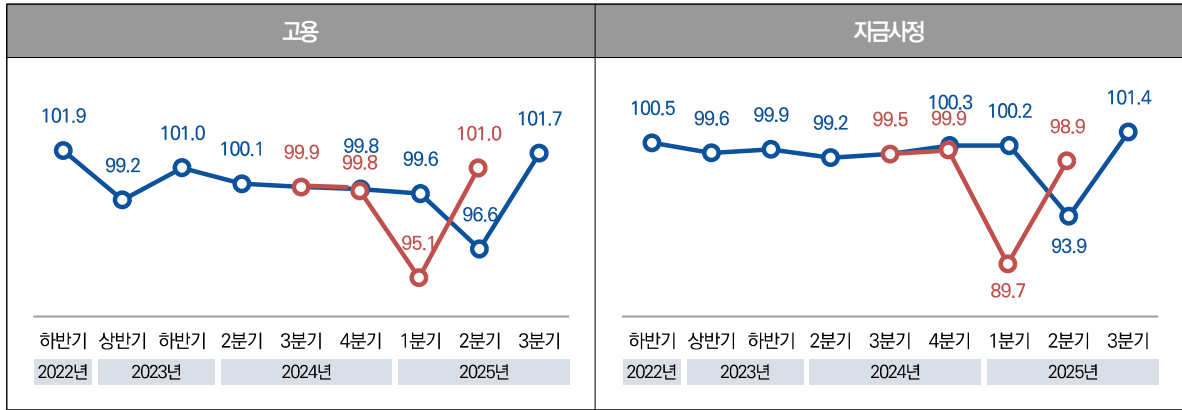
연도	전망-체감 대상 시기	종합	매출	수출	투자	고용	자금사정
2022년	하반기	104.7	107.7	103.1	105.1	105.8	101.6
	상반기	99.9	100.3	98.2	99.4	101.4	100.1
2023년	하반기	99.9	100.1	100.0	99.1	100.2	100.0
	2분기	100.9	100.2	101.0	101.3	101.8	100.0
2024년	3분기(체감)	96.3	88.5	98.7	94.6	99.3	100.2
	4분기	101.1	104.7	100.8	101.1	98.9	100.0
	4분기(체감)	94.0	89.8	88.2	95.7	96.8	99.4
	1분기	90.8	84.6	81.9	91.2	94.0	102.4
2025년	1분기(체감)	100.1	98.3	100.9	98.9	102.7	99.6
	2분기	104.2	108.5	104.8	103.6	104.0	100.2
	2분기(체감)	94.3	86.9	94.8	92.3	98.5	98.9
	3분기	98.6	105.6	97.0	99.2	95.6	95.5

주1: '24년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미함

## 7) 애니메이션산업 CBI

- '25년 2분기 애니메이션산업 체감 CBI는 99.6점으로 전망 CBI(96.7점) 대비 소폭 증가했으나, 여전히 100점 미만이므로 부정적으로 체감되고 있음
  - 부문별로 살펴보면 투자와 고용 부문은 '25년 2분기 전망 대비 체감 수준은 긍정적임
    - 매출 부문의 경우 유일하게 '25년 2분기를 긍정적으로 전망했으나, 실제 체감 수준은 부정적인 것으로 나타남
    - 수출 부문은 '24년 4분기부터 전망과 체감 수준 모두 부정적인 흐름을 보임
- '25년 3분기 애니메이션산업 전망 CBI는 102.6점으로 '25년 2분기 대비 긍정적으로 전망함
  - 부문별로 살펴보면 수출 부문을 제외한 모든 부문에서 '25년 2분기 대비 긍정적인 전망임
    - 매출 부문의 경우 '25년 2분기 긍정적인 전망세에 이어 '25년 3분기도 긍정적으로 전망함. 다만, '24년 3분기부터 이어진 부정적인 체감 수준을 고려할 때 전망과 체감 간의 차이를 해소할 필요가 있음
    - 수출 부문의 '25년 3분기 전망 CBI는 99.9점으로 전 부문 중 유일하게 전분기 대비 부정적인 전망을 보임. 수출 부문은 '25년 1분기 전망 이후 지속적으로 부정적인 전망 흐름을 이어오고 있음





주1: '24년 3분기를 제외한 그래프 내 모든 수치는 전망치를 의미함

표 3-9 애니메이션산업 부문별 CBI

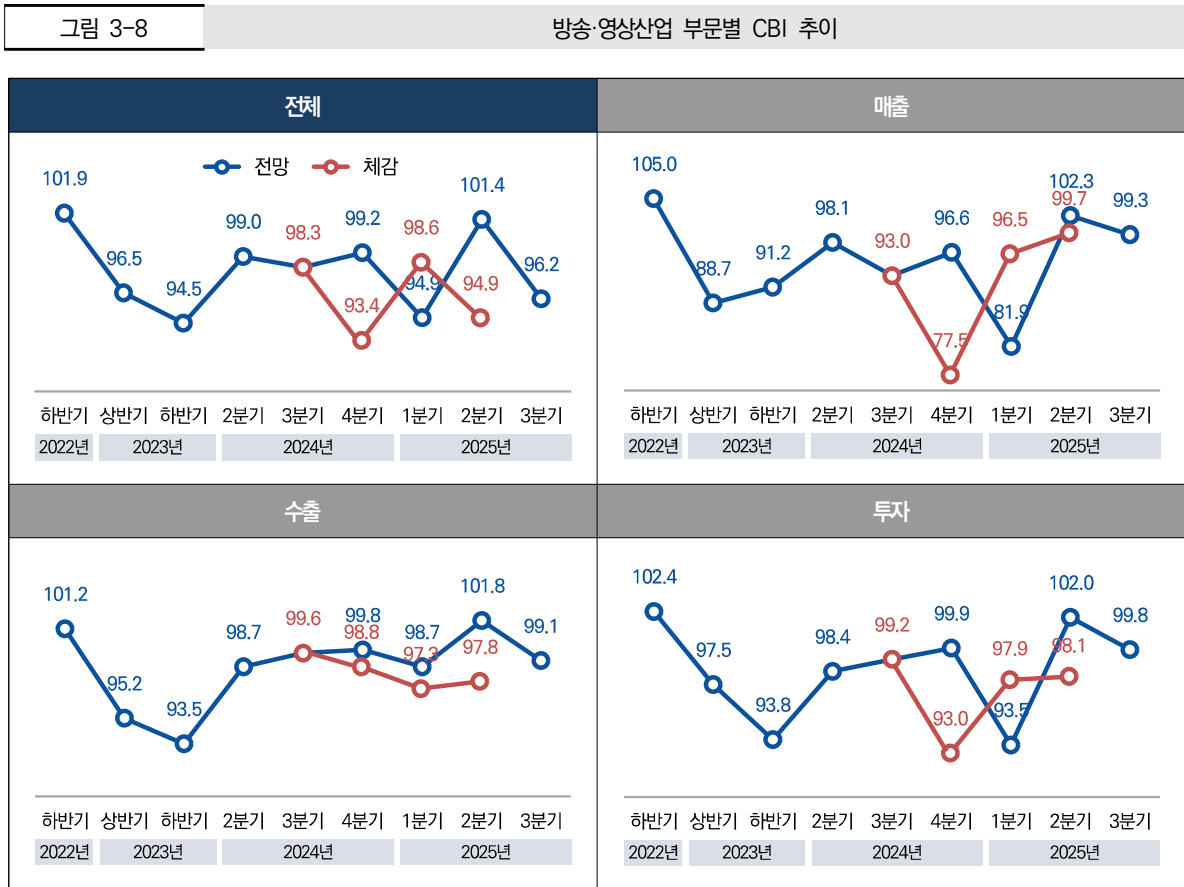
(단위 : 점)

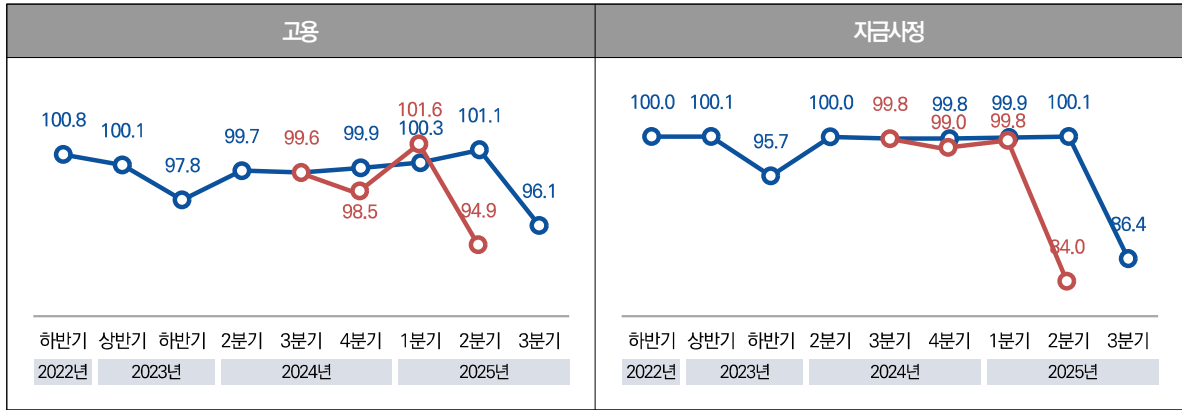
연도	전망-체감 대상 시기	종합	매출	수출	투자	고용	자금사정
2022년	하반기	102.9	107.6	101.8	103.1	101.9	100.5
	상반기	98.3	97.1	98.2	97.6	99.2	99.6
2023년	하반기	99.5	99.7	99.3	97.9	101.0	99.9
	2분기	99.7	101.2	99.8	98.4	100.1	99.2
2024년	3분기(체감)	97.8	96.2	96.2	97.3	99.9	99.5
	4분기	100.4	100.8	100.8	100.4	99.8	100.3
2025년	4분기(체감)	98.8	95.4	99.9	99.2	99.8	99.9
	1분기	99.4	99.1	99.7	98.6	99.6	100.2
2025년	1분기(체감)	94.5	97.6	95.1	95.0	95.1	89.7
	2분기	96.7	100.5	96.1	96.6	96.6	93.9
2025년	2분기(체감)	99.6	99.5	98.4	100.1	101.0	98.9
	3분기	102.6	107.1	99.9	102.9	101.7	101.4

주1: '24년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미함

## 8) 방송영상산업 CBI

- '25년 2분기 방송영상산업 체감 CBI는 94.9점으로 101.4점이었던 전망치보다 큰 폭으로 감소하여 부정적인 체감 수준을 보임
  - 부문별로 살펴보면 모든 부문에서 전망 대비 체감 수준이 부정적으로 나타남
    - 자금사정 부문의 경우 '25년 2분기 체감 수준은 전 부문 중 가장 낮았으며, 또한 '22년 하반기 이후 가장 낮은 수준을 기록함
- '25년 3분기 방송영상산업 전망 CBI는 96.2점으로 '25년 2분기 대비 부정적으로 전망함
  - 부문별로 살펴보면 모든 부문에서 '25년 2분기 대비 부정적인 전망임
    - 자금사정 부문은 '25년 2분기 부정적인 체감에 이어 '25년 3분기도 전 부문 중 가장 부정적인 전망이 이어짐





주1: 2024년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미하며, 2024년 4분기와 2025년 1분기 수치는 전망치와 체감치 각각을 의미함

표 3-10 방송·영상산업 부문별 CBI

(단위 : 점)

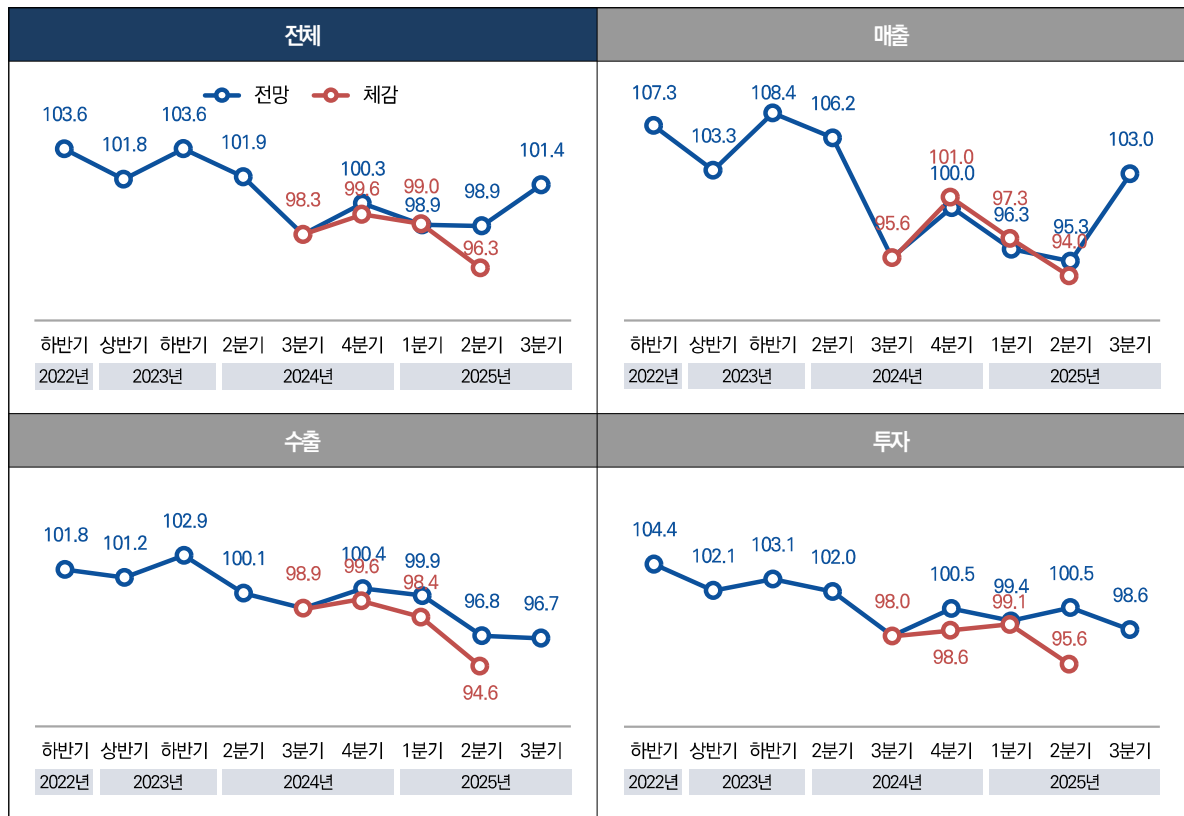
전망·체감 대상 시기		종합	매출	수출	투자	고용	자금사정
2022년	하반기	101.9	105.0	101.2	102.4	100.8	100.0
2023년	상반기	96.5	88.7	95.2	97.5	100.1	100.1
	하반기	94.5	91.2	93.5	93.8	97.8	95.7
2024년	2분기	99.0	98.1	98.7	98.4	99.7	100.0
	3분기(체감)	98.3	93.0	99.6	99.2	99.6	99.8
	4분기	99.2	96.6	99.8	99.9	99.9	99.8
	4분기(체감)	93.4	77.5	98.8	93.0	98.5	99.0
2025년	1분기	94.9	81.9	98.7	93.5	100.3	99.9
	1분기(체감)	98.6	96.5	97.3	97.9	101.6	99.8
	2분기	101.4	102.3	101.8	102.0	101.1	100.1
	2분기(체감)	94.9	99.7	97.8	98.1	94.9	84.0
	3분기	96.2	99.3	99.1	99.8	96.1	86.4

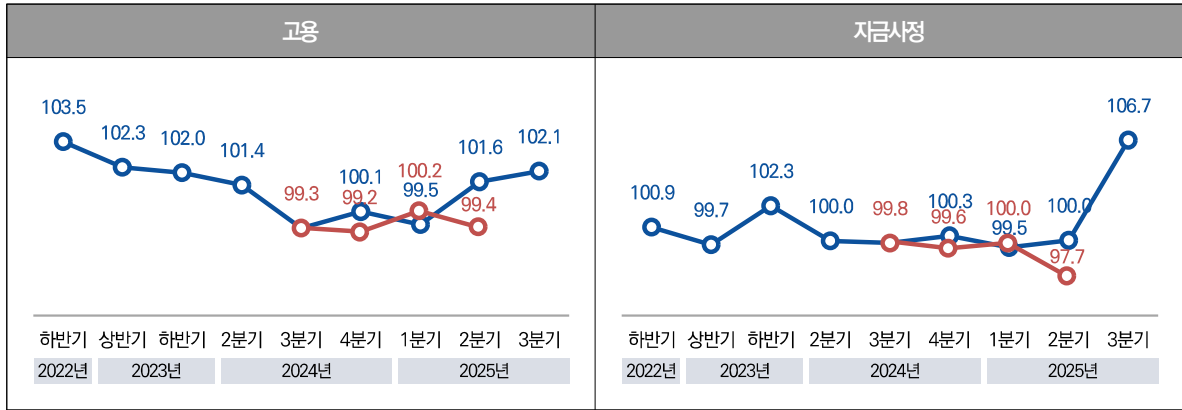
주1: '24년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미함

### 9) 광고산업 CBI

- '25년 2분기 광고산업 체감 CBI는 96.3점으로 전망 CBI(98.9점) 대비 소폭 감소하여 부정적으로 체감되고 있음
  - 부문별로 살펴보면 모든 부문에서 전망 대비 체감 수준이 부정적으로 나타남
    - 매출 부문은 전 부문 중 가장 낮은 체감 수준을 보였으며, 이는 '25년 2분기 전망(95.3점)보다 소폭 감소한 수준으로 전망보다 실제 체감이 더 부정적이었음을 시사함
    - 투자, 고용과 자금사정 부문의 경우 '25년 2분기 긍정적으로 전망했으나, 실제 체감 수준은 부정적으로 나타남
- '25년 3분기 광고산업 전망 CBI는 101.4점으로 '25년 2분기 대비 긍정적으로 전망함
  - 부문별로 살펴보면 매출, 고용과 자금사정 부문에서 '25년 2분기 대비 긍정적인 전망인 반면, 수출과 투자 부문에서는 부정적인 전망세임
    - 매출 부문의 '25년 3분기 전망 CBI는 103.0점으로 '24년 4분기 이후 처음으로 긍정적인 전망으로 전환함
    - 자금사정 부문의 '25년 3분기 전망 CBI는 106.7점으로 전 부문 중 가장 높은 수준임

그림 3-9 광고산업 부문별 CBI 추이





주1: '24년 3분기를 제외한 그래프 내 모든 수치는 전망치를 의미함

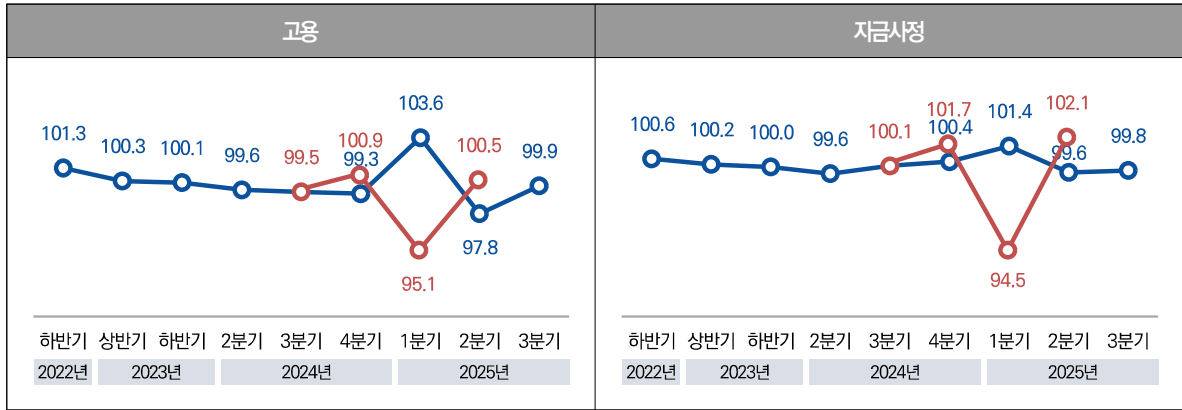
표 3-11 광고산업 부문별 CBI

(단위 : 점)

전망·체감 대상 시기		종합	매출	수출	투자	고용	자금사정
2022년	하반기	103.6	107.3	101.8	104.4	103.5	100.9
2023년	상반기	101.8	103.3	101.2	102.1	102.3	99.7
	하반기	103.6	108.4	102.9	103.1	102.0	102.3
2024년	2분기	101.9	106.2	100.1	102.0	101.4	100.0
	3분기(체감)	98.3	95.6	98.9	98.0	99.3	99.8
	4분기	100.3	100.0	100.4	100.5	100.1	100.3
	4분기(체감)	99.6	101.0	99.6	98.6	99.2	99.6
2025년	1분기	98.9	96.3	99.9	99.4	99.5	99.5
	1분기(체감)	99.0	97.3	98.4	99.1	100.2	100.0
	2분기	98.9	95.3	96.8	100.5	101.6	100.0
	2분기(체감)	96.3	94.0	94.6	95.6	99.4	97.7
	3분기	101.4	103.0	96.7	98.6	102.1	106.7

주1: '24년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미함





주1: '24년 3분기를 제외한 그래프 내 모든 수치는 전망치를 의미함

표 3-12 캐릭터산업 부문별 CBI

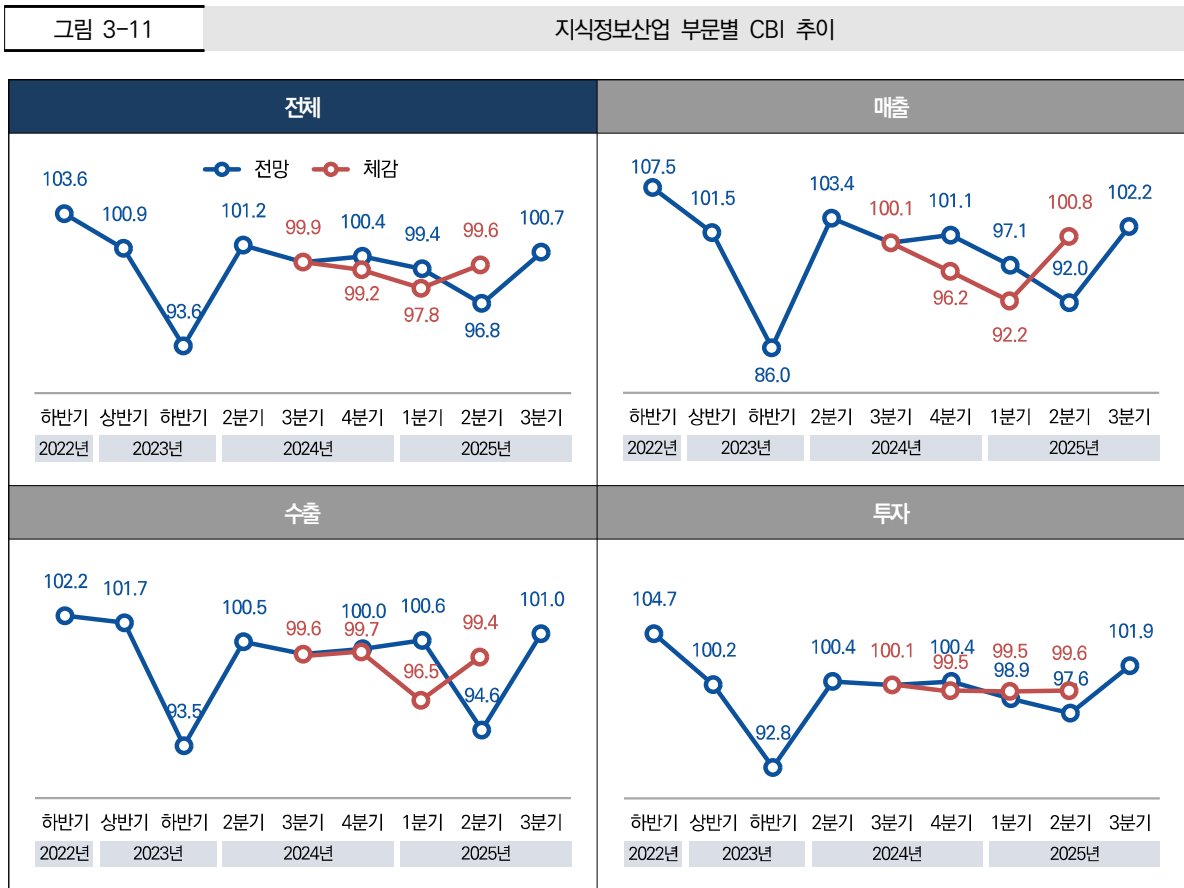
(단위 : 점)

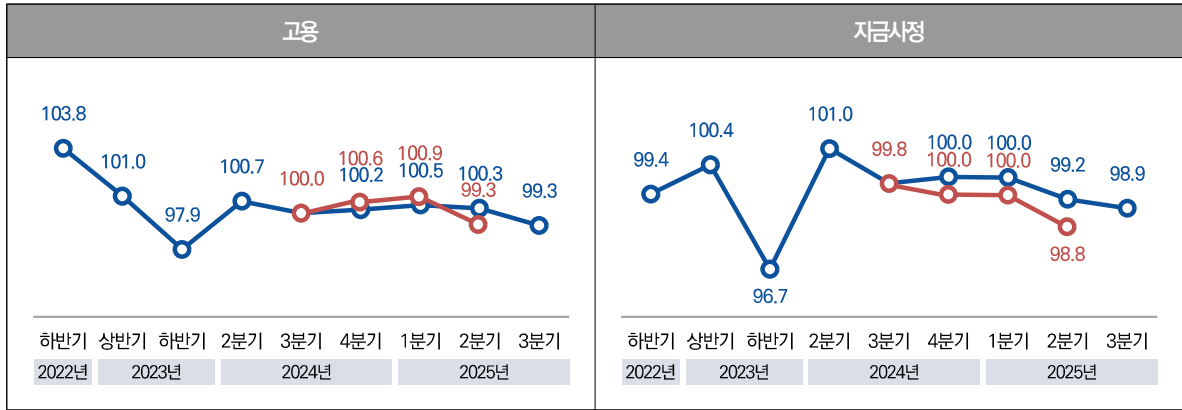
연도	전망-체감 대상 시기	종합	매출	수출	투자	고용	자금사정
2022년	하반기	101.9	104.7	101.4	101.8	101.3	100.6
2023년	상반기	100.6	101.9	100.7	100.1	100.3	100.2
2023년	하반기	99.7	97.9	99.9	100.1	100.1	100.0
2024년	2분기	98.8	97.0	98.5	99.0	99.6	99.6
	3분기(체감)	98.1	93.8	98.9	98.3	99.5	100.1
	4분기	98.5	95.8	98.9	98.2	99.3	100.4
	4분기(체감)	99.4	98.3	98.7	97.5	100.9	101.7
2025년	1분기	103.1	104.3	105.2	101.0	103.6	101.4
	1분기(체감)	95.0	92.4	97.1	95.7	95.1	94.5
	2분기	97.6	95.3	98.4	96.8	97.8	99.6
	2분기(체감)	107.8	124.9	100.1	111.3	100.5	102.1
	3분기	101.5	105.8	100.0	101.9	99.9	99.8

주1: '24년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미함

### 11) 지식정보산업 CBI

- '25년 2분기 지식정보산업 체감 CBI는 99.6점으로 전망 CBI(96.8점) 대비 소폭 감소하여 부정적으로 체감되고 있음
  - 부문별로 살펴보면 매출 부문의 '25년 2분기 체감 수준은 전망 대비 긍정적임
    - 매출 부문은 전 부문 중 유일하게 '25년 2분기 체감 수준이 100점 이상으로 '25년 2분기 체감 수준이 긍정적이었으며, 이는 '24년 3분기 이후 처음으로 나타난 긍정적인 체감 수준임
    - 고용 부문은 '25년 2분기 긍정적으로 전망했으나, 실제 체감 수준은 부정적으로 나타남
- '25년 3분기 지식정보산업 전망 CBI는 100.7점으로 '25년 2분기 대비 긍정적으로 전망함
  - 부문별로 살펴보면 고용과 자금사정 부문을 제외한 모든 부문에서 '25년 2분기 대비 긍정적인 전망임
    - 매출 부문의 '25년 3분기 전망 CBI는 102.2점으로 전 부문 중에서 가장 높았으며, '25년 2분기 긍정적인 체감 수준이 지속되고 있음을 시사함
    - 투자 부문의 '25년 3분기 전망 CBI는 101.9점으로 '24년 4분기 이후 처음으로 긍정적인 전망세로 전환함





주1: '24년 3분기를 제외한 그래프 내 모든 수치는 전망치를 의미함

표 3-13 지식정보산업 부문별 CBI

(단위 : 점)

연도	전망-체감 대상 시기	종합	매출	수출	투자	고용	자금사정
2022년	하반기	103.6	107.5	102.2	104.7	103.8	99.4
2023년	상반기	100.9	101.5	101.7	100.2	101.0	100.4
	하반기	93.6	86.0	93.5	92.8	97.9	96.7
2024년	2분기	101.2	103.4	100.5	100.4	100.7	101.0
	3분기(체감)	99.9	100.1	99.6	100.1	100.0	99.8
	4분기	100.4	101.1	100.0	100.4	100.2	100.0
	4분기(체감)	99.2	96.2	99.7	99.5	100.6	100.0
2025년	1분기	99.4	97.1	100.6	98.9	100.5	100.0
	1분기(체감)	97.8	92.2	96.5	99.5	100.9	100.0
	2분기	96.8	92.0	94.6	97.6	100.3	99.2
	2분기(체감)	99.6	100.8	99.4	99.6	99.3	98.8
	3분기	100.7	102.2	101.0	101.9	99.3	98.9

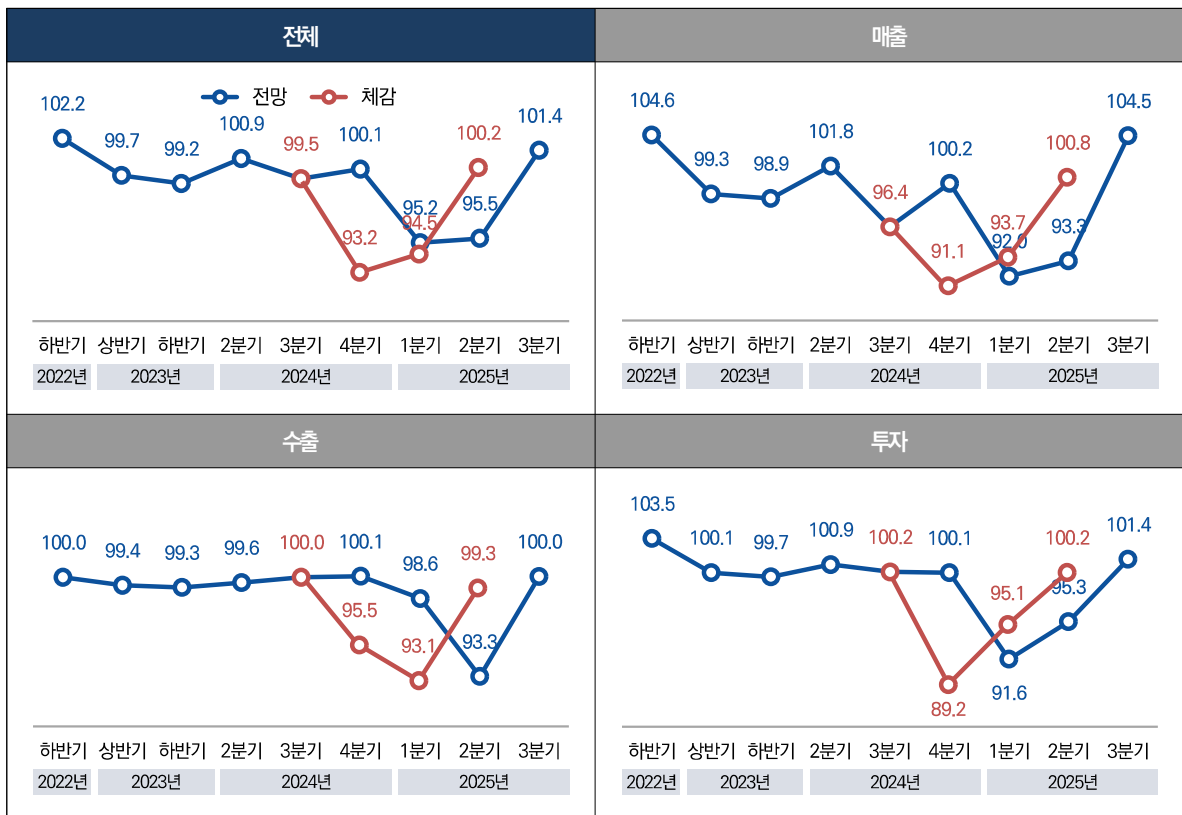
주1: '24년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미함

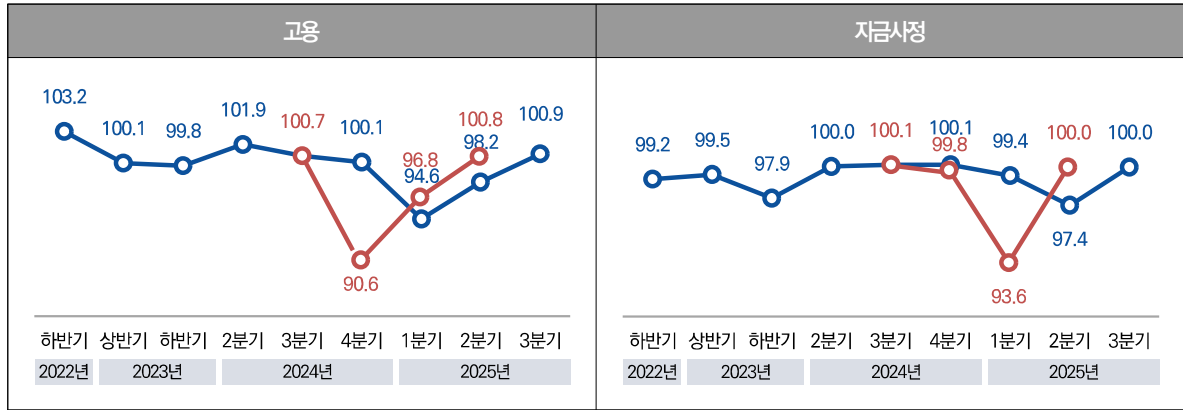
## 12) 콘텐츠솔루션산업 CBI

- '25년 2분기 콘텐츠솔루션산업 체감 CBI는 100.2점으로 전망 CBI(95.5점) 대비 큰 폭으로 증가하여 체감 수준은 긍정적인 것으로 나타남
  - 부문별로 살펴보면 수출 부문을 제외한 모든 부문에서 긍정적으로 체감함
    - 특히 매출과 고용 부문의 '25년 2분기 체감 CBI는 각각 100.8점으로 전 부문 중 가장 높은 수준임
    - 수출 부문은 99.3점으로 전 부문 중 유일하게 부정적인 체감치이며, '24년 4분기부터 부정적인 흐름이 이어지고 있음
- '25년 3분기 콘텐츠솔루션산업 전망 CBI는 101.4점으로 '25년 2분기 대비 긍정적으로 전망함
  - 부문별로 살펴보면 모든 부문에서 '25년 2분기 대비 긍정적으로 전망함
    - 매출 부문의 '25년 3분기 전망 CBI는 104.5점으로 전 부문 중 가장 높았으며, '25년 2분기 긍정적인 체감 수준이 이어지고 있음
    - 수출 부문의 경우 '24년 4분기 이후 처음으로 긍정적인 전망세로 전환함

그림 3-12

콘텐츠솔루션산업 부문별 CBI 추이





주1: '24년 3분기를 제외한 그래프 내 모든 수치는 전망치를 의미함

표 3-14 콘텐츠솔루션산업 부문별 CBI

(단위 : 점)

전망-체감 대상 시기	종합	매출	수출	투자	고용	자금사정	
2022년	하반기	102.2	104.6	100.0	103.5	103.2	99.2
2023년	상반기	99.7	99.3	99.4	100.1	100.1	99.5
2023년	하반기	99.2	98.9	99.3	99.7	99.8	97.9
2024년	2분기	100.9	101.8	99.6	100.9	101.9	100.0
2024년	3분기(체감)	99.5	96.4	100.0	100.2	100.7	100.1
2024년	4분기	100.1	100.2	100.1	100.1	100.1	100.1
2024년	4분기(체감)	93.2	91.1	95.5	89.2	90.6	99.8
2025년	1분기	95.2	92.0	98.6	91.6	94.6	99.4
2025년	1분기(체감)	94.5	93.7	93.1	95.1	96.8	93.6
2025년	2분기	95.5	93.3	93.3	95.3	98.2	97.4
2025년	2분기(체감)	100.2	100.8	99.3	100.2	100.8	100.0
2025년	3분기	101.4	104.5	100.0	101.4	100.9	100.0

주1: '24년 3분기는 해당 시점 기준 체감치를 의미함



## 제4장

# 2025년 1분기 콘텐츠산업 동향지수

1. 지수산출 방법
2. 콘텐츠산업 동향지수



# 제4장 2025년 1분기 콘텐츠산업 동향지수

## 1. 지수산출 방법

### 가. 지수산출 목적

- 매출, 수출, 고용 수치 외 11개 산업 분야별 성장을 종합적으로 파악할 수 있는 새로운 분기별 콘텐츠산업 지수 개발이 필요함
- 우리나라 전체 산업과 서비스업, 관련 산업의 변화와 비교 가능한 지수식의 개발을 통해 산업 간 동향분석 및 비교 분석을 수행하고자 함
- 11개의 산업별로 분기별 성장 동향과 시장에서의 산업별 비중 변화 등을 파악하여 산업별 정책 분석 및 새로운 정책 수립에 도움을 줄 수 있는 자료를 제공하고자 함

### 나. 지수산출 방법

#### 1) 지수산출 개요

- 지수산출 기간 및 기준
  - 본 보고서에는 '23년부터 '24년까지는 분기 기준<sup>9)</sup>으로 제시함
- 지수산출을 위한 분석대상
  - 전국의 콘텐츠특수분류체계에 정의된 11개 산업을 대상으로 함
  - 분기별 콘텐츠산업 동향분석 보고서 결과 내 콘텐츠사업체 실태조사 통계를 기준으로 작성
  - 11개 산업별 매출액, 수출액, 종사자 수의 추정 결과를 이용함
- 지수 산출 방법 : 콘텐츠산업 전체 및 11개 산업의 산업 동향을 종합적으로 파악하기 위해 각각의 통계(매출액, 수출액, 종사자 수)에 대해 지수를 산출하고 이를 종합(가중평균; 단, '24년 3분기는 산술평균 적용<sup>10)</sup>)하여 동향지수를 산출
  - 매출 동향지수 : 각 산업의 상대적 중요도로 매출액 기준 가중치를 적용하여 지수화
  - 수출 동향지수 : 각 산업의 상대적 중요도로 수출액 기준 가중치를 적용하여 지수화
  - 고용 동향지수 : 각 산업의 상대적 중요도로 종사자수 기준 가중치를 적용하여 지수화

9) '21년부터 '22년까지는 반기 단위로 조사하였기 때문에 반기 단위로 표시함

10) '24년 3분기까지는 통계적, 실증적 근거가 명확하지 않은 경우에 해당하므로 모든 변수에 동일 가중치(EW : Equal Weight)를 적용함

## 2) 지수 산출식

### ○ 지수 산출방법론

- 지수 계산식은 지수 작성의 신속성과 경제성을 고려하여 ‘기준시점 고정’ 지수산출법인 DRM<sup>1)</sup>을 적용
  - DRM(Distance to a Reference Method)은 특정 연도를 기준으로 각 연도의 값을 비례적으로 조정하는 표준화 기법
  - 뉴욕 혁신지수, 코스피 지수, 산업생산지수 등 유사 목적을 갖는 지수 산출에 널리 쓰이는 기법
  - 지수의 계산이 쉽고 결과가 안정적이며 결과 해석이 직관적이고 쉽다는 장점을 가짐

### ○ 지수산출의 기준년도 정의

- 콘텐츠산업 동향지수는 콘텐츠산업통계의 '20년 기준년도로 산정함
- 산업 생산지수는 국민계정(매 5년 단위) 기준년도로 각 연도의 값을 비례적으로 산출함<sup>12)</sup>

### ○ 기준시점 고정 지수 산출식

$$Y_t(i) = \frac{X_t(i)}{X_{t_0}(i)/4} \times 100$$

$t$ 는 분석시점의 분기,  $t_0$ 는 기준년도

$Y_t(i)$   $t$ 시점의 통계( $i$ ; 매출액, 수출액, 종사자 수)별 지수를 나타냄

$X_t(i)$   $t$ 시점의 통계( $i$ ; 매출액, 수출액, 종사자 수) 수치를 나타냄

### ○ 통계(매출, 수출, 고용)별 동향지수

- 11개 산업( $k$ )의 분기별 통계별 동향지수

- 분기별 매출 동향지수  $k = \frac{\text{분기별 매출액}_k}{2020\text{년 매출액}_k \text{의 } 25\%}$

- 분기별 수출 동향지수  $k = \frac{\text{분기별 수출액}_k}{2020\text{년 수출액}_k \text{의 } 25\%}$

- 분기별 고용 동향지수  $k = \frac{\text{분기별 종사자수}_k}{2020\text{년 종사자수}_k \text{의 } 25\%}$

- 11개 산업( $k$ )의 반기별 통계별 동향지수

- 반기별 매출 동향지수  $k = \frac{\text{반기별 매출액}_k}{2020\text{년 매출액}_k \text{의 } 50\%}$

11) 서울연구원(2018), 서울혁신지수

12) 통계청(2024. 7), 서비스업생산지수

$$\text{- 반기별 수출 동향지수}_k = \frac{\text{반기별 수출액}_k}{2020\text{년 수출액}_k\text{의 } 50\%}$$

$$\text{- 반기별 고용 동향지수}_k = \frac{\text{반기별 종사자수}_k}{2020\text{년 종사자수}_k\text{의 } 50\%}$$

○ 분기 또는 반기별 통계(매출, 고용, 수출) 동향지수

$$\text{- 분기/반기별 매출 동향지수} = \sum_{k=1}^{11} w_{(\text{매출}),k} \cdot (\text{분기 / 반기별 매출 동향지수}_k)$$

$$\text{- 분기/반기별 고용 동향지수} = \sum_{k=1}^{11} w_{(\text{고용}),k} \cdot (\text{분기 / 반기별 고용 동향지수}_k)$$

$$\text{- 분기/반기별 수출 동향지수} = \sum_{k=1}^{11} w_{(\text{수출}),k} \cdot (\text{분기 / 반기별 수출 동향지수}_k)$$

\*  $k$ 는 11개 산업을 나타내는 첨자

○ 콘텐츠산업의 동향지수

$$\text{- 분기/반기별 콘텐츠산업 동향지수} = \sum_{i=1}^3 w_i \cdot (\text{분기 / 반기별 통계}_{(i)} \text{ 동향지수})$$

\*  $i$ 는 매출, 고용, 수출을 나타내는 첨자

### 3) 동향지수의 산출<sup>13)</sup>

○ 동향지수의 필요성

- 지표나열 방식(11개 산업별, 통계(매출, 수출, 고용)별 동향지수를 산출하여 제공)은 작성한 모든 개별 지표들을 모두 나열하여 보여 주는 방식으로 모든 결과 값 또는 변화 방향을 그대로 보여 줌으로써 동향지수를 작성하면서 발생할 수 있는 가중치 배분 등에 따른 정보의 왜곡을 원천적으로 차단할 수 있다는 장점이 있음
- 개별지표 각각에 대한 정보를 제시하고 있지만, 집계된 하나의 정보를 보여 주는 것이 아니기 때문에 전체적인 변화의 방향, 변화의 정도를 제시하지 못하는 한계가 있음
- 지표를 쉽게 이해할 수 있고, 지표가 가지는 전체적인 상황을 한눈에 보기 쉽도록 하기 위하여 인포그래픽, 표나 그래프를 이용한 요약, 지표의 추세(증가, 감소)를 보여 주는 지표 상황판, 대표 지표(headline indicators) 등을 활용하고 있음

13) 통계청 통계개발원(2019), 지표작성 방법론을 이용하여 동향지수 산출방법론을 정의함

○ 동향지수의 정의

- 전체 지표를 합산하여 하나의 수치로 보여 주는 방식
  - 지표 체계에 따라서 전체 종합 지수, 영역별 종합 지수 등으로 구성될 수 있음
  - 경제 분야에서 주로 사용하며, 소비자 물가 지수, 경기 종합 지수 등이 대표적인 경우임

○ 동향지수의 산출방법

- 개별 지표의 중요도에 따라 가중 평균을 적용하였음
- 서로 다른 지표를 합산하기 위해서는 각 지표들의 값을 표준화하는 과정이 필요하고, 실태조사를 통해 가중치를 산출하여 부여하였음

○ 통계(매출, 수출, 고용)별 가중치 적용

- '25년 1분기에 콘텐츠산업의 실태조사로 분기별 통계를 추정함
- 11개 산업별로 매출액, 종사자수, 수출액의 가중치는 실태조사를 기준으로 산출하여 적용하였음
- 반면, 콘텐츠산업 전체는 정책적 판단에 따라 통계의 중요도에 따라 강조되므로 전문가 판단법으로 가중치를 결정하였음

\* '24년 3분기까지는 통계적, 실증적 근거가 명확하지 않은 경우에 해당하므로 모든 변수에 동일 가중치(EW : Equal Weight)를 적용하였음<sup>14)</sup>

표 4-1		통계별 가중치 적용 방법	
구분	방법	내용	사례 및 특징
임의 가중치		개별 측정지표들의 가중치를 자의적으로 결정	국제경쟁력지수(IMD), 국가경쟁력조사(WEF) 등에서 활용
통계적 가중법	균등가중	개별 측정지표에 동일한 가중치 적용	통계적, 실증적 근거가 명확하지 않은 경우
	주성분분석/ 요인분석	개별지표의 관계에 따른 기여도 반영	가장 대표적인 가중치 산출 방법론
	회귀분석	개별지표의 상관계수를 가중치로 적용	종합지표가 주어져 있거나 명확한 경우
전문가 판단법	계층화 분석법	상대비교로 순위화하여 가중치 부여	개별지표 간의 순위 비교 가능
	예산할당법	예산을 지표에 할당	측정지표가 모두 상이한 것이어야 함
다기준의사분석		정책적 의사결정과 통계적 의사결정을 복합적으로 반영	상충하는 목표를 가지고 복잡한 의사결정 상황을 처리하는 데 사용

14) OECD/JRC European Commission (2008), Handbook on Constructing Composite indicators, Methodology and User Guide

○ 산업별, 통계(매출, 수출, 고용)별 가중치

- '24년 4분기 콘텐츠산업 실태조사와 전문가조사를 통해 가중치를 산출하였음
  - AHP : 신뢰도가 확보된 응답으로 가중치를 산출(신뢰도 계수(CR)가 0.1 이하인 응답)
    - 산업별 가중치 = 실태조사의 CR이 0.1 이하인 655인의 응답으로 가중치 산출
    - 산업 전체 가중치 = 전문가조사의 CR이 0.1 이하인 6인의 응답으로 가중치 산출
  - 비중 : AHP와의 비교를 위하여 응답 전체의 비중평균을 산출하였음
    - 산업별 가중치<sup>15)</sup> = 실태조사 2,501인의 비중 평균
    - 산업 전체 가중치<sup>16)</sup> = 전문가 17인의 비중 평균
- ※ '23년 1분기~'24년 4분기의 CV(변동계수)는 AHP(12.8%), 비중(8.3%), 균등(11.4%)  
AHP 가중이 상대적으로 분기별 변동을 더 잘 설명할 수 있음

표 4-2 AHP 및 비중별 가중치 비교

산업	AHP			비중		
	매출액	종사자수	수출액	매출액	종사자수	수출액
출판	60.63%	10.28%	29.09%	76.64%	19.62%	3.74%
만화	80.17%	9.23%	10.60%	79.87%	16.11%	4.03%
음악	73.86%	14.65%	11.49%	76.64%	18.20%	5.16%
게임	60.67%	21.92%	17.41%	65.12%	13.35%	21.52%
영화	71.59%	11.45%	16.96%	78.66%	19.52%	1.81%
애니메이션	57.85%	15.17%	26.98%	75.67%	21.08%	3.26%
방송 영상	55.47%	8.03%	36.50%	68.51%	26.99%	4.50%
광고	66.24%	9.55%	24.21%	78.22%	20.39%	1.39%
캐릭터	70.78%	12.29%	16.93%	80.07%	16.66%	3.28%
지식정보산업	70.44%	8.16%	21.40%	82.24%	14.56%	3.20%
콘텐츠솔루션	78.06%	9.78%	12.16%	75.31%	22.04%	2.65%
산업 전체	46.42%	17.17%	36.42%	66.81%	18.50%	14.69%

4) 동향지수의 타당성

- 콘텐츠산업과 연관성이 높은 유사 지수들과 콘텐츠산업 동향지수(2020년 100)의 유사성을 비교
  - 서비스업 총지수, 콘텐츠서비스업 생산지수, 국내소비지출, 가계최종소비, 국내소비지출 중 오락, 스포츠 및 문화지출을 '20년 기준으로 지수화한 수치와 비교하였음<sup>17)</sup>
  - 콘텐츠산업 동향지수를 포함한 비교대상 지수들의 경우 1·2분기 대비 3·4분기에 더 높은 것으로 나타남

15) 분기별 콘텐츠산업 동향분석 실태조사 결과 활용

16) 콘텐츠산업 전문가 17인(경제학과 교수, 업계 종사자 16인) AHP 조사 결과 활용

17) 콘텐츠산업 실태조사의 매출액, 수출액과 비교를 위해 각 지수들은 명목지표 활용

표 4-3 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 동향지수

구분	2023년 <sup>p</sup>				2024년 <sup>p</sup>				2025년 <sup>p</sup>
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기
서비스업 총 지수 <sup>18)</sup>	122.4	127.1	126.8	133.4	127.2	131.4	129.6	136.8	129.6
콘텐츠서비스업 생산지수 <sup>19)</sup>	116.8	119.6	123.5	138.4	121.3	125.5	127.6	140.6	125.3
국내소비지출 <sup>20)</sup>	118.6	119.4	121.3	125.0	122.9	123.0	125.7	130.3	125.7
가계최종소비	119.4	119.3	122.4	125.4	122.7	122.3	125.7	128.8	125.5
오락, 스포츠 및 문화소비지출	130.1	157.5	170.4	176.2	135.1	164.3	175.4	180.1	139.4
콘텐츠산업 동향지수	97.1	109.9	114.0	135.7	103.1	109.6	113.2	139.0	110.6

주1: (p)는 추정치를 의미함

○ 콘텐츠산업 동향지수의 타당성을 파악하고자 콘텐츠산업 동향지수와 비교 대상 지수들과의 동행성, 즉 상관관계가 높은지에 대해 분석함<sup>21)</sup>

- ① '21년 상반기부터 '25년 1분기까지, ② 분기별 특성만을 파악하기 위해 '23년 1분기 ~ '25년 1분기까지에 대해 상관분석 결과를 각각 산출함
  - ① '21년 상반기 ~ '25년 1분기까지를 고려했을 때 '국내소비지출 중 오락, 스포츠 및 문화 소비지출(0.747)', '서비스업 총 지수(0.665)' 대비 '국내소비지출 중 '콘텐츠서비스업 생산지수(0.940)'로 콘텐츠산업 동향지수와 상관관계가 높은 것으로 나타남
  - ② 최근 분기의 특성('23년 1분기 ~ '25년 1분기)만을 고려했을 때 '서비스업 총 지수(0.888)', '국내소비지출 중 오락, 스포츠 및 문화지출(0.812)' 대비 '콘텐츠서비스업 생산지수'가 0.967로 콘텐츠산업 동향지수와 상관관계가 높은 것으로 나타남

표 4-4 콘텐츠산업 동향지수와 비교 지수와의 상관분석 결과

구분	전체기간 ( '21년 상반기 ~ '25년 1분기)		9개 분기 ( '23년 1분기 ~ '25년 1분기)	
	상관계수	결정계수	상관계수	결정계수
서비스업 총 지수	0.665	0.442	0.888	0.789
콘텐츠서비스업 생산지수	0.940	0.883	0.967	0.933
국내소비지출	0.636	0.404	0.800	0.562
가계최종소비	0.493	0.243	0.821	0.586
오락, 스포츠 및 문화소비지출	0.747	0.558	0.812	0.623
콘텐츠산업 동향지수	1.000	1.000	1.000	1.000

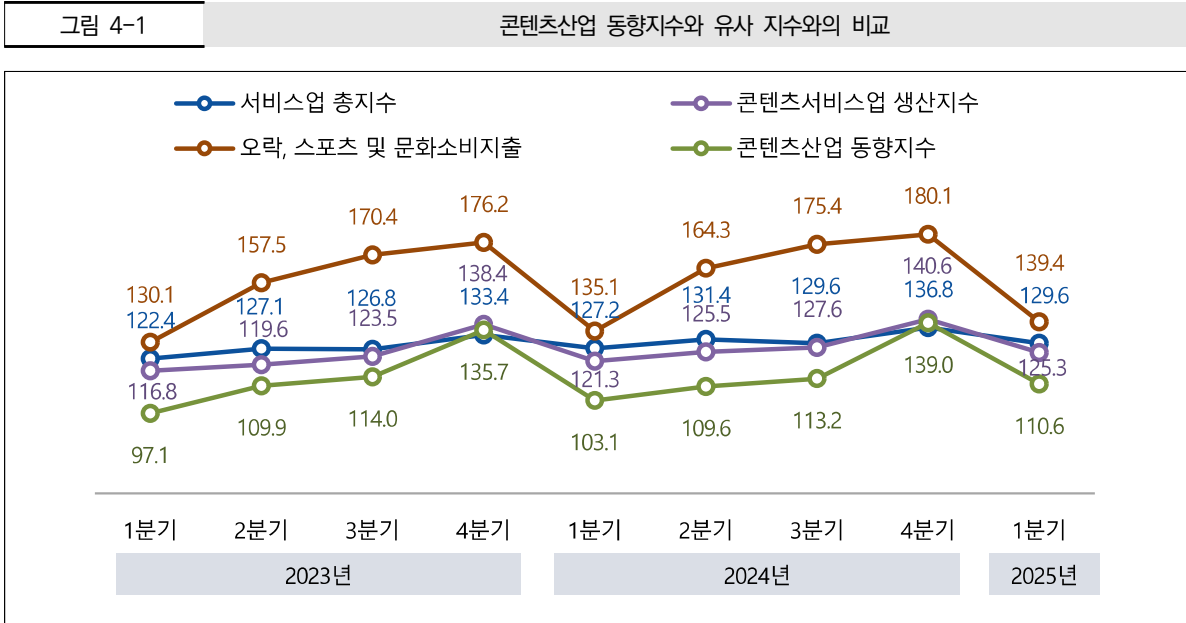
18) 통계청, 서비스업동향조사

19) 통계청, 특수분류별 서비스업 생산지수

20) 한국은행, 「국민계정」, 가계의 목적별 최종소비지출(원계열, 명목, 분기 및 연간)

21) 콘텐츠산업 동향지수는 균등가중과 통계별 가중을 각각 비교하였으며 상관관계는 유사하였음

- 콘텐츠산업 동향지수 유사 지수의 분기별 추이를 살펴보면 ‘서비스업 총 지수’와 ‘콘텐츠서비스업 생산지수’의 분기별 추이가 매우 완만하게 나타남
- 반면, 콘텐츠산업 동향지수와 ‘국내소비지출 중 오락, 스포츠 및 문화지출’의 분기별 추이를 살펴보면 상대적으로 분기별 흐름이 뚜렷하게 나타남



## 2. 콘텐츠산업 동향지수

### 가. 콘텐츠산업 동향지수

#### 1) 콘텐츠산업 동향지수

- '25년 1분기 콘텐츠산업 동향지수(2020년=100)는 110.6임
  - 산업별로 보면 음악(231.0)과 만화(221.6)의 콘텐츠산업 동향지수가 기준 시점 대비 상대적으로 높은 편이며, 영화(75.6)는 낮은 편임. 다만, 각 콘텐츠산업별 규모 차이를 고려해 해석에 유의할 필요가 있음
    - 만화의 경우 네이버 '라인망가', 카카오 '픽코마(Piccoma)' 등 해외 웹툰 플랫폼의 성장과 '나혼자만 레벨업' 등 슈퍼 IP의 영향으로 산업 성장을 견인한 반면, 영화는 코로나19 이후 산업 전반의 침체와 흥행작의 부재로 성장 동력이 부족했던 것으로 보임
- '25년 1분기 콘텐츠산업 부문별 지수는 수출 동향지수(118.4), 수출 동향지수(103.9), 고용 동향지수(103.3) 순으로 나타남
  - 산업별로 보면 만화, 음악, 방송 영상과 광고는 기준 시점(2020=100) 대비 수출 동향지수가 가장 높게 나타남
    - 만화는 네이버 '라인망가', 카카오 '픽코마(Piccoma)' 등 해외 웹툰 플랫폼의 성장 영향
    - 음악은 해외 앨범 판매량 증가와 해외 공연의 활성화의 영향
    - 방송 영상은 넷플릭스 등 글로벌 OTT의 영향
    - 광고는 전자 및 자동차 산업의 글로벌 프로모션 증가의 영향

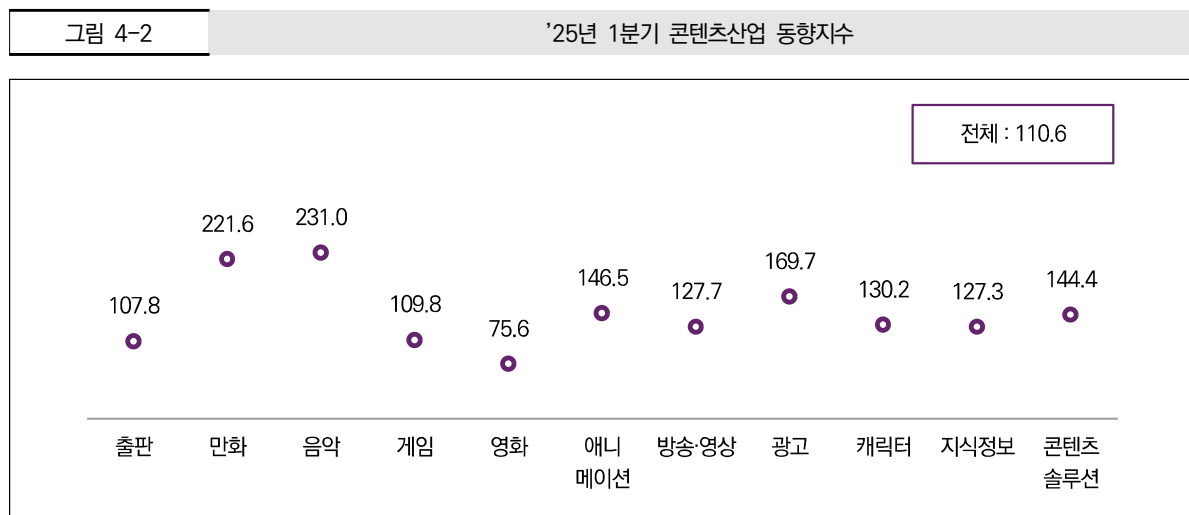


표 4-5 '25년 1분기 콘텐츠산업 동향지수

구분	종합	매출	수출	고용
출판	107.8	113.4	100.0	97.2
만화	221.6	213.7	374.9	114.6
음악	231.0	238.4	332.1	113.8
게임	109.8	122.6	77.2	100.2
영화	75.6	76.6	50.3	106.5
애니메이션	146.5	209.4	29.4	114.6
방송 영상	127.7	103.5	169.9	103.7
광고	169.7	92.1	406.1	108.5
캐릭터	130.2	141.4	98.0	110.1
지식정보	127.3	131.9	123.3	97.6
콘텐츠솔루션	144.4	155.0	93.8	123.3
전체	110.6	118.4	103.9	103.3

## 2) 산업별 콘텐츠산업 동향지수

○ 콘텐츠산업 동향지수는 1분기부터 꾸준히 증가세를 보여 4분기에 정점을 나타내는 추세임

- 산업별로 보면 만화, 게임, 영화, 광고를 모든 산업에서 비슷한 추이를 보임
  - 만화 동향지수는 2분기와 3분기 대비 1분기와 4분기에 높은 편임
  - 게임 동향지수는 전반적으로 분기별 큰 변동 없이 일정한 추이를 보임
  - 영화 동향지수는 4개 분기 중 4분기에 가장 높은 편임
  - 광고 동향지수는 1분기에 가장 저점이며 2분기, 3분기, 4분기에 증가하는 추세임

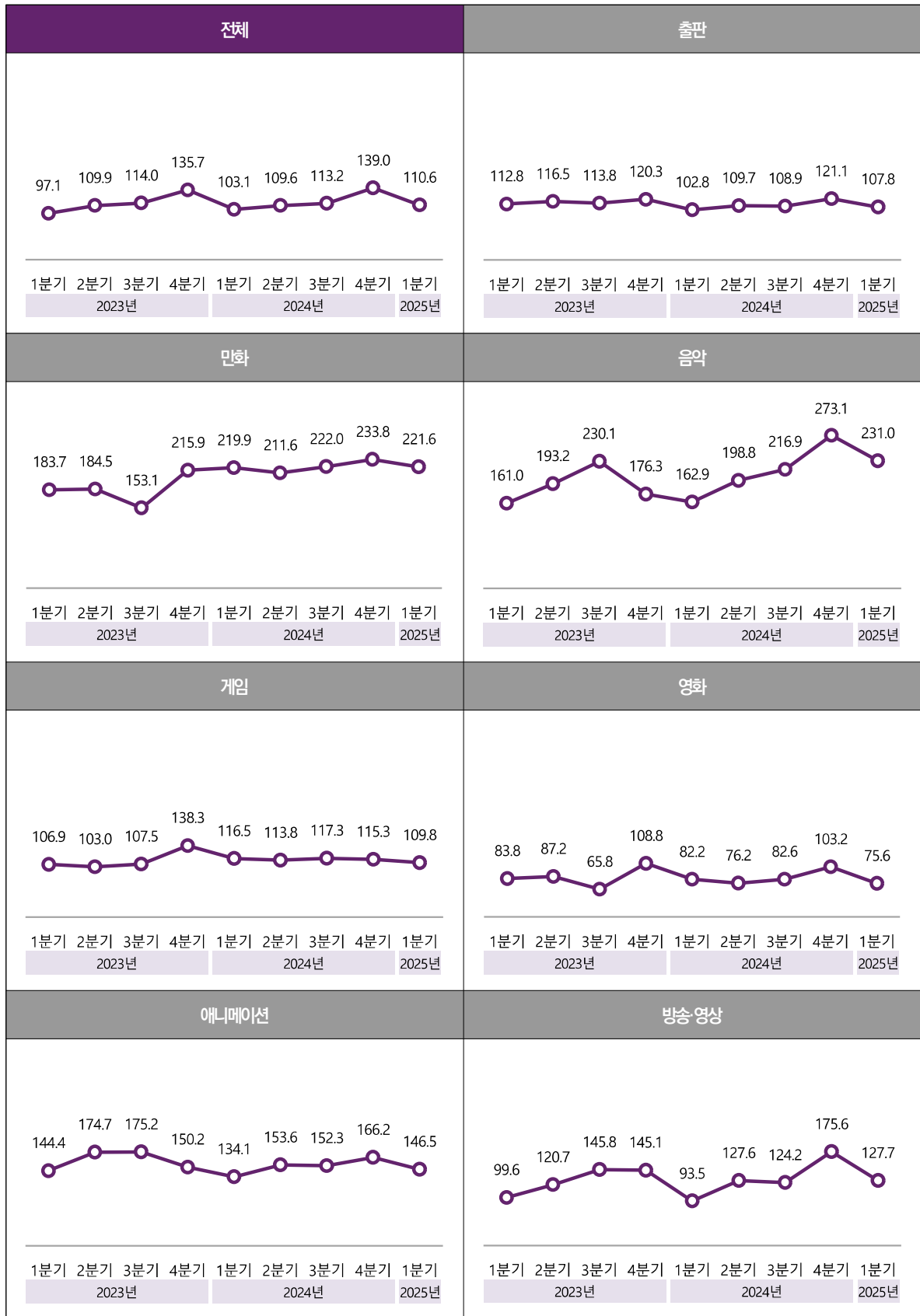
표 4-6 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 동향지수

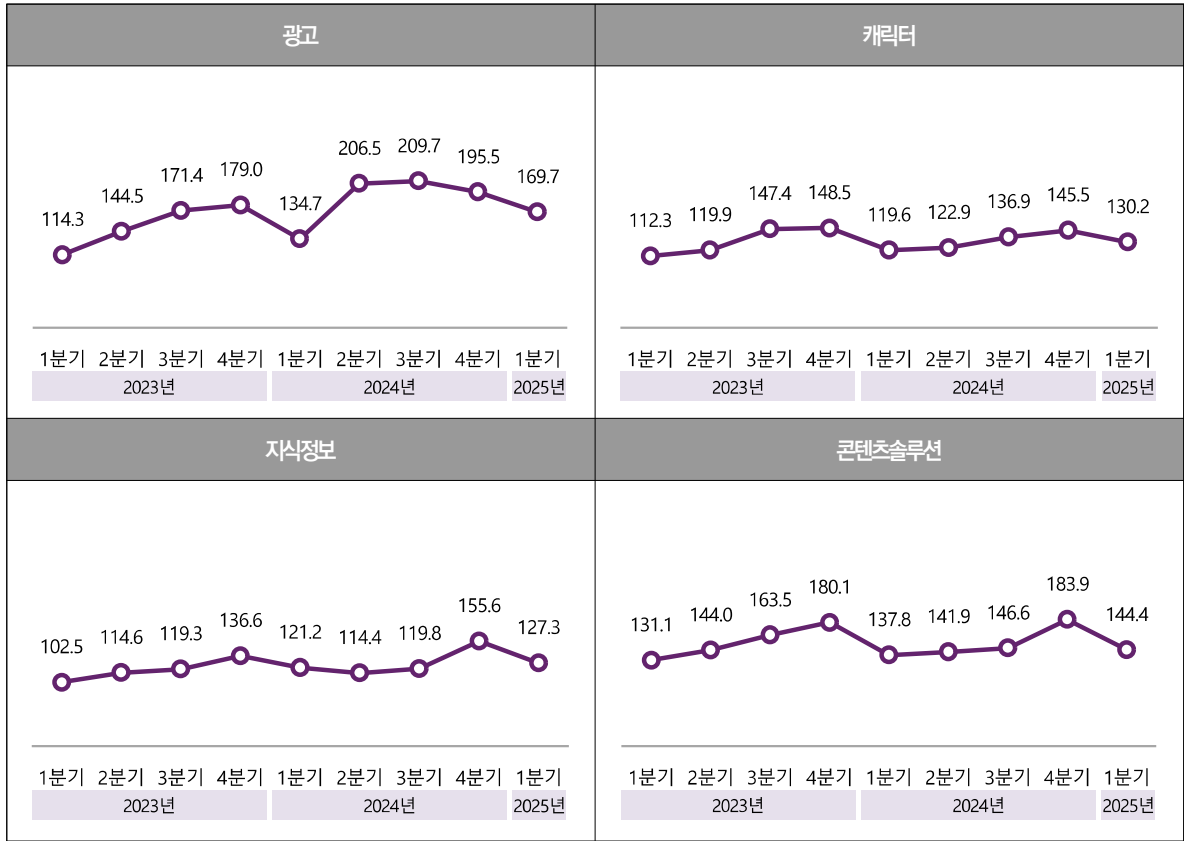
구분	2023년 <sup>p</sup>				2024년 <sup>p</sup>				2025년 <sup>p</sup>
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기
출판	112.8	116.5	113.8	120.3	102.8	109.7	108.9	121.1	107.8
만화	183.7	184.5	153.1	215.9	219.9	211.6	222.0	233.8	221.6
음악	161.0	193.2	230.1	176.3	162.9	198.8	216.9	273.1	231.0
게임	106.9	103.0	107.5	138.3	116.5	113.8	117.3	115.3	109.8
영화	83.8	87.2	65.8	108.8	82.2	76.2	82.6	103.2	75.6
애니메이션	144.4	174.7	175.2	150.2	134.1	153.6	152.3	166.2	146.5
방송 영상	99.6	120.7	145.8	145.1	93.5	127.6	124.2	175.6	127.7
광고	114.3	144.5	171.4	179.0	134.7	206.5	209.7	195.5	169.7
캐릭터	112.3	119.9	147.4	148.5	119.6	122.9	136.9	145.5	130.2
지식정보	102.5	114.6	119.3	136.6	121.2	114.4	119.8	155.6	127.3
콘텐츠솔루션	131.1	144.0	163.5	180.1	137.8	141.9	146.6	183.9	144.4
전체	97.1	109.9	114.0	135.7	103.1	109.6	113.2	139.0	110.6

주1: (p)는 추정치를 의미함

그림 4-3

'23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 동향지수





## 나. 매출 동향지수

- 전체 콘텐츠산업의 매출 동향지수(2020년 100기준)는 1분기부터 꾸준히 증가세를 보여 4분기에 정점을 나타내는 추세임
  - 산업별로 보면 출판, 만화, 게임, 영화와 캐릭터 산업을 제외한 모든 산업에서 전체 콘텐츠 산업의 매출 동향지수와 비슷한 추이를 나타냄
    - 출판과 만화 매출 동향지수는 2분기와 3분기 대비 1분기와 4분기에 높은 편임
    - 게임의 매출 동향지수는 2분기와 4분기 대비 1분기와 3분기에 높은 편임
    - 영화의 매출 동향지수는 1분기부터 3분기까지 유사한 수준을 보이다 4분기에 증가하는 추세임
    - 캐릭터의 매출 동향지수는 1분기와 2분기 대비 3분기와 4분기에 높은 편임

구분	2023년 <sup>p</sup>				2024년 <sup>p</sup>				2025년 <sup>p</sup>
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기
출판	118.0	104.0	102.4	117.1	113.5	104.1	109.1	113.8	113.4
만화	185.5	173.9	140.3	214.4	202.6	196.6	200.5	210.1	213.7
음악	180.3	217.5	264.6	170.9	168.8	205.2	229.0	290.8	238.4
게임	119.2	104.5	114.8	147.9	133.7	129.2	133.7	116.9	122.6
영화	89.2	90.1	59.6	109.2	84.9	74.3	78.7	110.4	76.6
애니메이션	188.8	229.5	189.4	211.2	179.8	198.7	196.7	206.5	209.4
방송·영상	104.9	120.0	125.5	112.3	110.3	111.4	113.3	113.8	103.5
광고	87.5	105.9	137.9	114.5	85.9	109.3	113.3	142.8	92.1
캐릭터	118.7	121.6	158.8	154.7	127.7	131.3	153.8	144.2	141.4
지식정보	105.8	112.2	127.1	142.8	124.2	127.2	129.9	143.7	131.9
콘텐츠솔루션	143.4	156.2	182.0	195.3	147.9	152.3	161.0	190.2	155.0
전체	110.5	114.5	125.9	129.8	115.3	118.3	123.8	134.0	118.4

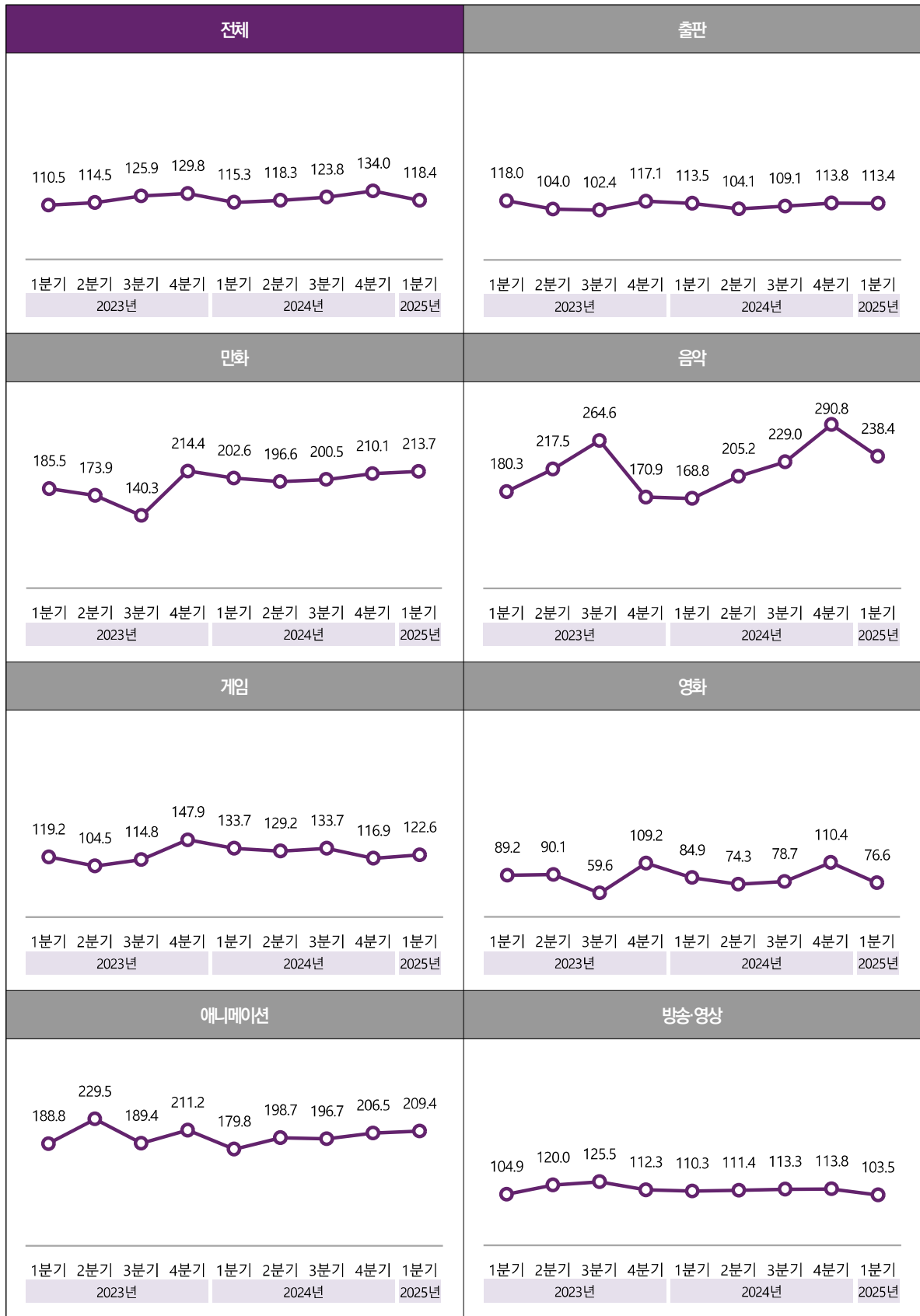
주1: (p)는 추정치를 의미함

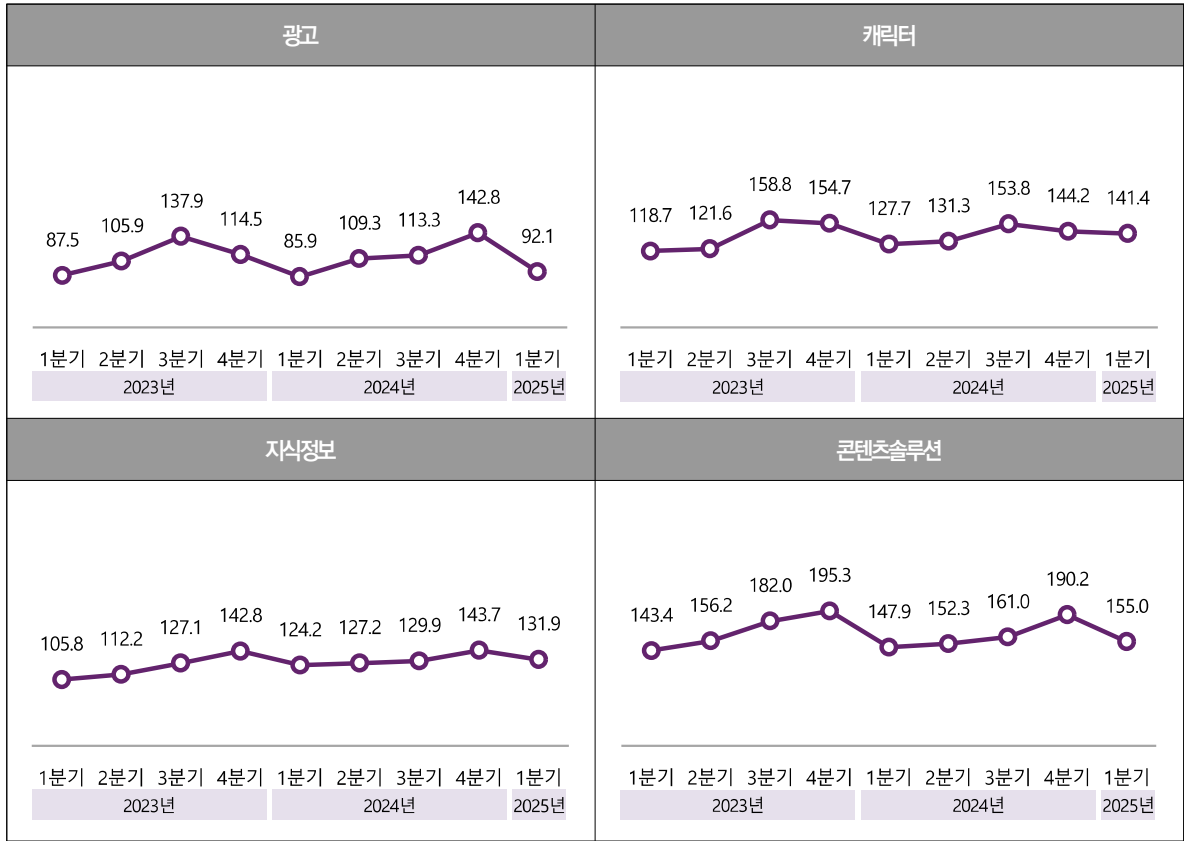
주2: 영화산업은 영화산업진흥위원회의 '22년 모집단의 변동에 따른 변화를 반영하기 위해 보정비(=20년 연간 매출액/22년 연간 매출액)를 반영함

주3: 캐릭터산업은 '21년 콘텐츠산업통계의 조정을 반영하기 위해 보정비(=20년 연간 매출액/21년 연간 매출액)를 반영함

그림 4-4

'23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 매출 동향지수





## 다. 수출 동향지수

- 전체 콘텐츠산업의 수출 동향지수(2020년 100기준)는 4개 분기 중 4분기에 가장 높은 편임
  - 산업별로 보면 영화와 광고 산업을 제외한 모든 산업이 전체 콘텐츠산업의 수출 동향지수와 비슷한 추이를 나타냄
    - 영화의 수출 동향지수는 1분기와 2분기 대비 3분기와 4분기에 높은 편임
    - 광고의 수출 동향지수는 1분기와 4분기 대비 2분기와 3분기에 높은 편임

표 4-8 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 수출 동향지수

구분	2023년 <sup>p</sup>				2024년 <sup>p</sup>				2025년 <sup>p</sup>
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기
출판	107.2	149.1	143.3	134.8	82.6	125.6	112.4	144.4	100.0
만화	229.9	319.8	274.6	310.7	441.3	406.1	472.5	511.4	374.9
음악	106.3	147.9	165.9	299.4	190.9	265.2	270.7	363.3	332.1
게임	71.2	99.0	88.6	150.9	76.4	80.0	84.7	131.3	77.2
영화	44.0	61.3	64.0	107.3	53.4	63.5	81.8	70.0	50.3
애니메이션	64.8	90.1	178.4	37.7	46.8	79.5	79.1	109.4	29.4
방송 영상	90.0	125.2	185.7	203.8	65.6	157.7	145.6	285.6	169.9
광고	190.4	264.9	287.8	383.1	278.7	510.5	513.1	374.0	406.1
캐릭터	84.5	117.5	124.8	147.4	91.3	94.2	84.8	175.8	98.0
지식정보	93.1	129.5	102.7	131.2	120.7	78.3	95.0	217.0	123.3
콘텐츠솔루션	59.4	82.7	76.4	128.7	84.2	89.9	72.8	192.2	93.8
전체	77.0	107.1	103.9	158.5	87.4	101.1	104.4	162.4	103.9

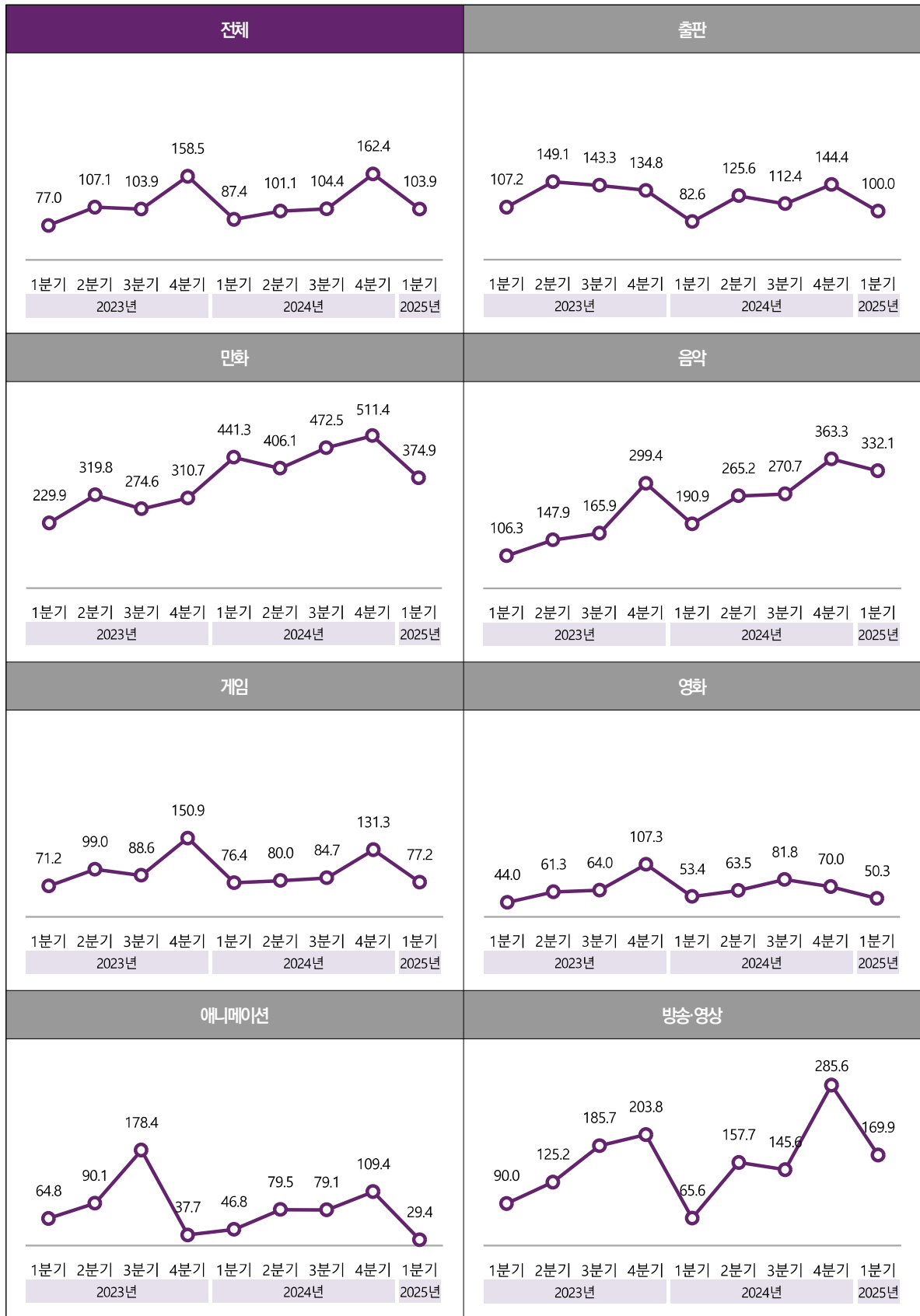
주1: (p)는 추정치를 의미함

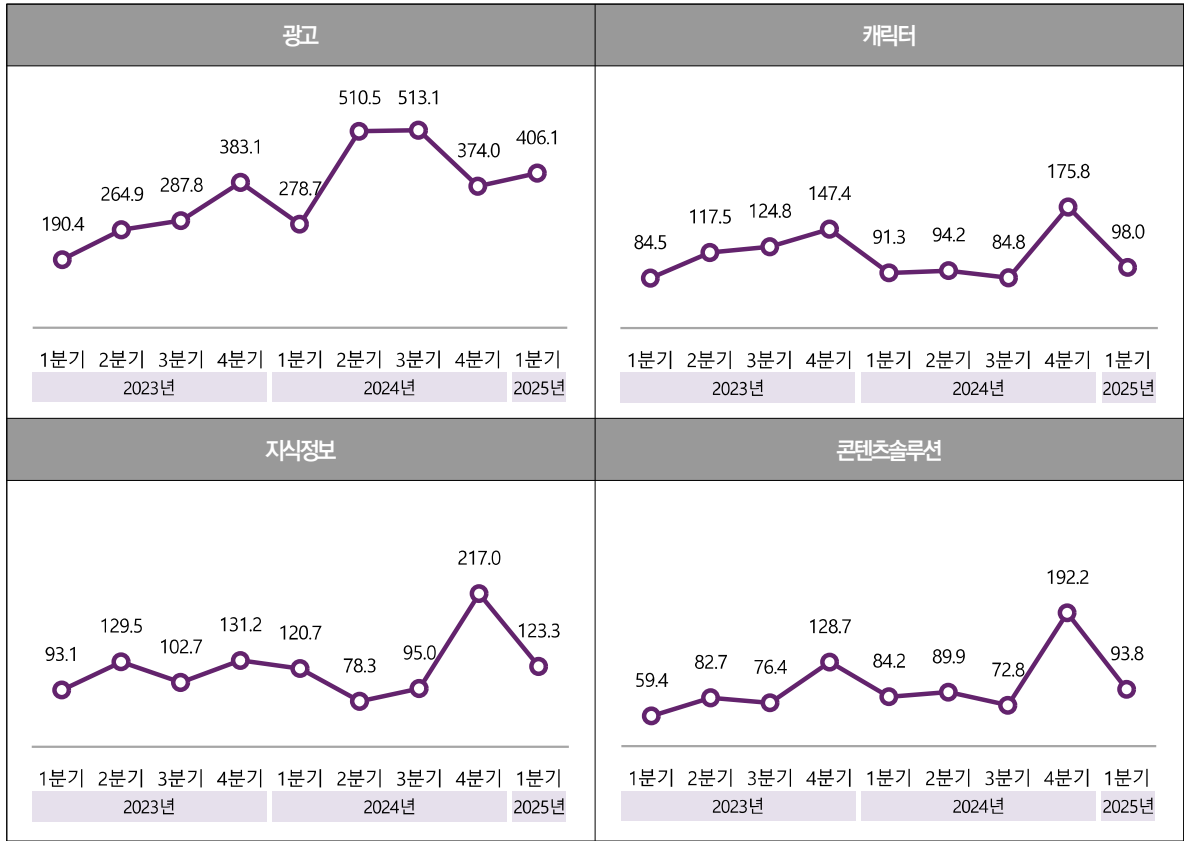
주2: 영화산업은 영화산업진흥위원회의 '22년 모집단의 변동에 따른 변화를 반영하기 위해 보정비(=20년 연간 수출액/22년 연간 수출액)를 반영함

주3: 캐릭터산업은 '21년 콘텐츠산업통계의 조정을 반영하기 위해 보정비(=20년 연간 수출액/21년 연간 수출액)를 반영함

그림 4-5

'23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 수출 동향지수





## 라. 고용 동향지수

- 전체 콘텐츠산업의 고용 동향지수(2020년 100기준)는 분기별 뚜렷한 추이 없이 유사한 수준임
  - 산업별로 보면 만화를 제외한 모든 산업의 경우 전체 콘텐츠산업의 고용 동향지수와 비슷한 추이를 보임
    - 만화의 고용 동향지수는 4개 분기 중 3분기에 가장 높은 편임. 이는 만화산업 특성상 신입 채용이 주로 3분기에 이루어지기 때문으로 타 산업 대비 뚜렷한 경향을 보임

표 4-9 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 고용 동향지수

구분	2023년 <sup>p</sup>				2024년 <sup>p</sup>				2025년 <sup>p</sup>
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기
출판	98.4	98.1	98.0	98.1	97.2	97.7	97.9	97.9	97.2
만화	114.2	120.4	124.9	120.6	115.9	118.8	121.5	120.9	114.6
음악	106.5	106.5	106.2	106.8	110.5	114.6	113.5	113.2	113.8
게임	101.3	101.9	102.1	102.0	100.6	98.2	97.9	98.2	100.2
영화	108.9	107.6	107.4	108.2	108.4	106.8	108.0	107.6	106.5
애니메이션	116.7	116.0	115.0	117.3	115.3	113.2	113.1	113.2	114.6
방송 영상	106.4	105.7	104.6	104.7	104.7	103.1	102.0	103.2	103.7
광고	107.3	107.5	108.9	108.3	108.1	110.4	109.6	108.4	108.5
캐릭터	113.6	113.1	112.7	114.6	111.5	114.2	111.0	111.3	110.1
지식정보	98.8	96.5	95.6	97.3	97.1	97.9	97.8	97.5	97.6
콘텐츠솔루션	122.3	123.3	124.0	122.9	124.0	123.5	123.3	123.5	123.3
전체	103.5	103.2	103.2	103.4	103.2	103.7	103.4	103.3	103.3

주1: (p)는 추정치를 의미함

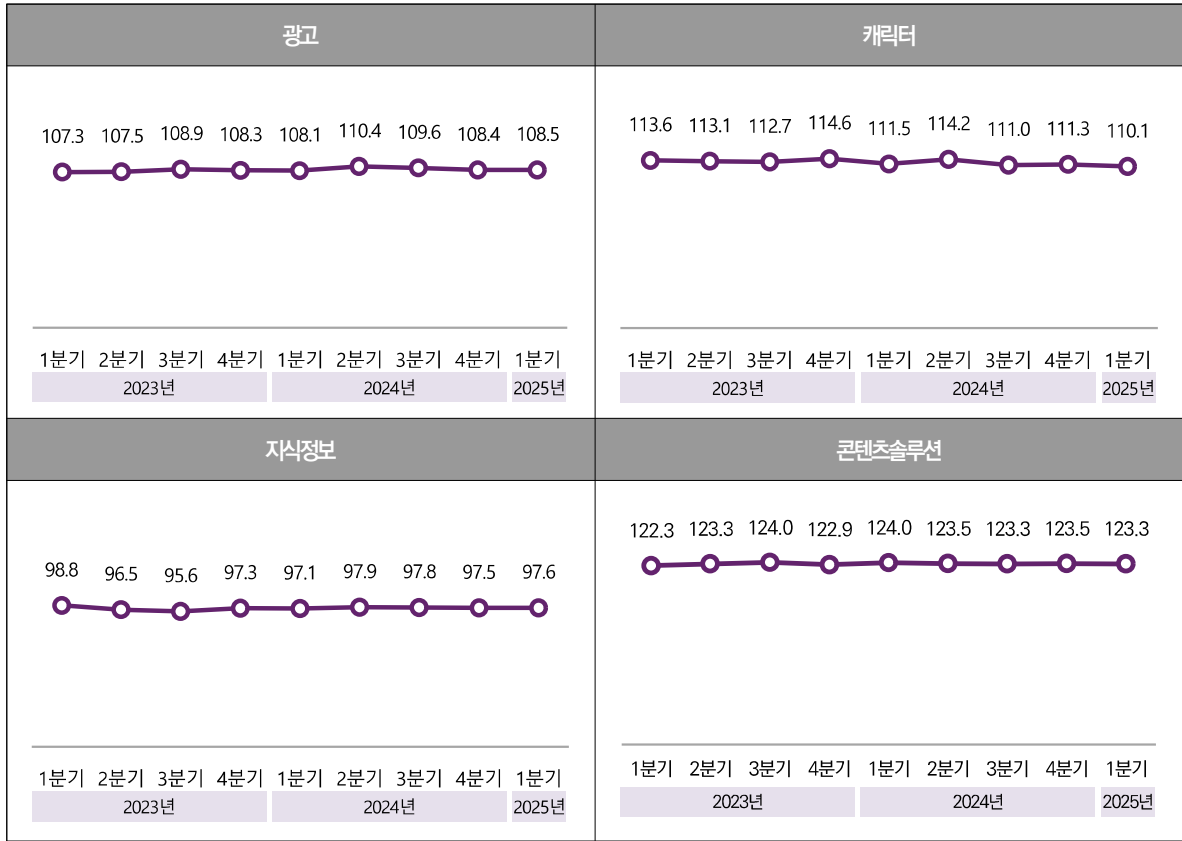
주2: 영화산업은 영화산업진흥위원회의 2022년 모집단의 변동에 따른 변화를 반영하기 위해 보정비(=20년 연간 종사자 수/22년 연간 종사자 수)를 반영함

주3: 캐릭터산업은 '21년 콘텐츠산업통계의 조정을 반영하기 위해 보정비(=20년 연간 종사자수/21년 연간 종사자 수)를 반영함

그림 4-6

'23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 고용 동향지수





## 제5장

# 2025년 1분기 콘텐츠산업 관련 거시경제 동향

1. 조사 개요
2. 산업생산 변화 추이
3. 투자 변화 추이
4. 소비지출 변화 추이
5. 수출 및 고용 변화 추이



# 제5장 2025년 1분기 콘텐츠산업 관련 거시경제 동향

## 1. 조사 개요

### 가. 분석 목적

- 콘텐츠산업의 ① 생산, ② 투자, ③ 소비지출, ④ 수출, ⑤ 고용 변화에 영향을 미치는 주요 거시경제 지표들을 수집하여 재구성한 후, 연관 산업과의 비교분석 등을 통해 콘텐츠산업의 총체적인 활동 동향을 분석함

### 나. 분석 대상 및 방법

#### 1) 분석 개요

- 생산변화는 통계청 서비스업생산지수 중 콘텐츠산업과 연관성이 높은 항목으로 재집계하여 분석
- 투자변화는 콘텐츠산업의 국내외 투자 현황 분석을 위해 산업통상자원부에서 제공하는 외국인 투자 통계 및 한국수출입은행의 해외투자통계 중 콘텐츠산업과 관련성이 높은 분야를 집계하여 재구성
- 모태펀드/자펀드 투자현황은 문화체육관광부의 모태펀드/자펀드 투자현황 보고를 참조하여 부문별로 집계함
- 소비지출변화는 통계청 가계동향조사의 전국 가구당 월평균 가계수지를 분기별로 집계함
- 통계청 소비자동향조사의 소비자심리지수, 가계수입, 소비지출전망 CSI를 매월 전체 및 부문별로 집계하여 분석함
- 국제수지변화는 한국은행의 국제수지통계 중 개인·문화·여가 서비스 국제 수지를 중심으로 재집계하여 분석함
- 고용변화의 경우에는 통계청 경제활동인구조사 자료를 바탕으로 월별 고용률과 실업률을 집계하고, 한국고용정보원에서 발표하는 구인·구직 및 취업동향 데이터 중 콘텐츠산업과 관련성이 높은 분야를 중심으로 월별 및 분기·반기별로 취합하여 재집계함

표 5-1 콘텐츠산업 분야별 세부업종(서비스업생산지수 中)

구분	세부 업종
제작업	서적 및 기타 인쇄물 출판업 / 영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작 및 배급업
도매업	위생용품, 문구용품 및 출판 인쇄물 도매업 / 컴퓨터 및 통신장비 도매업
소매업	문화, 오락 및 여가용품 소매업
임대업	개인 및 가정용품 임대업
서비스업	오락장 운영업 / 영화 및 비디오물 상영업 / 정보서비스업(자료처리, 호스팅, 포털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업, 기타 정보 서비스업)

표 5-2 콘텐츠산업 거시경제 동향 인용자료

구분	인용자료	수집시기
생산동향	통계청 서비스생산지수	'25년 6월
투자동향	산업통상자원부 외국인투자통계 한국수출입은행 해외투자통계 문화체육관광부 모태펀드/자펀드 투자현황보고	
소비지출동향	통계청 가계동향조사 통계청 소비자동향조사	
수출동향	한국은행 국제수지통계	
고용동향	통계청 경제활동인구조사 한국고용정보원 워크넷 구인구직통계현황	

## 2. 산업생산 변화 추이

### 가. 생산동향

#### 1) 2025년 1분기 콘텐츠산업 생산 변화 추이

- '25년 1분기 콘텐츠산업 생산지수(2020년 100기준)<sup>22)</sup>는 116.6으로 전분기 대비 9.1%, 전년 동기 대비 6.4% 감소함
  - 콘텐츠산업 생산지수는 상승과 하락을 반복하며 '25년 1분기에 최근 5개 분기 중 가장 낮았음
  - 콘텐츠산업별로 살펴보면 콘텐츠서비스업(144.3), 콘텐츠도매업(119.0), 콘텐츠임대업(117.9), 콘텐츠소매업(93.0), 콘텐츠제작업(83.9) 순으로 나타남
- '25년 1분기 콘텐츠산업 생산지수를 연관 산업과 비교한 결과, 예술스포츠 및 여가관련 서비스업(148.4)보다는 낮은 수준이며, 정보통신업(110.7)과 서비스업 생산지수(114.5)보다는 높은 수준임
  - 정보통신업의 '25년 1분기 생산지수는 110.7로 전분기 대비 14.6% 감소, 전년 동기 대비 1.0% 증가함. 정보통신업의 생산지수는 1분기에서 4분기로 갈수록 증가하는 추이임
  - 예술스포츠 및 여가관련 서비스업의 생산지수는 '24년 2분기 이후 하락세를 보임

22) 콘텐츠산업생산지수는 서비스업생산지수의 세부항목 중 콘텐츠산업 관련 업종만을 재집계하였으며, 콘텐츠산업을 콘텐츠제작업, 콘텐츠도매업, 콘텐츠소매업, 콘텐츠임대업, 콘텐츠서비스업으로 구성함. 콘텐츠산업의 세분류별 구성 항목은 <표5-3>의 주석 참고

※ 생산지수의 경우 통계청 데이터 업데이트 시 이전 분기 또는 월 데이터의 기준 수치에 다소 간의 변동이 발생하기 때문에 전기보고서 상의 수치와 차이가 있을 수 있음(본 보고서 상의 수치는 '25년 6월 기준)

※ 콘텐츠산업생산지수와 세부항목 중 콘텐츠제작업은 '24년 4분기에 업종 분류를 재정비하였기에 전기보고서 상의 수치와 차이가 있을 수 있음

## 2) 가치사슬 단계별 콘텐츠산업의 분기별 생산 변화

- 콘텐츠산업의 최근 5개 분기 생산지수를 살펴보면 '24년 2분기에 120.8까지 감소한 이후 소폭 상승세를 보였으나 '25년 1분기에 전분기 대비 9.1% 감소한 116.6을 기록함
  - 콘텐츠산업별로 살펴보면 콘텐츠제작업의 경우 1분기부터 4분기 중 4분기에 가장 높은 경향을 보임. '25년 1분기에는 최근 5개 분기 중 가장 낮은 83.9를 기록함
  - 콘텐츠도매업은 1분기부터 4분기 중 2분기에 낮은 경향을 보임. '24년 2분기 95.6을 기록한 이후 꾸준히 증가했으나, '25년 1분기에 전분기 대비 0.7% 감소한 119.0을 기록함
  - 콘텐츠소매업은 1분기부터 4분기 중 3분기에 낮은 경향을 보임. '25년 1분기에는 최근 5개 분기 중 가장 낮은 93.0을 기록했으며 이는 '24년 3분기 93.7보다도 낮은 수준임
  - 콘텐츠임대업은 1분기부터 4분기까지 꾸준히 증가하는 경향을 보임. '25년 1분기는 전년 동기 대비 3.2% 증가한 117.9를 기록함
  - 콘텐츠서비스업은 1분기부터 4분기 중 3분기에 가장 높은 경향을 보임
    - 오프라인 서비스업은 '24년 3분기(179.1)에 가장 높은 지수를 기록한 이후 하락세를 보임
    - 온라인 서비스업은 '24년 1분기부터 상승과 하락을 반복함
- 콘텐츠산업 생산지수를 연관 산업 생산지수와 비교해보면 모두 콘텐츠산업의 생산지수와 다른 추이를 보임
  - 정보통신업은 1분기에 가장 낮고, 4분기에 가장 높은 경향을 보임
  - 예술스포츠 및 여가 관련 서비스업은 '24년 2분기(195.6)에 가장 높은 지수를 기록한 이후 하락세를 보임
  - 서비스업생산지수는 분기별 뚜렷한 추이 없이 등락세를 보임

표 5-3

'24년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 생산변화

구분		2024년				2025년
		1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기
콘텐츠산업	지수	124.6	120.8	124.7	128.2	116.6
	전분기대비	△6.9%	△3.1%	3.3%	2.8%	△9.1%
	전년동기대비	2.0%	△3.3%	△4.6%	△4.2%	△6.4%
콘텐츠제작업	지수	92.7	87.3	89.0	100.0	83.9
	전분기대비	△14.6%	△5.9%	2.0%	12.3%	△16.1%
	전년동기대비	△1.9%	△4.4%	△7.7%	△7.9%	△9.5%
콘텐츠도매업	지수	108.6	95.6	101.3	119.8	119.0
	전분기대비	△4.4%	△12.0%	5.9%	18.3%	△0.7%
	전년동기대비	5.0%	△3.1%	△5.4%	5.4%	9.5%
콘텐츠소매업	지수	99.4	97.0	93.7	98.4	93.0
	전분기대비	△8.1%	△2.4%	△3.4%	5.0%	△5.5%
	전년동기대비	△9.3%	△10.9%	△11.6%	△9.1%	△6.4%
콘텐츠임대업	지수	114.2	124.1	126.6	127.2	117.9
	전분기대비	△8.1%	8.7%	2.0%	0.5%	△7.3%
	전년동기대비	4.5%	0.4%	4.8%	2.4%	3.2%
콘텐츠서비스업	지수	168.5	166.7	173.9	163.0	144.3
	전분기대비	△4.4%	△1.0%	4.3%	△6.3%	△11.5%
	전년동기대비	4.3%	△2.2%	△3.9%	△7.5%	△14.4%
오프라인 서비스업	지수	169.8	165.5	179.1	149.0	132.8
	전분기대비	△3.0%	△2.5%	8.2%	△16.8%	△10.9%
	전년동기대비	1.1%	△8.2%	△7.2%	△14.9%	△21.8%
온라인 서비스업	지수	166.0	169.2	163.5	191.1	167.4
	전분기대비	△7.1%	1.9%	△3.4%	16.9%	△12.4%
	전년동기대비	11.6%	12.2%	4.2%	7.0%	0.8%
정보통신업 <sup>3)</sup>	지수	109.6	113.4	114.3	129.7	110.7
	전분기대비	△16.1%	3.5%	0.8%	13.5%	△14.6%
	전년동기대비	4.2%	3.9%	2.0%	△0.7%	1.0%
예술·스포츠 및 여가관련 서비스업	지수	154.7	195.6	186.5	182.8	148.4
	전분기대비	△17.9%	26.4%	△4.7%	△2.0%	△18.8%
	전년동기대비	5.7%	3.3%	1.0%	△3.0%	△4.1%
서비스업 생산지수	지수	114.1	117.6	115.6	122.0	114.5
	전분기대비	△5.9%	3.1%	△1.7%	5.5%	△6.1%
	전년동기대비	2.1%	1.6%	0.2%	0.6%	0.4%

출처 : 통계청(2025). 서비스업생산지수 재구성

주1: 콘텐츠산업 생산지수는 재구성한 콘텐츠산업 세부류의 지수 평균

주2: 콘텐츠제작업 '서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업, '영화, 비디오물, 방송프로그램 제작 및 보급업' 지수 평균

주3: 콘텐츠도매업: '위생용품, 문구용품 및 출판 인쇄물 도매업, '컴퓨터 및 통신장비 도매업' 지수 평균

주4: 콘텐츠소매업: '문화, 오락 및 여가 용품 소매업' 지수

주5: 콘텐츠임대업: '개인 및 가정용품 임대업' 지수

주6: 콘텐츠서비스업: '영화 및 비디오물 상영업, '오락장 운영업, '정보서비스업' 지수 평균이며, 이중 '영화 및 비디오물 상영업, '오락장 운영업'의 지수 평균을 오프라인서비스업, '정보서비스업'을 온라인 서비스업으로 정의

23) 전, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업

### 3) 가치사슬 단계별 콘텐츠산업의 월별 생산 변화

- '25년 3월 기준 콘텐츠산업 생산지수는 118.2로 전월 대비 4.8% 증가, 전년 동월 대비 8.3% 감소함
- '25년 3월 기준 콘텐츠산업별 월별 생산 추이는 아래와 같음
  - 콘텐츠제작업과 콘텐츠서비스업은 '25년 2월에 전월 대비 감소한 이후, '25년 3월 소폭 증가함
  - 콘텐츠도매업은 '25년 2월에 전월 대비 증가한 이후 '25년 3월에 감소하여 114.2를 기록함
  - 콘텐츠소매업과 콘텐츠임대업은 '25년 1월부터 3월까지 꾸준히 증가함
  - 콘텐츠서비스업은 '25년 2월에 전월 대비 감소한 이후, '25년 3월에 증가하여 141.0을 기록함
    - 오프라인 서비스업의 경우 '25년 3월(125.9)에 전월 대비 3.8% 증가함
    - 온라인 서비스업은 '25년 2월 157.9로 전월 대비 감소했으나, '25년 3월에는 8.5% 증가하여 171.3을 기록함
- '25년 3월 기준 콘텐츠산업 생산지수를 연관 산업과 비교한 결과, 정보통신업(115.4)보다는 높은 수준이며, 예술 스포츠 및 여가관련 서비스업(177.1)과 서비스업 생산지수(119.7)보다는 낮은 수준임
  - 정보통신업의 '25년 3월 생산지수는 115.4로 전월 대비 7.4% 증가함
  - 예술 스포츠 및 여가관련 서비스업의 '25년 3월 생산지수는 177.1로 전월 대비 37.4% 증가, 전년 동월 대비 2.0% 감소함
  - 서비스업생산지수는 '25년 3월 119.7로 전월 대비 7.7%, 전년 동월 대비 0.8% 증가함

표 5-4

'25년 1분기 콘텐츠산업 생산변화(월별)

구분		2025년 1분기		
		1월	2월	3월
콘텐츠산업	자수	118.9	112.7	118.2
	전월대비	△19.6%	△5.2%	4.8%
	전년동월대비	△2.0%	△8.9%	△8.3%
콘텐츠제작업	자수	82.3	77.8	91.6
	전월대비	△31.2%	△5.5%	17.8%
	전년동월대비	△10.9%	△11.2%	△6.7%
콘텐츠도매업	자수	115.4	127.3	114.2
	전월대비	△14.7%	10.4%	△10.3%
	전년동월대비	0.7%	17.0%	11.6%
콘텐츠소매업	자수	84.9	86.2	107.9
	전월대비	△16.6%	1.5%	25.2%
	전년동월대비	△9.4%	△6.4%	△3.9%
콘텐츠임대업	자수	114.7	117.9	121.2
	전월대비	△9.5%	2.8%	2.8%
	전년동월대비	1.1%	4.4%	4.3%
콘텐츠서비스업	자수	158.4	133.5	141.0
	전월대비	△19.8%	△15.7%	5.7%
	전년동월대비	0.8%	△22.3%	△20.2%
오프라인 서비스업	자수	151.1	121.3	125.9
	전월대비	△20.6%	△19.8%	3.8%
	전년동월대비	△0.1%	△33.2%	△28.7%
온라인 서비스업	자수	173.0	157.9	171.3
	전월대비	△18.2%	△8.7%	8.5%
	전년동월대비	2.6%	3.5%	△3.2%
정보통신업 <sup>24)</sup>	자수	109.4	107.4	115.4
	전월대비	△31.5%	△1.8%	7.4%
	전년동월대비	2.2%	0.8%	0.0%
예술·스포츠 및 여가관련 서비스업	자수	139.3	128.9	177.1
	전월대비	△24.9%	△7.5%	37.4%
	전년동월대비	△0.4%	△10.2%	△2.0%
서비스업 생산지수	자수	112.6	111.1	119.7
	전월대비	△14.4%	△1.3%	7.7%
	전년동월대비	△0.9%	1.0%	0.8%

출처 : 통계청(2025). 서비스업생산지수 재구성

24) 전, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업

## 나. 생산변화 전망

### 1) 2025년 1분기 국내외 경제 환경 변화<sup>25)</sup>

- '25년 1분기 실질 국내총생산(GDP)은 전기 대비 0.2%, 전년 동기 대비 0.1% 감소
  - 국내총생산에 대한 지출을 항목별로 살펴보면 지식재산생산물투자를 제외한 모든 항목에서 전기 대비 감소함
    - 민간소비는 서비스 소비(오락문화, 의료 등) 부진으로 0.1% 감소
    - 정부소비는 건강보험급여비 지출이 줄어 0.1% 감소
    - 건설투자는 건물건설을 중심으로 3.2% 감소
    - 설비투자는 기계류(반도체제조용장비 등)가 줄어 2.1% 감소
    - 수출은 화학제품, 기계 및 장비 등이 줄어 1.1% 감소했으며, 수입은 에너지류(원료, 천연가스 등)를 중심으로 2.0% 감소

표 5-5

국내총생산에 대한 지출

(2020년 연쇄가격 기준, 계절조정계열 전기 대비, %)

구분	2023년(p)				2024년(p)				2025년(p)	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
국내총생산 (GDP)	0.4 (1.1)	0.6 (1.0)	0.8 (1.4)	0.5 (2.1)	1.3 (3.3)	△0.2 (2.3)	0.1 (1.5)	0.1 (1.2)	△0.2 (△0.2)	△0.1 (△0.1)
민간소비	0.5	△0.3	0.1	0.4	0.7	△0.2	0.5	0.2	△0.1	(0.5)
정부소비	0.4	△2.1	0.3	0.5	0.8	0.6	0.6	0.7	△0.1	(1.9)
건설투자	0.6	0.2	1.9	△3.8	3.3	△1.7	△3.6	△4.5	△3.2	(△12.2)
설비투자	△1.4	0.4	△2.0	2.8	△2.0	△1.2	6.5	1.2	△2.1	(4.2)
지식재산생산물투자	△0.2	1.0	0.8	△0.2	0.8	△0.9	0.0	0.3	0.3	(△0.3)
*재고증감	0.2	△0.4	△0.3	△0.4	△0.3	0.3	0.3	0.0	0.0	(0.6)
수출	4.2	1.1	1.9	3.9	1.8	1.2	△0.2	0.8	△1.1	(0.6)
수입	3.9	△1.8	0.3	1.6	△0.4	1.6	1.6	0.1	△2.0	(1.2)

출처 : 한국은행(2025.04.24.), 2025년 1/4분기 및 연간 실질 국내총생산(속보)

주1: 재고증감은 GDP에 대한 성장기여도(%p)

주2: ( ) 내는 원계열 전년 동기 대비 증감을, 실질 GDP 속보치는 분기 최종월의 일부 실적치 자료를 이용하지 못하여 전분기에 공표되었거나 추후 공표될 GDP 잠정치와 차이가 있을 수 있음

25) 한국은행 보도자료(2025.1.23.), '2024년 4/4분기 및 연간 실질 국내총생산(속보)'

- '25년 1분기 국내총생산을 경제활동별로 살펴보면 제조업, 건설업을 제외한 모든 부문에서 전기 대비 증가함
  - 전기가스수도사업은 가스, 증기 및 공기조절 공급업을 중심으로 7.9% 증가
  - 서비스업은 금융 및 보험업, 정보통신업 등에서 늘었으나, 운수업, 도소매 및 숙박음식업 등이 줄면서 전분기 수준을 유지함
- 반면, 제조업과 건설업은 전기 대비 감소함
  - 제조업은 화학물질 및 화학제품, 기계 및 장비 등을 중심으로 0.8% 감소
  - 건설업은 건물건설을 중심으로 1.5% 감소

표 5-6 경제활동별 국내총생산

(2020년 연쇄가격 기준, 계절조정계열 전기 대비, %)

구분	2023년(p)				2024년(p)				2025년(p)	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
국내총생산 (GDP)	0.4 (1.1)	0.6 (1.0)	0.8 (1.4)	0.5 (2.1)	1.3 (3.3)	△0.2 (2.3)	0.1 (1.5)	0.1 (1.2)	△0.2	(△0.1)
농림어업	△3.4	2.6	△0.1	△7.4	1.8	4.4	2.4	△3.4	3.2	(6.5)
제조업	1.6	3.0	1.5	1.2	0.9	0.8	0.2	0.2	△0.8	(0.4)
전기가스수도사업	△6.8	3.1	3.1	1.8	△0.1	△1.0	5.9	△5.8	7.9	(6.4)
건설업	1.2	△2.7	3.7	△3.5	5.5	△6.0	△1.4	△4.1	△1.5	(△12.4)
서비스업	0.2	0.1	0.5	0.4	0.9	0.0	0.2	0.4	0.0	(0.7)
(도소매 및 숙박음식업)	△1.4	△3.8	△0.7	0.3	1.1	△1.6	△0.7	△0.1	△0.4	(△2.6)
(운수업)	△2.4	12.0	1.7	3.3	△3.2	6.6	1.1	0.6	△4.4	(3.4)
(금융 및 보험업)	△1.4	0.4	1.0	△1.3	1.6	2.1	0.7	1.5	2.0	(6.5)
(정보통신업)	1.3	△2.4	2.9	0.0	3.2	△5.1	2.2	0.8	2.1	(△0.1)
(의료보건 및 사회복지)	1.8	△0.2	1.4	1.8	1.3	△1.9	2.9	2.5	0.3	(3.9)

출처 : 한국은행(2025.04.24). 2025년 1/4분기 및 연간 실질 국내총생산(속보)

주1: ( ) 내는 원계열 전년 동기 대비 증감률

주2: 도소매 및 숙박음식업, 운수업, 금융 및 보험업, 부동산업, 정보통신업, 사업서비스업, 공공행정 국방 및 사회보장, 교육서비스업, 의료보건 및 사회복지서비스업, 문화 및 기타서비스업 포함

- '25년 3월 생산자 물가지수는 120.36으로 전월 대비, 전년 동월 대비 증가함
  - 정보통신업 생산자 물가지수는 '24년 8월(108.02)부터 꾸준히 증가하여 '25년 3월(109.25)에 가장 높은 지수를 기록함
  - 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스 생산자 물가지수는 상승과 하락을 반복하여 '25년 3월 전월 대비 소폭 증가한 111.44를 기록함

표 5-7 '23년 10월 ~ '25년 3월 생산자물가지수 추이

구분	2023년			2024년												2025년		
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월
전체	117.86	117.41	117.56	118.19	118.55	118.82	119.16	119.25	119.23	119.56	119.38	119.16	119.01	119.10	119.52	120.27	120.33	120.36
정보통신업	103.56	103.62	103.75	105.33	105.33	105.37	105.40	107.93	108.09	108.12	108.02	108.06	108.19	108.23	108.40	109.15	109.17	109.25
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스	111.65	110.52	110.35	109.19	110.53	110.42	111.49	112.01	111.76	112.87	113.12	112.55	112.08	110.80	111.38	112.47	111.27	111.44

출처 : 통계청(2025). 생산자물가지수 재구성

주1: '24년 12월 생산자물가지수의 경우, 공표시점에 따라 상이할 수 있어 전기 보고서 수치와 다를 수 있음

## 2) 2025년 1분기 이후의 국내외 경제 환경 전망

- '25년 4월 기준 한국은행 경제전망 보고서에서는 美-中 무역 갈등 완화에도 높은 수준의 美관세와 향후 협상 과정의 불확실성 등을 고려하여 '25년과 '26년 세계 경제 성장률을 2.7%로 전제<sup>26)</sup>함
  - 미국은 관세인상의 영향이 나타나면서 물가 오름세가 확대되고 내수모멘텀은 약화되어 '26년 1.9%로 조정함
  - 유로지역은 통화정책 완화 지속에서 불구, 美관세정책의 영향으로 완만한 성장세가 전망됨
  - 중국은 적극적인 내수진작책이 통상 충격을 상당부분 상쇄할 것으로 평가됨
- 세계교역은 美관세인상의 영향이 본격화되면서 증가세가 둔화될 것이라고 전망됨에 따라 '25년과 '26년은 각각 2.4%, 2.5%로 예상
  - 원유도입단가(기간 평균)는 배럴당 '25년 69달러, '26년 65달러 수준으로 전망됨

표 5-8

세계 전망 전제

(단위 : %)

구분	2024년	2025년(e)			2026년(e)		
	연간	상반기	하반기(e)	연간(e)	상반기	하반기	연간
세계경제 성장률	3.3	3.0	2.4	2.7	2.6	2.8	2.7
미국	2.8	2.0	1.3	1.6	1.7	2.1	1.9
유로	0.9	1.1	0.8	0.9	1.0	1.3	1.2
중국	5.0	4.8	3.7	4.2	4.0	4.1	4.0
일본	0.2	1.3	0.5	0.9	0.1	0.6	0.4
세계교역 신장률	3.8	3.2	1.6	2.4	1.9	3.2	2.5
원유도입단가(달러/배럴)	80	71	67	69	65	65	65

출처 : 한국은행(2025.04). 경제전망보고서

주1: 세계경제 성장률(%), 세계교역 신장률(%): 전년 동기 대비 기준

주2: 원유도입단가(달러/배럴): 기간 평균, 브렌트유

주3: '25년, '26년 세계경제 성장률 및 세계교역 신장률은 전망치

주4: '25년, '26년 전망 전제치의 경우, 본 보고서에서 인용하고 있는 경제전망보고서의 기준 월이 다름에 따라 전기 보고서 수치와 다를 수 있음

26) 한국은행 '경제전망 보고서(2025년 2월)', 조사총괄팀



### 3. 투자 변화 추이

#### 가. 외국인직접투자 동향

##### 1) 2025년 1분기 서비스업 외국인직접투자 동향

- '25년 1분기 전체 외국인 투자는 863건으로 전년 동기 대비 1.8% 증가, 금액은 약 64억 488만 달러로 전년 동기 대비 9.2% 감소함
- '25년 1분기 제조업 외국인 직접투자 건수는 118건으로 전년 동기 대비 5.6% 감소, 금액은 약 23억 2,522만 달러로 전년 동기 대비 24.5% 감소함
- '25년 1분기 서비스업 외국인 직접투자 건수는 714건으로 전년 동기 대비 1.1% 증가, 금액은 약 35억 6,377만 달러로 전년 동기 대비 7.4% 감소함
- '25년 1분기 문화·오락 분야 외국인 직접투자 건수는 18건으로 전년 동기 대비 12.5% 증가, 금액은 약 512만 달러로 전년 동기 대비 매우 큰 폭으로 감소함

표 5-10 서비스업 외국인직접투자 건수 동향

(단위 : 건수, %)

구분	2024년				2025년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기 (전년 동기 대비)
제조업 (전체 대비 비중)	125 14.7%	164 17.8%	131 14.9%	150 15.4%	118 13.7%	△5.6%
서비스업 (전체 대비 비중)	706 83.3%	722 78.3%	725 82.2%	796 81.5%	714 82.7%	1.1%
문화·오락 (서비스업 대비 비중)	16 2.3%	17 2.4%	24 3.3%	15 1.9%	18 2.5%	12.5%
<b>전체</b>	<b>848</b>	<b>922</b>	<b>882</b>	<b>977</b>	<b>863</b>	<b>1.8%</b>

출처 : 산업통상자원부(2025). 외국인투자통계 재구성

주1: 외국인직접투자 건수는 신고기준 수치

주2: 외국인투자통계의 경우, 통계표 조회 시점에 따라, 투자 신고 집계 건수가 업데이트됨으로 전기 보고서 수치와 다를 수 있음

(단위 : 천 달러, %)

구분	2024년				2025년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기 (전년 동기 대비)
제조업 (전체 대비 비중)	3,080,944 43.7%	5,048,430 61.0%	4,177,000 42.4%	2,186,448 23.3%	2,325,215 36.3%	△24.5%
서비스업 (전체 대비 비중)	3,849,606 54.6%	2,562,453 30.9%	5,534,653 56.2%	5,885,195 62.7%	3,563,765 55.6%	△7.4%
문화오락 (서비스업 대비 비중)	356,791 9.3%	102,034 4.0%	137,312 2.5%	90,514 1.5%	5,117 0.1%	△98.6%
<b>전체</b>	<b>7,054,414</b>	<b>8,281,261</b>	<b>9,848,698</b>	<b>9,385,808</b>	<b>6,404,875</b>	<b>△9.2%</b>

출처 : 산업통상자원부(2025). 외국인투자통계 재구성

주1: 외국인직접투자 액수는 신고기준 수치

주2: 외국인투자통계의 경우, 통계표 조회 시점에 따라, 투자 신고 집계 건수가 업데이트됨으로 전기 보고서 수치와 다를 수 있음

## 2) 2025년 1분기 콘텐츠산업 외국인직접투자 동향

- '25년 1분기 문화·오락 외국인 직접투자 건수는 18건이며, 금액은 약 512만 달러임
  - 투자 건수는 전분기 대비 3건 감소했고, 전년 동기 대비 2건 증가함
  - 금액은 전분기 대비 약 8,540만 달러 감소했고, 전년 동기 대비 약 3억 5,167만 달러 감소함
- 업종별로는 '25년 1분기 문화·방송업의 투자 건수 및 금액은 4건, 약 321만 달러이며, 여가·스포츠·오락업은 14건, 약 191만 달러임
  - 문화·방송업의 세부 업종별로 보면 영화, 비디오물, 방송프로그램 제작 및 배급업의 투자 건수(금액)가 3건(약 314만 달러)으로 가장 많고, 서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업 투자 건수(금액)는 1건(약 7만 달러)임. 오디오물 출판 및 원판 녹음업과 텔레비전 방송업은 한 건도 기록하지 않았음

표 5-12

## 문화·오락 외국인직접투자 세부 동향

(단위 : 건, 천 달러)

구분	2024년								2025년	
	1분기		2분기		3분기		4분기		1분기	
분류	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
문화·오락	16	356,791	17	102,034	24	137,312	15	90,514	18	5,117
문화·방송업	4	212,627	5	99,885	6	29,676	5	87,482	4	3,211
서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업	1	400	3	3,645	0	0	1	531	1	70
영화, 비디오물, 방송프로그램 제작 및 배급업	3	212,227	2	96,240	6	29,676	4	86,951	3	3,141
오디오물 출판 및 원판 녹음업	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
텔레비전 방송업	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
여가·스포츠·오락	12	144,164	12	2,149	18	107,636	10	3,032	14	1,906

출처 : 산업통상자원부(2025). 외국인투자통계 재구성

주1: 외국인직접투자 건수 및 금액은 신고기준 수치

## 나. 해외투자<sup>28)</sup> 동향

### 1) 2025년 1분기 콘텐츠산업 해외투자 동향

- '25년 1분기 전체 산업의 해외투자 건수는 3,016건, 투자 금액은 약 151억 2,900만 달러임
  - 업종별로 살펴보면 제조업의 해외투자 건수 및 금액은 907건, 약 35억 6,200만 달러로 전체 산업 대비 각각 30.1%, 23.5%를 차지하고 있음
  - 콘텐츠산업을 포함한 서비스업의 해외투자 건수 및 금액은 1,927건, 약 100억 6,700만 달러로 전체 산업 대비 각각 63.9%, 66.5%를 차지하며 제조업의 해외투자보다 비중이 더 큰 것을 확인할 수 있음
- 콘텐츠산업과 연관성이 있는 정보통신업<sup>29)</sup>과 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업의 해외투자 건수에 대해 살펴보면 정보통신업은 259건으로 전체 서비스업의 13.4%를 차지하는 반면, 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업은 25건으로 전체 서비스업의 1.3%를 차지하여 서비스업 내 정보통신업의 비중이 더 큰 것을 확인할 수 있음
  - 정보통신업 중 출판업이 156건으로 가장 많았으며, 영상·오디오 기록물 제작 및 배급업 37건, 방송업 1건 순임
- 투자 금액도 마찬가지로 정보통신업이 약 2억 2,100만 달러로 전체 서비스업의 2.2%를 차지하고, 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업은 약 1,600만 달러로 전체 서비스업의 0.2%를 차지하여 서비스업 내 정보통신업의 투자 금액 비중이 더 큰 것을 알 수 있음
  - 정보통신업 중 출판업이 약 1억 2,300만 달러로 가장 많았으며, 영상·오디오 기록물 제작 및 배급업은 약 4,800만 달러임

28) 한국수출입은행에서 제공하는 해외투자통계의 경우 확정치가 아닌 잠정치로 전기 보고서 상의 수치와 다소 차이가 발생할 수 있음. 잠정치의 확정은 약 5개월 이후로 예정되어 있음

서비스업은 '도매 및 소매업', '운수 및 창고업', '숙박 및 음식점업', '정보통신업', '금융 및 보험업', '부동산업', '전문, 과학 및 기술 서비스업', '사업시 설관리, 사업지원 및 임대서비스업', '교육 서비스업', '보건업 및 사회복지 서비스업', '예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업', '협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업'을 포함하여 재구성하였으며, 제조업과 재구성한 서비스업 외에 '농업, 임업 및 어업', '광업', '제조업', '전기, 가스, 증기 및 공기 조절 공급업', '수도, 하수 및 폐기물 처리, 원료재생업', '건설업', '공공행정', '국방 및 사회보장 행정' 등은 따로 기재하지 않음

29) '정보통신업'은 '출판업', '영상·오디오 기록물 제작 및 배급업', '방송업', '우편 및 통신업', '컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업', '정보서비스업'으로 구성, 본문에서는 콘텐츠와 관련된 세부업종만 표시

표 5-13 콘텐츠산업 해외투자건수 동향

(단위 : 건, %)

구분	2024년				2025년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
<b>전체 해외투자</b>	<b>3,290</b>	<b>3,323</b>	<b>3,155</b>	<b>3,527</b>	<b>3,016</b>	
제조업	해외투자건수	1,079	1,162	1,012	1,142	907
	(전체 대비 비중)	32.8%	35.0%	32.1%	32.4%	30.1%
서비스업	해외투자건수	1,998	1,984	1,944	2,193	1,927
	(전체 대비 비중)	60.7%	59.7%	61.6%	62.2%	63.9%
정보통신업	해외투자건수	256	240	235	259	259
	(서비스업 대비 비중)	12.8%	12.1%	12.1%	11.8%	13.4%
출판업		172	153	160	164	156
영상·오디오 기록물 제작 및 배급업		20	19	17	22	37
방송업		0	1	3	1	1
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	해외투자건수	24	34	31	28	25
	(서비스업 대비 비중)	1.2%	1.7%	1.6%	1.3%	1.3%
창작, 예술 및 여가 관련 서비스업		4	10	11	7	4

출처 : 한국수출입은행(2025). 해외투자통계

주1: 해외투자건수 통계는 확정치가 아니라 잠정치 이므로 전기 보고서 상의 수차와 차이를 보일 수 있음

표 5-14 콘텐츠산업 해외투자금액 동향

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2024년				2025년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
<b>전체 해외투자</b>	<b>16,598</b>	<b>16,252</b>	<b>14,368</b>	<b>18,138</b>	<b>15,129</b>	
제조업	해외투자금액	4,287	3,832	3,983	4,220	3,562
	(전체 대비 비중)	25.8%	23.6%	27.7%	23.3%	23.5%
서비스업	해외투자금액	11,289	10,357	8,679	13,229	10,067
	(전체 대비 비중)	68.0%	63.7%	60.4%	72.9%	66.5%
정보통신업	해외투자금액	332	1,323	848	567	221
	(서비스업 대비 비중)	2.9%	12.8%	9.8%	4.3%	2.2%
출판업		253	1,241	632	243	123
영상·오디오 기록물 제작 및 배급업		58	18	129	45	48
방송업		0	0	1	8	0
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	해외투자금액	32	21	23	15	16
	(서비스업 대비 비중)	0.3%	0.2%	0.3%	0.1%	0.2%
창작, 예술 및 여가 관련 서비스업		0	7	1	4	11

출처 : 한국수출입은행(2025). 해외투자통계

주1: 해외투자금액 통계는 확정치가 아니라 잠정치 이므로 전기 보고서 상의 수차와 차이를 보일 수 있음

## 다. 모태펀드 투자 동향

### 1) 2025년 1분기 모태펀드/자펀드 운영현황

- '25년 1분기 운영 중인 자펀드<sup>30)</sup>의 총 결성액은 약 4조 3,951억 원으로 전년 동기 대비 15.5% 증가함
  - 분야별로 살펴보면 일반 분야는 약 8,606억 원이며, 중점 분야는 약 3조 5,345억 원으로 전체 대비 각각 19.6%, 80.4%를 차지하고 있음
- '25년 1분기 모태 출자액은 약 2조 2,649억 원으로 전년 동기 대비 19.4% 증가함
  - 분야별로 보면 일반 분야는 약 4,008억 원으로 전년 동기 대비 10.3% 증가했고, 중점 분야는 약 1조 8,641억 원으로 전년 동기 대비 17.8% 증가함
- '25년 1분기 운영 중인 자펀드 수는 182건으로 전년 동기 대비 15건 증가함
  - 분야별로는 일반 분야 44건, 중점 분야 138건을 운영 중임
- '25년 1분기 자펀드 평균 결성액은 약 241억 5천만 원으로 전년 동기 대비 5.6% 증가함
  - 분야별로 보면 일반 분야 약 195억 6천만 원, 중점 분야 약 256억 원으로 나타남

표 5-15 '24년 1분기 및 '25년 1분기 모태펀드/자펀드 운영 현황

(단위 : 억 원, 건, %)

구분	'24년 1분기 (2024년 3월 31일 기준)				'25년 1분기 (2025년 3월 31일 기준)				
	결성액	모태 출자액	자펀드 수	평균 결성액	결성액	모태 출자액	자펀드 수	평균 결성액	
일반	문화산업	3,538.5	1,129.9	19	186.2	3,538.5	1,129.9	19	186.2
	영화	4,296.6	2,503.0	22	195.3	5,067.8	2,878.0	25	202.7
	소계	<b>7,835.1</b>	<b>3,632.9</b>	<b>41</b>	<b>191.1</b>	<b>8,606.3</b>	<b>4,007.9</b>	<b>44</b>	<b>195.6</b>
	(전체대비비중)	<b>20.6%</b>	<b>19.2%</b>	-	-	<b>19.6%</b>	<b>17.7%</b>	-	-
중점	CG&애니메이션	201.0	100.0	1	201.0	201.0	100.0	1	201.0
	CG/3D	383.1	200.0	3	127.7	383.1	200.0	3	127.7
	NEW콘텐츠	250.0	100.0	1	250.0	250.0	100.0	1	250.0
	게임	2,040.0	938.0	9	226.7	2,040.0	938.0	9	226.7
	공연	328.0	210.0	2	164.0	328.0	210.0	2	164.0
	공연예술	1,076.5	550.0	8	134.6	1,076.5	550.0	8	134.6
	공연음원	-	-	-	-	-	-	-	-
	글로벌콘텐츠	2,196.4	800.0	2	1098.2	2,196.4	800.0	2	1098.2
	드라마	1,305.7	627.0	4	326.4	1,305.7	627.0	4	326.4
	문화-ICT해외진출	400.0	120.0	1	400.0	400.0	240.0	1	400.0
	문화-ICT융합	960.0	100.0	3	320.0	960.0	390.0	3	320.0
	문화산업투자KVF결성목적	70.0	1.0	1	70.0	70.0	1.0	1	70.0
	방송 OTT영상콘텐츠	302.6	180.0	2	151.3	302.6	180.0	2	151.3

30) 자펀드 구분항목 중 벤처캐피탈의 지분을 재매수함으로써 유동성을 지원해주는 '세컨더리'는 자펀드 운영현황에서 제외함

구분	'24년 1분기 (2024년 3월 31일 기준)				'25년 1분기 (2025년 3월 31일 기준)			
	결상액	모태 출자액	자펀드 수	평균 결상액	결상액	모태 출자액	자펀드 수	평균 결상액
방송드라마	507.2	300.0	4	126.8	507.2	300.0	4	126.8
방송영상	253.0	150.0	1	253.0	253.0	150.0	1	253.0
소액투자전문	307.0	200.0	2	153.5	307.0	200.0	2	153.5
아시아문화중심도시육성	833.0	305.0	4	208.3	833.0	305.0	4	208.3
애니/캐릭터	1,626.5	896.0	8	203.3	1,626.5	896.0	8	203.3
융합콘텐츠	875.0	400.0	4	218.8	875.0	400.0	4	218.8
음원	72.0	21.6	1	72.0	72.0	21.6	1	72.0
일자리창출	601.0	360.0	2	300.5	601.0	360.0	2	300.5
재무적출자자	150.0	100.0	1	150.0	150.0	100.0	1	150.0
제작초기	947.2	610.0	5	189.4	947.2	610.0	5	189.4
청년콘텐츠	455.0	250.0	3	151.7	455.0	250.0	3	151.7
출판	110.0	70.0	1	110.0	110.0	70.0	1	110.0
콘텐츠기초평가연계	423.1	220.0	3	141.0	423.1	220.0	3	141.0
콘텐츠기업육성	627.0	311.0	2	313.5	627.0	311.0	2	313.5
콘텐츠기업재기지원	407.0	250.0	3	135.7	407.0	250.0	3	135.7
콘텐츠민간제안	500.1	250.0	2	250.0	500.1	250.0	2	250.0
콘텐츠영세기업	423.0	250.0	2	211.5	423.0	250.0	2	211.5
콘텐츠영세기업및제작초기	120.0	80.0	1	120.0	120.0	80.0	1	120.0
한-아시아문화산업공동발전	350.0	200.0	1	350.0	350.0	200.0	1	350.0
한중문화산업공동발전	500.0	200.0	1	500.0	500.0	200.0	1	500.0
모험콘텐츠	4,818.2	3,051.0	17	283.4	4,818.2	3,051.0	17	283.4
지역콘텐츠	275.0	150.0	1	275.0	275.0	150.0	1	275.0
5G기술융합콘텐츠	400.0	180.0	1	400.0	400.0	180.0	1	400.0
해외연계	588.0	350.0	3	196.0	588.0	350.0	3	196.0
콘텐츠IP	260.0	150.0	1	260.0	260.0	150.0	1	260.0
K-문화M&A	775.0	400.0	2	387.5	775.0	400.0	2	387.5
K-문화상생	600.0	300.0	2	300.0	600.0	300.0	2	300.0
K-문화일반	755.1	300.0	3	251.7	1,555.1	700.0	5	311.0
K-밸류	375.0	200.0	2	187.5	375.0	200.0	2	187.5
K-유니콘	620.0	300.0	2	310.0	620.0	300.0	2	310.0
K-콘텐츠IP	1,160.7	600.0	4	290.2	1,160.7	600.0	4	290.2
IP	-	-	-	-	2,110.5	1,200.0	4	527.6
수출	-	-	-	-	1,535.0	900.0	4	383.8
신기술	-	-	-	-	672.0	400.0	2	336.0
소계	30,227.4	15,330.6	126	239.9	35,344.9	18,640.6	138	256.1
(전체대비비중)	79.4%	80.8%	-	-	80.4%	82.3%	-	-
합계	38,062.5	18,963.5	167	227.9	43,951.2	22,648.5	182	241.5

출처 : 문화체육관광부 모태펀드/자펀드 투자현황 보고

## 2) 2025년 1분기 모태펀드/자펀드 분야별 투자현황<sup>31)</sup>

- '25년 1분기 모태펀드/자펀드의 총 투자 금액은 약 4조 2,471억 원이며, 전년 동기 대비 9.3% 증가함
  - 분야별로 살펴보면 모든 분야에서 전년 동기 대비 투자 금액이 증가함. 특히 영화분야는 약 1조 7,764억 원으로 전년 동기 대비 증가폭(약 962억 원)이 가장 컸음
- 평균 투자 금액은 약 6억 3천만 원이며, 전년 동기 대비 약 2천만 원 증가함
  - 분야별로 살펴보면 게임과 애니/캐릭터 분야를 제외한 모든 분야의 전년 동기 대비 평균 투자 금액은 증가함

표 5-16 '25년 1분기 모태펀드/자펀드 투자현황

(단위 : 억 원, 건, %)

구분	영화	공연	전시	게임	음원	애니/ 캐릭터	방송 콘텐츠	출판/ 민화	기타	합계
<b>(2025년 1분기, '25년.3.31 기준)</b>										
건수	3,247	755	119	585	232	606	625	143	476	<b>6,788</b>
금액	17,764.1	4,053.1	606.1	4,685.2	1,171.6	3,739.3	5,192.4	1,052.9	4,206.0	<b>42,470.7</b>
평균	5.5	5.4	5.1	8.0	5.1	6.2	8.3	7.4	8.8	<b>6.3</b>
비율	41.8%	9.5%	1.4%	11.0%	2.8%	8.8%	12.2%	2.5%	9.9%	<b>100.0%</b>
<b>(2024년 1분기, '24년.3.31 기준)</b>										
건수	3,085	719	112	554	217	563	560	132	406	<b>6,348</b>
금액	16,802.2	3,723.9	537.8	4,438.6	1,032.6	3,529.3	4,587.6	931.6	3,263.3	<b>38,846.9</b>
평균	5.4	5.2	4.8	8.0	4.8	6.3	8.2	7.1	8.0	<b>6.1</b>
비율	43.3%	9.6%	1.4%	11.4%	2.7%	9.1%	11.8%	2.4%	8.4%	<b>100.0%</b>

출처 : 문화체육관광부 모태펀드/자펀드 투자현황 보고  
 주1: 평균은 모태펀드/자펀드 투자 건수 당 투자 금액

31) 시점별 모태펀드 및 자펀드 투자현황은 청산완료된 투자실적도 포함된 누적액으로 표기

## 4. 소비지출 변화 추이

### 가. 가계수지 및 소비지출 변화 동향

#### 1) 2025년 1분기 가구당 월평균 가계수지

- '25년 1분기 가구당 월평균 소득<sup>32)</sup>은 약 674만 원으로 전분기 대비 6.0%, 전년 동기 대비 6.3% 증가함
  - 월평균 가계수지는 '24년 1분기부터 '25년 1분기까지 등락세를 보이고 있음
- '25년 1분기 가계지출(비소비지출)은 약 141만 원으로 전분기 대비 12.3%, 전년 동기 대비 5.2% 증가함
  - 가계지출(비소비지출)은 월평균 가계수지와 마찬가지로 '24년 1분기부터 '25년 1분기까지 등락세를 보이고 있음
- 가구당 월평균 소득에서 비소비지출을 제외한 '25년 1분기 월평균 처분가능소득은 약 534만 원으로 전분기 대비 4.5%, 전년 동기 대비 6.6% 증가함

표 5-17 전국 가구당 월평균 가계수지

(단위 : 천 원, %)

구분	2024년				2025년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
	(전분기대비)	(전분기대비)	(전분기대비)	(전분기대비)	(전분기대비)	(전년동기대비)
소득	6,343 4.3%	6,176 △2.6%	6,555 6.1%	6,360 △3.0%	6,743 6.0%	6.3%
가계지출 (비소비지출)	1,336 10.6%	1,267 △5.2%	1,368 8.0%	1,251 △8.5%	1,405 12.3%	5.2%
처분가능소득	5,007 2.8%	4,909 △2.0%	5,187 5.7%	5,109 △1.5%	5,338 4.5%	6.6%

출처 : 통계청(2025). 가계동향조사

주1: '17년부터 가계동향조사는 분기별 가계수지 통계에서 가계지출 통계로 특화되어 연간 주기 공표 통계로 개편되었으며, 연중에는 가계소득 및 비소비 지출(실지출 가운데 생활비(소비 지출) 이외의 지출), 처분가능 소득 통계만 한시적으로 공표

주2: '25년 보고서부터 천 원단위로 변경

32) 전국, 2인 이상 가구 기준

## 나. 가계수입 및 소비지출 변화 전망

- 소비자심리지수(Composite Consumer Survey Index, CCSI)<sup>33</sup>)는 '24년 7월 최근 1년 6개월 간 가장 높은 104를 기록한 이후 증가와 감소를 반복하며 '25년 3월 93을 기록함
- 가계수입전망 CSI는 '25년 3월 전월 대비 1p, 전년 동월 대비 3p 감소한 96을 기록함
- 소비지출전망 CSI는 '25년 3월 전월 대비 2p, 전년 동월 대비 7p 감소한 104를 기록함
  - 소비지출전망 CSI를 세부 항목별로 보면 모든 항목에서 '25년 3월 기준 전년 동월 대비 감소함
  - 콘텐츠와 관련이 높은 교양·오락·문화비의 CSI는 전월 대비 2p, 전년 동월 대비 5p 감소한 88을 기록함

표 5-18 가계수입 및 소비지출전망 CSI 추이

구분	2023년			2024년												2025년		
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월
소비자심리지수	98	97	100	102	102	101	101	98	101	104	101	100	102	101	88	91	95	93
가계수입전망CSI	98	98	99	100	100	99	99	97	99	100	98	98	99	100	94	96	97	96
소비지출전망CSI	113	111	111	111	111	111	110	109	109	111	109	108	109	109	102	103	106	104
내구재	95	94	94	96	94	94	93	93	94	95	94	93	94	93	90	90	91	91
의류비	97	97	95	96	96	97	97	96	97	97	96	96	98	97	91	91	92	93
외식비	94	92	95	96	95	95	96	94	95	97	95	95	95	95	89	89	91	91
여행비	95	93	95	96	95	97	97	96	99	100	97	95	96	96	88	88	91	91
교육비	100	100	103	102	101	102	101	100	99	101	101	100	101	100	98	100	100	100
의료·보건비	113	113	113	113	113	113	112	112	113	113	113	113	113	112	110	110	111	110
교양·오락·문화비	93	91	92	94	93	93	94	92	93	94	93	92	92	93	87	87	90	88
교통·통신비	115	113	110	111	110	110	109	108	107	109	108	107	107	107	105	106	108	106
주거비	107	107	107	106	106	105	105	105	104	105	105	106	105	105	104	104	104	104

출처 : 통계청(2025). 소비자동향조사

주1: 통계청 자료 갱신으로 인하여 '23년 4월 ~ '24년 6월 데이터의 경우 전기 보고서상의 수치와 상이할 수 있음

33) 소비자심리지수(CCSI)는 주요 개별지수(현재생활형편 등 6개)를 표준하여 합성한 지수로, 경제상황에 대한 종합적인 소비자심리지표임

## 5. 수출 및 고용 변화 추이

### 가. 서비스 국제수지 변화 추이

#### 1) 2025년 1분기 개인·문화·여가 서비스<sup>34)</sup> 수지 추이

- '25년 1분기 개인·문화·여가 서비스 수지는 약 2억 5,710만 달러로 전분기 대비 23.7% 감소, 전년 동기 대비 127.5% 증가함
- 개인·문화·여가 서비스 수입은 '23년 1분기부터 증가와 감소를 반복하여 '25년 1분기에 전분기 대비 2.7% 감소, 전년 동기 대비 19.0% 증가한 약 6억 950만 달러를 기록함
- 개인·문화·여가 서비스 지급은 '25년 1분기 약 3억 5,240만 달러로 전분기 대비 21.7% 증가함

표 5-19 개인·문화·여가 서비스 수지 추이

(단위 : 백만 달러, %)

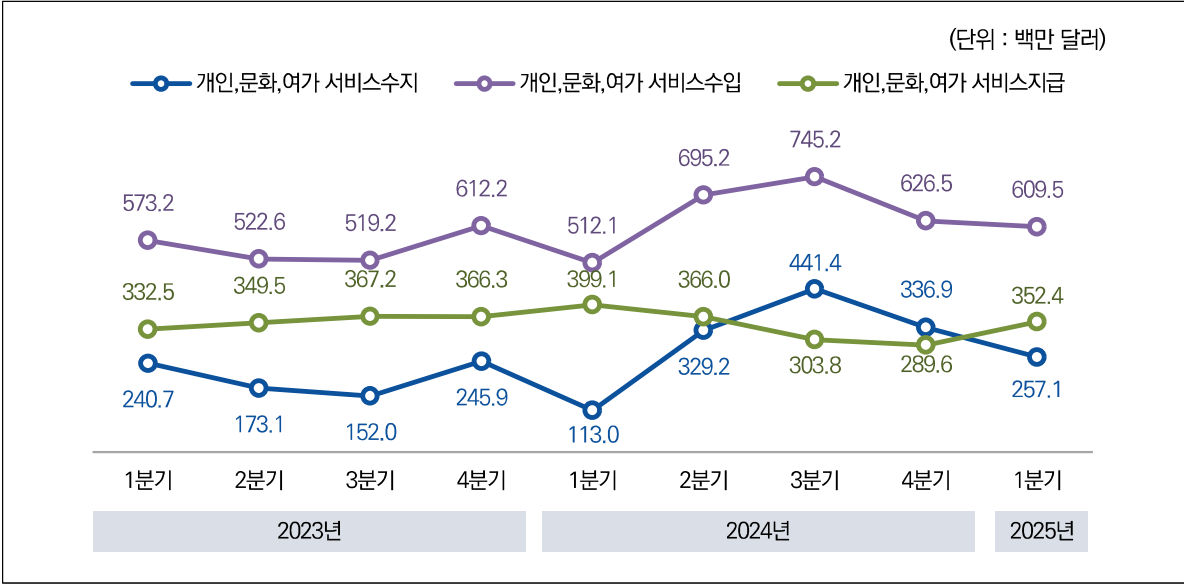
구분	2023년				2024년				2025년		
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	전분기 대비	전년 동기 대비
개인·문화·여가 서비스 수지	240.7	173.1	152.0	245.9	113.0	329.2	441.4	336.9	257.1	△23.7%	127.5%
개인·문화·여가 서비스 수입	573.2	522.6	519.2	612.2	512.1	695.2	745.2	626.5	609.5	△2.7%	19.0%
개인·문화·여가 서비스 지급	332.5	349.5	367.2	366.3	399.1	366.0	303.8	289.6	352.4	21.7%	△11.7%

출처 : 한국은행(2025). 국제수지통계

주1: '25년 6월 기준, 국제수지통계 갱신으로 '23년 1분기 ~ '24년 4분기 서비스 수지/수입/지급 데이터는 전기 보고서상의 수치와 상이할 수 있음

34) 개인·문화·여가 서비스는 음향영상 및 관련서비스, 기타 개인·문화·여가 서비스로 구분

그림 5-1 개인·문화·여가 서비스 수치 추이



2) 2025년 1분기 음향영상 및 관련 서비스 수치 추이

- '25년 1분기 음향영상 및 관련 서비스 수지는 약 2억 4,270만 달러로 전분기 대비 29.7% 감소, 전년 동기 대비 81.5% 증가함
- 음향영상 및 관련 서비스 수입은 '23년 1분기부터 증가와 감소를 반복하며, '25년 1분기에는 전분기 대비 5.2% 감소한 약 4억 9,890만 달러를 기록함
- 음향영상 및 관련 서비스 지급은 '24년 1분기부터 '24년 4분기까지 꾸준히 감소했으나, '25년 1분기 전분기 대비 41.8% 증가한 약 2억 5,620만 달러를 기록함. 다만, 이는 전년 동월 대비 9.2% 감소한 수준임

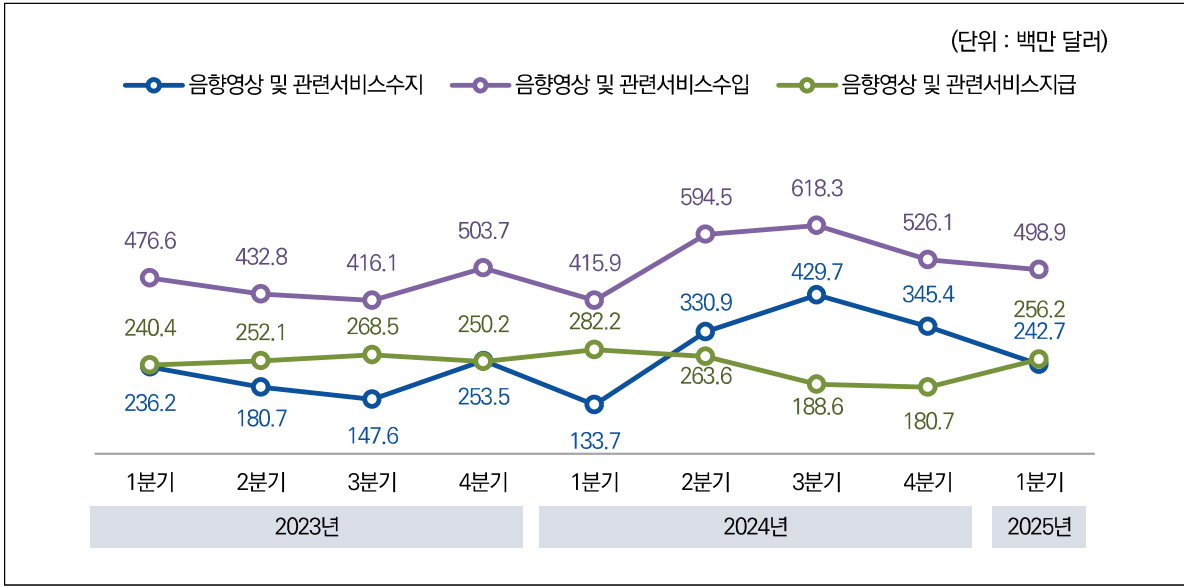
표 5-20 음향영상 및 관련 서비스 수치 추이

구분	2023년				2024년				2025년		
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	전분기 대비	전년 동기 대비
음향영상 및 관련 서비스 수지	236.2	180.7	147.6	253.5	133.7	330.9	429.7	345.4	242.7	△29.7%	81.5%
음향영상 및 관련 서비스 수입	476.6	432.8	416.1	503.7	415.9	594.5	618.3	526.1	498.9	△5.2%	20.0%
음향영상 및 관련 서비스 지급	240.4	252.1	268.5	250.2	282.2	263.6	188.6	180.7	256.2	41.8%	△9.2%

출처 : 한국은행(2025). 국제수지통계  
 주: '25년 6월 기준, 국제수지통계 갱신으로 '23년 1분기 ~ '24년 4분기 서비스 수지/수입/지급 데이터는 전기 보고서상의 수치와 상이할 수 있음

그림 5-2

음향영상 및 관련 서비스 수치 추이



나. 문화산업분야 고용 변화 추이

1) 2025년 1분기 고용률 및 실업률 추이

- '25년 1분기 국내 경제활동인구는 약 2,920만 명으로 전분기 대비 0.6% 감소, 전년 동기 대비 0.6% 증가함
- 경제활동참가율은 63.9%로 전분기 대비 0.8%p 감소, 전년 동기 대비 0.3% 증가함

표 5-21

'23년 1분기 ~ '25년 1분기 경제활동인구 및 참가율

(단위: 천 명, %)

구분	2023년				2024년				2025년		
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	전분기 대비	전년 동기 대비
경제활동인구	28,685	29,493	29,368	29,267	29,020	29,714	29,474	29,386	29,196	△0.6%	0.6%
남자	16,177	16,507	16,450	16,410	16,270	16,539	16,368	16,325	16,239	△0.5%	△0.2%
여자	12,507	12,986	12,918	12,858	12,750	13,175	13,107	13,061	12,957	△0.8%	1.6%
경제활동참가율	63.2	65.0	64.7	64.4	63.7	65.2	64.7	64.4	63.9	△0.8%	0.3%
남자	72.4	73.9	73.6	73.2	72.5	73.7	72.9	72.6	72.1	△0.7%	△0.6%
여자	54.3	56.4	56	55.7	55.2	57	56.7	56.5	56	△0.9%	1.4%

출처: 통계청(2025). 경제활동인구조사

- 전체 고용률은 '24년 12월 61.4%까지 감소했으나 '25년 2월부터 회복세로 전환하여 '25년 3월 전월 대비 0.8%p 증가한 62.5%를 기록함
  - '25년 3월 고용률을 성별로 살펴보면 남성은 70.4%, 여성은 54.9%로 남성과 여성 모두 전월 대비 소폭 증가함

표 5-22 '24년 1월 ~ '25년 3월 고용률 추이

(단위 : %)

구분	2024년												2025년		
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월
전체	61.0	61.6	62.4	63.0	63.5	63.5	63.3	63.2	63.3	63.3	63.2	61.4	61.0	61.7	62.5
남자	69.8	70.2	70.7	71.1	71.6	71.6	71.3	71.3	71.2	71.1	71.2	69.8	69.2	69.7	70.4
여자	52.4	53.3	54.3	55.1	55.6	55.6	55.6	55.4	55.5	55.6	55.3	53.3	53.1	53.9	54.9
15~29세	46.3	46.0	45.9	46.2	46.9	46.6	46.5	46.7	45.8	45.6	45.5	44.7	44.8	44.3	44.5

출처 : 통계청(2025). 경제활동인구조사

- 전체 실업률은 '25년 3월 3.1%로 '24년 12월 3.8% 이후 소폭 하락세임
  - 청년(15~29세) 실업률은 '25년 3월 기준 7.5%로 전체 실업률 대비 4.4%p 높았으며, 전년 동월 대비 1.0%p 높은 수준임
- 전체 실업자 수는 '25년 3월 기준 91만 8천 명으로 전월 대비 약 2만 2천 명 감소, 전년 동월 대비 약 2만 6천명 증가함
  - 청년(15~29세) 실업자는 '25년 3월 기준 29만 명으로 전월 대비 약 2만 1천 명, 전년 동월 대비 약 2만 6천 명 증가함

표 5-23 '24년 1월 ~ '25년 3월 실업률 추이

(단위 : %, 천 명)

구분	2024년												2025년		
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월
<b>전체</b>															
실업률	3.7	3.2	3.0	3.0	3.0	2.9	2.5	1.9	2.1	2.3	2.2	3.8	3.7	3.2	3.1
실업자	1,072	915	892	885	884	857	737	564	622	678	656	1,115	1,083	940	918
남자	3.4	3.1	3.1	3.1	3.1	3	2.5	2	2.1	2.4	2.2	3.1	3.3	3.2	3.2
여자	4.2	3.3	2.9	2.9	2.7	2.8	2.4	1.9	2.1	2.1	2.2	4.7	4.3	3.3	3.1
<b>15~29세</b>															
실업률	6.0	6.5	6.5	6.8	6.7	6.2	5.5	4.1	5.1	5.5	5.5	5.9	6.0	7.0	7.5
실업자	246	264	264	278	276	251	223	163	199	216	214	225	230	269	290

출처 : 통계청(2025). 경제활동인구조사

## 2) 2025년 1분기 콘텐츠산업 신규구인, 신규구직 인원 현황

- '25년 1분기 전체 산업의 신규구인 인원은 46만 2,261명으로 전년 동기 대비 25.5% 감소함
- 콘텐츠산업과 연관성이 높은 문화산업의 신규구인 인원을 업종 및 직종별로 살펴보면 업종은 전년 동기 대비 36.3% 감소했고, 직종은 35.6% 감소함
  - 업종별 신규구인 인원은 7,318명이며, 그 중 정보통신업은 3,771명, 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 3,547명임
  - 직종별 신규구인 인원은 5,489명이며, 예술·디자인·방송·스포츠직은 4,653명, 여행·숙박·오락 서비스직은 836명임

표 5-24 문화산업 업종별 및 직종별 신규구인 인원

(단위 : 명, %)

구분	2024년				2025년				전년 동월대비 및 전년 동기 대비 증감률				
	1월	2월	3월	1분기	1월	2월	3월	1분기	'25년 1월	'25년 2월	'25년 3월	'25년 1분기	
전체	236,441	184,563	199,314	620,318	135,376	173,029	153,856	462,261	△101,065	△11,534	△45,458	△158,057	
									△42.7%	△6.2%	△22.8%	△25.5%	
업종별	정보통신업 (18~)	2,563	1,965	2,217	6,745	1,025	1,375	1,371	3,771	△1,538	△590	△846	△2,974
										△60.0%	△30.0%	△38.2%	△44.1%
	예술·스포츠 및 여가관련 서비스업	1,437	1,836	1,474	4,747	895	1,501	1,151	3,547	△542	△335	△323	△1,200
										△37.7%	△18.2%	△21.9%	△25.3%
	문화산업 합계	4,000	3,801	3,691	11,492	1,920	2,876	2,522	7,318	△2,080	△925	△1,169	△4,174
										△52.0%	△24.3%	△31.7%	△36.3%
직종별	예술·디자인·방송·스포츠직 (18~)	2,527	2,416	2,134	7,077	1,354	1,869	1,430	4,653	△1,173	△547	△704	△2,424
										△46.4%	△22.6%	△33.0%	△34.3%
	여행·숙박·오락서비스직 (18~)	468	484	490	1,442	223	280	333	836	△245	△204	△157	△606
										△52.4%	△42.1%	△32.0%	△42.0%
	문화산업 합계	2,995	2,900	2,624	8,519	1,577	2,149	1,763	5,489	△1,418	△751	△861	△3,030
										△47.3%	△25.9%	△32.8%	△35.6%

출처: 한국고용정보원(2025). 워크넷 구인구직통계현황

주1: 문화산업별 직종별 구인의 세부 구분이 '18년부터 일부 변경되어 기존 유사한 분류와 맞추어 자료를 작성하였으므로, 기존 사점의 자료와 직접적인 비교에 유의(변경된 직종별 구분명은 신규구직 및 취업포에도 동일하게 적용)

- '25년 1분기 문화산업의 취업률을 살펴보면 20.2%로 전년 동기 대비 1.5%p 감소했으며, 전체 산업 29.6% 대비 9.4%p 낮은 수준임
- 예술 스포츠 및 여가관련 서비스업의 신규구직은 79,286건, 취업은 15,300건으로 취업률이 19.3%였으며, 이는 전년 동기 대비 1.4%p 감소한 수준임
- 여행·숙박·오락 서비스직의 신규구직은 8,222건, 취업은 2,364건으로 취업률이 28.8%임. 이는 전년 동기 대비 3.5%p 감소한 수준임

표 5-25 문화산업분야 직종별 신규구직 및 취업(희망직종별)

(단위 : 건)

구분	2024년				2025년				전년 동월대비 및 전년 동기 대비 증감률				
	1월	2월	3월	1분기	1월	2월	3월	1분기	'25년 1월	'25년 2월	'25년 3월	'25년 1분기	
전체	신규구직	512,264	335,205	416,637	1,264,106	479,183	430,759	480,008	1,389,950	△6.5%	28.5%	15.2%	10.0%
	취업	140,976	109,381	148,896	399,253	126,946	127,685	156,829	411,460	△10.0%	16.7%	5.3%	3.1%
	취업률	27.5%	32.6%	35.7%	31.6%	26.5%	29.6%	32.7%	29.6%	△1.0%p	△3.0%p	△3.1%p	△2.0%p
문화산업	신규구직	30,267	21,316	25,052	76,635	29,177	28,077	30,254	87,508	△3.6%	31.7%	20.8%	14.2%
	취업	5,076	4,608	6,963	16,647	4,777	5,403	7,484	17,664	△5.9%	17.3%	7.5%	6.1%
	취업률	16.8%	21.6%	27.8%	21.7%	16.4%	19.2%	24.7%	20.2%	△0.4%p	△2.4%p	△3.1%p	△1.5%p
예술 스포츠 및 여가관련 서비스업	신규구직	27,503	19,505	22,795	69,803	26,380	25,558	27,348	79,286	△4.1%	31.0%	20.0%	13.6%
	취업	4,541	4,098	5,807	14,446	4,212	4,720	6,368	15,300	△7.2%	15.2%	9.7%	5.9%
	취업률	16.5%	21.0%	25.5%	20.7%	16.0%	18.5%	23.3%	19.3%	△0.5%p	△2.5%p	△2.2%p	△1.4%p
여행·숙박·오락 서비스직	신규구직	2,764	1,811	2,257	6,832	2,797	2,519	2,906	8,222	1.2%	39.1%	28.8%	20.3%
	취업	535	510	1,156	2,201	565	683	1,116	2,364	5.6%	33.9%	△3.5%	7.4%
	취업률	19.4%	28.2%	51.2%	32.2%	20.2%	27.1%	38.4%	28.8%	0.8%p	△1.0%p	△12.8%p	△3.5%p

출처: 한국고용정보원(2025). 워크넷 구인구직통계현황

- '25년 1분기 문화산업의 신규구직 대비 신규구인 비율은 6.3%로 전년 동기 대비 4.8%p 감소했고, 전체 산업 대비 27.0%p 낮은 수준임
- 예술 디자인·방송 스포츠직의 신규구직 대비 신규구인 비율은 5.9%로 전년 동기 대비 4.3%p 감소함
- 여행·숙박·오락 서비스직은 10.2%로 전년 동기 대비 10.9%p 감소함

(단위 : 명, 건)

구분	2024년				2025년				전년 동월대비 및 전년동기 대비 증감률				
	1월	2월	3월	1분기	1월	2월	3월	1분기	'25년 1월	'25년 2월	'25년 3월	'25년 1분기	
전체	신규구인	236,441	184,563	199,314	620,318	135,376	173,029	153,856	462,261	△42.7%	△6.2%	△22.8%	△25.5%
	신규구직	512,264	335,205	416,637	1,264,106	479,183	430,759	480,008	1,389,950	△6.5%	28.5%	15.2%	10.0%
	구직대비 구인	46.2%	55.1%	47.8%	49.1%	28.3%	40.2%	32.1%	33.3%	△17.9%p	△14.9%p	△15.8%p	△15.8%p
문화산업	신규구인	2,995	2,900	2,624	8,519	1,577	2,149	1,763	5,489	△47.3%	△25.9%	△32.8%	△35.6%
	신규구직	30,267	21,316	25,052	76,635	29,177	28,077	30,254	87,508	△3.6%	31.7%	20.8%	14.2%
	구직대비 구인	9.9%	13.6%	10.5%	11.1%	5.4%	7.7%	5.8%	6.3%	△4.5%p	△6.0%p	△4.6%p	△4.8%p
예술·디자인·방송·스포츠직	신규구인	2,527	2,416	2,134	7,077	1,354	1,869	1,430	4,653	△46.4%	△22.6%	△33.0%	△34.3%
	신규구직	27,503	19,505	22,795	69,803	26,380	25,558	27,348	79,286	△4.1%	31.0%	20.0%	13.6%
	구직대비 구인	9.2%	12.4%	9.4%	10.1%	5.1%	7.3%	5.2%	5.9%	△4.1%p	△5.1%p	△4.1%p	△4.3%p
여행·숙박·오락·서비스직	신규구인	468	484	490	1,442	223	280	333	836	△52.4%	△42.1%	△32.0%	△42.0%
	신규구직	2,764	1,811	2,257	6,832	2,797	2,519	2,906	8,222	1.2%	39.1%	28.8%	20.3%
	구직대비 구인	16.9%	26.7%	21.7%	21.1%	8.0%	11.1%	11.5%	10.2%	△9.0%p	△15.6%p	△10.3%p	△10.9%p

출처: 한국고용정보원(2025). 워크넷 구인구직통계현황



## 제6장

### 2025년 1분기 콘텐츠산업 주요 이슈

1. 출판/만화산업
2. 음악(공연)산업
3. 게임산업
4. 영화산업
5. 애니메이션/캐릭터산업
6. 방송·영상산업
7. 광고산업
8. 지식정보/콘텐츠솔루션산업



## 제6장 2025년 1분기 콘텐츠산업 주요 이슈

### 1. 출판/만화산업

#### 가. 출판산업

- 출판산업은 전분기 대비 매출 규모가 0.4% 감소하였고, 전년 동기 대비해서도 0.1% 감소하여 소폭이지만 감소세가 뚜렷한 편
  - 한국출판문화산업진흥원의 출판유통통합전산망에 따르면, 1분기 종이책 판매 부수는 '21년 1분기 1,511만 부에서 '23년 1분기 3,111만부로 2배 가량 증가하였으나 이후 감소하여 '25년 1분기 2,918만 부로 집계되어 '23년 대비 6.2% 감소<sup>35)</sup>
    - 다만 종이책 판매금액은 '23년 1분기 4,844억 원에서 '25년 1분기 4,837억 원으로 소폭 감소에 그침. 판매량을 활용하여 종이책 평균 판매금액을 산출해보면 '23년 15,569원에서 '25년 16,572원으로 6.4% 증가한 것을 알 수 있으며, 이러한 판매 금액의 인상이 총 판매 금액의 하락을 상쇄하였음을 알 수 있음
  - 4대 도매업체로 분류되었던 '북플러스'가 '25년 2월 21일 서울회생법원에 파산을 신청한 지 5주 만인 '25년 3월 28일 파산 선고를 받음<sup>36)</sup>
    - '북플러스'는 '98년 설립된 도매업체로 '교보문고', '웅진 북센', '한국출판협동조합'에 이어 4번째로 큰 도매업체이며, 거래처는 600곳 정도로 추산. 파산 신청 이유는 유동성 위기에 따른 경영악화이며, 채무는 약 185억 원 규모로 거래출판사 만기어음 규모가 약 4억 5천 만 원에 달하는 등 경영난이 예상되자 파산을 신청<sup>37)</sup>

#### 나. 만화산업

- 만화산업은 전분기 대비 매출 규모가 1.7% 증가하여 3분기 연속 증가하였고, 전년 동기 대비 5.5% 증가하는 등 성장세를 나타냄
  - 주요 플랫폼들의 실적은 산업 전반에 미치는 영향력이 큰 상황
    - '네이버'의 웹툰엔터테인먼트 '25년 1분기 매출액은 3억 2,571만 달러로 전년 동기 대비 0.3%로 소폭 감소하였는데, 이는 원화 및 엔화 약세 등 환율 변동의 영향을 받은 것으로 분석. 환율 변동 요인을 제외하면 전년 동기 대비 5.3% 성장<sup>38)</sup>

35) 출판유통통합전산망 출판산업 통계 재구성 (<https://bnk.kpipa.or.kr/home/>)

36) 출판N, 북플러스 파산을 통해 본 한국 출판도매, 2025. 5.

37) 서울신문, 전두환 장남이 설립한 도서업체 '북플러스' 파산, 2025..4.2.

38) 이코노믹데일리, 네이버웹툰 美 본사, 1분기 환율에 발목 잡혀 적자 전환, 2025.5.14

- '카카오'의 경우 콘텐츠 부문 매출이 '25년 1분기 8,707억 원으로 전년 동기 대비 16% 감소  
이 중 웹툰이 포함된 스토리 매출은 2,126억 원으로 전년 대비 6% 감소<sup>39)</sup>
- 그동안 웹툰 산업의 성장은 '나 혼자만 레벨업'이라는 슈퍼 IP의 성장에 기댄 바가 크며, 글로벌 시장에서 경쟁력을 갖춘 다른 신규 IP의 부재에 대한 우려를 심화시키고 있음<sup>40)</sup>
  - '나 혼자만 레벨업' 웹툰은 연재 3년여 만인 '21년 12월 완결 시점까지 글로벌 누적 조회 수 142억 회, 열람자 1억 7500만 명이라는 웹툰 역사상 전무후무한 기록을 달성. 만화 종주국 일본에서는 자회사 카카오재팬의 웹툰 플랫폼 '픽코마(Piccoma)'를 통해 서비스되어 일일 최대 열람자 수 82만 명이라는 플랫폼 역대 기록을 경신. 대만, 태국, 인도네시아 등 아시아 지역 카카오 웹툰 플랫폼에서도 매출 1위를 석권. 웹툰 단행본 역시 전 세계 18개국에 출간되었고, 독일과 브라질에서는 출간 첫 주 아마존 만화 부문 판매 1위를 기록하는 등 서구권에서도 강력한 IP 파워를 입증<sup>41)</sup>
  - 웹툰 산업의 지속적인 성장을 위해 슈퍼 IP를 발굴하는 것이 매우 중요함. 장기적으로는 어린 연령대가 웹툰에 관심 갖게 하고, 이들이 유망한 작가로 성장할 수 있도록 해야 함. 또한, 고관여층 독자가 증가하는 선순환 구조를 만드는 것이 필수적임. 이를 위해 고관여층을 위한 장르를 활성화하고, 새로운 독자층과 다양한 아이디어를 표현할 수 있는 자유롭고 역동적인 생태계 조성이 필요<sup>42)</sup>

## 2. 음악산업

- 음악산업의 매출은 전분기 대비 18.0% 감소하였으나, 전년 동기 대비 41.2% 증가. 특히 대중 음악 공연이 산업 성장을 이끄는 중
- '25년 1분기 한국 음악산업은 공연 시장의 기록적인 성장이 두드러짐
  - '25년 1분기 대중음악 공연 건수는 830건으로, 전년 동기 722건 대비 15.0% 증가. 총 티켓 판매 수는 120만 건으로, 전년 동기 97.2만건 대비 24.0% 증가. 총 티켓 판매액은 1,540억 원으로, 전년 동기 1,172억 원 대비 31.4% 증가하는 등 공연 시장이 지속적으로 성장하는 중<sup>43)</sup>
  - 주요 엔터테인먼트사들의 매출 또한 공연이 이끌어 간 모양새. '하이브'의 올해 1분기 공연 매출은 1,552억 원으로, 전년 동기 440억 원보다 252.3% 증가. 전체 매출에서 공연이 차지하는 비율도 31%로 음반·음원 비율(27.3%)을 넘어섬. 1분기 소속 가수인 BTS 제이홉, 세븐틴, 투모로우바이투게더, 엔하이픈, 보이넥스트도어 등의 해외 콘서트가 활발히 진행된 결과<sup>44)</sup>

39) 조선비즈, 카카오, 1분기 영업이익 전년 대비 12.4% 감소한 1054억원... 콘텐츠 사업 부진 탓, 2025.5.8.

40) 만화규장각, 웹툰 산업의 성장과 다양성의 위기: 장르 편중의 그림자와 미래 과제, 2025.5.29.

41) 파인특허법률사무소, '나 혼자만 레벨업' 성공 신화 분석 - 원천 IP 확보부터 글로벌 확장까지, 2025.3.30.

42) 만화규장각, 웹툰 산업의 성장과 다양성의 위기: 장르 편중의 그림자와 미래 과제, 2025.5.29.

43) KOPIS 공연통합전산망 재구성, 2025.3.

- 'SM엔터테인먼트' 역시 1분기 콘서트 매출이 394억 원으로 전년 동기 247억 원 대비 58.0% 늘었음. 'SM'은 최근 NCT127(18회), 에스파(16회), 동방신기(10회), 슈퍼주니어 예성(8회) 등이 대규모 월드 투어를 연이어 흥행시킴<sup>45)</sup>
- 'YG엔터테인먼트'도 공연 매출은 전년 동기 대비 292.7% 급증. 아티스트들의 공연 규모가 월드투어로 점차 대형화가 되면서 콘서트가 새로운 신흥 강자로 자리 잡음<sup>46)</sup>
- 공연의 활성화에 따라 가수들의 앨범 발매 전략에도 변화가 시작됨
  - 기존에는 음악방송에 맞추어 1~2곡을 짧은 간격으로 내는 '썩개기 싱글' 형태로 음반을 발매 하였으나, 최근에는 대규모 월드투어 일정에 맞춘 '미니 앨범'이나 '정규 앨범' 발매 형태로 변화. 2시간 인팍의 콘서트를 채우고 월드투어 상징성도 세우려면 내실 있는 앨범이 필요<sup>47)</sup>
- 음반 판매량은 '25년 1분기 씨클차트 TOP 100 음반을 기준으로 총 1,708만 장을 기록하여 전년 동기 1,720만 장 대비 0.7% 소폭 감소<sup>48)</sup>
  - 전체 판매량은 크게 차이나지 않았으나, 100만 장을 넘는 밀리언 셀러를 기록한 음반의 종류는 절반으로 감소. '24년 1분기에는 NCT DREAM, TWICEM, LE SSERAFIM, I-dle 등이 발매한 앨범 4종이 각각 100만 장 이상의 판매고를 기록하였으나, '25년 1분기에는 아이브의 'IVE EMPATHY' 141만 장, 제로베이스원의 'BLUE PARADISE' 124만 장 등 2종의 앨범 밀리언셀러를 달성
- 국내 음원시장에서 유튜브 뮤직(YouTube Music)과 스포티파이(Spotify) 같은 해외 플랫폼의 점유율이 국내 플랫폼을 앞지르고 있는 상황<sup>49)</sup>
  - 국내 주요 음원 플랫폼의 '25년 4월 기준 국내 이용자 규모는 유튜브 뮤직과 스포티파이를 합친 이용자 규모가 1,308만 명으로 멜론·지나뮤직·플로 등을 합친 국내 음원 플랫폼 이용자 규모(1,037만 명)를 넘어서 국내 이용자의 56%가 해외 음원 플랫폼을 이용 중
  - 그 중 국내 음원시장 점유율 1위인 유튜브 뮤직의 이용자 수는 979만 명으로 추산. 스포티파이의 경우에는 329만 명으로 국내 1위인 멜론(601만명)의 절반 이상

44) 조선일보, 앨범 안 팔려도 실적 쑥 올랐다… 효자는 '월드 투어', 2025.5.30.

45) 조선일보, 앨범 안 팔려도 실적 쑥 올랐다… 효자는 '월드 투어', 2025.5.30. (상동)

46) 뉴스핌, [아이돌 해부 정제 시작된 K팝 음반 판매량…빈 자리 채우는 '콘서트', 2025.5.23.

47) 조선일보, 앨범 안 팔려도 실적 쑥 올랐다… 효자는 '월드 투어', 2025.5.30.

48) 씨클차트 앨범 판매량 자료 재구성.

49) 조선일보, '끼워 팔기'로 국내 음원 시장 장악한 해외 플랫폼, 2025.5.14

### 3. 게임산업

- 게임산업 매출액은 전분기 대비 4.9% 증가하였으나, 전년 동기 대비 8.3% 감소. 전반적으로 선두기업과 그 외 기업 간 양극화가 심화되고 있는 상황
- ‘넥슨’, ‘크래프톤’, ‘넷마블’ 등 상위권 게임사들은 해외에서의 호성적을 바탕으로 꾸준히 성장 중
  - ‘넥슨’은 ’25년 1분기 매출 1조 820억 원, 영업이익 3,952억 원을 기록하며 견조한 실적을 달성. 이는 전년 동기 대비 매출이 5%, 영업이익이 43% 증가한 수치. ‘메이플스토리’는 국내 매출이 43% 증가했고, 중국 매출이 29% 증가. ‘던전앤파이터’는 국내 매출이 93% 증가. 서구권 시장에서도 ‘하이퍼로컬라이제이션’ 전략을 통해 전년 동기 대비 35%의 매출 성장을 이루며 지역 다각화의 성과를 달성<sup>50)</sup>
  - ‘크래프톤’은 ’25년 1분기 매출액 8,742억 원, 영업이익 4,573억 원을 기록하며 역대 최대 분기 실적을 달성하면서 전년 동기 대비 매출 31.3%, 영업이익 47.3% 증가. ‘배틀그라운드’는 무료화 이후에도 ’25년 3월 최대 동시접속자 140만 명을 넘어서며 지속 가능한 서비스로서의 가치를 입증하였고, ’25년 3월 28일 얼리 액세스로 출시된 ‘인조이’는 일주일 만에 100만 장 이상 판매되었으며, 이 중 약 95%가 해외에서 발생하여 ‘크래프톤’의 글로벌 IP 흥행 가능성을 다시 한 번 입증<sup>51)</sup>
  - ‘크래프톤’의 해외 매출 비중은 전체 매출의 94.6%이며, 매출 상위 8개사 중 해외 매출 비율이 가장 높음. ‘크래프톤’ 다음으로는 ‘그라비티’ 80%, ‘넷마블’ 82% 등의 회사가 해외 매출 비중이 매우 높음<sup>52)</sup>
  - ‘넷마블’은 ’25년 1분기 매출 6,239억 원, 영업이익 497억 원, 당기순이익 802억 원을 기록하며 3년 연속 적자 흐름을 끊고 실적 반등에 성공. 전년 동기 대비 매출은 6.6% 증가했으며, 영업이익은 무려 1,243.2% 급증. 영업이익이 대폭 개선된 원동력은 지급 수수료 구조 개선 등 비용 효율화가 크게 기여한 것으로 분석. ‘마블 콘테스트 오브 챔피언’과 같은 주요 글로벌 IP들이 북미와 유럽 지역에서 선전하며 해외 매출을 견인하였고, 신작 ‘RF 온라인 넥스트’의 흥행도 ’25년 1분기 실적에 긍정적인 영향<sup>53)</sup>
  - 반면, 엔씨소프트와 카카오게임즈 등은 신작 부재로 인한 실적 부진. 엔씨소프트는 ’25년 1분기 매출 3,603억, 영업이익 52억 원을 기록. 이는 전년 동기 대비 매출이 8.1%, 영업이익이 68.9% 감소한 수치이며, 카카오게임즈는 ’25년 1분기 매출 1,229억 원으로 전년 동기 대비 45.7% 감소했고, 영업이익은 적자 전환함<sup>54)</sup>

50) 게임메카, 한국 메이플 던파 부활, 넥슨 1분기 영업이익 43% 증가, 2025.5.14.

51) 크래프톤 보도자료, 크래프톤, 1분기 역대 최대 분기 매출 8,742억 원 달성, 2025.4.29.

52) 더일렉, 수출이 실적 갈랐다...1분기 실적 견인한 ‘글로벌 수출형’ 게임사들, 2025.5.19.

53) 디스이즈게임, 신작 8종 연이어 선보이는 넷마블, 2025년 1분기 실적발표, 2025.5.8.

54) EBN 산업경제, 게임업계, 1분기 실적 시즌...해외공략 신작출시 관건, 2025.04.28.

- 최근 게임사들의 지급 수수료 개선 성과는 글로벌 콘텐츠솔루션 기업 ‘엑솔라’의 결제 서비스와 연계된 사례가 다수
  - ‘엑솔라’는 게임 개발자와 퍼블리셔를 위한 포괄적인 결제 및 솔루션을 제공하며, 엑솔라페이 스테이션(Xsolla Pay Station)과 모바일 웹 솔루션, 부정결제방지 솔루션 등이 포함됨. 엑솔라페이 스테이션은 700개 이상의 결제 방법을 지원하며, 200개 이상의 지역에서 글로벌 플레이어들에게 원활한 거래를 제공. 모바일 게임 웹 솔루션은 개발자들이 전통적인 앱 스토어 수수료를 극복하고 가상 아이템, 화폐, 번들을 직접 판매할 수 있게 함<sup>55)</sup>
  - 특히 '25년 4월 미국 법원이 애플 앱스토어가 외부 결제 링크를 차단하거나 서드파티 스토어프론트에서 발생한 거래 수수료를 부과하는 행위를 금지하는 판결을 하면서 이와 같은 외부 결제 솔루션이 주목받고 있는 상황<sup>56)</sup>

#### 4. 영화산업

- 영화산업은 '25년 1분기 매출이 전기 대비 30.6% 감소, 전년 동기 대비 9.8% 감소 등 침체 지속
  - 영화진흥위원회 발표에 따르면, '25년 1분기 전체 극장 매출액과 관객 수는 전년 대비 약 33% 감소<sup>57)</sup>
    - '25년 4월 영화진흥위원회가 발표한 '25년 1분기 전체 매출액은 2,004억 원으로 전년 동기 대비 33.6%(1,014억 원) 감소했고, 전체 관객 수는 2,082만 명으로 32.6%(1,009만 명) 감소
    - 극장 개봉작 중 상위권 성적을 기록한 작품들을 살펴보면 봉준호 감독의 SF 어드벤처 영화 '미키 17'이 300만 명의 관객을 동원하며 1위를 차지. 이어서 '히트맨2'가 254만 명으로 2위, '24년 12월 개봉작인 '하얼빈'이 215만 명으로 3위. '검은 수녀들', '승부' 등도 상위권으로 업계의 전반적인 침체 속에서 비교적 선전함
  - 극장체인을 보유하고 있는 영화산업 내 주요 대기업들의 경우에도 실적 부진을 면치 못하고 있는 중
    - 'CJ CGV'는 중국과 베트남 등 글로벌 시장의 성장과 'CJ올리브네트웍스' 사업 성장으로 흑자 기조를 이어가고 있으나, 국내와 인도네시아 등 시장의 위축으로 영업이익이 전년 동기 대비 감소<sup>58)</sup>
    - '메가박스'를 운영 중인 '콘텐츠리중앙'의 경우 '25년 1분기 연결기준 매출액 2,252억 원, 영업손실 121억 원을 기록. 콘텐츠 제작을 담당하는 'SLL'은 1분기 매출 1,397억 원을 기록하며 전년 동기 대비 35.7%, 전 분기 대비 21% 증가하는 높은 성장세를 보였으나, 극장 사업을 담당하는 '메가박스'는 '25년 1분기 별도기준 매출액 449억 원, 영업손실 103억 원을 기록하며 전체 실적 부진의 주요 원인으로 작용<sup>59)</sup>

55) ZD NET KOREA, 이주찬 엑솔라 아태 총괄 "게임 시장서 3자 결제 솔루션 입지 넓혀", 2024.11.15.

56) ZD NET KOREA, 엑솔라, 소비자 직접 결제 '바이 버튼' 제공...게임 개발사 수익 극대화, 2025.5.12.

57) SBS연예뉴스, 2025년 1분기 극장 매출 전년 대비 33% 감소...'미키 17'·'승부' 고군분투, 2025.4.17.

58) 조선비즈, CJ CGV, 1분기 영업이익 32억 "중국·베트남 최대 실적", 2025.5.8.

59) 마켓인, 콘텐츠리중앙, 1분기 영업손실 121억원 "기대작 차례로 선보일 계획", 2025.5.8.

- 코로나 이후 관객 수 감소 현상이 지속되면서 영화 개봉요일을 수요일에서 금요일로 옮기는 등의 시도도 나타나고 있음
  - '24년 9월 개봉한 '베테랑2'에 이어 올해 개봉한 '검은 수녀들', '미키17'이 금요일에 개봉. 20세기 토요일 개봉에서 2001년 금요일 개봉이 등장했고, 2002년 주 5일제 도입 이후부터 개봉일이 목요일로 이동, 2010년대 초반 수요일 개봉작이 나오기 시작한 이래 '23년 개봉작부터 금요일 개봉작이 다시 등장
  - 이러한 개봉요일의 변화는 코로나19를 기점으로 극장 관객 수가 급감한 영향이 큼. 관객이 줄어들면서 수요일에 개봉해 관객 수를 늘리겠다는 전략이 힘을 잃었다는 분석<sup>60)</sup>

## 5. 애니메이션/캐릭터산업

- 애니메이션 산업은 '25년 1분기 매출실적이 전분기 대비 1.4% 증가하였고, 전년 동기 대비 16.5% 증가하여 회복세를 나타냄
  - '25년 1분기에는 2개 작품이 박스오피스 상위권을 기록하며 흥행에 성공<sup>61)</sup>
    - 일본 애니메이션 '극장판 진격의 거인 완결편 더 라스트 어택'은 '25년 1분기 전체 박스오피스 8위를 기록하며 66만 3,129명의 관객을 동원
    - '25년 2월 21일 개봉한 한국 애니메이션 '퇴마록'은 '25년 1분기 전체 박스오피스 10위에 오르며 49만 6,315명의 관객을 유치. '25년 3월에만 27억 원의 매출을 기록했으며, 독립예술 영화 부문에서 두 달 연속 1위를 차지
    - 이 외에도 '보로로 극장판 바닷속 대모험' 43만 명 등이 흥행
  - 이에 따라 애니메이션 기업들의 실적 또한 성장세를 나타냄
    - '애니플러스'는 '25년 1분기 연결 기준 매출액 293억 6천만 원을 기록하며 전년 동기 대비 14.2% 증가, 영업이익은 52억 4,483만 원으로 1.8% 증가, 당기순이익은 41억 9천만 원으로 61.6% 급증하며 역대 1분기 최대 실적을 달성. 이러한 호실적은 '극장판 진격의 거인 완결편 더 라스트 어택'의 흥행에 힘입은 바가 큼. 애니메이션 사업 부문('애니플러스', '라프텔', '애니맥스코리아)의 매출이 235억 5천만 원으로 전체 매출의 80%를 차지하였고, 애니메이션 전문 OTT 플랫폼인 '라프텔'은 동남아시아 시장 진출 1년 만에 월평균 30만 명의 월간 활성 이용자(MAU)를 확보하며 해외에서도 높은 관심을 보이는 중<sup>62)</sup>

60) 한국일보, '미키 17' '검은 수녀들' '베테랑2' 금요일 개봉 이유는... 20년 전으로 돌아간 극장가, 2025.3.17.

61) 영화진흥위원회 보도자료, 2025년 1분기 매출액·관객 수 전년 대비 약 33% 감소 -2025년 3월 한국 영화산업 결산 발표, 2025.4.17.

62) 프라이مج경제, 애니플러스, 1Q 매출 294억 전년비 14.2% ↑, 2025.5.15.

- '에스에이엠지엔터테인먼트(SAMGEntertainment)'는 '25년 1분기 연결 기준 영업이익의 62억 9천만 원을 기록하며 전년 동기(약 59억 원 적자) 대비 흑자 전환에 성공, 매출액은 357억 원으로 전년 동기 대비 41% 증가. 이러한 실적 개선은 라이선스 매출(76억 원, 전년 대비 2배 이상 증가)과 제품 매출(268억 원, 전년 대비 약 35% 증가)의 성장에 크게 기인했으며, 이는 원소스멀티유즈(OSMU) 전략의 가시적인 성과로 평가되고 있음<sup>63)</sup>
- 캐릭터 산업은 '25년 1분기 매출실적이 전분기 대비 2.0% 감소하였으나, 전년 동기 대비 10.7% 증가
  - 주요 IP를 활용한 라이선스 매출 및 제품 매출의 증가가 성장에 기여
    - '오로라월드'는 북미와 유럽 시장에서의 안정적인 수출 실적과 신제품 라인업 확대가 실적 개선을 견인하였으며, 해외 매출 비중이 80% 이상을 차지. 매출 증가에는 캐릭터 브랜드 '팝팝스' 활약이 두드러짐<sup>64)</sup>
    - '에스에이엠지엔터테인먼트(SAMGEntertainment)'는 '현대자동차', '기아타이거즈', 'SM 엔터테인먼트', '데브시스터즈'와 협업하며 라이선스 활용처를 다변화하는 중으로, '25년 1분기 라이선스 매출이 76억 원으로 전년 동기 대비 2배 이상 증가<sup>65)</sup>

## 6. 방송 영상산업

- 방송 영상산업의 '25년 1분기 매출 실적은 전분기 대비 9.1% 감소, 전년 동기 대비 6.2% 감소 등 감소세로 전환
  - 전반적으로 제작 회차가 감소하면서 실적이 감소하는 추세이나, 글로벌 OTT 흥행작이 있는 경우에는 수출 등에서 선방하는 모양새
    - '콘텐츠리중앙'의 경우 'SLI(Studio LuluLala)'의 매출 1,397억 원 중 56%인 745억 원이 해외 매출. '넷플릭스', '티빙', 'U-NEXT', 'Viu' 등 다양한 글로벌 플랫폼을 통한 콘텐츠 공급이 성장을 견인<sup>66)</sup>
    - 'SBS'는 '넷플릭스'와 6년 장기 콘텐츠 공급 계약을 체결. 이 계약은 '넷플릭스'가 국내 방송사의 전체 프로그램을 서비스하는 전례 없는 글로벌 계약으로 평가되며, 연간 500~600억 원 규모로 추정<sup>67)</sup>. 이에 'SBS'의 '25년 1분기 온라인 수익은 300억 원 이상으로 전년 대비 50% 이상 증가한 것으로 파악<sup>68)</sup>

63) 한경코리야마켓, 500만원 투자해 '아반떼' 뽑았다... "고마워 파산평" 환호 [종목+], 2025.5.15.

64) 이데일리, 오로라월드, '팝팝스' 미 캐릭터 완구 길러로 부상... 사상 최대 실적 전망, 2025.5.28.

65) 한경코리야마켓, 500만원 투자해 '아반떼' 뽑았다... "고마워 파산평" 환호 [종목+], 2025.5.15. (상동)

66) 마켓인, 콘텐츠리중앙, 1분기 영업손실 121억원 "기대작 차례로 선보일 계획", 2025.5.8.

67) 한경코리야마켓, SBS, 넷플과 '역대급 계약'에 목표가 출상향... "시총 1조 간다" [종목+], 24.12.23.

68) 뉴시스, DS證 "SBS, 넷플릭스 효과 본격화... 목표가↑", 2025.6.2.

- ‘스튜디오드래곤’의 경우 올해 1분기 TV 및 OTT 방영작의 수가 전년 대비 약 16.9% 줄어든 가운데, 글로벌 OTT 동시방영 회차 역시 70% 이상 감소. 다만 ‘tvN’과 ‘티빙’이 공동 기획한 <원경>은 동시간대 시청률 1위를 기록했고, 후속작 <그놈은 흑염룡>은 글로벌 OTT ‘라쿠텐 비키’에서 109개국 연속 1위를 차지. 또한 티빙 오리지널 <스터디그룹>은 5주 연속 유료가입자 기여자 수 1위를 기록하며 자체 콘텐츠의 흥행 가능성을 입증<sup>69)</sup>
- 글로벌OTT ‘넷플릭스’의 글로벌 예산 중 K콘텐츠 비중은 6.48%로 추정<sup>70)</sup>
  - 미디어 연구소 K엔터테인먼트에 따르면, 미국 대중문화 전문지 버라이어티가 추정한 ‘넷플릭스’ 올해 글로벌 콘텐츠 예산은 약 96억 5천만 달러(한화 13조 8,799억 원). 또한 ‘넷플릭스’가 발표한 2023~2026년 한국 콘텐츠 투자 규모는 총 25억 달러로, 연간 약 6억 2,500만 달러로 추정되며 이에 따라 글로벌 예산 대비 한국 콘텐츠 비중을 계산
  - 영어 외 가장 큰 점유율을 가진 스페인어 콘텐츠를 고려하면 한국 콘텐츠의 글로벌 비중은 10~15% 정도로 추산

## 7. 광고산업

- 광고산업의 '25년 1분기 매출 실적은 전분기 대비 35.5% 감소하였으나, 전년 동기 대비해서는 7.2% 증가로 나타남
- '24년에 이어 '25년 1분기까지 국내 정치적 이슈가 이어지면서 가장 크게 영향을 받는 방송광고 시장은 더 얼어붙었다는 분석<sup>71)</sup>
  - 정치적 불확실성의 장기화는 방송 광고 업황 부진을 초래, 기업 홍보팀은 사회적 분위기를 고려하여 보수적으로 광고를 집행할 수밖에 없었으며, 이는 1분기 광고 시장 전반에 부정적인 영향을 미친 것으로 분석 중
- 그럼에도 불구하고 전체 광고 시장이 전년 동기 대비 성장한 것은 디지털 부문의 견고한 확장이 전통 미디어의 감소분을 상쇄하고 있기 때문
  - ‘제일기획’의 경우 '25년 1분기 매출 총이익은 전년 동기 대비 10% 증가한 4,335억 원, 영업이익은 같은 기간 7% 증가한 585억 원을 기록해 시장 전망치를 상회. 최근 관세전쟁과 글로벌 경기 침체 우려 등 대내외 활동이 불안한 상황에서도 안정적 사업 포트폴리오를 기반으로 ATL(매체광고), 디지털 사업 확대와 비 계열 부문 성장이 지속되는 중<sup>72)</sup>

69) 엠투데이, 스튜디오드래곤 1분기 실적 ‘주춤’, 흥행작 많았지만 OTT 공급 급감, 2025.5.9.

70) 연합뉴스, "넷플릭스 올해 글로벌 예산 중 K콘텐츠 비중 6.48% 추정", 2025.3.2.

71) 미디어오늘, 윤석열 비상계엄 후폭풍, 방송광고 시장 얼어붙었다, 2025.4.11.

72) 머니투데이, 제일기획, 불확실성에도 양호한 1분기 실적·주주환원 모멘텀 기대-홍국, 2025.4.28.

- '네이버'는 '25년 1분기 광고 및 커머스 사업에서 호조를 보이며 역대 1분기 최대 실적을 경신했으며, 모바일 및 이커머스 성장의 광범위한 추세와 일치<sup>73)</sup>
- '카카오'는 '25년 1분기 광고매출이 전년 동기 대비 3% 성장. 핵심사업인 특비즈 매출이 5,533억 원으로 7% 성장하였으며, 비즈니스 메시지 상품 매출 또한 11% 증가<sup>74)</sup>

## 8. 지식정보/콘텐츠솔루션

- 지식정보 산업 '25년 1분기 매출 실적은 전분기 대비 8.2% 감소하였으나, 전년 동기 대비해서는 6.2% 증가
  - AI 사업의 성패가 실적에 미치는 영향력이 높아지고 있는 상황<sup>75)</sup>
    - '네이버'는 핵심 사업에 AI를 성공적으로 접목하며 사상 최대 분기 실적을 달성. '25년 1분기 연결 매출 2조 7,868억 원, 영업이익 5,053억 원을 기록하며 매출은 전년 동기 대비 10.3%, 영업이익은 15.0% 증가. 서치 플랫폼의 매출이 전년 동기 대비 11.9% 성장하였는데, AI를 활용한 광고지면 최적화와 타겟팅 고도화가 주요하였고, 검색 광고 수익의 질적인 성장을 이끌었다는 평가
    - '카카오'는 콘텐츠 부문의 부진 속에서도 강점인 플랫폼 경쟁력을 기반으로 AI와 서비스 혁신에 집중. '25년 1분기 연결 매출 1조 8,640억 원으로 전년 동기 대비 6% 감소하였으나 이는 게임과 미디어 등 콘텐츠 부문의 역성장에 영향을 받은 실적. 부진 탈출과 미래 성장을 위해 AI와 '카카오톡 슈퍼앱' 전환에 사활을 걸고 있으며, AI 메이트 '카나나'를 시작으로 카카오톡 내 생성형 검색 등 새로운 AI 서비스 도입을 예고 중
  - 통신사 중심의 AI 사업은 AI 데이터센터(DC) 및 AI 인프라 서비스(AIX)와 같은 B2B 및 인프라 구축을 통해 새로운 성장 동력을 확보하며 AI 시대의 핵심 플레이어로 부상
    - 'KT'는 마이크로소프트와의 전략적 파트너십을 통해 한국형 AI 모델 및 시큐어 퍼블릭 클라우드를 공동 개발 중이며, AX(AI Transformation) 전문 딜리버리 조직을 출범시켜 B2B AI 사업을 가속화 중<sup>76)</sup>
    - 'SKT'는 '25년 1분기 영업이익이 13.8% 증가했으며 이는 AI 데이터센터(DC) 및 AI 인프라 서비스(AIX) 사업 성장에 힘입은 결과. AI DC 매출은 1,020억 원(전년 동기 대비 +11.1%), AIX 매출은 452억 원(전년 동기 대비 +27.2%)을 기록. AI 개인버서 '에이닷'의 누적 가입자는 900만 명을 돌파했으며, 글로벌 AI 에이전트 '에스티'는 미국에서 오픈 베타 서비스를 시작<sup>77)</sup>

73) KT나스미디어, MEDIA & MARKET ISSUE, 2025.5.

74) KT나스미디어, MEDIA & MARKET ISSUE, 2025.5. (상동)

75) 이코노믹리뷰, 'AI 수익화' 네이버 '플랫폼 혁신' 카카오, 1분기 실적 톺아보니 [IT큐레이션], 2025.5.9.

76) 시사프라임, KT, 2025년 1분기 실적... B2B-클라우드 성장세 지속, 2025.5.9.

- 콘텐츠솔루션 산업 '25년 1분기 매출 실적은 전분기 대비 18.5% 감소하였으나, 전년 동기 대비해서는 4.8% 증가
  - 'NHN'은 결제와 기술사업 부문이 성장을 주도<sup>78)</sup>
    - 결제 부문은 'NHN페이코'의 B2B 사업 확대와 'NHN KCP'의 거래금액 증가에 따라 전년 동기 대비 4.2% 증가한 2,903억 원을 달성. 기술 부문은 'NHN클라우드'와 'NHN두레이'의 성장에 힘입어 전년 동기 대비 11.0% 증가한 1,056억 원을 기록
  - '디지캡'은 실시간 AI기반 자막 번역 솔루션 LiveCAP 미국 테네시주 공영방송국에서 서비스 되기 시작하면서 실적이 크게 증가<sup>79)</sup>
    - '디지캡'의 '25년 1분기 매출은 152.6억 원으로 전년 동기 대비 120.8% 증가하였으며, Public Media Venture Group(PMVG), XL8, PBS 방송국 WCTE 및 한국의 방송전파진흥협회(RAPA)와 협력하여 미국 테네시주 쿠크빌에서 ATSC 3.0 기반 실시간 방송 자막 번역 서비스 LiveCAP을 선보임
    - 이 서비스는 AI 기반 번역 엔진을 활용하여 방송 콘텐츠의 영어 자막을 스페인어로 실시간 번역하여 송출하며, 이용자는 별도의 장비 없이 ATSC 3.0 수신기 (TV, 셋탑박스)의 기본 접근성 메뉴를 통해 스페인어 자막을 선택할 수 있게 함

77) 아주경제, SKT, 2025년 1분기 영업이익 5674억원...전년 비 13.8%↑. 2025.5.12.

78) 조선비즈, NHN, 1분기 영업이익 276억원... 전년비 1.3%↑, 2025.5.13.

79) tvtech, NextGen TV: Live Spanish Captions Debut on PMVG's 3.0 Test Bed Station in Tenn, 2024.12.7.

## 제7장

# 2025년 1분기 콘텐츠산업 상장사 분석

1. 조사 개요
2. 콘텐츠산업 상장사 분석
3. 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 비교
4. 콘텐츠산업 상장사 기업경영분석



# 제7장 2025년 1분기 콘텐츠산업 상장사 분석

## 1. 조사 개요

### 가. 분석 목적

- 콘텐츠산업 내 규모가 크고 업종 대표성을 가진 상장사의 재무제표를 심층 분석하여, 국내 콘텐츠 기업의 특징과 현황을 파악하고 산업 발전전략을 수립하기 위한 유용한 기초자료를 제공하고자 하였으며, 콘텐츠산업 전체와 상장사의 주요 실적을 비교하는 것과 더불어 상장사 기업현황을 파악할 수 있는 성장성, 수익성 및 안정성 지표들을 산출 분석하기 위함

### 나. 분석 대상 및 방법

#### 1) 분석 개요

##### 가) 데이터 수집

- 상장사 분석을 위한 데이터는 콘텐츠산업 분야별 상장사의 재무제표를 수집 및 재구성하여 영업 이익률, 유동비율, 부채비율 등의 지표를 산출하였으며, 분기별로 전체 상장사(코스피, 코스닥)의 데이터와 비교 분석함

##### 나) 상장사 선별

- '25년 1분기 기준 콘텐츠 관련 상장사(코스피, 코스닥)는 총 195개를 선별하여 금융감독원 전자공시시스템에 등록된 각 기업별 공시자료를 분석하였으며, 일관성 유지를 위해 각 상장사별로 연결 재무제표와 개별 재무제표를 구분하여 사용함<sup>80)</sup>
- 산업별 상장사는 출판 14개, 만화/웹툰 7개, 음악 16개, 게임 38개, 영화 14개, 애니메이션/캐릭터 13개, 방송 영상 37개, 광고 24개, 지식정보 21개, 콘텐츠솔루션 11개이며 이 중 연결 재무제표 대상 상장사는 131개사임
- 여러 산업을 영위하고 있는 일부 사업체의 경우 콘텐츠산업에 해당하는 산업 비중만큼 매출액, 수출액, 종사자 수 등을 별도 추출하여 적용하였으며, 기분류된 콘텐츠산업 외 '25년 1분기에 추가 분류되었거나 신규 추가된 상장사의 경우에는 '19년 상반기부터 실적을 소급 적용하여 계산하여 기존 보고서 상의 매출액, 수출액, 종사자 수 등과 다를 수 있음
- '25년 1분기에 분석 기준 재무제표가 변경된 상장사는 없음

80) 아이에이치큐, 아센디오, 카다리스튜디오, 디지털조선일보, 네이버, 바른손이앤에이, CJ ENM, 콘텐츠리중앙, YG PLUS, LG헬로비전, SM C&C, 대원미디어, IMBC, 팬엔터테인먼트, 쇼박스, 네오리진, 비상교육, NEW, 엔에이치엔, 데브시스터즈, 미스터블루, 캔버스엔, 넷튠, 엔비터, 디앤씨미디어, 애니플러스, 캐리소프트, 아티스트컴퍼니, 블리츠웨이스트udio, 핑거스토리, SAMG엔터, 와이랩, 아이스크림미디어의 경우 여러 분야 중복 반영 포함

다) 상장사별 특이사항

○ '25년 1분기 콘텐츠산업 신규 상장사로 추가된 상장사는 총 2개사이며, 제외된 상장사는 3개사임

구분	상장사명	콘텐츠산업분류	사업 내용
신규상장사	와이즈넷 (096250)	콘텐츠솔루션	인공지능 전문 시에이전트 기업으로 인공지능 검색엔진 및 챗봇 사업 진행을 영위하고 있어 '25년 1분기부터 상장사에 포함함
	차이커뮤니케이션 (351870)	광고	디지털 종합 광고대행사로서 '24년 9월 27일 코스닥 상장하였으나, 그 동안 사업보고서 미제출로 인해 '25년 1분기부터 상장사에 포함함
제외상장사	세기상사 (002420)	영화	'24년 9월 30일자로 영위 중이던 영화상영업을 중단하고 임대사업으로 전환함에 따라 '25년 1분기부터 상장사에서 제외함
	바른손이앤에이 (035620)	게임	'23년부터 사업보고서 상 게임사업 매출을 집계하지 않음에 따라 '25년 1분기부터 상장사에서 제외함
	애닉 (299910)	게임	'25년 2월 14일 상장폐지 결정됨에 따라 상장사에서 제외함

○ 여러 개의 산업을 영위하는 상장사는 총 33개사임

구분	상장사명	콘텐츠산업분류		
1	아이에이치큐 (003560)	음악	방송 영상	광고
2	아센디오 (012170)	영화	방송 영상	
3	키다리스튜디오 (020120)	출판	만화	
4	디지털조선일보 (033130)	광고	지식정보	
5	네이버 (035420)	만화	지식정보	
6	바른손이앤에이 (035620)	영화	방송 영상	
7	CJ ENM (035760)	음악	영화	방송 영상
8	(주)콘텐츠리중앙 (036420)	영화	방송 영상	
9	YG PLUS (037270)	음악	광고	
10	LG헬로비전 (037560)	방송 영상	광고	
11	SM C&C (048550)	방송 영상	광고	
12	대원미디어 (048910)	만화	게임	애니메이션
13	IMBC (052220)	방송 영상	광고	
14	팬엔터테인먼트 (068050)	음악	방송 영상	
15	쇼박스 (086980)	영화	방송 영상	
16	네오라진 (094860)	게임	방송 영상	
17	바상교육 (100220)	출판	지식정보	
18	NEW (160550)	영화	방송 영상	
19	엔에이치엔(주) (181710)	게임	콘텐츠솔루션	
20	데브시스터즈 (194480)	게임	캐릭터	
21	마스터블루 (207760)	출판	만화	게임
22	캔버스엔 (210120)	음악	방송 영상	광고
23	넵툰 (217270)	게임	광고	
24	엔버티 (236810)	광고	콘텐츠솔루션	
25	디앤씨미디어 (263720)	출판	만화	
26	애니플러스 (310200)	애니메이션	캐릭터	
27	캐리소프트 (317530)	애니메이션	캐릭터	
28	아티스트컴퍼니 (321820)	영화	콘텐츠솔루션	
29	블리츠웨이스트튜디오 (369370)	방송 영상	캐릭터	
30	핑거스토리 (417180)	만화	영화	
31	SAMG엔터 (419530)	애니메이션	캐릭터	
32	와이랩 (432430)	만화	방송 영상	
33	아이스크림미디어 (461300)	출판	지식정보	

## 2. 콘텐츠산업 상장사 분석

### 가. 매출 변화 추이

#### 1) 2025년 1분기 매출 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사 '25년 1분기 매출액은 약 14조 7,454억 원으로 전분기 대비 10.1% 감소, 전년 동기 대비 3.0% 증가함
  - 산업별로 살펴보면 지식정보가 약 4조 405억 원으로 가장 매출액이 많았고, 그 다음으로 게임(약 3조 1,697억 원), 방송 영상(약 2조 3,477억 원), 광고(약 1조 9,212억 원) 등의 순으로 많았음
- 전분기 대비 증가율을 보면 게임을 제외한 모든 산업에서 매출액이 감소했고, 그 중 영화가 전분기 대비 31.8%로 가장 감소폭이 컸음
- 전년 동기 대비 증가율을 보면 영화와 방송 영상을 제외한 모든 산업에서 매출액이 증가했고, 그 중 애니메이션/캐릭터가 전년 동기 대비 24.6%로 가장 증가율이 높았음
  - 그 다음으로 음악(18.8%), 만화(5.6%), 지식정보(5.3%) 등의 순으로 높았음

그림 7-1

'24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 매출액 변동

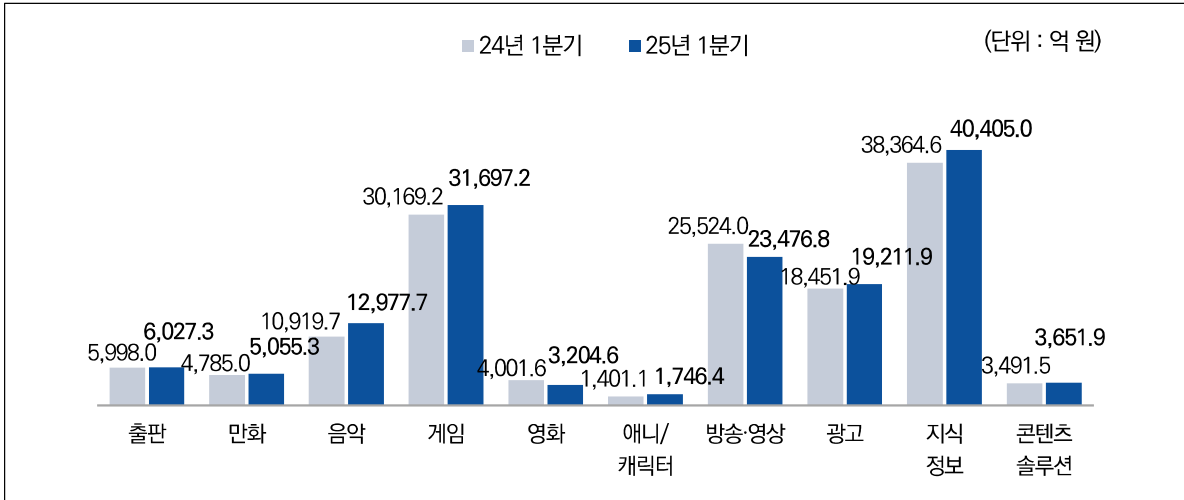


그림 7-2

'24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 매출액 비중

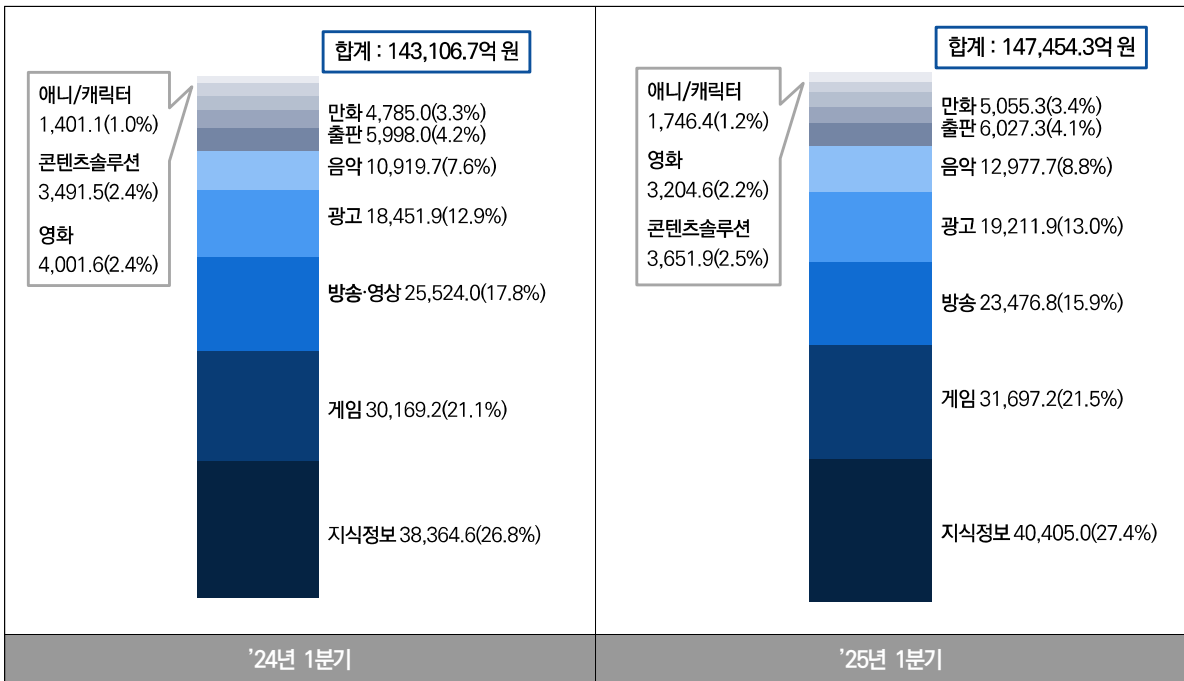


표 7-1

'24년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 매출 변동

(단위 : 억 원)

산업	2024년				2025년	
	1분기 (전분기 대비)	2분기 (전분기 대비)	3분기 (전분기 대비)	4분기 (전분기 대비)	1분기 (전분기 대비)	(전년 동기 대비)
출판	5,998.0 △6.2%	5,373.4 △10.4%	5,579.0 3.8%	7,338.0 31.5%	6,027.3 △17.9%	0.5%
만화	4,785.0 △0.3%	4,607.4 △3.7%	5,005.1 8.6%	5,074.7 1.4%	5,055.3 △0.4%	5.6%
음악	10,919.7 △28.5%	13,929.2 27.6%	14,795.1 6.2%	16,975.3 14.7%	12,977.7 △23.5%	18.8%
게임	30,169.2 3.1%	31,914.7 5.8%	32,526.0 1.9%	30,198.1 △7.2%	31,697.2 5.0%	5.1%
영화	4,001.6 0.9%	3,444.2 △13.9%	4,535.2 31.7%	4,698.0 3.6%	3,204.6 △31.8%	△19.9%
애니메이션/캐릭터	1,401.1 △14.6%	1,466.2 4.6%	1,690.8 15.3%	1,749.4 3.5%	1,746.4 △0.2%	24.6%
방송 영상	25,524.0 △6.1%	26,133.2 2.4%	23,541.1 △9.9%	28,474.3 21.0%	23,476.8 △17.6%	△8.0%
광고	18,451.9 △19.7%	20,444.7 10.8%	20,492.5 0.2%	23,535.7 14.9%	19,211.9 △18.4%	4.1%
지식정보	38,364.6 13.7%	38,968.6 1.6%	39,792.9 2.1%	41,591.0 4.5%	40,405.0 △2.9%	5.3%
콘텐츠솔루션	3,491.5 △12.9%	3,651.8 4.6%	3,592.7 △1.6%	4,340.0 20.8%	3,651.9 △15.9%	4.6%
<b>합계</b>	<b>143,106.7 △4.1%</b>	<b>149,933.4 4.8%</b>	<b>151,550.5 1.1%</b>	<b>163,974.4 8.2%</b>	<b>147,454.3 △10.1%</b>	<b>3.0%</b>

---

출처 : 전자공시시스템, 각사 정기보고서(사업보고서) 상의 매출액 또는 영업수익

주1: 다양한 사업을 영위하고 있는 상장사 중 콘텐츠산업과 관련 있는 사업만 분류하여 매출액을 적용하였음

주2: 2개 이상의 콘텐츠산업을 영위하고 있는 '이이에이치큐(음악 방송 영상·광고)', '아센디오(영화 방송 영상)', '카더스튜디오(출판 만화/웹툰)', '디지털조선일보(광고·지식정보)', '네이버(만화/웹툰 지식정보)', '바른손이앤에이(영화 방송 영상)', 'CJ ENM(음악 영화 방송 영상)', '콘텐츠리중앙(영화 방송 영상)', 'YG PULS(음악·광고)', 'LG헬로비전(방송 영상·광고)', 'SM C&C(방송 영상·광고)', '대원미디어(만화/웹툰 게임 애니메이션 캐릭터)', 'IMBC(방송 영상·광고)', '팬엔터테인먼트(음악 방송 영상)', '소박스(영화 방송 영상)', '네오리진(게임 방송 영상)', '비상교육(출판 지식정보)', 'NEWM(영화 방송 영상)', '엔에이치엔(게임 콘텐츠솔루션)', '데브시스터즈(게임 캐릭터)', '미스터블루(출판 만화/웹툰 게임)', '칸버스엔(음악 방송 영상·광고)', '넵튠(게임·광고)', '엔비티(광고 콘텐츠솔루션)', '디앤씨미디어(출판 만화/웹툰)', '애니플러스(애니메이션 캐릭터)', '캐리소프트(애니메이션 캐릭터)', '아티스트컴퍼니(영화 콘텐츠솔루션)', '블리츠위이스튜디오(방송 영상·캐릭터)', '핑크스토리(만화/웹툰 영화)', 'SAMG엔터테인먼트(애니메이션 캐릭터)', '와이랩(만화/웹툰 방송 영상)', '이이스크림미디어(출판 지식정보)'는 각 산업의 매출액을 적용하였음

주3: '24년 1분기에는 'SBS콘텐츠허브(방송 영상)', '코원플레이(게임)', '에이피헬스케어(게임)' 총 3개사가 분석 대상 상장사에서 제외하였으며, '25년 1분기에 '세기상사(영화)', '애니(게임)', '바른손이앤에이(게임)' 총 3개사는 분석 대상 상장사에서 제외함

주4: 게임분야의 경우 게임 제작 및 배급업, 게임 유통업 등 국내 상장사들만 포함한 수치이며, 국외 상장사인 '넥슨'은 제외함

주5: 각 분야별 분석 대상 상장사 리스트는 부록1을 참고

주6: 상기 주1 ~ 주4는 영업이익, 수출액, 종사자에도 동일하게 적용되는 내용임

## 2) 장르별 상장사 매출 변화 추이

- 출판 상장사의 '25년 1분기 매출액은 약 6,027억 원으로 전분기 대비 17.9% 감소, 전년 동기 대비 0.5% 증가함. 출판 상장사 매출액은 최근 5개 분기 중 '24년 4분기에 가장 높았으나 이는 업계 특정 작가의 효과로 인한 실적으로 업계 분기별 경향으로 판단할 수 없음
- 만화 상장사의 '25년 1분기 매출액은 약 5,055억 원으로 전분기 대비 0.4% 감소, 전년 동기 대비 5.6% 증가함. 만화 상장사 매출액은 상반기(1분기와 2분기)보다 하반기(3분기와 4분기) 매출이 높은 편임
- 음악 상장사의 '25년 1분기 매출액은 약 1억 2,978억 원으로 전분기 대비 23.5% 감소, 전년 동기 대비 18.8% 증가함. 음악 상장사의 매출액은 4분기로 갈수록 높은 경향을 보임
- 게임 상장사의 '25년 1분기 매출액은 약 3조 1,697억 원으로 전분기 대비 5.0% 증가, 전년 동기 대비 5.1% 증가함. 게임 상장사 매출액은 4개 분기 중 3분기에 높은 편임
- 영화 상장사의 '25년 1분기 매출액은 약 3,205억 원으로 전분기 대비 31.8%, 전년 동기 대비 19.9% 감소함. 영화 상장사 매출액은 분기별 추이는 없으나, 상반기(1분기와 2분기) 대비 하반기(3분기와 4분기) 매출이 높은 편임
- 애니메이션/캐릭터 상장사의 '25년 1분기 매출액은 약 1,746억 원으로 전분기 대비 0.2% 감소, 전년 동기 대비 24.6% 증가함. 애니메이션/캐릭터 상장사 매출액은 '24년 1분기부터 꾸준히 증가하고 있음
- 방송 영상 상장사의 '25년 1분기 매출액은 약 2조 3,477억 원으로 전분기 대비 17.6% 감소, 전년 동기 대비 8.0% 감소함. 방송 영상 상장사 매출액은 '23년 1분기부터 증가와 감소를 반복하는 추이를 보임
- 광고 상장사의 '25년 1분기 매출액은 약 1조 9,212억 원으로 전분기 대비 18.4% 감소, 전년 동기 대비 4.1% 증가함. 광고 상장사 매출액은 1분기에서 4분기로 갈수록 높은 경향을 보임
- 지식정보 상장사의 '25년 1분기 매출액은 약 4조 405억 원으로 전분기 대비 2.9% 감소, 전년 동기 대비 5.3% 증가함. 지식정보 상장사 매출액은 1분기에서 4분기로 갈수록 높은 경향을 보임
- 콘텐츠솔루션 상장사의 '25년 1분기 매출액은 약 3,652억 원으로 전분기 대비 15.9% 감소, 전년 동기 대비 4.6% 증가함. 콘텐츠솔루션 상장사 매출액은 상대적으로 1분기에서 4분기로 갈수록 높은 경향을 보임

## 나. 영업이익 변화 추이

### 1) 2025년 1분기 영업이익 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사 '25년 1분기 영업이익은 약 1조 4,533억 원으로 전분기 대비 9.1%, 전년 동기 대비 12.3% 증가함
  - 산업별로 살펴보면 전 산업 중 지식정보의 영업이익이 약 5,993억 원으로 가장 많은 반면, 영화는 적자를 기록함
- 전분기 대비 증가율을 보면 게임, 애니메이션/캐릭터, 방송 영상과 지식정보에서 영업이익이 증가했고, 그 중 방송 영상이 전분기 대비 가장 큰 폭으로 증가함
  - 그 다음으로 게임(108.4%), 애니메이션/캐릭터(27.0%), 지식정보(2.2%) 등의 순으로 높았음
- 전년 동기 대비 증가율을 보면 영화, 방송 영상과 콘텐츠솔루션을 제외한 모든 산업에서 영업이익이 증가했고, 그 중 애니메이션/캐릭터의 증가율이 가장 컸음
  - 그 다음으로 출판(202.0%), 음악(39.5%), 게임(34.4%) 등의 순으로 높았음

그림 7-3

'24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 영업이익의 변동

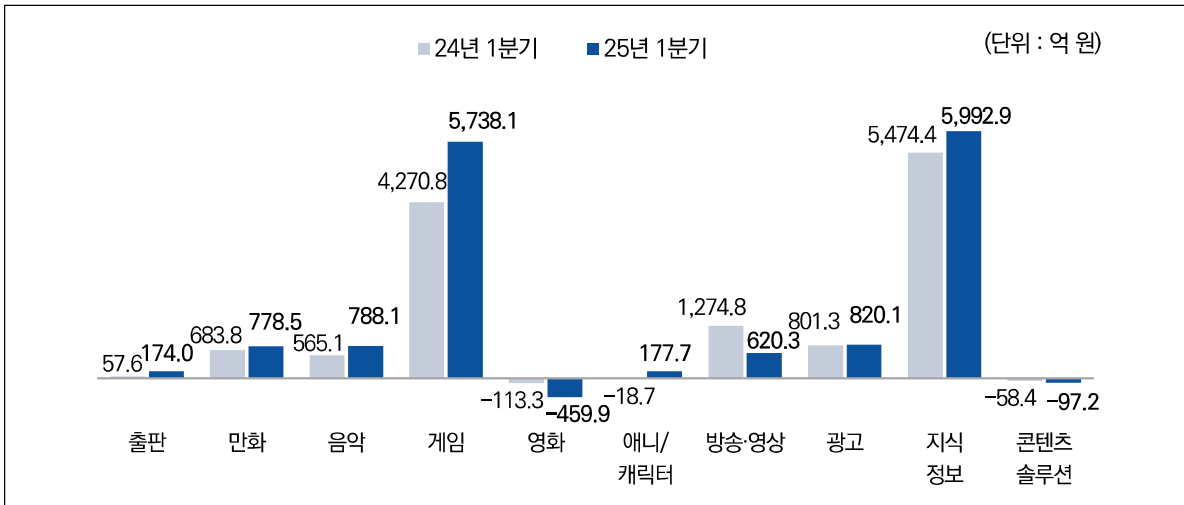


그림 7-4

'24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 영업이익의 비중

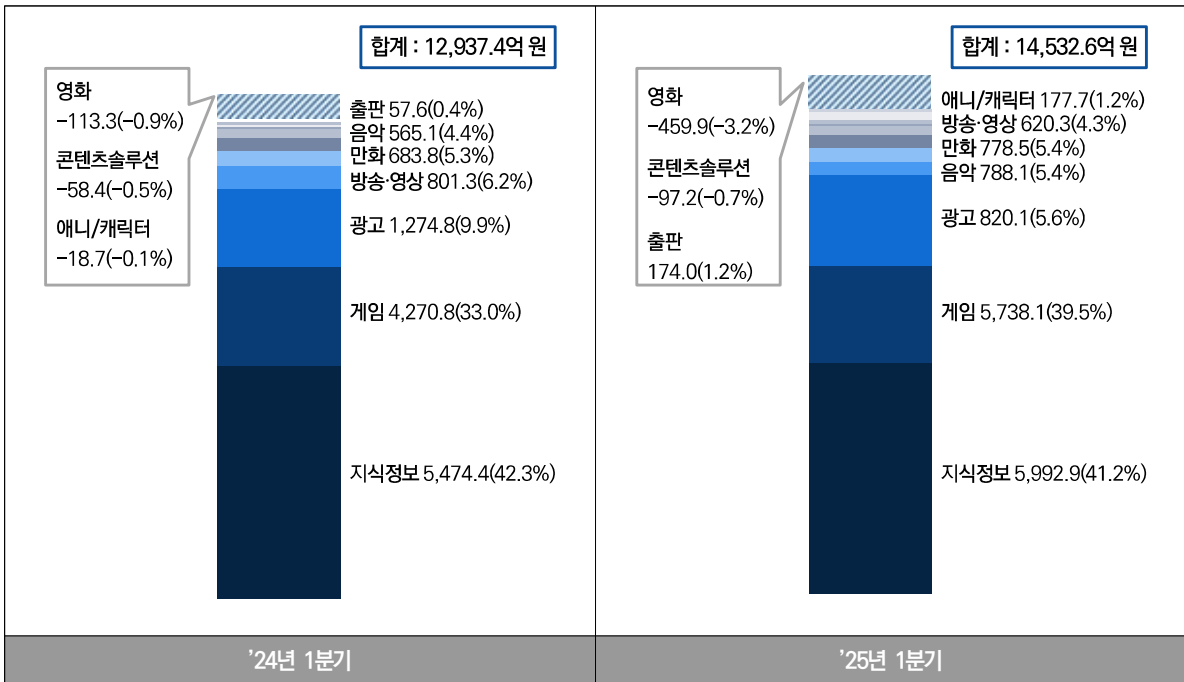


표 7-2

'24년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 영업이익 변동

(단위 : 억 원)

산업	2024년				2025년	
	1분기 (전분기 대비)	2분기 (전분기 대비)	3분기 (전분기 대비)	4분기 (전분기 대비)	1분기 (전분기 대비)	(전년 동기 대비)
출판	57.6 △72.4%	21.1 △63.4%	122.0 478.9%	555.6 355.4%	174.0 △68.7%	202.0%
만화	683.8 10.2%	692.5 1.3%	814.5 17.6%	785.9 △3.5%	778.5 △0.9%	13.9%
음악	565.1 △60.9%	847.3 49.9%	1,171.2 38.2%	1,348.5 15.1%	788.1 △41.6%	39.5%
게임	4,270.8 105.0%	5,061.7 18.5%	5,786.7 14.3%	2,753.3 △52.4%	5,738.1 108.4%	34.4%
영화	△113.3 53.4%	△67.0 40.9%	△145.1 △116.5%	△175.1 △20.7%	△459.9 △162.7%	△305.8%
애니메이션/캐릭터	△18.7 △15.3%	△9.0 52.0%	43.7 587.0%	139.9 220.0%	177.7 27.0%	1,050.2%
방송 영상	1,274.8 168.4%	1,909.2 49.8%	962.2 △49.6%	171.7 △82.2%	620.3 261.3%	△51.3%
광고	801.3 △86.8%	1,607.0 100.6%	1,819.9 13.2%	1,764.7 △3.0%	820.1 △53.5%	2.4%
지식정보	5,474.4 9.3%	6,109.6 11.6%	6,861.5 12.3%	5,864.1 △14.5%	5,992.9 2.2%	9.5%
콘텐츠솔루션	△58.4 41.2%	△12.9 78.0%	△701.5 △5353.7%	111.5 115.9%	△97.2 △187.2%	△66.6%
<b>합계</b>	<b>12,937.4</b> <b>△2.0%</b>	<b>16,159.4</b> <b>24.9%</b>	<b>16,735.3</b> <b>3.6%</b>	<b>13,320.0</b> <b>△20.4%</b>	<b>14,532.6</b> <b>9.1%</b>	<b>12.3%</b>

출처 : 전자공시시스템, 각사 정기보고서(사업보고서) 상의 영업이익

## 2) 장르별 상장사 영업이익 변화 추이

- 출판 상장사의 '25년 1분기 영업이익은 약 174억 원으로 전분기 대비 68.7% 감소, 전년 동기 대비 202.0% 증가함. 출판 상장사 영업이익은 4개 분기 중 4분기에 높은 경향을 보임
- 만화 상장사의 '25년 1분기 영업이익은 약 779억 원으로 전분기 대비 0.9% 감소, 전년 동기 대비 13.9% 증가함. 만화 상장사 영업이익은 4개 분기 중 3~4분기에 높은 경향을 보임
- 음악 상장사의 '25년 1분기 영업이익은 약 788억 원으로 전분기 대비 41.6% 감소, 전년 동기 대비 39.5% 감소함. 음악 상장사 영업이익은 4개 분기 중 3~4분기에 높은 경향을 보임
- 게임 상장사의 '25년 1분기 영업이익은 약 5,738억 원으로 전분기 대비 108.4%, 전년 동기 대비 34.4% 증가함. 게임 상장사 영업이익은 '24년 4분기를 제외하고 나머지 분기는 모두 유사한 수준임
- 영화 상장사의 '25년 1분기 영업이익은 약 △460억 원으로 전분기 및 전년 동기 모두 큰 폭으로 감소함. 영화 상장사 영업이익은 '24년 1분기부터 꾸준히 적자를 기록함
- 애니메이션/캐릭터의 '25년 1분기 영업이익은 약 178억 원으로 전분기 및 전년 동기 대비 큰 폭으로 증가함. 애니메이션/캐릭터 상장사 영업이익은 '24년 2분기까지 적자를 기록했으나, '24년 3분기부터 회복세를 보임
- 방송 영상의 '25년 1분기 영업이익은 약 620억 원으로 전분기 대비 261.32% 증가, 전년 동기 대비 51.3% 감소함. 방송 영상 상장사 영업이익은 4개 분기 중 4분기에 가장 낮은 경향을 보임
- 광고의 '25년 1분기 영업이익은 약 820억 원으로 전분기 대비 53.5% 감소, 전년 동기 대비 2.4% 증가함. 광고 상장사의 영업이익은 1분기와 2분기 대비 3분기와 4분기에 높은 편임
- 지식정보의 '25년 1분기 영업이익은 약 5,993억 원으로 전분기 대비 2.2%, 전년 동기 대비 9.5% 증가함. 지식정보 상장사의 영업이익은 4개 분기 중 3분기에 가장 높으며, 4분기에 소폭 하락하는 경향을 보임
- 콘텐츠솔루션의 '25년 1분기 영업이익은 약 △97.2억 원으로 전분기 및 전년 동기 대비 감소함. 콘텐츠솔루션 상장사의 영업이익은 '24년 4분기에 흑자 전환된 후, '25년 1분기에 다시 적자 전환됨

## 다. 수출<sup>81)</sup> 변화 추이

### 1) 2025년 1분기 콘텐츠 업체 수출 동향

- 콘텐츠산업 상장사 '25년 1분기 수출액은 약 23억 8,986만 달러로 전분기 대비 9.8%, 전년 동기 대비 2.5% 감소함
  - 산업별로 살펴보면 전 산업 중에서 게임의 수출액이 약 14억 1,014만 달러로 가장 많았으며, 그 다음으로 음악(약 5억 801만 달러), 방송 영상(약 2억 4,347만 달러) 등의 순으로 많았음
- 전분기 대비 증가율을 보면 만화, 게임, 애니메이션/캐릭터 산업만 수출액이 증가함
  - 그 중 게임의 수출액이 13.0%로 가장 증가율이 높았으며, 그 다음으로 애니메이션/캐릭터(8.7%), 만화(1.7%) 순으로 높았음
- 전년 동기 대비 증가율을 보면 음악, 게임과 애니메이션/캐릭터 산업만 수출액이 증가함
  - 그 중 음악의 수출액이 29.6%로 가장 증가율이 높았으며, 그 다음으로 애니메이션/캐릭터(25.5%), 게임(1.4%) 순으로 높았음

---

81) 수출의 경우 국내 본사를 통한 주문 없이 해외 현지 지사 또는 공장 자체에서 발생한 해외 및 현지매출은 국내 본사의 수출액으로 인정되지 않으나, 사업보고서상의 내용만으로는 이에 대한 구분이 불가하여 기업별 사업보고서상의 해외매출도 수출액으로 간주하여 집계하였음

그림 7-5

'24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 수출 변동

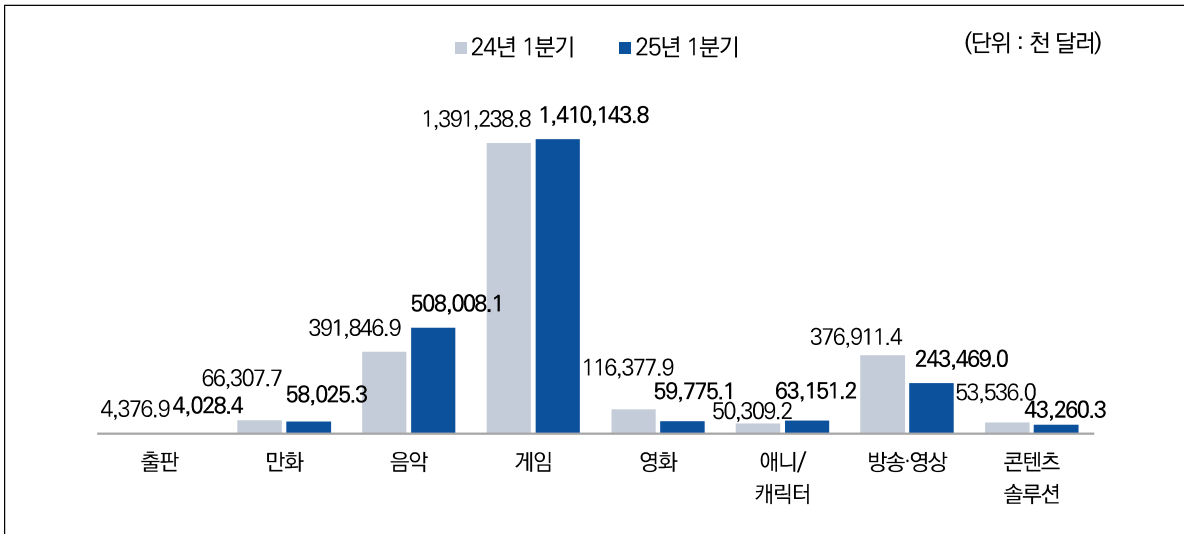


그림 7-6

'24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 수출 변동

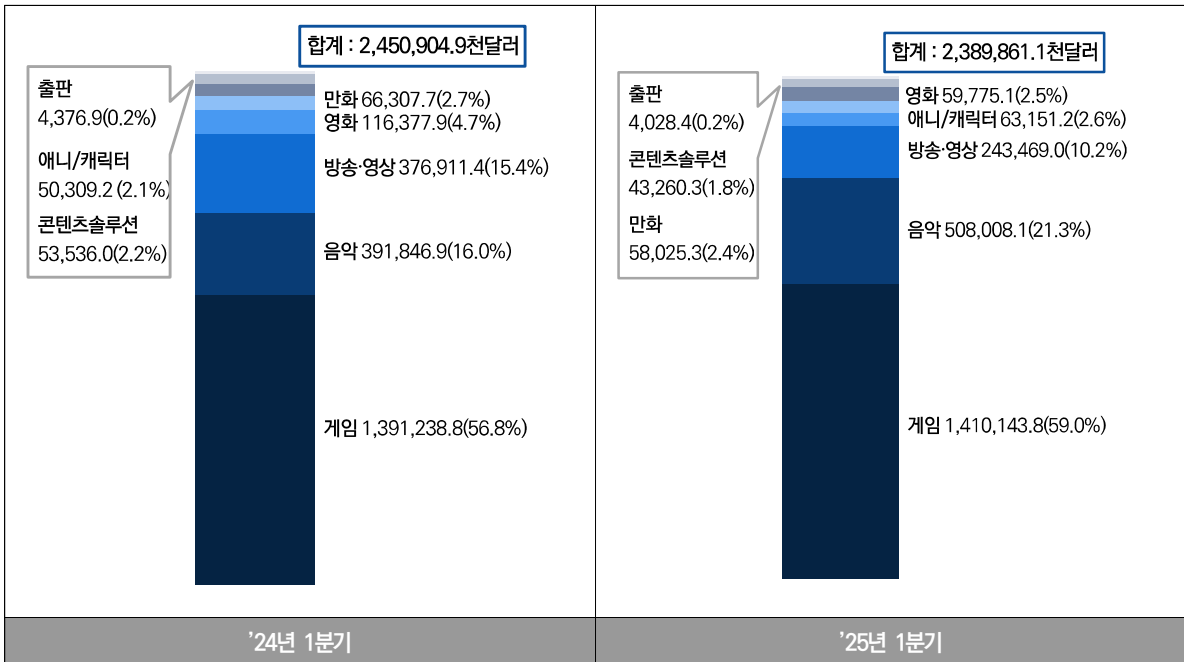


표 7-3

'24년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 수출 변동

(단위 : 천 달러)

산업	2024년				2025년	
	1분기 (전분기 대비)	2분기 (전분기 대비)	3분기 (전분기 대비)	4분기 (전분기 대비)	1분기 (전분기 대비)	1분기 (전년 동기 대비)
출판	4,376.9 △5.4%	4,106.8 △6.2%	4,481.8 9.1%	4,895.3 9.2%		4,028.4 △8.0%
만화	66,307.7 27.2%	57,061.1 △13.9%	57,755.1 1.2%	57,036.6 △1.2%		58,025.3 1.7%
음악	391,846.9 △27.8%	498,505.4 27.2%	525,905.9 5.5%	601,139.5 14.3%		508,008.1 △15.5%
게임	1,391,238.8 14.3%	1,434,345.0 3.1%	1,521,693.5 6.1%	1,248,154.5 △18.0%		1,410,143.8 13.0%
영화	116,377.9 8.8%	67,532.7 △42.0%	136,725.9 102.5%	140,117.2 2.5%		59,775.1 △48.6%
애니메이션/캐릭터	50,309.2 14.8%	40,094.0 △20.3%	63,291.0 57.9%	58,101.0 △8.2%		63,151.2 8.7%
방송 영상	376,911.4 19.2%	247,206.6 △34.4%	225,313.6 △8.9%	494,006.7 119.3%		243,469.0 △35.4%
콘텐츠솔루션	53,536.0 3.6%	42,598.8 △20.4%	46,173.1 8.4%	46,881.8 1.5%		43,260.3 △7.7%
<b>합계</b>	<b>2,450,904.9</b> <b>5.0%</b>	<b>2,391,450.5</b> <b>△2.4%</b>	<b>2,581,339.9</b> <b>7.9%</b>	<b>2,650,332.6</b> <b>2.7%</b>		<b>2,389,861.1</b> <b>△9.8%</b>

출처 : 전자공시시스템, 각사 정기보고서(사업보고서)상의 수출액 또는 해외매출

주1: 광고와 지식정보의 경우 산업 특성상 내수 중심으로 영업활동이 이뤄지므로 분석에서 제외

주2: 상장사별 사업보고서상의 수출액(원화)을 한국은행 원/달러 평균 환율을 적용하여 환산함

## 2) 장르별 상장사 수출 변화 추이

- 출판 상장사의 '25년 1분기 수출액은 약 403만 달러로 전분기 대비 17.7%, 전년 동기 대비 8.0% 감소함. 출판 상장사의 수출액은 1분기와 2분기 대비 3분기와 4분기에 높은 편이나, 분기별 뚜렷한 차이는 없는 편임
- 만화 상장사의 '25년 1분기 수출액은 약 5,803만 달러로 전분기 대비 1.7% 증가, 전년 동기 대비 12.5% 감소함. 만화 상장사의 수출액은 4개 분기 중 1분기에 가장 높은 경향을 보이나, 분기별 뚜렷한 차이는 없는 편임
- 음악 상장사의 '25년 1분기 수출액은 약 5억 801만 달러로 전분기 대비 15.5% 감소, 전년 동기 대비 29.6% 증가함. 음악 상장사의 수출액은 1분기에서 4분기로 갈수록 높은 편임
- 게임 상장사의 '25년 1분기 수출액은 약 14억 1,014만 달러로 전분기 대비 13.0%, 전년 동기 대비 1.4% 증가함. 게임 상장사의 수출액은 1분기와 4분기 대비 2분기와 3분기에 높은 편임
- 영화 상장사의 '25년 1분기 수출액은 약 5,978만 달러로 전분기 대비 57.3%, 전년 동기 대비 48.6% 감소함. 영화 상장사의 수출액은 4개 분기 중 2분기에 가장 낮은 경향을 보임
- 애니메이션/캐릭터 상장사의 '25년 1분기 수출액은 약 6,315만 달러로 전분기 대비 8.7%, 전년 동기 대비 25.5% 증가함. 애니메이션/캐릭터 상장사의 수출액은 '24년 1분기부터 증가와 감소를 반복함
- 방송 영상 상장사의 '25년 1분기 수출액은 약 2억 4,347만 달러로 전분기 대비 50.7%, 전년 동기 대비 35.4% 감소함
- 콘텐츠솔루션 상장사의 '25년 1분기 수출액은 약 4,326만 달러로 전분기 대비 7.7%, 전년 동기 대비 19.2% 감소함. 콘텐츠솔루션 상장사의 수출액은 4개 분기 중 1분기에 가장 높은 경향을 보이나, 분기별 뚜렷한 차이는 없는 편임

## 라. 고용 변화 추이

### 1) 2025년 1분기 콘텐츠 업체 고용 동향

- 콘텐츠산업 상장사 '25년 1분기 종사자 수는 6만 2,896명으로 전분기 대비 0.1%, 전년 동기 대비 0.8% 감소함
  - 산업별로 살펴보면 전 산업 중 게임의 종사자가 1만 5,801명으로 가장 많고, 그 다음으로 지식정보(1만 3,751명), 방송 영상(8,347명), 광고(6,236명) 등의 순으로 나타남
- 전분기 대비 증가율을 보면 출판, 영화와 광고를 제외한 모든 산업에서 종사자가 증가했고, 그 중 만화가 2.6% 가장 큰 폭으로 증가함
  - 반면, 출판( $\Delta$ 5.0%), 영화( $\Delta$ 1.9%), 광고( $\Delta$ 1.4%)는 전분기 대비 감소함
- 전년 동기 대비 증가율을 보면 출판, 게임, 영화, 애니메이션/캐릭터, 방송 영상과 콘텐츠솔루션을 제외한 모든 산업에서 종사자가 증가했고, 그 중 음악이 5.3% 가장 큰 폭으로 증가함
  - 반면, 영화( $\Delta$ 8.9%), 게임( $\Delta$ 3.8%), 출판( $\Delta$ 1.2%) 등은 전년 동기 대비 감소함

그림 7-7

'24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 고용 변동

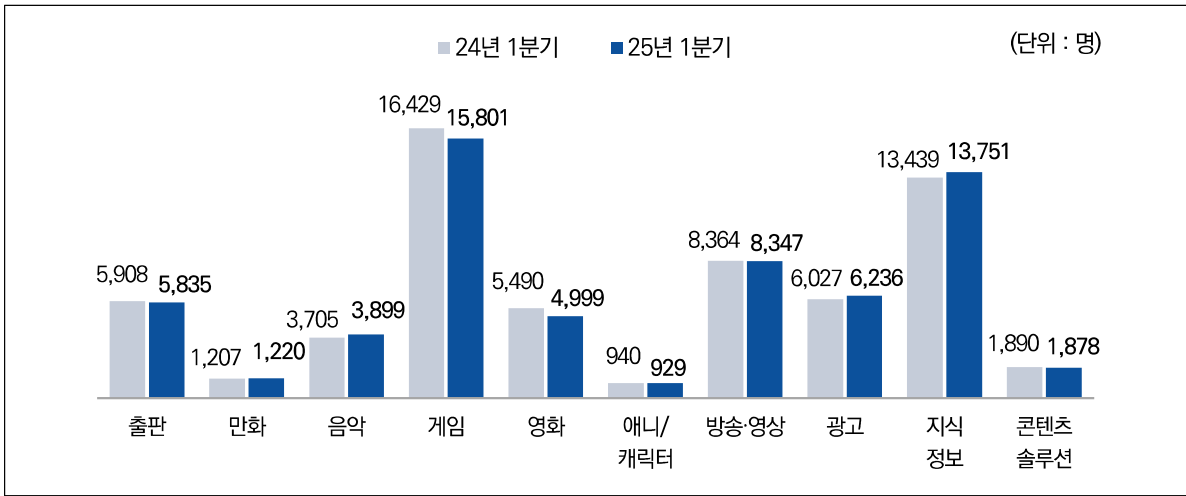


그림 7-8

'24년 1분기 vs '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 고용 변동

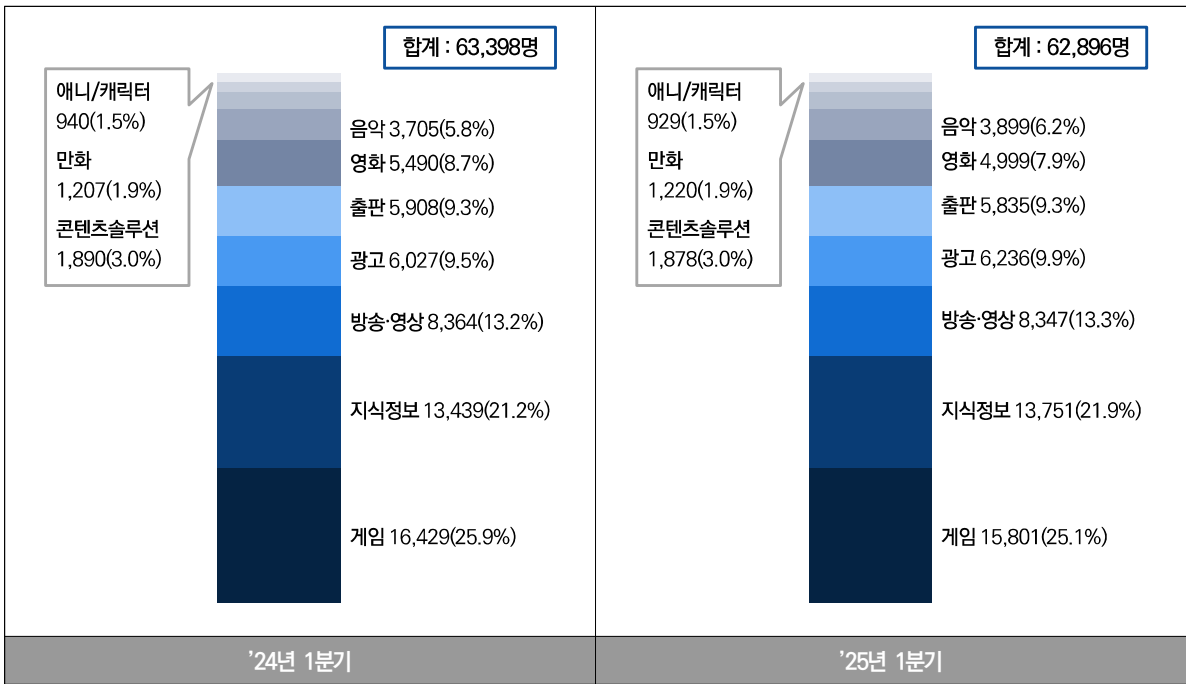


표 7-4

'24년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 고용 변동

(단위 : 명)

산업	2024년				2025년	
	1분기 (전분기 대비)	2분기 (전분기 대비)	3분기 (전분기 대비)	4분기 (전분기 대비)	1분기 (전분기 대비)	(전년 동기 대비)
출판	5,908 △2.4%	5,783 △2.1%	5,880 1.7%	6,142 4.5%	5,835 △5.0%	△1.2%
만화	1,207 △1.8%	1,164 △3.5%	1,203 3.3%	1,189 △1.1%	1,220 2.6%	1.1%
음악	3,705 2.8%	3,712 0.2%	3,765 1.4%	3,825 1.6%	3,899 1.9%	5.3%
게임	16,429 △0.4%	16,125 △1.9%	16,685 3.5%	15,767 △5.5%	15,801 0.2%	△3.8%
영화	5,490 0.7%	4,842 △11.8%	4,822 △0.4%	5,094 5.6%	4,999 △1.9%	△8.9%
애니메이션/캐릭터	940 △1.7%	986 5.0%	999 1.3%	917 △8.2%	929 1.4%	△1.1%
방송 영상	8,364 △1.7%	8,343 △0.3%	8,332 △0.1%	8,281 △0.6%	8,347 0.8%	△0.2%
광고	6,027 0.6%	6,032 0.1%	6,309 4.6%	6,327 0.3%	6,236 △1.4%	3.5%
지식정보	13,439 △0.1%	13,663 1.7%	13,700 0.3%	13,583 △0.9%	13,751 1.2%	2.3%
콘텐츠솔루션	1,890 2.6%	1,756 △7.0%	1,835 4.5%	1,861 1.4%	1,878 1.0%	△0.6%
<b>합계</b>	<b>63,398</b> <b>△0.3%</b>	<b>62,407</b> <b>△1.6%</b>	<b>63,531</b> <b>1.8%</b>	<b>62,986</b> <b>△0.9%</b>	<b>62,896</b> <b>△0.1%</b>	<b>△0.8%</b>

출처: 전자공시시스템, 각사 정기보고서(사업보고서) 상의 전체 직원 수

주: 1분기는 3월 31일, 2분기는 6월 30일, 3분기는 9월 30일, 4분기는 12월 31일 기준 시점의 종사자 수이므로 상반기 종사자 수는 2분기과 동일하고, 하반기 종사자 수는 4분기과 동일함

## 2) 장르별 상장사 고용 변화 추이

- 출판 상장사의 '25년 1분기 종사자는 5,835명으로 전분기 대비 5.0%, 전년 동기 대비 1.2% 감소함. 출판 상장사의 종사자는 '24년 1분기부터 증가와 감소를 반복하며 4개 분기 중 4분기에 가장 많은 편임
- 만화 상장사의 '25년 1분기 종사자는 1,220명으로 전분기 대비 2.6%, 전년 동기 대비 1.1% 증가함
- 음악 상장사의 '25년 1분기 종사자는 3,899명으로 전분기 대비 1.9%, 전년 동기 대비 5.3% 증가함. 음악 상장사의 종사자는 '24년 1분기부터 꾸준히 증가하는 추세임
- 게임 상장사의 '25년 1분기 종사자는 1만 5,801명으로 전분기 대비 0.2% 증가, 전년 동기 대비 3.8% 감소함. 게임 상장사의 종사자는 분기별로 뚜렷한 차이는 없음
- 영화 상장사의 '25년 1분기 종사자는 4,999명으로 전분기 대비 1.9%, 전년 동기 대비 8.9% 감소함. 영화 상장사의 종사자는 2분기와 3분기 대비 1분기와 4분기에 높은 편임
- 애니메이션/캐릭터의 '25년 1분기 종사자는 929명으로 전분기 대비 1.4% 증가, 전년 동기 대비 1.1% 감소함. 애니메이션/캐릭터 상장사의 종사자는 '24년 1분기부터 꾸준히 900명 대를 유지하며, 분기별 뚜렷한 차이는 없음
- 방송영상의 '25년 1분기 종사자는 8,347명으로 전분기 대비 0.8% 증가, 전년 동기 대비 0.2% 감소함. 방송영상 상장사의 종사자는 '24년 1분기부터 꾸준히 감소했으나, '25년 1분기에 전분기 대비 소폭 증가함
- 광고의 '25년 1분기 종사자는 6,236명으로 전분기 대비 1.4% 감소, 전년 동기 대비 3.5% 증가함
- 지식정보의 '25년 1분기 종사자는 1만 3,751명으로 전분기 대비 1.2%, 전년 동기 대비 2.3% 증가함
- 콘텐츠솔루션의 '25년 1분기 종사자는 1,878명으로 전분기 대비 1.0% 증가, 전년 동기 대비 0.6% 감소함

### 3. 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 비교

#### 가. 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 매출액 비교

- '25년 1분기 상장사 매출액은 콘텐츠산업 전체 매출액의 약 38.7%를 차지하며, 전년 동기와 유사한 수준임
- 산업별로 보면 게임과 애니메이션/캐릭터에서 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 상장사 비중이 전년 동기 대비 증가함
- 게임과 애니메이션/캐릭터를 제외한 모든 산업에서는 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 상장사 비중이 전년 동기 대비 감소했고, 그 중 만화의 경우 전년 동기 대비 가장 큰 폭으로 감소함

표 7-5 '24년 1분기 & '25년 1분기 콘텐츠산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교

(단위 : 백만 원)

산업	2024년			2025년		
	1분기			1분기		
	산업 전체	상장사	산업전체 대비 상장사 비중	산업 전체	상장사	산업전체 대비 상장사 비중
출판	6,142,248	599,804	9.8%	6,137,072	602,730	9.8%
만화	777,118	478,499	61.6%	1,030,330	505,530	49.1%
음악	2,559,918	1,091,975	42.7%	3,615,197	1,297,771	35.9%
게임	6,314,729	3,016,925	47.8%	5,591,878	3,169,720	56.7%
영화	1,439,407	400,160	27.8%	1,381,007	320,461	23.2%
애니메이션/캐릭터	1,846,703	140,112	7.6%	2,058,539	174,645	8.5%
방송 영상	6,054,786	2,552,396	42.2%	5,681,547	2,347,682	41.3%
광고	3,743,063	1,845,194	49.3%	4,012,017	1,921,195	47.9%
지식정보	6,013,888	3,836,461	63.8%	6,389,564	4,040,502	63.2%
콘텐츠솔루션	2,083,644	349,148	16.8%	2,183,059	365,191	16.7%
<b>합계</b>	<b>36,975,503</b>	<b>14,310,674</b>	<b>38.7%</b>	<b>38,080,210</b>	<b>14,745,425</b>	<b>38.7%</b>

## 나. 콘텐츠산업 전체<sup>82)</sup> 대비 상장사 수출액 비교

- '25년 1분기 콘텐츠산업 전체 수출액은 30억 9,782만 달러이며, 상장사 수출액은 약 23억 8,986만 달러임
- 산업별로 보면 전체 콘텐츠산업의 경우 만화, 영화를 제외한 모든 산업의 수출액이 전년 동기 대비 증가했고, 상장사의 경우에는 음악, 게임, 애니메이션/캐릭터를 제외한 모든 산업의 수출액이 전년 동기 대비 감소함

표 7-6 '24년 1분기 & '25년 1분기 콘텐츠산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교

(단위 : 천 달러)

산업	2024년		2025년	
	1분기		1분기	
	산업 전체	상장사	산업 전체	상장사
출판	71,483	4,377	86,493	4,028
만화	69,196	66,308	58,783	58,025
음악	324,429	391,847	564,285	508,008
게임	1,564,801	1,391,239	1,581,874	1,410,144
영화	11,995	116,378	11,311	59,775
애니메이션/캐릭터	109,965	50,309	111,116	63,151
방송 영상	113,624	376,911	294,266	243,469
광고	83,560	-	121,770	-
지식정보	208,755	-	213,223	-
콘텐츠솔루션	49,094	53,536	54,695	43,260
<b>합계</b>	<b>2,606,902</b>	<b>2,450,905</b>	<b>3,097,817</b>	<b>2,389,861</b>

주1: 지식정보와 광고의 경우 산업 특성상 내수 중심으로 영업활동이 이뤄지므로 분석에서 제외

주2: 상장사 수출액의 경우 해외법인 매출까지 포함된 것으로서, 전체 수출액 추정치 대비 상장사 수출액 비중은 계산하지 않음

82) 상장사의 수출액의 경우 재무제표 상 해외법인 매출까지 포함된 것으로서, 콘텐츠산업 전체 수출액의 집계방식과는 차이가 있어 해석 시 유의할 필요가 있음

#### 다. 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 종사자 수 비교

- '25년 1분기 상장사 종사자 수는 콘텐츠산업 전체 종사자의 약 9.5%를 차지하며, 전년 동기 대비 0.1%p 감소함
- 산업별로 보면 출판, 만화, 게임과 영화를 제외한 모든 산업에서 콘텐츠산업 전체 종사자 수 대비 상장사 비중이 전년 동기 대비 증가한 반면, 영화는 전년 동기 대비 가장 큰 폭으로 감소함

표 7-7 '24년 1분기 & '25년 1분기 콘텐츠산업 전체 종사자 대비 상장사 종사자 비교

(단위 : 명)

산업	2024년			2025년		
	1분기			1분기		
	산업 전체	상장사	산업전체 대비 상장사 비중	산업 전체	상장사	산업전체 대비 상장사 비중
출판	181,220	5,908	3.3%	181,140	5,835	3.2%
만화	13,016	1,207	9.3%	13,221	1,220	9.2%
음악	72,343	3,705	5.1%	74,507	3,899	5.2%
게임	83,840	16,429	19.6%	83,059	15,801	19.0%
영화	31,457	5,490	17.5%	30,968	4,999	16.1%
애니메이션/캐릭터	24,814	940	3.8%	24,552	929	3.8%
방송 영상	52,597	8,364	15.9%	52,073	8,347	16.0%
광고	74,469	6,027	8.1%	74,742	6,236	8.3%
지식정보	90,507	13,439	14.8%	90,923	13,751	15.1%
콘텐츠솔루션	39,501	1,890	4.8%	39,294	1,878	4.8%
<b>합계</b>	<b>663,764</b>	<b>63,398</b>	<b>9.6%</b>	<b>664,480</b>	<b>62,896</b>	<b>9.5%</b>

## 라. 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교

- '25년 1분기 1인당 평균 매출액은 콘텐츠산업 상장사가 약 2억 3,444만 원으로 전체 콘텐츠산업 약 5,731만 원의 약 4.1배이며, 전분기 대비 약 2,589만 원, 감소 전년 동기 대비 약 872만 원 증가함
  - 전체 콘텐츠산업 1인당 평균 매출액이 가장 많은 산업은 방송영상으로 약 1억 911만 원이며, 그 다음으로 만화(약 7,793만 원), 지식정보(약 7,027만 원), 게임(약 6,732만 원) 등의 순으로 많았음
  - 상장사 1인당 평균 매출액이 가장 많은 산업은 만화로 약 4억 1,421만 원이며, 그 다음으로 음악(약 3억 3,281만 원), 광고(약 3억 810만 원), 지식정보(약 2억 9,384만 원) 등의 순으로 많았음
- '25년 1분기 1인당 평균 수출액은 콘텐츠산업 상장사가 약 3만 8,000달러로 전체 콘텐츠산업 약 4,660달러의 약 8.4배이며, 전분기 대비 약 4,080달러, 전년 동기 대비 약 660달러 감소함
  - 전체 콘텐츠산업 1인당 평균 수출액이 가장 많은 산업은 게임으로 약 1만 8,960달러이며, 그 다음으로 음악(약 7,570달러), 방송 영상(약 5,650달러) 등의 순으로 많았음
  - 상장사 1인당 평균 수출액이 가장 많은 산업은 음악으로 약 13만 280달러이며, 그 다음으로 게임(약 8만 9,250달러), 애니메이션/캐릭터(약 6만 7,590달러) 등의 순으로 많았음

표 7-8

'24년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 전체 대비 상장사 1인당 매출액, 수출액 비교

(단위 : 백만 원, 천 달러)

산업	1인당 평균 매출액(백만 원) 비교									
	콘텐츠산업 전체					콘텐츠산업 상장사				
	2024년				2025년	2024년				2025년
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기
출판	33.89	30.94	32.33	33.77	33.88	101.52	92.92	94.89	119.46	103.30
만화	59.70	56.53	56.39	59.35	77.93	396.54	395.67	416.05	426.68	414.21
음악	35.39	41.47	46.73	59.50	48.52	294.76	375.26	392.94	443.79	332.81
게임	75.32	74.57	77.43	67.47	67.32	183.64	197.93	194.94	191.53	200.61
영화	45.76	40.63	42.56	59.94	44.59	72.89	71.14	94.04	92.22	64.10
애니메이션/캐릭터	13.54	14.35	16.54	15.64	15.23	149.07	148.63	169.26	190.84	187.92
방송 영상	115.12	118.12	121.47	120.51	109.11	305.16	313.23	282.55	343.87	281.25
광고	50.26	62.59	65.38	83.30	53.68	306.14	338.93	324.81	372.01	308.10
지식정보	66.45	67.53	69.04	76.65	70.27	285.47	285.21	290.45	306.19	293.84
콘텐츠솔루션	52.75	54.54	57.73	68.12	55.56	184.78	207.91	195.80	233.26	194.43
<b>전체</b>	<b>55.71</b>	<b>56.93</b>	<b>59.69</b>	<b>64.66</b>	<b>57.31</b>	<b>225.73</b>	<b>240.25</b>	<b>238.55</b>	<b>260.33</b>	<b>234.44</b>

산업	1인당 평균 수출액(천 달러) 비교									
	콘텐츠산업 전체					콘텐츠산업 상장사				
	2024년				2025년	2024년				2025년
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기
출판	0.39	0.60	0.53	0.68	0.48	0.74	0.71	0.76	0.80	0.69
만화	5.32	4.77	5.43	5.90	4.57	54.95	49.00	48.01	47.96	47.54
음악	4.48	6.01	6.19	8.33	7.57	105.77	134.30	139.68	157.16	130.28
게임	18.66	20.04	21.28	32.88	18.96	84.68	88.95	91.20	79.16	89.25
영화	0.38	0.46	0.59	0.50	0.37	21.20	13.95	28.35	27.50	11.96
애니메이션/캐릭터	4.43	4.93	4.64	8.85	4.53	53.53	40.64	63.36	63.38	67.95
방송 영상	2.16	5.28	4.92	9.54	5.65	45.06	29.63	27.04	59.66	29.17
광고	1.12	2.01	2.04	1.50	1.63	-	-	-	-	-
지식정보	2.31	1.49	1.80	4.13	2.35	-	-	-	-	-
콘텐츠솔루션	1.24	1.33	1.08	2.85	1.39	28.33	24.25	25.16	25.20	23.03
<b>전체</b>	<b>3.93</b>	<b>4.52</b>	<b>4.68</b>	<b>7.28</b>	<b>4.66</b>	<b>38.66</b>	<b>38.32</b>	<b>40.63</b>	<b>42.08</b>	<b>38.00</b>

주1: 지식정보와 광고의 경우 산업 특성상 내수 중심으로 영업활동이 이루어지므로 1인당 평균 수출액 분석에서 제외

## 4. 콘텐츠산업 상장사 기업경영분석

### 가. 전체 산업<sup>83)</sup> 대비 콘텐츠산업 상장사 사업현황 비교

- '25년 1분기 전체 상장사 매출액에서 콘텐츠산업 상장사가 차지하는 비중은 0.29%로 전년 동기 대비 0.02%p 증가함. 전체 상장사의 '25년 1분기 매출액은 전년 동기 대비 2.83% 감소, 콘텐츠 산업 상장사는 3.04% 증가함
- '25년 1분기 전체 상장사 영업이익에서 콘텐츠산업 상장사가 차지하는 비중은 1.09%로 전년 동기 대비 0.56%p 증가함. 전체 상장사의 '25년 1분기 영업이익은 전년 동기 대비 45.48% 감소, 콘텐츠 산업 상장사는 12.33% 증가함
- '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 영업이익률은 약 9.86%로 전체 상장사 영업이익률 2.65% 대비 7.21%p 높으며, 전년 동기 대비 0.82%p 증가함

표 7-9 '24년 1분기 & '25년 1분기 전체 상장사 대비 콘텐츠산업 상장사 비교

(단위 : 억 원)

구분		2024년 1분기	2025년 1분기	전년 동기 대비
매출액	콘텐츠산업 상장사	143,107	147,454	3.04%
	전체 상장사	51,760,305	50,295,682	△2.83%
	비중	0.28%	0.29%	0.02%p
영업이익	콘텐츠산업 상장사	12,937	14,533	12.33%
	전체 상장사	2,445,288	1,333,180	△45.48%
	비중	0.53%	1.09%	0.56%p
영업이익률	콘텐츠산업 상장사	9.04%	9.86%	0.82%p
	전체 상장사	4.72%	2.65%	△2.07%p

출처 : 한국거래소(2025). 증권·파생상품 시장통계

- '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 부채비율은 64.38%로 전년 동기 대비 7.40%p 감소했고, 전체 상장사 부채비율 77.56% 대비 낮은 편임

표 7-10 '24년 1분기 & '25년 1분기 전체 상장사 대비 콘텐츠산업 상장사 부채비율

(단위 : 억 원)

구분	콘텐츠산업 상장사			전체 상장사		
	2024년 1분기	2025년 1분기	증감률	2024년 1분기	2025년 1분기	증감률
자산총계	1,607,331	1,641,040	2.10%	24,059,438	25,442,653	5.75%
부채총계	660,589	630,401	△4.57%	10,569,856	11,113,456	5.14%
자본총계	946,742	1,010,639	6.75%	13,489,582	14,329,197	6.22%
부채비율	69.77%	62.38%	△7.40%p	78.36%	77.56%	△0.80%p

출처 : 한국거래소(2025). 증권·파생상품 시장통계

83) 한국거래소(2025) 증권·파생상품 시장통계 중 유가증권 및 코스닥 상장사 수익과 재무현황을 재집계하여 산출함

## 나. 성장성<sup>84)</sup> 변화 추이

### 1) 자산증가율<sup>85)</sup> 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사의 '25년 1분기 자산증가율은 1.0%로 전년 동기와 유사한 수준임
- '25년 1분기 자산증가율을 산업별로 보면 출판의 자산증가율이 가장 높았으며, 영화, 방송 영상, 광고는 마이너스(△) 자산증가율을 기록함
  - 자산증가율은 출판이 6.2%로 가장 높고, 영화가 △8.3%로 가장 저조함
  - 음악의 자산증가율은 전년 동기 대비 13.0%p 가장 큰 폭으로 증가한 반면, 영화는 전년 동기 대비 18.0%p 가장 큰 폭으로 감소함

표 7-11 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 자산증가율 추이

(단위 : %, %p)

산업	2023년				2024년				2025년	전년 동기 대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
전체	13.4	△0.3	2.4	△3.0	1.0	0.4	△0.1	0.7	1.0	△0.0
출판	△0.1	△1.8	3.8	△0.3	0.2	△3.6	3.6	0.6	6.2	6.1
만화	8.6	△3.2	3.4	0.0	0.0	△4.1	8.3	△2.9	5.8	5.7
음악	5.4	△0.4	6.5	1.1	△7.5	1.4	1.4	1.4	5.6	13.0
게임	1.5	△0.9	1.4	△4.9	3.3	△2.1	2.2	4.6	0.7	△2.6
영화	31.4	△34.5	5.1	△8.2	9.6	6.1	12.3	△7.9	△8.3	△18.0
애니메이션/캐릭터	11.6	5.5	8.8	△0.1	△4.3	5.3	△0.8	7.0	2.2	6.4
방송 영상	2.3	7.8	0.8	△6.3	2.5	0.9	△9.7	△5.6	△0.5	△3.0
광고	△6.2	2.1	3.6	5.7	△3.7	3.2	1.0	8.0	△3.8	△0.1
지식정보	36.2	△0.5	2.6	△2.3	1.1	1.2	1.5	1.5	1.9	0.8
콘텐츠솔루션	9.6	2.8	2.4	0.9	△2.8	1.5	△3.6	△0.6	1.5	4.3

84) 해당시점 기업의 자산, 자본 등 경영규모와 기업활동의 성과가 이전에 비하여 어떻게 변동하였는가를 나타내는 지표로서 기업의 경쟁력이나 미래의 수익창출능력을 간접적으로 나타냄. 본 보고서에서는 자산증가율, 투자증가율, 사내유보율을 바탕으로 콘텐츠산업 상장사의 성장성을 분석함

85) 기업에 투하된 총자산이 얼마나 증가하였는가를 나타내는 비율로서 기업의 전체적인 성장성을 측정하는 지표  
 자산증가율 = (당기말자산-전기말자산) / 전기말자산 × 100

## 2) 투자증가율<sup>86)</sup> 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사의 '25년 1분기 투자증가율은 1.7%로 전년 동기 대비 0.5%p 증가함
- '25년 1분기 투자증가율을 산업별로 보면 게임이 가장 높았으며, 음악은 마이너스(△) 투자증가율을 기록함
  - 투자증가율은 게임이 4.7%로 가장 높고, 음악은 △0.2%로 가장 저조함
  - 만화, 음악, 영화, 방송 영상과 광고를 제외한 모든 산업은 전년 동기 대비 투자증가율이 증가했고, 그 중 게임이 3.9%p 가장 큰 폭으로 증가함

표 7-12 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 투자증가율 추이

(단위 : %, %p)

산업	2023년				2024년				2025년	전년 동기 대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
전체	2.0	2.8	3.6	4.0	1.2	1.5	1.6	2.5	1.7	0.5
출판	1.2	2.2	6.0	7.8	△1.9	△1.6	△0.1	2.0	1.6	3.5
만화	2.3	3.3	3.7	3.0	1.9	2.9	1.7	3.3	0.6	△1.4
음악	6.4	2.7	5.2	9.2	0.4	△0.7	0.4	2.2	△0.2	△0.6
게임	△1.1	△1.3	△0.8	△1.0	0.8	△0.2	△0.6	△0.5	4.7	3.9
영화	2.3	2.8	2.3	4.8	0.9	1.1	7.2	9.0	0.8	△0.1
애니메이션/캐릭터	3.4	12.4	17.1	19.8	1.5	3.0	4.2	4.7	3.4	2.0
방송 영상	2.8	4.9	5.8	5.8	2.6	3.7	3.4	5.5	0.8	△1.8
광고	1.7	1.8	1.6	0.7	3.5	5.3	5.8	5.2	0.4	△3.1
지식정보	2.8	3.9	4.7	4.8	0.7	1.3	1.0	1.9	1.0	0.3
콘텐츠솔루션	1.2	4.0	6.5	8.1	△1.1	△1.2	△0.8	0.8	0.5	1.5

86) 해당분기 현금흐름표상 투자활동흐름을 나타내는 지표  
 투자증가율 = (현금유출-현금유입) / 자산총계 × 100

### 3) 사내유보율<sup>87)</sup> 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사의 '25년 1분기 사내유보율은 294.5%로 전년 동기 대비 7.1%p 증가함
- '25년 1분기 사내유보율을 산업별로 보면 만화가 가장 높았으며, 영화는 가장 낮은 수준임
  - 사내유보율은 만화가 1,777.1%로 가장 높았으며, 영화는 28.9%로 가장 낮게 나타남
  - 전년 동기 대비 증가율을 보면 만화가 155.9%p 가장 큰 폭으로 증가한 반면, 콘텐츠솔루션은 △7.5%p 가장 큰 폭으로 감소함

표 7-13 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 사내유보율 추이

(단위 : %, %p)

산업	2023년				2024년				2025년	전년 동기 대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
전체	292.7	295.9	295.5	283.4	287.4	288.5	288.0	285.0	294.5	7.1
출판	282.1	285.0	270.1	264.8	259.1	257.9	260.6	275.2	260.2	1.2
만화	1,436.9	1,445.5	1,300.2	1,263.6	1,621.2	1,294.6	1,430.3	1,398.9	1,777.1	155.9
음악	213.5	217.3	228.5	213.3	212.4	213.8	214.6	200.7	230.7	18.3
게임	235.3	234.1	238.2	232.5	235.3	240.8	236.3	234.6	244.5	9.3
영화	73.7	30.5	31.4	32.0	25.5	35.0	43.0	28.5	28.9	3.4
애니메이션/캐릭터	113.8	115.7	113.8	107.1	103.2	104.2	103.2	109.0	111.4	8.2
방송 영상	237.1	254.0	250.6	233.0	234.2	235.0	230.6	235.3	231.8	△2.4
광고	256.1	274.7	292.5	295.5	337.1	356.8	369.4	359.2	345.5	8.4
지식정보	476.7	481.3	485.8	466.1	470.9	480.7	487.3	486.5	505.7	34.8
콘텐츠솔루션	110.6	108.8	108.0	102.6	98.7	101.3	91.8	89.4	91.2	△7.5

87) 기업의 이익잉여금(영업활동 등의 이익창출 활동을 통해 획득한 이익)과 자본잉여금(자본거래에 의해 획득한 이익)의 합을 납입자본금으로 나눈 비율로, 사내에 얼마나 많은 자금을 보유하고 있는지 알 수 있는 지표. 유보율이 높을수록 기업이 대내외 불확실성에 대한 적응력이 높음  
 사내유보율 = (이익잉여금+자본잉여금) / 납입자본금 × 100

## 다. 수익성<sup>88)</sup> 변화 추이

### 1) 영업이익률<sup>89)</sup> 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사의 '25년 1분기 영업이익률은 9.9%로 전년 동기 대비 0.8%p 증가함
- '25년 1분기 영업이익률을 산업별로 보면 게임이 가장 높고, 영화는 가장 낮은 수준임
  - 영업이익률은 게임이 18.1%로 가장 높았으며, 영화는 △14.4%로 가장 낮게 나타남
  - 영화, 방송 영상, 광고와 콘텐츠솔루션을 제외한 모든 산업은 전년 동기 대비 영업이익률이 증가했고, 그 중 애니메이션/캐릭터가 11.5% 가장 큰 폭으로 증가함. 반면 영화는 전년 동기 대비 11.5%p 가장 큰 폭으로 감소함

표 7-14 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 영업이익률 추이

(단위 : %, %p)

산업	2023년				2024년				2025년	전년 동기 대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
전체	7.5	8.7	10.8	8.8	9.0	10.8	11.0	8.1	9.9	0.8
출판	△0.8	△2.4	1.2	3.3	1.0	0.4	2.2	7.6	2.9	1.9
만화	12.1	13.2	12.1	12.9	14.3	15.0	16.3	15.5	15.4	1.1
음악	12.0	13.0	13.3	9.5	5.2	6.1	7.9	7.9	6.1	0.9
게임	13.2	5.5	12.8	7.1	14.2	15.9	17.8	9.1	18.1	3.9
영화	△11.5	△0.7	△1.6	△6.1	△2.8	△1.9	△3.2	△3.7	△14.4	△11.5
애니메이션/캐릭터	7.2	2.8	1.8	△1.0	△1.3	△0.6	2.6	8.0	10.2	11.5
방송 영상	2.3	7.3	8.8	△6.9	5.0	7.3	4.1	0.6	2.6	△2.4
광고	3.8	8.4	8.6	26.3	4.3	7.9	8.9	7.5	4.3	△0.1
지식정보	11.1	13.9	14.8	14.8	14.3	15.7	17.2	14.1	14.8	0.6
콘텐츠솔루션	△2.8	△2.7	△2.0	△2.5	△1.7	△0.4	△19.5	2.6	△2.7	△1.0

88) 일정기간 동안의 기업의 경영성과를 측정하는 비율로서 투자된 자본 또는 자산, 매출수준에 상응하여 창출한 이익의 정도를 나타내는 지표. 본 보고서에 서는 영업이익률, 자산영업이익률, 자본영업이익률을 바탕으로 콘텐츠산업 상장사의 수익성을 분석함

89) 기업의 주된 영업활동에 의한 성과를 판단하기 위한 지표로서 제조 및 판매 활동과 직접 관계된 순수한 영업이익만을 매출액과 대비한 것으로 영업효율성 측정에 유용함

영업이익률 = (영업이익 / 매출액) × 100

## 2) 자산영업이익률<sup>90)</sup> 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사의 '25년 1분기 자산영업이익률은 0.9%로 전년 동기 대비 0.1% 증가함
- '25년 1분기 자산영업이익률을 산업별로 보면 게임과 애니메이션/캐릭터가 가장 높고, 영화가 가장 낮음
  - 자산영업이익률은 게임과 애니메이션/캐릭터가 각각 1.6%로 가장 높았으며, 영화는 △1.0%로 콘텐츠솔루션(△0.5%)과 마이너스(△) 자산영업이익률을 기록함
  - 영화, 방송 영상, 광고와 콘텐츠솔루션을 제외한 모든 산업은 전년 동기 대비 자산영업이익률이 증가했고, 그 중 애니메이션/캐릭터가 1.8%p 가장 큰 폭으로 증가함

표 7-15 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 자산영업이익률 추이

(단위 : %, %p)

산업	2023년				2024년				2025년	전년 동기 대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
전체	0.6	0.8	1.0	0.8	0.8	1.0	1.0	0.8	0.9	0.1
출판	△0.2	△0.5	0.2	0.7	0.2	0.1	0.4	1.9	0.6	0.4
만화	0.9	1.0	0.9	1.0	1.1	1.2	1.3	1.3	1.2	0.1
음악	1.4	1.8	1.7	1.3	0.5	0.8	1.1	1.2	0.7	0.1
게임	1.1	0.4	1.1	0.6	1.2	1.5	1.7	0.8	1.6	0.3
영화	△0.8	△0.1	△0.1	△0.6	△0.2	△0.1	△0.3	△0.3	△1.0	△0.7
애니메이션/캐릭터	1.0	0.4	0.2	△0.2	△0.2	△0.1	0.4	1.3	1.6	1.8
방송 영상	0.2	0.6	0.7	△0.6	0.4	0.6	0.3	0.1	0.2	△0.2
광고	0.9	2.0	2.1	6.9	1.0	1.9	2.1	1.9	0.9	△0.1
지식정보	0.7	0.9	1.0	0.9	0.9	1.0	1.1	1.0	1.0	0.0
콘텐츠솔루션	△0.4	△0.4	△0.3	△0.5	△0.3	△0.1	△3.6	0.6	△0.5	△0.2

90) 자산에 대한 영업이익의 비율  
 자산영업이익률 = (영업이익액 / 자산) × 100

### 3) 자본영업이익률<sup>91)</sup> 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사의 '25년 1분기 자본영업이익률은 1.4%로 전년 동기 대비 0.1%p 증가함
- '25년 1분기 자본영업이익률을 산업별로 보면 애니메이션/캐릭터가 가장 높고, 영화는 가장 저조함
  - 자본영업이익률은 애니메이션/캐릭터가 3.9%로 가장 높았으며, 영화는 △2.4%로 콘텐츠솔루션(△0.8%)과 함께 마이너스(△) 자본영업이익률을 기록함
  - 영화, 방송 영상, 광고, 지식정보와 콘텐츠솔루션을 제외한 모든 산업은 전년 동기 대비 자본영업이익률이 증가했고, 그 중 애니메이션/캐릭터가 4.4%p 가장 큰 폭으로 증가함

표 7-16 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 자본영업이익률 추이

(단위 : %, %p)

산업	2023년				2024년				2025년	전년 동기 대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
전체	1.1	1.3	1.6	1.4	1.4	1.7	1.7	1.3	1.4	0.1
출판	△0.3	△0.7	0.3	1.1	0.3	0.1	0.6	3.0	1.0	0.7
만화	1.3	1.5	1.4	1.5	1.7	1.7	1.9	1.8	1.7	0.0
음악	2.4	3.1	2.9	2.2	0.9	1.3	1.8	2.0	1.1	0.2
게임	1.6	0.6	1.6	0.9	1.8	2.1	2.3	1.1	2.2	0.4
영화	△2.1	△0.2	△0.4	△1.5	△0.6	△0.3	△0.6	△0.9	△2.4	△1.8
애니메이션/캐릭터	2.3	1.0	0.5	△0.4	△0.5	△0.2	1.1	3.2	3.9	4.4
방송 영상	0.4	1.2	1.4	△1.2	0.8	1.2	0.7	0.1	0.5	△0.4
광고	1.8	4.2	4.3	15.2	2.0	3.9	4.4	4.2	2.0	△0.1
지식정보	1.1	1.4	1.5	1.4	1.5	1.7	1.8	1.5	1.5	△0.0
콘텐츠솔루션	△0.7	△0.7	△0.5	△0.8	△0.5	△0.1	△6.1	1.0	△0.8	△0.3

91) 자본의 운용결과로 획득한 영업이익과의 관계를 나타내는 비율로, 영업실적을 평가하는데 주로 활용됨  
 자본영업이익률 = 영업이익액/자본×100

## 라. 안정성<sup>92)</sup> 변화 추이

### 1) 부채비율<sup>93)</sup> 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사의 '25년 1분기 부채비율은 62.4%로 전년 동기 대비 7.4%p 감소함
- '25년 1분기 부채비율을 산업별로 보면 애니메이션/캐릭터가 가장 높고, 게임이 가장 낮음
  - 부채비율은 애니메이션/캐릭터가 148.9%로 가장 높은 반면, 게임은 38.7%로 가장 낮음
  - 출판과 광고를 제외한 모든 산업은 전년 동기 대비 부채비율이 감소했고, 그 중 영화가 10.3%p 가장 큰 폭으로 감소함

표 7-17

'23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 부채비율 추이

(단위 : %, %p)

산업	2023년				2024년				2025년	전년 동기 대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
전체	67.3	66.9	67.3	69.7	69.8	67.5	64.1	64.1	62.4	△7.4
출판	52.6	50.6	52.5	57.4	56.0	54.0	52.3	56.6	72.8	16.8
만화	47.8	47.4	48.7	48.3	46.7	45.7	43.4	42.3	41.4	△5.2
음악	75.3	67.7	66.5	73.1	66.9	64.1	65.1	62.5	59.3	△7.6
게임	48.1	47.7	47.7	45.6	46.9	43.4	41.2	39.6	38.7	△8.2
영화	161.0	164.3	140.8	160.6	155.9	129.8	127.6	149.4	145.6	△10.3
애니메이션/캐릭터	119.4	127.1	131.9	142.3	149.4	155.1	152.4	153.2	148.9	△0.5
방송 영상	97.2	101.3	100.2	105.6	108.1	106.6	98.0	99.7	100.9	△7.3
광고	107.2	105.6	107.1	118.8	115.1	111.1	110.0	125.0	119.0	3.9
지식정보	57.9	57.8	59.5	62.1	62.4	61.0	58.5	58.8	56.6	△5.8
콘텐츠솔루션	58.9	63.3	67.8	70.6	68.7	68.5	69.9	75.3	66.5	△2.2

92) 기업의 단기채무 지불능력과 경기대응 능력을 측정하는 자산·자본의 관계비율. 본 보고서에서는 부채비율, 유동비율, 자기자본비율을 바탕으로 콘텐츠 산업 상장사의 수익성을 분석함

93) 타인자본과 자기자본과의 관계를 나타내는 대표적인 안정성 판단지표로 낮을수록 재무구조가 건전하다고 판단이 가능  
부채비율 = 부채/자본×100

## 2) 유동비율<sup>94)</sup> 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사의 '25년 1분기 유동비율은 139.6%로 전년 동기 대비 6.1%p 증가함
- '25년 1분기 유동비율을 산업별로 보면 게임이 가장 높고, 영화가 가장 낮음
  - 유동비율은 게임이 229.3%로 가장 높고, 전년 동기 대비 28.9%p 증가한 수준임
  - 영화의 유동비율은 49.1%로 가장 낮고, 전년 동기 대비 37.3%p 감소한 수준임
  - 전년 동기 대비하여 음악의 유동비율이 40.5% 가장 큰 폭으로 증가했고, 그 다음으로 게임 (28.9%), 콘텐츠솔루션(18.0%), 광고(4.2%), 방송 영상(3.0%) 순으로 증가함

표 7-18 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 유동비율 추이

(단위 : %, %p)

산업	2023년				2024년				2025년	전년 동기 대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
전체	134.2	133.5	132.3	130.5	133.5	138.1	135.6	144.5	139.6	6.1
출판	124.9	119.0	118.7	113.8	115.1	121.4	128.3	127.0	113.0	△2.1
만화	115.2	119.3	122.9	119.5	138.5	141.0	159.3	154.0	128.8	△9.8
음악	153.7	153.7	151.3	124.8	122.1	133.4	138.6	165.5	162.6	40.5
게임	199.8	202.3	191.6	195.0	200.5	204.4	222.2	225.2	229.3	28.9
영화	82.2	77.2	98.2	77.8	86.3	91.8	80.0	53.1	49.1	△37.3
애니메이션/캐릭터	111.3	108.2	97.7	93.0	84.7	80.7	79.8	82.5	82.7	△2.0
방송 영상	96.7	90.6	89.5	94.1	95.3	108.8	113.6	104.7	98.3	3.0
광고	162.0	165.4	165.1	159.7	156.8	161.8	161.4	155.0	161.0	4.2
지식정보	120.5	122.8	123.6	123.7	130.1	129.5	113.6	136.6	127.6	△2.4
콘텐츠솔루션	229.1	210.5	198.3	172.6	172.3	178.3	169.1	174.2	190.3	18.0

94) 단기채무에 충당할 수 있는 유동자산의 규모를 평가하고, 이를 통해 기업의 단기지급능력을 판단하는 대표적인 지표. 유동비율이 높을수록 기업의 단기지급 능력이 양호하다고 할 수 있음

$$\text{유동비율} = (\text{유동자산} / \text{유동부채}) \times 100$$

### 3) 자기자본비율<sup>95)</sup> 변화 추이

- 콘텐츠산업 상장사의 '25년 1분기 자기자본비율은 61.6%로 전년 동기 대비 2.7%p 증가함
- '25년 1분기 자기자본비율을 산업별로 보면 게임이 가장 높고, 애니메이션/캐릭터가 가장 낮음
  - 자기자본비율은 게임이 72.1%로 가장 높고, 전년 동기 대비 4.0%p 증가한 수준임
  - 애니메이션/캐릭터의 자기자본비율은 40.2%로 가장 낮고, 전년 동기 대비 0.1%p 증가한 수준임

표 7-19 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 자기자본비율 추이

(단위 : %, %p)

산업	2023년				2024년				2025년	전년 동기 대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
전체	59.8	59.9	59.8	58.9	58.9	59.9	60.9	60.9	61.6	2.7
출판	65.5	66.4	65.6	63.6	64.1	64.9	65.7	63.8	57.9	△6.2
만화	67.7	67.9	67.3	67.4	68.2	68.7	69.7	70.3	70.7	2.5
음악	57.0	59.6	60.1	57.8	59.9	60.9	60.6	61.5	62.8	2.9
게임	67.5	67.7	67.7	68.7	68.1	71.0	70.8	71.7	72.1	4.0
영화	38.3	37.8	41.5	38.4	39.1	43.5	43.9	40.1	40.7	1.6
애니메이션/캐릭터	45.6	44.0	43.1	41.3	40.1	39.2	39.6	39.5	40.2	0.1
방송 영상	50.7	49.7	50.0	48.6	48.0	48.4	50.5	50.1	49.8	1.7
광고	48.3	48.6	48.3	45.7	46.5	47.4	47.6	44.5	45.7	△0.8
지식정보	63.3	63.4	62.7	61.7	61.6	62.1	63.1	63.0	63.9	2.3
콘텐츠솔루션	62.9	61.2	59.6	58.6	59.3	59.4	58.8	57.0	60.0	0.8

95) 금융비용을 부담하지 않고 기업이 운용할 수 있는 자본으로서, 자본구성의 안정성을 판단하는 지표  
 자기자본비율 = (자기자본 / 총자산) × 100

## 마. 그 외 기업경영 변화 추이

### 1) 생산성 지표

#### 가) 1인당 평균 매출액 변화 추이

표 7-20		'23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 1인당 평균매출액 추이									
(단위 : 억 원, %)											
산업	2023년				2024년				2025년		
	1분기 (전분기 대비)	2분기 (전분기 대비)	3분기 (전분기 대비)	4분기 (전분기 대비)	1분기 (전분기 대비)	2분기 (전분기 대비)	3분기 (전분기 대비)	4분기 (전분기 대비)	1분기 (전분기 대비)	(전년 동기 대비)	
출판	0.94 -	0.90 △4.8%	0.91 1.5%	1.06 15.8%	1.02 △4.0%	0.93 △8.5%	0.95 2.1%	1.19 25.9%	1.03 △13.5%	1.8%	
만화	3.53 -	3.86 9.5%	3.82 △1.1%	3.91 2.2%	3.97 1.5%	3.96 △0.2%	4.16 5.2%	4.27 2.6%	4.14 △2.9%	4.5%	
음악	3.55 -	4.17 17.3%	4.09 △1.8%	4.24 3.6%	2.95 △30.5%	3.75 27.3%	3.93 4.7%	4.44 12.9%	3.33 △25.0%	12.9%	
게임	1.74 -	1.65 △5.0%	1.77 7.0%	1.77 0.4%	1.84 3.5%	1.98 7.8%	1.95 △1.5%	1.92 △1.8%	2.01 4.7%	9.2%	
영화	0.86 -	0.86 △0.7%	0.81 △5.6%	0.73 △10.0%	0.73 0.2%	0.71 △2.4%	0.94 32.2%	0.92 △1.9%	0.64 △30.5%	△12.1%	
애니메이션/캐릭터	1.40 -	1.48 5.6%	1.36 △7.9%	1.72 26.3%	1.49 △13.1%	1.49 △0.3%	1.69 13.9%	1.91 12.7%	1.88 △1.5%	26.1%	
방송 영상	2.77 -	3.09 11.6%	3.06 △1.0%	3.20 4.4%	3.05 △4.5%	3.13 2.6%	2.83 △9.8%	3.44 21.7%	2.81 △18.2%	△7.8%	
광고	3.28 -	3.64 10.9%	3.36 △7.6%	3.84 14.0%	3.06 △20.2%	3.39 10.7%	3.25 △4.2%	3.72 14.5%	3.08 △17.2%	0.6%	
지식정보	2.58 -	2.77 7.1%	2.85 3.2%	2.51 △12.1%	2.85 13.8%	2.85 △0.1%	2.90 1.8%	3.06 5.4%	2.94 △4.0%	2.9%	
콘텐츠솔루션	1.82 -	1.80 △1.1%	1.82 0.9%	2.18 19.6%	1.85 △15.2%	2.08 12.5%	1.96 △5.8%	2.33 19.1%	1.94 △16.6%	5.2%	
<b>합계</b>	<b>2.17 -</b>	<b>2.30 6.2%</b>	<b>2.32 1.0%</b>	<b>2.35 1.0%</b>	<b>2.26 △3.8%</b>	<b>2.40 6.4%</b>	<b>2.39 △0.7%</b>	<b>2.60 9.1%</b>	<b>2.34 △9.9%</b>	<b>3.9%</b>	

주1: 콘텐츠솔루션 상장사는 '18년 하반기부터 소급 적용되어 분석됨

나) 자본집약도<sup>96)</sup> 변화 추이

○ 콘텐츠산업 상장사의 '25년 1분기 자본집약도는 약 26.1억 원임

표 7-21 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 자본집약도 추이

(단위 : 억 원)

산업	2023년				2024년				2025년	전년 동기 대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
전체	25.3	25.5	25.8	25.0	25.4	26.0	25.4	25.8	26.1	0.7
출판	4.3	4.5	4.7	4.8	4.9	4.8	4.9	4.7	5.3	0.4
만화	48.7	50.9	50.9	49.4	50.3	50.0	52.4	51.5	53.1	2.7
음악	31.6	29.8	31.7	31.2	28.0	28.4	28.4	28.3	29.3	1.3
게임	21.7	21.1	21.3	20.4	21.2	21.5	20.9	23.1	23.2	2.0
영화	12.2	8.4	8.8	7.7	8.4	10.1	11.3	9.9	9.2	0.9
애니메이션/캐릭터	9.7	9.7	10.2	10.7	10.5	10.5	10.3	12.0	12.1	1.6
방송 영상	35.4	38.0	38.6	36.5	38.1	38.5	34.8	33.0	32.6	△5.4
광고	14.7	15.0	13.9	14.6	14.0	14.4	13.9	15.0	14.6	0.6
지식정보	41.2	42.8	44.0	43.2	43.7	43.5	44.0	45.1	45.4	1.6
콘텐츠솔루션	11.4	11.4	11.3	11.2	10.6	11.6	10.7	10.5	10.6	△0.1

2) 활동성 지표

가) 자기자본회전율<sup>97)</sup> 변화 추이

○ 콘텐츠산업 상장사의 '25년 1분기 자기자본회전율은 0.15회로 전년 동기 대비 0.01회 감소함

표 7-22 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 자기자본회전율 추이

(단위 : 회)

산업	2023년				2024년				2025년	전년 동기 대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
전체	0.14	0.15	0.15	0.16	0.15	0.16	0.15	0.17	0.15	△0.01
출판	0.33	0.30	0.30	0.35	0.32	0.30	0.29	0.39	0.34	0.01
만화	0.11	0.11	0.11	0.12	0.12	0.12	0.11	0.12	0.11	△0.01
음악	0.20	0.24	0.22	0.24	0.18	0.22	0.23	0.25	0.18	0.01
게임	0.12	0.12	0.12	0.13	0.13	0.13	0.13	0.12	0.12	△0.01
영화	0.18	0.27	0.22	0.25	0.22	0.16	0.19	0.23	0.17	△0.05
애니메이션/캐릭터	0.32	0.34	0.31	0.39	0.36	0.36	0.42	0.40	0.39	0.03
방송 영상	0.15	0.16	0.16	0.18	0.17	0.17	0.16	0.21	0.17	0.01
광고	0.46	0.50	0.50	0.58	0.47	0.50	0.49	0.56	0.46	△0.01
지식정보	0.10	0.10	0.10	0.09	0.11	0.11	0.10	0.11	0.10	△0.00
콘텐츠솔루션	0.25	0.26	0.27	0.33	0.29	0.30	0.31	0.39	0.31	0.01

96) 노동자 1인당의 자본량, 자본집약도가 커지면 한 사람의 노동자가 만들어내는 산출량의 크기가 상승하는 경향이 있음  
자본집약도 = 총자본(자본총계+부채총계)/총자산수

97) 자기자본이 일정기간 중에 몇 번 회전하였는가를 나타내는 비율로서 자기자본 이용의 효율성을 측정하는 지표 자기자본회전율 = 매출액 / 자기자본

나) 총자산회전율<sup>98)</sup> 변화 추이

○ 콘텐츠산업 상장사의 '25년 1분기 총자산회전율은 0.09회임

표 7-23 '23년 1분기 ~ '25년 1분기 콘텐츠산업 상장사 총자산회전율 추이

(단위 : 회)

산업	2023년				2024년				2025년	전년 동기 대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
<b>전체</b>	<b>0.09</b>	<b>0.09</b>	<b>0.09</b>	<b>0.09</b>	<b>0.09</b>	<b>0.09</b>	<b>0.09</b>	<b>0.10</b>	<b>0.09</b>	<b>0.00</b>
출판	0.22	0.20	0.19	0.22	0.21	0.19	0.19	0.25	0.19	△0.01
만화	0.07	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	△0.00
음악	0.11	0.14	0.13	0.14	0.11	0.13	0.14	0.16	0.11	0.01
게임	0.08	0.08	0.08	0.09	0.09	0.09	0.09	0.08	0.09	△0.00
영화	0.07	0.10	0.09	0.09	0.09	0.07	0.08	0.09	0.07	△0.02
애니메이션/캐릭터	0.14	0.15	0.13	0.16	0.14	0.14	0.16	0.16	0.16	0.01
방송 영상	0.08	0.08	0.08	0.09	0.08	0.08	0.08	0.10	0.09	0.01
광고	0.22	0.24	0.24	0.26	0.22	0.24	0.23	0.25	0.21	△0.01
지식정보	0.06	0.06	0.06	0.06	0.07	0.07	0.07	0.07	0.06	△0.00
콘텐츠솔루션	0.16	0.16	0.16	0.19	0.17	0.18	0.18	0.22	0.18	0.01

98) 총자산이 일정기간 동안 몇 번 회전하였는가를 나타낸 비율로서 기업에 투하한 총자산의 운용효율을 총괄적으로 표시하는 지표  
 총자산회전율 = 매출액 / 총자산



## 제8장

### 콘텐츠산업 심층 분석

(주제: 콘텐츠산업 사업체의 AI 활용에 미치는 영향요인 분석)

1. 분석 개요 및 목적
2. 분석 결과
3. 정책적 시사점
4. 결론



## 제8장 콘텐츠산업 심층 분석

### 1. 분석 개요 및 목적

#### 가. 분석 개요 및 목적<sup>99)</sup>

- 본 장에서는 매 분기 콘텐츠산업의 중점 이슈를 파악하여, 실효성 있는 정책 도출을 위한 기초 자료를 제공하고자 함
- '25년 1분기 심층 분석은 국내 콘텐츠산업의 생성형 AI 활용에 영향을 미치는 주요 요인을 식별하기 위해 수행됨
  - 특히, 생성형 AI 기술의 초기 도입 단계에 있는 현시점에서, 산업 내 기술 확산의 촉진과 지원 방안 마련에 중요한 정보를 제공할 것으로 판단됨
- 분석을 위한 자료는 한국 콘텐츠 기업을 대상으로 실시된 '24년 2분기 설문조사 데이터를 활용함
  - '24년에 2분기와 4분기에 비슷한 조사항목이 포함됨. 2분기 자료를 주 자료로 선정하고, 4분기 자료는 강건성 검증을 위한 보조적 분석으로 사용함. 강건성 검증 결과 두 시점 간의 결과가 제시하는 의미 차이가 크지 않게 나타남. 이는 분석 결과의 강건성을 확보한 동시에 2분기 중심으로 분석하는 것에 타당성을 제시하는 것으로 판단됨
- 분석 방법은 생성형 AI 활용 여부(도입함/도입하지 않음)를 종속변수로 설정한 로지스틱 회귀분석(logistic regression)을 사용함
- 사용된 설명변수는 크게 세 가지 범주로 구성함
  - 업종 특성: 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송·영상, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 등 11개 업종
  - 기업 특성: 종사자 규모(1-9인, 10-49인, 50인 이상), 수출 여부(수출함/안함), 종사자 수
  - 체감 및 전망 지수: 체감 매출액, 체감 국내 R&D 투자, 차기 국내 R&D 전망 등 기업의 심리적·전략적 상황을 나타내는 변수
  - 다중공선성 문제를 해결하기 위해 VIF(분산팽창요소)를 활용하여 변수를 선별함. 최종적으로 사용한 변수들의 VIF는 모두 3 이하로 분석 신뢰성을 확보함

99) 참고문헌, Hosmer, D. W., Jr., Lemeshow, S., & Sturdivant, R. X. (2013). Applied logistic regression (3rd ed.). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118548387>, Agresti, A. (2016). 범주형 자료분석 (박태성 & 이승연, 역). 자유아카데미. (원서 출판 연도: 2002), 김순귀, 정동빈, & 박영술. (2012). SPSS를 활용한 로지스틱 회귀모형의 이해와 응용. 한나래아카데미.

## 나. 분석 모형

### 1) 종속변수

- 본 분석에서 종속변수는 '생성형 AI 활용 여부'이며, '예(도입하였음)'를 1로 그리고 '아니오(도입하지 않음)'를 2로 코딩된 더미변수임

### 2) 설명변수

- 응답률이 너무 낮아 변수로 이용하기 어려운 경우를 제외하고 설명변수로 활용 가능한 조사 항목은 다음과 같음
  - 주력업종(24년 기준 대분류 업종)(출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송 영상, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션), 종사자 규모, 수출 여부, 매출액, 종사자 수, 종사자 수\_정규직, 종사자 수\_비정규직, 수출액, 해당 분기 체감\_매출액, 해당 분기 체감\_영업이익, 해당 분기 체감\_시장점유율, 해당 분기 체감\_국내 R&D 투자, 해당 분기 체감\_해외 R&D 투자, 해당 분기 체감\_수출액, 다음 분기 전망\_매출액, 다음 분기 전망\_영업이익, 다음 분기 전망\_시장점유율, 다음 분기 전망\_국내 R&D 투자, 다음 분기 전망\_해외 R&D 투자, 다음 분기 전망\_정규직 고용, 다음 분기 전망\_비정규직 고용, 다음 분기 전망\_매출액, 다음 분기 전망\_수출액
- 이 변수들 간에 강한 상관관계가 형성될 것으로 판단되며, 이에 다중공선성 문제로 분석 결과의 신뢰성이 저하될 것으로 예상됨
  - 여러 변수들이 동일한 경제적·조직적 구조, 의사결정 과정, 또는 시간적 흐름 속에서 함께 변동할 가능성이 높아 보임. 이러한 상관관계 가능성에 대한 논리적/구조적 근거를 <표 8-1>에 변수 그룹별로 제시함

분류	설명
구조적 정의 관계	종사자수 ↔ 정규/비정규직 수 등
규모 기반 연동	매출 ↔ 고용, 매출 ↔ 수출 여부 등
성과 구조 연동	매출 ↔ 영업이익 ↔ 시장점유율
시간적 연속성	체감 ↔ 전망 변수 간 연동성
투자과 고용의 연결	R&D 투자 ↔ 정규직 고용 전망 등

- 이런 상관관계를 고려하지 않으면 중복된 설명, 예측력 과대평가, 다중공선성 오류가 발생할 수 있기 때문에, 다중공선성 진단 도구인 VIF 분석을 실시함
- VIF 분석 결과, 실제로 변수들 간 극심한 상관관계로 인해 VIF 값이 10 이상 넘어가는 경우가 많이 발생함. 이에 가장 VIF값이 높은 변수부터 차례로 제거해가면서 의미가 중복되지 않은 변수 중심으로 선별하는 작업을 진행함. VIF값이 높으면서도 값이 비슷한 변수들의 경우 같은 성격을 갖는 변수를 선별한 경우 그리고 분석에서 중요도가 떨어지는 경우부터 모형에서 제거함

- 최종적으로 남은 변수는 업종, 종사자 규모, 수출 여부, 매출액, 종사자 수, 체감 매출액, 체감 국내 R&D 투자, 체감 수출액, 차기 매출액 전망, 차기 국내 R&D 전망, 차기 정규직 고용 전망, 차기 수출액 전망임
- 최종적으로 선별된 변수 간 VIF는 모두 3 이하로 나타났는데, 이는 다중공선성 문제가 유의하게 낮아진 것을 의미함(업종 1.048, 종사자 규모 1.700, 수출 여부 1.055, 매출액 1.177, 종사자 수 1.811, 체감 매출액 1.844, 체감 국내 R&D 투자 2.377, 체감 수출액 1.700, 차기 매출액 전망 1.905, 차기 국내 R&D 전망 2.919, 차기 정규직 고용 전망 1.947, 차기 수출액 전망 1.730)
- 특히 같은 시기 같은 의미를 나타내는 종사자 규모와 종사자 수간에 다중공선성 문제가 심각하지 않은 것으로 나타남. 특정 표본에서는 이 둘 간에 다중공선성 문제가 커질 수도 있을 것임. 본 표본에서는 종사자 규모가 세 그룹으로만 이루어진데다가 종사자 수가 같은 종사자 규모 내에서도 넓게 분포하고 있고(예, '10-49인'의 경우 10인에서 49인까지 넓게 분포), 표본 분포의 구조적 특징('1-9인'이 55%로 대다수를 차지, '10-49인'의 경우 31%, '50인 이상'이 14%로 상대적으로 적음) 이런 결과가 나타난 것으로 판단됨

### 3) 분석에 사용된 변수

- 업종은 11개 대분류이기 때문에 콘텐츠솔루션 분야를 기준항으로 나머지 분야를 대비항으로 하여 10개의 더미변수를 생성함. 나머지 설명 변수들은 양적변수 혹은 리커트척도 변수임
- 분석에서 사용된 각 변수들의 이름, 항목, 단위, 그리고 측정에서의 정의 등이 <표 8-2>에 제시되어 있음

표 8-2		분석에 사용된 변수 이름, 항목, 단위, 측정에서의 정의
변수	항목 및 단위	비고
생성형 AI 활용 여부	(1) 예(도입하였음), (2) 아니오(도입하지 않음)	· <b>생성형 AI(인공지능)</b> 텍스트, 오디오, 이미지 등의 기존 콘텐츠를 활용하여 유사한 콘텐츠를 새로 만들어내는 AI(인공지능) 기술
업종	출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송 영상, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션	· <b>업종</b> '24년 2분기(4~6월)기준, 매출이 발생한 대분류 업종 코드 입력
수출 여부	(1) 수출함, (2) 수출안함	· <b>수출 형태</b> 완제품, 라이선스, OEM(주문형, 제작), 기술 및 서비스 포함 · <b>수출액</b> 직접수출(전시회/행사, 참여, 해외, 유통사 접촉, 온라인 해외 판매, 해외 법인 활용) 및 간접수출(국내외 에이전트 활용)을 모두 포함
종사자 규모	(1) 1-9인, (2) 10-49인, (3) 50인 이상	-
매출액	10억원	-

변수	항목 및 단위	비고
종사자 수	명	· 종사자 '24년 6월 30일 시점 기준, 근로하고 있는 정규직 및 비정규직(프리랜서 제외) 기준으로 작성
체감 매출액	(1) 매우감소(매우악화), (2) 감소(악화), (3) 약간감소(약간악화), (4) 변화없음, (5) 약간증가(약간호전), (6) 증가(호전), (7) 매우증가(매우호전)	-
체감 국내 R&D		
체감 수출액		
차기 매출액 전망		
차기 국내 R&D 전망		
차기 정규직 고용 전망		
차기 수출액 전망		

#### 4) 추정 방식

- 분석의 종속변수가 생성형 AI 도입 여부 즉 이항형이기 때문에, 선형회귀모형은 부적절함. 대신 사건 발생 확률을 예측하고 해석할 수 있는 로지스틱 회귀모형이 적합함
  - 로지스틱 회귀는 확률값을 로짓 함수(log odds)로 변환해 선형함수 형태로 모델링하며, 결과는 해석이 용이한 오즈비(odds ratio)로 제시됨
  - 이에 대한 고전적 참고문헌으로는 Hosmer et al.(2013)의 'Applied Logistic Regression'이 있으며, 실제 사회과학 응용에서는 Agresti(2016), 김순귀, 정동빈, & 박영술(2012) 등의 문헌을 참고할 수 있음

## 2. 분석 결과

### 가. 추정 결과

- 로지스틱 회귀분석 결과가 <표 8-3>에 제시되어 있음
  - 1%, 5%, 10% 수준에서 통계적으로 유의한 변수로는 업종 더미변수 중 출판(-), 만화(-), 음악(-), 게임(+), 애니메이션(+), 광고(+), 캐릭터(+), 지식정보(+)  
로 나타남
  - 기업 특성 변수로는 종사자 규모 1-9인(-), 수출 여부(수출함)(+), 종사자 수(+)  
로 나타남
  - 체감 및 전망 변수 중에서는 체감 매출액(+), 체감 국내 R&D(-), 차기 국내 R&D 전망(+)  
이 유의한 것으로 나타남
- 이 결과가 제시하는 바는 다음과 같음
  - ① AI 활용이 상대적으로 높은 업종은 애니메이션, 게임, 캐릭터, 광고, 지식정보, ② AI 활용이 상대적으로 낮은 업종은 음악, 출판, 만화, ③ 활용에 긍정적 영향 변수는 수출 여부, 종사자 수, 차기 R&D 전망, ④ 활용에 부정적 영향 변수는 소규모 기업, 현재 R&D 체감 지출

변수		B	표준오차	유의확률
(절편)		-2.354	1.2392	0.057
업종	출판	-0.734**	0.3219	0.023
	만화	-0.920*	0.4753	0.053
	음악	-1.407***	0.5050	0.005
	게임	1.372***	0.2928	0.000
	영화	-0.640	0.4115	0.120
	애니메이션	1.888***	0.2937	0.000
	방송 영상	0.171	0.3300	0.604
	광고	0.619**	0.2731	0.023
	캐릭터	0.738***	0.2842	0.009
	지식정보	0.684**	0.2692	0.011
종사자 규모	1-9인	-0.505**	0.2425	0.037
	10-49인	0.001	0.2305	0.998
수출 여부 (수출함)		0.460**	0.2304	0.046
매출액		-0.008	0.0065	0.235
종사자 수		0.003**	0.0012	0.024
체감 매출액		0.261*	0.1389	0.061
체감 국내 R&D		-0.619**	0.2861	0.031
체감 수출액		-0.196	0.3221	0.543
차기 매출액 전망		0.082	0.1490	0.581
차기 국내 R&D 전망			0.568*	
차기 정규직 고용 전망			-0.038	
차기 수출액 전망			0.011	
우도비카이제곱 (유의확률)			265.19 (0.000)	

주1: 계수값의 굵은 글씨와 \*, \*\*, \*\*\* 표시는 각각 10%, 5%, 1% 수준에서 통계적으로 유의함을 나타냄  
 주2: 종속변수인 생성형 AI 활용 여부는 (2) 아니오(도입하지 않음) 기준항 대비 (1) 예(도입하였음)를 대비항으로 설정함  
 주3: 업종의 기준항은 콘텐츠솔루션임  
 주4: 종사자 규모의 기준항은 (3) 50인 이상임  
 주5: 수출 여부의 기준항은 (2) 수출 안함임

## 나. 업종별 결과의 의미

○ 분석 결과를 바탕으로 생성형 AI 활용 시사점을 업종별로 보다 구체적으로 제시하면 <표 8-4>와 같음

표 8-4		분석 결과에 대한 업종 중심 해석
구분	해석	
생성형 AI 활용이 높은 업종	애니메이션	· 콘텐츠 자동 생성 기술(예: 캐릭터 애니메이션, 시나리오 생성) 수요가 크며, AI 적용에 따른 제작 효율화 가능성이 큼. 특히 소규모 팀 중심의 제작 환경에서 AI의 보조적 역할이 빠르게 채택되고 있는 것으로 판단됨
	게임	· 게임업계는 AI NPC(non-player character) <sup>100)</sup> 대화, 시나리오 생성, 그래픽 생성 등 실용적 활용처가 다양하고 이미 상용화 단계에 있음. 특히 기술 친화적이고 개발자 중심 문화가 도입 확산에 유리하게 작용
	캐릭터	· 이미지 기반 생성형 AI(예: Stable Diffusion, Midjourney 등)의 도입이 활발함. 캐릭터 산업은 이미지 생산성이 핵심이라, AI가 콘셉트 스케치, 변형 디자인 등에 많이 활용됨
	광고	· 카피라이팅, 이미지 제작, 타겟 맞춤형 콘텐츠 생성 등에서 생성형 AI가 즉각적인 업무 효율성을 제공. 특히 B2B 클라이언트를 대상으로 한 콘텐츠 자동화 수요가 큰 것으로 보고됨
	지식정보	· 문서 요약, 정보 추출, 보고서 자동화 등 텍스트 기반 생성형 AI 수요가 크며, 기업 내부 정보관리 효율화에도 직결됨
생성형 AI 활용이 낮은 업종	음악	· 저작권 이슈, 정서적 창작 요소 강조, AI 결과에 대한 불신 등이 도입 및 활용 저해 요인으로 판단됨. 특히 제작자들이 생성된 음악의 상용화 가능성에 보수적 태도를 취하는 경향이 있음
	출판	· 전통적 제작 방식과 출판 편집 프로세스의 표준화된 절차가 AI와의 융합에 장벽으로 작용. 저작권, 표절 이슈에 대한 민감도가 높음
	만화	· 일부 AI 만화 도구가 보급 중이지만, 작가 개인의 창작 성향과 스토리텔링 정교함을 중시하는 특성 때문에 도입 속도는 더딘 편. 기술 완성도에 대한 불신 존재
기타 업종 (유의하지 않음)	영화	· 일부 분야(예: 시나리오 초안, 트레일러 자동 생성 등)에서 가능성은 있으나, 산업 전반에서는 아직 도입이 제한적. 대규모 제작 시스템과 AI의 유연성 부족이 한계
	방송영상	· AI 음성합성, 자동 자막 등 기술은 있으나, 방송 영상 산업의 인적 중심 제작 구조와 충돌함. 도입 확산은 제한적

### ○ 생성형 AI 활용이 높은 업종

- 애니메이션, 게임, 캐릭터, 광고, 지식정보 업종은 기술 친화성, 콘텐츠 자동 생성의 실질적 효용, 빠른 프로토타이핑 가능성 등의 요인이 AI 도입 확산을 견인하고 있는 것으로 판단됨

### ○ 생성형 AI 활용이 낮은 업종

- 활용이 낮은 업종은 음악, 출판, 만화인데, 이 분야들은 저작권, 정체성 보존, 창작 윤리 등 비 기술적 요인이 도입 저해 요인으로 작용하는 것으로 판단됨

100) NPC(Non-Player Character): 사용자가 직접 조종하지 않고 게임 내에서 자동으로 움직이는 캐릭터(예: 상점주인, 퀘스트 안내자, 적 캐릭터, 길 안내자 등)

#### ○ 기타 업종

- 영화와 방송 영상 업종이 통계적으로 유의하지 않다는 것은 생성형 AI의 도입 여부가 뚜렷하게 높지도 낮지도 않으며, 업종 내 이질성과 실험적 단계가 혼재돼 있을 가능성을 제시함
- AI 기술(시나리오 초안, 음성합성 등)은 도입되었으나 산업 전반으로 확산되지 않음. 일부 기능에 한정된 실험적 도입 단계에 머무르고 있을 가능성이 있음
- 장편 영화 vs 예고편 제작, 보도 방송 vs 예능 콘텐츠 등 세부 분야별 AI 수용성 차이가 발생하고 있을 가능성 존재. 이에 세부 업종별 정책 설계의 필요성 제시
- 방송영상은 인력 중심의 제작 프로세스, 영화는 고비용-고정형 제작 시스템으로 인해 AI의 유연성과 충돌됨. 이는 기술 도입의 구조적 장벽이 존재한다는 뜻
- 현재는 통계적 유의성 없지만, 콘텐츠 자동화 수요 증가와 제작비 절감 압력이 향후 도입 및 활용 가능성을 키울 수 있어 중장기 전환 대비 정책이 필요함

#### 다. 기업 특성 결과의 의미

##### ○ 수출 기업 → 생성형 AI 활용에 적극적

- 수출기업은 해외 바이어 및 소비자와의 콘텐츠 커뮤니케이션 수요가 상대적으로 많음. 다국어 번역, 자동 설명 생성, 이미지 현지화 등에서 생성형 AI를 적극적으로 활용할 가능성이 높음

##### ○ 50인 이상 기업 → 도입 여력 높음

- 50인 이상의 비교적 큰 규모의 기업일수록 내부에 R&D 또는 기술팀이 존재할 가능성이 크고, AI 실험 및 적용을 위한 조직 여력이 있음

##### ○ 1-9인 기업 → 도입 장벽 큼

- 1-9인 이상의 소기업은 인프라, 예산, 기술 인식 등에서 복합적 제약이 존재함. 다만 수요는 존재할 가능성이 존재함으로 적절한 툴킷/템플릿 기반의 경량형 솔루션이 필요
- '24년 4분기 자료를 바탕으로 도입의향과(예, 아니오)와 종사자 규모(1-9인, 10-49인, 50인 이상)의 교차분석을 진행함
  - 1-9인 응답 기업 1,450개 중 AI 도입 의향이 있다고 답한 기업이 342개(23.6%)로 나타남. 이는 10-49인 기업의 30.3% 그리고 50인 이상 기업의 40.9%보다는 낮은 수치이지만, 콘텐츠기업의 대부분이 소기업임을 감안할 때 숫자로서는 많은 것으로 해석할 수 있음
  - 이 결과가 주는 시사점은 '양극화된 태도'로 볼 수 있으며, 이는 전체적으로 소극적이지만, 일부 선도 소기업은 도입 의지가 있음을 제시함

표 8-5 분석 결과에 대한 기업 특성 중심 해석

변수	방향성	해석
수출 여부 (수출함)	긍정적	· 글로벌 시장을 타겟으로 하는 기업일수록 AI 도입률이 높음 → 다국어 콘텐츠, 현지화 전략에 시가 실효성이 있음
종사자 수 (규모)	긍정적	· 인력이 많을수록 조직 내 AI 활용 여력과 내부 실험 가능성이 큼
종사자 규모 (1-9인)	부정적	· 소규모 기업은 도입 가능성이 낮음. 비용 부담, 기술 인프라 부족, 의사결정 자원 부족 등이 원인으로 판단됨

### 라. 체감 및 전망지수 결과의 의미

- 체감 매출액이 높을수록 도입 가능성 증가
  - 현재 매출이 증가 추세라고 느끼고 있는 기업은 투자 여력 확보 및 미래 성장에 자신감을 가짐 → 새로운 기술인 AI에 대한 도입 가능성 증가
- 현재 R&D 투자가 크다고 느낄수록 도입 위축
  - R&D 부담이 이미 높은 기업은 생성형 AI까지 추가로 도입할 여유가 없는 것을 제시함
  - 특히 중소기업의 경우 한정된 예산 내에서 기술 우선순위 조정에 따라 AI 도입이 상대적으로 후순위로 밀릴 가능성이 있음
- 향후 R&D 전망이 밝은 기업은 도입 가능성 높음
  - 향후 R&D 확대 의지를 가진 기업은 기술혁신과 성장 전략 속에 AI 도입을 포함하고 있을 가능성이 높음

표 8-6 분석 결과에 대한 체감 및 전망지수 중심 해석

변수	영향 방향	해석
체감 매출액	도입 가능성 높음	· 최근 매출 흐름이 긍정적으로 느껴질수록 AI 도입 경향이 높음
체감 국내 R&D 투자	도입 가능성 낮음	· 현재 R&D 투자가 부담스럽다고 느끼는 기업일수록 AI 도입 및 활용이 위축됨
차기 국내 R&D 전망	도입 가능성 높음	· 앞으로 R&D를 늘릴 계획이 있는 기업일수록 AI 도입 의지가 있음
기타 전망 변수들 (매출, 고용, 수출 등)	영향 불명확	· 정량적으로 도입 여부와 큰 관련 없음

- 체감 국내 R&D(현재 인식)와 차기 국내 R&D 전망(미래 기대)이 생성형 AI 활용에 서로 다른 방향으로 영향을 미친 것으로 나타났는데, 이는 다음과 같은 의미를 내포함
  - 현재의 높은 R&D 부담은 오히려 AI 도입의 저해 요인이 될 수 있는데, 이는 이미 다른 프로젝트에 자원이 몰려 있기 때문임. 반대로, 미래에 R&D 확대 의지를 갖는 기업은 생성형 AI를 포함한 신기술 수용에 더 적극적임을 제시함

### 3. 정책적 시사점

#### 가. 업종별, 기업 특성별 결과 시사점

##### 1) AI 도입 확률이 높은 업종

- 업종: 애니메이션, 게임, 캐릭터, 광고, 지식정보
  - 특징: 기술 친화적, 자동화 도입 효과 큼, 콘텐츠 재생산 구조
- 정책 방향
  - 조기 확산 업종으로 간주: Early Adopter로 보고 전략적 지원 필요
  - 실증 중심 도입 모델 설계: AI 캐릭터 디자인, 게임 대사 자동 생성 등 현장 시범 적용 및 확산 유도
  - AI 활용 고도화 교육: 콘텐츠 기획자, PD, 디자이너 대상 생성형 AI 툴 실습 중심 트레이닝 운영
  - API·모듈 보급 사업: 이미지 생성, 텍스트 요약 등 기능 중심의 AI API 무료 제공 및 패키지화<sup>101)</sup>

##### 2) AI 도입 확률이 낮은 업종

- 업종: 음악, 출판, 만화
  - 특징: 창작자의 창의성·감수성 중시, 저작권 이슈 민감, 기술 수용 낮음
- 정책 방향
  - AI 저작권 가이드라인 정비
  - 도입 컨설팅 및 실험 지원: 출판·만화 업계 대상 파일럿 프로젝트 및 실험 비용 지원
  - 인식 개선 프로그램 운영: 'AI는 보조'라는 메시지 중심의 홍보 및 창작자 사례 콘텐츠 배포
  - 기술보다 제도 기반 우선 지원: 윤리, 저작권, 신뢰 확보가 핵심

##### 3) 전체 업종 및 기업 특성별 공통 적용 가능한 정책

- R&D 전망과 연계: 향후 R&D 확대 계획이 있는 기업 대상 AI 도입 연계 지원금(매칭펀드) 제공
- 수출형 기업 집중 지원: 생성형 AI 도입이 활발한 수출기업 대상 다국어 콘텐츠 생성툴 등 특화 지원
  - 소규모 기업 지원: AI 도입 비용 부담이 큰 소규모 기업 대상 오픈소스 기반 툴킷 보급 및 기술 바우처 제공

101) AI API란 AI 기능을 외부 소프트웨어/서비스에서 쉽게 사용할 수 있도록 응용프로그램 인터페이스(application programming interface, API) 형태로 제공하는 도구를 의미

## 나. 체감 및 전망지수 결과 시사점

- 체감 및 전망지수 분석 결과를 기반으로 도출한 정책적 시사점은 다음과 같음
  - 체감 매출 증가 기업: 실증 중심 확산 타깃
    - 체감 지표 기반 필터링으로 빠른 확산이 가능한 기업군 선별. '잘 되는 기업이 더 빠르게 실험하게 만들기' 등의 모토 활용
  - R&D 체감 과중 기업: 보완 중심 접근
    - 기존 R&D와 AI가 충돌하지 않도록 역할 분리. R&D 회피성 기업을 위한 경량형 AI 도구 보급 필요
  - 차기 R&D 투자 계획 보유 기업: 전략적 도입 주체 육성
    - 중장기적으로 AI 기술 내재화, 콘텐츠 혁신모델 창출 유도. 미래형 콘텐츠 산업 핵심군으로 정책적 육성
- 체감 국내 R&D(현재 인식)와 차기 국내 R&D 전망(미래 기대)이 생성형 AI 도입 여부에 서로 다른 방향으로 영향을 미치기 때문에 다음과 같은 정책적 시사점을 도출할 수 있음
  - 현재 R&D 투자가 많다고 해서 AI를 도입하는 것은 아님
    - 기존 투자 구조의 점검 필요. 향후 R&D 의지를 가진 기업에 AI 지원 정책을 선제적으로 제공할 필요가 있음
  - 즉, 이 둘은 시간적 관점과 전략적 우선순위에서 차이가 있는 변수이며, 같은 R&D 관련 항목이라도 맥락이 다르기 때문에 반대의 효과가 나타날 수 있음

## 4. 결론

- 본 분석은 생성형 AI 도입 여부에 영향을 미치는 요인을 업종 특성, 기업 특성, 체감 및 전망 지수로 구분하여 로지스틱 회귀모형을 통해 실증적으로 검토함
- 분석에는 '24년 2분기 콘텐츠 기업 대상 설문조사 자료가 활용됨
  - 동일 문항이 포함된 4분기 자료를 보조적으로 분석함으로써 결과의 강건성을 검토함. 실제로 2분기와 4분기 사이의 분석 결과는 유사하게 나타나, 2분기 자료 중심의 분석이 타당한 것으로 판단됨
- 분석 방법으로는 로지스틱 회귀분석을 사용하였으며, 종속변수는 생성형 AI 도입 여부(도입/비도입), 주요 설명변수는 업종, 종사자 규모, 수출 여부, 매출액, 종사자 수, 체감 매출액 및 R&D 투자, 향후 매출 및 R&D 전망 등으로 구성됨
  - 다중공선성 문제를 제거하기 위해 변수 선별 작업을 거쳤으며, 최종적으로 12개의 독립변수를 분석에 포함함

○ 분석 결과는 크게 세 가지 방향에서 요약될 수 있음

- 첫째, 업종별 차이가 뚜렷하게 나타남
  - 애니메이션, 게임, 캐릭터, 광고, 지식정보 등 디지털 생산성이 높은 업종에서는 AI 도입 확률이 유의하게 높았고, 음악, 출판, 만화 등 전통 창작 중심 업종에서는 도입 확률이 낮게 나타남. 이는 기술 수용성, 업무의 디지털화 정도, 저작권 규제 구조 등 업종 고유의 제약 요인이 작동하고 있음을 보여줌
- 둘째, 기업의 규모 및 특성이 도입 및 활용 결정에 영향을 미치는 것으로 나타남
  - 종사자 수, 매출액, 수출 여부 등 기업의 자원 수준이 높을수록 AI 도입 가능성이 높게 나타남
  - 특히, 종사자 수와 같은 인적 자원 규모는 거의 모든 업종에서 일관되게 도입 확률을 높이는 유의한 변수로 나타났으며, 수출기업일수록 AI 활용 여건이 우수한 것으로 나타남
  - 반면, 소규모 기업의 경우 도입 확률이 유의하게 낮았으며, 이는 자원 부족과 실험적 기술 도입에 대한 위험 회피 성향에 기인한 것으로 해석됨
- 셋째, 체감 및 전망 지표 중 기업의 현재 상황 인식과 미래 전략이 AI 도입 결정에 유의하게 작용함을 보여줌
  - 예를 들어, 체감 국내 R&D 지출이 높은 기업일수록 AI 도입 확률이 낮아지는 부정적 효과가 있었으며, 이는 기존 투자 부담에 따른 보수적 태도를 반영하는 것으로 보임. 반면, 차기 국내 R&D 투자 전망이 긍정적인 기업은 AI 도입 확률이 높았으며, 이는 전략적으로 기술혁신을 준비하는 기업들이 AI 도입을 병행하고 있음을 시사함
  - 체감 매출이나 차기 매출 전망 등도 업종에 따라 일부 유의하게 나타났으며, 이들 변수는 향후 기업의 AI 수용성 지표로 활용 가능성을 제시함

- 분석 결과는 다음과 같은 세 가지 면에서 의미 있는 시사점을 제시할 것으로 판단됨
  - 첫째, 업종별 차등성: 도입 경로의 이질성 존재
    - 애니메이션, 게임, 광고, 캐릭터, 지식정보 등 기술친화 업종은 도입 가능성이 높고 실제 효과도 기대됨
    - 반면 음악, 출판, 만화 등 창작 중심 업종은 기술 수용성과 법적 불확실성으로 도입률이 낮음
    - 업종 내에서도 기업 규모나 수출 여부에 따라 도입 격차가 심화되는 경향이 나타나, 세분화된 업종 내부 정책 설계가 필요
  - 둘째, 기업 특성: 자원과 전략에 따른 격차
    - 수출기업, 종사자 수가 많은 기업은 AI 도입 확률이 높으며, 글로벌 대응 및 내부 기술역량이 중요한 변수로 작용
    - 반면 소규모 기업은 정보 부족, 재정 부담, 기술 역량 제약 등으로 도입 가능성이 유의하게 낮음
    - 기업 특성과 업종 특성이 중첩될 경우, 도입선도 군과 사각지대 군이 뚜렷하게 분리됨
  - 셋째, 체감·전망 지수: 심리적/전략적 요인의 영향력
    - 체감 매출 호조와 향후 R&D 전망이 밝은 기업은 생성형 AI를 전략적으로 고려하는 경향이 강함
    - 반면, 현재 R&D 투자에 부담을 느끼는 기업은 도입을 기피하는 경향이 있으며, 단순 재정 지원만으로는 도입 유인이 약함
    - 이 결과는 기술 도입을 촉진하기 위해서는 재정 여력뿐 아니라 전략적 계획과 심리적 수용성을 함께 고려해야 함을 보여줌

# 제9장

## 결론

1. 산업규모 리뷰
2. 증감요인 분석
3. 결론



# 제9장 결론

## 1. 산업규모 리뷰

- '25년 1분기 콘텐츠산업 규모의 경우 전년 동기 대비 매출, 수출, 고용이 모두 증가
  - 매출액은 전년 동기 대비 2.7% 증가(24년 1분기 36조 9,755억 원 → '25년 1분기 37조 9,858억 원)
  - 수출액은 전년 동기 대비 18.8% 증가(24년 1분기 26억 690만 달러 → '25년 1분기 30억 9,782만 달러)
  - 종사자는 전년 동기 대비 0.1% 증가(24년 1분기 66만 3,764명 → '25년 1분기 66만 4,444명)

## 2. 증감요인 분석

### 가. 매출액

- 전년 동기 대비 콘텐츠산업 규모 기준 매출액 증가폭이 가장 큰 산업은 ① 음악(↑1조 553억 원), ② 지식정보(↑3,757억 원), ③ 광고(↑2,690억 원) 등임
  - 음악산업의 성장은 공연의 활성화에서 기인하는 중. 공연건수가 전년 동기 대비 15.0% 증가하면서 총 티켓 판매액은 31.4% 증가. 주요 엔터테인먼트사들의 매출 또한 공연이 이끌었으며, 하이브는 공연 매출이 전년 동기 대비 252.3% 증가, SM엔터테인먼트 58.0% 증가, YG엔터테인먼트 292.7% 증가함
  - 지식정보산업은 AI를 본격적으로 사업화하면서 성장 중. 네이버는 AI를 활용한 광고 지면 최적화와 타겟팅 고도화를 통해 매출을 견인하였고, 카카오는 AI 메이트 '카나나'를 시작으로 카카오톡 내 생성형 검색 등 새로운 AI 서비스 도입을 예고 중이며, 통신사들은 AI 데이터센터(DC) 및 AI 인프라 서비스(AIX)와 같은 B2B 및 인프라 구축을 통해 새로운 성장 동력을 확보
  - 광고산업은 디지털부문의 견고한 확장이 전통 미디어의 감소분을 상쇄. 제일기획은 ATL(매체광고), 디지털 사업 확대와 비계열 부문 성장이 지속되고 있고, 네이버와 카카오의 광고매출이 지속적으로 성장 중
- 반면, ① 게임(↓5,243억 원), ② 방송 영상(↓3,732억 원), ③ 영화(↓1,407억 원) 등은 매출 감소
  - 게임산업은 주요 기업 간 양극화가 심화되면서 전년 동기 대비 매출이 감소. '넥슨', '크래프톤', '넷마블' 등 글로벌 경쟁력이 있는 IP를 보유한 경우에는 지속적으로 성장 중이나, 그 외의 기업들은 실적이 지속적으로 침체 중
  - 방송 영상산업은 전반적으로 드라마, 영상 등의 제작 회차가 감소하면서 실적이 감소하는 추세. 특히 '스튜디오드래곤'의 경우 2025년 1분기 TV 및 OTT 방영작의 수가 전년 대비 16.9% 줄어들었고, 글로벌 OTT 동시 방영 회차 역시 70% 감소

- 영화산업은 극장 매출액과 관객 수가 지속적으로 감소 중으로, 2025년 1분기 매출액이 전년 동기대비 33.6% 감소했고, 전체 관객 수는 32.6% 감소

## 나. 수출액

- 전년 동기 대비 콘텐츠산업 규모 기준 수출액 증가폭이 가장 큰 산업은 ① 음악(↑2억 3,986만 달러), ② 방송 영상(↑1억 8,064만 달러), ③ 광고(↑3,821만 달러) 등임
- 음악산업 수출액은 대형 아티스트들의 해외 공연 활성화에 기인함. ‘하이브’의 경우 BTS 제이홉, 세븐틴, 투모로우바이투게더, 엔하이픈, 보이넥스트도어 등의 해외 콘서트가 활발히 진행되었고, ‘SM’은 최근 NCT127(18회), 에스파(16회), 동방신기(10회), 슈퍼주니어 예성(8회) 등이 대규모 월드 투어를 연이어 흥행시킴
- 방송 영상산업의 수출액은 글로벌 OTT로의 콘텐츠 공급이 활발한 회사들이 이끌고 있음. ‘콘텐츠리중앙’의 경우 ‘SLL(Studio LuluLala)’의 매출 1,397억 원 중 56%인 745억 원이 해외 매출. ‘넷플릭스’, ‘티빙’, ‘U-NEXT’, ‘Viu’ 등 다양한 글로벌 플랫폼을 통한 콘텐츠 공급이 성과로 이어지고 있으며, ‘SBS’는 ‘넷플릭스’와 6년 장기 콘텐츠 공급계약을 체결
- 광고산업의 수출은 적극적인 해외 프로모션의 결과. ‘제일기획’의 연결 자회사들의 실적이 북미, 중동, 중남미 등 주요 해외지역에서 지속적으로 성장 중<sup>102)</sup>이며, ‘이노션’은 유럽과 미주지역에서 현대차그룹 중심의 캠페인이 활발히 진행된 결과<sup>103)</sup>
- 반면, ① 만화(↓1,041만 달러), ② 애니메이션(↓583만 달러) 등은 수출 규모 감소
- 만화산업은 주요 플랫폼들의 실적이 부진. ‘네이버’의 웹툰엔터테인먼트는 매출액이 0.3% 소폭 감소하였고, ‘카카오’는 전년 동기 대비 16% 감소. ‘나 혼자만 레벨업’ 이후 글로벌 경쟁력이 있는 슈퍼IP가 부재하다는 평가
- 애니메이션산업은 창작애니메이션의 제작 부진과 함께 수출도 함께 감소 중. ‘25년 1분기 개봉한 ‘퇴마록’, ‘뽀로로 극장판 바닷속 대모험’ 등이 국내에서 각각 49만 명, 43만 명을 동원 하며 흥행으로 평가하고 있으나 해외 실적은 부진

## 다. 고용

- 전년 동기 대비 콘텐츠산업 규모 기준 고용인원 증가폭이 가장 큰 산업은 ① 음악(↑2,164명), ② 지식정보(↑416명), ③ 광고(↑273명) 등임
- 음악산업은 국내외 공연 활성화에 따라 관련 인력들이 지속적으로 증가하고 있는 것으로 판단됨
- 지식정보산업의 경우 AI의 성장으로 관련 인력들의 충원이 지속되고 있는 것으로 판단됨

102) 이투데이, 제일기획, 1분기 영업이익 585억...전년비 7%↑, 2025.4.25.

103) 핀포인트뉴스, 인건비 늘어도 수익은 방어...이노션의 탄탄한 1분기, 2025.5.17.

- 광고산업의 경우 레저시 미디어 시장은 축소되고 있으나 디지털 광고가 성장하면서 고용 규모가 소폭 증가
- 반면, ① 영화(↓544명), ② 애니메이션(↓524명), ③ 게임(↓408명) 등은 고용 규모가 감소
  - 영화산업의 경우 영화 제작편수의 감소가 고용인력 감소에 영향
  - 애니메이션산업은 흥행작들의 경우에도 제작비 회수가 어려운 상황이 지속되면서 고용 감소에 영향을 미치는 것으로 분석. '퇴마록'의 경우 손익분기점은 100만 명으로 관객이 절반 수준에 불과<sup>104)</sup>
  - 게임산업은 인력감축을 통한 비용구조 개선 작업이 지속되고 있는 것으로 판단됨

### 3. 결론

- '25년 1분기는 AI 기반 혁신과 글로벌 중심 전략, 시장 양극화 등이 주요 화두이며, 향후 이와 같은 이슈에 대해 명확한 전략을 가지고 대응할 수 있어야 할 것으로 보여짐
  - AI는 이제 단순한 기술 도입을 넘어, 기업의 핵심 비즈니스 모델에 통합되어 실질적인 매출 증대와 효율성 개선을 이끌어내는 필수 요소가 되어가고 있음. AI를 활용한 개인화된 서비스, 광고 최적화, 콘텐츠 제작 효율화, 그리고 AI 인프라 구축 등 다양한 수익화 모델을 얼마나 빠르게, 그리고 효과적으로 구축하는지가 콘텐츠 기업의 미래 경쟁력을 좌우할 수 있음
  - 국내 시장의 한계와 소비 심리 위축이 콘텐츠 기업들에게 해외 시장 확장을 더욱 절실하게 만들고 있음. 기획 단계부터 글로벌 관객을 염두에 둔 IP 개발, 현지 문화에 맞는 콘텐츠 현지화, 그리고 다양한 해외 플랫폼 및 파트너십을 통한 유통망 다변화가 필수적. 해외 매출 비중이 높은 기업들의 성공 사례가 글로벌 전략의 중요성을 명확히 보여줌
  - '승자 독식' 또는 '승자 독점' 구조가 심화되는 시장 환경에서 중소기업들은 정부의 지원 정책(펀드 조성, 해외 진출 지원 등)을 적극 활용하고, 대기업들은 비효율적인 사업 부문을 과감히 정리하며 핵심 역량에 집중하는 '선택과 집중' 전략을 지속할 필요가 있음

104) 디지털타임스, [김미경의 콘텐츠보물창기] 세상을 구할 퇴마 어벤저스 '퇴마록'... N차 관람 이끌며 K-애니 레전드로, 2025.3.25.



# 제10장

## 부록

1. 콘텐츠산업 상장사 목록
2. 조사표



# 1. 콘텐츠산업 관련 상장사 목록

표 10-1 콘텐츠산업별 상장사 현황(분석 보고서 시점 기준)

(단위 : 개)

산업	2024년				2025년	전분기 대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
전체	163	165	193	196	195	△1
출판	13	13	14	14	14	-
만화	6	6	7	7	7	-
음악	13	13	16	16	16	-
게임	38	39	39	40	38	△2
영화	11	11	14	15	14	△1
애니메이션	3	3	5	5	5	-
방송 영상	28	29	37	37	37	-
광고	18	18	23	23	24	1
캐릭터	6	6	8	8	8	-
지식정보	18	18	20	21	21	-
콘텐츠솔루션	9	9	10	10	11	1

표 10-2 출판 상장사

종목코드	회사명	시가총액(백만원)	주요 사업	연락처(대표번호)
095720	웅진씽크빅	169,216	학습지 및 생활 잡지류 출판	031-956-7000
019680	대교	165,761	교육 출판 및 학원 사업, 전집 및 도서출판	02-829-1114
068290	삼성출판사	134,412	유아용 서적 출판 및 미술교재 출판	02-3470-6800
418470	KT밀리의서재	104,541	전자책, 오디오북 등 독서 플랫폼	070-7510-5415
053280	예스24	93,759	온라인 출판, 유통	02-3215-9100
053290	NE능률	67,297	영어 학습 교재 전문출판, 학원 사업	02-2014-7114
263720	디앤씨미디어	56,857	웹소설 콘텐츠 출판 및 유통	02-333-2513
036000	예림당	54,129	도서출판, 저작권 매니지먼트, 애니메이션	02-566-1004
072870	메가스터디	46,867	온라인 입시준비 교육 서비스, 교육 출판	02-6984-6811
100220	비상교육	43,355	중고등부 학습 교재 출판	1544-0554
461300	아이스크림미디어	29,614	초등학교 교과서 출판	02-3440-2300
134060	이퓨처	19,255	영어 교육, 학습 교재 출판	02-3400-0509
207760	미스터블루	18,223	웹소설 및 종이소설 출판	02-337-0610
020120	키다리스튜디오	3,365	웹소설 플랫폼 운영 및 서비스 제공	02-6320-8500

출처 : KRX, 시가총액 순위 정보 (2025년 3월 31일 기준)

표 10-3 만화 상장사

종목코드	회사명	시가총액(백만원)	주요 사업	연락처(대표번호)
035420	NAVER	4,590,067	웹툰 콘텐츠 제작	1588-3830
263720	디앤씨미디어	151,170	웹툰 콘텐츠 출판 및 유통	02-333-2513
020120	키다리스튜디오	98,644	웹툰 플랫폼 운영 및 서비스 제공	02-6320-8500
207760	마스터블루	35,304	만화, 웹툰 전문 플랫폼 운영	02-337-0610
417180	핑거스토리	34,742	웹툰 및 디지털 만화, 웹소설 온라인 제공	02-6200-9535
048910	대원미디어	31,933	웹툰 제작유통	02-6373-3000
432430	와이랩	18,949	웹툰 IP 연계 웹툰 제작사	02-334-4222

출처 : KRX, 시가총액 순위 정보 (2025년 3월 31일 기준)

표 10-4 음악 상장사

종목코드	회사명	시가총액(백만원)	주요 사업	연락처(대표번호)
352820	하이브	9,809,069	음악 및 기타 오디오물 출판업	02-3334-0105
041510	에스엠	2,456,600	음반 기획 및 제작, 매니지먼트	02-6240-9800
035900	JYP Ent.	2,103,524	음반 기획 및 제작, 매니지먼트	02-2225-8100
122870	와이즈엔터테인먼트	1,175,667	음반 기획 및 제작, 매니지먼트	02-3142-1104
037270	YG PLUS	293,087	음원 및 음반 투자 유통	02-3140-4600
182360	큐브엔터	255,792	연예 매니지먼트, 음반 및 공연 제작	02-3445-1045
035760	CJ ENM	181,385	음반, 음원, 콘서트 및 매니지먼트	02-2107-0114
060570	드림어스컴퍼니	114,869	음악서비스(FLO)와 음반/디지털 콘텐츠 유통, 공연 기획 및 제작사	02-6245-6700
043610	KT지니뮤직	68,934	온라인 음원 서비스	02-3282-2600
361570	알비더블유	50,486	음원/음반/영상저작권리 및 공연, 연예 매니지먼트	02-517-5748
173940	에프엔씨엔터	43,830	음반 기획 및 제작, 매니지먼트	02-517-5426
104200	NHN박스	42,110	음원 유통, 온라인 음원 서비스	031-8038-2947
032800	판타지오	21,623	엔터테인먼트 사업 및 드라마/영화 제작	02-543-5564
068050	팬엔터테인먼트	1,921	OST 등 음반 제작 및 음원 공급	02-380-2100
210120	캔버스엔	192	드라마 제작 전문 기업	02-786-2245
003560	IHQ	-	음반 제작	02-6005-6000

출처 : KRX, 시가총액 순위 정보 (2025년 3월 31일 기준)

표 10-5

게임 상장사

종목코드	회사명	시가총액(백만원)	주요 사업	연락처(대표번호)
259960	크라프트온	16,026,246	온라인게임 개발 및 유통	02-6250-0807
036570	엔씨소프트	3,279,931	온라인게임 개발 및 유통, MMORPG 강점	02-2186-3300
462870	시프트업	3,257,599	글로벌 게임 개발 및 퍼블리셔 서비스 제공	070-8672-5597
251270	넷마블	3,142,331	온라인 및 모바일 게임 개발, 퍼블리싱	02-2271-7114
263750	펄어비스	1,922,643	MMORPG 장르의 온라인 및 모바일게임 개발	02-476-8583
293490	카카오게임즈	1,190,791	모바일 게임 소프트웨어 개발 및 공급업	1566-8834
192080	더블유게임즈	1,069,707	소셜 및 모바일 등 멀티플랫폼 게임 개발	02-501-7216
112040	위메이드	969,914	온라인게임 개발, 대표작 창천온라인	02-3709-2020
225570	넥슨게임즈	797,984	RPG 장르의 모바일게임 개발	02-6421-7756
101730	위메이드맥스	602,113	온라인게임 개발 및 유통	02-420-8854
194480	데브시스터즈	485,991	모바일게임 제작 및 서비스	02-2148-0750
095660	네오위즈	466,324	온라인게임 개발 및 유통, 게임 포털 피망	031-8023-6600
069080	웹젠	460,192	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 뮤온라인	031-627-6600
078340	컴투스	435,518	국내 최대 모바일 게임업체	02-6292-6000
217270	넵툰	271,082	모바일게임 개발 및 유통	02-562-4100
205500	넥싸쓰	152,120	모바일게임 전문 개발사	02-568-7161
063080	컴투스홀딩스	122,777	모바일게임 및 게임 퍼블리싱	02-876-5252
181710	NHN	118,718	온라인 및 모바일 게임	1544-6859
204610	티쓰리	110,312	PC 및 모바일 게임 개발	070-4050-8000
067000	조이시티	90,065	온라인게임 개발, 대표작 프리스타일	031-789-6500
058630	엠게임	86,275	온라인게임 포털 엠게임 운영	02-523-5854
123420	위메이드플레이	71,687	게임 개발, 캐릭터 및 디자인	031-1833-9782
052790	액토즈소프트	68,097	온라인게임 개발, 대표작 미르의전설	02-747-8260
201490	미투온	51,572	웹/모바일 게임 개발 및 서비스	02-515-2864
047560	이스트소프트	46,906	온라인게임 및 S/W 개발, 대표작 키발온라인	02-583-4620
208640	썬페이지	37,734	스마트폰 및 태블릿PC용 게임 개발	031-714-1381
348030	모버릭스	37,455	모바일 게임 개발 및 퍼블리싱	1588-3027
052770	아이톡시	36,612	온라인게임 개발 및 유통, 대표작 오디션	02-6207-7111
047080	한빛소프트	31,251	PC게임 유통, 온라인게임 개발 및 유통	070-4050-8000
023770	플레이우드	30,903	온라인게임 개발, 대표작 로한	02-538-5950
207760	마스터블루	23,825	온라인 게임 개발 및 퍼블리싱	02-337-0610
094860	네오리진	18,069	RPG 장르 게임제작 및 유통	02-3476-4200
048910	대원미디어	12,011	게임기 단말기 및 소프트웨어 유통	02-6373-3000
276040	스코넥	6,305	소프트웨어 개발 및 공급업	02-458-3742
030350	드래곤플라이	5,125	온라인게임 개발	02-522-9393
266350	팡스카이	5,106	모바일 게임 및 온라인 게임 퍼블리싱	070-4658-9400
193250	링크드	566	게임 콘텐츠, VR 사업 및 투자	02-591-1310
060240	스타코링크	496	온라인게임 개발 및 퍼블리싱, 온라인교육	031-8068-6602

출처 : KRX, 시가총액 순위 정보 (2025년 3월 31일 기준)

표 10-6 영화 상장사

종목코드	회사명	시가총액(백만원)	주요 사업	연락처(대표번호)
079160	CJ CGV	732,693	멀티플렉스 영화관 운영	02-371-6660
299900	위자웍스튜디오	183,707	뉴미디어 콘텐츠 기획 및 제작 등	02-749-0507
206560	텍스터	147,642	VFX 및 DI 제공, 콘텐츠 기획 및 제작 등	02-6391-7000
476080	M83	104,319	영화 및 드라마, OTT 콘텐츠 등 VFX(시각효과) 제작	02-518-8320
035760	CJ ENM	89,676	영화 콘텐츠 기획 및 제작/유통	02-2107-0114
160550	NEW	53,093	영화 제작투자 및 배급	02-3490-9300
086980	쇼박스	48,460	영화 투자 및 배급사	02-3218-5500
012170	아센디오	32,648	해외판권계약 및 영화관 상영배급 등	02-1544-0332
036420	콘텐츠리중앙	30,378	영화 제작/투자/배급	02-3015-0555
389140	포바이포	25,516	영상 콘텐츠 제작 및 플랫폼 운영	02-838-4416
035620	바른손이앤에이	24,561	영화 및 영상콘텐츠 제작	070-7609-1437
066410	버킷스튜디오	9,414	음반 유통, DVD 유통, 영상 콘텐츠 서비스	02-3452-5079
417180	핑거스토리	505	영화콘텐츠 제작	02-6200-9535
321820	아티스트컴퍼니	158	콘텐츠 제작 및 배급사업	02-2038-3266

출처 : KRX, 시가총액 순위 정보 (2025년 3월 31일 기준)

표 10-7 애니메이션 상장사

종목코드	회사명	시가총액(백만원)	주요 사업	연락처(대표번호)
310200	애니플러스	111,833	극장판 애니메이션 배급 사업	070-7162-3715
408900	스튜디오미르	105,477	애니메이션 제작 및 기획	02-862-0571
419530	SAMG엔터	55,847	애니메이션 기획 및 제작	02-535-6773
317530	캐리소프트	37,313	방송 프로그램 및 애니메이션 판권 판매	02-2289-1452
048910	대원미디어	16,975	애니메이션 제작 및 판매	02-6373-3000

출처 : KRX, 시가총액 순위 정보 (2025년 3월 31일 기준)

표 10-8

방송 영상 상장사

종목코드	회사명	시가총액(백만원)	주요 사업	연락처(대표번호)
253450	스튜디오드래곤	1,451,825	드라마 콘텐츠 기획 및 제작, 배급	02-371-7076
035760	CJ ENM	963,550	케이블 방송, 방송 콘텐츠 제작	02-2107-0114
067160	SOOP	926,471	인터넷 방송, 클라우드서비스	031-622-8380
057050	현대홈쇼핑	592,800	TV 및 온라인 홈쇼핑	02-2143-2000
034120	SBS	321,864	지상파 방송사업, 광고	02-2061-0006
053210	스카이라이프	214,329	위성방송, 방송 콘텐츠 제작	02-2003-3000
200350	아티스트스튜디오	134,746	콘텐츠 기획, 제작 및 유통	02-761-9978
086980	쇼박스	134,694	드라마 기획, 제작 및 콘텐츠 개발	02-3218-5500
007070	GS리테일	111,293	TV 및 온라인 홈쇼핑	02-2005-1114
036420	콘텐츠리중앙	94,518	드라마 제작, 케이블 방송	02-3015-0555
040300	YTN	91,029	뉴스 제작 및 공급, 타워 사업, 광고 협찬	02-398-8000
047820	초록백미디어	85,573	방송 프로그램 제작, 배급, 영화제작, 배급	02-6925-7000
432430	와이랩	66,870	방송영상물, 상업영화 등 영상 기반 콘텐츠제작	02-334-4222
066790	씨씨에스	65,297	케이블 방송, 초고속 인터넷 서비스	043-850-7104
039340	한국경제TV	62,596	경제 전문 방송, TV광고 및 시청료수익	02-6676-0019
068050	팬엔터테인먼트	61,590	방송 영상물 제작	02-380-2100
078860	엔에스이엔엠	59,498	S/W 개발, 광고모델 매니지먼트	02-6743-5600
054780	키아스트	59,442	문화콘텐츠 기획/투자, 매니지먼트 사업	02-3444-2002
369370	블리츠웨이엔터테인먼트	59,002	드라마 기획 및 제작	02-512-7692
058400	KNN	55,244	인터넷방송, 실시간 중계 서비스	051-850-9000
210120	캔버스엔	54,335	방송사 및 다양한 유통플랫폼 콘텐츠 제공	02-786-2245
046390	삼화네트웍스	47,840	방송 프로그램 제작 및 유통	02-3454-1500
363280	티와이홀딩스	46,855	방송 사업 및 문화서비스 사업	02-2090-6611
052220	iMBC	40,050	온라인광고 및 광고홍보대행	02-2105-1100
037560	LG헬로비전	39,351	케이블TV, 초고속 인터넷, 인터넷 전화	02-1855-1000
033830	티비씨	35,854	지역 텔레비전 방송	053-760-1900
048550	SM C&C	34,204	연예 매니지먼트 및 예능 프로그램 제작 등의 사업	02-6233-6400
122450	KX	28,474	방송 송출 서비스, 채널사용 사업	02-2647-1255
131100	티엔엔터테인먼트	22,764	연예 매니지먼트 및 유튜브 콘텐츠 제작	02-566-2055
204630	스튜디오산타클로스	22,361	연예 매니지먼트	02-2299-8089
241840	에이스토리	20,101	콘텐츠 제작 및 유통사업	02-2088-2585
089230	THE E&M	17,885	인터넷 개인방송 서비스 사업과 매니지먼트사업	02-2088-8222
003560	IHQ	4,649	방송 및 연예매니지먼트	02-6005-6000
094860	네오리진	698	숏폼드라마 제작	02-3476-4200
160550	NEW	306	드라마 부가판권 및 프로그램 기획/제작	02-3490-9300
035620	바른손이엔에이	-	방송콘텐츠 제작	070-7609-1437
012170	아센디오	-	콘텐츠 위탁제작 및 VOD 방영권, OTT전송권, 드라마/영화/방송 광고 계약 등의 매니지먼트	02-1544-0332

출처 : KRX, 시가총액 순위 정보 (2025년 3월 31일 기준)

표 10-9 광고 상장사

종목코드	회사명	시가총액(백만원)	주요 사업	연락처(대표번호)
030000	제일기획	2,073,043	광고 기획 및 제작, 프로모션 대행 등	02-3780-2114
214320	이노션	699,200	광고 기획 및 제작 전문	02-2016-2300
089600	KT나스미디어	158,484	온라인 디스플레이 광고, IPTV광고	02-2188-7300
035000	HS애드	110,339	광고 제작 및 전문 대행	02-705-2130
216050	인크로스	88,618	디지털광고 미디어렐, 동영상 광고 플랫폼 운영	02-3475-2800
351870	차이커뮤니케이션	86,718	디지털종합광고대행업	02-2017-8800
048550	SM C&C	79,362	광고종합회사	02-6233-6400
010470	오리콤	77,958	종합 광고 대행	02-510-4077
237820	플레이디	66,188	디지털 광고 대행	031-796-6964
123570	이엠넷	48,526	검색광고, 배너광고, 모바일 광고, 해외 광고	02-2277-8877
003560	IHQ	47,949	광고 사업	02-6005-6000
217270	넵튠	45,827	모바일 앱/웹 광고 수익 최적화 플랫폼	02-562-4100
273060	와이즈버즈	43,526	RTB매체(페이스북, 구글 등)기반 온라인 광고 대행, 모바일 광고 기획	02-538-8897
214270	FSN	42,295	모바일 디스플레이 광고 네트워크 서비스	02-541-3126
230360	에코마케팅	38,312	캠페인 기획, 광고물 제작 등 온라인 광고 대행	02-2182-1100
127710	아시아경제	33,236	뉴스 기반 종합미디어 서비스	02-2200-2197
037560	LG헬로비전	33,225	지역채널 광고와 케이블TV채널 광고	02-1855-1000
033130	디지털조선	15,543	전광판 광고 등	02-3701-2821
050090	비케이홀딩스	10,802	광고제작 및 광고대행사업	054-473-0886
239340	이스테이드	9,751	인터넷 포털 서비스	02-583-4640
052220	iMBC	9,305	콘텐츠 제작, 제공(드라마, 영화, 만화 등)	02-2105-1100
236810	엔버티	978	광고물 제작 및 대행	070-8895-9156
037270	YG PLUS	1	플랫폼 운영 대행 등	02-3140-4600
210120	캔버스엔	-	광고협찬	02-786-2245

출처 : KRX, 시가총액 순위 정보 (2025년 3월 31일 기준)

표 10-10		캐릭터 상장사		
종목코드	회사명	시가총액(백만원)	주요 사업	연락처(대표번호)
419530	SAMG엔터	201,460	캐릭터 라이선싱 및 머천다이즈 사업	02-535-6773
048910	대원미디어	63,644	캐릭터 라이선싱	02-6373-3000
039830	오로라	63,187	봉제 완구, 캐릭터 디자인 및 판매	02-3420-4114
317530	캐리소프트	24,430	IP부가사업의 공연 및 키즈카페	02-2289-1452
066910	손오공	22,976	애니메이션 유통 및 제작, 캐릭터 완구	02-2610-8750
310200	애니플러스	21,990	캐릭터 상품화 사업 등	070-7162-3715
369370	블리츠웨이엔터테인먼트	18,200	인형, 장난감 및 오락용품	02-512-7692
194480	데브시스템즈	13,484	캐릭터IP 상품 판매 등	02-2148-0750

출처 : KRX, 시가총액 순위 정보 (2025년 3월 31일 기준)

표 10-11		지식정보 상장사		
종목코드	회사명	시가총액(백만원)	주요 사업	연락처(대표번호)
035420	NAVER	25,274,353	포털 네이버 운영, 온라인 콘텐츠 유통	1588-3830
035720	카카오	9,243,811	포털 다음 및 모바일 메신저 카카오톡 운영	02-6718-1082
215200	메가스터디교육	435,179	중·고등 부분 온·오프라인 교육 서비스	02-3489-8200
215000	골프존	361,176	스크린골프 제품 판매 및 서비스	1577-4333
304100	솔트룩스	228,590	B2B 및 B2G 인공지능, 빅데이터 솔루션 프로젝트 사업 등	02-2193-1600
067280	멀티캠퍼스	192,028	온라인 교육 서비스, 외국어 평가	02-6262-9118
036030	케이티알파	175,979	온라인 콘텐츠 유통	02-1588-5668
096240	크레버스	152,370	학원 및 스마트러닝 콘텐츠 사업	02-3429-9407
443250	레뷰코퍼레이션	103,915	인플루언서 및 기업 간 매칭 플랫폼	02-1544-9851
068930	디지털대성	96,790	온라인 사업, 학원사업, 교육프랜차이즈	02-2104-8600
064850	에프앤가이드	73,939	온라인 금융정보	02-769-7700
057030	YBM넷	54,543	온라인 교육 서비스, 콘텐츠 유통	02-2008-5200
464580	닷밀	48,759	실감미디어기반콘텐츠제작	02-6203-6640
133750	메가엠디	47,633	약학대학/의치전문 입시 전문교육	02-6918-3505
301300	바이브컴퍼니	39,245	빅데이터 분석 플랫폼 운영 및 인공지능 기반 솔루션 사업	02-565-0531
033130	디지털조선	30,160	인터넷, SI사업, 교육프로그램 등	02-3701-2821
289010	아이스크림에듀	25,175	멀티미디어 콘텐츠 및 전용 디지털북 기반 에듀테크 기업	02-1544-0910
084440	유비온	20,383	학습관리시스템 및 이러닝서비스사업	1600-0052
035290	골드앤에스	19,261	영어교육 전문기업, 온라인 교육 등	02-565-4874
100220	비상교육	13,384	스마트 러닝 사업	1544-0554
461300	아이스크림미디어	-	디지털 교육 콘텐츠 플랫폼	02-3440-2300

출처 : KRX, 시가총액 순위 정보 (2025년 3월 31일 기준)

표 10-12

## 콘텐츠솔루션 상장사

종목코드	회사명	시가총액(백만원)	주요 사업	연락처(대표번호)
181710	NHN	294,465	PG 및 VAN 서비스, 간편결제 사업	1544-6859
402030	코난테크놀로지	231,639	자연어처리와 빅데이터 및 인공지능기반 비즈니스	1533-1614
096250	와이즈넷	99,031	인공지능전문S/A에이전트	02-3404-6100
289220	자이언트스텝	92,899	광고VFX, 영상VFX 및 리얼타임 콘텐츠 제작	02-6952-4720
347860	알체라	56,286	인공지능 영상인식 분야 토탈 솔루션 기술 제공	031-697-8961
236810	엔비티	50,995	모바일 포인트 광고 플랫폼	070-8895-9156
321820	아티스트컴퍼니	47,264	빅데이터/인공지능 마케팅플랫폼 및 데이터플랫폼	02-2038-3266
197140	디지캡	29,995	방송서비스 솔루션, N-스크린 솔루션	02-3477-2101
148780	비큐시	29,465	미디어 빅데이터 및 인공지능(AI) 기반 플랫폼 서비스 제공	02-3487-0215
431190	케이쓰리아이	21,123	AR, VR, MR 및 실감형 인터랙티브 콘텐츠 제작	042-861-8551
065440	이루온	20,495	통합 솔루션 및 서비스 사업	070-4489-1000

출처 : KRX, 시가총액 순위 정보 (2025년 3월 31일 기준)

## 2. 조사표



※ ID	※콘텐츠산업분류	※지역코드

# 2025년 1분기 콘텐츠산업 동향 조사

본 조사는 국내 콘텐츠산업에 종사하는 기업의 분기별 현황을 파악하여 콘텐츠산업 분기별 통계산출, 정부 정책수립, 콘텐츠산업 기업대상 각종 자금지원, 홍보 및 마케팅활동 등 콘텐츠산업의 육성 및 투자활성화 정책의 기초자료로 활용하고자 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 공동으로 실시하는 조사입니다.

한국콘텐츠진흥원은 국제적 경쟁력을 가진 고품질의 콘텐츠를 제작 공급할 수 있는 핵심 성장기반을 조성하고 콘텐츠산업을 총괄 지원하여 취약한 콘텐츠 제작 유통업계에 대한 효율적인 투자지원 및 시너지 효과를 통한 산업육성을 도모하고자 설립된 기관입니다.

귀사에서 응답하신 사항은 정책수립의 귀중한 자료로 활용될 것이며, **조사연구 목적으로만 이용될** 것이므로, 바쁘신 중이라도 잠시 시간을 내시어 성의껏 응답해 주시길 부탁드립니다. **귀사의 소중한 응답은 우리나라 콘텐츠산업 발전에 중요한 밑거름이 될 것입니다.** 본 조사에 협조해 주셔서 감사합니다.

2025년 04월

\* 본 조사에서 수집된 자료는 조사연구 목적으로만 사용되고, 「공공기관의 정보공개에 관한 법률」 제9조 1항 6호, 7호에 의해 응답자의 개인정보와 사업체의 경영상·영업상 비밀은 엄격히 보호되오니 귀 사업체의 적극적인 협조를 부탁드립니다.

주 관 : 문화체육관광부/한국콘텐츠진흥원  
조사기관 : (주)한국갤럽조사연구소



□ 조사원 성명 : \_\_\_\_\_(서명)      전화번호 :

□ 응답자 정보

부서명		성명	(서명)
전화번호		팩스번호	
이메일 주소			

## I. 사업체 기초정보

(2025년 3월 31일 기준)

사업체명(국문)		홈페이지 URL	
전화번호	(____)	팩스번호	(____)
주소			
사업자등록번호		설립년도	
자본금(출연금)		벤처기업 지정여부	
기업형태	① 개인사업체    ② 회사법인(주식, 유한, 합자, 합명회사)    ③ 회사 외 법인		
본사유무	① 단독사업체    ② 공장, 지사(점), 영업소    ③ 본사, 본점, 본부		
대표자명			

## II. 시장 현황 및 전망

※ 귀사의 2025년 1분기 결산(2025. 3. 31.) 기준으로 응답해 주십시오,

### ※) 업종 확인

- ▶ 귀사가 2025년 1분기(1~3월) 결산 기준, 관련 콘텐츠 제작 혹은 서비스 제공 등 매출이 발생한 사업의 업종을 모두 선택해주세요.  
업종의 경우 '대분류' 산업과 각 대분류 산업별로 - '중분류' 산업으로 구성되어있습니다.  
아래 대분류, 중분류 산업 내용 및 보기 번호를 살펴보고, 해당되는 업종을 선택해주세요.

1) 2025년 1분기(1~3월)기준, 귀사에서 매출이 발생한 대분류 업종 코드와 각 대분류 업종별 중분류 업종의 코드를 입력해주세요.

대분류 산업	업종1	업종2	업종3	업종4	업종5
업종코드번호	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
중분류 산업	중분류 업종	중분류 업종	중분류 업종	중분류 업종	중분류 업종
업종코드번호	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>

- ▶ 업종코드는 '콘텐츠산업 업종 및 분류코드'를 참조하여 작성 부탁드립니다.  
▶ 하나의 대분류 업종 내에 '두 개 이상의 중분류 업종'을 겸업하실 경우, 매출액 비중이 가장 높은 중분류 업종을 하나만 입력해주세요.

#### 〈콘텐츠산업 업종 및 분류코드〉

대분류 업종	중분류 업종	대분류 업종	중분류 업종
01. 출판	11. 출판업	07. 방송/영상	71. 지상파 방송
	12. 인쇄업		72. 유선방송
	13. 출판 도소매업		73. 위성방송
	14. 온라인 출판 유통업		74. 방송채널 사용사업
	15. 출판 임대업		75. 방송영상물 제작업
02. 만화	21. 만화 출판업		76. 인터넷 영상물 제공업
	22. 온라인 만화 제작/유통업		77. 방송영상물 배급 및 중개업
	23. 만화책 임대업	08. 광고	81. 광고(종합)대행업
	24. 만화 도소매업		82. 제작업
03. 음악	31. 음악제작업		83. 광고 서비스업
	32. 음악 및 오디오물 출판업		84. 광고 인쇄업
	33. 음반복제 및 배급업	85. 온라인 광고 대행업	
	34. 음반 도소매업	86. 기타 광고업	
	35. 온라인 음악 유통업	09. 캐릭터	91. 캐릭터 제작업
	36. 음악 공연업		92. 캐릭터 상품 유통업
	37. 노래연습장 운영업		93. 캐릭터 상품 온라인 유통업
04. 게임	41. 게임 제작 및 배급업	10. 지식정보	101. e-러닝업
	42. 게임 유통업		102. 기타 데이터베이스 및 온라인 정보 제공업
05. 영화	51. 영화 제작, 지원, 유통업		103. 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업
	52. 디지털 온라인 유통업		104. 가상세계 및 가상현실업(AR,VR)
06. 애니메이션	61. 애니메이션 제작업	11. 콘텐츠솔루션	111. 콘텐츠솔루션업 (과금/결제/저작권보호 산업 포함)
	62. 애니메이션 유통 및 배급업		112. 컴퓨터그래픽스(CG)
	63. 온라인 애니메이션 유통업		

2) 해당사업 매출 실적

▶ 콘텐츠 제작, 판매, 유통 등의 과정에서 발생한 모든 매출액(합계)을 **2025년 1분기 재무제표 기준으로 작성해주십시오.** 분기 결산을 시행하지 않는 경우, 아래 기준으로 2025년 1분기 매출을 계산한 후 입력 부탁드립니다.

- ① 월평균 매출액 = 1일 평균 매출액 X 월평균 조업일 수(영업 일 수)
- ② 2025년 1분기 매출액 = ① 월평균 매출액 X '25년 1분기(1~3월)동안 영업한 개월 수
- ※ 1분기(1~3월)동안 영업한 개월 수 산정방식
  - 한 달 간 정상적인 영업일 수의 1/2 이상을 영업한 경우, 1개월로 계산
  - 1분기 동안 영업기간이 1개월 미만인 경우, 일 수와 관계없이 1개월로 계산

2025년 1분기 매출액 총 합계						_____ (백만원)
산업	업종1	업종2	업종3	업종4	업종5	합계
대분류 업종코드번호	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	
매출액 비율	(____)%	(____)%	(____)%	(____)%	(____)%	100.0%
주력업종(√)						

- ▶ 업종코드는 '콘텐츠산업 특수 분류 항목표'(별첨, 응답가이드)를 참조하여 **대분류 업종** 두자리 코드를 작성 부탁드립니다.
- ▶ 업종별 구분이 있을 경우 매출액 비중의 총합이 100%가 되도록 작성해주십시오.
- ▶ 주력업종은 매출액 비율을 참조하여 **하나만** 체크(√)해주세요.

3) 해당사업 종사자 수

※ 종사자 수는 **2025년 3월 31일 시점 기준**, 근로하고 있는 정규직 및 비정규직 (프리랜서 제외) 기준으로 작성 부탁드립니다.

2025년 1분기 종사자수 총 합계						_____ (명)	
산업	업종1	업종2	업종3	업종4	업종5	관리 및 총무	총 종사자 비율
대분류 업종코드번호	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>		
종사자수 비율	(____)%	(____)%	(____)%	(____)%	(____)%	(____)%	100.0%
종사상 지위 (고용형태)	정규직		_____ (명)				
	비정규직		_____ (명)				
	기타 고용형태		_____ (명)				
2025년 1분기 종사자 수 총 합계			(문3) 응답값과 동일해야 함) _____ (명)				

- ▶ 정규직, 비정규직, 기타 고용형태의 '합계'가 '25년 1분기 종사자 수 총 합계와 일치하도록 입력해주세요.
- ▶ 업종 별 종사자 수 비율은 '종사상 지위' 구분없이 '총 종사자 수'를 기준으로 입력해주세요.
- ▶ 업종 간 겸업을 하는 종사자의 경우, **2025년 3월 31일 시점 업무 관여도가 높은 업종을 기준으로** 입력해주세요.
- ▶ 업종별 종사자 수와 '관리 및 총무' 비중의 합이 100% 가 되도록 작성해주세요.  
( '관리 및 총무' 비율은 1% 이상으로 입력)

※ 용어해설

- 정규직 : 1년 이상 고용계약을 맺었거나, 1년 이상 고용될 것으로 예정되어 정기적으로 임금을 받는 자
- 비정규직 : 1년 미만의 계약직 근로자, 일용직, 파트타임, 훈련생, 인턴십 등
- 기타 고용형태 : 정규직 및 비정규직을 제외한 고용형태(예시. 비임금근로자, 파견직 근로자 등)
- 프리랜서(제외) : 특정 조직에 명확히 소속되어 있지 않고, 특정한 사항(프로젝트)에 관하여 필요 시 자유계약을 맺고 일하는 자

4) 업종별/지역별 수출거래 현황

※ 2025년 1분기 기준 '수출 계약 체결' 및 '수입 발주처 대금 결제'가 있는 경우, 아래의 문항에 응답하여 주십시오.  
(해당 사항 없는 경우, 5) 콘텐츠산업 경영현황에 대한 체감 정도 및 향후 전망으로 이동)

▶ 수출 형태

- 완제품 : 콘텐츠를 완제품 형태로 직접 제작하여 수출하는 형태(타 사업체로부터 라이선스를 획득한 후 완제품 형태로 직접 제작하여 수출하는 경우도 해당함)
- 라이선스 : 콘텐츠를 직접 제작하지 않고 콘텐츠 상품 라이선스(로열티)만을 수출하는 형태
- OEM(주문형 제작) : 해외 사업체로부터 주문을 받아 단순히 콘텐츠를 제작 및 제조하여 수출하는 형태
- 기술 및 서비스 : 콘텐츠 기획-제작 및 제조에 관한 기술 또는 서비스 관련 경험 등을 제공하는 형태

▶ 수출액은 직접수출(전시회/행사 참여, 해외 유통사 접촉, 온라인 해외 판매, 해외 법인 활용) 및 간접수출(국내외에이전트 활용)을 모두 포함하는 금액으로 작성하여 주십시오.

- 전시회(행사) 참여 : 콘텐츠 관련 전시회 및 행사에 참여하여 수출
- 해외 유통사 접촉 : 해외 유통 배급망이 있는 업체를 직접 컨택하여 수출
- 온라인 해외 판매 : 콘텐츠가 온라인을 통해 직접 판매되어 수출
- 해외법인 활용 : 해당 사업체 소속의 해외 법인 또는 지사를 통해 수출
- 국내 에이전트 활용 : 콘텐츠 수출을 국내 에이전트에 위임하여 수출
- 해외 에이전트 활용 : 콘텐츠 수출을 해외 에이전트에 위임하여 수출

2025년 1분기 수출액 총 합계	_____ (천달러)
--------------------	-------------

산업	업종1	업종2	업종3	업종4	업종5	합계
대분류 업종코드번호	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	
수출액 비율	(____)%	(____)%	(____)%	(____)%	(____)%	100.0%

수출지역	중국 (홍콩 포함)	대만	일본	동남아	북미	유럽	중동	남미	기타	합계
수출액 비율	(____)%	(____)%	(____)%	(____)%	(____)%	(____)%	(____)%	(____)%	(____)%	100.0%

- ▶ 업종별 구분이 있을 경우 수출액 비중 총합은 100%가 되도록 작성 부탁드립니다.
- ▶ 수출지역별 총 수출액 비중은 총합이 100%가 되도록 작성 부탁드립니다.

5) 콘텐츠산업 경영현황에 대한 체감 정도 및 향후 전망

※ 2025년 1분기 결산 기준, 대표 업종(매출액 비중이 가장 높은 업종)으로 응답해 주십시오.  
 (귀하의 사업체에 수출, 투자 실적이 없는 경우 현재 영위하고 있는 업종에 대한 전망을 중심으로 응답해 주십시오.)

5-1) 각 항목별(매출, 투자, 자금사정, 고용, 수출)로 2025년 1분기 대비 2025년 2분기를 어느정도로 체감하십니까?

2025년 2분기 체감		매우감소 (매우악화)	감소 (악화)	약간감소 (약간악화)	변화 없음	약간증가 (약간호전)	증가 (호전)	매우증가 (매우호전)
매출	5-1-1) 25년 1분기 대비 25년 2분기 매출액 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-1-2) 25년 1분기 대비 25년 2분기 영업이익 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-1-3) 25년 1분기 대비 25년 2분기 시장점유율 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
투자	5-1-4) 25년 1분기 대비 25년 2분기 국내R&D투자 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-1-5) 25년 1분기 대비 25년 2분기 해외R&D투자 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-1-6) 25년 1분기 대비 25년 2분기 국내투자 유치 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-1-7) 25년 1분기 대비 25년 2분기 해외투자 유치 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
자금 사정	5-1-8) 25년 1분기 대비 25년 2분기 유동비율 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-1-9) 25년 1분기 대비 25년 2분기 운전자본 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
고용	5-1-10) 25년 1분기 대비 25년 2분기 정규직 고용 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-1-11) 25년 1분기 대비 25년 2분기 비정규직 고용 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-1-12) 25년 1분기 대비 25년 2분기 전체 직원 규모 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
수출 (전체)	5-1-13) 25년 1분기 대비 25년 2분기 수출액 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-1-14) 25년 1분기 대비 25년 2분기 수출비율 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-1-15) 25년 1분기 대비 25년 2분기 해외거래처 체감	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

※ 용어해설

- 유동비율 : 유동자산을 유동부채로 나눈 비율로 '회사의 지불능력을 판단하기 위해 사용되는 분석지표'
- 운전자본 : 유동자산의 총액에서 유동부채의 총액을 공제한 것으로 '단기간 상환 고려 없이 운용 가능한 자본'을 의미

5-2) 각 항목별(매출, 투자, 자금사정, 고용, 수출)로 2025년 1분기 대비 2025년 3분기를 어떻게 전망하십니까?

		매우감소 (매우악화)	감소 (악화)	약간감소 (약간악화)	변화 없음	약간증가 (약간호전)	증가 (호전)	매우증가 (매우호전)
<b>2025년 3분기 전망</b>								
매출	5-2-1) 25년 1분기 대비 25년 3분기 매출액 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-2-2) 25년 1분기 대비 25년 3분기 영업이익 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-2-3) 25년 1분기 대비 25년 3분기 시장점유율 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
투자	5-2-4) 25년 1분기 대비 25년 3분기 국내R&D투자 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-2-5) 25년 1분기 대비 25년 3분기 해외R&D투자 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-2-6) 25년 1분기 대비 25년 3분기 국내투자 유치 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-2-7) 25년 1분기 대비 25년 3분기 해외투자 유치 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
자금 사정	5-2-8) 25년 1분기 대비 25년 3분기 유동비율 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-2-9) 25년 1분기 대비 25년 3분기 운전자본 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
고용	5-2-10) 25년 1분기 대비 25년 3분기 정규직 고용 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-2-11) 25년 1분기 대비 25년 3분기 비정규직 고용 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-2-12) 25년 1분기 대비 25년 3분기 전체 직원 규모 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
수출 (전체)	5-2-13) 25년 1분기 대비 25년 3분기 수출액 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-2-14) 25년 1분기 대비 25년 3분기 수출비율 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	5-2-15) 25년 1분기 대비 25년 3분기 해외거래처 전망	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

※ 용어해설

- 유동비율 : 유동자산을 유동부채로 나눈 비율로 '회사의 지불능력을 판단하기 위해 사용되는 분석지표'
- 운전자본 : 유동자산의 총액에서 유동부채의 총액을 공제한 것으로 '단기간 상환 고려 없이 운용 가능한 자본'을 의미

### Ⅲ. 인력수요/채용

※ 정규직 및 비정규직 (프리랜서 제외) 기준으로 작성 부탁드립니다.

1) 2025년 1분기 필요 인원

2025년 1분기 필요 인원 전체	_____ (명)
--------------------	-----------

2) 2025년 1분기 실제 채용 인원

2025년 1분기 채용 인원 전체	_____ (명)
--------------------	-----------

3) 2025년 2분기 필요 인원

2025년 2분기 필요 인원 전체	_____ (명)
--------------------	-----------

\* 필요인원이 0명인 경우, IV. 기업 경영전략으로 이동

4) 2025년 2분기 채용 필요 직무는 무엇입니까? (모두 선택)

구분	사업기획	관리 (재무/인사/총무)	제작	마케팅/홍보	연구개발	기술	기타 (유통/판매 등)
(해당분야 √체크)							

## IV. 기업 경영 전략

1) 향후 6개월 이내 주 사업 분야 운영 계획에 대해 응답해주세요.

- |            |            |
|------------|------------|
| ① 현행 유지    | ② 사업 규모 확장 |
| ③ 업종 변경    | ④ 사업 규모 축소 |
| ⑤ 폐업 고려/예정 |            |

1-1) (문1 ①, ② 응답 사업체만) 최우선 추진 경영 전략은 무엇이라고 생각하십니까?  
중요한 순서대로 2가지까지 선택해주세요.

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- |                               |                      |
|-------------------------------|----------------------|
| ① 핵심사업 역량 강화 (부실사업 정리 등)      | ② 운영자금 조달 방식 개선/다각화  |
| ③ 신규 사업 확대 (신규 제작·기획 프로젝트 포함) | ④ 새로운 콘텐츠 유통·배급망 개척  |
| ⑤ 우수인력 확보                     | ⑥ 신기술 개발 및 적용 활성화    |
| ⑦ 전략적 파트너와의 제휴                | ⑧ 업무 효율성 제고 (외주화 포함) |
| ⑨ 해외 진출 추진/확대                 | ⑩ 기타(적어주세요 : _____)  |

1-2) (문1 ③~⑤ 응답 사업체만) 업종 변경, 사업 축소, 폐업을 고려하시는 이유는 무엇입니까?

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- |                     |                   |
|---------------------|-------------------|
| ① 수익성 악화            | ② 판매 부진           |
| ③ 경기 불황             | ④ 수출여건악화          |
| ⑤ 매각 등 투자회수         | ⑥ 개인 사유(건강, 고령 등) |
| ⑦ 기타(적어주세요 : _____) |                   |

2) 2025년 1분기(1~3월) 사업 영위 시 애로사항은 무엇이었습니까?

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- |                                   |                                 |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| ① 콘텐츠 기획·제작 프로세스의 효율화             | ② 자금조달·운용 등 자금 관리               |
| ③ 인력의 확보 및 유지 관리                  | ④ 국내외 산업동향, 기업경영(법률,세무 등) 정보 획득 |
| ⑤ 제품 홍보 및 마케팅 어려움                 | ⑥ 신기술 개발 및 적용 어려움               |
| ⑦ 해외진출 어려움/국내외 신규 유통·배급 판로개척의 어려움 | ⑧ 각종 규제 애로                      |
| ⑨ 불공정 계약, 관행 등으로 인한 분쟁            | ⑩ 기타(적어주세요 : _____)             |

3) 귀사에게 필요한 정책적 지원은 무엇입니까?

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- |                          |                                 |
|--------------------------|---------------------------------|
| ① 콘텐츠 제작지원 사업 개선 및 확대    | ② 금융, 세제 지원 강화                  |
| ③ 고용 유지 지원 강화            | ④ 국내외 산업동향, 기업경영(법률,세무 등) 정보 제공 |
| ⑤ 콘텐츠 유통·배급지원 사업 개선 및 확대 | ⑥ 콘텐츠 산업 관련 기술개발(R&D) 지원        |
| ⑦ 해외시장 진출 지원 강화          | ⑧ 산업 전문 인력 양성 및 매칭 강화           |
| ⑨ 법제도 개선 및 보완            | ⑩ 기타(적어주세요 : _____)             |

4) 귀사는 **최근 3년 이내** 해외시장 진출을 시도한 적이 있습니까?

① 예

② 아니오

4-1) (문4의 ① 응답 사업체만) 해외 시장 진출 시, 규제로 인한 어려움을 겪은 적이 있습니까?

① 예

② 아니오 → **응답 종료**

4-1-1) (문4-1의 ① 응답 사업체만) 어느 지역으로의 진출 시 어려움을 경험하십니까?

① 중국(홍콩 포함)

② 대만

③ 일본

④ 동남아(① 베트남 ② 인도네시아 ③ 말레이시아 ④ 태국 ⑤ 필리핀 ⑥ 싱가포르 ⑦ 기타)

⑤ 북미(① 미국 ② 캐나다)

⑥ 유럽(① 영국 ② 독일 ③ 프랑스 ④ 스위스 ⑤ 아이슬란드 ⑥ 노르웨이 ⑦ 기타)

⑦ 중동(① 사우디아라비아 ② 이란 ③ 아랍에미리트 ④ 기타)

⑧ 남미(① 아르헨티나 ② 브라질 ③ 우루과이 ④ 멕시코 ⑤ 기타)

⑨ 기타(적어주십시오 : \_\_\_\_\_)

4-1-2) (문4-1의 ① 응답 사업체만) 해외 시장 진출 시, 규제로 인한 어려움을 해결하기 위해 가장 필요한 지원은 무엇이라고 생각하십니까?

① 면허·자격취득에 대한 정보제공 포털 구축(KOTRA, Inverst Korea, 정부24 등의 정보제공)

② 규제 관련 상담 서비스 제공

③ 현지 규제 정보의 실시간 업데이트

④ 비용 지원

⑤ 규제 완화 또는 간소화

⑥ 기타(적어주십시오 : \_\_\_\_\_)

■ 조사에 응답해주셔서 감사합니다. ■

본 보고서에 제시된 수치들은 2025년 1분기 기준 시점 자료로 조정된 것으로 이전 보고서인 <2024년 4분기 및 연간 콘텐츠 산업 동향분석 보고서>에 제시된 추정치와 다를 수 있음. 또한, 소수점 미만 단위는 반올림 된 것으로서 각 항목의 합산된 값이 합계 항목(수치, %, %p 등)과 일치하지 않을 수도 있기에 해석 시 유의가 필요함

## 2025년 1분기 콘텐츠산업 동향분석 보고서

주관기관 | 한국콘텐츠진흥원

연구책임 | 오 현 석 다 라 (데이터정책팀 선임연구원)

수행기관 | (주)한국갤럽조사연구소

P M: 김 태 경 (주)한국갤럽조사연구소 부장

연 구 원: 양 윤 지 (주)한국갤럽조사연구소 선임연구원

이 지 수 (주)한국갤럽조사연구소 선임연구원

발 행 인 | 유 현 석 (한국콘텐츠진흥원 원장직무대행)

발 행 일 | 2025년 7월 4일

발 행 처 | 한국콘텐츠진흥원

주 소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)

전 화 | 1566-1114

홈페이지 | [www.kocca.kr](http://www.kocca.kr)

기관번호\_KOCCA25-02

ISBN\_979-11-6677-340-2(93600) (비매품)

\* 본 보고서의 저작권은 한국콘텐츠진흥원이 소유하고 있으며, 내용을 인용하고자 할 경우에는 반드시 『2025년 1분기 콘텐츠산업 동향분석』 ○ ○ 쪽에서 인용하였음을 표시해 주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”

9 791168 773402  
ISBN 979-11-6877-340-2



미디어  
콘텐츠

# K-콘텐츠와 세계로 미래로