

2012. 12.

월간 콘텐츠 시장동향



Contents

Section 1

제 1부 콘텐츠 시장통계

1. 출 판	13
2. 만 화	22
3. 음 악	31
4. 공 연	44
5. 게 임	49
6. 영 화	59
7. 애 니 메 이 션	66
8. 캐 릭 터	76
9. 방 송	78
10. 광 고	88
11. 지 식 정 보	91

Section 2

제 2부 콘텐츠 통계 브리핑

【국 내 편】

1. 국내 콘텐츠 기업의 증가와 성장가능성	107
2. 한국생산물분류(KCPC) 내 콘텐츠 재화 및 서비스 분류에 대한 시사점	110
3. 2011년 콘텐츠산업 매출 83조 원, 수출 43억 달러, 종사자 60.5만 명 달성!	114

【해 외 편】

4. 해외의 소셜미디어 마케팅 이용현황 및 시사점	117
5. 세계 커넥티드TV 디바이스 시장변화와 전망	121
6. 세계 디지털 음악시장의 현황과 전망	125

콘텐츠 시장통계





<월간 콘텐츠 시장동향 12월호 - 11월의 시장동향 요약>

분야	11월 시장동향
출판	<ul style="list-style-type: none"> ○ 힐링 에세이와 멘토링 자기계발서의 꾸준한 인기 <ul style="list-style-type: none"> » 종합 베스트셀러 순위에서 헤민 스님과 김난도 교수의 에세이가 1, 2위를 수성 » 11월 신간도서 발행 부수는 전년대비 62% 수준, 발행종수는 11% 감소한 4,510종
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 5개월간 1위를 수성한 '다이어터'를 밀어내고 '미생'이 1위에 등극 <ul style="list-style-type: none"> » 대한민국 콘텐츠 어워드 만화부문 대상을 수상한 윤태호 작가의 '미생'이 한국만화 베스트셀러 1위에 오름 » 11월 만화 단행본 출간 종수는 220종으로 2002년 이후 최저 출간 종수 기록
음악	<ul style="list-style-type: none"> ○ '강남스타일', 161일만에 유튜브 10억 뷰 기록! (12월 22일) <ul style="list-style-type: none"> » 이하이의 첫 솔로앨범 '1,2,3,4' 각종 차트 석권 / 음원 차트가 아이돌 그룹 중심에서 벗어남 » '강남스타일'이 등록 161일만인 12월 22일 드디어 10억 뷰를 기록. 9억 뷰 돌파 후 15일만에 1억 뷰 추가
	<ul style="list-style-type: none"> ○ '오페라의 유령', '황태자 루돌프', '아이다' 등 대작 뮤지컬들의 격돌 <ul style="list-style-type: none"> » 종합 50위 중 뮤지컬이 35편으로 올해 들어 가장 높은 비중 차지 » 다양한 장르에서 풍성한 크리스마스, 연말 공연이 관객들을 찾아가고 있으며 특히 뮤지컬간 경쟁이 치열
게임	<ul style="list-style-type: none"> ○ '리그 오브 레전드' 시간점유율 26% 돌파 <ul style="list-style-type: none"> » 서비스 1년 만에 '리그 오브 레전드'가 한국 게임 시장을 점령 (시간점유율 26.07%) » 장르별 점유율에서는 RTS가 2.04%p 증가한 33.12%를 기록하며, RPG 점유율에 3.5%p 차이로 근접
	<ul style="list-style-type: none"> ○ '광해'를 이은 '늑대소년'의 스크린 점령 (11월 관객수 618만명) <ul style="list-style-type: none"> » '늑대소년'이 관객수 618만명으로 압도적인 1위, 2위는 '내가 살인범이다'(233만명), 3위는 '브레이킹 던 PART2'(223만명) » 11월 한국영화 관객 점유율은 73.4%로 전년동월 55.8% 대비 17.6%p 증가
애니메이션	<ul style="list-style-type: none"> ○ '두리몽실 몽게구름' 대한민국 콘텐츠 어워드 애니메이션부문 대상 수상 <ul style="list-style-type: none"> » '두리몽실 몽게구름', '교마버스 타요' 등 국내외에서 작품성을 인정받은 국산 애니메이션이 인기 » 전문채널에서도 국산 애니메이션 '안녕 자두야2'가 시청률 1위 기록
	<ul style="list-style-type: none"> ○ '로보카 폴리' 대한민국 콘텐츠 어워드 캐릭터부문 대상 수상 <ul style="list-style-type: none"> » '로보카 폴리'를 비롯해 '교마버스 타요' 등 국산 애니메이션 캐릭터 및 국내 제작 '로봇피쉬' 시리즈 판매 호조
방송	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대선 이슈로 인한 종합편성채널의 시청률 상승 <ul style="list-style-type: none"> » 대선을 한달여 앞두고 종합편성채널들의 시청률이 출범후 최고 수준으로 상승 » 하지만 특집성 프로그램이 끝난 이후에도 이같은 추세가 지속될지 여부는 의문
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 검색광고 - 오버추어 철수로 인한 네이버의 점유율 상승 지속 <ul style="list-style-type: none"> » 검색광고 시장에서 네이버는 전월대비 0.2%p 증가한 39.4%를 기록하며 1월 이후 8.5%p 점유율 상승 » 노출형 광고는 상위 30개 업체의 매출액이 649억원으로 집계되어 10월 대비 48억원 증가
지식정보	<ul style="list-style-type: none"> ○ LTE 서비스 가입자 연말까지 1,600만명 예상 <ul style="list-style-type: none"> » 12월 12일 기준 국내 LTE 가입자수는 SKT 700만명, LG유플러스 420만명, KT 350만명 등 총 1,470만명 » 모바일 어플리케이션 순위에서는 카카오톡 플랫폼을 활용한 게임들의 선전이 지속



출판시장 : 힐링 에세이와 멘토링 자기계발서의 꾸준한 인기

- 베스트셀러 순위에서는 올해를 대표하는 힐링멘토 헤민 스님과 청년멘토의 대명사 김난도 교수의 에세이가 지난달과 자리를 맞바꾸며 1위와 2위를 수성했다. 변화와 행동의 실천을 강조한 ‘습관의 힘’은 3위로 진입했고, 자기성장의 노하우를 정리한 ‘사람은 무엇으로 성장하는가’는 4위를 유지했으며, 30대를 위한 독창 코칭 ‘언니의 독설’은 5위로 급상승했다. 파워트리안 이외수의 인기 트위터 글을 모은 ‘사랑외전’은 6위로, 성공의 노하우를 알려주는 ‘장사의 신’은 하반기 경제/경영서로는 가장 높은 순위인 10위에 올랐다.
- 교보문고 e북 순위에서는 해외에서 해리포터의 판매기록을 뛰어넘은 E.L.제임스의 판타지 로맨스 ‘그레이의 50가지 그림자’가 다시 1위에 올랐다. 베스트셀러 20위권 내에 해당 시리즈가 3권이 포함되는 등 영향력이 여전하며, 19급 도서를 비롯한 로맨스 장르소설도 8권을 점유하고 있다. 더불어 11월의 e북에는 어학과 실용, 심리 매뉴얼, 자기계발 등 다양한 장르의 책들이 새롭게 진입하였다.
- 교보문고 베스트셀러 100위를 분야별로 분류한 결과, 종이책 시장은 10월과 대비하여 ‘자기계발’, ‘경제/경영’, ‘인문’, ‘여행/기행’ 분야가 증가하는 대신 ‘가정/생활’, ‘건강’ 분야는 감소했고, e북 시장은 ‘일반소설’과 ‘경제/경영’의 비중이 증가하면서 ‘장르소설’의 비중이 다소 줄어들었다.
- 신간도서의 발행 부수(대한출판문화협회 집계)는 전월보다는 다소 나아졌으나 경제 민감도가 높은 출판 시장의 추위는 쉽게 누그러지지 않는 모습이다. 11월의 신간도서 발행 부수는 전년대비 62% 수준에 머물렀으며, 학습 참고서와 학술서의 감소가 두드러졌다. 베스트셀러를 제외하고는 대부분 출판사가 신간 부수를 가능한 낮게 책정하고 있어 독자들의 소비심리를 예상하는 발행 부수는 하반기부터 위축되는 형국이다. 시장상황에 대한 전망을 반영하는 신간 발행 종수(출판유통진흥원 집계)도 8월 이후 계속해서 전년 대비 마이너스 지표를 보이고 있다. 11월의 발행 종수는 전년동월 대비 11% 감소한 4,510종에 머물렀다.

만화시장 : 5개월간 1위를 수성한 ‘다이어터’를 밀어내고 ‘미생’이 1위에 등극

- 11월 한국만화 베스트셀러 1위는 윤태호 작가의 ‘미생’이 차지했다. ‘미생’은 <2012 오늘의 우리만화상> 수상에 이어 <2012 대한민국 콘텐츠 대상> 만화부문 대상을 수상하면서 올 한해 최고의 만화로 인정받았다. 지난달까지 5개월간 1위를 수성했던 ‘다이어터’는 2위로 한 단계 내려갔고, ‘마조 앤 새디’는 3위로 10월과 동일한 순위를 유지했다. 허영만의 몽골제국 관련 대작 ‘말에서 내리지 않는 무사’는 웹툰이 아닌 만화 중에서 가장 높은 4위에 오르며 거장의 힘을 과시했다.
- 만화소설(라이트노벨) 베스트셀러 순위에서는 ‘소드 아트 온라인’이 지속적인 인기를 끌고 있다. 11월 만화소설 1위를 기록한 이 시리즈는 일본에서의 누적 발행 부수가 1,000만부를 돌파한 것으로 알려졌다. 3년 11개월 만에 이 같은 판매량을 달성한데에는 애니메이션 방영이 결정적인 영향을 미쳤다. 현재 케이블채널 ‘애니플러스’에서 방영 중인 이 애니메이션은 같은 채널의 다른 작품에 비해 VOD 매출이 3배 높을 정도로 국내에서도 인기를 끌고 있다.



- 11월 만화 단행본 출간 종수는 220종으로 10월 대비 51종이 감소했다. 220종은 2002년 이후 월간 만화 단행본 최저 출간 종수이다. 연도별 합계에서도 전년 동기 대비 357종이 줄어든 것으로 나타났다. 이 추세가 지속된다면 2012년에는 최저 출간 종수를 기록할 가능성이 높다.
- 2012년 9~11월까지 국내에서 출간된 728종의 만화 중 한국작가의 작품은 235종, 일본작가의 작품은 487종으로 나타났다. 10월과 비교하면 11월에는 일본작가의 작품이 36종, 한국 작가의 작품은 15종이 감소했다. 2012년 합계로 살펴보면 1월부터 11월까지 일본작가의 작품은 2,304종, 한국작가의 작품은 1,163종이 출간되어 33%대 66.5%의 비율을 기록했다.
- PC 웹툰 서비스 이용통계를 살펴보면 11월 <네이버 만화>는 609만명을, <다음 만화속세상>은 270만명의 순방문자를 기록했다. 각각 전월대비 20만, 13만명이 감소하여 10월의 반등이 반짝 상승에 그치는 모습이다. 웹툰이 스마트폰, 태블릿 PC의 대중화로 가장 큰 반사이익을 누리는 콘텐츠 중 하나인 만큼 웹툰 서비스의 PC 이용자 하락세는 당분간 지속될 것으로 예상된다.

■ 음악시장 : ‘강남스타일’, 161일만에 유튜브 10억뷰 기록! (12월 22일)

- 11월 가온 디지털 음악 종합차트에서는 K팝 스타 1기 준우승자인 이하이의 첫 솔로앨범 ‘1,2,3,4’가 1위를 차지했다. 힙합듀오 빅스와 씨스타의 소유가 함께한 ‘Officially missing you, too’는 2위에 올랐고, 실력과 신인 가수 에일리의 ‘보여줄게’는 3위를 차지했다.
- 11월 오프라인 앨범차트에서는 아이돌 그룹 인피니트의 멤버 김성규의 솔로 앨범 ‘Another Me’가 1위를 차지했으나 앨범 판매량은 62,958장에 불과했다. 한편, 아이돌 가수의 새 앨범이 1위부터 5위까지의 순위를 모두 차지했으나, 해당 앨범 수록곡 중 종합 20위에 들어간 노래는 한 곡도 없었다.
- 유튜브 K-POP 조회수 순위(11월 신규등록)에서는 소녀시대의 여섯 번째 일본 싱글 ‘FLOWER POWER’가 960만회의 조회수로 1위에 올랐다. 음원 차트에서 좋은 성적을 거둔 이하이의 ‘1,2,3,4’가 2위, SM엔터테인먼트의 ‘YOUNIQUE UNIT’의 ‘MAXSTEP’이 3위를 차지했다.
- 11월 음악 관련 프로그램 시청률에서는 11월 18일 방영을 시작한 ‘K팝 스타 시즌2’가 13%라는 높은 평균시청률을 기록하며 1위에 올랐다. ‘가요무대’는 여전히 10%대의 시청률을 안정적인 시청률을 보였고, MBC의 오디션 프로그램 ‘위대한 탄생 3’도 음악 프로그램으로서는 높은 9%대의 시청률을 올리며 선전했다.
- K-POP 누적 조회수에서는 ‘강남스타일’이 1개월 만에 2억 5374만 건의 조회수를 추가하며 11월 24일 역대 조회수 1위에 등극했다. 매일 새로운 역사를 써내려가고 있는 ‘강남스타일’은 12월 7일 9억뷰를 돌파했으며, 12월 22일에 드디어 10억뷰를 기록했다. 7월 15일에 업로드된 이 뮤직비디오는 매 시간마다 100만뷰라는 기록을 세웠고, 161일만에 전세계 최초로 10억뷰라는 대기록을 달성했다. 9억9500만뷰에서 10억뷰에 도달하는 데에는 불과 3시간이 걸렸다.
- 11월 음악 어플리케이션 이용 현황에 따르면 ‘곰오디오’가 전월대비 18만명이 증가한 319만명으로 1위에 올랐다. ‘멜론’은 온라인 기반 음악재생 어플리케이션으로는 유일하게 순이용자 100만명을 넘겼고, 월평균이용시간도 1,765분으로 비교적 높은 것으로 나타났다.



공연시장 : ‘오페라의 유령’, ‘황태자 루돌프’, ‘아이다’ 등 대작 뮤지컬들의 격돌

- 11월 공연시장 종합 순위에서는 2차 티켓이 오픈된 '오페라의 유령'이 10월에 이어 1위를 유지했다. '황태자 루돌프'는 국내 초연임에도 불구하고 관객들의 좋은 평가와 입소문이 퍼지면서 2위로 두 단계 상승했다. 3위는 팝의 거장 엘튼 존과 뮤지컬 음악의 전설적인 작사가 팀 라이스가 음악을 맡아 초연 당시 토니상과 그래미상을 수상한 바 있는 뮤지컬 '아이다'가 차지했다. 4위 '맨 오브 라만차', 5위 '번개맨의 비밀', 6위 '캐치 미 이프 유 캔' 등 공연종합 6위까지가 모두 뮤지컬이었다.
- <연극>에서는 '옥탑방고양이(대학로)'와 '국민연극 라이어 1탄 - 대학로'가 1, 2위를 유지한 가운데 '나쁜 자식'이 3위로 올라왔다. '나쁜 자식'은 현대인의 외로움과 고독을 그린 작품으로, 로맨스나 코미디 장르가 대세를 이루고 있는 연극 시장에서 보기 드문 정통 연극이다.
- <콘서트> 티켓 판매 순위에서는 연말 공연이 순위를 완전히 점령했다. '2012 컬투 크리스마스쇼'가 두 단계 상승해 1위에 올랐고, 2위는 이승철의 2012 크리스마스 콘서트 'Rock'n Roll Tree'가, 3위는 군 제대 이후 첫 콘서트를 개최하는 박호신의 '2012 라이브 콘서트'가 차지했다.
- <클래식/오페라>에서는 크리스마스에 공연하는 '유키 구라모토와 친구들'이 1위로 올라섰다. 한국을 대표하는 소프라노 조수미의 '2012 송년 음악회 조수미 콘서트'가 2위를 차지했고, 디즈니 애니메이션의 친숙한 명곡들을 오케스트라 편곡으로 새롭게 만날 수 있는 '디즈니 온 클래식'이 3위를 기록했다.
- <국악/무용 분야>에서는 연말 발레극의 대표주자 '호두까기 인형'이 1위부터 3위까지 상위권을 독식했다. 유니버설 발레단의 '호두까기 인형'은 33.2%라는 높은 점유율을 기록하며 두 달 연속 1위를 지켰고, 국립발레단의 2012 송년발레 '호두까기 인형'이 뒤를 이었다. 국내 양대 발레단의 선의의 경쟁이 연말 발레 애호가들을 즐겁게 할 예정이다.
- 11월 공연시장 종합 50위의 분야별 분포를 살펴보면 <뮤지컬> 장르가 전월 대비 1편 많은 35편을 순위에 올려 올해 들어 가장 높은 비중을 기록했다. <연극>은 2편 줄어든 12편이 순위에 올라, <뮤지컬>과의 격차가 더욱 벌어졌다. '호두까기 인형'의 활약에 힘입어 <국악/무용>은 올 들어 가장 많은 3편을 순위에 올렸다. 1월부터 11월까지의 누적 분포를 살펴보면 <뮤지컬>이 347편으로 63.1%, <연극>이 185편으로 33.6%를 기록해 두 장르 합계가 전체의 96%를 차지하는 것으로 나타났다.

게임시장 : ‘리그 오브 레전드’ 시간점유율 26% 돌파

- 11월 온라인게임 순위에서도 1위는 '리그 오브 레전드'의 차지였다. 시간점유율이 26%를 넘어선 '리그 오브 레전드'는 서비스 1년 만에 한국 게임 시장을 완전히 점령했다. 축제분위기인 '리그 오브 레전드'와 달리 다른 게임들의 어려움은 커지고 있는 실정이다. 4주년을 맞아 각종 이벤트와 함께 4.0 업데이트를 예고한 '아이온'을 제외하면 16위 안에 오른 모든 게임의 시간 점유율이 하락한 것으로 나타났다. 2위는 전월대비 0.38%p 감소한 11.24%의 '블레이드 & 소울'이 차지했고, 3위의 '피파온라인2'는 10월과 큰 차이 없이 7.80%로 선전했지만 12월 '피파온라인3'의 오픈베타 시작과 함께 이용률은 급감할 것으로 예상된다.



- 11월 온라인게임 장르별 현황에서는 ‘리그 오브 레전드’의 인기를 등에 업은 <RTS>가 점유율이 2.04%p 상승한 33.12%를 기록하며 1위인 <RPG>를 3.5%p 차이로 바짝 쫓았다. 매달 2~3% 정도의 시간 점유율을 추가하는 현재의 기세가 지속된다면 내년 1월경에는 <RTS>가 <RPG>의 점유율을 추월할 것으로 예상된다. <스포츠>는 10.67%의 점유율로 10월에 이어 3위를 유지했다.
- 게임 제작사별 점유율 순위에서는 ‘라이언 게임즈’가 집계에 포함되자마자 1위를 차지했다. ‘리그 오브 레전드’ 한 개만을 서비스하고 있으나 사용시간과 점유율 증감률 모두 월등히 높게 나타났다. 전월까지 1위와 2위였던 ‘엔씨소프트’와 ‘블리자드’는 2, 3위로 한 단계씩 하락했다.
- 구글플레이와 앱스토어 무료게임랭킹은 여전히 카카오톡 게임하기 위주로 펼쳐졌으나 퍼즐장르 위주의 트렌드에는 변화가 생겼다. 대형 게임사의 잇따른 진출과 통린이 힘든 캐주얼 게임의 특성상 이러한 트렌드 변화는 분기별로 계속될 것으로 보인다. 티스토어에선 <지스타 2012>에서 공개된 ‘세피라’, ‘체노니아5’, ‘2013프로야구’가 랭킹에 입성했고, 모바일 최초로 한글판 출시된 스퀘어엔릭스의 대표작 ‘파이널판타지’도 티스토어와 올레마켓에서 1, 2위에 올라 주목받았다.
- 게임 이용자 통계를 살펴보면 11월 순이용자는 남자 567만, 여자 327만으로 총 894만명이었다. 이는 10월 980만명에서 16만명이나 줄어든 수치이다. 연령별 이용행태에서는 ‘13~18세’가 가장 많은 172만명의 순이용자를 보유하고, ‘25~29세’의 평균이용시간이 제일 길었다.(1,738분) 11월에도 가장 많은 순이용자를 보유한 직업군은 ‘학생’이었다, 평균이용시간은 ‘무직/기타’가 대폭 감소하면서(874분) 2,144분의 ‘생산직’이 가장 많은 시간을 게임에 할애한 것으로 나타났다. 가구소득별 특성은 ‘300만원~500만원’이 순이용자와 도달률에서, ‘500만원 이상’이 평균이용시간에서 가장 높은 수치를 보였다.

영화시장 : ‘광해’를 이은 ‘늑대소년’의 스크린 점령 (11월 관객수 618만명)

- 11월 박스오피스 순위에서는 10월 31일에 개봉한 송중기, 박보영 주연의 ‘늑대소년’이 관객수 618만명을 동원하며 1위를 차지하였다. 2위는 11월 8일에 개봉한 정재영, 박시후 주연의 ‘내가 살인범이다’로 관객 233만명을 동원하였다. 3위는 2008년에 개봉하여 약 136만명의 관객을 동원한 트와일라잇 시리즈의 마지막편인 ‘브레이킹 던 part2’로 223만명의 관객을 동원하였다. ‘007, 스카이 폴’, ‘광해, 왕이 된 남자’가 각각 관객수 121만명, 103만명을 기록하며 그 뒤를 이었다. ‘광해, 왕이 된 남자’는 11월말까지 누적관객수가 1,213만명으로 역대 한국영화순위 4위를 기록하였으며, 3위인 1,230만명의 관객을 동원한 ‘왕의 남자’를 추격하고 있다.
- 1~11월까지의 연간 누적 박스오피스 매출액은 작년 같은 시기에 비해 약 1,933억 원(17.4%) 증가한 1조 3,039억 원으로 집계되었다. 관객 수도 전년 동기 대비 약 3,118만명(21.8%)이 증가한 1억7,415만명을 기록했다. 개봉편수에서는 한국영화 개봉이 전년에 비해 5편이 늘어난 141편이었으며, 관객수는 2,687만명이 증가하였으며, 한국영화만으로 국내 상영시장에서 처음으로 1만명을 돌파하였다. 외국영화는 25편 증가한 287편이 개봉했고, 관객수는 약 432만명이 늘었다.
- 누적 관객점유율은 한국영화가 59.4%를 기록하며 외국영화 점유율(40.6%)을 앞섰는데, 10월 누적 수치 대비 1.4%p가 상승하였으며, 전년 동기 한국영화 점유율 53.6%에 비하여 5.8%p가 증가하였을 정도로 한국영화의 강세가 지속되고 있다.





- 월별 관객 점유율을 분석하면, 작년 11월 한국영화 점유율이 55.8%를 기록했던 것에 비하여 올해 11월에는 73.4%를 기록하며 17.6%p 증가하였다. 11월 한국영화는 23편이 개봉했고, 동원 관객수는 1,170만명을 넘기며 한국영화 관객수가 7월 이후 5개월 연속 1,000만명을 상회하고 있다.
- 2012년 11월까지 연간 누적기준으로 가장 높은 점유율을 기록한 배급사는 'CJ E&M'으로, 총 관객 4,622만명을 동원하며 26.8%의 점유율을 기록했다. 'CJ E&M'은 '늑대소년'와 '광해, 왕이 된 남자'의 흥행에 힘입어 전월대비 점유율이 2.2%p 상승했다. '쇼박스(주)미디어플렉스'는 박스오피스 2위를 기록한 '내가 살인범이다'를 배급하여 전월에 이어 2위를 기록하였으며, 점유율은 14.1%로 전월 대비 0.1%p가 증가했다.

■ 애니메이션시장 : '두리몽실 몽게구름' 대한민국 콘텐츠어워드 애니메이션부문 대상 수상

- 11월 지상과 채널 애니메이션 시청률에서는 KBS 2TV의 '구름뽀'가 1위를 차지했다. '상상친구 꾸메꾸메'가 2위에, 2012 대한민국 콘텐츠 어워드에서 대상을 수상한 '두리몽실 몽게공향'이 3위에 올라 시청률 순위는 10월과 동일했다. EBS에서는 2012 대한민국 콘텐츠 어워드 애니메이션 장관상을 수상한 '로보카 폴리'나 아시안 TV 어워드 최우수 아동 교육 프로그램상을 수상한 '꼬마버스 타요' 등 국내외에서 작품성을 인정받은 우수한 국산 애니메이션이 꾸준히 사랑받고 있다.
- 11월 어린이/애니메이션 전문채널 시청률 순위에서는 국산 애니메이션 '안녕 자두야2'가 1위에 올랐다. '안녕 자두야' 시즌1을 포함해 11월에는 국산 애니메이션이 3위 안에 두 편이나 들었다. 2위는 장수 애니메이션 '짱구는 못말려 12'가 올랐다. 극장판 신작 애니메이션이 상위권을 차지했던 10월과 달리 1위부터 3위까지의 순위를 모두 TV용 애니메이션이 차지했다.
- 어린이/애니메이션 전문채널의 평균 가구시청률에서는 <투니버스>가 여전히 압도적인 1위를 유지했다. 전체 시청률은 0.25%로 10월보다 0.01%p 상승했고 도달률과 시청시간에서도 타 채널과 큰 차이를 보였다. 2위와 3위는 변동 없이 <카툰네트워크>와 <챔프>가 차지했다.
- 애니메이션 채널의 시간대별 평균 시청률을 살펴보면 17~20시에 시청률이 가장 높게 나타나는 흐름이 계속됐다. 가구 기준 최고 시청률은 18시에 기록한 1.94%로 10월 최고 시청률인 1.81%보다 0.13%p 높은 수치이다. 전체적으로 오전 시간에는 시청률이 전월대비 감소했으나 오후시간대에는 최대 0.26%p 증가했다. 연령대별 최고 시청률은 4~9세가 기록한 4.78%였고, 10대와 30대가 뒤를 이었다.
- 1월부터 12월 초까지 개봉한 극장판 애니메이션은 총 47편이다. 100만 관객을 넘긴 애니메이션은 6편으로, 그 중 200만명 이상의 관객을 동원한 작품은 '장화신은 고양이' 한 편에 불과했다. 국가별로 살펴보면 미국 제작이 4편으로 가장 많은 것으로 나타났고 '새미의 어드벤처 2'와 '점박이 : 한반도의 공룡 3D'가 선전한 벨기에와 한국이 각각 한 편의 100만 흥행작을 배출했다.



캐릭터시장 : ‘로보카 폴리’ 대한민국 콘텐츠 어워드 캐릭터부문 대상 수상

- 11월 G마켓 캐릭터 상품 TOP 10에서도 애니메이션 캐릭터 완구의 강세가 지속됐다. 2011년 발매와 함께 미취학 아동들의 사랑을 한 몸에 받고 있는 국산 애니메이션 ‘또봇’과 2012 대한민국 콘텐츠 어워드 캐릭터대상 대통령상을 수상한 ‘로보카 폴리’, 문화체육관광부 장관상을 수상한 ‘꼬마버스 타요’ 관련 완구가 작동완구와 캐릭터완구 부문의 순위를 대거 차지했다. 승용완구나 신생아/영아완구, 스포츠완구 부문에서는 상대적으로 다양한 회사의 제품들이 사랑받고 있다.
- 11월 토이저러스 캐릭터 상품 TOP 10을 살펴보면 유아완구와 여아완구는 전월과 동일하게 ‘아이코닉스 빙글빙글 타요 주차장 놀이세트’와 ‘개콘 정여사 브라우니(대)’가 1위를 차지했다. ‘캡틴 DX 캡틴킹’은 3달 연속 1위를 지켰고, 교육완구 부문은 블록완구의 대명사 ‘레고’시리즈가 이끌고 있다. ‘앵그리버드 메가 플링’과 ‘오로라_로봇피쉬 열대어 시리즈’는 각각 보드게임과 야외완구 부문에서 1위를 기록했다.

방송시장 : 대선 이슈로 인한 종합편성채널의 시청률 상승

- 2012년 11월 채널유형별 평균 가구시청률은 10월 대비 0.96%p 증가한 34.00%를 기록했다. 평균시청시간은 하루 8시간 9분에 달하는 것으로 집계되었고, 도달율은 전체 가구의 95%로 나타났다. 채널유형별로는 지상파채널이 18.98%(점유율 55.84%), 종합편성채널 2.31%(점유율 6.81%), 유료채널(110개) 11.20%(점유율 32.94%)를 기록했다. 10월 시청률과 비교하면 지상파채널의 시청률이 0.14%p 증가했고, 유료채널(110개)의 시청률 역시 0.31%p 증가했다. 종합편성채널 시청률은 0.47%p 증가하며 가장 큰 폭의 상승세를 나타냈다.
- 11월 채널별 시청률에서는 지상파 채널의 시청률은 큰 변동이 없었던 반면, 대선을 한달여 앞두고 시사 보도 프로그램을 집중 편성한 종합편성채널의 시청률이 많이 상승했다. 전체 시청률로는 ‘KBS1’이 5.8%로 가장 높은 것으로 나타났고, 이어서 ‘KBS2’, ‘SBS’, ‘MBC’의 순으로 집계되어 지상파의 경우 10월과 동일했다. 이에 반해 종합편성채널(JTBC, MBN, 채널A, TV조선) 시청률은 10월 대비 대폭 상승했다. 특히 ‘TV조선’의 상승세가 커서 0.2~0.3%대에 머무르던 시청률이 0.5%로 대폭 상승하며 근래 처음으로 ‘JTBC’보다 높은 시청률을 기록했다. ‘MBN’, ‘JTBC’, ‘채널A’ 역시 대부분 0.1%p 정도의 시청률 상승폭을 보였다.
- 전체 프로그램 가구시청률에서는 10위 내 7개의 드라마가 순위에 오르며 드라마의 강세가 이어졌다. 9월 23.52%, 10월 29.95%를 기록하며 좋은 스타트를 끊었던 주말연속극 ‘내 딸 서영이’는 11월에도 29.85%의 시청률로 전체 프로그램 1위에 올랐다. 11월 2일 종영된 KBS1 일일연속극 ‘별도 달도 따줄게’는 9월 25.82% 10월 28.03%에 이어 11월 28.00%를 기록하며 2위를 수성했으며, 후속작인 ‘힘내요 미스터김’은 23.54%의 시청률로 3위에 올랐다. 최근 KBS에 비해 부진한 모습을 보이고 있는 MBC와 SBS 드라마는 ‘메이퀸(19.09%)’과 ‘그래도 당신(17.85%)’이 전월과 같은 5위와 7위에 오르며 선방했다.
- 11월 종합편성채널/유료채널 프로그램 순위에서는 대선 이슈로 인한 특집성 프로그램들이 대거 순위권에 올랐다. 특히 안철수 후보의 사퇴와 관련된 상황을 정리하는 프로그램들이 강세를 보이며 종편채널들의 시청률을 끌어올렸다. 정규 프로그램 중에서는 3개월간 1위를 유지하다가 종영한 ‘슈퍼스타 K4’의 빈자리를 김수현 작가의 JTBC ‘무자식 상팔자’가 채우며 1위에 올랐다. 종합편성채널에서 드라마가 거의 사라진 상황에서 10월 27일 방영 시작 이래 3%대의 꾸준한 시청률을 보이고 있는 ‘무자식 상팔자’의 존재감은 상대적으로 더 커보인다.



- 케이블TV는 2012년 9월 30일 기준으로 전국적으로 1,491만명의 가입자를 확보하고 있다. 8월의 1,489만명에 비해 2만명 증가한 것이고, 2009년 12월의 1,530만명에 비해서는 39만명 줄어든 수치이다. 이는 IPTV와 스카이라이프의 가입자가 꾸준히 증가함에 따른 것이다. 케이블TV 업계는 디지털 기반으로 시장환경이 급격히 변화함에 따라 KT, SKT 등 자본 및 기술, 마케팅 역력이 풍부한 통신사들의 IPTV·위성방송 서비스에 가입자를 빼앗기고 있는 실정이다.
- 11월 IPTV 가입자는 10월 대비 17만3000명 증가한 614만명으로 나타났다(실시간 채널 기준). 통신사별 가입자는 KT 'olleh tv'가 376만명으로 가장 많았고, SKT 'BTV'가 135만명, 'U+TV'가 104만명을 기록하고 있다. 1위 사업자인 KT의 'olleh tv'가 10만명에 가까운 가입자 증가세를 보인 반면, 'BTV'와 'u+ tv'는 각각 5만명, 3만명 증가에 그치며 사업자간의 격차가 벌어지고 있다. 다만 LG U+의 경우 구글TV 플랫폼을 탑재한 'u+tv G'를 10월 16일에 출시한 이후 공격적인 마케팅을 통해 그간 주춤했던 가입자 증가추세가 개선되는 분위기이다.
- 스카이라이프 가입자수는 374만명으로 10월에 비해 6만명 증가했다. 스카이라이프 가입자는 OTS상품(올레TV스카이라이프)을 중심으로 견조하게 증가하는 추세이다. 스카이라이프가 KT의 자회사이기 때문에 KT는 사실상 케이블TV를 포함한 유료방송 사업시장에서 독주하고 있으며, 앞으로의 영향력 역시 더욱 증대될 것으로 보인다.

■ 광고시장 : 검색광고 - 오버추어 철수로 인한 네이버의 점유율 상승 지속

- 11월 인터넷 노출형 광고는 상위 30개 업체의 매출액이 649억원으로 집계되었다. 이는 601억원을 기록했던 10월에 비해 48억원 증가한 것이다. 노출형 광고시장의 3대 사업자인 '네이버', '다음', '네이트'는 각각 32.6%, 30.8%, 15.1%의 점유율을 기록했다. 이에 따른 3개 포털의 점유율 합계는 78.5%에 달하여 10월(76.8%)에 비해 1.7%p 높은 수치를 기록했다. 한편 올해 12월 한국 사업을 철수할 예정인 '야후 코리아'는 9월(5.5%)과 10월(4.3%)에 비해 크게 하락한 점유율(2.7%)을 기록하며 4위를 기록했다. 5위부터 8위까지는 전월과 같이 언론사 사이트가 순위권을 점유했다.
- 11월 광고주별 인터넷 노출형 광고에서는 10월 9억7천만원을 기록하며 주춤했던 '삼성전자'가 25억여원의 광고를 집행하며 다시 1위에 올랐다. 22억원을 집행한 것으로 추정되는 'SK플래닛'은 전월에 이어 2위를 기록했고, 넥슨이 18억원으로 3위에 올랐다. 'G마켓', '옥션'을 운영하는 '이베이코리아'가 4위를 기록했고, 중저가 화장품 브랜드 '미샤'를 소유한 '에이블씨엔씨'는 14억원으로 5위에 올랐다.
- 상위 30대 광고주의 인터넷 노출형 광고 점유율은 전체의 40.1%(275억원)으로 나타났다. 10월 점유율(41.6%)에 비해 1.5%p 감소했지만 집행금액은 10월(265억원) 대비 10억원 증가했다.
- 11월 검색광고시장 광고주 수는 146,000개를 기록했다. 144,000개를 기록했던 10월과 비교하여 1.2%p(2,000개)가 증가했다. 매체별 점유율에서는 '네이버'가 전월대비 0.2%p 증가한 39.4%를 기록하며 가장 높은 점유율을 보였고, '오버추어-네이버 공동집행'은 1.3%p 하락한 11.6%로 2위에 올랐다. '네이트'는 11.3%로 2위에 근접한 3위를 기록했다. 전체적인 추이로 보면, '네이버'는 1월 대비 8.5%p의 점유율을 높여가고 있고, '오버추어-네이버'를 합하면 점유율 50%가 넘는 과점에 가까운 수치를 보이고 있다. 연말에 한국시장에서 철수할 예정인 오버추어는 하락 추세가 이어지고 있다. 오버추어의 점유율 하락과 더불어 네이버의 점유율이 상승하는 반면, 다른 사업자들은 반사 효과를 누리지 못하고 있다.



지식정보시장 : LTE 서비스 가입자 연말까지 1,600만명 예상

- 11월 웹사이트 종합순위(PC 이용자 순방문자수 기준)에서는 10월에 비해 <뉴스/미디어> 사이트의 순방문자가 다소 감소한 반면, 'G마켓', '옥션', '11번가' 등의 온라인쇼핑몰은 소폭 증가했다. 이에 따라 온라인쇼핑몰의 순위는 점진적으로 상승하는 모습을 보이고 있다. 8월에 13위를 기록했던 '지마켓'은 11월에는 5위까지 순위가 올랐고, '옥션'은 11위(8월)에서 7위(11월)로, '11번가'는 16위(8월)에서 8위(11월)까지 상승했다. 반면 '매일경제', '조선닷컴'과 '동아일보', '머니투데이' 등의 언론사 사이트는 -5% 내외의 순방문자수 하락으로 인해 순위가 하락했다.
- 11월 주요 서비스별 웹사이트 순위에서는 '네이버'와 '다음'의 높은 점유율이 유지되었다. <검색 서비스> 및 <커뮤니티 서비스> 분야에서 '네이버'는 75.4%와 61.7%의 시간점유율을 기록했고, <이메일 서비스>에서는 '다음'이 42.3%로 강세를 보였다. 2개 포털에의 서비스 편중 현상은 최근 들어 더욱 강화되는 추세이다. 2012년 1월의 <이메일 서비스> 시간 점유율은 64.3%(다음 37.1%, 네이버 27.2%)였으나 올해 11월에는 76.5%(다음 34.2%, 네이버 42.3%)으로 12.2%p 상승했다. <커뮤니티 서비스> 역시 1월 86.8%(네이버 55.0%, 다음 31.8%)에서 94.7%(네이버 61.7%, 다음 33.0%)으로 7.9%p 상승했다. 이에 비해 2개 포털의 점유율이 전체시장을 양분하고 있는 <검색 서비스>는 2012년 1월 93.3%(네이버 77.2%, 다음 16.1%)에서 2012년 11월 92.2%(네이버 75.4%, 다음 16.8%)으로 1.1%p 하락하며 큰 변동이 없었다.
- 11월 인터넷 평균 이용시간(PC)은 10월(1,758분, 하루 평균 56.7분) 대비 34분 감소한 1,724분(하루 평균 57.5분)으로 나타났다. 이는 11월의 월간 일수가 30일로 10월(31일)에 비해 하루 짧았음을 감안하면 거의 변화가 없었던 것으로 볼 수 있다. 연령별 구분에서 인터넷 이용시간이 가장 높은 집단은 '25~29세'로 평균 2,395분을 기록했다. 25세에서 44세까지는 2,000분 이상의 이용시간을 보였고, 그 외의 연령층에서는 상대적으로 낮은 이용시간을 기록했다.
- 애플리케이션 이용 순위에서는 <멀티미디어 분야>에서 동영상 재생 프로그램인 '곰플레이어'의 이용자가 가장 많았다. '곰플레이어'는 순이용자수 1,244만명, 월평균이용시간은 607분(하루 20분)에 달하는 것으로 추정되었다. <P2P 분야>에서는 파일공유서비스 'uTorrent'의 이용자가 625만명으로 가장 많았고, 'N드라이브', '유클라우드', '파일노리', '쉐어박스'가 뒤를 이었다. <게임 분야>에서는 라이엇 게임즈의 '리그 오브 레전드'의 인기가 이어졌다. '리그 오브 레전드'는 2위를 기록한 넥슨의 '메이플 스토리'에 비해서 월등히 높은 145만명의 순이용자수를 기록했고, 월평균이용시간 역시 1,278분(하루 평균 43분)으로 다른 게임들에 비해 2배 이상 높았다. <기타 분야>에서는 10월과 순위가 동일했다. PDF 파일 뷰어 '아크로벳 리더'가 1,190만명의 순이용자(일평균이용자 174만명)를 기록하며 1위에 올랐고, 압축 프로그램 '알집'이 1,124만명으로 2위를 차지했다.
- 모바일 애플리케이션(스마트폰 및 태블릿용) 순위에서는 매출 부문에서 일반 어플리케이션보다는 게임들의 강세가 이어졌다. 그중에서도 카카오톡 플랫폼을 활용한 게임의 선전이 지속되었다. '아이러브커피', '애니팡', '드래곤플라이트', '모두의 게임' 등의 카카오톡 등록 게임들은 앱스토어와 플레이스토어의 매출 상위권을 점유했다. 특히 플레이스토어에서는 매출 상위 10위 중 1, 2, 3, 4위를 포함한 7개의 게임이 카카오톡 연동 게임이었다. 한게임의 '피쉬 아일랜드', 컴투스 '타이니팜', JCE의 '물더스카이' 정도가 카카오톡의 영향력에서 자유로운 인기게임이었다. 이같이 개별 마케팅을 뛰어넘는 플랫폼의 위력이 입증됨에 따라 앞으로는 막강한 플랫폼을 등에 업고 게임을 출시하려는 경향이 더욱 강해질 것으로 보인다. 더불어 티스토어나 네이버 앱마켓, 컴투스 허브 등 자체 플랫폼을 안착시키기 위한 업계의 노력 또한 보다 치열해질 것으로 예상된다.



- 주요 방송통신서비스 가입자는 2012년 10월 말 기준으로 시내전화 1,834만명, 이동전화 5,335만명, IPTV 614만명, 휴대인터넷(와이브로) 101만명을 기록하고 있다. 시내전화 가입자는 9월 대비 4만명 증가했지만 점진적으로 감소하고 있는 반면, 이동전화·IPTV·초고속인터넷·와이브로 가입자는 꾸준히 증가하고 있다. 초고속인터넷 가입자수는 조만간 시내전화 가입자수를 추월할 것으로 예상되며, 고속 휴대인터넷 서비스인 와이브로는 조금씩 가입자가 증가하며 드디어 100만명을 달성했긴 하지만, 2011년 10월 출범이후 1년도 안되어 1,270만명(10월 기준)을 확보한 LTE 서비스와 비교하면 초라한 수준이다. 이동전화 가입자수는 5,335만명으로 국가인구수(5,093만명, 2012년 11월)를 추월하며 증가세가 다소 둔화하고 있지만, 개인이 복수의 기기를 지니는 경우(태블릿 등)가 늘어남에 따라 가입자 증가추세는 지속될 것으로 보인다.
- 최근 업계 발표에 따르면 12월 12일 기준 국내 LTE 가입자수는 SKT 700만명, LG유플러스 420만명, KT 350만명 등 총 1,470만명인 것으로 알려졌다. SKT와 LG유플러스는 700만명과 400만명이었던 올해 목표를 조기 달성했고, KT 역시 아이폰5 효과로 연말까지 400만명의 목표를 무난히 달성할 것으로 보인다. 이에 따라 각 통신사들이 연내에 확보할 수 있는 가입자는 1,600만명을 상회할 것으로 보이며, 2013년 말에는 2,500만명을 넘어설 것으로 예상되고 있다.



01 출판

01
출판

초겨울 못지않게 쌀쌀한 늦가을을 맞이한 11월 출판시장에서는 힐링 에세이와 멘토링 자기계발서가 꾸준히 인기를 얻었고, 스테디셀러와 유명 저자의 강세가 두드러졌다. 상위권 베스트셀러 대부분은 인생의 좌표를 확인하고 지혜와 성찰을 주는 공감과 위로의 서적이었고, ‘괜찮아, 기운내’라며 용기와 힘을 북돋우며 따뜻한 말을 건네는 언니와 오빠, 형님같은 친근한 저자들이었다.

베스트셀러 순위에서는 올해를 대표하는 힐링 멘토 혜민 스님과 청년 멘토의 대명사 김난도 교수의 에세이가 지난달과 자리를 맞바꾸며 1위와 2위를 수성했다. 변화와 행동의 실천을 강조한 ‘습관의 힘’은 3위로 진입했고, 자기성장의 노하우를 정리한 ‘사람은 무엇으로 성장하는가’는 4위를 유지했으며, 30대를 위한 독한 코칭 ‘언니의 독설’은 5위로 급상승했다. 파워트리안 이외수의 인기 트위터 글을 모은 ‘사랑외전’은 6위로, 성공의 노하우를 알려주는 ‘장사의 신’은 하반기 경제/경영서로는 가장 높은 순위인 10위에 올랐다.

상위권 도서의 다른 특징을 살펴보면, 절제된 글에 투명한 감성을 자극하는 그림/사진이 어우러진 산문집, 20대의 고행담 및 30대와 마흔 등 특정 연령층을 타깃으로 하는 책 제목, 공지영과 무무와 이외수 등의 앤솔리지(선집) 형식, 김미경과 송진구 등 스타 강사의 강연 콘텐츠라는 공통점이 발견된다.

02
만화

03
음악

04
공연

05
게임

▶ 교보문고 종합 베스트셀러 TOP 20 (11월)

순위	순위			도서명	저자	출판사	분야	출간일
	11월	10월	9월					
1	2	1	멈추면 비로소 보이는 것들	혜민 스님	쌤앤파크스	시/에세이	2012. 1. 13.	
2	1	2	천 번을 흔들려야 어른이 된다	김난도	오우아	시/에세이	2012. 8. 28.	
3	-	-	습관의 힘	찰스 두히그	갤리온	자기계발	2012.10.30.	
4	4	63	사람은 무엇으로 성장하는가	존 맥스웰	비즈니스북스	자기계발	2012. 10. 5.	
5	120	-	언니의 독설(흔들리는 30대를 위한)	김미경	21세기북스	자기계발	2012.10.15.	
6	-	-	사랑외전	이외수	해냄출판사	시/에세이	2012.10.30.	
7	5	8	빅 픽처	더글라스 케네디	밝은세상	소설	2010. 6. 10.	
8	3	4	바람이 분다 당신이 좋다	이병률	달	여행/기행	2012. 7. 1.	
9	8	-	템테이션	더글라스 케네디	밝은세상	소설	2012. 10. 2.	
10	15	-	장사의 신	우노 다카시	쌤앤파크스	경제/경영	2012. 9. 27.	
11	26	-	사랑은 상처를 허락하는 것이다	공지영	플라박스	시/에세이	2012.10.18.	
12	19	-	지금 시작하는 인문학	주현성	더종은책	인문	2012.10.20.	
13	12	6	아프니까 청춘이다	김난도	쌤앤파크스	시/에세이	2010.12.24.	
14	-	-	당신에게 힘을 보낼게 반짝	밤삼킨별 김효정	허밍버드	시/에세이	2012.10.29.	
15	-	-	포기 대신 죽기 살기로	송진구	책이있는마을	자기계발	2012.10.31.	
16	16	-	사랑을 배우다	무무	책읽는수요일	시/에세이	2012. 9. 28.	
17	30	-	와일드	세릴 스트레이드	나무의철학	시/에세이	2012.10.20.	
18	11	13	나의 문화유산 답사기 7.	유홍준	창비	역사/문화	2012. 9. 15.	
19	144	-	흔들리지 않고 피어나는 마흔은 없다	김병수	프롬북스	자기계발	2012.10.17.	
20	6	5	내가 알고 있는걸 당신도 알게 된다면	칼 필레머	토네이도	자기계발	2012. 5. 12.	

* 출처: 교보문고 자료제공, 월간 기준

06
영화

07
애니메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식정보



교보문고 e북 순위에서는 해외에서 해리포터의 판매기록을 뛰어넘은 E.L.제임스의 판타지 로맨스 ‘그레이의 50가지 그림자’가 다시 1위에 올랐다. 베스트셀러 20위권 내에 해당 시리즈가 3권이 포함되는 등 영향력이 여전하며, 19금 도서를 비롯한 로맨스 장르소설도 8권을 점유하고 있다. 더불어 11월의 e북에는 어학과 실용, 심리 매뉴얼, 자기계발 등 다양한 장르의 책들이 새롭게 진입하였다.

한편 더글라스 케네디의 소설 2권(‘템테이션’, ‘빅픽처’)은 종이책과 함께 베스트셀러 상위권에 올랐고, 30대를 살아가는 여성을 위한 충고를 담은 김미경 ‘언니의 독설’도 종이책과 동시에 베스트셀러 순위에 올랐다. 특히 ‘언니의 독설’은 종이책 대비 89%의 상대적으로 높은 가격 설정에도 불구하고 옆집 언니처럼 속 시원한 현실 이야기로 인기를 끌었다.

‘베르나르 베르베르의 상상력 사전’은 종이책보다 1년 뒤에 출시되었지만 신간처럼 주목받은 사례이며, 저작권이 소멸한 ‘그리스인 조르바’는 명사의 TV추천으로 다른 출판사에서 이미 종이책 베스트셀러에 올랐다가 전자책 콘텐츠로는 유일하게 유통되는 특수를 누리면서 동반 상승하여 베스트셀러가 된 사례이다. 최근 전자책 시장의 베스트셀러는 좋은(well-made) 콘텐츠가 가장 효과적이라는 점을 시사한다.

▶ 교보문고 e-Book 베스트셀러 TOP 20 (11월)

순위			도서명	저자	출판사	가격	분야	출간일
11월	10월	9월						
1	4	1	그레이의 50가지 그림자 1.	E.L.제임스	시공사	8,400원	소설	2012. 8.31.
2	-	-	여비서(19금)	세희	신영미디어	3,000원	장르소설	2012.10.24.
3	1	23	베르나르 베르베르의 상상력 사전	베르나르 베르베르	열린책들	6,650원	시/에세이	2012. 9.12.
4	1	-	가까이 더 가까이[개정판](19금)	차은주	디키스토리	3,500원	장르소설	2012.10.25.
5	10	3	섹스의 재발견 벗겨봐	조명준	모아박스	6,900원	인문	2012. 5.25.
6	15	43	그리스인 조르바	니코스 카잔차키스	더클래식	1,500원	소설	2012. 8.23.
7	18	4	그레이의 50가지 그림자 2.	E.L.제임스	시공사	8,400원	소설	2012. 8.31.
8	-	-	내 사랑 마이 보스	문순	동아	3,600원	장르소설	2012.11.6.
9	94	-	에고이스트	이서형	신영미디어	4,000원	장르소설	2012.10.17.
10	123	-	언니의 독설(흔들리는 30대를 위한)	김미경	21세기북스	12,800원	자기계발	2012.11.6.
11	-	-	치명적인 우연	김휘경	수우북에디션	3,500원	장르소설	2012.10.23.
12	-	-	스캔들 2.	천루아	라떼북	2,500원	장르소설	2012.10.16.
13	-	-	지금 니 생각을 영어로 말해봐(개정3판)	김준용	원타임즈	9,000원	자기계발	2012.9.28.
14	-	-	뜨거운 탐닉	마승리	신영미디어	3,150원	장르소설	2012.11.9.
15	-	-	48분 기적의 독서법	김병완	미다스북스	8,400원	인문	2012.5.4.
16	-	-	내가 행복해지는 거절의 힘	마누엘 스미스	이다미디어	9,000원	자기계발	2012.9.28.
17	7	-	템테이션	더글라스 케네디	밝은세상	9,000원	소설	2012.10. 5.
18	17	22	빅 픽처	더글라스 케네디	밝은세상	7,000원	소설	2010.12.16.
19	-	-	슈처(Suture) 1.	서향(청취)	가하	3,500원	장르소설	2012.10.24.
20	29	2	그레이의 50가지 그림자 세트(1-2)	E.L.제임스	시공사	16,800원	소설	2012.8.7.

* 출처: 교보문고 자료제공, 월간 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

교보문고 베스트셀러 100위를 분야별로 분류한 결과, 종이책 시장은 10월과 대비하여 ‘자기계발’, ‘경제/경영’, ‘인문’, ‘여행/기행’ 분야가 증가하는 대신 ‘가정/생활’, ‘건강’ 분야는 감소했고, e북 시장은 ‘일반소설’과 ‘경제/경영’의 비중이 증가하면서 ‘장르소설’의 비중이 다소 줄어들었다.

몸도 마음도 쌀쌀해지는 늦가을의 독서 시장은 삶의 의미와 따뜻한 아날로그 감성을 자극하는 ‘에세이’와 ‘자기계발서’로 물들었다. 11월에는 고단한 일상을 잔잔하게 위로해주는 멘토형 힐링도서가 강세를 이어가며 ‘에세이’와 ‘자기계발서’가 100위권 내에 각각 20권과 19권의 높은 비중과 상위권을 차지했고, 스토리가 탄탄한 추리소설과 원작소설이 주목받으면서 ‘소설’이 다음으로 많은 17권을 차지했다. e북 시장에서는 ‘그레이의 50가지 그림자’ 시리즈가 6권을 차지하며 ‘소설’이 올해 들어 가장 높은 점유율을 기록하였다. 비중이 가장 높은 ‘장르소설’에서는 남성독자를 위한 ‘무협소설’ 시리즈가 선전하며 여성독자가 대부분인 ‘로맨스소설’과 나란히 시장을 주도하였다. 11월에는 ‘자기계발’ 콘텐츠가 올해 가장 낮은 비중으로 감소하였으나 금융에 대한 관심이 높아지면서 ‘경제/경영’ e북은 다시 증가하였다.

02 만화

03 음악

04 공연

➤ 교보문고 종합 베스트셀러 100위 분야별 분포 (2012. 4. ~ 2012. 11.)

순위	분야	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
1	시/에세이	16	19	18	21	17	20	20	20
2	자기계발	19	20	20	15	15	17	17	19
3	소설	20	20	18	21	24	19	17	17
4	경제/경영	13	10	6	8	6	5	7	11
5	인문	11	7	7	7	8	8	8	9
6	외국어	7	5	14	8	7	9	9	7
7	가정/생활	3	4	3	2	5	3	4	3
8	만화	2	4	4	3	3	6	3	3
9	여행/기행	0	0	1	2	2	3	2	3
10	어린이	2	3	2	3	4	3	3	2
11	역사/문화	0	2	2	2	1	1	2	2
12	종교	3	1	3	1	2	2	1	2
13	정치/사회	3	4	2	5	3	2	2	1
14	건강	0	0	0	0	1	1	3	1
-	기타	1	1	0	2	2	1	2	0

* 출처: 교보문고, 한국콘텐츠진흥원 재구성

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

➤ 교보문고 e-Book 베스트셀러 100위 분야별 분포 (2012. 4. ~ 2012. 11.)

순위	분야	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
1	장르소설	67	65	53	66	73	62	70	66
2	소설	9	7	12	8	5	14	12	15
3	자기계발	16	17	21	13	11	9	7	6
4	인문	2	3	5	2	3	4	5	5
5	경제경영	3	5	6	4	2	3	0	4
6	시/에세이	2	0	1	3	2	3	3	3
7	여행/취미	0	0	0	1	2	2	2	1
-	기타	1	3	1	3	2	3	1	0

* 출처: 교보문고, 한국콘텐츠진흥원 재구성

09 방송

10 광고

11 지식정보



01
출판

02
만화

03
음악

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니
메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식
정보

서비스업체별 e북 판매 순위에서는마켓별 특징이 뚜렷하게 나타났다. 베스트셀러 10위권을 살펴보면 SNS 영향력이 강한 <리디북스>에서는 ‘50가지 그림자’ 시리즈와 ‘빅 픽처’ 등 해외 소설이 10위권 내 절반을 차지하였고 외국어, 독서법 등 자기계발형 실용서가 새롭게 주목받았다.

<T스토어>는 장르소설의 연재로 고정작가 팬이 늘어나면서 세트 판매가 주류를 이루는 반면, <리디북스>와 <올레e북> 등은 상대적으로 종이책 베스트셀러로도 인기를 끌었던 도서들이 다수 포진하고 있고, 최근에는 동시 출간되어 진입하는 책들도 나타나는 등 순위권에서 다양성이 돋보였다.

▶ 서비스업체별 e-Book 판매 TOP 10 (11월)

1. 리디북스

순위	변동	도서명	저자	출판사	분야	가격
1	-	그레이의 50가지 그림자 1	E.L. 제임스	시공사	문학	8,400
2	New	비주얼 리딩 - 2시간에 원서 100 페이지 읽기	신효상	치즈케익	외국어	1,500
3	-	그레이의 50가지 그림자 2	E.L. 제임스	시공사	문학	8,400
4	▽2	베르나르 베르베르의 상상력 사전	베르나르 베르베르	열린책들	에세이	7,600
5	New	48분 기적의 독서법	김병안	미다스북스	인문	8400
6	-	데일 카네기의 자기관리론	데일 카네기	더클래식	자기계발	3,000
7	New	소설보다 재미있는 조선왕조사	이병권	평단문화사	역사	6000
8	▽3	합본! 그레이의 50가지 그림자	E.L. 제임스	시공사	문학	16,800
9	New	빅 픽처	더글라스 케네디	밝은세상	소설	7,000
10	▽6	합본! 50가지 그림자 심연	E.L. 제임스	시공사	문학	16,800

* 2012. 11. 30. 기준 / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임

* 출처: 리디북스 (www.ridibooks.com)

2. T스토어

순위	변동	도서명	저자	출판사	분야	가격
1	New	어른스럽고 위험한	최가연	조온세상	장르소설	3,500
2	New	그녀, 섹스홀릭에 빠지다	김현	APBOOKS	장르소설	3,900
3	New	[세트] 효월	이서윤	로맨스토리	장르소설	6,300
4	New	[세트] 황제의 연인	김채하	러브홀릭	장르소설	6,300
5	New	심장이 춤춘다	명우	로맨스토리	장르소설	3,500
6	New	[세트] 이안	대원	영상노트	장르소설	48,690
7	New	[세트] 심장에 피는 꽃	이조영	로맨스토리	장르소설	6,300
8	New	[세트] 가문의 주인	정은호	프로무림	장르소설	20,160
9	New	크리스마스의 남자	정경윤	로맨스토리	장르소설	3,600
10	New	[세트] 야수의 포효	서향	로맨스토리	장르소설	6,300

* 2012. 11. 30. 일일 다운로드 기준 / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임

* 출처 : T스토어 (www.tstore.co.kr)



〈올레e북〉에서는 ‘베르나르 베르베르의 상상력 사전’이 지난달에 이어 1위에 올랐고, 종이책 베스트셀러로 선보였던 다양한 분야의 책들이 순위권에 올랐다. 주로 문학과 자기계발, 실용서가 강세였으나 10월 ‘장르소설관’을 오픈하면서 ‘설록홈즈 베스트’ 이후 5개월만에 장르소설이 처음으로 순위권에 올랐다. 〈구글 플레이스토어〉에서는 ‘북 21’ 출판사의 자기계발서가 4권이나 차지했고, 정치·소설·인간관계 관련 전자책이 인기를 끌었다. 안드로이드 플랫폼을 기반으로 하는 〈구글 플레이스토어〉는 눈에 띄게 활발한 마케팅을 하고 있지는 않지만 11월에 iOS용 ‘구글 플레이 북스’ 앱을 출시하는 등 이용자 접근성과 리더 확장성, 콘텐츠 제휴 확대로 시장 점유율을 높여나가고 있다.

3. 올레e북

순위	변동	도서명	저자	출판사	분야	가격
1	-	베르나르 베르베르의 상상력 사전	베르나르 베르베르	열린책들	문학	7,600
2	△3	상대방을 사로잡는 대화의 기술	박신애	김앤정커뮤니케이션	자기계발	1,000
3	New	세계대전Z	맥스 브룩스	황금가지	장르소설	8,400
4	▽2	내가 알고 있는 걸 당신도 알게 된다면	칼 필레머	토네이도	자기계발	6,860
5	New	20대라면 무조건 써먹는 경제상식	김중선	팬덤북스	경제/경영	2,500
6	△4	템테이션	더글라스케네디	밝은세상	문학	9,000
7	-	빅 픽처	더글라스케네디	밝은세상	문학	7,000
8	△1	생각 버리기 연습	코이케 류노스케	21세기북스	자기계발	9,600
9	New	FBI 행동의 심리학	조내버로, 마빈칼린스	(주)용진씽크빅	자기계발	7,000
10	New	스피킹에 강해지는 영어 회화표현 Best 100-Part1	박주영, 도미닉 핸론	21세기북스	외국어	4,800

* 2012. 11. 30. 기준 (최근 1개월) / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임
 * 출처: 올레e북 (www.ebook.olleh.com)

4. 구글 플레이스토어

순위	변동	도서명	저자	출판사	분야	가격
1	△5	하룻밤에 읽는 한국사	최용범	페이퍼로드	정치학	6,750
2	New	언니의 독설 1: 흔들리는 30대를 위한	김미경	Book21 Publishing Group	-	9,600
3	New	멀티 플라이어	리즈 와이즈먼, 그렉 맥커운	한국경제신문	경제/경영	12,800
4	New	데일 카네기의 자기관리론	데일 카네기	더클래식	경제/경영	3,000
5	-	종이 여자	기욤 뮈소	밝은세상	문학	6,000
6	New	유혹의 달인	팬케익	해피트리	인간관계	5,800
7	▽6	인생을 단순하게 사는 100가지 방법	일레인 제임스	Book21 Publishing Group	-	9,600
8	New	마음을 비우면 얻어지는 것들	김상운	Book21 Publishing Group	-	12,000
9	New	솔로탈출 연애법칙	편집부	루니스	인간관계	1,920
10	New	똑바로 일하라	제이슨 프라이드	Book21 Publishing Group	-	11,200

* 2012. 11. 30. 기준 / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임
 * 출처: 구글 플레이 도서 섹션

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



11월의 앱북 동향을 살펴보면, 애플 <앱스토어>에서는 ‘친일 인명사전’과 ‘오디오 삼국지’가 오랫동안 높은 인기를 얻고 있고, 종교서가 상위권을 차지하면서 여전히 많은 판매량을 기록했다. 아이폰에서는 아동용 추리테마 학습동화와 ‘구름뽕’ 시리즈가 인기를 얻었고, 아이패드에서는 종교 콘텐츠 외에도 웅진씽크빅의 ‘한반도의 공룡’을 비롯하여 수작업 아날로그 일러스트와 3D 기술 효과가 결합한 ‘오즈의 마법사’ 등 유아용 인기 터치 인터렉션 북과 영어 학습 관련 앱이 많이 다운로드되었다. <구글 플레이>에서는 장르소설과 사전, 종교 콘텐츠의 순위가 높았다.

▶ 도서분야 유료 앱(APP) TOP 10 (11월)

순위	앱스토어 (아이폰)	앱스토어 (아이패드)	구글 플레이 (안드로이드)
1	△1 친일인명사전	- 대한성서공회 연구성경	new 판타지무협클럽 - 에피루스 판타지무협소설 앱서점
2	△1 갓피플성경	△2 갓피플성경	new 로맨스소설클럽 - 에피루스의 로맨스소설 앱서점
3	new The Tale of the Missing Acorns for iPhone - Mystery Theme Studybook	new 새찬송가 (피아노)	▽2 홀리바이블
4	new Cloud Bread for iPhone	new Speckles - The Tarbosaurus	▽1 디렉스성경찬송
5	△3 두란노 성경&사전	new NIV한영(개역개정판) 성경찬송가	new Prime English-Korean Dict.
6	new 코니아마란스 EmptyDream	- 디렉스성경찬송	▽4 갓피플성경
7	new NEXUS English Expression Dictionary	new Comic Viewer HD NoAd	▽4 DioDict 3 ENG-KOR Dictionary
8	new 북앤딕 - 세계의 명연설	new 개역개정 오픈바이블	new Moon+ Reader Pro
9	▽8 오디오삼국지	▽4 오즈의 마법사 - oz for iPad	new Deluxe 아가페성경찬송
10	new 만화 - 그녀의 유니폼<1권> 섹시 여직원의 사생활	new STARTUP BIBLE 스타트업 바이블	new 온누리 성경 & 찬송가

* 2012. 11. 30. 매출 기준 / 순위 변동은 10위권 내에서의 전월 대비 변동을 기재한 것임
 * 출처: App Annie (www.appannie.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01
출판

신간도서의 발행 부수(대한출판문화협회 집계)는 전월보다는 다소 나아졌으나 경제 민감도가 높은 출판 시장의 추위는 쉽게 누그러지지 않는 모습이다. 11월의 신간도서 발행 부수는 전년대비 62% 수준에 머물렀으며, 학습참고서와 학술서의 감소가 두드러졌다. 베스트셀러를 제외하고는 대부분 출판사가 신간 부수를 가능한 낮게 책정하고 있어 독자들의 소비심리를 예상하는 발행 부수는 하반기부터 위축되는 형국이다. 시장상황에 대한 전망을 반영하는 신간 발행 종수(출판유통진흥원 집계)도 8월 이후 계속해서 전년 대비 마이너스 지표를 보이고 있다. 11월의 발행 종수는 전년동월 대비 11% 감소한 4,510종에 머물렀다.

02
만화

03
음악

▶ 신간도서 발행 현황

1. 신간도서(종이책) 분야별 발행 부수 (2010. 9. ~ 2012. 11.)

분야	2010. 9.	2010. 10.	2010. 11.	2011. 9.	2011. 10.	2011. 11.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
총류	125,604	149,136	157,038	143,091	127,081	97,362	79,983	90,416	83,471
철학	130,400	164,206	341,460	222,900	179,655	158,454	117,581	135,650	139,174
종교	237,666	317,916	340,378	356,580	367,100	366,200	112,035	190,360	185,464
사회과학	632,295	1,279,176	564,126	658,827	641,244	658,856	509,280	420,540	622,117
순수과학	53,120	72,800	37,100	74,130	54,100	266,600	56,300	24,300	22,800
기술과학	392,617	292,111	244,597	414,316	326,119	304,807	277,930	202,593	182,340
예술	164,152	169,000	134,100	240,676	175,050	187,053	104,130	108,850	98,410
언어	351,171	309,530	276,618	192,594	165,051	100,110	56,700	81,828	71,840
문학	1,347,300	1,436,192	1,541,238	1,317,891	1,360,166	1,560,703	777,110	1,019,550	912,066
역사	119,069	137,606	122,337	127,450	127,299	166,880	90,300	135,610	122,400
학습참고	892,500	775,000	1,069,000	851,000	1,385,200	727,000	74,000	297,000	205,500
아동	1,536,713	1,347,862	2,044,370	2,567,951	2,510,268	1,833,066	1,179,900	1,061,660	1,474,600
만화	830,510	859,790	522,720	772,948	812,609	608,692	158,510	472,220	225,170
합계	6,813,117	7,310,325	7,395,082	7,940,354	8,230,942	7,035,783	3,593,759	4,240,577	4,345,352

* 출처: 대한출판문화협회 (www.kpa21.or.kr)

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니메이션

2. 신간도서(종이책) 발행 종수 추이 (2009. 1. ~ 2012. 11.)

	2009		2010		2011		2012		전년대비
1월	7,045	1월	6,573	1월	5,826	1월	6,336	8.8%	
2월	5,883	2월	5,386	2월	4,735	2월	5,654	19.4%	
3월	5,832	3월	5,821	3월	5,283	3월	5,742	8.7%	
4월	4,787	4월	4,761	4월	4,038	4월	4,604	14.0%	
5월	4,135	5월	4,814	5월	4,059	5월	5,077	25.1%	
6월	4,686	6월	4,983	6월	4,096	6월	4,644	13.4%	
7월	4,849	7월	4,692	7월	4,247	7월	4,764	12.2%	
8월	5,171	8월	4,780	8월	5,183	8월	4,774	-7.9%	
9월	5,146	9월	3,880	9월	4,372	9월	4,460	-2.0%	
10월	4,253	10월	4,066	10월	4,585	10월	3,921	-14.5%	
11월	4,879	11월	4,742	11월	5,056	11월	4,510	-10.8%	
12월	5,909	12월	5,604	12월	5,720	-	-	-	
연간	62,575	연간	60,102	연간	57,200	-	-	-	

* 출처: 출판유통진흥원 (주요 도매상 및 중소형서점 입고도서 발행일 기준)

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식정보



대한출판문화협회에서 집계한 분야별 신간도서 발행 종수는 11월 1,883종으로 전년 동월 대비 70% 수준이다(향후 집계량 추가 예상). 10월 발행 종수와 비교하면 문학과 기술과학, 예술 등은 전월 대비 하락하였으나, 아동과 사회과학, 종교 분야의 신간 발행량은 소폭으로 회복하는 경향을 보였다. 특히 인문학 입문서에 대한 관심이 높아지면서 철학 분야는 유일하게 전년보다 발행종수가 증가하였다.

11월 신간도서의 평균 가격은 아동, 문학, 인문서 등을 비롯하여 판매부수 감소에 따른 우려 때문에 전월 대비 7% 상승, 전년 동월 대비 12% 상승한 13,993원으로 나타났다.

3. 신간도서(종이책) 분야별 발행 종수 (2010. 9. ~ 2012. 11.)

분야	2010. 9.	2010. 10.	2010. 11.	2011. 9.	2011. 10.	2011. 11.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
총류	66	54	58	71	58	48	46	34	43
철학	63	89	97	121	99	82	70	60	94
종교	132	167	145	164	172	135	68	87	112
사회과학	427	394	294	482	385	355	344	274	318
순수과학	44	39	26	68	41	29	41	18	18
기술과학	270	184	151	330	228	162	213	113	109
예술	92	98	91	136	108	98	64	65	59
언어	134	114	97	109	92	58	36	55	40
문학	643	728	633	719	738	712	420	496	485
역사	63	100	71	77	95	84	52	78	67
학습참고	127	85	118	103	186	81	28	38	48
아동	581	386	543	707	742	467	269	349	394
만화	444	456	218	586	623	457	149	313	96
합계	3,086	2,894	2,542	3,673	3,567	2,768	1,800	1,980	1,883

* 출처: 대한출판문화협회 (납본 기준 수치이므로 최근 발간 서적은 향후 집계량이 늘어날 수 있음)

4. 신간도서(종이책) 분야별 가격 (2010. 9. ~ 2012. 11.)

분야	2010. 9.	2010. 10.	2010. 11.	2011. 9.	2011. 10.	2011. 11.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
총류	23,615	17,752	18,226	19,259	22,140	19,742	20,224	20,135	21,900
철학	15,810	16,947	15,071	16,121	14,749	15,378	17,376	15,255	17,156
종교	16,567	14,975	11,268	13,899	13,360	12,080	14,143	15,038	16,144
사회과학	19,572	17,461	17,599	19,204	18,523	18,021	19,370	19,389	16,910
순수과학	20,143	15,679	18,562	20,175	21,683	18,672	22,671	22,111	21,878
기술과학	20,556	18,614	19,924	19,921	20,892	22,085	20,489	19,598	17,650
예술	21,053	21,220	17,020	17,401	20,079	21,605	21,798	20,828	18,153
언어	14,357	14,343	15,071	17,317	18,345	16,605	16,283	18,289	16,208
문학	10,208	10,341	10,390	10,774	11,909	11,056	11,606	11,246	11,826
역사	18,803	20,138	18,948	20,481	22,217	20,532	16,508	19,355	18,554
학습참고	8,914	9,818	10,030	9,321	11,393	10,384	11,821	12,329	10,079
아동	9,745	10,135	9,385	9,058	10,119	9,730	10,766	10,348	11,584
만화	4,270	4,477	4,621	4,621	4,563	4,595	4,869	4,857	5,686
평균	12,908	12,415	12,210	12,646	12,630	12,470	14,851	13,071	13,993

* 출처: 대한출판문화협회 (www.kpa21.or.kr)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01
출판

전자출판물 인증건수(한국전자출판협회 집계)는 학술논문의 등록 단위가 대량화되면서 시기별 변동폭이 큰 편이다. 11월에는 누리미디어, 한국학술정보 등의 학술논문 영향으로 인증건수가 증가하여 전년 대비 10배 이상 수준인 19만 9,182건으로 집계되었다. 특히 사회과학과 기술과학, 예술 분야의 신장이 두드러졌다. 2012년 전자출판물 인증건수는 월평균 3만 건 이상이며, 연간 기준으로는 40만 건을 상회하여 전년 대비 9배 이상 증가할 것으로 예상된다.

02
만화

정기간행물 현황(문화체육관광부 집계)에 따르면 11월 31일 기준으로 14,236종이 등록되어 있는데, 이 중 월간지가 4,509종, 인터넷신문이 3,850종, 주간지가 2,769종으로 집계되었다. 정기간행물의 등록 건수는 지속적으로 증가세를 보이고 있다. 경기 불황의 영향으로 일간지의 등록이 약간 둔화되었으나 인터넷신문과 계간지, 월간지는 여전히 증가하는 추세이다.

03
음악

▶ 전자출판물 / 정기간행물 현황

04
공연

1. 전자출판물 분야별 인증건수 (2010. 9. ~ 2012. 11.)

분야	2010. 9.	2010. 10.	2010. 11.	2011. 9.	2011. 10.	2011. 11.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
총류	2,663	263	482	284	259	292	322	305	4,654
철학	63	1	244	3	0	18	21	15	3,552
종교	4,369	0	1,483	3	1	11	23	6	5,300
사회과학	4,787	19	1,346	5	0	57	313	5	63,289
순수과학	167	0	191	0	0	18	4	2	9,252
기술과학	2,733	2	8,649	10	119	86	114	80	84,661
예술	425	700	835	78	401	1,210	345	539	9,161
언어	131	67	88	143	1	20	8	17	6,128
문학	580	14	331	7	0	71	62	1,387	8,257
역사	437	3	319	22	0	48	31	4	4,928
합계	16,355	1,069	13,968	555	781	1,831	1,243	2,360	199,182

* 출처: 한국전자출판협회 (www.kepa.or.kr)

05
게임

06
영화

07
애니메이션

08
캐릭터

2. 정기간행물 등록 현황 (2007 ~ 2012. 11.)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
일간신문	281	275	237	673	615	608	612	613	616	612	609	617	612
통신	3	3	4	5	12	16	16	16	16	16	16	16	16
기타일간	360	331	419	4	73	81	82	82	78	79	81	80	83
주간	2,887	2,788	2,653	2,868	2,891	2,814	2,833	2,849	2,818	2,792	2,754	2,759	2,769
월간	3,257	3,243	5,257	3,936	4,209	4,253	4,305	4,330	4,351	4,380	4,426	4,482	4,509
격월간	453	435	670	542	584	595	603	605	605	604	606	609	610
계간	986	973	1,514	1,161	1,266	1,290	1,297	1,306	1,317	1,325	1,331	1,340	1,347
연2회	325	322	509	408	425	413	418	374	422	424	426	432	440
인터넷 신문	927	1,282	1,698	2,484	3,193	3,450	3,521	3,599	3,656	3,622	3,686	3,764	3,850
합계	9,479	9,652	12,961	12,081	13,268	13,520	13,687	13,774	13,879	13,854	13,935	14,099	14,236

* 출처: 문화체육관광부 (2012. 11. 30. 기준)

09
방송

10
광고

11
지식정보



02 만화

11월 한국만화 베스트셀러 1위는 윤태호 작가의 '미생'이 차지했다. '미생'은 <2012 오늘의 우리만화상> 수상에 이어 <2012 대한민국 콘텐츠 대상> 만화부문 대상을 수상하면서 올 한해 최고의 만화로 인정받았다. 지난달까지 5개월 연속으로 1위를 수성했던 '다이아터'는 2위로 한 단계 내려갔고, '마조 앤 새디'는 3위로 10월과 동일한 순위를 유지했다. '마조 앤 새디'는 일주일간 모백화점에서 팝업스토어를 운영해 1억 6백만원의 매출을 올리는 등 캐릭터상품에서도 좋은 성과를 올리고 있다. 허영만의 '말에서 내리지 않는 무사'는 몽골 전문가와의 공동 연구와 방대한 취재 및 고증을 통해 12~13세기 몽골 제국의 자연과 풍속, 역사를 복원해낸 역작으로, 웹툰이 아닌 작품 중에서는 가장 높은 4위에 올랐다.

외국 만화 베스트셀러로는 20권으로 완결이 된 바쿠만이 1위를, 인기 시리즈 '원피스'와 '신의 물방울'이 2, 3위를 차지했다. 2007년부터 일본에서 연재중인 요리만화 '어제 뭐 먹었어'는 신간이 발매되며 4위를 기록했다.

출판만화 베스트셀러 TOP 10

1. 한국만화 베스트셀러 (11월)

순위	도서명	작가	출판사	장르	출간일
1	미생	윤태호 글/그림	위즈덤하우스	웹툰/카툰에세이	2012.09.15.
2	다이아터	네온비 글, 캐러멜 그림	중앙북스	웹툰/카툰에세이	2012.07.13.
3	마조 앤 새디	정철연 글/그림	예담	웹툰/카툰에세이	2012.08.30.
4	말에서 내리지 않는 무사	허영만 이호준 글, 허영만 그림	월드김영사	역사만화	2012.10.28.
5	온밀하게 위대하게	최중훈 글/그림	발해BOOKS	웹툰/카툰에세이	2011.08.20.
6	신과 함께	주호민 글/그림	애니북스	웹툰/카툰에세이	2012.10.27.
7	열혈강호	전극진 글, 양재현 그림	대원씨아이	액션/무협만화	2012.08.30.
8	결혼해도 똑같네	네온비 글/그림	애니북스	웹툰/카툰에세이	2012.09.14.
9	탐묘인간	Soon 글/그림	애니북스	웹툰/카툰에세이	2012.09.26.
10	씨엘	임주연 글/그림	대원씨아이	순정만화	2012.10.31.

* 집계방식: 시리즈는 합산하였으며, 주요 6개 서점의 순위에 가중치 적용하여 순위산정 (교보문고:8, YES24:6, 인터파크:3, 리브로:2, 알라딘:3, 반디엔투스:1)
* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

2. 외국만화 베스트셀러 (11월)

순위	도서명	작가	출판사	장르	출간일
1	바쿠만	Tsugumi Ohba 글, Takeshi Obata 그림	대원씨아이	SF/판타지	2012.11.30.
2	원피스	오다 에이치로	대원씨아이	SF/판타지	2012.09.30.
3	신의 물방울	Tadashi Agi 글, Shu Okimoto 그림	학산문화사	직업만화	2012.07.25.
4	어제 뭐 먹었어	Fumi Yoshinaga	삼양출판사	요리만화	2012.10.23.
5	너에게 닿기를	Karuho Shiina	대원씨아이	순정만화	2012.11.15.
6	명탐정 코난	Aoyama Gosho	서울문화사	탐정/추리	2012.11.25.
7	나루토	Masashi Kishimoto 글, Masashi Kishimoto 그림	대원씨아이	액션/무협만화	2012.08.31.
8	마기	Ohtaka Shinobo	대원씨아이	SF/판타지	2012.10.31.
9	은수저	Arakawa Horimu	학산문화사	학원만화	2012.09.25.
10	신세기 에반게리온	Yoshiyuki Sadamoto	대원씨아이	SF/판타지	2012.11.30.

* 집계방식: 시리즈는 합산하였으며, 주요 6개 서점의 순위에 가중치 적용하여 순위산정 (교보문고:8, YES24:6, 인터파크:3, 리브로:2, 알라딘:3, 반디엔투스:1)
* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성



01
출판

02
만화

03
음악

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식정보

만화소설(라이트노벨) 베스트셀러 순위에서는 ‘소드 아트 온라인’이 지속적인 인기를 끌고 있다. 11월 만화소설 1위를 기록한 이 시리즈는 일본에서의 누적 발행 부수가 1,000만부를 돌파한 것으로 알려졌다. 3년 11개월 만에 이 같은 판매량을 달성한데에는 애니메이션 방영이 결정적인 영향을 미쳤다. 현재 케이블채널 ‘애니플러스’에서 방영 중인 이 애니메이션은 같은 채널의 다른 작품에 비해 VOD 매출이 3배가량 높은 정도로 국내에서도 인기를 끌고 있다.

2위는 10월과 동일하게 ‘사쿠라장의 애완 그녀’가 차지했고, ‘하이스쿨 DxD’는 3위에 올랐다. 11월 만화소설(라이트노벨) 베스트셀러 순위는 모두 일본 작가의 작품으로 채워지며 국내 작품을 찾아볼 수가 없었다. 몇몇 출판사가 공모전을 통해 신진 작가 발굴에 나서고 있지만 국내 작가들의 활약은 미진한 실정이다. 독자들이 일본 작품을 선호하는데다가, 출판사 역시 검증받은 작품을 수입해 안정적인 판매고를 올리려하기 때문으로 추정된다.

3. 만화소설 (라이트노벨) 베스트셀러 (11월)

순위	도서명	작가	출판사	가격	출간일
1	소드 아트 온라인	카와하라 레키 글, abec 그림	J NOVEL	7,000	2012.11.10.
2	사쿠라장의 애완 그녀	카모시다 하지메 글, 미조구치 케이지 그림	디앤씨미디어	6,800	2012.11.01.
3	하이스쿨 DxD	이시부미 이치에이 글, 미야마 제로 그림	노블엔진	6,500	2012.11.01.
4	아빠 말 좀 들어라!	마츠 토모히로 글, 나카지마 유카 그림	학산문화사	6,800	2012.10.07.
5	엑셀 월드	카와하라 레키 글, HIMA 그림	J NOVEL	7,000	2012.10.10.
6	비탄의 아리아	아카마츠 추가쿠 글, 코부이치 그림	서울문화사	6,500	2012.12.10.
7	열등용사의 귀족미학	우에스 테츠토 글, 타마고노 키미 그림	디앤씨미디어	6,500	2012.10.10.
8	전파녀와 청춘남	아루마 히토마 글, 브리키 그림	학산문화사	6,800	2012.10.11.
9	이것은 좀비입니까?	키무라 신이치 글, 코부이치 그림	J NOVEL	6,500	2012.09.10.
10	역시 내 청춘 러브코메디는 잘못됐다	와타리 와타루 글, 풍간8 그림	디앤씨미디어	6,500	2012.11.10.

* 집계방식: 시리즈는 합산하였으며, 주요 6개 서점의 순위에 가중치 적용하여 순위산정 (교보문고:8, YES24:6, 인터파크:3, 리브로:2, 알라딘:3, 반디엔터스:1)

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성



11월 만화 단행본 출간 종수는 220종으로, 10월 대비 51종이 감소했다. 220종은 2002년 이후 월간 만화 단행본 최저 출간 종수이다. 연도별 합계를 살펴보면 2002년 7,000 종에서 2012년 3,000 종으로 50% 이상 하락했으며 전년 동기와의 대비했을 때도 357종이 줄어든 것으로 나타났다. 이 추세가 지속된다면 2012년 출간 종수는 가장 낮은 수준으로 떨어질 가능성이 높다.

2009년부터 2012년까지 최근 4년간 9~11월에 가장 많이 출간된 장르는 '성인/성애' 장르였다. '성인/성애'는 총 783종이 출간했고, 뒤를 이어 '순정'과 '드라마'가 각각 623종, 564종이 출간되었다. 500종을 넘긴 '판타지'까지 포함하면, 상위 4개의 장르가 3개월간 출간 종수의 75% 가량을 차지하고 있다. '성인/성애'를 비롯해 대부분의 장르의 출간 종수가 10월보다 감소하였으나 'SF', '학원', '액션'은 소폭 상승한 것으로 나타났다.

▶ 만화 단행본 출간 현황

1. 만화 출간 종수 추이 (2002년 ~ 2012년)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	합계
2002	689	622	696	729	698	540	627	585	574	653	574	6,987
2003	612	569	566	566	578	581	603	525	511	577	561	6,249
2004	522	531	520	462	466	464	513	416	427	406	418	5,145
2005	366	396	428	399	385	415	368	348	372	363	373	4,213
2006	393	382	351	329	351	318	332	334	347	327	339	3,803
2007	330	308	322	300	295	331	321	322	279	299	311	3,418
2008	308	294	330	319	334	323	338	303	291	327	278	3,445
2009	263	308	345	296	300	306	339	292	332	296	296	3,373
2010	305	282	317	337	345	339	401	331	295	320	307	3,579
2011	317	272	318	326	291	301	328	275	328	309	309	3,374
2012	285	316	301	311	280	280	259	257	237	271	220	3,017

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

2. 장르별 만화 출간 현황 (9월~11월)

장르	2009. 9.	2009. 10.	2009. 11.	2010. 9.	2010. 10.	2010. 11.	2011. 9.	2011. 10.	2011. 11.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.	합계
성인/성애	75	55	62	70	76	77	47	67	65	56	74	59	783
순정	81	64	68	54	55	65	54	37	51	34	34	26	623
드라마	52	44	52	53	50	48	57	61	52	28	36	31	564
판타지	36	39	36	36	45	40	59	56	45	43	37	30	502
코믹	19	13	7	15	18	15	14	10	17	13	18	12	171
에세이툰	11	23	20	5	8	11	18	14	23	12	13	7	165
스포츠	15	14	6	15	13	10	10	12	12	5	10	7	129
SF	11	4	18	8	11	6	22	7	7	8	11	14	127
학원	2	9	5	11	4	12	13	12	9	9	5	6	97
액션	7	6	7	6	6	2	2	6	5	9	7	10	73
야오이	7	4	1	5	6	3	4	3	7	4	7	4	55
아동	1	-	-	7	8	4	10	5	2	5	3	1	46

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

2012년 9~11월까지 국내에서 출간된 728종의 만화 중 한국작가의 작품은 235종, 일본작가의 작품은 487종으로 나타났다. 10월과 비교하면 11월에는 일본작가의 작품이 36종, 한국 작가의 작품은 15종이 감소했다. 2012년 합계로 살펴보면 11월까지 일본작가의 작품은 2,304종, 한국작가의 작품은 1,163종이 출간되어 33% 대 65.5%의 비율을 기록했다. 기타 국가 작가의 만화 단행본 비중은 총 53종이 출간된 1.5%로 나타났다.

출판사별 만화 출간 종수에서는 '대원씨아이'가 63종, '㈜학산문화사'가 60종을 기록하며 다른 출판사에 비해 4배 이상 많은 종수의 만화를 출간한 것으로 나타났으나 전월에 비하면 출간 종수는 감소했다. 출간 종수가 증가한 출판사는 '현대지능개발사'와 '서울문화사' 두 곳에 불과했다. 한편, '대원씨아이'와 '학산문화사'를 소유하고 있는 대원미디어는 12월 12일 구글과 MCM 계약을 체결했다고 발표했다. 구글 플레이스토어 도서부문 중 만화 카테고리에 디지털만화 콘텐츠를 공급하게 되면서 대원미디어는 안드로이드 기반의 스마트폰과 태블릿 PC를 활용한 디지털 만화 시장 공략에 유리한 고지를 점령하게 됐다.

만화 단행본의 11월 평균정가는 7,092원으로, 전월대비 소폭 증가했다(443원). 만화 단행본 평균정가는 7월 6,057원에서 상승하기 시작해 11월까지 1,000원 이상 증가한 것으로 나타났다. 이는 매니아를 대상으로 발간되는 일부 한정판의 가격이 높은 것에서 비롯되는 측면도 있다.

3. 국적별 만화 출간 현황 (9~11월)

구분	2009. 9.	2009. 10.	2009. 11.	2010. 9.	2010. 10.	2010. 11.	2011. 9.	2011. 10.	2011. 11.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.	합계 (2012년)
한국작가	112	96	101	96	109	96	105	119	94	78	86	71	1,163 (33.0%)
일본작가	213	197	191	194	208	204	210	186	214	157	183	147	2,304 (65.5%)
기타	7	3	4	5	3	7	13	4	1	2	2	2	53 (1.5%)
합계	332	296	296	295	320	307	328	309	309	237	271	220	3,520 (100%)

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

4. 출판사별 만화 출간 종수 (9~11월)

구분	2009. 9.	2009. 10.	2009. 11.	2010. 9.	2010. 10.	2010. 11.	2011. 9.	2011. 10.	2011. 11.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
대원씨아이(주)	83	71	74	79	73	78	73	78	84	74	78	63
(주)학산문화사	68	74	68	62	67	69	70	70	71	62	61	60
(주)서울문화사	43	41	38	39	43	38	37	36	33	16	12	15
(주)삼양출판사	17	10	16	26	27	25	11	18	20	12	13	12
현대지능개발사	15	10	11	14	21	14	15	14	14	13	14	18
도서출판 우신	20	9	13	4	21	8	12	10	12	13	12	9

* 월 10종 이상 출간 출판사 대상

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

5. 만화 단행본 평균정가 (9~11월)

구분	2009. 9.	2009. 10.	2009. 11.	2010. 9.	2010. 10.	2010. 11.	2011. 9.	2011. 10.	2011. 11.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
평균정가(원)	5,147	5,407	5,470	5,345	6,265	5,610	6,670	6,782	6,742	6,405	6,649	7,092

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성



2012년 11월 만화소설 및 장르소설 출간종수는 총 417종이었다. 이는 10월보다 70종 증가한 것으로 하반기 들어 가장 높은 수치이다. 이로써 11월까지 연간 합계는 4,111종으로 집계되었고, 전년 대비 큰 폭의 하락은 면할 수 있을 것으로 보인다.

장르별 출간 현황을 살펴보면 판타지·무협·로맨스의 출간 종수가 10월 대비 소폭 증가했음을 알 수 있다. 판타지는 24종이 증가한 260종을 기록했고, 무협과 로맨스도 각각 20종, 23종이 상승한 것으로 나타났다. 이 같은 추세는 만화소설/장르소설은 만화 대여점 등 비교적 안정된 고정판매처를 확보하여 경기의 영향을 덜 타기 때문인 것으로 추정된다.

▶ 만화소설(라이트노벨) / 장르소설 현황

1. 만화소설 / 장르소설 출간 종수 (1~11월)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	합계
2002	70	62	71	54	76	61	91	83	88	112	113	881
2003	109	132	122	125	121	118	164	197	273	309	299	1,969
2004	304	309	318	275	280	303	339	285	307	348	289	3,357
2005	338	302	325	317	285	316	365	321	316	319	318	3,522
2006	294	312	316	331	313	310	330	320	344	288	303	3,461
2007	324	316	355	350	371	355	367	365	331	353	348	3,835
2008	363	312	354	343	334	330	401	338	336	373	427	3,911
2009	373	352	373	380	386	362	425	366	384	365	374	4,140
2010	389	331	398	387	391	395	440	355	359	417	392	4,254
2011	391	338	412	412	371	363	404	344	442	372	372	4,221
2012	333	355	421	348	363	420	348	376	383	347	417	4,111

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

2. 만화소설 / 장르소설 장르별 출간 현황 (9~11월)

구분	2009. 9.	2009. 10.	2009. 11.	2010. 9.	2010. 10.	2010. 11.	2011. 9.	2011. 10.	2011. 11.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
판타지	218	207	210	233	242	246	245	240	225	236	236	260
무협	87	97	79	73	104	87	84	85	89	87	69	89
로맨스	60	47	59	42	53	38	84	38	46	50	36	59
일반	14	8	21	7	12	17	26	5	7	6	3	7
N세대	4	4	2	-	2	2	-	-	2	-	-	2
추리	1	1	2	1	2	1	1	2	2	-	3	-
공포	-	-	-	2	1	-	2	-	1	-	-	-
역사	-	-	-	-	-	1	-	2	-	3	-	-

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01
출판

2012년 11월 만화소설 및 장르소설의 국적별 출간종수를 살펴봤을 때 한국소설이 352종을, 일본소설이 54종을 출간한 것으로 나타났다. 전월대비 한국소설은 77종이 증가했고, 일본소설은 오히려 8종이 감소했다. 2012년 총합계는 한국소설이 3,888종으로 84%를 넘어섰고, 일본소설은 612종으로 13%에 그쳤다. 일본 작가가 순위를 점령한 만화소설 베스트셀러 순위와 비교했을 때 한국소설의 출간 종수가 압도적으로 많은 이유는 출간 종수의 대다수를 차지하고 있는 판타지, 무협 등의 장르를 국내작가들이 지배하고 있기 때문이다.

02
만화

11월 출판사별 출간 현황에 따르면 대부분의 출판사가 10월보다 많은 종을 출간했다. '디앤씨미디어'는 52종으로 11월에도 가장 많은 종수의 만화소설/장르소설을 출간했고, 판타지와 무협소설을 주로 다루는 '도서출판 영상노트'와 '로크미디어'가 뒤를 이어 (각각 49종, 40종) 1위부터 3위까지의 순위가 10월과 동일했다. 시드노벨과 L노벨 브랜드를 보유하고 있는 '디앤씨미디어'나 노블엔진이라는 만화소설(라이트노벨) 브랜드를 보유하고 있는 '도서출판 영상노트'의 경우처럼 장르소설 출판사가 만화소설 출판에 적극적으로 나서고 있다.

03
음악

3. 만화소설 / 장르소설 국적별 출간 종수 (9~11월)

구분	2009. 9.	2009. 10.	2009. 11.	2010. 9.	2010. 10.	2010. 11.	2011. 9.	2011. 10.	2011. 11.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.	합계 (2012년)
한국작가	328	319	312	304	365	325	380	310	309	309	275	352	3,888 (84.1%)
일본작가	47	37	47	45	44	54	56	52	51	63	62	54	612 (13.2%)
기타	9	9	15	10	8	13	6	10	12	11	10	11	124 (2.7%)
합계	384	365	374	359	417	392	442	372	372	383	347	417	4,624 (100%)

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

04
공연

05
게임

4. 만화소설 / 장르소설 주요 출판사별 출간 종수 (9~11월)

구분	2009. 9.	2009. 10.	2009. 11.	2010. 9.	2010. 10.	2010. 11.	2011. 9.	2011. 10.	2011. 11.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
디앤씨미디어	42	42	35	37	42	38	45	39	44	53	47	52
(주)로크미디어	37	35	39	33	36	32	41	41	38	37	39	40
도서출판 불미디어	22	21	16	39	45	49	46	45	45	33	22	35
도서출판 영상노트	22	25	21	24	26	27	34	38	40	45	41	49
(주)마루-마야출판사	33	35	33	22	31	29	24	28	27	27	25	26
도서출판 청어람	27	29	24	27	24	31	20	23	24	31	22	33
어울림 출판사	18	16	16	23	28	21	25	24	21	25	22	33
대원씨아이(주)	26	21	23	16	16	17	16	14	15	12	14	14
(주)루트미디어	-	-	-	6	9	10	21	25	22	28	31	38
도서출판 환상	29	24	26	25	26	22	8	7	7	-	-	-
(주)신영미디어	14	13	14	11	16	13	10	14	15	16	12	16
(주)삼양출판사	12	11	12	12	16	13	24	18	14	11	13	9
(주)학산문화사	16	11	10	11	12	13	10	9	9	16	9	13
(주)서울문화사	11	10	9	11	10	13	13	11	13	9	14	10
도서출판 동아	20	21	25	10	18	11	7	9	7	4	3	5

* 9~11월 5종 이상 출간 출판사 대상

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

06
영화

07
애니메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식정보



11월 일일만화 출간 종수는 309종으로 10월에 비해 24종 감소했다. 1월부터 11월까지의 2012년 누적 출간종수는 3,746종으로, 이는 전년 동기 대비 406종 늘어난 수치이다. 큰 이변이 없는 한 2012년에는 2009년 이후 3년 만에 4,000종 이상의 출간 종수를 기록할 수 있을 것으로 예측된다.

일일만화의 시장규모 추이를 살펴보면, 11월에는 309종의 만화가 총 203,940부 발행된 것으로 나타났다. 11월 시장규모는 8억 2천만 원 수준으로 전월대비 6천만 원 가량 하락했다. 1월에서 11월까지 일일만화는 3,746종에서 총 247만부가 발행되어 99억 원의 시장규모를 이루고 있다.

➤ 일일만화 출간 현황

1. 일일만화 출간 종수 (2002년 ~ 2012년)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	합계
2002	347	344	391	398	357	333	398	399	398	464	463	4,292
2003	447	353	443	392	404	379	437	414	387	434	402	4,492
2004	439	428	435	394	409	426	372	424	473	450	382	4,632
2005	431	361	478	454	463	470	468	432	479	517	525	5,078
2006	426	385	403	392	422	374	410	402	436	374	420	4,444
2007	410	350	453	398	455	422	433	461	441	475	458	4,756
2008	354	334	429	405	375	341	425	364	407	404	366	4,204
2009	423	386	399	384	366	385	431	351	338	347	415	4,225
2010	299	296	350	283	158	244	285	311	411	385	380	3,402
2011	352	348	443	335	258	305	246	266	223	331	233	3,340
2012	271	388	415	392	387	295	316	274	366	333	309	3,746

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

2. 일일만화 월별 시장규모 추이 (2012. 1. ~ 2012. 11.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	합계
출간종수	271	388	415	392	387	295	316	274	366	333	309	3,746
발행부수	178,860	256,080	273,900	258,720	255,420	194,700	208,560	180,840	241,560	219,780	203,940	2,472,360
시장규모(천원)	715,440	1,024,320	1,095,600	1,034,880	1,021,680	778,800	834,240	723,360	966,240	879,120	815,760	9,889,440

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



11월 작가별 일일만화 출간 현황에 따르면 인기무협작가 '야설록'이 10월과 마찬가지로 가장 많은 만화를 출간한 것으로 나타났다.(64종) 56종의 '박봉성'이 뒤를 이었는데, 작가 사망이후 그의 아들이 주축이 되어 문하생들과 함께 박봉성 프로덕션이라는 이름으로 활발히 활동 중이다. 9월 휴지기를 가졌던 '황성'은 42종을 출간하며 3위를 기록했으나 74종을 출간했던 8월에 비하면 아직 부족한 수준이다. 대다수의 작가가 20종 가량, 혹은 그 이상의 작품을 출간한데 반해 '김성모'는 11월 5종 출간에 그쳤다.

3. 일일만화 작가별 출간 현황 (9~11월)

구분	2009. 9.	2009. 10.	2009. 11.	2010. 9.	2010. 10.	2010. 11.	2011. 9.	2011. 10.	2011. 11.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.	합계
야설록	56	53	59	69	80	52	-	71	37	29	57	64	627
황성	69	60	63	92	77	47	30	61	36	-	17	42	594
고행석	47	40	54	50	48	50	10	30	24	28	25	34	440
박봉성	40	26	50	27	57	47	20	54	23	19	19	56	438
사마달	50	49	47	44	20	36	37	34	26	31	14	22	410
김성동	19	39	55	28	26	15	25	22	30	24	23	19	325
신형빈	-	-	-	16	24	23	56	36	37	12	25	29	258
하승남	-	13	23	26	20	37	28	23	20	17	10	19	236
묵검향	-	-	-	8	-	33	15	-	-	2	23	19	100
김성모	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21	20	5	46

* 출처: 한국만화영상진흥원 자료제공, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



PC 웹툰 서비스 이용통계를 살펴보면 11월 <네이버 만화>는 609만명을, <다음 만화속세상>은 270만명의 순방문자를 기록했다. 각각 전월대비 20만, 13만명이 감소하여 10월의 반등이 반짝 상승에 그치는 모습이다. <네이버 만화>는 월평균재방문일수만 전월과 동일한 4.6일을 기록했고 도달률과 월평균체류시간, 평균페이지뷰는 모두 감소했다. 올해 들어 가장 낮은 순방문자를 기록한 <다음 만화속세상>도 도달률, 월평균재방문일수, 평균페이지수 등 대부분의 수치가 감소했으나 월평균체류시간은 오히려 소폭 증가한 것으로 나타났다(0.51분). 웹툰이 스마트폰, 태블릿 PC의 대중화로 가장 큰 반사이익을 누리는 콘텐츠로 꼽히는 만큼 PC 이용자 하락세는 당분간 지속될 것으로 예상된다.

➤ PC 웹툰 서비스 (11월)

1. PC 웹툰 서비스 이용 현황 (2012. 11.)

서비스명	순방문자 ¹⁾	도달률(% ²⁾	월평균체류시간(분) ³⁾	월평균재방문일수(일) ⁴⁾	평균페이지뷰(월) ⁵⁾
네이버 만화	6,093,206	18.3	80.33	4.6	96
다음 만화속세상	2,703,592	8.1	56.91	3.2	58

* 본 데이터는 패넬로 선출된 국내 인터넷 사용자(약 12,000명)의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임 (조사 방법론 참조: http://www.koreanclick.com/methodology/audience_measurement.php)

* 출처: 닐슨 코리아클릭

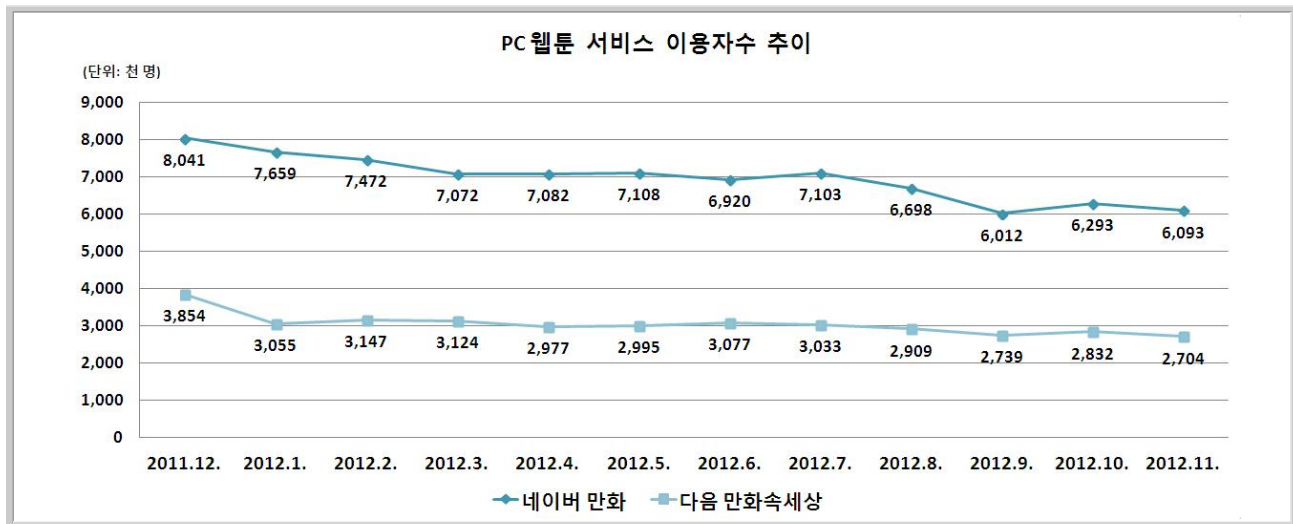
2. PC 웹툰 서비스 이용자수 추이 (2011. 12. ~ 2012. 11.)

(단위: 천 명)

애플리케이션	2011.12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
네이버 만화	8,041	7,659	7,472	7,072	7,082	7,108	6,920	7,103	6,698	6,012	6,293	6,093
다음 만화속세상	3,854	3,055	3,147	3,124	2,977	2,995	3,077	3,033	2,909	2,739	2,832	2,704

* 이용자수가 줄어드는 현상은 스마트폰을 통한 어플리케이션 이용이 증가하기 때문으로 추정됨(위 데이터는 PC 이용 현황임)

* 출처 : 닐슨 코리아클릭, KOCCA 재구성



- 1) 순방문자: 해당 기간 동안 웹사이트를 적어도 1번 이상 방문한 이용자
- 2) 도달률: 전체 인터넷 이용자수 대비 순방문자수의 비율
- 3) 평균체류시간: 측정기간 중 순방문자 1인당 발생시킨 체류시간의 평균을 의미
- 4) 평균재방문일수: 측정기간 중 해당사이트에 방문한 순방문자 1인당 평균 재방문한 일의 수
- 5) 평균페이지뷰: 측정기간 중 해당사이트에 방문한 순방문자 1인당 조회한 평균 페이지 조회수



03 음악

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

11월 가온 디지털 음악 종합차트에서는 K팝 스타 1기 준우승자인 이하이의 첫 솔로앨범 '1,2,3,4'가 1위를 차지했다. '1,2,3,4'는 국내 모든 음원사이트에서 주간, 월간차트 1위를 석권하고 방송 음악 프로그램에서도 1위 트로피를 거머쥐면서 11월 가요계를 완전히 장악했다. 두 번째 싱글 '허수아비'도 18위에 올라 이하이의 인기는 지속될 전망이다. 힙합듀오 깁스와 씨스타의 소유가 함께한 'Officially missing you, too'는 2위에 올랐다. 타미아의 원곡 멜로디에 새로운 인트로를 추가하며 전작을 뛰어넘는 음원 성적을 보였다. 상반기 'Heaven'으로 많은 사랑을 받은 실력과 신인 에일리의 '보여줄게'는 3위를 차지했다.

11월 23일 막을 내린 '슈퍼스타K 4'가 4곡을 순위에 올리며 음원시장에서 식지 않은 영향력을 보여주는 가운데, 실력과 힙합 프로듀서 프라이머리와 따뜻한 감성의 인디 R&B 그룹 어반자카파의 신곡 등이 20위 안에 들어 아이돌 그룹과 오디션 프로그램 위주로 구성되었던 음원 차트가 11월에는 한결 다양해졌다.

▶ 디지털 음악 종합 TOP 20 (11월)

순위	변동	곡명	앨범명	아티스트	제작사	가온지수
1	△33	1,2,3,4	1,2,3,4	이하이	YG Entertainment	132,391,547
2	New	Officially missing you, too	re;code Episode I	깁스, 소유	로엔엔터테인먼트	113,474,200
3	△4	보여줄게	Invitation	에일리	YMC엔터테인먼트	85,381,580
4	New	하지 못한 말	Time For Love	노을	ITM	83,771,185
5	△97	? (feat. 최자 Of 다이나믹듀오, Zion.T)	Primary And The Messengers LP	프라이머리	아메바 컬처	83,638,638
6	New	되돌리다	숲	이승기	후크엔터테인먼트	78,680,108
7	▽4	이러지마 제발	The 3rd Album Part.1	케이윌	스타쉽엔터테인먼트	74,476,011
8	△18	귀여워	귀여워	별	QUAN Entertainment	67,728,063
9	▽5	먼지가 되어	슈퍼스타K 4 TOP12 Part 1	로이킴, 정준영	CJ E&M	66,068,596
10	▽4	남자 없이 잘 살아	Independent Women Part III	miss A	AQ엔터테인먼트, JYP 엔터테인먼트	62,483,901
11	△29	휘파람	슈퍼스타K4 TOP12 Part 2	로이킴	CJ E&M	57,431,351
12	△5	Ice Cream	Melting	현아	큐브엔터테인먼트	55,304,923
13	New	남자가 다 그렇지 뭐	김종국 정규 7집	김종국	CJ E&M & JK엔터테인먼트	53,277,785
14	New	똑같은 사랑 똑같은 이별	02	어반자카파	플렉서스	50,907,368
15	▽14	피어나	Talk about S.	가인	로엔엔터테인먼트	48,170,959
16	New	힐링이 필요해	슈퍼스타K4 TOP12 Part 6	로이킴	CJ E&M	47,449,381
17	▽15	출다 (Feat. 이하이)	출다	에픽하이	YG Entertainment	44,718,058
18	New	허수아비	허수아비	이하이	YG Entertainment	44,522,866
19	New	응급실	슈퍼스타K4 TOP12 Part 5	정준영	CJ E&M	43,755,840
20	New	나쁜 사람	1 & 1	주니엘	F&C Music	42,416,658
합계						1,336,049,018

* 순위 집계 : 스트리밍 + 다운로드 + BGM 판매량 + 모바일 판매량

* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)



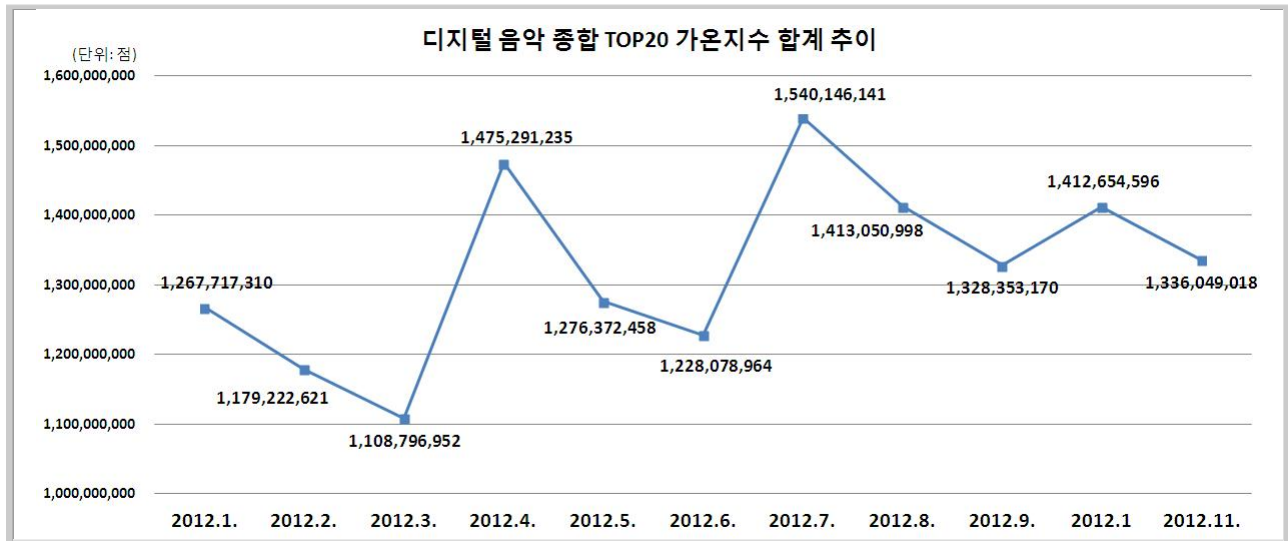
11월 디지털 음악 종합차트의 20위권 곡들의 가운지수 합계는 1,336,049,018점으로 전월대비 7,661만점 가량 감소했다. 이하이라는 대형 신인의 등장으로 1위곡은 전월대비 높은 점수를 획득했으나 3위 이하의 곡들이 상대적으로 부진했던 것이 원인이다. 연말 콘서트와 방송사 시상식 준비를 이유로 기존 인기 가수들의 신곡 발매가 저조할 것으로 예상되어 12월에는 지수 합계가 더욱 하락할 가능성도 점쳐진다.

디지털 음악 종합 TOP3 추이를 살펴보면 상반기 데뷔해 올해 강력한 신인상 후보로 떠오른 버스커 버스커 이후 이하이가 신인으로는 두 번째로 차트 1위에 올랐음을 알 수 있다. 10월과 마찬가지로 그간 차트를 독식하다시피한 아이돌 그룹이 사라졌고, 가인에 이어 여성 솔로가수들의 강세가 지속되고 있는 점도 눈에 띈다.

▶ 디지털 음악 종합 TOP 20 가운지수 합계 추이 (2012. 1. ~ 2012. 11.)

구분	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
가운지수	1,267,717,310	1,179,222,621	1,108,796,952	1,475,291,235	1,276,372,458	1,228,078,964	1,540,146,141	1,413,050,998	1,328,353,170	1,412,654,596	1,336,049,018

* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr), 한국콘텐츠진흥원 재구성



▶ 2012년 디지털 음악 종합 TOP 3 추이 (2012. 1. ~ 2012. 11.)

구분	1위	2위	3위
2012. 1.	티아라 / Lovey-Dovey	다이내믹 듀오 / 거거서거거	10cm / 애상
2012. 2.	빅뱅 / BLUE	린 / 시간을 거슬러	F.T Island / 지독하게
2012. 3.	빅뱅 / FANTASTIC BABY	2AM / 너도 나처럼	빅뱅 / BLUE
2012. 4.	버스커 버스커 / 벚꽃 엔딩	씨스타 / 나혼자	버스커버스커 / 첫사랑
2012. 5.	소녀시대-태티서 / Twinkle	아이유 / 하루 끝	백지영 / 목소리(Feat. 개리 of 리쌍)
2012. 6.	원더걸스 / Like this	빅뱅 / MONSTER	f(x) / Electric Shock
2012. 7.	2NE1 / I Love You	티아라 / DAY BY DAY	씨스타 / Loving U
2012. 8.	싸이 / 강남스타일	보아 / Only One	다비치 / 남자도 우나요
2012. 9.	정은지, 서인국 / All For You	G-Dragon / 그XX	티아라 / SEXY LOVE
2012.10.	가인 / 피어나	에픽하이 / 춤다 (Feat. 이하이)	케이윌 / 이리저리마 제발
2012.11.	이하이 / 1,2,3,4	릭스, 소유 / Officially missing you, too	에일리 / 보여줄게

* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr), 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

11월 오프라인 앨범차트에서는 아이돌 그룹 인피니트의 멤버 김성규의 솔로 앨범 'Another Me'가 1위를 차지했다. 모던락 장르에 도전하며 기존 팬들의 관심을 모으는데 성공했으나 앨범 판매량은 62,958장으로 10만장을 넘지 못했다. 지난 달 1위를 기록했던 동방신기의 리패키지 앨범 'Humanoids'가 2위에, B1A4의 'In The Wind'는 3위에 올랐으며, 아이돌 가수의 새 앨범이 1위부터 5위까지의 순위를 모두 차지했다. 11월 말에 발매된 앨범이 있기는 하나 1위부터 5위까지의 앨범 수록곡 중 종합 20위에 들어간 노래가 한 곡도 없어 음원을 소비하는 대중과 아이돌 팬덤 사이의 거리감을 확인할 수 있다. 한편, 종합 순위에서 선전한 프라이머리와 어반자카파는 앨범 차트에서도 좋은 모습을 보였고, 14위를 차지한 EXO-K의 미니 앨범은 4월에 발매되었음에도 불구하고 11월까지 꾸준히 판매되고 있다.

앨범 TOP 15위권 유통사별 판매 현황을 살펴보면, '로엔엔터테인먼트'가 4장의 앨범에서 120,841장의 앨범 판매량을 기록했다. 그간 가장 많은 앨범을 판매했던 'KMP홀딩스'(SM, YG, JYP, 미디어라인, 스타제국, 유니온캔, 뮤직팩토리로 구성)는 5장의 앨범으로 81,877장을 판매한 것으로 나타났다. CJ E&M은 두 장의 앨범을 순위에 올렸으나 합계 15,473장으로, 한 장의 앨범에서 41,291장을 판매한 포니캐년 코리아보다 판매량이 오히려 떨어졌다. KT 뮤직은 1장의 앨범을 순위에 올리며 4,000장을 판매했다.

▶ 오프라인 앨범 판매 TOP 15 (11월)

순위	변동	앨범명	아티스트	유통사	발매일	판매량	누적판매량
1	New	Another Me	김성규	로엔엔터테인먼트	2012.11.19.	62,958	62,958
2	New	Humanoids (Repackage)	동방신기	KMP 홀딩스	2012.11.26.	57,598	57,598
3	New	In The Wind	B1A4	포니캐년코리아	2012.11.12.	47,559	47,559
4	New	The First Collage	양요섭	Universal Music	2012.11.26.	36,240	36,240
5	New	야누스	보이프렌드	로엔엔터테인먼트	2012.11.08.	25,687	25,687
6	New	슌	이승기	로엔엔터테인먼트	2012.11.22.	18,666	18,666
7	△1	Blockbuster	블락비	로엔엔터테인먼트	2012.10.23.	13,530	26,654
8	New	Beautiful (Single)	박정민	CJ E&M	2012.11.14.	9,623	9,623
9	▽8	Catch Me	동방신기	KMP 홀딩스	2012.09.24.	8,131	254,969
10	▽6	One Of A Kind	G-Dragon	KMP 홀딩스	2012.09.15.	6,399	196,633
11	△6	Primary And The Messengers LP	프라이머리	CJ E&M	2012.10.31.	5,850	11,183
12	▽10	싸이6甲 Part.1	싸이	KMP 홀딩스	2012.07.15.	5,121	101,393
13	New	[02]	어반자카파	Universal Music	2012.10.30.	5,051	5,051
14	△13	`MAMA` EXO-K The 1st Mini Album	EXO-K	KMP 홀딩스	2012.04.09.	4,628	141,517
15	New	지킬끼	스매쉬	KT 뮤직	2012.11.08.	4,000	4,000
합계						311,041	999,731

* 앨범 순위집계 : 제작사 출고단위 도매 수량

* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)



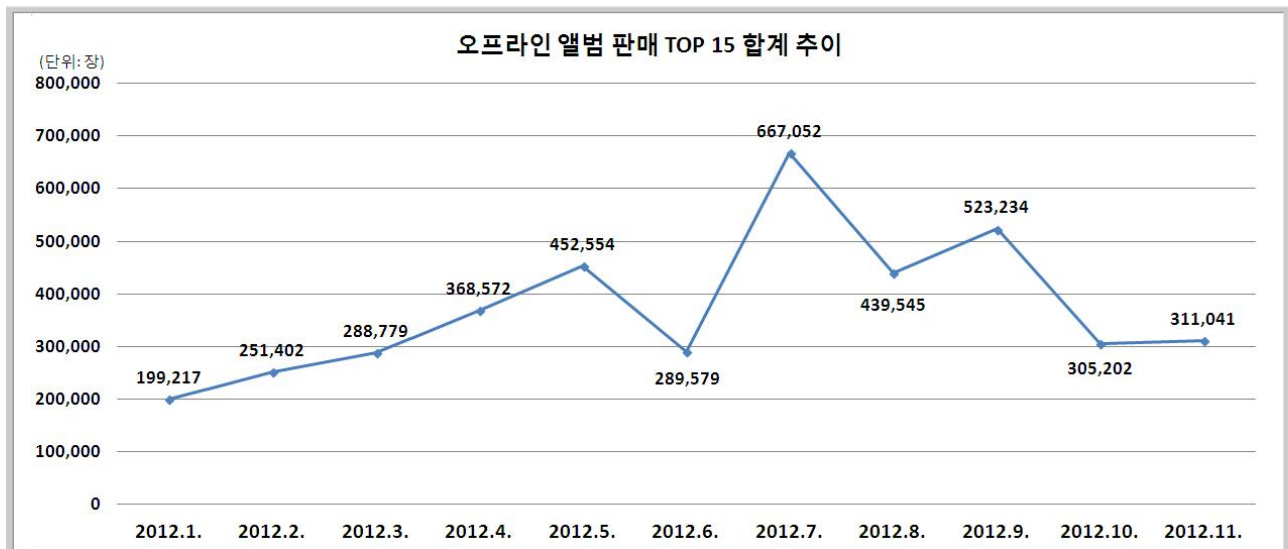
11월 오프라인 앨범판매 TOP 15의 합계는 31만장으로 6월 이후 등락을 거듭하던 판매 합계가 다소 안정을 찾은 모습이다. 11월 1위 앨범의 판매량은 전월 1위와 비교해 5만장 가량이 감소했으나, 다른 순위의 앨범 판매량이 고르게 증가하며 전체 판매 합계는 10월 대비 소폭 증가했다. 특히 7장의 신보를 순위권에 올린 아이돌 그룹이 반등을 이끌었다. 비교적 완만한 상승세를 그렸던 상반기에 비해 하반기는 변화폭이 심한 편이나 판매 평균치는 15만 여장 많은 것으로 나타났다.

김성규는 모그룹 인피니트에서 차지하지 못했던 1위를 거머쥐었고, 9월과 10월 <Catch Me> 앨범을 순위권에 올린 동방신기는 11월에도 <Humanoids> 앨범을 2위에 올리며 3달 연속으로 TOP 3에 들었다.

▶ 2012년 오프라인 앨범 판매 TOP 15 합계 추이 (2012. 1. ~ 2012. 11.)

구분	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
판매량	199,217	251,402	288,779	368,572	452,554	289,579	667,052	439,545	523,234	305,202	311,041

* 출처: 가온차트 (www.gaonchart.co.kr), 한국콘텐츠진흥원 재구성



▶ 2012년 오프라인 앨범 판매 TOP 3 추이 (2012. 1. ~ 2012. 11.)

구분	1위	2위	3위
2012. 1.	엠블랙 / MBLAQ 4th Mini Album '100%Ver.'	티아라 / Funky Town (EP)	F.T Island / GROWN-UP (EP)
2012. 2.	빅뱅 / 5집 ALIVE	박재범 / New Breed	샤이니 / THE 1st ASIA TOUR CONCERT ALBUM 'SHINee'
2012. 3.	샤이니 / 'Sherlock' SHINee The 4th Mini Album	씨엔블루 / 3rd Mini Album Ear Fun	빅뱅 / 5집 ALIVE
2012. 4.	EXO-K / 'MAMA' EXO-K The 1st Mini Album	씨엔블루 / 3rd Mini Album Ear Fun	버스커버스커 / 버스커버스커 정규 1집
2012. 5.	소녀시대-태티서 / 'Twinkle' Mini Album	XIA / Tarantallegra	인피니트 / Infnitize
2012. 6.	빅뱅 / BIGBANG SPECIAL EDITION 'STILL ALIVE'	f(x) / 'Electric Shock' The 2nd Mini Album	틴 탑 / aRtisT
2012. 7.	슈퍼주니어 / 6집 Sexy, Free & Single	비스트 / Midnight Sun	장우영 / 23, Male, Single
2012. 8.	슈퍼주니어 / 'SPY' The 6th Album Repackage	비스트 / Midnight Sun	XIA (준수) / Uncommitted
2012. 9.	G-Dragon / One Of A Kind	동방신기 / Catch Me	F.T Island / Five Treasure Box
2012.10.	동방신기 / Catch Me	싸이 / 싸이6甲 Part.1	에픽하이 / 7집 99
2012.11.	김성규 / Another Me	동방신기 / Humanoids	B1A4 / In The Wind

* 출처: 가온차트 (www.gaonchart.co.kr), 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

서비스별 음원 차트에서도 이하이 열풍을 확인할 수 있다. '1,2,3,4'는 최고 72위 상승하며 스트리밍과 다운로드 차트에서 1위를 기록했고, 벨소리와 BGM 차트에서도 각각 2, 3위에 올랐다. 종합차트 2, 3위를 차지했던 'Officially missing you, too'와 '보여줄게'도 대부분의 차트 상위권에 위치해 있다.

스트리밍과 다운로드 차트는 전반적으로 종합차트와 유사한 모습을 보여줬다. BGM 음원 차트에서는 11월까지 600만 관객을 동원한 늑대소년 OST '나의 왕자님'이 4위로 새롭게 진입했다. 영화의 주요 타겟인 여성이 미니홈피 및 블로그 배경음악을 주로 소비하는 계층이기에 다른 세부 차트보다 순위가 높게 나온 것으로 추정된다. 비슷한 이유에서 주말드라마 메이퀸의 삽입곡 '39.5'도 벨소리 음원 차트에서 3위라는 높은 순위를 기록했고, 정은지, 서인국의 'All For You'도 9월 이후 3개월 간 벨소리 음원 TOP 10에 머물러 있다.

➤ 서비스별 음원 차트

1. 스트리밍 음원 TOP 10 (11월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	△72	1,2,3,4	이하이
2	New	Officially missing you, too	릭스, 소유
3	△15	보여줄게	에일리
4	△2	이러지마 제발	케이윌
5	△4	먼지가 되어	로이킴, 정준영
6	New	? (feat. 최자 Of 다이나믹듀오, Zion.T)	프라이머리
7	△40	귀여워	별
8	△9	남자 없이 잘 살아	miss A
9	New	하지 못한 말	노을
10	▽8	피어나	가인

2. 다운로드 음원 TOP 10 (11월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	△28	1,2,3,4	이하이
2	New	Officially missing you, too	릭스, 소유
3	New	되돌리다	이승기
4	New	하지 못한 말	노을
5	△95	? (feat. 최자 Of 다이나믹듀오, Zion.T)	프라이머리
6	-	보여줄게	에일리
7	▽4	이러지마 제발	케이윌
8	△14	귀여워	별
9	New	남자가 다 그렇지 뭐	김종국
10	▽6	먼지가 되어	로이킴, 정준영

3. BGM 음원 TOP 10 (11월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	New	Officially missing you, too	릭스, 소유
2	△8	귀여워	별
3	△32	1,2,3,4	이하이
4	New	나의 왕자님	박보영
5	△58	? (feat. 최자 Of 다이나믹듀오, Zion.T)	프라이머리
6	New	되돌리다	이승기
7	New	하지 못한 말	노을
8	△8	보여줄게	에일리
9	New	걸어 본다	B1A4
10	▽3	이러지마 제발	케이윌

4. 벨소리 음원 TOP 10 (11월)

순위	변동	곡명	아티스트
1	△9	보여줄게	에일리
2	△59	1,2,3,4	이하이
3	△25	39.5	간중욱
4	△32	귀여워	별
5	New	남자가 다 그렇지 뭐	김종국
6	▽4	All For You	정은지, 서인국
7	▽2	립스틱	오렌지 카라멜
8	▽7	강남스타일	싸이
9	△5	Missing You (Feat. 김윤아 of 자우림)	G-Dragon
10	▽1	이러지마 제발	케이윌

* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)



인디음반 판매 차트에서는 이름 있는 아티스트의 신보가 연이어 발매되며 2주마다 1위에 변동이 생겼다. MBC 나는 가수다에 출연해 대중에게 이름을 알린 '어반자카파'의 2집 앨범은 발매와 동시에 11월 초 차트 1위를 차지했다. '어반자카파'는 1집 앨범뿐만 아니라 공연 시장에서도 높은 예매율을 보이며 인디 시장의 인기 아티스트로 자리매김하고 있다. 2주 뒤에는 모던락 밴드 '페퍼톤스'의 신보 <Open Run>이 1위에 올랐다. 2인조로 구성된 '페퍼톤스'는 2007년 한국대중음악상 최우수 댄스, 일렉트로닉 싱글부문을 수상한 실력과 뮤지션으로 경쾌한 멜로디와 긍정적인 가사로 많은 사랑을 받고 있다. 한편 '어반자카파'와 '페퍼톤스'를 비롯해 '에피톤프로젝트', '장기하와 얼굴들' 등 많은 인디밴드들이 연말 공연으로 팬들을 찾아갈 예정이다.

▶ 인디음반 판매 TOP 10 (10. 26. ~ 11. 10.)

순위	변동	아티스트	앨범명	제작사	유통사
1	New	어반자카파	(2집) 02	플렉서스뮤직	Universal Music
2	▽1	10cm	(2집) 2.0	텐뮤직	Mirrorball Music
3	New	해리빅버튼	(1집) King's Life	하드보일드뮤직	SONY MUSIC KOREA
4	New	원모어찬스	(1집) First Album	Snow Music	Mirrorball Music
5	▽2	딕펍스	(1집) Dickpunk	음악 창작단 해적	YDCT
6	△5	어반자카파	(1집) 01	플렉서스뮤직	Mirrorball Music
7	▽5	Lucia	(EP) Décalcomanie	파스텔뮤직	브라운이엔터테인먼트
8	▽2	에피톤 프로젝트	(2집) 낯선 도시에서의 하루	파스텔뮤직	KT뮤직
9	▽1	3호선 버터플라이	(4집) Dreamtalk	쌍나팔 / 비트볼뮤직	비트볼뮤직
10	▽5	어반자카파	(EP) Beautiful Days	플렉서스뮤직	Mirrorball Music

* 출처 : 인디고차트50 (<http://music.daum.net/musicbar/>)

▶ 인디음반 판매 TOP 10 (11. 11. ~ 11. 25.)

순위	변동	아티스트	앨범명	제작사	유통사
1	New	페퍼톤스	(EP) Open Run	안테나뮤직	CJ E&M
2	▽1	어반자카파	(2집) 02	플렉서스뮤직	Universal Music
3	New	이지형	(3집) 청춘마끼아토	해피로봇레코드	해피로봇레코드
4	▽2	10cm	(2집) 2.0	텐뮤직	Mirrorball Music
5	△1	어반자카파	(1집) 01	플렉서스뮤직	Mirrorball Music
6	▽2	원모어찬스	(1집) First Album	Snow Music	Mirrorball Music
7	▽2	딕펍스	(1집) Dickpunk	음악 창작단 해적	YDCT
8	New	9와 숫자들	(EP) 유예	파고뮤직	파고뮤직
9	△10	제이레빗	(2집) Looking Around	Friendz.net	Mirrorball Music
10	▽7	해리빅버튼	(1집) King's Life	하드보일드뮤직	SONY MUSIC KOREA

* 출처 : 인디고차트50 (<http://music.daum.net/musicbar/>)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01
출판

02
만화

03
음악

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니
메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식
정보

11월 노래연습장 차트에서는 로이킴, 정준영의 ‘먼지가 되어’가 1위로 올라왔다. 원곡의 높은 작품성에 로이킴, 정준영의 스타성이 더해지면서 폭발적인 인기를 얻고 있다. 2위를 차지한 ‘말리꽃’과 11계단 상승하며 3위를 차지한 ‘응급실’, 8위의 ‘My son’까지 슈퍼스타K를 통해 방송되었던 4곡이 순위에 들며 지난 달 음원 차트에서의 강세를 노래연습장 차트에서 이어나가고 있다. 전문적인 훈련을 받지 않은 일반인의 무대를 감상하고 평가하는 오디션 프로그램의 특성 상, 경연에서 보여준 노래가 노래연습장에서 많은 사랑을 받는 것으로 생각된다. 상대적으로 남자가수의 노래가 상위권에 랭크되는 노래연습장 차트에서 에일리의 ‘보여줄게’가 6위에 이름을 올렸고, 종합차트 1위를 차지한 ‘1,2,3,4’도 8위로 선진했다.

11월 차트에는 ‘이러지마 제발’, ‘남자 없이 잘 살아’ 등 5곡의 신곡을 포함해 올해 발매된 총 11곡의 노래가 새롭게 순위에 이름을 올린 것으로 나타났다.

▶ 노래연습장 TOP 15 (11월)

순위	변동	곡명	앨범명	아티스트	발매일
1	△10	먼지가 되어	슈퍼스타K 4 TOP12 Part 1	로이킴, 정준영	2012.10.15.
2	△1	말리꽃	Confession	이승철	2001.03.23.
3	△11	응급실	쾌걸춘향 OST	이지(izi)	2005.01.20.
4	-	All For You	응답하라 1997 Love Story Part.1	정은지, 서인국	2012.08.28.
5	▽4	강남스타일	싸이6甲 Part.1	싸이	2012.07.15.
6	New	보여줄게	Invitation	에일리	2012.10.16.
7	△9	Officially Missing You	re:code Episode I	릭스, 소유	2012.11.01.
8	New	My Son	슈퍼스타K 4 TOP12 Part 1	유승우	2012.10.15.
9	New	1,2,3,4	1,2,3,4	이하이	2012.10.29.
10	New	이러지마 제발	3집 The 3rd Album Part 1	케이월	2012.10.11.
11	▽5	바람기억	Principle Of My Soul	나얼	2012.09.20.
12	▽7	그XX	One of a Kind	G-Dragon	2012.09.15.
13	▽1	너를 위해	Story Of Two Years	임재범	2000.05.16.
14	New	남자 없이 잘 살아	Independent Women Part III	miss A	2012.10.15.
15	▽2	애인... 있어요	Ma Non Tanto	이은미	2005.10.24.

* 출처 : 가온차트 (www.gaonchart.co.kr)



11월 음악 관련 프로그램 시청률에서는 11월 18일 방영을 시작한 'K팝 스타 시즌2'가 13%라는 높은 평균 시청률을 기록하며 1위에 올랐다. 'K팝 스타'는 국내 3대 아이돌 기획사의 대표 제작자와 가수가 심사위원으로 출연하며 화제를 모았고, 10대, 20대 젊은 층의 참가와 시청이 매우 높은 인기 프로그램이다. 또한 이하이, 15&같은 시즌1의 주요 참가자들이 잇따라 성공적으로 데뷔하며 시즌2에 대한 기대감을 한껏 끌어올렸다. '가요무대'는 여전히 10%대의 시청률을 안정적인 시청률을 보였고, MBC의 오디션 프로그램 '위대한 탄생 3'도 음악 프로그램으로서는 높은 9%대의 시청률을 올리며 선전했다.

▶ 음악 관련 프로그램 시청률 (11월)

분류	프로그램명	방송사	최초방영일	시청률(%)					
			방영시간	가구	남자	여자	13-18	19+	60+
댄스 + 아이돌 중심	SBS 인기가요	SBS	1991. 12. 15. 일/ 오후 3:40	4.146	1.231	2.431	2.666	1.755	1.210
	뮤직뱅크	KBS	2001. 02. 15. 금/ 오후 6:10	4.178	1.239	2.203	2.343	1.608	1.422
	쇼! 음악중심	MBC	2005. 10. 29. 토/ 오후 4:00	3.438	0.976	1.881	2.062	1.370	1.327
	M! COUNTDOWN	Mnet	2004. 07. 29. 목/ 오후 6:00	0.109	0.036	0.061	0.097	0.045	0.026
	더 쇼 : 올뉴 케이팝	SBS MTV	2012. 03. 23. 금/ 오후 8:00	0.008	0.002	0.004	0.001	0.003	0.004
경연 + 버라이어티	불후의 명곡	KBS	2012. 04. 07. 토/ 오후 6:15	9.200	2.938	4.499	1.724	4.168	6.557
	나는 가수다 시즌2	MBC	2012. 04. 29. 일/ 오후 6:20	5.101	1.949	2.367	0.981	2.470	2.262
	K팝 스타 시즌2	SBS	2012. 11. 18. 일/ 오후 4:55	13.378	5.478	7.750	7.704	6.346	3.989
	슈퍼스타K 4	Mnet	2012. 08. 17. 금/ 오후 11:00	5.788	2.104	3.873	5.145	2.912	0.646
	내 생애 마지막 오디션	KBS	2012. 09. 28. 금/ 오후 8:50	4.492	1.505	2.245	1.002	1.993	2.021
초대손님 + 토크쇼	위대한 탄생 3	MBC	2012. 10. 09 금/ 오후 9:55	9.342	3.213	5.307	2.892	4.622	3.637
	유희열의 스케치북	KBS	2009. 04. 24. 금/ 밤 12:15	2.635	0.785	1.450	0.470	1.280	0.971
	아름다운 콘서트	MBC	2010. 11. 06. 일/ 밤 12:50	0.436	0.111	0.248	0.038	0.218	0.131
	윤도현의 MUST	Mnet	2011. 07. 05. 토/ 밤 12:00	0.131	0.046	0.073	0.108	0.060	0.103
	MTV The Stage Big Pleasure	SBS MTV	2010. 10. 01. 수/ 오후 10:30	0.010	0.003	0.005	0.001	0.004	0.008
	리모콘	MBC MUSIC	2012. 05. 23. 수/ 밤 12:00	0.023	0.011	0.011	0.014	0.011	0.010
	스페이스 공감	EBS	2005. 01. 23. 수, 목/ 밤 12:35	0.197	0.054	0.084	0.008	0.084	0.087
	쇼! 챔피언	MBC MUSIC	2012. 02. 14. 화/ 오후 6:00	0.061	0.015	0.034	0.049	0.023	0.013
	이한철의 올댓뮤직	KBS	2010. 12. 20. 월/ 밤 12:40	0.025	0.015	0.022	0.000	0.019	0.022
	뮤직 트라이앵글	Mnet	2012. 09. 19. 수/ 오후 6:00	0.072	0.011	0.047	0.041	0.030	0.016
가곡 + 복고	가요무대	KBS	1985. 11. 04. 월/ 오후 10:00	10.749	3.153	3.654	0.126	4.148	12.528
	콘서트7080	KBS	2004. 11. 06. 일/ 오후 11:10	4.479	1.432	2.091	0.447	2.071	3.079

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치(본방 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

유튜브 K-POP 조회수 순위(11월 신규등록)에서는 소녀시대의 여섯 번째 일본 싱글 'FLOWER POWER'가 1위에 올랐으나, 조회수는 10월 1위를 차지한 'Ice Cream'보다 8천만 건 가량 감소한 9,640만 건에 불과했다. '강남스타일'의 전 세계적인 인기가 과급되지 못하고 싸이와 뮤직비디오에 출연한 특정 인물에게만 집중되는 것이 아닌지 우려된다. K팝 스타 출신 이하이의 '1,2,3,4'가 2위, SM엔터테인먼트의 'YOUNIQUE UNIT'의 'MAXSTEP'이 3위를 차지했다.

K-POP 누적 조회수에서는 '강남스타일'이 1개월 만에 2억 5374만 건의 조회수를 추가하며 11월 24일 역대 조회수 1위에 등극했다. 매일 새로운 역사를 써내려가고 있는 '강남스타일'은 12월 7일 9억 뷰를 돌파했으며 12월 22일 10억뷰를 기록했다. 7월 15일에 업로드된 이 뮤직비디오는 매 시간마다 100만 뷰라는 기록을 세웠고, 161일만에 전세계 최초로 10억 뷰라는 대기록을 달성했다. 9억9500만 뷰에서 10억 뷰에 도달하는데에는 불과 3시간이 걸렸다.

▶ K-POP 유튜브 조회수 TOP 15 (11월)

순위	곡명	아티스트	종류	업로더	등록일자	조회수
1	FLOWER POWER	소녀시대	뮤직비디오	SMTOWN	10. 31.	9,639,529
2	1.2.3.4	이하이	뮤직비디오	OfficialLEEHI	10. 28.	6,667,539
3	MAXSTEP	YOUNIQUE UNIT	뮤직비디오	SMTOWN	10. 30.	3,499,128
4	FLOWER POWER Dance Ver.	소녀시대	뮤직비디오	SMTOWN	10. 04.	2,644,666
5	걸어 본다	B1A4	뮤직비디오	chB1A4	11. 12.	1,485,100
6	야누스	보이프렌드	뮤직비디오	starshipTV	11. 07.	1,257,936
7	Humanoids	동방신기	뮤직비디오	SMTOWN	11. 26.	1,110,833
8	Humanoids	동방신기	뮤직비디오 티저	SMTOWN	11. 19.	1,032,423
9	남자가 다 그렇지 뭐	김종국	뮤직비디오	CJENMMUSIC	10. 31.	889,331
10	눈물이 주르륵	손담비	뮤직비디오	pledisartist	11. 11.	703,312
11	되돌리다	이승기	뮤직비디오	LOENENT	11. 21.	671,312
12	카페인	양요섭	뮤직비디오 티저	beastofficial	11. 23.	585,881
13	1.2.3.4	이하이	무대 영상	OfficialLEEHI	11. 04.	554,963
14	60초	김성규	뮤직비디오	woolliment	11. 18.	533,592
15	1.2.3.4	이하이	무대 영상	Mnet	11. 08.	532,162

* 출처 : Youtube(www.youtube.com), 11월 30일 기준(10월 31일 ~ 11월 30일 등록 동영상)

▶ K-POP 유튜브 누적 조회수 TOP 15 (11월 30일 기준)

순위	변동	곡명	아티스트	종류	업로더	등록일자	조회수	변동(10.31대비)
1	-	GANGNAM STYLE	PSY	뮤직비디오	officialpsy	2012. 07. 15.	852,214,101	253,747,628
2	-	오빤 딱 내 스타일	PSY (ft. HYUNA)	뮤직비디오	officialpsy	2012. 08. 14.	170,861,933	51,518,469
3	-	Gangnam style	PSY	무대 영상	CapsuleHD20	2012. 07. 16.	156,055,510	38,746,058
4	-	Gee	소녀시대	뮤직비디오	sment	2009. 06. 08.	92,454,159	2,309,704
5	-	THE BOYS	소녀시대	뮤직비디오	SMTOWN	2011. 10. 18.	62,975,262	2,131,680
6	△1	Oh!	소녀시대	뮤직비디오	sment	2010. 01. 26.	59,174,058	1,364,396
7	△1	I AM THE BEST	2NE1	뮤직비디오	2NE1	2011. 06. 27.	59,055,395	2,393,869
8	▽2	Nobody	Wonder Girls	무대 영상	Mnet	2008. 11. 18.	58,880,970	259,338
9	-	Mr.Simple	슈퍼주니어	뮤직비디오	SMTOWN	2011. 08. 03.	56,020,651	1,362,411
10	-	FANTASTIC BABY	BIGBANG	뮤직비디오	BIGBANG	2012. 03. 06.	52,982,349	4,612,436
11	New	GANGNAM STYLE	PSY	무대 영상	officialpsy	2012. 08. 29.	45,819,997	14,339,309
12	▽1	BONAMANA(미인아)	슈퍼주니어	뮤직비디오	sment	2010. 05. 11.	44,413,864	796,354
13	▽1	Run Devil Run	소녀시대	뮤직비디오	sment	2010. 03. 16.	44,000,711	849,405
14	△1	Bubble Pop	HYUNA	뮤직비디오	4minuteofficial	2011. 07. 04.	42,535,963	3,328,822
15	▽2	SORRY, SORRY	슈퍼주니어	뮤직비디오	sment	2009. 06. 07.	41,699,862	613,724

* 출처 : Youtube(www.youtube.com), 11월 30일 기준



11월 음악 어플리케이션 이용 현황에 따르면 ‘곰오디오’가 전월대비 18만명이 증가한 319만명으로 1위에 올랐다. Apple의 ‘iTunes’는 256만명으로 2위를 차지했으나 순방문자는 20만명 가량 줄어든 것으로 나타났다. 3위를 차지한 ‘알송’까지 음악 재생 어플리케이션의 이용자가 다른 어플리케이션에 비해 압도적으로 많았다.

‘멜론’은 온라인 기반 음악 재생 어플리케이션으로는 유일하게 순이용자 100만명을 넘겼고, 월평균이용시간도 1,765분으로 비교적 높은 것으로 나타났다. ‘윈앰프’는 전월에 이어 월평균이용시간(6,449분)과 평균재방문일수(11.6일)이 가장 높은 어플리케이션이었고, ‘SBS 고릴라’, ‘miniMBC’, ‘KBS Kong’등 방송 3사의 실시간 플레이어들의 월평균이용시간이 높게 나오는 점도 10월과 동일했다. ‘다음 뮤직 플레이어’는 순방문자 증가율이 가장 높았고, ‘싸이월드 뮤직 플레이어’는 싸이월드 침체와 맞물려 순방문자가 가장 많이 감소한 것으로 나타났다.

➤ PC 음악 어플리케이션 서비스

1. PC 음악 어플리케이션 이용 현황 (11월)

순위	공급자	어플리케이션	순이용자 ⁶⁾	도달률 (%) ⁷⁾	일평균 이용자 ⁸⁾	핵심이용자 ⁹⁾	월평균이용 시간(분) ¹⁰⁾	평균재방문 일수(일) ¹¹⁾	순방문자 증감률(%)
1	Gomtv	Gomaudio	3,190,984	9.6	392,548	585,489	730	3.7	5.7
2	Apple	iTunes	2,561,554	7.7	350,729	392,581	594	4.1	-7.8
3	Altools	Alsong	2,475,026	7.4	346,826	563,264	990	4.1	-0.5
4	Melon	SKT MelonPlayer	1,359,144	4.1	216,639	387,973	1,765	5.2	6.4
5	Naver	Naver MusicPlayer	655,850	2.0	33,641	4,696	24	1.6	4.8
6	Daum	Daum MusicPlayer	585,263	1.8	25,500	13,590	24	1.3	18.2
7	Winamp	Winamp	379,083	1.1	148,539	233,112	6,449	11.6	-6.8
8	Sbs	SBS 고릴라 3.0	344,893	1.0	65,861	102,846	1,984	6.0	-24.4
9	Imeps	I-meps Player	324,291	1.0	60,154	102,526	945	5.9	0.2
10	Imbc	miniMBC	321,940	1.0	83,376	149,211	2,628	7.9	26.4
11	Cyworld	Cyworld Music Player	185,892	0.6	12,766	9,006	113	2.1	-26.2
12	Kbs	KBS Kong	173,064	0.5	47,005	77,113	2,728	7.9	11.5
13	Bugs	Bugsplayer	148,950	0.5	12,879	11,734	310	2.6	-4.2
14	Cbs	레인보우	125,535	0.4	33,719	78,998	2,658	8.2	-10.6
15	Ollehmusic	Olleh Music Player	91,455	0.3	20,435	36,554	5,289	7.5	-0.4
16	Cowon	Cowon JetAudio	87,333	0.3	8,186	4,669	253	2.9	13.3
17	Mnet	Mnet M player	62,136	0.2	22,863	45,773	5,819	10.9	16.2

* PC기반 멀티미디어 어플리케이션 중 월평균 이용시간 100분 이상의 음악 위주 어플리케이션을 대상으로 집계
 * 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임
 * 출처 : 닐슨 코리아 클릭

6) 순이용자 : 어플리케이션을 사용하는 중복되지 않은 인터넷 사용자의 수
 7) 도달률 : 국내 인터넷 사용자 중 어플리케이션을 이용한 경험이 있는 중복되지 않은 이용자의 비율 (App. 이용자 / 국내 인터넷 사용자 수)
 8) 일평균이용자 : 개별 App.의 일 평균 이용자 규모를 의미
 9) 핵심이용자 : 해당 장르별 전체 App.에서 월평균이용시간과 평균재방문일수의 중간값을 각 App.에 적용하여 두 기준 모두 중간값 이상의 활동성을 보이는 이용자를 의미
 10) 월평균이용시간 : 한 달 동안 Application을 이용한 평균 시간
 11) 평균재방문일수 : 전체 인터넷 사용자 중 해당 App.를 쓰고 있는 이용자가 한 달 동안 1인 평균 App.을 이용하는 일수



PC 기반 음악 어플리케이션 이용자수 추이를 살펴보면 11월에는 이용자수 감소폭이 완화되었음을 알 수 있다. '곰오디오'를 비롯해 상위 6위권의 어플리케이션 중 4개의 순이용자가 증가했고, 7월 이후 지속적으로 감소하던 '멜론'도 반등에 성공했다. 그러나 작년 12월과 비교하면 모든 어플리케이션의 이용자수가 대폭 감소했다. 'iTunes'는 가장 많은 200만명이 줄어들었고 1위인 '곰오디오'도 100만명의 감소폭을 그렸다. 이처럼 음악 재생 프로그램이나 온라인 음악 서비스 프로그램 등 종류를 가리지 않고 어플리케이션 이용자가 감소하고 있는데 스마트폰을 통한 모바일 기기의 이용이 일상화되면서 벌어지는 현상으로 파악된다.

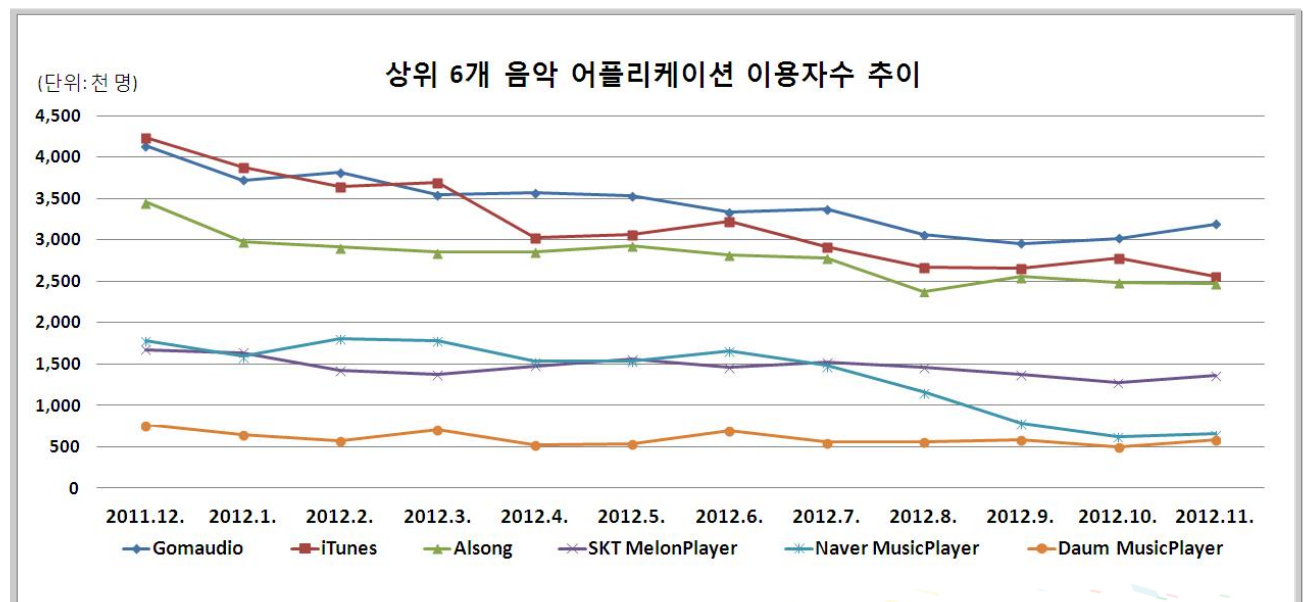
2. PC 음악 어플리케이션 이용자수 추이 (2011. 12. ~ 2012. 11.)

(단위: 천 명)

순위	어플리케이션	2011.12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
1	Gomaudio	4,140	3,724	3,814	3,541	3,569	3,534	3,335	3,369	3,065	2,958	3,018	3,191
2	iTunes	4,243	3,882	3,648	3,688	3,033	3,064	3,231	2,913	2,673	2,656	2,777	2,562
3	Alsong	3,456	2,979	2,912	2,851	2,856	2,933	2,818	2,785	2,379	2,554	2,488	2,475
4	SKT MelonPlayer	1,677	1,640	1,428	1,377	1,478	1,559	1,459	1,517	1,464	1,372	1,277	1,359
5	Naver MusicPlayer	1,787	1,595	1,807	1,785	1,532	1,534	1,663	1,480	1,160	782	626	656
6	Daum MusicPlayer	765	645	575	714	525	533	700	555	563	590	495	585
7	Winamp	561	468	404	403	422	471	432	405	372	390	407	379
8	SBS 고릴라 3.0	773	557	593	616	600	612	648	620	586	476	456	345
9	l-meps Player	523	479	397	352	356	484	368	362	380	346	324	324
10	miniMBC	375	321	322	258	250	335	262	301	339	279	255	322
11	Cyworld Music Player	740	630	593	601	485	458	324	307	278	190	252	186
12	KBS Kong	179	171	157	166	240	228	159	195	178	155	155	173
13	Bugsplayer	267	208	261	237	208	250	183	155	157	132	155	149
14	레인보우	174	196	190	178	190	198	148	144	152	133	140	126
15	Olleh Music Player	203	171	171	208	266	195	151	118	92	108	92	91
16	Cowon JetAudio	102	118	57	61	83	80	61	68	62	49	77	87
17	Mnet M player	134	103	122	84	102	99	62	61	45	46	53	62

* 이용자수가 줄어드는 현상은 스마트폰을 통한 음악 어플리케이션 이용이 증가하기 때문으로 추정됨

* 출처 : 님스 코리아클릭





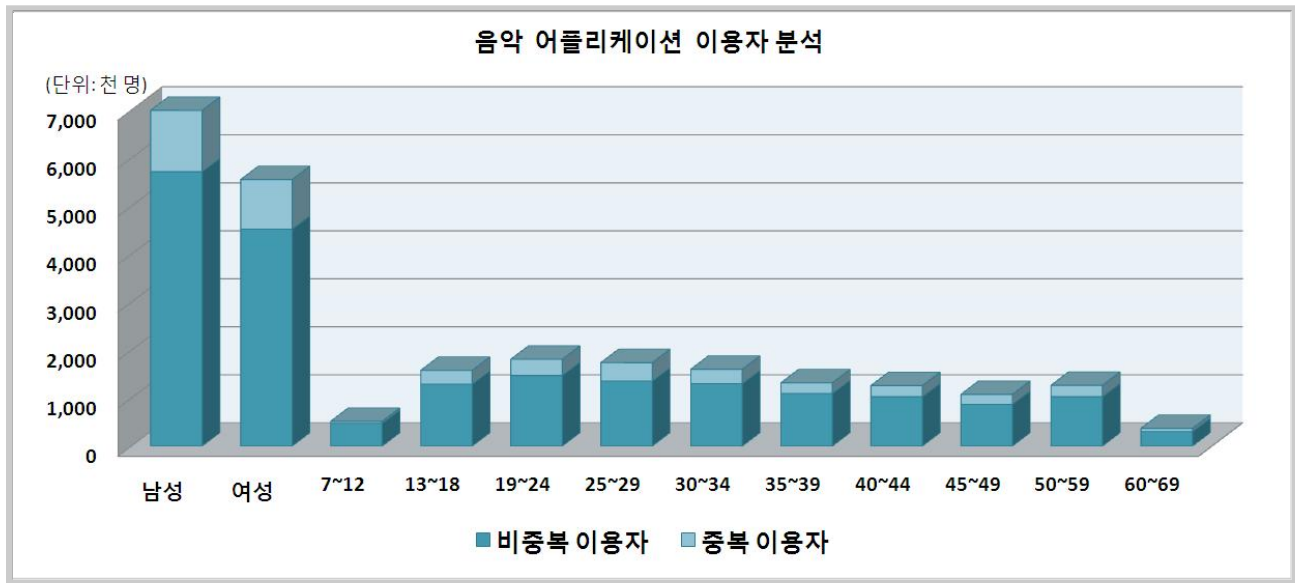
17개 서비스를 대상으로 한 11월 음악 어플리케이션 이용자는 1,307만명으로 추정되었다. 이 중 비중복 이용자는 1,024만명이고 중복 이용자는 231만명이다. 연령별로는 '25~29세'가 189만명으로 가장 많은 이용자수를 기록했고, 186만명의 '19~24세'가 뒤를 이었다. PC 어플리케이션 이용자 조사인 만큼 PC 이용률이 떨어지는 '60~69세' 이용자가 가장 적은 것으로 나타났다. 성별로는 비중복 이용자와 중복 이용자 모두 남성이 여성보다 많은 것으로 나타났다.

3. 성별 / 연령별 PC 음악 어플리케이션 이용자 (11월)

(단위: 천 명)

구분	순이용자	도달률(%)	남성	여성	7~12	13~18	19~24	25~29	30~34	35~39	40~44	45~49	50~59	60~69
비중복 이용자	10,239	30.7	5,718	4,521	478	1,292	1,474	1,357	1,303	1,097	1,030	872	1,031	305
중복 이용자	2,308	6.9	1,276	1,032	40	286	336	382	300	222	232	207	237	67
총 이용자	13,072	39.2	7,314	5,758	528	1,660	1,855	1,886	1,646	1,378	1,299	1,116	1,328	376

* 3개 이상 서비스의 중복이용자로 인해 '비중복 이용자'와 '중복이용자'의 합계 수치는 '총이용자'와 일치하지 않음
 * 출처 : 님스 코리아클릭



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

11월에는 290장의 앨범에서 총 1,393곡이 방송심의를 받아 전월대비 앨범 62장과 노래 127곡이 증가했다. 디지털 싱글보다 정규앨범을 선호하는 솔로, 인디 아티스트와 앨범 판매량이 높은 아이돌 그룹의 신보가 동시에 쏟아진 것이 원인으로 생각된다.

심의를 받은 앨범 중 '발라드'가 62장으로 가장 많은 앨범을 심의 받았고 '트롯(트로트)'과 '댄스'가 각각 57장, 49장으로 뒤를 이었다. '락', '힙합', '모던락', '포크'도 두 자리 수 이상의 앨범을 심의 받은 것으로 나타났다.

발매형태별 구분을 살펴보면 '디지털 싱글'로 발매된 앨범이 11월에도 가장 많았으나 그 비중은 전월에 비해 줄어들었다. 11월 발매된 290장의 앨범 중 '디지털 싱글'은 159장으로 전월대비 7장이 늘었으나, '일반(CD)'가 53장이거나 증가했기 때문이다. '일반(CD)'는 60%에 가까운 증가세를 보이며 올해 들어 처음으로 100장 이상이 심의를 받았다. '싱글(CD)'와 '컴필레이션(CD)'는 각각 2, 1장의 적은 양의 심의 건수를 기록했다.

▶ 음반 방송심의 통계

1. 월별 방송심의 건수 (2012. 1. ~ 2012. 11.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	합계
앨범	157	196	194	195	245	180	233	200	220	228	290	2,338
곡	548	607	657	673	890	659	740	696	861	1,266	1,393	8,990

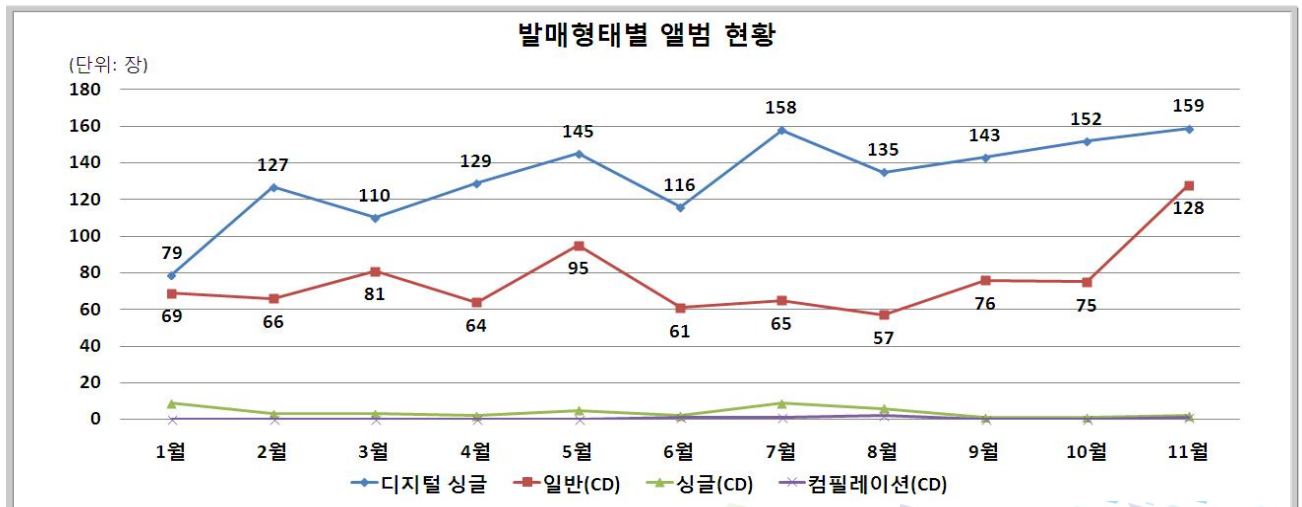
2. 장르별 방송심의 앨범 현황 (2012. 11.)

장르	댄스	발라드	트롯	힙합	락	락발라드	모던락	일렉트로닉	재즈	포크	펑크	하우스	레게	크로스오버	팝페라	알앤비	소울	OST	클래식, 기타	미분류	일반가요	합계
앨범	49	62	57	20	25	7	19	7	1	12	-	-	3	2	-	8	-	6	3	-	9	290
비율 (%)	17	21	20	7	9	2	7	2	0	4	-	-	1	1	-	3	-	2	1	-	3	100

3. 발매형태별 앨범 현황 (2012. 1. ~ 2012. 11.)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	합계
디지털 싱글	79	127	110	129	145	116	158	135	143	152	159	1,453
일반 (CD)	69	66	81	64	95	61	65	57	76	75	128	837
싱글 (CD)	9	3	3	2	5	2	9	6	1	1	2	43
컴필레이션 (CD)	-	-	-	-	-	1	1	2	-	-	1	5
합계	157	196	194	195	245	180	233	200	220	228	290	2,338

* 출처 : 한국음원제작자협회 (www.kapp.or.kr)





04 공연

11월 공연시장 종합 순위에서는 '오페라의 유령'이 10월에 이어 1위를 유지했다. 1차 티켓이 일찌감치 매진되고 2월 말까지 공연하는 2차 티켓이 오픈되면서 인기를 이어나가고 있다. 2001년 첫 공연 이래 지금까지 총 90만명의 관객을 동원한 '오페라의 유령'은 이번 공연으로 100만명 돌파가 확실시된다. 오스트리아 제국의 루돌프 황태자와 연인 마리 베체라의 비극적인 사랑을 다룬 '황태자 루돌프'는 국내 초연임에도 불구하고 관객들의 좋은 평가와 입소문이 퍼지면서 2위로 두 단계 상승했다. 3위는 뮤지컬 '아이다'가 차지했다. 팝의 거장 엘튼 존과 뮤지컬 음악의 전설적인 작사가 팀 라이스가 음악을 맡아 초연 당시 토니상과 그래미상을 수상한 바 있는 대작 뮤지컬로, 이번 국내 세 번째 공연에서는 브로드웨이 오리지널 세트를 가져와 완성도를 더욱 높였다.

여름 공연 시장에서 큰 성공을 거둔 '번개맨의 비밀' 앵글 공연이 5위로, 어린이 TV 프로그램 '파워레인저 캡틴포스'가 9위로 새롭게 진입해 겨울방학을 앞두고 어린이 뮤지컬이 속속 등장하는 모습이다. 뿐만 아니라 아이돌 스타를 전면에 내세운 '캐치 미 이프 유 캔'(6위), 크리스마스 발레 공연의 대명사 '호두까기 인형'(12위), 인기 마술사 이은결의 'THE ILLUSION'(23위)' 등 연말 특수를 맞아 다양한 공연들이 관객들의 사랑을 받고 있다.

▶ 공연시장 종합 TOP 20 (11월)

순위	변동	공연명	공연장	점유율	장르	공연기간
1	-	뮤지컬 <오페라의 유령> - 25주년 기념 내한공연	블루스퀘어 삼성전자홀	5.5%	뮤지컬	2012.12.07. ~ 2013.02.28.
2	△2	뮤지컬 <황태자 루돌프>	충무아트홀 대극장	4.8%	뮤지컬	2012.11.10. ~ 2013.01.27.
3	△5	뮤지컬 <아이다>	디큐브 아트센터	4.5%	뮤지컬	2012.11.27. ~ 2013.01.31.
4	▽1	뮤지컬 <맨 오브 라만차>	샤롯데씨어터	3.3%	뮤지컬	2012.06.19. ~ 2012.12.31.
5	New	뮤지컬 <번개맨의 비밀>	코엑스 오디토리움	2.7%	뮤지컬	2012.12.24. ~ 2013.01.23.
6	New	뮤지컬 <캐치 미 이프 유 캔>	성남아트센터 오페라하우스	2.2%	뮤지컬	2012.12.14. ~ 2013.02.09.
7	▽2	옥탑방고양이 - 대학로	대학로 토티홀	2.2%	연극	2010.04.06. ~ 2012.12.31.
8	▽6	뮤지컬 <영웅>	블루스퀘어 삼성전자홀	2.1%	뮤지컬	2012.10.16. ~ 2012.11.18.
9	New	액션라이브쇼 <파워레인저 캡틴포스>	어린이대공원 내 돔아트홀	1.5%	뮤지컬	2012.12.22. ~ 2013.01.27.
10	▽5	국민연극 라이어 1탄 - 해피씨어터 (대학로)	대학로 해피씨어터	1.5%	연극	2012.03.12. ~ 2012.12.31.
11	△11	연극 나쁜자석 - OUR BAD MAGNET	대학로 아트원씨어터 1관	1.4%	연극	2012.11.07. ~ 2013.01.27.
12	▽5	뮤지컬 레미제라블 - 용인	용인 포온아트홀	1.3%	뮤지컬	2012.11.03. ~ 2012.11.25.
13	△5	뮤지컬 레미제라블 - 대구	대구계명아트센터	1.3%	뮤지컬	2012.12.07. ~ 2013.01.20.
14	△10	뮤지컬 리걸리 블론드	코엑스아트홀 현대아트홀	1.3%	뮤지컬	2012.11.17. ~ 2013.03.17.
15	△12	유니버설발레단 <호두까기인형>	유니버설아트센터	1.2%	국악무용	2012.12.21. ~ 2012.12.31.
16	△5	장진의 <서툰 사람들>	대학로 아트원씨어터 2관	1.1%	연극	2012.06.05. ~ 2012.12.31.
17	△23	이은결의 <THE ILLUSION>	블루스퀘어 삼성카드홀	0.9%	뮤지컬	2012.11.10. ~ 2012.12.02.
18	New	뮤지컬 레베카 (REBECCA)	LG아트센터	0.8%	뮤지컬	2013.01.12. ~ 2013.03.31.
19	△29	뮤지컬 락 오브 에이지	올림픽공원 우리금융아트홀	0.8%	뮤지컬	2012.11.13. ~ 2013.02.03.
20	New	그와 그녀의 목요일	예술의전당 자유소극장	0.8%	연극	2012.11.23. ~ 2012.12.30.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 11. 1. ~ 11. 30. 판매매수 기준)

01

출판

02

만화

03

음악

04

공연

05

게임

06

영화

07

애니메이션

08

캐릭터

09

방송

10

광고

11

지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

〈뮤지컬〉 분야에서는 ‘오페라의 유령’이 1위를, ‘황태자 루돌프’와 ‘아이디’가 2, 3위를 차지했다. 〈뮤지컬〉과 종합 분야의 TOP 3 순위가 일치하는 현상은 11월에도 계속되어 공연시장에서 뮤지컬의 강세가 지속되고 있음을 알 수 있다. 11월에는 5위와 9위로 새롭게 진입한 ‘캐치 미 이프 유 캔’과 ‘리걸리 블론드’처럼 티켓 파워를 앞세운 아이돌 스타의 뮤지컬 진출이 활발하게 이루어졌다. 한편, 세계 4대 뮤지컬로 불리며 오랜 시간 사랑받아온 ‘레미제라블’의 한국어 초연 공연도 12월 동명의 영화 개봉을 앞두고 용인과 대구 공연이 순위에 들었다.

〈연극〉에서는 ‘옥탑방고양이(대학로)’와 ‘국민연극 라이어 1탄 - 대학로’가 1, 2위를 유지한 가운데 ‘나쁜 자석’이 3위로 올라왔다. 네 소년의 9살, 19살, 29살의 성장 과정을 보여주며 현대인의 외로움과 고독을 그린 작품으로, 로 맨스나 코미디 장르가 대체를 이루고 있는 연극 시장에서 보기 드문 정통 연극이다. 배종옥, 조재현 등 인기 배우들이 출연하는 ‘그와 그녀의 목요일’과 코엑스에서 선보이는 ‘라이어 1탄’이 각각 5, 7위로 새롭게 진입했다.

▶▶ 공연시장 분야별 TOP 10 (11월)

1. 뮤지컬

순위	변동	공연명	공연장	구분	점유율	공연기간
1	-	뮤지컬 <오페라의 유령> - 25주년 기념 내한공연	블루스퀘어 삼성전자홀	오리지널	8.7%	2012.12.07. ~ 2013.02.28.
2	△2	황태자 루돌프	충무아트홀 대극장	라이선스	7.6%	2012.11.09. ~ 2013.01.27.
3	△3	뮤지컬 <아이디>	디큐브 아트센터	라이선스	7.1%	2012.11.27. ~ 2013.01.31.
4	▽1	뮤지컬 <앤 오브 라만차>	샤롯데씨어터	라이선스	5.3%	2012.06.19. ~ 2012.12.31.
5	New	뮤지컬 <캐치 미 이프 유 캔>	성남아트센터 오페라하우스	라이선스	3.4%	2012.12.14. ~ 2013.02.09.
6	▽4	뮤지컬 <영웅>	블루스퀘어 삼성전자홀	창작	3.3%	2012.10.16. ~ 2012.11.18.
7	▽2	뮤지컬 레미제라블 - 용인	용인 포은아트홀	라이선스	2.1%	2012.11.03. ~ 2012.11.25.
8	△3	뮤지컬 레미제라블 - 대구	대구계명아트센터	라이선스	2.0%	2012.12.07. ~ 2013.01.20.
9	New	뮤지컬 리걸리 블론드	코엑스아트홀 현대아트홀	라이선스	2.0%	2012.11.17. ~ 2013.03.17.
10	New	이온결의 <THE ILLUSION>	블루스퀘어 삼성카드홀	창작	1.4%	2012.11.10. ~ 2012.12.02.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 11.1. ~ 11.30. 판매매수 기준)

2. 연극

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	-	옥탑방고양이 - 대학로	대학로 틴틴홀	9.6%	2010.04.06. ~ 2012.12.31.
2	-	국민연극 라이어1탄 - 대학로	해피씨어터	6.6%	2012.03.12. ~ 2012.12.31.
3	△5	연극 나쁜 자석 - OUR BAD MAGNET	강남역 강남아트홀1관	6.3%	2012.11.07. ~ 2013.01.27.
4	△3	장진의 〈서툰사람들〉	대학로 아트원씨어터 1관	4.9%	2012.06.05. ~ 2012.12.31.
5	New	그와 그녀의 목요일	예술의전당 자유소극장	3.6%	2012.11.23. ~ 2012.12.30.
6	▽3	코믹극 뉴보잉보잉 - 대학로	대학로 두레홀 3관	3.3%	2009.01.01. ~ 2012.12.23.
7	New	국민연극 라이어 1탄 - 강남 코엑스	코엑스아트홀	2.9%	2012.11.08. ~ 2013.02.03.
8	△3	거기-이것이 차.이.다2	대학로 아트원씨어터 3관	2.6%	2012.09.07. ~ 2013.02.24.
9	-	연애지침서 연극 옥탑방고양이 - 강남	강남 동양아트홀	2.3%	2012.03.02. ~ 2013.02.03.
10	△10	연극 〈친정엄마와2박3일〉 대구공연	대구엑스코 5층 오디토리움	2.1%	2012.12.08. ~ 2012.12.09.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 11.1. ~ 11.30. 판매매수 기준)



〈콘서트〉 티켓 판매 순위에서는 '2012 컬투 크리스말쇼'가 두 단계 상승해 1위에 올랐다. 컬투의 연말 콘서트는 7년 연속 예매 상위권을 기록 중인 콘서트계의 스테디셀러다. 2위는 슈퍼스타K의 심사위원으로도 많은 사랑을 받은 이승철의 2012 크리스마스 콘서트 'Rock'n Roll Tree'가, 3위는 군 제대 이후 첫 콘서트를 개최하는 박효신의 '2012 라이브 콘서트'가 차지했다. 11월 콘서트 차트에서는 크리스마스나 연말 공연이 순위를 점령하는 모습을 보였고, 순위에 들지 못한 많은 가수들도 각각 공연을 통해 팬들을 찾아갈 예정이다.

〈클래식/오페라〉에서는 크리스마스에 공연하는 '유키 구라모토와 친구들'이 1위로 올라섰다. 유키 구라모토는 내한공연마다 매진을 기록할 정도로 한국인이 사랑하는 뉴에이지 피아니스트이다. 한국을 대표하는 소프라노 조수미의 '2012 송년 음악회 조수미 콘서트'가 2위를 차지했고, 디즈니 애니메이션의 친숙한 명곡들을 오케스트라 편곡으로 새롭게 만날 수 있는 '디즈니 온 클래식'이 3위를 기록했다.

3. 콘서트

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	△2	2012 컬투 크리스말쇼	코엑스 Hall C	7.4%	2012.12.21. ~ 2012.12.31.
2	New	2012 이승철 크리스마스 콘서트 [Rock'n Roll Tree] - 서울	코엑스 Hall D	4.5%	2012.12.21. ~ 2012.12.24.
3	New	박효신 2012 라이브 콘서트	올림픽공원 체조경기장	4.0%	2012.12.28. ~ 2012.12.29.
4	▽2	2012 김범수 박정현 콘서트<그해, 겨울>	올림픽공원 체조경기장	3.4%	2012.12.23. ~ 2012.12.25.
5	New	성시경 연말 콘서트 <2012 마지막 하루>	올림픽공원 체조경기장	2.8%	2012.12.30. ~ 2012.12.31.
6	▽2	SAMUNGCARD SELECT 10 - 2012 THE신승훈 SHOW POP TOUR!	올림픽공원 SK핸드볼경기장	2.2%	2012.12.23. ~ 2012.12.25.
7	△4	YB&리쌍 콘서트 "닥공"	경희대학교 평화의전당	1.7%	2012.12.23. ~ 2012.12.25.
8	New	김장훈 원맨쇼 '아듀'	잠실실내체육관	1.6%	2012.12.20. ~ 2012.12.25.
9	New	Farewell 2011~2012 이문세 붉은노을	블루스퀘어 삼성카드홀	1.5%	2012.12.28. ~ 2012.12.31.
10	New	2012 넬 크리스마스 콘서트 'CHRISTMAS IN NELL 's ROOM VI'	잠실 학생체육관	1.4%	2012.12.24.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 11. 1. ~ 11. 30. 판매매수 기준)

4. 클래식/오페라

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	△2	유키 구라모토와 친구들	예술의전당 콘서트홀	5.1%	2012.12.25.
2	New	2012 송년음악회 조수미 콘서트	세종문화회관 대극장	2.9%	2012.12.30.
3	△3	디즈니 온 클래식	올림픽공원 내 올림픽홀	2.9%	2012.12.28.~2012.12.29.
4	▽3	모차르트 오페라 시즌	세종문화회관 M씨어터	2.6%	2012.11.17.~2012.11.26.
5	New	로맨틱콘서트 <어떤 하루>	세종문화회관 대극장	1.9%	2012.12.08.
6	New	파리나무십자가 소년합창단 크리스마스 특별 내한공연	예술의전당 콘서트홀	1.7%	2012.12.22.
7	New	파리나무십자가 소년합창단 크리스마스 특별 내한공연 - 강릉	강릉원주대학교 해람문화관(강릉캠퍼스)	1.6%	2012.12.20.
8	New	오페레타 박쥐	예술의전당 오페라극장	1.6%	2012.11.28.~2012.12.01.
9	▽2	2012 회원음악회 <두 남자의 헌정>- 대전	대전문화예술의전당 아트홀	1.6%	2012.12.02.
10	▽5	시카고 심포니 오케스트라	이천아트홀 대공연장	1.5%	2013.02.07.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 11. 1. ~ 11. 30. 판매매수 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

〈국악/무용 분야〉에서도 연말 공연의 강세가 이어졌다. 크리스마스를 배경으로 한 호프만의 원작 동화에 차이코프스키의 음악이 더해져 연말 발레극의 대표주자가 된 '호두까기 인형'은 1위부터 3위까지의 상위권을 독식했고, 10위권에 무려 7편을 올렸다. 그 중에서도 1986년 초연 이후 26번째 공연을 앞두고 있는 유니버설 발레단의 '호두까기 인형'은 33.2%라는 높은 점유율을 기록하며 10월에 이어 1위를 수성했다. 서울 공연에 앞서서 행해지는 대전 공연이 3위, 군포 공연이 5위, 원주 공연이 10위에 올라 국내 최고 수준으로 평가받는 유니버설 발레단의 '호두까기 인형'의 인기를 짐작케 한다. 12월 18일부터 25일까지 예술의전당에서 공연하는 국립발레단의 2012 송년발레 '호두까기 인형'은 2위에 올랐다. 같은 작품을 두고 벌어지는 국내 양대 발레단의 선의의 경쟁이 연말 관객들을 즐겁게 할 예정이다.

5. 국악/무용

순위	변동	공연명	공연장	점유율	공연기간
1	-	유니버설 발레단 <호두까기 인형>	유니버설아트센터	33.2%	2012.12.21. ~ 2012.12.31.
2	△1	2012 송년발레 <호두까기 인형>	예술의전당 오페라극장	12.3%	2012.12.18. ~ 2012.12.25.
3	△4	호두까기 인형 - 대전	대전문화예술의전당 아트홀	9.9%	2012.12.07. ~ 2012.12.09.
4	New	춤으로 그리는 동화 - 대전	대전문화예술의전당 앙상블홀	4.8%	2012.12.05. ~ 2012.12.08.
5	△3	유니버설 발레단 호두까기 인형 - 군포	군포시문화예술회관 수리홀	4.4%	2012.12.14. ~ 2012.12.15.
6	▽1	KDB대우증권 창립42주년 마린스키 발레 <백조의 호수>	세종문화회관 대극장	3.6%	2012.11.11. ~ 2012.11.13.
7	▽1	국립발레단 <백조의 호수>	예술의전당 오페라극장	3.0%	2012.12.07. ~ 2012.12.12.
8	New	발레 호두까기인형	영등포아트홀	2.3%	2012.12.21. ~ 2012.12.22.
9	New	호두까기인형 - 대구	대구오페라하우스	1.6%	2012.12.15.
10	New	가장 보고싶은 송년공연 유니버설발레단 호두까기 인형 - 원주공연	원주 백운아트홀	1.5%	2012.12.01.

* 출처 : 인터파크 티켓 (순위 집계: 11. 1. ~ 11. 30. 판매매수 기준)



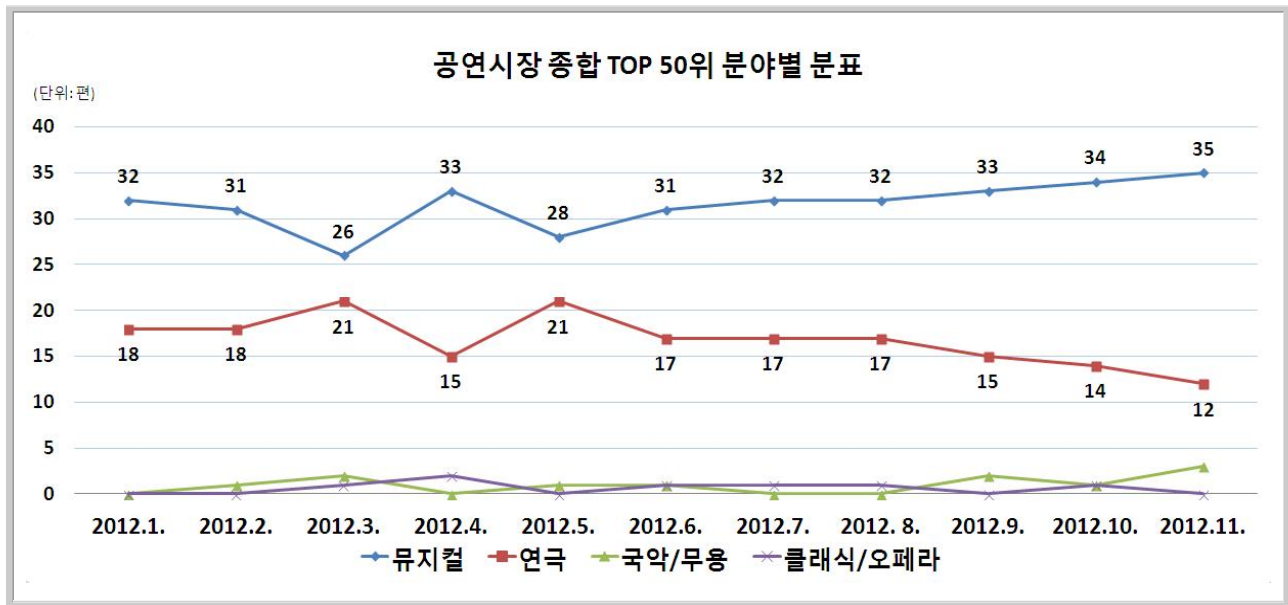
11월 공연시장 종합 50위의 분야별 분포를 살펴보면 <뮤지컬> 장르가 전월 대비 1편 많은 35편을 순위에 올려 올해 들어 가장 높은 비중을 기록했다. 연극, 가족과의 관람이 많아지는 겨울 공연 시장의 특성에 더불어 기존 인기 뮤지컬과 신작 뮤지컬의 흥행이 조화를 이룬 결과로 생각된다. <연극>은 2편 줄어든 12편이 순위에 올라, <뮤지컬>과의 격차가 더욱 벌어졌다. '호두까기 인형'의 활약에 힘입어 <국악/무용>은 올 들어 가장 많은 3편을 순위에 올랐다. 1월부터 11월까지의 누적 분포를 살펴보면 <뮤지컬>이 347편으로 63.1%, <연극>이 185편으로 33.6%를 기록해 두 장르 합계가 전체의 96%를 차지하는 것으로 나타났다.

▶ 공연시장 종합 TOP 50위 분야별 분포 (2012. 1. ~ 2012. 11)

순위	분야	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
1	뮤지컬	32	31	26	33	28	31	32	32	33	34	35
2	연극	18	18	21	15	21	17	17	17	15	14	12
3	국악/무용	0	1	2	0	1	1	0	0	2	1	3
4	클래식/오페라	0	0	1	2	0	1	1	1	0	1	0

* 콘서트는 인터파크 공연 랭킹에 포함되지 않아 분야별 분포에서 제외

* 출처: 인터파크 티켓, 한국콘텐츠진흥원 재구성



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



05 게임

11월 온라인게임 순위에서도 1위는 '리그 오브 레전드'의 차지였다. 전월 대비 2.3%p 증가하며 시간점유율 26%를 넘어선 '리그 오브 레전드'는 폭발적인 성장세를 보이며 단기간에 한국 게임 시장을 완전히 점령했다. 아이템과 마스터리 등에 있어 대대적인 개편을 앞두고 있는 시즌3가 시작되면 시간점유율이 더욱 상승할 것으로 예상되어 30%를 넘을 수 있을지 여부가 주목된다. 한편 라이엇 게임즈는 서비스 1주년과 대한민국 게임대상 인기상 수상을 기념하여 한국형 신 스킨을 발매하고 챔피언과 스킨을 지급하는 등 다양한 이벤트를 계획 중에 있다.

축제분위기인 '리그 오브 레전드'와 달리 다른 게임들의 어려움은 커지고 있는 실정이다. 4주년을 맞아 각종 이벤트와 함께 4.0 업데이트를 예고한 '아이온'을 제외하면 16위 안에 오른 모든 게임의 시간 점유율이 하락한 것으로 나타났다. 2위인 '블레이드 & 소울'은 콘텐츠를 지속적으로 추가하고 있으나 유저의 기대에 미치지 못하면서 0.38%p 감소했다. 3위를 차지한 '피파온라인2'는 전월과 큰 차이 없는 7.80%로 선전했으나 내년 3월 서비스 종료를 앞두고 있는 데다, 12월 18일부터는 후속작인 '피파온라인3'의 오픈베타 서비스가 시작될 예정이라 유저 이탈을 피할 수 없을 전망이다. '리그 오브 레전드'의 사례와 20위권에 위치한 게임 대다수가 4년 이상 서비스하고 있다는 점을 고려해볼 때, 국내 제작사들이 기존의 성공모델을 답습하는데 급급해 시장의 변화를 읽어내지 못한 것이 고전의 원인으로 생각된다.

11월 TOP 20위 게임의 이용시간 합계는 5,534,783시간으로 전월 대비 소폭 하락했고(-80,633시간), 격돌의 바람 업데이트 후 증가한 이용자를 유지하지 못한 '리니지'를 제외하면 이렇다 할 순위의 변동은 없었다.

▶ 온라인게임 종합 TOP 20 (11월)

순위	변동	게임명	장르	이용시간 (시간)	시간점유율		평균체류 시간(분)	개발사	유통사
					점유율	증감률			
1	-	리그 오브 레전드	RTS	1,703,628	26.07%	2.31%p	115	라이엇 게임즈	라이엇 게임즈
2	-	블레이드 & 소울	RPG	734,400	11.24%	-0.38%p	143	엔씨소프트	엔씨소프트
3	-	피파온라인2	스포츠	509,446	7.80%	-0.01%p	53	EA/네오위즈게임즈	네오위즈게임즈
4	-	서든어택	FPS	446,367	6.83%	-0.13%p	81	게임하이	CJ E&M/넥슨
5	-	디아블로 3	RPG	386,931	5.92%	-0.20%p	145	블리자드	블리자드
6	-	아이온	RPG	362,165	5.54%	0.20%p	159	엔씨소프트	엔씨소프트
7	△1	스타크래프트	RTS	224,940	3.44%	-0.06%p	72	블리자드	블리자드
8	▼1	리니지	RPG	206,129	3.15%	-0.73%p	114	엔씨소프트	엔씨소프트
9	-	워크래프트 3	RTS	166,396	2.55%	-0.14%p	76	블리자드	블리자드
10	-	월드 오브 워크래프트	RPG	105,418	1.61%	-0.26%p	126	블리자드	블리자드
11	-	모두의 마블	보드	101,088	1.55%	-0.24%p	69	엔투플레이	CJ E&M
12	-	던전 앤 파이터	RPG	95,875	1.47%	-0.08%p	79	네오플	넥슨
13	-	사이퍼즈	RPG	95,120	1.46%	-0.07%p	120	네오플	넥슨
14	-	리니지 2	RPG	82,934	1.27%	-0.06%p	165	엔씨소프트	엔씨소프트
15	-	메이플 스토리	RPG	66,432	1.02%	-0.04%p	65	넥슨	넥슨
16	-	스페셜포스	FPS	65,088	1.00%	-0.02%p	98	드래곤플라이	네오위즈게임즈
17	-	한게임 로우바둑이	포커	53,714	0.82%	0.01%p	43	NHN	NHN
18	-	카트라이더	레이싱	49,065	0.75%	0.01%p	44	넥슨	넥슨
19	-	스타크래프트2	RTS	40,636	0.62%	0.01%p	77	블리자드	블리자드
20	-	프리스타일 풋볼	스포츠	39,011	0.60%	0.00%p	82	JCE	JCE

* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)

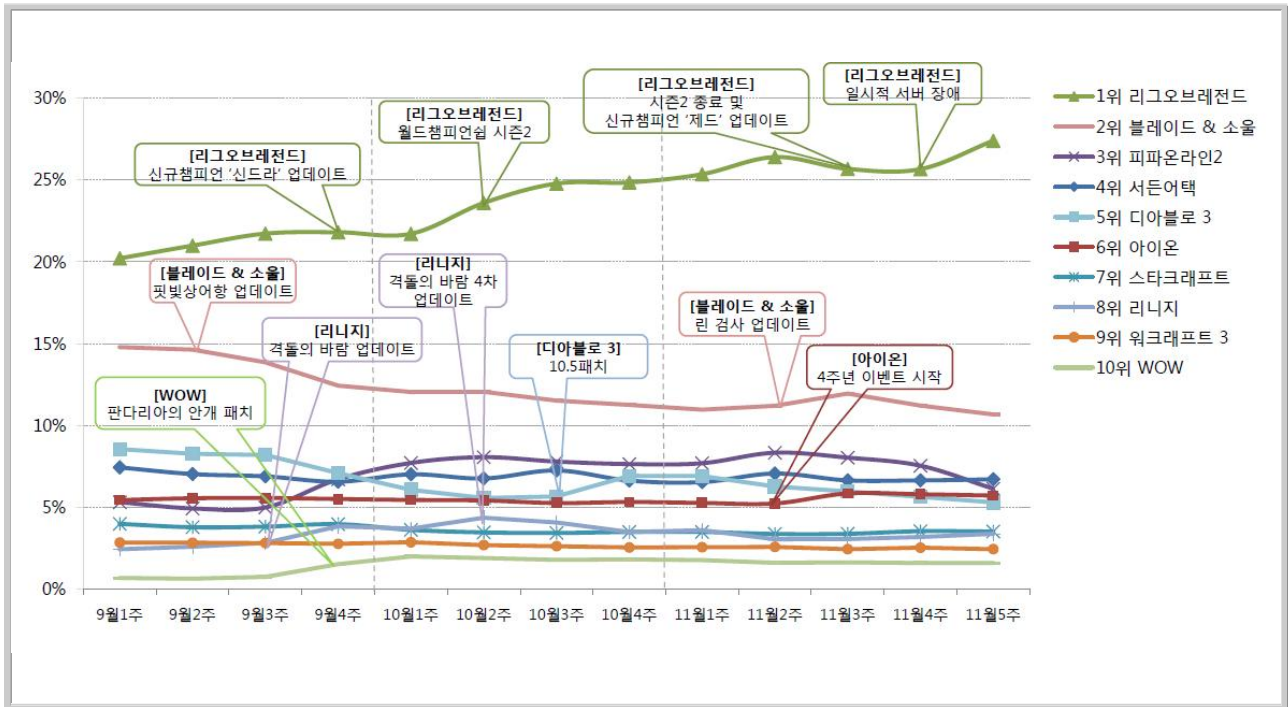
- 01 출판
- 02 만화
- 03 음악
- 04 공연
- 05 게임**
- 06 영화
- 07 애니메이션
- 08 캐릭터
- 09 방송
- 10 광고
- 11 지식 정보



온라인게임 점유율의 추이를 살펴보면 '리그 오브 레전드'가 11월 내내 25% 이상을 유지하며 1위를 달렸다. 일시적인 서버 장애로 11월 2, 3주 점유율이 소폭 하락하였으나, 10월 월드챔피언십 시즌2를 기점으로 시작된 상승세를 꺾지는 못했다. 반면 7월 상용화 이후 하락세가 지속되고 있는 '블레이드 & 소울'은 린 검사 업데이트로 점유율이 반짝 상승하는 효과를 봤으나 1주를 넘기지 못했다. 10월부터 3위를 지켜온 '피파온라인2'는 서비스 종료 공지와 '피파온라인3' 오픈베타 소식이 전해지면서 11월 다섯째 주 점유율이 급격히 하락했다. 반면 지난 4일 제작 발표회를 가진 '아이온'은 4주년 이벤트가 시작되면서 11월 후반기에는 '디아블로 3'를 추월했다. 오는 20일 4.0 업데이트가 실시되고 나면 이탈했던 이용자가 복귀하면서 점유율이 더욱 상승할 전망이다.

한편 최고 성수기로 꼽히는 겨울방학을 맞이해 많은 제작사들이 업데이트를 서두르고 있다. '리그 오브 레전드'는 시즌3 프리시즌을 업데이트하여 유저들의 이목을 붙들고 있고, 학생 유저가 많은 '서든어택', '던전 앤 파이터', '메이플 스토리'도 새로운 모드나 신규 캐릭터 등 다양한 콘텐츠 업데이트를 예고했다. 여기에 '피파온라인3'를 포함해 RPG에 FPS를 결합시킨 새로운 장르의 게임 '하운즈', '바람의 나라'와 '리니지'를 개발한 송재경 대표가 400억을 들여 제작한 대작 MMORPG '아키에이지', 전세계 이용자 4000만명을 달성한 밀리터리 슈팅 게임 '월드 오브 탱크' 등 다채로운 신작들도 유저들을 찾아갈 예정이다.

온라인게임 점유율 추이 (2012. 9. ~ 2012. 11.)



* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

11월 온라인게임 장르별 현황을 살펴보면 ‘리그 오브 레전드’의 인기를 등에 업은 <RTS>가 점유율이 2.04%p 상승한 33.12%를 기록하며 1위인 <RPG>를 3.5%p 차이로 바짝 쫓았다. <RPG>는 3%p 가까이 하락했던 감소폭을 절반가량 줄이는데 성공했으나 하락세를 반등시키지 못하면서 2011년 1분기 이후 한 번도 내놓은 적 없는 장르별 1위 자리가 위태롭게 됐다. <RTS>는 PC방당 사용시간 2,000분을 넘어서며 상승장구하고 있어, 매달 2~3% 정도의 시간 점유율을 추가하는 현재의 기세가 지속된다면 내년 1월경에는 <RPG>의 점유율을 추월할 것으로 예상된다.

10월 ‘MVP 베이스볼 온라인’을 앞세워 먼저 세대교체에 나선 <스포츠>는 10월에 이어 3위를 유지했다. ‘피파온라인2’와 함께 ‘피파온라인3’가 서비스되는 12월에는 점유율이 더욱 상승할 가능성이 높다. 반면 <FPS>는 0.34%p 하락하며 점유율이 10% 이하로 떨어졌다. TOP20에 이름을 올린 ‘스페셜 포스’와 ‘서든어택’은 각각 2004년, 2007년에 제작된 게임들로, 기대를 모았던 신작들의 흥행이 예상외로 부진하면서 세대교체에 실패한 것이 점유율 하락의 원인으로 생각된다. 지난 달 3%를 넘어섰던 <보드>장르는 50% 이상의 사용시간을 점유하고 있는 ‘모두의 마블’이 주춤하면서 9월 수준인 2.9%대로 되돌아갔다.

▶ 온라인게임 장르별 현황

1. 장르별 이용 현황 (11월)

장르명	사용시간 (시간)	시간점유율(%)		기간대비 등락현황(개)				PC방당 사용시간(분)	평균체류 시간(분)	평균이용 횟수(회)	일간평균 접속자수	일간최대 접속자수
		점유율	증감률	전체	상승	하락	보합					
RPG	2,394,110	36.63%	-1.40%p	174	75	78	18	860	128	1,121,653	3,001,070	6,305,823
RTS	2,164,505	33.12%	2.04%p	8	0	0	8	2,030	104	1,252,188	2,710,336	5,458,797
스포츠	697,082	10.67%	0.16%p	23	3	7	12	582	54	768,693	872,024	2,029,420
FPS	631,233	9.66%	-0.34%p	25	6	5	14	603	81	470,478	790,478	1,989,144
보드	186,117	2.85%	-0.23%p	29	3	2	24	198	68	164,805	233,197	482,561
포커	167,977	2.57%	0.07%p	21	3	3	15	147	33	306,804	210,237	379,176
아케이드	139,614	2.14%	-0.26%p	35	11	9	15	165	57	147,009	174,707	548,742
고스톱	92,182	1.41%	0.00%p	30	9	9	12	118	41	135,385	115,386	232,462
레이싱	62,379	0.95%	-0.02%p	6	0	0	6	189	45	83,890	78,106	207,939

* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)

2. 장르별 점유율 추이 (2011. 1Q ~ 2012. 11)

장르명	2011. 1Q	2011. 2Q	2011. 3Q	2011. 4Q	2012. 1Q	2012. 2Q	2012. 3Q	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.
RPG	47.85%	43.40%	41.33%	40.14%	36.77%	44.20%	43.59%	47.43%	42.21%	41.12%	38.09%	36.63%
RTS	13.09%	15.95%	16.60%	17.36%	22.49%	24.74%	26.56%	23.77%	26.85%	29.07%	31.02%	33.12%
FPS	15.56%	14.44%	16.46%	15.46%	16.87%	11.89%	10.89%	10.44%	11.73%	10.51%	10.48%	9.66%
스포츠	9.37%	11.62%	11.87%	13.40%	10.83%	8.70%	8.89%	9.27%	9.01%	8.39%	10.01%	10.67%
아케이드	3.73%	3.83%	3.97%	3.97%	3.56%	2.88%	2.64%	2.54%	2.79%	2.60%	2.41%	2.14%
포커	4.04%	4.32%	3.75%	3.87%	3.80%	2.98%	2.50%	2.26%	2.51%	2.72%	2.51%	2.57%
고스톱	2.52%	2.61%	2.29%	2.14%	2.02%	1.70%	1.52%	1.43%	1.58%	1.56%	1.41%	1.41%
레이싱	2.03%	1.87%	1.93%	1.86%	1.84%	1.32%	1.30%	1.36%	1.44%	1.10%	0.99%	0.95%
보드	1.81%	1.95%	1.81%	1.80%	1.82%	1.59%	2.10%	1.50%	1.87%	2.94%	3.09%	2.85%

* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)



게임 제작사별 점유율 순위에서는 '라이엇 게임즈'가 집계에 포함되자마자 1위를 차지했다. '라이엇 게임즈'는 '리그 오브 레전드' 하나의 게임으로 170만여 분의 사용 시간을 기록했으며, 시간점유율 증감률도 2.32%로 다른 제작사에 비해 월등히 높은 것으로 나타났다. 전월까지 1, 2위였던 '엔씨소프트'와 '블리자드'는 2, 3위로 한 단계씩 하락했다.

외산게임의 인기와 기대작의 잇단 부진으로 인해 국내 시장에서의 수익성이 악화됨에 따라 게임 제작사들의 해외 시장 진출이 활발해지고 있다. 8월 이후 시간점유율이 지속적으로 감소하고 있는 '엔씨소프트'는 해외시장에서 뛰어난 성과를 보이고 있는데, 그 중심에는 '길드워 2'가 있다. 타임지에서 선정한 2012년 최고의 게임 1위에 오른 '길드워 2'는 동시 접속자 40만을 기록했고, 연말까지 300만 장의 판매를 예상하고 있는 히트작이다. '길드워 2'의 선전으로 '엔씨소프트'가 4분기에 사상 최대의 분기 실적을 기록할 것이라는 예측도 나오고 있다. '엔씨소프트'는 '길드워 2'의 성공에 이어 내년 하반기 출시를 목표로 '블레이드 앤 소울'의 중국 진출을 추진하는 중이다.

한편 네오위즈아이로 새 출발을 앞두고 있는 '네오위즈게임즈'는 합병의 여파와 '피파온라인2' 서비스 종료 등의 악재로 구조조정에 들어가는 어려움을 겪고 있으나, 2억불 수출의 탑을 수상하는데 중추적인 역할을 했던 '크로스파이어' 중국 계약연장을 성사시키면서 시장의 불안을 불식시켰다.

▶ 게임 제작사별 점유율 (11월)

순위	게임사명 (사용시간 기준 정렬)	사용시간 (시간)	시간점유율		전월 대비 보유게임 등락현황 (개)			
			점유율	증감률	전체	상승	하락	보합
1	라이엇 게임즈	1,703,628	26.19%	2.32%p	1	0	0	1
2	엔씨소프트	1,394,964	21.44%	-0.88%p	9	1	4	4
3	블리자드	924,332	14.21%	-0.53%p	6	2	0	4
4	네오위즈게임즈	734,790	11.30%	-0.07%p	39	18	19	2
5	넥슨	672,488	10.34%	-0.46%p	26	10	13	3
6	CJ E&M	475,690	7.31%	-0.41%p	44	18	22	4
7	NHN	235,409	3.62%	-0.02%p	28	11	12	5
8	JCE	78,734	1.21%	0.04%p	5	3	1	1
9	엠게임	26,763	0.41%	0.00%p	31	19	11	1
10	YD온라인	25,221	0.39%	-0.02%p	4	3	1	0
11	라이브플렉스	22,978	0.35%	-0.05%p	7	3	3	1
12	원디소프트	18,358	0.28%	-0.02%p	4	1	3	0
13	웹젠	13,168	0.20%	-0.02%p	3	2	1	0
14	YNK코리아	9,385	0.14%	0.02%p	1	1	0	0
15	한빛소프트	8,197	0.13%	0.00%p	9	5	3	1
16	게임하이	7,178	0.11%	-0.01%p	2	1	1	0
17	위메이드엔터테인먼트	6,633	0.10%	-0.03%p	9	2	7	0
18	KTH	4,108	0.06%	-0.02%p	5	2	3	0
19	이스트소프트	4,028	0.06%	0.00%p	1	1	0	0
20	그라비티	2,713	0.04%	0.00%p	5	3	2	0
21	액토즈소프트	1,821	0.03%	0.00%p	5	3	2	0
22	엔플루토	337	0.01%	0.00%p	1	0	1	0

* 출처: 게임트릭스 (www.gametrics.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

구글플레이와 앱스토어 무료게임랭킹은 여전히 카카오톡 게임하기 위주로 펼쳐졌으나 전반적인 트렌드 변화와 함께 일부 게임들의 반격이 이어졌다. 이전에는 ‘애니팡’, ‘캔디팡’과 같은 퍼즐게임이 주류를 이뤘으나 이제는 아케이드 성향이 강한 ‘드래곤 플라이트’와 더불어 새로운 형식의 퍼즐게임인 ‘퀴즈킹’과 ‘모두의 게임’이 그 자리를 꿰찬 것이다. 현재 대형 게임사에서 카카오톡 게임하기와의 제휴가 줄줄이 이어지고 있는데다 캐주얼 게임의 특성상 룰런이 힘들기 때문에 이러한 트렌드 변화는 분기별로 계속될 것으로 보인다. 유료앱의 경우, 눈에 띄는 랭킹 변화는 없지만 스포츠, 레이싱 게임이 인기를 끌고 있는 것으로 나타났다. 특히 ‘니드 포 스피드 모스트 원티드’의 경우, 7,000원이라는 고가임에도 오랜만에 등장한 ‘니드 포 스피드’ 시리즈 인만큼 찾는 유저들이 많았던 것으로 분석된다.

티스토어에선 이번 지스타2012에서 공개된 ‘세피라’, ‘제노니아5’, ‘2013프로야구’가 유, 무료 랭킹에 입성했다. 이 게임들을 필두로 올 상반기에는 캐주얼부터 풀3D RPG까지 다양한 장르의 신규게임들이 향후 치열한 랭킹싸움을 벌일 것이다. 또한 티스토어와 올레마켓에선 스퀘어엔릭스의 대표작 ‘파이널판타지’가 1, 2위에 올라 주목받았다. 모바일 최초로 한글판으로 출시되어 많은 유저들이 선택한 것으로 평가된다. 한편, 올레마켓과 U+앱마켓은 여전히 타 앱스토어에 비해 신규 게임들의 출시가 적었으며 랭킹변화도 두드러지지 않아 대책이 시급한 상태다.

➤ 모바일 게임 TOP 5 (11월)

1. 구글플레이

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	아스팔트7 : 히트	자동차경주	₩1,000	퀴즈킹 for 카카오	두뇌게임 및 퍼즐
2	Minecraft - Pocket Edition	아케이드게임	₩6,420	드래곤 플라이트 for 카카오	아케이드 게임
3	스펙트럴 소울즈	아케이드게임	₩5,000	앵그리버드 스타워즈	아케이드 게임
4	워닝일레븐2012	스포츠게임	₩5,000	모두의 게임 for 카카오	두뇌게임 및 퍼즐
5	니드 포 스피드 모스트 원티드	자동차경주	₩7,000	애니팡 for 카카오	두뇌게임 및 퍼즐

2. 앱스토어

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	앵그리버드 스타워즈	아케이드	\$0.99	드래곤 플라이트	롤플레이
2	Road of Rome2	전략	\$2.99	오목팡	퍼즐
3	피파13	시뮬레이션	\$6.99	캔디팡 for 카카오	퍼즐
4	아스팔트7 : 히트	레이싱	\$0.99	아이러브커피 for 카카오	시뮬레이션
5	Minecraft - Pocket Edition	어드벤처	\$6.99	카드캡처 삼국지	전략

3. 티스토어

순위	유료 APP.			무료 APP.	
1	팔라독	액션	₩3,000	제노니아5	RPG
2	파이널판타지	RPG	₩5,000	몬타워즈	RPG
3	2013프로야구PLUS	스포츠	₩5,000	갤럭시 엠파이어	시뮬레이션
4	마계공주 에반젤린	액션	₩4,900	대항해mini	시뮬레이션
5	세피라	RPG	₩5,000	2013프로야구	스포츠



4. 올레마켓

순위	유료 APP.			무료 APP.	
	상품명	장르	가격	상품명	장르
1	파이널판타지	RPG	₩5,000	크레이지아케이드 Live	아케이드
2	하얀섬3	시뮬레이션	₩5,000	배틀로봇	액션/슈팅
3	코니 아마란스	시뮬레이션	₩2,000	좀비거너	액션/슈팅
4	네이키드킹2 확장판	시뮬레이션	₩2,900	크림슨하트NS	RPG
5	팔라독	아케이드	₩3,000	몬스터워로드	RPG

5. U+앱마켓

순위	유료 APP.			무료 APP.	
	상품명	장르	가격	상품명	장르
1	팔라독	아케이드	₩3,000	포트리스2 레드	아케이드
2	스타일리시 스프린트	대작/RPG	₩3,300	프리스타일2 Anywhere	스포츠
3	미니게임천국5	퍼즐	₩3,000	2012프로야구	스포츠
4	액션퍼즐패밀리4	퍼즐	₩3,000	제노니아4	대작/RPG
5	에어핑크PLUS	아케이드	₩5,000	타이니팜	시뮬레이션

* 집계방식 : 앱스토어 주간 순위 집계, 구글플레이/티스토어 누적 다운로드 순위, 올레/유플러스 일간 다운로드 수

* 출처: 월간 '앱스토리' 12월호

01
출판

02
만화

03
음악

04
공연

05
게임

06
영화

07
애니
메이션

08
캐릭터

09
방송

10
광고

11
지식
정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

게임 이용자 통계를 살펴보면 11월 순이용자는 남자 567만, 여자 327만으로 합계 894만명이었다. 이는 10월 980만명에서 86만명이나 줄어든 수치이다. 세부적으로 살펴보면 남녀 모두 순이용자가 감소했으나, 남자가 39만명 감소할 때 여자는 47만명 감소하여 남녀 순이용자 비중이 63 대 37을 기록했다. 특별한 업데이트나 이슈가 없었던 만큼 가볍게 게임을 즐기거나 콘텐츠 소비 속도가 빠른 유저들이 대거 이탈한 것이 이용자가 급격히 줄어든 이유로 생각된다. 도달률과 평균재방문일수, 평균이용시간은 전월보다 하락했고 평균게임이용개수는 동일했다.

성별로 살펴보면 남자는 도달률이 1.2%p 감소했고, 평균재방문일수와 평균이용시간도 각각 0.3일, 110분 줄어 들었다. 반면 여자는 도달률이 1.4%p 감소했으나, 평균재방문일수는 0.1일 감소해 거의 변동이 없었고 평균이용시간은 오히려 9분 증가한 것으로 나타났다.

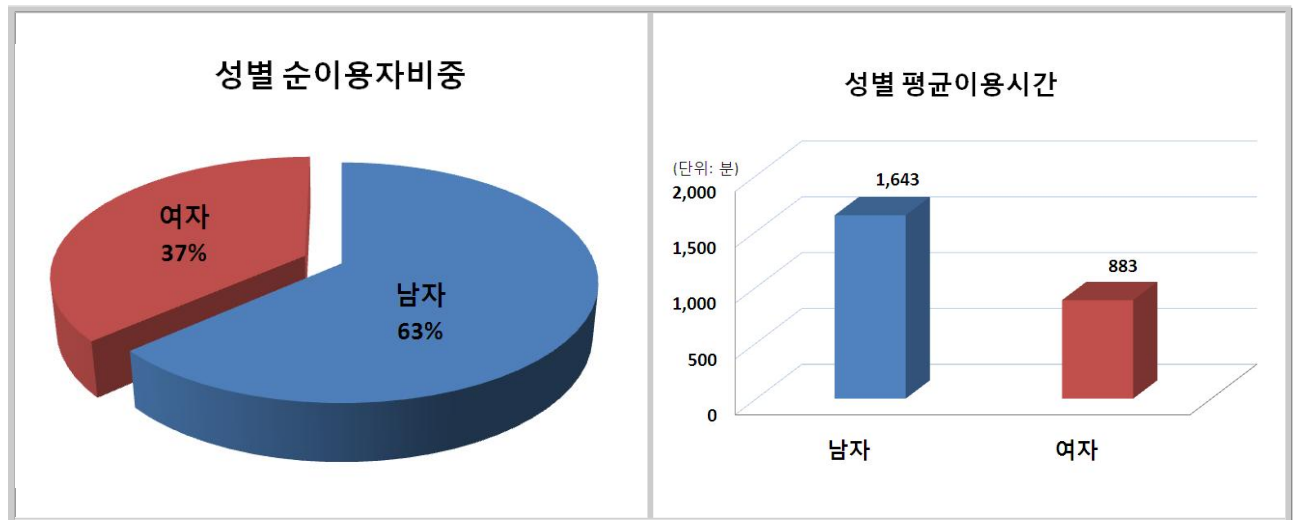
▶ 온라인게임 이용자 통계

1. 성별 이용 행태 (11월)

분류	순이용자 ²⁾	도달률(% ¹³⁾	순이용자비중(% ¹⁴⁾	평균게임이용개수 ¹⁵⁾	평균재방문일수(일) ¹⁶⁾	평균이용시간(분) ¹⁷⁾
남자	5,672,838	17.0	63.4	1.9	9.8	1,643
여자	3,271,440	9.8	36.6	1.7	6.3	883
합계	8,944,278	26.8	100.0	1.8	8.5	1,365

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계되는 통계적 추정치로써 오차가 발생할 수 있음

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



- 12) 순이용자: 해당 기간 동안 게임 애플리케이션을 이용한 중복되지 않은 인터넷 이용자
- 13) 도달률: 전체 인터넷 사용자 중 측정 기간 동안 게임 애플리케이션을 이용한 순이용자수의 비중
- 14) 순이용자비중: 게임 애플리케이션 이용자 수를 100으로 가정할 때 특정 세그먼트가 게임 애플리케이션을 이용한 비중
- 15) 평균게임이용개수: 한 달간 이용자 1인당 평균 게임 애플리케이션을 이용한 개수
- 16) 평균재방문일수: 전체 인터넷 사용자 중 해당 App.을 쓰고 있는 이용자가 한 달 동안 App.을 이용하는 일수
- 17) 평균이용시간: 한 달간 App.을 이용한 평균 시간을 의미



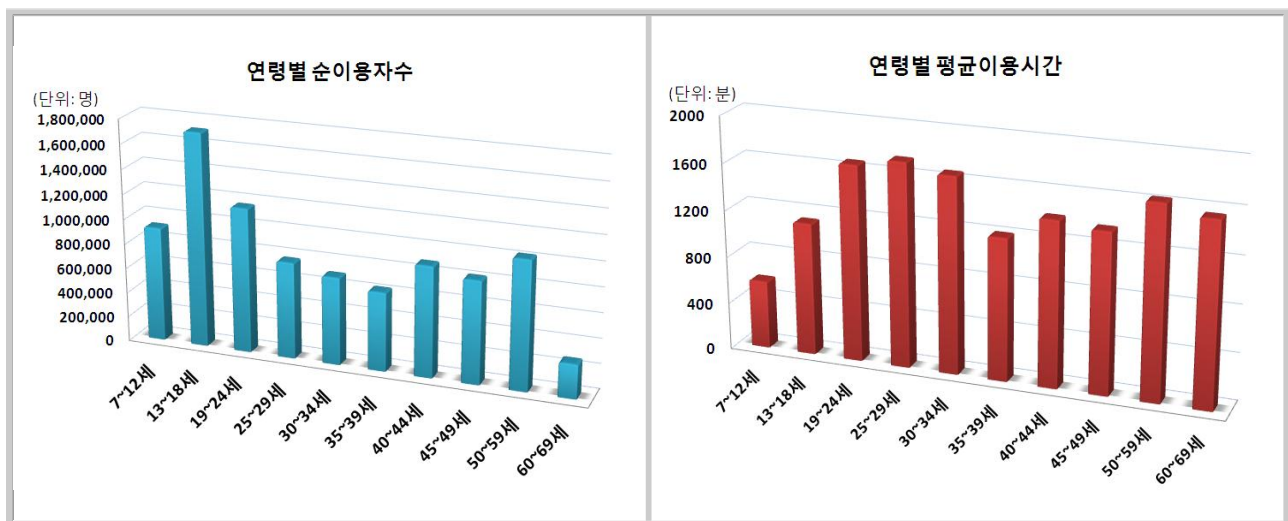
연령별 이용행태에서는 '13~18세'가 가장 많은 172만명의 순이용자를 보유한 것으로 나타났다. '13~18세'는 도달률과 평균게임이용개수가 가장 높으나, 평균이용시간은 그리 높지 않았다. 학업으로 인해 게임을 즐길 시간이 부족하기 때문에 파악된다. 평균이용시간이 제일 높은 연령대는 '25~29세'였고, '19~24세'와 '30~34세'가 뒤를 이어 상대적으로 여유가 많은 대학생이나 취업 준비생들이 게임을 오래 이용하는 것을 알 수 있다.

11월 순이용자가 증가한 연령대는 없었다. '19세~24세'는 전월대비 15만명이 감소해 순이용자가 가장 많이 감소한 연령대였고, '45~49세', '50~59세', '7~12세'도 각각 10만명 이상의 순이용자 감소를 보였다. 평균이용시간을 살펴보면 '45~49세'에서 357분이 증가했고 '19~24세'와 '25~29세'도 각각 175분과 80분 증가한 것으로 나타났다. 나머지 연령대에서는 모두 이용시간이 감소했다. 특히 '35~39세'는 1,000분이 넘는 시간이 줄어 50%에 육박하는 높은 감소율을 보였다.

2. 연령별 이용 행태 (11월)

분류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임이용개수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
7~12세	921,919	2.8	10.3	1.8	7.0	580
13~18세	1,722,882	5.2	19.3	2.0	9.6	1,130
19~24세	1,165,296	3.5	13.0	2.0	8.7	1,670
25~29세	775,714	2.3	8.7	1.9	8.8	1,738
30~34세	704,085	2.1	7.9	1.6	7.6	1,669
35~39세	633,201	1.9	7.1	1.5	6.4	1,210
40~44세	889,423	2.7	9.9	1.6	7.6	1,405
45~49세	824,426	2.5	9.2	1.6	8.0	1,363
50~59세	1,033,495	3.1	11.6	1.7	10.4	1,640
60~69세	273,838	0.8	3.1	1.5	10.6	1,559
합계	8,944,278	26.8	100.0	1.8	8.5	1,365

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계되는 통계적 추정치로써 오차가 발생할 수 있음
 * 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



11월 직업별 이용 행태에서도 가장 많은 순이용자를 보유한 직업군은 '학생'이었다. 28만명이 줄어든 384만명을 기록했으나 2위에 오른 사무직보다 125만명 많은 것으로 나타났다. '사무직'은 42만명이 감소하여 전월대비 순이용자가 가장 많이 줄어든 직업군이었다. '학생'은 도달률과 평균게임이용개수가 가장 높은 직업이었고 '자영업'은 평균 재방문일수에서 가장 높은 수치를 나타냈다. 전월 평균이용시간이 제일 많았던 '무직/기타'가 874분이 감소한 1,646분을 기록하면서 '생산직'은 2,000분을 넘긴 유일한 직업군이 됐다.

가구소득별 특성은 '300만원~500만원'이 순이용자와 도달률에서, '500만원 이상'이 평균이용시간에서 가장 높은 수치를 보였다. 모든 분류에서 순이용자는 감소했고, '500만원 이상'은 유일하게 평균이용시간이 전월대비 증가했다.

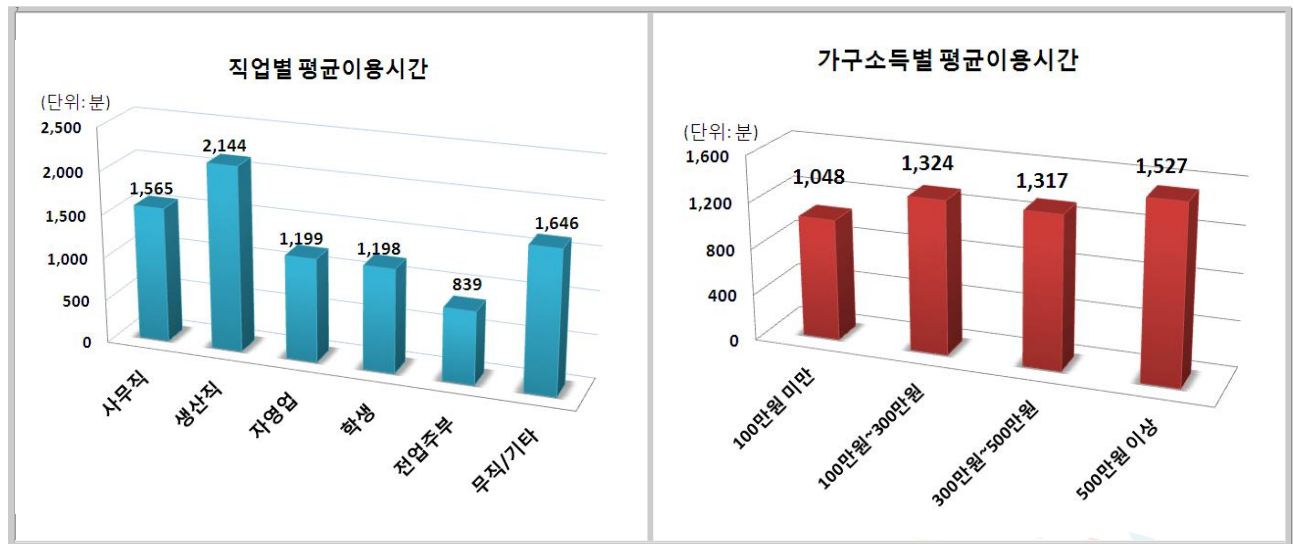
3. 직업별 이용 행태 (11월)

분류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임이용개수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
사무직	2,587,579	7.8	28.9	1.6	8.3	1,565
생산직	712,516	2.1	8.0	1.7	8.1	2,144
자영업	527,222	1.6	5.9	1.7	9.7	1,199
학생	3,839,696	11.5	42.9	2.0	8.9	1,198
전업주부	868,513	2.6	9.7	1.6	7.3	839
무직/기타	408,753	1.2	4.6	1.6	8.8	1,646

4. 가구소득별 이용 행태 (11월)

분류	순이용자	도달률(%)	순이용자비중(%)	평균게임이용개수	평균재방문일수(일)	평균이용시간(분)
100만원 미만	347,999	1.0	3.9	1.8	7.9	1,048
100만원~300만원	2,263,293	6.8	25.3	1.8	8.5	1,324
300만원~500만원	3,889,607	11.7	43.5	1.8	8.4	1,317
500만원 이상	2,443,379	7.3	27.3	1.8	8.9	1,527

* 본 데이터는 패넬로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계되는 통계적 추정치로써 오차가 발생할 수 있음
* 출처: 님스 코리아클릭 (www.koreanclick.com)





게임물 등급분류 결정 현황(게임물등급위원회)에 따르면, 11월에 등급 분류를 신청한 게임물은 308종으로 10월보다 64종 증가했다. ‘아케이드’가 56건을 등급 신청해 전월대비 30건이 줄어들었으나 ‘PC·온라인’과 ‘비디오콘솔’, ‘모바일’에서 각각 57건, 29건, 18건이 증가한 것으로 나타났다. 모바일 게임의 심의 건수가 높지 않은 이유는 오픈마켓에 출시되는 게임에 대해 자율등급분류를 실시하는 오픈마켓법이 자리 잡았기 때문으로 파악된다.

이용등급별로 살펴보면 ‘전체이용가’가 171건으로 50%를 넘었고, 그 뒤를 83건의 ‘청소년 이용불가’가 이었다. 셋다 운제 등 청소년을 대상으로 한 게임규제 이후로 PC·온라인 게임의 ‘청소년 이용불가’ 심의 게임이 많아지는 추세이다. 장르별로는 PC·온라인에서 65건의 등급분류가 신청된 ‘캐주얼’이 27.5%를 차지했고, ‘보드게임(베틱성)’과 ‘액션’이 10%의 비율을 넘긴 것으로 나타났다.

▶ 게임물 등급분류 결정

1. 플랫폼별 등급분류 결정 현황 (11월)

구분	아케이드	PC·온라인	비디오콘솔	모바일(오픈마켓)	합계	비율(%)
전체이용가	16	87	50	18(15)	171	55.52
12세이용가	-	5	6	4(3)	15	4.87
15세이용가	-	3	1	-	4	1.30
청소년이용불가	9[9]	35	13	26(25)	83	26.95
등급분류 소계	25[9]	130	70	48(43)	273	88.64
등급분류 거부	31[7]	3	-	1(1)	35	12.36
합계	56[16]	133	70	49(44)	308	100.0

2. 장르별 등급분류 결정 현황 (11월)

구분	아케이드	PC·온라인	비디오콘솔	모바일	합계	비율(%)
캐주얼	-	65	4	6(3)	75	27.5
보드게임(베틱성)	-	15	-	12(12)	36	13.2
액션	9[9]	6	28	-	34	12.5
보드게임	-	12	-	11(11)	24	8.8
퍼즐	1	3	7	5(5)	20	7.3
기타	5	-	12	1(1)	17	6.2
시뮬레이션	1	5	-	7(7)	13	4.8
MMORPG	-	10	-	-	10	3.7
전략시뮬레이션	-	4	3	3(2)	10	3.7
롤플레이	-	4	4	1(1)	9	3.3
FPS [1인칭슈팅]	1	4	2	1	8	2.9
스포츠	3	-	3	1(1)	7	2.6
레이싱	-	1	4	-	5	1.8
어드벤처	-	1	3	-	4	1.5
교육용	1	-	-	-	1	0.4
합계	25[9]	130	70	48(43)	273	100

* []안의 숫자는 청소년이용불가 아케이드 게임물임

* 출처: 게임물등급위원회(<http://www.grb.or.kr>)



06 영화

11월 박스오피스 순위에서는 10월 31일에 개봉한 송중기, 박보영 주연의 '늑대소년'이 관객수 618만명을 동원하며 1위를 차지하였다. '늑대소년'은 10대 여학생들과 20대 여성관객들의 호응과 재관람, 수학능력시험이 끝난 후의 수험생들의 영화관람 증가 등으로 한국 멜로영화 최대의 흥행성과를 거두고 있다. 2위는 11월 8일에 개봉한 정재영, 박시후 주연의 '내가 살인범이다'로 관객 233만명을 동원하였다. 3위는 2008년에 개봉하여 약 136만명의 관객을 동원한 트와일라잇 시리즈의 마지막편인 '브레이킹 던 part2'로 223만명의 관객을 동원하였다. '007, 스카이 폴', '광해, 왕이 된 남자'가 각각 관객수 121만명, 103만명을 기록하며 그 뒤를 이었다. '광해, 왕이 된 남자'는 11월말까지 누적관객수가 1,213만명으로 역대 한국영화순위 4위를 기록하였으며, 3위인 1,230만명의 관객을 동원한 '왕의 남자'를 추격하고 있다.

한편 박스오피스 상위 15위 영화의 제작 국가는 한국 9편, 미국 4편, 캐나다와 영국이 각각 1편을 기록하며 한국 영화의 강세를 이어갔다.

▶ 박스오피스 순위 TOP 15 (11월)

순위	제목	배급사	제작	개봉일	스크린수	매출액 (백만원)	관객수 (천 명)	누적관객수 (천 명)
1	늑대소년	씨제이이엔엠 주식회사	한국	2012-10-31	854	43,256	6,180	6,314
2	내가 살인범이다	쇼박스㈜미디어플렉스	한국	2012-11-08	547	17,389	2,331	2,339
3	브레이킹 던 part2	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	미국	2012-11-15	665	15,840	2,227	2,227
4	007 스카이폴	소니픽처스릴리징월드디즈니 스튜디오스코리아(주)	미국	2012-10-26	581	8,792	1,209	2,366
5	광해, 왕이 된 남자	씨제이이엔엠 주식회사	한국	2012-09-13	408	7,203	1,029	12,128
6	돈 크라이 마미	(주)에스비에스 콘텐츠허브	한국	2012-11-22	444	5,469	786	786
7	26년	(주)인벤트스톤,영화사청어람(주)	한국	2012-11-29	481	1,993	285	285
8	남영동1985	씨너스엔터테인먼트(주)주넷나인필름	한국	2012-11-22	310	2,010	284	284
9	용의자X	씨제이이엔엠 주식회사	한국	2012-10-18	316	1,574	218	1,552
10	자칼이 온다	롯데쇼핑㈜ 롯데엔터테인먼트	한국	2012-11-15	300	1,420	209	209
11	업사이드 다운	롯데쇼핑㈜ 롯데엔터테인먼트	캐나다	2012-11-08	309	1,226	175	175
12	아르고	위너브러더스코리아(주)	미국	2012-10-31	240	906	127	140
13	음치 클리닉	롯데쇼핑㈜ 롯데엔터테인먼트	한국	2012-11-29	359	724	113	113
14	가디언즈	씨제이이엔엠 주식회사	미국	2012-11-29	349	964	110	110
15	나우이즈굿	(주)인벤트스톤	영국	2012-11-08	144	485	70	71

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망

- 01 출판
- 02 만화
- 03 음악
- 04 공연
- 05 게임
- 06 영화
- 07 애니메이션
- 08 캐릭터
- 09 방송
- 10 광고
- 11 지식정보



1~11월까지의 연간 누적 박스오피스 매출액은 작년 같은 시기에 비해 약 1,933억 원(17.4%) 증가한 1조 3,039억 원으로 집계되었다. 관객 수도 전년 동기 대비 약 3,118만명(21.8%)이 증가한 1억7,415만명을 기록했다. 개봉편수에서는 한국영화 개봉이 전년에 비해 5편이 늘어난 141편이었으며, 관객수는 2,687만명이 증가하였으며, 한국영화만으로 국내 상영시장에서 처음으로 1억명을 돌파하였다. 외국영화는 25편 증가한 287편이 개봉했고, 관객수는 약 432만명이 늘었다. 누적 관객 점유율은 한국영화가 59.4%를 기록하며 외국영화 점유율(40.6%)을 앞섰는데, 10월 누적 수치 대비 1.4%p가 상승하였으며, 전년 동기 한국영화 점유율 53.6%에 비하여 5.8%p가 증가하였을 정도로 한국영화의 강세가 지속되고 있다.

월별 관객 점유율을 보면, 작년 11월 한국영화 점유율이 55.8%를 기록했던 것에 비하여 올해 11월에는 73.4%를 기록하며 17.6%p 증가하였다. 11월 한국영화는 23편이 개봉했고, 동월 관객수는 1,170만명을 넘기며 한국영화 관객수가 7월 이후 5개월 연속 1,000만명을 상회하고 있다.

이처럼 흥행 면에서 한국영화의 성장은 지속되었으나, 11월 8일에 개봉한 '터치'가 첫 주 주말부터 교차 상영되며 8일만에 자진하여 종영하였다. '터치'의 조기 종영으로 배급과 상영의 수직계열화 및 대기업 멀티플렉스 독과점 문제가 제기되는 등 성장 속의 그늘도 있었다.

연간 누적 박스오피스 현황

구분	2012. 1. ~ 2012. 11.					2011. 1. ~ 2011. 11.				
	개봉편수	상영편수	매출액 (백만 원)	관객수 (천 명)	점유율	개봉편수	상영편수	매출액 (백만 원)	관객수 (천 명)	점유율
한국	141	734	755,367	103,473	59.4%	136	718	567,752	76,606	53.6%
외국	287	1,361	548,556	70,674	40.6%	262	1,086	542,905	66,357	46.4%
전체	428	2,095	1,303,923	174,147	100.0%	398	1,804	1,110,656	142,963	100.0%

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망, 한국콘텐츠진흥원 재구성

월별 관객 동원 추이 (2011. 11 ~ 2012. 11)

구분	개봉편수			상영편수			관객수 (천 명)			점유율 (%)	
	한국	외국	전체	한국	외국	전체	한국	외국	전체	한국	외국
2011. 11.	20	25	45	124	208	332	5,757	4,564	10,321	55.8	44.2
2011. 12.	14	27	41	146	229	375	6,262	10,566	16,829	37.2	62.8
2012. 01.	8	21	30	56	191	247	8,177	8,276	16,454	49.7	50.3
2012. 02.	8	36	43	54	190	244	9,808	3,111	12,919	75.9	24.1
2012. 03.	18	20	38	128	217	345	6,795	4,538	11,333	60.0	40.0
2012. 04.	10	27	38	69	200	269	5,052	6,919	11,972	42.2	57.8
2012. 05.	15	30	44	110	234	344	6,736	9,199	15,935	42.3	57.7
2012. 06.	8	16	24	224	168	392	7,641	6,538	14,179	53.9	46.1
2012. 07.	12	28	40	215	488	703	10,039	10,916	20,955	47.9	52.1
2012. 08.	13	31	41	100	262	362	17,010	7,227	24,238	70.2	29.8
2012. 09.	10	29	39	247	232	479	10,167	4,430	14,598	69.6	30.4
2012. 10.	16	22	38	124	296	420	10,172	5,117	15,289	66.5	33.5
2012. 11.	23	26	49	92	103	195	11,700	4,246	15,946	73.4	26.6

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

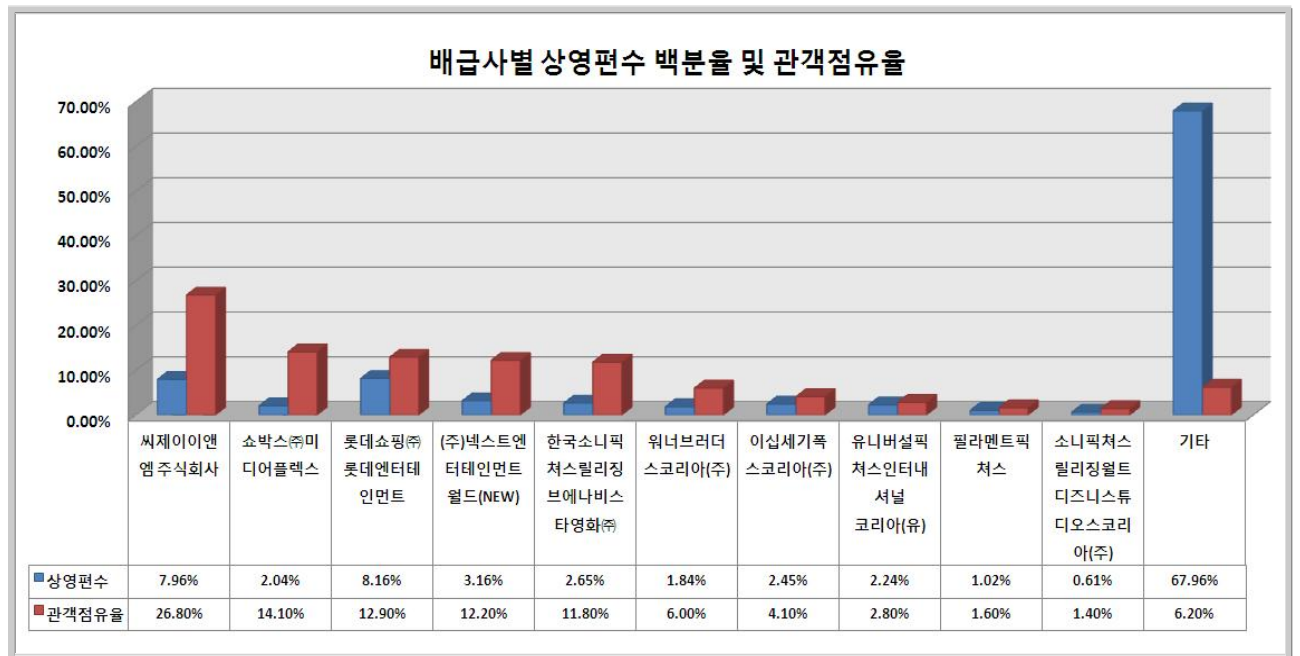


2012년 11월까지 연간 누적기준으로 가장 높은 점유율을 기록한 배급사는 'CJ E&M'으로, 총 관객 4,622만명을 동원하며 26.8%의 점유율을 기록했다. 'CJ E&M'은 '늑대소년'와 '광해, 왕이 된 남자'의 흥행에 힘입어 전월대비 점유율이 2.2%p 상승했다. '쇼박스(주)미디어플렉스'는 박스오피스 2위를 기록한 '내가 살인범이다'를 배급하여 전월에 이어 2위를 기록하였으며, 점유율은 14.1%로 전월 대비 0.1%p가 증가했다. 11월에 '자칼이 온다', '업사이드 다운', '음치 클리닉' 등 3편을 배급한 '롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트'는 이들 작품의 예상외의 흥행 부진으로 점유율이 전월대비 0.9%p가 감소하였으나, 3위를 유지하였다. 전월에 5위였던 '(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)'는 박스오피스 3위를 기록한 '브레이킹 던 part2'의 흥행호조로 점유율이 전월대비 0.2%p 증가하며 4위로 올라섰다.

▶ 배급사별 점유율 TOP 10 (2012. 1. ~ 2012. 11.)

순위	배급사	상영편수	관객		매출	
			관객수 (천 명)	점유율	매출액 (백만 원)	점유율
1	씨제이이엔엠 주식회사	39	46,219	26.8%	339,972	26.4%
2	쇼박스(주)미디어플렉스	10	24,265	14.1%	178,625	13.9%
3	롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트	40	22,149	12.9%	161,099	12.5%
4	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	15.5	21,067	12.2%	153,886	11.9%
5	한국소니픽쳐스릴리징브에나비스타영화(주)	13	20,248	11.8%	167,120	13.0%
6	워너브러더스코리아(주)	9	10,368	6.0%	79,502	6.2%
7	이십세기폭스코리아(주)	12	7,131	4.1%	55,222	4.3%
8	유니버설픽쳐스인터내셔널 코리아(유)	11	4,752	2.8%	34,945	2.7%
9	필라멘트픽쳐스	5	2,735	1.6%	20,687	1.6%
10	소니픽쳐스릴리징월드디즈니스튜디오스코리아(주)	3	2,410	1.4%	17,779	1.4%
-	기타	333	10,986	6.2%	79,993	5.8%
합 계		490	172,335,429	100%	1,288,836	100%

- * 순위는 관객 수(점유율)로 집계
- * 두 개 배급사가 공동으로 배급한 작품은 각 편수, 관객수, 매출액 모두 각 배급사에 절반씩 나누어 집계
- * 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망





1월에서 11월까지의 상영유형별 관객점유율에서는 2D영화(디지털)가 85.7%로 전월대비 0.9%가 늘어났으며, 아날로그 필름은 0.5%p 감소한 8.3%, 3D도 0.4%p 감소한 4.5%를 기록했다. 아날로그 필름과 3D관객 점유율 감소한 만큼 2D(디지털)영화의 점유율이 증가한 것이다. IMAX와 4D는 관객점유율이 각각 0.8%, 0.7%로 전월과 동일하였다. 2009년 '아바타'가 세계적으로 28억 달러의 흥행수입을 거두며 '3D 영화 시대'가 본격화되는 것으로 판단하였으나, 미국의 경우 불과 3년 만인 2011년 하반기부터 3D에 대한 회의론이 고개를 들었다. 3D영화의 입체 효과도 기대 이하이고, 미국의 경우 5달러, 한국에서는 4,000원이나 관객이 더 부담을 하면서까지 불편하게 색안경을 착용하고 볼 이유가 없다는 심리로 인해 3D급 이상으로 상영하는 스크린에서 관객 수가 줄어들었다.

▶ 상영유형별 점유율 (2012. 1. ~ 2012. 11.)

순위	분류	개봉편수	상영편수	관객		매출	
				관객수(천 명)	점유율	매출액(백만 원)	점유율
1	2D	434	584	149,119	85.7%	1,084,507	83.2%
	디지털	375	510	141,276	81.2%	1,032,953	79.3%
	디지털더빙	35	45	7,817	4.5%	51,361	3.9%
	디지털 영문자막	16	19	18	0.0%	143	0.0%
	디지털 청각장애인용 자막	4	5	4	0.0%	21	0.0%
	디지털 일본자막	4	5	4	0.0%	28	0.0%
2	필름	400	824	14,501	8.3%	100,724	7.7%
	필름	367	782	13,615	7.8%	95,115	7.3%
	더빙	22	29	882	0.5%	5,585	0.4%
	영문자막	5	7	2	0.0%	12	0.0%
	청각장애인용 자막	5	5	1	0.0%	5	0.0%
	일어자막	1	1	1	0.0%	8	0.0%
3	3D	47	57	7,826	4.5%	86,470	6.6%
	3D디지털	31	36	5,208	3.0%	59,653	4.6%
	3D더빙	16	21	2,618	1.5%	26,816	2.1%
4	IMAX	18	20	1,316	0.8%	18,034	1.4%
	IMAX 3D	12	13	702	0.4%	10,871	0.8%
	IMAX	6	7	615	0.4%	7,163	0.6%
5	4D	31	35	1,209	0.7%	13,090	1.0%
	4D	24	28	1,016	0.6%	11,100	0.9%
	4D더빙	7	7	193	0.1%	1,990	0.2%
합계		930	1,520	173,971	100%	1,302,825	100%

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

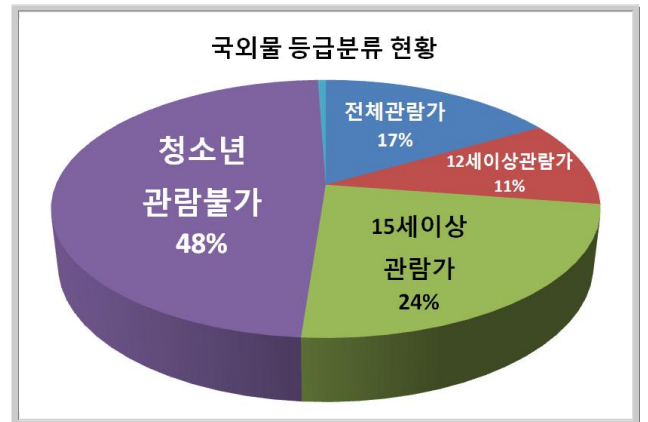
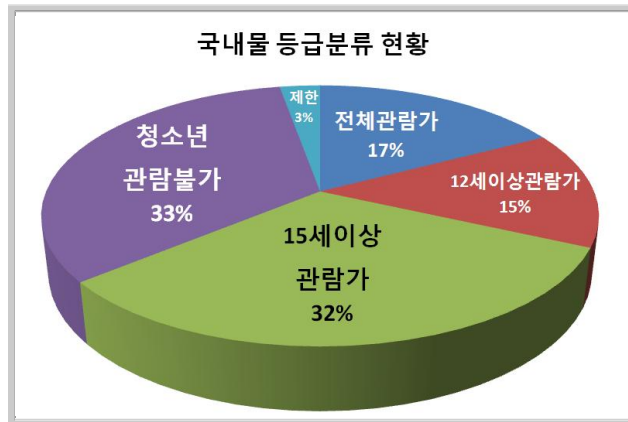


2012년 들어 11개월간 영상물등급위원회에서 등급분류를 진행한 영상물은 935개였고, 이중 국내물이 215개, 국외물이 720개로 집계되어 국외물이 국내물보다 3.3배 많았다. 등급별로는 국내물과 국외물 모두 '청소년 관람불가' 등급이 71편(33%), 345편(48%)으로 1위를 차지하였으며, '15세 이상 관람가' 등급이 각각 69편(32%), 170편(24%)으로 국내외 모두 2위를 기록하였다. 3번째로 많은 등급은 국내외 모두 '전체 관람가' 등급이었다.

▶▶ 등급분류 현황 (2012. 1. ~ 2012. 11.)

구분	등급						불가	보류	속행	자료 제출	합계
	전체 관람가	12세이상 관람가	15세이상 관람가	청소년 관람불가	제한	합계					
국내물	37	31	69	71	6	214	0	0	1	0	215
	17.29%	14.49%	32.24%	33.18%	2.80%	23.04%	-	-	-	-	-
국외물	119	77	170	345	4	715	0	0	1	4	720
	16.64%	10.77%	23.78%	48.25%	0.56%	76.96%	-	-	-	-	-
합계	156	108	239	416	10	929	0	0	2	4	935

* 출처: 영상물등급위원회 (<http://www.kmrb.or.kr>)





영화 DVD·블루레이 판매처별 판매 순위에서는 YES24와 핫트랙스 블루레이 부문에서 [블루레이] 다크나이트 라이즈가 1위를 기록하였으며, 알라딘과 인터파크에서는 각각 [블루레이] 킬 빌 Vol. 1&2 합본, [블루레이] 다크나이트 트릴로지'이 1위를 기록하였다. 핫트랙스의 일반 DVD부문 1위는 '트와일라잇'이었다. '다크 나이트' 시리즈와 관련된 DVD·블루레이는 전달에 이어 대부분의 판매처에서 10위권에 다수 포함되며 강세를 보이고 있다. 10월까지 꾸준히 DVD판매순위 상위권에 있던 '건축학개론'이 11월 들어, 알라딘을 제외한 판매처의 Top10 순위에서 제외되었다.

▶▶ 영화 DVD / 블루레이 판매 TOP 10 (11월)

순위	YES24			알라딘		
	제목	발매일	판매가	제목	발매일	판매가
1	다크나이트 라이즈 : 블루레이	2012-11-28	39,600	[블루레이] 킬 빌 Vol. 1 & 2 합본	2012-12-10	39,600
2	다크나이트 트릴로지 : 블루레이	2012-11-28	66,000	[블루레이] 다크 나이트 트릴로지	2012-11-28	66,000
3	어벤져스(2D) : 블루레이	2012-09-06	27,500	이와이 순지 컬렉션	2012-10-30	39,600
4	토탈 리콜 한정판 (2DISC) : 블루레이	2012-11-15	39,600	[블루레이] 다크 나이트 라이즈	2012-11-28	35,200
5	바벨 CCE : 블루레이	2012-11-30	31,900	다크 나이트 라이즈 SE	2012-11-28	19,800
6	아바타 3D : 블루레이	2012-10-16	33,000	[블루레이] 본 레거시	2012-12-31	35,200
7	똥파리 : 블루레이	2012-11-30	29,800	다크나이트 트릴로지	2012-11-28	44,000
8	멋진하루 : 블루레이	2012-10-30	31,900	찰리 채플린 단편 영화 컬렉션	2010-03-08	9,800
9	노팅힐-DVD	2012-04-18	9,900	[블루레이] 토탈 리콜 : 극장판 & 감독판	2012-11-15	36,600
10	다크나이트 라이즈(BatCow):블루레이	2012-11-28	77,000	[블루레이] 건축학개론	2012-12-07	31,900

순위	인터파크			핫트랙스	
	제목	발매일	판매가	블루레이	DVD
1	다크 나이트 트릴로지 - 블루레이	2012-11-28	66,000	다크 나이트 라이즈: 스틸북 한정판	트와일라잇
2	다크 나이트 라이즈 - DVD	2012-11-28	19,800	다크 나이트: 트릴로지 한정판	사운드 오브 뮤직: 40주년 특별 한정판
3	다크 나이트 라이즈 [스티북 한정판] - 블루레이	2012-11-28	39,600	다크 나이트 라이즈	사운드 오브 뮤직
4	다크 나이트 트릴로지 [기프트 한정판] - DVD	2012-11-28	44,000	아바타 3D&2D+DVD	다크 나이트 라이즈 S.E
5	어벤져스 - DVD	2012-09-05	20,400	어벤져스	노팅 힐
6	하이スクール 뮤지컬 3: 졸업반 - DVD	2009-05-20	9,900	레지던트 이블 5: 최후의 심판 3D+2D	뉴문
7	하이 스쿨 뮤지컬 Vol.2 (1disc) - DVD	2010-03-10	9,900	본 레거시	이클립스
8	다크 나이트 라이즈 - 블루레이	2012-11-28	35,200	토탈 리콜	어벤져스
9	아바타 3D - 블루레이	2012-10-16	33,000	이티	다크 나이트: 트릴로지 한정판
10	하이 스쿨 뮤지컬 Vol.1 (1disc) - DVD	2010-03-10	9,900	내 아내의 모든 것	브레이킹 던 파트 1

* 출처: YES24, 인터파크, 핫트랙스(이상 11월 기준), 알라딘(11월 5주 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



영화 VOD 서비스 업체별 판매 순위는 네이트 호핀과 티스토어에서 '다크나이트 라이즈'가 1위를 차지하였고, 네이버 N스토어에서 '브레이킹 던 part1'이 1위, 다음 영화에서 '회사원'이 1위이었다. 네이버N스토어와 네이트 호핀에서는 극장에서 개봉한 '브레이킹 던 part2'에 힘입어 '트와일라잇' 시리즈 4편 모두가 10위권 내에 포함되었으며, 다음 영화와 티스토어에서도 '브레이킹 던 part1'이 각각 6위와 8위를 기록하였다. 2012년 최고의 흥행작으로 한국영화 역대흥행순위 1위를 기록한 '도둑들'은 VOD서비스 판매처별로 Top10위에 모두 랭크되었으나, VOD 서비스를 시작한 10월 서비스 순위를 포함하여 고려할 경우 극장흥행 성과에 비하여 VOD 서비스 성과는 저조한 편이다.

▶▶ 영화 VOD 이용 TOP 10 (11월)

순위	네이버 N스토어			다음 영화		
	제목	상영시간	판매가	제목	상영시간	판매가
1	브레이킹 던 part1	117분	2,000	회사원	96분	4,000
2	도둑들	135분	3,200	MB의 추억	65분	3,500
3	이클립스	124분	1,000	도둑들	135분	3,200
4	뉴문	130분	1,000	조조 - 황제의 반란	107분	3,500
5	루퍼	119분	3,500	루퍼	119분	3,500
6	트와일라잇	121분	1,000	브레이킹 던 part1	117분	2,000
7	건축학개론	118분	2,000	퍼스트 포지션	95분	3,500
8	MB의 추억	65분	3,500	바람과 함께 사라지다	121분	4,000
9	운교	129분	2,000	건축학개론	118분	2,000
10	후궁: 제왕의 첩	122분	3,500	맥코리아	78분	3,500

순위	네이트 호핀			티스토어		
	제목	상영시간	판매가	제목	상영시간	판매가
1	다크나이트 라이즈	164분	3,500	다크나이트 라이즈	164분	3,500
2	브레이킹 던 part1	117분	2,000	도둑들	135분	4,000
3	이클립스	124분	1,000	스텝업 4 - 레볼루션	98분	4,000
4	토탈리콜 2012	113분	1,800	강철대오 : 구국의 철가방	113분	10,000
5	후궁: 제왕의 첩	122분	2,000	점쟁이들	119분	4,000
6	도둑들	135분	4,000	간첩	115분	3,500
7	어벤져스	142분	1,800	토탈 리콜 2012	160분	5,000
8	도둑들	135분	4,000	브레이킹 던 part1	117분	2,000
9	트와일라잇	121분	1,000	어벤져스	142분	1,800
10	뉴문	130분	1,000	조조 - 황제의 반란	107분	3,500

* 출처: 네이버 N스토어, 다음 영화, 네이트 호핀, 티스토어 (11월 30일 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니
메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식
정보



07

애니메이션

11월 지상파 채널 애니메이션 시청률에서는 KBS 2TV의 '구름빵'이 1위를 차지했다. 0.87%로 10월에 비해 0.17%p 하락하기는 했으나 다른 프로그램의 시청률도 동반 하락하여 0.1%p 차이로 두 달 연속 정상유지를 기록했다. '상상친구 꾸메꾸메', '두리몽실 몽게공항'도 10월과 동일하게 2, 3위에 올랐다. 이 중 '두리몽실 몽게공항'은 2012 대한민국 콘텐츠 어워드에서 대상을 수상한 작품으로 11월부터 대만 국영방송에서 방영중이며, 유럽과 미국에서 러브콜을 받고 있다. 현재 25개의 업체가 100여개의 캐릭터상품을 개발해 크리스마스에 맞춰 출시할 예정이며 '뽀로로', '로보카 폴리'의 뒤를 이을 애니메이션으로 주목받고 있다.

KBS 1, 2TV를 포함해 KBS는 10월에 비해 두 편 줄어든 10편의 애니메이션을 방영하고 있고, 6편의 MBC가 뒤를 이었다. SBS는 상대적으로 적은 4편을 방영 중이나 '안녕자두야2'를 5위에 올리며 체면을 세웠다.

▶ 지상파 채널 (방송 3사) 애니메이션 시청률 (11월)

순위	프로그램명	방송사	방영요일	방영시간	시청률(%)
1	구름빵	KBS2	월	오후 5:00	0.87
2	상상친구 꾸메꾸메	KBS2	목	오후 5:00	0.77
3	두리몽실 몽게공항	KBS2	토	오전 7:40	0.77
4	빠부야 놀자	KBS2	토	오전 7:55	0.75
5	안녕자두야2	SBS	수	오후 4:00	0.75
6	키즈 사이언스 마법은 없어 베스트	MBC	월	오후 3:10	0.74
7	파워 마스크	KBS2	월~목	오후 4:00	0.71
8	상상친구 꾸메꾸메	KBS1	토	오후 2:00	0.71
9	유후와 친구들	KBS2	금	오후 5:00	0.65
10	딸기가 좋아	KBS2	월~목	오후 3:35	0.65
11	프랭키와 친구들	KBS2	화	오후 5:00	0.65
12	동화 속 과학탐험	SBS	월	오후 4:00	0.58
13	엄마와 떠나는 과학여행 엄마는 마법사	MBC	금	오후 4:00	0.56
14	프랭키와 친구들	KBS1	토	오후 2:30	0.56
15	SBS 애니갤러리	SBS	금	오후 4:00	0.50
16	내사랑 똥	MBC	화	오후 4:30	0.40
17	아용다용 동화나라	MBC	목	오후 4:30	0.40
18	키즈 CSI 과학수사대	MBC	월	오후 4:30	0.40
19	스캔2고	SBS	목	오후 4:00	0.36
20	안녕 토토비	MBC	수	오후 4:30	0.32

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치(본방 기준, 13대전국, 모든 플랫폼, 가구시청률), EBS 제외

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



EBS에서는 11월 47편의 애니메이션이 방영되고 있다. 이 중 25위권의 인기 애니메이션들은 방송 3사에서 방영되는 애니메이션보다 높은 1% 이상의 평균시청률을 기록하고 있다. 방영되는 대다수의 애니메이션이 한국에서 제작된 작품으로, 2012 대한민국 콘텐츠 어워드 애니메이션부문 장관상을 수상한 '로보카 폴리'나 아시안 TV어워드 최우수 아동 교육 프로그램상을 수상한 '꼬마버스 타요' 등 국내외에서 작품성을 인정받은 우수한 애니메이션이 다수 포함되어 있다.

EBS 방영 애니메이션 현황 (11월)

구분	프로그램명	방송사	방영요일	방영시간
1	머털도사	EBS	수~목	오후 7:05
2	지구를 지켜라(보니하니)	EBS	수~목	오후 6:35
3	곤	EBS	월~목	오후 6:50
4	꼬마기사 마이크	EBS	수~목	오후 6:05
5	캐니멀	EBS	월~화	오후 6:40
6	보롱보롱 보로로	EBS	수~목	오전 8:30
7	빼꼼	EBS	월~화	오후 7:05
8	콩콩짜짜라라(당동댕유치원)	EBS	수	오전 8:20
9	오스카의 오아시스	EBS	금	오후 6:55
10	로보카 폴리와 함께하는 교통안전 이야기	EBS	금	오후 5:55
11	어린왕자	EBS	월~화	오후 7:10
12	꼬마 요리사	EBS	금	오전 8:25
13	킬로와 스티치	EBS	금	오후 6:05
14	로보카 폴리	EBS	월~화	오전 8:30
15	한그릇똑딱(당동댕유치원)	EBS	목	오전 8:10
16	뽀빠에 친구	EBS	금	오전 8:15
17	떼굴떼굴 미술상자	EBS	금	오전 8:55
18	꼬불꼬불꼬부리(당동댕유치원)	EBS	수	오전 8:10
19	트랜스포머 프라임	EBS	금	오후 7:05
20	보로로와 노래해요	EBS	월~화	오전 9:10
21	디보와 노래해요	EBS	수	오전 9:10
22	치로의 클래식 동요	EBS	목	오전 9:10
23	요술요몽구리(당동댕유치원)	EBS	목	오전 8:20
24	깨미	EBS	목	오전 9:15
25	똑똑박사 에디	EBS	금	오전 7:45
26	따개비 루	EBS	금	오후 4:45
27	뚜바뚜바 눈보리	EBS	수	오전 9:15
28	꼬마버스 타요	EBS	수~목	오전 7:45
29	코코몽2	EBS	월~화	오전 9:15
30	부릉부릉 브루미즈	EBS	월~화	오전 7:45
31	트리푸툼	EBS	금	오전 9:15
32	아기고릴라 등등	EBS	금	오후 4:20
33	피들리 팜	EBS	금	오후 4:10
34	마샤와 곰	EBS	월~화	오전 9:30
35	달려라 카카	EBS	수~목	오전 9:30
36	꼬마 펭귄 핑구	EBS	수~금	오전 7:30
37	미술탐험대	EBS	일	오전 10:40
38	클로이의 요술옷장	EBS	수~목	오전 9:45
39	행복배달부 팻아저씨	EBS	금	오전 9:40
40	치로와 친구들	EBS	월~화	오전 7:30
41	아기공룡 버디	EBS	월~화	오전 9:45
42	버블버블 인어친구들	EBS	금	오후 3:35
43	시계마을 티키희!	EBS	월~화	오전 8:15
44	미라벨의 동물극장	EBS	월~화	오후 3:10
45	고양이 파피	EBS	수~목	오후 4:10
46	수학특공대 우미주미	EBS	월~화	오후 2:45
47	호야네 집	EBS	금	오전 7:00

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치(본방 기준)



11월 어린이/애니메이션 전문채널 시청률 순위에서는 국산 애니메이션 ‘안녕자두야2’가 1위에 올랐다. ‘안녕자두야’ 시즌1이 3위에 오르면서 11월에는 두 편의 국산 애니메이션이 3위 안에 들었다. 2위는 장수 애니메이션 ‘짱구는 못말려 12’가 차지했다. 극장판 애니메이션이 상위권을 점령했던 10월과 달리 TOP3를 모두 TV용 애니메이션이 차지했다. 또한 애니메이션들이 전월에 비해 전반적으로 시청률이 감소했는데, 1위를 차지한 작품은 0.29%p나 줄어들었다.

순위에서는 국산 애니메이션이 선전했으나 편수로는 일본에서 제작된 작품이 26편으로 여전히 대다수를 차지하고 있다. 국산 프로그램으로는 <투니버스>의 ‘해결왕’과 ‘슈퍼히어로’가 각각 13위, 23위에 올랐다. 두 작품 모두 인기 개그맨을 내세운 어린이 프로그램인데, ‘해결왕’은 어린이의 고민을 어린이가 해결해준다는 컨셉으로 투니버스 개국 17주년을 기념해 만든 작품이고, ‘슈퍼히어로’는 장애물을 통과하며 목적지에 도착하는 키즈 서바이벌 프로그램이다.

▶ 어린이/애니메이션 전문채널 프로그램 TOP 30 (11월)

순위	프로그램	제작	방영회수	시청률 (%)
1	안녕자두야2	한국	43	0.66
2	짱구는 못말려 12	일본	66	0.64
3	안녕자두야	한국	1	0.59
4	명탐정 코난 극장판 14번째 표적	일본	4	0.52
5	명탐정 코난 스페셜	일본	10	0.49
6	아따맘마 4기	일본	12	0.47
7	짱구는 못말려 10	일본	34	0.46
8	짱구는 못말려 폭풍을 부르는 정글<재>	일본	1	0.41
9	아따맘마 8기	일본	4	0.40
10	짱구는 못말려 11	일본	51	0.39
11	짱구는 못말려 헨더랜드의 모험<재>	일본	1	0.39
12	아따맘마 5기	일본	7	0.39
13	해결왕	한국	2	0.38
14	명탐정 코난 극장판 천공의 난파선	일본	2	0.37
15	짱구는 못말려 7	일본	3	0.37
16	짱구는 못말려 엄청난 태풍을 부르는 금창의 용사<재>	일본	1	0.36
17	짱구는 못말려 액션가면 그라그레 마왕<재>	일본	1	0.36
18	극장판 짱구는 못말려 태풍을 부르는 황금 스파이 대작전<재>	일본	1	0.34
19	짱구는 못말려 8	일본	5	0.34
20	짱구는 못말려 돼지발굽 대작전<재>	일본	1	0.33
21	매일엄마	일본	8	0.33
22	짱구는 못말려 폭풍을 부르는 석양의 떡잎마을 방법대<재>	일본	1	0.33
23	슈퍼히어로	한국	14	0.31
24	짱구는 못말려 어른제국의 역습<재>	일본	1	0.31
25	극장판 짱구는 못말려 태풍을 부르는 노래하는 영덩이폭탄<재>	일본	1	0.30
26	짱구는 못말려 9	일본	4	0.29
27	짱구는 못말려 부리부리 3분 대작전<재>	일본	1	0.29
28	원피스 9기	일본	8	0.28
29	짱구는 못말려 태풍을 부르는 영평의 불고기 로드<재>	일본	1	0.27
30	아따맘마 6기	일본	2	0.27

* 해당 수치는 어린이/애니메이션 전문채널(투니버스, 챔프, 카툰네트워크, 애니원, 애니박스, 어린이TV, 애니맥스, 재능TV, 니켈로디언, 디즈니주니어, 디즈니채널, 애니플러스, 육아방송, Kids talk talk, Kids Co, 대교플러스, 키즈원, 키즈TV, 에듀TV, 에듀키즈, KBS kids)에서 방영되는 모든 애니메이션의 시청률을 합한 값임

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



어린이/애니메이션 전문채널별 프로그램 시청률 순위에서는 국산 애니메이션 ‘안녕 자두야2’가 <투니버스>에서, 일본 애니메이션 ‘말짱 팡돌이’가 <카툰네트워크>에서 1위를 차지했다. <니켈로디언>에서는 3D로 재탄생된 ‘돌연변이 특공대 닌자거북이’가 1위에 올랐고 <챔프>와 <대교어린이TV>에서는 전월과 마찬가지로 ‘짱구는 못말려’ 시리즈와 ‘변신자동차 또봇’ 시리즈가 강세를 유지했다. <재능TV>는 ‘변신자동차 또봇’ 시리즈가 선전했던 10월과 달리 1위부터 3위까지의 순위를 일본 애니메이션이 차지했다. <투니버스>와 <챔프>는 전월 같은 순위와 비교했을 때 최고 0.3%p의 시청률이 감소했으나 <카툰네트워크>와 <니켈로디언>은 0.01%p 가량 증가한 것으로 나타났다.

▶ 어린이/애니메이션 전문채널별 프로그램 시청률 순위 (11월)

투니버스			카툰네트워크		
1	안녕 자두야2	0.66	1	말짱 팡돌이	0.25
2	짱구는 못말려 12	0.64	2	키테레츠대백과	0.24
3	안녕자두야	0.59	3	이누야샤 스페셜 거울 속의 몽환성	0.23
4	명탐정 코난 극장판 14번째 표적	0.52	4	쌍둥이 맑음	0.23
5	명탐정 코난 스페셜	0.49	5	이누야샤 스페셜 시대를 초월한 마음	0.20
6	네모바지 스폰지밥	0.48	6	핀과 제이크의 어드벤처타임	0.20
7	아파맘마 4기	0.47	7	변신자동차 또봇 엄마의 자장가	0.19
8	짱구는 못말려 10	0.46	8	원피스 스페셜 태엽섬의 모험	0.19
9	아파맘마 8기	0.40	9	툼과 제리 설록홈즈를 만나다	0.18
10	짱구는 못말려 11	0.39	10	육가네 6쌍둥이	0.17
니켈로디언			챔프		
1	돌연변이 특공대 닌자거북이	0.17	1	짱구는 못말려 폭풍을 부르는 정글<재>	0.41
2	마다가스카의 펭귄	0.16	2	짱구는 못말려 헨더랜드의 모험<재>	0.39
3	TV 동물농장	0.13	3	짱구는 못말려 엄청난 태풍을 부르는 금창의 용사<재>	0.36
4	네모바지 스폰지밥	0.13	4	짱구는 못말려 액션가면 그래그래 마왕<재>	0.36
5	아이칼리	0.11	5	극장판 짱구는 못말려 태풍을 부르는 황금 스파이 대작전<재>	0.34
6	코라의 전설	0.10	6	짱구는 못말려 돼지발굽 대작전<재>	0.33
7	아바타아양의 전설	0.10	7	짱구는 못말려 폭풍을 부르는 석양의 떡잎마을 방법대<재>	0.33
8	웍스클럽	0.08	8	짱구는 못말려 어른제국의 역습<재>	0.31
9	레고 프렌즈	0.08	9	극장판 짱구는 못말려 태풍을 부르는 노래하는 영령이 폭탄<재>	0.30
10	팬보이 & 침침	0.08	10	짱구는 못말려 부리부리 3분 대작전<재>	0.29
대교어린이TV			재능TV		
1	변신자동차 또봇 진화의 시작	0.14	1	으랏차차 짘돌이네	0.17
2	라바	0.13	2	똘다 럭키맨	0.15
3	변신자동차 또봇 최강합체 트라이탄	0.13	3	으랏차차 짘돌이네 2기	0.15
4	닌자고	0.10	4	슈퍼꼬마퍼맨	0.14
5	변신자동차 또봇 날아라 또봇	0.10	5	변신자동차 또봇 합체 또봇타이탄	0.14
6	변신자동차 또봇 엄마의 자장가	0.08	6	뽕뽕뽕 뽕뽕	0.14
7	변신자동차 또봇 트라이탄 슈퍼콤보	0.08	7	닌자고	0.13
8	포켓몬스터 베스트위시 PART2	0.06	8	포켓몬스터 AG3기	0.13
9	천하태평 노노짱	0.06	9	선더일레븐 극장판 최강군단 오우거의 습격	0.13
10	포켓몬스터 베스트위시	0.06	10	포켓몬스터 DP 극장판	0.13

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치



어린이/애니메이션 전문채널의 평균 가구시청률에서는 <투니버스>가 여전히 압도적인 1위를 유지했다. 상위권 애니메이션 프로그램의 시청률이 하락했으나 전체 시청률은 0.25%로 10월보다 오히려 0.01%p 상승한 것으로 나타났다. <투니버스>는 시청률뿐만 아니라 도달률과 시청시간에서도 타 채널과 2배 이상의 차이를 보이며 시청자들이 가장 선호하는 어린이/애니메이션 채널로 나타났다. 2위와 3위는 각각 <카툰네트워크>와 <챔프>가 차지해 10월 대비 변동이 없었으나 <카툰네트워크>가 시청률을 유지한 반면 <챔프>는 0.01%p 하락했다. <디즈니주니어>는 처음으로 10위권에 진입했고, <애니원>도 3단계 상승하며 11위를 기록했다.

▶ 어린이/애니메이션 전문채널 평균 가구시청률 (11월)

순위	채널명	시청률	점유율	도달율	시청시간
1	Tooniverse	0.25%	0.74%	8.30%	0:03:37
2	카툰네트워크	0.10%	0.29%	3.88%	0:01:25
3	Champ	0.08%	0.23%	4.70%	0:01:08
4	JTBC재능TV	0.07%	0.22%	4.27%	0:01:04
5	Nickelodeon	0.07%	0.20%	2.48%	0:00:58
6	Animax	0.06%	0.18%	3.51%	0:00:54
7	어린이TV	0.05%	0.14%	2.38%	0:00:41
8	디즈니채널	0.03%	0.08%	1.33%	0:00:23
9	Anibox	0.02%	0.07%	1.63%	0:00:21
10	디즈니주니어	0.02%	0.05%	0.60%	0:00:13
11	애니원	0.02%	0.05%	0.84%	0:00:13
12	애니플러스	0.01%	0.04%	0.89%	0:00:13
13	KBS Kids	0.01%	0.04%	1.06%	0:00:11
14	육아방송	0.01%	0.03%	1.17%	0:00:09
15	에듀키즈TV	0.00%	0.00%	0.20%	0:00:01
16	키즈원	0.00%	0.00%	0.09%	0:00:01
17	Kids Talk Talk Plus	0.00%	0.00%	0.06%	0:00:01
18	키즈TV	0.00%	0.00%	0.03%	0:00:00
19	KidsCo	0.00%	0.00%	0.00%	0:00:00
20	에듀TV	0.00%	0.00%	0.00%	0:00:00
21	대교플러스	0.00%	0.00%	0.00%	0:00:00

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



애니메이션 채널의 시간대별 평균 시청률을 살펴보면 17~20시에 시청률이 가장 높게 나타나는 흐름이 계속됐다. 20대는 특이하게 밤 11시에 최고 시청률 0.24%를 기록했다. 가구 기준최고 시청률은 18시에 기록한 1.94%로 나타났는데, 이는 10월 최고 시청률인 1.81%보다 0.13%p 높은 수치이다. 전체적으로 오전 시간에는 시청률이 전월대비 감소했으나 오후시간대에는 최대 0.26%p가 증가했다.

어린이/애니메이션 전문채널의 주요 소비자층인 4~9세의 평균 시청률은 1.71%였고, 10대가 0.48%로 뒤를 이었다. 전월대비 시청률이 가장 많이 증가한 연령은 4~9세로 15시에 0.45%p증가했다. 30대는 아동/청소년을 제외한 연령대에서 가장 높은 시청률을 기록했는데(0.38%), 이는 해당 연령대에서 어린이를 양육하는 가정이 많은 것이 이유로 추정된다.

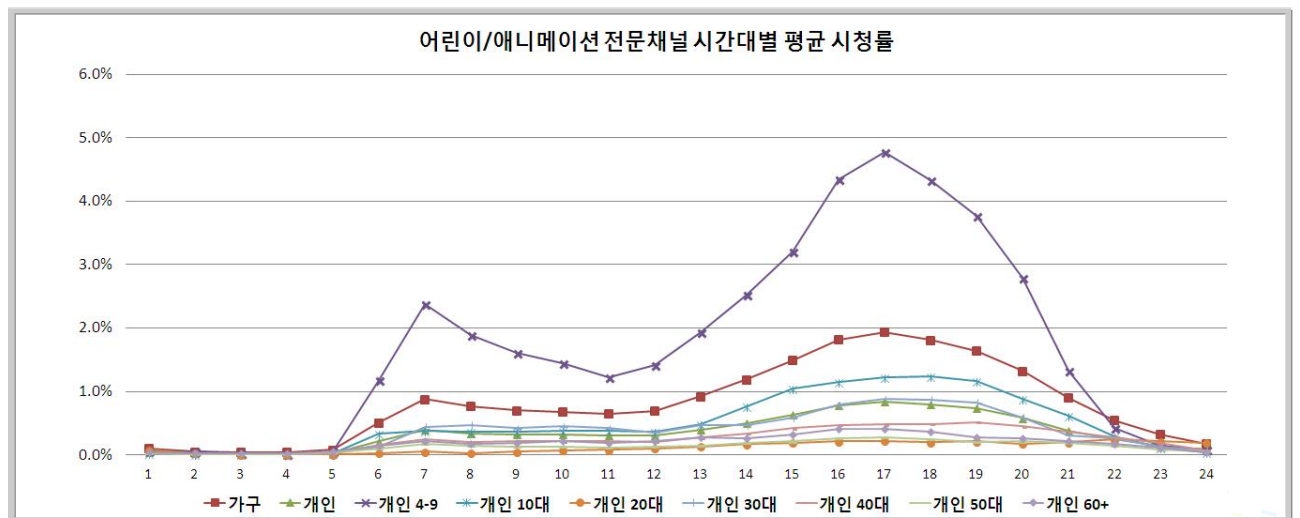
▶ 어린이/애니메이션 전문채널 시간대별 평균 시청률 (11월)

(단위: %)

시간	가구	개인	개인 4-9	개인 10대	개인 20대	개인 30대	개인 40대	개인 50대	개인 60+
2	0.10	0.04	0.07	0.02	0.08	0.03	0.03	0.02	0.04
3	0.05	0.02	0.05	0.01	0.03	0.01	0.02	0.01	0.02
4	0.04	0.01	0.03	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02
5	0.04	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.03
6	0.08	0.03	0.06	0.02	0.01	0.02	0.03	0.04	0.05
7	0.51	0.21	1.18	0.34	0.03	0.13	0.16	0.10	0.14
8	0.88	0.39	2.37	0.38	0.05	0.44	0.24	0.18	0.22
9	0.77	0.34	1.89	0.36	0.03	0.47	0.20	0.15	0.18
10	0.70	0.32	1.61	0.36	0.05	0.42	0.21	0.13	0.19
11	0.68	0.32	1.45	0.38	0.07	0.45	0.21	0.13	0.22
12	0.65	0.30	1.22	0.38	0.08	0.42	0.21	0.12	0.19
13	0.69	0.30	1.41	0.37	0.10	0.35	0.20	0.13	0.22
14	0.92	0.40	1.93	0.49	0.13	0.47	0.27	0.15	0.27
15	1.19	0.50	2.52	0.77	0.17	0.47	0.34	0.19	0.26
16	1.49	0.63	3.20	1.05	0.19	0.59	0.42	0.21	0.32
17	1.82	0.78	4.34	1.15	0.21	0.79	0.47	0.26	0.41
18	1.94	0.84	4.78	1.22	0.22	0.88	0.48	0.28	0.41
19	1.81	0.80	4.33	1.24	0.20	0.87	0.49	0.25	0.36
20	1.64	0.74	3.77	1.16	0.21	0.83	0.52	0.20	0.28
21	1.32	0.58	2.79	0.89	0.18	0.59	0.45	0.21	0.26
22	0.90	0.38	1.33	0.61	0.20	0.31	0.37	0.19	0.22
23	0.55	0.24	0.43	0.29	0.24	0.26	0.28	0.14	0.17
24	0.32	0.14	0.14	0.12	0.21	0.13	0.19	0.08	0.11
25	0.18	0.08	0.08	0.04	0.19	0.07	0.07	0.06	0.04

* 해당 수치는 어린이/애니메이션 전문채널(투니버스, 챔프, 카툰네트워크, 애니원, 애니박스, 어린이TV, 애니맥스, 채널TV, 니켈로디언, 디즈니주니어, 디즈니채널, 애니플러스, 육아방송, Kids talk talk, Kids Co, 대교플러스, 키즈원, 키즈TV, 에듀TV, 에듀키즈, KBS kids)채널의 시청률을 합한 값임

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치





2012년 1월부터 12월 초까지 개봉한 극장판 애니메이션은 총 47편이다. 100만 관객을 넘긴 애니메이션은 6편으로, 그 중 200만명 이상의 관객을 동원한 작품은 ‘장화신은 고양이’ 한 편에 불과했다. 국가별로 살펴보면 미국 제작이 4편으로 가장 많은 것으로 나타났고 ‘새미의 어드벤처 2’와 ‘점박이 : 한반도의 공룡 3D’가 선전한 벨기에와 한국이 각각 한 편의 100만 흥행작을 배출했다. 6편 모두 3D 제작 애니메이션으로 극장에서는 전통적인 2D 애니메이션보다 3D 애니메이션의 강세가 일반화되었음을 알 수 있다.

연말과 겨울방학을 앞둔 12월에는 총 6편의 신작 애니메이션이 개봉을 앞두고 있다. 어린이들이 좋아하는 TV 애니메이션의 극장판과 할리우드 신작 애니메이션 등이 다채롭게 준비되어 있다. 우선 어린이 애니메이션의 대명사 ‘포켓몬스터’ 시리즈의 극장판 15주년 기념작이 19일 개봉을 앞두고 있다. ‘포켓몬스터’ 극장판은 2009년 이후 매년 12월에 국내 관객을 찾아가는 스테디셀러 시리즈다.

마찬가지로 19일 개봉하는 ‘주먹왕 랄프’는 8비트 게임의 악당 캐릭터 랄프가 사람들의 사랑을 받기 위해 영웅으로 거듭나는 내용을 다룬 애니메이션으로 팩맨, 스트리트파이터 등 과거 게임 속 추억의 캐릭터들이 등장하여 성인 관객들에게도 관심을 받고 있다. 북미 박스오피스 1위와 디즈니 애니메이션 오프닝 스코어 1위를 기록했으며, 전미비평가협회 최우수 애니메이션상을 수상하며 작품성도 인정받았다.

▶▶ 2012년 애니메이션 극장 개봉 현황 (11월 30일 기준)

구분	제목	개봉일	스크린수	매출액 (백만 원)	관객수 (천 명)	유형	관람등급	제작
1	치코와 리타	1월 05일	17	122	15	2D	15세관람가	스페인, 영국
2	코알라 키드: 영웅의 탄생	1월 12일	234	1,426	204	3D	전체관람가	한국, 미국
3	장화신은 고양이	1월 12일	593	17,390	2,053	3D	전체관람가	미국
4	요나요나 팬권	1월 12일	104	30	5	2D	전체관람가	일본, 프랑스
5	점박이 : 한반도의 공룡3D	1월 26일	455	9,534	1,032	3D	전체관람가	한국
6	원피스3D: 밀짚모자 체이스	1월 26일	112	92	13	3D	전체관람가	일본
7	강철의 연금술사 : 마로스의 성스러운 별	1월 26일	36	23	3	2D	12세관람가	일본
8	해피피트 2	2월 02일	314	1,439	181	3D	전체관람가	호주
9	토르: 마법망치의 전설	2월 09일	382	5,482	757	3D	전체관람가	아이슬란드
10	레전드 오브 랫빗	2월 22일	224	565	82	3D	전체관람가	중국
11	볼츠와 블림: 달나라 리그의 전투	2월 23일	60	150	14	3D	전체관람가	한국, 캐나다
12	나루토 질풍전 극장판: 블러드 프리즌	2월 23일	43	45	7	2D	전체관람가	일본
13	닌자보이 란타로 극장판: 시골벽적 방학속제 대소동	2월 23일	64	52	8	2D	전체관람가	일본
14	밀림의 왕자 레오: 세상을 바꾸는 용기	2월 29일	49	154	24	2D	전체관람가	일본
15	온실이	3월 08일	1	1	0.1	2D	청소년관람불가	한국
16	스페이스 독	3월 22일	148	282	42	3D	전체관람가	러시아
17	짱구는 못말려 극장판: 태풍을 부르는 황금스파이 대작전	4월 26일	277	1,802	271	2D	전체관람가	일본
18	파리의 도둑 고양이	4월 26일	4	8	1	2D	12세관람가	프랑스
19	장화신은 고양이 디 오리지널	5월 03일	46	31	4	2D	전체관람가	프랑스
20	로렉스	5월 03일	462	2,150	298	3D	전체관람가	미국
21	컬러풀	5월 10일	13	32	4	2D	15세관람가	일본

- 01 출판
- 02 만화
- 03 음악
- 04 공연
- 05 게임
- 06 영화
- 07 애니메이션
- 08 캐릭터
- 09 방송
- 10 광고
- 11 지식정보



- 01 출판
- 02 만화
- 03 음악
- 04 공연
- 05 게임
- 06 영화
- 07 애니메이션
- 08 캐릭터
- 09 방송
- 10 광고
- 11 지식 정보

22	극장판 썬더일레븐GO : 궁극의 우정 그리폰	5월 24일	242	574	84	3D	전체관람가	일본
23	마다가스카3 : 이번엔 서커스다!	6월 06일	564	12,475	1,623	3D	전체관람가	미국
24	뉴타입 히어로 앳타맨	6월 21일	38	14	2.2	2D	전체관람가	일본
25	모모와 다락방의 수상한 요괴들	7월 05일	253	1,956	294	2D	전체관람가	일본
26	명탐정 코난: 11번째 스트라이커	7월 19일	350	3,363	525	2D	전체관람가	일본
27	도니도니 삼형제와 아기늑대 침투작전	7월 19일	2	0.5	0.1	2D	전체관람가	미국
28	극장판 도라에몽: 친구와 가족의 섬 애니멀 어드벤처	7월 25일	184	1,071	166	2D	전체관람가	일본
29	아이스 에이지 4: 대륙 이동설	7월 25일	501	12,292	1,648	3D	전체관람가	미국
30	파닥파닥	7월 25일	50	84	12	2D	전체관람가	한국
31	새미의 어드벤처 2	8월 01일	486	10,850	1,455	3D	전체관람가	벨기에
32	빌리와 용감한 녀석들 3D	8월 08일	241	1,961	299	3D	전체관람가	독일
33	손오공: 돌원숭이의 탄생	9월 06일	83	69	11	2D	전체관람가	일본
34	늑대아이	9월 13일	226	1,479	215	2D	전체관람가	일본
35	테드: 황금도시 파이티티를 찾아서	9월 20일	301	917	127	3D	전체관람가	스페인
36	메리다와 마법의 숲	9월 27일	479	9,022	1,231	3D	전체관람가	미국
37	닌자보이 란타로 : 삼총사의 대모험	10월 11일	1	0.2	0.04	2D	전체관람가	일본
38	프랑켄위니	10월 11일	226	365	44	3D	12세관람가	미국
39	반딧불 언덕에서	11월 01일	8	1	0.1	2D	전체관람가	일본
40	밀림의 왕자 레오2	11월 08일	159	274	45	2D	전체관람가	일본
41	방과 후 미드나이터즈	11월 08일	4	0.6	0.08	2D	12세관람가	일본
42	극장판 전국 바사라	11월 15일	2	-	-	2D	15세관람가	일본
43	토끼와 거북이 패밀리가 떴다	11월 22일	2	1.1	0.2	3D	전체관람가	미국
44	가디언즈	11월 29일	472	3,022	361	3D	전체관람가	미국
45	밤의 이야기	11월 29일	21	24	3	2D	전체관람가	프랑스
46	악동 프레디 길들이기	11월 29일	2	0.3	0.1	3D	전체관람가	덴마크
47	신비의 법	11월 29일	2	4	0.4	2D	12세관람가	일본
48	메모리즈	12월 13일	-	-	-	2D	15세관람가	일본
49	극장판 파워레인저: 캡틴포스 VS 미라클포스 199 히어로 대전	12월 13일	-	-	-	2D	전체관람가	일본
50	주먹왕 랄프	12월 19일	-	-	-	2D	전체관람가	미국
51	극장판 포켓 몬스터 베스트위시 큐레무 VS 성검사	12월 19일	-	-	-	2D	전체관람가	일본
52	니코: 산타비행단의 모험	12월 25일	-	-	-	3D	전체관람가	핀란드
53	잠비아: 신비한 나무섬의 비밀	12월 26일	-	-	-	3D	전체관람가	미국

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망, 11월 30일 기준



2012년 11월 애니메이션 DVD / 블루레이 판매 순위에서는 픽사의 2012년도 신작 '메리다와 마법의 숲'이 강세를 보였다. '메리다와 마법의 숲'은 <YES24>와 <핫트랙스> 블루레이 차트를 제외한 나머지 차트에서 1위를 기록했다. 11월 15일에 발매된 '마다가스카 3 : 이번엔 서커스다!'가 <핫트랙스> 블루레이 1위, <알라딘> 2위, <인터파크> 3위를 차지했고, '아이스 에이지4'도 <인터파크>와 <알라딘>에서 각각 2, 3위를 차지하는 등 신작들이 차트에서 좋은 모습을 보였다. 한편 '그리스 로마 신화 전설의 수호자들 종합세트'나 '미래소년 코난 일반판 박스세트'같은 TV 시리즈, 패키지 애니메이션도 할인 행사의 영향을 받아 순위에 올랐다.

▶▶ 애니메이션 DVD / 블루레이 판매 TOP 10 (11월)

순위	YES24			알라딘		
	제목	발매일	판매가	제목	발매일	판매가
1	아이스 에이지3 : 공룡시대	2009-12-29	9,900	메리다와 마법의 숲	2012-11-29	20,400
2	라퐁젤	2011-04-19	20,400	마다가스카 3 : 이번엔 서커스다!	2012-11-15	20,400
3	별을 쫓는 아이: 아가르타의 전설 : 블루레이	2012-11-01	29,700	아이스 에이지 4: 대륙 이동설	2012-11-06	20,400
4	코쿠리코 언덕에서 - DVD	2012-08-30	27,500	안데르센 명작동화 애니메이션 세트	2008-03-07	19,800
5	신세기 에반게리온 리뉴얼 일반판 Box Set	2007-12-28	39,800	디즈니 고전명작 10종 세트 Vol.1 뉴패키지	2004-12-01	7,500
6	드래곤 길들이기	2010-11-18	13,200	프린스 앤 프린세스	2003-07-30	2,900
7	별을 쫓는 아이: 아가르타의 전설 : DVD	2012-03-16	16,500	아더 크리스마스	2012-12-04	19,800
8	마당을 나온 암탉	2011-11-16	20,400	소중한 날의 꿈 : 한정판 커피북	2012-12-13	23,500
9	월레스와 그로밋	2006-03-10	5,000	요괴 인간 - 전편 박스세트	2011-07-08	27,600
10	아이스 에이지	2008-04-02	8,800	[3D 블루레이] 메리다와 마법의 숲	2012-11-29	31,900

순위	인터파크			핫트랙스	
	제목	발매일	판매가	블루레이	DVD
1	메리다와 마법의 숲 - DVD	2012-11-29	20,400	마다가스카 3: 이번엔 서커스다	메리다와 마법의 숲
2	아이스 에이지 4: 대륙 이동설 - DVD	2012-11-08	20,400	메리다와 마법의 숲	아이스 에이지 4: 대륙 이동설
3	마다가스카 3: 이번엔 서커스다 - DVD	2012-11-15	20,400	메리다와 마법의 숲 3D	라퐁젤
4	디즈니 베스트 애니메이션 12종	2011-09-27	12,000	픽사 단편 VOL.2	라이언 킹 D.E
5	마다가스카 2 - DVD	2012-10-23	8,800	레지던트 이블: 디제너레이션	토이 스토리 S.E
6	그리스 로마 신화 전설의 수호자들 종합세트 - DVD	2008-03-21	29,800	별을 쫓는 아이: 아가르타의 전설	가디언의 전설
7	미래소년 코난 일반판 박스세트 - DVD	2008-11-25	27,500	슈퍼 배드 3D	토이 스토리 3
8	코쿠리코 언덕에서 - DVD	2012-08-30	27,500	픽사 단편 애니메이션 VOL.1	픽사 단편 VOL.2
9	까이유의 아주 특별한 크리스마스 이야기 극장판 - DVD	2006-11-01	13,000	아이스 에이지 4: 대륙 이동설 3D+2D	아더 크리스마스
10	토이 스토리 1 SE - DVD	2010-07-21	14,800	레지던트 이블: 댐네이션	토이 스토리 2 S.E

* 출처: YES24, 인터파크, 핫트랙스: 11월 월간 기준 / 알라딘: 11월 5주 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



애니메이션 VOD 다운로드 차트에서는 ‘모모와 다락방의 수상한 요괴들’이 <네이버 영화>와 <T스토어>에서 1위를 유지했다. <다음 영화>에서는 100만 관객을 넘어선 국산 애니메이션 ‘점박이: 한반도의 공룡 3D’가 정상에 차지했고, <네이트 호핀>에서는 ‘메리다와 마법의 숲’이 1위에 올랐다. ‘테드: 황금도시 파이티티를 찾아서’는 <다음 영화>와 <T스토어>, <네이버 영화>에서 각각 2, 3, 9위를 기록하며 신작 애니메이션에 대한 갈증을 채워줬다. 한편, 11월 개봉한 ‘방과 후 미드나이터즈’와 ‘토끼와 거북이: 패밀리가 떴다’는 <다음 영화>와 <네이트 호핀>에서 각각 9위에 올랐다. 극장에서 주목받지 못한 작품이 동시개봉을 통해 VOD로 출시하여 수익을 창출하려는 전략이 어느 정도 성과를 거둔 것으로 판단된다.

▶ 애니메이션 VOD 다운로드 TOP 10 (11월)

순위	네이버 영화			다음 영화		
	제목	상영시간	가격(원)	제목	상영시간	가격(원)
1	모모와 다락방의 수상한 요괴들(자막판)	120분	2,000	점박이: 한반도의 공룡 3D	90분	4,000
2	모모와 다락방의 수상한 요괴들(더빙판)	120분	2,000	테드: 황금도시 파이티티를 찾아서	91분	3,500
3	메리다와 마법의 숲(더빙판)	102분	3,500	반딧불 언덕에서	104분	3,500
4	마당을 나온 암탉(더빙판)	93분	2,000	새미의 어드벤처	85분	1,000
5	빌리와 용감한 녀석들 3D	93분	3,500	마당을 나온 암탉	93분	2,000
6	라퐁젤(더빙판)	100분	5,500	줄리의 육지 대모험	84분	1,500
7	장화신은 고양이 디오리지널(더빙판)	82분	2,000	소중한 날의 꿈	95분	1,500
8	컬러풀	126분	2,000	엄마 까투리	28분	1,000
9	테드: 황금도시 파이티티를 찾아서	91분	3,500	방과 후 미드나이터즈	95분	3,500
10	고 녀석 만나겠다	89분	1,500	창	29분	3,000

순위	네이트 호핀			T스토어		
	제목	상영시간	가격(원)	제목	다운로드	가격(원)
1	메리다와 마법의 숲(더빙판)	102분	3,500	모모와 다락방의 수상한 요괴들(자막판)	205,918	3,500
2	마다가스카 3	94분	1,800	내친구 호비	158,048	0
3	마당을 나온 암탉(더빙판)	93분	1,000	테드: 황금도시 파이티티를 찾아서	104,026	3,500
4	반딧불 언덕에서	104분	3,500	고 녀석 만나겠다	85,694	1,500
5	모모와 다락방의 수상한 요괴들(자막판)	120분	2,000	강철의 연금술사 : 미로스의 성스러운 별	71,960	2,000
6	천년여우	87분	1,000	토르 : 마법망치의 전설	58,667	3,500
7	메리다와 마법의 숲(자막)	102분	3,500	천년여우 여우비	46,366	1,000
8	아더 크리스마스	96분	1,800	돼지의 왕	45,095	3,500
9	토끼와 거북이: 패밀리가 떴다	75분	10,000	마당을 나온 암탉	42,495	2,000
10	개구쟁이 스머프	101분	4,000	청의 엑소시스트	12,138	500

* 출처: 네이버 N스토어, 다음 영화, 네이트 호핀, T스토어 (2012. 11. 30. 기준)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



08

캐릭터

11월 G마켓 캐릭터 상품 TOP 10에서도 애니메이션 캐릭터 완구의 강세가 지속됐다. 2011년 발매와 함께 미취학 아동들의 사랑을 한 몸에 받고 있는 국산 애니메이션 ‘또봇’과 2012 대한민국 콘텐츠 어워드 캐릭터대상 대통령상을 수상한 ‘로보카폴리’, 문화체육관광부 장관상을 수상한 ‘꼬마버스 타요’ 관련 완구가 작동완구와 캐릭터완구 부문의 순위를 대거 차지했다. 승용완구나 신생아/영아완구, 스포츠완구 부문에서는 상대적으로 다양한 회사의 제품들이 사랑받고 있는데 캐릭터 애니메이션의 영향을 덜 받고 기능성을 강조한 제품들이 많은 것이 이유로 파악된다.

▶ G마켓 캐릭터 상품 TOP 10 (11월)

순위	작동완구		캐릭터완구	
1	변신자동차 또봇W 쉴드온	영실업	보로로 봉제인형	미미월드
2	또봇트라이탄 / 또봇에볼루션Y	영실업	로보카폴리 다이캐스팅 시리즈	아카데미과학
3	로봇피쉬	오로라월드	로보카폴리 변신로봇4종	아카데미과학
4	타요 도로놀이	미미월드	프린세스 베이비돌	디즈니
5	리얼펫시리즈	토이트론	꼬마버스 타요 다이캐스팅	미미월드
6	파워레인저 캡틴포스 DX캡틴킹	반다이	프린세스 미미의 집	미미월드
7	스피드마스터	삼진인터내셔널	로보카폴리 무선조종 4종	아카데미과학
8	토마스와 친구들 작동기차 21Pcs	-	DX 캡틴킹 수호신 매직캡틴킹 갤럭시온버스터 캡틴포스	반다이
9	우당탕탕 달려라 곤	삼진인터내셔널	파워레인저 캡틴포스 모바일러폰/캡틴건	반다이
10	똑똑한 꼬마버스 타요	아이스쿨	로보카폴리 클리니의 재활용센터	아카데미
순위	승용완구		신생아/영아완구	
1	리락쿠마 4in1 스프링카	고나토이즈	다기능 아기체육관	아이스쿨
2	뒤동뒤동플레이	아하토이	타이니러브 모빌	타이니러브
3	꼬마자동차붕붕카	햇살토이	해마인형	피셔프라이스
4	3in1 스프링카 5종	금보토이	뉴 러닝테이블	WinFat
5	2in1 기운센포크레인붕붕카	야야토이즈	캡틴&원켈	아가프라
6	NEW 치코 4in1 붕붕카	치코	발차기 아기체육관	진영토이
7	모자쓴 붕붕카	쿠쿠토이즈	피아노오독이	이양코리아
8	빨간모자아기차	스텝2	아기체육관	러비맘
9	토이하임 뽕뽕이 소프트차	금보토이즈	한글 영어검용 피셔프라이스 러닝홈	피셔프라이스
10	두고높낮이스카이콩콩	두고	클래식 아기체육관	피셔프라이스
순위	캐릭터/패션인형		스포츠완구	
1	브라우니 인형	드림토이	편치샌드백	베스트웨이
2	프린세스 베이비돌	디즈니	포고스틱정품 스카이콩콩	S.B.I. Enterpris
3	보로로 봉제인형	미미월드	PINKY POOKY 트램폴린	발레노
4	프린세스 미미의 집	미미월드	60인치(153cm)접이식 스마일 트램폴린	발레노
5	똥이 인형/ 똥이 미니룸	탑프로모션	보로로 높낮이 농구대	드림토이
6	실바니안패밀리 인형 100종 특별모음전	실바니안 패밀리	미니 탁구대	이레스포츠
7	바비 시크릿드레스룸 / 핑크드림하우스	마텔코리아	방귀대장 뽕뽕이 m/편치백	디코
8	체리 유리구두와 공주양산	원앤원	타카라토미 정품 배틀로봇 20	잼버스코리아
9	미미 프린세스 아이콘	미미월드	NEW 스스로 굴러가는 깜짝볼	브이텍
10	즐거운 보로로 하우스	구원	캐릭터 농구대	토이스타일

* 출처: 완구신문 (www.toynews.kr)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 **캐릭터**

09 방송

10 광고

11 지식정보



11월 토이저러스 캐릭터 상품 TOP 10을 살펴보면 유아완구와 여아완구는 전월과 동일하게 ‘아이코닉스 빙글빙글 타요 주차장 놀이세트’와 ‘개곤 정여사 브라우니(대)’가 1위를 차지했다. ‘캡틴 DX 캡틴킹’은 3달 연속 1위를 지켰고, 교육완구 부문은 블록완구의 대명사 ‘레고’시리즈가 이끌고 있다. ‘앵그리버드 메가 플링’과 ‘오로라_로봇피쉬 열대어 시리즈’는 각각 보드게임과 야외완구 부문에서 1위를 기록했다. 오로라월드의 ‘로봇피쉬’ 시리즈는 애완용 로봇 물고기라는 독특한 컨셉으로 1위부터 3위를 차지하며 인기를 구가하고 있다.

▶ 토이저러스 캐릭터 상품 TOP 10 (11월)

순위	유아완구	여아완구
1	아이코닉스 빙글빙글 타요 주차장 놀이세트	개곤 정여사 브라우니(대)
2	피셔 러닝홈(한글)	엔젤이 수다쟁이 삐약이집
3	타요_도로놀이	개통 정여사 브라우니(중)
4	부드러운 허브물티슈70매6입	장난꾸러기 메롱~밀크
5	말하는 중앙 차고지 놀이	바비) 시크릿 드레스룸 콤팩트
6	보로로 플레이 하우스	미미_터치엔젤폰
7	보로로)멜로디스마트폰	비키 스마트디카
8	리틀 액티비티가든	미미디카
9	클래식아기체육관(FP)	2757) 붙들어오는 이층집 4종 세트
10	복치는 보로로	장난꾸러기 메롱~초코
순위	남아완구	교육완구
1	캡틴 DX 캡틴킹	레고) 3185 승마 캠프
2	캡틴 모바일렛 폰	레고) 9450 에픽 드래곤 배틀
3	영실업 또봇Wשלדון	레고) 9449 울트라 소닉 전차
4	캡틴 DX 수호신	레고) 9468 뱀파이어 캐슬
5	영실업 또봇트라이탄	통큰블록 동물친구들
6	영실업 에블루션또봇Y	레고)6230 스토머 XL
7	캡틴)DX 마하팔콘	레고) 3184 올리비아의 캠핑카 레고)
8	영실업 또봇Z	9448 사무라이X의 역습
9	영실업 3단합체또봇전자트라이탄	레고) 9446 마스터우의 드래곤전함
10	영실업 에블루션또봇Yשלדון	리틀퓨처북-코코몽펜
순위	야외완구	보드게임
1	오로라_로봇피쉬 열대어 시리즈	앵그리버드 메가 플링
2	오로라_로봇피쉬 샤크시리즈	부루마블 게임
3	오로라_로봇피쉬 어항세트	앵그리버드 우주 전쟁
4	스코츠레이서	텀블링 똥키(한글판)
5	[STEP2] 돼지정리함	할리갈리 디럭스
6	보로로 멜로디 하우스 텐트	할리갈리
7	컴포 트라이크	아카데미 한밤의 유령사냥 2인용
8	금메달 양궁 다트	앵그리버드 새들의 습격
9	벤츠 SLK	할리갈리 익스트림
10	리틀)반달지붕차	아이스크림 쌓기게임-더블콘

* 출처: 완구신문 (www.toynews.kr)



09

방송

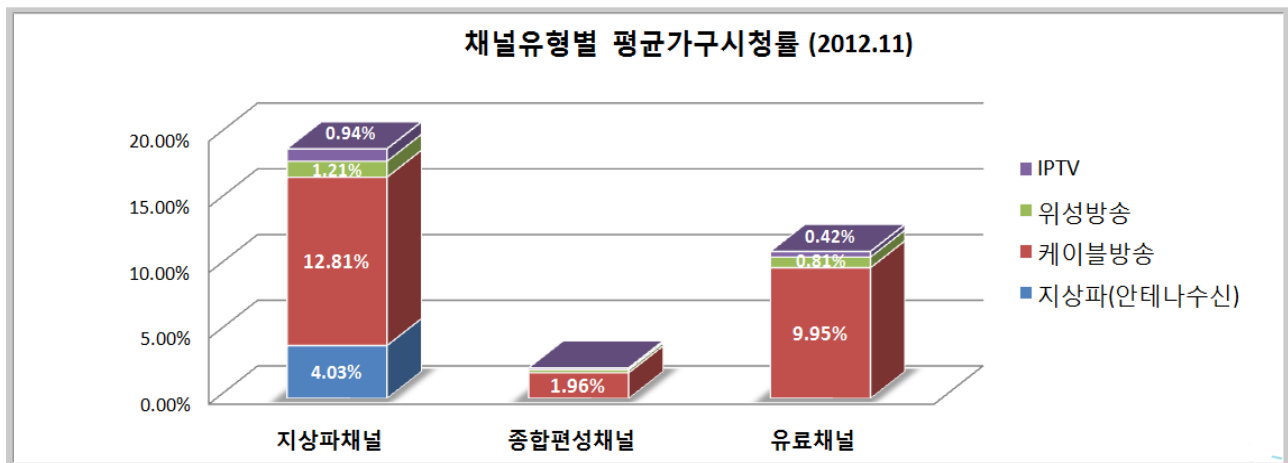
2012년 11월 채널유형별 평균 가구시청률은 10월 대비 0.96%p 증가한 34.00%를 기록했다. 평균시청시간은 하루 8시간 9분에 달하는 것으로 집계되었고, 도달율은 전체 가구의 95%로 나타났다. 채널유형별로는 지상파채널이 18.98%(점유율 55.84%), 종합편성채널 2.31%(점유율 6.81%), 유료채널(110개) 11.20%(점유율 32.94%)를 기록했다. 10월 시청률과 비교하면 지상파채널의 시청률이 0.14%p 증가했고, 유료채널(110개)의 시청률 역시 0.31%p 증가했다. 종합편성채널 시청률은 0.47%p 증가하며 가장 큰 폭의 상승세를 나타냈다.

시청 플랫폼별 집계에 의하면 지상파채널의 경우 케이블방송을 통한 시청률이 12.81%로 가장 높았고, 지상파(안테나 수신)를 통한 시청비율이 4.03%, 위성방송(1.21%)과 IPTV(0.94%)가 그 뒤를 이었다. 종합편성채널 및 유료채널의 시청 플랫폼은 케이블방송을 이용한 시청비율이 1.96%와 9.95%로 비교적 높았고, 위성방송과 IPTV를 통한 시청률은 케이블방송을 통한 시청률에 훨씬 못 미치는 것으로 나타났다.

▶ 채널유형별 평균 가구시청률 (11월)

구분	플랫폼	11월 시청률	증감률 (10월 대비)	점유율	도달률	평균시청시간
지상파채널 (5개)	지상파(안테나수신)	4.03%	0.10%p	-	15.84%	0:58:02
	케이블방송	12.81%	0.01%p	-	66.68%	3:04:24
	위성방송	1.21%	0.03%p	-	6.72%	0:17:24
	IPTV	0.94%	0.00%p	-	5.89%	0:13:32
	합계	18.98%	0.14%p	55.84%	91.71%	4:33:21
종합편성채널 (4개)	케이블방송	1.96%	0.40%p	-	38.98%	0:28:13
	위성방송	0.22%	0.03%p	-	3.96%	0:03:07
	IPTV	0.14%	0.04%p	-	3.11%	0:02:00
	합계	2.31%	0.47%p	6.81%	45.68%	0:33:20
유료채널* (110개)	케이블방송	9.95%	0.26%p	-	63.79%	2:23:19
	위성방송	0.81%	0.04%p	-	6.42%	0:11:41
	IPTV	0.42%	0.01%p	-	5.48%	0:06:05
	합계	11.20%	0.31%p	32.94%	74.68%	2:41:17
전체 시청률*	총계	34.00%	0.96%p	100.00%	95.08%	8:09:33

* 지상파채널: KBS1, KBS2, MBC, SBS, EBS / 종합편성채널: JTBC, MBN, 채널A, TV조선 / 유료채널: 케이블, 위성, IPTV에서 제공되는 채널
 * 시청률 수치는 각 채널별 전시간대 평균 가구시청률을 모두 합한 값임
 * '유료채널(110개) 시청률'은 전체 500여 개 유료채널 중에서 AGB닐슨에서 선정한 상위 110개 채널만을 집계한 값이며, '전체 시청률'은 110개 유료채널 뿐만 아니라 모든 유료채널을 포함하는 값이기 때문에 기재된 채널유형별 시청률의 산술적 합계보다 높은 값으로 측정됨
 * 출처: AGB닐슨 미디어리서치



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



11월 플랫폼별 시청채널 점유율에서는 지상파(안테나수신) 플랫폼의 경우 지상파채널에 대한 시청률이 88.17%, 기타 활동이 11.83%로 측정되었다. 케이블방송 수신 가정에서는 지상파채널(50.98%)을 보는 시간이 유료채널(39.62%) 및 종합편성채널(7.80%)을 보는 시간보다 높게 나타났다. 위성방송 플랫폼 역시 케이블방송과 비슷한 수치를 보였다. 지상파채널 시청이 53%에 달했고, 유료채널 시청은 35.17%를 기록했다. IPTV의 경우 기타활동의 비중이 25.05%를 기록하여 다른 플랫폼에 비해 훨씬 높게 나타났다. 이 같은 수치는 IPTV의 특성상 실시간채널 시청뿐만 아니라 시간의 제약 없이 원하는 프로그램에 대한 주문형 비디오를 이용하는 시간이 상당하기 때문인 것으로 추정된다.

▶ 플랫폼별 시청채널 점유율 (7~11월)

플랫폼	시청채널 유형	7월 점유율	8월 점유율	9월 점유율	10월 점유율	11월 점유율
지상파 (안테나수신)	지상파채널 (5개)	87.72%	87.80%	88.43%	88.37%	88.17%
	기타*	12.28%	12.20%	11.57%	11.63%	11.83%
	합계	100%	100%	100%	100%	100%
케이블방송	지상파채널 (5개)	51.25%	53.95%	51.34%	52.34%	50.98%
	종합편성채널 (4개)	5.69%	5.77%	6.31%	6.49%	7.80%
	유료채널 (110개)	41.34%	39.26%	41.28%	39.63%	39.62%
	소계	98.28%	98.98%	98.93%	98.46%	98.40%
	기타*	1.72%	1.02%	1.07%	1.54%	1.60%
합계	100%	100%	100%	100%	100%	
위성방송	지상파채널 (5개)	51.41%	56.27%	51.65%	53.17%	52.37%
	종합편성채널 (4개)	7.12%	6.61%	8.16%	8.38%	9.38%
	유료채널 (110개)	37.50%	33.75%	36.41%	34.73%	35.17%
	소계	96.03%	96.63%	96.22%	96.28%	96.92%
	기타*	3.97%	3.37%	3.78%	3.72%	3.08%
합계	100%	100%	100%	100%	100%	
IPTV	지상파채널 (5개)	47.32%	49.36%	47.34%	48.69%	46.94%
	종합편성채널 (4개)	5.01%	4.97%	5.36%	5.26%	6.92%
	유료채널 (110개)	18.70%	18.16%	20.48%	21.39%	21.09%
	소계	71.03%	72.49%	73.18%	75.34%	74.95%
	기타*	28.97%	27.51%	26.82%	24.66%	25.05%
합계	100%	100%	100%	100%	100%	

- * '기타'는 전체 500개 유료채널 중 집계대상 110개 채널(AGB닐슨 선정)을 제외한 나머지 채널에 대한 시청 및 외부입력을 통한 TV 이용(DVD/블루레이, 비디오 게임, VOD) 등의 활동을 하는 시간을 집계한 값임
- * 지상파채널: KBS1, KBS2, MBC, SBS, EBS / 종합편성채널: JTBC, MBN, 채널A, TV조선 / 유료채널: 케이블, 위성, IPTV에서 제공되는 채널
- * 시청률 수치는 각 채널별 전시간대 평균 가구시청률을 모두 합한 값임
- * 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

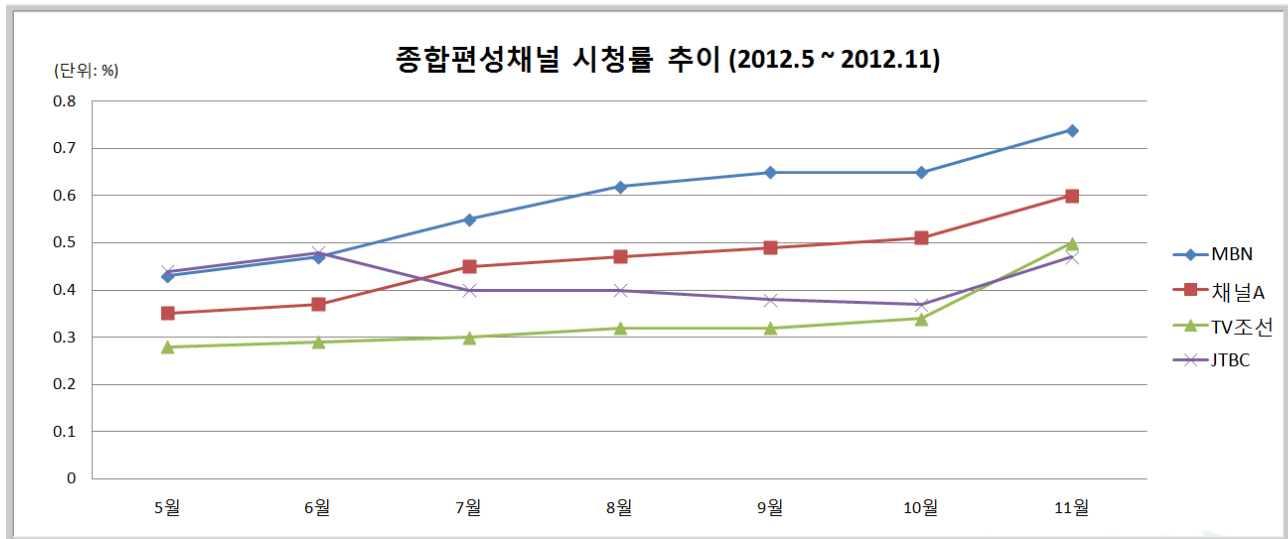


11월 채널별 시청률에서는 지상파 채널의 시청률은 큰 변동이 없었던 반면, 대선을 한달여 앞두고 시사 보도 프로그램을 집중 편성한 종합편성채널의 시청률이 많이 상승했다. 전체 시청률로는 'KBS1'이 5.8%로 가장 높은 것으로 나타났고, 이어서 'KBS2', 'SBS', 'MBC'의 순으로 집계되어 지상파의 경우 10월과 동일했다. 이에 반해 종합편성채널(JTBC, MBN, 채널A, TV조선) 시청률은 10월 대비 대폭 상승했다. 특히 'TV조선'의 상승세가 커서 0.2~0.3%p 대에 머무르던 시청률이 0.5%p로 대폭 상승하며 근래 처음으로 'JTBC'보다 높은 시청률을 기록했다. 'MBN', 'JTBC', '채널A' 역시 대부분 0.1%p 정도의 시청률 상승폭을 보였다. 특히 'MBN'은 뉴스뿐만 아니라 예능, 시사/교양 부문에서 고정시청자를 확보하며 'EBS'와 거의 동일한 시청률을 기록했다. 특히 시비와 정치 편향성에 대한 논란으로 말이 많았던 종편채널들의 선전이 대선 이후에도 계속 이어질지는 추이를 지켜보아야 할 것이다.

▶ 채널별 평균 가구시청률 TOP 30 (5~11월)

순위	채널	시청률 (%)							순위	채널	시청률 (%)						
		5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월			5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
1	KBS1	5.14	5.10	5.54	6.39	5.43	5.58	5.80	16	OCN	0.34	0.33	0.32	0.32	0.33	0.31	0.30
2	KBS2	4.08	4.35	4.69	5.43	4.60	4.61	4.53	17	채널CGV	0.31	0.29	0.29	0.30	0.31	0.29	0.29
3	SBS	3.96	4.11	4.64	4.77	4.04	4.14	4.29	18	Dramax	0.33	0.25	0.25	0.24	0.24	0.26	0.28
4	MBC	3.36	3.26	3.45	4.02	3.65	3.67	3.46	19	코미디TV	0.23	0.26	0.31	0.29	0.25	0.25	0.28
5	EBS	0.73	0.68	0.71	0.67	0.68	0.70	0.75	20	Tooniverse	0.25	0.24	0.29	0.32	0.23	0.24	0.25
6	MBN	0.43	0.47	0.55	0.62	0.65	0.65	0.74	21	KBS JOY	0.20	0.20	0.24	0.23	0.21	0.22	0.23
7	YTN	0.59	0.56	0.65	0.70	0.68	0.59	0.68	22	Mnet	0.12	0.10	0.11	0.20	0.27	0.26	0.23
8	MBC드라마넷	0.48	0.46	0.51	0.53	0.60	0.62	0.60	23	SUPER ACTION	0.26	0.24	0.23	0.24	0.23	0.21	0.22
9	채널A	0.35	0.37	0.45	0.47	0.49	0.51	0.60	24	E채널	0.22	0.22	0.23	0.22	0.21	0.20	0.21
10	TV조선	0.28	0.29	0.30	0.32	0.32	0.34	0.50	25	SCREEN	0.21	0.21	0.21	0.21	0.20	0.18	0.20
11	SBS플러스	0.49	0.44	0.43	0.38	0.35	0.41	0.48	26	MBC every1	0.20	0.20	0.25	0.28	0.22	0.21	0.20
12	KBS드라마	0.47	0.48	0.47	0.48	0.47	0.52	0.48	27	KBSN스포츠	0.34	0.45	0.30	0.24	0.22	0.17	0.18
13	JTBC	0.44	0.48	0.40	0.40	0.38	0.37	0.47	28	MBC SPORTS+	0.39	0.36	0.32	0.25	0.27	0.20	0.17
14	newsY	0.28	0.27	0.30	0.34	0.35	0.35	0.40	29	SBS ESPN	0.30	0.32	0.29	0.24	0.27	0.18	0.17
15	tvN	0.39	0.45	0.47	0.53	0.43	0.37	0.38	30	CHING(채널ING)	0.18	0.16	0.16	0.15	0.16	0.17	0.17

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 13대 전국, 모든 플랫폼 기준



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

전체 프로그램 가구시청률에서는 10위 내 7개의 드라마가 순위에 오르며 드라마의 강세가 이어졌다. 9월 23.52%, 10월 29.95%를 기록하며 좋은 스타트를 끊었던 주말연속극 '내 딸 서영이'는 11월에도 29.85%의 시청률로 전체 프로그램 1위에 올랐다. 11월 2일 종영된 KBS1 일일연속극 '별도 달도 따줄게'는 9월 25.82% 10월 28.03%에 이어 11월 28.00%를 기록하며 2위를 수성했으며, 후속작인 '힘내요 미스터김'은 23.54%의 시청률로 3위에 올랐다. 최근 KBS에 비해 부진한 모습을 보이고 있는 MBC와 SBS 드라마는 '메이퀸(19.09%)'과 '그래도 당신(17.85%)'이 전월과 같은 5위와 7위에 오르며 선방했다.

인기 프로그램을 장르별로 살펴보면, 20위권 내에서 <드라마>가 10편(50%)을 기록했고, <예능> 5편(25%), <시사/교양> 4편(20%), <보도>가 1편(5%)으로 나타났다. 최근 몇 개월간 추이로는 다소의 변동이 있긴 하지만 대체로 비슷한 비중을 유지하고 있다.

▶ 전체 프로그램 가구시청률 TOP 20 (11월)

순위	채널명	프로그램명	장르	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	드라마	8	29.85
2	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	드라마	2	28.00
3	KBS1	일일연속극 (힘내요 미스터김)	드라마	20	23.54
4	KBS2	개그콘서트	예능	4	20.73
5	MBC	주말특별기획드라마 (메이퀸)	드라마	8	19.09
6	KBS1	KBS 9시뉴스	보도	32	18.86
7	SBS	일일드라마 (그래도 당신)	드라마	20	17.85
8	KBS2	수목드라마 (세상 어디에도 없는 착한 남자)	드라마	5	17.48
9	MBC	창사특별기획 (마의)	드라마	8	16.76
10	SBS	일요일이 좋다	예능	4	16.61
11	KBS2	해피선데이	예능	4	15.06
12	SBS	순간포착 세상에 이런 일이	시사/교양	5	14.65
13	MBC	무한도전	예능	4	14.43
14	KBS2	TV소설 (사랑아 사랑아)	드라마	22	13.99
15	KBS1	시청자칼럼 우리 사는 세상	시사/교양	22	13.41
16	KBS2	수목드라마 (전우치)	드라마	4	13.31
17	KBS1	러브인 아시아	시사/교양	4	13.25
18	SBS	놀라운 대회 스타킹	예능	4	12.82
19	KBS1	6시 내고향	시사/교양	22	12.71
20	SBS	특별기획 (다섯 손가락)	드라마	8	12.68

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 13대 전국, 모든 플랫폼 기준

▶ 전체 프로그램 시청률 TOP 20 장르별 현황

장르	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.	11월 점유율
드라마	12	10	9	9	11	10	10	50%
시사/교양	3	2	3	4	4	4	4	20%
보도	2	1	2	1	1	2	1	5%
예능	3	7	4	5	4	4	5	25%
스포츠	-	-	1	-	-	-	-	0%
음악	-	-	1	1	-	-	-	0%

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 한국콘텐츠진흥원 재구성



11월 종합편성채널/유료채널 프로그램 순위에서는 대선 이슈로 인한 특집성 프로그램들이 대거 순위권에 올랐다. 특히 안철수 후보의 사퇴와 관련된 상황을 정리하는 프로그램들이 강세를 보이며 중편채널들의 시청률을 끌어올렸다.

정규 프로그램 중에서는 3개월간 1위를 유지하다가 종영한 '슈퍼스타 K4'의 빈자리를 김수현 작가의 JTBC '무자식 상팔자'가 채우며 1위에 올랐다. 종합편성채널에서 드라마가 거의 사라진 상황에서 10월 27일 방영 시작 이래 3%대의 꾸준한 시청률을 보이고 있는 '무자식 상팔자'의 존재감은 상대적으로 더 커보인다.

어느덧 인기프로그램으로 자리를 잡은 MBN '고수의 비범 황금알'은 2.47%의 시청률로 3위에 올랐다. MBN은 또한 11월 17일 방영을 시작한 '속풀이쇼 동치미'가 신규프로그램임에도 불구하고 5위에 오르며 타 채널과 차별화된 제작역량을 보이고 있다. 채널A는 '이영돈 PD의 먹거리 X파일'(4위), '웰컴 투 시월드'(13위), '박종진의 쾌도난마'(17위) 등의 고정 프로그램이 순위권 상단에 오르며 자리를 잡아가고 있으며, JTBC는 '인생방법 신의 한수'(14위), '닥터의 승부'(18위)'외에는 다소 부진을 보이고 있다. 'TV조선'은 5개의 프로그램을 순위권에 올렸지만, 모두가 보도 프로그램이었고 정규 프로그램은 없어 대선 이후의 전망은 그리 밝지 않은 편이다.

시청률 상위 20개 프로그램의 장르별 구분에서는 예능 프로그램이 6편으로 10월에 비해 대폭 줄어들었고, 보도 프로그램이 10편이나 포함되었다. 종합편성채널의 시청점유율 상승에 따라 일반 유료방송채널(케이블채널)의 프로그램들은 모두 순위권에서 밀려났다.

▶▶ 종합편성채널/유료채널 프로그램 가구시청률 TOP 20 (11월)

순위	채널명	프로그램명	장르	방영횟수	시청률 (%)
1	JTBC	JTBC특별기획드라마 (무자식 상팔자)	드라마	8	3.11
2	채널A	안철수 후보 사퇴 대선정국 긴급진단 1부	보도	1	2.87
3	MBN	고수의 비범 황금알	예능	4	2.47
4	채널A	이영돈PD의 먹거리 X파일	시사/교양	5	2.07
5	MBN	속풀이쇼 동치미	예능	2	1.94
6	채널A	안철수 후보 사퇴 대선정국 긴급진단 2부	보도	1	1.80
7	JTBC	JTBC NEWS 특보 (안철수캠프 긴급 기자회견)	보도	1	1.61
8	TV조선	특집 TV조선 주말뉴스7 2부	보도	2	1.54
9	MBN	나는 자연인이다	시사/교양	4	1.53
10	TV조선	TV조선 뉴스쇼 판	보도	22	1.53
11	TV조선	특집 뉴스와이드 참	보도	4	1.49
12	JTBC	문재인 안철수후보 단일화TV토론	보도	1	1.48
13	채널A	웰컴투 시월드	예능	5	1.47
14	JTBC	인생방법 신의 한수	예능	3	1.41
15	채널A	후보단일화 안철수 입장 발표	보도	1	1.39
16	TV조선	문재인 안철수 TV토론과 긴급좌담	보도	1	1.39
17	채널A	박종진의 쾌도난마	시사/교양	22	1.39
18	JTBC	닥터의 승부	예능	4	1.37
19	채널A	분노왕	예능	4	1.35
20	TV조선	특집 TV조선 주말뉴스7 1부	보도	2	1.34

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 13대 전국, 유료방송(케이블·IPTV·위성) 가입가구 기준

▶▶ 종합편성채널/유료채널 프로그램 TOP 20 장르별 현황

장르	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.	11월 점유율
드라마	8	4	2	1	-	1	1	5%
시사/교양	3	3	3	9	6	6	3	15%
보도	4	3	5	4	6	0	10	50%
예능	2	4	4	6	7	11	6	30%
스포츠	3	6	4	-	-	2	-	0%
영화	-	-	2	-	1	-	-	0%

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치, 한국콘텐츠진흥원 재구성

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



11월 장르별 프로그램 순위에서는 종합 순위에서 확인한 바와 같이 ‘내 딸 서영이’, ‘별도 달도 따줄게’ 등의 드라마가 가장 높은 시청률을 보였다. 보도 부문에서는 KBS가 5위권에 5개 프로그램을 포진시키며 MBC와 SBS를 압도했고, 예능 부문에서는 KBS2의 ‘개그콘서트’가 1위를 유지했다. 시사/교양 부문에서는 KBS1의 ‘시청자칼럼 우리 사는 세상’이 13.41%를 기록하며 뜻밖의 1위를 차지했다. 이 프로그램은 사회에 대한 애정어린 관심을 바탕으로 개선방식을 제안하는 시청자 참여형 프로그램으로, 매일 저녁 6시 55분에 방송되고 있다. 1998년부터 방영되고 있는 장수 프로그램이다.

▶ 장르별 프로그램 시청률 (11월)

1. 드라마

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	8	29.85
2	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	2	28.00
3	KBS1	일일연속극 (힘내요 미스터김)	20	23.54
4	MBC	주말특별기획드라마 (메이퀸)	8	19.09
5	SBS	일일드라마 (그래도 당신)	20	17.85

2. 보도

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS1	KBS 9시뉴스	32	18.86
2	KBS1	KBS 뉴스7	26	11.44
3	KBS1	KBS뉴스 (23:00)	2	10.93
4	KBS1	대선후보 토론 박근혜 새누리당 대선후보	1	9.91
5	KBS1	대선후보 단일화 토론	1	9.38

3. 예능

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	개그콘서트	4	20.73
2	SBS	일요일이 좋다	4	16.61
3	KBS2	해피 선데이	4	15.06
4	MBC	무한도전	4	14.43
5	SBS	놀라운 대회 스타킹	4	12.82

4. 시사/교양

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS1	시청자칼럼 우리사는 세상	22	13.41
2	KBS1	인간극장	22	11.71
3	SBS	궁금한 이야기 Y	4	10.68
4	KBS1	한국인의 밥상	5	10.15
5	KBS2	VJ 특공대	5	9.46

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

- 01 출판
- 02 만화
- 03 음악
- 04 공연
- 05 게임
- 06 영화
- 07 애니메이션
- 08 캐릭터
- 09 방송
- 10 광고
- 11 지식 정보



성별 시청률 순위에서는 남성 시청률은 '개그콘서트'가, 여성 시청률은 '내 딸 서영이'가 가장 높은 것으로 나타났다. 남성의 경우 'K팝스타2', '런닝맨'이 포함된 '일요일이 좋다'가 4위에 오른 반면, 여성은 드라마의 비중이 높았고, 시청률 또한 남성에 비해 전반적으로 높게 나타났다.

연령별 시청률 순위에서는 '13~18세'에서 '무한도전', '개그콘서트', '일요일이 좋다', '슈퍼스타 K4' 등 예능 프로그램이 높은 시청률을 보였고, '19세 이상'과 '60세 이상' 연령대에서는 드라마가 상대적으로 높은 시청률을 기록했다. 특히 '60세 이상'에서는 전반적으로 높은 시청률을 보임과 동시에, 특히 일일연속극 '별도 달도 따줄게'가 32.09%를 기록하며 1위에 올랐다.

▶ 성별 / 연령별 프로그램 시청률 (11월)

1. 남성

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	개그콘서트	4	11.13
2	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	8	10.97
3	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	2	8.36
4	SBS	일요일이 좋다 (K팝스타2, 런닝맨)	4	8.01
5	KBS1	일일연속극 (힘내요 미스터 김)	20	6.78

2. 여성

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	8	16.00
2	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	2	12.65
3	KBS2	개그콘서트	4	12.10
4	KBS1	일일연속극 (힘내요 미스터 김)	20	10.55
5	MBC	주말특별기획드라마 (메이퀸)	8	10.03

3. 13 - 18세

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	MBC	무한도전	4	11.75
2	KBS2	개그콘서트	4	11.23
3	SBS	일요일이 좋다 (K팝스타2, 런닝맨)	4	10.72
4	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	8	7.05
5	Mnet	슈퍼스타 K4	4	5.15

4. 개인 19+

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	8	14.99
2	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	2	12.49
3	KBS2	개그콘서트	4	11.21
4	KBS1	일일연속극 (힘내요 미스터 김)	20	10.25
5	MBC	주말특별기획드라마 (메이퀸)	8	9.48

5. 개인 60+

순위	채널명	프로그램명	방영횟수	시청률 (%)
1	KBS1	일일연속극 (별도 달도 따줄게)	2	32.09
2	KBS1	일일연속극 (힘내요 미스터 김)	20	27.12
3	KBS2	주말연속극 (내 딸 서영이)	8	24.01
4	KBS1	KBS 9시뉴스	32	18.66
5	KBS1	시청자칼럼 우리 사는 세상	22	17.92

* 출처: AGB닐슨 미디어리서치

01

출판

02

만화

03

음악

04

공연

05

게임

06

영화

07

애니메이션

08

캐릭터

09

방송

10

광고

11

지식 정보



케이블TV는 2012년 9월 30일 기준으로 전국적으로 1,491만명의 가입자를 확보하고 있다. 8월의 1,489만명에 비해 2만명 증가한 것이고, 2009년 12월의 1,530만명에 비해서는 39만명 줄어든 수치이다. 이는 IPTV와 스카이라이프의 가입자가 꾸준히 증가함에 따른 것이다. 케이블TV 업계는 디지털 기반으로 시장환경이 급격히 변화함에 따라 KT, SKT 등 자본 및 기술, 마케팅 역력이 풍부한 통신사들의 IPTV·위성방송 서비스에 가입자를 빼앗기고 있는 실정이다. 한국 뿐만 아니라 미국에서는 구글이 기가급 초고속통신망의 직접설치 사업을 기반으로 TV시장의 패러다임을 바꾸고자 하는 전략을 추진하고 있고, 애플 역시 향후 TV사업에 뛰어들 것이 확실해짐에 따라 컴캐스트 등 유력 케이블사업자들이 긴장하고 있는 상황이다. 이같은 추세에 따라 장기적으로는 방송과 통신의 통합이라는 트렌드에 적응하는 것이 기업생존의 과제로 부각될 것이다.

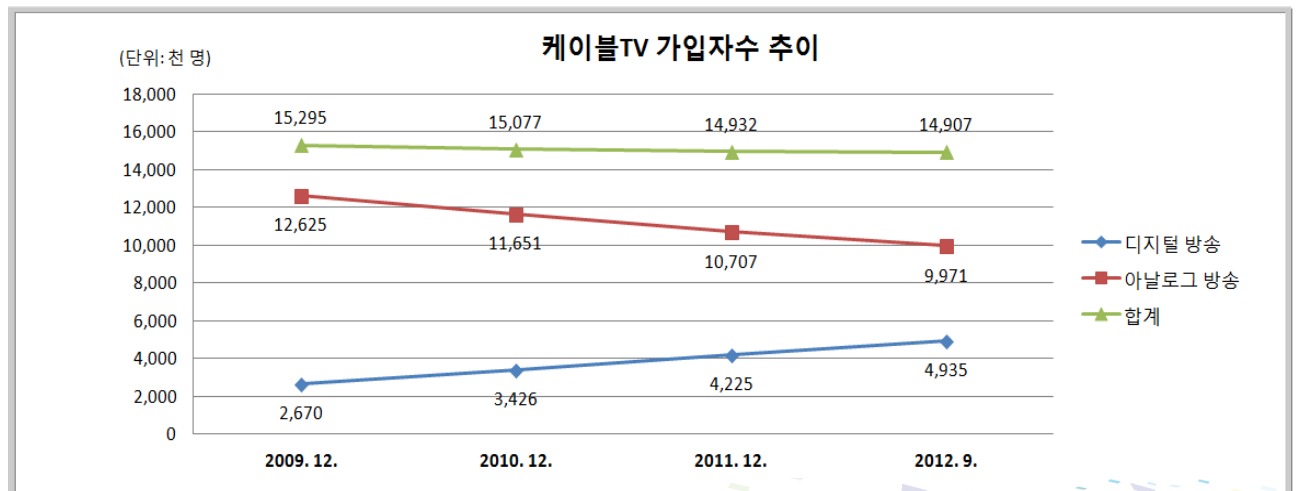
▶ 케이블TV 가입자 현황

1. 케이블TV 지역별 가입자 (대수 기준)

(단위: 천 명)

지역	디지털 방송				아날로그 방송				합계			
	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 9.	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 9.	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 9.
서울	1,178	1,401	1,614	1,750	1,973	1,667	1,384	1,233	3,151	3,069	2,998	2,982
부산	241	304	362	435	1,011	931	849	777	1,252	1,235	1,212	1,212
대구	43	62	88	131	813	783	766	724	856	844	854	855
인천	190	239	285	325	569	491	420	367	759	730	706	692
광주	6	15	36	45	526	528	507	500	531	543	544	545
대전	16	23	21	29	466	461	499	498	481	483	521	527
울산	57	88	117	124	362	327	304	299	419	415	421	423
경기	486	657	845	1,006	2,610	2,320	2,057	1,858	3,095	2,977	2,903	2,864
강원	15	32	64	97	494	466	418	371	509	498	483	468
충북	54	73	90	110	334	338	321	302	388	412	411	412
충남	27	46	71	101	531	512	487	459	558	558	559	560
전북	19	27	40	61	451	435	423	406	470	462	463	467
전남	9	15	37	63	516	510	489	475	525	525	527	538
경북	48	96	128	181	877	831	780	734	924	927	909	914
경남	240	294	356	411	950	917	870	844	1,190	1,211	1,227	1,254
제주	43	53	62	67	141	134	125	124	184	187	188	191
합계	2,670	3,426	4,225	4,935	12,625	11,651	10,707	9,971	15,295	15,077	14,932	14,907
비율	17.5%	22.7%	28.3%	33.1%	82.5%	77.3%	71.7%	66.9%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

* 출처: 한국케이블TV방송협회(KCTA), 9월 30일 기준





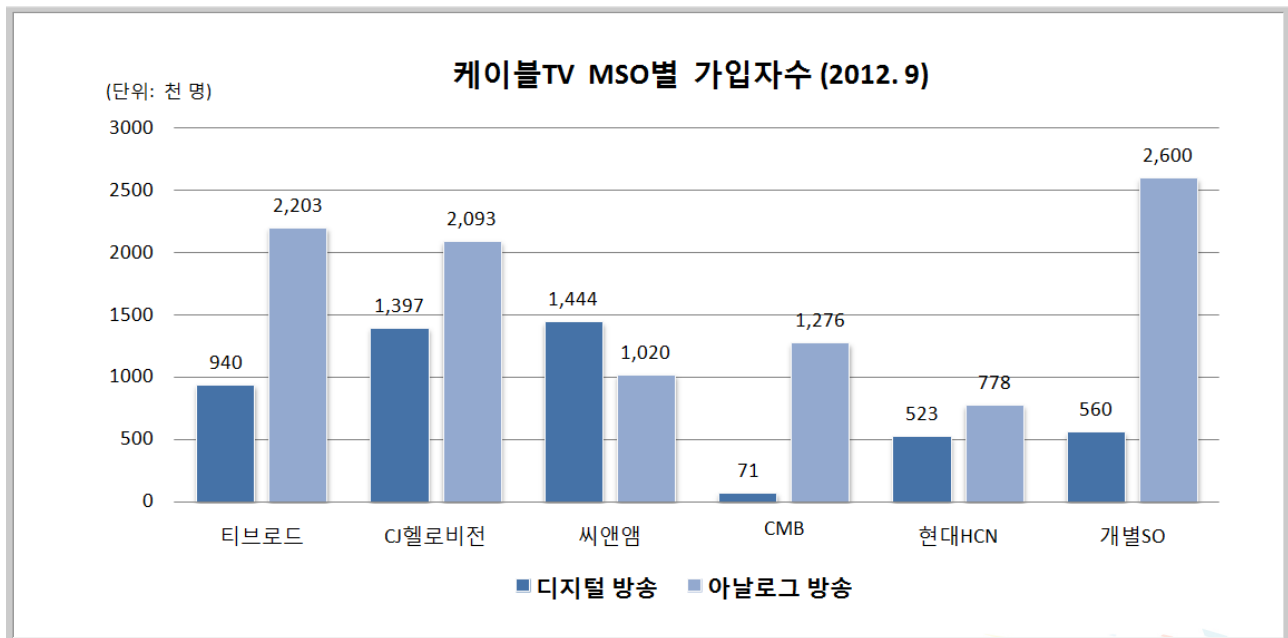
9월 말 케이블TV MSO별 가입자 기준으로는 'CJ헬로비전'이 349만명(8월 대비 1만명 증가)으로 가장 많은 가입자를 확보하고 있는 것으로 집계되었다. 디지털방송 가입자 수에서는 '씨앤엠(144만)'이, 아날로그방송 가입자 수는 '티브로드'(220만, 8월 대비 3만명 감소)가 가장 많았다. '씨앤엠'은 타사업자에 비해 디지털방송 가입자 비중이 높았으며 개별SO들은 아날로그 방송의 비중이 압도적으로 높았다. 케이블 방송은 아날로그에서 디지털로 전환하는 과정에 있지만 그 속도가 빠른 것은 아니며, 여전히 아날로그 방송의 비중이 높은 실정이다. 이에 따라 MSO 사업자들은 디지털 전환과정에서 타서비스(IPTV, 위성방송)로의 이탈을 막기 위해 다양한 가격혜택 및 이용 편의성 증대, 풍부한 VOD 등의 서비스를 제공하고 있으며, 장기적으로 케이블TV 셋탑박스를 스마트 콘텐츠 허브로서의 기능을 수행할 수 있게 하는 기술 개발에 힘쓰고 있다.

2. 케이블TV MSO별 가입자 (대수 기준)

(단위: 천 명)

구분	SO수	디지털 방송				아날로그 방송				합계			
		2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 9.	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 9.	2009.12.	2010.12.	2011.12.	2012. 9.
티브로드	22개사	464	590	757	940	2,947	2,644	2,427	2,203	3,411	3,234	3,185	3,143
CJ헬로비전	19개사	785	995	1,197	1,397	1,756	2,102	2,249	2,093	2,540	3,097	3,446	3,490
씨앤엠	18개사	741	953	1,394	1,444	1,421	1,316	1,317	1,020	2,161	2,269	2,712	2,464
CMB	9개사	29	43	51	71	1,256	1,247	1,293	1,276	1,285	1,290	1,344	1,347
현대HCN	8개사	296	386	448	523	1,055	952	869	778	1,351	1,338	1,318	1,301
소계	76개사	2,508	3,172	3,850	4,375	9,255	8,504	8,157	7,370	11,763	11,676	12,007	11,745
개별SO	18개사	162	253	375	560	3,370	3,147	2,549	2,600	3,532	3,400	2,924	3,160
합계	94개사	2,670	3,426	4,225	4,935	12,625	11,651	10,707	9,971	15,295	15,077	14,932	14,907

* 출처: 한국케이블TV방송협회(KCTA), 9월 30일 기준



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

11월 IPTV 가입자는 10월 대비 17만3000명 증가한 614만명으로 나타났다(실시간 채널 기준). 통신사별 가입자는 KT 'olleh tv'가 376만명으로 가장 많았고, SKT 'BTV'가 135만명, 'U+TV'가 104만명을 기록하고 있다. 1위 사업자인 KT의 'olleh tv'가 10만명에 가까운 가입자 증가세를 보인 반면, 'BTV'와 'u+ tv'는 각각 5만명, 3만명 증가에 그치며 사업자간의 격차가 벌어지고 있다. 다만 LG U+의 경우 구글TV 플랫폼을 탑재한 'u+tv G'를 10월 16일에 출시한 이후 공격적인 마케팅을 통해 그간 주춤했던 가입자 증가추세가 개선되는 분위기이다. 일반 IPTV와 차별화를 꾀하며 향후 필연적으로 확대될 스마트TV 시장을 선점하려는 전략이 성공할지 여부가 주목된다.

스카이라이프 가입자수는 374만명으로 10월에 비해 6만명 증가했다. 스카이라이프 가입자는 OTS상품(올레TV스카이라이프)을 중심으로 견조하게 증가하는 추세이다. 스카이라이프가 KT의 자회사이기 때문에 KT는 사실상 케이블TV를 포함한 유료방송 사업시장에서 독주하고 있으며, 앞으로의 영향력 역시 더욱 증대될 것으로 보인다.

➤ IPTV / 스카이라이프 가입자 현황

1. IPTV 가입자

(단위 : 천 명)

구분	2009.12	2010.12	2011.12	2012.1	2012.2	2012.3	2012.4	2012.5	2012.6	2012.7	2012.8	2012.9	2012.10	2012.11
olleh tv (KT)	1,009	1,727	2,810	2,885	2,976	3,067	3,162	3,245	3,338	3,419	3,496	3,577	3,663	3,758
BTV (SKT)	402	735	883	912	947	987	1,031	1,076	1,121	1,167	1,209	1,253	1,299	1,350
u+tv (LG U+)	330	624	877	886	896	904	915	931	945	958	969	987	1,008	1,035
합계	1,741	3,086	4,570	4,683	4,819	4,958	5,108	5,252	5,404	5,544	5,674	5,817	5,970	6,143

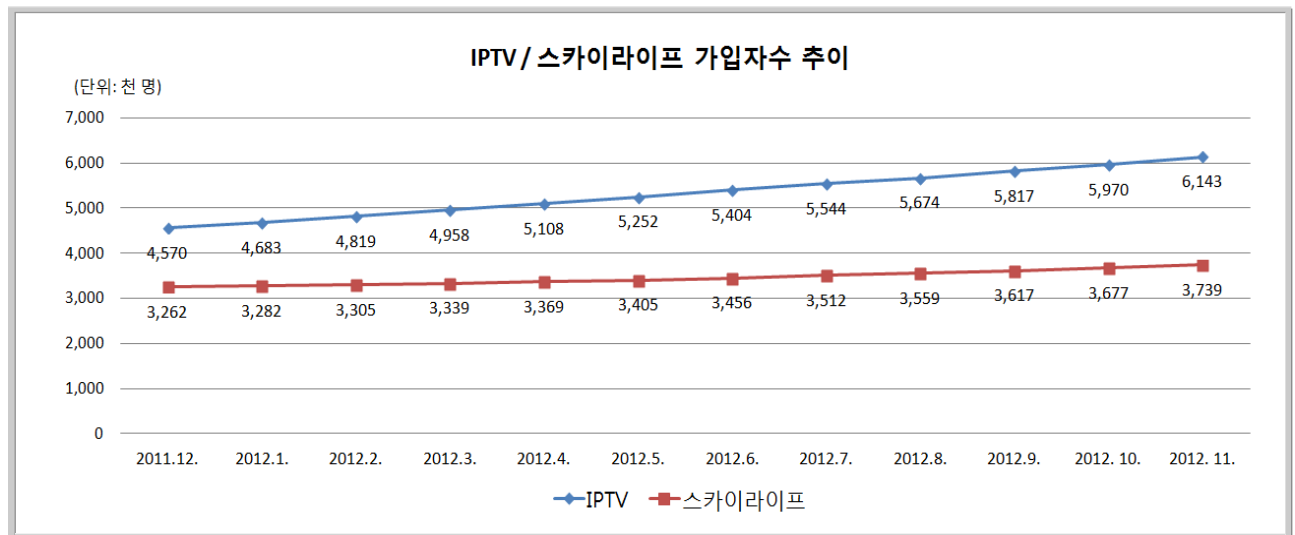
* 실시간 채널 기준, 백 단위에서 반올림
* 출처: 한국디지털미디어산업협회

2. 스카이라이프 가입자

(단위 : 천 명)

구분	2009.12	2010.12	2011.12	2012.1	2012.2	2012.3	2012.4	2012.5	2012.6	2012.7	2012.8	2012.9	2012.10	2012.11
SkyLife 단품	2,371	2,183	2,058	2,049	2,039	2,034	2,031	2,032	2,032	2,029	2,024	2,023	2,021	2,021
OTS*	87	643	1,204	1,233	1,266	1,305	1,338	1,374	1,425	1,483	1,536	1,594	1,656	1,718
합계	2,457	2,826	3,262	3,282	3,305	3,339	3,369	3,405	3,456	3,512	3,559	3,617	3,677	3,739

* OTS: 올레TV스카이라이프 상품, 백 단위에서 반올림
* 출처: kt skylife(<http://ktskylife.co.kr>)





10 광고

11월 인터넷 노출형 광고는 상위 30개 업체의 매출액이 649억원으로 집계되었다. 이는 601억원을 기록했던 10월에 비해 48억원 증가한 것이다. 노출형 광고시장의 3대 사업자인 '네이버', '다음', '네이트'는 각각 32.6%, 30.8%, 15.1%의 점유율을 기록했다. 이에 따른 3개 포털의 점유율 합계는 78.5%에 달하여 10월(76.8%)에 비해 1.7%p 높은 수치를 기록했다. 한편 올해 12월 한국 사업을 철수할 예정인 '야후 코리아'는 9월(5.5%)과 10월(4.3%)에 비해 크게 하락한 점유율(2.7%)을 기록하며 4위를 기록했다. 5위부터 8위까지는 전월과 같이 언론사 사이트가 순위권을 점유했다. '조인스엠에스엔'이 5위, '조선일보'가 6위, '동아일보'가 7위에 올랐고, '매일경제'는 8위를 기록했다. 이와 같은 순위는 전체 웹페이지 트래픽에 일정부분 비례하는 것이다.

▶ 인터넷 노출형 광고 현황

1. 매체별 인터넷 노출형 광고 TOP 30 (11월)

순위	매체	광고수	캠페인수	브랜드수	점유율	광고비 (천원)
1	naver.com	1,180	715	360	32.6%	22,420,734
2	daum.net	1,247	699	351	30.8%	21,201,670
3	nate.com	874	369	190	15.1%	10,423,766
4	kr.yahoo.com	345	191	77	2.7%	1,892,128
5	joinsmsn.com	438	216	133	2.2%	1,535,602
6	chosun.com	388	196	132	1.1%	768,978
7	donga.com	385	248	184	0.8%	553,878
8	mk.co.kr	324	101	65	0.7%	480,746
9	pandora.tv	185	123	99	0.6%	401,895
10	facebook.com	496	386	276	0.6%	384,795
11	ohmynews.com	306	194	142	0.6%	380,480
12	maxmovie.com	306	94	63	0.5%	377,316
13	sportsseoul.com	281	134	82	0.5%	360,597
14	etnews.com	161	92	71	0.5%	349,332
15	yonhapnews.co.kr	221	179	148	0.5%	349,315
16	zdnet.co.kr	158	65	41	0.5%	328,943
17	ytn.co.kr	438	282	221	0.4%	281,594
18	danawa.com	130	77	44	0.3%	229,754
19	pressian.com	364	236	188	0.3%	228,824
20	inven.co.kr	218	65	45	0.3%	217,728
21	khan.co.kr	309	158	123	0.3%	208,863
22	hankyung.com	126	61	49	0.3%	191,586
23	ezday.co.kr	281	63	52	0.3%	184,401
24	gomtv.com	43	41	25	0.2%	171,043
25	nocutnews.co.kr	283	209	150	0.2%	168,943
26	dt.co.kr	255	177	115	0.2%	165,756
27	kbs.co.kr	84	34	30	0.2%	164,054
28	hankooki.com	102	48	36	0.2%	163,164
29	diodeo.com	198	105	78	0.2%	160,230
30	dreamwiz.com	176	132	104	0.2%	155,897
합계		10,302	5,690	3,674	93.9%	64,902,012

* 해당 수치는 인터넷매체의 고정 광고지면에 게재된 노출형광고를 장치를 통해 수집, 분류 및 통계처리하여 광고비 산출모형을 통해 계산된 값으로, 실제 금액과 차이가 있을 수 있음

* 출처: 리서치애드(www.researchad.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



11월 광고주별 인터넷 노출형 광고에서는 10월 9억7천만원을 기록하며 주춤했던 '삼성전자'가 25억여원의 광고를 집행하며 다시 1위에 올랐다. 22억원을 집행한 것으로 추정되는 'SK플래닛'은 전월에 이어 2위를 기록했고, 넥슨이 18억원으로 3위에 올랐다. 'G마켓', '옥션'을 운영하는 '이베이코리아'가 4위를 기록했고, 중저가 화장품 브랜드 '미샤'를 소유한 '에이블씨엔씨'는 14억원으로 5위에 올랐다.

한편 상위 30대 광고주의 인터넷 노출형 광고 점유율은 전체의 40.1%(275억원)으로 나타났다. 10월 점유율(41.6%)에 비해 1.5%p 감소했지만 집행금액은 10월(265억원) 대비 10억원 증가했다.

2. 광고주별 인터넷 노출형 광고 TOP 30 (11월)

순위	광고주	광고수	캠페인수	점유율	광고비 (천원)
1	삼성전자	169	38	3.6%	2,484,053
2	SK플래닛	121	41	3.2%	2,198,729
3	넥슨	247	31	2.6%	1,772,965
4	이베이코리아	239	126	2.1%	1,451,312
5	에이블씨엔씨	31	6	2.1%	1,427,418
6	이마트	236	99	2.0%	1,390,222
7	현대캐피탈	101	11	2.0%	1,357,369
8	현대자동차	85	6	1.6%	1,105,157
9	아모레퍼시픽	130	24	1.5%	1,000,216
10	롯데쇼핑롯데엔터테인먼트	82	25	1.4%	969,051
11	CJEnM픽쳐스	59	24	1.3%	890,073
12	마이크로소프트	208	33	1.2%	831,537
13	포워드벤처스엘엘씨	107	28	1.1%	782,450
14	중앙선거관리위원회	105	11	1.1%	769,739
15	삼성	77	8	1.1%	748,888
16	나무인터넷	85	49	1.0%	695,102
17	현대건설	20	5	1.0%	676,286
18	민주통합당	156	15	0.9%	642,562
19	한국피앤지	53	17	0.9%	616,690
20	대우건설	104	13	0.9%	604,269
21	소니코리아	52	8	0.9%	597,139
22	삼성화재	33	7	0.8%	552,891
23	LG+	74	20	0.8%	532,687
24	강남하늘안과	32	1	0.8%	521,089
25	한국존슨앤드존슨	28	6	0.7%	492,650
26	밝은성모안과	50	3	0.7%	489,012
27	한국씨티은행	18	2	0.7%	483,098
28	두산	10	2	0.7%	468,887
29	티켓몬스터	45	42	0.7%	468,120
30	한국도미노피자	38	7	0.7%	451,127
합계		2,795	708	40.1%	27,470,788

* 해당 수치는 인터넷매체의 고정 광고지면에 게재된 노출형광고를 장치를 통해 수집, 분류 및 통계처리하여 광고비 산출모형을 통해 계산된 값으로, 실제 금액과 차이가 있을 수 있음

* 출처: 리서치애드(www.researchad.com)

- 01 출판
- 02 만화
- 03 음악
- 04 공연
- 05 게임
- 06 영화
- 07 애니메이션
- 08 캐릭터
- 09 방송
- 10 광고
- 11 지식정보



11월 검색광고시장 광고주 수는 146,000개를 기록했다. 144,000개를 기록했던 10월과 비교하여 1.2%p(2,000개)가 증가했다. 매체별 점유율에서는 '네이버'가 전월대비 0.2%p 증가한 39.4%를 기록하며 가장 높은 점유율을 보였고, '오버추어-네이버 공동집행'은 1.3%p 하락한 11.6%로 2위에 올랐다. '네이트'는 11.3%로 2위에 근접한 3위를 기록했다.

전체적인 추이를 보면, '네이버'는 1월 대비 8.5%p의 점유율을 높여가고 있고, '오버추어-네이버'를 합하면 점유율 50%가 넘는 과점에 가까운 수치를 보이고 있다. 연말에 한국시장에서 철수할 예정인 오버추어는 하락 추세가 이어지고 있다. 오버추어의 점유율 하락과 더불어 네이버의 점유율이 상승하는 반면, 다른 사업자들은 반사 효과를 누리지 못하고 있다.

» 검색광고 현황

1. 전체 광고주 수 (2012. 1. ~ 2012. 11.)

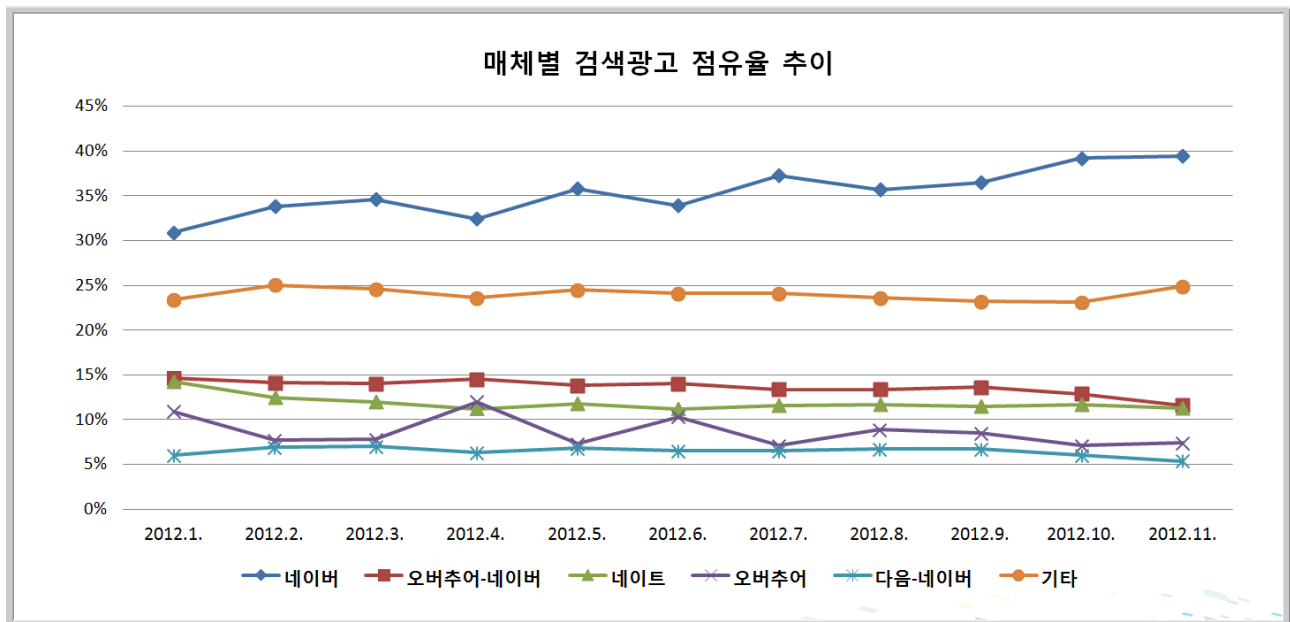
구분	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.	증감율
광고주 수	151,500	137,600	140,100	148,000	142,500	148,000	144,000	145,000	147,000	144,000	146,000	1.2%

2. 매체별 점유율 (2012. 1. ~ 2012. 11.)

구분	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	2012. 10.	2012. 11.	증감율
네이버	30.9%	33.8%	34.6%	32.4%	35.8%	33.9%	37.3%	35.7%	36.5%	39.2%	39.4%	0.2%p
오버추어-네이버	14.6%	14.1%	14.0%	14.5%	13.8%	14.0%	13.4%	13.4%	13.6%	12.9%	11.6%	-1.3%p
네이트	14.2%	12.5%	12.0%	11.2%	11.8%	11.2%	11.6%	11.7%	11.5%	11.7%	11.3%	-0.4%p
오버추어	10.9%	7.7%	7.8%	12.0%	7.3%	10.3%	7.1%	8.9%	8.5%	7.1%	7.4%	0.3%p
다음-네이버	6.0%	6.9%	7.0%	6.3%	6.8%	6.5%	6.5%	6.7%	6.7%	6.0%	5.4%	-0.6%p
기타	23.4%	25%	24.6%	23.6%	24.5%	24.1%	24.1%	23.6%	23.2%	23.1%	24.9%	1.8%p
합계	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-

* 오버추어 광고 : 검색 포털에서 키워드 기입 시 "스폰서링크" 이름으로 노출되는 CPC 광고 상품

* 출처 : 닐슨 서치안 (www.searchian.com)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



11 지식정보

11월 웹사이트 종합순위(PC 이용자 순방문자수 기준)에서는 10월에 비해 <뉴스/미디어> 사이트의 순방문자가 다소 감소한 반면, 'G마켓', '옥션', '11번가' 등의 온라인쇼핑몰은 소폭 증가했다. 이에 따라 온라인쇼핑몰의 순위는 점진적으로 상승하는 모습을 보이고 있다. 8월에 13위를 기록했던 '지마켓'은 11월에는 5위까지 순위가 올랐고, '옥션'은 11위(8월)에서 7위(11월)로, '11번가'는 16위(8월)에서 8위(11월)까지 상승했다. 반면 '매일경제', '조선닷컴'과 '동아일보', '머니투데이' 등의 언론사 사이트는 -5% 내외의 순방문자수 하락으로 인해 순위가 하락했다.

웹사이트 종합순위 1, 2위는 예전과 다름없이 '네이버'와 '다음'이 차지했다. 각각 순방문자수 3,157만명과 2,827만명으로 전체 인터넷 이용자 중 도달률이 94.6%, 84.7%에 달했다. 이용시간은 '네이버'는 월평균 338분(하루 11.3분), '다음'은 237분(하루 7.9분)으로 나타났다.

상위 15개 웹사이트는 월간 순방문자 1,270만명 이상을 기록했다. 이는 등록 국내인구 5,093만명(2012년 11월 기준) 중 25%에 달하는 것으로, 지난 1개월간 전체 국민 중 4분의 1 이상이 각 사이트를 1회 이상 방문했던 것으로 해석할 수 있는 수치이다. 또한 이는 PC를 통해 접속한 이용량을 산출한 것으로, 스마트폰·태블릿 등 모바일 기기를 합산하면 더 높은 수치를 기록할 것이다.

▶ PC 웹사이트 종합 순위 TOP 15 (11월)

순위	순위			도메인	월간 순방문자 ¹⁸⁾	도달률 (%) ¹⁹⁾	일간 순방문자	월평균 체류시간(분) ²⁰⁾	월평균 재방문일수(일) ²¹⁾	월평균 페이지뷰(회수) ²²⁾	순방문자 증감률(%)
	11월	10월	9월								
1	1	1	naver.com	31,567,051	94.6	12,535,431	337.8	12.0	637.8	-1.4	
2	2	2	daum.net	28,272,921	84.7	8,903,286	236.8	9.5	439.2	-0.1	
3	3	3	tistory.com	19,312,532	57.9	2,117,649	10.4	3.3	10.4	0.8	
4	4	4	nate.com	17,542,042	52.6	3,984,917	91.4	6.9	154.4	-1.7	
5	7	9	gmarket.co.kr	15,618,891	46.8	2,016,434	42.2	3.9	78.8	0.2	
6	5	5	mk.co.kr	15,452,328	46.3	1,848,856	9.6	3.6	9.5	-4.7	
7	9	8	auction.co.kr	15,130,422	45.3	2,016,838	52.1	4.0	103.8	1.2	
8	11	14	11st.co.kr	14,699,517	44.1	1,754,374	31.2	3.6	55.2	3.0	
9	6	6	chosun.com	14,632,259	43.9	1,929,487	18.6	4.0	25.4	-6.6	
10	10	7	joinsmsn.com	14,629,278	43.8	1,786,197	13.3	3.7	15.5	-0.7	
11	8	10	cyworld.com	14,280,935	42.8	2,012,195	22.9	4.3	52.5	-5.7	
12	13	11	hankyung.com	14,015,827	42.0	1,404,895	7.6	3.0	7.4	1.3	
13	12	12	donga.com	13,850,733	41.5	1,480,921	12.5	3.2	14.7	-2.3	
14	14	13	mt.co.kr	12,871,363	38.6	1,259,463	7.7	2.9	6.5	-3.7	
15	15	15	hankooki.com	12,782,380	38.3	1,420,152	10.7	3.3	15.8	-3.5	

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임(모바일 제외)
(조사 방법론 참조: http://www.koreanclick.com/methodology/audience_measurement.php)

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

18) 순방문자: 해당 기간 동안 웹사이트를 적어도 1번 이상 방문한 이용자

19) 도달률: 전체 인터넷 이용자수 대비 순방문자수의 비율

20) 평균체류시간: 측정기간 중 순방문자 1인당 발생시킨 체류시간의 평균을 의미

21) 평균재방문일수: 측정기간 중 해당사이트에 방문한 순방문자 1인당 평균 재방문한 일의 수

22) 평균페이지뷰: 측정기간 중 해당사이트에 방문한 순방문자 1인당 조회한 평균 페이지 조회수



11월 주요 서비스별 웹사이트 순위에서는 '네이버'와 '다음'의 높은 점유율이 유지되었다. <검색 서비스> 및 <커뮤니티 서비스> 분야에서 '네이버'는 75.4%와 61.7%의 시간점유율을 기록했고, <이메일 서비스>에서는 '다음'이 42.3%로 강세를 보였다. 2개 포털의 서비스 편중 현상은 최근 들어 더욱 강화되는 추세이다. 2012년 1월의 <이메일 서비스> 시간 점유율은 64.3%(다음 37.1%, 네이버 27.2%)였으나 올해 11월에는 76.5%(다음 34.2%, 네이버 42.3%)으로 12.2%p 상승했다. <커뮤니티 서비스> 역시 1월 86.8%(네이버 55.0%, 다음 31.8%)에서 94.7%(네이버 61.7%, 다음 33.0%)으로 7.9%p 상승했다. 이에 비해 2개 포털의 점유율이 전체시장을 양분하고 있는 <검색 서비스>는 2012년 1월 93.3%(네이버 77.2%, 다음 16.1%)에서 2012년 11월 92.2%(네이버 75.4%, 다음 16.8%)으로 1.1%p 하락하며 큰 변동이 없었다.

➤ 주요 서비스별 웹사이트 순위 (11월)

1. 검색 서비스

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	시간점유율(%)	순방문자 증감률(%)
1	naver.com	28,841,294	86.4	67.6	9.6	75.4	-1.6
2	daum.net	18,622,630	55.8	23.4	6.6	16.8	-3.5
3	nate.com	9,635,286	28.9	5.4	2.8	2.0	-6.7
4	google.co.kr	7,661,254	23.0	12.2	3.3	3.6	3.8
5	yahoo.co.kr	3,718,062	11.1	6.8	3.3	1.0	-11.9
6	zum.com	3,222,842	9.7	4.2	3.0	0.5	-1.1
7	google.com	1,640,540	4.9	8.5	2.7	0.5	0.7
8	joinsmsn.com	233,976	0.7	1.3	1.6	0.0	11.5
9	dreamwiz.com	190,892	0.6	1.5	1.8	0.0	-30.0
10	bing.com	186,878	0.6	8.2	2.1	0.1	-3.9

2. 커뮤니티 서비스

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	시간점유율(%)	순방문자 증감률(%)
1	naver.com	27,808,372	83.3	113.8	7.7	61.7	-2.1
2	daum.net	22,575,348	67.7	74.9	5.5	33.0	-2.3
3	cyworld.com	8,218,818	24.6	24.9	3.0	4.0	-8.4
4	yahoo.co.kr	2,185,462	6.6	3.1	1.8	0.1	9.6
5	google.com	2,065,455	6.2	2.9	1.9	0.1	-18.4
6	joinsmsn.com	932,167	2.8	2.5	1.2	0.1	-9.6
7	dreamwiz.com	449,757	1.4	3.4	1.6	0.0	-7.5
8	sayclub.com	337,829	1.0	89.5	4.1	0.6	18.6
9	nate.com	272,728	0.8	81.7	4.4	0.4	-13.1
10	freechal.com	81,364	0.2	6.4	1.3	0.0	-35.2

3. 이메일 서비스

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	시간점유율(%)	순방문자 증감률(%)
1	naver.com	16,734,273	50.2	51.4	5.9	34.2	-0.1
2	daum.net	15,642,320	46.9	67.9	6.9	42.3	-3.0
3	nate.com	8,693,594	26.1	46.0	5.7	15.9	0.1
4	google.com	1,995,909	6.0	36.5	3.2	2.9	7.8
5	live.com	838,112	2.5	47.0	5.4	1.6	7.1
6	korea.com	633,721	1.9	59.3	7.2	1.5	-9.8
7	dreamwiz.com	609,585	1.8	62.5	6.5	1.5	-1.5
8	yahoo.co.kr	59,887	0.2	13.9	4.8	0.0	-18.0
9	freechal.com	54,651	0.2	10.3	2.3	0.0	-5.5
10	unitel.co.kr	51,467	0.2	47.7	6.8	0.1	31.1

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임(모바일 제외)

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보

주제별 웹사이트 순위에서는 <뉴스/미디어> 분야의 사이트들이 순방문자가 다소 하락한 반면, <전자상거래> 분야의 이용자수는 증가세를 보였다. <뉴스/미디어> 분야에서는 'SBS'가 8.5%의 증가세를 보이며 가장 증감률이 높았고, <전자상거래>에서는 12%대의 순방문자수 증가를 기록한 'GS SHOP'의 상승세가 눈에 띄었다. 'GS SHOP'은 <전자상거래> 분야에서의 시간점유율도 9월 2.8%, 10월 3.0%에 이어 11월 3.4%를 보이며 지속 증가하고 있다.

체류시간 기준으로는 <뉴스/미디어> 분야의 사이트들은 대부분 10분 미만을 기록한 반면, <전자상거래> 분야에서는 '지마켓', '옥션', '11번가', 'CJ몰'이 30분 이상을 기록했고, 타사이트들도 대체로 20분 이상으로 나타났다. 일간 순방문자수에서는 오픈마켓 시장을 과점하고 있는 '옥션'과 'G마켓'이 각각 200만명 이상을 기록했고, '11번가'는 175만명에 이르는 것으로 나타났다. 또한 상위 3개 사이트의 시간점유율은 전자상거래 웹사이트 이용의 31.2%를 차지하는 것으로 집계되었다.

▶ 주제별 웹사이트 순위 TOP 5 (11월)

1. 뉴스 / 미디어

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	일간순방문자	월평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	순방문자증감률(%)
1	mk.co.kr	15,452,328	46.3	1,848,856	9.6	3.6	9.5	5.6	-4.7
2	chosun.com	14,632,259	43.9	1,929,487	18.6	4.0	25.4	10.2	-6.6
3	hankyung.com	14,015,827	42.0	1,404,895	7.6	3.0	7.4	4.0	1.3
4	donga.com	13,850,733	41.5	1,480,921	12.5	3.2	14.7	6.5	-2.3
5	mt.co.kr	12,871,363	38.6	1,259,463	7.7	2.9	6.5	3.7	-3.7
6	hankooki.com	12,782,380	38.3	1,420,152	10.7	3.3	15.8	5.1	-3.5
7	asiae.co.kr	12,399,098	37.2	1,245,895	8.8	3.0	11.3	4.1	1.5
8	sbs.co.kr	11,731,493	35.2	942,935	7.9	2.4	8.3	3.5	8.5
9	seoul.co.kr	10,854,378	32.5	894,431	5.6	2.5	4.0	2.3	0.1
10	heraldcorp.com	10,517,000	31.5	870,092	4.9	2.5	3.6	1.9	-2.0

2. 전자상거래

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	일간순방문자	월평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	순방문자증감률(%)
1	gmarket.co.kr	15,618,891	46.8	2,016,434	42.2	3.9	78.8	10.8	0.2
2	auction.co.kr	15,130,422	45.3	2,016,838	52.1	4.0	103.8	12.9	1.2
3	11st.co.kr	14,699,517	44.1	1,754,374	31.2	3.6	55.2	7.5	3.0
4	coupang.com	8,678,382	26.0	933,840	24.9	3.2	31.1	3.5	-0.7
5	interpark.com	8,233,142	24.7	668,643	14.7	2.4	27.9	2.0	0.2
6	lotte.com	7,521,021	22.5	788,524	24.1	3.2	36.1	3.0	4.1
7	cjmall.com	7,441,445	22.3	923,466	32.9	3.7	61.7	4.0	2.3
8	gssshop.com	7,143,154	21.4	741,832	29.0	3.1	55.5	3.4	12.0
9	lotteimall.com	6,611,639	19.8	714,375	25.6	3.3	54.6	2.8	5.5
10	ticketmonster.co.kr	6,430,471	19.3	671,039	25.4	3.1	28.6	2.7	4.1

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임(모바일 제외)

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



〈엔터테인먼트 분야〉에서는 전체적으로 순방문자수의 감소폭이 큰 것으로 나타났다. ‘유튜브’가 10월과 비슷한 순방문자수를 기록하며 전월대비 소폭 감소(-0.7%p)한 시간점유율(28.7%)을 유지한 반면 ‘판도라’, ‘엠군’, ‘무비조이’의 이용자 감소폭이 10% 이상으로 큰 편이었다. 1위에 오른 ‘유튜브’를 비롯해 동영상 스트리밍 서비스를 제공하는 ‘판도라(pandora.tv)’와 ‘곰TV(gomtv.com)’, ‘엠군(mgoon.com)’는 전월과 동일하게 순방문자수 2, 3, 5위를 기록했고, 영화 포털인 ‘CGV’와 ‘롯데시네마’는 각각 338만명(10.1분), 155만명(4.6분)의 순방문자수를 기록하며 4위와 6위에 올랐다. 한편 평균체류시간이 가장 긴 사이트는 38.6분을 기록한 ‘오늘의 유머(todayhumor.co.kr)’였다.

〈SNS / 커뮤니티 분야〉에서는 ‘티스토리’와 ‘페이스북’이 강세를 보였다. ‘페이스북’은 전월 대비 1.4% 증가한 1,096만명의 순방문자와 52.6분의 체류시간을 기록했다. ‘페이스북’은 높은 체류시간을 기반으로 해당분야에서 전월보다 2.4%p 증가한 32.7%의 시간점유율을 기록했다. 한편 10위를 기록한 ‘SLR클럽(slrlub.com)’은 순방문자수가 전월대비 13.9% 하락한 88만명을 기록하긴 했지만 107분의 가장 긴 체류시간을 기록하며 시간점유율이 5.4%에 달하는 것으로 나타났다.

3. 엔터테인먼트

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	일간순방문자	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	순방문자증감률(%)
1	youtube.com	9,727,430	29.2	919,303	24.1	2.9	25.8	28.7	0.2
2	pandora.tv	4,564,947	13.7	247,575	9.8	1.7	8.8	5.5	-10.9
3	gomtv.com	3,948,644	11.8	207,193	4.5	1.6	6.9	2.2	-2.0
4	cgv.co.kr	3,377,661	10.1	243,608	16.4	2.2	29.7	6.7	6.4
5	mgoon.com	1,835,688	5.5	76,909	4.4	1.3	4.4	1.0	-14.8
6	lottecinema.co.kr	1,548,368	4.6	78,979	9.0	1.5	12.3	1.7	-2.0
7	melon.com	1,346,962	4.0	74,550	13.0	1.7	22.8	2.1	-6.4
8	moviejoy.com	1,166,529	3.5	44,684	1.3	1.2	1.6	0.2	-33.9
9	megabox.co.kr	1,081,094	3.2	60,405	9.6	1.7	17.8	1.3	7.2
10	todayhumor.co.kr	1,026,632	3.1	78,748	38.6	2.3	75.1	4.8	-2.6

4. SNS / 커뮤니티

순위	도메인	순방문자	도달률(%)	일간순방문자	평균체류시간(분)	평균재방문일수(일)	평균페이지뷰	시간점유율(%)	순방문자증감률(%)
1	tistory.com	19,312,532	57.9	2,117,649	10.4	3.3	10.4	11.4	0.8
2	facebook.com	10,963,337	32.9	1,447,830	52.6	4.0	109.0	32.7	1.4
3	dcinside.com	7,194,181	21.6	536,383	21.1	2.3	49.2	8.6	-2.9
4	twitter.com	5,928,862	17.8	449,304	6.4	2.3	11.1	2.2	-2.5
5	egloos.com	4,418,023	13.2	246,940	4.5	1.7	6.3	1.1	-9.4
6	ilbe.com	2,527,083	7.6	154,187	18.7	1.9	37.7	2.7	-0.9
7	twitpic.com	2,246,584	6.7	143,834	2.7	1.9	4.0	0.3	-26.2
8	me2day.net	2,128,105	6.4	119,586	2.3	1.6	4.8	0.3	-9.5
9	blogspot.com	946,609	2.8	60,190	5.2	1.9	8.9	0.3	2.7
10	slrlub.com	881,621	2.6	121,351	107.3	4.1	293.8	5.4	-13.9

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임(모바일 제외)

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



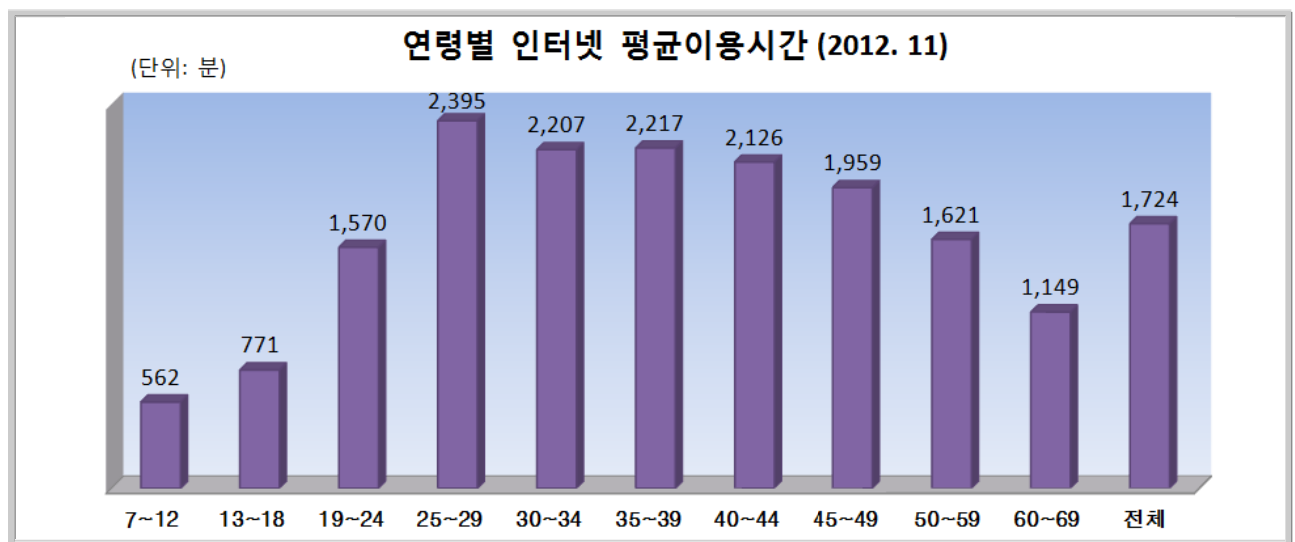
11월 인터넷 평균 이용시간(PC)은 10월(1,758분, 하루 평균 56.7분) 대비 34분 감소한 1,724분(하루 평균 57.5분)으로 나타났다. 이는 11월의 월간 일수가 30일로 10월(31일)에 비해 하루 짧았음을 감안하면 거의 변화가 없었던 것으로 볼 수 있다. 연령별 구분에서 인터넷 이용시간이 가장 높은 집단은 '25~29세'로 평균 2,395분을 기록했다. 25세에서 44세까지는 2,000분 이상의 이용시간을 보였고, 그 외의 연령층에서는 상대적으로 낮은 이용시간을 기록했다. 해당 기록은 PC를 통한 이용시간에 한정된 것이며, 모바일기기를 통한 인터넷 이용량 또한 적지 않을 것으로 추정된다.

▶ 인터넷 이용 현황 (PC)

1. 연령별 PC 인터넷 이용 현황 (2012. 11.)

연령	순방문자	순방문자비중(%)	방문사이트수	인터넷이용일수(일)	평균페이지뷰	평균이용시간(분)
7~12	2,514,190	7.6	26.3	10.3	1,174	562
13~18	3,625,296	10.9	40.4	11.2	1,662	771
19~24	3,705,640	11.1	69.1	13.9	3,307	1,570
25~29	3,277,593	9.8	87.4	16.5	4,712	2,395
30~34	3,771,922	11.3	80.5	16.4	4,301	2,207
35~39	3,687,340	11.1	76.5	16.9	4,242	2,217
40~44	3,835,684	11.5	70.9	17.4	3,853	2,126
45~49	3,209,416	9.6	65.3	16.1	3,562	1,959
50~59	4,413,474	13.2	56.5	14.8	2,863	1,621
60~69	1,281,421	3.9	44.3	13.3	2,071	1,149
전체	33,321,976	100.0	63.9	14.9	3,302	1,724

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임(모바일 제외)
 * 출처: 님스 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



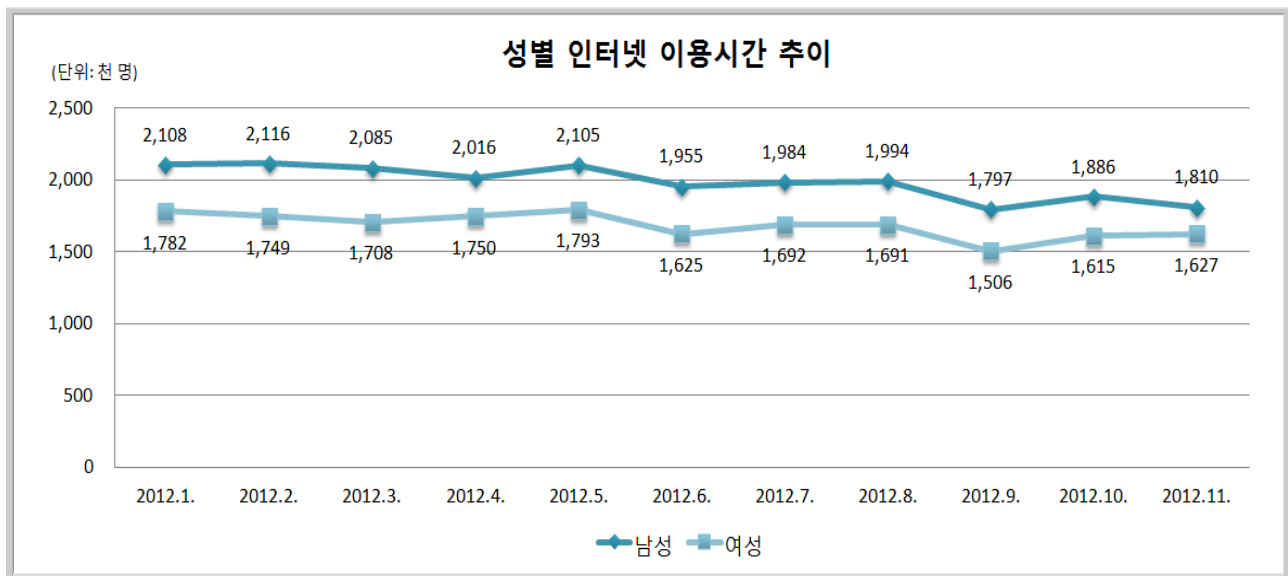
성별 인터넷 이용시간 추이(PC)에서는 '남성'의 이용시간이 1,810분(하루 60분), '여성'은 1,627분(하루 54분)으로 183분(하루 6분)의 차이를 보였다. 이는 10월과 비교하여 남녀간의 차이가 급격히 줄어든 것이다. 10월에는 271분의 차이를 보였었고, 그 이전 달에도 비슷한 정도의 이용시간 격차가 있었는데 11월과 같은 현상이 지속될지는 두고보아야 할 것이다. 연령별 인터넷 이용시간의 경우 18세 이하의 연령층의 인터넷 이용시간이 연초에 비해 비교적 많이 줄어들었다. 이같은 흐름이 추세적인 것인지에 대한 확인 역시 기간을 두고 보아야 할 사항이며, 만약에 추세적 흐름이 발견된다면 이는 스마트기기를 이용한 개인화된 이용행태가 늘어났기 때문일 수 있다.

2. 성별 / 연령별 PC 인터넷 이용시간 추이 (2012. 1. ~ 2012. 11.)

(단위 : 분)

구분	전체	남성	여성	7~12	13~18	19~24	25~29	30~34	35~39	40~44	45~49	50~59	60~69
2012. 1.	1,957	2,108	1,782	801	1,379	1,747	2,643	2,392	2,393	2,354	1,933	1,814	
2012. 2.	1,946	2,116	1,749	708	1,340	1,613	2,623	2,372	2,533	2,329	1,907	1,882	
2012. 3.	1,910	2,085	1,708	679	923	1,531	2,707	2,408	2,539	2,382	1,915	1,908	
2012. 4.	1,891	2,016	1,750	655	884	1,652	2,513	2,460	2,317	2,380	1,988	1,791	
2012. 5.	1,959	2,105	1,793	588	997	1,736	2,567	2,463	2,442	2,478	2,170	1,808	
2012. 6.	1,801	1,955	1,625	579	807	1,572	2,298	2,358	2,263	2,269	2,127	1,626	
2012. 7.	1,847	1,984	1,692	571	889	1,519	2,637	2,308	2,267	2,245	2,123	1,893	1,255
2012. 8.	1,851	1,994	1,691	700	939	1,556	2,531	2,348	2,232	2,232	2,107	1,900	1,247
2012. 9.	1,660	1,797	1,506	531	712	1,392	2,368	2,066	2,095	2,010	1,928	1,725	1,189
2012. 10.	1,758	1,886	1,615	600	744	1,614	2,494	2,203	2,180	2,134	2,003	1,761	1,175
2012. 11.	1,724	1,810	1,627	562	771	1,570	2,395	2,207	2,217	2,126	1,959	1,621	1,149

- * 2012년 1월에서 6월까지 '50세 이상'이었던 연령 항목이 7월부터 '50세~59세'와 '60세~69세'로 세분화되었음
- * 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임(모바일 제외)
- * 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

직업별 인터넷 이용 현황에서는 직업군별로 이용시간에 큰 차이가 나타났다. ‘사무직’의 월평균이용시간이 2,427분(하루 80.9분)인 반면, ‘학생’은 1,038분(하루 34.6분)을 기록하여 그 격차가 2.3배에 달했다. 또한 직장인 중에서도 ‘생산직’의 이용시간이 1,551분(하루 51.7분)으로 나타나 ‘사무직’과는 876분(하루 29.2분)의 차이를 보였다.

가족소득별 인터넷 이용 현황에서는 직업별 구분에 비해 격차가 적게 나타났다. 가족소득이 ‘500만원 이상’인 집단이 1,830분(하루 61분)으로 가장 많은 이용시간을 기록한 반면, ‘100~300만원’인 집단의 이용시간이 1,659분(하루 55.3분)으로 가장 적은 시간을 이용하는 것으로 집계되었으나, 두 집단 간의 이용시간 차이는 171분(하루 5.7분)에 불과했다.

3. 직업별 PC 인터넷 이용 현황 (2012. 11.)

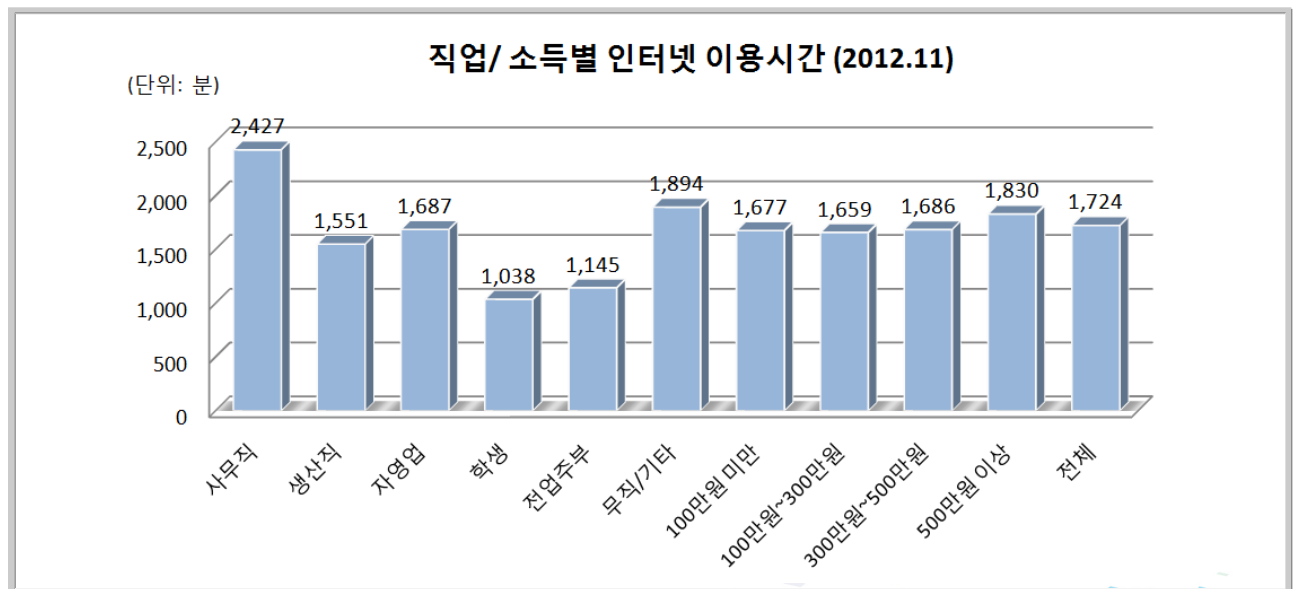
구분	순방문자	순방문자비중(%)	방문사이트수	인터넷이용일수(일)	평균페이지뷰	평균이용시간(분)
사무직	13,103,661	39.3	81.0	17.7	4,476	2,427
생산직	2,837,101	8.5	58.2	14.3	2,985	1,551
자영업	2,075,910	6.2	60.2	15.5	3,021	1,687
학생	10,034,311	30.1	48.7	12.0	2,212	1,038
전업주부	3,555,396	10.7	49.7	12.7	2,286	1,145
무직/기타	1,715,597	5.2	65.3	15.5	3,691	1,894
전체	33,321,976	100.0	63.9	14.9	3,302	1,724

4. 가족소득별 PC 인터넷 이용 현황 (2012. 11.)

구분	순방문자	순방문자비중(%)	방문사이트수	인터넷이용일수(일)	평균페이지뷰	평균이용시간(분)
100만원 미만	1,011,102	3.0	62.4	14.7	3,184	1,677
100만원 ~ 300만원	7,841,754	23.5	63.2	14.6	3,250	1,659
300만원 ~ 500만원	14,206,052	42.6	62.5	14.9	3,235	1,686
500만원 이상	10,263,068	30.8	66.4	15.3	3,448	1,830
전체	33,321,976	100.0	63.9	14.9	3,302	1,724

* 본 데이터는 패널로 선출된 국내 인터넷 사용자의 PC에 설치된 소프트웨어를 통해 집계된 통계적 추정치임(모바일 제외)

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)





애플리케이션 이용 순위에서는 <멀티미디어 분야>에서 동영상 재생 프로그램인 ‘곰플레이어’의 이용자가 가장 많았다. ‘곰플레이어’는 순이용자수 1,244만명, 월평균이용시간은 607분(하루 20분)에 달하는 것으로 측정되었다. 음악 재생 프로그램 중에서는 ‘곰오디오’의 이용률이 높게 나타났고, ‘아이튠즈’ 또한 256만명의 이용자로 멀티미디어 분야 5위에 올랐다.

<P2P 분야>에서는 파일공유서비스 ‘uTorrent’의 이용자가 625만명으로 가장 많았고, ‘N드라이브’, ‘유클라우드’, ‘파일노리’, ‘쉐어박스’가 뒤를 이었다. 통신·플랫폼 업체들이 치열한 경쟁을 펼치고 있는 클라우드 서비스는 현재로서는 NHN의 ‘N드라이브’가 월 121만명의 이용자를 기록하며 타업체에 비해 비교우위를 보이고 있지만, 전체 인터넷 이용자수와 비교했을 때는 도달률이 3.6%에 불과한 실정이다.

➤ 애플리케이션 종류별 TOP 5 (11월)

1. 멀티미디어

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용시간(분)	평균재방문일수(일)	순이용자증감률(%)	일평균이용자
1	Gomtv	Goplayer	12,442,876	37.29	607.46	5.15	-3.66	2,108,281
2	Microsoft	Microsoft Windows mediaplayer	6,776,150	20.31	249.31	2.63	-1.92	583,371
3	Gomtv	Gomaudio	3,190,984	9.56	729.95	3.71	5.74	392,548
4	Daum	PotPlayer	3,017,106	9.04	580.15	4.82	3.45	477,527
5	Apple	iTunes	2,561,554	7.68	593.85	4.09	-7.75	350,729

2. P2P

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용시간(분)	평균재방문일수(일)	순이용자증감률(%)	일평균이용자
1	Utorrent	uTorrent	6,253,889	18.74	2,329.31	7.52	2.41	1,548,626
2	Naver	N드라이브	1,205,065	3.61	5,566.74	11.25	8.73	465,300
3	Olleh	ucloud매니저	447,089	1.34	5,740.17	12.52	1.85	187,359
4	Filenori	FileNori	431,438	1.29	127.51	3.44	15.23	49,592
5	Sharebox	ShareBox	400,458	1.20	190.75	2.95	-21.00	39,832

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

〈게임 분야〉에서는 라이엇 게임즈의 ‘리그 오브 레전드’의 인기가 이어졌다. ‘리그 오브 레전드’는 2위를 기록한 넥슨의 ‘메이플 스토리’에 비해서 월등히 높은 145만명의 순이용자수를 기록했고, 월평균이용시간 역시 1,278분(하루 평균 43분)으로 다른 게임들에 비해 2배 이상 높았다. 넥슨의 ‘메이플 스토리’는 9월(-30%) 10월(-24.4%)에 이어 11월에도 순이용자수가 급감(-17.4%)하며 이용자수가 백만명 미만으로 떨어졌다. 올해 출시된 ‘디아블로3’와 ‘블레이드 & 소울’은 10월에 이어 순위권 밖으로 밀려났다.

〈기타 분야〉에서는 10월과 순위가 동일했다. PDF 파일 뷰어 ‘아크로벳 리더’가 1,190만명의 순이용자(일평균이용자 174만명)를 기록하며 1위에 올랐고, 압축 프로그램 ‘알집’이 1,124만명으로 2위를 차지했다. 이미지 뷰어 ‘알씨’와 마이크로소프트의 ‘사이드바 가제트’, 컴퓨터 최적화 프로그램인 ‘고클린’이 3, 4, 5위로 그 뒤를 이었다. 4위를 차지한 ‘사이드바 가제트’는 간단한 기능들을 바탕화면에서 활용할 수 있는 윈도우용 어플리케이션이고, 5위에 오른 ‘고클린’은 컴퓨터의 불필요한 파일과 레지스트리 등을 삭제해주는 프로그램이다.

3. 게임

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용시간(분)	평균재방문일수(일)	순이용자증감률(%)	일평균이용자
1	라이엇 게임즈	League Of Legends	1,452,899	4.35	1,278.07	7.13	-0.71	336,964
2	Nexon	Maple Story	846,891	2.54	489.62	4.15	-17.44	117,276
3	Hanbitsoft	Starcraft	845,315	2.53	339.30	3.94	-9.66	108,322
4	Pmang	FIFA Online2	753,498	2.26	352.93	4.94	1.68	112,574
5	Pmang	Pmang 뉴맞고	690,969	2.07	624.81	7.38	-9.66	166,137

4. 기타

순위	공급자	애플리케이션	순이용자	도달률(%)	월평균이용시간(분)	평균재방문일수(일)	순이용자증감률(%)	일평균이용자
1	Adobe	Adobe Acrobat Reader	11,899,182	35.66	394.77	4.4	1.78	1,736,243
2	Altools	Alzip	11,243,637	33.69	69.57	2.75	-2.92	1,033,452
3	Altools	Alsee	6,079,474	18.22	215.47	4.16	-2.57	840,722
4	Live	Sidebar Gadgets	2,171,786	6.51	4,495.09	11.49	-4.74	843,051
5	Gobest	GoClean	1,880,299	5.63	32.8	3.09	8.07	191,684

* 출처: 닐슨 코리아클릭 (www.koreanclick.com)



11월 팟캐스트 순위에서는 '그것은 알기 싫다'가 1위에 올랐다. 이 프로그램은 만지일보에서 제작한 근현대사 관련 팟캐스트로, 10월 12일 첫 방송 이래 많은 호응을 얻고 있다. '나는 꿈수다'는 한 달여간 결방하며 2위로 순위가 한 계단 하락했다. '주진우의 현대사와 '나는 꿈수다'의 경제편임을 표방하는 '나는 꿈사리다'는 전월보다 순위가 다소 하락했지만 각각 4, 7위를 차지하며 만지일보 제작 프로그램들의 인기가 이어졌다. '이슈 털어주는 남자', '손석희의 시선집중', '김어준의 뉴욕타임스', '뉴스타파' 등의 뉴스 및 정치 논평 프로그램들 역시 대선을 한 달 앞두고 지속적인 청취율을 보였다. 유머 프로그램으로는 SBS '두시탈출 컬투쇼'의 팟캐스트버전이 3위에, '컬투쇼 레전드 사연 BEST100'이 5위에 올랐고, '이박사와 이작가의 이이제이', '고전읽기', '타박타박 세계사' 등의 사회 및 문화 프로그램들도 청취자들의 다양한 관심사를 충족시키며 10월에 이어 순위권에 들었다. 또한 'CNN Student News', '이근철의 굿모닝 팟스'와 같은 어학 관련 프로그램도 순위권을 지켰다.

▶ 팟캐스트 종합 TOP 15 (11월)

순위	변동	제목	에피소드	카테고리	방송등록일	최종 업데이트
1	△77	그것은 알기 싫다	9	뉴스 및 정치	2012.10.12.	2012.11.27.
2	▽1	나는 꿈수다	64	뉴스 및 정치	2011.04.28.	2012.10.23
3	-	두시탈출 컬투쇼	200	음악	2012.09.21.	2012.11.29.
4	▽2	주진우의 현대사	13	뉴스 및 정치	2012.06.19.	2012.11.23.
5	-	컬투쇼 레전드 사연 BEST100	100	음악	2012.05.10.	2012.07.27
6	△10	이박사와 이작가의 이이제이	20	사회 및 문화	2012.07.21.	2012.11.27.
7	▽3	나는 꿈사리다	54	비즈니스	2011.11.19.	2012.11.29.
8	-	이슈 털어주는 남자	235	뉴스 및 정치	2011.12.27.	2012.11.30.
9	▽2	손석희의 시선집중	740	뉴스 및 정치	2010.07.16.	2012.11.30.
10	▽4	김어준의 뉴욕타임스(Audio)	248	뉴스 및 정치	2009.06.22.	2012.11.23.
11	-	CNN Student News (video)	6	교육	2012.11.19.	2012.11.29.
12	▽3	나는 만따라다	20	사회 및 문화	2012.06.11.	2012.11.27.
13	▽1	(공식) 이근철의 굿모닝팟스	20	교육	2012.11.11.	2012.11.30.
14	▽1	뉴스타파	47	뉴스 및 정치	2012.03.21.	2012.11.23.
15	△2	고전읽기	69	방송	2012.08.27.	2012.11.29.
16	▽1	FM 음악도시 성시경입니다	907	방송	2011.06.01.	2012.11.28.
17	▽7	이상호 go발뉴스	152	뉴스 및 정치	2012.05.27.	2012.11.29.
18	▽4	최진기의 뉴스워크	64	교육	2011.04.19.	2012.10.05.
19	-	타박타박 세계사	80	사회 및 문화	2011.05.22.	2012.11.25.
20	△11	문법 없이 암기 없이 배우는 영어 (HD)	22	어학	2011.09.07.	2012.11.06.

* 출처: 팟빵 (www.podbbang.com), 11월 30일 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



모바일 애플리케이션(스마트폰 및 태블릿용) 순위에서는 매출 부문에서 일반 어플리케이션보다는 게임들의 강세가 이어졌다. 그중에서도 카카오톡 플랫폼을 활용한 게임의 선전이 지속되었다. '아이러브커피', '애니팡', '드래곤플라이트', '모두의 게임' 등의 카카오톡 등록 게임들은 앱스토어와 플레이스토어의 매출 상위권을 점유했다. 특히 플레이스토어에서는 매출 상위 10위 중 1, 2, 3, 4위를 포함한 7개의 게임이 카카오톡 연동 게임이었다. 한게임의 '피쉬 아일랜드', 컴투스의 '타이니팜', JCE의 '롤더스카이' 정도가 카카오톡의 영향력에서 자유로운 인기게임이었다. 이 같이 개별 마케팅을 뛰어넘는 플랫폼의 위력이 입증됨에 따라 앞으로는 막강한 플랫폼을 등에 업고 게임을 출시하려는 경향이 더욱 강해질 것으로 보인다. 더불어 디스토어나 네이버 앱마켓, 컴투스 허브 등 자체 플랫폼을 안착시키기 위한 업계의 노력 또한 보다 치열해질 것으로 예상된다.

▶ 모바일 애플리케이션 TOP 10 (11월)

순위	앱스토어 (아이폰)			앱스토어 (아이패드)		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	PicsPlay Pro	내 사주에 있는 여자, 남자	아이러브커피 for Kakao	PicsPlay Pro	STREET FIGHTER X TEKKEN Gauntlet	Rule the Sky for iPad
2	WikiLinks - Smart and Beautiful Wikipedia Reader	STREET FIGHTER X TEKKEN Gauntlet	애니팡 for Kakao	WikiLinks - Smart and Beautiful Wikipedia Reader	Mercury Browser Pro - The fast browser for iOS	피쉬아일랜드
3	Lili™	크리스탈 삼국	Rule the Sky™	GarageBand	Heroes of Order & Chaos - Multiplayer Online Game	Tiny Farm®
4	Angry Birds Star Wars	Dragon Knight4	피쉬아일랜드	TTPlayerHD - The Cinema In My Pocket	Video Tube Free for YouTube	Clash of clans
5	Earn to Die	Bonosound Radio	카드캡처 삼국지	Asphalt 7: Heat	EveryOn TV for iPad	한게임 골든클럽
6	STREET FIGHTER X TEKKEN MOBILE	Mercury Browser Pro - The fast browser for iOS	Ayakashi: Ghost Guild	UPAD	jukebeat	Hancom Office Hanword
7	AwesomeCalendar (+GoogleTask/Diary)	심리테스트대백과사전	카드의 신 삼국지	Awesome Note HD (+To-do/Calendar/Evernote)	DMD Panorama	Heroes of Order & Chaos - Multiplayer Online Game
8	Memory 100% Pro	바야무트	넥슨 프리아구마스터 2013	Lili™	Roads of Rome HD	퐁! 인기동요 • 동화 - 보들복
9	aTimeLogger 2	YouTube	Tiny Farm®	Keynote	맥심코리아 외전	풍운삼국 iPad 버전
10	Dr. Sleep Plus	Heroes of Order & Chaos - Multiplayer Online Game	풍운삼국	Hancom Office Hanword	Schedule Planner HD	바이킹아일랜드
순위	플레이 스토어 (안드로이드)			티스토어 (안드로이드)		
	유료	무료	매출	유료	무료	매출
1	Asphalt7:Heat	모두의 게임 for Kakao	Dragon Flight for Kakao	[VOD] 다크나이트 라이즈	모바일 Tworld	
2	Poweramp Full Version Unlocker	KakaoTalk FreeCalls & Text	Anipang for Kakao	[VOD] 도둑들	T map	
3	Minecraft-PocketEdition	카트라이더 코인러쉬 for Kakao	아이러브커피 for Kakao	[ebook] 어른스럽고 위험한	대항해 mini	
4	The Amazing Spider-Man	밀어서 돈버는 스마트한 생활습관! 캐시슬라이드	모두의 게임 for Kakao	[게임] 파이널판타지	B tv mobile	
5	Gangstar Rio: City of Saints	Dragon Flight for Kakao	피쉬아일랜드 - Fish Island	[게임] 세피라	스마트청구서	
6	Beautiful Widgets	Kakao Story	바이킹아일랜드 for Kakao	[게임] 어메이징 스파이더맨	제노니아5	
7	Where's My Water?	네이버 - Naver	Rule the Sky	[게임] 와일드 블러드	T 보이는 음성안내	
8	PaperCamera	퀴즈킹 for Kakao	Tiny Farm®	[ebook] 그녀, 섹스홀릭에 빠지다	T freemium	
9	Paladog	점핑스타 for Kakao	말랑말랑 목장 for Kakao	[app] 클래식톤즈 1탄	카카오톡	
10	Nova Launcher Prime	슈가팡 for Kakao	실크로드 for Kakao	[app] 엠씨스퀘어 싱글 스트레스 해소	헬로슈퍼마켓	

* 출처: 앱애니, 티스토어 (국내 순위 / 유료·무료는 다운로드 수, 매출은 금액 기준 / 2012. 11. 30. 기준)



2012년 11월 30일 기준으로 애플 앱스토어에는 약 73만개의 애플리케이션이 등록되어 있다. 이는 전월 대비 17,642개의 앱이 늘어난 수치이다. 활성화된 앱 중에서 53.75%의 앱이 무료이고, 유료앱 중에서는 '1달러 미만'으로 판매하는 앱의 비중(23.28%)이 가장 높다. 이를 합산하면 마켓에 등록된 앱 중에서 77% 이상이 1달러 미만(무료 포함)인 것이다. 해당 앱들은 저렴한 값을 기반으로 대량판매 또는 광고, 인앱결제 등을 통해 수익을 창출하고 있다. 추세적으로도 1달러 미만인 앱의 수가 증가하는 반면 3달러 이상의 앱은 급격히 줄어들고 있는 모습이다.

애플리케이션의 전체 평균 가격은 10월 대비 0.15달러 하락한 1.54달러를 기록했고, 일반 앱의 가격이 1.65달러인 반면, 게임 앱 가격은 평균 0.91달러를 기록하며 큰 차이를 보였다. 이는 게임의 인앱결제 비율이 높기 때문인 것으로 추정된다.

11월에는 게임과 비게임을 합쳐 24,104개의 어플리케이션이 제출되었다. 하루 평균 804개의 비게임 애플리케이션과 123개의 게임이 앱스토어에 제출된 셈이다. 등록된 앱을 카테고리별로 분류하면 게임(16.59%), 교육(10.54%), 엔터테인먼트(9.42%), 라이프스타일(8.49%) 등의 비중을 기록했다. 단일 장르 중에서는 게임의 비중이 가장 높았다.

▶ 애플 앱스토어 현황 (2012. 11. 30.)

1. APP. 등록 현황

구분	개수	변동 (10.31.대비)
총 활성 앱 (현재 다운로드 가능)	729,062	17,642
총 비활성 앱 (더이상 다운로드 불가능)	264,825	504
미국 앱스토어 누적 앱	993,887	18,146
미국 앱스토어 활동 제작자수	193,923	7,259

2. APP. 가격 분포

구분	개수	비율	변동 (10.31.대비)
무료	391,882	53.75%	19,563
\$ 1 미만	169,716	23.28%	3,208
\$ 1 ~ \$ 1.99	67,549	9.27%	126
\$ 2 ~ \$ 2.99	32,453	4.45%	-159
\$ 3 이상	67,461	9.14%	-5,097

3. APP. 평균 가격

구분	가격	변동 (10.31.대비)
평균 비게임(일반앱) 가격	\$1.65	-\$0.17
평균 게임 가격	\$0.91	\$0.00
전체 평균 가격	\$1.54	-\$0.15

4. APP. 월별 제출 현황 (11월)

구분	개수	1일 평균 제출개수	변동 (10월 대비)
비게임(일반앱)	20,907	804	-1,624
게임	3,197	123	-129
전체	24,104	927	-1,753

5. 카테고리별 등록 APP. 현황

구분	개수	비율	구분	개수	비율
게임	120,986	16.59%	생산성	20,532	2.82%
교육	76,877	10.54%	뉴스	19,925	2.73%
엔터테인먼트	68,667	9.42%	건강 & 운동	18,928	2.60%
라이프스타일	61,933	8.49%	사진	17,887	2.45%
도서	54,060	7.42%	금융	16,671	2.29%
유틸리티	44,823	6.15%	의료	15,450	2.12%
비즈니스	43,933	6.03%	소셜 네트워킹	14,603	2.00%
여행	38,072	5.22%	네비게이션	11,269	1.55%
음악	28,191	3.87%	날씨	5,337	0.73%
레퍼런스	23,825	3.27%	기타	5,802	0.80%
스포츠	21,291	2.92%	합계	729,062	100.00%

* 출처: 148Apps.biz (<http://148apps.biz>), 2012. 11. 30. 기준

01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식 정보

주요 방송통신서비스 가입자는 2012년 10월 말 기준으로 시내전화 1,834만명, 이동전화 5,335만명, IPTV 614만명, 휴대인터넷(와이브로) 101만명을 기록하고 있다. 시내전화 가입자는 9월 대비 4만명 증가했지만 점진적으로 감소하고 있는 반면, 이동전화·IPTV·초고속인터넷·와이브로 가입자는 꾸준히 증가하고 있다. 초고속인터넷 가입자수는 조만간 시내전화 가입자수를 추월할 것으로 예상되며, 고속 휴대인터넷 서비스인 와이브로는 조금씩 가입자가 증가하며 드디어 100만명을 달성했던 하지만, 2011년 10월 출범이후 1년도 안되어 1,270만명(10월 기준)을 확보한 LTE 서비스와 비교하면 초라한 수준이다. 이동전화 가입자수는 5,335만명으로 국가인구수(5,093만명, 2012년 11월)를 추월하며 증가세가 다소 둔화하고 있지만, 개인이 복수의 기기를 지니는 경우(태블릿 등)가 늘어남에 따라 가입자 증가추세는 지속될 것으로 보인다.

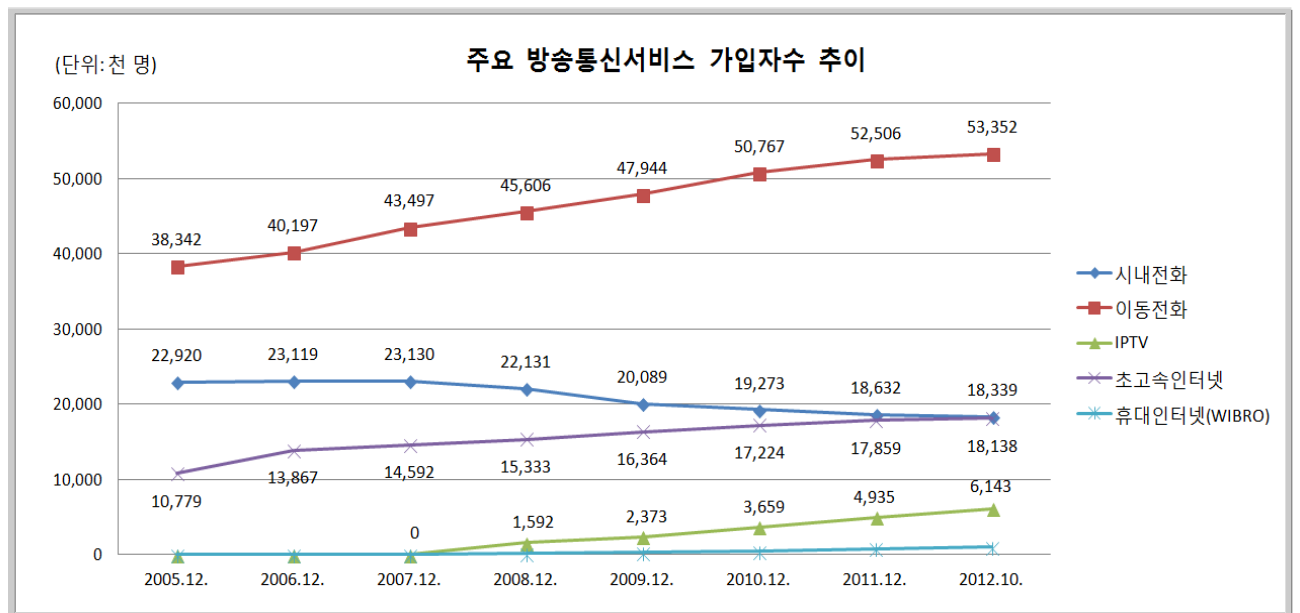
➤ 방송통신서비스 가입자 현황

1. 주요 방송통신서비스 가입자 (2005 ~ 2012. 10.)

(단위 : 천 명)

구분	2005. 12.	2006. 12.	2007. 12.	2008. 12.	2009. 12.	2010. 12.	2011. 12.	2012. 10.
시내전화	22,920	23,119	23,130	22,131	20,089	19,273	18,632	18,339
이동전화	38,342	40,197	43,497	45,606	47,944	50,767	52,506	53,352
IPTV	-	-	-	1,592	2,373	3,659	4,935	6,143
초고속인터넷	10,779	13,867	14,592	15,333	16,364	17,224	17,859	*18,138
휴대인터넷 (WIBRO)	-	0.9	39	167	316	466	799	1,005

* 초고속인터넷은 10월 자료 미수합으로 9월 기준 가입자로 대체
* 출처: 방송통신위원회 자료 재구성, 천 단위 이하는 절삭





이동전화 가입자는 10월 말 기준 9월 대비 82,000명 늘어난 5,436만명을 기록했다. 이중 LTE 가입자는 1,270만명을 기록하며 9월(1,172만명) 대비 98만명이 늘어났다. 9월에만 149만명이 증가했던 것과 비교하면 LTE 서비스 가입자의 증가추세는 잠시 주춤한 상황이다. 이는 아이폰5 국내 출시가 12월로 늦춰졌었고, 방송통신위원회의 과도한 할인판매 규제 등으로 인해 통신 3사의 가입유치 활동이 다소 위축되었기 때문이다.

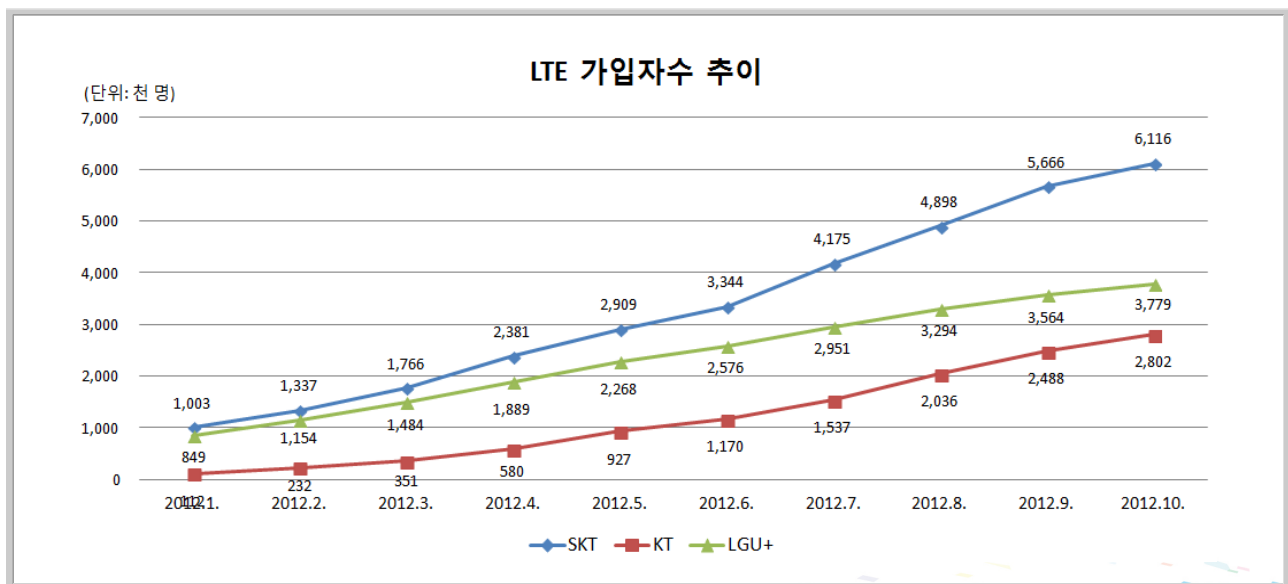
한편 최근 업계 발표에 따르면 12월 12일 기준 국내 LTE 가입자수는 SKT 700만명, LG유플러스 420만명, KT 350만명 등 총 1,470만명인 것으로 알려졌다. SKT와 LG유플러스는 700만명과 400만명이었던 올해 목표를 조기 달성했고, KT 역시 아이폰5 효과로 연말까지 400만명의 목표를 무난히 달성할 것으로 보인다. 이에 따라 각 통신사들이 연내에 확보할 수 있는 가입자는 1,600만명을 상회할 것으로 보이며, 2013년 말에는 2,500만명을 넘어설 것으로 예상되고 있다.

2. 이동전화 가입자 (기술방식별)

(단위 : 천 명)

구분	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	10월 가입현황		2012. 10.	
										변동	증감율		
SKT	CDMA	6,646	6,443	6,288	6,122	5,961	5,805	5,613	5,446	5,323	-117	-2.2%	5,206
	WCDMA	18,923	18,767	18,501	18,083	17,741	17,511	16,891	16,372	15,789	-287	-1.8%	15,503
	LTE	1,003	1,337	1,766	2,381	2,909	3,344	4,175	4,898	5,666	450	8.0%	6,116
	WiBro	56	61	64	62	60	58	59	61	60	7	11.3%	67
KT	CDMA	44	30	23	21	20	19	-	-	-	-	-	-
	WCDMA	16,464	16,378	16,225	15,922	15,536	15,299	14,910	14,450	13,992	-323	-2.3%	13,669
	LTE	112	232	351	580	927	1,170	1,537	2,036	2,488	314	12.6%	2,802
	WiBro	786	806	836	847	878	902	904	931	936	2	0.2%	938
LGU+	CDMA	8,577	8,326	8,070	7,788	7,507	7,276	6,997	6,702	6,457	-180	-2.8%	6,276
	LTE	849	1,154	1,484	1,889	2,268	2,576	2,951	3,294	3,564	216	6.1%	3,779
합계	53,461	53,534	53,609	53,697	53,807	53,958	54,038	54,188	54,275	82	0.2%	54,357	

※ DBDM 단말기 가입자는 상위 기술방식으로 분류, WCDMA 진화형인 HSDPA, HSUPA, HSPA+는 WCDMA 가입자 수에 포함
 * 백 단위에서 반올림
 * 출처: 방송통신위원회 자료 재구성



01 출판

02 만화

03 음악

04 공연

05 게임

06 영화

07 애니메이션

08 캐릭터

09 방송

10 광고

11 지식정보



초고속인터넷 가입자는 9월 말 기준으로 8월보다 2만9천명이 늘어난 1,814만명을 기록했다. 무선인터넷 이용의 증가세에 비해 유선 인터넷 회선의 설치는 정체된 추세이다. 스마트폰은 전월 대비 72만명(1.7%)의 증가세를 보이며 3,141만명을 기록했다. 태블릿PC는 10,610명이 통신사에 신규 가입하며 1.5%의 성장률을 보였지만 다소 성장세가 정체된 상태이다(와이파이 제품 제외). 하지만 아이패드 미니가 11월 2일에 출시(LTE 버전 11월 30일)되고, 뉴 아이패드(LTE버전 11월 26일)가 리뉴얼되었으며, 견조한 판매량을 보이고 있는 갤럭시노트 10.1 LTE 버전이 11월 19일부터 발매됨에 따라 11월 이후에는 통신사 가입 태블릿 판매량이 증가세를 보일 것으로 예상된다.

3. 초고속인터넷 가입자

(단위 : 천 명)

구분	2009. 12.	2010. 12.	2011. 12.	2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.
KT	6,952	7,423	7,822	7,845	7,881	7,921	7,935	7,944	7,966	7,980	8,001	8,009
SK브로드밴드	3,846	3,599	3,293	3,259	3,237	3,216	3,196	3,181	3,169	3,149	3,126	3,114
SKT(재판매)	-	402	898	941	982	1,024	1,062	1,099	1,133	1,170	1,203	1,234
LG U+	2,521	2,773	2,809	2,794	2,783	2,765	2,755	2,755	2,755	2,747	2,733	2,736
종합 유선	2,810	2,826	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,857	2,919	2,925
기타	216	198	177	177	177	177	177	128	128	128	125	120
합계	16,348	17,224	17,859	17,876	17,919	17,963	17,985	17,967	18,010	18,033	18,109	18,138

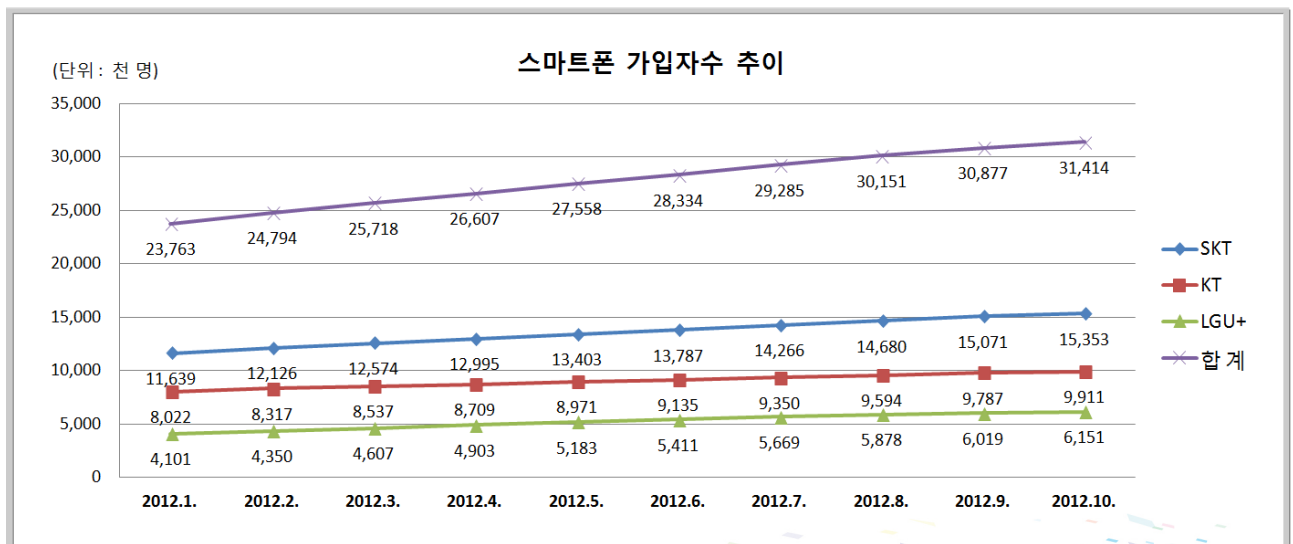
* 10월 자료 미수함으로 전월과 동일한 표임. 천 단위 이하는 절삭
* 출처: 방송통신위원회 자료 재구성

4. 스마트폰 / 태블릿PC 가입자 현황

(단위 : 천 명)

구분		2012. 1.	2012. 2.	2012. 3.	2012. 4.	2012. 5.	2012. 6.	2012. 7.	2012. 8.	2012. 9.	10월 가입현황		2012. 10.
											변동(명)	증감률	
스마트폰	SKT	11,639	12,126	12,574	12,995	13,403	13,787	14,266	14,680	15,071	282,014	1.9%	15,353
	KT	8,022	8,317	8,537	8,709	8,971	9,135	9,350	9,594	9,787	123,524	1.3%	9,911
	LGU+	4,101	4,350	4,607	4,903	5,183	5,411	5,669	5,878	6,019	132,319	2.2%	6,151
	합 계	23,763	24,794	25,718	26,607	27,558	28,334	29,285	30,151	30,877	537,857	1.7%	31,414
태블릿PC	SKT	229	240	248	257	274	285	289	292	292	363	0.1%	293
	KT	311	315	318	325	339	348	356	388	396	9,553	2.4%	406
	LGU+	10	14	13	13	14	15	16	17	16	694	4.2%	17
	합 계	550	570	579	597	628	649	662	697	705	10,610	1.5%	716

* 백 단위에서 반올림 / 태블릿PC는 통신사 가입자만을 대상으로 한 집계 수치임
* 출처: 방송통신위원회 자료 재구성



콘텐츠 통계 브리핑





KOCCA 통계브리핑
제12-11호(국내편)



Statistics
Briefing

국내 콘텐츠 기업의 증가와 성장가능성

노 준 석 (KOCCA 통계정보팀 수석연구원)

최근 통계청에서 “2011년 기준 전국 사업체조사(잠정결과)”를 발표했는데, 콘텐츠 사업체수에 대부분 포함되어 있는 ‘출판, 영상, 방송통신 및 정보 서비스업’ 분야가 전년대비 13.4%로 가장 크게 증가했다. 이는 전체 사업체수가 3.4% 증가한 것에 비해 가장 높은 증가율이며, 전체 사업체수 대비 0.9% 비중이다. 종사자수 또한 전체 산업의 증감율보다 높은 4.1%를 기록했다. 구체적으로 보면, 2011년 종사자수 1~4인의 사업체수는 전년대비 15.3% 증가한 14,757개로 나타났다. 또한 5~99인의 사업체수도 12.6% 증가한 14,410개로 나타났다. 반면 100~299인, 200인 이상의 사업체수는 전년대비 각각 3.7%, 4.9% 감소했다. 즉 콘텐츠 기업에서 대부분을 구성하고 있는 영세 및 중소기업체가 증가하고 있는 것이다.

<표 1> 출판, 영상, 방송통신 및 정보 서비스업(J)의 사업체수 비교

구분	2010년	2011년	증감률	전체 사업체 대비 구성비(%)		
				2010년	2011년	증감차
합계	26,375	29,913	13.4	0.8	0.9	0.1
1 ~ 4인	12,798	14,757	15.3	0.4	0.4	0.0
5 ~ 99인	12,800	14,410	12.6	0.4	0.4	0.0
100 ~ 299인	615	592	-3.7	0.0	0.0	0.0
300인 이상	162	154	-4.9	0.0	0.0	0.0

*출처: 통계청(2012), 2011년 기준 전국 사업체 조사 잠정결과

이는 국세청의 “2011년 기준 전국 자영업자수”에서 개인사업자들의 폐업이 지난 2007년 이래 가장 많은 규모(전체 개인사업자의 16%)인 83만 명에 달한다고 발표한 것과 비교하면 콘텐츠산업이 우리나라 산업에서 성장동력이 되고 있음을 알 수 있다. 국세청에 따르면, 폐업한 개인사업자가 대부분 영세한 이·미용 및 학원서비스업과 골목상권의 주축인 동네가게, 그리고 음식점업이 대부분으로 나타났는데, 이러한 업종들은 중소기업체들 간의 경쟁이 치열하면서 대형 유통업체들과 기업형 프랜차이즈의 증가로 영세 자영업자의 생존율이 낮다고 분석했다.

이러한 이유는 베이비붐 세대(1955년부터 1963년 기간(47~55세) 중에 태어난 베이비붐 세대는 2010년 기준 약 712.5만 명으로 전체 인구의 14.6%를 차지하는 거대한 인구집단. 2010년 기준 전체 인구는 약 4,887만 명)의 본격적인 은퇴시기와 맞물려 사회진출이 급증하고 있고, 사회현상을 반영하듯 비교적 진입장벽이 낮고 생활수요가 높은 생활밀접업종을 창업하는 수요가 높기 때문에 개인사업체가 전년대비 4.2%(290,350명)로 가장 많이 증가하는 통계청의 조사와 유사한 흐름이다.



또한 전체 산업에서 차지하는 여성 대표자 비중이 2007년 36.5%에서 2011년 37.5%로 1%p 증가한 것과 같이 '출판, 영상, 방송통신 및 정보 서비스업' 분야도 2007년 13.6%에서 2011년 14.6%로 증가했다는 점에서 콘텐츠 기업의 산업활동이 활발하게 이루어지고 있음을 짐작케 한다.

최근 5년간의 전체 벤처 기업수가 증가추세를 보이는 가운데, 2011년 벤처 기업수는 2만 6,148개이며, 연평균성장률은 19.3%를 나타냈다. 그 중 ICT 서비스 분야의 벤처 기업수는 증가하고 있으며, 최근 5년간 연평균성장률은 약 16.0%로 전체 대비 낮은 수준이다. 또한 소프트웨어 분야의 최근 5년간 연평균성장률은 18.2%로 ICT 서비스 분야에 비해 높으나, 전체 대비 낮은 수준이다. 반면 콘텐츠 벤처 기업수는 2008년 630개 수준에서 2011년 1,401개로 증가했으며, 연평균성장률은 30.5%로 ICT 서비스 분야 대비 약 2배 수준을 보였다. 이처럼 콘텐츠 벤처 기업의 증가는 전체 대비 비중 증대가 이어지고 있으며, 2011년은 약 5.4%로 2008년에 비해 약 1.3%p 높게 나타났다. 향후 콘텐츠 분야의 다양한 성공사례가 지속 출현할 경우, 벤처기업의 창업이 많이 이어질 것으로 전망된다.

<표 2> 콘텐츠 벤처 기업수 변화 추이

구분		2008년	2009년	2010년	2011년	CAGR
전체	갯수	15,401	18,893	24,645	26,148	19.3%
ICT 서비스	갯수	57	59	78	89	16.0%
소프트웨어	갯수	1,794	2,113	2,708	2,963	18.2%
콘텐츠	갯수	630	831	1,203	1,401	30.5%
	비중	4.1%	4.4%	4.9%	5.4%	

*출처: 기술보증기금

또한 콘텐츠산업의 상장기업을 분석해 보면, 2011년 기준 매출 2천억 원 이상을 기록한 국내 콘텐츠 상장기업은 총 20개로 나타났다. 이는 콘텐츠 상장기업이 전체 약 90개인 점을 비교하면, 상장기업이 차지하는 비중이 약 22%로 높은 성장성과 수익성을 보이고 있는 것을 알 수 있다. 구체적으로 살펴보면, 방송 기업이 7개로 가장 많았고, 지식정보 기업이 4개, 출판/만화와 게임 기업이 3개, 광고 기업이 2개, 영화 기업이 1개를 기록했다.

<표 3> 2011년 기준 매출 2천억 원 이상 국내 콘텐츠 상장기업 현황

구분	개수	기업명
출판/만화산업	3개	웅진씽크빅(7,758억원), 대교(8,184억원), 예스24(3,552억원)
광고산업	2개	제일기획(1조 7,581억원), G2R(3,435억원)
게임산업	3개	엔씨소프트(5,001억원), 네오위즈게임즈(6,677억원), CJ E&M 게임부문(2,081억원)
방송산업	7개	SBS(7,205억원), CJ오쇼핑(8,947억원), GS홈쇼핑(9,061억원), CJ E&M 방송부문(6,357억원), SBS콘텐츠허브(2,003억원), KT스카이라이프(4,643억원), 현대홈쇼핑(7,114억원)
영화산업	1개	CJ CGV(5,478억원)
지식정보산업	4개	NHN(2조 1,474억원), 다음(4,212억원), SK커뮤니케이션즈(2,621억원), 메가스터디(2,630억원)

*출처: 한국콘텐츠진흥원(2012), 분기별 산업동향 분석보고서(2011년 기준)



특히 2천억 원 이상 기업 중 가장 많은 매출을 기록한 기업은 NHN으로 2조 1,474억 원을 기록했으며, 반면 2천억 원 이상 기업 중 가장 적은 매출을 기록한 기업은 SBS콘텐츠허브 (2,003억 원)로 나타났다. 이는 매출 2천억 원 이상인 콘텐츠 상장기업수가 2009년 17개사, 2010년 18개사, 2011년 20개사로 증가하는 것을 볼 때, 콘텐츠산업 전체 매출의 약 1/4 비중을 차지하고 있는 콘텐츠 상장기업들의 성장가능성을 더욱 크게 하고 있다. 이 중에서 방송 기업이 5개에서 7개로 증가하였고, 광고 기업이 1개에서 2개로 증가했다.

<표 4> 매출액 2천억원 이상 국내 콘텐츠 상장기업 추이(2009-2011년)

구분	2009년	2010년	2011년
출판/만화산업	3개	3개	3개
광고산업	1개	2개	2개
게임산업	3개	3개	3개
방송산업	5개	5개	7개
영화산업	1개	1개	1개
지식정보산업	4개	4개	4개
소계	17개	18개	20개

얼마 전 중소기업중앙회(2012.9)가 발표한 “콘텐츠 중소기업 실태조사”결과에 따르면, 콘텐츠 산업이 K-팝의 전 세계적인 흥행, 한류 드라마의 인기, 게임·애니메이션·캐릭터의 수출 활성화 등으로 인해 국가의 차세대 성장동력산업으로 주목을 받고 있으나, 대부분 중소기업인 콘텐츠 기업들이 여전히 경영상 많은 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다. 또한 2012년 상반기에 체감경기가 나쁘다는 의견에 10개 중 7개 업체(72.8%)가 공감하는 것으로 조사되었다.

이처럼 경기침체에 불구하고 국내 콘텐츠 기업현황은 영세/중소 콘텐츠 기업들이지만 꾸준히 증가하고 있고, 고성장과 고수익률을 보이고 있는 콘텐츠 상장기업들과 벤처 콘텐츠 기업들도 높게 증가하고 있는 것을 알 수 있었다. 향후 콘텐츠 분야의 다양한 성공사례가 지속적으로 출현할 경우, 벤처기업 창업이 이어질 것으로 전망된다. 따라서 이러한 창업의 활성화를 위해서는 지속적인 성공사례 및 애로사항 연구결과를 통한 실질적 지원정책 구축이 필요할 것으로 보인다.

특히 한류 열풍을 바탕으로 국내 콘텐츠 기업들의 글로벌화 수준도 확대되어 머지 않아 창조 혁신형 글로벌 미디어 콘텐츠 기업들도 많아 질 것으로 전망된다. 앞서 살펴봤듯이, 매출 2천억 원 이상의 콘텐츠 기업들은 이미 해외경쟁력을 통해 매출에서 차지하는 수출비중이 매우 높은 것을 알 수 있다. 이는 곧 콘텐츠의 제작과 유통환경에서 국제경쟁력을 지녔음을 의미한다고 하겠다. 따라서 영세/중소 콘텐츠 기업들이 중견기업으로 발전하고, 글로벌 대형기업으로 확대될 수 있도록 단계별 콘텐츠 기업 육성정책을 마련해야 될 때이다. 이런 의미에서 현재 콘텐츠 제작 및 유통분야에서 대/중/소 기업간 결성을 통해 상호발전할 수 있는 콘텐츠 분야의 협동조합 결성이 필요하다.



KOCCA 통계브리핑
제12-12호(국내편)



Statistics
Briefing

한국생산물분류(KCPC) 내 콘텐츠 재화 및 서비스 분류에 대한 시사점

김 은 정 (KOCCA 통계정보팀 책임연구원)

통계청은 국제 생산물분류 표준화와 더불어 통계청 및 타 기관의 개발 요구 및 산업구조, 동향, 산업연관표, 소비자, 도매, 수출입물가 등 관련 통계의 연계 분석을 위한 표준화 요구를 수렴하여 UN의 중앙생산물분류(CPC)를 기초로 한국생산물분류(KCPC) 개발계획을 수립하고 현재 초안을 제시한 상태이다. 생산물분류는 사업체가 산업활동의 결과에 따라 산출한 재화와 서비스를 물리적 특성에 따라 국내외 거래의 대상이 되거나 재고로 인식될 수 있는 생산물을 분류한 것이다. 미국, 일본, 프랑스, 필리핀 등 외국에서도 중앙생산물분류(CPC)를 기준으로 각국의 실정에 맞게 개발하여 사용하고 있다.

<표 1> 해외의 생산물분류 사례

구분	미국	일본	프랑스	필리핀
분류명	북미생산물분류 (NAPCS)	일본표준상품분류 (JSCC)	프랑스생산물분류 (CPF)	필리핀생산물분류 (PCPC)
개발유형	미국, 캐나다, 멕시코 3개국 공동개발	독자 개발	CPC 기초	CPC 기초
분류구분	일반분류	표준분류	일반분류	표준분류
연계	CPC	HS	CPA, HS	CPC 등
활용현황	개발 중에 있으며 경제센서스 및 연가조사에 시험조사	정부에서 활용, 의약산업월간생산통계 조사에 사용	생산이나 판매가격 등 지표의 세부사항 파악 시 활용	산업생산, 국민계정, 서비스산업, 국내외 상품거래 등

주) NAPCS: The North American Product Classification System
JSCC: Standard Commodity Classification for Japan
CPF: French Products Classification
PCPC: Philippine Central Product Classification

한국생산물분류(KCPC, V1.0) 안에 따르면 분류의 포괄범위는 크게 재화 및 서비스와 유·무형 자산으로 나뉘고 있다. 분류구조는 대, 중, 소, 세, 세세분류 계층적 5단계로 구성되어 있으며, 부호는 아라비아 숫자를 사용하여 대분류 1자리, 중분류 2자리, 소분류 3자리, 세분류 4자리, 세세분류 5자리 숫자를 사용하고 있다.

콘텐츠 상품 즉, 콘텐츠 재화와 서비스, 자산은 '8 전문, 기술 및 사업지원 서비스; 통신, 방송 및 정보 서비스'를 중심으로 전 분류항목에 분포되어 포함되어 있다.



<표 2> 한국생산물분류(KCPC) 항목 수 (개)

대분류	중분류	소분류	세분류	세세분류	
0	농업, 임업 및 어업 생산물	4	19	84	216
1	광석, 광물; 전기, 가스 및 수도	7	17	39	48
2	식료품, 음료 및 담배; 직물, 의류 및 가죽제품	9	45	153	325
3	기타 운송 가능한 제품 (금소제품, 기계 및 장비 제외)	9	60	259	468
4	금속제품, 기계류 및 장비	9	52	215	553
5	건설물 및 건설 서비스업	2	9	48	95
6	도소매; 숙박업서비스, 음식점서비스, 운송 및 관련서비스; 전기, 가스 및 수도 서비스	9	27	121	540
7	금융 및 관련서비스; 부동산서비스, 임대서비스	3	12	48	98
8	전문, 기술 및 사업지원 서비스; 통신, 방송 및 정보 서비스	9	48	164	388
9	공공, 사회 및 개인 서비스	9	39	114	193
합계		70	328	1,245	2,924

<표 3>은 콘텐츠산업 대분류와 한국생산물분류 대분류 및 중분류 등을 비교하여 정리한 것이다. 세부적으로 보면, 우선 출판산업은 한국생산물분류 대분류 5개, 하위인 중분류는 8개가 연계되어 있다. 만화산업은 대분류 5개, 중분류 7개, 음악산업은 대분류 5개, 중분류 6개, 영화산업은 대분류 4개, 중분류 5개, 게임산업은 대분류 5개, 중분류 7개, 애니메이션산업은 대분류 3개, 중분류 4개, 방송산업은 대분류 2개, 중분류 5개, 광고산업은 대분류 3개, 중분류 4개, 캐릭터산업은 대분류 5개, 8개, 지식정보산업은 대분류 3개, 중분류 4개, 콘텐츠솔루션산업은 대분류 2개, 중분류 2개, 공연산업은 대분류 2개, 중분류 3개와 연계되어 있다.

<표 3> 콘텐츠산업 대분류 및 한국생산물분류 대분류·중분류·소분류·세세분류 관련항목수

콘텐츠산업	생산물대분류(개)	생산물중분류(개)	생산물소분류(개)	생산물세세분류(개)
출판산업	5	8	19	39
만화산업	5	7	14	25
음악산업	5	6	17	28
영화산업	4	5	6	29
게임산업	5	7	13	22
애니메이션산업	3	4	5	36
방송산업	2	5	10	20
광고산업	3	4	7	22
캐릭터산업	5	8	15	55
지식정보산업	3	4	5	10
콘텐츠솔루션산업	2	2	3	16
공연산업	2	3	5	9

출처: 한국생산물분류(KPC) (통계청, 2012) 및 콘텐츠산업통계 (2011) 관련자료 정리



한국생산물분류는 국내 전체 산업을 대상으로 최종 제품 및 서비스에 관한 수요측면의 분류인 반면, 콘텐츠산업 분류는 콘텐츠 기업의 매출액, 수출액, 종사자수 등 공급측면을 고려한 분류이기에 직접적 비교가 어렵다. 그럼에도 불구하고 한국생산물분류 및 콘텐츠산업 분류를 비교 검토하는 이유는 기본적으로 재화와 서비스가 산업활동을 통해 생산된 것이고, 한국생산물분류가 이를 기초로 개발되었기에 누락되거나 중복된 재화와 서비스가 없는지 살펴보기 위해서는 필요한 과정이라 판단한다.

결론적으로 앞서 살펴본 것처럼, 콘텐츠산업 대분류와 한국생산물분류 대분류 및 중분류 등은 콘텐츠산업에 대해 식별이 다소 어려운 경향을 보이고 있다. UN의 중앙생산물분류(CPC)를 기초로 국제 분류와의 연계성을 고려해야겠지만 콘텐츠산업의 연관성을 확대하는 용어 및 정의 추가가 필요해 보인다. 이와 함께 출판산업, 만화산업, 방송산업 등 비교적 역사가 긴 전통산업의 경우 대분류 및 중분류의 종류가 다소 많은데 비해 신흥산업인 게임산업, 지식정보산업, 콘텐츠솔루션산업 등은 대분류 및 중분류의 종류가 다른 산업에 비해 적다. 따라서 향후 이들 산업의 성장세가 이어지면서 산업의 다양성이 확대될 것으로 예상되는 만큼, 한국생산물분류 대분류 및 중분류 차원에서부터 이를 고려한 용어의 정의 및 분류체계 추가가 필요하다고 본다.

구체적으로 콘텐츠산업 분류의 소분류와 한국생산물분류 세세분류를 비교하여 두 분류의 부합, 누락, 재정의 및 보완 여부를 살펴보면, **출판산업**의 경우 전자출판물과 관련 서비스에 대한 누락과 재정의 및 보완이 필요해 보이며, **만화산업**은 온라인(인터넷, 모바일) 관련 서비스와 임대 서비스가 누락되어 있고, 발생 가능한 재화와 서비스에 대한 정의 누락이 심해 관련 항목들의 추가와 재정의 및 보완이 절실해 보인다.

음악산업은 배급, 도매, 소매, 음원 중개 대리업 등의 유통 관련 서비스가 명확하게 분류되지 않고 있으며, 복제 및 음원 관련 서비스 관련 항목들의 중복여부가 나타나고 있어 재정의 및 보완이 요구된다.

영화산업의 경우는 배급 및 유통 등 다양한 미디어 플랫폼으로 서비스가 발생하는 점이 고려되어야 할 필요가 있으며, 분류 항목들의 재정의 및 보완이 역시 필요하다.

게임산업은 게임기 도소매 서비스 관련해서 수수료 또는 계약에 의한 것 제외(도매), 수수료 또는 계약에 의한 것(도매), 비전문 점포 소매, 전문 점포 소매, 통신판매 또는 인터넷 소매, 기타 무점포 소매, 수수료 또는 계약에 의한 소매로 분류하고 있는데, 이러한 분류 기준은 게임 및 장난감(앞서 출판물도 해당) 이외의 산업군에는 적용될 수 없는 것인지, 이러한 분류가 바람직한지는 살펴보아야 할 부분이다.

애니메이션산업은 영화산업과 유사한 오류가 나타나고 있으며, 분류 항목 중 산업과 서비스 명칭을 혼용하여 사용하는 명칭의 오류도 보여지고 있다.

방송산업은 인터넷 영상물 서비스와 제작 관련 항목과 중개업 등이 누락되어 있으며, IPTV와 같이 통신망과 연계된 방송 서비스에 대한 정의 보완이 요구된다.



광고산업의 경우는 광고기획 및 전략대행, PR, SP 등 서비스 활동 등이 대거 누락되어 있어 보완이 필요하며, **캐릭터산업**은 본 분류에서 전혀 개별 산업활동으로 규정되거나 인식되지 못하고 있어 별도 분류항목이 없으며, 관련 항목들의 정의상에서도 구체적으로 언급 되지 않고 있어 캐릭터산업이라는 산업활동에 대한 인식이 선행되어야하는 과제를 안고 있다.

이와 같은 문제점은 콘텐츠산업에만 해당되는 것은 아닐 것이다. 앞서 언급했듯이, 전통산업에 비해 신흥산업의 재화 및 서비스 항목의 누락과 정의의 보완이 필요한 것은 산업의 성장세가 이어지면서 새로운 재화와 서비스가 발생하고 있기 때문이다. 더욱이 산업간 융복합화가 진행되면서 산업의 다양성이 확대될 것으로 예상되는 바 이들이 반영될 수 있는 구체적이면서도 포괄적인 분류와 정의가 필요하다고 본다.



KOCCA 통계브리핑
제12-13호(국내편)



Statistics
Briefing

2011년 콘텐츠산업 매출 83조 원, 수출 43억 달러, 종사자 60.5만 명 달성!

박 성 원 (KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

「2012 콘텐츠산업 통계조사」는 한국콘텐츠진흥원이 8개 산업(출판, 만화, 음악, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 방송영상독립제작사 포함) 사업체를 대상으로 조사한 결과와 3개 기관에서 실시한 영화(영화진흥위원회), 광고(한국방송광고진흥공사), 방송(방송통신위원회) 산업의 조사 결과를 인용, 집계하여 전체 콘텐츠산업 통계조사 결과를 발표한다.

2011년도 콘텐츠산업 매출액은 전년대비 13.2% 증가한 82조 9,679억 원으로 나타났다. 매출액은 콘텐츠산업 11개 모든 산업에서 증가하였으며, 출판산업의 매출액이 21조 2,446억 원으로 25.6% 비중을 차지하며 가장 큰 매출액을 나타냈다. 그 다음으로는 방송 12조 7,525억 원(15.4%), 광고 12조 1,727억 원(14.7%), 지식정보 9조 457억 원(10.9%), 게임 8조 8,047억 원(10.6%), 캐릭터 7조 2,096억 원(8.7%), 음악 3조 8,175억 원(4.6%), 영화 3조 7,732억 원(4.5%), 콘텐츠솔루션 2조 8,672억 원(3.5%), 만화 7,517억 원(0.9%), 애니메이션 5,286억 원(0.6%) 순으로 나타났다.

산업별 전년대비 증감률은 음악산업이 29.0% 성장하여 전체 콘텐츠산업 중 2010년 대비 가장 크게 성장한 산업으로 나타났다. 그 다음은 지식정보산업 24.9%, 캐릭터산업 22.3%, 콘텐츠솔루션산업 21.5%, 게임산업 18.5% 순으로 나타났다. 경기침체에도 불구하고 콘텐츠산업 매출액은 4년간('08~'11) 연평균 9.2%씩 꾸준히 성장하였다.

콘텐츠산업에서 가장 큰 매출액 비중을 보인 출판산업에서도 가장 큰 비중을 나타낸 매출액은 서적 및 잡지류 소매업(19.9%)으로 나타났고, 그 다음은 인쇄업(18.9%), 서적 및 잡지류 도매업(13.6%) 순으로 나타났다. 가장 큰 전년대비증가율 및 최근 4년간 연평균 증가율을 보인 업종은 인터넷/모바일 전자출판제작업과 인터넷/모바일 전자출판서비스업이었으며 전년대비 각각 40.7%, 32.2% 증가했다. 지식정보산업에서는 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업과 스크린골프장 운영업이 큰 기여를 하였는데, 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업의 매출이 지식정보산업 매출액의 47.4%를 차지하였고, 스크린골프장 운영업이 전년대비 12.5%를 차지하였다. 게임산업에서는 온라인게임과 모바일게임 시장의 성장이 두드러졌는데, 온라인게임 매출액은 2010년 보다 30.8% 성장한 6조 2,369억 원을 나타냈으며, 모바일게임 매출액은 33.8% 성장한 4,236억 원을 나타냈다. 온라인게임은 게임산업의 88.9% 비중을 차지함과 동시에 전년대비 30%가 넘는 큰 성장을 하여 게임산업의 핵심이라 할 수 있다.



2011년도 콘텐츠산업 수출액은 전년대비 34.9% 증가한 43억 201만 달러로 나타났다. 수출액은 출판산업을 제외한 콘텐츠산업 10개 산업 모두에서 전년에 비하여 증가하였으며, 게임산업의 수출액이 23억 7,808만 달러로 전체 콘텐츠산업 수출액의 55.3% 비중을 차지하며 가장 큰 수출액규모를 나타냈다. 그 다음으로는 지식정보 4억 3,226만 달러(10.0%), 캐릭터 3억 9,227만 달러(9.1%), 출판 2억 8,344만 달러(6.6%), 방송 2억 2,237만 달러(5.2%), 음악 1억 9,611만 달러(4.6%), 콘텐츠솔루션 1억 4,628만 달러(3.4%), 애니메이션 1억 1,594만 달러(2.7%), 광고 1억 222만 달러(2.4%), 만화 1,721만 달러(0.4%), 영화 1,593만 달러(0.4%) 순으로 나타났다. 콘텐츠산업 수출액은 한류의 영향으로 4년간('08~'11) 연평균 22.5%씩 높은 성장률을 유지하고 있다.

특히 수출액의 55.3%를 차지하는 게임산업의 수출액을 게임 플랫폼별로 나누어 살펴본 결과, 온라인게임이 2010년과 마찬가지로 2011년에도 96.2%를 차지하였고, 다음은 아케이드게임 2.2%, 모바일게임 1.4%, 비디오게임 0.1% 순으로 나타났다. 수출 국가별 비중은 2010년과 마찬가지로 중국 38.2%, 일본 27.4%, 동남아 18.0%, 북미 7.6%, 유럽 6.4% 순으로 나타났다. 캐릭터산업 수출 국가별 비중은 게임산업 및 대부분의 콘텐츠산업과는 다르게 북미지역으로의 수출액이 26.1%로 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났고, 다음은 중국 22.8%, 유럽 21.0%로 나타나, 아시아지역을 제외한 해외 지역으로의 수출이 60.5%를 차지하는 것으로 나타났다. 이는 드라마, 음악, 게임 등 한류의 영향으로 국내 캐릭터의 해외진출이 증가하고 있고, 국제경쟁력을 갖춘 캐릭터들이 다양해지고 있기 때문인 것으로 판단된다.

2011년도 콘텐츠산업 수입액은 전년 대비 8.9% 증가한 18억 4,783만 달러로 나타났는데, 광고산업이 수입액의 43.5%를 차지하는 8억 413만 달러 수입액을 기록해 콘텐츠산업에서 가장 많은 수입을 한 것으로 나타났으며, 출판산업의 수입액이 19.0%를 차지하며 3억 5160만 달러를 수입한 것으로 나타나 그 뒤를 이었다. 콘텐츠산업 수입액은 4년간('08~'10) 연평균 2.4%씩 감소하고 있다. 수출입 증감차액은 24억 5,418만 달러의 흑자를 나타냈다. 흑자 폭은 2010년 15억 2,889만 달러였던 것에 비하여 약 1.6배 늘어났다.

또한 콘텐츠산업 종사자는 전년대비 1.5% 증가한 60만 4,730명으로 나타났다. 규모별로는 출판 19만 8,691명(32.9%), 게임 9만 5,015명(15.7%), 음악 7만 8,181명(12.9%), 지식정보 6만 9,026명(11.4%), 방송 3만 8,366명(6.3%), 광고 3만 4,647명(5.7%), 영화 2만 9,569명(4.9%), 캐릭터 2만 6,418명(4.4%), 콘텐츠솔루션 1만 9,813명(3.3%), 만화1만 358명(1.7%), 애니메이션 4,646명(0.8%) 순으로 나타났다. 콘텐츠산업의 고용규모는 4년간('08~'11) 연평균 3.3%씩 증가하여 전체 산업의 고용증가율 3.8%에 비하여 조금 낮게 나타났다.

종사자 수가 전년대비 5%이상 증가한 산업은 지식정보(11.7%), 방송(10.9%), 애니메이션(6.8%), 캐릭터(5.2%) 산업으로 나타났으며, 종사자 수가 전년대비 감소한 산업은 출판(-2.2%), 만화(-3.9%), 영화(-3.2%)산업으로 나타났다. 종사자 수가 감소한 세 개의 산업을 유의해 볼 필요가 있는데, 세 개의 산업 모두에서 종사자 수가 감소했음에도 불구하고 매출액은 증가한 것으로 나타나 종사자 1인당 생산성은 전년보다 좋아진 것으로 판단할 수 있다.



한편 콘텐츠산업 종사자를 고용형태별(정규직/비정규직)로 분석한 결과, '08년과 '09년에는 정규직 92.2%, 비정규직 7.8%로 동일했으나, 2011년에는 정규직 92.6%, 비정규직 7.4%로 정규직 종사자의 비율이 조금 늘어났다. 종사자의 연령별 분석결과는 '08년과 '09년에는 34세 이하 종사자 비중이 콘텐츠산업 종사자의 51.1%를 차지하였었고, '10년에는 51.5%를 차지하였다. '08년 이후 34세 이하 청년층 비중은 이미 과반수를 넘어 콘텐츠산업이 청년고용에 크게 기여를 하고 있는 것이 증명되었다. 특히 2011년²³⁾에는 56.1%로 전년대비 5%가 더 증가하여 콘텐츠산업이 청년실업 해소에 지속적으로 큰 기여를 하고 있는 것으로 나타났다.

콘텐츠산업 사업체 수는 4년간('08~'11) 연평균 1.8%씩 지속적으로 감소해왔으며, 전년 대비 1.4% 감소하여 2011년에는 11만 3,908개로 나타났다. 그럼에도 불구하고 2011년도 콘텐츠산업 부가가치액은 전년대비 10.3% 증가한 33조 4,105억 원으로 나타나 GDP 대비 비중이 2010년 2.58%에서 2011년 2.70%로 0.12%p 증가하였다. 이는 콘텐츠산업 사업체의 성장성과 더불어 수익성이 향상되었음을 의미한다. 콘텐츠산업에서 사업체가 전년대비 가장 많이 증가한 산업은 36.8% 증가한 지식정보산업으로 나타났으며, 가장 많이 감소한 산업은 16.0% 감소한 게임산업으로 나타났다. 특히 게임산업을 주목해 볼 필요가 있는데 게임산업의 사업체수는 '09년까지 증가하다가 그 이후 감소하기 시작하여, 2011년에는 전년대비 16.0% 감소했다. 그럼에도 불구하고 게임산업의 매출액은 18.5% 증가하였고 수출액은 48.1% 증가하였다. 이는 낮은 진입장벽으로 난립했던 영세업체들이 자연 도태되고, 게임 기획력, 제작 기술, 마케팅 노하우 등을 바탕으로 안정적인 매출을 달성하는 다수의 게임업체가 증가하게 된 것으로 판단된다.

<표 1> 국내 콘텐츠산업 현황 (2011년 기준)

구분	사업체 수 (개)	종사자 수 (명)	매출액 (백만 원)	부가가치액 (백만 원)	부가가치율 (%)	수출액 (천 달러)	수입액 (천 달러)	수출입 증감 (천 달러)
출판	27,132	198,691	21,244,581	8,946,093	42.11	283,439	351,604	▽68,165
만화	8,709	10,358	751,691	307,558	40.92	17,213	3,968	13,245
음악	37,740	78,181	3,817,460	1,597,663	41.85	196,113	12,541	183,572
게임	17,344	95,015	8,804,740	4,184,893	47.53	2,378,078	204,986	2,173,092
영화 ²⁴⁾	3,424	29,569	3,773,236	1,467,411	38.89	15,829	46,355	▽30,526
애니메이션	341	4,646	528,551	223,109	42.21	115,941	6,896	109,045
방송 ²⁵⁾	1,074	38,366	12,752,484	4,548,227	37.49	222,372	233,872	▽11,500
광고	5,625	34,647	12,172,682	3,988,988	32.77	102,224	804,124	▽701,900
캐릭터	1,711	26,418	7,209,583	3,065,286	42.52	392,266	182,555	209,711
지식정보 ²⁶⁾	9,507	69,026	9,045,708	3,915,254	43.28	432,256	496	431,760
콘텐츠솔루션 ²⁷⁾	1,301	19,813	2,867,171	1,165,985	40.67	146,281	433	145,848
콘텐츠산업 합계	113,908	604,730	82,967,886	33,410,467	40.27	4,302,012	1,847,830	2,454,182

1) 2011년부터 연령별 종사자 조사에 게임산업과 영화산업 포함. 그러므로 이전년도와 연령별 종사자 수 비교 어려움
 2) 애니메이션 극장매출액(146,783백만 원) 제외, 극장용 애니메이션 매출액은 애니메이션에 포함
 3) 2011년 중계유선방송 및 IPTV 부가가치액 제외(방송통신위원회의 방송산업 실태조사 보고서에 자료 없음), 중계유선(5,375백만 원), IPTV(616,196백만 원) 매출액 제외(2011년 부가가치율(4,548,227백만 원 /12,130,913백만 원)= 37.49%)
 4) 2009년 기준조사부터 가상세계 및 가상현실업 포함
 5) 2009년 기준조사부터 컴퓨터그래픽스(CG) 제작업 포함



KOCCA 통계브리핑
제12-11호(해외편)



Statistics
Briefing

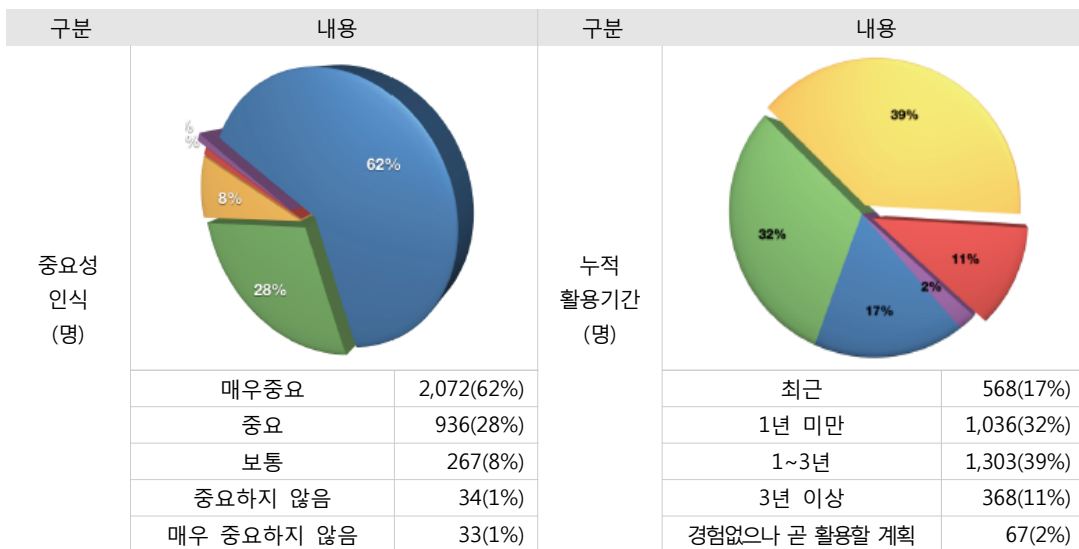
해외의 소셜미디어 마케팅 이용현황 및 시사점

김 영 수 (KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

마케팅(marketing)은 생산자가 상품 또는 서비스를 소비자에게 유통시키는 데 관련된 모든 체계적 경영활동을 의미하기 때문에 일반적으로 매매 자체만을 가리키는 판매보다 넓은 의미를 가지고 있다. 최근 기업들은 소셜미디어 마케팅을 통해 광고 아이디어나 커뮤니케이션 전략을 소비자 투표(polling)로 선정하여 소비자의 능동적 상호작용과 SNS 등을 통한 확산과 공유에 집중하고 있으며 이러한 행위는 참여자에게 직/간접적 영향력을 미치며 그러한 메시지를 이용자들이 자발적으로 유포하는 활동을 포함한다.

지난 2011년 미국의 대표적 소셜미디어 온라인 매거진 'Social Media Examiner'는 미국 내 3,342개 기업(자영업 포함)²⁸⁾의 마케팅 담당자(평균연령 40대 중반, 남녀 구성비 40:60)를 조사 대상으로 소셜미디어 마케팅 현황에 대한 조사를 진행했다. 조사결과, 첫째, 마케팅에 소셜미디어의 활용여부에서 "그렇다"고 답변한 응답자가 전체 조사인원 3,342명 가운데 3,108명(93%)인 반면, "아니오"는 234명(7%)에 불과하여 전반적으로 활용빈도가 높은 것으로 파악됐다. 둘째, 소셜미디어의 중요성 인식에서는 3,008명인 90%(매우중요 62%, 중요 28%)가 중요하다고 응답했고 보통 267명(8%), 중요하지 않음 34명(1%), 매우 중요하지 않음이 33명(1%)으로 조사되어 응답자의 대다수가 소셜미디어 마케팅의 중요성을 높이 평가하는 것으로 나타났다.

<표 1> 소셜미디어의 마케팅 이용중요성 및 누적 활용기간



※ 출처 : Social Media Examiner(2011) 재구성

28) 자영업자 1,604명(48%), 종사자 100명 미만 기업 1,003개(30%), 종사자 100명 이상 기업 635개(19%), 기타 100개(3%)



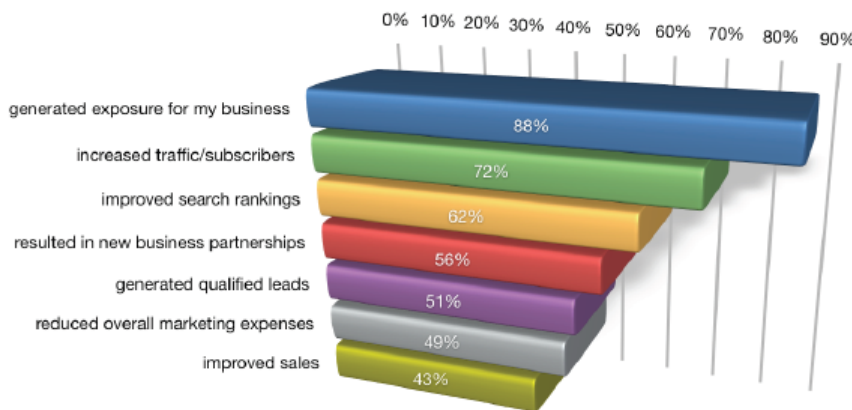
셋째, 누적 활용기간에서는 3개월 이내(최근)가 568명, 1년 미만 1,036명, 1년 이상~3년 미만 1,303명으로 나타나 2009년 전후부터 소셜미디어를 마케팅에 활용해 왔다는 응답자가 2,907명으로 전체의 88% 비중을 차지하고 있고 1년 미만 이용자도 거의 절반(49%)에 달하는 것으로 나타나 소셜미디어가 마케팅 커뮤니케이션으로 활용된 시기가 그리 오래되지 않은 것으로 판단할 수 있다. 넷째, 마케터가 한 주당 소셜미디어 활용에 투입한 시간이 1~5시간이 전체의 39.0%(1,303명)로 가장 높은 비중을 차지했으며 그 다음은 6~10시간이 23.9%(799명), 11~15시간 11.5%(384명) 등의 순으로 나타나 주중 5일 근무를 고려했을 때 적어도 하루에 1~2시간 이상은 마케터들이 소셜미디어를 활용하고 있으며 일주일에 26시간 이상 활용하는 비중도 10.5%(351명)에 달하는 것으로 나타났다.

다섯째, 소셜미디어의 마케팅 효과인식에서는 전체의 2,941명(88%)이 (마케팅)비즈니스 노출이라고 응답했으며 이어 이용자/트래픽 증가 2,406명(72%), 검색순위 증가 2,072명(62%), 신규 파트너십 발생 1,872명(56%), 잠재고객의 발생 1,704명(51%), 전체 마케팅예산 절감 1,638명(49%), 매출증대 1,437명(43%)의 순이었다. 마케팅 효과인식에서는 소셜미디어를 통해 해당기업 상품의 마케팅 비즈니스 기회 증대와 이용자 증가에는 공감하지만 상대적으로 매출증대 효과에 대해서는 마케터들의 절반 이상이 다소 유보적 입장인 것으로 나타났다.

<표 2> 소셜미디어 마케팅 이용 투입시간 및 효과인식

투입시간	인원(비중)	효과인식(복수응답)	인원(비중)
없음	97(2.9%)	(마케팅)비즈니스 노출	2,941(88%)
1~5 시간	1,303(39.0%)	이용자/트래픽 증가	2,406(72%)
6~10 시간	799(23.9%)	검색순위 증가	2,072(62%)
11~15 시간	384(11.5%)	신규 파트너십 발생	1,872(56%)
16~20 시간	264(7.9%)	잠재고객의 발생	1,704(51%)
21~25 시간	144(4.3%)	전체 마케팅예산 절감	1,638(49%)
26 시간 이상	351(10.5%)	매출증대	1,437(43%)

[소셜미디어 효과인식 수준]



※출처 : Social Media Examiner(2011) 재구성



여섯째, 기업마케팅으로 활용하는 소셜미디어 서비스로는 전체 응답자 3,342명 가운데 3,075명(92%)이 페이스북을 이용하고 있고 트위터는 2,807명(84%), 링크드인 2,373명(71%), 블로그 2,273명(68%), 유튜브를 포함한 비디오동영상서비스 1,872명(56%) 등의 순으로 나타났으며 마이스페이스는 200명(6%) 수준으로 마케터들의 활용비중이 가장 낮은 것으로 나타났다.

<표 3> 주요 소셜미디어의 마케팅 활용비중 및 유형별 비교

구분	인원(비중) - 복수응답	활용유형 구분·복수응답	
		B2B(명,%)	B2C(명,%)
Facebook	3,075(92%)	2,941(88%)	3,208(96%)
Twitter	2,807(84%)	2,874(86%)	2,740(82%)
Linkedin	2,373(71%)	2,807(84%)	1,905(57%)
Blogs	2,273(68%)	2,440(73%)	2,105(63%)
YouTube or other video	1,872(56%)	1,771(53%)	1,938(58%)
Social Bookmaking/news sites	869(26%)	969(29%)	769(23%)
Forums	802(24%)	869(26%)	735(22%)
Geolocation(i.e. Foursquare)	568(17%)	568(17%)	568(17%)
Groupon(or similar)	201(6%)	-	-
MySpace	200(6%)	134(4%)	267(8%)

※출처 : Social Media Examiner(2011) 재구성

마지막으로, 서비스 활용유형별 조사에서는 전체 9개 서비스 가운데 B2B, B2C 모두 페이스북, 트위터, 링크드인, 블로그, 유튜브 5개의 활용비중이 50% 이상인 것으로 나타난 반면, 소셜 북메이킹/뉴스 사이트, 온라인 포럼 등은 상대적으로 활용비중이 낮은 것으로 나타났다. 특히, 페이스북의 경우, B2B(88%), B2C(96%) 모두 활용비중이 가장 높았으며 트위터 역시 B2B(86%), B2C(82%)에서 높은 활용비중을 보였다. 링크드인의 경우, B2C(57%)는 활용비중이 현저히 낮았으나 B2B에서는 84%로 나타나 마케터들이 비즈니스형 소셜미디어 이용 경향이 높은 것으로 짐작할 수 있다. 이렇듯 마케터들이 선호하는 기업의 상품 마케팅으로 활용하는 Top3 소셜미디어는 페이스북, 트위터, 링크드인이 포함된다. 한편, 마이스페이스는 B2B, B2C 모두 활용비중이 낮은 것으로 조사되었다.

이렇듯 마케터들은 다양한 종류의 소셜미디어의 체계적인 운영전략 수립을 통해 소비자들과 소통을 원활히 하고 최적의 마케팅 미디어를 확보하여 결국 기업의 매출향상을 기대할 수 있다. 그러나 소셜미디어를 활용하여 장기적인 잠재수요 확보 가능성에 대해서는 앞선 소셜미디어 마케팅 효과인식에 대한 조사결과와 같이 여전히 의문을 가지고 있다.



때문에 소셜미디어 마케팅을 효과적으로 수행하기 위해서는 첫째, 마케터가 페이스북, 트위터와 같은 영향력 있는 소셜미디어를 활용하여 리치를 확대하는 것이 무엇보다 중요하다. 즉, 이들 소셜미디어가 보유한 수많은 이용자로 하여금 해당 기업의 비즈니스 노출 확대는 물론이고 잠재고객을 능동적으로 유인할 수 있는 가장 기본적인 요소이다. 둘째, 인지도가 뛰어나거나 해당 분야에서 영향력 있는 이용자를 확보한다면 효과적 마케팅 커뮤니케이션을 유도할 수 있을 것으로 기대된다. 셋째, 소셜미디어에서 공유된 상품정보가 소셜미디어 뿐만 아니라 기업 홈페이지, 검색 엔진, TV, 라디오방송, 옥외광고 등 해당기업의 상품과 브랜드에 대한 접근이 매우 능동적으로 이루어지고 있기 때문에 앞서 열거한 전통적인 미디어도 상호 연계된 마케팅 전략 마련이 필요할 것으로 판단된다.



KOCCA 통계브리핑
제12-12호(해외편)



Statistics
Briefing

세계 커넥티드TVデバイス 시장변화와 전망

김 영 수 (KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

그동안 TV시장은 끊임없는 디바이스의 혁신과 DTT(디지털지상파방송)의 보급에 힘입어 빠른 속도로 진화해왔고, TV는 IPTV, 디지털케이블방송, PC, 스마트기기 등 다양한 플랫폼에서 제공하는 콘텐츠를 이용할 수 있는 멀티 윈도우로 발전했다. 최근에는 TV를 통해 인터넷에 접속할 수 있는 기능을 탑재한 커넥티드TV(Connected TV)가 주목받고 있다. 초기 커넥티드TV는 셋톱박스를 통해 인터넷 접속을 지원하는 방식인 OTT(Over-The-Top)나 게임콘솔을 통해 인터넷에 접속하여 콘텐츠를 이용하는 방식이 대부분이었다.

그러나 최근 들어 삼성, LG 등 전통적 TV 제조사들이 스마트TV로 일컬어지는 Internet-embedded TV를 잇따라 출시하고 있는 가운데 애플과 구글 등 웹과 모바일에서 독보적인 플랫폼 경쟁력을 가진 사업자들이 뛰어들면서 커넥티드TV의 주도권을 확보하기 위한 경쟁이 치열해지고 있다. 이 같은 경쟁은 인터넷의 수많은 콘텐츠와 양방향 서비스를 이용할 수 있는 다양한 방식을 커넥티드TV가 원스톱으로 제공하고 있고 기존의 IPTV, 디지털케이블방송과 같은 유료방송 콘텐츠를 빠르게 수용하거나 대체할 수 있다는 점에서 경쟁구도는 심화되고 있다.

[그림 1] 커넥티드TV 서비스 및 관련 디바이스



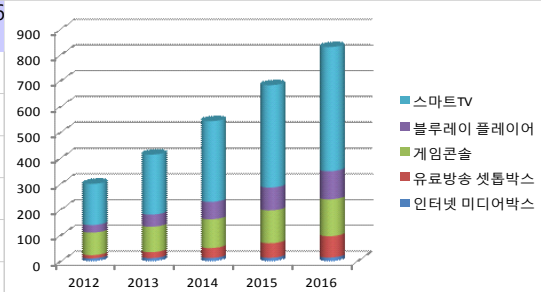
해외 미디어 조사기관인 Generator Research(2012)의 'Worldwide Digital Media Forecasts: 2012'에 따르면, 2012년 말 기준, 세계 커넥티드TV 보급대수는 2억 9,910만 대에 이를 것으로 내다봤다. 이 가운데 스마트TV가 1억 5,940만대로 전체의 53.3%를 차지했고 게임콘솔 8,740만대(29.2%), 블루레이 플레이어 2,940만대(9.8%), 유료방송 셋톱박스 1,250만대(4.2%), 인터넷 미디어박스 1,040만대(3.5%) 순으로 나타났다. 2016년 커넥티드TV는 연평균 29.1% 성장하여 8억 2,950만대에 육박할 것으로 전망된다. 디바이스별 보급대수를 살펴보면, 스마트TV가 4억 8,110만대로 전체의 58%에 달할 것으로 예상되고, 이어 게임콘솔 1억 4,290만대(17.2%), 블루레이 플레이어 1억 920만대(13.2%), 유료방송 셋톱박스 8,300만대(10.0%), 인터넷 미디어박스 1,340만대(1.6%) 순으로 전망된다.



<표 1> 커넥티드TV의 디바이스별 보급전망

(단위: 백만 대)

구분	2012(p)	2013	2014	2015	2016	2012-2016 CAGR(%)
스마트TV	159.4	232.2	312.8	396.5	481.1	31.8
블루레이 플레이어	29.4	47.2	67.7	88.8	109.2	38.8
게임콘솔	87.4	98.4	111.5	127.2	142.9	13.1
유료방송 셋톱박스 ²⁹⁾	12.5	23.1	38.5	56.7	83.0	60.5
인터넷 미디어박스 ³⁰⁾	10.4	11.5	11.9	12.5	13.4	6.5
합계	299.1	412.4	542.3	681.6	829.5	29.1



※ 출처 : generator(2012), 'Worldwide Digital Media Forecasts: 2012' 재구성

상기 조사에서 집계된 5개 디바이스 가운데 스마트TV, 게임콘솔, 블루레이 플레이어는 3대 주요 커넥티드 디바이스로서 이들의 연도별 점유율은 2012년 말 기준, 전체의 92.4%, 2016년에는 88.4%에 이를 것으로 전망되어 이들 디바이스가 전체 커넥티드TV 시장의 핵심 디바이스로서 자리매김 할 것으로 보인다.

2012년 말 3대 주요 커넥티드 디바이스의 권역별 보급대수에서 아시아권은 8,370만대로 전체의 30.3%를 차지하여 가장 높은 점유율을 보였고, 이어 서유럽 7,970만대(28.9%), 북미 7,700만대(27.9%), 동유럽 1,800만대(6.5%), 남미 1,370만대(5.0%), 중동·아프리카 390만대(1.4%) 순으로 나타났다. 2014~2015년에는 서유럽권이 아시아권을 근소한 차이로 앞설 것으로 보이지만 2016년에는 아시아권이 2억 1,080만대로 가장 높은 점유율이 예상되고 2012~2016년 까지 연평균 성장률이 가장 높은 권역은 중동·아프리카권일 것으로 전망되지만 실제 보급수준은 매우 낮을 것으로 보인다.

<표 2> 3대 주요 커넥티드 디바이스의 권역별 보급전망

(단위: 백만 대)

구분	구분	2012(p)	2013	2014	2015	2016	2012-2016 CAGR(%)
북미	스마트TV	40.6	59.8	80.6	101.0	120.7	31.3
	게임콘솔	26.9	29.9	33.4	37.4	41.1	11.2
	블루레이 플레이어	9.5	15.0	21.2	27.4	33.4	36.9
	소계	77.0	104.7	135.2	165.8	195.2	26.47
서유럽	스마트TV	48.8	71.2	95.6	119.0	140.7	30.3
	게임콘솔	24.2	27.6	31.7	36.5	41.1	14.2
	블루레이 플레이어	6.7	11.0	16.0	21.4	26.7	41.3
	소계	79.7	109.8	143.3	176.9	208.5	28.60
동유럽	스마트TV	8.4	12.4	17.2	22.9	28.8	36.1
	게임콘솔	4.8	5.7	6.8	8.3	9.8	19.5
	블루레이 플레이어	4.8	7.8	11.4	15.1	18.8	40.7
	소계	18.0	25.9	35.4	46.3	57.4	32.10
아시아	스마트TV	51.8	73.6	97.4	123.4	151.2	30.7
	게임콘솔	25.7	28.3	31.2	34.7	38.2	10.4
	블루레이 플레이어	6.2	9.8	13.8	17.7	21.4	36.3
	소계	83.7	111.7	142.4	175.8	210.8	25.80
남미	스마트TV	7.6	11.7	16.7	22.7	29.8	40.7
	게임콘솔	4.6	5.4	6.5	8.0	9.7	20.5
	블루레이 플레이어	1.5	2.5	3.7	4.9	6.1	42.0
	소계	13.7	19.6	26.9	35.6	45.6	34.40
중동·아프리카	스마트TV	2.1	3.5	5.2	7.4	9.9	47.4
	게임콘솔	1.2	1.5	1.9	2.4	3.0	25.7
	블루레이 플레이어	0.6	1.1	1.6	2.2	2.8	47.0
	소계	3.9	6.1	8.7	12.0	15.7	40.03
합계	276.0	377.8	491.9	612.4	733.2	27.7	

※ 출처 : generator(2012), 'Worldwide Digital Media Forecasts: 2012' 재구성

29) 케이블, 디지털위성방송, IPTV 서비스 제공사업자로부터 제공되는 인터넷 이용 셋톱박스

30) 애플TV, Roku, Boxee 등 오픈소스 미디어 엔터테인먼트 프로그램을 TV에서 이용할 수 있는 서비스

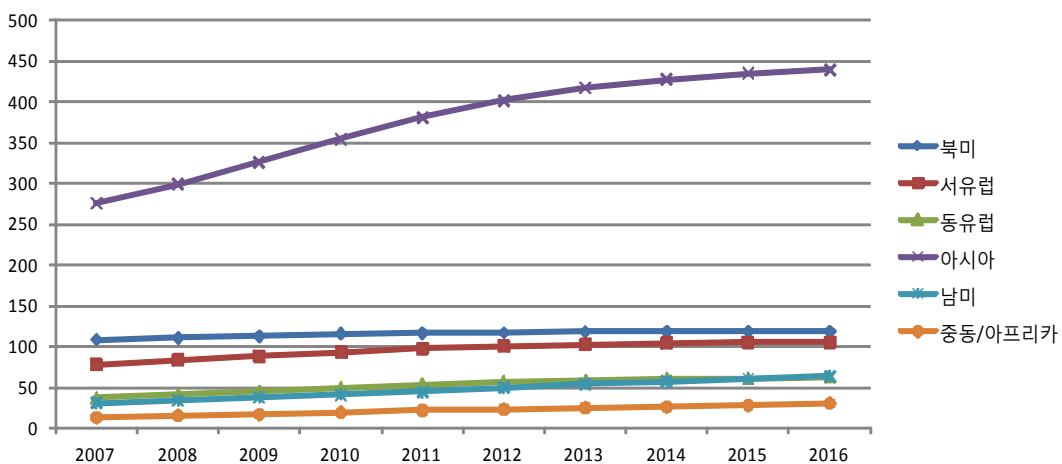


한편, 전통적 커넥티드TV 디바이스인 유료방송(케이블, 디지털위성방송, IPTV) 셋톱박스 보급은 2012년 말 1,250만대로 전체의 4.18%, 2016년 전망도 8,300만대(10.0%)에 불과하고 애플 TV, Roku, Boxee 등 인터넷 미디어박스도 같은 시기 각각 1,040만대(3.5%), 1,340만대(1.6%) 보급에 그칠 것으로 전망된다. 이와 같이 유료방송 셋톱박스와 인터넷 미디어박스 보급률이 상대적으로 저조한 이유로는 첫째, 북미, 서유럽, 아시아 권역의 높은 유료방송 가입률을 꼽을 수 있다. 북미는 지역 특성상 넓은 커버리지로 인하여 케이블방송 서비스가 보편화되어 있고 유럽도 인접한 국가들과 케이블 및 위성방송 콘텐츠를 공유하거나 IPTV 셋톱박스를 통해 케이블, 위성방송 등을 통합하여 서비스를 제공하는 등 이미 유료방송 가입률이 높아 유료방송 셋톱박스의 신규 수요가 적을 것으로 판단된다.

둘째, 애플TV와 같은 인터넷 미디어박스는 2007년 시장에서 별다른 반향을 불러오지 못한 경험을 바탕으로 이후 아이팟, 아이폰, 아이패드와 함께 개인/가정용 멀티미디어 단말 라인업을 구성하기 위한 3세대 애플TV까지 진화를 거듭하고 있다. 그러나 이들 인터넷 미디어박스는 자사 운영체제와 폐쇄적 개발환경으로 인하여 콘텐츠의 다양성과 호환성이 상대적으로 취약하다는 단점이 있다. 나아가 장기적으로는 인터넷 콘텐츠 접속 및 콘텐츠 이용 다양성이 탁월한 스마트 TV, 게임콘솔, 블루레이 플레이어 등의 디바이스로 이탈(churn) 또는 통합 디바이스 출현에 대한 기대감이 인터넷 미디어박스 시장전망을 어렵게 하고 있다.

<표 3> 유료방송 가입가구의 권역별 추이 및 전망(단위: 백만 가구)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012(p)	2013	2014	2015	2016	2012-2016 CAGR(%)
북미	108.6	110.7	113.3	116.0	116.9	117.3	118.3	118.6	118.7	118.6	0.3
서유럽	78.2	83.8	88.2	93.4	97.7	100.5	103.0	104.3	106.0	106.0	1.3
동유럽	38.0	40.8	45.2	49.7	53.9	57.0	58.7	60.9	61.2	62.9	2.5
아시아	276.1	299.0	326.3	354.8	380.7	402.0	417.7	427.5	434.9	439.6	2.3
남미	31.2	34.4	37.8	41.4	44.6	49.8	54.2	57.5	60.7	64.2	6.6
중동/아프리카	13.5	15.6	17.2	19.4	21.9	23.4	25.1	26.6	28.4	30.7	7.0
합계	545.5	584.3	628.0	674.7	715.6	750.0	777.1	795.4	810.0	822.0	2.3



※ 출처 : generator(2012), 'Worldwide Digital Media Forecasts: 2012' 재구성



이러한 시장전망에도 불구하고 전체 커넥티드TV 시장에서 유료방송 가입가구 수는 소폭 상승할 것으로 전망되는데 이 같은 배경에는 일부 국가들의 초고속통신망 구축 부진으로 인한 대체수요의 발생으로 파악된다. 즉, 커넥티드TV 디바이스를 정상적으로 구동하기 위해서는 초고속 통신망 구축에 따른 QoS(Quality of Service) 보장이 필수인데 이러한 환경조성에는 많은 시간을 필요로 하기 때문이다. 한편, <표 3>과 같이 아시아권의 유료방송 가입가구 수는 2007년 2억 7,610만 가구를 기록한 이래 2012년 4억 200만, 2016년 4억 3,960만 가구에 이르러 전체의 50%를 넘어설 것으로 전망되며 남미, 중동·아프리카 권역 국가들의 유료방송 가입가구 수도 2012년 이후 연평균 6% 이상의 성장률이 기대된다.

종합하면, 첫째, 커넥티드TV가 그동안 수동적인 TV 이용환경과 콘텐츠 유통 질서에 변화를 줄 것으로 예상된다. 나아가 인터넷 접속을 통한 다양한 콘텐츠 이용이 활성화되면서 스마트폰 시장에서 촉발된 앱스토어 경쟁이 TV로 확대되는 현상이 본격화될 것으로 기대된다. Display Search(2012) 조사결과에서도 커넥티드TV가 미래 TV 관련 비즈니스를 견인할 뿐만 아니라 3~4년 안에 전 세계에 걸쳐 최소 20% 이상의 점유율을 기록할 것으로 내다봤다.

둘째, 세계 TV시장에서 커넥티드TV의 비중은 점차 확대될 것으로 예상된다. Generator Research(2012)에 따르면, 2012년 세계 전체 TV보급은 20억 8,050만대로 이 가운데 커넥티드TV는 2억 9,910만대로 전체의 14.4%에 불과하지만 2016년에는 전체 27억대 중에서 커넥티드TV가 8억 2,950만대, 비중은 30.7%를 넘어설 것으로 전망된다.

셋째, 유료방송 가입률이 높은 시장환경에서 커넥티드TV는 독자적인 경쟁력 확보보다는 기존 유료방송의 보완재로서 역할을 수행할 것으로 예상된다. 이는 유료방송 가입률이 높은 아시아 권역의 3대 주요 커넥티드 디바이스의 2012~2016년 연평균성장률(25.80%)이 가장 낮은데서도 그 이유를 찾을 수 있다. 특히, 우리나라의 경우도 2011년 말 기준 전체 유료방송(종합유선, 중계유선, 일반위성방송, 위성DMB, IPTV) 가입자수가 2,429만명으로 전년 대비 4% 증가(방송통신위원회 2012년 11월 7일 보도자료 참고)하는 등 유료방송 점유율이 점차 높아지고 있는 시장상황에서 커넥티드TV가 유료방송을 대체하기보다는 보완적 기능으로서 자리매김 할 것으로 보인다.

넷째, 남미, 중동·아프리카와 같이 인터넷보급률이 낮은 권역에서 유료방송 보급 및 성장률이 상대적으로 높다는 사실은 해당 권역의 국가에서 스마트TV 등 초고속인터넷을 통한 QoS를 요구하는 주요 커넥티드 디바이스 이용이 쉽지 않은 환경이라는 것이다. 때문에 기존 케이블, 디지털위성방송 등 유료방송 서비스가 이들 디바이스의 대체재로 기능할 것으로 판단된다.



KOCCA 통계브리핑
제12-13호(해외판)



Statistics
Briefing

세계 디지털 음악시장의 현황과 전망

하 윤 금 (KOCCA 통계정보팀 수석연구원)

세계 디지털 음악시장을 살펴보기 위해서는 먼저 세계 음악시장의 분류를 살펴보는 것이 필요하다. 크게 음악시장은 라이브음악(live music) 시장과 기록음악(recorded music) 시장으로 나눌 수 있다. 기록음악 시장은 다시 음반, CD, DVD 등의 물리적(physical) 유통시장과 디지털(digital)화된 음원을 통한 디지털 유통시장, 그리고 공적 장소나 매체에 의해 음악을 재생하는 실연권(performance rights)시장, 영화, 게임, 광고 등에 사용되는 배경음악(synchronisation) 시장 등으로 나뉜다. 일반적으로 디지털 유통시장을 디지털 음악시장으로 부른다.

<표 1> 음악시장의 분류

라이브음악 (live music) 시장	기록음악(recorded music) 시장			
	물리적 유통	디지털 유통 (디지털 음악시장)	실연권	배경음악
공연, 콘서트, 음악 페스티벌 등	카세트, CD, LP/E P31), DVD 등의 유통	온라인이나 모바일을 통한 다운로드, 스트 리밍, 벨소리 등의 디 지탈 음원 유통	기록음악의 공공 장소, 매체에서의 재생	기록음악의 영화, 게임, 광고 등에 서의 배경음악 처 리

이처럼 기록음악시장 속에서 디지털 유통시장에 해당하는 디지털 음악시장은 다시 서비스 유형에 따라 다음과 같은 시장으로 분류된다.

<표 2> 디지털 음악시장 서비스별 분류³²⁾

유통 시장		유통 방식	
디지털 유통	다운로드 (download)	영구적 다운로드(permanent digital download)	
		일시적 다운로드(limited download)	
	스트리밍 (streaming)	오디오	On-Demand
			Radio-Style
			클라우드
	유직 비디오		
모바일 (mobile)	master tone(컬러링), ringtone(벨소리), ringbacktone(통화연결음) 등의 모바일 상품		

31) EP= Extended Play, LP= Long Playing record, EP는 일반적으로 3-5개의 음악 수록, LP는 full album 형식

32) 미국의 디지털 음악서비스 분류는 Federal Register의 Copyright Royalty Board, 2009. 1. 26일자 37 CFR Part 385에 규정



이 분류에 따르면 특히 미국의 경우 디지털 음악시장에서 현재 새롭게 관심을 모으고 있는 인터넷 라디오 스트리밍 서비스는 방송 산업에 분류되고, 그 수익의 일부인 저작권 로열티는 실연권에 속해 기록음악 시장 매출에 포함된다.³³⁾

세계 디지털 음악시장의 규모를 <표 3>을 통해 살펴보면, 우선 2011년 세계 음악시장은 전체 498억 8,600만 달러로 1.3%의 성장을 기록하였다. 2007년 이후 지속적인 감소세에서 2011년 처음으로 성장세로 돌아섰고, 앞으로 2016년까지 평균 3.7%의 지속적인 성장이 예상된다. 세부적으로 살펴보면, 세계 음악시장은 라이브음악 시장이 261억 8,600만 달러로 전체의 52.50%의 비중을, 기록음악 시장이 237억 달러로 47.50%의 비중을 차지하는 등 공연 등의 라이브 음악시장이 기록음악 시장보다 더 큰 비중을 차지하고 있음을 알 수 있다. 기록음악 분야 중 물리적 유통은 159억 6,900만 달러(32%), 디지털 유통은 77억 3,100만 달러(15.50%)로 현재 디지털 음악시장은 전체 음악시장의 1/6을 차지하고 있으며, 물리적 유통시장의 1/2에 불과함을 알 수 있다.

하지만 2011년 세계 음악시장에서 가장 큰 성장을 보인 분야는 디지털 음악시장으로 8.7%, 그 다음은 라이브 음악분야로 4.8%의 성장을 기록하였으며, 기록음악의 물리적 유통 분야는 -7.0%로 시장이 축소되고 있음을 알 수 있다. 앞으로 2016년까지 가장 크게 성장할 시장 역시 디지털 음악시장으로 12.6%의 연평균 성장을 보일 것으로 예상되고, 그 다음이 라이브 음악시장으로 5.6%, 반면 물리적 유통시장은 -6.7%로 지속적인 시장 축소가 예상된다.

이와 같은 세계 음악시장의 변화에 따라 2015년 세계 음악시장에서 디지털 음악시장이 물리적 음악시장 규모를 추월할 것으로 전망되고, 디지털 음악시장으로의 변화와 지속적인 성장은 거스를 수 없는 대세가 되고 있다.

<표 3> 글로벌 음악시장 분야별 현황

(Retail Value, 백만 달러, 변화율 %)

분야		2007	2008	2009	2010	2011p	2012	2013	2014	2015	2016	2011-16 CAGR
기록 음악	물리적 유통	27,151	22,954	19,974	17,163	15,969	14,610	13,506	12,603	11,873	11,308	-6.7
	디지털 유통	5,173	6,204	6,799	7,114	7,731	8,864	10,063	11,326	12,631	13,966	12.6
기록 음악 전체		32,324	29,158	26,773	24,277	23,700	23,474	23,569	23,929	24,504	25,274	1.3
라이브 음악 전체		24,469	25,063	26,381	24,993	26,186	27,650	29,202	30,881	32,637	34,467	5.6
전체 음악 총계		56,793	54,221	53,154	49,270	49,886	51,124	52,771	54,810	57,141	59,741	3.7

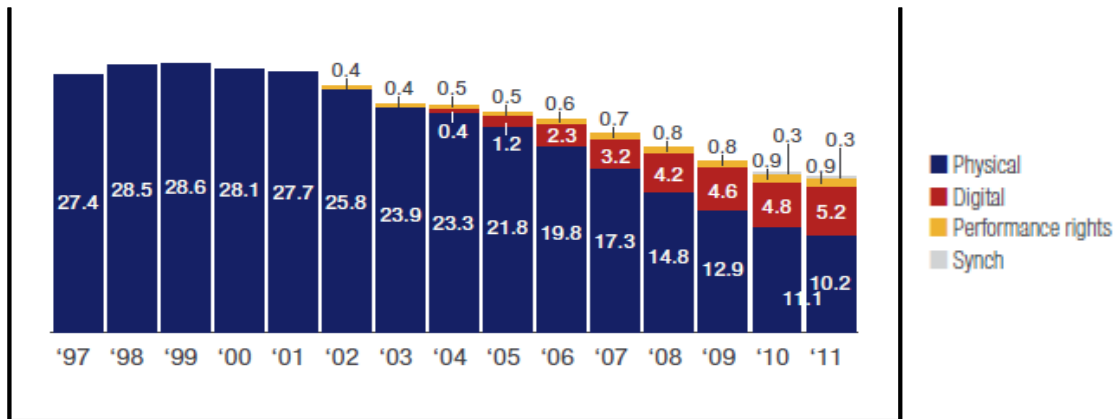
※ 출처: Global Entertainment and media outlook, 2012-2016, PricewaterhouseCoopers, 2012.

33) 미국의 경우 인터넷 라디오 서비스는 Pandora, Last.fm, Slaker Radio 등이 해당. cf. Brian T. Yeh(2009,3,29). Statutory Royalty Rates for Digital Performance of Sound Recordings: Decision of the Copyright Royalty Board, Congressional Research Service.



반면 IFPI에 의하면, 세계 디지털 음악시장이 포함된 세계 기록음악 시장의 전체 규모는 2000년도부터 계속적으로 축소되는 추세이다. 이와 같은 축소는 물리적 유통에서 기인하며 주로 CD 판매의 부진에 의한다. 기록음악 시장에서 물리적 유통 비중의 축소는 디지털 유통 비중의 확대에 대체되고 있는 상황이다. 그러나 물리적 유통 분야의 지속적인 하락과 동시에 디지털유통 분야의 상승이 일어나고는 있지만 디지털 유통의 상승분이 물리적 유통의 하락분의 차이(갭)을 상쇄해 주지는 못하고 있는 실정이다.

<그림 1> 세계 기록음악 시장 비중추이(1997~2011년, 분야별)



※ 출처: IFPI (2012). Recording Industry in Numbers

세계 디지털 음악시장을 각 권역별로 살펴보면, 미국과 캐나다가 포함된 북미 시장이 전체의 42.5%를 차지하고 있고, 아시아 태평양 시장이 30.5%로 두 번째 시장을, 유럽 아프리카 등의 시장은 24.6%로 세 번째 시장을 형성하고 있다. 특히 국가별로 미국시장은 40.6%를 차지하여 단일 시장으로 가장 큰 시장을 형성하고 있고 다음이 일본으로 15.2%, 영국이 3위로 7.6%, 한국이 4위로 5.4%의 시장을 점유하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4> 세계 디지털 음악시장 권역별, 국가별 비중

(백만 달러)

권역 (점유율)	국가	디지털시장	전체 (성장률)	권역 (점유율)	국가	디지털 시장	전체 (성장률)	
북미 (42.5%)	미국	3,137	3,288 (8.7%)	아시아, 태평양 등 (30.5%)	중국	156	2,355 (0.6%)	
	캐나다	151			인도	152		
유럽, 아프리카 등 (24.6%)	프랑스	154	1,901 (19.6%)		일본	1,174		187 (18.4%)
	독일	366			한국	416		
	스위스	143			태국	69		
	영국	585			호주	196		
	러시아	87			남미 (2.4%)	브라질		
	이태리	63		멕시코	87			
전체 음악시장	7,731							

※ 출처: Global Entertainment and media outlook, 2012-2016, PricewaterhouseCoopers, 2012.



세계 디지털 음악시장의 분야별 매출을 미국 리서치기관 Gartner의 자료인 <표 5>에 의해 살펴보면³⁴⁾ 2011년 전년 대비 7.6% 증가한 세계 디지털 음악시장의 매출 63억 3500만 달러 중 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있는 시장은 음원 다운로드 시장으로 2011년 36억 3000만 달러, 전체의 57.3%를 차지하는 것으로 나타났다. 다음으로 큰 비중을 차지한 모바일 시장은 21억 7300만 달러로 34.3%, 스트리밍 시장은 5억 3200만 달러, 8.4%의 비중을 차지했다.

< 표 5. 세계 디지털 음악 시장 분야별 매출 추이 및 전망> (백만 달러)

구분		2010	2011	2012p	2013	2014	2015	CAGR (2010-2015)
디지털 음악	스트리밍	353	532	809	1,211	1,701	2,219	44.4%
	다운로드	3,368	3,630	3,847	3,952	4,003	4,050	3.8%
	모바일	2,167	2,173	2,141	1,958	1,723	1,461	-7.6%
	총매출	5,888	6,335	6,798	7,121	7,427	7,730	5.6%

※ 출처: Gartner

현재 디지털 음악시장에서 세계적인 유통이 가능한 글로벌 유통 플랫폼은 오디오 다운로드 분야의 iTunes store와 비디오 스트리밍 분야의 YouTube 정도이고, 유럽을 중심으로 미국 서비스를 시작한 Spotify가 오디오 스트리밍 서비스로 세계 시장에서 글로벌 서비스 플랫폼을 형성 중에 있다. 그러므로 현재 세계 디지털 음악시장은 가장 큰 유료 플랫폼인 iTunes Music Store를 중심으로 한 음원 다운로드 서비스가 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있지만 앞으로 가장 급 성장을 보일 시장은 Spotify 등의 스트리밍 서비스 시장으로 전년 대비 50.6%, 2010년 - 2015년 사이 44.4%의 연평균 성장을 보일 것으로 예측된다.

이와 같은 Spotify를 중심으로 한 유럽(스웨덴)의 추격에 세계 디지털 시장을 쥐고 있는 iTunes는 다운로드 서비스와 스트리밍 서비스가 결합된 클라우드 서비스 iTunes Match를, Google은 Google Play를, iTunes store(70%) 다음으로 미국 시장의 15%를 점유하고 있는 Amazon은 Amazon Cloud Player 서비스를 통해 세계 디지털 음악시장에서 각축을 벌이고 있다.

비록 수익모델이 안정화 단계에 이르지 못한 세계 디지털 음악시장이지만 싸이(Psy)의 경우에서 보여주는 것처럼 K-pop의 글로벌 시장 진출을 위해서는 무한한 가능성이 열려있는 시장이기도 하다. 기존의 Universal, Sony, Warner, EMI의 세계 4대 음반사, 즉 기록음악의 물리적 유통을 중심으로 형성되어있던 세계 음악시장의 진입은 쉽지 않은 일이었다. 하지만 이제는 대중을 사로잡을 수 있는 음악만 있다면 디지털 음악시장을 통한 글로벌 진출에 더 이상 장벽이 없다는 것을 알 수 있다. 뿐만 아니라 이는 기존 음악 유통시장의 구도가 세계 4대 음반사 중심에서 애플이나 구글과 같은 디지털 IT 기업으로 넘어가고 있는 상황을 보여주는 것이기도 하다.

34) 스트라베이스, 2012. 01. 27.

2012 통계정보팀 발간자료 일람

1. 월간 콘텐츠 시장동향

- [월간 콘텐츠 시장동향 5월호](#)
- [월간 콘텐츠 시장동향 6월호](#)
- [월간 콘텐츠 시장동향 7월호](#)
- [월간 콘텐츠 시장동향 8월호](#)
- [월간 콘텐츠 시장동향 9월호](#)
- [월간 콘텐츠 시장동향 10월호](#)
- [월간 콘텐츠 시장동향 11월호](#)

2. 분기별 콘텐츠산업 동향분석보고서

○1분기 콘텐츠 산업 동향분석보고서

- [2012년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서](#)
- [2012년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(영화산업편\)](#)
- [2012년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(출판및만화산업편\)](#)
- [2012년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(음악산업편\)](#)
- [2012년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(게임산업편\)](#)
- [2012년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(애니메이션및캐릭터산업편\)](#)
- [2012년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(방송산업편\)](#)
- [2012년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(광고산업편\)](#)
- [2012년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(지식정보산업편\)](#)

○2분기 콘텐츠 산업 동향분석보고서

- [2012년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서](#)
- [2012년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(영화산업편\)](#)
- [2012년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(출판및만화산업편\)](#)
- [2012년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(음악산업편\)](#)
- [2012년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(게임산업편\)](#)
- [2012년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(애니메이션및캐릭터산업편\)](#)
- [2012년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(방송산업편\)](#)
- [2012년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(광고산업편\)](#)
- [2012년 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서\(지식정보산업편\)](#)

○3분기 콘텐츠 산업 동향분석보고서

- [2012년 3분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서](#)

3. 분기별 소비자 콘텐츠 구매실태 조사

- [2012년 1분기 소비자 콘텐츠 구매실태 조사](#)
- [2012년 2분기 소비자 콘텐츠 구매실태 조사](#)
- [2012년 3분기 소비자 콘텐츠 구매실태 조사](#)

4. 격주간 통계브리핑

○ 국내편

- 1호 : [국내 콘텐츠산업 라이선싱 매출 2조 6천억원 시장으로 급성장](#)
- 2호 : [국내 콘텐츠산업 상장사의 경영실적 진단](#)
- 3호 : [국내 콘텐츠산업 유통구조 분석결과, 업체-종사자-매출의 급감 악순환](#)
- 4호 : [국내 콘텐츠산업의 시장집중도 분석](#)
- 5호 : [콘텐츠산업의 고용구조 분석과 시사점](#)
- 6호 : [국제수지\(음향영상서비스수지\)의 현황과 추이분석](#)
- 7호 : [국내 콘텐츠 사업체의 생멸\(생성과 소멸\) 분석](#)
- 8호 : [오락문화 & 콘텐츠의 소비지출 변화 추이 분석](#)
- 9호 : [국내 콘텐츠산업의 사업형태별\(업종별\) 성장성 분석](#)
- 10호 : [국내 콘텐츠산업 관련 외국인직접투자\(FDI\) 추이](#)
- 11호 : [국내 콘텐츠 기업의 증가와 성장가능성](#)
- 12호 : [한국생산물분류\(KCPC\) 내 콘텐츠 재화 및 서비스 분류에 대한 시사점](#)
- 13호 : [2011년 콘텐츠산업 매출 83조 원, 수출 43억 달러, 종사자 60.5만 명 달성!](#)

○ 해외편

- 1호 : [PWC, 2011년 글로벌 E&M시장 1조 6천억 달러 규모, 우리나라는 10위](#)
- 2호 : [IFPI, 2011년 글로벌 음악시장 167억 달러 규모로 하락, 우리나라 11위 기록](#)
- 3호 : [IIPA\(2011\), 미국 저작권산업의 경제적 기여도 발표, 전체 산업을 견인](#)
- 4호 : [MPAA \(2012\), 세계 박스오피스시장 규모 326억 달러 기록, 전체 영화산업 견인](#)
- 5호 : [2011년 세계 엔터테인먼트&미디어산업과 국내현황 비교분석](#)
- 6호 : [세계 콘텐츠산업의 현황과 트렌드 변화](#)
- 7호 : [우리나라 콘텐츠산업의 국가경쟁력 평가와 방향](#)
- 8호 : [세계 전자책\(e-Book\) 시장의 현황과 전망](#)
- 9호 : [세계 라이선스\(License\) 산업의 현황과 트렌드](#)
- 10호 : [세계 SNS\(Social Network Service\) 기업 실적과 이용 행태에 따른 시사점](#)
- 11호 : [해외의 소셜미디어 마케팅 이용현황 및 시사점](#)
- 12호 : [세계 커넥티드TV 디바이스 시장변화와 전망](#)
- 13호 : [세계 디지털 음악시장의 현황과 전망](#)



2012 월간 콘텐츠 시장동향

콘텐츠산업 자문단 (41명)

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| 강덕원 (게임동아 대표) | 윤 하 (영화진흥위원회 산업팀장) |
| 강형석 (게임트릭스 팀장) | 이광세 (한국이러닝산업협회 이사) |
| 김도학 (M&E산업연구소 소장) | 이민재 (한국문화콘텐츠라이선싱협회 사무국장) |
| 김민규 (아주대 문화콘텐츠학과 교수) | 이병우 (캐릭터&완구신문 대표) |
| 김세훈 (세종대 만화애니메이션학과 교수) | 이승엽 (한국예술종합학교 교수) |
| 김영재 (한양대 문화콘텐츠학과 교수) | 이용준 (대진대 신문방송학과 교수) |
| 김원제 (유플러스연구소 소장) | 이종규 (인터파크INT공연사업 본부장) |
| 김태원 (푸른여름 대표) | 이혜경 (한국애니메이션제작자협회 팀장) |
| 나익진 (한국게임산업협회 과장) | 이호준 (한국광고협회 팀장) |
| 박관형 (이미지프레임 편집장) | 임진욱 (예술경영지원센터 연구원) |
| 박상호 (한국방송협회 연구위원) | 전영문 (영상물등급위원회 위원) |
| 박성만 (메이븐스퀘어 이사) | 정용찬 (정보통신정책연구원 연구위원) |
| 박인하 (청강문화산업대 만화창작과 교수) | 정우식 (21세기경제학연구소 연구위원) |
| 박정민 (EBS 외화애니부 PD) | 송경희 (문화부 문화산업정책과 사무관) |
| 박정수 (산업연구원 서비스산업연구센터 소장) | 조한석 (문화부 정보통계담당관실 사무관) |
| 박준흠 (가슴네트워크 대표/대중음악 SOUND 발행인) | 주은수 (미디어경영연구소 소장) |
| 박호상 (한국출판연구소 선임연구원) | 최광호 (한국음악콘텐츠산업협회 사무국장) |
| 백수진 (한국만화영상진흥원 과장) | 최영균 (아이러브캐릭터 편집장) |
| 송철민 (한국음원제작자협회 음악정보센터 실장) | 최원석 (닐슨컴퍼니코리아 국장) |
| 오세성 (한국방송광고공사 연구위원) | 황성연 (AGB닐슨 미디어리서치 차장) |
| 오수정 (한국언론진흥재단 조사분석팀장) | |

2012 월간 콘텐츠 시장동향

<2012 월간 콘텐츠 시장동향>은 '콘텐츠산업자문단'과 'KOCCA 통계정보팀'이 공동작업하여 온라인으로 발간하는 월간지입니다.

콘텐츠산업 자문단

- 단 장 정우식 (21세기경제학연구소 연구위원)
종합위원 박정수 (산업연구원 서비스산업연구센터 소장)
김원제 (유플러스연구소 소장)
박성만 (메이븐스퀘어 이사)
분 과 장 이용준 (대진대 신문방송학과 교수, 출판/만화/지식정보분과)
김도학 (M&E산업연구소 소장, 영화/애니메이션/캐릭터분과)
박준흠 (가슴네트워크 대표, 음악/공연분과)
강덕원 (게임동아 대표, 게임분과)
김태원 (푸른여름 대표, 방송/광고분과)

한국콘텐츠진흥원

- 총괄기획 및 감수 노준석 (통계정보팀 팀장)
공동기획 및 감수 김은정 (통계정보팀 책임연구원)
김영수 (통계정보팀 선임연구원)
박성원 (통계정보팀 선임연구원)
강중구 (통계정보팀 연구원)
정길영 (통계정보팀 인턴)

발행인 홍 상 표

발행일 2012년 12월 24일 (통권 8호)

발행처 한국콘텐츠진흥원
서울시 마포구 월드컵북로 400

한국콘텐츠진흥원 통계정보팀에서는 **콘텐츠산업정보포털(<http://www.kocca.kr>)**을 통해 콘텐츠 기업정보, 시장현황, 산업통계 등 각종 자료를 제공하고 있습니다. 본 보고서들의 내용에 대한 무단전재를 금하며, 가공 및 인용할 때는 반드시 출처를 밝혀 주시기 바랍니다.

또한 콘텐츠 관련 단행본, 정기간행물, 영상자료, 게임자료, 음향자료 등을 서비스 받으실 수 있는 **콘텐츠도서관(<http://library.kocca.or.kr>)**을 평일(9:00~18:00)에 운영하고 있습니다. 많은 이용 바랍니다.

(콘텐츠도서관 문의) 통계정보팀 신란희 (02-3153-1376 / rhshin@kocca.kr)

(월간 콘텐츠 시장동향 문의) 통계정보팀 강중구 (02-3153-3021 / kjungoo@kocca.kr)

(기타 문의) 콘텐츠종합지원센터 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114"