

**<표> '11년 2분기~'13년 1분기 콘텐츠산업 생산변동**

업종별	2011년				2012년					2013년
	2분기 (전분기대비) (전동기대비)	3분기 (전분기대비) (전동기대비)	4분기 (전분기대비) (전동기대비)	2011 (전년대비)	1분기 (전분기대비) (전동기대비)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)	3분기 (전분기대비) (전동기대비)	4분기 (전분기대비) (전동기대비)	2012 (전년대비)	1분기 (전분기대비) (전동기대비)
<b>콘텐츠산업*</b>	101.7 (-0.3%) (3.8%)	107.2 (5.3%) (4.9%)	108.8 (1.5%) (8.5%)	104.9 (5.0%)	104.8 (-3.7%) (2.7%)	107.3 (2.4%) (5.5%)	108.7 (1.3%) (1.4%)	110.6 (1.7%) (1.6%)	105.6 (0.7%)	108.0 (-2.4%) (3.0%)
콘텐츠제작업	91.6 (-11.4%) (-4.4%)	108.3 (18.3%) (4.2%)	118.5 (9.4%) (18.4%)	105.4 (5.4%)	104.8 (-11.6%) (1.4%)	105.9 (1.1%) (15.7%)	111.7 (5.5%) (3.2%)	117.4 (5.1%) (-0.9%)	110.0 (4.3%)	115.1 (-2.0%) (9.8%)
콘텐츠도매업	105.1 (-2.2%) (8.1%)	101.2 (-3.7%) (4.4%)	108.2 (6.9%) (6.1%)	105.5 (5.5%)	112.7 (4.1%) (4.9%)	103.2 (-8.4%) (-1.8%)	104.9 (1.6%) (3.6%)	105.7 (0.8%) (-2.4%)	106.6 (1.0%)	104.2 (-1.4%) (-7.5%)
콘텐츠소매업	108.8 (12.0%) (4.9%)	105.9 (-2.7%) (3.2%)	100.2 (-5.4%) (2.6%)	103.0 (3.0%)	95.9 (-4.3%) (-1.3%)	112.9 (17.8%) (3.8%)	102.7 (-9.1%) (-3.1%)	101.1 (-1.5%) (1.0%)	103.1 (0.1%)	98.3 (-2.8%) (2.5%)
콘텐츠임대업	101.4 (0.5%) (2.4%)	103.5 (2.1%) (3.5%)	106.3 (2.7%) (3.5%)	103.0 (3.0%)	104.0 (-2.2%) (3.1%)	103.2 (-0.8%) (1.8%)	103.0 (-0.2%) (-0.5%)	103.6 (0.6%) (-2.5%)	103.4 (0.4%)	103.2 (-0.4%) (-0.8%)
콘텐츠서비스업	101.9 (0.5%) (8.1%)	117.0 (14.8%) (8.9%)	110.9 (-5.3%) (11.8%)	107.8 (7.8%)	106.6 (-3.8%) (5.1%)	111.5 (4.6%) (9.4%)	121.3 (8.7%) (3.6%)	125.2 (3.2%) (12.9%)	116.1 (7.7%)	119.1 (-4.8%) (11.7%)
오프라인 서비스업	92.8 (-4.7%) (2.7%)	118.4 (27.5%) (2.2%)	100.2 (-15.4%) (10.2%)	102.2 (2.2%)	103.2 (3.0%) (6.0%)	101.5 (-1.6%) (9.3%)	124.7 (22.9%) (5.4%)	117.2 (-6.0%) (17.0%)	111.6 (9.2%)	119.0 (1.5%) (15.4%)
온라인 서비스업	111.0 (5.3%) (13.1%)	115.7 (4.2%) (16.6%)	121.6 (5.1%) (13.1%)	113.4 (13.4%)	110.1 (-9.5%) (4.4%)	121.6 (10.5%) (9.5%)	117.8 (-3.1%) (1.8%)	133.1 (13.0%) (9.5%)	120.7 (6.4%)	119.2 (-10.4%) (8.3%)
<b>출판·영상·방송통신 및 정보서비스업**</b>	102.6 (5.2%) (3.7%)	104.3 (1.7%) (6.4%)	116.6 (11.8%) (5.6%)	105.3 (5.3%)	101.7 (-12.8%) (4.3%)	106.9 (5.1%) (4.2%)	106.9 (0.0%) (2.5%)	117.7 (10.1%) (0.9%)	108.3 (2.8%)	103.9 (-11.7%) (2.2%)
<b>예술·스포츠 및 여가관련 서비스업***</b>	113.8 (25.9%) (5.5%)	111.5 (-2.0%) (6.5%)	110.3 (-1.1%) (7.9%)	106.5 (6.5%)	96.1 (-12.9%) (6.3%)	120.5 (25.4%) (5.9%)	117.2 (-2.7%) (5.1%)	109.7 (-6.4%) (-0.5%)	110.8 (4.0%)	95.4 (-13.0%) (-0.7%)
<b>서비스업생산지수</b>	106.3 (4.6%) (6.0%)	106.6 (0.3%) (7.5%)	110.3 (3.5%) (5.6%)	106.2 (6.2%)	106.5 (-3.4%) (4.8%)	109.7 (3.0%) (3.2%)	109.4 (-0.3%) (2.6%)	112.4 (2.7%) (1.9%)	109.5 (3.1%)	107.9 (-4.0%) (1.3%)

\* 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업, 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업, 도·소매업, 부동산·임대업 등에서 콘텐츠산업에 포함되는 업종만 고려

\*\* 통신업, 컴퓨터 프로그래밍·시스템통합 및 관리업, 정보서비스업 포함

\*\*\* 창작, 예술 및 여가관련 서비스업과 스포츠 및 오락관련 서비스업으로 구성

1) 콘텐츠 임대업은 만화 임대업 등을 의미

2) 오프라인 서비스업은 오락장 운영업, 영화 및 비디오물 상영업 등을 의미

□ 분기별 : 콘텐츠산업 생산은 '11년 2분기 이후 '12년 1분기를 제외하고 전 분기대비 상승세를 보이다 '13년 1분기 들어 하락 전환

● '10년 1분기부터 4분기까지 전분기대비 하락세였으나, '11년 1분기부터 2분기 및 '12년 1분기를 제외하고 전분기대비 상승했으나 '13년 1분기 들어 전분기대비 2.4% 하락

- 전체 서비스업생산은 '10년 1분기에서 '11년 1분기까지 등락세. '11년 2분기부터의 상승세가 '12년 1분기 이후 등락을 보이고 있으며 '13년 1분기는 전분기대비 4.0% 다소 큰 폭 하락

- 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업은 '10년 1분기에서 '11년 1분기까지 전분기대비 2분기 및 4분기 상승, 1분기 및 3분기 하락의 패턴. '11년 2분기 이후 '12년 1분기를 전분기대비 상승세였으나 '13년 1분기에 이르러 다소 큰 폭 하락

- 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 '10년 1분기부터 '11년 4분기까지 전분기대비 하락기조이며, '12년 1분기부터 다소 큰 폭의 등락과 함께 하락세. '13년 1분기는 전분기대비 13.0% 큰 폭 하락

□ 가치사슬 단계별 : 제작업, 소매업, 서비스업 등 3개 부문이 콘텐츠산업 생산에 있어 '13년 1분기 전년동기대비 증가. 가치사슬별 각 부문의 성장은 '11년 1분기 이후 편차 상존

● 콘텐츠서비스업은 '13년 1분기 전년동기대비 11.7% 증가했으며 '11년 4분기 이래 다른 부문 대비 가장 높은 성장기조이며, 콘텐츠제작업은 그 다음으로 '13년 1분기 전년동기대비 9.8% 증가

- 콘텐츠서비스업에서 오프라인서비스업은 '13년 1분기 전년동기대비 15.4% 증가 및 온라인서비스업은 전년동기대비 8.3% 증가했으며 '12년 1분기 이후 온라인서비스 대비 높은 성장

※ 온라인서비스업은 '12년 1분기부터 전분기대비 등락기조이나 전반적인 생산은 오프라인서비스업 대비 높은 수준

- 콘텐츠소매업은 '13년 1분기 전년동기대비 2.5% 증가
- '13년 1분기는 거시적 측면에서 엔저 등 대외요인의 불확실성 돌출 등으로 국내 경기는 수출하락 및 기업수익성 악화에 직접적 영향이 예상되는 가운데도 미시적 측면에서 특히 산업의 스마트패러다임이 지속되면서 이와 연계성이 높은 인터넷 기반의 온라인 및 모바일 기술과 융합된 스마트게임, 영상 등 콘텐츠 제작 및 공급 증대 전망. 향후 대외적으로 1) 유럽재정위기 해소 등 경기 회복기조 진전 2) 미국, 중국 등 주요 국가들의 경기회복 기대감 확대 등이 국내 거미시 경제 등 경기의 완만한 회복이 가시화될 경우 경쟁력을 보유한 스마트콘텐츠 분야를 중심의 소비 증가 견인에 따른 생산 지속 확대예상
  - ※ '09년 하반기부터 '11년 말까지 이어진 경기 상승세에 따라 산업전반에 정보통신기술 등을 접목한 스마트 인프라 환경은 콘텐츠 분야에서도 온라인 및 모바일을 중심으로 공급 확대를 견인. 이에 따른 수요측면에서 콘텐츠 소비경향도 전통적인 직접구매와 더불어 임대 등 다양한 형태로 발전. 향후 스마트환경 인프라 구축확대에 따라 국내외 경기가 완만한 회복이 구체화될 경우 경쟁력을 보유한 콘텐츠 중심의 높은 수요 확대 예상
- 콘텐츠제작업은 '11년 2분기 이후 전년동기대비 성장세를 보이다가 '12년 4분기 들어 감소했으나 '13년 1분기는 증가
- 콘텐츠도매업은 '11년 1분기에서 4분기까지는 전년동기대비 성장기조였으며, '12년 1분기부터 등락세. '13년 1분기는 전년동기대비 7.5% 다소 큰 폭으로 감소했으며 전분기대비 1.4% 하락
- 콘텐츠소매업은 '11년 1분기부터 성장기조를 보이다가 '12년 2분기 이후 전년동기대비 등락세. '13년 1분기는 전년동기대비 2.5% 증가했으나 전분기대비 2.8% 하락
- 콘텐츠임대업은 '11년 1분기부터 전년동기대비 성장세를 보이다가 '12년 2분기 이후 감소세이며 '13년 1분기는 전년동기대비 0.8% 감소했으며 전분기대비 0.4% 하락
- 콘텐츠서비스업은 '11년 1분기 이후 다른 부문 대비 비교적 높은 전년동기

대비 성장세를 나타내고 있으며 '13년 1분기는 전년동기대비 11.7% 큰 폭 증가. '13년 1분기 오프라인서비스업은 전년동기대비 15.4% 증가했으며 전 분기대비 1.5% 상승. 온라인서비스업은 전년동기대비 8.3% 증가했으나 전 분기대비 10.4% 하락