

<표 1> '11년 3분기~'13년 2분기 콘텐츠산업 생산변동

업종별	2011년			2012년				2013년		
	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)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)
콘텐츠산업*	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%)	108.2 (-2.2%) (3.2%)	105.4 (-2.6%) (-1.8%)
콘텐츠제작업	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%)	115.7 (-1.5%) (10.4%)	105.9 (-8.5%) (-0.1%)
콘텐츠도매업	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%)	98.9 (-5.1%) (-4.1%)
콘텐츠소매업	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%)	98.4 (-2.7%) (2.6%)	103.1 (4.8%) (-8.7%)
콘텐츠임대업	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%)	106.7 (3.4%) (3.4%)
콘텐츠서비스업	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%)	119.4 (-4.6%) (12.0%)	112.3 (-5.9%) (0.7%)
오프라인 서비스업	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%) (15.3%)	101.9 (-14.3%) (0.4%)
온라인 서비스업	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%)	119.8 (-10.0%) (8.8%)	122.8 (2.5%) (0.9%)
출판·영상·방송통신 및 정보서비스업**	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%)	104.5 (-11.2%) (2.8%)	107.2 (2.6%) (0.3%)
예술·스포츠 및 여가관련 서비스업***	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%)	95.6 (-12.9%) (-0.5%)	120.7 (26.3%) (0.2%)
서비스업생산자수	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%)	108.0 (-3.9%) (1.4%)	112.0 (3.7%) (2.1%)

* 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 3분기 이후 전반적으로 전분기대비 상승세를 보이다가 '13년 1분기부터 하락기조

● '10년 1분기에서 4분기까지 전분기대비 하락했으나, '11년 1분기부터는 2분기 및 '12년 1분기를 제외하고 전분기대비 상승기조. '13년 1분기 이후 하락세로

전환되었으며 '13년 2분기는 전분기대비 2.6% 하락

- 전체 서비스업생산은 '10년 1분기에서 '11년 1분기까지 전분기대비 등락세. '11년 2분기부터 상승세가 이어지다가 '12년 1분기 이후 등락을 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 3.7% 다소 큰 폭 상승
- 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업은 '10년 1분기에서 '11년 1분기까지 전분기대비 2분기 및 4분기는 상승, 1분기 및 3분기는 하락의 패턴 양상. '11년 2분기 이후 '12년 1분기 및 '13년 1분기를 제외하고 전분기대비 상승기조이며 '13년 2분기는 전분기대비 2.6% 상승
- 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 '10년 1분기부터 '11년 4분기까지 전분기대비 하락세를 보였으며, '12년 1분기 이후 큰 폭의 등락과 함께 하락 기조. '13년 2분기는 전분기대비 26.3% 큰 폭 상승

□ 가치사슬 단계별 : 서비스업 및 임대업 등 2개 부문이 콘텐츠산업 생산 '13년 2분기 전년동기대비 증가했으며, 가치사슬별 각 부문의 성장은 '11년 1분기 이후 편차 지속

- 콘텐츠서비스업은 '13년 2분기 전년동기대비 0.7% 증가했으며 '11년 4분기 이후 다른 부문의 하락 대비 성장기조를 이어가고 있으며, 콘텐츠임대업은 '13년 2분기 전년동기대비 3.4% 증가
 - 콘텐츠서비스업에서 '13년 2분기 온라인서비스업은 전년동기대비 0.9% 증가했으며 오프라인서비스업은 전년동기대비 0.4% 증가. '12년 1분기 이후 오프라인서비스의 경우 상대적으로 높은 성장세가 이어지다가 '13년 2분기 들어 온라인서비스로 반전
 - ※ 온라인서비스업은 '12년 1분기부터 전분기대비 등락세이며, 전반적인 생산지수는 오프라인 서비스업 대비 높은 수준
 - '13년 2분기 콘텐츠소매업은 전년동기대비 8.7% 감소
 - '13년 2분기는 대외요인에서 엔저 등 불확실성 미해소 등에도 국내 거시경제는 수출 증가세 회복 및 정부재정 지출 확대에 따른 민간소비 증가로 국내

경기 상승. 또한 전반적으로 산업의 스마트 환경으로 변화가 이어지면서 인터넷 및 모바일 네트워크 기반의 스마트게임, 스트리밍 영상 등 콘텐츠 제작 및 생산 증대. 향후 대외적으로 1) 유로지역의 재정위기 리스크 저감 등 완만한 경기 회복 여부 2) 미국, 중국 등 국내 주요 교역국의 경기회복 기초 3) 일본의 재정지출 확대에 따른 경기회복 기대감 확대 등이 국내 가미시 경제 등에 긍정적일 경우 2013년 2분기 이후 완만한 경기 상승 예상. 이에 따라 스마트콘텐츠 등 수요 증가가 예상되면서 경쟁력을 보유한 분야 중심으로 생산 확대 전망

※ '09년 하반기에서 '11년 말까지의 경기 상승으로 정보통신기술 등을 접목한 온라인 및 모바일 등 스마트 환경이 확대되면서 콘텐츠 분야도 이를 활용한 공급 증대. 수요측면에서 콘텐츠 소비경향도 직접구매를 통한 소유와 함께 임대 및 실시간 사용 등 다양한 형태로 진화 발전. '12년 이후 대내외 불확실성이 산재하고 있음에도 국내 거시경제의 완만한 회복이 예상됨에 따라 스마트 환경 인프라 구축 확대가 대내외 경쟁력을 보유한 스마트콘텐츠 중심으로 수요 확대 예상

- 콘텐츠제작업은 '11년 3분기 이후 전년동기대비 성장기조를 나타내다 '12년 4분기부터 등락세로 전환되었으며 '13년 2분기는 감소
- 콘텐츠도매업은 '11년 4분기부터 '12년 3분기까지 등락세를 보이다가 '12년 4분기 이후 하락세이며 '13년 2분기는 전년동기대비 4.1% 감소했으며 전분기대비 5.1% 하락
- 콘텐츠소매업은 '11년 1분기부터 전년동기대비 성장세를 나타내다 '12년 2분기 이후 등락세. '13년 2분기는 전년동기대비 8.7% 다소 큰 폭으로 감소했으나 전분기대비 4.8% 상승
- 콘텐츠임대업은 '11년 1분기에서 '12년 1분기까지 전년동기대비 성장기조였으나 '12년 2분기 이후 감소세. '13년 2분기는 상승세로 전환되었으며 전년동기대비 3.4% 증가 및 전분기대비 3.4% 상승
- 콘텐츠서비스업은 '11년 1분기 이후 다른 부문 대비 비교적 높은 전년동기대비 성장세를 이어가고 있으며 '13년 2분기는 전년동기대비 0.7% 증가. '13년 2분기 오프라인서비스업은 전년동기대비 0.4% 증가했으며 전분기대비

14.3% 큰 폭 하락. 온라인서비스업은 전년동기대비 0.9% 증가했으며 전분기 대비 2.5% 상승