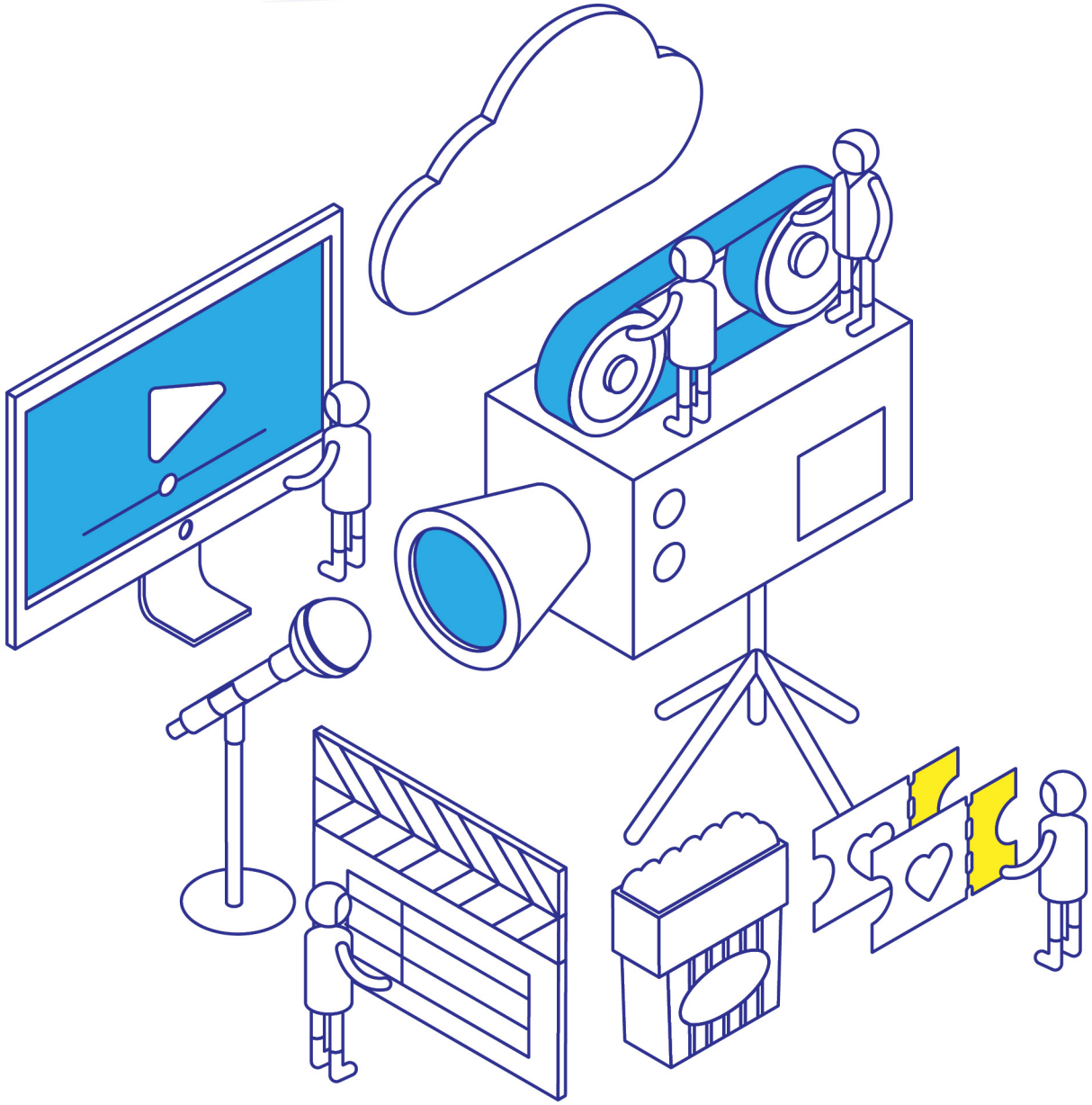
2025

부산 CT산업 실태조사



부산정보산업진흥원
Busan IT Industry Promotion Agency

주식회사
에스티이노베이션
Statistics Technical Innovation

제 출 문

부산정보산업진흥원 귀중

본 보고서를

『2025 부산 CT산업 실태조사』의

결과보고서로 제출합니다.

2025년 12월

주식회사
에스티이노베이션
Statistics Technical Innovation

※ 일러두기

1. 본 조사는 부산정보산업진흥원의 의뢰를 받아 실시되었음
2. 본 보고서는 「2025 부산 CT산업 실태조사」를 집계, 분석한 결과임
3. 본 보고서의 데이터 중 '%'는 소수점 둘째 자리에서 반올림하여 소수점 첫째 자리까지 표기하였음
   이에 따라 표기된 값의 총합이 100%가 되지 않을 수 있음

목 차
Contents

01. 현황 분석 ····· 1

1. 국내외 콘텐츠산업 동향 분석 ····· 3
2. 전국 콘텐츠산업 현황 ····· 23
3. 부산 콘텐츠산업 현황 ····· 28
4. 2025년 부산 콘텐츠산업 주요 행사 ····· 33

02. 실태조사 개요 ····· 43

1. 조사배경 및 목적 ····· 45
2. 조사설계 ····· 46

03. 실태조사 결과 ····· 53

1. 실태조사 개요 ····· 55
2. 자료처리 및 분석방법 ····· 56
3. 응답자 특성 ····· 57
4. 사업체 조사 결과 ····· 59
5. 개인 조사 결과 ····· 164

04. 정책적 시사점 및 활용방안 ····· 221

05. 부록 ····· 227

1. 부산 CT산업 통계 ····· 229
2. 설문지 ····· 230

표 목 차
Table of Contents

[표1-1] 콘텐츠산업 내 분야별 규모 및 비중 ····· 3
[표1-2] 글로벌 콘텐츠 시장 산업별 점유율 ····· 13
[표1-3] 글로벌 콘텐츠 시장 규모 및 전망 ····· 14
[표1-4] 2025년 상반기 콘텐츠산업별 주 활용 분야_1·2순위 ····· 20
[표1-5] 콘텐츠산업 통계조사 산업분류 ····· 23
[표1-6] 콘텐츠산업 현황 총괄 ····· 24
[표1-7] 콘텐츠산업 사업체 수 ····· 25
[표1-8] 콘텐츠산업 매출액 ····· 26
[표1-9] 콘텐츠산업 종사자 수 ····· 27
[표1-10] 부산 콘텐츠산업 연도별 사업체 수 ····· 28
[표1-11] 부산 콘텐츠산업 업종별 사업체 수 및 전국 대비 비중 ····· 28
[표1-12] 부산 콘텐츠산업 연도별 매출액 ····· 29
[표1-13] 부산 콘텐츠산업 업종별 매출액 및 전국 대비 비중 ····· 29
[표1-14] 부산 콘텐츠산업 연도별 종사자 수 ····· 30
[표1-15] 부산 콘텐츠산업 업종별 종사자 수 및 전국 대비 비중 ····· 30
[표2-1] 2025 부산 CT산업 실태조사 산업분류 ····· 46
[표2-2] '25년 부산지역 콘텐츠산업 사업체 수 ····· 50
[표2-3] '25년 부산지역 콘텐츠산업 종사자 수 ····· 51
[표2-4] '25년 부산지역 콘텐츠산업 매출액 ····· 52
[표3-1] 조사내용 ····· 55
[표3-2] 사업체 ····· 57
[표3-3] 개인 ····· 58
[표3-4] 세부산업분야 및 콘텐츠_1 ····· 60
[표3-5] 세부산업분야 및 콘텐츠_2 ····· 61
[표3-6] 세부산업분야 및 콘텐츠_3 ····· 62
[표3-7] 세부산업분야 및 콘텐츠_4 ····· 63
[표3-8] 산업분야 및 콘텐츠_2순위 ····· 64
[표3-9] 주요 콘텐츠 ····· 65
[표3-10] 현재 사업추진 단계 ····· 81
[표3-11] 전년(2024년) 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황 ····· 82
[표3-12] 콘텐츠 제작/개발/창작 관련 주요 애로사항 ····· 83
[표3-13] 2025년(현재 기준) 종사자 수 ····· 84
[표3-14] 2024년 신규채용 종사자들의 인력현황 ····· 85
[표3-15] 현재 종사자 수 ····· 86
[표3-16] 2024년 신규 채용 ····· 87
[표3-17] 2025년(현재 기준) 전체 종사자 연령 비중 ····· 88
[표3-18] 전체 종사자 평균 근속연수 ····· 89
[표3-19] 인력채용 관련 주요 애로사항 ····· 90
[표3-20] 2024년 매출액 및 국내외 매출액 비중 ····· 91
[표3-21] 사업형태별 매출액 비중 ····· 92
[표3-22] 콘텐츠 주요 판로 ····· 93
[표3-23] 주요 고객(매출처) 비중 ····· 94
[표3-24] 국내 매출처 구조 ····· 95
[표3-25] 주력 B2B제품(서비스) 총 거래 기업 수 ····· 96
[표3-26] 주력 B2B제품(서비스)의 지역별 거래 기업 비율 ····· 97
[표3-27] 주력 B2G제품(서비스) 총 거래 기업 수 ····· 98

표목차
Table of Contents

[표3-28] 주력 B2G제품(서비스)의 지역별 거래 정부/공공기관 비율 ····· 99
[표3-29] 경영 관련 주요 애로사항(내부적 요인)_1순위 ····· 101
[표3-30] 경영 관련 주요 애로사항(내부적 요인)_2순위 ····· 101
[표3-31] 경영 관련 주요 애로사항(내부적 요인)_1+2순위 ····· 102
[표3-32] 경영 관련 주요 애로사항(외부적 요인)_1순위 ····· 104
[표3-33] 경영 관련 주요 애로사항(외부적 요인)_2순위 ····· 104
[표3-34] 경영 관련 주요 애로사항(외부적 요인)_1+2순위 ····· 105
[표3-35] 지원사업 관련 정보 인지 경로 ····· 106
[표3-36] 정부나 부산시/부산정보산업진흥원 등 공공기관 지원사업 참여 경험 ····· 107
[표3-37] 참여한 지원사업_1 ····· 109
[표3-38] 참여한 지원사업_2 ····· 110
[표3-39] 지원사업을 신청/참여하면서 겪었던 애로사항 ····· 111
[표3-40] 향후 희망 지원사업_1 ····· 113
[표3-41] 향후 희망 지원사업_2 ····· 114
[표3-42] 지원사업 관련 개선방안 ····· 115
[표3-43] 가상/증강/혼합현실(XR/MR) 콘텐츠 제작/계획(R&D포함) 여부 ····· 116
[표3-44] 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르_1순위 ····· 118
[표3-45] 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르_2순위 ····· 118
[표3-46] 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르_3순위 ····· 119
[표3-47] 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르_1+2+3순위 ····· 119
[표3-48] 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업 ····· 120
[표3-49] 글로벌 시장 진출 희망 지역_1순위 ····· 122
[표3-50] 글로벌 시장 진출 희망 지역_2순위 ····· 122
[표3-51] 글로벌 시장 진출 희망 지역_3순위 ····· 123
[표3-52] 글로벌 시장 진출 희망 지역_1+2+3순위 ····· 123
[표3-53] 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역_1순위 ····· 125
[표3-54] 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역_2순위 ····· 125
[표3-55] 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역_3순위 ····· 126
[표3-56] 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역_1+2+3순위 ····· 126
[표3-57] 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_1순위 ····· 128
[표3-58] 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_2순위 ····· 128
[표3-59] 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_3순위 ····· 129
[표3-60] 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_1+2+3순위 ····· 129
[표3-61] 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼_1순위 ····· 131
[표3-62] 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼_2순위 ····· 131
[표3-63] 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼_3순위 ····· 132
[표3-64] 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼_1+2+3순위 ····· 132
[표3-65] 제작/배급한 게임의 플랫폼 유형 ····· 133
[표3-66] 진출을 희망하는 목표 해외 시장_1순위 ····· 135
[표3-67] 진출을 희망하는 목표 해외 시장_2순위 ····· 135
[표3-68] 진출을 희망하는 목표 해외 시장_3순위 ····· 136
[표3-69] 진출을 희망하는 목표 해외 시장_1+2+3순위 ····· 136
[표3-70] 목표 해외 시장 진출에 가장 필요한 지원사업 ····· 137
[표3-71] 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_1순위 ····· 139
[표3-72] 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_2순위 ····· 139

표 목 차
Table of Contents

[표3-73] 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_3순위 ····· 140
[표3-74] 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_1+2+3순위 ····· 140
[표3-75] 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(매체)_1순위 ····· 142
[표3-76] 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(매체)_2순위 ····· 142
[표3-77] 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(매체)_3순위 ····· 143
[표3-78] 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(매체)_1+2+3순위 ····· 143
[표3-79] 경력직 인력수급 시 가장 어려움을 느끼는 요인 ····· 144
[표3-80] 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업 ····· 145
[표3-81] 개발한 제품(게임)의 시장 경쟁력 강화를 위해 필요한 지원 ····· 146
[표3-82] 향후 게임 개발을 위해 귀사의 재직자를 대상으로 트레이닝 하고자 하는 분야 ····· 147
[표3-83] 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야_1순위 ····· 149
[표3-84] 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야_2순위 ····· 149
[표3-85] 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야_3순위 ····· 150
[표3-86] 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야_1+2+3순위 ····· 150
[표3-87] AI 활용 여부 ····· 151
[표3-88] AI 도입 시기 ····· 152
[표3-89] AI 도입 목적 ····· 153
[표3-90] AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중 ····· 154
[표3-91] 주로 사용하는 AI 기술 ····· 155
[표3-92] AI 기술 도입으로 인한 콘텐츠 제작 효율 ····· 156
[표3-93] AI 활용 기대효과 ····· 157
[표3-94] 향후 AI 도입 의사 ····· 158
[표3-95] 향후 2년 내 AI 투자 계획 ····· 159
[표3-96] AI 활용 애로사항 ····· 160
[표3-97] AI 활용 효과 ····· 161
[표3-98] 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 필요한 지원 ····· 162
[표3-99] AI를 활용한 콘텐츠가 산업 경쟁력에 미치는 영향 ····· 163
[표3-100] 세부산업분야 및 콘텐츠_1 ····· 165
[표3-101] 세부산업분야 및 콘텐츠_2 ····· 166
[표3-102] 세부산업분야 및 콘텐츠_3 ····· 167
[표3-103] 세부산업분야 및 콘텐츠_4 ····· 168
[표3-104] 산업분야 및 콘텐츠_2순위 ····· 169
[표3-105] 주요 콘텐츠 ····· 170
[표3-106] 현재 사업추진 단계 ····· 180
[표3-107] 향후 콘텐츠 관련 활동 계획 ····· 181
[표3-108] 보조인력 이용 여부 ····· 182
[표3-109] 보조인력 수 ····· 183
[표3-110] 보조인력 활용 관련 주요 애로사항 ····· 184
[표3-111] 콘텐츠 분야 근속연수 ····· 185
[표3-112] 2024년(1년간) 연간 수입 ····· 186
[표3-113] 콘텐츠 주요 판로 ····· 187
[표3-114] 주력하는 창작활동 분야 ····· 188
[표3-115] 활동 분야 ····· 189
[표3-116] 주로 이용하는 창작공간 ····· 190
[표3-117] 만화/웹툰 창작 외 주요 소득원 ····· 191

표목차
Table of Contents

[표3-118] 부산 및 경남지역 거주로 인해 만화작가 활동에 불편함을 느낀 경우 ····· 192
[표3-119] 지역거주 만화/웹툰작가를 위해 가장 필요한 지원사업 ····· 193
[표3-120] 만화/웹툰 창작 관련 주요 애로사항 ····· 194
[표3-121] 주력하는 활동 장르 ····· 195
[표3-122] 주 이용 플랫폼 ····· 196
[표3-123] 주로 이용하는 촬영장소 ····· 197
[표3-124] 크리에이터 활동 외 주요 소득원 ····· 198
[표3-125] 부산 및 경남지역 거주로 인해 크리에이터 활동에 불편함을 느낀 경우 ····· 199
[표3-126] 지역거주 크리에이터를 위해 가장 필요한 지원사업 ····· 200
[표3-127] 크리에이터 관련 주요 애로사항 ····· 201
[표3-128] 활동 유형 ····· 202
[표3-129] 활동 장르 ····· 203
[표3-130] 주로 이용하는 활동영역 ····· 204
[표3-131] 음악 활동 외 주요 소득원 ····· 205
[표3-132] 부산 및 경남지역 거주로 인해 음악 활동에 불편함을 느낀 경우 ····· 206
[표3-133] 지역거주 뮤지션을 위해 가장 필요한 지원사업 ····· 207
[표3-134] 뮤지션 관련 주요 애로사항 ····· 208
[표3-135] AI 활용 여부 ····· 209
[표3-136] AI 도입 시기 ····· 210
[표3-137] AI 도입 목적 ····· 211
[표3-138] AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중 ····· 212
[표3-139] 주로 사용하는 AI 기술 ····· 213
[표3-140] AI 기술 도입으로 인한 콘텐츠 제작 효율 ····· 214
[표3-141] AI 활용 기대효과 ····· 215
[표3-142] 향후 AI 도입 의사 ····· 216
[표3-143] AI 활용 효과 ····· 217
[표3-144] 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 필요한 지원 ····· 218
[표3-145] AI를 활용한 콘텐츠가 산업 경쟁력에 미치는 영향 ····· 219
[표3-146] AI를 활용한 콘텐츠가 개인 경쟁력에 미치는 영향 ····· 220

그림목차
Picture of Contents

[그림1-1] 콘텐츠산업 사업체 수 및 전년 대비 증감률 ····· 25
[그림1-2] 콘텐츠산업 매출액 및 전년 대비 증감률 ····· 26
[그림1-3] 콘텐츠산업 종사자 수 및 전년 대비 증감률 ····· 27
[그림1-4] 부산 게임산업 주요 플랫폼 및 행사 ····· 34
[그림1-5] 부산 영화산업 주요 플랫폼 및 행사 ····· 36
[그림1-6] 부산 음악산업 주요 플랫폼 및 행사 ····· 38
[그림1-7] 부산 웹툰산업 주요 행사 ····· 39
[그림1-8] 부산 애니메이션산업 주요 행사 ····· 40
[그림1-9] AI와 콘텐츠산업 융합 사례 ····· 42
[그림2-1] '25년 부산지역 콘텐츠산업 사업체 수 ····· 50
[그림2-2] '25년 부산지역 콘텐츠산업 종사자 수 ····· 51
[그림2-3] '25년 부산지역 콘텐츠산업 매출액 ····· 52
[그림3-1] 세부산업분야 및 콘텐츠 ····· 59
[그림3-2] 산업분야 및 콘텐츠_2순위 ····· 64
[그림3-3] 현재 사업추진 단계 ····· 81
[그림3-4] 전년(2024년) 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황 ····· 82
[그림3-5] 콘텐츠 제작/개발/창작 관련 주요 애로사항 ····· 83
[그림3-6] 2025년(현재 기준) 종사자 수 ····· 84
[그림3-7] 2024년 신규채용 종사자들의 인력현황 ····· 85
[그림3-8] 현재 종사자 수 ····· 86
[그림3-9] 2024년 신규 채용 ····· 87
[그림3-10] 2025년(현재 기준) 전체 종사자 연령 비중 ····· 88
[그림3-11] 전체 종사자 평균 근속연수 ····· 89
[그림3-12] 인력채용 관련 주요 애로사항 ····· 90
[그림3-13] 2024년 매출액 및 국내외 매출액 비중 ····· 91
[그림3-14] 사업형태별 매출액 비중 ····· 92
[그림3-15] 콘텐츠 주요 판로 ····· 93
[그림3-16] 주요 고객(매출처) 비중 ····· 94
[그림3-17] 국내 매출처 구조 ····· 95
[그림3-18] 주력 B2B제품(서비스) 총 거래 기업 수 ····· 96
[그림3-19] 주력 B2B제품(서비스)의 지역별 거래 기업 비율 ····· 97
[그림3-20] 주력 B2G제품(서비스) 총 거래 기업 수 ····· 98
[그림3-21] 주력 B2G제품(서비스)의 지역별 거래 정부/공공기관 비율 ····· 99
[그림3-22] 경영 관련 주요 애로사항(내부적 요인) ····· 100
[그림3-23] 경영 관련 주요 애로사항(외부적 요인) ····· 103
[그림3-24] 지원사업 관련 정보 인지 경로 ····· 106
[그림3-25] 정부나 부산시/부산정보산업진흥원 등 공공기관 지원사업 참여 경험 ····· 107
[그림3-26] 참여한 지원사업 ····· 108
[그림3-27] 지원사업을 신청/참여하면서 겪었던 애로사항 ····· 111
[그림3-28] 향후 희망 지원사업 ····· 112
[그림3-29] 가상/증강/혼합현실(XR/MR) 콘텐츠 제작/계획(R&D포함) 여부 ····· 116
[그림3-30] 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르 ····· 117
[그림3-31] 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업 ····· 120
[그림3-32] 글로벌 시장 진출 희망 지역 ····· 121
[그림3-33] 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역 ····· 124
[그림3-34] 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업 ····· 127

그림목차
Picture of Contents

[그림3-35] 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼 ····· 130
[그림3-36] 제작/배급한 게임의 플랫폼 유형 ····· 133
[그림3-37] 진출을 희망하는 목표 해외 시장 ····· 134
[그림3-38] 목표 해외 시장 진출에 가장 필요한 지원사업 ····· 137
[그림3-39] 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업 ····· 138
[그림3-40] 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(매체) ····· 141
[그림3-41] 경력직 인력수급 시 가장 어려움을 느끼는 요인 ····· 144
[그림3-42] 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업 ····· 145
[그림3-43] 개발한 제품(게임)의 시장 경쟁력 강화를 위해 필요한 지원 ····· 146
[그림3-44] 향후 게임 개발을 위한 재직자 대상 트레이닝 분야 ····· 147
[그림3-45] 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야 ····· 148
[그림3-46] AI 활용 여부 ····· 151
[그림3-47] AI 도입 시기 ····· 152
[그림3-48] AI 도입 목적 ····· 153
[그림3-49] AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중 ····· 154
[그림3-50] 주로 사용하는 AI 기술 ····· 155
[그림3-51] AI 기술 도입으로 인한 콘텐츠 제작 효율 ····· 156
[그림3-52] AI 활용 기대효과 ····· 157
[그림3-53] 향후 AI 도입 의사 ····· 158
[그림3-54] 향후 2년 내 AI 투자 계획 ····· 159
[그림3-55] AI 활용 애로사항 ····· 160
[그림3-56] AI 활용 효과 ····· 161
[그림3-57] 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 필요한 지원 ····· 162
[그림3-58] AI를 활용한 콘텐츠가 산업 경쟁력에 미치는 영향 ····· 163
[그림3-59] 세부산업분야 및 콘텐츠 ····· 164
[그림3-60] 산업분야 및 콘텐츠_2순위 ····· 169
[그림3-61] 현재 사업추진 단계 ····· 180
[그림3-62] 향후 콘텐츠 관련 활동 계획 ····· 181
[그림3-63] 보조인력 이용 여부 ····· 182
[그림3-64] 보조인력 수 ····· 183
[그림3-65] 보조인력 활용 관련 주요 애로사항 ····· 184
[그림3-66] 콘텐츠 분야 근속연수 ····· 185
[그림3-67] 2024년(1년간) 연간 수입 ····· 186
[그림3-68] 콘텐츠 주요 판로 ····· 187
[그림3-69] 주력하는 창작활동 분야 ····· 188
[그림3-70] 활동 분야 ····· 189
[그림3-71] 주로 이용하는 창작공간 ····· 190
[그림3-72] 만화/웹툰 창작 외 주요 소득원 ····· 191
[그림3-73] 부산 및 경남지역 거주로 인해 만화작가 활동에 불편함을 느낀 경우 ····· 192
[그림3-74] 지역거주 만화/웹툰작가를 위해 가장 필요한 지원사업 ····· 193
[그림3-75] 만화/웹툰 창작 관련 주요 애로사항 ····· 194
[그림3-76] 주력하는 활동 장르 ····· 195
[그림3-77] 주 이용 플랫폼 ····· 196
[그림3-78] 주로 이용하는 촬영장소 ····· 197
[그림3-79] 크리에이터 활동 외 주요 소득원 ····· 198

그림목차
Picture of Contents

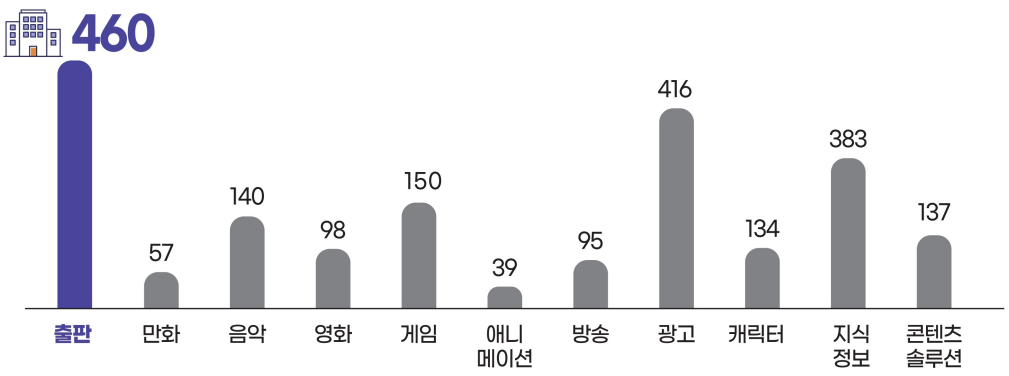
[그림3-80] 부산 및 경남지역 거주로 인해 크리에이터 활동에 불편함을 느낀 경우 ····· 199
[그림3-81] 지역거주 크리에이터를 위해 가장 필요한 지원사업 ····· 200
[그림3-82] 크리에이터 관련 주요 애로사항 ····· 201
[그림3-83] 활동 유형 ····· 202
[그림3-84] 활동 장르 ····· 203
[그림3-85] 주로 이용하는 활동영역 ····· 204
[그림3-86] 음악 활동 외 주요 소득원 ····· 205
[그림3-87] 부산 및 경남지역 거주로 인해 음악 활동에 불편함을 느낀 경우 ····· 206
[그림3-88] 지역거주 뮤지션을 위해 가장 필요한 지원사업 ····· 207
[그림3-89] 뮤지션 관련 주요 애로사항 ····· 208
[그림3-90] AI 활용 여부 ····· 209
[그림3-91] AI 도입 시기 ····· 210
[그림3-92] AI 도입 목적 ····· 211
[그림3-93] AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중 ····· 212
[그림3-94] 주로 사용하는 AI 기술 ····· 213
[그림3-95] AI 기술 도입으로 인한 콘텐츠 제작 효율 ····· 214
[그림3-96] AI 활용 기대효과 ····· 215
[그림3-97] 향후 AI 도입 의사 ····· 216
[그림3-98] AI 활용 효과 ····· 217
[그림3-99] 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 필요한 지원 ····· 218
[그림3-100] AI를 활용한 콘텐츠가 산업 경쟁력에 미치는 영향 ····· 219
[그림3-101] AI를 활용한 콘텐츠가 개인 경쟁력에 미치는 영향 ····· 220

2025 부산 CT산업 실태조사 결과 요약

① 사업체 수 (단위 : 개)

2025년
2,109

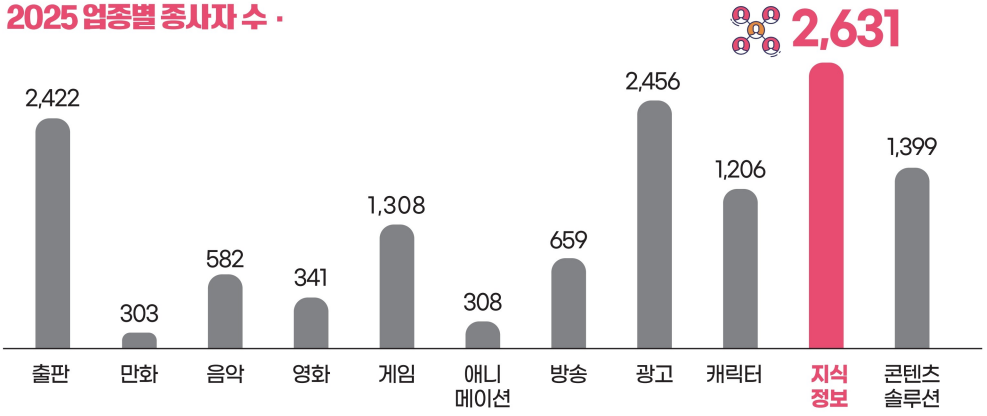
· 2025 업종별 사업체 수 ·



② 종사자 수 (단위 : 명)

2025년
13,615

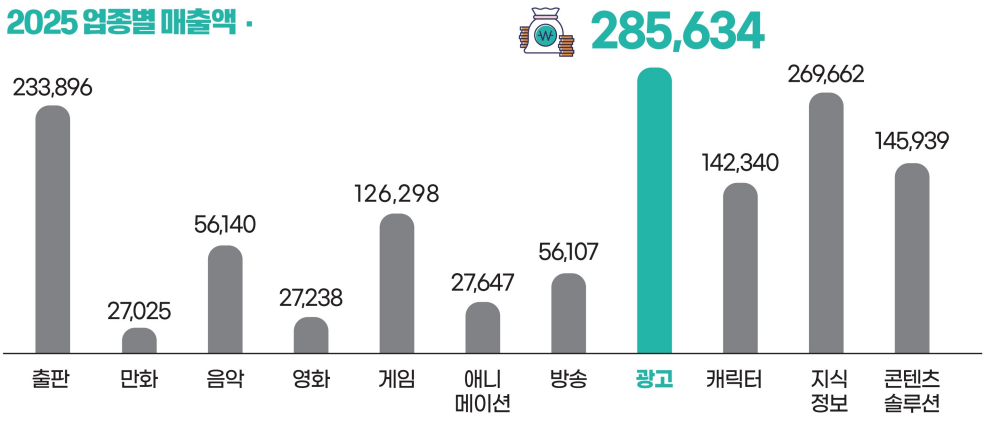
· 2025 업종별 종사자 수 ·



③ 매출액 (단위 : 백만 원)

2025년
1,397,926

· 2025 업종별 매출액 ·



부산정보산업진흥원
Busan IT Industry Promotion Agency

Chapter 01

현황 분석

1. 국내외 콘텐츠산업 동향 분석
2. 전국 콘텐츠산업 현황
3. 부산 콘텐츠산업 현황
4. 2025년 부산 콘텐츠산업 주요 행사

1. 국내외 콘텐츠산업 동향 분석

1) 국내 콘텐츠산업 동향[1)]

(1) 산업 규모 및 성장 추이

❍ 시장 규모 : 2025년 국내 콘텐츠산업 매출은 161조 4,839억 원으로 전년 동기 대비 2.6% 증가하였으며, 수출은 149억 582만 달러로 전년 동기 대비 5.9% 증가, 종사자는 69만 3,090명으로 전년 동기 대비 0.7% 증가함

❍ 산업별로는 음악, 영화, 캐릭터 분야가 매출액을 중심으로 높은 증가세를 보였으며, 방송 및 영상, 광고, 지식정보 분야도 완만한 성장세를 나타냄. 반면 콘텐츠솔루션과 애니메이션 분야는 종사자 수 및 매출액 감소가 나타났으며, 만화 분야는 사업체 수와 종사자 수 감소폭이 상대적으로 크게 나타남

(2) 콘텐츠산업 내 분야별 규모 및 비중

❍ 매출은 지식정보(16.5%), 방송 및 영상(15.3%), 게임(14.9%) 순으로 비중이 높았으며, 수출에서는 게임(57.7%), 음악(16.0%), 방송 및 영상(9.1%) 순으로, 종사자 수는 출판(25.9%), 지식정보(13.5%), 게임(13.0%) 순으로 높게 나타남

[표1-1] 콘텐츠산업 내 분야별 규모 및 비중

[Unit: %]

순위	매출		수출		종사자	
1	지식정보	16.5	게임	57.7	출판	25.9
2	방송 및 영상	15.3	음악	16.0	지식정보	13.5
3	게임	14.9	방송 및 영상	9.1	게임	13.0
4	출판	14.8	지식정보	6.1	광고	11.2
5	광고	12.0	캐릭터	3.5	음악	10.9
6	음악	9.5	출판	2.6	방송 및 영상	7.4
7	콘텐츠솔루션	6.4	만화	1.8	콘텐츠솔루션	6.0
8	캐릭터	4.4	콘텐츠솔루션	1.4	영화	4.1
9	영화	3.1	광고	0.8	만화	4.0
10	만화	2.3	애니메이션	0.7	캐릭터	2.8
11	애니메이션	0.8	영화	0.3	애니메이션	1.0

1) 본 국내 콘텐츠산업 동향 분석은 한국콘텐츠진흥원의 「2025년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석」 보고서를 종합·재구성하여 작성하였음

(3) 산업별 주요 동향[2)]

① 출판

❍ 2025년 출판산업은 종이책 중심 시장의 구조적 감소가 이어지는 가운데, 장르별 수요 집중과 디지털 플랫폼 성장, 온라인 유통 구조 변화가 동시에 나타난 한 해였음

❍ 종이책 시장 감소 흐름과 오프라인 유통망 불안정성 부각

- 판매 감소가 지속되며 종이책 시장 위축이 이어졌음. 1분기 판매 부수는 2023년 동기 대비 6.2% 감소했으며, 2분기 판매 부수도 전년 동기 대비 10.3% 감소했음. 판매금액 역시 감소했으나 평균 판매단가는 상승해 일부 감소 폭을 완화하는 구조가 나타났음
- 1분기에는 국내 4대 도서 도매업체 중 하나인 '북플러스'가 유동성 위기로 파산 선고를 받았음. 약 600여 개의 거래 출판사가 영향을 받은 것으로 추산되며, 도매 중심 오프라인 유통 구조의 불안정성이 드러났음

❍ 산업 침체 속 한국 문학 중심의 판매 확대

- 산업 전반이 다소 침체된 상황에서도 인터넷 서점 예스24 기준 2025년 7월 소설·시·희곡 분야 도서 판매는 전년 동기 대비 47.8% 증가했음
- 한강 작가의 노벨문학상 수상과 2025년 서울국제도서전 흥행 등이 맞물리며 '한국 소설' 판매량은 7월 기준 전년 동기 대비 83.2%, '한국 시'는 34.3% 상승했음. 전반적 시장 감소 흐름 속 한국 문학 장르에 수요가 집중되는 현상이 확인됐음

❍ 디지털 출판 플랫폼 실적 확대 및 구독 기반 성장 지속

- 종이책 시장 감소와 대비해 디지털 콘텐츠 중심 성장이 이어졌음. 밀리의 서재는 기존 구독자 기반의 '락인(Lock-in) 효과'와 신규 구독자 유입에 힘입어 13분기 연속 성장했음
- 주요 플랫폼인 밀리의 서재는 제휴 채널을 통한 B2BC 매출이 전년 동기 대비 73% 증가했으며, 웹툰·웹소설 등으로 콘텐츠를 확장했음. 3분기 매출은 228억 원(23% 증가), 영업이익은 43억 원(37% 증가)으로 분기 최대 실적을 기록했음

❍ 온라인 유통 시장 재편 및 수익구조 관련 이슈 부각

- 온라인 유통 중심 이동이 가속화되며 유통 구조 재편 흐름이 강화됐음. 아동도서 및 요리책 분야에서 쿠팡이 기존 온라인서점 3사를 제치고 매출 1위로 추정되는 등 유통 시장의 중심 이동 현상이 나타났음
- 동시에 쿠팡이 통상 약 65% 수준으로 형성된 공급률의 인하를 요구하고, 매출의 일정 비율을 성장장려금 명목으로 수취하는 구조와 관련해 업계의 우려가 제기됐음. 이에 따라 온라인 유통 환경 변화가 산업 이슈로 부각됐음

2) 본 산업별 주요 동향 분석은 한국콘텐츠진흥원의 「2025 콘텐츠산업 동향분석(1~3분기)」 보고서를 종합·재구성하여 작성하였음

② 만화

❍ 2025년 만화산업은 주요 플랫폼 실적의 회복 흐름과 함께 IP 사업 중심 수익 구조 강화와 영상화 기반 IP 선순환 구조 확산이 동시에 나타난 한 해였음

❍ 주요 플랫폼 실적 변동 속 글로벌 사업 확대

- 연초에는 플랫폼별 실적이 엇갈리며 변동성이 나타났음. 네이버 웹툰엔터테인먼트는 환율 영향으로 1분기 매출이 전년 동기 대비 0.3% 감소했으나, 환율 변동 요인을 제외할 경우 성장 흐름은 유지된 것으로 나타났음. 반면 카카오 콘텐츠 부문 매출은 감소세를 보였음
- 이후 네이버는 2분기부터 전년 동기 대비 증가로 전환됐으며, 3분기에는 연결 기준 매출 3억 7,800만 달러(약 5,200억 원)를 기록하며 성장 흐름을 이어갔고, 스튜디오N의 영화 '좀비딸', 넷플릭스 '닭강정' 등의 성과에 힘입어 IP 사업 매출이 전년 대비 168.7% 증가하며 전체 실적을 견인했음
- 카카오 역시 스토리 매출이 회복 흐름을 보였고 일본 자회사 카카오재팬의 웹툰 플랫폼 픽코마(Piccoma) 매출이 성장했으며, 3분기에는 엔화기준 분기 최대 매출을 기록하고 일본 앱 마켓 누적 거래액 1위를 유지하는 등 글로벌 사업 비중 확대가 확인됐음. 이에 따라 플랫폼 중심 글로벌 확장 전략이 산업 성장의 핵심 축으로 자리 잡았음

❍ 슈퍼 IP 중심 성장 구조와 IP 확장 전략 병행

- '나 혼자만 레벨업'과 같은 슈퍼 IP의 글로벌 성과가 산업 성장의 핵심 동력으로 작용했음. 해당 작품은 글로벌 누적 조회 수 142억 회, 열람자 1억 7,500만 명을 기록하는 등 대표적 성공 사례로 평가됐음
- 다만 특정 IP 의존 구조에 대한 우려도 지속적으로 제기됐으며, 신규 글로벌 경쟁력을 갖춘 IP 발굴 필요성이 함께 강조됐음

❍ 영상화 흥행을 통한 IP 선순환 구조 확산

- 웹툰 원작 영상 작품의 흥행이 원작 조회 수와 매출을 견인하는 구조가 뚜렷해졌음
- '중증외상센터'는 넷플릭스 공개 이후 원작 조회 수가 공개 전 대비 68배 증가했으며, '약한영웅 Class 2'는 전 세계 63개국 TOP10에 오르며 완결 이후 감소세에 있던 원작 매출이 20배 이상 증가했음
- '서울 자가에 대기업 다니는 김 부장 이야기' 드라마 공개 이후에도 원작 웹툰 조회 수가 30배 이상 증가하는 등 영상화 기반 IP 확장 및 수직 계열화 전략이 산업 성장 구조로 자리 잡는 흐름이 나타났음

③ 음악

❍ **2025년 음악산업은 공연 시장의 지속적 성장과 글로벌 투어 확대를 중심으로 높은 성장세를 이어간 한 해였으며, 상반기 음반 판매 감소 이후 하반기 회복 전환, 음원 플랫폼 경쟁 구조 변화가 동시에 나타났음**

❍ 공연 시장 성장과 글로벌 투어 확대

- 2025년 대중음악 공연 시장은 전년 동기 대비 증가 흐름을 지속했음. 3분기 기준 공연 건수는 1,000건 이상을 유지했고, 총 티켓 판매 수는 200만 건, 티켓 판매액은 2,600억 원 수준을 기록하며 공연 매출이 산업 성장을 견인했음
- 평균 티켓 단가 또한 3분기 기준 약 13만 원으로 상승하며 고가 티켓 중심 수익 구조가 강화됐음
- 주요 엔터테인먼트사들은 글로벌 투어 성과에 힘입어 실적이 크게 개선됐음. 하이브는 3분기 공연 매출이 전년 동기 대비 231% 증가한 2,450억 원을 기록했으며, JYP는 분기 매출 2,326억 원으로 역대 최고치를 달성했음. YG와 SM 역시 월드 투어 확대에 따라 매출 및 영업이익이 크게 확대됐음

❍ 음반 판매 구조의 변동과 하반기 회복 전환

- 상반기에는 음반 판매량이 감소세를 보였으며, 2분기에는 전년 동기 대비 23.8% 감소하는 등 감소 폭이 확대됐음. 밀리언셀러를 달성한 앨범 수도 줄어들며 피지컬 시장 둔화 흐름이 나타났음
- 3분기에는 음반 판매량이 전년 동기 대비 15.6% 증가하며 회복세로 전환됐고, 밀리언셀러 수 또한 증가했음. Stray Kids(스트레이 키즈)의 'KARMA'는 336만 장 판매를 기록하며 연중 최고 판매 앨범으로 집계됐음

❍ 음원 시장 경쟁 구도 변화와 글로벌 영향력 확대

- 국내 음원 시장에서는 유튜브 뮤직과 스포티파이 등 해외 플랫폼 이용자 규모가 국내 플랫폼을 상회하는 구조가 본격화됐음. 2025년 5월 기준 스포티파이 MAU는 359만 명으로 증가하며 주요 국내 플랫폼을 추월했고, 1위 유튜브 뮤직과의 격차 역시 빠르게 좁혀졌음
- 글로벌 음원 시장에서도 K-팝의 영향력이 확대됐음. 블랙핑크의 '뛰어(JUMP)'는 글로벌 차트 1위를 기록했고, 넷플릭스 애니메이션 '케이팝 데몬 헌터스' OST '골든'은 미국 빌보드 '핫 100'에 통산 6주간 정상에 오르는 등 성과를 거두었음

④ 영화

❍ **2025년 영화산업은 극장 매출 및 관객 수의 전반적 감소가 이어지며 구조적 침체가 심화된 가운데, 외국 영화 및 애니메이션 중심의 선택적 회복과 글로벌 OTT 종속 심화, 가성비 중심의 대안적 제작 방식의 부상이 동시에 나타난 한 해였음**

❍ 상반기 급격한 수요 위축과 극장 산업 침체 고착화

- 2025년 상반기 전체 극장 매출은 전년 동기 대비 33.2%, 관객 수는 32.5% 감소하며 침체가 구조화되는 흐름을 보였음. 2분기에 매출이 소폭 반등(2.5% 증가)했으나, 1분기의 급격한 하락(매출 33.6% 감소, 관객 32.6% 감소)을 상쇄하기에는 역부족이었음
- 흥행 성과가 소수 대작에 집중되며 상반기 매출 300억 원 이상 영화는 '미션 임파서블: 파이널 레코닝'과 '야당' 두 편에 불과했으며, 이러한 수요 위축은 대형 멀티플렉스 극장 체인의 영업손실로 이어지며 극장 산업의 수익 기반을 약화시켰음
- 특히 한국영화는 매출이 전년 동기 대비 43.1% 감소했고 관객 수는 42.7% 감소하여 시장 평균보다 더 크게 하락해 점유율이 50.0%까지 낮아졌음. 이에 더해 세계 최고 권위의 칸 영화제에서 3년 연속 한국 장편영화가 초청받지 못하는 이른바 '칸 쇼크'가 발생하며 산업 내 'K-무비 위기론'이 확산됨

❍ 외화·애니메이션 중심의 단기 반등과 흥행 구조 재편

- 3분기 영화산업 전체 매출은 전기 대비 11.7%, 전년 동기 대비 8.2% 증가하며 회복 신호가 나타났으나, 정작 전체 극장 매출은 전년 대비 1% 감소(관객 수 4% 감소)하며 정체된 가운데, 한국영화 매출은 전년 동기 대비 34% 감소한 반면 외국영화 매출은 52% 증가하며 실적 양극화가 뚜렷했음
- 극장 회복의 동력은 한국영화가 아닌 할리우드 블록버스터와 일본 애니메이션이었음. 7월 'F1 더 무비', '쥬라기 월드: 새로운 시작'이 각각 매출 200억 원·관객 200만 명을 돌파했고, 9월 일본 애니메이션 '극장판 귀멸의 칼날: 무한성편' 등의 흥행으로 외국영화 매출과 관객 수가 전년 동월 대비 2배 이상 증가했음

❍ 글로벌 OTT 종속 심화 및 제작·배급 구조 변화

- 넷플릭스는 '약한영웅 Class 2' 등 국내 성공 IP를 자사 오리지널 라인업으로 편입시키고, 연상호 감독의 '계시록', 변성현 감독의 '굿뉴스' 등 굵직한 상업 영화들을 극장 개봉 없이 플랫폼 직행으로 확보하며 콘텐츠 주도권을 강화했음
- 제작비 상승과 투자 회수 환경 악화 속에서 연상호 감독의 영화 '얼굴'이 약 2억 원의 초저예산으로 100만 관객을 돌파하며 110억 원의 흥행을 기록하는 등 제작사와 배급사 모두가 부담을 줄일 수 있는 방식에 대한 관심이 높아지고 있음을 보여줌
- 또한 관객 감소 환경에 대응해 기존 '수요일 개봉' 관행에서 벗어나 주말 관객을 집중적으로 모으는 '금요일 개봉' 방식이 다시 등장하는 등 배급 방식의 변화도 시도됨

⑤ 게임

❍ 2025년 게임산업은 신작 부재와 역기저 효과로 상반기 실적 둔화를 겪었으나, 하반기 주요 신작 흥행과 글로벌 시장 공략 확대, 비용 구조 개선 전략 등을 통해 점진적인 회복 흐름이 나타난 한 해였음

❍ 신작 의존 구조에 따른 산업 변동성 확대

- 1분기 넥슨과 크래프톤은 글로벌 지역 다각화와 대형 IP 경쟁력을 기반으로 호실적을 기록했으나, 신작 모멘텀이 부재한 일부 기업들은 수익성 악화를 겪으며 기업 간 실적 격차가 확대되는 양상이 나타났음
- 2분기에는 산업 전체 매출이 전년 동기 대비 8.6% 감소하며 둔화가 두드러졌는데, 이는 성장을 이끌 대형 신작 부재와 전년도 높은 실적에 따른 '역기저 효과'가 복합적으로 작용한 결과임
- 특히 중국 시장 매출 변동이 실적에 직접적인 영향을 미치며 넥슨의 중국 '던전앤파이터 모바일' 매출이 전년 대비 52% 급감하는 등 해외 단일 시장 및 신작 의존 구조의 리스크가 재확인됨

❍ 수익성 방어 중심 경영 전략 강화

- 성장 둔화 국면에서 주요 게임사들은 단순한 외형 확장보다는 비용 효율화와 앱마켓 수수료 부담 완화 등 수익성 방어에 초점을 맞춘 체질 개선 전략을 본격화했음
- 넷마블은 자체 PC 결제 시스템 도입을 통해 플랫폼 수수료를 7.8% 절감하며 2분기 영업이익률 14.1%를 달성하며 구조적인 수익 개선을 도모함
- 엔씨소프트는 해외 법인 인력 100명 감축에 이어 국내에서도 200~300명 규모의 추가 구조조정을 추진하며 고정비 절감에 나섰고, 엑솔라 등 외부 결제 솔루션과 연계한 수수료 절감 전략도 확산되는 흐름을 보였음

❍ 하반기 대형 신작 흥행과 글로벌 시장 확장 가시화

- 3분기 산업 매출이 전분기 대비 8.5% 증가하며 반등 조짐을 보인 가운데, 넷마블의 신작 '뱀피르(Vampir)'가 출시 한 달 만에 4천만 달러(약 530억 원) 매출을 돌파하며 글로벌 흥행에 성공함
- 크래프톤은 인도 시장에 특화된 '배틀그라운드 모바일 인도(BGMI)'의 폭발적 성과로 3분기 영업이익 3,486억 원을 기록했고, 펄어비스 역시 '검은사막' 호조와 '붉은사막' 기대감으로 흑자 전환(영업이익 106억 원)을 달성함
- 넥슨 자회사 엠바크 스튜디오의 대작 '아크 레이더스'는 적극적인 소통과 업데이트를 바탕으로 출시 12일 만에 400만 장 판매 및 최고 동시 접속자 70만 명을 기록하며 글로벌 콘솔 시장 확장의 가능성을 입증함

⑥ 애니메이션·캐릭터

❍ **2025년 애니메이션·캐릭터산업은 극장 애니메이션 흥행과 캐릭터 IP 사업 확대, 글로벌 유통 확장 등이 맞물리며 산업의 전반적인 회복과 IP 기반 소비 시장 확장의 흐름이 나타난 한 해였음**

❍ 극장 애니메이션 흥행을 중심으로 한 산업 회복세

- 2025년 애니메이션산업 매출은 3분기 기준 전분기 대비 0.5%, 전년 동기 대비 5.7% 증가하며 회복 흐름을 보임
- 일본 애니메이션 '극장판 귀멸의 칼날: 무한성편'은 개봉 직후 높은 예매율을 기록하며 3분기 말 기준 약 567만 명의 관객을 기록하고 2025년 전체 박스오피스 1위이자, 역대 국내 개봉 일본 애니메이션 흥행 1위에 오르는 등 극장가 내 애니메이션의 시장 영향력이 확대됨
- 한국 애니메이션 '킹 오브 킹스(The King of Kings)'는 북미 시장에서 선개봉하여 약 6,000만 달러(약 800억 원) 이상의 수익을 기록하며 글로벌 시장에서의 경쟁력을 입증함

❍ 캐릭터 IP 기반 라이선스 확대 및 오프라인 소비 시장 확장

- 2025년 캐릭터산업은 팝업스토어와 이종 산업 간 브랜드 협업, 라이선스 사업 확대를 중심으로 IP 기반 소비·체험 산업으로 확장되는 흐름을 보임
- 캐릭터 IP를 활용한 팝업스토어가 전통적 강자인 패션 분야를 제치고 주요 소비 채널로 자리 잡았으며, 자동차 및 테마파크 등 다양한 산업과의 브랜드 협업을 통해 오프라인 체험과 IP 활용 범위가 폭넓게 확대됨

❍ 캐릭터 라이선싱 비즈니스 및 산업 교류 활성화

- '캐릭터 라이선싱 페어', '광주 ACE 페어', '대전콘텐츠페어' 등 대규모 산업 행사가 연이어 개최되며 국내외 바이어 참여, B2B 상담 및 협약(MOU) 체결 등 실질적인 비즈니스 교류와 확장이 활발히 이루어짐
- 또한 매년 9월 17일을 '캐릭터의 날'로 제정하여, 캐릭터산업의 사회적 인지도를 높이고 산업적 의미와 가치를 확산하는 움직임도 이어지고 있음

⑦ 방송·영상

❍ 2025년 방송·영상산업은 전통 매체 제작 감소로 내수 실적 변동성이 지속된 가운데, 글로벌 OTT 협력 확대에 따른 K콘텐츠 수출 성장과 국내 OTT 플랫폼 경쟁 심화가 동시에 나타난 한 해였음

❍ 제작 감소 영향으로 방송·영상산업 실적 변동 지속

- 2025년 방송·영상산업 매출은 전반적인 드라마 및 영상 제작 회차 감소의 여파로 1분기에 전년 동기 대비 6.2% 감소하며 하락세로 출발했음
- 3분기에는 전년 동기 대비 0.1% 소폭 증가하며 보합세를 보였으나, 내수 시장의 성장보다는 글로벌 흥행작 보유 여부에 따라 기업별 실적이 크게 엇갈리는 양극화 현상이 두드러졌음
- 스튜디오드래곤의 경우 1분기 방영작 수가 전년 대비 16.9% 감소하는 등 전통적인 방송 편성 물량은 줄어들고 있으나, 글로벌 OTT 선판매와 동시 방영 실적이 전체 수익을 방어하는 핵심 구조로 고착화됨

❍ 글로벌 OTT 협력 확대와 K콘텐츠 수출 성장

- 국내 주요 제작사들의 글로벌 플랫폼 밸류체인 편입이 가속화되며, 콘텐츠리중앙(SLL)은 전체 매출의 절반 이상(56%)을 해외에서 창출했고, SBS는 넷플릭스와 연간 500억~600억 원 규모의 장기 콘텐츠 공급 계약을 체결함
- 특히 스튜디오드래곤은 글로벌 OTT 동시 방영 및 선판매 확대에 힘입어 3분기 매출이 전년 동기 대비 51.1% 증가한 1,365억 원을 기록하며 실적 성장을 견인했음
- 또한 tvN 드라마 '폭군의 셰프'가 넷플릭스 글로벌 비영어권 TV 부문 1위를 2주 연속 차지하는 등 K콘텐츠의 글로벌 확장 가능성이 다시 한 번 입증되며 국내 제작사의 글로벌 유통 구조가 강화되는 흐름을 보였음

❍ OTT 플랫폼 경쟁 심화와 국내 OTT 시장 재편

- 2025년 국내 OTT 시장에서는 넷플릭스가 선두를 유지하는 가운데 토종 플랫폼인 티빙과 쿠팡플레이가 뒤를 잇는 '1강 2중' 경쟁 구조가 더욱 공고해지는 양상을 보였음
- 넷플릭스는 K콘텐츠 흥행을 바탕으로 2025년 10월 기준 국내 이용자 수 1,504만 명을 돌파하며 최고치를 기록하는 등 성장세와 시장 지배력을 유지했음
- 이에 대응하여 티빙과 웨이브는 조건부 합병 승인 이후 결합 상품인 '더블 이용권'을 출시해 월간 활성 이용자 수(MAU) 합산 1,158만 명을 확보하는 등 플랫폼 통합 전략을 통한 경쟁력 강화에 나섰음

⑧ 광고

❍ **2025년 광고산업은 전통 매체 광고의 침체가 지속되는 가운데 디지털·플랫폼 광고와 리테일 미디어 네트워크(RMN) 중심으로 산업 구조 재편이 가속화된 한 해였음**

❍ 전통 매체 광고 침체 장기화와 광고 시장 위축

- 2025년 1분기 광고산업 매출은 전분기 대비 35.5% 감소했으며, 정치적 이슈와 사회적 분위기 영향으로 기업들의 광고 집행이 위축되면서 특히 방송광고 시장이 큰 타격을 받았음
- 2분기에도 광고산업 매출은 전년 동기 대비 13.4% 감소하며 침체가 이어졌고, 3분기 역시 전년 동기 대비 12.6% 감소하는 등 전통 광고 시장의 부진이 지속되는 흐름을 보였음
- 글로벌 경기 불확실성과 미국 관세 영향 등 대외 환경도 광고 집행 위축 요인으로 작용하며 광고 대행사 및 글로벌 마케팅 기업의 실적에도 영향을 미쳤음

❍ 디지털·플랫폼 광고 중심 성장 구조 강화

- 전통 매체 광고 영향력이 감소하는 가운데 검색광고, 소셜미디어 광고 등 디지털 광고의 중요성이 지속적으로 확대되는 흐름을 보였음
- 네이버와 카카오 등 플랫폼 기업들은 광고 및 커머스 사업을 중심으로 광고 매출 성장세를 유지하며 디지털 광고 시장에서 주요 사업자로 자리매김함
- 광고 대행사 역시 디지털 광고 및 ATL 매체 확장 전략을 통해 사업 포트폴리오를 다변화하며 시장 변화에 대응하는 모습을 보였음

❍ 리테일 미디어 네트워크(RMN) 부상과 퍼스트파티 데이터 가치 확대

- 구글의 서드파티 쿠키 지원 중단 계획과 개인정보 보호 강화 추세로 퍼스트파티 데이터를 보유한 유통 플랫폼의 광고 가치가 빠르게 상승하며 리테일 미디어 네트워크(RMN)가 광고산업의 핵심 트렌드로 부상했음
- GS리테일이 전국 오프라인 매장에 디지털 사이니지 기반 광고 시스템을 구축하고, BGF리테일(CU)이 AI 카메라 기술을 활용한 타겟팅 광고 실증을 진행하는 등 방대한 오프라인 매장 데이터를 바탕으로 한 리테일 미디어 네트워크(RMN) 맞춤형 광고 시장으로의 재편이 주요 트렌드로 부상함

⑨ 지식정보·콘텐츠솔루션

❍ **2025년 지식정보산업·콘텐츠솔루션산업은 AI 기술이 본격적으로 실적에 반영되며 플랫폼, 클라우드, 결제 및 콘텐츠 제작 전반에서 수익 구조 재편과 견조한 외형 성장이 가속화된 한 해였음**

❍ 지식정보 중심의 외형 성장과 AI 상용화 본격화

- 3분기 기준 지식정보산업 매출은 전년 동기 대비 8.8% 증가하며 성장세를 확대하였으며, 이는 상반기 'AI 적용' 단계를 넘어 하반기에는 AI가 광고·커머스 등 핵심 매출을 직접 견인하는 구조로 진입했음을 의미함
- 네이버는 에드부스트 등 검색·쇼핑·광고에 AI를 접목한 전략이 성과로 이어지며 3분기 연결 매출 3조 1,381억 원, 영업이익 5,706억 원을 기록했고, 전년 동기 대비 각각 15.6%, 8.6% 증가하며 역대 최대 실적을 달성했음
- 카카오 역시 3분기 매출이 전년 동기 대비 9% 증가한 가운데, AI 기반 광고 및 비즈니스 메시지 상품 호조로 핵심인 톡비즈 광고 매출이 전년 동기 대비 11% 증가하며 성공적인 플랫폼 수익 모델 고도화를 이어갔음

❍ AI 인프라·클라우드 수요 급증과 글로벌 확장 가속

- AI 모델 학습과 서비스 운영에 필요한 GPU 및 데이터센터 수요가 급증하며 글로벌 클라우드 시장 경쟁이 심화되었고, 국내에서도 주요 사업자들이 AI 워크로드 증가에 대응해 인프라 확충을 본격화했음
- 네이버는 엔비디아와의 협력을 비롯해 사우디아라비아 합작법인 설립을 통한 중동 데이터센터 구축, 소버린 글로벌 LLM 확장 등 해외 AI 사업을 본격화하며 인프라 기반 경쟁력을 크게 강화했음
- 이는 1분기 통신사 중심의 AI 데이터센터 성장 흐름이 2·3분기를 거치며 본격적인 글로벌 클라우드 인프라 확장 국면으로 전환되고 있음을 보여줌

❍ 결제·제작·번역 등 솔루션 분야의 고도화 및 글로벌 밸류체인 편입

- NHN KCP, 토스페이먼츠, KG이니시스 등 주요 결제 사업자들은 디지털 소비 확대와 플랫폼 거래액 증가에 힘입어 안정적 성장세를 유지했으며, AI 기반 이상거래 탐지와 데이터 분석 고도화로 수익성 개선을 이뤄냈음
- 국내 주요 VFX 스튜디오 및 제작 기술 기업들은 글로벌 OTT 및 할리우드 블록버스터 프로젝트에 핵심 기술 파트너로 참여하며 국내 제작 솔루션 산업이 글로벌 밸류체인에 성공적으로 편입되는 흐름을 보였음

2) 해외 콘텐츠산업 동향[3)]

(1) 글로벌 콘텐츠 시장 산업별 점유율

❍ 2024년 글로벌 콘텐츠 시장은 출판과 영화산업을 제외한 모든 분야에서 성장을 이어가며, 전년 대비 6.6% 증가한 2조 1,729억 달러 규모를 기록함

❍ 특히 광고, 게임, 캐릭터·라이선스 산업은 글로벌 콘텐츠 시장 전체 성장의 핵심 동력으로 작용하고 있으며, 전반적인 산업 활력을 높이는 것으로 나타남

❍ 글로벌 콘텐츠 시장 산업별 점유율은 광고가 37.7%(약 9,354억 6,600만 달러)로 압도적인 1위를 차지한 것으로 나타남

❍ 그 뒤를 이어 방송·영상 19.5%, 캐릭터·라이선스 13.7% 순으로 높게 나타났으며, 이들 상위 3개 분야의 비중이 전체 콘텐츠 시장의 70.9%를 차지하는 것으로 분석됨

[표1-2] 글로벌 콘텐츠 시장 산업별 점유율

[Unit: %]

순위	산업분류	2020	2024p	2029
1	출판	7.1	8.0	7.8
2	만화	0.5	0.5	0.6
3	음악	1.7	3.0	2.8
4	게임	9.8	8.5	9.1
5	영화	0.6	1.2	1.3
6	애니메이션	0.1	0.3	0.3
7	방송·영상	22.9	19.5	16.8
8	광고	32.9	37.7	41.7
9	지식정보	10.5	7.6	5.8
10	캐릭터·라이선스	13.9	13.7	13.8

(2) 글로벌 콘텐츠 시장 규모 및 전망

❍ 2024년 기준 미국은 전 세계에서 가장 큰 콘텐츠 시장을 형성하고 있으며, 그 규모는 9,704억 7,100만 달러로 나타남. 이는 3,393억 9,500만 달러로 2위에 오른 중국의 약 2.9배 수준이며, 세계 콘텐츠 시장의 44.7%를 차지하는 것으로 분석됨

❍ 한국 콘텐츠 시장 규모는 2024년 기준 431억 6,900만 달러로 집계되어 지난해에 이어 8위를 유지하였으며, 2023년(408억 4,900만 달러) 대비 5.7% 증가한 것으로 나타남. 다만 조사 대상 32개국 중 성장률은 24위, 연평균 성장률 기준으로는 25위에 머물러 향후 성장 동력 확보가 필요한 것으로 분석됨

3) 본 해외 콘텐츠산업 동향 분석은 한국콘텐츠진흥원의 「2025 해외 콘텐츠시장 분석」 보고서를 종합·재구성하여 작성하였음

❍ 향후 5년간 연평균 성장률이 높을 것으로 전망되는 국가는 튀르키예(9.47%), 인도네시아(8.65%), 아르헨티나(8.39%), 사우디아라비아(8.11%), 인도(7.91%) 순으로 나타남

[표1-3] 글로벌 콘텐츠 시장 규모 및 전망

[Unit: 백만 달러, %]

순위	국가	2020	2024p	2029	'24-'29 CAGR*
1	미국	705,256	970,471	1,200,444	4.35
2	중국	249,683	339,395	464,597	6.48
3	영국	81,658	120,835	156,400	5.30
4	일본	96,374	118,736	136,385	2.81
5	독일	89,648	116,512	132,278	2.57
6	프랑스	49,420	62,682	74,733	3.58
7	캐나다	39,477	56,013	67,423	3.78
8	한국	33,039	43,169	51,478	3.58
9	오세아니아	29,855	42,646	52,754	4.35
10	이탈리아	28,570	38,575	45,805	3.50
11	인도	22,693	36,983	54,109	7.91
12	브라질	21,409	32,757	42,603	5.40
13	스페인	20,908	30,244	37,427	4.35
14	멕시코	18,274	29,932	40,890	6.44
15	인도네시아	10,655	18,249	27,636	8.65
16	대만	10,328	14,286	18,017	4.75
17	스웨덴	10,151	13,931	16,379	3.29
18	폴란드	8,558	12,313	15,681	4.95
19	태국	7,442	10,566	13,115	4.42
20	사우디아라비아	6,227	10,072	14,876	8.11
21	필리핀	5,273	7,743	10,197	5.66
22	아랍에미리트	4,362	6,651	8,603	5.28
23	싱가포르	4,767	6,434	8,287	5.19
24	남아프리카공화국	4,509	6,428	7,918	4.26
25	말레이시아	4,057	5,524	7,210	5.47
26	이스라엘	4,182	5,486	6,398	3.12
27	튀르키예	2,165	5,140	8,082	9.47
28	칠레	3,060	4,288	5,572	5.38
29	페루	2,988	4,133	5,351	5.30
30	이집트	1,015	1,376	1,959	7.32
참고**	아르헨티나	993	1,333	1,994	8.39
	러시아	18,194	21,008	33,719	9.93

* '24-'29 CAGR : 2024년부터 2029년까지 연평균 복합성장률
** 참고 : 러시아, 베트남은 산출 기준이 달라 순위 비교를 하지 않음

(3) 글로벌 산업 트렌드 분석

① 글로벌 OTT 플랫폼 경쟁 및 구조 재편

❍ 2025년 글로벌 방송·영상(스트리밍) 시장은 가입자 확대 중심 성장에서 가입자당 평균매출(ARPU) 개선 중심으로 목표를 전환했으며, 이를 위해 대규모 번들링, 숏폼 UI 도입, 철저한 현지화 전략이 구체적으로 실행된 한 해였음

❍ 수익성 방어를 위한 글로벌 플랫폼 간 대규모 합종연횡(번들링) 가속

- 글로벌 스트리밍 시장의 구독 피로도와 요금 인상에 대응하기 위해, 경쟁 OTT 간 결합(번들) 상품 출시가 시장의 핵심 생존 모델로 자리 잡음
- 미국 최대 유료방송 사업자 컴캐스트(Comcast)는 넷플릭스(광고형)·피콕·애플TV+를 결합한 '스트림세이버(StreamSaver)'를 전격 출시함
- 인도에서는 지오시네마와 디즈니+핫스타가 합병한 '지오핫스타(JioHotstar)'가 출범해 2025년 1분기 시장 점유율 1위를 단숨에 차지했으며, 태국 통신사 AIS는 넷플릭스와 아이치이(iQIYI) 등 6개 대형 OTT를 묶은 번들 상품을 출시하는 등 아시아 전역에서 결합 전략이 본격화됨

❍ 스트리밍의 전통 TV 추월 및 숏폼·AI 기술을 결합한 플랫폼 진화

- 2025년 5월, 미국 전체 TV 시청 시간 중 스트리밍 점유율이 44.8%(6월 46.0%)를 기록하며 사상 최초로 지상파와 케이블 방송 합산 점유율(44.2%)을 넘어서는 구조적 역전이 일어남
- 플랫폼 체류 시간을 늘리기 위해 북미 광고 기반 무료 스트리밍(FAST) '투비(Tubi)'는 세로 스크롤 방식의 숏폼 클립 UI인 '씬(Scenes)'을 도입했으며, 피콕(Peacock) 역시 숏폼 영상 기능을 테스트하는 등 롱폼 소비를 유도하기 위한 플랫폼 진화가 두드러짐
- 또한 미국 NBC 스포츠가 2024 파리 올림픽 중계에 AI 자동 하이라이트 시스템(WSC Sports)을 도입하고, 아마존 프라임 비디오가 AI 다국어 더빙을 시범 적용하는 등 영상 제작·편집 전반에 AI가 내재화됨

❍ 로컬 OTT의 1위 탈환과 K-콘텐츠를 활용한 글로컬(Glocal) 전략 강화

- 자국어 및 현지 문화 기반 콘텐츠를 앞세운 로컬 플랫폼의 지배력이 크게 확대됨. 중동·아프리카(MENA) 지역에서는 로컬 OTT '샤히드(Shahid)'가 현지 콘텐츠(편성 비중 50% 이상)를 무기로 넷플릭스(아랍어 콘텐츠 비중 4%)를 제치고 지역 시장 점유율 1위를 기록함
- 이에 맞서 글로벌 플랫폼들도 로컬 파트너십을 강화하고 있으며, 넷플릭스는 2025년 하반기부터 SBS 신작 드라마(〈트라이〉 등)를 전 세계 동시 공개하는 파트너십을 체결함
- 더불어 홍콩 기반 OTT '뷰(Viu)'는 남아프리카공화국 시장 공략을 위해 〈조폭인 내가 고등학생이 되었습니다〉, 〈선재 업고 튀어〉 등 한국 드라마를 현지 공용어인 줄루어(Zulu)로 더빙해 서비스하는 등 초국경적 현지화 경쟁이 치열하게 전개됨

② 콘텐츠 IP 기반 산업 생태계 확장

❍ **글로벌 콘텐츠 시장은 단일 장르의 성공에 머물지 않고 만화, 애니메이션, 게임, 영상 등 다매체로 원천 IP를 무한 확장하는 '원 소스 멀티 유즈(OSMU)' 전략과 오프라인 공간을 결합한 IP 활용 모델이 수익 다각화의 핵심 전략으로 자리 잡음**

❍ 웹툰·웹소설 기반 크로스미디어 수익 모델 확대

- 한국 웹툰 〈나 혼자만 레벨업〉은 TV 애니메이션 방영 이후 모바일 게임 'Solo Leveling: ARISE'로 확장되며 출시 3개월 만에 글로벌 매출 1억 달러와 1,500만 다운로드를 돌파하는 등 크로스미디어 수익화의 대표 사례로 부상함
- 네이버웹툰은 글로벌 누적 조회 수 14억 회를 기록한 〈일렉시드〉의 일본 애니메이션 제작을 발표하는 등 웹툰 플랫폼이 원천 IP의 글로벌 팬덤을 검증하는 핵심 테스트베드 역할을 수행하고 있음

❍ 아시아 권역 내 초국경적 IP 공동 제작 활성화

- 한국 CJ ENM과 일본 지상파 TBS는 3년간 영화 2편, 드라마 3편을 공동 제작하는 파트너십을 체결하고 2025년 7월 첫 작품 〈첫사랑 도그즈〉를 공개하며 양국의 자본과 기획력을 결합함
- 또한 스튜디오드래곤이 기획하고 일본 쇼치쿠가 제작을 맡은 아마존 프라임 비디오의 〈내 남편과 결혼해줘〉 일본판처럼, 한국의 원천 IP와 일본의 제작 인프라가 결합하는 초국경적 협업 모델이 지속적으로 확대됨

❍ 리테일·테마파크와 결합한 장소 기반 경험(LBE) 부상

- 북미와 유럽을 중심으로 장소 기반 경험(LBE)의 전략적 가치가 커지며, 독일 유로파파크 등 주요 테마파크의 자체 캐릭터 IP 공간 확장에 힘입어 2024년 테마파크 산업 전체가 약 15억 유로의 사상 최대 매출을 기록한 것으로 추정됨
- 라이프스타일 브랜드 미니소(MINISO)는 캐나다 토론토에 약 3,200제곱피트 규모의 IP 컬렉션 스토어를 열고 산리오, 해리포터 등 멀티 IP 테마 구역을 조성했으며, 사우디아라비아에서도 인기 애니메이션 〈마사미르〉를 활용한 시뮬레이터 라이드와 포토존 등 몰입형 체험 공간이 빠르게 성장함

③ 생성형 AI 기반 콘텐츠 제작 및 저작권 이슈 확대

❍ **생성형 AI 기술이 콘텐츠 가치사슬 전반에 상용화되면서 제작 효율성과 콘텐츠 초개인화를 이끌고 있으나, 동시에 '인간의 저작성' 판단 기준과 투명성 확보 등 새로운 규제 체계 구축이 글로벌 콘텐츠 산업의 주요 정책 이슈로 부상함**

❍ 콘텐츠 제작 밸류체인 전반의 AI 활용 확대

- 스포츠 및 방송 중계 분야에서는 미국 NBC 스포츠가 파리 올림픽에 자동 하이라이트 AI 시스템(WSC Sports)을 도입해 방대한 영상을 배포했고, 사우디 미디어 기업 MBC 그룹은 CAMB.AI와 협력해 150개 이상 언어로 실시간 번역·더빙을 지원함
- 한국 카카오엔터테인먼트는 웹툰 컷과 대사를 분석해 30초 요약 영상을 자동 생성하는 AI 기술 '헬릭스 숏츠'를 도입해 노출 작품 거래액을 약 40% 증가시키는 상업적 성과를 달성함

❍ AI 창작물에 대한 법적 기준 마련

- 미국 저작권청은 2025년 3월 보고서를 통해 AI가 전적으로 생성한 콘텐츠는 저작권 보호 대상에서 제외하고 '인간의 창작적 기여'를 필수 기준으로 명시하며 가이드라인을 세움
- 또한 미국 테네시주가 아티스트의 목소리 무단 AI 복제를 금지하는 'ELVIS법'을 시행하고 브라질 역시 AI 시스템을 위험 수준에 따라 분류하는 규제 법안을 상원 통과시키는 등 글로벌 AI 거버넌스 논의가 가속화됨

❍ 디지털 접근성 및 포용 규범 확산

- 유럽연합(EU)은 시각·청각 장애인의 디지털 미디어 접근성을 보장하기 위해 2025년 6월부터 '유럽 접근성법(EAA)'을 본격 시행함
- 이에 따라 유럽 내 방송사 및 글로벌 플랫폼 사업자들은 콘텐츠 유통 시 폐쇄형 자막(Closed Caption) 및 음성 해설(Audio Description) 제공 의무를 지게 되었으며, 이는 이용자 보호 중심의 새로운 디지털 규범이 산업 표준으로 자리 잡았음을 의미함

④ 신흥 콘텐츠 시장 성장 및 글로벌 시장 다변화

❍ **서구권 중심이었던 콘텐츠 시장의 주도권이 인구 구조와 모바일 이용 확산을 기반으로 중동·아프리카, 동남아시아, 중남미 등 신흥 시장으로 빠르게 이동하고 있으며, 글로벌 인센티브 경쟁에 따른 로케이션 다변화와 '글로컬' 콘텐츠의 강세가 두드러짐**

❍ 신흥국 중심 콘텐츠 시장 고성장

- 사우디아라비아(35세 미만 인구 71%), 이집트(30세 미만 인구 60% 이상) 등 청년층 인구 비중이 압도적으로 높은 중동·아프리카 국가들이 모바일 중심의 콘텐츠 소비 폭발을 주도함
- 2024~2029년 전 세계 콘텐츠 시장의 연평균 성장률(CAGR) 전망치에서도 튀르키예(9.47%), 인도네시아(8.65%), 아르헨티나(8.39%), 사우디아라비아(8.11%), 인도(7.91%) 등 신흥국이 글로벌 성장을 견인할 5대 핵심 엔진으로 부상함

❍ 할리우드 파업 여파와 글로벌 제작 거점(로케이션) 분산 경쟁

- 2023년 미국 작가·배우 조합 파업 여파와 제작비 상승으로 인해 2025년 1분기 할리우드 촬영일 수가 전년 동기 대비 22.4% 감소하는 등 북미 중심의 제작 쏠림 현상이 완화됨
- 그 틈을 타 영국은 시각효과(VFX) 비용 공제율을 39%로 확대하고 독일은 연방 정부 제작 지원 기금을 2억 5천만 유로로 2배 증액하는 등 제작 유치 경쟁이 심화됨
- 태국 역시 외국 제작사 대상 세금 환급 상한선을 폐지하고 최대 30%의 리베이트를 제공하며 2025년 상반기에만 약 28억 6,600만 바트의 경제 효과를 창출함

❍ 로컬 정체성을 강조한 '글로컬(Glocal) 콘텐츠' 흥행

- 군사 독재 등 자국의 역사적 상처를 다룬 브라질 영화 〈아임 스틸 히어〉는 자국 내에서만 500만 명 이상의 관객을 동원하며 역대 흥행 5위에 올랐고, 오스카상 유력 후보로 거론되는 등 엄청난 반향을 일으킴
- 아시아에서는 태국의 코미디 드라마 〈할머니가 죽기 전 백만장자가 되는 법〉이 자국뿐 아니라 인도네시아, 말레이시아 등 동남아 전역에서 신드롬급 흥행을 기록하며 지역 특화 서사가 글로벌 시장에서도 경쟁력을 가질 수 있음을 입증함

⑤ 팬덤 기반 캐릭터·라이선스 소비 확대

❍ 전 연령층을 아우르는 슈퍼 팬덤(Super Fan) 문화가 음악, 캐릭터 등 전 장르로 확산되며 소비재와 엔터테인먼트의 경계를 허무는 하이브리드 바이럴 마케팅 시대를 열었음

❍ 스트리밍을 넘어선 음악산업의 '슈퍼 팬' 중심 구조 재편

- 디지털 음원 스트리밍 수익의 한계를 극복하기 위해 플랫폼과 아티스트들은 코어 팬덤(슈퍼 팬)의 결속력과 생애 가치(LTV)를 극대화하는 오프라인 경험에 집중하고 있음
- 스포티파이는 아시아 팬들을 겨냥한 'K-Pop ON! 허브'를 론칭하고, 필리핀 마닐라에서 대규모 오프라인 팝업 행사인 '캐럿 스테이션 마닐라(Carat Station Manila)'를 개최하는 등 온라인 청취를 오프라인 굿즈 구매 및 팬 이벤트로 연결하는 하이브리드 마케팅을 전개함

❍ 캐릭터 IP 소비 타깃 확장과 키덜트(Kidult) 현상 심화

- 유럽과 북미 장난감 시장에서 성인층(키덜트)의 구매력이 폭발적으로 증가하며 장난감이 아동 전유물에서 청장년층의 정서적 만족과 수집 욕구를 충족하는 팝 컬처 아이템으로 진화함
- 이탈리아의 15~25세 청년층 대상 캐릭터 선호도 조사 결과, 〈드래곤볼〉(6.4%), 〈스파이더맨〉(5.4%), 〈배트맨〉(5.0%) 등 서사가 깊은 코믹스 및 슈퍼히어로 프랜차이즈가 아동용 IP를 제치고 최상위권을 차지하며 캐릭터 소비층이 성인 시장으로 확대되고 있음이 확인됨

❍ 디지털-오프라인을 잇는 숏폼(Short-form) 기반 콘텐츠 바이럴 마케팅 확대

- 모바일 퍼스트 세대를 중심으로 틱톡, 유튜브 쇼츠 등 숏폼 미디어를 통한 바이럴이 실제 만화책 구매나 영화 티켓 파워로 직결되는 현상이 전 세계적인 트렌드로 나타남
- 출판 만화 시장에서는 틱톡의 '#ComicTok' 해시태그 챌린지를 통한 인플루언서의 추천이 특정 만화의 판매량을 급증시키고 있으며, 북미 Z세대의 59%가 숏폼 콘텐츠를 시청한 후 새로운 롱폼 영화나 시리즈물로 유입되는 등 디지털 소통이 오프라인 콘텐츠 소비로 확장되는 추세임

3) 콘텐츠산업 내 AI 활용 동향 및 사례

(1) 콘텐츠산업별 주 활용 분야[4)]

❍ 만화, 광고를 제외한 모든 산업에서 '콘텐츠 제작'에 생성형 AI를 주로 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 만화산업의 경우 '관리업무', 광고산업의 경우 '마케팅/홍보'에 주로 사용하고 있는 것으로 나타남

[표1-4] 2025년 상반기 콘텐츠산업별 주 활용 분야_1·2순위

[Unit: %]

콘텐츠산업	1순위		2순위	
전체	**콘텐츠 제작**	**63.0**	**콘텐츠 창작**	**40.0**
출판	콘텐츠 제작	60.0	콘텐츠 창작	43.3
만화	관리	85.3	마케팅/홍보	82.4
음악	콘텐츠 제작	63.0	관리	40.7
게임	콘텐츠 제작	71.2	콘텐츠 창작	56.2
영화	콘텐츠 제작	77.8	콘텐츠 창작	68.9
애니메이션	콘텐츠 제작	79.1	사업기획	60.5
방송	콘텐츠 제작	80.0	콘텐츠 창작	62.2
광고	마케팅/홍보	63.0	사업기획	40.7
캐릭터	콘텐츠 제작	64.3	관리	21.4
지식정보	콘텐츠 제작	56.8	사업기획	37.0
콘텐츠솔루션	콘텐츠 제작	39.5	사업기획, 관리	32.6

(2) AI 도입으로 변화하는 콘텐츠 제작 생태계[5)]

❍ AI는 스토리 기획–원본 제작–후반 편집–현지화–유통·마케팅까지 제작 전 과정에 광범위하게 적용되며, 콘텐츠 제작 방식을 구조적으로 변화시키는 핵심 기술로 자리 잡음

❍ 이미지·영상 생성, 음성 합성, 자동 편집, 배경·채색 자동화 등 제작 효율을 높이는 기술이 확산되면서 제작 속도·비용·품질이 동시에 개선되는 흐름이 나타남

(3) 산업군별 대표 활용 사례

① 영상·영화 분야 – 제작 공정의 자동화와 고도화[6)]

❍ 넷플릭스·디즈니 등 글로벌 기업은 프리비즈(pre-visualization), 합성, 업스케일링 등 고비용 공정을 AI 기반으로 자동화하며 제작 기간과 비용을 체계적으로 절감하는 전략을 강화함

4) 본 내용은 한국콘텐츠진흥원의 「[KOCCA포커스 통권 201호: AI 시리즈 4권] CONTENT with AI: 2025년 콘텐츠산업 생성형 AI 활용 동향과 일자리 변화」 보고서를 종합·재구성하여 작성하였음
5) "Deloitte, 「2024 Media and Entertainment Industry Outlook」, 2025.11.11."
"PwC, 「Global Entertainment & Media Outlook 2024-2028」, 2024.07.16."
6) "AI TIMES, 「넷플릭스, 콘텐츠 제작에 런웨이 동영상 AI 테스트」, 2025.07.22."
"ZDNET Korea, 「넷플릭스·디즈니, 영상 제작에 AI 활용 추진…일자리 위협 우려 ↑」, 2025.07.22."

❍ Runway·Sora 등 생성형 영상 모델은 장면 확장·자동 컷 편집·CG 합성 기능을 제공하며 기존 인력 중심 제작 프로세스를 대체하는 주요 기술로 부상함

❍ 국내 OTT 기업도 AI 기반 더빙·립싱크·번역 기능을 활용해 다국어 버전 제작 속도를 높이며 글로벌 배급 경쟁력을 강화하는 흐름을 보임

② 웹툰·애니메이션 분야 – 반복 공정 자동화와 팬덤 확장[7)]

❍ 웹툰 제작에서는 배경·채색 자동화가 정착되며 반복 작업이 감소하고 연재 속도가 향상되는 효과가 나타남

❍ 애니메이션 제작에서는 리깅·채색·장면 확장 등에 AI가 도입되며 중소 제작사의 제작 품질 경쟁력이 제고되는 흐름이 이어짐

❍ K-애니 '케데헌(K-Pop Devil Hunters)'은 숏폼 확산과 AI 기반 2차 창작(보이스·모션·팬아트 등) 생태계를 결합해 글로벌 팬덤을 확보한 대표 사례로 주목됨

③ 게임 분야 – AI 기반 개발 환경 전환[8)]

❍ 글로벌 게임사는 NPC 대사·행동 생성, 자동 QA, 난이도 조정 등 개발 전 과정에 AI를 적용하며 개발 기간 단축과 서비스 품질 개선을 동시에 추진하고 있음

❍ 그래픽 업스케일링·애니메이션 자동 생성 기술 확산으로 리마스터 제작이 용이해지고, 인디 개발자의 진입 장벽이 낮아지는 구조적 변화가 나타남

④ 방송·OTT 분야 – 현지화(Localization) 혁신과 운영 효율화[9)]

❍ AI 더빙·번역·립싱크 기술은 글로벌 동시 공개를 위한 핵심 인프라로 활용되며, 다국어 제작 비용과 시간을 크게 절감하는 효과를 제공함

❍ Deepdub 등 해외 기업들은 자연스러운 음색 구현 AI를 도입해 기존 성우 녹음 방식 대비 효율성이 크게 향상된 제작 방식을 확산시키고 있음

❍ AI 기반 추천·시청 패턴 분석·운영 자동화는 OTT 플랫폼 경쟁력의 핵심 요소로 자리매김하고 있음

---

7) "한국콘텐츠진흥원, 「2024 만화산업백서」, 2024.10.15."
"한국콘텐츠진흥원(해외 산업동향), 「[도쿄 25-05호] 일본 방송국의 AI 활용 동향」, 2025.07.08."

8) "NVIDIA DEVELOPER, 「DLSS AI Technologies」, 2025.12.05.기준"
"한국콘텐츠진흥원, 「글로벌 게임산업 트렌드」, 2023.06.15."

9) "한국콘텐츠진흥원, 「2025 Vol. 4 K-방송영상콘텐츠의 글로벌 경쟁력 강화」, 2025.10.17."
"Yahoo Finance, 「Deepdub Sees Record Growth in New Revenue Channels for Creative Media Talent Due to AI-Driven Localization Surge」, 2025.08.21."

⑤ 크리에이터·1인 미디어 분야 – 제작 공정의 대폭 자동화[10)]

❍ CapCut·Vrew·Runway 등 AI 편집 도구는 촬영본 정리·컷 분할·자막 생성·음성 보정 등을 자동화하며 크리에이터의 제작 생산성을 크게 향상시키는 역할을 수행함

❍ AI 요약·더빙·리포맷팅 기술 확산으로 원본 콘텐츠를 숏폼·롱폼·SNS용·다국어 버전 등 다양한 형태로 손쉽게 변환하는 제작 환경이 구축되고 있음

⑥ 캐릭터·브랜딩·팬덤 분야 – 2차 창작 생태계 확장[11)]

❍ 생성형 AI는 팬아트·밈·리믹스 등 비공식 2차 창작 활동을 촉진하며 IP 확산 속도를 크게 높이는 핵심 요인으로 작용함

❍ 버추얼 휴먼·AI 아이돌은 광고·브랜드 협업·라이브 스트리밍 등 다양한 영역에서 활용되며 기업의 마케팅 자산으로 부상함

❍ 이미지·음성 생성 기술의 확산과 함께 저작권 보호·식별 기술도 고도화되면서 IP 관리 체계의 필요성이 증가하고 있음

(4) AI 기반 콘텐츠 제작 확산이 불러온 산업 구조 변화[12)]

❍ AI 자동화는 중소 제작사와 독립 크리에이터의 진입 장벽을 낮추어 실험적·다양한 콘텐츠 제작을 촉진하는 긍정적 효과를 창출하고 있음

❍ 반면, 기술·데이터·서버 인프라를 보유한 글로벌 플랫폼 중심의 경쟁력 집중 현상이 심화되면서 산업 내 기술 격차가 확대되는 양면성이 존재함

❍ AI 도입이 영상·웹툰·애니·게임·크리에이터 등 전 장르로 확산되면서 콘텐츠는 단순한 제작물이 아니라, AI 기술과 결합해 지속적으로 확장·재생산되는 IP 자산으로 재정의되고 있음

(5) AI 접목이 가져오는 산업적 시사점[13)]

❍ 콘텐츠 기업·플랫폼·크리에이터는 AI를 생산성 제고뿐 아니라 확산력·수익모델·글로벌 진출 전략까지 재편하는 핵심 기술로 인식하며 전략적 도입을 확대하고 있음

❍ 향후 콘텐츠 경쟁력은 AI 활용 능력, 저작권·윤리 대응, 글로벌 현지화 속도, IP 확장성을 중심으로 구분될 것이며, 산업 전반에서 AI 기반 제작 체계로의 본격적인 전환이 이루어질 것으로 판단됨

---

10) "한국디지털콘텐츠학회, 「AI 기반 영상 콘텐츠 저작도구의 유형 및 동향」, 2024.06."
"THE CHOSUN Daily, 「YouTube launches AI tools to ease video creation, monetization, 2025.09.18."
11) "한국콘텐츠진흥원, 「2024 캐릭터산업백서」, 2024.10.29."
"The Korea Herald, 「AI-powered virtual idols raise ethical hazards」, 2025.07.11."
12) "정보통신정책연구원, 「생성형 AI가 미디어 분야에 미칠 영향」, 2024.04."
"OECD, 「OECD Digital Economy Outlook 2024 (Volume 1)」, 2024.05.14."
13) "Deloitte, 「2024 Media and Entertainment Industry Outlook」, 2025.11.11."
"월간 CEO&, 「양날의 검, 생성형 AI와 미디어산업」, 2025.07.01."

2. 전국 콘텐츠산업 현황[14)]

1) 콘텐츠산업 통계조사 개요

❍ 콘텐츠산업 통계조사는 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원에서 콘텐츠산업 분야의 통계자료 확보 및 지표를 제공하기 위해 매년 콘텐츠산업 사업체를 대상으로 실시하는 조사임

- 「2024년 기준 콘텐츠 산업조사」는 2024년 기준 콘텐츠 조업실적이 있는 사업체를 대상으로, 25년 10월부터 11월까지 실시함

❍ 콘텐츠산업 특수분류는 출판, 만화, 음악, 영화, 게임, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연 12개 산업으로 구성됨

- 「2024년 기준 콘텐츠 산업조사」는 공연을 제외한 11개 대분류, 49개 중분류, 128개 소분류로 구성된 분류체계 적용

[표1-5] 콘텐츠산업 통계조사 산업분류

대분류	중분류
출판	출판업, 인쇄업, 출판 도소매업, 온라인 출판 유통업, 출판 임대업
만화	만화 출판업, 온라인 만화 제작·유통업, 만화책 임대업, 만화 도소매업
음악	음악 제작업, 음악 및 오디오물 출판업, 음반 복제 및 배급업, 음반 도소매업, 온라인 음악 유통업, 음악 공연업, 노래연습장 운영업
영화	영화 제작, 지원 및 유통업, 디지털 온라인 유통업
게임	게임 제작 및 배급업, 게임 유통업
애니메이션	애니메이션 제작업, 애니메이션 유통 및 배급업, 온라인 애니메이션 유통업
방송	지상파방송, 유선방송, 위성방송, 방송채널 사용사업, 인터넷 영상물 제공업, 방송 영상물 제작업
광고	광고대행업, 광고제작업, 광고전문 서비스업, 인쇄업, 온라인광고 대행업, 옥외광고 대행업
캐릭터	캐릭터 제작업, 캐릭터 상품 유통업
지식정보	e-learning업, 기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업, 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업, 가상세계 및 가상현실업
콘텐츠솔루션	콘텐츠솔루션업, 컴퓨터그래픽스(CG) 제작업

14) 본 전국 콘텐츠산업 현황은 한국콘텐츠진흥원의 「2024년 기준 콘텐츠 산업조사」 보고서를 종합·재구성하여 작성하였음

2) 전국 콘텐츠산업 현황

(1) 콘텐츠산업 현황 총괄

❍ 2024년 콘텐츠산업 사업체 수는 12만 875개로 전년 대비 2.4% 증가함

- 산업별 사업체 수는 음악산업이 가장 많고(3만 7,082개), 다음으로 출판산업(3만 3,629개), 지식정보산업(1만 3,831개) 순으로 높게 나타남

❍ 종사자 수는 68만 8,121명으로 전년 대비 3.4% 증가함

- 출판산업의 종사자가 가장 많고(18만 1,024명), 다음으로 지식정보산업(9만 2,656명), 게임산업(8만 7,576명) 순으로 높게 나타남

❍ 매출액은 157조 4,021억 원으로 전년 대비 2.1% 증가함

- 방송산업의 매출액 규모가 가장 크며(24조 9,943억 원), 다음으로 지식정보산업(24조 6,991억 원), 출판산업(24조 2,238억 원) 순으로 높게 나타남

❍ 부가가치액은 56조 9,577억 원, 수출액은 140억 7,543만 달러로 전년 대비 5.5% 증가했으며 가장 큰 비중을 차지하는 산업은 게임산업(85억 346만 달러)으로 나타남. 반면, 수입액은 9억 1,556만 달러로 전년 대비 2.4% 증가함

[표1-6] 콘텐츠산업 현황 총괄

구분	사업체 수 (개)	종사자 수 (명)	매출액 (백만원)	부가가치액 (백만원)	수출액 (천달러)	수입액 (천달러)	수출입차액 (천달러)
전체	**120,875**	**688,121**	**157,402,114**	**56,957,707**	**14,075,430**	**915,564**	**13,159,866**
출판	33,629	181,024	24,223,751	10,292,241	402,167	289,508	112,659
만화	4,991	29,279	3,426,069	1,342,493	263,471	6,780	256,691
음악	37,082	73,677	13,272,894	3,821,796	1,801,449	17,669	1,783,780
영화	6,441	28,899	4,938,567	1,204,555	41,929	36,729	5,199
게임	9,156	87,576	23,851,525	10,245,030	8,503,466	245,574	8,257,892
애니메이션[15]	773	6,832	1,139,258	340,015	114,400	14,699	99,701
방송	1,163	51,923	24,994,345	7,181,293	1,257,183	75,162	1,182,021
광고	6,688	75,860	19,788,517	6,067,159	117,825	112,853	4,972
캐릭터	4,722	19,400	7,095,869	2,148,373	459,238	89,630	369,608
지식정보	13,831	92,656	24,699,149	10,035,188	874,430	10,230	864,200
콘텐츠솔루션	2,399	40,996	9,972,171	4,279,563	239,873	16,730	223,143

15) 극장 매출액 및 방송사 수출액에 대한 부가가치액 제외

(2) 사업체 수

❍ 2024년 콘텐츠산업 사업체 수는 12만 875개로 전년 대비 2.4% 증가함

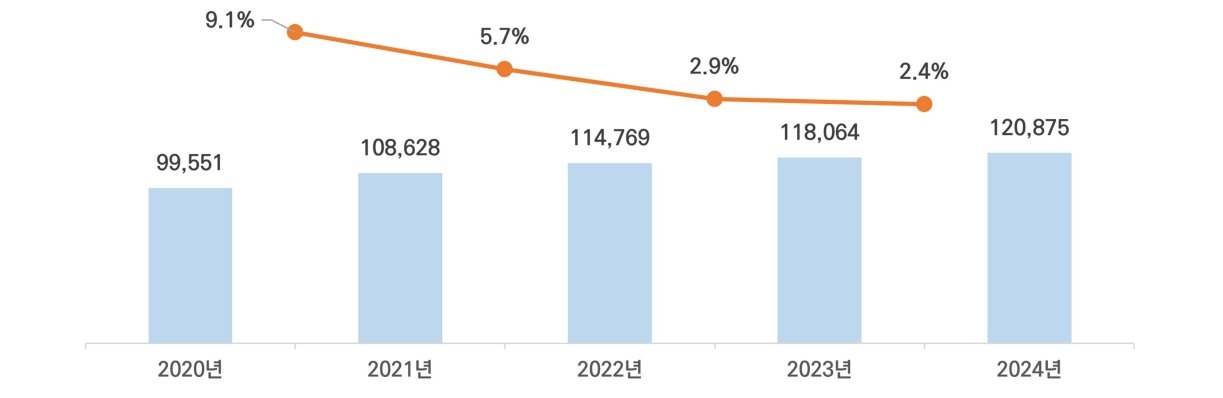
- 전년 대비 증감률은 지식정보산업이 10.7%로 가장 높고, 다음으로 애니메이션산업이 8.4%로 나타남
- 반면, 타 산업 대비 영화산업이 가장 큰 폭으로 감소함(-6.3%)

❍ 2020년부터 2024년도까지 연평균 증감률은 5.0%이며, 영화산업이 가장 큰 폭으로 증가함(62.8%)

❍ 산업별 사업체 수 비중은 음악산업(30.7%), 출판산업(27.8%), 지식정보산업(11.4%) 순으로 높게 나타남

[그림1-1] 콘텐츠산업 사업체 수 및 전년 대비 증감률

[Base: 개, Unit: %]



[표1-7] 콘텐츠산업 사업체 수

구분	2020년 (개)	2021년 (개)	2022년 (개)	2023년 (개)	2024년 (개)	비중 (%)	전년 대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
전체	**99,551**	**108,628**	**114,769**	**118,064**	**120,875**	**100.0**	**2.4**	**5.0**
출판	25,244	34,011	34,652	32,457	33,629	27.8	3.6	7.4
만화	6,144	4,919	5,004	4,862	4,991	4.1	2.7	△5.1
음악	33,138	34,001	33,626	36,259	37,082	30.7	2.3	2.9
영화	916	1,034	7,020	6,872	6,441	5.3	△6.3	62.8
게임	11,541	10,991	10,272	9,612	9,156	7.6	△4.7	△5.6
애니메이션	490	647	696	713	773	0.6	8.4	12.1
방송	1,070	1,133	1,154	1,155	1,163	1.0	0.7	2.1
광고	6,337	6,627	6,667	6,639	6,688	5.5	0.7	1.4
캐릭터	2,700	2,901	3,169	4,617	4,722	3.9	2.3	15.0
지식정보	9,949	10,108	10,185	12,489	13,831	11.4	10.7	8.6
콘텐츠솔루션	2,022	2,256	2,324	2,389	2,399	2.0	0.4	4.4

(3) 매출액

❍ 2024년 콘텐츠산업 매출액은 157조 4,021억 원으로 전년 대비 2.1% 증가함

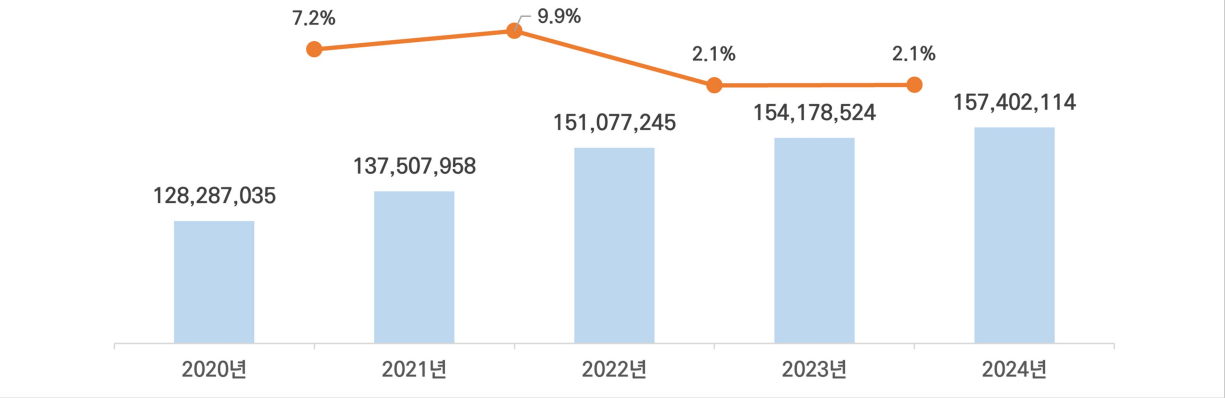
- 전년 대비 증감률은 만화산업이 25.1%로 가장 높고, 다음으로 음악산업 5.1%로 나타남
- 반면, 타 산업 대비 영화산업이 가장 큰 폭으로 감소함(-16.3%)

❍ 2020년부터 2024년도까지 연평균 증감률은 5.2%이며, 만화산업이 가장 큰 폭으로 증가함(22.2%)

❍ 산업별 매출액 비중은 방송산업(15.9%), 지식정보산업(15.7%), 출판산업(15.4%) 순으로 높게 나타남

[그림1-2] 콘텐츠산업 매출액 및 전년 대비 증감률

[Base: 백만원, Unit: %]



[표1-8] 콘텐츠산업 매출액

구분	2020년 (백만원)	2021년 (백만원)	2022년 (백만원)	2023년 (백만원)	2024년 (백만원)	비중 (%)	전년 대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
전체	**128,287,035**	**137,507,958**	**151,077,245**	**154,178,524**	**157,402,114**	**100.0**	**2.1**	**5.2**
출판	21,648,849	24,697,753	25,191,702	23,895,591	24,223,751	15.4	1.4	2.8
만화	1,534,444	2,132,149	2,624,004	2,739,495	3,426,069	2.2	25.1	22.2
음악	6,064,748	9,371,728	11,009,624	12,633,331	13,272,894	8.4	5.1	21.6
영화	2,987,075	3,246,109	7,369,200	5,903,094	4,938,567	3.1	△16.3	13.4
게임	18,885,484	20,991,342	22,214,886	22,964,221	23,851,525	15.2	3.9	6.0
애니메이션	553,290	755,520	921,022	1,132,612	1,139,258	0.7	0.6	19.8
방송	21,964,722	23,970,790	26,014,717	25,042,096	24,994,345	15.9	△1.6	3.3
광고	17,421,750	18,921,883	19,666,138	19,419,770	19,788,517	12.6	1.9	3.2
캐릭터	12,218,706	5,003,988	5,372,788	6,928,242	7,095,869	4.5	2.4	△12.7
지식정보	19,373,367	19,946,243	21,493,067	23,624,752	24,699,149	15.7	4.5	6.3
콘텐츠솔루션	5,635,230	8,470,614	9,110,097	9,535,220	9,972,171	6.3	4.6	15.3

(4) 종사자 수

❍ 2024년 콘텐츠산업 종사자 수는 68만 8,121명으로 전년 대비 3.4% 증가함

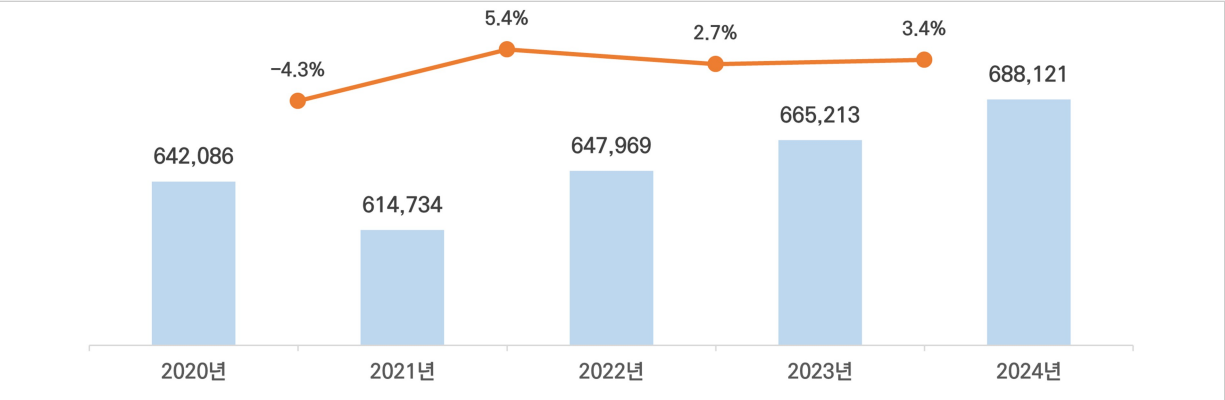
- 전년 대비 증감률은 만화산업이 116.2%로 가장 높고, 다음으로 애니메이션산업 6.5%로 나타남
- 반면, 타 산업 대비 영화산업이 가장 큰 폭으로 감소함(-8.0%)

❍ 2020년부터 2024년도까지 연평균 증감률은 1.7%이며, 영화산업이 가장 큰 폭으로 증가함(28.8%)

❍ 산업별 종사자 수 비중은 출판산업(26.3%), 지식정보산업(13.5%), 게임산업(12.7%) 순으로 높게 나타남

[그림1-3] 콘텐츠산업 종사자 수 및 전년 대비 증감률

[Base: 명, Unit: %]



[표1-9] 콘텐츠산업 종사자 수

구분	2020년 (명)	2021년 (명)	2022년 (명)	2023년 (명)	2024년 (명)	비중 (%)	전년 대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
전체	**642,086**	**614,734**	**647,969**	**665,213**	**688,121**	**100.0**	**3.4**	**1.7**
출판[16]	185,444	175,898	173,167	182,874	181,024	26.3	△1.0	△0.6
만화	11,230	10,825	12,185	13,543	29,279	4.3	116.2	27.1
음악	65,464	59,583	60,996	69,942	73,677	10.7	5.3	3.0
영화	10,497	13,240	36,601	31,403	28,899	4.2	△8.0	28.8
게임	83,303	81,856	84,347	84,970	87,576	12.7	3.1	1.3
애니메이션	5,472	6,131	6,373	6,417	6,832	1.0	6.5	5.7
방송	50,239	50,160	51,639	52,597	51,923	7.5	△1.3	0.8
광고	68,888	74,485	75,338	74,616	75,860	11.0	1.7	2.4
캐릭터[17]	36,505	16,597	17,154	19,018	19,400	2.8	2.0	△14.6
지식정보	93,182	87,704	90,652	90,661	92,656	13.5	2.2	△0.1
콘텐츠솔루션	31,863	38,256	39,516	39,172	40,996	6.0	4.7	6.5

16) 계약배달 판매업(신문배달판매) 종사자 제외

17) 캐릭터산업 내 캐릭터상품 유통업 종사자 중 인터넷쇼핑몰, 홈쇼핑, 편의점, 재래시장, 인터넷/모바일/게임콘텐츠(아바타 등) 관련 종사자 제외

3. 부산 콘텐츠산업 현황[18)]

1) 부산 콘텐츠산업 현황 및 여건

(1) 사업체 수

❍ 2024년 기준 부산 콘텐츠산업 사업체 수는 6,964개로 전국 콘텐츠산업 사업체 수(120,863개) 대비 5.8% 수준으로 나타남

❍ 산업별 전국 대비 부산 비중은 광고산업이 9.7%로 가장 높게 나타났으며, 지식정보산업(6.8%), 출판산업(6.1%), 캐릭터산업(5.6%) 순으로 나타남

❍ 반면 애니메이션산업(2.3%), 영화산업(3.9%), 방송산업(3.9%)은 전국 대비 상대적으로 낮은 비중을 나타냄

❍ 특히 광고산업, 지식정보산업, 출판산업, 캐릭터산업은 전국 대비 부산 비중이 상대적으로 높게 나타나 부산 콘텐츠산업의 주요 사업체 기반을 형성하고 있는 것으로 분석됨

[표1-10] 부산 콘텐츠산업 연도별 사업체 수

구분	2022년 (개)	2023년 (개)	2024년 (개)	비중 (%)	전년 대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
전국	114,754	118,034	120,863	100.0	2.4	2.6
부산	**5,813**	**6,873**	**6,964**	**5.8**	**1.3**	**9.4**

[표1-11] 부산 콘텐츠산업 업종별 사업체 수 및 전국 대비 비중

구분	전국(개)	부산(개)	전국 대비 부산 비중(%)
전체	120,863	**6,964**	5.8
출판	33,629	**2,062**	6.1
만화	4,991	**286**	5.7
음악	37,082	**1,958**	5.3
영화	6,441	**250**	3.9
게임	9,156	**442**	4.8
애니메이션	773	**18**	2.3
방송	1,151	**45**	3.9
광고	6,688	**651**	9.7
캐릭터	4,722	**265**	5.6
지식정보	13,831	**935**	6.8
콘텐츠솔루션	2,399	**52**	2.2

18) 본 부산 콘텐츠산업 현황은 한국콘텐츠진흥원의 「2024년 기준 콘텐츠 산업조사」 보고서를 종합·재구성하여 작성하였음

(2) 매출액

❍ 2024년 기준 부산 콘텐츠산업 매출액은 3조 5,979억 원으로 전국 콘텐츠산업 매출액(157조 1,358억 원)의 2.3% 수준으로 나타남

❍ 산업별 전국 대비 부산 매출액 비중은 지식정보산업이 4.8%로 가장 높게 나타났으며, 캐릭터산업(3.2%), 광고산업(2.7%), 출판산업(2.4%) 순으로 높게 나타남

❍ 반면 음악산업(1.6%), 게임산업(1.0%), 방송산업(0.9%)은 전국 대비 상대적으로 낮은 비중을 나타냄

❍ 지식정보산업은 전국 대비 부산 사업체 비중(6.8%)과 매출액 비중(4.8%)이 모두 높게 나타나 부산 콘텐츠산업의 핵심 매출 창출 산업으로 분석됨. 반면 방송산업은 사업체 비중(3.9%)에 비해 매출액 비중(0.9%)이 낮게 나타나 사업체 규모 대비 매출 창출 수준은 상대적으로 제한적인 것으로 나타남

[표1-12] 부산 콘텐츠산업 연도별 매출액

구분	2022년 (백만원)	2023년 (백만원)	2024년 (백만원)	비중 (%)	전년 대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
전국	150,977,062	153,869,458	157,135,831	100.0	2.1	2.0
부산	**2,531,691**	**3,624,325**	**3,597,875**	**2.3**	**△0.7**	**19.2**

[표1-13] 부산 콘텐츠산업 업종별 매출액 및 전국 대비 비중

구분	전국(백만원)	부산(백만원)	전국 대비 부산 비중(%)
전체	157,135,831	**3,597,875**	2.3
출판	24,223,751	**582,244**	2.4
만화	3,426,069	**74,728**	2.2
음악	13,272,894	**214,469**	1.6
영화	4,938,567	**110,651**	2.2
게임	23,851,525	**236,946**	1.0
애니메이션	872,974	**17,795**	2.0
방송	24,994,345	**220,693**	0.9
광고	19,788,517	**538,950**	2.7
캐릭터	7,095,869	**228,619**	3.2
지식정보	24,699,149	**1,175,220**	4.8
콘텐츠솔루션	9,972,171	**197,560**	2.0

(3) 종사자 수

❍ 2024년 기준 부산 콘텐츠산업 종사자 수는 23,683명으로 전국 콘텐츠산업 종사자 수(668,939명)의 3.5% 수준으로 나타남

❍ 산업별 전국 대비 부산 종사자 비중은 광고산업이 5.7%로 가장 높게 나타났으며, 캐릭터산업(5.0%), 음악산업(4.8%), 영화산업(4.7%), 만화산업(4.6%) 순으로 높게 나타남

❍ 반면 콘텐츠솔루션산업(1.5%), 애니메이션산업(1.1%), 방송산업(1.7%)은 전국 대비 상대적으로 낮은 비중을 나타냄

❍ 광고산업은 전국 대비 부산 사업체 비중(9.7%)과 종사자 비중(5.7%)이 모두 높게 나타나 부산 콘텐츠산업의 대표적인 고용 기반 산업으로 분석됨. 반면 방송산업은 사업체 비중(3.9%)에 비해 종사자 비중(1.7%)이 낮게 나타나 사업체 규모 대비 고용 규모는 상대적으로 제한적인 것으로 나타남

[표1-14] 부산 콘텐츠산업 연도별 종사자 수

구분	2022년 (명)	2023년 (명)	2024년 (명)	비중 (%)	전년 대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
전국	626,396	646,536	668,939	100.0	3.5	3.3
부산	**21,656**	**22,516**	**23,683**	**3.5**	**5.2**	**4.6**

[표1-15] 부산 콘텐츠산업 업종별 종사자 수 및 전국 대비 비중

구분	전국(명)	부산(명)	전국 대비 부산 비중(%)
전체	668,939	**23,683**	3.5
출판	161,842	**5,578**	3.4
만화	29,279	**1,342**	4.6
음악	73,677	**3,531**	4.8
영화	28,899	**1,357**	4.7
게임	87,576	**2,608**	3.0
애니메이션	6,832	**72**	1.1
방송	51,923	**882**	1.7
광고	75,860	**4,317**	5.7
캐릭터	19,400	**966**	5.0
지식정보	92,656	**2,419**	2.6
콘텐츠솔루션	40,996	**612**	1.5

2) 부산 콘텐츠산업 구조적 특징

(1) 사업체 기반 대비 산업 규모의 한계

❍ 부산 콘텐츠산업은 전국 콘텐츠산업 사업체 수의 5.8%를 차지하고 있으나, 매출액 비중은 2.3%, 종사자 수 비중은 3.5% 수준으로 나타나 사업체 기반에 비해 산업 규모는 상대적으로 제한적인 것으로 분석됨

❍ 이는 부산 콘텐츠산업이 일정 수준의 산업 기반을 형성하고 있으나, 전국 콘텐츠산업 내 매출 및 고용 규모 비중은 상대적으로 낮은 구조적 특성을 보이고 있음을 의미함

(2) 지식정보산업 중심의 매출 구조

❍ 부산 콘텐츠산업은 지식정보산업이 사업체 수 비중(6.8%)과 매출액 비중(4.8%) 모두 높은 수준을 나타내며 지역 콘텐츠산업의 핵심 산업으로 자리하고 있음

❍ 특히 지식정보산업은 부산 콘텐츠산업 내 가장 높은 매출 규모를 기록하고 있어 지역 콘텐츠산업의 매출 창출을 견인하는 핵심 산업으로 분석됨

(3) 광고·캐릭터·음악산업 중심의 고용 구조

❍ 광고산업, 캐릭터산업, 음악산업은 전국 대비 종사자 비중이 상대적으로 높게 나타나 부산 콘텐츠산업의 주요 고용 기반 산업으로 분석됨

❍ 특히 광고산업은 사업체 수 비중(9.7%)과 종사자 수 비중(5.7%)이 모두 높게 나타나 부산 콘텐츠산업 내 사업체 기반과 고용 기반이 함께 형성된 산업으로 분석됨

(4) 산업 간 규모 편차

❍ 부산 콘텐츠산업은 산업별 사업체 수, 매출액, 종사자 수 규모에 차이가 나타나는 것으로 분석됨

❍ 지식정보산업은 매출 규모 측면에서 가장 높은 비중을 차지하고 있는 반면, 애니메이션산업은 사업체 수, 매출액 및 종사자 수 모두 낮은 수준을 나타냄. 또한 콘텐츠솔루션산업 역시 사업체 수와 종사자 수 비중이 상대적으로 낮게 나타나 산업 간 규모 편차가 존재하는 것으로 분석됨

(5) 부산 콘텐츠산업 구조의 특징

❍ 부산 콘텐츠산업은 전국 대비 비중이 높은 광고·지식정보·출판 분야를 중심으로 사업체 기반이 형성되어 있으며, 지식정보산업 중심의 매출 구조와 광고·캐릭터 중심의 고용 구조가 복합적으로 나타나는 것으로 분석됨

❍ 또한 산업별로 사업체 수, 매출액, 종사자 수의 분포가 상이하게 나타나 산업별 기능과 역할에 차이가 존재하는 것으로 분석됨

3) 부산 콘텐츠산업의 성장 특성

(1) 전국 대비 높은 성장세

❍ 최근 3년간 부산 콘텐츠산업 사업체 수는 연평균 9.4% 증가하여 전국 평균(2.6%)을 크게 상회하는 것으로 나타남

❍ 같은 기간 종사자 수는 연평균 4.6%, 매출액은 연평균 19.2% 증가하여 전국 평균 증가율(종사자 3.3%, 매출액 2.0%)보다 높은 성장세를 보임

❍ 이는 부산 콘텐츠산업이 현재 산업 규모는 크지 않으나 최근 성장 속도 측면에서는 전국 평균을 상회하는 것으로 분석됨

(2) 성장과 규모 간 격차

❍ 부산 콘텐츠산업은 사업체 수, 매출액, 종사자 수 모두 증가세를 보이고 있으나 전국 대비 비중은 각각 5.8%, 2.3%, 3.5% 수준에 머무르고 있음

❍ 특히 사업체 비중 대비 매출액 비중이 상대적으로 낮게 나타나 산업 성장세가 산업 규모 확대로 완전히 연결되지는 않은 것으로 분석됨

❍ 이는 산업의 양적 성장과 함께 기업 규모화 및 매출 창출력 제고가 필요한 단계임을 보여줌

(3) 산업별 성장 기반의 차별화

❍ 사업체 기반은 광고·지식정보·출판산업을 중심으로 형성되어 있는 반면, 매출 규모는 지식정보산업, 고용 규모는 광고·캐릭터산업을 중심으로 나타남

❍ 산업별로 사업체 수, 매출액, 종사자 수의 분포가 상이하게 나타나고 있어 산업별 성장 방식과 역할에도 차이가 존재하는 것으로 분석됨

❍ 이에 따라 부산 콘텐츠산업은 단일 산업 중심이 아닌 산업별 특성이 복합적으로 나타나는 성장 구조를 형성하고 있는 것으로 분석됨

4. 2025년 부산 콘텐츠산업 주요 행사[19)]

1) 게임산업[20)]

(1) 지스타(G-STAR) 2025

❍ 지스타 2025는 11월 부산 벡스코에서 개최되었으며, 44개국 1,273개사가 참여해 총 3,269부스를 구성하는 등 국내 최대 게임산업 전시회로서의 위상을 유지함. 행사 기간 약 20만 2천 명이 방문하며 높은 관심과 참여를 이끌어냄

❍ 엔씨소프트, 넷마블, 크래프톤 등 주요 게임기업이 참가하여 신작 공개와 체험존을 운영하였으며, AI 기반 게임프로덕션, AI NPC, AI 대화엔진, AI 퀘스트 자동화 등 AI 기술을 활용한 게임 개발 및 운영 사례가 주요 전시 콘텐츠로 부각됨

❍ 특히 B2B 상담, 글로벌 퍼블리셔-개발사 매칭, IP 라이선싱 기능이 확대되면서 단순 전시 중심 행사에서 산업 교류와 비즈니스 기능을 수행하는 전문 플랫폼으로 역할이 확대되고 있음

❍ 지스타 조직위원회는 2025년을 '양적 성장에서 질적 전환의 원년'으로 제시하며 AI 게임 개발 기술과 글로벌 비즈니스 기능 강화를 중심으로 전문 전시 생태계로의 전환을 추진하고 있음

(2) 부산인디커넥트페스티벌(BIC Festival) 2025

❍ BIC Festival 2025는 41개국 592개 작품이 출품되었으며, 이 중 283개 작품이 전시작으로 선정되는 등 글로벌 인디게임 플랫폼으로서의 위상이 지속적으로 강화되는 것으로 나타남

❍ 온라인 페스티벌은 약 250여 종의 인디게임을 제공하는 전시·참여형 플랫폼으로 운영되었으며, 이용자 리뷰와 SNS 참여, 이벤트 프로그램 등을 통해 개발자와 이용자가 직접 소통하는 참여형 콘텐츠 생태계가 강화되고 있음

❍ 오프라인 행사는 'MATCH YOUR INDIE SPIRIT'를 슬로건으로 참관객과 개발자 간 상호 교류를 강화하는 체험형 전시 중심으로 운영되었으며, 전시·이벤트·라이브 콘텐츠 등이 결합된 복합 참여형 플랫폼으로 확장됨

❍ 또한 BIC 어워드를 통해 신진 개발자 발굴과 글로벌 네트워크 형성이 이루어지고 있으며, 부산은 인디게임의 창작-유통-확산이 연계되는 국내 대표 플랫폼 도시로 자리매김하고 있음

19) 본 2025 부산 콘텐츠산업 주요 행사 내용은 2025년 언론보도, 산업동향 자료 및 관련 기관 공개자료를 종합·재구성하여 작성하였음
20) 게임산업 관련 내용은 부산일보(2025.11.17.)의 「지스타(G-STAR) 2025」 관련 보도자료와 경향신문(2025.08.08.), 부산일보(2025.08.13.)의 「부산인디커넥트페스티벌(BIC Festival) 2025」 관련 보도자료를 종합·재구성함

(3) 부산 게임산업의 시사점

❍ 부산 게임산업은 지스타를 중심으로 한 글로벌 비즈니스 플랫폼과 BIC Festival을 중심으로 한 인디게임 창작 생태계를 동시에 보유하고 있어 산업 성장과 글로벌 진출을 지원하는 이중 구조가 형성된 것으로 나타남

❍ 최근 게임산업은 AI 기술을 활용한 개발 효율화와 콘텐츠 제작 자동화가 확대되고 있으며, AI 기술 활용 역량이 게임기업의 경쟁력 확보 요소로 부상하고 있음

❍ 또한 글로벌 퍼블리셔 연계, IP 라이선싱, 해외시장 진출 지원 기능이 강화되면서 부산은 게임산업의 글로벌 비즈니스 거점으로서의 역할을 확대하고 있음

❍ 이에 따라 부산은 AI 기반 게임 개발 역량, 글로벌 비즈니스 네트워크, 인디게임 창작 생태계를 연계한 게임산업 성장 체계를 구축함으로써 게임산업의 지속가능한 성장 기반을 강화할 필요가 있음

[그림1-4] 부산 게임산업 주요 플랫폼 및 행사



지스타(G-STAR) 2025



부산인디커넥트페스티벌(BIC Festival) 2025

2) 영화산업[21)]

(1) 부산국제영화제(BIFF) 2025

❍ 제30회 부산국제영화제는 2025년 9월 17일부터 26일까지 개최되어 총 17만 5,889명의 관객이 방문하며 전년 대비 관람객 규모가 확대된 것으로 나타남

❍ 64개국 328편의 작품이 상영되고 국내외 영화인 7,036명이 참여하는 등 아시아를 대표하는 국제영화제로서의 위상을 지속적으로 강화함

❍ 올해 처음 도입된 경쟁 부문인 '부산 어워드'를 통해 아시아 영화 경쟁체계를 구축하였으며, 영화제의 국제적 영향력 확대와 브랜드 경쟁력 강화 기반을 마련함

❍ 또한 세계적 감독과 영화인이 참여한 GV, 오픈토크, 특별전 등이 확대 운영되며 영화 상영 중심에서 산업 교류와 관객 경험 중심의 플랫폼으로 기능이 확대되고 있음

(2) 부산콘텐츠마켓(BCM) 2025

❍ 부산콘텐츠마켓 2025는 프랑스 칸 국제 드라마 페스티벌(CANNESERIES)과의 협업을 통해 글로벌 드라마·시리즈 콘텐츠 플랫폼으로서의 역할을 확대함

❍ 벨기에, 프랑스, 노르웨이 등 다양한 국가의 드라마·시리즈 작품이 아시아 최초로 공개되었으며, 해외 제작사와 크리에이터가 참여하는 국제 콘텐츠 교류의 장으로 운영됨

❍ 핑크카펫, GV, 창작자 토크 등과 함께 콘텐츠 제작·유통·투자 협력 논의가 병행되며 단순 전시 행사를 넘어 비즈니스 중심 콘텐츠 플랫폼 기능이 강화됨

❍ 이를 통해 부산은 영화산업뿐 아니라 드라마·OTT 콘텐츠를 포함한 영상콘텐츠 유통 및 네트워크 거점으로서의 역할을 확대하고 있음

(3) 독립영화 유통 및 지역 창작 생태계 확대

❍ 인디플러스 영화의전당은 부산 최초의 독립영화전용관으로서 독립영화 상영과 지역 창작자 지원 기능을 지속적으로 수행하고 있음

❍ 개관 9주년 기획전을 통해 독립영화, 다큐멘터리, 애니메이션 등 다양한 장르의 작품을 선보이며 독립영화 저변 확대에 기여함

❍ 감독 및 배우와의 대화(GV), 지역 협업 프로그램, 관객 참여형 행사 등을 운영하며 창작자와 관객 간 소통 기반을 강화하고 있음

❍ 또한 부산독립영화협회, 작은영화공작소 등 지역 영화단체와 협력하여 창작–상영–유통이 연계되는 지역 영화 생태계 구축을 지원하고 있음

---

21) 영화산업 관련 내용은 인디포커스(2025.08.27.), 헤럴드경제(2025.09.17.), 연합뉴스(2025.09.26.)의 「부산국제영화제(BIFF) 2025」 관련 보도자료와 시빅뉴스(2025.05.07.)의 「부산콘텐츠마켓(BCM) 2025」 관련 보도자료, 부산경제방송(2025.03.19.) 및 인디플러스의 「인디플러스 영화의전당 개관 9주년 기획전」 관련 자료를 종합·재구성함

(4) 부산 영화산업의 시사점

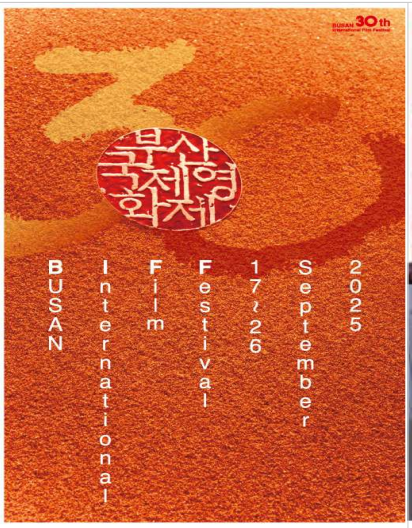
❍ 부산 영화산업은 부산국제영화제를 중심으로 한 글로벌 영화 플랫폼, 부산콘텐츠마켓을 중심으로 한 영상콘텐츠 비즈니스 플랫폼, 인디플러스를 중심으로 한 지역 창작 생태계를 동시에 보유하고 있는 것으로 나타남

❍ 최근 영화산업은 영화·드라마·OTT 콘텐츠 간 경계가 완화되면서 콘텐츠 제작뿐 아니라 투자·유통·배급 기능의 중요성이 확대되고 있음

❍ 특히 부산콘텐츠마켓과 같은 콘텐츠 비즈니스 플랫폼은 글로벌 콘텐츠 기업과 창작자를 연결하는 네트워크 기능을 수행하며 영상산업 경쟁력 강화에 기여하고 있음

❍ 이에 따라 부산은 국제영화제 기반의 글로벌 네트워크, 콘텐츠 유통 플랫폼, 독립영화 창작 생태계를 연계함으로써 영상콘텐츠 산업의 성장 기반을 지속적으로 강화할 필요가 있음

[그림1-5] 부산 영화산업 주요 플랫폼 및 행사



부산국제영화제(BIFF) 2025



부산콘텐츠마켓(BCM) 2025



인디플러스

3) 음악산업[22)]

(1) 부산원아시아페스티벌(BOF) 2025

❍ 부산원아시아페스티벌은 벡스코와 화명생태공원 일원에서 개최되었으며, 기존 K-POP 중심 행사에서 다양한 음악 장르와 문화 콘텐츠를 결합한 글로벌 K-컬처 뮤직 페스티벌로의 전환을 추진함

❍ 에이티즈, 엔시티 위시, 슈퍼주니어, 트레저 등 국내외 인기 아티스트가 참여하였으며, K-POP뿐 아니라 밴드 음악, 신인 뮤지션 쇼케이스, 지역 뮤지션 공연 등을 확대하여 음악 콘텐츠의 다양성을 강화함

❍ 또한 팬덤 플랫폼, 전문가 토크쇼, B-마켓 등 다양한 부대행사를 운영하며 공연 중심 행사에서 나아가 팬, 창작자, 산업 관계자가 교류하는 음악산업 플랫폼으로 기능을 확대함

❍ 지역 소상공인 참여 프로그램과 문화 콘텐츠를 연계하여 음악산업과 관광·상권 활성화가 결합된 복합 문화축제 모델을 구축함

(2) 부산국제록페스티벌 2025

❍ 2025 부산국제록페스티벌은 삼락생태공원에서 개최되었으며, 해외 6개국 17개 팀과 국내 64개 팀이 참여하는 국내 최대 규모의 록 음악 축제로 운영됨

❍ 스웨이드, 스매싱 펌킨스, 베이비메탈, 미카 등 세계적 아티스트와 자우림, 국카스텐, 넬 등 국내 대표 뮤지션이 참여하여 글로벌 음악 콘텐츠와 국내 음악산업의 교류 기반을 확대함

❍ 신진 음악인 발굴 프로그램인 '루키즈 온 더 부락'과 청소년 대상 '스쿨 오 부락'을 운영하여 차세대 음악 인재 육성 기능을 강화함

❍ 또한 국제 교류 프로그램, 숙박·교통 연계 패키지, 지역 상권 협력 프로그램 등을 통해 공연 중심 행사를 넘어 체류형 음악관광 콘텐츠로 기능을 확대하고 있음

❍ 특히 무장애 구역(배리어프리존)을 도입하여 문화 향유 기회의 포용성을 확대하는 등 축제 운영 체계의 고도화가 이루어짐

22) 음악산업 관련 내용은 부산일보(2025.06.10.), 로컬세계(2025.06.10.)의 「2025 부산원아시아페스티벌(BOF)」 관련 보도자료와 부산광역시(2025.09.23.), 부산일보(2025.09.25.), 부산인터넷뉴스(2025.09.26.)의 「2025 부산국제록페스티벌」 관련 자료를 종합·재구성함

(3) 부산 음악산업의 시사점

❍ 부산 음악산업은 부산원아시아페스티벌과 부산국제록페스티벌을 중심으로 K-POP, 밴드음악, 인디음악 등 글로벌 공연 콘텐츠와 지역 음악 생태계가 공존하는 구조를 형성하고 있는 것으로 나타남

❍ 최근 음악산업은 공연 콘텐츠를 넘어 팬덤, 관광, 지역경제, 문화체험 등이 결합되는 복합 산업 구조로 변화하고 있으며, 부산 역시 음악 콘텐츠를 활용한 도시 브랜드 경쟁력을 확대하고 있음

❍ 또한 글로벌 아티스트 교류, 신진 음악인 육성, 국제 네트워크 구축 기능이 강화되면서 부산은 음악산업의 창작·공연·관광이 연계되는 음악 콘텐츠 허브로서의 역할을 확대하고 있음

❍ 이에 따라 부산은 글로벌 음악축제 운영 역량과 지역 기반 음악 생태계를 연계하여 음악산업의 지속가능한 성장 기반을 강화할 필요가 있음

[그림1-6] 부산 음악산업 주요 플랫폼 및 행사



부산원아시아페스티벌(BOF)



부산국제록페스티벌

4) 웹툰산업[23)]

(1) 부산글로벌웹툰페스티벌(BGWF) 2025

❍ 부산글로벌웹툰페스티벌은 2017년부터 개최된 부산 대표 웹툰 전문 행사로, 2025년 제9회를 맞아 '페스티벌 시월'과 연계 운영되며 창작자, 기업, 이용자를 연결하는 웹툰산업 플랫폼으로서의 역할을 강화함

❍ '당신이 첫 번째 관객입니다, 웹툰시사회'를 주제로 미발표 웹툰 공개전, '위대한 캣츠비' 특별전, 해외 작가전 등 총 13개 섹션이 운영되었으며, 미국·일본·대만 등 7개국 작가가 참여해 국제적 교류 기반이 확대됨

❍ 작가 토크쇼, 라이브 드로잉쇼 등 참여형 프로그램을 통해 창작자와 이용자 간 소통이 활성화되며 웹툰이 단순 열람형 콘텐츠를 넘어 이용자 참여와 체험이 결합된 콘텐츠로 확장되는 흐름을 보여줌

❍ 특히 국내외 웹툰 기업 16개사가 참여한 비즈니스 상담회를 통해 해외 진출, 콘텐츠 유통, 사업화 협력 논의가 이루어지며 웹툰산업의 비즈니스 플랫폼 기능이 강화되는 것으로 나타남

(2) 부산 웹툰산업의 시사점

❍ 부산 웹툰산업은 부산글로벌웹툰페스티벌을 중심으로 창작·유통·사업화를 연결하는 웹툰산업 플랫폼 기능을 확대하고 있는 것으로 나타남

❍ 최근 웹툰산업은 영상화, 게임화, 캐릭터 사업화 등 다양한 분야로 IP 확장이 이루어지면서 원천 콘텐츠 산업으로서의 중요성이 지속적으로 확대되고 있음

❍ 또한 국내외 웹툰 기업 간 비즈니스 상담회와 해외 진출 협력이 확대되면서 웹툰의 글로벌 유통 및 사업화 기능이 강화되는 추세를 보이고 있음

❍ 이에 따라 부산은 웹툰 창작 생태계와 콘텐츠 IP 사업화 기능을 연계하고, 글로벌 유통 네트워크 확대를 통해 웹툰산업의 성장 기반을 지속적으로 강화할 필요가 있음

[그림1-7] 부산 웹툰산업 주요 행사



제9회 부산글로벌웹툰페스티벌

23) 웹툰산업 관련 내용은 부산일보(2025.09.23.)의「부산글로벌웹툰페스티벌 2025」관련 보도자료를 종합·재구성함

5) 애니메이션산업[24)]

(1) 부산국제캐릭터&애니메이션페스티벌(BICAF) 2025

❍ ‘2025 BICAF’는 부산 유라시아플랫폼에서 개최되었으며, 애니메이션·캐릭터 콘텐츠를 중심으로 지역 대학, 기업, 창작자가 참여하는 산업 교류 플랫폼으로 운영됨

❍ 부산경상대, 동서대, 경성대, 동명대 등 지역 대학이 참여하여 콘텐츠 교육 및 산학협력 프로그램을 운영하였으며, 창작 인재 양성과 산업 연계 기반 확대가 이루어짐

❍ 동서대학교 학생 작품 ‘지터루프’가 최고상인 대상을 수상하는 등 지역 기반 창작 콘텐츠의 기술력과 창의성이 확인되었으며, 총 211편의 작품이 출품되어 지역 창작 생태계의 성장 가능성을 보여줌

❍ 이를 통해 부산은 지역 대학을 중심으로 창작 인재 양성과 산업 연계 기반을 확대하며 애니메이션 산업 생태계를 구축해 나가고 있음

(2) 부산 애니메이션산업 시사점

❍ 부산 애니메이션산업은 BICAF를 중심으로 지역 대학과 기업, 창작자가 참여하는 창작·교육·산업 연계 기반을 확대하고 있는 것으로 나타남

❍ 특히 지역 대학의 애니메이션 관련 학과를 중심으로 창작 인재 양성과 산학협력 프로그램이 운영되면서 애니메이션 산업의 인력 기반이 형성되고 있음

❍ 또한 지역 창작 콘텐츠가 수상 성과를 창출하는 등 창작 역량이 축적되고 있으며, 향후 제작·유통·사업화 기능과의 연계를 통해 산업적 확장 가능성이 확대될 것으로 기대됨

❍ 이에 따라 부산은 애니메이션 창작 인재 양성과 콘텐츠 제작 역량을 기반으로 산업 생태계를 확대하고, 향후 유통·사업화 기능을 연계한 성장 기반을 강화할 필요가 있음

[그림1-8] 부산 애니메이션산업 주요 행사



부산국제캐릭터&애니메이션페스티벌(BICAF)

24) 애니메이션 산업 관련 내용은 부산일보(2025.10.28.), 네이트뉴스(2025.11.05.)의「부산국제캐릭터&애니메이션페스티벌(BICAF) 2025」관련 보도자료를 종합·재구성함

6) AI와 콘텐츠산업의 융합[25)]

(1) 생성형 AI 기반 콘텐츠 제작 확대

❍ 최근 콘텐츠산업 전반에서는 생성형 AI 기술을 활용한 이미지 제작, 캐릭터 개발, 스토리 기획, 영상 편집 등이 확대되며 콘텐츠 제작 방식의 변화가 나타나고 있음

❍ 특히 지스타 2025에서는 AI NPC, AI 대화엔진, AI 퀘스트 생성 등 AI 기반 게임 개발 기술이 주요 전시 콘텐츠로 부각되며 AI 기술이 콘텐츠 제작 현장에 본격적으로 적용되는 흐름을 보여줌

❍ 이에 따라 AI 기술은 콘텐츠 제작 효율성 향상과 창작 방식 다변화를 이끄는 핵심 기술로 부상하고 있으며, 게임·웹툰·영상 등 다양한 콘텐츠 분야에서 활용 범위가 확대되고 있음

(2) AI 기반 콘텐츠 창작교육 및 인재양성

❍ 부산에서는 스마일게이트 희망스튜디오와 부산정보산업진흥원이 공동으로 추진한 '드림 온 페스타 인 부산'을 통해 AI 기반 콘텐츠 창작 교육과 체험 프로그램이 운영됨

❍ 참가자는 AI 이미지 생성 기술을 활용해 게임 캐릭터와 콘텐츠를 직접 제작하는 과정을 경험하였으며, AI 기술과 콘텐츠 창작이 결합된 새로운 제작 환경을 체험함

❍ 이와 같은 프로그램은 미래 콘텐츠 창작 인재 양성과 AI 활용 역량 확산을 위한 기반으로 기능하고 있으며, 향후 지역 콘텐츠산업의 디지털 전환을 지원하는 역할을 수행할 것으로 기대됨

(3) AI 융합 생태계 확대

❍ 부산에서는 월드 스마트시티 엑스포(WSCE), K-ICT WEEK 등 AI·XR·디지털트윈·메타버스 기반 융합기술 행사가 개최되며 AI 기술과 콘텐츠산업 간 연계 가능성이 확대되고 있음

❍ 또한 K-ICT WEEK와 연계된 전시를 통해 AI, 클라우드, XR, 콘텐츠 기술 간 융합 사례가 제시되며 콘텐츠산업과 ICT 산업 간 연계 가능성이 확대되고 있음

❍ 이러한 환경은 향후 AI 기반 콘텐츠 제작, XR 콘텐츠, 메타버스 콘텐츠 등 신기술 기반 콘텐츠산업 성장의 기반으로 작용할 것으로 전망됨

25) 콘텐츠산업 AI 관련 내용은 브릿지경제(2025.12.03.)의 「Dream on Festa in BUSAN」 관련 보도자료와 지디넷코리아(2025.07.14.), 헬로티(2025.07.16.)의 「2025 월드 스마트시티 엑스포」 관련 자료를 종합·재구성함

(4) 부산 콘텐츠산업의 시사점

○ 생성형 AI 기술 확산에 따라 게임, 영상, 웹툰 등 콘텐츠산업 전반에서 제작·유통·소비 전 과정의 디지털 전환이 가속화되고 있으며, AI 활용 역량이 콘텐츠 기업과 창작자의 새로운 경쟁력으로 부상하고 있음

○ 부산은 게임, 웹툰, 애니메이션 등 다양한 콘텐츠산업 기반을 보유하고 있으며, AI 창작교육 프로그램과 AI 융합 전시·행사 등을 통해 기술 활용 기반을 확대하고 있음

○ 특히 AI 기반 콘텐츠 제작 지원, 창작자 교육, 실증 프로그램 확대 등을 통해 지역 콘텐츠기업의 기술 활용 역량을 강화할 필요가 있음

○ 향후 부산은 AI 기술과 콘텐츠 IP를 결합한 융합형 콘텐츠 생태계를 구축함으로써 지역 콘텐츠산업의 새로운 성장동력을 확보할 필요가 있음

[그림1-9] AI와 콘텐츠산업 융합 사례



드림 온 페스타 인 부산



월드 스마트시티 엑스포(WSCE) 2025

Chapter 02

실태조사 개요

1. 조사배경 및 목적
2. 조사설계

1. 조사배경 및 목적

1) 조사배경

❍ 부산정보산업진흥원은 부산지역 콘텐츠산업의 산업 구조, 사업 운영 현황 및 산업 변화 양상을 지속적으로 파악하기 위하여 「부산 CT산업 실태조사」를 추진하고 있음

❍ 부산지역 콘텐츠산업은 게임, 영상, 웹툰, 실감콘텐츠 등 기존 콘텐츠 분야와 함께 AI 기반 콘텐츠 제작 및 디지털 융합 분야까지 산업 영역이 확대되면서 산업 구조와 사업 환경 변화가 빠르게 진행되고 있음

❍ 이에 따라 부산지역 콘텐츠산업 사업체 및 종사자의 경영 현황, 인력 구조, 매출 규모, 산업 특성, 정책 수요 및 디지털 전환 대응 현황 등을 종합적으로 파악하기 위한 체계적인 실태조사 필요성이 지속적으로 제기되고 있음

❍ 또한 지역 콘텐츠산업의 산업 구조 및 변화 추이를 지속적으로 분석하고, 산업 특성을 반영한 지원 정책 및 산업 육성 방향 마련을 위한 객관적 통계자료 구축 필요성이 확대되고 있음

2) 조사목적 및 기대효과

❍ 부산지역 CT산업의 사업체 현황, 종사자 규모, 매출 구조 및 산업 특성 등을 종합적으로 분석하여 지역 콘텐츠산업 현황 진단 및 정책 수립의 기초자료로 활용하고자 함

❍ 콘텐츠산업 분야별 경영환경, 인력수급, 사업 운영 애로사항 및 지원사업 수요 및 해외 진출 수요 등을 분석하여 지역 산업 특성을 반영한 맞춤형 지원 정책 마련에 활용하고자 함

❍ AI 기반 콘텐츠산업 등 신규 산업 환경 변화와 디지털 융합 흐름에 대한 대응 현황을 지속적으로 모니터링함으로써, 부산지역 콘텐츠산업의 경쟁력 강화 및 산업 활성화 방안 마련에 활용하고자 함

❍ 조사 결과를 기반으로 부산지역 콘텐츠산업 정책 및 지원사업의 실효성을 제고하고, 지속 가능한 지역 콘텐츠산업 생태계 조성을 위한 정책 방향 수립에 활용하고자 함

2. 조사설계

1) 조사대상

(1) 모집단 정의

❍ 통계청의 '콘텐츠산업 특수분류체계'를 준용하여 산업유형을 12개 대분류로 구분함

❍ '콘텐츠산업 특수분류체계'에서 CT산업은 제작업 외에도 도소매업, 임대업 등을 포함하고 있어, 부산 CT산업 실태조사에서는 도소매업, 임대업 등을 제외한 창작 및 제작 관련 사업체로 조사대상을 한정함

❍ 이에 따라 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠산업조사와 비교 시 일부 업종은 조사대상 범위 및 산업분류 기준 차이로 인해 사업체 수, 매출액 및 종사자 수 추정 결과에 차이가 발생할 수 있음

(2) 모집단 구축

❍ `21~`23년 부산 CT산업 통계조사 모집단 및 '24년 부산 CT산업 실태조사 모집단 리스트를 기반으로 1차 검증을 실시하였으며, KODATA 등을 활용한 신규 사업체 발굴을 통해 `25년 사업체 수를 확정함

- 물리적으로 사업장이 대한민국 부산에 소재하여야 하며, `25년 조사 시까지 조업 실적이 있는 사업체를 대상으로 함
- 조사대상 기간 중 `25년 1월 기준 휴·폐업 사업체는 대상에서 제외함
- `25년부터 휴·폐업 절차를 통해 프리랜서 활동하는 경우는 개인으로 분류함
- 조사대상 포함 업종에 해당하는지를 확인한 후 사업체별 산업분야를 확정함

[표2-1] 2025 부산 CT산업 실태조사 산업분류

산업분야	조사대상 포함 업종	조사대상 제외 업종
출판	출판업, 온라인 출판유통업	인쇄업, 출판 도소매업, 출판 임대업
만화	만화 출판업, 온라인 만화 제작·유통업	만화책 임대업, 만화 도소매업
음악	음악제작업, 음악 및 오디오물 출판업, 온라인 음악 유통업, 음악 공연업	음반복제 및 배급업, 음반 도소매업, 노래연습장 운영업
영화	영화 제작, 지원 및 유통업(극장 상영 제외), DVD/VHS 제작 및 유통업	영화 제작, 지원 및 유통업(극장 상영)
게임	게임 제작 및 배급업	게임유통업, 게임기 도소매 및 임대업
애니메이션	애니메이션 제작업, 애니메이션 유통 및 배급업, 온라인 애니메이션 유통업	-
방송	지상파방송업, 유선방송업, 위성방송업, 방송채널사용사업, 전광판방송업, 방송 영상물 제작업, 인터넷 영상물 제공업	방송영상물 배급 및 중개업, 방송관련 단체
광고	광고(종합)대행업, 광고 제작업, 광고 서비스업, 온라인 광고업, 기타 광고업	인쇄업
캐릭터	캐릭터 제작업	캐릭터 상품 유통업, 캐릭터 놀이시설 운영업, 캐릭터 상품 온라인유통업
지식정보	e-learning업, 기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업, 포털 및 기타 인터넷 정보 매개서비스업, 가상세계 및 가상현실 콘텐츠 제작업	스크린골프장 운영업 등 단순 시설 운영업
콘텐츠솔루션	콘텐츠솔루션업, 컴퓨터그래픽스(CG) 제작업	-
공연	공연업(공연시설 운영업 제외), 공연관련 서비스업	공연시설 운영업

2) 조사체계

(1) 조사기획

❍ 2025년 부산 CT산업 실태조사는 통계청의 '콘텐츠산업 특수분류체계'를 준용하여 산업유형을 12개 대분류 업종으로 구분하며, 2025년 조사에서는 콘텐츠산업 특수분류 중 공연을 포함한 12개 업종을 대상으로 조사를 실시함

- 부산 산업의 특수성을 고려하여 1인 미디어산업, 공연산업 분류를 추가했으며, 매출액 및 종사자 수 추정에서는 제외함

❍ 사업추진계획 수립

- 부산정보산업진흥원과 협의를 통해 단계별 과업을 선정하고 추진방법 및 일정을 계획함

❍ 과거조사 및 유사조사 검토

- 2024년 부산 CT산업 통계조사 수행내용과 결과보고서를 검토하여 개선사항을 파악하고 개선방안을 마련함

❍ 모집단 정의 및 조사대상 범위 결정

- 표준산업분류, 콘텐츠산업 특수분류체계 등 산업분류기준과 과거 및 유사조사를 참고하여 CT산업을 정의하고 구체적인 조사대상 범위를 확정함

(2) 조사설계

❍ 조사대상 리스트 마련

- 2024년 부산 CT산업 실태조사 대상 사업체 리스트 검토, CT산업 관련 사업체 리스트(관련 행사 참가자, 협회 회원 등) 수집 등을 통해 조사대상 리스트를 수집함
- 취합한 리스트의 사업체 중복, 휴폐업 등을 검토하여 최종 조사대상 리스트를 확보함

❍ 설문지 설계

- 과거 조사를 통해 파악한 문항별 응답률과 조사결과 내용을 검토하여 응답률 및 결과 활용도를 검토하여 일부 문항을 조정·보완함
- 최근 CT산업 이슈를 파악하고 유사조사 설문지 및 보고서를 참고하여 기존문항을 수정하거나 신규문항을 추가함
- 해당 조사에는 CT산업과의 관련성을 바탕으로 AI 분야에 대한 설문 문항을 추가하여 조사함

❍ 실사계획 수립

- 부산정보산업진흥원과 협의를 통해 조사방법 및 일정에 대한 계획을 수립함
- 부산 CT산업의 특성을 고려하여 전수조사를 실시하고, 현장면접조사와 전화조사, 이메일조사 등 다양한 방법으로 조사를 실시하도록 함

(3) 조사진행

❍ 조사원 선발 및 교육

- 과거 부산 CT산업 통계조사 수행경험이 있거나 유사조사 수행경험이 풍부한 조사원을 선발함
- 조사원 대상으로 조사목적 및 배경, 설문지 내용 및 작성방법, 유의사항 등에 대한 교육을 실시함

❍ 조사안내 및 협조요청

- 사전에 모든 조사대상 사업체에 유선으로 접촉하여 조사안내 및 협조요청 후 설문지를 발송함
- 부산정보산업진흥원으로부터 제공받은 협조요청 공문을 송부하여 설문응답을 독려함

❍ 실사수행

- 현장면접을 비롯하여 전화, 이메일, 팩스, 우편 등 다양한 방법을 이용해 조사를 실시하여 응답자의 응답률을 제고함
- 설문지 수신여부를 확인하고 응답자가 선호하는 방법으로 조사를 실시함
- 응답거부업체에게 조사취지 및 필요성을 설명한 후 설문응답을 재요청함

(4) 자료처리

❍ 응답내용 검증(Editing)

- 응답완료된 설문지를 검토하여 무응답 또는 논리적으로 오류가 있는 응답내용을 파악함
- 전문 검증원 외에도 실사 감독관과 연구원이 응답내용을 이중으로 확인 및 검토하여 응답내용을 검증함

❍ 자료 보완

- 무응답 또는 논리적으로 오류가 있는 응답내용에 대해 조사응답 사업체 담당자를 재접촉하여 재조사를 실시함
- 기업신용정보서비스, 중소기업현황정보시스템, 금융감독원 전자공시시스템 등에 공시된 자료를 활용하여 응답내용을 검증 및 보완함

❍ 자료 부호화(Coding) 및 입력(Punching)

- 전문 입력원이 자료입력 가이드에 따라 응답내용을 부호화하고 EXCEL 파일에 입력함
- 자료입력 후 오류 재검증을 실시하여 응답 오류 및 입력 오류를 파악하고 보완함

❍ 자료처리

- 자료입력 및 검증을 완료한 자료에 대해 모수 추정을 실시함

(5) 모수 추정

❍ 필요성

- 부산 CT산업 전체 산업분야의 종사자 수 및 매출액 규모를 추정하여 산업의 전체 규모를 객관적으로 파악하기 위하여 모수 추정을 적용함
- 동일한 추정방식을 적용하여 연도별 종사자 수 및 매출액 규모를 산출함으로써 부산 CT산업의 성장 추이와 변화 양상을 비교·분석하기 위하여 필요함

❍ 모수 추정 과정

- 모집단 구축 시 확정한 산업분야를 기준으로 실태조사를 통해 확보한 산업분야별 종사자 수 및 매출액 정보를 활용하여 모집단 전체 규모를 추정함
  · 콘텐츠산업 사업체의 특성상 사업체 내부 방침 등에 따라 매출액, 종사자 수 등 주요 경영지표에 대한 응답이 제한되거나 무응답이 발생하는 경우가 존재함
  · 또한 일부 사업체의 무응답 또는 응답 누락은 전체 통계 수치에 영향을 줄 수 있으므로, 부산 CT산업 전체 규모에 대한 안정적인 통계 산출 및 시계열 비교 가능성 확보를 위하여 총합추계추정방식을 적용함

❍ 추정 방식 (총합추계추정)

- 종사자 수 및 매출액은 이상치 검토 및 제거 후 총합추계추정방식을 적용하여 전체 규모를 추정함
- 이상치 검토는 IQR(Interquartile Range) 방법을 활용하였으며, 1사분위수(Q1)와 3사분위수(Q3)를 기준으로 Q1−1.5×IQR 미만 또는 Q3+1.5×IQR 초과 값을 이상치로 판단함
- 총합추계추정은 표본조사 결과를 기반으로 모집단 전체 규모를 추정하는 방식으로, 모집단 사업체 수와 표본 평균값을 활용하여 전체 종사자 수 및 매출액 규모를 산출함
- 총합추계추정 계산식은 다음과 같음

$$\hat{T} = N \times \bar{y} = N \times \left(\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} y_i\right)$$

여기서 $\hat{T}$은 총합 추정값, N은 모집단 크기, n은 표본 크기, y_i는 표본 내 개별 사업체의 관측값, $\bar{y}$는 표본 평균을 의미함

3) 주요 통계 현황

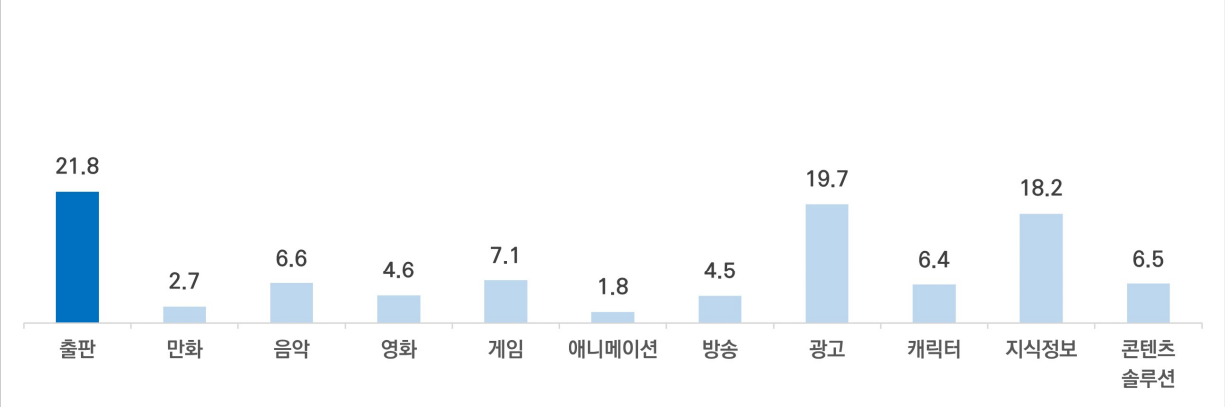
(1) 사업체 수

❍ `25년 부산지역 콘텐츠산업 사업체는 2,109개로 나타남

❍ 산업별 사업체 비중은 출판산업(21.8%), 광고산업(19.7%), 지식정보산업(18.2%) 순으로 높게 나타남

[그림2-1] `25년 부산지역 콘텐츠산업 사업체 수

[Unit: %]



[표2-2] `25년 부산지역 콘텐츠산업 사업체 수

[Unit: 개, %]

구분	사업체 수(개)	비중
전체	2,109	100.0
출판	460	21.8
만화	57	2.7
음악	140	6.6
영화	98	4.6
게임	150	7.1
애니메이션	39	1.8
방송	95	4.5
광고	416	19.7
캐릭터	134	6.4
지식정보	383	18.2
콘텐츠솔루션	137	6.5

주1) 사업체 수는 「2025 부산 CT산업 실태조사」 모집단 기준으로 산정한 결과임

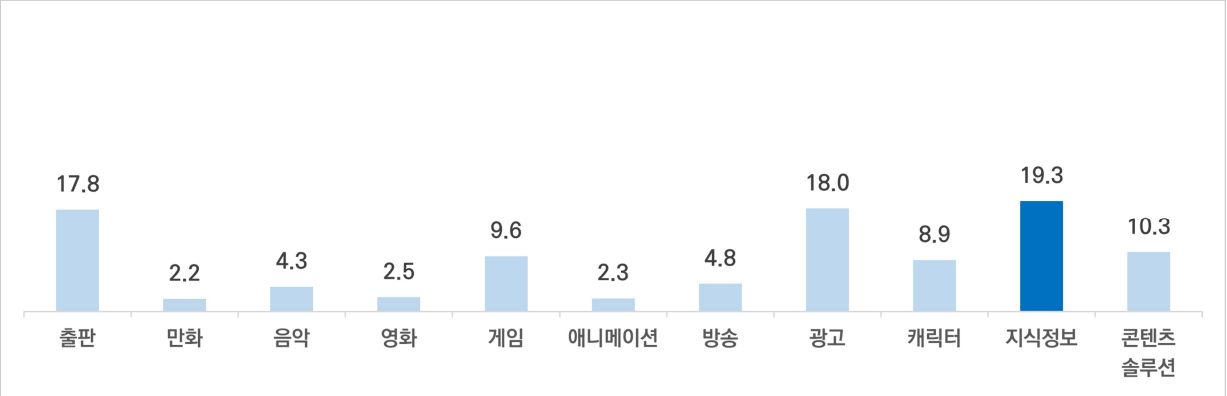
(2) 종사자 수

❍ `25년 부산지역 콘텐츠산업 종사자는 13,615명으로 나타남

❍ 산업별 종사자 수 비중은 지식정보산업(19.3%), 광고산업(18.0%), 출판산업(17.8%) 순으로 높게 나타남

[그림2-2] `25년 부산지역 콘텐츠산업 종사자 수

[Unit: %]



[표2-3] `25년 부산지역 콘텐츠산업 종사자 수

[Unit: 명, %]

구분	종사자 수(명)	비중
전체	13,615	100.0
출판	2,422	17.8
만화	303	2.2
음악	582	4.3
영화	341	2.5
게임	1,308	9.6
애니메이션	308	2.3
방송	659	4.8
광고	2,456	18.0
캐릭터	1,206	8.9
지식정보	2,631	19.3
콘텐츠솔루션	1,399	10.3

주1) 2025년 10월 기준 종사자 수

주2) 종사자 수는 「2025 부산 CT산업 실태조사」 표본 종사자 수의 이상치 검토 후 총합추계추정방식을 적용하여 산출함

주3) 이상치 검토는 IQR(Interquartile Range) 방법을 적용하였으며, 1사분위수(Q1)와 3사분위수(Q3)를 기준으로 Q1−1.5×IQR 미만 또는 Q3+1.5×IQR 초과 값을 이상치로 판단하여 제외한 후 평균값을 산출함. 단, 게임산업은 일부 대형기업의 영향이 큰 산업 특성을 고려하여 이상치를 제외하지 않고 평균값을 산출함.

주4) 총합추계추정방식은 표본조사 결과를 기반으로 모집단 전체 규모를 추정하는 방식으로, 모집단 수 × 평균 종사자 수를 적용하여 산출함

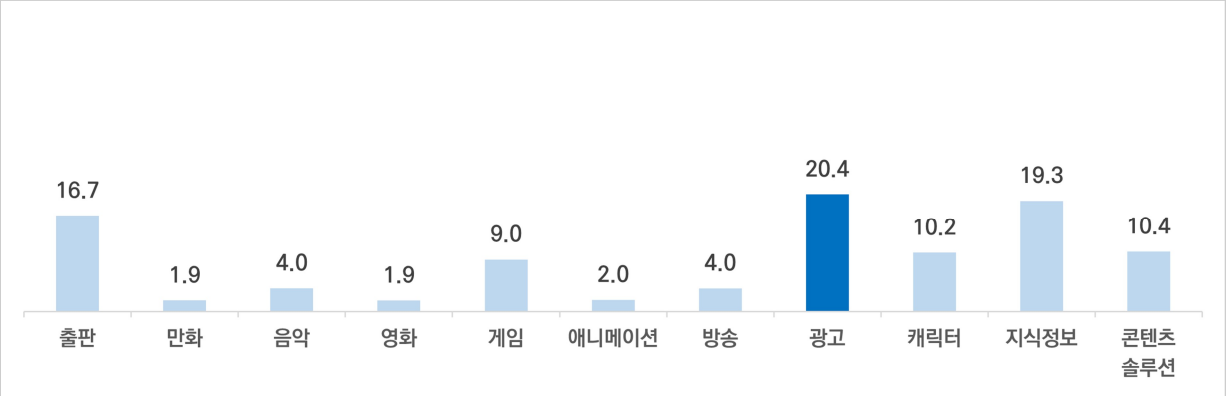
(3) 매출액

❍ `25년 부산지역 콘텐츠산업 매출액은 1,397,926백만 원으로 나타남

❍ 산업별 매출액 비중은 광고산업(20.4%), 지식정보산업(19.3%), 출판산업(16.7%) 순으로 높게 나타남

[그림2-3] `25년 부산지역 콘텐츠산업 매출액

[Unit: %]



[표2-4] `25년 부산지역 콘텐츠산업 매출액

[Unit: 백만 원, %]

구분	매출액(백만 원)	비중
전체	1,397,926	100.0
출판	233,896	16.7
만화	27,025	1.9
음악	56,140	4.0
영화	27,238	1.9
게임	126,298	9.0
애니메이션	27,647	2.0
방송	56,107	4.0
광고	285,634	20.4
캐릭터	142,340	10.2
지식정보	269,662	19.3
콘텐츠솔루션	145,939	10.4

주1) 2024년 연간 매출액 기준
주2) 매출액은「2025 부산 CT산업 실태조사」표본 매출액의 이상치 검토 후 총합추계추정방식을 적용하여 산출함
주3) 이상치 검토는 IQR(Interquartile Range) 방법을 적용하였으며, 1사분위수(Q1)와 3사분위수(Q3)를 기준으로 Q1−1.5×IQR 미만 또는 Q3+1.5×IQR 초과 값을 이상치로 판단하여 제외한 후 평균값을 산출함. 단, 게임산업은 일부 대형기업의 영향이 큰 산업 특성을 고려하여 이상치를 제외하지 않고 평균값을 산출함.
주4) 총합추계추정방식은 표본조사 결과를 기반으로 모집단 전체 규모를 추정하는 방식으로, 모집단 수 × 평균 매출액을 적용하여 산출함

Chapter 03

실태조사 결과

1. 실태조사 개요
2. 자료처리 및 분석방법
3. 응답자 특성
4. 사업체 조사 결과
5. 개인 조사 결과

1. 실태조사 개요

○ **(조사대상)** 부산 소재 CT산업 사업체 및 개인

○ **(조사표본)** 사업체 : 893명 / 개인 : 494명

○ **(조사기간)** 2025년 10월 27일 ~ 12월 05일

○ **(조사방법)** 구조화된 질문지를 활용한 온라인조사 및 대면조사

○ **(조사내용)** 조사내용은 아래의 표와 같음

[표3-1] 조사내용

구 분	내 용			
사업체				
사업체 정보	· 사업체 유형	· 사업체 명	· 사업자등록번호	· 설립연월
	· 대표자명	· 대표자 연령	· 전화번호	· 팩스번호
	· 사업체 지역	· 사업체 구분	· 벤처기업 지정여부	
산업분야	· 산업분야 및 콘텐츠		· 사업추진 단계	
제작 현황	· 전년 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황		· 콘텐츠 관련 주요 애로사항	
종사자 현황	· 현재 및 전년도 신규채용 종사자 수		· 직무별·연령별 종사자 수 비중	
	· 전체 종사자 평균 근속연수		· 인력채용 관련 주요 애로사항	
경영 현황	· 매출액 및 국내외 매출액 비중		· 사업형태별 매출액 비중	
	· 콘텐츠 주요 판로		· 매출처 비중	
	· 국내 매출처 구조		· 주력 B2B 지역별 거래 기업 비율 및 총 거래 기업 수	
	· 주력 B2G 지역별 거래 정부/공공기관 비율 및 총 거래 기업 수		· 경영 관련 주요 애로사항	
지원사업	· 지원사업 정보 인지 경로		· 공공기관 지원사업 참여 경험 및 종류	
	· 지원사업 신청/참여 시 애로사항		· 향후 희망 지원사업	
	· 지원사업 관련 개선방안			
XR개발 사업체	· 콘텐츠 제작 여부		· 실감콘텐츠 장르	
	· 글로벌 및 아세안 시장 진출 희망 지역		· 필요 지원사업	
	· 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼			
게임산업 사업체	· 제작/배급한 게임의 플랫폼 유형		· 글로벌 시장 진출 희망 지역	
	· 인력수급 경로 및 애로사항		· 필요 지원사업	
	· 향후 도전하고 싶은 분야			
AI 분야	· AI 활용 현황		· AI 도입 시기 및 목적	
	· 주로 사용하는 AI 기술 및 비중		· AI 활용 기대효과	
	· AI 콘텐츠 제작 애로사항		· 필요 지원사업	
	· AI가 산업 경쟁력에 미치는 영향			
개인				
응답자 정보	· 성명	· 활동명/필명	· 활동시작연도	· 연령
	· 전화번호	· 이메일	· 주소	
산업분야	· 산업분야 및 콘텐츠		· 사업추진 단계	
	· 향후 활동 계획			
사업 현황	· 보조인력 이용 현황 및 애로사항		· 콘텐츠 분야 근속연수	
	· 전년도 연간 수입		· 콘텐츠 주요 판로	
만화작가	· 주력 창작활동 분야 및 공간		· 만화/웹툰 창작 외 주요 소득원	
	· 부산 및 경남지역 거주 관련 애로사항 및 필요 지원사업		· 만화/웹툰 창작 관련 주요 애로사항	
1인 크리에이터	· 주력 활동 장르		· 주 이용 플랫폼 및 촬영장소	
	· 크리에이터 활동 외 주요 소득원		· 부산 및 경남지역 거주 관련 애로사항 및 필요 지원사업	
	· 크리에이터 관련 주요 애로사항			
뮤지션	· 주력 활동 유형/장르 및 활동영역		· 음악 활동 외 주요 소득원	
	· 부산 및 경남지역 거주 관련 애로사항 및 필요 지원사업		· 뮤지션 관련 주요 애로사항	
AI 분야	· AI 활용 현황		· AI 도입 시기 및 목적	
	· 주로 사용하는 AI 기술 및 비중		· AI 활용 기대효과	
	· AI 콘텐츠 제작 애로사항		· 필요 지원사업	
	· AI가 산업 경쟁력에 미치는 영향			

2. 자료처리 및 분석방법

1) 자료처리

❍ 수집된 자료(Raw data)는 Editing, Coding, Data Cleaning 과정을 거쳐 SPSS(Statistical Packaging for the Social Sciences) Program으로 자료처리

Editing	⇨	Coding / Punching	⇨	Data Cleaning	⇨	Data Processing
기록상의 오류 및 누락 검증		설문 내용의 부호화 및 리코딩		입력 자료의 오류 검색		SPSS Program

2) 자료분석

❍ 검증을 거친 자료에 대해 SPSS 프로그램을 이용하여 빈도분석(Frequency), 교차분석(Crosstabs Analysis) 등의 통계분석을 실시함

❍ 1차 빈도분석 및 기술통계로 전반적인 분석을 실시한 후 세부적인 통계분석 방안을 수립함

3) 자료 해석상의 유의점

❍ 조사 결과의 산업분야별 사례수는 「2025 부산 CT산업 실태조사」의 산업분야 응답(A2 문항) 중 1순위 응답을 기준으로 분류하여 분석하였음

❍ 산업별 특성화 문항은 「2025 부산 CT산업 실태조사」의 세부산업분야 응답(A1 문항)을 기준으로 조사를 진행하였으므로 산업분야별 사례수와 다를 수 있음

❍ 표본조사의 경우 일정 수준의 표본오차가 발생하므로 반드시 사례수의 관찰치(Observed Percentage)에 따른 표본오차(Sampling Error)를 고려해야 함

❍ 사례수가 충분히 크지 않을 경우(n〈30) 극단치의 영향을 받을 수 있기 때문에 전체 값 또는 세부 집단 간 비교 시 해석의 주의가 필요함

❍ 분석된 결과 값에 대하여 비율의 경우 소수점 첫째 자리까지 반올림하여 표기하므로 합계가 100.0%로 일치하지 않을 수 있으며, 평균값은 소수점 둘째 자리까지 반올림하여 표기하므로 사칙연산 시 반올림 오차가 나타날 수 있음

❍ 다중응답의 경우, 문항의 응답 개수가 전체 응답자 수(사업체(N=893), 개인(N=494))에 비해 크므로 비율의 합계가 100.0%를 초과함. 응답자가 한 문항에서 다수 항목을 응답하므로 해석 시 항목에 대한 중복 선택 값이 포함된 비율임을 고려해야 함

〈응답자 1,000명 기준 응답비율〉

N	①	②	③	④
1,000	63.1% (631)	32.3% (323)	19.4% (194)	22.3% (223)

〈계산식〉

	①
계산식	$\frac{631}{1,000}\times 100\% = 63.1\%$

3. 응답자 특성

1) 사업체

❍ 실태조사에 참여한 사업체 응답자 특성은 아래와 같음

[표3-2] 사업체

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	%
전체		(893)	100.0
사업체 유형	개인사업체	(477)	53.4
	회사법인	(414)	46.4
	기타법인	(2)	0.2
사업체 지역	중구	(59)	6.6
	서구	(15)	1.7
	동구	(52)	5.8
	영도구	(14)	1.6
	부산진구	(99)	11.1
	동래구	(17)	1.9
	남구	(58)	6.5
	북구	(24)	2.7
	해운대구	(217)	24.3
	사하구	(32)	3.6
	금정구	(59)	6.6
	강서구	(40)	4.5
	연제구	(41)	4.6
	수영구	(69)	7.7
	사상구	(72)	8.1
	기장군	(25)	2.8
사업체 구분	단독사업체	(857)	96.0
	본사(점)	(32)	3.6
	지사(점)	(4)	0.4
	기타	(0)	-
벤처기업 지정 여부	대상	(45)	5.0
	비대상	(846)	94.7
	신규	(2)	0.2

2) 개인

❍ 실태조사에 참여한 개인 응답자 특성은 아래와 같음

[표3-3] 개인

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %]

구분		사례수	%
전체		(494)	100.0
연령대	10대	(1)	0.2
	20대	(97)	19.6
	30대	(158)	32.0
	40대	(96)	19.4
	50대	(70)	14.2
	60대이상	(72)	14.6
주 작업공간	강서구	(17)	3.4
	금정구	(52)	10.5
	기장군	(13)	2.6
	남구	(49)	9.9
	동구	(15)	3.0
	동래구	(31)	6.3
	부산진구	(51)	10.3
	북구	(28)	5.7
	사상구	(14)	2.8
	사하구	(18)	3.6
	서구	(15)	3.0
	수영구	(44)	8.9
	연제구	(30)	6.1
	영도구	(14)	2.8
	해운대구	(73)	14.8
	중구	(15)	3.0
	부산 외 지역	(15)	3.0
활동 시작년도	1990년도 이하	(43)	8.7
	2000년도	(76)	15.4
	2010년도	(179)	36.2
	2020년도	(196)	39.7

4. 사업체 조사 결과

1) 산업분야

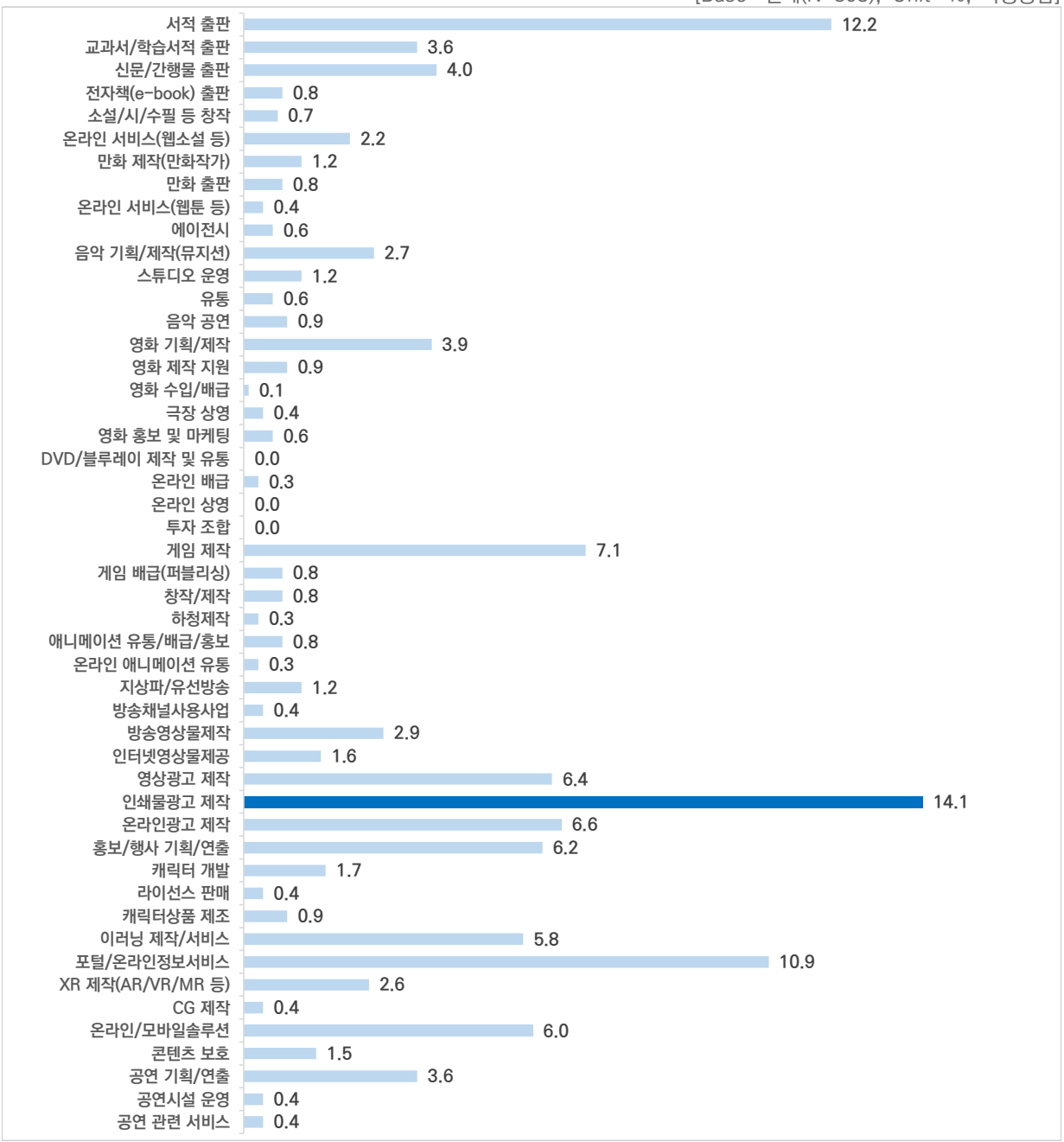
(1) 세부산업분야 및 콘텐츠

Q. 귀사의 산업분야 및 콘텐츠에 대해 보기카드와 작성예시를 참고하여 작성해 주시기 바랍니다.

❍ 세부산업분야 및 콘텐츠를 살펴보면 '인쇄물광고 제작'이 14.1%로 가장 높게 나타남. 이어서 '서적 출판' 12.2%, '포털/온라인정보서비스' 10.9% 등의 순으로 나타남

[그림3-1] 세부산업분야 및 콘텐츠

[Base: 전체(N=893), Unit: %, 다중응답]



[표3-4] 세부산업분야 및 콘텐츠_1

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	출판						만화				음악			
			①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭
전체		(893)	12.2	3.6	4.0	0.8	0.7	2.2	1.2	0.8	0.4	0.6	2.7	1.2	0.6	0.9
산업분야	출판	(187)	56.7	17.1	18.7	2.7	3.2	10.2	-	-	-	0.5	-	-	0.5	-
	만화	(20)	-	-	-	-	-	-	55.0	30.0	15.0	5.0	-	-	-	-
	음악	(40)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57.5	25.0	7.5	12.5
	영화	(37)	5.4	-	-	-	-	-	-	-	-	2.7	-	-	-	-
	게임	(65)	-	-	-	-	-	1.5	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(9)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11.1	-	-	-	-
	방송	(36)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.8	-	-
	광고	(245)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	-	-	-	-
	캐릭터	(19)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(143)	-	-	-	0.7	-	-	-	0.7	0.7	-	-	-	0.7	-
	콘텐츠솔루션	(58)	1.7	-	1.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(32)	-	-	-	3.1	-	-	-	-	-	-	3.1	-	-	9.4
	1인 미디어	(2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

① 서적 출판
② 교과서/학습서적 출판
③ 신문/간행물 출판
④ 전자책(e-book) 출판
⑤ 소설/시/수필 등 창작
⑥ 온라인 서비스(웹소설 등)
⑦ 만화 제작(만화작가)
⑧ 만화 출판
⑨ 온라인 서비스(웹툰 등)
⑩ 에이전시
⑪ 음악 기획/제작(뮤지션)
⑫ 스튜디오 운영
⑬ 유통
⑭ 음악 공연
⑮ 영화 기획/제작
⑯ 영화 제작 지원
⑰ 영화 수입/배급
⑱ 극장 상영
⑲ 영화 홍보 및 마케팅
⑳ DVD/블루레이 제작 및 유통
㉑ 온라인 배급
㉒ 온라인 상영
㉓ 투자 조합
㉔ 게임 제작
㉕ 게임 배급(퍼블리싱)
㉖ 창작/제작
㉗ 하청제작
㉘ 애니메이션 유통/배급/홍보
㉙ 온라인 애니메이션 유통
㉚ 지상파/유선방송
㉛ 방송채널사용사업
㉜ 방송영상물제작
㉝ 인터넷영상물제공
㉞ 영상광고 제작
㉟ 인쇄물광고 제작
㊱ 온라인광고 제작
㊲ 홍보/행사 기획/연출
㊳ 캐릭터 개발
㊴ 라이선스 판매
㊵ 캐릭터상품 제조
㊶ 이러닝 제작/서비스
㊷ 포털/온라인정보서비스
㊸ XR 제작(AR/VR/MR 등)
㊹ CG 제작
㊺ 온라인/모바일솔루션
㊻ 콘텐츠 보호
㊼ 공연 기획/연출
㊽ 공연시설 운영
㊾ 공연 관련 서비스

[표3-5] 세부산업분야 및 콘텐츠_2

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	영화									게임		애니메이션			
			⑮	⑯	⑰	⑱	⑲	⑳	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕	㉖	㉗	㉘	㉙
전체		(893)	3.9	0.9	0.1	0.4	0.6	0.0	0.3	0.0	0.0	7.1	0.8	0.8	0.3	0.8	0.3
산업분야	출판	(187)	0.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	만화	(20)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(40)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(37)	83.8	18.9	2.7	8.1	13.5	-	2.7	-	-	-	-	2.7	2.7	-	-
	게임	(65)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95.4	10.8	-	-	-	-
	애니메이션	(9)	-	-	-	-	-	-	11.1	-	-	-	-	33.3	11.1	77.8	33.3
	방송	(36)	5.6	2.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(245)	-	-	-	0.4	-	-	-	-	-	-	-	0.8	0.4	-	-
	캐릭터	(19)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5.3	-	-	-
	지식정보	(143)	-	-	-	-	-	-	0.7	-	-	0.7	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(58)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(32)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(2)	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

① 서적 출판
② 교과서/학습서적 출판
③ 신문/간행물 출판
④ 전자책(e-book) 출판
⑤ 소설/시/수필 등 창작
⑥ 온라인 서비스(웹소설 등)
⑦ 만화 제작(만화작가)
⑧ 만화 출판
⑨ 온라인 서비스(웹툰 등)
⑩ 에이전시
⑪ 음악 기획/제작(뮤지션)
⑫ 스튜디오 운영
⑬ 유통
⑭ 음악 공연
⑮ 영화 기획/제작
⑯ 영화 제작 지원
⑰ 영화 수입/배급
⑱ 극장 상영
⑲ 영화 홍보 및 마케팅
⑳ DVD/블루레이 제작 및 유통
㉑ 온라인 배급
㉒ 온라인 상영
㉓ 투자 조합
㉔ 게임 제작
㉕ 게임 배급(퍼블리싱)
㉖ 창작/제작
㉗ 하청제작
㉘ 애니메이션 유통/배급/홍보
㉙ 온라인 애니메이션 유통
㉚ 지상파/유선방송
㉛ 방송채널사용사업
㉜ 방송영상물제작
㉝ 인터넷영상물제공
㉞ 영상광고 제작
㉟ 인쇄물광고 제작
㊱ 온라인광고 제작
㊲ 홍보/행사 기획/연출
㊳ 캐릭터 개발
㊴ 라이선스 판매
㊵ 캐릭터상품 제조
㊶ 이러닝 제작/서비스
㊷ 포털/온라인정보서비스
㊸ XR 제작(AR/VR/MR 등)
㊹ CG 제작
㊺ 온라인/모바일솔루션
㊻ 콘텐츠 보호
㊼ 공연 기획/연출
㊽ 공연시설 운영
㊾ 공연 관련 서비스

[표3-6] 세부산업분야 및 콘텐츠_3

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	방송				광고				캐릭터		
			㉚	㉛	㉜	㉝	㉞	㉟	㊱	㊲	㊳	㊴	㊵
전체		(893)	1.2	0.4	2.9	1.6	6.4	14.1	6.6	6.2	1.7	0.4	0.9
산업분야	출판	(187)	-	-	-	-	0.5	1.1	0.5	0.5	0.5	-	-
	만화	(20)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(40)	-	-	-	-	2.5	-	-	-	-	-	-
	영화	(37)	-	-	2.7	-	-	-	-	2.7	-	-	-
	게임	(65)	-	-	-	-	1.5	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(9)	-	-	11.1	22.2	11.1	-	11.1	-	11.1	-	11.1
	방송	(36)	30.6	8.3	61.1	22.2	11.1	-	2.8	-	-	-	-
	광고	(245)	-	-	-	1.2	18.8	49.8	21.6	20.0	0.8	-	-
	캐릭터	(19)	-	-	-	-	-	5.3	-	-	57.9	15.8	31.6
	지식정보	(143)	-	-	-	0.7	-	-	1.4	0.7	-	0.7	-
	콘텐츠솔루션	(58)	-	1.7	1.7	-	1.7	1.7	1.7	3.4	-	-	1.7
	공연	(32)	-	-	-	-	-	-	-	3.1	-	-	-
	1인 미디어	(2)	-	-	50.0	-	100.0	-	-	-	-	-	-

① 서적 출판
② 교과서/학습서적 출판
③ 신문/간행물 출판
④ 전자책(e-book) 출판
⑤ 소설/시/수필 등 창작
⑥ 온라인 서비스(웹소설 등)
⑦ 만화 제작(만화작가)
⑧ 만화 출판
⑨ 온라인 서비스(웹툰 등)
⑩ 에이전시
⑪ 음악 기획/제작(뮤지션)
⑫ 스튜디오 운영
⑬ 유통
⑭ 음악 공연
⑮ 영화 기획/제작
⑯ 영화 제작 지원
⑰ 영화 수입/배급
⑱ 극장 상영
⑲ 영화 홍보 및 마케팅
⑳ DVD/블루레이 제작 및 유통
㉑ 온라인 배급
㉒ 온라인 상영
㉓ 투자 조합
㉔ 게임 제작
㉕ 게임 배급(퍼블리싱)
㉖ 창작/제작
㉗ 하청제작
㉘ 애니메이션 유통/배급/홍보
㉙ 온라인 애니메이션 유통
㉚ 지상파/유선방송
㉛ 방송채널사용사업
㉜ 방송영상물제작
㉝ 인터넷영상물제공
㉞ 영상광고 제작
㉟ 인쇄물광고 제작
㊱ 온라인광고 제작
㊲ 홍보/행사 기획/연출
㊳ 캐릭터 개발
㊴ 라이선스 판매
㊵ 캐릭터상품 제조
㊶ 이러닝 제작/서비스
㊷ 포털/온라인정보서비스
㊸ XR 제작(AR/VR/MR 등)
㊹ CG 제작
㊺ 온라인/모바일솔루션
㊻ 콘텐츠 보호
㊼ 공연 기획/연출
㊽ 공연시설 운영
㊾ 공연 관련 서비스

[표3-7] 세부산업분야 및 콘텐츠_4

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	지식정보			콘텐츠솔루션			공연		
			㊶	㊷	㊸	㊹	㊺	㊻	㊼	㊽	㊾
전체		(893)	5.8	10.9	2.6	0.4	6.0	1.5	3.6	0.4	0.4
산업분야	출판	(187)	-	-	1.1	-	-	-	0.5	-	-
	만화	(20)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(40)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(37)	-	-	2.7	-	-	-	2.7	-	-
	게임	(65)	-	-	3.1	-	3.1	-	-	-	-
	애니메이션	(9)	11.1	-	-	11.1	-	-	-	-	-
	방송	(36)	-	-	2.8	-	-	-	-	-	-
	광고	(245)	0.4	1.2	0.4	-	-	-	0.4	-	-
	캐릭터	(19)	-	-	5.3	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(143)	34.3	63.6	4.2	-	4.9	0.7	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(58)	1.7	5.2	15.5	5.2	77.6	20.7	1.7	-	-
	공연	(32)	-	-	-	-	-	-	87.5	12.5	12.5
	1인 미디어	(2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-

① 서적 출판
② 교과서/학습서적 출판
③ 신문/간행물 출판
④ 전자책(e-book) 출판
⑤ 소설/시/수필 등 창작
⑥ 온라인 서비스(웹소설 등)
⑦ 만화 제작(만화작가)
⑧ 만화 출판
⑨ 온라인 서비스(웹툰 등)
⑩ 에이전시
⑪ 음악 기획/제작(뮤지션)
⑫ 스튜디오 운영
⑬ 유통
⑭ 음악 공연
⑮ 영화 기획/제작
⑯ 영화 제작 지원
⑰ 영화 수입/배급
⑱ 극장 상영
⑲ 영화 홍보 및 마케팅
⑳ DVD/블루레이 제작 및 유통
㉑ 온라인 배급
㉒ 온라인 상영
㉓ 투자 조합
㉔ 게임 제작
㉕ 게임 배급(퍼블리싱)
㉖ 창작/제작
㉗ 하청제작
㉘ 애니메이션 유통/배급/홍보
㉙ 온라인 애니메이션 유통
㉚ 지상파/유선방송
㉛ 방송채널사용사업
㉜ 방송영상물제작
㉝ 인터넷영상물제공
㉞ 영상광고 제작
㉟ 인쇄물광고 제작
㊱ 온라인광고 제작
㊲ 홍보/행사 기획/연출
㊳ 캐릭터 개발
㊴ 라이선스 판매
㊵ 캐릭터상품 제조
㊶ 이러닝 제작/서비스
㊷ 포털/온라인정보서비스
㊸ XR 제작(AR/VR/MR 등)
㊹ CG 제작
㊺ 온라인/모바일솔루션
㊻ 콘텐츠 보호
㊼ 공연 기획/연출
㊽ 공연시설 운영
㊾ 공연 관련 서비스

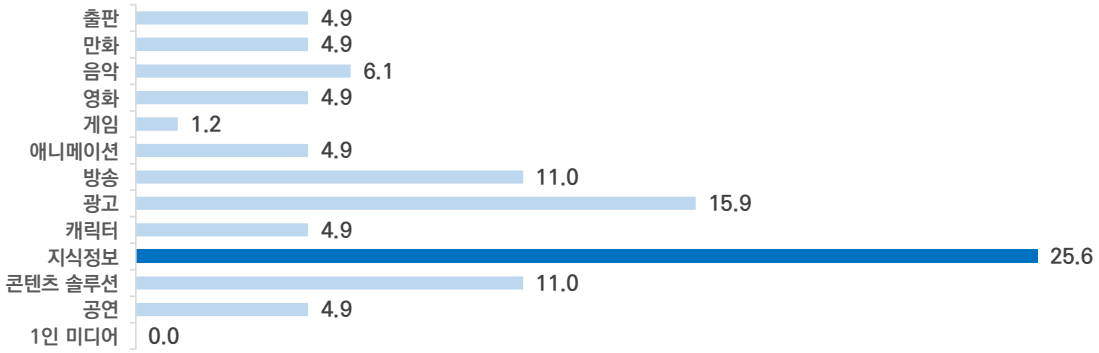
(2) 산업분야 및 콘텐츠(2순위)

Q. 귀사의 산업분야 및 콘텐츠에 대해 보기카드를 참고하여 작성해 주시기 바랍니다.

❍ 산업분야 및 콘텐츠(2순위)를 살펴보면 주 산업분야 및 콘텐츠 외에 추가로 '지식정보'가 25.6%로 가장 높게 나타남. 이어서 '광고' 15.9%, '방송'·'콘텐츠솔루션' 각 11.0% 등의 순으로 나타남

[그림3-2] 산업분야 및 콘텐츠_2순위

[Base: 산업분야 및 콘텐츠 2순위가 있는 사업체(N=82), Unit: %]



[표3-8] 산업분야 및 콘텐츠_2순위

[Base: 산업분야 및 콘텐츠 2순위가 있는 사업체(N=82) Unit: (명), %]

구분		사례수	출판	만화	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	공연	1인 미디어
전체		(82)	4.9	4.9	6.1	4.9	1.2	4.9	11.0	15.9	4.9	25.6	11.0	4.9	0.0
산업분야	출판	(7)	-	14.3	-	-	-	-	-	28.6	14.3	28.6	-	14.3	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(1)	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	영화	(5)	40.0	-	-	-	-	-	20.0	-	-	20.0	-	20.0	-
	게임	(5)	20.0	-	-	-	-	-	-	20.0	-	20.0	40.0	-	-
	애니메이션	(4)	-	-	-	-	-	-	50.0	25.0	25.0	-	-	-	-
	방송	(6)	-	-	16.7	33.3	-	-	-	50.0	-	-	-	-	-
	광고	(16)	-	6.3	-	6.3	-	18.8	18.8	-	12.5	31.3	-	6.3	-
	캐릭터	(3)	-	-	-	-	-	33.3	-	33.3	-	33.3	-	-	-
	지식정보	(15)	-	13.3	6.7	6.7	6.7	-	6.7	13.3	-	-	46.7	-	-
	콘텐츠솔루션	(14)	-	-	-	-	-	-	7.1	7.1	-	78.6	-	7.1	-
	공연	(4)	25.0	-	75.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(2)	-	-	-	-	-	-	50.0	50.0	-	-	-	-	-

(3) 주요 콘텐츠

Q. 귀사의 주요 콘텐츠는 무엇입니까? 예시를 참고하여 구체적으로 작성해 주시기 바랍니다.

❍ 주요 콘텐츠는 다음과 같음

[표3-9] 주요 콘텐츠

[괄호 안은 빈도를 나타냄]

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
출판 (183)	Esg교육	탄소중립 sdgs	동영상	제작참여
	각종 출판물 인쇄	인쇄업	자체제작	자체제작
	간행물 출판	인물관련 간행물 출판	간행물 발간	자체제작
	간행물/신문	간행물제작/영상서비스 포함	포털사이트 등재	자체제작
	간행물서비스	월간간행물 발행	구독서비스	자체제작
	간행물출판	잡지, 정기 간행물 발행	정기구독, 온라인 전자책 제공	자체제작
	광고	서적출판	오프라인 판매	자체제작
	광고물, 인쇄물 출력	광고물, 인쇄물 출력	주문제작	자체제작
	교과서	교과서/학습서적출판 광고	온/오프라인 광고영상 등제	자체제작
	교과서 학습서적 출판	학습서적 및 교과서 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	교과서 학습서적 출판	교과서/학습서적 출판 관련 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	교과서 학습서적 출판	교과서/학습서적 영상서비스 제작	온/오프라인 출판판매 및 광고	자체제작
	교과서 학습서적 출판	교과서/학습서적 영상서비스 제작	포털사이트 등록	제작참여
	교과서 학습서적 출판	학습서적/교과서 영상서비스 제공	포털사이트 등록	자체제작
	교과서 학습서적 출판	교과서/학습서적 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	교과서 학습서적 출판	교과서/학습서적 출판	오프라인에서 판매	자체제작
	교과서 학습서적 출판	교과서/학습서적 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	교과서 학습서적 출판	서적관련 영상서비스 제작	포털사이트 등록	제작참여
	교과서 학습서적 출판	교과서/학습서적 영상서비스 제작/배포	포털사이트 등록	자체제작
	교과서 학습서적 출판	교과서/학습서적 영상제작 보급	온라인 광고 제작	자체제작
	교과서 학습서적 출판	출판 영상서비스 제작	포털사이트 등록	제작참여
	교과서 학습서적 출판	교과서/학습서적 출판 관련 영상서비스 제공	온라인 등재/광고	제작참여
	교과서 학습서적 출판	교과서/학습서적 출판	온라인 등재 및 오프라인 판매	자체제작
	교과서 학습서적 출판	교과서/학습서적 출판	온/오프라인 판매	제작참여
	교과서 학습서적 출판	교과서 /학습서적 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	교과서 학습서적 출판	출판영상서비스 제작	포털사이트 등록	제작참여
	교과서 학습서적 출판	서적(전자서적포함), 시/소설 등 영상 제작	포털사이트 등록	자체제작
	교과서출판	교과서/학습서적 출판	오프라인 판매	자체제작
	교육 및 어학 관련 서적	한국어 교육과정과 정책의 실제 등의 서적 출판	도서사이트에서 판매	자체제작
	교재 개발 및 출판	교재 개발 및 출판	출판	자체제작
	구독 서비스	상품추천, 이벤트 알림 등, 매거진 서비스	메일, SMS 발송	자체제작
	그림책 출판	그림책 출판	출판	자체제작
	기독신문	기독신문출간 서비스	온라인등제 및 오프라인 광고	자체제작
	대한민국 조선해양기자재산업의 어제, 오늘, 그리고 내일	조선기자재산업 발전사	단행본 출판	자체제작
	독립출판사	책 대여, 서적 입고	소비자 제공	자체제작
	디자인 출력	온라인 주문제작 출력	주문제작	제작참여
	멸종과 이혼의 연대기	정광모 소설가의 소설집	서적	자체제작
	보건의료 전문 신문	보건의료 신문 발행	온라인 오프라인 신문발행	자체제작
	부모님을 위한 집수리 안내서	캐릭터를 활용한 일상정보툰	출판, 독립서점 유통	자체제작
	북카페	북카페	북카페	자체제작
	서적	서적출판	오프라인에서 판매서비스	자체제작
	서적	서적출판 영상제작	온라인 등록	자체제작
	서적	서적출판	출판서비스 온라인 등재 및 오프라인판매	제작참여
	서적	서적출판/영상서비스 제작	온라인등재	자체제작
	서적	서적출판	오프라인판매	자체제작
	서적 출판	서적출판 판매	온라인제공 및 오프라인 판매	제작참여
	서적 출판	서적출판 제작	온라인등재 및 오프라인 판매	제작참여
	서적 출판	출판 및 서적 관련 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	서적 출판	출판 관련 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	서적 출판	서작 및 출판 관련 영상서비스 제작	온오프라인 등록 및 광고	자체제작
	서적 출판	서적출판	서적출판해서 오프라인에서 판매	자체제작
	서적 출판	서적출판	출판	자체제작
	서적 출판	서적/전자책출판 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	서적 출판	서적출판	오프라인에서 판매	자체제작
	서적 출판	출판 관련 영상서비스 제작배포	포털사이트 등재	자체제작
	서적 출판	서적출판 광고 영상서비스	포털사이트 광고/영상제공	자체제작
	서적 출판	서적출판 관련 영상 및 제작	온/오프라인 등록 및 홍보	자체제작
	서적 출판	서적출판광고 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	서적 출판	서적출판/제작/판매	포털사이트 홍보	자체제작
	서적 출판	출판 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	서적 출판	서적 관련 영상서비스 제작	포털사이트 등재	제작참여
	서적 출판	서적/출판 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	서적 출판	출판영상서비스 제작	포털사이트 등록	제작참여
	서적 출판	서적출판 관련 영상서비스 제작	온라인등록 및 오프라인 판매	제작참여
	서적 출판	서적출판 관련 영상제작	포털사이트 등록/홍보	자체제작
	서적 출판	서적출판서비스	서적판매 관련 영상서비스 포털사이트 등록	제작참여
	서적 출판	일반 서적 출판	일반 서적 출판	자체제작
	서적 출판	서적 온/오프라인 출판영상제작	서적 온/오프라인 출판 광고	자체제작
	서적 출판	서적출판	서적출판공급	자체제작
	서적 출판	서적출판 관련 영상서비스 제작/배포/광고	온/오프라인 등재 및 광고 판매	자체제작
	서적 출판	출판 관련 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	서적 출판	각종 서적 출판	온라인, 오프라인 서점 공급	자체제작
	서적 출판	도서기획 및 출판	온라인, 오프라인서점	자체제작
	서적 출판	출판서비스 영상제작	포털사이트등록	자체제작
	서적 출판	출판관련 영상서비스 제작	온라인등록/광고	자체제작
	서적 출판	서적출판 관련 영상서비스 제작	제작영상 포털사이트 등록	제작참여
	서적 출판	서적출판관련 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	서적 출판	서적출판관련 영상 및 프로그램 제작	온라인등록 및 오프라인 광고	자체제작
	서적 출판	서적출판	직접전달	자체제작
	서적 출판	서적관련 광고/영상제작 온/오프라인 광고	포털사이트 등록	자체제작
	서적 출판	교과서,학습지출판	오프라인매장에서 판매	자체제작
	서적 출판	서적/출판 관련 영상제작서비스	포털사이트 등록	자체제작
	서적 출판 및 인쇄	인쇄	책인쇄	자체제작
	성경통독	성경통독 서적 출판	사이트에서 홍보, 판매	자체제작
	소설 온라인 등재	서적출판 및 포털사이트 소설 등 등재/관련 영상서비스 제작 광고	포털사이트 등재	자체제작
	시집 출판	시집	온오프라인서점	자체제작
	신문	신문/간행물 출간	온라인등재 및 오프라인 판매	제작참여
	신문	신문/간행물 출판 서비스	온라인등재 및 오프라인 광고	제작참여
	신문 발행	신문 발행	부산제일경제신문	자체제작
	신문/간행물	간행물출간 영상서비스 제공	포털사이트 등록	자체제작
	신문/간행물	신문/간행물출판 서비스	온라인등재 및 오프라인판매	제작참여
	신문/간행물	신문/간행물 출판/판매	온라인등재 및 오프라인 판매	제작참여
	신문/간행물	신문/간행물 출판 영상 등 제작	포털사이트 등록/판매	자체제작
	신문/간행물	신문/간행물출판/인쇄	신문/간행물 영상제작 보급	자체제작
	신문/간행물	신문/간행물 출간 영상제작	포털사이트 등록	제작참여
	신문/간행물	신문/간행물출판 서비스	영상서비스 제작 포털사이트 등록	자체제작
	신문/간행물 출판	간행물 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	신문/간행물 출판	간행물 및 신문 영상서비스 제작	온/오프라인 등록	자체제작
	신문/간행물 출판	간행물 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	신문/간행물 출판	신문 및 간행물 영상서비스 제작	오라인 및 오프라인 등록	자체제작
	신문/간행물 출판	간행물 영상서비스 제작 배포	온/오프라인 등재	자체제작
	신문/간행물 출판	신문/간행물 영상서비스 제작 판매	온/오프라인 등재	제작참여
	신문/간행물 출판	신문/간행물출판 서비스	온/오프라인 제공	제작참여
	아동 학습서적, 교구	아동교육용 학습서적, 교구 제작	온,오프라인 판매	자체제작
	아동도서	동화책	크라우드펀딩, 온라인서점	자체제작
	아동도서	동화책 출판	온라인서점	자체제작
	아포칼립스에서 온 올클래스 구원자	웹소설로 다른 세계에 갔던 주인공이 지구에 돌아와 세계를 구하는 내용	문피아(플랫폼) 연재	자체제작
	암산왕주산교실	주산암산교재 개발	어린이들에게 서비스	자체제작
	애견관련 스티커 제작	애견 관련 스티커 제작	자체제작 및 제작참여	제작참여
	여행매거진	여행, 레져 관련 온라인 매거진 발송	메일 SMS	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	영상제작참여	기업브랜드홍보	유튜브	제작참여
	온라인 서비스	온라인 여행보조, 예약 등의 서비스	자체사이트	자체제작
	온라인구독	온라인 신문, 구독서비스	각 포털사이트 뉴스란	자체제작
	온라인구독	상품안내, 이벤트 홍보	이메일, 문자 구독서비스	자체제작
	온라인구독서비스	매거진 발송	이메일, sms 발송	자체제작
	온라인서비스	온라인 구독, 메일서비스	정기메일	자체제작
	온라인서비스	케이스, 선물용포장재 디자인	주문제작	자체제작
	온라인인쇄물	온라인인쇄물	외주	제작참여
	웹소설	웹소설	온라인등록	자체제작
	인쇄	인쇄	없음	자체제작
	인쇄	인쇄	없음	자체제작
	인쇄	리플릿, 전단지 인쇄	소비자 제공	자체제작
	인쇄, 출력	인쇄, 출력	출력물 제공	자체제작
	인쇄디자인	디자인 인쇄, 출력	주문제작	제작참여
	인쇄물	광고문 문안, 도안 설계해서 인쇄제작	의뢰처에 제공	자체제작
	인쇄물 제작	디자인 인쇄물 출판하고 제작함	의뢰처에 제공	자체제작
	인쇄물 출판	인쇄물 출판	없음	자체제작
	인쇄업	책 인쇄, 광고홍보용 리플렛 인쇄	소비자 제공	자체제작
	인쇄업	연예인 / 애니메이션 굿즈 제작	없음	자체제작
	인쇄제조	인쇄업	고객 주문 기반으로 제작함	자체제작
	인쇄제조업	종이로 인쇄물 사업	고객 주문 기반으로 제작함	자체제작
	전자신문	간행물출판	간행물출판서비스	자체제작
	정기간행물	생황정보 신문발행	자체제작	자체제작
	조광페인트 카탈로그	카탈로그 디자인 및 출판	사업체 거래	자체제작
	주간신문	신문, 뉴스	베를리너판형	자체제작
	책 출간	옛날책 출간	옛날책 출간	자체제작
	책자 제작	공공기관, 관공서 책자	인쇄물, 전자책	자체제작
	출판	기업, 대학 등의 홍보물, 소식지, 책자, 카탈로그 제작	기업, 대학에 제공	자체제작
	출판	출판/판매	판매	자체제작
	출판	출판판매	출판제작/판매	자체제작
	출판	출판광고/전시	온라인광고	제작참여
	출판	기획 출판	온오프라인 서점을 통해서 제공	자체제작
	출판	출판물, 브로슈어, 포스터, 전단지 등 인쇄물	고객사에 제공	자체제작
	출판	디자인 인쇄제본	고객사 요구사항 분석함	자체제작
	출판	유선온라인게임	타임슬롯카지노앱	자체제작
	출판	출판판매영상제작	광고포털사이트등록	제작참여
	출판	서적출판	서적 온라인서비스 광고	자체제작
	출판	출판서적 판매	출판관련 홍보영상 제작 포털사이트 등록	자체제작
	출판	출판서적광고제작/전시	포털사이트 광고/등록	제작참여
	출판	서적판매	온/오프리인광고 판매	자체제작
	출판	교과서 학습서적 출판	포털사이트 등록	자체제작
	출판	책	제공	자체제작
	출판	서적출판	오프라인에서 판매서비스	자체제작
	출판	서적출판	오프라인판매	자체제작
	출판	과학교양서적	온,오프라인 판매	자체제작
	출판	온라인 주문받은 서적 출력	제작후 택배발송	자체제작
	출판	출판광고제작	광고전시 및 온라인출판광고	자체제작
	출판	파티별(어린이놀이파티)을 위한 테마형 콘텐츠 제작	이동형으로 방문하면서 놀이교육을 함	자체제작
	출판	서적출판, 인쇄물제작, 편집, 그래픽 디자인 제공	공공기관 인쇄물 홍보 제작	자체제작
	출판	출판서적 및 전자책출판	포털사이트 동록/오프라인 홍보	자체제작
	출판	출판 제책업 작업	출판서적광고 판매	자체제작
	출판	서적 출판	온오프라인 서점	자체제작
	출판	서적출판영상제작	포털사이트 등록/오프라인 홍보	자체제작
	출판	오디오물 출판 및 원판 녹음업	디지털 플랫폼 발매	자체제작
	출판	전자상거래 (쇼핑몰)	온라인 등록	자체제작
	출판	명함, 책자, 홍보물 인쇄	의뢰처 제공	자체제작
	출판	시집, 문학작품 출판	시인, 소설가 문학작품 출판	자체제작
	출판	스티커, 라벨 인쇄물 제공	의뢰처에 제공	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	출판	출판 인쇄업	의뢰처에 제공	자체제작
	출판,영상콘텐츠	출판,영상콘텐츠 제작	없음	자체제작
	출판/서적판매	서적광고/전시	온오프라인/광고/전시	제작참여
	출판/인쇄	출판광고	출판 온/오프라인광고	자체제작
	출판광고	출판관련 영상흥보	포털사이트 및 오프라인 광고	자체제작
	출판사업	서적관련 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	출판영상	출판광고	온라인광고	제작참여
	출판인쇄	출판인쇄	온오프라인광고	제작참여
	택시정보화사업	택시정보화사업	관리서비스	제작참여
	포장재디자인	선물용 포장상자 디자인 출력	주문제작	자체제작
	학습서적출판	교과서,학습서적출판	오프라인판매	자체제작
	학습서적출판	학술 및 일반 출판물 제작	출판제작	제작참여
	학습서적출판	학습서적출판	학습서적출판	자체제작
	학습지출판	지식정보영상제작 및 학습지 출판	학습관련영상 포털사이트 등록	자체제작
	한자의 비밀	한자의 신비, 한자의 설계도, 한자의 기원을 밝힌 최초의 한자학 개론서 5천년이나 오래 되었지만 어떻게 만들었는지 왜 그런 모양과 그런 음가를 갖는지 알 수 없어 어렵기만 했던 한자. 본서에서는 한자의 기원을 일목요연하게 밝히며, 무엇보다도 한자의 음가가 우리말(한글)과 관계가 있다는 점을 알리고 있다. 그렇기 때문에 한국인은 한자를 보다 쉽게 배울 수 있다는 점을 밝혀냈다.	종이책	자체제작
만화 (20)	깨칠이 웹툰	웹툰전시	웹툰 전시	자체제작
	만화	만화영상서비스 제작	온라인 포털사이트 등재	자체제작
	만화	만화출판	만화 포털사이트 등록	자체제작
	만화	레알코믹스	레알코믹스 등록	자체제작
	만화 에이전시	작가발굴 / 스튜디오 운영 / 플랫폼 연결 / 만화영상제작	만화영상 포털사이트 등록	자체제작
	만화작가	만화제작	온라인 포털에 등록 연재	자체제작
	만화작가	만화제작	제작만화 포털사이트 등재	자체제작
	만화작가	만화제작	포털사이트 등재	자체제작
	만화작가	만화제작	포털사이트 등재	자체제작
	만화작가	만화제작	포털사이트 등록	자체제작
	만화제작	만화영상서비스 제작	포털사이트 등재	자체제작
	만화제작	만화영상서비스 제작	포털사이트 등재	자체제작
	만화제작	만화제작 /영상제공 및 온 오프라인 등제 /광고	만화작가와 독자들과의 만남 / 제작작품 온오프라인 광고 및 등재 고객들과의 온라인 소통 등으로 독자만족도 향상으로 매출 향상	자체제작
	만화출판	전자책(이북)출판	온라인플랫폼	자체제작
	만화출판	만화출판	만화 온/오프라인 등재/광고 판매	자체제작
	웹툰	웹툰 제작	온라인플랫폼 등록	자체제작
	웹툰	로맨스웹툰	네이버웹툰에등록	자체제작
	웹툰	온라인서비스	만화(웹툰등)온라인 서비스 포털사이트 등재	자체제작
	웹툰 제작	웹툰 제작	웹툰 제작	자체제작
	웹툰/인스타툰/부마언박싱	드라마, 역사, 사연툰	부마민주항쟁기념재단 SNS	제작참여
음악 (40)	공연	공연 기획	없음	제작참여
	공연 기획 및 제작	공연 기획 및 제작 음반 매니지먼트	음반 발매, 공연	자체제작
	공연운영	공연시설운영	현장서비스, 온라인 예매	자체제작
	기타 영상물에 들어갈 음악 제작	기타 영상물에 들어갈 음악 제작	사업체 거래	자체제작
	사운드 엔지니어링	음향 믹싱/마스터링	메일, 클라우드	제작참여
	스튜디오 운영	스튜디오 운영(음원 및 음악제작 등)	포털사이트 등록	자체제작
	스튜디오 운영	노래연습장 운영	온/오프라인 광고	제작참여
	연주 활동과 문화 교류	오케스트라 연주	공연	자체제작
	음악	음악 기획제작/뮤지션	포털사이트 등록	자체제작
	음악	음악 기획/제작 연출 단체운영	음악제작	자체제작
	음악	음악	제작	자체제작
	음악	음악유통	음악관련정보 포털사이트 등록	제작참여
	음악	음악 스튜디오 운영 및 관련 영상제작 등	포털사이트 등록	자체제작
	음악	음악학원운영	온라인서비스 광고영상 제작 서비스	자체제작
	음악	스튜디오운영 / 고객용 요청 영상 등	포털사이트 등재	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
		제작/음악지도		
	음악	스튜디오운영/음악제작 등	포털사이트 등재	자체제작
	음악	음향기기제조업	방송장비,정보통신솔루션 제공	자체제작
	음악	음악 기획/제작	포털사이트 등록	자체제작
	음악	음악, 오디오북 콘텐츠 제작	온라인 플랫폼 제공	자체제작
	음악	유튜브, SNS, 광고영상 제작	유투브 등록	자체제작
	음악	출판, 영상 방송통신 및 비디오 제작	의뢰처에 제공	자체제작
	음악 관련 기기 판매	음악 관련 기기 판매	판매	자체제작
	음악 교습소	음악 교습소	음악 교습소	자체제작
	음악 제작	음악 제작	엔터 유통	자체제작
	음악 제작 및 판매	음악 제작 및 판매	음반 배급 및 유통	자체제작
	음악/기타오디오물	음반제작	온라인광고	자체제작
	음악기획	음악기획,제작뮤지션	영상제작서비스	자체제작
	음악기획	기획,제작	이메일, 클라우드 발송	제작참여
	음악기획	음악제작/기획	제작음악온/오프라인광고	자체제작
	음악기획/제작 뮤지션	음악영상 제작	포털사이트 등록	자체제작
	음악기획/제작 뮤지션	음악기획/제작 뮤지션 영상서비스 제작	온오프라인광고 및 온라인 등재	자체제작
	음악스튜디오운영	소상공인 요청 영상제작	온오프라인 등재/광고	자체제작
	음악영상	음악영상 제작	온라인 업로드, 전시	자체제작
	음악영상	기업 및 제품홍보 영상과 캠페인 영상 제작	공공기관	자체제작
	음악제작	영리추구 없는 음악 제작	소수인원 모여서 제작	자체제작
	음악제작 및 공연기획사	인디레이블	공연기획제작	자체제작
	음원 제작	음원제작	온라인 오프라인 병행	자체제작
	음원 제작	악보 제작	온라인 오프라인 제공	자체제작
	음원 제작	음원 제작	음원 제작	자체제작
	펍 가게	펍 음악	펍 음악	제작참여
영화 (36)	경제교육콘텐츠	동영상강의	동영상강의제공	자체제작
	국제공동제작 다큐멘터리	화가의 예술과 삶	극장 및 부가판권	제작참여
	독립영화	독립영화	배급	자체제작
	밀양아리랑 /소성리 /기프실 / 사상	밀양 송전탑 투쟁 현장 기록/ 사드배치 반대 주민 투쟁 기록/ 영주댐 수몰지역 실향민들기록/부산의 제1공업지 사상의 쇠락과 자본주의의 단상	온라인 Ott플랫폼	자체제작
	베르나르다알바	뮤지컬영화	공연 영상	자체제작
	비디오물 제작	비디오물 제작	배급	자체제작
	영상 제작	영화 및 비디오물 제작업	영화	자체제작
	영화	영화	영화	자체제작
	영화	극장 및 행사 운영	상영관 이용	제작참여
	영화	영화기획 / 제작 / 비디오물제작	온/오프라인 광고	자체제작
	영화	스튜디오 (녹음실, 연습실 제공)	스튜디오 제공	자체제작
	영화	영상개발	영상개발 제작	자체제작
	영화	기획제작	제작출시	자체제작
	영화 7월32	딸과의 아버지의 서글픈 이야기	국장개봉 후 온라인 네이버tv	자체제작
	영화 굿즈(MD 상품) 제작 및 디자인	영화 홍보, 마케팅	현장, 온라인 판매	자체제작
	영화 기획 제작	시나리오 작성 및 기획제작	기획 및 제작	자체제작
	영화 및 비디오물 제작	영화 및 비디오물 제작	영화	자체제작
	영화 영상 제작	영화 영상 제작	영화 영상 제작	자체제작
	영화 영상물 제작	영화 영상 제작	기획 및 제작	자체제작
	영화 제작	스틸 메이킹 필름 참여	제작참여	제작참여
	영화 제작	인형극을 제작하고 공연함	공공기관	자체제작
	영화관운영	영화상영	온라인광고/전시	제작참여
	영화기획 제작	영화 영상서비스	온/오프라인 광고	자체제작
	영화기획/제작	영화제작	온/오프라인 광고	제작참여
	영화상영	영화상영	온/오프라인 영상서비스 광고	제작참여
	영화의거리	로맨스 드라마	영화 극장 개봉 및 ott	자체제작
	영화제작	영화제작	배급	자체제작
	영화제작	프로덕션 디자인	대행	자체제작
	영화제작	일반영화웹드라마	비디오제작	자체제작
	영화제작 및 지원	영화제작 및 지원	영화제작 및 지원	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	영화제작업	영화제작업	영화제작업	자체제작
	영화제작지원	영화 제작사	사업체 거래	자체제작
	영화제작지원	영화제작 영상서비스 지원	영상제작 포털사이트 등재	제작참여
	웹드라마	영화, 웹드라마 기획제작	웹	자체제작
	장편 영화	기획 및 제작	기획 및 제작	자체제작
	천국은없다	쌍둥이형제 이야기	OTT플랫폼, 유튜브	자체제작
게임 (65)	Color Lim	비디오 게임	PC, 콘솔 패키지 게임 판매	자체제작
	Light Odyssey	소울라이크 게임	온라인 플랫폼	자체제작
	RPG 모바일 게임	액션, 수집형 RPG 게임	플레이스토어,앱스토어 배포	자체제작
	SpaceSweeper:JunkHunter	모바일 캐주얼 게임	구글 플레이스토어	자체제작
	XX물류센터	직업 시뮬레이션	Steam 플랫폼 출시 예정	자체제작
	z서바이벌	액션게임	앱다운	자체제작
	게임	모바일게임	제작	자체제작
	게임	업종은 시스템소프트웨어 개발 공급업	소프트웨어	자체제작
	게임	게임 개발 및 서비스	모바일 플랫폼	자체제작
	게임	솔루션형모바일게임	구글 플레이스토어	자체제작
	게임	게임제작	플렛폼 온라인정보서비스	자체제작
	게임	게임(오락용품 제작)	온라인광고/포털사이트 등록	제작참여
	게임	게임 소프트웨어 개발	온라인 제공	자체제작
	게임	모바일게임개발	구글 플레이스토어	자체제작
	게임	게임제작	게임제작	자체제작
	게임	보드게임 전문 퍼블리셔	온라인 오프라인 판매	자체제작
	게임 개발	게임 개발	구글, 애플 플랫폼	자체제작
	게임 제작	게임제작	게임제작, 소프트웨어개발	자체제작
	게임 제작	아케이드 게임	자체제작	자체제작
	게임 제작	게임제작	포털사이트 등록	자체제작
	게임 제작	게임제작서비스	온라인게임서비스제공	자체제작
	게임 제작	게임제작서비스	플랫폼 온라인서비스	자체제작
	게임 제작	게임제작 영상서비스	포털사이트 등록	제작참여
	게임 제작	게임제작서비스	온라인서비스	자체제작
	게임 제작	소프트웨어개발	게임 소프트웨어개발공급	자체제작
	게임 제작	게임제작 영상서비스 제작	포털사이트 등재	제작참여
	게임 제작	온라인게임제작	플레이스토어,앱스토어 배포	자체제작
	게임 제작	모바일게임제작	모바일로프트웨어개발공급	자체제작
	게임 제작	모바일게임개발	게임출시	자체제작
	게임 제작	게임영상서비스	포털사이트등록	자체제작
	게임 제작	모바일게임개발	웹사이트모바일 어플서비스	자체제작
	게임 제작	아케이드 게임 제작	사업체거래	자체제작
	게임공급	여러가지 장르의 게임을 배포, 공급	온오프라인 판매	자체제작
	게임배급	게임오락용품개발	게임오락용품출시	제작참여
	게임배급(퍼블리싱)	게임배급(퍼블리싱)	포털사이트 등록	제작참여
	교육용 학습프로그램	오락 및 교육목적의 게임 주문 제작	고객사 홈페이지	제작참여
	냥냥타운	모바일 게임	온라인스토어	자체제작
	더 로스트 프린스	비주얼 노벨	스팀, 스토브 서비스	자체제작
	던던던	로그라이크 슈팅 게임	플레이스토어, 앱스토어 출시	자체제작
	덱랜드	게임	제작중	제작참여
	릴리스타일	캐주얼 시뮬레이션	앱다운	자체제작
	마법의잉크	소셜 네트워크 판타지 게임	구글플레이	자체제작
	매직 디펜스	유닛들을 수집하고 육성하여 몰려오는 적을 만들어내어 막아내는 타워 디펜스 게임	네이버	자체제작
	모바일 게임 소프트웨어 개발	모바일 게임 소프트웨어 개발	온라인플랫폼	자체제작
	모바일게임	모바일게임 제작	앱스토어배포	자체제작
	모바일게임 개발	게임	네이버	자체제작
	모험가 이야기	로그라이크 게임	모바일,PC	자체제작
	미니게임	고객사 단기 이벤트용 미니게임 제작	고객사 홈페이지	자체제작
	배틀 사커	온라인 게임	온라인	자체제작
	소프트웨어 개발	게임, vr/ar	온라인제공	자체제작
	오락게임	오락게임	오락게임	자체제작
	온라인 게임 개발 및 공급	온라인 등록	온라인플랫폼	자체제작
	온라인모바일 게임소프트웨어	온라인모바일 게임소프트웨어	온라인모바일 게임소프트웨어	자체제작
	온라인솔루션	게임출시	외주	자체제작
	웹 또는 오픈마켓	웹 또는 오픈마켓	웹 또는 오픈마켓	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	유니마블	판타지 보드게임	안드로이드 모바일	자체제작
	유선 온라인 게임 소프트웨어	개발	온라인개발	자체제작
	유아컨텐츠	어플제작	어플	자체제작
	젠솔	아크은하라는 가상의 우주를 배경으로 하는 공상과학 세계관	자체 퍼블리싱	자체제작
	컴퓨터 시스템	컴퓨터 시스템 통합 자문 및 구축 서비스	컴퓨터 시스템	자체제작
	컴퓨터 프로그래밍	컴퓨터 프로그래밍 서비스	컴퓨터 프로그래밍	자체제작
	파이널길드	게임 개발 및 제작	구글플레이	자체제작
	프로젝트 lc	세미 오픈월드 어드벤처	다운로드 판매	자체제작
	프젝 HD	게임	pc/온라인플랫폼	자체제작
	한국관광홍보용 게임	홍보용 게임	시연	자체제작
애니메이션 (9)	교육용 애니메이션	교육용 애니메이션	외주작업	자체제작
	레이와디디 키즈나라	창작동화	온라인 플랫폼	자체제작
	설민석 한국사여행	설민석 역사이야기 TV시리즈 애니메이션	TV정규 방송 편성	제작참여
	성경이야기 애니메이션	기독교관련 교육물 제작	온라인플랫폼	자체제작
	애니메이션 영상제작	애니메이션 영상제작	납품	자체제작
	애니메이션영화	애니메이션영화	애니메이션영화제작	자체제작
	애니메이션유통	애니메이션유통	애니메이션유통	자체제작
	캐릭터IP 기반 콘텐츠	애니메이션 제작	관광지 유통	자체제작
	콩콩랜드	아동용 애니메이션	OTT	자체제작
방송 (36)	1인방송	1인 유튜브방송	유튜브	자체제작
	괴리와냉소	드라마	종합편성채널	자체제작
	국악방송	방송제작	제작방송송출	자체제작
	뉴스아이	뉴스보도	촬영 및 제작	자체제작
	다큐멘타리	다큐멘타리	자체제작	자체제작
	닥터스	의학다큐프로그램	Knn송출	자체제작
	무아, 프리스테이지	부산의 대중문화 힘이 폭발했던 1980년대 다방에서 시작된 자유로운 청년들의 무대를 다큐로 기록	지상파	자체제작
	방송	지상파방소	가종 방소/영상제작 공중파방송 송출	자체제작
	방송	기독교 프로그램 방송	FM라디오 등록, 유튜브 등록	자체제작
	방송	방송영상물제작	영상제작출시	자체제작
	방송 음원제작	방송제작	온라인광고	자체제작
	방송 프로그램 제작	방송 프로그램 제작	방송 프로그램 제작	자체제작
	방송영상물 제작	방송영상물제작	사업체 제공	자체제작
	방송영상물 제작	방송영상물제작	방송영상물	자체제작
	방송영상물 제작	방송영상물제작	오프라인제공	제작참여
	방송영상물 제작	방송프로그램제작	방송영상물	자체제작
	방송영상물 제작	방송영상물제작	온라인방송	자체제작
	방송영상물 제작	영상콘텐츠 제작	의뢰기업체 제공	자체제작
	방송영상물 제작	방송영상물제작	네이버	자체제작
	방송통신업	방송통신사업	통신장비 및 기기 제공	자체제작
	불교방송	불교방송내용방송	공중파방송불교내용전달	자체제작
	서울CBS	자체제작프로그램	납품	자체제작
	숨은 돈 찾기	MZ청년3명이 놀러간 펜션에서 거액의 범죄수익금을 둔 싸움판에 휩쓸려 고생고생하다가 기지를 발휘해 사건을 해결하는 코믹액션물	2026년 상반기 극장상영	제작참여
	영상물	포털등록용 영상물 제작	온라인등록	자체제작
	영상물 제작	영상 제작, 비디오 제작	방송용, 일반 영화	자체제작
	영상물 제작	응용소프트웨어개발	소프트웨어영상물제작	자체제작
	영화, 비디오물 및 방송 프로그램 제작	영화, 비디오물 및 방송 프로그램	영화, 비디오물	자체제작
	위성 관련 서비스업	위성, 방송업	지상파 방송	자체제작
	유선방송	방송영상서비스 제작	포털사이트 등재	자체제작
	인터넷영상물	인터넷영상물 제작/제공	제작영상 포털사이트 등록	자체제작
	인터넷영상물	인터넷 영상물 제작/온라인등재	토털사이트 등록	자체제작
	인터넷영상물	인터넷영상물 제작	포털사이트 등록	자체제작
	인터넷영상물	인터넷영상물 제공	포털사이트등재	자체제작
	일반영화	영화제작	영화비디오물제작	자체제작
	지상파유선방송	지상파유선방송송출	유선방송	제작참여

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	콘텐츠제작,미디어사업	영상제작	방송채널운영	제작참여
광고 (245)	가구홍보	제품 홍보, 기획	거래처 납품	자체제작
	각종 광고	광고대행	광고대행	자체제작
	각종 광고	기획 및 인쇄	주문제작	자체제작
	각종 광고	전시 기획 및 컨퍼런스 개최	전시회	자체제작
	각종 광고	인쇄, 홍보물 제작	주문제작	자체제작
	각종 광고	홍보	간판, 전광판	자체제작
	각종 광고	광고대행	소비자 제공	자체제작
	각종 광고	간판, 인쇄물 제작	주문제작	자체제작
	각종 광고	홍보물, 카탈로그 등 인쇄 및 제작	주문제작	자체제작
	각종 광고	홍보물, 인쇄물	간판 제작 위주	자체제작
	각종 광고	현수막, 인쇄물 카달로그 등	주문제작	자체제작
	각종 광고	기업 홍보	온라인, 인쇄물 등 다양함	자체제작
	각종 디지털광고	디지털콘텐츠개발서비스	서비스	자체제작
	각종 인쇄물	출력 제본, 간판 제작	주문제작	자체제작
	간판 및 광고물	광고물제작	온/오프라인 등록	제작참여
	간판 및 광고물	간판 및 광고물 제조	간판 및 광고물	자체제작
	간판 및 광고물	간판 및 광고물 제조	간판 및 광고물	자체제작
	간판 및 광고물	간판 및 광고물 제조	간판 및 광고물	자체제작
	간판 및 광고물	간판 및 광고물 제조	간판 및 광고물	자체제작
	간판 인쇄물제작	간판, 인쇄물 제작	제조	자체제작
	간판, 인쇄물 광고	간판, 인쇄물 광고	자체제작	자체제작
	건축물홍보영상	건축물홍보	온라인 플랫폼	제작참여
	경인쇄	인쇄	제조	자체제작
	관광홍보영상	관광지홍보	전달	자체제작
	광고	인쇄물, 홍보물	제작	자체제작
	광고	기업홍보	기업PR	제작참여
	광고	인쇄물광고	제작	자체제작
	광고	인쇄물광고제작	온라인광고서비스	자체제작
	광고	온라인광고대행	포털사이트 등록/광고	자체제작
	광고	간판	사인물 제작 시공	자체제작
	광고	영상광고물 제작	의뢰처에 제공	자체제작
	광고	인쇄물광고제작	온라인광고서비스	자체제작
	광고	온라인광고대행	광고제작 영상 온라인등록/흥보	자체제작
	광고	광고제작(온라인광고)	포털사이트등록	자체제작
	광고	영상광고제작	영상제작개발	자체제작
	광고	전단지 광고, 간판 광고 제작	의뢰처에 제공	자체제작
	광고	인쇄물광고제작	포털사이트 등록 및 오프라인 광고	자체제작
	광고	온라인 광고제작	온라인 포털 등록	자체제작
	광고	온라인광고제작 영상제공	온라인등록	자체제작
	광고	영상제작(홍보/행사/기획/연출)	포털사이트 등록	자체제작
	광고	간판영상광고제작	광고 포털사이트 등록 흥보	자체제작
	광고	광고영상뭉제작	포털사이트등록	자체제작
	광고	인쇄물광고	온라인 인쇄물광고	자체제작
	광고	온라인 광고제작/배포/등록	포털사이트 등록	자체제작
	광고	온라인 광고제작	기업체에 제공	자체제작
	광고	광고대행	광고	자체제작
	광고	전시, 컨벤션, 행사 기획, 연출	의뢰처 제공	자체제작
	광고	영상광고제작	영상광고 포털사이트 등재	자체제작
	광고	인쇄물광고 제작	제작광고 포털사이트 등록/홍보	자체제작
	광고	홍보/행사/기획/연출	플렛폼 온라인서비스	자체제작
	광고	홍보/행사/기획/연출	홍보/행사영상제작 포털사이트 등록	자체제작
	광고	영상제작	광고제작출시	자체제작
	광고	광고	광고	자체제작
	광고	온라인 광고 제작	네이버, 카카오 등록	자체제작
	광고 대행	광고대행	광고	자체제작
	광고 대행	행사/이벤트, 행사대행	광고	자체제작
	광고 대행	광고대행	광고	자체제작
	광고 대행	광고 대행 및 컨설팅	의뢰	자체제작
	광고 영상 제작	광고 영상물 제작	사업체 거래	자체제작
	광고 영상 제작	영상, 비디오 제작	주문 제작	자체제작
	광고 영화 및 비디오물	광고 영화 및 비디오물 제작	광고	자체제작
	광고 영화 및 비디오물 제작업	광고영화, 영상 제작	광고	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	광고 인쇄물 제작	제작 및 인쇄	제작 및 인쇄	자체제작
	광고 제작	온라인광고제작	온라인광고등록	제작참여
	광고 제작	도시계획경관광고	플렛폼 온라인광고서비스	자체제작
	광고 제작	비디오물제작	광고제공	자체제작
	광고 제작	온라인 광고 위주	의뢰	자체제작
	광고(시각디자인)	패키지,카달로그 홈페이지	광고	자체제작
	광고/마켓팅	기업광고제작	광고제작참여	제작참여
	광고기획, 대행	광고 콘텐츠 기획, 광고 제작	사이트 게시, 인쇄물 배포	제작참여
	광고기획및제작	광고대행	오프라인온라인서비스	자체제작
	광고기획및제작	기업이나 기관의 콘셉트, 슬로건, 디자인 기획	기업체 제공	자체제작
	광고대행	온라인플랫폼	온라인제작	자체제작
	광고대행	옥외매체광고제작	옥외광고제작	자체제작
	광고대행	광고대행	광고서비스	자체제작
	광고대행	광고 콘텐츠 기획, 광고 제작	웹사이트 업로드	자체제작
	광고물 제작,현수막,전시대	광고물 제작,현수막,전시대	광고	자체제작
	광고물인쇄	카달로그인쇄	인쇄제작판매	자체제작
	광고영상 제작	광고영상 기획 및 제작	촬영, 편집, 배포	자체제작
	광고영상/제작/기획	광고영상제작	포털사이트등록	자체제작
	광고영화	광고영화	광고영화제작	자체제작
	광고콘텐츠	홍보,행사기획,연출	온라인서비스	자체제작
	광고콘텐츠	영상광고제작	플랫폼 온라인서비스	자체제작
	교통매체광고	외주발주	교통매체게첨 및 송출	제작참여
	기관 홍보 및 안내	기관 홍보 및 안내	책자제작, 온라인용 이미지제공	제작참여
	기업홍보영상	기업홍보영상	영상제작	자체제작
	동영상 제작	광고동영상 제작	제작 후 배포	자체제작
	디자인기획	디자인	광고서비스	자체제작
	디자인플랫폼	명함,전단지,스티커제작	온라인광고서비스	자체제작
	리플렛, 포스트 제작	각종 리플렛, 포스트 디자인	웹디자인, 인쇄물 제공	자체제작
	마케팅	제품, 홍보 마케팅	온라인 광고, 인쇄물 배포	자체제작
	매거진, 신상품 홍보	신상품 제품촬영과 홍보	자체사이트 게시	자체제작
	무용제	영상,기타 인쇄물	디자인	자체제작
	병원 마케팅 광고 홈페이지	병원 마케팅 광고 홈페이지 제작	홈페이지	자체제작
	분양광고	분양광고	대행사	자체제작
	비디오물 제작	비디오물제작	비디오물	자체제작
	산업디자인	산업디자인 영구개발	제품디자인/시스템 s/w개발	제작참여
	시각 및 제품 디자인	시각 및 제품 디자인	디자인 서비스	자체제작
	시각디자인	시각디자인리플렛, 팜플렛	제안서제출	자체제작
	시각디자인 광고	디자인광고/기획/연출	온오프라인(포털사이트) 광고 등록	자체제작
	시각디자인업	브랜딩 디자인 (로고,심볼)	의뢰처 제공	자체제작
	시제품	시제품	전시회	자체제작
	영상공고제작	영상광고제작	영상광고출시	자체제작
	영상광고	영상광고제작	영상광고 포털사이트 등록	자체제작
	영상광고	영상광고제작 서비스	포털사이트 등록	자체제작
	영상광고	영상광고기획연출	온라인광고	자체제작
	영상광고	영사광고 제작	포털사이트 등록	자체제작
	영상광고	광고대행	영상광고대행	자체제작
	영상광고	영상광고제작/대행	제작광고 포털사이트 등록	자체제작
	영상광고	영상광고제작 포털사이트 등록	온라인등재	자체제작
	영상광고	영상광고제작	영사광고 포털사이트 등록	자체제작
	영상광고	광고개발	마켓팅광고제작	자체제작
	영상광고	영상광고	영상광고대행	자체제작
	영상광고제작	광고제작	온라인광고/등록	자체제작
	영상광고제작	음원제작(광고)	온라인등록	자체제작
	영상광고제작	영상광고제작	영상광고제작	자체제작
	영상광고제작	제품디자인제작	영상디자인제작광고	자체제작
	영상광고제작	영상광고제작	영상광고제출	자체제작
	영상제작/광고	소상공인광고영상제작	온오프라인등록/홍보/전시	자체제작
	옥외 광고	옥외 광고	옥외광고	자체제작
	옥외간판	광고물제작	간판,안내판,현수막	자체제작
	옥외광고,인쇄	옥외광고,인쇄	옥외광고	자체제작
	온라인	온라인솔루션	외주	제작참여

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	온라인 광고	온라인광고제작	웹사이트 업로드	자체제작
	온라인광고	온라인광고영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	온라인광고	온라인광고 제작	온/오프라인 및 포털사이트 등록 광고	자체제작
	온라인광고	온라인광고 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	온라인광고	온라인광고 제작	데이터베이스 및 온라인제공	자체제작
	온라인광고	회사pr	온라인메체 광고	자체제작
	온라인광고	온라인광고 제작	온라인광고	제작참여
	온라인광고	온라인광고 제작	온라인플랫폼	자체제작
	온라인광고	온라인광고 제작	포털사이트 등록	자체제작
	온라인광고	온라인광고 제작	온라인광고서비스	자체제작
	온라인광고	기업홍보, SNS마케팅, 검색엔진 광고	고객사에 제공	자체제작
	온라인광고	온라인광고 영상제작	광고영상 포털사이트 등록	자체제작
	온라인광고	온라인광고 영상서비스 제공	포털사이트 등록	자체제작
	온라인광고	온라인광고서비스	포털온라인광고	자체제작
	온라인광고 제작	소상공인 온라인영상제공 서비스	포털사이트 등록	자체제작
	온라인광고제작	온라인광고 제작	온라인광고제작제출	자체제작
	온라인광고제작	온라인광고 제작	온라인광고제작	자체제작
	온라인광고제작	광고영상제작	포털사이트등록	자체제작
	온라인광고제작	온라인광고 제작	온라인광고제작	자체제작
	온라인광고제작	온라인광고 제작	온라인광고제출	자체제작
	이벤트 기획	행사, 디자인 기획	제작 및 참여	자체제작
	이벤트,행사,공연	이벤트,행사,공연	이벤트,행사,공연	자체제작
	인쇄	인쇄물광고/영상제작	포털사이트등록/오프라인흥보	자체제작
	인쇄	비닐포장지	제조	자체제작
	인쇄광고	인쇄광고	배포	자체제작
	인쇄광고	인쇄물제작, 패키지제작	광고서비스	자체제작
	인쇄광고	책자	서비스	자체제작
	인쇄광고물	인쇄광고물 제작/온~오프라인 동시	영상서비스 포털사이트 등록 및 오프라인 광고홍보	자체제작
	인쇄물	인쇄물광고제작	온라인서비스	자체제작
	인쇄물	광고제작	온라인등록	제작참여
	인쇄물	인쇄물광고제작	인쇄물광고제작 포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물	인쇄물광고제작	인쇄물광고온라인서비스	자체제작
	인쇄물 광고	인쇄물광고 영상제작/	온오프라인등재	자체제작
	인쇄물 광고	실사출력, 현수막, 배너광고	오프라인 업체 제공	자체제작
	인쇄물 광고	간판 및 광고물 제조	의뢰처에 제공	자체제작
	인쇄물관고	인쇄물광고/제작	온/오프라인과고	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고제작	포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고제작 영상서비스 제공	포털사이트등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고영상제작/오프라인광고	온라인등재 광고 및 오프라인 광고	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고(경인쇄업)	광고제작	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상제작 서비스	포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상제작	인쇄물광고 제작물 포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고제작 서비스	포털사이트 등재 및 오프라인 광고	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물강고 영상제작	인쇄물광고 영상제작 포털사이트등록/오프라인광고	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고제작서비스/영상제작 온오프라인 등재	영상제작서비스 온/오프라인 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고제작	광고 포털사이트등록 및 오프라인 전시	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 제작	토털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고제작	인쇄물광고 영상제작서비스 온라인등재 및 오프라인광고	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 제작 영상서비스제공	포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 제작	인쇄물광고 포털사이트 등재	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상제작	포털사이트 등록 및 오프라인전시 홍보	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상서비스	포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상제작	온라인등재/오프라인광고	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄광고물제작	인쇄광고물 제작홍보/배포/포털사이트 등록	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고제작	온라인 포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상제작 판매	인쇄물광고 포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상제작 / 오프라인홍보 / 전단지 등 인쇄	온오프라인 등재 및 광고	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고제작	인쇄물광고제작 포털사이트 등록/흥보	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고/제작	온/오프라인 광고 제작/전시	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상 제작 배포	온라인서비스 제공	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상서비스 제작	온오프라인 등재 및 광고	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고제작/영상	포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고제작	인쇄물광고 온라인서비스	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고제작	포털사이트 등재	자체제작
	인쇄물광고	소상공인 광고물 영상/편집/등재	포털사이트 등재	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고영상제작	포털사이트등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 제작 서비스	포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고영상제작	포털사이트등록/오프라인 광고	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 제작	포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	이쇄물광고영상제작	포털사이트 등록/광고/오프라인광고	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고제작	광고영상 포털사이트등록/ 오프라인홍보	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고영상 제작	온오프라인 영상서비스 등재및 광고	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상 서비스제작	포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고	인쇄물광고 영상제작/오프라인 인쇄	온/오프라인 광고제작 영상물제공 및 인쇄물배포 홍ㅂ보	자체제작
	인쇄물광고 제작	포스터, 홍보물 제작	의뢰처에 제공	자체제작
	인쇄물광고/옥외및 전시광고	광고영상제작/온 오프라인 동시제작	온라인등재 및 오프라인 제작판매	자체제작
	인쇄물광고/제작	인쇄물 영상제작 서비스	포털사이트 등록	자체제작
	인쇄물광고제작	인쇄광고물 설계제작	의로처 제공	자체제작
	인쇄물광고제작	스크린및 디지털인쇄	의뢰처제공	자체제작
	인쇄물광고제작	광고물설계및제작	의뢰처제공	자체제작
	인쇄물광고제작	인쇄물영상제작	포털사이트등록	자체제작
	인쇄물영상	인쇄물영상제작/광고/전시	온라인광고/오프라인광고	제작참여
	인터넷광고대행	인터넷광고대행	온라인	자체제작
	일반 서적 출판업	일반 서적 출판업	일반 서적	자체제작
	임쇄물광고	인쇄물광고제작	포털사이트 등록	자체제작
	전시	전시	전시	제작참여
	전시, 컨벤션 및 행사	전시, 컨벤션 및 행사 대행업	전시	제작참여
	전시, 컨벤션 및 행사	전시, 컨벤션 및 행사 대행업	전시	자체제작
	전시, 컨벤션 및 행사	전시, 컨벤션 및 행사 대행업	전시	자체제작
	전시, 컨벤션 및 행사	전시, 컨벤션 및 행사 대행업	전시	제작참여
	전시, 컨벤션 및 행사	전시, 컨벤션 및 행사 대행업	전시	제작참여
	전시, 컨벤션 및 행사	전시, 컨벤션 및 행사	행사 대행업	제작참여
	전시, 컨벤션 및 행사 대행업	전시, 컨벤션 및 행사 대행업	행사대행	제작참여
	제본.인쇄.복사	인쇄서비스	복사서비스	자체제작
	지스타 2010~2025	국제게임행사	옥내외 홍보물들	제작참여
	체험단	인플루언서 모집	인플루언서 모집 및 운영, 콘텐츠 제작	자체제작
	캐릭터	캐릭터 제작	sns	자체제작
	캠페인영상제작	광고기획 및 전략수립, 영상제작	의뢰기업 홈페이지, 유튜브 업로드	제작참여
	페리에 광고	영상광고	송출	자체제작
	행사	홍보/행사/기획 연출	온라인홍보영상광고	자체제작
	행사대행	전시컨밴션 및 행사대행	온라인광고	자체제작
	행사대행, 국제행사 유치 및 대행	행사대행, 국제행사 유치 및 대행	인쇄제공	자체제작
	행사전시	전시컨벤션 및 행사대행	온/오프라인 광고 및 전시 등록	자체제작
	현판 미니간판 실내 실외 사인	현판 미니간판 실내외 사인 주문 제작	현판 미니간판	자체제작
	홍보	홍보영상기획연출	포털사이트등록	자체제작
	홍보/행사 기획	홍보영상제작/기획/연출	포털사이트 릉재/광고	자체제작
	홍보/행사 기획	홍보영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	홍보/행사/기획/연출	홍보 기획 영상서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	홍보/행사/기획/연출	홍보/행사기획/영상서비스 제작	포털사이트 등재/오프라인 광고	자체제작
	홍보/행사/기획/연출	제작영상 홍보	제작홍보영상 포털사이트 등록	자체제작
	홍보/행사/기획/연출	홍보/행사 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	홍보/행사/기획/연출	홍보영상 서비스 제작	포털사이트 등록	자체제작
	홍보/행사/기획/연출	홍보/행사 영상제작 서비스제작 등	포털사이트 등록	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	홍보/행사/기획/연출	행사/기획 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	홍보/행사/기획/연출	행서 및 기획광고 제작/연출	포털사이트 등록	자체제작
	홍보/행사/기획/연출	홍보/행사/기획/연출 영상제작	홍보/행사/기획/연출 포털사이트 등록	자체제작
	홍보행사	홍보기획	온라인서비스	자체제작
	화장품 및 생활 제품	화장품 및 생활 제품을 OEM 방식으로 제조	화장품	자체제작
캐릭터 (19)	각종 디자인 제작 및 인쇄	카달로그 인쇄	주문제작	자체제작
	골프왕 그랑프리전	캐릭터들이 펼치는 골프대회	유튜브	자체제작
	라이선스 판매	캐릭터 라이선스 판매	포털사이트 라이선스 판매	제작참여
	라이선스 판매	애니메이션 굿즈 판매	온라인, 오프라인 판매	제작참여
	문구캐릭터	캐릭터개발	온라인서비스	자체제작
	캐릭터	캐릭터개발	캐릭터개발 후 포털사이트등록/광고	자체제작
	캐릭터	제조	주문제작	자체제작
	캐릭터	캐릭터상품제조및 영상서비스 제작	온오프사이트 등재 및 관고	자체제작
	캐릭터	영상캐릭터개발및 비영상케릭터개발	포털사이터등록	자체제작
	캐릭터	캐릭터상품제조/영상서비스 포함	포털사이트 등록	제작참여
	캐릭터	벽화 봉사 및 벽화 그리기	의뢰처에 제공	자체제작
	캐릭터 개발	컴퓨터 캐릭터 프로그래밍	컴퓨터 캐릭터 프로그래밍	자체제작
	캐릭터 라이선스 판매	캐릭터 라이선스 관리	포털사이트 등재 캐릭터 관리	자체제작
	캐릭터 제작	캐릭터 스토리텔링 및 브랜드	컴퓨터 캐릭터 프로그래밍	자체제작
	캐릭터 콘텐츠화	자체 제작 캐릭터로 동요를 만들어 영상화	온라인 플랫폼 제공	자체제작
	캐릭터개발	캐릭터영상제작	포털사이트 등록/광고 판매	자체제작
	캐릭터개발	개릭터개발서비스	캐릭터개발해서 온라인서비스	자체제작
	캐릭터개발	캐릭터 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	캐릭터상품제조	케릭터상품 영상제작	포털사이트 등재	자체제작
지식 정보 (143)	AiApp	랜딩페이지 및 모바일 앱	온라인 서비스 (SaaS)	자체제작
	Ar관광가이드	Ar로 주요 명소, 점포의 정보 제공	모바일	자체제작
	Celltrace	Celltrace	제작	자체제작
	S/W개발,전자매뉴얼,D/B구축	S/W개발,전자매뉴얼,D/B구축	개발서비스	자체제작
	s/w제작	소프트웨어제작/솔류션	온/오프라인 판매/제작/지도/지원	자체제작
	smart flow	전자결제시스템	협력문의	자체제작
	sw	개발	웹, 모바일	자체제작
	VR 제작	VR영상. VR 게임, VR 파노라마, VR 프로그램 개발	주문자에 맞춤	자체제작
	XR제작	XR제작	XR제작	자체제작
	게임	게임제작참여	게임아이디어 제공	제작참여
	교육 관련 소프트웨어개발	교육관련 소프트웨어개발	소프트웨어개발	자체제작
	교육용 로봇 소프트웨어	교육용 로봇 소프트웨어	사업서비스	자체제작
	기쁨나눔쌀화환	온라인거래	전자상거래	자체제작
	기업별해외진출 및 맞춤형지원	수출전략,해외시장조사표	온라인포털	자체제작
	나인톡	단체발송서비스	온라인	자체제작
	네이버웹툰	네이버웹툰	온라인광고	자체제작
	메타버스 FPS	무안경 기반 실감형 전투훈련 시뮬레이터	시스템-콘텐츠	자체제작
	문서서식/ 디자인서식	비즈니스 외 문서, 디자인 서식 온라인 제공	자체 제작, 온라인 정보제공, 다운로드 방식	자체제작
	사업자 영상/광고지원	음원제작	온/오프라인 광고	자체제작
	소상공인 영상제작 프로그램	소상공인 프로그램제작	포털사이트 등록	자체제작
	소프트웨어	한글,액셀 등	소매	자체제작
	소프트웨어	소프트웨어	시스템 소프트웨어개발	자체제작
	소프트웨어개발	소프트웨어개발	공급	자체제작
	소프트웨어개발	모바일앱, 소프트웨어개발	개발	자체제작
	소프트웨어개발	소프트웨어개발	패키지소프트웨어개발 도입서비스	자체제작
	소프트웨어개발	소프트웨어개발	온라인	제작참여
	소프트웨어개발	Internet PG	지식정보서비스	자체제작
	소프트웨어개발 및 공급	소프트웨어개발	시스템 소프트웨어개발	자체제작
	수입차관리서비스	앱개발프로세스	온라인정보제공	자체제작
	스피드운전면허	운전면허 필기시험 문제	모바일 앱	자체제작
	시스템 소프트웨어개발	시스템 소프트웨어개발 및 공급업	시스템 소프트웨어개발	자체제작
	시스템 소프트웨어개발 및 공급	영상콘텐츠 개발	회사거래	자체제작
	시스템소프트웨어	시스템소프트웨어개발	시스템소프트웨어개발공급	자체제작
	시청각기록물	기관내 보유한 중요 시청각기록물	내부 기록관리시스템	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	어플리케이션 제작	어플리케이션 제작	어플리케이션 제작	자체제작
	역사, 예술 등 관련 영상물 제작	역사,예술 등 관련 영상물 제작	온라인	자체제작
	영상	영상제작	네이버	자체제작
	영상 프로그램제작	영상 소프트웨어 프로그램제작	온/오프라인 광고	자체제작
	영상물 제공서비스업	크리에이터 지원 MCN 기업	영상물 제공서비스업	자체제작
	영상물 제작	소상공인 영상제작 홍보(프로그램제작 지원)	포털사이트 등록	자체제작
	옥외광고, 정보	지하철 승강장 PDP 영상광고 제작	지하철 승강장	자체제작
	온라인정보	온라인정보서비스	포털	제작참여
	온라인정보	온라인정보서비스	포털	자체제작
	온라인정보서비스	포털온라인정보안내	정보안내	자체제작
	온라인정보제공	온라인정보서비스	포털온라인정보서비스	자체제작
	온라인정보제공업	내부시스템관리,외부정보제공플랫폼을 개발	웹이나 모바일플랫폼을 통한 서비스	자체제작
	온라인지식광고	지식정보광고	온라인 홍보	자체제작
	온라인지식정보	지식관련영상제작	지식영상 포털사이트 등록	자체제작
	응용 소프트웨어개발	응용 소프트웨어개발 및 공급	응용 소프트웨어개발	자체제작
	응용소프트웨어	산업자동화. 응용소프트웨어	응용소프트웨어개발공급	자체제작
	응용소프트웨어 유지보수	ui 업데이트 등의 유지보수	프로그램 업데이트	자체제작
	응용소프트웨어개발, 유지보수	업체가 필요로하는 응용 소프트웨어 개발, 공급	유지보수, 서비스 관리	자체제작
	이러닝	이러닝제작서비스	포털사이트 등재	자체제작
	이러닝	이러닝 영상제작	포털사이트 등록, 기업/정부/개인 온라인 강의 등 수신	자체제작
	이러닝	이러닝교육서비스	온라인	자체제작
	이러닝	이러닝제작서비스	포털사이트 등록	자체제작
	이러닝 서비스	골프영상 소프트웨어를 매장에 설치하여 시뮬레이터, 영상레슨 제공	고객사에 제공	자체제작
	이러닝 제작	API 오브젝트 제작	자체 홈페이지 배포	자체제작
	이러닝 제작	이러닝제작서비스	포털사이트 등록	자체제작
	이러닝교육	이러닝교육서비스	포털사이트	자체제작
	이러닝교육	이러닝교육서비스	포털사이트	자체제작
	이러닝교육서비스	이러닝교육서비스	온라인정보제공	자체제작
	이러닝서비스	골프영상소프트웨어를 매장에 설치해 시뮬레이터, 영상레슨 제공	고객사에 제공	자체제작
	이러닝서비스	골프 영상 소프트웨어를 매장에 설치(시뮬레이터 영상 레슨)	고객사에 제공	자체제작
	이러닝제작	이러닝제작서비스	포털사이트 등록	자체제작
	이러닝제작	이러닝제작서비스	온라인으로 정보제공	자체제작
	이러닝제작	이러닝 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	이러닝제작	이러닝제작(영상)서비스 제작	포털사이트등록	자체제작
	이러닝제작	이러닝 영상제작	영상서비스제공	자체제작
	이러닝제작	이러닝교육서비스	온라인교육	자체제작
	이러닝제작	인터넷강의, cbt강좌, 교재및상품개발	온라인쇼핑몰	자체제작
	이러닝제작	이러닝제작서비스	포탈사이트온라인서비스	자체제작
	이러닝제작	이러닝 영상제작	이러닝영상제작 출판/영상송출	자체제작
	이러닝제작 서비스	이러닝 영상제작 서비스 온라인 등제 및 보급	포털사이트 등록	자체제작
	이러닝제작 서비스	이러닝 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	이러닝제작 서비스	이러닝 영상제작	이러닝 영상 포털사이트 등록	자체제작
	이러닝제작 서비스	이러닝 영상서비스 제작	이런닝 영상서비스 포탈사이트 등재	자체제작
	이러닝제작 서비스	이러닝직업훈련교육	이러닝직업제작	자체제작
	이러닝제작 서비스	이러닝 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	이러닝제작 서비스	이러닝영상 제작 서비스	이러닝제작 영상 온라인 사이트 등재	자체제작
	이러닝제작 서비스	이러닝영상 제작 서비스	이러닝 영상 포털사이트 등록	자체제작
	인테리어, 디자인	최신 인테리어, 디자인 정보 공유, 홍보	온라인 게시, 홍보	자체제작
	정보서비스제공	포털정보서비스제공	온라인정보서비스	자체제작
	정보통신업	영상물 제공	영상물 제공 서비스	자체제작
	정보통신업	컴퓨터프로그래밍	서비스제공	자체제작
	정보통신업 기반 응용프로그램개발	정보통신업 기반 응용프로그램개발	웹,앱	자체제작
	지식정보	지식정보 영상제작	지식정보 영상제작 포털사이트 등록	자체제작
	지식정보	식자재,농산물을 온라인으로 주문	도매시장시세 정보제공	자체제작
	지식정보	포털/온라인정보 서비스 영상제작	포털사이트 등재	제작참여
	지식정보	포털/온라인정보 서비스 영상제작	포털사이트 등록	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	지식정보	지식정보/포털 온라인정보 서비스	포털사이트 등록	자체제작
	지식정보	포털/온라인정보서비스 지식정보 영상화 제작	포털사이트 등록	자체제작
	지식정보	시스템, 응용소프트웨어개발	의뢰처 제공	자체제작
	지식정보	XR제작	영상서비스 제작 제공	자체제작
	지식정보	지식정보(포털/온라인 서비스제공)	포털사이트 등재	자체제작
	지식정보	지식관련정보 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	지식정보	지식정보 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	지식정보	지식정보 영상제작/	포털사이트 등재	자체제작
	지식정보	지식정보 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	지식정보	지식정보 영상서비스 제공	지식정보 포털사이트 등록	자체제작
	지식정보	컴퓨터프로그래밍	온라인정보서비스	제작참여
	지식정보	지식정보 제작/영상서비스	온라인서비스 제작영상 제공서비스	자체제작
	지식정보	지식정보 영상제제작 서비스	제작영상 포털사이트 등록/고객확보	자체제작
	지식정보	지식정보 영상제작	지식정보 영상 온라인등록	자체제작
	지식정보	지식정보 포털/온라인정보 영상서비스 제작	포털사이트 등재	자체제작
	지식정보	지식정보 포털 온라인제작 서비스	포털사이트 등록	자체제작
	지식정보	포털 온라인정보	온라인 정보서비스	자체제작
	지식정보	지식정보 영상제작, 포털 온라인 서비스 등록	포털사이트 등재	자체제작
	지식정보	지식정보 제작 유튜브 등 포털사이트 등재	지식정보 온라인등재	자체제작
	지식정보	부동산 데이터를 수집, 정제, 분석	부동산 지인 등록(부동산 정보 사이트)	자체제작
	지식정보	이러닝제작	플렛폼 온라인정보 서비스	자체제작
	지식정보	지식정보 포털/온라인서비스 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	지식정보	지식정보 포털 영상제작 온라인서비스	포털사이트 등록	자체제작
	지식정보	온라인정보서비스	포털정보제작	자체제작
	지식정보	지식정보 영상제작/가공 유튜브 등 포털사이트 등록	온라인제공	자체제작
	지식정보	소프트웨어개발, 환경/인프라 모니터링 시스템(IT)	공공기관	자체제작
	지식정보 온라인제공	지식정보 영상제작	포털사이트 등록/광고	자체제작
	지식정보포털	지식정보서비스	온라인포털사이트 개설	자체제작
	커스터마이징 ERP 시스템	육상과 선박을 통합하는 커스터마이징 ERP 시스템	컴퓨터 프로그래밍	자체제작
	컴퓨터 프로그래밍	컴퓨터 프로그래밍 서비스	컴퓨터 프로그래밍	자체제작
	컴퓨터 프로그래밍	컴퓨터 프로그래밍 서비스	컴퓨터 프로그래밍	자체제작
	컴퓨터 프로그래밍	컴퓨터 프로그래밍 서비스	컴퓨터 프로그래밍	자체제작
	컴퓨터시스템 통합	컴퓨터시스템 통합 자문 및 구축 서비스	컴퓨터 프로그래밍	자체제작
	콘텐츠 큐레이터	AI 기반 사용자 맞춤형 콘텐츠 큐레이션 플레이	온라인, 키오스크, DID	자체제작
	크리에이터를 위한 올인원 플랫폼 CCCV	크리에이터를 위한 올인원 플랫폼	CCCV에 등록	자체제작
	탈모관리 바이바즈	탈모 관리 노하우	유튜브	제작참여
	테이터베이스및온라인정보제공	ICT기술을 적용해서 데이터를 비용 효율적으로 분석	데이터베이스 수집, 분석 서비스	자체제작
	포털	온라인정보	온라인	제작참여
	포털 온라인정보 서비스	포털온라인정보서비스제공	포털사이트 등록	자체제작
	포털 온라인정보 서비스	포털온라인정보	온라인정보	자체제작
	포털 온라인정보 서비스	포털/온라인정보 영상서비스 제공	포털사이트 등록	제작참여
	포털 온라인정보 서비스	지식정보 온라인 영상제공	포털사이트 등록/제공	자체제작
	포털 온라인정보 서비스	지식정보 영상제작	포털사이트 제작영상 제작(유튜브 등)	자체제작
	포털 온라인정보 서비스	지식정보 영상서비스 포털사이트 제공	포털사이트 등록	자체제작
	포털 온라인정보 서비스	포털 온라인 영상제작	포털사이트 등록	자체제작
	포털 온라인정보 서비스	온라인정보	포털온라인정보서비스제공	자체제작
	포털 온라인정보 서비스	지식정보 영상서비스제작 배포/홍보	포털사이트 등록	자체제작
	포털 온라인정보 서비스	포털 온라인정보 서비스 영상서비스 제작 홍보	포털사이트 등재	제작참여
	포털 온라인정보 서비스	지식정보 영상제작	포털사이트 등재	자체제작
	포털 온라인정보 서비스	해당제품 영상물제작 등록	포털사이트 등록	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	플랫폼개발	모바일웹개발, 하이브리드앱개발	회사 요청하면 포트폴리오 작성	자체제작
	한국어 학습 교구(보드게임)	한국어 학습 교구 설명, 온라인 교육영상	자체사이트 게시, 판매	자체제작
	홈페이지제작	고객니즈에 맞춘 홈페이지 디자인 개발, 유지보수	개발 후 유지보수	자체제작
콘텐츠 솔루션 (58)	4D 영상	4D영상 콘텐츠 제작	관공서 수주	자체제작
	CG제작	CG제작	CG제작	자체제작
	CG제작	CG제작	제작영상 포털사이트등록	자체제작
	cochi(코치) - AI 부상담사	심리상담의 세션 사이 내담자에게 부여된 과제를 내담자가 보다 쉽고 규칙적으로 수행할 수 있도록 도와주는 AI 부상담사	모바일 앱 + 웹(상담사용 백오피스)	자체제작
	CRM	제작	자사몰	자체제작
	NFT증서발급	당사 자체 또는 고객사 요청 이미지와 내용으로 NFT 보험증서 발행	온라인	자체제작
	O2AI챗봇	챗봇	영상공급	제작참여
	고객맞춤형IT솔루션	시스템.응용소프트웨어개발	웹 모바일기반 응용프램서비스	자체제작
	광고	광고제작	광고온라인 홍보 및 포털사이트 등록	제작참여
	농촌공간계획	농촌공간 재생을 위한 계획	지방 공공기관 제공	자체제작
	모바일게임 개발	소프트웨어개발	온라인	자체제작
	모바일솔루션	게임개발	게임제작	제작참여
	모바일솔루션	모바일게임개발	게임출시	자체제작
	모바일온라인솔루션	시스템구축	소프트웨어개발구축	자체제작
	모바일콘텐츠솔루션 개발	모바일콘텐츠솔루션 개발	온라인	자체제작
	비티케어	치매예방 인지강화 VR 솔루션	제품설치	자체제작
	사업체 프러그림및 영상제작	영상제작	포털사이트 온라인등록	제작참여
	소프트웨어	서브유지보수	소프트웨어	자체제작
	소프트웨어개발	소프트웨어개발 및 제조	소프트웨어개발 제공	자체제작
	신문/간행물 출판	신문/간행물출판 서비스	신문/간행물 출판 포털사이트 등록	제작참여
	심야서점음악회	문닫은서점에서열리는음악회	자사예매플랫폼운영	자체제작
	영상제작및 인터넷광고	음원제작	인터넷광고	제작참여
	영상프로그램제작	영상제작	온라인광고	자체제작
	온라인솔루션	온라인소프트웨어개발	쇄신 출시	자체제작
	온라인솔루션	시스템구축	소프트웨어개발구축	자체제작
	온라인, 모바일 솔루션	기업분석리포트, 투자 아이디어 등을 웹 인터페이스로 제공	파머에 등록	자체제작
	온라인.모바일솔루션	무선통신 및 솔루션제공	통신기업체 제공	자체제작
	온라인/모바일솔루션	모바일 영상서비스제작/배포	포털사이트 등록	자체제작
	온라인모바일솔루션	온라인모바일솔루션	온라인모바일솔루션	자체제작
	온라인모바일솔루션	온라인모바일솔루션	네이버	자체제작
	온라인모바일솔루션	온라인모바일솔루션	온라인모바일솔루션	자체제작
	온라인솔루션	온라인솔루션	전시마켓팅제작	자체제작
	음악회	음악회	영상	자체제작
	응용소프트개발	응용소프트웨어개발	네이버	자체제작
	응용소프트웨어	응용소프트웨어개발	시뮬레이션 소프트웨어개발 공급	자체제작
	응용소프트웨어개발공급 지원	해당업체에서 필요로 하는 해당 컨텐츠 프로그램 제작 지원	온라인/오프라인 광고	자체제작
	정보통신업	웹 솔루션 개발(홈페이지와 애니메이션 제작)	기업체 의뢰받음	자체제작
	제조업/통신기기제조	통신기기 제조 및 위치관제솔루션	차량위치관제시스템	자체제작
	지식정보	온라인정보개발	온라인제작	자체제작
	지오유 전자결재	전자결제시스템	사업체 및 고객	자체제작
	콘텐츠솔루션	모바일 앱 개발	기업 내부용 콘텐츠 시스템 제공	자체제작
	콘텐츠솔루션	모바일 및 웹기반 쇼핑, 학습 컨텐츠 제공	에두몰에 등록	자체제작
	콘텐츠보호	콘텐츠보호	콘텐츠보호	자체제작
	콘텐츠보호	콘텐츠보호	콘텐츠보호	자체제작
	콘텐츠솔루션	콘텐츠개발	콘텐츠소개/판매	자체제작
	콘텐츠솔루션	기업 홈페이지, 쇼핑몰 웹 솔루션 제공	의뢰 기업체 제공	자체제작
	콘텐츠솔루션	콘텐츠영상	온라인제공	자체제작
	콘텐츠솔루션	환경센서 데이타를 수집하여 클라우드 플랫폼이나 웹, 앱에서 실시간 확인	의뢰처에 제공	자체제작
	콘텐츠솔루션	온라인솔루션	마켓팅제작	자체제작
	콘텐츠솔루션	보안 시스템 제작	의뢰처에 제공	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	콘텐츠솔루션	온라인솔루션	콘텐츠제작	자체제작
	콘텐츠솔루션	홈페이지 제작, 앱 제작	기업체 의뢰받음	자체제작
	콘텐츠솔루션	온라인솔루션	제작출시	자체제작
	콘텐츠솔루션	콘텐츠솔루션	콘텐츠솔루션	자체제작
	콘텐츠솔루션	웹사이트 개발, 모바일앱 개발	의뢰처 제공	자체제작
	콘텐츠솔루션	온라인솔루션	온라인솔루션	자체제작
	콘텐츠솔루션	온라인 콘텐츠솔루션	포털사이트 등재	제작참여
	항만관련 프로그램제작(영상포함) 배포	항만영상제작/배포	온/오프라인 등록 및 광고	자체제작
공연 (32)	Swings in time &country	기획공연	공연기획	자체제작
	각종 공연 기획	공연 연출, 제작	연출, 제작	자체제작
	공간 대여	공연 공간 대여	대여서비스업	자체제작
	공연	하드웨어 분야(음향 시설) 관리	공연	자체제작
	공연	공연기획/연출/전시	온오프라인광고/전시/홍보	자체제작
	공연	공연기획	제공서비스	자체제작
	공연	공연기획연출	공연기획서비스	제작참여
	공연	공연관련 영상서비스 제공	공연연영상서비스 포털사이트등록	자체제작
	공연	공연기획	의뢰처 제공	자체제작
	공연	공연기획/연출 /영상제작	포털사이트등록/오프라인홍보/전시	자체제작
	공연	예술 스포츠 (창작하고 기획을 공연함)	시민들에게 제공	자체제작
	공연 관련 서비스업	공연기획업	기획	자체제작
	공연 기획	공연 기획	공연 기획	자체제작
	공연 기획	공연 기획	기획 및 제작	자체제작
	공연, 이벤트	기획	서비스업	자체제작
	부산은행 창립58주년 기념 콘서트1025	대한민국 레전드 가수들의 명품콘서트	콘서트 제작 총괄	자체제작
	공연기획 연출	공연영상제작	포털사이트 등록/광고	자체제작
	공연기획 연출	공연 영상서비스	포털사이트 등록	자체제작
	공연기획 연출	공연기획/연출 /영상제작	온/오프라인 광고	자체제작
	공연기획 연출	문화예술 행사, 교육프로그램 기획. 운영	문화예술행사기관	자체제작
	국제행사 유치 및 대행	국제행사 유치 및 대행	행사대행	제작참여
	단체 연극	연극	공연	자체제작
	몽키트랩	심리스릴러물	공연	자체제작
	문학의 반	클래식 공연기획	공연장에서 진행	자체제작
	시각디자인	공연/전시	온라인/오프라인 광고 및 전시	자체제작
	영도다리	지역성과 장소성을 반영하는 삶의 이야기	공연. 마당극	자체제작
	영상공연	영상공연기획	영상공연기획	자체제작
	주문을 잊은 식당	시니어뮤지컬	공연	자체제작
	청년 콘서트	공연 기획 및 제작	오프라인	자체제작
	풍물마당놀이	우리문화순회공연	축제행사서비스	제작참여
	행사 기획연출	행사기획 및 운영	행사 주최측과 협의	제작참여
	행사 및 공연기획	행사 및 공연기획	기업간거래	자체제작
1인 미디어 (2)	Neal im strong 뮤직비디오	뮤지션의 뮤직비디오	영상물 제작 후 유튜브 업로드 예정	자체제작
	가족여행	치매 걸린 어머니를 부산 요양원까지 모셔드리면서 벌어지는 이야기	극장개봉	자체제작

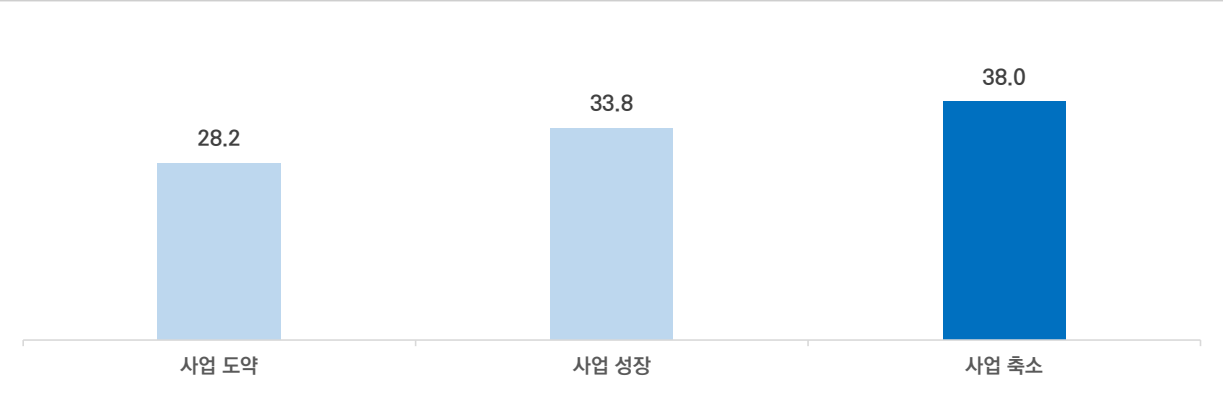
(4) 현재 사업추진 단계

Q.귀사의 현재 사업추진 단계는 무엇입니까? [주요산업분야를 기준으로 작성]

❍ 현재 사업추진 단계를 살펴보면 '사업 축소'가 38.0%로 가장 높게 나타남. 이어서 '사업 성장' 33.8%, '사업 도약' 28.2% 순으로 나타남

[그림3-3] 현재 사업추진 단계

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-10] 현재 사업추진 단계

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	사업 도약	사업 성장	사업 축소
전체		**(893)**	**28.2**	**33.8**	**38.0**
산업분야	출판	(187)	26.2	27.8	46.0
	만화	(20)	55.0	20.0	25.0
	음악	(40)	20.0	35.0	45.0
	영화	(37)	16.2	40.5	43.2
	게임	(65)	36.9	49.2	13.8
	애니메이션	(9)	33.3	55.6	11.1
	방송	(36)	33.3	30.6	36.1
	광고	(245)	19.2	32.7	48.2
	캐릭터	(19)	36.8	26.3	36.8
	지식정보	(143)	37.8	33.6	28.7
	콘텐츠솔루션	(58)	37.9	39.7	22.4
	공연	(32)	21.9	40.6	37.5
	1인 미디어	(2)	100.0	-	-

2) 제작 현황

(1) 전년(2024년) 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황

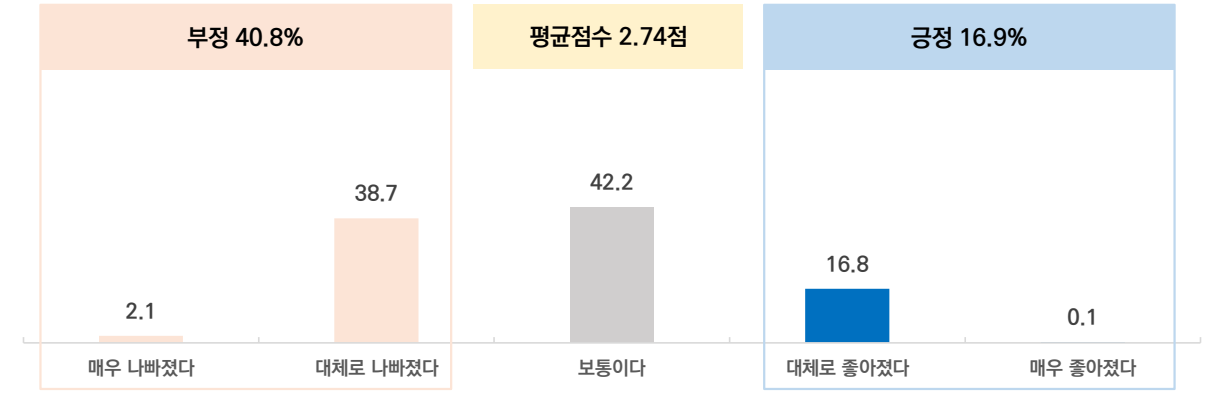
Q. 귀사의 전년(2024년) 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황은 어떻습니까?

❍ 전년 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황을 살펴보면 응답자의 16.9%가 좋아졌다고 생각하는 것으로 나타났으며, 5점 만점 기준 평균 2.74점으로 나타남

❍ 전년 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황이 나빠졌다는 이유로는 '경기침체', '경쟁심화' 등의 의견이 주로 언급되었으며, 현황이 좋아졌다는 이유로는 '공연 횟수 증가', '지원 증가', '매출 및 거래처 증가' 등의 의견이 주로 언급됨

[그림3-4] 전년(2024년) 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-11] 전년(2024년) 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %, 점]

구분		사례수	매우 나빠졌다	대체로 나빠졌다	보통이다	대체로 좋아졌다	매우 좋아졌다	Bottom2	Top2	5점평균
전체		(893)	2.1	38.7	42.2	16.8	0.1	40.8	16.9	2.74
산업분야	출판	(187)	3.2	45.5	40.6	10.7	-	48.7	10.7	2.59
	만화	(20)	-	35.0	55.0	10.0	-	35.0	10.0	2.75
	음악	(40)	-	32.5	57.5	10.0	-	32.5	10.0	2.78
	영화	(37)	10.8	35.1	32.4	21.6	-	45.9	21.6	2.65
	게임	(65)	3.1	21.5	47.7	26.2	1.5	24.6	27.7	3.02
	애니메이션	(9)	11.1	11.1	55.6	22.2	-	22.2	22.2	2.89
	방송	(36)	2.8	41.7	38.9	16.7	-	44.4	16.7	2.69
	광고	(245)	1.6	46.9	40.0	11.4	-	48.6	11.4	2.61
	캐릭터	(19)	-	31.6	26.3	42.1	-	31.6	42.1	3.11
	지식정보	(143)	-	34.3	48.3	17.5	-	34.3	17.5	2.83
	콘텐츠솔루션	(58)	-	25.9	41.4	32.8	-	25.9	32.8	3.07
	공연	(32)	3.1	37.5	25.0	34.4	-	40.6	34.4	2.91
	1인 미디어	(2)	-	50.0	50.0	-	-	50.0	-	2.50

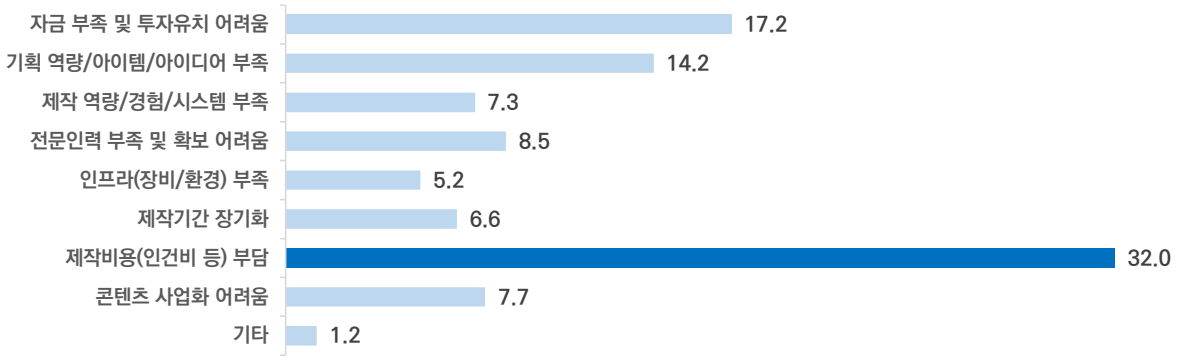
(2) 콘텐츠 제작/개발/창작 관련 주요 애로사항

Q. 콘텐츠 제작/개발/창작 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?

❍ 콘텐츠 제작/개발/창작 관련 주요 애로사항을 살펴보면 '제작비용(인건비 등) 부담'이 32.0%로 가장 높게 나타남. 이어서 '자금 부족 및 투자유치 어려움' 17.2%, '기획 역량/아이템/아이디어 부족' 14.2% 등의 순으로 나타남

[그림3-5] 콘텐츠 제작/개발/창작 관련 주요 애로사항

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-12] 콘텐츠 제작/개발/창작 관련 주요 애로사항

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	자금 부족 및 투자유치 어려움	기획 역량/ 아이템/ 아이디어 부족	제작 역량/ 경험/ 시스템 부족	전문인력 부족 및 확보 어려움	인프라 (장비/ 환경) 부족	제작기간 장기화	제작비용 (인건비 등) 부담	콘텐츠 사업화 어려움	기타
전체		**(893)**	**17.2**	**14.2**	**7.3**	**8.5**	**5.2**	**6.6**	**32.0**	**7.7**	**1.2**
산업분야	출판	(187)	11.8	8.6	5.3	4.3	4.3	8.6	49.7	6.4	1.1
	만화	(20)	10.0	20.0	10.0	-	-	35.0	15.0	5.0	5.0
	음악	(40)	25.0	15.0	5.0	5.0	12.5	-	25.0	5.0	7.5
	영화	(37)	43.2	10.8	2.7	-	2.7	16.2	16.2	8.1	-
	게임	(65)	23.1	13.8	6.2	10.8	6.2	20.0	15.4	4.6	-
	애니메이션	(9)	22.2	-	-	11.1	33.3	-	22.2	11.1	-
	방송	(36)	22.2	5.6	13.9	11.1	11.1	5.6	16.7	13.9	-
	광고	(245)	14.3	14.7	9.0	8.2	5.3	2.4	39.2	6.1	0.8
	캐릭터	(19)	21.1	15.8	-	10.5	-	5.3	15.8	31.6	-
	지식정보	(143)	14.7	22.4	7.7	13.3	2.1	4.2	28.7	6.3	0.7
	콘텐츠솔루션	(58)	19.0	13.8	12.1	13.8	8.6	3.4	13.8	13.8	1.7
	공연	(32)	18.8	21.9	3.1	15.6	-	-	25.0	12.5	3.1
	1인 미디어	(2)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-

3) 종사자 현황

(1) 2025년(현재 기준) 종사자 수 및 2024년 신규채용 종사자 수

Q. 귀사의 2025년(현재 기준) 종사자 수와 2024년 신규채용 종사자 수를 각각 작성해주시기 바랍니다.

❍ 2025년(현재 기준) 종사자 수는 평균 7.70명으로 나타났으며, 2024년 신규채용 종사자 수는 평균 0.72명으로 나타남

[그림3-6] 2025년(현재 기준) 종사자 수

[Base: 전체(N=893), Unit: 명]



[표3-13] 2025년(현재 기준) 종사자 수

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), 명]

구분		사례수	2024년(현재 기준) 종사자 수	2023년 신규채용 종사자 수
전체		**(893)**	**7.70**	**0.72**
산업분야	출판	(187)	6.72	0.37
	만화	(20)	6.55	0.60
	음악	(40)	4.43	0.10
	영화	(37)	4.76	0.46
	게임	(65)	6.20	0.65
	애니메이션	(9)	7.89	4.56
	방송	(36)	13.72	1.06
	광고	(245)	7.05	0.55
	캐릭터	(19)	10.21	1.00
	지식정보	(143)	7.92	0.78
	콘텐츠솔루션	(58)	15.10	2.00
	공연	(32)	7.38	1.00
	1인 미디어	(2)	1.50	0.50

① 2024년 신규채용 종사자들의 인력현황

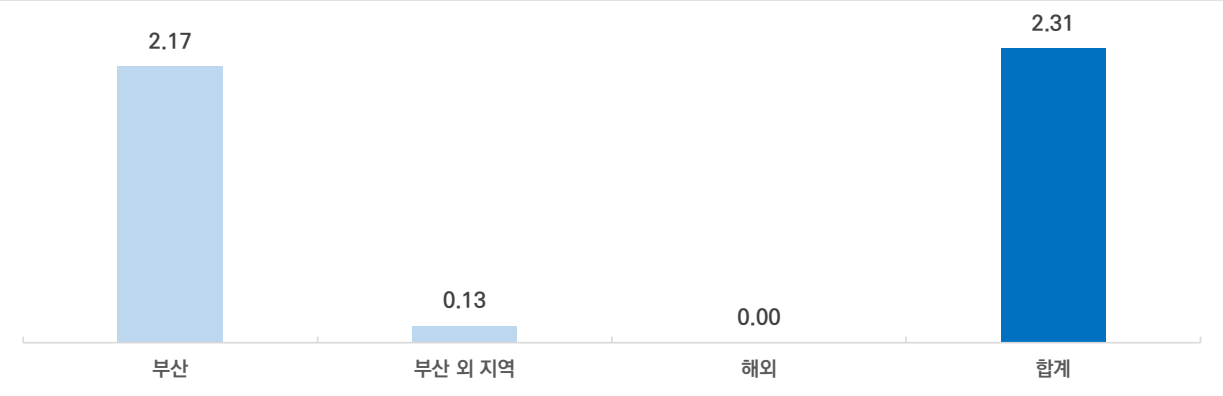
Q. 귀사의 2024년 신규채용 종사자들의 인력현황에 대해 응답하여 주십시오.

❍ 2024년에 신규채용한 기업 대상으로 신규채용 종사자들의 인력현황을 살펴보면 '부산'이 2.17명으로 가장 높게 나타났으며, '부산 외 지역' 0.13명 순으로 나타남

❍ 2024년 신규채용 종사자들의 합계는 평균 2.31명으로 나타남

[그림3-7] 2024년 신규채용 종사자들의 인력현황

[Base: 2024년에 신규채용한 기업(N=277), Unit: 명]



[표3-14] 2024년 신규채용 종사자들의 인력현황

[Base: 2024년에 신규채용한 기업(N=277) Unit: (명), 명]

구분		사례수	신규채용 종사자 수			합계
			부산	부산외 지역	해외	
전체		**(277)**	**2.17**	**0.13**	**0.00**	**2.31**
산업분야	출판	(36)	1.94	0.00	0.00	1.94
	만화	(6)	2.00	0.00	0.00	2.00
	음악	(4)	1.00	0.00	0.00	1.00
	영화	(9)	1.78	0.11	0.00	1.89
	게임	(22)	1.50	0.41	0.00	1.91
	애니메이션	(5)	5.20	3.00	0.00	8.20
	방송	(16)	2.31	0.06	0.00	2.38
	광고	(68)	1.94	0.03	0.01	1.99
	캐릭터	(8)	2.38	0.00	0.00	2.38
	지식정보	(57)	1.89	0.07	0.00	1.96
	콘텐츠솔루션	(35)	3.23	0.09	0.00	3.31
	공연	(10)	3.20	0.00	0.00	3.20
	1인 미디어	(1)	0.00	1.00	0.00	1.00

(2) 직무별 종사자 수 비중

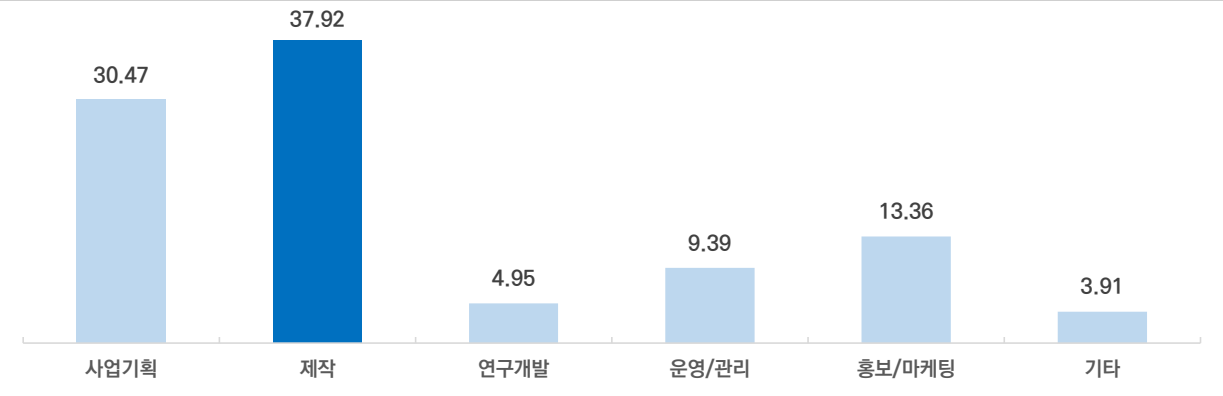
Q. 귀사의 직무별 종사자 수 비중을 작성해 주십시오.

① 현재 종사자 수

❍ 직무별 현재 종사자 수 비중을 살펴보면 '제작'이 평균 37.92명으로 가장 높게 나타남. 이어서 '사업기획' 30.47명, '홍보/마케팅' 13.36명 등의 순으로 나타남

[그림3-8] 현재 종사자 수

[Base: 전체(N=893), Unit: 명]



[표3-15] 현재 종사자 수

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), 명]

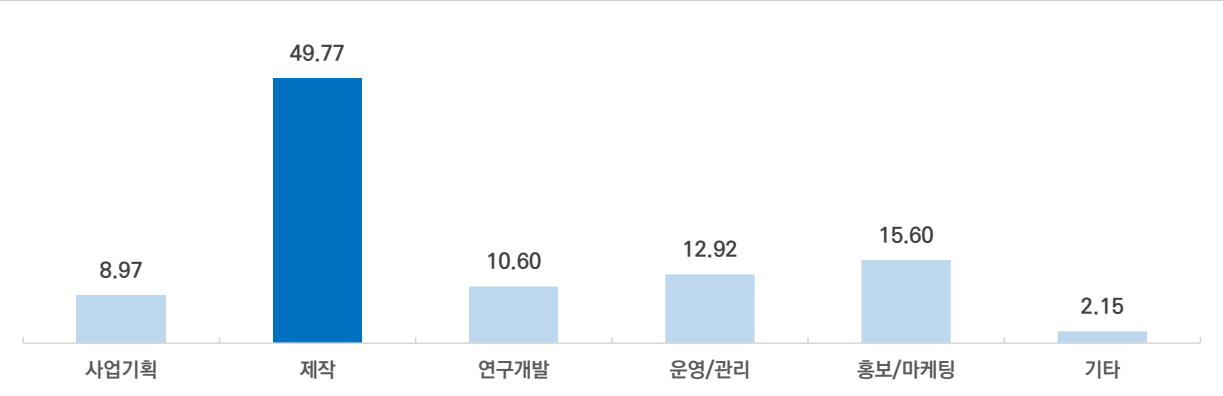
구분		사례수	사업기획	제작	연구개발	운영/관리	홍보/마케팅	기타
전체		(893)	30.47	37.92	4.95	9.39	13.36	3.91
산업분야	출판	(187)	28.03	37.95	2.42	9.10	16.49	6.02
	만화	(20)	32.65	44.85	2.50	5.75	12.75	1.50
	음악	(40)	36.00	32.38	1.38	7.88	15.38	7.00
	영화	(37)	44.68	35.22	5.24	7.57	6.08	1.22
	게임	(65)	34.54	44.18	4.85	7.15	6.20	3.08
	애니메이션	(9)	36.67	34.44	10.00	4.44	2.22	12.22
	방송	(36)	43.47	34.58	2.36	7.50	9.44	2.64
	광고	(245)	28.55	40.75	3.30	9.59	15.10	2.71
	캐릭터	(19)	27.37	43.16	8.95	5.26	10.53	4.74
	지식정보	(143)	28.78	36.80	7.19	10.22	12.74	4.27
	콘텐츠솔루션	(58)	20.05	32.28	17.67	12.59	13.45	3.97
	공연	(32)	36.09	27.34	4.53	17.50	14.22	0.31
	1인 미디어	(2)	67.00	16.50	0.00	0.00	16.50	0.00

② 2024년 신규 채용

❍ 직무별 2024년 신규 채용 종사자 수 비중을 살펴보면 '제작'이 49.77명으로 가장 높게 나타남. 이어서 '홍보/마케팅' 15.60명, '운영/관리' 12.92명 등의 순으로 나타남

[그림3-9] 2024년 신규 채용

[Base: 2024년에 신규채용한 기업(N=277), Unit: 명]



[표3-16] 2024년 신규 채용

[Base: 2024년에 신규채용한 기업(N=277) Unit: (명), 명]

구분		사례수	사업기획 (임원포함)	제작	연구개발	운영/관리 (재무/인사/총무)	홍보/마케팅	기타 (유통)
전체		(277)	8.97	49.77	10.60	12.92	15.60	2.15
산업분야	출판	(36)	3.06	53.61	0.00	31.39	10.97	0.97
	만화	(6)	3.33	90.00	3.33	1.67	1.67	0.00
	음악	(4)	50.00	0.00	0.00	25.00	25.00	0.00
	영화	(9)	17.78	25.56	11.11	16.11	28.33	1.11
	게임	(22)	5.45	68.18	10.00	5.45	10.00	0.91
	애니메이션	(5)	0.00	72.00	0.00	4.00	4.00	20.00
	방송	(16)	14.38	47.50	3.13	5.00	28.75	1.25
	광고	(68)	9.85	49.71	7.21	9.56	21.76	1.91
	캐릭터	(8)	17.50	21.25	20.00	11.25	26.25	3.75
	지식정보	(57)	6.14	59.82	11.58	8.07	10.88	3.51
	콘텐츠솔루션	(35)	9.86	34.43	32.43	18.71	3.14	1.43
	공연	(10)	14.00	30.00	10.00	12.00	34.00	0.00
	1인 미디어	(1)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00

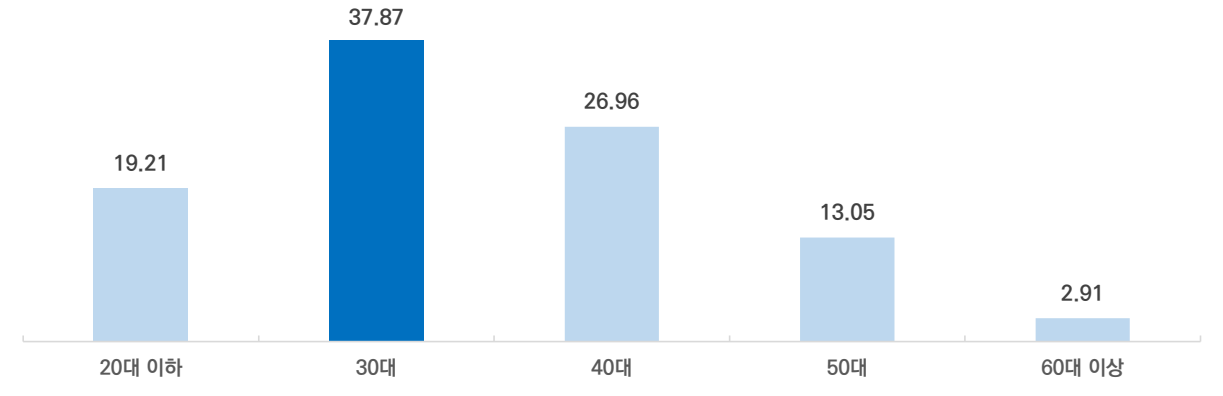
(3) 2025년(현재 기준) 전체 종사자 연령 비중

Q. 귀사의 2025년(현재 기준) 전체 종사자 연령 비중을 작성해주십시오.

❍ 현재 기준 전체 종사자 연령 비중을 살펴보면 '30대'가 37.87%로 가장 높게 나타남. 이어서 '40대' 26.96%, '20대 이하' 19.21% 등의 순으로 나타남

[그림3-10] 2025년(현재 기준) 전체 종사자 연령 비중

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-17] 2025년(현재 기준) 전체 종사자 연령 비중

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
전체		(893)	19.21	37.87	26.96	13.05	2.91
산업분야	출판	(187)	19.93	33.69	23.39	18.07	4.92
	만화	(20)	25.15	38.30	16.20	18.85	1.50
	음악	(40)	19.00	38.38	30.75	9.38	2.50
	영화	(37)	9.73	39.11	40.08	11.08	0.00
	게임	(65)	15.89	41.23	33.42	7.62	1.85
	애니메이션	(9)	14.44	29.78	47.33	7.33	1.11
	방송	(36)	14.44	35.22	32.00	12.08	6.25
	광고	(245)	21.21	39.29	25.38	12.23	1.90
	캐릭터	(19)	21.05	36.84	36.84	4.74	0.53
	지식정보	(143)	21.51	36.34	24.29	15.28	2.59
	콘텐츠솔루션	(58)	15.09	43.78	27.10	11.47	2.57
	공연	(32)	17.91	40.41	29.81	5.63	6.25
	1인 미디어	(2)	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00

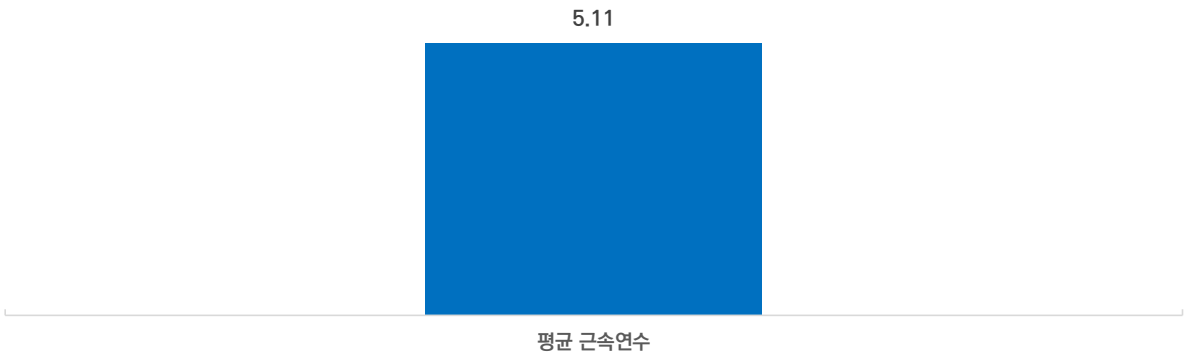
(4) 전체 종사자 평균 근속연수

Q. 귀사의 전체 종사자 평균 근속연수를 작성해 주십시오.

❍ 전체 종사자 평균 근속연수는 5.11년으로 나타남

[그림3-11] 전체 종사자 평균 근속연수

[Base: 전체(N=893), Unit: 년]



[표3-18] 전체 종사자 평균 근속연수

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), 년]

구분		사례수	전체 종사자 평균 근속연수
전체		**(893)**	**5.11**
산업분야	출판	(187)	5.65
	만화	(20)	3.87
	음악	(40)	6.45
	영화	(37)	6.64
	게임	(65)	5.09
	애니메이션	(9)	7.11
	방송	(36)	7.14
	광고	(245)	4.74
	캐릭터	(19)	3.92
	지식정보	(143)	4.28
	콘텐츠솔루션	(58)	4.88
	공연	(32)	4.41
	1인 미디어	(2)	2.96

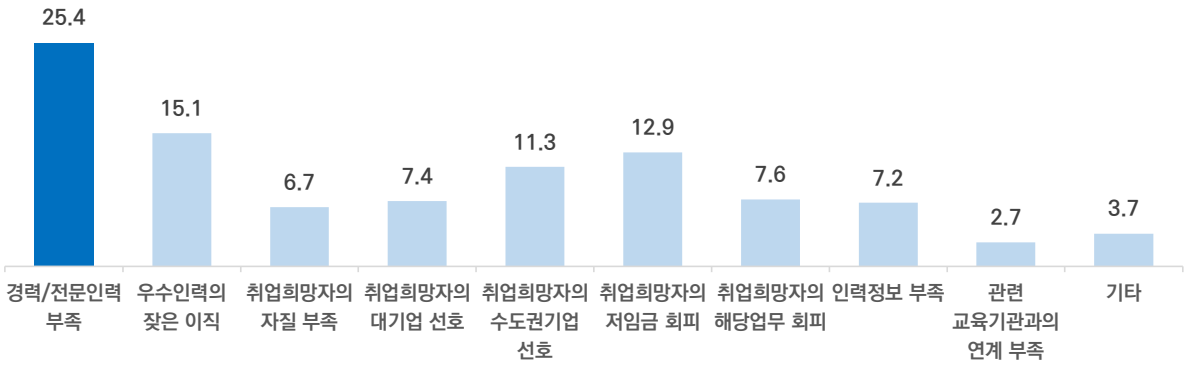
(5) 인력채용 관련 주요 애로사항

Q. 인력채용 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?

❍ 인력채용 관련 주요 애로사항을 살펴보면 '경력/전문인력 부족'이 25.4%로 가장 높게 나타남. 이어서 '우수인력의 잦은 이직' 15.1%, '취업희망자의 저임금 회피' 12.9% 등의 순으로 나타남

[그림3-12] 인력채용 관련 주요 애로사항

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-19] 인력채용 관련 주요 애로사항

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	경력/전문인력 부족	우수인력의 잦은 이직	취업희망자 자질 부족	취업희망자 대기업 선호	취업희망자 수도권 기업 선호	취업희망자 저임금 회피	취업희망자 해당 업무 회피	인력정보 부족	관련 교육 기관과 연계 부족	기타
전체		**(893)**	**25.4**	**15.1**	**6.7**	**7.4**	**11.3**	**12.9**	**7.6**	**7.2**	**2.7**	**3.7**
산업분야	출판	(187)	16.6	7.0	2.7	8.0	8.6	24.6	18.7	5.9	4.3	3.7
	만화	(20)	35.0	15.0	5.0	-	10.0	10.0	-	15.0	5.0	5.0
	음악	(40)	20.0	17.5	7.5	7.5	15.0	5.0	2.5	10.0	2.5	12.5
	영화	(37)	27.0	18.9	2.7	8.1	2.7	13.5	2.7	5.4	5.4	13.5
	게임	(65)	32.3	15.4	4.6	9.2	7.7	10.8	4.6	6.2	3.1	6.2
	애니메이션	(9)	33.3	22.2	-	11.1	-	11.1	-	-	-	22.2
	방송	(36)	22.2	8.3	8.3	11.1	25.0	2.8	5.6	8.3	-	8.3
	광고	(245)	26.5	16.3	11.0	6.9	11.4	11.0	7.3	7.3	1.2	0.8
	캐릭터	(19)	36.8	21.1	5.3	-	10.5	5.3	-	21.1	-	-
	지식정보	(143)	32.9	18.9	4.2	7.0	14.0	11.2	2.1	6.3	3.5	-
	콘텐츠솔루션	(58)	15.5	22.4	13.8	8.6	17.2	3.4	6.9	5.2	3.4	3.4
	공연	(32)	34.4	18.8	3.1	6.3	6.3	15.6	3.1	9.4	-	3.1
	1인 미디어	(2)	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-	50.0

4) 경영 현황

(1) 2024년 매출액 및 국내외 매출액 비중

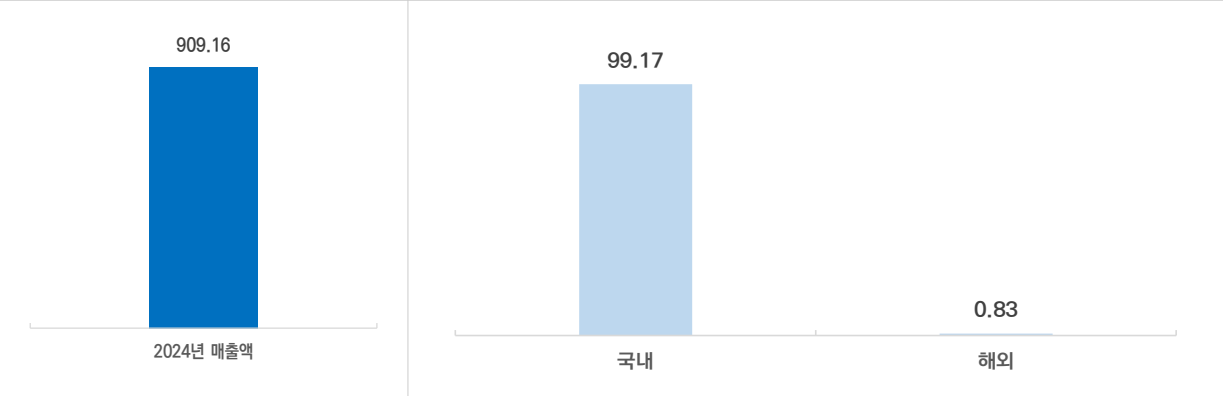
Q. 귀사의 매출액과 국내 및 해외 매출액 비중을 작성해 주시기 바랍니다. (2024년)

❍ 2024년 매출액은 909.16백만원으로 나타났으며, 매출액 비중은 '국내'가 99.17%로 '해외' 0.83% 보다 더 높게 나타남

❍ '만화'·'방송'·'캐릭터'·'1인 미디어' 산업분야의 매출액 비중은 '국내'가 100.00%를 차지함

[그림3-13] 2024년 매출액 및 국내외 매출액 비중

[Base: 전체(N=893), Unit: 백만원, %]



[표3-20] 2024년 매출액 및 국내외 매출액 비중

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), 백만원, %]

구분		사례수	2024년 매출액	매출액 비중	
				국내	해외
전체		**(893)**	**909.16**	**99.17**	**0.83**
산업분야	출판	(186)	733.93	99.54	0.46
	만화	(20)	580.55	100.00	0.00
	음악	(38)	421.55	99.87	0.13
	영화	(33)	395.03	98.18	1.82
	게임	(60)	598.57	92.75	7.25
	애니메이션	(9)	708.89	99.89	0.11
	방송	(33)	2469.94	100.00	0.00
	광고	(245)	1014.83	99.96	0.04
	캐릭터	(19)	1161.21	100.00	0.00
	지식정보	(142)	907.62	99.63	0.37
	콘텐츠솔루션	(58)	1336.50	98.84	1.16
	공연	(30)	594.31	99.67	0.33
	1인 미디어	(2)	160.00	100.00	0.00

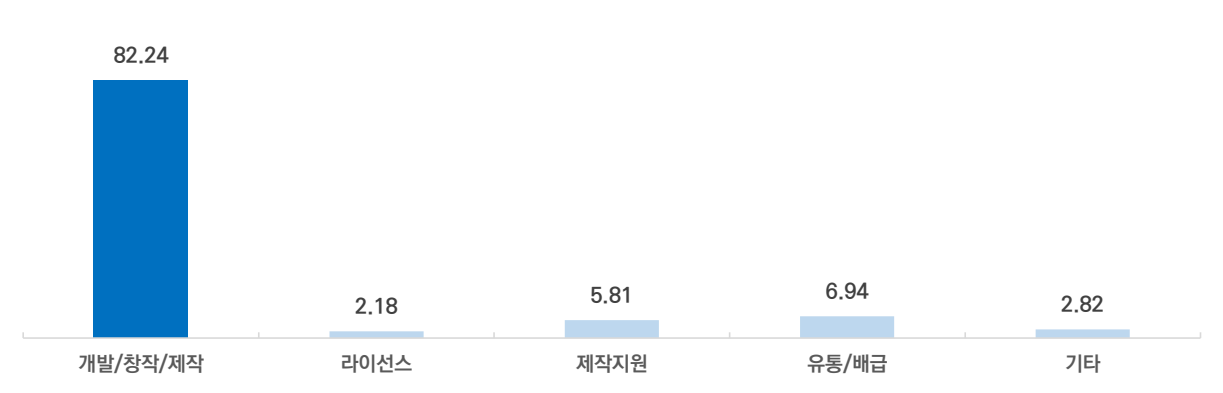
(2) 사업형태별 매출액 비중

Q. 귀사의 사업형태별 매출액 비중을 작성해 주시기 바랍니다. (2024년)

❍ 사업형태별 매출액 비중을 살펴보면 '개발/창작/제작'이 82.24%로 가장 높게 나타남. 이어서 '유통/배급' 6.94%, '제작지원' 5.81% 등의 순으로 나타남

[그림3-14] 사업형태별 매출액 비중

[Base: 2024년 매출액이 있는 기업(N=875), Unit: %]



[표3-21] 사업형태별 매출액 비중

[Base: 2024년 매출액이 있는 기업(N=875) Unit: (명), %]

구분		사례수	개발/창작/제작	라이선스	제작지원	유통/배급	기타
전체		(875)	82.24	2.18	5.81	6.94	2.82
산업분야	출판	(186)	78.74	0.19	3.15	13.95	3.98
	만화	(20)	87.50	3.00	3.50	1.00	5.00
	음악	(38)	75.53	2.11	10.00	3.68	8.68
	영화	(33)	66.82	0.76	15.76	10.91	5.76
	게임	(60)	79.17	2.42	4.25	10.42	3.75
	애니메이션	(9)	60.00	0.00	14.44	24.44	1.11
	방송	(33)	70.61	4.55	15.45	8.48	0.91
	광고	(245)	92.20	0.57	3.31	2.53	1.39
	캐릭터	(19)	74.74	16.84	5.79	2.63	0.00
	지식정보	(142)	87.18	4.05	3.66	3.20	1.90
	콘텐츠솔루션	(58)	74.55	5.71	10.43	7.07	2.24
	공연	(30)	69.67	0.00	18.67	8.33	3.33
	1인 미디어	(2)	35.00	25.00	15.00	25.00	0.00

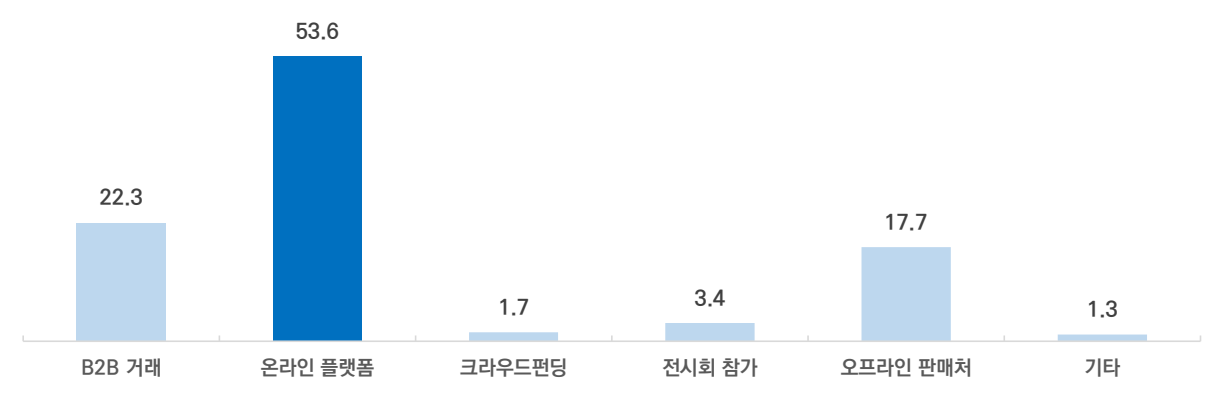
(3) 콘텐츠 주요 판로

Q. 귀사의 콘텐츠 주요 판로를 작성해 주시기 바랍니다. [2024년]

❍ 콘텐츠 주요 판로를 살펴보면 '온라인 플랫폼'이 53.6%로 가장 높게 나타남. 이어서 'B2B 거래'가 22.3%, '오프라인 판매처' 17.7% 등의 순으로 나타남

[그림3-15] 콘텐츠 주요 판로

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-22] 콘텐츠 주요 판로

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	B2B 거래	온라인 플랫폼	크라우드펀딩	전시회 참가	오프라인 판매처	기타
전체		(893)	22.3	53.6	1.7	3.4	17.7	1.3
산업분야	출판	(187)	9.1	34.8	1.6	0.5	52.9	1.1
	만화	(20)	5.0	90.0	-	5.0	-	-
	음악	(40)	35.0	47.5	-	5.0	10.0	2.5
	영화	(37)	48.6	43.2	-	2.7	2.7	2.7
	게임	(65)	21.5	69.2	3.1	3.1	3.1	-
	애니메이션	(9)	44.4	44.4	-	-	-	11.1
	방송	(36)	36.1	58.3	2.8	-	-	2.8
	광고	(245)	24.9	53.9	0.8	6.1	13.9	0.4
	캐릭터	(19)	21.1	73.7	-	-	5.3	-
	지식정보	(143)	19.6	69.2	2.1	2.1	6.3	0.7
	콘텐츠솔루션	(58)	25.9	63.8	6.9	-	3.4	-
	공연	(32)	28.1	25.0	-	15.6	18.8	12.5
	1인 미디어	(2)	50.0	50.0	-	-	-	-

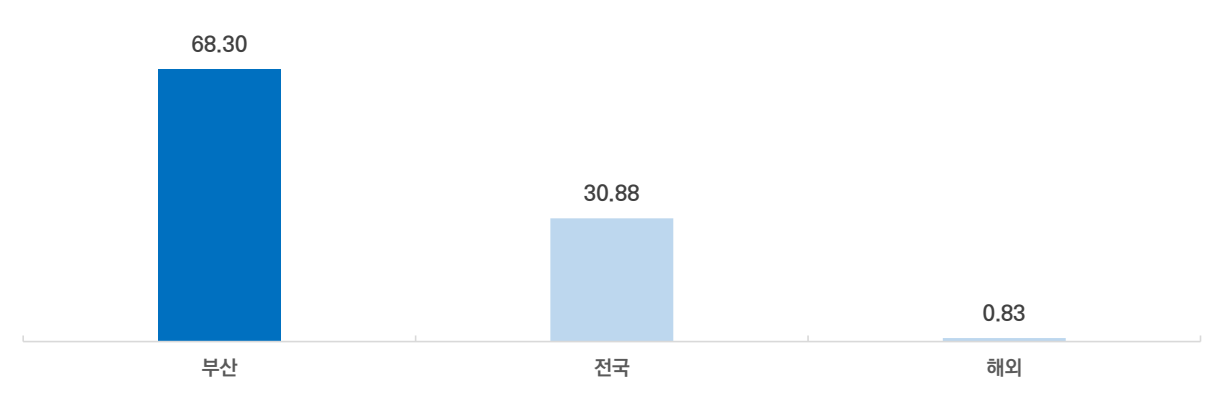
(4) 주요 고객(매출처) 비중

Q. 귀사의 주요 고객(매출처)에 대한 비중을 작성해주시기 바랍니다.

❍ 주요 고객(매출처)에 대한 비중을 살펴보면 '부산'이 평균 68.30%로 가장 높게 나타남. 이어서 '전국' 30.88%, '해외' 0.83% 순으로 나타남

[그림3-16] 주요 고객(매출처) 비중

[Base: 2024년 매출액이 있는 기업(N=875), Unit: %]



[표3-23] 주요 고객(매출처) 비중

[Base: 2024년 매출액이 있는 기업(N=875) Unit: (명), %]

구분		사례수	부산	전국	해외
전체		**(875)**	**68.30**	**30.88**	**0.83**
산업분야	출판	(186)	73.95	25.60	0.46
	만화	(20)	74.00	26.00	0.00
	음악	(38)	73.68	26.18	0.13
	영화	(33)	57.88	40.30	1.82
	게임	(60)	41.83	50.92	7.25
	애니메이션	(9)	38.89	61.00	0.11
	방송	(33)	63.64	36.36	0.00
	광고	(245)	75.14	24.82	0.04
	캐릭터	(19)	61.58	38.42	0.00
	지식정보	(142)	65.81	33.82	0.37
	콘텐츠솔루션	(58)	58.28	40.57	1.16
	공연	(30)	81.67	18.00	0.33
	1인 미디어	(2)	50.00	50.00	0.00

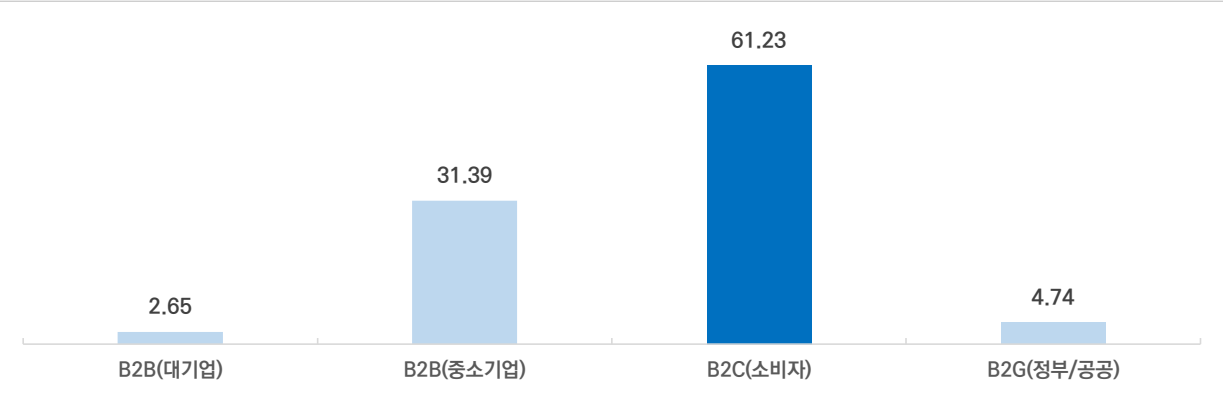
① 국내 매출처 구조

Q. 귀사의 국내 매출처 구조는 어떻게 되십니까? 2024년 국내 전체 매출액을 100%라고 가정하고, 각각의 비중을 응답하여 주시기 바랍니다.

❍ 국내 매출이 있는 기업 대상으로 국내 매출처 구조를 살펴보면 'B2C(소비자)'가 평균 61.23%로 가장 높게 나타남. 이어서 'B2B(중소기업)' 31.39%, 'B2G(정부/공공)' 4.74%, 'B2B(대기업)' 2.65% 순으로 나타남

[그림3-17] 국내 매출처 구조

[Base: 국내 매출이 있는 기업(N=873), Unit: %]



[표3-24] 국내 매출처 구조

[Base: 국내 매출이 있는 기업(N=873) Unit: (명), %]

구분		사례수	B2B (기업 간 거래)		B2C (소비자)	B2G (정부/공공)
			대기업	중소기업		
전체		(873)	2.65	31.39	61.23	4.74
산업분야	출판	(186)	2.04	12.34	79.70	5.91
	만화	(20)	0.00	1.00	99.00	0.00
	음악	(38)	1.05	33.42	64.74	0.79
	영화	(33)	2.42	53.64	37.58	6.36
	게임	(58)	4.31	30.69	63.28	1.72
	애니메이션	(9)	24.44	56.67	11.22	7.67
	방송	(33)	3.94	38.79	55.15	2.12
	광고	(245)	2.12	37.57	57.41	2.90
	캐릭터	(19)	0.00	28.95	70.53	0.53
	지식정보	(142)	1.73	28.77	62.75	6.76
	콘텐츠솔루션	(58)	5.69	54.40	30.52	9.40
	공연	(30)	4.00	45.00	42.33	8.67
	1인 미디어	(2)	0.00	65.00	0.00	35.00

② 주력 B2B제품(서비스) 총 거래 기업 수

Q. 주력 B2B제품(서비스)의 지역별 거래 기업의 비율은 어떻게 되십니까? 국내 판매에 대해 비중이 높은 순서대로 응답해 주십시오.

❍ B2B 매출이 있는 기업 대상으로 총 거래 기업 수를 살펴보면 평균 13.28개로 나타남

[그림3-18] 주력 B2B제품(서비스) 총 거래 기업 수

[Base: B2B 매출이 있는 기업(N=366), Unit: 개]



[표3-25] 주력 B2B제품(서비스) 총 거래 기업 수

[Base: B2B 매출이 있는 기업(N=366) Unit: (명), 개]

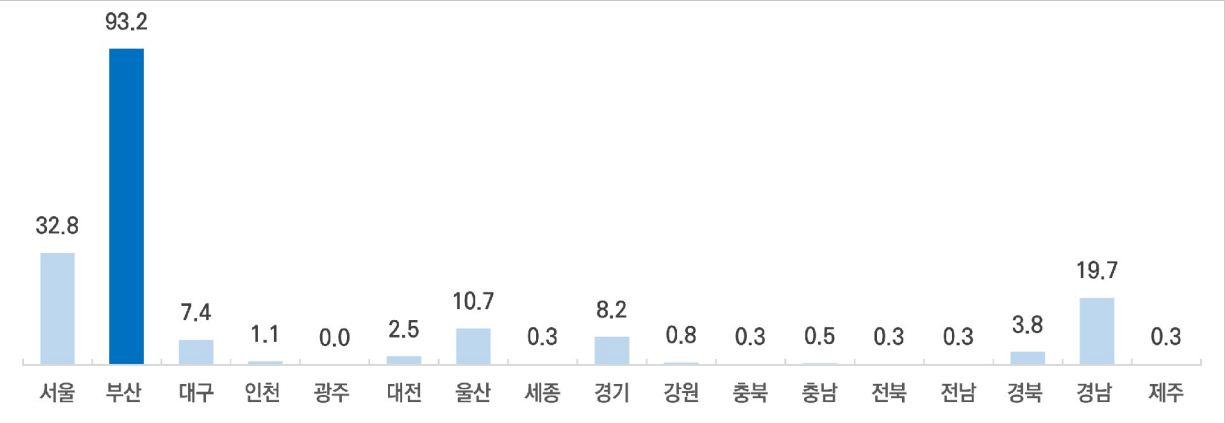
구분		사례수	주력 B2B제품(서비스) 총 거래 기업 수
전체		(366)	13.28
산업분야	출판	(40)	11.53
	만화	(1)	5.00
	음악	(16)	11.63
	영화	(20)	6.15
	게임	(25)	8.04
	애니메이션	(9)	5.22
	방송	(16)	7.88
	광고	(111)	18.06
	캐릭터	(6)	11.83
	지식정보	(58)	16.31
	콘텐츠솔루션	(43)	13.05
	공연	(19)	6.11
	1인 미디어	(2)	7.00

②-1 주력 B2B제품(서비스)의 지역별 거래 기업 비율

❍ B2B 매출이 있는 기업 대상으로 지역별 거래 기업 비율을 살펴보면 '부산'이 93.2%로 가장 높게 나타남. 이어서 '서울' 32.8%, '경남' 19.7% 등의 순으로 나타남

[그림3-19] 주력 B2B제품(서비스)의 지역별 거래 기업 비율

[Base: B2B 매출이 있는 기업(N=366), Unit: %, 다중응답]



[표3-26] 주력 B2B제품(서비스)의 지역별 거래 기업 비율

[Base: B2B 매출이 있는 기업(N=366) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
전체		(366)	32.8	93.2	7.4	1.1	0.0	2.5	10.7	0.3	8.2	0.8	0.3	0.5	0.3	0.3	3.8	19.7	0.3
산업분야	출판	(40)	47.5	90.0	2.5	-	-	-	10.0	-	7.5	2.5	-	-	-	-	-	20.0	-
	만화	(1)	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(16)	50.0	93.8	6.3	-	-	-	-	-	18.8	-	-	-	-	-	6.3	6.3	-
	영화	(20)	40.0	90.0	5.0	-	-	5.0	10.0	-	10.0	5.0	5.0	-	-	-	-	10.0	-
	게임	(25)	44.0	84.0	4.0	-	-	-	-	-	8.0	-	-	4.0	-	-	4.0	4.0	-
	애니메이션	(9)	77.8	88.9	-	-	-	-	33.3	-	33.3	-	-	-	-	-	11.1	22.2	11.1
	방송	(16)	25.0	93.8	12.5	-	-	6.3	6.3	-	6.3	-	-	-	-	-	-	25.0	-
	광고	(111)	19.8	95.5	7.2	0.9	-	0.9	9.9	-	3.6	0.9	-	-	-	0.9	1.8	21.6	-
	캐릭터	(6)	16.7	100.0	16.7	-	-	16.7	16.7	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	-
	지식정보	(58)	31.0	93.1	10.3	3.4	-	1.7	20.7	-	10.3	-	-	-	1.7	-	5.2	25.9	-
	콘텐츠솔루션	(43)	37.2	93.0	11.6	2.3	-	9.3	11.6	2.3	9.3	-	-	2.3	-	-	14.0	23.3	-
	공연	(19)	15.8	100.0	5.3	-	-	-	-	-	5.3	-	-	-	-	-	-	15.8	-
	1인 미디어	(2)	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

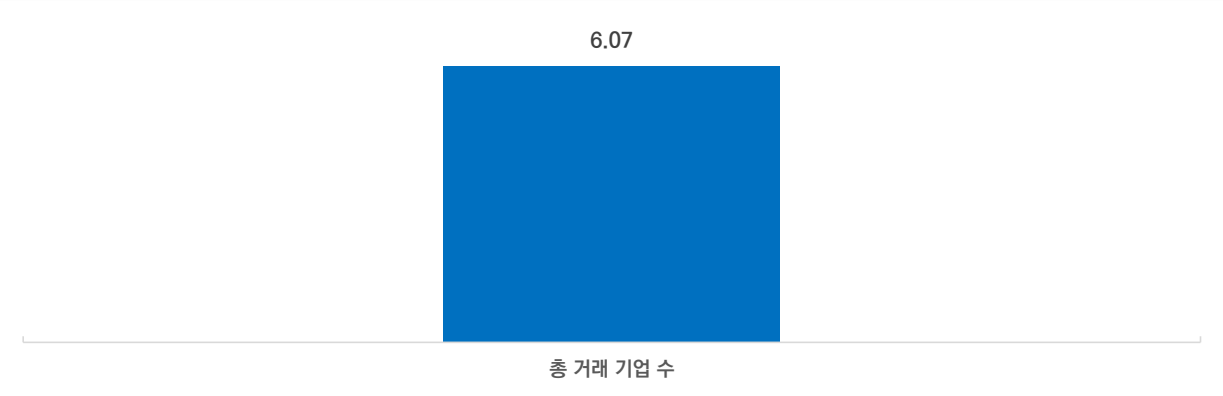
③ 주력 B2G제품(서비스) 총 거래 기업 수

Q. 주력 B2G의 지역별 거래 정부/공공기관의 비율은 어떻게 되십니까? 비중이 높은 순서대로 응답해 주십시오.

❍ B2G 매출이 있는 기업 대상으로 총 거래 기업 수를 살펴보면 평균 6.07개로 나타남

[그림3-20] 주력 B2G제품(서비스) 총 거래 기업 수

[Base: B2G 매출이 있는 기업(N=107), Unit: 개]



[표3-27] 주력 B2G제품(서비스) 총 거래 기업 수

[Base: B2G 매출이 있는 기업(N=107) Unit: (명), 개]

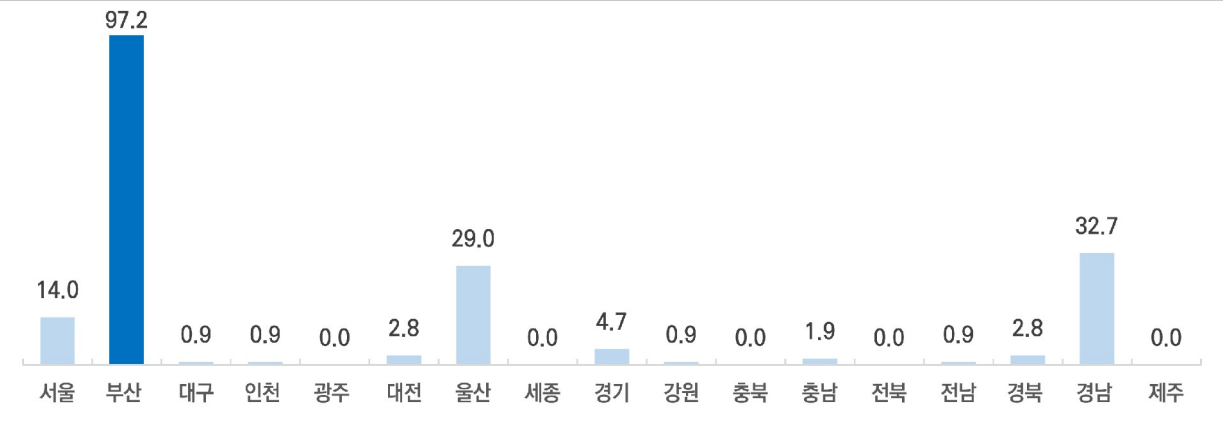
구분		사례수	주력 B2G제품(서비스) 총 거래 기업 수(개)
전체		(107)	6.07
산업분야	출판	(28)	9.96
	만화	(0)	-
	음악	(1)	3.00
	영화	(5)	2.80
	게임	(3)	2.00
	애니메이션	(3)	2.33
	방송	(3)	2.67
	광고	(22)	3.95
	캐릭터	(1)	3.00
	지식정보	(23)	7.13
	콘텐츠솔루션	(11)	4.00
	공연	(6)	4.83
	1인 미디어	(1)	5.00

③-1 주력 B2G제품(서비스) 지역별 거래 정부/공공기관 비율

❍ B2G 매출이 있는 기업 대상으로 지역별 거래 정부/공공기관 비율을 살펴보면 '부산'이 97.2%로 가장 높게 나타남. 이어서 '경남' 32.7%, '울산' 29.0% 등의 순으로 나타남

[그림3-21] 주력 B2G제품(서비스)의 지역별 거래 정부/공공기관 비율

[Base: B2G 매출이 있는 기업(N=107), Unit: %, 다중응답]



[표3-28] 주력 B2G제품(서비스)의 지역별 거래 정부/공공기관 비율

[Base: B2G 매출이 있는 기업(N=107) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
전체		(107)	14.0	97.2	0.9	0.9	0.0	2.8	29.0	0.0	4.7	0.9	0.0	1.9	0.0	0.9	2.8	32.7	0.0
산업분야	출판	(28)	10.7	100.0	-	3.6	-	3.6	50.0	-	10.7	-	-	-	-	-	-	42.9	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(5)	60.0	100.0	-	-	-	-	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(3)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	-	-	33.3	-	-
	애니메이션	(3)	-	66.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	-
	방송	(3)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(22)	18.2	95.5	-	-	-	4.5	9.1	-	4.5	4.5	-	-	-	-	-	9.1	-
	캐릭터	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(23)	8.7	95.7	-	-	-	-	60.9	-	4.3	-	-	-	-	4.3	4.3	73.9	-
	콘텐츠솔루션	(11)	18.2	100.0	-	-	-	9.1	-	-	-	-	-	9.1	-	-	9.1	18.2	-
	공연	(6)	-	100.0	16.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16.7	-
	1인 미디어	(1)	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(5) 경영 관련 주요 애로사항

Q. 경영 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?

①-1 내부적 요인

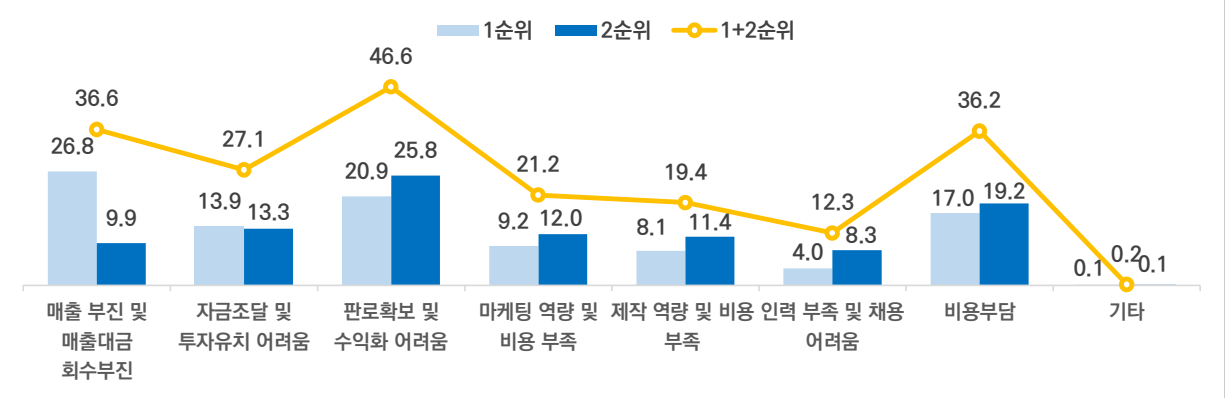
❍ 경영 관련 내부적 요인 주요 애로사항(1순위)을 살펴보면 '매출 부진 및 매출대금 회수부진'이 26.8%로 가장 높게 나타남. 이어서 '판로확보 및 수익화 어려움' 20.9%, '비용부담' 17.0% 등의 순으로 나타남

❍ 경영 관련 내부적 요인 주요 애로사항(2순위)을 살펴보면 '판로확보 및 수익화 어려움'이 25.8%로 가장 높게 나타남. 이어서 '비용부담' 19.2%, '자금조달 및 투자유치 어려움' 13.3% 등의 순으로 나타남

❍ 경영 관련 내부적 요인 주요 애로사항(1+2순위)을 살펴보면 '판로확보 및 수익화 어려움'이 46.6%로 가장 높게 나타남. 이어서 '매출 부진 및 매출대금 회수부진' 36.6%, '비용부담' 36.2% 등의 순으로 나타남

[그림3-22] 경영 관련 주요 애로사항(내부적 요인)

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-29] 경영 관련 주요 애로사항(내부적 요인)_1순위

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	매출 부진 및 매출대금 회수부진	자금조달 및 투자유치 어려움	판로확보 및 수익화 어려움	마케팅 역량 및 비용 부족	제작 역량 및 비용 부족	인력 부족 및 채용 어려움	비용부담	기타
전체		**(893)**	**26.8**	**13.9**	**20.9**	**9.2**	**8.1**	**4.0**	**17.0**	**0.1**
산업분야	출판	(187)	26.2	13.9	21.9	5.9	3.7	4.3	24.1	-
	만화	(20)	10.0	5.0	40.0	10.0	10.0	10.0	15.0	-
	음악	(40)	25.0	10.0	15.0	12.5	10.0	10.0	15.0	2.5
	영화	(37)	48.6	18.9	16.2	2.7	8.1	5.4	-	-
	게임	(65)	18.5	20.0	20.0	9.2	12.3	7.7	12.3	-
	애니메이션	(9)	33.3	33.3	11.1	11.1	-	11.1	-	-
	방송	(36)	16.7	11.1	27.8	11.1	13.9	5.6	13.9	-
	광고	(245)	29.4	9.0	20.8	11.0	7.3	3.3	19.2	-
	캐릭터	(19)	21.1	21.1	21.1	15.8	-	-	21.1	-
	지식정보	(143)	26.6	14.0	19.6	9.1	10.5	2.1	18.2	-
	콘텐츠솔루션	(58)	24.1	24.1	25.9	12.1	8.6	-	5.2	-
	공연	(32)	28.1	18.8	12.5	6.3	15.6	3.1	15.6	-
	1인 미디어	(2)	100.0	-	-	-	-	-	-	-

[표3-30] 경영 관련 주요 애로사항(내부적 요인)_2순위

[Base: 내부적 애로사항 2순위가 있는 사업체(N=889) Unit: (명), %]

구분		사례수	매출 부진 및 매출대금 회수부진	자금조달 및 투자유치 어려움	판로확보 및 수익화 어려움	마케팅 역량 및 비용 부족	제작 역량 및 비용 부족	인력 부족 및 채용 어려움	비용부담	기타
전체		**(889)**	**9.9**	**13.3**	**25.8**	**12.0**	**11.4**	**8.3**	**19.2**	**0.1**
산업분야	출판	(186)	12.9	6.5	28.5	9.1	9.7	7.5	25.8	-
	만화	(20)	5.0	10.0	35.0	5.0	20.0	5.0	20.0	-
	음악	(39)	7.7	15.4	30.8	5.1	15.4	7.7	17.9	-
	영화	(36)	2.8	38.9	25.0	8.3	13.9	-	11.1	-
	게임	(65)	7.7	16.9	16.9	20.0	10.8	12.3	15.4	-
	애니메이션	(9)	11.1	22.2	22.2	11.1	22.2	-	11.1	-
	방송	(36)	13.9	19.4	11.1	16.7	11.1	8.3	19.4	-
	광고	(245)	11.0	11.8	26.5	10.6	12.2	7.8	20.0	-
	캐릭터	(19)	15.8	10.5	21.1	10.5	5.3	26.3	10.5	-
	지식정보	(143)	9.1	14.0	28.7	14.7	6.3	8.4	18.9	-
	콘텐츠솔루션	(58)	6.9	12.1	31.0	15.5	15.5	8.6	10.3	-
	공연	(31)	3.2	16.1	9.7	16.1	19.4	12.9	19.4	3.2
	1인 미디어	(2)	-	50.0	-	50.0	-	-	-	-

[표3-31] 경영 관련 주요 애로사항(내부적 요인)_1+2순위

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	매출 부진 및 매출대금 회수부진	자금조달 및 투자유치 어려움	판로확보 및 수익화 어려움	마케팅 역량 및 비용 부족	제작 역량 및 비용 부족	인력 부족 및 채용 어려움	비용부담	기타
전체		**(893)**	**36.6**	**27.1**	**46.6**	**21.2**	**19.4**	**12.3**	**36.2**	**0.2**
산업분야	출판	(187)	39.0	20.3	50.3	15.0	13.4	11.8	49.7	-
	만화	(20)	15.0	15.0	75.0	15.0	30.0	15.0	35.0	-
	음악	(40)	32.5	25.0	45.0	17.5	25.0	17.5	32.5	2.5
	영화	(37)	51.4	56.8	40.5	10.8	21.6	5.4	10.8	-
	게임	(65)	26.2	36.9	36.9	29.2	23.1	20.0	27.7	-
	애니메이션	(9)	44.4	55.6	33.3	22.2	22.2	11.1	11.1	-
	방송	(36)	30.6	30.6	38.9	27.8	25.0	13.9	33.3	-
	광고	(245)	40.4	20.8	47.3	21.6	19.6	11.0	39.2	-
	캐릭터	(19)	36.8	31.6	42.1	26.3	5.3	26.3	31.6	-
	지식정보	(143)	35.7	28.0	48.3	23.8	16.8	10.5	37.1	-
	콘텐츠솔루션	(58)	31.0	36.2	56.9	27.6	24.1	8.6	15.5	-
	공연	(32)	31.3	34.4	21.9	21.9	34.4	15.6	34.4	3.1
	1인 미디어	(2)	100.0	50.0	-	50.0	-	-	-	-

①-2 외부적 요인

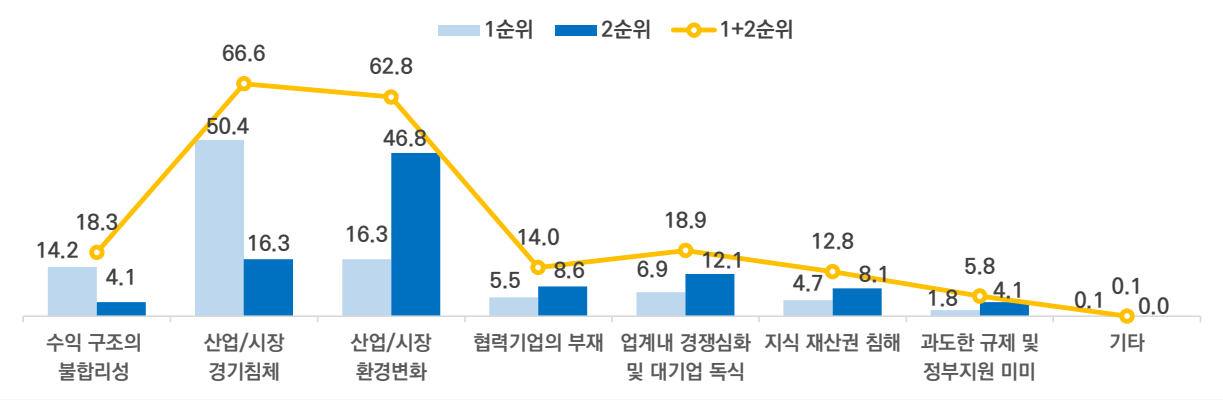
❍ 경영 관련 외부적 요인 주요 애로사항(1순위)을 살펴보면 '산업/시장 경기침체'가 50.4%로 가장 높게 나타남. 이어서 '산업/시장 환경변화' 16.3%, '수익 구조의 불합리성' 14.2% 등의 순으로 나타남

❍ 경영 관련 외부적 요인 주요 애로사항(2순위)을 살펴보면 '산업/시장 환경변화'가 46.8%로 가장 높게 나타남. 이어서 '산업/시장 경기침체' 16.3%, '업계내 경쟁심화 및 대기업 독식' 12.1% 등의 순으로 나타남

❍ 경영 관련 외부적 요인 주요 애로사항(1+2순위)을 살펴보면 '산업/시장 경기침체'가 66.6%로 가장 높게 나타남. 이어서 '산업/시장 환경변화' 62.8%, '업계내 경쟁심화 및 대기업 독식' 18.9% 등의 순으로 나타남

[그림3-23] 경영 관련 주요 애로사항(외부적 요인)

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-32] 경영 관련 주요 애로사항(외부적 요인)_1순위

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	수익 구조의 불합리성	산업/시장 경기침체	산업/시장 환경변화	협력 기업의 부재	업계내 경쟁심화 및 대기업 독식	지식 재산권 침해	과도한 규제 및 정부지원 미미	기타
전체		**(893)**	**14.2**	**50.4**	**16.3**	**5.5**	**6.9**	**4.7**	**1.8**	**0.1**
산업분야	출판	(187)	12.8	56.1	17.1	2.7	6.4	3.7	1.1	-
	만화	(20)	20.0	60.0	10.0	-	5.0	5.0	-	-
	음악	(40)	12.5	50.0	20.0	7.5	2.5	2.5	2.5	2.5
	영화	(37)	29.7	37.8	16.2	5.4	8.1	2.7	-	-
	게임	(65)	18.5	27.7	23.1	6.2	13.8	6.2	4.6	-
	애니메이션	(9)	33.3	44.4	-	11.1	11.1	-	-	-
	방송	(36)	22.2	47.2	11.1	8.3	8.3	2.8	-	-
	광고	(245)	10.6	57.6	15.1	5.3	6.9	3.3	1.2	-
	캐릭터	(19)	26.3	52.6	5.3	10.5	5.3	-	-	-
	지식정보	(143)	12.6	51.0	16.8	5.6	6.3	4.9	2.8	-
	콘텐츠솔루션	(58)	3.4	37.9	22.4	13.8	5.2	15.5	1.7	-
	공연	(32)	25.0	43.8	12.5	-	6.3	9.4	3.1	-
	1인 미디어	(2)	50.0	-	-	-	-	-	50.0	-

[표3-33] 경영 관련 주요 애로사항(외부적 요인)_2순위

[Base: 외부적 애로사항 2순위가 있는 사업체(N=887) Unit: (명), %]

구분		사례수	수익 구조의 불합리성	산업/시장 경기침체	산업/시장 환경변화	협력 기업의 부재	업계내 경쟁심화 및 대기업 독식	지식 재산권 침해	과도한 규제 및 정부지원 미미	기타
전체		**(887)**	**4.1**	**16.3**	**46.8**	**8.6**	**12.1**	**8.1**	**4.1**	**0.0**
산업분야	출판	(186)	2.7	17.7	48.9	6.5	13.4	8.6	2.2	-
	만화	(19)	-	10.5	68.4	10.5	5.3	5.3	-	-
	음악	(39)	2.6	20.5	43.6	5.1	15.4	7.7	5.1	-
	영화	(37)	-	18.9	43.2	10.8	10.8	8.1	8.1	-
	게임	(64)	3.1	21.9	28.1	7.8	14.1	18.8	6.3	-
	애니메이션	(9)	11.1	22.2	33.3	-	11.1	11.1	11.1	-
	방송	(36)	11.1	25.0	38.9	5.6	8.3	8.3	2.8	-
	광고	(245)	5.3	13.1	54.3	10.6	7.3	4.9	4.5	-
	캐릭터	(19)	10.5	15.8	57.9	5.3	10.5	-	-	-
	지식정보	(143)	3.5	14.0	51.0	5.6	10.5	11.2	4.2	-
	콘텐츠솔루션	(56)	3.6	8.9	32.1	16.1	26.8	8.9	3.6	-
	공연	(32)	3.1	28.1	25.0	12.5	25.0	-	6.3	-
	1인 미디어	(2)	-	50.0	-	50.0	-	-	-	-

[표3-34] 경영 관련 주요 애로사항(외부적 요인)_1+2순위

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	수익 구조의 불합리성	산업/시장 경기침체	산업/시장 환경변화	협력 기업의 부재	업계내 경쟁심화 및 대기업 독식	지식 재산권 침해	과도한 규제 및 정부지원 미미	기타
전체		**(893)**	**18.3**	**66.6**	**62.8**	**14.0**	**18.9**	**12.8**	**5.8**	**0.1**
산업분야	출판	(187)	15.5	73.8	65.8	9.1	19.8	12.3	3.2	-
	만화	(20)	20.0	70.0	75.0	10.0	10.0	10.0	-	-
	음악	(40)	15.0	70.0	62.5	12.5	17.5	10.0	7.5	2.5
	영화	(37)	29.7	56.8	59.5	16.2	18.9	10.8	8.1	-
	게임	(65)	21.5	49.2	50.8	13.8	27.7	24.6	10.8	-
	애니메이션	(9)	44.4	66.7	33.3	11.1	22.2	11.1	11.1	-
	방송	(36)	33.3	72.2	50.0	13.9	16.7	11.1	2.8	-
	광고	(245)	15.9	70.6	69.4	15.9	14.3	8.2	5.7	-
	캐릭터	(19)	36.8	68.4	63.2	15.8	15.8	-	-	-
	지식정보	(143)	16.1	65.0	67.8	11.2	16.8	16.1	7.0	-
	콘텐츠솔루션	(58)	6.9	46.6	53.4	29.3	31.0	24.1	5.2	-
	공연	(32)	28.1	71.9	37.5	12.5	31.3	9.4	9.4	-
	1인 미디어	(2)	50.0	50.0	-	50.0	-	-	50.0	-

5) 지원사업

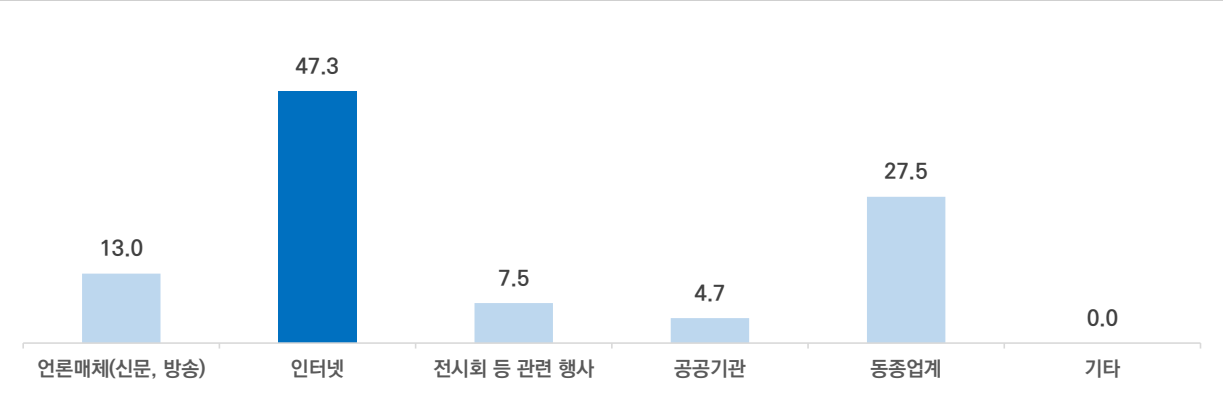
(1) 지원사업 관련 정보 인지 경로

Q. 귀사는 지원사업 관련 정보를 주로 어디에서 얻고 계십니까?

❍ 지원사업 관련 정보 인지 경로를 살펴보면 '인터넷'이 47.3%로 가장 높게 나타남. 이어서 '동종업계' 27.5%, '언론매체(신문, 방송)' 13.0% 등의 순으로 나타남

[그림3-24] 지원사업 관련 정보 인지 경로

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-35] 지원사업 관련 정보 인지 경로

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	언론매체 (신문, 방송)	인터넷	전시회 등 관련 행사	공공기관	동종업계	기타
전체		(893)	13.0	47.3	7.5	4.7	27.5	0.0
산업분야	출판	(187)	18.7	28.3	2.7	6.4	43.9	-
	만화	(20)	10.0	40.0	10.0	-	40.0	-
	음악	(40)	15.0	60.0	5.0	-	20.0	-
	영화	(37)	18.9	40.5	13.5	5.4	21.6	-
	게임	(65)	9.2	40.0	7.7	9.2	33.8	-
	애니메이션	(9)	11.1	66.7	11.1	-	11.1	-
	방송	(36)	44.4	41.7	2.8	-	11.1	-
	광고	(245)	8.2	55.9	8.6	1.6	25.7	-
	캐릭터	(19)	15.8	57.9	10.5	5.3	10.5	-
	지식정보	(143)	7.0	61.5	2.8	8.4	20.3	-
	콘텐츠솔루션	(58)	6.9	51.7	15.5	6.9	19.0	-
	공연	(32)	18.8	25.0	31.3	3.1	21.9	-
	1인 미디어	(2)	-	50.0	-	-	50.0	-

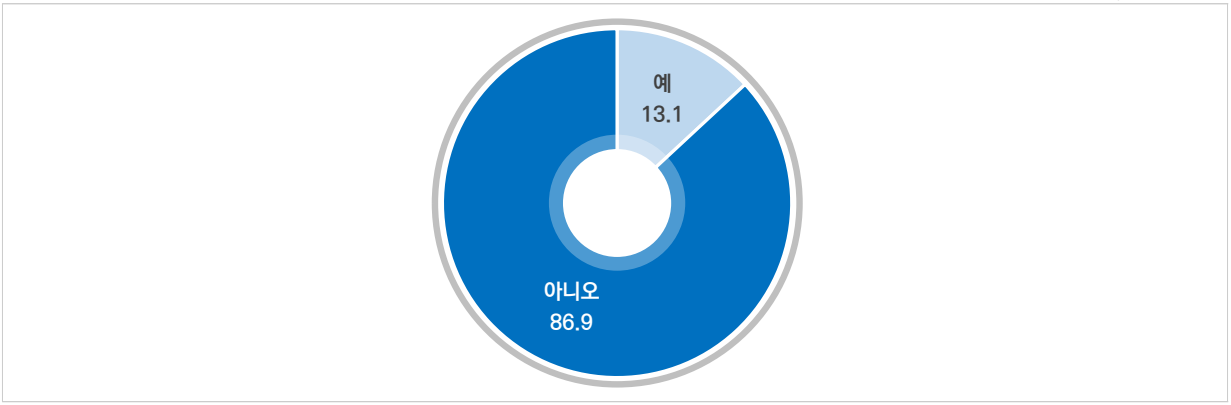
(2) 정부나 부산시/부산정보산업진흥원 등 공공기관 지원사업 참여 경험

Q. 귀사는 정부나 부산시/부산정보산업진흥원 등 공공기관 지원사업 참여 경험이 있으십니까?

❍ 정부나 부산시/부산정보산업진흥원 등 공공기관 지원사업 참여 경험이 '없다'는 응답이 86.9%로 참여 경험이 '있다' 13.1% 보다 높게 나타남

[그림3-25] 정부나 부산시/부산정보산업진흥원 등 공공기관 지원사업 참여 경험

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-36] 정부나 부산시/부산정보산업진흥원 등 공공기관 지원사업 참여 경험

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	예	아니오
전체		**(893)**	**13.1**	**86.9**
산업분야	출판	(187)	9.1	90.9
	만화	(20)	15.0	85.0
	음악	(40)	10.0	90.0
	영화	(37)	35.1	64.9
	게임	(65)	30.8	69.2
	애니메이션	(9)	33.3	66.7
	방송	(36)	19.4	80.6
	광고	(245)	6.1	93.9
	캐릭터	(19)	10.5	89.5
	지식정보	(143)	8.4	91.6
	콘텐츠솔루션	(58)	24.1	75.9
	공연	(32)	15.6	84.4
	1인 미디어	(2)	100.0	-

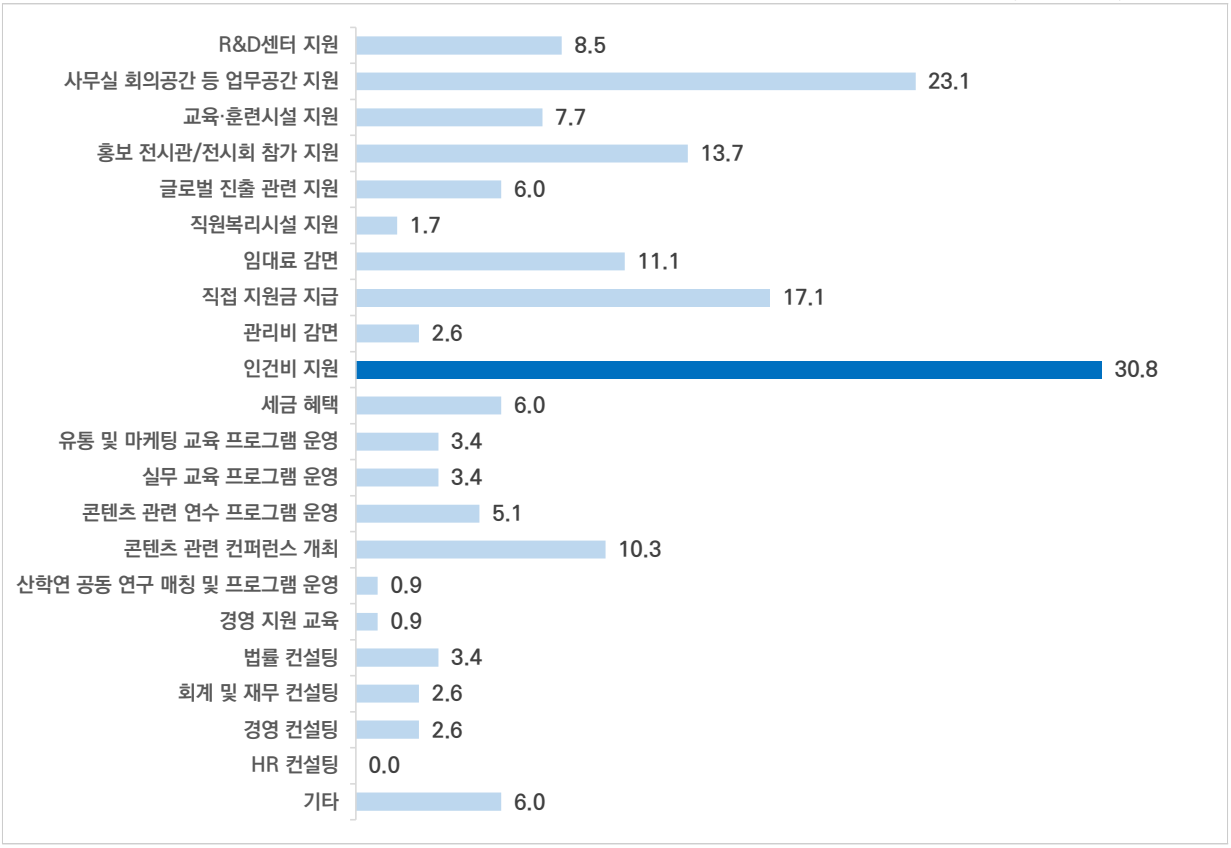
① 참여한 지원사업

Q. 귀사가 참여한 지원사업은 다음 중 어디에 해당합니까?

❍ 참여한 지원사업을 살펴보면 '인건비 지원'이 30.8%로 가장 높게 나타남. 이어서 '사무실 회의공간 등 업무공간 지원' 23.1%, '직접 지원금 지급' 17.1% 등의 순으로 나타남

[그림3-26] 참여한 지원사업

[Base: 공공기관 지원사업에 참여 경험이 있는 기업(N=117), Unit: %, 다중응답]



[표3-37] 참여한 지원사업_1

[Base: 공공기관 지원사업에 참여 경험이 있는 기업(N=117) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	인프라 지원						금전적 지원				
			①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪
전체		**(117)**	**8.5**	**23.1**	**7.7**	**13.7**	**6.0**	**1.7**	**11.1**	**17.1**	**2.6**	**30.8**	**6.0**
산업분야	출판	(17)	-	17.6	11.8	5.9	-	-	11.8	11.8	-	35.3	11.8
	만화	(3)	-	-	33.3	-	-	-	-	33.3	-	-	-
	음악	(4)	-	-	-	-	-	-	25.0	-	-	75.0	-
	영화	(13)	-	46.2	7.7	-	7.7	-	15.4	23.1	-	15.4	7.7
	게임	(20)	15.0	35.0	-	15.0	10.0	5.0	10.0	15.0	-	15.0	5.0
	애니메이션	(3)	-	-	-	33.3	33.3	-	-	33.3	-	33.3	-
	방송	(7)	-	14.3	14.3	-	-	14.3	-	57.1	14.3	14.3	-
	광고	(15)	6.7	26.7	-	33.3	-	-	6.7	-	13.3	53.3	13.3
	캐릭터	(2)	-	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(12)	41.7	50.0	25.0	33.3	25.0	-	16.7	8.3	-	41.7	-
	콘텐츠솔루션	(14)	7.1	-	-	7.1	-	-	14.3	21.4	-	35.7	-
	공연	(5)	-	-	20.0	-	-	-	20.0	-	-	40.0	20.0
	1인 미디어	(2)	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-

① R&D센터 지원
② 사무실 회의공간 등 업무공간 지원
③ 교육·훈련시설 지원
④ 홍보 전시관/전시회 참가 지원
⑤ 글로벌 진출 관련 지원
⑥ 직원복리시설 지원
⑦ 임대료 감면(보증금 임대료 등)
⑧ 직접 지원금지급
⑨ 관리비 감면
⑩ 인건비 지원
⑪ 세금 혜택(취득세, 등록세, 재산세, 법인세 감면 등)
⑫ 유통 및 마케팅 교육 프로그램 운영
⑬ 실무 교육 프로그램 운영
⑭ 콘텐츠 관련 연수 프로그램 운영
⑮ 콘텐츠 관련 컨퍼런스 개최
⑯ 산학연 공동 연구 매칭 및 프로그램 운영
⑰ 경영 지원 교육
⑱ 법률 컨설팅
⑲ 회계 및 재무 컨설팅
⑳ 경영 컨설팅
㉑ HR 컨설팅
㉒ 기타

[표3-38] 참여한 지원사업_2

[Base: 공공기관 지원사업에 참여 경험이 있는 기업(N=117) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	교육훈련 지원						경연 지원				㉒
			⑫	⑬	⑭	⑮	⑯	⑰	⑱	⑲	⑳	㉑	
전체		**(117)**	**3.4**	**3.4**	**5.1**	**10.3**	**0.9**	**0.9**	**3.4**	**2.6**	**2.6**	**0.0**	**6.0**
산업분야	출판	(17)	5.9	5.9	-	-	-	-	11.8	5.9	5.9	-	11.8
	만화	(3)	-	-	-	33.3	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(4)	-	-	-	25.0	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(13)	-	-	-	7.7	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(20)	5.0	5.0	5.0	15.0	-	-	-	-	-	-	5.0
	애니메이션	(3)	-	-	-	33.3	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(7)	-	-	-	14.3	-	-	-	-	-	-	14.3
	광고	(15)	6.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0
	지식정보	(12)	-	8.3	8.3	-	-	8.3	16.7	16.7	8.3	-	-
	콘텐츠솔루션	(14)	7.1	7.1	28.6	14.3	7.1	-	-	-	7.1	-	7.1
	공연	(5)	-	-	-	40.0	-	-	-	-	-	-	20.0
	1인 미디어	(2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

① R&D센터 지원
② 사무실 회의공간 등 업무공간 지원
③ 교육·훈련시설 지원
④ 홍보 전시관/전시회 참가 지원
⑤ 글로벌 진출 관련 지원
⑥ 직원복리시설 지원
⑦ 임대료 감면(보증금 임대료 등)
⑧ 직접 지원금지급
⑨ 관리비 감면
⑩ 인건비 지원
⑪ 세금 혜택(취득세, 등록세, 재산세, 법인세 감면 등)
⑫ 유통 및 마케팅 교육 프로그램 운영
⑬ 실무 교육 프로그램 운영
⑭ 콘텐츠 관련 연수 프로그램 운영
⑮ 콘텐츠 관련 컨퍼런스 개최
⑯ 산학연 공동 연구 매칭 및 프로그램 운영
⑰ 경영 지원 교육
⑱ 법률 컨설팅
⑲ 회계 및 재무 컨설팅
⑳ 경영 컨설팅
㉑ HR 컨설팅
㉒ 기타

(3) 지원사업 신청/참여 시 애로사항

Q. 지원사업을 신청/참여하면서 겪었던 애로사항은 무엇입니까?

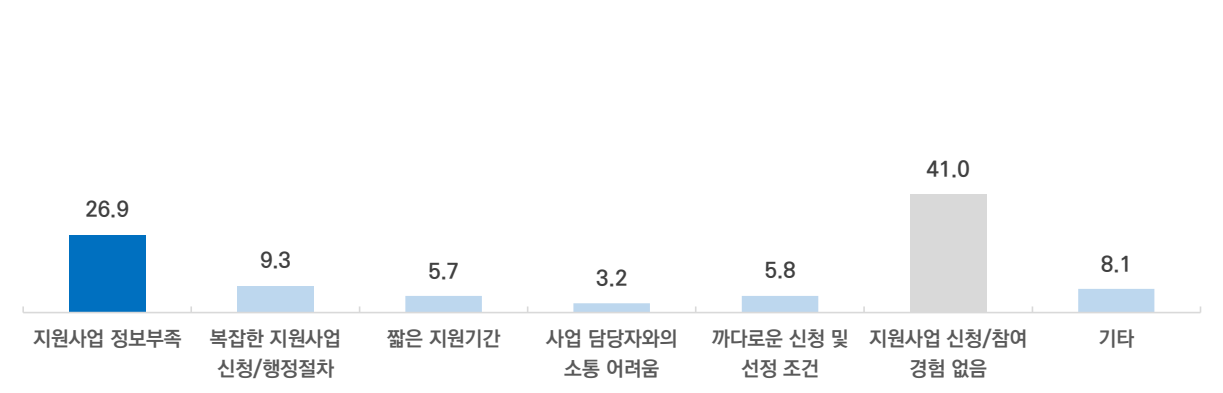
❍ 지원사업을 신청/참여하면서 겪었던 애로사항을 살펴보면 '지원사업 정보부족'이 26.9%로 가장 높게 나타남. 이어서 '복잡한 지원사업 신청/행정절차' 9.3%, '기타' 8.1% 등의 순으로 나타남

❍ '기타' 의견으로는 '애로사항이 없었음'이 주로 언급됨

❍ '지원사업 신청/참여 경험이 없다'는 응답은 41.0%로 나타남

[그림3-27] 지원사업을 신청/참여하면서 겪었던 애로사항

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-39] 지원사업을 신청/참여하면서 겪었던 애로사항

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	지원사업 정보부족	복잡한 지원사업 신청/ 행정절차	짧은 지원기간	사업 담당자와의 소통 어려움	까다로운 신청 및 선정 조건	지원사업 신청/참여 경험 없음	기타
전체		(893)	26.9	9.3	5.7	3.2	5.8	41.0	8.1
산업분야	출판	(187)	37.4	7.5	3.2	1.1	4.3	38.5	8.0
	만화	(20)	50.0	15.0	-	-	-	30.0	5.0
	음악	(40)	35.0	2.5	5.0	2.5	-	50.0	5.0
	영화	(37)	29.7	16.2	8.1	5.4	5.4	29.7	5.4
	게임	(65)	20.0	15.4	16.9	10.8	1.5	24.6	10.8
	애니메이션	(9)	11.1	11.1	11.1	-	44.4	22.2	-
	방송	(36)	13.9	22.2	16.7	-	5.6	33.3	8.3
	광고	(245)	20.0	7.8	1.2	4.1	5.3	54.7	6.9
	캐릭터	(19)	42.1	10.5	10.5	-	-	26.3	10.5
	지식정보	(143)	31.5	4.9	4.9	1.4	4.9	37.8	14.7
	콘텐츠솔루션	(58)	17.2	15.5	13.8	6.9	15.5	29.3	1.7
	공연	(32)	9.4	9.4	3.1	3.1	18.8	53.1	3.1
	1인 미디어	(2)	50.0	-	50.0	-	-	-	-

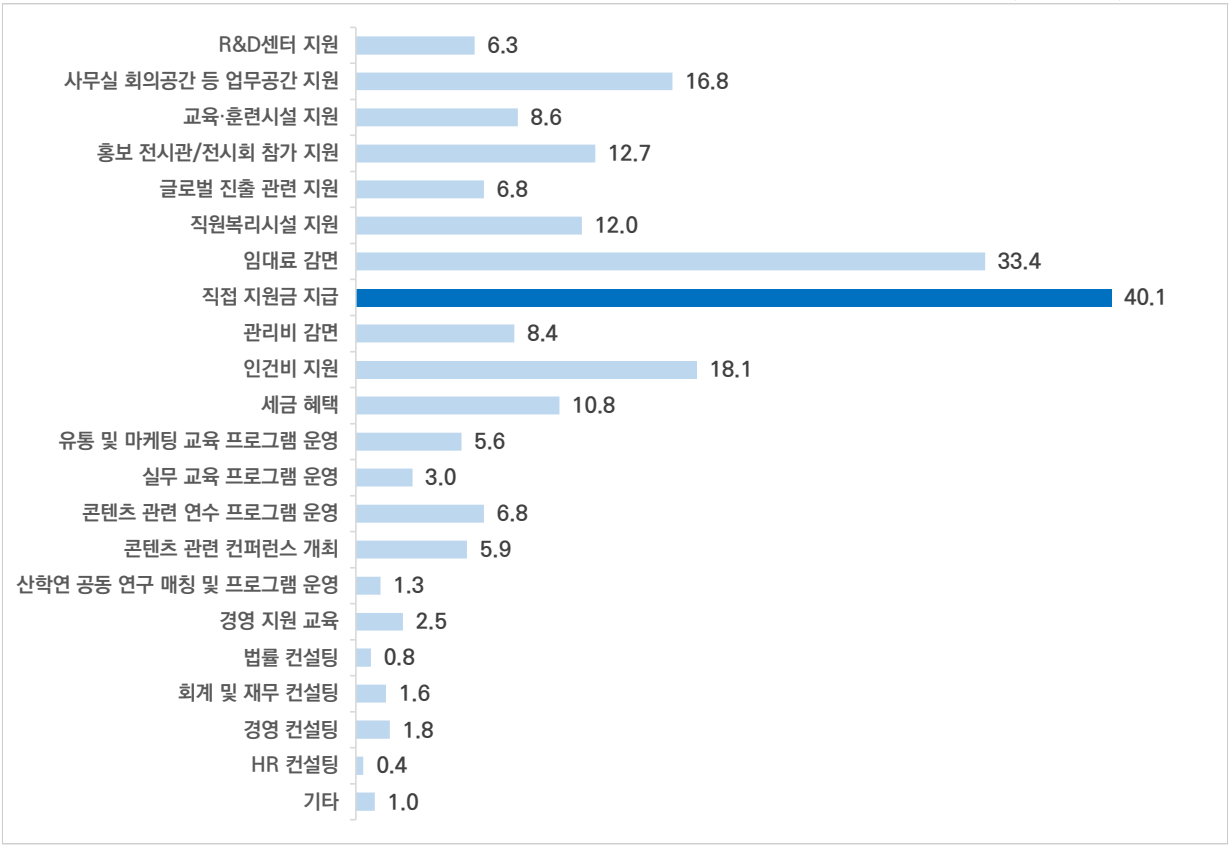
(4) 향후 희망 지원사업

Q. 다음 중 귀사가 향후 지원받기를 희망하는 사업은 무엇입니까?

❍ 향후 지원받기를 희망하는 사업을 살펴보면 '직접 지원금 지급'이 40.1%로 가장 높게 나타남. 이어서 '임대료 감면' 33.4%, '인건비 지원' 18.1% 등의 순으로 나타남

[그림3-28] 향후 희망 지원사업

[Base: 전체(N=893), Unit: %, 다중응답]



[표3-40] 향후 희망 지원사업_1

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	인프라 지원						금전적 지원				
			①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪
전체		**(893)**	**6.3**	**16.8**	**8.6**	**12.7**	**6.8**	**12.0**	**33.4**	**40.1**	**8.4**	**18.1**	**10.8**
산업분야	출판	(187)	1.1	19.8	5.9	11.2	2.1	12.8	50.8	43.3	15.5	22.5	9.6
	만화	(20)	5.0	25.0	5.0	35.0	5.0	15.0	35.0	45.0	-	5.0	-
	음악	(40)	10.0	22.5	5.0	10.0	7.5	15.0	47.5	30.0	10.0	25.0	17.5
	영화	(37)	5.4	29.7	8.1	24.3	10.8	13.5	29.7	37.8	10.8	21.6	5.4
	게임	(65)	13.8	18.5	4.6	16.9	21.5	16.9	9.2	32.3	13.8	24.6	10.8
	애니메이션	(9)	22.2	22.2	11.1	-	22.2	11.1	-	22.2	-	22.2	22.2
	방송	(36)	-	16.7	5.6	11.1	8.3	13.9	16.7	41.7	-	13.9	2.8
	광고	(245)	4.1	9.4	6.1	13.9	2.4	8.6	34.7	42.0	6.1	13.1	12.2
	캐릭터	(19)	10.5	26.3	-	21.1	31.6	5.3	21.1	36.8	-	15.8	-
	지식정보	(143)	9.8	17.5	20.3	4.2	5.6	13.3	32.2	44.8	7.0	16.1	12.6
	콘텐츠솔루션	(58)	15.5	17.2	17.2	13.8	13.8	13.8	20.7	29.3	3.4	20.7	10.3
	공연	(32)	3.1	15.6	-	15.6	6.3	9.4	21.9	34.4	6.3	21.9	15.6
	1인 미디어	(2)	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	50.0	-

① R&D센터 지원
② 사무실 회의공간 등 업무공간 지원
③ 교육·훈련시설 지원
④ 홍보 전시관/전시회 참가 지원
⑤ 글로벌 진출 관련 지원
⑥ 직원복리시설 지원
⑦ 임대료 감면(보증금 임대료 등)
⑧ 직접 지원금지급
⑨ 관리비 감면
⑩ 인건비 지원
⑪ 세금 혜택(취득세, 등록세, 재산세, 법인세 감면 등)
⑫ 유통 및 마케팅 교육 프로그램 운영
⑬ 실무 교육 프로그램 운영
⑭ 콘텐츠 관련 연수 프로그램 운영
⑮ 콘텐츠 관련 컨퍼런스 개최
⑯ 산학연 공동 연구 매칭 및 프로그램 운영
⑰ 경영 지원 교육
⑱ 법률 컨설팅
⑲ 회계 및 재무 컨설팅
⑳ 경영 컨설팅
㉑ HR 컨설팅
㉒ 기타

[표3-41] 향후 희망 지원사업_2

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	교육훈련 지원						경연 지원				㉒
			⑫	⑬	⑭	⑮	⑯	⑰	⑱	⑲	⑳	㉑	
전체		**(893)**	**5.6**	**3.0**	**6.8**	**5.9**	**1.3**	**2.5**	**0.8**	**1.6**	**1.8**	**0.4**	**1.0**
산업분야	출판	(187)	5.3	3.2	9.6	7.5	2.1	2.7	-	0.5	1.6	0.5	1.6
	만화	(20)	-	-	10.0	5.0	-	-	-	5.0	-	-	-
	음악	(40)	10.0	2.5	15.0	15.0	2.5	2.5	5.0	7.5	2.5	2.5	2.5
	영화	(37)	-	-	8.1	16.2	2.7	2.7	2.7	2.7	-	-	-
	게임	(65)	9.2	9.2	9.2	7.7	1.5	4.6	-	-	1.5	-	-
	애니메이션	(9)	11.1	-	-	11.1	-	-	-	-	-	-	11.1
	방송	(36)	5.6	5.6	8.3	5.6	-	2.8	-	-	2.8	-	2.8
	광고	(245)	6.1	1.6	3.7	2.0	-	2.0	0.4	2.4	1.2	-	0.4
	캐릭터	(19)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(143)	6.3	4.9	4.2	3.5	3.5	2.8	1.4	1.4	2.8	1.4	-
	콘텐츠솔루션	(58)	3.4	1.7	13.8	8.6	-	1.7	1.7	-	5.2	-	-
	공연	(32)	-	-	-	9.4	-	3.1	-	-	-	-	6.3
	1인 미디어	(2)	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

① R&D센터 지원
② 사무실 회의공간 등 업무공간 지원
③ 교육·훈련시설 지원
④ 홍보 전시관/전시회 참가 지원
⑤ 글로벌 진출 관련 지원
⑥ 직원복리시설 지원
⑦ 임대료 감면(보증금 임대료 등)
⑧ 직접 지원금지급
⑨ 관리비 감면
⑩ 인건비 지원
⑪ 세금 혜택(취득세, 등록세, 재산세, 법인세 감면 등)
⑫ 유통 및 마케팅 교육 프로그램 운영
⑬ 실무 교육 프로그램 운영
⑭ 콘텐츠 관련 연수 프로그램 운영
⑮ 콘텐츠 관련 컨퍼런스 개최
⑯ 산학연 공동 연구 매칭 및 프로그램 운영
⑰ 경영 지원 교육
⑱ 법률 컨설팅
⑲ 회계 및 재무 컨설팅
⑳ 경영 컨설팅
㉑ HR 컨설팅
㉒ 기타

(5) 지원사업 관련 개선방안

Q. 지원사업 관련 개선방안이 있으시면 작성해주시기 바랍니다.

❍ 지원사업 관련 개선방안으로는 '금전/기술 등 실질적으로 도움되는 지원 확대 필요', '홍보전시관 및 전시회 참가 지원 확대 필요' 등의 의견이 주로 언급됨

[표3-42] 지원사업 관련 개선방안

구분	내용
지원	금전·임대료·인건비 등 실질적 경제 지원 확대 필요
	R&D·제작·기술·교육 등 기업 운영 전반에 대한 실질적 지원 강화 필요
	공연·전시·콘텐츠·게임 등 분야별 특화 지원 및 글로벌·전시회 참가 지원 확대 필요
	사무공간·업무공간·직원 복리시설 등 공간·복지 지원 강화 필요
	1인 사업장·경력 부족 기업 등을 위한 참여 조건 완화 및 공정한 지원 체계 마련 필요
서류 및 절차 간소화	신청서·정산서 등 행정 서류 간소화 필요
	행정 절차와 후속 업무가 복잡하므로 절차 전반의 단순화 필요
	지원사업 탈락 사유 안내 등 심사 과정의 투명성 강화 필요
홍보 및 정보 제공	사업 공고·참여 안내를 위한 문자·카카오톡 등 직접적인 알림방식 강화 필요
	지원사업 정보 접근성 개선(포털·메일링 등) 필요
	홍보전시관 및 전시회 참가 지원 확대 필요
	지원사업 관련 홍보 활동 강화 필요
기타의견	사업 담당자의 전문성·현장 이해도 제고 필요
	사업 공고 시기를 조기화하여 기업의 연간 계획 수립에 반영 가능하도록 개선 필요
	과도한 규제 완화 및 업계 현실을 반영한 정책 필요
	소통 강화를 위한 간담회 개최 필요

6) XR개발 사업체 추가설문

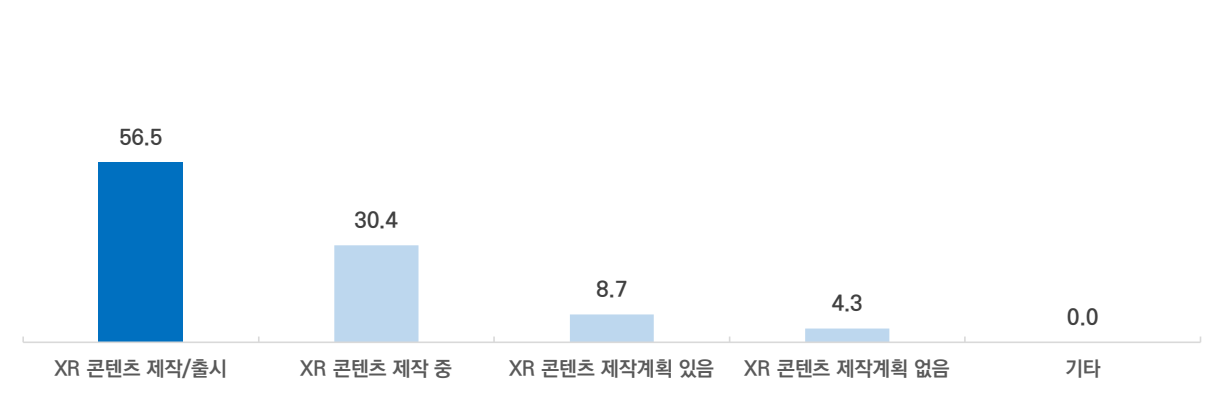
(1) 가상/증강/혼합현실(XR/MR) 콘텐츠 제작/계획(R&D포함) 여부

Q. 귀사는 가상/증강/혼합현실(XR/MR) 콘텐츠를 제작/계획(R&D포함)하고 있으십니까?

❍ XR개발 사업체 대상으로 가상/증강/혼합현실 콘텐츠의 제작/계획 여부를 살펴보면 'XR 콘텐츠를 제작/출시했다'는 응답이 56.5%로 가장 높게 나타남. 이어서 'XR 콘텐츠 제작 중' 30.4%, 'XR 콘텐츠 제작계획 있음' 8.7% 순으로 나타남

[그림3-29] 가상/증강/혼합현실(XR/MR) 콘텐츠 제작/계획(R&D포함) 여부

[Base: XR개발 사업체(N=23), Unit: %]



[표3-43] 가상/증강/혼합현실(XR/MR) 콘텐츠 제작/계획(R&D포함) 여부

[Base: XR개발 사업체(N=23) Unit: (명), %]

구분		사례수	XR 콘텐츠 제작/출시	XR 콘텐츠 제작 중	XR 콘텐츠 제작계획 있음	XR 콘텐츠 제작계획 없음	기타
전체		(23)	56.5	30.4	8.7	4.3	0.0
산업분야	출판	(2)	-	100.0	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-
	영화	(1)	100.0	-	-	-	-
	게임	(2)	100.0	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-
	방송	(1)	-	100.0	-	-	-
	광고	(1)	-	-	100.0	-	-
	캐릭터	(1)	100.0	-	-	-	-
	지식정보	(6)	33.3	33.3	16.7	16.7	-
	콘텐츠솔루션	(9)	77.8	22.2	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-

(2) 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르

Q. 귀사의 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르는 무엇입니까?

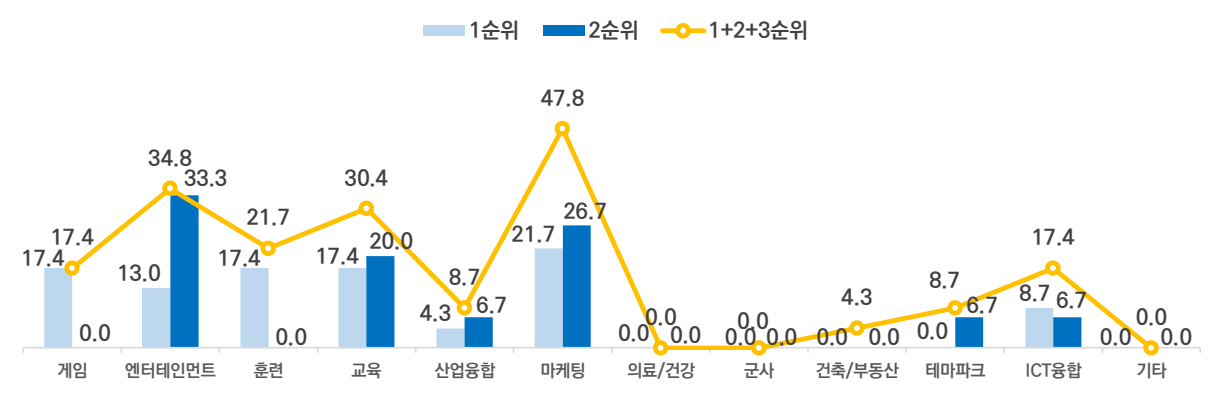
❍ 실감콘텐츠 장르(1순위)를 살펴보면 '마케팅'이 21.7%로 가장 높게 나타남. 이어서 '게임'·'훈련'·'교육' 각 17.4% 등의 순으로 나타남

❍ 실감콘텐츠 장르(2순위)를 살펴보면 '엔터테인먼트'가 33.3%로 가장 높게 나타남. 이어서 '마케팅' 26.7%, '교육' 20.0% 등의 순으로 나타남

❍ 실감콘텐츠 장르(1+2+3순위)를 살펴보면 '마케팅'이 47.8%로 가장 높게 나타남. 이어서 '엔터테인먼트' 34.8%, '교육' 30.4% 등의 순으로 나타남

[그림3-30] 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르

[Base: XR개발 사업체(N=23), Unit: %]



[표3-44] 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르_1순위

[Base: XR개발 사업체(N=23) Unit: (명), %]

구분		사례수	게임	엔터테인먼트	훈련	교육	산업융합	마케팅	의료/건강	군사	건축/부동산	테마파크	ICT융합	기타
전체		(23)	17.4	13.0	17.4	17.4	4.3	21.7	0.0	0.0	0.0	0.0	8.7	0.0
산업분야	출판	(2)	50.0	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(2)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(6)	-	-	33.3	16.7	-	33.3	-	-	-	-	16.7	-
	콘텐츠솔루션	(9)	11.1	11.1	22.2	22.2	11.1	11.1	-	-	-	-	11.1	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-45] 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르_2순위

[Base: XR개발 2순위가 있는 사업체(N=15) Unit: (명), %]

구분		사례수	게임	엔터테인먼트	훈련	교육	산업융합	마케팅	의료/건강	군사	건축/부동산	테마파크	ICT융합	기타
전체		(15)	0.0	33.3	0.0	20.0	6.7	26.7	0.0	0.0	0.0	6.7	6.7	0.0
산업분야	출판	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	게임	(2)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-
	캐릭터	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(3)	-	33.3	-	33.3	-	33.3	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(6)	-	-	-	33.3	16.7	33.3	-	-	-	-	16.7	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-46] 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르_3순위

[Base: XR개발 3순위가 있는 사업체(N=6) Unit: (명), %]

구분		사례수	게임	엔터테인먼트	훈련	교육	산업융합	마케팅	의료/건강	군사	건축/부동산	테마파크	ICT융합	기타
전체		(6)	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	16.7	16.7	16.7	0.0
산업분야	출판	(1)	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(2)	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0	50.0	-	-
	콘텐츠솔루션	(2)	-	-	-	-	-	50.0	-	-	-	-	50.0	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-47] 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르_1+2+3순위

[Base: XR개발 사업체(N=23) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	게임	엔터테인먼트	훈련	교육	산업융합	마케팅	의료/건강	군사	건축/부동산	테마파크	ICT융합	기타
전체		(23)	17.4	34.8	21.7	30.4	8.7	47.8	0.0	0.0	4.3	8.7	17.4	0.0
산업분야	출판	(2)	50.0	50.0	-	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	100.0	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	게임	(2)	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	100.0	-	-
	캐릭터	(1)	-	100.0	100.0	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(6)	-	16.7	33.3	33.3	-	50.0	-	-	16.7	16.7	16.7	-
	콘텐츠솔루션	(9)	11.1	11.1	22.2	44.4	22.2	44.4	-	-	-	-	33.3	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

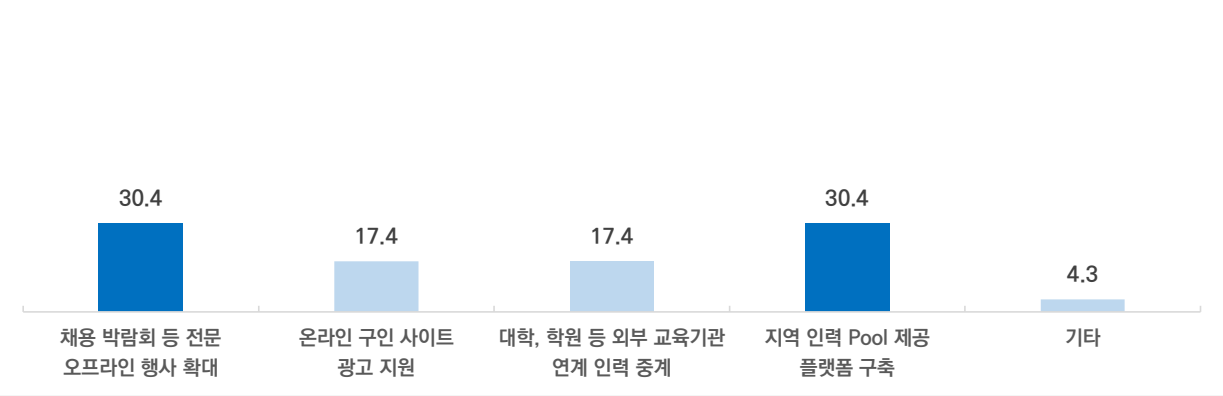
(3) 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업

Q. 귀사의 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까?

❍ 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업을 살펴보면 '채용 박람회 등 전문 오프라인 행사 확대'·'지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축'이 각 30.4%로 가장 높게 나타남. 이어서 '온라인 구인 사이트 광고 지원'·'대학, 학원 등 외부 교육기관 연계 인력 중계' 각 17.4%, '기타' 4.3% 순으로 나타남

[그림3-31] 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업

[Base: XR개발 사업체(N=23), Unit: %]



[표3-48] 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업

[Base: XR개발 사업체(N=23) Unit: (명), %]

구분		사례수	채용 박람회 등 전문 오프라인 행사 확대	온라인 구인 사이트 광고 지원	대학, 학원 등 외부 교육기관 연계 인력 중계	지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축	기타
전체		(23)	30.4	17.4	17.4	30.4	4.3
산업분야	출판	(2)	50.0	-	50.0	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	-	-	-	100.0
	게임	(2)	100.0	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-
	방송	(1)	-	100.0	-	-	-
	광고	(1)	-	-	-	100.0	-
	캐릭터	(1)	100.0	-	-	-	-
	지식정보	(6)	50.0	-	16.7	33.3	-
	콘텐츠솔루션	(9)	-	33.3	22.2	44.4	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-

(4) 글로벌 시장 진출 희망 지역

Q. 글로벌 시장 진출을 희망하는 지역은 어디입니까?

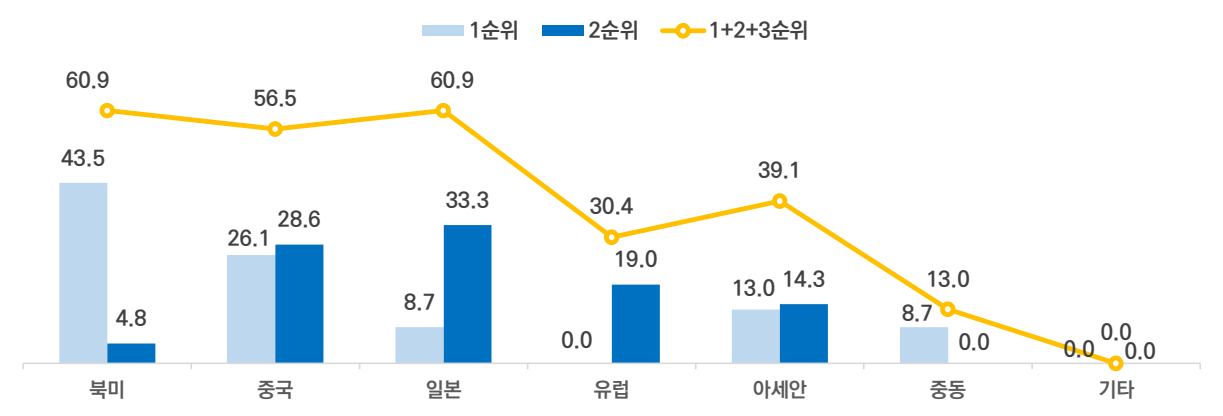
❍ 글로벌 시장 진출 희망 지역(1순위)을 살펴보면 '북미'가 43.5%로 가장 높게 나타남. 이어서 '중국' 26.1%, '아세안' 13.0% 등의 순으로 나타남

❍ 글로벌 시장 진출 희망 지역(2순위)을 살펴보면 '일본'이 33.3%로 가장 높게 나타남. 이어서 '중국' 28.6%, '유럽' 19.0% 등의 순으로 나타남

❍ 글로벌 시장 진출 희망 지역(1+2+3순위)을 살펴보면 '북미'·'일본'이 60.9%로 가장 높게 나타남. 이어서 '중국' 56.5%, '아세안' 39.1% 등의 순으로 나타남

[그림3-32] 글로벌 시장 진출 희망 지역

[Base: XR개발 사업체(N=23), Unit: %]



[표3-49] 글로벌 시장 진출 희망 지역_1순위

[Base: XR개발 사업체(N=23) Unit: (명), %]

구분		사례수	북미	중국	일본	유럽	아세안	중동	기타
전체		(23)	43.5	26.1	8.7	0.0	13.0	8.7	0.0
산업분야	출판	(2)	50.0	-	50.0	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	-	-	-	-	100.0	-
	게임	(2)	50.0	-	50.0	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(6)	66.7	16.7	-	-	16.7	-	-
	콘텐츠솔루션	(9)	11.1	55.6	-	-	22.2	11.1	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-

[표3-50] 글로벌 시장 진출 희망 지역_2순위

[Base: XR개발 글로벌 시장 진출 희망 지역 2순위가 있는 사업체(N=21) Unit: (명), %]

구분		사례수	북미	중국	일본	유럽	아세안	중동	기타
전체		(21)	4.8	28.6	33.3	19.0	14.3	0.0	0.0
산업분야	출판	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	-	100.0	-	-	-	-
	게임	(2)	-	-	-	100.0	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	-	-	100.0	-	-	-	-
	광고	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-
	지식정보	(5)	-	60.0	20.0	20.0	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(9)	11.1	-	44.4	11.1	33.3	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-

[표3-51] 글로벌 시장 진출 희망 지역_3순위

[Base: XR개발 글로벌 시장 진출 희망 지역 3순위가 있는 사업체(N=16) Unit: (명), %]

구분		사례수	북미	중국	일본	유럽	아세안	중동	기타
전체		(16)	18.8	6.3	31.3	18.8	18.8	6.3	0.0
산업분야	출판	(1)	-	-	-	100.0	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	-	-	100.0	-	-	-
	게임	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	-	100.0	-	-	-	-
	지식정보	(4)	-	-	75.0	-	25.0	-	-
	콘텐츠솔루션	(8)	25.0	12.5	12.5	12.5	25.0	12.5	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-

[표3-52] 글로벌 시장 진출 희망 지역_1+2+3순위

[Base: XR개발 사업체(N=23) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	북미	중국	일본	유럽	아세안	중동	기타
전체		(23)	60.9	56.5	60.9	30.4	39.1	13.0	0.0
산업분야	출판	(2)	50.0	50.0	50.0	50.0	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	-	100.0	100.0	-	100.0	-
	게임	(2)	100.0	-	50.0	100.0	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	100.0	-	100.0	-	-	-	-
	광고	(1)	100.0	100.0	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	100.0	100.0	100.0	-	-	-	-
	지식정보	(6)	66.7	66.7	66.7	16.7	33.3	-	-
	콘텐츠솔루션	(9)	44.4	66.7	55.6	22.2	77.8	22.2	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-

(5) 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역

Q. 아세안 시장 진출을 추진한다면 희망하는 지역은 어디입니까?

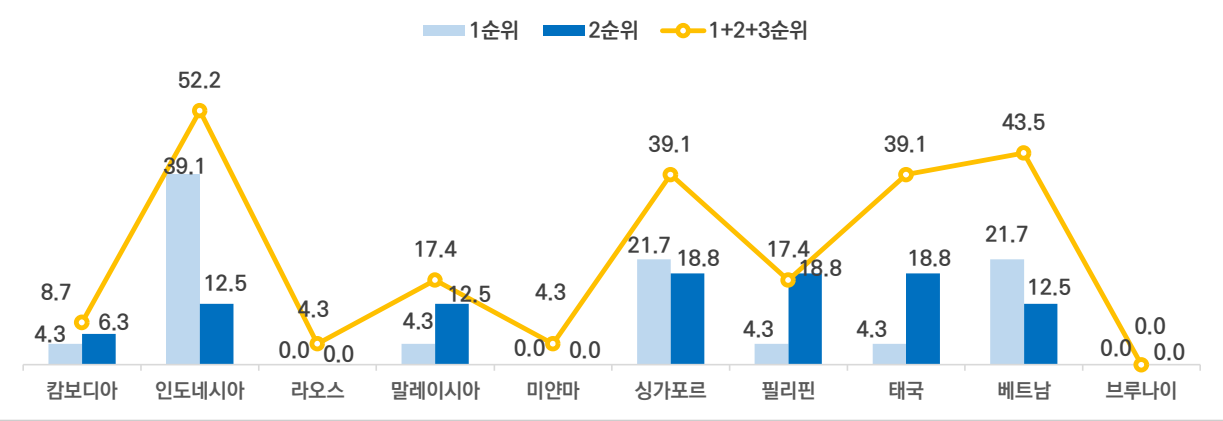
❍ 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역(1순위)을 살펴보면 '인도네시아'가 39.1%로 가장 높게 나타남. 이어서 '싱가포르'·'베트남' 21.7% 등의 순으로 나타남

❍ 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역(2순위)을 살펴보면 '싱가포르'·'필리핀'·'태국'이 18.8%로 가장 높게 나타남. 이어서 '인도네시아'·'말레이시아'·'베트남' 12.5% 등의 순으로 나타남

❍ 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역(1+2+3순위)을 살펴보면 '인도네시아'가 52.2%로 가장 높게 나타남. 이어서 '베트남' 43.5%, '싱가포르'·'태국' 각 39.1% 등의 순으로 나타남

[그림3-33] 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역

[Base: XR개발 사업체(N=23), Unit: %]



[표3-53] 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역_1순위

[Base: XR개발 사업체(N=23) Unit: (명), %]

구분		사례수	캄보디아	인도네시아	라오스	말레이시아	미얀마	싱가포르	필리핀	태국	베트남	브루나이
전체		(23)	4.3	39.1	0.0	4.3	0.0	21.7	4.3	4.3	21.7	0.0
산업분야	출판	(2)	-	50.0	-	-	-	-	-	-	50.0	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(2)	-	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(6)	-	50.0	-	-	-	-	-	-	50.0	-
	콘텐츠솔루션	(9)	-	11.1	-	11.1	-	44.4	11.1	11.1	11.1	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-54] 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역_2순위

[Base: XR개발 아세안 시장 진출 희망 2순위가 있는 사업체(N=16) Unit: (명), %]

구분		사례수	캄보디아	인도네시아	라오스	말레이시아	미얀마	싱가포르	필리핀	태국	베트남	브루나이
전체		(16)	6.3	12.5	0.0	12.5	0.0	18.8	18.8	18.8	12.5	0.0
산업분야	출판	(1)	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-
	지식정보	(4)	-	-	-	25.0	-	50.0	-	25.0	-	-
	콘텐츠솔루션	(7)	-	14.3	-	14.3	-	-	28.6	14.3	28.6	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-55] 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역_3순위

[Base: XR개발 아세안 시장 진출 희망 3순위가 있는 사업체(N=13) Unit: (명), %]

구분		사례수	캄보디아	인도네시아	라오스	말레이시아	미얀마	싱가포르	필리핀	태국	베트남	브루나이
전체		(13)	0.0	7.7	7.7	7.7	7.7	7.7	0.0	38.5	23.1	0.0
산업분야	출판	(1)	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-
	지식정보	(2)	-	-	-	-	-	-	-	50.0	50.0	-
	콘텐츠솔루션	(7)	-	14.3	-	14.3	14.3	14.3	-	28.6	14.3	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-56] 아세안 시장 진출 추진 시 희망 지역_1+2+3순위

[Base: XR개발 사업체(N=23) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	캄보디아	인도네시아	라오스	말레이시아	미얀마	싱가포르	필리핀	태국	베트남	브루나이
전체		(23)	8.7	52.2	4.3	17.4	4.3	39.1	17.4	39.1	43.5	0.0
산업분야	출판	(2)	-	50.0	-	-	-	-	50.0	50.0	50.0	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	100.0	100.0	-
	게임	(2)	-	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	100.0	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	100.0	-	-	-	100.0	-	100.0	-	-
	지식정보	(6)	-	50.0	-	16.7	-	33.3	-	33.3	66.7	-
	콘텐츠솔루션	(9)	-	33.3	-	33.3	11.1	55.6	33.3	44.4	44.4	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(6) 실감콘텐츠 관련 사업체를 위한 가장 필요한 지원사업

Q. 지역 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까?

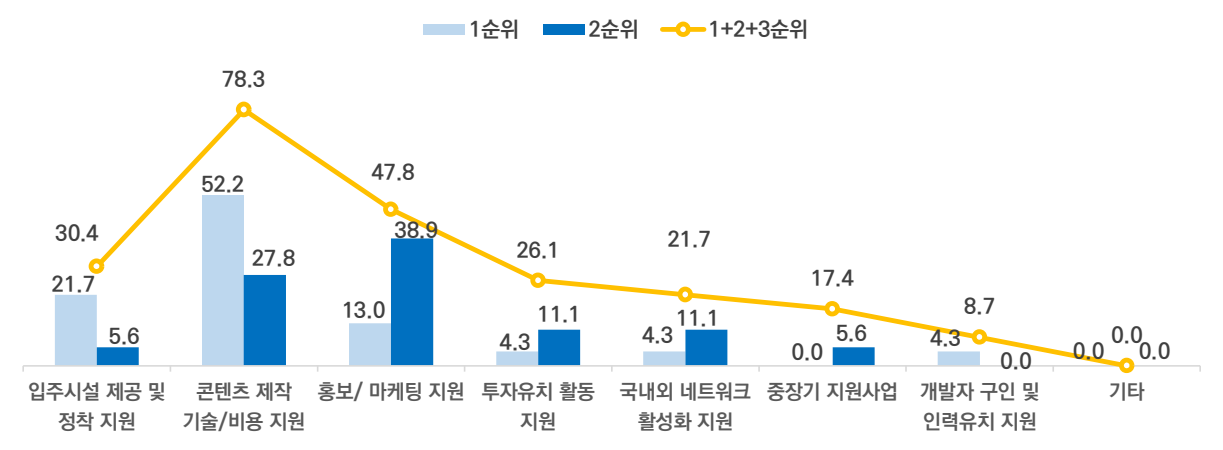
❍ 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업(1순위)을 살펴보면 '콘텐츠 제작 기술/비용 지원'이 52.2%로 가장 높게 나타남. 이어서 '입주시설 제공 및 정착 지원' 21.7%, '홍보/마케팅 지원' 13.0% 등의 순으로 나타남

❍ 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업(2순위)을 살펴보면 '홍보/마케팅 지원'이 38.9%로 가장 높게 나타남. 이어서 '콘텐츠 제작 기술/비용 지원' 27.8%, '투자유치 활동 지원'·'국내외 네트워크 활성화 지원' 각 11.1% 등의 순으로 나타남

❍ 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업(1+2+3순위)을 살펴보면 '콘텐츠 제작 기술/비용 지원'이 78.3%로 가장 높게 나타남. 이어서 '홍보/마케팅 지원' 47.8%, '입주시설 제공 및 정착 지원' 30.4% 등의 순으로 나타남

[그림3-34] 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업

[Base: XR개발 사업체(N=23), Unit: %]



[표3-57] 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_1순위

[Base: XR개발 사업체(N=23) Unit: (명), %]

구분		사례수	입주시설 제공 및 정착 지원	콘텐츠 제작 기술/비용 지원	홍보/ 마케팅 지원	투자유치 활동 지원	국내외 네트워크 활성화 지원	중장기 지원사업	개발자 구인 및 인력유치 지원	기타
전체		(23)	21.7	52.2	13.0	4.3	4.3	0.0	4.3	0.0
산업분야	출판	(2)	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	-	-	100.0	-	-	-	-
	게임	(2)	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(6)	33.3	33.3	33.3	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(9)	11.1	66.7	-	-	11.1	-	11.1	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-58] 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_2순위

[Base: XR개발 필요한 지원사업 2순위가 있는 사업체(N=18) Unit: (명), %]

구분		사례수	입주시설 제공 및 정착 지원	콘텐츠 제작 기술/비용 지원	홍보/ 마케팅 지원	투자유치 활동 지원	국내외 네트워크 활성화 지원	중장기 지원사업	개발자 구인 및 인력유치 지원	기타
전체		(18)	5.6	27.8	38.9	11.1	11.1	5.6	0.0	0.0
산업분야	출판	(2)	-	50.0	50.0	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	지식정보	(5)	-	20.0	60.0	20.0	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(7)	-	14.3	28.6	14.3	28.6	14.3	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-59] 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_3순위

[Base: XR개발 필요한 지원사업 3순위가 있는 사업체(N=12) Unit: (명), %]

구분		사례수	입주시설 제공 및 정착 지원	콘텐츠 제작 기술/비용 지원	홍보/ 마케팅 지원	투자유치 활동 지원	국내외 네트워크 활성화 지원	중장기 지원사업	개발자 구인 및 인력유치 지원	기타
전체		(12)	8.3	8.3	8.3	25.0	16.7	25.0	8.3	0.0
산업분야	출판	(1)	-	-	-	100.0	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(5)	-	-	-	20.0	20.0	40.0	20.0	-
	콘텐츠솔루션	(5)	-	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-60] 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_1+2+3순위

[Base: XR개발 사업체(N=23) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	입주시설 제공 및 정착 지원	콘텐츠 제작 기술/비용 지원	홍보/ 마케팅 지원	투자유치 활동 지원	국내외 네트워크 활성화 지원	중장기 지원사업	개발자 구인 및 인력유치 지원	기타
전체		(23)	30.4	78.3	47.8	26.1	21.7	17.4	8.7	0.0
산업분야	출판	(2)	100.0	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	100.0	-	100.0	-	-	-	-
	게임	(2)	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	-	100.0	100.0	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	100.0	100.0	100.0	-	-	-	-	-
	지식정보	(6)	33.3	50.0	83.3	33.3	16.7	33.3	16.7	-
	콘텐츠솔루션	(9)	11.1	88.9	33.3	22.2	44.4	22.2	11.1	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-

(7) 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼

Q. 귀사에서 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼은 무엇인가요?

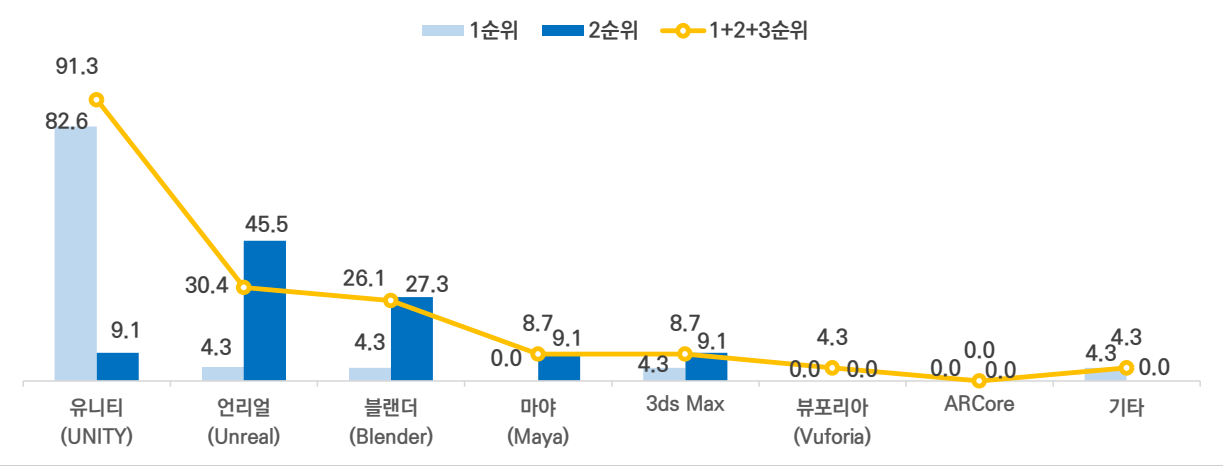
❍ 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼(1순위)을 살펴보면 '유니티(UNITY)'가 82.6%로 가장 높게 나타남. 이어서 '언리얼'·'블랜더'·'3ds Max'·'기타' 각 4.3% 등의 순으로 나타남

❍ 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼(2순위)을 살펴보면 '언리얼(Unreal)'이 45.5%로 가장 높게 나타남. 이어서 '블랜더' 27.3%, '마야'·'3ds Max' 각 9.1% 등의 순으로 나타남

❍ 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼(1+2+3순위)을 살펴보면 '유니티(UNITY)'가 91.3%로 가장 높게 나타남. 이어서 '언리얼' 30.4%, '블랜더' 26.1% 등의 순으로 나타남

[그림3-35] 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼

[Base: XR개발 사업체(N=23), Unit: %]



[표3-61] 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼_1순위

[Base: XR개발 사업체(N=23) Unit: (명), %]

구분		사례수	유니티 (UNITY)	언리얼 (Unreal)	블랜더 (Blender)	마야 (Maya)	3ds Max	뷰포리아 (Vuforia)	ARCore	기타
전체		(23)	82.6	4.3	4.3	0.0	4.3	0.0	0.0	4.3
산업분야	출판	(2)	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	게임	(2)	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(6)	83.3	-	16.7	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(9)	88.9	-	-	-	-	-	-	11.1
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-62] 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼_2순위

[Base: XR개발 활용하는 제작 플랫폼 2순위가 있는 사업체(N=11) Unit: (명), %]

구분		사례수	유니티 (UNITY)	언리얼 (Unreal)	블랜더 (Blender)	마야 (Maya)	3ds Max	뷰포리아 (Vuforia)	ARCore	기타
전체		(11)	9.1	45.5	27.3	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0
산업분야	출판	(1)	-	-	-	100.0	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	지식정보	(4)	-	50.0	25.0	-	25.0	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(3)	-	66.7	33.3	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-63] 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼_3순위

[Base: XR개발 활용하는 제작 플랫폼 3순위가 있는 사업체(N=6) Unit: (명), %]

구분		사례수	유니티 (UNITY)	언리얼 (Unreal)	블랜더 (Blender)	마야 (Maya)	3ds Max	뷰포리아 (Vuforia)	ARCore	기타
전체		(6)	16.7	16.7	33.3	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0
산업분야	출판	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	-	-	100.0	-	-	-	-
	지식정보	(2)	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(2)	-	-	50.0	-	-	50.0	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-64] 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼_1+2+3순위

[Base: XR개발 사업체(N=23) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	유니티 (UNITY)	언리얼 (Unreal)	블랜더 (Blender)	마야 (Maya)	3ds Max	뷰포리아 (Vuforia)	ARCore	기타
전체		(23)	91.3	30.4	26.1	8.7	8.7	4.3	0.0	4.3
산업분야	출판	(2)	50.0	50.0	-	50.0	50.0	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-
	게임	(2)	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	100.0	-	100.0	100.0	-	-	-	-
	지식정보	(6)	100.0	33.3	50.0	-	16.7	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(9)	88.9	22.2	22.2	-	-	11.1	-	11.1
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-

7) 게임산업 사업체 추가설문

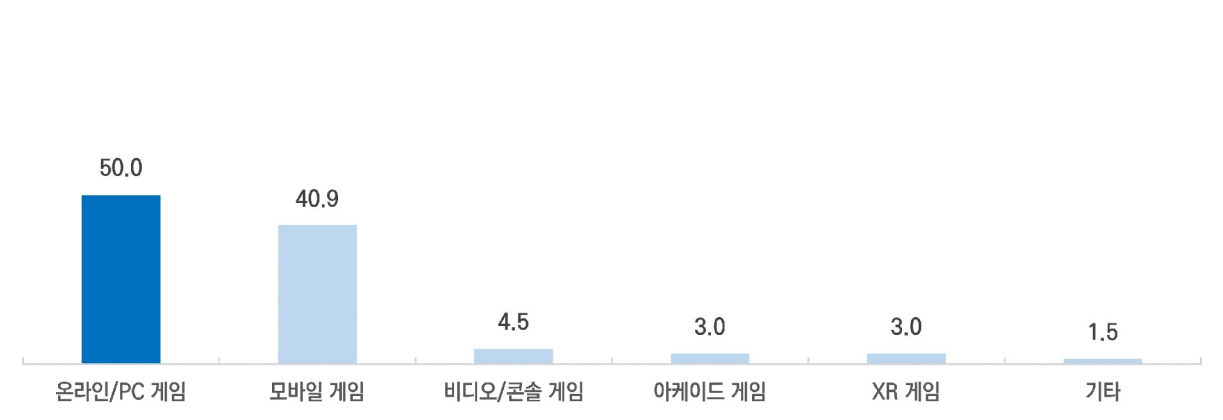
(1) 제작/배급한 게임의 플랫폼 유형

Q. 귀사가 제작/배급한 게임의 플랫폼 유형은 무엇입니까?

❍ 게임산업 사업체 대상으로 제작/배급한 게임의 플랫폼 유형을 살펴보면 '온라인/PC 게임'이 50.0%로 가장 높게 나타남. 이어서 '모바일 게임' 40.9%, '비디오/콘솔 게임' 4.5% 등의 순으로 나타남

[그림3-36] 제작/배급한 게임의 플랫폼 유형

[Base: 게임산업 사업체(N=66), Unit: %, 다중응답]



[표3-65] 제작/배급한 게임의 플랫폼 유형

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	온라인/PC 게임	모바일 게임	비디오/콘솔 게임	아케이드 게임	XR 게임	기타
전체		(66)	50.0	40.9	4.5	3.0	3.0	1.5
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-
	게임	(65)	50.8	40.0	4.6	3.1	3.1	1.5
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	100.0	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-

(2) 진출을 희망하는 목표 해외 시장

Q. 귀사가 진출을 희망하는 목표 해외 시장은 어디입니까?

❍ 진출을 희망하는 목표 해외 시장(1순위)을 살펴보면 '북미'가 47.0%로 가장 높게 나타남. 이어서 '기타' 21.2%, '일본' 19.7 등의 순으로 나타남

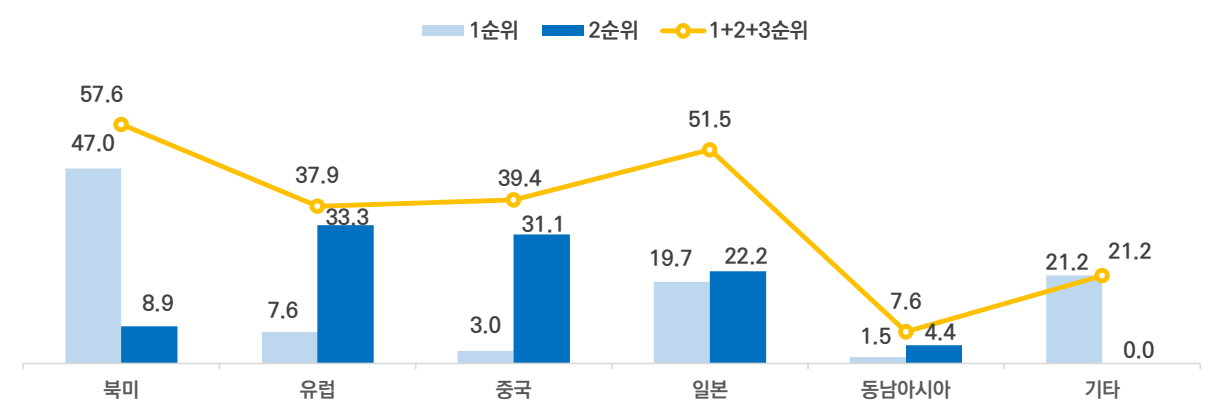
❍ 진출을 희망하는 목표 해외 시장(2순위)을 살펴보면 '유럽'이 33.3%로 가장 높게 나타남. 이어서 '중국' 31.1%, '일본' 22.2% 등의 순으로 나타남

❍ 진출을 희망하는 목표 해외 시장(1+2+3순위)을 살펴보면 '북미'가 57.6%로 가장 높게 나타남. 이어서 '일본' 51.5%, '중국' 39.4% 등의 순으로 나타남

❍ '기타' 의견으로는 '진출을 희망하는 해외 시장이 없다'는 응답이 주로 언급됨

[그림3-37] 진출을 희망하는 목표 해외 시장

[Base: 게임산업 사업체(N=66), Unit: %]



[표3-66] 진출을 희망하는 목표 해외 시장_1순위

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %]

구분		사례수	북미	유럽	중국	일본	동남아시아	기타
전체		(66)	47.0	7.6	3.0	19.7	1.5	21.2
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-
	게임	(65)	46.2	7.7	3.1	20.0	1.5	21.5
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	100.0	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-

[표3-67] 진출을 희망하는 목표 해외 시장_2순위

[Base: 게임산업 진출을 희망하는 해외 시장 2순위가 있는 사업체(N=45) Unit: (명), %]

구분		사례수	북미	유럽	중국	일본	동남아시아	기타
전체		(45)	8.9	33.3	31.1	22.2	4.4	0.0
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-
	게임	(44)	9.1	34.1	29.5	22.7	4.5	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	-	100.0	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-

[표3-68] 진출을 희망하는 목표 해외 시장_3순위

[Base: 게임산업 진출을 희망하는 해외 시장 3순위가 있는 사업체(N=31) Unit: (명), %]

구분		사례수	북미	유럽	중국	일본	동남아시아	기타
전체		(31)	9.7	16.1	32.3	35.5	6.5	0.0
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-
	게임	(30)	10.0	16.7	33.3	33.3	6.7	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(0)	-	-	-	-	100.0	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-

[표3-69] 진출을 희망하는 목표 해외 시장_1+2+3순위

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	북미	유럽	중국	일본	동남아시아	기타
전체		(66)	57.6	37.9	39.4	51.5	7.6	21.2
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-
	게임	(65)	56.9	38.5	38.5	50.8	7.7	21.5
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	100.0	-	100.0	100.0	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-

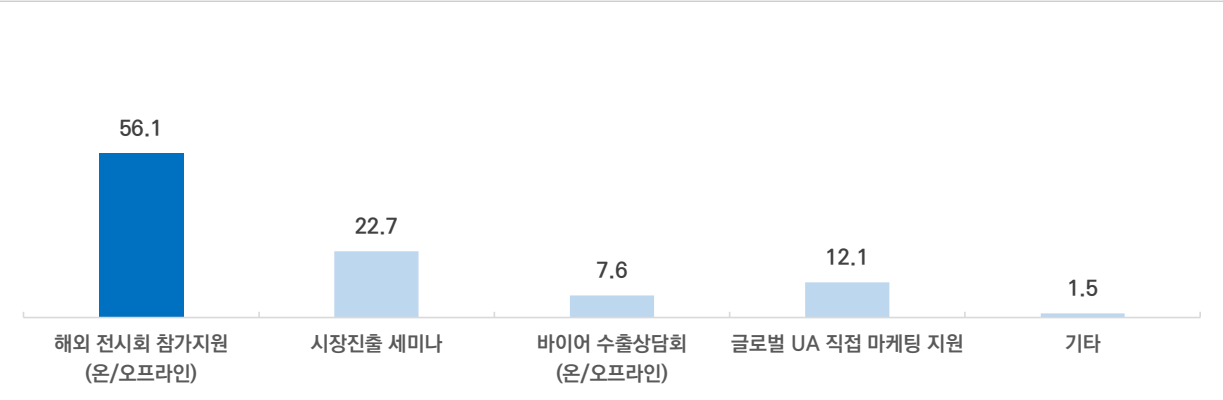
(3) 목표 해외 시장 진출에 가장 필요한 지원사업

Q. 목표 해외 시장 진출에 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까?

❍ 목표 해외 시장 진출에 가장 필요한 지원사업을 살펴보면 '해외 전시회 참가지원(온/오프라인)'이 56.1%로 가장 높게 나타남. 이어서 '시장진출 세미나' 22.7%, '글로벌 UA 직접 마케팅 지원' 12.1% 등의 순으로 나타남

[그림3-38] 목표 해외 시장 진출에 가장 필요한 지원사업

[Base: 게임산업 사업체(N=66), Unit: %]



[표3-70] 목표 해외 시장 진출에 가장 필요한 지원사업

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %]

구분		사례수	해외 전시회 참가지원 (온/오프라인)	시장진출 세미나	바이어 수출상담회 (온/오프라인)	글로벌 UA 직접 마케팅 지원	기타
전체		(66)	56.1	22.7	7.6	12.1	1.5
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-
	게임	(65)	55.4	23.1	7.7	12.3	1.5
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	100.0	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-

(4) 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업

Q. 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까?

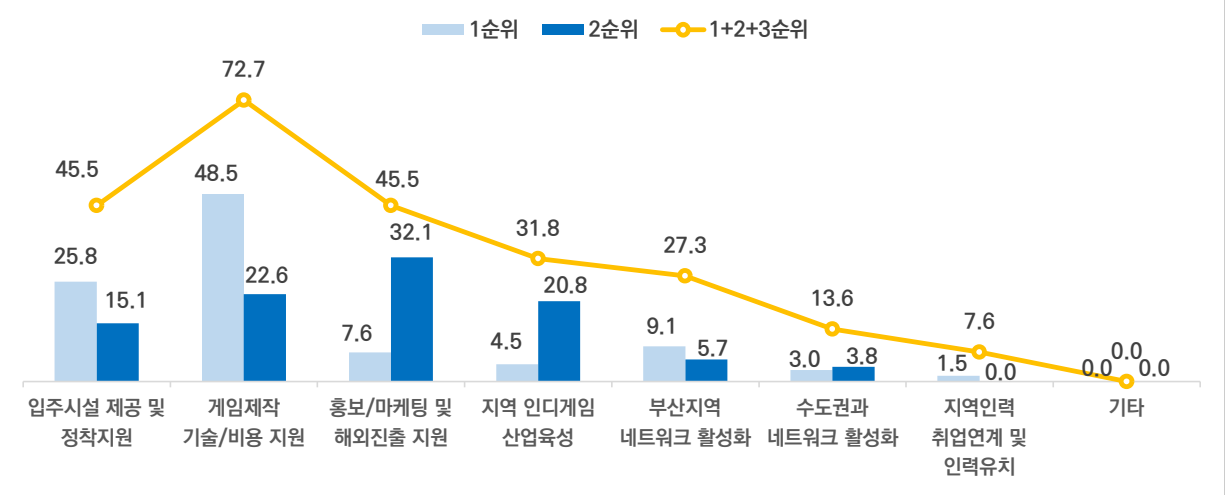
❍ 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업(1순위)을 살펴보면 '게임제작 기술/비용 지원'이 48.5%로 가장 높게 나타남. 이어서 '입주시설 제공 및 정착지원' 25.8%, '부산지역 네트워크 활성화' 9.1% 등의 순으로 나타남

❍ 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업(2순위)을 살펴보면 '홍보/마케팅 및 해외진출 지원'이 32.1%로 가장 높게 나타남. 이어서 '게임제작 기술/비용 지원' 22.6%, '지역 인디게임 산업육성' 20.8% 등의 순으로 나타남

❍ 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업(1+2+3순위)을 살펴보면 '게임제작 기술/비용 지원'이 72.7%로 가장 높게 나타남. 이어서 '홍보/마케팅 및 해외진출 지원'·'입주시설 제공 및 정착지원' 각 45.5% 등의 순으로 나타남

[그림3-39] 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업

[Base: 게임산업 사업체(N=66), Unit: %]



[표3-71] 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_1순위

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %]

구분		사례수	입주시설 제공 및 정착지원	게임제작 기술/비용 지원	홍보/ 마케팅 및 해외진출 지원	지역 인디게임 산업육성	부산지역 네트워크 활성화	수도권과 네트워크 활성화	지역인력 취업연계 및 인력유치	기타
전체		(66)	25.8	48.5	7.6	4.5	9.1	3.0	1.5	0.0
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(65)	26.2	49.2	7.7	4.6	7.7	3.1	1.5	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-72] 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_2순위

[Base: 게임산업 필요한 지원사업 2순위가 있는 사업체(N=53) Unit: (명), %]

구분		사례수	입주시설 제공 및 정착지원	게임제작 기술/비용 지원	홍보/ 마케팅 및 해외진출 지원	지역 인디게임 산업육성	부산지역 네트워크 활성화	수도권과 네트워크 활성화	지역인력 취업연계 및 인력유치	기타
전체		(53)	15.1	22.6	32.1	20.8	5.7	3.8	0.0	0.0
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(53)	15.1	22.6	32.1	20.8	5.7	3.8	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-73] 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_3순위

[Base: 게임산업 필요한 지원사업 3순위가 있는 사업체(N=42) Unit: (명), %]

구분		사례수	입주시설 제공 및 정착지원	게임제작 기술/비용 지원	홍보/ 마케팅 및 해외진출 지원	지역 인디게임 산업육성	부산지역 네트워크 활성화	수도권과 네트워크 활성화	지역인력 취업연계 및 인력유치	기타
전체		(42)	11.9	9.5	19.0	16.7	21.4	11.9	9.5	0.0
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(42)	11.9	9.5	19.0	16.7	21.4	11.9	9.5	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-

[표3-74] 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업_1+2+3순위

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	입주시설 제공 및 정착지원	게임제작 기술/비용 지원	홍보/ 마케팅 및 해외진출 지원	지역 인디게임 산업육성	부산지역 네트워크 활성화	수도권과 네트워크 활성화	지역인력 취업연계 및 인력유치	기타
전체		(66)	45.5	72.7	45.5	31.8	27.3	13.6	7.6	0.0
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(65)	46.2	73.8	46.2	32.3	26.2	13.8	7.7	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-

(5) 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(매체)

Q. 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급은 주로 어떤 경로(매체)를 통해 진행하고 있습니까?

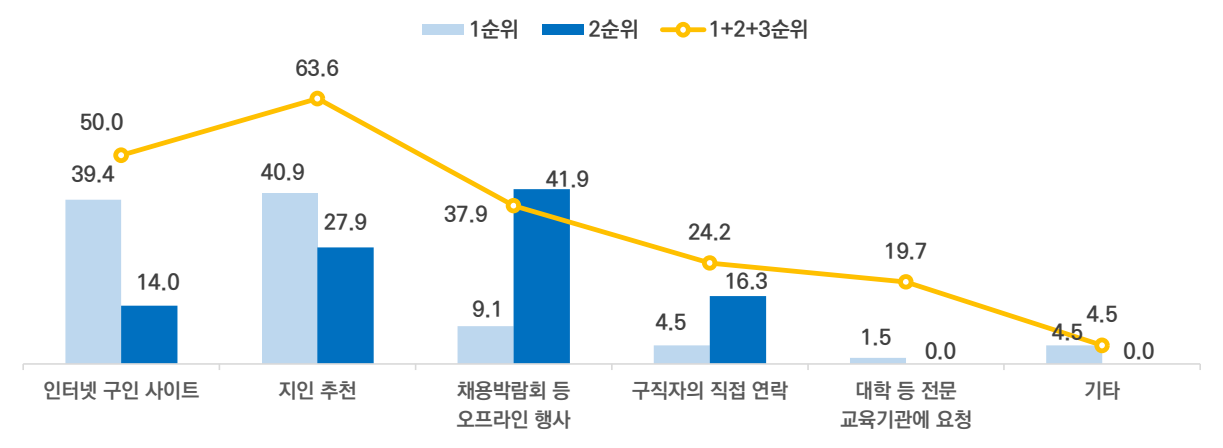
❍ 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(1순위)를 살펴보면 '지인 추천'이 40.9%로 가장 높게 나타남. 이어서 '인터넷 구인 사이트' 39.4%, '채용박람회 등 오프라인 행사' 9.1% 등의 순으로 나타남

❍ 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(2순위)를 살펴보면 '채용박람회 등 오프라인 행사'가 41.9%로 가장 높게 나타남. 이어서 '지인 추천' 27.9%, '구직자의 직접 연락' 16.3% 등의 순으로 나타남

❍ 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(1+2+3순위)를 살펴보면 '지인 추천'이 63.6%로 가장 높게 나타남. 이어서 '인터넷 구인 사이트' 50.0%, '채용박람회 등 오프라인 행사' 37.9% 등의 순으로 나타남

[그림3-40] 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(매체)

[Base: 게임산업 사업체(N=66), Unit: %]



[표3-75] 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(매체)_1순위

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %]

구분		사례수	인터넷 구인 사이트	지인 추천	채용박람회 등 오프라인 행사	구직자의 직접 연락	대학 등 전문 교육기관에 요청	기타
전체		(66)	39.4	40.9	9.1	4.5	1.5	4.5
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-
	게임	(65)	40.0	40.0	9.2	4.6	1.5	4.6
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	100.0	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-

[표3-76] 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(매체)_2순위

[Base: 게임산업 인력수급 경로(매체) 2순위가 있는 사업체(N=43) Unit: (명), %]

구분		사례수	인터넷 구인 사이트	지인 추천	채용박람회 등 오프라인 행사	구직자의 직접 연락	대학 등 전문 교육기관에 요청	기타
전체		(43)	14.0	27.9	41.9	16.3	0.0	0.0
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-
	게임	(42)	14.3	28.6	40.5	16.7	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	-	-	-	100.0	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-

[표3-77] 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(매체)_3순위

[Base: 게임산업 인력수급 경로(매체) 3순위가 있는 사업체(N=23) Unit: (명), %]

구분		사례수	인터넷 구인 사이트	지인 추천	채용박람회 등 오프라인 행사	구직자의 직접 연락	대학 등 전문 교육기관에 요청	기타
전체		(23)	4.3	13.0	4.3	26.1	52.2	0.0
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-
	게임	(22)	4.5	13.6	4.5	27.3	50.0	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	-	-	-	100.0	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-

[표3-78] 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급 경로(매체)_1+2+3순위

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	인터넷 구인 사이트	지인 추천	채용박람회 등 오프라인 행사	구직자의 직접 연락	대학 등 전문 교육기관에 요청	기타
전체		(66)	50.0	63.6	37.9	24.2	19.7	4.5
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-
	게임	(65)	50.8	63.1	36.9	24.6	18.5	4.6
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	100.0	100.0	-	100.0	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-

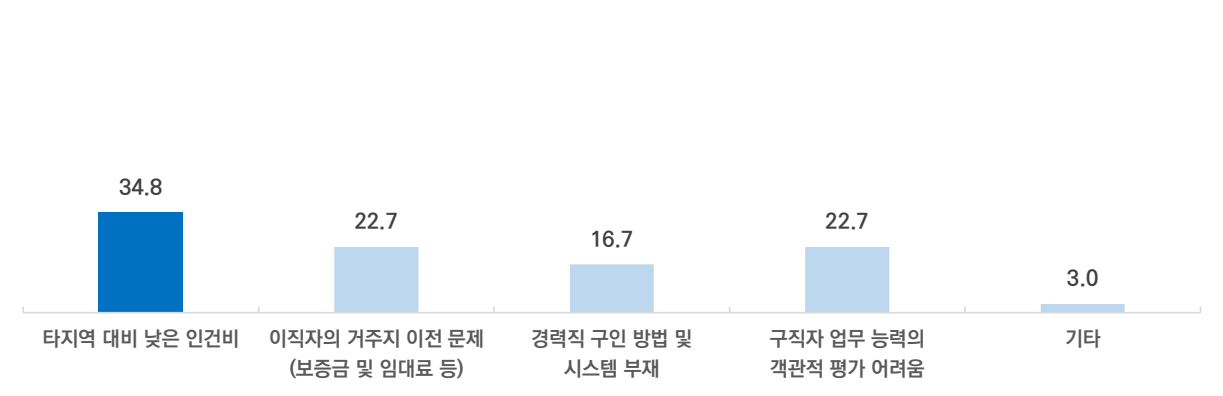
(6) 경력직 인력수급 시 가장 어려움을 느끼는 요인

Q. 귀사가 경력직 인력수급 시 가장 어려움을 느끼는 요인은 무엇이라고 생각하십니까?

❍ 경력직 인력수급 시 가장 어려움을 느끼는 요인을 살펴보면 '타지역 대비 낮은 인건비'가 34.8%로 가장 높게 나타남. 이어서 '이직자의 거주지 이전 문제'·'구직자 업무 능력의 객관적 평가 어려움' 각 22.7% 등의 순으로 나타남

[그림3-41] 경력직 인력수급 시 가장 어려움을 느끼는 요인

[Base: 게임산업 사업체(N=66), Unit: %]



[표3-79] 경력직 인력수급 시 가장 어려움을 느끼는 요인

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %]

구분		사례수	타지역 대비 낮은 인건비	이직자의 거주지 이전 문제 (보증금 및 임대료 등)	경력직 구인 방법 및 시스템 부재	구직자 업무 능력의 객관적 평가 어려움	기타
전체		(66)	34.8	22.7	16.7	22.7	3.0
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-
	게임	(65)	35.4	21.5	16.9	23.1	3.1
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	100.0	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-

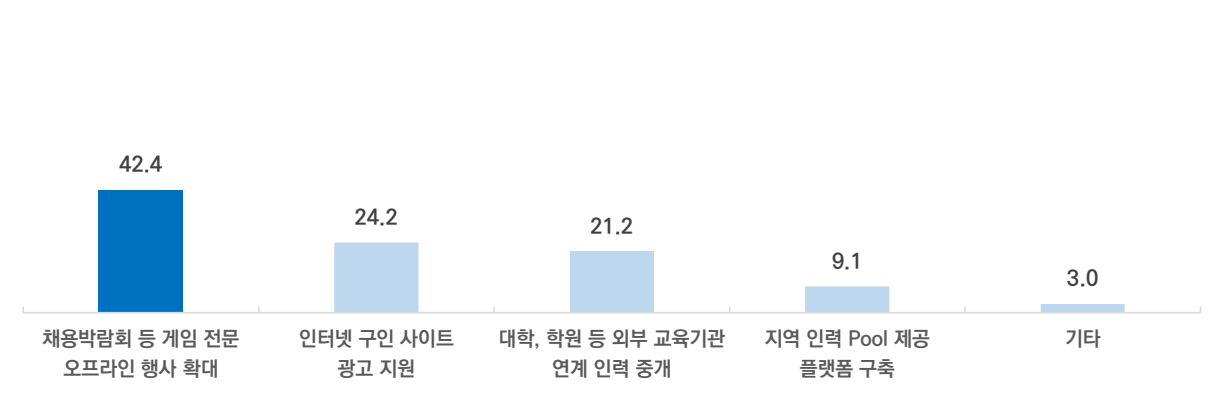
(7) 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업

Q. 귀사의 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까?

❍ 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업을 살펴보면 '채용박람회 등 게임 전문 오프라인 행사 확대'가 42.4%로 가장 높게 나타남. 이어서 '인터넷 구인 사이트 광고 지원' 24.2%, '대학, 학원 등 외부 교육기관 연계 인력 중개' 21.2% 등의 순으로 나타남

[그림3-42] 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업

[Base: 게임산업 사업체(N=66), Unit: %]



[표3-80] 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %]

구분		사례수	채용박람회 등 게임 전문 오프라인 행사 확대	인터넷 구인 사이트 광고 지원	대학, 학원 등 외부 교육기관 연계 인력 중개	지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축	기타
전체		(66)	42.4	24.2	21.2	9.1	3.0
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-
	게임	(65)	43.1	23.1	21.5	9.2	3.1
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	100.0	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-

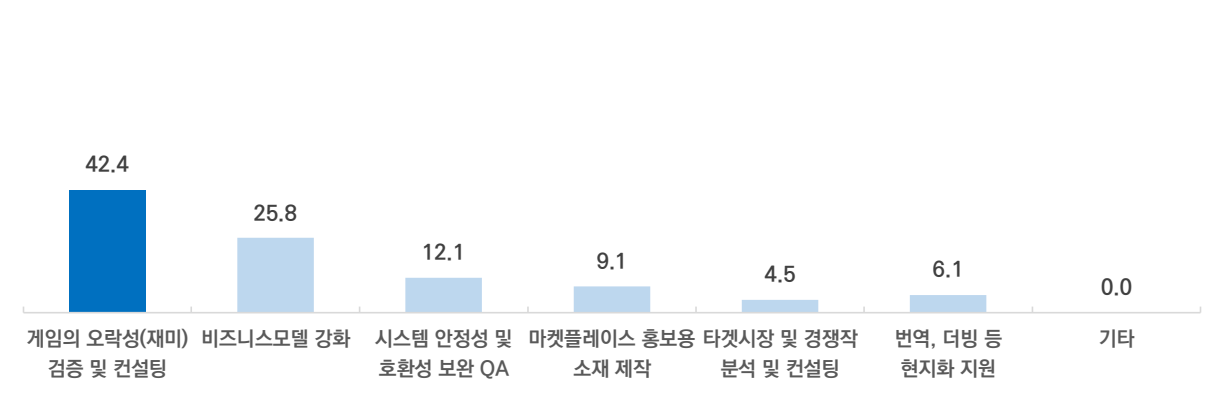
(8) 개발한 제품(게임)의 시장 경쟁력 강화를 위해 필요한 지원

Q. 귀사가 개발한 제품(게임)의 시장 경쟁력 강화를 위해 필요한 지원은 무엇이라고 생각합니까?

❍ 개발한 제품(게임)의 시장 경쟁력 강화를 위해 필요한 지원을 살펴보면 '게임의 오락성(재미) 검증 및 컨설팅'이 42.4%로 가장 높게 나타남. 이어서 '비지니스모델 강화' 25.8%, '시스템 안정성 및 호환성 보완 QA' 12.1% 등의 순으로 나타남

[그림3-43] 개발한 제품(게임)의 시장 경쟁력 강화를 위해 필요한 지원

[Base: 게임산업 사업체(N=66), Unit: %]



[표3-81] 개발한 제품(게임)의 시장 경쟁력 강화를 위해 필요한 지원

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %]

구분		사례수	게임의 오락성 (재미) 검증 및 컨설팅	비즈니스 모델 강화	시스템 안정성 및 호환성 보완 QA	마켓 플레이스 홍보용 소재 제작	타겟시장 및 경쟁작 분석 및 컨설팅	번역, 더빙 등 현지화 지원	기타
전체		(66)	42.4	25.8	12.1	9.1	4.5	6.1	0.0
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(65)	43.1	24.6	12.3	9.2	4.6	6.2	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-

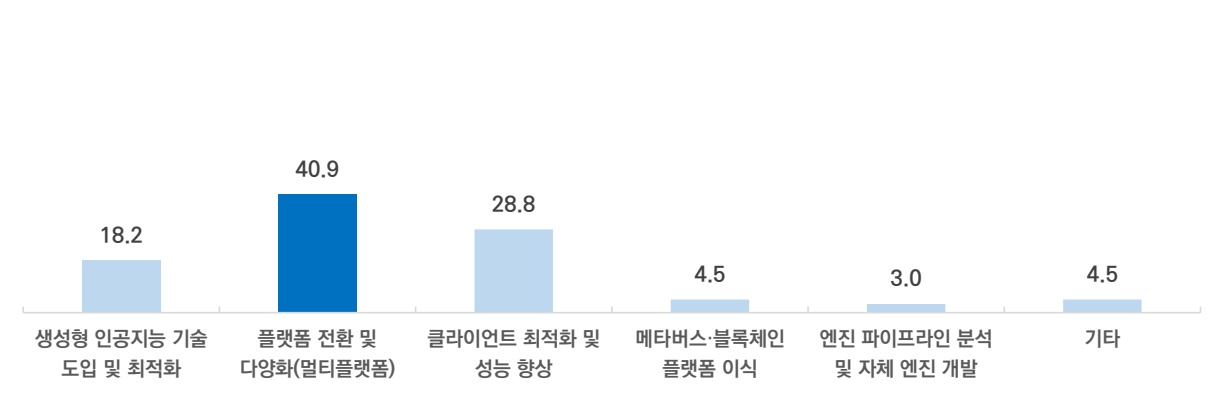
(9) 향후 게임 개발을 위한 재직자 대상 트레이닝 분야

Q. 향후 게임 개발을 위해 귀사의 재직자를 대상으로 트레이닝 하고자 하는 분야는 무엇입니까?

❍ 향후 게임 개발을 위한 재직자 대상 트레이닝 분야를 살펴보면 '플랫폼 전환 및 다양화(멀티플랫폼)'이 40.9%로 가장 높게 나타남. 이어서 '클라이언트 최적화 및 성능 향상' 28.8%, '생성형 인공지능 기술 도입 및 최적화' 18.2% 등의 순으로 나타남

[그림3-44] 향후 게임 개발을 위한 재직자 대상 트레이닝 분야

[Base: 게임산업 사업체(N=66), Unit: %]



[표3-82] 향후 게임 개발을 위해 귀사의 재직자를 대상으로 트레이닝 하고자 하는 분야

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %]

구분		사례수	생성형 인공지능 기술 도입 및 최적화	플랫폼 전환 및 다양화 (멀티플랫폼)	클라이언트 최적화 및 성능 향상	메타버스·블록체인 플랫폼 이식	엔진 파이프라인 분석 및 자체 엔진 개발	기타
전체		(66)	18.2	40.9	28.8	4.5	3.0	4.5
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-
	게임	(65)	18.5	40.0	29.2	4.6	3.1	4.6
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	100.0	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-

(10) 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야

Q. 귀사가 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야는 무엇입니까?

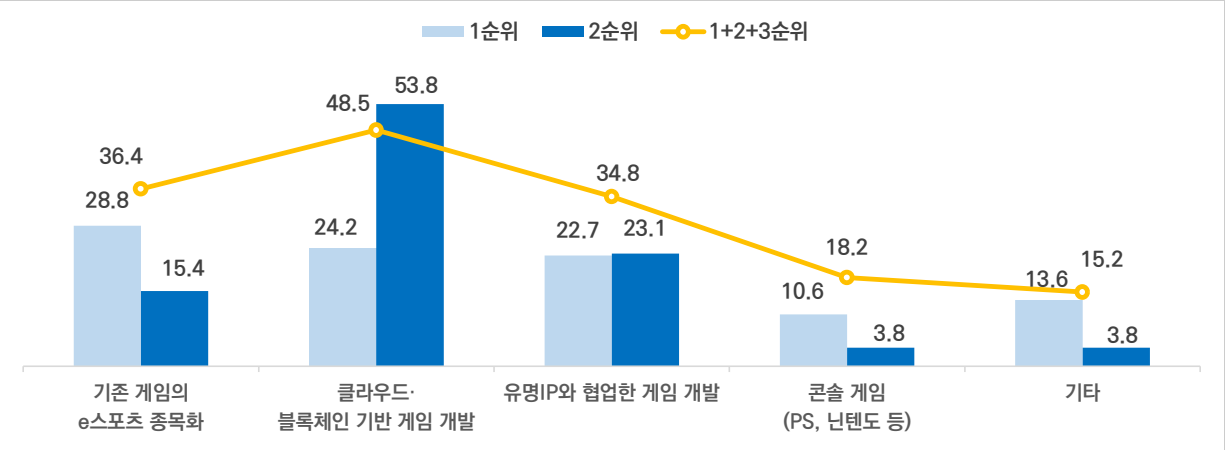
❍ 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야(1순위)를 살펴보면 '기존 게임의 e스포츠 종목화'가 28.8%로 가장 높게 나타남. 이어서 '클라우드·블록체인 기반 게임 개발' 24.2%, '유명IP와 협업한 게임 개발' 22.7% 등의 순으로 나타남

❍ 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야(2순위)를 살펴보면 '클라우드·블록체인 기반 게임 개발'이 53.8%로 가장 높게 나타남. 이어서 '유명IP와 협업한 게임 개발' 23.1%, '기존 게임의 e스포츠 종목화' 15.4% 등의 순으로 나타남

❍ 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야(1+2+3순위)를 살펴보면 '클라우드·블록체인 기반 게임 개발'이 48.5%로 가장 높게 나타남. 이어서 '기존 게임의 e스포츠 종목화' 36.4%, '유명IP와 협업한 게임 개발' 34.8% 등의 순으로 나타남

[그림3-45] 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야

[Base: 게임산업 사업체(N=66), Unit: %]



[표3-83] 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야_1순위

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %]

구분		사례수	기존 게임의 e스포츠 종목화	클라우드·블록체인 기반 게임 개발	유명IP와 협업한 게임 개발	콘솔 게임 (PS, 닌텐도 등)	기타
전체		(66)	28.8	24.2	22.7	10.6	13.6
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-
	게임	(65)	29.2	23.1	23.1	10.8	13.8
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	100.0	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-

[표3-84] 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야_2순위

[Base: 게임산업 향후 도전 분야 2순위가 있는 사업체(N=28) Unit: (명), %]

구분		사례수	기존 게임의 e스포츠 종목화	클라우드·블록체인 기반 게임 개발	유명IP와 협업한 게임 개발	콘솔 게임 (PS, 닌텐도 등)	기타
전체		(28)	15.4	53.8	23.1	3.8	3.8
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-
	게임	(28)	15.4	53.8	23.1	3.8	3.8
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-
	지식정보	(0)	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-

[표3-85] 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야_3순위

[Base: 게임산업 향후 도전 분야 3순위가 있는 사업체(N=9) Unit: (명), %]

구분		사례수	기존 게임의 e스포츠 종목화	클라우드·블록체인 기반 게임 개발	유명IP와 협업한 게임 개발	콘솔 게임 (PS, 닌텐도 등)	기타
전체		(9)	11.1	22.2	22.2	44.4	0.0
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-
	게임	(9)	11.1	22.2	22.2	44.4	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-
	지식정보	(0)	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-

[표3-86] 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야_1+2+3순위

[Base: 게임산업 사업체(N=66) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	기존 게임의 e스포츠 종목화	클라우드·블록체인 기반 게임 개발	유명IP와 협업한 게임 개발	콘솔 게임 (PS, 닌텐도 등)	기타
전체		(66)	36.4	48.5	34.8	18.2	15.2
산업분야	출판	(0)	-	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-
	음악	(0)	-	-	-	-	-
	영화	(0)	-	-	-	-	-
	게임	(65)	36.9	47.7	35.4	18.5	15.4
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	100.0	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-

8) AI 분야 추가설문

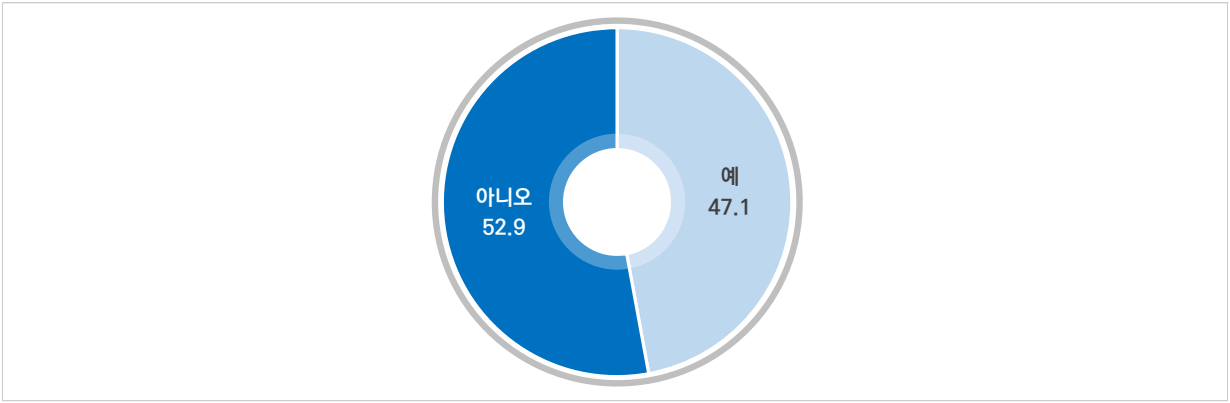
(1) AI 활용 여부

Q. 귀사의 업무 또는 기업 활동에서 AI를 활용하고 있습니까?

❍ 응답자의 47.1%가 '업무 활동에서 AI를 활용하고 있는 것'으로 나타남

[그림3-46] AI 활용 여부

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-87] AI 활용 여부

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	예	아니오
전체		**(893)**	**47.1**	**52.9**
산업분야	출판	(187)	26.7	73.3
	만화	(20)	60.0	40.0
	음악	(40)	40.0	60.0
	영화	(37)	56.8	43.2
	게임	(65)	60.0	40.0
	애니메이션	(9)	55.6	44.4
	방송	(36)	55.6	44.4
	광고	(245)	46.9	53.1
	캐릭터	(19)	73.7	26.3
	지식정보	(143)	61.5	38.5
	콘텐츠솔루션	(58)	51.7	48.3
	공연	(32)	31.3	68.8
	1인 미디어	(2)	50.0	50.0

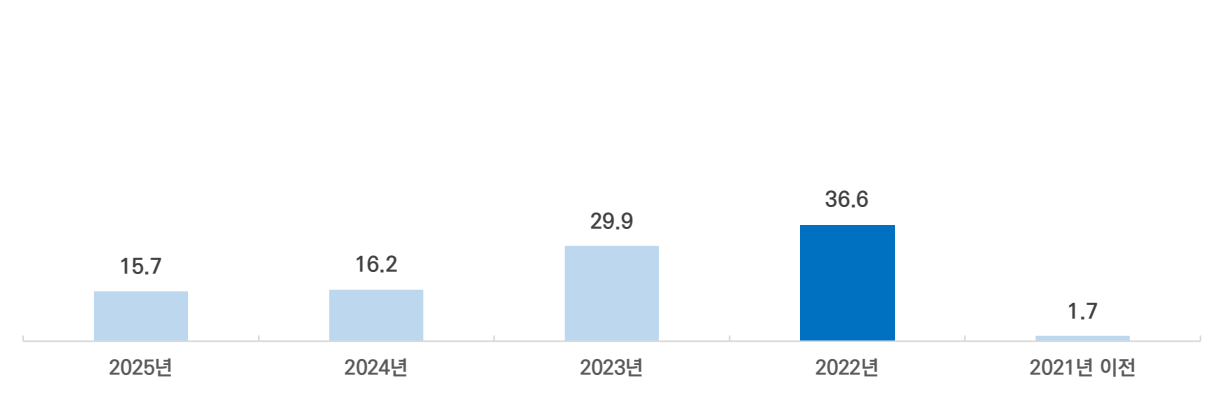
① AI 도입 시기

Q. 언제부터 도입하기 시작했습니까?

❍ 업무 활동에 AI를 도입한 시기를 살펴보면 '2022년'이 36.6%로 가장 높게 나타남. 이어서 '2023년' 29.9%, '2024년' 16.2% 등의 순으로 나타남

[그림3-47] AI 도입 시기

[Base: 현재 AI를 활용하고 있는 사업체(N=421), Unit: %]



[표3-88] AI 도입 시기

[Base: 현재 AI를 활용하고 있는 사업체(N=421) Unit: (명), %]

구분		사례수	2025년	2024년	2023년	2022년	2021년 이전
전체		(421)	15.7	16.2	29.9	36.6	1.7
산업분야	출판	(50)	8.0	10.0	46.0	34.0	2.0
	만화	(12)	25.0	8.3	33.3	33.3	-
	음악	(16)	18.8	12.5	12.5	50.0	6.3
	영화	(21)	42.9	33.3	9.5	14.3	-
	게임	(39)	28.2	38.5	17.9	15.4	-
	애니메이션	(5)	20.0	60.0	20.0	-	-
	방송	(20)	15.0	25.0	10.0	45.0	5.0
	광고	(115)	11.3	7.8	33.9	46.1	0.9
	캐릭터	(14)	21.4	7.1	35.7	35.7	-
	지식정보	(88)	9.1	9.1	31.8	46.6	3.4
	콘텐츠솔루션	(30)	3.3	40.0	36.7	20.0	-
	공연	(10)	60.0	-	20.0	20.0	-
	1인 미디어	(1)	100.0	-	-	-	-

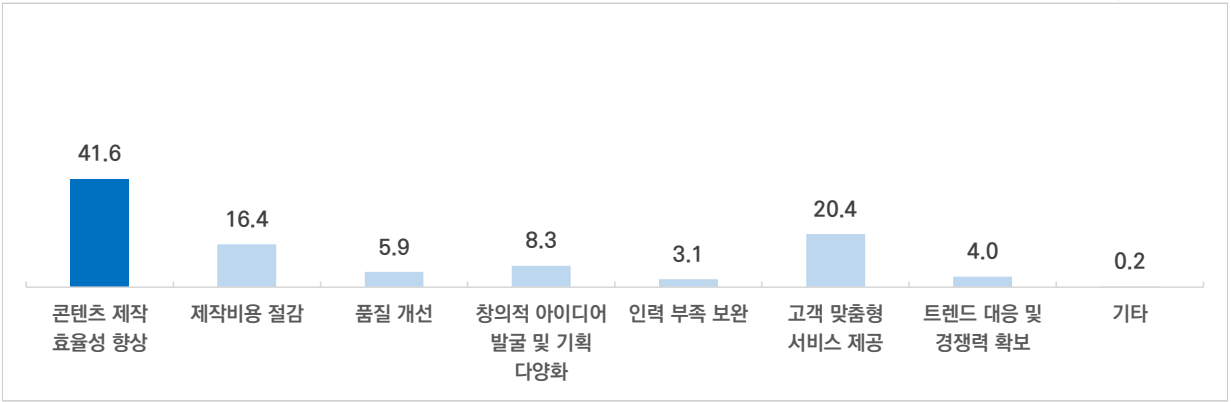
② AI 도입 목적

Q. AI를 도입한 주된 목적은 무엇입니까?

❍ 업무 활동에 AI를 도입한 주된 목적을 살펴보면 '콘텐츠 제작 효율성 향상'이 41.6%로 가장 높게 나타남. 이어서 '고객 맞춤형 서비스 제공' 20.4%, '제작비용 절감' 16.4% 등의 순으로 나타남

[그림3-48] AI 도입 목적

[Base: 현재 AI를 활용하고 있는 사업체(N=421), Unit: %]



[표3-89] AI 도입 목적

[Base: 현재 AI를 활용하고 있는 사업체(N=421) Unit: (명), %]

구분		사례수	콘텐츠 제작 효율성 향상	제작비용 절감	품질 개선	창의적 아이디어 발굴 및 기획 다양화	인력 부족 보완	고객 맞춤형 서비스 제공	트렌드 대응 및 경쟁력 확보	기타
전체		(421)	41.6	16.4	5.9	8.3	3.1	20.4	4.0	0.2
산업분야	출판	(50)	18.0	22.0	6.0	8.0	4.0	38.0	4.0	-
	만화	(12)	41.7	8.3	8.3	8.3	-	33.3	-	-
	음악	(16)	50.0	12.5	-	-	6.3	31.3	-	-
	영화	(21)	71.4	9.5	-	9.5	-	4.8	4.8	-
	게임	(39)	71.8	7.7	15.4	-	-	-	5.1	-
	애니메이션	(5)	40.0	20.0	-	40.0	-	-	-	-
	방송	(20)	20.0	10.0	-	10.0	5.0	45.0	5.0	5.0
	광고	(115)	37.4	20.0	3.5	9.6	2.6	23.5	3.5	-
	캐릭터	(14)	50.0	14.3	-	7.1	-	28.6	-	-
	지식정보	(88)	42.0	15.9	8.0	6.8	4.5	15.9	6.8	-
	콘텐츠솔루션	(30)	33.3	23.3	10.0	16.7	3.3	10.0	3.3	-
	공연	(10)	60.0	10.0	10.0	10.0	10.0	-	-	-
	1인 미디어	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-

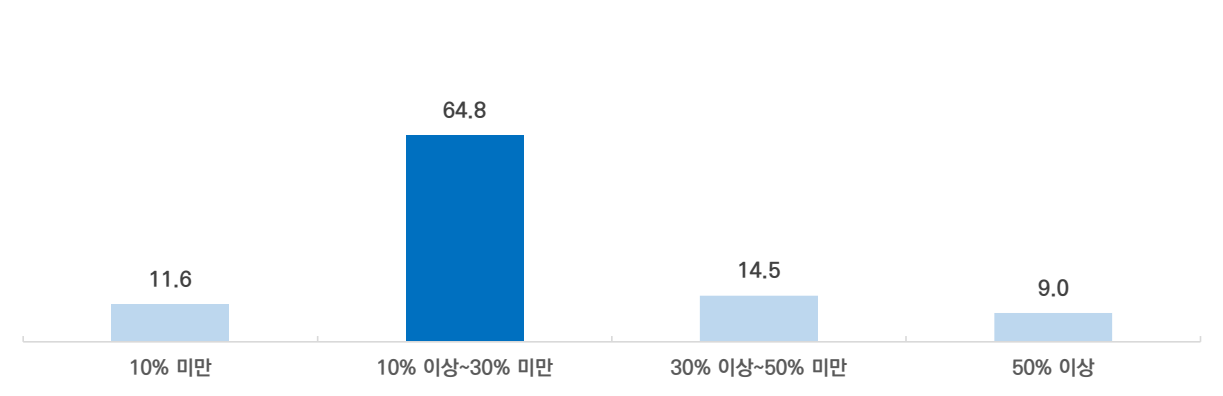
③ AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중

Q. 현재 귀사에서 AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중은 어느정도 입니까?

❍ 현재 AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중을 살펴보면 '10% 이상~30% 미만'이 64.8%로 가장 높게 나타남. 이어서 '30% 이상~50% 미만' 14.5%, '10% 미만' 11.6% 등의 순으로 나타남

[그림3-49] AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중

[Base: 현재 AI를 활용하고 있는 사업체(N=421), Unit: %]



[표3-90] AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중

[Base: 현재 AI를 활용하고 있는 사업체(N=421) Unit: (명), %]

구분		사례수	10% 미만	10% 이상~30% 미만	30% 이상~50% 미만	50% 이상
전체		(421)	11.6	64.8	14.5	9.0
산업분야	출판	(50)	8.0	84.0	8.0	-
	만화	(12)	8.3	91.7	-	-
	음악	(16)	6.3	56.3	31.3	6.3
	영화	(21)	19.0	71.4	4.8	4.8
	게임	(39)	23.1	48.7	12.8	15.4
	애니메이션	(5)	20.0	40.0	40.0	-
	방송	(20)	20.0	60.0	10.0	10.0
	광고	(115)	8.7	72.2	15.7	3.5
	캐릭터	(14)	14.3	57.1	14.3	14.3
	지식정보	(88)	5.7	55.7	20.5	18.2
	콘텐츠솔루션	(30)	13.3	53.3	13.3	20.0
	공연	(10)	40.0	60.0	-	-
	1인 미디어	(1)	-	100.0	-	-

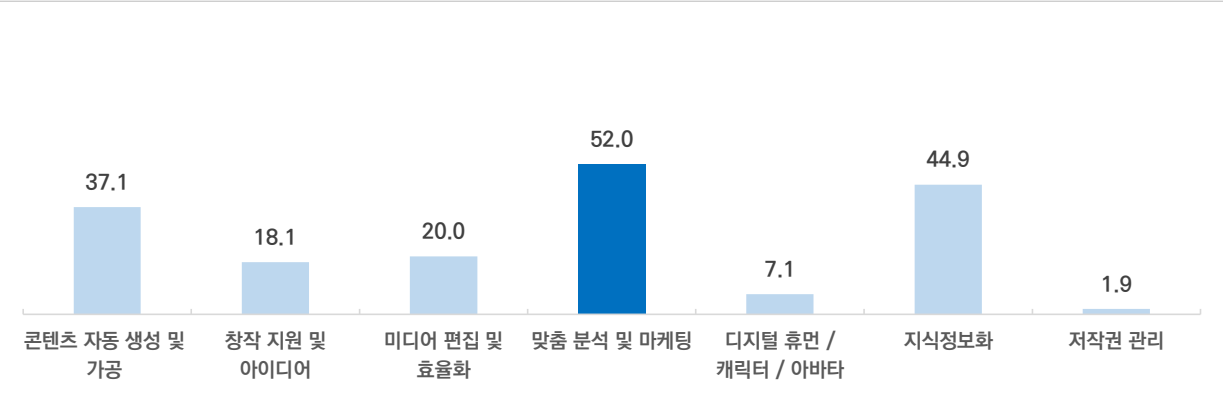
④ 주로 사용하는 AI 기술

Q. AI를 활용한 콘텐츠 제작 또는 서비스에서 주로 사용하는 AI 기술은 무엇입니까? 모두 선택해주시기 바랍니다.

❍ AI를 활용한 콘텐츠 제작 또는 서비스에서 주로 사용하는 AI 기술을 살펴보면 '맞춤 분석 및 마케팅'이 52.0%로 가장 높게 나타남. 이어서 '지식정보화' 44.9%, '콘텐츠 자동 생성 및 가공' 37.1% 등의 순으로 나타남

[그림3-50] 주로 사용하는 AI 기술

[Base: 현재 AI를 활용하고 있는 사업체(N=421), Unit: %, 다중응답]



[표3-91] 주로 사용하는 AI 기술

[Base: 현재 AI를 활용하고 있는 사업체(N=421) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	콘텐츠 자동 생성 및 가공	창작 지원 및 아이디어	미디어 편집 및 효율화	맞춤 분석 및 마케팅	디지털 휴먼 / 캐릭터 / 아바타	지식정보화	저작권 관리
전체		(421)	37.1	18.1	20.0	52.0	7.1	44.9	1.9
산업분야	출판	(50)	24.0	8.0	10.0	78.0	2.0	52.0	-
	만화	(12)	25.0	16.7	8.3	66.7	8.3	66.7	-
	음악	(16)	43.8	12.5	-	56.3	6.3	25.0	-
	영화	(21)	42.9	47.6	57.1	23.8	14.3	19.0	-
	게임	(39)	56.4	41.0	38.5	17.9	10.3	10.3	7.7
	애니메이션	(5)	80.0	40.0	-	40.0	20.0	20.0	-
	방송	(20)	45.0	25.0	25.0	50.0	10.0	55.0	5.0
	광고	(115)	27.8	13.9	20.9	61.7	4.3	53.9	0.9
	캐릭터	(14)	28.6	21.4	7.1	64.3	21.4	57.1	-
	지식정보	(88)	43.2	8.0	12.5	53.4	8.0	52.3	2.3
	콘텐츠솔루션	(30)	30.0	23.3	26.7	30.0	3.3	40.0	3.3
	공연	(10)	60.0	10.0	20.0	30.0	10.0	30.0	-
	1인 미디어	(1)	100.0	100.0	-	-	-	-	-

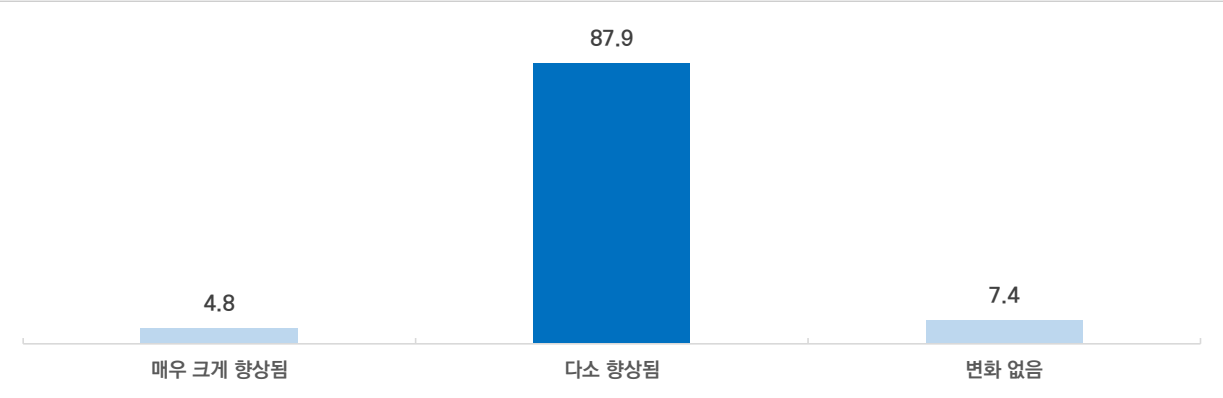
⑤ AI 기술 도입으로 인한 콘텐츠 제작 효율

Q. AI 기술 도입으로 귀사의 콘텐츠 제작 효율이 어떻게 변화했습니까?

❍ AI 기술 도입으로 인한 콘텐츠 제작 효율의 변화 정도를 살펴보면 '다소 향상되었다'는 응답이 87.9%로 가장 높게 나타남. 이어서 '변화 없음' 7.4%, '매우 크게 향상됨' 4.8% 등의 순으로 나타남

[그림3-51] AI 기술 도입으로 인한 콘텐츠 제작 효율

[Base: 현재 AI를 활용하고 있는 사업체(N=421), Unit: %]



[표3-92] AI 기술 도입으로 인한 콘텐츠 제작 효율

[Base: 현재 AI를 활용하고 있는 사업체(N=421) Unit: (명), %]

구분		사례수	매우 크게 향상됨	다소 향상됨	변화 없음
전체		(421)	4.8	87.9	7.4
산업분야	출판	(50)	2.0	94.0	4.0
	만화	(12)	-	91.7	8.3
	음악	(16)	6.3	75.0	18.8
	영화	(21)	4.8	85.7	9.5
	게임	(39)	5.1	89.7	5.1
	애니메이션	(5)	-	80.0	20.0
	방송	(20)	10.0	80.0	10.0
	광고	(115)	0.9	93.9	5.2
	캐릭터	(14)	7.1	85.7	7.1
	지식정보	(88)	5.7	88.6	5.7
	콘텐츠솔루션	(30)	16.7	70.0	13.3
	공연	(10)	10.0	70.0	20.0
	1인 미디어	(1)	-	100.0	-

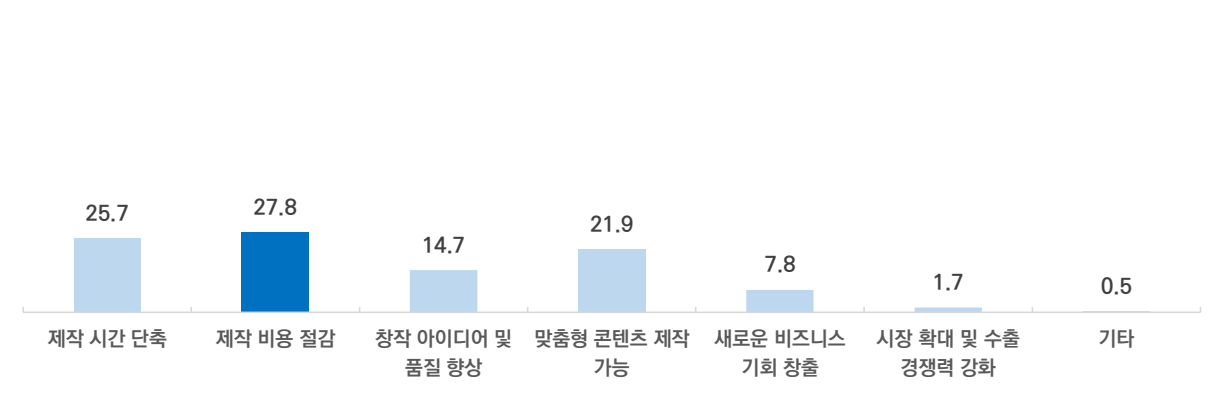
⑥ AI 활용 기대효과

Q. AI 활용으로 기대하는 가장 큰 기대효과는 무엇입니까?

❍ AI 활용으로 기대하는 가장 큰 기대효과를 살펴보면 '제작 비용 절감'이 27.8%로 가장 높게 나타남. 이어서 '제작 시간 단축' 25.7%, '맞춤형 콘텐츠 제작 가능' 21.9% 등의 순으로 나타남

[그림3-52] AI 활용 기대효과

[Base: 현재 AI를 활용하고 있는 사업체(N=421), Unit: %]



[표3-93] AI 활용 기대효과

[Base: 현재 AI를 활용하고 있는 사업체(N=421) Unit: (명), %]

구분		사례수	제작 시간 단축	제작 비용 절감	창작 아이디어 및 품질 향상	맞춤형 콘텐츠 제작 가능	새로운 비즈니스 기회 창출	시장 확대 및 수출 경쟁력 강화	기타
전체		**(421)**	**25.7**	**27.8**	**14.7**	**21.9**	**7.8**	**1.7**	**0.5**
산업분야	출판	(50)	12.0	28.0	12.0	46.0	2.0	-	-
	만화	(12)	33.3	-	8.3	25.0	33.3	-	-
	음악	(16)	43.8	18.8	25.0	12.5	-	-	-
	영화	(21)	33.3	33.3	19.0	14.3	-	-	-
	게임	(39)	41.0	20.5	15.4	5.1	12.8	2.6	2.6
	애니메이션	(5)	-	60.0	40.0	-	-	-	-
	방송	(20)	20.0	15.0	25.0	20.0	15.0	5.0	-
	광고	(115)	20.9	33.9	10.4	27.0	5.2	2.6	-
	캐릭터	(14)	35.7	14.3	14.3	21.4	14.3	-	-
	지식정보	(88)	23.9	30.7	17.0	17.0	9.1	2.3	-
	콘텐츠솔루션	(30)	30.0	30.0	13.3	16.7	10.0	-	-
	공연	(10)	50.0	10.0	10.0	10.0	10.0	-	10.0
	1인 미디어	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-

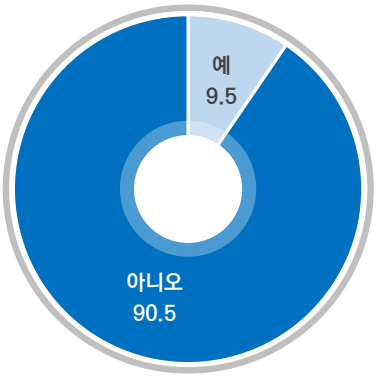
(2) 향후 AI 도입 의사

Q. 귀사의 업무 또는 기업 활동에서 AI를 도입할 예정입니까?

❍ 현재 AI를 활용하고 있지 않은 사업체 중 9.5%가 향후에 업무 또는 기업 활동에서 AI를 도입할 의사가 있는 것으로 나타남

[그림3-53] 향후 AI 도입 의사

[Base: 현재 AI를 활용하고 있지 않은 사업체(N=472), Unit: %]



[표3-94] 향후 AI 도입 의사

[Base: 현재 AI를 활용하고 있지 않은 사업체(N=472) Unit: (명), %]

구분		사례수	예	아니오
전체		**(472)**	**9.5**	**90.5**
산업분야	출판	(137)	5.8	94.2
	만화	(8)	12.5	87.5
	음악	(24)	8.3	91.7
	영화	(16)	18.8	81.3
	게임	(26)	7.7	92.3
	애니메이션	(4)	25.0	75.0
	방송	(16)	6.3	93.8
	광고	(130)	6.2	93.8
	캐릭터	(5)	-	100.0
	지식정보	(55)	10.9	89.1
	콘텐츠솔루션	(28)	42.9	57.1
	공연	(22)	4.5	95.5
	1인 미디어	(1)	-	100.0

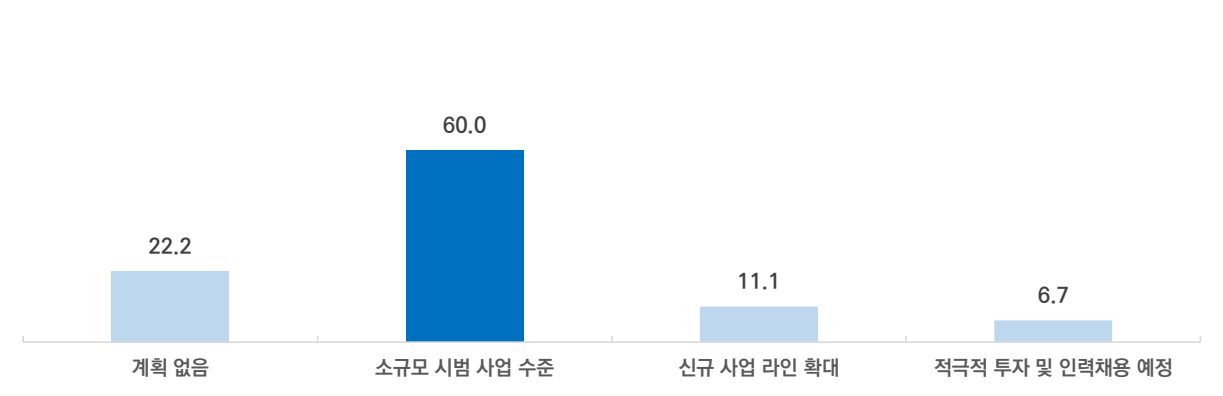
① 향후 2년 내 AI 투자 계획

Q. 향후 2년 내 귀사의 AI 활용 관련 투자 계획은 어떻습니까?

❍ 향후 AI 도입 예정인 사업체 대상으로 2년 내 투자 계획을 살펴보면 '소규모 시범 사업 수준'이 60.0%로 가장 높게 나타남. 이어서 '계획 없음' 22.2%, '신규 사업 라인 확대' 11.1%, '적극적 투자 및 인력채용 예정' 6.7% 순으로 나타남

[그림3-54] 향후 2년 내 AI 투자 계획

[Base: 향후 AI 도입 예정인 사업체(N=45), Unit: %]



[표3-95] 향후 2년 내 AI 투자 계획

[Base: 향후 AI 도입 예정인 사업체(N=45) Unit: (명), %]

구분		사례수	계획 없음	소규모 시범 사업 수준	신규 사업 라인 확대	적극적 투자 및 인력채용 예정
전체		(45)	22.2	60.0	11.1	6.7
산업분야	출판	(8)	25.0	62.5	12.5	-
	만화	(1)	100.0	-	-	-
	음악	(2)	50.0	50.0	-	-
	영화	(3)	33.3	66.7	-	-
	게임	(2)	-	-	100.0	-
	애니메이션	(1)	100.0	-	-	-
	방송	(1)	100.0	-	-	-
	광고	(8)	-	87.5	12.5	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-
	지식정보	(6)	33.3	33.3	-	33.3
	콘텐츠솔루션	(12)	-	83.3	8.3	8.3
	공연	(1)	100.0	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-

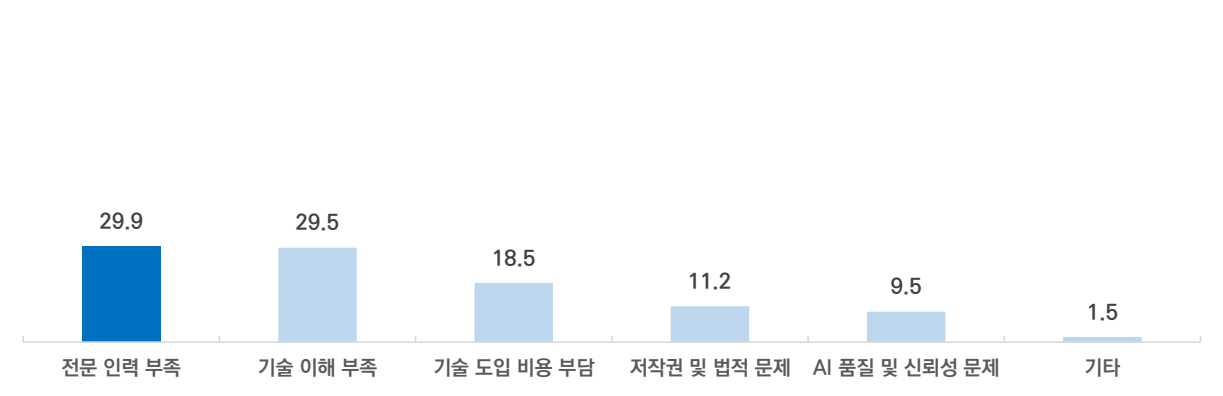
(3) AI 활용 애로사항

Q. AI 기반 콘텐츠 제작에 있어 가장 큰 애로사항은 무엇입니까?

❍ AI 기반 콘텐츠 제작에 있어 가장 큰 애로사항을 살펴보면 '전문 인력 부족'이 29.9%로 가장 높게 나타남. 이어서 '기술 이해 부족' 29.5%, '기술 도입 비용 부담' 18.5% 등의 순으로 나타남

[그림3-55] AI 활용 애로사항

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-96] AI 활용 애로사항

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	전문 인력 부족	기술 이해 부족	기술 도입 비용 부담	저작권 및 법적 문제	AI 품질 및 신뢰성 문제	기타
전체		(893)	29.9	29.5	18.5	11.2	9.5	1.5
산업분야	출판	(187)	33.2	38.5	13.9	3.7	8.6	2.1
	만화	(20)	45.0	30.0	10.0	10.0	5.0	-
	음악	(40)	42.5	12.5	17.5	12.5	12.5	2.5
	영화	(37)	27.0	13.5	18.9	21.6	10.8	8.1
	게임	(65)	27.7	18.5	16.9	15.4	21.5	-
	애니메이션	(9)	11.1	22.2	33.3	22.2	11.1	-
	방송	(36)	16.7	30.6	27.8	11.1	11.1	2.8
	광고	(245)	24.9	35.1	19.6	13.1	6.9	0.4
	캐릭터	(19)	42.1	21.1	15.8	10.5	10.5	-
	지식정보	(143)	35.7	30.1	19.6	8.4	5.6	0.7
	콘텐츠솔루션	(58)	29.3	22.4	24.1	13.8	10.3	-
	공연	(32)	21.9	9.4	18.8	25.0	18.8	6.3
	1인 미디어	(2)	-	50.0	-	-	50.0	-

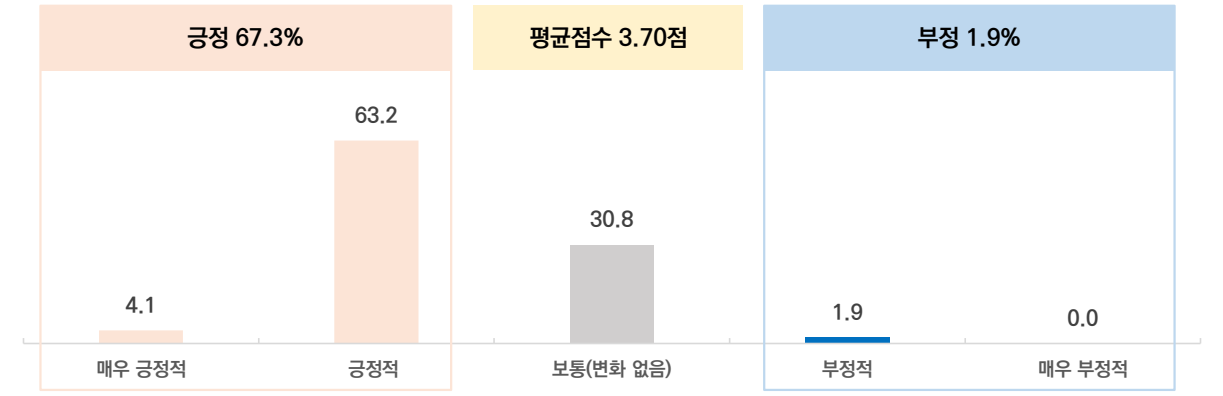
(4) AI 활용 효과

Q. 콘텐츠 산업에서 AI 활용의 효과를 어떻게 평가하십니까?

❍ 콘텐츠 산업에서의 AI 활용 효과에 대해 67.3%가 긍정적(매우 긍정적+긍정적)으로 평가하는 것으로 나타났으며, 5점 만점 3.70점으로 나타남

[그림3-56] AI 활용 효과

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-97] AI 활용 효과

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %, 점]

구분		사례수	매우 긍정적	긍정적	보통(변화 없음)	부정적	매우 부정적	Bottom2	Top2	5점평균
전체		(893)	4.1	63.2	30.8	1.9	0.0	67.3	1.9	3.70
산업분야	출판	(187)	2.7	56.1	40.1	1.1	-	58.8	1.1	3.60
	만화	(20)	-	95.0	5.0	-	-	95.0	-	3.95
	음악	(40)	-	67.5	27.5	5.0	-	67.5	5.0	3.63
	영화	(37)	5.4	67.6	21.6	5.4	-	73.0	5.4	3.73
	게임	(65)	6.2	64.6	26.2	3.1	-	70.8	3.1	3.74
	애니메이션	(9)	22.2	22.2	44.4	11.1	-	44.4	11.1	3.56
	방송	(36)	5.6	61.1	27.8	5.6	-	66.7	5.6	3.67
	광고	(245)	1.6	64.9	32.7	0.8	-	66.5	0.8	3.67
	캐릭터	(19)	5.3	57.9	31.6	5.3	-	63.2	5.3	3.63
	지식정보	(143)	7.0	69.2	23.1	0.7	-	76.2	0.7	3.83
	콘텐츠솔루션	(58)	10.3	65.5	22.4	1.7	-	75.9	1.7	3.84
	공연	(32)	3.1	43.8	50.0	3.1	-	46.9	3.1	3.47
	1인 미디어	(2)	-	50.0	50.0	-	-	50.0	-	3.50

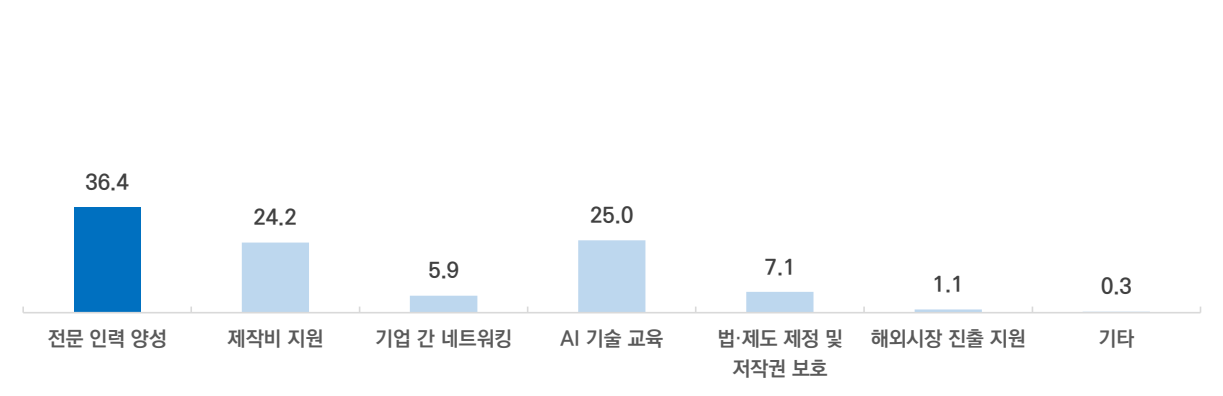
(5) 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 필요한 지원

Q. 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 가장 필요한 지원은 무엇이라고 생각하십니까?

❍ 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 '전문 인력 양성' 지원이 가장 필요하다는 응답이 36.4%로 가장 높게 나타남. 이어서 'AI 기술 교육' 25.0%, '제작비 지원' 24.2% 등의 순으로 나타남

[그림3-57] 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 필요한 지원

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-98] 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 필요한 지원

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %]

구분		사례수	전문 인력 양성	제작비 지원	기업 간 네트워킹	AI 기술 교육	법·제도 제정 및 저작권 보호	해외시장 진출 지원	기타
전체		**(893)**	**36.4**	**24.2**	**5.9**	**25.0**	**7.1**	**1.1**	**0.3**
산업분야	출판	(187)	38.5	17.1	3.2	38.0	2.7	-	0.5
	만화	(20)	60.0	10.0	-	15.0	15.0	-	-
	음악	(40)	47.5	17.5	2.5	20.0	10.0	-	2.5
	영화	(37)	32.4	35.1	2.7	16.2	13.5	-	-
	게임	(65)	23.1	30.8	15.4	16.9	7.7	6.2	-
	애니메이션	(9)	33.3	66.7	-	-	-	-	-
	방송	(36)	33.3	27.8	8.3	22.2	5.6	-	2.8
	광고	(245)	33.5	25.3	5.3	26.5	8.6	0.8	-
	캐릭터	(19)	31.6	42.1	-	15.8	5.3	5.3	-
	지식정보	(143)	49.0	22.4	3.5	16.1	8.4	0.7	-
	콘텐츠솔루션	(58)	22.4	32.8	17.2	25.9	-	1.7	-
	공연	(32)	28.1	15.6	12.5	31.3	9.4	3.1	-
	1인 미디어	(2)	-	-	-	-	100.0	-	-

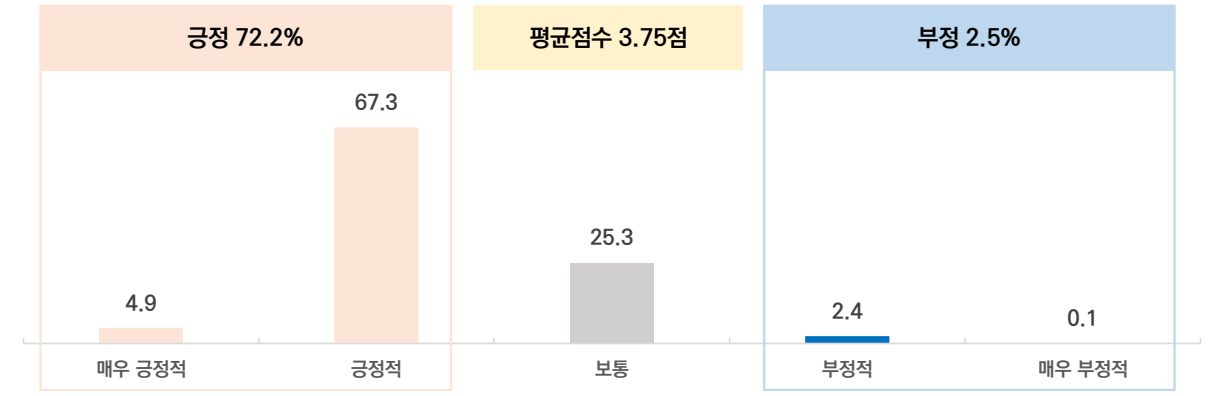
(6) AI를 활용한 콘텐츠가 산업 경쟁력에 미치는 영향

Q. AI를 활용한 콘텐츠 제작 및 서비스가 앞으로 산업 경쟁력에 얼마나 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상하십니까?

❍ AI를 활용한 콘텐츠 제작 및 서비스의 산업 경쟁력에 미치는 영향에 대해 72.2%가 긍정적(매우 긍정적+긍정적)으로 평가하는 것으로 나타났으며, 5점 만점 3.75점으로 나타남

[그림3-58] AI를 활용한 콘텐츠가 산업 경쟁력에 미치는 영향

[Base: 전체(N=893), Unit: %]



[표3-99] AI를 활용한 콘텐츠가 산업 경쟁력에 미치는 영향

[Base: 전체(N=893) Unit: (명), %, 점]

구분		사례수	매우 긍정적	긍정적	보통	부정적	매우 부정적	Bottom2	Top2	5점평균
전체		(893)	4.9	67.3	25.3	2.4	0.1	72.2	2.5	3.75
산업분야	출판	(187)	2.7	58.3	35.3	3.7	-	61.0	3.7	3.60
	만화	(20)	-	95.0	5.0	-	-	95.0	-	3.95
	음악	(40)	-	65.0	25.0	10.0	-	65.0	10.0	3.55
	영화	(37)	10.8	70.3	13.5	5.4	-	81.1	5.4	3.86
	게임	(65)	6.2	67.7	26.2	-	-	73.8	-	3.80
	애니메이션	(9)	22.2	44.4	22.2	11.1	-	66.7	11.1	3.78
	방송	(36)	8.3	72.2	16.7	2.8	-	80.6	2.8	3.86
	광고	(245)	2.4	73.1	24.5	-	-	75.5	-	3.78
	캐릭터	(19)	15.8	47.4	36.8	-	-	63.2	-	3.79
	지식정보	(143)	6.3	75.5	16.1	1.4	0.7	81.8	2.1	3.85
	콘텐츠솔루션	(58)	10.3	65.5	22.4	1.7	-	75.9	1.7	3.84
	공연	(32)	6.3	37.5	46.9	9.4	-	43.8	9.4	3.41
	1인 미디어	(2)	-	50.0	50.0	-	-	50.0	-	3.50

5. 개인 조사 결과

1) 산업분야

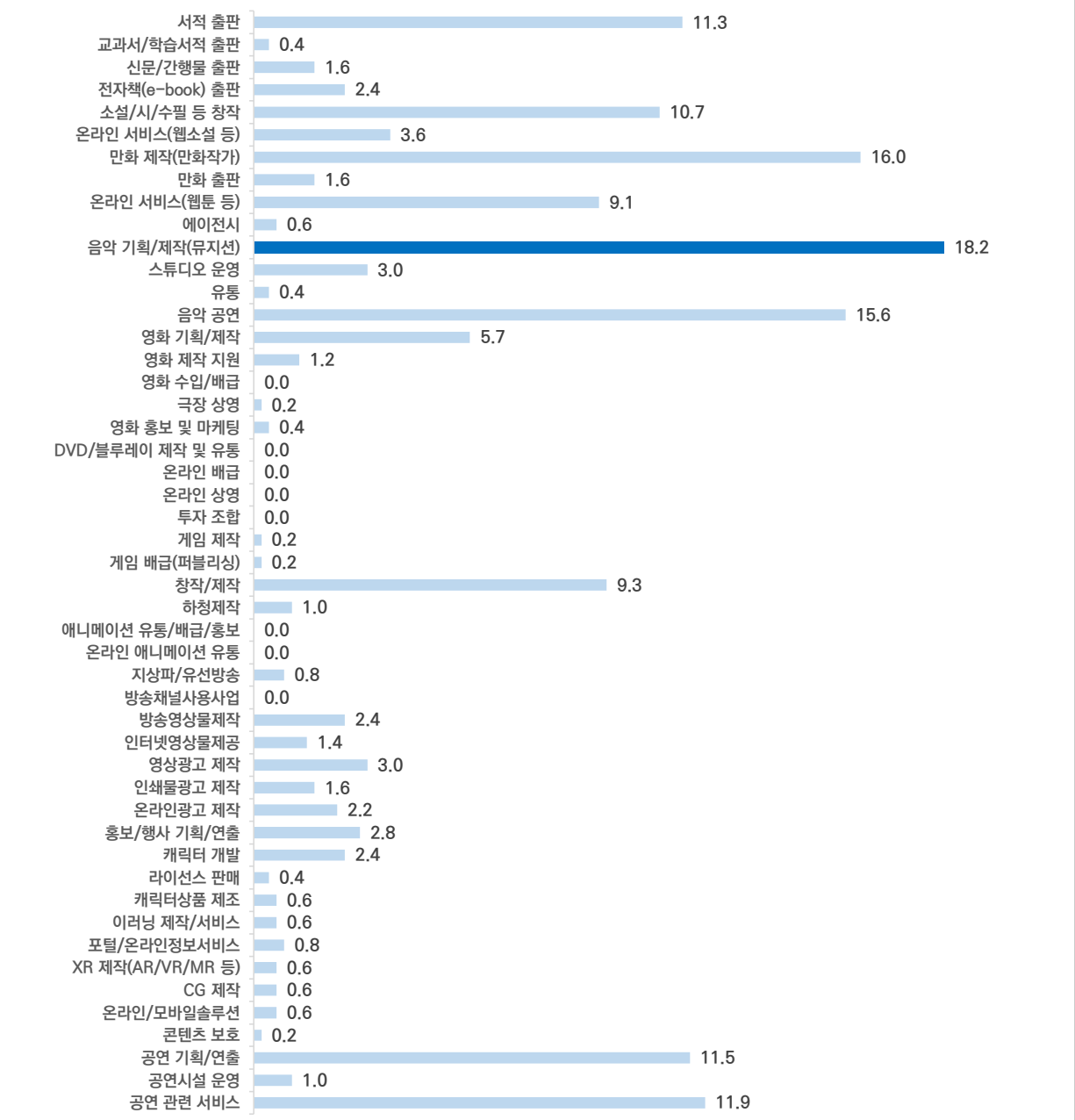
(1) 세부산업분야 및 콘텐츠

Q. 귀하의 산업분야를 선택해 주시기 바랍니다.

❍ 세부산업분야 및 콘텐츠를 살펴보면 '음악 기획/제작(뮤지션)'이 18.2%로 가장 높게 나타남. 이어서 '만화 제작(만화작가) 16.0%, '음악 공연' 15.6% 등의 순으로 나타남

[그림3-59] 세부산업분야 및 콘텐츠

[Base: 전체(N=494), Unit: %, 다중응답]



[표3-100] 세부산업분야 및 콘텐츠_1

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	출판						만화				음악			
			①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭
전체		**(494)**	**11.3**	**0.4**	**1.6**	**2.4**	**10.7**	**3.6**	**16.0**	**1.6**	**9.1**	**0.6**	**18.2**	**3.0**	**0.4**	**15.6**
산업분야	출판	(107)	43.9	0.9	3.7	8.4	43.9	15.9	0.9	-	-	-	2.8	-	-	-
	만화	(79)	1.3	-	-	2.5	1.3	-	94.9	10.1	54.4	2.5	-	-	-	-
	음악	(82)	2.4	-	2.4	-	-	-	-	-	-	1.2	89.0	11.0	2.4	78.0
	영화	(24)	4.2	-	-	4.2	8.3	-	4.2	-	4.2	-	-	4.2	-	-
	게임	(2)	-	-	-	-	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(10)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10.0	-	-
	방송	(12)	-	-	8.3	-	-	8.3	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(8)	12.5	12.5	12.5	-	-	-	-	-	-	-	12.5	-	-	-
	캐릭터	(8)	-	-	-	-	-	-	12.5	-	12.5	-	-	-	-	-
	지식정보	(3)	33.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(65)	3.1	-	-	-	1.5	-	-	-	-	-	18.5	6.2	-	20.0
	1인 미디어	(91)	1.1	-	-	-	2.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-

① 서적 출판
② 교과서/학습서적 출판
③ 신문/간행물 출판
④ 전자책(e-book) 출판
⑤ 소설/시/수필 등 창작
⑥ 온라인 서비스(웹소설 등)
⑦ 만화 제작(만화작가)
⑧ 만화 출판
⑨ 온라인 서비스(웹툰 등)
⑩ 에이전시
⑪ 음악 기획/제작(뮤지션)
⑫ 스튜디오 운영
⑬ 유통
⑭ 음악 공연
⑮ 영화 기획/제작
⑯ 영화 제작 지원
⑰ 영화 수입/배급
⑱ 극장 상영
⑲ 영화 홍보 및 마케팅
⑳ DVD/블루레이 제작 및 유통
㉑ 온라인 배급
㉒ 온라인 상영
㉓ 투자 조합
㉔ 게임 제작
㉕ 게임 배급(퍼블리싱)
㉖ 창작/제작
㉗ 하청제작
㉘ 애니메이션 유통/배급/홍보
㉙ 온라인 애니메이션 유통
㉚ 지상파/유선방송
㉛ 방송채널사용사업
㉜ 방송영상물제작
㉝ 인터넷영상물제공
㉞ 영상광고 제작
㉟ 인쇄물광고 제작
㊱ 온라인광고 제작
㊲ 홍보/행사 기획/연출
㊳ 캐릭터 개발
㊴ 라이선스 판매
㊵ 캐릭터상품 제조
㊶ 이러닝 제작/서비스
㊷ 포털/온라인정보서비스
㊸ XR 제작(AR/VR/MR 등)
㊹ CG 제작
㊺ 온라인/모바일솔루션
㊻ 콘텐츠 보호
㊼ 공연 기획/연출
㊽ 공연시설 운영
㊾ 공연 관련 서비스

[표3-101] 세부산업분야 및 콘텐츠_2

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	영화									게임		애니메이션			
			⑮	⑯	⑰	⑱	⑲	⑳	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕	㉖	㉗	㉘	㉙
전체		(494)	5.7	1.2	0.0	0.2	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2	9.3	1.0	0.0	0.0
산업분야	출판	(107)	0.9	-	-	0.9	-	-	-	-	-	-	-	4.7	-	-	-
	만화	(79)	1.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5.1	-	-	-
	음악	(82)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7.3	1.2	-	-
	영화	(24)	87.5	16.7	-	-	8.3	-	-	-	-	-	-	20.8	8.3	-	-
	게임	(2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0	50.0	-	-	-	-
	애니메이션	(10)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	10.0	-	-
	방송	(12)	25.0	16.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(8)	12.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12.5	-	-	-
	캐릭터	(8)	12.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	-	-	-
	공연	(65)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13.8	-	-	-
	1인 미디어	(91)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.2	1.1	-	-

① 서적 출판
② 교과서/학습서적 출판
③ 신문/간행물 출판
④ 전자책(e-book) 출판
⑤ 소설/시/수필 등 창작
⑥ 온라인 서비스(웹소설 등)
⑦ 만화 제작(만화작가)
⑧ 만화 출판
⑨ 온라인 서비스(웹툰 등)
⑩ 에이전시
⑪ 음악 기획/제작(뮤지션)
⑫ 스튜디오 운영
⑬ 유통
⑭ 음악 공연
⑮ 영화 기획/제작
⑯ 영화 제작 지원
⑰ 영화 수입/배급
⑱ 극장 상영
⑲ 영화 홍보 및 마케팅
⑳ DVD/블루레이 제작 및 유통
㉑ 온라인 배급
㉒ 온라인 상영
㉓ 투자 조합
㉔ 게임 제작
㉕ 게임 배급(퍼블리싱)
㉖ 창작/제작
㉗ 하청제작
㉘ 애니메이션 유통/배급/홍보
㉙ 온라인 애니메이션 유통
㉚ 지상파/유선방송
㉛ 방송채널사용사업
㉜ 방송영상물제작
㉝ 인터넷영상물제공
㉞ 영상광고 제작
㉟ 인쇄물광고 제작
㊱ 온라인광고 제작
㊲ 홍보/행사 기획/연출
㊳ 캐릭터 개발
㊴ 라이선스 판매
㊵ 캐릭터상품 제조
㊶ 이러닝 제작/서비스
㊷ 포털/온라인정보서비스
㊸ XR 제작(AR/VR/MR 등)
㊹ CG 제작
㊺ 온라인/모바일솔루션
㊻ 콘텐츠 보호
㊼ 공연 기획/연출
㊽ 공연시설 운영
㊾ 공연 관련 서비스

[표3-102] 세부산업분야 및 콘텐츠_3

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	방송				광고				캐릭터		
			㉚	㉛	㉜	㉝	㉞	㉟	㊱	㊲	㊳	㊴	㊵
전체		(494)	0.8	0.0	2.4	1.4	3.0	1.6	2.2	2.8	2.4	0.4	0.6
산업분야	출판	(107)	0.9	-	-	-	-	0.9	0.9	1.9	-	-	-
	만화	(79)	-	-	-	-	-	-	-	-	2.5	-	-
	음악	(82)	1.2	-	1.2	1.2	1.2	-	1.2	2.4	1.2	1.2	1.2
	영화	(24)	-	-	-	-	4.2	-	4.2	-	-	-	-
	게임	(2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(10)	-	-	-	-	-	10.0	-	-	10.0	-	-
	방송	(12)	16.7	-	66.7	16.7	8.3	-	8.3	16.7	-	-	-
	광고	(8)	-	-	12.5	25.0	62.5	37.5	37.5	25.0	12.5	-	-
	캐릭터	(8)	-	-	12.5	-	-	-	-	-	87.5	12.5	25.0
	지식정보	(3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(3)	-	-	-	-	33.3	-	33.3	33.3	-	-	-
	공연	(65)	-	-	1.5	-	4.6	1.5	-	4.6	-	-	-
	1인 미디어	(91)	-	-	-	2.2	3.3	2.2	3.3	2.2	-	-	-

① 서적 출판
② 교과서/학습서적 출판
③ 신문/간행물 출판
④ 전자책(e-book) 출판
⑤ 소설/시/수필 등 창작
⑥ 온라인 서비스(웹소설 등)
⑦ 만화 제작(만화작가)
⑧ 만화 출판
⑨ 온라인 서비스(웹툰 등)
⑩ 에이전시
⑪ 음악 기획/제작(뮤지션)
⑫ 스튜디오 운영
⑬ 유통
⑭ 음악 공연
⑮ 영화 기획/제작
⑯ 영화 제작 지원
⑰ 영화 수입/배급
⑱ 극장 상영
⑲ 영화 홍보 및 마케팅
⑳ DVD/블루레이 제작 및 유통
㉑ 온라인 배급
㉒ 온라인 상영
㉓ 투자 조합
㉔ 게임 제작
㉕ 게임 배급(퍼블리싱)
㉖ 창작/제작
㉗ 하청제작
㉘ 애니메이션 유통/배급/홍보
㉙ 온라인 애니메이션 유통
㉚ 지상파/유선방송
㉛ 방송채널사용사업
㉜ 방송영상물제작
㉝ 인터넷영상물제공
㉞ 영상광고 제작
㉟ 인쇄물광고 제작
㊱ 온라인광고 제작
㊲ 홍보/행사 기획/연출
㊳ 캐릭터 개발
㊴ 라이선스 판매
㊵ 캐릭터상품 제조
㊶ 이러닝 제작/서비스
㊷ 포털/온라인정보서비스
㊸ XR 제작(AR/VR/MR 등)
㊹ CG 제작
㊺ 온라인/모바일솔루션
㊻ 콘텐츠 보호
㊼ 공연 기획/연출
㊽ 공연시설 운영
㊾ 공연 관련 서비스

[표3-103] 세부산업분야 및 콘텐츠_4

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	지식정보			콘텐츠솔루션			공연		
			㊶	㊷	㊸	㊹	㊺	㊻	㊼	㊽	㊾
전체		**(494)**	**0.6**	**0.8**	**0.6**	**0.6**	**0.6**	**0.2**	**11.5**	**1.0**	**11.9**
산업분야	출판	(107)	-	-	-	-	-	-	0.9	-	-
	만화	(79)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(82)	-	-	-	-	-	-	22.0	1.2	13.4
	영화	(24)	-	-	-	-	-	4.2	-	-	-
	게임	(2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(10)	-	-	-	10.0	-	-	-	-	-
	방송	(12)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(8)	12.5	12.5	12.5	12.5	12.5	-	-	-	12.5
	캐릭터	(8)	-	-	12.5	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(3)	33.3	33.3	33.3	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(3)	33.3	33.3	-	33.3	66.7	-	-	-	-
	공연	(65)	-	-	-	-	-	-	56.9	6.2	72.3
	1인 미디어	(91)	-	1.1	-	-	-	-	1.1	-	-

① 서적 출판 ② 교과서/학습서적 출판 ③ 신문/간행물 출판 ④ 전자책(e-book) 출판
⑤ 소설/시/수필 등 창작 ⑥ 온라인 서비스(웹소설 등) ⑦ 만화 제작(만화작가) ⑧ 만화 출판
⑨ 온라인 서비스(웹툰 등) ⑩ 에이전시 ⑪ 음악 기획/제작(뮤지션) ⑫ 스튜디오 운영
⑬ 유통 ⑭ 음악 공연 ⑮ 영화 기획/제작 ⑯ 영화 제작 지원
⑰ 영화 수입/배급 ⑱ 극장 상영 ⑲ 영화 홍보 및 마케팅 ⑳ DVD/블루레이 제작 및 유통
㉑ 온라인 배급 ㉒ 온라인 상영 ㉓ 투자 조합 ㉔ 게임 제작
㉕ 게임 배급(퍼블리싱) ㉖ 창작/제작 ㉗ 하청제작 ㉘ 애니메이션 유통/배급/홍보
㉙ 온라인 애니메이션 유통 ㉚ 지상파/유선방송 ㉛ 방송채널사용사업 ㉜ 방송영상물제작
㉝ 인터넷영상물제공 ㉞ 영상광고 제작 ㉟ 인쇄물광고 제작 ㊱ 온라인광고 제작
㊲ 홍보/행사 기획/연출 ㊳ 캐릭터 개발 ㊴ 라이선스 판매 ㊵ 캐릭터상품 제조
㊶ 이러닝 제작/서비스 ㊷ 포털/온라인정보서비스 ㊸ XR 제작(AR/VR/MR 등) ㊹ CG 제작
㊺ 온라인/모바일솔루션 ㊻ 콘텐츠 보호 ㊼ 공연 기획/연출 ㊽ 공연시설 운영
㊾ 공연 관련 서비스

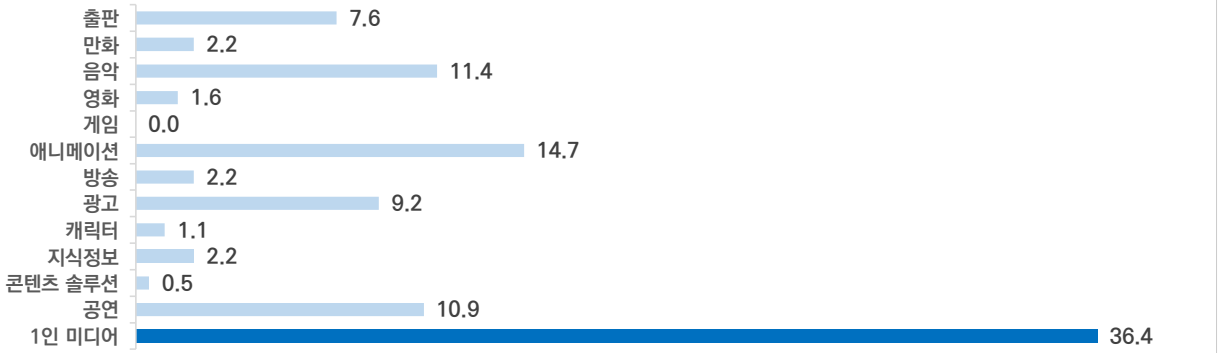
(2) 산업분야 및 콘텐츠((2순위)

Q. 귀하의 산업분야 및 콘텐츠에 대해 보기카드를 참고하여 작성해 주시기 바랍니다.

❍ 산업분야 및 콘텐츠(2순위)를 살펴보면 주 산업분야 및 콘텐츠 외에 추가로 '1인 미디어'가 36.4%로 가장 높게 나타남. 이어서 '애니메이션' 14.7%, '음악' 11.4% 등의 순으로 나타남

[그림3-60] 산업분야 및 콘텐츠_2순위

[Base: 산업분야 및 콘텐츠 2순위가 있는 경우(N=184) Unit: %]



[표3-104] 산업분야 및 콘텐츠_2순위

[Base: 산업분야 및 콘텐츠 2순위가 있는 경우(N=184) Unit: (명), %]

구분		사례수	출판	만화	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	공연	1인 미디어
전체		**(184)**	**7.6**	**2.2**	**11.4**	**1.6**	**0.0**	**14.7**	**2.2**	**9.2**	**1.1**	**2.2**	**0.5**	**10.9**	**36.4**
산업분야	출판	(38)	-	2.6	7.9	2.6	-	7.9	-	5.3	-	-	-	-	73.7
	만화	(11)	18.2	-	-	-	-	36.4	-	-	-	-	-	-	45.5
	음악	(38)	5.3	-	-	-	-	10.5	-	5.3	-	-	-	50.0	28.9
	영화	(12)	25.0	8.3	8.3	-	-	33.3	-	8.3	-	-	8.3	-	8.3
	게임	(2)	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0
	애니메이션	(3)	-	-	-	-	-	-	-	33.3	33.3	-	-	-	33.3
	방송	(9)	22.2	-	-	22.2	-	-	-	11.1	-	-	-	-	44.4
	광고	(7)	-	-	14.3	-	-	14.3	14.3	-	14.3	14.3	-	-	28.6
	캐릭터	(5)	-	20.0	-	-	-	-	-	-	-	20.0	-	-	60.0
	지식정보	(3)	33.3	-	33.3	-	-	33.3	-	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(3)	-	-	-	-	-	33.3	-	33.3	-	33.3	-	-	-
	공연	(38)	2.6	-	39.5	-	-	18.4	2.6	7.9	-	-	-	-	28.9
	1인 미디어	(15)	20.0	-	-	-	-	13.3	13.3	40.0	-	6.7	-	6.7	-

(3) 주요 콘텐츠

Q. 귀하의 주요 콘텐츠는 무엇입니까? 예시를 참고하여 구체적으로 작성해 주시기 바랍니다.

❍ 주요 콘텐츠는 다음과 같음

[표3-105] 주요 콘텐츠

[괄호 안은 빈도를 나타냄]

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
출판 (95)	S.S.S. 최애의 아이돌	로맨스, 판타지	온라인플랫폼	제작참여
	가난한사랑의 미라	인공지능	출간도서	자체제작
	건물주	건물주되는법	Ott	제작참여
	겨울대나무	시집	출판사 작가마을	자체제작
	공명(共鳴), 10살 아들 아빠 당구 스승이 되다!	스포츠, 현대판타지	온라인플랫폼	제작참여
	구구절절	수필집	출판사 전망	자체제작
	그 여름, 태양보다 뜨거운 직구	로맨스, 라이트노벨	플랫폼	제작참여
	그냥씨의 동물직업상담소	단행본 출간	저작물 내용 창작	제작참여
	그림동화책	그림동화 책 제작 발간	발간비 지원	제작참여
	꽃은소리내어웃지않는다	수필집	온라인서점 교보문고	자체제작
	날아다니는 별	어린이에게 희망과 꿈을 넣는다	출판	제작참여
	다정한 고랄라 목욕탕	동화 창작	서적	제작참여
	달면 삼키고 써도 삼키는	현대로맨스 웹소설	카카오페이지에 등록	자체제작
	도서	도서	출판	제작참여
	도서 출판	수필집 발간	발간 배부	자체제작
	도서출판	문학 저작	출판	자체제작
	동시집	출판사 등록	인터넷서점	제작참여
	동시집	동시집 출판	서적이나 홈페이지	자체제작
	동요 노랫말	동요 노랫말을 작사 및 영상제작	자체 제작 후 유튜브에 올림	자체제작
	두 모	두 모 작가의 동네 탐구생활 인터뷰	전자책	자체제작
	드라고의 기사	로맨스판타지 웹소설	웹소설 플랫폼(리디북스, 카카오페이지)	자체제작
	리 라이프	판타지	온라인플랫폼	제작참여
	마담 흑조는 곤란한 이야기를 청한다: 1928, 부산	1928년 12월을 배경으로 부산에서 벌어지는 세가자 사건을 다루는 추리소설	출판물 서적, 이북, 오디오북	자체제작
	마마마부산	소설가 길남씨의 부산여행기	출판	자체제작
	메리네 연탄가게	시집	출판사 애지	자체제작
	메밀, 섬의 안녕을 기원하다	단편 다큐멘터리	유튜브	제작참여
	문학 창작	수필	책 출간	제작참여
	문학매거진 발행	계간 정기간행물 제작 발행	온라인 오프라인 서적	자체제작
	문학분야-시	시를 쓰며 작품 활동하고 있습니다	단체 문학 활동 챌 나눔 시낭송 등	자체제작
	문학창작	문학치료를 응용한 글쓰기 수업	온라인	제작참여
	문학창작	시창작	도서	자체제작
	문학 · 시 · 세상의 모든 저녁	사계절을 우리 삶에 비유하여 리듬과 이미지로 창작	출판	제작참여
	미래 식량, 곤충 먹는 아이들	지속가능한 지구 환경을 위해 고단백이면서 맛도 좋은 식용곤충에 대해 미래세대와 함께 깊이 탐구해 본다.	도서 및 영상 콘텐츠, 제품 출시	자체제작
	미래의 문장들에게	시집 출판	서점과 인터넷 서점	제작참여
	바란과마레	현대소설	플랫폼	자체제작
	블랙 인페르노	시나리오 원안의 소설화	출판	제작참여
	비밀정원	수필	세종출판사	자체제작
	사랑 셋 그리고	로맨스, 판타지	온라인플랫폼	제작참여
	사랑은 야구를 타고!	로맨스, 스포츠	온라인플랫폼	제작참여
	서적출판	동인지활동	우편배송	자체제작
	섬을 잇는 아이	동화책 출간	출판사 바우솔	자체제작
	소설 영화화	30년대 골동품경매이야기	영화	제작참여
	소설의 발견	소설 문예지 발간	온라인 구매	자체제작
	소시민 아저씨의 이세계 모험	판타지, 로맨스	온라인플랫폼	제작참여
	수박속처럼 붉은	시집	시집	제작참여
	수이제 저널	인문예술비평	인쇄 출판 및 온라인웹진	자체제작
	시	시	자체제작	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	시	시	출판	자체제작
	시 시화	시화	동호회	자체제작
	시간을 넘어 너에게로 갈게	로맨스, 판타지	온라인플랫폼	제작참여
	시나리오	시나리오	청탁 또는 응모	자체제작
	시와 수필	서정시, 전위시, 수필	창작후 출판	자체제작
	시집 나는 너무 오래 죽어 있었다	희망적	서점,온라인	자체제작
	신화의 시대 : 혼인신고	현대판타지, 로맨스	온라인플랫폼	제작참여
	아날로그의 추억, 그 후	수필집	수필과비평사	자체제작
	아내가 죽고 회귀한 개발자	현대판타지, 로맨스	플랫폼	제작참여
	아카데미에서 공녀를 훔치다	로맨스, 라이트노벨	온라인플랫폼	제작참여
	악령 열차에서 오늘도 무사히 힐링 중	판타지, 로맨스	플랫폼	제작참여
	안개가 된 낱말	시집	시집	자체제작
	언더 그라운드 코멘터리	지역문화 중점 다큐멘터리	유튜브	자체제작
	연등, 안부전화	시집	문학예술2024년 가을호에 발표	자체제작
	염라: 연옥의 지배자	판타지, 무협	온라인플랫폼	제작참여
	영상	길냥이를 도와주는 영상	유튜브	자체제작
	영상제작참여	현대인의고독사	유튜브	제작참여
	예술부산	부산에서 진행되는 예술공연뉴스	출판 및 플랫폼 홍보	제작참여
	위대한 사기	소설책	도서출판 전망	자체제작
	유튜브	한국현대문학	인터넷 신문	제작참여
	의자를 두고 내렸다	시집	출판사 다르소다	자체제작
	이팝나무의 소원	시집	출판사 부산문학인아카데미	자체제작
	인디고잉	인문교양지	출판	자체제작
	입술이 입술에게	시집	출판사 산지니	자체제작
	잡지	계간, 환경과 문화 예술 논문 참여	계간지	자체제작
	주인공처럼 주인공답게	동화책 출간	출판사 소야	자체제작
	지브리	환타지	넷플릭스	자체제작
	진도항 등대	시	2024년 부산시단 가을호	자체제작
	창작물	퇴고 및 출판 기획	개인과 연락하여 협의	자체제작
	창착수필	청옥가을문학계간지에 창작수필 기고	문예지에 등록	제작참여
	책 출판	수필 혹은 예술의 융합에 관한 책 출판	도서 출판	자체제작
	책출간	수필	수필	자체제작
	책출간	시집 평론집출간	문화재단지원	제작참여
	천풍무상가	무협, 로맨스	온라인플랫폼	제작참여
	출간	문학	도서나눔	제작참여
	출판	시 창작	출판	자체제작
	출판	책출판	동시집 출판	자체제작
	출판	한국화 창작	서예, 문인화, 수묵화	자체제작
	출판	소설 창작	서점, 온라인 플랫폼으로 제공	자체제작
	출판 홍보	문학지 출판, 북콘서트 등 문학 홍보	북콘서트 등	자체제작
	출판책-그녀들의 조선	조선시대에 사대부 중심 가부장 중심 문화에 항거한 여인들	출간	자체제작
	출필	수필	판매및 유투브	자체제작
	침입자	혼자사는 여자 집에 누군가 침입한다. 춤추는 그녀를 엿보고 신발장의 구두를 쓰다듬는다. 여자가 침입자를 눈치채고 추적한다. 쫓고 쫓기는 사이에 침입자를 놓치고 여자는 집으로 돌아온다. 돌아온 집에는 침입자가 그녀와 똑같은 옷을 입고 싱글레이디를 들으며 춤을 추고 있다.	영상	자체제작
	통일코리아를 기원하며	수필	잡지 가을호에 작품 발표	자체제작
	파도	노래비에 얽힌 사연을 찾아서 외	출판	자체제작
	파스텔 궁전	시집	가은시선출판사	자체제작
	해양문학제	해양관련자료첨부	ppt제작	자체제작
	혈마의 손자	무협, 로맨스	온라인플랫폼	제작참여
만화 (76)	「그림일기, 너와 나」	작가 본인이 실제 연애 경험을 바탕으로 구성한 감성 에세이형 로맨스 웹툰	인스타그램	자체제작
	「너를 그리는 시간」	미술 전공생이 모델로 만난 사람에게 느끼는 미묘한 감정을 그린 캠퍼스로맨스	인스타그램 릴스 하이라이트 업로드	자체제작
	「너와 나 사이의 거리」	광안대교 야경을 배경으로, 물리적 거리보다 마음의 거리를 좁혀가는 커플의 성장 이야기	인스타그램 릴스	자체제작
	「너의 그림자 너머」	그림자처럼 곁에 있었던 친구가 사랑으로 변하는 과정을 그린 성장 로맨스	트위터 정기 업로드	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	「너의 파도에 닿다」	서핑 동호회를 통해 만난 청춘들의 여름 사랑 이야기	인스타그램 릴스 중심 단편 시리즈	자체제작
	「달빛 아래서 너와」	감천문화마을을 배경으로, 그림을 그리는 대학생과 사진작가 지망생의 풋풋한 사랑을 그린 로맨스 웹툰입니다. 현실적인 청춘의 고민과 설렘을 따뜻한 색감으로 표현했으며, 장소마다 실제 부산의 명소를 참고해 지역의 감성을 녹였습니다.	트위터에 회차 단위로 업로드 주요 장면을 릴스·짧은 영상 포맷으로 재가공해 홍보	자체제작
	「달콤한 부산행」	서울에서 부산으로 내려온 제빵사 지망생이 새로운 사랑을 찾아가는 이야기	인스타그램 피드 연재	자체제작
	「바다와 당신과 나」	타지로 떠난 연인이 부산으로 보낸 편지를 통해 다시 연결되는 사랑 이야기	인스타그램 슬라이드형 웹툰	자체제작
	「바람 부는 날」	바닷가에서 만난 낯선 여행자와의 짧지만 잊지 못할 사랑 이야기	단편 웹툰 영상화	자체제작
	「부산역 5시 30분」	퇴근길에 매일 스쳐 지나가던 두 사람의 우연한 인연이 이어지는 이야기	인스타그램 무료 연재	자체제작
	「초량동 골목의 봄」	오래된 골목에서 함께 자란 소꿉친구의 첫사랑을 그린 감성 로맨스	트위터 무료 연재	자체제작
	「커피가 식기 전에」	부산 남포동 카페 거리에서 일하는 바리스타와 손님의 인연을 다룬 현실 로맨스	인스타그램 웹툰 시리즈	자체제작
	「파도 밑 도시」	부산 해안도시를 배경으로, 바다 밑에 존재하는 또 다른 '부산'을 그린 SF 판타지 웹툰. 현실의 환경문제와 인간 욕망을 상징적으로 표현하며, 주인공이 잃어버린 기억을 찾아가는 여정을 통해 도시의 두 얼굴을 드러냅니다.	SNS(인스타그램, 트위터 등) 홍보 및 일부 에피소드 무료 공개	자체제작
	「파도 위의 고백」	바다 사진작가와 잠수부의 로맨스를 중심으로 한 힐링 감성 웹툰	인스타그램 릴스	자체제작
	「파란 우산」	장마철마다 우연히 만나는 두 사람의 이야기로, 부산대 앞 거리의 감성을 담은 청춘 로맨스	트위터 웹툰 시리즈	자체제작
	「푸른 바다의 약속」	부산 해운대에서 만난 두 청춘이 여름의 끝에서 다시 재회하는 감성 로맨스	인스타그램 스토리 형식 무료 공개	자체제작
	13관	아무나 들어갈 수 없는 특별한 상영관에 초대받은 20대 청년백수 주인공이 그곳에서 자신의 미래를 보게되고 인생을 건 도박을 한다.	웹툰 플랫폼	제작참여
	21세기 반로환동전	120세의 무림고수가 젊음을 찾아 고수가 되는 이야기	네이버 웹툰에 등록	제작참여
	S급 집사	판타지 웹툰	카카오 웹툰에 등록	제작참여
	공작님을 거절합니다	백작영애의 몸에 들어간 공작의 보좌관과 그 보좌관의 전 상사인 공작의 러브스토리	카카오페이지 서비스	제작참여
	근화향이 외쳤노라	독립운동 프로젝트 참여형 웹툰	카카오 웹툰에 등재	자체제작
	나 혼자 스킬 수련 1000년	현대판타지, 판타지	온라인플랫폼	제작참여
	나를바꿔줘	웹툰	네이버 웹툰에 등록	자체제작
	낙원의 문	성인 비엘	작화작업 중, 웹툰 플랫폼 연재 예정	제작참여
	농촌 클레릭 정복자	현실 세계로 은둔한 이세계 성직자의 악마 길들이기 전기	개인 투고 준비 중	자체제작
	다정한 침입자	사고로 부모를 잃은 여자주인공과 가족같이 지내던 옆집오빠와의 동거	네이버 웹툰에 등록	자체제작
	도를 몰라 지나치다	개그 웹툰	개인 블로그에 등록	자체제작
	레드돌	sf액션판타지	네이버 웹툰에 등록	자체제작
	로판웹툰	로판 웹툰	웹툰	제작참여
	드래곤의심장을가지고있습니다	로맨스 웹툰	네이버 웹툰에 등록	자체제작
	메인히로인들이나를죽이려한다	액션 판타지 로맨스 웹툰	카카오페이지 서비스	제작참여
	무제	공주와 황제의 이야기	웹툰 플랫폼 연재	자체제작
	바스퀘스트	웹툰	네이버 베스트도전	자체제작
	바오바브나무의 선물	동화책 출간	출판사 호밀밭	자체제작
	비공개 계정	스릴러드라마 장르 웹툰	웹툰 플랫폼	자체제작
	사부님들이 구독중	액션 웹툰	네이버 웹툰에 등록	제작참여
	사장님이 너무 강함	웹툰	네이버 웹툰 플러스 등록	자체제작
	손대면 톡	bl웹툰	투믹스 등록	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	스포일러	스릴러 웹툰	네이버 웹툰에 등록	제작참여
	신입사원 강회장	드라마 웹툰	네이버 웹툰에 등록	제작참여
	신입사원 강회장	최성기업 대표 강회장이 황준현의 신입사원의 몸에 들어가 벌어지는 오피스 재벌이야기	웹툰	제작참여
	신화	대장장이가 악마의 검으로부터 세상을 구하는 이야기	블라이스 공모전 참여	자체제작
	아이돌무당	무당이 아이돌이 되기위한 이야기	플랫폼에 연재	제작참여
	악역대공비의 위험한 2중생활	웹툰	웹플랫폼 연재	제작참여
	언더커버히어로	웹툰	블라이스 등록	자체제작
	역대급영지설계사	판타지 개그	네이버 웹툰에 등록	제작참여
	염마라사	강시를 부린다는 기괴한 무공 염마공. 그 염마공을 훔친 죄로 무림맹에게 멸족 당한 진주언가. 집안의 유일한 생존자 언주견이 염마공을 사용하는 살인범을 뒤쫓는 이야기.	웹툰	자체제작
	영생차사	저승사자의 복수 스토리	네이버웹툰 베스트도전만화 연재	자체제작
	오성X한음	추리 역사 웹튼	네이버 웹툰에 등록	자체제작
	오인용	캠퍼스 코미디웹툰	원스토어 스토리	자체제작
	오컬티드	어린 아이가 컬트에서 탈출하는 내용	출판	제작참여
	왕깨칠	실수하며 배워가는 어린이들의 이야기	네이버 웹툰 시리즈에 등록	제작참여
	외과의사가 된 화타후 작가 대공자는 무림인	웹툰	네이버 시리즈 카카오페이지	제작참여
	웹툰	현대 드라마 장르 웹툰	카카오페이지와 카카오웹툰	제작참여
	웹툰	웹툰	웹툰	자체제작
	웹툰	개그 웹툰	온라인	자체제작
	웹툰	그림 업무	네이버 웹툰에 등록	제작참여
	윌유메리미	생활툰	네이버 웹툰에 등록	자체제작
	음락왕녀	마왕에게 패배한 왕국의 여왕과 공주는 포로가 되고 마왕의 손에서 탈출할 기회를 엿보고 있는데..	탑툰에 등록	자체제작
	전갈의시간	액션 웹툰	카카오페이지	제작참여
	절대엘드미아에가를건드리지마라	판타지 웹툰	스튜디오회사에 납품	제작참여
	정의구현	웹툰	웹툰제작	자체제작
	제목:나랑살래?	귀신을 볼 수 있는 여주가 독립해 남주와 인연이 있는 귀신과 동거하면서 엮이는 이야기	네이버시리즈	자체제작
	조선래퍼 배순박	서바이벌 오디션에 출전하게되는 조선의 소리꾼 이야기	웹툰	자체제작
	지옥키우기	호러 웹툰	네이버 웹툰에 등록	자체제작
	철인혼례뎐	로맨스 웹툰	미제공	자체제작
	캔디 윰윰, 불길한 손님, 시작은 이삭으로부터, 악계찾	bl웹툰, 로맨스판타지 웹툰	리디북스, 카카오페이지 등록	제작참여
	커팅서브	학원 스포츠 장르웹툰	2025 네이버 자상최대 공모전 1기 제출	자체제작
	트랙터는 사랑을 싣고	도시남자와 시골남자의 로맨스	온라인서비스	자체제작
	판타지의 마도공학자가 되었다	판타지, 퓨전	온라인플랫폼	제작참여
	플레누스	전생의 기억을 가진 이가 이세계를 기아로 부타 구한다	플랫폼 연재 — 카카오페이지	제작참여
	하마탱 툰포엠 만화로 쓰는 시	카툰시화집	단행본 출간	자체제작
	하지일 때	로맨스 웹툰	온라인 서비스	자체제작
	현재 대외비	청춘 로맨스	웹툰 형태	제작참여
	호리의 구슬	판타지	웹소설	자체제작
	홀아비	좀비세상에서 납치당한 딸을 찾으러가는 아빠의 여정	네이버 웹툰에 등록	자체제작
음악 (74)	1.4후퇴 70년 다시 부르는 부산, 비가 (悲歌)	1.4후퇴 70년 다시 부르는 부산, 비가 (悲歌)	유튜브	자체제작
	4.5층 음원공연 활동	인디밴드 4.5층 음악활동	음원발매 및 공연 출연	자체제작
	920(GuEGong)	음악 커버영상, 자작곡, 뮤직비디오, 비하인드 등	유튜브 제작 및 업로드	자체제작
	Blue	Blue	Youtube	자체제작
	GREENERY	음반	음반유통	자체제작
	hathaw9y - Essential	인디밴드 해서웨이 정규 1집	디지털 유통오프라인 CD 유통공연	자체제작
	have hope	퓨전국악곡	음악연주 및 공연	자체제작
	Invisible Diary	음악	스트리밍, 공연	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	Killing mr softly -una	사랑하는 내용의 음악과 뮤비	워너뮤직 유통	제작참여
	The Last Thing Left	음반	LP, CD, 디지털 음원	자체제작
	검은잎들 앨범	음반 제작 후 판매	음원 스트리밍 및 실물 음반 판매	자체제작
	공연	노동요	실외공연	제작참여
	그 사랑이 니를	뮤직비디오	유튜브	자체제작
	김노나 EP음원발매	개인 음원발매	음원사이트	자체제작
	깽판	하드록 음악	온라인 음원유통	자체제작
	네가 참 좋아	디지털음원제작	디지털싱글발매	자체제작
	노래커버	기존 음악 커버	유튜브 및 다양한 sns, 영상 업로드 가능한 플랫폼 업로드 및 공연	자체제작
	다원예술	음악,마임,나레이션 혼합	무대공연	자체제작
	더바스타즈/칩앤스위트 정규앨범	음원제작, 뮤비제작	음원플랫폼, 유튜브	자체제작
	라이브	라이브클립제작	유튜브	자체제작
	무화과	정규앨범	음원	자체제작
	바이올린 연주회	연주	연주	자체제작
	발레클래스음악	음원제작	음원사이트	자체제작
	부산 청년 공연팀	댄스공연	오프라인공연, 유튜브 쇼츠	자체제작
	부산솔로이스츠앙상블 시그니처콘서트	부산솔로이스츠앙상블 정기연주회	공연장에서 연주	자체제작
	비밀수첩	음반 제작	음원플랫폼 유통	자체제작
	사이드카 오프라인 공연	30분~1시간 가량의 공연	예매 및 현매	자체제작
	색소폰 콘텐츠	교육 및 연주커버	온라인 수업	자체제작
	성아콘서트	이탈리아오페라	공연	제작참여
	성악크로스오버콘서트	성악발성으로 함께하는 유명곡열창	직접공연(대관공연)	제작참여
	세가지 소원 (음반)	음악, 뮤직비디오	온라인 유통	자체제작
	셀러리우먼 라이프	현대시대의 셀러리우먼의	워킹맘을 위한 유쾌한 위로 음악극	자체제작
	싱글 앨범 [여름 날씨]	음원제작	다양한 음원 사이트에 등록	자체제작
	쑥대머리	춘향전 내용을 현대적으로 해석+국악의 요소를 넣어 뮤직비디오 뮤지컬 제작	국내외 음원 유통사, 유튜브	자체제작
	아템포 피아노숲연주회	클래식 음악 공연	공연장에서 음악회	자체제작
	아티스트	대중가요	음반제작	자체제작
	연극 다수	연극 다수 음악감독	음악제작 및 노래 지도	제작참여
	연극음악	작품 음악 디자인제작	직접파일링	제작참여
	연주	연주	링크	자체제작
	연주회	클래식음악 소개	라이브영상	제작참여
	오케스트라공연	연주자	연주자참가	제작참여
	오페라	사랑	문화회관	자체제작
	오페라 오디세이 시리즈 공연제작	오페라와 타장르 접목공연	정기공연	자체제작
	우리 시 우리 노래 공연	시인의 시를 작곡가가 작곡하여 성악가와 연주단체가 공연을 함	공연장에서 공연을 함	자체제작
	윤슬	근심 고민을 바다 저멀리 띄어보내는 노래	음원유통	자체제작
	음악	음악 제작	음악 제작	자체제작
	음악	음원제작	음원유통	제작참여
	음악 앨범	음악 앨범	각 음원사이트에 등록	자체제작
	음악공연	가족관련 공연가획	공연장	자체제작
	음악공연	재즈피아노 공연	무대, 유튜브, 온라인	자체제작
	음악월드국악 프로젝트, 가무악 프로젝트	국악기로 떠나는 세계여행, 우리음악 가무악 만나보기 등등	기획공연 및 찾아가는 음악회	자체제작
	음악의 길로 나아가다	작곡	오프라인 공연	제작참여
	음악제작	작사 작곡	음원사이트 sns 유튜브	자체제작
	음악제작	다양한연주형태의 음악구성	공연장공연 및 장소출장연주	자체제작
	음악제작	작곡	음원 스트리밍	자체제작
	음원	편곡	지니뮤직및 여러음원사이트 제공	제작참여
	음원제작	제작 편곡	자체제작	자체제작
	음원제작	로고송 및 자작곡 제작	음원 및 공연	제작참여
	인디밴드음원제작	말그래도 음반제작	음원유통 공연	자체제작
	일렉펀트1집	음반	스트리밍, CD	자체제작
	입 막아라	작사, 작곡	사운드 클라우드	자체제작
	전시	도자기 제작	전시회	자체제작
	정기연주회 및 기획연주	회원들이 람께 연주함	공연장소 혹은 버스킹 처럼 제공	자체제작
	조태준과 부산그루브	'LA엔 LA메탈, 시카고엔 시카고 블루스, 부산에는 부산그루브'를 외치는 부산 로컬 다국적 밴드 대한민국, 미국, 불가리아, 뉴질랜드 출신의 멤버들이 부산에서 만나 부산을 노래합니다	'장사하자''남쪽끝섬'등의 노래로 알려진 하찌와 TJ의 조태준을 중심으로 지노(미국), 이바일로(불가리아), 바사나(뉴질랜드), 마상령(부산)으로 이루어진 다국적 부산 로컬밴드. 조태준의 익숙한 곡들은	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
			물론이고 락, 레게, 보사노바, 트로트 등 다양한 장르의 음악들이 어우러진 부산 스러운 글로벌 음악을 선보인다.	
	콘서트	콘서트	콘서트	제작참여
	클래식살롱 에운	클래식음악 소개	유튜브	자체제작
	퓨전국악	국악공연	공연실연	자체제작
	퓨전국악밴드 비원	퓨전국악	전문 공연장 연주 및 버스킹형태 공연	제작참여
	피아노	독주회 및 연주회	연주	자체제작
	한국음악음원제작프로젝트	한국음악음원제작	한국음악음원제작	자체제작
	한국형 사회적 정서	한국형 사회적 정서교육	유튜브	제작참여
	한스짐머 오케스트라 콘서트	공연 기획	부산 콘서트홀에서 연주	자체제작
	해운대음악제	매년 2회씩 진행하는 클래식 음악제	오프라인	자체제작
	휴고	음원제작	음원유통	자체제작
영화 (24)	8인의용의자들	일제강점기 배경의 미스터리 스릴러 영화	극장개봉 및 플랫폼 공개	제작참여
	고고한 저 사랑	명은 납에게 생일선물을 하기위해 1억 오천만년전으로 돌아가 손가락 화석을 만든다	영화제 지원 상영	자체제작
	그 많던 꿀벌은 어디로 다 사라졌을까	낡은 무채색의 임대 아파트 단지. 이곳의 복지관에서 함께 양봉하던 주민들은 어느 날 꿀벌이 사라진 것을 발견한다. 사람들은 저마다의 방식으로 벌을 되찾으려 애쓰지만 모두 헛수고에 그친다. 그렇게 지쳐가던 어느 날, 누군가 말한다. “그냥 꽃을 심으면 안 될까예?”	2025 커뮤니티비프 상영	제작참여
	내이름은	영화	극장상영	제작참여
	단편영화 나의 또다른 세상	세상으로 나아가는 장애를 가진 수아의 이야기	극장 상영	제작참여
	더리포터	신문기자 이야기	계약	제작참여
	등대	황반변성에 걸린 성현이 금메달에 도전한다	극장개봉	제작참여
	딥러닝시네마	시네포크에서 상영회 진행	영화기획	제작참여
	라스트필름	장편 영화	극장상영	제작참여
	미희.공동구역.등다수	각자의 사연으로 고향을 떠났던 여주와 우직히 고향을 지킨 남주. 고향의 땅이 개발되면서 투기꾼들이 몰려드는데 첫사랑을 다시만난 남주의 재산을 노리는 기회부동산. 여주는 어떤 마음일까	영화	제작참여
	바둑소년의 첫사랑	단편영화	후반작업중	제작참여
	벡스코 영상	박람회 영상	Mp4 영상파일	자체제작
	사상	사상지역의 이야기	영화제 및 개봉	제작참여
	살티	다큐	방송	자체제작
	세상의 반	소녀의 모험담	극장개봉	자체제작
	수업	수업	현장	제작참여
	아저씨, 여기서 뭐해요?	국가유공자 후손의 오래된 주택을 부산의 예술가들이 멋지게 복원시켜주는 짧은 드라마	영화제 상영	제작참여
	영화	영화 기획, 제작/기관에서 스타트업 기업 뽑는 지원사업	제작 지원	제작참여
	정순	장편 드라마	서울독립영화제	자체제작
	중간계	생성형AI를 통한 영화제작	극장개봉	제작참여
	지금 여기 찰칵	중학생들의 고민을 그들의 시각에서 해결해 나가는 내용	온라인스트리밍	제작참여
	차기작	극장용 장편 영화 스토리	극장 개봉	제작참여
	트랜스유라시아2022:유라시아 평화 원정대	다큐멘터리	국내OTT	자체제작
	평평남녀	이별을 통해 성장하는 여성이야기	극장개봉	제작참여
게임 (2)	게임	게임플레이	유튜브	자체제작
	내인생에서 꺼져	미연시 게임	모바일	자체제작
애니메이션 (10)	ATEEZ 애니메이션 Aniteez	Kpop 아이돌 에이티즈의 캐릭터 애니메이션 Aniteez	하청제작	제작참여
	개인 작품 포트폴리오	회화작품 포트폴리오 정리용도	Sns를 통한 개인작품 포트폴리오 감상	자체제작
	동화책	동화책	동화책	제작참여
	두꺼비집	호러스릴러	네이버 웹툰에 등록	제작참여
	미술	작품 제작	설치, 평면	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	부산박물관	거장의 비밀 홍모물 디자인	작업 전시 홍보	제작참여
	제품 제작	자체디자인 제품 제작	온라인판매	자체제작
	청담요	작품홍보	인스타그램, 블로그	자체제작
	출판	독립출판	북페어. 아트마켓	자체제작
	하나로 성경공부	교회 성경공부 주2회 제작	유튜브	자체제작
방송 (12)	KBS	뉴스제작1부 PD	방송송출	제작참여
	KNN방송프로그램	의료정보	공중파	제작참여
	국민리포트	문화 전시 행사	제작참여	제작참여
	닥터스	의료프로그램	KNN	제작참여
	도시괴담, 미스터리, 공포게임	유머러스하게 설명	유튜브	자체제작
	밀톡	방산 기업, 전문가의 밀리터리 전문 토크쇼	공중파와 유튜브	제작참여
	부산포해전	이순신장군 부산포해전 일대기 다큐멘터리	MBC 방영	제작참여
	시민리포트부라보 우리동네 톡톡	지역 소식 취재	라디오 방송물 영상물제작	자체제작
	에이앤에이 스튜디오	연애하는 세대들의 대화법	유튜브	자체제작
	에세이	슈퍼주니어 예성의 아트 에세이	유튜브	제작참여
	오늘은 뭐 묵지?	촬영팀	촬영현장에 참여	제작참여
	유튜브	브이로그	영상편집	자체제작
광고 (7)	(주)글로비언트 소속 콘텐츠 마케터	(주)글로비언트의 브랜드 제품 SNS광고 제작	온라인 광고	자체제작
	2025부마민주항쟁 다큐멘터리	촬영기획제작	부산mbc상영	제작참여
	SKT 해피해빗컵(다회용컵) 홍보영상	SKT 해피해빗컵(다회용컵) 홍보영상	영상 기획, 촬영, 편집으로 포함한 제작 전반	자체제작
	SNS 광고 영상 제작	숏폼, 릴스 영상 제작	SNS 업로드 및 게시	자체제작
	경북, 초록을 잇다	1977년 경상북도에서 시작된 자연보호운동을 알리고 산불로 인한 자연훼손의 현장을 보여주며 자연보호의 의미를 되새기는 드라마타이즈의 다큐멘터리	공중파 및 OTT	자체제작
	바이럴광고	뷰티	셀프캠	제작참여
	영상 제작	숏폼	인스타그램	자체제작
캐릭터 (8)	개인 작품 제작	캐릭터 그림	전시 및 판매	자체제작
	고대동물기	드라마, 옴니버스 웹툰	네이버 웹툰에 등록	자체제작
	꾸르비	캐릭터	캐릭터	자체제작
	사랑이	캐릭터 사랑이는 창작자 오정민의 창작세계를 알리기위한 수단으로 만들어졌다.	쉬운 글쓰기, 큰 활자를 적용한 누구나 이해할 수 있는 홍보물 상품 제작	자체제작
	아보키	버추얼 캐릭터	음반,유튜브,SNS	제작참여
	에그박사	자연교육콘텐츠	뉴미디어플렛폼, VOD	자체제작
	영상	글씨디자인	SNs	제작참여
	창작캐릭터	창작캐릭터	주문자 의뢰방식	자체제작
지식 정보 (3)	개인 시집 발간	개인 창작 시, 창작 시조 모음집 발간	서적 출판	자체제작
	음원제작	대중음악	자체제작	자체제작
	창작	미술작품	전시회	자체제작
콘텐츠 솔루션 (3)	SNS 홍보 콘텐츠 제작	SNS 홍보 콘텐츠 제작	서비스 요청이 올 시, 기획하여 제작 납품	자체제작
	개인작품제작	평면회화	전시	자체제작
	플레이어워드	게임 추천 서비스	앱	제작참여
공연 (57)	A1 DANCE CONCERT	K-POP & 코레오그래피 실무 공연	공연	제작참여
	freedom	음원	온라인 스트리밍	자체제작
	가족오페라 신콩쥐	어린이가족극	공연	자체제작
	갈매기	한 여인을 두고 두 남자의 사랑, 질투	공연	자체제작
	거리에 스며들다	어긋난남녀의 이야기	연기로 배우	자체제작
	공연	무용작품공연	무대	자체제작
	공연 제작	국악 타악	작품 제작 및 공연	자체제작
	공연 _ 뮤지컬	어린이뮤지컬	실연	자체제작
	공연음악극거문도 캐롤	1885년 조선의 거문도 영국군점령 당시 문화적 차이를 뛰어넘는 평화적 공생을 이루며 맞이하는 첫 크리스마스를 보내는 이야기	예울마루 공연	제작참여
	공연참가	배우로 참여	실연	제작참여
	국악 실내악단 길	비나리, 난장판 등	음원사이트	자체제작
	그 전화 믿지마세요	6~70대 노인들을 위한 보이스피싱 예방공연	찾아가는 공연	제작참여

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	기억해야 할 미래 2 [그날의 함성]	광복 80주년 기념 공연	공연	제작참여
	김원일 마술연구소	컨텐츠 연구	자문 컨설팅	자체제작
	당신의 꽃	연극 실연	레몬트리소극장	제작참여
	리뷰	부산문화예술 관련 리뷰	영상	제작참여
	마술공연	우산마술	공연장 공연	제작참여
	무용단	무용공연제작	공연	자체제작
	무용소나기	기황순원 소설 작품을 무용 작품으로 만든 무용극	공연	자체제작
	뮤지컬 공연	뮤지컬음악과 작품	공연	제작참여
	미니콘서트	피아노 연주곡과 그에 맞는 대화형식의 토의	미니공연홀	자체제작
	바리데기	부산시립예술단 연합공연	공연, 부산문화회관 대극장	자체제작
	버닝 그래피티	행사 공연 중 라이브 패인팅	행사 공연 중 라이브 패인팅	제작참여
	부산발레페스티벌	부산발레페스티벌 사진 및 영상촬영 서비스	공연촬영 및 홍보영상제작	제작참여
	부산춤판	부산,경남지역 청년댄서 활동 지원 사업	참가비 없는 무료 댄스대회 운영을 통한 숨어있는 부산,경남지역 인재발굴 및 수익창출 프로그램 지원	자체제작
	부산케인무용단	장애예술	공연 및 교육	자체제작
	비쥬월드	편의점 디저트 후기	유튜브	자체제작
	스타클럽 연애인예술단	현역가수겸~신인가수발굴및.공연.행사 진행	포스트제작 및 유투브	자체제작
	슬픔이 찬란한 이유	연극 실연	시민회관 소극장 공연	제작참여
	시나리오	다큐멘터리	자료제공 수집	제작참여
	악기연주	악기연주	악기연주	제작참여
	어둠상자	고종황제의 사진을 찾는 4대에 걸친 이야기	연극공연	제작참여
	어항 속 물고기	연극	공연참여	제작참여
	연극	연극공연제작	연극공연	자체제작
	연극	연극 택시안에서	공연장	자체제작
	연극	연극제작	소극장 공연	자체제작
	연극	실연	출연	제작참여
	연극	세트디자이너	1인 디자인	자체제작
	연극 검정고무신	연극 제작	공연	자체제작
	연극 마술	공연	공연	제작참여
	연극 사람, 한울이 되다	연극 실연	오프라인 공연	제작참여
	연극 제작	연극 제작	공연장	자체제작
	연극 제작 공연	연극 제작. 공연	민간 소극장 공연	자체제작
	연극공연제작,배우	연극공연 50여편 제작, 연극공연 100여편 출연	대극장,중극장,소극장에서 공연	자체제작
	연꽃산솔날파름	택견과 마임.연기. 풍물이 어우러진 넌버벌 퍼포먼스	무대공연. 동영상	자체제작
	영 앤 아트로드	청년 예술가와 골목상권을 연계한 문화 예술 콘텐츠	용역	자체제작
	와우 서프라이즈	서핑 예능	케이블 tv	자체제작
	우리 이야기 시크릿미용실	미용실을 배경으로 일어나는 일상소동극	공연	제작참여
	음악	공연	공연	자체제작
	이병주	색소폰연주자	유튜브	자체제작
	전통문화예술	공연 기획	실연	제작참여
	전통연희예술	풍물,사물놀이	연희공연활동 및 문화강좌수업	자체제작
	제작참여	배우,스탭	실연	제작참여
	지상파 프로그램 활동	주간프로그램	지상파 및 유튜브	제작참여
	키친씨어터	공연과 식사를 함께 즐길 수 있는 새로운 콘텐츠	공연	자체제작
	탈피 날아오르다, 탈피 기존의 틀을 벗어나다 등	국악	공연, 유튜브	자체제작
	해질녘 당신의 자리	연극 공연	무대 공연	제작참여
1인 미디어 (90)	10만원대 셀프 인테리어 집꾸미기	10만원 이하 예산으로 집을 꾸미는 셀프 인테리어 브이로그	유튜브	자체제작
	24살 인생 첫차 출고 브이로그	24살에 생애 첫 자동차를 출고하며 기록한 브이로그.	유튜브	자체제작
	30살 취업거부자 망한 프리랜서의 현실	프리랜서로 살아가는 현실적인 취업 거부 경험과 프리랜서 수입의 한계	유튜브	자체제작
	가성비 쇼핑 추천템	택배 언박싱 사용컷	유튜브	자체제작
	가성비 아이템 소개	저렴하지만 좋은 제품들 소개	유튜브	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	건축으로 보는 자동차 디자인	도시적 사고로써 바라보는 자동차와 건축	유튜브	자체제작
	관광	한국 관광지	블로그	자체제작
	구글맵도 안되고 중국어도 못하고 여행 난이도 최상 상하이 3박 4일	상하이 3박 4일 여행 브이로그. 구글맵 사용 불가, 중국어 불능 상태에서 여행하며 생기는 좌충우돌 경험 기록.	유튜브	자체제작
	그 사랑 눈 앞에	일상과 생각 공유	소셜네트워크 업로드	자체제작
	나는 두부	유기견 출신 반려견의 행복한 일상	SNS를 통해 발행	자체제작
	네일팁 지속력 높이는 팁	네일팁을 오래 유지하는 방법과 관리 노하우를 소개	유뷰트 숏폼	자체제작
	다롱대롱 일상 브이로그 원브레 굿즈샵	일상 브이로그와 원브레(OneBread) 굿즈샵에서 구매한 굿즈를 소개하는 콘텐츠.	유튜브	자체제작
	다이소 재료로 곰돌이초콜릿 만들면 생기는일	다이소 재료만 활용해 곰돌이 모양 초콜릿을 만들어보는 쿠킹 실험 브이로그. 재료 준비 과정, 초콜릿 제작 과정, 실패와 성공 기록.	유튜브	자체제작
	다이소 찐 추천템	다이소에서 실제 사용해본 생활용품 아이템을 소개	숏폼	자체제작
	단백질 간편식 소개	헬린이 다이어터에게 인기	유튜브	자체제작
	대학생 브이로그	일상, 취미, 소소한 리뷰 콘텐츠를 제작	유튜브 업로드(주 1회)	자체제작
	데일리룩 소개	오늘의 패션 코디 보여주기	유튜브	자체제작
	도보 여행 영상	목적지 없이 걸으며 만나는 풍경 소개	유튜브	자체제작
	동영상	사신 촬영후 전시와 도록제작	전시실 배치	제작참여
	등산 챌린지	정상까지 가는 과정과 하이라이트 영상	유튜브	자체제작
	디지털드로잉 수익화	디지털드로잉 수익화	유튜브	자체제작
	러닝 도전기	오늘의 기록, 속도, 컨디션 공유	유튜브	자체제작
	로즈페퍼	여행브이로그	유튜브	자체제작
	맛재의 맛집노트	맛집찾아 리뷰	영상컨텐츠제작	자체제작
	맛집남자	전 세계의 맛집 컨텐츠를 소개합니다	유튜브, 인스타, 틱톡, 페이스북, 네이버 클립, 카카오톡	자체제작
	맛집소개	맛집소개	각종 맛집 찾아서 리뷰 소개	자체제작
	먹방 숏클립	한 입 먹고 맛 표현하는 초단순 먹방	유튜브	자체제작
	메가커피 알바생 브이로그	메가커피 매장에서 아르바이트하며 겪는 일상과 업무 경험을 브이로그로 기록.	유튜브 숏폼	자체제작
	명륜1번가	상권홍보영상 유튜브	유튜브	자체제작
	모든 풍선컨텐츠	풍선아트 강의	영상제작	자체제작
	뭄	뭄	뭄	자체제작
	뮤직비디오	뮤직비디오	유통업체	제작참여
	미디어 영상	사회적 협동에 관한 영상물 제작	오픈 스튜디오	자체제작
	미술	작업	전시	자체제작
	바이올렛 샤인	작품 사진	인스타그램	자체제작
	반려견 산책 브이로그	반려동물과의 일상 산책 코스 소개	유튜브	자체제작
	반려견 콘텐츠	반려견과의 루틴 기록	유튜브	자체제작
	반려동물 귀여움 순간	자연스러운 행동 담기	유튜브	자체제작
	밤 루틴	잠들기 전의 정리 힐링 시간	유튜브	자체제작
	방송	인터넷 영상물	1인 유튜버 제공	자체제작
	복사장	수산물 정보 맛집 소개	유튜브	자체제작
	부산 소상공인 로고송 프로젝트	부산 지역 소상공인을 위한 맞춤형 로고송·홍보 영상을 제작하는 콘텐츠. 브랜드 스토리와 매장의 개성을 담아 유튜브·SNS용 숏폼 영상 기획 및 제작	SNS 채널(유튜브·인스타그램·네이버 블로그 등)을 활용한 영상 공개 및 마케팅. 직접 기획·촬영·편집 후 온라인 배포 및 의뢰	자체제작
	부산살롱	부산의 로컬 맛집, 여행지, 카페, 행사 등을 소개하는 브이로그 중심 콘텐츠	유튜브 업로드 및 인스타그램 릴스 병행 홍보	자체제작
	브이로그	브이로그	유튜브	자체제작
	브이로그	일상 브이로그 제작	유튜브	자체제작
	블루데이 TV	관광지 홍보	유튜브	자체제작
	사운드 중심 ASMR	물소리 종이소리 키보드 등	유튜브	자체제작
	사진 촬영 루틴	포토스팟 찾기와 촬영 팁 소개	유튜브	자체제작
	사진작업	사진작업	사진작업	자체제작
	스마트폰 사진 보정법	필터 앱 보정 등 각종 사진촬영 팁	유튜브	자체제작
	시집출판	개인작가 시집출판	지역도서관배부 및 무료배부	자체제작
	신나는부산	한동훈 전 대표님 관련 영상촬영	유튜브신나는부산	자체제작

산업분류	영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
	아침 산책 브이로그	조용한 산책길에서의 하루 시작 루틴	유튜브	자체제작
	여행 브이로그	국내 여행지 관광 브이로그 업로딩	유튜브	자체제작
	여행갔다가 손절엔딩	친구와 일본 도쿄 여행 중 갈등이 생겨 결국 혼자 돌아오게 된 경험을 브이로그 형식으로 담은 영상	유튜브	자체제작
	역전 시도하는 시험기간 브이로그	험기간에 늦게 공부를 시작했지만, 최선을 다해 역전 점수를 노리는 과정과 일상 브이로그를 기록	유튜브	자체제작
	영상물 제작	홍보 광고 공연	촬영 편집 sns업로드	자체제작
	영화리뷰	숨겨진 영화들 리뷰	유튜브	자체제작
	오늘의 데일리룩 전환 영상	컷변환으로 옷 갈아입기	유튜브	자체제작
	오사카 쇼핑 하울	혼자 떠난 오사카 여행에서 구매한 아이템들을 소개하는 쇼핑 하울 브이로그	유튜브	자체제작
	요즘카메라	카메라 강의	유튜브	자체제작
	우당탕 맥시멀 라이프 집 꾸미기 집구조 바꾸기	맥시멀 라이프 스타일로 집 구조를 바꾸고, 다양한 소품과 가구로 집을 꾸민 브이로그	유튜브	자체제작
	유튜브	부동산 현장, 모델하우스	유튜브	자체제작
	유튜브 물건 리뷰 채널	물건 리뷰를 합니다	영상 업로드	자체제작
	유튜브 영상제작 철학	철학 영상 제작	유튜브	자체제작
	인도의 토르 크리쉬의 신비로운 기원을 다룬 영화 리뷰	인도 신화 기반의 영화 "토르 크리쉬" 시리즈 중 신비로운 기원을 다룬 최신작 리뷰	유튜브	자체제작
	인생 첫 타투 브이로그	인생 첫 타투를 받는 과정을 브이로그로 기록한 영상. 타투 디자인 선택 과정. 시술 과정 및 느낌 공유.	유튜브	자체제작
	자전거 라이딩 브이로그	코스 소개와 풍경 담기	유튜브	자체제작
	자취 요리 콘텐츠	가스버너로 간단 요리 만들기	유튜브	자체제작
	전자제품 리뷰	테무 알리 전자제품 리뷰	유튜브	자체제작
	중고차 관련 정보 영상	중고차 관련 정보 영상	유튜브	자체제작
	직장인 점심 브이로그	현실 직장인 점심 메뉴 기록	유튜브	자체제작
	집 꾸미기 아이템 추천	미니 인테리어 템 소개	유튜브	자체제작
	초보 낚시 브이로그	장비 준비와 잡은 고기 기록	유튜브	자체제작
	카페 감성 ASMR	키보드 타건 커피소리	유튜브	자체제작
	캠핑 하루 브이로그	텐트 설치부터 캠프파이어까지 기록	유튜브	자체제작
	콜드플레이 내한공연 브이로그	콜드플레이 내한공연 참관 브이로그. 공연장 입장부터 공연 종료 후 후기까지 기록.	유튜브	자체제작
	키즈아니야 직업 체험 브이로그	다양한 직업을 직접 체험하며 기록하는 브이로그	유튜브 업로드 (월 1~2회)	자체제작
	타임랩스 콘텐츠	집청소 작업 요리 등 시간 압축 영상	유튜브	자체제작
	테무 속눈썹 유명템 다 낄여옴	테무(TEMU)에서 구매한 유명 속눈썹 제품들을 직접 착용하고 리뷰	유튜브	자체제작
	패션 OOTD	전신샷 간단 스타일링 팁	유튜브	자체제작
	피크닉 감성 영상	피크닉 준비 · 세팅 · 분위기 기록	유튜브	자체제작
	하루 10분 살림루틴	자취생을 위한 초간단 청소·정리 루틴	유튜브	자체제작
	학교 일상 + 실기기간 곁들인 브이로그	하루 일과, 수업, 과제 진행, 실기 연습 과정 기록	유튜브	자체제작
	해안 및 산책로 힐링영상	파도 소리와 걷는 장면 위주 촬영	유튜브	자체제작
	헬스장 운동루틴	초보자용 기초 운동 모음	유튜브	자체제작
	혼자 대만여행 상견니 투어	혼자 떠난 대만 여행 브이로그. 상견니 지역을 중심으로 한 맛집·카페·명소 탐방 기록	유튜브	자체제작
	홍보영상	홍보영상	인스타, 유튜브, 틱톡	자체제작
	훈똘뱅이	맛집을 알려주는 채널	유튜브	자체제작
	휴학생 혼자 첫 후쿠오카 일본여행	휴학생이 혼자 떠난 첫 후쿠오카 여행 브이로그. 공항에서 숙소까지 이동, 관광 명소 방문.	유튜브	자체제작

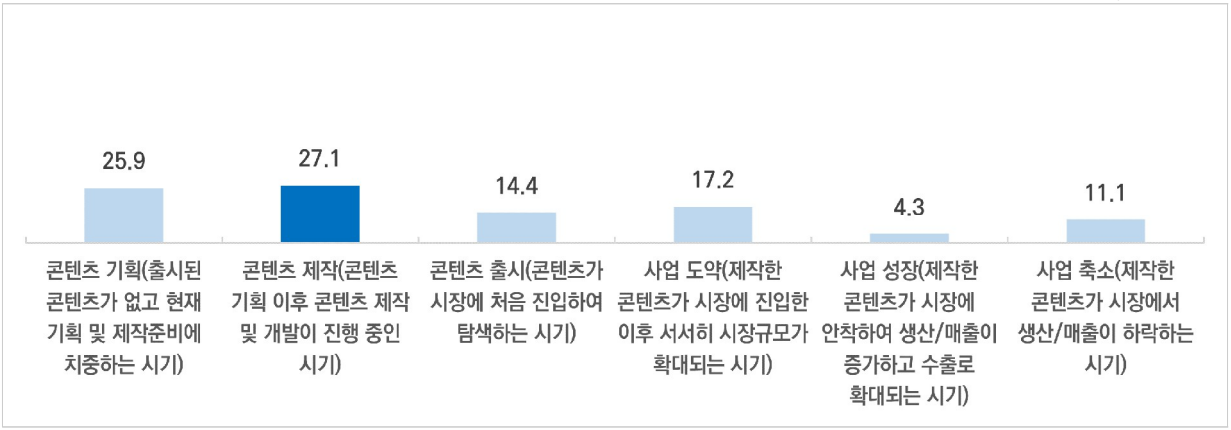
(4) 현재 사업추진 단계

Q. 귀하의 현재 사업추진 단계는 무엇입니까? [주요산업분야를 기준으로 작성]

❍ 현재 사업추진 단계를 살펴보면 '콘텐츠 제작'이 27.1%로 가장 높게 나타남. 이어서 '콘텐츠 기획' 25.9%, '사업 도약' 17.2% 등의 순으로 나타남

[그림3-61] 현재 사업추진 단계

[Base: 전체(N=494), Unit: %]



[표3-106] 현재 사업추진 단계

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %]

구분		사례수	콘텐츠 기획	콘텐츠 제작	콘텐츠 출시	사업 도약	사업 성장	사업 축소
전체		(494)	25.9	27.1	14.4	17.2	4.3	11.1
산업분야	출판	(107)	35.5	27.1	10.3	11.2	1.9	14.0
	만화	(79)	20.3	45.6	13.9	7.6	5.1	7.6
	음악	(82)	31.7	22.0	13.4	18.3	2.4	12.2
	영화	(24)	45.8	37.5	4.2	12.5	-	-
	게임	(2)	-	-	50.0	-	-	50.0
	애니메이션	(10)	40.0	10.0	10.0	30.0	-	10.0
	방송	(12)	25.0	25.0	-	33.3	-	16.7
	광고	(8)	25.0	-	-	12.5	37.5	25.0
	캐릭터	(8)	25.0	37.5	-	-	25.0	12.5
	지식정보	(3)	33.3	33.3	33.3	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(3)	-	33.3	-	33.3	-	33.3
	공연	(65)	29.2	24.6	12.3	10.8	6.2	16.9
	1인 미디어	(91)	6.6	18.7	28.6	36.3	4.4	5.5

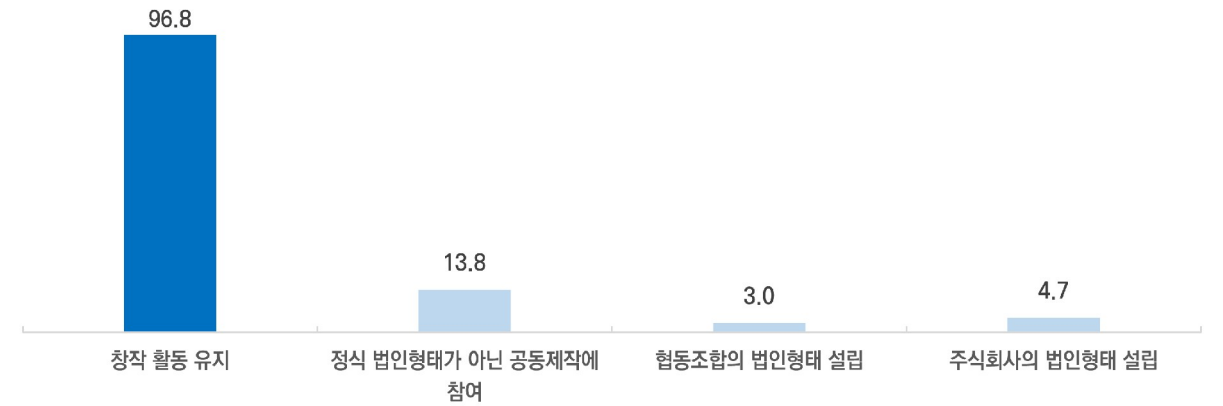
(5) 향후 콘텐츠 관련 활동 계획

Q. 향후 어떻게 콘텐츠 관련 활동을 이어가실 계획이십니까? 계획하고 있는 활동을 모두 기입해주십시오.

❍ 향후 콘텐츠 관련 활동 계획을 살펴보면 '창작 활동 유지'가 96.8%로 가장 높게 나타남. 이어서 '정식 법인형태가 아닌 공동제작에 참여' 13.8%, '주식회사의 법인형태 설립' 4.7% 등의 순으로 나타남

[그림3-62] 향후 콘텐츠 관련 활동 계획

[Base: 전체(N=494), Unit: %, 다중응답]



[표3-107] 향후 콘텐츠 관련 활동 계획

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	창작 활동 유지	정식 법인형태가 아닌 공동제작에 참여	협동조합의 법인형태 설립	주식회사의 법인형태 설립
전체		**(494)**	**96.8**	**13.8**	**3.0**	**4.7**
산업분야	출판	(107)	94.4	15.9	4.7	4.7
	만화	(79)	100.0	8.9	-	1.3
	음악	(82)	97.6	24.4	6.1	3.7
	영화	(24)	95.8	25.0	-	8.3
	게임	(2)	100.0	-	-	-
	애니메이션	(10)	90.0	10.0	10.0	10.0
	방송	(12)	91.7	25.0	-	-
	광고	(8)	100.0	-	-	25.0
	캐릭터	(8)	75.0	25.0	-	25.0
	지식정보	(3)	100.0	66.7	-	-
	콘텐츠솔루션	(3)	66.7	-	-	33.3
	공연	(65)	98.5	13.8	4.6	4.6
	1인 미디어	(91)	98.9	1.1	1.1	3.3

2) 사업 현황

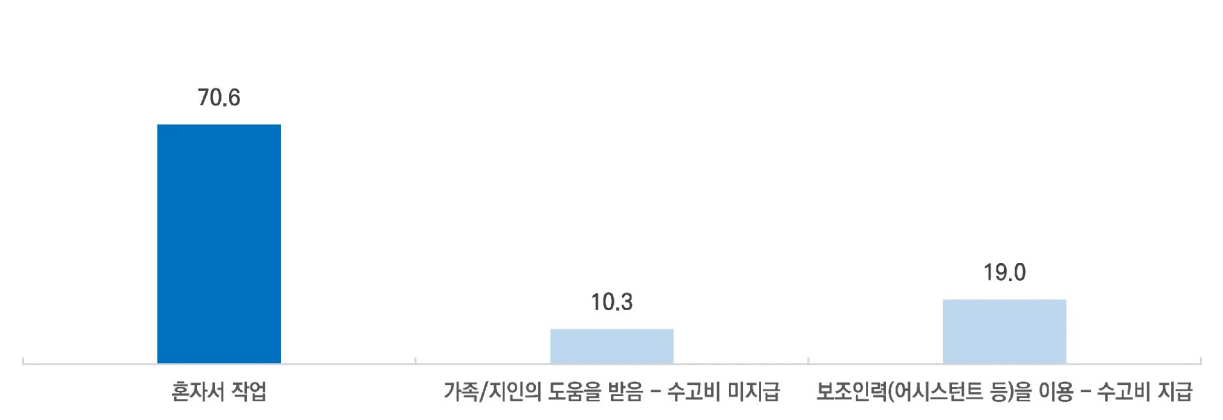
(1) 보조인력 이용 여부

Q. 귀하는 보조인력을 이용하고 계십니까?

❍ 보조인력 이용 여부를 살펴보면 '혼자서 작업하고 있다'는 응답이 70.6%로 가장 높게 나타남. 이어서 '보조인력(어시스턴트 등)을 이용하며 수고비 지급' 19.0%, '가족/지인의 도움을 받으며 수고비 미지급' 10.3% 순으로 나타남

[그림3-63] 보조인력 이용 여부

[Base: 전체(N=494), Unit: %]



[표3-108] 보조인력 이용 여부

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %]

구분		사례수	혼자서 작업	가족/지인의 도움을 받음 - 수고비 미지급	보조인력(어시스턴트 등)을 이용 - 수고비 지급
전체		(494)	70.6	10.3	19.0
산업분야	출판	(107)	79.4	15.9	4.7
	만화	(79)	60.8	1.3	38.0
	음악	(82)	61.0	18.3	20.7
	영화	(24)	75.0	12.5	12.5
	게임	(2)	50.0	50.0	-
	애니메이션	(10)	60.0	10.0	30.0
	방송	(12)	75.0	-	25.0
	광고	(8)	50.0	12.5	37.5
	캐릭터	(8)	50.0	37.5	12.5
	지식정보	(3)	66.7	-	33.3
	콘텐츠솔루션	(3)	66.7	-	33.3
	공연	(65)	55.4	12.3	32.3
	1인 미디어	(91)	92.3	1.1	6.6

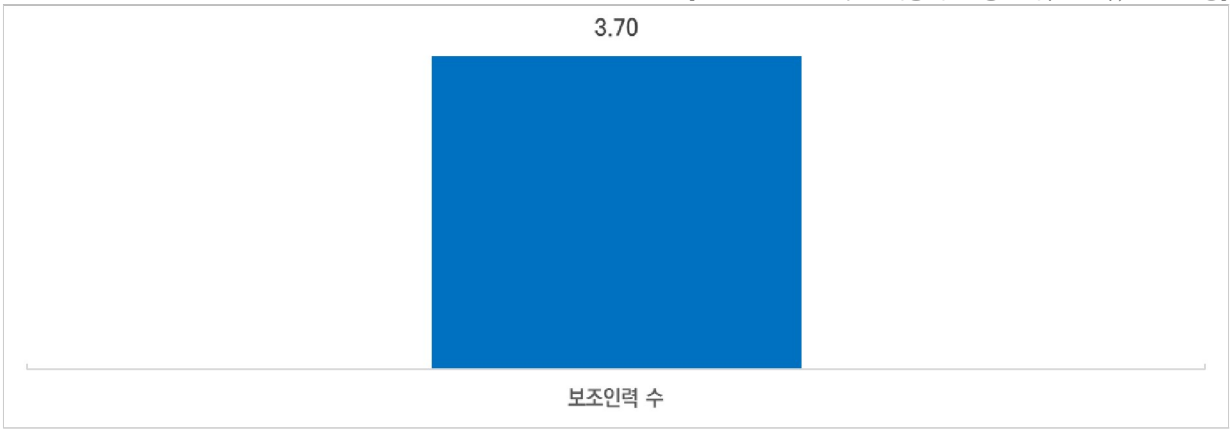
① 보조인력 수

Q. 평균적으로 몇 명의 보조인력 이용하고 계십니까?

❍ 보조인력을 이용한다는 응답자 대상으로 인원수를 살펴보면 평균 3.70명을 이용하는 것으로 나타남

[그림3-64] 보조인력 수

[Base: 보조인력을 이용하는 응답자(N=94), Unit: 명]



[표3-109] 보조인력 수

[Base: 보조인력을 이용하는 응답자(N=94) Unit: (명), 명]

구분		사례수	보조인력 수
전체		(94)	3.70
산업분야	출판	(5)	1.60
	만화	(30)	2.13
	음악	(17)	3.82
	영화	(3)	9.33
	게임	(0)	-
	애니메이션	(3)	2.33
	방송	(3)	1.33
	광고	(3)	3.33
	캐릭터	(1)	3.00
	지식정보	(1)	3.00
	콘텐츠솔루션	(1)	4.00
	공연	(21)	6.76
	1인 미디어	(6)	1.67

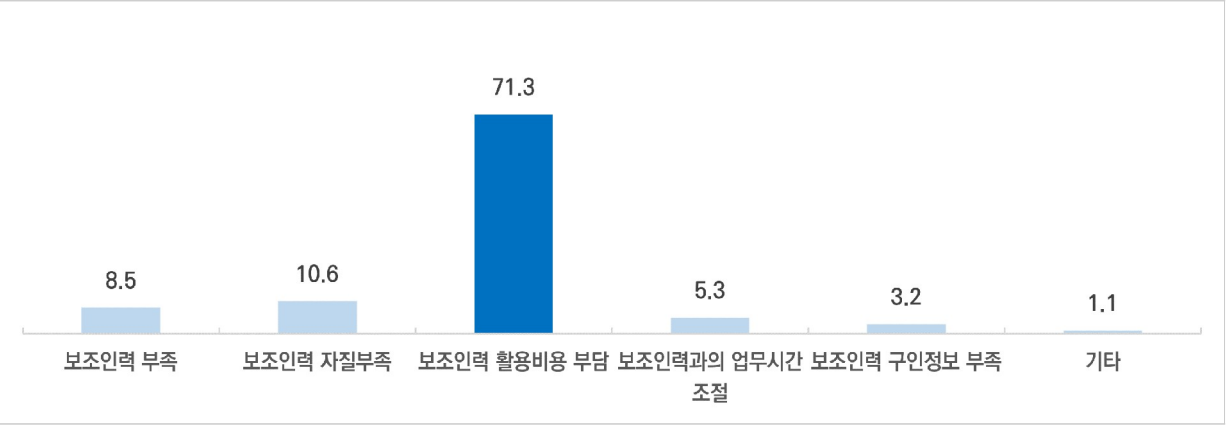
② 보조인력 활용 관련 주요 애로사항

Q. 보조인력 활용 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?

❍ 보조인력 활용 관련 주요 애로사항을 살펴보면 '보조인력 활용비용 부담'이 71.3%로 가장 높게 나타남. 이어서 '보조인력 자질부족' 10.6%, '보조인력 부족' 8.5% 등의 순으로 나타남

[그림3-65] 보조인력 활용 관련 주요 애로사항

[Base: 보조인력을 이용하는 응답자(N=94), Unit: %]



[표3-110] 보조인력 활용 관련 주요 애로사항

[Base: 보조인력을 이용하는 응답자(N=94) Unit: (명), %]

구분		사례수	보조인력 부족	보조인력 자질부족	보조인력 활용비용 부담	보조인력과의 업무시간 조절	보조인력 구인정보 부족	기타
전체		(94)	8.5	10.6	71.3	5.3	3.2	1.1
산업분야	출판	(5)	20.0	20.0	60.0	-	-	-
	만화	(30)	3.3	10.0	66.7	16.7	-	3.3
	음악	(17)	11.8	-	88.2	-	-	-
	영화	(3)	-	-	100.0	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(3)	-	-	100.0	-	-	-
	방송	(3)	-	100.0	-	-	-	-
	광고	(3)	-	33.3	33.3	-	33.3	-
	캐릭터	(1)	-	-	100.0	-	-	-
	지식정보	(1)	-	-	100.0	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(1)	-	-	100.0	-	-	-
	공연	(21)	19.0	9.5	71.4	-	-	-
	1인 미디어	(6)	-	-	66.7	-	33.3	-

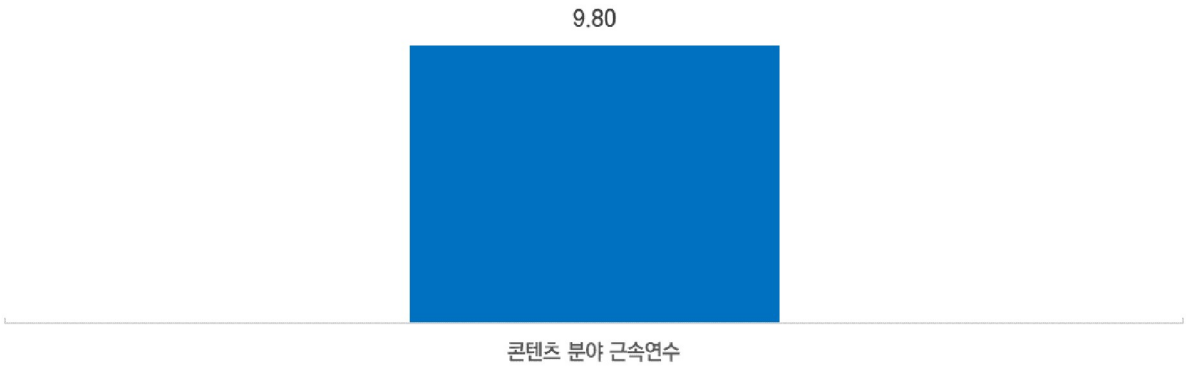
(2) 콘텐츠 분야 근속연수

Q. 귀하의 콘텐츠 분야 근속연수를 작성해 주십시오.

❍ 콘텐츠 분야 근속연수를 살펴보면 평균 9.80년으로 나타남

[그림3-66] 콘텐츠 분야 근속연수

[Base: 전체(N=494), Unit: 년]



[표3-111] 콘텐츠 분야 근속연수

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), 년]

구분		사례수	콘텐츠 분야 근속연수
전체		**(494)**	**9.80**
산업분야	출판	(107)	13.12
	만화	(79)	6.11
	음악	(82)	11.39
	영화	(24)	10.58
	게임	(2)	3.00
	애니메이션	(10)	7.29
	방송	(12)	7.77
	광고	(8)	4.84
	캐릭터	(8)	10.21
	지식정보	(3)	13.11
	콘텐츠솔루션	(3)	3.64
	공연	(65)	15.27
	1인 미디어	(91)	4.73

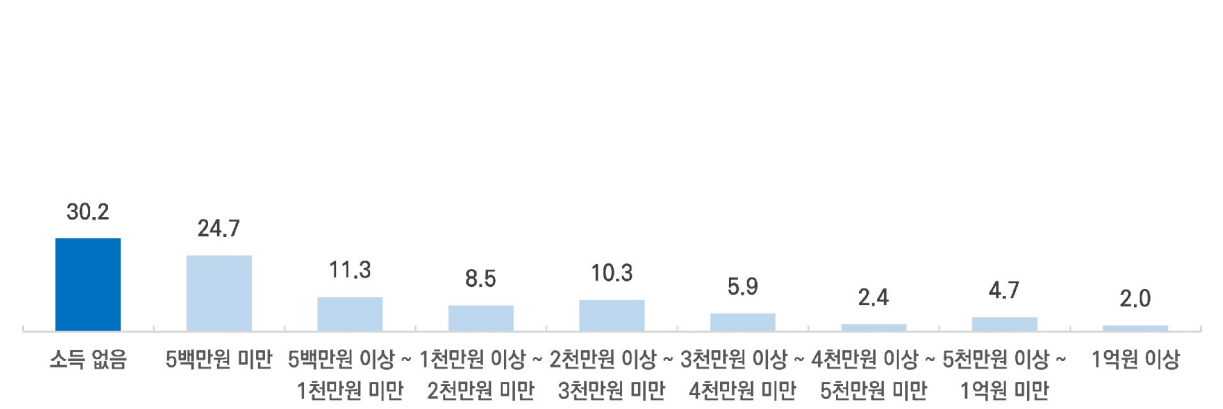
(3) 2024년(1년간) 연간 수입

Q. 귀하가 2024년(1년간)의 연간 수입은 어떻게 되십니까?

❍ 2024년 연간 수입을 살펴보면 '소득이 없다'는 응답이 30.2%로 가장 높게 나타남. 이어서 '5백만원 미만' 24.7%, '5백만원 이상 ~ 1천만원 미만' 11.3% 등의 순으로 나타남

[그림3-67] 2024년(1년간) 연간 수입

[Base: 전체(N=494), Unit: %]



[표3-112] 2024년(1년간) 연간 수입

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %]

구분		사례수	소득 없음	5백만원 미만	5백만원 이상 ~ 1천만원 미만	1천만원 이상 ~ 2천만원 미만	2천만원 이상 ~ 3천만원 미만	3천만원 이상 ~ 4천만원 미만	4천만원 이상 ~ 5천만원 미만	5천만원 이상 ~ 1억원 미만	1억원 이상
전체		(494)	30.2	24.7	11.3	8.5	10.3	5.9	2.4	4.7	2.0
산업분야	출판	(107)	44.9	35.5	4.7	2.8	3.7	4.7	0.9	2.8	-
	만화	(79)	31.6	11.4	12.7	11.4	7.6	5.1	6.3	10.1	3.8
	음악	(82)	17.1	40.2	13.4	6.1	9.8	7.3	1.2	4.9	-
	영화	(24)	29.2	12.5	8.3	20.8	8.3	12.5	8.3	-	-
	게임	(2)	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-
	애니메이션	(10)	30.0	20.0	20.0	-	-	-	10.0	10.0	10.0
	방송	(12)	8.3	16.7	16.7	16.7	8.3	16.7	8.3	8.3	-
	광고	(8)	12.5	-	12.5	-	25.0	25.0	-	25.0	-
	캐릭터	(8)	25.0	25.0	37.5	-	-	-	-	-	12.5
	지식정보	(3)	-	66.7	-	-	-	-	-	33.3	-
	콘텐츠솔루션	(3)	33.3	-	33.3	-	-	33.3	-	-	-
	공연	(65)	26.2	27.7	20.0	7.7	9.2	4.6	-	1.5	3.1
	1인 미디어	(91)	31.9	14.3	6.6	14.3	23.1	3.3	1.1	2.2	3.3

(4) 콘텐츠 주요 판로

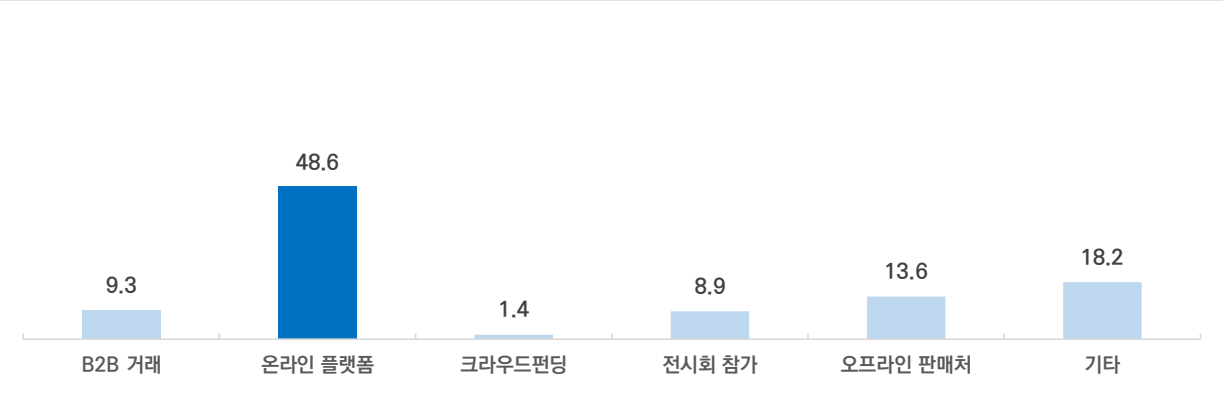
Q. 귀하의 콘텐츠 주요 판로가 어떻게 되십니까? [2024년 기준]

❍ 콘텐츠 주요 판로를 살펴보면 '온라인 플랫폼'이 48.6%로 가장 높게 나타남. 이어서 '기타' 18.2%, '오프라인 판매처' 13.6% 등의 순으로 나타남

❍ '기타' 의견으로는 '공연, 지인을 통한 판매' 등이 주로 언급됨

[그림3-68] 콘텐츠 주요 판로

[Base: 전체(N=494), Unit: %]



[표3-113] 콘텐츠 주요 판로

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %]

구분		사례수	B2B 거래	온라인 플랫폼	크라우드펀딩	전시회 참가	오프라인 판매처	기타
전체		(494)	9.3	48.6	1.4	8.9	13.6	18.2
산업분야	출판	(107)	3.7	42.1	1.9	9.3	29.0	14.0
	만화	(79)	7.6	75.9	-	7.6	1.3	7.6
	음악	(82)	6.1	40.2	1.2	7.3	18.3	26.8
	영화	(24)	20.8	29.2	12.5	8.3	4.2	25.0
	게임	(2)	-	100.0	-	-	-	-
	애니메이션	(10)	10.0	30.0	-	50.0	-	10.0
	방송	(12)	33.3	41.7	-	-	-	25.0
	광고	(8)	37.5	37.5	-	-	-	25.0
	캐릭터	(8)	-	37.5	-	37.5	-	25.0
	지식정보	(3)	-	-	-	33.3	66.7	-
	콘텐츠솔루션	(3)	-	66.7	-	33.3	-	-
	공연	(65)	6.2	23.1	-	7.7	24.6	38.5
	1인 미디어	(91)	15.4	68.1	1.1	5.5	1.1	8.8

3) 만화작가 대상 추가설문

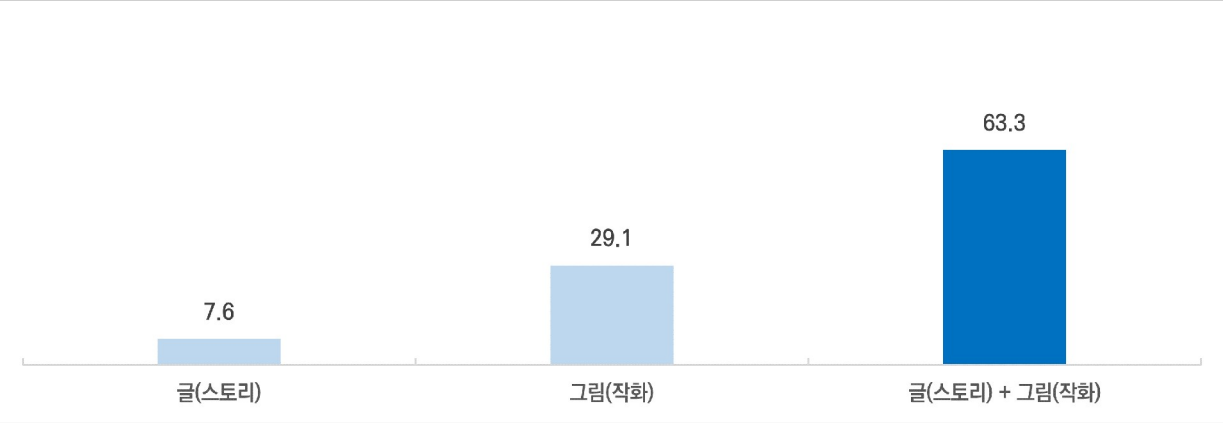
(1) 주력하는 창작활동 분야

Q. 귀하가 주력하는 창작활동 분야는 무엇입니까?

❍ 만화작가 대상으로 주력하는 창작활동 분야를 살펴보면 '글(스토리) + 그림(작화)'이 63.3%로 가장 높게 나타남. 이어서 '그림(작화)' 29.1%, '글(스토리)' 7.6% 순으로 나타남

[그림3-69] 주력하는 창작활동 분야

[Base: 만화작가(N=79), Unit: %]



[표3-114] 주력하는 창작활동 분야

[Base: 만화작가(N=79) Unit: (명), %]

구분		사례수	글(스토리)	그림(작화)	글(스토리) + 그림(작화)
전체		(79)	7.6	29.1	63.3
산업분야	출판	(1)	-	-	100.0
	만화	(75)	8.0	29.3	62.7
	음악	(0)	-	-	-
	영화	(1)	-	-	100.0
	게임	(1)	-	100.0	-
	애니메이션	(0)	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	-	100.0
	지식정보	(0)	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-

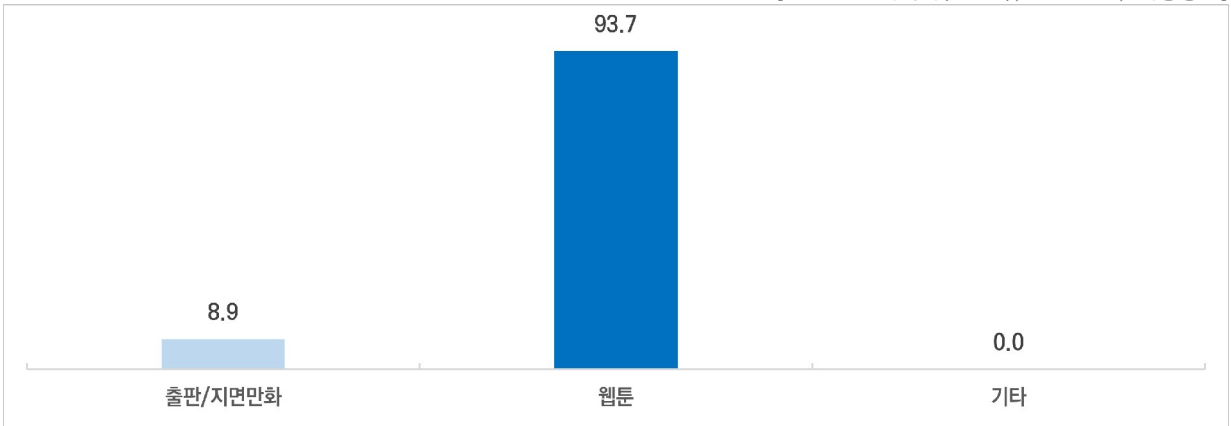
(2) 활동 분야

Q. 귀하가 활동하는 분야는 무엇입니까?

❍ 만화작가 대상으로 활동 분야를 살펴보면 '웹툰'이 93.7%로 가장 높게 나타남. 이어서 '출판/지면만화' 8.9% 순으로 나타남

[그림3-70] 활동 분야

[Base: 만화작가(N=79), Unit: %, 다중응답]



[표3-115] 활동 분야

[Base: 만화작가(N=79) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	출판/지면만화	웹툰	기타
전체		(79)	8.9	93.7	0.0
산업분야	출판	(1)	100.0	-	-
	만화	(75)	8.0	94.7	-
	음악	(0)	-	-	-
	영화	(1)	-	100.0	-
	게임	(1)	-	100.0	-
	애니메이션	(0)	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	100.0	-
	지식정보	(0)	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-

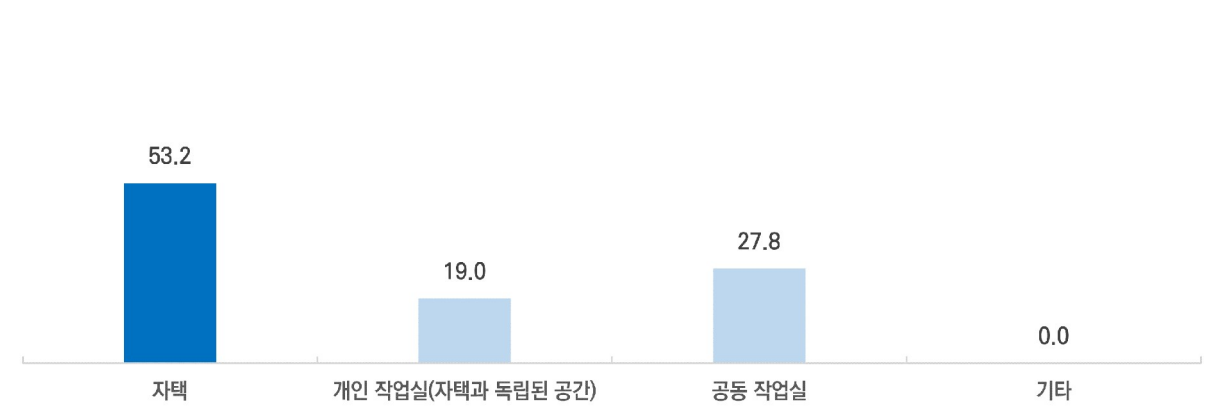
(3) 주로 이용하는 창작공간

Q. 귀하가 주로 이용하는 창작공간은 무엇입니까?

❍ 주로 이용하는 창작공간을 살펴보면 '자택'이 53.2%로 가장 높게 나타남. 이어서 '공동 작업실' 27.8%, '개인 작업실(자택과 독립된 공간)' 19.0% 순으로 나타남

[그림3-71] 주로 이용하는 창작공간

[Base: 만화작가(N=79), Unit: %]



[표3-116] 주로 이용하는 창작공간

[Base: 만화작가(N=79) Unit: (명), %]

구분		사례수	자택	개인 작업실 (자택과 독립된 공간)	공동 작업실	기타
전체		(79)	53.2	19.0	27.8	0.0
산업분야	출판	(1)	-	100.0	-	-
	만화	(75)	52.0	18.7	29.3	-
	음악	(0)	-	-	-	-
	영화	(1)	100.0	-	-	-
	게임	(1)	100.0	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	100.0	-	-	-
	지식정보	(0)	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-

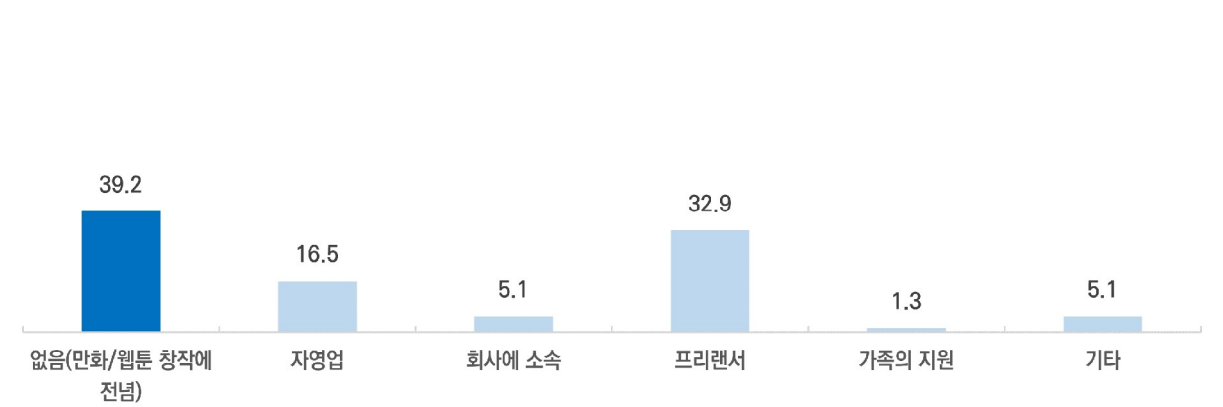
(4) 만화/웹툰 창작 외 주요 소득원

Q. 귀하의 만화/웹툰 창작 외의 주요 소득원은 무엇입니까?

❍ 만화/웹툰 창작 외 주요 소득원을 살펴보면 만화/웹툰 창작에만 전념하여 '그 외의 소득이 없다'는 응답이 39.2%로 가장 높게 나타남. 이어서 '프리랜서' 32.9%, '자영업' 16.5% 등의 순으로 나타남

[그림3-72] 만화/웹툰 창작 외 주요 소득원

[Base: 만화작가(N=79), Unit: %]



[표3-117] 만화/웹툰 창작 외 주요 소득원

[Base: 만화작가(N=79) Unit: (명), %]

구분		사례수	없음	자영업	회사에 소속	프리랜서	가족의 지원	기타
전체		(79)	39.2	16.5	5.1	32.9	1.3	5.1
산업분야	출판	(1)	-	-	-	100.0	-	-
	만화	(75)	40.0	17.3	4.0	33.3	1.3	4.0
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	-	-	-	-	100.0
	게임	(1)	-	-	100.0	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	100.0	-	-	-	-	-
	지식정보	(0)	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-

(5) 부산 및 경남지역 거주로 인해 만화작가 활동에 불편함을 느낀 경우

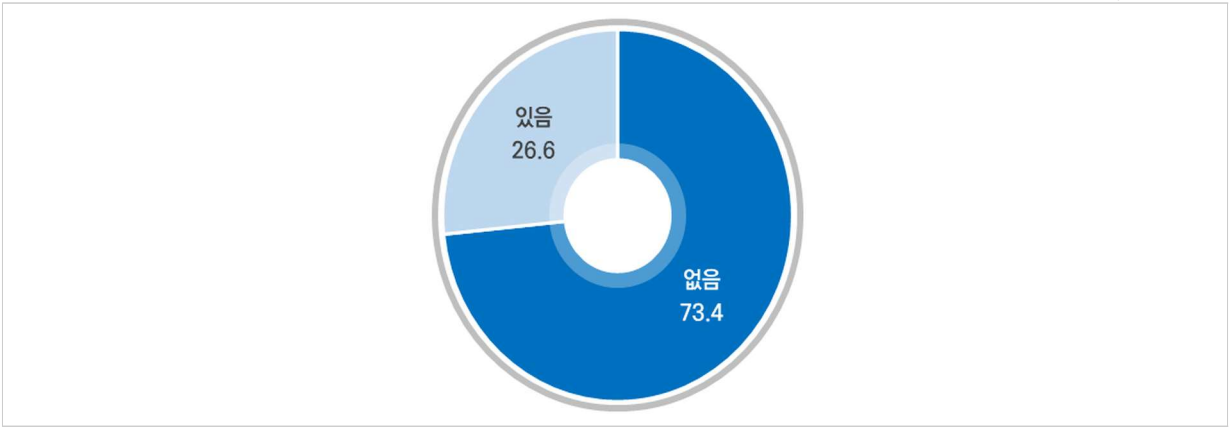
Q. 부산 및 경남지역 거주로 인해 만화작가 활동에 불편함을 느끼신 경우가 있으십니까?

❍ 부산 및 경남지역 거주로 인해 만화작가 활동에 불편함을 느낀 경우를 살펴보면 '불편함을 느낀 적이 없다'는 응답이 73.4%로 '불편함을 느낀 적이 있다' 26.6% 보다 높게 나타남

❍ 불편함을 느낀 이유로는 '업체나 플랫폼이 수도권에 주로 모여있어서 접근이 어렵다'는 의견이 주로 언급됨

[그림3-73] 부산 및 경남지역 거주로 인해 만화작가 활동에 불편함을 느낀 경우

[Base: 만화작가(N=79), Unit: %]



[표3-118] 부산 및 경남지역 거주로 인해 만화작가 활동에 불편함을 느낀 경우

[Base: 만화작가(N=79) Unit: (명), %]

구분		사례수	없음	있음
전체		(79)	73.4	26.6
산업분야	출판	(1)	-	100.0
	만화	(75)	73.3	26.7
	음악	(0)	-	-
	영화	(1)	100.0	-
	게임	(1)	100.0	-
	애니메이션	(0)	-	-
	방송	(0)	-	-
	광고	(0)	-	-
	캐릭터	(1)	100.0	-
	지식정보	(0)	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-
	공연	(0)	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-

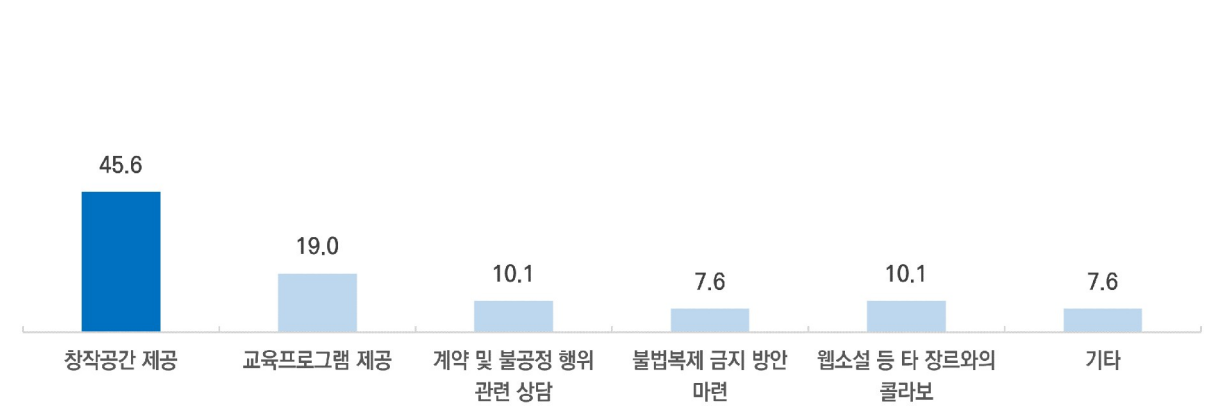
(6) 지역거주 만화/웹툰작가를 위해 가장 필요한 지원사업

Q. 지역거주 만화/웹툰작가를 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까?

❍ 지역거주 만화/웹툰작가를 위해 가장 필요한 지원사업을 살펴보면 '창작공간 제공'이 45.6%로 가장 높게 나타남. 이어서 '교육프로그램 제공' 19.0%, '계약 및 불공정 행위 관련 상담'·'웹소설 등 타 장르와의 콜라보' 각 10.1% 등의 순으로 나타남

[그림3-74] 지역거주 만화/웹툰작가를 위해 가장 필요한 지원사업

[Base: 만화작가(N=79), Unit: %]



[표3-119] 지역거주 만화/웹툰작가를 위해 가장 필요한 지원사업

[Base: 만화작가(N=79) Unit: (명), %]

구분		사례수	창작공간 제공	교육프로그램 제공	계약 및 불공정 행위 관련 상담	불법복제 금지 방안 마련	웹소설 등 타 장르와의 콜라보	기타
전체		(79)	45.6	19.0	10.1	7.6	10.1	7.6
산업분야	출판	(1)	100.0	-	-	-	-	-
	만화	(75)	46.7	18.7	9.3	8.0	10.7	6.7
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	-	100.0	-	-	-	-
	게임	(1)	-	-	100.0	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	-	-	-	-	100.0
	지식정보	(0)	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-

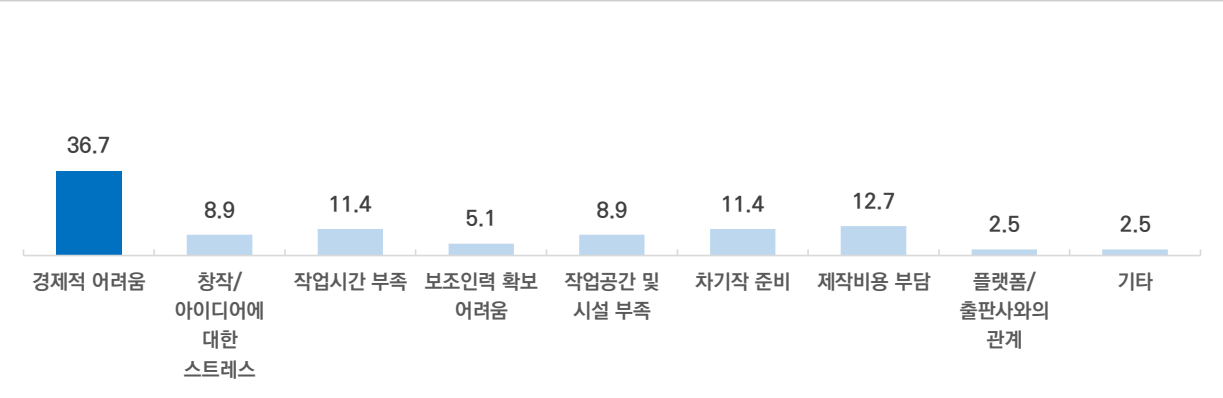
(7) 만화/웹툰 창작 관련 주요 애로사항

Q. 만화/웹툰 창작 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?

❍ 만화/웹툰 창작 관련 주요 애로사항을 살펴보면 '경제적 어려움'이 36.7%로 가장 높게 나타남. 이어서 '제작비용 부담' 12.7%, '작업시간 부족'·'차기작 준비' 각 11.4% 등의 순으로 나타남

[그림3-75] 만화/웹툰 창작 관련 주요 애로사항

[Base: 만화작가(N=79), Unit: %]



[표3-120] 만화/웹툰 창작 관련 주요 애로사항

[Base: 만화작가(N=79) Unit: (명), %]

구분		사례수	경제적 어려움	창작/ 아이디어 대한 스트레스	작업시간 부족	보조인력 확보 어려움	작업공간 및 시설 부족	차기작 준비	제작비용 부담	플랫폼/ 출판사와 관계	기타
전체		(79)	36.7	8.9	11.4	5.1	8.9	11.4	12.7	2.5	2.5
산업분야	출판	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	만화	(75)	34.7	9.3	12.0	5.3	9.3	10.7	13.3	2.7	2.7
	음악	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	영화	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(1)	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	지식정보	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-

4) 1인 크리에이터 대상 추가설문

(1) 주력하는 활동 장르

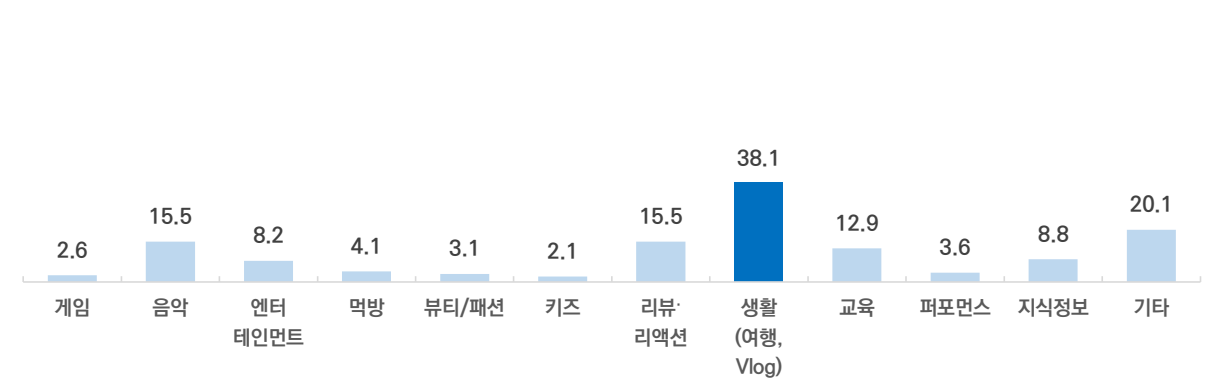
Q. 귀하가 주력하는 활동 장르는 무엇입니까?

❍ 1인 크리에이터 대상으로 주력하는 활동 장르를 살펴보면 '생활(여행, Vlog)'이 38.1%로 가장 높게 나타남. 이어서 '기타' 20.1%, '음악'·'리뷰·리액션' 각 15.5% 등의 순으로 나타남

❍ '기타' 의견으로는 '시·소설 등의 문학', '반려동물' 등이 주로 언급됨

[그림3-76] 주력하는 활동 장르

[Base: 1인 크리에이터(N=194), Unit: %, 다중응답]



[표3-121] 주력하는 활동 장르

[Base: 1인 크리에이터(N=194) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	게임	음악	엔터테인먼트	먹방	뷰티/패션	키즈	리뷰·리액션	생활	교육	퍼포먼스	지식정보	기타
전체		(194)	2.6	15.5	8.2	4.1	3.1	2.1	15.5	38.1	12.9	3.6	8.8	20.1
산업분야	출판	(35)	2.9	2.9	5.7	-	-	11.4	-	5.7	20.0	-	17.1	54.3
	만화	(7)	-	-	-	-	-	-	-	14.3	28.6	-	14.3	42.9
	음악	(23)	-	95.7	4.3	-	-	-	-	4.3	26.1	-	-	-
	영화	(4)	25.0	25.0	25.0	-	-	-	-	75.0	50.0	-	-	-
	게임	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(1)	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	방송	(4)	25.0	-	50.0	-	25.0	-	25.0	50.0	-	-	-	-
	광고	(4)	-	-	-	-	50.0	-	-	50.0	25.0	-	25.0	-
	캐릭터	(3)	-	-	-	-	-	-	-	33.3	33.3	-	-	33.3
	지식정보	(2)	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0	-
	콘텐츠솔루션	(2)	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0	-	-	50.0
	공연	(17)	-	23.5	5.9	5.9	-	-	5.9	11.8	-	29.4	5.9	35.3
	1인 미디어	(91)	1.1	1.1	9.9	7.7	3.3	-	30.8	65.9	4.4	2.2	7.7	9.9

(2) 주 이용 플랫폼

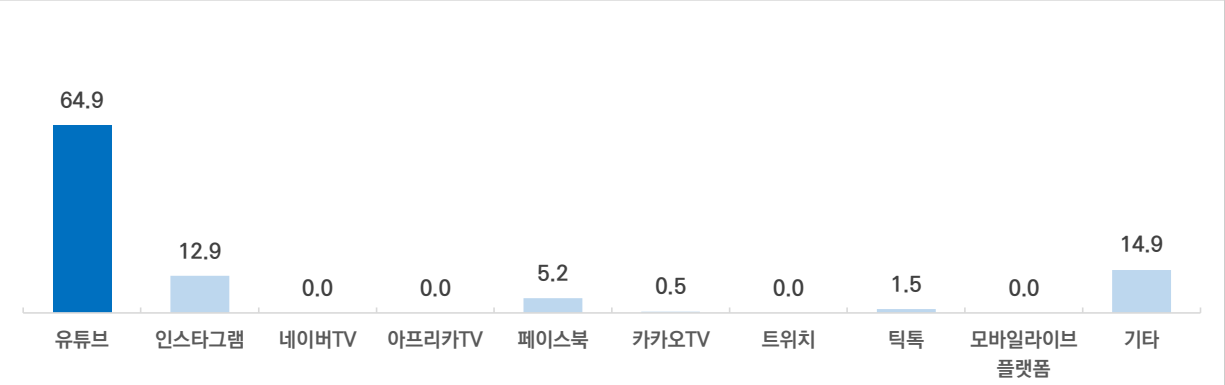
Q. 귀하의 주 이용 플랫폼은 무엇입니까?

❍ 주 이용 플랫폼을 살펴보면 '유튜브'가 64.9%로 가장 높게 나타남. 이어서 '기타' 14.9%, '인스타그램' 12.9% 등의 순으로 나타남

❍ '기타' 의견으로는 '공연기획사', '네이버 블로그 및 밴드' 등이 주로 언급됨

[그림3-77] 주 이용 플랫폼

[Base: 1인 크리에이터(N=194), Unit: %]



[표3-122] 주 이용 플랫폼

[Base: 1인 크리에이터(N=194) Unit: (명), %]

구분		사례수	유튜브	인스타그램	네이버TV	아프리카TV	페이스북	카카오TV	트위치	틱톡	모바일라이브 플랫폼	기타
전체		(194)	64.9	12.9	0.0	0.0	5.2	0.5	0.0	1.5	0.0	14.9
산업분야	출판	(35)	28.6	14.3	-	-	17.1	2.9	-	5.7	-	31.4
	만화	(7)	57.1	14.3	-	-	-	-	-	-	-	28.6
	음악	(23)	69.6	13.0	-	-	4.3	-	-	-	-	13.0
	영화	(4)	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(4)	50.0	25.0	-	-	-	-	-	-	-	25.0
	광고	(4)	25.0	75.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(3)	33.3	33.3	-	-	-	-	-	-	-	33.3
	지식정보	(2)	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(2)	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(17)	29.4	23.5	-	-	11.8	-	-	-	-	35.3
	1인 미디어	(91)	90.1	2.2	-	-	1.1	-	-	1.1	-	5.5

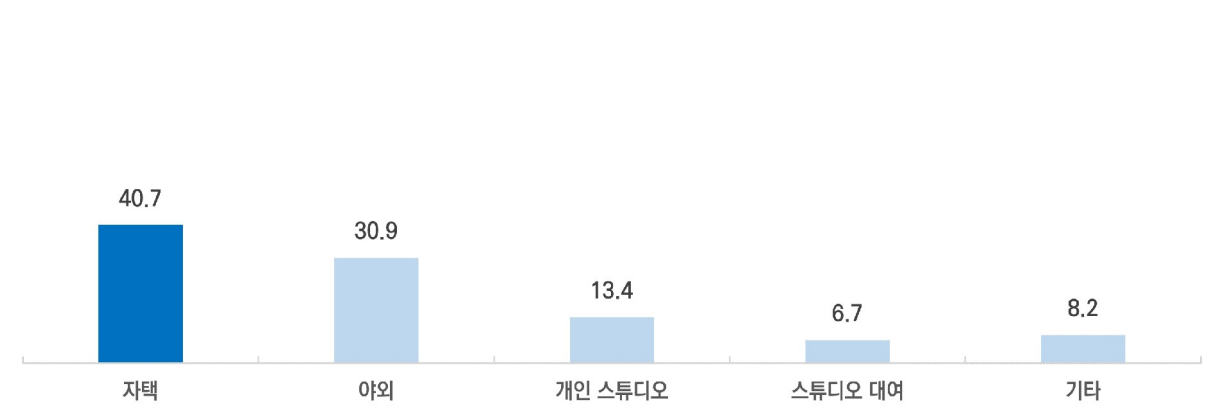
(3) 주로 이용하는 촬영장소

Q. 귀하가 주로 이용하는 촬영장소는 어디입니까?

❍ 주로 이용하는 촬영장소를 살펴보면 '자택'이 40.7%로 가장 높게 나타남. 이어서 '야외' 30.9%, '개인 스튜디오' 13.4% 등의 순으로 나타남

[그림3-78] 주로 이용하는 촬영장소

[Base: 1인 크리에이터(N=194), Unit: %]



[표3-123] 주로 이용하는 촬영장소

[Base: 1인 크리에이터(N=194) Unit: (명), %]

구분		사례수	자택	야외	개인 스튜디오	스튜디오 대여	기타
전체		(194)	40.7	30.9	13.4	6.7	8.2
산업분야	출판	(35)	71.4	11.4	8.6	-	8.6
	만화	(7)	57.1	-	28.6	-	14.3
	음악	(23)	26.1	8.7	30.4	17.4	17.4
	영화	(4)	25.0	50.0	25.0	-	-
	게임	(1)	100.0	-	-	-	-
	애니메이션	(1)	-	-	100.0	-	-
	방송	(4)	50.0	25.0	-	25.0	-
	광고	(4)	50.0	50.0	-	-	-
	캐릭터	(3)	33.3	33.3	33.3	-	-
	지식정보	(2)	50.0	-	50.0	-	-
	콘텐츠솔루션	(2)	-	-	50.0	50.0	-
	공연	(17)	29.4	11.8	11.8	17.6	29.4
	1인 미디어	(91)	34.1	50.5	7.7	4.4	3.3

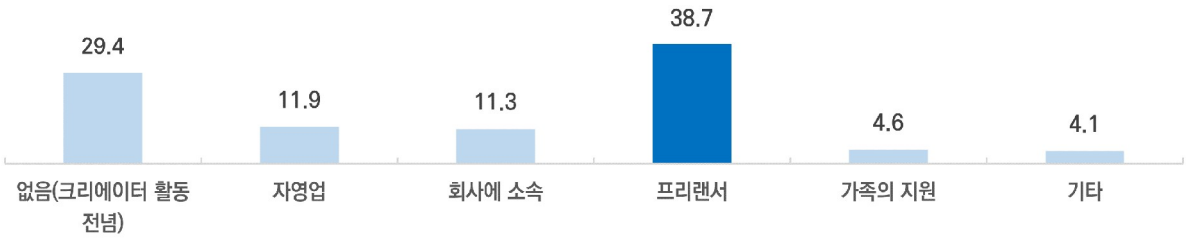
(4) 크리에이터 활동 외 주요 소득원

Q. 귀하의 크리에이터 활동 외의 주요 소득원은 무엇입니까?

❍ 크리에이터 활동 외 주요 소득원을 살펴보면 '프리랜서'가 38.7%로 가장 높게 나타남. 이어서 '없음(크리에이터 활동 전념)' 29.4%, '자영업' 11.9% 등의 순으로 나타남

[그림3-79] 크리에이터 활동 외 주요 소득원

[Base: 1인 크리에이터(N=194), Unit: %]



[표3-124] 크리에이터 활동 외 주요 소득원

[Base: 1인 크리에이터(N=194) Unit: (명), %]

구분		사례수	없음 (크리에이터 활동 전념)	자영업	회사에 소속	프리랜서	가족의 지원	기타
전체		(194)	29.4	11.9	11.3	38.7	4.6	4.1
산업분야	출판	(35)	28.6	14.3	11.4	31.4	8.6	5.7
	만화	(7)	57.1	-	28.6	14.3	-	-
	음악	(23)	26.1	8.7	8.7	56.5	-	-
	영화	(4)	-	25.0	-	50.0	25.0	-
	게임	(1)	-	-	100.0	-	-	-
	애니메이션	(1)	-	-	-	-	100.0	-
	방송	(4)	-	-	50.0	50.0	-	-
	광고	(4)	-	25.0	50.0	-	25.0	-
	캐릭터	(3)	-	33.3	33.3	-	-	33.3
	지식정보	(2)	50.0	-	-	50.0	-	-
	콘텐츠솔루션	(2)	-	50.0	-	50.0	-	-
	공연	(17)	17.6	17.6	17.6	29.4	5.9	11.8
	1인 미디어	(91)	36.3	9.9	5.5	42.9	2.2	3.3

(5) 부산 및 경남지역 거주로 인해 크리에이터 활동에 불편함을 느낀 경우

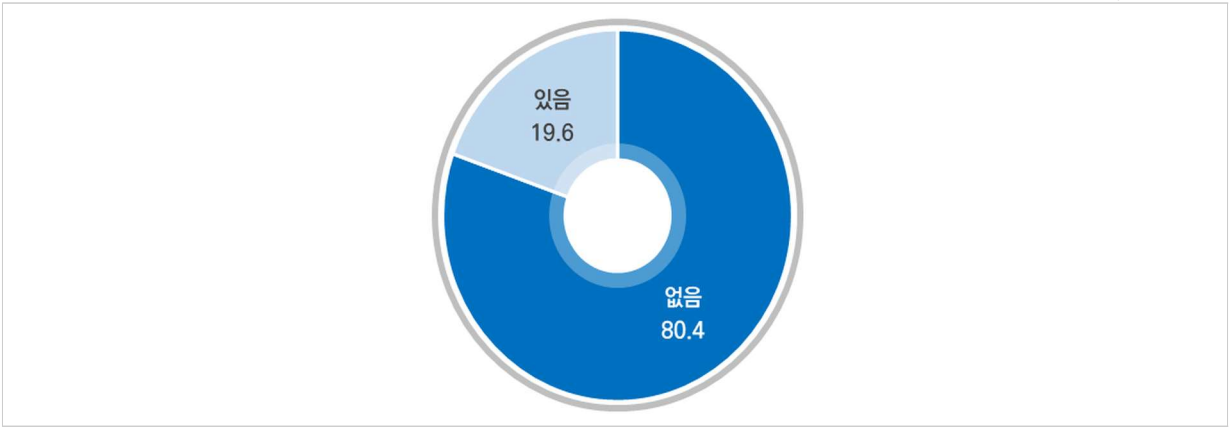
Q. 부산 및 경남지역 거주로 인해 크리에이터 활동에 불편함을 느끼신 경우가 있으십니까?

❍ 부산 및 경남지역 거주로 인해 크리에이터 활동에 불편함을 느낀 경우를 살펴보면 '불편함을 느낀 적이 없다'는 응답이 80.4%로 '불편함을 느낀 적이 있다' 19.6% 보다 높게 나타남

❍ 불편함을 느낀 이유로는 '수도권에 인프라가 집중되어 있어 이동이 어렵다', '네트워크 부족으로 협업이 어렵다' 등이 주로 언급됨

[그림3-80] 부산 및 경남지역 거주로 인해 크리에이터 활동에 불편함을 느낀 경우

[Base: 1인 크리에이터(N=194), Unit: %]



[표3-125] 부산 및 경남지역 거주로 인해 크리에이터 활동에 불편함을 느낀 경우

[Base: 1인 크리에이터(N=194) Unit: (명), %]

구분		사례수	없음	있음
전체		**(194)**	**80.4**	**19.6**
산업분야	출판	(35)	71.4	28.6
	만화	(7)	85.7	14.3
	음악	(23)	73.9	26.1
	영화	(4)	75.0	25.0
	게임	(1)	100.0	-
	애니메이션	(1)	100.0	-
	방송	(4)	25.0	75.0
	광고	(4)	50.0	50.0
	캐릭터	(3)	-	100.0
	지식정보	(2)	100.0	-
	콘텐츠솔루션	(2)	-	100.0
	공연	(17)	76.5	23.5
	1인 미디어	(91)	93.4	6.6

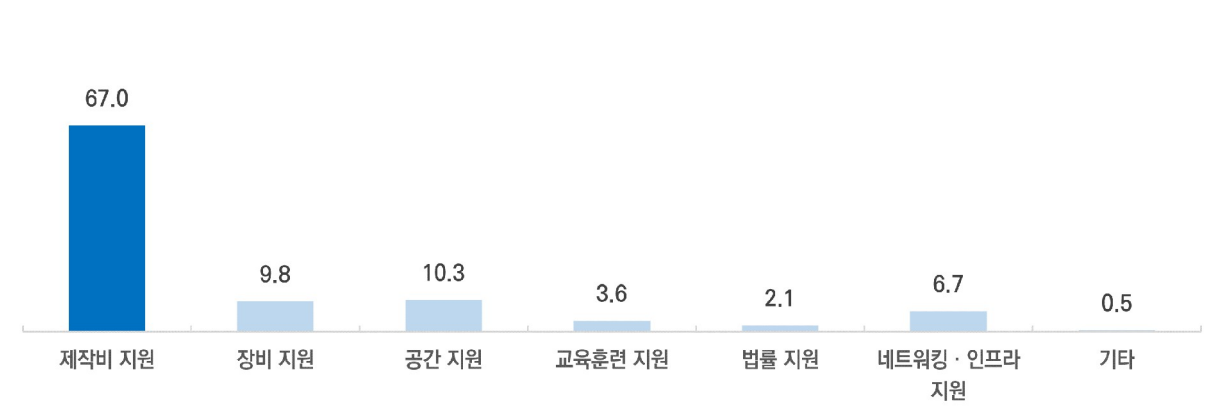
(6) 지역거주 크리에이터를 위해 가장 필요한 지원사업

Q. 지역거주 크리에이터를 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까?

❍ 지역거주 크리에이터를 위해 가장 필요한 지원사업을 살펴보면 '제작비 지원'이 67.0%로 가장 높게 나타남. 이어서 '공간 지원' 10.3%, '장비 지원' 9.8% 등의 순으로 나타남

[그림3-81] 지역거주 크리에이터를 위해 가장 필요한 지원사업

[Base: 1인 크리에이터(N=194), Unit: %]



[표3-126] 지역거주 크리에이터를 위해 가장 필요한 지원사업

[Base: 1인 크리에이터(N=194) Unit: (명), %]

구분		사례수	제작비 지원	장비 지원	공간 지원	교육훈련 지원	법률 지원	기타
전체		(194)	67.0	9.8	10.3	3.6	2.1	6.7
산업분야	출판	(35)	80.0	5.7	-	8.6	-	5.7
	만화	(7)	100.0	-	-	-	-	-
	음악	(23)	82.6	-	4.3	-	-	13.0
	영화	(4)	75.0	-	25.0	-	-	-
	게임	(1)	100.0	-	-	-	-	-
	애니메이션	(1)	-	-	-	-	-	100.0
	방송	(4)	100.0	-	-	-	-	-
	광고	(4)	50.0	-	-	-	25.0	25.0
	캐릭터	(3)	66.7	-	33.3	-	-	-
	지식정보	(2)	50.0	-	-	50.0	-	-
	콘텐츠솔루션	(2)	50.0	-	-	-	-	50.0
	공연	(17)	58.8	5.9	11.8	-	5.9	11.8
	1인 미디어	(91)	57.1	17.6	16.5	3.3	2.2	3.3

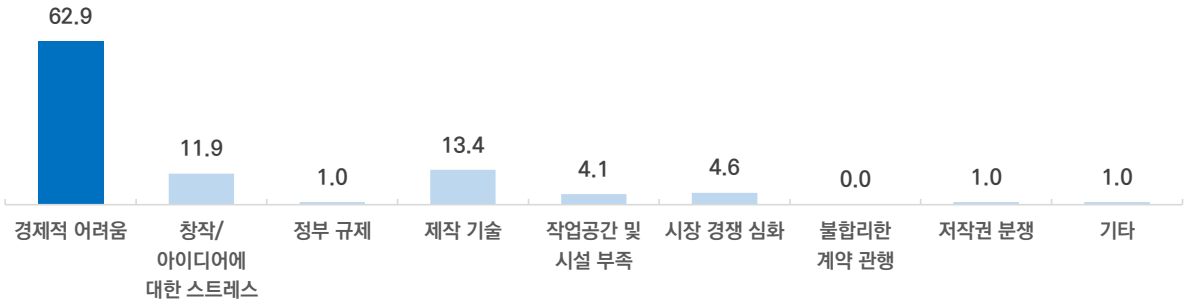
(7) 크리에이터 관련 주요 애로사항

Q. 크리에이터 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?

❍ 크리에이터 관련 주요 애로사항을 살펴보면 '경제적 어려움'이 62.9%로 가장 높게 나타남. 이어서 '제작 기술' 13.4%, '창작/아이디어에 대한 스트레스' 11.9% 등의 순으로 나타남

[그림3-82] 크리에이터 관련 주요 애로사항

[Base: 1인 크리에이터(N=194), Unit: %]



[표3-127] 크리에이터 관련 주요 애로사항

[Base: 1인 크리에이터(N=194) Unit: (명), %]

구분		사례수	경제적 어려움 (낮은/ 불규칙한 소득)	창작/ 아이디어에 대한 스트레스	정부 규제	제작 기술	작업공간 및 시설 부족	시장 경쟁 심화	불합리한 계약 관행	저작권 분쟁	기타
전체		(194)	62.9	11.9	1.0	13.4	4.1	4.6	0.0	1.0	1.0
산업분야	출판	(35)	80.0	11.4	-	5.7	-	-	-	-	2.9
	만화	(7)	57.1	-	-	-	28.6	-	-	-	14.3
	음악	(23)	82.6	-	-	13.0	-	4.3	-	-	-
	영화	(4)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(4)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(4)	75.0	25.0	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(3)	66.7	33.3	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(2)	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(2)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(17)	76.5	11.8	-	-	5.9	-	-	5.9	-
	1인 미디어	(91)	45.1	15.4	2.2	23.1	4.4	8.8	-	1.1	-

5) 뮤지션 대상 추가설문

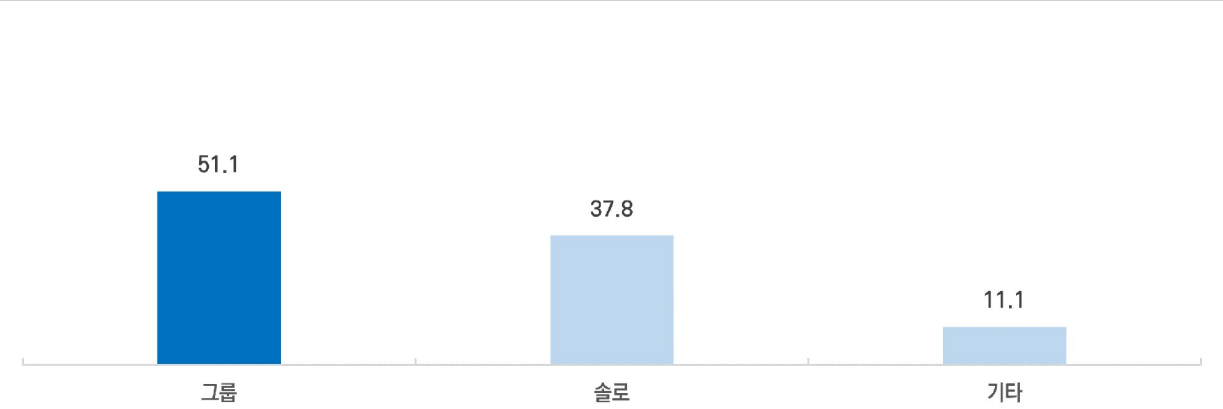
(1) 활동 유형

Q. 귀하의 활동 유형은 무엇입니까?

❍ 뮤지션 대상으로 활동 유형을 살펴보면 '그룹'이 51.1%로 가장 높게 나타남. 이어서 '솔로' 37.8%, '기타' 11.1% 순으로 나타남

[그림3-83] 활동 유형

[Base: 뮤지션(N=90), Unit: %]



[표3-128] 활동 유형

[Base: 뮤지션(N=90) Unit: (명), %]

구분		사례수	그룹	솔로	기타
전체		(90)	51.1	37.8	11.1
산업분야	출판	(3)	-	100.0	-
	만화	(0)	-	-	-
	음악	(73)	49.3	37.0	13.7
	영화	(0)	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-
	광고	(1)	100.0	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-
	지식정보	(1)	-	100.0	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-
	공연	(12)	75.0	25.0	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-

(2) 활동 장르

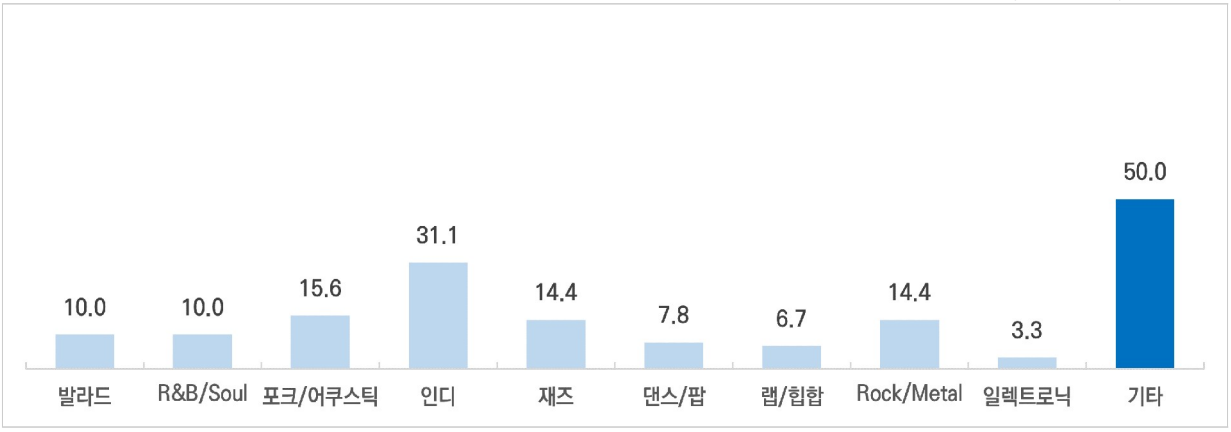
Q. 귀하가 활동하는 장르는 무엇입니까?

❍ 뮤지션 대상으로 활동 장르를 살펴보면 '기타'가 50.0%로 가장 높게 나타남. 이어서 '인디' 31.1%, '포크/어쿠스틱' 15.6% 등의 순으로 나타남

❍ '기타' 의견으로는 '국악', '클래식' 등이 주로 언급됨

[그림3-84] 활동 장르

[Base: 뮤지션(N=90), Unit: %, 다중응답]



[표3-129] 활동 장르

[Base: 뮤지션(N=90) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	발라드	R&B/Soul	포크/어쿠스틱	인디	재즈	댄스/팝	랩/힙합	Rock/Metal	일렉트로닉	기타
전체		(90)	10.0	10.0	15.6	31.1	14.4	7.8	6.7	14.4	3.3	50.0
산업분야	출판	(3)	-	-	33.3	-	-	-	-	-	-	66.7
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(73)	11.0	12.3	16.4	37.0	15.1	8.2	8.2	17.8	4.1	45.2
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	100.0	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(12)	-	-	8.3	8.3	8.3	8.3	-	-	-	75.0
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	해당하는 사업분야 없음	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

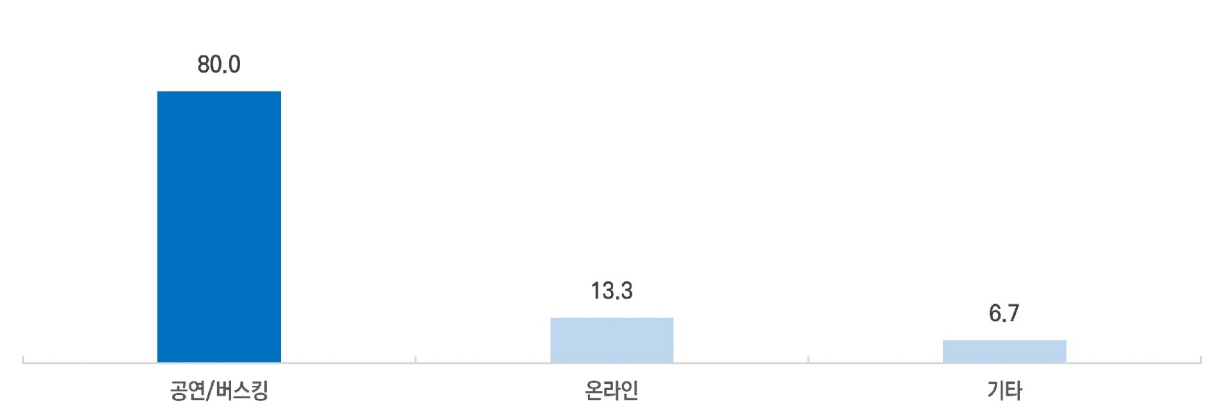
(3) 주로 이용하는 활동영역

Q. 귀하가 주로 이용하는 활동영역은 어디입니까?

❍ 주로 이용하는 활동영역을 살펴보면 '공연/버스킹'이 80.0%로 가장 높게 나타남. 이어서 '온라인' 13.3%, '기타' 6.7% 순으로 나타남

[그림3-85] 주로 이용하는 활동영역

[Base: 뮤지션(N=90), Unit: %]



[표3-130] 주로 이용하는 활동영역

[Base: 뮤지션(N=90) Unit: (명), %]

구분		사례수	공연/버스킹	온라인	기타
전체		(90)	80.0	13.3	6.7
산업분야	출판	(3)	66.7	33.3	-
	만화	(0)	-	-	-
	음악	(73)	80.8	13.7	5.5
	영화	(0)	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-
	광고	(1)	-	100.0	-
	캐릭터	(0)	-	-	-
	지식정보	(1)	100.0	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-
	공연	(12)	83.3	-	16.7
	1인 미디어	(0)	-	-	-

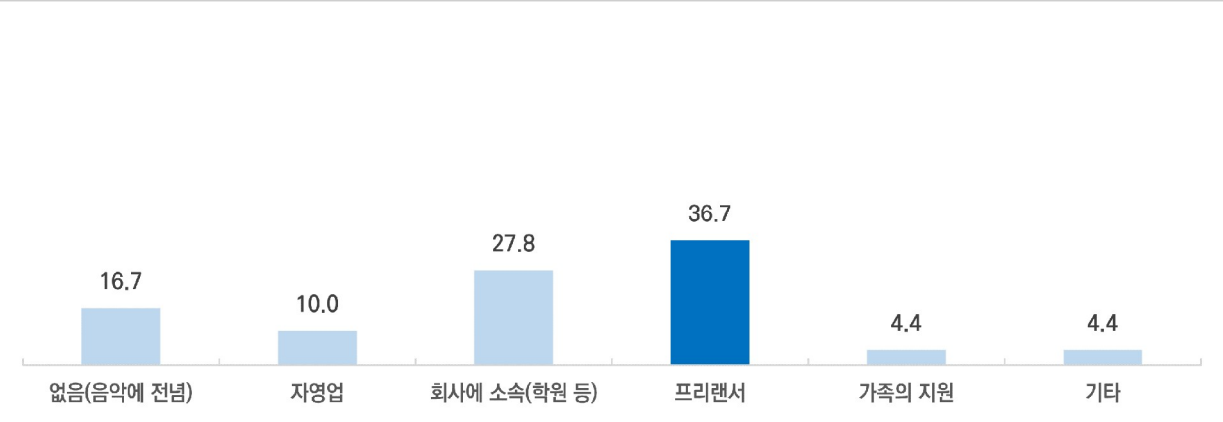
(4) 음악 활동 외 주요 소득원

Q. 귀하의 음악 활동 외의 주요 소득원은 무엇입니까?

❍ 음악 활동 외 주요 소득원을 살펴보면 '프리랜서'가 36.7%로 가장 높게 나타남. 이어서 '회사에 소속' 27.8%, '없음(음악에 전념)' 16.7% 등의 순으로 나타남

[그림3-86] 음악 활동 외 주요 소득원

[Base: 뮤지션(N=90), Unit: %]



[표3-131] 음악 활동 외 주요 소득원

[Base: 뮤지션(N=90) Unit: (명), %]

구분		사례수	없음 (음악에 전념)	자영업	회사에 소속	프리랜서	가족의 지원	기타
전체		(90)	16.7	10.0	27.8	36.7	4.4	4.4
산업분야	출판	(3)	66.7	33.3	-	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-
	음악	(73)	16.4	11.0	30.1	35.6	2.7	4.1
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	-	-	-	-	100.0	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	-	-	100.0	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-
	공연	(12)	8.3	-	25.0	50.0	8.3	8.3
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-

(5) 부산 및 경남지역 거주로 인해 음악 활동에 불편함을 느낀 경우

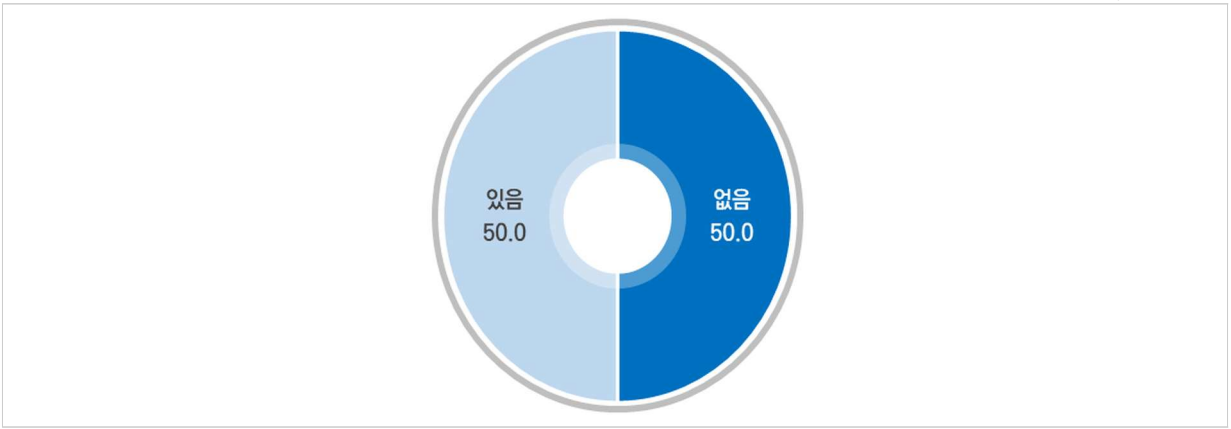
Q. 부산 및 경남지역 거주로 인해 음악 활동에 불편함을 느끼신 경우가 있으십니까?

❍ 부산 및 경남지역 거주로 인해 음악 활동에 불편함을 느낀 경우를 살펴보면 '불편함을 느낀 적이 없다'는 응답과 '불편함을 느낀 적이 있다'는 응답이 각 50.0%로 동일하게 나타남

❍ 불편함을 느낀 이유로는 '공연비 부족', '공연 할 수 있는 무대 부족' 등이 주로 언급됨

[그림3-87] 부산 및 경남지역 거주로 인해 음악 활동에 불편함을 느낀 경우

[Base: 뮤지션(N=90), Unit: %]



[표3-132] 부산 및 경남지역 거주로 인해 음악 활동에 불편함을 느낀 경우

[Base: 뮤지션(N=90) Unit: (명), %]

구분		사례수	없음	있음
전체		(90)	50.0	50.0
산업분야	출판	(3)	100.0	-
	만화	(0)	-	-
	음악	(73)	50.7	49.3
	영화	(0)	-	-
	게임	(0)	-	-
	애니메이션	(0)	-	-
	방송	(0)	-	-
	광고	(1)	-	100.0
	캐릭터	(0)	-	-
	지식정보	(1)	100.0	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-
	공연	(12)	33.3	66.7
	1인 미디어	(0)	-	-

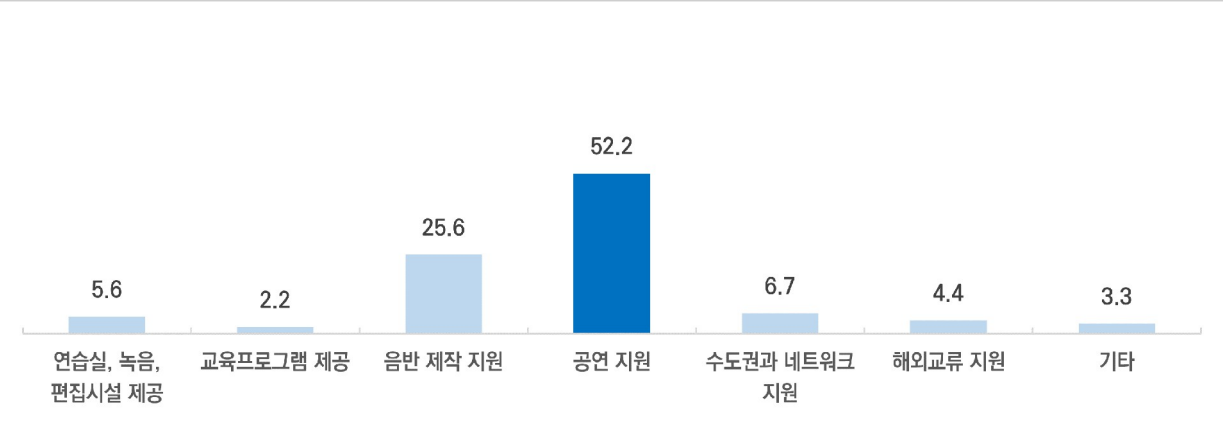
(6) 지역거주 뮤지션을 위해 가장 필요한 지원사업

Q. 지역거주 뮤지션을 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까?

❍ 지역거주 뮤지션을 위해 가장 필요한 지원사업으로는 '공연 지원'이 52.2%로 가장 높게 나타남. 이어서 '음반 제작 지원' 25.6%, '수도권과 네트워크 지원' 6.7% 등의 순으로 나타남

[그림3-88] 지역거주 뮤지션을 위해 가장 필요한 지원사업

[Base: 뮤지션(N=90), Unit: %]



[표3-133] 지역거주 뮤지션을 위해 가장 필요한 지원사업

[Base: 뮤지션(N=90) Unit: (명), %]

구분		사례수	연습실, 녹음, 편집시설 제공	교육 프로그램 제공	음반 제작 지원	공연 지원	수도권과 네트워크 지원	해외교류 지원	기타
전체		(90)	5.6	2.2	25.6	52.2	6.7	4.4	3.3
산업분야	출판	(3)	-	-	-	100.0	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(73)	5.5	-	30.1	50.7	6.8	4.1	2.7
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	-	-	100.0	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(12)	8.3	8.3	-	58.3	8.3	8.3	8.3
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-

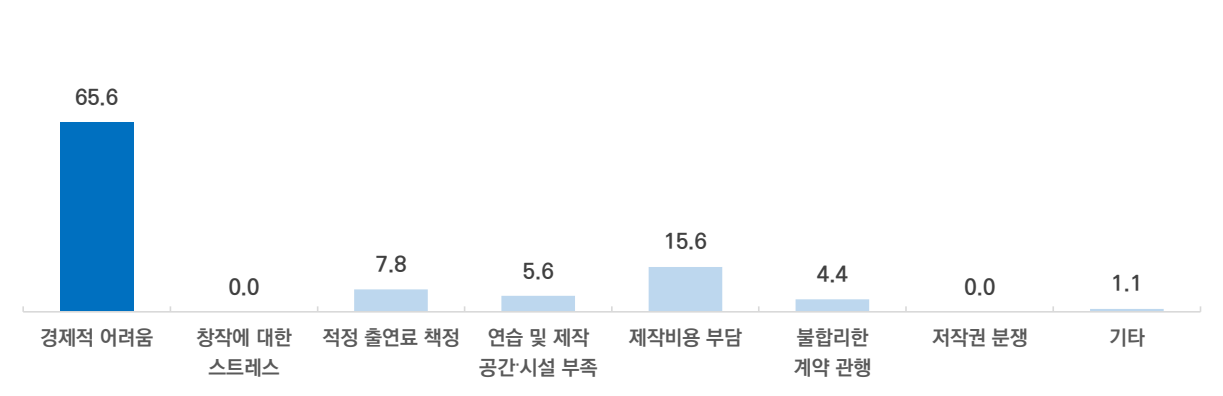
(7) 뮤지션 관련 주요 애로사항

Q. 뮤지션 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?

❍ 뮤지션 관련 주요 애로사항을 살펴보면 '경제적 어려움'이 65.6%로 가장 높게 나타남. 이어서 '제작비용 부담' 15.6%, '적정 출연료 책정' 7.8% 등의 순으로 나타남

[그림3-89] 뮤지션 관련 주요 애로사항

[Base: 뮤지션(N=90), Unit: %]



[표3-134] 뮤지션 관련 주요 애로사항

[Base: 뮤지션(N=90) Unit: (명), %]

구분		사례수	경제적 어려움	창작에 대한 스트레스	적정 출연료 책정	연습 및 제작 공간·시설 부족	제작비용 부담	불합리한 계약 관행	저작권 분쟁	기타
전체		(90)	65.6	0.0	7.8	5.6	15.6	4.4	0.0	1.1
산업분야	출판	(3)	66.7	-	-	-	33.3	-	-	-
	만화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	음악	(73)	64.4	-	8.2	4.1	17.8	4.1	-	1.4
	영화	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	방송	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	광고	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	캐릭터	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	지식정보	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	공연	(12)	66.7	-	8.3	16.7	-	8.3	-	-
	1인 미디어	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-

6) AI 분야 추가설문

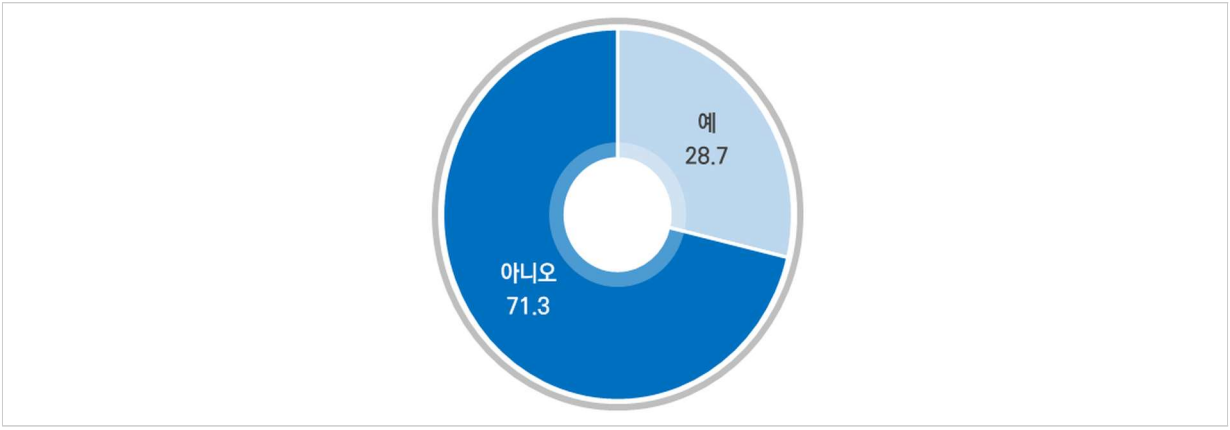
(1) AI 활용 여부

Q. 업무 활동에서 AI를 활용하고 있습니까?

❍ 응답자의 28.7%가 '업무 활동에서 AI를 활용하고 있는 것'으로 나타남

[그림3-90] AI 활용 여부

[Base: 전체(N=494), Unit: %]



[표3-135] AI 활용 여부

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %]

구분		사례수	예	아니오
전체		(494)	28.7	71.3
산업분야	출판	(107)	22.4	77.6
	만화	(79)	15.2	84.8
	음악	(82)	29.3	70.7
	영화	(24)	54.2	45.8
	게임	(2)	-	100.0
	애니메이션	(10)	60.0	40.0
	방송	(12)	58.3	41.7
	광고	(8)	75.0	25.0
	캐릭터	(8)	62.5	37.5
	지식정보	(3)	-	100.0
	콘텐츠솔루션	(3)	33.3	66.7
	공연	(65)	32.3	67.7
	1인 미디어	(91)	25.3	74.7

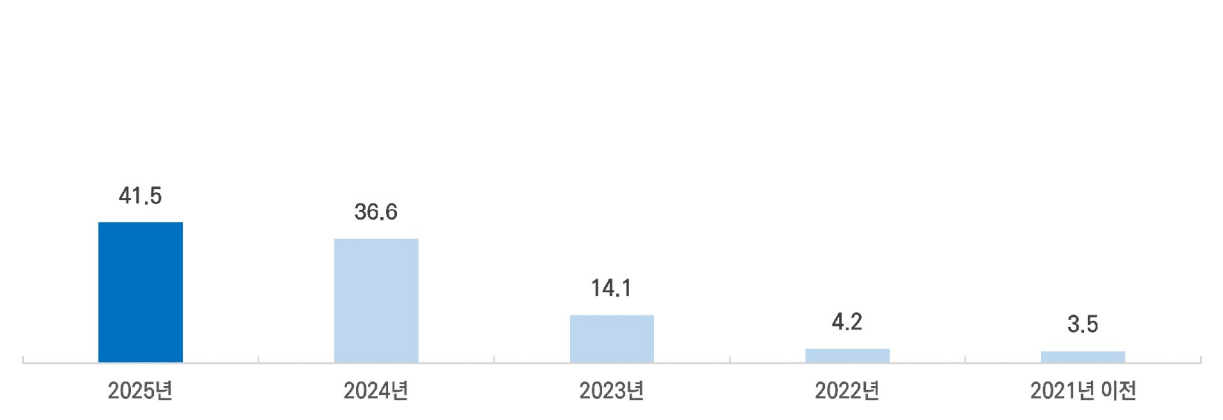
① AI 도입 시기

Q. 언제부터 활용하기 시작했습니까?

❍ 업무 활동에 AI를 도입한 시기를 살펴보면 '2025년'이 41.5%로 가장 높게 나타남. 이어서 '2024년' 36.6%, '2023년' 14.1% 등의 순으로 나타남

[그림3-91] AI 도입 시기

[Base: AI를 활용하는 경우(N=142), Unit: %]



[표3-136] AI 도입 시기

[Base: AI를 활용하는 경우(N=142) Unit: (명), %]

구분		사례수	2025년	2024년	2023년	2022년	2021년 이전
전체		(142)	41.5	36.6	14.1	4.2	3.5
산업분야	출판	(24)	41.7	37.5	12.5	8.3	-
	만화	(12)	50.0	41.7	-	8.3	-
	음악	(24)	37.5	41.7	12.5	4.2	4.2
	영화	(13)	46.2	30.8	15.4	-	7.7
	게임	(0)	-	-	-	-	-
	애니메이션	(6)	50.0	50.0	-	-	-
	방송	(7)	57.1	28.6	14.3	-	-
	광고	(6)	66.7	16.7	16.7	-	-
	캐릭터	(5)	20.0	40.0	40.0	-	-
	지식정보	(0)	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(1)	-	-	100.0	-	-
	공연	(21)	38.1	47.6	4.8	-	9.5
	1인 미디어	(23)	34.8	26.1	26.1	8.7	4.3

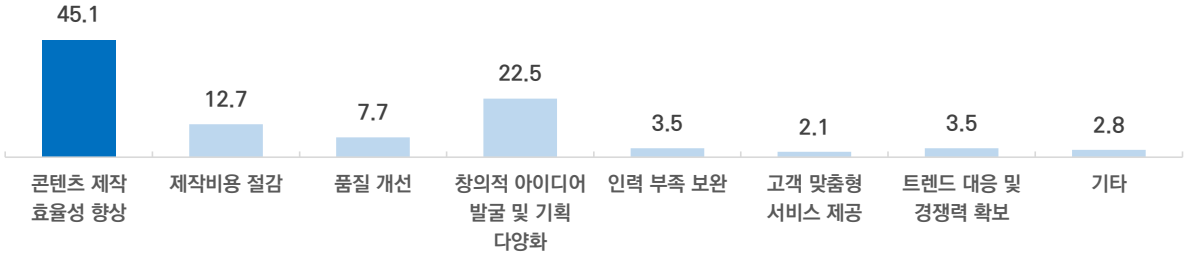
② AI 도입 목적

Q. AI를 도입한 주된 목적은 무엇입니까?

❍ 업무 활동에 AI를 도입한 주된 목적을 살펴보면 '콘텐츠 제작 효율성 향상'이 45.1%로 가장 높게 나타남. 이어서 '창의적 아이디어 발굴 및 기획 다양화' 22.5%, '제작비용 절감' 12.7% 등의 순으로 나타남

[그림3-92] AI 도입 목적

[Base: AI를 활용하는 경우(N=142) Unit: %]



[표3-137] AI 도입 목적

[Base: AI를 활용하는 경우(N=142) Unit: (명), %]

구분		사례수	콘텐츠 제작 효율성 향상	제작비용 절감	품질 개선	창의적 아이디어 발굴 및 기획 다양화	인력 부족 보완	고객 맞춤형 서비스 제공	트렌드 대응 및 경쟁력 확보	기타
전체		(142)	45.1	12.7	7.7	22.5	3.5	2.1	3.5	2.8
산업분야	출판	(24)	37.5	25.0	8.3	25.0	-	-	4.2	-
	만화	(12)	50.0	-	25.0	16.7	-	-	-	8.3
	음악	(24)	45.8	20.8	-	25.0	4.2	4.2	-	-
	영화	(13)	46.2	23.1	-	23.1	7.7	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(6)	16.7	-	33.3	16.7	-	-	33.3	-
	방송	(7)	71.4	-	-	14.3	14.3	-	-	-
	광고	(6)	16.7	-	-	66.7	16.7	-	-	-
	캐릭터	(5)	40.0	-	-	60.0	-	-	-	-
	지식정보	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(1)	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	공연	(21)	42.9	9.5	9.5	14.3	4.8	4.8	4.8	9.5
	1인 미디어	(23)	60.9	8.7	4.3	13.0	-	4.3	4.3	4.3

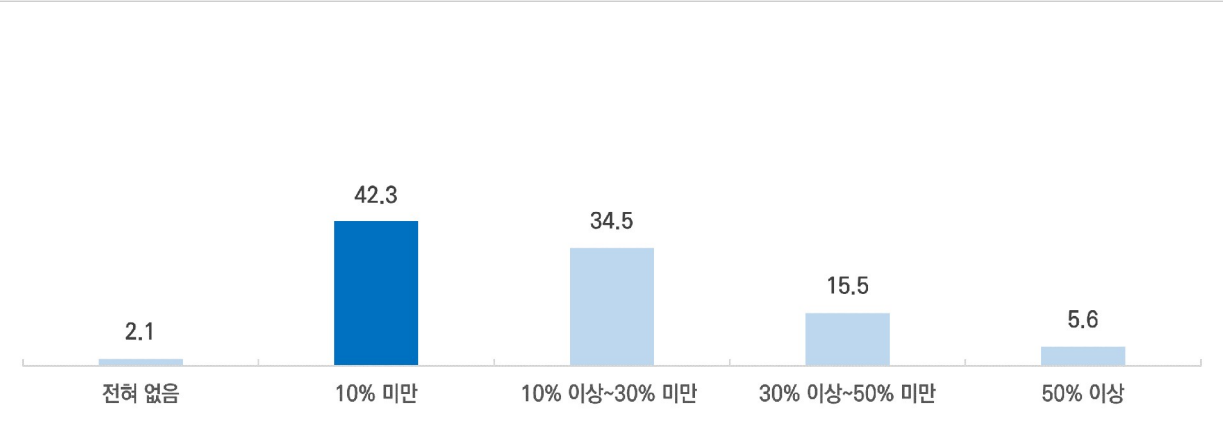
③ AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중

Q. 현재 AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중은 어느정도 입니까?

❍ 현재 AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중을 살펴보면 '10% 미만'이 42.3%로 가장 높게 나타남. 이어서 '10% 이상~30% 미만' 34.5%, '30% 이상~50% 미만' 15.5% 등의 순으로 나타남

[그림3-93] AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중

[Base: AI를 활용하는 경우(N=142) Unit: %]



[표3-138] AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중

[Base: AI를 활용하는 경우(N=142) Unit: (명), %]

구분		사례수	전혀 없음	10% 미만	10% 이상~30% 미만	30% 이상~50% 미만	50% 이상
전체		(142)	2.1	42.3	34.5	15.5	5.6
산업분야	출판	(24)	-	33.3	50.0	12.5	4.2
	만화	(12)	8.3	75.0	16.7	-	-
	음악	(24)	-	29.2	33.3	33.3	4.2
	영화	(13)	-	46.2	30.8	7.7	15.4
	게임	(0)	-	-	-	-	-
	애니메이션	(6)	-	33.3	50.0	16.7	-
	방송	(7)	-	71.4	14.3	14.3	-
	광고	(6)	-	16.7	66.7	16.7	-
	캐릭터	(5)	-	40.0	20.0	20.0	20.0
	지식정보	(0)	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(1)	-	-	-	-	100.0
	공연	(21)	4.8	42.9	33.3	19.0	-
	1인 미디어	(23)	4.3	47.8	30.4	8.7	8.7

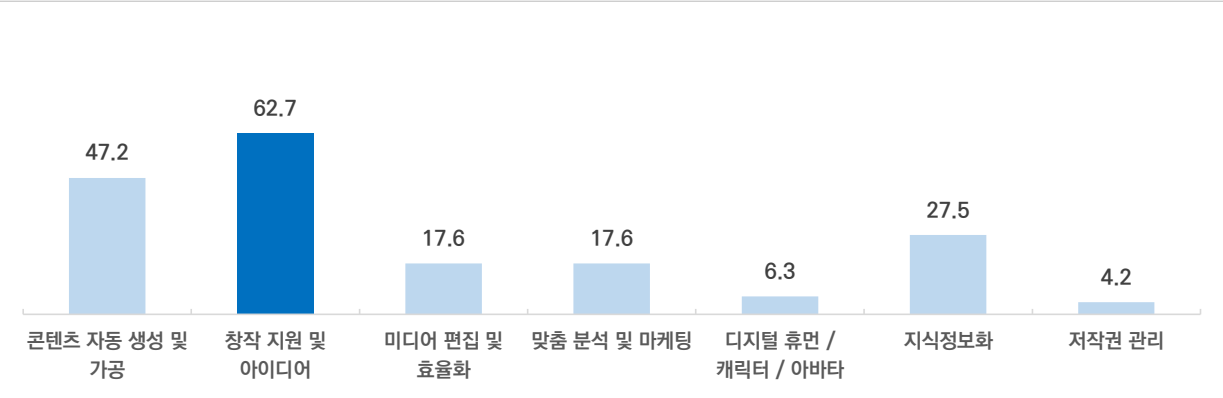
④ 주로 사용하는 AI 기술

Q. AI를 활용한 콘텐츠 제작 또는 서비스에서 주로 사용하는 AI 기술은 무엇입니까? 모두 선택해주시기 바랍니다.

❍ AI를 활용한 콘텐츠 제작 또는 서비스에서 주로 사용하는 AI 기술을 살펴보면 '창작 지원 및 아이디어'가 62.7%로 가장 높게 나타남. 이어서 '콘텐츠 자동 생성 및 가공' 47.2%, '지식정보화' 27.5% 등의 순으로 나타남

[그림3-94] 주로 사용하는 AI 기술

[Base: AI를 활용하는 경우(N=142) Unit: %]



[표3-139] 주로 사용하는 AI 기술

[Base: AI를 활용하는 경우(N=142) Unit: (명), %, 다중응답]

구분		사례수	콘텐츠 자동 생성 및 가공	창작 지원 및 아이디어	미디어 편집 및 효율화	맞춤 분석 및 마케팅	디지털 휴먼 / 캐릭터 / 아바타	지식정보화	저작권 관리
전체		**(142)**	**47.2**	**62.7**	**17.6**	**17.6**	**6.3**	**27.5**	**4.2**
산업분야	출판	(24)	37.5	50.0	8.3	12.5	8.3	25.0	-
	만화	(12)	41.7	75.0	-	8.3	-	25.0	-
	음악	(24)	54.2	66.7	25.0	33.3	8.3	29.2	12.5
	영화	(13)	53.8	53.8	23.1	7.7	7.7	15.4	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(6)	50.0	66.7	16.7	16.7	-	33.3	-
	방송	(7)	42.9	71.4	-	-	-	14.3	-
	광고	(6)	33.3	83.3	16.7	33.3	16.7	16.7	-
	캐릭터	(5)	80.0	80.0	40.0	20.0	40.0	40.0	20.0
	지식정보	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(1)	100.0	100.0	-	-	-	100.0	-
	공연	(21)	38.1	52.4	9.5	19.0	-	47.6	-
	1인 미디어	(23)	52.2	65.2	34.8	17.4	4.3	17.4	8.7

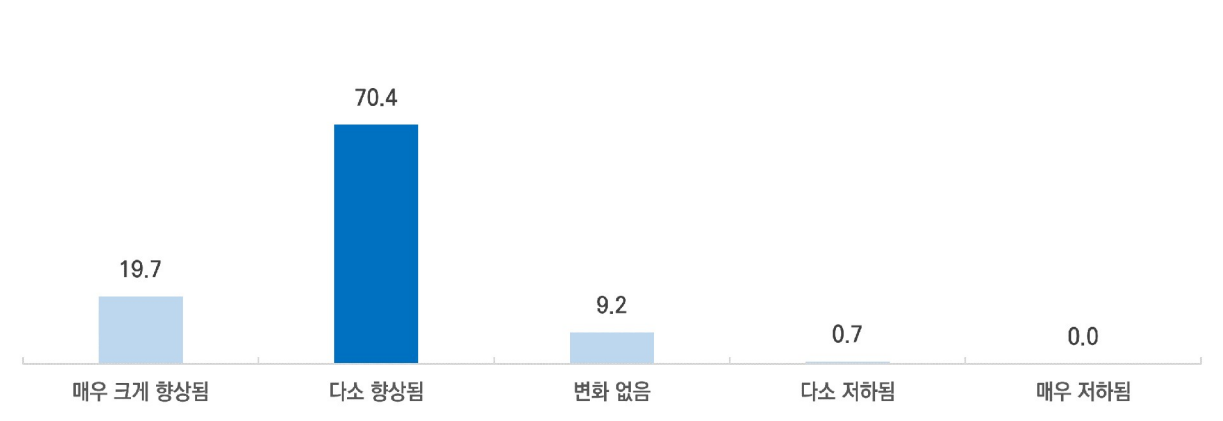
⑤ AI 기술 도입으로 인한 콘텐츠 제작 효율

Q. AI 기술 도입으로 콘텐츠 제작 효율이 어떻게 변화했습니까?

❍ AI 기술 도입으로 인한 콘텐츠 제작 효율의 변화 정도를 살펴보면 '다소 향상되었다'는 응답이 70.4%로 가장 높게 나타남. 이어서 '매우 크게 향상됨' 19.7%, '변화 없음' 9.2% 등의 순으로 나타남

[그림3-95] AI 기술 도입으로 인한 콘텐츠 제작 효율

[Base: AI를 활용하는 경우(N=142) Unit: %]



[표3-140] AI 기술 도입으로 인한 콘텐츠 제작 효율

[Base: AI를 활용하는 경우(N=142) Unit: (명), %]

구분		사례수	매우 크게 향상됨	다소 향상됨	변화 없음	다소 저하됨	매우 저하됨
전체		(142)	19.7	70.4	9.2	0.7	0.0
산업분야	출판	(24)	25.0	62.5	12.5	-	-
	만화	(12)	-	100.0	-	-	-
	음악	(24)	16.7	79.2	4.2	-	-
	영화	(13)	23.1	61.5	7.7	7.7	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-
	애니메이션	(6)	33.3	66.7	-	-	-
	방송	(7)	14.3	85.7	-	-	-
	광고	(6)	-	100.0	-	-	-
	캐릭터	(5)	40.0	40.0	20.0	-	-
	지식정보	(0)	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(1)	100.0	-	-	-	-
	공연	(21)	19.0	66.7	14.3	-	-
	1인 미디어	(23)	21.7	60.9	17.4	-	-

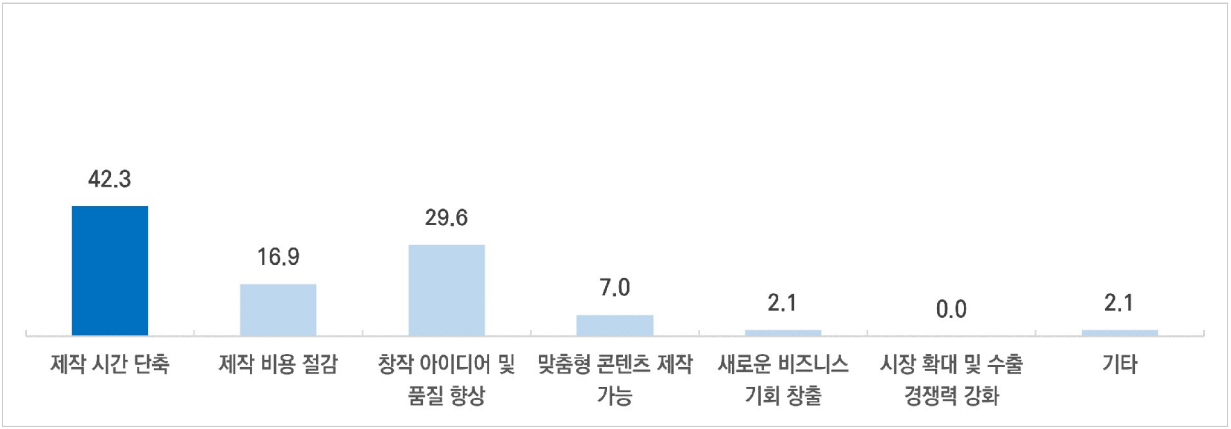
⑥ AI 활용 기대효과

Q. AI 활용으로 기대하는 가장 큰 기대효과는 무엇입니까?

❍ AI 활용으로 기대하는 가장 큰 기대효과를 살펴보면 '제작 시간 단축'이 42.3%로 가장 높게 나타남. 이어서 '창작 아이디어 및 품질 향상' 29.6%, '제작 비용 절감' 16.9% 등의 순으로 나타남

[그림3-96] AI 활용 기대효과

[Base: AI를 활용하는 경우(N=142) Unit: %]



[표3-141] AI 활용 기대효과

[Base: AI를 활용하는 경우(N=142) Unit: (명), %]

구분		사례수	제작 시간 단축	제작 비용 절감	창작 아이디어 및 품질 향상	맞춤형 콘텐츠 제작 가능	새로운 비즈니스 기회 창출	시장 확대 및 수출 경쟁력 강화	기타
전체		**(142)**	**42.3**	**16.9**	**29.6**	**7.0**	**2.1**	**0.0**	**2.1**
산업분야	출판	(24)	41.7	20.8	20.8	8.3	4.2	-	4.2
	만화	(12)	41.7	16.7	41.7	-	-	-	-
	음악	(24)	54.2	16.7	12.5	8.3	8.3	-	-
	영화	(13)	53.8	15.4	30.8	-	-	-	-
	게임	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	애니메이션	(6)	33.3	-	50.0	16.7	-	-	-
	방송	(7)	28.6	28.6	42.9	-	-	-	-
	광고	(6)	50.0	-	50.0	-	-	-	-
	캐릭터	(5)	40.0	-	20.0	40.0	-	-	-
	지식정보	(0)	-	-	-	-	-	-	-
	콘텐츠솔루션	(1)	-	100.0	-	-	-	-	-
	공연	(21)	33.3	19.0	38.1	4.8	-	-	4.8
	1인 미디어	(23)	39.1	17.4	30.4	8.7	-	-	4.3

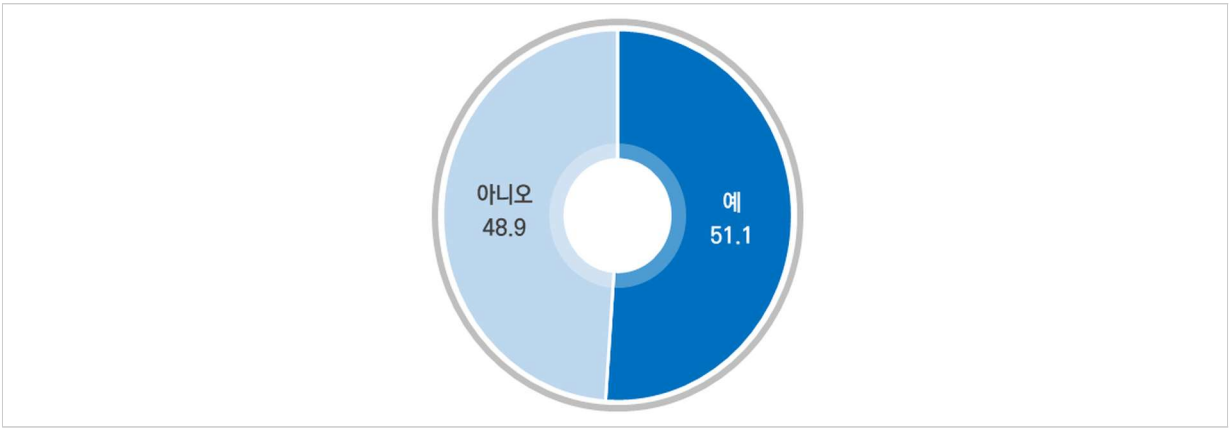
(2) 향후 AI 도입 의사

Q. 귀하의 업무 활동에서 앞으로 AI를 활용할 예정입니까?

❍ AI를 활용하지 않는 응답자 대상으로 향후 AI 도입 의사를 살펴보면 '도입할 의사가 있다'는 응답이 51.1%로 '도입할 의사가 없다' 48.9% 보다 높게 나타남

[그림3-97] 향후 AI 도입 의사

[Base: AI를 활용하지 않는 경우(N=352) Unit: %]



[표3-142] 향후 AI 도입 의사

[Base: AI를 활용하지 않는 경우(N=352) Unit: (명), %]

구분		사례수	예	아니오
전체		(352)	51.1	48.9
산업분야	출판	(83)	45.8	54.2
	만화	(67)	37.3	62.7
	음악	(58)	41.4	58.6
	영화	(11)	54.5	45.5
	게임	(2)	50.0	50.0
	애니메이션	(4)	75.0	25.0
	방송	(5)	60.0	40.0
	광고	(2)	100.0	-
	캐릭터	(3)	33.3	66.7
	지식정보	(3)	66.7	33.3
	콘텐츠솔루션	(2)	50.0	50.0
	공연	(44)	59.1	40.9
	1인 미디어	(68)	70.6	29.4

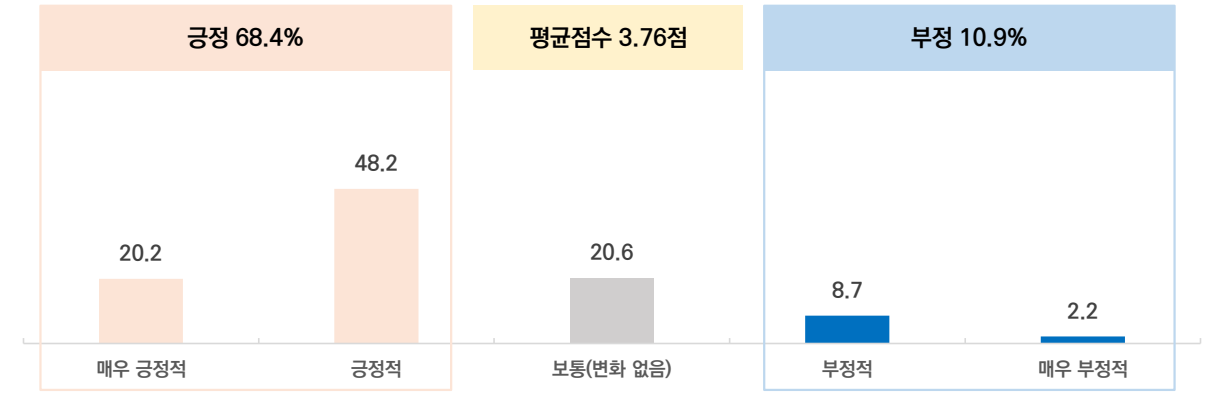
(3) AI 활용 효과

Q. 콘텐츠 산업에서 AI 활용의 효과를 어떻게 평가하십니까?

❍ 콘텐츠 산업에서의 AI 활용 효과에 대해 68.4%가 긍정적(매우 긍정적+긍정적)으로 평가하는 것으로 나타났으며, 5점 만점 3.76점으로 나타남

[그림3-98] AI 활용 효과

[Base: 전체(N=494), Unit: %]



[표3-143] AI 활용 효과

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %, 점]

구분		사례수	매우 긍정적	긍정적	보통(변화 없음)	부정적	매우 부정적	Bottom2	Top2	5점평균
전체		(494)	20.2	48.2	20.6	8.7	2.2	68.4	10.9	3.76
산업분야	출판	(107)	27.1	38.3	23.4	10.3	0.9	65.4	11.2	3.80
	만화	(79)	12.7	25.3	32.9	21.5	7.6	38.0	29.1	3.14
	음악	(82)	20.7	43.9	28.0	6.1	1.2	64.6	7.3	3.77
	영화	(24)	20.8	37.5	25.0	12.5	4.2	58.3	16.7	3.58
	게임	(2)	-	50.0	50.0	-	-	50.0	-	3.50
	애니메이션	(10)	30.0	60.0	10.0	-	-	90.0	-	4.20
	방송	(12)	8.3	66.7	16.7	8.3	-	75.0	8.3	3.75
	광고	(8)	-	100.0	-	-	-	100.0	-	4.00
	캐릭터	(8)	50.0	37.5	12.5	-	-	87.5	-	4.38
	지식정보	(3)	-	66.7	-	33.3	-	66.7	33.3	3.33
	콘텐츠솔루션	(3)	33.3	66.7	-	-	-	100.0	-	4.33
	공연	(65)	23.1	52.3	13.8	7.7	3.1	75.4	10.8	3.85
	1인 미디어	(91)	16.5	74.7	8.8	-	-	91.2	-	4.08

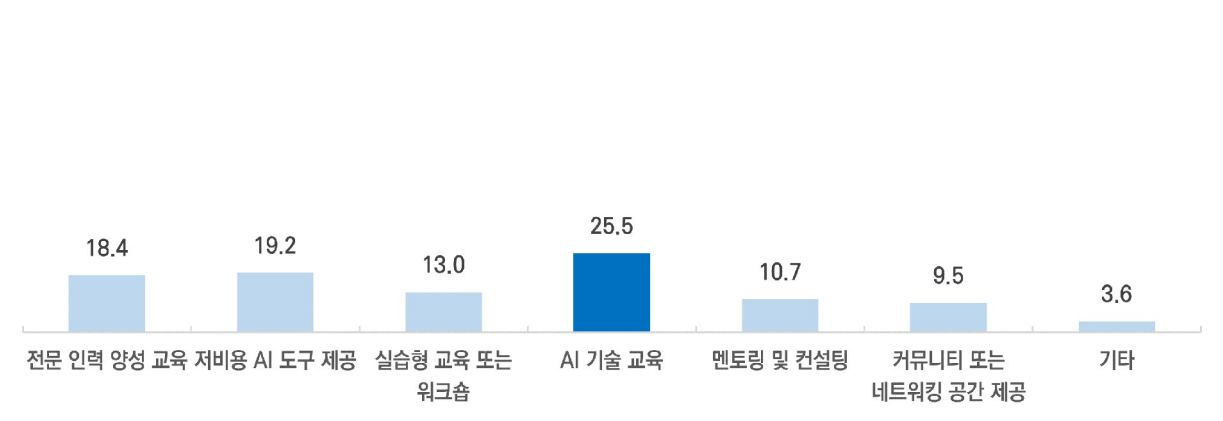
(4) 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 필요한 지원

Q. 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 가장 필요한 지원은 무엇이라고 생각하십니까?

❍ 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 가장 필요한 지원을 살펴보면 'AI 기술 교육'이 25.5%로 가장 높게 나타남. 이어서 '저비용 AI 도구 제공' 19.2%, '전문 인력 양성 교육' 18.4% 등의 순으로 나타남

[그림3-99] 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 필요한 지원

[Base: 전체(N=494), Unit: %]



[표3-144] 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 필요한 지원

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %]

구분		사례수	전문 인력 양성 교육	저비용 AI 도구 제공	실습형 교육 또는 워크숍	AI 기술 교육	멘토링 및 컨설팅	커뮤니티 또는 네트워킹 공간 제공	기타
전체		**(494)**	**18.4**	**19.2**	**13.0**	**25.5**	**10.7**	**9.5**	**3.6**
산업분야	출판	(107)	24.3	17.8	13.1	23.4	11.2	8.4	1.9
	만화	(79)	11.4	20.3	8.9	30.4	8.9	10.1	10.1
	음악	(82)	12.2	19.5	12.2	29.3	13.4	9.8	3.7
	영화	(24)	33.3	20.8	12.5	16.7	4.2	4.2	8.3
	게임	(2)	-	50.0	50.0	-	-	-	-
	애니메이션	(10)	-	30.0	10.0	20.0	20.0	20.0	-
	방송	(12)	8.3	8.3	25.0	25.0	16.7	8.3	8.3
	광고	(8)	12.5	25.0	-	37.5	12.5	12.5	-
	캐릭터	(8)	-	25.0	25.0	37.5	-	-	12.5
	지식정보	(3)	-	33.3	-	33.3	-	33.3	-
	콘텐츠솔루션	(3)	33.3	33.3	-	-	-	33.3	-
	공연	(65)	18.5	13.8	9.2	30.8	16.9	10.8	-
	1인 미디어	(91)	25.3	20.9	18.7	18.7	6.6	8.8	1.1

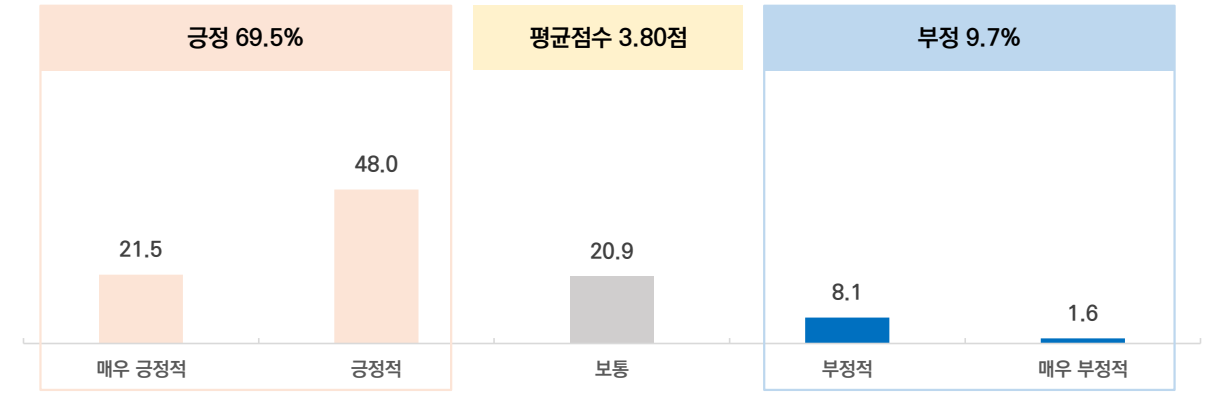
(5) AI를 활용한 콘텐츠가 산업 경쟁력에 미치는 영향

Q. AI를 활용한 콘텐츠 제작 및 서비스가 앞으로 산업 경쟁력에 얼마나 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상하십니까?

❍ AI를 활용한 콘텐츠 제작 및 서비스의 산업 경쟁력에 미치는 영향에 대해 69.5%가 긍정적(매우 긍정적+긍정적)으로 평가하는 것으로 나타났으며, 5점 만점 3.80점으로 나타남

[그림3-100] AI를 활용한 콘텐츠가 산업 경쟁력에 미치는 영향

[Base: 전체(N=494), Unit: %]



[표3-145] AI를 활용한 콘텐츠가 산업 경쟁력에 미치는 영향

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %, 점]

구분		사례수	매우 긍정적	긍정적	보통	부정적	매우 부정적	Bottom2	Top2	5점평균
전체		(494)	21.5	48.0	20.9	8.1	1.6	69.5	9.7	3.80
산업분야	출판	(107)	23.4	44.9	23.4	7.5	0.9	68.2	8.4	3.82
	만화	(79)	8.9	30.4	34.2	19.0	7.6	39.2	26.6	3.14
	음악	(82)	20.7	42.7	28.0	8.5	-	63.4	8.5	3.76
	영화	(24)	20.8	45.8	16.7	12.5	4.2	66.7	16.7	3.67
	게임	(2)	-	50.0	50.0	-	-	50.0	-	3.50
	애니메이션	(10)	20.0	60.0	20.0	-	-	80.0	-	4.00
	방송	(12)	33.3	58.3	8.3	-	-	91.7	-	4.25
	광고	(8)	-	87.5	12.5	-	-	87.5	-	3.88
	캐릭터	(8)	37.5	62.5	-	-	-	100.0	-	4.38
	지식정보	(3)	-	66.7	-	33.3	-	66.7	33.3	3.33
	콘텐츠솔루션	(3)	33.3	66.7	-	-	-	100.0	-	4.33
	공연	(65)	26.2	52.3	15.4	6.2	-	78.5	6.2	3.98
	1인 미디어	(91)	27.5	60.4	9.9	2.2	-	87.9	2.2	4.13

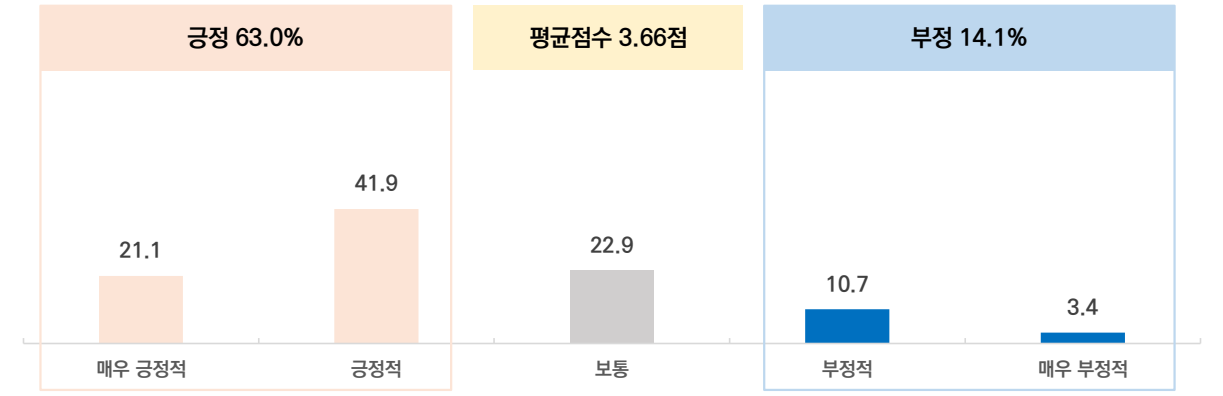
(6) AI를 활용한 콘텐츠가 개인 경쟁력에 미치는 영향

Q. AI를 활용한 콘텐츠 제작 및 서비스가 개인 경쟁력에 미치는 영향은 어떻게 판단하십니까?

❍ AI를 활용한 콘텐츠 제작 및 서비스의 개인 경쟁력에 미치는 영향에 대해 63.0%가 긍정적(매우 긍정적+긍정적)으로 평가하는 것으로 나타났으며, 5점 만점 3.66점으로 나타남

[그림3-101] AI를 활용한 콘텐츠가 개인 경쟁력에 미치는 영향

[Base: 전체(N=494), Unit: %]



[표3-146] AI를 활용한 콘텐츠가 개인 경쟁력에 미치는 영향

[Base: 전체(N=494) Unit: (명), %, 점]

구분		사례수	매우 긍정적	긍정적	보통	부정적	매우 부정적	Bottom2	Top2	5점평균
전체		(494)	21.1	41.9	22.9	10.7	3.4	63.0	14.1	3.66
산업분야	출판	(107)	16.8	36.4	27.1	17.8	1.9	53.3	19.6	3.49
	만화	(79)	7.6	34.2	31.6	16.5	10.1	41.8	26.6	3.13
	음악	(82)	19.5	41.5	28.0	11.0	-	61.0	11.0	3.70
	영화	(24)	20.8	50.0	12.5	8.3	8.3	70.8	16.7	3.67
	게임	(2)	-	-	50.0	-	50.0	-	50.0	2.00
	애니메이션	(10)	20.0	60.0	20.0	-	-	80.0	-	4.00
	방송	(12)	25.0	58.3	8.3	-	8.3	83.3	8.3	3.92
	광고	(8)	12.5	75.0	12.5	-	-	87.5	-	4.00
	캐릭터	(8)	37.5	50.0	-	-	12.5	87.5	12.5	4.00
	지식정보	(3)	-	66.7	-	33.3	-	66.7	33.3	3.33
	콘텐츠솔루션	(3)	66.7	33.3	-	-	-	100.0	-	4.67
	공연	(65)	23.1	43.1	24.6	9.2	-	66.2	9.2	3.80
	1인 미디어	(91)	36.3	45.1	13.2	3.3	2.2	81.3	5.5	4.10

Chapter 04

정책적 시사점 및 활용방안

1) 콘텐츠기업 성장기반 강화 및 산업 경쟁력 제고

❍ 사업체 실태조사 결과 2025년 부산 CT산업은 출판산업, 광고산업, 지식정보산업, 콘텐츠솔루션 산업이 사업체 수, 종사자 수 및 매출액 규모 측면에서 상대적으로 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났으며, 일부 산업은 상대적으로 규모가 작은 산업구조를 보이는 것으로 확인됨

❍ 현황 분석 결과에서도 최근 3년간 연평균 매출액 증가율(19.2%) 등 성장 속도는 빠르지만, 전국 대비 매출 비중은 2.3% 수준에 그쳐 산업 규모의 한계를 극복하기 위한 질적 성장이 필요한 시점임

❍ 이는 부산 콘텐츠산업 내 산업별 규모와 성장 수준에 차이가 존재함을 의미하며, 실태조사 결과 기업들이 주로 호소하는 '매출 부진 및 매출대금 회수부진(1순위 26.8%)'과 '판로확보 및 수익화 어려움(1순위 20.9%)', '비용 부담(1순위 17.0%)' 등의 경영 애로사항 역시 산업분야에 따라 상이하게 나타남

❍ 따라서 산업별 특성과 기업 규모를 고려한 맞춤형 지원정책 마련이 필요하며, 기업의 성장단계와 경영 여건을 고려한 차별화된 지원체계 구축이 요구됨. 특히 초기 기업의 안정적인 사업 운영 기반 마련과 성장기 기업의 시장 확대 지원이 균형 있게 추진될 필요가 있음

❍ 본 실태조사 결과는 이러한 산업별 지원 수요 파악과 기업 성장단계별 지원체계 구축, 궁극적인 기업 경쟁력 강화 정책 수립을 위한 핵심 기초자료로 활용할 필요가 있음

2) 창작자* 중심의 콘텐츠 생태계 조성 (*창작자: 프리랜서, 개인 활동가 등)

❍ 개인 실태조사 결과 전체 개인 창작자 중 출판, 1인 미디어, 음악, 만화 등 개인 창작 기반 콘텐츠 분야의 종사자 비중이 상대적으로 높게 나타나는 등 해당 분야를 중심으로 창작 활동이 활발하게 이루어지고 있으며, 콘텐츠산업 생태계에서 창작자의 역할과 중요성이 지속적으로 높아지고 있는 것으로 확인됨

❍ 그러나 창작자들의 활동 기반은 여전히 취약한 상태임. 산업분야에 구분없이 가장 큰 애로사항으로 '경제적 어려움(낮은/불규칙한 소득)'을 꼽았으며, 구체적으로 보면 뮤지션의 65.6%, 1인 크리에이터의 62.9%, 만화/웹툰 작가의 36.7%가 수익 창출에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남

❍ 이러한 불안정한 창작 환경을 극복하기 위해 산업분야별로 실질적인 맞춤형 지원 수요가 뚜렷하게 확인됨. 1순위 희망 지원사업으로 만화/웹툰 작가는 '창작공간 제공(45.6%)'을, 1인 크리에이터는 '제작비 지원(67.0%)'을, 뮤지션은 '공연 지원(52.2%)'을 우선적으로 필요로 하는 것으로 나타남

❍ 콘텐츠산업의 지속가능한 성장을 위해서는 기업 지원뿐 아니라 지역 창작자의 안정적인 창작활동 기반 조성이 함께 이루어질 필요가 있음

❍ 실태조사 결과 확인된 경제적 어려움과 산업분야별 지원 수요는 창작자의 지속가능한 활동 기반 마련이 단순한 복지 차원을 넘어 지역 콘텐츠산업 생태계 유지와 경쟁력 확보를 위한 핵심 과제임을 보여줌

❍ 따라서 본 실태조사 결과는 창작자 지원정책 및 창작생태계 활성화 정책 수립 과정에서 기초자료로 활용할 수 있으며, 지역 창작자의 성장 기반 마련과 콘텐츠산업 생태계 강화를 위한 정책 방향 설정에 참고자료로 활용할 필요가 있음

3) AI 기반 콘텐츠산업 전환 대응

❍ 최근 생성형 AI 기술 확산에 따라 콘텐츠 기획, 제작, 편집, 마케팅 등 콘텐츠산업 전반에서 디지털 전환이 빠르게 진행되고 있으며, 지역 콘텐츠기업과 창작자의 AI 활용 중요성 또한 지속적으로 확대되고 있음. 실제 실태조사 결과에서도 부산 지역 콘텐츠 사업체의 47.1%, 개인 창작자의 28.7%가 이미 업무에 AI를 활용하고 있는 것으로 나타남

❍ AI 기술은 콘텐츠 제작 효율성을 향상시키는 동시에 새로운 콘텐츠와 비즈니스 모델 창출을 가능하게 하는 핵심 기술로 자리매김하고 있음. 특히 AI를 도입한 사업체의 41.6%가 '콘텐츠 제작 효율성 향상'을 주된 목적으로 꼽았으며, 92.7%가 실제 도입 후 제작 효율이 '향상되었다'고 응답해 긍정적인 체감 효과가 매우 높게 나타남

❍ 그러나 이와 같은 디지털 전환 추세에도 불구하고 사업체들은 AI 기반 제작의 가장 큰 애로사항으로 '전문 인력 부족(29.9%)'과 '기술 이해 부족(29.5%)'을 호소하고 있어, 지역 콘텐츠산업의 실질적인 디지털 전환 대응 역량 확보가 시급한 것으로 판단됨

❍ 따라서 본 실태조사 결과에서 가장 필요하다고 확인된 '전문 인력 양성(36.4%)' 및 'AI 기술 교육(25.0%)' 수요를 반영하여, 향후 AI 활용 역량 강화 및 미래 콘텐츠산업 육성을 위한 정책 방향 설정에 참고자료로 활용할 필요가 있음

4) 콘텐츠 IP 기반 산업구조 고도화

❍ 사업체 실태조사 결과 부산 지역 콘텐츠 사업체의 사업형태별 매출액 중 '개발/창작/제작' 부문이 82.24%를 차지하며 창작 및 제작 활동이 활발하게 이루어지고 있는 것으로 나타났으나, 콘텐츠산업은 제작 단계 이후 유통·사업화·라이선싱 과정에서 높은 부가가치를 창출하는 산업 특성을 가지고 있음

❍ 최근 글로벌 콘텐츠시장은 단일 장르를 넘어 다매체로 원천 IP를 확장하는 '원 소스 멀티 유즈(OSMU)' 중심으로 수익을 다각화하고 있는 반면, 부산 지역은 부가가치가 높은 '유통/배급(6.94%)'이나 '라이선스(2.18%)' 비중이 현저히 낮아 여전히 1차적인 창작 및 제작 단계에만 매출이 집중되어 있는 한계가 있음

❍ 이러한 산업구조로 인해 지역 기업들은 경영상 가장 큰 내부적 애로사항으로 '매출 부진 및 매출대금 회수부진(1순위 26.8%)'과 '판로확보 및 수익화 어려움(1순위 20.9%)'을 호소하고 있어, 단순 제작 중심에서 자체 IP 확보와 활용을 통한 수익 창출 중심으로 산업구조 변화가 필요함

❍ 따라서 본 실태조사 결과는 지역 특화 콘텐츠 발굴과 자체 콘텐츠 IP 경쟁력 강화를 위한 정책 수립 과정에서 참고자료로 활용할 수 있으며, 지역 콘텐츠산업의 부가가치 창출 구조를 고도화하기 위한 밸류체인(Value Chain) 확장 정책 방향 설정에 적극 활용할 필요가 있음

5) 글로벌 시장 진출 기반 확대

❍ 콘텐츠산업은 디지털 플랫폼을 기반으로 국내외 시장 진출이 가능한 대표적인 수출 산업으로, 글로벌 시장 진출 여부가 기업 성장의 중요한 요소로 작용하고 있음

❍ 최근 K-콘텐츠의 글로벌 확산에 따라 해외 진출 가능성이 확대되고 있으나, 사업체 실태조사 결과 2024년 기준 부산 콘텐츠 산업 사업체의 매출액 비중은 국내가 99.17%에 달하는 반면 해외 매출은 단 0.83%에 불과해 내수 시장 의존도가 매우 높은 것으로 나타남

❍ 특히 해외 매출이 발생하고 있는 사업체를 대상으로 살펴본 결과, 경영상 가장 큰 내부적 애로사항으로 '자금조달 및 투자유치 어려움(1순위 28.6%)'을 꼽았으며, 향후 희망하는 지원사업 역시 '직접 지원금 지급'과 '인건비 지원'이 가장 높게 나타나 글로벌 시장 개척 및 유지를 위한 실질적인 자금 확보가 기업들에게 가장 큰 장벽이자 필수적인 과제임을 시사함

❍ 그럼에도 불구하고 글로벌 진출 수요가 상대적으로 높은 게임산업의 경우 북미(1순위 47.0%), 일본(1순위 19.7%) 등 명확한 타겟을 바탕으로 글로벌 경쟁력 강화를 꾀하고 있으며, 목표 해외 시장 진출을 위해 '해외 전시회 참가지원(온/오프라인)(56.1%)'과 '시장진출 세미나(22.7%)'를 가장 필요로 하고 있음

❍ 따라서 본 실태조사 결과는 향후 지역 콘텐츠기업의 해외 진출 초기 자금 및 투자유치 애로사항을 면밀히 파악하기 위한 기초자료로 활용될 수 있으며, 실효성 있는 해외시장 진출 자금 및 인건비 지원, 글로벌 네트워크 구축 및 수출지원 정책 수립 방향 설정에 적극 활용할 필요가 있음

Chapter 05

부록

1. 부산 CT산업 통계
2. 설문지

1. 부산 CT산업 통계

구분		사업체 수(개)	종사자 수(명)	매출액(백만 원)
콘텐츠산업 특수분류체계	출판	460	2,422	233,896
	만화	57	303	27,025
	음악	140	582	56,140
	영화	98	341	27,238
	게임	150	1,308	126,298
	애니메이션	39	308	27,647
	방송	95	659	56,107
	광고	416	2,456	285,634
	캐릭터	134	1,206	142,340
	지식정보	383	2,631	269,662
	콘텐츠솔루션	137	1,399	145,939
계		**2,109**	**13,615**	**1,397,926**
부산 추가 산업군	공연	88	467	42,335
	1인 미디어	13	20	2,080
총 계		**2,210**	**14,102**	**1,442,341**

주1) 콘텐츠산업 특수분류체계를 기준으로 산업별 사업체 수를 산정하고, 종사자 수 및 매출액 규모를 추정함

주2) 부산 CT산업 실태조사에서는 콘텐츠산업 특수분류체계 11개 산업 외에 공연 및 1인미디어 산업을 추가하여 총 13개 산업군을 대상으로 모집단을 구축하였으며, 산업별 종사자 수 및 매출액 규모를 개별 추정함

주3) 종사자 수 및 매출액은 「2025 부산 CT산업 실태조사」 표본자료의 이상치 검토 및 제거 후 총합추계추정방식을 적용하여 산출함
(* 총합추계추정방식 : 모집단 수 × 평균 종사자 수 또는 모집단 수 x 평균 매출액)

주4) 이상치 검토는 IQR(Interquartile Range) 방법을 적용하였으며, 1사분위수(Q1)와 3사분위수(Q3)를 기준으로 Q1−1.5×IQR 미만 또는 Q3+1.5×IQR 초과 값을 이상치로 판단함

2. 설문지

2025 부산 CT산업 실태조사 〈사업체〉

안녕하십니까?

부산시와 부산정보산업진흥원에서는 부산지역의 CT(콘텐츠)산업 현황을 파악하기 위해 매년 「부산 CT산업 실태조사」를 실시하고 있습니다.

본 조사를 통해 수집된 자료는 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의하여 통계목적으로만 사용되고 사업체 비밀과 개인신상정보는 관련법에 의하여 엄격히 보호되오니 협조를 부탁드립니다.

귀사의 설문응답은 부산지역의 CT산업 사업체들에게 도움이 될 수 있는 정책을 마련하고 부산시 CT산업을 발전시킬 수 있는 지원 및 육성방안을 수립하는데 중요한 자료로 활용될 예정입니다. 바쁘고 번거로우시겠지만 잠시 시간을 내어주시어 설문에 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2025년 10월

■ **주최 / 주관 : 부산광역시 / (재)부산정보산업진흥원**
■ **조 사 기 관 : (주)에스티이노베이션**
■ **문 의 : (주)에스티이노베이션**

응답자 정보

성명		연락처	

* 귀하의 연락처와 개인정보는 추후 설문 조사 종료 이후 기프트 발송을 위한 용도로만 활용됩니다.

사업체 정보

사업체 유형	① 개인사업체 (법인등록을 하지 않고 개인이 경영하는 사업체, **사업자등록**을 한 경우) ② 회사법인 (상법에 따라 설립된 영리법인 / 예 : 주식회사, 유한회사, 합자회사, 합명회사, 외국회사) ③ 기타법인 (민법/특별법에 따라 설립된 회사 이외의 법인)

사업체명			
사업자등록번호		**설립연월**	
대표자명		**대표자 연령**	① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대이상
전화번호		**팩스번호**	
사업체 지역	① 중구 ② 서구 ③ 동구 ④ 영도구 ⑤ 부산진구 ⑥ 동래구 ⑦ 남구 ⑧ 북구 ⑨ 해운대구 ⑩ 사하구 ⑪ 금정구 ⑫ 강서구 ⑬ 연제구 ⑭ 수영구 ⑮ 사상구 ⑯ 기장군		
사업체 구분	① 단독사업체 (다른 장소에 본사, 지사, 영업장, 공장, 연구소 등이 없음) ② 본사(점) (다른 장소에 지사, 영업장, 공장, 연구소 등을 가지고 있으며 이를 총괄) ③ 지사(점) (다른 장소에 본사의 관할 하에 있는 사업체) ▶ **본사 주소 :** _____ ④ 기타		
벤처기업 지정여부	① 대상 ② 비대상 ③ 신규		

다음 페이지에 설문이 계속됩니다

A. 산업분야

A1. 귀사의 산업분야 및 콘텐츠에 대해 보기카드와 작성예시를 참고하여 작성해 주시기 바랍니다. (해당 항목 모두 선택) [ ]

콘텐츠산업 보기카드

산업분야	세부산업분야		
1. 출판	① 서적 출판	② 교과서/학습서적 출판	③ 신문/간행물 출판
	④ 전자책(e-book) 출판	⑤ 소설/시/수필 등 창작	⑥ 온라인 서비스(웹소설 등)
2. 만화	① 만화 제작(만화작가)	② 만화 출판	③ 온라인 서비스(웹툰 등)
	④ 에이전시		
3. 음악	① 음악 기획/제작(뮤지션)	② 스튜디오 운영	③ 유통
	④ 음악 공연		
4. 영화	① 영화 기획/제작	② 영화 제작 지원	③ 영화 수입/배급
	④ 극장 상영	⑤ 영화 홍보 및 마케팅	⑥ DVD/블루레이 제작 및 유통
	⑦ 온라인 배급	⑧ 온라인 상영	⑨ 투자 조합
5. 게임	① 게임 제작	② 게임 배급(퍼블리싱)	
6. 애니메이션	① 창작/제작	② 하청제작	③ 애니메이션 유통/배급/홍보
	④ 온라인 애니메이션 유통		
7. 방송	① 지상파/유선방송	② 방송채널사용사업	③ 방송영상물제작
	④ 인터넷영상물제공		
8. 광고	① 영상광고 제작	② 인쇄물광고 제작	③ 온라인광고 제작
	④ 홍보/행사 기획/연출		
9. 캐릭터	① 캐릭터 개발	② 라이선스 판매	③ 캐릭터상품 제조
10. 지식정보	① 이러닝 제작/서비스	② 포털/온라인정보서비스	③ XR 제작(AR/VR/MR 등)
11. 콘텐츠솔루션	① CG 제작	② 온라인/모바일솔루션	③ 콘텐츠 보호
12. 공연	① 공연 기획/연출	② 공연시설 운영	③ 공연 관련 서비스

A2. 귀사의 산업분야 및 콘텐츠에 대해 보기카드를 참고하여 작성해 주시기 바랍니다. (최대 2개까지 선택)

1순위		2순위	

① 출판 ② 만화 ③ 음악 ④ 영화 ⑤ 게임
⑥ 애니메이션 ⑦ 방송 ⑧ 광고 ⑨ 캐릭터 ⑩ 지식정보
⑪ 콘텐츠솔루션 ⑫ 공연 ⑬ 1인 미디어 ⑭ 해당하는 사업분야 없음 → **조사 종료**

A3. 귀사의 주요 콘텐츠는 무엇입니까? 예시를 참고하여 구체적으로 작성해 주시기 바랍니다.

영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
예시1) □□□	*음원 제작*		*□ 자체제작 ■ 제작참여*
예시2) ○○○	*로맨스 웹툰*	*네이버 웹툰에 등록*	*■ 자체제작 □ 제작참여*
[1순위 콘텐츠]			□ 자체제작 □ 제작참여
[2순위 콘텐츠]			□ 자체제작 □ 제작참여

다음 페이지에 설문이 계속됩니다

A4. 귀사의 현재 사업추진 단계는 무엇입니까? [주요산업분야(A2의 1순위)]를 기준으로 작성]

[ ]

① **사업 도약** : 제작한 콘텐츠가 시장에 진입한 이후 서서히 시장규모가 확대되는 시기
② **사업 성장** : 제작한 콘텐츠가 시장에 안착하여 생산/매출이 증가하고 수출로 확대되는 시기
③ **사업 축소** : 제작한 콘텐츠가 시장에서 생산/매출이 하락하는 시기

B. 제작 현황

B1. 귀사의 전년(2024년) 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황은 어떻습니까? [ ]

① 매우 나빠졌다 ② 대체로 나빠졌다 ③ 보통이다 ④ 대체로 좋아졌다 ⑤ 매우 좋아졌다

B1-1. 위와 같이 응답한 이유에 대해 구체적으로 작성해 주시기 바랍니다.

전년 대비 콘텐츠 제작/개발/창작 현황이 나빠진 경우는 악화 이유를, 좋아진 경우는 개선 이유를 작성해 주시기 바랍니다.

(예 : 2024년에 부산정보산업진흥원으로부터 제작지원을 받게 됨, 영화산업 활성화로 영화제작 투자가 늘어남)

B2. 콘텐츠 제작/개발/창작 관련 주요 애로사항은 무엇입니까? [ ]

① 자금 부족 및 투자유치 어려움 ② 기획 역량/아이템/아이디어 부족 ③ 제작 역량/경험/시스템 부족
④ 전문인력 부족 및 확보 어려움 ⑤ 인프라(장비/환경) 부족 ⑥ 제작기간 장기화
⑦ 제작비용(인건비 등) 부담 ⑧ 콘텐츠 사업화 ⑨ 기타(▶_____)

다음 페이지에 설문이 계속됩니다

C. 종사자 현황

C1. 귀사의 2025년(현재 기준) 종사자 수와 2024년 신규 채용 종사자 수를 각각 작성해주시기 바랍니다. (비정규직 포함)

구분	종사자 수
2025년 현재 기준 종사자 수	명
2024년 신규 채용 종사자 수	명

C1-1. 귀사의 2024년 신규 채용 종사자들의 인력현황에 대해 응답하여 주십시오.

신규 채용 종사자 수			합계
부산	부산 외 지역	해외	
명	명	명	명

C2. 귀사의 직무별 종사자 수 비중을 작성해주십시오.

합계가 100이 되도록 작성해주시기 바랍니다.

세부 직무별 종사자 수							
구분	사업기획 (임원포함)	제작	연구개발	운영/관리 (재무/인사/총무)	홍보/마케팅	기타 (유통)	합계
2025년 종사자 수	%	%	%	%	%	%	100.0%
2024년 신규 채용	%	%	%	%	%	%	100.0%

C3. 귀사의 2025년(현재 기준) 전체 종사자 연령 비중을 작성해주십시오.

종사자의 연령대						
구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	합계
2025년 현재 기준	%	%	%	%	%	100.0%

C4. 귀사의 전체 종사자 평균 근속연수를 작성해주십시오.

구분	평균 근속연수
전체 종사자 평균 근속연수	년 개월

C5. 인력채용 관련 주요 애로사항은 무엇입니까? [ ]

① 경력/전문인력 부족 ② 우수인력의 잦은 이직 ③ 취업희망자의 자질 부족
④ 취업희망자의 대기업 선호 ⑤ 취업희망자의 수도권기업 선호 ⑥ 취업희망자의 저임금 회피
⑦ 취업희망자의 해당업무 회피 ⑧ 인력정보 부족 ⑨ 관련 교육기관과의 연계 부족
⑩ 기타(▶_____)

다음 페이지에 설문이 계속됩니다

D. 경영 현황

D1. 귀사의 매출액과 국내 및 해외 매출액 비중을 작성해주시기 바랍니다. (2024년 기준)

2024년 매출액을 기준으로 작성해 주시기 바랍니다. / 매출액 비중의 합계가 100이 되도록 작성해 주시기 바랍니다.

2024년 매출액	매출액 비중		
	국내	해외	합계
백만원	%	%	100 %

D2. 귀사의 사업형태별 매출액 비중을 작성해 주시기 바랍니다. (2024년)

2024년 매출액을 기준으로 작성해 주시기 바랍니다. / 합계가 100이 되도록 작성해 주시기 바랍니다.

개발/창작/제작	라이선스	제작지원	유통/배급	기타	합계
%	%	%	%	%	100 %

■ **개발/창작/제작** : 콘텐츠를 기획 및 제작하여 발생하는 매출 (판매수입, 온라인서비스 매출 등 포함)
■ **라이선스** : 타인이 재산권을 사용할 수 있도록 권리를 부여하여 발생하는 매출
■ **제작지원** : 콘텐츠 제작 관련 편집/현상/더빙/녹음/촬영/장비임대 등 일부 공정에만 참여하여 발생하는 매출
■ **유통/배급** : 제작과정에 참여하지 않고 콘텐츠를 단순히 배급/유통만 하여 발생하는 매출 (제작과 유통을 동시에 한 경우는 '개발/창작/제작'으로 작성)
■ **기타** : 위의 사업내용을 통해 발생하지 않은 매출 (행사매출, 콘텐츠 투자이익금 등)

D3. 귀사의 콘텐츠 주요 판로를 작성해 주시기 바랍니다. [2024년] [ ]

① B2B 거래(퍼블리셔,매니지먼트) ② 온라인 플랫폼 ③ 크라우드펀딩
④ 전시회 참가 ⑤ 오프라인 판매처 ⑥ 기타(▶_____)

D4. 귀사의 주요 고객(매출처)에 대한 비중을 작성해 주시기 바랍니다.

2024년 기준 매출 비중				
구분	부산 지역 내	전국	해외	합계
주요 고객	%	%	%	100.0%

D4-1. [D4의 국내 매출이 있을 경우 응답] 귀사의 국내 매출처 구조는 어떻게 되십니까?
2024년 국내 전체 매출액을 100%라고 가정하고, 각각의 비중을 응답하여 주시기 바랍니다.

구 분	2024년 매출액 기준				합계
	B2B (기업 간 거래)		B2C (소비자)	B2G (정부/공공)	
	대기업	중소기업			
국내	%	%	%	%	100%

다음 페이지에 설문이 계속됩니다

D4-2. [D4-1의 B2B 매출이 있는 경우 응답] 주력 B2B제품(서비스)의 지역별 거래 기업의 비율은 어떻게 되십니까? 국내 판매에 대해 비중이 높은 순서대로 응답해 주십시오.

총 거래 기업 수(개)	(개)

예시

구분	1순위	2순위	3순위	기타	합계
지역	②	⑥			
비율	80%	20%	0%	0%	100 %

구분	1순위	2순위	3순위	기타	합계
지역					
비율	%	%	%	%	100 %

① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전
⑦ 울산 ⑧ 세종 ⑨ 경기 ⑩ 강원 ⑪ 충북 ⑫ 충남
⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북 ⑯ 경남 ⑰ 제주

D4-3. [D4-1의 B2G 매출이 있는 경우 응답] 주력 B2G의 지역별 거래 정부/공공기관의 비율은 어떻게 되십니까? 비중이 높은 순서대로 응답해 주십시오.

총 거래 기관 수(개)	(개)

예시

구분	1순위	2순위	3순위	기타	합계
지역	②	①	⑥		
비율	60%	20%	15%	5%	100 %

구분	1순위	2순위	3순위	기타	합계
지역					
비율	%	%	%	%	100 %

① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전
⑦ 울산 ⑧ 세종 ⑨ 경기 ⑩ 강원 ⑪ 충북 ⑫ 충남
⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북 ⑯ 경남 ⑰ 제주

D5. 경영 관련 주요 애로사항은 무엇입니까? [최대 2개]

1순위		2순위	

〈내부적 요인〉

① 매출 부진 및 매출대금 회수부진 ② 자금조달 및 투자유치 어려움 ③ 판로확보 및 수익화 어려움
④ 마케팅 역량 및 비용 부족 ⑤ 제작 역량 및 비용 부족 ⑥ 인력 부족 및 채용 어려움
⑦ 비용(인건비,제작비,유통비 등) 부담 ⑧ 기타(▶_____)

1순위		2순위	

〈외부적 요인〉

① 수익구조의 불합리성 ② 산업/시장 경기침체 ③ 산업/시장 환경변화
④ 협력기업의 부재 ⑤ 업계내 경쟁심화 및 대기업 독식 ⑥ 지식재산권 침해(불법복제/다운로드)
⑦ 과도한 규제 및 정부지원 미미 ⑧ 기타(▶_____)

다음 페이지에 설문이 계속됩니다

E. 지원사업

E1. 귀사는 지원사업 관련 정보를 주로 어디에서 얻고 계십니까? [ ]

① 언론매체(신문, 방송) ② 인터넷 ③ 전시회 등 관련 행사
④ 공공기관 ⑤ 동종업계 ⑥ 기타(▶_____)

E2. 귀사는 정부나 부산시/부산정보산업진흥원 등 공공기관 지원사업 참여 경험이 있으십니까? [ ]

① 예 (▶E2-1로 이동) ② 아니오 (▶E3으로 이동)

E2-1. 귀사가 참여한 지원사업은 다음 중 어디에 해당합니까? (희망사업 모두 선택)

구분	지원사업		
1. 인프라 지원	① R&D센터 지원	② 사무실 회의공간 등 업무공간 지원	③ 교육·훈련시설 지원
	④ 홍보 전시관/전시회 참가 지원	⑤ 글로벌 진출 관련 지원	⑥ 직원복리시설 지원
2. 금전적 지원	① 임대료 감면(보증금 임대료 등)	② 직접 지원금 지급	③ 관리비 감면
	④ 인건비 지원	⑤ 세금 혜택(취득세, 등록세, 재산세, 법인세 감면 등)	
3. 교육훈련 지원	① 유통 및 마케팅 교육 프로그램 운영	② 실무 교육 프로그램 운영	③ 콘텐츠 관련 연수 프로그램 운영
	④ 콘텐츠 관련 컨퍼런스 개최	⑤ 산학연 공동 연구 매칭 및 프로그램 운영	⑥ 경영 지원 교육
4. 경연 지원	① 법률 컨설팅	② 회계 및 재무 컨설팅	③ 경영 컨설팅
	④ HR 컨설팅		
5. 기타	(구체적으로 작성:)		

E3. 지원사업을 신청/참여하면서 겪었던 애로사항은 무엇입니까? [ ]

① 지원사업 정보부족 ② 복잡한 지원사업 신청/행정절차 ③ 짧은 지원기간
④ 사업 담당자와의 소통 어려움 ⑤ 까다로운 신청 및 선정 조건 ⑥ 지원사업 신청/참여 경험 없음
⑦ 기타(▶_____)

E4. 다음 중 귀사가 향후 지원받기를 희망하는 사업은 무엇입니까? (희망사업 모두 선택)

구분	지원사업		
1. 인프라 지원	① R&D센터 지원	② 사무실 회의공간 등 업무공간 지원	③ 교육·훈련시설 지원
	④ 홍보 전시관/전시회 참가 지원	⑤ 글로벌 진출 관련 지원	⑥ 직원복리시설 지원
2. 금전적 지원	① 임대료 감면(보증금 임대료 등)	② 직접 지원금 지급	③ 관리비 감면
	④ 인건비 지원	⑤ 세금 혜택(취득세, 등록세, 재산세, 법인세 감면 등)	
3. 교육훈련 지원	① 유통 및 마케팅 교육 프로그램 운영	② 실무 교육 프로그램 운영	③ 콘텐츠 관련 연수 프로그램 운영
	④ 콘텐츠 관련 컨퍼런스 개최	⑤ 산학연 공동 연구 매칭 및 프로그램 운영	⑥ 경영 지원 교육
4. 경연 지원	① 법률 컨설팅	② 회계 및 재무 컨설팅	③ 경영 컨설팅
	④ HR 컨설팅		
5. 기타	(구체적으로 작성:)		

E5. 지원사업 관련 개선방안이 있으시면 작성해주시기 바랍니다.

다음 페이지에 설문이 계속됩니다

F. XR개발 사업체 추가설문

F1. 귀사는 가상/증강/혼합현실(XR/MR) 콘텐츠를 제작/계획(R&D포함)하고 있으십니까? [ ]

① XR 콘텐츠 제작/출시 ② XR 콘텐츠 제작 중 ③ XR 콘텐츠 제작계획 있음
④ XR 콘텐츠 제작계획 없음 ⑤ 기타(▶_____)

F2. 귀사의 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 장르는 무엇입니까? 3순위까지 답해주십시오. (최대 3개)

1순위		2순위		3순위	

① 게임(GPS,롤플레잉,스포츠) ② 엔터테인먼트(영화,쇼,스포츠) ③ 훈련(직업훈련,기능훈련)
④ 교육(학습,관광지체험) ⑤ 산업융합(제조,해양,디자인) ⑥ 마케팅(제품가상체험,광고)
⑦ 의료/건강(가상수술,원격진료) ⑧ 군사(훈련,정비,비행,모의전투) ⑨ 건축/부동산(설계,모델하우스,숙박)
⑩ 테마파크(어트랙션) ⑪ ICT융합(5G,IoT,인공지능,빅데이터) ⑫ 기타(▶_____)

F3. 귀사의 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까? [ ]

① 채용 박람회 등 전문 오프라인 행사 확대 ② 온라인 구인 사이트 광고 지원 ③ 대학, 학원 등 외부 교육기관 연계 인력 중계
④ 지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축 ⑤ 기타(▶_____)

F4. 글로벌 시장 진출을 희망하는 지역은 어디입니까? (최대 3개)

1순위		2순위		3순위	

① 북미 ② 중국 ③ 일본
④ 유럽 ⑤ 아세안 ⑥ 중동
⑦ 기타(▶_____)

F5. 아세안 시장 진출을 추진한다면 희망하는 지역은 어디입니까? (최대 3개)

1순위		2순위		3순위	

① 캄보디아 ② 인도네시아 ③ 라오스
④ 말레이시아 ⑤ 미얀마 ⑥ 싱가포르
⑦ 필리핀 ⑧ 태국 ⑨ 베트남
⑩ 브루나이

F6. 지역 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 관련 사업체를 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까? (최대 3개)

1순위		2순위		3순위	

① 입주시설 제공 및 정착 지원 ② 콘텐츠 제작 기술/비용 지원 ③ 홍보/마케팅 지원
④ 투자유치 활동 지원 ⑤ 국내외 네트워크 활성화 지원 ⑥ 중장기 지원사업
⑦ 개발자 구인 및 인력유치 지원 ⑧ 기타(▶_____)

F7. 귀사에서 확장현실(XR), 메타버스 등 실감콘텐츠 개발에 활용하는 제작 플랫폼은 무엇인가요? (최대 3개)

1순위		2순위		3순위	

① 유니티(UNITY) ② 언리얼(Unreal) ③ 블랜더(Blender)
④ 마야(Maya) ⑤ 3ds Max ⑥ 뷰포리아(Vuforia)
⑦ ARCore ⑧ 기타(▶_____)

조사에 참여해주셔서 대단히 감사합니다

G. 게임산업 사업체 추가설문

G1. 귀사가 제작/배급한 게임의 플랫폼 유형은 무엇입니까? (해당항목 모두 선택) [ ]

① 온라인/PC 게임 ② 모바일 게임 ③ 비디오/콘솔 게임
④ 아케이드 게임 ⑤ XR 게임 ⑥ 기타(▶_____)

G2. 귀사가 진출을 희망하는 목표 해외 시장은 어디입니까? (최대 3개)

1순위		2순위		3순위	

① 북미 ② 유럽 ③ 중국
④ 일본 ⑤ 동남아시아 ⑥ 기타(▶_____)

G3. 목표 해외 시장 진출에 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까? [ ]

① 해외 전시회 참가지원(온/오프라인) ② 시장진출 세미나 ③ 바이어 수출상담회(온/오프라인)
④ 글로벌 UA 직접 마케팅 지원 ⑤ 기타(▶_____)

G4. 부산지역 게임사업체를 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까? (최대 3개)

1순위		2순위		3순위	

① 입주시설 제공 및 정착지원 ② 게임제작 기술/비용 지원 ③ 홍보/마케팅 및 해외진출 지원
④ 지역 인디게임 산업육성 ⑤ 부산지역 네트워크 활성화 ⑥ 수도권과 네트워크 활성화
⑦ 지역인력 취업연계 및 인력유치 ⑧ 기타(▶_____)

G5. 게임콘텐츠 개발을 위한 인력수급은 주로 어떤 경로(매체)를 통해 진행하고 있습니까? (최대 3개)

1순위		2순위		3순위	

① 인터넷 구인 사이트 ② 지인 추천 ③ 채용박람회 등 오프라인 행사
④ 구직자의 직접 연락 ⑤ 대학 등 전문 교육기관에 요청 ⑥ 기타(▶_____)

G6. 귀사가 인력 수급 시 가장 어려움을 느끼는 요인은 무엇이라고 생각하십니까? [ ]

① 타지역 대비 낮은 인건비 ② 이직자의 거주지 이전 문제 (보증금 및 임대료 등) ③ 경력직 구인 방법 및 시스템 부재
④ 구직자 업무 능력의 객관적 평가 어려움 ⑤ 기타(▶_____)

G7. 귀사의 원활한 인력수급을 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까? [ ]

① 채용박람회 등 게임 전문 오프라인 행사 확대 ② 인터넷 구인 사이트 광고 지원 ③ 대학, 학원 등 외부 교육기관 연계 인력 중개
④ 지역 인력 Pool 제공 플랫폼 구축 ⑤ 기타(▶_____)

G8. 귀사가 개발한 제품(게임)의 시장 경쟁력 강화를 위해 필요한 지원은 무엇이라고 생각합니까? [ ]

① 게임의 오락성(재미) 검증 및 컨설팅 ② 비즈니스모델 강화 ③ 시스템 안정성 및 호환성 보완 QA
④ 마켓플레이스 홍보용 소재 제작 ⑤ 타겟시장 및 경쟁작 분석 및 컨설팅 ⑥ 번역, 더빙 등 현지화 지원
⑦ 기타(▶_____)

조사에 참여해주셔서 대단히 감사합니다

G9. 향후 게임 개발을 위해 귀사의 재직자를 대상으로 트레이닝 하고자 하는 분야는 무엇입니까? [ ]

① 생성형 인공지능 기술 도입 및 최적화 ② 플랫폼 전환 및 다양화(멀티플랫폼) ③ 클라이언트 최적화 및 성능 향상
④ 메타버스·블록체인 플랫폼 이식 ⑤ 엔진 파이프라인 분석 및 자체 엔진 개발 ⑥ 기타(▶)

G10. 귀사가 향후 사업적으로 도전하고자 생각하는 분야는 무엇입니까? (최대 3개)

1순위		2순위		3순위	

① 기존 게임의 e스포츠 종목화 ② 클라우드·블록체인 기반 게임 개발 ③ 유명IP와 협업한 게임 개발
④ AAA급 프로젝트 게임 제작 ⑤ 기타(▶ _____)

조사에 참여해주셔서 대단히 감사합니다

H. AI 분야 추가설문(전 산업군에 적용)

H1. 귀사의 업무 또는 기업 활동에서 AI를 활용하고 있습니까? [ ]

① 예 (▶H1-1로 이동) ② 아니오 (▶H2-1로 이동)

H1-1. 언제부터 도입하기 시작했습니까? [ ] (H1=1 응답자)

① 2025년 ② 2024년 ③ 2023년 ④ 2022년 ⑤ 2021년 이전

H1-2. AI를 도입한 주된 목적은 무엇입니까? [ ] (H1=1 응답자)

① 콘텐츠 제작 효율성 향상 (작업시간 단축, 자동화 등)
② 제작비용 절감 (인건비·외주비 등 절감 목적)
③ 품질 개선 (결과물의 완성도·정확도 향상 등)
④ 창의적 아이디어 발굴 및 기획 다양화
⑤ 인력 부족 보완 (전문 인력 대체·보조 등)
⑥ 고객 맞춤형 서비스 제공 (추천, 개인화 콘텐츠 등)
⑦ 트렌드 대응 및 경쟁력 확보 (업계 AI 도입 흐름 대응 등)
⑧ 기타(▶ _____)

H1-3. 현재 귀사에서 AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중은 어느정도 입니까? [ ] (H1=1 응답자)

① 전혀 없음 ② 10% 미만 ③ 10% 이상~30% 미만 ④ 30% 이상~50% 미만 ⑤ 50% 이상

H1-4. AI를 활용한 콘텐츠 제작 또는 서비스에서 주로 사용하는 AI 기술은 무엇입니까? 모두 선택해주시기 바랍니다. [ ] (H1=1 응답자)

① 콘텐츠 자동 생성 및 가공 (텍스트, 이미지, 영상, 음악 자동 제작 등)
② 창작 지원 및 아이디어 (시나리오, 대사, 플롯, 캐릭터 디자인, 곡작품추천 등)
③ 미디어 편집 및 효율화 (영상 편집, 특수효과, 음성 및 음악 합성 등)
④ 맞춤 분석 및 마케팅 (독자, 관객, 이용자 데이터 분석, 추천 알고리즘, 광고 타켓팅, 캠페인 예측 등)
⑤ 디지털 휴먼 / 캐릭터 / 아바타 (가상 진행자, 인플루언서, 인터랙티브 캐릭터 제작 등)
⑥ 지식정보화 (빅데이터 분석, 요약, 지식그래프, 정보검색 등)
⑦ 저작권 관리 (AI 기반 저작권 자동 모니터링, 미디어 인프라 운영 등)

H1-5. AI 기술 도입으로 귀사의 콘텐츠 제작 효율이 어떻게 변화했습니까? [ ] (H1=1 응답자)

① 매우 크게 향상됨 ② 다소 향상됨 ③ 변화 없음 ④ 다소 저하됨 ⑤ 매우 저하됨

H1-6. AI 활용으로 기대하는 가장 큰 기대효과는 무엇입니까? [ ] (H1=1 응답자)

① 제작 시간 단축 ② 제작 비용 절감 ③ 창작 아이디어 및 품질 향상
④ 맞춤형 콘텐츠 제작 가능 ⑤ 새로운 비즈니스 기회 창출 ⑥ 시장 확대 및 수출 경쟁력 강화
⑦ 기타(▶ _____)

조사에 참여해주셔서 대단히 감사합니다

H2-1. 귀사의 업무 또는 기업 활동에서 AI를 도입할 예정입니까? [ ] (H1=2 응답자)

① 예 ② 아니오

H2-2. 향후 2년 내 귀사의 AI 활용 관련 투자 계획은 어떻습니까? [ ] (H2-1=1 응답자)

① 계획 없음 ② 소규모 시범 사업 수준 ③ 신규 사업 라인 확대 ④ 적극적 투자 및 인력채용 예정

H3. AI 기반 콘텐츠 제작에 있어 가장 큰 애로사항은 무엇입니까?

① 전문 인력 부족 ② 기술 이해 부족 ③ 기술 도입 비용 부담 ④ 저작권 및 법적 문제
⑤ AI 품질 및 신뢰성 문제 ⑥ 기타(▶ _____)

H4. 콘텐츠 산업에서 AI 활용의 효과를 어떻게 평가하십니까?

① 매우 긍정적 ② 긍정적 ③ 보통(변화 없음) ④ 부정적 ⑤ 매우 부정적

H5. 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 가장 필요한 지원은 무엇이라고 생각하십니까?

① 전문 인력 양성 ② 제작비 지원 ③ 기업 간 네트워킹
④ AI 기술 교육 ⑤ 법·제도 제정 및 저작권 보호 ⑥ 해외시장 진출 지원
⑦ 기타(▶ _____)

H6. AI를 활용한 콘텐츠 제작 및 서비스가 앞으로 산업 경쟁력에 얼마나 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상하십니까?

① 매우 긍정적 ② 긍정적 ③ 보통 ④ 부정적 ⑤ 매우 부정적

조사에 참여해주셔서 대단히 감사합니다

2025 부산 CT산업 실태조사 <개인>

안녕하십니까?

부산시와 부산정보산업진흥원에서는 부산지역의 CT(콘텐츠)산업 현황을 파악하기 위해 매년 「부산 CT산업 실태조사」를 실시하고 있습니다.

본 조사를 통해 수집된 자료는 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의하여 통계목적으로만 사용되고 개인신상정보는 관련법에 의하여 엄격히 보호되오니 협조를 부탁드립니다.

귀하의 설문응답은 부산지역의 CT산업에 도움이 될 수 있는 정책을 마련하고 부산시 CT산업을 발전시킬 수 있는 지원 및 육성방안을 수립하는데 중요한 자료로 활용될 예정입니다.
바쁘고 번거로우시겠지만 잠시 시간을 내어주시어 설문에 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2025년 10월

■ **주최 / 주관 : 부산광역시 / (재)부산정보산업진흥원**
■ **조 사 기 관 : (주)에스티이노베이션**
■ **문 의 : (주)에스티이노베이션**

응답자 정보

성명		연락처	

* 귀하의 연락처와 개인정보는 추후 설문 조사 종료 이후 기프트 발송을 위한 용도로만 활용됩니다.

성명		활동명/필명	
활동시작년도	년	연령	① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대이상
전화번호		E-mail	
주소	① 강서구 ② 금정구 ③ 기장군 ④ 남구 ⑤ 동구 ⑥ 동래구 ⑦ 부산진구 ⑧ 북구 ⑨ 사상구 ⑩ 사하구 ⑪ 서구 ⑫ 수영구 ⑬ 연제구 ⑭ 영도구 ⑮ 해운대구 ⑯ 중구 ⑰ 부산 이외 지역 ▶_____		

A. 사업분야

A1. 귀하의 산업분야를 선택해 주시기 바랍니다. (해당 항목 모두 선택) [ ]

콘텐츠산업 보기카드

산업분야	세부산업분야		
1. 출판	① 서적 출판	② 교과서/학습서적 출판	③ 신문/간행물 출판
	④ 전자책(e-book) 출판	⑤ 소설/시/수필 등 창작	⑥ 온라인 서비스(웹소설 등)
2. 만화	① 만화 제작(만화작가)	② 만화 출판	③ 온라인 서비스(웹툰 등)
	④ 에이전시		
3. 음악	① 음악 기획/제작(뮤지션)	② 스튜디오 운영	③ 유통
	④ 음악 공연		
4. 영화	① 영화 기획/제작	② 영화 제작 지원	③ 영화 수입/배급
	④ 극장 상영	⑤ 영화 홍보 및 마케팅	⑥ DVD/블루레이 제작 및 유통
	⑦ 온라인 배급	⑧ 온라인 상영	⑨ 투자 조합
5. 게임	① 게임 제작	② 게임 배급(퍼블리싱)	
6. 애니메이션	① 창작/제작	② 하청제작	③ 애니메이션 유통/배급/홍보
	④ 온라인 애니메이션 유통		
7. 방송	① 지상파/유선방송	② 방송채널사용사업	③ 방송영상물제작
	④ 인터넷영상물제공		
8. 광고	① 영상광고 제작	② 인쇄물광고 제작	③ 온라인광고 제작
	④ 홍보/행사 기획/연출		
9. 캐릭터	① 캐릭터 개발	② 라이선스 판매	③ 캐릭터상품 제조
10. 지식정보	① 이러닝 제작/서비스	② 포털/온라인정보서비스	③ XR 제작(AR/VR/MR 등)
11. 콘텐츠솔루션	① CG 제작	② 온라인/모바일솔루션	③ 콘텐츠 보호
12. 공연	① 공연 기획/연출	② 공연시설 운영	③ 공연 관련 서비스
13. 1인 미디어			

다음 페이지에 설문이 계속됩니다

A2. 귀하의 산업분야 및 콘텐츠에 대해 보기카드를 참고하여 작성해 주시기 바랍니다. (최대 2개까지 선택)

1순위		2순위	

① 출판 ② 만화 ③ 음악 ④ 영화 ⑤ 게임
⑥ 애니메이션 ⑦ 방송 ⑧ 광고 ⑨ 캐릭터 ⑩ 지식정보
⑪ 콘텐츠솔루션 ⑫ 공연 ⑬ 1인 미디어 ⑭ 해당하는 사업분야 없음 → **조사 종료**

A3. 귀하의 주요 콘텐츠는 무엇입니까? 예시를 참고하여 구체적으로 작성해 주시기 바랍니다.

영화/영상/콘텐츠명	내용	제공/서비스 방법	구분
예시1) □□□	*음원 제작*		*□ 자체제작 ■ 제작참여*
예시2) ○○○	*로맨스 웹툰*	*네이버 웹툰에 등록*	*■ 자체제작 □ 제작참여*
[1순위 콘텐츠]			□ 자체제작 □ 제작참여
[2순위 콘텐츠]			□ 자체제작 □ 제작참여

A4. 귀하의 현재 사업추진 단계는 무엇입니까? [주요산업분야(A2의 1순위)를 기준으로 작성]

① **콘텐츠 기획** : 출시된 콘텐츠가 없고 현재 기획 및 제작준비에 치중하는 시기
② **콘텐츠 제작** : 콘텐츠 기획 이후 콘텐츠 제작 및 개발이 진행 중인 시기
③ **콘텐츠 출시** : 콘텐츠가 시장에 처음 진입하여 탐색하는 시기
④ **사업 도약** : 제작한 콘텐츠가 시장에 진입한 이후 서서히 시장규모가 확대되는 시기
⑤ **사업 성장** : 제작한 콘텐츠가 시장에 안착하여 생산/매출이 증가하고 수출로 확대되는 시기
⑥ **사업 축소** : 제작한 콘텐츠가 시장에서 생산/매출이 하락하는 시기

A5. 향후 어떻게 콘텐츠 관련 활동을 이어가실 계획이십니까? 계획하고 있는 활동을 모두 기입해주십시오.

① 창작 활동 유지 ② 정식 법인형태가 아닌 공동제작에 참여
③ 협동조합의 법인형태 설립 ④ 주식회사의 법인형태 설립

다음 페이지에 설문이 계속됩니다

B. 사업 현황

B1. 귀하는 보조인력을 이용하고 계십니까? [ ]

① 혼자서 작업(▶B2로 이동) ② 가족/지인의 도움을 받음 - 수고비 미지급(▶B2로 이동)
③ 보조인력(어시스턴트 등)을 이용 - 수고비 지급 (▶B1-1로 이동)

B1-1. 평균적으로 몇 명의 보조인력 이용하고 계십니까? [_____명]

B1-2. 보조인력 활용 관련 주요 애로사항은 무엇입니까? [ ]

① 보조인력 부족 ② 보조인력 자질부족 ③ 보조인력 활용비용 부담
④ 보조인력과의 업무시간 조절 ⑤ 보조인력 구인정보 부족 ⑥ 기타(▶_____)

B2. 귀하의 콘텐츠 분야 근속연수를 작성해주십시오. [ ]

구분	근속연수
콘텐츠 분야 근속연수 [콘텐츠 관련 경력 합계]	년 개월

B3. 귀하가 2024년(1년간)의 연간 수입은 어떻게 되십니까? [ ]

① 소득 없음 ② 5백만원 미만 ③ 5백만원 이상 ~ 1천만원 미만
④ 1천만원 이상 ~ 2천만원 미만 ⑤ 2천만원 이상 ~ 3천만원 미만 ⑥ 3천만원 이상 ~ 4천만원 미만
⑦ 4천만원 이상 ~ 5천만원 미만 ⑧ 5천만원 이상 ~ 1억원 미만 ⑨ 1억원 이상

B4. 귀하의 콘텐츠 주요 판로가 어떻게 되십니까? [2024년 기준] [ ]

① B2B 거래(퍼블리셔,매니지먼트) ② 온라인 플랫폼 ③ 크라우드펀딩
④ 전시회 참가 ⑤ 오프라인 판매처 ⑥ 기타(▶_____)

다음 페이지에 설문이 계속됩니다

C. 만화작가 대상 추가설문

C1. 귀하가 주력하는 창작활동 분야는 무엇입니까? [ ]

① 글(스토리) ② 그림(작화) ③ 글(스토리) + 그림(작화)

C2. 귀하가 활동하는 분야는 무엇입니까? (해당하는 분야 모두 선택) [ ]

① 출판/지면만화 ② 웹툰 ③ 기타(▶_____)

C3. 귀하가 주로 이용하는 창작공간은 무엇입니까? [ ]

① 자택 ② 개인 작업실(자택과 독립된 공간) ③ 공동 작업실
④ 기타(▶_____)

C4. 귀하의 만화/웹툰 창작 외의 주요 소득원은 무엇입니까? [ ]

① 없음(만화/웹툰 창작에 전념) ② 자영업 ③ 회사에 소속
④ 프리랜서 ⑤ 가족의 지원 ⑥ 기타(▶_____)

C5. 부산 및 경남지역 거주로 인해 만화작가 활동에 불편함을 느끼신 경우가 있으십니까? [ ]

① 없음 ② 있음(▶ 불편함을 느낌 이유 : _____)

C6. 지역거주 만화/웹툰작가를 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까? [ ]

① 창작공간 제공 ② 교육프로그램 제공 ③ 계약 및 불공정 행위 관련 상담
④ 불법복제 금지 방안 마련 ⑤ 웹소설 등 타 장르와의 콜라보 ⑥ 기타(▶ _____)

C7. 만화/웹툰 창작 관련 주요 애로사항은 무엇입니까? [ ]

① 경제적 어려움(낮은/불규칙한 소득) ② 창작/아이디어에 대한 스트레스 ③ 작업시간 부족
④ 보조인력 확보 어려움 ⑤ 작업공간 및 시설 부족 ⑥ 차기작 준비
⑦ 제작비용(인건비 등) 부담 ⑧ 플랫폼/출판사와의 관계 ⑨ 기타(▶_____)

조사에 참여해주셔서 대단히 감사합니다

D. 1인 크리에이터 대상 추가설문

D1. 귀하가 주력하는 활동 장르는 무엇입니까? (해당하는 장르 모두 선택) [ ]

① 게임 ② 음악 ③ 엔터테인먼트(예능, 토크 등) ④ 먹방
⑤ 뷰티/패션 ⑥ 키즈 ⑦ 리뷰·리액션 ⑧ 생활(여행, Vlog)
⑨ 교육 ⑩ 퍼포먼스(댄스 등) ⑪ 지식정보(시사) ⑫ 기타(▶_____)

D2. 귀하의 주 이용 플랫폼은 무엇입니까? [ ]

① 유튜브 ② 인스타그램 ③ 네이버TV ④ 아프리카TV
⑤ 페이스북 ⑥ 카카오TV ⑦ 트위치 ⑧ 틱톡
⑨ 모바일라이브플랫폼(비고라이브, 업라이브 등) ⑩ 기타(▶_____)

D3. 귀하가 주로 이용하는 촬영장소는 어디입니까? [ ]

① 자택 ② 야외 ③ 개인 스튜디오
④ 스튜디오 대여 ⑤ 기타(▶_____)

D4. 귀하의 크리에이터 활동 외의 주요 소득원은 무엇입니까? [ ]

① 없음(크리에이터 활동 전념) ② 자영업 ③ 회사에 소속
④ 프리랜서 ⑤ 가족의 지원 ⑥ 기타(▶_____)

D5. 부산 및 경남지역 거주로 인해 크리에이터 활동에 불편함을 느끼신 경우가 있으십니까? [ ]

① 없음 ② 있음(▶ 불편함을 느낀 이유 : _____)

D6. 지역거주 크리에이터를 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까? [ ]

① 제작비 지원 ② 장비 지원 ③ 공간 지원
④ 교육훈련 지원 ⑤ 법률 지원 ⑥ 네트워킹 · 인프라 지원
⑦ 기타(▶)

D7. 크리에이터 관련 주요 애로사항은 무엇입니까? [ ]

① 경제적 어려움(낮은/불규칙한 소득) ② 창작/아이디어에 대한 스트레스 ③ 정부 규제
④ 제작 기술 ⑤ 작업공간 및 시설 부족 ⑥ 시장 경쟁 심화
⑦ 불합리한 계약 관행 ⑧ 저작권 분쟁 ⑨ 기타(▶_____)

조사에 참여해주셔서 대단히 감사합니다

E. 뮤지션 대상 추가설문

E1. 귀하의 활동 유형은 무엇입니까? [ ]

① 그룹 ② 솔로 ③ 기타(▶_____)

E2. 귀하가 활동하는 장르는 무엇입니까? (해당하는 장르 모두 선택) [ ]

① 발라드 ② R&B/Soul ③ 포크/어쿠스틱 ④ 인디
⑤ 재즈 ⑥ 댄스/팝 ⑦ 랩/힙합 ⑧ Rock/Metal
⑨ 일렉트로닉 ⑩ 기타(▶_____)

E3. 귀하가 주로 이용하는 활동영역은 어디입니까? [ ]

① 공연/버스킹 ② 온라인 ③ 기타(▶_____)

E4. 귀하의 음악 활동 외의 주요 소득원은 무엇입니까? [ ]

① 없음(음악에 전념) ② 자영업 ③ 회사에 소속(학원 등)
④ 프리랜서 ⑤ 가족의 지원 ⑥ 기타(▶_____)

E5. 부산 및 경남지역 거주로 인해 음악 활동에 불편함을 느끼신 경우가 있으십니까? [ ]

① 없음 ② 있음(▶ 불편함을 느낀 이유 : _____)

E6. 지역거주 뮤지션을 위해 가장 필요한 지원사업은 무엇이라고 생각하십니까? [ ]

① 연습실, 녹음, 편집시설 제공 ② 교육프로그램 제공 ③ 음반 제작 지원
④ 공연 지원 ⑤ 수도권과 네트워크 지원 ⑥ 해외교류 지원
⑦ 기타(▶_____)

E7. 뮤지션 관련 주요 애로사항은 무엇입니까? [ ]

① 경제적 어려움(낮은/불규칙한 소득) ② 창작에 대한 스트레스 ③ 적정 출연료 책정
④ 연습 및 제작 공간 · 시설 부족 ⑤ 제작비용 부담 ⑥ 불합리한 계약 관행
⑦ 저작권 분쟁 ⑧ 기타(▶_____)

조사에 참여해주셔서 대단히 감사합니다

F. AI 분야 추가 설문(전 산업군에 적용)

F1. 업무 활동에서 AI를 활용하고 있습니까? [ ]

① 예 (▶F1-1로 이동) ② 아니오 (▶F2로 이동)

F1-1. 언제부터 활용하기 시작했습니까? [ ] (F1=1 응답자)

① 2025년 ② 2024년 ③ 2023년 ④ 2022년 ⑤ 2021년 이전

F1-2. AI를 도입한 주된 목적은 무엇입니까? [ ] (F1=1 응답자)

① 콘텐츠 제작 효율성 향상 (작업시간 단축, 자동화 등)
② 제작비용 절감 (인건비·외주비 등 절감 목적)
③ 품질 개선 (결과물의 완성도·정확도 향상 등)
④ 창의적 아이디어 발굴 및 기획 다양화
⑤ 인력 부족 보완 (전문 인력 대체·보조 등)
⑥ 고객 맞춤형 서비스 제공 (추천, 개인화 콘텐츠 등)
⑦ 트렌드 대응 및 경쟁력 확보 (업계 AI 도입 흐름 대응 등)
⑧ 기타(▶)

F1-3. 현재 AI를 활용한 콘텐츠 관련 사업 비중은 어느정도 입니까? [ ] (F1=1 응답자)

① 전혀 없음 ② 10% 미만 ③ 10% 이상~30% 미만 ④ 30% 이상~50% 미만 ⑤ 50% 이상

F1-4. AI를 활용한 콘텐츠 제작 또는 서비스에서 주로 사용하는 AI 기술은 무엇입니까? 모두 선택해주시기 바랍니다. [ ] (F1=1 응답자)

① 콘텐츠 자동 생성 및 가공 (텍스트, 이미지, 영상, 음악 자동 제작 등)
② 창작 지원 및 아이디어 (시나리오, 대사, 플롯, 캐릭터 디자인, 곡작품추천 등)
③ 미디어 편집 및 효율화 (영상 편집, 특수효과, 음성 및 음악 합성 등)
④ 맞춤 분석 및 마케팅 (독자, 관객, 이용자 데이터 분석, 추천 알고리즘, 광고 타켓팅, 캠페인 예측 등)
⑤ 디지털 휴먼 / 캐릭터 / 아바타 (가상 진행자, 인플루언서, 인터랙티브 캐릭터 제작 등)
⑥ 지식정보화 (빅데이터 분석, 요약, 지식그래프, 정보검색 등)
⑦ 저작권 관리 (AI 기반 저작권 자동 모니터링, 미디어 인프라 운영 등)

F1-5. AI 기술 도입으로 콘텐츠 제작 효율이 어떻게 변화했습니까? [ ] (F1=1 응답자)

① 매우 크게 향상됨 ② 다소 향상됨 ③ 변화 없음 ④ 다소 저하됨 ⑤ 매우 저하됨

F1-6. AI 활용으로 기대하는 가장 큰 기대효과는 무엇입니까? [ ] (F1=1 응답자)

① 제작 시간 단축 ② 제작 비용 절감 ③ 창작 아이디어 및 품질 향상
④ 맞춤형 콘텐츠 제작 가능 ⑤ 새로운 비즈니스 기회 창출 ⑥ 시장 확대 및 수출 경쟁력 강화
⑦ 기타(▶ _____)

조사에 참여해주셔서 대단히 감사합니다

F2. 귀사의 업무 활동에서 앞으로 AI를 활용할 예정입니까? [ ] (F1=2 응답자)

① 예 ② 아니오

F3. 콘텐츠 산업에서 AI 활용의 효과를 어떻게 평가하십니까?

① 매우 긍정적 ② 긍정적 ③ 보통(변화 없음) ④ 부정적 ⑤ 매우 부정적

F4. 부산 지역에서 AI-콘텐츠 융합 활성화를 위해 가장 필요한 지원은 무엇이라고 생각하십니까?

① 전문 인력 양성 교육 ② 저비용 AI 도구 제공 ③ 실습형 교육 또는 워크숍
④ AI 기술 교육 ⑤ 멘토링 및 컨설팅 ⑥ 커뮤니티 또는 네트워킹 공간 제공
⑦ 기타(▶ _____)

F5. AI를 활용한 콘텐츠 제작 및 서비스가 앞으로 산업 경쟁력에 얼마나 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상하십니까?

① 매우 긍정적 ② 긍정적 ③ 보통 ④ 부정적 ⑤ 매우 부정적

F6. AI를 활용한 콘텐츠 제작 및 서비스가 개인 경쟁력에 미치는 영향은 어떻게 판단하십니까?

① 매우 긍정적 ② 긍정적 ③ 보통 ④ 부정적 ⑤ 매우 부정적

조사에 참여해주셔서 대단히 감사합니다

『2025 부산 CT산업 실태조사』

결과보고서

발 행 년 월	2025년 12월
수 행 기 관	㈜에스티이노베이션
주 소	부산광역시 해운대구 센텀북대로 60, 501호(재송동, 센텀IS타워)
전 화 번 호	1588-5086
팩 스	051-626-2600

※ 본 보고서는 무단전재를 금하며, 내용 일부를 가공하거나 인용할 때에는 반드시 출처를 밝히시기 바랍니다.