

C r e a t e

N e W a v e

K o c c a !

2015. 7

**2015년 1분기 콘텐츠산업
동향분석보고서**
〈방송산업편〉

1

I . 방송산업 실태조사

1. 콘텐츠업체 실태조사 개요
2. 방송업체 실태조사 분석결과

I 방송산업 실태조사

1 콘텐츠업체 실태조사 개요

1.1 | 조사목적

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’는 연간 조사의 한계를 극복하고 신속하면서도 정확한 콘텐츠산업 규모 등을 파악
 - 궁극적으로 지속적인 분기별 콘텐츠업체 실태조사를 통해 데이터 축적과 향후 시계열화를 통한 계절적 변화 파악 및 전망 목적
- 현재 콘텐츠산업 관련 상장사(88개) 분석을 통해 콘텐츠 업체의 매출액 등을 파악할 수 있으나 콘텐츠산업 전체를 대변할 수 없는 한계를 보완
- 적시적기 콘텐츠업체 조사를 통하여 현실적인 정책이 수립될 수 있도록 기초자료 제공

1.2 | 조사대상 및 방법

- ‘분기별 콘텐츠업체 실태조사’는 총 11개 산업(출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송(독립 제작사), 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션)을 영위하는 사업체 중 1,000개를 표본으로 선정하여 조사 실시
- 11개 산업별 통계의 신뢰성을 제고하기 위해 모집단은 1차: 11개 산업별로 나누고, 2차: 각 산업은 다시 전수조사층과 표본조사층으로 나누어 표본을 배분하는 다단계층화추출법을 적용
- 본 조사의 추출단위는 개개의 사업체 단위이고 각 산업별 추정치의 안정성을 확보하기 위해 11개 산업별 상위 20개 사업체를 먼저 배분하고, 나머지 780개 사업체는 종사자수를 특성치로 모집단 사업체수 및 변동을 동시에 고려하는 네이만배분법을 활용하여 배분
 - 네이만배분법(Neyman Allocation)은 산업별 사업체수의 편중이 큰 경우 특성치 변동을 동시에 고려하여 배분하는 방법으로 사업체조사에서 널리 활용되고 있음
- 조사대상 표본 사업체는 사업체 규모의 내재화, 즉 종사자수를 기준으로 고르게 선정되도록 계통추출법을 적용
 - 계통추출법(System Sampling)은 특성치를 내림차순으로 정렬한 다음 등간격으로 표본을 구성하는 방법으로 다양한 조사에서 가장 많이 적용되고 있는 방법임
- 매출액과 종사자수는 사업체수 및 종사자수의 기준에 따른 설계 가중치를 통해 전체 콘텐츠 산업 규모를 산출하였으며, 수출액과 매출액을 이용한 사후 조정을 통해 전체 콘텐츠 산업에 대해 추정하였음

- 각 산업별 전수조사 사업체의 응답값과 표본조사 사업체의 추정값을 합산하여 전체 콘텐츠산업 규모를 추정하였으며, 단위무응답과 항목무응답은 분석대상에 따라 매출액은 종사자수 규모 50인을 기준으로 최근방대체법과 회귀대체법으로 추정하였고 수출액은 비추정대체를 이용하여 추정하였음
 - 최근방대체법(Nearest Neighbor Hot-deck-Imputation)은 추정대상의 크기순으로 전후에 있는 평균치등으로 대체하는 방법, 회귀대체법(Regression Imputation)은 대체변수를 이용하여 도출한 회귀방정식으로 결측치를 추정하는 방법, 비추정대체(Ratio Imputation)는 둘 이상의 변수 간의 비를 이용하여 추정하는 방법임
- 조사기간은 2015년 5월 11일부터 ~ 5월 26일까지 실시하였으며, 방문조사 및 E-mail, Fax, 전화 등 다양한 방법을 통하여 조사 실시

2 방송업체 실태조사 분석결과

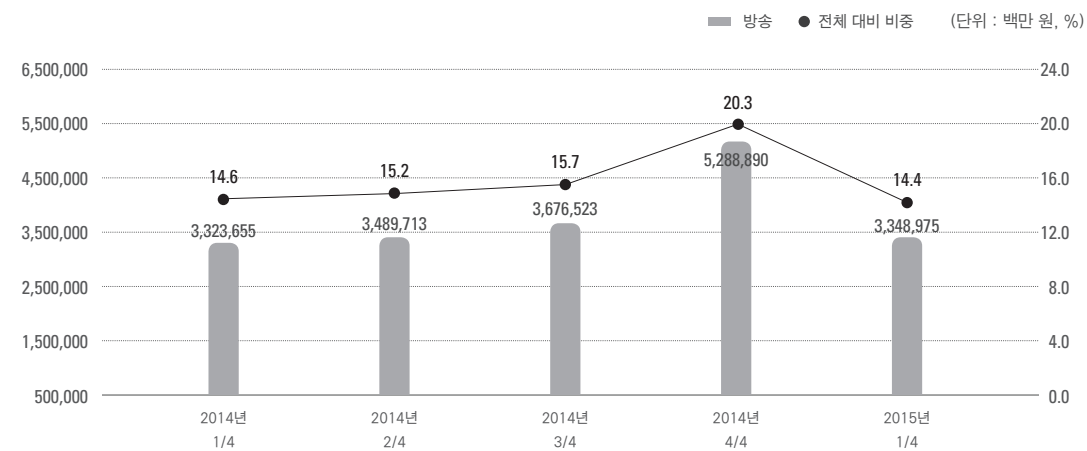
2.1 | 2015년 1분기 방송산업 규모

- '15년 1분기 방송산업의 매출액은 3조 3,490억 원으로 추정되었으며, 이는 전년동기대비 0.8% 증가한 수준
 - 방송산업 매출액은 '14년 1분기부터 '14년 4분기까지 꾸준히 증가하였으나 '15년 1분기 큰 폭으로 하락
- '15년 1분기 기준 방송산업 매출액이 전체 콘텐츠산업 매출액에서 차지하는 비중은 14.4%로 나타났다으며, '14년 1분기부터 4분기 20.3%까지 증가했으나 '15년 1분기에 전년동기 수준으로 하락

표 1-1 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 매출액 규모

(단위 : 백만 원)

구분	매출액						
	2014년				2015년	전체산업대비	전년동기대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	비중	증감률
방송	3,323,655	3,489,713	3,676,523	5,288,890	3,348,975	14.4%	0.8%
전체	22,743,747	22,968,346	23,453,224	26,100,042	23,183,879	100.0%	1.9%

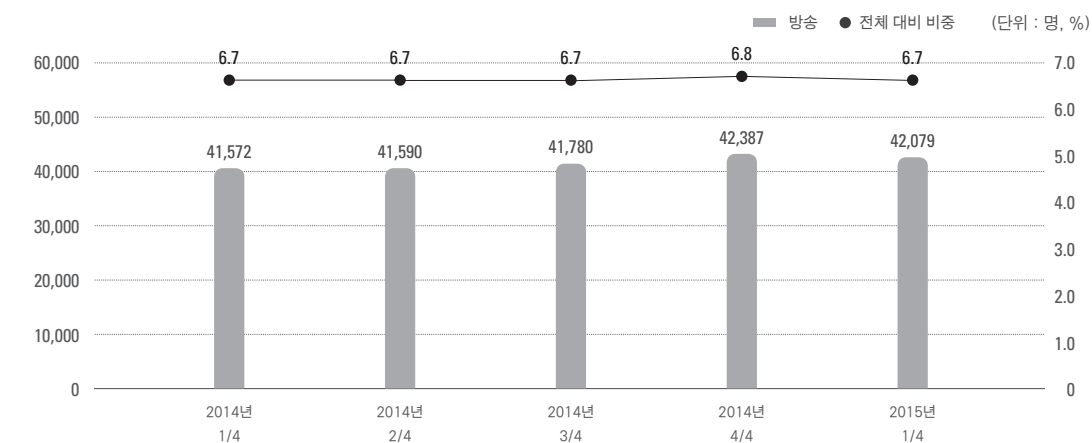


- '15년 1분기 방송산업의 종사자수는 42,079명으로 추정되었으며, 이는 전년동기대비 1.2% 증가한 수준
 - 방송산업 종사자수는 '14년 1분기부터 4분기까지 꾸준히 증가하는 모습을 보였으나 15년 1분기 소폭 하락
- '15년 1분기 기준 방송산업 종사자수가 전체 콘텐츠산업 종사자수에서 차지하는 비중은 6.7%로 나타났으며, 14년 1분기부터 6.7~6.8% 수준으로 안정적 추세 유지

표 1-2 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 종사자 규모

(단위 : 명)

구분	매출액						
	2014년				2015년	전체산업대비 비중	전년동기대비 증감률
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기		
방송	41,572	41,590	41,780	42,387	42,079	6.7%	1.2%
전체	619,375	621,182	623,019	624,436	624,981	100.0%	0.9%

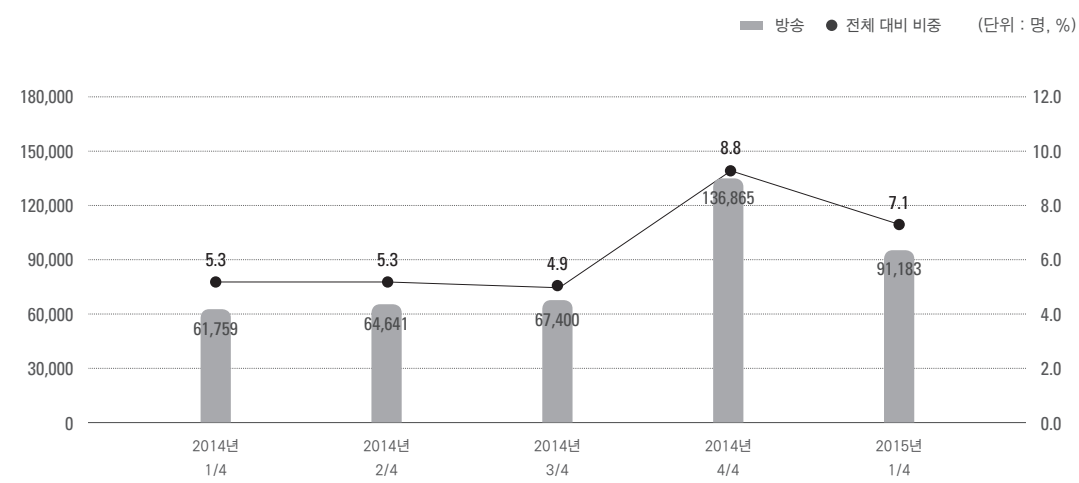


- '15년 1분기 방송산업의 수출액 9,118만 달러로 추정되었으며, 이는 전년동기대비 47.6% 증가한 수준
 - 방송산업 수출액은 '14년 1분기부터 4분기까지 꾸준히 증가하는 모습을 보였으나 15년 1분기 다소 큰 폭으로 하락
- '15년 1분기 방송산업 수출액이 전체 콘텐츠산업 수출액에서 차지하는 비중은 7.1%로 나타났으며, 14년 1분기부터 14년 3분기까지 5% 내외 수준을 유지하다가 '14년 4분기 8.8%로 증가 이후 소폭 하락

표 1-3 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 수출액 규모

(단위 : 천 달러)

구분	수출액						
	2014년				2015년	전체산업대비 비중	전년동기대비 증감률
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기		
방송	61,759	64,641	67,400	136,865	91,183	7.1%	47.6%
전체	1,174,697	1,219,240	1,370,531	1,556,834	1,291,788	100.0%	10.0%



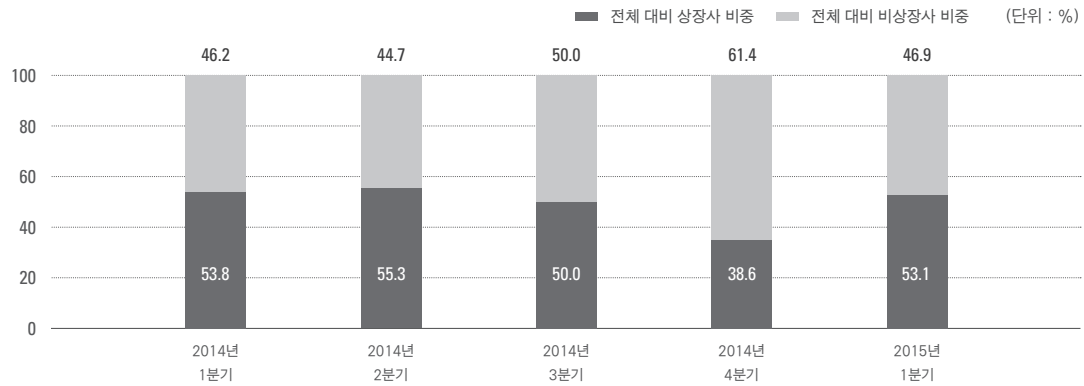
2.2 | 2015년 1분기 방송산업 구조 분석

- '15년 1분기 방송 산업 상장사 매출액은 1조 7,785억원으로 확인되었으며, 이는 전체 방송산업 매출액의 53.1%를 차지하는 수준
 - 방송산업 매출액에서 상장사가 차지하는 비중은 38.6%로 하락한 '14년 4분기를 제외하고 전체적으로 50% 대를 유지

표 1-4 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교

(단위 : 백 만원)

구분		방송산업 전체 매출액	방송산업 상장사 매출액	전체 대비 상장사비중(%)
2014년	1분기	3,323,655	1,787,420	53.8%
	2분기	3,489,713	1,931,430	55.3%
	3분기	3,676,523	1,839,710	50.0%
	4분기	5,288,890	2,040,470	38.6%
2015년	1분기	3,348,975	1,778,530	53.1%

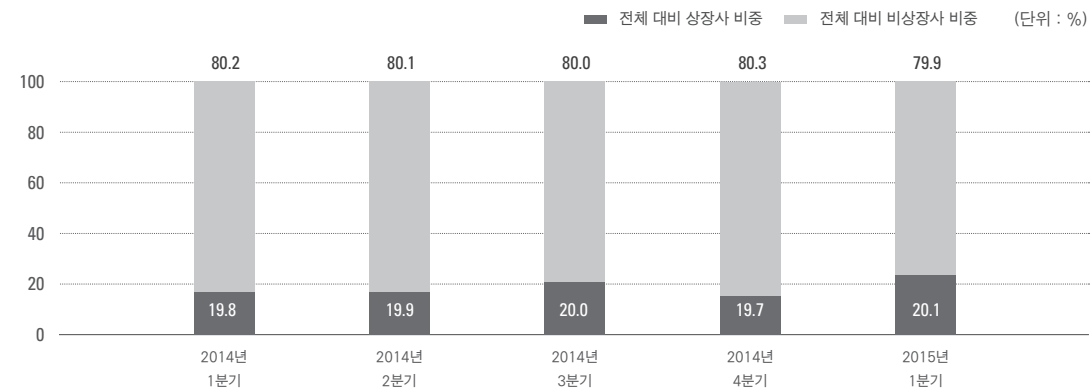


- '15년 1분기 방송 산업 상장사 종사자수는 8,437명으로 확인되었으며, 이는 전체 방송산업 종사자수의 20.1%를 차지하는 수준
 - 방송산업 종사자수에서 상장사가 차지하는 비중은 '14년 1분기부터 '15년 1분기까지 19~20% 수준을 유지하며 안정적 추세 지속

표 I-5 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 전체 종사자 대비 상장사 종사자 비교

(단위 : 명)

구분		방송산업 전체 종사자수	방송산업 상장사 종사자수	전체 대비 상장사비중(%)
2014년	1분기	41,572	8,231	19.8%
	2분기	41,590	8,269	19.9%
	3분기	41,780	8,359	20.0%
	4분기	42,387	8,371	19.7%
2015년	1분기	42,079	8,437	20.1%

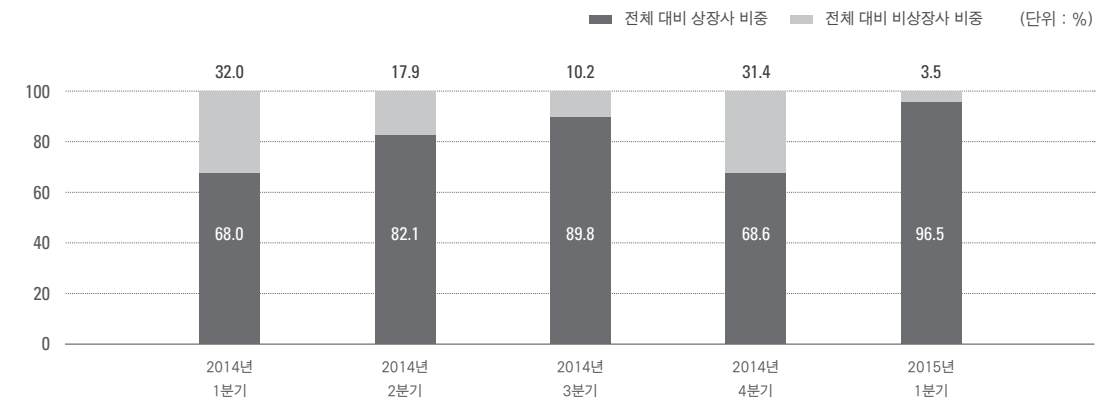


- '15년 1분기 방송 산업 상장사 수출액은 8,797만 달러로 확인되었으며, 이는 전체 방송산업 수출액의 96.5%를 차지하는 수준
 - 방송산업 수출액에서 상장사가 차지하는 비중은 '14년 1분기부터 '14년 3분기까지 상승세가 지속되다가 '14년 4분기 다소 큰 폭의 하락 이후 '15년 1분기 크게 증가

표 I-6 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교

(단위 : 천 달러)

구분		방송산업 전체 수출액	방송산업 상장사 수출액	전체 대비 상장사비중(%)
2014년	1분기	61,759	41,983	68.0%
	2분기	64,641	53,087	82.1%
	3분기	67,400	60,541	89.8%
	4분기	136,865	93,953	68.6%
2015년	1분기	91,183	87,972	96.5%



2

상장사 분석

1. 방송산업 상장사 경영실적 분석
2. 방송산업 상장사 고용 분석
3. 방송산업 상장사 재무분석

Ⅱ 상장사 분석

1 방송산업 상장사 경영실적 분석

1.1 | 상장사 매출 변동 추이

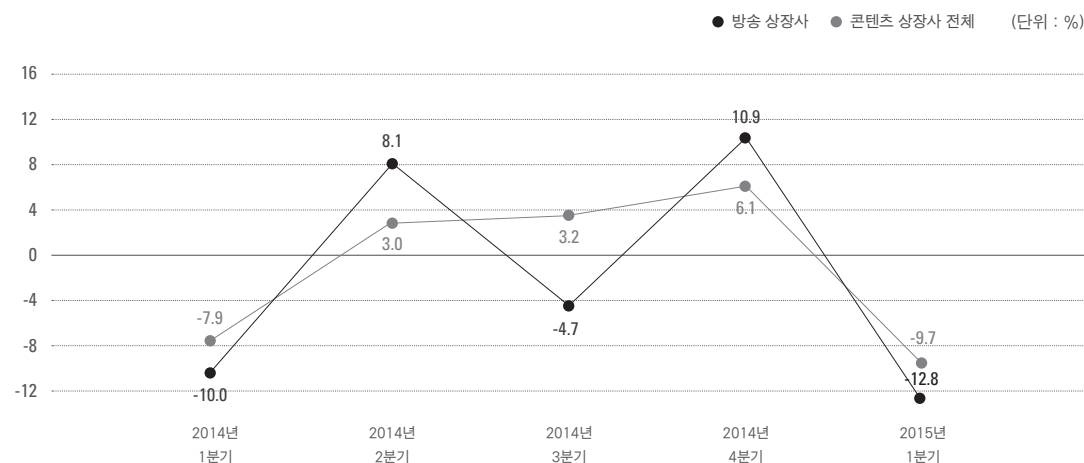
- 방송산업 상장사의 '15년 1분기 매출액은 약 1조 7,785억 원으로 전년동기대비 0.5% 감소했으며, 전분기대비 12.8% 하락. '14년 1분기 이후 등락세 지속
- 콘텐츠 상장사 전체 매출액 변동 추이와 비교해보면, 14년 1분기부터 '15년 1분기까지 비슷한 증감 추세를 보이고 있으며 방송산업 상장사의 등락폭이 더 크게 나타남

표 Ⅱ-1 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 매출액 변동

(단위 : 억 원)

구분	2014년					2015년	
	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	2014년 (전년대비)	1분기 (전분기대비)	1분기 (전년동기대비)
방송	17,874.2 (△10.0%)	19,314.3 (8.1%)	18,397.1 (△4.7%)	20,404.7 (10.9%)	75,990.3 (6.2%)	17,785.3 (△12.8%)	(△0.5%)
콘텐츠 상장사 전체	52,918.7 (△7.9%)	54,521.3 (3.0%)	56,245.0 (3.2%)	59,650.2 (6.1%)	223,335.2 (5.5%)	53,843.1 (△9.7%)	(1.7%)

자료: 전자공시시스템, 각사 정기보고서(분기보고서, 반기보고서, 사업보고서) 상의 매출액 또는 영업수익



- 방송분야의 매출 상위 기업은 '15년 1분기 매출액 기준 CJ헬로비전, CJ오쇼핑, GS홈쇼핑, 현대홈쇼핑, CJ E&M 등의 순으로 높은 매출 실적 기록. 3개 홈쇼핑 업체의 매출이 방송분야 상장사 전체 매출의 43.4% 차지
 - CJ오쇼핑, GS홈쇼핑, 현대홈쇼핑 등 3사는 '14년 1분기부터 '15년 1분기까지 매출 등락세가 지속되고 있으며 분기별 증감 추세가 비슷한 양상을 보임
 - 홈쇼핑 업체는 1분기 매출 실적 하락, 3월 불공정거래위원회의 과징금 부과, 가짜 백수오 파동 등의 여파가 2분기와 3분기 지속될 것으로 전망. 업계 전체에서 TV방송 대비 낮은 수수료와 마케팅 비용의 절감이 가능한 모바일 분야로의 사업 확장 모색
- CJ E&M의 '15년 1분기 방송부문 매출액은 전년동기대비 4.4% 증가했으며, 전분기대비 26.4% 감소. '14년 1분기부터 등락세 지속
 - '15년 1분기 방송분야 매출이 감소하였으나 중장기적으로 콘텐츠 판매 및 국내 온라인 동영상 광고 시장 성장을 통한 성장 전망. 유료방송시장의 지속적인 성장과 디지털전환, 신규 방송매체의 등장에 따라 방송수신료 시장의 성장으로 인한 매출 증대 예상. 특히 수신료 시장의 경우 경기 변동의 영향이 적기 때문에 향후 신규 방송플랫폼의 등장, 정부의 수신료 배분을 확대 정책 및 디지털가입자의 증가에 따른 지속적 성장 전망
- SBS의 '15년 1분기 매출액은 전년동기대비 2.2% 증가했으며, 전분기대비 23.6% 감소. '14년 1분기부터 등락세 지속
 - SBS는 주 수입원인 광고분야에서 국내 경기둔화 지속에 의한 TV광고시장 축소와 광고단가 인상을 저조로 전분기대비 매출 감소. 국내 TV광고 시장의 경쟁 심화에 의한 성장여력 제한 등으로 당분간 등락세 지속 전망
- 스카이라이프의 '15년 1분기 매출액은 전년동기대비 2.5%, 전분기대비 5.7% 감소. '14년 1분기부터 3분기까지 증가했으나 4분기부터 감소세
 - '15년 1분기 매출은 방송 수신료 매출 감소와 계절적 요인으로 인해 전년동기 및 전분기 대비 하락. 가입자수는 약 426만명이며, 최근 IPTV 경쟁사의 콘텐츠 확보, 공격적인 가입자 마케팅으로 유료 방송시장 과열에 의한 가입자 순증 저조. 상반기 출시 예정인 UHD 상품을 통해 가입자 추가 확보 모색

표 II-2 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사별 매출액 변동

(단위 : 억 원)

구분	2014년				2015년	
	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	1분기 (전기대비)	1분기 (전년동기대비)
SBS(유)	1,600.8 (△21.3%)	2,317.8 (44.8%)	1,895.6 (△18.2%)	2,142.7 (13.0%)	1,636.5 (△23.6%)	(2.2%)
CJ오쇼핑	3,283.2 (△17.7%)	3,328.2 (1.4%)	2,870.5 (△13.8%)	3,291.4 (14.7%)	2,842.8 (△13.6%)	(△13.4%)
GS홈쇼핑	2,491.4 (△13.6%)	2,570.1 (3.2%)	2,526.5 (△1.7%)	3,018.8 (19.5%)	2,766.0 (△8.4%)	(11.0%)
CJ E&M 방송부문	1,703.5 (△19.9%)	2,091.6 (22.8%)	2,045.9 (△2.2%)	2,418.2 (18.2%)	1,779.0 (△26.4%)	(4.4%)
YTN	229.1 (△15.6%)	297.0 (29.6%)	291.1 (△2.0%)	246.5 (△15.3%)	215.4 (△12.6%)	(△6.0%)
디지털조선	91.3 (16.0%)	89.6 (△1.9%)	84.4 (△5.8%)	65.6 (△22.3%)	83.2 (27.0%)	(△8.8%)
SBS콘텐츠허브	501.5 (△8.1%)	444.5 (△11.4%)	374.6 (△15.7%)	660.1 (76.2%)	517.5 (△21.6%)	(3.2%)
iMBC	108.1 (△23.1%)	123.5 (14.2%)	115.9 (△6.2%)	183.2 (58.0%)	144.3 (△21.2%)	(33.5%)
한국경제TV	141.0 (△1.0%)	129.9 (△7.9%)	133.5 (2.8%)	167.5 (25.5%)	162.3 (△3.1%)	(15.1%)
초록뚎	99.3 (5.2%)	39.6 (△60.1%)	64.9 (63.9%)	51.6 (△20.4%)	102.4 (98.2%)	(3.1%)
팬엔터테인먼트	52.1 (9.0%)	131.4 (152.2%)	54.8 (△58.3%)	103.1 (88.1%)	97.4 (△5.6%)	(86.9%)
삼화네트웍스	122.3 (62.4%)	55.4 (△54.7%)	57.9 (4.5%)	82.7 (42.8%)	75.0 (△9.3%)	(△38.7%)
SBS미디어홀딩스	123.0 (650.0%)	16.2 (△86.8%)	14.8 (△8.6%)	16.8 (13.2%)	100.3 (498.8%)	(△18.5%)
케이티스카이라이프	1,511.9 (△2.5%)	1,548.5 (2.4%)	1,605.1 (3.7%)	1,562.5 (△2.7%)	1,474.2 (△5.7%)	(△2.5%)
케이엠에이치	238.6 (△9.8%)	288.0 (20.7%)	293.6 (1.9%)	326.3 (11.1%)	309.7 (△5.1%)	(29.8%)
대구방송	67.7 (△27.5%)	92.4 (36.5%)	94.3 (2.1%)	98.0 (3.9%)	63.3 (△35.3%)	(△6.5%)
케이엔엔	102.7 (△46.0%)	153.0 (49.0%)	132.7 (△13.3%)	190.9 (43.8%)	101.6 (△46.8%)	(△1.1%)
현대홈쇼핑	2,068.8 (△5.3%)	2,077.1 (0.4%)	2,146.3 (3.3%)	2,386.8 (11.2%)	2,102.8 (△11.9%)	(1.6%)

씨씨에스충북방송	48.5 (△7.6%)	51.8 (6.8%)	54.8 (5.8%)	53.2 (△2.9%)	52.3 (△1.7%)	(7.8%)
카이스트	77.5 (50.5%)	155.0 (100.0%)	113.6 (△26.7%)	83.8 (△26.3%)	77.8 (△7.1%)	(0.4%)
헬로비전	3,069.0 (1.4%)	3,174.5 (3.4%)	3,261.0 (2.7%)	3,199.2 (△1.9%)	2,927.9 (△8.5%)	(△4.6%)
아프리카TV	142.9 (1,052.4%)	139.2 (△2.6%)	165.3 (18.8%)	56.0 (△66.1%)	153.7 (174.4%)	(7.5%)
합계	17,874.2 (△10.0%)	19,314.3 (8.1%)	18,397.1 (△4.7%)	20,404.7 (10.9%)	17,785.3 (△12.8%)	(△0.5%)

자료: 전자공시시스템, 각사 정기보고서(분기보고서, 반기보고서, 사업보고서) 상의 매출액 또는 영업수익

1.2 | 상장사 영업이익 변동 추이

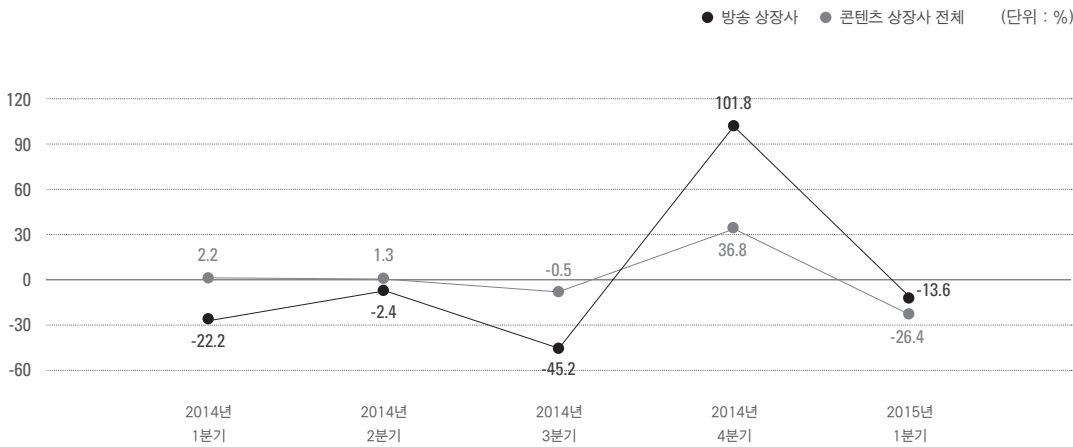
- 방송산업 상장사 영업이익은 '14년 1분기부터 '15년 1분기까지 등락세가 지속되었으며, '15년 1분기는 전년동기대비 3.2% 감소한 수준
- 콘텐츠 상장사 전체 영업이익 변동 추이와 비교해보면, 14년 1분기와 2분기는 콘텐츠 상장사 전체 영업이익의 전분기대비 증감률과 방송산업 상장사 영업이익의 증감률이 반대 경향을 보였으나 이후 유사한 추세를 기록
 - 변동폭은 방송산업 상장사의 영업이익이 콘텐츠 상장사 전체 영업이익에 비해 매우 크게 나타남

표 II-3 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 영업이익 변동

(단위 : 억 원)

구분	2014년					2015년	
	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	2014년 (전년대비)	1분기 (전분기대비)	1분기 (전년동기대비)
방송	1,720.0 (△22.2%)	1,742.6 (1.3%)	954.8 (△45.2%)	1,927.2 (101.8%)	6,344.6 (△18.3%)	1,664.2 (△13.6%)	(△3.2%)
콘텐츠 상장사 전체	6,205.6 (2.2%)	6,054.6 (△2.4%)	6,022.2 (△0.5%)	8,238.2 (36.8%)	26,520.6 (12.3%)	6,064.0 (△26.4%)	(△2.3%)

자료: 전자공시시스템, 각사 정기보고서(분기보고서, 반기보고서, 사업보고서) 상의 매출액 또는 영업수익



- 방송산업 상장사 중 SBS, CJ E&M(방송), iMBC, 한국경제TV, 팬엔터테인먼트, 케이엠에이치, 케이엔엔, 씨씨에스충북방송, 아프리카TV 등은 전년동기대비 영업이익 증가

표 II-4 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사별 영업이익 변동

(단위 : 억 원)

구분	2014년				2015년	
	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	1분기 (전기대비)	1분기 (전년동기대비)
SBS(유)	△128.6 (△221.2%)	△41.1 (68.0%)	△142.4 (△246.5%)	182.9 (228.4%)	△38.5 (△121.1%)	(70.0%)
CJ오쇼핑	391.7 (△17.3%)	390.1 (△0.4%)	276.9 (△29.0%)	362.9 (31.1%)	360.8 (△0.6%)	(△7.9%)
GS홈쇼핑	378.9 (△19.4%)	379.6 (0.2%)	274.8 (△27.6%)	380.5 (38.5%)	295.2 (△22.4%)	(△22.1%)
CJ E&M 방송부문	△36.6 (△146.2%)	△16.5 (54.9%)	△147.4 (△793.3%)	222.0 (250.6%)	25.0 (△88.7%)	(168.4%)
YTN	△72.1 (△359.4%)	△1.0 (98.6%)	△49.3 (△4,830.0%)	△138.2 (△180.4%)	△77.7 (43.8%)	(△7.8%)
디지털조선	10.8 (0.9%)	7.0 (△35.2%)	7.6 (8.6%)	7.2 (△4.9%)	9.8 (35.3%)	(△9.5%)
SBS콘텐츠허브	52.1 (26.5%)	40.2 (△22.8%)	18.3 (△54.5%)	22.9 (25.4%)	28.6 (24.7%)	(△45.1%)
iMBC	0.8 (△90.5%)	△0.4 (△150.0%)	1.5 (△475.0%)	10.1 (576.5%)	4.4 (△56.9%)	(446.9%)
한국경제TV	16.2 (57.3%)	15.9 (△1.9%)	5.4 (△66.0%)	13.0 (141.1%)	25.7 (97.5%)	(58.7%)
초록뚎	1.8 (124.0%)	△1.2 (△166.7%)	1.5 (225.0%)	△23.4 (△1,657.4%)	0.5 (102.0%)	(△74.4%)
팬엔터테인먼트	5.4 (400.0%)	5.4 (0.0%)	△4.9 (△190.7%)	3.7 (176.2%)	26.6 (612.2%)	(392.7%)
삼화네트웍스	2.6 (333.3%)	△8.1 (△411.5%)	△26.2 (△223.5%)	8.3 (131.7%)	△4.0 (△147.5%)	(△252.0%)
SBS미디어홀딩스	93.7 (1,242.7%)	△10.9 (△111.6%)	△12.4 (△13.8%)	△6.9 (44.5%)	73.6 (1,168.3%)	(△21.5%)
케이티스카이라이프	322.2 (63.1%)	173.1 (△46.3%)	76.8 (△55.6%)	206.8 (169.2%)	304.4 (47.2%)	(△5.5%)
케이엠에이치	21.3 (△44.8%)	58.8 (176.1%)	47.4 (△19.4%)	44.5 (△6.1%)	51.2 (15.0%)	(140.2%)
대구방송	△8.0 (△219.4%)	10.7 (△233.8%)	10.9 (1.9%)	7.4 (△32.3%)	△12.3 (△266.2%)	(△53.3%)
케이엔엔	5.2 (△73.1%)	36.8 (607.7%)	16.0 (△56.5%)	17.3 (7.9%)	6.2 (△64.4%)	(18.4%)
현대홈쇼핑	365.4 (△11.9%)	397.9 (8.9%)	316.8 (△20.4%)	371.3 (17.2%)	286.1 (△23.0%)	(△21.7%)

씨씨에스충북방송	△3.4 (54.7%)	△8.1 (△138.2%)	0.3 (103.7%)	△10.2 (△3,497.4%)	△1.4 (86.1%)	(58.4%)
키이스트	10.2 (△5,200.0%)	26.0 (154.9%)	15.3 (△41.2%)	11.3 (△25.9%)	3.3 (△71.2%)	(△68.0%)
헬로비전	271.8 (△15.3%)	276.8 (1.8%)	251.8 (△9.0%)	220.8 (△12.3%)	268.8 (21.7%)	(△1.1%)
아프리카TV	18.6 (102.2%)	11.6 (△37.6%)	16.1 (38.8%)	12.8 (△20.3%)	28.1 (119.4%)	(51.3%)
합계	1,720.0 (△22.2%)	1,742.6 (1.3%)	954.8 (△45.2%)	1,927.2 (101.8%)	1,664.2 (△13.6%)	(△3.2%)

자료: 전자공시시스템, 각사 정기보고서(분기보고서, 반기보고서, 사업보고서) 상의 매출액 또는 영업수익

1.3 | 상장사 수출 변동 추이

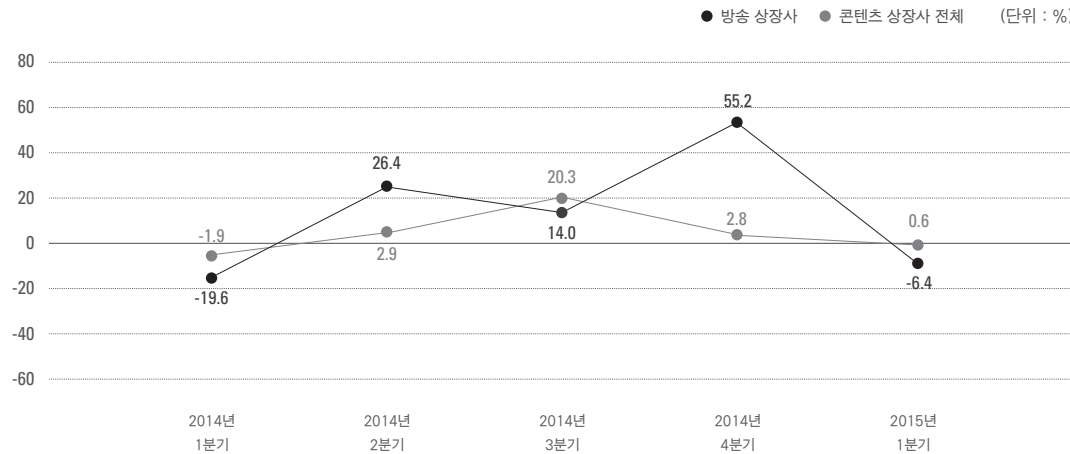
- '15년 1분기 수출액은 약 8,797만 달러로 전분기대비 6.4% 소폭 감소했으나, 전년동기대비 109.5%로 큰 폭으로 상승
 - '14년 2분기 이후 4분기까지 방송의 수출액이 분기별로 큰 폭으로 증가하고 있으며, 특히 '14년 4분기는 전분기대비 55.2%로 큰 폭으로 상승
- 콘텐츠 상장사 전체 수출 변동 추이와 비교해보면, '14년 1분기부터 '15년 1분기까지의 증감 추세가 반대로 움직인 것으로 확인

표 II-5 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 수출 변동

(단위 : 천 달러, %)

구분	2014년					2015년	
	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	2014년 (전년대비)	1분기 (전분기대비)	1분기 (전년동기대비)
방송	41,982.8 (△19.6%)	53,087.2 (26.4%)	60,540.5 (14.0%)	93,953.1 (55.2%)	250,451.0 (13.3%)	87,971.7 (△6.4%)	(109.5%)
콘텐츠	347,051.9	357,192.7	429,654.3	441,779.3	1,575,754.2	444,579.9	(28.1%)
상장사 전체	(△1.9%)	(2.9%)	(20.3%)	(2.8%)	(14.5%)	(0.6%)	

자료: 전자공시시스템, 각사 정기보고서(분기보고서, 반기보고서, 사업보고서) 상의 수출액 또는 해외매출
주1) 기업별 사업보고서 상의 수출액(원화)을 한국은행 원/달러 분기별, 연간 평균환율을 적용하여 환산



- GS홈쇼핑의 '15년 1분기 수출액은 전년동기대비 290.4%로 매우 큰 폭으로 증가했으며 전분기대비 114.4% 증가
- CJ E&M 방송부문의 '15년 1분기 수출액은 전년동기대비 -3.1% 감소했으며 전분기대비 57.3% 하락
- 팬엔터테인먼트는 독립제작사로서 '15년 1분기 수출액은 전년동기대비 701.0% 증가했으며, 전분기대비 60.5% 하락.
- 초록뱀미디어의 '15년 1분기의 수출액은 전년동기대비 625.4% 증가했으며, 전분기대비 3,387.7%로 매우 큰 폭으로 증가

표 II-6 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사별 수출 변동

(단위 : 천 달러, %)

구분	2014년				2015년	
	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	1분기 (전기대비)	1분기 (전년동기대비)
SBS(유)	-	-	-	-	-	-
CJ오쇼핑	4,256.3 (△15.7%)	6,386.0 (50.0%)	5,995.6 (△6.1%)	4,033.2 (△32.7%)	2,830.2 (△29.8%)	(△33.5%)
GS홈쇼핑	2,572.5 (7.6%)	3,134.8 (21.9%)	7,331.1 (133.9%)	4,684.7 (△36.1%)	10,044.0 (114.4%)	(290.4%)
CJ E&M 방송부문	10,523.8 (△27.8%)	14,062.8 (33.6%)	13,687.4 (△2.7%)	23,858.0 (74.3%)	10,196.7 (△57.3%)	(△3.1%)
YTN	-	-	-	-	-	-
디지틀조선	-	-	-	-	-	-
SBS콘텐츠허브	17,764.1 (△9.1%)	13,645.5 (△23.2%)	8,735.0 (△36.0%)	37,401.1 (328.2%)	47,086.8 (25.9%)	(165.1%)
iMBC	1,814.8 (56.7%)	1,931.3 (6.4%)	2,222.7 (15.1%)	6,790.8 (205.5%)	4,177.7 (△38.5%)	(130.2%)
한국경제TV	18.7 (△0.6%)	19.4 (3.7%)	19.5 (0.5%)	10.1 (△48.1%)	12.7 (25.7%)	(△32.0%)
초록뱀	28.1 (△98.9%)	97.1 (245.8%)	0.0 (△100.0%)	5.8 (-)	203.6 (3387.7%)	(625.4%)
팬엔터테인먼트	168.4 (△84.8%)	805.5 (378.4%)	331.5 (△58.9%)	3,415.8 (930.5%)	1,348.8 (△60.5%)	(701.0%)

삼화네트웍스	-	-	-	-	-	-
SBS미디어홀딩스	-	-	-	-	-	-
케이티스카이라이프	-	-	-	-	-	-
케이엠에이치	-	-	-	-	-	-
대구방송	-	-	-	-	-	-
케이엔엔	-	-	-	-	-	-
현대홈쇼핑	-	-	-	-	-	-
씨씨에스충북방송	-	-	-	-	-	-
키이스트	4,836.3 (△16.5%)	13,004.9 (168.9%)	22,217.7 (70.8%)	13,753.5 (△38.1%)	12,061.2 (△12.3%)	(149.4%)
헬로비전	-	-	-	-	-	-
아프리카TV	-	-	-	-	-	-
합계	41,982.8 (△19.6%)	53,087.2 (26.4%)	60,540.5 14.0%	93,953.1 (55.2%)	87,971.7 (△6.4%)	(109.5%)

2 방송산업 상장사 고용 분석

2.1 | 상장사 고용 변동 추이

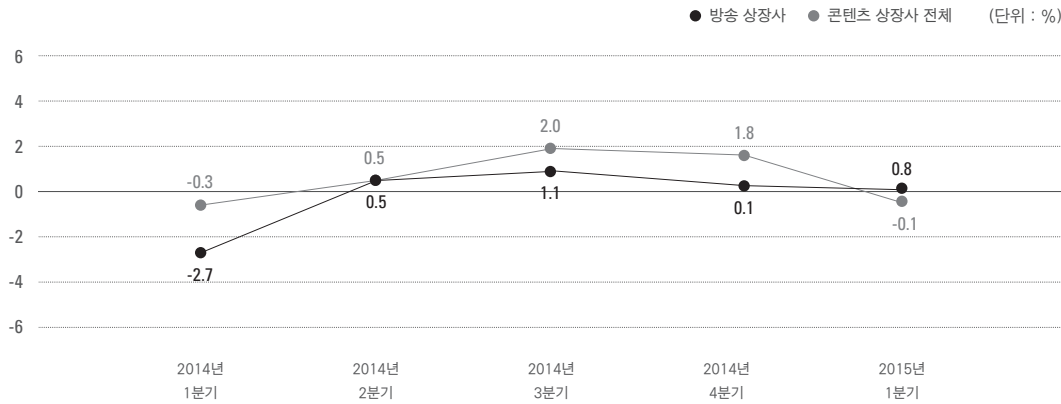
- 방송의 '15년 1분기 종사자수는 8,437명으로 전년동기대비 2.5% 상승했으며 '14년 2분기부터 상승기조
- 콘텐츠 상장사 전체 종사자수 변동 추이와 비교해보면, '14년 1분기부터 4분기까지 증감 추세가 비슷한 양상을 보였으나 '15년 1분기 콘텐츠 상장사 전체 종사자수가 전분기 대비 감소한 반면 방송산업 상장사 종사자수는 증가

표 II-7 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 고용 변동

(단위 : 명, %)

구분	2014년				2015년	
	1분기 (전분기대비)	2분기 (전분기대비)	3분기 (전분기대비)	4분기 (전분기대비)	1분기 (전분기대비)	1분기 (전년동기대비)
방송	8,231 (△2.7%)	8,269 (0.5%)	8,359 (1.1%)	8,371 (0.1%)	8,437 (0.8%)	(2.5%)
콘텐츠 상장사 전체	34,101 (△0.3%)	34,257 (0.5%)	34,957 (2.0%)	35,580 (1.8%)	35,555 (△0.1%)	(4.3%)

자료: 전자공시시스템, 각사 정기보고서(분기보고서, 반기보고서, 사업보고서) 상의 전체 직원수



2.2 | 상장사별 고용 변동 추이

- 방송산업 상장사 중 CJ오쇼핑, GS홈쇼핑, CJ E&M(방송), 현대홈쇼핑 등 대형업체를 포함한 11개 기업은 전년동기대비 종사자수 증가

표 Ⅱ-8 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사별 고용 변동

(단위 : 명, %)

구분	2014년				2015년	
	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	1분기 (전기대비)	1분기 (전년동기대비)
SBS(유)	951 (5.4%)	913 (△4.0%)	911 (△0.2%)	929 (2.0%)	929 (0.0%)	(△2.3%)
CJ오쇼핑	881 (1.4%)	872 (△1.0%)	902 (3.4%)	927 (2.8%)	942 (1.6%)	(6.9%)
GS홈쇼핑	981 (3.6%)	1,001 (2.0%)	1,014 (1.3%)	1,020 (0.6%)	1,085 (6.4%)	(10.6%)
CJ E&M 방송부문	1,192 (3.8%)	1,272 (6.7%)	1,291 (1.5%)	1,275 (△1.2%)	1,285 (0.8%)	(7.8%)
YTN	649 (△0.2%)	649 (0.0%)	652 (0.5%)	640 (△1.8%)	634 (△0.9%)	(△2.3%)
디지털조선	241 (1.3%)	239 (△0.8%)	237 (△0.8%)	229 (△3.4%)	233 (1.7%)	(△3.3%)
SBS콘텐츠허브	155 (2.0%)	155 (0.0%)	157 (1.3%)	152 (△3.2%)	144 (△5.3%)	(△7.1%)
iMBC	111 (0.0%)	106 (△4.5%)	112 (5.7%)	111 (△0.9%)	111 (0.0%)	(0.0%)
한국경제TV	198 (44.5%)	192 (△3.0%)	189 (△1.6%)	192 (1.6%)	187 (△2.6%)	(△5.6%)
초록뚎	16 (0.0%)	16 (0.0%)	16 (0.0%)	16 (0.0%)	16 (0.0%)	(0.0%)
팬엔터테인먼트	33 (0.0%)	34 (3.0%)	32 (△5.9%)	33 (3.1%)	37 (12.1%)	(12.1%)
삼화네트웍스	31 (3.3%)	30 (△3.2%)	30 (0.0%)	30 (0.0%)	31 (3.3%)	(0.0%)
SBS미디어홀딩스	25 (4.2%)	24 (△4.0%)	25 (4.2%)	21 (△16.0%)	21 (0.0%)	(△16.0%)
케이티스카이라이프	309 (3.7%)	308 (△0.3%)	315 (2.3%)	308 (△2.2%)	326 (5.8%)	(5.5%)

케이엠에이치	90 (△8.2%)	92 (2.2%)	93 (1.1%)	93 (0.0%)	113 (21.5%)	(25.6%)
대구방송	134 (△5.0%)	135 (0.7%)	135 (0.0%)	137 (1.5%)	136 (△0.7%)	(1.5%)
케이엔엔	141 (△3.4%)	141 (0.0%)	146 (3.5%)	134 (△8.2%)	135 (0.7%)	(△4.3%)
현대홈쇼핑	430 (1.7%)	453 (5.3%)	461 (1.8%)	488 (5.9%)	486 (△0.4%)	(13.0%)
씨씨에스충북방송	33 (△8.3%)	34 (3.0%)	31 (△8.8%)	35 (12.9%)	37 (5.7%)	(12.1%)
키이스트	54 (1.9%)	49 (△9.3%)	49 (0.0%)	54 (10.2%)	55 (1.9%)	(1.9%)
헬로비전	1,302 (1.5%)	1,279 (△1.8%)	1,287 (0.6%)	1,256 (△2.4%)	1,214 (△3.3%)	(△6.8%)
아프리카TV	274 (△1.1%)	275 (0.4%)	274 (△0.4%)	291 (6.2%)	280 (△3.8%)	(2.2%)
합계	8,231 (2.7%)	8,269 (0.5%)	8,359 (1.1%)	8,371 (0.1%)	8,437 (0.8%)	(2.5%)

3 방송산업 상장사 재무분석

3.1 | 성장성 변화 추이

■ 자산증가율¹⁾ 변화 추이

- ‘15년 1분기 방송산업 상장사의 자산증가율은 1.3%로 전년동기대비 0.3%p 증가한 수준
 - ‘14년 4분기에 전분기 대비 하락하였으나 ‘15년 1분기 다시 상승
 - ‘15년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 자산증가율은 3.7%로 전년동기대비 3.0%p 증가한 수준

표 II-9 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 자산증가율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	전년동기대비 (%p)
	1분기 (%)	2분기 (%)	3분기 (%)	4분기 (%)	1분기 (%)	
방송	1.0	1.5	1.5	0.3	1.3	0.3
콘텐츠 상장사 전체	0.7	1.5	3.8	9.4	3.7	3.0

■ 투자증가율²⁾ 변화 추이

- ‘15년 1분기 방송산업 상장사의 투자증가율은 -4.7%로 전년동기대비 6.7%p 감소한 수준
 - ‘14년 2분기 이후 ‘15년 1분기까지 하락세 지속
 - ‘15년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 투자증가율은 -3.0%로 전년동기대비 4.4%p 감소한 수준

표 II-10 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 투자증가율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	전년동기대비 (%p)
	1분기 (%)	2분기 (%)	3분기 (%)	4분기 (%)	1분기 (%)	
방송	2.0	3.2	2.4	2.2	△4.7	△6.7
콘텐츠 상장사 전체	1.4	1.8	1.9	3.3	△3.0	△4.4

1) 자산증가율 = (당기말자산-전기말자산) / 전기말자산×100 : 전분기대비 기업의 자산규모 증가규모 파악

2) 투자증가율 = 해당분기 현금흐름표상 투자활동흐름, (현금유출-현금유입)/자산총계×100

■ 사내유보율³⁾ 변화 추이

- ‘15년 1분기 방송산업 상장사의 사내유보율은 221.2%로 전년동기대비 12.1%p 증가한 수준
 - ‘14년 1분기부터 ‘15년 1분기까지 상승세 지속
 - ‘15년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 사내유보율은 197.3%로 전년동기대비 6.5%p 감소한 수준

표 II-11 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 사내유보율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	전년동기대비 (%p)
	1분기 (%)	2분기 (%)	3분기 (%)	4분기 (%)	1분기 (%)	
방송	209.1	213.6	216.1	219.0	221.2	12.1
콘텐츠 상장사 전체	203.8	205.9	212.1	199.0	197.3	△6.5

3.2 | 수익성 변화 추이

■ 영업이익률 변화 추이

- ‘15년 1분기 방송산업 상장사의 영업이익률은 9.4%로 전년동기대비 0.2%p 감소한 수준
 - ‘14년 1분기부터 3분기까지 하락하였으나 4분기 9.4%로 증가 이후 ‘15년 1분기까지 유지
 - ‘15년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 영업이익률은 11.3%로 전년동기대비 0.4%p 감소한 수준

표 II-12 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 영업이익률 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	전년동기대비 (%p)
	1분기 (%)	2분기 (%)	3분기 (%)	4분기 (%)	1분기 (%)	
방송	9.6	9.0	5.2	9.4	9.4	△0.2
콘텐츠 상장사 전체	11.7	11.1	10.7	13.8	11.3	△0.4

3) 사내유보율 = (이익잉여금+자본잉여금)/납입자본금×100 : 유보율이 높을수록 기업이 대내외 불확실에 대한 적응력이 높음

■ 자산영업이익률⁴⁾ 변화 추이

- ‘15년 1분기 방송산업 상장사의 자산영업이익률은 1.5%로 전년동기대비 0.3%p 감소한 수준
 - ‘14년 3분기 1.0%로 다소 큰 폭의 하락이 있었으나 4분기 회복 이후 ‘15년 1분기 다시 소폭 하락
 - ‘15년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 자산영업이익률은 1.7%로 전년동기대비 0.4%p 감소한 수준

표 II-13 ‘14년 1분기~’15년 1분기 방송산업 상장사 자산영업이익률 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	전년동기대비 (%p)
	1분기 (%)	2분기 (%)	3분기 (%)	4분기 (%)	1분기 (%)	
방송	1.8	1.8	1.0	1.7	1.5	△0.3
콘텐츠 상장사 전체	2.1	2.0	1.9	2.3	1.7	△0.4

■ 자본영업이익률 변화 추이

- ‘15년 1분기 방송산업 상장사의 투자증가율은 2.3%로 전년동기대비 0.6%p 감소한 수준
 - ‘14년 1분기부터 3분기까지 감소하였으며 4분기 상승 이후 ‘15년 1분기 다시 소폭 하락
 - ‘15년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 자본영업이익률은 2.6%로 전년동기대비 0.7%p 감소한 수준

표 II-14 ‘14년 1분기~’15년 1분기 방송산업 상장사 자본영업이익률 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	전년동기대비 (%p)
	1분기 (%)	2분기 (%)	3분기 (%)	4분기 (%)	1분기 (%)	
방송	2.9	2.8	1.5	2.6	2.3	△0.6
콘텐츠 상장사 전체	3.3	3.1	2.9	3.4	2.6	△0.7

4) 자산영업이익률 = 영어이익액/자산x100

3.3 | 안정성 변화 추이

■ 부채비율 변화 추이

- ‘15년 1분기 방송산업 상장사의 부채비율은 56.7%로 전년동기대비 0.9%p 감소한 수준
 - ‘14년 1분기부터 4분기까지 하락세 지속되었으나 ‘15년 1분기 상승
 - ‘15년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 부채비율은 49.0%로 전년동기대비 6.2%p 감소한 수준

표 II-15 ‘14년 1분기~’15년 1분기 방송산업 상장사 자기자본대비 부채비율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	전년동기대비 (%p)
	1분기 (%)	2분기 (%)	3분기 (%)	4분기 (%)	1분기 (%)	
방송	57.6	55.9	55.4	54.1	56.7	△0.9
콘텐츠 상장사 전체	55.2	54.2	51.7	48.3	49.0	△6.2

■ 유동비율 변화 추이

- ‘15년 1분기 방송산업 상장사의 유동비율은 165.6%로 전년동기대비 1.5%p 증가한 수준
 - ‘14년 2분기 이후 4분기까지 상승세가 지속되었으나 ‘15년 1분기 소폭 하락
 - ‘15년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 유동비율은 186.4%로 전년동기대비 8.6%p 증가한 수준

표 II-16 ‘14년 1분기~’15년 1분기 방송산업 상장사 유동비율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	전년동기대비 (%p)
	1분기 (%)	2분기 (%)	3분기 (%)	4분기 (%)	1분기 (%)	
방송	164.1	148.6	152.4	168.3	165.6	1.5
콘텐츠 상장사 전체	177.8	177.5	184.3	191.7	186.4	8.6

■ 자기자본비율⁵⁾ 변화 추이

- ‘15년 1분기 방송산업 상장사의 자기자본비율은 63.8%로 전년동기대비 0.3%p 증가한 수준
 - ‘14년 1분기부터 4분기까지 상승세가 지속되었으나 ‘15년 1분기 소폭 하락
 - ‘15년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 투자증가율은 67.1%로 전년동기대비 2.7%p 증가한 수준

표 II-17 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 자기자본비율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	전년동기대비 (%p)
	1분기 (%)	2분기 (%)	3분기 (%)	4분기 (%)	1분기 (%)	
방송	63.5	64.1	64.3	64.9	63.8	0.3
콘텐츠 상장사 전체	64.4	64.8	65.9	67.4	67.1	2.7

3.4 | 생산성 변화 추이

■ 1인당평균매출액 변화 추이

- ‘15년 1분기 방송산업 상장사의 1인당 평균매출액은 2억 1,100만 원으로 전년동기대비 5,000만 원 감소
 - ‘14년 2분기부터 ‘14년 4분기까지 증가하는 추세였으나 ‘15년 1분기 다시 감소
 - ‘15년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 1인당 평균매출액은 1억 5,100만 원으로 전년동기대비 400만 원 감소한 수준

5) 자기자본은 직접적인 금융비용을 부담하지 않고 기업이 장기적으로 운용할 수 있는 자본으로서 이 비율이 높을수록 기업의 재무구조가 건전하다고 할 수 있으며 일반적인 표준비율은 50% 이상. 자기자본비율 = (자기자본/총자산) × 100

표 II-18 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 1인당 평균매출액 추이

(단위 : 억 원, %)

구분	2014년				2015년	전년동기대비 (%p)
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
방송	1.61 (0.3%)	1.37 (△14.9%)	2.31 (68.6%)	2.44 (5.6%)	2.11 (△13.5%)	0.5 (31.1%)
콘텐츠 상장사 전체	1.55 (△7.6%)	1.59 (2.6%)	1.61 (1.3%)	1.68 (4.3%)	1.51 (△10.1%)	△0.04 (△2.6%)

■ 자본집약도⁶⁾ 변화 추이

- ‘15년 1분기 방송산업 상장사의 자본집약도는 13.6%로 전년동기대비 2.1%p 증가한 수준
 - ‘14년 1분기부터 ‘15년 1분기까지 상승세 지속
 - ‘15년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 자본집약도는 9.9%로 전년동기대비 1.3%p 증가한 수준

표 II-19 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 자본집약도 추이

(단위 : %, p)

구분	2014년				2015년	전년동기대비 (%p)
	1분기 (%)	2분기 (%)	3분기 (%)	4분기 (%)	1분기 (%)	
방송	11.5	11.6	11.6	13.5	13.6	2.1
콘텐츠 상장사 전체	8.6	8.7	8.9	9.7	9.9	1.3

6) 자본집약도 = 총자본(자본총계+부채총계)/종사자수×100

3.5 | 활동성 변화 추이

■ 자기자본회전율⁷⁾ 변화 추이

- ‘15년 1분기 방송산업 상장사의 자기자본회전율은 0.24로 전년동기대비 0.06 감소한 수준
 - ‘14년 2분기 이후 ‘15년 1분기까지 하락세 지속
 - ‘15년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 자기자본회전율은 0.23으로 전년 동기대비 0.05 감소한 수준

표 II-20 ‘14년 1분기~’15년 1분기 방송산업 상장사 자기자본회전율 추이

(단위 : p)

구분	2014년				2015년	전년동기대비 (%p)
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
방송	0.30	0.31	0.29	0.28	0.24	△0.06
콘텐츠 상장사 전체	0.28	0.28	0.28	0.25	0.23	△0.05

■ 총자산회전율⁸⁾ 변화 추이

- ‘15년 1분기 방송산업 상장사의 총자산회전율은 0.16으로 전년동기대비 0.03 감소한 수준
 - ‘14년 2분기 이후 ‘15년 1분기까지 하락세 지속
 - ‘15년 1분기 콘텐츠산업 상장사의 총자산회전율은 0.15로 전년동기대비 0.03 감소한 수준

표 II-21 ‘14년 1분기~’15년 1분기 방송산업 상장사 총자산회전율 추이

(단위 : p)

구분	2014년				2015년	전년동기대비 (%p)
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	
방송	0.19	0.20	0.19	0.18	0.16	△0.03
콘텐츠 상장사 전체	0.18	0.18	0.18	0.17	0.15	△0.03

7) 자기자본회전율 = 매출액/자기자본

8) 총자산회전율 = 매출액/총자산

3

2015년 1분기 방송산업 주요 이슈

1. 국내동향
2. 해외동향

3

2015년 1분기 방송산업 주요 이슈

1. 국내동향
2. 해외동향

Ⅲ 방송산업 주요 이슈

1 국내동향

- 방송산업 규제 혁신을 통한 광고 수익의 재분배
 - 방송산업 규제 혁신은 광고총량제 도입, 공영방송 수신료 인상, 중간광고 허용 순으로 진행될 예정. 특히 ‘광고총량제’ 도입을 통해 “KBS”가 광고 수익을 4,100억 원 수준으로 동결한다면, 연간 1,700억 원 규모의 광고가 타 매체로 분산되면서 특히 SBS의 광고 수입규모가 207억~480억 원 가량 유입할 것으로 전망
- 유료방송 산업 발전을 위한 기술규제 방안의 검토
 - 최근 유료방송의 채널 증가, 초고화질(UHD) 도입, 스마트 기기 수요 증가에 따른 클라우드 및 사물인터넷(IoT) 등 전송기술 효율화에 따른 기술규제 완화의 필요성이 제기됨
 - 케이블 사업자 중심의 유료방송 시대에서는 최소한의 방송품질 보장을 위한 규제들로 인해 방송 서비스의 혁신, 투자, 개발 환경 조성에 어려움을 겪음. 이로 인해 케이블, 위성, IPTV 방식을 넘나드는 등 기술규제를 완화해서 다양한 기술도입 환경 개선이 필요함
 - 미래부는 유료방송 기술 규제 완화를 위해 학계, 연구계, 산업계가 참여하는 기술 제도 연구반을 구성, 정책방안 및 규제완화까지 점진적으로 계획 추진
- 개인 콘텐츠 방송 인기 상승에 따른 대형 업체의 콘텐츠 확보 경쟁 치열
 - 최근 개인방송 창작자는 연예인 못지않은 인기를 끌면서 모바일을 중심으로 동영상 플랫폼 시장이 더욱 성장할 전망. 과거 아프리카TV 중심으로 형성 된 개인 인터넷 방송 시장에 유튜브, 네이버, 다음카카오, CJ E&M 등 대기업이 경쟁에 합류, 판도 변화가 예상됨
 - 유튜브는 ‘유튜브 스페이스’ 마련을 통해 창작자를 지원, 양성하며, 창작자들이 공유한 영상에 광고를 붙여 수익을 창출하는 구조.임. 네이버는 네이버 플랫폼 내에 ‘TV캐스트’를 통해 2014년 대비 이용자는 52% 증가, 프로야구 중계를 비롯한 스포츠 방송의 누적 이용자 수는 약 4억명에 이르고 있음

- VOD 시청과 동영상 콘텐츠 소비의 증가
 - 디지털 미디어 시대에 시청자의 방송 시청은 스마트 기기 및 초고속 인터넷을 활용한 OTT(Over the top)서비스, 주문형 비디오 서비스(VOD, Video on Demand) 등 개인화 된 미디어 소비는 점점 증가하고 있는 추세임
 - 특히 20대, 30대 등 젊은 연령층을 중심으로 방송 다시보기, 영화 등 유료 동영상 콘텐츠 소비에 대해서 수요가 꾸준히 증가하고 있으며, 특히 드라마, 예능에서 수요가 높음
 - 지상파 방송은 물론 케이블채널, 종합편성채널 등에서도 예능, 드라마 등 다양한 분야에서 히트작이 배출되고 있고 있으며 다양한 조사, 연구에서도 유사한 결과가 나타나고 있음. 정보통신정책연구원 연구에 따르면 2014년 VOD의 이용자는 2011년 대비 약 2.7배 증가⁹⁾. DMC미디어가 남녀 500명을 대상으로 조사한 ‘2014년 동영상 시청행태 조사’에서는 스마트폰으로 VOD를 시청하는 것으로 응답한 비율이 89.0%, 데스크톱(72.0%), 태블릿(32.3%)순으로 조사되었음(복수응답 기준)
 - 케이블 방송 및 종합편성채널의 영향력 강화, 향후 UHD방송 등 방송 품질의 개선 및 수익성이 강화되고 있으나, 홀드백(Hold-back) 기간을 1주에서 3주로 연장하는 등 콘텐츠 수급에 대해서 개선해야할 부분으로 지적
 - 홀드백(Hold-back): 공중파의 본 방송 이후 다른 케이블 방송이나 다른 방송 플랫폼에서 재방송되기까지 걸리는 기간으로 다른 수익과정으로 중심을 이동할 때까지 걸리는 시간
 - 지상파와 종편PP는 홀드백 기간을 3주로 연장, 무료로 제공하던 인기 콘텐츠의 일부는 일정 기간 경과 후 다시 유료로 전환하겠다는 방침을 밝힘. 콘텐츠의 재전송료, 가격인상이 수급비용 증가로 부담이 가중되는 것은 사실이지만 소비자 부담으로 연결되는 것에 대해서는 경계할 필요가 있음
 - 향후 방송시장은 기존 지상파방송에서 VOD 시장 증대 등 수요 다변화가 발생할 것이기에, 완성도 높은 콘텐츠를 다수 확보한 제작 및 플랫폼 업체들을 중심으로 실적 호조가 예상됨

9) 신지형(2015). 『VOD 시청과 동영상 콘텐츠 소비』 KISDI STAT Report 정보통신정책연구원.

2 해외동향

- 한-미FTA 체결 이후 미국 대형 제작사의 한국시장 유입
 - 미국 최대 동영상 스트리밍 서비스 업체 ‘넷플릭스’는 미국에서 방송콘텐츠를 중심으로 스트리밍 방식으로 서비스하는 OTT(Over The Top) 전문 업체로 세계 방송 서비스 시장에 진출하고 있음
 - 유료방송 업계에서는 넷플릭스 콘텐츠가 미국 최대 케이블TV 방송사 ‘HBO’보다 고정층을 확보할 것으로 예상되며, 2016년 6월에는 한국 시장에 진출할 예정
 - 효율적이고, 파급력이 높은 해외로 시장 진출 전략을 구사하며 공격적으로 투자를 진행
- 한-중FTA 체결이후 중국 자본의 국내 방송시장 영향력 확대 우려
 - 한-중FTA 체결을 통해 방송 콘텐츠 제작업계는 중국의 내수시장을 확보할 것으로 기대했으나 중앙정부의 규제로 인해 높은 실적을 기대하기 어려움
 - 중국 정부의 저작권보호 강화조치는 국내 방송사업자나 콘텐츠기업에 긍정적인 부분이며, 국내 방송사업자는 중국에서 적극적인 콘텐츠 보호와 계약 체결에 나설 수 있는 ‘사전허가권’ 보유. 인터넷 상에서 불법 다운로드 등 저작권 침해 행위에 대해서도 중국 당국의 대응 조치 의무화가 반영되어 이에 따른 보호효과가 있을 것으로 기대됨
 - 한편, 중국 사업자는 대규모 자본 ‘차이나머니’를 통해 예능 프로그램, 포맷 뿐만 아니라 제작업체를 인수하고 있음.
 - 중국 방송 콘텐츠 배급사 주나인터내셔널은 2014년 초록빔미디어를 인수, 제작, 콘텐츠, 인력이 동시에 중국 시장으로 빠져나기 시작했으며, 업계에서는 장기적 관점에서는 국내 콘텐츠 제작환경이 중국의 콘텐츠 제작대행으로 전락할 수 있다고 우려
 - 중국의 자본력에 대응할 수 있는 경쟁력 제고방안 마련이 시급하며, 콘텐츠 제작 역량 강화는 물론 지적재산권 등의 관련 보호방안 마련이 필요함

- <무한도전-토요일 토요일은 가수다>를 중심으로 콘텐츠의 ‘복고풍’ 흥행 성공
 - 2015년 1월 MBC의 예능 프로그램인 ‘무한도전’에서 ‘토요일 토요일은 가수다(이하 토토가)’ 특집은 1990년대에 활동하던 가수들이 출연, 시청자들에게 ‘1990년대 코드’가 흥행에 성공하며 복고풍이 확산. ‘응답하라 1997’(2012), ‘응답하라 1994’(2013) 등 드라마를 중심으로 형성되었던 복고풍은 음악에 대한 복고로 확산되며 시청자들의 관심이 높아짐
 - 방송 이후, 각종 예능에서는 토토가에 출연한 연예인들을 대상으로 토크 프로그램을 방송하는 등 시청자에게 복고풍 중심의 방송 프로그램을 다수 제작함. 한편 음악 평론가들은 ‘토토가’에서 방송된 90년대 가요에 대해서 2015년의 음악 콘텐츠 제작에 미칠 영향에 대해서는 다소 회의적인 시각. ‘토토가’는 방송콘텐츠와 결합된 예로 인식해야할 뿐 음악 트렌드의 변화로 이끌기는 어려울 것으로 인식
- 방송 콘텐츠 포맷의 지속적인 수출과 견제
 - SBS의 주말 예능 ‘런닝맨’을 시작으로 국내 방송사들이 제작한 예능 프로그램이 중국으로 수출되는 사례가 이어지고 있음. 이미 방송된 ‘런닝맨’, ‘개그콘서트’(KBS), ‘꽃보다 누나’(TvN), ‘비정상회담’(JTBC) 외에 ‘정글의 법칙’(SBS), ‘무한도전’(MBC)은 각각 9월과 10월에 방송될 예정
 - 중국에서 수입한 해외 방송사의 예능프로그램의 점유율은 미국, 일본, 네덜란드에 이어 ‘4위’로 한국 예능 프로그램의 인기는 계속 높아지고 있음. 한국 예능의 인기가 높은 이유는 판권 가격이 높지 않고, 같은 동양권 문화를 가진 친근함이 더해진다는 면에서 장점으로 꼽히고 있음.
 - 이에 대해 중국 당국은 황금시간대인 저녁 7시부터 10시까지 한국 예능프로그램의 방송을 금지하고, 채널 당 프로그램 포맷의 수입은 매년 1건으로 제한하기로 정하면서 한국 예능에 대한 견제를 하고 있음.
 - 최근에는 한국과 중국의 양국 제작진이 함께 제작하는 형태로 전환되고 있으며, 공동 제작을 통해 정규 광고 및 타이틀 스폰서 매출의 일정 비율을 배분받으며, SBS의 ‘런닝맨’과 ‘MBC’의 ‘아빠 어디가’는 최근까지 300억 원 대의 수익을 낸 것으로 알려짐
 - 국내 방송사들이 제작한 예능 프로그램 포맷의 수출 확대는 국내 방송콘텐츠의 경쟁력 확보라는 측면에서 접근되어야 하면 체계적인 양성이 필요함

1 상장사 재무분석표

표 부록 I-1 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 자산증가율 변화 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기 (전년동기대비증감)
SBS(유)	1.0%	△3.8%	△0.6%	3.4%	12.6%	11.6%p
CJ오쇼핑	1.3%	0.6%	2.3%	△0.6%	△3.0%	△4.3%p
GS홈쇼핑	1.1%	0.9%	2.5%	5.1%	△2.6%	△3.7%p
CJ E&M	-	-	-	-	-6.7%	-
YTN	0.9%	1.7%	0.6%	△19.5%	△7.2%	△8.1%p
디지털조선	0.8%	0.3%	△0.2%	3.9%	2.5%	1.7%p
SBS콘텐츠허브	6.2%	△5.9%	7.5%	1.1%	△5.5%	△11.7%p
iMBC	△3.4%	1.7%	0.3%	6.7%	△3.0%	0.4%p
한국경제TV	2.1%	5.5%	0.9%	2.7%	7.7%	5.6%p
초록뱀	9.9%	△7.7%	6.3%	△0.1%	30.3%	20.4%p
팬엔터테인먼트	4.2%	2.1%	△5.0%	0.5%	0.5%	△3.7%p
삼화네트웍스	9.9%	△4.0%	△3.7%	△0.8%	1.6%	△8.3%p
SBS미디어홀딩스	1.9%	△1.8%	△0.1%	△0.1%	1.5%	△0.4%p
케이티스카이라이프	△1.6%	△1.2%	0.8%	2.5%	0.0%	1.6%p
케이엠에이치	△1.9%	3.9%	3.0%	1.0%	△1.0%	0.9%p
대구방송	△1.3%	0.7%	1.9%	0.8%	△1.7%	△0.4%p
케이엔엔	△1.3%	1.8%	0.8%	0.1%	△0.5%	0.8%p
현대홈쇼핑	1.1%	6.4%	1.6%	△0.7%	16.1%	15.0%p
씨씨에스충북방송	0.0%	3.6%	1.0%	4.0%	0.5%	0.5%p
키이스트	9.5%	13.3%	27.5%	△7.1%	5.2%	△4.3%p
헬로비전	0.8%	3.2%	0.9%	△0.6%	△0.9%	△1.7%p
아프리카TV	8.7%	△2.0%	4.6%	△3.6%	8.5%	△0.2%p
방송산업	1.0%	1.5%	1.5%	0.3%	1.3%	0.3%p
콘텐츠산업	0.7%	1.5%	3.8%	9.4%	3.7%	3.0%p

표 부록 I-2 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 투자증가율 변화 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기 (전년동기대비증감)
SBS(유)	0.4%	△0.6%	7.0%	2.0%	△9.6%	△10.0%p
CJ오쇼핑	0.7%	1.3%	1.1%	1.8%	1.3%	0.6%p
GS홈쇼핑	1.5%	2.7%	2.3%	4.0%	△5.3%	△6.8%p
CJ E&M	-	-	-	-	-3.8%	-
YTN	10.4%	2.5%	1.1%	△54.7%	△7.2%	△17.6%p
디지털조선	1.0%	1.0%	1.2%	3.8%	△3.4%	△4.4%p
SBS콘텐츠허브	0.1%	0.1%	0.2%	6.0%	△1.2%	△1.3%p
iMBC	△2.3%	△4.2%	△3.7%	9.2%	3.6%	5.9%p
한국경제TV	6.1%	4.6%	2.4%	0.0%	△4.7%	△10.8%p
초록뱀	△2.7%	2.1%	4.8%	△4.5%	8.5%	11.2%p
팬엔터테인먼트	1.3%	△1.4%	0.1%	0.3%	4.7%	3.4%p
삼화네트웍스	9.0%	4.9%	△1.5%	△0.9%	△12.5%	△21.5%p
SBS미디어홀딩스	△0.9%	1.1%	0.8%	0.2%	△0.9%	△0.0%p
케이티스카이라이프	2.8%	4.8%	2.7%	△8.1%	△3.6%	△6.4%p
케이엠에이치	0.4%	1.4%	3.0%	1.3%	△1.1%	△1.5%p
대구방송	0.6%	0.2%	△0.3%	5.2%	0.6%	0.0%p
케이엔엔	0.0%	0.2%	3.3%	1.4%	△1.3%	△1.3%p
현대홈쇼핑	△0.6%	5.9%	0.4%	△1.2%	△13.0%	△12.4%p
씨씨에스충북방송	2.6%	3.6%	△6.1%	13.3%	△1.6%	△4.2%p
키이스트	3.6%	△3.1%	29.3%	△4.5%	△2.0%	△5.6%p
헬로비전	4.7%	5.4%	3.7%	3.9%	△2.1%	△6.8%p
아프리카TV	0.5%	6.7%	2.0%	△4.3%	△1.8%	△2.3%p
방송산업	2.0%	3.2%	2.4%	2.2%	△4.7%	△6.7%p
콘텐츠산업	1.4%	1.8%	1.9%	3.3%	△3.0%	△4.4%p

표 부록 I-3 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 사내유보율 변화 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기 (전년동기대비증감)
SBS(유)	273.8%	273.2%	266.5%	272.3%	270.9%	△2.9%p
CJ오쇼핑	453.5%	441.7%	444.4%	1996.6%	1702.1%	1248.6%p
GS홈쇼핑	741.0%	769.9%	792.1%	787.4%	767.8%	26.8%p
CJ E&M	-	-	-	-	118.4%	-
YTN	110.4%	109.2%	101.6%	125.1%	126.1%	15.7%p
디지털조선	99.6%	101.6%	103.9%	106.9%	109.8%	10.2%p
SBS콘텐츠허브	373.9%	381.2%	385.7%	386.9%	377.3%	3.4%p
iMBC	185.0%	187.1%	190.0%	193.1%	192.7%	7.7%p
한국경제TV	0.0%	0.0%	0.0%	297.6%	303.9%	303.9%p
초록뚎	39.9%	39.8%	41.0%	27.8%	43.5%	3.6%p
팬엔터테인먼트	127.9%	127.6%	125.0%	124.4%	130.2%	2.3%p
삼화네트웍스	94.0%	91.5%	83.0%	85.9%	85.0%	△9.0%p
SBS미디어홀딩스	99.2%	99.1%	98.9%	98.9%	99.7%	0.5%p
케이티스카이라이프	104.0%	109.0%	110.4%	55.1%	55.1%	△48.9%p
케이엠에이치	211.7%	222.3%	231.4%	232.5%	229.0%	17.3%p
대구방송	92.8%	95.1%	97.6%	99.2%	96.3%	3.5%p
케이엔엔	128.2%	132.3%	134.2%	134.9%	131.7%	3.5%p
현대홈쇼핑	352.5%	364.9%	375.2%	386.3%	391.6%	39.1%p
씨씨에스충북방송	△0.8%	△2.9%	△3.0%	△15.3%	△15.3%	△14.5%p
키이스트	86.7%	95.7%	100.2%	100.9%	101.7%	15.0%p
헬로비전	181.3%	181.3%	188.3%	183.9%	185.8%	4.5%p
아프리카TV	95.1%	97.5%	100.0%	102.7%	106.1%	11.0%p
방송산업	209.1%	213.6%	216.1%	219.0%	221.2%	12.1%p
콘텐츠산업	203.8%	205.9%	212.1%	199.0%	197.3%	△6.5%p

표 부록 I-4 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 영업이익률 변화 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기 (전년동기대비증감)
SBS(유)	△8.0%	△1.8%	△7.5%	8.5%	△2.4%	5.6%p
CJ오쇼핑	11.9%	11.7%	9.6%	11.0%	12.7%	0.8%p
GS홈쇼핑	15.2%	14.8%	10.9%	12.6%	10.7%	△4.5%p
CJ E&M	△2.1%	△0.8%	△7.2%	9.2%	1.4%	3.5%p
YTN	△31.5%	△0.3%	△16.9%	△56.1%	△36.1%	△4.6%p
디지털조선	11.8%	7.8%	9.0%	11.0%	11.7%	△0.1%p
SBS콘텐츠허브	10.4%	9.0%	4.9%	3.5%	5.5%	△4.9%p
iMBC	0.7%	△0.3%	1.3%	5.5%	3.0%	2.3%p
한국경제TV	11.5%	12.2%	4.0%	7.8%	15.8%	4.3%p
초록뚎	1.8%	△3.0%	2.3%	△45.2%	0.4%	△1.4%p
팬엔터테인먼트	10.4%	4.1%	△8.9%	3.6%	27.3%	16.9%p
삼화네트웍스	2.1%	△14.6%	△45.3%	10.1%	△5.3%	△7.4%p
SBS미디어홀딩스	76.2%	△67.3%	△83.8%	△41.1%	73.4%	△2.8%p
케이티스카이라이프	21.3%	11.2%	4.8%	13.2%	20.6%	△0.7%p
케이엠에이치	8.9%	20.4%	16.1%	13.6%	16.5%	7.6%p
대구방송	△11.8%	11.6%	11.6%	7.5%	△19.4%	△7.6%p
케이엔엔	5.1%	24.1%	12.1%	9.0%	6.1%	1.0%p
현대홈쇼핑	17.7%	19.2%	14.8%	15.6%	13.6%	△4.1%p
씨씨에스충북방송	△7.0%	△15.6%	0.5%	△19.2%	△2.7%	4.3%p
키이스트	13.2%	16.8%	13.5%	13.5%	4.2%	△9.0%p
헬로비전	8.9%	8.7%	7.7%	6.9%	9.2%	0.3%p
아프리카TV	13.0%	8.3%	9.7%	22.9%	18.3%	5.3%p
방송산업	9.6%	9.0%	5.2%	9.4%	9.4%	△0.2%p
콘텐츠산업	11.7%	11.1%	10.7%	13.8%	11.3%	△0.4%p

표 부록 I-5 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 자산영업이익률 변화 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기 (전년동기대비증감)	1분기 (전년동기대비증감)
SBS(유)	△1.6%	△0.5%	△1.8%	2.3%	△0.4%	1.2%p
CJ오쇼핑	3.4%	3.4%	2.3%	3.1%	3.2%	△0.2%p
GS홈쇼핑	3.2%	3.1%	2.2%	2.9%	2.3%	△0.9%p
CJ E&M	-	-	-	-	0.2%	-
YTN	△1.7%	0.0%	△1.2%	△4.1%	△2.5%	△0.8%p
디지털조선	1.8%	1.1%	1.2%	1.1%	1.5%	△0.3%p
SBS콘텐츠허브	2.4%	2.0%	0.8%	1.0%	1.4%	△1.0%p
iMBC	0.1%	△0.1%	0.2%	1.4%	0.6%	0.5%p
한국경제TV	2.1%	2.0%	0.7%	1.6%	2.8%	0.7%p
초록뚎	0.7%	△0.5%	0.6%	△8.7%	0.1%	△0.6%p
팬엔터테인먼트	0.8%	0.7%	△0.7%	0.5%	3.8%	3.0%p
삼화네트웍스	0.6%	△1.9%	△6.3%	2.0%	△0.9%	△1.5%p
SBS미디어홀딩스	1.7%	△0.2%	△0.2%	△0.1%	1.4%	△0.3%p
케이티스카이라이프	4.9%	2.7%	1.2%	3.1%	4.5%	△0.4%p
케이엠에이치	1.7%	4.6%	3.6%	3.4%	3.9%	2.2%p
대구방송	△0.8%	1.1%	1.1%	0.7%	△1.2%	△0.4%p
케이엔엔	0.3%	2.0%	0.9%	0.9%	0.3%	0.0%p
현대홈쇼핑	2.5%	2.6%	2.0%	2.4%	1.6%	△0.9%p
씨씨에스충북방송	△0.6%	△1.4%	0.0%	△1.6%	△0.2%	0.4%p
키이스트	2.2%	5.0%	2.3%	1.8%	0.5%	△1.7%p
헬로비전	1.3%	1.3%	1.2%	1.0%	1.2%	△0.1%p
아프리카TV	3.0%	1.9%	2.5%	2.0%	4.1%	1.1%p
방송산업	1.8%	1.8%	1.0%	1.7%	1.5%	△0.3%p
콘텐츠산업	2.1%	2.0%	1.9%	2.3%	1.7%	△0.4%p

표 부록 I-6 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 자본영업이익률 변화 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기 (전년동기대비증감)	1분기 (전년동기대비증감)
SBS(유)	△2.3%	△0.8%	△2.6%	3.4%	△0.7%	1.6%p
CJ오쇼핑	6.7%	6.4%	4.4%	5.7%	5.7%	△1.0%p
GS홈쇼핑	4.7%	4.5%	3.2%	4.2%	3.4%	△1.3%p
CJ E&M	-	-	-	-	0.3%	-
YTN	△4.2%	△0.1%	△3.1%	△7.4%	△4.1%	0.1%p
디지털조선	2.0%	1.2%	1.3%	1.2%	1.7%	△0.3%p
SBS콘텐츠허브	3.5%	2.6%	1.2%	1.5%	1.9%	△1.6%p
iMBC	0.2%	△0.1%	0.3%	2.0%	0.9%	0.7%p
한국경제TV	2.5%	2.4%	0.8%	1.9%	3.6%	1.1%p
초록뚎	0.8%	△0.5%	0.6%	△10.9%	0.1%	△0.7%p
팬엔터테인먼트	1.3%	1.3%	△1.2%	0.9%	6.1%	4.8%p
삼화네트웍스	0.7%	△2.2%	△7.7%	2.4%	△1.1%	△1.8%p
SBS미디어홀딩스	1.8%	△0.2%	△0.2%	△0.1%	1.4%	△0.4%p
케이티스카이라이프	7.9%	4.1%	1.8%	4.7%	6.9%	△1.0%p
케이엠에이치	2.4%	6.3%	4.9%	4.5%	5.0%	2.6%p
대구방송	△0.8%	1.1%	1.1%	0.7%	△1.3%	△0.5%p
케이엔엔	0.3%	2.2%	0.9%	1.0%	0.4%	0.1%p
현대홈쇼핑	3.1%	3.3%	2.5%	2.9%	2.2%	△0.9%p
씨씨에스충북방송	△1.1%	△2.6%	0.1%	△3.0%	△0.4%	0.7%p
키이스트	3.5%	8.2%	3.1%	2.3%	0.7%	△2.8%p
헬로비전	3.0%	3.0%	2.7%	2.4%	3.0%	△0.0%p
아프리카TV	4.8%	2.8%	3.8%	2.9%	6.2%	1.4%p
방송산업	2.9%	2.8%	1.5%	2.6%	2.3%	△0.6%p
콘텐츠산업	3.3%	3.1%	2.9%	3.4%	2.6%	△0.7%p

표 부록 I-7 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 부채비율 변화 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기 (전년동기대비증감)
SBS(유)	47.5%	42.1%	43.8%	47.6%	66.9%	19.4%p
CJ오쇼핑	97.6%	89.0%	87.5%	84.4%	80.5%	△17.1%p
GS홈쇼핑	47.3%	42.9%	42.2%	44.9%	44.3%	△3.0%p
CJ E&M	-	-	-	-	53.0%	-
YTN	143.3%	149.5%	164.6%	82.2%	67.9%	△75.4%p
디지털조선	11.1%	10.0%	8.2%	10.2%	11.0%	△0.1%p
SBS콘텐츠허브	43.6%	32.6%	40.9%	41.8%	37.0%	△6.6%p
iMBC	34.6%	34.1%	33.3%	40.3%	35.5%	0.9%p
한국경제TV	16.1%	20.4%	19.6%	22.2%	27.4%	11.3%p
초록뚎	13.9%	5.2%	10.8%	24.5%	10.4%	△3.5%p
팬엔터테인먼트	67.5%	71.2%	65.1%	66.4%	62.0%	△5.5%p
삼화네트웍스	26.5%	18.1%	22.2%	17.9%	21.0%	△5.5%p
SBS미디어홀딩스	2.9%	1.0%	1.0%	0.9%	1.5%	△1.4%p
케이티스카이라이프	61.6%	54.3%	54.0%	53.9%	52.2%	△9.4%p
케이엠에이치	38.1%	36.7%	35.5%	35.3%	28.7%	△9.4%p
대구방송	5.0%	4.4%	4.8%	5.0%	4.9%	△0.1%p
케이엔엔	7.6%	7.2%	7.2%	7.0%	8.1%	0.5%p
현대홈쇼핑	22.7%	26.1%	24.3%	22.5%	40.2%	17.5%p
씨씨에스충북방송	79.3%	90.4%	60.7%	83.0%	77.4%	△1.9%p
키이스트	55.3%	63.8%	35.4%	25.2%	30.8%	△24.5%p
헬로비전	134.5%	137.6%	137.0%	140.2%	136.2%	1.7%p
아프리카TV	62.1%	47.9%	50.5%	43.8%	50.2%	△11.9%p
방송산업	57.6%	55.9%	55.4%	54.1%	56.7%	△0.9%p
콘텐츠산업	55.2%	54.2%	51.7%	48.3%	49.0%	△6.2%p

표 부록 I-8 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 유동비율 변화 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기 (전년동기대비증감)
SBS(유)	198.3%	162.6%	156.7%	153.6%	203.8%	5.5%p
CJ오쇼핑	86.4%	89.8%	94.8%	96.5%	99.2%	12.8%p
GS홈쇼핑	224.1%	235.9%	234.5%	226.6%	224.6%	0.5%p
CJ E&M	-	-	-	-	185.7%	-
YTN	24.7%	26.1%	20.6%	170.7%	203.5%	178.8%p
디지털조선	469.6%	529.2%	663.6%	559.5%	543.4%	73.8%p
SBS콘텐츠허브	246.8%	303.6%	265.3%	266.1%	291.5%	44.7%p
iMBC	261.0%	214.4%	242.5%	208.8%	238.4%	△22.8%p
한국경제TV	123.1%	112.0%	137.2%	148.8%	146.1%	23.0%p
초록뚎	542.9%	1142.9%	425.2%	227.9%	663.1%	120.2%p
팬엔터테인먼트	180.8%	197.4%	152.9%	99.5%	102.6%	△78.2%p
삼화네트웍스	348.9%	461.7%	380.4%	485.0%	415.4%	66.5%p
SBS미디어홀딩스	377.4%	2394.9%	2851.3%	4219.3%	947.8%	570.4%p
케이티스카이라이프	158.7%	108.4%	107.1%	112.6%	113.5%	△45.2%p
케이엠에이치	249.0%	253.6%	258.4%	247.3%	302.5%	53.5%p
대구방송	1634.0%	1939.3%	1875.8%	1606.8%	1736.6%	102.6%p
케이엔엔	492.3%	521.3%	418.7%	496.0%	364.2%	△128.1%p
현대홈쇼핑	288.5%	268.4%	291.2%	304.1%	210.6%	△77.9%p
씨씨에스충북방송	197.4%	161.1%	153.7%	142.6%	139.5%	△57.9%p
키이스트	121.2%	130.0%	188.9%	202.2%	184.5%	63.3%p
헬로비전	94.3%	67.9%	80.8%	81.0%	73.4%	△20.9%p
아프리카TV	152.8%	161.7%	174.1%	192.6%	175.2%	22.4%p
방송산업	164.1%	148.6%	152.4%	168.3%	165.6%	1.5%p
콘텐츠산업	177.8%	177.5%	184.3%	191.7%	186.4%	8.6%p

표 부록 I-9 '14년 1분기~'15년 1분기 게임산업 상장사 자기자본비율 변화 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기 (전년동기대비증감)
SBS(유)	67.8%	70.4%	69.5%	67.8%	59.9%	△7.9%p
CJ오쇼핑	50.6%	52.9%	53.3%	54.2%	55.4%	4.8%p
GS홈쇼핑	67.9%	70.0%	70.3%	69.0%	69.3%	1.4%p
CJ E&M	-	-	-	-	65.4%	-
YTN	41.1%	40.1%	37.8%	54.9%	59.6%	18.5%p
디지털조선	90.0%	90.9%	92.4%	90.7%	90.1%	0.1%p
SBS콘텐츠허브	69.6%	75.4%	71.0%	70.5%	73.0%	3.4%p
iMBC	74.3%	74.6%	75.0%	71.3%	73.8%	△0.5%p
한국경제TV	86.1%	83.1%	83.6%	81.8%	78.5%	△7.6%p
초록뚎	87.8%	95.0%	90.2%	80.3%	90.6%	2.8%p
팬엔터테인먼트	59.7%	58.4%	60.6%	60.1%	61.7%	2.0%p
삼화네트웍스	79.0%	84.7%	81.8%	84.8%	82.7%	3.7%p
SBS미디어홀딩스	97.2%	99.0%	99.0%	99.1%	98.5%	1.3%p
케이티스카이라이프	61.9%	64.8%	64.9%	65.0%	65.7%	3.8%p
케이엠에이치	72.4%	73.2%	73.8%	73.9%	77.7%	5.3%p
대구방송	95.3%	95.8%	95.4%	95.2%	95.3%	0.0%p
케이엔엔	92.9%	93.3%	93.3%	93.5%	92.5%	△0.4%p
현대홈쇼핑	81.5%	79.3%	80.4%	81.6%	71.3%	△10.2%p
씨씨에스충북방송	55.8%	52.5%	51.9%	54.7%	56.4%	0.6%p
키이스트	64.4%	61.1%	73.8%	79.9%	76.4%	12.0%p
헬로비전	42.6%	42.1%	42.2%	41.6%	42.3%	△0.3%p
아프리카TV	61.7%	67.6%	66.5%	69.5%	66.6%	4.9%p
방송산업	63.5%	64.1%	64.3%	64.9%	63.8%	0.3%p
콘텐츠산업	64.4%	64.8%	65.9%	67.4%	67.1%	2.7%p

표 부록 I-10 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 1인당 평균매출액 변화 추이

(단위 : 억 원)

구분	2014년				2015년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기 (전년동기대비증감)
SBS(유)	1.68	2.54	2.08	2.31	1.76	(4.7%)
	(△25.3%)	(50.8%)	(△18.0%)	(10.8%)	(△23.6%)	
CJ오쇼핑	3.73	3.82	3.18	3.55	3.02	(△19.0%)
	(△18.8%)	(2.4%)	(△16.6%)	(11.6%)	(△15.0%)	

GS홈쇼핑	2.54	2.57	2.49	2.96	2.55	(0.4%)
	(△16.6%)	(1.1%)	(△3.0%)	(18.8%)	(△13.9%)	
CJ E&M 방송부문	1.43	1.64	1.58	1.90	1.38	(△3.1%)
	(△22.8%)	(15.1%)	(△3.6%)	(19.6%)	(△27.0%)	
YTN	0.35	0.46	0.45	0.39	0.34	(△3.7%)
	(△15.5%)	(29.6%)	(△2.4%)	(△13.7%)	(△11.8%)	
디지털조선	0.38	0.37	0.36	0.29	0.36	(△5.7%)
	(14.6%)	(△1.0%)	(△5.0%)	(△19.6%)	(24.8%)	
SBS콘텐츠허브	3.24	2.87	2.39	4.34	3.59	(11.1%)
	(△9.9%)	(△11.4%)	(△16.8%)	(82.0%)	(△17.2%)	
iMBC	0.97	1.17	1.03	1.65	1.30	(33.5%)
	(△23.1%)	(19.6%)	(△11.2%)	(59.5%)	(△21.2%)	
한국경제TV	0.71	0.68	0.71	0.87	0.87	(21.9%)
	(△31.5%)	(△5.0%)	(4.4%)	(23.5%)	(△0.5%)	
초록뚎	6.21	2.48	4.06	3.23	6.40	(3.1%)
	(5.2%)	(△60.1%)	(63.9%)	(△20.4%)	(98.2%)	
팬엔터테인먼트	1.58	3.86	1.71	3.12	2.63	(66.7%)
	(9.0%)	(144.8%)	(△55.7%)	(82.4%)	(△15.8%)	
삼화네트웍스	3.95	1.85	1.93	2.76	2.42	(△38.7%)
	(57.2%)	(△53.2%)	(4.5%)	(42.8%)	(△12.2%)	
SBS미디어홀딩스	4.92	0.68	0.59	0.80	4.78	(△2.9%)
	(620.0%)	(△86.3%)	(△12.3%)	(34.7%)	(498.8%)	
케이티스카이라이프	4.89	5.03	5.10	5.07	4.52	(△7.6%)
	(△6.0%)	(2.8%)	(1.4%)	(△0.4%)	(△10.9%)	
케이엠에이치	2.65	3.13	3.16	3.51	2.74	(3.4%)
	(△1.7%)	(18.1%)	(0.8%)	(11.1%)	(△21.9%)	
대구방송	0.51	0.68	0.70	0.72	0.47	(△7.8%)
	(△23.7%)	(35.5%)	(2.1%)	(2.4%)	(△34.9%)	
케이엔엔	0.73	1.09	0.91	1.42	0.75	(3.3%)
	(△44.1%)	(49.0%)	(△16.2%)	(56.7%)	(△47.2%)	
현대홈쇼핑	4.81	4.59	4.66	4.89	4.33	(△10.1%)
	(△6.9%)	(△4.7%)	(1.5%)	(5.1%)	(△11.5%)	
씨씨에스충북방송	1.47	1.52	1.77	1.52	1.41	(△3.9%)
	(0.8%)	(3.7%)	(16.0%)	(△14.0%)	(△7.0%)	
키이스트	1.44	3.16	2.32	1.55	1.42	(△1.4%)
	(47.7%)	(120.4%)	(△26.7%)	(△33.1%)	(△8.8%)	
헬로비전	2.36	2.48	2.53	2.55	2.41	(2.3%)
	(△0.1%)	(5.3%)	(2.1%)	(0.5%)	(△5.3%)	
아프리카TV	0.52	0.51	0.60	0.19	0.55	(5.2%)
	(1,065.0%)	(△2.9%)	(19.2%)	(△68.1%)	(185.2%)	
방송산업	2.17	2.34	2.20	2.44	2.11	(△2.9%)
	(△12.4%)	(7.6%)	(△5.8%)	(10.7%)	(△13.5%)	
콘텐츠산업	1.55	1.59	1.61	1.68	1.51	(△2.6%)
	(△7.6%)	(2.6%)	(1.1%)	(4.2%)	(△10.1%)	

표 부록 I-11 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 자본집약도 변화 추이

(단위 : %, %p)

구분	2014년				2015년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기 (전년동기대비증감)
SBS(유)	8.5	8.5	8.5	8.6	9.7	1.19p
CJ오쇼핑	13.1	13.3	13.1	12.7	12.1	△0.97p
GS홈쇼핑	12.2	12.1	12.2	12.7	11.7	△0.53p
CJ E&M	-	-	-	-	11.5	-
YTN	6.4	6.5	6.5	5.3	5.0	△1.42p
디지털조선	2.6	2.6	2.6	2.8	2.8	0.22p
SBS콘텐츠허브	13.9	13.1	13.9	14.5	14.5	0.59p
iMBC	5.9	6.3	5.9	6.4	6.2	0.31p
한국경제TV	3.9	4.2	4.3	4.4	4.8	0.93p
초록뚎	17.1	15.8	16.8	16.7	21.8	4.71p
팬엔터테인먼트	21.8	21.6	21.8	21.2	19.0	△2.75p
삼화네트웍스	14.5	14.4	13.9	13.7	13.5	△0.99p
SBS미디어홀딩스	218.7	223.7	214.5	255.1	258.8	40.13p
케이티스카이라이프	21.2	21.1	20.7	21.8	20.5	△0.65p
케이엠에이치	13.6	13.9	14.1	14.3	11.6	△1.98p
대구방송	7.5	7.5	7.7	7.6	7.6	0.05p
케이엔엔	12.7	12.9	12.5	13.7	13.5	0.80p
현대홈쇼핑	33.6	33.9	33.9	31.8	37.0	3.44p
씨씨에스충북방송	17.5	17.6	19.5	18.0	17.1	△0.37p
키이스트	8.5	10.6	13.5	11.4	11.7	3.24p
헬로비전	16.1	16.9	17	17.3	17.7	1.62p
아프리카TV	2.3	2.2	2.3	2.2	2.4	0.14p
방송산업	11.5	11.6	11.6	13.5	13.6	2.10p
콘텐츠산업	8.6	8.7	8.9	9.7	9.9	1.30p

표 부록 I-12 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 자기자본회전을 변화 추이

(단위 : p)

구분	2014년				2015년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기 (전년동기대비증감)
SBS(유)	0.29	0.42	0.35	0.40	0.30	0.01p
CJ오쇼핑	0.56	0.54	0.45	0.52	0.45	△0.11p
GS홈쇼핑	0.31	0.3	0.29	0.34	0.32	0.01p
CJ E&M	-	-	-	-	0.18	-
YTN	0.13	0.18	0.18	0.13	0.11	△0.02p
디지털조선	0.17	0.16	0.15	0.11	0.14	△0.03p
SBS콘텐츠허브	0.33	0.29	0.24	0.42	0.34	0.01p
iMBC	0.22	0.25	0.23	0.36	0.28	0.06p
한국경제TV	0.21	0.19	0.2	0.24	0.23	0.02p
초록뚎	0.41	0.17	0.27	0.24	0.32	△0.09p
팬엔터테인먼트	0.12	0.31	0.13	0.24	0.22	0.10p
삼화네트웍스	0.34	0.15	0.17	0.24	0.22	△0.12p
SBS미디어홀딩스	0.02	0	0	0.00	0.02	△0.00p
케이티스카이라이프	0.37	0.37	0.38	0.36	0.33	△0.04p
케이엠에이치	0.27	0.31	0.3	0.33	0.30	0.03p
대구방송	0.07	0.09	0.1	0.10	0.06	△0.01p
케이엔엔	0.06	0.09	0.08	0.11	0.06	0.00p
현대홈쇼핑	0.18	0.17	0.17	0.19	0.16	△0.02p
씨씨에스충북방송	0.15	0.16	0.17	0.15	0.15	△0.00p
키이스트	0.26	0.49	0.23	0.17	0.16	△0.10p
헬로비전	0.34	0.35	0.35	0.35	0.32	△0.02p
아프리카TV	0.37	0.33	0.39	0.13	0.34	△0.03p
방송산업	0.3	0.31	0.29	0.28	0.24	△0.06p
콘텐츠산업	0.28	0.28	0.28	0.25	0.23	△0.05p

표 부록 I-13 '14년 1분기~'15년 1분기 방송산업 상장사 총자산회전율 변화 추이

(단위 : p)

구분	2014년				2015년	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	1분기 (전년동기대비증감)
SBS(유)	0.20	0.30	0.25	0.27	0.18	△0.02p
CJ오쇼핑	0.29	0.29	0.24	0.28	0.25	△0.04p
GS홈쇼핑	0.21	0.21	0.20	0.23	0.22	0.01p
CJ E&M	-	-	-	-	0.12	-
YTN	0.06	0.07	0.07	0.07	0.07	0.01p
디지털조선	0.15	0.15	0.14	0.10	0.13	△0.02p
SBS콘텐츠허브	0.23	0.22	0.17	0.30	0.25	0.02p
iMBC	0.17	0.19	0.17	0.26	0.21	0.04p
한국경제TV	0.18	0.16	0.16	0.20	0.18	△0.00p
초록뚰	0.36	0.16	0.24	0.19	0.29	△0.07p
팬엔터테인먼트	0.07	0.18	0.08	0.15	0.14	0.07p
삼화네트웍스	0.27	0.13	0.14	0.20	0.18	△0.09p
SBS미디어홀딩스	0.02	0.00	0.00	0.00	0.02	△0.00p
케이티스카이라이프	0.23	0.24	0.25	0.23	0.22	△0.01p
케이엠에이치	0.19	0.23	0.22	0.25	0.24	0.05p
대구방송	0.07	0.09	0.09	0.09	0.06	△0.01p
케이엔엔	0.06	0.08	0.07	0.10	0.06	△0.00p
현대홈쇼핑	0.14	0.14	0.14	0.15	0.12	△0.02p
씨씨에스충북방송	0.08	0.09	0.09	0.08	0.08	0.00p
키이스트	0.17	0.30	0.17	0.14	0.12	△0.05p
헬로비전	0.15	0.15	0.15	0.15	0.14	△0.01p
아프리카TV	0.23	0.23	0.26	0.09	0.23	△0.00p
방송산업	0.19	0.20	0.19	0.18	0.16	△0.03p
콘텐츠산업	0.18	0.18	0.18	0.17	0.15	△0.03p

2 상장사 매출구조 분석¹⁰⁾

- CJ 오쇼핑
 - CJ오쇼핑의 매출구조를 살펴보면, '15년 1분기 기준 전체 매출액은 전년동기대비 13.4% 감소
매출 감소의 원인은 CJ오쇼핑 매출의 대부분을 차지하는 내수 대행매출이 전년동기대비 증가하였
음에도 불구하고 상품매출의 감소폭이 더 크기 때문
 - '15년 1분기 기준 CJ오쇼핑 전체 매출에서 수출이 차지하는 비중은 1.1%로 대부분이 내수 매출이
며, 내수 매출 중 대행매출이 전체 매출액의 80.1%를 차지

표 부록 II-1 CJ오쇼핑 (2015년 1분기 기준)

(단위 : 백만 원)

구분		2014년				2015년	전체대비 비중	전년 동기대비
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기		
수출	상품매출	3,926	6,043	5,952	3,725	2,791	1.0%	(△28.9%)
	제품매출	-	-	-	-	-	-	-
	대형매출	-	-	-	-	-	-	-
	기타	611	549	196	661	323	0.1%	(△47.1%)
	소계	4,537	6,592	6,148	4,386	3,114	1.1%	(△31.4%)
내수	상품매출	108,836	102,894	71,064	90,942	52,799	18.6%	(△51.5%)
	제품매출	-	-	-	-	-	-	-
	대행매출	214,738	223,247	209,742	233,626	227,648	80.1%	(6.0%)
	기타	209	83	93	187	723	0.3%	(245.9%)
	소계	323,783	326,225	280,898	324,755	281,170	98.9%	(△13.2%)
합계		328,320	332,817	287,047	329,140	284,284	100.0%	(△13.4%)

10) 상장사의 대부분이 연결기준으로 분야별 매출액을 제공하고 있으며, 본문의 상장사 분석에 사용한 매출 및 수출 실적은 상장사별로 각각 연
결 및 비연결을 선별적으로 적용하였기 때문에 부록에서 다른 각 상장사별 분야별 매출 및 수출 실적은 본문 상의 매출 및 수출 실적과 일부
차이가 있을 수 있음. 따라서 부록의 수치는 각 상장사의 분야별 매출구조를 파악하는 용도로만 활용

- SBS(유)
 - SBS의 매출구조를 살펴보면, '15년 1분기 기준 전체 매출액은 전년동기대비 2.3% 증가
 - 매출 증가의 원인은 SBS 매출 중 가장 큰 비중을 차지하는 TV 매출이 전년동기대비 감소하였음에도 불구하고 라디오와 프로그램 판매 등의 사업수익의 증가폭이 더 크기 때문
 - '15년 1분기 기준 SBS 전체 매출에서 TV매출이 차지하는 비중은 56.7%이며, 프로그램판매 등이 37.5%를 차지

표 부록 Ⅱ-2 SBS(유) (2015년 1분기 기준)

(단위 : 백만 원)

구분				2014년				2015년	전체대비	전년
				1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	비중	동기대비
방송 광고 수익	방송	TV	수출	-	-	-	-	-	-	-
			내수	99,656	138,841	115,379	129,680	95,252	56.7%	(△4.4%)
			합계	99,656	138,841	115,379	129,680	95,252	56.7%	(△4.4%)
		라디오	수출	-	-	-	-	-	-	-
			내수	7,810	10,340	10,701	11,885	9,399	5.6%	(20.3%)
			합계	7,810	10,340	10,701	11,885	9,399	5.6%	(20.3%)
	DMB	수출	-	-	-	-	-	-	-	
		내수	270	477	285	250	229	0.1%	(△15.2%)	
		합계	270	477	285	250	229	0.1%	(△15.2%)	
사업수익	프로그램 판매등	프로그램 판매 등	수출	-	-	-	-	-	-	
			내수	56,299	89,689	68,773	82,260	62,996	37.5%	(11.9%)
			합계	56,299	89,689	68,773	82,260	62,996	37.5%	(11.9%)
합 계			수출	-	-	-	-	-	-	
			내수	164,035	239,347	195,138	224,075	167,876	100.0%	(2.3%)
			합계	164,035	239,347	195,138	224,075	167,876	100.0%	(2.3%)

- GS홈쇼핑
 - GS홈쇼핑의 매출구조를 살펴보면, '15년 1분기 기준 전체 매출액은 전년동기대비 7.9% 증가
 - 매출 증가의 원인은 GS홈쇼핑 매출 대부분을 차지하는 수수료매출이 전년동기대비 감소하였음에도 불구하고 상품 수출과 내수가 전년동기대비 증가한데 기인
 - '15년 1분기 기준 GS홈쇼핑 전체 내수매출에서 수수료매출이 73.6%를 차지하며, 수출의 86.8%는 상품매출인 것으로 확인

표 부록 Ⅱ-3 GS홈쇼핑 (2015년 1분기 기준)

(단위 : 백만 원)

구분		2014년				2015년	전체대비	전년
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	비중	동기대비
상품매출	내수	2,753	3,230	4,285	4,491	9,591	86.8%	(248.4%)
	수출	23,883	25,648	26,812	48,814	30,359	11.2%	(27.1%)
수수료매출	내수	-	-	-	-	-	-	-
	수출	201,258	191,296	188,042	214,981	200,288	73.6%	(△0.5%)
기타	내수	-	-	-	603	1,460	13.2%	-
	수출	27,211	42,564	36,581	39,860	41,602	15.3%	(52.9%)
합 계	내수	2,753	3,230	7,514	5,094	11,051	100.0%	(301.4%)
	수출	252,352	259,507	251,436	303,655	272,249	100.0%	(7.9%)

- 스카이라이프
 - 스카이라이프의 매출구조를 살펴보면, '15년 1분기 기준 전체 매출액은 전년동기대비 2.5% 감소
 - 매출 감소의 원인은 스카이라이프 매출 중 가장 큰 비중을 차지하는 수신료수익이 전년동기대비 감소한데 기인
 - 반면, 채널수익은 전년동기대비 6.8% 증가
 - '15년 1분기 기준 스카이라이프 전체 매출에서 수신료수익이 차지하는 비중은 59.4%이며, 채널수익이 26.4, 광고수익이 2.0%를 차지

표 부록 Ⅱ-4 스카이라이프 (2015년 1분기 기준)

(단위 : 백만 원)

구분		2014년				2015년	전체대비	전년
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	비중	동기대비
위성방송	수신료수익	93,899	93,251	91,306	89,196	87,515	59.4%	(△6.8%)
	채널수익	36,444	37,634	40,311	36,928	38,906	26.4%	(6.8%)
	광고수익	4,403	3,960	5,050	7,745	2,981	2.0%	(△32.3%)
	기타수익	16,448	20,003	23,391	22,831	18,013	12.2%	(9.5%)
합계		151,194	154,848	160,508	156,250	147,415	100.0%	(△2.5%)

- 현대홈쇼핑
 - 현대홈쇼핑의 매출구조를 살펴보면, '15년 1분기 기준 전체 매출액은 전년동기대비 1.6% 증가
 - 매출 증가의 원인은 현대홈쇼핑 매출 중 가장 큰 비중을 차지하는 상품매출의 내수와 수수료매출이 전년동기대비 감소하였음에도 불구하고 기타부문 매출이 전년동기대비 증가하였기 때문
 - '15년 1분기 기준 현대홈쇼핑 전체 내수 매출에서 상품매출이 차지하는 비중은 59.0%이며, 수수료매출이 4.5%를 차지

표 부록 Ⅱ-5 현대홈쇼핑 (2015년 1분기 기준)

(단위 : 백만 원)

구분		2014년				2015년	전체대비	전년
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	비중	동기대비
상품매출	수출	-	-	418	636	177	95.2%	-
	내수	124,380	120,179	133,219	160,413	124,049	59.0%	(△0.3%)
수수료매출	수출	-	-	57	13	9	4.8%	-
	내수	9,556	8,191	7,436	10,480	9,479	4.5%	(△0.8%)
기타	수출	-	-	-	-	-	-	-
	내수	72,942	79,340	73,496	67,136	76,563	36.4%	(5.0%)
합 계	수출	-	-	-	-	186	100.0%	-
	내수	206,878	207,710	214,626	237,554	210,091	100.0%	(1.6%)

- CJ헬로비전
 - CJ 헬로비전의 매출구조를 살펴보면, '15년 1분기 기준 전체 매출액은 전년동기대비 4.6% 감소
 - 매출 감소의 원인은 광고서비스사업매출과 부가서비스사업매출이 전년동기대비 증가하였음에도 불구하고 CJ 헬로비전 매출 중 가장 큰 비중을 차지하는 방송사업매출과 인터넷사업매출, 상품매출 등의 감소폭이 더 크기 때문
 - '15년 1분기 기준 CJ 헬로비전 전체 매출에서 방송사업매출이 차지하는 비중은 35.0%이며, 부가서비스사업매출이 26.5%, 광고서비스사업매출이 21.8%, 인터넷사업매출이 11.6%, 상품매출이 5.2%를 차지

표 부록 Ⅱ-4 CJ헬로비전 (2015년 1분기 기준)

(단위 : 백만 원)

구분	2014년				2015년	전체대비 비중	전년 동기대비
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기		
방송 사업매출	105,728	103,882	105,917	107,667	102,347	35.0%	(△3.2%)
인터넷 사업매출	35,090	35,004	35,501	34,845	34,038	11.6%	(△3.0%)
광고서비스 사업매출	62,016	65,429	66,230	68,512	63,725	21.8%	(2.8%)
부가서비스 사업매출	60,202	79,744	75,071	83,277	77,516	26.5%	(28.8%)
상품매출	43,865	33,394	43,377	25,624	15,165	5.2%	(△65.4%)
합계	306,901	317,454	326,097	319,924	292,790	100.0%	(△4.6%)

2015년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서(방송산업편)

집필진

한국콘텐츠진흥원

감수	이기현 (산업정책개발실 실장) 윤재식 (산업정보팀 팀장)
연구진행	이현우 (산업정보팀 선임연구원) 이익주 (산업정보팀 주임연구원) 신영경 (산업정보팀 주임연구원)

외부기관

연구분석	박지빈 부장(한국CNR) 최진규 과장(한국CNR) 안준택 대리(한국CNR)
실태조사	윤효정 대리(한국CNR)

발행인	송성각
발행일	2015년 7월 10일
발행처	한국콘텐츠진흥원 전라남도 나주시 교육길 35 (520-350)
디자인 및 인쇄	베이스라인

본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(<http://www.kocca.kr>)의 <콘텐츠지식/국내산업통계>에 게재되는
보고서로 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀 주시기 바랍니다.

(문 의) 콘텐츠종합지원센터 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114"