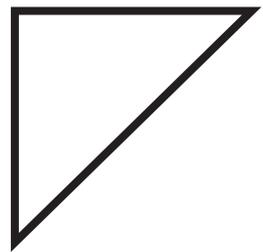


—
2018년 상반기
콘텐츠 산업
동향분석보고서

음악산업편

20

18





1

음악산업 실태조사

1. 콘텐츠산업 실태조사 개요
2. 음악산업 실태조사 분석결과

1. 콘텐츠산업 실태조사 개요

1.1 | 조사목적

- ‘반기별 콘텐츠산업 실태조사’는 연간 통계조사의 한계를 극복하고 신속하면서도 정확한 콘텐츠산업 규모 등을 파악
 - 궁극적으로 지속적인 반기별 콘텐츠산업 실태조사를 통해 데이터 축적과 향후 시계열화를 통한 계절적 변화 파악 및 전망 목적
- 현재 콘텐츠산업 관련 상장사(118개, CJ ENM, 제이콘텐트리 등 **다분야 중복 반영 포함**) 분석을 통해 콘텐츠 업체의 매출액 등을 파악할 수 있으나 콘텐츠산업 전체를 대변할 수 없는 한계를 보완
 - 산업별 상장사는 게임 32개, 지식정보 11개, 출판 11개, 방송 27개, 광고 11개, 영화 11개, 음악 11개, 애니메이션/캐릭터 4개이며, 이중 연결재무제표 대상 상장사는 36개사임
 - CJ ENM은 방송/영화/음악 등 3개 분야, 제이콘텐트리는 영화/방송 등 2개 분야, 바른손이앤에이는 게임/영화 등 2개 분야에 중복 포함하였으며 각 분야별 1개사로 간주
 - 에이프로젠H&G(게임), 와이제이엠게임즈(게임), 인터파크(출판), 아이오케이(방송), 제이웨이(영화) 등 콘텐츠 외 사업을 동시에 영위하고 있는 상장사는 콘텐츠산업에 해당하는 매출 및 수출, 종사자 등을 별도 추출하여 적용
 - 기존 게임 분야에 포함되어 있던 NHN엔터테인먼트와 엔씨소프트는 '16년 1분기 보고서부터 연결 대상 종속회사들의 사업 내용 변동에 따라 분석 기준 재무제표를 변경 : NHN엔터테인먼트(연결→개별), 엔씨소프트(개별→연결)
 - 출판 분야에 포함되어 있던 기존 인터파크가 '15년 중 지주회사로 전환 완료하여 상장명이 인터파크 홀딩스(035080)로 변경되었고 관련 고용 수가 과소 계상됨에 따라, '16년 1분기 보고서부터 종속 회사 중 출판 사업을 포함하고 있는 계열 내 다른 상장사인 인터파크(108790, 연결 기준)로 분석 대상을 교체 · 변경
 - 서울리거(게임)는 '17년 1분기 중 게임 관련 사업부문을 투자사에 매각함에 따라 공시 보고서에 매출이 반영되지 않아 '17년 1분기부터 분석대상 상장사에서는 제외하고 일반 패널 실태조사 대상 사업체로 전환
 - SK커뮤니케이션즈(지식정보)는 '17년 2월 모회사에 의해 자진 상장폐지 되어 '17년 2분기부터 분석 대상 상장사에서는 제외하고 일반 패널 실태조사 대상 사업체로 전환
 - 룡투코리아(게임, 지식정보)의 사업 중 지식정보 부문은 관련 교육 사업을 '17년 3분기 중 비상장사에 분리 매각함에 따라 '17년 3분기부터 분석 대상 상장사에서는 제외하고 일반 패널 실태조사 대상 사업체로 전환
 - 이에스에이(게임)는 '17년 4분기 중 게임 관련 사업을 중단함에 따라 분석 대상 상장사에서 제외

- CJ오쇼핑과 CJ E&M은 '18년 상반기 중 합병을 결정하고 상반기 공시 보고서를 합병 법인명(CJ ENM, 상장사 코드는 기존 CJ오쇼핑의 코드를 사용)으로 발표함에 따라, '18년 상반기 보고서부터 합병된 법인 기준으로 분석 : (전) CJ오쇼핑(035760, 개별 기준), CJ E&M(130960, 연결 기준) → (후) CJ ENM(035760)
 - '18년 상반기 보고서부터 디앤씨미디어(출판, 개별 기준), 스튜디오드래곤(방송, 연결 기준) 등 최근 상장된 2개사가 신규 분석대상으로 추가
- 적시적기 콘텐츠업체 조사를 통하여 현실적인 정책이 수립될 수 있도록 기초자료 제공

1.2 | 조사대상 및 방법

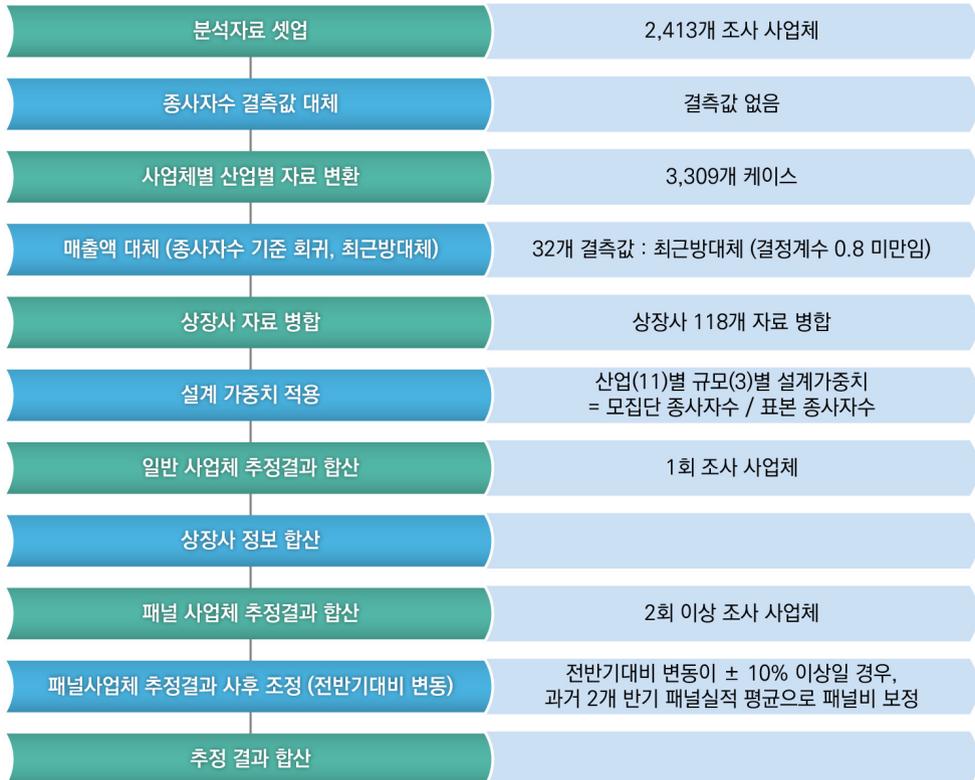
- '반기별 콘텐츠산업 실태조사'는 총 11개 산업(출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송(방송 영상독립제작사), 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션)을 영위하는 사업체 중 2,413개를 패널 표본으로 선정하여 조사 실시
 - 기존 분기별 실태조사의 1,200개 표본에서 추정을 위한 패널 사업체수를 2배로 증가
- 본 조사의 추출단위는 개개의 사업체(본사, 공장, 작업장, 매장 등) 단위이고 2018년 기준 2,413개 사업체는 11개 산업별, 규모(50인 이상, 10~49인, 10인 미만)별 종사자수를 특성치로 모집단 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
 - 소규모 사업체 수가 많은 산업(예: 출판)의 과표집을 방지하기 위해 역배분법(Power Allocation)을 동시 고려함
 - 패널사업체와 표본사업체로 나누고, 표본사업체는 콘텐츠산업의 11개 분야를 부 모집단으로 설정, 또한 사업체의 규모에 따라 전수사업체와 표본사업체로 층화
 - 패널사업체는 산업별로 사업체규모의 내재화, 즉 종사자수를 기준으로 고르게 선정되도록 계통추출법(종사자수를 기준으로 정렬한 다음 등간격으로 표본을 구성하는 방법)을 적용

- 2018년 표본설계 기준 산업별 적정 표본수 및 조사 표본수는 아래의 표와 같음

산업명	모집단	적정 표본수	비중	추출률	조사 표본수	비중
출판	25,452	555	23.0%	2.2%	555	23.0%
만화	7,726	120	5.0%	1.6%	120	5.0%
음악	37,501	264	10.9%	0.7%	264	10.9%
게임	12,363	185	7.7%	1.5%	185	7.7%
영화	1,398	120	5.0%	8.6%	120	5.0%
애니메이션	447	138	5.7%	30.9%	138	5.7%
방송	957	120	5.0%	12.5%	120	5.0%
광고	7,229	245	10.2%	3.4%	245	10.2%
캐릭터	2,213	182	7.5%	8.2%	182	7.5%
지식정보	8,719	300	12.4%	3.4%	300	12.4%
콘텐츠솔루션	1,798	184	7.6%	10.2%	184	7.6%
전체	105,803	2,413	100.0%	2.3%	2,413	100.0%

주) 비중 : 전체 표본수 대비 산업별 표본수 비중, 추출률 : 산업별 (표본수/모집단)

- 매출액과 종사자수는 상장사와 조사 사업체의 합산을 통해 산출하였으며 추정 절차는 다음과 같음



- 단위무응답과 항목무응답은 분석대상에 따라 매출액은 종사자수 규모 50인을 기준으로 각각 종사자수 기준 회귀 결정계수가 0.8 이상이면 회귀대체법, 나머지는 최근방대체법으로 추정하였고 수출액은 비추정대체를 이용하여 추정하였음
 - 최근방대체법(Nearest Neighbor Hot-deck-Imputation)은 추정대상의 크기순으로 전후에 있는 평균치 등으로 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

- 각 산업별 종사자수, 매출액, 수출액의 추정식은 다음과 같음

추정치 = 일반사업체 추정 + 상장사 합산 + 패널사업체 추정

$$\left(\hat{X} = \sum_h w_h \cdot \sum_i X_{hi}(\text{일반}) + \sum_h \sum_i X_{hi}(\text{상장사}) + \sum_h p_h \cdot \sum_i X_{hi}(\text{패널}) \right)$$

- h 는 층(산업(11)별, 규모(3))를 나타내는 첨자, i 는 사업체를 나타내는 첨자, w_h 는 각 층별 설계가중치 (=층별 모집단 종사자수 / 표본 종사자수), p_h 는 각 층별 전반기 대비 패널비(=층별 전반기 패널실적 / 당반기 패널실적)임
- '18년 상반기 실태조사의 조사기간은 2018년 7월 16일부터 8월 20일까지 실시하였으며, 방문조사 및 E-mail, Fax, 전화 등 다양한 방법을 통하여 조사 실시
 - 과거의 분기별 실태조사 응답업체 1,210개는 패널로 유지하고, 증가된 표본은 신규 업체를 추가하여 설문조사를 실시하였으며, 기존 1,210개 업체 중 폐업, 결번, 거절, 업종전환 등의 사유로 총 40개 업체가 응답이 불가하였음
 - 40개 업체에 대해서는 업종, 규모, 지역 등을 고려해 유사 대체표본을 추출하여 설문조사를 실시하였고, 동일 분야, 동일 수의 업체가 신규로 추가되어 2,413개 업체가 '18년 상반기 패널로 구축되었음
- 보고서 이용 시 유의사항: 보고서에 수록된 수치는 소수점 미만, 또는 각각에 해당하는 단위로 반올림된 것으로 각 항목의 합산된 값이 합계 항목(수치, %, %p 등)과 일치하지 않을 수 있음

2. 음악산업 실태조사 분석결과

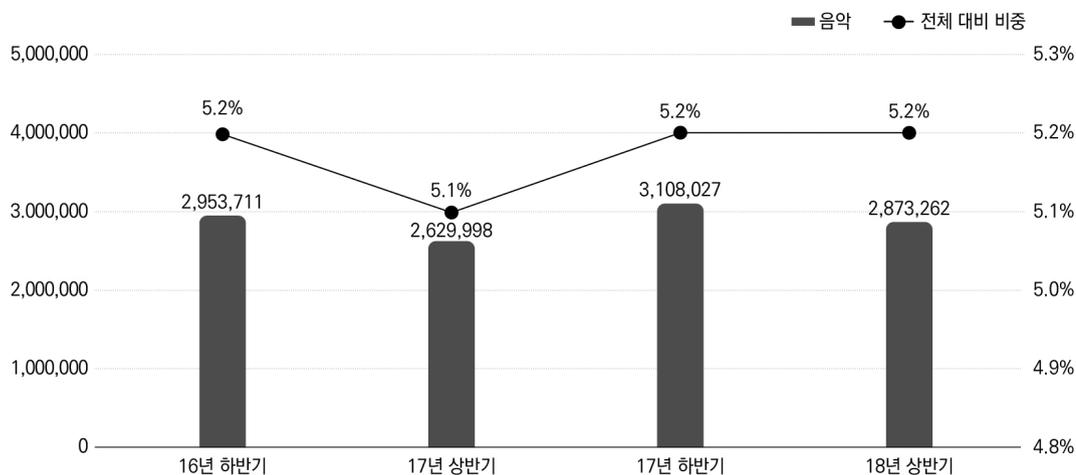
2.1 | 2018년 상반기 음악산업 규모

- '18년 상반기 음악산업의 매출액은 약 2조 8,733억 원으로 추정되었으며, 이는 전년동기대비 9.2% 증가한 수준
 - 음악산업 매출액은 '16년 하반기 이후 등락세가 지속되고 있으며, 전반적으로 상저하고의 경향을 보이고 있음
- '18년 상반기 기준 음악산업 매출액이 전체 콘텐츠산업 매출액에서 차지하는 비중은 5.2%로 나타났다으며, '16년 하반기 이후 5.1~5.2% 수준을 지속 유지

표 I-1 '16년 하반기~'18년 상반기 음악산업 매출액 규모

(단위 : 백만 원)

구분	매출액					전체산업대비 비중	전년동기대비 증감률
	2016년	2017년		2018년			
	하반기	상반기	하반기	상반기			
음악	2,953,711	2,629,998	3,108,027	2,873,262	5.2%	9.2%	
전체	56,822,410	51,071,198	59,462,936	55,018,883	100.0%	7.7%	

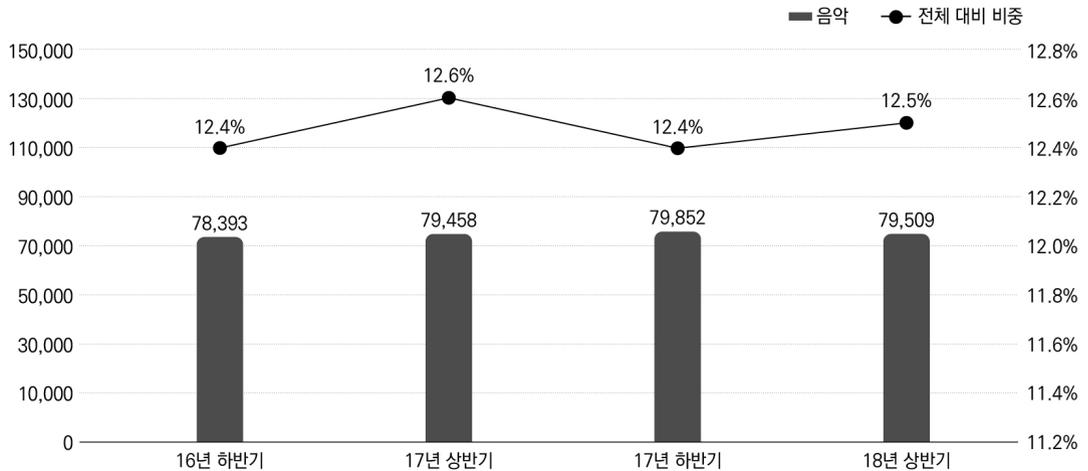


- '18년 상반기 음악산업의 종사자수는 79,509명으로 추정되었으며, 이는 전년동기대비 0.1% 증가한 수준
 - 음악산업의 종사자수는 '16년 하반기부터 '17년 하반기까지 연속 증가하였으나, '18년 상반기에는 전반기대비 소폭 감소 전환
- '18년 상반기 기준 음악산업 종사자수가 전체 콘텐츠산업 종사자수에서 차지하는 비중은 12.5%로 나타났으며, 음악산업의 비중은 '16년 하반기 이후 소폭 변동하며 12% 대 중반을 유지

표 1-2 '16년 하반기~'18년 상반기 음악산업 종사자 규모

(단위 : 명)

구분	종사자수					전체산업대비 비중	전년동기대비 증감률
	2016년	2017년		2018년	전체산업대비 비중		
	하반기	상반기	하반기	상반기			
음악	78,393	79,458	79,852	79,509	12.5%	0.1%	
전체	631,457	631,365	642,048	638,412	100.0%	1.1%	

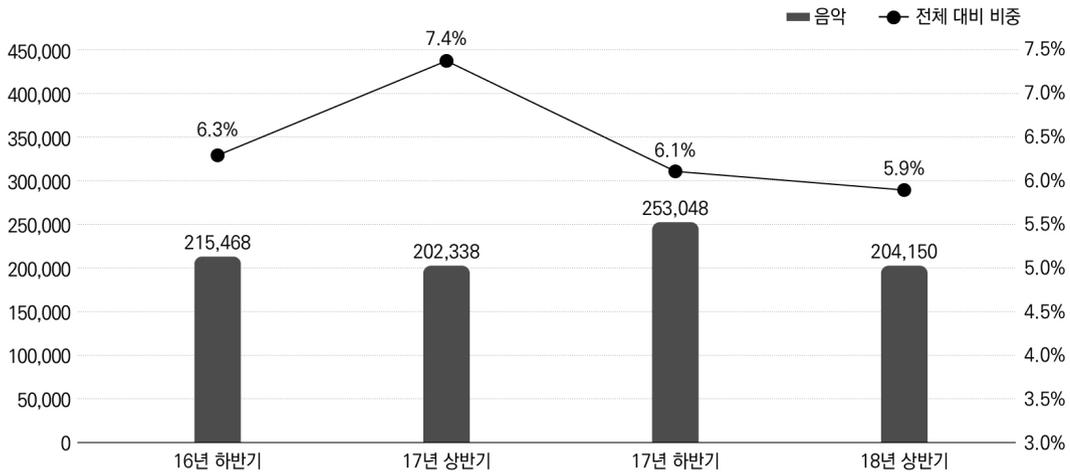


- '18년 상반기 음악산업의 수출액은 약 2억 415만 달러로 추정되었으며, 이는 전년동기대비 0.9% 증가한 수준
 - 음악산업 수출액은 '16년 하반기부터 '18년 상반기까지 지속적인 등락세가 나타남
- '18년 상반기 음악산업 수출액이 전체 콘텐츠산업 수출액에서 차지하는 비중은 5.9%로 나타났으며, '17년 상반기에 전반기대비 큰 폭으로 증가하였다가 이후 '18년 상반기까지 연속 하락세를 보임

표 I-3 '16년 하반기~'18년 상반기 음악산업 수출액 규모

(단위 : 천 달러)

구분	수출액					전체산업대비 비중	전년동기대비 증감률
	2016년	2017년		2018년	전체산업대비 비중		
	하반기	상반기	하반기	상반기			
음악	215,468	202,338	253,048	204,150	5.9%	0.9%	
전체	3,438,386	2,716,353	4,175,850	3,449,181	100.0%	27.0%	



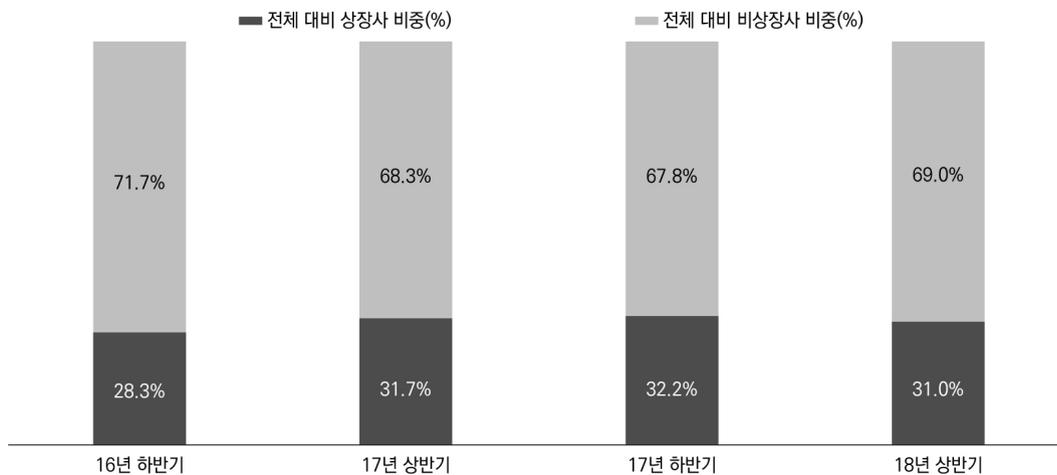
2.2 | 2018년 상반기 음악산업 구조 분석

- '18년 상반기 음악 산업 상장사 매출액은 약 8,898억 원으로 확인되었으며, 이는 전체 음악산업 매출액의 31.0%를 차지하는 수준
 - 음악산업 매출액에서 상장사가 차지하는 비중은 '16년 하반기부터 '17년 하반기까지는 점진적인 상승세가 이어졌고, '18년 상반기는 전반기대비 하락 전환

표 I -4 '16년 하반기~'18년 상반기 음악산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교

(단위 : 백만 원)

구 분		음악산업 전체 매출액	음악산업 상장사 매출액	전체 대비 상장사비중(%)
2016년	하반기	2,953,711	836,470	28.3%
2017년	상반기	2,629,998	833,060	31.7%
	하반기	3,108,027	1,000,895	32.2%
2018년	상반기	2,873,262	889,846	31.0%
	상반기 전년동기대비	9.2%	6.8%	△0.7%p

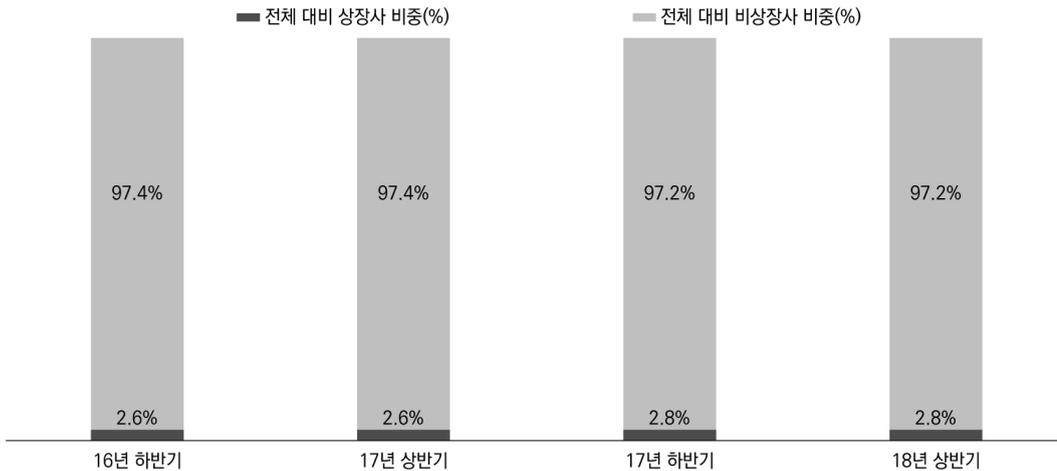


- '18년 상반기 음악 산업 상장사 종사자수는 2,206명으로 확인되었으며, 이는 전체 음악산업 종사자수의 2.8%를 차지하는 수준
 - 음악산업 종사자수에서 상장사가 차지하는 비중은 '16년 하반기, '17년 상반기에 2.6%를 기록하다 '17년 하반기 이후 2.8% 수준을 유지

표 1-5 '16년 하반기~'18년 상반기 음악산업 전체 종사자 대비 상장사 종사자 비교

(단위 : 명)

구 분		음악산업 전체 종사자수	음악산업 상장사 종사자수	전체 대비 상장사비중(%)
2016년	하반기	78,393	2,000	2.6%
2017년	상반기	79,458	2,063	2.6%
	하반기	79,852	2,212	2.8%
2018년	상반기	79,509	2,206	2.8%
	상반기 전년동기대비	0.1%	6.9%	0.2%p

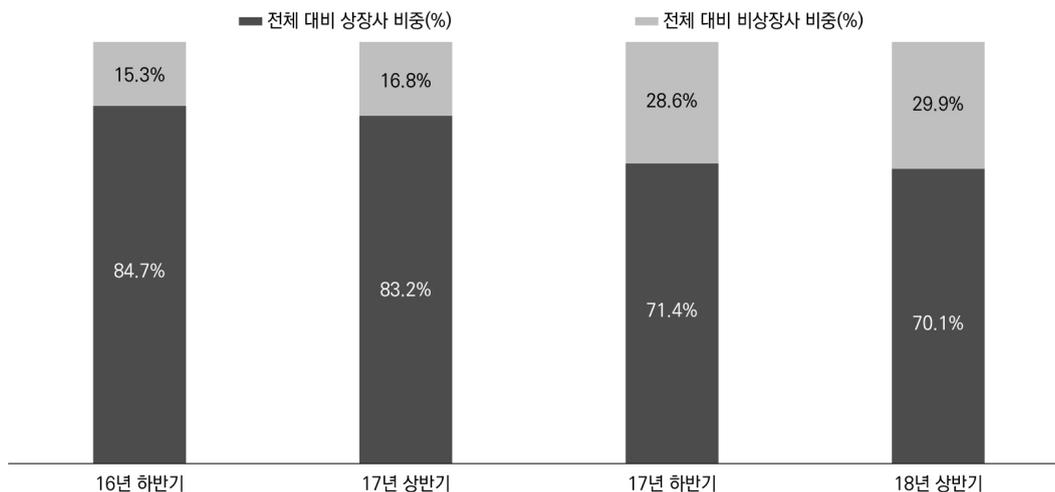


- '18년 상반기 음악 산업 상장사 수출액은 약 1억 4,318만 달러로 확인되었으며, 이는 전체 음악산업 수출액의 70.1%를 차지하는 수준
 - 음악산업 수출액에서 상장사가 차지하는 비중은 '16년 하반기 이후 '18년 상반기까지 지속적인 하락 추세에 있으며, 특히 '17년 하반기에 전반기대비 11.8%p의 큰 폭 하락세를 보임

표 I -6 '16년 하반기~'18년 상반기 음악산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교

(단위 : 천 달러)

구 분		음악산업 전체 수출액	음악산업 상장사 수출액	전체 대비 상장사비중(%)
2016년	하반기	215,468	182,573	84.7%
2017년	상반기	202,338	168,295	83.2%
	하반기	253,048	180,572	71.4%
2018년	상반기	204,150	143,182	70.1%
	상반기 전년동기대비	0.9%	△14.9%	△13.0%p





2

상장사 분석

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

II | 상장사 분석

1. 음악산업 상장사 경영실적 분석

1.1 | 상장사 매출 변동 추이

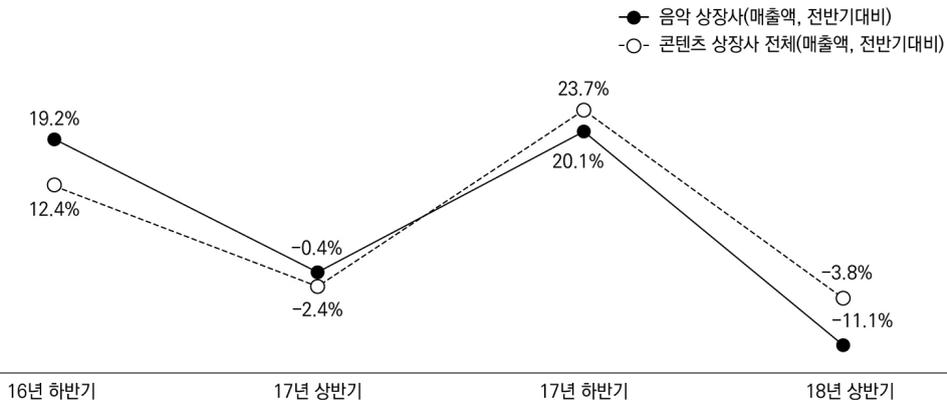
- 음악산업 상장사의 '18년 상반기 매출액은 약 8,899억 원으로 전년동기대비 6.8% 증가, 전반기대비 11.1% 감소
 - 음악산업의 매출액은 '16년 하반기 이후 반기 단위로 지속적인 등락세를 유지하고 있는데, '18년 상반기에는 직전 반기인 '17년 하반기의 매출이 최근 4개 반기 중 최대치여서 상대적으로 감소해 보이는 영향도 존재함
 - 음악 산업의 경우 중국 공연 관련 실적은 저조하나, 여타 일본, 동남아 등의 시장에 적극적인 프로모션을 진행하고 있어 높은 매출액을 유지하고 있음
 - '18년 상반기에 국내 아이돌 그룹인 방탄소년단(BTS)의 'Fake Love'가 한때 미국 빌보드 1위를 기록 하면서, 미국내 한국 아이돌 가수에 대한 관심도를 불러 일으켰고, 이 효과가 향후 국내 가수들의 미국 진출(음반 및 공연 매출 상승)에 긍정적 효과를 불러올 것으로 업계는 기대를 하고 있음
- 콘텐츠 상장사 전체 매출액 변동 추이와 비교해보면, 유사한 반기별 증감 추이를 보이고 있으며 음악 산업 매출액이 콘텐츠 상장사 전체보다 변동성이 조금 더 큰 경향을 나타냄

표 II -1 | 음악산업 상장사 매출액 변동

(단위 : 억 원)

구분	2016년		2017년		2018년	
	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	상반기 (전년동기대비)	상반기 (전년동기대비)
음악	8,364.7 19.2%	8,330.6 △0.4%	10,009.0 20.1%	8,898.5 △11.1%	6.8%	
콘텐츠 상장사 전체	150,018.7 12.4%	146,413.3 △2.4%	181,092.0 23.7%	174,257.0 △3.8%	19.0%	

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



- 카카오M(前 로엔엔터테인먼트)의 '18년 상반기 매출액은 약 2,846억 원으로 전년동기대비 11.7%, 전반기대비 3.6% 감소
 - 카카오M은 제품과 상품 부문에서 자사 유통 아티스트 앨범 발매 수 저조로 분기 매출은 하락했으나, 콘텐츠 부문은 멜론의 견조한 가입자 순증과 디지털 유통 매출로 인해 성장세를 유지한 것으로 나타났고, 하반기에는 앨범 발매 스케줄로 인해 매출 성장세가 회복될 것으로 예상
- CJ ENM 음악 부문의 '18년 상반기 매출액은 약 1,220억 원으로 전년동기대비 21.1% 증가, 전반기 대비 22.1% 감소
 - CJ ENM 음악 부문은 '워너원', '헤이즈', '고등래퍼2 OST' 등 자체 IP 강화로 음반 및 음원 매출이 전년동기대비 82.6% 상승
- 에스엠의 '18년 상반기 매출액은 약 1,200억 원으로 전년동기대비 48.2% 증가, 전반기대비 11.2% 감소
 - 90만장 이상의 음반 판매 및 음원매출의 호조, 일본에서의 대규모 콘서트 관객(38만여 명) 동원 등의 영향으로 양호한 매출 실적을 기록하였고, 하반기에는 레드벨벳을 시작으로 슈퍼주니어D&E, NCT, EXO 등 주요 아티스트 대부분이 앨범을 발매하고 활동하는 등 상반기 이상의 음반·음원 매출을 기대
 - 자회사 SM C&C도 곧 광고 성수기에 진입한다는 점에서 하반기에 긍정적 실적이 기대되고 있으며, 연내 NCT 중국팀 데뷔라는 요소도 존재하여 하반기 매출 실적에 긍정적 전망을 더해 주고 있음
- 와이지엔터테인먼트의 '18년 상반기 매출액은 약 1,400억 원으로 전년동기대비 21.9% 감소, 전반기 대비 18.0% 감소
 - 와이지엔터테인먼트의 대표 그룹인 빅뱅 멤버 대부분의 군입대가 이뤄짐에 따라 지난 1분기 인식된 빅뱅 일본 돔투어와 올 4분기 인식될 것으로 예상되는 승리의 솔로투어가 사실상 빅뱅의 올해 마지막 실적이 될 것으로 보여 이들의 올해 매출 기여는 크지 않을 전망
 - 회사 소속 그룹들인 아이콘, 워너, 블랙핑크의 성장이 본격화되며 빅뱅의 부재로 생기는 매출의 공백을 채울 것으로 예상
- JYP엔터테인먼트의 '18년 상반기 매출액은 약 520억 원으로 전년동기대비 6.7%, 전반기대비 8.1% 증가
 - JYP엔터테인먼트는 걸그룹 트와이스의 인기 등에 힘입어 매출 실적 상승세가 지속되고 있고, 하반기에도 트와이스의 1개 앨범 발매 및 일본 투어가 예정되어 있음
 - 소속 남성그룹인 GOT7도 올해 첫 유럽 투어를 포함한 17개 도시 월드투어를 진행 중이어서 JYP엔터의 매출에 증가 요소로 작용할 전망

표 II -2 음악산업 상장사별 매출액 변동

(단위 : 억 원)

구분	2016년		2017년		2018년	
	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	하반기 (전반기대비)	상반기		
				(전반기대비)	(전년동기대비)	
큐브엔터	100.5 12.0%	89.1 △11.4%	145.5 63.4%	145.7 0.1%	63.5%	
카카오M	2,282.4 16.9%	2,547.0 11.6%	2,953.2 16.0%	2,845.7 △3.6%	11.7%	
CJ ENM	1,243.4 29.4%	1,007.5 △19.0%	1,565.6 55.4%	1,220.0 △22.1%	21.1%	
에스엠	1,112.6 22.4%	809.8 △27.2%	1,351.5 66.9%	1,199.9 △11.2%	48.2%	
소리바다	148.5 15.9%	126.7 △14.7%	135.2 6.7%	116.7 △13.7%	△7.9%	
지니뮤직	605.2 19.2%	725.6 19.9%	830.8 14.5%	694.3 △16.4%	△4.3%	
NHN벅스	395.6 24.3%	435.3 10.0%	451.3 3.7%	424.8 △5.9%	△2.4%	
투원글로벌	81.3 △17.2%	69.1 △15.0%	91.9 32.9%	95.3 3.7%	37.9%	
JYP Ent.	421.0 53.6%	486.9 15.6%	480.7 △1.3%	519.6 8.1%	6.7%	
와이지엔터테인먼트	1,716.3 14.3%	1,791.5 4.4%	1,707.2 △4.7%	1,400.0 △18.0%	△21.9%	
에프엔씨엔터	257.8 △7.7%	242.3 △6.0%	296.1 22.2%	236.5 △20.1%	△2.4%	
합 계	8,364.7 19.2%	8,330.6 △0.4%	10,009.0 20.1%	8,898.5 △11.1%	6.8%	

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

1.2 | 상장사 영업이익 변동 추이

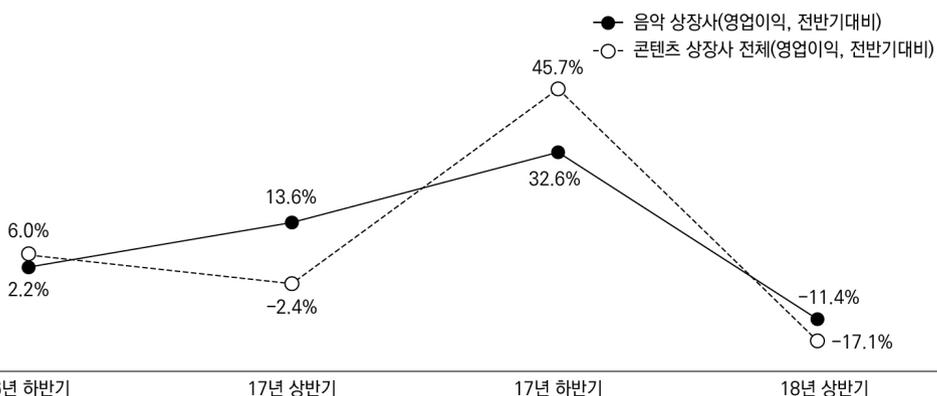
- 음악산업 상장사의 '18년 상반기 영업이익은 919억 5천만 원으로 전년동기대비 17.6%, 전반기대비 11.4% 증가
 - '16년 하반기부터 '17년 하반기까지는 지속적인 증가세를 이어오다가 '18년 상반기에는 전반기대비 11.4% 감소로 전환
- 콘텐츠 상장사 전체 영업이익 변동 추이와 비교해보면, '17년 상반기를 제외하면 전반적으로 유사한 반기별 증감 추이를 보이고 있음
 - 전반적으로 음악 상장사의 영업이익 변동 폭이 콘텐츠 상장사 전체에 비하여 다소 작게 나타남

표 II-3 음악산업 상장사 영업이익 변동

(단위 : 억 원)

구분	2016년		2017년		2018년	
	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	상반기 (전년동기대비)	상반기 (전년동기대비)
음악	688.2 2.2%	782.1 13.6%	1,037.4 32.6%	919.5 △11.4%	17.6%	
콘텐츠 상장사 전체	16,764.6 6.0%	16,360.9 △2.4%	23,840.3 45.7%	19,766.3 △17.1%	20.8%	

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



- 상장사 중 카카오M의 '18년 상반기 영업이익은 522억 3천만 원으로 전년동기대비 1.7% 증가, 전반기 대비 5.4% 감소
 - '16년 하반기부터 '17년 하반기까지 연속 증가하였으나, '18년 상반기에는 감소 전환

- 와이즈엔터테인먼트의 '18년 상반기 영업이익은 37억 2천만 원으로 전년동기대비 80.6%, 전반기 대비 38.4% 큰 폭으로 감소
 - 와이즈엔터테인먼트의 영업이익이 '17년 하반기와 '18년 상반기에 연속 급감
- JYP엔터테인먼트의 '18년 상반기 영업이익은 89억 2천만 원으로 전년동기대비 13.1% 감소, 전반기 대비 16.7% 증가
 - '17년 상반기에 전반기대비 큰 폭 증가 이후 등락세 지속
- 에스엠의 '18년 상반기 영업이익은 177억 4천만 원으로 전년동기대비 856.9% 급증, 전반기대비 25.3% 감소
 - 에스엠의 영업이익 변동폭은 반기별로 그 변화 폭이 매우 크게 나타나고 있으며, '17년 상반기에 전반기 대비 급감 이후 증가, 하락의 등락세가 나타남

표 II -4 음악산업 상장사별 영업이익 변동

(단위 : 억 원)

구분	2016년		2017년		2018년	
	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	상반기 (전년동기대비)	상반기 (전년동기대비)
큐브엔터	△33.5 △175.6%	△7.3 78.1%	14.7 300.2%	3.3 △77.8%	144.5%	
카카오M	414.5 3.5%	513.4 23.9%	552.2 7.6%	522.3 △5.4%	1.7%	
CJ ENM	7.1 △78.5%	26.3 270.8%	77.6 195.3%	111.5 43.7%	324.5%	
에스엠	86.8 16.7%	18.5 △78.7%	237.5 1,181.5%	177.4 △25.3%	856.9%	
소리바다	△2.4 △135.1%	△14.7 △518.8%	△14.8 △0.5%	△26.7 △80.5%	△81.4%	
지니뮤직	24.5 △0.1%	△4.4 △117.9%	28.4 746.9%	13.0 △54.3%	395.9%	
NHN벅스	△39.0 △1,140.9%	△36.1 7.5%	△15.1 58.1%	32.1 312.2%	189.0%	
투원글로벌	△1.4 96.9%	3.4 350.7%	3.4 △0.3%	△2.9 △184.4%	△184.1%	
JYP Ent.	78.5 123.1%	102.6 30.7%	76.4 △25.6%	89.2 16.7%	△13.1%	
와이즈엔터테인먼트	156.6 △3.7%	191.6 22.4%	60.4 △68.5%	37.2 △38.4%	△80.6%	
에프엔씨엔터	△3.4 71.2%	△11.1 △224.0%	16.7 250.7%	△36.8 △320.2%	△231.8%	
합 계	688.2 2.2%	782.1 13.6%	1,037.4 32.6%	919.5 △11.4%	17.6%	

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

1.3 | 상장사 수출 변동 추이

- '18년 상반기 수출액은 약 1억 4,318만 달러로 전년동기대비 14.9%, 전반기대비 20.7% 감소
 - 음악산업의 수출액은 '16년 하반기부터 '18년 상반기까지 상승, 하락의 등락세 지속
- 콘텐츠 상장사 전체 수출액 변동 추이와 비교해보면, 유사한 반기별 증감 추이를 나타내고 있음

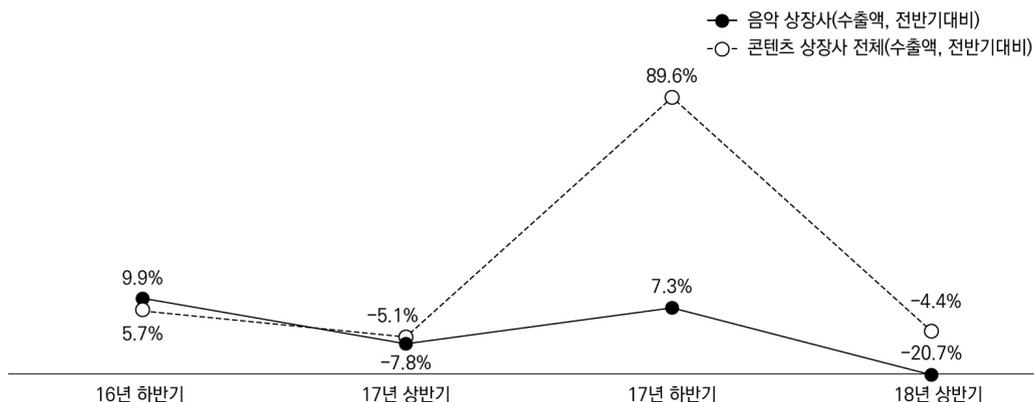
표 II -5 음악산업 상장사 수출 변동

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016년		2017년		2018년	
	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	상반기 (전년동기대비)
음악	182,573.1 9.9%	168,295.1 △7.8%	180,572.2 7.3%	143,182.1 △20.7%	143,182.1 △14.9%	
콘텐츠 상장사 전체	1,132,322.1 5.7%	1,074,481.2 △5.1%	2,037,080.3 89.6%	1,948,380.7 △4.4%	1,948,380.7 81.3%	

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



- 음악 내 수출액 비중이 큰 와이즈엔터테인먼트의 수출액은 전년동기대비 25.7% 감소하였고, 여타 상장사인 에스엠, JYP엔터테인먼트, 카카오M은 각각 전년동기대비 25.0% 감소, 36.6% 증가, 11.2% 증가
 - 음악 산업의 경우 중국 공연 관련 실적은 저조하나, 여타 일본, 동남아 등의 시장에 적극적인 프로모션을 진행하고 있어 높은 매출액을 유지하고 있음
 - '18년 상반기에 국내 아이돌 그룹인 방탄소년단(BTS)의 'Fake Love'가 한때 미국 빌보드 1위를 기록하면서, 미국내 한국 아이돌 가수에 대한 관심도를 불러 일으켰고, 이 효과가 향후 국내 가수들의 미국 진출(음반 및 공연 매출 상승)에 긍정적 효과를 불러올 것으로 업계는 기대를 하고 있음

- 에스엠은 90만장 이상의 음반 판매 및 음원매출의 호조, 일본에서의 대규모 콘서트 관객(38만여 명) 동원 등의 영향으로 양호한 매출 실적을 기록하였고, 연내 NCT 중국팀 데뷔라는 요소도 존재하여 하반기 매출 실적에 긍정적 전망을 더해 주고 있음
- 와이지엔터테인먼트는 빅뱅 멤버들의 군입대로 생긴 매출의 공백을 여타 그룹들인 아이콘, 위너, 블랙핑크의 성장으로 채울 수 있을 것으로 예상
- JYP엔터테인먼트는 걸그룹 트와이스의 인기 등에 힘입어 매출 실적 상승세가 지속되고 있고, 하반기에도 트와이스의 앨범 발매 및 일본 투어가 예정되어 있음. 또한, 소속 남성그룹인 GOT7도 올해 첫 유럽 투어를 포함한 17개 도시 월드투어를 진행 중이어서 JYP엔터의 매출에 증가 요소로 작용할 전망

표 II-6 음악산업 상장사별 수출 변동

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016년	2017년		2018년	
	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	하반기 (전반기대비)	상반기	
		(전반기대비)	(전년동기대비)	(전반기대비)	(전년동기대비)
큐브엔터	2,092.8 △28.3%	2,033.9 △2.8%	1,674.9 △17.6%	2,220.1 32.6%	9.2%
카카오M	3,978.7 △45.9%	12,601.2 216.7%	12,024.5 △4.6%	14,011.2 16.5%	11.2%
CJ ENM	12,401.8 6.3%	9,009.1 △27.4%	12,111.6 34.4%	10,518.8 △13.2%	16.8%
에스엠	38,877.4 14.8%	30,593.5 △21.3%	38,152.6 24.7%	22,955.8 △39.8%	△25.0%
소리바다	1,498.0 13.7%	1,957.3 30.7%	1,622.8 △17.1%	870.8 △46.3%	△55.5%
지니뮤직	0.0 -	0.0 -	0.0 -	0.0 -	-
NHN벅스	1,348.2 361.0%	1,313.1 △2.6%	1,870.8 42.5%	1,319.6 △29.5%	0.5%
투원글로벌	19.3 △23.8%	24.6 27.5%	△13.2 △153.9%	47.4 457.7%	92.8%
JYP Ent.	16,342.7 63.9%	14,039.3 △14.1%	18,628.8 32.7%	19,180.0 3.0%	36.6%
와이지엔터테인먼트	82,191.5 5.9%	78,190.0 △4.9%	69,609.1 △11.0%	58,061.3 △16.6%	△25.7%
에프엔씨엔터	23,822.7 12.9%	18,533.1 △22.2%	24,890.2 34.3%	13,997.2 △43.8%	△24.5%
합 계	182,573.1 9.9%	168,295.1 △7.8%	180,572.2 7.3%	143,182.1 △20.7%	△14.9%

2. 음악산업 상장사 고용 분석

2.1 | 상장사 고용 변동 추이

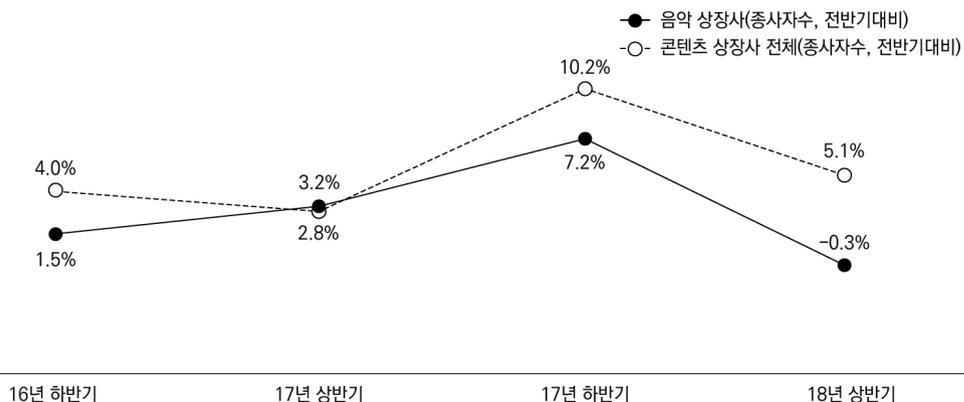
- 음악산업의 '18년 상반기 종사자수는 2,206명으로 전년동기대비 6.9% 증가, 전반기대비 0.3% 감소
- 음악산업 종사자수 변동 추이를 콘텐츠 상장사 전체 종사자수 변동 추이와 비교해보면, '16년 하반기 부터 '17년 하반기까지는 모두 상승세를 이어오고 있었으나, '18년 상반기에는 콘텐츠 상장사 전체의 종사자수는 증가한 반면 음악산업은 감소
 - 전반적으로 음악산업 종사자수의 반기별 증감률 변동이 콘텐츠 상장사 전체보다는 다소 작은 경향을 보임

표 II-7 음악산업 상장사 고용 변동

(단위 : 명, %)

구분	2016년		2017년		2018년	
	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	상반기 (전년동기대비)
음악	2,000 1.5%	2,063 3.2%	2,212 7.2%		2,206 △0.3%	6.9%
콘텐츠 상장사 전체	41,635 4.0%	42,791 2.8%	47,169 10.2%		49,578 5.1%	15.9%

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



2.2 | 상장사별 고용 변동 추이

- 상장사 중 카카오M의 '18년 상반기 종사자수는 415명으로 전년동기대비 14.6%, 전반기대비 6.1% 증가
 - '16년 하반기 이후 '18년 상반기까지 연속 상승세
- 와이지엔터테인먼트의 '18년 상반기 종사자수는 358명으로 전년동기대비 0.6% 증가, 전반기대비 21.1% 감소
 - '16년 하반기부터 '17년 하반기까지 연속 상승세를 나타냈으나, '18년 상반기에 전반기대비 큰 폭 감소 전환하며 '17년 상반기 수준으로 복귀
- 에스엠의 '18년 상반기 종사자수는 418명으로 전년동기대비 10.3%, 전반기대비 6.9% 증가
 - '16년 하반기부터 '17년 하반기까지 등락세를 보이다가 '18년 상반기에는 전반기대비 연속 증가

표 II-8 음악산업 상장사별 고용 변동

(단위 : 명, %)

구분	2016년		2017년		2018년	
	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	하반기 (전반기대비)	상반기		
				(전반기대비)	(전년동기대비)	
큐브엔터	80 1.3%	70 △12.5%	73 4.3%	75 2.7%	7.1%	
카카오M	346 2.1%	362 4.6%	391 8.0%	415 6.1%	14.6%	
CJ ENM	100 △44.4%	112 12.0%	113 0.9%	139 23.0%	24.1%	
에스엠	396 6.2%	379 △4.3%	391 3.2%	418 6.9%	10.3%	
소리바다	106 23.3%	106 0.0%	90 △15.1%	93 3.3%	△12.3%	
지니뮤직	190 △3.6%	189 △0.5%	194 2.6%	196 1.0%	3.7%	
NHN벅스	145 15.1%	154 6.2%	144 △6.5%	132 △8.3%	△14.3%	
투원글로벌	44 0.0%	38 △13.6%	38 0.0%	34 △10.5%	△10.5%	
JYP Ent.	123 13.9%	138 12.2%	157 13.8%	181 15.3%	31.2%	
와이지엔터테인먼트	318 12.8%	356 11.9%	454 27.5%	358 △21.1%	0.6%	
에프엔씨엔터	152 △2.6%	159 4.6%	167 5.0%	165 △1.2%	3.8%	
합 계	2,000 1.5%	2,063 3.2%	2,212 7.2%	2,206 △0.3%	6.9%	

3. 음악산업 상장사 재무분석

3.1 | 성장성 변화 추이

■ 자산증가율¹⁾ 변화 추이

- '18년 상반기 음악산업 상장사의 자산증가율은 -3.1%로 전년동기대비 10.5%p 하락
 - '16년 하반기 이후 '17년 하반기까지 지속적인 자산의 증가가 나타났으나, '18년 상반기에는 전반기 대비 자산이 감소하였음
 - '18년 상반기 콘텐츠산업 상장사 전체의 자산증가율은 1.4%로 전년동기대비 3.7%p 하락

표 II-9 음악산업 상장사 자산증가율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2016년	2017년		2018년	전년동기대비 (%p)
	하반기(%)	상반기(%)	하반기(%)	상반기(%)	
음악	7.8	7.5	11.8	△3.1	△10.5
콘텐츠 상장사 전체	7.9	5.1	19.4	1.4	△3.7

■ 투자증가율²⁾ 변화 추이

- '18년 상반기 음악산업 상장사의 투자증가율은 9.5%로 전년동기대비 0.2%p 상승
 - 투자는 양의 수치로 지속적으로 투자액은 증가되고 있으며, 투자증가율은 전반적으로 상저하고의 경향을 나타내고 있음
 - '18년 상반기 콘텐츠산업 상장사 전체의 투자증가율은 4.4%로 전년동기대비 0.2%p 감소

표 II-10 음악산업 상장사 투자증가율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2016년	2017년		2018년	전년동기대비 (%p)
	하반기(%)	상반기(%)	하반기(%)	상반기(%)	
음악	42.5	9.3	39.5	9.5	0.2
콘텐츠 상장사 전체	37.5	4.6	30.6	4.4	△0.2

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

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

▣ 사내유보율³⁾ 변화 추이

- '18년 상반기 음악산업 상장사의 사내유보율은 159.8%로 전년동기대비 17.3%p 상승
 - '16년 하반기 이후 '18년 상반기까지 연속 상승세
 - '18년 상반기 콘텐츠산업 상장사 전체의 사내유보율은 213.3%로 전년동기대비 0.4%p 상승

표 II-11 음악산업 상장사 사내유보율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2016년	2017년		2018년	전년동기대비 (%p)
	하반기(%)	상반기(%)	하반기(%)	상반기(%)	
음악	137.9	142.5	146.4	159.8	17.3
콘텐츠 상장사 전체	207.1	212.9	210.7	213.3	0.4

3.2 | 수익성 변화 추이

▣ 영업이익률 변화 추이

- '18년 상반기 음악산업 상장사의 영업이익률은 10.3%로 전년동기대비 0.9%p 상승
 - '16년 하반기부터 '17년 하반기까지 연속으로 상승하였으며, '18년 상반기에는 전반기대비 소폭 하락
 - '18년 상반기 콘텐츠산업 상장사 전체의 영업이익률은 11.3%로 전년동기대비 0.2%p 상승

표 II-12 음악산업 상장사 영업이익률 추이

(단위 : %, %p)

구분	2016년	2017년		2018년	전년동기대비 (%p)
	하반기(%)	상반기(%)	하반기(%)	상반기(%)	
음악	8.2	9.4	10.4	10.3	0.9
콘텐츠 상장사 전체	11.2	11.2	13.2	11.3	0.2

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

▣ 자산영업이익률⁴⁾ 변화 추이

- '18년 상반기 음악산업 상장사의 자산영업이익률은 3.6%로 전년동기대비 0.3%p 상승
 - '16년 하반기부터 '17년 하반기까지 연속으로 상승하였으며, '18년 상반기에는 전반기대비 하락 전환
 - '18년 상반기 콘텐츠산업 상장사 전체의 자산영업이익률은 3.3%로 전년동기 수준

표 II-13 음악산업 상장사 자산영업이익률 추이

(단위 : %, %p)

구분	2016년	2017년		2018년	전년동기대비 (%p)
	하반기(%)	상반기(%)	하반기(%)	상반기(%)	
음악	3.2	3.3	4.0	3.6	0.3
콘텐츠 상장사 전체	3.5	3.3	4.0	3.3	△0.0

▣ 자본영업이익률 변화 추이

- '18년 상반기 음악산업 상장사의 자본영업이익률은 5.3%로 전년동기대비 0.6%p 상승
 - '16년 하반기부터 '17년 하반기까지 연속으로 상승하였으며, '18년 상반기에는 전반기대비 하락 전환
 - '18년 상반기 콘텐츠산업 상장사 전체의 자본영업이익률은 4.7%로 전년동기대비 0.1%p 하락

표 II-14 음악산업 상장사 자본영업이익률 추이

(단위 : %, %p)

구분	2016년	2017년		2018년	전년동기대비 (%p)
	하반기(%)	상반기(%)	하반기(%)	상반기(%)	
음악	4.6	4.8	5.8	5.3	0.6
콘텐츠 상장사 전체	5.4	4.8	5.8	4.7	△0.1

4) 자산영업이익률 = 영업이익액/자산×100

3.3 | 안정성 변화 추이

▣ 부채비율 변화 추이

- '18년 상반기 음악산업 상장사의 부채비율은 47.0%로 전년동기대비 4.8%p 상승
 - '17년 상반기에 전반기대비 하락 이후 '17년 하반기, '18년 상반기에 다시 연속 상승
 - '18년 상반기 콘텐츠산업 상장사 전체의 부채비율은 43.5%로 전년동기대비 3.4%p 하락

표 II-15 음악산업 상장사 자기자본대비 부채비율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2016년	2017년		2018년	전년동기대비 (%p)
	하반기(%)	상반기(%)	하반기(%)	상반기(%)	
음악	44.4	42.3	45.4	47.0	4.8
콘텐츠 상장사 전체	52.6	46.9	46.0	43.5	△3.4

▣ 유동비율 변화 추이

- '18년 상반기 음악산업 상장사의 유동비율은 192.5%로 전년동기대비 31.5%p 하락한 수준
 - '17년 상반기에 전반기대비 상승 이후 '18년 상반기까지 연속 하락세
 - '18년 상반기 콘텐츠산업 상장사 전체의 유동비율은 206.7%로 전년동기대비 13.5%p 상승

표 II-16 음악산업 상장사 유동비율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2016년	2017년		2018년	전년동기대비 (%p)
	하반기(%)	상반기(%)	하반기(%)	상반기(%)	
음악	212.1	223.9	219.7	192.5	△31.5
콘텐츠 상장사 전체	181.2	193.1	205.2	206.7	13.5

자기자본비율⁵⁾ 변화 추이

- '18년 상반기 음악산업 상장사의 자기자본비율은 68.0%로 전년동기대비 2.3%p 하락
 - '17년 상반기에 전반기대비 상승 이후 '18년 상반기까지 연속 하락세
 - '18년 상반기 콘텐츠산업 상장사 전체의 자기자본비율은 69.7%로 전년동기대비 1.6%p 상승

표 II -17 음악산업 상장사 자기자본비율 추이

(단위 : %, %p)

구분	2016년	2017년		2018년	전년동기대비 (%p)
	하반기(%)	상반기(%)	하반기(%)	상반기(%)	
음악	69.2	70.3	68.8	68.0	△2.3
콘텐츠 상장사 전체	65.5	68.1	68.5	69.7	1.6

3.4 | 생산성 변화 추이

1인당 평균매출액 변화 추이

- '18년 상반기 음악산업 상장사의 1인당 평균매출액은 4억 300만 원으로 전년동기대비 0.1% 감소
 - '16년 하반기부터 지속적인 상저하고의 등락세를 나타내고 있음
 - '18년 상반기 콘텐츠산업 상장사의 1인당 평균매출액은 3억 5,100만 원으로 전년동기대비 2.7% 증가

표 II -18 음악산업 상장사 1인당 평균매출액 추이

(단위 : 억 원, %)

구분	2016년	2017년		2018년	
	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	상반기 (전년동기대비)
음악	4.18	4.04	4.52	4.03	
	17.4%	△3.4%	12.1%	△10.9%	△0.1%
콘텐츠 상장사 전체	3.60	3.42	3.84	3.51	
	8.1%	△5.0%	12.2%	△8.4%	2.7%

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

▣ 자본집약도⁶⁾ 변화 추이

- '18년 상반기 음악산업 상장사의 자본집약도는 11억 5천만 원으로 전년동기대비 1천만 원 증가
 - '16년 하반기부터 '17년 하반기까지 연속으로 상승하였으며, '18년 상반기에는 전반기대비 하락 전환
 - '18년 상반기 콘텐츠산업 상장사의 자본집약도는 12억 2천만 원으로 전년동기대비 약 5천만 원 증가

표 II-19 음악산업 상장사 자본집약도 추이

(단위 : 억 원)

구분	2016년	2017년		2018년	전년동기대비
	하반기	상반기	하반기	상반기	
음악	10.9	11.3	11.8	11.5	0.1
콘텐츠 상장사 전체	11.4	11.7	12.7	12.2	0.5

3.5 | 활동성 변화 추이

▣ 자기자본회전율⁷⁾ 변화 추이

- '18년 상반기 음악산업 상장사의 자기자본회전율은 0.52회로 전년동기대비 0.01회 하락
 - '16년 하반기 이후 상저하고의 등락세 지속
 - '18년 상반기 콘텐츠산업 상장사 전체의 자기자본회전율은 0.41회로 전년동기대비 0.02회 하락

표 II-20 음악산업 상장사 자기자본회전율 추이

(단위 : 회)

구분	2016년	2017년		2018년	전년동기대비
	하반기	상반기	하반기	상반기	
음악	0.56	0.51	0.56	0.52	0.01
콘텐츠 상장사 전체	0.48	0.43	0.44	0.41	△0.02

6) 자본집약도 = 총자본(자본총계+부채총계)/종사자수

7) 자기자본회전율 = 매출액/자기자본

총자산회전율⁸⁾ 변화 추이

- '18년 상반기 음악산업 상장사의 총자산회전율은 0.35회로 전년동기와 비슷한 수준
 - '16년 하반기 이후 상저하고의 등락세 지속
 - '18년 상반기 콘텐츠산업 상장사의 총자산회전율은 0.29회로 전년동기 수준

표 II -21 음악산업 상장사 총자산회전율 추이

(단위: 회)

구분	2016년	2017년		2018년	전년동기대비
	하반기	상반기	하반기	상반기	
음악	0.38	0.36	0.38	0.35	△0.00
콘텐츠 상장사 전체	0.32	0.29	0.30	0.29	△0.00

8) 총자산회전율 = 매출액/총자산

3

음악산업 콘텐츠기업경영체감도 (CBI) 분석

1. 분석 목적 및 개요
2. 조사 대상 및 방법
3. 콘텐츠기업경영체감도(CBI) 시계열 분석

III 음악산업 콘텐츠기업경영체감도(CBI) 분석

1. 분석 목적 및 개요

- '반기별 콘텐츠업체 실태조사' 시에 CBI(콘텐츠기업경영체감도)⁹⁾ 산출을 위한 기초 자료를 함께 확보하고, 이를 통해 사업체들이 체감하고 있는 콘텐츠산업 분야별 경기 전망을 파악
- 콘텐츠산업 분야별, 부문별(매출, 수출, 투자, 고용, 자금사정) CBI 분석을 통해 시의 적절한 정책 수립의 기초 자료로 활용

2. 조사 대상 및 방법

- '반기별 콘텐츠업체 실태조사'는 콘텐츠산업을 구성하는 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송(방송영상독립제작사), 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 등 11개 세부 산업을 영위하는 사업체 중 2,413개('18년도 기준)를 표본으로 선정하여 조사를 실시하였음. 본 보고서에는 최근 10개 분기 및 반기의 자료를 기준으로 CBI 시계열 추이를 제시
 - 2017년까지는 분기 단위, 2018년부터는 반기 단위로 조사
- CBI 분석을 위한 비교 시점, 전망대상 시점, 설문항목 및 전망 평가척도(7점 척도)
 - (CBI의 비교 및 조사진행 시점) '18년 8월
 - (CBI의 전망대상 시점) '18년 하반기
 - (설문항목) 본 조사에서 사용되는 문항은 매출(매출액, 영업이익, 시장 점유율), 수출(수출액, 수출 비율, 해외 거래처), 투자(국내외 R&D투자, 마케팅 비용, 해외투자 유치), 고용(신규 고용, 직원 규모), 자금사정(유동비율, 운전자본) 등 크게 5개 부문별 요소로 구성되어 있음
 - (평가척도) 각 설문항목에 대하여 각각 7점 척도(매우악화-악화-약간악화-변화 없음-약간호전-호전-매우호전)로 조사하여 총점 200점으로 환산(100점 미만 : 전분기대비 악화 전망, 100점 : 보통, 100점 초과 : 전분기대비 호전 전망)
 - 직접적으로 수출, 투자 실적이 없는 사업체는 동일 영위 업종의 전망을 예상하여 응답
 - 다음 반기 전망을 묻는 설문이지만, 조사 진행 시점의 사업체의 체감도 및 심리가 응답에 다소 반영되므로 이를 감안하여 해석할 것에 유의
- CBI 산출 방법
 - 지표별 항목 구성 : 매출(3), 수출(3), 투자(4), 고용(3), 자금사정(2)

9) CBI(Content Business Index)는 콘텐츠산업의 경기 동향과 전망 등을 7점 척도로 질문하여 응답한 내용을 토대로 지수화한 것이며, 이는 사업체의 주관적이고 심리적인 요소까지 포함

2018년 하반기 전망		매우 악화	악화	약간 악화	변화 없음	약간 호전	호전	매우 호전
매출	전분기대비 매출액	1	2	3	4	5	6	7
	전분기대비 영업이익	1	2	3	4	5	6	7
	전분기대비 시장점유율	1	2	3	4	5	6	7
수출	전분기대비 수출액	1	2	3	4	5	6	7
	전분기대비 수출비율	1	2	3	4	5	6	7
	전분기대비 해외거래처	1	2	3	4	5	6	7
투자	전분기대비 국내R&D투자	1	2	3	4	5	6	7
	전분기대비 해외R&D투자	1	2	3	4	5	6	7
	전분기대비 마케팅비용	1	2	3	4	5	6	7
	전분기대비 해외투자유치	1	2	3	4	5	6	7
고용	전분기대비 정규직 고용	1	2	3	4	5	6	7
	전분기대비 비정규직고용	1	2	3	4	5	6	7
	전분기대비 전체직원규모	1	2	3	4	5	6	7
자금 사정	전분기대비 유동비율	1	2	3	4	5	6	7
	전분기대비 운전자본	1	2	3	4	5	6	7

- 7점 척도의 평가 결과를 총 200점 기준으로 환산하여 지수화
 - 항목별 점수(0~200점) : (7점 척도 - 1) × (100/3)
- 산업별 CBI 산출을 위한 항목별 가중치 : 주성분분석¹⁰⁾에 의한 항목별 가중치 산출
 - 2015년~2016년 간 실태조사의 설문 응답 데이터를 기초로 산출

항목	가중치		
매출	매출액 증대	33.3%	22.7%
	영업이익 증대	33.3%	
	시장점유율 증대	33.3%	
수출	수출액 증대	33.3%	18.2%
	수출비율 증대	33.3%	
	해외 거래처 증대	33.3%	
투자	국내 R&D 투자 증대	25.0%	22.7%
	해외 R&D 투자 증대	25.0%	
	마케팅비용 증대	25.0%	
	해외투자유치 증대	25.0%	
고용	정규직 고용 증대	37.5%	13.6%
	비정규직 고용 증대	25.0%	
	전체 직원 규모 증대	37.5%	
자금 사정	유동비율 증대	50.0%	22.7%
	운전자본 증대	50.0%	

10) 주성분분석(PCA, Principle Component Analysis) : 많은 변수의 분산방식(분산 · 공분산)의 패턴을 간결하게 '표현'하는 주성분을 원래 변수의 선형결합(무게에 대한 평균점)으로서 추출하는 통계기법

3. 콘텐츠기업경영체감도(CBI) 시계열 분석

3.1 | 콘텐츠산업(전체) CBI 분석

- '18년 하반기에는 '16년 2분기 이후 처음으로 전반기대비 다소 긍정적(100 이상)으로 돌아서면서 '18년 하반기 콘텐츠 업체들의 업황 개선 기대감이 커지고 있는 것으로 조사됨
 - 콘텐츠산업 종합 CBI는 101.9로 '18년 2분기(94.2)보다 큰 폭으로 증가
 - '18년 하반기에 모든 부문의 CBI가 전분기대비 증가하였으며, 특히 매출 부문은 103.5로 가장 긍정적으로 전망함
 - 2017년까지는 분기 단위, 2018년부터는 반기 단위로 조사하여 금번 조사결과는 '전분기'와 비교함에 유의

그림 Ⅲ-1 콘텐츠산업 전체 부문별 CBI 추이

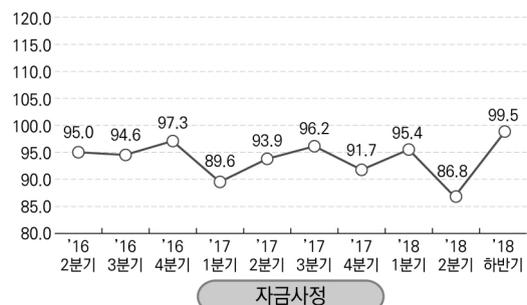
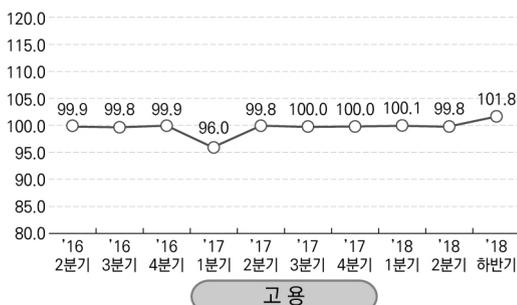
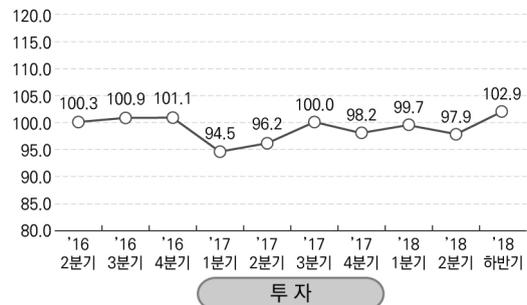
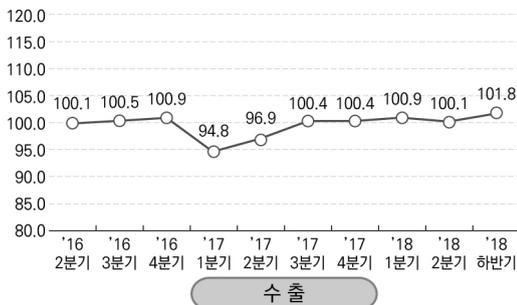
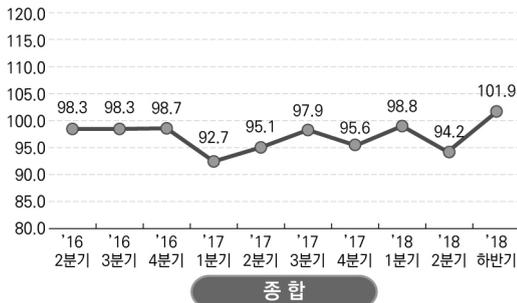


표 III-1 콘텐츠산업 전체 부문별 CBI

전망 대상 시기	매출	수출	투자	고용	자금사정	(종합)
2016년 2분기	97.4	100.1	100.3	99.9	95.0	98.3
2016년 3분기	96.9	100.5	100.9	99.8	94.6	98.3
2016년 4분기	95.3	100.9	101.1	99.9	97.3	98.7
2017년 1분기	90.2	94.8	94.5	96.0	89.6	92.7
2017년 2분기	90.9	96.9	96.2	99.8	93.9	95.1
2017년 3분기	94.2	100.4	100.0	100.0	96.2	97.9
2017년 4분기	90.4	100.4	98.2	100.0	91.7	95.6
2018년 1분기	99.0	100.9	99.7	100.1	95.4	98.8
2018년 2분기	89.8	100.1	97.9	99.8	86.8	94.2
2018년 하반기	103.5	101.8	102.9	101.8	99.5	101.9

3.2 | 산업별 · 부문별 CBI 분석

● 음악(공연)산업 CBI

- '18년 하반기에 수출, 투자, 고용은 100을 상회하며 전분기대비 긍정적 전망을 보여주었고, 매출 및 자금사정은 100을 하회하며 부정적인 전망을 나타내고 있음
- 매출은 100 이하로서 여전히 전분기대비 부정적인 전망이나, 전분기대비 큰 폭으로 상승하며 부정적인 전망이 완화되었고, 투자는 전분기대비 상승하며 100을 상회함으로써 '18년 하반기 투자 활성화에 대한 기대감을 가지고 있는 것으로 나타남

그림 III-2 음악(공연)산업 부문별 CBI 추이

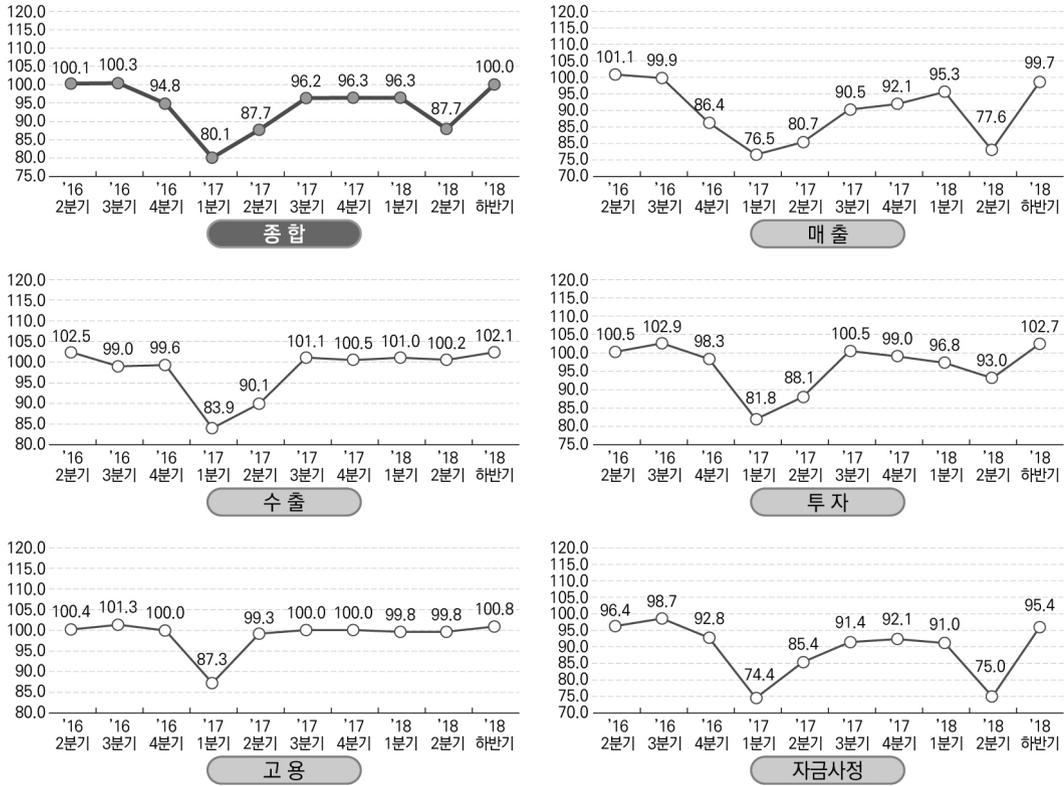


표 III-2 음악(공연)산업 부문별 CBI

전망 대상 시기	매출	수출	투자	고용	자금사정	(종합)
2016년 2분기	101.1	102.5	100.5	100.4	96.4	100.1
2016년 3분기	99.9	99.0	102.9	101.3	98.7	100.3
2016년 4분기	86.4	99.6	98.3	100.0	92.8	94.8
2017년 1분기	76.5	83.9	81.8	87.3	74.4	80.1
2017년 2분기	80.7	90.1	88.1	99.3	85.4	87.7
2017년 3분기	90.5	101.1	100.5	100.0	91.4	96.2
2017년 4분기	92.1	100.5	99.0	100.0	92.1	96.3
2018년 1분기	95.3	101.0	96.8	99.8	91.0	96.3
2018년 2분기	77.6	100.2	93.0	99.8	75.0	87.7
2018년 하반기	99.7	102.1	102.7	100.8	95.4	100.0

4

음악산업 주요 이슈

1. 국내동향
2. 해외동향

IV 음악산업 주요 이슈

1. 국내동향

- **창작자 수익 증대를 위해 음원 저작권료 인상, 스트리밍 업체 가격 인상 고려**
 - 문화체육관광부는 음악 스트리밍 판매 수익 중 저작권자 배분율을 현재 60%에서 65%로 인상을 결정함. 또한 현재 65%까지 할인 판매하는 음원 묶음 상품에 대해 할인율을 단계적으로 낮춰 2021년부터 할인 자체를 금지하기로 함
 - 이러한 변화는 창작자의 수익을 증대하고, 저작권을 인정한다는 취지가 반영된 것이나, 이로 인한 음원 업체의 몫은 절반으로 감소해 불가피한 가격 인상이 예상됨.
 - 국내 1위인 카카오엠의 대표 상품인 무제한 스트리밍 상품은 월 7,900원이나 각종 할인 이벤트로 소비자 이용가는 5,900원임. 저작권료는 기존 상품가에서 산정되므로, 할인가에서 인상된 가격을 제외하면 카카오엠의 몫은 기존 700원에서 300원으로 50% 감소하게 되어, 내부적으로 서비스 가격 인상을 검토하고 있는 것으로 알려짐
 - 한편 구글, 애플은 '동영상 및 웹하드 등 기타 서비스를 제공하므로 음악 전문서비스가 아니다'라는 정부의 유권해석으로 저작권료 인상에서 제외함. 이에 한국업체들은 음악 콘텐츠를 전면에 내세우는 구글과 애플을 인상 대상에서 제외한 것은 국내 기업에 대한 역차별이라는 반응을 보임
 - 애플은 최근 LG 유플러스와 애플 뮤직 첫 5개월 무료 상품을 출시했으며, 구글은 이미 음악 전용 상품을 내놓은 상태임. 두 기업은 국내 업체보다 가격을 다소 높게 책정했으나, 저작권료 인상에 따라 국내 기업이 가격 인상을 할 경우 가격 경쟁력까지 사라질 것으로 예상됨
- **방탄소년단 필두로 K-pop 강세 유지, 공장형 아이돌 비판에 인권 보완책 마련 시급**
 - 방탄소년단(BTS)가 빌보드차트에 한국어 앨범으로 3개월 만에 2차례 1위에 등극하는 기록을 세움. 지난 6월 'Love Yourself 轉 Tear'로 빌보드 200 차트 1위를 차지했으며, 이는 아시아권 가수가 자국 언어로 낸 앨범으로는 최초의 성과임. 이후 3개월 뒤 'Love yourself 結 Answer'로 또 한번 1위를 차지해 K-pop의 새 역사를 기록함
 - 방탄소년단(BTS)의 인기는 적극적 SNS 마케팅과 비서구권 문화를 자연스럽게 소개한 것에 기인함. SNS 등에서는 신곡 'IDOL'의 댄스를 모방하는 영상을 올리는 열풍이 불었으며, 이에 대한 보답으로 멤버 제이홉이 안무영상을 올려 그 열기를 더함
 - 여러 장르를 섞어 구성한 곡인 'IDOL'은 한국 전통 색채가 짙은데, '한국적인 것을 알리는 것보다, 자신들이 한국 사람이니 자연스럽게 나오는 요소를 쓴 것'이 코스모폴리탄적 세계를 만들고 팬들과 교류하는 축제의 장을 구현한 효과로 인해 성공한 것으로 분석함
 - 반면, 이러한 K-pop의 성장에 대해 해외 언론에서는 기획사 주도의 '공장형 아이돌 그룹 생산' 방식에 대한 비판적 시각도 존재함. 또한 소셜미디어와 유튜브 같은 동영상 서비스가 중요 홍보 수단으로 떠오르면서 가수들의 일거수일투족이 24시간 노출되면서 아이돌의 감정노동과 인권에 대한 우려의 시각이 증가함
 - 실제 아이돌 멤버들의 자살, 폭력 사건 등이 지속 발생하고 있어, 등용 시스템 및 인권에 대한 논의가 필요한 시점임

- **세계 사로잡는 K클래식도 한류의 한 축으로 자리매김**

- 쇼팽 콩쿠르 우승자 조성진과 반클라이번 콩쿠르 우승자 선우예권 등 ‘슈퍼스타’ 배출 이후 국제적 권위의 콩쿠르 입상이 이어지면서, 외국의 거장 아티스트들도 한국을 ‘아시아 투어’의 중심으로 인식하는 변화가 뚜렷해 K-클래식이 영화·방송·대중가요와 함께 한류의 한 축으로 확실히 자리매김한 상황으로 해석됨
- 조성진은 콩쿠르 우승 이후, 베를린 필하모닉과 협연, 영국의 120년 음악 축제인 BBC 프롬스 무대에 오르면서 국제적 경력을 쌓아가고 있음. 선우예권은 뉴욕 필하모닉 스트링콰르텟, 뮌헨 필하모닉과 잇따른 협연이 예정됨
- 볼모지와 다름없었던 클래식 작곡 분야에서도 활약이 나타나고 있음. 영국 로열 필소사이어티의 올해의 작곡가에 선정된 신동훈, 제네바 국제 콩쿠르 작곡부분 1위와 바젤 작곡 콩쿠르 3위에 오른 최재혁과 최한별 등 세계적 수준의 오케스트라와 협연하는 20~30대 젊은 작곡가들이 10여명에 이를 정도로 증가하고 있음
- 이는 10년 전 도입된 작곡가 지원제도와 유학 후 학계에 자리 잡은 4~50대 작곡가들의 관심과 지원이 결실을 내고 있는 것으로 보여짐

2. 해외동향

- **유튜브 ‘뮤직 멤버십’ 출시로 음악시장 스트리밍 강자 도전**

- 2016년 유료 서비스 ‘유튜브 레드’를 시작한 유튜브는 음악 스트리밍 멤버십 서비스인 ‘유튜브 뮤직 프리미엄’을 출시함
- 기존의 ‘유튜브 레드’는 ‘유튜브 프리미엄’으로 명칭이 바뀌며, 월 11.99달러로 광고 없이 비디오와 음악을 즐기며, 유튜브 독점 콘텐츠도 시청 가능함
- ‘유튜브 뮤직 프리미엄’은 월 9.99 달러로 광고 없이 음악 재생이 가능. 미국과 호주, 뉴질랜드, 멕시코에 먼저 서비스 될 예정이며, 뒤이어 오스트리아, 캐나다, 덴마크, 핀란드, 프랑스, 독일, 아일랜드, 이탈리아 등으로 확대할 예정임

- **음악 스트리밍 시장, 콘텐츠에서 플랫폼으로 중심 이동, 플랫폼 선점에 나선 기업들**

- 세계 음악 스트리밍 서비스 시장 1위는 ‘스포티파이(Spotify)’이지만, 차세대 플랫폼과의 접목이 늦어지면서 점차 위상이 흔들리고 있음. 미국음악 전문매체 디지털뮤직뉴스는 8월 기준 미국 시장 내 애플뮤직이 스포티파이의 유료 가입자 수를 추월했다고 보도함
- 애플뮤직 앱이 ‘아이폰’, ‘애플워치’ 등 각종 기기에 기본 탑재되면서 애플 기기 사용자들은 자연스럽게 이를 접하게 되어 스포티파이 보다 더 쉽게 접근할 수 있음
- 음악시장 3위인 아마존은 다양한 플랫폼을 장악하면서 그 추격을 더욱 가속화 하고 있음. 아마존 뮤직은 스마트 스피커 ‘에코’를 통해 TV, 호텔 등으로 새로운 플랫폼을 확산하고 있음. 특히 아마존 프라임 회원에게만 제공되는 유료 서비스 ‘뮤직 언리미티드’는 더 많은 음원과 향상된 기능으로 충성도를 높여가고 있음

부 록

1. 상장사 재무분석표
 2. 상장사 매출구조 분석
-

1. 상장사 재무분석표

표 부록 1-1 음악산업 상장사 자산증가율 변화 추이

(단위: %, %p)

구분	2016년 하반기	2017년 상반기	2017년 하반기	2018년 상반기	2018년 상반기 전년동기대비증감
큐브엔터	△16.1%	△0.5%	△1.8%	15.8%	16.3%p
카카오M	15.9%	6.4%	12.2%	9.6%	3.2%p
CJ ENM	8.3%	6.2%	30.0%	90.9%	84.7%p
에스엠	1.2%	△3.6%	15.3%	22.5%	26.1%p
소리바다	2.8%	17.4%	10.6%	24.4%	7.0%p
지니뮤직	12.5%	28.3%	△1.2%	△7.5%	△35.8%p
NHN벅스	△4.4%	△4.0%	△0.4%	△3.0%	1.1%p
투원글로벌	△17.3%	△0.5%	3.5%	4.2%	4.8%p
JYP Ent.	6.0%	22.0%	19.8%	5.6%	△16.4%p
와이지엔터테인먼트	15.5%	14.4%	4.8%	△1.2%	△15.6%p
에프엔씨엔터	△8.2%	2.7%	△18.9%	14.7%	12.0%p
음악산업	7.8%	7.5%	11.8%	△3.1%	△10.5%p
콘텐츠산업	7.9%	5.1%	19.4%	1.4%	△3.7%p

표 부록 1-2 음악산업 상장사 투자증가율 변화 추이

(단위: %, %p)

구분	2016년 하반기	2017년 상반기	2017년 하반기	2018년 상반기	2018년 상반기 전년동기대비증감
큐브엔터	51.5%	7.0%	△44.9%	3.9%	△3.1%p
카카오M	54.9%	1.4%	24.7%	12.2%	10.8%p
CJ ENM	47.5%	6.2%	31.0%	5.7%	△0.6%p
에스엠	14.3%	7.9%	53.2%	15.6%	7.7%p
소리바다	181.7%	47.2%	85.6%	9.9%	△37.3%p
지니뮤직	△10.8%	11.8%	62.9%	13.6%	1.7%p
NHN벅스	△52.4%	△10.4%	△42.3%	△3.4%	7.0%p
투원글로벌	22.7%	1.1%	18.0%	1.6%	0.5%p
JYP Ent.	20.6%	11.0%	73.0%	2.9%	△8.1%p
와이지엔터테인먼트	50.4%	19.9%	55.2%	8.6%	△11.3%p
에프엔씨엔터	162.5%	0.3%	1.7%	△7.8%	△8.1%p
음악산업	42.5%	9.3%	39.5%	9.5%	0.2%p
콘텐츠산업	37.5%	4.6%	30.6%	4.4%	△0.2%p

표 부록 I -3 음악산업 상장사 사내유보율 변화 추이

(단위: %, %p)

구분	2016년 하반기	2017년 상반기	2017년 하반기	2018년 상반기	2018년 상반기 전년동기대비증감
큐브엔터	64.7%	59.5%	55.8%	56.8%	△2.7%p
카카오M	472.3%	496.3%	548.0%	598.2%	101.9%p
CJ ENM	119.4%	156.2%	155.0%	813.9%	657.6%p
에스엠	158.6%	160.5%	171.9%	171.3%	10.8%p
소리바다	1.7%	6.2%	16.1%	13.8%	7.7%p
지니뮤직	55.6%	63.1%	59.9%	61.5%	△1.6%p
NHN벅스	184.4%	171.2%	170.0%	179.2%	8.0%p
투원글로벌	△22.2%	△20.8%	△19.8%	△19.3%	1.5%p
JYP Ent.	85.6%	99.0%	108.2%	119.2%	20.1%p
와이지엔터테인먼트	160.4%	150.0%	152.9%	152.5%	2.4%p
에프엔씨엔터	94.4%	91.5%	82.4%	83.7%	△7.9%p
음악산업	137.9%	142.5%	146.4%	159.8%	17.3%p
콘텐츠산업	207.1%	212.9%	210.7%	213.3%	0.4%p

표 부록 I -4 음악산업 상장사 영업이익률 변화 추이

(단위: %, %p)

구분	2016년 하반기	2017년 상반기	2017년 하반기	2018년 상반기	2018년 상반기 전년동기대비증감
큐브엔터	△33.3%	△8.2%	10.1%	2.2%	10.5%p
카카오M	18.2%	20.2%	18.7%	18.4%	△1.8%p
CJ ENM	0.6%	2.6%	5.0%	9.1%	6.5%p
에스엠	7.8%	2.3%	17.6%	14.8%	12.5%p
소리바다	△1.6%	△11.6%	△10.9%	△22.9%	△11.3%p
지니뮤직	4.0%	△0.6%	3.4%	1.9%	2.5%p
NHN벅스	△9.9%	△8.3%	△3.4%	7.6%	15.8%p
투원글로벌	△1.7%	4.9%	3.7%	△3.0%	△8.0%p
JYP Ent.	18.6%	21.1%	15.9%	17.2%	△3.9%p
와이지엔터테인먼트	9.1%	10.7%	3.5%	2.7%	△8.0%p
에프엔씨엔터	△1.3%	△4.6%	5.6%	△15.6%	△11.0%p
음악산업	8.2%	9.4%	10.4%	10.3%	0.9%p
콘텐츠산업	11.2%	11.2%	13.2%	11.3%	0.2%p

표 부록 I -5 음악산업 상장사 자산영업이익률 변화 추이

(단위: %, %p)

구분	2016년 하반기	2017년 상반기	2017년 하반기	2018년 상반기	2018년 상반기 전년동기대비증감
큐브엔터	△14.9%	△3.3%	6.7%	1.3%	4.6%p
카카오M	9.5%	11.1%	10.6%	9.2%	△1.9%p
CJ ENM	0.2%	0.6%	1.4%	3.6%	3.0%p
에스엠	2.2%	0.5%	5.4%	3.3%	2.8%p
소리바다	△0.6%	△3.1%	△2.8%	△4.0%	△1.0%p
지니뮤직	2.2%	△0.3%	2.0%	1.0%	1.3%p
NHN벅스	△4.3%	△4.1%	△1.7%	3.8%	7.9%p
투원글로벌	△0.6%	1.4%	1.4%	△1.1%	△2.6%p
JYP Ent.	9.7%	10.4%	6.5%	7.2%	△3.3%p
와이지엔터테인먼트	3.2%	3.4%	1.0%	0.6%	△2.8%p
에프엔씨엔터	△0.4%	△1.2%	2.2%	△4.3%	△3.1%p
음악산업	3.2%	3.3%	4.0%	3.6%	0.3%p
콘텐츠산업	3.5%	3.3%	4.0%	3.3%	△0.0%p

표 부록 I -6 음악산업 상장사 자본영업이익률 변화 추이

(단위: %, %p)

구분	2016년 하반기	2017년 상반기	2017년 하반기	2018년 상반기	2018년 상반기 전년동기대비증감
큐브엔터	△18.2%	△4.4%	9.3%	2.0%	6.5%p
카카오M	14.2%	16.7%	16.1%	14.2%	△2.6%p
CJ ENM	0.3%	1.0%	2.3%	7.6%	6.6%p
에스엠	2.9%	0.6%	7.4%	4.7%	4.1%p
소리바다	△1.2%	△6.3%	△4.2%	△7.5%	△1.2%p
지니뮤직	3.6%	△0.5%	3.1%	1.4%	1.9%p
NHN벅스	△5.8%	△5.7%	△2.4%	5.2%	10.9%p
투원글로벌	△0.7%	1.6%	1.6%	△1.3%	△3.0%p
JYP Ent.	12.4%	13.9%	9.4%	9.1%	△4.8%p
와이지엔터테인먼트	4.5%	4.5%	1.4%	0.9%	△3.7%p
에프엔씨엔터	△0.5%	△1.5%	2.6%	△5.1%	△3.6%p
음악산업	4.6%	4.8%	5.8%	5.3%	0.6%p
콘텐츠산업	5.4%	4.8%	5.8%	4.7%	△0.1%p

표 부록 1-7 음악산업 상장사 부채비율 변화 추이

(단위: %, %p)

구분	2016년 하반기	2017년 상반기	2017년 하반기	2018년 상반기	2018년 상반기 전년동기대비증감
큐브엔터	22.5%	34.9%	39.7%	59.5%	24.6%p
카카오M	49.1%	51.3%	52.1%	54.9%	3.6%p
CJ ENM	72.9%	67.2%	67.2%	111.1%	43.9%p
에스엠	31.5%	28.7%	36.1%	41.0%	12.3%p
소리바다	111.3%	107.6%	51.9%	86.0%	△21.5%p
지니뮤직	61.6%	48.8%	53.3%	39.1%	△9.7%p
NHN벅스	35.1%	38.8%	38.7%	37.2%	△1.6%p
투원글로벌	14.5%	12.3%	14.2%	17.6%	5.3%p
JYP Ent.	28.0%	33.9%	44.7%	27.4%	△6.5%p
와이지엔터테인먼트	38.9%	31.3%	35.1%	33.7%	2.5%p
에프엔씨엔터	18.7%	28.2%	16.8%	19.7%	△8.5%p
음악산업	44.4%	42.3%	45.4%	47.0%	4.8%p
콘텐츠산업	52.6%	46.9%	46.0%	43.5%	△3.4%p

표 부록 1-8 음악산업 상장사 유동비율 변화 추이

(단위: %, %p)

구분	2016년 하반기	2017년 상반기	2017년 하반기	2018년 상반기	2018년 상반기 전년동기대비증감
큐브엔터	438.8%	278.3%	292.5%	222.0%	△56.3%p
카카오M	227.0%	227.2%	228.5%	210.7%	△16.5%p
CJ ENM	106.2%	118.7%	155.4%	86.8%	△31.9%p
에스엠	197.3%	181.0%	153.5%	132.0%	△49.0%p
소리바다	74.2%	62.5%	88.1%	77.8%	15.2%p
지니뮤직	220.4%	266.3%	249.4%	299.0%	32.7%p
NHN벅스	254.3%	224.9%	243.5%	246.9%	22.0%p
투원글로벌	210.4%	253.4%	197.9%	197.2%	△56.2%p
JYP Ent.	214.6%	229.8%	148.5%	164.5%	△65.3%p
와이지엔터테인먼트	404.8%	481.3%	419.4%	368.0%	△113.3%p
에프엔씨엔터	294.2%	218.9%	316.7%	308.4%	89.5%p
음악산업	212.1%	223.9%	219.7%	192.5%	△31.5%p
콘텐츠산업	181.2%	193.1%	205.2%	206.7%	13.5%p

표 부록 I -9 음악산업 상장사 자기자본비율 변화 추이

(단위: %, %p)

구분	2016년 하반기	2017년 상반기	2017년 하반기	2018년 상반기	2018년 상반기 전년동기대비증감
큐브엔터	81.6%	74.1%	71.6%	62.7%	△11.4%p
카카오M	67.1%	66.1%	65.7%	64.6%	△1.5%p
CJ ENM	57.8%	59.8%	59.8%	47.4%	△12.4%p
에스엠	76.1%	77.7%	73.5%	70.9%	△6.8%p
소리바다	47.3%	48.2%	65.8%	53.7%	5.6%p
지니뮤직	61.9%	67.2%	65.2%	71.9%	4.7%p
NHN벅스	74.0%	72.1%	72.1%	72.9%	0.8%p
투원글로벌	87.4%	89.0%	87.6%	85.1%	△4.0%p
JYP Ent.	78.1%	74.7%	69.1%	78.5%	3.8%p
와이지엔터테인먼트	72.0%	76.2%	74.0%	74.8%	△1.4%p
에프엔씨엔터	84.2%	78.0%	85.6%	83.6%	5.6%p
음악산업	69.2%	70.3%	68.8%	68.0%	△2.3%p
콘텐츠산업	65.5%	68.1%	68.5%	69.7%	1.6%p

표 부록 I -10 음악산업 상장사 1인당 평균매출액 변화 추이

(단위: 억 원)

구분	2016년	2017년		2018년	
	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	하반기 (전반기대비)	상반기 (전반기대비)	상반기 (전년동기대비)
큐브엔터	1.26	1.27	1.99	1.94	
	10.6%	1.3%	56.6%	△2.6%	52.6%
카카오M	6.60	7.04	7.55	6.86	
	14.6%	6.7%	7.4%	△9.2%	△2.5%
CJ ENM	12.43	9.00	13.85	8.78	
	132.8%	△27.7%	54.0%	△36.6%	△2.4%
에스엠	2.81	2.14	3.46	2.87	
	15.3%	△24.0%	61.8%	△17.0%	34.4%
소리바다	1.40	1.20	1.50	1.26	
	△6.0%	△14.7%	25.7%	△16.5%	5.0%
지니뮤직	3.19	3.84	4.28	3.54	
	23.6%	20.5%	11.5%	△17.3%	△7.7%
NHN벅스	2.73	2.83	3.13	3.22	
	8.0%	3.6%	10.9%	2.7%	13.9%
투원글로벌	1.85	1.82	2.42	2.80	
	△17.2%	△1.6%	32.9%	16.0%	54.1%
JYP Ent.	3.42	3.53	3.06	2.87	
	34.9%	3.1%	△13.2%	△6.3%	△18.6%
와이지엔터테인먼트	5.40	5.03	3.76	3.91	
	1.3%	△6.8%	△25.3%	4.0%	△22.3%
에프엔씨엔터	1.70	1.52	1.77	1.43	
	△5.3%	△10.2%	16.3%	△19.1%	△5.9%
음악산업	4.18	4.04	4.52	4.03	
	17.4%	△3.4%	12.1%	△10.9%	△0.1%
콘텐츠산업	3.60	3.42	3.84	3.51	
	8.1%	△5.0%	12.2%	△8.4%	2.7%

표 부록 I -11 음악산업 상장사 자본집약도 변화 추이

(단위: 억 원)

구분	2016년 하반기	2017년 상반기	2017년 하반기	2018년 상반기	2018년 상반기 전년동기대비증감
큐브엔터	2.82	3.21	3.02	3.41	0.20
카카오M	12.60	12.81	13.31	13.75	0.94
CJ ENM	40.03	37.94	48.91	22.26	△15.69
에스엠	9.91	9.98	11.15	12.78	2.80
소리바다	3.88	4.55	5.93	7.14	2.59
지니뮤직	5.79	7.47	7.19	6.58	△0.89
NHN벅스	6.28	5.68	6.04	6.40	0.72
투원글로벌	5.40	6.22	6.43	7.49	1.28
JYP Ent.	6.56	7.14	7.51	6.88	△0.25
와이지엔터테인먼트	15.31	15.64	12.85	16.10	0.47
에프엔씨엔터	5.89	5.79	4.47	5.19	△0.60
음악산업	10.87	11.33	11.81	11.48	0.15
콘텐츠산업	11.43	11.68	12.65	12.20	0.52

표 부록 I -12 음악산업 상장사 자기자본회전을 변화 추이

(단위: 회)

구분	2016년 하반기	2017년 상반기	2017년 하반기	2018년 상반기	2018년 상반기 전년동기대비증감
큐브엔터	0.55	0.54	0.92	0.91	0.37
카카오M	0.78	0.83	0.86	0.77	△0.06
CJ ENM	0.54	0.40	0.47	0.83	0.44
에스엠	0.37	0.28	0.42	0.32	0.04
소리바다	0.76	0.54	0.38	0.33	△0.22
지니뮤직	0.89	0.76	0.91	0.75	△0.02
NHN벅스	0.59	0.69	0.72	0.69	△0.00
투원글로벌	0.39	0.33	0.43	0.44	0.11
JYP Ent.	0.67	0.66	0.59	0.53	△0.13
와이지엔터테인먼트	0.49	0.42	0.40	0.32	△0.10
에프엔씨엔터	0.34	0.34	0.46	0.33	△0.01
음악산업	0.56	0.51	0.56	0.52	0.01
콘텐츠산업	0.48	0.43	0.44	0.41	△0.02

표 부록 I -13 음악산업 상장사 총자산회전을 변화 추이

(단위: 회)

구분	2016년 하반기	2017년 상반기	2017년 하반기	2018년 상반기	2018년 상반기 전년동기대비증감
큐브엔터	0.45	0.40	0.66	0.57	0.17
카카오M	0.52	0.55	0.57	0.50	△0.05
CJ ENM	0.31	0.24	0.28	0.39	0.16
에스엠	0.28	0.21	0.31	0.22	0.01
소리바다	0.36	0.26	0.25	0.18	△0.09
지니뮤직	0.55	0.51	0.60	0.54	0.02
NHN벅스	0.43	0.50	0.52	0.50	0.01
투원글로벌	0.34	0.29	0.38	0.37	0.08
JYP Ent.	0.52	0.49	0.41	0.42	△0.08
와이지엔터테인먼트	0.35	0.32	0.29	0.24	△0.08
에프엔씨엔터	0.29	0.26	0.40	0.28	0.01
음악산업	0.38	0.36	0.38	0.35	△0.00
콘텐츠산업	0.32	0.29	0.30	0.29	△0.00

2. 상장사 매출구조 분석¹¹⁾

● 카카오M

- 카카오M은 음반의 기획, 제작 및 판매와 온라인 음원 서비스를 주요 사업으로 하고 있으며, 여러 유명 가수과 배우들을 매니지먼트 하고 있음. 주력 음원 사업인 멜론은 PC 및 스마트폰, 태블릿, 스마트 TV 등 대부분의 디지털 기기와 운영체제를 지원
- 동사의 매출액 중 가장 큰 부분을 차지하는 콘텐츠 매출은 '18년 상반기 기준 전체 매출액의 84.5%를 차지하고 있으며 전년동기대비 14.2% 증가
- 제품, 상품 부문의 매출이 각각 전년동기대비 13.1%, 8.7% 감소하였으나, 콘텐츠 매출 및 기타 매출의 증가로 음악사업 전체의 전년동기대비 매출 증가를 가져옴

〈카카오M〉 (2018년 상반기 기준)

(단위: 백만 원)

구분	2017년		2018년	전체대비 비중	전년동기 대비		
	상반기	하반기	상반기				
음악 사업	제품 CD외	내 수	8,757	12,179	8,373	2.8%	△4.4%
		수 출	1,305	428	370	0.1%	△71.6%
		합 계	10,062	12,607	8,743	2.9%	△13.1%
상품	CD외	내 수	21,002	31,224	19,176	6.4%	△8.7%
		수 출	-	-	-	-	-
		합 계	21,002	31,224	19,176	6.4%	△8.7%
콘텐츠 매출	음원제공/ 음원서비스	내 수	213,727	237,177	243,070	80.8%	13.7%
		수 출	8,823	9,914	11,183	3.7%	26.7%
		합 계	222,550	247,091	254,253	84.5%	14.2%
기타매출	-	내 수	10,636	17,981	15,082	5.0%	41.8%
		수 출	4,244	2,936	3,524	1.2%	△17.0%
		합 계	14,880	20,917	18,606	6.2%	25.0%
합계		내 수	254,122	298,561	285,701	95.0%	12.4%
		수 출	14,372	13,278	15,077	5.0%	4.9%
		합 계	268,494	311,839	300,778	100.0%	12.0%

11) 상장사의 대부분이 연결기준으로 분야별 매출액을 제공하고 있으며, 본문의 상장사 분석에 사용한 매출 및 수출 실적은 상장사별로 각각 연결 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

● 와이지엔터테인먼트

- 와이지엔터테인먼트는 글로벌 엔터테인먼트 기업으로, 음반을 기획해서 제작하고 유통하는 음반산업과 매니지먼트 사업을 동시에 영위하고 있으며, 또한 소속 아티스트들을 활용한 다양한 콘텐츠 사업과 관련 상품 판매, 패션의류, 화장품 사업 등을 영위하고 있음. 종속회사를 통해 화장품 제조 및 판매 (moonshot), 골프매니지먼트, MD제조 및 유통판매, 모델매니지먼트 및 외식프랜차이즈(YG REPUBLIQUE) 등의 사업을 동시에 추진하고 있음
- 동사의 '18년 상반기 기준 매출의 44.6%를 차지하는 수출은 전년동기대비 30.3% 감소, 55.4%를 차지하는 내수 또한 13.4% 감소하여 전체 매출은 전년동기대비 21.9% 감소
- '18년 상반기 기준 전체 매출액의 15.6%를 차지한 기타수수료 매출만 전년동기대비 증가하고, 나머지 제품, 콘서트 공연, 광고 모델, 로열티, 출연료 등 대부분의 매출이 전년동기대비 감소하여 전체 매출액의 감소를 이끔

〈와이지엔터테인먼트〉 (2018년 상반기 기준)

(단위: 백만 원)

구분	2017년		2018년	전체대비 비중	전년동기 대비		
	상반기	하반기	상반기				
제품매출	음반/DVD	수출	17,747	14,002	13,622	9.7%	△23.2%
	/디지털콘텐츠	내수	22,945	18,426	19,746	14.1%	△13.9%
	소계	40,692	32,428	33,368	23.8%	△18.0%	
상품, 기타제품	수출	3,471	7,749	2,672	1.9%	△23.0%	
	내수	14,144	12,224	12,798	9.1%	△9.5%	
	소계	17,615	19,973	15,470	11.1%	△12.2%	
콘서트 공연 매출	수출	6,191	20,098	677	0.5%	△89.1%	
	내수	13,372	16,435	2,272	1.6%	△83.0%	
	소계	19,541	36,555	2,949	2.1%	△84.9%	
광고 모델 매출	수출	4,999	2,617	2,321	1.7%	△53.6%	
	내수	16,517	15,766	12,820	9.2%	△22.4%	
	소계	21,516	18,383	15,141	10.8%	△29.6%	
로열티 매출	수출	54,443	25,901	39,016	27.9%	△28.3%	
	내수	669	2,591	645	0.5%	△3.6%	
	소계	55,112	28,492	39,661	28.3%	△28.0%	
출연료 매출	수출	756	2,285	386	0.3%	△48.9%	
	내수	8,476	8,781	7,508	5.4%	△11.4%	
	소계	9,232	11,066	7,894	5.6%	△14.5%	
방송제작 매출	수출	-	1,713	766	0.5%	-	
	내수	-	2,182	2,974	2.1%	-	
	소계	-	3,895	3,740	2.7%	-	
기타수수료 매출	수출	2,080	3,223	3,016	2.2%	45.0%	
	내수	13,358	16,700	18,757	13.4%	40.4%	
	소계	15,438	19,923	21,773	15.6%	41.0%	
합계	수출	89,661	77,615	62,478	44.6%	△30.3%	
	내수	89,484	93,101	77,519	55.4%	△13.4%	
	합계	179,145	170,716	139,997	100.0%	△21.9%	

● 에스엠

- 에스엠은 음반기획 및 제작/배급/유통, 매니지먼트, 스타 마케팅, 인터넷/모바일 콘텐츠 사업, 아카데미 사업 등을 영위하는 기업으로서 유명 가수 및 연예인들이 소속되어 있음. 2015년부터 코엑스에 홀로그램 공연, MD샵, 아티스트 체험 등 SM 아티스트와 관련된 다양한 콘텐츠를 한 번에 접할 수 있는 복합문화 공간인 Coexartium을 개설
- 동사의 '18년 상반기 기준 수출은 전년동기대비 29.2% 감소하였고, 내수 또한 22.2% 감소하여 전체 매출은 25.2% 감소
- 매출 감소의 주요 원인은 음반 부문 외 음원, 출연료, 광고, 초상 외 등의 대부분의 사업 부문이 전년동기 대비 부진하며 감소하였기 때문
- 에스엠의 '18년 상반기 기준 전체 매출 중 초상 외 부문이 28.6%로 가장 크고, 출연료(22.2%), 음반(20.0%), 음원(17.6%) 등의 순으로 비중이 큰 것으로 나타남

〈에스엠〉 (2018년 상반기 기준)

(단위: 천 원)

구분	2017년		2018년	전체대비 비중	전년동기 대비			
	상반기	하반기	상반기					
음반 사업	음반/음원 매출	수출	2,465,115	1,459,854	1,819,188	3.0%	△26.2%	
		내수	8,799,985	34,725,584	10,292,760	17.0%	17.0%	
		합계	11,265,100	36,185,438	12,111,948	20.0%	7.5%	
	음원	수출	6,159,464	7,971,934	5,593,644	9.2%	△9.2%	
		내수	8,431,576	16,222,758	5,051,688	8.3%	△40.1%	
		합계	14,591,041	24,194,691	10,645,332	17.6%	△27.0%	
	소계	수출	8,624,579	9,431,788	7,412,832	12.2%	△14.0%	
		내수	17,231,561	50,948,342	15,344,447	25.3%	△11.0%	
		합계	25,856,140	60,380,130	22,757,279	37.6%	△12.0%	
	매니지먼트 사업	응역 매출	출연료	수출	15,828,946	17,363,952	9,097,120	15.0%
내수			7,563,904	11,345,831	4,373,378	7.2%	△42.2%	
합계			23,392,849	28,709,785	13,470,498	22.2%	△42.4%	
광고		수출	1,448,883	1,426,675	908,206	1.5%	△37.3%	
		내수	10,612,941	12,389,776	6,069,143	10.0%	△42.8%	
		합계	12,061,824	13,816,450	6,977,349	11.5%	△42.2%	
초상 외		수출	9,004,011	14,311,676	7,283,892	12.0%	△19.1%	
		내수	10,661,597	17,934,089	10,054,613	16.6%	△5.7%	
		합계	19,665,608	32,245,765	17,338,504	28.6%	△11.8%	
소계		수출	26,281,839	33,102,304	17,289,218	28.6%	△34.2%	
		내수	28,838,442	41,669,696	20,497,134	33.9%	△28.9%	
		합계	55,120,281	74,772,001	37,786,351	62.4%	△31.4%	
합계	수출	34,906,418	42,534,092	24,702,050	40.8%	△29.2%		
	내수	46,070,003	92,618,038	35,841,581	59.2%	△22.2%		
	합계	80,976,421	135,152,130	60,543,631	100.0%	△25.2%		

● JYP Ent.

- JYP Ent.는 소속 연예인의 엔터테인먼트 활동(광고, 드라마출연, 공연 등)과 음반(CD), 음원의 제작 및 판매를 주요사업으로 영위하고 있고, 기존 음반기획사와 유통 전문사와는 달리 전속 가수와 타 기획사 가수들의 음반 유통을 통한 차별화된 수익 모델을 가지고 있음
- 동사의 매출구조를 살펴보면, 음반 사업이 전체 매출의 36.7%를 차지하며 매니지먼트사업이 나머지 63.2%를 차지
- '18년 상반기 전체 매출은 출연료 부문이 전년동기대비 감소하였음에도 불구하고, 그 외 음반/음원, 콘서트, 광고 및 기타 부문들의 매출이 골고루 증가하며 전년동기대비 8.2% 증가하였음
- 전체 매출 중 가장 큰 비중을 차지하는 세부 사업분야는 음반/음원 사업으로 약 36.7%를 차지하며, 다음으로 초상권 외(20.5%), 광고(16.8%), 콘서트(14.9%) 등의 순으로 구성되어 있음

〈JYP Ent.〉 (2018년 상반기 기준)

(단위: 천 원)

구분	2017년		2018년	전체대비 비중	전년동기 대비			
	상반기	하반기	상반기					
음반 사업	음반/ 음원	음반/ 음원	수 출	2,467,645	3,849,230	4,727,236	8.7%	91.6%
			내 수	13,675,593	14,127,775	15,328,275	28.1%	12.1%
			합 계	16,143,238	17,977,005	20,055,511	36.7%	24.2%
매니지먼트 사업	콘서트	콘서트	수 출	1,627,751	1,184,686	3,595,977	6.6%	120.9%
			내 수	5,108,384	2,034,376	4,560,948	8.4%	△10.7%
			합 계	6,736,135	3,219,062	8,156,925	14.9%	21.1%
광고	광고	수 출	1,473,751	1,561,671	2,402,060	4.4%	63.0%	
		내 수	6,792,056	7,013,788	6,758,667	12.4%	△0.5%	
		합 계	8,265,807	8,575,459	9,160,727	16.8%	10.8%	
출연료	출연료	수 출	5,775,659	3,139,017	3,462,408	6.3%	△40.1%	
		내 수	2,658,990	3,210,516	2,550,472	4.7%	△4.1%	
		합 계	8,434,649	6,349,533	6,012,880	11.0%	△28.7%	
기타	초상권외	수 출	4,625,057	10,985,261	6,451,410	11.8%	39.5%	
		내 수	6,240,099	4,690,558	4,739,754	8.7%	△24.0%	
		합 계	10,865,156	15,675,819	11,191,164	20.5%	3.0%	
합계			수 출	15,969,863	20,719,865	20,639,091	37.8%	29.2%
			내 수	34,475,122	31,077,013	33,938,116	62.2%	△1.6%
			합 계	50,444,985	51,796,878	54,577,207	100.0%	8.2%

2018년 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서(음악산업편)

집필진

한국콘텐츠진흥원

감수	이양환 (정책본부 본부장) 백승혁 (미래정책팀 팀장)
연구진행	이현우 (미래정책팀 책임연구원) 강은재 (미래정책팀 선임연구원)

외부기관

연구분석	심유미 부장(한국씨엔알) 조선희 부장(한국씨엔알) 김완중 대리(한국씨엔알)
실태조사	윤효정 대리(한국씨엔알)

발행인 김 영 준

발행일 2018년 11월 28일

발행처 한국콘텐츠진흥원
전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동) 351
전화 1566-1114
www.kocca.kr

디자인 및 인쇄 경성문화사

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

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



누구나
콘텐츠로 일상을
풍요롭게

