

# KISDI STAT

## REPORT

2016. 9. 15 / Vol. 16-17


**정보통신정책연구원**  
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

KISDI STAT Report는 ICT, 방송, 통신의 최신 이슈를 데이터에 기반하여 분석하는 온라인 정기간행물입니다. KISDI ICT통계정보연구실의 전문가들이 이슈를 선정하고 작성하여 매월 15일과 30일에 온라인으로 배포합니다.

## 방송채널사용사업자 매출규모별 방송사업매출 추이 분석

노희윤  
연구원, ICT통계정보연구실

### III 분석 데이터와 분석 목적

- 정보통신정책연구원(KISDI)이 매년 수행하고 있는 ‘방송산업 실태조사’는 미래창조과학부와 방송통신위원회가 주관하는 국가승인통계로 방송산업 분야별 시설 현황, 인력 현황, 재무 현황, 사업결합 및 소유구조 현황, 방송프로그램 제작·유통, 편성 현황, 유료방송 가입자 현황 등의 기초 자료를 수집하며 그 결과를 ‘방송산업 실태조사 보고서’로 제공하고 있음
- 방송채널사용사업자의 경우 다른 매체보다 사업자 수가 많고 매출규모의 폭이 넓어 매출규모별 방송사업매출의 특성을 파악하기 위해 ‘방송산업 실태조사’와 방송통신위원회의 ‘2015년도 방송사업자 재산상황 공표집’을 활용하여 방송채널사용사업자의 매출 규모별 방송사업매출 유형 추이를 분석함
  - ※ 방송채널사용사업자 매출규모별 기준은 방송사업매출 50억 이하 사업자(소기업), 50억-800억 이하 사업자(중기업), 800억 이상(대기업)으로 분류하였으며 중소기업청의 분류 기준을 활용함
  - ※ 조사 대상: 당해 연도 말 기준 미래창조과학부, 방송통신위원회에 등록된 방송채널사용사업자 중 승인PP(홍소핑PP, 종합편성PP, 보도전문PP)를 제외한 등록PP
  - ※ 2015년 기준 ‘방송산업 실태조사’는 현재 조사가 진행 중으로 2014년까지의 데이터는 방송산업 실태조사를 활용하고 2015년 데이터는 ‘2015년도 방송사업자 재산상황 공표집’을 활용함

### III 방송채널사용사업자(PP) 방송사업매출 추이<sup>1)2)</sup>

- '13년~'14년 등록PP에 포함되었던 (주)에스비에스콘텐츠허브가 '15년 채널을 폐업하면서 콘텐츠제공사업자(CP)로 분류되었으나 시계열 비교를 위하여 '15년 기준 방송사업매출에 (주)에스비에스콘텐츠허브 매출을 포함하여 분석함

※ 2015년 (주)에스비에스콘텐츠허브 방송사업매출: 1,950억, 방송프로그램판매매출: 1,025억, 기타방송사업매출: 925억

- 승인PP인 홈쇼핑PP, 종합편성PP, 보도전문PP를 제외한 등록PP의 방송사업자매출을 살펴보면 연평균 6.7%의 성장률을 보이며 15년 기준 약 2조 5,356억을 기록함
- 방송사업매출을 유형별로 살펴보면 광고매출-방송프로그램제공매출-기타방송사업매출-프로그램판매매출 순으로 높은 비중을 차지함
- 광고매출이 3년 연속 가장 높은 비중을 나타내고 있으나 연평균 1.8%의 성장률로 정체수준에 머무르는 것으로 나타남
- 홈쇼핑방송매출액은 데이터채널사용사업자의 홈쇼핑 사업자의 매출로 전체 매출에서 차지하는 비중은 2.1%로 높지 않으나 연평균 154.3%의 가파른 성장세를 나타냄

[표 1] 방송채널사용사업자(PP) 방송사업매출 추이

(단위: 백만 원)

구 분	2013년	2014년	2015년 <sup>3)</sup>	'13~'14 증감률	'14~'15 증감률	'13~'15 CAGR
방송프로그램 제공매출액	613,467 (27.6%)	662,200 (28.5%)	698,447 (27.5%)	7.4%	5.5%	6.7%
광고매출액	954,498 (42.9%)	933,573 (40.1%)	988,919 (39.0%)	-2.2%	5.9%	1.8%
협찬매출액	143,399 (6.4%)	161,477 (6.9%)	178,669 (7.0%)	11.2%	10.6%	11.6%
프로그램판매매출액	187,849 (8.4%)	198,450 (8.5%)	264,148 (10.4%)	5.3%	33.1%	18.6%
방송시설임대매출액	8,805 (0.4%)	6,730 (0.3%)	6,101 (0.2%)	-30.8%	-9.3%	-16.8%
행사매출액	23,432 (1.1%)	19,846 (0.9%)	27,075 (1.1%)	-18.1%	36.4%	7.5%
홈쇼핑방송매출액	8,252 (0.4%)	28,983 (1.2%)	53,351 (2.1%)	71.5%	84.1%	154.3%
기타방송사업매출액	286,628 (12.9%)	314,326 (13.5%)	318,893 (12.6%)	8.8%	1.5%	5.5%
<b>합계</b>	<b>2,226,330 (100%)</b>	<b>2,325,585 (100%)</b>	<b>2,535,603 (100%)</b>	<b>4.3%</b>	<b>9.0%</b>	<b>6.7%</b>

\*괄호() 내 수는 비중

주1) 홈쇼핑PP, 종합편성PP, 보도전문PP 제외

주2) '13년~'14년은 '방송산업 실태조사 보고서' 각년도, '15년은 '2015년 방송사업자 재산상황 공표집' 활용

주3) (주)에스비에스콘텐츠허브 방송사업매출액 포함

■ 방송채널사용사업자(PP) 매출액 규모별 사업자 수<sup>1)</sup>

- 방송채널사용사업자 매출액 규모별 기준은 50억 이하 사업자(소기업), 50억-800억 이하 사업자(중기업), 800억 이상(대기업)으로 분류하였으며 중소기업청의 분류 기준을 활용함
- 15년 기준 방송사업자 수는 13년, 14년에 비해 감소한 149개이나 2015년부터 재산상환 제출 사업자에서 제외된 방송사업매출 1억 미만의 방송사업자 수(22개)를 감안하면 총 사업자 수는 171개로 이전 연도와 비슷한 수준임
- 매출 규모를 세분화하여 살펴보면 50억 이하 사업자가 98개사로 가장 많았으며, 50억-100억 규모가 22개사로 100억 이하의 사업자가 대다수(81%)를 차지

[표 2] 방송채널사용사업자(PP) 방송사업매출 규모별 사업자 수 추이

구 분	2013년	2014년	2015년 <sup>2)3)</sup>
50억 이하	124	117	98
50억-800억 이하	45	46	45
800억 이상	7	6	6
합계	176	169	149

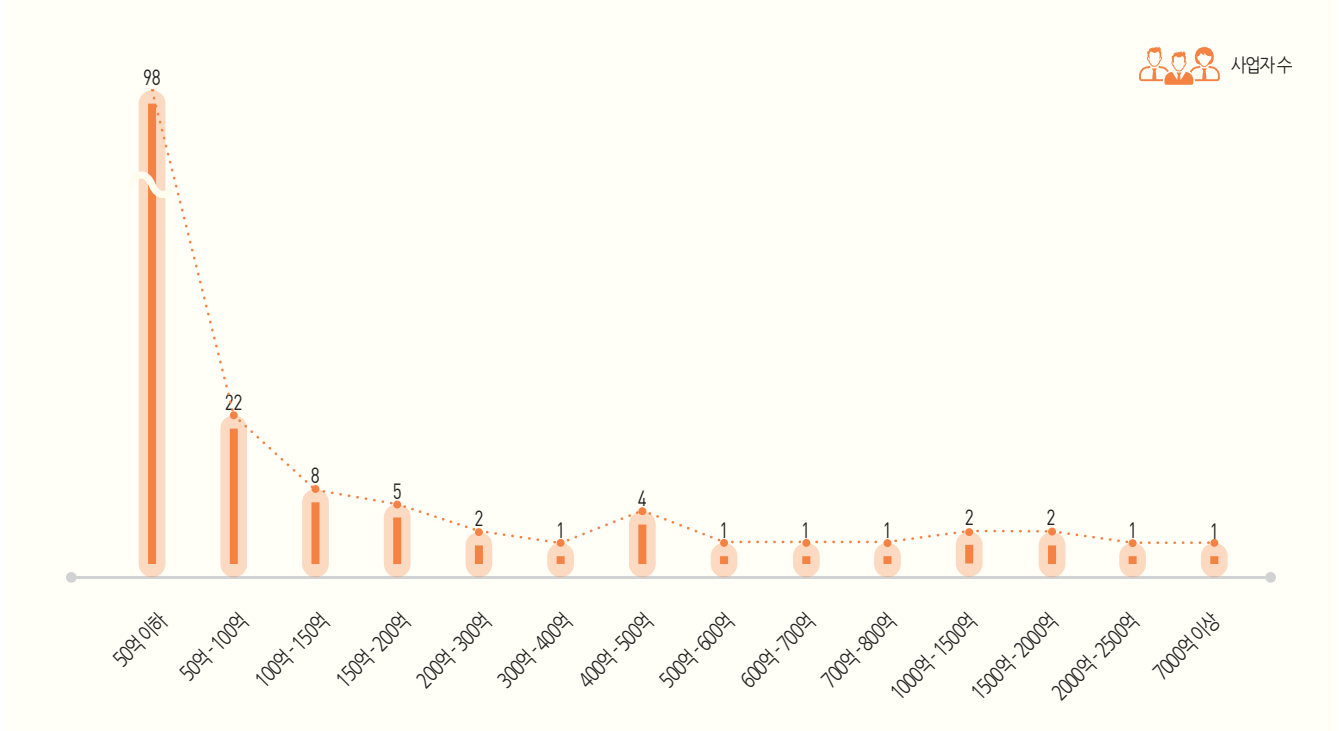
주1) 홈쇼핑PP, 종합편성PP, 보도전문PP 사업자 제외  
 주2) 방송산업 실태조사 기준으로 2015년 방송통신위원회의 재산상환 미제출 사업자 수는 22개  
 주3) (주)에스비에스콘텐츠허브 포함된 사업자 수

[표 3] 방송채널사용사업자(PP) 방송사업매출 규모별 대표사업자 (2015년 기준)

구 분	대표 사업자
50억 이하	(주)엠비씨넷, 씨제이파워캐스트(주), 씨제이올리브네트웍스(주), (주)신세계티비쇼핑 외 94개 사업자
50억-800억 이하	(주)에스비에스골프, 에스비에스바이아컴(유), (주)에스비에스스포츠, (주)티캐스트, (주)현대미디어 외 40개 사업자
800억 이상	씨제이이앤엠(주), (주)에스비에스플러스, (주)엠비씨플러스, (주)케이비에스엔, (주)케이블티비브이오디, (주)에스비에스콘텐츠허브

[그림 1] 방송채널사용사업자(PP) 매출 규모별 사업자 수 분포(2015년 기준)

(단위: 사업자 수)



### 50억 이하 방송채널사용사업자(소기업PP) 방송사업매출 유형 추이

- 50억 이하의 방송채널사용사업자의 경우 '15년 기준 1520억의 방송사업매출을 기록하였고 '13년-'15년 연 평균 증가율은 2.4%로 나타남
- 방송프로그램제공매출은 '15년 기준 46.5%로 방송사업매출 전체 유형 중 가장 높은 비중을 보였으나 3년간 성장률은 -0.5%를 기록함
- 프로그램판매매출은 3년간 43.9%의 높은 성장률을 보이며 '15년 기준 103억을 기록함
- 광고매출은 '15년 기준 방송사업매출에서 차지하는 비중은 26.2%이나 지난 3년간 지속적으로 감소하는 경향을 나타낸 반면 협찬매출은 29.9%의 성장률을 보임

[표 4] 50억 이하 방송채널사용사업자 방송사업매출 유형 추이

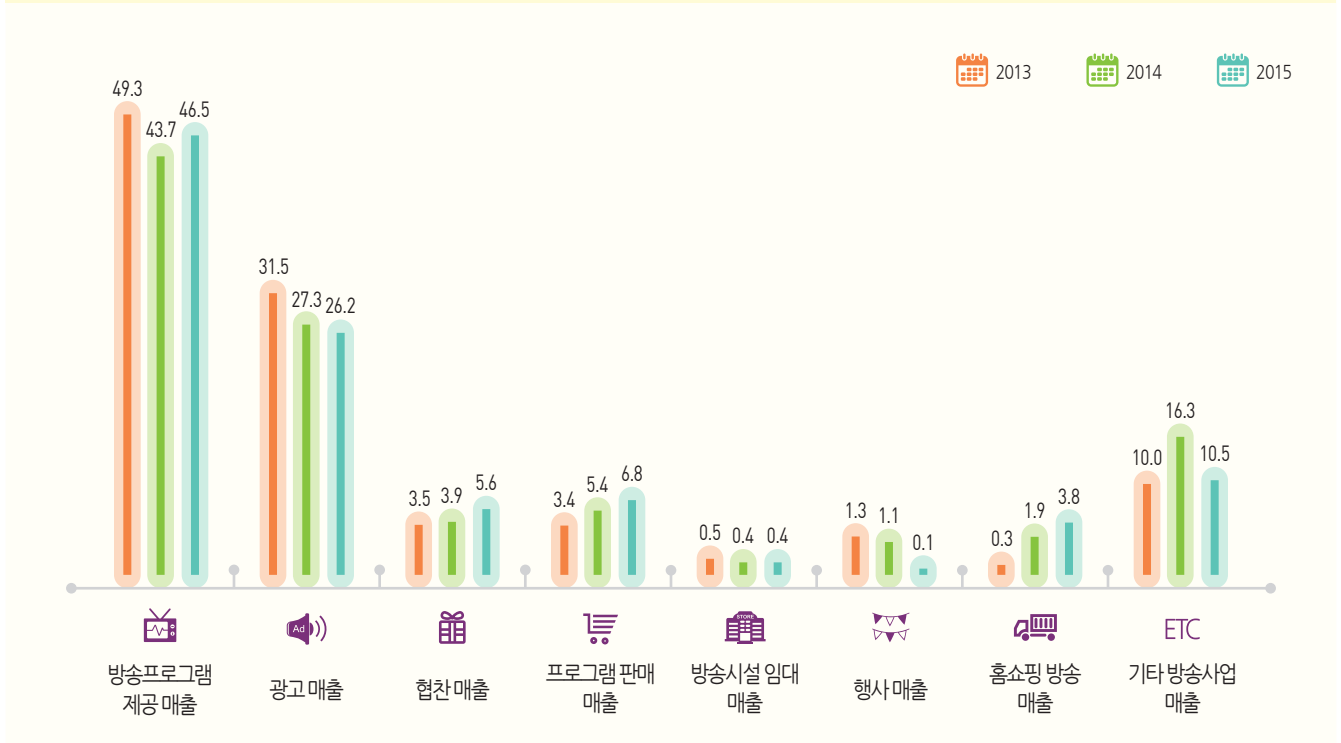
(단위: 백만 원)

구 분	2013년	2014년	2015년	'13~'14 증감률	'14~'15 증감률	'13~'15 CAGR
방송프로그램 제공매출액	71,503 (49.3%)	65,572 (43.7%)	70,736 (46.5%)	-9.0%	7.3%	-0.5%
광고매출액	45,617 (31.5%)	40,916 (27.3%)	39,897 (26.2%)	-11.5%	-2.6%	-6.5%
협찬매출액	5,072 (3.5%)	5,780 (3.9%)	8,566 (5.6%)	12.2%	32.5%	29.9%
프로그램판매매출액	4,986 (3.4%)	8,095 (5.4%)	10,326 (6.8%)	38.4%	21.6%	43.9%
방송시설임대매출액	788 (0.5%)	586 (0.4%)	654 (0.4%)	-34.4%	10.4%	-8.9%
행사매출액	1,934 (1.3%)	1,693 (1.1%)	119 (0.1%)	-14.3%	-1322.8%	-75.2%
홈쇼핑방송매출액	501 (0.3%)	2,858 (1.9%)	5,738 (3.8%)	82.5%	50.2%	238.6%
기타방송사업매출액	14,549 (10.0%)	24,488 (16.3%)	15,990 (10.5%)	40.6%	-53.1%	4.8%
<b>합계</b>	<b>144,951 (100%)</b>	<b>149,988 (100%)</b>	<b>152,026 (100%)</b>	<b>3.4%</b>	<b>1.3%</b>	<b>2.4%</b>

\*괄호() 내 수는 비중

[그림 2] 50억 이하 방송채널사용사업자 방송사업매출 유형별 비중 추이

(단위: %)



### III 50억-800억 이하(중기업PP) 방송채널사용사업자 방송사업매출 유형

- 50억-800억 이하에 속하는 방송채널사용사업자의 방송사업매출은 '13년-'14년 3.8% 감소했으나 '14년-'15년 6.1%의 증가율을 보이며 '15년 8,035억을 기록함
- 3년 연속 가장 높은 비중을 차지한 유형은 광고매출이나 지난 3년간 연평균 4.8% 감소하여 '15년 기준 3,325억을 기록함
- 방송프로그램제공매출은 '14년-'15년 7.2%의 증가를 보이며 광고매출 다음으로 높은 비중을 차지함
- 협찬매출은 '13년-'14년 59.8%로 급격히 감소하였고 '14년-'15년 역시 8.7%가 감소하며 연평균 24.1%의 감소율을 보임

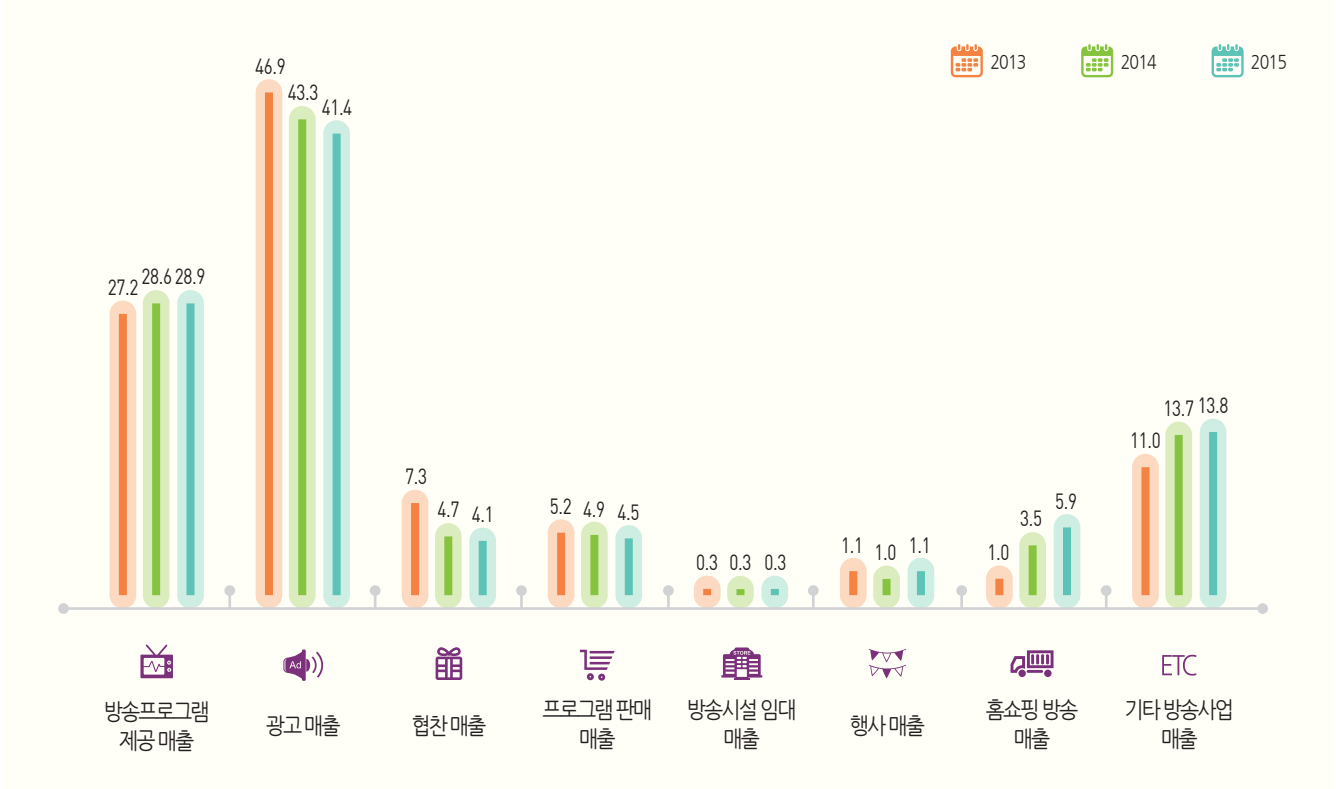
[표 5] 50억-800억 이하 방송채널사용사업자 방송사업매출 유형 추이

(단위: 백만 원)

구 분	2013년	2014년	2015년	'13~'14 증감률	'14~'15 증감률	'13~'15 CAGR
방송프로그램 제공매출액	212,694 (27.2%)	215,409 (28.6%)	232,062 (28.9%)	1.3%	7.2%	4.5%
광고매출액	367,024 (46.9%)	326,722 (43.3%)	332,508 (41.4%)	-12.3%	1.7%	-4.8%
협찬매출액	57,187 (7.3%)	35,793 (4.7%)	32,931 (4.1%)	-59.8%	-8.7%	-24.1%
프로그램판매매출액	40,571 (5.2%)	37,107 (4.9%)	35,982 (4.5%)	-9.3%	-3.1%	-5.8%
방송시설임대매출액	2,290 (0.3%)	1,961 (0.3%)	2,203 (0.3%)	-16.8%	11.0%	-1.9%
행사매출액	8,946 (1.1%)	7,820 (1.0%)	9,161 (1.1%)	-14.4%	14.6%	1.2%
홈쇼핑방송매출액	7,751 (1.0%)	26,125 (3.5%)	47,613 (5.9%)	70.3%	45.1%	147.8%
기타방송사업매출액	86,518 (11.0%)	103,330 (13.7%)	111,039 (13.8%)	16.3%	6.9%	13.3%
<b>합계</b>	<b>782,982 (100%)</b>	<b>754,267 (100%)</b>	<b>803,499 (100%)</b>	<b>-3.8%</b>	<b>6.1%</b>	<b>1.3%</b>

\*괄호() 내 수는 비중

[그림 3] 50억-800억 이하 방송채널사용사업자 방송사업매출 유형별 비중 추이 (단위: %)



### 800억 이상(대기업PP) 방송채널사용사업자 방송사업매출 유형

- 800억 이상의 매출을 보인 방송채널사용사업자의 방송사업매출 3년 평균 증가율은 10.3%로 50억 이하의 사업자(2.4%), 50억-800억 이하의 사업자(1.3%)에 비해 높은 성장세를 나타냄
- 매출 유형별로는 광고매출-방송프로그램제공매출-프로그램판매매출 순으로 높은 비중을 차지하였으며, 협찬매출이 연평균 30%의 증가율로 가장 높게 나타남

[표 6] 800억 이상 방송채널사용사업자 방송사업매출 유형 추이

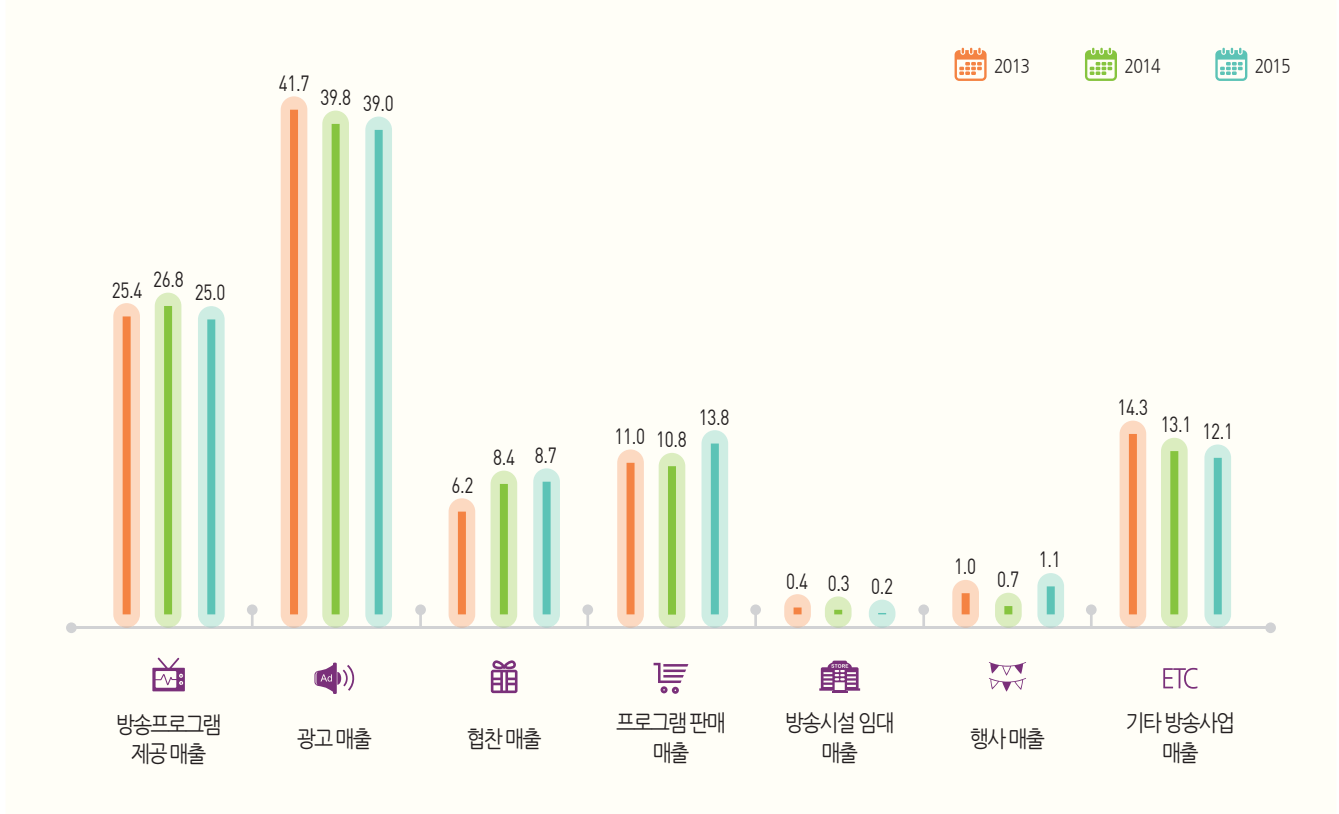
(단위: 백만 원)

구 분	2013년	2014년	2015년	'13~'14 증감률	'14~'15 증감률	'13~'15 CAGR
방송프로그램 제공매출액	329,270 (25.4%)	381,219 (26.8%)	395,650 (25.0%)	13.6%	3.6%	9.6%
광고매출액	541,857 (41.7%)	565,935 (39.8%)	616,514 (39.0%)	4.3%	8.2%	6.7%
협찬매출액	81,139 (6.2%)	119,904 (8.4%)	137,172 (8.7%)	32.3%	12.6%	30.0%
프로그램판매매출액	142,292 (11.0%)	153,248 (10.8%)	217,840 (13.8%)	7.1%	29.7%	23.7%
방송시설임대매출액	5,726 (0.4%)	4,183 (0.3%)	3,243 (0.2%)	-36.9%	-29.0%	-24.7%
행사매출액	12,552 (1.0%)	10,333 (0.7%)	17,796 (1.1%)	-21.5%	41.9%	19.1%
기타방송사업매출액	185,562 (14.3%)	186,508 (13.1%)	191,863 (12.1%)	0.5%	2.8%	1.7%
<b>합계</b>	<b>1,298,397 (100%)</b>	<b>1,421,330 (100%)</b>	<b>1,580,079 (100%)</b>	<b>8.6%</b>	<b>10.0%</b>	<b>10.3%</b>

\*괄호() 내 수는 비중

[그림 4] 800억 이상 방송채널사용사업자 방송사업매출 유형별 비중 추이

(단위: %)





### III 방송채널사용사업자 매출 규모별 방송프로그램제공매출 추이

- 방송프로그램제공매출을 방송채널사용사업자의 매출 규모별로 비교해보면, 50억 이하의 사업자는 0.5%의 감소율을 보이며 정체하는 경향을 보인 반면, 50억-800억 이하의 사업자, 800억 이상의 사업자는 각 4.5%, 9.6%의 증가율을 나타냄
- 50억 이하의 사업자는 방송프로그램제공매출 전체 중 10%를 차지하였으며 50억-800억 이하의 사업자는 33.2%, 800억 이상의 사업자는 56.6%의 비중을 차지함

[표 7] 방송채널사용사업자 매출 규모별 방송프로그램제공매출 추이

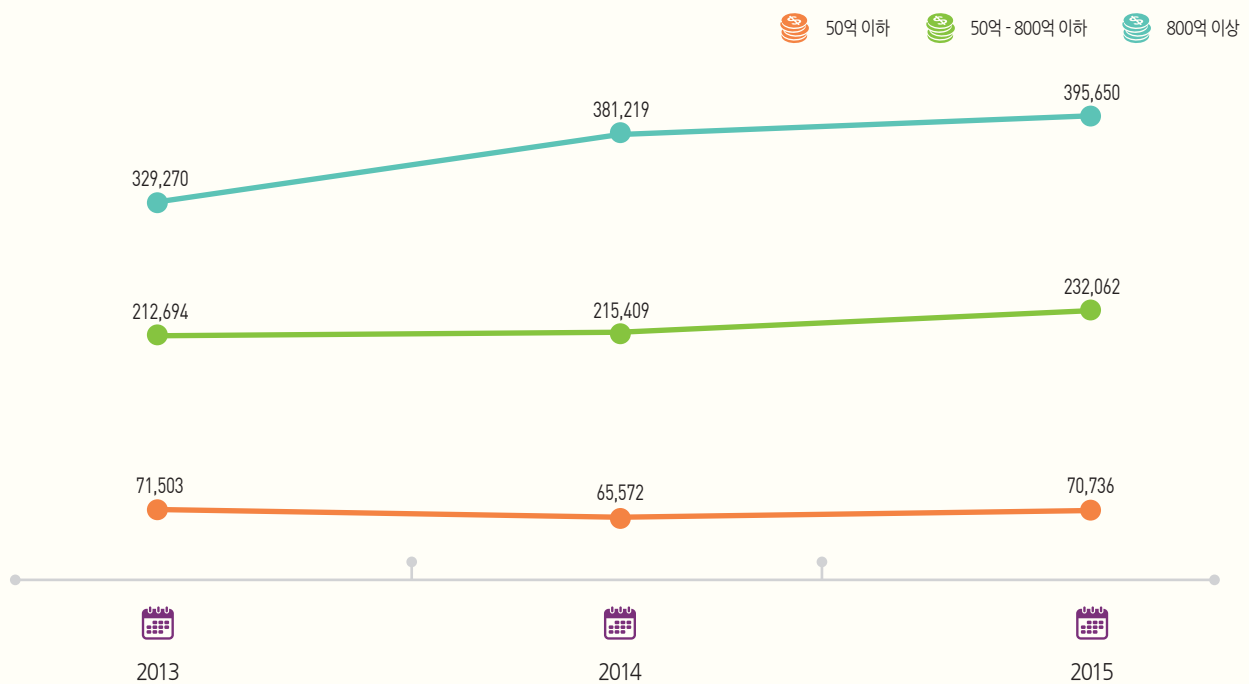
(단위: 백만 원)

구 분	2013년	2014년	2015년	'13~'14 증감률	'14~'15 증감률	'13~'15 CAGR
50억 이하	71,503 (11.7%)	65,572 (9.9%)	70,736 (10.1%)	-9.0%	7.3%	-0.5%
50억-800억	212,694 (34.7%)	215,409 (32.5%)	232,062 (33.2%)	1.3%	7.2%	4.5%
800억 이상	329,270 (53.7%)	381,219 (57.6%)	395,650 (56.6%)	13.6%	3.6%	9.6%
합계	613,467 (100%)	662,200 (100%)	698,447 (100%)	7.4%	5.2%	6.7%

\*괄호() 내 수는 비중

[그림 5] 방송채널사용사업자 매출 규모별 방송프로그램제공매출 추이

(단위: 백만원)



### III 방송채널사용사업자 매출 규모별 광고, 협찬매출 추이

- 광고매출과 협찬매출을 더할 경우 '14년은 전년 대비 0.3% 감소하였으나 '15년은 6.2% 증가세를 나타내어 1조 1,676억을 기록함
- 연평균 50억 이하의 사업자는 2.2%, 50억-800억 이하의 사업자는 7.2% 감소하였으나 800억 이상의 사업자는 10%의 증가율을 나타내 광고, 협찬 매출이 대기업PP에 치중되고 있는 추세를 보임

[표 8] 방송채널사용사업자 매출 규모별 광고, 협찬 매출 추이

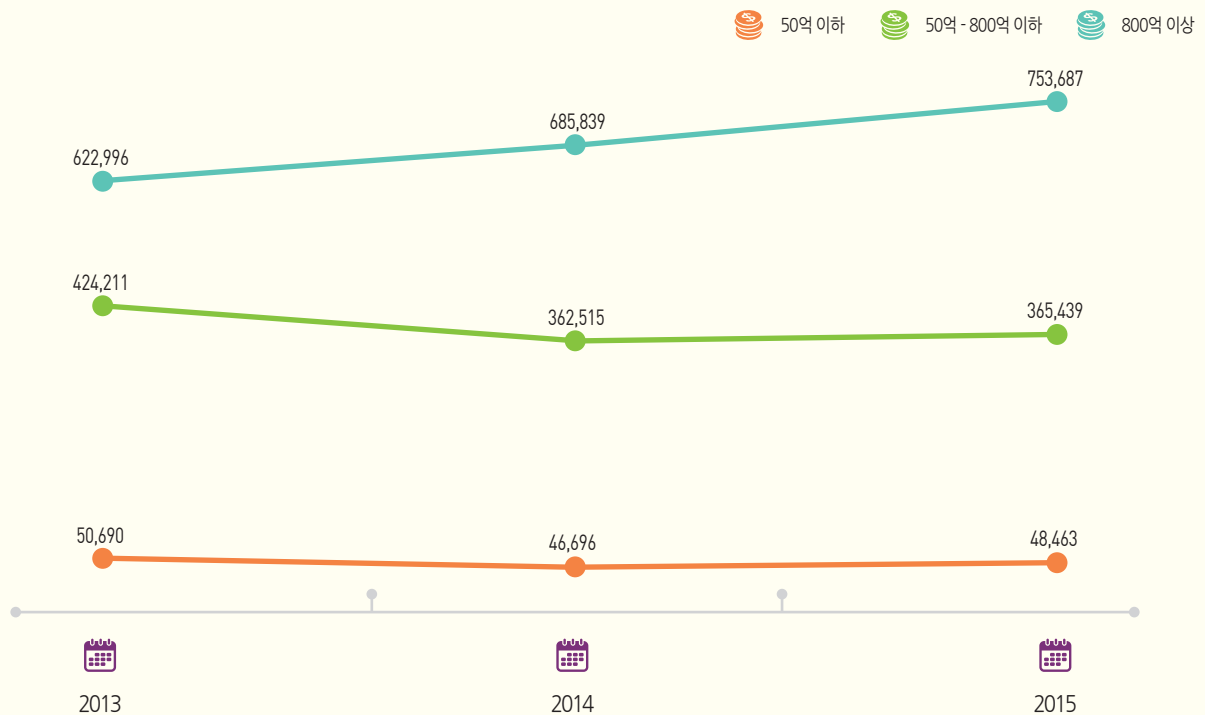
(단위: 백만 원)

구 분	2013년	2014년	2015년	'13~'14 증감률	'14~'15 증감률	'13~'15 CAGR
50억 이하	50,690 (4.6%)	46,696 (4.3%)	48,463 (4.2%)	-8.6%	3.6%	-2.2%
50억-800억	424,211 (38.6%)	362,515 (33.1%)	365,439 (31.3%)	-17.0%	0.8%	-7.2%
800억 이상	622,996 (56.7%)	685,839 (62.6%)	753,687 (64.6%)	9.2%	9.0%	10.0%
합계	1,097,897 (100%)	1,095,050 (100%)	1,167,588 (100%)	-0.3%	6.2%	3.1%

\*괄호() 내 수는 비중

[그림 6] 방송채널사용사업자 매출 규모별 광고, 협찬 매출 추이

(단위: 백만원)



### III 방송채널사용사업자 매출 규모별 방송프로그램판매매출 추이

- '13년~'14년에 포함되었던 (주)에스비에스콘텐츠허브가 '15년 콘텐츠제공사업자(CP)로 분류되었으나 시계열 비교를 위하여 '15년 기준 방송프로그램판매매출에 (주)에스비에스콘텐츠허브 매출 포함하여 분석함  
 ※ 2015년 기준 (주)에스비에스콘텐츠허브 방송사업매출: 1,950억, 방송프로그램판매매출: 1,025억, 기타방송사업매출: 925억
- 50억 이하 사업자의 방송프로그램판매매출은 연평균 43.9%의 높은 증가율을 보이고 있으나 전체 전체 방송 프로그램판매매출에서 차지하는 비중은 3.9%로 매우 낮게 나타남
- 50억~800억 이하 사업자의 경우 3년 연속 감소하는 경향을 나타내며 '15년 기준 360억을 기록함
- 800억 이상 사업자의 경우 VOD와 OTT 시장 활성화의 영향으로 '14년-'15년 29.7%의 높은 증가율을 보이며 연평균 23.7%의 성장률을 기록하였고 전체 방송프로그램판매매출 중 82.5%의 높은 비중을 차지함

[표 9] 방송채널사용사업자 매출 규모별 방송프로그램판매매출 추이

(단위: 백만 원)

구 분	2013년	2014년	2015년 <sup>1)</sup>	'13~'14 증감률	'14~'15 증감률	'13~'15 CAGR
50억 이하	4,986 (2.7%)	8,095 (4.1%)	10,326 (3.9%)	38.4%	21.6%	43.9%
50억~800억	40,571 (21.6%)	37,107 (18.7%)	35,982 (13.6%)	-9.3%	-3.1%	-5.8%
800억 이상	142,292 (75.7%)	153,248 (77.2%)	217,840 (82.5%)	7.1%	29.7%	23.7%
합계	187,849 (100%)	198,450 (100%)	264,148 <sup>2)</sup> (100%)	5.3%	24.9%	18.6%

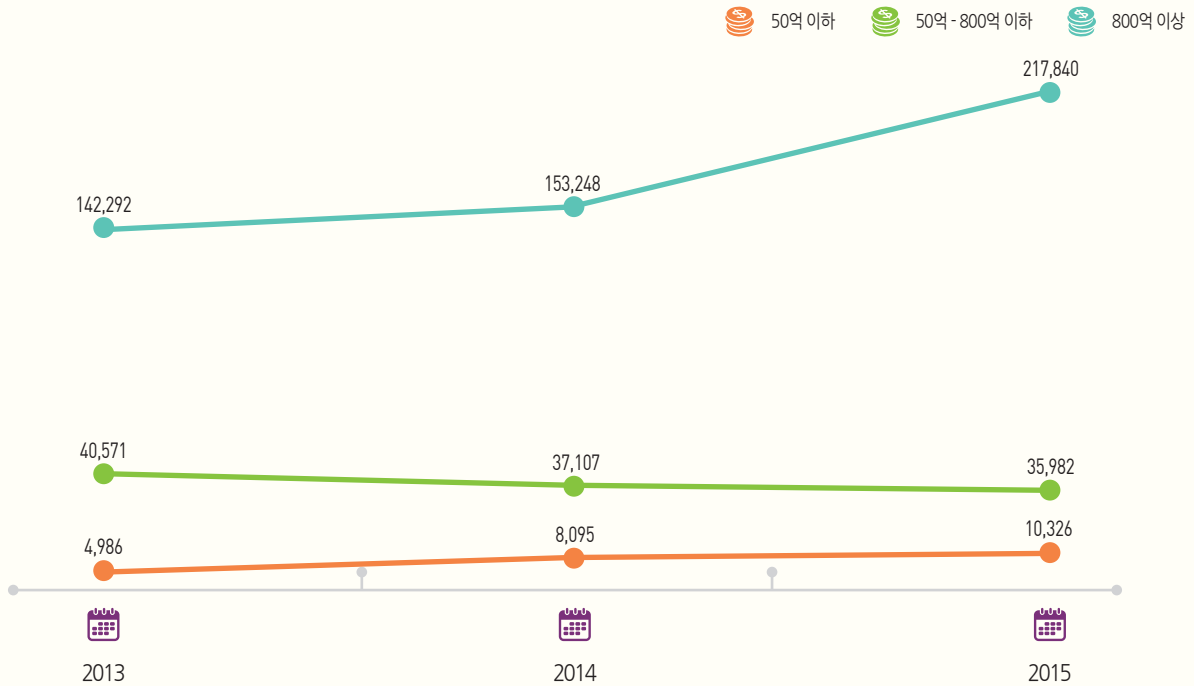
\*괄호() 내 수는 비중

주1) 2015년 기준 방송프로그램판매매출에 (주)에스비에스콘텐츠허브 매출 포함

주2) 2015년 기준 (주)에스비에스콘텐츠허브 방송프로그램판매매출액 1,025억이 포함된 금액임

[그림 7] 방송채널사용사업자 매출 규모별 방송프로그램판매매출 추이

(단위: 백만원)



### III 결어

- 방송채널사용사업자를 50억 이하, 50억-800억 이하, 800억 이상의 매출로 분류하여 살펴보았을 때, 50억 이하의 사업자(소기업PP)는 방송프로그램제공매출-광고매출-프로그램판매매출의 순으로 높은 비중을 차지하고 있으며 방송사업매출 합계는 '15년 기준 1,520억으로 지난 3년간 2.4%의 평균성장률을 기록
- 50억-800억 이하의 사업자(중기업PP)는 광고매출-방송프로그램제공매출-기타방송사업매출의 순으로 높은 비중을 나타냈으며 연평균 1.3%의 성장률로 정체되는 경향을 보임
- 800억 이상의 사업자(대기업PP)는 3년평균 10.3%의 높은 성장률을 나타내며 '15년 기준 방송사업매출 1조 5,801억을 기록하였으며 광고매출-방송프로그램제공매출-프로그램판매매출 순으로 높은 비중을 차지함
- 방송프로그램제공매출은 50억 이하의 사업자는 소폭 감소하였으나 50억-800억 이하, 800억 이상의 사업자에서는 꾸준히 증가하는 추세를 보임
- 광고, 협찬매출은 800억 이상의 사업자에서만 증가하는 추세를 나타내며 전체 광고, 협찬 매출의 64.6%를 차지하여 대기업 방송채널사용사업자에 집중되고 있음을 시사함
- 방송프로그램판매매출은 18.6%의 증가율을 보이며 방송프로그램제공, 광고, 협찬보다 높은 성장률을 나타냄. 이는 VOD와 OTT 시장 활성화에 영향을 받은 것으로 판단됨
- 대기업PP가 방송프로그램제공매출에서 차지하는 비중은 2013년 53.7%에서 2015년 56.6%로 증가하였으며, 광고/협찬 매출은 56.7%에서 64.6%로, 방송프로그램판매매출도 75.7%에서 82.5%로 증가하여 대기업 쏠림 현상이 진행되고 있는 추세를 나타냄

# KISDI STAR

## REPORT **목록**

"지난 호는 KISDI STAR 홈페이지 <http://stat.kisdi.re.kr> 에서 보실 수 있습니다"

발간번호	제목	저자	발간일
16-16호	라디오 보유와 청취 패턴의 변화	박선영	2016-8-30
16-15호	TV시청시스마트폰동시이용행태분석	이선희	2016-8-15
16-14호	스마트폰이 생기면 달라지는 것들	주재욱	2016-7-30
16-13호	방송프로그램 시청 가능 매체 보유와 이용 트렌드	정용찬	2016-7-15
16-12호	신문기사 이용 행태 분석	김윤화	2016-6-30
16-11호	가구유형별 미디어 이용행태 분석	박선영	2016-6-15
16-10호	지상파DMB 서비스 이용행태 분석	이선희	2016-5-30
16-09호	열여덟, 스물하나, 그들의 다이어리 - 미디어 다이어리 분석	주재욱	2016-5-15
16-08호	태블릿PC 보유와 이용 행태 분석	노희윤	2016-4-30
16-07호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2016-4-15
16-06호	세대별 스마트폰 이용 특성과 영향력 변화	정용찬	2016-3-30
16-05호	어린이 방송매체 이용행태 분석	박선영	2016-3-15
16-04호	복수 미디어 이용자 특성과 방송 프로그램 시청 행위 분석	이선희	2016-2-29
16-03호	인지육구와 미디어 이용 행태	하형석	2016-2-15
16-02호	주요국의 ICT 발전지수 변화 추세 분석	정부연	2016-1-30
16-01호	방송사업자의 방송 프로그램 제작·구매비 추이 분석	유선실	2016-1-15
15-19호	한국 ICT산업 동향 및 추세 분석	주재욱	2015-12-30
15-18호	어린이, 청소년 휴대폰보유 및 이용행태 분석	김윤화	2015-12-15
15-17호	2015년 미디어보유와 이용행태 변화	한국미디어패널조사 연구팀	2015-11-30
15-16호	독신가구의 미디어 이용행태	김욱준	2015-11-15
15-15호	복수방송채널사용사업자(MPP)의 방송사업매출 추이 분석	이선희	2015-10-30
15-14호	대학생의 미디어 이용 행태	하형석	2015-10-15
15-13호	EIU의 ICT 세계화 지수를 통해 본 주요국 ICT 부문의 대외 개방성 비교	주재욱	2015-09-30
15-12호	방송 사업자 유형별 매출 추이 분석	유선실	2015-09-15
15-11호	주요국의 ICT 제조업과 서비스업 성과 비교	정부연	2015-08-30
15-10호	유료방송 가입 유형별 미디어 소비 특성	정용찬	2015-08-15
15-09호	휴대폰 평균사용기간 및 교체시기 분석	김윤화	2015-07-30
15-08호	라디오 이용 행태 추이 분석	박선영	2015-07-15
15-07호	한국 ICT 제조업 동향 및 국제 비교	주재욱	2015-06-30
15-06호	연령대별 수면 전후의 미디어 이용	하형석	2015-06-30
15-05호	은퇴연령계층의 미디어 이용	신지형	2015-06-15
15-04호	10대 이용자들의 미디어 이용행태 분석	주재욱	2015-05-30

2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

15-03호	종합유선방송 매출 추이 분석	유선실	2015-05-15
15-02호	가구의 결합상품 이용추이 분석 : 2012 ~ 2014	김욱준	2015-04-30
15-01호	스마트폰 보급 확산과 세대간 미디어 이용 특징 변화	정용찬	2015-04-15
15-03-02호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤희	2015-03-25
15-03-01호	VOD 시청과 동영상 콘텐츠 소비	신지형	2015-03-25
15-02-02호	ICT 발전지수로 본 주요국 ICT 경쟁력 비교	주재욱	2015-02-25
15-02-01호	방송채널사용사업자(PP)의 프로그램 제작과 구매 추이 분석	이선희	2015-02-25
15-01-02호	멀티미디어 시대의 N스크린 이용	하형석	2015-01-26
15-01-01호	유료방송 디지털 전환 추이 분석	박선영	2015-01-26
14-12-02호	한국 정보통신산업의 장기 추세 분석	정혁	2014-12-23
14-12-01호	2011년~2014년 미디어보유와 이용행태 변화	신지형,하형석	2014-12-23
14-11-02호	가구 내 미디어 이용 지침 무무가 어린이 및 청소년의 미디어 이용행태에 미치는 영향 분석	김윤희,차보선	2014-11-25
14-11-01호	스마트 시대의 실시간 라디오 청취	신지형	2014-11-25
14-10-02호	안드로이드와 IOS 이용자 비교	하형석	2014-10-25
14-10-01호	ICT 산업 생산지수를 통해 본 한국 ICT 산업 추이	정혁	2014-10-25
14-09-02호	데스크톱 PC와 노트북 PC 이용자 특성	차보선	2014-09-25
14-09-01호	유료방송 가입과 동영상 콘텐츠 소비	신지형	2014-09-25
14-08-02호	노트북PC와 태블릿PC 이용자 특성 및 이용행태 비교	김윤희,하형석	2014-08-25
14-08-01호	방송프로그램 시청 가능 기기 보유와 이용 특성	정용찬	2014-08-25
14-07-02호	방송채널사용사업자(PP)의 광고 매출 추이 분석	유선실	2014-07-25
14-07-01호	동영상 콘텐츠 소비와 디바이스	신지형	2014-07-25
14-06-02호	스마트세대 20대의 직업별 매체 이용 행태	정용찬	2014-06-25
14-06-01호	스마트폰 이용여부에 따른 삶의 만족도	김나영	2014-06-25
14-05-02호	전업주부 미디어 이용행태	김윤희	2014-05-25
14-05-01호	유무선전화서비스 이용 현황	신지형	2014-05-25
14-04-02호	TV 시청 중 매체 동시 이용 행태	정용찬	2014-04-25
14-04-01호	게임이용현황 분석	신선	2014-04-25
14-03-02호	미디어 활용 능력 현황 분석	김나영	2014-03-25
14-03-01호	대중교통수단 이용 시의 동영상 콘텐츠 이용현황	신지형	2014-03-25
14-02-02호	N스크린 이용행태 및 추이	김윤희	2014-02-25
14-02-01호	유선전화 없는 가구의 방송매체 이용 행태	정용찬	2014-02-25
14-01-02호	클라우드 서비스 이용현황	김민철	2014-01-25
14-01-1호	결합상품 이용현황 분석	신선	2014-01-25
13-12호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용 추이 분석	김윤희, 신선	2013-12-26
13-11-3호	스마트폰 보유 및 이용행태 변화 - 2012년과 2013년의 비교	김민철	2013-11-25
13-11-2호	인터넷 동영상 서비스 이용 현황	신지형	2013-11-29
13-11-1호	유료방송 비가입가구의 방송매체 이용 행태	정용찬	2013-11-25
13-10호	종이책과 전자책의 독서 현황 분석	신선	2013-10-25
13-09-2호	스마트 기기 보유 여부에 따른 미디어 활용 능력 분석	하태립	2013-09-25
13-09-1호	온라인 상거래 이용자의 미디어 이용행태	신지형	2013-09-25
13-08-2호	개인의 온-오프라인 유료콘텐츠 지출성향 분석	김윤희	2013-08-26
13-08-1호	IPTV 이용 행태 분석	정용찬	2013-08-26

## KISDI ICT통계정보연구실

KISDI ICT통계정보연구실에서는 다음과 같은 정부 승인통계 조사를 매년 진행하고 있습니다. 조사 결과는 정부 정책 수립과 민간 기업의 경영계획 수립, 대학 연구소의 학술연구에 활용되고 있으며, 일반 이용자에게는 기초 정보와 지식을 제공하는 역할을 합니다.

### 한국미디어패널조사

- ◆ **조사 목적** : 빠르게 변화하는 미디어 환경에서 우리나라 가구와 가구 내 개인의 미디어 소비가 중장기적으로 어떻게 변화하는지를 파악
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접 조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 5,109 가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원 약 12,000 여명을 2011년부터 추적조사

### 방송산업 실태조사

- ◆ **조사 목적** : 방송사업자의 종사자와 시설, 프로그램 제작과 수출입, 방송 편성 현황 등 방송산업 전반에 대한 실태 파악
- ◆ **조사 방법** : 전수조사 인터넷 설문조사
- ◆ **조사 대상** : 미래창조 과학부 · 방송통신위원회에 등록된 방송사업자

### 방송매체 이용행태 조사

- ◆ **조사 목적** : TV 수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청 행태를 분석
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 4,200가구, 13세 이상 가구원 전원 조사

## KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개

### ■ 방송·뉴미디어 통계정보시스템(KISDI STAT)

KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

### ■ 미디어 통계수첩(2016년 발간)

미디어 통계 수첩은 미디어 통계 이용자가 편리하게 활용하도록 돕기 위해 정보통신정책연구원의 한국미디어패널조사, 방송통신위원회의 방송매체 이용행태조사, 미래창조과학부와 방송통신위원회의 방송산업실태조사의 주요 시계열 통계를 요약, 정리하여 작성한 소책자입니다. KISDI STAT 사이트에서 내려받을 수 있습니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동