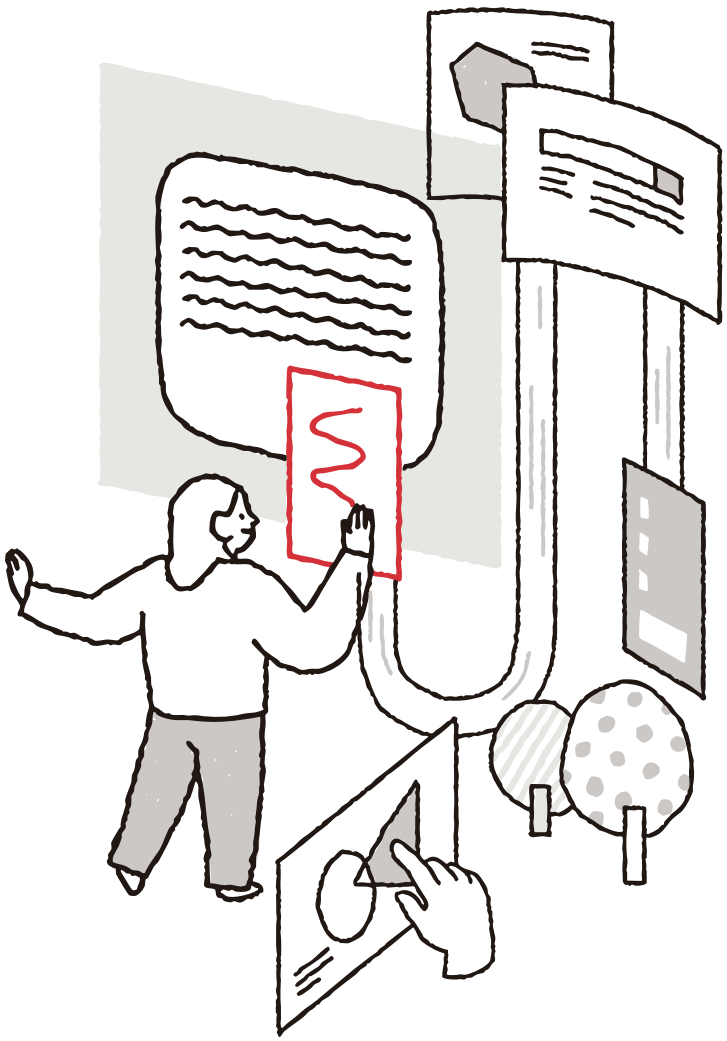
2020년 1/4분기
디자인 · 문화콘텐츠 산업인적자원개발위원회(ISC)

이슈리포트(ISSUE REPORT)

•

코로나바이러스감염증-19가 문화콘텐츠 산업에 미치는 영향



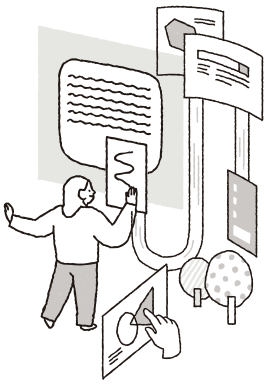
디자인·문화콘텐츠 산업인적자원개발위원회
Industrial Skills Council

2020년 1/4분기
디자인 · 문화콘텐츠 산업인적자원개발위원회(ISC)

이슈리포트
(ISSUE REPORT)

•

코로나바이러스감염증-19가
문화콘텐츠 산업에 미치는 영향



디자인·문화콘텐츠 산업인적자원개발위원회
Industrial Skills Council

목차

요약 6

1. 개요 8

2. 코로나19의 확산과 국내외 경제 현황 10

3. 코로나19의 확산과 국내 고용 현황 16

4. 코로나19의 확산이 국내 문화콘텐츠 산업에 미치는 영향 20

5. 시사점 및 결론 32

요약

코로나바이러스감염증-19가 문화콘텐츠 산업에 미치는 영향

- **개요**
  - **코로나19가 전 세계로 확산되면서 세계 경제의 중요한 이슈로 부상**하게 되었고 사스(SARS)보다 세계 경제에 더 큰 파급 효과를 미치고 있음
  - 국내 경제 역시 코로나로 인한 수출 둔화로 **내수 경제의 위축과 해외 관광객 수의 감소**로 화장품, 유통업, 쇼핑 관련업 매출에 부정적인 영향을 주고 있음
  - 코로나19의 확산으로 **국내 고용 시장은 채용 일정 연기**를 하고 있고, 국내 문화콘텐츠 산업계도 코로나19로부터 직격탄을 맞아서 **매출 급감, 고객 감소 등으로 인해 집단 실직과 폐업 위기에 직면** 해 있음

- **코로나19의 확산과 국내외 경제 현황**
  - 코로나19가 전 세계로 확산되면서 **글로벌 소비 경제가 더욱 악화**될 수 있다는 점이 우려되고 **세계 경제 성장률의 하락에도 영향을 미침**
  - 중국발 코로나19로 인해 중국을 상대로 가치사슬의 의존도가 높은 **한국은** 부품 조달에 큰 차질이 발생할 수 있고, **수출 산업을 위한 중간재 확보에도 적신호가 켜질 수 있음**
  - 또한, **중국 관광객의 한국 방문이 감소**되면서 국내 음식, 숙박업, 운송서비스, 의료서비스, 중국인 쇼핑 주요 품목 관련 제조업 등의 수요가 감소되어 **국내 산업 전반의 생산과 부가가치 창출에 부정적인 영향**을 줄 것으로 예상됨

- **코로나19의 확산과 국내 고용 현황**
  - 코로나19가 '심각' 단계로 접어들면서, **국내 많은 대기업은 신입 사원 채용 일정을 취소하거나 연기**하고 있음
  - 국내 10대 대기업 중에서 상반기 공채 일정을 확실하게 밝힌 곳은 롯데 한곳에 불과함
  - **2월 통계청 고용현황** 자료에 의하면 **20대 취업자 수가 급격하게 줄었고, 25세 이상의 취업자의 증가세도 둔화**되었으며, **기존 취업자들의 무급 휴직과 실업이 증가하는 등** 실업대란이 올 수도 있다는 우려가 제기되고 있음

- **코로나19의 확산이 국내 문화콘텐츠 산업에 미치는 영향**
  - 국내 경제연구원의 3월 보고서에 의하면 국내 17개 산업 중에서 16개 산업이 코로나19로 인하여 부정적인 영향을 받을 것으로 전망하고 있고 국내 실물 경제를 버티고 있는 주력 산업(금융, 자동차, 휴대전화, 디스플레이, 항공, 해운 등)에서 위험신호가 나타나고 있다고 우려함
  - 국내 문화콘텐츠의 대표적인 산업인 **영화, 음악, 게임 등에서 매출 위기, 관객 수 감소, 관련 기업의 주가 하락, 집단 실업의 위기가 발생**하고 있지만, 다른 한편에서는 코로나19에 대응하기 위해서 **온라인 콘텐츠를 중심으로 하는 비즈니스 전략이 활성화**되고 있음
  - 기존의 오프라인을 통해 **직접적인 경험을 추구하던 소비자들의 성향**이 '사회적 거리 두기'가 강조되면서 **온라인을 통한 소비 성향으로 변화**하고 있음

- **결론 및 시사점**
  - 국내 문화콘텐츠 산업에 종사하는 소상공인, 중소기업들이 코로나19로 인한 매출 감소로 단기적 손해를 경험하고 있기 때문에 **정부는** 이런 **기업들의 애로사항을 파악**하고 실질적으로 도움이 될 수 있는 **미시적 정책을 고민하고 수립할 필요**가 있음
  - 코로나19 사태를 교훈으로 앞으로는 **온라인(언택트) 중심 장르의 비즈니스가 활성화 될 수 있도록 디지털 플랫폼 구축을 위한 계획 수립이 필요**함
  - **기존의 국내 문화콘텐츠 기업들**이 추구하고 있던 **비즈니스 포트폴리오를 처음부터 재검토** 하여 수익성 제고와 코로나 19와 유사한 전염병 재발에 대비하는 **기업 체질 개선을 위한 노력이 필요**함
  - 디지털 플랫폼 구축과 새로운 비즈니스 플랫폼 재개편을 위한 정부의 지원이 절실한 시기로 판단됨

CHAPTER

1

코로나바이러스
감염증-19가
문화콘텐츠 산업에
미치는 영향

개요

코로나19의 확산과 국내외 경제 현황

- 코로나19는 중국뿐만 아니라 전 세계 경제의 주요한 이슈로 부상함
- 코로나19의 빠른 확산과 중국 경제력이 증가함에 따라 2003년 사스(SARS)보다 세계경제에 더욱 더 큰 영향을 줄 것으로 판단됨
- 중국 내 기업들의 조업단축이 한국의 중국부품 조달에 영향을 미칠 것으로 우려됨

코로나19의 확산과 국내 고용 현황

- 코로나19 사태가 심각해지면서 많은 대기업들은 기업 채용 일정을 연기 및 취소함
- 이로 인하여 2019년 12월부터 고용률이 하락하고 실업률이 상승하고 있음
- 실업 급여 신청자가 급증하면서 실업대란의 우려가 커지고 있음

코로나19의 확산과 국내 문화콘텐츠 산업에 미치는 영향

- 코로나19로 인하여 국내 17개 산업 중 16개의 산업에 위험신호가 발생하고 있음
- 영화, 음악, 게임, 무용 등 대부분의 문화콘텐츠 산업은 매출 위기, 관객 수 감소 등으로 인하여 집단 실직과 폐업의 위기에 처해있음
- 반면에 '사회적 거리 두기'가 강조되면서 오프라인 중심의 소비 성향이 온라인 중심의 소비 성향으로 변화를 하고 있음

본 보고서는 코로나19가 국내외 경제에 미치는 영향과 국내 문화콘텐츠 산업에 미치는 부정적 & 긍정적 영향을 조사 및 분석하여 문화콘텐츠 기업들을 위한 제언을 함으로써 국내 문화콘텐츠 산업에 기여하고자 함

- 코로나19의 확산이 국내외 경제에 미치는 영향에 대한 현황 파악
- 코로나19의 확산이 국내 고용 현황에 미치는 영향 분석
- 코로나19의 확산이 국내 문화콘텐츠 산업(영화, 음악, 게임, 공연 등)에 미치는 긍정적/부정적 영향 분석
- 코로나19와 관련된 주요 이슈 정리와 시사점 제공

CHAPTER

2

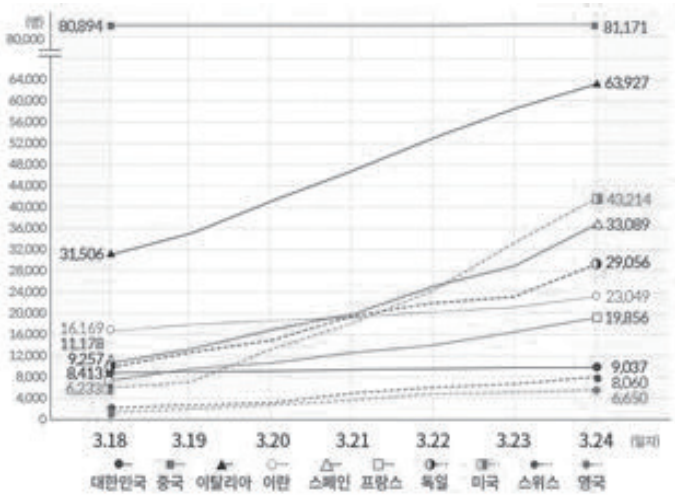
코로나바이러스
감염증-19가
문화콘텐츠 산업에
미치는 영향

코로나19의 확산과 국내외 경제 현황

국외 경제 현황

- **[코로나19가 세계경제 주요 이슈로 부상]** 2019년 12월 중국 우한발 신종 코로나 바이러스(이하 코로나19)는 중국뿐만 아니라 세계 전 국가로 확산되면서 세계 경제의 주요한 이슈로 부상하였음
- 최초 중국의 후베이성 우한시 수산물 시장을 중심으로 발생한 집단 폐렴에서 발견된 코로나19는 2020년 3월 22일 오후 5시 기준 189개국 308,902명 이상의 코로나19 확진자(감염자)를 발생시킴으로서 전 세계로 확산되고 있음
  - 아시아와 유럽, 미주, 대양주 등 전 세계 국가에서 다수의 코로나19 확진자가 발생하고 있고 처음에는 중화권 국가(홍콩, 마카오, 대만)과 동남아시아 국가(싱가포르, 태국, 말레이시아, 베트남), 동아시아 국가(일본, 한국)에서 중점적으로 발생하였으나, 현재 유럽 국가들(이탈리아, 프랑스, 독일 등)을 중심으로 빠른 속도로 확산되고 있음

〈그림 1〉 주요 발생 국가 주간 동향

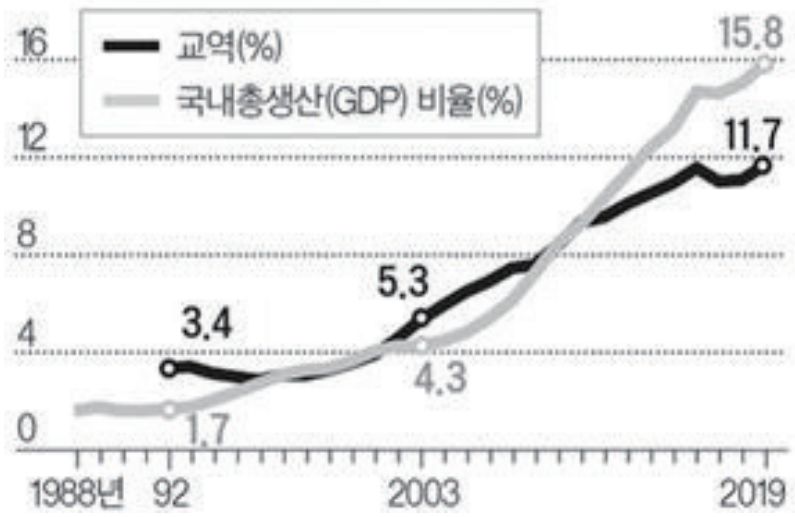


* 출처: 보건복지부 코로나바이러스 감염증-19 홈페이지(검색일: 2020. 3. 22.)

〈그림 2〉 코로나19와 사스 확진자–감염자 수 (단위: 명, %)

* 출처: 보건복지부 코로나19 바이러스감염증 및 질병관리본부 홈페이지

〈그림 3〉 중국이 세계경제에서 차지하는 비중 추이



* 출처: World Bank.

• **[코로나19가 글로벌 경제에 부정적인 이유]** 2019년 12월 이후 코로나19의 빠른 확산과 지난 몇 년간 세계 경제에 대한 중국 경제의 영향력이 증가함에 따라 코로나19는 사스(SARS)보다 세계 경제에 더 큰 영향을 줄 것으로 보임

– 세계보건기구(WHO)는 2020년 3월 11일(스위스 현지시간 기준) 결국 '팬데믹(세계적 대유행)'을 선언하

였고 아직 치료제 개발 등 코로나19의 종결시점이 미지수이기 때문에 우리 삶을 둘러싼 불확실성은 당분간 지속될 것으로 전망

– 코로나19가 일부 아시아 지역의 문제로 종결이 된다면 글로벌 경제에 미치는 영향은 중국발 공급 밸류체인의 문제로 제한될 수 있겠지만, 현재 미국과 EU까지 확산되어 글로벌 소비 경제가 더욱 악화될 수 있다는 점이 우려됨

– 2002년 사스(SARS)와 2019년 코로나19가 발생했을 때, 중국의 경제 위상을 비교해보면, 2020년 중국은 글로벌 밸류체인의 중심에 위치하고 있고 글로벌 소비에서 차지하는 비중도 절대적(소비재 판매 20~35%, 원자재 소비 50~60%)이기 때문에 중국의 경제성장 둔화는 글로벌 경제성장에 치명적임

〈표 1〉 2002년 사스와 2019년 코로나19간의 중국 경제 위상 비교

구분	중국비중	2002년	2019년	비고
구매력 평가기준	**세계 GDP 대비 (US$ 기준)**	8.3%(4.3%)	19.3%(17%)	경제성장 둔화 ↓ 기업부실 ↓ 금융위기 발발 ↓ 글로벌 경제 치명적
유효수요 수준	**재화와 서비스에 대한 중국 수입 비중**	4.5%	13.5%	
	원자재 소비	**10~20%**	**50~60%**	
	1) 철강재	21.0%	64.3%	
	2) 구리	17.8%	53.3%	
	3) 알루미늄	16.5%	57.3%	
	소비재 판매	**5~10%**	**20~35%**	
	1) 반도체	5.0%	34.6%	
	2) 스마트폰	11.2%	29.2%	
	3) PC	2.4%	20.0%	
	4) 승용차	7.3%	34.5%	
부채기준	**부채비중**	120%	260%	

* 출처: RealinvestmentAdvise.com

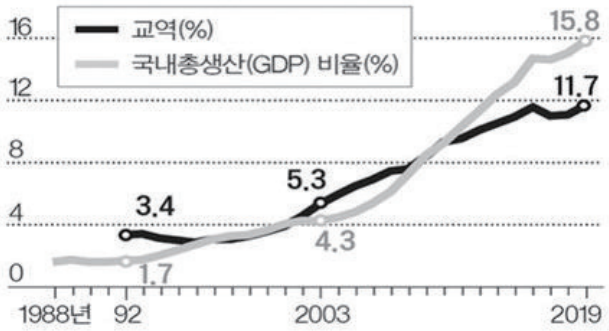
• **[코로나19가 세계 경제성장률에 미치는 영향]** 코로나19는 사스(SARS)에 비해 매우 빠른 속도로 확산하고 있으며, 동일한 발생 기간(2개월)을 비교했을 때, 2003년에 발병했던 사스(SARS)의 확진자 수(8,906명)와 사망자 수(774명)를 크게 넘어섬

* 중국이 세계경제(GDP)에서 차지하는 비중은 사스(SARS) 당시 4.3%에서 2019년에는 15.8%로 높아졌고, 세계 교역에서 차지하는 비중도 4.3%에서 11.7%로 높아짐

– 코로나19의 여파로 세계 경기의 침체가 불가피하므로 주요 경제 연구기관들은 2020년의 세계경제성장률을 하향 조정함

※ 무디스: 2.4% → 2.0%, 국제통화기금(IMF): 2.8% → 2.5%, 유엔무역개발회의(UNCTAD): 2.5% → 1.7%, 국제금융협회(IIF): 2.6% → 1.0% (기준일: 2020. 3.)

〈그림 4〉 중국이 세계경제에서 차지하는 비중



* 출처: World Bank.

국내 경제 현황

- **[중국 조업 단축의 영향]** 한국 산업이 중국을 상대로 한 가치사슬의 의존도와 비중이 커지고 심화됨에 따라 코로나19 사태로 인한 중국 내 기업들의 조업 단축이 확대될 경우 한국의 對중국 부품 조달에 큰 차질이 발생할 것으로 우려됨

  * 한국산업의 중국 의존도를 파악하기 위해 개별국가의 전체 무역수지를 측정하는 부가가치 기준 방법을 활용

〈표 2〉 부가가치 기준 한국의 무역 상대국

상위 3위 수출국	중국	미국	일본
총액기준	33.6%	13.4%	5.1%
부가가치 기준	25.3%	18.3%	5.7%

상위 3위 수출국	중국	미국	일본
총액기준	21.6%	13.5%	9.0%
부가가치 기준	18.7%	16.8%	8.7%

* 출처: KDI 경제정보센터, 2019

- 중국내에서 코로나19 사태가 조기에 종결되지 않고 장기전으로 돌입하게 되고 넓은 지역으로 확산하게 된다면 중국내 생산 활동에 지장을 주게 될 것임
- 또한, 이로 인해 한국의 수출에 일정 부분 차질이 발생할 수 있음
- 특히 對중국 중간재 의존도가 높은 컴퓨터, 전자, 광학제품, 전기기기 제품, 금속가공 제품, 기타 운송기기, 기계 및 장비, 자동차 트레일러 등 한국의 주요 수출산업이 중간재 확보에 어려움을 겪을 것으로 예상함

  * 중국의 對한국 반제품 중간재 수입은 2018년 기준 592억 달러로 연평균('01~'18) 8.4%의 증가율을 보임

〈표 3〉 중국의 對한국 반제품 중간재 품목별 수입 추이 (단위: 억 달러, %)

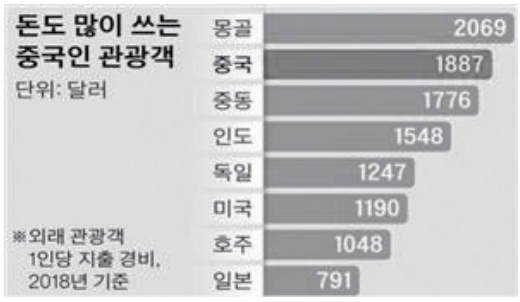
구분	2001년		2018년		연평균 증가율 ('01~'18)	비중변화
	금액	비중	금액	비중		
화학공업제품	26	(17.5)	195	(32.9)	12.5	(15.4)
플라스틱, 고무제품	35	(23.6)	124	(21.0)	7.7	(–2.6)
석유제품	19	(12.9)	111	(18.8)	10.9	(5.9)
철강, 비철금속제품	26	(17.5)	82	(13.9)	7.0	(–3.6)
유리, 도자기제품	2	(1.5)	23	(3.9)	14.9	(2.5)
의료, 정밀광학기기	1	(0.5)	21	(3.6)	22.6	(3.2)
섬유, 의복, 가죽제품	28	(18.6)	16	(2.6)	–3.4	(–16)
대한국 반제품 수입 전체	149	(100.0)	592	(100.0)	8.4	(0.0)

* 출처: UN Comtrade, Trademap

- **[중국의 對한국 관광 위축]** 코로나19 사태로 인하여 중국 관광객의 한국 방문이 감소한다면 음식, 숙박업, 운송서비스, 유통서비스, 의료서비스, 중국인 쇼핑 주요 품목 관련 국내 제조업과 국내 관광부문의 수요가 감소되어 이와 밀접한 관련이 있는 국내 산업 전반에 부정적인 영향을 줄 것으로 예상됨
  - 전체 외국인 관광객 대비 중국인 관광객의 1인당 지출 경비가 타 국가 관광객과 비교하여 높은 편이므로 중국인 관광객 수가 줄어든다면, 화장품, 유통업 등 쇼핑 관련업과 숙박 및 요식업 등의 매출 감소에 직접적인 영향을 줄 것으로 판단됨
  - 2019년 기준으로 중국인 관광객 1인이 쓰는 1,887달러를 전체 입국자 규모로 단순 환산한다면 13조 5,000억 원이고, 코로나19로 인해서 연간 중국인 관광객 규모가 절반으로 줄어든다고 가정을 한다면 단순 계산으로 6조 7,500억 원이 증발할 수 있음

국내 고용 현황

〈그림 5〉 2018년 외국인 관광객 1인당 지출경비



〈그림 6〉 사스이후의 관광수입

* 출처: 문화체육관광부

CHAPTER

3

코로나바이러스
감염증-19가
문화콘텐츠 산업에
미치는 영향

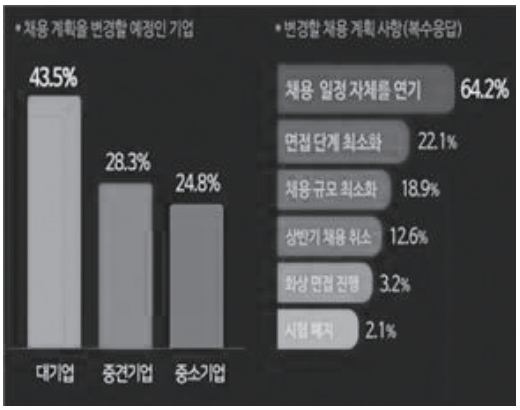
코로나19의 확산과 국내 고용 현황

- **[기업 채용 일정 연기]** 코로나19가 '심각' 단계에 접어들고 '사회적 거리 두기'가 강조되는 상황으로 인해 많은 국내 대기업들은 줄줄이 신입사원 채용 일정을 연기하거나 취소하고 있음
  - 2020년 2월 한국경제연구원 조사에 의하면 대기업들 가운데 50%가 채용규모를 줄이거나 축소할 예정이거나 아직 채용 계획을 수립하지 못하고 있다고 함
  - 삼성전자는 2월 15일로 예정되었던 입사시험을 3월 7일로 한차례 연기를 했는데, 재차 무기한 연기를 했고, SK, 현대자동차, 기아자동차, LG, 포스코 등 주요 그룹들도 상반기 공채 일정을 줄줄이 연기를 하고 있는 상황
  - 한화와 현대중공업은 수시채용을, 신세계는 통상 하반기 공채를 진행하는 만큼 상반기 공채계획은 없음
  - 국내 10대 대기업 중 상반기 공채 윤곽을 밝힌 곳은 롯데 한곳에 불과함

〈그림 7〉 국내 대기업 상반기 공채 연기 현황

* 출처: 매일경제

〈그림 8〉 기업의 채용계획 변경 현황



* 출처: 사람인

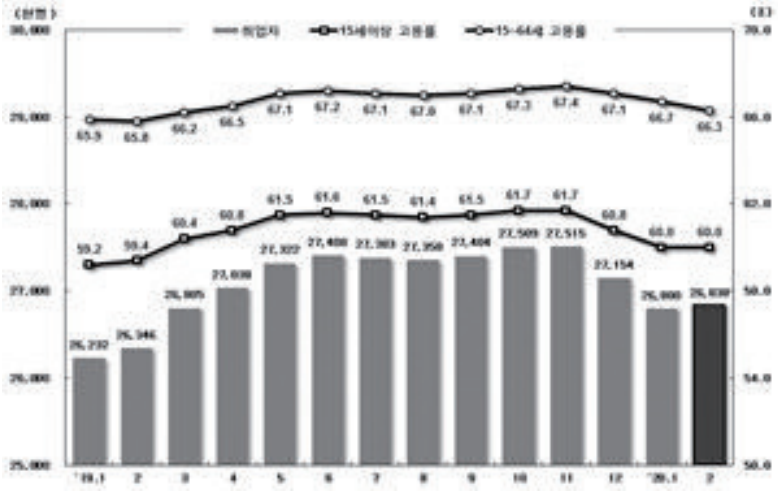
- **[고용률 하락, 실업률 상승]** 2020년 3월 11일 통계청이 발표한 '2월 고용동향'에 의하면 20대는 고용시장에서 가장 먼저 내보내는 연령대에 속함
  - 20대 상당수가 숙박, 요식업, 교육 서비스업에 취업을 하는데, 코로나19 예방을 위해 영업시간 단축과 외출 자제가 맞물리면서 고용시장에서 가장 먼저 내보내는 연령대에 포함됨에 따라 20~24세 취업자가 4만 9,000명이 줄었고, 고용률이 1.2%P 하락하였으며 25~29세 취업자 증가세도 둔화됨

〈표 4〉 고용률 추이(2020. 3. 11. 브리핑)

구분	2019년			2020년	
	2월	11월	12월	1월	2월
고용률(%)	59.4	61.7	60.8	60.0	60.0
• 15~64세(OECD비교기준)	65.8	67.4	67.1	66.7	66.3
• 15~29세(청년층)	42.9	44.3	43.8	44.0	42.9
취업자(만명, 전년동월대비증감)	26.3	33.1	51.6	56.8	49.2
• 15~64세(OECD비교기준)	0.0	8.9	20.8	24.1	10.7
• 15~29세(청년층)	**2.1**	**6.3**	**6.9**	**6.5**	**-4.9**
인구(만명, 전년동월대비증감)	29.0	34.1	34.5	34.7	**31.6**
• 15~64세(OECD비교기준)	-1.9	-2.3	-3.1	-4.3	**-8.6**
• 15~29세(청년층)	-10.3	-8.7	-8.7	-8.8	**-11.5**

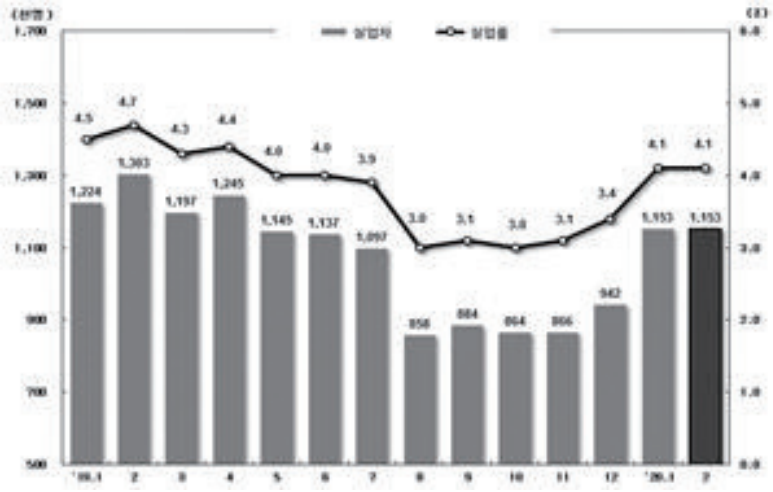
* 출처: 통계청 2020년 2월 고용동향

〈그림 9〉 취업자 및 고용률 추이



* 출처:통계청 2020년 2월 고용동향

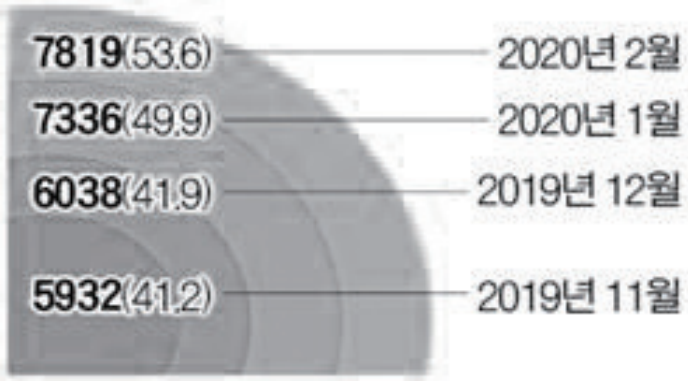
〈그림 10〉 실업자 및 실업률 추이



* 출처:통계청 2020년 2월 고용동향

- **[실업 급여 신청자의 증가]** 코로나19의 확산에 따라 기존 취업자들도 무급 휴직과 실업 등이 증가하면서 실업대란의 우려가 커지고 있음
  - 2020년 3월 9일 고용노동부의 고용행정통계에 의하면 2020년 2월 실업급여 지급액은 7,819억 원으로 역대 최대였고, 전년 동월 대비 1,690억 원이 늘어났음
  - 실업급여 신규 신청자는 10만 7,000명으로 같은 기간 2만 7,000명이 증가하였음
  - 또한, 사업자가 고용유지를 할 때 일부 자금을 지원해주는 고용유지지원금 신청은 작년에 1,500여 건이였지만, 2020년이 1월에 들어서 10,000여 건을 넘었고 최근에 하루 1,000건 씩 증가하고 있음

〈그림 11〉 급증하는 실업급여 지급액 (단위: 억 원, 만 명 /( )는 수급자 수)



* 출처: 고용노동부

CHAPTER

4

코로나바이러스
감염증-19가
문화콘텐츠 산업에
미치는 영향

코로나19의 확산이 국내 문화콘텐츠 산업에 미치는 영향

코로나19의 확산이 국내 문화콘텐츠 관련 업계에 미치는 영향

- **[코로나19에 따른 국내 주요 산업별 영향]** 삼정KPMG 경제연구원에서 3월 27에 발간한 '코로나19에 따른 산업별 영향분석' 보고서에 의하면
  - 코로나19 사태로 인하여 국내 17개 산업 중에서 16개인 대부분의 산업이 부정적인 영향을 받을 것이라는 전망을 하였고 국내 실물 경제를 지탱하는 주력 산업 곳곳에서 위험신호가 나타나고 있다고 우려하였음
  - 반면, 소비자들의 외부 활동이 줄어듦에 따라 게임, 미디어 등 콘텐츠 산업의 경우 일부 긍정적으로 작용할 것으로 전망을 하였음

〈그림 12〉 코로나19에 따른 국내 주요 산업별 영향

* 출처: 삼성KPMG 경제연구원

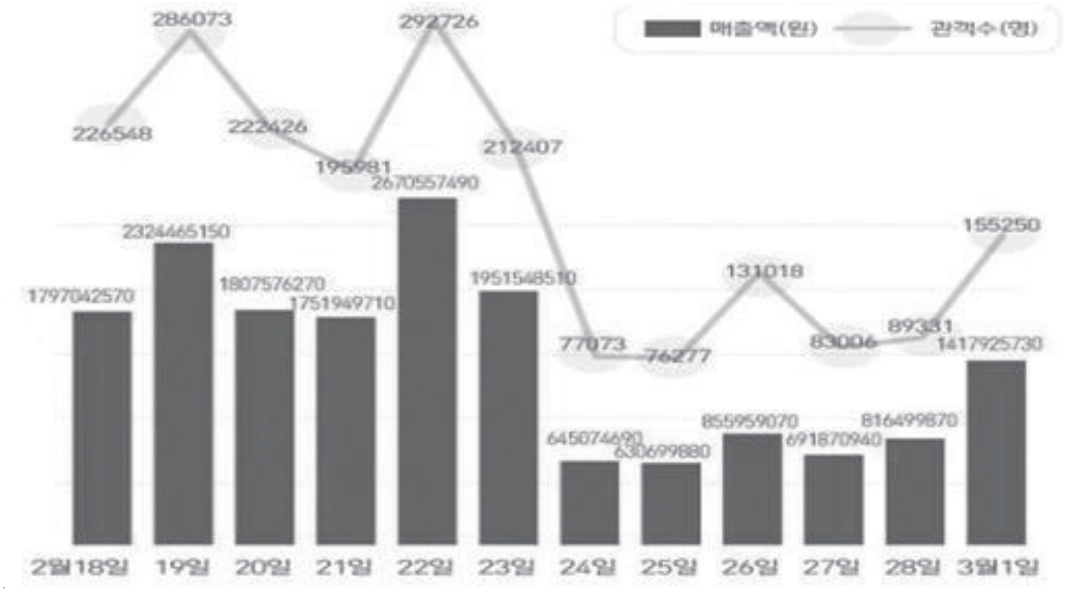
코로나19가 문화콘텐츠 산업에 미치는 부정적인 영향과 피해

- **[영화관의 매출 위기]** 한국 영화산업 전체 매출 중 영화관 매출이 약 80%를 차지하는 상황에서 코로나19 여파로 영화관의 매출이 크게 감소하는 등 한국영화계는 직격탄을 맞고 있음
  - 코로나19로 인하여 3월 하루 극장 관객이 16년 만에 처음으로 8만 명 아래로 떨어지고 다수의 공연이 취소되는 등 직접적인 피해가 확산되고 있음
  - 3월 1일 영화진흥위원회 통합전상망(KOBIS)에 의하면 2020년 2월 전국 영화관 관객 수는 734만 7,078명, 매출액은 620억 9,456만 원으로 집계가 되었고 이는 2004년 이후 16년 만에 최저 수치임
  - 영화진흥위원회 영화관입장권 통합전산망에 따르면 17일 기준 총 관객은 3만 6천 447명으로 2004월 3월 이후 최저치로 집계되었고, 영화산업의 약 80%를 차지하고 있는 상영관의 매출은 지난 19년 동 기간 대비 80% 감소하였다고 함
  - 상위 10위권 작품의 평균 좌석 판매율도 3.5%로, 영화에 배정된 좌석 100석 중 3석 정도만 팔리는 실정임

– 영화계는 좌석 간 거리 두기 캠페인, 방역 실시 등 국민의 안전한 관람 환경을 제공하기 위해 자체적인 노력을 기울임에도 대중들에게 상영관은 기피시설이 되었음

• '메르스'사태보다 관객과 매출이 48% 감소하였고 메르스 사태에는 없었던 '극장 폐쇄' 변수까지 터진 상황임
  – 지난 2015년 5월 국내 첫 메르스 확진자가 나온 직후 6월 영화관 관객 수는 전월 대비 19.6%가 감소하였고 같은 기간 매출은 19.8% 줄었음
  – 메르스 사태보다 코로나19 사태의 관객 수 및 매출 감소폭이 약 3배 정도 높음
  – 지난 26일 국내 최대 멀티플렉스 CGV가 이미 휴관 중인 대구 지역을 포함해 서울 대학로 · 명동 · 수유 · 청담씨네시티 · 피카디리1958 · 하계점 등 전국 직영극장 116곳 중 매출액 30%에 달하는 35개 지점을 영업 중단한다고 밝힘
    * CGV, 메가박스, 롯데시네마 등은 신규 오픈 잠정 중단, 하루 상영 회차 3회 축소, 전 임직원 주 3일 근무 체제 전환, 임직원 월 급여 10~30% 자진 반납, 근속 기간 10년 이상 근무자 대상 희망퇴직 신청 등 자구안 마련

〈그림 13〉 '31번 확진자' 발생 이후 일일 영화관 관객 수 추이



* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권 통합전산망(KOBIS)

〈표 5〉 2월 영화관 월 관객 수, 월 매출

연도/월	매출 액(원)	관객 수(명)	비고
2004년/2월	**19,538,678,000**	**3,113,385**	**스크린 가입률 68%**
2005년/2월	71,545,441,000	11,296,478	스크린 가입률 83%
2006년/2월	75,883,137,100	12,114,474	스크린 가입률 91%
2007년/2월	77,968,890,600	12,946,114	
2008년/2월	84,376,807,500	12,845,088	
2009년/2월	72,989,913,800	11,156,302	
2010년/2월	104,195,931,600	13,214,326	
2011년/2월	107,337,670,800	13,553,585	스크린 가입률 99%
2012년/2월	99,321,668,920	13,065,438	
2013년/2월	158,007,045,117	21,824,737	연간 총 관객 수 2억 명 돌파
2014년/2월	138,520,874,270	18,558,381	
2015년/2월	**131,520,874,270**	**16,666,173**	
2016년/2월	167,500,423,725	21,312,706	
2017년/2월	121,110,605,754	15,181,395	
2018년/2월	126,413,965,804	15,551,760	
2019년/2월	189,990,807,970	22,277,733	
2020년/2월	**62,094,559,420**	**7,347,078**	**1월 대비 매출 −56%, 관객 −56.3%**

* 출처: 영화진흥위원회 영화관입장권 통합전산망(KOBIS)

• **[영화산업을 위한 정부 지원의 필요성]** 정부는 매월 납부해야 하는 영화발전기금 부과금을 올 연말까지 유예해주는 지원 방안을 마련하였지만, 심각한 경영난에 직면한 영화관들은 3월 25일 '코로나대책영화인연대회의'라는 단체 이름으로 공동 성명을 발표하여 정부의 긴급 지원을 촉구함

1. 영화산업을 특별고용지원 업종으로 선정해야 한다.
– 영화업계 수만 종사자들이 거리에 내몰릴 위기에 처해있다. 그러나 이들을 위한 보호책은 어디에도 없다.
– 코로나19 장기화를 대비하여 영화인들이 최소한의 생존권 보장을 위한 정부 대책이 필요하다.

2. 영화산업 피해 지원을 위한 정부의 금융 지원 정책을 당장 시행해야 한다.
– 영화업계의 많은 기업들은 현재 코로나19 피해로 인해 줄도산 위기에 몰려 있다.
– 다양한 금융지원을 통해 도산 위기를 막아야 한다.

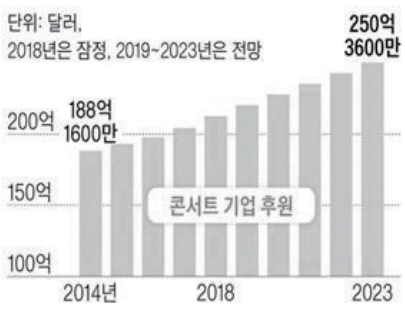
3. 정부의 지원 예산을 편성하고, 영화발전기금 또는 지원 비용으로 긴급 투입해야 한다.
– 추경예산 및 코로나19 긴급 지원책 어디에도 영화산업을 위한 예산은 포함되어 있지 않다.
– 영화발전기금 등 재원을 활용한 영화계 긴급지원이 필요하다.

2020. 3. 25.(출처/코로나대책영화인연대회의)

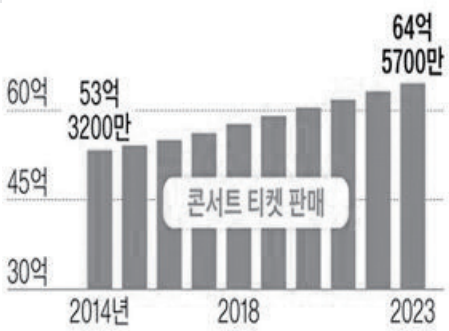
* (사)한국영화프로듀서조합, (사)한국영화감독조합, 영화단체연대회의, (사)영화수입배급사협회, 한국상영관협회, 한국영화마케팅사협회, (사)여성영화인모임, (사)한국영화디지털융통협회, (사)한국영화촬영감독조합, 예술영화관협회, (사)한국영화제작가협회, CGV, 롯데시네마, 메가박스, 씨네Q.

• **[음악 산업 호황]** 그동안 국내외 음악 공연 산업은 호황을 누려왔고 BTS와 같은 아이돌 콘서트를 중심으로 매출과 순익이 꾸준히 증가하였음
– 글로벌 회계 · 컨설팅 기업 프라이스워터하우스쿠퍼스(PwC)는 지난해 제출한 '세계 엔터테인먼트 · 미디어 전망' 보고서에서 전 세계 콘서트 시장 매출은 연평균 3.11%(2018년~2023년 기준) 증가하고, 티켓 판매와 기업 후원 금액을 합쳐 2018년 270억 달러(약 330조 원)였던 것이 2023년 314억 달러로 뛰어오를 것으로 예측하였음

〈그림 14〉 콘서트 기업 후원 (단위: 달러, $)



〈그림 15〉 콘서트 티켓 판매 (단위: 달러, $)



* 출처: 프라이스워터하우스쿠퍼스(PwC)

- **[음악 산업 호황의 중단]** 코로나19 확산 여파로 국내외 K-pop 공연이 취소되고 연기되는 상황이며, 3월 10일 일본의 한국인 입국 제한으로 K-pop 공연의 큰 피해가 예상되고 있음
  - K-pop의 대표주자인 BTS는 3월 달로 예정된 앨범 발매 행사를 잠정 연기한 상태이고 많은 해외 아티스트 내한 공연이 줄줄이 취소 또는 연기가 되는 상황임
  - 팬과 고객들의 안전을 위해 콘서트나 공연을 취소할 경우, 소속사가 그 피해금액을 고스란히 떠안고 콘서트 또는 공연을 위해 준비한 의상 및 안무팀 비용, VCR 영상 제작비용 등 손해가 발생
  - 코로나19 사태로 세계 엔터테인먼트 산업 성장의 중심 국가인 중국의 공연 산업은 현재 마비 상태이며, 현재까지 2만여 건의 콘서트가 취소되었고 중국 주요도시의 대규모 공연장 대부분이 폐쇄된 상태이고 한국도 비슷한 수순을 밟고 있음
  - 한국이 코로나19 위험지역으로 급부상하면서 국내에서 열리는 K-pop 공연을 예매한 해외 관객의 입국이 불투명한 상태임

- **[엔터테인먼트 기업 주가의 하락]** 코로나19의 확산으로 세계 주요 엔터테인먼트 기업 주가는 이미 내리막길을 타고 있고 미국 음악기업 라이브네이션 주가는 13.2% 내렸으며, 중국 엔터테인먼트 회사인 화이브라더스 주가도 13.2% 하락, 한국의 SM 엔터테인먼트 주가도 12.3% 떨어짐

〈그림 16〉 라이브네이션, 화이브라더스 , SM엔터테인먼트 주가

* 출처: 블룸버그

- **[e스포츠의 무관중 경기로 인한 침체]** 코로나19로 인해 일부 e스포츠 리그의 경우 관중 없이 경기가 치러지는 무관중 경기가 장기화 될 것으로 여겨지면서 게임업계는 수입에 직격탄을 맞았으며, 지역 PC방 역시 평년 대비 손님이 절반 가까이 줄면서 심각한 고통을 호소하고 있음
  - 2월 5일에 개막한 '2020년 우리은행 LoL챔피언스 코리아 스프링'을 무관중 경기로 진행, 2월 4일 개막한 '2020 SKT JUMP 카트라이더 리스 시즌 1'역시 사태가 심각해지자 무관중 경기로 진행함
  - 중국의 경우, 중국의 최대 e스포츠 시장인 '리그오브레전드 프로리그'는 코로나19 사태로 인하여 무기한 연기 결정을 내렸고 재개에 대한 논의조차 힘든 상황임

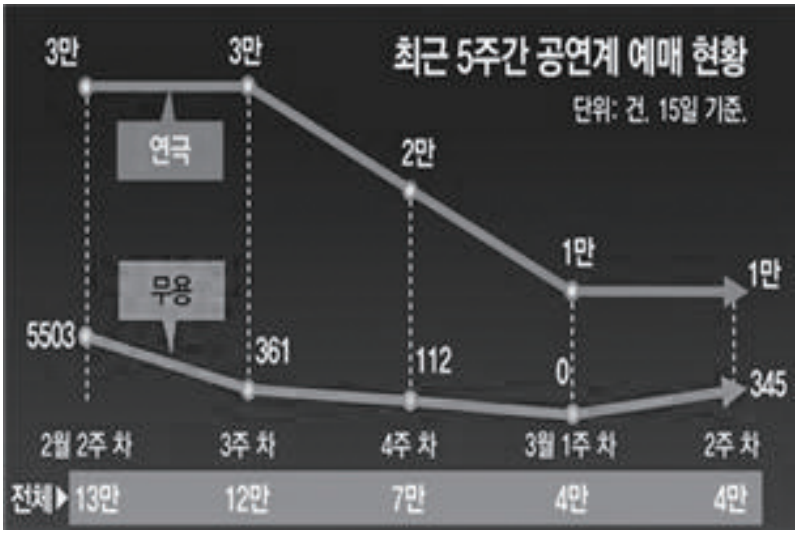
- **[e스포츠 관련 게임사와 기업의 피해]** e스포츠리그의 경우, 광고수입과 현장 티켓 판매로 수익을 얻는 구조인데, 이번 코로나19 확산으로 각 게임사는 판매가 완료된 티켓은 물론 향후 경기가 치러질 티켓에 대한 판매까지 환불절차를 받아야 하는 상황임
  - 특히 국내를 대표하는 e스포츠 리그인 LCK의 경우 정규리그 10개 팀 개별로 스폰서십을 맺은 기업들이 자금을 지원하는 방식으로 운영이 되고 있어, 이 같은 사태가 장기화될 경우 리스수익이 감소하게 되므로, 게임사는 물론 스폰서 기업까지 경제적인 피해를 입게 될 수 있음

- **[연극 · 무용 기초예술계의 집단 실업 위기]** 코로나19 사태로 가뜩이나 힘들고 어려운 살림을 꾸려가고 있는 연극, 무용 등 기초예술계가 큰 타격을 입고 있음
  - 공연이 줄줄이 취소되면서, 연극배우, 무용수, 제작진 등은 집단 실업 위기에 직면하고 있음
  - 3월 15일 공연예술 통합전산망(KOPIS)에 따르며, 코로나19 사태로 최근 5주 사이 공연 예매건수와 매출액은 곤두박질쳤고, 2월 2주차 공연 전체 예매건수는 13만 6,831건에서 3월 2주차에는 3분의 1에도 못 미치는 4만 4,183건으로 급감하였음
  - 연극 매출은 5억 6,000만 원 수준에서 1억 5,000만 원대로, 무용은 3억 4,000만 원대에서 1,200만 원대로 쪼그라들었음
  - 배우, 제작진들은 당장 생계를 걱정하고 있으며 현재 차기작 연습과 공연이 무기한 연기되었고 5, 6월 공연도 장담할 수 없는 상황임
  - 또한, 소극장 운영자들도 수익을 포기한 상태이고 대관료 지불을 위해 긴급 지원 또는 대출을 알아보고 있는 상황임

〈그림 17〉 19년 LCK / 20년 LCK: 무 관중으로 진행

* 출처: 연합뉴스

〈그림 18〉 최근 5주간 공연계 예매 현황

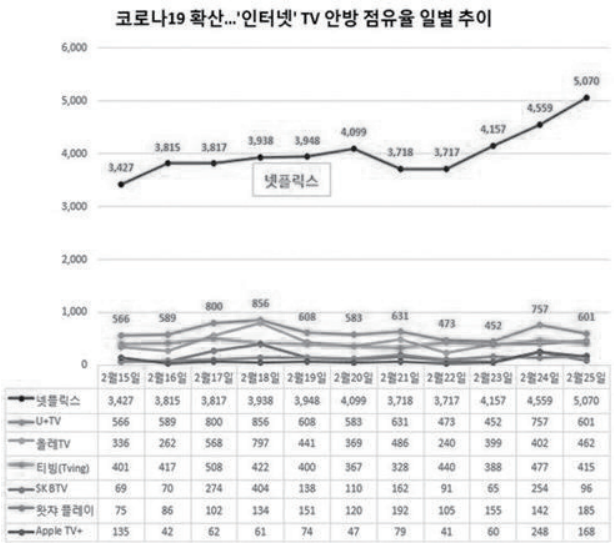


* 출처: 공연예술 통합전상망(KOPIS)

코로나19가 문화콘텐츠 산업에 미치는 긍정적인 영향과 변화

- **[OTT, IPTV 등 온라인 콘텐츠 소비는 활발]** 코로나19의 여파로 외출을 꺼리는 사람들이 늘어나면서 OTT, IPTV 시청 등 콘텐츠 소비가 활발해지고 있음
  - 글로벌데이터연구소에 따르면 뉴스 · 커뮤니티 · 블로그 · 카페 · 유트브 · 트위터 · 인스타그램 · 페이스북 · 카카오스토리 등 12개 채널을 조사한 결과, 2월 25일 '넷플릭스'키워드의 온라인 정보량은 5,070건으로 전 주인 15일의 3,427건에 비해 약 48% 수치가 늘어남

〈그림 19〉 OTT 및 IPTV 키워드의 온라인정보량 증가 추이



	2월15일	2월16일	2월17일	2월18일	2월19일	2월20일	2월21일	2월22일	2월23일	2월24일	2월25일
넷플릭스	3,427	3,815	3,817	3,938	3,948	4,099	3,718	3,717	4,157	4,559	5,070
U+TV	566	589	800	856	608	583	631	473	452	757	601
올레TV	336	262	568	797	441	369	486	240	399	402	462
티빙(Tving)	401	417	508	422	400	367	328	440	388	477	415
SK BTV	69	70	274	404	138	110	162	91	65	254	96
왓챠 플레이	75	86	102	134	151	120	192	105	155	142	185
Apple TV+	135	42	62	61	74	47	79	41	60	248	168

* 출처: 글로벌빅데이터연구소

  - SK텔레콤 웨이브(Wavve)는 국내 코로나19 확진자가 발생한 1월 20일 이전 한 달 반과 이후 같은 기간을 비교 분석한 결과 실시간 시청과 영화 구매량이 각각 16.4%, 19.2% 증가하였음
  - 모바일 애플리케이션 분석 서비스 '앱마인더'에 의하면 넷플릭스 앱 이용자 수는 1월 첫째~셋째 주와 2월 첫째~둘째 주 사이 92만 명에서 104만 명으로 12.8% 증가하였음
  - OTT 플랫폼 왓챠플레이의 경우에도, 국내 확진자의 영화관 방문 사실이 알려지면서 1월 30일 직후 주말(2월 1~2일) 역대 시청분수 최고치를 기록함
  - 설 연휴 전 일요일이던 1월 19일 시청시간을 평시 기준치(100)로 둘 때, 2월 2일에는 108.57로 증가하기 시작해 23일 114.17, 3월 1일에는 136.87, 8일에는 204.04로 증가함

- **[키즈 및 교육 영상 콘텐츠 제공의 증가]** 코로나19 확산에 어린이집 휴원과 유치원, 초 · 중 · 고등학교 개학이 연기됨에 따라 케이블TV에선 '키즈 콘텐츠' 사용량과 LG헬로비전 '키즈 · 애니 VOD' 이용률 증가세가 두드러지고 있음

– 24일 업계에 따르면 KT는 이달 말까지 올레tv '키즈랜드 TV 홈스쿨' 특별관을 열고 156개 테마로 구성된 3,700여 편의 콘텐츠를 제공하고 이 가운데 1,500여 편을 무료로 개방함. 기존에는 캐릭터 · 율동동요와 같은 콘텐츠가 인기였다면, 최근에는 누리과정 영역별 큐레이션과 요가, 발레, 태권도 등 문화센터형 콘텐츠 이용률이 늘어남. 특히 '우리집이 키즈카페'이용량은 코로나19 이전 대비 7.5배 증가함

* KT 올레tv, 3~7세용 교육 콘텐츠 1,500여 편 3월까지 무료 제공(이용 테마 1위 '우리집이 키즈카페', 2위 '예비 초등 국어&수학 홈스쿨링', 3위 'TV유치원: 미술놀이 베스트')

– SK브로드밴드도 전국 유치원 및 초등학교 개학 전까지 Btv '홈스쿨링 특별관' 확대 운영을 실시하여 Btv를 통해 EBS, 한솔교육 등에서 제작한 초등학생들의 필독도서 베스트와 미취학 아동을 위한 한글 떼기, 수학 떼기, 알파벳 정복, 안전교육 등 총 88개 타이틀로 구성한 약 1,300여 편의 VOD 서비스를 무료로 제공하고 있음

– LG유플러스는 최근 유아 IPTV 플랫폼 'U+tv 아이들나라'에서 제공하는 '누리교실' 서비스를 전면 개편하여 집에서도 유치원과 유사한 수준의 교육 영상을 접할 수 있도록 서비스를 제공하고 있음

• **[음악 스트리밍 서비스의 증가]** 코로나19의 확산으로 대중음악산업이 위축되면서 신곡 출시가 줄어들었지만 음악 스트리밍은 다소 활발해짐

– 3월 12일 지니뮤직에 의하면 3월 첫째 주(3월 1~7일) 음원 출시는 지난해 동기 대비 19%가 감소하였지만 3월 첫째 주 스트리밍 건수는 지난해 같은 기간과 비교할 때, 7%, 2월 지난해 같은 기간과 비교해 16% 증가함

• **[모바일 게임의 급증]** 코로나19의 확산으로 사람들이 집에 머무는 시간이 늘어나면서 집에서 즐길 수 있는 게임인 모바일 게임을 중심으로 이용 시간과 매출 확대 등 수혜가 기대되고 있음

– 미국의 글로벌 게임 앱 분석업체 센서타워에 의하면 2020년 2월에 발생한 전 세계 모바일 게임 다운로드 수는 40억 건에 달했으며, 이는 전년 동기 29억 건 대비 39%가 급증한 수치임

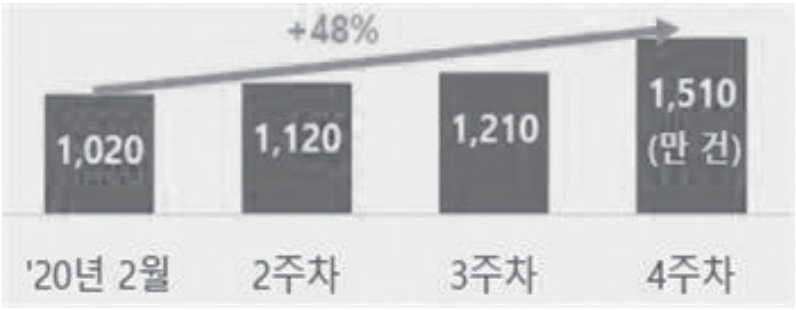
– 게임분야 시장조사업체 센서타워는 2020년 2월 중국 앱 스토어 게임 다운로드 건 수는 전년 동기 대비 62% 폭증했다고 밝힘

– 모바일 데이터 분석 업체 앱애니에 의하면 2020년 2월 한 달간 중국의 모바일 게임 다운로드는 19년 연간 평균치 대비 무려 80% 증가

– 국내 게임 업계의 경우, 2020년 2월 모바일 게임 다운로드 수는 5,500만 건으로 같은 기준 10.9%가 증가한 추세임

– 글로벌 앱 조사업체 앱애니는 2월 넷째 주(2월 24일~3월 1일) 국내 모바일 게임 이용자의 주간 지출액이 9,160만 달러(약 1,181억 원)으로 집계, 게임 다운로드 수는 같은 기간 1,020만 건에서 1,510만 건으로 48% 증가하였고, 게임 이용 시간도 1억 940만 시간에서 1억 1,540만 시간으로 길어짐

〈그림 20〉 2020년 2월 1 ~ 4주차 국내 안드로이드 게임 다운로드 건 수



* 출처: 앱애니

- **[온라인 연극]** 코로나19 사태로 공연장 휴관과 공연 취소와 연기가 잇따르면서 온라인 실황 중계가 각광을 받고 있음
  - 생생한 현장 분위기를 완벽하게 느끼기는 어렵지만, 대신 배우들의 표정과 몸짓을 여러 각도에서 자세하게 볼 수 있어 공연 팬은 물론 일반 시청자의 만족도가 높음
  - 2020년 3월 2일 포털사이트 네이버를 통해 녹화 중계된 뮤지컬 '마리 퀴리'는 누적 조회 수 21만 건을 기록하면서 화제를 모으고 있음

〈그림 21〉 인터넷 다시보기 서비스로 연극을 감상

* 출처: 한겨레21

- **[온라인 전시관]** 코로나19의 확산을 막기 위해 박물관과 미술관들이 문을 닫았지만, 이 기간에 집에서 각종 전시를 볼 수 있는 '온라인 전시관'을 제공하고 있음
  - 국립중앙박물관은 휴관기간에도 온라인으로 박물관을 다양하게 즐길 수 있도록 누리집을 개편하였음
  - 국립현대미술관은 유튜브 채널로 전시를 기획한 학예사가 직접 전시장을 둘러보며 작품을 설명하는 '학예사 전시 투어'영상을 제공함
  - 구글이 운영하는 '아트 앤 컬처'도 집에서 세계 유산을 감상할 수 있는 플랫폼이며, 세계 70여 개국 1,700여 문화 및 예술 기관과 협업해 유물, 유화 작품, 조작, 기구, 패션 등 문화 자산 600만여 개를 감상할 수 있음

CHAPTER

5

코로나바이러스
감염증-19가
문화콘텐츠 산업에
미치는 영향

시사점 및 결론

코로나19가 국내외 경제와 국내 고용 · 실업률에 미치는 영향 및 시사점

- 본 보고서는 2019년 12월 중국 우한발 코로나19가 세계 경제의 주요한 이슈로 부상한 배경, 글로벌 경제에 부정적인 영향을 미치는 이유, 세계 경제성장률에 미치는 영향, 전반적인 국내 경제와 고용률에 미치는 영향에 대해서 조사 및 분석을 하였음
- 코로나19로 인한 충격이 최초 예상했던 것보다 막대하고 장기적으로 지속이 되면서 많은 국내외 기업들의 경영 환경이 크게 악화될 가능성이 높음
- 세계 많은 나라의 경제학자들에 의하면 **글로벌 공급망 충격으로 많은 기업들이 실적 악화를 경험**하게 될 것이고, **각 정부의 경기부양책의 효과도 제한적일 것이라고 전망**을 하고 있음
- **한국은 중국에 대한 무역의존도가 상대적으로 높고 연관된 산업이 많기 때문에** 중국 관련 리스크에 비교적 영향을 크게 받으므로, 초기 리스크의 불확실성에 대하여 **정부가 선제적으로 대응하고 이를 금융시장에 공개하는 방안에 대하여 검토할 필요**가 있음
- 해외뿐만 아니라 국내 금융시장의 특성상 **불확실성이 주는 심리적 영향이 실물경제보다 빠르게 반응한다는 사실을 정부가 인지**하고, **이에 대한 모니터링 및 해외 기관들과의 정보 교류를 강화하는 방안**에 대해서 적극적으로 **검토**가 필요
- **코로나19 사태로 인한 글로벌 경기둔화로** 국내 경제주체들의 심리 역시 경기 침체 수준으로 떨어졌으며, 본 보고서의 서두에서 언급했듯이 **2020년 3월까지 고용유지지원금 신청이 급증**하였고, 많은 기업들의 매출액은 감소되고 **고용조정이 불가피한 사업장이 증가**하고 있음
  - 코로나19로 인한 글로벌 경제 충격에는 전통적인 통화 및 재정 정책이 통하지 않을 가능성이 높기 때문에 많은 기업들의 경영난이 자명해 보임
  - **정부는 코로나19가 장기화될 만약의 사태에 대비**를 하고 기업들이 어려운 환경 속에서 효과적으로 대응할 수 있도록 정부 차원에서 **사업지속계획(Business Continuity Plan) 가이드라인을 수립**하는 동시에 **기업 차원에서 BCP 구축 지원을 적극적으로 검토**할 **필요**가 있음

코로나19가 국내 문화콘텐츠 산업에 미치는 영향에 대한 이슈 정리 및 시사점

- 국내 문화콘텐츠 **산업별 이슈 정리**
  - 2019년 12월에 시작된 코로나19는 문화 예술과 콘텐츠 소비지형 전체를 뒤흔들고 있는 가장 강력한 이슈임
  - 코로나19 사태에 의해 **국내 문화콘텐츠 산업에 미치는 영향**과 그에 따른 새로운 변화는 **현장 소비의 비중이 높은 장르들의 경우 타격이 불가피하다는 점**과 기존의 오프라인 경험 중심의 소비 성향이 **온라인(언택트) 중심의 소비 성향으로 변화**가 진행되고 있다는 점임
  - 코로나 19의 지속여부에 따라 달라지겠지만, **현재의 추세가 장기화될 경우** 온라인(언택트) 중심성이 강조되는 방향으로 소비자들이 이동을 하고 그로 인해 **오프라인 경험 중심의 사업에는 피해가 불가피**하게 발생할 수밖에 없는 상황임
  - 따라서, 코로나19로 인한 피해가 발생하고 있는 **오프라인 경험을 중심으로 하는 장르에 종사하는 문화**

예술인들에게 이러한 타격이 어떠한 충격으로 남을지에 대한 고민과 이에 대한 대응책을 신속하게 마련하고 시행할 필요가 있음

〈표 6〉 국내 문화콘텐츠 산업별 이슈와 시사점

산업	이슈	변화	시사점
영화	• 영화관 매출의 급감 – 관객 수, 월매출, 예매율 하락	• OTT, IPTV 등 온라인 콘텐츠 및 플랫폼의 강세 • 다양한 온라인 영상 콘텐츠의 제공	오프라인–경험 중심의 소비 성향에서 ↓ **온라인–구독(언택트) 소비 성향으로 변화**
음악	• K–Pop 공연의 취소와 연기 • 음악관련 기업 주가의 폭락	• 음악 스트리밍 서비스의 증가	
게임	• e 스포츠의 무관중 경기 • e스포츠 관련 게임사와 스폰서 기업의 피해	• 모바일 게임 중심으로 매출 확대	
연극 · 무용 · 전시관	• 공연의 취소 및 무기한 연기로 인한 집단 실업 위기에 직면 – 소극장 운영자들의 파산 • 전시관 예매율 하락	• 온라인 실황 중계를 통한 연극 • 온라인 전시관 플랫폼 구축을 통한 예술 작품의 감상	

국내 문화콘텐츠 산업을 위한 제언

- **정부의 다양한 미시적 지원 필요**
  - 코로나19로 인하여 국내 문화콘텐츠 산업에 종사하는 소상공인, 중소기업, 대기업이 직접적으로 부정적 영향을 받았고 앞으로도 받을 것으로 예상되므로 정부는 세심하고 구체적인 지원을 검토하고 빠른 시일 내에 시행해야 함
  - 단기적인 수요 충격에 의한 유동성 부족, 매출 감소로 인한 **단기적 손해에 상대적으로 취약한 문화콘텐츠 관련 중소기업의 애로 사항을 파악**하여 **이를 지원하는 정부 차원의 대책이 필요**

- **온라인 플랫폼 전환을 위한 검토**
  - 코로나19와 같은 사태가 발생하였을 때, 오프라인–경험을 중심으로 하는 장르보다는 **온라인(언택트) 중심의 비즈니스가 활성화할 수 있는 가능성이 높기 때문에** 이러한 기회를 포착하고 성장할 수 있는 **디지털 플랫폼의 구축을 위한 신속한 검토가 필요**함
  - 이번 기회를 통해 국내 문화콘텐츠 관련 기업들이 온라인 분야의 대비를 위해 시스템을 구축하고 정부는 이에 대한 지원을 해야 함

- **기존의 비즈니스 포트폴리오의 재개편**
  - 현재 문화콘텐츠 관련 기업들이 추구하고 보유하고 있던 **비즈니스 포트폴리오를 검토**하여 **수익성 제고 차원과 코로나19와 같은 전염병이 발생했을 때를 대비해 체질 개선을 위한 포트폴리오 재구성이 요구**됨
  - 또한 기업들은 집중적으로 투자해야하는 사업 분야를 재조명하고 사업 구조 분석을 통한 원가 개선 및 핵심 역량을 강화하는데 최선의 노력이 필요할 것으로 보여 짐

ⓒ 한국디자인진흥원

이 책에 실린 글은 한국디자인진흥원의 동의 없이 무단으로 사용 · 전재할 수 없습니다.
이 책은 한국산업인력공단 '2020년도 디자인 · 문화콘텐츠 산업인적자원개발위원회(ISC)' 사업의 일환으로 추진된 것입니다.
이 내용을 대외적으로 발표할 때에는 반드시 한국산업인력공단에서 주관하였고 한국디자인진흥원에서 시행한 연구사업의 결과임을 밝혀야 합니다.

사업명: 2020년도 디자인 · 문화콘텐츠 산업인적자원개발위원회(ISC) 분기별 이슈리포트

발행일 2020년 3월 31일
발행처 한국디자인진흥원
발행부서 인재육성실 디자인 · 문화콘텐츠 산업인적자원개발위원회(ISC)
발행인 윤주현
주소 13496, 경기도 성남시 분당구 양현로 322, 코리아디자인센터
홈페이지 http://www.kidp.or.kr
http://isckorea.or.kr
출판기획 · 편집 · 디자인 ㈜비파 (www.bpa.co.kr)

디자인·문화콘텐츠 산업인적자원개발위원회
Industrial Skills Council

비매품/무료
95650
9 791190 340267
ISBN 979-11-90340-26-7 (PDF)