

연예기획사

(연예기획 · 연기자 중심)

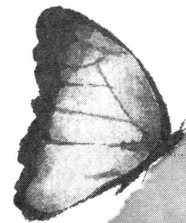
전수조사 보고서



연예기획사

(연예기획 · 연기자 중심)

전수조사 보고서



 문화체육관광부 KOFICE
(재)한국문화산업교류재단

 삼당한국연예매니지먼트협회
KOREA ENTERTAINMENT MANAGEMENT ASSOCIATION

제 출 문

문화체육관광부장관님 귀하

본 보고서를
“연예기획사(배우 매니지먼트 중심) 전수조사”의
최종보고서로 제출합니다.

2014년 04월

- ☐ 연구수행기관 : (사) 한국연예매니지먼트협회
- ☐ 책임연구원 : 박 기 성 (미디어와사회연구소장)

◇ 이용자를 위하여 ◇

1. 통계표와 도표·그래프 내의 숫자는 반올림 되었으므로 세부 항목의 합이 전체 합계와 일치하지 않을 수 있음
2. 본 보고서는 2014년 (사)한국연예매니지먼트협회 전수조사를 통하여 나타난 결과와 관련 내용을 분석한 보고서임

목 차

요 약 문	13
-------------	----

제 1편 조사 개요

1. 조사 목적 및 필요성	1
1-1. 조사 목적	1
1-2 조사 필요성	1
2. 조사 방법과 대상	4
2-1. 조사방법	4
2-1. 조사대상	5
3. 조사기간	5
4. 조사항목	6

제 2편 기획사 조사

1. 연예 기획사 개황	11
1-1. 회원사 여부	11
1-2. 회사 경력	11
1-3. 회사 위치	13
1-4. 회사 대표자 현황	14

1-5. 자본금	16
1-6. 사업자등록증 여부	17
1-7. 상장 여부	18
2. 연예 기획사 현황	18
2-1. 주요 사업	18
2-2. 해외 지사 관련 사항	19
2-3. 인원 현황	21
2-4. 소속 직원 현황 및 고용 형태	22
3. 소속 대중문화 예술인 및 인력 세부 현황	23
3-1. 대중문화예술인 표준전속계약서 사용 여부	23
3-2. 대중문화예술인 인력 현황	24
3-3. 소속 직원 현황	27
3-4. 준비생 관련 사항	29
4. 기획사 활동 현황	37
4-1. 활동 내용 관련 사항	37
4-2. 최근 3년간의 활동량 증감정도	40
4-3. 주요 수상 경력	41
5. 기획사 매출 현황	41
5-1. 매출 규모	41
5-2. 해외 활동 현황 관련 사항	44
5-3. 최근 3년간 매출의 증감정도	50
6. 기획사 지출 현황	51
6-1. 2013년 지출 규모와 비중	51
6-2. 최근 3년간의 지출 증감정도	52

제 3편 기획사 의식 조사

1. 기획사 인식 조사	55
1-1. 경쟁력 평가	55
1-2. 한류 평가	59
1-3. 제도 평가	63
1-4. 기획사 운영 평가	65
1-5. 향후 개선 사항	74

제 4편 조사의미 및 제언

1.1 정책적 시사점	81
1.2 활용방안 등 향후 제언	87

부록	93
----------	----

표 목차

<표 요-2-1> 조사대상 기획사 수 및 응답률	14
<표 요-4-1> 조사 항목 및 측정 내용	15
<표 1-1-1> 지역별 글로벌 E&M 시장 (단위: \$ mil.)	2
<표 1-1-2> 주요 국가별 E&M 시장 (단위: \$ mil.)	3
<표 1-2-1> 조사대상 기획사 수 및 응답률	5
<표 1-4-1> 조사 항목 및 측정 내용	6
<표 2-1-1> 회사 위치	13
<표 2-2-1> 인원 현황	22
<표 2-2-2> 소속직원의 고용형태	23
<표 2-3-1> 대중문화예술인 세부 인력 현황	26
<표 2-3-2> 소속 직원 세부 인력 현황	28
<표 2-3-3> 준비생 세부 인력 현황	31
<표 2-4-1> 활동 내용 관련 사항	39
<표 2-4-2> 최근 3년간의 활동량의 증감정도	40
<표 2-4-3> 주요 수상 경력	41
<표 2-5-1> 국내외 매출 비중	42
<표 2-5-2> 분야별 매출액과 비중	43
<표 2-5-3> 해외 활동 국가	44
<표 2-5-4> 해외 주요 활동	45
<표 2-5-5> 해외 진출 이유	49
<표 2-5-6> 최근 3년간 매출의 증감정도	50
<표 2-6-1> 2013년 지출 규모와 비중	51
<표 2-6-2> 최근 3년간 지출의 증감정도	52
<표 3-1-1> 국내 연예산업 및 자사의 경쟁 우위	56
<표 3-1-2> 국내 연예산업 및 자사의 경쟁력 저하 요인	58
<표 3-1-3> 한류 지속화를 위한 정부 과제	60
<표 3-1-4> 해외 진출 시 정부 지원	61
<표 3-1-5> 한류 지속 발전의 부정 요인	62

<표 3-1-6> 연예산업 활성화를 위한 제도 개선	63
<표 3-1-7> 회사 운영 시 어려운 점	66
<표 3-1-8> 공통 경비 지출에 대한 인식	69
<표 3-1-9> 계약 형태	72
<표 3-1-10> 수익분배 계약 형태	72
<표 3-1-11> 정부에 바라는 점	74
<표 3-1-12> 협회에 바라는 점	76

그림 목차

<그림 2-1-1> 회원사 여부	11
<그림 2-1-2> 창립연도	12
<그림 2-1-3> 회사 업력	12
<그림 2-1-4> 실제 대표자 연령대	14
<그림 2-1-5> 실제 대표자 출신	15
<그림 2-1-6> 실제 대표자 경력	16
<그림 2-1-7> 자본금	17
<그림 2-1-8> 사업자등록증 여부	17
<그림 2-1-9> 상장 여부	18
<그림 2-2-1> 주요사업	19
<그림 2-2-2> 해외지사 여부	20
<그림 2-2-3> 해외지사 국가명	21
<그림 2-3-1> 대중문화예술인 표준전속계약서 사용 여부	24
<그림 2-3-2> 대문문화예술인 주된 구인방법	27
<그림 2-3-3> 소속 직원 주된 구인방법	29
<그림 2-3-4> 준비생 여부	30
<그림 2-3-5> 준비생 교육 현황	32
<그림 2-3-6> 교육 방식	33
<그림 2-3-7> 연습실 여부	33
<그림 2-3-8> 교육투자 비용	34
<그림 2-3-9> 계약 여부	34
<그림 2-3-10> 표준전속 계약서 사용 여부	35
<그림 2-3-11> 준비생 데뷔까지 준비 기간	36
<그림 2-3-12> 준비생 탈락률	37
<그림 2-5-1> 2013년 기준 매출 총액	42
<그림 2-5-2> 가장 매출이 높은 국가	46
<그림 2-5-3> 가장 매출이 높은 국가의 해외 매출 비중	47
<그림 2-5-4> 가장 매출이 높은 활동 유형	47

〈그림 2-5-5〉 향후 해외 희망 활동	48
〈그림 3-1-1〉 국내 연예산업 및 자사의 경쟁력	55
〈그림 3-1-2〉 한류에 대한 전망	59
〈그림 3-1-3〉 연예산업 R&D 지원 필요성	64
〈그림 3-1-4〉 정부의 지원 사업 평가	65
〈그림 3-1-5〉 공통 경비 지출로 인한 분쟁 여부	68
〈그림 3-1-6〉 연예인과 계약 분쟁 여부 및 이유	70
〈그림 3-1-7〉 계약 분쟁 시 문제 해결 방법	71
〈그림 3-1-8〉 연예인과 분쟁 발생 시 선호하는 문제해결 방법	71
〈그림 3-1-9〉 계약금 지급 사항	73
〈그림 3-1-10〉 매니저 공인 라이선스의 필요성	73
〈그림 4-1-1〉 연예매니지먼트 산업 활성화를 위한 방향	83
〈그림 4-1-3〉 정책 방향 및 시사점	86

연예기획사(연예기획·연기자중심)
전수조사보고서

요약문



[요약 문]

제1편 조사개요

1. 조사 목적 및 필요성

1-1. 조사 목적

○ 본 조사는 연예매니지먼트 분야 기획사의 전반적 실태 조사 및 관련 종사자들의 인식을 조사함으로써, 산업 현황과 산업체 요구 사항을 반영한 수요자 중심의 제도를 수립·개선하고자 실시하였다.

1-2 조사 필요성

○ 현재 대중문화산업 관련 대표 단체인 한국연예매니지먼트협회에 등록되지 않은 연예 기획사에 대한 수요는 파악되지 않고 있는 상황이다.

○ 특히, 검증되지 않은 연예기획사의 일부 위법, 탈법사례는 대중문화산업과 관련 종사자에 대한 이미지를 실추시킬 뿐만 아니라 대중문화업계 전체에 대해 소비자의 반감을 형성해 투자와 인프라 확충 등을 저해시키는 요소가 될 수 있다.

○ 따라서, 연예계 지망생 및 관련 업체가 미등록 업체로부터 얻는 고질적인 피해 사례를 줄이기 위해, 정확한 기획사 정보의 공유가 필요하다.

○ 또한, 장기적 관점에서 관련 산업의 정확한 실태를 파악하여 대처함으로써 한류로 촉발된 대중문화산업의 발전을 지속시키고 음성적 산업 군을 양지로 끌어들이 수 있는 방안 마련이 필요하다.

2. 조사 방법과 대상

2-1. 조사방법

○ 기본적으로 이메일을 통한 온라인 조사방법을 사용하였으며, 온라인 조사가

연예기획사(배우 매니지먼트 중심) 전수조사 보고서

원활치 않은 경우에 유선전화 및 방문조사 방법을 사용하였다.

■ 이메일 송부 후, 조사 대상자가 업무 및 외근 등을 이유로 온라인 조사에 참여하지 않은 경우에는 유선전화를 통해 조사를 실시하였으며, 회사의 존재 여부 파악이 불분명하거나, 기한 내에 설문지가 수거되지 않은 경우에 방문조사 방법을 사용하였다.

2-1. 조사대상

○ 조사대상은 총 415개사이며, 이중 연예매니지먼트협회 회원사 212개 사, 비회원사 203개 사를 대상으로 진행되었다. 응답률은 회원사의 경우 58.5%(125개사), 비회원사의 경우 19.2%(41개사)로 전체 응답률은 40.0%(166개사)였다.

<표 요-2-1> 조사대상 기획사 수 및 응답률

협회 가입 여부	조사대상 기획사 수	조사표 제출 기획사수(응답률)
회원	212	125 (58.5%)
비회원	203	41 (19.2%)
전체	415	166 (40.0%)

3. 조사기간

○ 2014년 03월 03일 ~ 2014년 04월 07일 (36일간)

4. 조사항목

○ 조사항목은 기획사 개황, 기획사 현황, 소속 대중문화 예술인 및 인력 세부현황, 기획사 활동현황, 기획사 매출현황, 기획사 지출현황, 기획사 인식조사 등 7가지 항목이었으며, 조사항목 및 구체적인 측정 내용은 다음 표와 같다.

<표 요-4-1>

조사 항목	측정 내용
기획사 일반사항	창립연도, 회사주소, 전화번호, 대표자 인적 사항, 홈페이지 주소, 이메일, 자본금, 사업자등록증 관련 사항, 상장여부, 소속 연예인과 매니저 명단
기획사 현황	주요사업, 해외지사 관련 사항, 인원 현황, 고용형태
소속 대중문화 예술인 및 인력 세부현황	표준전속계약서 사용 여부, 대중문화예술인 인력세부 현황 및 주된 구인방법, 소속 직원 세부 현황 및 주된 구인방법, 준비생 관련 사항
기획사의 최근 3년(2011~2013) 활동현황	활동 내용 관련 사항, 최근 3년간의 활동량의 증감정도, 주요 수상 경력
기획사의 매출현황(2013년 기준)	매출 총액, 국내외 매출 비중, 분야별 매출액과 비중, 해외 활동 현황 관련 사항, 최근 3년간의 매출의 증감정도
기획사의 지출현황(2013년 기준)	국내외 지출액과 비중, 최근 3년간의 지출의 증감정도
기획사의 인식조사	경쟁력 평가, 한류 평가, 제도 평가, 기획사 운영 평가

5. 자료 분석

○ 모든 분석항목에 대해 빈도와 백분율을 산출하였고, 주요 항목에 대해서는 교차 분석을 통해 보다 심층적인 결과를 도출하였다. 또한 순위 응답은 각 순위에 대하여 빈도분석을 실시하고, 각 순위의 합계에 대해서도 살펴보았다.

제2편 기획사 조사

1. 연예 기획사 개황

1-1. 회원사 여부

○ 조사에 응답한 기획사들의 연예매니지먼트협회 회원가입 여부를 조사한 결과, 회원사가 120개사(75.0%), 비회원사가 40개사(25.0%)로 나타났다.

1-2. 회사 경력

○ 창립연도는 2011~2014년이 46.2%, 2005~2010년이 37.2%, 2000~2004년이 12.8%, 2000년 이전이 3.8%인 것으로 나타났다. 전체의 80% 이상이 2005년 이후에 설립되었다는 점을 고려하면, 국내에서 본격적인 연예매니지먼트 사업이 활성화되기 시작한 시기는 2005년 이후인 것으로 판단된다.

1-3. 회사 위치

○ 응답에 참여한 회사 중 4곳을 제외하고는 모두 서울특별시에 소재하고 있는 것으로 나타났다. 특히, 강남구의 경우에는 57.7%의 회사가 소재를 하고 있는 것으로 조사되었으며, 서울시 외 지역은 경기도 고양시가 3곳(1.9%), 인천시 서구 1곳(0.6%)인 것으로 나타났다.

1-4. 회사 대표자 현황

○ 실제 대표자 연령대는 30대가 59명(41.8%), 40대가 73명(51.8%), 그리고 50대 이상이 9명(6.4%)으로 나타나, 30대와 40대가 90%이상으로 대부분을 차지하였다.

○ 실제 대표자의 출신은 매니저 출신이 95명(76.6%), 기획자 출신이 17명(13.7%), 그리고 제작자 출신이 12명(9.7%)인 것으로 나타났으며, 무응답자 36명은 위 세 가지 직종이 아닌 타직종 출신 대표자임을 짐작할 수 있다.

○ 실제 대표자 경력은 10년 미만이 12명(10.1%), 10~15년이 51명(42.9%), 16~20년이 45명(37.8%), 21년 이상이 11명(9.2%)인 것으로 나타났으며, 10년에서 20년 사이라는 응답이 약 80%로 대부분을 차지했다.

1-5. 자본금

○ 자본금의 규모는 연예매니지먼트협회 비회원사의 경우, 응답을 하지 않은 비율이 62.5%로 조사 대상의 절반 이상이 회사의 자본금을 공개하길 꺼려했다.

○ 응답에 참여한 100개사 중 1,000만원 이하가 8개사로 8.0%, 1,001~5,000만원이 43개사로 43.0%, 5,001~ 10,000만원이 20개사로 20.0%, 10,000~50,000만원이 19개사로 19.0%, 그리고 50,001만원 이상이 10개사로 10.0%인 것으로 나타났다. 1,000만원에서 5,000만원 사이의 자본금을 가진 기획사가 전체의 40% 이상을 차지하고 있었다.

1-6. 사업자등록증 여부

○ 사업자등록증이 있다고 응답한 기획사가 전체의 96.3%(154개)로 대부분의 기획사가 사업자등록증을 취득한 것으로 나타났다.

1-7. 상장 여부

○ 코스닥에 상장을 했다고 응답한 기획사가 5개사(3.1%)로 나타난 반면, 하지 않았은 기획사는 96.9%(155개사)로 나타났다. 이는 자본금 규모에서도 알 수 있듯이, 대부분의 사업자가 영세한 운영을 하고 있는 것으로 알 수 있다.

2. 연예 기획사 현황

2-1. 주요 사업

○ 기획사의 주요사업은 배우 매니지먼트가 139개사(52.1%), 가수 매니지먼트가 33개사(12.4%), 드라마, 영화 제작이 40개사(15.0%), 음반 및 기타 제작이 26개사(9.7%), 아카데미가 3개사(1.1%), 마지막으로 MD 비즈니스가 12개사(4.5%)로 나타났다.

■ 다양한 방면에서 활동할 수 있다는 강점을 기반으로 배우 매니지먼트가 주요 사업의 절반 이상(52.1%)을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 또한 가수 매니지먼트와 음반, 기타 제작은 유사 사업으로, 한 기획사에서 동시에 진행하고 있는 경우가 대부분임을 알 수 있다.

2-2. 해외 지사 관련 사항

○ 해외지사가 있다고 응답한 기획사는 8개사(5.1%) 뿐이었으며, 나머지 148개사(94.9%)는 해외지사가 없다고 답했다.

■ 또한 해외지사를 보유한 8개의 기획사 중 1개를 보유한 기획사는 6개사(75.0%)였으며, 2개를 보유한 기획사와 4개를 보유한 기획사가 각각 1개사(12.5%)로 나타났다. 결과적으로 평균 1.5개를 소유한 것으로 나타났다. 이는 대부분의 기획사가 소규모 자본금으로 운영하기 때문에 해외지사 소유가 쉽지 않음을 나타낸다.

■ 해외지사를 보유한 기획사 중 일본이 5개 사(41.7%), 중국이 4개 사(33.3%), 미국이 2개 사(16.7%), 홍콩 1개 사(8.3%)로 나타났다. 연예산업 수출이 아시아권으로 한정된 상태로도 볼 수 있다.

2-3. 인원 현황

○ 소속 인원 현황 중 성인배우는 평균 7.65명, 아동·청소년 배우는 평균 1.68명으로 나타났다.

2-4. 소속 직원 현황 및 고용 형태

○ 소속 직원 현황은 소속직원이 평균 9.42명으로 나타났으며, 정규직은 평균 16.82명, 계약직은 평균 4.01명으로 나타났고, 기타 고용형태는 평균 1.45명으로 나타났다.

○ 또한 인력 규모가 10인 이상인 회사의 경우, 10인 이하의 회사 보다 평균 정규 직원의 수가 약 10명 정도 더 많은 것으로 나타났다.

3. 소속 대중문화 예술인 및 인력 세부 현황

3-1. 대중문화예술인 표준전속계약서 사용 여부

○ 기획사가 소속 대중문화 예술인과 계약을 할 시, 표준 전속계약서를 사용하고 있다고 응답한 기획사가 143개사로 전체의 96.0%로 나타났으며, 사용하지 않는다고 응답한 기획사는 6개사 4.0%로 나타났다.

○ 표준전속계약서를 사용하지 않는다고 응답한 기획사 중 향후 사용계획이 있다고 응답한 기획사가 4개사로 66.7%를 차지했다.

3-2. 대중문화예술인 인력 현황

○ 대중문화예술인의 인력 현황은 연기자의 경우 남자는 4.28명, 여자는 3.71명이고, 연령대는 주로 20대(3.38), 30대(3.80)가 많은 것으로 나타났다. 학력은 대졸이상이 5.18명으로 많은 것으로 나타났다.¹⁾

■ 연기자와 개그맨, 모델의 학력은 대졸이 가장 많은 것에 비하여 가수의 학력은 고졸이 가장 많이 나타나고 있다. 또한 세 분야의 평균 연령이 20~30대에 고루 분포하는 것과 달리 가수의 평균 연령은 20대가 5.26명으로 30대에 비해 약 두 배 이상의 차이를 보인다. 이는 아이돌 가수 지망생이 상대적으로 많은 것으로 풀이된다.

○ 대중예술인을 구인하는 방법은 자체 오디션이 39.8%(64명), 길거리캐스팅이 3.1%(5명), 주변 소개가 46.6%(75명), 외부오디션 입상자가 5.6%(9명), 마지막으로 기타 방법이 5.0%(8명)로 나타났다.

3-3. 소속 직원 현황

○ 소속 직원의 세부 인력 현황은 매니저의 경우 남자는 4.49명, 여자는 1.65명으로 나타났으며, 연령대는 주로 20대(2.89명), 30대(2.89명)가 많은 것으로 나타났으며, 학력은 고졸(3.32)이 가장 많은 것으로 나타났다. 이는 매니저라는 직업의 특성상 상대적으로 젊은 남성을 더 선호하고 있는 것으로 보인다.

○ 기획마케팅 직종은 남자가 1.49명, 여자가 2.20명으로 여성이 더 많은 것으로 나타났다. 연령대는 주로 20대(1.85), 30대(1.70)가 많은 것으로 나타났으며, 학력은 대학원 재학 이상이 4.38명으로 가장 많이 나타났다. 대졸 또한 1.4명으로 기획사에서 기획마케팅 직원을 뽑을 때 상대적으로 높은 학력을 요구함을 알 수 있다.

○ 소속 직원의 주된 구인방법은 공채(구인사이트 포함)로 구한다는 응답자가 74명으로 절반(50%)을 차지했고, 지인 추천이 70명으로 나머지의 대부분(47.3%)을 차지했다. 기타는 4명 2.7%로 나타났다. 이는 대중문화예술인의 구인 방법과 마찬가지로 공식적인 창구를 통하기 보다는 비공식적인 방법으로 이루어지고 있음을 알 수 있다.

1) 가수, 개그맨, 모델, 겸직 등의 상세내용은 1편 참조.

3-4. 준비생 관련 사항

○ 준비생이 있다고 대답한 응답자가 52명으로 34.4%, 없다고 대답한 응답자가 99명으로 65.6%로 나타났다. 준비생이 있다고 응답한 기획사 중 현재 교육하는 준비생 수는 1명이 7개 사(14.3%), 2명이 19개 사(38.8%), 3~4명이 10개 사(20.4%), 5명 이상이 13개 사(26.5%)로 평균 5.12명인 것으로 나타났다.

○ 준비생의 세부 인력 현황은 연기자의 경우 남자 2.23명, 여자는 2.07명이며, 연령대는 주로 13~15세(5.00)와 16~18세(6.25)가 많은 것으로 나타났다. 학력은 중학교 재학(5.00), 고등학교 재학(4.50) 두 가지로 나타났다.

■ 연기자와 가수 준비생 모두 주로 16~18세에 가장 많은 분포를 보이고 있다. 이는 청소년을 대상으로 연예 데뷔를 준비하는 기획사가 많음을 의미하며, 아이돌 그룹 및 젊은 연기자의 인기 현상에 기인한다고 볼 수 있다.

○ 준비생 교육 현황은 연기 교육(발성 포함)을 하고 있다고 응답한 기획사가 40개 사(33.6%)로 가장 많았으며, 신체훈련이 18개 사(15.1%), 시나리오 분석이 21개 사(17.6%), 가창이 19개 사(16.0%), 춤 교육이 15개 사(12.6%), 기타 교육이 6개 사(5.0%)로 나타났다.

■ 교육 방식은 기획사 내 과정으로 직접 교육을 진행한다고 응답한 기획사가 25개 사로 42.4%, 외주 업체를 통한 위탁 교육을 진행한다고 응답한 기획사가 34개 사로 57.6%로 나타났다.

○ 준비생과의 계약 여부를 조사한 결과 계약을 했다고 응답한 기획사는 43개사인 86.0%로 나타났으며, 계약을 하지 않았다고 응답한 기획사는 7개사인 14.0%로 나타났다. 대부분의 기획사가 교육하고 있는 준비생과 사전에 전속 계약을 맺은 상태임을 알 수 있다.

○ 준비생과의 계약 과정에서 표준전속 계약서를 사용한다고 응답한 기획사가 39개사인 81.3%로 나타났고 준비생 중 일부에게만 사용한다고 응답한 기획사가 7개사인 14.6% 였으며 사용하지 않는다고 응답한 기획사는 2개 사에 불과했다.

○ 배우 준비생이 방송에 데뷔하기까지 준비 기간을 조사한 결과, 1년 이하라고 응답한 기획사가 29개사인 72.5%, 1~2년이라고 응답한 기획사가 11개사인 27.5%로 나타났으며, 2년 이상이 걸린다고 응답한 기획사는 한 곳도 없었다. 평균 13.45

개월의 준비기간을 거치는 것으로 나타났다.

○ 준비생이 데뷔하지 못하고 중도 탈락하는 탈락비율은 배우 준비생의 경우, 30%이하가 10개사로 35.7%, 31~50%가 13개 사로 46.4%, 51~70%가 3개사 10.7%, 71% 이상이 2개사로 7.1%의 확률을 보였다. 평균 45.71%로 준비생의 탈락이 발생 하는 것으로 나타났다.

4. 기획사 활동 현황

4-1. 활동 내용 관련 사항

○ 드라마 활동을 하고 있는 기획사는 45.83%(118개사)로 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났으며, 최소 10%부터 최대 100%의 응답이 나왔다. 해외 드라마 활동의 경우 41.43%(14개사)의 비중으로 비중 면에서 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

○ 영화 활동의 경우 국내 활동에서 109개사인 28.38%의 비중이 나타났고, 최소 2%의 비중에서 최대 80%의 결과가 나왔다. 해외의 경우 19개사인 42.91%의 비중이 나타났으며 국내에 비하여 영화 활동의 비중이 14% 가량 높은 것으로 나타났다.

○ 광고 활동의 경우 국내 98개사 20.72%의 비중이 나타났으며, 해외 광고 활동의 경우 17개 사 35.16%의 비중으로 국내 보다 15% 가량 높게 나타났다.

○ 기타 방송의 경우 국내는 65개사 16.26%의 비중이 나타났으며 최소 1%부터 최대 90%까지 나타났다. 해외의 경우 3개사 11.92%의 비중이 나타나, 국내와 비교 했을 때 큰 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다.

○ 행사 활동은 해외 행사의 경우 19개 사 50.61%로 비중 면에서 국내 활동 보다 약 37%가 높은 것으로 나타났다. 이는 가수의 해외 방문 콘서트, 한국 드라마의 인기로 인한 배우들의 팬 사인회 개최가 자주 이루어지기 때문으로 짐작 할 수 있다.

4-2. 최근 3년간의 활동량 증감정도

- 기획사의 국내활동증감은 증가(63.4%), 감소(12.5%), 변동 없음(24.1%)으로 나타났고, 해외활동증감은 증가(27.8%), 감소(10.0%), 변동 없음(62.2%)으로 나타났으며, 드라마 증감은 증가(61.1%), 감소(14.8%), 변동 없음(24.1%)으로 나타났다.
- 영화증감은 증가(43.1%), 감소(15.7%), 변동 없음(41.2%)으로 나타났고, 광고 증감은 증가(46.2%), 감소(23.6%), 변동 없음(30.2%)으로 나타났으며, 기타 방송 증감은 증가(37.5%), 감소(8.3%), 변동 없음(54.2%)으로 나타났다.
- 행사증감은 증가(33.3%), 감소(13.3%), 변동 없음(53.3%)으로 나타났고, 기타 비즈니스 증감은 증가(23.2%), 감소(9.8%), 변동 없음(67.1%)으로 나타났다.
- 전체적으로 항목 활동이 모두 증가한 추세를 보이고 있다.

5. 기획사 매출 현황

5-1. 매출 규모

- 2013년 기준 매출 총액은 1억 미만(12.2%), 1~1.9억(7.8%), 2~4.9억(26.7%), 5~9.9억(13.3%), 10~19.9억(16.7%), 20~99.9억(16.7%), 100억 이상(6.7%)으로 나타났고, 2013년 기준 매출 총액의 평균은 3.91억으로 나타났다.

■ 국내매출은 평균비중은 92.99%로 나타났고, 해외매출은 평균비중 21.74%로 나타났으며, 이는 대부분 기획사의 매출이 국내매출에 의존하고 있다는 것을 알 수 있다.

- 광고 매출액은 28.2%로 9.78억의 매출을 내고 있는 것과 달리, 영화 매출액은 23.9%로 높은 비중을 보이지만 매출은 3.97억 원에 불과하여 높은 비중만큼의 매출을 올리지 못하고 있다.

- 해외 역시 국내와 마찬가지로 드라마의 매출액 비중이 가장 큰 것으로 나타

났고, 평균 매출 5.75억 원으로 나타났다.

5-2. 해외 활동 현황 관련 사항

○ 해외활동국가는 중국(27.4%), 일본(39.7%), 홍콩(4.1%), 미국 (5.5%), 베트남(1.4%), 싱가포르(4.1%), 동남아시아(4.1%) 등으로 나타났으며, 중국과 일본이 67.1%로 대부분을 차지하고 있어 활동 국가가 다소 제한되어 있음을 알 수 있다.

■ 해외 주요 활동은 팬미팅(17.1%), 영화(14.5%), 광고(13.2%), 드라마(10.5%), 행사(9.2%), 음반발매(5.3%), 콘서트(5.3%) 등으로 나타났다.

■ 해외 매출 비중이 가장 매출이 높은 국가는 일본(66.7%), 중국(23.1%), 베트남(2.6%), 미국(2.6%), 대만(2.6%), 대한민국(2.6%)으로 나타났다.

■ 가장 매출이 높은 활동 유형은 드라마(12.2%), 영화(9.8%), 광고(14.6%), 기타 방송(9.8%), 행사(36.6%), 기타 비즈니스(17.1%)순으로 나타났다

○ 향후 해외 희망 활동은 있다가 77.8%, 없다가 22.2%)로 나타났으며, 희망 국가는 중국(41.2%), 일본(21.2%), 중화권(3.5%), 동남아시아(5.9%), 대만(3.5%), 베트남(4.7%) 등으로 나타났다.

5-3. 최근 3년간 매출의 증감정도

○ 최근 3년간 매출의 증감정도 중 국내 매출증감은 증가(66.7%), 감소(11.5%), 변동없음(21.8%)으로 나타났고, 해외 매출증감은 증가(37.1%), 감소(12.9%), 변동없음(50.0%)으로 나타났다.

○ 드라마 증감은 증가(62.2%), 감소(14.9%), 변동없음(23.0%)으로 나타났으며, 영화증감은 증가(45.5%), 감소(22.7%), 변동없음(31.8%)으로 조사되었다. 또한, 광고증감은 증가(44.3%), 감소(22.9%), 변동없음(32.9%)으로 나타났다.

○ 기타 방송 증감은 증가(34.9%), 감소(12.7%), 변동없음(52.4%)으로 나타났고, 행사증감은 증가(39.3%), 감소(14.8%), 변동없음(45.9%)으로 조사되었다. 기타비즈니스증감은 증가(25.4%), 감소(13.6%), 변동없음(61.0%)으로 나타났다.

○ 전체적으로 전체 항목 매출이 증가했다고 응답한 비율이 감소의 경우보다 많아 매출이 증가한 추세를 보이고 있다.

6. 기획사 지출 현황

6-1. 2013년 지출 규모와 비중

○ 2013년 국내외 지출 규모와 비중은 국내에서 배우 지출이 59.0%로 가장 비중을 차지하는 것으로 나타났고, 그 다음으로 일반 경상비 중 인건비가 26.3%, 운영관리비가 18.3%로 나타났다.

○ 해외에서는 배우지출이 91.4%로 대부분을 차지하는 것으로 나타났고, 그 중 수익분 지급이 89.0%로 나타났다.

6-2. 최근 3년간의 지출 증감정도

○ 최근 3년간의 지출의 증감정도 중 일반경상비 증감은 증가(81.2%), 감소(2.4%), 변동없음(16.5%)으로, 인건비 증감은 증가(77.7%), 감소(2.1%), 변동없음(20.2%)으로, 임대료 증감은 증가(53.8%), 감소(5.5%), 변동없음(40.7%), 운영관리비 증감은 증가(75.3%), 감소(3.2%), 변동없음(21.5%)으로, 해외활동비 증감은 증가(43.8%), 감소(5.5%), 변동없음(50.7%)으로 나타났다.

■ 최근 3년간 지출이 일반 경상비, 배우 지출, R&D 관련 지출 세 가지 항목 모두 증가했다고 한 응답자가 제일 많았다. 반대로 감소의 비중은 낮아 전체적인 기획사의 지출이 늘어난 것으로 보인다.

■ 이는 기획사들의 투자가 활발히 진행되고 있다는 것을 보여준다.

제3편 기획사 의식 조사

1. 기획사 인식 조사

1-1. 경쟁력 평가

○ 국내 연예산업 경쟁력은 25점 이하(5.1%), 26~50점(47.0%), 51~75점(26.5%), 76

점 이상(21.4%)으로 나타났으며, 자사의 경쟁력은 25점 이하(21.9%), 26~50점(45.6%), 51~75점(16.7%), 76점 이상(15.8%)으로 나타났다.

■ 전반적으로 국내 연예산업의 경쟁력과 자사의 경쟁력을 낮게 평가하는 것으로 나타났다. 하지만, 전반적으로 자사의 경쟁력을 국내 연예산업의 경쟁력보다 더 낮게 평가하고 있다는 점이 특이할 만하다.

■ 국내 연예산업의 경쟁력 상위 1순위는 회사(매니저)의 역량(기획력)(33.8%), 연예인의 역량(23.7%), 콘텐츠 그 자체(30.9%), 시장변화에 대한 적응력(5.8%), 정부의 정책 지원(5.0%), 기타(0.7%)로 나타났다.

■ 결과적으로 국내 연예산업에서 성공하기 위한 요소로 대부분의 회사가 기획력을 중요하게 인식하고 있는 것으로 판단된다.

○ 국내 연예산업의 경쟁력 저하 1순위는 투자 재원의 부족(34.3%), 역량 있는 인력의 부족(12.7%), 사회적 이미지(1.5%), 정부의 규제(청소년유해매체제도 등)(1.5%), 플랫폼사업자(방송국 등)와의 불평등한 권력 구조(출연계약서등)(33.6%), 협소한 내수시장(14.9%)으로 나타났다.

■ 자사의 경쟁력 저하 요인 역시 투자 재원의 부족이 1순위에 위치하고 있으며, 다음으로 역량 있는 인력의 부족이 두 번째 요인으로 선택하였다. 이는 재원 및 인력 등 기반적 요소를 중요하게 생각하는 것으로 생각된다.

1-2. 한류 평가

○ 한류에 대한 전망은 단기와 장기 전망 모두 어두움(5.5%), 단기 전망 밝음, 장기 전망 어두움(40.6%), 단기와 장기 전망 모두 밝음(40.6%), 단기 전망 어두움, 장기 전망 밝음(13.3%)으로 나타났다.

■ 대부분의 응답자가 단기적 전망을 밝다고 생각하고 있으며, 장기적 전망은 평가가 엇갈리는 것으로 나타났다. 한류에 대한 장기적인 해결책 마련이 필요할 것으로 판단된다.

○ 한류 지속화를 위한 정부 과제 1순위는 과도한 규제 개선(7.9%), 플랫폼과의 불평등 개선(18.7%), 시장(비즈니스) 개입 최소화(4.3%), 창의적 콘텐츠 개발 지원(52.5%), 건전한 투자 환경 조성(12.2%), 퍼블리시티권 등 저작권개선(4.3%)으로 나타났다.

○ 해외 진출 시 정부 지원 1순위는 정부가 개입하지 않는것이 좋음(10.9%), 해외 지원보다 내수시장의 활성화가 먼저 필요(34.1%), 저작권의 보호 지원(15.2%), 해외 마케팅 지원(15.9%), 해외 지역에 대한 정보 제공(5.1%), 해외 기업과의 네트워크 지원(18.8%)으로 나타났다.

○ 한류 발전 저해 요인 1순위는 플랫폼과의 불평등 환경(23.0%), 정부의 지나친 개입과 홍보(5.2%), 국내 시장의 과도한 규제(6.7%), 일부 기획사의 한탕주의적 태도(35.6%), 콘텐츠 제작환경의 문제(23.7%), 대중문화를 저급하게 보는 인식(5.9%)으로 나타났다.

1-3. 제도 평가

○ 연예산업 활성화를 위한 제도 개선 1순위는 방송 및 광고 출연계약서의 표준화(25.5%), 청소년유해매체제도 개선(16.8%), 플랫폼 사업자와의 불평등 개선(16.1%), 공정위 표준전속계약서 개정(16.1%), 재산권으로서 퍼블리시티권 제정(6.6%), 출연료 미지급 문제 해결(12.4%)로 나타났다.

○ 연예산업 활성화를 위해 개선되어야 할 제도로는 출연계약서의 표준화가 꼽혔다. 이는 표준화된 계약서의 부재로 인해 피해를 보고 있는 기획사가 많다는 것을 예상할 수 있다. 따라서 정부에서 이에 대한 개선책을 마련할 필요가 있어 보인다.

○ 정부의 지원 사업 평가는 25점 이하(20.4%), 26~50점(52.8%), 51~75점(20.4%), 76점 이상(6.5%)으로 나타나, 50점 이하라고 한 응답자가 전체의 73.2%를 차지했다. 그 이유는 상위 조사 결과를 바탕으로 콘텐츠 개발 지원 미비, 표준 계약서의 부재, 플랫폼 불평등을 방치하는 것 등으로 추측 할 수 있다.

1-4. 기획사 운영 평가

○ 회사 운영 시 어려운 점은 자금(12.1%), 운영비 조달(6.7%), 투자받기 어렵다(6.0%), 분배비율(5.4%), 전문 인력의 빈곤(4.0%), 안정적 수익창출 불가(3.4%) 등으로 나타났다.

○ 회사 운영의 문제점은 다양한 항목으로 분포되어 있었는데, 그 중 자원, 즉 자금 문제가 제일 큰 비중을 차지했다. 이는 이전의 조사항목과 유사하게 경제적 측면에서의 어려움을 있는 기획사가 많음을 유추할 수 있으며, 투자 지원의 필요성을 요구하고 있다고 판단할 수 있다.

○ 연예인과의 계약 분쟁 사례 경험은 있음(22.4%), 없음(77.6%)으로 나타났으며 분쟁 사유는 수익분배(25.0%), 이종계약(14.3%), 계약 기간(7.1%), 공통 경비(7.1%), 기타(46.4%)로 나타났다. 기타 응답은 이유 없는 계약해지 요청, 배우의 변심, 무단 소속사이탈, 배우 부모님과의 소통, 타사로의 이탈, 전속 계약 일방적 해지, 무계약서로 인한 배신으로 나타났다.

■ 연예인과의 분쟁 사례 경험은 일반적으로 많지 않은 것으로 나타났지만, 분쟁 사례를 경험한 사유 중 수익배분이 25%로 높게 나타났다는 점에서 경제적 측면이 역시 중요하다는 점을 알 수 있다. 또한, 기타가 무려 46.4%를 차지해 다양한 이유로 분쟁이 이뤄지고 있음을 알 수 있다.

■ 연예인과 분쟁 발생 시 선호문제 해결방법은 연매협에 조정 의뢰(35.1%), 협의를 통해 회사 자체적으로 해결(59.6%), 소송(2.6%), 대한상사중재원(0.9%), 기타(1.8%)로 나타났다.

○ 현재 소속 연예인과의 계약 형태의 비중은 전속계약은 평균 92.1%, 에이전트 계약은 평균 29.8%로 나타났다. 전속 계약을 한 응답자가 그렇지 않은 응답자의 4배에 가깝게 나타났다.

○ 현재 소속 연예인과의 수익분배 계약 형태의 비중은 고정배분 계약은 평균 88.3%, 슬라이딩계약은 평균 57.0%로 나타났다.

○ 매니저 공인 라이선스 필요성은 필요하다(86.4%), 필요하지 않다(13.6%)로 나타났다.

■ 대부분의 기획사에서 공인된 라이선스의 필요성을 인식하고 있었으며, 보다 체계적인 매니지먼트와 산업활성화를 위해서는 이 부분에 대한 해결이 필요하다고 판단된다.

1-5. 향후 개선 사항

○ 기획사들이 제시한 정부의 개선 필요사항은 제도차원의 정부지원 확대(8.9%), 투자 지원(8.0%), 금융지원 확대(3.6%), 규제 완화(3.6%), 신인배우들이 방송 및 매체에 설 수 있는 기회를 확대(2.7%), 현실적인 정부 정책 마련(2.7%), 좋은 콘텐츠 개발에 필요한 체계적인 정책(2.7%), 플랫폼사업자와의 불평등 관계 개선(2.7%) 등으로 나타났다.

○ 향후 협회에 바라는 개선사항은 소규모 매니지먼트사에 대한 관심 및 지원(6.8%), 캐스팅 디렉터들의 횡포 방지 및 협회차원의 관리 감독(5.5%), 차별 없는 지원(4.1%), 계약금 제도의 정착(2.7%), 계약금 제도 위반 업체에 대한 규제 강화(2.7%), 매니저 지원 시스템 구축(2.7%), 체계적인 매니저 교육(2.7%), 연예 산업 전반에 대한 현실적인 운영 방안 마련(2.7%) 등으로 나타났다.

제3편 정책적 시사점 및 향후 제언

○ 조사를 통해 나타난 결과는 크게 시장상황 차원과 사업자 차원 요구사항으로 구분할 수 있다.

▷ 시장상황차원

■ 연예매니지먼트 회사는 신생기업이 많고, 업력이 길지 않은 점 등 사업의 지속성 차원에서 영세한 수준임

■ 자본금 규모 차원에서도 전반적인 조사대상 연예매니지먼트 회사의 영세성을 확인할 수 있었음

■ 연예매니지먼트 사업의 특수성으로 인해 불가피한 사업다각화가 원활하게 이루어지지 않는 것으로 나타남

■ 표준계약서의 사용 등 전반적으로 높은 사용률을 보이고 있으나 여전히 권익보호 차원에서 지속적인 관심이 필요한 것으로 사료됨

▷ 사업자 요구사항

■ 연예매니지먼트사업자의 영세성을 감안할 때 많은 사업자들이 정부의 지원을 강력하게 요구하는 것으로 나타남

■ 많은 사업자들이 한류에 대해 낙관적인 평가를 하고 있으며, 관련한 동 산업의 시장기반 강화에 대한 필요성을 지적하고 있음

■ 공인라이선스의 도입에 대해 많은 사업자들이 필요성이 있다고 응답하고, 매출다변화를 위한 제도 정비등 동 산업의 시스템화의 필요성을 느끼고 있음

○ 이에 전 세계적인 미디어 및 오락 산업분야의 낙관적인 시장전망에 따라, 동 산업 생태계의 주요한 플레이어인 연예매니지먼트 산업의 지속적인 성장, 발전 정책이 필요한 것으로 판단된다. 이러한 맥락에서 정책적 시사점은 다음과 같은 3가지 차원에서 제시할 수 있다.

■ (생존가능성 증대) 정부차원의 지원 확대를 통해 영세한 연예매니지먼트산업의 생존가능성을 증대하는 것이 필요하며, 방향은 디지털화된 미디어 환경에서의 창조와 혁신 기반 마련이 되어야 할 것으로 판단됨

■ (장기적 산업기반 확대) 한류의 지속 성장 정책과 함께 동 생태계의 플레이어간 공정한 시장 환경 마련 차원에서 제도적인 정비가 필요한 것으로 판단됨

■ (동산업의 시스템화) 협회 등의 기관을 통해 조속한 공인라이선스 도입이 이루어지고, 이를 기반으로 전문성 제고지원 및 신인발굴기획 확대 등 산업 내부 시스템화가 필요한 것으로 판단됨

연예기획사(연예기획·연기자중심)
전수조사보고서

제1편 조사 개요



1. 조사 목적 및 필요성

1-1. 조사 목적

○ 연예인을 지망하는 사람들이 갈수록 늘어나는데 이를 체계적으로 관리, 육성하는 전문적인 매니지먼트사는 소수에 불과하여, 이를 틈타 비전문적인 사람들이나 부적격자들이 연예기획사를 영위한다고 해도 이를 제재할 수 있는 법·제도적 근거가 없는 상황이다.²⁾ 이에 문화부는 물지각한 일부 기획사의 행태로 말미암아 산업 전반에 그 부정적인 영향이 미치는 것을 차단하기 위해 부적격자에 의한 연예기획사 난립에 제동을 걸고 시장의 투명성과 책임성을 강화해나갈 계획을 발표한 바 있다.³⁾

■ 동 계획에 의거 정부에서는 연예산업의 투명성을 제고하기 위해 사업자의 기본정보, 주요사업, 인원현황, 소속 대중예술인 현황을 조사, 분석하여 신뢰도 있는 산업정보 제공을 위한 연예기획사 전수조사 실시계획을 추진하였다.

○ 이에 본 조사는 그 중 연예매니지먼트 분야 기획사의 일반 현황 및 인력 현황, 활동 현황, 매출 현황, 지출 현황 등에 관한 전반적 실태 조사 및 관련 종사자들의 경쟁력, 한류, 제도, 운영 등에 관한 인식을 조사하였다.

■ 즉 국내 연예매니지먼트 분야에 대한 실태과악과 산업체의 요구 사항을 반영한 수요자 중심의 제도를 수립·개선하고자 실시하였다.

1-2 조사 필요성

▷ 연예매니지먼트 섹터의 중요성

○ 일반적으로 엔터테인먼트와 미디어 (M&E: media and entertainment) 섹터는 3D 즉 디지털(digital), 수요(Demand), 데이터(Data)라는 3가지 동인에 의해 움직이고 있다고 한다. 콘텐츠를 비롯한 엔터테인먼트와 미디어 분야는 생산과정 자체가 디지털화되고 있으며, 소비자는 연결성이 강화되고 동 분야에 대한 영향력이 과거

2) 일반적으로 연예인이라 함은 영화배우, 연극배우, TV탤런트, 가수, 연주자 등의 예능 활동을 하는 사람들을 지칭하는 의미로 사용되지만 광의로는 나이트클럽의 밴드, 밤무대가수, 무희뿐만 아니라 모델, 클래식 음악 연주자 등 연예오락사업에 종사하는 사람을 모두 지칭하기도 한다. 그러나 현실적으로 전속계약 체결 연예인이라고 면 가수 연기자 등에 국한 된다 (박태훈 등, 2012).

3) 문화체육관광부 (2012). “연예기획사 전수조사, 기획사·매니저 등록제 추진”. 보도자료.

연예기획사(배우 매니지먼트 중심) 전수조사 보고서

보다 강화되고, 디지털 콘텐츠의 확산에 따라 과거 는 이용하지 못했던 데이터마 이닝 및 문맥정보 등을 활용한 데이터기반의 기업활동이 활발해진다는 것이다 (PWC. 2011).

■ 특히 2011~2015년까지의 아시아태평양 지역의 CAGR가 라틴 아메리카의 10.5%에 이어 6.5%로 높은 성장이 기대되고 있다. 지역별 E&M시장의 규모를 살펴 보면 다음 표와 같다.

<표 1-1-1> 지역별 글로벌 E&M 시장 (단위: \$ mil.)

지역명	2010p	2011	2012	2013	2014	2015	11-15 CAGR
북미	481,299	498,949	527,500	549,353	580,377	606,677	
%	3.2	3.7	5.7	4.1	5.6	4.5	4.7
EMEA ¹⁾	477,141	497,445	524,006	553,880	584,149	613,943	
%	3.6	4.3	5.3	5.7	5.5	5.1	5.2
아시아 태평양	394,777	410,653	442,679	476,128	508,981	540,716	
%	6.3	4.0	7.8	7.6	6.9	6.2	6.5
남미	66,309	73,754	82,005	90,435	102,162	109,139	
%	12.2	11.2	11.2	10.3	13.0	6.8	10.5
총계	1,419,526	1,480,801	1,576,190	1,669,796	1,775,669	1,870,475	
%	4.6	4.3	6.4	5.9	6.3	5.3	5.7

주1) Europe, the Middle East and Africa

* 출처: PWC (2011).

■ 국가별 E&M시장 규모를 살펴보면 2011~2015년까지 중국의 CAGR이 11.6% 이고 우리나라의 경우 스페인에 이어 4.7%로 3위를 차지하고 있다 (PWC. 2011). 최 근의 중국을 중심으로 한 새로운 한류 붐을 고려할 때, M&E시장의 중국과 한국의 높은 시장규모 성장전망은 밝고 따라서 연예매니지먼트사 산업은 보다 중요한 의 미를 가진다. 4)

4) 동 섹터의 하위집단으르는 기존의 인쇄미디어, TV, 라디오, 영화, 비디오게임, 그리고 뮤직비디오 등이 포함된다 (Gonela et al. 2009). 최근의 인터넷 기반확대에 따른 인터넷기반 미디어는 물론 광 고산업 분야도 당연히 포함된다. 특히 인터넷 기반 미디어의 성장세는 광대역인터넷 보급의 확대에 따른 고속 성장을 보이는 분야이기도 하다. 광대역 인터넷 기반의 확대로 유튜브의 경우 전체 유 튜브 트래픽 중 70%이상이 미국이외의 지역에서 발생하고 있다 (Milken Institute. 2011).

<표 1-1-2> 주요 국가별 E&M 시장 (단위: \$ mil.)

국가명	2010p	2011	2012	2013	2014	2015	11-15 CAGR
미국	443,144	458,842	484,835	503,901	53,178	555,277	4.6
일본	174,036	169,095	177,535	185,770	191,797	197,035	2.5
독일	87,296	89,859	92,812	96,532	99,952	103,010	3.4
중국	85,543	96,002	108,094	120,492	134,880	148,229	11.6
영국	76,794	78,960	82,119	85,352	88,643	92,063	3.7
프랑스	66,676	69,244	72,339	75,601	78,132	80,989	4.0
이탈리아	42,213	43,329	45,217	47,189	49,280	51,336	4.0
캐나다	38,155	40,107	42,665	45,452	48,659	51,400	6.1
대한민국	33,831	35,674	37,478	39,128	40,837	42,618	4.7
브라질	33,104	37,478	42,239	46,869	53,860	56,731	11.4
호주	32,157	33,494	34,972	36,855	37,764	39,459	4.2
스페인	26,510	27,213	28,426	29,864	31,486	33,479	4.8

* 출처: PWC (2011).

○ 또한 콘텐츠를 전통적인 콘텐츠(traditional legacy content), 현재의 콘텐츠(today's content), 미래보장 콘텐츠(Future-proofed content)로 구분하고 이중 미래보장 콘텐츠의 특징으로 전송매체(module)에 무관하게 적응력이 높고, 분리 전송할 수 있어야 하고, 공정화된 과정을 거쳐 다양한 채널에 맞게 신속하게 쉽게 재적용 가능해야 하며(repurposable), 창조성과 기술적 스킬간이 균형이 맞는 콘텐츠여야 한다는 점을 지적하기도 한다 (PWC. 2011).⁵⁾

▷ 조사필요성

○ 현재 대중문화산업 관련 대표 단체인 한국연예매니지먼트협회에 등록되지 않은 연예 기획사에 대한 수요는 파악되지 않고 있는 상황이다.

■ 이에 따라 미등록 업체로부터 발생할 수 있는 관련 종사자와 지망생에 대한 사기 등 각종 피해사례 파악과 이에 대한 방지가 어려운 상황이다.

5) 특히 미래보장 콘텐츠는 시작부터 끝까지(end-to-end) 워크플로우상의 모든 과정이 디지털화된 과정을 거쳐 생산되어야 한다는 점이 지적된다.

■ 현재 한국연예인매니지먼트 협회를 비롯한 관련 단체(협,단체)의 등록업체 200여 개 수준이며, 미등록 업체는 약 50~100여 개로 추정되고 있다.

○ 특히, 검증되지 않은 연예기획사의 일부 위법, 탈법사례는 대중문화산업과 관련 종사자에 대한 이미지를 실추시킬 뿐만 아니라 대중문화업계 전체에 대해 소비자의 반감을 형성해 투자와 인프라 확충 등을 저해시키는 요소가 될 수 있다.

○ 따라서, 연예계 지망생 및 관련 업체가 미등록 업체로부터 얻는 고질적인 피해 사례를 줄이기 위해, 정확한 기획사 정보의 공유가 필요하다.

■ 연예매니지먼트사업체와 관련 산업 정보는 협·단체나 정부가 확인할 수 있는 공개된 데이터베이스로 확보되어야 한다.

■ 공개된 데이터베이스는 개인과 업체 또는 업체들 간의 상호 투명하고 신뢰할 수 있는 거래를 발생시키는 등 산업 전반의 선순환 구조를 형성하는 기반이 된다.

○ 또한, 장기적 관점에서 소위 그레이마켓(Gray Market), 블랙마켓(Black Market) 등의 실태를 파악하여 대처함으로써 한류로 촉발된 대중문화산업의 발전을 지속시키고 관련 산업 균을 양지로 끌어들이 수 있는 방안 마련이 필요하다.

2. 조사 방법과 대상

2-1. 조사방법

○ 기본적으로 이메일을 통한 온라인 조사방법을 사용하였으며, 온라인 조사가 원활치 않은 경우에 유선전화 및 방문조사 방법을 사용하였다.

■ 온라인: 온라인을 이용한 조사 방법은 이메일 발송 ▷ 확인전화 ▷ 이메일 접수 ▷ 분석 도중 오류 클리닝 전화 ▷ 최종 분석데이터 입력 순으로 진행되었다.

■ 유선전화: 조사 대상자가 업무 및 외근 등을 이유로 온라인 조사에 참여하지 않은 경우, 유선전화를 통해 조사를 실시하였다. 조사는 이메일 발송 ▷ 확인전화 ▷ 담당자와 스케줄 조정 ▷ 유선전화로 질의응답 후 설문지 작성 ▷ 분석 도중 오류 클리닝 전화 ▷ 최종 분석데이터 입력 순으로 진행되었다.

■ 방문조사: 회사의 존재 여부 파악이 불분명하거나, 기한 내에 설문지가 수거되지 않은 경우에 방문조사 방법을 사용하였다. 조사는 이메일 발송 ▷ 확인전화 ▷ 회사방문 ▷ 현장 설문조사 순으로 진행되었다.

2-1. 조사대상

○ 조사대상은 총 415개사이며, 이중 연예매니지먼트협회 회원사 212개 사, 비회원사 203개 사를 대상으로 진행되었다. 그 중 연락이 불가능한 회사는 회원사 23개사, 비회원사 68개사 등 총 91개사였다. 따라서 응답률은 회원사의 경우 58.5%(125개사), 비회원사의 경우 19.2%(41개사)로 전체 응답률은 40.0%(166개사)였다. 이중 응답하지 않은 회원사중 18개사는 同社異名의 사업자로 나타났다. 자세한 조사대상 기획사의 수와 응답률은 아래 표와 같다.

<표 1-2-1> 조사대상 기획사 수 및 응답률

협회 가입 여부	조사대상 기획사 수	조사표 제출 기획사수(응답률)
회원	212	125 (58.5%)
비회원	203	41 (19.2%)
전체	415	166 (40.0%)

주1) 비회원 기획사는 뉴스, 지도, 홈페이지 등으로 검색하여 조사

주2) 연락 불가능한 기획사, 존재 불분명 소속사는 미응답 소속사에 포함

○ 주요 미응답 사유는 회사의 내부정보 공개 불가, 조사에 대한 불만, 담당자 출장, 신생기업 등이었다.

3. 조사기간

○ 2014년 03월 03일 ~ 2014년 04월 07일 (36일간)

- ~ 2월말 : 연구진에 의한 설문지 양식 작성 완료
- 2월말 : 연예매니지먼트 협회를 통한 회원사 대상에게 설문지 배포
- 3월초~ : 조사업체를 통한 회원사 및 비회원사 대상으로 설문지 재배포
- ~4월첫주 : 설문지 회수 및 미제출 대상자에게 제출 요구
- ~4월첫주 : 회수된 설문중심으로 코딩작업 병행
- 4월첫주~ : 코딩작업 완료, 통계분석 작업 등

4. 조사항목

○ 조사항목은 기획사 개황, 기획사 현황, 소속 대중문화 예술인 및 인력 세부현황, 기획사 활동현황, 기획사 매출현황, 기획사 지출현황, 기획사 인식조사 등 7가지 항목이었으며, 조사 항목 및 구체적인 측정 내용은 다음 표와 같다.

<표 1-4-1> 조사 항목 및 측정 내용

조사 항목	측정 내용
기획사 일반사항	창립연도, 회사주소, 전화번호, 대표자 인적사항, 홈페이지 주소, 이메일, 자본금, 사업자등록증 관련 사항, 상장여부, 소속 연예인과 매니저 명단
기획사 현황	주요사업, 해외지사 관련 사항, 인원 현황, 고용형태
소속 대중문화 예술인 및 인력 세부현황	표준전속계약서 사용 여부, 대중문화예술인 인력세부 현황 및 주된 구인방법, 소속 직원 세부 현황 및 주된 구인방법, 준비생 관련 사항
기획사의 최근 3년(2011~2013) 활동현황	활동 내용 관련 사항, 최근 3년간의 활동량의 증감정도, 주요 수상 경력
기획사의 매출현황(2013년 기준)	매출 총액, 국내외 매출 비중, 분야별 매출액과 비중, 해외 활동 현황 관련 사항, 최근 3년간의 매출의 증감정도
기획사의 지출현황(2013년 기준)	국내외 지출액과 비중, 최근 3년간의 지출의 증감정도
기획사의 인식조사	경쟁력 평가, 한류 평가, 제도 평가, 기획사 운영 평가

■ 기획사 일반사항의 측정항목은 창립연도, 회사주소, 전화번호, 대표자 인적사항, 홈페이지 주소, 이메일, 자본금, 사업자등록증 관련 사항, 상장여부, 소속 연예인과 매니저 명단 등이었다.

■ 기획사 현황의 측정항목은 주요사업, 해외지사 관련 사항, 인원 현황, 고용형태 등이었다.

■ 기획사 소속 대중문화예술인 및 인력 세부 현황은 응답 기업들의 사업과 인력 현황을 조사하기 위한 것으로, 측정항목으로는 대중문화예술인 표준전속계약서 사용 여부, 대중문화예술인 인력세부 현황 및 주된 구인방법, 소속 직원 세부 현황 및 주된 구인방법, 준비생 관련 사항 등이었다.

■ 기획사 활동 현황은 응답 기업들의 활동 분야별 활동 정도를 살펴보기 위한 것으로, 측정항목은 활동 내용 관련 사항, 최근 3년간의 활동량의 증감정도, 주요 수상 경력 등이었다.

■ 기획사 매출 현황은 응답 기업들의 2013년 매출 규모를 분석하기 위한 것으로, 측정항목은 매출 총액, 국내외 매출 비중, 분야별 매출액과 비중, 해외 활동 현황 관련 사항, 최근 3년간의 매출의 증감정도 등이었다.

■ 기획사 지출 현황은 응답 기업들의 2013년 지출 규모를 분석하기 위한 것으로, 측정항목은 국내외 지출액과 비중, 최근 3년간의 지출의 증감정도 등이었다.

■ 기획사 인식 조사는 응답 기업들의 경쟁력, 한류, 제도, 운영 관련 인식을 분석하기 위한 것으로, 측정항목은 경쟁력 평가, 한류 평가, 제도 평가, 기획사 운영 평가 등이었다.

연예기획사(연예기획·연기자중심)
전수조사보고서

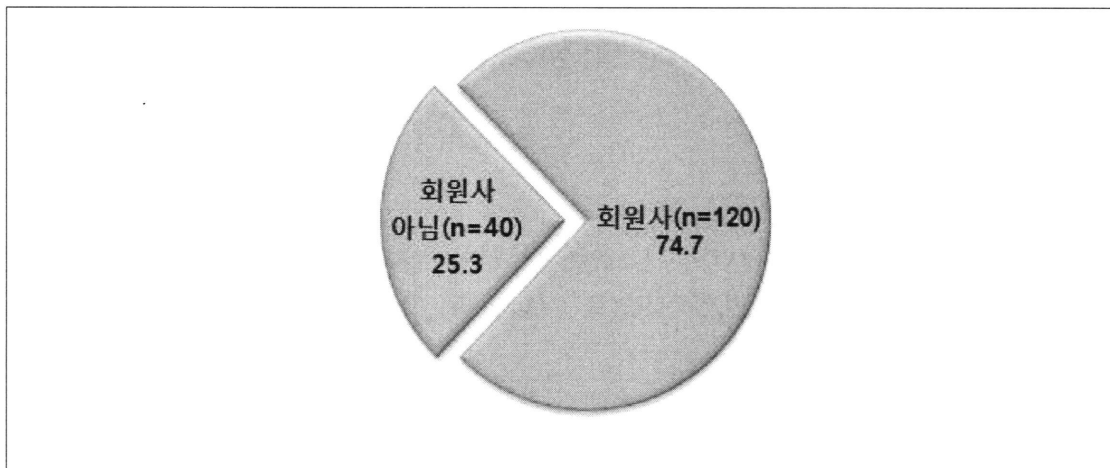
제2편
기획사 조사



1. 연예 기획사 개황

1-1. 회원사 여부

○ 조사에 응답한 기획사들의 연예매니지먼트협회 회원가입 여부를 조사한 결과, 회원사가 120개사(75.0%), 비회원사가 40개사(25.0%)로 나타났다. 회원사인 경우가 비회원사인 경우보다 약 3배가량 많은 수치이다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-1-1>와 같다.



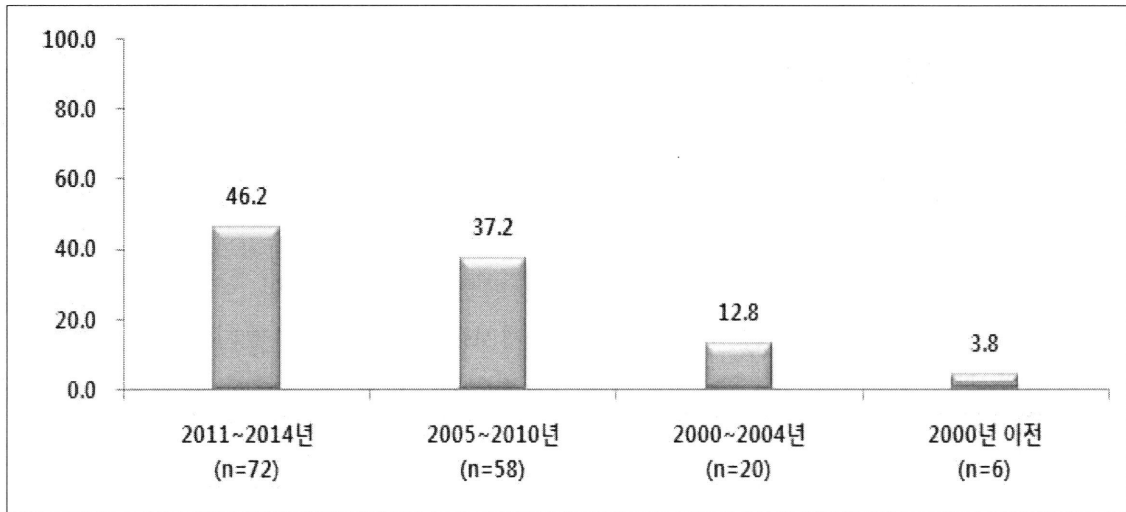
<그림 2-1-1> 회원사 여부

1-2. 회사 경력

○ 기획사의 창립연도는 정확한 연월일을 입력하도록 하였으며, 분석은 2000년을 기준으로 2000년 이전과 2000년 이후는 4~5년 단위로 실시하였다. 회사 업력은 1년 미만부터 11년 이상까지 2~3년 간격으로 구분하여 분석하였다.

▷ 창립연도

○ 창립연도는 2011~2014년이 46.2%, 2005~2010년이 37.2%, 2000~2004년이 12.8%, 2000년 이전이 3.8%인 것으로 나타났다. 전체의 80%이상이 2005년 이후에 설립되었다는 점을 고려하면, 국내에서 본격적인 연예매니지먼트 사업이 활성화되기 시작한 시기는 2005년 이후인 것으로 판단된다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-1-2>과 같다.

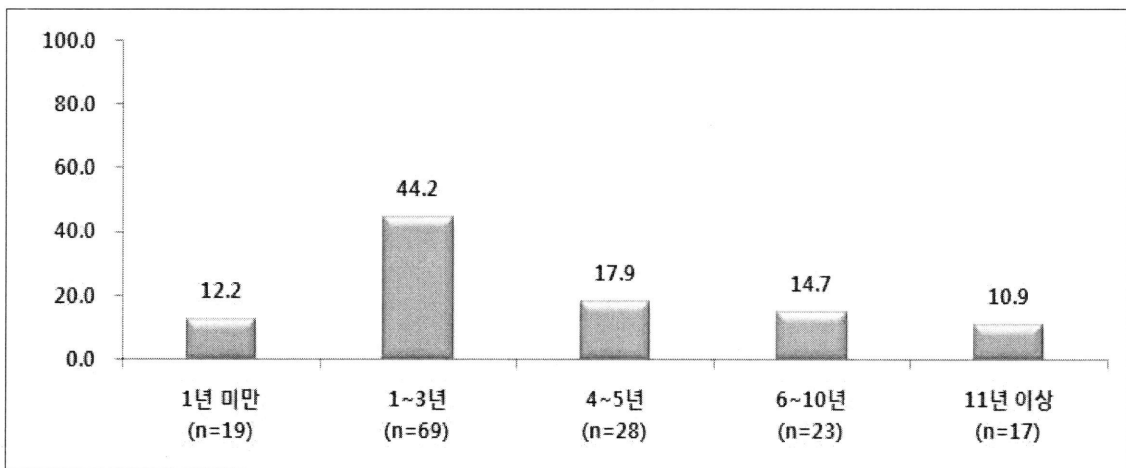


<그림 2-1-2> 창립연도

▷ 회사 업력

○ 회사 업력은 1년 미만이 12.2%, 1~3년이 44.2%, 4~5년이 17.9%, 6~10년이 14.7%, 11년 이상이 10.9%인 것으로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-1-3>과 같다.

○ 6년 이상의 업력을 가진 회사의 비율은 약 25%에 불과하며, 절반 이상이 3년 이하에 분포하고 있는 것을 알 수 있다. 3년과 4년 사이에 수치가 급감하지만 그 후로는 감소폭이 더딘 것으로 나타났다. 따라서 경영 3년차에 위기를 맞는 기획사가 많으나 4년을 넘길 시 안정적인 운영이 가능한 것으로 해석된다.



<그림 2-1-3> 회사 업력

1-3. 회사 위치

○ 응답에 참여한 회사 중 4곳을 제외하고는 모두 서울특별시에 소재하고 있는 것으로 나타났다. 특히, 강남구의 경우에는 57.7%의 회사가 소재를 하고 있는 것으로 조사되었으며, 그 뒤로 서초구(9.6%), 마포구(9.6%), 용산구(5.1%), 영등포구(4.5%) 등의 순으로 나타났다.

○ 서울시 외 지역은 경기도 고양시가 3곳(1.9%), 인천시 서구 1곳(0.6%)인 것으로 나타났으며, 자세한 내용은 <표2-1-1>과 같다.

<표 2-1-1> 회사 위치

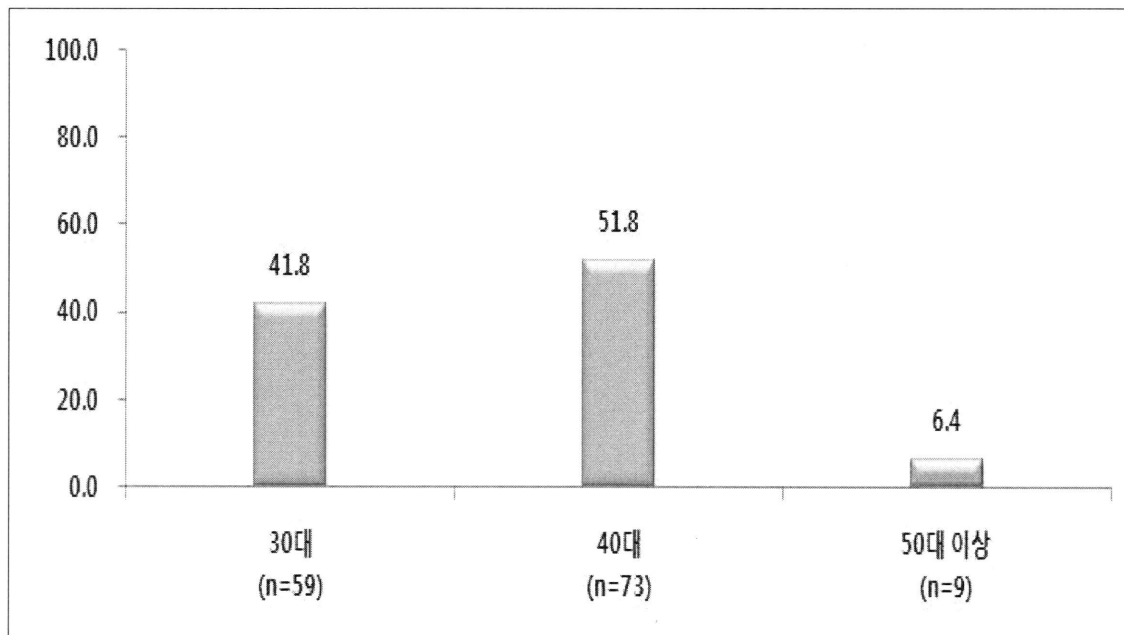
항목	세부항목	응답수	%
회사위치	강남구	90	57.7
	서초구	15	9.6
	마포구	15	9.6
	용산구	8	5.1
	영등포구	7	4.5
	성동구	5	3.2
	중구	3	1.9
	성북구	3	1.9
	경기도 고양시	3	1.9
	송파구	1	0.6
	광진구	1	0.6
	서대문구	1	0.6
	양천구	1	0.6
	강서구	1	0.6
	관악구	1	0.6
	인천시 서구	1	0.6

1-4. 회사 대표자 현황

○ 기획사의 실제 대표자 현황은 대표자의 연령대, 출신 사항, 경력사항 세 가지 항목을 세부적으로 조사하였다. 먼저, 연령대의 경우에는 실제 대표자의 만 나이를 기준으로 조사하였으며, 출신 사항은 연예 산업의 대표적인 세 가지 직종인 매니저, 제작자, 기획자로 나누어 조사하였다. 경력 사항은 실제 대표자의 연예산업 종사 경력 사항을 조사하였다.

▷ 실제 대표자 연령대

○ 대표자 연령대는 만 30세부터 50세까지는 10년 단위로 나누어 정리했으며, 50세 이상은 50대 이상의 항목으로 구성하여 분석을 진행하였다. 분석 결과, 30대가 59명(41.8%), 40대가 73명(51.8%), 그리고 50대 이상이 9명(6.4%)으로 나타났다. 전체적으로 30대와 40대가 90%이상으로 대부분을 차지하였다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-1-4>와 같다.



<그림 2-1-4> 실제 대표자 연령대

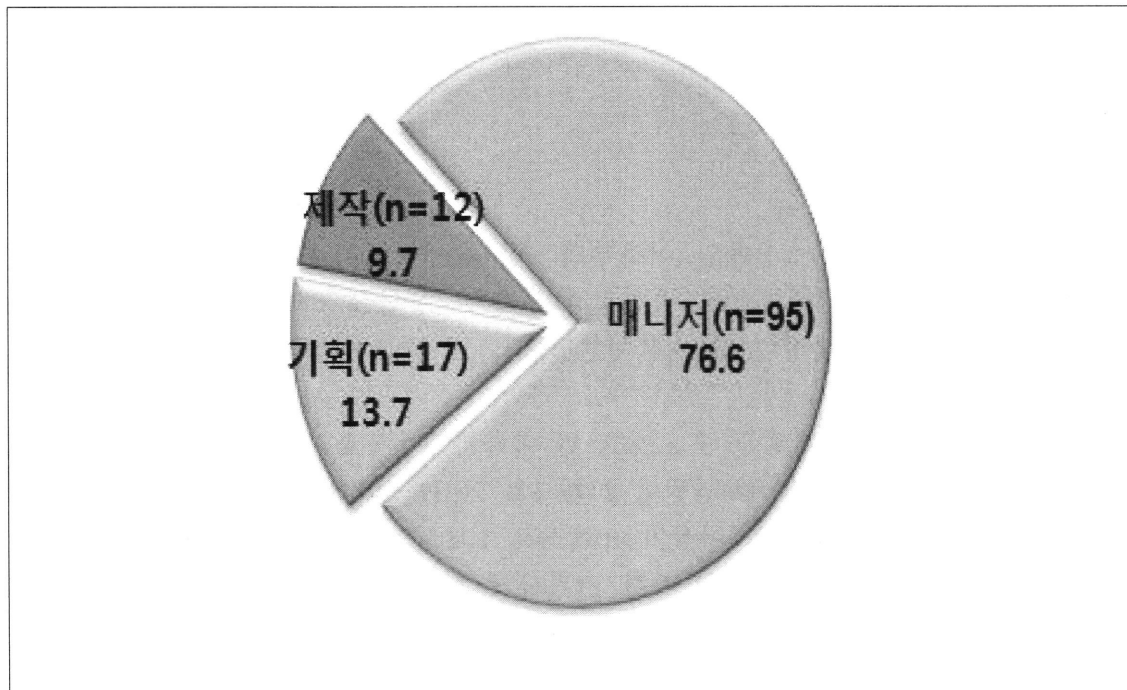
▷ 실제 대표자 출신 사항

○ 실제 대표자의 출신은 연예산업의 대표적인 세 가지 직종인 매니저, 기획자, 제작자로 구분하여 조사하였다. 분석 결과에 따르면, 매니저 출신이 95명(76.6%), 기획자 출신이 17명(13.7%), 그리고 제작자 출신이 12명(9.7%)인 것으로 나타났다.

○ 위 분석에서는 무응답자 36명을 제외하였는데, 이들은 위 세 가지 직종이 아닌 타직종 출신 대표자임을 짐작할 수 있다.

○ 기 분석된 회사 설립연도와 연령대별 조사결과를 함께 판단하면, 다수의 실제 대표자가 매니저를 시작(20대 중반이후 업계 종사를 가정)한 이후 10~20년 사이에 회사를 설립한 것으로 판단할 수 있다. 실제 대표자의 출신은 아래 <그림 2-1-5>와 같다.

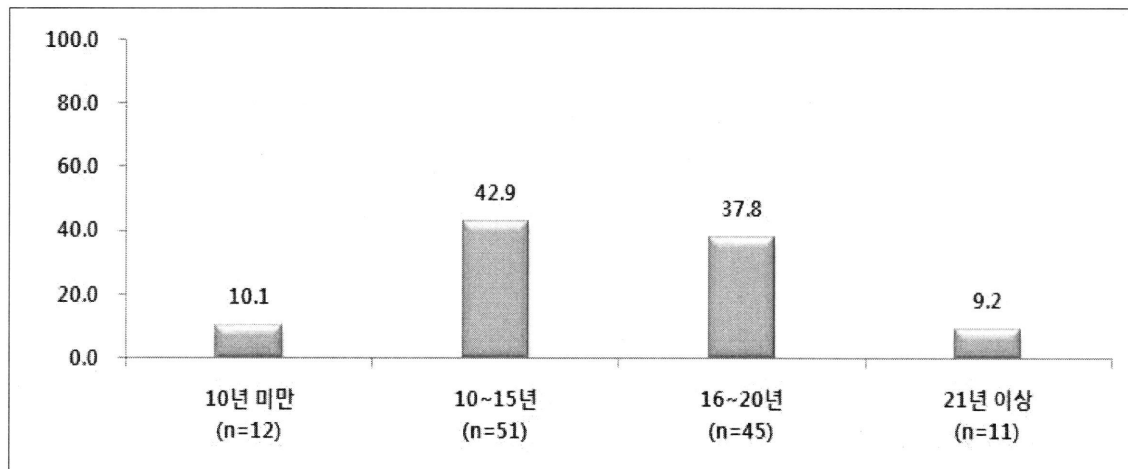
○ 또한, 매니저 출신이라고 응답한 비율은 30대 이하가 40대 이상보다 약 11% 높은 비율을 보였다. 반대로 제작자 출신이라고 대답한 응답자의 비율은 40대 이상이 30대 이하보다 약 6% 가량 높은 비율을 보였다.



<그림 2-1-5> 실제 대표자 출신

▷ 실제 대표자 경력 사항

○ 실제 대표자 경력은 10년 미만부터 21년 이상까지 5~6년 간격으로 조사하였으며 10년 미만이 12명(10.1%), 10~15년이 51명(42.9%), 16~20년이 45명(37.8%), 21년 이상이 11명(9.2%)인 것으로 나타났다. 실제 대표자 경력이 10년에서 20년 사이라는 응답이 약 80%로 대부분을 차지했다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-1-6>과 같다.

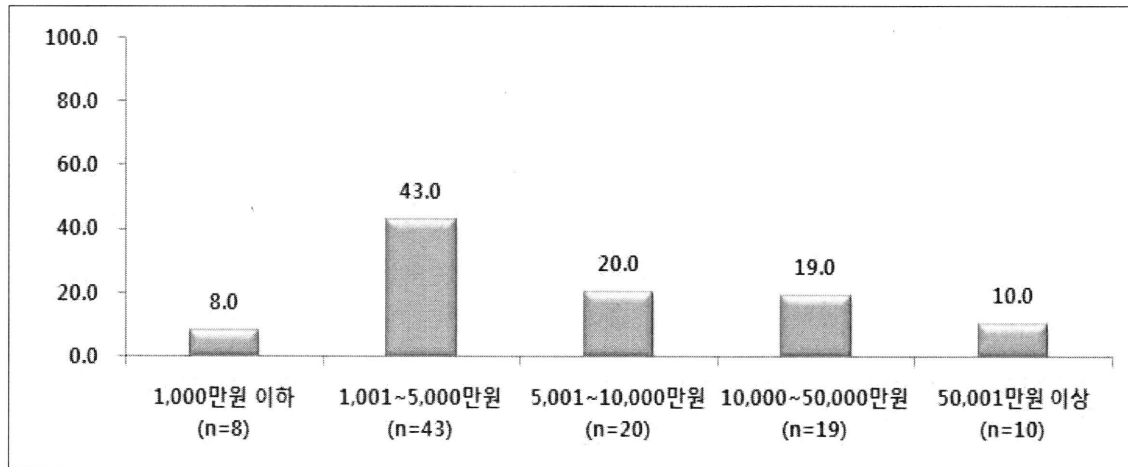


<그림 2-1-6> 실제 대표자 경력

1-5. 자본금

○ 자본금의 규모는 1천만원 이하부터 5억원 이상까지 5가지 항목으로 나누어 조사하였다. 연예매니지먼트협회 비회원사의 경우, 응답을 하지 않은 비율이 62.5%로 조사 대상의 절반 이상이 회사의 자본금을 공개하길 꺼려했다.

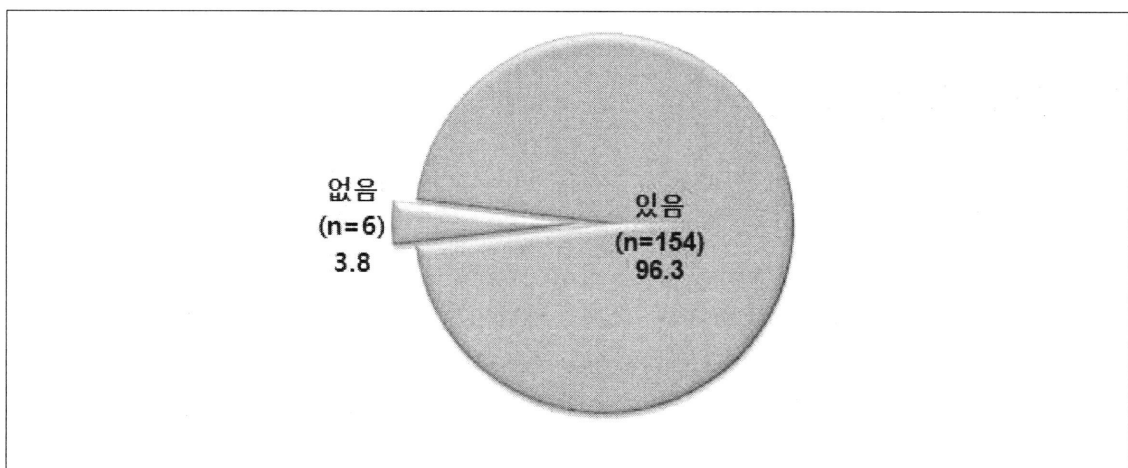
○ 응답에 참여한 100개사 중 1,000만원 이하가 8개사로 8.0%, 1,001~5,000만원이 43개사로 43.0%, 5,001~10,000만원이 20개사로 20.0%, 10,000~50,000만원이 19개사로 19.0%, 그리고 50,001만원 이상이 10개사로 10.0%인 것으로 나타났다. 1,000만원에서 5,000만원 사이의 자본금을 가진 기획사가 전체의 40% 이상을 차지하고 있었다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-1-7>과 같다.



<그림 2-1-7> 자본금

1-6. 사업자등록증 여부

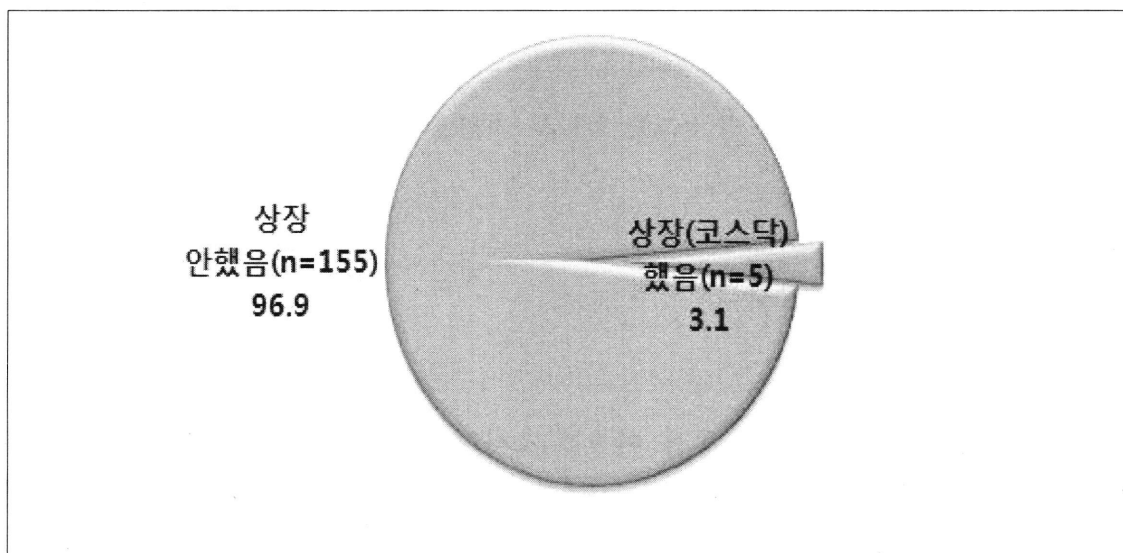
○ 기획사의 사업자등록증 보유 여부를 조사한 결과, 사업자등록증이 있다고 응답한 기획사가 전체의 96.3%(154개)로 대부분의 기획사가 사업자등록증을 취득한 것으로 나타났다. 사업자등록증을 보유하지 않은 사업자는 단 6개(3.8%)로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-1-8>과 같다.



<그림 2-1-8> 사업자등록증 여부

1-7. 상장 여부

○ 코스닥 상장여부를 조사한 결과, 상장을 했다고 응답한 기획사가 5개사(3.1%)로 나타난 반면, 하지 않았은 기획사는 96.9%(155개사)로 나타났다. 이는 자본금 규모에서도 알 수 있듯이, 대부분의 사업자가 영세한 운영을 하고 있는 것으로 알 수 있다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-1-9>과 같다.



<그림 2-1-9> 상장 여부

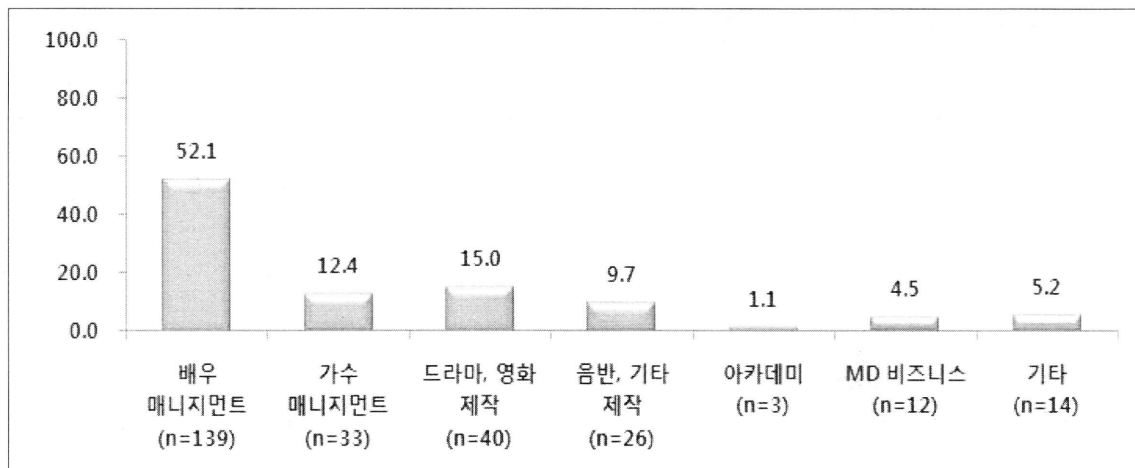
2. 연예 기획사 현황

2-1. 주요 사업

○ 기획사 주요사업 현황은 배우·가수 매니지먼트와 드라마 및 영화·음반 제작 등 대표적인 사업 6가지 항목으로 나누어 조사하였다. 그 결과 배우 매니지먼트가 139개사(52.1%), 가수 매니지먼트가 33개사(12.4%), 드라마, 영화 제작이 40개사(15.0%), 음반 및 기타 제작이 26개사(9.7%), 아카데미가 3개사(1.1%), 마지막으로 MD 비즈니스가 12개사(4.5%)로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-2-1>과 같다.

○ 다양한 방면에서 활동할 수 있다는 강점을 기반으로 배우 매니지먼트가 주요 사업의 절반 이상(52.1%)을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 또한 가수 매니지먼트와 음반, 기타 제작은 같은 분야의 사업으로, 한 기획사에서 동시에 진행하고 있는 경우가 대부분임을 알 수 있다.

■ 주요사업에 대한 기타응답은 공연기획, 개그맨매니지먼트, 레이싱모델에이전트, 사진영상, 광고영상에이전트 등으로 나타났다.



<그림 2-2-1> 주요사업

2-2. 해외 지사 관련 사항

○ 기획사의 해외지사에 관련된 사항은 해외지사 소유 여부, 소유한 해외지사의 국가 명을 조사하였다.

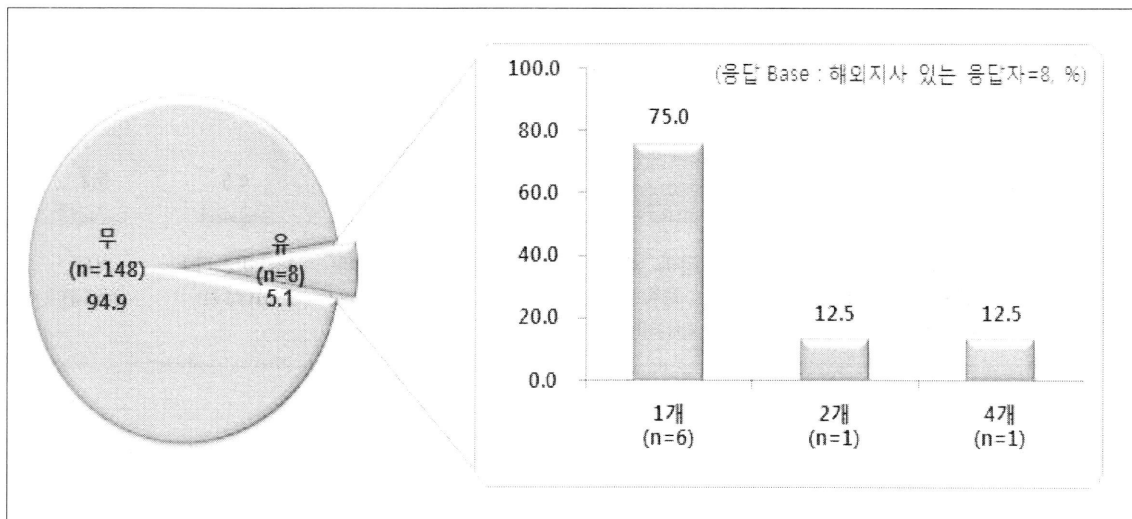
▷ 해외 지사 여부

○ 해외지사 여부는 먼저 해외지사의 유/무를 조사하였으며, 그 결과 해외지사가 있다고 응답한 기획사는 8개사(5.1%) 뿐이었으며, 나머지 148개사(94.9%)는 해외지사가 없다고 답했다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-2-2>의 원형 그래프와 같다.

○ 또한 해외지사를 보유한 8개의 기획사에 해외지사의 수를 조사하였다. 그 결과 1개를 보유한 기획사는 6개사(75.0%)였으며, 2개를 보유한 기획사와 4개를 보유한 기획사가 각각 1개사(12.5%)로 나타났다. 결과적으로 평균 1.5개를 소유한 것으로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-2-2>의 막대그래프와 같다.

○ 결과적으로 해외지사를 보유 중인 기획사는 5.1%에 불과하며, 2개 이상인 경우도 전체(N=156)의 약 1.2%로 매우 낮은 비중을 보이고 있다. 이는 대부분의 기획사가 소규모 자본금으로 운영하기 때문에 해외지사 소유가 쉽지 않음을 나타낸다.

○ 본 항목에 대한 무응답은 4개사였다.

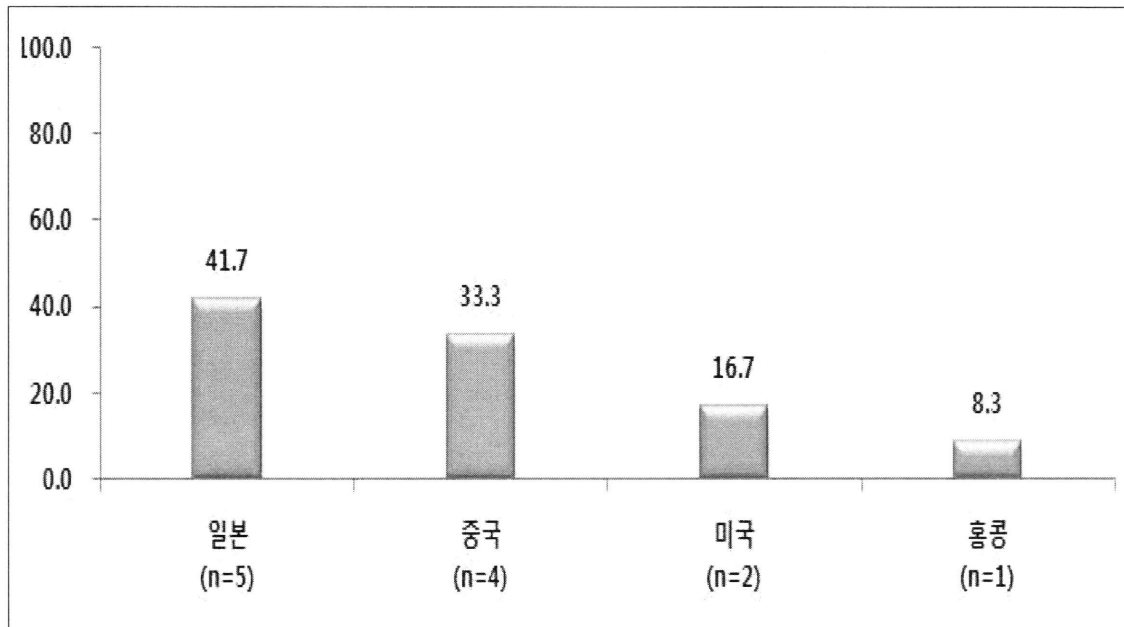


<그림 2-2-2> 해외지사 여부

▷ 해외지사 국가

○ 해외지사를 보유한 기획사 중 일본이 5개 사(41.7%), 중국이 4개 사(33.3%), 미국이 2개 사(16.7%), 홍콩 1개 사(8.3%)로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-2-3>과 같다.

○ 해외지사를 운영하고 있는 기획사의 경우, 미국을 제외한 국가 모두 아시아 국가인 것으로 보아, 한류 열풍에 대응해 해당 국가에 직접 지사를 설립한 것으로 판단할 수 있다. 하지만 이는 달리 말하면, 연예산업 수출이 아시아권으로 한정된 상태로도 볼 수 있다.



<그림 2-2-3> 해외지사 국가명

2-3. 인원 현황

○ 소속 인원 현황은 기획사 소속인원을 만 19세 이상 성인배우, 만 18세 이하 아동·청소년 배우, 기타 직종으로 나누어 조사하였다. 이를 표로 나타내면 <표 2-2-1>과 같다.

■ 성인배우는 1명(5.0%), 2~3명(18.1%), 4~5명(19.4%), 6~10명(31.3%), 11명 이상(14.4%)으로, 평균 7.65명으로 나타났다.

■ 아동·청소년 배우는 1명(8.8%), 2명(2.5%), 3명 이상(2.5%)으로, 평균 1.68명으로 나타났다.

■ 그 외 기타 직군은 평균 7.75명으로 나타났으며, 주관식으로 직종 명을 조사한 결과 가수, 코미디언, 개그맨, 모델, 배우, 감독, 작가가 있는 것으로 나타났다.

○ 평균 7.65명의 성인 배우 수와 1.68명의 아동 배우를 합쳤을 때, 기타 모든 직군(n=7.75)의 비율보다 높게 나타났다. 이는 연예 기획사 소속 인원이 배우에 치우쳐있으며, 주요 사업 또한 배우 매니지먼트가 강세를 보이고 있는 것으로 보인다.

<표 2-2-1> 인원 현황

항목	세부항목	응답수	%
성인배우	1명	8	5.0
	2~3명	29	18.1
	4~5명	31	19.4
	6~10명	50	31.3
	11명 이상	23	14.4
	무응답	19	11.9
아동배우	1명	14	8.8
	2명	4	2.5
	3명 이상	4	2.5
	무응답	138	86.3
기타	1~2명	6	28.6
	3~5명	4	19.0
	6~10명	7	33.3
	11명 이상	4	19.0

2-4. 소속 직원 현황 및 고용 형태

○ 소속 직원 현황은 매니저, 사무직, 스타일리스트, 안무가 등 계약직을 포함한 연예인 외 소속직원의 현황을 조사하였다. 그 결과 소속직원이 1명(6.9%), 2~3명(18.1%), 4~5명(28.1%), 6~10명(20.6%), 11명 이상(20.0%)의 분포를 보이며, 평균 9.42명으로 나타났다. 이를 표로 나타내면 <표 2-2-2>와 같다.

○ 또한 위 항목에 해당하는 소속 직원을 정규직, 계약직, 기타 등 3가지 항목의 고용 형태로 추가 조사 하였다.

■ 정규직은 1명(13.2%), 2~3명(28.7%), 4~5명(22.8%), 6~10명(19.1%), 11명 이상(16.2%)으로, 평균 16.82명으로 나타났다.

■ 계약은 1명(32.1%), 2명(30.9%), 3~4명(22.2%), 5명 이상(14.8%)으로, 평균 4.01명으로 나타났다.

■ 기타 고용형태는 1명(47.1%), 2명(41.2%), 3명 이상(11.8%)으로, 평균 1.45명으로 나타났다.

○ 직원의 고용 형태는 정규직 평균 16.82명 계약직 평균 4.01명, 기타 고용직 평균 1.45명으로 나타났다. 정규직 직원이 계약직이나 기타 고용직 보다 높다는 것은 비교적 회사를 안정적으로 운영하고 있는 것으로 보인다.

○ 또한 인력 규모가 10인 이상인 회사의 경우, 10인 이하의 회사 보다 평균 정규 직원의 수가 약 10명 정도 더 많은 것으로 나타났다.

<표 2-2-2> 소속직원의 고용형태

항목	세부항목	응답수	%
소속직원	1명	11	6.9
	2~3명	29	18.1
	4~5명	45	28.1
	6~10명	33	20.6
	11명 이상	32	20.0
	무응답	10	6.3

3. 소속 대중문화 예술인 및 인력 세부 현황

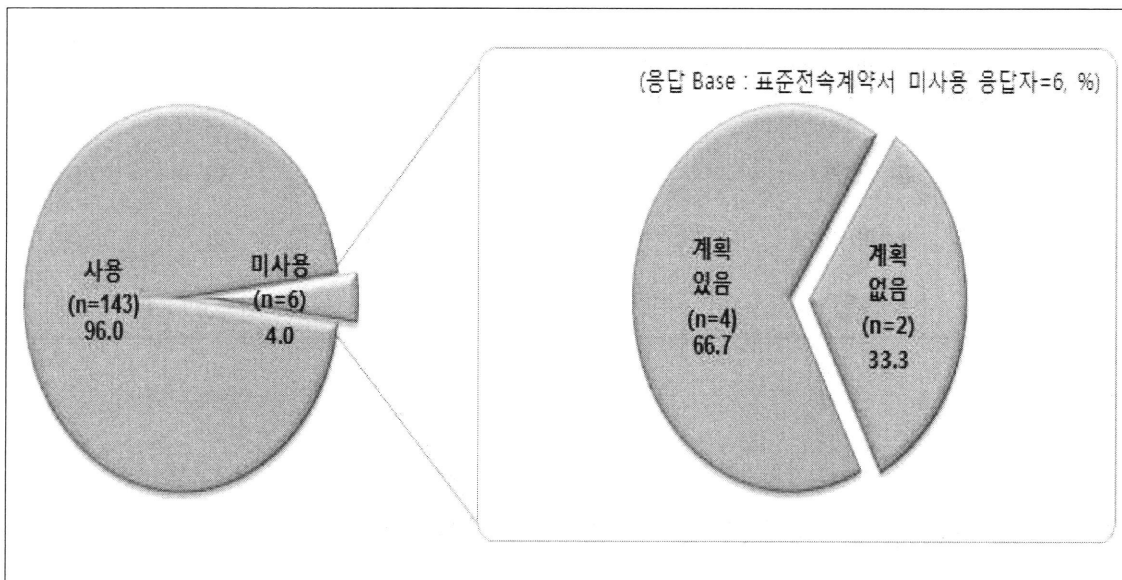
3-1. 대중문화예술인 표준전속계약서 사용 여부

○ 기획사가 소속 대중문화 예술인과 계약을 할 시, 표준 전속계약서 사용 여부를 조사하였다. 그 결과 사용하고 있다고 응답한 기획사가 143개사로 전체의 96.0%로 나타났으며, 사용하지 않는다고 응답한 기획사는 6개사 4.0%로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-1>의 왼쪽 그래프와 같다.

○ 표준전속계약서를 사용하지 않는다고 응답한 6개사를 상대로 향후 사용계획을 조사하였다. 그 결과 향후 사용계획이 있다고 응답한 기획사가 4개사로 66.7%를 차지했으며, 사용계획이 없다고 응답한 기획사가 2개사인 33.3%로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-1>의 오른쪽 그래프와 같다.

○ 표준전속계약서를 사용하고 있다고 응답한 기획사가 전체의 96%를 차지하였으며, 이 중 연예매니지먼트협회 회원사의 응답 비율이 약 75%로 나타났다. 따라서 회원사가 표준전속계약서 사용을 더 의무화하고 있다는 것을 알 수 있다.

○ 현재 표준전속계약서를 사용하지 않는다고 응답한 6개 기획사 중 향후 표준전속계약서를 사용할 계획이 있음을 밝힌 응답자가 67%(4개사)를 차지하는 것으로 나타났다. 따라서 향후에는 표준전속계약서의 사용이 더욱 확대될 것으로 예상된다.



<그림 2-3-1> 대중문화예술인 표준전속계약서 사용 여부

3-2. 대중문화예술인 인력 현황

○ 기획사 소속 대중문화예술인 인력 현황은 연기자, 가수, 개그맨, 모델 및 배우·가수 겸직, 배우·모델 겸직 등 6가지로 분류하여 성별, 연령, 학력 세 가지의 항목으로 세부조사 하였다. 또한 대중문화예술인의 주된 구인 방법을 자체 오디션, 길거리 캐스팅 등 4가지의 방법으로 분류하여 조사하였다.

▷ 대중문화예술인 세부 인력 현황

○ 대중문화예술인의 인력 현황은 <표 2-3-1>과 같으며, 연기자의 경우 남자는 4.28명, 여자는 3.71명이고, 연령대는 주로 20대(3.38), 30대(3.80)가 많은 것으로 나타났다. 학력은 대졸이상이 5.18명으로 많은 것으로 나타났다.

○ 가수의 경우에는 남자가 3.96명, 여자가 4.53명이고, 연령대는 주로 20대(5.26)와 30대(2.67)가 많은 것으로 나타났다. 학력은 고졸이 4.38명, 대학 재학이 3.89명으로 많이 나타났다. 고등학교 졸업 후 대학 진학보다는 연예 활동에 전념하는 인원이 많은 것으로 추정된다.

○ 개그맨의 경우에는 남자가 6.20명, 여자가 5.60명이고, 연령대는 주로 40대(1.50명)와 50대(1.50명)가 많은 것으로 나타났다. 학력은 대졸이상이 2.75명으로 가장 많이 나타났다. 개그맨의 경우, 상대적으로 높은 연령대가 많다는 것이 특징이다.

○ 모델 분야는 남자가 3.50명, 여자가 2.67명인 것으로 나타났다. 특이한 점은 연령대는 20대(3.75명)가, 학력은 대졸이 유일한 것으로 나타났다.

○ 배우·가수 겸직의 경우 남자는 2.20명, 여자는 3.50명이고, 연령대는 주로 10대(3.00), 20대(3.50)가 많은 것으로 나타났으며, 학력은 고졸이상으로 나타났다.

○ 배우·모델 겸직의 경우 남자는 1.89명, 여자는 1.75명이고, 연령대는 주로 20대(2.00), 30대(1.56)가 많은 것으로 나타났으며, 학력은 고졸이상으로 나타났다.

○ 연기자와 개그맨, 모델의 학력은 대졸이 가장 많은 것에 비하여 가수의 학력은 고졸이 4.38명으로 가장 많이 나타나고 있다. 또한 세 분야의 평균 연령이 20~30대에 고루 분포하는 것과 달리 가수의 평균 연령은 20대가 5.26명으로 30대에 비해 약 두 배 이상의 차이를 보인다. 이를 통해 가수의 학력 및 평균 연령이 낮다는 것을 알 수 있는데, 이는 아이돌 가수 지망생이 상대적으로 많은 것으로 풀이된다.

<표 2-3-1> 대중문화예술인 세부 인력 현황

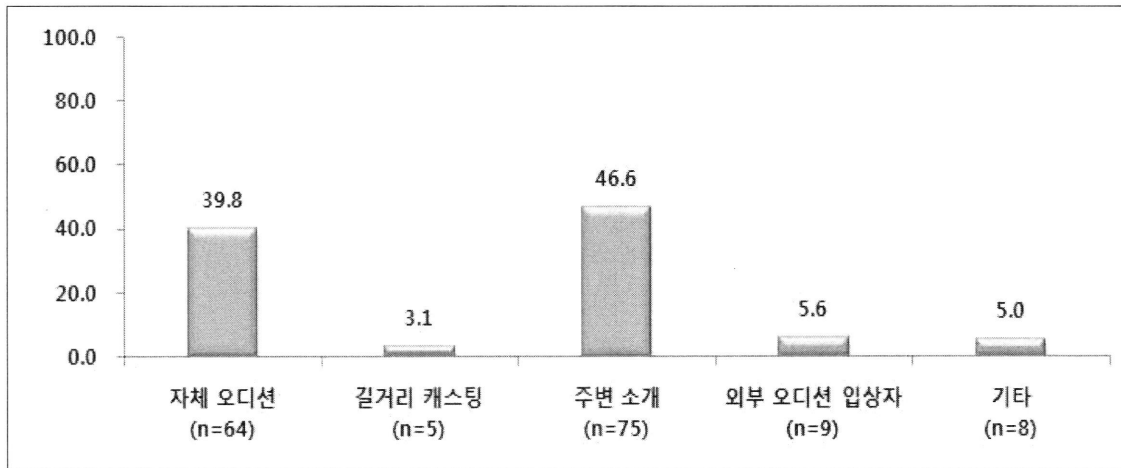
분야	성별(명)		연령(명)								학력(명)					
	남	여	10 대 미 만	10 대	20 대	30 대	40 대	50 대	60 대 이 상	미 취 학	초 재	중 재	고 재	고 졸	대 재	대 졸
연기자	4.28	3.71	1.0 0	1.4 6	3.3 8	3.8 0	1.9 2	1.0 0	1.2 7	1.0 0	1.1 7	2.0 0	1.2 3	2.3 6	2.2 0	5.1 8
가수	3.96	4.53	-	1.6 7	5.2 6	2.6 7	1.0 0	-	-	-	-	1.0 0	1.4 0	4.3 8	3.8 9	3.6 2
개그맨	6.20	5.60	-	-	1.0 0	1.3 3	1.5 0	1.5 0	-	-	-	-	-	-	1.0 0	2.7 5
모델	3.50	2.67	-	-	3.7 5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.0 0
배우,가수 겸직	2.20	3.50	-	3.0 0	3.5 0	1.3 3	-	-	-	-	-	-	-	1.0 0	5.0 0	1.2 5
배우,모델 겸직	1.89	1.75	-	-	2.0 0	1.5 6	1.5 0	-	-	-	-	-	-	2.0 0	1.0 0	1.6 7

▷ 대중문화예술인에 대한 주된 구인방법

○ 대중예술인을 구인하는 방법에 대해서는 자체 오디션이 39.8%(64명), 길거리 캐스팅이 3.1%(5명), 주변 소개가 46.6%(75명), 외부오디션 입상자가 5.6%(9명), 마지막으로 기타 방법이 5.0%(8명)로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-2>와 같다.

○ 연예매니지먼트협회에 속한 기획사의 응답이 비회원사의 응답보다 자체 오디션 및 주변 소개 등 두 가지 방법에서 눈에 띄게 높은 값을 보이는 것을 알 수 있다. 이는 회원사가 비회원사에 비해 상대적으로 자체 오디션 프로그램의 인프라를 체계적으로 확립하고 있으며, 더 적극적인 활동을 한다는 것을 추론할 수 있다.

■ 그 외 응답으로는 친분을 통해 구한다는 응답 등이 나왔다.



<그림 2-3-2> 대문문화예술인 주된 구인방법

3-3. 소속 직원 현황

○ 기획사 소속 연예인(대중문화예술인)을 제외한 직원의 현황을 조사하였다. 대중문화예술인 조사와 마찬가지로 성별, 연령, 학력의 세 가지 항목으로 직원의 현황을 조사하였고 주된 구인 방법은 공채(구인 사이트 포함) 및 지인의 소개 등 두 가지 항목으로 조사하였다.

▷ 소속 직원 세부 인력 현황

○ 소속 직원의 세부 인력 현황은 <표2-3-2>와 같으며, 매니저의 경우 남자는 4.49명, 여자는 1.65명으로 나타나며, 남성의 비율이 여성에 비해 다소 분명하게 높은 모습을 보이고 있다. 연령대는 주로 20대(2.89명), 30대(2.89명)가 많은 것으로 나타났다으며, 학력은 대졸(3.32)이 가장 많은 것으로 나타났다. 이는 매니저라는 직업의 특성상 상대적으로 젊은 남성을 더 선호하고 있는 것으로 보인다. 이를 표로 나타내면 <표 2-3-2>와 같다.

○ 기획마케팅 직종의 경우에는 매니저와는 다르게 남자가 1.49명, 여자가 2.20명으로 여성이 더 많은 것으로 나타났다. 연령대는 주로 20대(1.85), 30대(1.70)가 많은 것으로 나타났으며, 학력은 대학 졸업 이상이 2.37명으로 가장 많이 나타났다.

연예기획사(배우 매니지먼트 중심) 전수조사 보고서

○ 트레이닝의 경우 남자는 2.00명, 여자는 2.86명이고, 연령대는 주로 20대(3.00), 30대(2.00)가 많은 것으로 나타났으며, 학력은 대졸(2.90)로 나타났다.

○ 경영관리직은 남자가 1.71명, 여자가 1.42명이었으며, 연령대는 30대(1.67)가 가장 많은 것으로 나타났다. 학력은 타 직종에 비해 상대적으로 높게 형성되어있을 것이라는 예상과 달리 대졸이 1.72명으로 가장 많이 나타났다.

○ 기타의 경우 남자는 2.33명, 여자는 2.19명이고, 연령대는 주로 30대(2.21)와 40대(1.88)가 많은 것으로 나타났다. 학력은 대졸이상이 2.85명으로 가장 많이 나타났다.

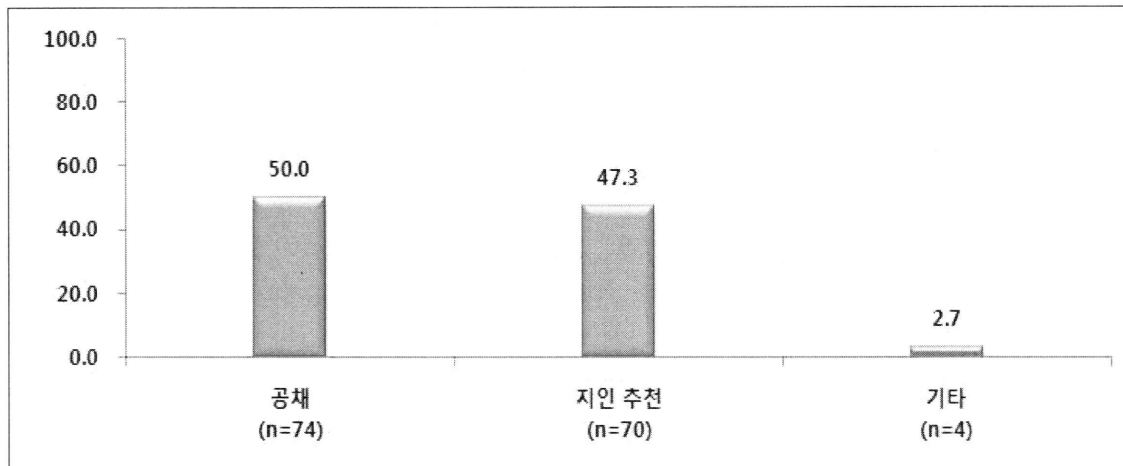
<표 2-3-2> 소속 직원 세부 인력 현황

분야	성별(명)		연령(명)					학력(명)				
	남	여	10대	20대	30대	40대	50대 이상	중졸	고졸	대재	대졸	대학원재 이상
매니저	4.49	1.65	-	2.89	2.89	1.44	1.00	1.00	3.21	1.83	3.32	1.00
기획마케팅	1.49	2.20	-	1.85	1.70	1.41	1.00	-	1.00	1.00	2.37	1.00
트레이닝	2.00	2.86	-	3.00	2.00	1.50	-	-	-	-	2.90	-
경영관리	1.71	1.42	-	1.35	1.67	1.39	1.00	-	1.50	1.00	1.72	1.50
기타	2.33	2.19	-	1.88	2.21	1.88	1.00	-	1.18	1.00	2.85	1.67

▷ 소속 직원 주된 구인 방법

○ 소속 직원의 주된 구인방법은 공채(구인사이트 포함)로 구한다는 응답자가 74명으로 절반(50%)을 차지했고, 지인 추천이 70명으로 나머지의 대부분(47.3%)을 차지했다. 기타는 4명 2.7%로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-3>과 같다.

○ 연예매니지먼트협회에 속한 기획사가 비회원사 보다 구인 방법에서 지인 추천 항목의 비율이 약 15% 높게 나타났다. 이는 대중문화예술인의 구인 방법과 마찬가지로 공식적인 창구를 통하기 보다는 비공식적인 방법으로 이루어지고 있음을 알 수 있다.



<그림 2-3-3> 소속 직원 주된 구인방법

3-4. 준비생 관련 사항

○ 준비생(또는 연습생)은 연예 기획사 소속으로 아직 데뷔한 연예인이 아닌 데뷔를 위해 기획사의 교육을 받고 있는 교육 대상자를 의미한다.

○ 준비생 관련 사항으로는 기획사의 준비생 여부를 조사했으며 준비생이 있을 경우, 그 수를 조사하였고 성별, 연령, 학력 등 세부적인 현황도 조사를 하였다. 또한 준비생의 교육 여부 및 내용을 연기(발성 포함), 신체훈련 등 5가지 항목으로 나누어 조사하였으며, 교육 기간도 조사하였다.

○ 교육 과정에 있어서는 교육 방식을 직접 교육, 위탁 교육으로 나누어 조사하였고 연습실의 여부를 조사하였다. 그리고 매월 준비생 교육투자비용의 지출 액수를 조사하였고 준비생과의 계약 여부 및 표준전속계약서 사용 여부를 조사하였다. 마지막으로 준비생의 데뷔까지 준비 기간과 도중의 평균 탈락 비중(탈락률)을 조사하였다.

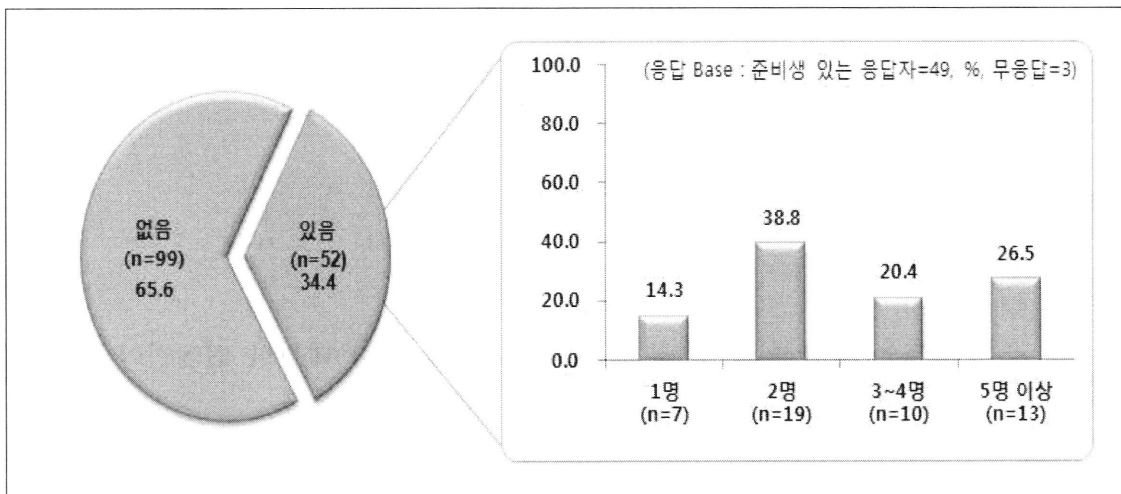
▷ 준비생 여부

○ 소속 준비생 여부는 준비생이 있다고 대답한 응답자가 52명으로 34.4%, 없다고 대답한 응답자가 99명으로 65.6%로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-4>의 원형 그래프와 같다

연예기획사(배우 매니지먼트 중심) 전수조사 보고서

○ 준비생이 있다고 응답한 기획사를 대상으로 조사한 결과, 현재 교육 하는 준비생 수는 1명이 7개 사(14.3%), 2명이 19개 사(38.8%), 3~4명이 10개 사(20.4%), 5명 이상이 13개 사(26.5%)로 평균 5.12명인 것으로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-4>의 막대 그래프와 같다.

■ 준비생이 있는 기획사의 경우, 3명 이상이 보유 총 기획사 중 46.9%로 나타나 일정 수준 이상의 규모를 가진 기획사가 준비생을 보유하고 있는 것을 알 수 있다.



<그림 2-3-4> 준비생 여부

▷ 준비생 세부 인력 현황

○ 준비생의 세부 인력 현황은 연기자의 경우 남자 2.23명, 여자는 2.07명이며, 연령대는 주로 13~15세(5.00)와 16~18세(6.25)가 많은 것으로 나타났다. 학력은 중학교 재학(5.00), 고등학교 재학(4.50) 두 가지로 나타났다. 이를 표로 나타내면 <표 2-3-3>과 같다.

○ 가수의 경우 남자가 6.10명, 여자가 4.58명이며, 연령대는 주로 16~18세(8.2명), 21세 이상(3.92명)이 많은 것으로 나타났다. 학력은 고등학교 재학(7명) 및 고졸(4.91명)이 많은 것으로 나타났다.

○ 연기자와 가수 준비생 모두 주로 16~18세에 가장 많은 분포를 보이고 있다. 이는 청소년을 대상으로 연예 데뷔를 준비하는 기획사가 많음을 의미하며, 아이돌 그룹 및 젊은 연기자의 인기 현상에 기인한다고 볼 수 있다.

<표 2-3-3> 준비생 세부 인력 현황

분야	성별(명)		연령(명)							학력(명)				
	남	여	7세 미만	7~9	10~12	13~15	16~18	19~20	21~	미취학	초재	중재	고재	고졸
연기자	2.23	2.07	-	-	-	5.00	6.25	3.20	2.58	-	-	5.00	4.50	2.93
가수	6.10	4.58	-	-	-	3.00	8.20	3.00	3.92	-	-	3.00	7.00	4.91

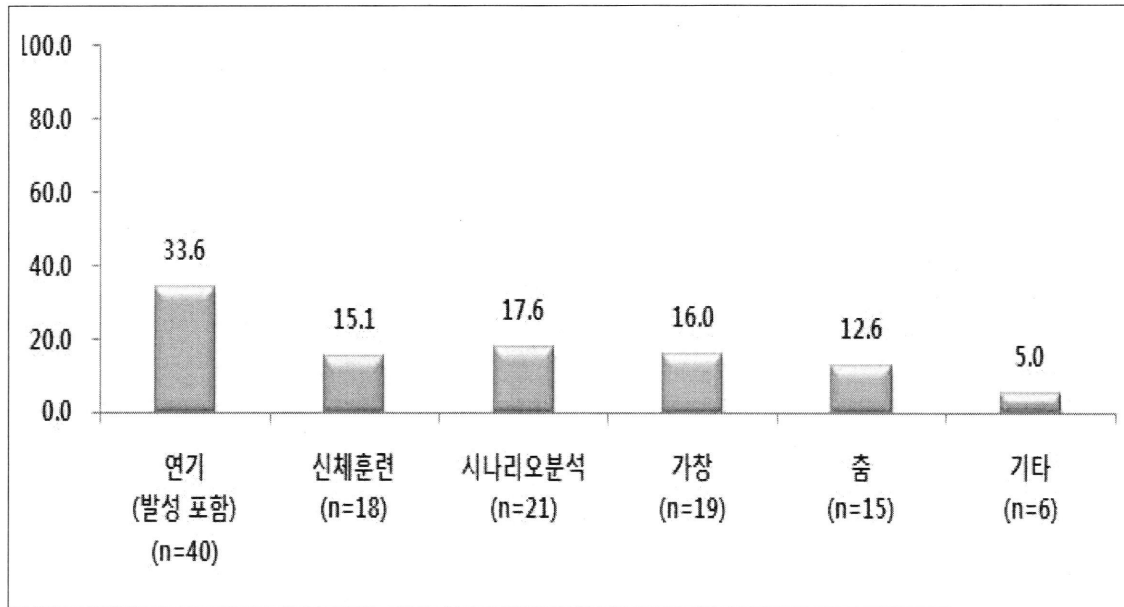
▷ 준비생 교육 현황

○ 준비생의 교육 여부는 준비생이 있다고 대답한 응답자 모두 교육을 진행하고 있는 것으로 나타났다.

○ 준비생 교육 현황은 연기 교육(발성 포함)을 하고 있다고 응답한 기획사가 40개 사(33.6%)로 가장 많았으며, 신체훈련이 18개 사(15.1%), 시나리오 분석이 21개 사(17.6%), 가창이 19개 사(16.0%), 춤 교육이 15개 사(12.6%), 기타 교육이 6개 사(5.0%)로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-5>와 같다.

■ 교육 내용 중 기타응답은 외국어(28.6%), 악기(14.3%), 중국어(14.3%), 일어(14.3%), 촬영(14.3%), 모니터링(14.3%) 등으로 나타났다.

○ 준비생 교육 현황 중 연기자 분야라고 할 수 있는 연기 교육 및 시나리오 분석 교육이 가수 분야인 가창, 춤 교육보다 높은 응답률을 보였다. 이는 소속 예술인 중 배우의 비율이 가장 높게 나타난 결과와 일치한다.

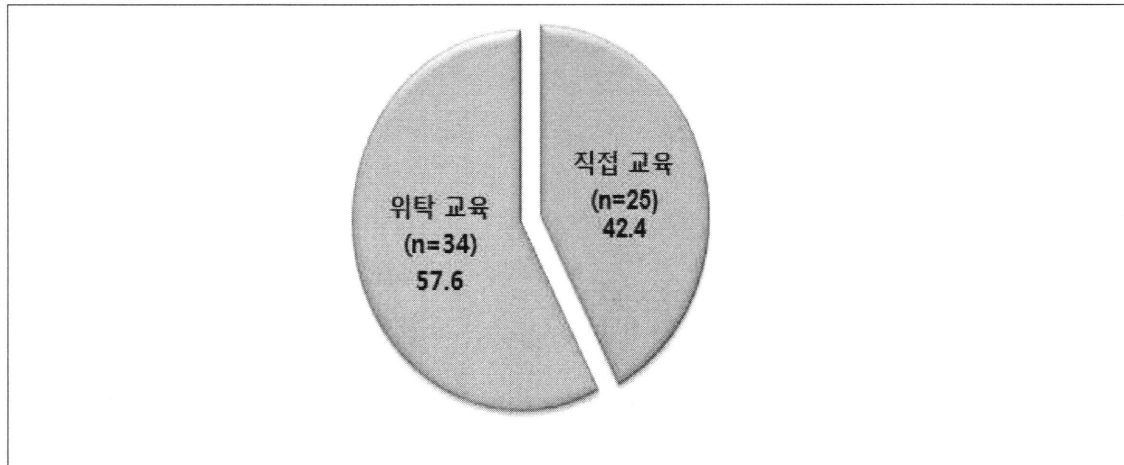


<그림 2-3-5> 준비생 교육 현황

▷ 준비생 교육 과정

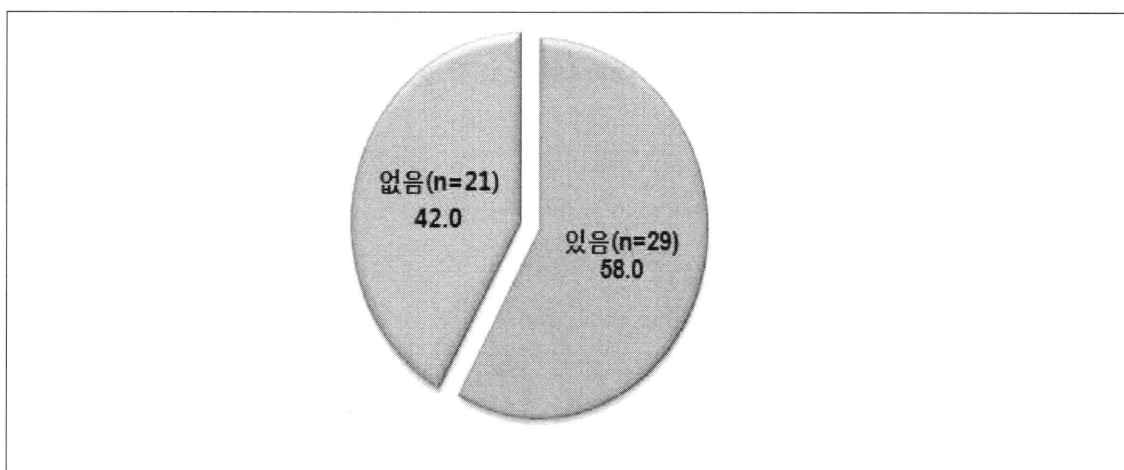
○ 교육 방식은 기획사 내 과정으로 직접 교육을 진행한다고 응답한 기획사가 25개 사로 42.4%, 외주 업체를 통한 위탁 교육을 진행한다고 응답한 기획사가 34개 사로 57.6%로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-6>과 같다.

○ 준비생의 교육 방식으로 위탁 교육을 한다고 응답한 기획사가 직접 교육의 경우보다 약 25% 높게 나타났다. 또한 연예매니지먼트협회 회원사의 경우, 비회원사에 비해 위탁 교육의 비중이 30% 가량 높게 나타났으며, 비회원사의 직접 교육 비중은 회원사 보다 26% 높게 나타났다. 위탁 교육이 전문분야에 대해 이뤄진다는 점을 감안하면, 이는 연예매니지먼트협회 회원사가 더 전문적인 교육을 시키고 있는 것으로 예상할 수 있다.



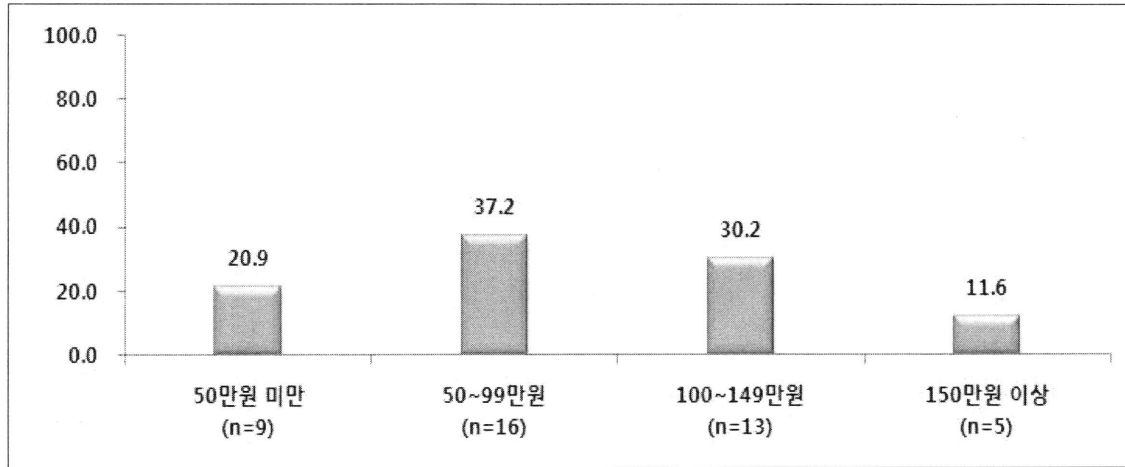
<그림 2-3-6> 교육 방식

○ 준비생 교육을 진행하고 있는 기획사를 상대로 준비생의 연습실 여부를 조사한 결과, 연습실이 있다고 응답한 기획사가 29개 사 58.0%, 없다고 응답한 기획사가 21개 사 42.0%로 나타났다. 준비생을 키우는 기획사 중 절반 이상이 연습생의 교육을 위해 연습실을 마련한 것으로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-7>과 같다.



<그림 2-3-7> 연습실 여부

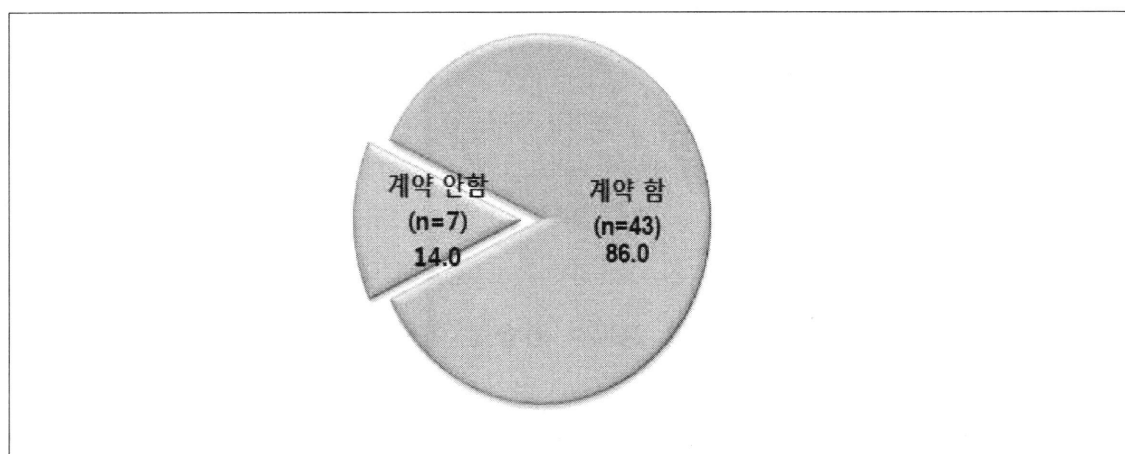
○ 준비생의 교육 투자비용을 조사하여 월 투자비용 50만원 미만부터 150만원 이상까지 50만원 단위로 나누어 정리한 결과, 50만원 미만이 9개 사인 20.9%, 50~99만원이 16개 사인 37.2%, 100~149만원이 13개 사 30.2%, 마지막으로 150만원 이상이라고 응답한 기획사가 5개사인 11.6%로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-8>과 같다.



<그림 2-3-8> 교육투자 비용

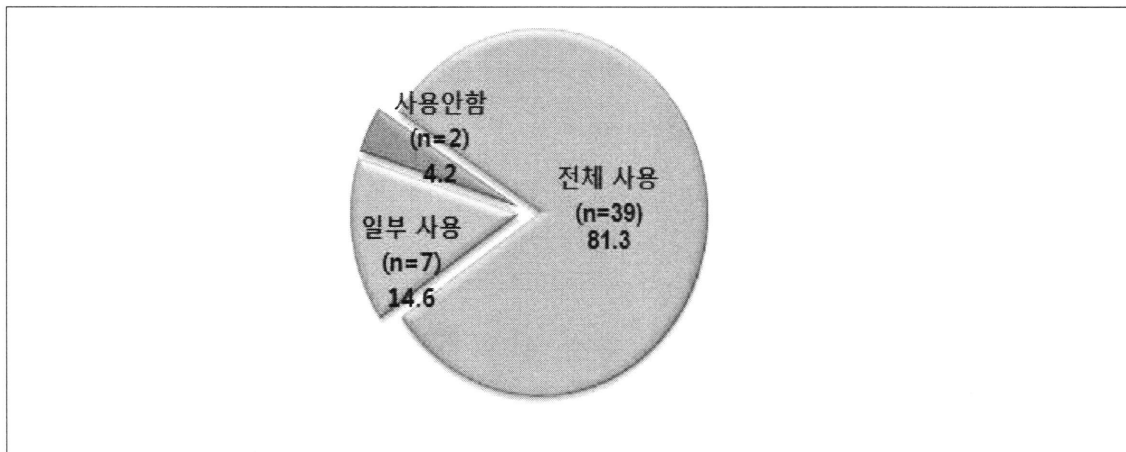
▷ 준비생 계약 관련 사항

○ 준비생과의 계약 여부를 조사한 결과 계약을 했다고 응답한 기획사는 43개사인 86.0%로 나타났으며, 계약을 하지 않았다고 응답한 기획사는 7개사인 14.0%로 나타났다. 대부분의 기획사가 교육하고 있는 준비생과 사전에 전속 계약을 맺은 상태임을 알 수 있다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-9>과 같다.



<그림 2-3-9> 계약 여부

○ 준비생과의 계약 과정에서 표준전속 계약서를 사용 하는지 그 여부를 조사한 결과, 표준전속계약서를 전체 준비생에게 사용 한다고 응답한 기획사가 39개사인 81.3%로 나타났고 준비생 중 일부에게만 사용 한다고 응답한 기획사가 7개사인 14.6% 였으며 사용하지 않는다고 응답한 기획사는 2개 사에 불과했다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-10>과 같다.



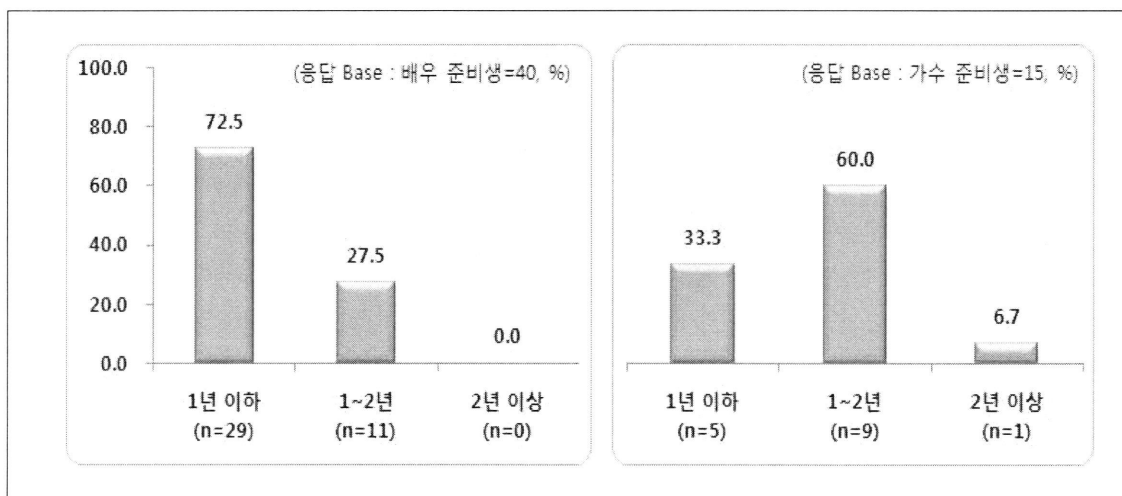
<그림 2-3-10> 표준전속 계약서 사용 여부

▷ 준비생 데뷔 기간

○ 배우 준비생이 방송에 데뷔하기까지 준비 기간을 조사한 결과, 1년 이하라고 응답한 기획사가 29개사인 72.5%, 1~2년이라고 응답한 기획사가 11개사인 27.5%로 나타났으며, 2년 이상이 걸린다고 응답한 기획사는 한 곳도 없었다. 평균 13.45개월의 준비기간을 거치는 것으로 나타났으며 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-11>의 왼쪽 그래프와 같다.

○ 가수 준비생의 데뷔 전 준비기간을 조사한 결과, 배우 준비생의 준비기간과 별 차이 없을 것이라는 예상과 달리 가수 준비생의 준비기간은 1년 이하라고 응답한 기획사가 5개사로 33.3%, 1~2년이라고 응답한 기획사가 9개사로 60%, 2년 이상이 걸린다고 응답한 기획사가 1개사로 6.7%로 나타났다. 평균 20.27개월의 준비기간을 거치는 것으로 나타났으며, 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-11>의 오른쪽 그래프와 같다.

○ 배우 준비생과 가수 준비생의 데뷔 전까지 준비기간은 다소 차이가 나는 편이었다. 가수 준비생의 경우가 배우 준비생 보다 평균적으로 약 8개월 간의 준비기간을 더 거치는 것으로 나타났으며, 이는 가수로 데뷔하기까지의 교육 과정이 노래, 춤 등 배우의 준비 과정보다 길기 때문임을 알 수 있다. 또한 배우의 경우는 물론이고 가수 항목에서도 데뷔 준비기간이 2년 이상인 경우라는 응답은 극소수(1개사)에 불과한 모습을 보였다.



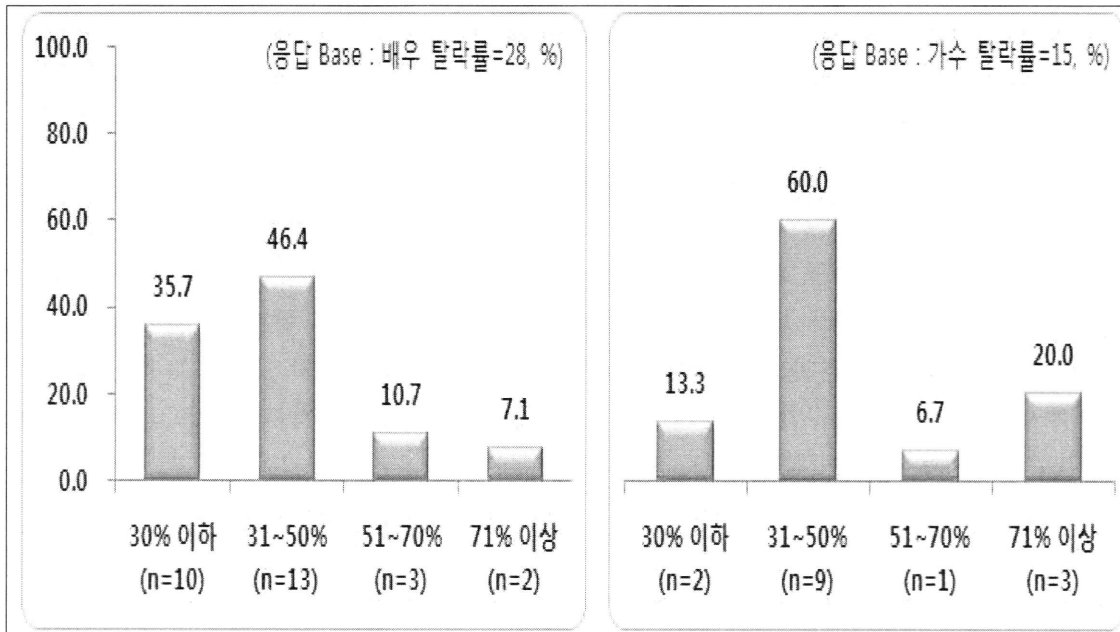
<그림 2-3-11> 준비생 데뷔까지 준비 기간

▷ 준비생 탈락률

○ 준비생이 데뷔하지 못하고 중도 탈락하는 탈락비율을 조사한 결과, 배우 준비생의 경우, 30%이하가 10개사로 35.7%, 31~50%가 13개사로 46.4%, 51~70%가 3개사로 10.7%, 71% 이상이 2개사로 7.1%의 확률을 보였다. 평균 45.71%로 준비생의 탈락이 발생하는 것으로 나타났으며 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-12>의 왼쪽 그래프와 같다.

○ 가수 준비생의 탈락률은 30%이하가 10개사로 13.3%, 31~50%가 13개사로 60.0%, 51~70%가 1개사로 6.7%, 71%이상이 3개사로 20.0%로 나타났다. 평균 50.00%로 가수 준비생이 탈락하는 것으로 나타났으며, 이를 그래프로 나타내면 <그림 2-3-12>의 오른쪽 그래프와 같다.

○ 준비생 탈락률 조사의 경우 조사에 응답하지 않은 무응답자의 비율이 배우와 가수의 경우 모두 36.5%로 높게 나타나 응답자가 탈락률에 대하여 밝히기를 꺼려했음을 알 수 있다.



<그림 2-3-12> 준비생 탈락률

4. 기획사 활동 현황

4-1. 활동 내용 관련 사항

○ 기획사의 활동 내용을 국내 활동, 해외 활동 등 두 가지로 나눈 후, 드라마와 영화, 광고 등 5가지 항목의 활동 비중을 조사하였다. 이 중 광고 항목은 방송, 지면, 기타로 나누어 세부적으로 조사하였으며, 기타 방송 항목과 기타 비즈니스 항목 또한 각각 세 가지의 세부 조사 항목으로 조사를 진행하였다. 이를 표로 나타내면 <표 2-4-1>과 같다.

○ 드라마 활동을 하고 있는 기획사는 45.83%(118개사)로 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났으며, 최소 10%부터 최대 100%의 응답이 나왔다. 해외 드라마 활동의 경우 41.43%(14개사)의 비중으로 비중 면에서 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

○ 영화 활동의 경우 국내 활동에서 109개사인 28.38%의 비중이 나타났고, 최소 2%의 비중에서 최대 80%의 결과가 나왔다. 해외의 경우 19개사인 42.91%의 비중이 나타났으며 국내에 비하여 영화 활동의 비중이 14% 가량 높은 것으로 나타났다. 또한 그 최대 비중이 100%인 것으로 보아 해외 영화 활동만을 하고 있는 기획사가 있음을 알 수 있다.

○ 광고 활동의 경우 방송광고, 지면광고, 기타광고 세 가지 항목으로 나누어 조사하였다. 국내 98개사 20.72%의 비중이 나타났으며, 영화 활동과 동일하게 최소 2%에서 최대 80%의 결과가 나타났다. 해외 광고 활동의 경우 17개사 35.16%의 비중으로 국내 보다 15% 가량 높게 나타났다. 영화와 마찬가지로 최대 비중이 100%인 기획사가 존재 하는 것으로 보인다.

○ 기타 방송의 경우 드라마와 영화를 제외한 방송 활동을 조사 하였으며 고정, 1회성, 기타의 세 가지 경우로 나누어 조사하였다. 국내의 경우 65개사 16.26%의 비중이 나타났으며 최소 1%부터 최대 90%까지 나타났다. 해외의 경우 3개사 11.92%의 비중이 나타나, 국내와 비교 했을 때 큰 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다.

○ 행사 활동은 팬 사인회, 콘서트 등의 활동을 의미 하며 국내 활동의 경우 60개사인 13.56%의 비중이 나타났고 최소 1%, 최대 80%의 결과가 나왔다. 해외 행사의 경우 19개사 50.61%로 비중 면에서 국내 활동 보다 약 37%가 높은 것으로 나타났다. 이는 가수의 해외 방문 콘서트, 한국 드라마의 인기로 인한 배우들의 팬 사인회 개최가 자주 이루어지기 때문으로 짐작 할 수 있다.

○ 기타 비즈니스 활동은 MD, 로열티, 기타 3가지 항목으로 나누어 조사하였다. 국내 활동의 경우 20개사인 19.89%의 비중이 나타났으며 최소1%부터 최대 70%의 비중이 나타났다. 해외 활동의 경우 11개사인 37.24%의 비중이 나타나 국내 활동에 비해 약 17%가 높은 것으로 나타났다.

<표 2-4-1> 활동 내용 관련 사항

항목	국내			해외		
	기업 수(n)	비중(%)	최소-최대	기업 수(n)	비중(%)	최소-최대
드라마	118	45.83	10-100	14	41.43	5-100
영화	109	28.38	2-80	19	42.91	0-100
광고	98	20.72	2-80	17	35.16	0-100
방송	64	59.33	20-100	11	56.82	30-100
지면	57	44.63	10-100	11	46.82	10-100
기타	30	25.30	5-100	7	22.86	10-30
기타 방송	65	16.26	1-90	3	11.92	1-30
고정	34	65.26	10-100	1	35.00	35-35
1회성	41	60.51	0-100	3	78.33	35-100
기타	8	25.00	10-30	1	30.00	30-30
행사	60	13.56	1-80	19	50.61	5-100
기타 비즈니스	20	19.89	1-70	11	37.24	4-100
MD	12	73.75	10-100	8	58.75	10-100
로열티	5	43.00	10-100	5	66.00	30-100
기타	9	77.78	20-100	5	60.00	30-100

4-2. 최근 3년간의 활동량 증감정도

○ 기획사의 최근 3년간 활동량 증감정도는 2011년부터 2013년의 사항을 국내 활동, 해외활동 등 8개의 항목으로 나누어 조사하였다. 이를 표로 나타내면 <표 2-4-2>와 같다.

○ 국내활동증감은 증가(63.4%), 감소(12.5%), 변동 없음(24.1%)으로 나타났고, 해외활동증감은 증가(27.8%), 감소(10.0%), 변동 없음(62.2%)으로 나타났으며, 드라마 증감은 증가(61.1%), 감소(14.8%), 변동 없음(24.1%)으로 나타났다.

○ 영화증감은 증가(43.1%), 감소(15.7%), 변동 없음(41.2%)으로 나타났고, 광고 증감은 증가(46.2%), 감소(23.6%), 변동 없음(30.2%)으로 나타났으며, 기타 방송 증감은 증가(37.5%), 감소(8.3%), 변동 없음(54.2%)으로 나타났다.

○ 행사증감은 증가(33.3%), 감소(13.3%), 변동 없음(53.3%)으로 나타났고, 기타 비즈니스 증감은 증가(23.2%), 감소(9.8%), 변동 없음(67.1%)으로 나타났다.

○ 전체적으로 항목 활동이 모두 증가한 추세를 보이고 있다.

<표 2-4-2> 최근 3년간의 활동량의 증감정도

항목	세부항목	응답수	증가	감소	변동없음
활동량 증감정도	국내활동	112	71(63.4)	14(12.5)	27(24.1)
	해외활동	90	25(27.8)	9(10.0)	56(62.2)
	드라마	108	66(61.1)	16(14.8)	26(24.1)
	영화	102	44(43.1)	16(15.7)	42(41.2)
	광고	106	49(46.2)	25(23.6)	32(30.2)
	기타방송	96	36(37.5)	8(8.3)	52(54.2)
	행사	90	30(33.3)	12(13.3)	48(53.3)
	기타비즈니스	82	19(23.2)	8(9.8)	55(67.1)

4-3. 주요 수상 경력

○ 주요수상경력은 김동업 이사 '20103 드라마 페스티벌' 베스트 매니저상 수상, 대전광역시장 표창장, 스타트업포럼 전문위원 활동, 웨이즈 컴퍼니 한류 문화상(주최: 일본)이 네 가지 응답이 나타났다. 이를 표로 정리하면 <표 2-4-3>과 같다.

<표 2-4-3> 주요 수상 경력

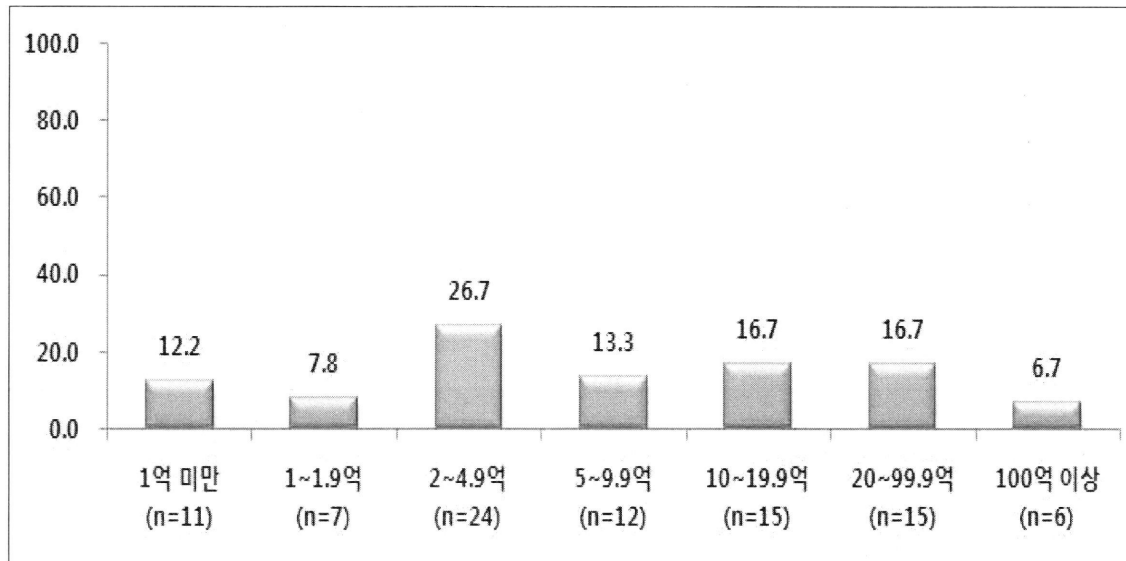
항목	세부항목	응답수	%
수상 경력	김동업 이사 '20103 드라마 페스티벌' 베스트 매니저상 수상	1	25.00
	대전광역시장 표창장	1	25.00
	스타트업포럼 전문위원 활동	1	25.00
	웨이즈 컴퍼니 한류 문화상(주최: 일본)	1	25.00

5. 기획사 매출 현황

5-1. 매출 규모

▷ 2013년 기준 매출 총액

○ 2013년 기준 매출 총액은 <그림 2-5-1>과 같으며, 1억 미만(12.2%), 1~1.9억(7.8%), 2~4.9억(26.7%), 5~9.9억(13.3%), 10~19.9억(16.7%), 20~99.9억(16.7%), 100억 이상(6.7%)으로 나타났고, 2013년 기준 매출 총액의 평균은 3.91억으로 나타났다.



<그림 2-5-1> 2013년 기준 매출 총액

▷ 국내외 매출 비중

○ 국내외 매출 비중은 <표 2-5-1>과 같으며, 국내매출은 평균비중은 92.99%로 나타났고, 해외매출은 평균비중 21.74%로 나타났다.

○ 국내 매출의 평균비중이 해외매출의 평균비중보다 다소 높은 것으로 보아 대부분 기획사의 매출이 국내매출에 의존하고 있는 것으로 보인다.

<표 2-5-1> 국내외 매출 비중

항목	세부항목	기업 수(n)	평균비중(%)	최소-최대
매출 비중	국내매출(%)	90	92.99	25-100
	해외매출(%)	29	21.74	1-75

▷ 분야별 매출액과 비중

○ 국내외 분야별 매출액과 비중은 <표 2-5-2>와 같으며, 국내는 드라마의 매출액 비중이 가장 큰 것으로 나타났고, 평균 매출 8.65억원으로 나타났다.

○ 광고 매출액은 28.2%로 9.78억의 매출을 내고 있는 것과 달리, 영화 매출액은 23.9%로 높은 비중을 보이지만 매출은 3.97억원에 불과하여 높은 비중만큼의 매출을 올리지 못하고 있다.

○ 해외 역시 국내와 마찬가지로 드라마의 매출액 비중이 가장 큰 것으로 나타났다, 평균 매출 5.75억원으로 나타났다.

<표 2-5-2> 분야별 매출액과 비중

항목	국내			해외		
	기업 수 (n)	매출액 (억 원)	비중(%)	기업 수 (n)	매출액 (억 원)	비중(%)
드라마	77	8.65	49.7	4	5.75	80.6
영화	50	3.97	23.9	5	1.74	55.6
광고	63	9.78	28.2	7	3.27	42.4
기타 방송	40	3.34	14.0	1	0.50	25.0
행사	29	2.75	12.6	10	3.17	52.6
기타 비즈니스	18	6.75	20.7	12	5.15	54.3
계	81	22.41	-	21	7.08	-

5-2. 해외 활동 현황 관련 사항

▷ 해외 활동 국가

○ 해외활동국가는 <표 2-5-3>과 같으며, 중국(27.4%), 일본(39.7%), 홍콩(4.1%), 미국 (5.5%), 베트남(1.4%), 싱가포르(4.1%), 동남아시아(4.1%) 등으로 나타났다.

○ 중국과 일본에서 해외 활동을 하고 있다고 한 응답자가 67.1%로 대부분을 차지하고 있다. 이것으로 보아 기획사가 활동하는 국가는 다소 제한되어 있음을 알 수 있다.

<표 2-5-3> 해외 활동 국가

항목	세부항목	응답수	%
활동 국가	중국	20	27.4
	일본	29	39.7
	홍콩	3	4.1
	미국	4	5.5
	베트남	1	1.4
	싱가포르	3	4.1
	동남아시아	3	4.1
	대만	2	2.7
	인도네시아	1	1.4
	말레이시아	1	1.4
	남미	1	1.4
	이탈리아	1	1.4
	프랑스	1	1.4
	러시아	1	1.4
	네덜란드	1	1.4
	태국	1	1.4
	합계	73	100.0

▷ 해외 주요 활동

○ 해외 주요 활동은 <표 2-5-4>와 같으며, 팬미팅(17.1%), 영화(14.5%), 광고(13.2%), 드라마(10.5%), 행사(9.2%), 음반발매(5.3%), 콘서트(5.3%) 등으로 나타났다.

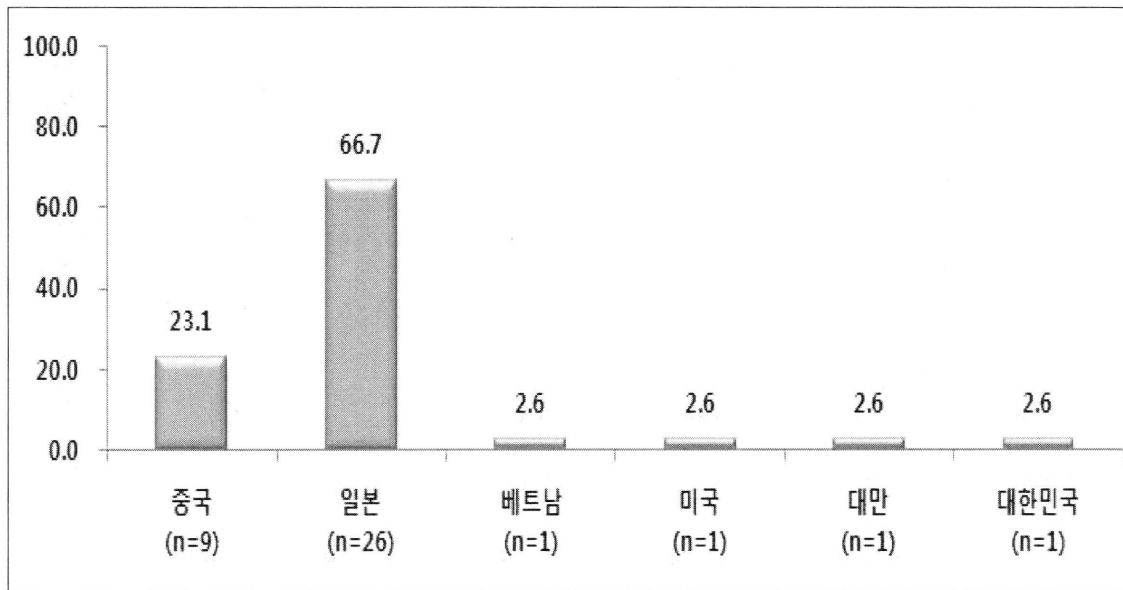
○ 영화와 드라마의 비중이 25%로 콘서트의 5.3%보다 높은 모습을 보이는 것으로 보아 가수보다 배우의 활동이 보다 활성화 되어있는 것으로 보인다.

<표 2-5-4> 해외 주요 활동

항목	세부항목	응답수	%
주요 활동	팬미팅	13	17.1
	영화	11	14.5
	광고	10	13.2
	드라마	8	10.5
	행사	7	9.2
	음반발매	4	5.3
	콘서트	4	5.3
	공연	2	2.6
	모델	2	2.6
	뮤지컬	2	2.6
	음반활동	2	2.6
	사인회	1	1.3
	방송	1	1.3
	작품프로모션	1	1.3
	MD제작	1	1.3
	소치올림픽관련 활동	1	1.3
	음원	1	1.3
	상품수출입	1	1.3
	연기활동	1	1.3
	MD판매	1	1.3
	홍보마케팅	1	1.3
	에이전트활동	1	1.3
	합계	76	100.0

▷ 해외 매출 비중

○ 가장 매출이 높은 국가는 <그림 2-5-2>와 같으며, 일본(66.7%), 중국(23.1%), 베트남(2.6%), 미국(2.6%), 대만(2.6%), 대한민국(2.6%)으로 나타났다. 일본에서 가장 높은 매출을 올리고 있는 응답자가 절반을 넘어선 것으로 보아 한류 열풍이 일본에서 지속되고 있는 것으로 보인다.

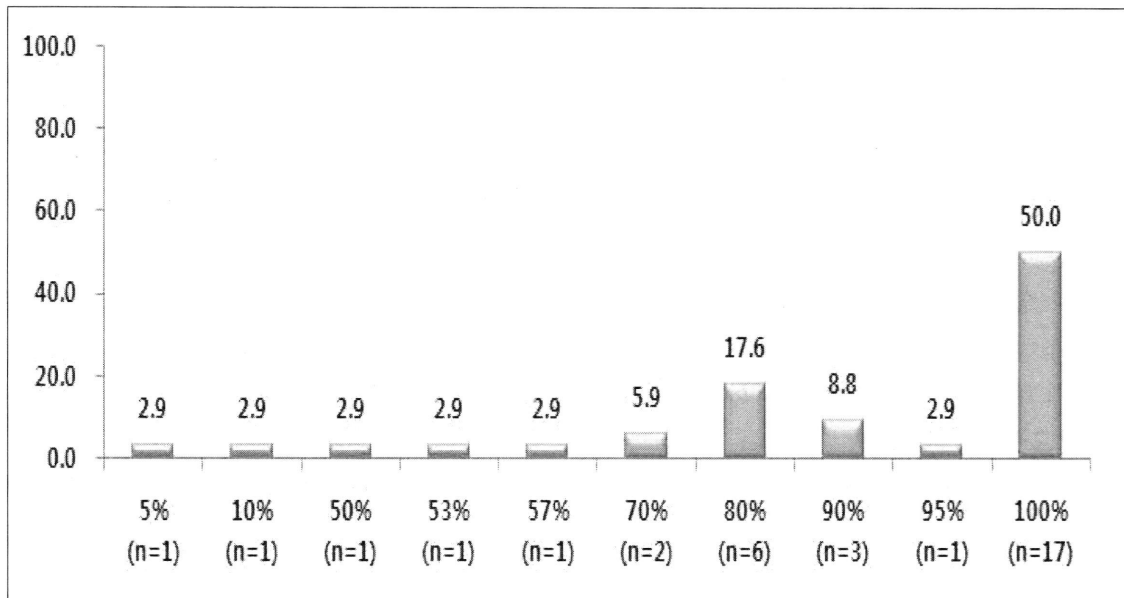


<그림 2-5-2> 가장 매출이 높은 국가

○ 가장 매출이 높은 국가의 해외 매출 비중

▪ 전체 해외 매출액 중 최고 매출 국가 매출 비중은 <그림 2-5-3>과 같으며, 5개(2.9%), 10개(2.9%), 50개(2.9%), 53개(2.9%), 57(2.9%), 70개(5.9%), 80개(17.6%), 90개(8.8%), 95개(2.9%), 100개(50.0%)으로 나타났다.

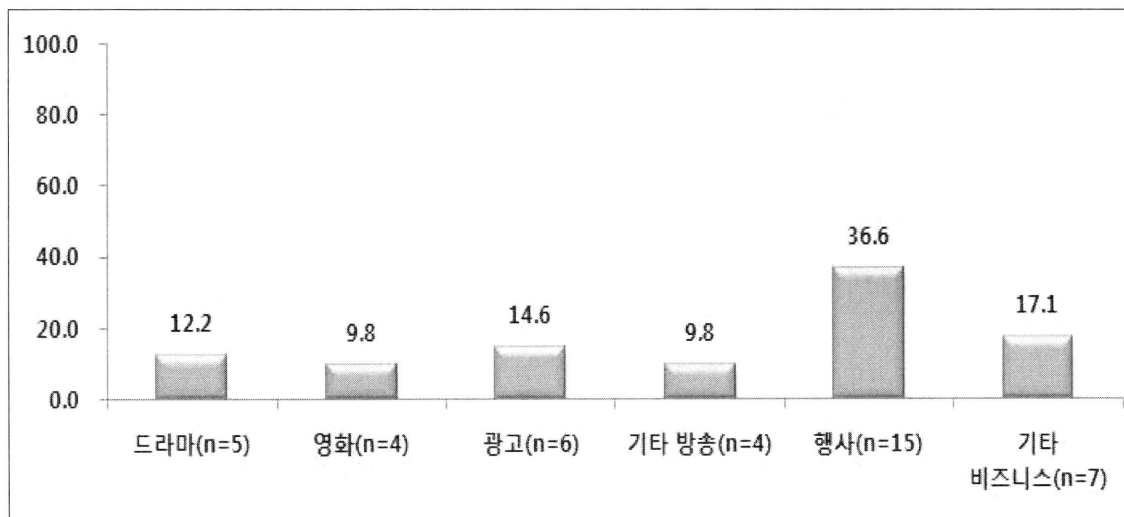
▪ 최고 국가 매출 비중이 100%라고 한 응답자가 절반을 차지하는 것으로 보아 하나의 국가에서만 매출을 올리고 있는 기획사 또한 절반에 가까운 것으로 보인다.



<그림 2-5-3> 가장 매출이 높은 국가의 해외 매출 비중

○ 가장 매출이 높은 활동 유형.

▪ 매출이 높은 활동 유형은 <그림 2-5-4>와 같으며, 드라마(12.2%), 영화(9.8%), 광고(14.6%), 기타 방송(9.8%), 행사(36.6%), 기타 비즈니스(17.1%)순으로 나타났다



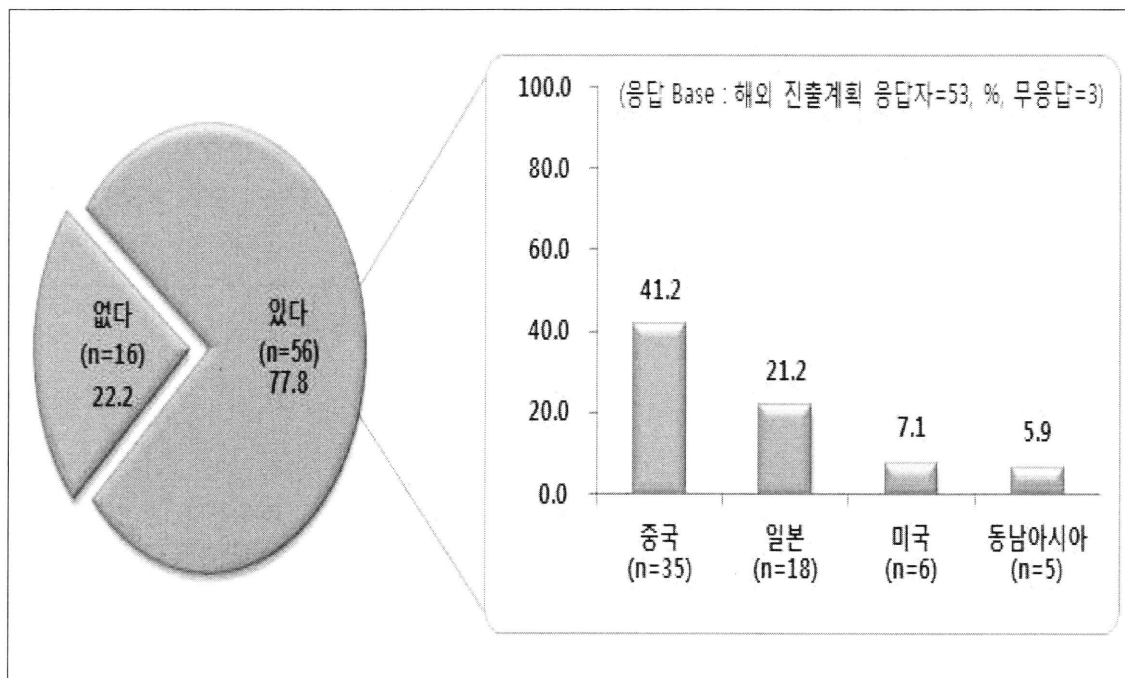
<그림 2-5-4> 가장 매출이 높은 활동 유형

▷ 향후 해외 희망 활동

○ 향후 해외 희망 활동은 <그림 2-5-5>와 같으며, 있다가 77.8%, 없다가 22.2%로 나타났다. 다수의 기획사가 해외 활동을 희망한다고 응답했다.

○ 향후 해외 희망 국가는 중국(41.2%), 일본(21.2%), 중화권(3.5%), 동남아시아(5.9%), 대만(3.5%), 베트남(4.7%) 등으로 나타났다. 다수의 기획사가 새로운 시장을 개척하기 보다는, 이미 활성화되어 있는 일본과 중국 시장에 진출하는 것을 희망하는 것으로 보인다.

○ 해외에 진출하고자 하는 이유는 <표 2-5-5>와 같으며, 시장개척(7.9%), 매출증대 효과 기대(6.3%), 글로벌 비즈니스(4.8%), 중국의 한류 마켓 가능성(4.8%), 다양한 수익 기반 확충(4.8%), 큰 시장(4.8%) 등으로 나타났다.



<그림 2-5-5> 향후 해외 희망 활동

<표 2-5-5> 해외 진출 이유

항목	세부항목	응답수	%
이유	시장개척	5	7.9
	매출증대 효과 기대	4	6.3
	글로벌 비즈니스	3	4.8
	중국의 한류 마켓 가능성	3	4.8
	다양한 수익 기반 확충	3	4.8
	큰시장	3	4.8
	수입증가를 위한 해외마케팅	2	3.2
	시장성	2	3.2
	향후 중국 시장의 발전성이 매우 높다	2	3.2
	활동영역 확대	2	3.2
	시장의 규모	2	3.2
	배우, 모델 에이전트 활성화	1	1.6
	비즈니스 다각화	1	1.6
	콘텐츠 발전	1	1.6
	발전가능성	1	1.6
	한국에서 배우로 자리매김 하는게 쉽지않다	1	1.6
	가수들의 영향에 신인배우 양성하는게 쉽지않다	1	1.6
	블루오션으로 떠오르기 때문	1	1.6
	현지 매니지먼트와 계약	1	1.6
	소속배우 팬층이 존재	1	1.6
	다양한 국가의 팬들과의 소통	1	1.6
	협소한 국내시장	1	1.6
	한류에 보탬이 되고자	1	1.6
	오랫동안 유지할 수 있는 가능성	1	1.6
	아시아권 시장의 변화	1	1.6
	배우 활동영역 확정에 대한 작품 선정	1	1.6
	중국내 한류 확산	1	1.6
	팬층 증가	1	1.6
	이미지 확산	1	1.6
	섭외 문의 증가	1	1.6
	드라마	1	1.6
	광고	1	1.6
	일본방송 한류콘서트 알리기 위해서	1	1.6
	중화권 나라에서 러브콜이 오고 있음	1	1.6
	중국 시장에 관한 호기심과 대중성	1	1.6
	드라마 판권 판매로 인한 인기증가	1	1.6
	회사간 교류로 인한 기회 증가	1	1.6
	더 넓은 시장에서 한국을 알리고 싶음	1	1.6

항목	세부항목	응답수	%
	신규사업 런칭	1	1.6
	사업의 확장	1	1.6
	해외작품활동	1	1.6
	네트워크 구축	1	1.6
	시장확대	1	1.6
	합계	63	100.0

5-3. 최근 3년간 매출의 증감정도

○ 최근 3년간 매출의 증감정도는 <표 2-5-6>과 같으며, 국내 매출증감은 증가(66.7%), 감소(11.5%), 변동없음(21.8%)으로 나타났고, 해외 매출증감은 증가(37.1%), 감소(12.9%), 변동없음(50.0%)으로 나타났다.

○ 드라마 증감은 증가(62.2%), 감소(14.9%), 변동없음(23.0%)으로 나타났으며, 영화증감은 증가(45.5%), 감소(22.7%), 변동없음(31.8%)으로 조사되었다. 또한, 광고증감은 증가(44.3%), 감소(22.9%), 변동없음(32.9%)으로 나타났다.

○ 기타 방송 증감은 증가(34.9%), 감소(12.7%), 변동없음(52.4%)으로 나타났고, 행사증감은 증가(39.3%), 감소(14.8%), 변동없음(45.9%)으로 조사되었다. 기타비즈니스증감은 증가(25.4%), 감소(13.6%), 변동없음(61.0%)으로 나타났다.

○ 전체적으로 전체 항목 매출이 증가했다고 응답한 비율이 감소의 경우보다 많아 매출이 증가한 추세를 보이고 있다.

<표 2-5-6> 최근 3년간 매출의 증감정도

항목	세부항목	응답수	증가	감소	변동없음
매출 증감정도	국내 매출	78	52(66.7)	9(11.5)	17(21.8)
	해외매출	62	23(37.1)	8(12.9)	31(50.0)
	드라마	74	46(62.2)	11(14.9)	17(23.0)
	영화	66	30(45.5)	15(22.7)	21(31.8)
	광고	70	31(44.3)	16(22.9)	23(32.9)
	기타방송	63	22(34.9)	8(12.7)	33(52.4)
	행사	61	24(39.3)	9(14.8)	28(45.9)
	기타비즈니스	59	15(25.4)	8(13.6)	36(61.0)

6. 기획사 지출 현황

6-1. 2013년 지출 규모와 비중

○ 2013년 국내외 지출 규모와 비중은 <표 2-6-1>과 같으며, 국내는 배우지출이 59.0%로 가장 비중을 차지하는 것으로 나타났고, 그 다음으로 일반 경상비 중 인건비가 26.3%, 운영관리비가 18.3%로 나타났다.

○ 해외는 배우지출이 91.4%로 대부분을 차지하는 것으로 나타났고, 그 중 수익분 지급이 89.0%로 나타났다.

<표 2-6-1> 2013년 지출 규모와 비중

항목	국내			해외		
	기업 수 (n)	매출액(억 원)	비중(%)	기업 수 (n)	매출액(억 원)	비중(%)
인건비	81	197,526,963.48	26.3	1	6,000,000.00	2.7
임대료	79	40,224,990.54	8.4	0	0.00	0.0
운영관리비	76	148,063,262.05	18.3	0	0.00	0.0
해외활동경비	20	32,104,922.40	7.1			
기타	27	333,413,224.96	10.1	1	4,000,000.00	1.8
일반경상비	83	482,825,563.05	55.4	1	10,000,000.00	4.5
수익분 지급	56	1,618,292,702.75	49.2	2	214,531,125.00	89.0
활동 경비	48	379,749,007.92	11.6	2	5,273,246.50	2.4
기타	11	219,184,000.00	15.6	0	0.00	0.0
배우지출	59	1,885,819,792.10	59.0	2	219,804,371.50	91.4
교육비	33	21,151,829.39	3.1	0	0.00	0.0
훈련비	16	7,539,375.00	1.8	0	0.00	0.0
콘텐츠개발비	13	75,626,923.08	6.9	1	33,393,908.00	12.7
R&D	38	47,415,536.05	5.8	1	33,393,908.00	12.7
지출 합계	83	1,845,056,383.58	100.0	2	241,501,325.50	100.8

6-2. 최근 3년간의 지출 증감정도

○ 최근 3년간의 지출의 증감정도는 <표 2-6-2>와 같으며, 일반경상비 증감은 증가(81.2%), 감소(2.4%), 변동없음(16.5%)으로 나타났고, 인건비 증감은 증가(77.7%), 감소(2.1%), 변동없음(20.2%), 임대료 증감은 증가(53.8%), 감소(5.5%), 변동없음(40.7%), 운영관리비 증감은 증가(75.3%), 감소(3.2%), 변동없음(21.5%), 해외활동비 증감은 증가(43.8%), 감소(5.5%), 변동없음(50.7%)으로 나타났다.

○ 배우지출 증감은 증가(70.2%), 감소(3.6%), 변동없음(26.2%)으로 나타났고, 수익분지급증감은 증가(62.0%), 감소(8.7%), 변동없음(29.3%), 활동경비증감은 증가(70.3%), 감소(5.5%), 변동없음(24.2%)으로 나타났다.

○ R&D증감은 증가(51.5%), 감소(2.9%), 변동없음(45.6%)으로 나타났고, 교육비 증감은 증가(52.0%), 감소(5.3%), 변동없음(42.7%), 훈련비증감은 증가(50.7%), 감소(7.0%), 변동없음(42.3%), 콘텐츠개발비증감은 증가(47.9%), 감소(4.2%), 변동없음(47.9%)으로 나타났다.

○ 최근 3년간 지출이 일반 경상비, 배우 지출, R&D 관련 지출 세 가지 항목 모두 증가했다고 한 응답자가 제일 많았다. 반대로 감소의 비중은 낮아 전체적인 기획사의 지출이 늘어난 것으로 보인다.

○ 이는 기획사들의 투자가 활발히 진행되고 있다는 것을 보여준다.

<표 2-6-2> 최근 3년간 지출의 증감정도

항목	세부항목	응답수	증가	감소	변동없음
지출 증감정도	일반 경상비	85	69(81.2)	2(2.4)	14(16.5)
	임대료	94	73(77.7)	2(2.1)	19(20.2)
	임대료	91	49(53.8)	5(5.5)	37(40.7)
	운영관리비	93	70(75.3)	3(3.2)	20(21.5)
	해외활동비	73	32(43.8)	4(5.5)	37(50.7)
	배우 지출	84	59(70.2)	3(3.6)	22(26.2)
	수익분지급	92	57(62.0)	8(8.7)	27(29.3)
	활동경비	91	64(70.3)	5(5.5)	22(24.2)
	R&D	68	35(51.5)	2(2.9)	31(45.6)
	교육비	75	39(52.0)	4(5.3)	32(42.7)
	훈련비	71	36(50.7)	5(7.0)	30(42.3)
	콘텐츠개발비	71	34(47.9)	3(4.2)	34(47.9)

연예기획사(연예기획·연기자중심)
전수조사보고서

제3편
기획사
의식 조사



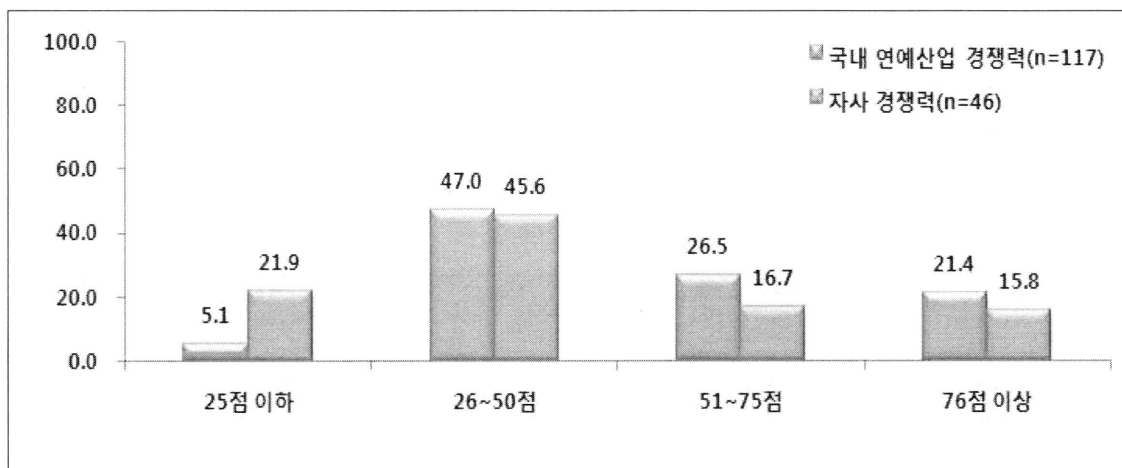
1. 기획사 인식 조사

1-1. 경쟁력 평가

▷ 국내 연예사업 및 자사의 경쟁력

○ 국내 연예산업 경쟁력은 25점 이하(5.1%), 26~50점(47.0%), 51~75점(26.5%), 76점 이상(21.4%)으로 나타났으며, 자사의 경쟁력은 25점 이하(21.9%), 26~50점(45.6%), 51~75점(16.7%), 76점 이상(15.8%)으로 나타났다. 이를 그래프로 나타내면 <그림 3-1-1>과 같다.

○ 전반적으로 국내 연예산업의 경쟁력과 자사의 경쟁력을 낮게 평가하는 것으로 나타났다. 하지만, 전반적으로 자사의 경쟁력을 국내 연예산업의 경쟁력보다 더 낮게 평가하고 있다는 점이 특이할 만하다.



<그림 3-1-1> 국내 연예산업 및 자사의 경쟁력

▷ 국내 연예사업 및 자사의 경쟁우위

○ 국내 연예산업의 경쟁력 우위 1순위는 <표 3-1-1> 상단과 같으며, 회사(매니저)의 역량(기획력)(33.8%), 연예인의 역량(23.7%), 콘텐츠 그 자체(30.9%), 시장변화에 대한 적응력(5.8%), 정부의 정책 지원(5.0%), 기타(0.7%)로 나타났다.

연예기획사(배우 매니지먼트 중심) 전수조사 보고서

○ 국내 연예산업 경쟁력 우위 1+2+3순위는 회사(매니저)의 역량(기획력)(29.0%), 연예인의 역량(28.5%), 콘텐츠 그 자체(23.8%), 시장변화에 대한 적응력(15.2%), 정부의 정책 지원(2.9%), 기타(0.5%)로 나타났고, 기타는 회사의 자원으로 나타났다. 이를 표로 나타내면 <표 3-1-1> 하단과 같다.

○ 국내 연예산업의 경쟁력, 즉 강점을 대부분의 응답자는 회사의 기획력, 연예인의 역량, 콘텐츠 자체를 꼽고 있다. 일부 기획사들의 일본과 중국을 벗어난 서방 국가에서의 해외 성공 사례가 응답에 반영된 것으로 여겨진다.

○ 자사의 경쟁력 우위 1순위는 회사(매니저)의 역량(기획력)(54.5%), 연예인의 역량(20.9%), 콘텐츠 그 자체(7.5%), 시장변화에 대한 적응력(6.7%), 회사 인적 자원의 역량(6.7%), 회사의 네트워크(3.7%)로 나타났다.

○ 자사 경쟁 우위 1+2+3순위는 회사(매니저)의 역량(기획력)(29.3%), 연예인의 역량(25.8%), 콘텐츠 그 자체(12.9%), 시장변화에 대한 적응력(11.9%), 회사 인적 자원의 역량(8.6%), 회사의 네트워크(11.6%)로 나타났다.

○ 결과적으로 국내 연예산업에서 성공하기 위한 요소로 대부분의 회사가 기획력을 중요하게 인식하고 있는 것으로 판단된다.

<표 3-1-1> 국내 연예산업 및 자사의 경쟁 우위

항목	국내 연예 산업			자사		
	세부항목	응답수	%	세부항목	응답수	%
1순위	회사(매니저)의 역량	47	33.8	회사(매니저)의 역량	73	54.5
	연예인의 역량	33	23.7	연예인의 역량	28	20.9
	콘텐츠 그 자체	43	30.9	콘텐츠 그 자체	10	7.5
	시장변화에 대한 적응력	8	5.8	시장변화에 대한 적응력	9	6.7
	정부의 정책 지원	7	5.0	회사 인적 자원의 역량	9	6.7
	기타	1	0.7	회사의 네트워크	5	3.7
1+2+3	회사(매니저)의 역량	118	29.0	회사(매니저)의 역량	116	29.3

순위	연예인의 역량	116	28.5	연예인의 역량	102	25.8
	콘텐츠 그 자체	97	23.8	콘텐츠 그 자체	51	12.9
	시장변화에 대한 적응력	62	15.2	시장변화에 대한 적응력	47	11.9
	정부의 정책 지원	12	2.9	회사 인적 자원의 역량	34	8.6
	기타	2	0.5	회사의 네트워크	46	11.6

▷ 국내 연예사업 및 자사의 경쟁력 저하 요인

○ 국내 연예산업의 경쟁력 저하 1순위는 <표 3-1-2>의 상단과 같으며, 투자 자원의 부족(34.3%), 역량 있는 인력의 부족(12.7%), 사회적 이미지(1.5%), 정부의 규제(청소년유해매체제도 등)(1.5%), 플랫폼사업자(방송국 등)와의 불평등한 권력 구조(출연계약서 등)(33.6%), 협소한 내수시장(14.9%)으로 나타났다.

○ 국내 연예산업의 경쟁력 저하 1+2+3순위는 투자 자원의 부족(26.1%), 역량 있는 인력의 부족(18.6%), 사회적 이미지(4.9%), 정부의 규제(청소년유해매체제도 등)(3.4%), 플랫폼사업자(방송국 등)와의 불평등한 권력 구조(출연계약서 등) (24.5%), 협소한 내수시장(21.7%)으로 나타났고, 기타 응답으로는 거대기획사의 독점으로 나타났다. 이를 표로 나타내면 <표 3-1-2> 하단과 같다.

○ 국내 연예산업의 경쟁력 저하 요인으로는 많은 응답자들이 투자 자원의 부족과 플랫폼사업자와의 불평등한 권력구조를 꼽았다. 연예매니지먼트사업의 특성상 플랫폼사업자와의 힘의 불균형은 있을 수 있으나 국내 연예산업의 경우 조사 결과와 같이 심각한 불평등 구조가 나타났다.

○ 자사의 경쟁력 저하 1순위는 투자 자원의 부족(57.3%), 역량 있는 인력의 부족(17.7%), 정부의 규제(청소년유해매체제도 등)(0.8%), 플랫폼사업자(방송국 등)와의 불평등한 권력 구조(출연계약서 등)(14.5%), 협소한 내수시장(8.9%)으로 나타났다.

연예기획사(배우 매니지먼트 중심) 전수조사 보고서

○ 자사 경쟁력 저하 1+2+3순위는 투자 재원의 부족(29.0%), 역량 있는 인력의 부족(24.3%), 사회적 이미지(2.6%), 정부의 규제(청소년유해매체제도 등)(1.2%), 플랫폼사업자(방송국 등)와의 불평등한 권력 구조(출연계약서 등)(21.7%), 협소한 내수시장(19.4%)으로 나타났고, 기타 응답으로는 신생의 이미지로 나타났다.

○ 자사의 경쟁력 저하 요인 역시 투자 재원의 부족이 1순위에 위치하고 있으며, 다음으로 역량 있는 인력의 부족이 두 번째 요인으로 선택하였다. 이는 자원 및 인력 등 기반적 요소를 중요하게 생각하는 것으로 생각된다.

<표 3-1-2> 국내 연예산업 및 자사의 경쟁력 저하 요인

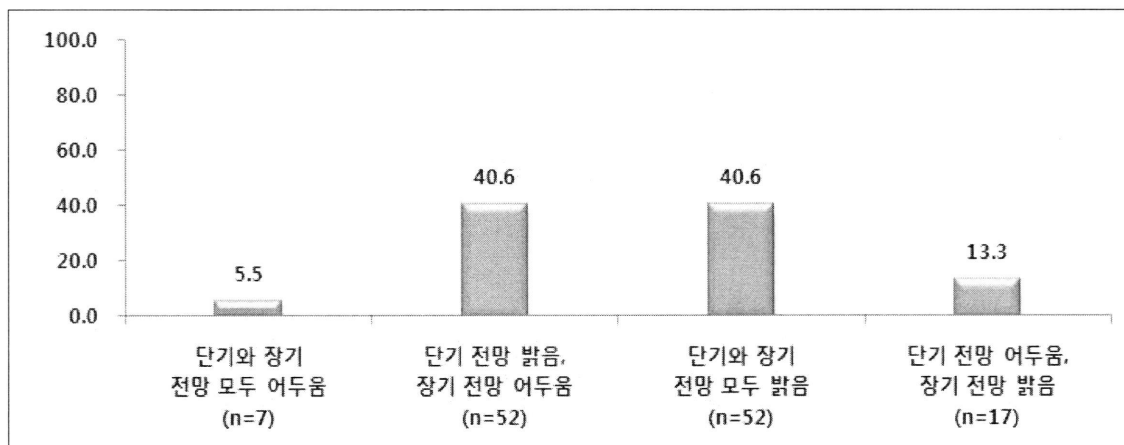
항목	국내 연예 산업			자사		
	세부항목	응답수	%	세부항목	응답수	%
1순위	투자 재원의 부족	46	34.3	투자 재원의 부족	71	57.3
	역량 있는 인력의 부족	17	12.7	역량 있는 인력의 부족	22	17.7
	사회적 이미지	2	1.5	사회적 이미지	0	0.0
	정부의 규제	2	1.5	정부의 규제	1	.8
	플랫폼사업자와의 불평등한 권력 구조	45	33.6	플랫폼사업자와의 불평등한 권력 구조	18	14.5
	협소한 내수시장	20	14.9	협소한 내수시장	11	8.9
	기타	2	1.5	기타	1	0.8
1+2+3순위	투자 재원의 부족	101	26.1	투자 재원의 부족	100	29.0
	역량 있는 인력의 부족	72	18.6	역량 있는 인력의 부족	84	24.3
	사회적 이미지	19	4.9	사회적 이미지	9	2.6
	정부의 규제	13	3.4	정부의 규제	4	1.2
	플랫폼사업자와의 불평등한 권력 구조	95	24.5	플랫폼사업자와의 불평등한 권력 구조	75	21.7
	협소한 내수시장	84	21.7	협소한 내수시장	67	19.4
	기타	3	0.8	기타	6	1.7

1-2. 한류 평가

▷ 한류에 대한 전망

○ 한류에 대한 전망은 <그림 3-1-2>와 같으며, 단기와 장기 전망 모두 어두움(5.5%), 단기 전망 밝음, 장기 전망 어두움(40.6%), 단기와 장기 전망 모두 밝음(40.6%), 단기 전망 어두움, 장기 전망 밝음(13.3%)으로 나타났다.

○ 대부분의 응답자가 단기적 전망을 밝다고 생각하고 있으며, 장기적 전망은 평가가 엇갈리는 것으로 나타났다. 한류에 대한 장기적인 해결책 마련이 필요할 것으로 판단된다.



<그림 3-1-2> 한류에 대한 전망

▷ 한류 지속화를 위한 정부 과제

○ 한류 지속화를 위한 정부 과제 1순위는 <표 3-1-3>과 같으며, 과도한 규제 개선(7.9%), 플랫폼과의 불평등 개선(18.7%), 시장(비즈니스) 개입 최소화(4.3%), 창의적 콘텐츠 개발 지원(52.5%), 건전한 투자 환경 조성(12.2%), 퍼블리시티권 등 저작권 개선(4.3%)으로 나타났다.

○ 한류 지속화를 위한 정부 과제 1+2+3순위는 과도한 규제 개선(14.1%), 플랫폼과의 불평등 개선(20.3%), 시장(비즈니스) 개입 최소화(10.9%), 창의적 콘텐츠 개발 지원(29.8%), 건전한 투자 환경 조성(15.1%), 퍼블리시티권 등 저작권 개선(9.7%)으로 나타났다.

<표 3-1-3> 한류 지속화를 위한 정부 과제

항목	세부항목	응답수	%
1순위	과도한 규제 개선	11	7.9
	플랫폼과의 불평등 개선	26	18.7
	시장(비즈니스) 개입 최소화	6	4.3
	창의적 콘텐츠 개발 지원	73	52.5
	건전한 투자 환경 조성	17	12.2
	퍼블리시티권 등 저작권 개선	6	4.3
1+2+3순위	과도한 규제 개선	57	14.1
	플랫폼과의 불평등 개선	82	20.3
	시장(비즈니스) 개입 최소화	44	10.9
	창의적 콘텐츠 개발 지원	120	29.8
	건전한 투자 환경 조성	61	15.1
	퍼블리시티권 등 저작권 개선	39	9.7

▷ 해외 진출 시 정부 지원

○ 해외 진출 시 정부 지원 1순위는 <표 3-1-4>와 같으며, 정부가 개입하지 않는 것이 좋음(10.9%), 해외 지원보다 내수시장의 활성화가 먼저 필요(34.1%), 저작권의 보호 지원(15.2%), 해외 마케팅 지원(15.9%), 해외 지역에 대한 정보 제공(5.1%), 해외 기업과의 네트워크 지원(18.8%)으로 나타났다.

○ 해외 진출 시 정부 지원 1+2+3순위는 정부가 개입하지 않는 것이 좋음(4.8%), 해외 지원보다 내수시장의 활성화가 먼저 필요(18.8%), 저작권의 보호 지원(18.3%), 해외 마케팅 지원(23.6%), 해외 지역에 대한 정보 제공(10.7%), 해외 기업과의 네트워크 지원(23.9%)으로 나타났다.

○ 해외 진출 시 희망하는 정부의 지원에 관해서는 해외 지원보다 내수시장의 활성화가 먼저 필요하다는 응답이 상당수를 차지했다. 이는 응답자들은 해외 진출 보다는 국내 시장에서의 성공을 더 바라는 것으로 생각된다. 또한, 해외 전체 응답의 상위 비율에서 해외 마케팅 지원의 비율이 높아지는 것으로 판단해 볼 때, 비록 1순위가 많진 않았지만 중요한 요소라고 인식하는 경향이 많다는 것을 알 수 있다.

<표 3-1-4> 해외 진출 시 정부 지원

항목	세부항목	응답수	%
1순위	정부가 개입하지 않는 것이 좋음	15	10.9
	해외 지원보다 내수시장의 활성화가 먼저 필요	47	34.1
	저작권의 보호 지원	21	15.2
	해외 마케팅 지원	22	15.9
	해외 지역에 대한 정보 제공	7	5.1
	해외 기업과의 네트워크 지원	26	18.8
1+2+3순위	정부가 개입하지 않는 것이 좋음	19	4.8
	해외 지원보다 내수시장의 활성화가 먼저 필요	74	18.8
	저작권의 보호 지원	72	18.3
	해외 마케팅 지원	93	23.6
	해외 지역에 대한 정보 제공	42	10.7
	해외 기업과의 네트워크 지원	94	23.9

▷ 한류 지속 발전의 부정 요인

○ 한류 발전 저해 요인 1순위는 <표 3-1-5>와 같으며, 플랫폼과의 불평등 환경(23.0%), 정부의 지나친 개입과 홍보(5.2%), 국내 시장의 과도한 규제(6.7%), 일부 기획사의 한탕주의적 태도(35.6%), 콘텐츠 제작환경의 문제(23.7%), 대중문화를 저급하게 보는 인식(5.9%)으로 나타났다.

연예기획사(배우 매니지먼트 중심) 전수조사 보고서

○ 한류 발전 저해 요인 1+2+3순위는 플랫폼과의 불평등 환경(20.0%), 정부의 지나친 개입과 홍보(5.7%), 국내 시장의 과도한 규제(11.9%), 일부 기획사의 한탕주의적 태도(26.5%), 콘텐츠 제작환경의 문제(27.3%), 대중문화를 저급하게 보는 인식(8.1%)으로 나타났다.

○ 한류 발전 저해 요인으로서는 1순위로 일부 기획사의 한탕주의적 태도가 뽑혔다. 이로 미루어보아 일부 기획사의 한탕주의적 태도가 실제로 불이익을 초래한 사례가 있었음을 짐작 할 수 있다. 다음으로 콘텐츠 제작환경의 문제가 뽑혔는데 이에 대한 해결도 필요하다고 판단된다.

<표 3-1-5> 한류 지속 발전의 부정 요인

항목	세부항목	응답수	%
1순위	플랫폼과의 불평등 환경	31	23.0
	정부의 지나친 개입과 홍보	7	5.2
	국내 시장의 과도한 규제	9	6.7
	일부 기획사의 한탕주의적 태도	48	35.6
	콘텐츠 제작환경의 문제	32	23.7
	대중문화를 저급하게 보는 인식	8	5.9
1+2+3순위	플랫폼과의 불평등 환경	77	20.0
	정부의 지나친 개입과 홍보	22	5.7
	국내 시장의 과도한 규제	46	11.9
	일부 기획사의 한탕주의적 태도	102	26.5
	콘텐츠 제작환경의 문제	105	27.3
	대중문화를 저급하게 보는 인식	31	8.1

1-3. 제도 평가

▷ 연예 산업 활성화를 위한 제도 개선

○ 연예산업 활성화를 위한 제도 개선 1순위는 <표 3-1-6>과 같으며, 방송 및 광고 출연계약서의 표준화(25.5%), 청소년유해매체제도 개선(16.8%), 플랫폼 사업자와의 불평등 개선(16.1%), 공정위 표준전속계약서 개정(16.1%), 재산권으로서 퍼블리시티권 제정(6.6%), 출연료 미지급 문제 해결(12.4%)로 나타났다.

○ 연예산업 활성화를 위한 제도 개선 1+2+3순위는 방송 및 광고 출연계약서의 표준화(18.6%), 청소년유해매체제도 개선(10.3%), 플랫폼 사업자와의 불평등 개선(14.5%), 공정위 표준전속계약서 개정(12.7%), 재산권으로서 퍼블리시티권 제정(13.7%), 출연료 미지급 문제 해결(15.9%)로 나타났다.

○ 연예산업 활성화를 위해 개선되어야 할 제도로는 출연계약서의 표준화가 꼽혔다. 이는 표준화된 계약서의 부재로 인해 피해를 보고 있는 기획사가 많다는 것을 예상할 수 있다. 따라서 정부에서 이에 대한 개선책을 마련할 필요가 있어 보인다.

<표 3-1-6> 연예산업 활성화를 위한 제도 개선

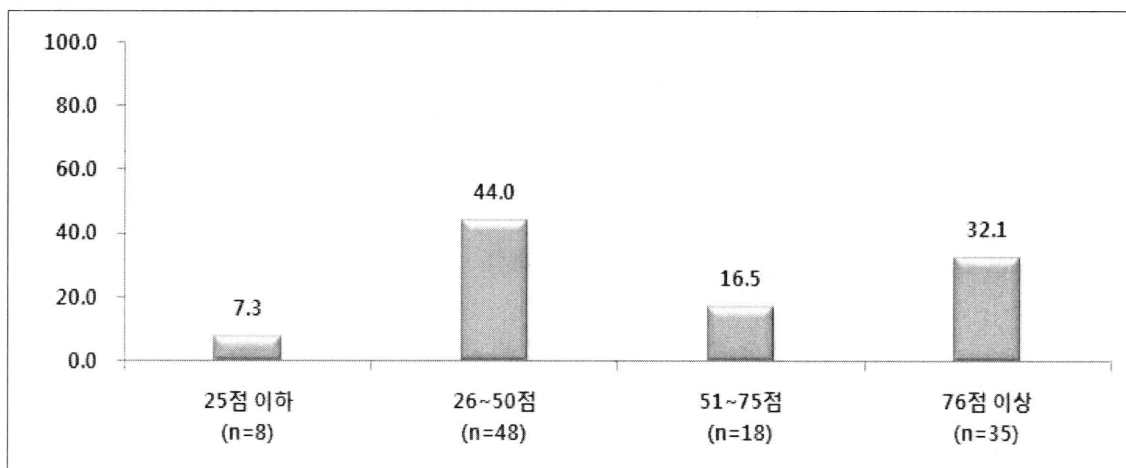
항목	세부항목	응답수	%
1순위	방송 및 광고 출연계약서의 표준화	35	25.5
	청소년유해매체제도 개선	23	16.8
	플랫폼 사업자와의 불평등 개선	22	16.1
	공정위 표준전속계약서 개정	22	16.1
	재산권으로서 퍼블리시티권 제정	9	6.6
	출연료 미지급 문제 해결	17	12.4
	산업종사자(매니저 등)에 대한 교육	9	6.6

1+2+3순위	방송 및 광고 출연계약서의 표준화	76	18.6
	청소년유해매체제도 개선	42	10.3
	플랫폼 사업자와의 불평등 개선	59	14.5
	공정위 표준전속계약서 개정	52	12.7
	재산권으로서 퍼블리시티권 제정	56	13.7
	출연료 미지급 문제 해결	65	15.9
	산업종사자(매니저 등)에 대한 교육	58	14.2

▷ 연예산업 R&D 지원 필요성

○ 연예산업 R&D 지원 필요성은 <그림 3-1-3>과 같으며, 25점 이하(7.3%), 26~50점 (44.0%), 51~75점(16.5%), 76점 이상(32.1%)으로 나타났다.

○ 연예산업 R&D 지원의 필요성 점수가 50점 이상인 응답자가 48.6%로 나타났다. 창의적 콘텐츠의 개발 지원이 필요하다는 상위 조사의 결과와 R&D 지원의 필요성 점수가 높은 것으로 미루어 보아 정부의 콘텐츠 개발 지원 및 연구 개발 지원이 원활하게 이루어지지 않고 있음을 알 수 있다.

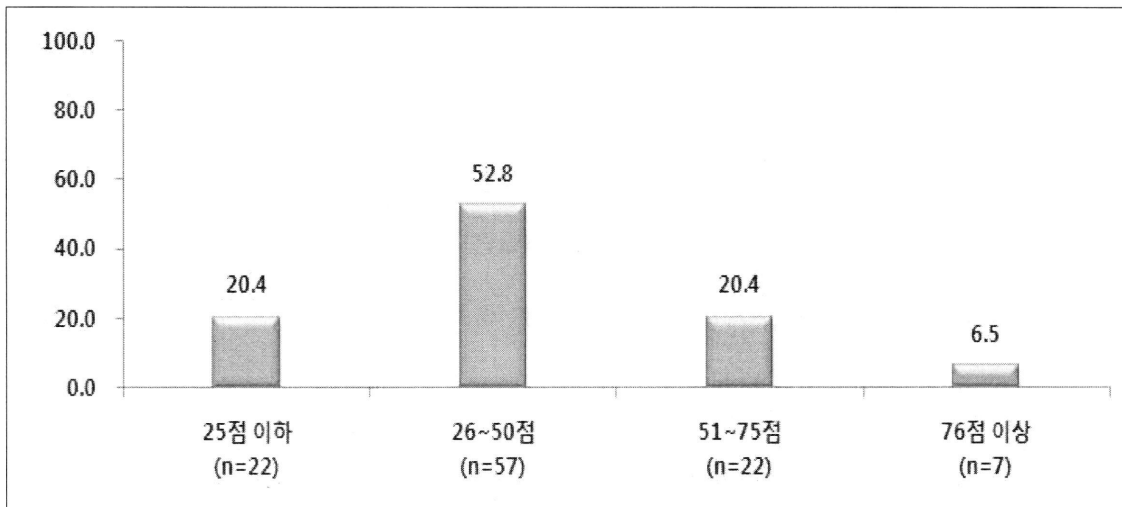


<그림 3-1-3> 연예산업 R&D 지원 필요성

▷ 정부의 지원 사업 평가

○ 정부의 지원 사업 평가는 <그림 3-1-4>와 같으며, 25점 이하(20.4%), 26~50점 (52.8%), 51~75점(20.4%), 76점 이상(6.5%)으로 나타났다.

○ 정부의 지원 사업 평가 점수로 봤을 때 50점 이하라고 한 응답자가 전체의 73.2%를 차지했다. 절반 이상의 응답자가 정부의 지원 사업이 충분하지 않다고 느끼고 있는데, 그 이유는 상위 조사 결과를 바탕으로 콘텐츠 개발 지원 미비, 표준 계약서의 부재, 플랫폼 불평등을 방지하는 것 등으로 추측 할 수 있다.



<그림 3-1-4> 정부의 지원 사업 평가

1-4. 기획사 운영 평가

▷ 회사 운영 시 어려운 점

○ 회사 운영 시 어려운 점은 <표 3-1-7>과 같으며, 자금(12.1%), 운영비 조달 (6.7%), 투자받기 어렵다(6.0%), 분배비율(5.4%), 전문 인력의 빈곤(4.0%), 안정적 수익창출 불가(3.4%) 등으로 나타났다.

○ 회사 운영의 문제점은 다양한 항목으로 분포되어 있었는데, 그 중 재원, 즉 자금 문제가 제일 큰 비중을 차지했다. 이는 이전의 조사항목과 유사하게 경제적 측면에서의 어려움을 있는 기획사가 많음을 유추할 수 있으며, 투자 지원의 필요성을 요구하고 있다고 판단할 수 있다.

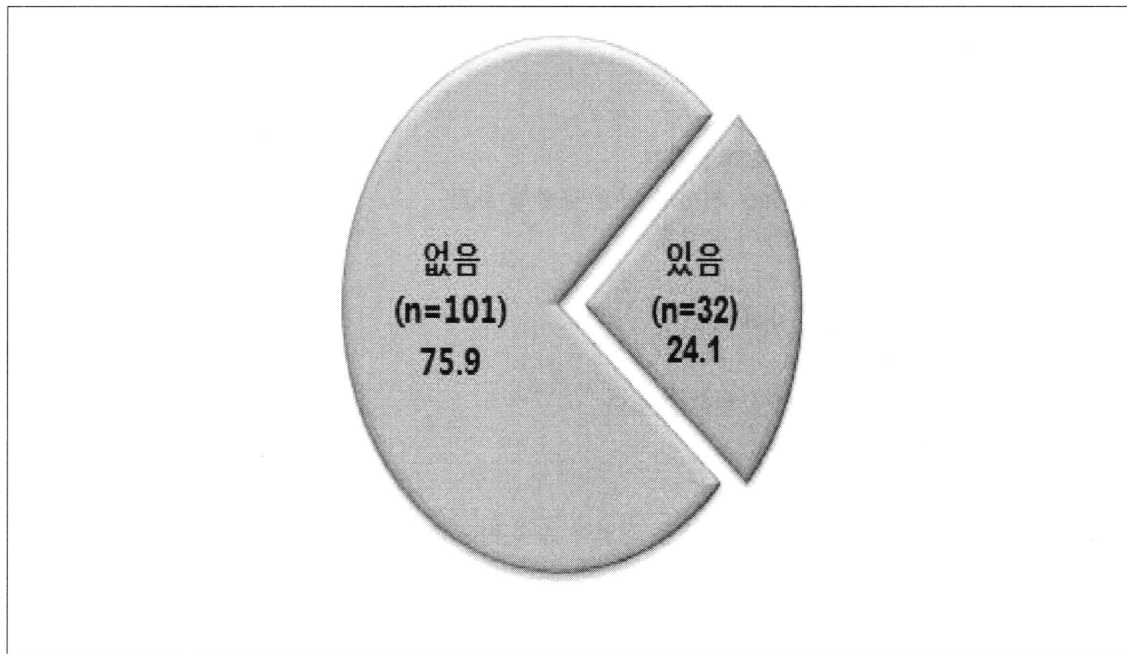
<표 3-1-7> 회사 운영 시 어려운 점

항목	세부항목	응답수	%
어려운 점	자금	18	12.1
	운영비 조달	10	6.7
	투자받기 어렵다	9	6.0
	분배비율	8	5.4
	전문인력의 빈곤	6	4.0
	안정적 수익창출 불가	5	3.4
	낮은 출연료	4	2.7
	플랫폼사업자와의 불평등 개선	4	2.7
	신인 양성	4	2.7
	연기자 영입	3	2.0
	선급금부담	3	2.0
	신인배우로서 작품출연 기회	3	2.0
	대형 기획사 위주	3	2.0
	독창적 콘텐츠개발	3	2.0
	콘텐츠확보	2	1.3
	신인연기자가 설 수 있는 무대를 개선했으면 좋겠다.(방송국 및 매체)	2	1.3
	소속 대중예술인의 지속적인 매출 기대의 어려움	2	1.3
	늦은정산	2	1.3
	배우 계약 기간이 너무 짧다	2	1.3
	수익증대에 대한 한계	2	1.3
	엔터테인먼트 투자처 필요	2	1.3
	문제없음	2	1.3
	신인배우 투자	1	0.7
	세금관련	1	0.7
	스케줄 조율	1	0.7
	스타메이킹과정	1	0.7
	인터넷의 발달로 연예사생활 침해	1	0.7
	과도한 보도기사	1	0.7
	잘못된 정보가 객관적이지 않게 전달되고 있다	1	0.7
	언론에 의해 부풀려지는 기사로 연예인 및 회사의 이미지 손실이 크다	1	0.7
	매니지먼트 회사 간 배우를 영입함에 있어 도의를 넘어서고 있다	1	0.7
	확실한 기준을 마련해 서로 간 피해를 보는 일을 없도록 제반 마련이 시급하다	1	0.7
	배우들의 공정하고 투명한 출연료 기준이 마련 마련되었으면 한다	1	0.7
	과도한 경쟁	1	0.7
	자본금 유실	1	0.7
	영향력 있는 배우들의 끼워팔기 관행	1	0.7

항목	세부항목	응답수	%
	신생회사의 이미지	1	0.7
	계약금 제도를 폐지 했다는 협회에서의 적극적인 홍보와 이를 방지 해야 된다고 생각된다	1	0.7
	계약금을 주고 있는 일부 기획사에 대한 협회 차원의 제제	1	0.7
	투자리스크가 너무 크다	1	0.7
	연기자 작품 캐스팅	1	0.7
	스타 배우의 부재	1	0.7
	소속연예인의 이탈방지	1	0.7
	투자금에 대한 보호의 필요성	1	0.7
	지속 또는 고정 활동 저하로 인한 매출의 부진	1	0.7
	배우와의 커뮤니케이션 부족	1	0.7
	인력관리	1	0.7
	비용구조개선의 어려움	1	0.7
	방송 홍보활동	1	0.7
	매니저 육성에 대한 전문성 필요	1	0.7
	대형기획사의 대응	1	0.7
	대형기획사의 횡포	1	0.7
	중소규모의 연예 기획사들은 다양한 수익구조 창출이 어려워 예측 가능한 경영이 불가능함	1	0.7
	제도적	1	0.7
	영세업체에 대한 국가지원	1	0.7
	개인회사인 관계로 캐스팅에 있어서 큰 회사에 밀리는 경향이 많아 어려움	1	0.7
	기획사들의 한류를 바라보는 인식문제	1	0.7
	해외진출 시 사업파트너의 검증 어려움	1	0.7
	내수시장의 협소함으로 인한 기회부족	1	0.7
	연기자 이미지는 높고 회사 이미지는 낮은 부분	1	0.7
	영업력의 한계	1	0.7
	정보부족	1	0.7
	업계에 대한 과도한 불신 외, 관련된 수많은 요인들이 많은 현실	1	0.7
	IT 및 벤처 창업자와 다른 환경과 저조한 지원	1	0.7
	소규모 회사들의 캐스팅 난항	1	0.7
	엔터테인먼트의 대형화로 인한 끼워 팔기	1	0.7
	정부지원 및 금융권 완화	1	0.7
	대형기획사에 비해 회사의 인지도 부족	1	0.7
	특정 연예인이 독점하고 있는 예능환경	1	0.7
	스타 위주인 플랫폼사업자와의 관계에 따른 문제	1	0.7
	출연료 미지급 문제	1	0.7
	공정성	1	0.7
	합계	149	100.0

▷ 공통 경비 지출로 인한 분쟁

○ 공통 경비 지출 문제발생은 <그림 3-1-5>과 같으며, 있음(24.1%), 없음(75.9%)으로 나타났다.



응답 Base : 유효 응답자(n=133, %)

<그림 3-1-5> 공통 경비 지출로 인한 분쟁 여부

▷ 공통 경비 지출에 대한 인식

○ 공통 경비 지출 인식은 <표 3-1-8>과 같으며, 합의에 의해 공통 경비 항목을 설정하여 처리함 (소속 대중예술인 전체 동일)(52.2%), 합의에 의해 공통 경비 항목을 설정하여 처리함 (소속 대중예술인별 차이)(40.3%), 특별히 정한 것은 없이 사정에 따라 처리함(4.5%), 공통 경비 지출이 없음(1.5%), 기타(1.5%)로 나타났다.

■ 기타는 공정거래 위원회 계약서 참조, 회사 자체 경비 100%부담으로 나타났다.

■ 전반적으로 공통 경비를 협의를 통해 처리하고 있다는 점을 알 수 있으며, 다만 처리에 있어서는 대중예술인별로 차이를 두거나 동일하게 하는 것이 기획사별로 다를 수 있다.

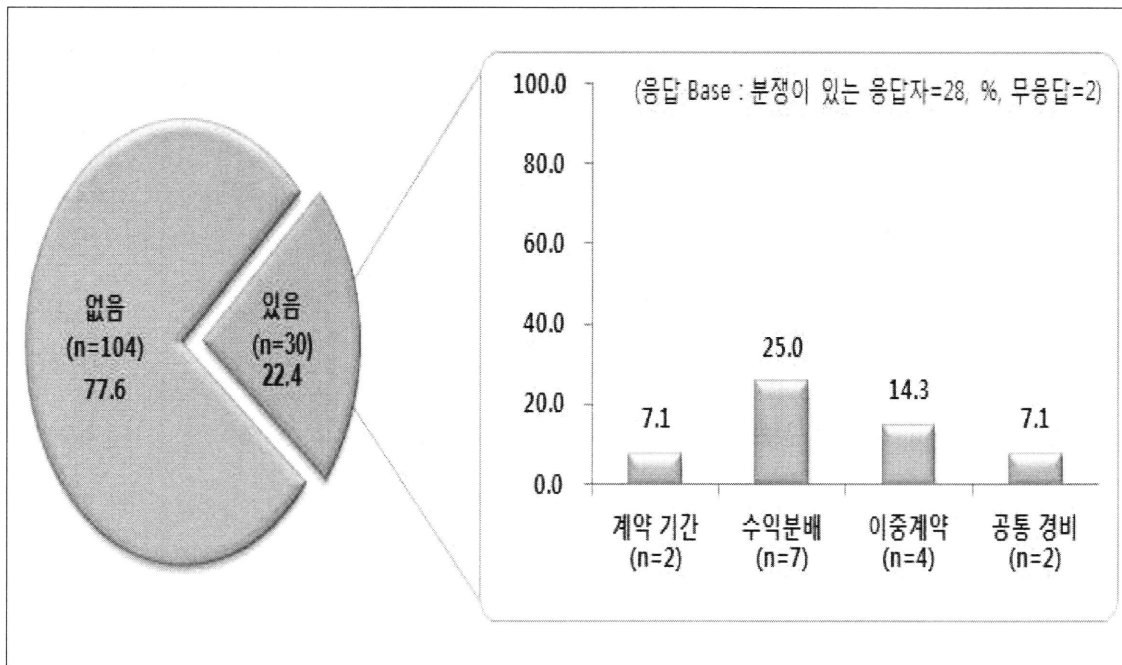
<표 3-1-8> 공통 경비 지출에 대한 인식

항목	세부항목	응답수	%
인식	합의에 의해 공통 경비 항목을 설정하여 처리함 (소속 대중예술인 전체 동일)	70	52.2
	합의에 의해 공통 경비 항목을 설정하여 처리함 (소속 대중예술인별 차이)	54	40.3
	특별히 정한 것은 없이 사정에 따라 처리함	6	4.5
	공통 경비 지출이 없음	2	1.5
	기타	2	1.5

▷ 연예인과 계약 분쟁 여부 및 이유

○ 연예인과의 계약 분쟁 사례 경험은 <그림 3-1-6>과 같으며, 있음(22.4%), 없음(77.6%)으로 나타났으며 분쟁 사유는 수익분배(25.0%), 이중계약(14.3%), 계약 기간(7.1%), 공통 경비(7.1%), 기타(46.4%)로 나타났다. 또한 기타 응답은 이유 없는 계약해지 요청, 배우의 변심, 무단 소속사이탈, 배우 부모님과 소통, 타사로의 이탈, 전속 계약 일방적 해지, 무계약서로 인한 배신으로 나타났다.

○ 연예인과의 분쟁 사례 경험은 일반적으로 많지 않은 것으로 나타났다. 다만, 분쟁 사례를 경험한 사유 중 수익배분이 25%로 높게 나타났다는 점에서 경제적 측면이 역시 중요하다는 점을 알 수 있다. 또한, 기타가 무려 46.4%를 차지해 다양한 이유로 분쟁이 이뤄지고 있음을 알 수 있다.

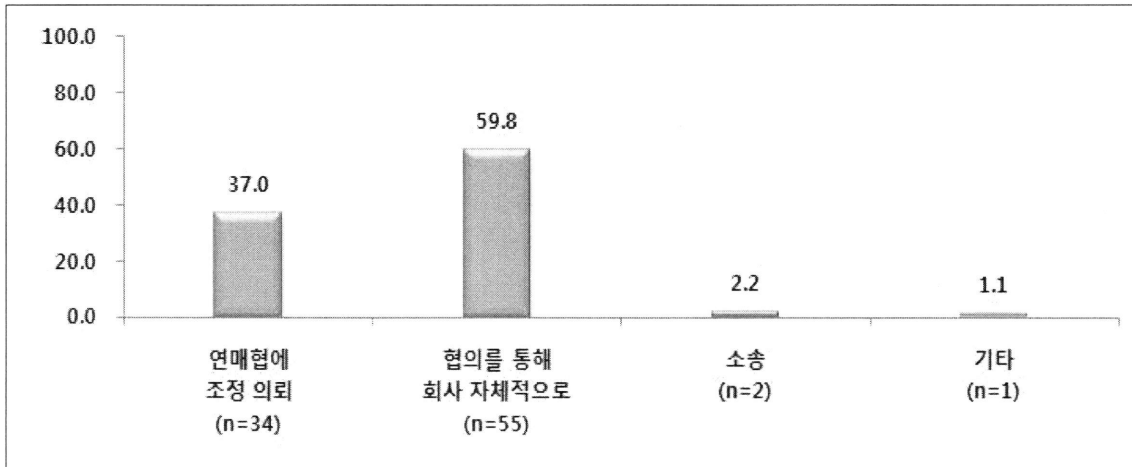


<그림 3-1-6> 연예인과 계약 분쟁 여부 및 이유

▷ 계약 분쟁 시 문제 해결방법

○ 계약 분쟁 시 해결방법은 <그림 3-1-7>과 같으며, 연매협에 조정 의뢰(37.0%), 협의를 통해 회사 자체적으로 해결(59.8%), 소송(2.2%), 기타(1.1%)로 나타났다.

○ 협회 회원사의 경우 연예인과 계약 분쟁이 발생할 시 협회의 조정의뢰 보다 회사 자체적 해결이 약 4% 높았다. 또한, 회원사가 아닌 경우에는 2사를 제외한 모든 기획사가 자체적으로 분쟁을 해결하는 것으로 나타났다. 이는 대부분의 분쟁을 회사차원에서 해결하지만, 그렇지 못할 경우 제3자에 의뢰하는 방법을 사용하는 것으로 볼 수 있다. 그러나, 자체해결의 비율이 높다는 것이 반드시 원만한 자정능력을 가지는 것으로 단정할 수는 없다. 따라서 보다 심도 있는 조사를 통하여 제3자에 의한 조정기재를 보다 강화하는 것도 검토할 필요가 있다.

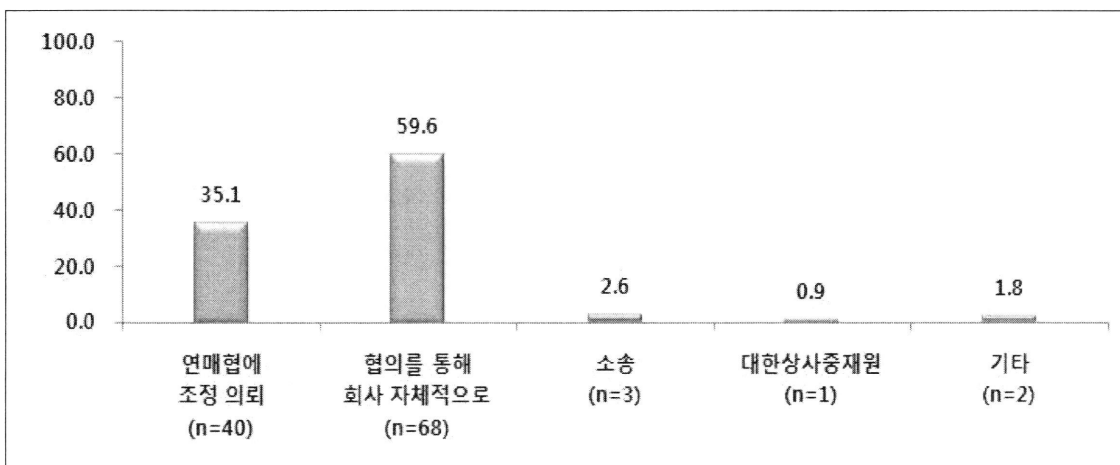


<그림 3-1-7> 계약 분쟁 시 문제 해결 방법

▷ 연예인과 분쟁 발생 시 선호하는 문제해결 방법

○ 선호문제 해결방법은 <그림 3-1-8>과 같으며, 연매협에 조정 의뢰(35.1%), 협의를 통해 회사 자체적으로 해결(59.6%), 소송(2.6%), 대한상사중재원(0.9%), 기타(1.8%)로 나타났다.

○ 연예인과의 분쟁을 경험한 대부분의 기획사에서 자신들이 선호하는 문제 해결 방법인 자체적인 해결로 분쟁을 해결했음을 알 수 있다. 협회에 속한 회원사의 경우에도 39.2%가 자체적인 해결 방법을 선호하는 것으로 나타났다.



<그림 3-1-8> 연예인과 분쟁 발생 시 선호하는 문제해결 방법

▷ 계약 상태

○ 현재 소속 연예인과의 계약 형태의 비중은 <표 3-1-9>와 같으며, 전속계약은 평균 92.1%, 에이전트계약은 평균 29.8%로 나타났다. 전속 계약을 한 응답자가 그렇지 않은 응답자의 4배에 가깝게 나타났다.

<표 3-1-9> 계약 형태

항목	세부항목	기업 수(n)	평균비중(%)	최소-최대
계약 형태	전속계약(%)	124	92.1	20-100
	에이전트계약(%)	33	29.8	10-80

▷ 수익분배 계약 형태

○ 현재 소속 연예인과의 수익분배 계약 형태의 비중은 <표 3-1-10>과 같으며, 고정배분 계약은 평균 88.3%, 슬라이딩계약은 평균 57.0%로 나타났다.

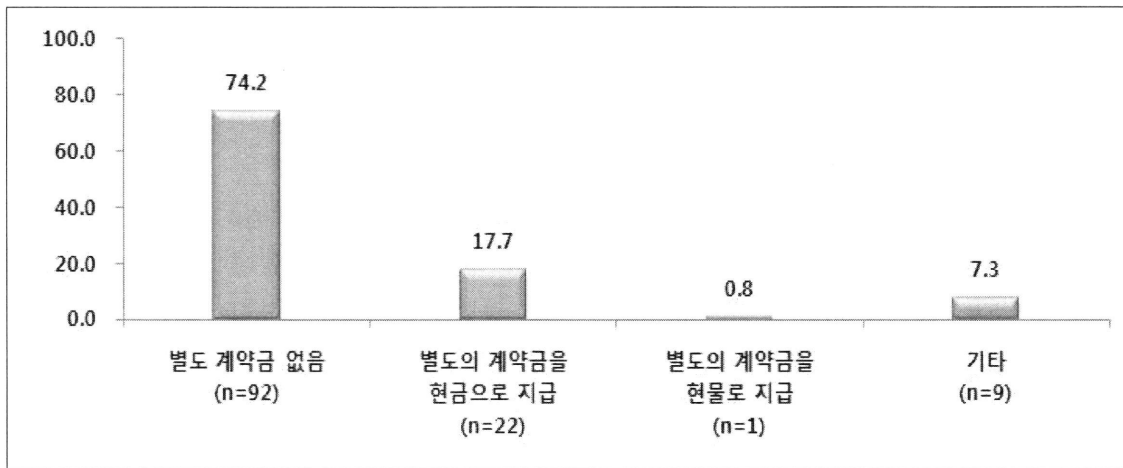
<표 3-1-10> 수익분배 계약 형태

항목	세부항목	기업 수(n)	평균비중(%)	최소-최대
계약 형태	고정배분 계약(%)	106	88.3	20-100
	슬라이딩 계약(%)	41	57.0	10-100

▷ 계약금 지급 사항

○ 계약금 지급 관련 사항은 <그림 3-1-9>와 같으며, 별도 계약금 없음(74.2%), 별도의 계약금을 현금으로 지급(17.7%), 별도의 계약금을 현물로 지급(0.8%), 기타(7.3%)로 나타났다.

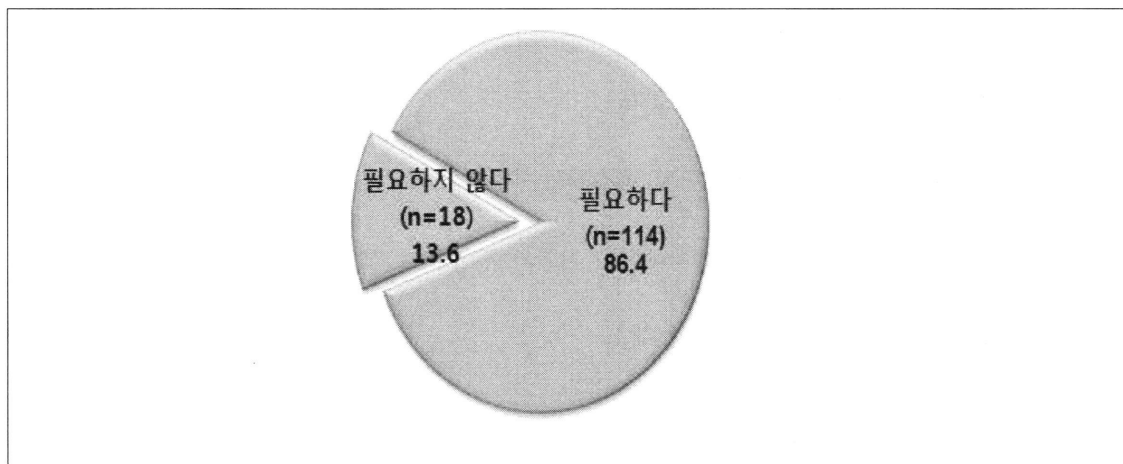
○ 기타 응답은 성형외과, 피부과, 치과 등 협찬으로 대체, 배우별로 계약금 지급 유, 무 차이가 있음, 상황별 협의를 통해 진행 중, 계약금을 지불하지 않으나 필요에 따라 연예인과 협의하여 일부 지급, 없어지는 추세, 일부 현금으로 지급하고 성형 수술 지원으로 나타났다.



<그림 3-1-9> 계약금 지급 사항

▷ 매니저 공인 라이선스의 필요성

○ 매니저 공인 라이선스 필요성은 <그림 3-1-10>과 같으며, 필요하다(86.4%), 필요하지 않다(13.6%)로 나타났다.



<그림 3-1-10> 매니저 공인 라이선스의 필요성

○ 대부분의 기획사에서 공인된 라이선스의 필요성을 인식하고 있었으며, 보다 체계적인 매니지먼트와 산업 활성화를 위해서는 이 부분에 대한 해결이 필요하다고 판단된다.

1-5. 향후 개선 사항

▷ 정부의 개선점

○ 기획사들이 제시한 개선 필요사항은 <표 3-1-11>과 같으며, 제도차원의 정부 지원의 확대(8.9%), 투자 지원(8.0%), 금융지원 확대(3.6%), 규제 완화(3.6%), 신인배우들이 방송 및 매체에 설 수 있는 기회를 확대(2.7%), 현실적인 정부 정책 마련(2.7%), 좋은 콘텐츠 개발에 필요한 체계적인 정책(2.7%), 플랫폼사업자와의 불평등 관계 개선(2.7%) 등으로 나타났다.

<표 3-1-11> 정부에 바라는 점

항목	세부항목	응답수	%
정부	정부 지원의 확대	10	8.9
	투자 지원	9	8.0
	금융지원 확대	4	3.6
	규제 완화	4	3.6
	신인배우들이 방송 및 매체에 설 수 있는 기회를 확대	3	2.7
	현실적인 정부 정책 마련	3	2.7
	좋은 콘텐츠 개발에 필요한 체계적인 정책	3	2.7
	플랫폼 사업자와의 불평등 관계 개선	3	2.7
	관련 종사자 처우 개선	3	2.7
	자질이 부족한 연예기획사 관리 감독	2	1.8
정부	해외 시장에 대한 정보 지원	2	1.8
	콘텐츠 기획에 있어서 대형기획사, 제작사만 독점하게 되는 불평등 관계 개선	2	1.8
	콘텐츠 기획에 있어 중소 기획사에게도 기회가 주어질 수 있는 제도나 법안 마련이 시급	2	1.8
	대형 기획사 위주의 독과점 형태 해소	2	1.8
	유통 플랫폼의 독과점 해소	2	1.8
	방송사와 대형 기획사의 결탁 해소	2	1.8
	출연료 미지급 발생시 적극적인 대처	2	1.8
	관련 종사자에 대한 교육 지원 확대	2	1.8
	세제 지원	2	1.8
	연예매니지먼트에 대한 지속적 관심 필요	2	1.8
	불량 외주제작사 제제	2	1.8
	다양한 콘텐츠 개발에 필요한 지원제도	2	1.8
	해외 시장 네트워크 방안	2	1.8
	공정한 경쟁에 의한 연예계 활성화	2	1.8
	매니지먼트의 체제 확립	1	0.9
	한류와 K-POP이 더욱 활기찬 활동을 할 수 있도록 국내는 물론 해외에 서도 지원 확대	1	0.9

항목	세부항목	응답수	%
정부	정부 차원의 신인 방송출연에 대한 공정성 유지	1	0.9
	창의적 콘텐츠 시장 활성화	1	0.9
	정부 네트워크를 통한 해외 사업 파트너에 대한 검증 지원	1	0.9
	문화 콘텐츠 육성차원에서 생계형, 독립형, 기획사에 대한 시드 및 프로젝트 투자 지원	1	0.9
	안정되고 현실적인 수익분배	1	0.9
	인건비 개선	1	0.9
	유류비 절감 대책 마련	1	0.9
	국내 콘텐츠 육성 지원 사업 확대	1	0.9
	제도 개선	1	0.9
	소규모 회사를 위한 콘텐츠 교육 시설 강화	1	0.9
	불가피한 소송 시 민법에 의존한 판단이 매우 문제임	1	0.9
	연예산업은 문화산업이기 때문에 제도적장치도 중요하지만 문화 자체를 바라보는 시각의 변화가 중요한 것 같음	1	0.9
	연예활동이 불노소득이라는 입장에 대한 재평가 필요	1	0.9
	정부차원의 정보 제공	1	0.9
	문화를 통한 소통으로 세계화 추진	1	0.9
	소규모 회사들에 대한 다양한 기회 제공	1	0.9
	소규모 회사들에 대한 외국 진출 기회 제공	1	0.9
	퍼블리시티권 법제화	1	0.9
	내수시장 활성화를 위한 콘텐츠의 양적확대	1	0.9
	연예인과 매니저간의 분쟁 시 그 피해에 따른 최소한의 안전장치 필요	1	0.9
	대중문화예술산업발전법에 있는 대중문화예술인의 보호를 좀 더 강화해서 청소년뿐만 아니라 스태프들의 편의도 제공	1	0.9
	배우 초상권 사용에 대한 법률화	1	0.9
	한류 배우들 해외 팬미팅때 정부의 적극지원	1	0.9
	콘텐츠 개발 자금을 활용할 수 있는 방안	1	0.9
	한류를 경쟁력 있는 산업으로 인식 전환하여 효과적인 육성책 마련	1	0.9
	전문직종인 매니저를 위한 체계적인 시스템 구축	1	0.9
	문화 예술 분야 활성화	1	0.9
	단발성 관심보다 장기적인 플랜으로 지원요함	1	0.9
	중소기업등록및특정라이선스취득할수있는직업으로회사네트워크및소수 연예인들을가치평가로평가기준이상승하길	1	0.9
	무분별한 사업자 등록에 대한 규제 강화	1	0.9
	영세 매니지먼트사 지원	1	0.9
	안정된 수익구조를 위한 다양한 콘텐츠 제작확대	1	0.9
	시장 활성화에 대한 플랜 및 지원	1	0.9
	투자 유치 시 회계처리에 대한 공신력 필요	1	0.9
	매니지먼트업 허가제로 전환	1	0.9
	타사 전속연예인 접근 금지협약안 마련	1	0.9
	인턴사원제도 지원	1	0.9

연예기획사(배우 매니지먼트 중심) 전수조사 보고서

항목	세부항목	응답수	%
	콘텐츠 개발 시 유관 단체도 함께 참여하여 진행 바람	1	0.9
	합계	112	100.0

▷ 협회의 개선점

○ 향후 협회에 바라는 개선사항은 <표 3-1-12>와 같으며, 소규모 매니지먼트사에 대한 관심 및 지원(6.8%), 캐스팅 디렉터들의 횡포 방지 및 협회차원의 관리 감독(5.5%), 차별 없는 지원(4.1%), 계약금 제도의 정착(2.7%), 계약금 제도 위반 업체에 대한 규제 강화(2.7%), 매니저 지원 시스템 구축(2.7%), 체계적인 매니저 교육(2.7%), 연예 산업 전반에 대한 현실적인 운영 방안 마련(2.7%) 등으로 나타났다.

<표 3-1-12> 협회에 바라는 점

항목	세부항목	응답수	%
협회	소규모 매니지먼트사에 대한 관심 및 지원	5	6.8
	캐스팅 디렉터들의 횡포방지 및 협회차원의 관리 감독	4	5.5
	차별 없는 지원	3	4.1
	계약금 제도의 정착	2	2.7
	계약금 제도 위반 업체에 대한 규제 강화	2	2.7
	매니저 지원 시스템 구축	2	2.7
	체계적인 매니저 교육	2	2.7
	연예 산업 전반에 대한 현실적인 운영 방안 마련	2	2.7
	자금 및 제도 개선을 위해 지속적으로 제안	2	2.7
	협회비 인하	1	1.4
협회	회비 면제, 회비 감면 정책 마련	1	1.4
	차량지원 통합시스템 구축	1	1.4
	스텝들(헤어, 메이크업, 스타일리스트) 가격 정착화	1	1.4
	배우 초상권 사용에 대한 공동 대응 방안 마련	1	1.4
	해외마케팅 지원	1	1.4
	KBS, MBC 출입증 일괄 발급 처리	1	1.4
	연기자 분쟁 시 조속한 처리	1	1.4
	체계적인 시스템으로 매니지먼트 협회 운영	1	1.4
	출연료 불균형에 대한 개선	1	1.4
	아티스트나 배우의 횡포에 대한 규제 강화	1	1.4
	투명한 연기자 이적 제도 마련	1	1.4
	공정한 업무처리	1	1.4
	라이선스 발급	1	1.4
	소규모 기획사들의 활동 영역증대	1	1.4
	매니저 개개인들의 목소리를 들어주는 창구 마련	1	1.4
	연예계에 대한 사회인식 전환을 위해 지속 매진	1	1.4
	회원사 권익 보호	1	1.4
	계약기간 연장 조정	1	1.4
	배불리기식 실태에 대한 제제	1	1.4
	캐스팅정보 공유	1	1.4

항목	세부항목	응답수	%
	방송국과 더불어 공개오디션 공동진행	1	1.4
	출연료 미지급에 대한 제도 장치 마련	1	1.4
	부산국제영화제에서 지원해 주는 금액 인상	1	1.4
	부산국제영화제에 신인배우들도 초대해서 양성하거나 경험할 수 있는	1	1.4
	다양한 시스템 제공	1	1.4
	아티스트의 위상 및 상황에 맞추어 유연하게 계약을 수정, 보완할 수	1	1.4
	있는 근거를 마련	1	1.4
	분쟁해소에 있어 자칫 자기 보호에 급급한 집단으로서의 오해와 법적	1	1.4
	으로 대처할 수 없는 오류를 만들지 않았으면 좋겠다	1	1.4
	협회 투명 경영	1	1.4
	회원사간 커뮤니케이션 장 마련	1	1.4
	소규모 회사에게도 평등한 조건의 경쟁력 확보 조치가 필요	1	1.4
	매니지먼트를 정상적으로 운영하고 있는 회사에 한해 자유로운 협회	1	1.4
	가입 제도 마련	1	1.4
	회원사간 친목 도모를 위한 장 마련	1	1.4
	협회 회원을 위한 고부가 수익 사업 및 미래 지향 사업 발굴	1	1.4
	상식적인 업무 교류 및 경쟁 정착화	1	1.4
	엔터테인먼트 창의적 콘텐츠 시장의 네트워크의 창구가 되길 바램	1	1.4
	대중들의 기획사에 대한 안 좋은 이미지 개선을 위한 적극적인 대응 및	1	1.4
	홍보 지속	1	1.4
	협회의 위상이 높아지고 있는데 대하여 만족 한다	1	1.4
	연예인의 임의 계약 파기 및 이탈 방지책 마련 및 협회 차원의 관리	1	1.4
	감독	1	1.4
	표준계약서 항목 중 공동 경비 지출에 관하여 협회 또는 공정거래위원	1	1.4
	회에서 제시하는 객관적인 기준이 필요	1	1.4
	산업의 이슈와 문제점에 대하여 공평하고 적극적으로 개입하여, 회원사	1	1.4
	간 분쟁을 최소화하고, 산업 전체 발전을 위한 선도자	1	1.4
	정부와 업계의 중간자로서 업계의 이익과 발전을 위해 노력 요청	1	1.4
	산업으로서 성장할 수 있는 전반적인 인식 전환	1	1.4
	기타	5	6.8
	없음	2	2.7
	합계	73	100.0

연예기획사(연예기획·연기자중심)
전수조사보고서

제4편
조사의미 및
제언



1. 조사의미 및 제언

1.1 정책적 시사점

○ 연예매니지먼트사는 소속연예인등에 대한 드라마, 영화, 공연, CF등에 대한 출연계약 등을 대리하는 에이전시 기능, 연예인의 활동을 위하여 필요한 용역을 제공하는 매니지먼트 기능, 일반인과 연예지망생들을 연예인으로 발굴, 육성하여 데뷔키는 신인연예인 발굴 기능, 그리고 소속 연예인의 음반, 공연, 드라마, 예능 등 프로그램들 제작 등의 기획 및 프로그램 제작기능을 주요업무로 한다.⁶⁾

○ 연예매니지먼트회사를 대상으로 한 본 조사를 통해 나타난 주요한 사항은 크게 시장상황차원의 시사점과 사업자 차원의 요구사항으로 구분해 볼 수 있다.

시장상황 차원

○ (업력 등에 따른 기업의 규모) 연예매니지먼트회사들이 신생기업이 많고, 업력이 짧은 회사가 상당수를 차지하고 있다는 점이다. 이는 소위 계약체결 연예인 중심으로 소규모의 연예매니지먼트회사로 연예인의 부침에 따라 회사운명이 결정되는 구조를 가지고 있다는 것을 의미하며, 일부 스타급 연예인이나 연예인을 육성하여 스타로 키우는 대규모 기획사 일부를 제외하고는 사업의 지속성(sustainability)을 고민할 수도 없는 영세한 규모의 사업자로 구성되어 있는 섹터라고 할 수 있다.⁷⁾

○ (자본금에 따른 기업의 규모) 상기와 같이 자본금의 규모차원에서도 연예매니지먼트회사의 영세성을 엿볼 수 있다. 상당수의 조사대상자가 공개를 꺼려하는 차원도 있겠으나 동시에 영세성으로 자본금을 기재하기 어려운 것으로 보여 상당수의 회사가 영세한 수준으로 나타났다.

○ (종사자 전문성) 종사자 특히 대표자의 경력을 살펴보면 다른 질문에 비해 무응답 즉 기타의 비율이 높다는 점이 주목된다. 전체의 대상 중 1/4이상이 조사에서 제시한 매니저, 기획자, 제작자 업무경험이 없는 대표자가 상당수 있어, 여전히 연

6) 한국표준산업분류상으로는 서비스업(대분류)중 연예인 및 기타공인매니저업(세세분류)으로 구분되기도 한다 (조성국, 2011).

7) 따라서 소속직원 규모도 10명이하의 사업자가 전체의 80% 수준이며, 5명이하의 경우도 60%수준에 이른다. 인식조사부문에서의 회사운영상의 문제점에 대해서도 상당수의 응답자가 자금 등 운영비의 조달에 가장 큰 어려움을 겪는 것으로 나타났다.

연예기획사 섹터의 인력 전문성 제고 여지가 있는 것으로 볼 수 있다.

○ (사업다각화) 연예매니지먼트 사업은 부정기적인 매출발생과 정기적인 비용지출이라는 재무구조를 가질 수밖에 없는 사업으로 경영관리 차원에서 사업다각화가 사업의 안정성을 위해 필요하나, 규모의 영세성 및 자본부족 등 안정성을 확보할 만한 사업다각화가 본격적으로 이루어지지 않고 있다 하겠다. 따라서 조사대상 사업자중 8개사만 응답한 해외지사 등 글로벌사업영역 확대도 당연히 미진하다.

○ (표준계약서 등) 조사대상 사업자 중 대부분이 표준계약서를 사용하고 있는 것으로 조사되었다. 그러나 응답과 실제운용상의 차이는 존재할 것으로 사료된다.⁸⁾ 특히 연습생과 관련하여 준비생이 있는 사업자가 65%이상이고 이들과의 표준계약서 사용비율이 상대적으로 낮은 것을 감안하면 계약상의 불공정성은 물론 약자인 준비생의 권익보호를 위한 조치는 여전히 필요할 것으로 사료된다.⁹⁾

사업자 요구차원

○ (정부지원 강화) 전반적으로 국내 연예산업 및 자사의 경쟁력을 어느 정도 낮게 평가하고 있는 상황에서 투자재원의 부족에 대한 어려움 및 관련한 지원 확대를 요구하고 있는 것으로 나타나고 있다. 전문적 인력부족과 함께 기본적인 사업 운영을 위한 기본 인프라로서의 자금 부족에 대한 정부차원의 지원이 전반적인 요구사항이다.

○ (한류 평가 및 지원) 한류에 대한 전망은 장기 및 단기를 망라하여 90% 이상이 낙관적으로 전망하고 있는 상황에서, 상기와 같이 콘텐츠 개발지원과 같은 시장의 요구사항이 높은 것으로 나타나고 있다. 병행하여 플랫폼 사업자와의 불평등한 관계개선에 대한 정책적 요구를 하고 있으며, 이러한 맥락에서 후자의 경우 신인배우들의 기회확대요구도 주목할 필요가 있다.

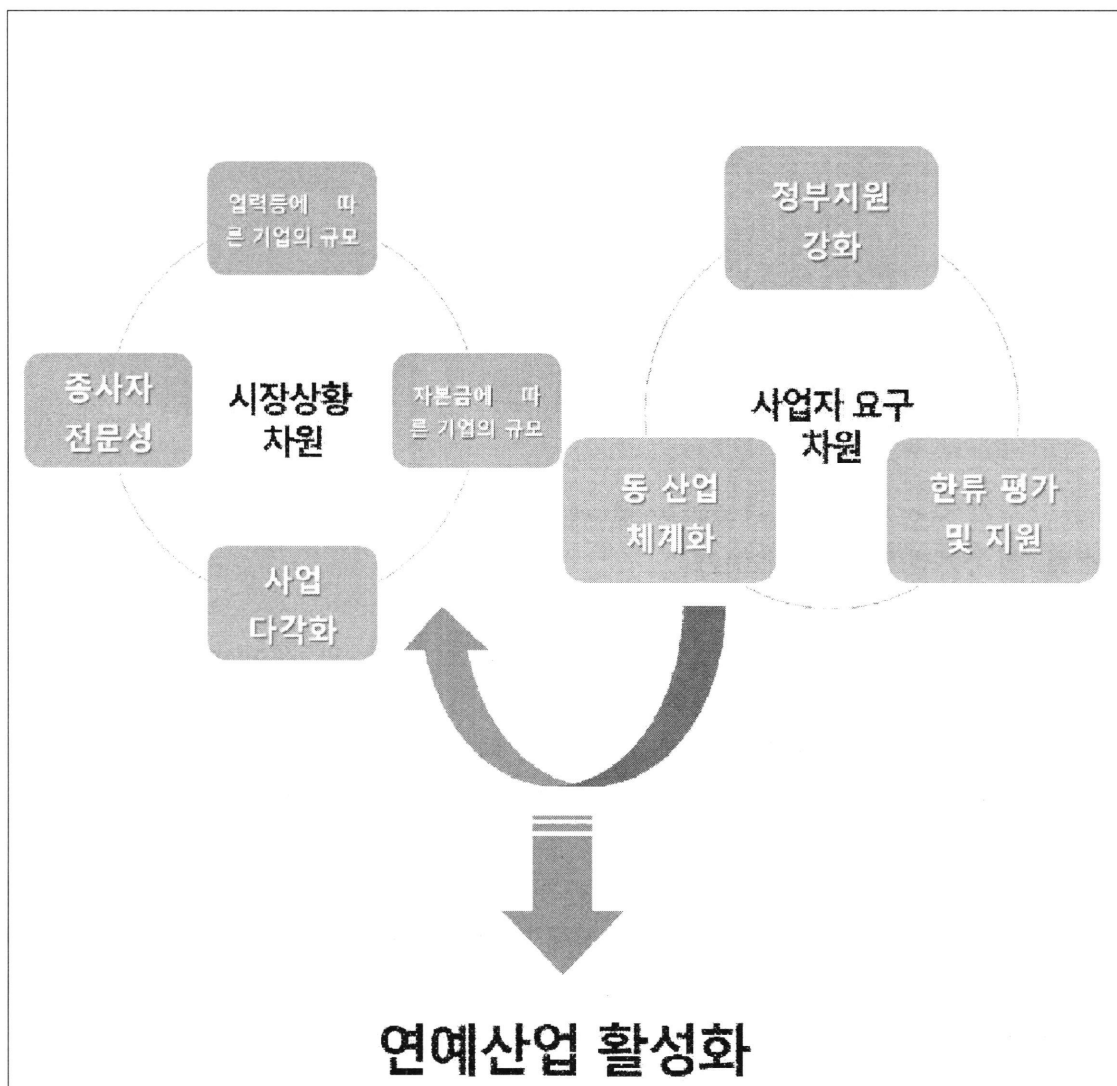
○ (동 산업 체계화) 연예매니지먼트 산업의 체계화를 위해 우선 매니저 공인라이선스의 필요성을 대부분의 사업자가 요구하고 있는 것으로 나타났다. 퍼블리시티권에 대한 제도적 정비 또한 매출 다변화를 위해 요구하고 있으며, 신인배우들에 대한 기회확대 등을 사업의 지속성 강화를 위한 소규모 사업자를 위한 기반확대도

8) 전속계약은 연예인이 자신의 연예활동에 대한 독점적인 대리 권한을 연예매니지먼트사에 주는 대가로 매니지먼트사로부터 연예활동에 대한 기획, 홍보, 스케줄관리 등의 제반적인 지원을 받는 것을 내용하는 하는 계약을 말한다 (2008. 표중록)

9) 이는 인식조사부문에서의 연예사업 활성화를 위한 제도개선을 위한 1순위가 방송 및 광고 출연계약서의 표준화가 가장 높다는 점도 주목된다. 또한 인식조사부문에서의 계약분쟁 경험 사업자의 비중이 조사대상 사업자 중 1/5에 해당하고 있다.

요구하고 있다.

○ 연예매니지먼트사 전수조사를 통해 나타난 시장상황 차원의 시사점과 요구사항 차원의 시사점을 종합하여 국내 연예매니지먼트 산업 활성화를 위한 방향을 그림으로 표현하면 다음과 같다.



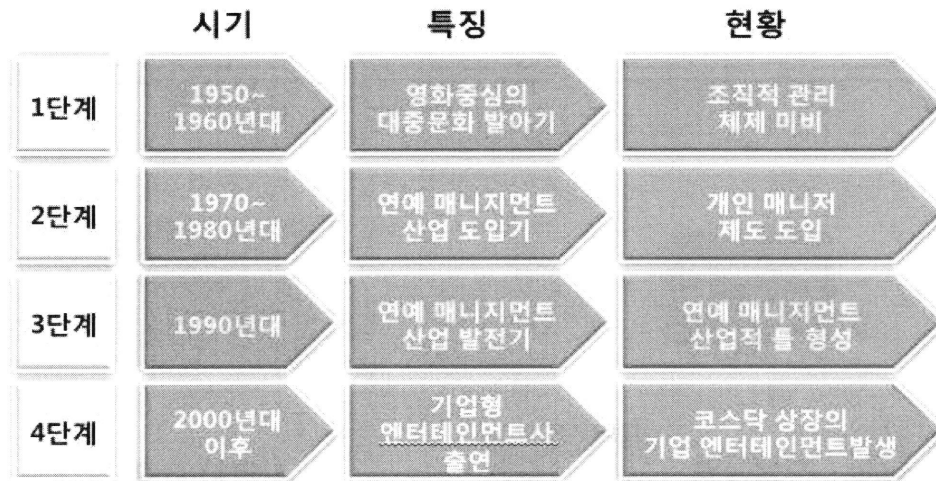
<그림 4-1-1> 연예매니지먼트 산업 활성화를 위한 방향

정책적 시사점

○ 콘텐츠 제작 및 유통의 4요소로 국내적으로는 제작, 유통업체, 연예매니지먼트사, 연예인으로 구분하고 각 부문간의 유기적인 발전이 콘텐츠 제작 및 유통 산

연예기획사(배우 매니지먼트 중심) 전수조사 보고서

업의 선순환 구조생성을 위해 주요하다고 한다 (한국콘텐츠진흥원, 2012). 따라서 아래의 그림과 같이 국내 연예매니지먼트산업의 발전단계를 4단계로 구분하는 경우 기업형 엔터테인먼트사의 등장이 이루어지는 단계에 접어들고 있다.



<그림 4-1-2> 국내 연예 매니지먼트 산업의 발전 단계

* 출처: 한국콘텐츠진흥원 (2012).

○ 이와 같이 연예매니지먼트사는 국내 콘텐츠 제작 및 유통산업의 중요한 한 부분으로서 지속적인 발전을 위한 고민이 당연히 필요하다. 더욱이 한류콘텐츠에 대한 수요가 증가하는 최근의 경향을 감안할 때 연예매니지먼트사들은 더 이상 개별기업이 아닌 하나의 산업군으로 자리매김하고 있는 것도 사실이다.

▪ 이에 2012년 5월 10일 문화체육관광부의 연예매니지먼트 산업과 관련된 사회 문제를 해소하고 관련 산업의 선진화를 위한 연예매니지먼트사의 등록제 추진 등의 정책방안 및 2012년 11월 1일 공정거래위원회가 연예매니지먼트 산업의 공정거래 환경 조성을 위한 모범거래 기준 등을 제정, 발표한 바 있다.

○ 이러한 맥락에서 하나의 산업군으로 자리매김 되고 있는 동 산업을 보다 포괄적으로 산업 트렌드를 살펴볼 필요가 있다. 대표적으로 미국의 경우 소위 M&E 산업섹터의 사업자들은 최근의 미디어환경변화로 경쟁격화, 디지털미디어로의 전환, 기술발전 속도, 소비자들의 보다 개선된 산출물에 대한 요구 증대, 신규시장의 등장, 고령화 등 인구통계학적 변화, M&A 증대 등을 주요한 변화로 지적하고 있다 (Deloitte, 2008). 국내의 미디어 환경도 이러한 변화요인에서 자유로울 수 없다는 점에서 다양하기는 하나 이들의 전략방안 중 우리가 주의 깊게 살펴보아야 할 전략을 살펴보면 다음과 같다.

▪ 첫째로 강조되는 것이 혁신(창조)의 중요성이다. 특히 전 세계적인 경기후퇴에 따라 M&E시장의 어려움도 가중되고 있는 가운데, 이를 위한 대응방안으로 최우선으로 강조되는 것이 혁신 또는 창조라는 점에 주목할 필요가 있다. Accenture의 보고서에 따르면 연예매니지먼트사를 포함한 M&E섹터의 사업자들이 상기의 경기후퇴에 따른 위기 유일한 극복방안으로 혁신(innovation)이 강조되고 있다 (Accenture. 2010).¹⁰⁾

▪ 특히 디지털 환경으로의 변화가 플랫폼사업자와 수용자에게 가장 큰 영향을 미치지만, 디지털 환경이 기존의 전통적인 가치사슬을 벗어나 새로운 생태계 환경으로 진화하고 있다는 점을 감안하면 생태계의 일원으로서 연예매니지먼트사도 이에 대응한 변화가 필요하다는 점을 지적할 수 있다. 특히 가수의 경우 자신의 앨범을 정적인 생산물(static product)가 아닌 소비자가 관여되고 지속적으로 창조되는 디지털기술을 활용한 지속적인 과정의 산물이라는 접근을 통한 성공사례에서도 그러하다 (Morrow. 2009).

▪ 둘째로 강조되는 것이 사업다각화의 중요성이다. 매니지먼트사들의 사업다각화 목적은 자신이 보유하고 있는 자원을 활용한 시너지 극대화와 함께 매출 다각화를 통해 엔터테인먼트 산업 자체의 불안정성을 상쇄하려는 것이다 (이문행. 2012). 특히 후자의 경우는 엔터테인먼트 산업이 매출발생은 불안정하나 지출은 일정하다는 점에서 어느 산업분야보다 불안정성이 높다는 점에서 사업의 안정성을 위해서도 사업다각화 노력은 필수적이라고 할 수 있다. 이러한 의미에서 일부의 사업자에 국한되기는 하나 소위 통합회사(convergence company)를 지향하는 것도 당연하다.

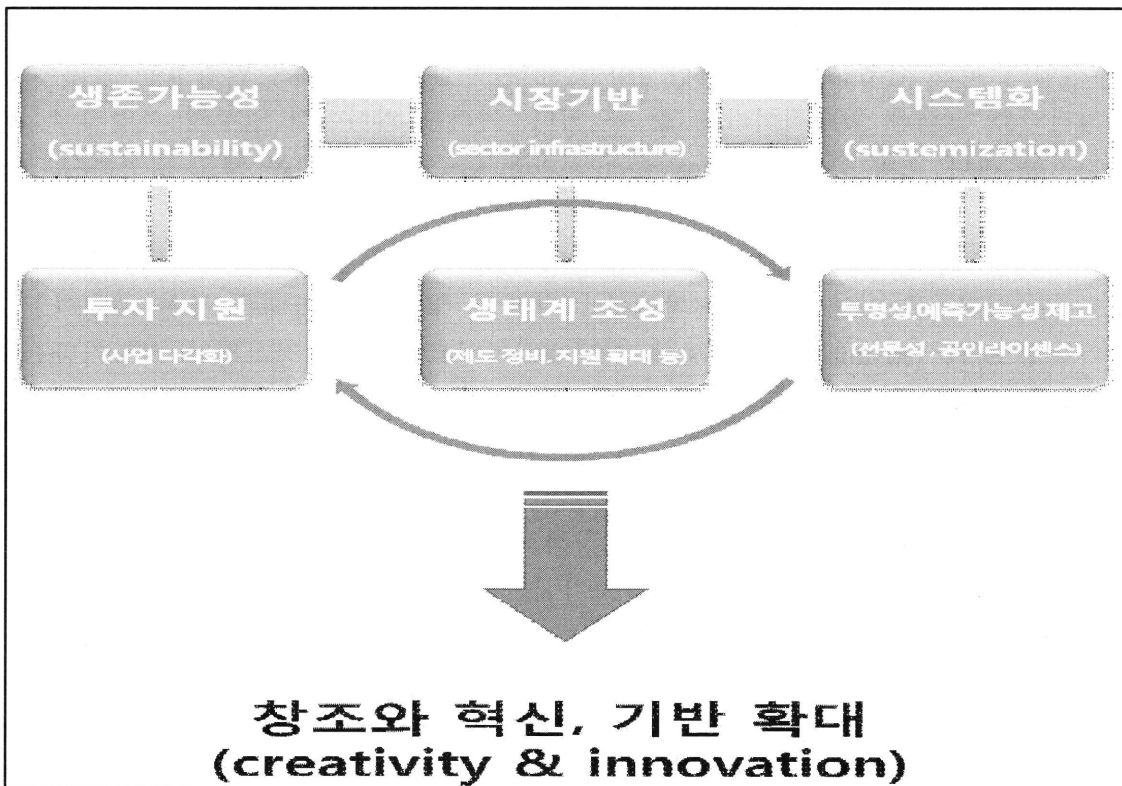
○ 금번 조사를 통해 알 수 있는 정책적 시사점을 종합해보면 크게 3가지로 요약할 수 있다. 즉 시장상황에 근거하여 요구되는 투지지원 확대를 통한 기업의 생존가능성 증대 (sustainability), 둘째 연예매니지먼트 섹터의 장기적인 시장기반 확대(long-term sector infrastructure)와 셋째, 연예매니지먼트 섹터내의 시스템화(systemization)로 요약할 수 있다.

▪ 구체적으로 조사상으로 나타난 정책적 시사점은 첫째, 시장에서의 연예매니지먼트사의 짧은 업력이나, 자본금 규모가 말해주듯이 영세성을 탈피하게 하기 위한 정부차원의 투자지원의 절실성, 둘째 매우 긍정적인 평가하고 있고 따라서 이러한 한류 전망에 기반한 연예매니지먼트사의 미래 기업 전망을 밝게 본다는 점에서, 장기적인 연예매니지먼트섹터의 낙관적인 섹터기조를 지속할 수 있는 한류관련 투

10) 구체적으로 디지털 소비자 이용측면, 새로운 매출흐름에 대응한 신규 매출원 창출, 공급사슬상의 전 과정의 디지털 등에 혁신을 도입하는 것이 중요함을 지적한다.

자지원 및 플랫폼등과의 불평등한 구조개선 등이 요구되고 있다. 셋째의 연예매니지먼트 섹터 시스템화는 공인라이선스제도의 확대, 교육 등을 통한 전문성제고, 섹터내의 열악한 사업자를 위한 신인발굴기회의 확대 등이 있다.

○ 조사를 통해 나타난 시장상황과 사업자 요구사항 그리고 정책적 시사점과 연예매니지먼트 산업이 속해있는 산업군의 트렌드를 종합해보면, 우선 정책방향은 생존가능성 증대, 시장기반 확대, 산업의 시스템화로 잡을 수 있으며, 정책방향별 주안점을 살펴보면 첫째 생존가능성은 연예매니지먼트 산업군의 트렌드에 따라 혁신과 창조에 기반을 둔 마중물 차원의 투자지원을 중심으로 현재의 영세성이 아닌 장기적인 생존가능성을 제고할 수 있는 투자지원책 마련을 위한 고민이 필요하다. 둘째의 시장기반 확대는 연예매니지먼트사들이 본질적으로 안고 있는 산업내부의 생태계차원의 제도정비 및 사업다각화를 위한 지원 및 장기적인 한류 지원 등이 필요하다. 대규모 플랫폼 사업자 및 대형사업자만 결국 살아남는 가치사슬이 아닌 다양한 플레이어들이 공존, 공생해가는 살아있는 생태계 조성차원의 고민이 필요하다. 셋째로 산업의 시스템화는 라이선스제도의 조기도입 및 전문성 제고를 위한 지원 등을 통한 연예매니지먼트 산업내부의 투명성과 예측가능성 제고가 필요하다. 이는 새로운 사업자의 진입 및 외부의 투자지원을 활성화하는 기반이 될 것으로 생각된다. 이를 그림으로 나타내면 다음과 같다.



<그림 4-1-3> 정책 방향 및 시사점

1.2 활용방안 등 향후 제언

○ 금번 연예매니지먼트 산업을 조사하면서 드러난 어려움은 다음과 같다. 11)

- 설문문항이 너무 상세하고, 조사내용이 너무 많다는 불만 제기
- 처음 시행하는 조사로 조사내용이 낯설고 관련 자료준비도 안된 상태에서 응답 작성에 많은 시간과 노력이 소요된다는 불만
- 매출현황 및 지출현황은 회사자체의 내부적인 자료로 공개하기 어려움 호소
- 조사자체가 중요성이나 필요성을 공감하고 있지 않음
- 조사 중 폐업하거나, 사업을 정리(합병 등)하는 사업자 존재
- 담당자의 이직이나 퇴사 등의 이유로 조사에 응할 인력이 없는 사업자 존재
- 적은 인력으로 담당자 장기출장 등으로 조사에 응하기 어려운 사업자 존재
- 집 주소에 사업장이 있는 경우 소재지조차 밝히기를 거부하는 사업자 존재

○ (지속적인 조사의 필요성) 금번에 시행한 연예매니지먼트사 전수조사는 처음 시행하는 조사로서 많은 조사 상 많은 어려움이 있었던 것이 사실이다. 우선 응답자들이 설문문항이 제시하는 내용을 외부에 공개하는 것을 꺼리는 사업자도 다수 있고, 영세한 업체로서 조사항목에 응답하기 어려운 경우도 있는 것으로 나타났다. 그러나 전수조사의 의미는 산업군의 시장상황을 살펴보는 것도 있으나 이러한 조사를 통해 조사대상 기업이 조사내용에 대해 활동을 하면서 끊임 없이 관리하는 차원의 기능도 한다는 점에서 시장차원의 어려움은 있으나 조사가 지속 될 필요가 있다.

▪ 특히 조사와 관련된 많은 불만이 전수조사의 필요성에 대한 공감대 이루어지지 않은 상황에서 이루어진데서 기인한 것으로 보이며, 따라서 지속적인 조사를 통해 금번과 같은 조사가 결국 본인들이 속한 산업군의 장기적인 발전을 위해 필요하다는 공감대가 확산될 것으로 기대된다. 나아가 이러한 조사가 연예매니지먼트 전체회원의 의견이 조사를 통해 제기될 수 있는 채널이라는 인식도 확산될 것으로 생각된다.

▪ 무엇보다 중요한 것은 자발적인 조사 참여도가 중요하기는 하나, 초기에는 보다 강력한 조사참여의 불가피성을 강제할 필요가 있다. 즉 이러한 조사가 민간의 참고자료로서 이루어지는 조사가 아닌 정부차원의 정책수립, 진흥정책 차원의 지원

11) 사업자 리스트를 확정하기 위한 사전조사 시 13차례 이상의 연결시도는 물론, 방문조사까지 병행하였으나 결국 자료를 얻지 못한 경우도 있었으며, 담당자의 출장이 길게는 1달이상이고 조사에 응답할 인력이 없는 경우도 있는 등 처음 시행하는 조사로서의 어려움이 많았음.

제도, 규제제도 개선차원에서 불가피한 조사라는 점이 강조될 필요도 있다.

○ (설문문항의 조정) 설문문항은 여타 산업군의 전수조사와 같이 지속적인 조사를 통해 조정해 나갈 필요성은 있으며, 조사가 반복 될수록 기존 자료를 통해 조사에 응하는데도 시간과 노력이 줄어 들 것으로 기대된다.

▪ 조사문항에 대한 불만은 어느 조사나 산업군의 대상자들은 가질 수 밖에 없는 불만이라는 하나, 이를 해소하기 위해 초기 몇 년간은 연예매니지먼트협회에 상시적인 조사관련 의견 제시 채널이나 조사관련 위원회를 구성하여 대상사업자들이 조사시기에 닥쳐 고민하는 일 없이 지속적으로 관여(involve)할 수 있는 환경 조성도 고려할 필요가 있다.

▪ 나아가 협회 및 조사업체는 조사전체의 중요도 인식제고는 물론 조사항목별로 각각의 필요성에 대한 사전설명이 공문형태로 사업자에게 제공될 필요가 있다. 사전정보의 제공 없이 사업자별 의견개진이 쉽지 않다는 점에서 가능하면 조사와 관련된 상세한 중요성 및 필요성에 대한 정보를 제공하여, 조사상의 성실한 답변과 불만을 최소화하는 노력도 병행되어야 할 것이다.

○ (대상사업자의 확정) 금번 조사에서 누락되거나 소재 등을 밝히기 꺼려하는 사업자 등으로 인한 어려움은 공인라이선스 제도의 조속한 도입을 통해 많은 부분이 해소될 것으로 기대된다. 조사대상이 불분명한 가운데 진행된 금번 전수조사를 통해서도 다시 한번 사업자의 라이선스 제도의 필요성에 의견뿐만이 아니더라도 연예매니지먼트 산업군의 시스템화를 위해 필요한 것으로 확인되고 있다.

○ (설문 문항에 대한 제언) 금번 조사는 처음 시행하는 조사로서 질문문항의 과다에 따른 응답자의 부담을 줄이기 위한 설문 문항 조정이 있었으나, 향후에는 다음과 같은 점을 보완하여 설문문항 검토가 이루어질 필요가 있다.

▪ 대표자 경력의 경우 매니저, 기획, 제작이라고 한정하여 기타 경력의 경우 응답이 어려운 점이 있어, 기타란을 설정하고 기타의 경우 예시 또는 주관식을 통한 데이터 수집을 검토할 필요가 있다.

▪ 인원현황의 경우도 기타 직종의 경우 보다 구체적인 예시를 통해 응답자가 보다 쉽게 선택할 수 직종의 분류를 제시하거나 설명 제시를 검토할 필요가 있다.

▪ 구인방법 중 기타의 경우도 금번 조사를 통해 나타난 방법을 예시로서 제시할 필요가 있다.

- 활동현황 등에서 비율을 요청하는 경우 응답자가 제일 부담스러운 항목이 되기 쉬우므로 객관적인 데이터로 매출, 회수 등이 가능하다면 제시하게 하고 후에 분석 상 비율을 도출하는 방법도 설문응답의 부담을 줄이는 방법이라는 점에서 검토할 수 있다.

참고문헌

- 문화체육관광부 (2012). “연예기획사 전수조사, 기획사·매니저 등록제 추진”. 보도자료.
- 문화체육관광부 (2012). 연예매니지먼트 산업 수익구조연구 (가수, 배우).
- 이문행(2012). 국내 연예매니지먼트 회사의 사업다각화 현황 (SM 엔터테인먼트, 사이더스 HQ, 예당엔터테인먼트를 중심으로). *콘텐츠학회지*. 09. Vol.9 (8).
- 박태훈, 박지수 (2012). 연예인 전속계약의 법적 문제점과 개선방안. *콘텐츠재산연구*. 제3권.
- 백승혁(2012). 한일 연예매니지먼트 산업의 비교연구. *한국엔터테인먼트산업학회논문지*. 제6권 제4호
- 조성국 (2011). *연예매니지먼트 산업실태와 경쟁정책적 평가*. 한국경쟁법학회. 공정거래위원회
- 표종록(2008). 연예인 전속계약에 관한 법적 문제점. *고려대 법무대학원 석사학위 논문*.
- 한국콘텐츠진흥원 (2012). 연예기획사 등록제 도입과 연예매니지먼트 활성화 방안: 한국과 일본사례 비교·분석. *코카포커스*. 2012-07호 (통권 55호).
- Accenture (2010). *Driving growth through innovation in the media and entertainment industry*. Accenture.
- Gonela S.K. et al. (2011). *Case studies on Media and Entertainment industry*. Vol.1.
- PWC(2011). *Global entertainment and media outlook 2011-2015 : Events and Trends*. pwc.tw
- Deloitte (2008). *Competing for Talent: how media and entertainment companies can maximize their workforce during challenging economic times*. deloitte.com
- Milken Institute (2011). *Media and Entertainment: The fight for consumers' time and money*. milkeninstitute.org.
- Murrow Guy (2009). Radiohead's Managerial Creativity. *Convergence* 15:161.

연예기획사(연예기획·연기자중심)
전수조사보고서

부록



부록1. 연예매니지먼트기획사 전수조사 설문지

연예매니지먼트기획사 전수조사

1. 회사 기본 정보

1-1	창립연도	년 월 일	
1-2	회사주소		
1-3	전화번호		
1-4	대 표 자	회사 대표자	① 이 름 () ② 나 이 (만 세)
		실제 대표자	① 이 름 () ② 나 이 (만 세) ③ 주소 () ④ 출신 (매니저 / 기획 / 제작) ⑤ 경력기간 ()년
1-5	홈페이지 주소		
1-6	이메일	*작성 담당자 이메일주소	
1-7	자본금(법인 경우만)	() 만원	
1-8	사업자등록증	있음 () 사업자등록번호 _____ 없음 ()	
1-9	상장여부	상장(코스닥) 했음 ()	상장 안했음 ()
1-10	소속연예인 명단		
1-11	소속매니저 명단		

2. 회사 현황

2-1	주요사업	① 매니지먼트 1(배우) ② 매니지먼트 2(가수) ③ 제작 1(드라마, 영화) ④ 제작 2(음반, 기타) ⑤ 아카데미 ⑥ MD 비즈니스 ⑦ 기타 _____		
2-2	해외지사 여부	유 ()		무 ()
		개수 _____ 개 국가명 _____		
2-3	인원 현황	배우(성인/만19세 이상) _____ 명 배우(아동·청소년/만18세이하) _____ 명 기타 : 직종(_____) _____ 명		소속직원 _____ 명 (*매니저, 사무(임원포함), 스타일, 안무 등 연예인 외 모든 인력(계약직 포함))
2-4	고용형태 (소속직원만)	정규직 _____ 명	계약직 _____ 명	기타 _____ 명

3. 소속 대중문화예술인 및 인력 세부 현황

3-1	대중문화예술인																
	대중문화예술인 표준전속계약서		사용하고 있음 ()								현재 사용하고 있지 않음 ()						
											① 사용계획 있음 _____ ② 사용계획 없음 _____						
	분야	성별(명)		연령(명)								학력(명)					
		남	여	10 대 미 만	10 대	20 대	30 대	40 대	50 대	60 대 이 상	미 취 학	초 재	중 재	고 재	고 졸	대 재	대 졸
	연기자																
	가수																
	개그맨																
	모델																
	배우·가수 겸직																
배우·모델 겸직																	
주된 구인방법		① 자체 오디션 ② 길거리 캐스팅 ③ 주변 소개 ④ 외부 오디션 입상자 ⑤ 기타 ()															

3-2	소속 직원												
	분야	성별(명)		연령(명)					학력(명)				
		남	여	10대	20대	30대	40대	50대 이상	중졸	고졸	대재	대졸	대학 원재 이상
매니저													
기획마케팅													
트레이닝													
경영관리													
기타													
구인방법	① 공채(구인사이트 포함) ② 지인 추천 ③ 기타 ()												

3-3	준비생 (*데뷔를 준비하고 있으며, 기획사에 소속된 사람)		① 있음 () 명 (조사 현재 시점) ② 없음 () (*없는 경우 아래 질문 응답하지 않음)												
	분야	성별(명)		연령(명)							학력(명)				
		남	여	7세 미만	7~9	10~ 12	13~ 15	16~ 18	19~ 20	21~	미 취 학	초 재	중 재	고 재	고 졸
연기자															
가수															
교육여부	(1) 준비 기간중 교육이 진행되고 있습니까? ① 있다 () ② 없다 () * “있다” 응답만 아래 답변 (2) 교육이 진행되고 있다면, 교육 내용은 무엇입니까? (복수선택 가능) ① 연기(발성 포함) ② 신체훈련 ③ 시나리오분석 ④ 가창 ⑤ 춤 ⑥ 기타 () (3) 교육이 진행되고 있다면, 교육 기간은 평균 어느 정도 입니까? ① 연기자 개월 ② 가수 개월														
교육과정	교육 방식		① 직접 교육 () ② 위탁 교육 ()												
	연습실		① 있음 () ② 없음 ()												

	교육투자 비용	월 평균 _____ 만원 (1명당)	
	계약	계약 여부	① 계약하고 있음 () ② 계약하고 있지 않음 ()
		표준전속 계약서 사용 여부	① 사용하고 있음(소속 대중예술인 전체 사용) () ② 사용하고 있음(소속 대중예술인중 일부 사용) () ③ 사용하고 있지 않음 ()
	기타	① 데뷔까지 준비 기간 : 배우 평균 _____개월 / 가수 평균 _____개월 ② 준비기간 중 데뷔를 하지 못하고 탈락하는 비중(탈락률) : 배우 평균 _____ % / 가수 평균 _____ %	

4. 회사의 최근 3년(2011~2013) 활동 현황 (※ 활동 분야별 활동 정도에 따른 비중)

4-1	활동 내용						
	분야	국내			해외		
	드라마	() %			() %		
	영화	() %			() %		
	광고	() %	방송	() %	() %	방송	() %
			지면	() %		지면	() %
			기타	() %		기타	() %
	기타 방송 (MC, DJ, 예능 등)	() %	고정	() %	() %	고정	() %
			1회성	() %		1회성	() %
			기타	() %		기타	() %
	행사 (일반행사, 팬미팅, 홍보대사 등)	() %			() %		
	기타 비즈니스	() %	MD	() %	() %	MD	() %
로열티			() %	로열티		() %	
기타			() %	기타		() %	
총합	100%			100%			
4-2	지난	(1) 국내 활동 ① 증가 ② 감소 ③ 변동없음					

	3년(2011~2013) 활동량의 증감	(2) 해외 활동 (3) 드라마 (4) 영화 (5) 광고 (6) 기타 방송 (7) 행사 (8) 기타 비즈니스	① 증가 ① 증가 ① 증가 ① 증가 ① 증가 ① 증가	② 감소 ② 감소 ② 감소 ② 감소 ② 감소 ② 감소	③ 변동없음 ③ 변동없음 ③ 변동없음 ③ 변동없음 ③ 변동없음 ③ 변동없음
4-3	주요 수상 경력 (정부 포상 포함) *회사 또는 대표가 수혜 대상인 경우만				

5. 매출 규모 (2013년 기준)

5-1	매출 총액 (_____ 억 원)			
	매출 비중 국내 () %, 해외 ()%			
	● 해외 매출이 없는 경우는 국내 매출만 작성			
	분야	국내		해외
		매출액 (억 원)	비중 (%)	매출액 (억 원) 비중 (%)
	드라마			
	영화			
	광고			
	기타 방송			
	행사			
	기타 비즈니스 (MD상품, 로열티 등)			
	계		100%	

5-2	해외 활동 현황	
	* 해외 매출이 없는 경우에도 활동이 있으면 작성	
	활동 국가	

	주요 활동						
	매출 비중	가장 매출이 높은 국가	_____ (국가명)				
		가장 매출이 높은 국가의 해외 매출 비중	_____ %				
		가장 매출이 높은 활동 유형	① 드라마 ③ 광고 ⑤ 행사	② 영화 ④ 기타 방송 ⑥ 기타 비즈니스			
5-3	향후 희망 활동	(1) 새롭게 진출을 계획하고 있는 해외 국가는 있습니까? ① 있다 () 국가명 _____ ② 없다 () (2) 진출하고자 하는 이유는 무엇입니까? ()					
5-4	지난 3년(2011~2013) 매출의 증감	(1) 국내 매출	① 증가	② 감소	③ 변동없음		
		(2) 해외 매출	① 증가	② 감소	③ 변동없음		
		(3) 드라마	① 증가	② 감소	③ 변동없음		
		(4) 영화	① 증가	② 감소	③ 변동없음		
		(5) 광고	① 증가	② 감소	③ 변동없음		
		(6) 기타 방송	① 증가	② 감소	③ 변동없음		
		(7) 행사	① 증가	② 감소	③ 변동없음		
		(8) 기타 비즈니스	① 증가	② 감소	③ 변동없음		

6. 지출 규모(2013년 기준)

분류	국내			해외★		
	항목	(원)	(%)	항목	(원)	(%)
일반 경상비	인건비			인건비		
	임대료			임대료		
	운영관리비			운영관리비		
	해외 활동경비*			기타		
	기타					
소계						

배우 지출	수익분 지급			수익분 지급		
	활동 경비**			활동 경비		
	기타			기타		
소계						
R&D	교육비***			교육비***		
	훈련비****			훈련비****		
	콘텐츠개발비*****			콘텐츠개발비*****		
소계						
합계						

* ‘해외 활동경비’는 해외에 지사를 두고 직접 진출하는 것이 아니라 해외 에이전트 등을 통해 진행하는 경우 해외 활동시 발생하는 경비를 말함

** ‘활동 경비’는 배우가 작품 활동을 하는 기간과 활동을 하지 않은 기간 모두에서 발생하는 활동 경비를 말함

*** ‘교육비’는 배우가 연기 등의 연예역량을 개발하기 위해 교육에 소요되는 비용을 말함

**** ‘훈련비’는 배우가 작품 캐릭터에 맞는 특별한 기술 등의 훈련에 소요되는 비용을 말함

***** ‘콘텐츠 개발비’는 배우의 이미지 컨셉 개발을 포함하여 배우의 이미지를 활용한 콘텐츠 개발에 소요되는 비용을 말함

★ ‘해외’는 해외에 지사를 두고 직접 매니지먼트사업을 진행하는 경우에 작성

★ 해외 지출의 경우 세부 항목 구분이 어려운 경우, 일반경상비, 배우지출비, R&D비로 작성 가능

6-2	지난 3년(2011~2013) 지출의 증감	(1) 일반 경상비	① 증가	② 감소	③ 변동없음
		1-1. 인건비	① 증가	② 감소	③ 변동없음
		1-2. 임대료	① 증가	② 감소	③ 변동없음
		1-3. 운영관리비	① 증가	② 감소	③ 변동없음
		1-4. 해외활동비	① 증가	② 감소	③ 변동없음
		(2) 배우 지출	① 증가	② 감소	③ 변동없음
		2-1. 수익분지급	① 증가	② 감소	③ 변동없음
		2-2. 활동경비	① 증가	② 감소	③ 변동없음
		(3) R&D	① 증가	② 감소	③ 변동없음
		3-1. 교육비	① 증가	② 감소	③ 변동없음
		3-2. 훈련비	① 증가	② 감소	③ 변동없음
		3-3. 콘텐츠개발비	① 증가	② 감소	③ 변동없음

	⑤ 건전한 투자 환경 조성 ⑦ 기타 () ⑥ 퍼블리시티권 등 저작권 개선) (3) 해외 진출시 정부 지원이 필요한 부분? 1순위 () 2순위 () 3순위 () ① 정부가 개입하지 않는 것이 좋음 ② 해외 지원보다 내수시장의 활성화가 먼저 필요 ③ 저작권의 보호 지원 ④ 해외 마케팅 지원 ⑤ 해외 지역에 대한 정보 제공 ⑥ 해외 기업과의 네트워크 지원 ⑦ 기타 () (4) 한류의 지속적 발전에 부정적인 영향을 미치는 것은? 1순위 () 2순위 () 3순위 () ① 플랫폼과의 불평등 환경 ② 정부의 지나친 개입과 홍보 ③ 국내 시장의 과도한 규제 ④ 일부 기획사의 한탕주의적 태도 ⑤ 콘텐츠 제작환경의 문제 ⑥ 대중문화를 저급하게 보는 인식 ⑦ 기타 ()																								
	제도 평가																								
6-3	(1) 연예산업 활성화를 위해 개선되어야 할 제도는? 우선순위별로 표시해 주세요 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 5%;"></th> <th style="width: 75%;">해결해야 할 과제</th> <th style="width: 20%;">우선순위</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">①</td> <td>방송 및 광고 출연계약서의 표준화</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">②</td> <td>청소년유해매체제도 개선</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">③</td> <td>플랫폼 사업자와의 불평등 개선</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">④</td> <td>공정위 표준전속계약서 개정</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">⑤</td> <td>재산권으로서 퍼블리시티권 제정</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">⑥</td> <td>출연료 미지급 문제 해결</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">⑦</td> <td>산업종사자(매니저 등)에 대한 교육</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> (2) 연예산업 R&D 지원에 대한 필요성 평가 (100점 만점 기준 _____ 점) (3) 정부의 지원 사업에 대한 평가 (100점 만점 기준 _____ 점)		해결해야 할 과제	우선순위	①	방송 및 광고 출연계약서의 표준화		②	청소년유해매체제도 개선		③	플랫폼 사업자와의 불평등 개선		④	공정위 표준전속계약서 개정		⑤	재산권으로서 퍼블리시티권 제정		⑥	출연료 미지급 문제 해결		⑦	산업종사자(매니저 등)에 대한 교육	
	해결해야 할 과제	우선순위																							
①	방송 및 광고 출연계약서의 표준화																								
②	청소년유해매체제도 개선																								
③	플랫폼 사업자와의 불평등 개선																								
④	공정위 표준전속계약서 개정																								
⑤	재산권으로서 퍼블리시티권 제정																								
⑥	출연료 미지급 문제 해결																								
⑦	산업종사자(매니저 등)에 대한 교육																								

연예기획사 운영 평가

- (1) 회사 운영에서 가장 어려운 점
()
- (2) 공통 경비 지출로 인해 소속 대중예술인과 문제가 발생한 적이 있습니까?
① 있음 ② 없음
- (3) 공통 경비 지출에 대해 어떻게 하고 있습니까?
① 합의에 의해 공통 경비 항목을 설정하여 처리함 (소속 대중예술인 전체 동일)
② 합의에 의해 공통 경비 항목을 설정하여 처리함 (소속 대중예술인별 차이)
③ 특별히 정한 것은 없이 사정에 따라 처리함
④ 공통 경비 지출이 없음
⑤ 기타 ()
- (4) 연예인과 계약 분쟁이 있었던 사례가 있습니까?
① 있음 ② 없음
- (5) 위의 계약분쟁 사례가 있다면 분쟁 사유는 무엇입니까?
① 계약 기간 ② 수익분배 ③ 이중계약
④ 공통 경비 ⑤기타()
- (6) 계약 분쟁의 발생시 문제해결의 방법은 무엇입니까?
① 연매협에 조정 의뢰 ② 협의를 통해 회사 자체적으로 해결
③ 소송 ④ 기타 ()
- (7) 연예인과 분쟁 발생시 선호하는 문제해결의 방법은 무엇입니까?
① 연매협에 조정 의뢰 ② 협의를 통해 회사 자체적으로 해결
③ 소송 ④ 대한상사중재원
⑤ 기타 ()
- (8) 현재 소속 연예인과의 계약 형태의 비중은 어느 정도입니까?

전속계약	에이전트계약	비중
_____ %	_____ %	100%

- (9) 현재 소속 연예인과의 수익분배 계약 형태의 비중은 어느 정도 일까요?

고정 배분 계약	슬라이딩 계약	비중
_____ %	_____ %	100%

- (10) 배우와의 계약시 별도의 계약금을 지급하고 있습니까?
- ① 별도 계약금 없음
- ② 별도의 계약금을 현금으로 지급
- ③ 별도의 계약금을 현물로 지급 (현물의 내용 : _____)
- ④ 기타 (_____)
- (11) 정부 또는 협단체 등에서 매니저를 공인하는 것(라이선스)이 필요하다고
생각합니까?
- ① 필요하다
- ② 필요하지 않다

6-5	정부에 바라는 점
	협회에 바라는 점

부록2. 전수조사 교차표

부록1. 회원사 여부

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
회원사	(120)	(120)	
	75.0	100.0	
회원사	(40)		(40)
아님	25.0		100.0

부록2. 회사 창립 연도

	Total (160)	회원사 여부	
		회원사 (120)	회원사 아님 (40)
2011~2014년	(72) 45.0	(48) 40.0	(24) 60.0
2005~2010년	(58) 36.3	(45) 37.5	(13) 32.5
2000~2004년	(20) 12.5	(20) 16.7	
2000년 이전	(6) 3.8	(5) 4.2	(1) 2.5
무응답	(4) 2.5	(2) 1.7	(2) 5.0
1962	(1) .6	(1) .8	
1978	(1) .6		(1) 2.6
1982	(1) .6	(1) .8	
1994	(1) .6	(1) .8	
1996	(1) .6	(1) .8	
1998	(1) .6	(1) .8	
2000	(4) 2.6	(4) 3.4	
2001	(2) 1.3	(2) 1.7	
2002	(4) 2.6	(4) 3.4	
2003	(4) 2.6	(4) 3.4	
2004	(6) 3.8	(6) 5.1	
2005	(4) 2.6	(3) 2.5	(1) 2.6
2006	(6) 3.8	(5) 4.2	(1) 2.6
2007	(4) 2.6	(2) 1.7	(2) 5.3
2008	(6) 3.8	(5) 4.2	(1) 2.6
2009	(17) 10.9	(11) 9.3	(6) 15.8
2010	(21) 13.5	(19) 16.1	(2) 5.3
2011	(24) 15.4	(16) 13.6	(8) 21.1
2012	(22) 14.1	(14) 11.9	(8) 21.1
2013	(23) 14.7	(15) 12.7	(8) 21.1
2014	(3) 1.9	(3) 2.5	

부록3. 회사 업력

	Total (160)	회원사 여부	
		회원사 (120)	회원사 아님 (40)
1년 미만	(19) 11.9	(12) 10.0	(7) 17.5
1~3년	(69) 43.1	(51) 42.5	(18) 45.0
4~5년	(28) 17.5	(20) 16.7	(8) 20.0
6~10년	(23) 14.4	(19) 15.8	(4) 10.0
11년 이상	(17) 10.6	(16) 13.3	(1) 2.5
무응답	(4) 2.5	(2) 1.7	(2) 5.0
0	(19) 12.2	(12) 10.2	(7) 18.4
1	(23) 14.7	(15) 12.7	(8) 21.1
2	(25) 16.0	(18) 15.3	(7) 18.4
3	(21) 13.5	(18) 15.3	(3) 7.9
4	(18) 11.5	(13) 11.0	(5) 13.2
5	(10) 6.4	(7) 5.9	(3) 7.9
6	(1) .6	(1) .8	
7	(8) 5.1	(5) 4.2	(3) 7.9
8	(5) 3.2	(4) 3.4	(1) 2.6
9	(4) 2.6	(4) 3.4	
10	(5) 3.2	(5) 4.2	
11	(3) 1.9	(3) 2.5	
12	(4) 2.6	(4) 3.4	
13	(1) .6	(1) .8	
14	(3) 1.9	(3) 2.5	
15	(1) .6	(1) .8	
17	(1) .6	(1) .8	
19	(1) .6	(1) .8	
32	(1) .6	(1) .8	
35	(1) .6		(1) 2.6
51	(1) .6	(1) .8	
	4.81	5.26	3.42

부록4. 회사 위치

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
강남구	(90)	(74)	(16)
	56.3	61.7	40.0
서초구	(15)	(11)	(4)
	9.4	9.2	10.0
마포구	(15)	(9)	(6)
	9.4	7.5	15.0
용산구	(8)	(3)	(5)
	5.0	2.5	12.5
영등포구	(7)	(3)	(4)
	4.4	2.5	10.0
성동구	(5)	(5)	
	3.1	4.2	
무응답	(4)	(2)	(2)
	2.5	1.7	5.0
중구	(3)	(3)	
	1.9	2.5	
성북구	(3)	(3)	
	1.9	2.5	
경기도 고양시	(3)	(3)	
	1.9	2.5	
송파구	(1)	(1)	
	.6	.8	
광진구	(1)	(1)	
	.6	.8	
서대문구	(1)	(1)	
	.6	.8	
양천구	(1)		(1)
	.6		2.5
강서구	(1)		(1)
	.6		2.5
관악구	(1)		(1)
	.6		2.5
인천시 서구	(1)	(1)	
	.6	.8	

부록5. 실제 대표자 연령대

	Total	회원사 여부		인력 규모		무응답
		회원사	회원사 아님	10인 이하	10인 이상	
	(160)	(120)	(40)	(72)	(82)	(6)
30대	(59)	(38)	(21)	(31)	(26)	(2)
	36.9	31.7	52.5	43.1	31.7	33.3
40대	(73)	(63)	(10)	(32)	(38)	(3)
	45.6	52.5	25.0	44.4	46.3	50.0
50대 이상	(9)	(7)	(2)	(3)	(6)	
	5.6	5.8	5.0	4.2	7.3	
무응답	(19)	(12)	(7)	(6)	(12)	(1)
	11.9	10.0	17.5	8.3	14.6	16.7
31	(5)		(5)	(4)	(1)	
	3.5		15.2	6.1	1.4	
32	(2)		(2)	(1)	(1)	
	1.4		6.1	1.5	1.4	
33	(3)	(2)	(1)	(2)	(1)	
	2.1	1.9	3.0	3.0	1.4	
34	(9)	(7)	(2)	(7)	(1)	(1)
	6.4	6.5	6.1	10.6	1.4	20.0
35	(5)	(1)	(4)	(1)	(3)	(1)
	3.5	.9	12.1	1.5	4.3	20.0
36	(9)	(6)	(3)	(5)	(4)	
	6.4	5.6	9.1	7.6	5.7	
37	(10)	(9)	(1)	(4)	(6)	
	7.1	8.3	3.0	6.1	8.6	
38	(7)	(6)	(1)	(5)	(2)	
	5.0	5.6	3.0	7.6	2.9	
39	(9)	(7)	(2)	(2)	(7)	
	6.4	6.5	6.1	3.0	10.0	
40	(10)	(9)	(1)	(6)	(3)	(1)
	7.1	8.3	3.0	9.1	4.3	20.0
41	(13)	(11)	(2)	(8)	(5)	
	9.2	10.2	6.1	12.1	7.1	
42	(11)	(10)	(1)	(4)	(7)	
	7.8	9.3	3.0	6.1	10.0	
43	(12)	(9)	(3)	(2)	(9)	(1)
	8.5	8.3	9.1	3.0	12.9	20.0
44	(5)	(5)		(2)	(2)	(1)
	3.5	4.6		3.0	2.9	20.0
45	(7)	(6)	(1)	(3)	(4)	
	5.0	5.6	3.0	4.5	5.7	
46	(3)	(2)	(1)	(2)	(1)	
	2.1	1.9	3.0	3.0	1.4	
47	(3)	(3)		(1)	(2)	
	2.1	2.8		1.5	2.9	
48	(6)	(5)	(1)	(3)	(3)	
	4.3	4.6	3.0	4.5	4.3	
49	(3)	(3)		(1)	(2)	
	2.1	2.8		1.5	2.9	
50	(2)	(2)		(2)		
	1.4	1.9		3.0		
51	(1)	(1)			(1)	
	.7	.9			1.4	
52	(1)		(1)		(1)	
	.7		3.0		1.4	
53	(1)	(1)			(1)	
	.7	.9			1.4	
54	(1)	(1)			(1)	
	.7	.9			1.4	
55	(1)	(1)			(1)	
	.7	.9			1.4	
56	(1)	(1)			(1)	
	.7	.9			1.4	
77	(1)		(1)	(1)		
	.7		3.0	1.5		
	40.91	41.54	38.85	40.08	41.81	39.20

부록6. 실제 대표자 출신

	Total	회원사 여부		대표자 연령대		
		회원사	회원사 아님	30대 이하	40대 이상	무응답
	(160)	(120)	(40)	(59)	(82)	(19)
매니저	(95)	(79)	(16)	(43)	(50)	(2)
	59.4	65.8	40.0	72.9	61.0	10.5
기획	(17)	(11)	(6)	(7)	(10)	
	10.6	9.2	15.0	11.9	12.2	
제작	(12)	(6)	(6)	(3)	(9)	
	7.5	5.0	15.0	5.1	11.0	
무응답	(36)	(24)	(12)	(6)	(13)	(17)
	22.5	20.0	30.0	10.2	15.9	89.5

부록7. 실제 대표자 경력

	Total (160)	회원사 여부	
		회원사 (120)	회원사 아님 (40)
10년 미만	(12) 7.5	(4) 3.3	(8) 20.0
10~15년	(51) 31.9	(39) 32.5	(12) 30.0
16~20년	(45) 28.1	(42) 35.0	(3) 7.5
21년 이상	(11) 6.9	(9) 7.5	(2) 5.0
무응답	(41) 25.6	(26) 21.7	(15) 37.5
3	(1) .8		(1) 4.0
6	(2) 1.7	(2) 2.1	
7	(1) .8		(1) 4.0
8	(4) 3.4	(1) 1.1	(3) 12.0
9	(4) 3.4	(1) 1.1	(3) 12.0
10	(13) 10.9	(5) 5.3	(8) 32.0
11	(4) 3.4	(3) 3.2	(1) 4.0
12	(8) 6.7	(7) 7.4	(1) 4.0
13	(8) 6.7	(6) 6.4	(2) 8.0
14	(3) 2.5	(3) 3.2	
15	(15) 12.6	(15) 16.0	
16	(6) 5.0	(4) 4.3	(2) 8.0
17	(9) 7.6	(9) 9.6	
18	(7) 5.9	(6) 6.4	(1) 4.0
19	(2) 1.7	(2) 2.1	
20	(21) 17.6	(21) 22.3	
21	(3) 2.5	(2) 2.1	(1) 4.0
22	(1) .8	(1) 1.1	
23	(2) 1.7	(1) 1.1	(1) 4.0
24	(2) 1.7	(2) 2.1	
25	(3) 2.5	(3) 3.2	
	15.28	16.32	11.36

부록9. 자본금

	Total		회원사 여부	
	(160)	(8)	회원사 (120)	회원사 아님 (40)
1,000만원 이하	(8)	5.0	(7)	(1)
			5.8	2.5
1,001~5,000만원	(43)	26.9	(39)	(4)
			32.5	10.0
5,001~10,000만원	(20)	12.5	(13)	(7)
			10.8	17.5
10,000~50,000만원	(19)	11.9	(18)	(1)
			15.0	2.5
50,001만원 이상	(10)	6.3	(8)	(2)
			6.7	5.0
무응답	(60)	37.5	(35)	(25)
			29.2	62.5
100	(2)	2.0	(2)	
			2.4	
400	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
1000	(5)	5.0	(4)	(1)
			4.7	6.7
1500	(1)	1.0		(1)
				6.7
2000	(5)	5.0	(5)	
			5.9	
3000	(4)	4.0	(4)	
			4.7	
3250	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
4000	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
5000	(31)	31.0	(28)	(3)
			32.9	20.0
5100	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
5500	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
6000	(2)	2.0	(1)	(1)
			1.2	6.7
10000	(16)	16.0	(10)	(6)
			11.8	40.0
11000	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
12040	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
15000	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
16250	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
17500	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
18000	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
20000	(5)	5.0	(4)	(1)
			4.7	6.7
20488	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
25000	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
30000	(2)	2.0	(2)	
			2.4	
35000	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
50000	(3)	3.0	(3)	
			3.5	
60000	(1)	1.0		(1)
				6.7
74000	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
79000	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
100000	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
123775	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
128800	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
536119	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
706648	(1)	1.0	(1)	
			1.2	
1264585	(1)	1.0		(1)
				6.7
1540000	(1)	1.0	(1)	
			1.2	

부록10. 사업자등록증 여부

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
있음	(154)	(115)	(39)
	96.3	95.8	97.5
없음	(6)	(5)	(1)
	3.8	4.2	2.5

부록11. 상장 여부

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
상장(코스닥)	(5)	(4)	(1)
했음	3.1	3.3	2.5
상장 안했음	(155)	(116)	(39)
	96.9	96.7	97.5

부록12. 주요 사업

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
매니지먼트	(139)	(111)	(28)
1(배우)	50.5	50.2	51.9
매니지먼트	(33)	(22)	(11)
2(가수)	12.0	10.0	20.4
제작 1(드라마, 영화)	(40)	(35)	(5)
	14.5	15.8	9.3
제작 2(음반, 기타)	(26)	(22)	(4)
	9.5	10.0	7.4
아카데미	(3)	(3)	
	1.1	1.4	
MD 비즈니스	(12)	(11)	(1)
	4.4	5.0	1.9
기타	(14)	(12)	(2)
	5.1	5.4	3.7
무응답	(8)	(5)	(3)
	2.9	2.3	5.6
	(14)	(12)	(2)
레이싱모델에이전트	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
사진영상	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
광고영상에이전트	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
전국꽃배달서비스	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
한류콘텐츠비즈니스	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
광고대행(PPL)	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
공연기획	(2)	(2)	
	10.5	11.8	
영상제작	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
광고에이전시	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
문화사업부-전시	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
모델	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
중국사업	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
홍보마케팅	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
행사프로모션	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
해외비즈니스	(1)	(1)	
	5.3	5.9	
개그맨매니지먼트	(2)		(2)
	10.5		100.0
뷰티	(1)	(1)	
	5.3	5.9	

부록13. 해외지사 여부

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
유	(8)	(8)	
	5.0	6.7	
무	(148)	(110)	(38)
	92.5	91.7	95.0
무응답	(4)	(2)	(2)
	2.5	1.7	5.0

부록14. 해외지사 국가 명

	Total	회사 경력		인력 규모	
		3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(8)	(4)	(4)	(2)	(6)
일본	(5)	(3)	(2)	(1)	(4)
	41.7	75.0	25.0	50.0	40.0
중국	(4)	(1)	(3)	(1)	(3)
	33.3	25.0	37.5	50.0	30.0
미국	(2)		(2)		(2)
	16.7		25.0		20.0
홍콩	(1)		(1)		(1)
	8.3		12.5		10.0

부록15. 인원 현황 성인배우

	Total (160)	회원사 여부	
		회원사 (120)	회원사 아님 (40)
0명	(10) 6.3	(1) .8	(9) 22.5
1명	(8) 5.0	(5) 4.2	(3) 7.5
2~3명	(29) 18.1	(23) 19.2	(6) 15.0
4~5명	(31) 19.4	(25) 20.8	(6) 15.0
6~10명	(50) 31.3	(38) 31.7	(12) 30.0
11명 이상	(23) 14.4	(21) 17.5	(2) 5.0
무응답	(9) 5.6	(7) 5.8	(2) 5.0
1	(8) 5.7	(5) 4.5	(3) 10.3
2	(10) 7.1	(7) 6.3	(3) 10.3
3	(19) 13.5	(16) 14.3	(3) 10.3
4	(18) 12.8	(15) 13.4	(3) 10.3
5	(13) 9.2	(10) 8.9	(3) 10.3
6	(16) 11.3	(12) 10.7	(4) 13.8
7	(12) 8.5	(10) 8.9	(2) 6.9
8	(8) 5.7	(7) 6.3	(1) 3.4
9	(6) 4.3	(3) 2.7	(3) 10.3
10	(8) 5.7	(6) 5.4	(2) 6.9
11	(3) 2.1	(3) 2.7	
12	(2) 1.4	(1) .9	(1) 3.4
13	(1) .7	(1) .9	
14	(1) .7	(1) .9	
15	(2) 1.4	(2) 1.8	
16	(1) .7	(1) .9	
19	(1) .7	(1) .9	
20	(3) 2.1	(3) 2.7	
22	(2) 1.4	(2) 1.8	
25	(1) .7	(1) .9	
28	(1) .7	(1) .9	

29	(1)		(1)
	.7		3.4
34	(1)	(1)	
	.7	.9	
35	(1)	(1)	
	.7	.9	
36	(1)	(1)	
	.7	.9	
39	(1)	(1)	
	.7	.9	
	7.65	8.04	6.17

부록16. 인원 현황 아동배우

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
0명	(129)	(96)	(33)
	80.6	80.0	82.5
1명	(14)	(11)	(3)
	8.8	9.2	7.5
2명	(4)	(3)	(1)
	2.5	2.5	2.5
3명 이상	(4)	(3)	(1)
	2.5	2.5	2.5
무응답	(9)	(7)	(2)
	5.6	5.8	5.0
1	(14)	(11)	(3)
	63.6	64.7	60.0
2	(4)	(3)	(1)
	18.2	17.6	20.0
3	(2)	(2)	
	9.1	11.8	
4	(1)		(1)
	4.5		20.0
5	(1)	(1)	
	4.5	5.9	
	1.68	1.65	1.80

부록17. 인원 현황 기타연예인

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
0명	(127) 79.4	(101) 84.2	(26) 65.0
1~2명	(8) 5.0	(5) 4.2	(3) 7.5
3~5명	(4) 2.5	(2) 1.7	(2) 5.0
6~10명	(7) 4.4	(2) 1.7	(5) 12.5
11명 이상	(5) 3.1	(3) 2.5	(2) 5.0
무응답	(9) 5.6	(7) 5.8	(2) 5.0
1	(6) 25.0	(3) 25.0	(3) 25.0
2	(2) 8.3	(2) 16.7	
3	(2) 8.3	(1) 8.3	(1) 8.3
4	(1) 4.2		(1) 8.3
5	(1) 4.2	(1) 8.3	
7	(3) 12.5		(3) 25.0
8	(1) 4.2	(1) 8.3	
9	(2) 8.3	(1) 8.3	(1) 8.3
10	(1) 4.2		(1) 8.3
11	(1) 4.2		(1) 8.3
14	(1) 4.2	(1) 8.3	
16	(1) 4.2	(1) 8.3	
17	(1) 4.2	(1) 8.3	
46	(1) 4.2		(1) 8.3
	7.75	6.58	8.92

부록18. 인원 현황 직원

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
1명	(11) 6.9	(8) 6.7	(3) 7.5
2~3명	(29) 18.1	(21) 17.5	(8) 20.0
4~5명	(45) 28.1	(32) 26.7	(13) 32.5
6~10명	(33) 20.6	(26) 21.7	(7) 17.5
11명 이상	(32) 20.0	(27) 22.5	(5) 12.5
무응답	(10) 6.3	(6) 5.0	(4) 10.0
1.00	(11) 7.3	(8) 7.0	(3) 8.3
2.00	(14) 9.3	(8) 7.0	(6) 16.7
3.00	(15) 10.0	(13) 11.4	(2) 5.6
4.00	(24) 16.0	(18) 15.8	(6) 16.7
5.00	(21) 14.0	(14) 12.3	(7) 19.4
6.00	(14) 9.3	(10) 8.8	(4) 11.1
7.00	(7) 4.7	(5) 4.4	(2) 5.6
8.00	(5) 3.3	(5) 4.4	
10.00	(7) 4.7	(6) 5.3	(1) 2.8
11.00	(11) 7.3	(10) 8.8	(1) 2.8
12.00	(3) 2.0	(2) 1.8	(1) 2.8
13.00	(2) 1.3	(1) .9	(1) 2.8
15.00	(4) 2.7	(3) 2.6	(1) 2.8
19.00	(1) .7	(1) .9	
23.00	(1) .7	(1) .9	
30.00	(1) .7	(1) .9	
32.00	(1) .7	(1) .9	
35.00	(2) 1.3	(2) 1.8	
39.00	(1) .7	(1) .9	
40.00	(1)		(1)

	.7		2.8
54.00	(1)	(1)	
	.7	.9	
67.00	(1)	(1)	
	.7	.9	
89.00	(1)	(1)	
	.7	.9	
179.00	(1)	(1)	
	.7	.9	
	9.42	10.47	6.08

부록19. 고용 형태 정규직

	Total (160)	회원사 여부		인력 규모		
		회원사 (120)	회원사 아님 (40)	10인 이하 (72)	10인 이상 (82)	무응답 (6)
0명	(14) 8.8	(8) 6.7	(6) 15.0	(11) 15.3	(3) 3.7	
1명	(18) 11.3	(15) 12.5	(3) 7.5	(18) 25.0		
2~3명	(39) 24.4	(26) 21.7	(13) 32.5	(25) 34.7	(14) 17.1	
4~5명	(31) 19.4	(25) 20.8	(6) 15.0	(14) 19.4	(17) 20.7	
6~10명	(26) 16.3	(21) 17.5	(5) 12.5		(26) 31.7	
11명 이상	(22) 13.8	(19) 15.8	(3) 7.5		(22) 26.8	
무응답	(10) 6.3	(6) 5.0	(4) 10.0	(4) 5.6		(6) 100.0
1	(18) 13.2	(15) 14.2	(3) 10.0	(18) 31.6		
2	(17) 12.5	(10) 9.4	(7) 23.3	(11) 19.3	(6) 7.6	
3	(22) 16.2	(16) 15.1	(6) 20.0	(14) 24.6	(8) 10.1	
4	(18) 13.2	(15) 14.2	(3) 10.0	(9) 15.8	(9) 11.4	
5	(13) 9.6	(10) 9.4	(3) 10.0	(5) 8.8	(8) 10.1	
6	(9) 6.6	(7) 6.6	(2) 6.7		(9) 11.4	
7	(4) 2.9	(4) 3.8			(4) 5.1	
8	(3) 2.2	(3) 2.8			(3) 3.8	
9	(4) 2.9	(4) 3.8			(4) 5.1	
10	(6) 4.4	(3) 2.8	(3) 10.0		(6) 7.6	
11	(7) 5.1	(5) 4.7	(2) 6.7		(7) 8.9	
12	(2) 1.5	(2) 1.9			(2) 2.5	
13	(1) .7	(1) .9			(1) 1.3	
15	(1) .7	(1) .9			(1) 1.3	
19	(1) .7	(1) .9			(1) 1.3	
25	(1) .7	(1) .9			(1) 1.3	
27	(1) .7	(1) .9			(1) 1.3	
32	(1) .7	(1) .9			(1) 1.3	
35	(1) .7	(1) .9			(1) 1.3	
37	(1) .7		(1) 3.3		(1) 1.3	
39	(1) .7	(1) .9			(1) 1.3	
47	(1) .7	(1) .9			(1) 1.3	
54	(1) .7	(1) .9			(1) 1.3	
60	(1) .7	(1) .9			(1) 1.3	
167	(1) .7	(1) .9			(1) 1.3	
	8.29	9.10	5.43	2.51	12.47	

부록20. 고용형태 계약직

	Total (160)	회원사 여부	
		회원사 (120)	회원사 아님 (40)
0명	(69) 43.1	(50) 41.7	(19) 47.5
1명	(26) 16.3	(21) 17.5	(5) 12.5
2명	(25) 15.6	(21) 17.5	(4) 10.0
3~4명	(18) 11.3	(15) 12.5	(3) 7.5
5명 이상	(12) 7.5	(7) 5.8	(5) 12.5
무응답	(10) 6.3	(6) 5.0	(4) 10.0
1	(26) 32.1	(21) 32.8	(5) 29.4
2	(25) 30.9	(21) 32.8	(4) 23.5
3	(10) 12.3	(8) 12.5	(2) 11.8
4	(8) 9.9	(7) 10.9	(1) 5.9
5	(5) 6.2	(2) 3.1	(3) 17.6
6	(2) 2.5		(2) 11.8
7	(1) 1.2	(1) 1.6	
10	(1) 1.2	(1) 1.6	
12	(1) 1.2	(1) 1.6	
20	(1) 1.2	(1) 1.6	
29	(1) 1.2	(1) 1.6	
	3.12	3.17	2.94

부록21. 고용형태 기타

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
0명	(133)	(100)	(33)
	83.1	83.3	82.5
1명	(8)	(8)	
	5.0	6.7	
2명	(7)	(4)	(3)
	4.4	3.3	7.5
3명 이상	(2)	(2)	
	1.3	1.7	
무응답	(10)	(6)	(4)
	6.3	5.0	10.0
1	(8)	(8)	
	47.1	57.1	
2	(7)	(4)	(3)
	41.2	28.6	100.0
3	(1)	(1)	
	5.9	7.1	
7	(1)	(1)	
	5.9	7.1	
	1.88	1.86	2.00

부록22. 대중문화예술인 표준전속계약서 사용 여부

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
사용하고 있음	(143)	(108)	(35)
	89.4	90.0	87.5
현재 사용하고 있지 않음	(6)	(4)	(2)
	3.8	3.3	5.0
무응답	(11)	(8)	(3)
	6.9	6.7	7.5

부록23. 대중문화예술인 표준전속계약서 사용 계획 여부

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(6)	(4)	(2)
사용 계획 있음	(4)	(3)	(1)
	66.7	75.0	50.0
사용 계획 없음	(2)	(1)	(1)
	33.3	25.0	50.0

부록24. 대중문화예술인 주된 구인방법

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
자체 오디션	(64)	(49)	(15)
	31.4	24.0	7.4
길거리 캐스팅	(5)	(4)	(1)
	2.5	2.0	.5
주변 소개	(75)	(60)	(15)
	36.8	29.4	7.4
외부 오디션 입상자	(9)	(9)	
	4.4	4.4	
기타	(8)	(7)	(1)
	3.9	3.4	.5
무응답	(43)	(30)	(13)
	21.1	14.7	6.4
	(1)		(1)
친분	(1)		(1)
	100.0		100.0

부록25. 소속 직원 주된 구인 방법

	Total	회원사 여부		인력 규모		
		회원사	회원사 아님	10인 이하	10인 이상	무응답
	(160)	(120)	(40)	(72)	(82)	(6)
공채(구인사이트 포함)	(74)	(53)	(21)	(26)	(48)	
	38.5	36.6	44.7	32.1	45.7	
지인 추천	(70)	(58)	(12)	(31)	(39)	
	36.5	40.0	25.5	38.3	37.1	
기타	(4)	(4)		(4)		
	2.1	2.8		4.9		
무응답	(44)	(30)	(14)	(20)	(18)	(6)
	22.9	20.7	29.8	24.7	17.1	100.0

부록26. 준비생 여부

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
있음	(52)	(39)	(13)
	32.5	32.5	32.5
없음	(99)	(76)	(23)
	61.9	63.3	57.5
무응답	(9)	(5)	(4)
	5.6	4.2	10.0

부록27. 준비생 수

	Total	회원사 여부		대표자 연령대		
		회원사	회원사 아님	30대 이하	40대 이상	무응답
	(52)	(39)	(13)	(18)	(27)	(7)
1명	(7) 13.5	(5) 12.8	(2) 15.4	(4) 22.2	(1) 3.7	(2) 28.6
2명	(19) 36.5	(17) 43.6	(2) 15.4	(6) 33.3	(11) 40.7	(2) 28.6
3~4명	(10) 19.2	(7) 17.9	(3) 23.1	(2) 11.1	(6) 22.2	(2) 28.6
5명 이상	(13) 25.0	(9) 23.1	(4) 30.8	(4) 22.2	(8) 29.6	(1) 14.3
무응답	(3) 5.8	(1) 2.6	(2) 15.4	(2) 11.1	(1) 3.7	
1	(7) 14.3	(5) 13.2	(2) 18.2	(4) 25.0	(1) 3.8	(2) 28.6
2	(19) 38.8	(17) 44.7	(2) 18.2	(6) 37.5	(11) 42.3	(2) 28.6
3	(5) 10.2	(4) 10.5	(1) 9.1		(4) 15.4	(1) 14.3
4	(5) 10.2	(3) 7.9	(2) 18.2	(2) 12.5	(2) 7.7	(1) 14.3
5	(5) 10.2	(2) 5.3	(3) 27.3	(2) 12.5	(3) 11.5	
6	(1) 2.0	(1) 2.6			(1) 3.8	
8	(1) 2.0	(1) 2.6			(1) 3.8	
10	(1) 2.0	(1) 2.6			(1) 3.8	
14	(1) 2.0	(1) 2.6		(1) 6.3		
16	(1) 2.0	(1) 2.6		(1) 6.3		
25	(1) 2.0	(1) 2.6			(1) 3.8	
30	(1) 2.0	(1) 2.6			(1) 3.8	
37	(1) 2.0		(1) 9.1			(1) 14.3
	5.12	4.79	6.27	4.00	5.27	7.14

부록28. 준비생의 교육 내용

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(52)	(39)	(13)
연기(발성 포함)	(40)	(33)	(7)
	32.5	33.0	30.4
신체훈련	(18)	(16)	(2)
	14.6	16.0	8.7
시나리오분석	(21)	(17)	(4)
	17.1	17.0	17.4
가창	(19)	(15)	(4)
	15.4	15.0	17.4
춤	(15)	(13)	(2)
	12.2	13.0	8.7
기타	(6)	(5)	(1)
	4.9	5.0	4.3
무응답	(4)	(1)	(3)
	3.3	1.0	13.0

부록29. 준비생의 교육 방식

	Total	회원사 여부		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	10인 이하	10인 이상
	(52)	(39)	(13)	(22)	(30)
직접교육	(25)	(16)	(9)	(8)	(17)
	41.0	34.8	60.0	30.8	48.6
위탁교육	(34)	(29)	(5)	(16)	(18)
	55.7	63.0	33.3	61.5	51.4
무응답	(2)	(1)	(1)	(2)	
	3.3	2.2	6.7	7.7	

부록30. 준비생의 계약 여부

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(52)	(39)	(13)
계약하고 있음	(43)	(33)	(10)
	82.7	84.6	76.9
계약하고 있지 않음	(7)	(5)	(2)
	13.5	12.8	15.4
무응답	(2)	(1)	(1)
	3.8	2.6	7.7

부록31. 준비생의 표준전속계약서 사용 여부

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(52)	(39)	(13)
소속 대중예술인 전체 사용하고 있음	(39)	(29)	(10)
	75.0	74.4	76.9
소속 대중예술인중 일부 사용하고 있음	(7)	(6)	(1)
	13.5	15.4	7.7
사용하고 있지 않음	(2)	(1)	(1)
	3.8	2.6	7.7
무응답	(4)	(3)	(1)
	7.7	7.7	7.7

부록32. 배우 데뷔 준비기간

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(52)	(39)	(13)
1년 이하	(29)	(26)	(3)
	55.8	66.7	23.1
1~2년	(11)	(8)	(3)
	21.2	20.5	23.1
해당 준비생 없음	(4)	(2)	(2)
	7.7	5.1	15.4
무응답	(8)	(3)	(5)
	15.4	7.7	38.5
6	(10)	(9)	(1)
	25.0	26.5	16.7
8	(1)	(1)	
	2.5	2.9	
10	(2)	(2)	
	5.0	5.9	
12	(16)	(14)	(2)
	40.0	41.2	33.3
18	(1)	(1)	
	2.5	2.9	
24	(10)	(7)	(3)
	25.0	20.6	50.0
	13.45	12.82	17.00

부록33. 가수 데뷔 준비기간

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(52)	(39)	(13)
1년 이하	(5)	(4)	(1)
	9.6	10.3	7.7
1~2년	(9)	(8)	(1)
	17.3	20.5	7.7
2년 이상	(1)		(1)
	1.9		7.7
해당 준비생 없음	(29)	(24)	(5)
	55.8	61.5	38.5
무응답	(8)	(3)	(5)
	15.4	7.7	38.5
10	(1)	(1)	
	6.7	8.3	
12	(4)	(3)	(1)
	26.7	25.0	33.3
18	(1)	(1)	
	6.7	8.3	
24	(8)	(7)	(1)
	53.3	58.3	33.3
36	(1)		(1)
	6.7		33.3
	20.27	19.33	24.00

부록34. 배우 탈락률

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(52)	(39)	(13)
30% 이하	(10)	(8)	(2)
	19.2	20.5	15.4
31~50%	(13)	(12)	(1)
	25.0	30.8	7.7
51~70%	(3)	(3)	
	5.8	7.7	
71% 이상	(2)	(2)	
	3.8	5.1	
해당 준비생 없음	(5)	(3)	(2)
	9.6	7.7	15.4
무응답	(19)	(11)	(8)
	36.5	28.2	61.5
20	(5)	(4)	(1)
	17.9	16.0	33.3
30	(5)	(4)	(1)
	17.9	16.0	33.3
50	(13)	(12)	(1)
	46.4	48.0	33.3
70	(3)	(3)	
	10.7	12.0	
80	(1)	(1)	
	3.6	4.0	
90	(1)	(1)	
	3.6	4.0	
	45.71	47.20	33.33

부록35. 가수 탈락률

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(52)	(39)	(13)
30% 이하	(1)		(1)
	1.9		7.7
31~50%	(9)	(7)	(2)
	17.3	17.9	15.4
51~70%	(1)	(1)	
	1.9	2.6	
71% 이상	(3)	(3)	
	5.8	7.7	
해당 준비생 없음	(19)	(17)	(2)
	36.5	43.6	15.4
무응답	(19)	(11)	(8)
	36.5	28.2	61.5
30	(1)		(1)
	7.1		33.3
40	(4)	(3)	(1)
	28.6	27.3	33.3
50	(5)	(4)	(1)
	35.7	36.4	33.3
70	(1)	(1)	
	7.1	9.1	
80	(3)	(3)	
	21.4	27.3	
	53.57	57.27	40.00

부록36. 국내 드라마 활동 비중

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응답
	(118)	(99)	(19)	(60)	(56)	(2)	(54)	(63)	(1)
10.00	(6) 5.1	(4) 4.0	(2) 10.5	(5) 8.3	(1) 1.8		(1) 1.9	(5) 7.9	
14.00	(2) 1.7	(2) 2.0			(2) 3.6		(1) 1.9	(1) 1.6	
15.00	(1) .8	(1) 1.0			(1) 1.8		(1) 1.9		
17.46	(1) .8	(1) 1.0			(1) 1.8			(1) 1.6	
20.00	(7) 5.9	(7) 7.1		(3) 5.0	(4) 7.1		(3) 5.6	(4) 6.3	
25.00	(3) 2.5	(3) 3.0		(1) 1.7	(2) 3.6		(1) 1.9	(2) 3.2	
30.00	(19) 16.1	(16) 16.2	(3) 15.8	(7) 11.7	(12) 21.4		(7) 13.0	(12) 19.0	
34.00	(2) 1.7	(2) 2.0		(1) 1.7	(1) 1.8			(2) 3.2	
35.00	(1) .8		(1) 5.3	(1) 1.7				(1) 1.6	
39.00	(1) .8	(1) 1.0		(1) 1.7			(1) 1.9		
40.00	(18) 15.3	(18) 18.2		(7) 11.7	(10) 17.9	(1) 50.0	(9) 16.7	(8) 12.7	(1) 100.0
43.00	(1) .8	(1) 1.0			(1) 1.8			(1) 1.6	
50.00	(15) 12.7	(14) 14.1	(1) 5.3	(6) 10.0	(8) 14.3	(1) 50.0	(8) 14.8	(7) 11.1	
53.00	(1) .8	(1) 1.0		(1) 1.7				(1) 1.6	
55.00	(3) 2.5	(2) 2.0	(1) 5.3	(2) 3.3	(1) 1.8		(1) 1.9	(2) 3.2	
60.00	(13) 11.0	(9) 9.1	(4) 21.1	(8) 13.3	(5) 8.9		(9) 16.7	(4) 6.3	
70.00	(15) 12.7	(9) 9.1	(6) 31.6	(11) 18.3	(4) 7.1		(6) 11.1	(9) 14.3	
75.00	(1) .8	(1) 1.0		(1) 1.7				(1) 1.6	
80.00	(3) 2.5	(3) 3.0		(3) 5.0			(2) 3.7	(1) 1.6	
85.00	(1) .8	(1) 1.0			(1) 1.8			(1) 1.6	
100.00	(4) 3.4	(3) 3.0	(1) 5.3	(2) 3.3	(2) 3.6		(4) 7.4		
	45.83	44.43	53.16	49.35	42.10	45.00	50.15	42.23	40.00

부록37. 국내 영화 활동 비중

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응답
	(109)	(91)	(18)	(56)	(51)	(2)	(51)	(57)	(1)
2.0	(1)	(1)			(1)		(1)		
	.9	1.1			2.0		2.0		
4.0	(1)	(1)		(1)				(1)	
	.9	1.1		1.8				1.8	
5.0	(6)	(6)		(1)	(5)		(2)	(4)	
	5.5	6.6		1.8	9.8		3.9	7.0	
5.9	(1)	(1)			(1)			(1)	
	.9	1.1			2.0			1.8	
10.0	(17)	(9)	(8)	(10)	(7)		(5)	(12)	
	15.6	9.9	44.4	17.9	13.7		9.8	21.1	
13.0	(1)	(1)		(1)				(1)	
	.9	1.1		1.8				1.8	
14.0	(1)	(1)			(1)			(1)	
	.9	1.1			2.0			1.8	
15.0	(5)	(4)	(1)	(4)	(1)		(1)	(4)	
	4.6	4.4	5.6	7.1	2.0		2.0	7.0	
20.0	(15)	(13)	(2)	(12)	(3)		(9)	(6)	
	13.8	14.3	11.1	21.4	5.9		17.6	10.5	
23.0	(1)	(1)			(1)			(1)	
	.9	1.1			2.0			1.8	
25.0	(4)	(4)		(1)	(3)		(2)	(2)	
	3.7	4.4		1.8	5.9		3.9	3.5	
30.0	(23)	(19)	(4)	(9)	(13)	(1)	(13)	(10)	
	21.1	20.9	22.2	16.1	25.5	50.0	25.5	17.5	
33.0	(1)	(1)			(1)			(1)	
	.9	1.1			2.0			1.8	
35.0	(2)	(2)			(2)			(2)	
	1.8	2.2			3.9			3.5	
40.0	(9)	(7)	(2)	(4)	(4)	(1)	(5)	(3)	(1)
	8.3	7.7	11.1	7.1	7.8	50.0	9.8	5.3	100.0
43.0	(1)	(1)		(1)				(1)	
	.9	1.1		1.8				1.8	
45.0	(1)	(1)		(1)				(1)	
	.9	1.1		1.8				1.8	
50.0	(10)	(10)		(5)	(5)		(7)	(3)	
	9.2	11.0		8.9	9.8		13.7	5.3	
60.0	(4)	(4)		(1)	(3)		(3)	(1)	
	3.7	4.4		1.8	5.9		5.9	1.8	
65.0	(1)	(1)		(1)			(1)		
	.9	1.1		1.8			2.0		
70.0	(1)	(1)		(1)				(1)	
	.9	1.1		1.8				1.8	
80.0	(3)	(2)	(1)	(3)			(2)	(1)	
	2.8	2.2	5.6	5.4			3.9	1.8	
	28.38	29.43	23.06	29.46	26.92	35.00	32.39	24.58	40.00

부록38. 국내 광고 활동 비중

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응답
	(98)	(81)	(17)	(47)	(49)	(2)	(36)	(61)	(1)
2.00	(1)	(1)			(1)			(1)	
	1.0	1.2			2.0			1.6	
3.00	(1)	(1)		(1)				(1)	
	1.0	1.2		2.1				1.6	
4.00	(1)	(1)		(1)				(1)	
	1.0	1.2		2.1				1.6	
5.00	(6)	(4)	(2)	(4)	(2)		(1)	(5)	
	6.1	4.9	11.8	8.5	4.1		2.8	8.2	
10.00	(32)	(24)	(8)	(16)	(15)	(1)	(13)	(19)	
	32.7	29.6	47.1	34.0	30.6	50.0	36.1	31.1	
15.00	(9)	(7)	(2)	(5)	(4)		(1)	(8)	
	9.2	8.6	11.8	10.6	8.2		2.8	13.1	
20.00	(23)	(20)	(3)	(9)	(13)	(1)	(10)	(12)	(1)
	23.5	24.7	17.6	19.1	26.5	50.0	27.8	19.7	100.0
25.00	(1)	(1)		(1)			(1)		
	1.0	1.2		2.1			2.8		
26.00	(1)	(1)			(1)			(1)	
	1.0	1.2			2.0			1.6	
30.00	(7)	(6)	(1)	(4)	(3)		(3)	(4)	
	7.1	7.4	5.9	8.5	6.1		8.3	6.6	
33.00	(1)	(1)			(1)			(1)	
	1.0	1.2			2.0			1.6	
35.00	(2)	(2)		(1)	(1)		(1)	(1)	
	2.0	2.5		2.1	2.0		2.8	1.6	
39.00	(1)	(1)		(1)			(1)		
	1.0	1.2		2.1			2.8		
40.00	(2)	(2)			(2)		(2)		
	2.0	2.5			4.1		5.6		
45.00	(1)	(1)			(1)			(1)	
	1.0	1.2			2.0			1.6	
50.00	(1)	(1)			(1)		(1)		
	1.0	1.2			2.0		2.8		
51.00	(1)	(1)		(1)				(1)	
	1.0	1.2		2.1				1.6	
53.00	(1)	(1)			(1)			(1)	
	1.0	1.2			2.0			1.6	
53.14	(1)	(1)			(1)			(1)	
	1.0	1.2			2.0			1.6	
60.00	(1)	(1)		(1)				(1)	
	1.0	1.2		2.1				1.6	
64.00	(1)	(1)			(1)		(1)		
	1.0	1.2			2.0		2.8		
65.00	(1)	(1)			(1)			(1)	
	1.0	1.2			2.0			1.6	
72.00	(1)	(1)		(1)				(1)	
	1.0	1.2		2.1				1.6	
80.00	(1)		(1)	(1)			(1)		
	1.0		5.9	2.1			2.8		
	20.72	21.48	17.06	19.66	21.96	15.00	22.58	19.63	20.00

부록39. 국내 광고 활동 비중 (방송)

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(64)	(56)	(8)	(24)	(39)	(1)	(25)	(38)	(1)
20	(3)	(2)	(1)	(1)	(2)		(1)	(1)	(1)
	4.7	3.6	12.5	4.2	5.1		4.0	2.6	100.0
21	(1)	(1)			(1)			(1)	
	1.6	1.8			2.6			2.6	
30	(4)	(2)	(2)	(3)	(1)		(1)	(3)	
	6.3	3.6	25.0	12.5	2.6		4.0	7.9	
35	(8)	(7)	(1)	(3)	(5)		(1)	(7)	
	12.5	12.5	12.5	12.5	12.8		4.0	18.4	
40	(4)	(4)		(1)	(3)		(1)	(3)	
	6.3	7.1		4.2	7.7		4.0	7.9	
50	(14)	(13)	(1)	(5)	(9)		(9)	(5)	
	21.9	23.2	12.5	20.8	23.1		36.0	13.2	
51	(1)	(1)		(1)				(1)	
	1.6	1.8		4.2				2.6	
60	(5)	(5)		(2)	(3)		(3)	(2)	
	7.8	8.9		8.3	7.7		12.0	5.3	
65	(1)	(1)			(1)		(1)		
	1.6	1.8			2.6		4.0		
70	(4)	(4)		(1)	(3)		(1)	(3)	
	6.3	7.1		4.2	7.7		4.0	7.9	
80	(6)	(4)	(2)	(2)	(4)		(2)	(4)	
	9.4	7.1	25.0	8.3	10.3		8.0	10.5	
90	(2)	(2)			(2)		(1)	(1)	
	3.1	3.6			5.1		4.0	2.6	
100	(11)	(10)	(1)	(5)	(5)	(1)	(4)	(7)	
	17.2	17.9	12.5	20.8	12.8	100.0	16.0	18.4	
	59.33	60.21	53.13	58.58	58.74	100.00	61.60	58.87	20.00

부록40. 국내 광고 활동 비중 (지면)

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모		
		회원사	회 원 사 아 님	3년 이하	4년 이상	10인 하	10인 이 상	무응답
	(57)	(48)	(9)	(22)	(35)	(22)	(34)	(1)
10	(5)	(4)	(1)	(1)	(4)	(2)	(3)	
	8.8	8.3	11.1	4.5	11.4	9.1	8.8	
15	(1)	(1)			(1)		(1)	
	1.8	2.1			2.9		2.9	
20	(6)	(5)	(1)	(3)	(3)	(3)	(3)	
	10.5	10.4	11.1	13.6	8.6	13.6	8.8	
25	(1)	(1)			(1)		(1)	
	1.8	2.1			2.9		2.9	
30	(6)	(6)		(2)	(4)	(2)	(4)	
	10.5	12.5		9.1	11.4	9.1	11.8	
35	(9)	(8)	(1)	(3)	(6)	(2)	(7)	
	15.8	16.7	11.1	13.6	17.1	9.1	20.6	
40	(3)	(3)			(3)	(1)	(2)	
	5.3	6.3			8.6	4.5	5.9	
49	(1)	(1)		(1)			(1)	
	1.8	2.1		4.5			2.9	
50	(11)	(10)	(1)	(4)	(7)	(8)	(3)	
	19.3	20.8	11.1	18.2	20.0	36.4	8.8	
60	(5)	(4)	(1)	(2)	(3)	(2)	(2)	(1)
	8.8	8.3	11.1	9.1	8.6	9.1	5.9	100.0
70	(2)	(1)	(1)	(1)	(1)		(2)	
	3.5	2.1	11.1	4.5	2.9		5.9	
80	(1)	(1)		(1)			(1)	
	1.8	2.1		4.5			2.9	
100	(6)	(3)	(3)	(4)	(2)	(2)	(4)	
	10.5	6.3	33.3	18.2	5.7	9.1	11.8	
	44.63	41.65	60.56	52.45	39.71	44.09	44.53	60.00

부록41. 국내 광고 활동 비중 (기타)

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상	무응답
	(30)	(25)	(5)	(11)	(19)	(10)	(19)	(1)
5	(1)	(1)			(1)		(1)	
	3.3	4.0			5.3		5.3	
10	(9)	(8)	(1)	(4)	(5)	(3)	(6)	
	30.0	32.0	20.0	36.4	26.3	30.0	31.6	
20	(7)	(5)	(2)	(3)	(4)	(4)	(2)	(1)
	23.3	20.0	40.0	27.3	21.1	40.0	10.5	100.0
25	(1)	(1)			(1)		(1)	
	3.3	4.0			5.3		5.3	
30	(9)	(8)	(1)	(3)	(6)	(1)	(8)	
	30.0	32.0	20.0	27.3	31.6	10.0	42.1	
50	(1)		(1)	(1)		(1)		
	3.3		20.0	9.1		10.0		
79	(1)	(1)			(1)		(1)	
	3.3	4.0			5.3		5.3	
100	(1)	(1)			(1)	(1)		
	3.3	4.0			5.3	10.0		
	25.30	25.16	26.00	21.82	27.32	29.00	23.63	20.00

부록42. 국내 기타방송 활동 비중

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(65)	(51)	(14)	(28)	(37)	(19)	(46)
1.30	(1)	(1)		(1)			(1)
	1.5	2.0		3.6			2.2
1.78	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.5	2.0			2.7		2.2
2.00	(3)	(3)		(2)	(1)	(1)	(2)
	4.6	5.9		7.1	2.7	5.3	4.3
3.00	(2)	(2)			(2)	(1)	(1)
	3.1	3.9			5.4	5.3	2.2
4.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.5	2.0			2.7		2.2
5.00	(14)	(11)	(3)	(7)	(7)	(3)	(11)
	21.5	21.6	21.4	25.0	18.9	15.8	23.9
6.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.5	2.0			2.7		2.2
7.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.5	2.0			2.7		2.2
8.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.5	2.0			2.7		2.2
10.00	(16)	(11)	(5)	(10)	(6)	(5)	(11)
	24.6	21.6	35.7	35.7	16.2	26.3	23.9
12.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.5	2.0			2.7		2.2
14.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.5	2.0			2.7		2.2
15.00	(5)	(4)	(1)	(2)	(3)	(1)	(4)
	7.7	7.8	7.1	7.1	8.1	5.3	8.7
16.00	(1)	(1)			(1)	(1)	
	1.5	2.0			2.7	5.3	
20.00	(6)	(5)	(1)	(1)	(5)	(4)	(2)
	9.2	9.8	7.1	3.6	13.5	21.1	4.3
30.00	(3)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)
	4.6	3.9	7.1	7.1	2.7	10.5	2.2
35.00	(2)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
	3.1	2.0	7.1	3.6	2.7	5.3	2.2
60.00	(1)		(1)		(1)		(1)
	1.5		7.1		2.7		2.2
70.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.5	2.0			2.7		2.2
80.00	(1)		(1)	(1)			(1)
	1.5		7.1	3.6			2.2
90.00	(2)	(2)		(1)	(1)		(2)
	3.1	3.9		3.6	2.7		4.3
	16.26	14.75	21.79	16.26	16.26	14.53	16.98

부록43. 국내 기타방송 활동 비중 (고정)

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(34)	(28)	(6)	(15)	(19)	(9)	(25)
10	(1)	(1)			(1)		(1)
	2.9	3.6			5.3		4.0
20	(3)	(2)	(1)	(1)	(2)	(2)	(1)
	8.8	7.1	16.7	6.7	10.5	22.2	4.0
30	(1)		(1)	(1)			(1)
	2.9		16.7	6.7			4.0
35	(5)	(4)	(1)	(3)	(2)	(1)	(4)
	14.7	14.3	16.7	20.0	10.5	11.1	16.0
37	(1)	(1)			(1)		(1)
	2.9	3.6			5.3		4.0
40	(1)	(1)			(1)		(1)
	2.9	3.6			5.3		4.0
50	(2)	(2)			(2)	(1)	(1)
	5.9	7.1			10.5	11.1	4.0
60	(3)	(2)	(1)	(1)	(2)		(3)
	8.8	7.1	16.7	6.7	10.5		12.0
70	(1)	(1)		(1)		(1)	
	2.9	3.6		6.7		11.1	
80	(2)	(2)		(1)	(1)		(2)
	5.9	7.1		6.7	5.3		8.0
90	(3)	(2)	(1)	(2)	(1)	(1)	(2)
	8.8	7.1	16.7	13.3	5.3	11.1	8.0
92	(1)	(1)		(1)			(1)
	2.9	3.6		6.7			4.0
95	(1)	(1)			(1)		(1)
	2.9	3.6			5.3		4.0
100	(9)	(8)	(1)	(4)	(5)	(3)	(6)
	26.5	28.6	16.7	26.7	26.3	33.3	24.0
	65.26	67.29	55.83	69.13	62.21	65.00	65.36

부록44. 국내 기타방송 활동 비중 (1회성)

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(41)	(32)	(9)	(16)	(25)	(12)	(29)
0	(1) 2.4		(1) 11.1	(1) 6.3			(1) 3.4
5	(1) 2.4	(1) 3.1			(1) 4.0		(1) 3.4
8	(1) 2.4	(1) 3.1		(1) 6.3			(1) 3.4
10	(3) 7.3	(2) 6.3	(1) 11.1	(2) 12.5	(1) 4.0	(1) 8.3	(2) 6.9
20	(2) 4.9	(2) 6.3		(1) 6.3	(1) 4.0		(2) 6.9
30	(2) 4.9	(2) 6.3		(1) 6.3	(1) 4.0	(1) 8.3	(1) 3.4
35	(5) 12.2	(4) 12.5	(1) 11.1	(3) 18.8	(2) 8.0	(1) 8.3	(4) 13.8
40	(3) 7.3	(2) 6.3	(1) 11.1	(1) 6.3	(2) 8.0		(3) 10.3
50	(2) 4.9	(2) 6.3			(2) 8.0	(1) 8.3	(1) 3.4
60	(1) 2.4	(1) 3.1		(1) 6.3		(1) 8.3	
63	(1) 2.4	(1) 3.1			(1) 4.0		(1) 3.4
70	(1) 2.4		(1) 11.1	(1) 6.3			(1) 3.4
80	(2) 4.9	(1) 3.1	(1) 11.1		(2) 8.0	(1) 8.3	(1) 3.4
90	(1) 2.4	(1) 3.1			(1) 4.0		(1) 3.4
100	(15) 36.6	(12) 37.5	(3) 33.3	(4) 25.0	(11) 44.0	(6) 50.0	(9) 31.0
	60.51	60.81	59.44	47.06	69.12	72.08	55.72

부록45. 국내 기타방송 활동 비중 (기타)

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(8)	(7)	(1)	(4)	(4)	(2)	(6)
10	(1)	(1)			(1)		(1)
	12.5	14.3			25.0		16.7
20	(2)	(2)		(1)	(1)	(1)	(1)
	25.0	28.6		25.0	25.0	50.0	16.7
30	(5)	(4)	(1)	(3)	(2)	(1)	(4)
	62.5	57.1	100.0	75.0	50.0	50.0	66.7
	25.00	24.29	30.00	27.50	22.50	25.00	25.00

부록46. 국내 행사 활동 비중

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상
	(60)	(46)	(14)	(29)	(30)	(1)	(18)	(42)
.7000	(1)	(1)		(1)				(1)
	1.7	2.2		3.4				2.4
1.0000	(2)	(2)			(2)		(1)	(1)
	3.3	4.3			6.7		5.6	2.4
1.5000	(1)	(1)			(1)			(1)
	1.7	2.2			3.3			2.4
2.0000	(2)	(2)			(2)			(2)
	3.3	4.3			6.7			4.8
4.0000	(1)	(1)			(1)		(1)	
	1.7	2.2			3.3		5.6	
4.3600	(1)	(1)			(1)			(1)
	1.7	2.2			3.3			2.4
5.0000	(19)	(14)	(5)	(12)	(7)		(5)	(14)
	31.7	30.4	35.7	41.4	23.3		27.8	33.3
7.0000	(1)	(1)			(1)			(1)
	1.7	2.2			3.3			2.4
10.0000	(13)	(9)	(4)	(8)	(4)	(1)	(4)	(9)
	21.7	19.6	28.6	27.6	13.3	100.0	22.2	21.4
12.0000	(1)	(1)			(1)			(1)
	1.7	2.2			3.3			2.4
15.0000	(5)	(5)		(1)	(4)		(1)	(4)
	8.3	10.9		3.4	13.3		5.6	9.5
20.0000	(5)	(2)	(3)	(3)	(2)		(1)	(4)
	8.3	4.3	21.4	10.3	6.7		5.6	9.5
25.0000	(1)	(1)		(1)			(1)	
	1.7	2.2		3.4			5.6	
28.0000	(1)	(1)			(1)			(1)
	1.7	2.2			3.3			2.4
30.0000	(1)	(1)		(1)			(1)	
	1.7	2.2		3.4			5.6	
35.0000	(1)	(1)			(1)			(1)
	1.7	2.2			3.3			2.4
50.0000	(1)		(1)	(1)				(1)
	1.7		7.1	3.4				2.4
60.0000	(1)	(1)		(1)			(1)	
	1.7	2.2		3.4			5.6	
70.0000	(1)		(1)		(1)		(1)	
	1.7		7.1		3.3		5.6	
80.0000	(1)	(1)			(1)		(1)	
	1.7	2.2			3.3		5.6	
	13.56	12.36	17.50	13.13	14.10	10.00	20.56	10.56

부록47. 국내 기타 비즈니스 활동 비중

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(20)	(19)	(1)	(6)	(14)	(6)	(14)
.50	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.0	5.3			7.1		7.1
1.00	(2)	(2)			(2)	(1)	(1)
	10.0	10.5			14.3	16.7	7.1
5.00	(4)	(4)		(1)	(3)		(4)
	20.0	21.1		16.7	21.4		28.6
6.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.0	5.3			7.1		7.1
10.00	(1)	(1)		(1)		(1)	
	5.0	5.3		16.7		16.7	
15.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.0	5.3			7.1		7.1
17.36	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.0	5.3			7.1		7.1
19.00	(1)	(1)		(1)			(1)
	5.0	5.3		16.7			7.1
20.00	(2)	(2)		(1)	(1)	(1)	(1)
	10.0	10.5		16.7	7.1	16.7	7.1
35.00	(1)		(1)	(1)			(1)
	5.0		100.0	16.7			7.1
40.00	(3)	(3)		(1)	(2)	(2)	(1)
	15.0	15.8		16.7	14.3	33.3	7.1
43.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.0	5.3			7.1		7.1
70.00	(1)	(1)			(1)	(1)	
	5.0	5.3			7.1	16.7	
	19.89	19.10	35.00	21.50	19.20	30.17	15.49

부록48. 국내 기타 비즈니스 활동 비중 (MD)

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(12)	(11)	(1)	(4)	(8)	(2)	(10)
10	(1) 8.3	(1) 9.1		(1) 25.0			(1) 10.0
20	(1) 8.3	(1) 9.1			(1) 12.5		(1) 10.0
35	(1) 8.3	(1) 9.1			(1) 12.5	(1) 50.0	
40	(1) 8.3	(1) 9.1			(1) 12.5		(1) 10.0
80	(1) 8.3	(1) 9.1			(1) 12.5		(1) 10.0
100	(7) 58.3	(6) 54.5	(1) 100.0	(3) 75.0	(4) 50.0	(1) 50.0	(6) 60.0
	73.75	71.36	100.00	77.50	71.88	67.50	75.00

부록49. 국내 기타 비즈니스 활동 비중 (로열티)

	Total	회원사 여부	회사 경력		인력 규모	
		회원사	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(5)	(5)	(1)	(4)	(1)	(4)
10	(2) 40.0	(2) 40.0	(1) 100.0	(1) 25.0		(2) 50.0
35	(1) 20.0	(1) 20.0		(1) 25.0	(1) 100.0	
60	(1) 20.0	(1) 20.0		(1) 25.0		(1) 25.0
100	(1) 20.0	(1) 20.0		(1) 25.0		(1) 25.0
	43.00	43.00	10.00	51.25	35.00	45.00

부록50. 국내 기타 비즈니스 활동 비중 (기타)

	Total	회원사 여부	회사 경력		인력 규모	
		회원사	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(9)	(9)	(2)	(7)	(5)	(4)
20	(1) 11.1	(1) 11.1		(1) 14.3		(1) 25.0
30	(1) 11.1	(1) 11.1		(1) 14.3	(1) 20.0	
70	(1) 11.1	(1) 11.1		(1) 14.3		(1) 25.0
80	(1) 11.1	(1) 11.1	(1) 50.0			(1) 25.0
100	(5) 55.6	(5) 55.6	(1) 50.0	(4) 57.1	(4) 80.0	(1) 25.0
	77.78	77.78	90.00	74.29	86.00	67.50

부록51. 해외 드라마 활동 비중

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(14)	(12)	(2)	(8)	(6)	(4)	(10)
5	(2)	(1)	(1)		(2)		(2)
	14.3	8.3	50.0		33.3		20.0
10	(1)	(1)			(1)		(1)
	7.1	8.3			16.7		10.0
20	(2)	(2)		(2)		(2)	
	14.3	16.7		25.0		50.0	
25	(1)	(1)		(1)			(1)
	7.1	8.3		12.5			10.0
45	(1)	(1)			(1)		(1)
	7.1	8.3			16.7		10.0
50	(4)	(4)		(2)	(2)		(4)
	28.6	33.3		25.0	33.3		40.0
70	(1)	(1)		(1)		(1)	
	7.1	8.3		12.5		25.0	
80	(1)	(1)		(1)		(1)	
	7.1	8.3		12.5		25.0	
100	(1)		(1)	(1)			(1)
	7.1		50.0	12.5			10.0
	41.43	39.58	52.50	51.88	27.50	47.50	39.00

부록52. 해외 영화 활동 비중

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(19)	(17)	(2)	(8)	(11)	(6)	(13)
.2	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.3	5.9			9.1		7.7
10.0	(4)	(4)		(2)	(2)	(1)	(3)
	21.1	23.5		25.0	18.2	16.7	23.1
13.0	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.3	5.9			9.1		7.7
20.0	(2)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
	10.5	5.9	50.0	12.5	9.1	16.7	7.7
25.0	(1)	(1)		(1)			(1)
	5.3	5.9		12.5			7.7
30.0	(1)	(1)		(1)		(1)	
	5.3	5.9		12.5		16.7	
37.0	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.3	5.9			9.1		7.7
40.0	(2)	(1)	(1)		(2)	(1)	(1)
	10.5	5.9	50.0		18.2	16.7	7.7
70.0	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.3	5.9			9.1		7.7
80.0	(1)	(1)		(1)			(1)
	5.3	5.9		12.5			7.7
100.0	(4)	(4)		(2)	(2)	(2)	(2)
	21.1	23.5		25.0	18.2	33.3	15.4
	42.91	44.42	30.00	46.88	40.02	50.00	39.63

부록53. 해외 광고 활동 비중

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(17)	(15)	(2)	(7)	(10)	(5)	(12)
.0	(1)	(1)		(1)			(1)
	5.9	6.7		14.3			8.3
10.0	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.9	6.7			10.0		8.3
19.8	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.9	6.7			10.0		8.3
20.0	(4)	(4)		(4)		(3)	(1)
	23.5	26.7		57.1		60.0	8.3
24.0	(1)	(1)		(1)			(1)
	5.9	6.7		14.3			8.3
25.0	(1)	(1)		(1)			(1)
	5.9	6.7		14.3			8.3
28.0	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.9	6.7			10.0		8.3
30.0	(2)	(1)	(1)		(2)		(2)
	11.8	6.7	50.0		20.0		16.7
50.0	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.9	6.7			10.0		8.3
60.0	(1)		(1)		(1)	(1)	
	5.9		50.0		10.0	20.0	
66.0	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.9	6.7			10.0		8.3
75.0	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.9	6.7			10.0		8.3
100.0	(1)	(1)			(1)	(1)	
	5.9	6.7			10.0	20.0	
	35.16	33.85	45.00	18.43	46.88	44.00	31.48

부록54. 해외 광고 활동 비중 (방송)

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(11)	(9)	(2)	(3)	(8)	(4)	(7)
30	(1)	(1)			(1)		(1)
	9.1	11.1			12.5		14.3
35	(3)	(2)	(1)		(3)		(3)
	27.3	22.2	50.0		37.5		42.9
50	(3)	(2)	(1)	(2)	(1)	(3)	
	27.3	22.2	50.0	66.7	12.5	75.0	
60	(1)	(1)		(1)		(1)	
	9.1	11.1		33.3		25.0	
80	(1)	(1)			(1)		(1)
	9.1	11.1			12.5		14.3
100	(2)	(2)			(2)		(2)
	18.2	22.2			25.0		28.6
	56.82	60.00	42.50	53.33	58.13	52.50	59.29

부록55. 해외 광고 활동 비중 (지면)

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(11)	(9)	(2)	(4)	(7)	(4)	(7)
10	(1)	(1)			(1)		(1)
	9.1	11.1			14.3		14.3
20	(1)	(1)		(1)		(1)	
	9.1	11.1		25.0		25.0	
30	(1)		(1)		(1)	(1)	
	9.1		50.0		14.3	25.0	
35	(3)	(2)	(1)		(3)		(3)
	27.3	22.2	50.0		42.9		42.9
50	(3)	(3)		(2)	(1)	(2)	(1)
	27.3	33.3		50.0	14.3	50.0	14.3
100	(2)	(2)		(1)	(1)		(2)
	18.2	22.2		25.0	14.3		28.6
	46.82	50.00	32.50	55.00	42.14	37.50	52.14

부록56. 해외 광고 활동 비중 (기타)

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(7)	(5)	(2)	(1)	(6)	(2)	(5)
10	(1)	(1)			(1)		(1)
	14.3	20.0			16.7		20.0
20	(3)	(2)	(1)	(1)	(2)	(2)	(1)
	42.9	40.0	50.0	100.0	33.3	100.0	20.0
30	(3)	(2)	(1)		(3)		(3)
	42.9	40.0	50.0		50.0		60.0
	22.86	22.00	25.00	20.00	23.33	20.00	24.00

부록57. 해외 기타 방송 활동 비중

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이상
	(3)	(2)	(1)	(1)	(2)	(3)
.77	(1)	(1)			(1)	(1)
	33.3	50.0			50.0	33.3
5.00	(1)	(1)		(1)		(1)
	33.3	50.0		100.0		33.3
30.00	(1)		(1)		(1)	(1)
	33.3		100.0		50.0	33.3
	11.92	2.89	30.00	5.00	15.39	11.92

부록58. 해외 행사 활동 비중

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(19)	(18)	(1)	(9)	(10)	(1)	(18)
5.00	(2)	(2)			(2)		(2)
	10.5	11.1			20.0		11.1
15.00	(1)		(1)		(1)		(1)
	5.3		100.0		10.0		5.6
17.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.3	5.6			10.0		5.6
17.55	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.3	5.6			10.0		5.6
20.00	(1)	(1)		(1)			(1)
	5.3	5.6		11.1			5.6
25.00	(1)	(1)		(1)			(1)
	5.3	5.6		11.1			5.6
30.00	(2)	(2)		(1)	(1)	(1)	(1)
	10.5	11.1		11.1	10.0	100.0	5.6
42.00	(1)	(1)		(1)			(1)
	5.3	5.6		11.1			5.6
50.00	(1)	(1)		(1)			(1)
	5.3	5.6		11.1			5.6
60.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.3	5.6			10.0		5.6
70.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.3	5.6			10.0		5.6
80.00	(1)	(1)		(1)			(1)
	5.3	5.6		11.1			5.6
95.00	(1)	(1)			(1)		(1)
	5.3	5.6			10.0		5.6
100.00	(4)	(4)		(3)	(1)		(4)
	21.1	22.2		33.3	10.0		22.2
	50.61	52.59	15.00	60.78	41.46	30.00	51.75

부록59. 해외 기타 비즈니스 활동 비중

	Total	회원사 여부	회사 경력		인력 규모	
		회원사	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(11)	(11)	(4)	(7)	(2)	(9)
4.00	(1)	(1)		(1)		(1)
	9.1	9.1		14.3		11.1
15.00	(1)	(1)	(1)			(1)
	9.1	9.1	25.0			11.1
20.00	(2)	(2)	(1)	(1)		(2)
	18.2	18.2	25.0	14.3		22.2
30.00	(2)	(2)		(2)		(2)
	18.2	18.2		28.6		22.2
34.00	(1)	(1)	(1)			(1)
	9.1	9.1	25.0			11.1
35.00	(1)	(1)		(1)		(1)
	9.1	9.1		14.3		11.1
60.00	(1)	(1)	(1)		(1)	
	9.1	9.1	25.0		50.0	
61.68	(1)	(1)		(1)		(1)
	9.1	9.1		14.3		11.1
100.00	(1)	(1)		(1)	(1)	
	9.1	9.1		14.3	50.0	
	37.24	37.24	32.25	40.10	80.00	27.74

부록60. 2013년 기준 매출 총액

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(160)	(120)	(40)
1억 미만	(11)	(10)	(1)
	6.9	8.3	2.5
1~1.9억	(7)	(4)	(3)
	4.4	3.3	7.5
2~4.9억	(24)	(18)	(6)
	15.0	15.0	15.0
5~9.9억	(12)	(11)	(1)
	7.5	9.2	2.5
10~19.9억	(15)	(15)	
	9.4	12.5	
20~99.9억	(15)	(15)	
	9.4	12.5	
100억 이상	(6)	(6)	
	3.8	5.0	
무응답	(70)	(41)	(29)
	43.8	34.2	72.5
-3.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
.1210	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
.2000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
.2600	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
.3700	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
.4450	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
.5000	(2)	(1)	(1)
	2.2	1.3	9.1
.5500	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
.8000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
.9000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
1.0000	(5)	(3)	(2)
	5.6	3.8	18.2
1.6000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
1.8000	(1)		(1)
	1.1		9.1
2.0000	(6)	(6)	
	6.7	7.6	
2.7000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
2.8000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
3.0000	(7)	(4)	(3)
	7.8	5.1	27.3
3.2000	(1)		(1)
	1.1		9.1
3.7700	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
4.0000	(7)	(5)	(2)
	7.8	6.3	18.2
5.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
6.0000	(4)	(3)	(1)
	4.4	3.8	9.1
6.5000	(1)	(1)	

	1.1	1.3	
7.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
8.0000	(2)	(2)	
	2.2	2.5	
8.7000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
9.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
9.3000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
10.0000	(3)	(3)	
	3.3	3.8	
11.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
13.0000	(2)	(2)	
	2.2	2.5	
14.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
15.0000	(6)	(6)	
	6.7	7.6	
17.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
19.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
20.0000	(3)	(3)	
	3.3	3.8	
23.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
24.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
26.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
41.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
43.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
47.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
53.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
64.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
70.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
71.0000	(2)	(2)	
	2.2	2.5	
82.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
128.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
157.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
159.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
160.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
242.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
1162.0000	(1)	(1)	
	1.1	1.3	
	33.99	38.34	2.77

부록61. 국내 매출 비중

	Total (90)	회원사 여부	
		회원사 (78)	회원사 아님 (12)
25.00	(1) 1.1	(1) 1.3	
30.00	(1) 1.1	(1) 1.3	
43.60	(1) 1.1	(1) 1.3	
50.00	(1) 1.1	(1) 1.3	
60.00	(1) 1.1	(1) 1.3	
70.00	(1) 1.1	(1) 1.3	
73.00	(1) 1.1	(1) 1.3	
75.00	(1) 1.1	(1) 1.3	
77.00	(1) 1.1	(1) 1.3	
78.00	(1) 1.1	(1) 1.3	
80.00	(6) 6.7	(6) 7.7	
86.63	(1) 1.1	(1) 1.3	
90.00	(6) 6.7	(6) 7.7	
93.00	(1) 1.1	(1) 1.3	
96.00	(1) 1.1	(1) 1.3	
96.20	(1) 1.1	(1) 1.3	
98.00	(1) 1.1	(1) 1.3	
99.00	(2) 2.2	(2) 2.6	
100.00	(61) 67.8	(49) 62.8	(12) 100.0
	92.99	91.92	100.00

부록62. 국내 분야별 매출액

	Total (81)	회원사 여부	
		회원사 (72)	회원사 아님 (9)
.12	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
.20	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
.26	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
.27	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
.45	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
.50	(2)	(1)	(1)
	2.5	1.4	11.1
.55	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
.80	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
.90	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1.00	(3)	(2)	(1)
	3.7	2.8	11.1
1.50	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1.60	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1.77	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1.80	(1)		(1)
	1.2		11.1
2.00	(5)	(5)	
	6.2	6.9	
2.70	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
2.80	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
3.00	(5)	(3)	(2)
	6.2	4.2	22.2
3.10	(1)	(1)	(1)
	1.2		11.1
3.24	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
3.40	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
3.75	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
3.77	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
4.00	(3)	(1)	(2)
	3.7	1.4	22.2
4.50	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
6.00	(3)	(2)	(1)
	3.7	2.8	11.1
6.10	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
7.00	(2)	(2)	
	2.5	2.8	
8.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
8.70	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
9.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
9.30	(1)	(1)	

	1.2	1.4	
10.00	(4)	(4)	
	4.9	5.6	
10.90	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
13.00	(2)	(2)	
	2.5	2.8	
14.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
14.70	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
15.00	(2)	(2)	
	2.5	2.8	
17.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
19.20	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
20.00	(3)	(3)	
	3.7	4.2	
22.30	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
26.50	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
36.00	(2)	(2)	
	2.5	2.8	
43.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
53.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
56.00	(2)	(2)	
	2.5	2.8	
59.60	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
64.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
66.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
110.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
119.40	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
156.40	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
159.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
160.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
209.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
	22.41	24.85	2.93

부록63. 해외 매출 비중

	Total
	(29)
1.00	(2)
	6.9
2.00	(1)
	3.4
3.80	(1)
	3.4
4.00	(1)
	3.4
7.00	(1)
	3.4
10.00	(6)
	20.7
13.37	(1)
	3.4
20.00	(6)
	20.7
22.00	(1)
	3.4
23.00	(1)
	3.4
25.00	(1)
	3.4
27.00	(1)
	3.4
30.00	(1)
	3.4
40.00	(1)
	3.4
50.00	(1)
	3.4
56.40	(1)
	3.4
70.00	(1)
	3.4
75.00	(1)
	3.4
	21.74

부록64. 국내 드라마 매출액 (억원)

	Total (77)	회원사 여부	
		회원사 (70)	회원사 아님 (7)
	(1)	(1)	
.0100	1.3	1.4	
.0300	(2)	(2)	
	2.6	2.9	
.1000	(2)	(2)	
	2.6	2.9	
.1200	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
.1500	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
.2000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
.3000	(3)	(3)	
	3.9	4.3	
.3700	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
.5000	(3)	(2)	(1)
	3.9	2.9	14.3
.8000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
1.0000	(4)	(2)	(2)
	5.2	2.9	28.6
1.2000	(2)	(2)	
	2.6	2.9	
1.3000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
1.5000	(4)	(4)	
	5.2	5.7	
1.6000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
1.9900	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
2.0000	(8)	(7)	(1)
	10.4	10.0	14.3
2.5000	(1)		(1)
	1.3		14.3
2.5500	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
2.6000	(1)		(1)
	1.3		14.3
3.0000	(2)	(1)	(1)
	2.6	1.4	14.3
3.7000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
4.0000	(4)	(4)	
	5.2	5.7	
4.4000	(2)	(2)	
	2.6	2.9	
5.0000	(3)	(3)	
	3.9	4.3	

6.0000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
7.0000	(2)	(2)	
	2.6	2.9	
8.0000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
9.0000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
9.5000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
10.0000	(3)	(3)	
	3.9	4.3	
12.0000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
12.5000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
15.0000	(3)	(3)	
	3.9	4.3	
16.2000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
18.0000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
19.0000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
20.0000	(2)	(2)	
	2.6	2.9	
20.3000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
37.0000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
44.6000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
48.0000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
70.0000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
112.1000	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
	8.65	9.33	1.80

부록65. 국내 드라마 매출액 비중

	Total (77)	회원사 여부	
		회원사 (70)	회원사 아님 (7)
.70	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
1.00	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
2.78	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
3.57	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
8.26	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
10.71	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
11.11	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
13.64	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
15.00	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
17.70	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
19.73	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
20.00	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
20.86	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
21.43	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
22.73	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
24.59	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
25.00	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
28.52	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
29.69	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
30.00	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
30.77	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
32.26	(1)		(1)
	1.3		14.3
33.33	(3)	(3)	
	3.9	4.3	
33.71	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
33.94	(1)	(1)	

	1.3	1.4	
33.96	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
34.06	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
37.74	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
38.46	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
40.00	(3)	(3)	
	3.9	4.3	
44.03	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
46.15	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
50.00	(5)	(5)	
	6.5	7.1	
50.57	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
52.79	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
54.55	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
55.56	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
57.14	(2)	(2)	
	2.6	2.9	
58.82	(2)	(2)	
	2.6	2.9	
60.00	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
61.73	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
64.63	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
65.00	(1)		(1)
	1.3		14.3
66.67	(4)	(3)	(1)
	5.2	4.3	14.3
68.00	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
70.00	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
74.07	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
75.00	(4)	(3)	(1)
	5.2	4.3	14.3
80.00	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
81.25	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
83.33	(3)	(2)	(1)
	3.9	2.9	14.3
84.38	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
93.89	(1)	(1)	

	1.3	1.4	
96.77	(1)	(1)	
	1.3	1.4	
100.00	(5)	(3)	(2)
	6.5	4.3	28.6
	49.66	47.17	74.61

부록66. 국내 영화 매출액 (억원)

	Total (50)	회원사 여부	
		회원사 (47)	회원사 아님 (3)
.0310	(1) 2.0	(1) 2.1	
.0500	(1) 2.0	(1) 2.1	
.0600	(1) 2.0	(1) 2.1	
.1000	(2) 4.0	(2) 4.3	
.2000	(2) 4.0	(2) 4.3	
.2600	(1) 2.0		(1) 33.3
.3000	(2) 4.0	(2) 4.3	
.5000	(5) 10.0	(4) 8.5	(1) 33.3
.6000	(2) 4.0	(2) 4.3	
1.0000	(5) 10.0	(4) 8.5	(1) 33.3
1.2000	(1) 2.0	(1) 2.1	
1.6300	(1) 2.0	(1) 2.1	
1.9000	(1) 2.0	(1) 2.1	
2.0000	(5) 10.0	(5) 10.6	
2.4000	(1) 2.0	(1) 2.1	
2.7000	(1) 2.0	(1) 2.1	
3.0000	(6) 12.0	(6) 12.8	
3.5000	(1) 2.0	(1) 2.1	
3.7000	(1) 2.0	(1) 2.1	
5.0000	(3) 6.0	(3) 6.4	
7.0000	(1) 2.0	(1) 2.1	
9.5000	(1) 2.0	(1) 2.1	
18.0000	(1) 2.0	(1) 2.1	
19.0000	(1) 2.0	(1) 2.1	
21.0000	(1) 2.0	(1) 2.1	
25.7000	(1) 2.0	(1) 2.1	
28.0000	(1) 2.0	(1) 2.1	
	3.97	4.19	.59

부록67. 국내 영화 매출액 비중

	Total (50)	회원사 여부	
		회원사 (47)	회원사 아님 (3)
1.59	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
3.33	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
3.77	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
4.38	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
4.69	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
5.56	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
6.21	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
6.25	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
7.14	(2)	(2)	
	4.0	4.3	
7.41	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
8.39	(1)		(1)
	2.0		33.3
8.61	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
10.00	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
11.11	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
11.32	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
13.21	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
13.89	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
15.00	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
15.38	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
16.43	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
16.67	(1)		(1)
	2.0		33.3
17.65	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
18.18	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
20.00	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
20.77	(1)	(1)	

	2.0	2.1	
22.22	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
23.08	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
25.00	(3)	(3)	
	6.0	6.4	
25.45	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
25.62	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
27.52	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
28.57	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
30.00	(2)	(2)	
	4.0	4.3	
33.33	(3)	(2)	(1)
	6.0	4.3	33.3
33.82	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
33.93	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
40.00	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
43.24	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
50.00	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
57.38	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
60.00	(2)	(2)	
	4.0	4.3	
62.50	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
95.00	(1)	(1)	
	2.0	2.1	
	23.95	24.23	19.46

부록68. 국내 광고 매출액 (억원)

	Total (63)	회원사 여부	
		회원사 (59)	회원사 아님 (4)
.03	(1) 1.6	(1) 1.7	
.05	(1) 1.6	(1) 1.7	
.08	(2) 3.2	(2) 3.4	
.10	(1) 1.6	(1) 1.7	
.12	(1) 1.6	(1) 1.7	
.15	(1) 1.6	(1) 1.7	
.20	(2) 3.2	(2) 3.4	
.22	(1) 1.6	(1) 1.7	
.30	(4) 6.3	(3) 5.1	(1) 25.0
.40	(1) 1.6	(1) 1.7	
.50	(3) 4.8	(3) 5.1	
.60	(2) 3.2	(1) 1.7	(1) 25.0
.65	(1) 1.6	(1) 1.7	
.70	(1) 1.6	(1) 1.7	
.80	(1) 1.6	(1) 1.7	
1.00	(8) 12.7	(6) 10.2	(2) 50.0
1.40	(1) 1.6	(1) 1.7	
1.50	(3) 4.8	(3) 5.1	
1.80	(1) 1.6	(1) 1.7	
2.00	(3) 4.8	(3) 5.1	
2.50	(1) 1.6	(1) 1.7	
3.00	(1) 1.6	(1) 1.7	
3.50	(1) 1.6	(1) 1.7	
4.00	(1) 1.6	(1) 1.7	
5.00	(3) 4.8	(3) 5.1	

6.00	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
10.00	(2)	(2)	
	3.2	3.4	
11.00	(2)	(2)	
	3.2	3.4	
12.00	(2)	(2)	
	3.2	3.4	
23.00	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
28.60	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
29.00	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
32.00	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
41.10	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
50.00	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
58.00	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
66.00	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
73.00	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
86.00	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
	9.78	10.39	.73

부록69. 국내 광고 매출액 비중

	Total (63)	회원사 여부	
		회원사 (59)	회원사 아님 (4)
	(1)	(1)	
1.35	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
1.68	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
3.23	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
3.98	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
4.00	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
5.21	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
6.67	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
7.50	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
8.20	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
9.09	1.6	1.7	
	(1)		(1)
9.68	1.6		25.0
	(3)	(3)	
10.00	4.8	5.1	
	(1)	(1)	
11.11	1.6	1.7	
	(2)	(2)	
12.50	3.2	3.4	
	(1)	(1)	
14.29	1.6	1.7	
	(1)		(1)
15.00	1.6		25.0
	(3)	(2)	(1)
16.67	4.8	3.4	25.0
	(1)	(1)	
18.52	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
19.64	1.6	1.7	
	(2)	(2)	
20.00	3.2	3.4	
	(1)	(1)	
21.33	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
21.60	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
22.94	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
23.26	1.6	1.7	
	(1)	(1)	
23.53	1.6	1.7	

23.81	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
25.00	(1)		(1)
	1.6		25.0
26.28	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
28.57	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
30.00	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
30.56	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
30.77	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
33.33	(3)	(3)	
	4.8	5.1	
35.94	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
36.48	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
36.64	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
38.46	(2)	(2)	
	3.2	3.4	
41.15	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
41.18	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
42.86	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
45.28	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
45.63	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
47.99	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
49.44	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
50.00	(3)	(3)	
	4.8	5.1	
51.79	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
60.00	(2)	(2)	
	3.2	3.4	
60.38	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
64.29	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
66.12	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
75.76	(1)	(1)	
	1.6	1.7	
	28.25	29.04	16.59

부록70. 국내 기타방송 매출액 (억원)

	Total (40)	회원사 여부	
		회원사 (37)	회원사 아님 (3)
.0000	(1) 2.5	(1) 2.7	
.0100	(1) 2.5	(1) 2.7	
.0200	(1) 2.5	(1) 2.7	
.0540	(1) 2.5	(1) 2.7	
.1000	(3) 7.5	(3) 8.1	
.2000	(1) 2.5	(1) 2.7	
.3000	(1) 2.5	(1) 2.7	
.3600	(1) 2.5	(1) 2.7	
.4000	(1) 2.5		(1) 33.3
.5000	(6) 15.0	(6) 16.2	
.7000	(2) 5.0	(2) 5.4	
.8000	(2) 5.0	(1) 2.7	(1) 33.3
1.0000	(3) 7.5	(3) 8.1	
1.7000	(2) 5.0	(2) 5.4	
1.8000	(1) 2.5	(1) 2.7	
2.2000	(1) 2.5	(1) 2.7	
3.0000	(1) 2.5	(1) 2.7	
3.1000	(1) 2.5	(1) 2.7	
4.0000	(3) 7.5	(2) 5.4	(1) 33.3
5.0000	(2) 5.0	(2) 5.4	
6.0000	(1) 2.5	(1) 2.7	
7.5000	(1) 2.5	(1) 2.7	
10.0000	(1) 2.5	(1) 2.7	
32.0000	(2) 5.0	(2) 5.4	
	3.34	3.47	1.73

부록71. 국내 기타방송 매출액 비중

	Total (40)	회원사 여부	
		회원사 (37)	회원사 아님 (3)
.00	(1) 2.5	(1) 2.7	
.09	(1) 2.5	(1) 2.7	
1.32	(1) 2.5	(1) 2.7	
1.84	(1) 2.5	(1) 2.7	
2.31	(1) 2.5	(1) 2.7	
2.39	(1) 2.5	(1) 2.7	
3.02	(1) 2.5	(1) 2.7	
3.02	(1) 2.5	(1) 2.7	
3.04	(1) 2.5	(1) 2.7	
3.28	(1) 2.5	(1) 2.7	
3.33	(1) 2.5	(1) 2.7	
3.70	(1) 2.5	(1) 2.7	
4.48	(1) 2.5	(1) 2.7	
4.49	(1) 2.5	(1) 2.7	
4.76	(1) 2.5	(1) 2.7	
4.80	(1) 2.5	(1) 2.7	
5.00	(1) 2.5	(1) 2.7	
5.36	(1) 2.5	(1) 2.7	
6.29	(1) 2.5	(1) 2.7	
7.14	(2) 5.0	(2) 5.4	
9.38	(1) 2.5	(1) 2.7	
10.00	(1) 2.5		(1) 33.3
11.11	(1) 2.5	(1) 2.7	
11.11	(2) 5.0	(2) 5.4	
13.08	(1) 2.5	(1) 2.7	
13.89	(1)	(1)	

	2.5	2.7	
15.60	(1)	(1)	
	2.5	2.7	
16.67	(1)	(1)	
	2.5	2.7	
17.86	(1)	(1)	
	2.5	2.7	
18.18	(1)	(1)	
	2.5	2.7	
20.00	(1)	(1)	
	2.5	2.7	
25.00	(2)	(2)	
	5.0	5.4	
35.63	(1)	(1)	
	2.5	2.7	
44.44	(1)	(1)	
	2.5	2.7	
44.44	(1)		(1)
	2.5		33.3
66.67	(1)		(1)
	2.5		33.3
74.42	(1)	(1)	
	2.5	2.7	
	14.01	11.87	40.37

부록72. 국내 행사 매출액 (억원)

	Total (29)	회원사 여부	
		회원사 (27)	회원사 아님 (2)
.0550	(1) 3.4	(1) 3.7	
.1000	(2) 6.9	(2) 7.4	
.1800	(1) 3.4	(1) 3.7	
.2000	(1) 3.4	(1) 3.7	
.3000	(4) 13.8	(4) 14.8	
.4000	(3) 10.3	(2) 7.4	(1) 50.0
.7000	(3) 10.3	(3) 11.1	
.8000	(1) 3.4	(1) 3.7	
1.0000	(4) 13.8	(3) 11.1	(1) 50.0
1.2000	(1) 3.4	(1) 3.7	
1.3000	(1) 3.4	(1) 3.7	
3.0000	(1) 3.4	(1) 3.7	
4.4000	(1) 3.4	(1) 3.7	
5.0000	(1) 3.4	(1) 3.7	
8.0000	(1) 3.4	(1) 3.7	
11.0000	(1) 3.4	(1) 3.7	
13.0000	(1) 3.4	(1) 3.7	
23.0000	(1) 3.4	(1) 3.7	
	2.75	2.91	.70

부록73. 국내 행사 매출액 비중

	Total (29)	회원사 여부	
		회원사 (27)	회원사 아님 (2)
.57	(1) 3.4	(1) 3.7	
.59	(1) 3.4	(1) 3.7	
.64	(1) 3.4	(1) 3.7	
.68	(1) 3.4	(1) 3.7	
.73	(1) 3.4	(1) 3.7	
1.50	(1) 3.4	(1) 3.7	
1.52	(1) 3.4	(1) 3.7	
1.63	(1) 3.4	(1) 3.7	
2.31	(1) 3.4	(1) 3.7	
2.64	(1) 3.4	(1) 3.7	
4.92	(1) 3.4	(1) 3.7	
5.03	(1) 3.4	(1) 3.7	
5.56	(1) 3.4	(1) 3.7	
5.64	(1) 3.4	(1) 3.7	
8.93	(1) 3.4	(1) 3.7	
10.00	(1) 3.4		(1) 50.0
10.67	(1) 3.4	(1) 3.7	
11.00	(1) 3.4	(1) 3.7	
11.11	(1) 3.4	(1) 3.7	
12.36	(1) 3.4	(1) 3.7	
13.79	(1) 3.4	(1) 3.7	
14.29	(2) 6.9	(2) 7.4	
16.67	(1) 3.4		(1) 50.0
19.73	(1) 3.4	(1) 3.7	
20.31	(1) 3.4	(1) 3.7	
30.56	(1)	(1)	

	3.4	3.7	
65.00	(1)	(1)	
	3.4	3.7	
74.07	(1)	(1)	
	3.4	3.7	
	12.65	12.59	13.33

부록74. 국내 기타비즈니스 매출액 (억원)

	Total (18)	회원사 여부	
		회원사 (16)	회원사 아님 (2)
.1000	(3) 16.7	(3) 18.8	
.2000	(2) 11.1	(2) 12.5	
.5000	(1) 5.6	(1) 6.3	
.9000	(1) 5.6	(1) 6.3	
1.0000	(1) 5.6		(1) 50.0
1.5400	(1) 5.6		(1) 50.0
2.0000	(1) 5.6	(1) 6.3	
2.2000	(1) 5.6	(1) 6.3	
4.0000	(1) 5.6	(1) 6.3	
5.0000	(2) 11.1	(2) 12.5	
10.0000	(1) 5.6	(1) 6.3	
12.2000	(1) 5.6	(1) 6.3	
36.5000	(1) 5.6	(1) 6.3	
40.0000	(1) 5.6	(1) 6.3	
	6.75	7.44	.27

부록75. 국내 기타비즈니스 매출액 비중

	Total (18)	회원사 여부	
		회원사 (16)	회원사 아님 (2)
.09	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
.42	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
1.00	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
1.64	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
3.69	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
6.12	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
6.67	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
8.93	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
10.00	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
10.42	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
13.89	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
17.86	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
19.14	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
23.34	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
49.68	(1)		(1)
	5.6		50.0
54.71	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
55.56	(1)		(1)
	5.6		50.0
88.89	(1)	(1)	
	5.6	6.3	
	20.67	16.67	52.62

부록76. 해외 국내 분야별 매출액

	Total
	(21)
.05	(1) 4.8
.10	(1) 4.8
.20	(1) 4.8
.30	(1) 4.8
.50	(1) 4.8
.60	(2) 9.5
.87	(1) 4.8
1.00	(1) 4.8
2.00	(1) 4.8
5.00	(4) 19.0
11.00	(1) 4.8
11.25	(1) 4.8
14.00	(1) 4.8
15.00	(1) 4.8
16.80	(1) 4.8
22.40	(1) 4.8
32.00	(1) 4.8
	7.08

부록77. 해외 활동 국가

	Total	회원사 여부	
		회원사	회원사 아님
	(42)	(41)	(1)
일본	(29)	(28)	(1)
	39.7	38.9	100.0
중국	(20)	(20)	
	27.4	27.8	
미국	(4)	(4)	
	5.5	5.6	
홍콩	(3)	(3)	
	4.1	4.2	
싱가포르	(3)	(3)	
	4.1	4.2	
동남아시아	(3)	(3)	
	4.1	4.2	
대만	(2)	(2)	
	2.7	2.8	
베트남	(1)	(1)	
	1.4	1.4	
인도네시아	(1)	(1)	
	1.4	1.4	
말레이시아	(1)	(1)	
	1.4	1.4	
남미	(1)	(1)	
	1.4	1.4	
이탈리아	(1)	(1)	
	1.4	1.4	
프랑스	(1)	(1)	
	1.4	1.4	
러시아	(1)	(1)	
	1.4	1.4	
네덜란드	(1)	(1)	
	1.4	1.4	
태국	(1)	(1)	
	1.4	1.4	

부록78. 해외 주요 활동

	Total	회원사 여부		인력 규모		
		회원사	회원사 아님	10인 이하	10인 이상	무응답
	(37)	(36)	(1)	(10)	(26)	(1)
팬미팅	(13)	(13)		(2)	(11)	
	17.1	17.3		10.0	20.0	
영화	(11)	(11)		(5)	(6)	
	14.5	14.7		25.0	10.9	
광고	(10)	(10)		(2)	(8)	
	13.2	13.3		10.0	14.5	
드라마	(8)	(8)		(4)	(4)	
	10.5	10.7		20.0	7.3	
행사	(7)	(7)		(2)	(5)	
	9.2	9.3		10.0	9.1	
음반발매	(4)	(4)			(4)	
	5.3	5.3			7.3	
콘서트	(4)	(4)		(1)	(3)	
	5.3	5.3		5.0	5.5	
공연	(2)	(2)			(2)	
	2.6	2.7			3.6	
모델	(2)	(2)			(2)	
	2.6	2.7			3.6	
뮤지컬	(2)	(2)		(1)	(1)	
	2.6	2.7		5.0	1.8	
음반활동	(2)	(1)	(1)		(2)	
	2.6	1.3	100.0		3.6	
사인회	(1)	(1)			(1)	
	1.3	1.3			1.8	
방송	(1)	(1)			(1)	
	1.3	1.3			1.8	
작품프로모션	(1)	(1)			(1)	
	1.3	1.3			1.8	
MD제작	(1)	(1)			(1)	
	1.3	1.3			1.8	
소치올림픽관련 활동	(1)	(1)		(1)		
	1.3	1.3		5.0		
음원	(1)	(1)			(1)	
	1.3	1.3			1.8	
상품수출입	(1)	(1)		(1)		
	1.3	1.3		5.0		
연기활동	(1)	(1)			(1)	
	1.3	1.3			1.8	
MD판매	(1)	(1)			(1)	
	1.3	1.3			1.8	
홍보마케팅	(1)	(1)		(1)		
	1.3	1.3		5.0		
에이전트활동	(1)	(1)				(1)
	1.3	1.3				100.0

부록9. 가장 매출이 높은 국가

	Total	회원사 여부		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	10인 이하	10인 이상
	(39)	(37)	(2)	(10)	(29)
중국	(9)	(9)		(5)	(4)
	23.1	24.3		50.0	13.8
일본	(26)	(25)	(1)	(5)	(21)
	66.7	67.6	50.0	50.0	72.4
베트남	(1)	(1)			(1)
	2.6	2.7			3.4
미국	(1)	(1)			(1)
	2.6	2.7			3.4
대만	(1)	(1)			(1)
	2.6	2.7			3.4
대한민국	(1)		(1)		(1)
	2.6		50.0		3.4

부록80. 가장 매출이 높은 국가의 해외 매출 비중

	Total	회원사 여부		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	10인 이하	10인 이상
	(34)	(32)	(2)	(8)	(26)
5	(1)	(1)			(1)
	2.9	3.1			3.8
10	(1)	(1)			(1)
	2.9	3.1			3.8
50	(1)	(1)			(1)
	2.9	3.1			3.8
53	(1)	(1)			(1)
	2.9	3.1			3.8
57	(1)	(1)			(1)
	2.9	3.1			3.8
70	(2)	(2)		(1)	(1)
	5.9	6.3		12.5	3.8
80	(6)	(6)		(2)	(4)
	17.6	18.8		25.0	15.4
90	(3)	(3)			(3)
	8.8	9.4			11.5
95	(1)	(1)		(1)	
	2.9	3.1		12.5	
100	(17)	(15)	(2)	(4)	(13)
	50.0	46.9	100.0	50.0	50.0
	84.12	83.13	100.00	90.63	82.12

부록81. 가장 매출이 높은 활동 유형

	Total	회원사 여부		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	10인 이하	10인 이상
	(41)	(39)	(2)	(12)	(29)
드라마	(5)	(5)		(4)	(1)
	12.2	12.8		33.3	3.4
영화	(4)	(4)		(2)	(2)
	9.8	10.3		16.7	6.9
광고	(6)	(6)			(6)
	14.6	15.4			20.7
기타 방송	(4)	(3)	(1)	(1)	(3)
	9.8	7.7	50.0	8.3	10.3
행사	(15)	(14)	(1)	(2)	(13)
	36.6	35.9	50.0	16.7	44.8
기타 비즈니스	(7)	(7)		(3)	(4)
	17.1	17.9		25.0	13.8

부록82. 향후 해외 희망 활동

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
있다	(56)	(48)	(8)	(31)	(23)	(2)	(20)	(36)	
	35.0	40.0	20.0	35.2	33.8	50.0	27.8	43.9	
없다	(16)	(15)	(1)	(7)	(9)		(7)	(9)	
	10.0	12.5	2.5	8.0	13.2		9.7	11.0	
무응답	(88)	(57)	(31)	(50)	(36)	(2)	(45)	(37)	(6)
	55.0	47.5	77.5	56.8	52.9	50.0	62.5	45.1	100.0

부록83. 향후 희망 국가

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	
	(56)	(48)	(8)	(31)	(23)	(2)	(20)	(36)	
중국	(35)	(28)	(7)	(19)	(14)	(2)	(14)	(21)	
	39.8	38.9	43.8	33.9	46.7	100.0	41.2	38.9	
일본	(18)	(15)	(3)	(13)	(5)		(10)	(8)	
	20.5	20.8	18.8	23.2	16.7		29.4	14.8	
중화권	(3)	(3)		(1)	(2)			(3)	
	3.4	4.2		1.8	6.7			5.6	
동남아시아	(5)	(5)		(4)	(1)		(1)	(4)	
	5.7	6.9		7.1	3.3		2.9	7.4	
대만	(3)	(3)		(2)	(1)		(2)	(1)	
	3.4	4.2		3.6	3.3		5.9	1.9	
베트남	(4)	(4)		(2)	(2)			(4)	
	4.5	5.6		3.6	6.7			7.4	
인도네시아	(3)	(3)		(2)	(1)		(1)	(2)	
	3.4	4.2		3.6	3.3		2.9	3.7	
홍콩	(2)	(2)		(2)			(2)		
	2.3	2.8		3.6			5.9		
싱가포르	(2)	(1)	(1)	(2)			(1)	(1)	
	2.3	1.4	6.3	3.6			2.9	1.9	
미국	(6)	(5)	(1)	(3)	(3)		(2)	(4)	
	6.8	6.9	6.3	5.4	10.0		5.9	7.4	
아시아권	(1)	(1)		(1)			(1)		
	1.1	1.4		1.8			2.9		
말레이시아	(1)		(1)	(1)				(1)	
	1.1		6.3	1.8				1.9	
브라질	(1)		(1)	(1)				(1)	
	1.1		6.3	1.8				1.9	
필리핀	(1)		(1)	(1)				(1)	
	1.1		6.3	1.8				1.9	
무응답	(3)	(2)	(1)	(2)	(1)			(3)	
	3.4	2.8	6.3	3.6	3.3			5.6	

부록84. 해외 진출 이유

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상
	(56)	(48)	(8)	(31)	(23)	(2)	(20)	(36)
배우, 모델	(1)	(1)			(1)		(1)	
에이전트	1.4	1.7			3.3		4.2	
활성화								
수입증가를	(2)	(2)		(2)			(1)	(1)
위한								
해외마케팅	2.9	3.4		5.6			4.2	2.2
글로벌	(3)	(3)		(1)	(2)			(3)
비즈니스	4.3	5.1		2.8	6.7			6.7
중국의 한류	(3)	(2)	(1)	(1)	(1)	(1)		(3)
마켓 가능성	4.3	3.4	10.0	2.8	3.3	33.3		6.7
비즈니스	(1)	(1)			(1)			(1)
다각화	1.4	1.7			3.3			2.2
매출증대 효과	(4)	(3)	(1)	(2)	(2)			(4)
기대	5.8	5.1	10.0	5.6	6.7			8.9
시장개척	(5)	(5)		(2)	(3)		(2)	(3)
	7.2	8.5		5.6	10.0		8.3	6.7
컨텐츠 발전	(1)	(1)		(1)				(1)
	1.4	1.7		2.8				2.2
시장성	(2)	(2)			(2)		(1)	(1)
	2.9	3.4			6.7		4.2	2.2
발전가능성	(1)	(1)		(1)				(1)
	1.4	1.7		2.8				2.2
한국에서	(1)	(1)		(1)			(1)	
배우로								
자리매김	1.4	1.7		2.8			4.2	
하는게								
쉽지않다								
가수들의	(1)	(1)		(1)			(1)	
영향에								
신인배우	1.4	1.7		2.8			4.2	
양성하는게								
쉽지않다								
향후 중국	(2)	(2)			(1)	(1)		(2)
시장의								
발전성이 매우	2.9	3.4			3.3	33.3		4.4
높다								
블루오션으로	(1)	(1)			(1)			(1)
떠오르기 때문	1.4	1.7			3.3			2.2
현지	(1)	(1)		(1)			(1)	
매니지먼트와								
계약	1.4	1.7		2.8			4.2	
다양한 수익	(3)	(2)	(1)	(3)			(1)	(2)
기반 확충	4.3	3.4	10.0	8.3			4.2	4.4

소속배우	(1)	(1)			(1)		(1)
팬층이 존재	1.4	1.7			3.3		4.2
활동영역 확대	(2)	(2)		(1)	(1)		(1)
	2.9	3.4		2.8	3.3		4.2
다양한 국가의 팬들과의 소통	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.4	1.7			3.3		2.2
협소한 국내시장	(1)	(1)		(1)			(1)
	1.4	1.7		2.8			2.2
한류에 보탬이 되교자	(1)	(1)		(1)			(1)
	1.4	1.7		2.8			4.2
오랫동안 유지할 수 있는 가능성	(1)	(1)		(1)			(1)
	1.4	1.7		2.8			4.2
아시아권 시장의 변화	(1)	(1)		(1)			(1)
	1.4	1.7		2.8			4.2
배우 활동영역 확정에 대한 작품 선정	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.4	1.7			3.3		2.2
중국내 한류 확산	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.4	1.7			3.3		2.2
팬층 증가	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.4	1.7			3.3		2.2
시장의 규모	(2)	(2)		(2)			(1)
	2.9	3.4		5.6			4.2
큰시장	(3)	(2)	(1)	(2)		(1)	(3)
	4.3	3.4	10.0	5.6		33.3	6.7
이미지 확산	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.4	1.7			3.3		2.2
섭외 문의 증가	(1)	(1)		(1)			(1)
	1.4	1.7		2.8			4.2
드라마	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.4	1.7			3.3		4.2
광고	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.4	1.7			3.3		4.2
일본방송 한류콘서트	(1)	(1)		(1)			(1)
	1.4	1.7		2.8			4.2
알리기 위해서 중화권 나라에서	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.4	1.7			3.3		2.2
러브콜이 오고 있음	(1)	(1)		(1)			(1)
	1.4	1.7		2.8			4.2
중국 시장에 관한 호기심과 대중성	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.4	1.7			3.3		4.2
드라마 판권 판매로 인한 인기증가	(1)	(1)			(1)		(1)
	1.4	1.7			3.3		2.2
회사간 교류로 인한 기회 증가	(1)		(1)	(1)			(1)
	1.4		10.0	2.8			2.2
더 넓은	(1)		(1)	(1)			(1)

시장에서								
한국을 알리고	1.4		10.0	2.8			4.2	
싶음								
신규사업 런칭	(1)	(1)		(1)			(1)	
	1.4	1.7		2.8			4.2	
사업의 확장	(1)	(1)			(1)			(1)
	1.4	1.7			3.3			2.2
해외작품활동	(1)	(1)			(1)			(1)
	1.4	1.7			3.3			2.2
네트워크 구축	(1)		(1)	(1)			(1)	
	1.4		10.0	2.8			4.2	
시장확대	(1)		(1)		(1)		(1)	
	1.4		10.0		3.3		4.2	
무응답	(6)	(4)	(2)	(4)	(2)			(6)
	8.7	6.8	20.0	11.1	6.7			13.3

부록85. 국내 지출 규모

	Total (83)	회원사 여부	
		회원사 (71)	회원사 아님 (12)
2000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
4500000.00	(2) 2.4	(1) 1.4	(1) 8.3
9000000.00	(2) 2.4	(2) 2.8	
10000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
10300000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
13800000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
18000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
19000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
22000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
25000000.00	(1) 1.2		(1) 8.3
25500000.00	(1) 1.2		(1) 8.3
29321658.00	(1) 1.2		(1) 8.3
33700000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
40500000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
44800000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
45000000.00	(1) 1.2		(1) 8.3
48000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
62000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
75000000.00	(1) 1.2		(1) 8.3
80000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
118000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
118649000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
126000000.00	(1) 1.2		(1) 8.3
132000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
135000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
140000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
149000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	
175000000.00	(1) 1.2	(1) 1.4	

199800000.00	(1)		(1)
	1.2		8.3
200000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
207000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
237800000.00	(1)		(1)
	1.2		8.3
245000000.00	(1)		(1)
	1.2		8.3
268000000.00	(1)		(1)
	1.2		8.3
320000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
322000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
325000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
330000000.00	(1)		(1)
	1.2		8.3
341000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
347000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
374000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
374800000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
392000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
416000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
426000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
448000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
453000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
476400000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
500000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
672048000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
690000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
739100000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
755000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
834000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
898000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
900000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1040000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1090000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1298980000.00	(1)	(1)	

	1.2	1.4	
1305000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1440000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1482000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1600000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1635000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1647000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1854000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
1906824012.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
2611000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
2843285000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
4154000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
4265000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
4343000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
4840000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
5600000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
7582000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
7700000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
12589480228.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
13737000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
14200000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
14883000000.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
23077591939.00	(1)	(1)	
	1.2	1.4	
	1845056383.58	2134207861.68	134243471.50

부록86. 해외 지출 규모

	Total
	(2)
220000000.00	(1)
	50.0
263002651.00	(1)
	50.0
	241501325.50

부록87. 국내 연예산업 경쟁력

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
25점 이하	(6) 3.8	(5) 4.2	(1) 2.5	(3) 3.4	(3) 4.4		(1) 1.4	(5) 6.1	
26~50점	(55) 34.4	(45) 37.5	(10) 25.0	(31) 35.2	(22) 32.4	(2) 50.0	(26) 36.1	(29) 35.4	
51~75점	(31) 19.4	(25) 20.8	(6) 15.0	(18) 20.5	(13) 19.1		(15) 20.8	(14) 17.1	(2) 33.3
76점 이상	(25) 15.6	(19) 15.8	(6) 15.0	(14) 15.9	(10) 14.7	(1) 25.0	(12) 16.7	(12) 14.6	(1) 16.7
무응답	(43) 26.9	(26) 21.7	(17) 42.5	(22) 25.0	(20) 29.4	(1) 25.0	(18) 25.0	(22) 26.8	(3) 50.0
10	(1) .9	(1) 1.1			(1) 2.1			(1) 1.7	
20	(5) 4.3	(4) 4.3	(1) 4.3	(3) 4.5	(2) 4.2		(1) 1.9	(4) 6.7	
30	(15) 12.8	(11) 11.7	(4) 17.4	(5) 7.6	(9) 18.8	(1) 33.3	(6) 11.1	(9) 15.0	
40	(4) 3.4	(4) 4.3		(2) 3.0	(2) 4.2		(1) 1.9	(3) 5.0	
45	(1) .9	(1) 1.1		(1) 1.5			(1) 1.9		
50	(35) 29.9	(29) 30.9	(6) 26.1	(23) 34.8	(11) 22.9	(1) 33.3	(18) 33.3	(17) 28.3	
60	(11) 9.4	(10) 10.6	(1) 4.3	(4) 6.1	(7) 14.6		(5) 9.3	(5) 8.3	(1) 33.3
70	(18) 15.4	(14) 14.9	(4) 17.4	(12) 18.2	(6) 12.5		(9) 16.7	(8) 13.3	(1) 33.3
75	(2) 1.7	(1) 1.1	(1) 4.3	(2) 3.0			(1) 1.9	(1) 1.7	
80	(21) 17.9	(16) 17.0	(5) 21.7	(12) 18.2	(8) 16.7	(1) 33.3	(10) 18.5	(11) 18.3	
90	(2) 1.7	(2) 2.1			(2) 4.2		(1) 1.9	(1) 1.7	
100	(2) 1.7	(1) 1.1	(1) 4.3	(2) 3.0			(1) 1.9		(1) 33.3
	56.79	56.28	58.91	58.71	54.38	53.33	58.89	53.92	76.67

부록88. 자사 경쟁력

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
25점 이하	(25) 15.6	(21) 17.5	(4) 10.0	(10) 11.4	(14) 20.6	(1) 25.0	(13) 18.1	(12) 14.6	
26~50점	(52) 32.5	(40) 33.3	(12) 30.0	(31) 35.2	(20) 29.4	(1) 25.0	(25) 34.7	(24) 29.3	(3) 50.0
51~75점	(19) 11.9	(15) 12.5	(4) 10.0	(13) 14.8	(6) 8.8		(6) 8.3	(13) 15.9	
76점 이상	(18) 11.3	(15) 12.5	(3) 7.5	(11) 12.5	(6) 8.8	(1) 25.0	(8) 11.1	(10) 12.2	
무응답	(46) 28.8	(29) 24.2	(17) 42.5	(23) 26.1	(22) 32.4	(1) 25.0	(20) 27.8	(23) 28.0	(3) 50.0
5	(2) 1.8	(2) 2.2			(2) 4.3			(2) 3.4	
10	(12) 10.5	(9) 9.9	(3) 13.0	(7) 10.8	(4) 8.7	(1) 33.3	(5) 9.6	(7) 11.9	
15	(1) .9	(1) 1.1			(1) 2.2		(1) 1.9		
20	(9) 7.9	(9) 9.9		(2) 3.1	(7) 15.2		(6) 11.5	(3) 5.1	
25	(1) .9		(1) 4.3	(1) 1.5			(1) 1.9		
30	(17) 14.9	(14) 15.4	(3) 13.0	(13) 20.0	(4) 8.7		(10) 19.2	(7) 11.9	
40	(8) 7.0	(6) 6.6	(2) 8.7	(6) 9.2	(2) 4.3		(3) 5.8	(5) 8.5	
45	(1) .9	(1) 1.1			(1) 2.2		(1) 1.9		
50	(26) 22.8	(19) 20.9	(7) 30.4	(12) 18.5	(13) 28.3	(1) 33.3	(11) 21.2	(12) 20.3	(3) 100.0
60	(11) 9.6	(8) 8.8	(3) 13.0	(9) 13.8	(2) 4.3		(2) 3.8	(9) 15.3	
70	(8) 7.0	(7) 7.7	(1) 4.3	(4) 6.2	(4) 8.7		(4) 7.7	(4) 6.8	
80	(11) 9.6	(11) 12.1		(6) 9.2	(4) 8.7	(1) 33.3	(5) 9.6	(6) 10.2	
90	(2) 1.8	(1) 1.1	(1) 4.3	(1) 1.5	(1) 2.2		(1) 1.9	(1) 1.7	
95	(1) .9		(1) 4.3	(1) 1.5				(1) 1.7	
100	(4) 3.5	(3) 3.3	(1) 4.3	(3) 4.6	(1) 2.2		(2) 3.8	(2) 3.4	
	46.49	46.04	48.26	48.46	43.70	46.67	44.52	48.05	50.00

부록89. 국내 연예산업 경쟁우위

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
회사(매 니저)의	(47)	(36)	(11)	(28)	(18)	(1)	(27)	(18)	(2)
역량(기 획력)	29.4	30.0	27.5	31.8	26.5	25.0	37.5	22.0	33.3
연예인의	(33)	(26)	(7)	(20)	(12)	(1)	(10)	(23)	
역량	20.6	21.7	17.5	22.7	17.6	25.0	13.9	28.0	
콘텐츠	(43)	(34)	(9)	(23)	(19)	(1)	(17)	(25)	(1)
그 자체	26.9	28.3	22.5	26.1	27.9	25.0	23.6	30.5	16.7
시장변화	(8)	(5)	(3)	(2)	(6)		(4)	(4)	
에 대한	5.0	4.2	7.5	2.3	8.8		5.6	4.9	
적응력									
정부의	(7)	(7)		(3)	(4)		(4)	(3)	
정책	4.4	5.8		3.4	5.9		5.6	3.7	
지원									
기타	(1)	(1)		(1)			(1)		
	.6	.8		1.1			1.4		
무응답	(21)	(11)	(10)	(11)	(9)	(1)	(9)	(9)	(3)
	13.1	9.2	25.0	12.5	13.2	25.0	12.5	11.0	50.0
회사(매 니저)의	(118)	(93)	(25)	(68)	(47)	(3)	(56)	(59)	(3)
역량(기 획력)	27.6	28.0	26.0	28.5	26.3	30.0	28.9	26.6	25.0
연예인의	(116)	(90)	(26)	(66)	(47)	(3)	(52)	(62)	(2)
역량	27.1	27.1	27.1	27.6	26.3	30.0	26.8	27.9	16.7
콘텐츠	(97)	(75)	(22)	(57)	(37)	(3)	(40)	(55)	(2)
그 자체	22.7	22.6	22.9	23.8	20.7	30.0	20.6	24.8	16.7
시장변화	(62)	(51)	(11)	(29)	(33)		(27)	(33)	(2)
에 대한	14.5	15.4	11.5	12.1	18.4		13.9	14.9	16.7
적응력									
정부의	(12)	(10)	(2)	(7)	(5)		(8)	(4)	
정책	2.8	3.0	2.1	2.9	2.8		4.1	1.8	
지원									
기타	(2)	(2)		(1)	(1)		(2)		
	.5	.6		.4	.6		1.0		
무응답	(21)	(11)	(10)	(11)	(9)	(1)	(9)	(9)	(3)
	4.9	3.3	10.4	4.6	5.0	10.0	4.6	4.1	25.0
	(1)	(1)		(1)			(1)		
회사의	(1)	(1)		(1)			(1)		
자원	100.0	100.0		100.0			100.0		

부록90. 자사 경쟁 우위

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
회사(매니저) 의 역량(기획력)	(73) 45.6	(58) 48.3	(15) 37.5	(44) 50.0	(28) 41.2	(1) 25.0	(37) 51.4	(34) 41.5	(2) 33.3
연예인의 역량	(28) 17.5	(20) 16.7	(8) 20.0	(15) 17.0	(13) 19.1		(8) 11.1	(20) 24.4	
콘텐츠 그 자체	(10) 6.3	(9) 7.5	(1) 2.5	(3) 3.4	(7) 10.3		(5) 6.9	(5) 6.1	
시장변화에 대한 적응력	(9) 5.6	(8) 6.7	(1) 2.5	(4) 4.5	(5) 7.4		(7) 9.7	(2) 2.4	
회사 인적 자원의 역량	(9) 5.6	(8) 6.7	(1) 2.5	(5) 5.7	(3) 4.4	(1) 25.0	(2) 2.8	(7) 8.5	
회사의 네트워크	(5) 3.1	(3) 2.5	(2) 5.0	(5) 5.7			(2) 2.8	(3) 3.7	
무응답	(26) 16.3	(14) 11.7	(12) 30.0	(12) 13.6	(12) 17.6	(2) 50.0	(11) 15.3	(11) 13.4	(4) 66.7
회사(매니저) 의 역량(기획력)	(116) 27.5	(94) 28.7	(22) 23.4	(67) 28.4	(47) 26.4	(2) 25.0	(57) 29.7	(57) 25.9	(2) 20.0
연예인의 역량	(102) 24.2	(79) 24.1	(23) 24.5	(60) 25.4	(41) 23.0	(1) 12.5	(46) 24.0	(54) 24.5	(2) 20.0
콘텐츠 그 자체	(51) 12.1	(42) 12.8	(9) 9.6	(28) 11.9	(23) 12.9		(24) 12.5	(27) 12.3	
시장변화에 대한 적응력	(47) 11.1	(38) 11.6	(9) 9.6	(25) 10.6	(21) 11.8	(1) 12.5	(20) 10.4	(26) 11.8	(1) 10.0
회사 인적 자원의 역량	(34) 8.1	(27) 8.2	(7) 7.4	(19) 8.1	(14) 7.9	(1) 12.5	(11) 5.7	(22) 10.0	(1) 10.0
회사의 네트워크	(46) 10.9	(34) 10.4	(12) 12.8	(25) 10.6	(20) 11.2	(1) 12.5	(23) 12.0	(23) 10.5	
무응답	(26) 6.2	(14) 4.3	(12) 12.8	(12) 5.1	(12) 6.7	(2) 25.0	(11) 5.7	(11) 5.0	(4) 40.0

부록91. 국내 연예산업 경쟁력 저하 요인

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
투자 재원의 부족	(46) 28.8	(40) 33.3	(6) 15.0	(25) 28.4	(21) 30.9		(23) 31.9	(22) 26.8	(1) 16.7
역량 있는 인력의 부족	(17) 10.6	(13) 10.8	(4) 10.0	(12) 13.6	(5) 7.4		(9) 12.5	(7) 8.5	(1) 16.7
사회적 이미지	(2) 1.3		(2) 5.0	(1) 1.1	(1) 1.5		(1) 1.4	(1) 1.2	
정부의 규제(청소년유해 매체제도 등)	(2) 1.3	(2) 1.7		(1) 1.1	(1) 1.5		(1) 1.4	(1) 1.2	
플랫폼사업자(방송국 등)와의 불평등한 권력 구조(출연계약서 등)	(45) 28.1	(32) 26.7	(13) 32.5	(24) 27.3	(20) 29.4	(1) 25.0	(16) 22.2	(28) 34.1	(1) 16.7
협소한 내수시장	(20) 12.5	(16) 13.3	(4) 10.0	(11) 12.5	(8) 11.8	(1) 25.0	(8) 11.1	(12) 14.6	
기타	(2) 1.3	(2) 1.7		(2) 2.3			(1) 1.4	(1) 1.2	
무응답	(26) 16.3	(15) 12.5	(11) 27.5	(12) 13.6	(12) 17.6	(2) 50.0	(13) 18.1	(10) 12.2	(3) 50.0
투자 재원의 부족	(101) 24.5	(83) 25.9	(18) 19.6	(57) 24.4	(43) 25.1	(1) 12.5	(44) 24.0	(55) 25.0	(2) 20.0
역량 있는 인력의 부족	(72) 17.4	(52) 16.2	(20) 21.7	(44) 18.8	(28) 16.4		(33) 18.0	(38) 17.3	(1) 10.0
사회적 이미지	(19) 4.6	(15) 4.7	(4) 4.3	(8) 3.4	(9) 5.3	(2) 25.0	(10) 5.5	(9) 4.1	
정부의 규제(청소년유해 매체제도 등)	(13) 3.1	(11) 3.4	(2) 2.2	(7) 3.0	(6) 3.5		(7) 3.8	(6) 2.7	
플랫폼사업자(방송국 등)와의 불평등한 권력 구조(출연계약서 등)	(95) 23.0	(75) 23.4	(20) 21.7	(53) 22.6	(40) 23.4	(2) 25.0	(38) 20.8	(54) 24.5	(3) 30.0
협소한 내수시장	(84) 20.3	(67) 20.9	(17) 18.5	(50) 21.4	(33) 19.3	(1) 12.5	(37) 20.2	(46) 20.9	(1) 10.0
기타	(3) .7	(3) .9		(3) 1.3			(1) .5	(2) .9	
무응답	(26) 6.3	(15) 4.7	(11) 12.0	(12) 5.1	(12) 7.0	(2) 25.0	(13) 7.1	(10) 4.5	(3) 30.0
거대기획사의 독점	(1) (1) 100.0	(1) (1) 100.0		(1) (1) 100.0			(1) (1) 100.0		

부록92. 자사 경쟁력 저하 요인

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
투자 채원의	(71)	(57)	(14)	(41)	(29)	(1)	(33)	(36)	(2)
부족	44.4	47.5	35.0	46.6	42.6	25.0	45.8	43.9	33.3
역량 있는	(22)	(16)	(6)	(13)	(9)		(10)	(12)	
인력의 부족	13.8	13.3	15.0	14.8	13.2		13.9	14.6	
정부의	(1)	(1)		(1)			(1)		
규제(청소년유 해매체제도 등)	.6	.8		1.1			1.4		
플랫폼사업자(방송국 등)와의 불평등한 권력 구조(출연계약 서 등)	(18)	(14)	(4)	(12)	(6)		(5)	(13)	
협소한	(11)	(6)	(5)	(5)	(6)		(4)	(7)	
내수시장	6.9	5.0	12.5	5.7	8.8		5.6	8.5	
기타	(1)	(1)		(1)			(1)		
	.6	.8		1.1			1.4		
무응답	(36)	(25)	(11)	(15)	(18)	(3)	(18)	(14)	(4)
	22.5	20.8	27.5	17.0	26.5	75.0	25.0	17.1	66.7
투자 채원의	(100)	(78)	(22)	(59)	(40)	(1)	(44)	(54)	(2)
부족	26.2	26.7	24.7	27.1	25.5	16.7	25.9	26.7	22.2
역량 있는	(84)	(63)	(21)	(52)	(31)	(1)	(39)	(44)	(1)
인력의 부족	22.0	21.6	23.6	23.9	19.7	16.7	22.9	21.8	11.1
사회적	(9)	(7)	(2)	(3)	(6)		(3)	(6)	
이미지	2.4	2.4	2.2	1.4	3.8		1.8	3.0	
정부의	(4)	(3)	(1)	(3)	(1)		(1)	(3)	
규제(청소년유 해매체제도 등)	1.0	1.0	1.1	1.4	.6		.6	1.5	
플랫폼사업자(방송국 등)와의 불평등한 권력 구조(출연계약 서 등)	(75)	(60)	(15)	(43)	(32)		(29)	(45)	(1)
	19.7	20.5	16.9	19.7	20.4		17.1	22.3	11.1
협소한	(67)	(51)	(16)	(37)	(29)	(1)	(31)	(35)	(1)
내수시장	17.6	17.5	18.0	17.0	18.5	16.7	18.2	17.3	11.1
기타	(6)	(5)	(1)	(6)			(5)	(1)	
	1.6	1.7	1.1	2.8			2.9	.5	
무응답	(36)	(25)	(11)	(15)	(18)	(3)	(18)	(14)	(4)
	9.4	8.6	12.4	6.9	11.5	50.0	10.6	6.9	44.4
	(1)	(1)		(1)			(1)		
신생의	(1)	(1)		(1)			(1)		
이미지	100.0	100.0		100.0			100.0		

부록93. 한류에 대한 전망

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
단기와 장기 전망 모두 어두움	(7) 4.4	(7) 5.8		(6) 6.8	(1) 1.5		(2) 2.8	(5) 6.1	
단기 전망 밝음, 장기 전망 어두움	(52) 32.5	(43) 35.8	(9) 22.5	(26) 29.5	(24) 35.3	(2) 50.0	(26) 36.1	(25) 30.5	(1) 16.7
단기와 장기 전망 모두 밝음	(52) 32.5	(40) 33.3	(12) 30.0	(28) 31.8	(24) 35.3		(20) 27.8	(30) 36.6	(2) 33.3
단기 전망 어두움, 장기 전망 밝음	(17) 10.6	(12) 10.0	(5) 12.5	(11) 12.5	(6) 8.8		(8) 11.1	(9) 11.0	
무응답	(32) 20.0	(18) 15.0	(14) 35.0	(17) 19.3	(13) 19.1	(2) 50.0	(16) 22.2	(13) 15.9	(3) 50.0

부록94. 한류 지속화를 위한 정부 과제

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
과도한 규제 개선	(11)	(8)	(3)	(6)	(4)	(1)	(4)	(7)	
	6.9	6.7	7.5	6.8	5.9	25.0	5.6	8.5	
플랫폼과의 불평등 개선	(26)	(23)	(3)	(13)	(13)		(12)	(14)	
	16.3	19.2	7.5	14.8	19.1		16.7	17.1	
시장(비즈니스) 개입 최소화	(6)	(4)	(2)	(5)	(1)		(5)	(1)	
	3.8	3.3	5.0	5.7	1.5		6.9	1.2	
창의적 콘텐츠 개발 지원	(73)	(58)	(15)	(40)	(31)	(2)	(31)	(40)	(2)
	45.6	48.3	37.5	45.5	45.6	50.0	43.1	48.8	33.3
건전한 투자 환경 조성	(17)	(11)	(6)	(9)	(8)		(7)	(9)	(1)
	10.6	9.2	15.0	10.2	11.8		9.7	11.0	16.7
퍼블리시티권 등 저작권 개선	(6)	(3)	(3)	(3)	(3)		(2)	(4)	
	3.8	2.5	7.5	3.4	4.4		2.8	4.9	
무응답	(21)	(13)	(8)	(12)	(8)	(1)	(11)	(7)	(3)
	13.1	10.8	20.0	13.6	11.8	25.0	15.3	8.5	50.0
과도한 규제 개선	(57)	(40)	(17)	(32)	(24)	(1)	(27)	(30)	
	13.4	12.3	17.0	13.6	13.3	12.5	14.3	13.5	
플랫폼과의 불평등 개선	(82)	(67)	(15)	(46)	(35)	(1)	(39)	(42)	(1)
	19.3	20.7	15.0	19.5	19.4	12.5	20.6	18.8	8.3
시장(비즈니스) 개입 최소화	(44)	(35)	(9)	(27)	(17)		(23)	(21)	
	10.4	10.8	9.0	11.4	9.4		12.2	9.4	
창의적 콘텐츠 개발 지원	(120)	(94)	(26)	(65)	(52)	(3)	(53)	(65)	(2)
	28.3	29.0	26.0	27.5	28.9	37.5	28.0	29.1	16.7
건전한 투자 환경 조성	(61)	(46)	(15)	(31)	(28)	(2)	(23)	(35)	(3)
	14.4	14.2	15.0	13.1	15.6	25.0	12.2	15.7	25.0
퍼블리시티권 등 저작권 개선	(39)	(29)	(10)	(23)	(16)		(13)	(23)	(3)
	9.2	9.0	10.0	9.7	8.9		6.9	10.3	25.0
무응답	(21)	(13)	(8)	(12)	(8)	(1)	(11)	(7)	(3)
	5.0	4.0	8.0	5.1	4.4	12.5	5.8	3.1	25.0

부록95. 해외 진출 시 정부 지원

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무 응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
정부가 개입하지 않는 것이 좋음	(15)	(11)	(4)	(11)	(4)		(8)	(7)	
9.4	9.4	9.2	10.0	12.5	5.9		11.1	8.5	
해외 지원보다 내수시장의 활성화가 먼저 필요	(47)	(40)	(7)	(26)	(20)	(1)	(27)	(20)	
29.4	29.4	33.3	17.5	29.5	29.4	25.0	37.5	24.4	
저작권의 보호 지원	(21)	(15)	(6)	(9)	(11)	(1)	(7)	(12)	(2)
13.1	13.1	12.5	15.0	10.2	16.2	25.0	9.7	14.6	33.3
해외 마케팅 지원	(22)	(16)	(6)	(11)	(10)	(1)	(8)	(14)	
13.8	13.8	13.3	15.0	12.5	14.7	25.0	11.1	17.1	
해외 지역에 대한 정보 제공	(7)	(5)	(2)	(6)	(1)		(1)	(5)	(1)
4.4	4.4	4.2	5.0	6.8	1.5		1.4	6.1	16.7
해외 기업과의 네트워크 지원	(26)	(20)	(6)	(13)	(13)		(10)	(16)	
16.3	16.3	16.7	15.0	14.8	19.1		13.9	19.5	
무응답	(22)	(13)	(9)	(12)	(9)	(1)	(11)	(8)	(3)
13.8	13.8	10.8	22.5	13.6	13.2	25.0	15.3	9.8	50.0
정부가 개입하지 않는 것이 좋음	(19)	(12)	(7)	(13)	(6)		(10)	(9)	
4.6	4.6	3.7	7.6	5.6	3.4		5.4	4.1	
해외 지원보다 내수시장의 활성화가 먼저 필요	(74)	(64)	(10)	(40)	(33)	(1)	(38)	(34)	(2)
17.8	17.8	19.8	10.9	17.3	18.8	11.1	20.5	15.5	16.7
저작권의 보호 지원	(72)	(51)	(21)	(39)	(32)	(1)	(33)	(37)	(2)
17.3	17.3	15.7	22.8	16.9	18.2	11.1	17.8	16.9	16.7
해외 마케팅 지원	(93)	(74)	(19)	(49)	(43)	(1)	(39)	(52)	(2)
22.4	22.4	22.8	20.7	21.2	24.4	11.1	21.1	23.7	16.7
해외 지역에 대한 정보 제공	(42)	(34)	(8)	(28)	(11)	(3)	(15)	(26)	(1)
10.1	10.1	10.5	8.7	12.1	6.3	33.3	8.1	11.9	8.3
해외 기업과의 네트워크 지원	(94)	(76)	(18)	(50)	(42)	(2)	(39)	(53)	(2)
22.6	22.6	23.5	19.6	21.6	23.9	22.2	21.1	24.2	16.7
무응답	(22)	(13)	(9)	(12)	(9)	(1)	(11)	(8)	(3)
5.3	5.3	4.0	9.8	5.2	5.1	11.1	5.9	3.7	25.0

부록96. 한류 지속 발전의 부정 요인

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
플랫폼과의	(31)	(28)	(3)	(18)	(13)		(10)	(21)	
불평등 환경	19.4	23.3	7.5	20.5	19.1		13.9	25.6	
정부의	(7)	(4)	(3)	(6)	(1)		(4)	(3)	
지나친 개입과 홍보	4.4	3.3	7.5	6.8	1.5		5.6	3.7	
국내 시장의	(9)	(7)	(2)	(4)	(4)	(1)	(5)	(4)	
과도한 규제	5.6	5.8	5.0	4.5	5.9	25.0	6.9	4.9	
일부	(49)	(38)	(11)	(27)	(21)	(1)	(26)	(22)	(1)
기획사의 한탕주의적 태도	30.6	31.7	27.5	30.7	30.9	25.0	36.1	26.8	16.7
콘텐츠	(32)	(23)	(9)	(15)	(17)		(13)	(18)	(1)
제작환경의 문제	20.0	19.2	22.5	17.0	25.0		18.1	22.0	16.7
대중문화를	(8)	(7)	(1)	(4)	(3)	(1)	(2)	(5)	(1)
저급하게 보는 인식	5.0	5.8	2.5	4.5	4.4	25.0	2.8	6.1	16.7
무응답	(24)	(13)	(11)	(14)	(9)	(1)	(12)	(9)	(3)
	15.0	10.8	27.5	15.9	13.2	25.0	16.7	11.0	50.0
플랫폼과의	(77)	(60)	(17)	(48)	(29)		(32)	(42)	(3)
불평등 환경	18.8	18.9	18.5	21.1	16.8		17.4	19.7	25.0
정부의	(22)	(17)	(5)	(16)	(5)	(1)	(13)	(9)	
지나친 개입과 홍보	5.4	5.4	5.4	7.0	2.9	12.5	7.1	4.2	
국내 시장의	(46)	(36)	(10)	(23)	(22)	(1)	(16)	(30)	
과도한 규제	11.2	11.4	10.9	10.1	12.7	12.5	8.7	14.1	
일부	(102)	(82)	(20)	(54)	(46)	(2)	(49)	(51)	(2)
기획사의 한탕주의적 태도	24.9	25.9	21.7	23.7	26.6	25.0	26.6	23.9	16.7
콘텐츠	(105)	(81)	(24)	(54)	(49)	(2)	(45)	(57)	(3)
제작환경의 문제	25.7	25.6	26.1	23.7	28.3	25.0	24.5	26.8	25.0
대중문화를	(31)	(26)	(5)	(18)	(12)	(1)	(16)	(14)	(1)
저급하게 보는 인식	7.6	8.2	5.4	7.9	6.9	12.5	8.7	6.6	8.3
기타	(2)	(2)		(1)	(1)		(1)	(1)	
	.5	.6		.4	.6		.5	.5	
무응답	(24)	(13)	(11)	(14)	(9)	(1)	(12)	(9)	(3)
	5.9	4.1	12.0	6.1	5.2	12.5	6.5	4.2	25.0

부록97. 연예산업 활성화를 위한 제도 개선

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
방송 및 광고	(35)	(27)	(8)	(21)	(14)		(23)	(12)	
출연계약서의	21.9	22.5	20.0	23.9	20.6		31.9	14.6	
표준화									
청소년유해매체	(23)	(17)	(6)	(10)	(12)	(1)	(7)	(15)	(1)
제도 개선	14.4	14.2	15.0	11.4	17.6	25.0	9.7	18.3	16.7
플랫폼	(22)	(18)	(4)	(12)	(10)		(12)	(10)	
사업자와의	13.8	15.0	10.0	13.6	14.7		16.7	12.2	
불평등 개선									
공정위	(22)	(16)	(6)	(9)	(12)	(1)	(6)	(15)	(1)
표준전속계약서	13.8	13.3	15.0	10.2	17.6	25.0	8.3	18.3	16.7
개정									
재산권으로서	(9)	(8)	(1)	(6)	(3)		(3)	(6)	
퍼블리시터권	5.6	6.7	2.5	6.8	4.4		4.2	7.3	
제정									
출연료 미지급	(17)	(13)	(4)	(12)	(4)	(1)	(5)	(11)	(1)
문제 해결	10.6	10.8	10.0	13.6	5.9	25.0	6.9	13.4	16.7
산업종사자(매	(9)	(8)	(1)	(5)	(4)		(5)	(4)	
니저 등)에	5.6	6.7	2.5	5.7	5.9		6.9	4.9	
대한 교육									
무응답	(23)	(13)	(10)	(13)	(9)	(1)	(11)	(9)	(3)
	14.4	10.8	25.0	14.8	13.2	25.0	15.3	11.0	50.0
방송 및 광고	(76)	(58)	(18)	(43)	(33)		(36)	(40)	
출연계약서의	17.6	17.5	18.0	18.2	17.8		18.7	17.7	
표준화									
청소년유해매체	(42)	(32)	(10)	(24)	(16)	(2)	(17)	(24)	(1)
제도 개선	9.7	9.7	10.0	10.2	8.6	20.0	8.8	10.6	8.3
플랫폼	(59)	(47)	(12)	(31)	(26)	(2)	(25)	(32)	(2)
사업자와의	13.7	14.2	12.0	13.1	14.1	20.0	13.0	14.2	16.7
불평등 개선									
공정위	(52)	(38)	(14)	(27)	(24)	(1)	(21)	(29)	(2)
표준전속계약서	12.1	11.5	14.0	11.4	13.0	10.0	10.9	12.8	16.7
개정									
재산권으로서	(56)	(43)	(13)	(30)	(25)	(1)	(25)	(29)	(2)
퍼블리시터권	13.0	13.0	13.0	12.7	13.5	10.0	13.0	12.8	16.7
제정									
출연료 미지급	(65)	(49)	(16)	(35)	(28)	(2)	(27)	(37)	(1)
문제 해결	15.1	14.8	16.0	14.8	15.1	20.0	14.0	16.4	8.3
산업종사자(매	(58)	(51)	(7)	(33)	(24)	(1)	(31)	(26)	(1)
니저 등)에	13.5	15.4	7.0	14.0	13.0	10.0	16.1	11.5	8.3
대한 교육									
무응답	(23)	(13)	(10)	(13)	(9)	(1)	(11)	(9)	(3)
	5.3	3.9	10.0	5.5	4.9	10.0	5.7	4.0	25.0

부록98. 연예산업 R&D 지원 필요성

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
25점 이하	(8) 5.0	(7) 5.8	(1) 2.5	(5) 5.7	(3) 4.4		(5) 6.9	(3) 3.7	
26~50점	(48) 30.0	(33) 27.5	(15) 37.5	(25) 28.4	(21) 30.9	(2) 50.0	(22) 30.6	(26) 31.7	
51~75점	(18) 11.3	(16) 13.3	(2) 5.0	(8) 9.1	(9) 13.2	(1) 25.0	(6) 8.3	(10) 12.2	(2) 33.3
76점 이상	(35) 21.9	(32) 26.7	(3) 7.5	(20) 22.7	(15) 22.1		(16) 22.2	(19) 23.2	
무응답	(51) 31.9	(32) 26.7	(19) 47.5	(30) 34.1	(20) 29.4	(1) 25.0	(23) 31.9	(24) 29.3	(4) 66.7
10	(4) 3.7	(3) 3.4	(1) 4.8	(3) 5.2	(1) 2.1		(3) 6.1	(1) 1.7	
20	(4) 3.7	(4) 4.5		(2) 3.4	(2) 4.2		(2) 4.1	(2) 3.4	
30	(9) 8.3	(8) 9.1	(1) 4.8	(4) 6.9	(4) 8.3	(1) 33.3	(4) 8.2	(5) 8.6	
40	(4) 3.7	(3) 3.4	(1) 4.8	(1) 1.7	(3) 6.3		(1) 2.0	(3) 5.2	
50	(35) 32.1	(22) 25.0	(13) 61.9	(20) 34.5	(14) 29.2	(1) 33.3	(17) 34.7	(18) 31.0	
60	(10) 9.2	(9) 10.2	(1) 4.8	(4) 6.9	(6) 12.5		(3) 6.1	(6) 10.3	(1) 50.0
70	(7) 6.4	(6) 6.8	(1) 4.8	(4) 6.9	(3) 6.3		(3) 6.1	(3) 5.2	(1) 50.0
75	(1) .9	(1) 1.1				(1) 33.3		(1) 1.7	
80	(16) 14.7	(14) 15.9	(2) 9.5	(8) 13.8	(8) 16.7		(7) 14.3	(9) 15.5	
90	(6) 5.5	(6) 6.8		(4) 6.9	(2) 4.2		(2) 4.1	(4) 6.9	
95	(1) .9	(1) 1.1		(1) 1.7				(1) 1.7	
100	(12) 11.0	(11) 12.5	(1) 4.8	(7) 12.1	(5) 10.4		(7) 14.3	(5) 8.6	
	60.37	62.05	53.33	61.12	60.00	51.67	59.39	61.03	65.00

부록99. 정부의 지원 사업 평가

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
25점 이하	(22)	(19)	(3)	(12)	(9)	(1)	(11)	(11)	
	13.8	15.8	7.5	13.6	13.2	25.0	15.3	13.4	
26~50점	(57)	(40)	(17)	(32)	(23)	(2)	(20)	(36)	(1)
	35.6	33.3	42.5	36.4	33.8	50.0	27.8	43.9	16.7
51~75점	(22)	(21)	(1)	(10)	(12)		(13)	(8)	(1)
	13.8	17.5	2.5	11.4	17.6		18.1	9.8	16.7
76점 이상	(7)	(6)	(1)	(4)	(3)		(4)	(3)	
	4.4	5.0	2.5	4.5	4.4		5.6	3.7	
무응답	(52)	(34)	(18)	(30)	(21)	(1)	(24)	(24)	(4)
	32.5	28.3	45.0	34.1	30.9	25.0	33.3	29.3	66.7
10	(12)	(10)	(2)	(7)	(4)	(1)	(5)	(7)	
	11.1	11.6	9.1	12.1	8.5	33.3	10.4	12.1	
20	(10)	(9)	(1)	(5)	(5)		(6)	(4)	
	9.3	10.5	4.5	8.6	10.6		12.5	6.9	
30	(21)	(16)	(5)	(15)	(6)		(8)	(13)	
	19.4	18.6	22.7	25.9	12.8		16.7	22.4	
40	(9)	(8)	(1)	(5)	(4)		(2)	(6)	(1)
	8.3	9.3	4.5	8.6	8.5		4.2	10.3	50.0
50	(27)	(16)	(11)	(12)	(13)	(2)	(10)	(17)	
	25.0	18.6	50.0	20.7	27.7	66.7	20.8	29.3	
60	(15)	(14)	(1)	(8)	(7)		(9)	(5)	(1)
	13.9	16.3	4.5	13.8	14.9		18.8	8.6	50.0
70	(7)	(7)		(2)	(5)		(4)	(3)	
	6.5	8.1		3.4	10.6		8.3	5.2	
80	(4)	(3)	(1)	(3)	(1)		(2)	(2)	
	3.7	3.5	4.5	5.2	2.1		4.2	3.4	
90	(1)	(1)		(1)				(1)	
	.9	1.2		1.7				1.7	
100	(2)	(2)			(2)		(2)		
	1.9	2.3			4.3		4.2		
	43.15	43.49	41.82	40.86	46.38	36.67	45.21	41.21	50.00

부록100. 회사 운영 시 어려운 점

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
무응답	(64)	(43)	(21)	(33)	(30)	(1)	(25)	(36)	(3)
	30.0	25.7	45.7	27.0	34.5	25.0	25.8	33.3	37.5
자금	(18)	(15)	(3)	(14)	(4)		(9)	(8)	(1)
	8.5	9.0	6.5	11.5	4.6		9.3	7.4	12.5
운영비 조달	(10)	(10)		(7)	(3)		(7)	(3)	
	4.7	6.0		5.7	3.4		7.2	2.8	
투자받기	(9)	(7)	(2)	(6)	(3)		(7)	(2)	
어렵다	4.2	4.2	4.3	4.9	3.4		7.2	1.9	
분배비율	(8)	(6)	(2)	(3)	(5)		(3)	(5)	
	3.8	3.6	4.3	2.5	5.7		3.1	4.6	
전문인력의	(6)	(5)	(1)	(4)	(2)		(4)	(2)	
빈곤	2.8	3.0	2.2	3.3	2.3		4.1	1.9	
안정적	(5)	(5)		(2)	(2)	(1)	(2)	(3)	
수익창출 불가	2.3	3.0		1.6	2.3	25.0	2.1	2.8	
낮은 출연료	(4)	(4)		(1)	(3)		(2)	(2)	
	1.9	2.4		.8	3.4		2.1	1.9	
플랫폼사업자와	(4)	(3)	(1)	(3)	(1)			(4)	
의 불평등 개선	1.9	1.8	2.2	2.5	1.1			3.7	
신인 양성	(4)	(2)	(2)	(2)	(2)		(1)	(3)	
	1.9	1.2	4.3	1.6	2.3		1.0	2.8	
연기자 영업	(3)	(3)		(3)			(2)	(1)	
	1.4	1.8		2.5			2.1	.9	
선급금부담	(3)	(3)		(2)	(1)		(2)	(1)	
	1.4	1.8		1.6	1.1		2.1	.9	
신인배우로서	(3)	(2)	(1)	(1)	(1)	(1)	(2)	(1)	
작품출연 기회	1.4	1.2	2.2	.8	1.1	25.0	2.1	.9	
대형 기획사	(3)	(3)		(1)	(2)		(3)		
위주	1.4	1.8		.8	2.3		3.1		
독창적	(3)	(2)	(1)	(3)			(1)	(2)	
콘텐츠개발	1.4	1.2	2.2	2.5			1.0	1.9	
콘텐츠확보	(2)	(2)		(2)			(2)		
	.9	1.2		1.6			2.1		
신인연기자가	(2)	(1)	(1)	(2)			(1)	(1)	
설 수 있는									
무대를									
개선했으면	.9	.6	2.2	1.6			1.0	.9	
좋겠다.(방송국									
및 매체)									
소속	(2)	(2)		(1)		(1)		(2)	
대중예술인의									
지속적인 매출	.9	1.2		.8		25.0		1.9	
기대의 어려움									
늦은정산	(2)	(2)			(2)		(1)	(1)	
	.9	1.2			2.3		1.0	.9	
배우 계약	(2)	(2)		(1)	(1)			(2)	
기간이 너무									
짧다	.9	1.2		.8	1.1			1.9	
수익증대에	(2)	(2)		(1)	(1)		(1)	(1)	
대한 한계	.9	1.2		.8	1.1		1.0	.9	
엔터테인먼트	(2)		(2)	(1)	(1)		(2)		

투자처 필요	.9		4.3	.8	1.1	2.1	
문제없음	(2)	(2)			(2)		(2)
	.9	1.2			2.3		1.9
신인배우 투자	(1)	(1)		(1)			(1)
	.5	.6		.8			.9
세금관련	(1)	(1)		(1)			(1)
	.5	.6		.8			.9
스케줄 조율	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.6			1.1		.9
스타메이킹과정	(1)	(1)			(1)	(1)	
	.5	.6			1.1	1.0	
인터넷의 발달로 연예사생활 침해	(1)	(1)		(1)			(1)
	.5	.6		.8			.9
과도한 보도기사	(1)	(1)		(1)			(1)
	.5	.6		.8			.9
잘못된 정보가 객관적이지 않게 전달되고있다	(1)	(1)		(1)			(1)
	.5	.6		.8			.9
언론에 의해 부풀려지는 기사로 연예인 및 회사의 이미지 손실이 크다	(1)	(1)		(1)			(1)
	.5	.6		.8			.9
매니지먼트 회사 간 배우를 영업함에있어 도의를 넘어서고 있다	(1)	(1)		(1)			(1)
	.5	.6		.8			.9
확실한 기준을 마련해 서로간 피해를 보는 일을 없도록 제반 마련이 시급하다	(1)	(1)		(1)			(1)
	.5	.6		.8			.9
배우들의 공정하고 투명한 출연료 기준이 마련 마련되었으면한 다	(1)	(1)		(1)			(1)
	.5	.6		.8			.9
과도한 경쟁	(1)	(1)			(1)	(1)	
	.5	.6			1.1	1.0	
자본금 유실	(1)	(1)		(1)			(1)
	.5	.6		.8			.9
영향력 있는 배우들의 끼워팔기 관행	(1)	(1)			(1)	(1)	
	.5	.6			1.1	1.0	
신생회사의 이미지	(1)	(1)		(1)		(1)	
	.5	.6		.8		1.0	
계약금 제도를 폐지 했다는 협회에서의 적극적인 홍보와	(1)	(1)		(1)		(1)	
	.5	.6		.8		1.0	

이를 방지 해야된다고 생각된다							
계약금을 주고 있는 일부 기획사에 대한 협회 차원의 제제	(1)	(1)	(1)		(1)		
투자리스크가 너무 크다	.5	.6	.8		1.0		
연기자 작품 캐스팅	(1)	(1)	(1)			(1)	
스타 배우의 부재	.5	.6	.8				.9
소속연예인의 이탈방지	(1)	(1)		(1)	(1)		
투자금에 대한 보호의 필요성	.5	.6		1.1	1.0		
지속 또는 고정 활동 저하로 인한 매출의 부진	(1)	(1)		(1)		(1)	
배우와의 커뮤니케이션 부족	.5	.6		1.1			.9
인력관리	(1)	(1)		(1)		(1)	
비용구조개선의 어려움	.5	.6		1.1			.9
방송 홍보활동	(1)	(1)		(1)	(1)		
매니저 육성에 대한 전문성 필요	.5	.6	.8	1.1	1.0		.9
대형기획사의 대응	(1)	(1)	(1)			(1)	
대형기획사의 횡포	.5	.6	.8	1.1			.9
중소규모의 연예 기획사들은 다양한 수익구조 창출이 어려워 예측가능한 경영이 불가능함	(1)	(1)		(1)	(1)		
제도적	.5	.6		1.1			.9
영세업체에 대한 국가지원	(1)	(1)	(1)		(1)		
개인회사인 관계로 캐스팅에 있어서 큰 회사에 밀리는	.5	.6	.8	1.1	1.0		

경향이 많아 어려움							
기획사들의 한류를 바라보는 인식문제	(1) .5	(1) .6	(1) .8		(1) 1.0		
해외진출시 사업파트너의 검증 어려움	(1) .5	(1) .6	(1) .8			(1) .9	
내수시장의 협소함으로 인한 기회부족	(1) .5	(1) .6	(1) .8			(1) .9	
연기자 이미지는 높고 회사 이미지는 낮은 부분	(1) .5	(1) .6		(1) 1.1	(1) 1.0		
영업력의 한계	(1) .5		(1) 2.2	(1) .8	(1) 1.0		
정보부족	(1) .5		(1) 2.2	(1) .8		(1) .9	
업계에 대한 과도한 불신 외 관련된 수많은 요인들이 많은 현실	(1) .5	(1) .6		(1) .8	(1) 1.0		
IT 및 벤처 창업자와 다른 환경과 저조한 지원	(1) .5		(1) 2.2	(1) 1.1	(1) 1.0		
소규모 회사들의 캐스팅 난항	(1) .5		(1) 2.2	(1) .8			(1) 12.5
엔터테인먼트의 대형화로 인한 끼워 팔기	(1) .5		(1) 2.2	(1) .8			(1) 12.5
정부지원 및 금융권 완화 대형기획사에 비해 회사의 인지도 부족	(1) .5		(1) 2.2	(1) .8	(1) 1.0		
특정 연예인이 독점하고 있는 예능환경	(1) .5		(1) 2.2	(1) .8		(1) .9	
스타 위주인 플랫폼사업자와 의 관계에 따른 문제	(1) .5	(1) .6		(1) 1.1			(1) 12.5
출연료 미지급 문제	(1) .5	(1) .6		(1) 1.1			(1) 12.5
공정성	(1) .5		(1) 2.2	(1) 1.1	(1) 1.0		

부록101. 공통 경비 지출로 인한 분쟁 여부

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
있음	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
	(32)	(31)	(1)	(16)	(15)	(1)	(17)	(15)	
	20.0	25.8	2.5	18.2	22.1	25.0	23.6	18.3	
없음	(101)	(72)	(29)	(61)	(38)	(2)	(44)	(54)	(3)
	63.1	60.0	72.5	69.3	55.9	50.0	61.1	65.9	50.0
무응답	(27)	(17)	(10)	(11)	(15)	(1)	(11)	(13)	(3)
	16.9	14.2	25.0	12.5	22.1	25.0	15.3	15.9	50.0

부록102. 공통 경비 지출에 대한 인식

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
	(70)	(57)	(13)	(38)	(30)	(2)	(39)	(31)	
합의에 의해 공통 경비 항목을 설정하여 처리함 (소속 대중예술인 전체 동일)	43.8	47.5	32.5	43.2	44.1	50.0	54.2	37.8	
	(54)	(41)	(13)	(34)	(19)	(1)	(16)	(37)	(1)
합의에 의해 공통 경비 항목을 설정하여 처리함 (소속 대중예술인별 차이)	33.8	34.2	32.5	38.6	27.9	25.0	22.2	45.1	16.7
	(6)	(4)	(2)	(3)	(3)		(3)	(3)	
특별히 정한 것은 없이 사정에 따라 처리함	3.8	3.3	5.0	3.4	4.4		4.2	3.7	
	(2)		(2)	(1)	(1)		(2)		
공통 경비 지출이 없음	1.3		5.0	1.1	1.5		2.8		
	(2)	(1)	(1)		(2)		(2)		
기타	1.3	.8	2.5		2.9		2.8		
	(26)	(17)	(9)	(12)	(13)	(1)	(10)	(11)	(5)
무응답	16.3	14.2	22.5	13.6	19.1	25.0	13.9	13.4	83.3
	(2)	(1)	(1)		(2)		(2)		
	(1)	(1)			(1)		(1)		
공정거래 위원회 계약서 참조	50.0	100.0			50.0		50.0		
	(1)		(1)		(1)		(1)		
회사 자체 경비 100%부담	50.0		100.0		50.0		50.0		

부록103. 연예인과 계약 분쟁 여부

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
있음	(30)	(27)	(3)	(15)	(15)		(15)	(15)	
	18.8	22.5	7.5	17.0	22.1		20.8	18.3	
없음	(104)	(76)	(28)	(63)	(38)	(3)	(44)	(58)	(2)
	65.0	63.3	70.0	71.6	55.9	75.0	61.1	70.7	33.3
무응답	(26)	(17)	(9)	(10)	(15)	(1)	(13)	(9)	(4)
	16.3	14.2	22.5	11.4	22.1	25.0	18.1	11.0	66.7

부록104. 연예인과 계약 분쟁 이유

	Total	회원사 여부		회사 경력		인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	10인 이하	10인 이상
	(30)	(27)	(3)	(15)	(15)	(15)	(15)
계약 기간	(2)	(2)		(1)	(1)	(1)	(1)
	6.7	7.4		6.7	6.7	6.7	6.7
수익분배	(7)	(7)		(4)	(3)	(3)	(4)
	23.3	25.9		26.7	20.0	20.0	26.7
이중계약	(4)	(4)		(2)	(2)	(3)	(1)
	13.3	14.8		13.3	13.3	20.0	6.7
공통 경비	(2)	(2)		(1)	(1)	(1)	(1)
	6.7	7.4		6.7	6.7	6.7	6.7
기타	(13)	(11)	(2)	(7)	(6)	(6)	(7)
	43.3	40.7	66.7	46.7	40.0	40.0	46.7
무응답	(2)	(1)	(1)		(2)	(1)	(1)
	6.7	3.7	33.3		13.3	6.7	6.7
이유없는 계약해지	(10)	(9)	(1)	(4)	(6)	(5)	(5)
	(2)	(2)			(2)	(2)	
요청	20.0	22.2			33.3	40.0	
배우의 변심	(2)	(2)		(2)		(1)	(1)
	20.0	22.2		50.0		20.0	20.0
무단 소속사이탈	(2)	(2)		(1)	(1)	(1)	(1)
	20.0	22.2		25.0	16.7	20.0	20.0
배우 부모님과의 소통	(1)	(1)			(1)		(1)
	10.0	11.1			16.7		20.0
타사로의 이탈	(1)	(1)			(1)	(1)	
	10.0	11.1			16.7	20.0	
전속 계약 일방적 해지	(1)	(1)			(1)		(1)
	10.0	11.1			16.7		20.0
무계약서로 인한 배신	(1)		(1)	(1)			(1)
	10.0		100.0	25.0			20.0

부록105. 계약 분쟁시 해결 방법

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
연매협에	(34)	(32)	(2)	(20)	(13)	(1)	(16)	(18)	
조정 의뢰	21.3	26.7	5.0	22.7	19.1	25.0	22.2	22.0	
협의를 통해	(55)	(37)	(18)	(35)	(18)	(2)	(20)	(34)	(1)
회사 자체적으로 해결	34.4	30.8	45.0	39.8	26.5	50.0	27.8	41.5	16.7
소송	(2)	(2)			(2)		(1)	(1)	
	1.3	1.7			2.9		1.4	1.2	
기타	(1)		(1)	(1)				(1)	
	.6		2.5	1.1				1.2	
무응답	(68)	(49)	(19)	(32)	(35)	(1)	(35)	(28)	(5)
	42.5	40.8	47.5	36.4	51.5	25.0	48.6	34.1	83.3

부록106. 연예인과 분쟁 발생 시 선호하는 문제해결 방법

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
연매협에	(40)	(38)	(2)	(24)	(16)		(20)	(19)	(1)
조정 의뢰	25.0	31.7	5.0	27.3	23.5		27.8	23.2	16.7
협의를 통해	(68)	(47)	(21)	(39)	(26)	(3)	(21)	(45)	(2)
회사 자체적으로 해결	42.5	39.2	52.5	44.3	38.2	75.0	29.2	54.9	33.3
소송	(3)	(3)		(1)	(2)		(2)	(1)	
	1.9	2.5		1.1	2.9		2.8	1.2	
대한상사중재 원	(1)	(1)		(1)			(1)		
	.6	.8		1.1			1.4		
기타	(2)		(2)	(2)			(1)	(1)	
	1.3		5.0	2.3			1.4	1.2	
무응답	(46)	(31)	(15)	(21)	(24)	(1)	(27)	(16)	(3)
	28.8	25.8	37.5	23.9	35.3	25.0	37.5	19.5	50.0

부록107. 전속계약 (%)

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응답
	(124)	(99)	(25)	(72)	(49)	(3)	(54)	(69)	(1)
20	(1)	(1)		(1)			(1)		
	.8	1.0		1.4			1.9		
40	(1)		(1)		(1)		(1)		
	.8		4.0		2.0		1.9		
50	(6)	(5)	(1)	(3)	(2)	(1)	(2)	(4)	
	4.8	5.1	4.0	4.2	4.1	33.3	3.7	5.8	
60	(2)	(1)	(1)	(2)			(1)	(1)	
	1.6	1.0	4.0	2.8			1.9	1.4	
70	(9)	(7)	(2)	(5)	(4)		(2)	(7)	
	7.3	7.1	8.0	6.9	8.2		3.7	10.1	
80	(5)	(5)		(4)	(1)		(2)	(3)	
	4.0	5.1		5.6	2.0		3.7	4.3	
85	(1)		(1)	(1)				(1)	
	.8		4.0	1.4				1.4	
90	(8)	(7)	(1)	(5)	(3)		(1)	(7)	
	6.5	7.1	4.0	6.9	6.1		1.9	10.1	
100	(91)	(73)	(18)	(51)	(38)	(2)	(44)	(46)	(1)
	73.4	73.7	72.0	70.8	77.6	66.7	81.5	66.7	100.0
	92.06	92.42	90.60	91.60	93.27	83.33	92.78	91.38	100.00

부록108. 에이전트계약 (%)

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상
	(33)	(26)	(7)	(21)	(11)	(1)	(10)	(23)
10	(8)	(7)	(1)	(5)	(3)		(1)	(7)
	24.2	26.9	14.3	23.8	27.3		10.0	30.4
15	(1)		(1)	(1)				(1)
	3.0		14.3	4.8				4.3
20	(5)	(5)		(4)	(1)		(2)	(3)
	15.2	19.2		19.0	9.1		20.0	13.0
30	(9)	(7)	(2)	(5)	(4)		(2)	(7)
	27.3	26.9	28.6	23.8	36.4		20.0	30.4
40	(2)	(1)	(1)	(2)			(1)	(1)
	6.1	3.8	14.3	9.5			10.0	4.3
50	(6)	(5)	(1)	(3)	(2)	(1)	(2)	(4)
	18.2	19.2	14.3	14.3	18.2	100.0	20.0	17.4
60	(1)		(1)		(1)		(1)	
	3.0		14.3		9.1		10.0	
80	(1)	(1)		(1)			(1)	
	3.0	3.8		4.8			10.0	
	29.85	28.85	33.57	28.81	30.00	50.00	39.00	25.87

부록109. 고정배분계약 (%)

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모	
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상
	(106)	(84)	(22)	(63)	(40)	(3)	(46)	(60)
20	(2)	(2)		(2)			(1)	(1)
	1.9	2.4		3.2			2.2	1.7
30	(1)	(1)		(1)			(1)	
	.9	1.2		1.6			2.2	
45	(1)	(1)			(1)			(1)
	.9	1.2			2.5			1.7
50	(11)	(9)	(2)	(6)	(4)	(1)	(6)	(5)
	10.4	10.7	9.1	9.5	10.0	33.3	13.0	8.3
60	(4)	(4)		(2)	(1)	(1)	(2)	(2)
	3.8	4.8		3.2	2.5	33.3	4.3	3.3
70	(5)	(4)	(1)	(3)	(2)		(4)	(1)
	4.7	4.8	4.5	4.8	5.0		8.7	1.7
80	(3)	(3)			(3)			(3)
	2.8	3.6			7.5			5.0
90	(3)	(2)	(1)	(2)	(1)		(1)	(2)
	2.8	2.4	4.5	3.2	2.5		2.2	3.3
100	(76)	(58)	(18)	(47)	(28)	(1)	(31)	(45)
	71.7	69.0	81.8	74.6	70.0	33.3	67.4	75.0
	88.35	86.96	93.64	88.57	89.38	70.00	85.65	90.42

부록110. 슬라이딩계약 (%)

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(41)	(35)	(6)	(22)	(17)	(2)	(20)	(20)	(1)
10	(3)	(2)	(1)	(2)	(1)		(1)	(2)	
	7.3	5.7	16.7	9.1	5.9		5.0	10.0	
20	(3)	(3)			(3)			(3)	
	7.3	8.6			17.6			15.0	
30	(5)	(4)	(1)	(3)	(2)		(4)	(1)	
	12.2	11.4	16.7	13.6	11.8		20.0	5.0	
40	(4)	(4)		(2)	(1)	(1)	(2)	(2)	
	9.8	11.4		9.1	5.9	50.0	10.0	10.0	
50	(11)	(9)	(2)	(6)	(4)	(1)	(6)	(5)	
	26.8	25.7	33.3	27.3	23.5	50.0	30.0	25.0	
55	(1)	(1)			(1)			(1)	
	2.4	2.9			5.9			5.0	
70	(1)	(1)		(1)			(1)		
	2.4	2.9		4.5			5.0		
80	(2)	(2)		(2)			(1)	(1)	
	4.9	5.7		9.1			5.0	5.0	
100	(11)	(9)	(2)	(6)	(5)		(5)	(5)	(1)
	26.8	25.7	33.3	27.3	29.4		25.0	25.0	100.0
	56.95	57.00	56.67	60.00	54.41	45.00	58.00	53.75	100.0 0

부록111. 계약금 지급 사항

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		무응답
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
별도 계약금	(92)	(76)	(16)	(55)	(36)	(1)	(44)	(48)	
없음	57.5	63.3	40.0	62.5	52.9	25.0	61.1	58.5	
별도의	(22)	(13)	(9)	(12)	(8)	(2)	(9)	(12)	(1)
계약금을									
현금으로	13.8	10.8	22.5	13.6	11.8	50.0	12.5	14.6	16.7
지급									
별도의	(1)	(1)		(1)				(1)	
계약금을									
현물로 지급	.6	.8		1.1				1.2	
기타	(9)	(7)	(2)	(5)	(4)		(1)	(8)	
	5.6	5.8	5.0	5.7	5.9		1.4	9.8	
무응답	(36)	(23)	(13)	(15)	(20)	(1)	(18)	(13)	(5)
	22.5	19.2	32.5	17.0	29.4	25.0	25.0	15.9	83.3
	(6)	(5)	(1)	(1)	(5)		(2)	(4)	
성형외과,	(1)	(1)			(1)		(1)		
피부과,									
치과등									
협찬으로	16.7	20.0			20.0		50.0		
대체									
배우별로	(1)	(1)			(1)			(1)	
계약금 지급									
유,무 차이가	16.7	20.0			20.0			25.0	
있음									
상황별	(1)	(1)		(1)			(1)		
협의를 통해	16.7	20.0		100.0			50.0		
진행 중									
계약금을	(1)	(1)			(1)			(1)	
지불하지									
않으나									
필요에 따라	16.7	20.0			20.0			25.0	
연예인과									
협약하여									
일부 지급									
없어지는	(1)		(1)		(1)			(1)	
추세	16.7		100.0		20.0			25.0	
일부	(1)	(1)			(1)			(1)	
현금으로									
지급하고	16.7	20.0			20.0			25.0	
성형 수술									
지원									

부록112. 매니저 공인 라이선스의 필요성

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
필요하다	(114)	(93)	(21)	(69)	(42)	(3)	(51)	(60)	(3)
	71.3	77.5	52.5	78.4	61.8	75.0	70.8	73.2	50.0
필요하지 않다	(18)	(12)	(6)	(5)	(13)		(8)	(10)	
	11.3	10.0	15.0	5.7	19.1		11.1	12.2	
무응답	(28)	(15)	(13)	(14)	(13)	(1)	(13)	(12)	(3)
	17.5	12.5	32.5	15.9	19.1	25.0	18.1	14.6	50.0

부록113. 향후 개선사항 - 정부의 개선점

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
무응답	(108)	(78)	(30)	(58)	(47)	(3)	(50)	(53)	(5)
	49.1	45.3	62.5	50.4	46.5	75.0	56.2	42.7	71.4
정부 지원의 확대	(10)	(9)	(1)	(7)	(3)		(6)	(4)	
	4.5	5.2	2.1	6.1	3.0		6.7	3.2	
투자 지원	(9)	(8)	(1)	(5)	(4)		(3)	(6)	
	4.1	4.7	2.1	4.3	4.0		3.4	4.8	
금융지원 확대	(4)	(4)		(3)	(1)		(2)	(2)	
	1.8	2.3		2.6	1.0		2.2	1.6	
규제 완화	(4)	(4)		(2)	(2)		(3)	(1)	
	1.8	2.3		1.7	2.0		3.4	.8	
신인배우들이 방송 및 매체에 설 수 있는 기회를 확대	(3)	(2)	(1)	(1)	(1)	(1)	(2)	(1)	
	1.4	1.2	2.1	.9	1.0	25.0	2.2	.8	
현실적인 정부 정책 마련	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)		(2)	(1)	
	1.4	.6	4.2	.9	2.0		2.2	.8	
좋은 콘텐츠 개발에 필요한 체계적인 정책	(3)	(2)	(1)	(2)	(1)		(2)		(1)
	1.4	1.2	2.1	1.7	1.0		2.2		14.3
플랫폼사업자 와의 불평등 관계 개선	(3)	(3)		(2)	(1)			(3)	
	1.4	1.7		1.7	1.0			2.4	
관련 종사자 처우 개선	(3)	(3)		(1)	(2)			(3)	
	1.4	1.7		.9	2.0			2.4	
자질이 부족한 연예기획사 관리 감독	(2)	(1)	(1)	(2)			(1)	(1)	
	.9	.6	2.1	1.7			1.1	.8	
해외 시장에 대한 정보 지원	(2)	(2)		(2)			(1)	(1)	
	.9	1.2		1.7			1.1	.8	
콘텐츠	(2)	(2)		(1)	(1)			(2)	

연예기획사(배우 매니지먼트 중심) 전수조사 보고서

기획에 있어서 대형기획사, 제작사만 독점하게 되는 불평등 관계 개선	.9	1.2		.9	1.0		1.6
컨텐츠 기획에 있어 중소 기획사에게도 기회가 주어질 수 있는 제도나 법안 마련이 시급	(2)	(2)		(1)	(1)		(2)
대형 기획사 위주의 독과점 형태 해소	.9	1.2		.9	1.0		1.6
유통 플랫폼의 독과점 해소	(2)	(2)		(1)	(1)		(2)
방송사와 대형 기획사의 결탁 해소	.9	1.2		.9	1.0		1.6
출연료 미지급 발생시 적극적인 대처	(2)	(2)		(1)	(1)		(2)
관련 종사자에 대한 교육 지원 확대	.9	1.2		.9	1.0		1.6
세계 지원	(2)	(2)		(1)	(1)		(2)
연예매니지먼트에 대한 지속적 관심 필요	.9	1.2			2.0	1.1	.8
불량 외주제작사 제제	(2)	(1)	(1)	(1)	(1)		(2)
다양한	.9	.6	2.1	.9	1.0		1.6
	(2)	(2)			(2)		(2)

콘텐츠 개발에 필요한 지원제도	.9	1.2			2.0		1.6	
해외 시장 네트워크 방안	(2)	(2)		(1)	(1)		(1)	(1)
공정한 경쟁에 의한 연예계 활성화	.9	1.2		.9	1.0		1.1	.8
	(2)	(1)	(1)	(2)				(2)
	.9	.6	2.1	1.7				1.6
매니지먼트의 체제 확립	(1)	(1)		(1)			(1)	
	.5	.6		.9			1.1	
한류와 K-POP이 더욱 활기찬 활동을 할 수 있도록 국내는 물론 해외에서도 지원 확대	(1)	(1)		(1)			(1)	
	.5	.6		.9			1.1	
정부 차원의 신인 방송출연에 대한 공정성 유지	(1)	(1)			(1)		(1)	
	.5	.6			1.0		1.1	
창의적 콘텐츠 시장 활성화	(1)	(1)		(1)				(1)
	.5	.6		.9				.8
정부 네트워크를 통한 해외 사업 파트너에 대한 검증 지원	(1)	(1)		(1)				(1)
	.5	.6		.9				.8
문화콘텐츠 육성차원에서 생계형, 독립형, 기획사에 대한 시드 및 프로젝트 투자 지원	(1)	(1)		(1)				(1)
	.5	.6		.9				.8
안정되고 현실적인	(1)	(1)			(1)		(1)	

수익분배	.5	.6			1.0		1.1		
인건비 개선	(1)	(1)			(1)		(1)		
	.5	.6			1.0		1.1		
유류비 절감 대책 마련	(1)	(1)			(1)		(1)		
	.5	.6			1.0		1.1		
국내 콘텐츠 육성 지원 사업 확대	(1)	(1)			(1)			(1)	
	.5	.6			1.0			.8	
제도 개선	(1)	(1)			(1)		(1)		
	.5	.6			1.0		1.1		
소규모 회사를 위한 콘텐츠 교육 시설 강화	(1)	(1)		(1)				(1)	
	.5	.6		.9				.8	
불가피한 소송시 민법에 의존한 판단이 매우 문제임 연예산업은 문화산업이기 때문에 제도적장치도 중요하지만 문화 자체를 바라보는 시각의 변화가 중요한 것 같음	(1)	(1)			(1)		(1)		
	.5	.6			1.0		1.1		
연예활동이 불노소득이라 는 입장에 대한 재평가 필요	(1)	(1)		(1)			(1)		
	.5	.6		.9				.8	
정부차원의 정보 제공	(1)	(1)		(1)				(1)	
	.5	.6		.9				.8	
문화를 통한 소통으로 세계화 추진	(1)	(1)			(1)		(1)		
	.5	.6			1.0		1.1		

소규모 회사들에 대한 다양한 기회 제공	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.6			1.0		.8
소규모 회사들에 대한 외국진출 기회 제공	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.6			1.0		.8
퍼블리시티권 법제화	(1)	(1)		(1)		(1)	
	.5	.6		.9		1.1	
대수시장 활성화를 위한 컨텐츠의 양적확대	(1)	(1)		(1)			(1)
	.5	.6		.9			.8
연예인과 매니저간의 분쟁시 그 피해에 따른 최소한의 안전 장치 필요	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.6			1.0		.8
대중문화예술 산업발전법에 있는 대중문화예술 인의 보호를 좀더 강화해서 청소년 뿐만 아니라 스텝들의 편의도 제공	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.6			1.0		.8
배우 초상권 사용에 대한 법률화	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.6			1.0		.8
한류 배우들 해외 팬미팅때 정부의 적극지원	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.6			1.0		.8
콘텐츠 개발 자금을 활용할 수	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.6			1.0		.8

있는 방안							
한류를	(1)	(1)		(1)		(1)	
경쟁력 있는							
산업으로							
인식							
전환하여	.5	.6		1.0		1.1	
효과적인							
육성책 마련							
전문직종인	(1)	(1)		(1)		(1)	
매니저를							
위한	.5	.6		.9		1.1	
체계적인							
시스템 구축							
문화 예술	(1)	(1)		(1)			(1)
분야 활성화	.5	.6		.9			.8
단발성	(1)	(1)		(1)			(1)
관심보다							
장기적인	.5	.6		1.0			.8
플랜으로							
지원요함							
중소기업등록	(1)		(1)	(1)		(1)	
및특정라이선							
스취득할수있							
는직업으로회							
사네트워크및							
소수연예인들	.5		2.1	.9		1.1	
을가치평가로							
평가기준이상							
승하길							
무분별한	(1)		(1)	(1)			(1)
사업자							
등록에 대한	.5		2.1	.9			.8
규제 강화							
영세	(1)		(1)	(1)			(1)
매니지먼트사	.5		2.1	.9			.8
지원							
안정된	(1)		(1)	(1)			(1)
수익구조를							
위한 다양한	.5		2.1	.9			.8
콘텐츠							
제작확대							
시장	(1)		(1)	(1)		(1)	
활성화에	.5		2.1	1.0		1.1	
대한 플랜 및							

지원									
투자 유치시	(1)		(1)		(1)			(1)	
회계처리에									
대한 공신력	.5		2.1		1.0			.8	
필요									
매니지먼트업	(1)		(1)		(1)			(1)	
허가제로									
전환	.5		2.1		1.0			.8	
타사	(1)		(1)		(1)			(1)	
전속연예인									
접근									
금지협약	.5		2.1		1.0			.8	
마련									
인턴사원제도	(1)		(1)		(1)			(1)	
지원	.5		2.1		1.0			.8	
컨텐츠	(1)	(1)			(1)				(1)
개발시 유관									
단체도 함께	.5	.6			1.0				14.3
참여하여									
진행 바람									

부록114. 향후 개선사항 - 협회의 개선점

	Total	회원사 여부		회사 경력			인력 규모		
		회원사	회원사 아님	3년 이하	4년 이상	무응답	10인 이하	10인 이상	무응 답
	(160)	(120)	(40)	(88)	(68)	(4)	(72)	(82)	(6)
없음	(109)	(78)	(31)	(60)	(46)	(3)	(47)	(56)	(6)
	59.9	55.7	73.8	61.9	56.8	75.0	60.3	57.1	100.0
소규모	(5)	(5)		(3)	(2)		(3)	(2)	
매니지먼트사 에 대한 관심 및 지원	2.7	3.6		3.1	2.5		3.8	2.0	
기타	(5)	(3)	(2)	(4)	(1)		(3)	(2)	
	2.7	2.1	4.8	4.1	1.2		3.8	2.0	
캐스팅디렉터 들의횡포방지 및 협회차원의 관리 감독	(4)	(4)		(1)	(3)		(3)	(1)	
	2.2	2.9		1.0	3.7		3.8	1.0	
차별없는 지원	(3)	(3)		(2)	(1)		(1)	(2)	
	1.6	2.1		2.1	1.2		1.3	2.0	
계약금	(2)	(2)		(2)			(2)		
제도의 정착	1.1	1.4		2.1			2.6		
계약금 제도 위반 업체에 대한 규제 강화	(2)	(2)		(2)			(2)		
	1.1	1.4		2.1			2.6		
매니저 지원 시스템 구축	(2)	(1)	(1)	(1)	(1)		(1)	(1)	
	1.1	.7	2.4	1.0	1.2		1.3	1.0	
체계적인 매니저 교육	(2)	(1)	(1)	(2)				(2)	
	1.1	.7	2.4	2.1				2.0	
연예 산업 전반에 대한 현실적인 운영 방안 마련	(2)	(2)		(2)			(1)	(1)	
	1.1	1.4		2.1			1.3	1.0	
자금 및 제도 개선을 위해 지속적으로 제안	(2)	(2)		(1)	(1)		(1)	(1)	
	1.1	1.4		1.0	1.2		1.3	1.0	
98	(2)	(2)		(1)	(1)		(2)		

	1.1	1.4		1.0	1.2	2.6	
협회비 인하	(1)	(1)		(1)		(1)	
	.5	.7		1.0		1.3	
회비 면제 or 회비 감면 정책 마련	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.7			1.2		1.0
차량지원 통합시스템 구축	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.7			1.2		1.0
스텝들(헤어, 메이크업, 스타일리스트) 가격 정착화	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.7			1.2		1.0
배우 초상권 사용에 대한 공동 대응 방안 마련	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.7			1.2		1.0
해외마케팅 지원	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.7			1.2		1.0
KBS, MBC 출입증 일괄 발급 처리	(1)	(1)		(1)		(1)	
	.5	.7		1.0		1.3	
연기자 분쟁시 조속한 처리	(1)	(1)		(1)			(1)
	.5	.7		1.0			1.0
체계적인 시스템으로 매니지먼트 협회 운영	(1)	(1)		(1)			(1)
	.5	.7		1.0			1.0
출연료 불균형에 대한 개선	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.7			1.2		1.0
아티스트나 배우의 횡포에 대한 규제 강화	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.7			1.2		1.0
투명한 연기자 이적 제도 마련	(1)	(1)			(1)		(1)
	.5	.7			1.2		1.0
공정한 업무처리	(1)	(1)			(1)		(1)

연예기획사(배우 매니지먼트 중심) 전수조사 보고서

	.5	.7			1.2			1.0
라이선스	(1)		(1)	(1)				(1)
발급	.5		2.4	1.0				1.0
소규모	(1)	(1)			(1)		(1)	
기획사들의								
활동 영역증대	.5	.7			1.2		1.3	
매니저	(1)	(1)		(1)				(1)
개개인들의								
목소리를								
들어주는 창구	.5	.7		1.0				1.0
마련								
연예계에	(1)	(1)		(1)				(1)
대한 사회								
인식 전환을	.5	.7		1.0				1.0
위해 지속								
매진								
회원사 권익	(1)	(1)		(1)			(1)	
보호	.5	.7		1.0			1.3	
계약기간	(1)	(1)		(1)				(1)
연장 조정	.5	.7		1.0				1.0
배불리기식	(1)	(1)		(1)				(1)
실태에 대한								
제제	.5	.7		1.0				1.0
캐스팅 정보	(1)		(1)		(1)			(1)
공유	.5		2.4		1.2			1.0
방송국과	(1)		(1)		(1)			(1)
더불어								
공개오디션	.5		2.4		1.2			1.0
공동진행								
출연료	(1)	(1)			(1)		(1)	
미지급에 대한								
제도 장치	.5	.7			1.2		1.3	
마련								
부산국제영화	(1)	(1)			(1)			(1)
제에서								
지원해 주는	.5	.7			1.2			1.0
금액 인상								
부산국제영화	(1)	(1)			(1)			(1)
제에								
신인배우들도								
초대해서	.5	.7			1.2			1.0
양성하거나								
경험할 수								

있는 다양한 시스템 제공								
아티스트의 위상 및 상황에 맞추어 유연하게 계약을 수정, 보완할 수 있는 근거를 마련	(1)	(1)			(1)		(1)	
분쟁해소에 있어 자칫 자기 보호에 급급한 집단으로서의 오해와 법적으로 대처할 수 없는 오류를 만들지 않았으면 좋겠다	(1)	(1)			(1)		(1)	
협회 투명 경영	(1)	(1)			(1)			(1)
회원사간 커뮤니케이션 장 마련	(1)		(1)	(1)			(1)	
소규모 회사에게도 평등한 조건의 경쟁력 확보 조치가 필요	(1)		(1)	(1)			(1)	
매니지먼트를 정상적으로 운영하고 있는 회사에 한해 자유로운 협회 가입 제도 마련	(1)		(1)			(1)		(1)
회원사간 친목 도모를 위한 장 마련	(1)	(1)			(1)			(1)
협외 회원을	(1)	(1)		(1)				(1)

위한 고부가 수익 사업 및 미래 지향 사업 발굴	.5	.7	1.0				1.0	
상식적인 업무 교류 및 경쟁 정착화	(1)	(1)	(1)				(1)	
엔터테인먼트 창의적 콘텐츠 시장의 네트워크의 창구가 되길 바람	.5	.7	1.0				1.0	
대중들의 기획사에 대한 안 좋은 이미지 개선을 위한 적극적인 대응 및 홍보 지속	(1)	(1)			(1)		(1)	
협회의 위상이 높아지고 있는데 대하여 만족 한다	.5	.7			1.2		1.0	
연예인의 임의 계약 파기 및 이탈 방지책 마련 및 협회 차원의 관리 감독	(1)	(1)			(1)		(1)	
표준계약서 항목 중 공동 경비 지출에 관하여 협회 또는 공정거래위원 회에서 제시하는 객관적인 기준이 필요	.5	.7			1.2		1.3	
산업의 이슈와 문제점에 대해	(1)	(1)	(1)				(1)	

여공평하고적 극적으로개입 하여,회원사간 분쟁을최소화 하고,산업전체 발전을위한선 도자가	.5	.7		1.0				1.0
정부와 업계의 중간자로서 업계의 이익과 발전을 위해 애써 주셨으면 좋겠습니다	(1)	(1)			(1)		(1)	
산업으로서 성장할 수 있는 전반적인 인식전환	(1)		(1)		(1)		(1)	
	.5		2.4		1.2		1.3	